

## 2011年7月25日 日本テレビ 定例記者会見

### 〈 全文 〉

#### < 発表 >

大久保好男社長：6月末の株主総会で社長に選任されました。誠心誠意業務を進めてまいりますので、どうぞよろしくお願い致します。

昨年7月25日、秩父山中で遭難者の救助にあたっていた埼玉県の防災ヘリの墜落事故がありました。日本テレビの社員2人が取材に向かいましたが、7月31日行方不明になり、死亡する悲しい結末になりました。間もなく1周忌ですが、この間に調査を行い、どのようにして事故が起きたのかを調べ、その結果に基づいた再発防止策等も講じました。7月20日には2人のご家族にもご参列頂き、日本テレビ社内で「偲ぶ会」も営みました。この事故の教訓をしっかりと踏まえ、日本テレビの新しい取材の指針をつくり、それに基づいて安全に取材を進めてまいります。

#### 1. 地デジ完全移行

記者：昨日、歴史的な地上デジタル放送の完全移行が44都道府県で完了しました。この総括をお願いします。

大久保社長：昨日の正午、地上アナログ放送での番組を終了し、その後ブルーバック画面でアナログ放送終了の告知を実施する共に、問い合わせ先をお知らせしました。そして本日午前0時に停波となりました。この間視聴者の皆さまからの問い合わせが多数ある事を想定し、視聴者センターでアナログ停波まで対応致しました。日本テレビへのご相談、問い合わせ等は、24日午前8時30分から本日0時のアナログ停波までに、合計397件です。午前0時から本日14時までの問い合わせ等は合計25件でした。その内容は、地デジを観るために必要な機材、チューナーの売り切れ、リモコンの操作等の問い合わせが多く、苦情等は多くありませんでした。

日本テレビは1953年8月に開局、放送を開始し、58年間にわたりアナログ放送を続けてきました。私どもは今回の完全地デジ化が1つの歴史の終わりであり、また新しいテレビの歴史の始まりである、つまりテレビの歴史にとって大

きな転換点であり、節目であると考えています。デジタル化については様々なお考えがあると思いますし、いわゆる「地デジ難民」が多数残され、大変な事態になるのではないかとの見方もありましたが、関係者のご努力により、未対応世帯は約10万世帯で、全体として順調に進んだと受け止めています。大きな混乱もなく地デジ完全移行が実現できた事は非常に良かったと思います。関係者のご努力もありましたが、何よりも視聴者の皆さま、国民の皆さまのご理解とご協力によってなしたことで、皆さまに感謝致します。

一部の新聞報道で、「これはゴールではない」と書いてありましたが、その通りだと思います。デジタル化は技術革新が新しい段階に入ったという事であり、これをどう利用していくのかが私どもに課せられた課題です。既にデータ放送、マルチチャンネル等を実施していますが、現段階ではまだテレビ局各局がデジタル新技術を番組で十分に活かしきれていないのではないかと反省しています。完全デジタル化を出発点として、デジタル時代の高い品質の番組製作に全力を挙げたい。それが完全デジタル化に協力して頂いた視聴者の皆さまに対する「お返し」であると考えています。これからデジタル技術でできる事は多数あると思います。知恵を絞って良い番組を製作し、一部で言われているような、いわゆる「テレビ離れ」に歯止めをかけ、さらにテレビに多くの視聴者の皆さまが戻って頂けるようにしたいと考えています。

記者：問い合わせの内容として、視聴方法等、基本的な質問が多いという印象ですが、この点はいかがでしょう。

大久保社長：これまで実施してきたPR、デジサポを中心とした様々な支援策は適正、適切であったと考えています。未対応世帯は一定の水準に留まっており、他国の例と比べても順調に移行したと捉えています。

記者：特別番組での徳光和夫さんの語りが印象的でしたが、アナログ終了の歴史的な日の番組編成について総括をお願いします。

大久保社長：歴史的な瞬間ですので、日本テレビらしいアナログへの決別、デジタルへの意気込みを視聴者にご理解頂ける番組を放送したいと考え、11時45分から「シューイチPRESENTSテレビ60年『これまで』『これから』カウントダウン」を編成しました。この特別番組で、日本テレビに長く勤められた徳光さんに個人的な思いを含めテレビの歴史を語って頂いた、その点は視聴者の皆さまと共感の輪が得られたのではないかと考えています。

記者：インターネットにテレビ番組を配信する既存サービスだけでなく、今後ネット接続テレビが増えた場合、現在の広告収入モデルに影響は出ますか。

大久保社長：視聴者の皆さまにご支持頂ける強力で優れた番組を製作する、その番組をリアルタイムで観て頂く事が民間放送の収益の基盤ですので、その仕組み自体は基本的に変わらないと思います。ただしアーカイブの有料配信等、インターネットに関連した新しい試みが今後多数出てくると思いますので、視聴者の皆さまのニーズを汲み取りながら、新たなビジネスに挑戦していく事が民放各局の課題だと考えています。

記者：アナログ終了の7月24日をどのように位置づけていらっしゃいますか。

大久保社長：10年間の準備期間を経てアナログ終了を迎えましたので、ほとんどの方が既に地デジ対応されていると思います。地デジで観ていらっしゃる方にとって7月24日は特別な日ではなく、大式典を行って喜ぶという日ではなかったと思います。地デジ化は国策として始まった事ですが、最終的に約10万世帯が未対応とされていますので、全世帯が完全に地デジ化するまで私どもも対策を緩めてはいけないと思います。

記者：被災した東北3県のデジタル完全移行が来年3月末になりましたが、キー局としてこの時期についてどう思われますか。

大久保社長：被災された3県の民放各局は、可能であれば年内に完全移行を希望していると理解しています。一方で各自治体は法律通り1年後との希望があり、調整の結果、来年3月末になったのだと思います。ネットワーク各社を束ねる立場としては、被災3県の各局の意向を聞いて頂きたかった気持ちはありますが、調整の結果として客観的な受け止め方をしています。

記者：キー局として影響はありますか。

大久保社長：被災された3県の各局がデジタル波をダウンコンバートして放送しますので、基本的にキー局に影響はありません。

## **2. 視聴率動向と編成戦略**

記者：最近の視聴率動向や編成戦略についてお願いします。

小杉善信取締役編成：7月改編ではゴールデンタイムのドラマ2本を新たに始めました。水曜日22時の「ブルドクター」は 初回 13.9%、2回目 10.8%、第3回が 13.9%と視聴率が回復し、特に女性の幅広い層に支持されています。土曜日21時「ドン キホーテ」は初回、2回目と 11%台でしたが第3回は 8.0%です。これは裏にフジテレビ「27 時間テレビ」が編成された影響と捉えています。今期は各局の中に突出したドラマがまだ見当たりませんし、2回目以降苦戦されているドラマも多々ある中、「ブルドクター」「ドン キホーテ」はかなり期待できると考えています。

そして新しいバラエティー番組として編成した水曜日19時「宝探しアドベンチャー 謎解きバトル TORE!」が1回目2時間スペシャルで 11.5%、2回目は 9.6%でしたが、先週 10.2%です。新しい形のクイズゲームで、観て頂いた視聴者の皆さまの反響も良く、こちら也十分戦えるソフトだと考えています。

7月改編に関しては現在のところ順調だと捉えています。

記者：「24 時間テレビ」が近づいていますが、新しい話題はありますか。

小杉取締役：「24 時間テレビ」は放送までいよいよ1ヶ月を切りました。今回は「力（ちから） ～わたしは、たいせつなひとり。～」がテーマです。東日本大震災の被災地の皆さまに「24 時間テレビ」として「力」を送る、それは「募金」という形や、全国の皆さまの「真心」という形があります。また日本のパワー、元気がやや落ちている中で、1人ずつ力を結集して頂きたいという意味で「力」という願いが今回のテーマに込められています。

古立善之（「24 時間テレビ」総合演出）：1つは被災していない私どもが被災地のためにどんな「力」になれるかを考える事、もう1つは被災地に必要な「力」は何かを全国の皆さまに考えて頂く事、この2つの大きな柱で今年の「24 時間テレビ」を進めたいと考えています。代表的な企画として「義援船プロジェクト」があります。三陸の漁業が甚大な打撃を受け、中でも宮城県の志津川漁港は壊滅的な被害を受けました。船も養殖いかだも何もかも全て流された状況で、復興するのは本当に気の遠くなるような作業だと思います。実際に漁師の方にお話を伺うと、その復興の先端にいるのはやはり漁師、漁師がまず海に出ないと何も復興しない、だからとにかく海に出たいという熱い思いがありました。全国の漁師の方たちが被災地に船を届けるという草の根的な動きはすでにありますが、「24 時間テレビ」としてぜひ漁師の方たちの思い、現在の状況を日本の皆さまにお伝えすると共に、具体的な協力をするためにインターネット等で呼

び掛け、船を集めています。実際何隻の船が集まるかは分かりませんが、「24 時間テレビ」で放送して、具体的に現地が必要としている「力」、私どもができる「力」のモデルケースとしてご紹介したいと考えています。当然「24 時間テレビ」の放送後も漁師の方たちとのつながりは続きますので、皆さまに知って頂く事に大きな意味があると思っています。

### **3. 営業状況と放送外収入**

記者： 営業状況並びに放送外収入についてお願いします。

大久保社長： スポットセールスは5月の状況が良くなかったものの、5月が底で6月から回復傾向が見られ、6月のスポットセールスは前年同月比 99.5%まで回復しました。7月は100%を超える見通しです。また6月までの第1四半期のスポットセールスではエリア内のシェアが25.3%でした。四半期で25%を超えたのは8年ぶりとなり、これまでの編成面でのタイムテーブル改革が実を結んだと考えています。8月は小休止の状態ですが、また9月に回復するとの期待を持っています。ただ景気全体の動向にかかわってきますので、8月以降の見通しは現在のところ不透明です。タイムセールスは4月改編でレギュラー番組について相当のカロリーアップができました。ただし単発番組では昨年この時期にサッカーのワールドカップがあり、売り上げが大きかったため、前年比ではマイナスになっています。今後の景気回復を期待していますが、楽観はしていません。

記者： 放送外収入はいかがでしょうか。

大久保社長： 映画はスタジオジブリの「コクリコ坂から」が公開中です。昭和38年頃を舞台にした心温まるいい映画だと感じています。長い期間に渡り多くの皆さまにもご覧頂けると確信しています。

### **4. 秩父取材事故調査報告**

小林裕孝取締役報道局長： 昨年、埼玉県秩父での取材中に起こった社員2名の死亡事故について、私どもは取材の決定、実施に関わった全ての関係者からヒアリングを行いました。また取材に同行したガイドさんを伴って現地調査も行いました。その結果、事故の過程で本社と取材現場の連絡が取れていなかった事、撮影に使用したデジタルカメラの本体が発見されていない事から、2人が亡くなる直前までどのような目的で何を取材していたのかを特定する事ができま

せんでした。従って事故原因の特定にも至っていません。しかし調査の中で新たに判明した事実があります。

また、この調査の過程で組織としての課題が浮かびあがりました。今後こうした事故を起こさないためにその課題をどうすべきか、今後の取り組みを決定しました。

杉本敏也報道局次長：事故当時の 2 人の服装や装備について、事故発生当初の記者会見でガイドさんから、社会部記者の服装が軽装であったと指摘がありました。この点について警察から装備が戻りましたので、改めて確認しました。社会部記者はいずれもポリエステル 100%、つまり速乾性のTシャツとジャージを着用していましたが、実はガイドさんから事前に指示された通りの服装で、特に問題はなかったと考えています。また社会部記者はゴアテックス製の雨具を用意していましたが、当時ガイドさんはその事実を知らず、服装に不安があると発言をされていた事が判明しました。加えてガイドさんは社会部記者のためにフリース製の防寒具も用意していましたので、私どもの結論としては当時の服装は、この取材現場の装備として十分であったと考えています。

また新たに分かった事実は、取材内容についてです。当初「真相報道 バンキシャ!」の取材との報道がありましたが、以前の会見でも明らかにしましたように「真相報道 バンキシャ!」の取材は中止となっていました。しかし出発前に、別のニュース番組「news every.」のデスクから、墜落現場の取材だけではなく、沢登りの危険性を検証する企画提案が出ていたことが分かりました。この提案はカメラ取材を担当する映像取材部長の判断で、墜落現場に向かう移動中の撮影を認めない事になり、その段階で社会部デスクから社会部記者と番組デスクに対して、中止と伝えました。しかし、実際に連絡を受けた番組デスクは企画が中止になったと受け止めていませんでした。このため、取材に向かった 2 人に企画取材の中止が確かに伝わっていたか、調査では判明しませんでした。

こうした背景の中で、なぜこの現場に 2 人がいたのかを検証しました。最初にガイドさんが同行して降りた同じ場所で 2 人が遭難した事が判明していますが、ここはヘリ墜落現場まで 2~3 キロ離れています。2 人が発見された地点から 50 メートル以上手前の大きな沢の手前にはリュックが置かれていました。つまりこの段階で荷物を置いてその先に向かった事が分かりました。この状況等から私どもは、ガイドなしで 2 人がさらに先を目指していた可能性は低いと考えています。最初のガイド同行取材で沢を泳いで渡る場面を撮影し、ガイドさんの簡単なインタビュー等も撮影しています。その後、引き上げましたが、もしかすると追加取材をするべきだと考え、2 人が同じ場所に再び戻ったのではな

いか、あくまで推測で最終的な断定には至りませんが、この段階で 2 人はヘリ墜落現場に向かっていなかったのではないかと考えています。以上が新たに判明した 2 点です。

これとは別に、組織として様々な問題がありました。装備、服装について問題はなかったと認識していますが、山岳取材の経験が豊富なカメラマンに一任した形で、本社の責任者が事前に詳細に確認をしていませんでした。つまりカメラマンの経験に頼り過ぎるあまり、事前に 2 人の服装装備の詳細を組織として点検できていなかった点には問題があったと考えています。また 2 点目として、2 人が沢登り企画取材をしていた可能性について、報道局で事故後の一定期間、情報共有ができていませんでした。事故直後の記者会見でもこの可能性を申し上げることができませんでした。調査で企画取材の提案等について把握できたのは相当期間が経った後でした。組織として情報や取材目的を完全に共有できていなかった点について反省しています。そして 3 点目は通信手段についてです。2 人は携帯電話、イリジウム衛星電話、無線と 3 種類の通信手段を持参していました。しかし実際には一度も本社と通信していません。なぜ通信装備が使用されなかったのか、現場で調査確認したところ、出発して現場に向かうすぐの地点で衛星携帯含め 3 種類の装備とも通信ができない事が判明しました。こうした事態を想定した上での連絡手段について後方支援体制が十分ではありませんでした。通常は社内でカメラ担当のデスクとして取材現場を支援しているカメラマンを現場に出した事も含め、十分な支援ができなかった点に問題があったと考えています。

以上 3 点の問題点を踏まえ、報道局では山岳事故防止のための取り組みを実施しています。まず「危険地取材」を定義しました。重大な事件、事故、災害、紛争等の発生現場に肉薄する取材や、その危険性を検証する企画取材等、危険が伴う可能性がある取材を「危険地取材」とし、「危険地取材」に際しては安全管理責任者を必ず設置する、取材計画書の作成と報告を行う、取材ルールの確立と周知を行う、取材装備の点検、連絡手段の確保と定時連絡の徹底、以上の 5 点を必ず行うルールを明文化しました。これは秋から検討を重ね、12 月に決定し、1 月以降報道局に周知し実施しています。東日本大震災取材でも適用しています。加えて山岳取材一般についても取り決めがなかったため、ハンドブックを作成し共有しています。7 月に報道局の講習会を行い、局員 220 人全員にこのハンドブックの内容を説明しました。取材計画を立てた上で組織で共有化する、連絡体制を必ず確立した上で取材を行う、山岳取材で気をつけるべき事を組織として周知する、この 3 点を基本としています。「危険地取材」に該当しない山岳取材でも様々な困難が伴います。山岳取材に当たっては専門家のアドバイスを受けた上でマニュアルも作りました。

以上が秩父取材事故調査結果の概要と当社の取り組みです。

大久保社長：大事な社員を 2 人失った事は、極めて痛恨な事態であると受け止めています。再発防止の観点から、時間をかけて私どもとしてでき得る限りの検証、調査をしたつもりです。今回の教訓を私どもの今後の取材に活かすだけでなく、危険な現場の取材や山岳取材をされる多くの同業のマスコミの方々にも実情を知って頂く事で、こうした事故が起こらないように活かして頂きたいという思いもあります。そして何よりも私どもの行動のあり方について再考を迫るもので、この教訓を真摯に受け止めて今後の取材に活かしてまいります。

(了)