

講演録

目線を変えれば 見えてくる！

～テレビ番組制作の舞台裏～

● 日常の“スキマ”にネタがある

NHKに入局して今年で30年目を迎えました。NHKには政治経済から教育や福祉、エンターテインメントまで様々な専門性の高い番組を作ろうという人々が集まっています。その中で私はひたすら、自分ならではの仕事とは何かを考え続けてきました。

入局2年目に東京から青森放送局へ転勤となり、そこで4年間を過ごしました。制作局では月に1回提案会議

があり、新入社員でも番組の企画案を必ず提出しなければなりません。そこで私が最初に手掛けたのが、朝のニュース番組で流れる数分間の情報コーナーでした。内容は、青森市内の用水路や川は、温泉を引く銭湯が流し続ける排湯で温められ、北国にも関わらず熱帯

の魚が繁殖しているという話でした。当時、青森のニュースと言えば、核関連施設や基地問題、農業や漁業問題といったテーマがほとんどでした。その中に突然出てきた熱帯魚の話は、「一見どうでもいいような内容なのになぜか見てしまった」と、予想外の好評をいただきました。これが、王道ではない、いわゆる“スキマ”に面白いネタがあるという手ごたえを感じた最初の経験になりました。その後も人が見落としそうなことを探し歩き、「地元では当たり前と思っていたことがこんな面白い番組になるのか」など好評価をいただくうちに、自分の方向性に徐々に確信を持つようになりました。

● 市民権を得た“オタク”文化

青森から東京に戻り5年間の勤務を経て、広島放送局へ転勤。そして4年後に再び東京に戻ってきた頃、NHKでは衛星放送に力を入れ、総合テレビにはない、ちょっと“クセ”のある面白い企画をやろうという気運が高まっていました。そこで生まれたのが、様々な趣味を持つ人々を取り上げた「熱中時間～忙中“趣味”あり～」という番組です。趣味と言ってもここでは、全国の郵便局巡りに没頭したり、通勤通学で利用したお気に入りのバスを買い取りマイカーにして楽しんだり、ちょっと変わったものばかりです。今振り返るとこの世界観こそが、後の「ブラタモリ」につながっていったのではないかと思います。

「熱中時間」が放送されると、海外の放送局から、「公共放送でなぜこのようなマニアックな番組が許されるのか」と一様に驚かれました。NHKが、極めて個人的なおかしな趣味を真面目に紹介している。それがごく普通の番組として受け入れられている。私は、これこそが日本の特徴だと思うのです。いわゆる“オタク”と言われる文化が時を経て成熟し、人とは違う趣味を持っていてもよいという柔軟な空気が育ってきた何よりの証拠だと思います。この番組が始まった2000年代から、インターネットで自分のことを発信する人が増えてきました。それが“オタク”の人々のネットワークを広げ、今までマニアックと思われてきたものが次々と市民権を得るようになったのです。

● 「ブラタモリ」のユニークな手法

人は、何かを一生懸命やっている人、楽しんでいる人、めり込んでいる人を見ると、心をくすぐられるものです。



2017年度
関東支部総会
特別講演

NHK 編成局コンテンツ開発センター
チーフ・プロデューサー

尾関 憲一氏

profile

おぜき けんいち 1988年早稲田大学教育学部国語国文学科卒業。同年NHK入局。制作局、NHKエンタープライズなどを経て現職。「東京カワイイ★TV」、「天才てびくん」、「熱中時間～忙中“趣味”あり～」など時代を反映した革新的な多くの番組を担当。特に地理・地学とエンターテインメントを融合した新たな教養番組「ブラタモリ」をプロデューサーとして担当し、国民の人気番組にした功績は大きい。著書に『時代をつかむ！ブラブラ仕事術』がある。

視聴者にとって面白さを感じるの
は、ゴールではなく、そこに向かう
人々の興味や情熱といったプロセス
ではないかと思います。

人気番組となった「ブラタモリ」誕
生のきっかけは、「タモリさんと昭和
43(1968)年に起きた三億円事件の
跡を歩いたら、何が見えるだろう」と
いうひとりの若いディレクターから
の提案でした。会議を重ねるうちに、
もっとニュートラルに、幅広い世代
が共感できるようなテーマで東京の
街を歩こう。さらに、古地図を手に都
内を散策されるタモリさんの趣味も
活かそうという「ブラタモリ」の形に
近づいていきました。そして、新旧の
変化が著しい明治神宮・原宿付近の
散策を「ブラタモリ」第1弾の特番と
して放送しました。深夜の放送にも
関わらず、たくさんの反響をいただき
ました。社内にはマニアックすぎ
るとの意見もありましたが、私は
「ちょっと変なものがウケる」という
これまでの経験を信じ、家族が揃う
平日の夜10時という時間帯に放送を
開始しました。

「ブラタモリ」の柱は、「観光地でも
何でもない街に、実は面白いストー
リーがある」というものです。番組で
は、道の途中でふと気になったもの
に対して、すぐに解説するのではなく、
まずは疑問を抱きながら道を往
復したり、街の人に聞いたり、地図を
確認したりというシーンが続きます。
実はこれは、誰もが経験してきた
本来の“知る”プロセスそのものなの
です。誰もが感じる疑問をあえて大
きく取り上げながら、そこにはこん
な話が潜んでいたという流れにもつ
ていく。回りくどいとも思えるこの
プロセスが、作り手が面白いと思っ
たネタを視聴者と共有するための仕
掛けなのです。

● “想定外”が世界を広げる

「ブラタモリ」には、「タモリさん

の知識の深さに驚いた」という意見
がある一方、「同行する女性アナウ
ンサーがものを知らなさすぎる」と
いう批判も多数寄せられました。
我々スタッフは入念な取材をしてき
ちんとした台本を作っていますが、
アドリブ感あふれる現場の空気を作
るため、出演者には台本は見せませ
ん。アナウンサーには視聴者目線で
素のままのリアクションをお願いし
てリアル感を出そうとしていたの
で、この反応は予想外でした。番組
の流れを把握しリードすることが
NHKアナウンサーの役割だという
考えが、いかに世の中に定着してい
るかに驚きました。し
かし、回を重ねることで私たちの意図は理
解され、番組の空気
を楽しんでくださる方
が増えていったのも
事実です。

また、「この番組は
観光の要素を実にう
まく取り入れている」
という意見も予想外
のものでした。各自
治体の観光課や町お
こし事業に携わって
いる方々が、地域の魅力
を再発見する参考にと見てくださっ
ている。「観光」という言葉は、私
たちが番組を作る際に全く考えてい
ないものでした。

さらに、「土木の世界を面白い番組
にしてくれた」という土木関係の
方々からの反響も、全くの想定外で
した。本来土木という言葉は、都市
インフラなど街全体の設計をする大
きな仕事を意味するもので、我々素
人が抱きがちな土や泥のイメージと
はだいぶ違うのです。仮に、観光や
土木専門の番組を制作したとしても、
このような反響をいただけたとは限
りません。この経験は、思わぬところ
から世界は広がるという大きな発見
になりました。

● 面白さを伝える目線とは

面白いものを伝えるには、「面白さ
の理由」を考え、言葉で表現できると
ころまで追究することが必要です。そ
れは簡単なことではありませんが、私
は常に、「これはなぜ面白いのだろう、
なぜ興味を引くのだろう」と考えるク
セをつけるようにしています。

例えば、先日の平昌オリンピック
ではカーリングが大変話題になりま
したが、なぜ多くの人々がカーリン
グに引き付けられたのか。それは、
カーリングは選手の顔がテレビに



映っている時間が、ほかの競技に比
べて圧倒的に長いからではないか。
スポーツは動きが速く、普通は選手
の顔の表情などじっくり見ることは
できません。しかし、カーリングは選
手の顔が静止画のようにテレビに
映っているため、人々に強い印象を
与えるのではないか。これは決して
答えではありませんが、このように
面白さの理由を言葉にしてみること
で、これまでとは違った見方をす
ることができます。仕事の場ではもち
ろん、普段の生活の中でも、意識して
目線を変えてみると新しい発見や気
づきにつながり、毎日が豊かになる
のではないかと考えております。