

2005年2月28日 日本テレビ 定例会長社長記者会見

1. 編成局新体制（2月1日付組織改編）と4月期の編成方針

記者：今年はじめての記者会見ということで、編成局の新体制と4月期の編成方針についてお願ひいたします。

間部耕平社長：今年もよろしくお願ひいたします。まず、2月1日付の組織改正についてですが、最強のコンテンツ集団として、制作力をより高めるために、編成本部を編成局として再編成しました。そして制作現場の経験豊かな若手リーダー、渡辺弘を編成局長としました。

ご説明の前に一言お詫びをさせて頂きます。

2月15日放送の「カミングダウト」の件につきましては、皆さんに大変ご迷惑をおかけしました。経過や対応策などは、先週、社内調査報告書をまとめ、渡辺新編成局長名で発表しましたとおりです。この問題は当社のコンプライアンス憲章に違反しており、放送に携わる者として、モラル及び番組制作に対する緊張感の欠如は否めないとと思っています。番組関係者のさらなる教育と指導の徹底を再度行い、当然就業規則に違反するものですから、近いうちに厳正に処分する方針です。

4月期の編成方針については、昨年4月と10月の番組改編で、構造改革を積極的に行ってきました。その結果、「世界一受けたい授業」など、新規のバラエティが確実に成長してきています。また「行列のできる法律相談所」などレギュラー番組が好調で、ドラマも土曜日の「ごくせん」が最高27.4%。平均でも26.8%で、下半期におけるゴールデン帯の世帯視聴率では日本テレビがトップとなり、順調に番組強化が進んでいると考えています。

そこで、この4月期も、タイムテーブルの構造改革を継続して行い、混戦状態から抜け出し、再び視聴率トップの座を奪い返す改編期と位置づけています。そのために、番組の強化と、若手クリエイターの育成に力を入れます。特にレギュラーのドラマやバラエティの見直しとさらなる強化、そして弱い枠の再点検と強化、深夜帯の改編等を行っています。具体的な変更等につきましては、渡辺編成局長よりご説明致します。

渡辺弘編成局長：はじめまして。渡辺でございます。先程社長からも申し上げ

ましたが、「カミングダウト」では、大変あってはならない、明らかに法に触れる内容を放送してしまったことは非常に反省しています。現場にも厳重に注意しています。申し訳ございませんでした。

番組改編内容を簡単にご説明いたします。上質で視聴者に支持されるソフトをできるだけ多く、できるだけ早くお送りしたいと考え、4月期にはゴールデン、プライム帯のレギュラーバラエティ番組3枠、ドラマは2枠改編します。

水曜日、19時58分から本格的な音楽バラエティ、「ミンナのテレビ」 木曜日、19時58分から、深夜で放送していた「おすぎとピーコの金持ちA様×貧乏B様」の発展系である、「金のA様×銀のA様」。おすぎとピーコのお二人が司会です。そして、日曜日、久しく待望論があった、久米宏さんが登場。アジアをテーマにした情報バラエティ番組の予定です。

ドラマは、土曜日が「瑠璃の島」(成海璃子、竹野内豊 他) 水曜日は林真理子氏原作の「a n e g o ~アネゴ」(篠原涼子、ともさかりえ 他)です。

そして、今後ゴールデン、プライム帯に進出すべき若手クリエイターを育成する場として、「NNNきょうの出来事」「SPORTS MAX」の後、『しんバラ』としていた23時40分以降の枠を『バリューナイト』と称し、重点的に何枠か、今まで当たっているものも含めて、新しい番組展開を始めます。

2. 今期のプロ野球に期待すること

記者：次に、プロ野球について、巨人戦の日程、放送日程等が固まりましたが、今年は新球団の参入、交流試合など、いろいろ新しい要素もあります。視聴率の動向と、今期のプロ野球に対する期待を会長に伺いたいと思います。

氏家齊一郎会長：今年は、目先が変わった交流試合等が入り、ファンの目を野球に向けることができるかもしれないという感じを持ちました。昨日(2月27日)の巨人対楽天のオープン戦は、10.5%と10%を超えるました。昨年はオープン戦で10%超えることができなかつたので、やはり新しいもの、新しい動きが出てきたということで、プロ野球へファンの目を再び向けられるのではないかと思っています。

各種の世論調査の結果を見ても、『プロスポーツで何に一番興味持っている

か』との質問に、『プロ野球』と回答する人が50%以上あり、関心度は、ここ何十年も変わっていません。ただ、その方々をどうやってナイター中継に向けるかを考えた時に、いわゆるファンサービスがこのところしばらく欠けた面もあったのではないかと感じます。現在、長嶋一茂さんを中心として、ジャイアンツのフロントも選手も、いろいろと新しいファンサービスを行っています。これは非常に新しい一步、新しいファン層の拡大を期待できると考えています。

こうした状況ですから、日本テレビとしても交流戦その他が入ってくる今期の視聴率は、具体的な予想は言えませんが、ある程度はいくだろうと思っています。私個人としては、悪くても15%はとれるのではないかという感じは持っています。まだあくまで個人的な感想です。

プロ野球全体を盛り上げていくために、今、幾つかのファンサービスを考えています。山根取締役から説明致します。

山根義紘取締役 編成局担当：今期は、新しく巨人主催の交流試合があり、東京ドーム開催の試合は、5月10日の対オリックス戦から、6月16日の対楽天戦まで18試合続けます。

これに合わせて、いろいろな形でのファンサービスを読売新聞と検討しました。まず、試合の開始時間です。日曜日の試合については、翌月曜日が振替休日である日や、夏休み中は、従来どおり18時試合開始ですが、翌月曜日に学校がある時期は、17時試合開始に繰り上げることを考えました。これで、小中学生含めた子どもたちもぜひ東京ドームに足を運んでもらい、試合終了までゆっくりお父さん、お母さんと一緒に見ていただけると思います。

東京ドームでは、2年前から、土曜日、日曜日などは親子ナイターと称して、100組200名の皆さんを招待してきましたが、17時試合開始となった今年は、文京区を中心に、野球が好きな小学生の子どもたちを招待したいと思います。100人程の規模で、サイン会など選手と交流することにより、子どもたちが親しみを感じてファンになってくれたら良いと考えています。

地元にも関わらず、行きたいと思ってもなかなか東京ドームで観戦できないという意見もありましたので、まずは地元の子どもたち、そして今後はこれを少しづつ広げていきたいとは思っています。

こうした様々な企画を、今日本テレビと読売新聞、ジャイアンツ球団と一緒に考え、子どもたちが、プロ野球に直接触れられるチャンスを今後も広げてい

きたいと思っています。特に今年初めて行われる交流試合は、新しい、今まで観られなかった巨人戦になるわけで、視聴率向上とファンサービスの両側面を目指し、ナイターのPR戦略も強化していきます。

氏家会長：以上申し上げましたとおり、東京ドームを中心に「リターンチルドレン」を提案したいと思っています。我々が子どもだった頃、当時の後楽園球場によく行きましたが、周りは子どもばかりでしたね。今でも記憶に残っています。アメリカ大リーグのイチロー選手や、松井選手が出る試合を私もよく觀ますが、球場に来ている観客の半分くらいが子どもです。少子化で子どもが少なくなっているなどとも言いますが、子どもが集まらないスポーツはダメですね。なるべく子どもに集まってもらいたい、「リターンチルドレン」を考えていこうということが基礎になっています。

とにかく東京ドームというのは、営業の収支でみると、開始時間が遅ければ遅いほど収入がいいという時期もあり18時からの開始になっていました。しかし日曜日は18時になると、翌日学校があるから、ほとんどの子どもたちが21時半過ぎまで試合が続いた場合には、最後まで見ていられなくなってしまう。ですから、新聞社とも相談して、翌日が休みでない日曜日は、1時間開始時間を早め、17時から試合を開始して、子どもたちにも来てもらえるようにしようということを考えました。

ただ、子どもに野球に親しんでもらいたいとは思うものの、東京近郊の埼玉や千葉などから来ていただく方は、試合が17時から始まつてもとやはり帰りに1時間半とか2時間かかってしまい結局最後まで見られない。それでも来ていただける熱心な方を期待してはいますが、一方で身近な文京区の子どもたちから少しずつ、球場に馴染んでいただくということも新しく展開しようと考えました。こうしたファンサービスに、ぜひ理解、ご協力いただきたいと思います。

3. 最近の営業状況と放送外収入の動向

記者：最近の営業状況と放送外収入の動向についてお願いします。

間部社長：交流戦カードへの期待かもしれません、オープン戦が非常に好評でセールスが完売しています。これが1つの特徴だろうと思います。またスポーツですが、まず飲料、これはアルコール飲料が牽引となっています。それから化粧品、トイレタリー、カメラを含む精密事務機器、携帯電話を含む通信機器というのが順調な業種です。1、2月は好調に推移していますが、3月が昨

年大変好調だったということもあり、それと比較すると予想よりも伸びが若干鈍い感じがあります。3月に入ってからの出稿の伸びに期待するとともに、セールスにも努力をする考えです。

放送外収入については、この拡大に向けて事業の成長性、あるいは周期性を見極めながら展開してきました。特に映画に加えて、レギュラー番組のマルチユース展開を強化することで、番組との相乗効果を達成できると思っています。

まず映画事業ですが、ジブリ作品の「ハウルの動く城」、これは観客動員が1,400万人を突破し、記録的なヒットとなっています。また、日本テレビオリジナルムービー（NOMO【ノモ】）企画として、日本テレビの中に特別プロジェクトをつくり、積極的にプロモーション展開をしています。黒木瞳、岡田准一主演の「東京タワー」もこの企画から生まれた作品で1月15日に公開しましたが、若い女性層に大変人気があり、観客数も110万人を超えるという記録を出しています。最近、女性が若い男性とお付き合いすることを表現した「東京タワーする」という言葉が流行り、ちょっとした社会現象になっているようですが、興行収入で14億円を突破し、映画館サイドでは公開延長に踏み切っており、15億円以上はいくのではないかと期待しています。

それから2月19日公開の「MAKOTO」ですが、これは21日までの3日間で4万5,000人という観客動員をし、今後が期待できるのではないかと思っています。このように映画事業につきましては、いいものがあれば積極的にやりたいということで進めています。

それからライツ事業ですが、「アンパンマン」は引き続き好調です。また、DVD販売では、「ダウンタウンのガキの使いやあらへんで」、「エンタの神様」、またこれは過去の番組ですが「天才・たけしの元気が出るテレビ!!」などが売れていて、バラエティ番組で100万本売り上げるという盛況ぶりです。

また昨年放送したドラマ「たったひとつのたからもの」もマルチユース展開を行い、1万本近いDVDの販売をしています。そのほかの出版やグッズ商品販売も番組のパワーアップにつながり、相乗効果を上げているような状況です。

次にイベントですが、春から夏にかけて3大イベントを予定しています。まず、ルーヴル美術館展ですが、4月9日から7月18日まで横浜美術館、その後7月30日から10月16日まで、京都市美術館で開催します。19世紀前半のアングル、ドラクロワ、ダヴィッドといった巨匠たちの作品を中心に73点で構成され、そのうち56点が日本初公開です。日本テレビとルーヴル美術館の長年にわたる協力関係があったことで実現したこの美術展は、21世紀最大の美術展にな

るのではないかと自負しています。

また「ハウルの動く城 大サーカス展」(4月27日～8月21日)は、ハウルの動く城の登場人物がスクリーンを飛び出し、サーカス団を結成していたらという仮定のもとに企画されました。1950年代のイタリアをイメージした会場で、スクリーンを飛び出したキャラクターたちが曲芸を演じ、その様子を光の仕掛けで見ることができるというこの展覧会。高さが8メートル、幅が12メートルという大きな仕掛けの造形物も展示します。サーカスの歴史や魅力も紹介し、海外の大道芸人によるパフォーマンスなど、楽しく大らかでノスタルジックなフェスティバルを展開し、親子で楽しめる賑やかで体験的な展覧会を実現できればと思っています。

それから3つ目に「WE WILL ROCK YOU」というミュージカルを、新宿コマ劇場で5月27日から8月24日まで行います。これは1970年代から80年代にかけて、世界のロックシーンを引っ張った伝説的な英国のロックグループのQUEENのメンバーだったブライアン・メイ、ロジャー・テイラーが、自分たちの楽曲をフルに使って仕上げたミュージカルです。2002年ロンドンのドミニオン・シアターでスタートし、今までのミュージカルの概念を大きく打ち破った作品として、観客の圧倒的な支持を受け、現在までにロンドンで1,000回以上の公演を実現し、300万人以上の観客の動員をしています。これが3つの大きな事業です。

4. テレビ番組満足度調査・2005年冬季版の結果について

記者：『テレビ番組視聴満足度調査』2005年冬季版の結果についてお願いします。

萩原敏雄副社長：一昨年の事件以後、日本テレビとしては4つの項目をつくり、番組の質の向上に努めてきました。そのうちの1つが、テレビ番組視聴満足度調査(Qレート)で、昨年の10月編成から実施しています。今回は1月改編の結果に関する速報が間に合いましたので、ご説明します。

まずこの調査は、年に4回、約5,400のサンプルを対象にマーケティング調査の形式で行っています。データの詳細については、公表を差し控えさせて頂きますので、調査の特徴だけを申し上げます。

今注目の「ごくせん」など、やはり高い視聴率をとっている番組は、Qレート、いわゆる満足度においても非常に高い傾向が出ています。男性ではC(チャイルド)層、T(ティーンズ)層、30代、40代、50代、女性はC層から50代

まで、すべて特A、他全ての層でもAを獲得しています。

2番目の特徴として、長い間視聴率の高い番組は、やはりすべての層においてQレートも高い傾向にあります。例えば「世界まる見え！テレビ特捜部」「伊東家の食卓」「踊る！さんま御殿！！」「一億人の大質問！？笑ってコラえて！」「エンタの神様」「ザ！鉄腕！DASH！！」「行列のできる法律相談所」など、日本テレビのプライムタイムで20%近い視聴率をずっととり続けている番組は全層的にQレートが高く、特定のターゲットではなく、幅広く支持されているという結果が出ています。

3番目の特徴は、新番組ということでまだ視聴率そのものはそれほど高くはないのですが、Qレートは非常に高いものがあるということです。例えば、かつて行っていた調査では「エンタの神様」にその傾向がありました。視聴率はそれほど高くないものの、満足度が全層的に非常に高く出ていました。現在では「エンタの神様」は視聴率20%を獲得する番組にまで成長しています。今回のQレート調査で同様の傾向が出たのが、10月から始まった土曜8時の番組「世界一受けたい授業」です。先週までの平均視聴率は13.8%ですが、Qレートでは、特Aが2つ、その他全層で支持を得ています。Qレートの高い番組は、視聴率的にも成功する可能性が高いということが言えると思います。こうした傾向から見ると、この「世界一受けたい授業」は、今回の調査において非常に特長的な番組でした。

4番目は、深夜番組等で、視聴率はそれほど高くないものの、Qレートとしては非常に高い番組です。月曜日の23時40分から放送中の「サルデエ」は中京テレビ制作の番組で、平均視聴率は、6.9%ですが、この番組は特Aを5つ獲得しています。番組がターゲットとしている視聴者層の約半分が特Aで、その他の層でもAも3つについて、長期に渡って視聴率の高い「伊東家の食卓」や「ザ！鉄腕DASH!!」に匹敵するようなQレートです。放送時間帯が遅いせいか、視聴率はあまり高くありませんが、これがQレート調査と視聴率との違いが顕著に現れた特徴的な番組です。ちなみに、この結果を考慮して、前回の年末年始編成で、1月4日のゴールデン帯（19時～）に2時間で特番「新春サルデエ大決戦！芸能界なぞなぞNo.1」を編成したところ、14.9%という視聴率でした。やはり、Qレートの高い番組は、ゴールデン、しかも、年末年始の非常な激戦区に持ってきて、かなりの支持を頂いたということが実証できたと考えています。

それからもう1つ、非常に限られたターゲットに支持されているけれども、全世代的にはそうでもないという番組も幾つかあります。例えば日曜夜の「ダウンタウンのガキの使いやあらへんで！！」です。これはT層、男性の20代では特Aがついていますが、その他の年代、特に年齢が上がれば上がるほど印がついていません。また、「中井正広のブラックバラエティ」(日曜22時半～)も女性のT層から特Aを頂いているというような結果も出てきています。

以上をまとめますと、視聴率が高い番組、それも長期的に視聴率の高い番組はQレートも高い。しかし、現在はあまり視聴率が高くなくても、Qレートの高い番組は、将来的には視聴率もついてくるという傾向が、まだ2回ですが、見えてきていると言えると思います。

それからもう1つ付け加えたいのは、ビデオリサーチではF1、F2、F3というカテゴリーで、かなり幅の広い年代層を1つのカテゴリーにまとめているのに対し、日本テレビのQレート調査では、50代、60代と年代別に分けています。今回、データとして興味深かったのは、実は50代の支持する番組と60代の支持する番組がかなり違うという結果です。本当の視聴者の動向をつかむためには、カテゴリー分けもできる限り細かいほうが良いのではないかというのが、今回の総括的な感想です。

5. ニッポン放送株をめぐる一連の動き、各界の反応について

記者：ライブドアの問題についてどのように見ていらっしゃいますか。

氏家会長：亀渕社長や日枝会長とは、長いつき合いです。亀渕社長は、私が9年前に日本民間放送連盟の会長になったときに、青少年対策特別委員会の委員長に就任してもらいました。彼は非常に丁寧にPTAの皆さんと意見を交換し、結局、PTAと民放連との非常に良い関係を築きあげました。亀渕社長とニッポン放送がダメージを受けなければいいなというのが個人的な思いです。

ライブドアの堀江社長、ネクタイを締めないことを売りにしているところなどは、非常識だと思います。海外の経営者でも、普段はあのようにしていても、きちんとするところはきちんととしています。しかし一方で、きちんと言ふべきところはつかんでいるという感じはしました。

我々も若い頃は突っ張って、悪童とみなされていたこともあるわけですから、彼の今やっている、極端に言えば既成の権力に対して立ち向かっていくというような姿勢は、日本に1つの活力をもたらすことがあるのかなというのが今の

私の感想です。

記者：放送メディアが、経済原則だけで牛耳られてしまうという意見があります。

氏家会長：これも非常に難しいのは、メディア界の資本の論理と言うけれど、例えば日本テレビと読売新聞に関していえば、正力松太郎さんが、テレビというものをやり始めるということで日本テレビをつくり、その結果、資本関係は読売新聞がやっぱり強くなっているわけですよ。結局大きな株主というものが存在してこそ、安定しているということがあります。テレビ朝日は、3分の1を朝日新聞が持っている。株式は長い間に、やはりどこかに収斂しているんですよ。それが今短期間に出てきたというだけの話なんですね。だから、メディアの基本的な社会的機能、公共性といったものを金にまかせて株を買うことによって曲げようということであるならば、これはもう何をか言わんやですね。しかし、株を持っているからといって悪いことにもならないし、株を買ったから悪いということにもならない。そういう種類の問題ではないと思います。この問題は。少々混乱があるような気がしますね。

記者：フジテレビの定例会見において村上社長が、他局の報道内容について見解を述べられましたが、それについてお考えは。

氏家会長：各社の編成権の問題ということですね。編成権が公共の福祉や公序良俗に反するような使い方をされた場合には、それは編成権ではありませんよね、当然。その範囲内で使われていれば、社会的に許容されるのであって、今回の報道については、編成権の範囲内に収まっているのではないかと思います。

記者：新株予約権についてどのようにお考えですか

氏家会長：これが難しいです。確かに新株予約権の発行ということも1つ考えられる。と同時に、堀江社長が高い値で買ってきているので、対抗するための選択肢の一つとして、T O B 価格の引き上げというのがあるでしょう。私がどっちを選択しろとは申し上げられません。これは日枝会長及び役員会で決定されたことですから。

記者：外資との関係についてお聞かせください

氏家会長：グローバリズムの観点から言えば、間接規制は強化すべきではないと言えるのだろうと思います。ただ、アメリカの資本主義は極端に言えば、I T 関係と医薬品関係とその他幾つかが非常に強い。しかし、いわゆる製造業は弱く、商品そのものがマネーゲーム化しているように見えます。だから、マネーゲーム的資本主義をそのまま日本に導入してきていいのかどうか、間接支配の問題と非常に絡むと思います。

努力を積み重ねていって育ってきた日本の優良企業が、簡単に市場原理だからといったって、3兆だ4兆だという金を簡単に動かせるファンドに買われてしまうような条件をつくっていいのかという問題と同じことで、これはマスコミだけの問題ではないのです。

私はその意味から言って、堀江社長が1つ大きな問題提起をしたと思います。こうした意味で、間接規制には個人的には賛成ですよ。

6 . NHKの新体制と朝日新聞との問題について

記者：新体制などNHKの動きなどについてどのようにお考えですか。

氏家会長：(NHKは世評に疎いと言った件は) 海老沢前会長とは、仲が良いので NHKは世間の評価をそれほど重んじていなかつたのではないかというようなことを、何度も言っていました。ですから、別段新しいことを申し上げたつもりも全くないです。昔から友達として海老沢前会長に言っていたことを記者に話したのが、ちょうどタイミングが非常によかったもので論説にまで取り上げて頂いて、誠に光栄ですけどね。そんな高邁な理論を言っているわけではないのです。その程度の問題として取り上げておいてください。

記者：NHKへの受信料の不払い等止まらないようですけれども、新体制に期待することはありますか。

氏家会長：不信感を是正する体制を、驚くべき早さと規模とで構築する必要があると思います。これは当初の小泉総理がサプライズ効果を使うのがうまかつたことに倣って、アッというような信用回復策をお考えになっておやりになること。それを地道に続けていかれること、これは絶対に必要なことだと思います。それからこれを機会に、NHKと民放連も棲み分け問題について、もう一度徹底的に議論をして、コンセンサスをまとめておいたほうがいいのかなとい

う気はしています。

記者：いわゆる従軍慰安婦の番組についての朝日新聞とＮＨＫの応酬に関してはどのようにご覧になっていますか。

氏家会長：これは新聞などで読んでいますが、よく実態がわかりません。どっちが一体正しいのかということについて、決定的な論拠がよくわからないため、結論が出せません。私が民放連の会長やっていたときに、政治的な圧力だけは排しろと。これだけがすべての中心だということだけ言い続けてきました。本当にそういう政治的な圧力はなかったと、片方は言っているわけですね。本当にあったのか、わからないので私には判断できません。当事者同士で徹底的に、第三者が納得できるような、決定的な証拠を説明資料というようなものを出していただかないとい、この答えは第三者的にはできないと思いますね。政治的な圧力というものがあったとすれば、これはもう言語道断です。

記者：冒頭に出た「カミングダウト」の処分は。

間部社長：近いうちに処分が決定いたします。

記者：ＮＨＫは特殊法人であるという点については。

氏家会長：そういう組織ですから、いわゆる純粋な報道としての客觀性は保つ必要はない、極論すればそういうことも出てきますよね。しかし、報道機関である以上は、何らかのチェック機関を設けて、客觀性、公正性は、断固守っていかなくてはならない。日本は民主主義だといっても、権力もあり、それを批判するマスコミがあるのですから、どうしてもその力関係のバランスというのはどちらかに偏るでしょう。ＮＨＫがその構造的に偏りやすいので、いかに偏らないように、支えていくか。それが1つ大きな問題になりますが、やはり経営委員会が政府に対しても、ＮＨＫ内部に対しても、発言の権威を持つ、という姿勢でないとまずいでしょうね。

記者：経営委員会というのはチェック機関でしょうか。

氏家会長：そうではないでしょう。経営というのはパフォーマンスとチェックという両方の面がありますから、その両方をやはり見ていかなくてはいけない。執行機関としては理事会以下があるわけですから、そのあり方を徹底的に監視

し、命令し、改善するという機能をきちんとすることが、申し訳ないけど今までの経営委員の方にはなかったような気がします。我々から見ても、ああ、強くなつた、と思うようにしていただいたほうがいいかなと、こう思いますね。

記者：間接規制についてどのようにお考えですか。

氏家会長：それはいろいろなケースがあるだろうと思います。間接規制と言われているものは、名義貸しの段階ではまだ間接規制として認められず、名義貸しではなくなったときに問題が出てくるわけでしょう。間接支配があるから間接規制があるのですから、間接支配のあり方の問題との兼ね合いですよね。だから、ただ単なる名義貸しをしていても、その名義の主が言ってこなければ、間接支配は成立しませんよね。間接支配の動きが表に出てきたとき、はじめて間接規制が力を発揮するわけですからね。

記者：「カミングダウト」は、Q レート調査ではどのような結果が出ていますか。

萩原副社長：先ほど申し上げたとおり、個別の番組のデータについては申し上げないことになっているので、抽象的な言い方になりますが、そんなに Q レートが低いということはありませんし、高いということもありません。極めて普通の Q レートであったということです。

間部社長：先ほども申しましたけれども、私どもは教育の徹底、これはやはり今までやっていることなのですが、社員と協力会社の人たちも含めて教育指導をもっと徹底しなければと、今とりかかっております。番組につきましては、あれは扱ってはいけなかった。これはやはりモラルの問題がありますね。そういう題材を扱ったということが 1 つ。それからもう 1 つは、社員としてプロデューサーなり、チーフプロデューサーなりが、チェックしていなかつたということです。ここに問題があるのであって、再度きつく指導しています。きちんと厳正に処分いたします。

（了）