

## 2004年9月27日 日本テレビ 定例記者会見

( 全文 )

### 1 . 最近の視聴率の動向と、10月改編の狙いについて

記者：まず最近の視聴率の動向と10月の改編の狙いについてご説明下さい。

山根義紘編成本部長：先週はフジテレビが三冠を獲り、日本テレビは2位でした。先週から各局期末期首の特番対応に入っており、フジテレビもプライムタイム28時間中24時間が特番でした。

年間視聴率については昨日までに39週が終わっており、平均視聴率では全日、ゴールデン、プライムの3部門でフジテレビに負けています。

やはり巨人戦の視聴率の低迷が、大きく影響していることは事実です。オリンピック期間中に大きく落ち込み、そのあと近鉄とオリックスを含めた合併問題やストライキ騒動もいい方向に働いておりません。先週末は日本テレビで巨人・阪神戦を放送しましたが、土曜日は5.3%、日曜は巨人が勝った試合でも8.4%でした。伝統の一戦にもかかわらずこのような数字になっているのが現状です。

特番についてですが、9月25日(土)に放送した「恋のから騒ぎドラマスペシャル」は、番組から3つのエピソードを取り出しオムニバス形式のドラマにしたもので16.2%でした。「行列のできる法律相談所」の特番も2時間で、22%の視聴率を取りました。

レギュラー番組は健闘しています。「世界まる見え!テレビ特捜部」「ザ!世界仰天ニュース」「謎を解け!まさかのミステリー」、「行列のできる法律相談所」などが順調です。フジテレビに遅れは取っているものの、全日ではわずか0.1%の差です。そういう意味で、ナイター終了後の10月の改編からが視聴率の戦いになると思います。

ゴールデン、プライムの改編は、まず土曜日19時から放送している2時間の「THE・スペシャル」を終了し、1時間のレギュラー番組を2本スタートさせます。19時から「億万のココロ~愛しのマネー\$伝説」で、億万長者になった人たちの成功と失敗のドラマを紹介するバラエティ番組です。司会は笑福亭鶴瓶さんと「ズームイン!!SUPER」の羽鳥慎一アナウンサーです。スペシャル枠で過去8回放送し、平均視聴率が15%を超えています。これを1時間に凝縮して土曜19時のレギュラーとしてスタートさせます。

20時から「世界一受けたい授業」で、司会は堺正章さんとくりいむしちゅ

ーのお二人です。各界のスペシャリストに、学校教育だけでは得られない、社会に出て本当に役に立つ授業を、行っていただくという番組です。

ゴールデン、プライムを含めて、他局はスペシャル枠が増えていますが 私どもは2時間の土曜のスペシャル枠を1時間のエンタテイメント2本にすることになります。

ドラマについては、視聴率も安定してきた水曜日の22時に「一番大切な人は誰ですか？」を放送します。主演は岸谷五朗さん、離婚した妻の役には宮沢りえさん、再婚している現在の奥さんには牧瀬里穂さんで、この3人をめぐる悲喜こもごもを描く、『ハートフルホームドラマ』です。

土曜日の21時のドラマ枠は若干苦戦していますが、今回は2001年の1月に放送して15%を超える視聴率を取った「ナースマン」の続編となる「ナースマンがゆく」を放送します。女性社会であるナースの世界に飛び込んだナースマンには前作同様に松岡昌宏君を起用し、女医役には財前直見さんも出演します。

月曜日の19時はよみうりテレビ(YTV)制作の「犬夜叉」ですが、10月から手塚治虫さんの「ブラック・ジャック」を放送します。

全日午前帯の枠では「ズームイン!!SUPER」を短縮して5時30分から8時とし、ネットワークの制作対応を含めた全体の構成を一度全部見直します。また現在8時半からスタートしている「ザ!情報ツウ」は、8時から始まるフジテレビの「特ダネ」と、ネタ構成などのすみ分けがなかなか難しく、スタッフも同時刻でぜひ真っ向勝負をしたいという非常に強い考えを持っておりましたので、「ザ!情報ツウ800」という新しい形で8時スタートとします。これが午前帯の構造改革のポイントです。

先ほど申しましたとおり、割とレギュラー番組は安定していますので、現在数字的には全日で0.1%ゴールデンでも0.3%負けていますが、この10月で思いきって、一気に戦いに出たいと思っています。以上でございます。

記者 今お話がありましたナイターについて、視聴率の低迷ということで、来季については何か考えていらっしゃることはあるのでしょうか。

山根編成本部長：今年は条件的にオリンピック等がありましたし、4月改編では重量打線の活躍にも期待していたのですが、後半は中日の独走という別の条件も重なってこういう結果になったとも考えています。数字が落ちてきているのも現状ですので、私どもとしましても、今後どのような形で数字を回復するかということについて、読売新聞社とも色々な話し合いをもう1月半前からしています。小中学生を含む掘り起こしに向けたキャンペーンをどのような形で張っていくかなど、具体的な話も先々で考えているのが現状です。

## 2 . 8月までの営業状況からみる上半期の業績見通しについて

記者： 8月までの営業状況からみる上半期の業績見通しについて、お願いします。

間部耕幸社長：まず8月の収入ですが、タイムセールスはアテネオリンピック、これが予想を上回る売上だったほか、24時間テレビ等の特番が好調だったため、前年比10数%伸びがありました。

それからスポットですけれども、これはオリンピックの影響を懸念していたのですが、飲料や自動車等が引き続き好調だったので前年をクリアして、これも100%を超えました。

それで上半期の業績見通しについてですが、第1四半期の総収入数字は100.6%でした。第2四半期のタイムセールス、これはナイターの延長数が多かったということや、単発番組のセールス等が好調に推移したこと、それからスポットについても出稿が伸びたことや、企画セールスなど新しい試みにも挑戦した結果、上半期のタイム、スポット合計で前年同期比で実績をクリアし、100%を若干超えるというような見通しになっています。

## 3 . プロ野球界の動向について

記者：会長にプロ野球の再編について、現時点での見解をお聞きしたいのですが。

氏家齊一郎会長：セ・パ両リーグの体制ができてから50年以上たって、同じ形でやってきました。大きく見直さなくてはという考え方は以前から持っていました。MLBが10年とか15年のスパンでいろいろ新しい方法を取り入れているように、日本のプロ野球もそのほうがいいと考えており、新しい形になってくるのは非常に賛成です。

それからオリンピックへのかかわりについても、1つのチームから2人と枠にとらわれずに、一般スポーツとの協力関係をさらに強化していくことが、野球界の発展につながるかなと思っています。今も依然としてスポーツイベントの中での人気は野球が一番なんですね。面白い形の展開をすれば、再び人気が出てくる。いい例として、この間のパリーグの3位争いが沸きました。あのよ

うな新しい考えでやってもらいたい。

記者：プロ野球選手がオリンピックに出ることについてアメリカでは抵抗があるようですが。

氏家会長：日本とアメリカとは同じじゃないでしょう。アメリカの場合は、企業のあり方は、全米のファンに対して責任を持っているという考え方をされていて、プロ野球で金メダルをとるかとらないかは、アメリカ国民の関心にならないんですよ。一番メダルをとっている国なんですから。日本では、やはり金メダルが多いということが、非常に国民的関心と呼ぶことだし、満足度も広がるということならば、プロ野球はその方向で考え方を展開していてもいいということですよ。

記者：新規チーム参入については、会長はどのようにお考えですか。

氏家会長：基本的には、社会的にプロ野球の経営者として正当性を認められるような会社であるならば、私は非常にいいだろうと思っています。

記者：以前、会長は会見でも、1リーグ制の流れは止められないとおっしゃっていたと思いますが。

氏家会長：あのときは、仮に8球団1リーグという考え方があったので、その延長線上で考えていたのでしょう。最近になって10球団でも2リーグ制で、むしろそのほうが交流試合をたくさんできることになるから、プロ野球にプラスだという考え方が出てきましたね。当時は私も考えつかないことで、なるほどたしかに、多少ルールは複雑になるが面白いだろうという感じを持っています。

ただし、プロ野球経営は依然として厳しいので、参入しようという会社が、例えば100何十億かの売上で、40億の赤字をかぶれるのかという点でやはり研究すべき問題だろうと思っています。

各球団の経営が成り立つようになるためには、球団数を少なくすればパイの分け前が多くなるというのが、一般的な経済原則です。そこに、各経営判断が出てきているわけですね。多分新しく参入しようという2社は、手を挙げたことによって、多額の宣伝費をかけたのと同じ効果が出てきたわけですね。今度は本業の収益と球団の収益の差額をどう埋めるか。3年間で黒字にしてみせる

ということを行っているようですけど、今までの常識で言うと、その辺もかなり難しいかなと思っています。どうクリアしていくのか、率直な疑問ではあるんですね。

#### 4 . NHK不祥事について

記者：NHKの不祥事について会長に率直な感想をお聞きしたいと思います。

氏家会長：これまで民放各局でも、新聞社でも不祥事は起きています。これとNHKはちょっと違うんですね。私どもは民間企業ですから、収入源は自分のオールリスクによって得ているわけですから、不祥事があると、会社の信用や、商品の売れ行き、局イメージにも関係してきます。ところがNHKは独占企業体であり、国家予算の企業体でもある。それから彼らが遣っている受信料はほとんど税金のようなものです。どこかの役所で似たことが頻発すれば、もっと大きな社会的責任を負わなくてはいけないケースが出てくると思います。

最近の例で言うと、外務省で一時期起こった公金の私的流用があれだけの騒動になったでしょう。役所と同じように考えるべきだと思うんですよ。NHKは、国民にとって民放と同じように、民営的な感覚でも受け取られているのではないかと。だから一般の見る目の厳しさも、若干普通の役所とは違う見方をされている。当人たちもそういう意識になっているのではないかと思うんですね。我々のところで起こる不祥事よりも、NHKで起こる不祥事のほうが社会的な意味が重いということですよ。なぜならば税金ですから。そこをよく理解される必要があるという感じをしています。

記者：この不祥事に関連してチーフプロデューサーがイベント会社にキックバックさせてお金を使ったという構図がありました。昨年10月、日本テレビでも制作会社からキックバックをさせたという構図がありますが、これについての対策やチェック態勢はどうでしょうか。

氏家会長：以前から徹底的にやっていますが、これが表沙汰になったのは、税務調査が入って、プロダクション側の金の使い方を追及する、そういう形がないと完璧な証拠が取れなかったんですよ。それが非常に難しいところなんです。

しかし、それに対して各プロダクションに何度も警告を発すると同時に、日本テレビ内部についても不心得者が出たら、直ちに厳罰に処するという態度でその結果、抑止効果でそういうことを実現させるのが一番いいだろうというこ

とです。今後も内部監査をさらに強化していくつもりです。

記者：会長にNHKのあり方についてお尋ねしたいのですが、民間企業でしたら税務調査がありますが、NHKに関しては、チェックシステムが甘いのではないかと。

氏家会長：あれは形式的には会計検査院がやることになっているんだそうです。

記者：そのチェックシステムだと肥大化の歯止めをどこでかけるかが難しいところですが。

氏家会長：肥大化の問題点が一番顕著に表れたのは「プロジェクトX」で、あれはフジテレビの日枝会長も断固反対と言っていたそうですが、僕もこれは正しい反対だと思っています。これは民業圧迫で、いわゆる民間の広告費を自分の子会社に取り入れているということです。民間の広告費というのは、NHKが取り組めば取り組むほど、新聞も民放も広告がなくなるということです。これは自分のことでもあるんですよ。だからこの民業圧迫ということは、当然よく考えておくべきことです。

記者：NHKの役員、30%減給処分などその辺についてはどうですか。

氏家会長：経営者の判断は、やはり自ら下すべきものであって、彼らがそれが妥当であると思って下したんだらうということだけです。他の組織だったら別の決断があったかもしれません。

## **5 . 視聴率操作問題の発覚から間もなく1年、これまでの対策の総括**

記者：視聴率操作問題の発覚からもうすぐ1年間経ちますが、その後の対策について、お伺いします。

萩原敏雄副社長：1つは、コンプライアンス委員会を制定して、コンプライアンス憲章をつくり今年6月1日に発行いたしました。役員はじめ社員全員が署名捺印の誓約書を100%提出して現在に至っています。周知徹底のために、ポケットに入る冊子も作成しました。関連会社に対してもこの趣旨を説明するこ

とを続けています。

それから、チェック体制の強化ということで、6月の人事で編成本部、報道局、営業局といった大きな局に監査担当の総務を設けました。視聴率操作に伴う番組の評価という点では、番組審議会を充実させ、もっと放送や編成の本質的な問題について委員の方々に議論をしていただくという趣旨で、今日まで進めています。その一環として、先般いろいろ賞をいただきました連続ドラマの「すいか」が、第1回の番組審議会推薦番組ということで、8月27日に行われました日本テレビの開局記念式典の席上で、間部社長から報奨を行いました。

新しい番組評価を考える会で提案された対策として、1つはQレートと導入した満足度調査があります。10月編成の番組からこのQレート調査、満足度調査を導入いたしまして、11月後半になろうかと思いますが、そこで新しい形での満足度調査の結果が出てくる予定です。

それから視聴者番組企画会議という、視聴者からの企画を、番組化しようという試みは、この10月から企画募集という形で取り組み、一応来春に1回目の放送ができるように準備を進めたいということです。

「制作者のマニフェストの表明」も行います。10月10日(日)の「あなたと日テレ」という朝番組で、今回の10月編成の目玉であります水曜ドラマ、土曜ドラマのプロデューサー、それから24日(日)には土曜日の「億万のココロ～愛しのマネー\$伝説」「世界一受けたい授業」という2つの番組のプロデューサーが、自ら出演して、制作意図、メッセージを視聴者の皆さんに説明することで、すでに具体化しております。

さらに「制作者評価として報奨顕彰を充実させよう」ということで、先ほどの番組審議会の表彰やQレート調査によって出た結果に関してもクリエイターの評価に生かしていきたいと考えております。

芸術祭への出品に、今まで比較的消極的であったというふうにお叱りを受けたことがあります。今年10月26日に放送する「たったひとつの宝物」という松田聖子さん主演のスペシャルドラマを芸術祭参加作品としてエントリーするつもりです。さらにドキュメンタリー部門には「大地を踏みしめてもう一度(内容:アフガンに義足を届ける日本人)」というNNNドキュメントで放送されたものをエントリーしたいと考えています。積極的に賞も狙っていこうという所存です。

Qレート調査を実施することによって、クリエイター評価の1つとして強化を図りたい。これまでどおり一人でも多くの視聴者に観てもらいたいという制作者の熱意は大切にしていきたいということに変わりはありません。

## **6 . 国民保護法で指定公共機関に選定されたことについて**

記者：国民保護法で指定公共機関に選定されました。民放連としては反対というトーンできたと思うのですが、会長としてはどうお考えですか。

氏家会長：これは私が民放連の会長をやっていたときから絶対に反対だと、極めて強く言っていました。私が退いたあとで、政府も少しずつ軟化してきて、指定条件を変えてきたものですから、民放連の執行部は不十分ではあるけれども、反対であることは崩さないが、一部明文化したのだろうと思うんです。何かにつけて権力機構が首を突っ込んでくること、言ってくるということのは、はっきり言えば今も昔も変わらないんですよ。すべてを取っかかりにして、次々と言論抑圧への動きが強まってくる。これはもう最近の歴史が証明しているんですね。

## **7 . 個人情報保護基本方針について**

記者：先日、個人情報保護の基本方針をまとめられたそうですが、説明をお願いします。

間部社長：来年4月からの全面施行に向け、日本テレビは基本方針をこの9月1日からすでに施行しております。これを徹底させるとともに、同法の趣旨を十分に踏まえて、去る7月に制定した日本テレビ・コンプライアンス憲章に基づいた一層の適切な取り扱いを図る決意です。

昨年3月すでに、日本テレビ個人情報取扱規範をまとめており、これに基づいて個人情報漏洩防止の徹底を図っています。今回の個人情報保護法の基本方針はこの取扱規範を発展、充実させたものですが、7月の組織改正で、担当部署をコンプライアンス推進室の法務部として新設しました。そして、各局の実務者からなる22名の個人情報保護法対応実行委員会を発令し、情報セキュリティ面での規定や監査規定などを整備します。

そして9月1日に私名で、全社員並びに関連会社にメールを送り、趣旨の徹底を訴えるとともに、取締役2名を責任者として対応することを伝え、重要性を理解させています。

この取り組みについてはホームページで公表しております。年内には研修規



定や運用並びに監査規定などを整備して、改めて役員及び社員全員対象の説明会や研修会を開催する方針を立てています。

一方、報道局は局独自で個人情報保護体制の構築や、不要条項の廃棄、それから今後の取扱細則の検討を進めてまいります。この件については民放連あるいは総務省のガイドラインの中身も考慮しながらきめ細かく対応をして、個人情報の適切な取り扱いと漏洩防止に努める所存です。

## **8 . 地上デジタルへの対応について**

**記者**：9月22日から関東地区で地上デジタルの放送の受信可能地域が拡大されました。地上デジタルについての今後の戦略および計画は？

**間部社長**：まず設備について。汐留社屋はすでにデジタル対応、HD対応が整っています。生田スタジオもHD化を進めており、1つは完了、今工事中のスタジオも、1つは今年の11月に、来年の2月にはもう1つが完全HD化され、ドラマも全面的にHDの制作ができるようになります。

ネットワーク対応については、全体的に前倒しの状況で進んでおり、10月1日には東京・名古屋・大阪以外の民放でも日本テレビ系列の北日本放送が、他社に先駆けデジタル放送を開始する予定です。そのほか静岡地区と山形地区、これが来年にはスタートする見込みです。

日本テレビもキー局として、先行スタートする地方局に対し、万全の態勢でサポートしていく方針です。ネット局のデジタル化のコストは、非常に大きな負担となっています。そこで、昨年デジタルマスター設備の仕様の統一を図り、日本テレビ系列では共同購入をすることを決め発注しました。今後もデジタルFPUも仕様を統一し共同購入し、データ放送の開始に合わせて、データ放送のセンター方式による共同制作などで、設備コストの低廉化を図るなど、デジタル放送が早期に開始できるように、支援していきます。

携帯端末を利用する1セグメントの放送については、ビジネスとしては最も期待できるサービスと見られており、各社も様々なビジネスモデルを検討しています。日本テレビでも積極的に取り組んでいきます。

例えば、9月10日から14日まで、オランダのアムステルダムで開かれた世界放送機器展IBCに携帯端末とコンテンツを出展、この1セグサービスのデモンストレーションを実施し、大きな反響を呼びました。出展は世界各国で大小

合わせて約1,000ブース、日本テレビは小ブースで出展しましたが、約400ある小ブース部門で、「Highly Commended in the IBC」というデザイン賞を受賞いたしました。日本テレビではこの1セグに大きな力を注ぎ、メディア等と組んで今後の展開を検討しているところです。

この他にも、8月にはフランスの民放最大手の局であるTF1と業務提携しました。フランスでもこの地上デジタル放送、特に1セグメント放送というのは非常に関心が強く、調印式の席上でも様々な質問を受けました。調印前からすでに、TF1の地上デジタル放送担当の技術者1名が日本テレビで研修を行っており、今後、TF1と技術開発、情報交換、あるいはニュースや番組の情報交換・協力を行っていく考えです。

最後に地域情報サービス、いわゆる地上デジタル放送を利用した電子自治体サービス事業についての実験ですが、総務省の指導で、今年2月に岐阜市で、松下電器、中京テレビと日本テレビで、行政サービス提供の実証実験を行い大きな成果を上げました。放送と通信が融合して、行政情報やスポーツ施設の予約など、家庭にいながらにして様々な行政サービスが受けられることが実証されたわけで、本年度も同じ枠組みでさらに高度なサービスを目指して実験を行う予定です。

薄型の地上デジタルテレビ受像器の売れ行きも好調で、8月で135万台ほどと聞いています。デジタル化が順調に推移する中、ネットワーク局ともどもデジタル化に積極的に取り組んでいきたいと考えています。

記者：HD化の数値目標は？

間部社長：現在は、ナイターを入れHD化は、63%です。10月からは、ナイターが終了しますが、土曜日ドラマ「ナースマンがゆく」、火曜日21時「踊る！さんま御殿！！」、土曜22時の「エンタの神様」、月曜19時「ブラック・ジャック」（よみうりテレビ制作）をHD化します。10月のゴールデンタイムのHD化は約16%、生番組は全部HDにしておりますので、全体的には60%を超える予定です。

今総務省で奨励しているのは50%ですが、日本テレビではそれを上回っています。

## **9.夏のイベント、日テレジャンボリーの総括**

記者：夏のイベント、日テレジャンボリーの総括をお願いします。

萩原副社長：今年の夏は、「放送は24時間テレビ、イベントは日テレジャンボリー」ということで、氏家会長を委員長とする全社的な委員会でこの日テレジャンボリーに取り組みました。結果として7月17日から8月31日までの46日間、当初の動員予想150万人を超え、結果的には175万人という大勢の方に来ていただきました。

その中で何回か試みたアンケート調査、いわばQレート調査の結果も非常に高く、質・量共に成功と受け止めています。番組と関連をしたイベント、企画、展示等々が特に評判が良かったようです。

またブース展開をしていただいたスポンサー各社からも好評をいただき、来年はぜひ参加したいというスポンサーも増えている状況です。

百何十万人もの方に集まっていただけということは、日テレのグッズの販売など、テナントの収入にもつながり、大きな収穫があったと思います。今後も継続していくつもりであり、来年に向けて早くも次の計画に入っています。

さらに、宮崎駿さんの最新作「ハウルの動く城」が11月20日からいよいよ公開になります。これにちなんで日本テレビでは、「公開まで待てない！日テレプラザでハウルに会おう」という大イベントを11月3日から28日まで展開します。目玉としては、城の内部を再現し、そこで「ハウルの動く城」を実際に体験していただくというものです。もちろん無料です。

「ハウルの動く城」は当然大ヒットと思っていますが、このイベントにもたくさんの方に来ていただきたいと思います。

## 10. その他

記者：巨人戦の視聴率が低迷していることについて、氏家会長の感想は？

氏家会長：今年はオリンピックその他単発スポーツイベントの影響がかなり出た年だと考えています。

ただ、50年1日の如く同じ顔で同じことをやっているというのは、非常によくはないので、新しいことを何か展開していく必要があると考えています。読売新聞社とも今話し合っているのですが、私は巨人一局中心でやってきたプロ野球のあり方に、少し問題があったと思っています。経営的にはセ・リーグはほぼ黒字、これは巨人戦の人气が非常に高かったからです。二十数年前はシー

ズン平均27%、そんな番組はこの50余年のテレビの歴史でもなかったでしょう。その当時から比べると関心が落ちていることだけは間違いないのですが、先ほど申し上げたようにプロ野球をイベントとして期待するファンの数は決して減ってはいない。ファンに見ていただくためには、やはりプロ野球の経営者がその気になってやる必要があると思う。去年は阪神が優勝しました。星野仙一氏を監督に起用し、非常に積極的な姿勢で取り組みましたね。それで阪神人気を盛り上げたことで、プロ野球全体の人気が上がっています。そういう意味で言えばダイエーなど他もまだ人気チームがあるのだから、各チームのオーナーが本気になり自分のチームの人気を上げる様々な努力をされる必要があるかなと思います。

それからもう1つ大リーグ中継を見て感じたことですが、イチロー選手はあまりサインをしないといわれていますが、ファンから出されたものには全部サインしていた。あれだけのトップ選手がサインをしたり、ファンにサービスをしたりしている。日本のプロ野球ではそのサービス精神が少し欠けていたのではないか、という印象を受けました。もちろん一部のプロ野球選手で、すべてではありませんが、こうしたことも各球団のオーナーが考えて、改善されていけば、巨人軍のみならずプロ野球の将来というのは決して暗いとは思いません。

記者：プロ野球再編問題で、視聴者が野球離れしたという要素は考えられますか。

氏家会長：再編論議でプロ野球に対する認識が広がり、強まったと思います。ただ、今後の再編論議の行方に焦点が行ってしまい、肝心の試合への関心が薄まってしまったのかもしれない。ペナントレースも終盤に入り、中日が独走していますしね。

記者：ストライキが日本のプロ野球史上初めてありましたが、これについての感想は？

氏家会長：労働組合のストライキ権というのは認められた権利ですから、それを行行使するのは不思議なことではないと思います。ただ、ストライキ権行使の内容が経営の中身に触れることは、経営権の侵害です。そういう意味ではストライキの目的が、若干はっきりしなかったかなという気はしています。

記者：巨人中心のプロ野球をより今後活性化させるために、例えばコミッショナーによる放映権料の分配方式など取り入れてはという意見もありますが？

氏家会長：アメリカの球団がやっていますが、現在各球団は放映権料が何10%と大きな収入になっています。既得権を取り上げてしまうことになり難しいのではないかと思います。ただ、今は激動期ですから、オーナー会議、実行委員会等が今後度々開かれ、その中でいろんな議論がされていくことでしょう。

（了）