

2011年2月28日 日本テレビ 定例記者会見**〈 全文 〉****< 発表 >**

細川知正社長：今年は7月24日にデジタル放送に完全移行します。これを万全な形でやり遂げる事が日本テレビの今年の第一目標です。

そして4月には帯番組の改編があります。朝は「ズームイン!!SUPER」から33年ぶりの改編で「ZIP!」となります。こうした改編をスタートラインに日本テレビの目標である「トップ奪還」をいよいよ実現できる年にしたい、それに向かって全力投球をしていきます。

さて、日本テレビはスマートフォン向けアプリケーションと番組の本格連動を始めます。その第1弾として、放送開始から49年目に入った、日本テレビで最も長寿番組である「キューピー3分クッキング」のアプリをiTunesのApp Storeで2月28日から無料配信します。これは3000種類のレシピが楽しめ、実際の料理以外でも、触って、見て、楽しめる内容となっています。今後も人気番組と連動してアプリをリリースする予定で、3月末からは「日テレ春のアプリフェス」として新たなアプリをお届けします。

次に、AKB48の皆さんが総出演するスペシャルドラマ「桜からの手紙～AKB48それぞれの卒業物語～」を3月6日(日)まで9夜連続で全17話放送しますが、このドラマではこれまでの放送形態、視聴スタイル、プロモーション手法にとられない、新たな取り組みにチャレンジしています。今年7月の地デジ完全移行をにらんだ、フルデジタル時代にふさわしいデジタル展開となっています。

続いて、3月12日(土)から6月12日(日)まで東京・上野の国立西洋美術館で開催されます「レンブラント展」です。「光と、闇と、レンブラント」と題して、「光と影の魔術師」「明暗の巨匠」と呼ばれたレンブラントの明暗表現を考察する上で重要な役割を果たした版画と絵画を取り上げ、その初期から晩年に至る作品まで、どのように明暗表現に取り組んだかを辿ります。また、今年はこの他にも大型の展覧会として「ワシントン・ナショナル・ギャラリー展 印象派・ポスト印象派 奇跡のコレクション」を開催致します。

1. 視聴率の動向と編成戦略

大久保好男取締役：今週の視聴率は、全日とゴールデンタイム、そしてノンプライムタイムで 1 位を獲得しています。私どもの目標である視聴率「トップ奪還」という点ではフジテレビとの差をさらに縮めています。1 月以降かなりトップの背中が近づいてきたという印象を持っています。引き続き視聴率で負けないう、良い番組を制作していきます。また 2 月の月間視聴率では、全日とノンプライムタイムで 1 位を獲得致しました。この時間帯でのトップは 3 ヶ月連続となります。3 月に向けてさらにご覧頂けるよう番組作りに全力をあげていきます。

スペシャルドラマ「桜からの手紙～AKB48 それぞれの卒業物語」を 2 月 26 日(土)から放送中です。これは AKB48 の皆さんが総出演の青春ドラマで、3 月 6 日(日)まで 9 夜連続で 17 話を放送し、最終回は 22 時 30 分から 1 時間の内容でお送りします。初回 26 日(土)の視聴率が 6.9%、日曜日の第 2 話の視聴率が 7.9%で、23 時 55 分スタートという遅い時間帯の番組である点を考えれば、良い視聴率であったと考えています。最終回に向けてドラマがさらに盛り上がっていきますので、視聴率も右肩上がり伸びていくと期待しています。

このドラマの話題としては他にも、フルデジタルの元年にあたりデジタル放送の魅力を様々な形で伝えていくために「マルチチャンネル放送」を行います。3 月 5 日(土) 25 時から 5 分間、日本テレビの 2 つのデジタルチャンネルでドラマの-spin オフ番組を放送するもので、041 チャンネルでは大島優子さん、042 チャンネルでは板野友美さんのスペシャル映像を視聴できます。さらに「AR」、いわゆる「拡張現実」を使って様々な画像をお届けします。「TNR (てーのーりー) で AKB」と題しまして、スマートフォンでアプリケーションを起動したカメラを指定のマーカーに向けますと、AKB48 のメンバーが画面上に登場、再生されます。そのままカメラをもう片方の手の上にかざすと、あたかも手の平に乗っているかのような雰囲気を楽しめるものです。

記者：今年度の視聴率についてどのような見通しであるか、また来年度の見通しについても併せてお願いします。

細川社長：来年度に向けてトップに着実に近づいていますが、それ以外の局も健闘されていますので、気の抜けない 1 年になると見えています。

大久保取締役：2010 年度は第 48 週まで来ています。ここまでの日本テレビの年度平均視聴率は全日で 8.1%、プライムタイムが 12.3%、ゴールデンタイム 12.2%、ノンプライムタイム 6.8%です。残り 1 ヶ月ですが、4 つの時間帯のうち 1 つでもトップのフジテレビに追いつきたい。そのために最後の 1 ヶ月を頑張ります。一方、年度のプライムタイムとゴールデンタイムで昨年同期と比較しますと、テレビ朝日の視聴率が少し伸びています。私どもは 1 位を追いかけていますが、テレビ朝日にはプライムタイム、ゴールデンタイムで追いかけている状況ですので気を引き締めて取り組みます。

来年度は 4 月に大規模な改編を行います。そこでしっかり足場を固めて「トップ奪還」の目標に向かって突き進みたいと考えています。年間では 1 月から始まり第 8 週ですが、全日とノンプライムタイムはトップを走っています。プライムタイムとゴールデンタイムでもトップを目指し、年間・年度とも新しい年に良い番組を制作し、送り出していきます。

記者：4 月改編の狙いを改めて教えて下さい。

大久保取締役：朝の帯番組では、「ズームイン!!SUPER」はかなり高い水準でフジテレビと競っています。しかし積極的に攻勢に出るために敢えて大幅な改編を決断しました。新番組は「ZOOM IN PEOPLE」を略して「ZIP!」となり、全く新しいタイプの総合情報エンターテインメント番組としてスタートします。忙しい朝に知っておくべき情報をお届けしつつ、「日本の朝を、もっと楽しく、もっと HAPPY にする」コンテンツをお送りします。さらに多くの視聴者の皆様にご覧頂き、強い番組にしたいという観点で改編します。

また、昼の帯番組では、「DON!」を「ヒルナンデス!」に改編します。この時間帯はフジテレビの「笑っていいとも!」という強い番組があります。日本テレビの「DON!」も右肩上がりで視聴率は良くなっていますが、こちらでも積極的に攻勢をかける観点から、とにかく「観ていて楽しいこと」を追求し、情報番組としても「楽しいことが第一」に、新たなお昼の顔として南原清隆さんを MC に迎え、様々な情報に「笑い」を添えてお届けします。お昼を楽しめる番組を作りたいと考えています。

守りより、むしろ攻めの番組改編、そういう心意気で改編に取り組んでいます。

記者：「テレビがど真ん中」というスローガンも掲げられましたが、受信端末の多様化の中で、そこに込めた思いを聞かせて下さい。

大久保取締役：情報を得る端末が多様化する傾向はさらに強まっていくと思います。しかし、コンテンツの質、情報の正確さ等を考えますと、やはりテレビのコンテンツの優位性はなくならないと見ています。その意味で家庭の中でいわゆる情報、娯楽を提供する最も重要な端末としてテレビがある、視聴者の皆様の期待に応えるコンテンツでなければいけない、「テレビがど真ん中」というスローガンを掲げて番組制作の基本的なコンセプトにしていこうという考えです。情報端末が多様化する中でのテレビの位置付けをもう 1 回私ども自身が再認識し、視聴者の皆様にもその良さを確認して頂きたい、その思いを込めてこの理念を掲げました。

記者：プロ野球が 3 月末に開幕しますが、ジャイアンツの開幕戦中継で何か特別な内容等があれば聞かせて下さい。

大久保取締役：3 月 25 日にプロ野球が開幕しますので、解説陣を含め様々な工夫をして野球ファンに満足頂ける中継をしたいと考えています。中身については計画中的のものもあり、詳細は現段階では控えさせて下さい。

2. 営業状況と放送外収入

記者：営業状況と放送外収入について聞かせて下さい。

細川社長：営業状況は大きくは変わっていません。今期のタイムセールスは必ずしも良い状態ではない。そしてスポットセールスは今期に限れば絶好調です。全体の放送収入では恐らく前年度を多少は上回るだろうという見通しです。

レギュラー番組のタイムセールスは、昨年 4 月段階の前年同期比で約 93.5%でしたが、第 4 四半期は約 96.5%になりました。つまり下がってはいますが、多少は回復している事になります。従ってレギュラー番組の通期タイムセールスでは前年同期比で 95%を少し下回ると見ています。

一方、スポットセールスは非常に伸びています。これは一昨年度実績を既に上回っています。1 月 2 月は 2 桁の伸びですし、金額が大きい 3 月も現時点で既に前年同期比で約 3%伸びています。

従って放送収入、いわゆる CM 広告収入に関しては前年同期をクリアするだろうと捉えています。ただし総売り上げについては、昨年度は放送外収入、特にイベント事業と映画事業の収入が非常に良く、それに比して今年度はスケールがそれ程大きくないため、放送外収入の減収幅と放送収入の増収幅のどちらが大きくなるか、3 月のスポットセールスが終了しないとまだ見通せない状況です。

来年度、4月以降の見通しについては、今4月のタイムセールスがほぼ見えた状態で、前年度に比べると良い状況です。昨年の今ごろはネットワークタイムセールスが完売していませんでしたが、今年はゴールデンタイム、プライムタイムに関しては上半期がほぼ完売状態です。この2、3年なかった事ですので、良い状況であると見ています。

一方、スポットセールスでは、各局とも4月のスポット枠の調整をしている状態で、前年実績を上回る事はまず間違いありません。スポットセールスは良い状況が続くとは限りませんので、あまり楽観はしていませんが、上半期に関してスポットセールスが前年を下回る事は多分ないと考えています。

次に、放送外収入の来年度見通しについてです。イベント事業では「レンブラント展」や「ワシントン・ナショナル・ギャラリー展」等、今年度より規模の大きい展覧会があります。また、映画事業も期待できる作品が続きます。映画「名探偵コナン 沈黙の15分（クォーター）」が4月16日（土）に公開されますし、現在興行収入が順調な「GANTZ」の続編「GANTZ PERFECT ANSWER」が4月23日（土）公開です。さらにスタジオジブリ作品「コクリコ坂から」が控えています。企画・脚本は宮崎駿さん、宮崎吾朗監督による大作です。さらに2009年に公開し大ヒットしました「カイジ ～人生逆転ゲーム～」の続編が秋に公開予定です。またドラマで高い評価を頂きました「怪物くん」も3D映画としてこの冬に登場します。加えて「ALWAYS 三丁目の夕日」の第3弾も3Dで制作し、公開する予定です。従って映画事業のスケール感は一昨年度を上回る見通しですので、来年度は期待できると見ています。

記者：タイムセールスの落ち込み幅が緩やかになってきた要因と今後の見通しについてお願いします。

細川社長：タイムセールスは今年度下半期では落ち込み幅が減少しました。まだ前年同期比ではトータルではマイナスですが、下半期に関してはそのマイナス幅が狭くなった。ある意味での下げ止まりが起こった状況です。そのためこの4月のタイムセールス状況に私どもは非常に注目していましたが、スポンサーが戻ってこられてタイムセールスがほぼ完売の状態になっています。しかしタイムセールスは昨年4月に前年同期比7%下がり、一昨年には15%落ちていました。従って少々回復してもまだタイムセールスが本当に回復したとは認識していません。ある意味で過剰に下落した部分が少し戻ってきたというのが実感です。

記者：スポットセールス需要をタイムセールスに活用する工夫等がありますか。

細川社長：テレビのスポットセールスは、需要が増えても商品量を莫大に増やせないのが難しいところです。まだ分析していませんが、スポットセールスの好調がタイムセールスにも良い影響を与えている可能性はあります。特に今年度第 4 四半期においてタイムセールスの前年同期比下げ率が低くなりました。これは本来スポットセールスに入る部分がタイムセールスに回った感じはあります。

3. 地デジの進捗状況

記者：地デジの進捗状況についてお願いします。

細川社長：7 月 24 日のデジタル完全移行に向けて、引き続き、やれる事はあらゆる事をやっていきます。2 月・3 月・4 月と在京民放キー各局が揃って「地デジ強化週間」を行います。これは毎月 18 日から 24 日の間に、「地デジカ」アニメーション告知スーパーの挿入や帯番組での「地デジカパペット」を露出しての告知、「地デジ完全移行カウントダウン VTR」の挿入、帯番組で 24 日に「地デジ推進コメント」をお伝えする等、様々な形で告知を続けていきます。また、独自の取り組みとしてスペシャルドラマ「桜からの手紙～AKB48 それぞれの卒業物語～」でもフルデジタル時代に相応しいデジタル展開を実施する等、地デジの完全普及に寄与していきます。特に南関東問題と言われる南関東でのアンテナの問題で、アンテナの普及等をさらに促進したいと考えています。

4. その他

記者：先月 BP0 で審議入りをした「news every. サタデー」について、現状を聞かせて下さい。

細川社長：この件に関してはまず、視聴者の皆様に改めてお詫び申し上げます。既にお詫びの放送を致しましたが、BP0 が審議として取り上げられると伺っていますので、全面的に協力し、どのような形で見解を示して頂けるか、真摯に見守りたいと考えています。起こってはいけない事が起こった訳ですから、改めて日本テレビの中でも様々な形で対応を考えています。より具体的で入念な再発防止策を現在検討中です。

記者：先日、マッドハウスを子会社化しましたが、今後どのようにグループ内で活用するつもりか、強化策を聞かせて下さい。

細川社長：私どもはマッドハウスからの第三者割り当て増資を受けて子会社化しました。もともと私どもはマッドハウスの第 2 位の株主で、株主になった経緯も含めコンテンツプロダクションとして日本テレビの一翼を担ってもらう趣旨です。今回はマッドハウスの経営建て直しとしてこうした形を取りました。強化策として、既に経営陣を送り込んでいます。マッドハウスという会社は映画「サマーウォーズ」等、非常にクオリティの高い作品を制作しています。一番の強化策は、経営陣を送り込んで収支面をきちんとする、そうしたてこ入れが一番緊急だと捉えています。アニメ制作については私どもよりレベルが高いと見ていますので、問題はありません。

記者：4 月から羽鳥慎一アナウンサーがテレビ朝日の朝の帯番組にレギュラー出演しますが、どのように受け止めていますか。

大久保取締役：羽鳥アナウンサーには「ズームイン!!SUPER」等で大いに貢献して頂きました。4 月からはテレビ朝日の番組に出演すると聞いていますが、私どもとしては新しい番組で本人の能力を活かして活躍して頂ければ良いと考えています。

記者：先日、映画「沈まぬ太陽」を一挙ノーカットで放送されました。長編作品をよくぞ放送されたと思いますが、いかがですか。

大久保取締役：4 時間という大作ですので、視聴者の皆様にテレビの前で長時間座って観て頂けるのか、若干の不安はありました。しかし、この作品は日本アカデミー賞の最優秀作品賞を受賞した素晴らしい映画なので、長編だが思い切って視聴者の皆様にお届けしようと、ある種、テレビの責任と受け止めて決断しました。視聴率は 15%と、私どもが予想していた以上に視聴者の皆様が受け入れて下さった、歓迎して下さったと捉えています。

記者：「日テレオンデマンド」の手応えを聞かせて下さい。プロモーションの強化やコンテンツを増やす等、強化策を予定していましたらお願いします。

細川社長：「日テレオンデマンド」は昨年 12 月にスタートしましたが、現在のコンテンツはアニメが一番多く 23 タイトル、ドラマが 4 タイトル、バラエティー 7 タイトル、映画 1、スポーツ 1 と 36 作品を出しています。まだ決算に大きく寄与するレベルではありませんが、特にドラマは戦略的な配信作品選択により、高い収入を上げています。今後もアーカイブだけではなく、いわゆる見逃

し配信も継続的に実施していきたいと考えています。

(了)