

2007年10月29日日本テレビ 定例会長社長記者会見**<発表>**

久保伸太郎社長：まず、24時間テレビの募金について報告させていただきます。9月末で一旦締め切りまして、10億1,544万2574円、歴代4位となる募金をいただきました。皆さまのご協力に感謝します。近年目立ったところでは、チャリティーグッズのうち、Tシャツの売り上げが年々増えてきていますが、今年は過去最高となり、どのサイズもまんべんなくお買い上げいただいているということが特徴でした。また、番組などを通じて新潟県中越沖地震への募金も呼びかけており、今月16日に追加支援として2,000万円の義援金を知事にお届けいたしました。皆さまからお預かりした募金は、今後も、福祉・環境・災害援助に活用させていただきます。

続いて、NTTドコモと日本テレビで設立したLLP、有限責任の事業組合D.N. ドリームパートナーズが制作したドラマ「ハリ系」を、MY日テレで、携帯向けに全編配信いたします。これまでスピンオフドラマや予告編等の配信は実施してきましたが、ドラマ本編を全編配信するのは、業界初の試みです。

1. 新番組及び最近の視聴率の状況

記者：新番組及び最近の視聴率の状況についてお願いします。

久保社長：全体的には、午前の時間帯は着実に改善の成果が上がってきています。世帯視聴率だけでなく、弱いと言われていた若者、女性層等から、着実に支持を得られるような番組改善が進んでいると感じています。新番組については、個別の課題はまだまだたくさん残っておりますが、概ね順調に立ち上がったのではないかなと思っています。

上半期は、土曜・日曜だけをみると、全日・ゴールデン・プライム・ノンプライムともにトップ、いわゆる四冠王です。しかし月曜から金曜でみると、週によってはゴールデン、プライムが最下位というようなこともあり、特に週のはじまりである月曜、火曜の立て直しに力を注いでいます。

もう1つ、番組改編での大きな課題は午後帯です。午前は着実に成果が上がってきましたが、午後の時間帯については、長年続いてきた情報系の番組等を取りやめ、あるいは中身を変えました。まだ10月から始めたばかりですから、反応等を検証しつつ、多少時間はかかるかもしれませんが、我慢して、少しずつ内容を改善していこうと考えています。

室川治久取締役：午前帯に関しては、先週も非常に高視聴率で、特に「スッキリ！！」は26日（金）には、12.8%と番組最高の視聴率をとり、当然、週平均、月平均でも最高となりました。その後続く「ラジかるッ」も週平均及び月間平均でも過去最高を出している。午前帯に関しては盤石な状況が生まれつつあるということで、これからの課題は、午後帯をどのようにつくっていくかです。

新番組「おもいっきりイイ！！テレビ」は、みのもんたさんも新しい出演者と、これまでとは違った環境の中で始めたわけですが、みのさんの実績から見ても、当然のことながら徐々に視聴率は上がっていくものと考えています。ゆっくりと育てて、最高のものにしていきたいと思っています。現在、平均視聴率が6%程度ですが、F1、F2が非常に増えています。これまで多かったF3が逆に減っているという、ある種の入れ替えが行われているという状況ですが、今後はいわゆるF3の方たちも訴求できるようなことも含めて考えて、各年齢層をトータルで取り込んでいけるよう改善していければと思っています。

「ドラバラZONE」は、始まったばかりですから、結果を見ながら今後どうしていくかということを考えています。

「くちコミ☆ジョニー！」は、今はまだ苦戦しています。汐留のクリスタルホールから、生放送でお送りしていますが、生番組の特性、なおかつ会場にお客さまを入れているという状況も踏まえて、試行錯誤しながら、鉱脈を探すべくいろいろな形にトライしていきたいと考えています。

この他の課題である夜の時間帯ですが、新番組は全体としてはうまくいっています。個別では、10月15日からスタートした月曜22時の「オジサンズ11」は、2回の平均が9.8%。一ケタ番組と言われるかもしれませんが、前枠の平均が7%でしたから、よくなっている。番組に対する評価も非常に高いものがあります。あれだけの大物司会者が揃っていますので、これから企画を如何様にもつくり出すことができることが強みで、いろいろな料理の仕方があります。力のある番組だと思いますので、他局の非常に強いソフトに対してどうやっていくか、じっくりと慌てずに、ゆっくりと育てていきたいと思っています。また、オジサンズなので、F3、M3がターゲットかといいますと、実はF1、F2の反応が良く、幅広い視聴者層を獲得できるのではないかと考えています。

弱いと言われた火曜日19時で「おネエ★MANS」を10月23日から開始しました。初回が11.2%、まずまずのスタートです。前枠の平均が6.8%ですから、非常に改善されています。特にIKKOさんの人気が高い福岡地区などでは15%近い視聴率を出しています。女性に好かれている番組なので、今後は女性向け雑誌とのコラボ企画や携帯サイトなどの展開と、ますます発展性のある、女性に向けて発信していく番組になるだろうと期待しています。

ドラマは、火曜22時の「有閑倶楽部」、水曜22時の「働きマン」、土曜日20時「ドリーム☆アゲイン」ですが、「有閑倶楽部」は初回が15.9%、2回目が13.7%で、これはティーンとF2に非常に人気が高い。期待に応えて高視聴率をあげている状況です。

水曜22時の「働きマン」も初回が15.7%、2回目が12.3%、3回目が13%で、ティーン、F1、F2に、これも安定した人気がある。3回目までこのぐらいの視聴率を出せば、ほぼ順調にいくだろうと予想しています。

土曜21時の「ドリーム☆アゲイン」は、初回こそ12.9%でしたが、ここは厳しい状況です。他局に強いソフトがあったため苦戦しています。ただ、中身のある番組で評価はとて面白いので、地道に育て、番組宣伝も含めて巻き返していきたいと思っています。

このほか、既にスタートしていた「秘密のケンミンSHOW」が先週13.2%、「太田光の私が総理大臣になったら…秘書田中」が15.1%を取るなど、レギュラー番組が少しずつ伸びてきている。全体像としてはかなりいい状況になっていると言えると思います。

これで火曜日21時「週刊オリラジ経済白書」水曜20時の「今田ハウジング!!」あたりが、もう少し伸びてくれると盤石になるだろうという状況です。

2. CWCへの取り組みと、年末年始の番組編成の方針

記者：サッカーのクラブワールドカップや、年末年始の番組編成や方針についてお願いします。

久保社長：年末年始の特番については、もう少しお待ちください。来年は、開局55周年、当然それを念頭においた仕込みをいろいろしていますので、これもあわせてお知らせできればと思っています。

CWC、TOYOTAプレゼンツFIFAクラブワールドカップジャパン2007には、様々な働き掛けの成果で、日本チームが出られることになりました。本当の意味での世界一を決める大会であり、開催国特権も含めてFIFAその他様々なところとの話し合いの末、実現したので、去年までとはまた違った盛り上げ方ができるし、盛り上がりも期待できと思っています。開幕直前には様々な特番も組みたいと思っています。

3. プロ野球放送の総括と来期の展望

記者：巨人戦の中継に関して、リーグ優勝の際に地上波の放送がなかった理由などを含めて、今期のプロ野球中継の総括と来期の展望を。

久保社長：ペナントレースの巨人戦中継については、平均視聴率が、9.8%でした。前シーズンに比べて0.2%上りました。残念ながらニケタには及びませんが、これをどう評価するかだと思います。それから、地上波、BS日テレ、CSの日テレG+での総合編成による巨人戦放送がどういう成果を生んだのかということについては、きちんと検証しつつあるところです。

巨人優勝決定の時に地上波の中継がなかったということで、各方面からお叱りを受けました。勝負事ですからあの時期に巨人の優勝が決まるということももっと事前にわかっていれば当然違う対応をしましたが、期末期首の編成ということで特番を準備していましたから、結果的に間に合わなかったということです。それで様々な工夫をして、特番のスポンサーにもご了解をいただいて、十数分後に優勝決定のシーンを10分間放送するなどの工夫を最大限したつもりです。このことについては、様々なご意見・ご批判もあるでしょうし、現実にはたくさん耳に届いていますが、一方でまたそうでない視聴者の皆さまの声もありますから、そういうことを総合的に判断していきたいと思います。

ただ、ジャイアンツに関しては、読売新聞、報知新聞、そして日本テレビも含めたメディアグループとしては最大のスポーツソフトの財産ですので、これをどう活かしていくかという高い見地に立てば、やはりもっと柔軟性のある緊急編成ができてよかったのではないかという声については、十分耳を傾けていかなければいけないと思います。これは、毎年来ることなので、柔軟編成、緊急編成の柔軟度ということについてももう一度考え直してみようと思っています。

記者：平均視聴率0.2%アップをどう評価しますか。

久保社長：結果的に見て、去年あるいは一昨年、ジャイアンツ人気、あるいはプロ野球の人気がどん底だったのかなと感じています。そういう意味で言えば改善の兆しというか、きっかけは何かつかんだと思います。これをぜひ来シーズンにもつなげていきたい。平均視聴率で0.2%のアップというのは大したことないと思われるかもしれませんが、私どもの世界では大変な数字です。もちろん、最終的には日本シリーズで勝ってもらおうということが、私どものグループとしては最大の願いではあったけれども、とにかく第一段階として去年の最

悪期は脱出して、ペナントレースはリーグ優勝をとにかく勝ち得ました。その過程で若い選手も出てきたりして、この辺も来シーズンにつながればと思っていますということです。

4. 営業状況及び放送外収入について

記者：営業状況及び放送外収入の動向について。

久保社長：営業状況イコール上半期の決算ということになると思うのですが、4月－9月の第一四半期が終わったところで、これはまもなく発表になるので、今日の会見では控えさせていただきます。

10月以降の営業の見通しは、視聴率の中身の改善を踏まえてスポットの収入等についても、スポンサーの反応もだいぶよくなってきたということがあります。もっと申し上げますと、午前の時間帯のベルト番組、情報系の番組等について、今まで日本テレビはどちらかというとやや年齢層が高かったものですから、その改善を図っています。それが一定のタイムラグを経て、スポンサーにも日本テレビの改善努力というところが評価されて、下半期、スポット収入の改善につながってくればと期待をしているところです。

また、営業局初の女性だけのプロジェクトチームがアパレルメーカーのワールドと提携して「Reflect O'clock」を企画し、トータルプロデュースしました。これはキャリア女性を中心に支持を集める洋服のブランド「Reflect」をご紹介します新たな広告です。日本テレビ敷地内の大階段前に、12体のマネキンを収めた「Reflect O'clock」を設置し、時間の経過とともに照明が動いてその時間にあった洋服の組み合わせが照らし出されるというものです。

番組のスポンサーを探し、スポットのCMを何とか増やそうという一方で、こうした販売促進企画連動型のテレビ媒体の活用という提案もやっていきたいと考えています。

一方で、今まで手薄だった放送外収入に力を入れてきているということを繰り返して申し上げてきました。映画の収入について、今年は「DEATH NOTE」や、「ALWAYS 三丁目の夕日」といった昨年のような強力な作品が残念ながらありませんでした。それでも「東京タワー」の興行収入がおおよそ20億円、「舞妓 Haaaaan !!!」が20億円ということで、映画事業は順調に推移しています。それから、通販についても絶対額で比較すると放送収入にはまだまだ及びませんが、非常に伸びています。

今後は「ALWAYS 三丁目の夕日」の続編、「ALWAYS 続・三丁目の夕日」を11月3日から公開します。それについては様々なクロスメディアで宣伝を展開しています。お気づきになった方もいらっしゃると思いますが、映画の製作委員会の働きかけで全国407の書店と提携して、売り場に「三丁目の夕日と昭和ノスタルジア」というコーナーを設けて、昭和30年代をしのぶような企画コーナーを展開しています。

さらに、ワンセグ携帯電話から「ALWAYS 続・三丁目の夕日」の特別割引鑑賞券が入手できるという試みを実施します。去る9月にも、ワンセグで日本テレビを視聴された方を対象に、データ放送で自動的に蓄積される「クーポン」から、コカ・コーラの新製品、缶コーヒー飲料の無料サンプリングキャンペーンへの誘導を行なう広告実験を行いました。そのシステムをうまく活用したものです。今回は、無料ではありませんが映画特別割引券（大人・一般：通常料金から300円引き、小人・学生：通常料金から200円引き、シニアは除く）が入手できます。

それから、「夕日町三丁目ジオラマ」を作りました。映画の舞台となった夕日町三丁目の鈴木オートと茶川商店という店を中心とした80分の1サイズの精巧なジオラマです。手作りで、店内まで細かく作りこまれています。最初の10セットは山崎貴監督のサイン入りで、38万8,000円。これは、ご要望にお応えして作ったもので、日テレ屋で通信販売しています。昭和ブームもこういうところに着実に広がってきています。



夕日町三丁目ジオラマの画像

5. その他

記者：ボクシングの亀田問題について、一連の今回の騒動をどうみていますか？

久保社長： 亀田三兄弟が現れた当初から、主として活字媒体の方から様々な声がありましたよね。結果がああなってみると、やっぱりそうだったのかという感じがしないでもない。しかし、ボクシングの世界チャンピオンになったOBの方の話をテレビや新聞で見比べてみる限り、将来性のある、まだ若い人ですから、これをよい薬にして立ち上がって、プロボクシングといわず、プロスポーツの魅力を、テレビを通じて伝えることにもう一度チャレンジしてもらいたいと思います。やはりスポーツというのは筋書きがないドラマが展開され、最も生中継に向いているソフトですから。今回の件については、非常に不幸な出来事だったかもしれないですけど、若い、まだ前途ある選手だということをボクシング界の方がおっしゃるのであれば、それに沿ってぜひ再起していただきたいと思います。

記者：TBSの放送責任は？

久保社長：それはTBSなりの経営判断、または現場の番組制作者の判断なのかもしれませんが、私どもから見れば、TBSとしては1つのスポーツソフトを育てていこうという判断があったのだらうと思います。その結末が大方の予想どおりというか、不幸に的中してしまったということではないですか。

しかし、TBSだけを責めるわけにいかないのではないのでしょうか。皆さま、あらゆる媒体が、乗ったのではないのでしょうか。でも、その裏側はわからないでもないですよ。今、みんなスターを渴望しているでしょう。それも、世界に通用する選手がほしい。それはメジャーリーグでも、フィギュアスケートでも、サッカーでも、ありとあらゆるスポーツの世界で、世界に通用する選手を見たい、知りたい、早く育ててほしいという気持ちが関係者というか、競技団体の人たちだけでなく、すべてのスポーツファンの中に強くあるのではないのでしょうか。あくまでもその反映ですよ。だから、それが多少行き過ぎてしまったのではないか。どこかでブレーキがかからなくなってしまったのかなと思います。

(了)