9月例会報告

【日　時】2000年9月19日(火)19:15～21:40筑波大学附属高校3Ｆ会議室→21:50～23:30カリンカ
【参加者】窪田修(水産庁)、小金丸浩志(京華高校)、島原裕司(勁草書房)、中塚義実(筑波大学附属高校)、葉梨忠男(ＴＶ東京)、堀美和子
【新規参加者】桐谷博(.ＴＸ.)、下村尚明(東京大学)、初川麻美((株)ウルビス)、新田匡央、山中康人(西村書店)
【カリンカからの参加者】浜村真也
注）参加者は、所属や肩書を離れた個人の責任でこの会に参加しています。括弧内の肩書きはあくまでもコミュニケーションを促進するため便宜的に書き記したものであり、参加者の立場を規定するものではありません。

「見易いサッカー番組とは～サッカーTV復活！」
　葉梨忠男（テレビ東京）桐谷博（テレビ東京）

＜プレゼンテーション　～葉梨氏より～＞

　２００２年は間近だ。各局のサッカー担当者は、サッカー番組の充実を急いでいる。
　課題が多い日本のサッカー中継をフォローする意味、あるいは２００２年の予備知識を得る意味でのサッカー番組を常々考えていた。しかし民放の場合は「スポンサー」が壁となり、サッカー番組の視聴率が低迷していることも相俟って、成立しにくかった。
　２００２年にむけてのスポンサー気運の高まり、来シーズンからの「toto」スタート。動きはじめた流れをうまく掴めたことで、他社に先駆けて番組成立の運びとなった。
　テレビ界は、実は非常に狭い世界で仕事をしている。夥しい情報が手に入る反面、これまでの慣習から脱することができていない。好例がTBSの「スーパーサッカー」だろう。視聴率を取らなければならないために、サッカーから逸脱せざるをえない。それがかえってサッカーファンの視聴率を逃している。バラエティー感覚で見る人もいるから、視聴率の上積みは確かにある。だがサッカーファンからすれば物足りない。
　テレビ東京では、「ダイヤモンドサッカー」からの歴史を考えるとバラエティー色は出せない。とはいえ、マニアックすぎた「サッカーTV」にはついてくる人が少なかった。
　今度の番組では、２００２年にむけて、入口にとどまるファンをも取り込む必要がある。「テレビ界が陥りがちな発想ではまずい」。この危機感からサロンでの議論をお願いした。
　―全てのサッカーファンに見てもらえるバランスの良い番組はあるのか？―

＜番組構成（予定）＞

　　地上波（１０月から毎週木曜日：２４：４５～　３０分番組）

構成　・週末のＪリーグ予想
・サッカーへの誘い
・特集
BSデジタル（１２月から毎週水曜日：１５：００～　６０分番組）
構成　・Ｊリーグの詳細結果
・地上波放送済み内容を掘り下げて
・海外情報
いずれも２００２年を常に意識したい。別枠で「朝まで生サッカー」のような番組も考えている。

＜ディスカッション１　～現状認識から～＞

（見えにくい全体像）
●サッカー中継はボールばかり追い、全体の展開がわかりづらい。BSデジタル放送になると「競技場の目線」から見た映像に広げることができるか。
■中継については今議論しているところだ。ただ、画面構成比が１６：９になるので、今までと同じ形で撮影しても左右２０メートルづつ広く映る。
■どういったサイズで撮影するか、その価値判断は悩ましい。グランド全体を俯瞰する映像は戦術的評価に効果を発揮するが、ちょっとしたフェイクなどは見極めがつかない。
■試合会場に持ち込めるニュース用カメラは２台。１台はハーフウェイライン延長線上の高いポジションで戦術的映像をフォロー。もう１台はピッチレベルでゴールシーンを中心に。俯瞰映像のサイズは、ある局はタイトに、テレビ東京は引いて撮る。それぞれ長所はある。タイトな映像は迫力感・パワーが感じられる。引く映像は戦術的判断が捉えられる。しかし２台という現状では映像的に偏ることはできない。

（ゴール、ゴール、ゴール）
●サッカー番組やスポーツニュースではゴールシーンのみがクローズアップされる。ゴールに至る過程は活字でしか表現されない。映像として見てみたい。
■かつてできなかったことには２つの理由がある。１つは時間の問題。全ての試合を見せようとすると、１試合にかけられる時間は自ずと制限される。ゴールシーンに近い映像を入れざるをえない。もう１つは素材の問題。手に入る素材は、ニュースカメラの映像か中継の映像だ。過程のシーンが映されていない。口頭で（プレーの）補完説明を加えようとすると時間が足りない。悪循環だ。今度の番組では過程も取り上げていこうと考えている。
■３０分程度のスポーツニュースの場合、視聴率（ニーズ）を考えるとメインは野球になる。特に巨人戦だ。サッカーに割くことのできる時間は僅かだ。同じサッカーでも特に優勝に絡んだ試合を中心に据え、関係ない試合の時間は削られる。２０秒しかないときに何を優先して伝えるかを選択すると、必然的にゴールシーンになっていく。

（放映権）

■スポーツ放送はここ何年かで変化しつつある。「放映権」の問題だ。他局との差別化ができないと、高額な金を出して獲得する意味がない。「独占映像」「決定的瞬間を他局に渡さない」など、権利的優位にたつことが必要だ。以前の日本では横並び意識が強く、リスクも利益も皆分け合った。ところが放映権が巨額になり、簡単に分け合える状況ではなくなった。制作サイドがいくら起点となるプレーに気がついても、映像として入手できなければ伝えることができない。
■放映権を持つ局は、中継用のカメラを８～１５台用意する。国内の試合に限れば、他局はニュース・サッカー番組用に取材カメラを２台まで持ち込むことができる。従来からの日本の慣習を守るための、サッカー協会の取り決めだ。だが放映権を持つ局の優位性を保つために、撮影場所も限られ、放送で使える秒数にも制約がある。
■海外ではさらに厳しい。ニュースカメラさえ入れない。ニュース用の素材は、放映権を持つ局から手に入れたものを制限秒数の範囲で使う。もしくは映像に「映像協力：〇〇テレビ」の文字を差し込む。放映権を取得したにもかかわらず、権利元が他局への素材貸出しを禁ずるケースもある。使いたければ秒単位で購入させる。買う局がなければ、放映権を持つ局でしか見られない。

（使う？使わない？）
●ユーロ２０００はWOWOWで放送したが、スポーツニュースで見る機会がなかった。、素材として他局への提供はなかったのか。
■多少はあった。だが素材を入手できても、日本選手が出ていないから、ニュースレベルでは使われなかった。サッカー番組で多少使われた程度だ。
●制作サイドが「日本選手の出ていないユーロ２０００に、視聴者は関心を持たないであろう」と判断したからか。
■そうだ。ニュースデスクのサジ加減次第だ。
■今回のシドニーオリンピックで、柔道が初日に男女同時に金メダルをとった。翌日のスポーツ紙がどちらを１面にしたか、という判断がそれに近い。競技者から見ればその価値に甲乙はつけられない。
読者にどちらがインパクトを与えるか、どちらが売れるか、という判断だ。

（より所は視聴率）
●ニュースデスクが判断する際のポイントは何か。
■視聴率だ。テレビは活字メディアのように販売部数という明確な指標がない。視聴率をあげたいのはスポンサーに高く売るためだ。視聴率のとれない良い番組、良いサッカー番組は二の次になる。視聴率をとれると予想してやった番組が失敗すれば、しばらく同じようなことは控える。
●視聴率を根拠とするならば、一般の人全てを対象としていることになる。サッカーを見たい人をピンポイントで攻めようとしたとき、視聴率では無理があるのではないか。
■そのとおりだ。今回の番組は「サッカーを理解してもらえるか」がポイントとなった。サッカーの視聴率は今、それほどあがらない。スポンサーには「サッカーを理解してもらえれば相当いい番組ができる」とアピールした。通常の宣伝効率は度外視だ。ただ、２００２年・totoという状況をふまえて、先行投資の意味合いもある。半分以上はＪリーグ・Ｗ杯・日本代表のスポンサーでもあり、サッカーへの理解度は他の企業より高い。今回は３％（＝９０万世帯）の視聴率がとれればいいだろう。

（わかっているヒト）
●海外は永い歴史からか興味深く質の高い映像が多い。
■カメラアシスタントからプロデューサーまで、関わる人のサッカー観、その歴史によって内容は違ってくる。機材や技術的には日本は海外に決して劣っていない。同じ素材なら、サッカーを知っている人が編集するか否かで、出来あがる映像は全く異なる。だから今回は、可能な限り「わかっている人間」を関わらせたいと考えている。良質かつ明解な映像が編集できれば、付与するコメントも分かりやすい。

（語れるヒトの不在）
●最近のテレビにはプロが少ない。サッカーを知っているか以前に「語れる」人間が少ない。
■「誰々を出しておけば安心だ」というテレビの慣例に陥っている。この人なら視聴率を稼げるだろう、失敗しても許されるだろうと。高みを狙うのではなく、逃げ場をつくることは、出演者選定に限らず全ての面に蔓延している。結果としてプロができにくい。
■例えばオリンピックの明石家さんま、９０年Ｗ杯の王貞治。異論はあろうが視聴率獲得のための発想だ。サッカーに興味がなくても明石家さんま、王貞治のファンが食いついてくるのは間違いない。サッカーファンにはサッカーを見せておけばいい。それにさんま、王のファンを上乗せして、１％でも多く視聴率をとりたい、という発想。視聴率が重しになってジレンマに陥っている。

（語るべきヒトの未成熟）
●解説者も問題だ。現役時代にいくら活躍しようと語りはプロとはいえない。
■「語れる」元選手は当然奪い合いになる。しかも一旦ある局で使われると他局は使いたがらない。
必然的に良い人材は減っていく。やむなく、解説者として一人前になる前の元選手を起用する。制作サイドが吟味して人選し、訓練を積んだうえで使うことは、残念ながらほとんどない。「サッカー解説」という文化が成熟していないのだ。最近徐々にではあるが、よく勉強する人も出てきた。
●審判の世界では、段階的にレベルアップするステージが用意されている。しかし解説者にはない。
一方、高校サッカーの解説者（学校の先生）が J リーグの解説をすることはない。完全なギャップがある。解説者をステップアップさせる方法・仕組みはつくれないか。
■「元日本代表の〇〇さん」が１つの説得力になる。「〇〇先生」ではインパクトに欠ける。
■「未体験ゾーン」というものがある。選手のメンタリティーは同じ舞台に立った人間しかわからない。知らなければ説得力もない。今、J リーグの解説は J リーグ経験のない人がやっている。だがそのうち J リーグ経験者がやるようになるだろう。W 杯の解説も同様だ。体験者が増え、そのうちの一握りは「語る」技術を身につけてレベルアップする。一日にして変わるものではない。
■将来は淘汰されていくだろう。今は仮に２０人しかいなくても、将来１００人規模で予備軍が生まれる。全ての受け皿はないから、そこで初めてコメンテーターとしての資質を突きつけられる。

（PAY-TV の進出とビジネス）
■地上波の制作は、各局多少の温度差はあるが常に「見やすさ」に気を配る。しかしスカパーは違う（＝セリエ A 中継：ハーフタイムの静止画像）。このことは、番組にかけられる制作費の問題も密接に関係し

てくるが。PAY-TV という形態が日本に入り、商業ベースの色が濃くなった。見たい人だけお金を払って、見たくない人まで無理に見なくていい。
●CS は視聴率ではなく、契約者数、視聴戸数という明確な指標がある。その場合民放・地上波と異なり、視聴者を絞り込むこともできる。
■例えば巨人戦、大相撲が CS 放送になったらどうなるのか。海外ではその方向になりつつある（＝プレミアリーグ）。将来スポーツ放送はどうなるのか。国民的関心の高いスポーツの「放送のありかた」が話題になる時期にきている。
●ユニバーサルアクセスの発想は日本で起こるのか。
■地上波の存続問題・民放とスポンサーとの関係という意味で危機感はかなり持っている。
●競技団体レベルでは話題になっているか。
■サッカーでは一大ビジネスチャンスと捉えている。AFC 主催の試合が今後８年間テレビ朝日独占になったのは周知のとおりだ。サッカー協会主催の試合もいずれそうなっていくと予想される。PAY-TV、地上波全て含め、協会にとって一番有益な選択をするだろう。
■ラグビー協会がある時期、代表の試合を CS 放送に売った。それによって地上波での露出が極端に減り、人気を落とした。今は再度地上波でやってほしいという要望がある。
■ある競技団体が、自らの競技の力をどう評価するかだ。それを間違えばラグビーの二の舞になる。
的確に評価でき、そのうえ価値があれば、ビジネスとして充分成り立つ。
●日本は代表人気、J リーグ不人気だ。そのなかで代表の試合だけ売ることはしないのでは。
■それは別の話だ。協会と J リーグの考え方は商業ベースでは違う。権利を売っているところも別。
協会・J リーグとも１番高く買ってくれる先、１番放送してくれる先を欲している。J リーグは NHKBS との間である程度の成功を収めている。J リーグ側は、（BS 放送開始に伴いソフト需要の高い）民放が見向きもしなかった時期を指摘している。
●サッカーファンにとっては（見たい試合がテレビで見られずに）困る。
■今はテレビだけだが、競技場取材ではそろそろ紙メディアにも同じことが起こるだろう。

（教育的視点）
●以前のサッカーマガジンは、サッカークリニックから海外情報まで全てを含んだ内容だった。それが細分化して今の形になった。テレビでも同じことが起こるだろう。それぞれを選択するうえで必要なことは「視聴者の成熟」だろう。そのための教育がこの番組であるように感じる。
■教育まではできない。「知識として知っていたら面白いよ」というレベルまでだ。なぜなら、地上波・民間の BS 放送は無料放送だからだ。誰でも見ることができるし、見ないこともできる。その中で大上段に構えるのは難しい（＝わからないから見ない）。

＜ディスカッション２　～番組内容～＞

（対象はどこまで？）
●番組の対象はあらゆるサッカーファンか。

■コアな人からサポーター、ミーハーファンまで含む。全てを満足させることは難しいだろうが、限りなく１００％に近づけたい。
●サッカーの見方はわからないけれど、〇〇選手が好きだという層まで含むのか。
■できればそこまで含みたいが困難だろう。人気選手のインタビューを多く採り入れ、内容はコアな人にも納得してもらえるような。そこまでする必要があるか迷っている。
■J リーグ発足当初と比べ、ここ数年の観客の反応は明らかに違う。様々なメディアのおかげでもあるが、知識量は増えている。ただ、どう組み合わせていいかまではわかっていない。以前は、その全てを解説したくても、時間の関係で１つに絞らざるをえなかった。今度の番組は地上波・BS 合わせて９０分ある。その中で何が説明できるか（＝例えば中村俊輔の FK をどう見せるか、その工夫)。

（続けること絞り込むこと）
●「スーパーサッカー」に批判は多いが継続している。継続性は高く評価できるし、必要なことだ。
●国内・海外どちらに的を絞るかはっきりさせるべきだ。９０分で全てを盛り込むには無理がある。
できれば国内のＪ２などの充実を期待したい。
■今は国内と海外のシーズンがズレているので両方扱っている。海外情報は外したくない。アンテナを高くしてできるだけ取り込みたい。継続性については耳が痛い。

（ピッチの外も魅力的）
●サッカー番組は、ピッチの中をいかに捉え表現するかが命題だ。一方で「ダイヤモンドサッカー」がそうであったように、各国の文化的背景、リーグ・クラブの背景などサッカーを取り巻く周辺知識も視聴者は求めている。
●例えば（W 杯開催地）１０都市紀行とか。１０自治体はそれぞれ独自にやっているから、横のつながりのツールにもなる。
●サッカーの盛んな地域の紹介もいい（＝南宇和、国見等)。テレビ東京は旅番組が得意だから。
■サポーター連中と話をしていて驚いたことがある。「ベッケンバウアー」「ペレ」「ボビー・チャールトン」。彼らをテレビで単語として耳にすることはあっても、映像で見たことのない人が非常に多い。
そんな映像も出していきたい。
●J リーグが始まってからサッカーを見た人も多いからだろう。いずれにしても２００２年はいろいろな国の人がやってくる。受け入れる準備もしなくてはならない。文化的背景などの情報はあったほうがいい。紙メディアは自ら買わないと見られないが、テレビは意図しなくても目に触れる機会が多い。興味のなかった人にも見られるチャンスは多いはずだ。
■サッカー番組で人物を取り上げる場合、サッカーとは無関係な部分まで踏み込んでいいか。
■作り手の感覚で、予め定められた範囲に押し込める傾向が強い。物語になりやすいから、やりやすいのは事実だ。歪曲されたり、誇張される恐れはあるが。
●恣意的でなければ面白い。淡々としていればその選手の見方が（いい意味で）変わることもある。

＜最後に　～葉梨氏より～＞

テレビ界とサッカー界を取り巻く現状のなかで、１つだけ変えたくない方針がある。通常では難しい「サッカーをどうするんだ」というテーマを扱うことだ。その障害となるスポンサーの問題、製作現場の諸問題を解決しながらすすめていく。サッカーの発展と、そのための貢献を実現したい。
以上

＜中塚の感想・意見＞

J リーグが異常な盛り上がりをみせていた頃、NHK･BS1 の「J リーグダイジェスト」という番組で、時々アドバイザーとして番組制作のお手伝いをさせてもらっていた。勝敗や得点場面だけでなく、「試合の見どころ」が視聴者にわかるように、90 分の試合を 3 分間にまとめる作業である。「この場面」の「ここからここまで」を「この映像で」やってくださいと、映像を編集する技術者(何と言えばいいのですか?)に伝える。伝えたことが形になっていく過程は、深夜労働の過酷さはあったがやりがいがあって面白かった(ちなみに私の前には小野剛氏や田嶋幸三氏がやっており、同時期には Alliance2002 の小島裕範氏もやっていた)。
そのときに技術者たちとよくぶつかったのは、引いた映像と寄せた映像のどちらを使うかということであった。技術者たちはアップの迫力ある映像を使いたがる傾向がある。確かにビギナーにとってはわかりやすい。しかし引いた映像でなければチームゲームとしてのサッカーの面白さは見えてこない。「視聴者はそこまでわからない」と視聴者像を想定し、それに合わせて映像をつくろうとする傾向は、他者に働きかける職業についている私とは相容れないところがあった。視聴者を「正しく」導いていくのは、教育であり、メディアではないのか！もっとも五輪報道等を見ているとメディアに関しては「がっかりさせられる」ことの方が多いのだが…
正しい視聴者を育てるために、正しい番組をつくってもらいたい。正統派(?)の葉梨･桐谷両氏が取り組むサッカーＴＶには、だから大いに期待するのである。それも、ピッチの中はもちろんのこと、ピッチの外側にも目を向けた番組づくりに期待したい。
かつて岡野俊一郎さんはダイヤモンドサッカーの中で、ゲームの内容だけでなく、ゲームを取り巻く社会的背景や文化について様々なことを語ってくれた。サッカーに目覚めた中学～高校の頃の私には、ゲーム内容の魅力とともに、岡野さんの話とそこから広がるサッカーワールドを想像することが非常に楽しかった。チェコスロバキアの「ウルチカパス」。ウルチカは「小道」という意味で、路地裏のストリートサッカーがチェコスロバキアのサッカーの原型となっている。76 年欧州選手権でのチェコスロバキアのサッカーを見ながらこんな話を聞いていると、行ったことのない国を訪ねているような楽しい錯覚に陥ったものである(その話は今日のチェコの話かスロバキアの話かは知らないが、少なくともシドニー五輪のスロバキアからは「ウルチカパス」の伝統は感じられなかった)。
こういった解説を、サッカーＴＶの中で映像化してもらえるととてもうれしい。
10 月 5 日の放送が楽しみである。しかし私は 4～6 日と修学旅行の下見で沖縄出張。沖縄でもサッカーＴＶみられますか？
以上