

公共
インタビュー
放送



2009～2011

NIPPORO
日本放送労働組合

公共放送インタビュー、下巻は、第3部「制作者の論理、視聴者の論理」と第4部「放送はシステムか文化か」を掲載しています。

第1部「いま、放送に求められるジャーナリズム」、第2部「地域で放送の公共性を考える」は上巻に掲載されています。

制作者の論理、視聴者の論理

■「制作」倫理と「公共」倫理が
つながるために



元BBC
編集方針コントローラー

ステイヴン・ウィットル

244



フリーディレクター

村井明日香

249

■作り手の「個」の立ち位置



映像ジャーナリスト

熊谷博子

256



元熊本放送ディレクター

村上雅通

262



脚本家

富岡淳広

269



作家

森まゆみ

274

■組織にて「公共」を考える



読売新聞労組
元委員長

西島太郎

280



BBC 労組

285



京都放送労働組合
前書記長

古住公義

291



映画プロデューサー

川村 元気

328



日本大学教授

上滝 徹也

323



東京大学名誉教授

月尾 嘉男

319



社会福祉法人職員

瀧澤 久美子

315



島根県職員

森 永壽

312



薬害肝炎訴訟原告

武田 せい子

308



パラリンピック
金メダリスト

井口 深雪

303



川崎市中学校教諭

中村 純子

296

294

放送は「システム」か「文化」か

■「公共性」2.0? 3.0?



関西学院大学准教授

鈴木 謙介

336



オフィスN代表取締役

西正

343

■Who's interested in?



京都大学大学院准教授

佐藤 卓己

349



歌手・アーティスト

デーモン閣下

354

■「御金」もいろいろあるけれど



ホテルウーマン

日高 昭江
河野 早苗

362



中日新聞営業

畦地 真二

366



福岡大学准教授

井上 禎男

369



鳥取大学准教授

中村 英樹

381

Contents

■放送は文化の力たり得るか



作家

石田衣良

429



GALLAC 編集長

丹羽美之

425



YAHOO! JAPAN
メディア編集部長

奥村倫弘

418



博報堂DYメディアパートナーズ
メディア研究所所長

榊原 廣

413



ITジャーナリスト

佐々木俊尚

406

■「第5メディア」の公共性



ジャーナリスト

小田桐 誠

398



経済アナリスト

森永卓郎

394



NHK 営業事務スタッフ

本村 洋子

388

制作者の論理、 視聴者の論理

■ P241 ▶▶▶ P332

■制作者の論理、視聴者の論理

①「制作」倫理と「公共」倫理がつながるために

ジャーナリズムの役割のなかに「体制権力を監視する」ということがあります。世論の形成に大きな影響力のあるジャーナリズムが、時の権力の広報係ではなく、「権力の抑止力」たる力を持ち続ける必要性があることは、先の大戦における教訓からも明らかです。

放送法第一条で謳われている放送の不偏不党、真実および自律の保障による表現の自由は、それを保障するものにほかなりません。そのため、マスコミは権力に迎合することなく、一定の距離を置いて接していくことが求められます。

政府とマスコミの距離、特に予算審議を国会に委ねているNHKはその関係性において常に厳しい目が注がれています。過去、その関係性を注視されたのが、2001年1月30日に放送されたETV 2001シリーズ『戦争をどう裁くか』の第2夜『問われる戦時性暴力』です。これは、戦時中に日本軍などに拉致や強制連行され、日本軍兵士の性奴隷にされた女性たちの被害証言や元兵士の加害証言が編集過程でカットされ、通常44分の番組が約40分に短縮されたというものです。この過程で、政治家から番組に介入する発言があったのではないか、そのことによって番組が改変されたのではないか、という疑惑も生じました。

内部告発もあり裁判にまで発展したこの問題は、高裁段階で政治家の発言に対するNHKの「付度」による改編が認められたこともあり、NHKの視聴者に対する信頼が大きく揺らぐという結果となりました。

この後、NHKでは新放送ガイドラインを作成し、日々の取材や番組制作をおこなうにあたっての指針を示すと共に、NHKの取材や番組制作の基本姿勢を視聴者に知ってもらうために公開することにしました。この問題は、日放労にとっても大きな課題として今も残っています。組織の中で取材者・制作者の表現をどこまで守りうるのか。このNHKという公共放送の制度そのものに激しくぶちあたったことも、忸怩たる思いを強く抱いたこともありました。制作者にとって当然の論理が、社会に受け入れられない。公共という一点で社会と共闘することがもうできない時代であることも思い知りました。連帯して行動することの困難さも肌で感じました。そうした時代に仕事をしていることを、私たちは改めて受け止め、一人ひとりがどう行動すべきか考えるべきではないでしょうか。

「制作」倫理と「公共」倫理がつながるために

元BBC編集方針コントローラー スティーヴン・ウィットル

ETV2001問題が激しい議論になっていた2005年当時、組合でも必ず参考にしていた事例があります。それがイギリスの公共放送・BBCで起こったいわゆる「ギリガン・ケリー事件」です。

事件は2003年に起きました。2003年3月、アメリカとイギリスを中心とした連合軍は、イラクが国際的に取り決めた武装解除に違反し大量破壊兵器（核兵器など）を保持していることを大きな理由のひとつとして、イラク領内に軍を展開し、1か月あまりでイラク全土を占領します。しかし、占領後全土をくまなく探してみても、その理由だったはずの大量破壊兵器は発見できませんでした。

5月、この軍事行動の根拠の一つとなった「イラクは45分以内に大量破壊兵器の展開を可能」などとする報告書は政府の圧力によって脚色、誇張されたものであるとBBCのアンドリュー・ギリガン記者が報じました。これをイギリス政府は全面否定、謝罪と撤回をBBCに求めます。その後、ニュース情報源が国防省顧問のデビット・ケリー氏であることがわかり、国会での厳しい尋問の3日後、ケリー氏は遺体で

発見される事態へと発展しました。これを機に調査委員会が設置され、その報告書でBBCの報道内容には問題があったと判断されました。BBCは経営委員長と会長が責任を取って辞任しましたが、視聴者の過半はそれでも、BBCの報道姿勢を支持しました。

この事件の収拾にあたりBBC自身の検証をおこなう「ニール・レポート」作成にも関与し、編集方針のみならず、報道姿勢や視聴者との向き合い方を示す『Editorial Guidelines』の改訂の責任者だったのがステイヴン・ウィットルさんです。日放労ではETV2001問題のさなか、公共放送として編集方針を視聴者に明示することが重要なのではという考えから放送系列が『Editorial Guidelines』の邦訳版を作成し各所に配付しました。そのうえで、責任者であったウィットルさんにそのコンセプトを聞くべく、イギリスヘインタビューに向かいました。

「信頼を得るために、常にオープンであれ」

2 003年5月、イギリスの公共放送BBC※¹は、「ギリガン・ケリー事件」で政府と激しく対立した末に、編集における自らの非を認めた。結果、視聴者の信頼を損ない、BBC自身も大きな痛手を負った。

One of the BBC's biggest editorial crises.

最大級の編集上の危機から脱するための、信頼と誇りを取り戻すためのプロセスのひとつとして「Editorial Guidelines」が改訂された。その編集責任者であったウィットル氏に改訂に込めた思いを聞いた。



スティーヴン・ウィットル 元BBC編集方針コントローラー

プロフィール

元BBC編集方針コントローラー。BBCの放送における判断基準や放送人としての基準を明文化した「エディトリアル・ガイドライン」の編集責任者を務める。ガイドラインの改定を通じて、「ギリガン・ケリー事件」をきっかけに大きく失墜したBBCの信頼を回復し、公共放送で働く職員の誇りを取り戻すために尽力した。

英国の公共放送BBCに学ぶ

イギリスの公共放送BBCは、しばしば世界の公共放送のモデルとして扱われています。そのBBCの判断基準や放送人としての規範などを明文化したものととして、「エディトリアル・ガイドライン (Editorial Guidelines)」があります。このガイドラインを紐解き、公共放送はどうあるべきかということのを伺うために、元BBCの編集方針コントローラーで、エディトリアル・ガイドラインの編集責任者であったスティーヴン・ウィットル (Stephen Whittle) さんにインタビューをおこないました。

ウィットルさんは現在、BBCを退職し、BTSR (Broadcast Training and Skills Regulator) に勤務されています。BBC在籍中は、BBC最大の編集危機のひとつである「ギリガン・ケリー事件」に関してBBC自身が検証をおこなった「ニール・リポート」の作成にも携わられています。こうした経験をもとに、公共放送として取るべき行動などについてお話を伺うことができました。

ガイドラインの編集にあたって

——まず、「エディトリアル・ガイドライン」の編集の責任者として、最も心を込めた点についてお聞かせください。
そもそもエディトリアル・ガイドラインには、▼BBCが培ってきた伝統や価値の伝承、▼番組制作者へのアドバイスという二つの目的があります。転職が一般的になり、BBCにおいても雇用が流動化するなかで、こうした指針を明確に示すことがより重要になっています。いつ、いかなる場合においても、公共放送が提供する放送としてふさわしい質であることが必要であり、ガイドラインがその手

助けとなるよう、制作現場で活用できるものとなるよう心掛けました。

——ガイドライン作成の過程で現場はどのようにかかわっているのですか。

ガイドライン作成時の基本姿勢は「ボトムアップ」であることです。というのは、こうした指針をトップダウンで作ったとすれば、現場が共感することができないからです。きちんと現場で使ってもらえるものとするためには、現場の声を反映したガイドラインとしなければなりません。具体的には、まず報道・スポーツ・ドラマ・娯楽など、さまざまな現場の人を集め、彼らのこれまでの経験をもとに検討を進めます。さらに、独立規制機関であるOfcom(Ofcom)^{※2}での決定事項や経営委員会(BBCトラスト)^{※3}からの意見、視聴者からの批判や苦情などもきちんと反映させます。こうして現場の編集グループがまとめたものをエグゼクティブ・グループへと提案し、経営委員会が最終的な決定をするという、下から上への流れで作っています。

——ガイドラインへ書き込むべき内容については、どのように精査しているのですか。

当たり前のことですが、ガイドラインは一度作ってしまったので終わりというものではなく、常にその内容が「いま」に則したものである必要があります。

BBCでは、さまざまな職種の人材を集めた20人程度の組織を設置し、日々の取材・制作において現場が公共放送としてどうあるべきか迷った場合などに相談できる体制を整えています。通常はガイドラインをもとに現場で判断しますが、判断に迷うときはここに電話し、ここがBBCと

しての結論を出します。この組織は24時間体制で常に誰かが待機しており、いつでも相談できるようにしています。

このように現場で実際に起きている事例を日々積み重ねていくことによってこそ、BBCが公共放送として取るべき行動が明らかになってくると考えています。ガイドラインに盛り込むべき内容も、こうした取り組みのなかから見えてくるものだと思います。

ガイドラインの役割

——現場でこのガイドラインはどのように使われていますか。また、どのような役割を果たしていますか。

05年に改定をおこなった際は、その直後に何百回にわたって教育・啓発の場を設け、ガイドラインに即した番組制作ができるようにしました。ガイドラインは、Webサイトへの掲載も含め、広くオープンにし、BBCの方針の透明性を確保しています。

ガイドラインはあくまでも制作者へのアドバイスですが、これに従って制作をおこなっていれば、番組に関連して何か問題が起こった場合にBBCの立場を擁護するものともなり得ます。たとえば、視聴者から番組などに関する苦情や批判が寄せられた際も、ガイドラインを事前に公開し



BBC本社

※1「BBC」

1922年に放送を開始したイギリスの公共放送局。財源はテレビ所有者から徴収する受信許可料。無許可の受信者には最高1000ポンドの罰金が課される。この制度により、政府や企業の力に屈しない放送をおこなうとされ、その報道姿勢から世界の放送の範とも呼ばれている。第二次世界大戦中もイギリス軍を「わが軍」と呼び、アメリカ同時多発テロ事件を「テロ」ではなく「攻撃」と報道した。

※2「Ofcom」
政府から独立した通信・放送に関する規制機関で、03年に放送基準委員会、独立テレビ委員会、電気通信庁、ラジオ庁、無線通信庁の5機関を統合して誕生。なお、放送に関する政策機能は、文化・メディア・スポーツ省が有している。

※3「BBCトラスト」
07年に発効した特許状を基に、BBCの監督や経営に当たってきた経営委員会の機能が、「BBCトラスト」と「執行委員会」に分割された。「ギリガン・ケリー事件」などにおいて、「経営委員会」は執行部の追認機関にすぎず、審判と応援団を兼ねていると批判されていたことを受けて、BBCトラストと執行委員会の役割を明確化された。BBCトラストは、視聴者の利益を代表し独立性の監視に当たるとともに、予算や戦略に対する権限(拒否権)を保有した上で、BBCの使命遂行を監督する。一方、執行委員会は日常の業務運営を担うとされている。

ているため「このような編集方針に基づいて制作している」と堂々と説明することができます。

一方で、ガイドラインそのものに対する批判はむしろ歓迎すべきものと考えています。視聴者とも十分に話し合いをしたうえで、正すべきところは正し、次回ガイドラインを改定する際の参考としています。

また、本来あつてはならないことですが、政府から番組の制作段階で批判されるようなときにでも、ガイドラインはその防波堤としての役割を果たしてくれています。ただ、番組放送後に政府や政治家から批判が出ることはやむを得ないことだと考えています。むしろ批判が出るくらいの方が、多くの視聴者の期待に応える放送が出せていることの証明でもあると捉えています。

——ガイドラインがその役割を確実に果たすためには、どのような工夫が必要だと考えていますか。

出来上がったガイドラインをオープンにすることはもちろんですが、その作成の際の議論も内外にオープンにしておくことがより重要です。これにより、BBCがどのような姿勢で番組制作をおこなっているのか、おこなおうとしているのか、あらかじめ理解しておいてもらうことができます。議論の過程も含めてオープンにしているからこそ、BBCに対する信頼を築くことができているとともに、いざという時にガイドラインが制作担当者を守るものとして機能するのです。

「ギリガン・ケリー事件」の教訓

——ガイドラインの冒頭でトン・プソン会長は、「ギリガン・ケリー事件」をBBC最大級の編集危機の一つとしています。この事件の自己検証としてまとめた「ニール・レポート」※4の意義についてはどのようにお考えですか。

ご承知のこととは思いますが、ギリガン・ケリー事件は、BBCに大きな傷跡を残しました。非常に人気の高かったダイク会長が辞任に追い込まれるとともに、BBC局内もギリガン氏を糾弾する人と擁護する人とに分断され、局内の雰囲気は最悪とも言える状況になってしまいました。

こうした状況を打破する意味でも「ニール・レポート」は価値あるものとなりました。レポートでは、BBCの報道のあり方に関する基本姿勢を再確認するとともに、事件からの教訓、それを今後どう活かすかということをもと



めました。この事件に関しては、結果的にBBCが間違いを犯したと言えます。間違いを間違いと認め、誰に対してもオープンな形をとったうえで、▼何を間違えたのか、▼それは何故か、▼今後どうすべきなのかということを議論し、報告すること

※4 「ニール・レポート」
04年6月23日、BBCは「ギリガン・ケリー事件」に決着をつけ、再生するための区切りとするために、ロナルド・ニール氏を筆頭に6人のメンバーによる検証を実施した。ニール氏は、元BBC報道局長で、BBCフロイドキャスト社の社長を務めた経験を持つ。レポートでは、BBCの報道は、視聴者からの信頼に支えられ、その信頼を維持するためには、「真実の確立と正確さ」「公共の利益への奉仕」「不偏不党と意見の多様性の反映」「政府やさまざまな利害からの独立」「視聴者への説明責任」の5つの価値が必要であると指摘している。特に「視聴者への説明責任」のなかでは、「間違いを犯したときには、それを認め、誰の目にも明白な形で陳謝し、失敗から進んで学ぶという文化を広めなければならぬ」と述べている。

「04／8 放送研究と調査」より

が必要です。こうしたレポートの作成を自ら実施し、広く公開したことにより、信頼回復に向けた一步を踏み出せました。

公共放送の存在意義

——最後になりますが、公共放送の存在意義についてはどのように考えていますか。

英国では経済的・政治的に不穏な状況が続いています。高度に情報化が進んだ一方で、さまざまな情報がさまざまなメディアに氾濫しています。ネットの普及により、人々のモラルが低下しているとの危惧さえあります。こうした状況は日本も同じではないでしょうか。

私は、こうした状況があるからこそ、質の高い正確な情報を提供し、その地域の文化の健全な育成に寄与することのできる公共放送が必要であると考えます。そして、このことが公共放送が将来にわたって必要とされる理由であり、その果たすべき役割だと考えます。

インタビューを終えて

BBCは、常日頃より広く視聴者にもオープンな形で議論することを心掛けているとのことでした。このことにより、いかなる圧力からも自主自立を堅持していただけるのではないかと思います。

NHKも公共放送として、正確で質の高い放送を出すことはもちろん、制作者一人ひとりがどういう基準で番組制作に携わっているのか、またミスが発生した時にもなぜそ

のミスが発生したのか、広く視聴者にも分かるようオープンにすることが重要であることを痛感させられました。NHKが「公開と参加」という経営目標を掲げてから久しいですが、本当にオープンとなっていたのか、今一度見つめ直す必要があると強く感じました。

報告 中央放送部長 中村重治

世界の公共放送の範ともいわれるBBCですが、決して不祥事と無縁ではありません。ギリガン・ケリー事件のような類とは全く別の次元での不祥事で、監督機関からペナルティーを科せられることもしばしばあります。

一例を挙げれば、2007年3月、子ども向け番組内で生放送中に、電話回線の障害から、急遽、偶然隣のスタジオに居合わせた少女に電話をかけさせたことが明らかになったことがあります。言ってみれば「やらせ」行為であり、かつ、この回線が、電話料金の一部が放送局にも配分されるという特殊な回線を使つての番組であつたことから、放送局の姿勢が厳しく糾弾されることとなりました。また、報道姿勢について視聴者からの支持はあつても、「それでも受信料は安い方がいい」というのは変わりません。政府をはじめとする外部のさまざまなプレッ

シャーに対抗すべく、BBCが自ら緊縮予算、効率化を打ち出さざるを得ない状況に追い込まれています。理想を掲げると同時に、それをどう組織としてかたちにしていくか。NHKにも共通する難しい課題と言えます。

スティーヴン・ウィットル



番組制作者は「放送は絶対に出さなければならぬ」という強迫観念に駆られ、倫理を逸脱しそうになることがないとは言えません。そして「おもしろいもの」「インパクトのあるもの」と、どんどんエスカレートしていきます。当然、演出の枠内で撮れば問題ありませんが、そうでない場合には当然、「やらせ」となり、放送倫理を逸脱します。これはバラエティー番組に限った問題ではありません。ドキュメンタリーでも、限られた時間のなかでの制作を余儀なくされるため、「場面」や

フリーディレクター 村井明日香

「状況」を設定し、ロケをおこなうことは少なくありません。では、どこまでが「やらせ」で、どこまでが「真実」なのか。「やらせ」問題を研究しているフリーディレクター、村井明日香さんに取材しました。

「やらせと演出の境界線」

い まやテレビを語るときによく使われる
〈やらせ〉という言葉。

この言葉は一体どこから来たのか。

〈やらせ〉と〈演出〉の境はどこにあるのか。

人々に広がるテレビ不信に、きちんと向き合っていくためにも、制作者は視聴者の疑問に説明責任を果たしていくことが求められる。

フリーディレクターをしながら、
各地で出前授業やワークショップを展開する
村井明日香氏に聞いた。

村井 明日香 フリーディレクター

プロフィール

1974年生まれ。フリーディレクター。NHK・BS1『経済最前線』、フジ『報道2001』など報道番組を企画制作。メディア研究にも力を注ぎ、東京大学大学院ではテレビを語るときによく使われる〈やらせ〉という言葉がどこからきたのか、答えを見つけるべく制作者を訪ね歩く。現在は制作者と視聴者を結ぶワークショップを各地で開催。



人々に広がる不信とテレビ離れ

2009年は放送倫理・番組向上機構（BPO）^{※1}が勧告や意見を相次いで公表し、存在感を高めた一年でした。放送局による「やらせ・捏造・虚偽・過熱報道」が発生したこともあり、BPOに寄せられた視聴者意見は前年を大きく上回り、過去最多^{※2}となりました。次々と起こる不祥事、人々に広がる不信とテレビ離れ。こうした事態に放送局も真剣に向き合うことが求められます。

フリーディレクターとしてNHK・民放で活躍されている村井さんは、こうしたテレビ不信の背景について、「制作者が現場のことをあまりにも語ってこなかったために視聴者と大きな感覚のズレがある」としています。

最近の撮影現場で取材相手に何かをお願いすると、「あー、やらせ！」と言われることが増えているそうです。例えば、インタビューでうなずいているシーンを別撮りすることは、放送局にとっては馴染みのある手法ですが、視聴者には信じられない光景に映るからです。

これまで制作者と視聴者は〈やらせ〉をめぐる時には反目しあい、悩ましき問題として向き合ってきました。

・何が〈やらせ〉で、何が〈やらせ〉でないのか。
・〈やらせ〉という言葉は一体どこからきたのか。

制作者と視聴者の距離を縮めるために、こうした視聴者の素人的な見方や感覚を制作現場はどう受け止めていけばよいか。〈やらせ〉問題をテーマに、東京大学大学院で研究をおこなった村井明日香さんに聞きました。

〈やらせ〉誕生の背景とは

——そもそも〈やらせ〉とは何でしょうか。

広辞苑によると、「事前に打ち合わせして自然な振る舞いらしくおこなわせること」と書かれています。しかし、この定義を基にして、〈やらせ〉をやってはいけません、と言ってしまうと制作現場は困ることが多い（笑）。ではどこまでが許容され、どこまでが駄目なのか。常に私はそうした悩みを抱えながら撮影をしてきました。

こうした悩みを抱える制作者は少なくありません。1993年には民放連^{※3}が解決策を見つるべく、〈やらせ〉の範囲を整理しましたが、制作現場に普及したとは言いがたいのが現状です。〈事実の再現〉を許容すべきかどうかで意見が分かれたままになっています。

〈事実の再現〉を許容すべきかどうか。これに関する意見の対立が鮮烈にあらわれたのは、1992年に放送されたNHKスペシャル『禁断の王国・ムスタン』^{※4}でした。これは制作者にとつては撮影現場で必ず出くわす問題であり、『あるある大事典Ⅱ』^{※5}のような捏造問題よりもっと身近で落とし穴になりうる問題です。

——〈やらせ〉という言葉は一体どこからきたのですか。

図書館の奥に眠る資料を調べました。その結果、〈やらせ〉の誕生、すなわち〈やらせ〉という言葉によってある制作手法が批判されるようになったのは1966年。放送評論家・志賀信夫さんが一般誌でドキュメンタリーの登場人物に演技をしてもらうことを〈やらせ〉として批判しています。〈やらせ〉という言葉を丁寧の説明していることから、当時の言葉が一般にはまだ広まっていなかったことが窺えます。

——当時の制作手法はどのようなものだったのですか。

〈事実の再現〉が〈やらせ〉と批判されなかった時代でした。私は当時のドキュメンタリーの代表格といえるNHK『日本の素顔』^{※6}を基に考察してみました。実際に『日本の素顔』を立ち上げた吉田直哉さん^{※7}によれば、撮影はまず、台本に沿って1カットずつ「次は〇〇を撮らせていただけですか」という演技指導をしながら進めていたとのこと。当時のカメラはフィルム式で1回ゼンマイを巻くと15秒しかもたないので、普通どおりにしてくださいというわけにはいかなかった（笑）。つまりワンカットを再現するといった劇映画のような手法がドキュメンタリーには採られていました。

今なら〈やらせ〉と批判されると思いますが、当時この手法を批判する人はいなかったと言います。それは単に視聴者がそうした撮影手法を知らなかっただけではありません。その理由は吉田さんの当時の言葉を読み解くとわかります。ドキュメンタリーが映し出すリアリティーについて「現実を素材とするドキュメンタリーフィルムは製品となったときにはもう現実を示しはしません。それが示すのは真実か虚偽だ」と述べています。つまり、ドキュメンタリーが映し出すものは、「現実そのもの」ではなく、「真実（制作者が番組内で作り上げるリアリティー）」だとしていました。

——その後、〈事実の再現〉が〈やらせ〉として批判された背景には何があったのですか。

1965年当時の代表的なドキュメンタリーだった日本テレビ『ノンフィクション劇場』の『ベトナム海兵大隊戦記』^{※8}を基に考察したところ、ドキュメンタリーのリアリティーの変容があることがわかりました。

※1「放送倫理・番組向上機構（BPO）」

放送事業の公共性と社会的影響の重大性を踏まえて、正確な放送と放送倫理の高揚に寄与することを目的とした非営利・非政府の団体。言論・表現の自由を確保しつつ、視聴者の基本的人権を擁護するため、放送への苦情や放送倫理上の問題に対し、独立した第三者の立場から対応している。

※2「BPOに寄せられる視聴者意見」

2009年度11月末時点で17,386件と、2007年度の過去最多を更新、月平均2000件以上のぼる。

※3「民放連」

日本民間放送連盟の略。ラジオ・テレビジョン放送事業者による放送倫理水準の向上ならびに業界共通問題の処理を目的に設立された団体。会長はテレビ朝日の広瀬道貞氏。

※4「NHKスペシャル 禁断の王国・ムスタン」

スタッフに高山病の演技をさせたり、人為的に流砂現象を起こすなどしていたことが、翌93年2月に表面化した。NHKは緊急調査の結果、19か所に問題点があったことを認めた。

※5「発掘！あるある大事典Ⅱ」

痩せる食材として紹介した納豆に関する解説で、データ改ざん、捏造がされていたことが発覚。放送全体に関して、視聴者からの信頼を大きく揺るがす事件となった。

『アンフィクション劇場』が映し出すリアリティーについて、日本テレビ報道局社会部の記録では「ベトナムで日常的に起こりつつある出来事を、ありのままの姿で国民の前に提出したものである。問題のシーンにおいては一言のナレーションも加える必要はなかった」と述べています。この番組で映し出されたリアリティーは、制作者が介入しない「ありのまま」事実そのもの」であることを強調しています。

この時代はベトナム戦争をめぐって米国とソ連の壮絶な情報操作合戦がおこなわれており、ドキュメンタリーは「事実そのもの」を伝えるべきだという意識の高まりがありました。先ほど紹介した志賀信夫さんのコメントはこうした時代背景のなかで生まれたものだと思います。

〈やらせ〉問題の解決に向けて

——リアリティーの変容が〈やらせ〉の問題を難しいものとしたのです。

ドキュメンタリーは「事実そのもの」を伝えるべきだという意識の高まりがあったのに、「事実そのもの」が伝えられないジレンマ、それが批判を生みました。こうした構造が分かれると、現在起こっている〈やらせ〉論争が終わりを見せない理由がよくわかります。

改めて、これまでの最大の〈やらせ〉論争、『禁断の王国・ムスタン』について考えてみると、流砂や高山病の「再現」が問題となりました。それについてドキュメンタリーは「真実」を伝えるべきだとした人は、「許せる」とした。「事実」を伝えるべきだとした人は、「許せない」としました。そもそも求めるリアリティーが違ったのです。このときドキュメンタリーにはどんなリアリティーを求めるべきかを議論しなければならなかったはずです。それが置き去りになり、

どこまで許せるのかという許容の線引き議論になってしまったことは残念です。

当時のNHK会長の川口幹夫さんは活字メディアの批判に押されるかたちで謝罪しましたが、自信を持ってNHKの文化について語っていれば、ドキュメンタリーとは何かという根本的な議論が活性化できたと思います。

——〈やらせ〉の問題を解決するための一歩として、どのような取り組みが考えられますか。

〈やらせ〉の問題を解決するためにはテレビのリアリティーはどうあるべきかを考える必要があります。それは制作者だけではなく、視聴者と一緒に考えていくべきものだと思います。そこで私は各地でワークショップを展開し、視聴者との意見交換を続けています。

一昨年11月に横浜市の中学校で320人を対象におこなったワークショップ型の授業は地元の新聞でもとりあげられ、大きな反響をいただきました。

授業ではまず、実際に〈やらせ〉として問題になった事例をもとに、「許せる」「許せない」に分かれて議論をしてもらいました。双方の意見の相違の根本には、番組に求めるリアリティーが異なることを理解してもらうことを目標にしました。そのうえで、双方の立場の人が納得できる解決策を考えました。解決策として生徒から出てきたのは「再現というスーパードールをいれる」「この番組は感動することを目



村井さんの大学院時代の研究企画書

※6「日本の素顔」

1957年に放送を開始したドキュメンタリー番組。日本が高度成長を遂げていた時期に、一方で様々な社会的歪みを生み出しており、主にこれらの社会的様相を描いた。

※7「吉田直哉」

東大卒業後、1953年にNHK入局。ドキュメンタリー番組の草分けとされた『日本の素顔』や大河ドラマの演出を手がけた元ディレクター。

※8「南ベトナム海兵大隊戦記」

アメリカに支援された南ベトナム政府軍の海兵隊の従軍記。放送後、内閣官房長官の橋本登美三郎が日本テレビ社長に抗議し、第二部、第三部の放送が中止に。政府の言分は残虐な場面があるからというもの。国家による言論介入があった番組として有名。

的にしているという共通の理解をすればいい」などかなり現実的な提案がありました。

こうした実践を積み重ね、提案された視聴者の声を制作現場に還元する方法を考えていくことが大切です。放送局がこうして視聴者の声を聞き、現場の方法にとりいれていくことが、社会的信用を取り戻す一つの方策になると信じています。

フリーの立場から見るNHK

——NHKと民放の現場を経験されて違いを感じますか。

NHKと民放を比べて、メディアに対する意識が根本的に違うと思います。

NHKはジャーナリスティックに人の知らないことを掘り出してくる姿勢がすごい。例えば、企画段階において、他のメディアで放送されたものはまず通らない。もし、どうしても出したいのであれば独自の視点を徹底的に説明しないといけません。とにかく大変です。

民放はまったく逆です。新しい情報を知らせるより、映像を見て泣いたり怒ったり笑ったりしたいという人間の欲求に応えることを重視しているように思えます。だから、放送する前に他局で放送されたというケースがあれば、「お前の感性は正しかった」と評価されます。民放はテレビが共感のメディアであることを強く意識しているからだと思います。

——今後、NHKにどのようなことを求めますか。

NHKが培ってきたノウハウをぜひ社会に提供してほしいです。とくに評価されているノウハウは「映像で語らせる」という制作技術です。ナレーションやスーパードに頼ること

なく、映像だけでディレクターが伝えたいことがきちんと伝わってきます。そして、このノウハウが代々継承される風土や仕組みがきちんとあることはすごいことだと思います。一方で、民放はほとんど外注化されているうえに、プロデューサーが番組制作経験が多いとは限らず、確たるノウハウが継承されにくくなっています。だからこそ、NHKには日本の制作者を育てるといった大きな視点での取り組みを期待しています。

ディレクターやジャーナリストを養成する機関が日本にあまりないというのも課題となっています。メディアが多様化するなかで、誰もが見よう見まねで何とか番組を作っているのが現状です。だから倫理的な違反やほころびも増えています。アメリカではコロンビア大学^{※9}のような教育機関が整備され、テレビ局や新聞社が出資して共通のノウハウを作ろうという動きもあります。そういった意味では、日本ではNHKがノウハウを蓄積する唯一の組織だと思っていますので、こういった取り組みを充実させてほしいと願っています。

インタビューを終えて

村井さんはディレクター業務をしながら、メディアに関する出前授業やワークショップ活動に精力を注いでおられます。授業や説明の工夫次第で、たとえ中学生であっても言いつ放しの批判ではなく、制作現場にとって役に立つ意

※9「コロンビア大学」米国のニューヨーク州にある私立大学。新聞経営者ジョセフ・ピューリッツァーの遺志により1912年にジャーナリスト科大学院が創設。

見も言えるようになるそうです。

私たちも各地で視聴者と対話する「場」が設定されています。その際は番組や受信料制度など視聴者から見やすい部分の意見交換はできますが、実際の制作手法などを議論するなど、一歩踏み込んだ制作者と視聴者の関係作りをしていくためにも、「場」の工夫をさらにしていかなければならないことを感じました。

報告 中央放送部長 小磯 亮

■制作者の論理、視聴者の論理

②作り手の「個」の立ち位置

私たち企業ジャーナリストは、よくも悪くも会社の看板を背負って取材をしています。特に公共放送NHKは全国津々浦々まで知られた存在で3文字を出すことで信頼をもらえ、取材のハードルが下がることも少なくありません。もちろん、3文字を出したがために取材に応じてもらえないこともあります。まず、私たちは取材者とのファーストコンタクトにおいて、私たち個人が信用されているのではなく、NHKという放送局が信用されているということを考える必要があります。マスメディア全体が厳しい職場であることは間違いないかもしれませんが、そのなかでも、職員の働く環境は比較的整備され、恵まれた制作現場にいることも確かです。

作り手の「個」の立ち位置

では、逆に大手マスメディアではない制作会社や地方メディアの取材者はどのように取材をおこなっているのでしょうか。お話を聞いたのは、映像ジャーナリストで映画監督でもある熊谷博子さんと現在は長崎県立大学で教鞭を執る元熊本放送ディレクターの村上雅通さんです。

熊谷さんは制作会社に所属し、約50本以上のドキュメンタリー番組を制作してきました。その後、結婚、出産を体験。母となつたいまも精力的に映画作りに取り組んでおられます。

村上さんはヒト・モノ・カネに制約があるなかで地方に密着した秀逸な番組を発進し続けてきました。民放はNHKのようにディレクターとして会社に入れば基本的にずっとその職種を続けるのではなく、記者やディレクター、営業や広報などを異動しながら番組を作ることがふつうです。そうした観点からの取材者、題材への向き合い方には、NHKにはない側面があるのかもしれませんが。

映像ジャーナリスト 熊谷 博子

元熊本放送ディレクター 村上 雅通

「まちやひとに寄り添った映像を」

映

像ジャーナリストの熊谷博子氏。

戦争、原爆、麻薬をテーマに世界各地を回り、多くのドキュメンタリー番組を制作しました。

38歳で結婚、40歳で出産。

これを契機に仕事や作品に対する意識は大きく変化したようです。

それ以来、「まち」や「ひと」に寄り添ったドキュメンタリー映画を製作し、幅広い世代から共感を得ています。

モットーは「右手にカメラ 左手に子ども」。

熊谷 博子

映画監督・映像ジャーナリスト

プロフィール

1951年生まれ。映画監督・映像ジャーナリスト。大学卒業後、日本映像記録センターのディレクターとして日本テレビ系列の『知られざる世界』などのドキュメンタリーを手掛ける。国境を越えて戦争や核、麻薬などシビアな社会問題に鋭く切り込む手腕が高く評価され、フリーとして独立。結婚・出産を経た後も「右手にカメラ、左手に子ども」をモットーにドキュメンタリー映画を制作する。



ドキュメンタリーを撮り続けて

熊谷博子さんのドキュメンタリー映画『三池 終わらない炭鉱の物語』※1が各地で上映され、好評を博しています。三池炭鉱と深くかかわってきた「まち」の歴史をテーマに大牟田市と7年の歳月をかけて完成させた作品です。行政が記録映画を作ることはもちろん、「まち」の負の遺産に正面から向き合ったのも異例のことです。

熊谷さんは日本映像記録センター（制作会社）でディレクターとして、戦争、原爆、麻薬等をテーマに海外の危険な地域での取材に飛び回り、NHKを含めて約50本を越すドキュメンタリー番組を制作されました。

一方で、ここ数年間は阪神・淡路大震災後の神戸・長田の人々や、向島のまちづくりを目を向けるなど、「ひと」や「まち」に寄り添った視点から、ドキュメンタリー映画を撮り続けています。『三池』はその代表作です。

時間を経るにつれて追い求めるテーマが変化してきたことの背景には、熊谷さん自らの結婚・出産を境にした心境の変化があったようです。仕事一辺倒の生活から、閉ざされたマンションの一室で育児に勤しむ毎日となりました。仕事と育児の両立が迫られる中で、必然的に視点は身の回りの環境に目を向けることになったと述べています。現在に至るまで「右手にカメラ、左手に子ども」をモットーに番組や映画作りに奔走されています。

・「まち」や「地域」に向き合う視点とは。

・ドキュメンタリーでのテレビと映画の違いとは。

・仕事と育児をどう両立させていくのか。

これらを中心にドキュメンタリーのあり方やワークライフバランスの観点から、熊谷さんにお聞きしました。

ドキュメンタリーは「映像的運動神経」が大切

——10年間、日本映像記録センターで活躍されていました。駆け出しの頃はどのようなことを学びましたか。

日本映像記録センターはテレビ・ドキュメンタリー専門の制作会社でした。まだできて3年目だったので、皆やるぞーという熱気があり、テレビの世界に新風を吹き込むんだという気構えがありました。だから徹夜は当たり前で、今考えるところでもない働き方をしていました。

会社の代表の牛山純一さん^{※2}の『南ベトナム海兵大隊戦記』^{※3}を見たときは衝撃的でした。命乞いする農民を撃ち殺す少年兵。だけど彼は小鳥をかわいがる優しさも持っている。そんな戦争の現実を見事に表現していて、私もこんなドキュメンタリーを作りたいと思いました。

そんな牛山さんから教わったことはたくさんあります。なかでも印象的だったことは、彼は企画書を信用しないということでした。確かに番組の狙いは大切ですけど、企画書どおりに進んでしまったら、現場で何も発見していないということになってしまいます。現場に出ると、想像していたことと違うケースに遭遇することはよくあることです。だからこの事実をもっと深く追いたい、このシーンを増やそう、この進行は無理があるとか、現場の判断が何よりも大切になってきます。

NHKはとくにそうかもしれませんが、今のテレビは企画書ありきになって、企画書通りに作らないと許されない雰囲気があるのではないのでしょうか。プロデューサーが、現場での新しい発見を歓迎するなど現場が主体的に取り組める柔軟な仕組みが必要だと感じています。

——日本映像記録センターで様々なことを学びながら、数多くのドキュメンタリー番組を制作されました。どのような姿勢で臨むよう心掛けたのですか。

牛山さんの求心力もあり、会社には色々な人が出入りしていました。劇映画の監督として有名な大島渚さん^{※4}や水俣を撮り続けるドキュメンタリー作家の土本典昭さん^{※5}です。小さい会社だったので、アシスタントをしながら直接話を聞くことができ、多くのことを吸収できました。

とくに土本さんからは「撮るということは相手を好きになる行為と同じで、好きになったら人を抱きしめなくなるだろう。だけど直接に人を抱きしめるのではなく、カメラで抱きしめることが撮ることなんだよ」と教えられました。

その感覚はものすごくよくわかります。

私は「映像的運動神経」と呼んでいますけど、こちらが相手を動かそうとするのではなく、相手の動きにこちらがその都度どう反応できるか、相手をどうやって発見していくかがドキュメンタリーを撮っていて面白いんです。一方的に撮るのではなく、相手と心でキャッチボールする感覚が大切です。私は「つくりたい」という前提があつてつくるやり方ではなく、「伝えたい」という意識が先にあつて番組制作に臨むようにしています。

日本映像記録センターではディレクターとして様々なドキュメンタリーを制作しました。バンコクのスラム街に住む13歳のヒロイン中毒患者を追った『追跡 麻薬のルーツ』^{※6}や、



※1「三池 終わらない炭鉱の物語」

1997年に閉山した三池炭鉱をテーマにしたドキュメンタリー映画。四人労働、強制連行、三池争議、炭じん爆発事故といった負の遺産を抱えながら、炭鉱で生きた男と女たちの証言を聞き7年がかりで完成。東京ではミニシアターでの上映ながら1館で来場者1万人を超える異例の話題作。

※2「牛山純一」

1953年早稲田大学卒業後、日本テレビ入社。ドキュメンタリー番組『知られざる世界』^{※3}の制作を手がける。1972年に独立し、日本映像記録センター（制作会社）を設立。1997年没。

※3「南ベトナム海兵大隊戦記」

P251参照

※4「大島渚」

映画監督。松竹に入社後、監督として『青春残酷物語』『太陽の墓場』のヒット作を手がける。日米安保の改定に反対する安保闘争を舞台にした『日本の夜と霧』の上映中止に抗議し、退社。テレビのドキュメンタリーも多数制作したほかコメンテーターとして活躍。

ペールの奥に隠されたイスラム女性を描いた『モロッコ女だけの都』^{※7}は番組の評判も視聴率もよかったです。このことでドキュメンタリーに魅力を感じ、この仕事を一生続けていくはずと思いました。

――退社してフリーの映像ジャーナリストになろうとしたきっかけは何ですか。組織の限界を感じたのですか。

実は仕事を始めたとき10年は突っ走ろうと思っていました。その間にテレビをめぐる状況も変わり、いい番組制作会社もたくさんできました。私がやってきたのは、あるひとつのつくり方です。フリーになつたらもつと違う場所でも、いろいろな番組を、いろいろなやり方で、さまざまな人と作っていきけるのではないかと。

それと、ドキュメンタリーを作ってきたなかで、どうしても画面からこぼれ落ちるものがたくさんありました。私のディレクター能力がないからだ、と言われるかもしれませんが、交渉中に思わぬことに出くわすこともあるし、実は昔はこうだったと、あつと驚くようなスクープを発見することもありました。テレビは目の前で動いている事実を切り取るのに適しています。ただフリーになればテレビで表現できなかったものも、活字など他の媒体では表現できるのではないかと思いました。

もともと小さな制作会社にいたので、実際にフリーになつてもそんなに変わりませんでした。NHKや大新聞と違って名刺の力は通用しなかったので、相手に対しては、私は誰で、こういう作品を作ってきましたとゼロから説明しなければなりません。でもその中から人間関係を作つて、自分の力をどう発揮していくのかを学びました。とくにNHKは組織の力があまりにも大きいので甘えてしまうこと

もあると思います。だから個としてどう戦うのか、どう作っていくのかを意識していく必要があります。それが権威や政治家の圧力から持ちこたえ、番組の自主性を保つていくことにつながるのではないのでしょうか。

育児ノイローゼをきっかけに

――テーマが戦争、原爆、麻薬から「ひと」「まち」「地域」に変わっていききました。育児を経験したことが大きかったと聞いています。

出産後は子どもとともに閉ざされたマンションの一室で暮らすようになります。それまで仕事で飛び回ってばかりでしたので近所に頼る人もいません。外とつながらない世界に突入ってしまったうえに、泣き続ける子どもがいて、自分がミルクをあげないと死んでしまうという、一人の人間の命の生殺与奪を握っているというか、プレッシャーがすごくありました。一日中縛り付けられている状態になるわけですよ。赤ん坊を外に投げたい衝動に駆られるなど、育児ノイローゼになりました。東京のような大都会で子育てをするのはこういう孤独なことなんだと深く考えさせられました。

数か月経って保育園に預けられるようになってからは全然違う世界が見えてきました。保母さんに助けられ、同じ立場のお父さん、お母さんに出会うなかですごく救われた気分になりました。そこで生まれて初めて「地域」という言葉を意識しました。そうすると自分の住んでいる場所とか、本当に身の回りのことに目を向けなければならないと気付いたんです。

それまでは世界で一番危険な前線から情報を発信しているんだという自負があつて、家や子どものことなんて誰かほかの人がやればいいと。「女・子ども」の世界をバカにし

※5「土本典昭」

記録映画作家。1956年岩波映画製作所に入るが、一年でフリーに。全共闘運動や水俣病に関する多くの作品を発表し、一貫して弱者の立場から発信を続ける。『ドキュメント 路上』『バルチザン前史』『水俣・患者さんとその世界』など。2008年死去。

※6「追跡麻薬のルーツ」日本テレビ『知られざる世界』で放送されたドキュメンタリー。タイのバンコクの麻薬売買の温床になっていたスラム街を取材。13歳のヘロイン中毒者を中心にセンセーショナルに描いた。

※7「モロッコ 女だけの都」

ペールの奥に隠されたイスラム女性の社会を描いたドキュメンタリー。イスラム女性の習慣を知り、理解しようと体当たりで取材し、謎に包まれていたイスラム女性の一家多妻についてどう考えるか、家の中で何をしているのかなどの撮影に成功した。

ていました。これは一昔前の男たち、あるいは今もある価値観とまるで同じものだったと思います。いかに私自身が間違っていたかを痛感しました。

このように子どもを産んでノイローゼになった拳句、保育園のみんなに助けられたことが「まち」や「地域」「ひと」に関心を持ったきっかけでした。

——NHKは採用に占める女性の割合が4割に達しています。子育てと仕事をどう両立すればいいでしょうか。

私はフリーだからね（笑）。でも番組制作はチームワークなので、私は子どもがいてこういう状況で仕事をしていまずと周りのメンバーにはつきりと伝えておくことが大切だと思います。民放労連の女性部会でもどう両立を図るのかというテーマで話し合ったことがあります。上司をいかに変えていくかということもあると思います。

あとは体験も重要ですよ。共働きで子育てをした経験のあるスタッフがいると、ものすごく理解を得られやすいと思います。私も経験してからは変わりました。

一方で、子どもの気持ちも考えないといけませんよね。保育園で親が迎えに来るのを首を長くして待っているわけですから。だから私は、「忙しく申し訳なかったけど、お母さんはこれを作ったのよ」と子どもに作品を見せるようにしていました。そして撮影現場にも連れていきました。最中は無理ですが、事前に見せたり、事後に教えたりするケアは作品ごとにやっていました。

あとは私自身の反省にもなりますけど、子育て中はものづくりに向けて十分な準備のできないことが多いんです。以前は勉強する時間はすごくあったわけで、その知識を背景に、スタッフにこういう理由だから撮りたいと理論的な

説得ができたんですね。だけど「とにかく撮りたいのよ」みたいな熱意とやる気だけでは感覚的で乱暴な説得の仕方になってしまっている（笑）。

戦争が起きているから撮ろうというのはみんな理解してくれませんが、「まち」や「地域」で起こった小さな事柄は「とにかく撮りたいのよ」だけでは簡単には理解されません。時間がないなかでも、小さなことを地道にコツコツと説明していくことが大切だと思います。

テレビと映画の違い

——テレビとあわせて最近は映画がメインとなっています。テレビと映画の違いをどのように捉えていますか。



子育てと仕事の両立の大変さを感じている時に、路地の中で近所付き合いが残っている向島を舞台にしたドキュメンタリー映画『ふれあうまち』※8を作りしました。これはテレビにならないと感じますよ。せいぜい首都圏ニュース、せいぜい5分の企画です。日常の細々としたまち同士の草の根交流を描いた程度のものであります。

確かにテレビはマス相手なので反応はあるのですが、問い合わせレベルで終わってしまうことがかなり多いです。それに対して映画は時間枠やCMもないので編集は自由にできますし、私はこう思うというパーソナルな語りかけができることに魅力を感じます。そして何よりも映画は観た人がどう揺り動かされているかを直接感じることができる

※8『ふれあうまち』
東京・向島とドイツ・ハ
ンブルグのオッセンデン
を舞台に人々が自分の住
むまちをどう愛し、住民
の手で古いものを活かし
たまちづくりをし、いかに
暖かいコミュニティを作
っていくかを描いた映
画。

んです。映画館や会場という同じ空間を共有でき、反応がすぐ表れます。どの場所でも誰に見せているかによって作品が変わってきます。映画はまさに生き物だと思います。

テレビを長くやってきて、確かに多くの人に知ってほしいという葛藤はありますが、これで世の中変わったかというと変わっていないのなとも感じています。映画は鑑賞した人が確実に変わっていくことが手にとるようにわかります。そして、映画を観ていいと思ってくれた人が、その場で討論を始めたり、上映会を開いてくれたり、次のアクションをすぐに起こしてくれるんです。こういう動きが世の中を変えることにつながるのだと思います。

——番組は作った時点では「半成品」、視聴者の手に渡った時点で「完成品」ともいわれます。テレビは完成品の姿を見届けることが難しいということですね。

テレビはビジュアルのものなんですよね。ずい分前に、TBS系列の『サンデーモーニング』の準コメンテーターとか、フジテレビ系もやりましたが、その時に「いいコメントだったね」という人は少ないんです。むしろ、「かわいかった」「服装がきれいだったね」とビジュアルからくる印象が絶対的に先行します。私のしゃべりが悪かったせいもあると思うけれど、私はジャーナリストという肩書なので自分が関わっていないことはしゃべらないという主義にしています。しかしタレントも多く出演していると、無責任に口から出てしまった言葉が流れを決めたり、笑いを誘ってしまうことがあります。

ムードで世の中が思わぬ方向に動いてしまい、視聴者がどう感じているかを直接見ることはできないのは非常に恐ろしいことだなと感じました。番組制作者自身がどう視聴

者の声を聞いていくか課題だと思います。

一方で、映画は上映会を通じてどのような年齢の人が集まっているか、どのような感情や気持ちを抱いているか、ダイレクトに伝わってきます。その意味では、映画は「完成品」となった姿をみるができると思います。

「まち」や「ひと」に寄り添う映像

——「まち」や「ひと」を撮っていく際にどのようなことを意識されていますか。

1988年、旧ソ連軍撤退時にドキュメンタリー映画を作るために半年近くをアフガニスタンで過ごしました。ある日ホテルがドスンと揺れたので外に出てみると、近くのバザールが炎上し、あたりは血の海で多くの死者が出ていました。ホテルに戻ると靴の裏に血がべつとりついていました。そんな光景が生活の中にありました。

翌年はバキスタン側から難民キャンプ取材しました。その時は直接の戦争被害というよりは、母親の腕に抱かれながら栄養失調で痩せこけて、もう死ぬのがわかつている赤ん坊がいました。その様子を私は撮っていました。私が医者や看護婦だったら目の前の赤ん坊を救えるかもしれないと思うこともありました。なぜ撮るのだろうと自問自答しながらも私は撮り続けていたのです。

その後、阪神・淡路大震災で被災した長田の人々から、生きていたのに助けることができなかったという、アフガニスタンで聞いたことと同じような話をきいたわけです。私のなかでアフガニスタンの戦争と震災がひとつにつながりました。私は相手には成り代われないが、そういう人々に寄り添うことはできるんじゃないか、寄り添える映像ができたらいなと思いました。カメラで触れ、人々に寄り

添っている感じを持ち続けたいのです。

——NHKの地域放送にはどのようなことが大切ですか。

映画『三池 終わらない炭鉱の物語』では、三池炭鉱のある大牟田市の協力があつたからこそできました。1997年の三池閉山後、大牟田市はこれからどうやって生きていくかを模索していました。

私は「まち」と「ひと」がどう関わって生きていくかを考える映画を作っていた関係から、シンポジウムに呼ばれ、「三池炭鉱を映像として遺すべきだ」と発言しました。すると参加者からは「負の遺産は早く忘れるべきだ」という声がありました。地元では炭鉱を囚人労働、強制連行、争議、事故と負の遺産と捉えている人が多かったのです。しかし、負の遺産として炭鉱の歴史を消し去ることは、必死に生きて戦った人々を消し去ることになります。

歴史を与えられたイメージや価値観で見つめるのではなく、自分で一つ一つ掘り返しながら見つめ直していくと、そこには宝の山が眠っているものです。三池との関係でも、私たちはこれまで宝物の掘り出し方がわからなかったし、その意味で過去と向き合つてこなかったということではないでしょうか。負の部分を隠し続ける限り、未来はないと思います。とにかく事実を表に出していくことです。

NHKはとくに全国各地で地域放送をおこなっているわけですから、なおさ



らその歴史を見つめ直していく視点が重要だと思います。広島、長崎や沖縄のように問題のある地域とそうではない地域は確かにありますけど、地域をコッコツと歩くことで発見はあります。

そして、「まち」や「ひと」を撮る時には、当事者に成り代わることはできないが、映像で寄り添っていくという姿勢を示していくことで視聴者の支持が得られるのではないかと思います。

インタビューを終えて

なぜ撮るのか。「その人にはなり代われないけれど寄り添うことはできる。ならば相手に寄り添う映像を撮り続けたい」という熊谷さんの言葉が印象的でした。

戦争や震災を報じるテレビを通じて、私たちが問われたのは平和や防災のことだけでなく、いかに他人の痛みを共有できるか、それに尽きるのではないのでしょうか。

痛みを感じない、または伝えないマスコミとは一線を画したい、そんな公共放送をめざすべきだと感じました。

報告 中央放送部長 小磯亮

「地方は、なんでもやらないといけないけれど、なんでもできる環境がある」

N HKの受信料を支えているサービスの重要な柱の一つが地域放送です。

地域のなかで、NHKの放送局が、存在感を失い、埋没してしまったら…、視聴者からどんな声が届くでしょうか。視聴者は公共放送を支えるでしょうか。

いかに地域放送を充実させていくか。地元・熊本の足元を見つめながら、地域に根ざした番組を発信し続けている熊本放送の村上雅通さんに聞きました。

（このインタビューは村上さんが熊本放送在籍時に行いました）



村上 雅通

元熊本放送報道制作局専門局長

プロフィール

1953年生まれ。元熊本放送報道制作局専門局長。『水俣病空白の映像』や『封印～脱走者たちの終戦～』など硬派なドキュメンタリーから、地元の伝統芸能番組を立ち上げるなど、そのエネルギッシュな活動や熱い語りにはテレビ屋の心意気が溢れる。ギャラクシー賞や日本民間放送連盟賞など数多く受賞。2011年に退社し、長崎県立大学情報メディア学科教授に就任。

地域ジャーナリズムのあり方とは

平成22年度の国内番組編集計画では、「放送局のちからを発揮した地域サービスの充実」が掲げられています。しかしながら、地域放送局の現場では、ヒト・モノ・カネの制約が厳しくなるなかで、どの方向に向かって走り続けていけばいいか手探りの状態が続いています。

一方で、高齢化や過疎化、広がる格差といった地域の問題は進行するばかりです。こうしたことに公共放送としても真摯に向き合っていくことが求められます。

熊本放送の村上雅通さんは『市民たちの水俣病』『封印～脱走者たちの終戦～』といったシリアスなドキュメンタリーから、地元の伝統芸能番組の立ち上げに奔走するなど、熊本ならではの課題に向き合った番組を作り続け、軒並み放送関係の各賞を受賞されました。

村上さんはテレビ番組を作りはじめてしばらくは、「海外取材」や「全国放送」を追い求めることに有頂天になり、なかなか地元・熊本の足元を見つめることに目を向けることはなかったそうです。

20年の年月を重ねてたどり着いた地域ジャーナリズムのあり方とは何か。どのような経験を重ねて現在の心境に至ったのか。そして、厳しい経営状況が続くローカル局において、制作者はどのような姿勢で、地域の情報を掘り起こしていけばいいのか、お話を聞きました。

疑問が晴れるまで何度足も足を運べるローカル局

——村上さんは水俣病などをテーマにした地方発のドキュメンタリー制作者としてご活躍されています。もともと地域の情報発信にこだわりを持っていたのですか。

私が「番組」というものを初めて作ったのは36歳の時でした。番組制作者としては遅いスタートですね。

当時の役割は、ニュースを担当する放送記者でした。毎日の取材で多くの素材に出会うのですが、成果を発表できる時間はニュース特集で5分程度でした。つまり、いくら取材しても発表の場が限られていたのです。一つのテーマを、手を変え、品を変え、発表するんですけど、十分ではありませんでした。ついつい「これ以上取材しても、編集で落とすだけだ」というあきらめにも似た思いが強くなつて……。そんなジレンマを解消するには、番組にするのが一番なんです。当時のわが社にはドキュメンタリー枠はありませんでした。従って、制作費もありません。このため、企画書を出しても、「いい企画だけど……」ということで終わってしまうのです。

そんな時、TBSの『報道特集』※1がローカル局の企画を積極的に採用するという情報が入ってきました。ローカル局が加わることで、企画の幅を広げるといった目的がTBSにはありました。

私の利害とも一致したこともあり、温めていた企画を報道特集に持ち込みました。採用されたのは『音楽にも国境があった』※2という企画で、欧米の日本人音楽家を延べ40日間取材するものでした。私のテレビデビュー作は金銭面でも時間面でも、ローカル局では決して実現できない贅沢なものとなりました。憧れの海外取材も実現し、夢のよう

な取材が続き、まさに有頂天でした。

『音楽にも国境があった』を皮切りに、年に2〜3本程度の企画を『報道特集』で実現していききました。いずれも、海外取材が必要なお金のかかる企画です。スケールの大きいテーマが、全国放送には不可欠という固定観念があったんでしょう。でも、一方では、海外取材の回数を重ねるたびにストレスを感じるようになりました。

そのストレスは、制作者には常につきまとうものなんです。とくに海外取材では増大します。テレビ番組は、取材して生じた疑問を解決するものですが、海外の場合、解決の手立てが限られてしまいます。疑問を解決するため、もう一度取材対象者に会いたくても、海外の場合はそう何度足も足を運ぶことはできません。そこで取材はおしまいに納めてしまします。そんなことを繰り返すうちに、自分の番組作りは取材対象の本質を掘り起こすものではなく、単に「海外取材」「全国放送」という華やかさを求めているだけではないか、という自己嫌悪感がどんどん増大していききました。しかし、こうした状態になってもまだ、なかなか地元の熊本に目を向けようとはしませんでした。

——NHKでも、地域放送局の制作者の中には、「地域発地域」というよりは、「地域発全国」にこだわりの持つ人も多くいると思います。

その気持ちはよくわかります。やっぱり制作者は自分の番組をできるだけ多くの人に見てもらいたいというのが素直な願望です。同時に東京（本部）というものに憧れはあります。ローカル局と比べれば華やかですから。



熊本放送ロビー

※1「報道特集」TBSで放送される報道ドキュメンタリー番組。08年度からは「報道特集NEXT」としてリニューアル。毎週土曜日夕方放送。

※2「音楽にも国境があった」日本人の優秀な音楽家の進出が著しいことに業を煮やしたヨーロッパの音楽界が、日本人音楽家を排斥する動きをとりあげたドキュメンタリー。当時、日米間でも自動車の輸出入をめぐる摩擦が深刻化しており、自動車と音楽家の現状をオーバードラップさせることはできないかというのが企画の背景にある。

私の場合でいうと、テレビ制作部への異動が転機となりました。異動と同時にゴールデンタイムに放送する一時間の情報番組『週刊山崎くん』※³が始まりました。発表の場は、ふんだんに増えたのですが、これまでの『報道特集』と比べると制作費はほとんどありません。その時はみみっちくたったなという印象がありました(笑)。

でも仕方ないから近場で素材を探すしかないわけです。でも、近場は経費もかからないから、何度でも足を運ぶことができます。つまり、その都度、出てきた疑問も解消できるのです。熊本弁ですから意思の疎通もスムーズです。海外取材ではできないことが熊本でできるようになった。そうすると、ストレスがしだいになくなっていききました。熊本をフィールドにする制作者のあり方がおぼろげながら見えてきました。これも『報道特集』というお金がかかる番組を経験したからこそ気づいたことなのだと思います(笑)。

全国でも、熊本でもない。地元の視聴者に届けばいい

——地域の視聴者に向き合うために村上さんはどのような番組を企画しましたか。

『熱血ジャゴ一座 只今参上!』※⁴という番組は、全国的に有名な人物が登場するわけではありませんが、地元からの大きな支持が集まりました。熊本の人気コメディアン、ばつてん荒川さん※⁵を座長に、月に一度のペースで県内を巡回し、「肥後にわか」※⁶という伝統的な喜劇芝居、歌、踊りをステージでおこないます。使う言葉はすべて熊本弁、熊本の匂いがプンプンするコテコテの内容です。出演者、スタッフ、観客全員が熊本県人です。

昔、阿蘇の田植え唄を取材したことがありました。これとはとてもいい唄だなと思っていました。それから何年か

て、阿蘇で植樹祭があったんですけど、天皇陛下が入場する際に流れた曲がエルガーの『威風堂々』※⁷だったんです。『威風堂々』というのは、イギリスの第二国歌と言われています

よね。日本の天皇が入場してくる時になぜ「イギリス国歌」なのかと思いました。その時、阿蘇の田植え唄を思い出したのです。陛下の入場にぴったりだと……。後日、田植え唄の親父さんどうしているかなあと調べてみたら、すでに亡くなっていて、田植え唄も途切れてしまっていたんです。調べてみると地域の伝統芸能というのが、ことごとく消滅しているのがわかりました。確かに文化というのは、消えたり、復活したり、芽生えたりしますが、淘汰されなくていいようなものまでが、淘汰されてしまっているような気がしてならなかったのです。こうした問題意識をずっと引きずっていました。

植樹祭から約20年後、わが社に営業プロジェクトが発足しました。民間だけでなく行政もスポンサーとして取り込む方法がないかということを検討するものです。なにか企画はないかということで、思いついたのが、伝統芸能をテーマにした番組です。地域に残る昔話や音楽とかを取材して、それをもとに芝居をやるというものです。年々風化していく地域の文化、それを改めて見直すにはドキュメンタリーや情報番組といった放送局側の一方的なアプローチではなく、地元の人たちと共同で作りあげる手法が最も効果的だと考えました。行政に売り込む意味でも絶好の企画でした。



RKK ラジオの番組宣伝

※³『週刊山崎くん』
RKK熊本放送のローカル情報番組(1994年)。地元商店街や温泉、グルメなど、魅力ある地元情報を伝える地域密着型の番組で、熊本のローカル番組で唯一、ゴールデンタイムに放送されている。タイトルの「山崎」は、局の所在地・熊本市山崎町に由来する。

※⁴「熱血ジャゴ一座 只今参上!」

熊本を代表する芸人(ばつてん荒川・太田黒浩一氏)が、県内の市町村に出かけ故郷の新しい祭りを作る番組。ジャゴは熊本弁で「在郷」の意味。芝居のストーリーをはじめ、すべての出し物が収録地の話題・歴史、伝統芸能に基づいたもの。出演者も一座の核となるメンバーを除けば地元の人たちで、芝居のストーリー作りにもかわる。

※⁵「ばつてん荒川」

1937年生まれ。熊本県熊本市出身のマルチタレント。戦後存亡の危機にあった「肥後にわか(即興の芝居)」を復興させ、テレビ・ラジオ・舞台で役者として活躍するともに、演歌歌手としてもデビューした。本名の米寄から一字取った「お米ばあさん」という老婆に扮したキャラクターで人気を博した。2006年死去。

——地域の視聴者の反応はいかがでしたか。

とても好評だったと思います。各地域を巡回するとき回り番組なんですけど、ある地域では人口60000人のうち、10000人をこえるお客様が集まったこともありました。

視聴者の反応から気づいたことは、地域の人々が自分たちの足元というのをなかなか見つめる機会がないということでした。文化というのは、空気があつて、泥や水があつて、大地があつて、そこに文化が育っていくんですね。ところが、これは全国的にそうだと思うんですけど、どうも文化というものが、地域の特性じゃなくて、何か上からの押し付けみたいに、どんどん日本全体が金太郎飴状態になってしまったんじゃないかと思うんです。それにはテレビが大きな影響を与えてきたことも事実だと思います。こうしたこともあつて、大上段な言い方ですけど、罪滅ぼしみたいな思いもありました。

——NHKでも公開番組は大好評です。全国放送で紹介されると反響も大きくなります。

私は『熱血ジャゴ一座 只今参上!』をやっている時は、全国とか熊本県全域とかという意識は持っていませんでした。収録地の〇〇市や△△村の視聴率が80%あればよくて、あとの地域は0%でも構わないんです。やや極端な考え方かもしれませんが…。

地元の人達がなかなか見つけることができないもの、おこがましい言い方かもしれませんが、それを我々が見つけて発掘して、地元の人達がいいところだけを取捨選択してもらえればいいじゃないかと。公開収録するときに私はいつもセンターFDをやっている指示をする役割を



するんです。すると後ろのお客様から面白い、面白くないという空気がストリートに伝わってくるんです。テレビとは全く違う臨場感が伝わってきたし、それが番組にも生かされたところもあります。

——地域放送局の存在意義を発揮するためには、やっぱりお客様との距離が近いということが重要なんですね。

私は重要だと思いました。放送っていうのはある意味じゃ双方向っていうのはあるかもしれないんだけど、やっぱりどうしても一方的にならざるを得ない。ところが、そういった公開収録なんかやると、交流というものが出てくるんですね。特に、ばつてん荒川さんって天才でしたね。お客様をうまく巻き込んで、物を投げつけたりとかして、これがとてもうけるんですね(笑)。デジタル技術を活用した双方向というのもありますけど、本当にそうなのかなという疑問はあります。やっぱり生身の人間ですから、生の状態でやるのが双方向になるんじゃないかと感じています。

疑問を解決する連続性こそローカル局のメリット

——NHKの地域放送をご覧になってどのような印象をお持ちですか。

私はNHKがどんなことをやっているか全部把握しているわけではありませんけど、番組を拝見するかぎりには、どうしても一過性の視点というか、地域に根付いた視点ではなくて、表面的なうわべだけをすくっているような印象を持っています。やっぱり地域ジャーナリズムというのは積み重ねです。その積み重ねが欠落しているという感じは否めません。3〜4年すればどこかに転勤する仕組みがあるので仕方ないと思いますけど。

※6「肥後にわか」

にわか(俄)とは、江戸時代から明治時代にかけて、宴席や路上などで行われた即興の芝居。仁輪加、仁和歌、二和加などとも書く。またの名を茶番(ちゃばん)。内容は歌舞伎の演目の内容を再現したものや、滑稽な話を演じるものがあつたよつである。路上で突然始まり衆目を集めたために、「にわかが始まる」という意味から「俄」と呼ばれるようになったと伝えられる。肥後にわかとは古くは日清戦争以降盛んに行なわれてきた。

※7「威風堂々」

イギリスの作曲家エドワード・エルガーが作曲した行進曲。イギリス第二の国家と称されるほど愛されている曲。

例えば、私は水俣病のドキュメンタリー制作に多くの時間を費やしてきました。われわれ取材者にとって大切なのは、やはりお互いに心を割って話せる関係というのはいっぱい大切です。ネットワーク作りや背景を細かく理解することに至るまでには3〜4年ではどうても難しいと思います。

もう一つ言うと、NHKは中央とローカルの差があります。ろんじやないかという気がします。組織として中央とローカルがあるのは仕方ありませんが、番組作りはそんなもんじゃありません。ローカルごとにカラーがはっきりと違うというものが出てこないとおかしいと思いますよ。

ただし、私たちからうらやましいと思うのは、ずっとそこにいなくていいというか、他のところも味わえるのは魅力ですね。同じ地域にどっぷり漬かっていると「しがらみ」がでてきます。「しがらみ」が出てくると「先入観」も生まれてきます。そういう意味では恵まれていると思いますね。ただし、結局のところ個人の問題なんですよ。自分の中で「しがらみ」をどうやって客観的に整理していくことができるか、これに尽きると思います。

——うわべだけというのは客観的すぎるということの裏返しなのかもしれません。では、転勤を前提とした仕組みがある中で、地域放送を充実させていくためには、どのような意識を持つことが大切でしょうか。

興味を持つことが大切です。制作者は興味を持たないとどうしようもありません。そして、見ようとする。見ようとするれば見えますし、見ようとしなければ絶対に見えてきません。つまり発掘していくことです。ローカルの何がメリットかというと、取材対象に近いということです。何度でも話を聞くことができる。少なくともひとつ

の興味を持ったなら、それをずっと継続するための環境があるということです。

水俣もそうですけど、継続しないと見えてこないことがたくさんあるんですよね。放送を出すと、「この番組にはこういう視点が足りない」とよく指摘されるんですけど、足りないのは当然なんですよ。一つの番組だけですべてを語ることはできませんから。一時間あっても、全部は語れません。だから継続して積み重ねていくことによって語るしかないんです。視聴者にとっては断片的でしかないかもしれませんが、少なくとも制作者としては継続性を意識していく必要があると思うんです。疑問を解決すると、新たな疑問が起こって、またそれを解決していく——この連続性こそが、地域ジャーナリズムなんだと思います。取材対象が近いのが最大の強みです。

少し話がそれるかもしれませんが、さきほど中央という表現をしました。中央もある意味ローカルなんです。

水島宏明さん※8はもともと札幌テレビの社員でしたが、ずっと現場で活動していきたいという意向で、日本テレビでドキュメンタリーを作っています。そんな彼から、転職直後に「東京はドキュメンタリーを作るうえで制約が多すぎる」というメールが届きました。その時はどういう理由で言っているのか具体的にわかりませんでしたけど、数年後には、「東京」で発掘した素材を、しっかりと番組化していくんですね。例えば、化学物質過敏症の子どもたちのことや、ヒット作にもなったネットカフェ難民とか。その後、介護ビジネスの裏側も暴いていきます。

水島さんは、確実に「東京」という地域にある素材を掘り起こしていたんですね。おそらく、最初は「東京」を中央という捉え方をしていたんじゃないかと思います。中央

※8「水島宏明」
札幌テレビに入社後、ベ
ルリン、ロンドン特派員
を経て、日本テレビの解
説委員を務める。現在は
「NNNDキュメント」
のチーフディレクターと
してドキュメンタリーを
制作する一方、「ズーム
インSUPER」の解
説コーナーも担当する。

と捉えたら、壁や障害がたくさんあった。ところが、ローカルとして捉えてみたら、取材対象や素材がたくさんあるじゃないかって。何度でも足を運べるじゃないかと。恐らく札幌テレビ時代とまったく変わらないということに気づいたんじゃないかと……。

ローカル局はなんでもできる自由な雰囲気がある

——NHKの経営計画でも地域放送の充実を掲げていますが、実際の地域放送局はヒト・モノ・カネに制約があるなかで、ぎりぎりの状態が続いています。

どこのローカル民放も厳しいです。制作費や人が削られるなかで、それでも時間を埋めないといけないので、ある程度の緩急が必要です。当然、力を入れない番組も出てきます。それをやらないと放送がもたない、ローカル民放が成り立たないという厳しい現実もあります。



ただし、労力を要するドキュメンタリーは絶対必要です。ドキュメンタリーをすることで制作者としての力がついていくこともありますが、地域情報を発信していくためには、ニュースだけではカバーできません。ニュースは現在進行形なので確かに迫力はありますが、核心に迫るといふところまでには至りません。普段、見過ごしてしまうような情報をいかに拾いあげて発掘していくか、そのためにドブネズミのように駆け回っていくことが、ローカル制作者には必要なのかもしれません。

ローカル局の制作者はドキュメンタリーでもバラエ

ティーでもニュースでも、それからスポンサー探しまでなんでもやらなくちゃいけない。NHKはスポンサー探しは必要ないと思いますけど(笑)。でもそれはやろうと思えば、なんでもできることなんです。ローカル局にはそれを可能にする雰囲気があります。可能性は無限です。

インタビューを終えて

民放連が発表した「09年度の地上波テレビ営業収入の見通し」によれば前年比8・5%減、タイム広告は12・5%減と過去最大のマイナスとなる見込です。

数々の賞を受賞された水俣病のドキュメンタリーでさえ、放送開始が深夜3時で、かつスポット広告(CM)が入らないという状況をお聞きして、ローカル民放でドキュメンタリーを制作することの難しさを痛感しました。NHKや民放に限らず、地域の秀逸な番組をどうすれば多くの人に知ってもらい、見てもらうことができるのか。

この問いが解決されれば、地域放送を志向するたくさんの制作者が生まれ、地域の課題に対して社会全体で目を向ける気運がもつと生まれてくるのだと思います。

村上さんの力説した「地元の視聴率が80%あればいい、他の地域は0%でも構わない」という言葉が印象に残りました。この言葉にヒントがあるかもしれません。

報告 中央放送部長 小磯 亮

九州支部書記長 大島 功嗣

熊谷さんのインタビューのなかに出てきた「牛山純一」という名前は、ご存じない方はぜひ覚えておいてください。まだ日本のテレビがドキュメンタリーという制作手法を模索していた頃、開局したての日本テレビでさまざまな作品を作った先駆者のひとりです。熊谷さんや村上さんのインタビューにも、自分が何を作ってきたか、というだけでなく、自分が何を見てきたのか、という視点がありました。それだけでなく、これまで「放送が何をしてきたのか」ということを個人の中で問い返す作業があつたように思います。

熊谷 博子



村上 雅通



制作には様々な「縛り」があります。それは、その人の生活であつたり、制作現場そのものであつたり。その「縛り」のなかで、いかに制作者は自分の思いを表現し、訴えていくことができるかということが悩み所であり、また、腕の見せ所でもあります。

制作者はどうすれば「自分の言葉」で番組を世間に発表できるかという点についてのインタビューです。

まず一人目は脚本家の富岡淳広さんです。富岡さんは『ポケットモ

脚本家 富岡 淳広

作家 森 まゆみ

ンスター』シリーズや『イナズマイレブン』といった子どもに大人気の作品を担当されていますが、脚本家ならではのジレンマもあるようです。

そして、もう一人は作家の森まゆみさんです。「地方の時代」映像祭審査委員長も務められたこともある森さんは映像批評の視点から、今の作品に抱えている思いを聞きました。

「大人が本気で遊べる制作環境を」

テ レビ東京系列で放送されている特撮ドラマ『ケータイ捜査官7（セブン）』※¹。

歩き、話すケータイ「フォンブレイバー」が、情報社会を蝕むネットワーク犯罪と闘う。

日常生活の中で最も身近なアイテムとも言える「ケータイ」に“人格”を持たせ、これまでにない新しいヒーロー像を生み出した。

子供だけでなく、大人も楽しめる妥協のないドラマ作りをめざした結果、日本のみならず海外でも高い評価を得ている。

この番組の魅力はどこにあるのか？

シリーズ構成・脚本を手掛ける富岡氏に聞いた。

（このインタビューは2009年に行いました）

富岡 淳広

脚本家



プロフィール

1967年生まれ。脚本家として、主にアニメの脚本、シリーズ構成を担当。『ポケットモンスター』『イナズマイレブン』など、今の子供たちの心を掴んで離さないアニメに携わっている。とりわけ『ポケットモンスター』シリーズでは、『ダイヤモンド&パール』以降、シリーズ構成を務めている。

キミの気持ちを受信した！

08年4月よりテレビ東京系で放送されている特撮ドラマ『ケータイ捜査官7』は、08年10月22〜24日に開催された「国際ドラマフェスティバル IN TOKYO 2008」※²において「東京ドラマアワード」※³の「キッズ&ヤング部門賞」を受賞しました。海外でも「オランダ・アニメーション映画祭」や「シーグラフアジア2008」といった賞にノミネートされるなど、世界に通用するコンテンツとして、国内外で高い評価を得ています。

また、『ケータイ捜査官7』では、本物の携帯電話とのコラボレーションや関連玩具の発売はもちろん、メイドカフェとのタイアップや携帯型ゲーム機ソフトの発売など、その展開の幅広さは目を見張るものがあります。作品のクオリティの高さだけでなく、こうしたビジネス展開の新鮮さも評価されています。

子供番組としてのターゲットである若年層だけでなく、幅広い世代にも受け入れられているこの番組の魅力はどこにあるのか、日本のみならず海外でも高い評価を受けているポイントは何か、『ケータイ捜査官7』でシリーズ構成・脚本を担当された脚本家の富岡淳広さんに制作現場の視点からお話を伺いました。富岡さんは、主にアニメのシリーズ構成・脚本を中心に活躍しておられます。代表作には、『ポケットモンスター』シリーズがあり、放送開始当時より脚本を担当され、06年よりスタートした「ダイヤモンド&パール」では脚本だけでなく、シリーズ構成も担当されています。また、『イナズマイレブン』『とっとこハム太郎』『テニスの王子様』『SAMURAI7』なども手掛けておられます。

大人が全力で楽しむ

——制作にあたって気を付けられた点などありますか。

『ケータイ捜査官7』では、「子ども番組だけど、大人が全力で楽しんで作る」ことを目標としました。子供番組だからといって、子供に過度にへつらうことなく、大人である自分たちが楽しいと思うものを、心底作りたいと思うものを作ろうということを大前提としました。シリーズ監督である三池崇史さん^{※4}はあるインタビューで「こういう企画が成立したことは、スタッフにとっても良いことなんです。『普通と違うことをやってもいいんだ』『やれる場所があるんだ』というのを確認できることは、すごく重要なんです。『こんなことはムリだ』とみんなが諦めていたら、映画やテレビはつまらなくなる一方です」と述べています。シリーズ構成を担当する私としても、制作スタッフが何よりもまず自分が楽しむことを優先して欲しいと思っていました。ですので、脚本家の皆さんに対しては、「主人公であるケイタとセブンさえ出ていれば、あとは基本的に何でもOK」というルールのもとに、自由に書いていただいています。

また、「1話完結」というスタイルだったため、それぞれの監督・脚本などの個性が出し易かったことも幸いしたと思います。脚本家さんだけでも自分を含めてざっと10名、これは他の作品では考えられない人数だと思うんです。それぞれジャンルの異なるドラマやアニメなど、活躍の場も色々で、結果としてそれぞれの個性がぶつかりあい、かつ相互に競いあいました。数多くのスタッフが切磋琢磨すること、より良いものが生まれたと自負していますし、このことこそが多種多様なジャンルから多くのスタッフが集まった意義だと思っています。

——なぜ、そのような作り方をめざしたのですか。

映画からテレビへ人材が流れていたころ、テレビ界は非常に活気があったと聞きます。スタッフが活躍の場をテレビに移し、新しいことをやろうとしていたのでしょうか。その頃の空気を取り戻したい、そんな思いも強かったですね。「今の1クール制のドラマとは違う、1本1本が映画を見た気分になるような1話完結式のドラマを作りたい」という思いはずっと持っていました。この現場は、それが出来ると感じたのです。ですから常に、「自分達が面白いと思ったものを作ろう!」という気分をもって現場に臨んでいました。スタッフの皆さんも、少なからずそういう気分があったのではないのでしょうか。何か新しいこと、凄いことをやってやろうという思いは、いつも感じていましたね。

——ある意味、昔の方が恵まれた制作環境であったと。

たとえば1970年代、テレビがまだお茶の間の中心にあった頃は、今よりももっと挑戦的な制作環境があったのではないかと強く思います。当時の番組を思い起こすと、制作者自身が面白いと思うものを自由に制作していたように思われる作品で溢れています。中には登場人物の顛末などに目をそむけなくなるような惨い描写がなされている番組もありましたが、それも制作者が描きたいものを描いた結果であり、非常に意味があったと思います。それは子供向けといわれる番組においても容赦ありませんでした。

ところが今はどうでしょうか。とりわけ子供番組を作る際には、表現のあり方をめぐって「子供たちを守る」ということに過剰な意識があるように思います。一方で、同じテレビのなかには、たとえばワイドショーのように事件や事

※1「ケータイ捜査官7」情報化社会における人間とネットワークのあり方をテーマとしている。社会を蝕むネット犯罪を捜査する組織「アンダーアーカー」のエージェントとなった高校生・網島ケイタの成長と、ケイタを助く相棒・バディ「ケータイ「フォンブレイバー」の活躍を描いている。

※2「国際ドラマフェスティバル in TOKYO2008」

「JAPAN国際コンテンツフェスティバル」(コ・フェスタ)のオフィシャルイベント。日本民間放送連盟や日本放送協会などテレビ番組に関わりある業界団体が主体となっている。「ジャパン・コンテンツ」の海外発信を目標とし、決して欧米やアジアの作品に比べて見劣りしない日本のドラマ作品の国際競争力、収益性を伸ばすドラマフェスティバル。日本のドラマ作品を広く知らしめる事が狙い。

故などをセンサーショナルに取り上げ、視聴者に考える余地を与えずにリードするようなケースも見受けられますね。長いことこの世界にいて、番組ごとのスタンスに違和感を感じてしまうのです。いわゆる子供向けの番組だけが「世の中は良いことばかりだ」という作り方をしていて本当に意味があるのでしょいか。子供番組だからこそ、「世の中には嫌なこともある」ということを逃げずに描きだすことによつて、子供たちに「考えてもらおう」ことも重要なのではないでしようか。

——非常に自由度の高い制作環境を確保されたようですが、スタッフの満足度は高かったですか。

満足したかという点、満足できなかったというのが正直なところだと思います（笑）。でも、それは後ろ向きな不満ではなく、「もっとできることがあった」「もっとやりたかった」という前向きな不満です。

それは作り手が本当に面白がつて制作できた証拠だと思つています。だからこそ、「やりたりない」という不満足が出てきたのだと思います。『ケータイ捜査官7』はこの3月で終わりますが、視聴者からだけでなく、制作スタッフからも「続編はないのか」「映画化はしないのか」といった期待の声があがっています。それだけ、「もっと観たい」と思わせる作品に関わることが出来たという意味では、満足ともいえますね。

制作現場に立ちただかる「縛り」

——逆に言うと、他の多くの制作現場にはこうした自由な空気が薄れているということですか。

ドラマ、アニメのオリジナル作品が少なくなった今、原

作に惚れ込んで番組作りをしているクリエイターさん以外は、果たして楽しんで作っているのだろうか、とは常に思っています。それは、原作による縛りがあったり、スポンサーからのオーダーがあったりと、さまざまな「縛り」があるからだと思います。

原作の縛りは、言うまでもなくアニメ化・ドラマ化するにあたって原作者の意図を尊重するとともに、既存のファンの思いを裏切らないためにも欠かせないものではあります。しかし、それを追求しすぎた場合、制作スタッフのできることは、コピー&ペーストするだけの作業でしかなく、クリエイティブな仕事とは言えないものとなつてしまっています。そして、こうしたことが多くなっている背景には、アニメ化にしても、ドラマ化にしても、その判定基準が「原作がしっかりしており、はずれないこと」となっていることがあると思います。難しいのは、この「はずれないこと」なんです。原作通りであることに制作側も視聴者も縛られるあまり、自由に原作を解釈することはまずありません。原作が唯一無二の存在になつてしまうと、「だったら原作を読めば充分」となつてしまいます。ではなんのための映像化なのか？という疑問はいつもありますね。

また、スポンサーの縛りについては、たとえば、民放で子供向け番組を放送する際には、多くの場合、玩具メーカーさんがスポンサーとなります。そうすると、玩具の販売計画・スケジュールにあわせたストーリー展開を考えなければならぬという縛りが生まれます。それはそれで楽しかったりもする一方、商品の発売を子供達も見抜いていて、いわゆる「お約束」だらけになつて新しいものが生まれにくい現状もあるように思います。

※3「東京ドラマアウォード」

正式名称は、「国際ドラマフェスティバル in TOKYOアウォード」。放送番組の海外発信を見据え、これまで顕彰されてきたテレビドラマの選奨とは異なる「市場性」「商業性」を重視したアウォード（賞）。

グランプリには、WOWOW「バンドラ」（連続ドラマ）とテレビ朝日「点と線」（単発ドラマ）が選ばれた。

※4「三池崇史」

1960年生まれ。大阪府八尾市出身の映画監督。コメディ、バイオレンス、ホラーなど多岐に渡るジャンルで映画制作を手掛ける。代表作に『グロウズ・ゼロ』『ゼブラマン』『着信アリ』など多数。また、『ケータイ捜査官7（テレビ東京）』『ウルトラマンマックス（中部日本放送）』など、テレビドラマも多数制作している。

NHKには民放とは違う「自由」がある

——NHKの制作現場はどうでしょうか。

NHKには、少なくともスポンサーからの縛りというものはありませんよね。また、過度に視聴率を気にする必要がありませんから、もっと冒険出来るのではないかと思うのです。

もちろん、NHKにも過剰な演出はできないなど、公共放送だからこそ「縛り」があるとは思いますが。でも、だからこそ、民放にはある「縛り」がない、公共放送ならではの制作環境を最大限に活かし、民放とは違う「自由」を楽しみながら制作して欲しいと思います。

——民放とは違う「自由」ですか。

以前、NHKで『新八犬伝』^{※5}や『三国志』^{※6}といった長編の連続人形劇が放送されていましたよね。私も子供の頃観ていましたが、これらは、今でも評価されているし、多くの人の記憶に残っていると思います。それでも最初の一步を踏み出すにはやはり相應の逡巡があったのではないのでしょうか。それを乗り越えて作られたものだからこそ、何十年経った今でも高い評価なのでしょう。また、その内容も制作者が楽しんで作っていることが伝わっていたと思います。

そうした私達が昔ときめいたものを今また表現して欲しい、古くて新しいものを追求して欲しいと思います。

また、今のNHKにも、たとえば教育テレビの『日本語であそぼ』や『ピタゴラスイッチ』などのように、作り手のチャレンジ精神が伝わる番組がありますよね。私の子供の頃にあった『できるかな』^{※7}のノッポさんのパントマイ

ムやタップダンスもそうでしたが、狂言やピタゴラ装置なども、CGなどではない「本物」を使っているからこそ、観る人に響くのだと思います。こうした「本物」を視聴率に縛られず使えるのも公共放送ならではのだと思います。

——公共放送であるNHKに望まれることはありますか。

『ケータイ捜査官7』は、「大人が本気で遊んだ」番組です。しかし、それでもやはり逃れることのできない「縛り」があり、十分に「満足」することはできませんでした。NHKには、クリエイターがその個性を活かし、チャレンジできる場を、心ゆくまで本気で遊べる場を確保して欲しいと思います。スポンサーや視聴率に縛られることのない受信料で成り立つ公共放送だからこそ担保されている自由を活用した番組制作ができるはずですし、外部のクリエイターに対しても民放とは違う大人が本気で遊べる場を提供できるはずです。そして、そこから生み出された作品は、視聴者の期待に応え、さらに大きな迫力で視聴者をびつくりさせてくれるのではないのでしょうか。

インタビュを終えて

今、若者のテレビ離れが危惧されています。NHKでも、こうした傾向を踏まえて、「経営計画」において「若者の視聴機会を増やすため次代を担う世代に向けたコンテンツを積極的に開発します」としています。こうした場合、ともすると「若者に媚びた番組」の開発となりかねません。もちろん、場合によっては若者との距離を縮める努力が必要であることは言うまでもありません。

※5 「新八犬伝」

NHK総合テレビで放送された全464話の長編人形劇（1973～75年）。原作は滝沢馬琴の『南総里見八犬伝』で、仁義・礼・智・忠・信・孝・悌の八つの珠を持った伏姫ゆかりの犬士が活躍するファンタスティックな時代劇。1話15分の番組でありながら、平均視聴率20%の人気番組となった。

※6 「三国志」

NHK総合テレビで放送された全68話の人形劇（1982年10月～1984年3月）。中国の三国志演義をモチーフに、劉備・関羽・諸葛孔明を巡る説話を中心として、魏・呉・蜀三国の興亡を描いている。人形美術家・川本喜八郎氏が担当した美しい人形も有名。

※7 「できるかな」

1967年4月から1990年3月までNHK教育テレビで放送されていた幼児向けの工作番組。「ノッポさん」と「ゴン太くん」が、テレビを見ている幼児に身近にあるものを使って工作の楽しさを教える。ノッポさんは20年間無言を貫いたが、最終回で「あーあ、しゃべっちゃったー」と声を発したことは大きな話題となった。

しかし、今回のインタビューを通じて、番組制作にあたって「制作者自身が楽しむこと」も忘れてはならない重要なポイントの一つであると再認識させられました。誰もがこうした思いを胸に制作に没頭できる環境の必要性を、公共放送だからこそ提供できるはずの「大人が本気で遊べる制作環境」の重要性を痛感しました。

報告 中央放送部長 中村 重治

「制作者の“思い”が見える番組づくりを」

「地」

方の時代」映像祭

～地域のこころ、地方の声～

1980年に産声をあげた映像祭。
その後、財政難などを理由に
幾度となく打ち切りの危機に晒された。
それでも、その度に危機を乗り越え、
28年の長きに渡り地域の問題を共有し、
制作者を育てる役割を担ってきた。

なぜ、いま“地方”が熱いのか。

地方の“いま”を、日本の“いま”を赤裸々に描いた作品が
集結するこの映像祭で、審査委員長を務める森氏に聞いた。

(このインタビューは2009年に行いました)

森 まゆみ

作家・「地方の時代」映像祭審査委員長

プロフィール

1954年生まれ。早稲田大学政治経済学部卒、東京大学新聞研究所修了。出版社で企画・編集の仕事に携わった後、フリーとなり、地域雑誌「谷中・根津・千駄木」を創刊。「ブラタモリ」では本郷台地について解説をおこなう。作家、エッセイストとしても活躍し、「東京遺産」など多数の著書がある。「地方の時代」映像祭では審査委員長も務めた。



「地方の時代」～地域のこころ、地方のこえ～

「映像祭」と言われるものが数多くある中、あえて「地方」にスポットライトを当てたのが、「地方の時代」映像祭です。「地方」の視点に立ったドキュメンタリー番組を発掘し、評価するだけでなく、制作者のやり甲斐の醸成、人材育成にもつなげています。

もともと「地方の時代」というキーワードを提唱したのは元神奈川県知事の長洲一二さん^{※1}です。中央集権型の行財政システムの改革を唱えた氏の考え方に触発された地方自治体や放送関係者が、「映像祭」という形で「地方の時代」を具現化しました。

毎年、各地域から寄せられる映像作品は、今この国で何が進行しているかを知ることができる「生きた教科書」となっています。しかし、その多くが地方だけでの放送となっており、普段は観ることのできない作品ばかりです。この映像祭は、地方の秀逸な番組を広く世に送り出す役割も担っています。

こうしたこの映像祭が持つ意義や役割、そして多くのドキュメンタリーを目にする中で感じることにについて、「地方の時代」映像祭で審査委員長を務める作家の森まゆみさんにお話を伺いました。

映像祭の意義・役割

——まず、「地方の時代」映像祭にかかわられるようになってきたきっかけ、経緯についてお聞かせください。

この映像祭は川崎市でずっとおこなわれていたのですが、川崎市での開催が難しくなった時に川越にある東京国際大学(TIU)で開催できないか、という話が持ち上がりま

した。その時、同大学には村木良彦さん^{※2}がいらつしやいました。ご承知だとは思いますが、村木さんは元TBSのドキュメンタリストで、テレビマンユニオンの創設メンバーの一人です。そして、「地方の時代」映像祭についても、80年の第1回から審査委員、92年からはプロデューサーを務められ、映像祭の継続・発展に向けて尽力されました。

川崎から川越に場所を変えるとき、私はまだ東京国際大学の教授ではありませんでしたが、以前から親交のあった村木さんから声を掛けていただき、審査委員として関わるようになりました。なお、この時、一緒に審査委員となったのは、映画監督・作家の森達也さん^{※3}です。

——なぜ、いま「地方」に着目しているのですか。

地方の「いま」が、その現実が、日本の「いま」を如実に表しているからです。そして、その地方の困難な現実を取材し、ひりひりするような現実を共有しているジャーナリスト、ドキュメンタリー制作者がいます。彼らの作品は日本で何が起きているのか、誠実にかつ辛辣に映し出しています。映像祭はそうした人々を励まし、育てることを目的としています。今年で28年目を迎えますが、この思いはいまなお、引き継がれています。

番組の画一化に歯止めを

——多くのドキュメンタリー作品を観られる中で、気になるなどはありませんか。

ドキュメンタリーに限った話ではないのですが、番組が画一化してきていることです。最近世間を騒がせた事件として「事故米」^{※4}というものがありません。報道にあたつては、「事故米」がどのように流通していたか、それによる

健康被害はあるのかという消費者よりの視点だけに集中していたと思います。もちろん重要な視点ですが、なぜ米を輸入しなくてはならないか、農の現場はどうなっているのか、背景を丁寧に紹介する番組なども必要だったのではないのでしょうか。光市母子殺害事件なども、被害者の夫の視点からばかり、時にエモーショナルな報道がたれ流されました。確かにひどい事件ですが、東海テレビの『光と影〜光市母子殺害事件 弁護団の300日〜』^{※5}は、別の視点からこの事件を浮き彫りにして昨年の優秀賞をとりました。由布院の文化・記録映画祭松川賞^{※6}の審査もやっていますが、コピーは「作り手の思いがくつきり見える」です。

——取り上げる内容だけでなく、その取り上げ方、視点も画一化し、多様性が失われていると。

そうですね。でも、内容だけではありません。番組に呼ぶコメンテーターなども画一化しています。どこかの局に出演し、「無難」ということが分かったと、どの局でもその人を見かけるようになります。多様な人材を発掘し、世に送り出すのも、テレビの重要な役割ではないでしょうか。でて来る人が同じだと、視聴者は飽きます。また市民参加型の番組でひな壇に並ぶ方達の人選はとても安易、こんなものでよかんベイズムが感じられます。

ドキュメンタリー制作にあたって

——NHKのドキュメンタリーをご覧になって、どのように思われますか。

「地方の時代」映像祭では、審査委員が一週間ほど合宿をおこない、寄せられた作品に目を通してきました。NHKも毎年多くの作品を投稿してくださっていますが、良くも

※1「長洲二（ながすかずじ）」

革新知事として神奈川県知事を1975年から1995年まで5期20年間勤めた。

※2「村木良彦」

1959年、ラジオ東京（現・東京放送）に入社。代表作に「あなたには……わたしのトワイニング」など多数。「TBS闘争」などを契機に退社し、1970年にプロダクション「テレビマンユニオン」を設立。その後、国会TVや東京メトロポリタンテレビジョンの設立などにも携わる。2008年1月、肝不全のため死去。

※3「森達也」

映画監督・ドキュメンタリー作家。1998年オウム真理教の荒木浩を主人公とするドキュメンタリー映画「A」を公開。各国映画祭に出品し、海外でも高い評価を受ける。2001年、続編「A2」が、山形国際ドキュメンタリー映画祭で特別賞・市民賞を受賞。

※4「事故米」

穀物の米で購入した時点、またはそれを保管している期間中に、カビが発生したり、水濡れ等の被害を受けたもの、または基準値を超える濃度の残留農薬などが検出されたもの。事故米（じこまい）、汚染米（おせんまい）とも言う。2008年9月に一部の米穀業者等が非食用に限定された事故米を非食用であることを隠して転売していた。



悪くも「NHKが作ったものだ」とすぐに分かるのが多いんです。イントロがあつて「みつめます」と主題が提示され、音楽が高揚してタイトルがかぶさる。次に落ち着いた映像でどこどこ市の何さん、何歳というように状況が説明されていく。説明的なナレーションが多く、「かんがえています」「かんじています」といった人の内面まで説明するのはどうかと思います。ほとんど作り手の個性が見えません。いや、現場のディレクターは自分の思いを出したいのだけれど、中間管理職がNHK風に仕上げてしまうという話も聞きます。また、政治や経済の問題に正面から向き合わず当たり障りない番組、たとえば過疎地の老夫婦ものばかり何本も見えた年もありました。ダム問題でもハンセン病でも政府の態度が決まってからでなく、問題を発見し、状況を動かし、ていくようなドキュメンタリーが見たいとおもいます。今年のグランプリは大阪毎日放送の巨大自動車メーカーでの夫の過労死を妻が認定させた番組でした。広告主をまな板の上に上げる番組を良くつくったとディレクターばかりでなく局全体の勇気をたたえます。

ドキュメンタリー

—— 制作者に足りないものがあるとすれば何だと思われますか。

「忙しくて他の番組を観る時間がない」という話を聞いたことがあります。物書きの世界では、同じようなテーマで先行する作品を読むことは当たり

前のことです。もちろん同じことを書かないためでもあります。が、何より、他者の作品に接することが自分自身への刺激になるからです。他の作品をよく見てほしいし、批評し合う場も必要だと思います。海外取材もので同じテーマの番組をよく見ますが、書誌的な調査がテレビでも必要でしょう。いい時間帯にドキュメンタリーをつくれるNHKは恵まれています。誰のつくったものであれ、いい作品は図書館や映画館、映画祭などで繰り返し見られることも大事です。地方の時代映像祭の過去の作品は川崎ミュージアムでも見られますし、吉岡忍さん^{※7}たちと阿佐ヶ谷で「ドキュメンタリー酒場」^{※8}を11月からはじめました。NHKのディレクターはご自分で3K労働だなんておっしゃいますが、職場も給料も保障されている。そのうえ高学歴です。どうしたら地方のふつうの人々のかかえる悩みにぶつかっているのか、地方局勤めを腰掛けのように考えていないか。地方の民放局には、地域を愛し、腰をすえて、原爆でも沖縄戦でも水俣病でも撮り続けているディレクターがおり、少ない予算でも思いがくつきり見える番組を作っておられます。NHKも負けてほしくないですね。

インタビューを終えて

組合には、「12000人の要員削減の影響により、制作現場に余裕が失われている」「日々の業務をこなすのに手一杯になっている」などといった声が寄せられています。その中には、森さんからの指摘にもあったとおり、「他の人の番組を観たり、制作した番組を相互に批評し合う機会がなくなった」との声もあります。こうした状況があるにも関わ

※5 「光と影」光市母子殺害事件 弁護団の300日

1999年、山口県光市で本村洋さんの妻と長女が殺害された「光市母子殺害事件」を題材とし、事件の犯人である18歳の少年の弁護に当たった21人の弁護士に焦点を当て、裁判とは、刑事事件の弁護活動とは、そして、弁護士とはどういう職業を持つものなのかを描いた東海テレビのドキュメンタリー番組。

※6 「ゆふいん文化」記録映画祭 松川賞

1998年に旧湯布院町で始められた文化映画及び記録映画を対象にする映画祭。毎年5月下旬、6月上旬に3日間の日程で開催されている。

松川賞は、同映画祭に深く関わったドキュメンタリー映画作家の故・松川八洲雄氏の「意思」を「未来」に繋げたいとの思いから設けられた。

※7 「吉岡忍」

ノンフィクション作家。1987年、日航機墜落事故をテーマにした『墜落の夏』で第9回講談社ノンフィクション賞受賞。他に『日本人ごっこ』『鏡の国のクレーター』『放熱の行方』など多数。

らず、非常に多くの質の高い番組が生み出されていることは疑いようのないことです。しかし、より良いものを視聴者に提供していくためには、制作現場にゆとりと創造性のあふれる職場環境が必要であるということをあらためて痛感させられました。

報告 中央放送部長 中村 重治

※8 「ドキュメンタリー酒場」
在京キー局ではなかなか放送されないローカル局のドキュメンタリー番組を東京で上映し、議論もしていこうという取り組み。フリーライターの古木杜恵さんや作家の吉岡忍さん、映画監督・作家の森達也さん、元週刊現代編集長の元木昌彦さんらが開催を呼びかけた。

■制作者の論理、視聴者の論理

③組織にて「公共」を考える

マスコミは多くの国民に情報を一度に伝えることができるため、高い公共倫理が求められるのは当然です。そして、それは一人ひとりの職員、またその連合体である労働組合にも求められていると言っても過言ではないでしょう。日放労もNHKの労働組合として、雇用の確保はもちろん、労働条件や経済的地位の維持・改善、向上を求めています。また、その上で、公共放送で働く者として公共放送事業に対する考え方の向上や経営に対するチェック機能を果たす立場にもあります。

しかし、マスメディアの労働組合という立場は、いささか難しい面があります。マスメディアでは個々の職員がそれぞれの現場で自主的に「公共性」を判断する場面が数多くあります。その一方で、組織に属している以上、組織全体としての判断も考える必要があります。もちろん、「マスコミ」という企業を取り巻く外部状況を無視してものを言い続けることもできません。

組織にて「公共」を考える

読売新聞労組元委員長 西島 太郎

では組合はどのような立場で公共を考えていけば良いのか。ここでは、同じくマスメディアで働く人で構成される他社の労働組合から意見を聞きます。まず、最初は新聞業界です。10年以上前から進む「新聞離れ」ですが、「テレビ離れ」が言われる放送業界にとっても人ごとではありません。新聞は放送以上に、インターネットとの厳しい競争にさらされ、業界全体としての過渡期を迎えているといっても過言ではありません。新聞業界としてはどのように産業を守り、そこで働く人たちの生活を守りつつ、公共性やジャーナリズムを守っていくのか。現在はロサンゼルス支社長を務め、読売新聞労働組合の中央執行委員長だった西島太郎さんに話を聞きました。

「職種を越えて会社の、産業の未来を考えよ」

「若者離れ」「活字離れ」…
苦境に陥っていると言われる新聞産業。

さらに広告収入の減少、
用紙代など制作コストの上昇、
値上げに踏み切れない経済状況…
夕刊を廃止する新聞社も出てきた。

そこで働く人たちは、
こうした事態をどう受け止め、
状況の打開に向けどう取り組んでいるのか。
社会部出身の労組委員長として指揮を執る
西島氏に聞いた。

(このインタビューは2009年に行いました)



西島 太郎

読売新聞記者・読売新聞労働組合執行委員長
新聞労連中央執行委員

プロフィール

1968年生まれ。読売新聞社会部記者で、組合専従となり、読売新聞労働組合執行委員長および新聞労連中央執行委員を務めた。現在は、読売新聞ロサンゼルス支局長を務めている。読売新聞労組とは、マスコミ労組同士の連携を図っている。IFJメディアフォーラム・ジャパンで、日放労とも意見交換をおこなっている。

メディア界を覆う危機

日本新聞協会の調査では、08年度の1世帯あたりの新聞発行部数は0・98部になっています。発行部数の中には企業が購読しているものも含まれていることを考えると、新聞を購読していない世帯が少なくないことが読み取れます。また、折からの不況のあおりを受けて、広告収入が激減するなどの理由から、全国紙5社の08年度の経常利益も大幅な悪化が見込まれています。

このことは、私たちテレビ業界についても同じことが言えます。若者を中心としたテレビ離れが進み、NHK・民放を含めたテレビ視聴時間は減少傾向にあります。また、不景気の影響は民放各社の広告収入に大きな打撃を与えているだけでなく、NHKの受信料収入にも暗い影を落としています。

このように新聞・テレビといったメディアを取り巻く状況が厳しさを増すなか、同じ課題を抱える他社がこうした事態をどう受け止めているのか、どのような対策を進めているのか、読売新聞の記者であり、読売新聞労働組合の執行委員長を務められている西島太郎さんにお話を伺いました。

進む「若者離れ」

——テレビと同様、新聞も「若者離れ」が進んでいると言われていますが、どのような状況ですか。

今、新聞を熱心に読んでいただいているのは、主に中高年層です。若者層に向けた紙面にすることも可能ではありますが、中高年層に満足してもらえるかという点、なかなか難しいと言わざるを得ません。こうした意味からも、非常に厳しい状況だと感じています。

——若者に新聞を読んでもらう工夫等はされていますか。
特に夕刊では、若年層をかなり意識した紙面も設けています。たとえば、▼若者に人気の雑誌とのタイアップ記事を掲載する▼紙面を雑誌のようなレイアウトにする▼芸能人を取り上げるなどといった工夫をしています。

また、若い頃から新聞に接してもらうことが重要だとの考えから、「NIE（教育に新聞を）」^{※1}という取り組みも実施しています。以前は、親が普通に新聞をとっていたため、小さい頃から新聞が身近にあるのが当然でした。しかし今、30～40代の若い世帯を中心に新聞を購読していない家庭が増え、新聞が身近にない子供たちが目立っています。新聞にどれだけ多くの情報が載っているのか、それらがいかに暮らしに役立つのか、などといったことを知ってもらうため、小中学校に記者たちが出前授業に出掛けるなど、教育現場で新聞を活用してもらう取り組みを重ねています。あわせて、若い世代は携帯やインターネットでニュースを手するようになっていますが、そうしたもののほとんどが新聞からの情報であることも知ってほしいと考えています。

現場が「未来」を考える

——「若者離れ」以外にもさまざまな課題があると思いますが、どのように対処しようと考えていますか。

今は、読売新聞に、そして新聞産業自体にさまざまな課題が突きつけられています。残念ながら、それぞれの課題について「答え」が見つからないわけではありません。しかし、経営陣は経営陣なりに多くの対策を考えていますし、労働組合、というか現場も、新聞産業の研究、その将来像について議論を深め、さまざまな対策を考え続けています。課題が山積しているなかで、経営陣の考えを引き出すこと

はもちろん重要なことですが、現場で働く私たち自身がどうありたいのか、どうあるべきなのかということをごちらから発信していくことも非常に重要だと思っています。最近も、組合員が集まって、広告収入や販売、新メディアへの展開などについての議論をおこなっています。

また、今年が初めての取り組みとなりますが、集まって議論するだけでなく、社内に埋もれているであろう「知恵」を掘り起こすために、テーマを決めて広く組合員から「提言」を求めるということを実施しました。「新聞産業を守る」ということは、労使が共有しているものですので、経営側に考えを求めるからには組合としてもきちんと対案を持つべきだと考えました。提言募集にあたっては、内容のハードルを高くしていたにもかかわらず、予想を上回る数のアイデアが寄せられました。まだ、まとめている段階ですが、集まったものをもとに建設的な議論を展開したいと考えています。

——組合での社勢論議はどのように実施されているのですか。

編集・広告・販売・印刷などさまざまな職種の社員が一堂に会して話し合っています。もちろん、中には義務感から参加していた人もいたと思いますが、いざ始まると非常に熱い議論が交わされています。ある特定の職種に関わるテーマを取り扱うこともあります。そうしたテーマのときこそ、他職種が議論に参加することが重要だと思います。実際、同一職種だけでの会議では思いつかない、思わぬアイデアが生み出されています。

かつては職種間の壁が高かったこともありましたが、実際、一昔前までは広告収入や販売部数が減ってきているという

※1「NIE（教育に新聞を）」
NIE（Newspaper in Education）とは、学校などで新聞を教材として活用すること。1930年代にアメリカで始まり、日本では1985年、静岡で開かれた新聞大会で提唱された。その後、教育界と新聞界が協力し、社会性豊かな青少年の育成や活字文化と民主主義社会の発展などを目的に掲げ、全国展開している。（<http://nie.jp/>）

営業的な危機感について、編集局の記者には今ひとつ、ぴんと来ていませんでした。本音を言えば、記者たちが自分の会社のふところ具合を気にすることなく、取材活動に専念できることが幸せな状態であるとは思いますが。しかし、新聞産業全体を取り巻く状況が変化しているなかでは、そう悠長なことは言っていられません。新聞を読んでいる人が増えている、広告営業が苦戦しているなどといった状況について、社員一人ひとりの意識が高まってきた結果、横のつながりが強くなっていました。

今、さまざまな課題が現場に突きつけられています。同一職種だけで解決策を探っていてもアイデアは限られてしまいます。いろんな職種の組合員が集まり、それぞれの視点で幅広い議論をしてこそ、アイデアも多様化します。もちろん、簡単に答えが見つかるものではありません。職種を越えて、会社の、ひいては産業の未来を考え続けることが重要だと思います。

——組合が「産業」の未来をも考えているのですね。

日本の文化や教育の基盤を支えているのは、ジャーナリズムではないでしょうか。だからこそ、メディアの労働組合は、会社を守るだけではなく、広くメディアという産業を守るという自覚と責任を持つ必要があると考えています。私は、労働組合が持つポテンシャルは非常に高いものだと思います。職場を越えたつながり、会社を越えたつながり、さらにはメディアを越えたつながりをつくることも組合ならそう難しくありません。こうした組合ならではの特徴をもっと活かし、広くメディア界の未来について考え続けたいと思います。

メディア界に活気を

——メディア全体が苦境にあるなか、NHKは公共放送としてどうあるべきだと思われますか。

公共放送がどうあるべきなのか、これまで具体的に国民的な論議がなされてこなかったのではないのでしょうか。「NHKはニュースだけ放送していればいい」「災害時だけ報道すればいい」「エンターテインメント番組は不要だ」など、さまざまな意見がありますが、全体で共有化されるような見解は出ていません。であるならば、NHK自らが公共放送とはどうあるべきなのか、きちんと説明してもいいのではないのでしょうか。中には批判されるような内容も出てくるかもしれませんが、そうしたこともきちんと打ち出し、みんなが納得できるまで論議を尽くす姿勢が必要だと思います。

今後とも、視聴率やスポンサーの存在を気にすることなく取材・制作できる環境を大事にして、良質な番組をたくさん提供してください。公共放送NHKがメディア界に活気をもたらす活動をしてゆくことを望みます。

インタビューを終えて

今、NHKは内外から縦割り組織の弊害を指摘されています。また、04年以降、さまざまな不祥事が続き、危機的な状況が続いています。しかし、これらの意識をどれだけ職種横断的に共有できているでしょうか。組合として、こうしたことにどれだけ貢献できていたかを見つめ直すとともに、職種を越えてNHKの、メディア界の未来を考える場を確保する必要性を痛感しました。

報告 中央放送部長 中村 重治

報道機関では、最前線で働く人間の数が多く、ジャーナリズム論や表現の自由論が組合の議論でも勝りがちになります。かつて、そう主張することが自然と企業の収益と拡大につながっていた時代はそれでもよかったのかもしれませんが、西島さんのインタビューにあったように今はそう簡単ではありません。どういうふうにお金が入り、それがどのように使われて、どんなアウトプットを生み出していくのか。主として若い世代が集まっている組合だからこそ、ありがちな縦割りを排して横のつながりを深め、社内における議論を活性化していくことは重要ですし、そのなかから産業の活性化を見いだしていくことは放送業界にとってもヒントになることは間違いありません。

西島 太郎



BBC 労組

ければならないのが経営と労組の関係ですが、どうすれば放送の発展にお互いの立場で寄与していくことができるのでしょうか。同じ公共放送の視点から、イギリスBBCの労組に話を聞きました。

海外のメディアは、すでに激しい競争と効率化を迫られています。中小のメディア企業はもちろんのこと、スペインの国营放送は赤字を精算して存続するために職員を40%削減することを余儀なくされ、イギリスBBCも全体の2割にあたる3700人もの効率化を求められました。強制解雇も辞さないという会社の姿勢に、BBCで働く人々の労組はストライキ決行に至りました。2005年の5月のことです。メディアという企業で働く者として、時には共闘し、時には対峙しな

「現場こそが公共放送のあるべき姿を語れ」

2 005年3月、
BBCは3,780人もの要員効率化を発表。
これにより年間3億3,500万ポンドの
資金を生み出し、番組制作に充てると言う。

経営の効率化と

公共放送としての「質」の確保…、
この2つは両立することができるのか。

疑念を抱いたBBC労組は、

4月22日にストライキの是非を問う

組合員投票をおこなった。

そして、5月23日、

24時間ストライキの決行に至った。

ストライキという「伝家の宝刀」を抜いた

BBC労組に、その真意を聞いた。



BBC労組のみなさん NUJ & BECTU

BBCの職員は3つの組合に所属する。BBCにおいて相次いで発生した不祥事を受けて、2005年に経営から約4000人の要員削減案を提示された。これに対し労組は、「放送の質」を確保するために
は相応の要員が必要であることを実証するためにストライキを決行。

経営の効率化と公共放送としての「質」

イギリスの公共放送BBCも、「ギリガン・ケリー事件」^{※1}や相次ぐ「やらせ問題」^{※2}などといった不祥事により、公共放送としてのあり方が問われました。経営陣は経営の立て直し施策のひとつとして、大規模な要員削減を実施しました。経営の効率化という目標を掲げた経営に対して、公共放送としての「質」を維持するために労働組合はどのように対応したのか、BBC労組の皆さんにインタビューをおこないました。

BBCの職員は、▼全国ジャーナリスト組合（NUJ／記者・ジャーナリスト）、▼放送・エンターテインメント・映画・演劇産業組合（BECTU／番組制作者）、▼製造科学金融組合（AMICS／放送技術者）の3つの組合に分かれて加盟しています。今回はこの内のNUJとBECTUの方々にお話を伺いました。要員効率化に正面から向き合った皆さんに、ストライキを決行するにあたっての取り組みや組合員の反応を聴くなかで、公共放送としてのあるべき姿についてもあわせてお話いただくことができました。

公共放送を取り巻く状況

——日本では、放送と通信の融合が進むなかで放送業界に対してもさまざまな変化が求められています。英国ではどのような状況でしょうか。

イギリスでも放送業界を一望すると、絶えず変化し続けているのが現状です。とりわけ商業分野での変化は著しく、BBCに関連するさまざまな規則にも影響をもたらしています。

たとえば、政府の規制緩和施策の流れのなかで、03年12月に独立規制機関であるオフコム(Ofcom)^{※3}が設立されました。これにより地域放送に大きな変化が起きています。本来、地域放送のあり方について十分に議論された上で、その態勢を考えるべきであるのに、ITV^{※4}においてはそうした議論がなされないまま、今日までに480人もの要員削減が実施されてしまっています。労働組合としても事態を非常に重くみており、NUJを中心に関連労組と力をあわせた取り組みを展開しています。

要員効率化とストライキ

——BBCでも不祥事以降、大幅な要員削減がおこなわれましたが、労組としてはどのように受け止められているのですか。

まず手続的な話ですが、要員を削減する際には必ず経営陣からNUJに提案があり、労使協議を開催することとなっています。今回のように具体的な要員削減提案が出された場合、労組としては、いかなる強制解雇もおこなわないよう取り組みを進め、あくまでも任意での退職とするよう求めています。



JOHN FRAY さん (NUJ)

もちろん、こうした対応が最善の策だとは考えていません。当然り前のことですが、要員を削減することは、番組の

質の向上につながるものではないからです。労組としては、要員削減はかえって質の低下を招くものであると認識しています。だからこそ、無理な要員削減に対してはストライキも辞さない姿勢で交渉に臨んできました。

05年には、経営の効率化を理由に約4000人削減するとの方針を打ち出しました。これは全体の20%に相当する数です。私たちは非常に憤慨し、すぐに経営との交渉を求めましたが、経営陣は組合との交渉には応じないと公言し、団体交渉の開催を拒みました。それに対して私たちはNUJを中心にストライキを実施し、BBCの主要なニュース番組の制作をボイコットしました。

——ストライキを実施された成果については、どのように捉えられていますか。

ストライキを実施した結果、経営陣も労使交渉に応じる姿勢を示しただけでなく、当初強制解雇も含めた要員削減としていたものを、任意退職を前提とするの方針へ切り替えさせることができました。これは大きな成果であったと思います。

当たり前のことですが、ストライキの決行は視聴者へダメージを与えることが目的ではありません。その影響を最低限に抑えるため、テレビもラジオも放送を出し続けましたが、番組の質の低下は避けることができませんでした。ストを解除し、元の態勢に戻った時にはやはり質が上がっていることが目に見えて分かりました。このことは、BBCが公共放送として質を確保するためには、やはり相応の要員が必要であることを証明することになったと考えています。

もちろん、ストライキを決行したからと言って、すべて

※1 「ギリガン・ケリー事件」
P243参照

※2 「やらせ問題」

視聴者参加型の子供向けクイズ番組において、技術上のエラーから回答者が選出できず、スタジオに見学に来ていた子供を「電話をかけてきた視聴者」とし、正解を教えるから質問に答えさせていた問題や、アラン・ヤントフ氏がニューメディアなどの分野において活躍する人物へのインタビューを通じて知識を深める番組においても、別人がインタビューしていたものに、自分が相槌を打つ場面を挿入し、あたかも自分がインタビューしたかのように編集した問題などが相次いで発覚した。

※3 (Ofcom)
P245参照

が上手くいった訳ではありません。要求のなかには、妥協せざるを得なかったものもあります。

—— ストライキを実施する方針を示した際、組合員の反応はどのようなものでしたか。

組合員のなかでも賛否両論に分かれたことは確かです。ストライキを実施するためには、事前に組合員全員を対象とした投票をしなければなりません。そのため、ストライキに踏み切らなければならないと判断した組合執行部の考え方について、広く理解を求めることから始まりました。一朝一夕にできるものではありませんので、入念に関係者で何度も何度も協議をおこないました。そして長い期間をかけて、組合員に対してはもちろん、組合に加盟していない人も含めて丁寧な説明を重ねました。この結果、多くの方々に執行部の考えを理解してもらえたと思っています。残念ながら、ストライキ決行に関して理解を得られず組合を去った方もいらっしゃいましたが、それを大きく上回る1200人もの方々がストライキの必要性に共感し、新たに組合に加盟されました。

—— 組合員の理解を得るためには、相当な労力が必要だったのではないですか。

組合員の理解を得るためには、組合として掲げる要求が「達成可能 (achievable)」であることが重要だと考えています。そのうえで、組合員に徹底した情報提供を心掛けました。また、こちらからの話だけではなく、組合員の声に耳を傾けることにも力を注ぎました。なかには、非常に感情的になつて話をする方もいましたが、そうした方の話にも真摯に耳を傾けました。組合員が感じていること、考えていること

をしつかり聴いてあげること、受けとめてあげることが組合としての求心力につながると考えています。そして、その声は経営に対峙する際の非常に大きな力となります。

本音を言えば、ストライキという手段はできれば避けるべきものだと考えています。まずは交渉により議論を尽くし、可能な限り、交渉のなかで着地すべきです。また、ストライキを実施することにより、参加者は会社からの給与がなくなるなど、その影響が非常に大きいことも理由のひとつです。

—— 給与に影響がでることについて、反発はなかったのですか。

その点に関しては、BBCで働く人たちの「気質」が大きな推進力となりました。BBCで働く人のほとんどが、公共放送の重要性について深く認識しており、公共放送BBCで働いていることに対する誇りやBBCに対する強い愛社精神を持っています。BBCは同業他社と比べて賃金が低いのですが、このことも十分理解したうえで、自ら公共放送で働くことを選択しています。だからこそ、「公共に奉仕する者」としての自覚と誇りを持っているのです。

BBCにはこうした「気質」を持った人たちが集まっていますので、公共放送の存在意義を損なうような考え方に



JOHN BARSBY さん (NUJ)

※4「ITV」
正式名称は、Independent Television「独立テレビジョン」。イギリス最大の民間放送局。ITVは、地方ごとに交付された放送免許を持つ放送局の集合体で、エンターテインメントや地域放送に力を入れている。

対しては、多少自らに金銭的な不利益があったとしても断固として反発すべきだとの理論構成が可能だったのだと思います。

現場における公共放送像

——BBCで働く人たちは、公共放送をどのようなものだと考えているのですか。

BBCの存在そのものが、「放送の規範」であると考えています。BBCにおける基準が低下すれば、それはBBCに留まらず、民放を含めた放送業界全体のレベルが低下すると誰もが確信しています。そして、このことは職種に関わらず、BBCで働くすべての人たちの共通認識です。

これは、BBCがイギリスで唯一独立した放送機関であること、視聴者のBBCに対する信頼感の高さなどがその裏付けとなっています。また私たちは、BBCの制作する放送の質の高さ、誠実さ、公平さ、そして世界的な高い評価などがあることにより、公共放送としてのBBCの存在意義を信じていることができます。

たとえば、BBCの番組に対して、政治家から苦情が来ることもあります。私たちはこのことが非常に良いことだと思っています。まず、苦情になるということは、真実をきちんと放送できていることの裏返しだからです。



LUKE CRAWLEY さん (BECTU)

——一人ひとりが高い意識を持つことは非常に難しいことではないですか。

まずは、公共放送がなくなった場合、どのような状況がうまれるのか、想像してみてください。そして、商業放送には決してできないこととは何かを考えてみてください。そうすれば、おのずと公共放送としての役割が見えてきます。また、現場でしか語れない公共放送のありようもあるはずです。職員一人ひとりが常にこうしたことを考え、職種を越えて相互に議論するなかで、公共放送としてあるべき姿も見えてきますし、一人ひとりの意識の醸成にもつながります。

インタビューを終えて

BBC職員が公共放送の存在意義に対する揺るぎない信念とそこで働くことの誇りを持っていることを、お話を聴くなかで強く感じました。また、それが常日頃から公共放送のあるべき姿について議論する原動力となっていると思いました。公共放送の現場にいる私たち自身が日常的に公共放送について、NHKについて考え続けることの重要性をあらためて痛感させられました。

報告 中央放送部長 中村重治

BBCでは昨年（2010年）にもストライキが起きました。企業年金の拠出増提案に対するストライキで、このときは、制作の職員が集まるBECTUや技術職員が多く集まるAMICUSは最終的にストライキに参加せず、取材者を中心とするNUJは48時間のストライキを決行しました。

イギリスに限らず、ヨーロッパでは鉄道など公的機関のストライキは珍しくなく、市民の側も比較的それを日常的に受け入れる傾向があります。ストライキは労組にとって経営と渡り合うための手段ですが、その行動が市民に理解されなければ批判の矛先は労働組合に向いてしまいます。その意味では、いかに労組が、経営以上に、公共的な役割について十分アピールをしているかが、第一義的な課題といえるでしょう。

BBC労組



京都放送労働組合前書記長 古住 公義



日本でも、放送局の労働組合が画期的な活動をおこなった事例があります。京都府のローカル局、京都放送（KBS京都）労働組合の取り組みです。ごく簡単にいえば、当時の経営陣の乱脈経営によって放送局自体が抵当に入れられそうな時期に、組合員みずからが債権を得るという手法で放送局の維持を訴え、経営危機のなか、40万人の視聴者の署名を集め、放送局を再建したKBS京都。当時、京都放送労働組合の書記長でその活動の中心的役割を果たした古住公義さんに話を聞きました。なお、KBS京都が危機的状況にあった頃から20年にわたり、京都放送労組と日放労京都分会は年に1回、視聴者を交えて互いの番組を見て意見を交換するフォーラムを継続的に開催していますが、毎年役員が替わる京都分会の若い執行部とともにこのフォーラムの継続に力を注いでいるお一人が古住さんであることを、付言しておきます。

「放送の灯を消さない」

目 本放送史上に例をみない県域民間放送局の倒産危機は、放漫な経営が招いたものだった。

どうすればそこで働く労働者を守るか、
どうすれば視聴者に放送を届け続けられるか、
どうすれば地元から放送の灯を消さずにいられるか。

前代未聞の、労組による「放送局を守る」取り組みが始まった。



古住 公義 京都放送労働組合前書記長

プロフィール

京都放送労働組合副委員長。前職であった書記長時代、経営破綻した京都放送（KBS）を組合の立場から守る活動を展開。日放労とは、京都放送労組と日放労京都分会で毎年開催される「放送フォーラム in 京都」を通じ、京都在住の視聴者と放送のあり方を考える活動を継続している。

インタビューの目的

地方だけでなく、東京の民放キー局でも、放送事業での経営が苦しいことが伝えられることが多くなりました。昨年度は東京キー局5社のすべてが放送事業で減収減益、うち1社は赤字を出すという状況で、放送局にも経営危機のおそれ迫りつつあります。

そんななか、京都で一冊の本が上梓されました。『守った放送の灯』。1994年、経営危機に陥った放送局に対し従業員みずからが会社更生法を申請し、放送局や放送が放漫経営の借金のカタになりそうだったところを、視聴者とともに守ったのが京都府を放送エリアとする京都放送（KBS京都）で、運動の中心となったのがKBS労組です。更生手続きは2007年に終了し、現在は経営が正常に戻っています。長年この運動を進めてきた前書記長・古住公義さんに、経営が苦しい放送局のなかでの労組の考え方や活動についてお話をうかがいました。

放送局という組織のなかで

——いま放送局の経営はどこも厳しい状況におかれています。一方で私たちは、会社の経営よりも視聴者に放送を届けることを第一に考えるところもある。KBS京都はまさに、会社がなくなるかどうかという瀬戸際で組合活動をし、放送を維持したわけですが、どういうことを考えて活動を続けたのですか。

まず組合としては、いくつか大事にしなければならないことがあると思います。労働者の生活や職場環境を向上させること、放送を通じて文化に貢献していくこと、あるいは平和や民主主義に貢献していくこと。こうしたことは、経

営者に頼るのではなく、公共の電波を市民・視聴者から預かって一員として、働きやすい職場を作っていかなければならないし、開かれた、市民や視聴者から信頼を得られる組織でなければならぬですね。その意味では、経営者も労働者も放送の構成員であるわけです。

放送の社会的な役割を果たすのは組合の大きな柱のひとつだと思っています。そういう意味で、放送局の状況に気を配っていました。実は放送局が根拠当権が設定されていた、ということを経組が発見するわけですが、それも、組合の活動のひとつとして、財務分析を、外部の知恵も借りながらおこなっていた結果、資金繰りが逼迫していることがわかった。会社がいないようなことをいうことも、組合の役割のひとつでしょう。

——しかし、それは、労働者がどこまで経営に関わるか、という話でもありますね。自分が放送を作っていればそれでいい、というのでもなく、理想だけを掲げて経営を批判するだけでも無理。どうやって具体的な、現実に可能な提言にしていけるのでしょうか。

最後は経営者が責任をもつて解決するのは間違いありません。ただ働く者の責任として、放送の社会的な役割を果たすというのがあると思いますから、経営者がダメだったのであれば、放送がもう出ません、というのでは困る。経営の責任とは別に、労働者は影響を受けない。



KBS労組書記局に保管される市民の40万署名

だから働く者の賃金、労働条件は下げないという交渉を続けてきたわけです。こういうと何ですが、社長は短期で替わりますが、こちらは大学を出てずっと定年まで働く。その視点の違いから言うべきことは、いつていかないといけない。現場の意見を交えて、具体的な提案を出していく。そのなかで交渉項目にしたり、あるいは提言にしたりして、どう経営者に、経営をやらせるか、そのことによって賃金を引き出すか、会社が苦しいなかでも考えてきました。

——一方で、KBS闘争では組合の活動に対する視聴者の支持が大きかったです。地元の影響力ある文化人がKBSを守る署名に名を連ねるなど、京都ならではの側面もありますが、今はマスコミが必ずしも視聴者から素直に支持されているわけではない時代です。労働組合として、どうやって支持を得たのですか。

更生法の申請の頃は、毎週街頭に出て「マラソンスピーチ」をやり、みなさんに署名を呼びかけました。その数というか、視聴者との連帯感が、従業員による会社更生手続きが認められていく大きな後押しになりましたね。それ以外にも、視聴者参加型のフォーラムを20年以上やっています。最初は、30年ほど前に参加したNHK京都放送局で日放労がやっていった視聴者参加型の会議で、視聴者が参加して、放送の現場にいる人間と会話を交わしている。これはいいなと思って、私たちも始めました。これがフォーラムの最初です。私たちも視聴者の方を呼んで、2時間ほどコーヒーでも飲みながら番組を見ることを始めました。でも、ほめられたことはないです（笑）。放送について考えたら人それぞれ考え方は千差万別ですし、みんな番組についていいこととはいっぱいある。ただ、そういう意見が言える場である、

KBS京都・再建への道
1989年 組合の調査で、放送局に146億円の根拠当権が設定されていることが判明。当時の経営者が放送と関係のないところで会社に債務を負わせたものだった。返済期限は92年6月。
1990年 組合として根拠当問題を労使交渉で追及。再発防止のための提言もおこなう。
1993年 債権者が京都地裁に競売を申請。KBS労組、「京都から放送の灯を消さない」署名活動を開始。40万人の市民の署名を集める。
1994年 従業員が債権者となり、更生法を申請。翌年認可され、更生手続き開始。
1996年 従業員持株会が発足。
1999年 デジタル化を見据えた経営改善のため、社屋売却が経営から提案。翌年、団体交渉の結果売却を断念させる。
2004年 労組が立てた「イラク戦争反対」の立て看板をめぐる会社が中止の仮処分申請。裁判所で申し立て却下の判断。
2007年 更生手続き終結。

ということが大事なんでしょうと思います。今も日放労の京都分会とやっていますが、（注…KBS労組と京都分会は毎年1回、20年以上にわたって視聴者参加型のフォーラム「放送フォーラムIN京都」を継続している）市民にとつては放送局というのはやはり敷居が高いんですね。まずは視聴者の声を聞く、というのが大事なんでしょうと思います。

——社会的に見ても労組の組織率が低迷し、放送局でも多くのスタッフの力なくしては放送が出せない状況です。こうした時代に組合の運動はどこに柱をおくべきでしょう。

労働組合とは、要求で一致し、要求で団結し、要求を勝ち取る、という柱は変わらないと思います。その要求を達成するまで粘り強く闘うためには、不断の運動が欠かせないです。多くの人といかに連帯するか、も大事です。会社はルールで押してきますが、ルールがすべて正しいとは限らない。運動することで、ルールや、そこに基づいている相手の考え方を変えられないか。一度判断が出たから終わりなのではなく、そういう粘り強い運動が、必要なんだろうと思います。

報告 中央書記長 中村正敏

■制作者の論理、視聴者の論理

④公共の「プロフェッショナル」

何も、官とも民とも距離を置く公共放送だけが、「公共性」を考え、「公共」のために働いているわけではありません。マスメディアは諸外国では公器 (public organ) と呼ばれ強い公共性を求められますが、国や地方政府で働く公務員もまた文字どおり「公」に奉仕する人々であり、市民の利益に奉仕する公僕 (public servant) でもあります。その意味で、「公共」で働くことを仕事としている人は数多くいます。

公共の「プロフェッショナル」

この章では、放送やメディアを少し離れつつ、「公共」に関わることを仕事としている方々のインタビューを取り上げます。

彼ら、いわば「公共」の「プロフェッショナル」からみて、公共放送NHKはどのように映っているのでしょうか。

最初は中学校の国語教諭、中村純子さんです。教育がきわめて公的な性格を持つ仕事であることは、説明するまでもないでしょう。その教育現場で中村さんは、メディアが伝えたことをどう読み解くかという「メディアリテラシー」を教育の現場に取り入れることで、生徒たちの「多角的」なものの見方を養うことを番組を使いながら実践されています。

2人目はパラリンピック金メダリストの井口深雪さんです。井口さんはアスリートとして、マイナースポーツを広げるための公共放送の役割と、視覚障害者として、情報バリアフリーを実践するために必要な公共放送の役割に言及されています。

川崎市中学校教諭 **中村 純子**
パラリンピック金メダリスト **井口 深雪**

薬害肝炎訴訟原告 **武田 せい子**

最後は、武田せい子さんです。武田さんは薬害肝炎の被害者として実名を公表された方です。報道される立場から見た報道や、マスコミの対応について話を聞いています。

井口さんと武田さんは、もともととは報道される立場ではなく、視聴者という立場でした。それが、自分の活動が社会に何らかの影響を及ぼす、という立場になったときに、放送がどう見えてきたか、放送の影響力により生活がどう変わったかなどについても聞いています。

「学校教育とメディアリテラシー」

誰

もが発信できる時代。
 情報が氾濫する社会のなかで、
 視聴者は正しい情報、信頼できる
 情報を見定めていく必要がある。
 こうした状況を反映して、
 学校教育の場でもメディアリテラシー※¹の
 重要性が叫ばれている。
 教師として、研究者として…。
 メディアリテラシーの実践に奔走する
 川崎市立西生田中学校の
 中村純子氏に聞いた。



中村 純子

川崎市立西生田中学校国語科教諭

プロフィール

川崎市の公立中学校で国語科教諭を続けるかたわら、横浜国立大学大学院で修士号取得。その後、東京学芸大学大学院でメディアリテラシー教育の歴史的系譜を研究し、先進的な教育カリキュラムとして評価されている西オーストラリア州を訪ね、今後の教育とメディアの関係を探る。現在は川崎市立西生田中学校に復職し、現場での実践に取り組んでいる。

NHK放送評価調査で「信頼」向上

2010年3月の「放送評価調査」※²では、「信頼」が前年度、前々年度と比べて伸び、20代でもその傾向が示されています。視聴者の多くが、NHKが届ける情報に対しての信頼は向上していると評価しています。

社会に目を転じると、パーソナルメディアをはじめとした様々なカタチの、様々な次元のメディアが姿を現しています。メディアに関わる人間もプロと素人という単純な図式ではなく、プロでも素人でもない多くの人が動画投稿サイトやブログを通じて情報発信しています。

情報が洪水のように氾濫する社会の中で、どれが正しい情報で、どれが信頼できない情報なのか。慎重な見定めが必要です。こうした社会状況において、視聴者側のメディアリテラシーの向上は一層重要になってきます。

中村純子さんは、中学校の国語科教諭であり、東京学芸大学大学院博士課程にて、メディアリテラシー教育の歴史的系譜や、諸外国の教育カリキュラムのあり方について実践的な研究をおこなっています。

・中学生はメディアとどう接しているのか。

・メディアリテラシー教育の重要性とは。

・教師の立場からNHK教育テレビに求めることは。

これらの点を中心に「学校教育とメディアリテラシー」について伺いました。

メディアリテラシーは人をエンパワーメントする

——どのようなきっかけから、メディアリテラシーに興味・関心を持ったのですか。

生徒が意欲的に取り組める面白い授業を作りたい。これがメディアリテラシー教育研究に取り組んだきっかけでした。実は、メディアリテラシーという言葉と出会う前に、テレビのドラマを使った授業をしていました。

中学二年の国語の教科書教材に『北の国から』^{※3}のシナリオがありました。母親との別れの日に兄妹の気持ちがぶつかるシーンをハコマの絵コンテで表現させたのです。班ごとにアイデアを出し合い、プレゼンテーションをしました。兄が妹に「冷血動物だ」というセリフがあるのですが、その一言でもどんな表情なのか、カメラでどう映すのか、いろいろな解釈が出て、たいへん盛り上がりました。その後、実際のドラマをテレビで見ました。この時、普段はなかなか席につかない生徒が、教科書のシナリオと読み比べながら画面に見入っていたのです。その時に「映像の魅力です。すごい。これは授業に使える！」と思ったのです。

ちょうどその頃、カナダのオンタリオ州^{※4}のメディアリテラシーのテキストの翻訳や、菅谷明子さんの岩波新書の『メディア・リテラシー』を読んで、自分がやりたかった授業はこれだと思いました。

私自身も国語というと文学作品や説明文を読んだり、作文を書いたり、文字中心の学習と思っていました。しかし、文字で描かれたものを映像で表現するとき、読解力が必要となります。例えば、「海」といっても、岸壁の切り立つ海なのか、穏やかに波が打ち寄せる砂浜なのか、作品の内容が持つコンテキスト（背景）や解釈する人の経験のコンテ

クストによって違ってきます。どう解釈し、どう表現するか。これが国語科で育みたい言葉の力だと気がついたのです。

——中村さんの考えるメディアリテラシーとはどのようなものでしょうか。

文字や音声や映像で表現された情報を読み解き、クリティカルに分析し、自分の表現に活かす力、これがメディアリテラシーです。「クリティカル」という言葉が「批判的」と翻訳されて誤解されますが、「あげ足を取る」という意味ではありません。「多角的に吟味、分析することと捉えてください。テレビ局では、1つの事柄を、どう切り取って伝えるのか、どんなアングルで描くか、アップとルーズどちらで撮るか、仕事として当たり前に取り組んでいることです。すよね。その過程を授業にも取り入れていきたいのです。テレビ番組の制作過程を学習することによって、普段、テレビを見ているときに、何が描かれていないのかを考えたり、こうすればもっと面白いかもしれないと、クリティカルに分析できるようになると日常生活が豊かになると思うのです。

水越伸さん^{※5}の著書『デジタル・メディア社会』の一節に、「メディアリテラシーを身に付けることで市民がエンパワーメントする」とあります。エンパワーメントとは、一人ひとりが元気になり、活性化されていくという意味です。この言葉に惹かれました。メディアリテラシーを身に付け、よくよく情報を活用し、力強く生きるシチズンシップを育んでいきたいです。

二〇世紀までは、マスメディアが一つの権力という大きなシステムで、視聴者の意識に大きな影響を与えると考えられていました。メディアリテラシー教育はそれに対抗

※1「メディアリテラシー」

情報が流通する媒体（メディア）を使いこなす能力。メディアの特性や利用方法を理解し、適切な手段で自分の考えを他者に伝達し、あるいは、メディアを流れる情報を取捨選択して活用する能力のこと。

※2「放送評価調査」

NHKの放送に対して文研が年4回おこなう調査。全体評価の項目は「信頼」「満足」「親しみ」「独自性」「社会貢献」の5つで、「信頼」「社会貢献」が高いが、「親しみ」がやや低い。年齢があがるほど各項目の評価は高くなるが、世代間の格差は縮まる傾向がある。

※3「北の国から」

フジテレビで放送されていた、北海道富良野市を舞台としたドラマ（1981～2002年／脚本・倉本聰）。全22話の連続ドラマ放送後、「83冬」「84夏」「87初恋」「89帰郷」「92巣立ち」「95秘密」「98時代」「2002遺言」の計8編のスペシャルドラマが放送された。

※4「カナダ・オンタリオ州」

世界で初めて公教育にメディア・リテラシーのカリキュラムを取り入れた州である。

できる力を身に付けるものとして始まりました。戦争へのプロパガンダや商業主義のコマーシャルなど、メディアのバイアスを見抜き、マスメディアを批判することが教育目標でした。

しかし、二一世紀に入り、高度デジタル情報社会となり、マスメディアとパーソナルメディアとの境界線が薄れてきています。誰もがインターネットを通じて世界中の人に情報を発信できるようになりました。

メディアリテラシー教育も単なるマスメディア批判ではなく、今のメディア状況にあった教育目標が必要です。

例えば、「あるある大事典Ⅱ」^{※6}の問題でいえば、『こんな風に情報を改ざんしていた。だから、テレビはいけない』ではなくて、『ああいう番組がどうして作られたのか』を考えていくべきでしょう。今はダイエットや健康がブームだから、視聴率が取れると考えて制作者は番組の企画を立てたのでしょうか。実際に、納豆がスーパーの店頭で品切れになりました。結局のところ、こうした番組を作らせているのは、視聴者である自分達であり、世間の流行や価値観ではないかと、冷静に気付くことも必要でしょう。つまり、情報をとりまく社会的、文化的コンテクストをクリティカルに分析するのです。さらに、テレビの情報が怪しいとわかっていても納豆をついつい買ってしまう自分を笑っちゃえるような、自分自身に対するクリティカルな分析力も必要でしょう。

どんな社会の中で自分たちが生活しているのか、自分の価値観や判断基準は何なのかを理解し、自分自身をクリティカルに分析する力を育むことを、二一世紀のメディアリテラシー教育の目標としていくべきだろうと考えています。

——今の中学生は、メディアとどう接しているとご覧になっていますか。

今の子供たちはまずテレビを放送時間どおりに見ていません。大抵、録画再生でコマーシャルを飛ばしたり、ドラマでもここはかったるいからと三倍速で飛ばして視聴しています。短時間で大量の情報処理することに慣れているのかもしれませんが、集中力のスパンがとても短くなっているように感じます。授業でも生徒の集中力が途切れないうちに、流れやリズムを工夫しています。

また、面白い番組はYouTubeなどで誰かがアップしたものから選んで見ているようです。映像編集がコンピューターで簡単にできるようになりましたから、素人のパロディー作品などから面白い映像を見つけきて、友達と一緒に見て遊んでいるようです。

例えば、マクドナルドのドナルドのセリフをアニメの歌とリミックスした作品だったり、宮崎駿さんの映画と『デスノート』^{※7}のセリフとコラボした作品などだったりします。アニメの実写版として高校生くらいの人たちが演技している作品もありましたね。本当に自由自在に映像で遊び、発信できるようになりました。

だからこそ、今の中学生には自分自身とメディアの関わりをクリティカルに分析できるメディアリテラシーが必要だと思います。自分は何を規準に情報を選んでいるのか、自分が発信する映像はマスメディア情報からどんな風に影響されたものなのか、自分の映像作品を見た人はどんな反応を示すと考えられるのか、情報に対して自己を律することができるようになってほしいものです。

※5「水越伸」

東京大学大学院情報学環・学際情報学府教授。放送からネット、ラジオに至る様々な領域で、情報技術とメディアの動態を、人間・社会の側から捉えなおす「ソシオ・メディア論」に取り組み。1997年に発刊した日放論文庫『メディアリテラシー』の編著。

※6「発掘！あるある大事典Ⅱ」

P250参照

※7「デスノート」

原作・大場つぐみ、作画・小畑健のダークファンタジーミステリー漫画。人を死なせる力のある死神のノート「デスノート」で犯罪者を抹殺し、理想の世界を作ろうとする主人公、殺人を続ける彼を追う名探偵とその後継者との闘いを描く。2006年に映画化された。

PISSAテストとメディアリテラシー教育

——これから学校教育の中でメディアリテラシーは、どう位置づけられていくのでしょうか。

メディアリテラシーは母語教育、つまり国語教育の基本に位置づけ、情報科や社会科など全ての教科と連携して指導していくべきだと考えています。

最近、OECDが実施した学力調査、PISSAテスト^{※8}の読解リテラシーでは、日本の順位が少し下がったことが話題になりました。このテストは義務教育を修了した十五歳を対象に、社会に出て働く上で必要な読解力、数学的リテラシー、科学的リテラシー、問題解決力のレベルを調査するものです。2006年のテストでは56か国が参加しています。

この読解力の問題ではメディアを活用する問題がたくさん出されました。例えば、インフルエンザの予防接種のポスターや仕様説明のパンフレットから必要な情報を取り出す問題や、ドラマの脚本から登場人物の舞台の立ち位置を考える問題などが出題されました。生活や仕事で活用する読解力が試されるわけですから、当然、メディアを活用する内容が関わってきます。さらに、そのメディアの情報を自分の考えと照らし合わせて評価するクリティカルな分析力が求められています。日本では文学作品を中心に筆者の主張を正確に読み取る読解指導がなされていましたが、自分の考えを問われる記述問題には生徒達もとまどったようです。



文部科学省ではPISSAテストの結果を意識して、平成二十年版の国語科学習指導要領では新たな対応を打ち出しました。小学校中学年で絵や写真から題材をとってスピーチをする言語活動例が示されました。小学校高学年や中学校ではテレビやインターネットを活用して書くことの題材を見つかったり、高等学校では文字、音声、画像を用いた創作的な言語活動も入ってきました。メディアリテラシーが必要とされる内容が盛りだくさんです。私は日本のメディアリテラシー教育にとって、PISSAテストは黒船来港のような効果があったと思っています。

——メディアリテラシー教育はどのようなカリキュラムで行われていくことが望ましいですか。

日本では、国語科で言語表現や内容分析、社会科でメディア産業、情報科で情報モラルを学ぶといったように、各教科の領域でメディアリテラシー教育の内容が部分的に扱われています。しかし、高度デジタル情報社会となった現在、教科を横断し、メディアの全体像を統合したカリキュラムが必要だと考えています。

イングランドやカナダのオンタリオ州、西オーストラリア州の公教育のカリキュラムでは「情報科」とは別に「メディア・スタディーズ」というメディア専門の教科があります。メディアの形式やコード、オーディエンスやコンテキストの分析やメディア産業に関する学習を統合的に扱う教科です。西オーストラリア州は世界で初めて小学校から高等学校までの全学年の公的カリキュラムにメディアリテラシーを導入したことで有名な地域です。私は西オーストラリア州パースにこれまで四回、授業の視察に行き、メディアリテラシー教育の手がかりを探ってきました。

※8「PISSAテスト」
OECD（経済協力開発機構）による国際的な生徒による学習到達度調査のこと。これまで2000、03、06年、09年に調査を実施。03年の調査で日本の順位が下がったことが学力低下の証拠として国内で大きく報道された。当時の中山文科相は学習指導要領全体の見直し、教員の指導力向上、全国学力調査（全国すべての小学生と中学生が参加）などの改善策を表明した。

まず、教科内容の捉え方が先進的なことに驚きました。

母語教育としての「英語科」では、「話すこと・聞くこと、読むこと、書くこと」だけではなく、「見ること」という指導項目も設定されていました。文字や音声だけでなく、映像も扱っているのです。ですから、「英語科」、つまり日本の国語科にあたる授業で、映画やテレビやウェブサイトを教材として扱っています。メディアリテラシーの内容を含む英語科は小学校低学年から高等学校までの段階で系統的に取り組んでいます。

また、中学校からは「アート科」で絵画やダンス、ドラマの他に映像メディアの制作も扱います。「技術科」ではコンピュータを活用した情報収集や映像編集も含んでいます。このようにメディアリテラシー教育が三つの教科を横断し、有機的に関連して位置づけられています。

そして、高等学校ではさらに社会学の内容も含む「メディア・スタディーズ」という教科が専門教科として設定されています。七年前にこの教科は「メディア制作と分析」という名称に替わり、内容も一新しました。教科の名称にあるとおり、生徒達は始めにラジオ番組や映画の1シーンなどの制作課題に取り組みます。そして、自分達の作品を使って分析方法を学んでから、調査課題でマスメディア情報の分析を行います。メディア作品が表象するステレオタイプや社会的コンテキストなどを分析します。

オーディエンスの分析などの難しそうな内容も実は小学校の段階から少しずつ指導されてきているのです。小学四年生の英語の授業では、いくつかのテレビ広告を視聴し、誰をターゲットにしているかを考える授業をしていました。映像制作でも、小学五年生の授業では、理科や図工の学習成果や読書感想などの映像レポートを国語の授業で作って

いました。子ども達がカメラを操作していますから、仕上がりは素朴ですが、作文を書くことと同じように映像を作っていました。これらの映像作品は保護者向けにはパスワードを使って入れる学校のサイトで公開し、音声だけをラジオ番組としてポッドキャストを使って世界に配信しています。アフリカやニュージーランドなどからの感想も寄せられ、国際交流をしていました。先生がゲートキーパーとしてきちんと情報管理をしています。子どもたちにも指導が行き届いていて、悪意のある書き込みを見つけると、「先生！変なメールが届いているよ」とすぐに報告にくるそうです。メディアを積極的に活用して、情報に対するモラルや対処の仕方にも身につけているそうです。

このようにメディアリテラシー育成に積極的に取り組んでいるのは西オーストラリア州だけではなく、ニュージーランドでは母語教育としての英語科に「見ること」だけでなく「見せること」の指導項目もあります。カナダのオンタリオ州の英語科では、四年前から「話すこと、聞くこと、読むこと、書くこと」に「メディアリテラシー」という指導項目が設定されています。

これらの国は2001年からのPISAテストの読解力の部門では、いずれも八位以内をキープしています。日本の国語教育も追いついていきたいものです。

そんな思いをこめて、平成二十年度に総務省の放送分野におけるメディアリテラシー教材開発[※]。監修をさせていただきました。「情報娯楽番組（インフォテインメント）の〈制作〉と〈分析〉の授業実践」です。西オーストラリア州の教科「メディア制作と分析」の分析理論を参考にして、ツツコミどころ満載の映像教材と一時間から三時間という少ない授業時数に対応した指導案を作りました。いずれも3M

※9 「総務省・放送分野におけるメディアリテラシー教材開発」

総務省では平成十年より、メディアリテラシーの向上と普及を目的に、メディアリテラシー教材を開発し、教材の貸出しやHPでの掲載を行っている。

http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/hoso/kyokai.html

B以下で、ウェブからダウンロードできます。多くの方に活用していただきたいです。

NHKはクリエイティブライブラリーの充実を

——メディアリテラシー教育を展開していく上で、NHKにはどんなことを期待されていますか。

いま中学校の国語の授業は週3時間しかないのです。その中で文法も、古典も、文学作品も指導していかなくてはなりません。メディアリテラシーの要素を織り込んで工夫しています。やはりそれだけを教えるわけにはいきません（笑）。このように時間の制約があるので、短時間で手軽に扱える映像教材をNHKでも提供していただけると助かります。

NHKの「クリエイティブライブラリー」※10では著作権フリーの映像を提供して下さっていて注目しています。ただ、断片的なイメージ素材ばかりなので、ストーリーを作るのが難しそうです。完成作品が公開されていますが、タイトルイメージを音楽でつないで感じで、ストーリー性は出しにくいようです。

要望としては、一つのニュースを多角的に取材した素材をいくつか提示してみたいです。例えば「動物園で動物の赤ちゃんが生まれました」というほのぼのとしたテーマで、飼育係やお客さんや動物学者のインタビューとか、あるいは赤ちゃんをロングで撮ったものと、アップで撮ったものや、動物の生態系の説明など、バリエーションのある映像素材があれば、生徒はどの観点からどのようにニュースのストーリーを組み立てるかを考えることができます。こうした制作活動がメディアリテラシー育成の基本です。NHKには著作権フリーの素材をどんどん提供してくれる

ことを期待しています。

——メディアリテラシーといえば、NHKオンラインで『リテラ針盤』※11という取り組みをしています。

NHKオンラインの『リテラ針盤』は、メディアリテラシーと称していますが、内容は情報モラル教育のようです。情報モラルはメディアリテラシーに含まれる重要な課題ですが、混同してはいけないと思います。むしろ、先ほど話した「クリエイティブライブラリー」こそメディアリテラシーの看板にふさわしいものでしょう。

——NHKの教育テレビについて、教師の立場からどのような印象を持っていますか。

私はNHKの番組を授業でよく活用しています。例えば平家物語など教科書教材に関連した特集をやっていたら必ず録画して授業で使うようにしています。けっこう重宝しています。勤務校でも電子黒板にランケーブルが接続されましたので、ウェブ教材も活用していかうと考えています。NHKのデジタル教材『10min・ボックス』※12もよいのですが、国語の教材は文学作品中心で印刷メディアの資料集感覚で作られているように感じられます。もう少し映像勝負といえますか、メディアリテラシーの分析テキストとしても使える新しいデジタル教材を作ってほしいですね。期待しています。

※10「クリエイティブライブラリー」

NHKアーカイブスの番組や番組素材から切り出した映像や音声、表現、創作活動に利用するための創作素材として、インターネットを通じて提供する無料のサービス。ダウンロードした素材は編集したり、他の素材（自分で撮影した映像や写真）などと組み合わせたりしてオリジナルの作品をつくることができる。作品は利用規約のもと、ブログや動画投稿サイトに掲載できる。

※11「リテラ針盤」

NHK教育テレビ50年を契機にネットやデジタル社会を正しく歩く術や知識について親子で考えるキャンペーンを展開中。このHPを通じて、メディアリテラシーが学べるクイズや、ネットを歩くための最新トピックスをわかりやすく解説した動画を紹介。

※12「10min・ボックス」

Eテレで放送されている中学・高校生向けの教養ミニ番組。国語、理科、社会、総合学習などに系統が分かれており、それぞれ学校の授業で放送映像を活用することを目的とした番組。内容別に何回かのシリーズにして放映している。

私自身、メディアリテラシーというと、歴史的経緯からしても、メディアを批判的に読み解くという印象をもっていました。批判的な視聴者を育て、メディア規制への気運が増すといった点で、放送を窮屈なものにするのではないかと考えていたからです。

しかし、中村さんから「クリティカルに分析する力を育む」という積極的な意味を聞いてとても共感を覚えました。情報が増える社会だからこそ、メディアリテラシーを学ぶことによって、逆にNHKの提供する情報の価値が高まっていくのではないかと思いました。

NHKを含めて放送事業者はメディアリテラシーに取り組んでいます。国内外の事例紹介や放送体験をできる場の提供にとどまっているのが現状です。

今後は、NHKがメディア教育にどう関わっていくか、視聴者からのアクセスにどう対応していくかといった取り組みをさらに積極的におこなっていく必要があると感じています。こうした取り組みこそが、デジタル時代の公共放送に与えられた新しい役割になるのではないのでしょうか。

報告 中央放送部長 小磯亮

「公共放送ならではの“やさしい”放送の追求」

視 覚に障害のある人は“情報障害者”だと言われる。情報を受け取る（発信する）上で様々な困難を抱えているためだ。

では、普段どうやって情報を入手しているのか。実はインターネットが発達した今日でも、テレビやラジオに頼っている人が多い。

NHKではすべての人に“やさしい”放送を目指している。しかし、本当にNHKの放送は情報障害という“壁”を取り除き視覚に障害のある方にも分かりやすいものになっているのだろうか。

パラリンピック金メダリストで視覚に障害のある井口（旧姓小林）深雪さんに話を聞いた。



井口 深雪 パラリンピック金メダリスト

プロフィール

1973年生まれ。パラリンピック長野大会とトリノ大会のバイアスロンで2つの金メダルを獲得したノルディックスキー選手。視覚に障害がある。“耳で撃つ”射撃の腕前は世界一を誇った。2007年に引退し、現在は主婦。

放送の影響力を実感したパラリンピック

——パラリンピック※¹が初めて大々的に取り上げられたのが長野大会※²だったと思いますが、そこでの金メダル。いかがでしたか。

いまでこそ、多くの人に知られるようになりましたが、長野大会が開かれるまでは、マスコミの取材もほとんどありませんでした。だから、冬の競技についてはご存じない方も多かったと思います。

でも、長野大会がNHKも含め大々的に報道されると、期せずして私は「見られる」という立場に変わってしまいました。自分ではやりたいことをやって獲った金メダルでしたから何も変わっていないんですけど、周囲の見る目が全然ちがうんです。

たとえば、電車に友だちと一緒に乗っていると「何人もこっち見てるよ」と。悪気はないんでしょうが、知らない人から意識して見られるというのは、ちよつと怖いですね。なかには「あなた知ってるわよ。頑張ったわね」といきなり声をかけて来るおばちゃんなんかもいたりして…。私は心のなかで「知らない。知らない」と言いながら後ずさりしていました（笑）。そのとき、放送つてすごいなあ…。そして、「もう悪いことはできないなあ」と思いました（笑）。

——テレビが見るものだけではなくてしまったわけですね。そうすると、取り上げられ方も意識するようになったのではありませんか。

障害者スポーツ自体が放送されることって、それまではほとんどありませんでしたから、私自身は「どんな枠でも

放送してもらえればいい」という思いでいました。

ただ、福祉の枠でもスポーツの枠でもワイドショーでもなんでもいいんですが、放送されるときには、ルールも含めた競技の中身がきちんと取り上げられているかというところは気にしていました。そこを伝えていただかないと、競技の魅力が視聴者に届かない気がしていたからです。

たとえば、私の競技はバイアスロン^{※3}ですが、あまり馴染みはありませんよね。クロスカントリースキーをして射撃をするというところをご存じの方はいらっしゃるかも知れない。でも、「どのくらい走って射撃する」とか、目が見えないのに「どうやって的を撃つ」とか、分からない人がほとんどだと思います。民放は時間の制約もあるんだと思いますが、なかなか詳しくは解説してくれない。でも、NHKはルールもきちんと解説してくれていました。

ルールがきちんと解説されているNHKの放送は本当に役に立ちました。というのも、金メダルを獲った後、講演のお仕事もたくさんいただいたんですけど、番組を見せると私がルールをあれこれ話すよりも伝わるんです。それを見ると、さらに興味を持って聞いてくださる。本当に助かりました（笑）。

——競技が面白ければ人気も出ますよね。

たとえば、カーリングはすごくマイナーなスポーツだったと思うんですけど、いまでは大人気！（笑）アスリートが美人だったというのもあったかもしれませんが、それ以上に競技自体が面白かったから人気がでたと思うんです。

人気がでるということは、実はアスリートにとっても重要なことです。少し汚い話かも知れませんが、スポーツは資金力がないと継続していくのは難しいんです。

メジャースポーツはいいですが、マイナースポーツというのはとても厳しい。パラリンピックは様々な形で放送されて、競技としての価値を認められた結果、ようやくスポンサーがつくようになってきています。でも、もつともつと継続的に、たとえば、月ごとに、「今月は〇〇を取り上げます」といった形で放送してもらえると有り難いです。これは、マイナースポーツ全般に言えることだと思います。

海外での情報収集もNHKで

——結婚されて海外で暮らされていたそうですが情報はどのように。

私が住んでいたアメリカ・アイオワ州^{※4}では、なかなか日本の情報を得るのは大変でした。英語が堪能ならもう少し簡単に情報を入手することもできたんですけど、私は英語ができないので（笑）。それで、夫にネットで日本のラジオニュースが聴けるようにセッティングしてもらって情報を得ていました。

ネットでは日本のニュースが結構たくさん放送されていたんですが、そのなかでも私は最終的にはNHKと朝日を選びました。他の一通り聞いてみたんですが、NHKは放送されている時間も長く情報がコンパクト。とても聴きやすかったのが決め手になりました。

おかげで毎日タイムリーな情報を得ることができ、日本にいる友だちと情報交換をしたり、盛り上がりたりすることができました。いずれは日本に帰る予定でしたから、浦島太郎にならずにすんで良かったです。

※1「パラリンピック」
身体障害者の世界最高峰のスポーツ競技大会。オリンピックと同じ年に同じ場所で開催される。

※2「パラリンピック長野大会」
1998年3月5日～14日にアジアで初めて開催された冬季パラリンピック。5競技34種目で熱戦が繰り広げられ、同大会で廃止されたアイススレッジスピードスケートなどを中心に日本は41のメダルを獲得。

※3「バイアスロン」
クロスカントリースキーと、ライフル射撃を組み合わせた冬の競技。1周5kmコースを3周する間に、2.5kmと5kmの地点で射撃を行う。射程距離は10mに設置され、5つの標的に対し5発の弾を発射する。標的に命中しなかった場合、命中しなかった標的1つにつき1分間のペナルティーが、クロスカントリーとの合計タイムに加算される。標的の大きさは、視覚障害者（Bクラス）で直径30cm。視覚障害者の選手は電子音響照準装置を備え付けたエアライフルを使用し、音を使い射撃を行う。

——なぜ、インターネットで情報を得るのに放送という手段を選んだんですか。

インターネットは目が見える人にとってはとても便利なツールだと思うんです。でも、視覚に障害のある私にとって手軽に検索して情報を得られるものではないんですね。たとえば、画面の情報を音声で読み上げるソフトがありますが、サイトによっては余計な情報まで入ってきてしまいます。正直、ちよつとわずらわしい。確かに「こういう情報が欲しいな」って決まっているときに調べるのにインターネットは適しているとは思いますが、日常のニュースをあえて調べてという作業をしたいとは私は思いません。

その点、放送はチャンネルをセットしておきさえすれば情報が供給されます。場合によっては録音することだってできる。聴きながら他のこともできますしね。

視覚障害者にとって必要な情報

——網膜色素変性症^{※5}が悪化し、ほとんど今は見えないとのことですが、テレビやラジオは聴視されていらつしやいますか。

テレビを見ています。ただ、困るのは文字情報が多い。ニュース速報は文字だけなので困ってしまいます。音で注意は喚起しているのですが、肝心の中身が分からない。もつと言葉にして欲しいです。おそらく、本放送とかぶると聞きづらいからということがあるのでしようが、言ってくれないと私たちには分からないですからね。

ほかにも細かくあげればたくさんあります。料理番組で「あとの調味料の量はご覧の通りです…」とか言われても私たちには分からない。ドラマで「携帯を見るシーン」で情感を盛り上げようとしても、私たちからすればストーリー

が分断されているに過ぎません。また、海外の人のインターネットがテロップだけだと完全にお手上げです。

テレビはすごく視覚に訴える部分が強いのには分かっていますし、ある程度は仕方がないものとは思っています。でも、同じテレビから出てくる情報であっても晴眼者^{※6}と比べれば差が出てしまうんです。ですので、もう少し、視覚障害者を意識して放送を出していただけると有り難いです。

解説放送は利用されませんか。

使っている方も多いとは思いますが、私はあまり利用していません。というのも、通常放送の音声にかぶってしまふことがあるんです。特に本放送の言葉の出だしに解説放送がかぶってしまうと、内容がよく分からなくなってしまうこともあるんです。だから、私にとっては聞きづらいというか、むしろ、うつとうしい感じですよ。

どういう風に作られているかは分かりませんが、晴眼者が見るものに少し手を加えてというレベルでは、なかなか、音声のみを情報源としている人にとっては十分なものにならないと思います。

ですので、難しいとは思いますが、視覚障害者向けのテレビ番組も作ってもらえればと…。たとえばドラマだったら、好き嫌いはあると思いますが、台本みたいなものに書いてあるであろう「動きの細かい部分」なんかが音声表現されていると、より鮮明に想像力を働かせられるような気がしますし、聴く人も増えるような気がします。

※4 「アメリカ・アイオワ州」

アメリカ中西部に位置する人口およそ305万人の州。人口が多い州では無いにも関わらず、アメリカ大統領選挙において最も重要な州と捉えられており、候補者が最初に演説する地としても知られている。

※5 「網膜色素変性症」
光を感じる網膜の中の色素上皮に異常な色素が沈着し、光の明るさを感じるとる杆体（かんたい）細胞が障害を受ける病気。詳しい原因は不明。

※6 「晴眼者」
視覚に障害のない人。視覚障害者の対義語。

NHKに聴かせよう

——NHKにこんなサービスがあれば嬉しいというのがありますか。

最近、私は日本点字図書館^{※7}が管理しているサピエ^{※8}というサービスにはまっています。これは、インターネットを介して様々な本の朗読をダウンロードして聞くことができるものなのですが、結構、新刊なんかも早く聞けます。たとえば、村上春樹さんの『1Q84』の3冊目なんかも手に入ります。

朗読は主にボランティアの方々がしてくれていて、その人たちのお陰で私たちは本を楽しめるわけですが、もし、このサービスに、NHKのアナウンサーが参加してもらえれば、さらに充実して本を楽しめるのではないかと個人的には思っています。



トリノパラリンピックでガイドに先導され力走する井口さん（写真提供：X-1）

放送以外のラジオ

オサービスの充実も良いかも知れませんが、たとえば、NHKではNHKオンデマンドでテレビの見逃し視聴はあるそうですが、ラジオはありません。もし、そういうサービスがあれば、iPodなんかでダウンロードして利用

る視覚障害者もいると思います。そうすればもっとラジオに興味を持ってくれる聴視者もでるんじゃないでしょうか。

最後にアスリートの視点で言えば、障害者向けの新スポーツの紹介番組なんかもあるといいですね。たとえば、視覚障害者の間ではロッククライミングが最近はやっていて、世界選手権もあるんです。でも、やってみたくてもどこまでできるのかという情報は不足しています。ひょっとしたら、地域のコミュニティ紙などには情報があるのかもしれないですが、私たちは読めません。ですので、地域放送のわずかな時間で十分ですので放送時間を割いていただけると嬉しいのです。

インタビューを終えて

「情報障害者」と呼ばれる視覚に障害のある方たちは、テレビからの情報に頼っています。その重みは緊急時になればなるほど増えています。しかし、その頼みの綱の情報に対し「もうちょっと何とかならないか」という思いを持っておられるのも事実です。それは私たち作り手が「見える」ために無意識に「情報の壁」を生み出しているのでは、と福祉番組を作ってきた私としては内省せざるを得ませんでした。

公共放送NHKではあまねく放送を届けることを謳っています。であるならば、障害があるために生まれる「情報格差」を伴う放送は極力避けるべきではないでしょうか。「情報格差のない放送」を出すことは、いままで培われてきたテレビの制作の文法にはそぐわないものかも知れませんが、

※7「日本点字図書館」
点字刊行物および視覚障害者用の録音物を利用できる施設。無料または低額な料金で利用できる。平成21年の事業報告によると日本点字図書館の蔵書数は22,244タイトル77,307冊。

※8「サピエ」
さまざまな情報を点字、音声データで提供するネットワーク。パソコンをインターネットにつなげば、24時間いつでも図書を利用することが可能。また、携帯電話・ドコモ「らくらくホン」を使って録音図書を聞くこともできる。

どうすれば、「情報格差」を生まない放送を提供できるかを考える必要があるでしょう。

デジタル時代の到来でたださえ情報が文字に置き換えられることが多くなっているいま、テレビのスイッチの配置を理解するのも困難な人々がいるということも肝に銘じながら番組作り、そして情報の提供に努めていく必要があると改めて感じました。

報告 中央放送渉外部長 竹内 哲哉

「個人の想いが、マスコミを通じて世論につながることを実感」

薬

害肝炎・大阪訴訟。

大半の原告が匿名で裁判に臨むなか、
武田せい子さんは、“実名”で裁判に臨まれた。

その結果、これまでの「見る人」から
薬害肝炎被害者として取材を受け、
報道される「撮られる人」へと立場が一変した。

その時、彼女は何を感じたのだろうか？

NHKの一視聴者でもある武田さんに、
「報道」と「公共放送」について聞いた。

武田 せい子

薬害肝炎大阪訴訟原告

プロフィール

薬害肝炎訴訟の大阪訴訟原告団共同代表。国と製薬会社に損害賠償を求める中で、あえて実名を公表し、被害の実情をリアルに訴え、マスコミを通じて世論を動かすことで役所に重い腰を上げさせた。08年2月に和解が成立した後も、治療を続けながら全国各地での講演や患者を支える取り組みなどを継続している。



インタビューの目的

一視聴者から「報道される」立場となった方に、どんな経験をしたのかや、公共放送に対する御意見を聞くため、愛媛県今治市在住の武田せい子さんにインタビューをおこないました。

武田せい子さんは、薬害肝炎^{※1}の被害者として、多くの原告が匿名で裁判に臨むなか実名で裁判^{※2}に臨みました。現在は肝炎の治療を続けながら、講演や患者を支えるための活動などにも取り組んでおられます。

そうした経験から、報道される立場から見た報道や、公共放送NHKの果たす役割について、また一視聴者としてNHKに期待していることについてお話いただくことができました。

薬害肝炎訴訟について

――肝炎の訴訟を起こされたときは、世間にこの問題を知らせて欲しいなど、マスコミを意識されたのでしょうか。
私自身、裁判の経験が無かったので、裁判というものがどんなものかよくわからなかったんです。もともと被害にあった責任を訴えようと始めたのですが、裁判を進めるうちに製薬会社や旧厚生省の問題などの背景が解ってきたという感じです。

当初はそれほどマスコミを意識していませんでした。しかし、一人や二人が何か言っても役所は相手にしてくれませんが、マスコミを通じて肝炎の問題が世間に知られ、世論の後押しで役所が動いたということを実感しました。

弁護士さんによつては、座り込み等の患者の団体行動などで、カメラへの映りを意識しておられる場合もありました。

実名・匿名

——今回の訴訟では匿名の方が多く中、実名で※³臨まれた理由は何でしょうか。

特にマスコミを意識したということはありません。むしろ私自身の考え方で、「なんで匿名で裁判するの」という感じでした。何か訴えていくのだから、ちゃんと名前を名乗ることが当たり前だと思っていました。今まで裁判の経験なんか無く、どのようにするのか詳しく知らなかったのに、匿名で裁判できるということも知りませんでした。

匿名で参加される方の事情も聞いています。原告の中には裁判に関する書類を送る封筒に弁護士事務所名を書かれたくない人や、わざわざ遠くの郵便局まで書類を出しに行く人もいます。他の薬害訴訟では原告の家族の方で、働いている医療職場に居づらくなってしまうこともあったようです。私もはじめは弁護士からは匿名を勧められ2年間は匿名でした。なんで匿名なのかとも思いましたが、弁護士は私のことを考えて下さっていたんですね。当時私は医療機関に勤めていましたが、仲間からは「実名にすると、マスコミが職場に来るよ」とも言われました。担当弁護士が変わったときに実名に切り替えたのですが、職場にマスコミが来ることもなかったです。それならば最初から実名にしておけばよかったと思います。裁判に関しては実名に切り替える前後で何も変わらずやっていましたから、マスコミを特に意識したというわけではなかったです。

——実名がマスコミを通じて世間に知られる中、その影響を感じたことはなかったですか。

実名に切り替えた途端に、取材がどっと来ました。実名

とはこういうことかと思いました。

あと、マスコミから私の名前を知った同じ肝炎に悩む人から、裁判への参加や、訴えの起こし方などのようにしたらいいかという相談の電話が家に掛かってきました。今治の武田ということ、電話番号を調べてこられるのでしょうか。1日に10件くらいの電話が掛かってきました。それをきっかけに原告団に加わった人もいます。

私の場合、実名になって特にデメリットはなかったと思います。

——実名を晒したということで、マスコミの過剰な取材はなかったですか。ほかに取材されるときに心に残ったことなどがあれば教えて下さい。

過剰な取材とかは無かったですね。確かに裁判の節目では取材に來られました。不愉快な思いはしなかったです。一番心に残っていることは、判決の時の記者会見なんですが、裁判では勝った人と負けた人※⁴がいたんですけど、負けた人について話しているとき思わず涙がこみ上げてきたんですね。その瞬間カメラのフラッシュが一齐に光って驚きました。あとで見たとき、こういうときに写真を撮るんだなっと思えました。

あと、取材に來られたとき、「こういう風にやってもらいたい」とか「こういう場面を撮りたい」「今のをもう一度やってもらえないか」と頼まれたことがありました。自然でないといえれば自然でないけど、それをやることによって重要なことが伝わる。私にとってもありがたいことかなって思いました。特に嫌とは思わなかったです。的確に見せるための多少の演出って有りなんだろうなと思いました。

※1「薬害肝炎」

血液より作られウイルスが活性のまま含まれたフェブリノゲン製剤などの投与によるC型肝炎の感染被害のこと。ウイルスが活性の非加熱フェブリノゲン製剤は1980年代まで手術や出産時の止血剤として投与され、投与者数は約29万人、投与によるC型肝炎感染者数は1万人以上と推定されている。

※2「薬害肝炎大阪訴訟」
2002年10月に提訴され、2006年6月に判決。

※3 武田さんは原告番号1番として、当初匿名で裁判に臨んだが約2年後実名に切り替えている。

※4 大阪訴訟の判決は、国と製薬会社の責任を、特定の感染時期に限って認めた。すなわち裁判では感染した時期にのみ勝訴した原告と敗訴した原告に二分されたことになる。

NHKについて

——NHKの番組で、特に注目しているとか、好きな番組は何でしょうか。

NHKはよく観ていますよ。夕方から夜の『クローズアップ現代』まで、テレビを付けっぱなしにしていますが、ずっとチャンネルはNHKです。特にドキュメンタリーの『その時歴史が動いた』や『プロフェッショナル』は良いですね。あと、入院していた頃は夜中に目が覚めたときや、寝られないときに『ラジオ深夜便』をイヤホンで聴くこともありました。民放のバラエティーとかは笑いの意味がわからないし、自然にチャンネルを変えてしまいますね。NHKは再放送が目につくこともありますが、同じ再放送でも『アーカイブス』はおもしろく、夜遅くても観ることをやめられないこともあります。

『ダーウィンが来た!』を見ると、長期間にわたり取材して、手間もお金も掛かっていることがよくわかります。こんな仕事はNHKにしかできないですよ。こういう仕事を続けてもらって欲しいし、NHKと民放は違う面があつて当然だと思います。

受信料を払っていない人がいるらしいですが、NHKはみんな観ていると思いますよ。やっぱり、ドキュメントなどで内容を掘り下げたり、医療問題など問題に警告を発したり、国民の関心に応えるような番組を作っていくしかないでしょう。払えるのに払っていない人に対してどうのこのとは思っていません。私はNHKを観て納得して払っているだけです。払っていない人の理屈がわかりませんが、そういう人にもきちんと受信料のことを訴えていくしかないと思います。

——最後に、NHKに求めるもの、NHKの目指すべきものをどのようにお考えか教えて下さい。

やっぱり、制作費をかけてでも、民放で出来ないことをやってもらいたいですね。誰にでも媚びを売らないような、民放っぽくならないようにやってもらいたいです。受信料を財源にやっているのだからなおさらですよ。

インタビューを終えて

ごく普通の一視聴者でありながら、「報道される」立場を経験された武田さんの話を聞くと、「視る人」になるのか「撮られる人」になるのかは、まさに紙一重だということを感じました。「視聴者目線」「視聴者本位」と言いますが、その言葉は「視る人」「撮られる人」両方を指します。NHKが報道機関として、視聴者に対して何が出来るのか、社会における役割をどのように果たしていくのか、その最も基となる部分を確認できたと思います。

報告 四国支部松山放送分会長 横林良純

四国支部書記長 石川貴行

ここからは、公共放送を、少し離れたところから日頃ご覧になりながら、その「公共性」を言葉にする試みを続けている方々のインタビューをご紹介します。

最初は公務員の森永壽さんです。森さんは島根県の職員として勤務されており、地方目線でNHKの放送に意見されています。

2人目は横浜市社会福祉協議会障害者支援センター地域コーディネーターを務められ、現在は同障害者支援センター統括あんしんマネジャーをされている瀧澤久美子さんです。瀧澤さんは知的障害や発達障害のある方々への支援を続けておられますが、マイノリティーサービスの放送への要望がありました。

3人目は東京大学名誉教授の月尾嘉男さんです。月尾さんは民意の指標のひとつである視聴率に対して疑問を投げかけます。では、どの

ような指標で放送の価値を判断すれば良いと考えているのでしょうか。豊かな放送、公共の役割を果たす、私たちが概念的に使う言葉をかたちにしようという、月尾さんの試みをご紹介します。

最後は日本大学芸術学部教授の上滝徹也さんです。上滝さんは次世代の放送人を育てながら、現在はテレビ部門のギャラクシー賞選奨事業委員長もされております。上滝さんにとって、制作者の卵、そして作品を通してみる制作者はどのように映っているのでしょうか。

活字と違い、誰にでも共通するような評価や批評になりにくいのも、放送の特徴です。それを言葉にしていこうというみなさんの活動もまた、公共性を考えるうえで重要な要素なのではないかと思えます。

島根県職員 森 永壽

社会福祉法人職員 瀧澤 久美子

東京大学名誉教授 月尾 嘉男

日本大学教授 上滝 徹也

「みなさまのNHK」…「みなさま」とは誰か？

若

者は都市に流出し、主力産業の農業や林業の後継者はほとんどいない。

耕作放棄地は増加に歯止めが掛からず、人口の空洞化が進む……。過疎、少子高齢化、担い手不足。日本の中山間地域の農村が抱える深刻な課題だ。

都市の視聴者の生活とはかけはなれた、こうした地域にとって、公共放送とは何だろうか。そして、地域放送とはどうあるべきだろうか。



森 永壽 地方公務員

プロフィール

1968年生まれ。島根県職員。京都大学大学院在学中に、社会心理学・グループ・ダイナミクス（集団力学）を学び、阪神・淡路大震災の時のボランティアの行動などを研究。現在は、島根県西部農林振興センターで勤務しながら、地方からの目線で社会や共同体のあり方を研究している。

地方における公共放送の在り方

地方における公共放送の存在意義について考えるため、地方公務員の森永壽（もり ひさとし）さんにインタビューをおこないました。

森さんは、京都大学大学院でグループ・ダイナミクス^{※1}を学び、阪神・淡路大震災被災地や山間の小集落の活動などの調査・研究にあたられました。その後、島根県の中山間地域研究センターの研究員を経て、現在は島根県庁に勤務しながら、地方からの目線で社会のあり方を考察し、執筆活動などにあたられています。

そうした経験から、地方、とりわけ都市部から離れた中山間地域^{※2}の農村などにおける公共放送の意義と、公共放送に携わる私達の姿勢についてお話を伺いました。

地域とNHK

——中山間地域を歩かれて、そこに暮らす方々にとってNHKの放送はどのようなものなのでしょうか。また、私たちの放送は十分にニーズに答えているのでしょうか。

中山間地域の集落を尋ね歩いたとき、ある山あいの農家の牛舎では、柱に小さなポータブルラジオがかけられ、スピーカーからニュースが流れていました。「ラジオは仕事をしながら聞くことができるし、貴重な情報源だ」と聞きました。

ところが、最近、誰のためなのかわからない番組が増えた気がします。娯楽番組やニュース番組で、言わずがなのコメントや街頭インタビューが繰り返されると、世の中が日々の暮らしから遠く離れたように感じられ、反感や疎外感を覚えます。番組を作る時、農作業や牛の世話をし

いる人、あるいはテレビを見ることができない人のことを、どれくらい意識しているのでしょうか。以前、「みなさまのNHK」との宣伝文句がありましたね。「みなさま」には含まれないと考えているのではないか。そんな風にすら感じてしまうのです。

——地方に暮らす視聴者の皆様を意識した放送になっていないとのご指摘ですが、その原因は何だとお考えですか。

多くのことが複雑に絡み合った結果だと思いますが、特に根深い問題だと思うことが3点あります。

第一は、「虚構の世界」に縛られすぎていないかということとです。最近、地方を描いたドキュメンタリーなどで、視点や質が変わったなあと思うことがあります。その理由を考えているうち、社会構造の変化が、番組制作の側にも及んでいるのではないかと思ひ至りました。地方の人口が減少し、DID^{※3}人口が国民総数の三分の二を占める昨今では、生まれてから死ぬまで都会に育ち、地方の存在すら知らない人も増えていきます。地方をとらえる番組がこのような人々だけで作られれば、想像の視点に基づくのは当然です。以前であれば、地方出身の同僚や上司がいたり、帰省などの際にいろいろな暮らしぶりを目の当たりにするなど、さまざまな現実と接することがあり、視点の妥当性をチェックすることが多かった。しかし、社会構造の変化で、こうした接点がなくなり、妥当性のチェックができなくなっている。にもかかわらず、こうした想像が複数の人々に共有されると、以前から実体をもつてそうだったと思えてくる。つまり、「虚構の世界」が、疑われることもなく、自明のことのように立ち現れ、振り回されるのです。15年前に起きたオウム真理教の事件も、60年前の第二次世界大戦における軍部の暴

走も、同じ虚構の世界に縛られた帰結ではないかとは、以前から多くの論者が指摘していることです。政治や経済の世界でも同じ問題があるのでしょうか、地方で人と話をしていると、「都会の人は地域のことを知らないから困る。地域の良さを知らないばかりか、それすらも壊そうとする」と聞くことも増えているのです。

第二に、カメラに映る映像だけが現場ではないことを忘れていないか、ということとです。私は、たまたま、エジプト・カイロ地震（1992年）、阪神・淡路大震災（1995年）、鳥取西部地震（2000年）などの地震の瞬間の現場に居合わせた。電気も止まり、何が起きたのかもわかりません。やがて、マスコミとおぼしき車やヘリも見えました。しかし、あとで報道の内容を知って、あまりの違いに、戸惑いと憤りを感じました。阪神・淡路大震災の時には、被災者の横で大手を振り、いやがる人々にインタビューを押しつけるマスコミ関係者さえ見られました。伝えられる報道の背後には、マスコミ側が思いもよらない、もつと多くの人々の苦しみが存在することを、忘れていないかと思つたのです。最後に、放送局が自らの影響力を過小評価しているのではないか、ということとです。最近様々メディアが発達し、相対的にテレビやラジオの影響力が低下したと言われます。しかし、東京から地方に移った友人は、他に情報源がないこともあり、テレビをつけたままにすることが増えたと語っていました。そして、「テレビは東京のことばかりで、東京に住んでいたときよりも東京のことを知った」とも話していました。テレビの影響力は、東京はともかく、インフラ整備が遅れている地方では逆に高まっています。そして、地元のことが紹介されない、つまらない番組が続くことによつて、地方では疎外感が増えます強化されているのです。

※1「グループダイナミクス」

集団力学の意味。社会心理学の1分野で、グループの機能とメンバーの行動に影響を及ぼす心理学的な諸条件を研究する科学。具体的にはどのような条件でグループがもつとも団結するか、どのようなリーダーの時メンバーは協力的、積極的になるか、グループとしてどのような目標の設定をしたら各自が協力的にその目標に向かって努力するかなどについて研究すること。

※2「中山間地域」

「都市的地域」及び「平地農業地域」以外を指す専門用語で、主に農業分野で用いられる特殊な用語。具体的には、都市や平地以外の中間農業地域と山間農業地域の総称であるが、食料・農業・農村基本法第三十五条によれば「山間地及びその周辺の地域その他の地勢等の地理的条件が悪く、農業の生産条件が不利な地域」と定義されている。一般的には「平地の周辺部から山間地に至る、またまった平坦な耕地の少ない地域」とされることが多い。

※3「DID」

「Densely Inhabited District」の略で、人口集中地域の意。日本の国勢調査において設定される統計上の地区。

地域放送の可能性

——NHKも地域放送の充実を目指し、これまでローカルの放送枠の拡大などに取り組んできましたが、こうした「疎外感」を拭いさるにはどうすればいいでしょうか。

まず、「みなさま」を考え直すことではないでしょうか。「みなさま」という抽象的な言葉で考えるのではなく、農業を行う人や牛の世話をする人など、番組ごとに、誰に對するものかを、具体的に顔を思い浮かべる必要があると思います。最近、いろいろな分野で「現場主義」がキーワードになっています。ここで注意すべきことは、単に現場に行けばいいのではない、ということです。私は、「現場の人々とともに」という姿勢が必要であると考えています。たとえば、放送局が取材に出かけるだけでなく、地元の人々も一緒にやって番組を作るチャンスがもっと増えてもいいのではないのでしょうか。もちろん、その分、経費も手間もかかります。しかし、地元の人々にとっては、放送が身近に



琵琶湖© shrk

感じられるだけではなく、放送が抱える苦勞や問題の存在を知ることができます。同時に、放送を作る側にとつても、地元の人々の背後に広がる新たな世界に触れると同時に、「みなさま」をめぐる虚構の世界から現実の日常世界に引き戻す重要な役目を果たすのです。

以前、大手出版社で編集をしておられた方から論評を書くときのアドバイスを受けました。「社会時評はいらない。美文を書くな。言葉に酔うな。内容をもつて、あなたという人間として、他人以上のものを書かなければならない」。このアドバイスは、文章の世界だけではなく、行政の世界でも、報道の世界でも、社会と向き合っていく上で重みのある言葉ではないでしょうか。妥協することなく本物を伝えることだけが、後世に残っていくのだと私は考えています。

インタビューを終えて

台風が東京を直撃すればそれほど規模が大きくななくても大々的に報じられる…私も地方の放送局で働く一人として、都市中心のニュースや番組の編成には疑問を感じてきました。また、私が働く島根県内でも、県の8割近くを林野が占めるという地理的な要因もあり、取材拠点の有無によってニュースや番組でとりあげられる地域にアンバランスが生じています。これまで地域放送の充実を掲げて放送枠の拡充などを進めてきましたが、その結果、地方では、限られた人員が内容の薄い「水増し」のコンテンツで放送枠を埋める状態になってはいないかと不安になりました。通信手段や媒体の多様化が進む中で、ただ単に放送枠を増やすのではない、真の意味での「地域放送の充実」とはどのようなものなのか、議論が必要だと感じました。

報告 中国支部松江分会 太田雅志

「情報を必要としている人に必要な番組を!～障害者福祉の観点から～」

N HKは「いつでも、どこでも、もっと身近にNHK」をメッセージに掲げ経営計画を進めています。

現場の職員は多くの世代や多様な生活を送る人たちにも番組を見ていただきたいという思いで日々業務を進めていても、番組に対する思いや視聴者に伝えたいメッセージは本当に伝えたい人に伝わっているのだろうかと考えることもあるのではないのでしょうか。

そういった疑問にこたえる地域のボランティア活動がありました。



瀧澤 久美子

社会福祉法人横浜市社会福祉協議会障害者支援センター
地域コーディネーター

プロフィール

1949年生まれ。横浜市社会福祉協議会障害者支援センター勤務。障害者と家族に必要なサポート事業をおこなう統括あんしんマネージャーとして活動。発達障害などを体験してもらうイベントを各地で開催し、多くの人の共感と呼んでいる。NHK『福祉ネットワーク』にも出演。

インタビューの目的

日ごろ、番組の周知は広報をとったり、関係部署や取材先の関係の方々などへ周知したりしながら多くの方のネットワークを広げていくことが多いと思いますが、そうした状況と並行して、NHK内の取り組みではなく、ボランティアで携帯メールを利用して番組周知をして下さる方がいました。障害者福祉の地域コーディネーターとして、役に立つ番組や見て欲しい番組を携帯メールで番組情報とともに配信しているとのこと。その配信先は約500か所あり、その先の転送先も含めると約1000か所を超えるといえます。NHKが把握していないところで、さまざまな番組周知がされていました。

私たちは、その活動の真相を知りたくなったと同時に、瀧澤さんが求めるNHK像について、お話を伺いました。

NHKの番組について、障害者福祉の観点から

瀧澤さんは、NHKの障害者福祉の関連番組に出演の経験があるそうですね。

はい、以前に『福祉ネットワーク』に出演したことがあります。出演以外には、福祉情報に関してディレクターさんから問い合わせがあり、知的障害のある青年を紹介したり、発達障害のある3人の子どもの父親の活動の様子を紹介したりしたものが、番組になりました。

——番組をご覧になって、どのように感じていますか。

番組自体は良かったです。映像は分かりやすく、番組の制作にあたってはよく取材をしているし、コンパクトにまとめであり、とても良かったです。知的障害のある青年が

和太鼓のプロとして演奏できるようになるまでを取り上げた番組では、知的障害だから故の生活感もちゃんと撮ってくれていて、太鼓をたたく「かつこいい」部分だけではなく、生活する上での彼の「生きにくさ」があることをちゃんと番組で取り上げてくれており、良い番組だと思いました。

さらに、随分前に総合テレビで北海道の知的障害者の夫婦のドキュメンタリーを放送していました。彼らは子どもを産んで生活していくのですが、「障害」と言われることが嫌なので、障害者支援を拒否しながら生活し、援助から離れたい。だけど周りは心配している。そういった障害の環境をうまく撮っていたと思います。

一方で、昔から感じることは、総合テレビで「指文字」※1を表現している番組が放送されたことがありましたが、教育テレビの福祉番組とは全然違う映し方でした。教育テレビは地味な活動を映すけれど、総合テレビではベースは福祉番組であつてもやはり悩んでいる人より華やかな人、訓練して良くなった人を表現する傾向を感じています。

それでも、やはり放送の影響は大きいと感じています。朝のニュース番組に少し出ただけでも、放送の反響は大きいものがあります。さらに番組以外にも、以前は「精神薄弱」と言っていました。が「知的障害」と言う言葉を使うようになったのはマスコミからですし、それが法律用語になったのはごく最近です。また、「障害」と言う単語も国が使っているの我々も使っていますが、「障害」の「害」はひらがなで書くといったこともメディアが先行しています。

こうした影響があるなかで、公共放送NHKは、「障害」や「福祉」に関して間違った理解しかしていない人にちゃんとした理解をせよという点で、大きな役割を果たしていると思います。さらに、「よかったね」だけでは終わらせ

ないで、番組で問題提起につなげていくことは公共放送として必要なことだと思います。

NHKの番組について～広報周知の観点～

しかし、放送される番組の多くが教育テレビで、残念ながら教育テレビの視聴率は非常に低いですよね。良い番組なのに教育テレビはみなさん見ていないですよ。

そこで私は、良い番組があると分かたら多くの方に見て欲しいし、いろんな人に知って欲しいし、いろんな世界を知って欲しいという思いで、自分の携帯電話で登録している方へ携帯メールを使って広報しています。行政の方も番組の存在をよく知らないのに、担当者にメールをしたりしています。メールを送信する中に、いろいろな団体の「長」がいるのでそこからまた枝分かれして情報が行って1000か所以上にはなるのではないのでしょうか。

——多くの視聴者の方に見てもらうにはどうすればいいのかという課題があります。広報周知を一生懸命しても、視聴者からはアピールが下手とよく言われています。情報を求めている人に届けるのは難しいですよ。

自分のルートで入手した情報は出来る限り私の周囲のみなさんにお知らせをするのですが、見てくださった人が返信をくれて携帯のメモリーがいっぱいになりました。とにかく配信するだけでも、約500人い



※1「指文字」
日本語の50音に対応した手の形。手話にない日本語を表現するとき、一音ずつ綴り表現する。

るのでエネルギーを使いますよね。

それだけやっても、私がメールで紹介している番組も良い番組なのになかなか情報が行かないと感じています。教育テレビは新聞でも詳細な説明が載らないので、何らかの情報があればいいなと思うこともあります。また、番組情報を後で聞いて、見たいということもあります。見逃したときに見られるものがあればいいと思います。

——必要な人に必要な情報を届けるというのは重要な事だと思います。その手段はやはりメールが効果的ですか。

今は地域の活動グループや障害者団体の連絡網はメールが主流です。電話の方が、直接話ができていいのですが、一斉メールでの連絡がほとんどです。今はメールが最も有効な手段だと思っています。

今後の障害者福祉と放送

——現在、世の中の放送メディアへの接触が伸び悩む中でも、人が生活するという福祉の観点では昔と何も変わらない部分があると思いますが、今後の社会状況と福祉と放送の関係をどのように考えておられますか。

人間の暮らしぶりは変わってきていると思います。その時代に合う感覚を届ける必要があります。暮らしぶり、食事などを含め変わってきて、内容に対する興味にも変化があります。人間は生まれてきて死ぬ、人は裸で生まれ何も持って死ねない、これはみんな共通です。



「生きる」と言う三文字に様々な人生があり、生きているのは変わらないなかで、興味媒体がどれか分らないし、視聴率はとれないと思いますが、生きて感動するような番組を作っていくことで人は向いてくるのではないのでしょうか。

障害者福祉に関する放送という観点では、教育と福祉は必要だと思っていますし、もう少し位置づけを上げてほしいと思います。「生きる」ことを考えると、福祉は障害者だけの問題ではありません。ある日突然、テレビ番組など出演していた有名な教授が重度の障害になり、区役所に介護の要望を出したら断られたと言っていました。結局は受理されましたが、突然生活が困難になることは私たちも隣り合わせだと思います。現状はそうなったときの福祉のサービ、さらに自分が障害を持つ子どもの親になった時などの支援はあまりないのです。また、本人が障害を受け止めるといった葛藤の場合もあります。自分が障害者と分かった時に孤立してしまう人もいますので、そのような番組を教育番組だけでなく、NHK全体でやって欲しいと思っています。

私も福祉に関わる人間として、重要だと思うことを伝えていくことは大切だと思っています。知っている人間が少数でも、それを広めていくことは大事です。「無知・無理解・偏見・差別」という言葉があつて、無知から偏見・差別が生まれると言われます。まず知ることから始めないといけません。ただ、情報が溢れている時代で取捨選択が難しく、自分にフィットする情報が少ないと思っています。人が多いのも事実です。

——メディアとして「重要だ」と思うことをしっかり伝えていく、そうした中でも「生きる」と言うことをちゃんと伝えていかなくてはいけないと思いました。

環境の問題もすべて人が生きていることにつながります。科学番組があったり、報道もたくさんあったり、毎日のように事件は起こり、人生の変化があります。

子どもたちは想像力がなくなっていると思います。自分だっただろうするか、と考えられる子どもが減っています。

さらに、家庭環境も障害を持っている子の母親は昼間働けないので夜働いている人が多くなっています。そのような暮らしの変化を撮ってみるなど、暮らし方の変化を映し出すこともぜひ考えて欲しいと思います。

インタビューを終えて

公共放送だからこそ、視聴率にはとられない福祉の分野の放送が大事なのは当然です。しかし「当然」という認識でとどまっている自分に気づかされました。

福祉番組が持つ力は、障害のある方の家族の支えや連帯感を生むものと、社会に問いかけるものと、大きく二つあります。瀧澤さんは、前者の力を信じて番組とたくさんの視聴者をつなげる役割を自らが果たす一方で、後者の力に対してはNHKにさらなる期待を寄せています。

「障害者福祉は決して他人事ではない」というお話からも、私たちは福祉の放送を「当然」から一歩踏み出して考えていかなくはなりません。それが接触者率の裏にある満足度の向上につながるのではないのでしょうか。

「番組の質が高ければテレビは生き残る」

百 年に一度の経済不況。
民放各社は厳しい経営を迫られている。

こうした動きのなかで、
大手企業が次々と声をあげはじめた。

「日本のテレビ番組には
いろいろな問題がある
視聴率以外の指標で
優良番組を応援したい」

優良放送番組推進会議の事務局長を務める
東京大学名誉教授の月尾嘉男氏に聞いた。

(このインタビューは2009年に行いました)



月尾 嘉男

東京大学名誉教授
優良放送番組推進会議事務局長

プロフィール

1942年生まれ。東京大学名誉教授。大学で建築家を目指して修行するが、情報社会の台頭を予感して情報通信の研究に転身。以後、人工知能や仮想現実など情報科学の先端分野で活動。冒険家としての活動歴もある。現在は多数の企業が参画する「優良放送番組推進会議」の事務局長を務め、視聴率以外の指標で優良な番組を推奨する取り組みをおこなう

優良放送番組推進会議の発足

電通の「日本の広告費」によれば、2008年度の総広告費は6兆6926億円と前年比95・3%と5年ぶりに減少しました。マスコミ四媒体広告費^{※1}は4年連続で減少し、ネット広告が伸びています。このことは単に厳しい経済不況を反映しているだけでなく、確実にメディアの構造変化が起こっていることを想起させます。

在京キー局5社の2009年度中間決算はすべて減収です。情報番組の大物キャスターの降板がみられるとおり、各社は大幅な経費削減を迫られています。

一方で、広告主たる多くの企業・団体は広告効果を厳密に測定し、視聴率だけでは測れない番組の質や視聴者の特性にも目を光らせています。

「視聴率はいい、いい番組を作してほしい」。

2009年4月から大手企業26社が参加して「優良放送番組推進会議」が発足しました。これは放送番組の動向に関心のある企業がアンケート調査に協力し、その結果をホームページに掲載することで、優良な番組を増やしていくという取り組みです。発足以来すでに9回の調査結果^{※2}を公表しています。

・テレビ不信の背景にあるものは何か。

・テレビにとって視聴率が唯一絶対の指標なのか。

・優良番組とは一体どのようなものなのか。

民放を中心に多数のテレビ番組に出演され、「優良放送番組推進会議」の事務局長を務める東京大学名誉教授の月尾嘉男さんに聞きました。

良貨が悪貨を駆逐することを目指す

——推進会議を立ち上げた背景はどこにありますか。

日本のテレビ番組は海外の番組と比べて特殊だと思います。例えば、芸能人などジャーナリストとして経験のない人がニュース番組の進行をしたり、スポーツのルールを十分には理解していない女子アナウンサーがスポーツを伝えたりしています。海外では専門知識を持った人が専門的な解説をするのが普通で、深い内容です。



私はTBSの番組審議会※3、委員長を2年半務めたのですが、その時に海外のテレビ番組で芸能人が進行するニュース番組があるか調べてもらいました。その結果、アメリカとイギリスにはあることがわかりましたが、それらは非常に厳しい政府批判をしている番組です。だから私は日本のテレビ番組は特殊であり、そのことを「ガラパゴス現象」※4と表現し、注意を喚起してきました。

こうした問題意識を背景に、経済界の方々と話をしていると、似たような意見を持つている人が多いことがわかりました。多くの意見は「地上波には見たい番組が多い」という内容です。一部の意見かもしれませんが、それだけ現在のテレビ番組に不満を持っている人が多いということだと思います。

そこで、経済界を中心として、放送局側にどのような番組を期待しているかという意見を表明する組織が作れないかということになり、以来、賛同する企業に協力をしていただき、現在は43社の企業で活動しています。

——こうした取り組みの背景には、テレビ局が視聴率至上主義になっているという問題もあるのでしょうか。

視聴率を優先する考え方がさまざまなゆがみを生じさせていることは事実です。ただし民放局にとっては前年の視聴率で広告単価が決まるので切実な問題です。そうすると結局、それほど高く評価される内容でなくても、視聴率を目指すという発想になってしまいます。

大切なことは視聴率以外の評価軸が必要だということです。PTAも「子供に見せたくない番組」※5を公表していますが、それと同じように経済界の視点からの評価もあっていいと思います。スポンサーとして放送局に圧力をかけるのではなく、良貨が悪貨を駆逐する方向を目指していければいいと考えています。将来的には一般の人々の声も反映できる方策を検討しています。

——視聴率を求めるのはむしろ広告主ではないでしょうか。参加する企業・団体の真意はどこにあるのですか。

現在、参加企業は43社になっていますが、その半分近くは定常的にスポンサーになっていない会社です。企業の宣伝部は視聴率を気にしますが、会議の窓口になっているのは会社の方針を正しく伝え、イメージアップを図ることに責任を持つ広報部です。

こうしたことから、経営者の考え方が変化していることがわかります。最近のテレビ番組の内容が低俗だということだけではなく、若い人に負の影響を与えるのではないかと危惧する人も多くなっています。広告についても、特定商品の売り上げへの効果についての期待は薄く、企業の基本姿勢が伝わるような、質の高い番組に広告を出したいという意識が経済界では強まっています。

※1「四媒体広告費」

2008年度は前年と比べて7.6%減。テレビは4.4%減。番組広告は北京五輪があったもののレギュラータイムの減少を補えず減少。スポーツ広告も減少。業種別にみると金融、飲料、通信が苦戦。一方でネット広告は前年と比べて16.3%と伸長。広告主が費用対効果を重視することを背景に、クロスメディア手法の定着で検索連動広告が急伸長している。

※2「6回の調査結果」過去9回の調査分野は次のとおり。

報道番組、ドキュメンタリー番組、バラエティ番組、音楽番組、クイズ番組、選挙特番、スポーツニュース、旅番組、討論番組。

詳細は推進会議HP参照。<http://good-program.jp/>

※3「放送番組審議（委員会）」

放送局が放送する番組および放送のあり方に関して、視聴者視点で審議する第三者機関。放送法三条の四において、「放送番組の適正化を図るため、放送番組審議機関を置くものとする」と定められている。但し審議対象とされる番組が比較的良好な評価を受けやすい番組を取り上げることが多く、その活動は形骸化しているといった批判もある。

ある企業経営者が、自社製品の広告に使った放送時間と、売上の関係を調べたところ、まったく相関のないことがわかり、そこでこの企業は企業イメージをあげるために広告を使うという方針に転換したそうです。トヨタ自動車をみても環境番組中心になっています。

「我が社は視聴率を気にしないから、良い番組を作ってほしい」と放送局に申し入れた経営者もおられます。

優良な番組は視聴率とは必ずしも連動しない

——実際の調査はどのように進めるのですか。

番組の評価は参加企業の社員がおこないますが、年齢構成や性別分布を均等にするため、家族やOBの方にも参加いただき、M1～M3、F1～F3※6に分けて調査しています。毎月、推進会議が対象分野と番組リストを作成し、それに沿って視聴してもらい、5段階で評価をしてもらいます。「とても興味深く、推薦したい」を3点、「興味深く、推薦したい」は2点、「普通」が1点、「特に感想がない」「マイナス」を0点として計算し、平均値で順位を発表しています。

ビデオリサーチのように機械が自動的に測定するのではなく、各企業20～30人程度の社員に実際に見てもらって採点するので、その負担を軽くするために、毎月、対象を絞る方法にしています。

——推薦度という尺度で番組の質を捉えているとのことですが、やや曖昧な印象も受けます。

個人の良識とまでは言いませんが、番組の評価は総合的なもので、どのような方法を工夫しても、現在以上の客観的な判断は難しいと思います。個人的には「何を伝え

たいか」が明確になっていくかどうかが重要だと思います。最近のテレビ番組は伝えたい内容の分からない番組が多いのです。

ドキュメンタリー番組の調査では、昨年5月に放送されたNHKスペシャル『JAPANデビュー 天皇と憲法』※7が一位になりました。その結果をみて「見識のない人が評価しているのではないか」という批判を受けました。台湾問題があつてのことだと思いますが、推進会議としては「一般社会人の意見として、こういう結果になりました」という以上には回答できません。回答数も500程度ありますから、一企業の回答が全体を左右することもなく、非常に中立的な評価だと考えています。

——昨年12月までに9回の調査結果を公表していますが、どのような傾向が見られるのでしょうか。

明確に言えることは、従来の視聴率とは違う結果が出ていることです。

ニュース番組を対象にした一回目の調査では、テレビ東京系『ワールドビジネスサテライト』が一位となり、NHK『クローズアップ現代』は0.01程度の僅差ですが二位になりました。ご存知かと思いますが、『ワールドビジネスサテライト』は4%程度の視聴率しかありませんが一位です。一方、テレビ朝日系列『報道ステーション』はきわめて視聴率が高いのですが十三位でした。古舘さんからは「何か問題がありましたか」と言われました（笑）。

劇的な結果は三回目のバラエティー番組を対象にした調査結果です。テレビ東京系列『美の巨人』は従来の視聴率では最下位でしたが、我々の調査では四位になりました。

※4「ガラパゴス現象」

技術やサービスが日本市場で独自の進化を遂げて世界標準からかけ離れてしまうこと。南米から900キロ離れたガラパゴス諸島には独自の進化をとげた固有の生物が数多く存在するという現象にたとえられている。

※5「PTA子供に見せない番組」

日本PTA全国協議会は毎年、小学校5年生、中学校2年生とその保護者を対象に、子供とメディアに関する意識調査をおこなっている。主な調査は次のとおり。

①子供の好きな番組
②子供に見せたい番組
③子供に見せたくない番組

※6「M1～M3、F1～F3」

個人視聴率の集計区分の総称のこと。

M1…男性20～30代
M2…男性40～50代
M3…男性60歳以上
F1…女性20～30代
F2…女性40～50代
F3…女性60歳以上

——推進会議は今後どのような展開をしていくのですか。

推進会議のホームページにはさまざまな意見が寄せられます。評価する立場の意見では「素晴らしい試みなので継続してほしい」「自分も参加したい」という内容が多く、批判的な意見の代表は「スポンサーとして放送局に圧力をかけることになる」というものです。

今後の展望として、現在は東京キー局基準で番組を取りあげていますが、ローカル局にもいい番組はありますから、地方の企業にも参加していただく仕組みを考えています。また、一般国民の方がインターネットで投票できるようにしたいと思いますが、二重投票を防止するなど、技術的に解決しなければいけない問題もあります。

民放に一生懸命対抗しないでほしい

——NHKに期待する質とはどのようなものですか。

国民が受信料を支払っているという負託があるのだから、民放に対抗した番組を作らないでほしい。私が企業一社のスポンサーで環境番組を作ったときに視聴率が4%台でした。放送後にその企業の経営者にお詫びに行ったのですが、「4%といえども何百万人だろう。こういう番組は視聴率がゼロに近づいても最後まで応援する」と言われ、感動したことを覚えています。

国民がNHKに期待しているのは、このようなことです。牛を無理に引っ張っても水場には行きません。若い人を目先の餌で釣りあげるよりも、本当に見たい人が評価してくれる番組を作ることが役割だと思っています。こうした取り組みをおこなえば、もつと受信料を払ってもいいという声が社会に出てくると思います。

もう一つは、NHKには優秀なアナウンサーや解説者が

たくさんおられますから、芸能人に依存した番組作りを控えてほしい。数年前にNHKスペシャル『プラネットアース』^{※8}という番組がありました。素晴らしい映像でしたが、多くの人に関心を持ってもらうために有名俳優を案内人に起用していました。一般の人の感覚を代表させる意図だと思いますが、専門家の解説のほうが意義のある番組です。同じ素材でBBCも放送しましたが、案内人は登場せず、デイビッド・アッテンボロー^{※9}という有名な生物学者がナレーションしているだけです。しかし見応えがありました。経済界の中でも日本版の俳優の登場に不満という意見が多数ありました。

せめて科学番組やドキュメンタリー番組はNHKの人材、そして専門家で解説してほしいと思います。

インタビューを終えて

NHKのなかでも視聴率だけにとらわれず、客観的に番組を評価していいこうとする指標が開発されています。こうしたさまざまな指標を活用し、これまで以上に職場で番組に関する議論が活性化するように期待されます。こうした動きがあるなか、数値だけが独り歩きし、それぞれの番組から「公共放送らしさ」といった視点が喪失するようなことがあってはなりません。

「公共放送らしさ」とは、それぞれの人によって受け止めが異なり、数値化するのには容易なものではないと認識していますが、誰かに問われた時に、「この番組の公共放送らしさはここにある」という説明が常にできることが大切なのだと思います。

報告 中央放送部長 小磯亮

※7「JAPAN デビュー 天皇と憲法」

日本が明治以来、欧米列強に伍しようとする時に命運を握った4つのテーマ「アジア」「天皇と憲法」「貿易」「軍事」に焦点をあて、いったんは世界の一等国になった日本がなぜ国際社会のなかで孤立し、焼野に立つことになったのかを世界的に検証するシリーズ。

※8「プラネットアース」イギリスのBBCの自然ドキュメンタリーシリーズで、日本のNHK、アメリカ合衆国のディスカバリーチャンネルとの共同制作によって作られた。日本では「NHKスペシャル」にて2006年5月から2007年2月に順次放送。

※9「デイビッド・アッテンボロー」英国が誇る世界的動物学者。世界各地で野生生物および民俗学関係のフィルム制作を手掛ける。生物の進化と多様な生態、生存競争と生物間の相互依存など、真正面から地球生命の本質に迫る視点を持つことに特長があり、環境ジャーナリズムの新分野を開拓。

「もの作りの原点に戻れ」

1 926 (大正 15) 年 12 月 25 日、
世界で初めて小さなブラウン管に
「イ」の字が映し出された。
テレビが産声をあげた瞬間である。
その後、ラジオからテレビへ、
白黒からカラーへ、そして衛星放送、
ハイビジョン放送、デジタル放送へと
テレビは“進化”を遂げてきた。
まさにテレビは「時代の花形」だった。
いまは・・・？！

インターネットにその座を奪われつつある
いまのテレビは何をめざすべきなのか、
教育現場の最前線で、放送業界を志す学生を
指導し続けている上滝徹也氏に聞いた。



上滝 徹也

日本大学藝術学部放送学科教授

プロフィール

1942 年生まれ。日本大学藝術学部放送学科卒業後、助手・専任講師・助教授を経て 1988 年から教授。「テレビ文化史」として、テレビドラマを徹底的に研究するドラマの専門家。BPO (放送倫理機構) 放送倫理検証委員会委員長代行、放送批評懇談会常務理事、文化庁芸術祭審査員、ギャラクシー賞選奨事業委員長などを歴任。

いま、学生にとってテレビとは

アメリカの金融不安に端を発し、急速に景気が減速するなかで、新卒学生の就職活動にも影響が出てきています。少し前までは「売り手市場」と言われていたことが、まるで嘘であったかのようには今は、「内定取り消し」などといった言葉までがニュースで流れています。

そのようななか、マスコミは、放送は、テレビは、今の学生たちにとってどのような存在なのでしょう。とある調査結果では、景気後退や円高の影響を受けにくいとの印象からか、上位 10 位のうち 6 社がマスコミという人気ぶりです。また別の調査では、全 42 業種中 1 位がマスコミ (広告・出版・印刷) で、マスコミ (放送) は 8 位と、いずれも上位ではあるものの同じマスコミの中で差がついているとの結果も出ています。

しかし、インターネットの普及などにより、若者のテレビ離れが深刻化している中、本気でテレビ界への就職をめざしている学生はどの程度いるのでしょうか。

こうした現状を踏まえ、長年、日本大学藝術学部放送学科において放送を研究されているとともに、テレビ界をめざす学生たちを指導し続けている上滝教授にお話を伺いました。上滝さんは、放送倫理・番組向上機構 (BPO)※1 の放送倫理検証委員会、委員長代行も務めておられます。長年の研究と幅広い活動、そして日々の学生との交流などを通じて、今の学生にテレビ界がどう受けとめられているのか、聞くことができました。

テレビのエンターテインメント性

——まず初めに上滝さんが放送を、特にテレビを研究しようと思われたきっかけを教えてください。

私がテレビを初めて見たときに、テレビが「時代の花形」となると感じたからです。実際、テレビが発信するエンターテインメントは多くの人々の関心を集めましたし、私もその一人です。その意味では、私自身ミーハー的な気持ちがあったことも確かです。テレビには、人々のミーハー心をくすぐる力がありますし、だからこそ魅力的なのだと思います。

——テレビの持つエンターテインメント性に惹かれたと。

もともとテレビは娯楽から始まりました。テレビ放送開始当初は、「一億総白痴化」※2などと揶揄されたことがあ
るくらいですから、テレビの原点は娯楽にあると言つても過言ではありません。私だけでなく、多くの人がテレビのエンターテインメント性に惹きつけられたと思います。今はテレビでも「報道」が重視される傾向がありますが、テレビの中で「報道」というものが番組として始まったのは1960年代に入ってからです。テレビの歴史の中では、比較的新しいジャンルだと言えます。

技術革新によりテレビが失ったもの

——今のテレビ界において足りないものとは何でしょう。

ものづくりの原点である「手作り感覚」が失われていることではないでしょうか。テレビが誕生してから、技術革新とともにテレビは進化し続けてきました。しかし、映像文化の発展という視点においては悪影響も出ていると思

ます。たとえば、ここ数年でノンリニア編集機※3の導入が進みましたが、これにより作業が楽になったかという現実実はそうではありません。制作現場では、かえって作業量が増えています。また、制作者自身にも、「編集でどうにかなる」などといった甘えが生まれ、「とりあえず、一通りの映像を撮る」という手法が一般的になってしまっていないでしょうか。

この傾向は、撮影という映像メディアでは非常に重要な作業が、いわばベルトコンベアの流れの中のひとつになり下がっているとも言えます。その結果、その一瞬を撮るという緊張感が薄れ、映像の持つ本来の力が十分に発揮できなくなっています。フィルムそのものが貴重だった時代には、1分1秒たりとも無駄に撮影できないという緊張感から研ぎ澄まされた一瞬が記録されていました。撮影された一瞬一瞬がかけがえのない貴重な映像となっていたと思います。

技術革新により、決定的な瞬間を逃すリスクを回避できるようにりましたが、一方で、手作りでテレビを制作していたころの思いは薄れてしまったのではないのでしょうか。そうした「ものづくりの原点」とも言える思いを、今一度見つめ直して欲しいと思います。便利になった一方で失われたものは何だったのか、テレビが文化の創造・発展を支えるものだと認識に立ち返ったうえで、パラダイムシフトすべき時だと考えます。

今の学生とテレビ

——今の学生はテレビをどのように受けとめていますか。

今の若い世代にとって自動車が魅力ないものとなっているのと同様に、テレビも彼らの中でのステータスが非常に低くなっていることは否めません。こうした影響もあつてか、

※1「放送倫理・番組向上機構（BPO）」P250参照。

※2「一億総白痴化」

社会評論家の大宅壮一氏が生み出したと言われる流行語。「テレビというメディアは紙芝居以下の非常に低俗なものであり、テレビばかり見ていると、人間の想像力や思考力を低下させてしまう」という意味で使われた。

※3「ノンリニア編集」ビデオテープなどに記録された映像を、パソコンに内蔵されているハードディスクなどにデジタルデータとして取り込み、それを専用の編集ソフトなどで編集する手法のこと。一度デジタル化した映像は、編集を何度繰返しても劣化することがなく、何度でもやり直しができる。また、ソフトにあらかじめ用意されている特殊効果（トランジション・ビデオエフェクト）を加えることで、初心者でもプロ並みの凝った映像に編集できるというメリットもある。

本学の放送学科の志望者も一時期の5分の1程度にまで減少しています。だからと言って、今の若い世代でテレビを志す人が少ないわけではありませんが、今の制作現場は創造的な仕事とは程遠く、当初はテレビ界をめざしていた学生も現場の実情を知るにつけ、志望を変えてしまうケースも少なくありません。

経費節減などを理由に番組制作の外注化が進んでいますが、それが進めば進むほど、この傾向は強くなっているように感じます。外注化によって制作を引き受けている外部プロダクションなどの人は、労働条件も、賃金も非常に悪い。テレビに憧れて、この世界に飛び込んだ人でさえも、この現状を前にしてテレビ界から去っています。私はその現状こそが、今のテレビ界を魅力のないものとしている大きな要因だと思っています。テレビ局の正社員（職員）の方々は、番組制作に関わっている外部プロダクション社員やアルバイトの人たちの現状にもっと目を向けるべきではないでしょうか。

——テレビが再び魅力あるものとなるためには、どうしたら良いと思いますか。

テレビは文化を創造・発展させることのできるメディアです。まず

はその本質に、ものづくりの原点に立ち返るべきだと考えます。番組を大量生産しようとすれば、あたかも工場のベルトコンベアのような生産ラインを作らざるをえず、画一化が進み、魅力のないものになるのは当然です。ひとつひとつ手作りで作り上げるからこそ、それぞれの個性が際立ち、魅力あるものとなっていくのです。学生は、テレビ界を研究する中で、テレビ界の現状を目の当たりにし、自分がテレビ界に入ってもシステムワークの駒のひとつにしかないこと、大量生産するための機械の歯車のひとつに過ぎないことを悟ります。そして、より手作り感が得られるであろう映画や演劇、出版へと目標を変えているのが実態です。

日本大学芸術学部放送学科を志望する受験生には、ラジオ制作をめざしている人が少なくありません。その理由は、音声メディアであるラジオはお互いに話をしないと番組が成り立たないため、人と人とのふれあいを実感でき、手作り感が非常に強いからだと言います。

また、テレビ番組においても、いわゆる「長寿番組」と言われるものは、「ふれあい」がキーワードになっているとは言えないでしょうか。今の番組で言えば『鶴瓶の家族に乾杯』がその代表だと思っています。ドキュメンタリーなどにおいても、あまりにも制作者の「私」の部分が消されているために、本当に取材対象者の痛みを感じていたのか、伝わってこないことがあります。もっと「私」を出すことによっても、受け手とのふれあいが可能になるのではないのでしょうか。

テレビがその魅力を取り戻すためにも、こうしたもの作りの原点ともいえる「ふれあい」や「手作り感」を大切にした番組作りに立ち返る必要があると思います。



インタビューを終えて

いま、私たちの働く制作現場が、一人ひとりの持つ豊かな創造性を発揮できる環境にあるのか、今一度見つめ直す必要があると強く感じました。また、今や職員だけで番組を作ることはできません。制作に携わるすべての人に、創造性を担保できる職場環境としていくためにも、NHK内でワーキングプアが発生していないか、厳しくチェックしていく必要があります。こうした見直しのひとつひとつは小さな一歩ですが、その積み重ねが、これからテレビ界をめざす人にとって、テレビ界を魅力あるものとしていくと考えます。

報告 中央放送部長 中村重治

映画プロデューサー 川村 元氣

メディアは「いまをどう切り取るか？」という視点を絶えず求められています。ドキュメンタリー番組であれば「素材」の新鮮さや、その題材を通して社会や時代が見えることが重要です。そのためには、アンテナを張り巡らせ視聴者の「声なき声」を肌で感じ、見定める必要があります。バラエティー番組の制作にあたっても、視聴者がなにを求めているかを敏感に感じ取らなければ、「ウケる」番組を作ること

はできず、「打ち切り」へと繋がっていきます。つまり、公共性を作るのは社会であってメディアではないわけです。

だからこそ、社会のムーブメントをいち早くキャッチし、「ブーム」を作る、社会をリードするのもメディアの一つの役割であることに間違いはありません。テレビや新聞、雑誌などもその役割を担いますが、映画もまた大きな役割を担っています。フランスで製作された『未来の食卓』は、オーガニックブームを巻き起こしましたし、いまや

120万人以上の日本人が利用している「facebook」も映画の上映がきっかけとなり広がりました。どちらも「深層心理」や「潜在意識」をうまくとらえた結果だったのではないのでしょうか。

日本映画はなかなかヒットしないということが言われていますが、現代日本人の心情をうまくつかみヒットを飛ばしているプロデューサーがいます。川村元氣さん。26歳で企画・プロデュースした『電車男』はネットの広がりとおたく現象をいち早くとらえ大ヒットし、興行収入は37億円。その後も、劇団ひとりの小説『陰日向に咲く』や、本屋大賞を受賞した『告白』などを映画化しヒットを連発しています。先を読む力を身につけ、社会をリードするエンターテインメント作品を発信するにはどうすれば良いか、話を聞きました。

「映像作品へのニーズとトレンド」

2 010年、もっとも高い評価を受けた邦画のひとつとして話題となった『告白』、そして『悪人』。

どちらもこれまでの映画製作における価値観を真っ向から否定し、人間の「悪」や「闇」といったダークなテーマに取り組んだ作品として、大きな反響を呼んだ。

この両作品をプロデュースした川村元気氏に、エンターテインメントの「これまで」と「今」、そして「これから」、それに対するNHKの関わりについて尋ねてみた。



川村 元気

東宝株式会社映画プロデューサー

プロフィール

1979年生まれ。映画プロデューサー。上智大学卒業後、東宝株式会社に就職。26歳で企画・プロデュースした『電車男』が興業37億円の大ヒット。その後も『告白』『悪人』などヒットを連発。『告白』では、第34回日本アカデミー賞最優秀作品賞・最優秀監督賞・最優秀脚本賞・最優秀編集賞を受賞。『悪人』では主演の深津絵里さんがモントリオール世界映画祭で最優秀女優賞を受賞。若き映画界のヒットメーカー。

エンターテインメントに求められているもの

視聴者の「テレビ離れ」が進む中、テレビの広告収入は年々右肩下がりでいいいます。一方で、1998年の『踊る大捜査線 THE MOVIE』をはじめ、邦画が注目を集めることが多くなっています。これは、社会にとってメディアへの興味・関心は何ら衰えていないという事を、メディア業界全体に示唆しているのかもしれない。しかし、映画とはそもそも「選ぶ・決める・出かける・1800円を支払う・2時間以上拘束する」といった、ハードルの高い行為を消費者に強いるエンターテインメント・メディアです。その上、年間数百本のタイトルが製作されるこの業界において、ヒットを生み出し続けるのは決して容易な事ではありません。

ここ数年の映画のトレンドを遡ってみると、2009年『ROCKIES―卒業―』、2008年『崖の上のポニョ』、2007年『HERO』など、いずれも興行収入年間トップの作品には「夢」や「希望」だったり、「正義」といった、観る側にポジティブなパワーを与えてくれるような作品が並んできました。

川村さんもこれまで、『電車男』や『陰日向に咲く』など、ポジティブな印象を与える作品を送り出してきました。しかし、ここに来て『告白』※1そして『悪人』※2がヒットしています。

今までの流れに逆行した作品がヒットした影には、一体どのようなビジョンが存在していたのでしょうか。川村さんに、映画やテレビにおける「これまで」と「今」、そして「これから」についての見通しを伺いました。

変化する観衆の「トレンド」

——川村さんのこれまでの仕事について教えてください。

2001年に東宝に入社してから、最初の2年間は大阪難波の映画館に配属されました。当時は映画作りの仕事にはまったく関わっておらず、もっぱらチケットのモギリやパンフレット販売などの劇場運営業務に携わっていました。3年目で配給作品の編成や企画製作をする部署に配属になりましたが、異動後も最初の1年間は自分の企画が通るようなことはまったくありませんでした。ただ、当時は完成された企画書を提出するというよりは、ペラ1枚のものを絶えず書き続けるという、いわば千本ノック的な作業を自分に課していましたね。おそらく100本くらいの企画は出したと思います。そして2005年の『電車男』が、初の企画・プロデュース作品となりました。

——『電車男』から『陰日向に咲く』あたりまで、一連としてウエルメイドな日本映画の匂いを感じますね。ブームとなった『デトロイト・メタル・シティ』に至っても、よく観てみると人間の温かさのようなものが丁寧に描かれていると感じますが。

そうですね。表現は奇抜でも、一貫したテーマとして、いわゆる人間の優しさに触れるドラマ作りをしてきました。そのピークが『デトロイト・メタル・シティ』だったかもしれません。最も好きな映画監督の一人であるビリー・ワイルダー^{※3}のような「笑って泣けて、ハッピーエンド」という映画がエンターテインメントの基本だと思っていますし、『電車男』でいわゆるコメディに観客の手ごたえを感じていたので、そこに網を投げ続けた、というのもあります。

——『告白』『悪人』については賛否両論で大きな話題を呼びました。川村さん自身どのような想いでとりくまれたのでしょうか。

『デトロイト・メタル・シティ』までの8本を作り終えて、自分がそのジャンルに飽きてきたということに気がつきました。お客さんも飽きてきたんじゃないか、と考えるようになったわけです。それで、違う方向性を模索したところに、『悪意』というテーマに出会いました。しかし当時は一般論として「暗い映画は当たらない」と言われている時代でした。「このご時世で自分の人生も明るくない。だから映画ぐらいは笑いたいし、泣きたいんだ。お金を払ってまで暗い思いをした人間はいない」というわけです。ただ、私はそういう時代は終わったと感じていました。正直、笑つても泣いても、いつになっても世の中は良くなりませんでしたよね。だったらこの悪意の正体を見極めようじゃないか、というムードもあるのではないかと考えるようになりました。そのタイミングで『告白』と『悪人』の原作に出会いました。ほぼ同時期にこの2作品をプロデュースしたことでたくさんの方の反響をいただきました。ただ、同じ「悪」を描いていても、観終わった感想は全く反対だと思っています。『告白』は「悪」に對抗できるのはさらに深い悪しくない」というゴールに向かって進むのに対し、『悪人』は悪というテーマを使つて実は「人間の善意」を描いています。どちらも「悪」から始まるんですが、たどっていくゴールは真逆です。自分の中ではこの2作品を組み合わせる「悪」の正体に挑みたいと思っていました。

※1「告白」

湊かなえ原作、中島哲也監督の映画（2010年公開）。少年犯罪を題材としたシリアスなサイコサスペンス。松たか子さんが演じる主人公・森口悠子は真面目な教師であったが、自らの教え子に愛娘が殺されたことをきっかけに復讐の鬼と化す。テレビCMでラストシーンを見せる斬新な宣伝戦略が話題となった。

※2「悪人」

吉田修一原作、李相日監督の映画（2010年公開）。人間の本性は善と悪をテーマとしたヒューマンミステリードラマ。保険外交員の女性が殺害された事件の容疑者・清水祐一（妻夫木聡）が、馬込光代（深津絵里）を連れ、逃避行をする。キャッチコピーは「なぜ、殺したのか。なぜ、愛したのか」。深津絵里さんは、この映画で第34回トリオール世界映画祭最優秀女優賞、並びに第34回日本アカデミー賞最優秀主演女優賞を受賞。

※3ビリー・ワイルダー

アメリカのアカデミー賞受賞映画監督・脚本家。作品は『失われた週末』（1946年）『サンセット大通り』（1951年）『お熱いのがお好き』（1960年）『アバートの鍵貸します』（1961年）など多数。2002年死去。

悪意の源は「家族」から

——12月に公開予定の『friends—フレンズ—もののけ島の手紙』が発表されました。原作が絵本の『泣いた赤おに』^{※4}ということで話題になっています。これも「悪意」に関する作品なのでしょうか。

いえ、真逆のテーマです。少し前から「家族」というテーマに注目してきました。というのも、前の2作品で「悪」と向き合う中ですつと考え続けてきたのが、「家族」の存在でした。『告白』の女性教師はシングルマザーで、少年Aは母親に捨てられています。そして奇しくも「悪人」の清水祐一も母親に捨てられていますよね。つまり人間が悪意を持つようになる原因は「家族」にあるんじゃないか、と。その実は「家族」というのは人間にとつて最後のセーフティーネットなんだと気づいたんです。

一昔前まで、日本人は「外国が怖い」とうろたえていました。それがいつからか、社会が分からなくなり、学校・会社の仲間が信じられなくなり、隣人に怯えるようになりました。そして今、さらにそれが家族にまで及んで、自分の親・子供・妻が信頼できなくなっているような気がするんです。これは非常に危険なことで、人間は孤独になると何をしてしまうか分からなくなるのです。そんなとんでもないテーマを扱った後でしたから、この「家族」を使つて今度は「希望を描く映画」を作ろうと思うようになりました。

ただ、この映画が「笑って泣けて、ハッピーエンド」になるわけではなく、私としてもそこに戻るつもりは全くありませんでした。この映画には「人は何かを得るためには、何かを失わなければいけない」というコンセプトがあります。いま、この時代、「みんながみんなそろってハッピー」とい

うのはありえない話ですよ。家族って、そもそもそういうものだと思いませんか。誰かが幸せになった分、誰かが傷ついている。それが立場や形を変えながら続いていく、つていうのが、現代のリアルな家族や友人関係だと思いませんか。そういうリアルを描くのに、この『泣いた赤おに』が魅力ある原作として感じられたわけです。

もうひとつ、私が生まれて初めて観た映画に『E.T.』^{※5}という映画がありました。ストーリーの大枠はみなさんご存じで、あの印象的な空中浮遊のシーンが有名ですが、最近観直して、改めて本当によくできた映画だなと思っただです。私も覚えていなかったんですが、主人公の少年の父親は浮気をして家を出て行ってしまっている。お母さんはシングル・マザーのような状態でもう家族は崩壊状態、という設定だったんです。誰もそんなこと覚えていないでしょうけど。そんなところにE.T.がやってくるわけです。主人公はE.T.との交流を深めてすぐ成長するんだけど、やっぱり最後は彼の成長と引き換えに、E.T.は去っていく、という、なんともビターな終わり方をするわけです。私が3歳で覚えた感動を、30歳になっても与えてくれる映画、というのにも大きな憧れを感じましたね。私は今まで、どちらかというと自分の同世代の観客に向かって映画を作ってきたような気がします。自分に子供ができたことも関係あるのか、今は「大人と子供に同じ感動を与える強度のある映画」を作ることに興味があります。

公共放送という財産

——今後、映画プロデューサーとして、公共放送NHKに対して何を期待しますか。

ある種、視聴率やビジネスに左右されないという環境で、

※4 「泣いた赤おに」(1965)

浜田廣介作の児童文学。

人間の子どもが大好きな赤おにのために自己を犠牲にして人間との間をとりもった青おにとの友情の物語。

※5 『E.T.』(1982) スティーヴン・スピルバーグ監督・製作のSF映画。

10歳の少年が地球に取り残されてしまった異星人と出会い、心を通わせる物語。絆の大切さを伝えている。

クリエイターに影響を与える作品を送り出し続けてほしいですね。映画業界でも「NHKのドラマに負けないような面白い映画を作っていかなければ」というムードがあります。『坂の上の雲』^{※6}のようなスケールの作品はもうNHKにしか作れないと思いますし、一方で『その街のこども』^{※7}みたいな、報道機関・公共放送という目線でドラマを作っているのには正直、やられた、という感じでした。『ハゲタカ』^{※8}なども映画関係者で影響を受けている人間は多いと思いますよ。これからも映画業界といい関係で刺激を与え、与えられる関係でいたいですね。テレビと映画、お互いにしかできないことを突き詰めていって、そのうえで迎える繋がりというのが、私の感じる美しい瞬間だと思います。いつかコラボレーションできる日が来るのを楽しみにしているんですけどね。

——最後に、受信料制度についてどう思いますか。

もちろん受信料制度は堅持すべきだと思います。先にも述べましたが、ビジネスだけに左右されないものづくりがきちんと公共放送として存在している、というのは、ものすごく大きな私たちの財産だと思います。ただ、支払いをする・しないが選択できない以上、消費者からは当然厳しい目線で見られていると思います。民放であれば多少面白くない番組は許せても、NHKでは同じ物差しで許してもらうことはできない。とてもシビアな状況だと思います。ただその環境のなかで洗練された、素晴らしい作品が生まれていくことをこれからも期待していますし、一人の視聴者として、とても楽しみにしています。

インタビューを終えて

川村さんは映画のプロデューサーを「漁師のような仕事」と述べておられました。魚のいる場所にはみんな集まってきたて網を投げ始める。しかし、みんなが集まってきた時点でそこはすでに良い漁場ではなくなっている。常に他人と違う場所を探していなければ、「勝つ」ことはできない。実際、川村さんがプロデューサーになりたての頃、ノウハウもない、コネもない、いい原作はすべて先輩たちに取られてしまう、という環境で、どうやったら彼らに「勝つ」ことができるのか、延々と企画を書きながら考え続けたといいます。

本物を探し続ける川村さんのNHKに対する評価は高く、しかし厳しいものでした。これまで、私たちはいくつかのホームランや大きなヒットで満足してしまうことがあったかもしれませんが。しかし今、公共放送として求められているのは、すべての職員がすべての仕事においてヒットを放つことなのかもしれません。さらに川村さんは、「観る側にお金と時間の消費を強いる映画は、失敗を許される仕事ではありません。そういう意味ではNHKとよく似ています」とも述べていました。放送番組に限らず、私たちのすべての仕事にはそれほどの覚悟が必要であり、「社会的な水準」などは言い訳になりません。厳しい基準で仕事を求められているのは、決してNHKだけではない、今回のインタビューで、改めてそのことに気づかされました。

報告 中部支部静岡分会書記長 川村 元気

※6『坂の上の雲』司馬遼太郎原作の歴史長編小説。松山出身の正岡子規、軍人の秋山好古、真之兄弟の3人を軸に明治維新から日露戦争勝利までが描かれている。

※7『その街のこども』NHK総合テレビで2010年1月17日に放送された、NHK大阪制作の阪神・淡路大震災15年特集ドラマ。ふとしたきっかけで出逢った男女が、阪神・淡路大震災から15年が経過した神戸の街を歩きながら、お互いの中にある「あの時の記憶」をさらけ出す様子を描く。兵庫県神戸市灘区出身の森山未來さんと、中学1年生の時に神戸市東灘区で被災した佐藤江梨子さんが、実年齢で出演した。放送後に大きな反響があったことを受けて、未放送部分を加えた劇場版が制作され、NHK制作のテレビドラマとしては異例の全国劇場公開となった。

※8『ハゲタカ』

2007年2月17日から3月24日まで、毎週土曜日にNHK総合テレビとBSハイビジョンの「土曜ドラマ」で放送されていた「日本買収」ビジネスを巡る二人の男の野望と挫折を軸に展開されたテレビドラマ。原作は社会派ノベルを発表する元新聞記者の作家・真山仁による小説『ハゲタカ』と『バイアウト』の2作品。国内外で高い評価を得たことから、2009年には映画化もされた。



放送は「システム」か 「文化」か

■放送は「システム」か「文化」か

①「公共性」2・0? 3・0?

第四部は、「放送は『システム』か『文化』か」と題しました。公共放送が、あるいは民放も含めた放送の公共性が、多様に関わり合っている社会のなかの一部であることは間違いありません。その意味では、放送は確かに、技術的な意味にとどまらず社会的な意味においても「システム」のひとつです。

ただこの「システム」という言葉は誤解を招きがちです。社会の「システム」としての放送は、機械の歯車のように、決められた成果を生み出すために与えられた仕事をこなすだけではありません。そうした機能的な側面も重要ですが、それだけでなく、それまでの社会になかった新たな成果を、新たな価値や考え方を生み出すことも、これだけ大きな組織をもつ放送の役割のひとつだと考えます。そこで、ここでは、「システム」を今既にあるものをきちんと生産する機能的な狭い定義で用い、「文化」を今までにない新たなものを生み出す定義として使うことにします。

「公共性」2・0?・3・0?

関西学院大学准教授 鈴木 謙介

オフィスN代表取締役 西 正

2004年頃から、インターネットの世界で双方向性を重視した新たな概念として「Web2.0」が提唱されました。システム自体が変わったわけではありませんが、使い方や価値観が変われば新たな意味を持つ、という意味で、「○○2.0」という言葉が流行しました。

「公共性」もいま、従来の定義が問われています。公共意識の希薄化がいわれ、政府も「新しい公共」を模索する時代です。「すでに公共性の意味は薄れた」と主張する人もいます。しかし、社会が人と人とのつながりである以上、そこに共有されるという意味での「公共性」がなくなることは考えにくいことです。いったい今はどんな社会で、だから、どんな「公共性」が必要なのか。そこで求められる公共性は「システム」なのか「文化」なのか。

こうした意識のもと、関西学院大学の社会学者・鈴木謙介さんにインタビューしました。サブカルチャー研究から社会の規定を見据えつつ、『反転するグローバリゼーション』などで社会の全体像を見据えている鈴木さんから見た「公共性」を考えます。さらには、オフィスN代表

の西正さんにもうかがいました。西さんは銀行出身ながら、単なる利益追求ではなく、メディアが価値を生み出し、ビジネスにつながり、企業としてどう継続できるかという観点から多くのメディア企業担当者にもコンサルティングをおこなっています。「システム」と「文化」のはざまをめぐる議論をごらんください。

「公共性をアップデートせよ」

マ

メディアを取り巻く状況は大きく変化しています。

インターネットの進化、
低迷する経済状況、
各世代の意識の変化…

これからの公共放送のあるべき姿について
社会学者の鈴木謙介氏に聞きました。



鈴木 謙介

関西学院大学社会学部准教授

プロフィール

1976年生まれ。関西学院大学社会学部准教授。インターネット文化など現代の社会問題に関して幅広い考察を深める。TBS ラジオ『文化系トークラジオ Life』やNHK『青春リアル』ではメインパーソナリティを務め、「チャーリー」の愛称で親しまれる。代表的な著書は『カーニヴァル化する社会』。

変化のなかでマスメディアが見失ったものとは

マスメディアを取り巻く環境が大きく変化しています。2008年9月に起こったリーマンショック以降経済状況が急激に悪化し、広告費の急減はマスメディア各社の経営を直撃しています。一方で、2009年にはインターネット広告費が新聞広告費を追い抜き、日に日にその存在感を高めています。

視聴者のメディアへの接触形態も大きく様変わりしています。ほんの十数年前には、最新のニュースに触れるにはテレビやラジオの定時ニュースか、新聞を待つしかありませんでした。今では携帯電話で、いつでも好きなときに好きなニュースを見ることができます。そして、インターネットではブログ等の個人メディアやソーシャルメディア※1の興隆により、誰もが情報の発信者となることが可能です。その結果、言論空間のあり方も大きく変化しています。既存メディアがどのように振舞っていくべきなのか、大きな試練に立たされているといえます。

こうした動きはNHKも無縁ではありません。大きな変化のなかで、公共放送としての役割がどうあるべきなのか、改めて見定めて実践していくことが求められています。

インターネット社会の事例研究をベースに独自の情報社会論を展開している、社会学者の鈴木謙介さんに聞きました。

公共性を巡る議論

——社会状況の変化のなかで、公共放送に求められていることが少しずつ変化しつつあるように感じます。

公共性に関する議論は、特にヨーロッパで盛んにおこなわれてきました。そもそも公共という言葉をどのように考えるべきか、それ自体が揺らいでいます。

このような認識が先進国を中心に広がっている理由はいくつかあります。ひとつは国が様々なことを決めて護送船団的に主導することが非常に難しくなってきたことがあります。それは財政面の問題であつたり、政府の権威の問題でもあつたりしますが、民間の方の考え方も変わってきたのもあります。お上が決めていることが正しいとは思えなくなってきた、ということです。

多くの先進国では戦後の高度経済成長で豊かさを達成し、食うや食わずの生活をおくる人が非常に少なくなりました。そうしたなかで、よりよい生活をおくりたいという欲求が高まり、やがては自分たちの支持しない価値にしたがつて世の中が運営されるのはよくない、自分たちの生きる価値や生き方は自分たちで選びたい、と考える人が増えてきました。そうした人たちは、民間の自分たちで出来ることは自分たちでやってもいいじゃないかと考えました。その結果出てきたのが、『小泉流』^{※1}とも言うべきでしょうか、いわゆる官から民へというタイプの公共です。国や政府が公共的なものの中身を決めるのではなく、民間の方で決めるべきだ、とする考え方です。

しかし、しばらくするとグローバル化等との進展により、そもそも生活が成り立たない人たちが増えてきてしまいました。高度経済成長期には目立ちませんでした

が成長が止まってくると、公的セクターのサポートなしには生きられない人たちが、社会の中には一定数いるんだということがはつきりしてきました。新自由主義的な考え方だけでは世の中が立ち行かないことが分かり、かといって政府を中心とした護送船団的なやり方に回帰することもできない。そうした背景から政府と民間が手を取り合つて作っていく社会の枠組みが求められるようになりました。NPOやその他の民間の活力を政府がサポートするようなかたちで対応していくべき、とする公共の考え方です。

新しい市民参加型の公共性

このような「市民参加型の公共性」を目指すときに足りない点がいくつかあります。

一つ目は、そもそも市民に何ができるのか、がまだほとんど共有されず、支援もされていない点です。多くの場合僕たちにとって社会貢献活動というのは『ボランティア』を意味します。ですが民間が主体になって公共的なサービスをやろうとする場合、その人たちが生活するための収入や収益の見込みがなければ、その活動は継続できません。社会貢献活動でお金をもらうのは汚いことだと考えていると、税金から彼らに補助金をまわすという図式から脱却できません。市民の側に市民活動は何かという意識が育たなければ、民間と政府が手を取り合つて、新しい公共性をつくっていく、というビジョンにいきなりシフトするのは難しいでしょう。二つ目は、まだまだ成功事例が少なく、民間に良い人材が入ってきていない、という問題です。市民活動を支えて収益をあげる社会企業や、新しい形態のNPO、NGOが注目されつつありますが、成功して収益をあげているのはごく一部であり、実際には、公募入札を経た自治体の仕事

※1「ソーシャルメディア」
インターネットで、ユーザーが情報を発信し、ユーザー相互で繋がりを
持つ仕掛けをもった
メディア。Mixiや
twitterなど。

のお手伝い程度しかできていないのが現状です。社会貢献活動が収益を得ることに對する認知が広まるか、あるいはそうした成功を促すような政府あるいは自治体の施策がなければ、持続的な成功には結びつかないでしょう。

三つ目は予算の問題です。社会貢献活動は結果が出るまで長い時間がかかるため、最初から完全に民間に任せるのは困難で、できるだけ継続的な取り組みが必要です。しかし、自治体・政府の予算は年度単位で動いているので翌年度の予算の見通しがたらず、中期的な事業計画をたてようにもたてられないということがあります。行政も補助金という考え方でお金を出していた発想から、社会に貢献する主体、アクターを育てるんだというところに意識を切り替えていく必要があるでしょう。

——そのような市民参加型の新しい公共を進めていくにあたり、メディアは何をすべきでしょうか。

これまでのように沢山の人が賛成してくれそうだからこの番組を作る、放送する、という姿勢だけではだめです。受け手の側の嗜好は多様化しています。そのことをとらえずに、一番大きなポリウムゾーンを対象にメッセージを発したり啓蒙活動をおこなったりすることが続いている、本当に情報を必要としている人たちのところに情報が届いていません。

社会が変化しているなかで、マジョリティーはまだ知らないし、起こっているとも思っていないませんが、やがて多くの人に大きな影響を与えそうな問題があります。マスコミはそれをこそキャッチして伝えるべきだと思うのですが、今のマスコミはそうした現場が存在することに對してアンテナが伸びていない、肌感覚としてそのような印象を持つ

ている視聴者が増えてきているように感じます。自分たちの生活に関わることであればあるほどリアリティーを失っている、そこに情報の飢餓感が発生しています。現在多くのメディアが不信を買っている原因のひとつです。

今こそメディアにも新しい主体、アクターを育てていくための活動はどうあるべきなのか、そのビジョンを持つことと、そのための取り組みが求められています。NHKは民間放送と違って収益をあげるとか、視聴率を取ってくることに對するインセンティブは必ずしも高くないので、新しい市民的な公共性をつくっていくことに貢献できる度合い、役割は大きいはずですし、実際に求められるでしょう。

そのような提起の成功例として「ワーキングプア」が挙げられます。NHKが先頭をきって放送したことにより、単なる貧乏とか失業者という枠組みではとらえられない現代的な問題として多くの人が認識するようになり、雇用環境の悪化によって影響を受けている困窮者に対する目線が大きく変わりました。

分かる人にしか分からなくなったテレビ

——マスメディアのズレは何故生じたのでしょうか。

番組作りの文法にも問題があると考えています。想定している視聴者が自分たちのこれまで作ってきた作り方を分ける人に限定されてしまっていて、分からない人たちのことが分からなくなっている感じがします。バラエティーであればバラエティーやお笑いの文法があり、こういうところで笑いますよ、という作り方をしています。わざわざ、ここで笑ってください、と笑いの効果音を入れたりしています。一方で、そうではなくてこんな笑いもあるんですよと挑戦する番組は非常に少なくなっています。そもそもお

笑い自体を作っているのだという意識が薄くなっています。

報道についてもそうです。これはまずいことなんですよとか、これは悲しいことなんですよ、というメッセージが予め番組作りのなかになんか多く含まれていて、それ以外の反応はできないように作られています。例えば子どもが殺された、背景について何があるんだろう、ということを考えてようとしても、最後は皆かわいそうで落として納得して、掘り下げが効かない作りになっています。世の中がある程度まともに成り立ってれば、そのような出来事は「例外」である、という作り方で人々の関心を惹くことが出来たのかもしれません。しかし、これでは今の視聴者のなかでぼんやり感じているリアリティー、自分ももしかするとこうなるんじゃないか、そのような問題意識を拾うことができません。

その結果、これまで作ってきた作り方を分ける人への限定化、結果的には視聴者の高齢化が進んでいます。NHKはどうしてもそういうところがあつた訳ですが、例えば世代交代であるとか、時代の変化であるとかによつて、受け手層の意識が変わっているかもしれないのに、依然として地方の高齢者という「都市化の波に取り残されつつもこれまでの生活を保って生きてきた人たち」、「細々と自分たちでやっているような田舎」とか、非常に固まったイメージを持っている、そのあたりで大きなズレを呼んでいる気がします。今の60代はマンガを読んでアニメも観て育っています。あの桑田佳祐ももう50代も半ばです。地域の高齢者も大分変わってきているのに、そこにターゲットできていないように思います。

民放もここ1、2年の間に急速にターゲットの高齢化が進んでいます。音楽番組もいつの間にかほとんどが昭和の

懐かし歌番組になっていて、出演者も高齢化が進んでいます。番組をこれまでの作り方にあわせて作っていると、そういう人をターゲットにしかできないようになってきているのだと思います。

——いわゆる「島宇宙化」※2のようなこともその一因なのでしょうか。

価値観の多様化が進んで互いに見えなくなっている部分は確かにあるのでしようが、細分化してターゲットするのは産業がやるべきことです。公共放送がやるべきなのは、今の60代って何なのか、今の50代って何なのかということですが。放送文化研究所がずっと日本人の意識調査をやっています。そのためのものなのだろうと思います。今のNHKにとって60代というのはどういう層なのか、イメージできているのか甚だ疑問です。公共放送として取り組むべき60代の像が把握できていないというよりも、今80代の人々が60代のときのイメージで止まっている、更新されていない感じがします。若者のイメージも、若者に関しては見えていない、扱われないということになってしまっています。扱われているにしても、高齢者から見た若者、子育て大変ね、とか、就職なくて大変ね、とか上から見た若者像になってしまう傾向があります。しかし、これはもう日本のあらゆる商品開発がそうになっているようにも思えます。

若者に見てもらって、ではなく、共働する

——若者をどう取り込むかは大きな課題です。

取り込むということのイメージにもよるのですが、NHKの公共放送作りみたいなものに協力してくれる人材と、どう信頼関係を築くかというほうが重要です。見てもら

※2「島宇宙化」
90年代前半に社会学者の宮台真司が若者の個別化と交流の断絶の現象を「島宇宙化」と表現した。

のは最終的にそうなると思いますが、その前のところで、自分たちも地域創りや番組作りに貢献できた、いい形で貢献できたと思ってもらいうような、そういう体験をしてもらうところから始めないといけないと思います。

今ローカル放送のなかで特にコミュニティFMを中心として、地域で番組作りをするということのニーズが高いです。なぜかという、皆単なる受け手ではなく、目立つ送り手になりたいと思っているからです。そういうニーズは逃すべきでないでしょう。

若者がモノを消費しないといわれていますが、消費ではなく、生産や労働を通じて生きがいを感じたいという人が増えているということがあります。若い人が求めているのは、テレビを見て何を買うかを決めることなく、何かを作ってそれを人に渡して感謝されることです。新しい公共性を作っていくということは、作り手を作っていくということでもあります。であれば、そういう場を若い人達に用意してあげる、というのもひとつの公共的な役割かもしれません。

各地域に継続的に番組作りに貢献できるような枠を用意して、実際に活動してもらう。それを友達に言っただけで、実際に活動してもらったか、それが長期的には視聴されることにつながると思います。これが体験として積み重なれば、何かあったときにも、前出してもらったあいつ、近所に住んでるじゃん、ちよつと電話してみよう、ということも出来ますよね。

放送の地域性を組み換える

——ローカル放送のあり方についてはどのようにお考えですか。

ローカル放送の必要性は疑いありません。今東京の人口が1300万人ですから、日本の人口の1割が東京に住んでいる訳です。それだけ東京に一極集中して、東京都民を相手にしても相当のサイズになってしまいう時代だからこそ、ローカルのエリアに必要な情報を、その土地の人だけにわかる形で集めて発信することの意義は大きいです。

ただし、ひとつの県にひとつの放送局が必要かというとそれは別の問題です。道州制の問題とも関連しますが、日本は地域性というものを、一度戦後の国土開発の中でチャラにして、県という単位に分解してしまいました。本来持っている地域性と、県という単位は合っていないかもしれません。福岡県と佐賀県で放送を変える必要があるのか。一方で、大阪市と府下で同じ放送でいいのか、兵庫県も北部と南部で同じ放送でいいのか、ということはあります。今なら阪神は京阪神と一直線に連なつて考えられていますが、時代が変わって、むしろ神戸は広島と連携してやった方がいいという時代があるかもしれない。そういったエリアの見直しというのは十分に考えられてもいいように思います。とにかく、今の県単位の局から自分の県に向けて発信するのが地域性だ、と閉じてしまわないようにすべきです。

実際にはローカル放送枠であるとか、今の枠組みでもできることがあるでしょう。今のローカル放送では、明らかにニュースでないものをニュースとして探すなどして、何とか30分を埋めているような場面も目につきます。ローカルの小さなネタより、大阪の重大事件の続報を聞きたいとき

もあります。神戸と大阪と京都と奈良で協力しながら、共有できるソースは何か、独自のものは何かを考え、連携して放送する。県単位、関西単位、残り10分は県庁所在地を中心とした情報とか、必要に応じて柔軟に地域性を組み替えることがもつとあってもいいように思います。ローカルニュースがなければ関西一円大阪から出してもいいですし、逆に今日は神戸からの情報だけだよとか。そうすることで、スタジオの制作費とか人件費も浮くのではないのでしょうか。それが出来るのが全国的なネットワークを持つメディアの強みだと思います。

また、地域を考えるだけでなく、組み替えていくことで、地域のイメージ作りに参画、協力することがあってもいいと思います。今は人口の移動が重要な時代であり、お祭りも県外からどれだけ人を呼べるのが重要です。祇園祭の情報は府外の人も皆知りたいと思うはずです。兵庫も、特に南部は中国、四国、関西のハブになっています。他の地域の情報のニーズは沢山ありますが、実際にはそこまで手がまわっていません。共同通信と地方新聞の関係のように、そこにニュースの取材分配の仕組みがあってもいいと思います。地域は違っても問題の根は同じ、ということも沢山あります。

そして、これから地方局が厳しくなっていく中で、情報取材と発信をやっていくチャンネルはどうしても必要です。特に災害は地域関係なくやってきます。その点では、民放と比較しても公共放送には非常に大きな役割があると思っています。これまでだったらNHKが現場に一番行って、現場で起きていることを報道して伝えることが大切だと思っていると思うのですが、しかしこれでは足りないと思います。

先程申し上げたとおり、今後構築されるべき新しい公共

性というのは民間との協力のうえで成り立ちます。中越地震のときだったと思いますが、報道機関が昔のフォーマットに従って一番被害の大きいところにカメラを走らせている間、インターネットで集まった有志がバイクに乗って救援物資を届けて回っていました。インターネット上にどこそこの町には何が足りないということが書き込まれ、まとめられて、それがボランティアのライダーに伝えられて、救援物資を初動で届けるという作業がなされていました。インターネットがなかった時代、終戦直後NHKは尋ね人の番組をやっていましたよね。今はそれがネットでやられています。実際彼らは小回りが利きますし、出来る人がやるでいいと思いますが、そうした人たちに正しい情報をまとめて伝える役割をネットに任せていればいいのか、ソースがはつきりしなくてもいいのか、これは考えないといけないと思います。これからは、現地に対して伝えるべき一次情報と、フィードバックしあって得られる情報の、両方が必要だと思います。

ということを考えれば、自分たちが一番に何をすることも大切ですが、なにかあった時にNHKに対して協力してくれる協力者を募って地域と連携できる体制を確保することが大切です。災害でなくてもお祭りでもいいと思います。祭りで交通渋滞がひどくなっています、とか。

NHKは実験の場を

——インターネットの進化により言論空間も変容しています。どのような姿勢で取り組むべきでしょうか。

テレビと違い、インターネットで「皆様」という単位のマスをとるのは非常に難しいです。常に最先端、常に実験ターゲットを絞ったウェブのコンテンツ作り、サービス

作りを進めていくしかないでしょう。自分も関わっている『青春リアル』※³では番組中に沢山BGMが流れています。この曲は何だという問い合わせが殺到していて、この春からはホームページにその情報を掲載しています。ほとんどの人には興味はない、しかし、見ている若い人達にはものすごく気になる情報です。このようにマスをとるのではなく、コアをとっていく、コアを逃がさないような先端的なコンテンツ作りはあってもいいと思います。ウェブは全員が見て意味があるものでなければいけないということはないため、できるだけエッジの部分に挑戦することを止めないでいてほしいです。

日本はネットの利活用では国際的に遅れをとっています。日本にネットサービスが育たない最大の理由は、挑戦も許さなければ責任もとらなかつたことです。偉い人は責任をとらない、若い人には挑戦をさせないでは、ネットサービスがでるわけがありません。ネットで出来るのはテレビの放送を違法に見ることか、芸能人の情報でスポーツ新聞に載ったものをテキストで読むか、しかないのは大変まづいです。積極的にネットを使って楽しいんだ、面白いんだ、こんなこと出来るんだ、ということ体験してもらわないといけないし、新しい方向性を模索していかないとけない。そのためにはお金と実験の場が必要です。しかし今、ITベンチャーが多額のお金を調達するのは非常に難しくなっています。また実験の場といっても起業してそれをやるのは大変リスクが大きいわけです。であれば、公共放送がワークショップでいいからそういう場を設けて実験をさせる、そういったことがあってもいいでしょう。『爆笑オンエアバトル』のようなネットサービスのコンテストはどうでしょうか。200キロバイト!とか(笑)。NHKと仕事すると自由に

ウェブを作らせてくれるらしいぞ、というだけでも日本のIT業界が色めき立つところがあると思います。そういう可能性を広げていけるような場があるといいですね。

――最後に、公共放送に求めるものとは。

公共性と言うのはその時々、社会を体現しているもので、社会が変化すれば公共性の中身も変わるの。当たり前です。しかし、NHKは変わらないものを放送するのが公共性だと考えているところが多いと思います。それを否定するということはないですが、変化している公共性を担っていくのも公共放送の役割だということ意識してほしいと思います。

インタビューを終えて

私と同一年の鈴木謙介さんは、同世代が感じているようなマスメディアへのある種の不信感とその構造について指摘しました。一方で、社会構造の変化の中で起こっている公共の枠組みの変化を示し、そのなかでNHKが取り組むべきものがあると主張しています。「社会が変化すれば公共性の中身も変わる」というのは全く頷けることです。

私たちが鈍感であることで、視聴者の、社会の潜在的な期待を裏切っている部分があるのかもしれない。これまでのやり方に拘泥することなく、私たちに求められている役割を常に問い、考え続けていくことが欠かせないと改めて思いました。

報告 中央交渉部長 新井宏和

※3「青春リアル」
NHK教育テレビで毎週土曜日夜に放送されている10〜20代の討論番組。鈴木謙介氏は「リアルタウン町長」を務めている。

「サイレント・マジョリティーの声を聴け」

世

世界のインターネット人口は、はや 10 億人を超えた。

デジタルネイティブと呼ばれる次世代を担う子供たちも誕生した。通信業界におけるデジタル化は、急速に進んでいる。

その間、私たち放送業界は、どれだけの“進展”があったのだろう。

日本でもいま、通信と放送の融合が盛んに叫ばれている。

金融業界出身でありながら、

通信・放送にも造詣の深い西氏に

融合時代の公共放送について聞いた。

(このインタビューは 2008 年に行いました)



西 正 オフィスN代表取締役

プロフィール

1958 年生まれ。東京大学法学部卒業後、三井銀行入行。さくら総研メディア調査部長、日本総研メディア研究センター長を経て、03 年 7 月にオフィス N を起業。放送と通信、双方の分野に精通したメディアコンサルタントとして活躍。経営的視点だけではない「放送」を語る数少ない人材。著書に『IPTV 革命』『メディア企業選択の時』など多数。

放送・通信融合時代の公共放送

インターネットや携帯電話の爆発的な普及に代表される通り、いま通信業界は急速な発展をみせています。私たち放送業界もデジタル化を進めてはいますが、そのスピードは通信と比べるとかなり遅いと言わざるを得ない状況です。さらにここ数年、放送と通信を融合するための具体的な取り組みが各所で進められています。スピード感の大きく違う業界同士の融合であり、議論は混迷を極めているとも言える状況です。

こうした状況を踏まえ、放送と通信、双方の分野に精通し、この分野でのコンサルタントとして活躍されている西正さんに、放送と通信の融合時代に公共放送が果たすべき役割について伺いました。

完全デジタル時代に受信料で成り立つ公共放送がどうあるべきなのか、通信業界の動向を踏まえたご意見です。

公共放送の多メディア展開

——NHKは「次期経営計画」のなかで、テレビを軸としつつ、インターネットやモバイルへの展開を図るという「3・Screens」※1という方針を出していますが、どのように受け止められていますか。

公共放送と言えども、放送以外の他メディアに展開していくことは、今の時代における正規の流れだと受け止めています。これだけインターネットやモバイルが流通した状況にあつては、テレビだけで情報を提供していても正しい情報が伝わりにくくなっていると言わざるを得ません。

ただし、放送局の多メディア展開は、日本ではまだ誰も成功しているとはいえない取り組みです。株式を上場して

いる民放は、どうしても短期的な利益に目を向けざるを得ないため、新しいサービス展開を図る際にはリスクを勘案しなければなりません。一方で、NHKは受信料という比較的安定した財源で支えられており、多少リスクがあっても果敢にチャレンジできるはずです。もっと言えば、リスクが高いからこそ受信料で支えられている公共放送がそのさきがけとなる必要があると考えます。

——放送の多メディア展開について、通信業界の方々はどうのように受け止めているのでしょうか。

放送と通信の融合とは言いながらも、通信業界の方々の中で、放送との付き合いがある人はまだまだ少数派に過ぎません。そのため、コンテンツの話をしている場合でも、まず流通ありきの議論になりがちです。そして、この議論でのコンテンツはエンターテインメント系のことばかりであり、報道分野はほとんど視野に入っていないのが実情です。報道が流通とマッチするのにかについては、もっと議論が必要だと感じています。

また、通信業界では今のところ自ら制作に乗り出すことは考えていません。コンテンツを生み出す苦勞については、

徐々に理解されつつあるとは思いますが、実際の制作経験がないから、コンテンツの価値もきちんと評価できていないのではないのでしょうか。



NHK「次期経営計画」をふまえて

——「次期経営計画」では、円滑な完全デジタル化に向けて重点的に取り組む^{※2}との姿勢を示していますが、このことについてはどのように思われますか。

NHKは、公共放送としてジャーナリズムを発揮するところこそが本業であり、地上デジタルの普及促進の役を担うことではありません。完全デジタル化に向けた投資で手一杯となり、質の高い番組が作れなくなつては本末転倒です。地デジの普及促進も重要ですが、本来業務が手薄になつていないか、不断に見つめ直す必要があると考えます。

——衛星波の削減^{※3}を提示していますが、これについてはどのように受け止めていますか。

公共放送の番組には、あまり視聴対象となる人がいないようなものにも焦点をあて、放送することが重要ではないでしょうか。チャンネルを削減することは、こうした機会を少なくすることになりかねず、必ずしも得策だとは思えません。

——外部との競争的共存により制作力を高める^{※4}との方針も打ち出していますが、いかがですか。

外部制作の比率の数値目標を立てることについては、あまり意味がないことだと受け止めています。というのは、あくまでも「社外知」を取り入れることによって新しい発想を手に入れることが重要なのであり、比率を上げることが目的ではないからです。外部制作を取り入れるにあたっては、これまでに社内でも蓄積した「知」と社外で培われた「知」を組み合わせ、より良いものを視聴者に提供すること

※1「3・screens」
〔平成21～23年度 NHK経営計画〕の方針3に掲げられた新しいサービスの概念のこと。「いつでも、どこでも、もっと身近に」を実現するため、NHKの情報・コンテンツを放送だけでなく、インターネットや携帯端末など多様なメディアで届け、視聴者の利便性を高めるとしている。

※2「円滑な完全デジタル化」
〔NHK経営計画〕の方針6に掲げられた。デジタル中継局の建設・整備などを方針目標としている。

※3「衛星波の削減」
〔NHK経営計画〕の方針2に掲げられた。衛星デジタル放送に関して、ハイビジョン2波への再編を検討するとしている。

※4「外部との競争的共存」
〔NHK経営計画〕の方針2の具体施策に掲げられた。そのなかでは、外部制作番組の編成比率を5年間で25%にまで高めるとしている。

をめざすべきです。

また、テレビという創造性の高い仕事においては、人材を育てるのに非常に多くの時間を要しますので、こうした取り組みを通じて内部の人材を育成するという視点を持つておくことも重要だと考えます。

融合時代の公共放送の役割

放送と通信が融合する時代に、公共放送が果たすべき役割については、どのように考えていますか。

放送法にある「あまねく」を実現することができるとは、やはり公共放送であるNHKだけだと思います。究極的には利潤追求を目的とする企業である民放にはできないことです。民放も公共性があるとは言え、会社を潰してまで、「あまねく」実現に向けて取り組みとは誰も言えません。NHKにとってみれば若干リスクの高い取り組みではありますが、公共放送だからこそ取り組める、公共放送こそが取り組むべき課題だと考えます。



NHKを取り巻く環境が大きく変化するなか、公共放送として何を守るべきだと考えますか。

NHKが守るべき最大のものは、自主自立を担保しうる「受信料制度」だと考えます。市場原理に身を置けば、株価に代表される通り

不安定な状況にならざるを得ません。しかし、比較的景気動向に左右されにくい受信料で成り立っているNHKは、世の中が下降気味の時こそ発揮できる力を持っているはず

です。

一部の議論では、受信料制度は制度疲労を起こしているとの指摘もありますが、この点はいかがお考えですか。

04年の不祥事を思い出してください。確かに大幅に受信料収入は下がりましたが、それでも70%前後の支払率は維持できました。受信料を支払わずにテレビを視聴していただくことができたのでしょうか。それは、サイレント・マジョリティー（物言わぬ多数派）の公共放送であるNHKに対する期待が大きいことの裏返しとも言えるのではないのでしょうか。サイレント・マジョリティーは、本当に見限る時にはクレームを言うこともなく、ただ黙って支払いをやるだけです。

受信料で成り立つ公共放送として、どのような役割を果たしていくべきだと思われませんか。

サイレント・マジョリティーの声をきちんと汲み取ることではないでしょうか。彼らの声を汲み取るとは非常に困難なことではありますが、数から言えば「最大派閥」であり、重要なニーズが隠れていると考えます。

「次期経営計画」の策定にあたって、意見募集※5をされていましたが、これに寄せられた声が本当の意味で視聴者ニーズを反映できているのか、疑問に感じます。積極的に寄せられる声ばかりに耳を傾けたり、目に見えている視聴者だけを追いかけたいは本質をとらえることはできません。

※5 「経営計画への意見募集」

次期経営計画（案）をホームページ上に掲載し、08年8月29日～9月12日にかけて視聴者からの意見を募った。合計127件の意見が寄せられ、その結果は公開ホームページでも報告されている。

たとえば、NHKには積極的に寄せられる声以外にも、地域スタッフが地元を歩くなかで聞こえてきた声など、本当は聞こえているはずの声もたくさんあるのではないでしょう。こうした声にもきちんと向き合い、サイレント・マジョリティーの意を汲み取り、業務に反映していくことが重要だと考えます。

また、さまざまな映像を記録し、後世に残していくことも必要だと思います。映像を未来に残していく際に、著作権者の意向が重い課題となっていますが、彼らにしても決して何が何でも駄目と言っている訳ではありません。一度、基準を緩めてそのまま崩し的に「何でもあり」とされてしまうのを恐れているだけです。そもそも権利処理が難しくされているのは、海賊版などの違法流通がほぼ放置されている状態があるからです。こうした海賊版を駆逐するためにも、放送と通信の融合が進むなかでコンテンツ流通はどうあるべきなのか、早急に構築しなければなりません。このような道なき道を切り拓くことができるのも、受信料で成り立つNHKならではの取り組みだと考えます。後世に素晴らしい映像文化を残していくためにも、公共放送に開拓者としての役割を果たして欲しいと思います。



インタビューを終えて

放送と通信、デジタル化に向けた進展のスピードが大幅に違う業種の融合に向けたハードルは非常に高いと言わざるを得ません。しかし、世界的な情勢を見れば、デジタル化を拒むことはできないことも明らかです。こうした情勢があることから、デジタル化に向けた動きの最先端で活躍されている西さんのお話を伺えたことは非常に意義深かったです。

NHKが移ろい変わりゆく時代を切り開く開拓者であり続けるためにも、声なき声に耳を傾けつつ、公共放送として受信料制度を堅持し続けることが必要だと思いました。そして、急速にデジタル化が進む時代であるからこそ、受信料に支えられた公共放送が必要であることを再認識することができました。

報告 中央放送部長 中村重治

■放送は「システム」か「文化」か

② Who's interested in?

西さんへのインタビュは、2008年当時、「通信と放送の融合」の議論が喧しかったところにおこなわれたものです。「融合」の議論は、約4兆円のマーケットである放送産業と、約16兆円のマーケットである通信産業を合わせ、その間にコンテンツのやりとり等が増えれば20兆円を超える産業に活性化できる、という経済的な意味合いの議論が強くありました。放送法や著作権法など、むしろ放送局の活動を制約しているものすら、「放送局が既得権を守るための盾にしている」という批判を受けていました。まして、コストがかかっても公共に資するものは出さなければいけないし、そのための財政的な余裕が必要だというような議論は、当時の「規制緩和」の流れのなかで押され気味でした。

現在では当時のような融合議論は静まりましたが、経済の不況を受けて財源論から「公共」の範囲を規定しようという傾向が強くなってきています。いったいどこまでが適正な「公共」の仕事で、どこからはそうでない（すなわち、必ずしも放送局がやる必要はなく、受信料で支える必要もない）のかは難しい課題です。

Who's interested in?

この章は、放送はいつたい誰に向けて在るものなのか、という観点からのインタビューです。

京都大学の佐藤卓己さんは、「テレビ的教養」という言葉や、「輿論と世論」という言葉で、放送が担うべき「公共」の範囲について触れています。詳細はインタビュー本編に譲りますが、「一億総白痴」と大宅壮一氏に批判された放送が、「総博知」をめざすべきでは、という方向性が提示されています。

また、魔界から地球征服にあらわれたデーモン閣下にもお話を伺いました。NHKに関していえば著名な好角家として知られるデーモン閣下ですが、その人間界についての幅広い見識からNHKに対しても、担うべき役割についてコメントをいただきました。インタビューはもちろん、世を忍ぶ仮の姿ではなく、本来のお姿でおこなわれました。

京都大学大学院准教授 **佐藤 卓己**
歌手・アーティスト **デーモン閣下**



「面白くて為になる」を追求せよ

テ レビ放送が開始された数年後、
とある社会評論家はテレビについて
「紙芝居以下の低俗なもの」と評した。

テレビにより「一億総“白痴”化」運動が
展開されていると警鐘を鳴らした。

テレビは視聴者の想像力・思考力を奪うか？
それとも…？

「テレビ的教養」と呼べるものの存在を探し、
テレビによる「一億総“博知”化」の系譜を
辿る研究に従事する佐藤准教授に聞いた。



佐藤 卓己 京都大学大学院教育学研究科 准教授

プロフィール

1960年生まれ。京都大学大学院教育学研究科准教授。専攻はメディア史。元「日本ナチ・カルチャー研究会」代表。ナチスのプロパガンダを研究することでメディア社会のあり方を考察。また、様々なニュースや社会現象を分析しメディアと現代社会のありようも研究している。『キング』の時代』でサントリー学芸賞受賞。

「一億総白痴化」？「一億総博知化」？

社会評論家の大宅壮一氏^{*1}は、1957年2月2日号の「週刊東京」において、「テレビに至っては、紙芝居同様、否、紙芝居以下の白痴番組が毎日ずらりと列んでいる。ラジオ、テレビという最も進歩したマスコミ機関によって、『一億総白痴化』運動が展開されていると言って好い」との論評をしました。

この当時はまだまだ活字がマスメディアの主流で、書物を中心に教育や教養が発想されるのが主流でした。書物の読者が能動的に活字を拾い上げて、理解、想像するものであるのに対し、テレビの視聴者は受動的に映像・音声を受け取るだけであるために、想像力や思考力を奪う、という批判です。確かに、今でも例えば「納豆ダイエット」問題のように、テレビで放送されたことを鵜呑みにしてしまう、大宅氏が指摘する「思考停止」とも言える視聴者の行動があります。

しかし、テレビやラジオは視聴者から思考力を奪い、「一億総白痴化」させただけなのでしょうか？

書物から多くの知識を得るように、テレビやラジオから新たな教養を得ることに繋がらなかったのでしょうか？

「テレビっ子」であることを自認され、その成長過程で「テレビ的教養」と呼ぶべき何かが存在したように感じるといって、京都大学大学院准教授の佐藤卓己さんにお話を聞きました。

「輿論」と「世論」

——先生は「輿論（よろん）」と「世論（せろん）」※²の違いについても研究されていますが、新聞やラジオ、そしてテレビが与えた影響をどのように考えていますか。

おおまかなメディア史の流れとしては、かつて新聞が「輿論」の足場となり、ラジオにより「輿論の世論化」が始まり、テレビにより「輿論と世論の区別がなくなった」と考えています。ただ、その時代の基軸となるメディアの影響により先行する媒体がそれぞれ性格を変えています。つまり、新聞だって時代を追うごとに、ラジオ化し、そしてテレビ化してきています。現在、新聞に図表やイラストが盛り込まれているのが、その一例です。

100年前、新聞を定期購読できるのは豊かな家庭だけでした。つまり、時間的、金銭的な余裕があり、政治的な議論をすることのできる教養も持っている人だけが新聞を読んでいたのです。だからこそ新聞は「輿論」の足場と成り得たのです。

1925年に普通選挙法※³が成立しましたが、これによりこうした人たち以外にも政治に参画することができるようになりました。そこで大きな力を発揮したのが、同年に放送を開始したラジオです。もともと日本のラジオ放送では非政治的な枠組みのなかで「娯楽」と「教養」の二面が重視されていました。しかも、放送開始当初は、ニュースは新聞社からの提供という制約があり、「娯楽」の面にメディアとしての魅力が集中しました。大勢の人たちが共に聞いて、その話に喝采を送る、「議論」ではなく、「共感」により合意を形成するメディアとなりました。今日的に言うところの「空気を読む」心性の増幅装置ですが、このラジオ時代

に「輿論」と「世論」の区別が曖昧になっていきました。こうした「輿論の世論化」こそ、ファシズムなのだとは私と考えています。

そして戦後、1946年には、当用漢字表で「輿」は使用を制限され、新聞社の主導で「輿論」に「世論」を代用するようになりました。NHKでもやがて「輿論」という漢字を使わなくなり、「世論」も「よろん」と読ませるようになりました。ここから意味の混同が決定的になり、現在では辞書にも輿論と世論は同じものと書かれるようになっていきます。新聞よりも社会的影響力が強いテレビの登場は、「輿論」が「よろん」と誤読されるようになった後のことです。

——パソコンやインターネットの影響についてはどうお考えですか。

「輿論の世論化」に関連しては、プラス面とマイナス面があります。

まず、プラス面は、パソコンの漢字変換で「輿論」が出てくることです。活字の世界で一旦は消えた「輿論」という漢字が再び人々の目に触れる機会ができました。このことにより「輿論」と「世論」の違いについて考えることができるようになりました。「輿論2・0」の可能性が芽生えたと感じています。

一方、マイナス面は、「時間」の制約です。ネット社会ではとかく即応性が求められます。メールを打って、すぐに返信が来ないと、これはダメだと判断される、掲示板に書き込んですぐにレスが来ないと、これもダメだと判断される。こうした高速的なコミュニケーションのなかでは「今」にばかり目が行きがちです。それゆえ、世の中に漂う、移ろいやすい「世論」に流される傾向が強く、さまざまな歴史

※1「大宅壮一」

ノンフィクション作家。テレビについて「人間の想像力や思考力を低下させる」との意味で一億総白痴化と呼んだことは有名。没年となった1975年より大宅壮一ノンフィクション賞が発足し、毎年鋭鋭の作品に授与されている。また、膨大な蔵書資料を元にした「大宅壮一文庫」は雑誌ジャーナリズムの総合図書資料館。

※2「輿論」と「世論」

佐藤氏は、著書「輿論と世論―日本の民意の系譜学」のなかで、「輿論」公的意見、「世論」世間の空気」と弁別している。輿論と世論は現在同じ意味に使われることが多いが、元々は違う言葉。戦前は、「公議輿論、不惑世論」と言われるように、輿論とは議論を重ねた結果として尊重すべき公的意見であり、世論とは世の中に流布する空気、民衆感情である。

※3「普通選挙法」

1925年、加藤高明内閣において成立。成年男子による普通選挙を規定する法律で、衆議院議員選挙法を改正したもの。

的背景などを踏まえた議論を前提とした「輿論」は生まれにくくなっています。

ネットの即時性は、今のメディアの中では「最強」と言えるでしょう。利用者にとって「今」の快楽を最大化してくれるものであり、その分、中毒性も高いものです。教育とか教養とかを考えるとよくわかりませんが、今は面白くないが後になって楽しくなる「遅延報酬」的なものの方が役に立つことが多いのですが、多くの人は「即時報酬」を求める傾向が強いものです。

「即時報酬」と「遅延報酬」

——「即時報酬」という意味では、テレビも同様の傾向があると思いますが。

確かに、今のテレビは「即時報酬」に重点を置いているように感じます。それは、視聴者の「ながら視聴」を前提とするなかでは仕方ないことかも知れませんが、娯楽番組は流して見ることができず、いわゆる教養番組、あとで為になる教育番組は、専念視聴を前提に作られているため、視聴者にとっては時間がとられるものと受け止められてしま



まいます。そのため、「即時報酬」的な娯楽番組から先に消化され、「遅延報酬」的な教養番組は後回しにされがちなのです。皆さんの周りにも、ハードディスクレコーダーにNHKスペシャルやE TV特集がどんどん溜まっているといった人がいるのではないですか（笑）

——確かにそうかも知れませんが（笑）ここで言う「遅延報酬」が「テレビ的教養」であるということですか。

一般には、そうですね。ただし、「即時報酬」もまた「テレビ的教養」には不可欠な要素です。よく教育者は「学びは楽しい」と言いますが、即時的な視点で見れば決して楽しいものではありません。たとえば、算数の「ドリル」は、同じことの、簡単でつまらないものの繰り返しです。でも、それが基礎となり、より面白みのある応用に繋がります。でも、今は面白くないけど、のちに報酬があるというだけでは、なかなか多くの人が取り掛かることはできないのです。

——「遅延報酬」だけでは興味を持たせることは難しいから、「即時報酬」も必要だと。

講談社の戦前のキャッチコピーに「面白くて為になる」※4というのがあります。ある意味では、これをめざすことが「テレビ的教養」に求められていると考えています。

戦後の雑誌界では、平凡出版（現・マガジンハウス）などが「楽しいだけで良い」という路線、岩波書店などが「楽しくなくても良い」という路線と明確に分断されていました。ある意味で、「高級文化」と「大衆文化」が分断されていたのです。ある時期までのテレビはまさにこの「高級文化」と「大衆文化」を繋ぐ役割を、「面白くて為になる」ものの提供を期待されていました。そしてある程度まで成功していたとも思います。それゆえにこそ、一億総中流のメディアあたりえたわけでしょうから。でも、80年代にフジテレビが「楽しくなければテレビじゃない」と「即時報酬」路線を宣言したんですけれどね（笑）

ただ、エンタ性が強くなると「ながら視聴」的な接し方が多くなってきます。民放はそれでも良いかもしれませんが、

※4「面白くて為になる」
講談社の創業者である野間清治氏がめざした雑誌作りの基本姿勢。「雑誌王」とよばれ、昭和時代前期の出版界を牽引した野間氏は「面白くて為になる」雑誌作りをめざし、大正時代に入って『雄弁』『講談倶楽部』『少年倶楽部』『キング』『幼年倶楽部』など、次々に創刊し、いずれもヒットさせた。現在も講談社は、「おもしくて、ためになる」本を日本に、世界に紹介すること、この世の才能のきらめきを、一冊の本に収めることは講談社の使命です」としている。

公共放送であるNHKには娯楽に特化した番組は必要ないと思います。それは、娯楽番組が必要ないというのではなく、民放の娯楽とは違うという「遅延報酬」の確固たる信念を持つてほしいということです。

たとえば、NHKの語学番組が非常に良くなっています。有名タレントを起用することでより多くの人の興味を誘い、多メディア展開するなかでゲーム性も高めています。まさに「面白くて為になる」ですよね。

「あまねく」の意味

——NHKと民放との棲み分けが必要だと。

これまでも、テレビ界はNHKと民放の二元体制だと言われてきました。民放の多くで広告料収入が厳しくなり、これから先も広告による劇的な収入改善は見込めません。今後、NHKと民放との棲み分けという意味では、NHKが民放にできない機能をフォローすることがより重要になると思います。

2006年の「通信・放送の在り方に関する政府与党合意」※5で「音楽・芸能・スポーツ等の制作部門の一部を本体から分離」することに言及されています。私は基本的にこの考え方に賛成なのですが、民放でも収益のあげられるゴルフや野球、サッカーなどのメジャースポーツをNHKで放送する必要があるのか疑問に思います。マイナースポーツの振興のために放送するのは、NHKにしかできないことですが、メジャースポーツは違う。NHKはもつと広告のつかないジャンルを取り上げるべきだと考えます。NHK一局で「多様な番組」と「基本的な情報」のすべてをカバーする必要はありません。民放を含めたテレビとしてカバーできれば良いのではないのでしょうか。

また、民放は広告料で成り立っていますから、主なインサーが存在する都市部に重点を置かざるを得ません。日本にはまだ、携帯やネットのインフラ整備が進まず、不況で本屋もなくなった地方があります。そうしたところではテレビだけが情報源だといって過言ではありません。

NHKは「あまねく」放送を届ける義務を負っていますが、それは決して物理的に電波が届きさえすれば良いというものではありません。都市と地方の格差を埋める、メジャーとマイナーの格差を埋める放送を心掛けるべきだと思います。とりわけ、民放の経営が悪化している今、なおさらNHKの負うところが大きくなっているのです。今のNHKの放送は、「あまねく」電波が届くようになって、格差を埋めるという意味での「あまねく」の視点が薄くなっているように感じます。ラジオやテレビが開始されたとき、地域格差の是正や機会均等の推進という目標が掲げられていたことを忘れてはいけません。

「テレビ的教養」による「一億総博知化」

——ネット社会のなかでテレビの役割が小さくなっていると言われていますが、この点についてはどのように受け止めていますか。

ネットは「PULL」のメディアです。ネット利用者は、たとえばYahoo!ニュースのトップページに並んだ項目のなかから自分の興味あるものを選んで詳細を読みます。逆に言うと、自分の興味のないニュースには目を通さなくなります。

一方、テレビは「PUSH」のメディアです。テレビ局側がニュースに優先順位を付けて並べたものを、視聴者個々の興味の有無に関わらず放送し、見てもらいます。一見、一

※5 「通信・放送の在り方に関する政府与党合意」

2006年6月20日に公表された文書。当時の総務大臣・竹中平蔵氏の私的諮問機関「通信・放送の在り方に関する懇談会（竹中懇）」と参議院幹事長・片山虎之助氏を座長とする自民党電気通信調査会「通信・放送産業高度化小委員会」の議論を受けて作成された。「NHK関連」項目としては、
▼ガバナンスの強化
▼保有チャンネルの削減
▼子会社の整理・統合
▼有料アーカイブの公開
▼外国人向けの映像国際放送
▼受信料の義務化・罰則化の検討などが明記された。

方的にみえますが、視聴者にとっては自分の興味の範囲外のことを知り得る絶好の機会にもなりうるのです。また、そうした情報の共有がバランスの取れた教養や社会意識を育みます。

情報富裕層、あえて言えば知的エリートは自ら努力して情報を集めることが身に付いていますから、「PULL」のメディアだけでも十分かもしれません。しかし、すべての人がそうではありません。だからこそ、テレビの「PUSH」の姿勢により、「輿論」の形成に必要な議論の前提となる最低限の教養を普通の人、一人ひとりに身に付けてもらうことが必要だと考えています。

——テレビは「普通の人」にこそ向き合うべきだということですか。

テレビが向き合うべきは、サイレント・マジョリティーとも言われる、物言わぬ普通の人たちです。でも、誰しもテレビを視聴する時間が無限にあるわけではありません。ここにテレビ局の、とりわけ公共放送NHKのなすべきことがあります。それは、限られたテレビ視聴時間をどのように内容豊かにしていくかを考えるということです。

テレビは数ある情報メディアのなかで一番になる必要はありません。常に最高級のものを出し続ける必要もありません。そうした意味で「テレビ的教養」とは最良の教養ではありません。しかし、より良い「輿論」を生み出す公共圏への入場券として必要な最低限の教養だと考えています。だからこそ、「テレビ的教養」は、視聴者・国民すべてをカバーする教養のセーフティーネットであるべきなのです。

——今のテレビにそれは可能なのでしょうか。

日本人の学力低下を嘆く人たちは、「OECD加盟国における生徒の学習到達度」※6の結果をみて、日本の順位が下がったことに着目します。しかし、私は日本が「成績最上位者と最下位者との差が最小の国」であることに目と注目すべきだと考えています。

「一億総『白痴』化」すると言われたテレビを半世紀以上も見続けた結果として、日本人は学力だけでなく、格差の少ない社会を維持してきました。これは「テレビ的教養」がもたらした成果だと言えるのではないのでしょうか。だからこそ、さらなる「一億総『博知』化」に向けて、良質なテレビ文化が今後ますます必要になってくると考えています。

インタビューを終えて

佐藤さんのお人柄もあるのでしようが、インタビューを始めてすぐ、非常に物腰が柔らかく、かつ極めて分かりやすいお話にどんどん引き込まれていきました。とりわけ「白痴化」や「学習到達度」のお話では、これまでとは全く違う見方を教えていただいたと思います。メディアそれぞれがその特性を活かした情報提供をし、切磋琢磨しつつも、共存関係を保っていく、その結果が面白くて為になるものを生み出す良質なテレビ文化に繋がるのだと感じました。使い古された言葉ではありますが、「ナンバーワン」ではなく、「オンラインワン」をめざすべきであることをあらためて痛感しました。

報告 副中央執行委員長 中村 重治

※6「OECD加盟国における生徒の学習到達度」

OECD（経済協力開発機構）による国際的な生徒の学習到達度調査の結果。加盟国の多くで義務教育終了段階にあたる15歳の生徒を対象とした、▼読解力、▼数学的リテラシー、▼問題解決を調査。

「公共放送は視聴者に迎合するでない！」

放

送のデジタル化、多チャンネル化。
そしてインターネットの普及…。

情報が氾濫するこの時代、
信頼されるメディアとしての存在感を
いかに示していくべきか…。

音楽家、相撲評論家としてだけでなく
幅広いジャンルに知見を持ち、
コメンテーター、批評家としても活躍されて
いるデーモン閣下に聞いた。
(このインタビューは2009年に行いました)



デーモン閣下 歌手・アーティスト

プロフィール

魔暦紀元前100036年(紀元前98038年)11月10日発生
聖飢魔IIの主宰ボーカリストとしてデビュー。日本で活動するア
ーティストとして初めてCNNのラリーキングショーに出演。相撲評論
家のほか演出家、文筆家、思想家など幅広く活躍、暗躍している。

テレビはインデックス

——まず最初に、閣下は普段の生活の中で、テレビ、ラ
ジオ、新聞など、いわゆるメディアというものにどう接し
ていて、それをどう感じていますか。

一番関わりが多いのはテレビだね。でも新聞もすごく大
事だと思っている。テレビって、良くも悪くもインデッ
クスだと思う。最初はどうかだったかはともかく、一つの
媒体で世の中のこと全部を伝えることは無理だから、現代
においてはテレビというのはどうしても「目次」的な伝え
方をせざるを得ない。例えばニュースってのは世界中でい
ろんなことが毎日起きていて、大したことが起こらない日
もあれば、大変なことがいくつも起こる日がある。でも、よっ
ぽど枠を拡大しない限り、決まった時間内で重要な順番に、
10とか8とか伝えるわけだ。そうすると、その局が、その
番組担当者が重要だと思ったものを選ぶんだけど、深
く掘り下げることがなかなか難しい。しかも、概ね
同じようなニュースばかりがどの局でも繰り返し流される
ことになってしまい、11以下の出来事はほとんど伝えられ
ることがなくなってしまう。その点新聞というのは紙面が
多いから、限度はあるにせよ上位100、200の出来事ま
で伝えることができる。そこがやっぱり新聞の大きな役割
だと我輩は思っている。

——なるほど。そうした意味でも放送メディアにおいては、
そのインデックスが付けていうのは、重要な作業です
よね。たとえば、放送では公正・中立とか、不偏不党とかつ
ていう言葉があるんですけども。

時間の枠が限られている以上、その枠の中でいかに伝え

るか。順番によつては誤解を招く場合もあるし、順番によつて伝える側の意図が見えてくる場合も多々ある。あえてそうしている場合もあるだろうし、結果として意図的に見えてしまうこともあるだろう。そういう、不公平であつてはいけないという部分は気を付けるところだろうね。まあ、その辺は各局、NHKも含めてそんなに間違つてゐると思わないけれどもね。

メディアの信頼と公正・中立

——しかし近年、民放での「ねつ造」「やらせ」の問題頻発や、NHKの不祥事など、放送が視聴者からの信頼を損なうようなことが度々起きています。

そんなことはテレビなんだから起こるものだと思うてるから驚きはしなかったね。特に民放ではそのくらいあるだろう、みたいな。ただ心の底にはNHKだと許せない、つていうのは確にあるね。例えば酒気帯び運転は誰がやつても同じ罪だけど、学校教師がした、警察官がした、となると個人としては同じ罪でも「あんたこそやつちゃいけないでしょ」つていう、その感じ?! (笑)。

——そういう意味で、NHKはどうあるべきだと思いますか。

公正中立でなければならぬものだと思うて見ているね。しかし突き詰めて言うと、現実問題公正中立つてあり得ない。まあこれはNHKだけじゃなく民放もそうなんだけど、スポーツで日本と外国がたたかう何かがあるときに、必ず日本を応援しなきゃいけないという言い方に、すごく違和感を感じるね。特に我輩とある競技があまり好きじゃないから、その競技の日本チームが負けて欲しいと思つて見てるのね

(笑)。そうすると、「なんでそんな日本を応援するようなスタンスで放送するんだ」と。それはもう公正中立ではないわけだね。誰もが日本チームを応援しているかと思つたら大間違いなんだぞ! いう。公正中立つていうのはそこまで考えなきゃいけない。ただ、つまらない放送になる可能性があるけどね。

オリンピックの放送にも言いたいことがあるね。たとえば、海外の選手が金メダルを取つた! それが生中継では流れる。でもその後、流れないんだよね。世界で一番になった人の映像がインデックスから消されてしまつて、5番だった、6番だった日本人の映像が何回も放送される。これはどうなのか。やつぱ世界でナンバーワンになった人のことは何回か放送してくれないと: つて思うね。あと、一回戦からの勝ち上がり方を見たいとか: テレビではそういうのが無くなつていくんだよね。

それからあれはNHKの予算の話なのかな。夜中にずーつと国会中継やつてるじゃない。あれがあるからね、やつぱりいくら公共放送と言い張られても「いやあでも結局国の放送でしょ」つていうイメージがものすごく付くのだね。そこを何とかしないと。

でも、呼ばれたから言うわけじゃないけれど、一番信頼している放送局だよ(笑)。やつぱり意識としてはね。NHKがこういう風に伝えてるんだから、まあ人が伝えることだから間違いもあるうが、でも慎重にはやつてゐるはずだ。という意識はあるね。

コアなNHKファンとして

さつきメディアとどう接しているかという答えのなかで、テレビを一番見てると思うと言つたけれども、その一番

見てるテレビのなかで一番見てるのはNHKだね。【1】（総合テレビ）だったり【BS】だったり。【3】（教育テレビ）も含めてね。【3】が一番多いかもしれない。知る楽に名前が変わった『知るを楽しむ』、あれはもう、自分が出演する前からずっと、ヘヴィー・ウォッチャーだった番組だし『その時歴史が動いた』から変わって『歴史秘話ヒストリア』も面白いよね。地味だけど、『あの人に会いたい』とか。

あと、ドキュメンタリー関係も海外制作も含めてよく見てるよ。『知られざる野生』ってのを見て、ブラジルの草原で動物たちの営みをやってる、シロアリのアリ塚が夜中に光り輝くっていうヤツがね。ものすごい良くて、それで、これはどこの国のドキュメンタリーなんだろうって思ってた、最後のテロップを見てたら「これ、NHK制作なんだあ」。良い金の使い方をしている！（笑）

——一方で、NHKが結構民放化しているという指摘を受けることもあります。

部分的には感じるね。まず、「なんでそんなに視聴率気にするの？」これが一番大きなポイント。それから「大衆に迎合しようとし過ぎている」。この2つは似ているけどちよつと違う。これは最近強く感じるところだね。

——視聴者動向のデータを見ると、若い世代のNHKへの接触が低いこともあり、そこを頑張りたいというところがありますね。

苦手なことを無理してやるからダメなんじゃないか？（笑）。得意なことを存分にやってくればいいんだよ。例えばティーンエイジャーから20代、多感なその世代の人た

ちつていうのは「自分たちに無理やり合わせようとしてこういう番組やってるなあ」とかっていうその薄っぺらさを見抜いちゃうわけだね。で逆に、一所懸命そういう風に合わせて、若者向けってやればやるほど、「んもう、今の若者あ、こんなのは見ない」みたいなことになっちゃうわけよ。絶対遅れるから、NHKは。そんなこと言っちゃ失礼だけど（笑）。だいたい若者ってキラじゃない、若者に迎合しようとしているオトナ。

だから得意な感じでやっていけばね、別に無理やり若者と合わせようと思わなくても若者の方から見ようになると思うよ。これは面白い、と。

あと音楽番組で言うよね、おそらく30代、40代が「これ見たい！」っていう音楽番組が少ないのではないかと。実際にアイドル番組があったり、演歌の番組があったりするけど、我々がすごく活躍した時代、ロックが一時期日本の音楽界をもう変えるくらいの勢いでやっていたその時代の人ymarで出てこない。別に音楽活動やってないわけでもないし、そういう人が歌ってる番組がまるでないの、失われた世代じゃないけれども、ちよつとおかしいと思うね。

極端な話、我輩は『のど自慢』のゲスト審査員にオフアーがあれば別に出てもいいと思ってるわけだ。で、こないだ芸能のディレクター氏に会ったときに「今のど自慢やってるんですよ」って言うから「呼んでよ！」って言ったなら「えええ〜っ！」って。その、そんなことは考えた事もなかったみたいな顔…そういう反応だもんね。

——話は変わりますがNHKがずっと相撲中継をしていることを閣下はどう評価していますか。

どう評価しているか?!ありがたいことだと思っている(爆笑)。やっぱりねえ、相撲がどんなに人気があるのが、人気低迷しようが、基本的には放送し続けてくれているわけじゃない。ファンからすれば。

——では以前、民放がやっていたダイジェスト番組※1がなくなったときは。

「ひどいなあ」って思ったね。というか「やめちゃダメだろう。何が何でも死守しろよ」と。今NHKがやってる『幕内全取り組み』と民放がやってた相撲のダイジェスト番組とはやっぱりカラーが違ってて、それはバランスという点ではNHKのフィルタとは違う、相撲のダイジェストが存在しているということがね、我々からすると本当は大事なことだったんだよね。NHKの解説には出てこないこの親方がそちには出てきて、ちょっと酔っぱらってるんだけども面白いこと言うとかね。

4文字略語・カタカナ発音に言いたい!

ついでながら言わせてもらおうと、さっき言った「大衆に迎合し過ぎている」に入るんだが、コンビニ、スーパー、ワンセグ、アラフォー。こういう、いわゆる日本人を最近バカにさせている、なんでも4文字のカタカナに略してしまいう用語はぜひ使わないでもいい。NHKこそ。絶対使うなどというのではないんだけどね。「いいじゃん、もう共通語になってるんだから、ケータイはケータイでいいじゃん!」って言うかもしれないけども、これはその村のなかにいる人だけが理解している共通語であり、外から来

た人にとってはとても分かりにくい言葉で、すごく混乱するはずなのね。『ケータイ』: 灰皿や辞書だって携帯するじゃない。なんでThe Keitaiは電話なのかと。それを怠っていくと、みんなは短くしたことで言葉が短くなつて便利になっていくけれども、その代わりに別のコミュニケーションを失っているということ。そのうち、その言葉は本当はどういう言葉だったのかを忘れていく。わかる人にだけ分かれば良いでしょうという番組はNHKにはやっぱり作ってほしくないのだ。将来に伝え、つないでいくという点も含めて。何もそんなところを大衆に合わせる必要はない。NHKはNHKで、そこは、孤高の伝え方をしている。もらいたい。「ほかはともかく、うちはこう」と。

あと【BS2】の2。「two」って、もうみんな言えるんだから「トゥー」って言うおうよ!アルゼンチンも、もうそろそろアルゼンティンって言うおうよとかね。これもまたちゃんと理由があつてね。そういう発音を知っていると、外国に行った時何回言つても通じない言葉が「あ、この発音が間違ってるからなんだ」って気付くことができるんだよね。『50ボイス』は、50 Voicesにしなきゃいけない、とか!こういうのが大事なんだよ。こういうのをね、ちゃんとやってほしい。NHKこそ。だってもう、中学生には教えることなんだもん。

メディアが「伝える」ということ

——聖飢魔IIの曲・“Heavy Metal Is Dead”には「そんな言葉や歴史の現実をN・H・K. さえも避け続けてる」という歌詞がありますね。これは。

面白いねえ。ついにNHKからその質問が来るとは。まあ、メディアの伝えるという役割の裏側で、伝えてない、とい

※1
「大相撲ダイジェスト」
テレビ朝日で主に深夜に放送していた大相撲本場所の録画ダイジェスト番組(1959年三場所〜2003年九月場所)。テレビ朝日が放送を終了した後は、NHKが2004年初場所から「大相撲・幕内の全取組」として本場所ごとに放送している。

うことを指摘しているわけだが、NHKがどうこうというだけじゃなくて。例えば、今でこそ北朝鮮の拉致被害の話っていうのは普通にニュースとして扱われているけど、その曲を歌ったところはまだ「公共の媒体としては、そんなことはないことになってます」って状況だった。そんなようなことも含まれているのだ。

——『伝えていない』という指摘は重い、大事な視点ですね。ただ同時に、伝えることの難しさや、それが視聴者にどう受け止められるかという難しさを感じることも増えています。

やっぱり確固たる立ち位置、ぶれない立ち位置を決めるということだろうね。公平に、与那国島から稚内、知床に至るまで、まんべんなく誰でも必ず受信できて見られて、それなりに面白さを享受できて、ということを考えてとね、それはかなり難しい放送局であり、ただそれをめざすと言いつけるのであれば、明らかにここはこうでしょう、って指摘されるような穴を作っちゃいけない、っていうことになるわけなんだよね。そこが難しいところだよ。とんがったものもやりながら、一方できつちりおさえるべきものもおさえるという。両方やればいいんじゃないかと思うわけだけども。

——最後に、閣下がNHKに期待することをお聞かせください。

そういう、「なぜそれが大事なのか」ってことをもつと大事にして欲しいね。「なぜ?!!」というものを共有し合い、理解し合うということが大事だし、NHKの持っている総合的な底力をもつてすればできると。そこが我輩がやっぱり

期待するところだよ。

エンターテインメントに関しても実はいろいろあって、民放では今や、目玉のドラマの番宣をバラエティーでやっているだけと言っても過言ではないくらい、ドラマ出演者がクイズに出る。バラエティーに出る。トーク番組に出る。顔が不自由な我輩はドラマにほとんど出ることがないので(笑) なんて、そんな番組の作り方なんだよ!と。NHKにも同じ傾向がややあるよね。

自分のところの番組のPRもそりゃ大事かもしれないけど、多すぎる!そうではない、NHKだからこそ光を当てられる優秀な:優秀なアーティストいっぱいいるんだよ。音楽家に限らず。そういう人をやっぱり、なかなか民放では視聴率につながらないとチャホヤされないから出しにくいかもしれないけど、やっぱりNHKの底力でアンテナを張り巡らせて、「これは質が高い」というものを是非、しっかりとみんなの力で探してきてもらって紹介するということを、視聴率を度外視してやつてもらいたい。

あとはねえ、BSと総合で見たい番組が重なるんだよね!特に夜の10時台。「なんでこれ、おんなじ時間帯にやるんだよ!」。せつかくどっちもいい番組やってるんだから:無理に「お笑いなんとか」やんなくていいから、時間ずらしてちゃんとやって欲しいね。我輩、外部編成委員でもやろうか?(笑)。

インタビューを終えて

民放、NHKを問わず、幅広いジャンルの番組に出演されている閣下から、出演者として、そして視聴者としての両面からお話を頂き、「視聴率を気にし過ぎ」「大衆に迎合し過ぎ」という指摘とともに、「NHKの底力」に期待を寄せても頂いたメッセージと受け止めました。

「視聴者ニーズ」をいかに的確にとらえ、議論・共有して放送サービスに反映させていくか。信頼される公共放送をつないでいくための原点だと、あらためて感じました。

報告 副中央執行委員長 金子泰三

■放送は「システム」か「文化」か ③「御金」もいろいろあるけれど

この章のタイトルは『御金』もいろいろあるけれど。一見するとふざけたようなタイトルですが含意を込めています。

それは、対価意識が社会で高まっていくなか、「お金」が持つ意味がどうなっているか。受信料は「特殊な負担金」と定義されますが、それはいったいどういう意味なのか。かつては「お布施のようなもの」と表現してみたこともありましたが、しかし対価意識の高まりは、負担金であるかお布施であるかを問わず、「自分にとっての何らかのメリットがあるかどうか」を基準に考える論調を強くしています。

モノ中心の経済から、おカネがおカネを生み出す、資本の回転を重視する経済に移行して久しくなります。「御金」の意味も変わる時代に、受信料の意味をもう一度考え直す必要があるのかもしれない。

公共放送インタビューでは、放送やメディアに関わる人たちばかりでなく、他業種の方にもお話を伺ってきました。

「御金」もいろいろあるけれど

ホテルマリックス 日高昭江
ホテルマリックスラグーン 河野早苗

中日新聞営業 畦地真二

福岡大学准教授 井上禎男

最初に話を伺ったのは、宮崎市のホテルマリックスの支配人、日高昭江さんと、ホテルマリックスラグーンの主任、河野早苗さんです。私たちが使っていて実感するとおり、ビジネスホテルの業界もいま厳しい競争にさらされています。来る客を待っているだけでは顧客を増やすことは難しい。では、どうやったら「来よう」と思う、そして、お金を払っても良いと思う付加価値をもたらすことができるのか、その体験を伺いました。

畦地真二さんは、中日新聞の営業マンです。営業が苦戦しているのはNHKだけでなく、新聞も同様です。新聞離れに対して営業の立場からどう向き合っているのか、聞いています。

そうした「御金」論を踏まえて、福岡大学の井上禎男さんのインタビューをお読みください。現在の社会の価値観を踏まえて、放送の役割がどのように制度化されるべきか、その方向性について触れられています。

「大切なことは“横のつながり”と“感謝の気持ち”」

舞

台は南国宮崎。東国原知事の宮崎PRで観光客は増えた。11月のゴルフマンスや2月のプロ野球キャンプなどの季節には、大勢の観光客が押し寄せ、ホテルはどこも満員状態である。しかし、それは一過性のもの・・・。

景気は決してよくない宮崎。ホテル業界も次々にできる“安さ”を売りにした全国チェーンホテルとの競争が激化している。

そんな中、今年でオープン45周年を迎えた老舗ビジネスホテル「ホテルマリックスラグーン」は、利用者から高い支持を集め、常に高い稼働率を誇っている。

人気ホテルの「サービスの真髄」を伺い、“すべては視聴者の皆様のために”を掲げるNHKに足りないものを洗い出すべく、お二人に話を聞いた。

(このインタビューは2010年に行いました)

日高 昭江

ホテルマリックス支配人・CS室室長兼務

河野 早苗

ホテルマリックスラグーン宿泊課主任



プロフィール

昭和39年に創業した、従業員数125名の老舗ビジネスホテル「マリックス」とその姉妹館「マリックスラグーン」。宮崎市街のビジネスホテル激戦区で生き残るため、ビジネス客に限定しないプランを拡充したり、積極的にバリアフリー化を進めたりして、注目を集めている。目に見えない心のサービスが充実していることも、リピーターが多い要素となっている。

お客様の「ニーズ」の変化は速い

——NHKの放送の評価として「親しみ」を持っていないという結果が顕著に出ています。どう思われますか。

「親しみ」というのは、お客様の心をがっちり掴まなければ持つてもらえません。そのためには、お客様が何を求めているのかを常に把握しておく必要があります。お客様の「ニーズ」の変化は本当に速いものです。1週間で「ニーズ」が変わることもあります。当社では、フロントで、お客様との何気ない会話の中で、お客様が何を求めているのかを把握するようにしています。いつもお客様と近い・同じ位置にすることが重要です。

——それでは、会社としての方針もお客様の「ニーズ」に合わせて柔軟に方針転換されるのですか。

はい(笑)。お客様の「ニーズ」に合わせて方針はころころ変わります。フロント会議Ⅱ改善委員会で意見を吸い上げています。今を知っているのは最前線の現場ですから。昔はこうだったという意見はもう通用しません。

NHKさんへの「親しみ」が低いのは、常に変化しているお客様の「ニーズ」に追いついていないからではないかと思っています。どんなによい番組を作れたとしても、お客様が今求めている「ニーズ」に沿わない番組であれば、お客様の心をがっちり掴むことはできません。作り手側の自己満足で終わってしまいます。NHKさんもお客様に対する「垣根」を取り払い、画面の中から視聴して下さっているお客様の笑顔を覗いて見られると、反応が判りますよ。お客様がNHKさんに抱いているイメージを払拭するためにも、「親しみ」を感じてもらえる位置にまで降りていくことが必要だと思いますよ。

リピーターを増やす仕掛け

——マリックスは宮崎県の中でも非常に人気のあるホテルです。私も含めてリピーターが相当多いと伺っていますが、その理由をどう分析されていますか。

人ではできないことを大切にしていることかな（笑）。

ホテル業は、「お家が大きくなったもの」で商売をしています。お泊りのお客様には、お家に帰ってきたような気分になってもらいたい。だから、フロントがお客様を迎える姿勢が非常に温かいと思います。旅館の女将さんのように、様々な会話をし、心を通わせる接客を心掛けています。また、館内もお家に居る時のように普段着・浴衣掛けで動けるように案内しています。朝食もポイントです。どんなに豪華な食事でも、必ず飽きがきます。毎日飽きずにおいしく食べられるのは、「お母さん」が作った手料理です。ですから、お母さん（主婦）が作った朝食を提供するようにしています。そのような雰囲気、お客様に伝わり、お袋の味に惹かれて「またここに戻ってきたい」と思っていただけではないかと思います。

——「お母さん」大切なキーワードですね（笑）。

大切ですよ（笑）。例えば、NHKさんの『鶴瓶の家族に乾杯』でも、鶴瓶さんが、よく地元のお母さんとお話されるでしょ。見ていてホッとする。親しみを感じる。「お母さん」というのは、何とも言えない癒しのパワーがあります。

——NHKの番組が、「お母さん」的役割を果たせば、「親しみ」は上がりますね（笑）。そうした番組はいくつもありませんが、上手くPRできていないのじゃないかな。

昔の宮崎県と一緒に（笑）。東国原英夫知事になって、

上手にPRすることで、一気に宮崎県が注目されました。NHKさんも積極的に打って出るべきだと思います。

ウィークポイントの克服

——ウィークポイントを挙げるとすれば、どういう客層なのでしょう。

女性のお客様でしょう。まず、男性に比べて、出張などが絶対的に少ないこともあります。女性のお客様を獲得するために、女性専用フロアを宮崎県内のホテルで最初に設置しました。当初は、すべての部屋が埋まることはありませんでした。しかし、なぜ、絶対数の少ない女性に拘るのか。それは、女性のお客様はおしゃべりだからです（笑）。女性は、外で色々話をします。「あそこのホテルよかったよ。」という具合に。つまり、広告塔になってくれるのです。

また、女性のお客様が多いところには、男性のお客様も寄ってきます（笑）。そこに、相乗効果が生まれるのです。ただし、女性のお客様は浮気しますよ。新しいホテルができたら、一回はそこを試します。相対評価をして、結果として、また戻ってきてくれることも多いです。

ちなみに、男性のお客様は、浮気せず一途な方が多いですよ（笑）。

——先程の「お母さん」といい、女性のお客様は非常に大切ですね。

女性を味方につけることは重要です。女性は商売に使えます（笑）。NHKさんも、女性を味方につけて、広告塔になっても



らえばいいと思います。結果として、受信料のお支払いもよくなるのではないでしょうか。

「横のつながり」の大切さ

——NHKは、縦割組織の弊害が指摘されています。御社は私が見える範囲でも、「横のつながり」を大切にされているようですが、実際はどうでしょうか。

おっしゃるとおり、「横のつながり」を重視しています。業務日報はイントラで共有しており、課題を社員全員で共有するようにしています。当然、社長もそこから情報を得ています。情報が共有されることで、課題解決に向けた「トップ」のフットワークも軽くなります。

一人ひとりのちからは限られていますが、バリアフリーにして「横のつながり」を強化し団結すれば、課題解決にかかる時間も少なくて済みます。

——「横のつながり」があるせいか、皆さんが仲良く見えるのですが（笑）。

社員も「大きな家の大家族」です（笑）。働いている人が仲良く温かい。だからこそ、お客様にも温かく最高のサービスができる。社員が喜んで仕事をしていなければ、お客様が喜んでご利用して頂けません。社員は当社の最大の財産です。

——NHKも縦割組織の弊害を取り除き、そのような雰囲気を作り出せばいいのですが…。

NHKの職員さんの個々の能力は非常に高いと思います。でも、能力の高い方は、自分がすべてになってしまう傾向にあります。たとえば、一人ひとりが100%のちからを発

揮したとしても、「横のつながり」がなければ、100%で終わってしまいます。それは非常にもったいない。ちょっとはしごを渡して、手をつないでやっていけば、100%が150%にも200%にもなります。NHKさん組織も、バリアフリーになさってみてはいかがでしょうか。

——仕事は自分ひとりではできないですね。

その通りです。例えば、料理を作る板前さん。腕に自信があり、最高の食材を使って、最高の料理を作ったとしても、ただ置いてあって、「さあ食え」では、お客様には何も伝わらない。運ぶ人が、食材や料理の説明をし、「あたたかいうちに召し上がってください」との一言があるからこそ、料理は活きるものです。また、自信を持って出す「俺が作った料理」だからこそ、お客様が本当に喜んで食べてくれたかを確認するべきなんです。たまには、料理長を引っ張り出して、ご挨拶を兼ねて確認してもらっています（笑）。

——番組作りにも同じことが言えますね。

そうだと思います。いくら優秀なディレクターさんや記者さんがいたとしても、一人では番組は作れない。作るためには、技術さんなども必要でしょ。「俺の作った番組」を活かすためには、広報さん・営業さんなどの協力が不可欠です。そうやって、視聴者の皆様に伝わっていくのではないのでしょうか。



——私たちは公共の電波に乗せて「俺の作品」を披露しているわけですので、たまには、番組の最後に「俺が作りました」と登場することも必要でしょうか（笑）。

顔を見せることも必要ですよ（笑）。視聴者の皆様に親近感を持ってもらうことにもなると思います。そして、自信を持って作った「俺の番組」が、視聴者の皆様にどう評価されたのかにも耳を傾けるべきだと思います。

クレーム対応

——お客様の声に耳を傾けることは大変重要です。最近、NHKでもクレームの件数が増えています。他社も例外ではないと思いますが、御社はいかがでしょう。

クレームを言うてくるというのは、「何とかしてくれ」という危険信号を出しているのです。そのようなお客様ほど、懇切丁寧な対応をすれば、味方になってくれます。不満に思っている、何も言わないで黙って逃げていくお客様がいるのはもったいないことです。お客様との接点は、少しでも多い方がいいですからね。

「出口」も大切

——他に徹底されていることはありますか。

「出口を大切にすることです。当社では、清掃会社、宅配会社、ごみの回収業者さんなどを「協力会社」と呼んでいます。協力会社さんがいなければ、私たちの仕事は成り立ちません。常に、協力会社さんへの感謝の気持ちは忘れてはいけません。宅配会社の方が荷物を取りにこられたら、笑顔で挨拶をする。それだけで、印象は本当によくあります。特に拘っているのが「ごみ出し」です。ごみの分別、臭いを出さないような工夫、回収しやすいようにきれいに並べ

ておくことなどを徹底しています。回収業者の方には、きれいにしておくことで、感謝され大事にされていると感じてもらえます。「マリックスのごみ置場はきれいだ」と言っていたいた時は、本当にうれしかったですよ。結果として、協力会社の方々が、ホテルの評判を上げてくれます。

「出口」という表からは見えないところ裏方を大切にすることも、「横のつながり」を強化することに繋がりますよね。そして、最後は、お客様に「感謝感謝」です。

インタビューを終えて

「すべては視聴者の皆様のために」という言葉の意味が、どこまで現場に浸透しているのか改めて考えさせられました。我々の仕事は視聴者本位で行われているのか、受信料の重みを本当に理解できているのかなどを顧みる必要があるのではないかと感じました。「NHKはNHK職員のためにあるのではなく、視聴者のためにある」ことを再認識すべきでしょう。

また、「次期経営計画」にも記載がある組織風土改革は急ぐべきだと感じました。経営2目標は必達ですが、目標設定が高いため、縦割り組織でそれぞれが目標を追っている、達成は非常に厳しい。我々一人ひとりが、「個のちから」の限界を理解し、お互い手を取り合って、「横のつながり」を強化し、それぞれのパワーを何倍にもできる体制を構築するべきだと考えました。

報告 九州支部書記長 大島 功嗣

「核となるところは揺るがずに」

東

海・北陸地方で最大の
発行部数を誇る中日新聞社。

その新聞社のなかで、記者ではなく
“営業マン”として働く若手社員が、
公共放送をどう考えているか、
求めることは何かを聞きました。



畦地 真二
中日新聞社 名古屋本社営業部

プロフィール

1982年生まれ。中日新聞社名古屋本社営業部。2011年2月に中日新聞社北陸本社営業部に転属。新聞離れが進むなか、読者を増やす取り組みに従事。

インタビューの目的

私たちテレビ業界と同じように、若者が離れていると言われる新聞業界。「活字離れ」という言葉に象徴されるように、新聞を購読していない世帯が増えていると言われています。

メディアを取り巻く環境が厳しさを増すなか、新聞社に勤務する二十代の若手営業担当がいま何を考えているか、公共放送に求めるものは何かを、畦地真二（あぜち しんじ）さんに話を伺いました。

新聞離れに対しては「わかりやすい紙面づくり」

——新聞社の営業として活躍するなかで、いわゆる若者の「新聞離れ」を感じるときはありますか。

お客様（若いご夫婦の世帯）を訪問して「新聞はいらない」という反応が多くあります。どこの新聞ということではなく、新聞自体に興味がなくなっている状況。二十代を中心に周囲の人が新聞を読んでいることが少なくなっていると、プライベートでも感じることもあります。親世代は新聞を読んでいるけれど、若い人とは新聞の話がしにくいと感じます。

——新聞離れに対してどのような取り組み、対策をしていますか。

「分かりやすい新聞作り」というのが第一です。新聞は小難しいことが書かれているという印象が強いので、最近ばかりやすいニュース解説を掲載しています。それは、絵を使ったり、平易な言葉で解説したりして、知る楽しさを知ってもらおうという取り組みです。

また、学習指導要領で新聞が教材として扱われます。日本の学力が落ちてきていると言われるなかで、新聞が役に立っている部分があるという考え方です。新聞を使っている学習を推進していくことも大切だと思います。

若い親が新聞を読む習慣がないと、子どもは読む機会を失います。子どもからでも新聞に親しんでもらえれば、という思いです。

さらには、学校に専門の社員が赴いて講義を行ったり、子どもに一枚の新聞を完成させる授業も行っています。調べる楽しさや紙面づくりについて学んでもらおうという企画です。

まとめると、「わかりやすさ」「新聞での教育」、といったところでしょうか。

県紙や全国紙との違いは、記事のバランス

——ブロック紙の営業として、地域を意識するのはどんなときですか。

中日新聞は各地に拠点がありますので、たとえば受け持ち区域の福井などでは、地元の県紙よりブロックや全国の情報に強いと自信を持っています。逆に、福井県内の情報が弱い部分もあると思います。全国的なニュースよりも地元ネタなどに需要があるようです。紙面調査をしても地域情報の閲覧はアンケート結果で割合が大きいようです。

営業でお客様のお宅を訪問するなかで、全国ニュースより地元の話題を取り上げてほしいという要望が多いと実感することがあります。身近な話題や、自身が参加しているイベントについての関心が高いのです。そうしたニーズに応えていくためには、より地域に密着した情報を掲載していくことが大事だと思っています。ただし、情報誌のよう

になるのではなく、社説や政治経済なども含めてバランスを取るように工夫しています。

テレビと新聞は共存が可能なメディアだ

——テレビの存在を新聞と比較した場合、どのように感じられますか。

新聞は毎朝、手元に届きます。各ページで興味のあるところを見て、必要な情報を取捨選択しつつ確認することができます。短時間で必要な情報をキャッチできるのは便利などころだと思います。いくつかの項目は読む時間がないけれど、社説だけでも読んでおこう、など自分のペースで読むことができます。また、読み返すことも可能です。

そうした新聞のメリットもあるのですが、テレビ、特に映像の影響力はまだまだ大きいと感じます。福井県内でも、関西の電波か福井の電波かで、その方の考え方がかなり変わるように感じます。

テレビが新聞と違うところは、受像機の目の前に座って、自分の必要な情報が出てくるのを待たなければいけないことでしょうか。テレビ局のペースで情報が流れてきます。

今は、世の中から紙媒体がなくなりつつあります。特に若い人が離れています。だからこそ、テレビの持つ映像は魅力的だと思います。イチローのプレーを新聞で伝えるには限界があります。活字に比べて映像の力は、圧倒的に強いと思います。

ただ、新聞社の営業を担当する者としては、テレビに脅威を感じることはありません。うまく棲み分けをしている存在だと思っています。

——新聞の現状をどう感じていますか。

一昔前は、新聞社は新聞社と競えばよかったけれど、今はいろんなメディア（インターネット・携帯など）が出てきました。もちろん昔からテレビもありますし、人々が情報に対して使えるお金は限られてもいます。過去と違って、新聞に割く割合・優先順位が低くなってきています。お客様が少なくなってきたのは日々感じる。他紙よりも他メディアとの情報の競争を考えています。競争相手は増えています。

新聞を読む人は、インターネットでも情報を求める傾向があると言われています。新聞だけ、テレビだけ、と決め込んでいる人は少ないと感じます。また、「情報を求める人」と「求めない人」の二極化も進んでいると思います。

強力な取材網で、深く掘り下げた番組を

——地域に根ざした新聞社から見ても、公共放送NHKはどのような存在ですか。また、「NHKが地域に根ざす」とは、何を指すと思いますか。

ニュースよりも番組を見ているから、という個人的な傾向からだと思いますが、地域に根ざしているというよりは、取材網が強い（細かい）という印象です。地域の情報を丁寧に拾い上げているから、より深い番組作りができるのだと思います。

名古屋のことを取り上げてよ、盛り上げてよという人が多いのでしょうか。名古屋に関する放送が多いと感じます。長く住んでいる人と転勤族との違いかもしれませんが、名古屋だけというよりも、全国的な内容を充実させてほしいと思います。新聞も全国紙を購読する割合が、都会ほど増えています。特に我々のように独身で転勤族の場合は、

名古屋の内容よりも、世間の広く深い内容の番組に関心があります。

核となるところは揺るがずに

——これからの公共放送NHKに期待することは。

ひとことと言うと「質の高い番組を作ってください」ということに尽きます。個人的には、NHKはバラエティーを求めなくてよいと思うくらいです。

テレビはNHKしか見るチャンネルがないという何人かと話をすることがあります。テレビに教養を求める人は、物足りないのではないのでしょうか。面白かったね、という簡単な感想で終わります。NHKにはそれと同じ路線を歩んでほしいはありません。NHKとして核となるところは、揺るがないでほしいと思います。

インタビューを終えて

同世代の新聞社の営業として、活字離れを肌で感じていることや、その点についての対策などに苦労されているということは、内容は違えどもNHKとも通じるものがあると思いました。新聞業界も混沌とした状況の中で、生き残りに必死だという事を感じるとともに、公共放送が生き残るためには、常に新たな展開を考えていかなければならないと実感しました。

報告 中部支部名古屋営業・管理分会 丹生谷 慎

五十嵐 歩

「コンテンツへの信頼担保と応答力の保証を」

60

年ぶりに放送法が改正されました。

ハード（放送設備）とソフト（コンテンツ）を分離するなど、
放送と通信の融合に対応するための
新たな定義や概念が数多く盛り込まれています。

表現の自由や放送の自主自立を脅かす条項は削除されましたが、
今後はインターネットを通じた番組配信などの議論のなかで、
こうした動きが再び出てくることも十分に想定されます。

放送をめぐる状況はとどまることなく刻々と変わっていきませんが、
そのなかで、
公共放送をどう維持していくのか、
私たちはどういう日々の仕事をしていくべきか、
たえず考えなければならない時代にきています。

井上 禎男

福岡大学法学部准教授

プロフィール

1971年生まれ。九州大学大学院にて博士課程を単位修得退学後、九州大学法学研究助手などを経て、福岡大学法学部准教授。専門は情報法、行政法、憲法。放送と通信の融合を受け、情報通信法構想をめぐる動向や放送の地域にかかわる問題を考察。個人情報保護やフランスのメディア事情にも造詣が深い。

60年ぶりの放送法改正が成立

昨年11月、60年ぶりの大きな見直しとされる放送法改正案が可決されました。これはインターネット経由の映像配信など、通信・放送の垣根が低くなっていることを受け、業態毎に縦割りになっている現行の放送関連四法を新放送法に一本化されます。

改正案では、NHKについて経営委員会のメンバーに会長が加わることや、経営委員や会長を選ぶ際の条件を緩和することが盛り込まれていましたが、野党からの反対で削除されました。また、当初あった電波監理審議会の放送内容への権限強化^{※1}もなくなりました。NHK関係のテーマが削除されたことで、公共放送に関する本質的な議論はほとんどおこなわれませんでした。

放送が広く社会に貢献していくためには、多様な情報が社会全体に行き渡る仕組みが保障されることが欠かせません。今後はインターネットを通じた放送番組の配信について議論が広がるなど、時代に応じた法改正がおこなわれることも十分に想定されます。

今回の放送法改正によってどういった変化が生じるのか、そして、今後の社会状況を見据えて放送法制はどう検討されるべきなのか、福岡大学法学部准教授の井上禎男さんに聞きました。

放送法改正でどういった変化が生じるのか

——今回の放送法改正で放送の定義が変わりました。このことによってどういった変化が想定されますか。

有線・無線という伝送路の区分がなくなり、従来からの放送もケーブルテレビもインターネットを通じた放送も、

新たな放送のカテゴリに入りました。従来からの放送と通信にどのような影響が出てくるのかは、まだ断言することはできませんが、廃案になった「情報通信法」構想でみられたレイヤー（を軸とした法規制）の考え方やいわゆる「竹中懇」以降のコンテンツ産業政策（30兆円規模の国益を生み出すとも言われる）路線は、基本的に変わっていないように思います。

そうなると、既存の放送メディアが現実が変わることになるか否かです。将来的に、明確なレイヤー開放路線が法的な枠組みとして復活する余地は残されています。そうなった場合には、NHKよりもむしろ経営状況の厳しい民間放送局で、電波を発信するけれどもコンテンツには関与しない「放送」局が出てくることになるのかもしれませんが、そして、いままでの縦割りであったシステムがレイヤー次元で完全に開放されるとき、あるいはすでに伝送路の区分をなくした新たな「放送」概念を打ち立てた、それ以前の現段階においても、問われるのはつまるところ、それぞれの事業者の立ち位置や意識にほかならないと思っています。

――放送局の再編・統合も進むのでしょうか。

民放のなかには、2008年に施行された放送法改正を受けて認定放送持株会社^{※2}へと移行する局も出てきました。フジメディアホールディングスや東京放送ホールディングスですが、東京放送ホールディングスでは、放送事業以外の事業への取り組みがクローズアップされ、放送局としての色彩が薄らいでいるような印象さえ受けます。また、認定放送持株会社を考える際は、九州で独自の構想が生じていたことにも注目すべきでしょう。それは、九州朝日放送（福岡）が核となって九州のテレビ朝日系列局をホールディ

ングスの傘下に入れるという構想でしたが、結局、地方局の反対で実現には至りませんでした。

現在は、東京キー局が中心となって認定放送持株会社がつくられています。その傘下に入る放送局は非常に限定的です。そうなると余計に、地方局は切り捨ての対象となるおそれなしとしません。極端な話かもしれませんが、経営状況が悪い局については閉めても構わないという経営判断が、ネットワーク系列のなかで暗黙裡に出てくるのかもしれない。このことは放送の概念定義が抜本的に変わる今後、ますます現実味を帯びてくるような気もしています。

――産業・競争的な側面が強調され、言論の多元性が確保されるのか懸念されます。

今回の放送法改正は、メディアの多様性を生み出す可能性を認める、現状にそくした規律を指向する観点からは、一見望ましいものと言えます。

しかし他方では、地方局の閉鎖、あるいはそうした事態に至らずとも、その従来からの役割の縮小を招くことにもなりかねません。そうなれば、経済性では割り切ることのできない、マスメディアの言論性や地域性の問題が、これまで以上に問われることになるだろうと考えています。

放送を含めたメディアに享有される自由については、憲法学上で論争があります。それは、この自由が個人の表現の自由と同種あるいはその延長線上にあるものなのか、それとも、メディアが個人ではない以上、人権としての表現の自由ではなく、むしろ公共の利益への寄与に根拠が求められるべきではないのか、という2つの立場です。いずれの立場も傾聴に値しますが、私がここで問題にしている言論性の中身を考える際には、何よりもそれが公共性なる

※1「電監審の権限強化」放送内容についての重要事項に関し、自ら調査審議し、総務大臣に建議することができ、権限を付与するというもの。重要事項とは、放送法第3条が掲げる放送規律の三原則で放送行政のあらゆることが対象になるといえる。また、必要があるときは関係行政機関に資料の提出等の協力を求めることができることとされた。

※2「認定放送持株会社」ある放送局が、別の放送局を1社しか子会社でできなかった従来の制度と異なり、複数の局を傘下に収めることができるようになった。電波法の違反歴など、総務省が5項目を審査して認定する。

ものにとって不可分密接なものであることから始めるべきだろう、と考えています。また少なくとも現時点では、従来からの放送メディアに固有の、総合編成として基本的な情報を日々提供し続けていく基幹放送の役割から切り離すことはできない、とも考えています。

民放にとってはシビアかもしれませんが、こうした問題は経済性やビジネスモデルの問題だけで片付けられるものではないでしょう。まさに言論性こそがマスメディアたる所以であり、新しい時代の放送事業者や放送局も、この点をどのように自覚し、維持し、新たな法制度のもとで自らの存在意義を見出していくのか、それこそが求められているはずです。

ここで既存の民放が置かれている状況の厳しさに、あらためてふれることはしません。しかし最近、放送法改正にともなうマスメディア集中排除原則^{※3}の緩和がはかられ、実施問題としての経営難によつて破綻・廃業するラジオ局への対応をも視野に入れて、民間ラジオ局間での合併・統合が可能となりました。こうした新たな法的措置を例にとつてみても、その背後に言論機関としての放送局の役割認識があることを忘れてはならないはずで、たんに局の経営上の問題だけで考えるのなら、こうした法的措置自体、不要でしょう。放送局が純粹に営利を目的として、自由な競争下で淘汰されるべきではない理由、あるいは、禁止ではなく緩和の次元であつても、あえて合併・統合に関する法的措置を講じる必要を認めるわけを、放送事業者や放送局はより自覚すべきだろう、と思つています。

——言論性と並んで、地域性の視点とはどういうことでしょうか。

これからは、放送メディアが担ってきた各地域における文化の喪失が懸念されます。ネット時代のモバイルや各種通信媒体は、確かに利便性を享受できる媒体ですが、従来からのそれらは、必ずしも地域に根ざしているとは限らないでしょう。他方で、従来からの放送局が、地域に根ざした地域の文化を発信する役割を果たし続けてきたことは、おそらく誰も否定できないはずです。

もつとも、民放の場合には、特に東京キー局制作の番組をネットワークで流すことが常態化しています。また、そうした従来からの放送のあり方が、わが国の放送メディアの特色でもあるわけです。しかし他方で、各地域の住民は、その地域の局の番組を通して、地域や文化に対する意識を持つことにもなるはずで、私が住んでいる福岡でも、また以前に住んでいた名古屋でも、いずれも準キー局のエリアなので、それ以外のエリアの地方局とはやや事情が異なるかもしれませんが。しかしそれでも、東京キー局にはない独自の番組づくりが功を奏しています。いくら東京中心とは言つても、国民の7割は首都圏以外の場所に住んでいるのですし、東京からの情報のみでは、その地域（地方）では生活に不便をきたすでしょう。

反面で、各地域から全国に情報が発信されることによつて、各地域やそこでの文化・情報について全国の人が知ることできます。単に東京キー局の情報のみを流すだけ、極端に言えば、そのための電波発射装置ではなく、地域に根ざしたコンテンツを創造するプロの送り手たる地方局が存在し、それらが全国に向けてネットワークで結ばれているという関係こそ、放送が持つ文化性、地域性の観点から失われて

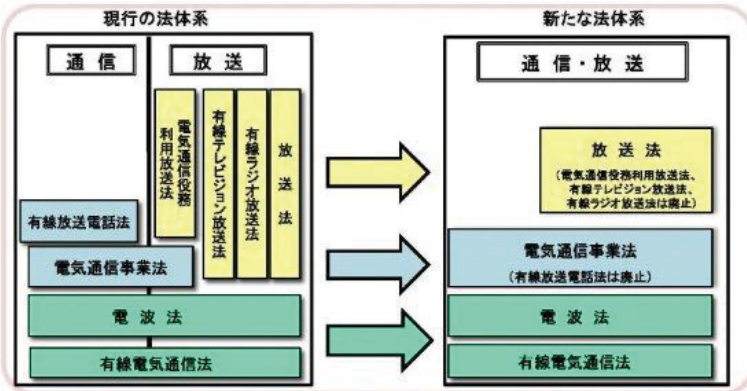
※3 「マスメディア集中排除原則」

一つの資本が複数の放送局を支配することを規制するために設けられたルール。民主主義社会の発展のためには言論の多様性・地域性の確保が不可欠だとして、特定勢力が数多くのメディアを支配することによって生じる意見や主張の偏りをなるべく排除しようとするもの。

はならないことだと思っています。また、こうした特色にこそ、従来からの通信とは根本的に違う放送の存在意義がある、とも考えています。

——改正案では電波監理審議会の機能強化が狙いになりました。最終的には削除されましたが、行政介入の余地が高まるのではないかと懸念がありました。

電波監理審議会（電監審）は総務大臣の諮問機関（性質上は参与機関）です。したがって、電監審の機能強化については、行政庁である総務大臣との関係においても、また名宛人（免許を受ける事業者）等との関係においても慎重に議論すべき問題であり、



放送法等の一部を改正する法律（総務省）

今回のような唐突な権限強化の議論は、行政介入の面でも大いに問題があったように思われます。その意味で、削除されて当然であったと考えています。

仮に、電監審の権限強化を図るのなら、やはり抜本的な改革を行って、きちんと外部の人間、第三者を入れたかたちでの独立行政委員会をつくるべきではないでしょうか。もっともここでは、1980年代のフランスでみ

れたような、その構成員の選をめぐる「政治化」の問題を生ずるおそれなしとしません。その意味でも実際の制度設計の難しさは残るのでしようが、ただ、わが国でも、かつて第三者で構成された行政委員会である「電波監理委員会」が存在していました。こうした組織を通じて、放送免許の付与等が審査されていた経験があるわけです。しかし、戦後政策の見直しによってこの電波監理委員会がなくなつて以降は、独立行政委員会の具体的な復活が本格的に国を挙げて議論されたことはなかったように思われます。

——民主党政権は日本版FCC構想を打ち上げました。

原口前総務大臣があれほど強く「日本版FCC」※4構想を打ち上げたにもかかわらず、その実現が立ち消えになったことを踏まえると、依然としてこの種の抜本的な改革に対する抵抗勢力が強いことも推測できます。さらに、この構想に関連して、こうした議論の前後に見受けられた、言論の「砦」をめぐる議論についても大きな疑問を感じました。ここでの「砦」とは、何のための、また、何に対する「砦」なのか、どうも議論のすり替えがおこなわれているような気さえします。当初の「砦」をめぐる議論では、マスメディアに対する国家権力の介入・干渉を防ぐことが念頭に置かれていたはずですが、しかしその後は、マスメディアによる名誉棄損やプライバシー侵害等がクローズアップされ、マスメディアから個人を守る「砦」の意義が、必要以上に強調されたように思います。確かにこうしたマスメディアの活動によって生ずる問題を看過することはできませんし、それ自体別途、深刻な問題と言えます。ここでのメディアの行き過ぎが否めないことも確かでしょう。しかしそれでも、今回ここで、誰（どこ）かにとって都合のいいように議論が変化していたことは、かなり深刻

※4「日本版FCC」通信・放送行政を総務省から切り離し、独立性の高い独立行政委員会として、通信・放送委員会（日本版FCC）を設置し、通信・放送行政を移すという構想。これにより国家権力を監視する役割を持つ放送局を国家権力が監督するという矛盾を解消するとともに、放送に対する国の恣意的な介入を排除する狙い。

な問題を内在させているようにも感じました。

また、放送行政を所管する総務省としては、放送に関する業務を独立行政委員会という形で外に出してしまうことへの懸念があるのかもしれない。確かに組織面からみても、今日では従来からの放送に関する所管が、通信へとシフト・収斂されている現状は確認できます。しかし、放送の所管自体を完全に外に出すとなると、それは総務省の存在の根幹にも関わることになるのでしょうか。

もつとも、ここでの問題の所在は、わが国における法制度設計の歪みに端を発しているわけで、元のかたちに戻すこと、あるいは戻すこと先にありきではなくとも、少なくともこの問題自体や独立行政委員会制度を入れた新たな制度設計の可能性を正面から議論することが、筋だろうと思います。ただしその際には、わが国における自主規制・自律性を有する機関である、放送倫理・番組向上機構の存在意義、またこれまでに果たしてきたその役割をどのように制度設計に整合させるか、といった固有の課題も残されることになります。そのため、わが国ではあくまでわが国にそくした法制度設計が採られるべきでしょう。ただし、安易に比較することはできないにしても、アメリカのFCCのみならず、ここで欧米の行政組織をみても、この分野での独立行政委員会の制度は一般的に採用されていることは確認できます。

今回の放送法改正では、「答申」段階ではなく改正法案の提示段階で、既存の電監審の機能強化が取り沙汰されました。しかし、ここで「調査審議」と「建議」が及ぶ範囲をみても、その独立性が確保されてはいませんでした。今回の法改正はこの点でもまた、十分なあるいは前述の観点からの、根幹的な議論を欠くものであったように思います。

——番組審議会（番審）※5の再考もまた重要な問題ですね。

各局に設置されている番審が、形式的ではなく、実質的に批判的な意見を聴取し、吸収できているのか、そのうえで番組制作面での十分な対応をはかっている（きた）のか。今回の法改正で、「第三者の意見の反映」としての番審の機能が再確認されました。以前から指摘されてきた問題ではありますが、その自主性と真の機能性こそが、今後ますます問われることになると思います。事業者の自主性と放送への視聴者・聴取者の実質的な参加を担保しながら、放送事業者は従来から指摘される番審の機能不全を打開して欲しい、と願っています。

——削除された条項にNHKガバナンスの見直しもありました。

NHKの会長が経営委員会に入り、議決権をもつという今回の提案もあまりに突然で、十分な議論が尽くされていなかったように思います。

経営委員はNHKの最高意思決定機関ですから、経営委員によるNHKへのチェック機能に会長が組み込まれることで、何らかの影響が出てくる可能性はあると思います。

また、NHKは基本的に受信料で成り立っているわけですし、また、法的にも「あまねく」放送を行う責務を負っているのですから、ガバナンスの基本として、経営委員や会長の選出過程等について、少なくとも説明責任、応答責任を果たすべきだと思います。

今回のNHK会長の交代劇についてもそうですし、過去の報道にもあったような種々のゴタゴタに接するたびに、NHK自身が視聴者・受信料と言いながらも、いったい何をしている（きた）のか、組織として本当に大丈夫なのか、

※5「放送番組審議（委員会）」
P320参照

といった気持ちにさせられます。受信料を支払っているという感じが、NHKにチャンネルを合わせたことのある視聴者・聴取者、つまり実際のところはほとんどの国民・市民が、そのような感覚を抱いているような気さえしています。無論、どのような人をどのように選ぶのかはNHKのガバナンスの問題です。しかし「公共放送」ならばなおさらのこと、またNHKにとつての受信料が果たす役割の大きさを考えると、何よりも視聴者・聴取者、あるいは国民・市民にはつきりと見えるかたちで、きちんと説明できるようにしてもらいたいものです。

——今後、放送法制はどうあるべきでしょうか。

法律は、社会で現実を生じる諸問題を後追いつけるものではないかもしれません。社会が動けば、また時代が変われば、当然に法律は変わります。

憲法21条の表現の自由の保障規定には、「集会、結社及び言論、出版その他一切の表現の自由は、これを保障する。」としか書かれていません。これはあくまでも理念であり、実際にこうした理念を機能させる、あるいはその自由を制約するのは法律です。そして、理念にそつた法制度を構築できるかどうかは、その時々社会状況に応じて判断されることとなります。

ここで表現の自由として考える際には、それが送り手の自由なのか、受け手の自由なのかといった議論もあります。表現活動を直接に行う自由からすると、ここで送り手としての個人の自由は当然のもので、また、ここで送るための前提として、広く情報を受領する受け手としての個人の自由も認められるはず。しかし放送も含めて、個人ではないマスメディアが表現の自由の享有主体たり得ないとい

しても、マスメディアには受け手としての個人あるいは市民の存在を前提とする限りにおいて、公共の利益への寄与を果たす送り手としての役割が厳然として残されるはず（もつとも、それを「特権」と呼ぶかは別ですが）。

しかし今日の状況下では、こうした送り手と受け手との垣根が消失してきているように見受けられます。端的には、個人の立ち位置の問題として、インターネット上の掲示板への書き込みやブログやツイッターなど、個人がもはや一方的な受け手ではなく、積極的な送り手になれる状況が生じてきたわけです。

しかし原理的にみても、また事実上も、送り手と受け手との垣根は、今後もおそらくはそう簡単に消失するものではないと思われます。

1960年代の「博多駅テレビフィルム提出命令事件」※6をめぐる最高裁大法廷決定で判示されたように、民主主義社会における「知る権利」に奉仕するためのマスメディア、つまり責任をもつて「顔」の見える送り手として、事実を正確に伝えるメディアの役割あるいは存在は、これからも失われてはならないものです。そうした媒体は、何よりも参政権の行使や民主主義社会の発達に資するものでなければならぬし、思想や情報を多元的に流布する役割を担いながら、あくまでプロとして客観・公正に機能する存在であり続けなければなりません。

こうした役割からみると、現実にはその活動を法的に制限すると言うよりも担保する必要性は排除されないはず。そうすると、原理面あるいは憲法上の理念としてよりも、むしろ、その下位の法律の次元で、理念をうけるかたちで、どのような法制度をつくっていくかが問われることとなります。

※6 「博多駅テレビフィルム提出命令事件」
アメリカの原子力空母の寄港の際に、寄港反対の過激派学生と警察機動隊が衝突。この事件の裁判のため福岡地裁はテレビ局に事件現場を撮影したテレビフィルムの提出を求めたところ、テレビ局側は報道・取材の自由を反とするとして反抗した事件。

従来からの放送法制・電波法制にみられた法的な枠組みや制度設計が、今後もそのまま妥当するようには思えません。また「融合」や「連携」によって、今後、放送業界を取り巻く環境は大幅に変わるのかもしれない。しかし、そうしたなかでも、通信・有線を媒体にしようが、あるいは従来からの無線を用いようが、責任ある送り手の存在が、民主主義社会の根幹にあり続けなければならない。その意味では、たとえ放送制度が変わっても、理念や理念から導かれるメディアの役割は変わらないと思います。

放送・通信融合下における放送の役割

——放送の公共性、NHKに求められる公共性をどのように考えますか。

放送の公共性をめぐっては、従来から特に放送メディアに固有の規制根拠としての電波の有限希少性、さらには社会的影響力の観点からの議論が展開されてきました。しかし現在では、以前に比べれば確かに、電波の有限希少性がなくなってきたことは否定できません。また、放送の社会的影響力をみても、長らく指摘されてきたようにその影響力という点で視聴覚のようなインパクトはないにしても、情報が文字として残される点をとらえれば放送よりもむしろ新聞に「影響力」があるのではないか、つまり両者の決定的な違いは果たして明白なのか、といった疑問も残されます。

こうした状況をも受けながら、通信と放送との「融合」「連携」が主張されるにつれ、放送の公共性というよりも、むしろ放送の社会的「役割」に重きを置いて考える議論が出てきました。放送に特化した、放送が持つ社会での役割についてきちんと議論したほうが、放送の位置づけ、立ち位置を

はつきりさせることにつながるのではないか、という着想とも言えるでしょう。

こうした着想をふまえて考えてみても、従来からの放送の強みは、文化や地域の担い手としてのノウハウを持つていることではないでしょうか。「融合」「連携」時代を迎えても、これまで放送メディアが果たしてきた役割・意識の持ちようは維持して欲しい、いや、すべきであると思っていますし、そのためにもコンテンツへの信頼担保と応答力を保証することが放送メディアの放送メディアたる所以であると信じています。引き続き、総合編成で基本的な情報を提供できる力を持ち続けること、そして番組制作にあたる「やらせ」、放送に対する政治介入の容認ないしは傾倒、さらには不十分・不正確な検証等、これらを排除することができてはじめて、視聴者あるいは受け手からの信頼は揺るぎないものになるはずです。

また、公共性について考えるとき、放送の公共性と公共放送の公共性を区別して考える必要もあると考えています。私自身は、各々財源を異にする、公共放送たるNHKと民放との併存体制・二元放送体制はとても重要なものだと思っています。また、その一方のみによらない、思想や情報の多元的な流布についても、引き続き期待を寄せています。それでもなお、ここでの公共放送の公共性、換言すれば基本的な情報を安定的にすべての国民・市民に提供するNHKの役割が根付いていることが、ここでの前提となるように思えます（もつとも、現在のNHKのみが公共放送の主体である必然性はない、といった議論もあります。こうした問題提起もまた、非常に刺激的ではあります）。

——学生のメディアへの接触状況をみてマスメディアの現状をどう認識していますか。

インターネットの普及によって「アマゾン」のような電子書店が一般化したこともあって、店舗型の書店は厳しい状況に立たされています。

また、いまの学生たちは、パソコンや携帯で検索エンジンを用いた情報検索を行うことが「当たり前」になっていて、早くからその手軽さに親しんできています。彼ら彼女らにとつて、特に書籍（紙媒体）のメディア、あるいは情報のツールとしてのそれらの位置づけは、低いものなのかもしれません。趣味や娯楽に関してはまた別なのかもしれませんが、私がいま接している学生たちを見ると、例えばゼミでの報告や講義でのレポート提出等のために、わざわざ書店に向いて実際に書籍を手に取り、現物をみて購入の有無を検討するようなことはほとんどしていないようです。もっとも、趣味や娯楽のための本や雑誌を買うことはあっても、勉強に関するものを積極的に購入しないことは、昔からさほど変わっていないのかもしれませんが、しかし、書店のみならず、大学や自治体の図書館に実際に足を運んで本や雑誌を手にとって調べる努力ですら、以前に比べてしなくなっているように感じています。検索エンジンにキーワードを入れてヒットする情報を拾い読みすることに比べれば、こうした手間をかけること自体、「面倒くさい」のかもしれませんが。

——私たちの世代とは様変わりしましたね。

「76世代」※⁷よりも前の、「デジタルイミグラント」※⁸に位置づけられる私たち世代の多く（少なくとも私自身）は、まず出所が明らかで信頼できる情報を得ること、そのための情報（源）の真偽や価値判断に重きを置いてきました。

そうすると、書籍（紙媒体）への信頼は、経験的に高くなります。いまの学生たちの情報接触が危うく感じられる理由は、こうした感覚の違いにあるのでしょうか。しかしそれでも、情報選択のツールが多様になったことでさまざまな情報にふれる機会が増え、ネットの利便性を享受できていること自体を、私自身が望ましく感じているのも事実です。はからずも、こうした環境変化を経験できた世代（のひとり）として、ここでの「ユビキタス」の現実を目を向けるとき、デジタルデバイドを完全に解消する手立てを講ずることは到底不可能だ、と思っっています。そして同時に、ここでのツールの多様性自体が確かさを保証することにはならない、とも考えます。これからの各自の価値判断は、むしろ複雑困難な選択問題になるのかもしれませんが。

ネットやデジタルの利便性・即時性に浸ってきた、いまの学生たちをみると、多様なツールにふれることのできる点でむしろ恵まれてはいても、独自の価値判断を欠いている者が少なくないと思います。端的に言えば、ネットでも見ることでできる情報、ネットで見えない情報、ネットでは見れない情報、といった区別をほとんどしていない。「ケータイ」というツールが当然のものであった「86世代」※⁹の彼ら彼女らにとつてみると、ネット上の、いま目の前のディスプレイに映る情報が唯一とまでは言わなくとも、無意識のうちに、あるいはほとんど疑問を抱かずに受け入れてしまう、何より価値のある情報源なのでしょう。さらには、検索エンジンの結果として画面に映し出された情報の順位づけ、価値づけをめぐる受動性については、もはや自身がたんなる操作対象でしかあり得ないということに、気づいてすらいらないのかもしれませんが。

世代間での認識の差という意味では、これからは、彼ら

※7「76世代」

1976年前後に生まれたネット起業家やエンジニアを指す。彼らが大学へ入学したことにインターネットの普及が始まったため、上の世代よりもユーザーの立場からビジネスを発想できると言われる。

※8「デジタルイミグラント」

デジタル移民 (Digital Immigrant)。パソコン・インターネット・携帯電話などのデジタル技術が一般的でない時代に生まれ育った世代のことを指す。一方で、生まれた時からデジタル技術に慣れ親しんでいる世代を「デジタルネイティブ」と表現する。

※9「86世代」

76世代とは違った価値観や行動様式を持つ世代。携帯のネットリテラシーが非常に高く、携帯をメインに情報収集し、コミュニケーションをおこなう。

彼女らの感覚や流儀が主流となるはずですが、環境面での「融合」「連携」が加速する御時勢ですから、それはそれで仕方のないことなのかもしれません。それでも、私の世代からみたそうした感覚や流儀の危うさが、宿痾とならないことを願うばかりです。

もつとも、情報源としての紙媒体の需要の落ち込みによってもたらされる弊害は、世代間の問題を超えて決して少なくないと考えます。「ユビキタス」も結構なのですが、それを推し進めることは、決して従来からのもの、アナログなものを排除することにはならないと信じています。

例えば新聞をみてみると、新聞社自体がネット上での情報発信も行っているケースが見受けられますが、いまのところそのみに特化せず、従来からの紙媒体での発行も継続しています。紙新聞は即時性という点で放送やネットに劣ったとしても、翌日の紙面で展開されるその社説、記者あるいはジャーナリストによる分析は、言論性の観点からは有意なものです。そして、新聞というメディアにとって、それは必要不可欠であり、生命線あるいは存在意義そのものと言えます。つまり、従来からの紙新聞には「論評メディア」あるいは「言論メディア」としての役割が今後いつそう求められることになるはずですが。

講義やゼミでは学生に繰り返し説いています。やはり、ネットの利便性・即時性に溺れることなく、自らのメディアリティ^{※10}を涵養し、情報の真偽を見極める視点、すなわち批判的・懐疑的に情報（源）に向き合う姿勢を持つことが重要でしょう。そうした受け手としての個人に信頼される送り手こそが、たとえいかなるツール・伝送路を用いていたとしても、マスメディアたり得るのだらうと信じています。

——NHKはネット同時再送信に意欲を示しています。NHKは「公共メディア」として変わるべきですか。

学生たちと日頃接していて感じることは、携帯やネットから情報を得ることが日常化している一方、テレビもまた、確実に視聴しているということです。

しかも、「ワンセグ」やチューナー内蔵のパソコンでテレビをみているというよりは、むしろ従来からのテレビ受像機によってテレビを視聴しているようです。もつとも、これは少ないサンプル上での私の実感に過ぎませんし、またここで首都圏の学生の視聴行動がどのようなものかを知ることできません。しかし、少なくとも、名古屋や福岡にしてそのように実感できるのですから、さらに地方に行けばなおさらではないか、とも感じています。

移行はおおむね完了したようですが、「地デジ化」が各局に数十億円規模の莫大な費用負担を強いたこととならんで、集合住宅単位でのアンテナ敷設や個人での受像機の買い替え等、アナログ停波にかかる個人や家計への少なからぬ経済的負担が生じています。なかには、これを機にテレビは視聴しない、といった選択を採る人も出てくるのかもしれませんが。しかし、移行の実情からみても、テレビそれ自体の必要性が認識継続されていることは明らかです。「双方向」といったこれまでにない特色をユーザーは活かせる、といった問題とはあまり関係はないでしょう。「地デジ」もテレビ放送であることには変わりありません。つまりこれからも、テレビはテレビなのですし、しかも有料放送が基本にあるわけではないのですから、「地デジ」に移行したからといって、従来からの視聴スタイルに決定的な変化は生じないのではないか、と思っています。

もつとも、私が現に接している「86世代」の彼女ら

※10「メディアリティ」
P297参照

にとってみれば、新聞はもはや普通に、あるいは金を払ってまで読むものではないのでしょうか。また、テレビへの主たる依存も「あり得ない」のでしょうか。しかし、少なくとも現段階では、「86世代」の彼ら彼女らにとってのテレビへの信頼は、まだまだ持続しているように感じています。

もつとも、ここで「ケータイ」世代の今後を見越して、単純に「ワンセグ」への期待を寄せることは、あまり現実的ではないように思っています。確かに、電車やバスの中からワンセグを利用している人をしばしば見かけるようになつてきました。利用者はかなり増えているのかもしれませんが。しかしそれは、あくまでツールのひとつでしょう。放送のひとつのあり方として、ワンセグが有力な戦略対象であり、そこで各局が独自の番組編成を講じることが有力な戦略であり得ても、そのこと自体、決して「バラ色」ではないはずです。もつとも、それでもこうしたツールを用いた放送や、あるいは御指摘の、地上波とネットでの同時送信といった手段を駆使することが、既存放送事業者の今後にとって不可避となることは想像に難くありません。

——その時々状況をみながら情報が社会全体に行き渡る仕組みを作ることが公共放送の責務だと思います。

要は、有線であれ無線であれ、使えるツールや伝送路は可能な限り利用しないし駆使しながら、翻って、今回の放送改正も、そうした現実路線に対応しているのですから、今後の「放送」の可能性を戦略的に模索することが、既存の放送事業者にとっては不可欠でしょう。この点あらためて確認するまでもないことでしょうが、おそらく多くの既存局では、すでにこうした可能性や戦略が検討・実践されているはずです（もつとも、ここでもまた、財政的に厳しい状

況に置かれている民放地方局の立ち遅れが憂慮されます）。

しかし、いま一度ここで立ち返るべきは、ここでの生存競争に躍起になって、時流のみに目を奪われ、プロの送り手としての矜持を失うことがあつてはならない、何よりも、コンテンツへの信頼担保と応答力の保証が損われてはならない、ということです。いかに技術が進化し、多様な手段・伝送路が確保されたとしても、マスメディアとしての放送にとつての核心が揺らいでは、本末転倒です。

そして、NHKのここでの立ち位置に目を向けると、ここでの生存競争とはおそらく一線を画する存在であり続けるのかもしれませんが。

しかしNHKは、今後も実質的に「公共性」を担い続けることのできる「放送」事業の主体、「公共メディア」たり得るのでしょうか。誰（どこ）もそれを保証することはできないはずです。変わるべきか変わらざるべきか、それはNHK自身に委ねられた、突きつけられた課題に他ならないでしょう。しかし少なくとも、「連携」「融合」の近未来にあつて、これまで以上に「顔」の見える送り手として果たすべきその役割やNHKに引き続き課された責務が、視聴者・受信者の枠を超えた国民・市民から注視されていることを忘れないで欲しい、そう願っています。

インタビューを終えて

近年、民放の番組でのねつ造事件や、やらせ問題が相次ぎ、ショッピングチャンネルの大幅な増加など、視聴者から厳しく放送のあり方が問われる状況が続いています。今回の法改正には、こうした視聴者からの批判や厳しい声を背景にしたものも含まれています。

視聴者からのそうした声に向き合い、視聴者からの期待に応えていくためにも、放送が果たすべき役割や、その責任をどう位置づけていくのか、問題があった場合の検証機能をどう担保していくのか、などといった放送のあり方について考えていくことは、NHKを含め、放送局自身が不断に取り組まなければいけない重要な課題です。

放送と通信の融合が加速するなか、社会のなかに放送という仕組みを機能させていくために、視聴者・放送局・社会のつながりをどうデザインし、そこに国や行政がどう関わるのか、そしてどう関わらないのか、といった点についても幅広く検討されるべきだと思います。

報告 中央放送渉外部長 小磯 亮

日高昭江 河野早苗



畦地真二



井上禎男



鳥取大学の中村英樹さんは、受信料を法制度からどう意味づけるか、という論理の立場から、現在の支払督促や民事手続きの活用について議論しています。

もうお一方は、NHK宮古事務所の営業事務スタッフ、本村洋子さんです。沖縄では戦後アメリカの施政権下で民放が1959年に開局しました。公共放送はというと本土復帰に先立つ1967年に沖縄放送局の前身である沖縄放送協会（OHK）が設立されるまででありませ

受信料に関わる話を、もう少し続けます。このインタビューを始めた2008年度から、NHKは不払者などに対して、民事手続きを活用して支払を求める方策を始めました。NHKと視聴者の間で結ばれた民事契約の履行を、裁判を通じて求める、ということです。これまでは不払いや未契約に対しては、相手が納得するまで説明するという姿勢でしたが、それとは異なる新たな方法をスタートさせました。

民対民の問題、といってしまえばそれまでですが、受信契約そのものが法律に裏打ちされた特殊な民事契約ですから、その正当性をきちんと明確にしておかなければなりません。また、受信料の意義も、これまで以上に明確にするよう問われてくることでしょう。

鳥取大学准教授 中村英樹

NHK営業事務スタッフ

本村洋子

んです。本村さんは沖縄放送協会に就職し、1972年に沖縄がアメリカから日本に返還された際にNHKの職員となりました。

この事情のため、沖縄の人にとっては、すでに民放の放送も見られるところに公共放送がやってきて、しかもその後、受信料を取る、ということになってしまいました。沖縄での営業は相応の苦労があるとされていますが、その前線に立ってきた本村さんに、地域での営業のあり方を聞きました。

「『私』から始まる公共圏の延長線上にあるか」

不

祥事による受信料の不払い、ピーク時と比べ大幅に減少し、受信料収入も過去最高となる見込みです。

ここ数年取り組んできた受信料の各種割引や訪問集金廃止などは着実に成果を生んでいる一方で、支払督促や民事手続き、強制執行の実施等、強制的な徴収も次々とおこなわれています。

こうした一連の営業改革は、公共放送と視聴者との関係を考えるにあたって望ましいものなのか、鳥取大学の中村英樹氏に聞きました。



中村 英樹

鳥取大学地域学部地域政策学科准教授

プロフィール

1971年生まれ。鳥取大学地域学部地域政策学科准教授。専門は放送法制、憲法上の自己決定権。国内の放送事業者を対象にヒアリング調査をおこなうなど地域放送の役割や地域性の確保に向けた課題も考察する。2009年には受信料請求訴訟において思想・良心の自由の観点から検討した意見書を裁判所に提出。受信料制度のあり方に一石を投じた。

営業改革で公共放送と視聴者の関係はどうなるのか

かつては受信料の値上げのたびに、最近では不祥事のたびに受信料問題は国会、政府をはじめ様々な場で議論され、多くの課題や問題点が浮き彫りにされてきました。

およそ3割を占める不払対策や営業経費率のあり方には厳しい指摘があります。それを受けての試行錯誤的な改革に現場は耐えながら業績を確保してきました。

とくに民事手続きは、現場の労力もさることながらNHKと視聴者との関係を変えてしまうとの懸念があります。受信料の意義を丁寧に説くというよりは、法律を淡々と伝えることに重きを置く風潮が現場にあります。

この課題を放置すれば公共放送のあり方にも影響を及ぼしかねません。これまで以上に視聴者の反応に耳を傾けながら、今後の展開を考えていく必要があります。

鳥取大学准教授の中村英樹さんは受信料請求訴訟において憲法学の視点から意見書を提出しています。公共放送を維持しその財源として受信料を充ててを考えるならば、NHKと視聴者との関係は健全であるべきだ、そのために民事手続きはあつてはならないと強調しています。

民事手続きをはじめとした現行の受信料制度をめぐる課題をどう見ているのか、地域サービスの視点から受信料を支払う意義はどこにあるのか、お聞きしました。

地域の視点から受信料を払う意義とは

——地域で受信料を払う意義を考えるにあたってNHKの地域放送にどんな印象をお持ちか聞かせて下さい。

地域放送は最も視聴者に近い放送であると思います。

山陰地方にはNHKのほかに、鳥取県と島根県にまたが

る形で、日本海テレビ、山陰放送、山陰中央テレビの3つの民放局^{※1}があります。

夕方ニュースなどをみると、民放各局はそれぞれ本社のある鳥取市、米子市、松江市を中心としたニュースを流しているという状況です。こうした中、NHKの地域放送は、情報の多元性をおぎなう重要な役割を果たしています。しかし他方、鳥取に限った話ではないですが、NHKの地域放送には、どこで見ても同じようなフォーマットで同じような作りで、ただ流されている情報が違うだけという印象を受けます。数年おきに任地を異動していく人事システムの影響もあると思いますが、ときに、この番組を作っている人は本当にこの地域に関心があるのかな、という印象を抱くこともあります。

確かに大阪や福岡などならともかく、鳥取ではニュース枠をうめるのに苦労するといった話は聞いていますが、地方でも都市部と同じように人は暮らしていて、同じように時間が流れています。本来であれば大きい事件がなくてもその土地に住む人たちにとって伝えるべき情報はあはずですし、その土地にそった公共性は作れるはずです。

地域放送をより重視するのであれば、フォーマットに則った番組作りや都会基準で大きなニュースから並べる発想ではなく、その地域ならではのものがあつてしかるべきだと思います。NHKは全国津々浦々同じ公共性の観念のもとで放送をおこなっている気がします。そうしたこともあつて、視聴者の多くはNHKに対して、好き嫌い以前に無関心なのではないかと思います。

——地域に向けて発信しているようで、どこか他人行儀のような放送といった感じということでしょうか。どのようなイメージをお持ちか、もう少し具体的に聞かせてください。

NHKは天下国家を論じることこそが公共性だというような観があり、天下国家と関係のない地方の些事はあまり公共的ではないと考えているような印象があります。地方の人には、NHKを国営放送だと思っている人がわりといるようです。これは、地域に根ざした地域ごとの公共性が考えられていないことにも一因があるのではないのでしょうか。

結局は公共性とは何かという話になりますが、小さな地域にも当然公共的な空間はあつて、それは根っこを辿っていくと「私」から出発して公共圏というものが生み出され、それが次第に大きくなって天下国家の話になるものだと私は考えています。しかしそれがまず「公」があつて、小さなところはイコール私事であつたり些事であつたりという位置づけが、無意識のうちになされているのではないのでしょうか。

現在のNHKは、「私」から出発して次第に公共性を拡大していく発想とは逆であるように見受けられます。たしかに放送の役割は、多くの人が知っておくべき情報を伝えると言う意味でも大切です。しかしNHKの場合、その立脚点が地域に根付いていないというか、地に足がついていない、いきなり天下国家の話から入ってくる。すなわち情報の公共性が、きちんと積み上げられたものになっていないような印象があります。

※1「鳥取県の民放」放送サービスのエリアはその範囲が免許の際に決められている。一つの放送局は一県域、県単位が基本である。ただし関東、関西、中京、鳥取・島根の山陰地区、岡山・香川の瀬戸内地区のように複数県にまたがる広域圏放送も例外として存在する。山陰地区には鳥取市に日本海放送、米子市に山陰放送、松江市に山陰中央放送がある。



——放送時間は東京からの情報発信が圧倒的な割合を占める一方で、受信料は地域からの収入が大半を占めています。この負託にどう応えるかということが課題です。

濱田純一さん^{※2}は、NHKの受信料を「制度化された寄付金」であると主張しています。この

考えに基づいて考えてみますと、人は顔の見えない人に寄付金を払うでしょうか。寄付金とはこの人のためになってほしいとか、この人を助けたいということで提供するお金です。そういう意味では、NHKに寄付をする（＝受信料を払う）ことは、はるか向こうの人に寄付しているような印象があるのではないかと思います。実際、例えば地域の民放が経営危機から小口でいいので寄付してくださいと言う事と、NHKが寄付してくれと言う事では明らかに視聴者から受け止められ方が違うと思います。

ましてや現在、受信料の不払い者に対して、NHKは支払督促をおこなっています。税金のように無理やりお金をもらっていくことは、本来の受信料制度の趣旨から一層のこと乖離してしまうのではないのでしょうか。

実際、各地方の人からみると、NHKの地域放送はよそからやってきた人が放送していると、少なくとも身近な存在の延長線にはないと受け止められているでしょう。さきほどもお話ししたとおり、「私」から出発してだんだん身近な公共圏が広がっていき、その延長線上で天下国家の話につながっていく、どこかそこが断絶していることが問題の根源であると思います。

受信料制度は「フリーライド」に寛容であるべき

——中村さんは受信料制度に関する論文を書かれていますが、どのような問題意識をお持ちだったのでしょうか。

現行の受信料制度は、ある意味絶妙なバランスの上に作られていると思います。契約締結義務だけを課して、その約款の内容として支払義務が入ってくる。強制徴収の規定もないし罰則もない。世界的に珍しいですが、罰せられるわけではないのに視聴者は受信料を支払っています。

2004年の不祥事以前は、NHKは債権を持っていたにもかかわらず、無理に債権取り立てのための強制執行などをすることはありませんでした。また、視聴者がときに抗議の意思のあらわれとして不払いの運動を起こしても、NHKはそれを受けとめて信頼回復に取り組むという、不思議といえば不思議ではありますが、きちんとバランスがとれた体制になっていたような気がします。NHKと視聴者との間に信頼が土台としてあったのだと思います。

しかし、昨今の支払督促をみると、今後視聴者の受け止めとしては、受信料は税金とかわらないという認識が強くなると思います。ますます国営放送のイメージが強くなることになり、これは最終的には、公共放送NHKが自分自身の首をしめることにもつながると思います。公平負担は必要であります、何のための誰のための公平負担なのかと考えてしまいます。

受信料制度は多少のフリーライド（ただ乗り）は認めざるを得ないというか、多少のフリーライドを抱え込めるか、それをどこまで寛容に受け止めることができるかにかかっているような気がします。年金や社会保険もそうですが、どこにでもフリーライダーはいるわけです。個々の事例を

※2「濱田純一」
第29代東京大学総長
(2009年4月)。専門
分野は情報法、情報政策

みたらけしからんとなりますが、いままでは制度としてフリーライドを抱え込む余裕があり、それが社会の余裕につながっていたと思います。

最近よく社会に余裕がなくなったとか、不寛容になったと言われますが、給食費を払わない人は昔からいたわけです。なかにはお金がなくて払えない人もいるし、フリーライドの人もいるでしょう。しかしこれまで「まあそういう人もいるよね」で流れてきた。それが最近では許せないという社会の空気が生まれてきています。NHKもその流れにのっている気がします。現在、さらに契約を結んでいない人に契約締結を求める訴訟を起こしていく話もあがっています。が、ここまで進むといよいよNHKは何を目指しているのかと言わざるをえません。

——支払督促を開始以来、営業現場でもNHKと視聴者との関係が以前と比べて変わっているという声も多くなっています。

法律屋にとってジレンマですが、コンプライアンスの徹底が余裕やあそびを許さない気分につながっている気がします。確かにコンプライアンスは大事であり、法の設計上は守られることを前提に決めていかなければなりません。しかし、運用のうえでは多少のあそびを持たせることが制度そのものを安定させていくうえで必要です。それをコンプライアンスや義務でがちがちの運用をしてしまうとあそびがなくなり、制度そのものが瓦解する可能性もあります。

——確かに社会全体であそびを許さない風潮がありますね。公共意識をどう訴えていけばいいのでしょうか。

だからこそ寛容の重要性、相互承認の重要性を公共放送

は訴えるべきではないでしょうか。お互い認め合い場合によつては譲り合う、それが社会の公共的な価値を生む基盤でしょう。

最近、学生に新聞を読んでいるか聞くと、ほとんどはネットで見ていると答えます。ネットであれば自分の見たいものしか見ないし、学生は、そもそも色々なことを知ろうとすること自体に関心が向かなくなってきています。自分の好きなことをやって、関心のあることに囲まれて、同じ関心を持つ人同士でつながっていることは気持ちがいいと思います。しかし、逆に気持ち悪いことに対しては不寛容になつてしまっているように思います。

——中村さんは受信料に関する訴訟で憲法的な側面から意見書を提出しています。どのような内容ですか。

個人の思想・良心の自由^{※3}の視点から、裁判において受信料支払い拒否が認められる場合もあるべきだと考えています。確かに、単に嫌いだから払いたくないというようなものまで思想・良心に含めて、それを理由に法の定める義務から離脱しても大丈夫ということになったら、当然社会は成り立ちません。法の定める義務から離脱することを認めるほど、個人の思想・良心の自由に強力なパンチ力を持たせるのであれば、それが通用する場面は本当に限定せざるをえません。ただ、そうやって限定された思想・良心の自由をそれでも侵害してしまう場合に限り、その人が受信料制度から離脱することを法的にも認めてしかるべきなのではないかというのが私の考えです。

※3「思想・良心の自由」
日本国憲法第19条に規定されている権利。国民がいかなる思想・信条を持つことも、それが内心のものにとどまる限りは処罰などを受けない。いかなる身分、国籍であつても、公務員、裁判官であつても、あるいは罪を犯したものであつても内心の自由は人類普遍の権利として保護される。

——単に好き嫌いで払わないというのではなく、この考え方をあてはめるのはまさに究極の状態ですね。

限定された意味での思想・良心とは、西原博史さん^{※4}が述べるように、自分が自分であり続けるために必要な価値判断の基準というものではないかと思えます。君が代問題でもそうですが、人によって価値基準は異なるわけで、あの行為を義務づけられても何も感じない人もいます。それはそれで構わないのです。ただどうしても自分の良心からすると、それに従うことができないという人もいるわけです。そういう人に対して法が定める義務を強制することは、その人がその人たることを否定してしまうことにもつながり、憲法の趣旨、思想・良心の自由に反する場合があるのではないのでしょうか。

しかし本来、受信料制度において、個々の視聴者の心のなかでこうした深刻な葛藤が起きないようにすることが望ましいはずで、つまり、視聴者が自身の思想・良心に照らして受信料を払うべきか否かについて、ぎりぎりの判断を迫られるような状況にまで至らないことが望ましいのであって、これまではそうした深刻な衝突が生じないように受信料制度は運用されてきました。単なるフリーライドの人、NHKの番組や経営に対する異議申し立てとして払わない人も同じように抱え込んできたのが、従来の受信料制度の運用でした。しかし支払督促が積極的に進められるようになり、フリーライドも許さない、思想・良心を理由に断っていた人も許さないということになると、本来登場しなくてもよいはずの憲法論が最後には出てこざるをえない場面がでてくるでしょう。

しかし実際のところ、訴訟になるとおそらく視聴者にはほとんど勝ち目はないと思います。確かに札幌地裁でNHK

Kが敗訴したこともありましたが、あれは契約は妻がやったからというだけの話です。NHKが訴訟を起こすこと自体が本来は想定外のはずで、今回のものも含めて、NHKはそもそも訴訟を起こすべきではなかったというのが私の考えであります。

ネット時代の公共放送の役割とは

——NHKの会長はネットへの同時再送信に意欲を示していますが、日頃接している学生などの様子を見て、ネット時代に公共放送はどうあるべきだと思いますか。

毎週土曜日『8時だヨ！全員集合』^{※5}を見て、週明けにその話題で盛り上がる。私が子どもの頃は頻繁に目にした光景であり、テレビは一つの共同体験でした。しかし現在は、リアルタイムでテレビを見て身近な友達との話題とするのではなく、むしろインターネットの動画投稿サイトを見た時に、ネット掲示板で情報共有をおこなうという学生も多いようです。

だからといってテレビがなくなるとは考えておりません。テレビを見るかインターネットを見るかは、その日の気分や体調によっても違います。インターネットの場合、視聴者は自分の知りたい情報を能動的に取りにいかねばなりません。

しかしテレビの場合、視聴者は受け身になって自然と入ってくる情報を受け取ることができます。通常24時間、自分が欲しい情報をとりにいくことはまずないわけで、自然と入ってくる形で情報を伝える点では、放送を越えるものはいまのところありません。今後多少形はかわるかもしれませんが、放送的なものは残り続けるでしょう。そのなかで公共放送がどういう役割を果たすべきか、私たちは考える必要があります。

※4 「西原博史」

1958年生まれ。早稲田大学社会科学部教授・社会科学総合学院教授。研究テーマは思想・良心の自由、基本的人権の基礎理論、福祉国家と憲法、平等権など。

※5 「8時だヨ！全員集合」

1969年10月4日から1985年9月28日までTBS系列で毎週土曜日の20時から20時54分に放送されていたザ・ドリフターズ（いかりや長介、仲本工事、高木ブー、加藤茶、志村けん（1974年4月より正式メンバー））主演の国民的人気バラエティ番組。基本的には生放送であり、最盛期には40～50%の視聴率を稼ぎ「お化け番組」と呼ばれていた。常に日本のバラエティ番組を代表する存在であったのはもちろんのこと、記録にも記憶にも残る伝説の番組。

——情報が自然と入ってくるという点では民放が優れているという意見もあります。

放送の公共性とも関わってきますが、何でもいから情報が入ってくればいいというわけではありません。積極的に情報をとりにつかない人であっても、多くの人が共有しておくべき情報ならば自然と入ってくる必要があります。もし、NHKはいい番組を作っているのに視聴者がチャンネルを合わせてくれないのであれば、まずは多少、民放を意識して視聴率向上に向けて色々な試みをやることは悪いことではないと思います。それと合わせて重要な情報、良質な番組が提供されればよいのです。研究者のなかでは、総合編成番組の重要性ということがいわれています。なぜなら、自分が関心のある番組を見ている流れでたまたま自分の関心のなかった番組も目にするようになって、結果として多様な情報が入ってくるということとは、専門チャンネルでは不可能だからです。

——ネットが総合編成の役割を担うことはありますか。

テレビはボタン一つで見られることが重要です。現在パソコンは数段階の手間をかけないと情報に行きつきません。また、ネットの言論空間は玉石混交です。さらに、ネットには基本的に同じような情報が大量に存在する印象で、いざ深いことを調べようとすると実はあまり役に立たないことも多いです。たくさん情報があふれていることと、それが理解しやすく提供されていることとは別の話です。

今後ネット上で現在のテレビと同じハード機能が実現されるのであれば、舞台はそこに移るかもしれません。ただ、コンテンツ制作や提供のノウハウなどテレビが積み上げてきた資産を考えると、いまのところ既存の放送事業者にとつてかわる主体はないと思います。

——NHKが放送という枠を超えて通信の領域に進出し、基本的な情報を伝えることについてどう思いますか。

確かに適正規模の話はあります。民放はNHKが自分たちでなければ基本的情報の提供はできないと高をくくっていると思うし、NHKは民放にできないから事業範囲を拡大させることを当然だと思っている節があります。民放が果たして現在、基本的情報を十分伝えられているかどうかという問題がある一方、NHKが基本的情報を提供していると決めるのもどうかと思います。

マスメディア全体の公共性として、情報源が多元的であることは重要であり、そうであれば新聞社やテレビ局はできるだけ複数あつたほうがいいし、新聞とテレビの系列化は避けたほうがいいと思います。日本の仕組みのなかで、公共放送と民間放送が適正な競争を繰り広げたほうが望ましいでしょうし、NHKが肥大化しすぎてそれを歪めてしまふようなことがあつてはなりません。こうしたなか、具体的にどこで線引きをするのか、かなり現実の視聴行動や端末の進化にも左右されるので、それらも踏まえて見直していくべきだと思います。

——最後に公共放送NHKへの提言をお願いします。

近年、憲法学における放送の自由論のトレンドとして、個人の表現の自由とマスメディアの表現の自由とを区別し、両者はそもそも質的に違うものだとする議論があります。確かに説得力のある議論だと思っています。しかし、表現の自由とは、もともとえげつない要素を含んでいるものです。



福田和也さん^{※6}は「民主主義はパパラッチとタブロイド紙の大軍をひきつれてしか前進しない」と言っていました。誇張はあるにせよ、そうした要素は間違いなくあると思います。しかし、NHKはこのえげつなさを極力薄めて番組を作っているように思います。えげつなさを消してしまうと、表現の自由が本来持つべきパワーがそがれてしまう気がします。本来の意味での公共放送は、えげつなさやいやらしさにさえ動機づけられた、見た人をどきつとさせるような番組を作っていくべきだと思います。

個人の表現の自由とマスメディアの自由を区別する見解によれば、多様な情報環境を創出することや基本的情報を提供することといった特別な役割を持つマスメディアは、そうした特別な役割を果たすゆえに特権的な表現の自由が認められると同時に、個人に対しては許されないような制限であってもマスメディアに対しては許されることがあるとされます。しかしながら、えげつなさがないと、本来のマスメディアの表現の自由は十分に発揮されず、お行儀のいい番組だけが放送され、世の中に刺激を与えることはできないと思います。こうした状況を打破するためにも、卑屈にならずに組織としてきちんと主張できる番組制作をすることが必要でしょう。同時に、組織として信念を持つて作ったのであれば、個々の制作者を組織として守っていく体制をしっかりと確立し、安心して番組づくりができるようにしていくことも必要だと思います。

他方、テレビを見る受け手の側にも、確かにくだらないものもあるけど、こんなにもいいものもあるのではないかという寛容さがあつてしかるべきでしょう。NHKに受信料制度に関する寛容さを求めるのであれば、視聴者にも色々なことを受け止める寛容さがあるべきだと思います。どっ

ちつかずというかあいまいなままでのNHKと視聴者の相互関係があつてこそ、実は公共放送の機能は十分に発揮されるのではないかと思います。

インタビューを終えて

これまでNHKは全国放送と地域放送を「車の両輪」として位置づけてきました。しかし実際にはヒト・モノ・カネに限られるなか、現場の知恵と工夫でなんとか乗り切っているのが現状です。中村さんの話にあつたとおり、地域放送がいつの間にか全国放送と同じようなフォーマットや内容で作られてしまっているという指摘は、こうした地域放送局の実情を反映したものとなっているかもしれません。

まもなく次期経営計画の議論もスタートしますが、恐らくあれもこれも全部やるという経営にはならないでしょう。デジタル時代の視聴者動向を踏まえて公共放送として何を志向していくのか、経営資源の再分配を含めて、しっかりと見定めていく内容のものとなるでしょう。

ネット時代になったとはいえ、地域の公共空間がなくなることはありません。受信料収入の大半を占める地域の視聴者に何をどう提供していくのか、組合としても経営の動きを注視するとともに、みずからアイデアを捻り出していかなくはなりません。

報告 中央放送渉外部長 小磯 亮

管地系列書記長 山下 聡一

※6 「福田和也」
日本の文芸評論家、慶応義
塾大学環境情報学部教授。

「職員は外へ出て、お客様の要望・意見を積極的に聴きなさい！」

沖

縄放送協会「OHK」。沖縄県が本土復帰前に創設された「NHK」の前身である。

そんな「OHK」宮古島放送局に入局し、沖縄県本土復帰とともに、“宮古島に住む唯一のNHK職員”となった本村さん。

激動の時代を“宮古島の顔”として活躍された本村さんの姿は、究極の地域限定型職員の理想像ではないでしょうか？

経営計画にも掲げられている「地域を元気にする拠点となります」を体現するために、視聴者の皆様がNHKに対して求めているものは何なのか…。地域一筋で職務を全うする本村さんを直撃した。



本村 洋子

NHK宮古事務所 営業事務スタッフ

プロフィール

1946年生まれ。米軍占領下の沖縄の公共放送 OHK（沖縄放送協会）宮古島放送局に入局。沖縄返還後、NHK 宮古事務所においてNHKの営業職員として活動。定年退職を迎えた現在も営業事務スタッフとして引き続き地域一筋で活躍中。

「視聴者の生の声」の大切さ

訪問集金制度の廃止により、視聴者の皆様との回路が減ったと言われる今のNHK。経営目標として「接触率」の向上が掲げられている中で、より視聴者の皆様の要望に沿った番組を提供していく必要があるにもかかわらず、その声を吸い上げる回路を失ったことは大きな損失と考えるべきでしょう。

視聴者の皆様と直接話をして頂戴する意見・要望は、間接的に目にするモニター報告やコールセンター報告とは違い、我々に訴えかける力が非常に大きいです。「期待に応えなければ」と思わせる力強さがあります。「いつでも、どこでも、もつと身近にNHK」。この経営計画のスローガンを達成していくための答えは、NHK内部ではなく、外部にしかありません。

営業職員として受信料制度の堅持に努めながらも、宮古島で唯一のNHK職員として、職種の枠に囚われず、お客様の様々な意見・要望・批判にも向き合ってきた本村洋子さん。莫大なニーズを把握してきた本村さんだからこそ持つ「NHKの理想像」があるはずです。

メディア改革が急速に進む中で、今後更に視聴者の支持を得るNHKを作っていくためにはどうすべきか、そのヒントを伺いました。

宮古島で唯一のNHK職員誕生

——本村さんの経歴をまず教えて下さい。

はい。1968年（昭和43年）9月にOHK宮古島放送局に入局しました。職種は庶務です。編成を兼ねながらニュース送出なんかもしていました。本土復帰前は職員が

3名。本土復帰を契機に「NHK」となり、宮古島放送局は営業拠点だけを残すということになりました。庶務から営業に変わったのはその時です。他の職員さんは全員那覇に行ってしまった。局長さんも復帰後半年くらいはいいましたが、那覇へ戻りました。

——そうして「宮古島で唯一のNHK職員」が誕生したんですね。

はい。シーンとした宮古島放送局の中で一人。寂しかったですよ。だけど、仕事は一人で全部やらなくちゃいけない。書類をやるのに必死でした。間に合わないの、手直しもせずに那覇へ送ったら、そのまま送り返されてきた（笑）。



本当に仕事を辞めようかと思いました。だけど、「あららがま精神」※1で頑張ってきましたよ。2006年（平成18年）1月に退職するまで、宮古島で営業一筋務めてきました。言葉にならないような習得をさせてもらいました。私の宝物です。

沖縄は受信料制度の原点

——沖縄は受信料制度の原点だと言われています。民放が先にできたということ、さらにはOHK（NHK）が戦争に加担したという意識が県民に根強く残っているということもあり、歴史的に制度への理解が進まないと言われます。宮古島でもそうなのでしょうか。

宮古島では、OHKが民放より先にできました。戦争に加担したという感覚も島民には薄いと思います。

1980年（昭和55年）に受信料の課金が始まった時も、「取れるところから取ってみよう」という感じで、違和感なく進みました。石垣島も宮古島と同じようにスムーズに進んだと思います。

——沖縄本島が受信料制度に対する理解が進まなかったということですね。

本島は大変だったと思います。戦争に加担したという反感があるのは事実ですし、民放が先にできており、テレビを見るのにお金を払うという意識は全くありませんでした。また、収入面でも厳しいというのも当然ありました。歴史上の難しさ、現在にも根強く残っていると思います。

地域限定型職員の理想像

——協会は、地域放送やサービスの充実に向けて、地域に根差した人材を採用する「地域限定型職員制度」を導入する準備を進めています。どう思われますか。

とてもよい方向に働いていると思います。NHK職員は短い期間での転勤が多いですね。いくら地元の人と親しくなっても、転勤することがわかっていいるから、特に田舎の人は腹を割って話をしないと感じます。やはり地元の人間がないといけませんね。方言で会話することはとても大切なことです。

——本村さんも宮古島出身という強みを感じることはありましたか。

たくさんありました。事務所にいても、受信料を払いにきてくれる人、免除申請書を届けにくる人、受信相談にくる人、取材の申込みにくる人、怒って怒鳴り込んでくる人

※1「あららがま精神」
宮古島の方言。なにくそ！負けてたまるか！という意味。

など様々いました。どこにいけば、私がいるか地元の人はわかっていきますから（笑）。私が動かなくても、お客様自らが動いてくれる。そういう状況は私にとつての強みでした。「宮古島で一人だけのNHK職員」というのは、私にとつての誇りです。

——逆に地元の人間だから苦勞したということはありましたか。

それはあまり感じたことはないですね。ただ、「NHK」という三文字を背負ったことは、私の人生において色々な面で自己規制をするきっかけとなりました。周囲から見張られているような気がして（笑）。

また、私は営業職員だったから、なかなか受信料をお支払してくれない方は、仕事以外の時にお会いしても、目も合わせてくれないこともありました。だから、わざと近くに行つて挨拶したりもしてましたよ。その方々も後ろめたそうにしました（笑）。

——宮古島では、NHK職員に対する視聴者の期待は大きいと感じますか。

はい。「NHK職員だから何でもできる」と思っているところがあります（笑）。お堅い立派な会社という意識を持っています。そのために、色々とお願ひされることがあります。自分では無理と思つているようなことでも、「受信料払つてるよ」と言われると弱くなつちやいます。

例えば、同級生が還暦を迎えた時にパーティーをするのになつて、友人が「NHKの人だから」というだけで、勝手に司会の役を私に決めてきました。アナウンサーでもないのに。でも、向こうは「NHKだから何でもできる」

NHK宮古島事務所



と思つている。司会のノウハウ本を買つて徹夜で勉強しました。当日は方言を使った司会を何とかやり遂げましたよ。でも、友人は「やっぱりNHKだからできたね」と言うんです（笑）。

仕事以外のことも何かと期待されるのが「NHK」であり、「NHK職員」であると思います。私のできることであれば何でもやる。小さなことかもしれませんが、その積み重ねがCS向上に繋がるんだと思います。

視聴者の皆様が求めているもの

——本村さんの長年の経験から、視聴者の皆様はどのようなことをNHKに求めていると思いますか。

地域に密着した放送だと思ひます。例えば、第一回の宮古島トライアスロンをNHKが中継しました。そのおかげで宮古島は有名になつて観光客も増えました。地元の人も大喜びしてました。NHKが放送するということは、それだけの価値や影響力があるということです。

地元のケーブルテレビは、小学校の運動会とか小さなニュースを隅々まで拾つて流しています。それを、視聴者はよく見ています。「なぜNHKは放送しないの？受信料払つてるのに」と言われることもあります。NHKは全国規模の放送なので限界があることも説明してある程度は納得してもらえますが、視聴者のニーズが地域に密着した放送であることには間違ひがないと思ひます。漁師や農家



OHK 宮古島放送局跡

——NHKが果たすべき役割は他にどのようなものがあると思いますか。

最近の世の中は、人と人が顔を合わせて付き合う地域のコミュニティが減ってきていると思います。核家族化が進んだことや携帯電話やネットの普及が進んだことも影響しているんでしょうね。一昔前は、子供がいたずらなんかしていると近所のおじい・おばあにも怒られていたん時代だったんですけどね（笑）。若い世代の人は、特に地域での付き合いが少なくなっています。

地域のコミュニティを取り戻すのに、NHKが役買うことはできると思います。例えば、『のど自慢』。必ずしも立派な会場でやる必要はないんです。きれいな青空の下で、広い場所に人を集めてわいわいがやが

の方は、地域の細かい天気予報などを要望する声も多いです。

——全国放送も大事だけど、地域放送の充実が必要不可欠ですね。

はい。その局その局でできることを、視聴者のニーズに沿ってやっていけばいいと思います。そのニーズを把握するためにも、NHKの職員はもっと外に出て、視聴者の皆様の意見・要望をもっと真剣に聴くべきです。決してNHK側の自己満足で終わらないようにするためにもね。

「NHKを好きになつてもらうこと」

やする。祭りみたいな雰囲気。それができれば、人は自然と集まるし、幸せな気分になると思います。単純な事かもしれませんが、それが難しい世の中になっています。NHKに対する視聴者の皆様の期待も大きいから、「やつぱりNHKって凄い」と言わせた



「OHK 宮古島放送局」と書かれた石碑

——NHKを好きになつてもらうことは重要ですよものね。

そうなんです。NHKの番組、イベントなんかだけでなく、NHKで働く人間も視聴者の皆様から好きになつてもらわなければ、受信料も快くお支払頂けないし、応援してもらえません。

今までのNHKは、受信料をお支払い頂いているお客様へのサービスが足りなかったと思います。何でもいいんです。番組ガイド一枚をお渡ししたり、お子様へはシールをあげたりとか。顔を合わせて感謝の気持ちを伝えるだけでいいんです。そうでなければ、一口株主として応援しようという気持ちになつてしまい、離れていってしまいます。

もちろん、公平負担を実現するために、お支払いさされていないお客様への対応にお金を使うことも必要な事です。けど、お支払いして頂いているお客様と地方をもっと大事にしてほしいです。

——最後に、本村さんはNHKのことが好きですか。
はい。NHKが好き、大好きです。何かお返ししていきたい気持ちでいっぱいです。NHKで働く人間は、もっとNHKのことを好きでいてほしいです。

インタビューを終えて

本村さんの長年の経験から語られたお話の内容は、至極当たり前のように感じました。しかし、今までのNHKがそれをどこまで実現できていたのか……。自信をもって「Yes」と言える役職員はそう多くないと思います。

メディア間の競争が激化している中で、いかにして「NHK」の存在価値を示していくのか。すべては、本村さんがお話された「視聴者本位」であること、それにより「NHKを好きになってもらうこと」に尽きると思います。

冒頭にも書いた経営計画のスローガン「いつでも、どこでも、もっと身近にNHK」。これを達成することが、NHKの存在価値を高める近道です。組織の壁を越えて一体となり、真剣に「視聴者ニーズ」に向き合い最大限応えていく。全役職員がそういう意識を持って、今後の業務運営をおこなっていくことが、「公共放送NHK」に与えられた使命であり、あるべき姿であると考えます。

報告 関西支部書記長 服部 慶典

九州支部書記長 大島 功嗣

中村英樹さんのインタビューのなかに、このままでは憲法論になってしまう、という話がありました。これまで受信料制度は、何となくあったNHKと視聴者の間の信頼を前提としてきました。それがなくなつてしまった、という意味ではありませんが、義務を訴え強制力に頼れば頼るほど、信頼以外でその正当性を担保する必要があります。

たとえばそれが憲法論です。しかしこれは、単に受信料徴収の面にとどまりません。受信料徴収を憲法論で担保していくのならば、当然、放送のあり方についても、憲法が定める表現の自由等々に照らしてど

中村 英樹



本村 洋子



この章の最後は、受信料をめぐる議論の全体として、お二人のインタビューを掲載します。まずは、テレビや雑誌でもおなじみの経済評論家・森永卓郎さんです。受信料は、裕福な人からもうでない人からも平等に徴収する制度です。しかしながらそれゆえに、年収200万円以下の人がたくさん出るような経済状況のもと、受信料を払ってもらえるよう説明することはより困難になっています。公平負担と低所得者層の問題について、森永さんに語っていただきました。

こまめが受信料でまかなう公共放送のサービスの範囲か、ということを決めないとバランスがとれなくなってしまう。

これまでは、NHKがどういう放送をするかについても、NHKが自主的に決定してきました。それは、NHKと視聴者の間に何となくある信頼関係を前提としてきたからです。公平負担を求める声も強いなか、新たな施策を一概に否定することも難しいでしょうが、どこまでNHKの自立性を守っていけるのかも同時に考えなければなりません。

経済アナリスト 森永卓郎

ジャーナリスト 小田桐誠

もうお一人は、ジャーナリストの小田桐誠さんです。放送批評懇談会の雑誌『GALAC』への執筆をはじめ、NHKを含め放送界にかかわる取材を長年重ねてきた小田桐さんに、変わりゆく「受信料」についての考えを聞きました。

「年収 200 万円世帯の“負託”に応えよ！」

「い

ざなぎ越え」景気…。

ほんの少し前まで声高に叫ばれていた。

労働者の多くがその実感を得られぬまま、
米金融危機により吹き飛んだ。

そして今、年収200万円以下の人が、
全国で1000万人を超えた。

一方で、年収1000万円を超える人は、
233万人と、前年度と比して増加した。

不況に強いと言われる受信料だが、
格差が広がり続ける状況下にあっても
“公平負担”を求めるあり方は正しいのか？

「いざなぎ越え」景気を「格差景気」と呼んだ
経済アナリストの森永氏に聞いた。



森永 卓郎

経済アナリスト・獨協大学経済学部教授

プロフィール

1957年生まれ。東京大学経済学部卒。日本専売公社に入社し、三井情報開発株式会社総合研究所、三和総合研究所、UFJ総合研究所等を経て、現在は経済アナリスト、タレントとしてテレビ・ラジオなど幅広く活躍中。獨協大学経済学部教授も務める。著書に『年収300万円時代を生き抜く経済学』『ミニカーから全てを学んだ』など多数。

広がる所得格差と受信料の公平負担

国税庁が2008年9月に発表した2007年分の「民間給与実態統計調査」※1によると、年収200万円以下の給与所得者の人数が2006年に引き続いて1000万人を超え、1032万人となっています。小泉政権誕生前の2000年分では850万人を下回っていたことを考えれば、この7年間で300万人もの人が「負け組」へと転落したとも言えます。今、さまざまな場において構造改革政策が社会格差を拡大したとの指摘がなされていますが、年収が1000万円を超える人が増加していることを踏まえれば、数字の上でも格差が拡大していることが裏付けされていると言えます。

こうした厳しい社会状況がある中、NHKは受信料の公平負担の実現に向けて、営業現場を中心に取り組んでいます。しかし、厳しい社会状況を受けて、営業現場では日々想像を絶する厳しい応対を迫られています。日本経済が急速に冷え込む中にも関わらず、かつ所得格差も急速に広がる中にも関わらず、幅広い世帯に一律の額をご負担いただくという受信料制度は本当に視聴者の理解が得られるものであるのか、年収200万円以下の世帯にもご負担いただくべきものなのか、経済アナリストの森永卓郎さんに伺いました。

低所得者層の受信料負担

——NHKの受信料は所得の多寡にかかわらず一律に負担いただいていますが、この点についてどのように考えられていますか。

低所得者層の家計にとって、受信料が重い負担であることは間違いありません。特に年収200万円以下の世帯が1000万を超えるような社会状況がある中では、とりわけ厳しい負担を求めるものと言わざるを得ません。年収200万円以下となると、「おいしいものが食べたい」ということ自体が贅沢であり、その日その日を「どう食べていくか」というまさに死活問題が目の前にあるといつても過言ではありません。そうした世帯に受信料の負担を求めるわけですから、本当に厳しいものと言わざるを得ません。

——今の受信料制度は見直すべきだと思いますか。

私は受信料を税金のような性格のものだと思っています。そういう意味では、所得にあわせて負担していただくといったことにも検討の余地はあるかと思っています。ただ、現実問題として受信料は税金ではありませんのでNHKが納税状況を、つまりは年間所得を把握できないなど、こうしたシステムを導入するために乗り越えなければならぬハードルがあまりに高いことも事実です。そのため、現実的には今の受信料制度がベターだと思っています。

——今まで通り、所得の多寡にかかわらず一律の負担を求めているべきだと。

現状、低所得であるからといって、NHKの受信料を支払わなくても良いということにはなりません。しかし、そ

の分、NHKにはその負託に応える努力が求められることになりす。もっと単刀直入に言えば、低所得者層の言葉を代弁することが求められるということです。

民放は、これだけ広告収入が激減する状況にあつては、今まで以上にスポンサーの意向を、つまりは経営者側の意向を反映せざるを得ません。また、スポンサー企業の不祥事の取り上げ方にも影響が出ないとは言いいきれない状況があると思っています。このような時代状況があるからこそ、受信料で成り立つNHKにしかできない放送が、NHKにしか踏み込めない領域があるのではないのでしょうか。それを実施することが、低所得者層からも受信料を集める意義につながると思います。

たとえば、秋葉原で起きた通り魔事件^{※2}の犯人の勤務先について、トヨタの子会社であることが報じられるまでに随分と時間を要したように感じました。なぜ、きちんと報じられなかったのか、放送局側の恣意を感じずにはいられません。事件当初より、この事件の背景には今非常に問題となっている「派遣切り」があると指摘してきましたが、こうした視点でももっと報道すべきことがあったと感じています。NHKは公共放送であるからこそ、民放には深く掘り下げることが難しい問題にもっと取り組むべきだと考えます。

また、最近の事例で言えば、「かんぽの宿の売却」^{※3}などもあります。日本郵政は、入札をしたと言っていますが、私たちが想像するような入札ではないことが次第に明らかになってきています。日本郵政は、未だに入札の詳細を明らかにしていませんが、こうしたことに関して深く取材し、視聴者の疑問に応える報道をおこなうことが、公共放送であるNHKには強く求められていると思います。

※1「2007年分の民間給与実態統計調査」

国税庁が、2008年9月19日に公表した調査。同調査によると、1年を通じて勤務した給与所得者4543万人の内、年収100万円以下の階層が366万人。同100万円超200万円以下の階層が666万人となり、合計で1032万人に達したとのこと。

※2「秋葉原で起きた通り魔事件」

2008年6月8日に東京・秋葉原で発生し、7人が死亡、10人が負傷した通り魔事件のこと。容疑者は、犯行当時、東京都内にある人材派遣会社・日研総業と契約し、静岡県裾野市のトヨタ自動車系列会社・関東自動車工業の工場に派遣されていた。

※3「かんぽの宿の売却」
日本郵政が、「オリックス不動産」に「かんぽの宿」などを安値で一括売却しようとしていた問題。売却先の親会社であるオリックスの宮内会長が規制改革・民間開放推進会議の座長を務めるとともに、小泉政権下で郵政民営化を強力に推進した当事者の一人であることも問題となっていた。

このように広く視聴者の疑問に応えうる放送を出していることが、ひいては年収200万円以下の世帯も含めた「負託」に応えていくことが、一律に受信料を負担していただく意義ではないでしょうか。

受信料の還元のある方

——いまNHKは、09年度からの経営計画に受信料の10%還元※4を盛り込んでいますが、還元のあり方についてはどのように考えられますか。

一律の受信料値下げが視聴者への還元策として最も有効なものだとは思いません。それよりも、低所得者層にとっては、苦しい生活の中から捻出して支払っている受信料に見合うだけの放送・報道を出すことの方が、還元策として重要ではないでしょうか。

民放は一般企業同様、究極的には利益をあげることを目的とする企業ですから、その収支構造の性格上、どうしても視聴率を気にしなければなりません。そのため、バラエティー番組にしる、報道番組にしる、視聴者の興味を引き付けるために、センセーショナルな取り上げ方をせざるを得ない一面があります。



一方で、受信料で成り立つNHKは必ずしも視聴率を第一に置く必要はありません。そ

の意味では、公正中立な立場から多様な意見を取り上げることのできる唯一の存在です。こうした姿勢を貫き、視聴者にとって有益な情報を提供し続けることが、公共放送としてのNHKに最も期待される還元策であると考えます。

受信料額は今のままでも良いと。

もちろん、支払額が低いことに越したことはありません。ただ、一律の値下げをめざすよりも、低所得者層を対象とした割引の拡大に力を注ぐべきだと考えます。年収200万円以下の世帯が増加する中で、年収100万円以下の世帯も増加してきています。現実問題として、こうした世帯から受信料を徴収することは非常に困難だと思われます。当面、今のままの制度で取り組むことはやむを得ないとは思いますが、生活保護などの公的扶助を受けている世帯だけでなく、本当に困っている世帯を救済できるような割引制度の導入を、そうした世帯を対象とした還元策こそ検討すべきではないでしょうか。先ほども申し上げましたが、受信料は税金に近い性格を持つていると考えています。還元策のあり方については、正直者が馬鹿をみるといったことがないように、慎重に検討を進めてほしいと思います。世の中が不況である今だからこそ、NHKにしかできないことがたくさんあるはず。受信料に負託された思いに応える放送を出し続けてほしいと思います。

※4「受信料の10%還元」
2009～11年度の「経営計画」に「○平成21年度から本計画において掲げた施策を着実に遂行することで、平成24年度から受信料収入の10%を視聴者のみなさまに還元できる収支構造を構築します。○具体的な還元方法はいくつかわえらるることから平成21年度から受信料体系全体の総合的な検討に着手し、最適な方法を決定して、視聴者のみなさまにお示しし、平成24年度から受信料の10%の還元を実行します」と明記している。

インタビューを終えて

すべての世帯に等しく一律にご負担いただくことは、公共放送として間違いではないと言われたことに安心感を覚えしました。しかし、それだけに私たち公共放送NHKには、重い責任と義務が課せられているということを再認識させられました。また、還元のあるあり方についても、まだまだ議論の余地があると思いました。「受信料10%還元」について、一部では「一律10%値下げ」と解釈されていますが、本当にそれが望まれる最適な還元策なのか、その他にもっと良い方法はないのか、議論をしていくべきだと考えます。

報告 中央放送部長 中村 重治

「目標に忠実なあまり視聴者への誠実さを忘れるな」

受

信料制度は還暦を迎えました。

各方面から制度疲労を指摘されながらも、その基本的性格を変えることなく、今日に至っています。

民事手続きや強制執行という新たな徴収方法がなされるなかで、視聴者の権利をどう拡大させていくか。今後も受信料制度を維持していくうえで欠かせない視点です。

受信料問題に詳しいジャーナリストの小田桐誠氏に聞きました。

(このインタビューは2010年に行いました)



小田桐 誠 ジャーナリスト

プロフィール

1953年生まれ。ジャーナリスト。日本実業出版社勤務を経て、フリーのジャーナリストに。放送メディア、とくに公共放送NHKに関するテーマで精力的な執筆活動が続ける。ノンフィクションの著書多数。法政大学や武蔵大学の講師、BPO 青少年委員、NPO 放送批評懇談会の常務理事を務めるなど活動は幅広い。

今後の受信料制度と営業部門のあり方

受信料制度は60周年を迎えました。公共放送を取り巻く環境が変化してきたなかでも、受信料制度はその基本的な性質を変えることなく今日に至っています。

経営計画では支払率を3年後75%、5年後78%に向上させていくことが掲げられています。そのために民事手続きの活用や法人委託の拡大が具体策として示されています。しかしながら、これらの手段は国の力に頼ることや、営利を重視する考え方を多分にはらんでいます。この点について各方面から「受信料の性質を変えてしまうのではないか」という懸念の声も聞こえてきます。

この背景には、視聴者に地道に理解を求めていく姿勢が疎かになったり、受信料の「公的負担金」といった法的性格を変容させたりするのではないか、という考えがあるためです。この課題を放置すると受信料制度ひいては公共放送のあり方にも影響を及ぼしかねません。これまで以上に視聴者の反応に耳を傾けながら、今後の展開を考えていく必要があります。

年金未納や給食費の未払いなど、社会全体から公共意識が薄れつつあるなかで、公共放送や受信料制度の意義をどうやって浸透させていくか、そのための仕組みや方策はどうあるべきか、ジャーナリストの小田桐誠さんにお聞きしました。小田桐さんは雑誌『放送レポート』※1に受信料問題について長期連載されているほか、BPO※2放送と青少年に関する委員会委員として放送メディアのあり方について積極的に発言されています。

完全デジタル化に向けて

——営業職場では完全デジタル化が受信料収入に影響を与えるのではないかとという危惧が強まっています。

2011年度に控えた完全デジタル化によって、現場では17万から23万位の世帯が難視聴になると言われています。3月末のデジタル機器の世帯普及率は83・3%^{※3}ですが、この数字はあくまでも出荷台数ベースのため、ホテル・病院等の事業所による購入や家庭での2〜3台目の買い替えも含めた数字なので、簡単には評価できません。また、年収200万円以上の世帯では80%以上普及している一方、200万円以下の世帯では67・5%の普及になっています。政府によるエコポイントや生活保護世帯へのチューナー配付もあり、普及は着実に進んできたものの、未だ完全普及には程遠いというのが現実でしょう。エコポイントの終了、液晶パネルの供給不足など、先々を見れば明るい材料はありません。低収入等により購入したくても購入できない状況も容易に想定されます。来年の7月24日の完全デジタル化時にテレビそのものが見られなくなる世帯が数多く出ることになるでしょう。

受信料は、テレビの受信設備があれば契約対象となりますが、完全デジタル化によって視聴が困難になった視聴者にはどう対応していくのでしょうか。視聴できなくても払ってもらうのでしょうか。それとも支払を一時中断するのでしょうか。

さらに「デジアナ変換」^{※4}により視聴する世帯では、高音質・高画質、データ放送というデジタルのメリットを享受できません。その時に「払いたくない」という気持ちが芽生えてくることも考えられます。そんな場合、現場ではどう対応

応するのかも気になります。完全デジタル化が延期された場合、NHKとして1年あたり60億円の経費がかかると思われます。これは受信料収入のおよそ1%にあたります。デジタル化による減収はこの60億円以上の影響があるのかも問題となるでしょう。

公共放送を支える特殊な負担金と位置づけられる受信料がこうした事態に直面した時に、この事態を押し切ることができのでしょうか。7月24日に向けた混乱は想像に難くありません。どういう混乱が起きどんな対応策があるのか現場できちんと整理しておく必要があると思います。

公平負担から公正負担へ

——経営計画で5年後の支払率78%を約束しています。その先を考えた時に受信料制度はどこに向かうべきでしょうか。

NHKの情報公開制度ができてから、私は情報公開請求をしたことがあります。受信料の公平負担が実現されていないのではないかと、地域ごとの実情を知りたいという理由で都道府県別の支払率はどうなっているのかと。私の仮説では大都市よりも地方の契約率、支払率が良いはずですが地方ではテレビをガス・水道などのライフラインの延長として捉えていて、税金感覚で支払う一方、大都市では権利意識や集合住宅問題（例えばオートロックマンションの急増）があり、契約率、支払率が悪いだろうという見立てです。NHKの受信料は公平負担を目標としています。では公平とはどういう状態なのでしょうか。究極の姿はすべての世帯・事業者が100%払ってくれることです。

しかしながら、この社会で100%はありうるのでしょうか。国民の三大義務の一つである納税すら、脱税や滞納

※1「放送レポート」メディア総合研究所から2か月毎に発行されている雑誌。様々な視点から放送、放送局を検証している。

※2「放送倫理・番組向上機構（BPO）」P250参照

※3「世帯普及率83・3%」2010年3月の地上デジタル放送対応受信機の普及率はエコポイントの効果等による受信機の普及を反映して大幅に上昇し、2009年9月の前回調査から14・3ポイント増加した。これは総務省の普及計画を2・2ポイント上回っている。

詳細は総務省HP「地上デジタルテレビ放送に関する浸透度調査の結果」を参照のこと。

※4「デジアナ変換」ケーブルテレビのヘッドエンドにおいて地上デジタルテレビ放送をアナログ方式に変換して再送信するもの。使用可能なアナログ受信機を地上アナログ放送停波後も継続して使用したいという視聴者の要望を受けて暫定的に対応。

などが存在しています。自治体では悪質なケースについて特別チームを編成するなど回収に腐心している現状もあります。また、米軍基地外で暮らす外国人については、受信契約の対象として支払いを求めています。基地内の契約は外務省・防衛省・米軍の三つ巴で議論しているものの決着はついていません。



こうした例に限らずあちこちで公平という問題で矛盾が生じています。どう転んでも100%徴収は不可能です。目指すべきは「公平負担」よりも「公正負担」ではないでしょうか。過去の受信料をめぐる議論を踏まえても、受信料制度の理念に照らし合わせれば「公正負担」を追求することこそが公共放送のとるべき道だと考えます。

——受信料の「公正負担」とは具体的にどのような状態になることを目指すのでしょうか。

NHKでは生活保護受給者や心身障害者などを対象に、あるいは災害などさまざまな要件にもとづいて免除制度^{※5}を実施しています。厳しい経済状況が続く中で生活保護など低所得者をめぐる問題は深刻です。厚労省がこの5月に公表した低所得世帯は推計で389万に及んでいます。これは就労者世帯の10・4%を占めていますが、そのうち生活保護を受給しているのはわずか3・3%に過ぎません。年収の多寡によって支払率に差が生じていることは容易に推察できます。生活保護は受給していないものの、こうした低所得世帯に対してNHKがどう向き合うのか大きな課題

だと思っています。

一方で家族割引や事業所割引などの割引制度も充実させています。この割引制度は契約率を高める狙いが一義的にはあるのでしょうか。しかしながら、ホテルを例にとってみれば常に満室であるとは考えられません。病院の病室も同様です。事業所割引はそういった実態を踏まえて導入されたようですが、今後、完全デジタル化を迎える中で、世帯や事業所のテレビ視聴のあり方が大きく変わることも予測されます。その時々々の社会状況を反映した受信料制度のあり方を考える必要があります。

視聴者の権利を拡大すべき

——受信料の徴収にあたって民事手続きや強制執行がおこなわれています。NHKと視聴者の関係が窮屈なものにならないか現場には懸念もあります。

菅義偉総務大臣の時に受信料の2割値下げとセットで支払義務化の提案がありました。各方面からの反対で廃案になりましたが、同じ議論がこれまで繰り返しなされています。現在、契約義務は放送法で規定されていますが、支払義務は受信規約で定められているだけで法的な拘束力は持っていないません。2006年からNHKでは支払督促^{※6}を開始し、今では未契約者への民事手続きや強制執行までおこなっています。こうした動きをみるかぎり、受信料制度は支払義務化につながるステップを確実に踏んでいると私は受け止めています。

受信料を支払っている視聴者も公平負担を求めているところがあつて、督促や強制執行など法的措置を支持する声もあります。一方では、そこまでやる必要があるのかという疑問をもっている人も多くいるでしょう。そこに強制執

※5 「免除制度」

日本放送協会受信料免除基準に該当する場合は放送受信料が全額または半額免除になる。

全額は生活保護受給者、社会福祉事業施設、災害被災者（半壊・半焼・床上浸水）など。半額は視覚聴覚障害者、重度の障害者など。

※6 「支払督促」

電話料金や家賃などを滞納している債務者に対し、債権者の申し立てに基づいて簡易裁判所が行う略式の手続き。

行まで伴う法的措置が当たり前になれば視聴者としても受信料を払うという単なる義務を負うだけかという気持ちになります。今野勉さん^{※7}は受信料について「支払う義務だけでなく支払う権利もある」と述べていますがまさに同感です。私は法的措置や支払義務化には基本的に反対ですが、支払率を高める施策を講じていく一方で、視聴者にこういった権利があるという提起をNHKサイドから明確にしている必要があると思います。

——営業現場では視聴者から「義務だけで権利はないのか」とよく言われます。視聴者に具体的にどのような権利が必要だと感じますか。

一つ目は支払留保権です。例えば2004年、職員による不祥事が相次ぎましたが、このような場合は支払を留保する権利があってもいいのではないのでしょうか。E TV問題のように放送の根幹に関わる事態が発生した時も同様に地域の法務局に供託するなど意思を表明する機会を保障すべきだと思います。ただしこれを拡大解釈すると危うい場面も出てきますね。例えば『JAPANESEデビューアジアの一等国』で右翼から抗議があったように単に番組内容が偏向しているからといった理由で留保が行われたらたまたまのものではありません。あくまでも放送の自主自律のもと制作現場が委縮しないことが大前提になると思います。支払留保権の行使の是非については判断できる第三者機関新設、留保開始や終了の手続きをどうするかなど細かい制度設計については議論の余地が大いにあります。

二つ目は意見表明権です。現在、NHKの予算・事業計画は総務大臣に提出し、大臣の意見が付され衆参両院で議論されています。また、NHKは3年ないし5年おきに

中長期計画を策定しています。この計画はNHKの最高意思決定機関である経営委員会が議論し承認しています。受信料の還元をめぐる経営委員会が執行部の考え方を差し戻し、修正動議を提出したことは記憶に新しいでしょう。このような仕組みがあるなかで、視聴者はどんな場で意見を表明していけばいいのか考える必要があります。私は3年ないし5年の中長期計画は国会承認とし、毎年の予算・事業計画は経営委員会の承認のみで実行できる仕組みを構築してもいいのではないかと考えています。例えばBBCでは10年に1回の特許状^{※8}の更新に合わせて、2〜3年かけてBBCの役割や存在意義も含めて国民的な議論をおこなっています。



毎年度の収支予算、事業計画はともかく中長期計画については視聴者の意見を幅広く汲み取る仕組みがあってもいいと思います。現在の経営計画では2週間ほどの意見募集期間を設けていましたが、寄せられた意見の数は170件程度に留まったと聞いています。3600万世帯が受信料を支払っていることを考えると寂しいかぎりです。例えば、ブロックや地域に分けて意見を聞いてもいいし、各世帯・事業所にアンケート調査をするなど、視聴者が意見を表明できる場を保障することを考えていかないといいけません。

三つ目は意見の意思表明権の一つとしての経営委員の推薦権・選挙権などです。中長期計画を国会審議とした場合、毎年の予算・事業計画の最高意思決定機関は経営委員会と

※7「今野勉」
TBS入社以来、数々のドキュメンタリー番組の制作に携わる。現在は制作会社テレビマンユニオン取締役を務める。NHKが不祥事を起こした際の特番「NHKに言いたい」にゲストで出演。

※8「BBC特許状」
BBC（イギリス放送協会）は10年ないし15年ごとに更新される国王の特許状においてBBCの存立、目的、権限、責任などが定められている。これは政権交代などにもなう政治からの圧力や影響を受けにくくするためだと言われている。

なりますので委員の選定^{※9}をどうするかが大きな課題になります。これまでの選考を見ていると誰がどういうルートで何を基準に選んでいるのか不透明です。そこで視聴者が経営委員を推薦したり8つの地域で選挙をおこなって選出したりするなど選定プロセスの透明性を確保していくことが重要だと考えます。視聴者の直接参加する場を増やしていくべきだと思います。

——NHKと視聴者をつなぐ回路は年々狭くなっているような気がします。

視聴者センターやコールセンター、視聴者モニター等の他、番組観覧やイベントを通じてNHKとしても視聴者との回路を多様化しようと努力していると思います。ただ、現状をみると受信料を支払っている人に限定して応募資格を設けるとか、番組作りの一環としてスタジオに参加してもらうなどに留まっています。このように間接的な参加から一歩進めて、直接的な参画へ移行すべきでしょう。

韓国のKBS^{※10}のように法律で規定するまでは必要ないと思いますが、例えば視聴者が企画から制作まで関わる番組を、県域放送の一コーナーで始めてもいいのではないで



しょうか。また映像制作の技術を指導するために視聴者のもとに出向くなど視聴者と直接的に関わる場があればNHKに対するロイヤリティーを高められると思います。民事手続きや強制執行などの既成事実化が先行していますが、視聴者との回路を太くしておかないと視聴者の理解と納得はえられないでしょう。

受信料収入の10%還元のある方

——経営計画で受信料収入の10%還元が盛り込まれています。完全デジタル化に伴うリスクや経済情勢などを見据えながら慎重に検討されるべきだと考えています。

視聴者は本当に還元を求めているのでしょうか。受信料収入は年間6500億円ですから、10%還元すると650億円が必要です。名古屋市では減税を1年なのか恒久的なのか騒いでいるけれどNHKは毎年還元するということですね。仮に650億円を支払っている全世帯・全事業所に返したとしても大した金額になりません。あまり視聴者にとってメリットがないような気がします。ただ還元自体は多くの視聴者が頭の片隅で公約だと受け止めているでしょうから実施せざるをえないと思います。私は650億円を広く薄く値下げするよりはもう少し絞って有効なものとして活用すべきだと思います。

公平から公正へという点では、高齢者世帯や年金暮らしの世帯など経済的に困窮しているところに還元する方法もあるし、受信料の値下げだけにとらわれることなく新しい番組を開発することや社会貢献につながる事業をおこなうことに活用してもいいはずです。メディアを取り巻く環境が複雑になる中で、ジャーナリスト教育やメディアリテラシー^{※11}教育の必要性が叫ばれています。また、瀕死の危機にあるローカル放送やAMラジオなど地域放送というライフランをどう立て直していくかも課題になっています。これらを含め還元について新たな公共性を育んでいくという視点で検討するのも一つの方策です。受信料の新たな使い方を考えていくことで、公共放送への理解と納得は高まると思います。

※9 「経営委員の選定」公共の福祉について公正な判断をすることができ、広い経験と知識を持つ人の中から、国民の代表である衆参両議院の同意を得て、総理大臣が任命する。選任については、教育、文化、科学、産業などの各分野および全国各地が公平に代表されることが考慮される。

※10 「KBS」韓国の公共放送。KBSは視聴者が直接制作した番組を月間100分以上編成することが義務付けられている。違反した場合3000万ウォンの過怠料を支払わなければならない。制作された番組は放送委員会が監修し、制作資金は放送発展基金から支出される。

※11 「メディアリテラシー」P297 参照

こうした議論を経営委員会するのは難しいでしょうから、「放送の公共性を考える委員会」みたいなものを立ち上げることも検討に値します。メンバーには有識者や各界の代表だけではなく、視聴者も参加できることが望ましいです。

これはやや暴論かもしれませんが、受信料徴収にあたる営業部門を独立した組織とすることも考えられます。現在でさえ地域スタッフや法人委託などアウトソーシングしているわけですから、時々の社会状況を踏まえてどんなかたちで受信料を使えば公共性を育むことができるのか不断に検討していくことが重要です。このような役割を持つ新たな組織の検討と同時に、要員削減や営業経費率の縮減という厳しい要請に対してしっかりと説明責任を果たしていくことが大切だと思います。

——受信料制度のあり方に求めることはありますか。

視聴者が番組を中心とするNHKのさまざまな取り組みを評価して支払う仕組みがあってもいいかもしれません。例えばNHKのマイノリティー向けの番組や視聴者参画の実践を評価して2口あるいは3口支払えるようにするなど、いろいろなやり方があると思います。単年では景気に左右されたり、毎年の収支計画を策定したりすることが難しくなるので、視聴者が中長期的なスパンで口数の変更を考える制度でも構いません。

現在、NHKを支えていこうとか、必要不可欠な存在だからなど、積極的な意味を見出して受信料を支払っている視聴者は少なく、決まりだから仕方ないから払うという視聴者のほうが多いのが現状ではないでしょうか。これらのNHKを考えるにあたって、どれだけコアのファンを作れるかがポイントだと思います。この番組は1000万

人に見られているというのも素晴らしいけれど、この番組はノート熱心にとりながら見ている人が多いんですと、多様な番組がラインナップされていることが大事だと思います。

インタビューを終えて

今後の民事手続きの広がりや受信料の支払いに法的義務が課された時、視聴者の間で公共放送に対する閉塞的な感覚が醸成されないか危惧するところです。

そうならないためにも私たちは視聴者の権利を明確にしたうえで、受信料の使途についても公共的な視点に立って検討をしていかなければなりません。小田桐さんは▼公平から公正へ▼参加から参画へ▼間接から直接へというキーワードで今後の公共放送のあり方に言及されています。完全デジタル後のNHKと視聴者の関係を描いたうえで、それに見合った受信料体系や営業部門の役割を考えていかなければならないと感じました。

報告 中央放送部長 小磯 亮

管地系列書記長 青木 貴

管地系列組織部長 山下 聡一

■放送は「システム」か「文化」か ④「第5メディア」の公共性

「第5メディア」とは何か？実はまだ定着した言葉とはいえない面もありますが、人によつては新たな概念として使われ始めている言葉です。これまでマスメディアは、通常「マスコミ4媒体」といわれる、新聞、雑誌、テレビ、ラジオを通じて情報を伝達してきました。しかし昨今のインターネットの急成長は、規模的にも商業的にも大きさを増し、すでにラジオの広告費を越えたといわれています。こうしたことから、第5のマスコミ媒体という意味で、インターネットが第5のメディアと呼ばれることもあります。

「第5メディア」の公共性

そもそもインターネットはコンテンツを制作するためではなく、流通させるための、文字通りの情報インフラとして作られたものです。そこが他の4媒体とは異なります。しかし、マスコミ媒体と近いものとして捉えられるということは、一定の社会的責任にも関わってきます。まだインターネットのニュースサイト、音声、動画（中継含む）サイトで、地上波放送局ほどの「公共性」の使命（あるいは制約）のもとコンテンツを制作しているところはありません。ほとんどのサイトは、出所や真偽が不確かなものも含めてすべての情報を自由に流通させる「インフラ」に徹するか、他の4媒体の記事を流通させて一定の信頼性を確保している状態です。

これほど大きな存在となったインターネットに対して放送を含む4媒体はどう向き合えばいいかは難しい課題ですが、一方で、インターネットから放送を含む4媒体はどう見えているのでしょうか。マスメディア（新聞）での記者経験もあり、いまはITジャーナリストとして業界に詳しい佐々木俊尚さんに話をうかがいました。

ITジャーナリスト
佐々木 俊尚

「論考を深く掘り下げよ」

マ

スメディア記者の経験を経て、現在はITジャーナリストとして活躍。グローバルな視点でネット業界のミクロまで知る佐々木氏。

放送と通信の融合時代にマスメディアがどうあるべきかお話をいただいた。

また、佐々木氏が思うインターネットと放送番組のつきあい方についても話をいただいた。



佐々木 俊尚 ITジャーナリスト

プロフィール

1961年生まれ。早稲田大学政治経済学部政治学科中退後、1988年に毎日新聞社に入社。99年にIT情報誌「月刊アスキー」編集部へ移籍し、03年にフリーとなる。以降、主としてIT分野を取材する「ITジャーナリスト」として活躍中。雑誌にコラムを連載しているほか、近著に『マスコミは、もはや政治を語れない』『電子書籍の衝撃』など多数。

インタビューの目的

放送と通信の融合時代にマスメディアが果たすべき役割について、ITジャーナリストの佐々木俊尚さんにインタビューしました。佐々木さんは新聞社に記者として勤務した経験があり、独自の視点で取材されています。今回、メディアという観点を中心にさまざまなお話をいただきました。

インターネットとマスメディアの関係

——ブロードバンドの普及により、動画がインターネット上で簡単に見られるようになるなど、放送局などのメディアを取り巻く状況が大きく変化してきていますね。

いちばん大きな変化は2005、6年頃からいわゆるWeb 2.0^{※1}の時代になり、ソーシャルメディア^{※2}が発達し、ブログなどのように個人が情報をアップロードできるようになってきたことです。この結果、情報量が爆発的に増え、マスメディアが発信する情報と個人が発信する情報の流通がシームレス^{※3}になってきました。これはマスメディアに対するアンチテーゼ^{※4}としての言論空間の出現につながっていると考えています。

さらに、広告モデルが付随することによって広告費がマスメディアからインターネットへ移行し、ネットの広告費が雑誌やラジオを抜いて5000億円ぐらいに達しており、新聞やテレビに次ぐ第3位になりました。恐らく、近いうちに新聞を抜くだろうと思います。

一方で、マイナスの効果もありました。情報量が急激に増え、情報はマスメディアからしか得られなかったものが、インターネットから得られるようになり、全体の情報量が10倍〜100倍増えました。

また、かつてはマスメディア（新聞やテレビ、雑誌）の対局にパーソナル、つまり通信（電話やメール）の2種類が存在するだけでしたが、その中間にミドルメディアなるものが出現してきました。このミドルメディアの例としては、かつては紙で見られていた業界情報誌や趣味に関する情報誌などがあげられます。これもインターネットへ移行して情報量を増やし、情報爆発を起こしている状況です。結果として、情報とのコンタクトポイント（接点）が多くなり過ぎていく状況です。

一方で、マスメディアの多くはひとつの媒体しかコンタクトポイントがなく埋没しかけていると感じています。さらに、視聴者・読者からすると情報量が増えすぎて、どの情報を収集すればよいか分からなくなっている状況が起きていることも確かであり、IT業界ではこの課題が重要視されています。

そこで、次のフェーズがWeb3.0^{※5}といわれるもので、情報を必要とする人に的確な情報を提供することがおこなわれています。アマゾンでは、本を買うと、他の方はこの本を買っているという紹介をするように、レコメンデーションシステムを取っています。その人に必要な情報が的確にその人に届くようにすることが重要視されています。こうしたプッシュ型のモデルが今後必要になるのではないかと考えています。

現状としては、インターネット上の言論空間がどんどん拡大し、それがマスメディアを脅かす現象が起きています。マスメディアはどうやって見てもらうかビジネスモデルを再構築する必要が出てきていると考えています。

マスメディアの役割について

——情報が爆発する中では、マスメディアの信頼度はどのように受け止められているのでしょうか。

このことを考える際は、一次情報とそれに対する論評・評価付け（いわゆる論考）に分けて考えなければなりません。英語で言うところ、「ニュース（NEWS）」と「ビューズ（VIEWS）」です。ニュースの信頼性については圧倒的にマスメディアが高いですが、それをどう論考・分析するかといった面ではブログなどの信頼度が高くなっています。これはなぜかというと、ブログの方に専門が多いからです。マスメディアはどうしても「マス」に情報を届けなければなりませんから、専門性を和らげて、わかりやすく情報を送っています。それは専門家からすると薄い情報に思われてしまうのです。それに対して専門家は、専門的見地から情報を捉えますので、マスメディアと比べ、深い信念をもっているケースが多くあります。つまり、マスメディアは一次情報に対する信頼性が高く、ブログはビューズに対して信頼性が高くなっているのが現状です。

また、マスメディアは一次情報の信頼性が高いと言いましたが、実際は、まだ要望に応えきれていないところがあります。例をあげれば、新聞で内容が深い記事はあまりネットにアップされていません。これは新聞を読んでもらうことがビジネスの中心で、Webは入り口にすぎないという発想から来ているものです。ねらいはよく理解できますが、実は成立していないと考えています。読者はWebを見たとしても、紙には流れていないのが現実で、結果的に、Web上でのプレゼンスの低下を招いているだけとなっています。テレビも同様で、すばらしい番組が大量にあるこ

※1「Web2.0」
ブログやSNSをはじめとした、ユーザー発信のネットの使い方を総称したものの。一義的な意味はなく、人により用語の解釈は異なる。

※2「ソーシャルメディア」
P337参照

※3「シームレス」
継ぎ目のないこと。

※4「アンチテーゼ」
対立して定立された特定の否定的主張。反立。反定立。

※5「Web3.0」
Web2.0の後継として考えられている理念。

とは間違いないかもしれませんが、ネットで見られませんか。結果として、ネット上でプレゼンスが得られていない状況であり、テレビに対してはくだらない報道をしているとネット上で伝聞的に伝わったりしています。

——今後、メディアが多様化していく中で、公共放送はどのような役割を発揮すべきだとお考えでしょうか。

現状でも一次情報はテレビ・新聞が担い、ますます重要になってきています。しかし、それに基づいた論考・分析が弱いと思います。これは、日本の記者はゼネラリスト^{※6}として育成されているからであり、エキスパート化していないことが課題だと考えています。人事ローテーションによる配置転換をおこなっている現状では、エキスパートを育てることは難しくなっています。そこを乗り越えないと、信頼できるコンテンツ、信頼できるマスメディアはうまく出てこないと考えています。主張をしつかりと打ち出して、最終的に専門家から評価を得ることも必要ではないかと思っています。

そのためには、日本のマスメディアは、通信社機能と新聞社機能（ニュース機能とビュース機能）がごん然一体としてやってきた部分を、今後はそれぞれ別の機能としてやって行かざるを得ないところもあるのではないかと考えています。

そこでのテレビの課題は大きいと思います。新聞の場合は、共同通信や時事通信などの活字情報を記事活用ができますが、映像を取ってくる通信社は日本にはないと思います。そこを誰が担うのかということも課題となりますし、そこをNHKが担うのかというと違うと私は思っています。NHKは良質なコンテンツ・論考・分析を提供して欲しいと思っています。

接触者率について

——NHKは経営計画で、3 Screens^{※7}を方針として進めていきますが、インターネットからテレビへ視聴者層を導くことは可能でしょうか。

「ねらい」としては正しいと思います。現状、インターネットだけで完結したビジネスでは儲かりません。最終的には、紙なり、電波なりに引き込まなければなりません。

しかしながら、テレビとインターネットでメディア環境が違うことが課題です。それは、手でチャンネルをまわっていた時代から、リモコンになってようやくザッピング^{※8}されるようになったように、見る放送局を変えるにも、労力がかかったわけです。新聞を例に考えれば、Webで読んで面白いからといって、新聞を買おうとするまでのハードルはかなり高いのが現状です。テレビも同様で、NHKオンデマンド^{※9}を見て、面白いと感じたからといって、それをハードディスクレコーダーに毎週録画するかというその距離がどうしても障壁になってしまいます。インターネット上だけで完結するビジネスモデルをつくる方向に持って行かなければ、誘導したくてもうまくいかない可能性は高いと思います。

——NHKとしては、接触率の向上は大きな課題ですが、解決策についてどのようにお考えでしょうか。

NHKの人にお会いすると「見なくなってきた」とよく聞きますが、私は別の印象を受けています。ブログ論壇^{※10}の話を見ると、みんなNHKを見ていますよ。『NHKスペシャル』や『クローズアップ現代』などは本当によく見えています。考え方として、マスは減っているのかもしれない。

※6 「ゼネラリスト」
マルチな知識を持ち、能力を発揮できる人。

※7 「3 screens」
P344 参照

※8 「ザッピング」

リモコンを使い、テレビのチャンネルを頻繁に切り替えながら視聴する行為。

※9 「NHKオンデマンド」

NHKが放送した番組をブロードバンド回線等を通じて、PCや高機能テレビなどに有料で配信するビデオ・オン・デマンドサービス。

※10 「ブログ論壇」
ブログ上で言論活動をしている人。

れません。そもそもテレビを見る層が分断化されつつあります。例えば、IT業界の20、30代の人たちなどは「お笑い」の話などはほとんどしません。しかし、地方に行くと言い人は「お笑い」の話しかしないといった経験をしました。世の中が格差社会になって、テレビの見方が中央と地方や富裕層と貧困層などで違ってきていると感じています。東京で仕事をしている人にはNHKに対する信頼度は前より間違いなく高まっていると感じていますし、そういう人たちも大事にしなければならないと思います。

——インターネットは見るがテレビは見ないと言う方も確実に増えてきている感じがしますがいかがでしょうか。

NHKもインターネットへ展開していくとトータルとしてのリーチ率^{※11}は上がっていくでしょうね。ただし、そこでの課題は、電波の視聴者層の比率が相対的に低下していくかもしれないということです。そうすると、電波をとお



3系列フォーラム「震災・ネットサービスで何が起きたか」にて

して見た人に支払ってもらう受信料のモデルが崩れていくことになるでしょう。ここは、電波だけにこだわらないビジネスモデルの再構築が必要だと思っています。アメリカの「ティイボ」^{※12}はハードディスクレコーダーに番組が自動的に蓄積されていきますが、ブロード

バンドから届くのか、電波で届くのかは視聴者の側からは気にしないことです。そこで、「電波で届くから料金を」という仕組みはアメリカでは通用しないものになっています。

放送と通信の融合の中でできること

——インターネット上には掲示板など、不特定多数のコミュニティがありますね。マスメディアはどのように関わっていくべきでしょうか。

最近「2ちゃんねる」^{※13}のなかでも実況板に非常に興味を持ち始めています。テレビのおもしろさのひとつとして、テレビに対して「つつこむ」ことがあると思います。むかしは、お茶の間でテレビをみながら、家族でテレビに向かって面白いとか面白くないとか「つつこむ」ことがあり、ここにおもしろさがあつたと思います。さらに、テレビはその時に見たおもしろさだけでなく、翌日学校で同級生どうし話題にするなどのおもしろさがあると思います。その最近の形として、テレビを見ながら「2ちゃんねる」の掲示板で「つつこむ」おもしろさがあると考えています。テレビは人と人とのコミュニケーションを取り込んでいくわけです。そうすると、そのコミュニケーションをドライブしていく場が掲示板にあるのではないかと思っています。「ANOBAR」^{※14}といった、テレビと掲示板をつなぐツールも登場しています。一人暮らしの方が増えてきているこの時代には、こうしたインターネット上の場をうまく取り込んでいくモデルが必要ではないかと思っています。

※11「リーチ率」
特定のメディアに接触した人の割合を示す指標。

※12「ティイボ」

米国のTiVo社が開発したハードディスクレコーダー。ユーザーの好みを判断し、自動的に番組を記録する学習機能が備わっている。

※13「2ちゃんねる」
インターネット上の最大の掲示板サイト。日常の内容から、専門的な内容まで幅広い内容が書き込まれている。

※14「ANOBAR」
株式会社アノドスが試作した、インターネット上の掲示板と番組を同時に視聴できる電光掲示板。

インタビューを終えて

放送と通信の融合と言われていますが、その具体像の实感がわからないまま現状を迎えています。インタビューを聞いて、ネットがライフスタイルに既にとけ込んでいるとあらためて感じると共に、通信との融合とは通信と放送のそれぞれのライフスタイルを融合させることから考えなければならぬと考えさせられました。今後、NHKとしてどういったテレビライフスタイルを形成すべきか課題は多いと感じました。

報告 技術系列執行委員 上田 裕人

佐々木さんのインタビューのなかに、「ニュース」と「ビューズ」という考え方が出てきました。インターネットでは速報性はもちろんのこと、個々に詳しい知識を持つ人のブログによる解説などが多くのペー
ジビューを稼いでいます。佐々木さんも、マスメディアの一次情報の信頼性ととともに、個々のブログなどによる論考・分析の側面に触れていました。

速報性が「どこが」発信したかを評価するマスに対するものだとしても、論考や分析に入ってくると「誰が」発信したかがインターネットの「公共性」では重要になってくるようです。ツイッターやフェイスブックなどは、「個」の発信がシンプル化した例といえるでしょう。とはいえ、組織で働く私たちにとって、どこまで「個」を出してこれからの時代発信していけるのか、難しい課題が残されています。

佐々木 俊尚



博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所所長 榊原 廣

Y A H O O ! J A P A N メディア編集部長 奥村 倫弘

「個」が多様化しているのは、何も送り手側の事情だけではありません。受け手もまた、従来に比べて、「人並み」に持ち、「人並み」に知ること以上に、自分にカスタマイズされた情報を求めています。そうした

この仕事を進めているのか、Y A H O O ! J A P A N の奥村倫弘さんに話を聞きました。

ニーズを把握することは難しいですし、把握したところで、放送の場合は「公共性」に基づきニーズとは異なる判断をする必要があるかもしれない。ただ、いま、そうしたニーズ把握の最先端がどうなっているのか、それをビジネスにしている博報堂DYメディアパートナーズの榊原さんにお話を伺いました。

もうひとつ、テレビにとってもインターネットの影響力は強いものがあります。その代表格が検索サイトY A H O O ! のトップページに登場するY a h o o ! トピックスです。「トピックス」「経済」「エンタメ」「スポーツ」などの項目にそれぞれ8つの記事が選ばれて載ります。これに話題が乗ると番組の視聴率が変わる、ともいわれるほどです。この「選ぶ」という行為は、マスメディアが公共的価値に基づく判断でニュースバリューを決めていくのと似ています。どういう観点から

「たくさん見せる」から「見に来てもらう」への転換を

1

日は24時間。

決して変えることのできない現実だ。

いま、メディアが多様化するなか、若者を中心に携帯やネットへの移行が進むなど個々人の可処分時間の配分も多様化している。

テレビは「お茶の間」の中心でいられるのか？そんな素朴な疑問が投げかけられている。

多様化する視聴者ニーズに応えるため、私たち放送局はどうすれば良いのだろうか？

博報堂DYメディアパートナーズ

メディア環境研究所で

こうしたメディア環境の変化について、

日夜、研究に勤しむ榎原所長に聞いた。



榎原 廣

博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所所長

プロフィール

1961年生まれ。筑波大学第2学群生物学類卒。84年博報堂入社。03年博報堂DYメディアパートナーズ設立に伴って移籍。同社メディアマーケティング局マーケティング部長などを経て、現在、同社メディア環境研究所所長。メディアおよびコンテンツ市場の環境分析、ビジネスシーズの開発に従事している。

私たちが意識する「視聴者」とは

「若者のテレビ離れ」が声高に叫ばれるようになって、もはや「久しい」とも言える状況になっています。さらに、いわゆる若者だけでなく、働き盛りの世代にもそうした傾向が顕著になってきているとも言われています。そもそも、こうした今の視聴者はどのような視聴動向にあるのでしょうか。多様化するメディアにどう接しているのでしょうか。博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所の所長・榎原廣（さかきばらこう）さんにお話を聞きました。

榎原さんは、84年に博報堂に入社され、各種マーケティングコミュニケーションのプランニングに携わってこられました。03年より博報堂DYメディアパートナーズに移られ、現在はメディアおよびコンテンツ市場の環境分析、メディアコンテンツに関わるビジネスシーズ開発に従事されています。榎原さんの研究では、これまで年齢や性別で分けることが多かった視聴者層を、次のような5つのクラスター※1に区分しています。

▼クラスター①（在宅ゆとり層）

〈視聴分数※2…416・6分〉【構成比※3…29・6%】

平均年齢・女性比率・既婚率が最も高く、退職などにより無職である人が多い。情報収集はテレビ・新聞中心で、デジタルへの接点はあまりない。

▼クラスター②（タイムコンシャス※4層）

〈視聴分数…191・5分〉【構成比…46・5%】

平均年齢38・2歳。男女比はほぼイーブンで、既婚率・主婦率・勤め人率もほぼ平均並み。各種のサービスを利用するものの、メディアへの接触量は少ない。

▼クラスター③（情報飢餓層）

〈視聴分数…658・7分〉【構成比…2・7%】
平均年齢が最も若く、10代比率も最も高い。学生比率45・1%で、既婚率が最低で、主婦率はゼロ。テレビとネットが生活の中心にあるとともに、携帯を駆使して情報をかき集めている。

▼クラスター④（商工自営中心のシニア層）

〈視聴分数…492・6分〉【構成比…8・4%】
平均年齢が2番目に高く、50代比率が最も高い。作業職・商工自営業が最も多い。とにかくラジオが好きで、ネット接触は希薄。

▼クラスター⑤（PCネット・雑誌好き層）

〈視聴分数…423・7分〉【構成比…12・9%】
平均年齢が2番目に若く、20代比率・社会人比率が最も高い。女性比率は最も低い。若手ビジネスマンが中心で、PCネットと雑誌が好きで、テレビはあまり見ない。HDDレコーダーをよく使う。

「視聴者」のとらえ方を転換

——これまでは年齢・性別で区分けすることが多かったと思いますが、なぜこのような区分けをされたのですか。

行動パターンに着目した区分けは、テレビの世界では珍しいことかもしれませんが、通常のマーケティングでは一般的におこなわれています。例えば、自動車のマーケティングでは、車の利用状況だけでなく、公共交通機関の利用状況、ファッションの傾向や嗜好性など、生活全般を見渡

したうえで、そのマーケティング戦略を組み立てています。一方で、これまでテレビは真正面から「視聴者」というものをとらえてきました。一生懸命に視聴者のことを考えているのですが、「真正面から」というのは「テレビの前にいる視聴者しか見てこなかった」と言い換えることもできると思います。テレビの前にいる視聴者が、テレビの前にはいない時に、どのような暮らしをしているのか、どのようなことに興味を持っているのか、十分には把握できていなかったのではないのでしょうか。

——視聴者の一面しか見えていなかったと。

「視聴者」という言葉は、読んで字の如く、テレビを見ている人を指します。しかし、当たり前のことですが、一人の「生活者」として見たとき、テレビの前にいるその人は、その人のほんの一面に過ぎません。とりわけ、多メディア化が進む時代においては、テレビの前にいる時のことだけでなく、テレビ以外のどのようなメディアに接しているのかということも含め、メディア横断的な視野で、視聴者をとらえ直すことが重要だと考えます。

また、メディアへの接触時間について、全体の平均をとると一日に約300分程度という結果がでます。しかし、詳細に分析してみると、一日に300分接触しているクラスターはないのです。つまり、400分以上接触している人と200分未満の人との平均でしかなかったのです。これでは視聴者の実像をとらえているとは言えません。だからこそ、実際にどのようなライフスタイルのなかでメディアに接触しているのかを把握し、それに基づいて区分けすれば、今まで以上にはつきりと視聴者の実態をとらえることができると考えました。

※1「クラスター（cluster）」
同じものの群れ、集団、房、塊を意味する。

※2「視聴分数」

テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・PC・携帯を視聴する分数の一日当たりの合計（調査：博報堂DYメディアパートナーズ）。

※3「構成比」

2008年、東京での調査結果に基づく（調査：博報堂DYメディアパートナーズ）。

※4「タイムコンシャス

「時間に対する意識が高い」という造語。時間管理研究所の水口氏は、「単に『時間をムダにしない』というだけでなく、もっと幅広い視点で時間について考え、行動することが基本である」としている。

——クラスター②が増えてきているとのことですが。

HDDレコーダーの普及やワンセグ、オンデマンドといったサービスの開始など、タイムコンシヤスにメディアに接触できる環境が整ったことにより、クラスター②に属する人が増えています。つまり視聴者の側が、限られた時間のなかでどのメディアからどのような情報を取り出すかを選択するようになってきているのです。こうした傾向は、メディアへの接触に限らず、やりたいことを選択的にこなす人が増えていることを考えると、今後とも続くことが予想されます。

また、今クラスター③に属する若い世代は情報を様々な方法で入手しようと色々なメディアに接触していますが、社会人になると忙しさが増し、否応なしに選択を迫られるようになります。さらに、クラスター①や④に属する人たちは比較的年齢が高く、今はテレビ・ラジオ・新聞を愛好している人が多いですが、クラスター②に属している人たちが年齢を重ねても、一度デジタルの便利さを知ってしまったため、クラスター②に留まることが予想されます。こうした状況から、クラスター②に属する人は今後とも増えていくと見込んでいます。

「見せる」から「見に来てもらう」への転換

——クラスター②に属する人は、総じてメディアへの接触時間が少ない人たちですが、こうした人に接触してもらうためにはどのようなプロモーションが必要ですか。

クラスター②に属する人たちは、時間を有効活用するため、メディアへの接触を含め様々なことを自ら選択している人たちです。しかし、1日は24時間で、可処分時間は限られていますので、こうした人たちに今以上に接触する「量」

を増やそうとすることは非常に困難です。たとえば、「続きはCMのあとで」といった、「今見ている人にさらに見せよう」と言うプロモーションだけでは、もはや難しいと言わざるを得ません。

となれば、今まで接触していない人に見にきてもらうためのプロモーションが必要となります。そのためには、興味をそそる現象を引き起こすこと、話題となるものを生み出すことが重要です。そして、それを見たいと思った時に見られる環境を整えておくことが欠かせません。具体的に言うと、CMの主題とは関係ない画面の隅の方に、著名人を出演させるなどして、「あれは何だ」という興味・話題を作りだし、それが口コミで広がることにより、これまで接触したことのない人が自らの選択によりその映像を探すといった仕掛けのことです。今は、それを「YouTube」などの動画サイトが担っていますが、Webサイトやオンデマンドなどを活用し、あらかじめ放送局側で用意しておくことにより、接触者を引きつけることも期待できるのではないのでしょうか。

多メディア時代の「テレビ」とは

——メディアが多様化するなかで、「テレビ」というもののとらえ方も変わってきているのでしょうか。

もともとテレビは、「①みんなが、②専用のデバイスを用いて、③限られたチャンネルのなかで、④編成されたコンテンツを、⑤リアルタイムに、⑥受動的に視聴する」ものでした。それが、メディア環境が変化するなかで、「①個々人が、②様々なデバイスを用いて、③多様なチャンネルから、④必要に応じたコンテンツを、⑤タイムシフトして、⑥能動的に視聴する」ようになってきました。それにあわせて、

テレビそのものの概念についても、テレビがお茶の間を中心にあった頃は「ある特定の時間に、TV受像機の前で、共通の番組を見る」といったものだったのが、少しずつ変化し、今では「時間には関係なく、TV以外の端末で、好きなテレビ動画を見る」といったものになっています。

NHKが「3・Screens」※5展開を図るのも、こうした視点に基づけば正しい方向性だと思います。

「あまねく」の実現に向けて

——視聴者動向が多様化するなか、「あまねく」を実現するために、どうすべきだと考えますか。

多メディア化が進み、個々人の選択肢が増えた結果、絶対多数を誇る「標準」的な層がなくなり、様々なクラスターへと分散化しています。この傾向は、社会的な「格差」が広がるなか、接触可能なメディアの「格差」も広がっていることで、拍車がかかっているとも言えます。こうした現状を鑑みると、「あまねく」を実現するためのハードルは非常に高くなっていると言えます。

そのため、テレビ局がこれまでの「製販一致」のやり方にこだわっている状況が打開できません。製造される商品（番組）に対するニーズは衰えていませんが、販売ルート（視聴方法）に関しては、既に「お茶の間にあるテレビ」だけではなくなっています。「番組」を見ている人がどういったメディアを活用しているのか、視聴者一人ひとりのライフスタイルに思いを馳せ、それに合ったメディアでの提供を、販売ルートの拡大をめざすべきだと考えます。そうすることにより接触する人の「数」を増やすことができますし、それが「あまねく」を実現する道につながるのではないのでしょうか。

——テレビを中心とした「お茶の間」を取り戻したいというのは、今の時代では無理なのでしょうか。

テレビ局関係者の方々が、そう思われることは理解できます。しかし、家庭内でもライフスタイルが多様化するなかで、テレビの力だけで、かつてのような「お茶の間」を取り戻すことは物理的に難しいと思います。

ただ、今の時代にも今の時代の「お茶の間」があります。たとえば、メールやチャット、ネット掲示板などは、複数の人がひとつの「場」に集まり、共通の話題で盛り上がっている「お茶の間」ではないでしょうか。そして、その話題の多くは今でも「テレビ」です。昔ながらに「お茶の間」で大画面のテレビを見ているわけではないですが、様々なメディアを通じてテレビ番組は見られています。だからこそ、今の時代の「お茶の間」でも話題になっているのです。確かにリアルタイムでの視聴や、視聴される「量」は減るかもしれませんが、だからこそ、限られた時間を有効に使うのに資する話題を提供するとともに、多メディア展開により、視聴者側の選択肢を増やす取り組みがより必要になると思います。

※5「3・Screens」
P344参照

インタビューを終えて

NHKは「経営計画」で「接触者率80%」という目標を掲げていますが、視聴者の情報行動が大きく変化しているなか、いわゆるテレビだけでこの目標を達成することがいかに難しいか、痛感させられました。

ただ、幸いにもテレビの影響力・話題性自体は衰えていないとのこと。 「視聴者」を「生活者」ととらえ直し、その生活実態にテレビをリンクさせていくためにも、今後、「3・Screens」の考え方を業務のなかにどう溶け込ませていけるかが重要であると感じました。

報告 中央放送部長 中村 重治

「ストレートニュースから深く掘り下げろ」

ひ

と月に 5000 万のユーザーが訪れ、
43 億 8000 万回閲覧される、
ネットニュースの巨人「Yahoo! ニュース」。

自らは取材スタッフを持たず、
「何が伝えられているかを伝える」メディアだ。

トピックスはどのように作られているのか、
ネットニュースの世界から
NHKはどのように映っているのか。

Yahoo! トピックスの
奥村倫弘 編集部長に話を聞きました。



奥村 倫弘

YAHOO! JAPAN メディア編集部長

プロフィール

1969 年生まれ。読売新聞の記者を経て、1998 年にヤフージャパンに入社。以来、1 日約 3500 本のニュースの中から、新しい見出しをつけて読者に提示する「ヤフートピックス」を担当。月間 37 億 6000 万ページビューを稼ぐ。現在はメディア編集部長。

インタビューの目的

NHK では経営計画に 3・S・c・r・e・e・n・s^{※1} を掲げ、コンテンツに「いつでも」「どこでも」接触できる環境の整備に取り組んでいます。NHK オンラインには、報道された全てのニュースが掲載され、様々な番組情報も見ることができます。

しかし、NHK に限らず大手報道機関のインターネットでの存在感は、ほとんど高まりません。その背景には、誰もが発信できるネット特有の環境や、ニュースの概念の変化があると指摘されています。

インターネットの世界ではどのようにニュースは読まれるのか、NHK はどう見られているのか。

読売新聞の元記者で、ネットニュースの世界の第一人者として活躍する Yahoo! トピックスの編集部長・奥村倫弘さんに聞きました。

Yahoo! トピックスの作り方

——どのようにトピックスは作られているのですか。

YAHOO! JAPAN のニュース配信サービス「Yahoo! ニュース」は 96 年にスタートし、現在は約 150 の報道機関と情報提供契約を結んでいます。NHK とは 2010 年 12 月現在で結んでいませんが、大手紙だと読売・毎日・産経から配信を受けています。トピックスを選ぶのは全て人間の手作業で、携わっているのは新聞やテレビの元記者でおよそ 25 人。3 交代制の 24 時間シフトを組んでいます。私も読売新聞で 6 年間の新聞記者の経験があります。

Yahoo! トピックスは、「国内」「地域」「海外」「経済」「コンピューター」「サイエンス」「スポーツ」「エンターテ

インメント」の分類で偏りが出ないように配慮しています。複数の報道機関が伝えるニュースと伝統的なメディアが取り上げないニュースを両方出すようにしていますが、各社の特ダネについてはできるだけ出すようにします。

ニュースを軸として官公庁や企業の一次情報、個人が発信するブログなどもリンクを貼り、ニュースに興味を持った人がさらに深く知ることが出来るようにしています。読者が感想コメントを書き込み「そう思う」「そう思わない」をクリックするサービスもありますが、この機能を付けるかどうかはニュースの配信社が決めていきます。

ネットで広がるニュースの定義

——誰でも発信できるネット時代は、ニュースにどのような変化をもたらしていますか。

これまでニュースと言われたものを決めていたのは、新聞社、放送局でした。これはニュース、これはニュースではないと取捨選択して、ニュースというものがプロの世界で形造られてきたと思います。これを一般の人から見ると、新聞と言う大きい紙の中だと「これはニュース」、NHKの報道番組だと「これがニュース」などと形で見えていたんです。ところが、インターネットのWebページに並んでしまうと、同じ文字列、同じ映像に見えてしまい、違いが形で見えなくなる、媒体の形が見えにくくしていると思うんです。

そのことが結果としてニュースの概念の範囲を広くしています。たとえば、新商品紹介もニュースのように見えるし、あるメーカーが出したプレスリリースもニュースにみえる。またプレスリリースを誰でも簡単にコピーできるようになりました。15年くらい前に私達がやっていたニュースとく

らべると、今のニュースの指し示すことが非常に広くなつてきていると思います。

——そのことは、ニュースの受け手にどのような影響を与えていますか。

昔の新聞やテレビは公共性というものを大事にしてきました。しかし新興のニュースは、公共ではなく個人の関心に注目しています。私たちもトピックスの活動を説明する中で、「どれがニュースか」と社内外の人に、



ニュースを選んでもらうことがあるのですが、彼らの多くはお役立ち情報をピックアップします。彼らにとってはそれがニュースなんです。

ニュースの定義や概念が変わること自体は善でも悪でもありません。しかし、世の中にあるニュースと呼ばれる情報が、インターネットが出てくる前ほど信頼や公共性と言うものに期待を伴わなくなったことは大きな問題です。今、あらゆる情報がニュースとみなされ、そこに公共性や信頼性はなくなっており、ニュースはツイッターで見ればいい、ブログで見たらいいなどという言い方が跋扈する状況が起きている。

NHKもiPad^{※2}が日本に上陸したことは、ニュース番組で取り上げていましたし、新聞でも新商品の紹介をしていました。新聞やテレビ報道の中でも商品紹介的なものが含まれています。そうした商品紹介は報道機関が報道しなくてもインターネットでは話題となりやすく、伝統的な報道機関が形作っていたニュースというものの定義や概念が壊れたと、そんな背景があるような気がしています。

「読まれる」という麻薬に負けない

——利潤を追求する民間企業ではアクセス^{※3}を稼ぐことが常に求められるのではないですか。

民間の企業であれば商品売りコストを引いて利益を上げる、企業活動として当然それをやらないといけない。だからYAHOO!JAPANもそうですがエンターテインメントの情報もやります。

実はスタート当初はエンターテインメントやスポーツもありませんでした。当時の上司がスポーツ、エンターテインメントは載せない方針でしたが、トピックスで取り上げ

てもいないのにサッカーの中田英寿^{※4} 関係のニュースが読まれていたのでトピックスでも出して見たのが始まりです。

エンターテインメントとスポーツニュースの比率は高く、この2つのジャンルでアクセスの半数近くを得ています。国内はいわゆる「事件」「事故」ですが、芸能人の名前が出てくるとアクセスが伸びます。芸能とスポーツのニュースを見ただけでニュースを見たと言うようになってしまうことは怖いことです。実はトピックスで扱っている中で、政治や経済、社会問題などのニュースらしいニュースへのアクセスは3割に満たないんです。アクセスランキングを見たとき、自分が記者としてやってきた仕事がこんなに読まれないものかと思い知らされました。

やはり読まれるニュースは麻薬的な気持ちよさがあります。読まれると気持ちが良い、自分たちの存在が認められた気持ちになる。自分たちがピックアップしたものの、編集したもの、取材してきたものに対して理解・支持を得られたという錯覚を覚えます。

そこで読まれるモノを提供するのか、ジャーナリズム的なことをやるのかは、組織の方針によると思うんです。読まれることが会社の売り上げになります。Yahoo!トピックスの場合は「足かせ」が必要だろうということになりました。「エンターテインメントは2本まで」とか「スポーツと合わせて3本まで」という不文律を設けています。

——その「足かせ」はヤフーニュースにとって良い方に働いたと思いますか。

今になって分かるのですが、もし、あのときにスポーツやエンターテインメントばかりにしていたら、今ほど私達のラインアップは信頼されていなかったでしょう。国内、

*2「iPad」

アップル社が出したタブレット型PC。多くの機能をタッチ操作でき、爆発的な人気が出ている。

*3「アクセス」

ネットのホームページを訪れる回数。視聴率と同様に、ネットではこの回数が多いほど広告料が高くなる。

*4「中田英寿」

サッカー元日本代表選手。日本の3回連続W杯出場の原因力となった。

海外、経済などのジャンルは読まれないかもしれないけれど、読者が読みたいと思うとき、NHKでやっているときに、YAHOO! JAPANに載っていないことは不便であるので、そこは硬軟のバランスを取って出していることで読者がついてきていると思う。そこが私達の信頼であり公共性でもあります。スポーツやエンターテインメントをさらに増やすと読者が離れていくだろうと言う気がします。旧来のメディアが報じていたニュースが読者、一般の人達が欲しいものと必ずしも一致していなかったという所は事実としてあります。しかし、時代によって、変わってはいかないものがあると思います。

視聴率や接触者率も同じで、自分が取材してきたことを読まれると純粹に嬉しいでしょう。最近の番組を見ていると、もともと、NHKに接触してくれていない人に接触しようとしたところが、より接触者率の罠にはまってしまっている気がします。民間だとわかりますが、受信料でやっているNHKがその順番でやるのはどうなのか、公共のニュースを見るために受信料を支払っている、タダでも見られるニュースを出すのはどうかという批判はネットで大きくなっています。NHK

は、本来、視聴率を気にしなくても、視聴者がお金を払ってくれるいいものを作る特殊な環境に居ると思うので、それは報道の現場からするものすごく恵まれているんですよ。

ストレートニュースはネットで飽和状態

——NHKは3・Screensを展開しています。ネットニュースの世界から見ても、NHKがネットに出しているニュースをどうご覧になりますか。

読む側からするとネットニュースはどこも同じニュースが蔓延しています。朝日から産経、NHKまでネットのストレートニュース^{*5}は全て同じ要素です。これでは差別化は難しい。NHKでなければ見られない要素がないと、視聴者が見に行くモチベーションにならないのは間違いありません。

差別化するにはストレートではない、記者が取材しているから分かることを出していくことが必要ではないかと思っています。『現代ビジネス』や『JBプレス』など大きい媒体ではありませんが、有名人のインタビューとかを載せていて、数は少ないですが、ニュースを必要としている人たちの中では流通していて、影響力を持っています。

ネットの記事は「長いのは読まれない。短い方がいいですよね？」と聞かれることがあります。何年か前に、Yahoo! ニュースをリニューアルしたときに、数百文字以上になると「続きを読む」を押さないと見られなくなりました。短いモノしか読まないのならそこでもいいはずで、良かれと始めたのですが、その機能を始めたとなん「余計なことをするな」という意見が殺到し、短い方が良いという自分の仮説はそこで崩れました。読まれている記事の傾向を見ても、尺の話、長いから読まないのではなくて、長くても読む価値があるモノは読まれるんだというのが私の感触です。

NHKでいえば、例えば大雨が降ったとします。そん

*5 「ストレートニュース」
いつ、どこで、何が起きたかを短く伝えるニュース。NHKでは1分半程度。対極には、なぜ起きたかを検証したり、現場をさらに追跡する「企画ニュース」がある。

なとき、これまでに放送した大都市の大雨のメカニズムや首都圏の浸水の危険性についての番組をリンクしておけば、多くの人にとって有益な情報になるのではないかと思います。

人に会って、現場をもっと深く掘り下げる

——NHKのネットでの報道に求められる価値とは何でしょうか。

私はよく、ブログを読むようにしています。ブログは個人の日記でたいしたことないと言われてきましたが、よくよく見ていると専門家が書いている場合があります。現場の専門家、大学の先生、彼らもインターネットで情報を発信することが出来ている。そこで新聞記者が書いてきた記事と並べて見たときにどちらが深いかを考えると、現状では大学の先生や現場の専門家が書く考察などに説得力があるのは、まず間違いありません。

記者がそこで強いのは、記者自身の考察に加えて、人に話を聴ける、新聞やテレビだと名刺一つ出すだけで誰とも会えて、新しい事実を付け加えられるということです。取材しないメディアから見ても、これは最高に強い武器です。それを活かしていかないと専門知識に負ける時代がいつか来ると思います。

テレビもそうです。NHKに属していないと出来ないのは、深く掘り下げること。アメリカのニュースはレポーターが単に事実を伝えるだけではなく、背景など解説を交えながらストーリーを伝えており、見ている側の理解は深まります。ストレートニュースが駄目なのではないが、現場に行つて表面をさらうのは通信社としており、それだけの仕事ではないと思います。掘り起こすことはまさにスクープで、そういうことが実は大事で、それは経営が安定しているところ

ろにしかできない、そこはNHKなのだと思うんです。そういう意味では飽和しているストレートニュースより、もっと分かるニュースへシフトしていくことが、公益に資することになるのだと思います。

インタビューを終えて

視聴者の多くが、特に若い世代がテレビからネットへと移っている中で、NHKとしてもネット展開の促進は避けて通れません。しかし、国内の大手メディアのネット展開は、いまだ成功しているとは言い難く、アクセスの多くは大手ポータルサイトからの誘導に頼っています。情報が氾濫するネットの世界でもNHKが存在感を高めていくことができるか、その力ぎはヤフーやグーグルには無い強みである「現場の取材力」を強く打ち出していくことにありと感じました。

報告 中央組織部長 米原達生

■放送は「システム」か「文化」か

⑤ 放送は文化の力たり得るか

本冊子最後の章は、「放送は文化の力たり得るか」と題しました。もちろん、たり得る、と答えるところですが、デジタル化が進み社会の価値観も変化するなかで、その方策を見いだすのは容易ではないでしょう。

ただ、おそらく確かなのは、マスメディアの存在意義がこれまでほど自明ではない、ということ です。それは決して悲観すべき事態でもないでしょう。放送をはじめとするマスメディアが、これまで以上に視聴者や、市民や、ユーザーと連携を取り、意見を交換し合いながら進んでいけば、より豊かなメディア状況を作ることができるかもしれないからです。

ただ、その一方で、水門を開くようにしてマスメディアの制作者と視聴者の垣根を開放しただけでは、単なる混乱を招くだけになるでしょう。マスコミ不信が徐々に拡がりながら、ネットでは自己の主張の強さを競い合うような言説が飛び交うだけの現在のメディア状況はあまり芳しいものとはいえません。どう、メディアが視聴者と場を持ち、アプローチし、豊かなメディア状況をめざしていくか、その方法が今問われているのではないかと思います。

放送は文化の力たり得るか

そのヒントになるようなインタビューを最後に掲載します。東京大学准教授・丹羽美之さんは、もともとはNHKのディレクターでしたが、その後、活躍の場をアカデミズムに移し、メディア状況の研究のかたわら、現在は放送批評懇談会の雑誌『GALAC』の編集長を務めるなど、メディアと社会の関係を問うています。

もうお一方は、作家の石田衣良さんです。数々のベストセラーを世に送り出し、NHKを含むテレビにもよく登場していただいています。創作という立場から、テレビの創造性について触れていただいています。

この部の冒頭で述べた、放送は社会の「機能」であるシステムにとどまらず、文化の側面まで担うべきかどうか。担うべきである、という期待を込めた二人のインタビューをご覧ください。

『GALAC』編集長

丹羽 美之

作家

石田 衣良



「送り手と受け手が対話する場を」

「最」

近のテレビは面白くない」と、
さまざまな場で繰り返し言われている。
私たち送り手は、こうした受け手の声を
どれだけ受けとめてきたのだろうか？

送り手は送りっ放し、受け手は言いっ放し。
それは、送り手だけの問題なのか、
それとも受け手にも問題があるのか。

フルデジタル時代を目の前にして、
激変する放送業界に相応しい「批評」の姿とは？

特定の放送局に依存することなく、
NPOとして市民が集まり放送を批評し続ける
雑誌『GALAC』の編集長・丹羽氏に聞いた。



丹羽 美之

東京大学大学院情報学環准教授
放送批評雑誌『GALAC』編集長

プロフィール

1974年生まれ。東大法学部卒業後、1996年NHKにディレクターとして入局。退職後、大阪大学大学院人間科学研究科博士後期課程修了、法政大学専任講師、同准教授を経て、08年より東京大学大学院情報学環准教授。放送批評雑誌『GALAC』の編集長も務める。

「放送」は「送りっ放し」で良いのか

当たり前のことですが、「放送」は「送りっ放し」と書きます。以前は、文字通り一方通行なメディアであったのかも知れません。しかし、デジタル化が進み、インターネットをはじめ、これまで受けるだけだった人たちが自ら積極的な発信を始めている時代に、テレビがいつまでも一方通行ではいられません。

テレビ界は、2011年7月24日、アナログ放送を停波し、本格的なデジタル時代に突入します。放送のデジタル化の売りのひとつは「双方向性」です。視聴者のみなさんに番組に参加していただくというのも、双方向性ですが、番組の中身についても、送り手と受け手との間で双方向性を高め、より良き番組をめざす必要はないでしょうか。

放送批評雑誌である『GALAC（ギャラク）』※1では、批評家と制作者がひとつの番組をめぐって誌上で意見を交わす「クロス批評」を企画するなど、放送番組について異なる意見を持つ人たちが対話するための空間づくりに積極的に取り組んでいます。

放送を批評する意義とは何か、なぜいま送り手と受け手が対話する場が必要なのか、そのような場をどのように作り出していけばいいのか、『GALAC』編集長を務められている東京大学大学院情報学環・准教授の丹羽美之（にわ よしゆき）さんに伺いました。

「放送批評」Ⅱ「視聴率とは異なる番組評価の仕組み」

——放送に対する「批評」とはどのようなものだと考えていますか。

番組評価の基準として視聴率がありますが、視聴率が低いからといってその番組が良くないと言い切れるものでしょうか。視聴率はあくまでどれだけの人の人に見られたかを示す指標であって、その番組の中身の良し悪しについては何も語ってくれません。もっとテレビ番組の中身について議論すること、たとえば視聴率は低くとも良い番組は良いと言っていくことが大切です。その意味で「放送批評」とは、視聴率とは異なるもう一つの番組評価の仕組みだと考えています。

いまのテレビの世界では、視聴率の取りにくい番組は制作しにくいのが実情です。そうした番組がきちんと評価されることは、制作者にとっても何らかの励みになるはずです。とりわけ地方の民放局には、予算的にも人間的にも苦しいなかで、地域に根ざした優れた番組を作っている制作者がたくさんいます。『GALAC』で地方局制作のドキュメンタリーを精力的に取り上げているのは、地方の草の根的なジャーナリズムに対して、きちんと評価をすることが重要だと考えているからです。

——「ギャラクシー賞」※2では、ドキュメンタリーや特集番組以外にも幅広く賞の対象にされていますが。

テレビは毎日、毎日、放送される日常的なメディアです。そういう意味では、バラエティーや生ワイドなども立派なテレビ文化の一部です。だからこそ、単発のドキュメンタリーやドラマだけでなく、日常的に放送されているレギュ

ラー番組をしつかり批評することも重要だと思います。私自身はいま選考には関わっていませんが、「ギャラクシー賞」では、各選考委員がエアチェックを行い、通常では賞の対象となりにくいレギュラーのバラエティー番組などもしっかり評価するようにしています。

緊張感をもって「褒める」

——最近、「テレビがつまらない」との声が多く聞かれますが、どのように思われていますか。

確かにそういう声をよく耳にしますね。でもそういう紋切り型の批判をしている人に限って、テレビをまともに見ていないことが多いのではないのでしょうか。テレビにはまだまだ面白い番組がたくさんあると思います。私はあえてこういう時代だからこそ、テレビを「褒める」ように心がけています。具体性に乏しい批判は制作者にも響きません。大切なのは、どんな番組が優れているのかということを引きちんと判断し、言語化し、共有していくことです。どの番組のどこが、どう良かったのかを言葉にして、制作者にフィードバックすることです。いまの放送に必要なのは、どんな番組が優れているのかということ判断するための「基準」であり、『GALAC』がこうした「基準」作りに少しでも貢献できればいいなと思っています。

誤解しないでほしいのですが、テレビを褒めるだけでなく、当然批判もします。「これが良い」と言ったその裏には、当然「これは良くない」という判断があるからです。「批評」は英語で「クリティーク (critique)」と言いますが、この言葉には「eri- (切る、分ける)」という接頭辞が使われています。つまり、「批評」には「この番組を褒めるか否か」という分かれ目があるものなのです。そして、批評する側

※1「GALAC」

NPO放送批評懇談会が発行する月刊誌。地上波テレビ・ラジオから、BS、CS、CATVまで、コンテンツ、つまり番組に徹底的にこだわって放送メディアを批評している。また、どの新聞・テレビ系列にも属さず、行政からも完全に独立する放送批評懇談会の自由な立場を最大限に生かし、メディアが抱える問題を鋭くえぐるメディアの「調査報道」も実施している。

※2「ギャラクシー賞」放送批評懇談会が、日本の放送文化の質的な向上を願い、優秀番組・個人・団体を顕彰するために、1963年に創設した賞。現在は、テレビ、ラジオ、CM、報道活動の四部門制をとっている。

はどうしてそちらを選択したのか、その「基準」を常に問われることになります。だからこそ、「批評」には緊張感が芽生えます。批評する側にこうした緊張感があればこそ、制作者にも響く批評が可能になるのではないのでしょうか。

「批評」を介した送り手と受け手の対話

——テレビの制作者は自分たちの番組が批評されることにあまり興味がないとの指摘もあります。

それは先ほど言ったように「最近のテレビは面白くない」というような毒にも薬にもならないパターン化した批評が横行していることが原因のひとつだと思います。「何がどう面白くないのか」「何をどうすれば面白くなるのか」。そうした提言もないまま、ただ批判されるだけでは、制作者側も耳を貸さなくなります。その意味では批評する側にも問題があるでしょうね。

もちろん制作者の方にも問題はあります。テレビの制作



者のなかには、一度放送が済んだ番組にはあまり興味がないという人もいます。テレビは「いま」が大事であり、過去の終わった番組をわざわざ振り返っても仕方がないというわけです。

これでは批評が次の番組制作に活かされるはずもなく、批評すること自体が非常に無意

味な活動となってしまう。放送批評がなかなか広がってこなかった背景には、こういう両者のすれ違いがあったのではないのでしょうか。

——送り手と受け手の間にある種の「溝」があるということでしょうか。

そうですね。「溝」があるからこそ、送り手と受け手が一緒になって「良い番組って何だろう」と考え、その溝を埋めるための仕組みを作っていくことが必要だと思います。送り手と受け手が対話する場が、できれば顔を突き合わせて議論する場が、これからの放送にはもっと必要だと考えています。『GALAC』の09年4月号で「クロス批評」を試みたのも、送り手と受け手の対話の場を少しでも増やしたいと考えたからです。

——これまでお互いの顔が見えていなかったと。

送り手にとって顔の見える受け手と言えば、上司や同僚、自分の家族くらいしかないのが実情ではないでしょうか。もちろん送り手は視聴率というデータから視聴者の姿を想像することはできます。しかし、そうした数字だけでは、どんな関心から番組を見てくれているのか、番組を見てどんなことを感じたのか、ということまではわかりません。具体的な顔の见えない視聴者に向けて番組を作らなければならぬという意味で、テレビの送り手は孤独です。

そして今、NHKも民放も制作現場が多忙を極め、家に帰る間もなく働いています。職場内での議論も減ってきていると聞いています。自分の作った番組について率直な意見を聞く場はますます減ってきているのではないのでしょうか。お互いに何を考えているのかをもっとよく知るために、

送り手と受け手が顔を突き合わせて議論する場が必要だと思えます。相互に理解が深まれば、送り手側は次の番組制作に活かせますし、受け手側ももっと生きた批評ができるようになる、そうした相乗効果も期待できます。

『テレビの、これから』をレギュラーに！

——NHKで放送した『テレビの、これから』※³もそうした対話の場にあたるでしょうか。

『テレビの、これから』は、送り手と受け手の対話の場として画期的な番組だったと思います。視聴者の声を聴くというコンセプトでは他にも『3つのたまご』※⁴という番組がNHKにはありますが、『テレビの、これから』はそれとは全く違う対話の空間を作り出していました。あのように視聴者が自由にテレビで意見を表明できる場、それもテレビについて制作者と語り合うことができる場は、非常に貴重なものだったと思います。

ただ、初めての試みだけに必要以上に構えてしまったためか、視聴者側も、制作者側もどこかで聞いたことのあるような批判や応答にとどまっていたと感じました。しかし、こうした議論は、回数を重ねることによってブラッシュアップされるはずで、対話の仕方が分かってくれば、もっと上手な議論になっていきます。こうした送り手と受け手の対話の試みを、今回だけで終わりにせずに、ぜひ今後も続けていってほしいと思います。

送り手と受け手が対話できる場が、テレビ番組のなかや『GALLAC』のような雑誌、あるいは番組を一緒に見て語り合うイベントなど、さまざまなかたちで広がっていけば、少しずつ溝も埋まり、互いに歩み寄ることができるはずです。そうなれば、送り手は送りっ放し、受け手は言いっ放しと

いう状況から少しは脱却できるかもしれません。テレビに対する批評がもっと活発に行われ、それらが制作の現場にうまくフィードバックされるような仕組みを作り出していく必要があると思います。デジタル時代のテレビに求められているのは、そのような意味での双方向性なのではないでしょうか。

インタビューを終えて

NHKでは視聴者の声を拾い上げ、現場にフィードバックする仕組みがさまざまな形で実施されています。相互の直接対話の機会としては「ふれあいミーティング」なども実施しています。しかし、こうした既存の取り組みだけでは十分だったのかと問われれば、残念ながら疑問を抱かざるを得ません。

送り手・受け手双方の意見・主張を循環させていくためには、経営計画に掲げた「視聴者のみなさまの声を経営に反映させる回路をさらに充実」させるためには、どのような取り組み・仕組みが必要なのか、現場を巻き込んだ議論が必要だと感じました。

報告 中央放送部長 中村重治

※³『テレビの、これから』

09年3月21日放送。視聴者参加型の討論番組『日本』の、これから』の放送記念日特集として『テレビ』を議題に取り上げた。民放各局の人気番組のフロデューサー・ディレクターも出演した。

※⁴『3つのたまご』

前身の『あなたとNHK』を、さらに視聴者との双方向性を重視し、パワーアップし、NHKのさまざまな取り組みについて現場の担当者の声を交えて紹介するとともに、経営情報などについても分かりやすく伝えている番組。

「自由は公共放送にこそある」

『池

袋ウエストゲートパーク』

そう。街のなんでも屋「マコト」が事件を解決していくあの推理小説だ。

えっ、知らない？

じゃあ、その作者、直木賞作家の石田衣良氏は知っているよな？

時事問題や社会問題に焦点を当てた質感溢れるスタイリッシュな文体で

若い世代や女性から支持を集める、あの人気作家だ。

作詞も手がければ、

テレビのコメンテーターもする。

映画に俳優として出演したことだってある。

まさにマルチな才能を発揮する石田氏の目に

公共放送NHKは

どのように映っているのだろうか。



石田 衣良 直木賞作家

プロフィール

60年生まれ。直木賞作家。成蹊大学卒業後、数々のアルバイトを経て広告代理店に就職。36歳のとき『池袋ウエストゲートパーク』で第36回オール読物推理小説新人賞を受賞し作家デビュー。2003年には『4TEEN フォーティーン』で第129回（上半期）直木三十五賞を受賞。若い層を中心に幅広い人気を得ている。

人気小説『池袋ウエストゲートパーク』

——『池袋ウエストゲートパーク』はテレビ化もされ本
当に話題になりましたよね。

『池袋ウエストゲートパーク』はテレビなんかと同じで、ある種ジャーナリスティックな小説なんです。ひたすらりとかが、引きこもりとか、子どもの放火の事件とか……。なるべく目の前で起きていたことをさっと瞬間冷凍して、鮮やかに出したかった。そういう切り口が良かったのかも知れません。

——シリーズのなかには社会の陰の部分というか、いわゆる表舞台で暮らしていない人たちがたくさん出てきますが、もともと、そういう人やモノに興味があったんですか。

学生時代からモノをちゃんと見よう、特に汚れているものをちゃんと見ておこうっていう意識はありましたね。おかしなもの、汚いもの、そういうものがきれいになるまでちゃんと見る。そういうことができるのが小説家であって、一つの文学として表現する方法だと思っんです。

ディレクターなんかと同じ作業をしていると思いますけど、普通の人は目を背けることでも、じつと見ていると見えてくるものがあるじゃないですか。

たとえば、渋谷の街を歩いていて、なんかちよつと薄汚れている。普通の若い人と一緒なんだけど、ジーンズを履いてダウンを来てデイバックを背負っている。でも靴が汚れていたり、ダウンジャケットのところに同じ色のガムテが張ってあったりするんですね。顔色が良くないし。何時間もたつと、同じ所を歩いていたりして。「あれっ、何だろう？この人たち」っていったら、ネットカフェ難民だっ

たりする。そういうことを見つめる、それって大事なことなんじゃないかな。

そういう目はプロになってからさらに養われましたけど。でも、そんなに焦らなくてもいいと思う。人生長いし。社会のルールから外れた人も、いいんじゃないのかなあ、ゆっくり自分なりの働きかたを探していけば。ただ、社会の側はそういう人たちがいることに関しては気がついて欲しいですね。

——そういう情報を得るためには、やはり現地に行つての取材。

取材することはしますけど、そんなにはしませんね。だから情報源はバラバラです。友達の話であつたり、新聞の小さな記事であつたり。

たとえば、ある記事で北海道の落盤事故に巻き込まれた若い鉱夫のことが載っていたんですね。ダ―つて土砂が落ちてきて、意識を失う直前に彼は「天国の音」を聞いたつて。「なんだそれ？」つて。その人は運良く救出されたんですが、病院で見たら、下半身がつぶれているんです。ぐしゃつと。「天国の音」つて言うのは背骨が碎ける音なんですよ、自分の。

でも、考えてみたらそうなんですよね。速い音つてきれいに聞こえる。空気を伝わってくるのではなく、自分の体のなかの固いもの、骨伝導で聞こえてくる音は最速なはずできれいなわけだから、「天国の音」に聞こえたんでしょうね。なくんていうのを読むと『骨音』という小説になるわけです。

——本当にちょっとした引っかけが、小説になるんですね。

小説工場みたいなものを作家はみんな作らなければいけないですよ。そこにたとえば、落盤事故とライプハウスと池袋の子どもたちを投げ込むと小説が一つできる。それをいつもいつもとろ火で動かしていなければいけないです。だから寝てる間も火は落とさない。

作家つて自分で意識して頭で考えてやっているとダメなので、無意識をうまく使うコツを覚えなきゃダメなんですよ。それつて、ディレクターがアイデアだったり企画を考えたりするのと似てませんか？ず―つと考えて色んな資料を集めたり、話を聞いたり、煮詰めて煮詰めて。でも、ある日、それを一回忘れて、別なことに集中しているときなんか、アイデアがポツと浮かんでくる。なので、ぎゅーつと圧力をかけると、抜いてやる、意識的な努力を辞めてしまふ、つていうプロセスをうまく使い分けるのが大切なんですよ。

あとね、自分のテーマを2年とか3年かけて作っていく。モノ作りをする人は、バツハでも経済でも俳句でも何でもいいんですけど、2、3年間没頭し続ければ、何かが見えるじゃないですか。

というよりも、テーマを追求するというのは本当に面白いですよ。20年それをやり続ければ、7つか8つはたまるわけですし。自分が面白いな、好きだなつて勉強したこと、は本当に自分の武器になりますからね。それをちゃんとやっている人はどんな会社でも取締役ぐらいまではいくと思いますよ。でも、みんな気がつかないし、ぼ―つとしていてやらないんだよね、それに自分の仕事もあつて忙しいから。でも、そういうのをやるかやらないかで差が付くと思いますよ。

——小説にもメッセージがありますけど、ゴールはあらかじめ決めて「小説工場」に素材を入れているのでしょうか。それとも…。

あらかじめメッセージを持ってたらダメなんですよ。つまり、一番、最初に「原爆反対」みたいなことを訴えようと思ったら、その小説はダメ。だったら、原爆反対ってデモしてる方がいいんですね。

小説の場合、ために構成していくのではなく、大きな流れのなかでじわじわと盛り上がって、あつ、こういう気持ち传达えたかったんだ、こういうことだったんだって自然に出てくるのいいんですよ。映画でもあるじゃないですか。いままでずっと笑ってたのに、あれっ？なんで泣いているんだろうっていうような。そういうものの方がすぐくグサツときますよね。

でも、構成するもののなかでさえ、これが自然とできちゃったんだっていう、そういう風に見せられるような力量が持てたら凄いですよね。毎回毎回の構成で、ちゃんと考えて作っているのに、自然にわき出てしまう。それが、僕たちの理想の仕事となるんじゃないですかね。テレビのドキュメンタリーの枠で毎回それができるのかというの難しいでしょうけど、そういうひとつの理想を持っていた方がいいような気がするなあ。

テレビは毒？

——小説のなかにテレビは毒という表現がありましたけど、これは。

ゆっくりゆっくりと回ってくる毒。瞬間的ではないですよ、人間の考え方だったり生活感だったり、世界を見る見方を変えてしまう。そういうところがあると思うんですね。

テレビという媒体自体が。

たとえば、70年代のテレビは海外の新しいことを知るための窓だった。海外のドラマがばんばん流れ、海外ニュースも多かった。アメリカは豊かだ、世界はこんなに凄いいんだっていう風に、『兼高かおる世界の旅』※1とかはそうですよ。それが内向きになると、いまの若い人たちは、海外に対する興味がほとんどない。海外のドラマはほとんど皆無。韓流ぐらいですよ。相互作用かも知れないけど、そうなるに興味を持たなくなりますよね。

つまり、テレビでずっと見ているものが世界の成り立ちだし、こういうものが世界だって思い込んでしまう。箱の世界が世界観につながってしまうわけです。そうならないためには、たぶん見る側が努力をしなくちゃいけなくて、それが本であったり、自分の目の前にある世界だったり。テレビとは違うバランスを作っていかなければならないですよ。

——ネットの発達でどんどんフィルターを通さない素材が氾濫してきています。情報過多のなかでどうすればバランスを保てると思いますか。

それに関してはネットみたいなメディアが出た瞬間から仕方がないですよ。だから、結局、自分のなかに、2つとか3つの段階の考え方とかを作っておくべきだと思います。

目の前で瞬間的なことが起きますよね。たとえば、それは、この前の中目黒の殺人事件、あるいは尖閣の問題でもいいですね。僕もコメントターみたいなことをしますから、あまりよく知らないし、詳しくは調べられないけれど、ある瞬間に何かに関して判断しなければいけない。でつ、そ

※1 「兼高かおる世界の旅」

TBSで31年間放映された本格的海外取材番組。世界各地のいま日本人に馴染みのない国々をめぐって、その風俗・文化・歴史や地理・物産などを紹介した。訪れた国の数は150か国あまりにのぼる。

れとは別にたとえば、自分にとつての世界観、これからアジアはどうなっていくんだろう、日本はどうしたいんだろう、みたいな、中長期的に考えるの、それは2年とか3年とかのスパンで考える。さらに、それとは別に自分のライフワークだったり、仕事の目標だったりという、10年20年のスパンで考えるもの。そういうスケールを3つぐらい持って、目の前で起きていることを瞬時に振り分けていくようなことが大事だと思いますね。

ただ、そのときに気をつけなければいけないのは、目の前で起きていることだけれども、20年枠に入ってくるものもあるかも知れないですよ。エジプトのデモみたいなことはそうだし、ベルリンの壁の崩壊だって、あの時、突然、崩れたわけではないでしょ？だから、そういうことをきちんと考えながら仕分けしていく。報道をする人や、何かを作る人は当然ですが、理想をいえば、お笑い番組を見ている視聴者がみんなそれを持っているといいですよ。

バランスを取りながらもつとえ、面白い番組も

——NHKはどのような番組を出していけばいいと考えていますか。

テレビが試行錯誤をやってみせるのが大事だと思いますね。勢いがある上り坂の時代は、それこそヒットパレードみたいな番組がいいと思います。でも、いまは、みんなが立ち止まってじっくり考えようかなって思っている時代になっていると思いますので、それに応える何かを提供する。

言っただけですが、お行儀の悪いものであったり、先鋭的なものであったり、というものを出していくと思いますね。極端に言えば下品でもいい。テレビとかジャーナリスティックなメディアは本来行きすぎるものなんですよね。

でも、いまのテレビはあまりにも清潔になりすぎた、保守的になりすぎたって気がしますね。不倫ドラマがダメだったり、暴力の追放だったり。構図は清潔で潔癖なものに流れているんですが、果たしてその裏で日本人の心というか、モラルが強くなっているかという、脆くなっている気がするんです。

公共放送だからできないではなく、公共放送だからできる『セカンドバージン』みたいなものが大事なんです。若い人がテレビを見ないですから、中高年以上の男性女性がしっかり見られるようなものを、ちゃんと密度のある題材で作る。公共の部分というのは、バランスだと思うんですよ。

そういう意味では、NHKがうける部分に関しては、手放してはいけません。地方の方でお年寄りなんか朝から晩までテレビをつけているけれど、ほぼNHKというチャンネル固定じゃないですか。そういう安心感を与える。CMでいえば、三木のり平の『ごはんですよ！』みたいにがちり浸透しているものを守る。NHKでいえば、大河だったり、朝ドラだったり、ニュース7だったり。

そのためには、やっぱりいい取材をして丁寧に番組を作って、いまの時代の切り口にあったアレンジを施して、どんどん出していく。それを飽きずに繰り返ししていくってことしかないと思います。本当に面白いドキュメントというのは、あつという間にさらっていくでしょ。

この前、筒美京平さん^{※2}のベスト盤を聞いたんですけど、やっぱり凄い。きちんと売る。きちんと聞かせる。若い子に届くメロディーをちゃんと作っている。30年ぐらいやっているんですけど、やっぱりこのガッツだだと思いますね。簡単にあきらめないし捨てない。スランプに陥ってもかいくぐって次を出していく。それをやらないとね。やっぱり、



池袋西口公園© oomml

みんな、ちょっと、人のせいにしすぎる。上司が悪い。時代が悪い。見る客が悪い、と言って、自分でどっか投げている。でも、投げてしまったらアウトなんですよ。そういう中で必ず見てくれる人はいるし、擁護してくれる人もいるんで。あきらめずに新しいものを持ち続けてぶつかっていかないと、それを続けないとダメですよ。

——手前味噌で恐縮ですが、出演されている『ハートをつなごう』※3はそういう意味では面白いと思うのですが、いかがでしょう。

本当に面白いですよ。掘り下げるテーマもドンドン広がっているし。なかなか、当事者と話ってできませんから。いままでも福祉番組はありましたけど、なんていうんでしょう。上から見て可哀想だから助けてあげよう的なものが多いけど。でも、実際に当人たちから話を聞くと目から鱗のネタが出てくるじゃないですか。垣根を壊しますよ。

前にゲイの男の子に言われたことがあるんですが、「マッコさんとかミッツさんとか、それを職業にしている華やかな女装家だったりするゲイの人はテレビのなかであんなに活躍しているけど、自分と同じように普通に制服を着て学校行っていたり、ネクタイを締めて会社に行っている人のテレビは『ハートをつなごう』が初めてです」って。自分もあんな風にならない

ければいけないのかなとか無理しなきゃいけないのかなって、不安に思っているところに普通の人をさらっと、自分のモデルを見せられる、と、やっぱり嬉しいんじゃないですかね。

人間って面白いのは面白いんですよ。欠けているし求められている。

でも、これからは難しいでしょうね。不景気によってみんなの心が頑なになっていきますから、どんどん思い込みだけで、生きるようになってしまふ。だからこそ、そういう固くなった心と体をほぐしたり、ストレッチしたりする。それらもやっぱりテレビの大きな力なのでやって欲しいですね。

「大人」の番組希望

NHKは民放よりは視聴者の層の設定は高くしていますけど、もうちょっと大人の設定にするのはどうでしょう。まだまだ文化教養番組の質が低いと思うんですよ。本当にこの人の話を聞きたいって言う人が出てこないんですよ。どうしてもテレビ的な世界が分かる人を使いやすい、安全だということを使うけど、もっと、新しい個性を開拓したらどうでしょう。テレビの草創期はもっと在野の面白い人を出して面白かったですよ。

専門家とアナウンサーだけで組んでるやつじゃダメですよ。ホントにつまらない。あれは、やっぱりその専門性のなかから引きずり出すような仕掛けが必要だし、基本的に自分だけの解説で終わっちゃうところが多いですから。やっぱり、会話自体の面白さだったり、広がりだったり、そこにちゃんとユーモアもあったりというよう。そこに本だったり、映画だったり、テレビ自体の評だったり、ク

※2「筒美京平」作曲家。作品の総売上数は7600万枚を超え作曲家歴代1位。ヒットチャートランクインは500曲以上。「ブルーライト・ヨコハマ」「魅せられて」「仮面舞踏会」などがある。

※3「ハートをつなごう」2006年4月からNHK教育テレビ「福祉ネットワーク」の枠内で放送している福祉情報番組。発達障害、性同一性障害、ひきこもり、シングルマザー、貧困、ゲイ/レズビアンなど、マイノリティーに焦点を当て、時に困難と向き合いながら今を生きる一人ひとりの体験に耳を傾け、語り合う。

リテイクなものが入ってきて面白と思うんですね。よくあるじゃないですか。海外のパーティーとかだと本が話題になる。ああいう場所で番組が話題になるような、そういう日本製のすごく質のいい「大人のトークショー」みたいなものが見たいですね。

インタビューを終えて

「下品でも良い番組」。これは、NHKが放送を出している上での文法にはなかなか当てはまらない言葉です。しかし、私には「視聴者を意識しすぎている」という言葉に聞こえました。言い換えれば、「視聴者の顔を窺いすぎて、振り切れる放送」が出せていないということではないでしょうか。

確かに、いま、NHKは番組一本一本のなかでバランスを取ろうとすることが多いように感じられます。それでは、常に「金太郎飴」。面白味に欠けてしまいます。でも、極端な話、大きく振れた2つの番組を出しても、局としてみれば、バランスを取れるということも言えるのではないのでしょうか。

NHKは現在テレビ放送を4波で行っています。これほど潤沢な波を持っている放送局は日本には存在しません。であるならば、同じネタをそれぞれ違った視点から切り取り、番組を仕立てることで、バランスを取ることもできなくはありません。

昔のテレビは「振り切れた」番組がたくさんありました。過激だったと言ってもいいでしょう。でも、それだけ縛りを気にせず自由に表現をしていた時代だったといえます。

しかし、いまは、面白ければそれで良いという時代ではありません。それゆえ、極端な番組が良いと言うことではありませんが、時には覚悟を決め「振りきれた」番組を出す。民放にスポンサーの縛りがあり、萎縮しなければいけないのであれば、そういった放送を「自由」に出していくのも公共放送の一つの役割なのかもしれません。むしろ、自由をはき違えてはいけません。

報告 中央放送渉外部長 竹内哲哉







公共放送インタビュー 下巻 2009～2011

2011年8月5日

表紙デザイン 小木浩嗣

編集・発行

日本放送労働組合

〒150-8001 東京都渋谷区神南2-2-1

NHK放送センター内

電話 03-3465-1647

FAX 03-3465-1646

<http://www.nipporo.or.jp>

編・著者
著者

中村重治 中村正敏 小磯 亮 竹内哲哉

青木 貴 浅野光成 新井宏和 五十嵐歩 石川貴行 上田裕人 遠藤 修

大島功嗣 太田雅志 小木浩嗣 梶原典明 金子泰三 金城 均 川井博史

川村勇氣 木村朋博 清川英則 佐藤孝洋 田村哲郎 筒井浩介 戸田由紀

富山仁博 永田則彦 中橋孝雄 鍋澤純幸 南部隆太郎 丹生谷慎 服部慶典

藤川正浩 牧野雅光 松下維寛 松島真哉 松田隆弘 松原智樹 森脇健太郎

山下聡一 山本佳則 米原達生 横林良純 渡辺公介

日放労*記事の無断転載禁

印刷製本・共立印刷株式会社

