

2009年11月30日 日本テレビ 定例記者会見

《 全文 》

1. 最近の視聴率動向と編成戦略

記者：10月期のドラマなど視聴率について聞かせてください。

舛方勝宏専務：昨年に比べると年間で、ゴールデンタイムは変わらず12.4%ですが、全日は0.1%上がって8.4%、プライムタイムも12.4%から12.5%、それからノンプライムも7.1%から7.2%と0.1%上がっています。フジテレビの強さ、当社の弱さははっきりしてきており、今後の戦略が見えてきました。このまま2位で満足していくわけにいかないの、どう工夫をするかが今後の課題です。

帯番組は数字を上げています。「おもいっきりDON!」は、第2部の視聴率が11月に月間で5.2%と上げ、「NEWS ZERO」は月～金曜日の平均が8.9%と、月間で最高視聴率を記録しました。全体的にスポンサーニーズの高いターゲットがめざましく改善し、フジテレビといい闘いをしていると思います。ただ、世帯視聴率は、まだまだと感じています。

記者：年末年始の編成についてお願いします。

舛方専務：年末は、レギュラー番組の中でも高視聴率のものをベースに、たとえば12月30日には18時から5時間にわたって「ザ!世界仰天ニュース 史上最強の5時間半SP」、31日に「ダウンタウンのガキの使いやあらへんで!!大晦日年越しSP!! 笑ってはいけないホテルマン24時!!」を6時間で、また12月27日に「ものまねグランプリ ～ザ・トーナメント～」を3時間と、大型番組を編成します。新年には、1日に「TOKIOのドリームチャレンジ」を18時から3時間、4日に「徳光&所の世界記録工場 Part 6」等と組んでいます。

金曜ロードショーでは、12月25日に30分拡大で「ラストサムライ」、1月8日は「もののけ姫」と、大型の映画も編成しています。

記者：今年は年間視聴率の対象期間が来年の1月3日までで、「第86回箱根駅伝」もあり、ノンプライムでフジテレビに勝てそうな気もしますが、いかがでしょう。

舛方専務：まだ何とも気が許せない状態ですし、フジテレビは編成的にとっても味なことをおやりになりますし、そんなに簡単な相手ではありません。1月3日まで、年末年始の特番を挟んで予断を許さないし、何とかくっついていこう、離されまい、抜くとか抜かないではなくて、きっちりくっついていくということが基本です。

記者：先日行われたグランドチャンピオンシップバレーボールの視聴率が前回に比べてよかったですと思いますが、総括をお願いします。

舛方専務：前は女子が12.3%、男子が10.8%でしたが、今回は全10試合平均で13.2%を獲得しました。いま子どもたちを中心に人気の高いタレント、イモトアヤコさんを応援団に繰り出しました。これはバレーボールの面白さを若年層に伝えようという試みでしたが、いい結果になったと思います。

記者：野球中継について、巨人軍が日本一になりましたが、来年以降の見通しについて聞かせてください。

舛方専務：今期の野球中継については、デーゲームが増え、巨人軍が優勝したこともあり、いわゆるCT層、子どもたちに訴求したという意味で、大変よかったのではないかと思います。デーゲームの視聴率は、今シーズン12試合の平均が7.0%で、昨年よりも0.8%増えています。ナイターは13試合で平均が9.8%、昨年より0.2%上がっています。次世代の子どもたちにアピールしていこうという方針が徐々に浸透してきたかなと思います。

細川知正社長：野球中継は、非常に貴重なソフトです。しかし一時のような視聴率が得られないことから、もう一度立て直そうとしています。若者や子どもにアピールしていくという点では、例えば東京ドームのデーゲームはいつでも満席になっている等、効果が出ていると思います。

またBSの放送に対する反応も大変によく、このソフトをより多くの方に見て頂く形が新しく構築されつつあると手応えを感じています。

記者：東京ヴェルディがホールディング会社に完全移行しましたが、サッカーの放送は今後どうするのでしょうか。

細川社長：東京ヴェルディの株式の受け渡しは既に完了していますが、今回Jリーグに残るといことはよかったと思っています。

また、今期については、会社の維持にも関与していこうと思っておりますし、来期に関しても、「ベレーザ」に関しては、ネーミングライツを保持していこうと考えています。

舛方専務：サッカーに関しては、ヴェルディを始め、高校サッカーも1971年以来放送をしてきて、今これだけの規模になってきました。いろいろな名選手もワールドカップに送り出せるような下地ができたという意味で、私ども日本テレビ系列、および系列を超えた規模で放送する等、日本のサッカー界に貢献してきたと自負をしています。

東京ヴェルディにつきましても、野球と同様、貴重なソフトとして高校サッカー、FIFAクラブワールドカップと共にバックアップしていくという気持ちでいます。

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お願いします。

細川社長：中間期決算を発表しましたが、大減収で増益ですので、どう評価するかが難しいところです。放送収入、つまりCM広告収入の落込みは中間期の決算で大減収になった主因です。特に4月以降タイムセールスは当初想定していたよりも下落が激しかったと感じていますし、これは10月期でも残念ながらほとんど変わっていません。

一方、スポットセールスは、期のはじめにかなり下落しましたが、徐々に回復してきました。回復といっても、仮に前年同期比100%であっても、その前年は、たとえばそのまた前年同期比85%等で、全面回復しているわけではありません。しかし、下げ止まるという意味では、9月ぐらいから下げ止まっています。9月、10月、11月といずれも前年同期比100%を超える数字になってきています。

しかし、中間期決算までの状況、あるいは10月単月を見ても、放送収入はまだ前年同期比から大幅にマイナスになっている。タイムセールスはおそらく3月末までそう変わらないだろうと考えています。ただスポットセールスは、今の流れからすると、少なくとも極めて悪かった前年の数字はクリアすると見えています。直近10月のタイムセールスは相変わらず前年同期比マイナスですが、スポットセールスは前年同期を越えて、10月は前年同期比104.1%、11月も多分このレベルはクリアするだろうと考えています。

放送外収入は上半期、想定したよりも総売上が伸びましたし、利益面でも貢

献が大きかった。10月以降は全体の規模は上半期ほど大きくなりません。映画あるいはイベントの規模そのものが少し小さくなりますから。ほぼ着実に一定の利益を回収していくという見方はしていますが、非常に好調であった上半期のレベルまでいくかどうかは、今はっきり言えません。

記者：今年の映画はヒットが多く、「なくもんか」も予想以上のヒットになっていると思います。映画事業の今後はどうでしょうか。

細川社長：「なくもんか」は、同じメンバーで以前に制作した映画「舞妓H a a a n!!!」に比べるとやや少なめの興行収入であるという気がしています。「舞妓H a a a n!!!」では興業収入だけで投資の回収を実現できましたが、そうになると、かなり利益も高くなりますが、「なくもんか」は今のペースだとご指摘ほど楽観的なものではありません。

上半期の映画はおかげさまでよくヒットしました。この確率は半期単位で見ても、映画ではなかなかありません。

記者：イベント事業では今年の前半に「ルール展」がありました。後半のイベントで目玉は何でしょうか。

細川社長：来年開催する「ポンペイ展」です。全国で展開しますが、これがやはり大きなものです。あとは、「バックストリート・ボーイズ」、「ホイットニー・ヒューストン」JAPAN TOUR2010のコンサート等が予定されています。

記者：政府がデフレ宣言をしましたが、日本テレビのクライアントの動向と、細川社長の受け止め方について教えてください。

細川社長：現実的には、デフレ宣言が出る前から放送収入はデフレ状態です。特に広告量の拡大は長らくありませんでしたので、具体的にデフレ宣言で何か起きたかと言うと、少なくとも現時点スポットセールスに悪影響が出るということはありません。ただ、タイムセールスに関してはデフレ宣言が出る前からよくないわけですから、影響はまだ判断できません。一方で、タイムセールスがよくないと言いながら、現在行っている年末年始のセールスで、年末は意外にスポンサーの感触はいいようです。通常は年末年始のセールスでは、年始はスポンサーの引き合いがいいが、年末は全く振るわないことが多いのですが、今年は逆に年末の引き合いが活発だと聞いています。

記者：スポンサーが今まで控えていた分をちょっと出そうとか、そういうことでしょうか。

細川社長：それもあるかもしれませんが、10月、11月のスポットセールスが各局完売になりました。したがって、12月もスポンサーからすると思いだおりのCM枠の取り方がやや難しい。そこで比較的買い手市場になっているタイムセールスに集まっているのかもしません。最終的にスポットセールスがどうなるかは、検証してみないと何とも言えません。

記者：円高で日本テレビへの影響はありますか。

細川社長：私どもはきわめてドメスティックな企業ですから、円高で直接的影響は出ませんが、大クライアントは海外とのビジネスを活発に行っていますので、円高によるマイナスの影響が出るでしょう。そうすると、どうしてもタイムセールスの引き合いにネガティブに響く可能性はあります。そうならないように、努力しなければいけないと考えています。

3. 地上波デジタルの進捗状況

記者：地上波デジタルへの完全移行が再来年に迫りましたが、いわゆる事業仕分けで地デジの普及予算が削減されるという話も出てきました。地デジの進捗状況はどうでしょうか。

細川社長：地デジに関しては、あまり喜ばしくない話が2つあります。1つは、普及状況が10月末の調べで、想定より多少下回っています。これは何とか頑張っってそのベースに乗せていかなければいけません。

もう1つはいわゆる事業仕分けですが、いずれにしても総務省がおっしゃっているように、地デジの2011年7月24日完全移行は不退転です。それに向かつては政府としても全力でやると伺っていますので、現実にはそれが阻害されるような動きにはならないはずだと私どもは思っていますし、あつてはならないと思っています。ですから、もちろん指摘された「効率化」等は必要ですが、私どもとしてはできる範囲のことを粛々と進め、私どもの責任でおかしくなるようなことは決して起こさないというのが、逆に言うと私どもの不退転の決意ということになります。やれることはあらゆることをやっていくつもりです。

4. その他

記者：今年の振り返りとして、「真相報道 バンキシャ！」の誤報問題を振り返って頂けますか。

細川社長：明らかに起こってはならないことが起こりました。しかも、それは取材のスタートから最後のオンエアに至るまで、様々なレベルで問題があったということが確認されているわけです。今年、もちろん私ども自身の検証、そしてBPOに第三者機関として検証を頂いて、いろいろなレベルで対応してまいりました。今ももちろん社員の教育は継続していますし、放送に至るまでのチェック体制も機能しています。「本当にそれが機能しているのか、それは日本テレビが考えているだけじゃないか」とのご指摘もあるでしょうが、これは実際にオンエアを見てくださる視聴者の皆さまにご判断頂きたいと考えています。私どもとしては最善のことをやっていると考えています。

繰り返しになりますが、そうした地道な努力を通して、放送で起きた起こってはならないことは、放送を通して取り戻していかなければいけないと確認しているところです。

記者：「笑点」で貢献された三遊亭円楽さんが亡くなられて、日本テレビとしてどのような思いか、教えて下さい。

細川社長：心よりご冥福をお祈りいたします。番組については舛方専務からお話します。

舛方専務：本当に残念なことです。1966年の放送開始以来「笑点」に出演して頂き、ずっと支えて頂いた最大の功労者ですし、番組はあらゆる視聴者に楽しんで頂いています。先週も視聴率20%をとる等、すべての年齢層で観て頂いています。これはやはり円楽さんのあの味、年輪を重ねてきた効果であろうと思います。皆さんが安心して見られる、また非常に健康的に笑える番組であるというのは、視聴率にも表れています。大変な功績だと思います。

今後も円楽さんの路線を継承しながら、大幅に変わる訳ではありませんし、ある意味では日本の伝統のものをちゃんと長年やっている番組ですから、どう時代が変わろうが、きちんとやっていこうと考えています。

記者：東京国際ドラマフェスティバルで「アイシテル～海容～」が東京ドラマアウォード2009の作品賞グランプリを受賞しましたが、受賞で海外での売上へ

の影響や、円高の影響があれば教えてください。

細川社長：受賞は非常に喜んでいますが、多少「問題提起」的な部分まで含んだ番組をご評価頂けたことは、非常にうれしく思っています。

受賞は売上にはまだ直接結びついていませんが、私どもとしては今後のビジネス全体の中で海外のマーケットを視野に入れていかないといけない。基本的にはドメスティックな企業ですが、海外に向かっても発信していく。フォーマット販売等も含めて進めていきます。

「アイシテル～海容～」が認められただけではなく、他にもさまざまな形で私どもの海外活動を認めて頂いています。ですから総合的に活かしていく体制をつくってやっていきたいと思っています。

記者：海外販売に今後とも力を入れていくということですか。

細川社長：その通りです。かなり前から体制は整えています。円高や世界不況で、クライアントが買わなくなる、そういう問題もあり、一進一退しています。しかし、全体としては売上も拡大の傾向にあり、順調にしていると思います。短期的にはアニメーションの海外市場が冷え込んでいます。そうすると、その売上は下がらざるを得ません。それから、プロ野球中継の韓国への販売で巨人のイ・スンヨプがレギュラーで出ていないとなかなか買って頂けない等、全体の売上が必ずしも年々上がっているわけではありませんが、全体の傾向としては伸びてきているとはっきり言えると思います。

記者：「NEWS ZERO」の小林麻央キャスターと歌舞伎俳優の市川海老蔵さんの交際について、その日の放送で小林さんが挨拶されました。もし私が一般の視聴者だとしたら、なぜニュース番組で取り上げるのかという感想を持ちます。社長の感想をお願いします。

細川社長：「NEWS ZERO」での対応ですが、朝からあれだけ報道されていますので、何も説明しないわけにはいかないというのが理由の1つです。

また、「NEWS ZERO」はニュース番組ですが、新聞の文化面にあたる「ZEROカルチャー」のコーナーで文化芸能分野のニュースも扱っています。もう1つ、例えば小林キャスターの相手が一般の方であれば別の対応もありますが、今回の場合、取り上げ方はあの形でいいというのが実感です。もちろん視聴者の皆さまにはいろいろなご意見があると思います。

記者：BPOがバラエティに関して意見書を出しました。40ページを超す長い内容で、文体がちょっと変わっています。私にはかえって読みにくい印象もなくはないのですが、読んでどのように受け止められていますか。社内的に何か意見はありますか。

細川社長：読ませて頂きました。まず当然のことながら、私どもはBPOのお出しになるものについて、慎重に敬意を払って、真摯に取り組んでいきます。今回のBPOの文書に関しては、私どもの、特にバラエティを担当している部局の全スタッフ、そして関連グループ会社を含めた全員に当然読ませています。その受け止め方についても、それぞれの管理職を通してチェックをしています。最大限丁寧に扱って、意図されるところを受け止めていこうと考えています。

正直に申し上げますと私はもうちょっと普通の文章のほうが読みやすかった。ただ、バラエティを実際につくっている若い方たちにはあのほうが読みやすいのかもしれない。ああいう形をわざわざとり、挿絵まで入れて、頑張れと激励されたのだと、民放連会長は言っておられます。私はそれ以上に、「だめなバラエティをつくってはだめだよ、いいバラエティをつくれよ」とおっしゃっているのだとストレートに受け止めました。

文書では、いいバラエティが何で悪いバラエティは何だというのは、極力判断を避けてお話しになっているような気がします。要するにクオリティの高いバラエティをきちんと作りなさいと。そうしないとテレビにとっていいことになりませんよ、と言われているのだと私は受け止めました。

舛方専務：私どもはこれまでも例えば制作関係の局が集まったときに、BPOもいわゆるバラエティに関して注目しているということを話し合いました。コンプライアンスの者が中心になって、いろいろな例を出しながら、これはいけない、ここは気をつけないといけない、ということも研修の中に取り込んでいます。

そして、今回こういう形で文書が出ましたので、むしろ私はありがたく思っています。そういうものが出て、時にハッと立ち止まるということをやっているかないと、ある意味怖いです。意見書にはエールの部分もかなりあります。僕はあの文体もいいと思います。「本当に頑張れよ、もっといいものをつくれよ、本当におもしろいものをつくらせてよ」という気持ちが伝わってきますので、私は大変ありがたいと思います。定期的にもいろいろな例を出して、それを教材にしながら、もちろん私どももやっていますが、そういうものをBPOとして出して下さったほうが、むしろ現場としては助かると思っています。

記者：放送倫理検証委員会では白黒をつけてきましたが、意見書は少し違って結論も抽象的です。指針、具体性がなく、ＢＰＯのバラエティ論と言う性格もあるようですが、いかがですか。

細川社長：ＢＰＯの存在の性格からいって、私どもがいい、悪いを申し上げるのはいかがかと思います。これはおそらく民放連レベルでの話であると考えています。

繰り返しますが、全体としては「いいバラエティをつくりなさい」ということだと思っていますので、提言そのものはありがたいと思っています。

記者：舛方専務、現場の統括という立場ではどう思いますか。

舛方専務：テレビ番組の中でバラエティは大きな割合を占めています。ですから、今回の意見書はちょうどほどよかったと思います。うかうかするなよと。確認という意味で出された５項目などわかりやすく書かれた「警告」と「激励」だと思いますね。ＢＰＯは、はっきりした断定をされるということが今まで多かったので、今回はそういう意味で「警告」であったと思います。また、メッセージ性の高い「激励」でもあったと思います。

今までとは違った意味でバラエティを取り上げていて、私は画期的だったと思います。私どもとしてもこれを材料にしていろいろなことを話し合う機会もできるわけですから、スタッフを集めて、こういう点に気をつけろと言うだけではなくて、役立てていこうと思っています。あれを読んだクリエイターはみんな心当たりがあります。具体的に書かれなくても、心当たりは一度や二度あったはずで、それをやはりそうなのだと確認する意味でも、よかったのではないかと思います。

(了)