

## 2005年9月26日日本テレビ 定例記者会見

### 1. 上半期の視聴率動向と、10月改編の狙いについて

記者：まず、上半期の視聴率動向と、10月改編の狙いについて

久保伸太郎社長：視聴率に限って言えば、私ども在京キー局の中では非常に厳しい状況にあるということは、申し上げるまでもありません。ぜひとも10月改編以降、全力を挙げて挽回に取り組み、よりよい番組を皆さまにお届けして、もう一度皆さまから高い評価をいただくように努力していきたいと思っています。

私から社長就任以来社内で常々話をしていることは、構造要因と循環要因があるということで、それぞれの要因を管理職は詳しく分析し、的確につかみ、失敗は失敗として、それを教訓にしてどういうふうに生かしていくか？ということです。また、日本テレビは、新しいものを常につくり出してきたという自負があります。そういうDNAを呼び起こして、発明品をつくって、世の中の人に見ていただくということを常々申し上げています。

個々の番組では、いろいろ高い評価をいただいた番組が既に出てきています。これが点から線、線から面というように、社全体のパワーにつながるように努力していきたいと思えます。

山根義紘編成担当取締役：上半期は4月の改編を含めて、プライムタイムでは新番組が苦戦し、日曜日20時～放送していた「A」も6月いっぱい終了。ご存じのとおり野球の平均視聴率も10.1%と非常に厳しい闘いになり、プライムタイム、ゴールデンともに4月以降は第4位となっています。

従って、この10月の改編は極めて重要な改編になります。我が社が10年間、四冠王をとり続けた、そのパワーはまだ残っていると思うので、底力を発揮していきたいと思っています。

今のところ、視聴率争いは混戦状態になっていて、強いて言えばフジテレビが好調ですが、ゴールデン、プライムタイムでは、週によってはどの局がトップになるかわからないというような展開になっています。この混戦状態を早く抜け出すべく、10月の改編のポイントはレギュラー枠の強化、それに尽きます。

私どもプライムタイムは、8時間改編します。月曜日22時の「スーパーテレビ」は「アンテナ22」という新番組に再生。また、25年間やってきた「火曜サスペンス」も、「ドラマコンプレックス」というタイトルに変え、2時間のドラマ仕立てにします。思いきって今視聴者ニーズのあるようなもの、例えば映画で好評だった「戦国自衛隊」の新作などを考えています。11月1日の初回は60分拡大して松嶋菜々子さん主演の「火垂るの墓」を予定しています。

そして水曜日、土曜日の20時台も新番組となります。これは深夜でかなり好評で期末期首の単発などでも何度か放送したことがあるもので、水曜日は「サルヂエ」。私どもはクイズ番組があまり多くないのでこれを1時間番組として昇格させます。土曜日20時は、「ひらめ筋GOLD」。これも深夜でやっているものを1時間に延長して編成します。

水曜日、土曜日のドラマについては、これは私どもの課題でしたが、今のところ水曜日は「anego」が好評で、土曜日は、1月からは「ごくせん」、「瑠璃の島」、そしてこの前終わった「女王の教室」は最終回の視聴率が25%を超えるなど順調に走っています。この10月から水曜日は、「あいのうた」、主演は菅野美穂さんと、久しぶりの玉置浩二さん。土曜日は「野ブタ。をプロデュース」、KAT-TUNの亀梨和也さんとNEWSの山下智久さんが主演。このラブストーリーに近いものと、コメディの笑いをとれるような2つのドラマを多くの人にみていただきたいと考えています。さらに、新しい発明品を何とかプライムタイムにできないかと考えており、この10月のレギュラーを成功させて、来年の1月、そして来年4月の改編につなげるべく、レギュラー枠の整備を図っていきたいと思います。

記者：「女王の教室」について。賛否両論ありましたが、続編という話もでているようですが？

山根編成取締役：「女王の教室」は、2時間か2時間半の特番という形で何本かできないかなということで今研究しています。レギュラーでもう1回できるかについては、6年生が小学校を卒業して終わっているので、過去に遡るなどいろいろなことを考えなければ難しいと思いますが、単発系のものであるならば、天海祐希さんにそういう話をもう一度お願いしたいと考えています。まだ最終的に決めたわけではありませんが、ヒットしたレギュラーのドラマが、期末期首の2時間、2時間半の単発ドラマとして放送できるような体制をとれるのが、非常にインパクトが強い形になると常々思っています。

久保社長：私が申し上げている「発明品」というのは、世の中に全く存在しないものをつくり出すという意味だけではなく、見ていただいている皆さまに様々な話題を提供する、あるいは様々な議論のきっかけにさせていただく…こういうものも広く言えば発明品の中に入っていると思います。

「女王の教室」については、当初様々な厳しいご意見も頂戴し、番組ホームページのアクセス数は、「ごくせん」の倍以上に上り、12万件に近い数字でした。視聴者サービスセンターに届く視聴者の皆さまの声も、回を追うごとにご意見が逆転し、最終回は大変お褒めをいただきました。私自身としては、出演していただいた皆さま、特に難しい役、しかも必ず論議を呼ぶであろうストーリー展開に快諾をいただいた天海さんにも、率直にお礼を申し上げたいです。

## 2. 一連の選挙報道について

記者：先に行われた総選挙について総括を。

久保社長：選挙の直前に私どものニュースネットワークであるNNNの報道局長、報道担当役員による全国会議を開き、その席上、私から、今回の総選挙は激戦が予想されたため、特に公平性の確保等々、我々放送事業者が負っている課題については、特段の配慮をして報道してほしいという要請をしました。結果としては、私どもは合格点をいただけたのではないかと思います。

島田洋一報道担当取締役：まず、私どもが一連の事前番組、それから開票速報その他を通じて一番気を遣ったのは、いわゆる公平性の確保です。解散総選挙ということになったので、各党の主張に対して、公平な報道に徹したというのが、基本的なニュースに関するスタンスです。例えば夕方の「NNNニュースプラス1」では各党のマニフェストをそれぞれ公平な時間で公平に分析し、各党の主張もそれに盛り込み、公平性の確保を最重点ポイントにしました。これはニュース番組だけではなく、ワイドショーなど情報系の番組にも徹底させました。それから、「造反」とか「刺客」といった言葉は、公示後投票が終了するまでの期間はニュース番組では一切使用しませんでした。

それから、NNN24という24時間ニュース専門チャンネルでは、開票速報番組として、「どこの選挙区でだれが何票で、だれが何票…」という情報を重点的に放送しました。意識的にそういう番組構成にしたのですが、NNN24を見ていただいた方からは、お褒めの言葉をいただきました。

これは私どもも含めて地上波各局の選挙特番がかなりショーアップした形でつくられているため、開票速報そのものを見たいという視聴者のニーズの裏返しだと思います。次回の地上波の選挙特番にもこの辺の部分を反映させるように、既に指示を出しています。

それから、出口調査を50万人規模で、全国で実施しました。私どもが出した予測は309議席（実際は296議席）で、一番自民党の数字を多く発表したのですが、自民党が圧勝するという傾向は、間違いなくつかみきれました。

一方で、最近期日前投票が、非常に簡単にできるようになり、その割合も今回は9%に上りました。出口調査にこれらのデータを反映させるのが難しいため、今後期日前投票にどう対応していくかをさらに検討するようという指示を選挙担当者に出しました。

### 3. プロ野球中継、今年の総括と来期の展望

記者：プロ野球の中継について、今年の総括と来期の展望について

久保社長：私どもとしては、今期の巨人戦のナイター中継の視聴率を厳粛に受け止めています。繰り返し申し上げているとおり、私どもはスポーツソフトを非常に重要であると考えています。プロスポーツの中ではやはり野球が最も人気が高く、その中で一番人気の高いチームはジャイアンツです。ジャイアンツは私どものスポーツソフトの柱であるという認識に変わりはありません。今後巨人戦を、視聴者の皆さまにどのようにしたらご覧いただけるのか、視聴者ニーズの変化なども詳しく分析して、来シーズンに備えていきたいと考えています。

記者：来期のナイターの放送延長時間について

久保社長：すべてこれからです。まだ全部試合が終わっていませんし、ましてチーム編成がどうなるのかという、ジャイアンツの再建計画というの、私どもは大いに関心があります。それに対する野球ファンの皆さまの反応、あるいはメディアの反応、それから私どもとしての野球の位置づけ、そういうことを総合的に勘案してこれからじっくり考えをまとめたいと思っています。

記者：巨人戦の今後の人気復活の見通しは？

久保社長：人気復活については、強い巨人、そして若いスターが現れることを含めて強く期待しています。スポーツソフトの中で野球の人気が最も高いということ、非常に重視したいと思っています。

あるスポーツ用品メーカーのお話では、野球用具の売れ行きは、微増ではありますが年々着実に増えているといいます。それから甲子園の高校野球参加チームも年々増えています。ですから、野球の人気をどうしたらもっともって上げていくことができるか。その中でプロ野球の人気をどう上げていくのか。さらにジャイアンツの人気をどう上げていくのか。もちろん球団自身、あるいはプロ野球のコミッショナー事務局はじめセ・パ両リーグの皆さまの改革努力というのも強く期待したいのですが、メディアスポーツとしてのプロ野球を放送する我々は、どういう努力が必要なのかということも非常に重要な要素ではないかと思っています。我々にできる部分、我々の役割の部分については、さらなる改善をしていきたいと思っています。

記者：今シーズン終盤に入って、例えばBSで試合を流したりとか、深夜録画して放送したり、21時以降の延長を打ち切ってしまうとか、各局さまざまな中継のスタイルが模索されているように思うが、来期も同じようなことを考えていくのか。

久保社長：すべてこれからです。各局でそれぞれの判断があったかと思いますが、私どもはやはり巨人戦を基本ソフトだと捉えている社ですから。勝負事なのでどういう試合展開になればおもしろいのかという要素はありますが、やはり皆さまスターを渴望されているんだなということを視聴率の動向などからも痛感しました。

来シーズンに関しては、まだチーム編成も決まっていませんし、新人の入団も決まっていません。皆さまも強く関心がある新人選手の中に大物選手もいるようですし、どのようなチーム編成になるのか等々も含めて、これから総合的に対応していきたいと思っています。

#### 4. 上半期の業績見通しについて

記者：次に、上半期の業績見通しについてお願いします。

久保社長：日本テレビは90%を放送収入に依存している会社です。放送収入というのはタイムCMとスポットCMの売上です。特に、近年著しい伸びを見せ、売上に占める割合を増してきているスポットCMは、GRP（累積視聴率）で決まってくる要素が非常に大きいものですから、視聴率、つまり商品力が低下してくると、なかなか厳しかったという状況です。詳しくは営業担当でもある副社長から。

細川知正副社長：残念ながら上半期は、前年に比べて減収減益という結果でした。ただ、8月の第1四半期決算で、業績の見通しを残念ながら下方修正という形で発表した際の数字との比較では、あまり自慢にならないのですが、売上、利益ともに多少上回ったのではないかと思います。売上が上回った理由は、そのときの見通しに比べると、8月、9月のスポットが多少よかった。コストコントロールもある種の危機感を背景に多少進んだというのが、その要因です。したがって、減収減益、ただし、四半期決算の時点で発表したものよりは、多少上向いているということです。

どれぐらいの減収減益だったのかは、概算でしか申し上げられませんが、対前年比、売上で2%台の減。利益ベースですと、経常利益のマイナスは2桁台%へ乗ってしまうかなという見通しです。

収入の面では、確かにスポット減がありますが、上半期のスポット出稿量は、東京エリアは前年を多少上回っています。その背景がありますので、実際のマイナスは、そう大きくはありません。むしろ視聴率の低下に伴うタイム収入の減少のほうが、収入においては大きなインパクトがありました。もちろんタイムに関しては、前年はオリンピックがありましたので、その要因もあり、放送収入がやはり前年に比べて5%前後のマイナスになりそうです。

## 5. まもなくスタートする第2日本テレビについて

記者：第2日本テレビの進捗状況をお聞かせください。

久保社長：まず10月6日の深夜から地上波の連動番組がスタートします（毎週木曜25時25分～40分・6日は、26：10分～25分）。肝心の配信開始は、この番組と連動する形で10月27日の深夜、カレンダーで正確に言えば10月28日の未明、放送終了後からスタートします。

ラインナップも、現場が一生懸命用意しています。例えば、「タイムマシーン屋」では、過去のニュース素材を年代ごとに分けて配信します。就職した年月、結婚した年月に何があったか。これが2万本程。それから目玉にしています岡本太郎さんの「明日の神話」、来年、汐留の広場に、岡本太郎さんが残した最大の壁画を展示しますが、今、修復作業が愛媛県で行われており、その模様等を見ることができます。さらに岡本さんのこれまでの活動を短編作品として再パッケージしたものを40本程用意します。それから「電波少年」、「雷波少年」のうち、権利処理が済んだもののおよそ60本、アーカイブを独自の切り口でセレクトした「もぐら骨董堂」、世界の4大映画祭で受賞またはノミネートされたショートフィルム作品を集めた「ショートフィルム屋」。このほか、「はじめてのおつかい」からおよそ20本程度、これは出演した子供さんが既に大きくなっていますので、ご本人あるいはご家族を含めてすべてご了解が得られたものをご覧いただきます。それからもちろんニュース。その他幾つかラインナップされています。

## 6. BSデジタルへの対応…期待はあるのか

記者：BSデジタルが1,000万件に到達、当初の目標よりもずいぶん遅れていますが、BSデジタルへの期待度、今後の見通しについてお願いします。

久保社長：「1,000日で1,000万台、1,000万世帯」というのはあくまで掛け声でしたからね。ただ、BSの関係者や家電業界の皆さんもお話のように、スタートしてこの年月でBSデジタル放送の受信可能世帯が1,000万を超えたというのは、やはりテレビ業界、あるいは放送業界、家電業界にとっても画期的なことで、非常に短期間で1,000万という大台を突破したのではないかと思います。

BS各社のこれからの戦略については、それぞれBS各社、あるいはBS日テレにお尋ねいただきたいと思います。日本テレビとして、筆頭株主としては、ここまで普及し、受信可能世帯数が増えてきたということであれば、地上波の局としてBSとどのように連動できるか、編成のみならず営業などその他の面でも、どのようにすれば日本テレビグループとしてのパワーをさらに大きくできるのかを考えていかなければならない、そういう時代に入ったと思います。

## 7. NHK改革「新生プラン」について

記者：先に発表がありましたNHKの「新生プラン」についてどう思われますか。

久保社長：私ども日本テレビは、テレビ放送が始まって以来、NHKと民放の二元体制という、体制そのものは基本的に支持してきましたし、これからも維持していきたいと思っています。それが基本的な考え方ですね。ただ、繰り返し民放連を通じて、NHKのみならず様々な方々にお話ししてきましたが、NHK自身のいわゆる肥大化、つまり、民放の領域にどんどん入ってこられることについては、やはり注文は付けざるを得ない。これは、繰り返しお願いをしてきたところですね。

今回の「新生プラン」について印象を申し上げれば、いよいよ不退転の決意で再出発、新生に取り組まれるのだ、相当の覚悟でおやりになるのだ、ということとは理解できました。

個々の内容等については、個人的には意見や感想はありますが、とにかくNHKご自身がこういう決意で臨まれるということですから、その行方を見守りたい。あとは受信料制度に基づく公共放送ですので、視聴者の皆さまというよりは、国民世論の動向も非常に重要なのではないかと思います。



## 8. 地デジ・1セグ放送について準備の進捗状況

記者：地デジと1セグ放送について、進捗状況をお伺いします。

久保社長：日本テレビとしては、新しい媒体として将来性があるものと認識しています。当面は地上波、12セグメントの放送と同じサイマル放送ですが、キャリアの皆さまと様々な取り組みをして、どのようなビジネスが可能か等々、担当セクションで相当長い期間あらゆる取り組みをしてきましたので、是非、長い目で見て花が開いて欲しいし、経営トップとしては、もちろん早く収益が上がる分野になって欲しいと思います。

現在携帯電話の普及台数は、8,000万台とも9,000万台とも言われています。ハードウェアの普及台数としてはもうピークで、これ以上増えることは難しく、買い換え需要になってくる。そうすると、ソフトの勝負になっていく。その中にテレビの受信機能、あるいは将来はデジタルラジオの受信機能、そういったものもすべて包含された携帯端末に発展していくでしょう。もっと様々な、支払が可能になる機能、例えばJRの*suica*のようなものがこの携帯端末に組み合わされるかもしれませんし、様々な方が携帯情報端末に機能を持たせようと、いろいろ取り組んでおられます。そうすると、そう遠くない時期におそろしいほどの武器になるのではないのでしょうか。携帯は情報を収集する機能、あるいは発信する機能としても、今考えている以上のことができるようになるのではないかと考えています。

当面はとにかく実際に受信できる携帯端末機が、手頃な価格で広く売られるようになることを期待したいですね。私どもも先をにらんで、様々なソフト開発にも取り組んでいきたいと思っています。

記者：ソフトバンクが、番組のコンテンツをテレビ局民放各局から提供を受け、インターネットで配信することを検討されているようです。インターネット配信に対する将来的な展望を教えてください。

久保社長：私どもは10月中にネット配信を始めますので、それに全力を傾注するということですね。ソフトバンクのみならず、皆様から申し入れがあっても、日本テレビとしては、自身で立ち上げるネット配信事業に全力を傾注したいと。ただし、技術革新は、特に伝送手段はじめ、画像圧縮の技術等の進歩はめざましいものがありますから、それは申し出の都度、慎重に検討させていただきたいと思います。

## 第2日本テレビについて

土屋コンテンツ局次長（兼）第2日本テレビ事業本部VOD事業部長：

第2日本テレビについて、いくつか補足説明させていただきます。

サイトオープンの日が10月27日深夜（28日午前1時25分以降）と決まりました。また、10月6日から、毎週木曜日＜25時25分～＞地上波連動番組「第2日本テレビ」という15分番組がスタートします（初回6日のみ26時10分から）。大屋根広場からの生放送、暫定司会者が私と雨宮EDと脊山麻理子アナウンサー。毎週ゲストをお迎えして、第2日本テレビについて説明し、なおかつ「何かやる」という約束をするまで帰さないというコンセプトでお送りする予定です。

初回は、過去20数年のテレビ人生をすべて賭けて、全力を挙げてお願いした大物ゲストを深夜にもかかわらず、お招きする予定です。その方にもまだ詳しい説明はしていませんが、オリジナルコンテンツをつくってもらうようお願いするつもりです。オリジナルコンテンツは、地上波では今現在できない、やりづらい、でもネットだからこそできるというものを制作してみたいと思っています。この番組を見ていただくと、第2日本テレビの性格、コンテンツの方向性を理解していただけたと思います。

基本的なスキームとしては、会員になるのは無料です。申し込みの際に性別、年齢など、個人の属性を入れて、IDとパスワードを取得し、商店街の中に入ってくださいという形です。実際にそのコンテンツを見るという段階で有料となります。具体的には、ワンコンテンツ99円位にしたいと思っています。「タイムマシン屋」などは、長いもの、短いもの様々ありますので、これに関しては1本9円か10円位を予定しています。電波少年でも短いものは30円位など、いろいろなトライアルをしたいと思っています。将来的には、例えば1か月の月額制という形もあると思いますし、とにかくはじめてのことですので、会員となっていたいただいたお客様たちの動向を見ながら、料金形態、広告形態などのノウハウを蓄積していきたいと思っています。



©NTV 電波少年&雷波少年のテープあり ☒ 『キャインのはじめてのおつかい』

オリジナルコンテンツの制作についてですが、ワンコンテンツ99円でも、仮に100万というストリームを販売することができれば、9,900万の売上になる。約1億円。そうなれば、かなりのオリジナルコンテンツをつくることのできる、非常に手前勝手ではありますが、そんな有料コンテンツスキームを目指して、カー杯、地上波でもない、現在のネットにもない、我々が培ってきた映像コンテンツの制作能力をすべてぶつけたオリジナルコンテンツをつくっていきたいと思っています。

なお、「タイムマシーン屋」に関してですが、現在2万本のニュース素材を手分けして見えています。ライブラリーにいわゆるデータの形で全部入っていることが、今回の事業では非常に大きなメリットになりましたが、一般のユーザーの方に見ていただいても大丈夫なのか、1つ1つ見て、確認しています。2万本を3分で考えても6万分、膨大な量で、かなりの作業量になっています。ストックとしては2万本ありますが、チェックできた分から順次アップしていく方向で考えています。

会員募集も、サイトオープンと同時、10月27日の番組終了後（25時40分以降）からスタート。事前には募集しません。地上波番組で徐々にご説明していく形になるかと思っています。ただ、スタート時にどれだけの方が見てくださるか、どれくらいアクセスが集中するのか、実際にやってみないとわからないので、サーバーのことを考え、スタート時は何万人かに限定にして、段階的にふやしていくことになるかと思っています。

記者：地上波の深夜番組と連動の仕方ですが、大物ゲストの方に、何かコンテンツをつくってもらい、ネットで配信という形になるのですか。

土屋：第2日本テレビで配信するVODという新しい形態の中で、コンテンツを何かをつくってほしいという提案をして、その相談まで含めて地上波の番組の中で、そしてその後もネットでライブ中継をする予定です。ネットでは、映像か、音声のみか、テキストか、いずれかの形で随時情報をアップし、地上波では進行状況や途中経過を報告します。完成したものは第2日本テレビの中で公開していくことになっていくと思います。

記者：決済の方法は？

土屋：プリペイドカード、電子マネー、クレジット、それからネット銀行です。この4つのやり方で決済をしていくということになっています。

記者：無料会員でも見られるコンテンツはあるのですか？

土屋：岡本太郎の再生プロジェクトは、無料だと考えています。それから会員になっていただいたときに、ポイントをプレゼントする予定です。このポイントでかなりのコンテンツはご覧になれるかと思っています。プレゼントされたポイントでお試しいただき、その後実際にお金を出していただくという形を考えています。



©NTV 爆発屋岡本太郎総本舗『太郎爆弾、爆発するゾ』

記者：第2日本テレビでネットのところで流すソフトの中に、ドラマは？

土屋：今は、入っていません。サイトの設計自体が3分から5分というショートなものというイメージがありましたので、ドラマは、スタートから考えていませんでした。ただ、ショートフィルムというドラマは、7分から20何分というものはあり、そういう意味ではドラマはあります。多分そういったショートコンテンツをネットで見ることが、習慣としてできたら、次は1時間なり2時間なりのコンテンツと発展させていけるのではないかと考えていますので、当初は考えていません。

記者：CMについてはいかがですか。

土屋：今検討しているところですが、スポンサーの皆さんにとっても新しい試みになるわけですから、どのようなお客さんから、どのようなアクセスがあるのか、やってみなければわからないということだと思います。営業も今は、この事業自体に協賛をしていただくスポンサーにという形でお話をさせていただいていると思います。

コンテンツが実際並び、お客さんがどのような反応をされるか、どのような時間帯にどのようなアクセスがあるのかが出てきたときに、スポンサーにとってのメリットがはっきりしてくると思いますので、そうすれば第2ステップに入るのではないかと考えています。ですから今のところ、途中にCMを入れるとか、そういった形でのことはまだ考えていません。

記者：コピーガードは？

土屋：今現在世界で使われているスタンダードなコピーガード、セキュリティを使用していきます。

よろしく願いいたします。ありがとうございました。

(了)