OPINION
オピニオン・スライス
SLICE

TVプロデューサー・演出家

小松純也さん

Junya Komatsu

チコちゃん

── チコちゃんの始まりを教えてください。

私がフジテレビで管理職をやっていた頃、後輩のディレクターが、「アイスクリームの賞味期限は？」って書いてある紙を持ってきたんですね。「どれぐらいかなあ、３年とかもつんちゃう。」って僕は答えたんですけど、「ないんですよー。わはは。」って言われました。僕はアイスクリームが好きで毎日食べているんですけど、そんなことも知らずに50年生きてきてしまったことに愕然としまして、こんなん面白いなあと思いました。彼は、そういう雑学を並べたクイズをやりたいって言ったんですけど、それだと知っているか知らないかだけになってしまってあまり面白くない。それよりはちっちゃい女の子に「ぼーっと生きてるんじゃねえよ！」って叱られる番組どうって、軽口叩いていたのが10分ぐらいありまして、実はそれでもう企画が全てできあがってしまいました。

── NHKで放映されていますね？

上司だった役員が共同テレビジョンの社長になった際、ハンコを押したりするのに疲れていた僕は、共同テレビジョンに出向させてもらいました。共同テレビジョンは制作会社ですので他社の仕事をやってもいいんですね。そしたら早速、有吉さんという大学時代の大先輩でNHKでプロフェッショナルとかプロジェクトXを作られた名プロデューサーに「やっとお前と仕事ができるようになったな。」と言われ、「今どんなこと考えているの？」と聞かれました。「こんなんありますねんけど。」って言ったら、「それやろう、それ。」となりました。

俯瞰

── 38歳のときに一度現場を引退した後、共同テレビジョンに出向し、十数年ぶりに現場に戻られたのですね。現場は楽しいですか？

そうですね。ただ、僕は、仕事の成功を100％追い求めて日々を生きているという訳ではありません。博打みたいな仕事で、一喜一憂していると死んでしまいますので、実際の時間配分は別として、自分の意識の中での仕事のウェイトを４割で保つ、あと６割の暮らしを大事に生きていたい、そういう意識でいます。案外それ位が仕事の成果にもいいバランスなんじゃないかと思います。

── 気持ちを抑えることがメリットになるとは、どういうことなんですか？

切実に成績を上げたいと思ってしまうと自分の手元に気持ちがいきす

ぎてしまうんですね。ヒットしている番組を横並びで見渡して、「ああなるほど。今、視聴者はこういう番組が好きなんだ。」というマーケティングの意識からは、世の中を動かすようなヒット番組は生まれないと思っています。番組は、最初は一人の個人の心が動いた瞬間、ときめいた瞬間っていうのがあって、それを皆に共有していくことかなあと思い、これは人から借りてくるものではないと思っています。

そこを発想するにあたっては、周りを見回しているよりも、むしろ周りを感じながら目をつぶって自分が今どういうことを感じているのかということから発想していく方が、結果ヒット番組に至りやすい。日々視聴率に追われ、周りばかり見て、トレンドを追いかけたり、情報を集めようとして必死になったりしていると、そういうことができなくなってくる。日々の自分の生活を大事に、子どもと一緒にいるとどんな感じがするのかとか、今の世の中に自分が抱く気分はどうなのかとか、暮らしている感覚・現実をできるだけフラットにまっすぐ受け止めながら生活することで、世の中の人と同じ感覚になれる。共感をいただける発想ができるってことなのかなと思っています。そういう意味で、日々の暮らしを大切にするっていうことはとても大事かなと思います。

キリスト教

―― 小松さんの考え方には、キリスト教も影響していると聞きましたが？

はい、僕は祖父が牧師だったものですから、小さい頃からキリスト教の教育を受けていました。僕の心の中のどこかにちっちゃい頃に植え付けられた神様がおるんやと思うんですけども、その神様みたいな何かが心の中にあると、今自分が思っていることがどうなのかという心の中の対話が生まれますので、そういうところで客観性が担保できている。そこから生まれる根拠のない自信が、特に他の人がやらない突飛なことをする時に役に立つ実感があります。宗教っていうのは人類が長く育んできた人間同士が共存していくための知恵とかの集積だとは思いますので、それに照らして自分がやっていることってどうなのかなと冷静に見る。宗教って主観的なものと捉えられがちですけど、実は客観性を担保するには役に立つかなと思っています。

ワーカホリック

―― テレビ局の人って真夜中から朝までずっと働いているんじゃないかと思っていました。

30代は、朝の８時ぐらいに仕事が終わって、11時からまた仕事がある。そんな日々でした。週末の１日は絶対に休むと決め、土曜の11時頃、仕事が終わると、東名高速を車を飛ばして琵琶湖にブラックバスを釣りに行き、寝ないで帰ってきて仕事をする、そんなことをやっていました。

トリビアの泉

―― トリビアの泉も、小松さんの企画と聞きました。

独身で、ものすごく忙しく生きていた頃、先輩と喫茶店で喋っている中で、「伊勢丹の紙袋が新宿で一番でっかいのはなんでやと思う？」と言われ、「なんでですか？」って聞いたら、「新宿には一杯デパートがあるやろ？　その中で伊勢丹の紙袋が一番でかいから新宿で色々デパートを回った人が、最終的に伊勢丹の紙袋を一番外側にすんのや。だから伊勢丹の紙袋は一番でかいんや。あれはうまいことやっとるで。」という話を聞いて、へえって言いました。それがトリビアの「へえ！」につながるんですけど、番組の発想っていうのはそういうほんまにいらん

雑談みたいなところで生まれてるんですね。

ラフ＆ピース マザー

――結婚し、子どもが生まれ、変わりましたか？

子どもは無条件に愛してしまい、子どもも無条件に頼ってきますよね。子どもと向き合っている時に、この人と出会うために私は生まれてきたんだ、生きてきたんだと思えば、それまでの人生が肯定される感覚っていうのがある。生物の生存戦略にまんまと騙されているなあ、遺伝子の運び屋として騙されているなあという感覚も一方ではあるんですけど、それが結局生きているってことなんだなあとより強く感じるようにはなりました。そこで得た感覚は多くの人にも説得力があるんじゃないかという気はします。

――　ラフ＆ピース マザーという子ども向けのコンテンツの動画配信企画をされていますね。

あれは、スマホとかタブレットとかで見ていただく、タッチパネルがあることが前提になっていますので、テレビとは全然違います。

タッチパネルで、インタラクティブにどう面白くしていくのか。ゲームは進化していますが、映像エンターテインメントはどうか。テレビ番組だったら、「1タス2は？」って出題をして、15秒後に「3でした。」「みんな分かったかなあ。じゃあ、次いくよ。」となります。そうすると、理解できなかった子は置き去りにされる。タッチパネルで「もう一度やってみる」っていうボタンがあればもう一遍戻って子どもたちは体験できます。「ヒント」っていうボタンがあったらみかんがどんどん出てきたりとかもできるわけですよね。

視聴体験をパーソナライズする、カスタマイズして、それぞれの人に合わせた視聴体験を作ることがインタラクティブの一番のメリットで、それが一番効くのは教育かなと思っています。

そういうものが活用できれば、先生方の役割や、対面教育の良さをどう活用するかも様々考えられるかと思います。今は先生方個人個人が苦心してリモート教材を作ってらっしゃいますが、スーパー教師が作った教材を皆で共有しながら、生徒はインタラクティブに学びつつ、先生方はエネルギーを別のところに向けることができるかもしれないといった議論にもなります。

技術の進歩に合わせて、それをよく理解し、使いこなすことができればと思っています。

テレビ番組、ネット配信

――「人生最高レストラン」のようなテレビ番組を制作する傍ら、アマゾンプライムの番組を制作されましたね。

「人生最高レストラン」では、サントリーさんの一社提供の番組で、地上波のテレビ広告ビジネスを何とか守っていく戦いをしています。

もう一方でアマゾンプライムでは松本人志さんとやったネット配信番組「ドキュメンタル」。これをきっかけに配信でコンテンツをご覧になる方々が一気に増えた番組となりました。

――　配信とテレビの違いは何でしょうか？

配信はいつでも・どこでも・好きなものを見ることができますので大変便利なんですね。ただ、配信に欠けているものもあります。

まず、テレビは、それを同時に一緒に見ている人が世の中に存在しているっていう感覚がある。

これに対して、配信は自分が好きなものを好きな時に好きなように選んで見ることができるというのはきわめてパーソナルなものです。Yahoo!ニュースはトップニュース見ているつもりがいつのまにか芸能ニュースを見ていたりしますよね。

パーソナライズされ、リコメンドされたニュースが並び、広告もパーソナライズされ、ターゲティングされる。Yahoo!ニュースをタップしていくことで、自分の関心のあること、すごくパーソナルなことを追いかけ、エモーショナルになっていく。自分に都合のいいことばかりを追いかける。一歩立ち止まって考えるということをさせない危うさがありますね。それでネット右翼みたいなことが起きるのかなあって思うんです。

── 確かにネットニュースを見ながら、自分が見るニュースの偏りを感じますね。

配信は偶然の出会いがありません。Amazonはまっしぐらに欲しい本を検索したら買える。でも本屋さんにいくと余計な物がいろいろ目に入っていらない物を買ってしまいますよね。でも、そこが面白いのではないの？　というところです。

自分がキーワードを打ち込んで、あるいは自分に関係のあるソーシャルの人たちとしか接しない。世の中で起きている重大なことを知る機会がなくなっていく。公共に対する意識や世の中に対する関心が薄れる。アフガニスタンで今何が起きているかは、自分には関係ない。地元のソーシャルメディアでつながっている身内たちと日々を過ごし、それで満たされていく人生という感じが今後、さらに広がっていくのかな、そのことが人間にとって幸せなことなのかどうなのかというのは、判断がつきません。

放送は1つの電波で1つのものしか運べない。日本中にテレビ塔を建てて莫大なコストをかけて維持しないといけない。一方、YouTuber 1人がテレビ局1000人分の仕事をやってしまえる時代です。技術的には、放送が配信に取って替わられていくかと思います。一方で、コミュニティや共同体に対して、意識が及ぶかどうか、今後の配信の在りかたに対して課題がある。どういうコミュニケーションを作っていくかを真剣に考えるべきでないかと思います。

配信プラットフォームにアクセスすると、私の視聴データからアルゴリズムがはじき出された「おすすめ番組」がずらっと並びます。昔、番組で養老孟司さんに伺ったんですけど「人間はね。人間に作られた物に囲まれていると疲れるのですよ。」「人間が作った床や天井、壁に囲まれて、人間が書いた本を読むということばかりやっていると、脳はストレスを貯めていく。だから葉っぱを見なさい。雲を見なさい。」といった話をされていました。現実がどんどん、バーチャルで、アーティフィシャルなものになっていく、ストレスフルな状況になっていくという感覚があります。

アルゴリズムの開発は偶然性の演出というところまでいかないと完成したとは言えないと思います。一方気の向くままにといっても、無数の配信コンテンツから、自分が見たいものを探し出すのも面倒くさいというところに対して、どう対応していくのか。敢えて放送でネット上に無数にある映像から、誰かが「面白い。」「見たほうがいい。」と選んだものをキュレーションして、つけておけば見られるという状況をつくるということも考えています。

コロナ禍を経た リアリティ番組、エンターテインメント番組

── コロナ禍は、リアリティ番組、エンターテインメント番組にも影響するでしょうか？

コロナの問題もあるし、貧困の問題もあるし、あるいは国際情勢が緊迫しているっていう中で、今までの経験や歴史から学んだりしてきたことが、目先の問題を「解決」するためにどんどん吹っ飛んでいくっていう感覚がありますね。その不安の中で、どういうふうに人々の心を安んじることができるか、エンターテインメントを考えるかという課題があります。

コロナで、親と会ったり、仲間とワイワイ居酒屋でしょうもない話をしてゲラゲラ笑うということが今はできない。それがどれだけ素晴らしかったかっていうのがすごく分かる。みんなが実感している状況だと思いますので。今後、そういうことが出来るようになったときの幸せは、より強い幸せになるだろう、ものは捉えようみたいな感覚を、どういうふうに人と共有していくのか。今までとは違うリアリティの立ち上がり方が、みんなの心をさざめかしているような気がしますね。エンターテインメントもそこに向かって、じゃあ、どういうふうにしていくのかは真剣に考えたほうがよいかもしれないと思っています。

── 『人生最高レストラン』で凄いお店を見て、心が掻き立てられました。

あの番組は実は、人間を語る番組です。食べ物の話をするとき、人は無防備になるので、その人の本質み

たいなものが、ぽろっと見えるっていうのがあるんです。そこを追っかける番組になってきました。これもやりながら変わっていくんですけど。元々は、私、開高健さんのファンで、開高健さんの食について書かれた文章が素晴らしいので、ああいう楽しさを番組にしたいって、サントリーさんに熱烈にプレゼンをして始めました。

現在の活動形態

―― 共同テレビジョン退社後、始めた会社（株式会社スチールヘッド）は一人でされていると伺いました。独立することに不安はありませんでしたか？

私もサラリーマン世帯出身ですので、独立なんて考えもしなかったんですけども、テレビ局にいると地上波のテレビ番組しか作れませんでした。ついこの前までは、映像エンターテインメントはテレビか映画くらいしかなかったんですが、企画の出口が一気に増えてきた。映像ばかりではなくて、技術が進歩してゲームやデジタルコンテンツの制作にも簡単にコミットできるようになってきたんです。自由な身になりますと、配信も作れるし、ゲームを作ったっていい。アプリも作れる。一方「ライブ」の価値も上がって舞台も仕事としてできる。放送局の組織の中で、みんな途中で制作者を辞めて管理職になる。そうじゃなくても生きていける道を切り開きたい、後輩に見せていきたいという思いもあります。

関西育ち

―― 関西で育たれた小松さんが、放送業界におられて、関東と関西の違いを感じられることはありますか？

どっか面白くないと気が済まないっていう関西人的感覚があることが自分の中の資質としては良かったかなと思います。言葉を尽くして伝えようにも伝わらないことが一瞬の笑いで伝わるっていうことが一杯あるんですよね。

「これ、面白くないですか？」って申し上げて、「ああ、面白いですよ。」ってなった瞬間に笑いが生まれると思うんですけど、この合意の位置が、東京は型にハマったものが皆さんお好きなので、型にはめていく。でも、松本人志さんは全く誰も想像もしなかった位置で合意を作ってしまう、意表を突きます。

どんな状況でも何かしら笑いを作っていこうとする、それによってものを伝えようとするというのは関西で育ったからかなと思います。

ただ、僕自身は実はエセ関西人で、父は長野の人ですし、母は横浜や東京で暮らしてから関西に来た人なので、実はネイティブタンは標準語で、相手が関西弁の臭いが出てきたら勝手にどんどん関西弁になっていくバイリンガルなんです。関西弁で喋るときと、標準語で喋るときって、無意識に使い分けているなって思うんですけども関西弁の方が便利

なときは一杯ありますよね。言わずもがななことを上手に伝えるコミュニケーションが関西弁やとできるなと思います。また、僕は後輩に優しく喋るときに関西弁になりますね。そういう言葉なんやなって思いますね。一方、キレるときに、関西弁になったほうが迫力出てええやろって思うんですけど、そのときは僕、どっちかっていうとべらんめえ口調になるんです。

―― 西宮ご出身で高校は大阪の星光ですね。

西宮って微妙なところで、どっちかっていうと神戸の文化圏で育ち、高校入試の日に生まれて初めて通天閣を見ました。

高校に入り、大阪の人の同調圧力の強さって、すごいなと思いました。別にそれが嫌いでもないんですけど、「お前こうやんけ！　東京に魂売ったな！」とか、よう言われるんです。僕はそこまで思わないんですけど、やっぱりそういうふうに言うんやって。それが大阪の人の可愛らしいところかな、人懐っこいのがよいところでもあり、めんどくさいところでもあると思います。

僕、同調するのがちょっと苦手というか、中学も先生にいろんなこと強制されるのが嫌で、行かなくなってしまった子どもでしたが、初めて学校に馴染んだのが大阪の人懐っこい人たちが一杯いる高校でした。心の壁を無理やり乗り越えてくれたんですね、きっと。

今、ネットやプログラミングがどうやってことも、アウトサイダー的な感覚で仕事に出来る、アウトサイダーでも平気やみたいなところは大阪の人たちに鍛えられたのかなっていう感じはします。

―― 大学時代、小松さんが関西弁分布図の話をしていたのが記憶に残っています。

標準語の家庭で育って、関西弁を喋れるようになったら、仲良くしてもらえるもんやって思って習得して、それは神戸の言葉だったんですね。大阪行ったら、「何やお前変な喋り方すんな。」って。星光は、和泉の子も、河内の子も、和歌山の子もいて。和歌山の子は「ほんでね。」「ほいたら。」とか、和泉の子は、「ちゃる。」「さっぷい。」とか。喋り方に土地柄が結構出て、人間もそれで変わる感じが面白かったですね。

関西の人って、お互いの住んでいるところを、けちょんけちょんに言い合うところがコミュニケーションみたいなのがあると思うんです。あれを、あの感じで番組作られへんかな。もちろん、いろんな土着的な問題が実は絡んでいたりするので、なかなかテレビでやるのは難しかったりするんですけど、そういう隣り町同士で、お互いの悪口言い合って、自分らのええとこ自慢しあって、結果的にそれぞれの土地の魅力の再発見につながっていくみたいな番組作りもちょっとやってみたいなというふうには思っています。

放送とコンプライアンス

―― テレビはパーソナルでない分、言葉の捉え方や、対象の切り取り方等も難しいそうですね。

放送は、望むと望まないとに関わらず、目にしてしまうものなので、テレビをつけて悲しい思いになるとか、苦しくなってしまうという人がいてはいけないというのが、基本かなと思います。僕はフジテレビでコンプライアンス管理とか、考査的なこともやって、ケーススタディも随分しましたが、そういった知識の蓄積より、まず人間としてどう思うのか、それを受け手側が見たときにどういう感じがするのか、それをどういう人たちが見ているのか、そういったイマジネーションをどれだけ持てるかっていうことに、軸足は持つべきかなと思ってます。

スカパーにいたときは、地上波の民放連のルールとかがないので、全て、自分たちで考えながらやっていかなければいけないっていうことがありました。

例えば、南米の麻薬王関連のVTRに死者の映像が映っている。ディレクターは、状況の悲惨さを伝えるべくその映像を使いたいと言う。でも、地上波では死体を映していない。なぜだろう？　不快感があるから？　スポンサーに苦情が行くからか？　他方、調べてみると、報道の現場では戦争の悲惨さを伝えるためには死者の映像も映すべきという議論もある。最終的には死に顔の映像を見て、無残で無防備な姿でいるこの人が合意したわけでもないのにそれを映すことに対する抵抗感に行き当たり、映像は使わないこととしました。

慣行やルールで思考停止せず、なぜ放送すべきか、してはいけないのかを考えることが必要かと思います。

―― 本日は貴重なお話をありがとうございました。

2021年（令和３年）９月24日（金）

［インタビュアー：久保井聡明
山本健司
飯島奈絵］