

2010年10月25日 日本テレビ 定例記者会見**《 全文 》****<発表>**

細川知正社長：まず、今年の8月28日、29日に放送しました「24時間テレビ33 ありがとう～今、あの人に伝えたい～」に寄せられた募金について、9月30日現在で全国集計を行った結果、9億7,402万8,568円となりました。また「チャリTシャツ」も歴代4位の枚数となる38万5,297枚を売り上げました。改めてご参加下さった皆さまに感謝申し上げます。異常な猛暑の中でご参加下さった皆さま方の体調等、心配いたしました、良い形で終わられたと考えています。全国から寄せられた募金は経費を一切差し引く事なく、全額を支援活動に活用させていただきます。

次に、「金曜ロードショー」が10月で25周年を迎えました。1985年10月4日に水曜日から金曜日へ枠を移動し、日本テレビでは7番目の長寿番組となります。11月から年末までは「ラブ&ファンタジーシリーズ」として放送します。特に19日には「ハリー・ポッターと不死鳥の騎士団」を「金曜特別ロードショー4時間スペシャル」として、19時から見所を紹介する特別番組を含め放送します。映画は20時からです。「金曜ロードショー」では、この放送枠でしか観る事のできないラインナップを年末にかけて放送しますので、ぜひご期待下さい。

また、APEC第8回電気通信・情報産業大臣会合が10月28日（木）から沖縄県名護市で開かれ、併設の展示会に日本テレビが開発しました技術製品・システムを出品します。ヘリコプターに搭載したカメラの映像を受信する際に自動的に電波を追尾して的確な方向を割り出して受信するシステムや、映像・音声进行中継伝送する際の圧縮と伸長に伴う遅れを減らすシステムを内蔵した中継装置、さらにインターネットを使って映像と音声のやりとりの遅れを減らすシステム等、最先端の技術製品・システムです。こうした技術は、テレビ放送だけでなく、災害救助活動等の分野でも活用できますので、広く世界の方にも知って頂きたいと考えています。

1. 視聴率動向と当面の編成戦略

記者：10 月期でドラマや新番組が始まりましたが、最近の視聴率動向と当面の編成についてお願いします。

舩方勝宏副社長：先週の世帯視聴率は 2 位だったものの、いわゆるスポンサーニーズの高い層については、19 日から 23 日までのプライムタイムは当社がトップでした。プライムタイムでは今年度、日本テレビは非常に好調です。年度では現在 30 週を終えたところで、日本テレビが 15 回トップ、フジテレビは 17 回で、その差は 2 回です。うち 4 回は両社が同率のトップで重複しています。今後、年度の残りをどのように追いつ上げるかが課題です。ここまでプライムタイムでは、想定以上に結果を残せていると言えます。

ドラマについては、水曜日 22 時の「黄金の豚 ー会計検査庁 特別調査課ー」は初回が 15.3%、土曜日 21 時の「Q10 (キュート)」も 15.3%で、ドラマが 2 枠とも 15%超えでスタートしたのは 3 年ぶりとなります。「Q10」の 2 回目は他局に強力な番組があり 10.2%でした。篠原涼子さん主演の「黄金の豚」も今週が 2 回目ですが、一定以上の視聴率を見込めると考えています。高い評価を頂いたドラマ「Mother」も初回は 11.8%でしたので、今回のドラマもいずれ視聴率を上げてくると見えています。

その「Mother」が「国際ドラマフェスティバル in TOKYO」の作品賞で優秀賞を受賞しました。子役の芦田愛菜さんも特別賞、主演の松雪泰子さんは主演女優賞、脚本の坂元裕二さんも脚本賞を獲得しました。また 3 月 27 日に放送しました単発ドラマ「山田太ードラマスペシャル 遠まわりの雨」も作品賞の優秀賞に選ばれました。こうした場で賞を頂く事は大きな自信となりますので、さらに制作力を強化していきたいところです。

10 月からは金曜 19 時で「金曜スーパープライム」が始まりました。こちらは当初の見込みよりも若干苦戦のスタートです。金曜日に 2 時間の番組枠を自由に使おうと企画したのですが、1 回目の 10 月 1 日が 10.0%、2 回目は 9.1%、3 回目が 8.7%、そして先週の 4 回目が 6.1%となり、平均で 8.5%です。今後も大型の番組を投入して、目標である平均視聴率 2 桁を目指していきます。いずれにしても時間をかけて番組を醸成していくつもりです。

野球中継に関しては、日本シリーズの放映権がないため中継放送ができません。日本シリーズを中継しないのは 07 年以来で寂しくもあります。TBS が先週

木曜日にクライマックスシリーズを中継して7.3%の視聴率でした。BS放送での視聴率を換算すると、合わせておよそ11から12%と見る事もできます。この数字がひとつの基本と言えます。そして日本シリーズ進出がかかった試合ではフジテレビが中継して、今期の野球中継では最高となる視聴率15.4%をとりました。当日はBS放送もなく、環境としては非常に良かった事もあると分析しています。

記者：日本シリーズの中継では、1、2戦は地上波の全国中継がない見通しと報道されています。これについてはどうお考えですか。

舛方副社長：別の観点からすると、BS放送の普及に良いのではないのでしょうか。野球中継のソフトはBSには非常に強力な内容となってきましたし、BS日テレがいわゆる接触率において高い数字を出したのも巨人戦中継のおかげと言えます。決して野球中継ソフトのパワーそのものが低下しているわけではなく、地上波では若い世代に十分にご覧頂けていない状況はありますが、BSでは大変に高い人気を維持しています。従って今回の日本シリーズで地上波の全国中継がない試合がある場合、BSの普及には良いのではないかと思います。野球中継と言えばBS、という流れが大勢を占めてきているのは決して悲観的な形ではないと思います。

記者：地上波の野球中継で若い層の視聴が減るとどのような影響が出ますか。

舛方副社長：平日の19時台は働き盛りの年代の多くがまだ帰宅されていません。一方、試合開始から観られるBS放送は団塊の世代を中心に受け入れられています。今、デーゲームを増やしていますが、若い親子連れ、お父さんお母さんと一緒に子どもたちに東京ドームに来てもらい、将来の野球ファンを開拓する狙いで、いろいろな工夫をしています。こうした取り組みは今、直ちに入場者数や視聴率に反映するものではありませんが、少しずつ若い層や子どもたちに変化は出ています。時間をかけながらファン層を育てていく事が重要だと思います。日本シリーズ進出がかかる試合等は15、16%の視聴率ですし、ワールド・ベースボール・クラシックも多くの方が視聴されていますので、野球のソフトパワーが落ちているわけではありません。ただし、リーグ戦の視聴率が下がっている現実があります。

記者：BS 放送や CS 放送でも中継しつつ、プロ野球全体を盛り上げていく形ですか。

舩方副社長：そうです。特に CS 放送は大変熱心なファンが視聴されています。日テレ G+でのジャイアンツ戦中継は、ファンの皆さまは試合終了までとことん観たいという事で、有料でも選択して頂いています。これは大変ありがたい事です。また BS でも試合開始から中継し延長もしますので、こちらも視聴しやすい番組だと思います。

記者：ジャイアンツが勝って、日本シリーズも中継できるのが一番良い形でしょうか。

舩方副社長：それが良いと思っています。ただし、かつてのような視聴率がとれない状況にあり、逡巡する部分もあります。土曜日にフジテレビが中継したセ・リーグのクライマックスシリーズは 15.4%の視聴率で、やはりコンテンツとしてインパクトがあります。スポーツコンテンツは放送するタイミングさえ合えば非常に強い。だから決して無くす事はできません。

記者：関東地方では視聴率が低く、関西や中京圏では高いようですが、関東地方で平日夜にプロ野球中継を楽しむのは難しくなるのでしょうか。

舩方副社長：今の視聴率ですとその可能性はあります。以前のように簡単に 15%はとれません。その当時は野球シーズンになると視聴率でトップに立てましたが、今はそういう状況にありません。

2. 営業状況と放送外収入の動向

記者：営業状況と放送外収入についてお願いします。

細川社長：決算発表を控えていますので詳細はお伝えできませんが、上半期の営業状況はタイムセールスが回復せず、スポットセールスはかなり順調に回復する状態が続きました。決算でもそうした状況を反映した内容となる見通しで、上半期はスポットセールスのプラスがタイムセールスのマイナスを上回る可能性があります。

10 月の状況は引き続き、タイムセールスが前年同月比をクリアしないものの、スポットセールスは比較的順調に進行しています。その中でネットワークセー

ルスのタイムセールスは年内分をほぼ完売しています。一方、来年 1 月から 3 月に関してはまだかなり残しています。またスポットセールスの好調さの反映とも言えますが、単発枠のタイムセールスが一時に比べると良くなりました。10 月 29 日（金）に放送する「金曜ロードショー『ハリー・ポッターと賢者の石』」や、11 月 26 日（金）放送の「金曜スーパープライム『ワールドプレミアムボクシング 12 The REAL』」等は良い形でセールスが進んでいます。特に 11 月の単発番組がかなり順調に売れています。やはり固定費になるものはなかなか回復しないものの、単発番組等スポット的に出せるものには需要が少しずつ回復している感触があります。10 月のスポットセールスは好調を持続し、前年同月比で 2 桁の伸びが期待できる見通しです。11 月も全体の引き合いで見ると、前年同月比 2 桁増の可能性が出ています。基本的な状況はあまり上半期と変わりませんが、単発番組のタイムセールスが上向きになってきた傾向があります。

放送外収支についてですが、映画事業では「借りぐらしのアリエッティ」が興行収入 91 億円を越えています。幹事社作品である「BECK」が 17 億円強、「君に届け」が 13 億円弱となっています。そして 16 日に初日を迎えた「インシテミル 7 日間のデス・ゲーム」は 9 日間で 5 億 6,000 万円強となっています。

放送外収入全体では映画事業、イベント事業、通販事業、有料放送事業と、それぞれ上半期は当初の想定通りにほぼ売り上げ、順調に推移しています。ただし映画事業とイベント事業については、前年度が想定以上に好調であったことから、売り上げや利益等を前年度と比較しますと若干減少する形です。順調ではあるものの、昨年度の実績には到達しないのが放送外収入の状況です。

記者：タイムセールスとスポットセールスの傾向はスポンサー企業側の動きとして固定されてきているのでしょうか。

細川社長：まだ固定しているとは見ていません。一般的にスポンサー企業は単発の出費については景気状況で変動させますが、固定費は年間予算の中で支出します。タイムセールスについては来年 4 月にどれだけ回復するかが焦点です。それによって民間放送業界が回復に向かうかを計る基礎になると考えています。

3. 地デジの進捗状況

記者：地デジの進捗状況等、地デジ全般について説明をお願いします。

細川社長：地上デジタル完全移行まで残り 272 日となる中、受信機の普及は順

調で NHK 発表の速報値では 9 月末で 8,569 万 7,000 台です。家電エコポイントの延長もあり、日本テレビとしてもアナログで視聴されている皆さまに常時告知の文字表示でお知らせする等、普及については全力で推進しています。そうした中、心配なのは受信アンテナの付け替えについてです。来年の 6 月ぐらいになったら付け替えれば良いだろうとお考えの方もいらっしゃると思いますが、その頃にアンテナを付け替えようとしても、工事が集中して間に合わない恐れがあります。なるべく早く対応して頂くためのキャンペーンを続けていきます。

記者：先日の NHK 会長会見でデジタル移行後、NHK の受信料契約が減少する恐れに懸念を示していましたが、視聴者に早く対応をお願いしたいという事でしょうか。

細川社長：その通りです。地デジへの完全移行は国の方針として行っているもので、それに対応する以外の選択肢はありませんので、ぜひ皆さまのご協力をお願いしたいと考えています。

記者：BS デジタルの新規参入チャンネルが認可されました。チャンネル数が増えますが、これはライバルとなるのでしょうか。

細川社長：新しい技術が開発されて、多くの視聴者がより多くの番組をご覧になれるのは社会にとってプラスとなります。その事に日本テレビも協力しています。これまで地上波のアナログ放送で使わせて頂いていた電波帯を明け渡してデジタルに移行し、それに伴って様々な新しいサービスが誕生する事は前向きな話であると捉えています。一方、こうした中で生まれる BS デジタルチャンネルは二重の意味でライバルです。画面を占拠する可能性のあるものが増えるわけですし、さらにビジネスモデルが同様である事で、無料放送ならば一層の競争関係にある事になります。

記者：7 月 24 日の地デジ完全移行後に、テレビを視聴しなくなる人が出るのではないかとされています。民放の経営に影響が出てくる事態は想定していますか。

細川社長：テレビは広い範囲で市民生活の一部になっていると考えています。経営の根幹に関わるような影響は出ないと思いますし、仮にそうになってしまうレベルの番組を制作し放送しているのだとしたら、デジタル化の問題ではなく、別の問題です。ですから、そうした事を決して起こさないようなサービスを供

給し続けるのが私たちの責任だと考えています。

4. その他

記者：NHK がインターネット事業に前向きで、環境が整えば、番組のインターネットへの同時再送信まで含めた事業を想定しているようですが、どのようにお考えですか。

細川社長：詳細な情報は持ち合わせていませんが、NHK が様々なサービスを考えるのは自由だと思います。問題は NHK が何を基盤にし、何が求められて経営されているのかという事です。それがいわゆる受信料を基本とした経営の形態に本当になじむものなのかどうか、私どもとしては丁寧に見守りたいと思います。

記者：日本テレビもインターネット事業にさらに取り組む考えはありますか。

細川社長：私どもは免許を頂いた放送事業者であると同時にコンテンツの制作者ですから、コンテンツの出口をいろいろと考えています。せっかく素晴らしいコンテンツをコストをかけて作るのですから、一つの出口だけに限る必要は必ずしもないと思います。

記者：近い将来、ドラマを地上波とインターネットで同時送信する、もしくはインターネットに先出し送信もあり得るのでしょうか。

細川社長：コンテンツをより広く見せる意味では良い面もありますが、地上波に対するニーズを損なう危険性があります。全体の収支が成り立つ必要性がありますから、やるとしてもどちらの収益源が民間企業として優位なのか、収支を丁寧に慎重に検討しながら進めていく事になると思います。

舩方副社長：NHK オンデマンドもかなり苦労されていると聞きます。「できる」と「視聴者が利用する」は全く異なります。実際に利益を挙げているビジネスは非常に少ないのではないのでしょうか。日本テレビが決して遅れているとは思いませんが、新しい形態のビジネスは慎重になるべきで、急がない事にしています。もちろん研究はしています。テレビのチャンネル数で言いますと、15 年前の 95 年にシーエス日本を立ち上げた際は地上波、BS、CS で合わせて 40 チャンネルでした。それが現在は 537 チャンネルです。すでにこれだけ選択肢がある中で、新規のビジネスはそうそう利益が出ません。そうした中でもコンテン

ツは私どもが制作します。採算が合うかよく見極めていかないと、本来の事業であるべきものを失ってしまう危険性が高いと思います。

記者：プロ野球中継の視聴傾向が地上波から BS、CS に移行しているというお話がありました。日本テレビの経営にとって地上波で放送できた方が良いのか、BS や CS で放送できた方が良いのか、どちらでしょうか。

細川社長：私どもはいつでもコンテンツを一番良い形で露出していきたいと考えています。結果として今年はこうした放送形態になりましたが、来年についてはこれから検討します。

（了）