

2010年9月27日 日本テレビ 定例記者会見**《 全文 》****<発表>**

細川知正社長：まず、「日本テレビインキュベーション企画」についてご説明いたします。日本テレビでは新規事業の創出のため、ビジネス企画を日本テレビグループ内で募集しました。短い募集期間でしたが、700 件以上の応募があり、そのうち 3 件についてビジネストライアル案件として具体的に実行する事になりました。私どもの強みであるコンテンツ制作能力等を活用しながら展開していきます。

次に、日本テレビ・ネットワーク各社では来月、愛知県名古屋市で開催される『COP10（生物多様性条約第 10 回締約国会議）』に合わせ、エコについて考えるキャンペーンを行います。5 月 30 日から 6 月 6 日まで NHK と連携した集中キャンペーンウィークを展開しましたが、この秋も NHK と一緒に「つなげよう、eco ハート。」を共有のキャンペーンワードとした環境キャンペーンに取り組みます。

3 点目は地デジ推進についてですが、日本テレビは 8 月が「推進強化」の担当月間でした。5 分以上の放送時間を持つ全番組で「南関東問題対策等を中心とした完全地デジ化に向けた注意喚起」、「地デジカの露出による地デジ完全移行周知」、「地デジ推進企画の OA」等に取り組み、合わせて 83 番組、235 回の OA を行いました。総務省の地デジコールセンターへの具体的な問い合わせ等の回数を見ても、十分に普及告知を行えたと思います。「推進強化」の担当月間以降も引き続き様々な取り組みを進めて参ります。

1. 上半期視聴率の総括と 10 月改編のポイント

舩方勝宏副社長：視聴率と番組編成についてお話します。

4 月～6 月の視聴率は例年フジテレビが確実にとる事が多いのですが、日本テレビは 6 月以降、「24 時間テレビ」も含め追い上げている形です。年間の視聴率で見ますと、日本テレビは 1 月から 9 月 26 日までのプライムタイム平均は 12.5% で、フジテレビとの差は 0.3 ポイントです。昨年同時期は 0.8 ポイント差でしたので、さらに迫っています。ゴールデンタイムでも 9 月までの平均が 12.3%、

昨年同時期は 0.9 ポイント差でしたが、現在は 0.7 ポイント差です。また年度についても、プライムタイム平均で昨年同時期の 0.8 ポイント差から 0.3 ポイントにその差が縮まっています。ゴールデンタイムも昨年同時期で 1.1 ポイントの差がありましたが、今年はここまで 0.5 ポイント差と半分以下になり、ゴールデンタイム、プライムタイムで着実に力をつけてきた実感があります。

また日本テレビは 1 月から 9 月までのプライムタイムでトップが 17 回です。昨年は 1 年間で 9 回でした。ゴールデンタイムでも昨年 1 年間で 7 回トップを取りましたが、今年はすでに 14 回トップを取っていますので、昨年までの状況と変わってきています。一方、テレビ朝日も先週ゴールデンタイム、プライムタイムでトップを取り、ゴールデン・プライムでトップは年間で 3 回目となりました。従って今は三つ巴になってきた感があります。

10 月の番組改編は小幅に抑えています。現在レギュラー番組の視聴率が好調な事もあり、改編率は午前 6 時から 24 時までの全日で 3.5%、ゴールデンタイムは 14.3%、プライムタイムが 13.8%となっています。今回の改編で特に力を入れているのは金曜日です。これまでプライムタイムでは金曜日だけが若干弱く、これを改善するために「金曜スーパープライム」という新しい番組枠を来週 10 月 1 日からスタートさせます。これは 19 時からの 2 時間枠で、その後の「金曜ロードショー」と合わせ、計 4 時間の時間帯で強化していきます。「金曜スーパープライム」には日本テレビの看板番組を制作してきたトップクリエイターを集めて企画制作に当たらせます。すでに来年 3 月までの企画は決まっています。まず初回の 10 月 1 日は「考えられない!? 禁断ワールド～日本人の常識崩壊 SP～」、10 月 8 日は「さんまの歴史を変えた! 超一流の衝撃発言!!」を放送します。視聴者の皆さまにご満足頂ける、よい番組をお届けできると確信しています。

10 月からのドラマは、高い視聴率を獲得した「ホテルノヒカリ 2」の後の水曜日 22 時に、篠原涼子さん主演の「黄金の豚～会計検査庁 特別調査官～」を 10 月 20 日から放送します。引き続き若い女性層を中心とする現代女性の生き方、価値観を描く事で、高いご支持を頂けると考えています。そして、土曜日 21 時は「Q10」(キュート)です。主演には今最も注目される若手俳優の 1 人、佐藤健さん、AKB48 の前田敦子さんが初のヒロイン役とフレッシュな組み合わせとなっています。リアルでエンターテインメント感溢れる、笑いと涙と感動の新たな学園ドラマです。

記者：今回あまり改編しないのは、比較的大きかった4月と7月の改編内容が定着したためでしょうか。

舩方副社長：平日の19時台はやや苦戦する部分が続きましたが、ここに来て視聴率がかなり向上してきました。これは19時台に2時間枠の番組を編成し、視聴率が10%を越えるようになった事が大きいと見ています。加えてドラマが順調である事も要因です。「ホタルノヒカリ2」は好調でしたし、4月期に放送した「Mother」も視聴率のみならず社会的にも注目されました。次々と話題作が出ている意味ではドラマは順調だと思います。さらにレギュラー番組も安定しています。「ザ!世界仰天ニュース」「世界まる見え!テレビ特捜部」「世界の果てまでイッテQ!」「行列のできる法律相談所」等が視聴者から高いご支持を頂いています。7月期の新番組についても、火曜日21時の「1億3千万人のエピソードバラエティー コレってアリですか?」は平均視聴率が9.6%で、もう少し内容を工夫していけば2桁になると見ています。

記者：今年の「24時間テレビ」について、どのように評価されますか。

舩方副社長：今年の「24時間テレビ」は平均視聴率が15.8%で歴代9位でした。また、はるな愛さんの「24時間チャリティーマラソン」のゴールは瞬間で35.7%を記録しました。ドラマスペシャル「みぽりんのえくぼ」も大きな反響があり、19.9%の視聴率は「24時間テレビ」のドラマスペシャルとして歴代10位でした。さらに8月30日（月）21時から放送した「24時間マラソンの裏側」も17.4%と、この時間帯でトップとなりました。「チャリTシャツ」の売上も好調で、9月1日現在で38万枚となり、全てチャリティーに計上します。また今年はメイン会場が日本武道館に戻り、入場者数も37,000人を超えました。全体としては「24時間テレビ」は大変よい結果であったと思っています。

記者：NHKの連続テレビ小説「ゲゲゲの女房」が先週終了し、最終回は視聴率23.6%でした。感想をお願いします。

舩方副社長：独特の時の流れを感じさせるよいドラマだったと思います。また「あさイチ」もよい番組で、学ぶ部分もあります。この2つの番組の流れがすごくよく、感心して見ています。

記者：ドラマが力をつけてきたという事ですが、「火曜サスペンス劇場」のようなドラマを含め、2時間ドラマを編成する考えはありますか。

舩方副社長：2 時間ドラマは増やしていくつもりです。年度末や期末等に編成すべく、すでに準備に入っています。また「火曜サスペンス劇場」も視聴者や株主の皆様から今もたくさんのご要望を頂いています。その方向性を残しながら、3 月 16 日に「松本清張ドラマスペシャル～霧の旗」、3 月 23 日に「松本清張ドラマスペシャル～書道教授」を放送し、高い視聴率を獲得しました。こうした 2 時間ドラマを定期的に放送したいのですが、毎週というわけにはいきません。従って期末期首等に単発で放送する形で検討しています。将来的には 2 時間ドラマを含め、強いドラマ枠を作りたいと思っています。

2. 営業状況と放送外収入の動向

記者：営業状況と放送外収入について聞かせて下さい。

細川社長：営業状況では、タイムセールスが不調でスポットセールスが好調という流れは変わっていません。これは 9 月も同様です。10 月～12 月のゴールデンタイム、プライムタイムのネットワークセールスはほぼ完売しました。今後は 1 月以降この流れをどのように維持するかが焦点です。スポットセールスは今のところ下半期もそれほど悪い見通しはなく、まずまず順調ではないかと考えています。

放送外収入は、全体では順調です。通販事業に関しては前年を上回る売上となっています。また映画事業も順調です。「借りぐらしのアリエッティ」「BECK」「君に届け」の 3 本が現在公開中ですが、「借りぐらしのアリエッティ」は大ヒットとなり、「BECK」「君に届け」も好調です。ただ去年は「ごくせん THE MOVIE」「サマーウォーズ」「20 世紀少年」と大ヒット作が続きましたので、映画事業全体の昨年比となると、ややスケールが落ちる部分があります。イベント事業は、東京都現代美術館で開催中の「借りぐらしのアリエッティ×種田陽平展」が予想を上回り、25 万人を越える集客となっています。週末には 1 日 7,000～8,000 人来場して頂き、およそ 1 時間お待ち頂く等、ご迷惑をおかけしています。

記者：営業状況が比較的よいのは、番組が好調だからでしょうか。

細川社長：番組や改編が順調な事もありますが、世帯視聴率だけではなく、スポンサーニーズの高い層の視聴率が顕著に向上している事が大きな要因です。先週もスポンサーニーズの高い層ではトップでした。

記者：10月のタイムセールスは、当初の見込みと比べて回復していますか。

細川社長：タイムセールスは順調に推移していますが、この10月でタイムセールスが大きく回復したとは見ていません。

記者：円高が進んでいますが、企業を通じてCM動向にどう影響していますか。

細川社長：特にタイムセールスでは、すでに影響が出ています。さらに円高の影響が出るとすれば、来年の4月だと思います。来年の4月にはタイムセールスが回復すると期待していますが、円高が影響してタイムセールスが回復しない可能性もあります。

記者：7月8月9月と営業収入は具体的にどれぐらいの増加でしたか。

細川社長：スポットセールスの状況は、7月は前年同期比113.5%、8月は前年同期比113.2%です。9月はまだ終わっていませんが、昨年9月が前年同期比100を越えましたので、2桁の伸びにはならない見通しです。

3. 地デジの進捗状況

記者：地デジの進捗状況についてお伺いします。

細川社長：8月は「推進強化」の担当月間で、様々な普及活動を展開しました。

受像機の普及は8,200万台を越え、順調です。家電エコポイントが延長となりましたので、引き続き順調に伸びて、計画値を上回る可能性もあると見ています。

一方、完全デジタル化まで1年を切っていますので、日本テレビとネットワーク各社では9月6日から一斉にアナログ放送で常時告知スーパーを実施しています。日本テレビでは、関東エリアで問題となっているUHFアンテナの問題、集合住宅の共聴設備問題を集中的にキャンペーンしています。その結果、総務省の地デジコールセンターに全国で22,000件を越える問い合わせがあり、具体的な成果が上がっていると捉えています。

記者：アナログ放送停波の手法について、民放連の広瀬会長は、できる限り7月24日までアナログ放送を視聴できるように続けるのがよいのではないかという考えを表明しました。現段階での見解を教えてください。

細川社長：この問題は民放だけでは解決しません。総務省の方針やNHKの考えもあり、慎重に話し合っていきます。民放連会長が表明された事は、今までアナログ放送を支えて頂いた視聴者の皆様にいかにご迷惑をかけずにデジタルに移行するかという趣旨と理解しています。今後も総務省やNHKの意見も伺いながら検討を進めていく必要があると考えます。

記者：マルチメディア放送について日本テレビはどのように対応しますか。

細川社長：地上デジタル放送を進める事で電波の帯域が空き、また技術が開発されて、新しいメディアツールが出てくるのは、一つの大きな進歩です。まだ先の話ですが、我々としても積極的に参画する意思を表明しています。具体的にはこれからになりますが、極めて前向きに取り組めると考えています。

4. その他

記者：日中問題が難しい状況にあります、番組制作やイベント等で中国との間で支障が出ている案件はありますか。

細川社長：現時点では具体的にはありません。長引いた場合には様々な問題も出てくる可能性があります。

記者：8月23日に横浜地裁で初公判があった海上自衛隊のイージス艦「あたご」衝突事故の裁判で、日本テレビのニュース素材が無断で証拠として使われましたが、抗議したのでしょうか。

細川社長：抗議しました。8月30日に横浜地方裁判所の所長と被告の弁護士宛てに、それぞれ報道局長名で抗議書を送付しました。今回のようにニュース映像が報道目的以外で無断使用された事は、報道機関の活動の根本を揺さぶる事態であり、極めて遺憾であると私どもは考えています。

記者：秩父のヘリ墜落事故取材で日本テレビの記者とカメラマンが亡くなりましたが、その後の調査で分かった事があれば教えて下さい。

細川社長：社員2人が殉職したのは非常に残念な事です。起きてはならない事が起きたわけです。現在、検証を報道局内で行っており、現場取材を行う報道機関として最大限の再発防止策をとっています。また今のところ、私どもに警

察から新しい事実などについての連絡はありません。

記者：今年の民間放送連盟賞、特別表彰部門の「放送と公共性」で日本テレビの「足利事件無罪確定までの長期独自キャンペーン報道」が最優秀賞を受賞しました。どのように受け止めていますか。

舩方副社長：足利事件については長期に渡って取材し、大変重要な成果を上げたと思います。また今回の民間放送連盟賞では、最優秀賞を技術部門の「番組制作用低遅延送り返し装置の開発」でも受賞しました。いずれも大変よくやったと思います。

記者：プロ野球について、セ・リーグが三つ巴で盛り上がる中、地上波では試合があまり多く視聴できませんでした。来シーズン以降はどのような方針ですか。

細川社長：プロ野球のペナントレースは大変に盛り上がっていますが、地上波放送した場合、視聴率がとれるかという点必ずしもそうではないのが現実です。いずれ地上波に回帰する事があるかも知れませんが、少なくともこの1～2年に関しては、本当に巨人戦を見たい視聴者は最後まで試合が見られるBS放送で視聴したいというニーズが強くなっていると感じています。

舩方副社長：BSの8月の接触率調査ではBS日テレは非常に強く、他局をおさえてトップになっています。これはやはり野球ソフトが影響を及ぼしたためだと思います。実際、巨人戦中継では接触率が大きく上昇します。それだけBSの野球中継が定着したと感じています。BSで試合終了まで放送した方が将来的にファン開拓にもつながるはずです。ただし重要な試合や、若い人にPRする意味では、定期的に地上波でも放送する必要があると思います。

記者：民放連の広瀬会長が、サッカーワールドカップ南アフリカ大会放送の民放の収支が赤字になったと明らかにしましたが、NHKと民放によるジャパンコンソーシアム体制について、また世界的イベントの放映権料高騰についてどう捉えられますか。

細川社長：個別の契約について収支の論評はしませんが、ワールドカップに限らず、オリンピック等いわゆる世界的イベントの放映権料が異常に高騰しています。このため、放送を通して安定的に多くの視聴者に見て頂く事に障害をき

たしつつあります。従って今後ジャパンコンソーシアムについても、NHK含め、話し合わなければいけない時期に来ていると感じています。

(了)