

**2011年11月28日 日本テレビ 定例記者会見****《 全文 》****<発表>**

大久保好男社長：12月9日(金)に放送するスペシャルドラマ「らんま 1/2」では、「YouTube【日テレ Channel】」やホームページ、Twitter 等、様々な方法でプロモーションに取り組むとともに、ドラマのキャラクターを活かした新しいスタイルの「データ放送」を実施します。1つの番組をテレビ画面以外の多角的なデバイスでも楽しんで頂きたいと考えています。

視聴率は先週、全日、プライムタイム、ゴールデンタイムの3冠を獲得しました。1月以降の年間での3冠獲得は、これで9回目です。先週は水曜日と日曜日が特に好調でした。また11月の月間視聴率においても全日とプライムタイムは1位でした。年間平均視聴率では日本テレビは現在、プライムタイムとゴールデンタイムでトップタイです。昨年はこの段階でプライムタイムが0.4ポイント差の2位、ゴールデンタイムが0.7ポイント差の2位でしたので、1年かけて追い上げ追いついてきた状況です。残り5週しかありませんが、視聴率首位奪回という長年の目標を実現すべく、現場はもちろん全社を挙げて頑張っています。他社も強力なソフトを持っていますので、現時点で首位奪回が確実になったとは言えませんが、非常に楽しみな段階まで来たと思っています。

スペシャルドラマ「らんま 1/2」に関連しますが、12月1日付で日本テレビは組織改正を行い、インターネットやデジタル関連部門を集約して新しい組織を作ります。編成局にメディアデザインセンターを新設し、その下にメディアマネジメント部とメディアクリエイション部の2つの部を配置します。インターネットやデジタル関連事業をさらに迅速・効率的に進めると共に、新規事業開発やコンテンツの二次利用等にも力を入れるための機構改革となります。

記者：「らんま 1/2」は地上波未公開の動画を先出しする等、地上波放送より先にデジタルメディアで展開しますが、地上波への訴求効果はどの程度あると考えていますか。

小杉善信取締役：YouTube を効果的に利用したいとの要望は番組制作者にも強くあり、番組宣伝に特化した日テレ公式チャンネルを開設しました。その中で「ら

らんま 1/2」はスペシャルドラマの特性も活かし、先行して話題を提供していきたいとの狙いから今回のデジタル展開に至りました。「らんま 1/2」は累計発行部数 5,300 万部以上を誇る人気漫画ですが、例えば突然変身する場面等、初めて観る視聴者にとっては突飛な設定も一部にあります。このため、どなたにも分かりやすいように連動データ放送ではあらすじを更新していきます。こうした連動データ放送等のデジタル展開は地上波のリアルタイム視聴ならではの楽しみ方ですので、ぜひリアルタイムでデータ放送とともに視聴者の皆さまに楽しんで頂きたいと考えています。

記者：新たな収益源としてデジタル配信を含め、自社コンテンツの海外展開、商品化等の今後の取り組みについてお願いします。

大久保社長：海外展開はこれからの大きな柱の 1 つとして様々な事業を模索しています。台湾では地元テレビ局と合併で「黒剣テレビ番組制作株式会社」を立ち上げ、番組制作を始めています。これを成功させ足がかりにして、アジア展開を目指しています。また海外への番組販売は長年行っていますが、これまで以上に海外市場をにらんだ番組制作・販売に力を入れていきたいと思っています。

## 1. 視聴率動向と編成戦略

記者：視聴率ではトップ争いが続く中、バラエティーや「家政婦のミタ」「妖怪人間ベム」等の視聴率が良い状況ですが、好調の要因はどのように分析していますか。

大久保社長：4 月改編で朝と昼の帯番組を全面刷新して視聴習慣が一時変わったため、帯番組の視聴率がやや下がっていました。また 4 月期・7 月期のドラマも 10 月期ドラマほどの視聴率には至っていなかった事もあり、4 月・5 月・6 月と視聴率がやや伸び悩んでいました。しかし帯番組は 7 月以降改善されて良くなり、10 月以降はバラエティーも好調な上、ドラマも視聴者の皆さまに高い支持を頂いています。番組制作陣が伸び伸びと創意工夫をしたり、積極的に新しい取り組みを行い、それが結果的に視聴者の皆さまに受け入れられる内容につながっていると受け止めています。社長就任以来、社員に言ってきたのは創意工夫、常に新しい仕事や番組にチャレンジして欲しいという事です。その成果が少しずつ出てきていると思います。番組制作そのものは全て番組制作現場を信頼して任せていますが、上層部がコントロールしつつ現場の士気が高まってい

と感じています。

一方で、視聴率だけで番組の善し悪しは計れません。報道のように正確性・信頼性が求められる番組もありますし、その他の番組もやはり品質は大事です。視聴率と合わせ、良質な娯楽の提供を続けていきたいと考えています。

小杉取締役：年間視聴率はプライムタイム、ゴールデンタイムともに 12.4%とトップタイで並び、小数点以下 2 桁・3 桁の僅差となっています。最後の最後まで緊張感を持って首位奪還を目指していきます。

そうした中で、10 月期ドラマの勢いは重要です。ドラマが好調ですと、帯の情報番組の中にドラマの宣伝を取り込むなど利用しやすくなり、相乗効果が生まれます。水曜ドラマ「家政婦のミタ」は平均視聴率 20.9%と 10 月期各局ドラマのトップで、最高視聴率も先週 23.5%を獲得しました。さらに今週の第 8 話では、主人公の三田灯が今まで隠されていた自分の壮絶な過去を告白します。ラスト 3 回に向けての第 8 話は大きな意味を持つ放送となりますので、ご期待下さい。また土曜ドラマ「妖怪人間ベム」も平均視聴率 16.6%で、親子で楽しんで頂けるエンターテインメントドラマとして裏番組に左右されにくい視聴者層を確実に獲得しています。10 月期はこの両ドラマの成功が非常に大きいと思います。

また 10 月改編のバラエティーが番組最高視聴率を相次いで獲得しています。月曜 19 時「宝探シアドベンチャー 謎解きバトル TORE!」は先週 14.6%、火曜 21 時「なんでもワールドランキング ネプ&イモトの世界番付」が先々週 11.3%、また水曜 19 時「1 番ソング SHOW」も 11 月に入って 15.8%を獲得しました。現在は番組編成においてバラエティーとドラマのバランスが良い形です。年間視聴率は番組個別の「点」の戦いではなく、番組編成全体の「面」の戦いとなりますが、今は番組編成全体がしっかりと「面」の戦いをしている状況です。

記者：10 月期ドラマのヒットは予測していましたか。

大久保社長：「家政婦のミタ」はオリジナルです。原作からドラマを製作したのではなく、オリジナル作品でこれだけの視聴率を獲得できました。これはまず脚本家の力が大きいと思います。また脚本家と一緒に高い質のドラマを実現できるスタッフも優れていると思います。今回のドラマの関係者には感謝しています。

ドラマは第 1 話の視聴率が良くても第 2 話から下がっていく傾向を示すものが多いのですが、「家政婦のミタ」は上がっています。番組そのものに力がある事に加え、ご覧頂いていなかった方が口コミやマスメディアの番組批評等を通

じて関心を持って頂き、視聴率の右肩上がりにつながっていると思います。

記者：「家政婦のミタ」の続編、最終回の枠拡大等は想定していますか。

小杉取締役：最終回に向けて制作現場は精一杯やっていますし、調整をしていますが、現時点では申し上げにくいです。しかし、他局の番組でパロディーをやって頂くほどの社会現象ともなっていますので、その意味では「ミタ」効果を十分に活用したいと考えています。

記者：年末年始の番組で特に注目する番組を教えてください。

小杉取締役：毎年人気があるのは「さんま&SMAP! 美女と野獣のクリスマススペシャル」と「ダウンタウンのガキの使いやあらへんで!! 大晦日年越しスペシャル!!」で、この2本は高い視聴率を獲得し、ファミリー層にもご覧頂いています。また映画「借りぐらしのアリエッティ」を12月16日(金)「金曜ロードショー」にて放送しますので、こちらをご家族で楽しんで頂きたいと思います。さらに12月21日(水)は「家政婦のミタ」が最終回で、その2日後の12月23日(金)の「金曜ロードショー」で映画「ゴースト もういちど抱きしめたい」を地上波初放送しますので、全く異なる役の松嶋菜々子さんをぜひご覧下さい。

## 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。

大久保社長：10月改編では、レギュラー番組のカロリーアップができ、またタイムセールスは全体に好調で、右肩上がりです。単発番組のセールスは、先週展開した「食ウィーク」がスポンサーの方々の高い支持を得て、好調なセールスにつながりました。「Ecoウィーク」「食ウィーク」等、テーマに基づいた番組展開を営業に結びつける良い形ができつつあると思います。

12月には単発番組として3年ぶりの国内開催となるサッカーの「TOYOTA プレゼンツ FIFA クラブワールドカップジャパン 2011」がありますが、セールスは8割程度終わり順調に進んでいます。年末年始の単発番組のセールスがこれからの大きなテーマで、12月31日(土)大晦日の「ダウンタウンのガキの使いやあらへんで!! 大晦日年越しスペシャル!! 笑ってはいけない空港 24時!! (仮)」等、恒例の単発特番は引き合いも多く、好調な推移です。年明けの単発特番はこれからとなります。

スポットセールスは10月までは好調でした。11月・12月は少し減速しています。タイの洪水の影響やヨーロッパの金融不安等、世界経済の先行きがなかなか見通せない状況で市況全体がやや慎重な構えです。やや減速気味ですが、12月まで含め前年の水準は超えるのではないかと見ています。震災の影響で4月・5月とスポットセールスは大きく落ち込みましたが、夏以降は回復しました。勢いはやや衰えつつありますが、年度末まで見通した場合、4月・5月のマイナス分は回復できるのではないかと見ています。

放送外収入の大きな柱である映画事業では11月26日(土)に公開された「映画 怪物くん」が好調です。公開後2日間の興行収入は5億8,000万円、43万人を動員し、「ごくせん THE MOVIE」を上回るスタートですので、期待しています。冬休みにご家族皆さんで観て頂きたいと思っています。「カイジ 2～人生奪回ゲーム～」は23日間の興行で103万人にご覧頂き、興行収入13億4,000万円と順調な成績です。今後は1月21日(土)に「ALWAYS 三丁目の夕日'64」が公開されます。さらに話題を呼ぶような映画製作を続けていきますので、ぜひご注目下さい。

通販事業等も番組連動で順調に伸びていますので、放送外収入全体でも想定売上を達成できるのではないかと見ています。放送外収入を増やす経営方針に変わりありませんので、さらに様々な分野に力を注いでいきたいと考えています。

### 3. その他

記者：読売巨人軍の清武前代表の騒動について、大久保社長は読売巨人軍の取締役ですが、ご見解をお願いします。

大久保社長：読売巨人軍の話ですので、日本テレビの社長としてコメントする立場にはありません。一方で、ご指摘の通り読売巨人軍の非常勤取締役、読売新聞グループ本社の常勤取締役を勤めています。従って清武元代表の解任について役員会で議決に参加しています。私の立場は、巨人軍の清武代表解任の理由は妥当であるという判断をし、それに賛成しています。それが全てです。

記者：番組等に出演されている江川卓さんが今回の騒動の中で名前が出ましたが、今後の江川さんの契約や対応について教えて下さい。

大久保社長：江川さんは現在「Going! Sports&News」にレギュラー出演して頂

き、またプロ野球中継の解説者もお願いしていました。清武氏に関連して日本テレビと江川さんの関係は現時点では変更はありませんし、必要はないと思います。

記者：今年最後の定例会見ですので、1年の振り返りをお願いします。

大久保社長：日本テレビにとっても、私個人にとっても大きな激しい変化があった年で、あまりに多くの出来事があり過ぎてすぐに思い出せないほどです。

この1年で忘れてはならないのは何と言っても東日本大震災です。被災された皆さまにお見舞い申し上げると共に、一日も早い復興をお祈り申し上げます。テレビ局にとって報道の重要性、意義を改めて見直す年でした。未曾有の大震災に対して、報道機関としてテレビ局は何をしたのか、何ができなかったのか、その事を機会があるたびにもう一度その原点に立ち返って報道機関としての役割を考えなければいけないと考えています。

民放連の広瀬会長が繰り返しおっしゃっていますが、津波が起きた時テレビがどれだけ避難を呼びかけ、実際の避難にどれだけ役立ったかについてはテレビの役割を考えさせられる事が多かったと思います。効果的に避難情報が伝わっていれば、さらに多くの方が避難できたのではないかとという広瀬会長の指摘については、その通りだと思います。その意味で日本テレビとしても自然災害を含め、正確・迅速に伝え信頼される報道をしていく事で人命を救えるような、そうした報道の在り方をさらに考えなくてはいけないと考えています。まだまだ震災も復興も終わっていませんが、復興報道を通じて、テレビ局の報道とは何かを考えていく「道のり」が来年以降も続いていくと思います。

また今年は、およそ20年に渡って経営のトップに立ってきた氏家前会長が亡くなり、社内、グループ会社、ネットワーク各局も含め日本テレビグループにとっては大きな喪失感の中で立て直すのに大変だった時期がありました。その後、今の新しい体制がスタートしましたが、大黒柱を失った中で頑張ってくれた社員には改めて感謝したいと思います。そして日本テレビが成長できるのはやはり視聴者の皆さまが支持して下さった結果で、これは視聴率の改善に現れています。私たちもいい番組をつくる努力をしましたが、何よりも視聴者の皆さまが日本テレビに共感し支持して頂いた事が大きいと思います。

一方、営業ではスポットセールスのシェアが上半期で25%を超えました。目標としていたシェア25%達成は営業局の努力もありますが、何よりクライアントの支持を得られた事によるものであり、感謝申し上げたいと思います。視聴者の皆さまに支持されクライアントに支持されるコンテンツを製作していく事を会

社の目標に掲げてきましたが、一歩ずつその方向に歩みを進める事ができた 1 年だったと総括しています。

今年はあと 1 ヶ月ありますが、きちんと乗り切る事が本当の総括につながります。しっかり緊張感を持って日々の仕事をやっていきたいと思います。視聴率においては年間視聴率の部門トップを獲得したいと考えていますし、それが達成できれば来年はさらに飛躍できる、その足掛かりができると思いますのであと 1 ヶ月をしっかりと頑張っていきます。

(了)