

2006年5月29日 日本テレビ 定例社長記者会見

久保伸太郎社長：今般の私どもの男性社員の件で、皆様に変なご心配、ご迷惑をおかけいたしました。私としましては、社員および私どもと一緒に働くスタッフに対しては、放送人、同時に社会人として、このような事態が起こらぬように、私たちはどういう仕事をしているのか、どういう職場で働いているのか、私たちの仕事は何なのかということについて、自覚を持ってほしいと強く思います。従来にも増して社員の職務に対しては、放送人としていかにあるべきかの自覚を繰り返し促していきたいと考えています。

続いて2つほど発表があります。1つは、SEOUL-A Xというライブハウスが韓国・ソウルに誕生し、6月2日（金）に、こけら落としということでいよいよ稼働することになりました。そもそも渋谷に私どもと電通でSHIBUYA A Xというライブハウスをつくり、それが予定よりも前倒しで黒字基調になりました。新しい試みとして、特に若いミュージシャンに大変評判を呼んでいます。その人気のライブハウスが、今回初めての海外進出でソウルに展開することになりました。渋谷で得たノウハウをもとに、ぜひ成功させたいと思っています。

2つ目ですが、日本テレビの番組のアメリカ向けフォーマットセールスを拡大します。その強力な位置づけとして、ICMというアメリカの総合エンターテインメントマネジメント会社とエージェント契約を結びました。5月18日の連結決算発表の際にお知らせした、中期経営計画の概要の中で、日本テレビは放送外収入の増大にも力を入れていくというお話をしていますが、その具体例として、本日発表できる段取りになりました。私どもとして海外のマーケット拡大にも本格的に取り組めます。

1. 最近の視聴率動向について

記者：最近の視聴率動向について、お願いします。

久保社長：視聴率動向については、毎週数字として表れているとおりです。私どもとしては、4月改編で様々な取り組みを始めていますが、視聴者の皆さまに引き続いて見ていただく、視聴習慣をつけていただくためには、多少時間がかかるのかなと思っています。しかし、ゴールデン、プライムの個別の番組を見ていきますと、決して私どもの番組がすべて急速にパワーダウンしているということではないと思っています。

もちろん弱い番組もあります。特に編成担当に対しては、ゴールデン、プライム帯の一桁番組をとにかく早く追放しろということで、現場を督励しています。それ以上に私どもの弱点として見えてきているのは、全日の視聴率の低下です。私どもは同業他社と横並びでよいとは全く考えていません。かつて、この視聴率が高かったということが、私どもの局のパワーの源泉の1つであったと思います。情報ベルト番組など、視聴習慣をつけていただくには多少時間がかかる改編番組もありますが、既存の番組についても、現状を冷静に、真摯に受け止めて改革をしていくということが肝心なのかなと思います。

山根義紘取締役執行役員（編成局長）：ゴールデン、プライムでは、ヒト桁番組をなくせということで、この4月の改編ではドラマの2枠と、金曜日の20時、土曜日の19時の4枠を改編しました。さらに、よみうりテレビの枠、月曜日の21時も新番組でスタートしました。金曜20時の「太田光の私が総理大臣になったら…秘書田中」という新番組ですが、ナイターで番組が放送されない週もありますが、今の平均視聴率が12%ぐらいです。改編前の、「謎を解け！まさかのミステリー」が11%台だったので、少し上がっているといえます。この企画は、ご存じのとおり“マニフェスト”をテーマにしていますので、今現場では、どういうテーマが金曜日の20時の視聴者のニーズに一番近いのかを検討しています。現場ではかなり自信を持って送り出したという番組ですから、もうちょっと様子を見てみようというところです。

この他、「シャル・ウィ・ダンス？」を土曜日に立ち上げました。改編前の、「ひらめ筋GOLD」が一桁でしたが、今平均視聴率がちょうど13%になりました。何とかこの平均視聴率を底上げしたいと考えています。

ドラマですが、現在は、水曜日の「プリマダム」の平均が11.5%。土曜日の「ギャルサー」が13.3%と、何とか二桁です。この水曜日、土曜日のドラマを平均で15%台に乗せていきたいと思っています。次の7月の改編では、水曜日が「CAとお呼びっ！」という観月ありささん主演のドラマ。土曜日は「マイ・ボス マイ・ヒーロー」で、TOKIOの長瀬智也さん、NEWSの手越祐也さん、KAT-TUNの田中聖さんが出演します。土曜21時のコンセプトに合った企画で7月は臨もうと思っています。

先ほど全日視聴率の話が出ましたが、朝のベルト番組、「ズームイン!!SUPER」は、4月改編で第1部の放送時間を繰り上げ、コアターゲットの視聴率が非常に上がるなど、この効果は出ています。それに続く「スッキリ!!」、そして「ラジかるッ」、これはほとんど改編前と視聴率が変わっていません。新しい帯番組として立ち上げたところですので、裏環境を見ながら、今後どういう形で視聴者層が変わってくるかというのを探っていきたいと思っています。

それから、例えばゴールデンウィークや夏休みなど視聴環境が変わる時期は、戦略週として特番対応なども含めて、人気番組の放送時間拡大などを考えています。5月の第2週は、サッカー中継が2枠ありましたので、拡大編成を行い、ゴールデン、プライムでトップをとっています。夏休みや「24時間テレビ」の週などは戦略週と考えており、こういうところでは、やはりゴールデン、プライム、全日をとりにいこうと考えています。

さらに、スポーツコンテンツ。野球中継のPR強化であったり、FIFAクラブワールドチャンピオンシップ トヨタカップに代表される大型のサッカー中継であったり、レスリングの世界選手権など、大型のスポーツ特番についても、積極的に視聴率を奪取したいと考えています。

2. プロ野球中継の交流戦について

記者：プロ野球の交流戦が始まり、観客動員の上でも盛況なカードも増えているようです。この点も含め、視聴率とともにどのように見えていますか。

久保社長：球場にはかなり観客が入っていますよね。しかし、テレビの地上波の視聴率は、ご覧のとおりですね。したがって、セ・パ交流戦の地上波の視聴率としては、昨年よりふるわないというか、私どもが期待しているところまでは来ていません。しかし、原監督率いるジャイアンツは、一所懸命やっていますし、ゲームそのものも、いずれも大変にスリリングな展開で、一方的な試合展開というのは、ほぼないのではないかと思います。

それから、読売新聞社、ジャイアンツ、そして日本テレビが一丸となった三者一体の様々なキャンペーンについても、全力を挙げて、去年以上にいろいろな企画もやっています。それぞれ手ごたえはあると思っています。これからおそらく阪神タイガースとの戦いなど、かなりおもしろい展開になっていくと思いますし、引き続き強く期待しています。明らかにゲーム内容は、去年とは違います。ただ、一旦テレビの前から離れてしまったお客さまを取り戻すのは、なかなか大変なことだなというのが率直な感想です。

野球人気そのものが衰えてきたのかどうかというところから考えると、決してそうではない。有料受信のSKY PerfectV!経由のプロ野球パック等の人気とか、契約者の増大ぶり、あるいは衛星放送で受信して観ている方はどのくらいいるのか。テレビに限っても地上波テレビ以外のところでの露出全体を合わせると、ジャイアンツ戦の人気はどうかというところはありませんね。いろいろなところにお客さまが散ってきているのかなという感じは持っています。

ただ、私どもとしては、視聴率は視聴率として厳粛に受け止めますが、それでもこれはだめだというような話では全くないと思っています。日本テレビの野球中継に関しては、グループ三者での共同プロジェクトなど、全力を挙げて引き続き様々なPRを展開していきたいと思ひますし、ジャイアンツ戦のみならず、野球人気の裾野を拡げるといふ努力も引き続きしていきたいと思ひます。そこは、目先あるいは直前、直後の視聴率に一喜一憂することなく、スポーツソフトの中ではやはりプロ野球、プロ野球の中ではジャイアンツ戦といふ基本ソフトとしての位置づけは変わらない。軸足はぶれないように、とにかく頑張っていきたいと思ひます。

酒井武取締役執行役員（スポーツ・情報局長）：プロ野球は70年の歴史があり、さらにどうやって維持、発展させていくか、その中でテレビのできることといふのは自ずと決まっていますけれども、テレビができること、それからコミッショナーなどいろいろなところに働きかけて改善できることについては、野球文化をきちんと引き続き維持していこうといふ強い意志を持って取り組んでいきたいと考えています。目先のこともありますが、今ここで私どもが手を抜くといふことが、将来の野球文化の衰退につながると、私は常に現場のスタッフにも言っています。ここまで育った野球文化を衰退させるのは簡単ですけれども、やはり私どもの文化ですから、それをきちんと、どうやったらもっとおもしろく伝えられるかといふも思ひて放送しています。

3. 3月期決算と企業防衛策について

記者：先日、発表された3月期決算と企業防衛策についてお願いします。

久保社長：3月期決算については、当社は減収減益となり、東京キ一局の同業他社に比べ減収幅、減益幅とも大きく、非常に厳しい内容の決算となりました。現在、番組改編も含め構造的な改革に取り組んでおり、ここがこらえどころ、厳しい試練の年であると感じています。

それから、企業防衛策を5月18日の決算発表の際に併せて発表しました。6月29日に予定されている株主総会でお諮りをしたいと思ひていますが、その心は、私どもの放送事業の特性から申し上げて、やはり長期安定的に我が社の株を保有していただく株主様を歓迎したいと願っているといふことです。私どもの仕事特殊ですとか、特別な地位にあるとかといふ意味ではありません。放送事業の特性からすると、やはり短期の売買で会社ごと売り買いして、利益を上げていこうといふような行動に出られるといふことは、免許事業である放送

事業者に課せられた使命とは違うのではないかなと。私どもも企業価値向上のため、絶えず努力を積み重ね、株主の皆様には長期安定的に保有していただいた上で、私どもの企業経営、放送事業に対してご注文いただくという形にしていいただければと願っています。

記者：企業買収防衛策について、長期安定株主がまだ十分でないという認識があるのか。株主総会にかけずに決めるという選択もあったと思いますが？

久保社長：私どもの筆頭株主は読売新聞社を中心とした読売新聞グループですが、その筆頭株主を中心として日本テレビを支えてくださり、また、放送事業の特性も理解している株主の皆さまは相当数いらっしゃると思います。

しかしながら、こうしたことを無視して敵対的な買収を仕掛けられる可能性は否定できないと考えています。このような事態に備えることを重ねて株主の皆さんにお願いするため、取締役会で決め、機動性を発揮してやる方法より、やはり株主の皆さまのご意見を伺ってからと考えました。

私どもの企業防衛策の特徴は、株主総会に諮る、しかも導入してもその有効期間は1年とし、併せて取締役の任期も、来年以降1年に短縮し、同時に機動性を持たせるための工夫、仕組みも整えました。これを株主様の判断を仰いだ上で導入したいと考えています。

4. 中期経営計画について

記者：同時に発表した中期経営計画の実現に向けて、考えていることは？

久保社長：在京5社の単体・連結の決算の数字を比較しますと、私どもの放送収入が減っています。と同時に、放送外収入の部分も、同業他社に比べて、本来私どもが持っている制作パワーからすると、やや放送外収入の上がり方が少ないのではないかなと思っています。

放送収入については、何度も同じことを申し上げていますが、とにかく発明品の番組、視聴者やスポンサーさんから評価をいただけるような、質的にも満足度の高い番組をつくり出していくことが第一。そして、そのコンテンツを中心としていろいろな収入を得ることが第二と考えています。

特に放送外収入については、冒頭紹介しましたフォーマット化権などのライセンスビジネスの拡大、あるいは同業他社に比べて出遅れ感が否めないテレビショッピングなどの通販事業に本格的に取り組んでいきますし、次々と具体的に取り組む事業を皆さまにお話ししていきたいと思っています。

ワンセグサービスについては、リクルートさんと提携をして、新しいサービスを始めました。(参照 <http://www.ntv.co.jp/info/news/291.html>) 私どもは実験をやる会社ではありませんので、収入をあげるビジネスモデルを構築しなければお互いメリットはありません。これも引き続き、さらなる具体案を第二弾、第三弾とお話しできればと思っています。

5. 「放送・通信の在り方に関する懇談会」の議論について

記者：竹中懇談会は報告書のとりまとめに向け議論をしていますが、その方向性をどのように見ているか、また今後に期待することなどはありますか？

久保社長：竹中懇談会のありようとか、議論されている内容の方向性等については、民放連を中心として要望等々を出しており、それは、いろいろな機会に民放連から皆さまにお話をしていると思いますので、それに私からあえて付け加えることもありませんが、やはりこれまで50年以上に渡って支えてきた放送制度の現実をぜひご理解いただき、それに立脚した議論をしていただきたいと思います。

それから、私ども地上波放送局は、技術の進歩を否定しているわけでは決してありません。それは積極的に受け入れて、それが視聴者利益に適うような方向で実現できればと、私どもとしても相当前からいろいろ取り組んできましたし、それは今後とも変わりません。

ただ、IPマルチキャストについては、やはり現行の県域別、地域別の免許制度に立脚した再送信同意、つまり、デジタル化を進めていく上での難視聴対策としての補完手段として有効に活用していただきたいということは、申し上げたいと思います。

6. F I F Aワールドカップへの期待と営業収入への影響

記者：目前にワールドカップの開幕を控え、営業収入に関してはどのくらい上がると見込んでいますか。また、番組にはどのような期待をしていますか？

久保社長：まず営業面は、細川副社長から、中継番組に関しては酒井取締役からお話いたします。

細川知正副社長：営業的にはオリンピックと同様で、その月收入が上がることになります。現在交渉が大詰めを迎えているところなので、数字を直接申し上げられませんが、ある程度のスケールで収支の合うものだということです。

ただ、いいことばかりではなく、例えば6月度のスポット収入が前年同月をクリアするかどうかというのは、かなり厳しいかなというような見方が同時に出ています。現状では冬季オリンピックを上回ることを期待するとだけ申し上げておきます。

酒井取締役：ワールドカップには、皆さんが期待しているのと同じような期待をしています。2002年の大会も、当初外国チーム同士は関心が低いのではという声がありましたが、結果、30%から40%を超える高視聴率となりました。開催国だったという事情を除いても、今回も外国チーム同士の試合であっても関心が高くなると期待しています。先日もフジテレビが、UEFAチャンピオンズリーグ決勝、FCバルセロナ対アーセナル戦を放送しましたが、深夜にも関わらず視聴率は3%でした、あの時間（午前3時～）で3%というのはすごい数字です。ヨーロッパチャンピオンズリーグは本当に通の人が見る試合ですが、ワールドカップは一般の人でも非常に関心が高いわけで、そういう意味ではどの試合もみんないい視聴率をとるのではないかと。日本戦以外でも、いい中継をお見せしなくてははいけないと思っています。

久保社長：ワールドカップで私自身、そして日本の視聴者の皆さんも、世界に対する関心が非常に高まってきたと思います。もちろん、日本のチームがどのくらい強くて、どのくらい頑張ってくれるのか、どの選手が活躍するのかということに最も強い関心と期待をお持ちでしょうから、それを中心に日本のメディアとして報道が展開されるというのは、これは当然のことだろうとは思いますが。と同時に、世界にこれだけのファンがいて、これだけの人がテレビの前に座って、自分の国を応援する。あるいは自分の国と戦うチームがどういうところなのかということを理解するという大変貴重な機会だと思うのです。そういう意味では、ワールドカップをテレビのみならず、日本のメディアがこうした視線で伝えるようになってから、世界に対する関心、目の向け方が相当違ってきたのではないかと思います。

我々が放送するのは、アルゼンチン対セルビアモンテネグロ戦ですが、セルビアモンテネグロとして出るのは今度が最後で、次回からは、セルビアとモンテネグロ別々に出場権を争うことになります。試合を通じ、サッカーが強いのか弱いのかというだけでなく、今後どういう国になるのかということを理解する機会にもなるわけです。

日本の対戦相手では、クロアチアはどういう国なのか、今まであまり関心なかった国に興味を持つ。そういう意味でオリンピックとはまた違う意義があるのではないかと考えています。

7. 恒例「日テレecoウィークエンド」について

記者：「日テレecoウィークエンド」についてお願いします。

久保社長：エコ活動には、私ども会社として積極的に取り組んでいます。その一環で、今年も社内の冷房の設定を上げ、ノーネクタイ、半袖を推奨する「クールビズ」を行います。またエコの特番を全国ネットで6月4日（日）15時から1時間半放送し、夏の24時間テレビでも昨年に引き続き「環境」を1つのテーマにして取り組みます。今週末6月2日（金）から4日（日）まで開催する「日テレecoウィークエンドイベント」は、ご案内のとおりですが、このイベントや特番についても、スポンサーの皆さまには多大なご理解および様々なご協力をいただいています。

（参照）

「日テレecoウィークエンド」のURL

<http://www.ntv.co.jp/lohas/index.html>

記者：ありがとうございました。

（了）