

2015年9月28日 日本テレビ 定例記者会見

《 要旨 》

< 発表 >

・「マルモッタン・モネ美術館所蔵 モネ展 —「印象、日の出」から「睡蓮」まで—

上野の東京都美術館にて9月19日(土)から12月13日(日)の76日間開催。開催初日より天気にも恵まれ、客足も順調である。ぜひ足を運んでいただければと思う。

1. 視聴率動向と編成戦略

・ 視聴率データ

先週の視聴率は全日の1冠であった。9月の月間では22か月連続の三冠王だった。また、年度上半期、4月から9月の6カ月間において、日本テレビ系ネットワーク各局は全26地区で三冠王を獲得できている。系列全体が良い成績を残すことができたのは、各局独自の番組制作に力を入れていることにもよる。日本テレビ系の全地区での三冠王は2000年上半期以来15年ぶり。

・ 7月期の編成に関して

7月期は「花咲舞が黙ってない」と「デスノート」が民放ドラマの視聴率平均1、2位で終了した。日本テレビのワンツーフィニッシュは、1979年4月期の「太陽にほえろ」と「熱中時代」以来。日曜日の22時半の枠は、水曜と土曜の枠では放送しないタイプのドラマの企画が展開でき、Huluとの親和性も非常に良く、今後も地上波の視聴率のみならずネットでの吸引力についても期待している。

また、24時間テレビは38回目を終えた。今回は「つなぐ」というテーマで、47都道府県リレーでたすきを受け渡すなどの新たな取り組みも行った。V6とHey! Say! JUMPという世代の異なるメインパーソナリティーも初の試みであり、近年では満足度調査の結果が一番高かった。社会貢献の側面を含め、非常に大事な番組でありイベントである。いただいた寄付もしっかりと形にしてお届けする。新たな試みをしながらずっと続けていきたい。

2. 営業状況

・ 放送収入

タイム、スポットとも、8月は前年を超えた。9月はまだ締まっていないが、前年を超える見通しだ。特にスポットは関東地区の投下率が100%に到達しない中、日本テレビはほぼ100%を超える水準で推移している。視聴率の良さでスポンサーの皆さんに支持していただいている結果だと考えている。

・放送外収入

公開中の「ヒロイン失格」は非常に好調。NEWS ZERO キャスターの桐谷美玲がヒロインで山崎賢人、坂口健太郎を配して、非常に好調にスタートしている。興収もいい。

「マルモッタン・モネ美術館所蔵 モネ展 ―「印象、日の出」から「睡蓮」まで―」については上野の東京都美術館で開催中。9月19日に始まり、会期は76日間である。シルバーウィーク中も天気恵まれ、入場者数も順調に伸びている。「バケモノの子」についてはまだ公開中のところもあるが、最終的には58億ぐらいになるかと思う。

3. その他

・ネット配信とコンテンツに関して

Netflixは9月上旬より日本での営業を開始しているが、入会者の状況については発表がないためわからない。間もなくひと月が経過し、なんらかの状況が分かるのではないかと、関心を持って見守っているところ。現時点ではHuluに特筆するような影響はなかったが、Netflixだけでなく、Amazonも動画の配信を開始した。国内のその他の事業者も動画配信にさらに積極的に動いているような状況が、動画の配信事業への影響だけでなく、従来のテレビの視聴動向にどのような影響を与えるのかという点についても、引き続き関心を持って見守っている。新しい競争者が増えたということは否めないが、映画会社やWOWOW、スカパーなど、今までもコンペティターは現れてきていたわけなので、何か今、取り立ててこれまでと違った対応をしなければならないとは思っていない。どういうコンテンツであれ、視聴者に支持されるものを作ることには尽きる。

また、タイムシフト視聴がある程度習慣化していることは、ビデオリサーチの調査でも出ている。そういったタイムシフト視聴で見られている番組を、テレビの価値としてとらえ直そうというのが10月から始まるTVerの試みだ。

仮にタイムシフト視聴の増加が続けば、リアルタイム視聴が少しずつ減っていくことが想定されるが、仮にリアルタイムで見ていたものがタイムシフトで見られるようになったとしても、それ自体はテレビ局のコンテンツであるということには変わりがない。自信を持ってどうマネタイズしていくかということが課題だ。それと同時に、リアルタイムで見

てもらうコンテンツを作ることに、力を入れていく必要がある。

今回のラグビーもそうだが、スポーツなどはリアルタイムで見てもらえるコンテンツなので、そういった視聴傾向の変化をきちんと踏まえながら、番組づくりに生かすことが、さらに重要になる。

HUT の低下で少しずつ視聴者が離れているということもあるかもしれないが、いい番組を作っていけば、視聴率もしっかり取れると思う。それは、日本テレビの年間平均視聴率（1～9 月）が昨年比で、全日が 8.4 から 8.7 に、プライムは 12.4 から 12.7 に、ゴールデンも 12.5 から 12.9 に上げていることから理解していただけたと思う。

・「GEM」放送開始に関して

従前から海外へのコンテンツの販売等はしていたが、チャンネルを持って日本テレビのコンテンツを海外で放送できれば、日本テレビというブランドを海外で浸透させることができる。それに付随して海外におけるさまざまな事業、放送に関連した事業も展開できる。そういう将来展望を持って、合弁会社を設立し、日本テレビチャンネルを開設し、10 月 1 日から放送開始する。事業として成長させるには困難なこともあるかと思うが、ぜひこれを成功させ、国内で展開してきたテレビ事業を海外でも進められるようにと、将来への成長の布石というふうに考えて取り組んでいる。まずは東南アジアでの事業展開の足掛かりにしていきたい。

・4K、8K 放送に関して

2016 年の試験放送については、これは枠組みが決まっており、各局同様に 4K コンテンツは提供していく。2018 年の実用放送に関しては、総務省のロードマップはそうになっているが、事業性という点で、現状では簡単には踏み切れないのが実情。

きれいな画像で見られるようになることが、スポンサーの CM 料金の値上げにつながるとは考えにくい一方で、4K 放送には非常にコストが掛かるという問題もある。そういった問題もあるため、実用化放送についての結論は現時点で出していない。事業性をいかにクリアするかということが、われわれのような民放にとっては非常に大きな課題であり、どう対応していくのか、検討している段階である。

【出席者】

大久保好男 代表取締役 社長執行役員

小杉善信 取締役 専務執行役員

丸山公夫 取締役 専務執行役員

（了）