

「これからのテレビ東京について語る」

違う景色を目指し テレビ東京らしく勝ちに行く!

伊藤 隆行 × 長友 香織 × 大庭竹 修

2014年に開局50周年を迎えるテレビ東京。テレビの視聴環境が大きく変化するなかで、テレビ東京は未来に向け、どのようなテレビ局を目指すべきなのか。今回は、三つの部署から、未来を担う中堅社員にお集まりいただき、テレビ東京の持つ強みや、今後の展望について語り合っていました。

最初に、テレビ東京の変わらない良さ、強みについて教えてください

伊藤 看板となる番組・企画を持っているところです。「経済報道」「旅・グルメ」「アニメ」などの看板番組をたくさん持っています。一般視聴者が出演する番組も特徴の一つですね。誰も気付かなかった小さな穴を一生懸命広げて、

しっかりイメージをつけている。また、それがブランドになっています。

大庭竹 他局に比べて「テレビ東京らしい番組」と言える番組が山ほどあります。「NHK」と「民放」という分け方をした場合、「テレ東」というジャンルがひとつできるぐらい。でもそこは強みではありますが弱点でもあり、同じフィールドにお金を持って飛びこまれたら負け

る可能性もある。一朝一夕にまねできない制作をしている自負はありますが。

長友 財力の面もあり、とにかく知恵を使わないといけないことから、長年オリジナリティや独創性のある企画がいろいろ出てきたのだと思います。

伊藤 身内では「竹槍部隊」と言っています。他局はバズーカ砲を持っていますけど(笑)。でも、大切なのは切っ先の鋭さ。言い方を変えると、この竹槍そのものが企画力。たくさんの武器があっても、鋭い切っ先にはかなわないんです。どんな番組も、一本の竹槍に負けることがありますから。逆にバズーカ砲で木端微塵になることもありますけどね(笑)。



その「テレビ東京らしさ」やコンパクトな組織が、強みになっていると

伊藤 でも苦勞もあります。「テレビ東京らしさ」って、視聴者の方々が思っている印象はあるにせよ、体現するのは大変なことです。置き換えるなら、他局とは違うということなんでしょうけど。

長友 個性的だとか、漠然としたイメージということですね。

大庭竹 いろんなことをトータルで考えると、結果として「テレビ東京らしさ」につながったという部分もあると思

大庭竹 気持ちが良いのは、他局が予算5,000万円かけて作った番組に、1,000万円ですごった時ですよ。竹槍が急所を突くような感覚です。

長友 番組以外では、テレビ東京の規模ですね。社員数約700人は、他局と違って、ほぼ全員の顔と名前がなんとなくわかる。だから社員同士がフランクに情報交換したり、相談できる風土があると思います。そこも良いところですよ。

伊藤 私も家族的だと思います。一長一短はありますが、人数が少ないと仲間意識が芽生えますから。

大庭竹 戦う相手がはっきりしているので、一体感は生まれやすいですね。✓

ます。意識の底で「テレ東らしさってこういう感じ」という感覚を持っている人が多いでしょう。

伊藤 社員がリスバクトする番組に、『開運!なんでも鑑定団』や『出没!アド街ック天国』、『TVチャンピオン』などがありますが、人の家の蔵にあるものを鑑定して、ゴールデンタイムに放送しようと考えた人はすごいです。

長友 『開運!なんでも鑑定団』は、放送1,000回の長寿番組ですもんね。

伊藤 『TVチャンピオン』も、出演者は一般の方です。うちの番組制作は、着眼

点を変えて、オーソドックスの逆へ向かうんですよ。それがハマるかどうかは難しいことですが、あえてそこにチャレンジする遺伝子を持っています。

大庭竹 僕も以前、『TVチャンピオン』にかかわってききましたが、テレビ東京の番組って、ワンコンセプトでフォーマットを使えば誰でもつくれるというものはありません。ひとつの出来事をどう編集するか、出演者をどう描くかという部分で、ディレクターの腕がすごく重要になります。

長友 『TVチャンピオン』は海外ではいまだに大人気で、海外の現地放送局も制作したいって言うんです。でも、まねできないんです。そこにはテレビ東京の作り手の徹底的なこだわりがあるから。それは教えても、簡単に表現できるものではないのだと思います。

大庭竹 伊藤さんが『愛の貧乏脱出大作戦』を担当していた時も、そのこだわりで大変な思いをされたと聞いています。僕も『TVチャンピオン』の時は本当につらかった。撮ってきたものを全部を、上司にダメと言われたこともありましたが。

伊藤 編集したものを1分だけ見て「全然わからない、やり直し」と言われましたよね。

大庭竹 僕も40分ぐらいのVTRを1分間見てもらって、「お前、これの何を面白いと思ってんの?」って言われて…。僕としては「もっと見てよ」と思うのですが、よく考えたら視聴者は、1分見て面白くなければチャンネル変えますよね。だから最初の1分が勝負だと。

伊藤 工夫がないと、確かにつまらないですよ。例えばラーメンを撮るにも、何百通りの撮り方があるわけ。先



コンテンツビジネス局
コンテンツビジネス部
部長

長友 香織

1991年入社。スポット営業部勤務から、社長秘書、イベント事業部を経て、BSジャパンの制作や編成なども担当する。2008年から現職。仕事のポリシーは、「テレビ東京開局50周年キャッチフレーズ「まっすぐ、ずっと。」のように、目の前の仕事に全力を注ぐこと。

輩からすればそれを考えたかってことなんです。『TVチャンピオン』なんて、言い方は悪いですが最後にはくだらない勝負するじゃないですか。「積み王」とか。

大庭竹 冷静に見れば、サイコロ50個ぐらい積み上げる勝負ですからね。

伊藤 そのちょっと変わった出演者に、視聴者が感情移入できるように描くことが重要なんです。ものを積んでいるだけでも、勝者は感動してその場で泣くわけです。それを見てテレビの前で泣いてくれたら、テレビ東京の勝ちです。

長友 その辺が、海外の放送局がやる

新しいチャレンジは大変ですが、冒険心を持って楽しまないとパワーは出てこない

—— 長友 香織

うと思ってもまねできないところですね。お二人はそれを後輩たちに教え込んできたのですね。

大庭竹 僕は、厳しい先輩からそれを叩き込まれて、同じように後輩に「お前、これのどこが面白いの?」ということを行いながらVTRを見る(笑)。それを後輩が引き継いでくれていますね。

長友 後輩たちの受け止め方に変化がありますか?

伊藤 人それぞれです。でもそうしているうちに、だんだん屈強になってきて、すごく面白い後輩がいっぱい出てきています。ただ最近ではコンプライアンスの重要性が増していることもあって、番組制作は昔に比べて難しくなっています。

そのコンプライアンスへの対応も含め、今後テレビ東京が変わるべき部分はどこだと思いますか

大庭竹 完全な私見ですが、今のようにテレビに対する制約が多い方が、と

んでもないものが生まれると思います。幕府から制限を受けていた時代に歌舞伎ができたように。テレビ東京みたいな会社は、変わったことをやって突出するチャンスじゃないかと思っています。

伊藤 竹槍を持っている我々は、チャンスですよ。良い意味で開き直れば良いんです。番組を作っている人間が「限界だ」と言ってしまうとおしまい。各局のテレビマンにも泣きごとは言ってほしくないですね。

長友 コンプライアンスが重要なのは当然ですが、汲々になってはいけません。モラルは持ちつつも冒険はして



制作局CP制作チーム
プロデューサー
伊藤 隆行

うちの番組制作は、着眼点を変えて、オーソドックスの逆へ向かう

—— 伊藤 隆行

1995年入社。編成デスクを務めた後、1998年に制作局へ異動。現在はプロデューサーとして、『モヤモヤさまぁ〜ず2』『そうだ旅(どっか)に行こう。』『やりすぎ都市伝説』などを手掛ける。「素直に」を信念に、ユニークなバラエティ番組を世に送り出すヒットメーカー。

いかないと。

伊藤 「若者のテレビ離れ」を、チャンスとして捉えられれば何かを考えます。そこに新しい企画や戦略、事業が生まれると思います。だから変えなきゃいけないのは、対応力。世の中は常に動いているのですから。

長友 新しいチャレンジは大変ですが、冒険心を持って楽しまないとパワーは出てこない。テレビ東京にはそんなバイタリティを持った人がたくさんいるので、次の50年に向かうポテンシャルは、十分にあると思いますね。 ✓

編成局編成部 副参事

大庭竹 修

1995年入社。制作ADからスタートし、2009年に営業局、2013年8月に編成局へ異動。現在「木曜8時のコンサート～名曲!にっぽんの歌～」『和風総本家』『カンプリア宮殿』『未来世紀ジパング』『ガイアの夜明け』『にっぽん!いい旅』などを担当。モットーは、「楽しく仕事をする」こと。

とにかくテレビを好きな人が、 入りたいと思える会社になりたい

—— 大庭竹 修

新しいチャレンジのために、取り組むべきことはどんなことでしょうか

伊藤 立場を超えて、頑張った社員を、もっと褒めてあげることですね。頑張った人を、偉い人がちゃんと褒めて、背中を押してあげるような、チャンスの増やし方をしてあげたいですね。だから若手も自分からもっと踏み込んでコミュニケーションをとってほしい。相手に踏み込むことで自分も変わるし、頭角を現す若手ももっと出てくるのではないのでしょうか。

長友 若い世代は、デジタルメディアの分野とかで我々にない感性を持っていますから、これからが楽しみですよ。

大庭竹 昔はある意味で破天荒(笑)な人が結構いましたが、そういう先輩は結果を残しています。だから、今の若い世代も、もっとはじめて、自分を出し

てほしいと思います。

伊藤 萎縮しないでね。自分の個性はどんどんアピールすれば良いんです。そうしないといろんな番組ができない。番組の振り幅は、もっとあった方が良いですから。

最後に、これからのテレビ東京をどんな会社にしていきたいですか

大庭竹 僕が思うのは、とにかくテレビを好きな人が、入りたいと思える会社になりたいということです。「あそこで一旗揚げるとカッコイイ」とか、「ヒット番組を作って、女性にもてたい」とか、動機は何でも良いんです。あの会社に入ったら、なんか面白いことができるんじゃないかと夢を持ってもらえる会社になりたいです。

伊藤 僕自身は、やっぱり50年間不動だった視聴率最下位からの脱出です。我々の世代でできるとすれば、その違う景色を見ることなんじゃないかと思います。難しいこともあります。「勝てる」と思える時に、勝ち方を考えておいた方が良いと思う。それを野心として持っている会社になりたいですね。勝つ戦略を常に考え、「らしさ」から「勝つ」方向へ向かう。それが必要なんだと思います。最終的には「テレビ東京らしく勝つ」ということです。

長友 さすが、カッコイイこと言う(笑)。強制的に同じ方向へ向かうのは、テレビ東京の風土にはなじまないと思います。現場同士がぶつかりながら、「最終的に、目指すのはそこだ」という意思を共有する。そういう風土をこれからもずっと持ち続けていきたいです。