

2011年6月27日 日本テレビ 定例記者会見**《 全文 》****< 発表 >**

細川知正社長：まず、9回目を迎える夏イベント「汐博（しおはく）2011」を7月22日から8月21日までの31日間開催します。今年も日本テレビの人気番組に直接触れて楽しんで頂ける内容となります。また日本テレビ本社がある汐留全体を活気づける意味でも、これまで以上に汐留シオサイト（汐留街区）の夏イベントと協力して進めてまいります。今年は東日本大震災からの復興への強い思い、「頑張れ日本」もひとつのテーマとして開催します。また夏の節電にも十分配慮して展開します。

次に、7月1日付で定期人事異動と組織改正を行います。3点のポイントがあり、1つは7月24日の完全デジタル化、そして今後の様々な命題に対応するために社長室を新設します。私どもが目標とする「トップ奪還」へ向けて戦略部門を強化するものです。2点目として、戦略を具体化する番組制作体制に向けてドラマ局とバラエティー局を統合し、制作局にまとめる事によって、人的資源の最大限の活用や企画集約の迅速化などを図ります。また報道局にはニュースセンターを新設します。3点目としては、放送外収入のさらなる獲得に向けて、コンテンツ事業局にマルチユースセンターを新設し、ライセンス事業や出版、有料放送などを統括して新たな収益源を確立するほか、海外向けのビジネスの窓口として国際事業部もこのセンターに新設します。

1. 視聴率動向と編成戦略

記者：最近の視聴率動向と編成戦略についてお聞かせ下さい。

大久保好男取締役：先週の視聴率はあまり望ましいものではありませんでした。私どもは「トップ奪還」を目標にしていますので、この視聴率では満足できないという事です。6月に入って狙い通りの視聴率を獲得できていない事は非常に残念です。また1月からの年間平均視聴率では、1月から3月まで視聴率4部門でトップでしたが、4月以降追い上げられ、ゴールデンタイムでもついに他局に並ばれました。この事実は残念ですが、7月から盛り返していきたいと考えてい

ます。

4月改編は帯番組を中心に大きな改編でしたので、想定していた事ではありませんが、改編前の番組に比べて視聴率が下がったのは事実です。しかし3ヶ月を経て、改編当初よりも右肩上がりで少しずつ視聴率を上げてきている、特に若い世代の視聴率は確実に改編前の番組と同じ水準に戻りつつある状況です。これは良い傾向だと捉えています。今後さらにてこ入れを図り、今年の後半に向けて帯番組をより強化していきたいと考えています。また同様に右肩上がり傾向にあるのが「スター☆ドラフト会議」で、先週13.6%と番組最高の視聴率を獲得、さらに伸びると大いに期待しています。

引き続き、弱い番組にてこ入れをし、伸びつつある番組はさらに伸ばしていく番組編成をするために7月改編を1つの跳躍台にしたいと考え、ドラマ2本を新しくスタートします。水曜日22時の「ブルドクター」は7月6日に始まります。橋部敦子さんの脚本、主演は江角マキコさんと石原さとみさんです。オリジナル作品の「医療ヒューマンミステリー」で、女性の医師と女性の刑事の対立を軸に、死因究明というミステリーを通して、人間が抱える深い業を明らかにし、人の心を揺さぶっていくという内容です。

また土曜日21時は「ドン★キホーテ」が7月9日にスタートします。松田翔太さんがゴールデンタイムでの初主演となります。泣く子も黙るヤクザの親分が児童相談所を舞台に子どもたちを救う事になってしまう正義のスーパーヒーローの物語で、期待しています。

さらに月曜深夜ドラマとして、23時58分から「ピースボート -Piece Vote-」を7月4日から放送します。濱田岳さんはテレビドラマ初主演です。この「ピースボート -Piece Vote-」では、データ放送を利用した「リアルタイムコメントシステム」をテレビ史上初の試みとなるオーバーレイ方式で採用し、若い世代に訴求する新たな地デジ推進に取り組みます。視聴者の皆さまのコメントをそのまま画面にリアルタイムで載せて、番組に対する見方をお互いに共有し広がりを持って頂ければと始めるものです。地デジ完全移行もあり、こうした試みにも積極的にトライしていこうと考えています。また視聴者の皆さまの書き込みは日本テレビがきちんと目を通して、不適切なものは載せません。

そのほか7月の新番組として水曜日19時に「宝探シアドベンチャー 謎解きバトルTORE!」という新しいタイプのクイズバラエティーをスタートします。放送開始は7月6日です。映画「インディ・ジョーンズ」に出てくるような古代遺跡を舞台に、秘宝を求めて出演者が様々なステージに挑戦します。子どもから高年齢層まで、ご家族が一緒に楽しめる冒険活劇ゲームです。

また7月16日にスタジオジブリの最新作「コクリコ坂から」が公開されるのに合わせ、3週連続、「金曜ロードショー」でスタジオジブリの作品を放送します。7月1日は「もののけ姫」、8日は「魔女の宅急便」、15日は「海がきこえる」と「ゲド戦記」の2本をジブリ4時間スペシャルとして放送する予定です。今年もスタジオジブリ作品をより多く皆さんに観て頂こうと、最新作の公開に合わせて「金曜ロードショー」のラインナップを組みました。

記者：月曜深夜ドラマ「ピースボート -Piece Vote-」でデータ放送を利用したリアルタイムコメントを流されるという事ですが、この時期にこのドラマで行う理由を教えてください。

大久保取締役：7月24日に地デジ完全移行を控え、日本テレビでは地デジデータ放送などを活用した様々な試みをかねてから考えていました。3月に「AKB48ドラマ『桜からの手紙 それぞれの卒業物語』」でマルチチャンネル放送を行いましたし、データ放送も活用してきました。このように地デジ完全移行に向けてテレビ局として新しい試みができる限り多く行っていくのが趣旨の1つです。「ピースボート -Piece Vote-」が放送される時間帯や内容がそうした試みにふさわしいため、チャレンジする事になりました。

記者：「ピースボート -Piece Vote-」は双方向機能を使う事になりますが、携帯電話でコメントを募集する事も想定していますか。

大久保取締役：スマートフォンを含めた携帯電話、パソコン、Twitterなどからの投稿が可能で、そのためのQRコードや説明テキストをドラマ中に表示します。テレビから投稿する場合はテレビ端末がインターネット接続されている必要があります。

記者：「ピースボート -Piece Vote-」のリアルタイムコメントをデータ放送で行う場合、テレビの放送画面が小さくなりませんか。

大久保取締役：今回のオーバーレイという手法は、通常データ放送と大きく異なり、L字画面ではなく、ドラマの画面に直接テキストデータを表示してしまうというのが特徴です。従ってテレビの放送画面が小さくなることはありません。初めての試みで実験的な要素もありますので、一度に拡大するのではなく、手堅く進めていこうと考えています。視聴者の皆さまからの投稿をそのまま掲載する事は難しいため、放送で掲載するコメントも相当絞らざるを得ないと考

えています。また文字数も 20 字程度に絞る方向で検討しています。L 字画面を使う、あるいは L 字画面でない場合でも本編の画面が見づらくなれないように下に表示する事などを想定しています。従って画面が見にくくなるレベルまでコメント本数を増やす事は考えていません。

記者：4 月ドラマについての総括を詳しくお願いします。

大久保取締役：水曜日 22 時の「リバウンド」は主人公がダイエットやリバウンドを繰り返す中での女性の生き方や恋愛を描き、初回の視聴率は非常に高く、その後は 10%前後となっています。若い世代、特に若い女性層に高い支持を頂いていますが、その上の年齢層まで広がりが十分でなく、私どもが期待していた視聴率に届きませんでした。また土曜日 21 時の「高校生レストラン」も同様に、高校生中心に若い世代から高い視聴率を獲得しましたが、視聴層が若者層にやや限定され、広がりが足りませんでした。番組としては親子で視聴して頂く事を考えて製作していますが、やや若い方々に特化した部分があり、高齢層まで十分な広がりがなかった事が反省点です。この反省を次の番組制作に活かしていきたいと考えています。

記者：帯番組のてこ入れは具体的にどのような事を想定されていますか。

大久保取締役：帯番組、特に昼の帯番組「ヒルナンデス!」は私どもが想定した視聴率をまだ獲得できていません。少しずつ視聴率が上がってきましたが、まだ十分ではありませんので、7 月以降様々なてこ入れをする予定です。まだ検討中ですので具体的には申し上げられませんが、コーナーの新設や今の社会状況に合ったテーマを増やしていく方向です。すでに様々な方策をとり、視聴率は少しずつ右肩上がりになっています。朝の「ZIP!」も同様に、出演者も含めて今後、工夫を凝らしていこうと考えています。

記者：水曜の新番組「宝探しアドベンチャー 謎解きバトル TORE!」は「DERO!」の後継番組でしょうか。

大久保取締役：その通りです。東日本大震災の発生後、「密室謎解きバラエティー 脱出ゲーム DERO!」は放送を休止していましたが、まだ行方不明者が多数いらっしゃる事や水槽を使った脱出ゲームなどは津波を想起させるのではないかとの意見もあり、「DERO!」を再開するのは適切ではないと判断しました。最後に放送しました 3 月 9 日に遡って「DERO!」を終了し、7 月から新しいクイズバ

ラエティー番組として「TORE!」をスタートさせる事にしました。

2. 営業状況と放送外収入

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： まず CM 広告収入ですが、変動の激しいスポットセールスは5月が前年同期比 85%とかなり深刻な数字が出ましたが、6月はまだ確定前ですが前年同期比 98%とほぼ戻ってきた水準です。7月は確定的な事を申し上げられませんが、現在の動きから推定するとほぼ全面回復するのではないかと考えています。従って大震災発生後、初めてエリアで前年同月を超える月になるだろうという期待を持っています。

大震災により CM 出稿が最も減少した自動車関連は、7月の状況を見ると確かに昨年ほどではありません。昨年はエコ減税などもあり多少特需の面がありました。しかし、一昨年比ではほぼ 100%の引き合いという状態になってきています。ですから私どもの想定より多少早くスポットセールスの需要が戻ってきた実感があります。しかしスポットセールスは3ヶ月先を見通せませんので、8月、9月も好調かと問われると「そうだといい」としかまだ言えませんが、5月の深刻な状態からは立ち直った状況です。

タイムセールスは9月一杯までほぼ変わりません。つまりレギュラー番組は前年より少し上向きで、単発番組の販売がかなり苦しい状況でしたが、単発もようやくほぼ従来と同じようなペースで売れる状態になりました。私どもとしては「24 時間テレビ」がありますが、他の単発番組の販売状況から想定すると昨年と同じ水準には到達できると、やや楽観的かもしれませんが、そのように捉えています。

一方、放送外収入では、今月は大型の映画作品の公開はありません。今後の映画では7月16日公開のスタジオジブリ作品「コクリコ坂から」があります。これは素晴らしい作品だと思います。東京オリンピックの準備が着々と進んでいる時代に展開する、いわゆるノンファンタジーのリアルな青春アニメで、大いに期待しています。

イベント事業では、「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」を現在開催しています。「あ、これも知っている絵だ」と、中学高校の教科書で見た絵画の実物を鑑賞できる素晴らしい展覧会です。1日約5,000人においで頂いています。

3. 地デジ完全移行へ

記者：地デジの完全移行についてお願いします。

細川社長：地デジの完全移行は7月24日に迫っています。毎回同じ事を申し上げて恐縮ですが、この日に向けて着々とできる事を全てやっていきます。南関東に特有の問題がある事も承知していますので、徹底的に告知をしています。放送事業者が最大限できる事は、テレビを視聴されたい方が全員ご覧頂ける放送体制を整える事であり、なおかつその告知も媒体社として可能な限りしていると考えています。「地デジになってテレビが観られなくなった」という事は私どものできる範囲で一切ないように目指しています。アナログ終了に向けての告知番組を含め、日本テレビは最も積極的に対応している局だと自負しています。

一方で、いわゆる被災3県の問題では系列各社の負担や作業が二重の意味で大変ですので、私どもができる限りの協力を進めていきたいと考えています。これも地デジ完全移行の一環になると考えています。

記者：地デジ完全移行に際しての記念番組やPRなどは検討していますか。

大久保取締役：告知放送として、金曜日16時20分からの10分番組「アナどきっ!」で、アナログではブルーバックのお知らせ画面を放送します。既に6月から始めていたもので、民放キー局では一番長時間の告知番組となります。また7月1日から24日までアナログ画面に“カウントダウンスーパー”を流すほか、告知スーパーを常時表示します。

さらに関連番組として、7月22日金曜日19時から萩本欽一さんに登場して頂いて「金曜スーパープライム『欽ちゃん!もう一度30%番組作りましょう(仮)』」を放送します。アナログ放送が終了し歴史に幕は下りますが、そのアナログ時代にバラエティーの世界で萩本さんは30%番組を3本掛け持ちして視聴率100%男と言われましたが、なぜ萩本さんは30%を獲得できたのかをメインテーマに、関係者のインタビューを織り交ぜながらアナログ時代のスーパースターにテレビの魅力を語ってもらうなど、テレビの良さを改めて確認して頂く内容の番組です。

24日の当日には、11時45分から12時45分まで12時のアナログ停波を挟んだ記念特番「変わるテレビ!変わらないモノ!(仮)」を放送します。このテレビの大きな節目にあたって、60年の歴史で「テレビが何を伝えてきたか」を振り返ると同時に、「テレビがこれから出来る事」を見つめていく内容です。アナ

ログでご覧頂いている方は12時で放送が終了となります。

記者：地デジ完全移行で視聴率にパソコン視聴が含まれてきますが、今後ワンセグや録画視聴も調査対象に含めるべきだとお考えでしょうか。

細川社長：これは調査会社が最終的には判断する事ですが、やはり本当に視聴されている方の把握はユーザー側としても必要になってくると思いますし、私どももより正確に視聴者動向が把握できる事が基本的に望ましいと思います。しかし、そのためのコストが膨大にかかるのであれば、難しいかもしれません。

4. その他

記者：国際事業部の新設の具体的な理由は何でしょうか。

細川社長：今までも国際業務の部門は常にありましたが、ビジネスに特化する体制がはっきりしていませんでした。今回、国際事業部を新設する事でビジネスを強く推進する、売上目標を明確にしたとお考え頂ければ分かりやすいと思います。

細川社長：私どもの編成局アナウンス部の西尾由佳理アナウンサーが8月末で退社する意向です。私どもとしてもこれを了承する事にしました。今年の「24時間テレビ」の総合司会を担当しますが、これが日本テレビアナウンサーとしての最後の仕事になります。さわやかな司会進行で視聴者から本当に愛された日本テレビの看板アナウンサーでありますので、そういう意味では貴重な戦力を失う事になり、日本テレビとしては残念です。しかし本人には、入社10年目という区切りで新たな道を歩みたいという意向があり、この事を尊重したいと思います。長年応援して下さいました皆さまに感謝したいと思いますし、特に「ズームイン!!SUPER」の顔として長年番組を引っ張ってきた素晴らしいアナウンサーでした。「24時間テレビ」を最後の舞台として全力投球したいと本人も話しています。もちろん退社後も引き続き私どもの番組には出演してもらいたいと思っています。また彼女の個性を活かした形で活躍して欲しいと願っています。これまでの西尾へのご支援に感謝申し上げます。

記者：本日が細川社長最後の会見となりますので、ご所感をお願いします。

細川社長：社長を2年務めました。前任者、前々任者に比べて不慣れな部分があり、記者の皆さんにご迷惑をお掛けした部分が多々あったのではないかと思います。ご協力頂きまして本当にありがとうございました。

所感としては、まずコンテンツの制作力や報道がやはりこの会社の根幹だと改めて痛感している次第です。また、ここ10年ぐらいのスパンで考えますと、テレビを取り巻く環境が激変している、しかもその変化のスピードが速いというのが実感です。

その大きな変化の1つとして、ある時期までテレビが圧倒的に強い時代が長く続きました。その結果、どうやって他の媒体を育成し保護するかをむしろ私ども自身も考えていた時代が長くありました。ここ数年はそうした媒体とどのように協調して、競争して、私どもの媒体力を強く維持していくかが大きな課題になってきた、そのような時代を迎えていると非常に強く感じます。

(了)