

2023年9月25日 日本テレビ 定例記者会見

《 要旨 》

1. 営業状況

・ 放送収入

8月放送収入はタイム・スポット共に前年度を下回った。上期放送収入について現在集計中だが、いずれも下回る見込み。10月期以降のセールスは若干の手ごたえを取り戻しつつあるので、年末年始に向けてしっかりとフォローアップしていきたい。

・ 放送外収入

シリーズ第3弾となる映画「キングダム 運命の炎」が現在興行収入53.8億円超えとなり、3作連続で50億を突破し、次回作となるパート4の制作も発表した。

「劇場版シティーハンター 天使の涙(エンジェルダスト)」も興行収入7.9億円で順調である。「ゆとりですがなにか インターナショナル」もドラマ放送から約6年経ち、キャストが再集結して10月13日(金)から公開となる。

展覧会はこの9月にいくつか無事終了し、「ディズニー・アニメーション・イマーシブ・エクスペリエンス」は来場者数が34.5万人の動員で今年の12月から大阪へ、「金曜ロードショーとジブリ展」は24.3万人を動員し、このあと10月から富山を巡回する。

「ルーヴル美術館展 愛を描く」の京都展は28.5万人を動員し、東京と京都の合計動員数は74万人となり、前回の2018年実施時を超えることができた。

最後に、先週21日(木)に24時間テレビチャリティー委員会からモロッコ地震の被害に対して、日本赤十字社を通じて1000万円の義援金拠出を決めたことをリリースした。

2. 質疑他

Q. スタジオジブリの日本テレビ子会社化について

A. 先週21日(木)の記者会見でも述べたように、ジブリの宮崎駿監督をはじめ高齢化が進んでおり、この先のジブリ事業の後継者を考えた時に、鈴木敏夫プロデューサーから、日本テレビに経営パートナーとしての相談を頂き、丁寧に双方の考え方を擦り合わせた結果、合意に至った。

コンテンツ中心主義の日本テレビとしては、コンテンツを大切にし、しっかりと海外に向けて発信していきたい。今後も全てのジブリ作品が永遠に輝き続けるためにも、私たちは協力し、応援していきたい。

スタジオジブリとは「金曜ロードショー」を通じて長いお付き合いがあり、海外戦略やコンテンツ戦略、放送や展示会など、お互いのリソースを上手く使って、更にお互いを発展させたい。

先週の会見を海外メディアが非常に多く取り上げて下さった。ジブリブランドが海外に染みわたっていると感じた。昨年秋にロンドンで行った「となりのトトロ」の舞台化は正に快挙の成績を残しており、今秋再演される。今までにないビジネスモデルが生まれている。日本テレビのスローガン「テレビを超えろ、ボーダーを超えろ」のボーダーを超えていく突破口をジブリは既に開いており、今後事業戦略策定する上で、大きな要素になっていくと考えられる。

スタジオジブリが設立されたのが1985年だが、私はその年に日本テレビに入社したこともあり、運命だと感じている。自分の子供たちの成長とともにスタジオジブリがあったという実感を持っており、個人的に『もののけ姫』を初めて見たときの衝撃が忘れられない。見たことのないアニメコンテンツを目の当たりにしたと圧倒された。

スタジオジブリは、国内外で非常に多くの人たちに愛される作品を世に生み出している。時代を確かに捉えて、世代を超えた普遍性があるからだと思っている。素晴らしい世界観をいかにして守っていくか、ということが私たちの使命と認識している。今後スタジオジブリがものづくりに取り組める環境を作ることが、日本テレビがやらなければならない仕事である。引き続き応援よろしくお願いします。

Q. 10月期の改編について

A. 日本テレビの戦略ターゲットであるコア視聴率獲得において、トップが取れていない土曜午前～午後のゾーンに、今回2つの新番組「ニッポン人の頭の中」と「メシドラ」を立ち上げた。

またコンテンツ中心主義に則り、タイムテーブルの多様な価値追求の具現化として、金曜23時に新しいアニメ枠を全国ネットで編成した。最初のタイトルは、週刊少年サンデーに連載中の「葬送のフリーレン」で、今週の金曜ロードショーで初回をスタートさせる。

ゴールデン・プライム帯については、コロナが第5類に移行となり、企画・演出の自由度が増し、ようやく番組それぞれがやりたいことができる状態になったため、敢えて改編をしない決断をし、番組それぞれの努力強化に期待をしている。

「葬送のフリーレン」の制作はマッドハウス、ヒロインの声は「SPY×FAMILY」のアーニャ役で有名な声優の種崎敦美さんにやっていただく。音楽はオープニング曲がYOASOBIさん、エンディングがmiletさんで、おととい先行試写会を開催したが早くも評判となっている。海外での配信や国内での商品化も決まっており、すでにビジネス面でも成果を挙げている。様々な形でコンテンツ展開ができることを期待している。

Q. 「24時間テレビ46」について

A. 46回目となる今年の24時間テレビは、会場となった両国国技館に、のべ2万6千人以上の方にお越しいただき、会場外では対面での募金も再開するなど、本来の24時間テレビの姿を取り戻した。視聴率・募金額ともに過去と比べて決して高い実績とは言えないが、人流や酷暑の夏など、様々な影響があったのではないかと分析している。

今年はなにわ男子さんと芦田愛菜さんというZ世代の若いパーソナリティーを中心に、新しい形の24時間テレビをお見せできたと考えている。

安全面については、今年は酷暑だったことを配慮し、募金列を作らないよう気を付け、マラソンランナーの方へのサポートも例年に増して十分に徹底して臨んだ。マラソンについて予定調和などご意見はあるが、受け入れて下さる方もいらっしゃるため、様々な意見に耳を傾けながら考えていきたい。

募金額は今年OAの中で発表した額は2億2千万円と、前年から比べると現時点では9千万下がっている。キャッシュレス募金は減ったが、対面募金は増えている可能

性もあり、正式な集計額は9月末で締めるため、次回10月の定例会見にて発表する。

Q. ジャニーズ事務所会見の受け止めについて

A. 日本テレビは性加害を断じて許さないスタンスであり、本件が性被害と顕在化した以降は報道姿勢もこれに則り、報道すべきものはしている。

ジャニーズ事務所は9月7日に会見を行い、進捗についても本件に対する補償・救済等をリリースされている。日本テレビとして7月頃からジャニーズ事務所と様々な形でやり取りを積み重ねてきたが、まだ対応は十分と考えておらず、9月20日に日本テレビ社長名でジャニーズ事務所社長宛の「申入書」を手渡した。内容については大きく分けて3つ。

1点目は被害者の方との十分な対話と、実効性のある救済制度や適切な補償を実施すること。

2つ目は、本当の意味での再発防止策の実施および公表について。

3つ目は、国内外からの批判がある中で、所属タレントが活動しやすい環境を整備するマネジメントについて。この三位一体の事項として申し入れをした。

2つ目の再発防止策については、「法を超えた救済・補償」について、具体的なスキームの実施とエビデンスの公表を依頼している。弊社コンプライアンス担当取締役から「申入書」を手渡す際、社名の変更、補償とマネジメントの組織の分離についても再検討するよう、口頭にてお伝えしている。

10月2日に今後の会社運営について発表するなど、本件は進行中の案件であるので、事務所の対応を引き続き注視している。

Q. ジャニーズ事務所の所属タレントの番組起用について

A. 現時点ではキャスティングに変更はない。ただし先日手渡した「申入書」に対して信頼のおける対応をするかがポイントとなる。

我々は民間企業のため、CM出稿して頂いたスポンサー各社の考え方も参考にしっかりと検討し、総合的に適切に判断を進めていく。来年以降の24時間テレビのキャスティングについても、現時点では未定となっている。

Q. ジャニーズ事務所を退所したタレントや、競合するタレントの起用が増えるなど影響があるかどうか

A. 番組のキャスティングや構成については個別番組側に任せており、番組制作側が総合的に判断して、ふさわしい人を決めている。

Q. 被害者団体への救済基金への協力意向について

A. 基金について直接は承知しておらず、今の段階では判断できない。人権に対する取引救済に関する考え方は様々なガイドラインがあるが、まずはメディアとしてできることをやる。

最高裁に至った民事裁判が2004年に判決が確定したが、当時我々がメディアとして、どのような空気の中でこの事案を受け止め、どう判断したのか。

可能な限りヒアリングをして我々自身の検証も同時に行い、今後の報道に活かせるものを調査している。

ヒアリングは多岐にわたり、知っている人に行き当たることも含めて時間がかかっているが、我々が反省すべき糧はそこにあると考えている。ヒアリング結果について

は、番組を含め何らかの形で公表を考えている。

Q. 総務省の作業部会で、NHKのネット事業の必須業務化がまとまったことの受け止めについて

- A. 約一年に渡って意見交換してきたが、現在総務省がパブリックコメントを募集している段階に差し掛かっている。どこまでを必須業務化するかについて、放送と通信はコンテンツをデリバリーする意味では同じだが、属性は周波帯域を使ってワンウェイで送る放送と、言わば無限のネット空間で双方向可能なウェブでは、線引きが難しい議論となっていると思っている。事前に想定できなかった事象が起きた場合に、既存メディア間で公正な競争がどのような仕組みやスキームで確保されるのか、多様性のある報道あるいは議論が担保されていくべきと考えている。

Q. 金曜ドラマDEEP枠について

- A. リアルタイムではテレビを見ないような方々にも届くようなドラマを作ることが狙い。手応えは良いので、今後も制作を続け、TVerでの視聴回数増を狙っていきたい。

Q. 水トアナの体調不良について

- A. ご心配頂き有難うございます。体調が回復したら出てくることになっておりますので、応援よろしく申し上げます。

(了)

石澤 顕	代表取締役社長執行役員
福田 博之	取締役専務執行役員
於保 浩之	取締役専務執行役員
澤 桂一	取締役執行役員