

20120423

2012年4月23日　日本テレビ 定例記者会見

《 全文 》

<発表>

大久保好男社長：日本テレビは10月1日を持って、持株会社に移行する方針を決め、現在作業を進めています。テレビ業界を取り巻く厳しい現状を踏まえ、効率的なグループ経営を目指す事が狙いです。新しい持株会社は、地上波放送事業会社として日本テレビ放送網、衛星放送の2社であるBS日本、シーエス日本、さらに番組の制作・流通に関連した6社を傘下に置き、新しい時代の環境に迅速に的確に対応する事を目指しています。持ち株会社への移行はテレビ業界では4番目です。今後、様々な準備を行い、10月1日から新しい日本テレビグループとしての経営体制を築きたいと考えています。

「大エルミタージュ美術館展 世紀の顔・西欧絵画の400年」を4月25日(水)から7月16日(月・祝)まで、国立新美術館にて開催致します。パリのルーブル美術館、ニューヨークのメトロポリタン美術館と並び、世界3大美術館の1つとされるエルミタージュ美術館が所蔵する約300万点の作品群の中から16世紀から20世紀の絵画89点を展示します。ティツィアーノ、レンブラント、レノルズ、モネ、ルノワール、マティス、ピカソ等、各時代の顔と呼ぶにふさわしい名作ばかりです。ロシア国外で開催されるエルミタージュ美術館展としては質、量ともに最大規模の展覧会となります。

1. 視聴率動向と編成戦略

記者：最近の視聴率動向と編成戦略についてお聞かせ下さい。

大久保社長：2011年度の視聴率は、視聴者の皆さまのご支持を頂き、三冠王となりました。4月以降も他局と激しい争いが続いています。そうした中、昨年4月の番組開始後、しばらく低迷の時期もあった「ZIP!」は、先週初めて10%を超える日があり、週間平均視聴率も9.5%と過去最高となりました。開始時刻が異なるため単純比較は難しいのですが、先週は裏番組と同じ時間帯のみを比較した場合、初めて「ZIP!」の視聴率が上回った形になりました。ライバル局の番組にはほぼ拮抗するところまで視聴率が伸びてきた、これは現場の制作陣を始め

として、よく頑張った成果と言えます。

記者：4月改編の手応えはいかがでしょうか。

小杉善信取締役：4月改編の新番組は初回2時間スペシャルの形でスタートしていますので、真価が問われるのはレギュラー編成に戻る今週以降になります。

先週は、火曜21時からの「超再現！ミステリー」が2時間スペシャルとして8.8%で、「最低でも2桁」との目標には達していませんが、後半の22時台は約13%まで伸びていますので、今週に期待しています。

木曜19時からの「みんなのアメカン」も2時間スペシャルの初回が11.3%でした。この時間帯としては20代の女性に多くご覧頂けましたし、徐々に右肩上がりで伸びていましたので、これも今週以降が楽しみです。

金曜19時からの「ガチガセ」の初回2時間スペシャルは10.9%で、こちらも時間が進むにつれて視聴率が上昇しています。

火曜21時から金曜20時に枠移動した「なんでもワールドランキング ネプ&イモトの世界番付」は2時間スペシャルで13.3%を獲得し、火曜日での放送を含め最高の視聴率となりました。

各局も初回スペシャルとして2時間拡大等で編成していますが、バラエティは初回から大きく視聴率を獲得する事は少ないので、工夫をしながら内容を充実していく方針です。

ドラマは水曜22時の「クレオパトラな女たち」が9.9%とわずかに10%に届きませんでしたが、この作品は大石静さんの脚本でもありますので、今後に期待しています。土曜21時の「三毛猫ホームズの推理」は初回15.9%といいスタートでしたが、2回目は12.1%とやや下がりました。しかし、これは単発の裏番組の影響であり、心配はしていません。

記者：勢いがある他局もありますが、どのように分析されますか。

大久保社長：視聴率は1つの指標ですが、各局がしのぎを削って質の高い娯楽番組や報道番組等を放送する事で、全体として視聴者の皆さんにテレビをより多くご覧頂ける事になれば、非常に素晴らしいと思います。テレビ業界のさらなる発展、躍進のために各局が力をつけ、良い番組を放送し、勢いをつける事に期待しています。

私どもとしては昨年の年間で8年ぶり、年度で9年ぶりの視聴率トップ奪還を果たしました。これを1年で終わらせる事なく、2年3年と続けていかなければなりませんので、各局全てがライバルだと思って精進し、努力していく事が

重要だと考えています。

記者：野球中継の視聴率の推移について教えて下さい。

大久保社長：野球中継の視聴率は3月30日のセ・リーグ開幕戦、「巨人 VS ヤクルト」が11.0%でした。昨年は東日本大震災があり開幕が遅れましたが、その際の開幕戦2試合の平均が10.6%でしたので、視聴率としては昨年よりはいいスタートが切れたかなと思います。その後のデーゲームの視聴率では2試合平均6.5%で、昨年4月の巨人戦デーゲームの平均視聴率は5.9%でしたので、野球をご覧頂ける野球ファン、野球人気が少しずつ右肩上がりで戻っているのではないかと見ています。

今後も地上波、BS、CSで巨人戦を中心に野球を中心の中継していくので、皆さんに興味を持って頂けるような良いゲームが行われるよう、巨人軍には頑張ってもらいたいと期待しています。これから首位争いに浮上して今シーズンは優勝を奪回してくれる、日本テレビの視聴率三冠王と同じだと思っています。私どもも視聴者の皆さんに試合を楽しんで頂けるように、中継でさらに工夫をしていきます。

2. 営業状況と放送外収入

記者：営業状況と放送外収入についてお聞かせ下さい。

大久保社長：2011年度通期でタイムセールスもスポットセールスも前年を上回るのではないかと見られ、放送収入は増収との見方をしています。4月以降のスポットセールスの営業状況は前年同期比で約120%を上回る見込みです。しかし前年は東日本大震災の影響がありましたので、前々年同期比で見ますと110%をやや超える状況で、スポットセールスを見る限り、テレビ広告市況は堅調に推移しているのではないかと思います。

放送外収入は、昨年度ではそれぞれの事業が健闘して、順当な成績になる見通しです。今年度は「大エルミタージュ展」に大いに期待しています。

記者：広告市況の堅調な推移の下支え要因は何でしょうか。

大久保社長：スポットセールスでは伸びている業種もあります。全体では下半期のスポット出稿は各局とも前年を上回る形で動いていると思います。

日本テレビの放送収入が増えている要因として、番組視聴率が良くなっている事、レギュラー番組のカロリーがアップしている事等が挙げられます。こうした事が営業面でプラスに働いていると考えています。

記者：今後の広告市況について、どのように見ていますか。

大久保社長：全く楽観していません。日本経済がこの先右肩上がりになるとは限りませんし、様々な要因もあるでしょう。現段階では5月のスポットセールスの売り上げは見通せますが、夏以降どうなるかはまだ分かりません。早く景気が力強い回復軌道に乗る事を期待しています。

3. メディア戦略

記者：メディア戦略についてお願いします。

大久保社長：地デジ完全移行については、被災3県も含めて3月31日でアナログ放送が終了しました。昨年7月と今年3月の2段階にはなりましたが、世界に例のない円滑な形でアナログからデジタルに移行できた事は、何よりも国民の皆さまのご協力によるもので、改めて感謝申し上げると共に、非常に順調に移行できた事は良かったと考えています。

メディア環境の新しい動向としては、4月から2つのサービスが始まりました。1つは「NOTTV」で、NTTドコモを中心として日本テレビも出資し、携帯電話への新しい放送サービスがスタートしました。また「もっとTV」もVOD有料配信の新しいサービスとして始まっています。私どもも参加している有料コンテンツ配信の新しいシステムですので、大きく発展して成長する事を期待しています。

日本テレビでは昨年12月に立ち上げた「メディアデザインセンター」でインターネットあるいはSNS等を介した番組の新しい楽しみ方を提供する様々なトライアルをしています。Facebook社と提携して3月に行った世界初のサービス「JoinTV」もその一環ですが、今後も色々なチャレンジをしていきたいと考えています。

4. その他

記者：なぜこの時期に持株会社に移行するのか、また他局との違いを教えて下さい。

大久保社長：認定放送持株会社制度がスタートした当初から、持株会社に移行するメリットについて様々な検討をしてきました。しかし、これまで持株会社に移行するためのコスト負担と、それによって得られる利益をそれぞれの面から考慮した結果、時期尚早だと判断していました。また、持株会社制度を先行した局の中には買収防衛策の視点から制度を導入した側面も強かったと仄聞しています。日本テレビにも買収防衛策はありますが、資本構成で安定株主の存在が大きいため、認定放送持株会社制度をそうした理由から導入する必要性を認めていなかったという事もあります。今回の持株会社への移行は、受信可能世帯が約70%にまで普及してきたBSや、CSも含めて、衛星波のコンテンツと地上波のコンテンツを総合編成、そして総合営業の観点から効率良く運営していく事が重要であると判断し、最も適切な時期に移行を決断したという事です。

記者：地上波コンテンツと衛星波コンテンツを総合編成、総合営業して効率良く運営すると、具体的に10月以降はどのような番組編成になるのでしょうか。

大久保社長：10月1日には資本関係が変わり、日本テレビ、BS日本、シーエス日本、それぞれの会社が100%子会社として日本テレビホールディングスの下に置かれますから、今まで以上に経営効率が上がるような形でソフトもハードも運用できると思います。現在も日本テレビとBS日本、シーエス日本の編成部門では緊密な連絡体制を取って、各社にとって最も効率のいいコンテンツ制作を考えて既に実施しています。BS日本もシーエス日本もさらに魅力ある番組を放送できるよう、具体的な編成内容等については現在検討しています。認定放送持株会社になれば、より緊密にグループ全体の利益を目指し、編成、制作や営業も行います。現在はそれぞれ単体の企業としてプラスかマイナスか判断していますが、今後はグループ全体の利益最大化を目標にBS、CSも運営していく事になります。

記者：今年はオリンピックもあり、企業の広告出稿も積極的になるかと思います。こうした影響はありますか。

大久保社長：12年度の通期予測の観点としては、大型スポーツコンテンツであるロンドンオリンピックがあり、巨額の放送権料の負担もありますから大きな営業収入がある事を期待しています。ただしセールスも本格化するのはこれからになりますので、まだ皮算用はできないと思っています。

記者：テレビ局とインターネット動画配信サービスとの連携が一部で始まっていますが、どのように捉えていますか。

大久保社長：どのような成果が生まれるのか関心を持って、今後の動向について見守りたいと思っています。日本テレビがどういう形で対応していくか、社内では引き続き様々な可能性について研究しています。

記者：3月の「JoinTV」等、ソーシャルメディアの活用により、番組に視聴者を呼び込むような効果が出ているのでしょうか。

小杉取締役：「JoinTV」の仕組み自体は各社から非常に強い興味を頂いて、多数の問合せを頂いています。テレビとインターネットの結線率の問題や、まだ3回しか放送していない事もありますが、大きな手応えがありましたし、リアルタイム視聴につながる事を大いに期待しています。

(了)