

《 要旨 》

**1. 視聴率動向と編成戦略**

2019年第39週の世帯視聴率は三冠を逃した。一方、月間視聴率では、8月、9月と三冠をとることができたので、4か月連続で月間三冠王となった。7月クールの三冠もとることができ、3クール連続の三冠王となった。特に朝の番組やnews zeroが好調なので、全日の視聴率が上がってきている状況。

**2. 営業状況**

・放送収入

8月のネットタイムセールスは前年比100%を超え堅調であるが、スポットセールスは在京5社への出稿減が継続しており、当社も大変厳しい状況である。デジタルは好調で、前年比では、飛躍的に伸びを見せている。

・放送外収入

イベント事業では、「みんなのミュシャ」の東京での開催が終了。入場者数が終わりに向けて増え、合計で19万856人だった。展示会のグッズ販売も好評を博した。

**3. その他**

・10月期新番組・枠移動番組

プライムタイムは金曜日の強化を図る。金曜19時「沸騰ワード10」を19時56分へ移動させ、代わりに19時には新番組「クイズ! アナタは小学5年生より賢いの?」の放送を開始する。

・10月期ドラマでの新しい取り組みについて

「あなたの番です」では2クール連続放送というチャレンジがあったが、10月期の水曜ドラマ「同期のサクラ」では、平成最後の10年間で1話で1年を描くスタイルに挑戦する。土曜ドラマ「俺の話は長い」では、30分完結×2本立てで1時間という新しいスタイルにチャレンジする。

・「謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテQ!」の祭り企画について

放送倫理・番組向上機構（BPO）の意見公表を受け、制作過程でのチェック体制をより一層強化している。祭り企画はタイミングと内容が合致した時に、自信を持って再開したいと思っている。

## ・ラグビーワールドカップの放送について

日本代表の初戦・ロシア戦が勝利を収めると共に世帯視聴率も18.3%だった。当社は、2007年のフランス大会から試合の中継をし、日本代表を応援してきた。日本大会で高い視聴率をとること以上に、放送を通して日本でラグビーという競技が盛り上がりを見せていることを嬉しく思う。共に放送する局とは協調と競争の気持ちで力を合わせ、最後まで気を抜かずに放送責任を果たしていきたい。

(了)

小杉 善信	代表取締役 社長執行役員
廣瀬 健一	取締役執行役員
福田 博之	取締役執行役員