

2011年5月30日 日本テレビ 定例記者会見**《 全文 》****< 発表 >**

細川知正社長：まず、日本テレビとネットワーク各社で展開する「環境キャンペーン」についてです。今年は5月29日から6月5日までの8日間、3つの特別番組を始め、38の番組でエコ特別企画を放送します。テーマは「明日へのチカラ」で、互いに思いやり助け合う気持ちを「明日へのチカラ」にかえて、地球上のあらゆる命と共に生きるために、いま自分たちに何ができるのか、視聴者の皆さんとともに考え、動き出すキャンペーンを目指します。また昨年引き続き6月4日、5日に東京都渋谷区の「SHIBUYA-AX」でイベントを開催します。

次に「24時間テレビ」チャリティー委員会は、特定非営利活動法人 荒川クリーンエイド・フォーラムとの共催で、5月29日、東京都江戸川区の荒川河川敷において清掃活動と自然環境教室を行いました。これは環境キャンペーン期間初日に合わせて行われたもので、雨の中、ボランティアを含め127名の方が参加してプラスチック等109袋分のゴミと粗大ゴミを拾いました。

1. 視聴率の動向と編成戦略

記者：最近の視聴率動向や編成戦略についてお願いします。

細川社長：最近の視聴率について簡潔に申し上げますと、ゴールデンタイム、プライムタイムが好調、全日がいまひとつというのが基本的な状況です。

大久保好男取締役：視聴率は先週、残念ながら4部門で全て2位でした。5月の月間視聴率でプライムタイムはフジテレビと同率の首位、ゴールデンタイムは単独で首位という事で2冠を獲得できました。プライムタイム、ゴールデンタイムの月間2冠は年間で2回目です。3月の月間で視聴率4冠王でしたので、それ以来となります。1月からプライムタイム、ゴールデンタイムは好調で、年間平均ではプライムタイム、ゴールデンタイムの首位を維持しています。また4月以降の年度平均では、ゴールデンタイムはフジテレビと並んで首位をキープしている状況です。全体としてゴールデンタイム、プライムタイムで首位に肉薄し追い越すという勢いがあります。残念ながら全日は少し陰りがあり、目下

の最大の課題です。

記者：4月改編について、ドラマ等を中心に手応えを聞かせて下さい。

大久保取締役：4月に大幅な改編をしました。ドラマでは、相武紗季さん主演の水曜 22 時「リバウンド」が第 1 回視聴率 14.3%と好調でした。その後 10.5%に下がり、第 3 回は 12.2%と回復し、第 4 回は 10.6%とやや“リバウンド”を繰り返しています。しかし若い女性が主人公で、恋愛や職場での悩み、結婚といった事がテーマのドラマですので、若い方を中心に共感を得られていると分析しています。土曜日 21 時からの「高校生レストラン」はTOKIOの松岡昌宏さんが主演で、視聴率 13.1%でスタートし、先週は 11.3%です。土曜日の夜にご家族皆さんで観て頂きたいという私どもの狙い通りの視聴者層は獲得できていると捉えています。もちろん水曜ドラマ、土曜ドラマとも現状で満足しているわけではありません。今後さらに視聴者の皆様の支持を得て、視聴率が伸びてくると期待しています。

新番組では、火曜日 22 時「スター☆ドラフト会議」、木曜日 19 時「なるほど!ハイスクール」の 2 本のレギュラー番組を編成し、堅調なスタートを切れたと見ています。まだ物足りない部分もありますが、工夫をしてさらに視聴者の皆様に受け入れて頂ける内容にしていきたいと考えています。

ゴールデンタイム、プライムタイムは 5 月の月間でそれぞれ首位を獲得していますので大きな心配はありませんが、平日の朝と昼の帯番組がやや低迷しています。朝の「ZIP!」については、高い視聴率を誇っていた「ズームイン!!SUPER」を全面的に切り替えたため、視聴習慣が一時的に途切れる事もあり、多少のリスクを覚悟していました。しかし次第に「ZIP!」の特色が視聴者の皆様に受け入れられ、少しずつですが右肩上がりで見聴率が改善しています。10 年、20 年と続く新しい看板番組に育てたいと始めた挑戦ですので、改善を続けながら長い目で見て番組を育てていきたいという姿勢は変わりません。昼の帯番組「ヒルナンデス!」も現状で満足できる視聴率ではありませんが、情報性を大事にした企画を強化する等のでこ入れを行いながら視聴率をさらに引き上げていきたいと考えています。

記者：「ヒルナンデス!」が好調でない原因はどこにあるとお考えですか。

大久保取締役：様々な原因があると捉えています。1 つは 3 月 11 日に東日本大震災があり、視聴者の皆様が求める内容がどちらかと言えば娯楽よりも情報系が多くなった印象があり、それは「ヒルナンデス!」に限らず他の番組、他局を

含めテレビ全体で同様だと見ています。「ヒルナンデス!」は楽しく明るい番組としてスタートしましたが、大震災による視聴者側の情報を求める姿勢と娯楽色の強い番組内容にギャップが生じている部分もあると分析しています。今後は、そうした視聴者動向も踏まえながら番組のてこ入れ策を考えていきますが、娯楽や元気が出る内容を望まれる視聴者も多く、復興が進んでいく中で視聴者の皆様の気持ちのあり方も変化が出ると思いますので、配慮をしながら番組製作を進めていこうと考えています。

記者：東日本大震災と節電の影響で、今後のナイター中継をどのような形で進めていくのか聞かせて下さい。

細川社長：大震災を受けて特別に変更した事はありません。開催日程がずれ込みましたので、それに応じた編成を行っています。

大久保取締役：大震災の影響でプロ野球の開幕戦が当初予定していた3月下旬から4月12日に変更されました。全体にプロ野球の開催日程が後ろに少し動いた形です。試合を開催するにあたっての節電対策は主催者にお任せする事で、私どもはコメントする立場にないと考えています。しかし東京ドームでは相当地に節電の努力をされ、自家発電等の対応もされていると伺っています。中継についてはナイターとデーゲーム合わせて地上波で23試合、その他にBS日テレでの中継も予定しています。試合が開催されれば予定通り中継していく方針に変わりはありません。

記者：大震災の影響による日程変更等で野球離れという形での影響はありましたか。

大久保取締役：ジャイアンツ戦ナイター中継の視聴率は日本テレビの場合、現時点で昨年より高くなっています。5月第4週までの平均視聴率は10.3%、昨年の同じ時点では9.1%でしたから、1.2ポイント上がっています。若い世代、いわゆる男の子たちの視聴率が非常に高い傾向にあり、野球に子どもたちが改めて興味を示している印象があります。また全局平均で見ても現時点でのジャイアンツ戦ナイター視聴率は昨年が9.3%、今年が10.0%で0.7ポイント向上しています。要因は一概に言えませんが、野球中継を観る方が増えている事は、ジャイアンツ戦を主に中継している私どもにとっても非常に心強い事だと考えています。

2. 営業状況と放送外収入の動向

記者： 営業状況並びに放送外収入についてお願いします。

細川社長：平成 22 年度決算の内容については発表した通りで、比較的良かったという感じです。3 月 11 日の東日本大震災の影響は決して小さくはありませんでしたが、限定的に収まったというのが実感です。放送収入は前年度を少し上回り、これはスポットセールスの大幅な伸びが要因でした。一方、放送外収入は健闘しましたが、イベントや映画の規模が前年度に比べやや小さく、その結果として単体が微減収増益、連結が微増収増益となりました。3 月 11 日からの 3 日間、CMを放送しなかった事で放送収入は約 20 億の減収となりました。これは決して小さくはありませんが、それまでの収入の蓄積で乗り切った形です。

今年度は、上半期のタイムセールスが 3 月 11 日以前に基本的に終わっていました。従って上半期のレギュラータイムセールスは現時点では好調だと言えます。ただし 3 月 11 日以降大幅に出稿が縮小したために、単発のタイムセールスが必ずしも好調ではなく、むしろネガティブです。一方スポットセールスについてですが、本来私どもは今年度のスポットセールスが多少前年度を上回るとの期待を持っていました。4 月のセールス当初はその通りでしたが、残念ながら 4 月のセールスの半ばにして大震災があり、スポットセールスはそこからある意味で急ブレーキがかかりました。4 月は前年同期比 92.4%。3 月 11 日以降のセールスがほとんどであった 5 月は、恐らく底になり、前年同期比 82%前後となる見込みです。6 月には回復してくる見通しですが、前年同期まで届かない 92~3%だろうと見ています。従って上半期の放送収入はスポットセールスが前年同期を下回らう、タイムセールスはレギュラーに関しては少し良い、そして単発セールスが、どの程度、どのタイミングで回復してくるかにかかっている、そういった状況です。

一方、放送外収入は一昨年度の規模を想定して今年度をスタートしましたが、大震災がイベント等に直接、影響しています。今期にも関わってくる「レンブラント 光の探求／闇の誘惑 一版画と絵画 天才が極めた明暗表現」は開催当初 14 日間閉館を余儀なくされ、影響が多少出ました。しかし現在では多くのお客様にご来場頂き、週末は 1 日約 5,000 人ペースで好調です。なお、今後のイベントへの影響は現時点でははっきりと読めません。

ただ明るい兆しとして、映画の興行はほぼ回復してきているようです。大震災発生直後の一時期は約 7 割まで落ちましたが、現在はかなり回復してきています。従って今年公開する大型映画事業には期待しています。また、公開中の

「GANTZ PERFECT ANSWER」も既に興行収入が総計で26億円を超えました。当社の作品ではありませんが、公開されたばかりの「パイレーツ・オブ・カリビアン/生命の泉」も大きく収入を上げています。大震災発生直後は週末2日間で興行収入5億円を超す作品はない状態で、期待された作品が順調に売り上げられない状況でしたが、ここへ来て順当に収入が上がる形になってきていますので、大震災の悪影響はかなり緩和されたと考えています。

また商品事業は基本的には順調に進んでいます。一方、DVD市場は一昨年度が非常に好調で、昨年度は低調でした。DVDの売れ行きそのものはまだ回復していません。従ってDVD販売に大きく依存しない形で、映画事業等を進めていく形です。

記者：先週の民放連会見で民放各局の節電対策が15%の削減目標をほぼクリアできそうな内容になっているという事でしたが、日本テレビの恒例の夏のイベントについては、どのような節電方針なのでしょうか。

細川社長：トータルで節電対策の範囲に収めるのが基本的な考え方です。現時点で一部イベントの中止等は決定していません。基本的に皆様に元気を出して頂きたいという意味でもイベントを従来通り開催しますが、電力消費でご迷惑をお掛けする形にならないように、配慮しながら15%の節電対策の範囲で開催する事になります。

能勢康弘取締役：政府の節電計画では500キロワットを超える事業者は15%削減の義務があります。日本テレビでは昨年、汐留タワー等4ヶ所の事業所が最大ピーク時に500キロワットを超えています。それぞれ15%削減しなければいけないわけですが、全体量に対して削減する事になりますので、例えば汐留タワーでは既に照明を消す、照度を落とす、あるいはエレベーターやエスカレーターを停止する等しています。今後それぞれのセクションで節電計画を立て、6月の段階で全体の節電シミュレーションを行います。その結果を分析して最終的な対策を作成しますが、できるだけ番組製作・放送に影響のないように、それ以外の部分で節減の計画を立てますので、十分達成できるのではないかと見ています。従って番組製作や放送への影響は今のところ考えられませんが、例えば生田スタジオにはスタジオが3つあり、同時使用は難しいかもしれません。現場とスケジュール調整をしています。例えば同時使用は2つに限定し、もう1つはスケジュール変更する等の影響は出てくる可能性はあります。またスタジオの照明も収録や放送に影響の範囲で照度を落とす事も検討しています。

3. 地デジの進捗状況

記者：地上デジタル放送の今後の見通し、課題等をお願いします。

細川社長：私どもとしては引き続き告知等、できる事を一生懸命行っています。大震災の影響で地デジ関連の様々な告知が一時止まっていたのは事実ですが、現在では従来通り全面的に行っています。その中でやはりアンテナやビル陰問題等、南関東の特殊な問題も既に指摘されていますので、その対応も含め先週も告知番組を放送しました。

大久保取締役：5月27日金曜日16時20分からの「アナどきっ!」をデジタルとアナログの非サイマル放送として、アナログをご覧頂いた皆さまへはブルーバックの「お知らせ画面」の長時間露出を含む、10分間の告知放送を行いました。この長さでブルーバックの告知画面を放送したのは初めてです。総務省から地デジへの切り替PRを民放各局が求められまして、各局で検討して実施していますが、日本テレビとしては一番効果的に伝わるように10分の番組で告知画面を含めてお伝えしたものです。それなりに効果があったのではないかと受け止めています。引き続き様々なPRをして7月24日の地デジ完全移行が円滑に進むように放送局としての責任を果たしていきたいと考えています。

細川社長：地デジ完全移行については、総務省は被災3地区について最長で1年間の地デジ化延長を可能とする法律を成立させる運びとなりました。これはいろいろな意味でやむを得なかったとは思いますが、極めて残念だという事と、被災している地元局にとっては費用負担の問題を生じており、公的な支援も含めて最大限にご配慮をお願いしていきたいと考えています。また、民放ではキー局がデジタルで送信した放送をダウンコンバートしてアナログ放送を継続する方法を採用したいと考えています。この手法はコストが比較的にかからない利点があります。

記者：デジタル完全移行まで55日となる中、先週の民放連の会長会見で総務省の4月末の数字として70万世帯ぐらいが未対応かという発表もありました。今後の懸念材料はありますか。

細川社長：デジタル完全移行に向けて支障がないように告知等を行っていますが、どんなに告知をしてもアナログ停波まで気がつかれない方がいらっしゃる可能性があります。またテレビはすぐに手に入りますがアンテナの取り付け工

事に時間がかかる恐れ等もあります。そうした事を念頭に置いて、引き続き告知を続けていきます。

4. その他

記者：東日本大震災や原発等の取材報道体制について、教えてください。

大久保取締役：基本的には被災された 3 局が主力になって取材をしています。ただそれだけでは十分ではありませんので、発生当初よりも縮小はしていますが、引き続きキー局の日本テレビを中心にしてNNN各局から取材応援が続いています。また情報系番組も独自に現地取材をしています。

記者：ユッケの食中毒騒動で、食べものを扱う番組の取材の進め方等、何か方向性がありましたら教えてください。

細川社長：今回の問題に限らず、食べものを扱う場合には相当の注意を払って取材し、番組を製作しています。

大久保取締役：現在も食材の安全については問題がない事を確認した上で取材し、放送しているわけですが、基本的には過去の事例を教訓にしつつ、場合によっては保健所等にも問題になるような事例があるか確認する事も必要かもしれません。いずれにしても今まで以上に安全の確認には力を入れてやっていかなくてはならないと考えています。

(了)