

## **2010年4月26日　日本テレビ 定例記者会見**

### **〈 全文 〉**

#### **<発表>**

細川知正社長：先週放送しました「土曜の嵐」は、おかげさまで順調に視聴率が獲得できました。また日本テレビは今年も「24時間テレビ 33 ありがとう～今、あの人に伝えたい～」を実施、放送します。会場は武道館へ戻り、TOKIOの皆さんに史上初となる3回目のメインパーソナリティーをお願いすることになりました。

#### **1. 最近の視聴率動向と編成戦略**

舛方勝宏専務：先週はプライムタイム、ゴールデンタイムでトップがとれました。ちょうど1年前、2009年度の初頭は7週連続でフジテレビがトップ、四冠王でした。今年は4週目に日本テレビが崩したということになります。

曜日別で見ますと、プライムタイム4時間の平均では、日本テレビの土曜日が16.9%でフジテレビの2倍の視聴率をとっています。これは「嵐にしやがれ」や「怪物くん」が非常に快調であることが要因でした。そして「世界一受けたい授業」が19.3%と番組最高視聴率をとりました。2004年10月にスタートして以来、これまでの最高は2007年12月の19.1%で、今回は久しぶりにこの数字を上回りました。先日NHKの幹部と話した際、こういう番組こそNHKが作りたかったものだとおっしゃっていました。しかし、民放の日本テレビだからこそ作れたと思っています。「世界一受けたい授業」が番組最高視聴率をとったこと、「嵐にしやがれ」「怪物くん」が良かったことで土曜日はこれまで以上に好調であったと言えます。ただし昨年の同じ時期と比べますと、例えば月曜日のプライムタイムは視聴率11%台でしたが、先週は9.5%ですからなかなか全てが順調とはいきません。またスポンサーニーズの高い層では、ゴールデンタイム、プライムタイムでほとんどフジテレビに並び、これはとても喜ばしいことです。視聴者ターゲットが変わってきて、日本テレビとフジテレビが比較的スポンサーニーズの高い層を重視し、他の局は熟年層等をやや重視しているという形で、二極化が一層進んだという感じがします。

またドラマでは、この4月からは水曜日22時、「曲げられない女」の後に「Mother」を放送しています。この時間帯は女性の皆さん、特に3~40代の女性たちに観て頂きたいと考えています。「Mother」は完成度の高い作品であると自信を持っていましたが、実際に安定した視聴率をとっています。1回目は11.8%、2回目が12.0%で、一般的にドラマの場合、初回の視聴率が良くて2回目で2~3ポイント落ちることが多いのですが、「Mother」はわずかながら上がったこと、そしてスポンサーニーズの高い層も非常に多く観ているので、これはまだ視聴率が上がってくると感じています。

土曜日21時の「怪物くん」も、子どもたちだけが観ているのではなく、3~40代のお父さんがお子さんと一緒に観ているということがデータに表れてきています。お父さんが漫画で楽しんだものを、お子さんも一緒に家族で観ているということになります。ドラマの2番組とも2桁の視聴率を維持しているのは大変喜ばしい状況です。

平日の19時台が課題であると再三申し上げてきましたが、視聴率2桁を安定してとるために、「SUPER SURPRISE」を大幅に改編して番組を入れ替えました。月曜日「不可思議探偵団」、火曜日「火曜サプライズ」、水曜日「密室謎解きバラエティー 脱出ゲームD E R O！」、木曜日「ミリオンダイス」、金曜日「うんちくクン」とやや苦戦をしていますが、その中で先週水曜日の「密室謎解きバラエティー 脱出ゲームD E R O！」がスポンサーニーズの高い層でフジテレビを上回りました。これはいずれ上がってくると感じています。また、フジテレビの19時台が4月に入って若干視聴率が落ちています。テレビ朝日、TBSも19時台にバラエティー等新番組を投入して混戦になるだろうと申し上げてきましたが、相変わらずフジテレビが強いことは強いのですが少し落ちてきたかと思います。この変化は重要なポイントです。じわじわとスポンサーニーズの高い層の視聴も増えており、もう少し時間をかけければ突破口を開けると思っています。

そして野球中継は、開幕から他局を含め巨人戦のナイターで11ゲームが放送されました。好材料としては先週土曜日にNHKが巨人・広島戦で14.3%をとりました。これは野球中継として今期最高の視聴率です。今シーズンの各局の野球中継の中で、関東地方で2桁の視聴率だったのは開幕の3月26日巨人・ヤクルト戦、4月6日の阪神・巨人戦、4月7日阪神・巨人戦、これが11.3%、10.1%、10.5%でした。そして、4月17日ヤクルト・巨人戦で11.3%、なかなか12%を超えなかったのですがNHKが14.3%をとったのです。今週は各局で4試合の地上波ナイター中継がありますので、この流れでプロ野球がもう少し盛り上がる

っていけばいいと思っています。ここまで各局野球中継の平均は9.9%、昨年の各局野球中継は全32試合で平均視聴率が10%でしたから、少しスタートがもたついている感じがします。ただし、これまでにも申し上げているように子どもたちにさらに中継を観て頂けていますので、将来的なファンの開拓という意味では希望を持てると考えています。

そのほか、帯番組の改編ではまだ顕著には視聴率が変化しておらず、おおよそ横ばいで推移しています。一方、今週注目して頂きたいのは4月30日金曜日19時からの「ワールドプレミアムボクシング WBC王者長谷川穂積×WBO王者&西岡V4戦」です。ボクシングのダブル世界戦で1試合は長谷川穂積選手の防衛戦です。長谷川選手はこれまでの3試合でも10ラウンドを戦ったことはなく、あっと言う間にノックアウトしてしまうほど強いのですが、今回は挑戦者が強いのでもう少し長くご覧頂けるのではないかと思います。また視聴率も期待しています。この試合が今週の見どころです。

また、3月15日から4月11日まで4週の特番週、各局のプライムタイム4時間の視聴率を見ますと、スポンサーニーズの高い層を獲得した本数では日本テレビがフジテレビを上回りました。これは視聴者の傾向が変わってきたことを意味します。2006年から視聴者ターゲットを変えようとこれまで様々な工夫をしてきましたが、4年目にしてやっと成果が見えてきました。先ほど申し上げたように同じ民放キー局でも視聴率の重点を置くポイントが2つに分かれたと感じています。日本テレビはフジテレビと同じようにスポンサーニーズの高い層を中心に編成を変え、それがようやく特番週を含め結果に出てきた形です。

**記者：NHKの「あさイチ」について、かなり民放的な制作手法で視聴率も若干上がっているかと思いますので、その手法と影響について聞かせて下さい。**

**舛方専務：**確かに7時50分ぐらいからNHKを見る方が増え、民放は少し視聴者を取られているという感じはしますが、日本テレビの視聴者層はNHKとは違うと見えています。NHKは新しい挑戦をしていますが、私たちの番組担当者は大きな影響を受けていないと話しています。

## 2. 営業収入と放送外収入

記者：営業状況と放送外収入についてお願ひします。

細川社長：前年度の決算が間もなく出ますが、かなり大幅な減収ですが増益という決算になるだろうと思います。また、いわゆる放送外収入が映画事業、商品事業を中心に売上・利益ともに前年に比べるとかなり拡大するであろうと見ています。

そして、新年度 4 月についてはまだ集計が終わっていませんが、タイムセールスでは前年同月比 100% 達成は難しい、特にレギュラー番組に関してはそうなると見ています。単発等含め 100% に近づいていく形にはなると思うが、やはり前年同月比でタイムセールスも 100% を超えたと報告できるのはもう少し先だと思います。

一方、スポットセールスは今の状況で見ると 4 月は前年同月比で 115% ぐらいまで伸びるのではないかでしょうか。5 月も前年同月比 100% は超えるだろうと見ていますが、これだけでスポットセールスが好況になったとは言えないと思います。まだ一昨年同月比の 100% に達するか達しないかという状況ですから、好況になったということではなく下げる止まった、これは前回も申し上げましたが、その傾向はどうやら新年度に入っても変わらないようです。非常にいい傾向としては、3 月に続いて 4 月もエリア平均で前年同月比 100% を超える見通しです。繰り返しになりますが、タイムセールスは非常に厳しいがスポットセールスに関しては、ある程度手応えが出てきています。

放送外収入では、主力の映画事業で出資映画である読売テレビの「名探偵コナン 天空の難破船」が極めて順調です。そしてイベント事業は、横浜美術館で開催している「ポンペイ展 世界遺産 古代ローマ文明の奇跡」も大変好調です。一方、渋谷の Bunkamura ザ・ミュージアムで開催中の「美しき挑発 レンピッカ展 本能に生きた伝説の画家」は 1 日の平均入場者数が増えてきていますが、当初の目標に比べ若干少ないと感じています。知名度をもう少し上げる必要があると考えています。

## 3. 地デジの進捗状況

記者：地デジの進捗状況について聞かせて下さい。

細川社長：地デジに関しては前回も申し上げたように、私どもはキー局の中で

も割と早い段階でいわゆる「レターBOX化」を始めました。4月5日から生放送番組を除く全番組でアナログ放送のレターBOX化に取り組み、順調に進めています。一方、受信機の普及等については既に予定のペースを上回っているようです。また来年7月24日のデジタル移行の際の手法については詳細がはっきりしていませんでしたが、ソフトランディングの形でアナログ放送を停波してデジタル放送に切り替えなければいけないので、どういう形態が一番良いのか、現場を含めて民放連レベルで具体的な検討に入っています。地デジに関しては引き続き受信用アンテナ問題の告知等やらなくてはいけないことはまだ残っていますので、やれることはあらゆることをやっていく、これは変わらない方針です。

#### 4. その他

記者：先週3Dテレビが発売されましたが、日本テレビとして3Dテレビの活用策等、どのような検討をしているのかお願いします。

細川社長：3Dに関しては2月の会見でも触れましたが、地上波で放送するにはまだいくつか障害があります。ソフトを制作する、コンテンツを供給する会社としましては当然3Dの需要が近いうちに出てくると想定して、様々な形の取り組みをしています。

舛方専務：大がかりではありませんが、例えば桜を撮影してどのような感じで映るのか、あるいは野球中継を3Dでやってみると、どのような奥行きが出るのかというテストを行い、制作や技術も入れてプロジェクトという形で準備をしています。しかし、これを放送するなりますと、2月の会見でも社長が申し上げたように健康の問題等が検証されて、安全性が確認されないと地上波では難しいと見えています。今後、一部の有料課金放送等では放送されますので、こうした状況も参考にしていきます。

記者：3Dについて家電メーカー等、スポンサーの関心はどうでしょうか。

細川社長：家電メーカーから放送機材を買いませんか、一緒に実験的に制作してみませんか、という形のアプローチは出てきています。しかし、地上波の無料放送ではまだこれからという気がします。かつてカラー放送の開始時に盛んにカラーの番組を営業持ち込みのような形で放送したことはありますが、まだそのレベルではありません。

記者：原口総務大臣が民主党内の勉強会で、電波オークションの導入について検討したいと発言されたと聞いています。現段階でのどのように受け止めているか、聞かせて下さい。

細川社長：当然私どもとしても注目しています。今後、有限の国民の財産である電波を利用していく上でいろいろな検討がされる中で、きちんと公平にいろいろな意見や材料を集めて検討して頂ければ、誰もが納得できる方向性が出てくると思っています。

記者：フジテレビが海外の番組制作会社フリーマントルメディアと提携して人材交流をすると発表しました。世界に通用するバラエティーと一緒に作ろうと世界マーケットを目指した動きをしていますが、どのように受け止めていますか。また、世界のマーケットにどう挑戦していくか、現段階での戦略等教えて下さい。

細川社長：フジテレビの取り組みは素晴らしいと考えています。私どもも海外市場には十分に目配せしています。基本的にはフォーマットを含むコンテンツの販売を、量だけでなく質的にもどう拡大できるか検討している段階です。

舛方専務： フォーマット販売については、私どもでは 1993 年 2 月に「クイズ世界は S H O W b y ショーバイ！！」でまず始めました。これは相当販売できました。その後、「¥マネーの虎」を 2002 年 4 月からフォーマット販売し、これまでに 20 以上の国と地域に販売しました。現在は日本テレビグループ内横断の G T P ( Global TV Project ) に取り組んでいます。ひとつは、海外市場に向けた番組企画をグループ内から募集し、数分の紹介 V T R を制作して「逆黒船テレビ」として放送した後、マーケットニーズに合うものを世界のテレビ市場にフォーマットとして販売するペーパーフォーマットビジネスです。既に BBC・Worldwide と 「Human Arcade」という企画の全世界配給権契約が決定しており、これからの展開が期待されるところです。さらに「共同企画開発」をアメリカの大手プロダクション Light Hearted Entertainment 社と 2 年前から進めています。両社のプロデューサーが文化の違い、市場の違い等を理解しながら、両国を行き来して番組を作り上げていくものです。アメリカで番組が当たると全世界で欲しいという放送局が増えてきますし、アジアでも、ある国をキーにすると東南アジア各国でも、それを買いたいという局が増えてきます。そういう番組が何本も出ると市場として期待できると思います。

記者：共同でアイデアを出して、実際に流通に乗った企画はありますか。

舛方専務：間もなくです。「逆黒船テレビ」から生まれた番組「Move This; It's Yours!」には、あるアジアのテレビ局が大変関心を持っています。うまくいけばアジア5、6カ国で放送できると思います。パイ投げ推理ゲーム「REVENGE OF THE PIE」という企画はアメリカやフランス等で評判が良く、いくつかの会社が関心を示しています。

記者：先日BPOの放送倫理検証委員会が、「行列のできる法律相談所」について調査を始めました。見解を聞かせて下さい。

細川社長：恐妻家特集をやっていて、司会の島田紳助さんがあのタッチで話している話ですから、BPOが関心を持たれているような意図は全くありません。ただし受け取りようによっては、そう取れる危険性があるのであれば私どもとしては気をつけなければなりません。今後の番組の作り方等については十分配慮していきたいと思っています。

(了)