

「テレビ東京を紐解く」

拝復

半月のご無沙汰でした。珍しくここ数日は雨でしたが、インフルエンザが猛威を振るっているようです。皆様におかれましてもご注意ください。手洗いとうがい、これが一番の予防策なのだそうです。電車の中でもマスク姿の方をよく見かけますが、ほとんどの方は「予防策」として使っている様子。用



心に越したことはないですね。インフルエンザ、かかるととんでもない目に合いそうです。

今回のお題は「**テレビ東京をひもとく**」と題してお送りします。在京キー局を初めてとしてテレビ局の経営が非常に厳しくなっています。これまではどんな不況の折りでも順調に売り上げ・利益を伸ばし続けてきました。戦後のマス・メディア文化の中心いた時代の寵児、「テレビ局」に異変が起きています。ただメディア論としては既に「マス・メディアの未来」として [NL20~22号](#)でも取り上げました。ご興味がある方はそちらも読んでください。今回はその中であってちょっと変わった存在と言える「テレビ東京」を取り上げ、「**弱者の戦略**」(失礼) ^^ ;を見たいと思います。

「テレビ東京」。通称 12チャンネル (これは首都圏限定ですね)。スタートは 1964年、在京キー局としては最後発です。当時の名称は「**日本科学技術進行財団**」。恐ろしく固い名前ですが、もともとは民放の中で科学教育を行っていくテレビ局としてスタートしています。当時は「科学技術学園高校」の授業を一日に4時間だけ流すという放送局。当然スポンサーも付くはずはなく、1969年からは「**日本経済新聞社**」が経営に乗り出し、商業ベースの放送を開始しています。

本物の網走刑務所正門跡です→



最後発ですから、他の民放キー局との差は大きく、視聴率も振るわない。「**番外地**」

などと揶揄された時代もあったようです。しかし、あえて扱う分野を特定してターゲットを絞った番組編成をしてきたことから「**視聴率は最下位で、固定客数は最上位**」とも評されています。「テレビ東京」をテーマに NL を書こうと思ったきっかけは、他の民放各社の作る番組が「ばかばかしくて見



←お笑い芸人を集めてバカさを競う(T_T)

るに絶えない」と感じるようになったからです。いつの間にか NHK 比率が高まり、そして気がついて見ると「テレビ東京」の視聴が多くなっていました。NHK が増えるのはわかる、予算を心配しなくても良い番組は圧倒的に良質です。

私はそれを「**経済番組**」と言う点から**解釈**しようと思いました。23:00からの「WBS (ワール

→ すごく説明が分かりやすいと感ずます



ド・ビジネス・サテライト)は**ビジネスマンの必見番組**と呼ばれるように思いつて

経済だけにフォーカスした番組作りをしています。そのほかに、朝には「**Eモーニング**」(9:00~11:30)も経済に的を絞って、株式市場の幕開けと前場の引けの時間に的を絞っています。これを普通の主婦は見ないでしょう。私は入社してから、この番組を見る事が日課になってしまいました (キャスターの塩田真弓



← 正統派美人ですね ^^

さんを好きだからってわけじゃないです) ^^ ;。



そのほかにも、結構硬派の番組が多い。「**ガイアの夜明け**」 **「カンブリア宮殿**」



などは **NHK** のドキュメンタリーにも匹敵するような良質の**経済情報**を発信しています。この二つの番組は出来るだけ録画をして見るようにしています。おそらくこの NL の読者の中にも視聴者はたくさんいらっしゃるのではないかと思います。これは **1/3** の株式を持つ「**日本経済新聞**」の影響が少なからず働いていると見るのは妥当だと思います。

→ これいまだに日曜日の再放送で見えています



また、ユニークなバラエティを展開する局でもあります。「**何でも鑑定団**」 **「ア**





「ド街ック天国」 **「TVチャンピオン」** などの長寿番組



を輩出しています。他局とは一線を引いて、**違うジャンルを開拓すること**に秀でて感ずます。特に「何でも鑑定団」は「鑑定をして金額表示する」という新しい文化を創造した。またテレビチャンピオンは「大食い」と言う一つの文化を創造したと行っても過言ではないでしょう

こうして原稿を書くための準備をし始めた時にすぐに気がつきました。「**テレビ東京**」は**それだけの局ではなかった**のです。自分が余り見ないために気がつきませんでした。いわゆる「**旅もの**」。お世辞にも**トップ芸能人とは言えない（過去の人）に旅をさせて、食事に舌鼓を打たせ、温泉にゆっくりと入る。見ていてホッとするような番組。**結構やっています。

さらに驚いたことは「**テレビ東京**」は**実はアニメ天国と呼ばれる局**でした。確かに「**ポ**

ケット・モンスター」 や「**新世紀エヴァンゲリオン**」 等がヒットをしているのは知っていました。一週間の番組表をみて驚きました。なんと一週間で**アニメ枠は**

40本を超えています。**土日の朝7時~11時までは30分単位でアニメのオンパレード**。子供が大きくなってしまったことでアニメ比率は我が家ではほぼゼロになりました。が、その世界では「アニメ」チャンネルとして名を馳せていたのです。また平日でも、**夕方から19時まではアニメタイム**です。他局が必死でニュース戦争を繰り広げる間に、何食わぬ顔で子供需要を独り占めしていました。

アニメが「テレビ東京」にとって戦略的な商品として位置づけられるのにはもう一つの理由がありました。**経済面**です。アニメは一般的に言って制作費が安く済む。今、二時間の映画を作ろうとすると最低でも3億円くらいの投資が必要だそうです。それに対して「**その金額があれば26本のアニメが作れる**」。おまけに原作が**マンガでヒット**をしていれば、**大きな失敗はない**（今は他局のドラマではこの傾向が非常

本当に零でいいから、飲んで見たい→



に強い、今で言うワイン漫画「**神の雫**」)。それにもまして、**夕方30分の他のキー局での電波料（広告費）がコスト面で言う間尺に合わない**。ところが「テレビ東京」の場合は視聴率が低いことによって**広告主が付きやすい**という一面もある。

さらに、アニメビジネスはテレビに納まらず、**様々なキャラクターグッズなどの関連事業の領域が非常に広い**。子供向けではないアニメは深夜枠を使って流す。非常に濃い視聴者しか集まらないが、過去に流した物も含めて「**DVDボックス**」を作ると、**平均2万円近い値段にもかかわらず、アニメオタクが安定的に買って**くれる。「テレビ東京」にとってアニメはまさに**宝の山**だったわけです。

もう一つの戦略は**マイナーカルチャー番組の制作**です。私は嫌いなのですが「**演歌**」を一週間で一番流している局はどこか？NHKだと思いがちですが、実は「テレビ東京」です。昨年の年末には4時間ぶっ通しで「**ラスト新宿コマ劇場**」を流しました。その他、「**釣り**」「**ゴルフ番組**」「**モー**



タースポーツ、その昔で言えば、日本サッカー番組の神祖「三菱ダイヤモンドサッカー」

などもありました。キー局では広告費が高くて買い手がつかないジャンルの番組を作ることによって単価は安い**が確実に売り上げに結びつける**という「テレビ東京」の戦略が見えてきます。

一方、他の民放キー局と四つに組んで闘わなければならない「ドラマ」や「総合ニュース」「ワイドショー」にはほとんど手を出していません。**やっても勝てないからです**。朝のニュース番組「E—モーニング」を先にご紹介しましたが、この番組すごいです、開き直っています（笑）。9:00～9:30までは経済ニュース前場の状況を伝えた後、**「それでは長崎県佐世保市のジャパネットたかたさ〜**



←この社長のプレゼン。本当に面白いですね。好きです^^

〜〜んと呼びかけ 11:00 までの一時間を「通販番組」にしています。で 11:00 前場がしまると、いきなりまた、その日の午前の株の模様を伝えます。こんな構成の番組は他の在京民放キー局には絶対に出来ません。プライドがあるからです（笑）。何も「テレビ東京」にプライドがないと言っているわけではなく、**戦いの主戦場を徹底して他局と「ずらす」ことを徹底してします**。

「**独自路線**」「**弱者の戦略**」「**開き直り**」「**ちょうどいい小ささ**」いくつかのキーワードが見えてきました。ふと気がつく、テレビ局の中でもっともネットに近いのが「テレビ東京」だと言う事にも気づきます。ただし現在の経営環境は必ずしも楽ではありません。**テレビと言う一つのビジネスモデルが衰退期に向かっているからです**。事実この3月期では久しぶりの赤字を計上します。

規模が小さいことを逆手にとって、**サブカルチャーを主戦場にする**。マーケティング的に言うと、**「違う土俵を作って自分だけのビジネスドメインを作る**」と言うことになります。頑張れ「テレビ東京」。私はなんだかファンになってしまったようです^^；。

再び、WEB3.0 を書けませんでした。どうしてもまだ腹に落ちないのです。もうしばらくお待ちください。次回は今月中旬。お風邪など召さぬよう。私にとっては花粉が本格化する困った季節が到来します。どなたか、花粉症が軽減する方法があれば教えてください。今は、毎日「小青龍湯」を飲んでいきます(T_T)。

株式会社アール・リサーチ 〒271-0051 千葉県松戸市馬橋 1896-1 ヴィレッジ K・I 馬橋 3 F

Tel 047-342-3181 mobile 090-7428-8999 mail : ryubon@kkd.biglobe.ne.jp

<http://r-research.co.jp/> ブログ、ほぼ、毎日更新しています→<http://rresearch.blog103.fc2.com/>