

地域発ドラマからテレビ表現の本質を探る

～地域発ドラマ・パネルディスカッションより～



メディア研究部(番組研究) 吉川邦夫

今なぜ地域発ドラマなのか

今、NHK 地域放送局制作のドラマが増えている。本稿執筆時点の2月中旬の段階で、2011年11月以降、大分放送局『無垢の島』、福岡放送局『オヤジバトル!』、富山放送局『港町相撲ボーイズ』、松江放送局『じいちゃん のわさび』、札幌・帯広放送局『大地のファンファーレ』が放送された。さらに3月には、佐賀放送局『あのひとあの日』、高知放送局『カゲロウの羽』が放送されているはずである。ここ数年をみると、量だけでなく質においても、広島放送局『火の魚』(2009) が、芸術祭大賞、モンテカルロ国際テレビ祭でグランプリに相当するゴールド・ニンフ賞を受賞するなど、地域発ドラマの存在感を内外に示している。地域民放では、北海道テレビ放送(HTB) が、1999年以降、ほぼ毎年自社制作のドラマを作り続けてきた。『ミエルヒ』(2009) は、『火の魚』の翌年に芸術祭優秀賞を獲得している。制作費や制作体制などの条件に恵まれているとはいえない地域放送局が積極的に、また高品質

なドラマを制作している背景には何があるのか。また、そこに携わる制作者たちのテレビ表現にはどんな共通点・相違点があり、テレビというメディアのコンテンツにどのような価値をもたらしているのだろうか。

本稿は、2011年11月5日(土)にNHK放送博物館で行われたパネルディスカッション「地域発ドラマから見えるテレビ表現の原点」の内容をまとめたものである。それぞれ違う事情を抱えた地域発ドラマの制作者たちが一堂に会して議論し、この疑問を解く鍵を探った。

当日は、『火の魚』を企画・演出した黒崎博ディレクター、福岡局で2010年まで『見知らぬわが町』など3本連続で企画・演出した清水拓哉ディレクター、HTBの自社制作ドラマ企画を10年以上継続して進めてきた四宮康雅プロデューサー、芸術祭受賞作『ミエルヒ』を演出した藤村忠寿ディレクター、そしてテレビドラマ研究の論文・書籍を多数発表している法政大学社会学部の藤田真文教授に登壇してもらい、吉川の司会で、それぞれの地域発ドラマ制作の背景の報告と、成果・課題の考察、

また今後のドラマ制作に向けての展望について議論した。

なお「地域発ドラマ」の本稿における定義を「自社（自局）制作ドラマの放送枠をレギュラーで持たない放送局によって制作されたドラマ」とした。

地域発ドラマの歴史と現状

民放の地域発ドラマには、テレビ黎明期から1980年代にかけて数多く放送されていた時期がある。特に目立つのが、「東芝日曜劇場」¹⁾の存在で、東名阪以外から北海道放送と福岡のRKB毎日がレギュラーに加わり、北から南まで日本全国でドラマを制作していた。

北海道発のドラマに注目すると、北海道放送（HBC）は、『幻の町』『うちのホンカン』シリーズなど、60年代から80年代にかけて芸術祭や民間放送連盟賞受賞の常連だった。しかし、90年代から次第に制作本数を減らし、2007年を最後にドラマの自社制作がなくなっている（2012年春に創立60周年記念ドラマを放送予定）。北海道文化放送（UHB）は、概ね10年に1度のペースでドラマを制作。2003年に、宮崎あおい、前田亜季など当時十代の女優を複数の単発ドラマの主演に配した『ノースポイント』シリーズが話題になった。こうした北海道のドラマ制作の歴史の中で新しい流れを作っているのが北海道テレビ放送（HTB）である。2000年に、初めて外部の協力を仰がずに自社制作ドラマ『ひかりのまち』を放送して以来、ほぼ毎年1本、自社制作の地域発ドラマを制作し続けている。現在も今年放送予定の新作を準備中である。

その他、2011年に制作された民放地域発ドラマには、山梨放送の城山三郎原作『事故専務』、テレビ静岡のオリジナル『誰（タレ）よりも君を愛す』等がある。

NHKの地域発ドラマでは1977年から2006年までの約30年間に50本の地域発ドラマの存在を確認することができた。NHKにはかつて「銀河テレビ小説」という夜間のドラマ枠があり、主として東京・大阪・名古屋局の制作だったが、不定期に地域を特集したシリーズを企画して、各地域局が中心となって制作するドラマを放送した。その際には、地域局のディレクターが演出を担当し、ドラマ志望ディレクターの登竜門として位置づけられた時もあった。それ以前の時代にも、テレビ史関連の書籍などから地域発ドラマ制作の痕跡がうかがえるが、各局に残る資料が乏しく、ビデオテープの存在が確認できないなど、今後の徹底した調査検証が必要である。近年では、2007年以降現在までの5年間で既に20本以上の地域発ドラマが企画・制作されており、その頻度は確実に上がっている。

以上のような現状を確認した後、各制作者のドラマ一部上映を織り交ぜつつ、報告とディスカッションに入った。



1 作り手の手応えと思い

10年かけて広島で実現した『火の魚』

吉川 まずは2009年NHK広島制作『火の魚』から。原作は室生犀星、今『カーネーション』を書いている渡辺あやさんの脚本、黒崎さんの演出ということで、まず黒崎さんからお話を伺います。企画が通り、広島局でドラマを作った経緯をお聞かせください。



『火の魚』（2009年、NHK広島）

原作：室生犀星 脚本：渡辺あや
演出：黒崎博 制作統括：行成博巳
出演：原田芳雄、尾野真千子ほか

あらすじ：

瀬戸内の小さな島で一人暮らしをする老作家・村田省三（原田）は、原稿を受け取りに東京から来た若い女性編集者・折見とち子（尾野）を振り回す。村田は新作の装丁に使うからと、折見に飼っていた金魚の魚拓をとらせる。仕事のために金魚を殺さなくてはならないことになり、小さな命をめぐる二人の間には複雑な波紋が広がっていく。そして村田は、折見の意外な秘密を知る…。

黒崎 NHK広島放送局で2年間仕事をしました。短い期間でしたが、単身赴任ではなく、きちんと住んでみようと思って家族みんなで引越しをしました。前年に、NHK広島開局80周年ということで、地方発のドラマを作ろうというプロジェクトがありまして、『帽子』というドラマを作りました。翌年にもう1本やりたいと思って、ずっと昔から温めていた企画をドラマ化することにしたわけです。



『火の魚』は、たまたま本屋さんで室生犀星のエッセイ集を手にとり、ずっと心に残っていた作品でした。なにしろ地味な話なので、東京、大阪でも提案し続けていましたが、なかなかGOサインが出なくて10年がかりでした。これをこの機会にやってみようと思って、作り始めなんです。脚本の渡辺あやさんは島根に住んでいる方で、せっかく地方でやるのだったら地方の人脈とか人材とか、スタッフも含めて、普段やれないことをやってみようと思い、人をかき集めて、非常に低予算でしたけれども、やっと完成させることができました。

10年前に思いついた時は、完成した形とはかなり違ったものを考えていました。その時点からこれを撮り始めた2009年までに、その時々様々なバージョンのシノプシスを書きました。流行を追いかける話とはほど遠い話ではありますが、時間をかけて作ってきたので、それぞれの時期、場所、出会う人によって日本の中の空気のようなものが否応なく混ざっていったんじゃないかと思っています。

吉川 広島局は、NHKでも地域発ドラマを比

較的多く作ってきている局です。やはり原爆に関連するドラマの企画が伝統的に多い。その中で黒崎さんが作った『帽子』『火の魚』は、決して原爆を前面に押し出したドラマではなかったですね。

黒崎 そうですね。緒形拳さんが主人公の『帽子』には、田中裕子さんが演じる初恋の女性が胎内被曝していたという設定がありましたが、私自身は原爆の物語とは思ってなくて、人物の背景として捉えています。ただ、広島で撮るドラマであれば、当然原子爆弾の話だねというふうにNHKの中でも思われる傾向があって、いや必ずしもそうではないことをやりたいと、一生懸命訴えたという経緯がありました。

「作る根拠」と「時間性」

吉川 この2作を撮られて、黒崎さんが東京に戻られて取り掛かったのが『チェイス』『セカンドバージン』だったわけですが、作品への関わり方という点で、違い、あるいは共通点はありますか。

黒崎 『チェイス』も『セカンドバージン』も大変楽しくやらせていただきました。物語の色合いは全く違うものでしたが、人間ドラマを描くという意味で、あまり違うことをやっているという感覚はありませんでした。ただ、東京ではドラマを定期的に作り放送し、見ていただくというシステムが出来上がっているの、その中に組み込まれてしまう危険性みたいなものがありますね。

一方、広島という地方で、フィクションの物語を作る時には、まず、僕だけじゃなくて脚本家も、プロデューサーも、関係者みんなで、「な

ぜこの物語を作るのか」という当たり前の原点にずっと拘っていました。「自分たちが本当にやりたいことなのか」ということを、みんなで繰り返し考えたのは大事な経験になりました。普段、フィクションの仕事をやったことのないスタッフがほとんどですから、ドキュメンタリーじゃなくて、ドラマでこれをするということはどういうことなのか。そこからいろんな話をしましたね。

藤田 法政大学の藤田です。私の役目はみなさんのお話の中からキーワードを抽出せよということなので、プレッシャーを感じながらやってみます。まず「流行を追いかけない」



という言葉がありました。私も、2009年に『火の魚』を見た時、室生犀星原作ということもあって、昭和の話かなと思っていましたが、設定は現代ですね。でも時間が止まっている感じがあって、この時間の流れの違いは地域社会という舞台がもたらすものなのかということを感じていました。

もう一つは、制作システムで作っていく東京の作り方と、一つひとつの作品の根拠を制作者個人が確認しながら作る時間が持てるという地域発ドラマの作り方の違いでしょうか。キーワードにすると「地域発ドラマの作り方とその時間性」ということになるでしょうか。

“正しい” 自社制作ドラマ『ひかりのまち』

吉川 北海道発のドラマが減っていく中で、

1994年にレコード会社が企画した「エリアコードドラマ」シリーズ²⁾に、後に『ひかりのまち』を演出するHTBの多田健ディレクターが助監督として参加し、ドラマ制作のなかったHTBにノウハウが蓄積され始めた。四宮さんもプロデューサーとして参加されて、それが自社制作ドラマへの布石となったと聞いています。『ひかりのまち』は四宮さんの企画、原案、制作によるものですね。



『ひかりのまち』（2000年、HTB）

脚本：遠藤彩見

演出：多田健 制作統括：四宮康雅

出演：尾野真千子、風吹ジュン、すまけい ほか

あらすじ：

進学か就職か進路を決められず悩んでいた函館の高校3年生・倉島由子（尾野）は、母・加代子（風吹）がつとめる弁当の宅配サービスの手伝いで偏屈の独居老人・岩田登喜雄（すま）と出会う。最初は母の弁当にケチを付けた岩田を嫌っていた由子だったが、岩田の会えぬ息子（遠藤憲一）への思いと深い孤独に気づき、岩田の良き話し相手になっていった。由子は岩田が息子に会えるように一肌脱ぐ。しかし、引き合わせた息子は由子の目前で突然岩田を罵倒し始める…。



四宮 北海道テレビ放送の四宮です。僕がドラマに関わり始めたのは1999年です。公式には96年にHTBドラマが始まったとなっていますが、「エリアコードドラマ」の頃は完全

外注で、ドラマ専門のプロダクションにお願いして4年やりました。その後、「ドラマにこんなに予算をかけてしかも赤字じゃないか」という話が出て、「外注は止める、自分たちで作れ」ということになり、1999年に『黒い瞳』というドラマを作ります。これは札幌在住の作家、藤堂志津子先生の短編小説を題材にしたものです。その時に僕はプロデュースチームの一員に入りましたが、自分たちで脚本家も俳優事務所も探せなかったのも、東京でドラマプロデュースをしているフリーの女性に依頼して参加してもらいました。彼女は、「本作りとキャスティングは私がやる」と言い、当時、『うなぎ』でカンヌで賞を取った直後の清水美沙さん、それから遠山景織子さんという、これも非常に強い俳優さんを連れてきてくれました。でも僕は、これは間違った作り方だということに気づいたんです。つまり、HTBの人間が脚本に参加できない、キャスティングに参加できない、それでは自社ドラマを作っていることにはならないと。でも、99年まではそうするしかなかったのです。

その後、ドラマ制作を僕が引き継ぐことになり、多田君と、どうしたらHTBのドラマを正しく作れるようになるのか話し合いました。しんどいかもしれないけれど、作り続けられると信じて、僕たち自身で脚本家を見つけ、一緒に本を作ろう。「北海道テレビさんて、どこ

のどなたですか?」って、俳優事務所に言われようと、この本のためにあなたが必要ですと、プロデューサー自らが口説こうと。そこから始まった歴史です。先ほど黒崎さんが言われた「ドラマを作ることの原点、何故? 何故? 何故?」を常に自らに投げかけ続けることです。

地方局でドラマを作ることは、経済原理として全く物差しが合いませんし、誰も得しません。地域ドラマというふうに僕は考えたことはありませんが、北海道で撮るという意味では地域だし、地域のお客様に見てもらいたい、そういう意味では地域ドラマです。ですから、僕は最初から、地方からの発信力としてドラマを送り続けるためには、勝たねばいけないと思いました。僕が正しいと信じる企画、正しいと信じるキャスト、正しいと信じる作家と、僕は心の中しようと思いました。1年1年そんな思いで続けてきた。それが、HTBのドラマの歴史です。その結果、たくさんの賞をいただき、東名阪以外でドラマを作っているのはHTBだけだと言われるようになってきたというのが実のところ。黒崎さんと非常に意見が似ていると思いました。僕たちは地方局の作り手なのに、何故ドラマを作るのか。その答えを毎年出し続けなければ、とてもドラマのような手間と暇がかかることはできない。ドラマは多分、テレビにおける最高芸術だと思いますが、地方局には荷が重いということは痛切に感じています。

HTB で作る意味を探した『ミエルヒ』

吉川 HTB と言えば、『水曜どうでしょう』という怪物番組があります。そのディレクターである藤村さんが、2008 年の『歓喜の歌』からド

ラマ演出を担当されるようになりました。そもそもディレクターとして、『水曜どうでしょう』の対極にあるような作り込んだドラマの演出をするというのは、藤村さんにとってどのような思いからだったのでしょうか。

藤村 HTB がドラマを作っていたのはもちろ



ん知っていたのですが、全て東京からスタッフを借りてきて、プロダクションに丸投げする。それを地方のドラマと呼ぶのはおかしいと、ずっと思っていました。実は、「HTB スペシャル

ドラマシリーズ」を開始した年と、『水曜どうでしょう』を開始した年は同じ1996年です。その頃から、僕は、地方でドラマなんて作っているのか、東京と同じことやってどうすると思っていました。

僕も『水曜どうでしょう』の中でドラマを撮ったことがあります。デジカメだけで、ハイエース1台に乗れる人数で、ドラマが撮れるか実験しようということだったのですが、それは完全にうちのドラマの系譜に対するアンチテーゼ。ローカルだったら、ローカルの作り方があるでしょうという挑戦でした。それがちょうど2000年でした。

その頃から、四宮さんがドラマに関わるようになって、本当の意味でHTBの自社制作ドラマというのをスタートさせた。僕自身はドラマに全く興味を持っていませんでしたが、2008年の『歓喜の歌』は、立川志の輔さんの原作の落語自体が非常に面白くて、それをドラマ化してみないかという話が来て、じゃあやってみよう

ということになったわけです。僕の場合は題材がまずあり、それをドラマにしませんかというオファーを受けて、喜んで関わったというのが最初でした。

次の『ミエルヒ』に関しては、四宮さんが青木豪という脚本家を東京で見つけてきて、プロデューサーは嬉野と福屋、僕は傍から見てただけでドラマをやるつもりは毛頭ありません



『ミエルヒ』 (2009 年, HTB)

脚本：青木豪

演出：藤村忠寿 制作統括：福屋渉、嬉野雅道

出演：安田顕、泉谷しげる、風吹ジュンほか

あらすじ：

石狩川でヤツメウナギ漁を細々と営む漁師・永島幸介（泉谷）。10 年以上前に妻は出て行き、父を嫌って飛び出した一人息子の剛（安田）も消息不明。孤独な暮らしを続けていた幸介は、なじみのスナックのママ・越田厚子（風吹）と一緒に暮らそうと決める。息子の部屋を夫婦の寝室に改装しようとした矢先、剛が突然帰ってきた。戦場カメラマンとして海外に出かけ、目を負傷したのだという。互いに目をそらしていた父と息子が再び一つ屋根の下で暮らし始める…。

んでした。ところが、四宮さんが連れてきた青木豪の芝居を見て、これまた大感激してしまいました。そこで、彼が書くなら僕が演出するしかないということで『ミエルヒ』にも参加したんです。

HTBはなんだかんだ言いながら10年くらいドラマを作ってきましたし、四宮さんが1999年あたりから地元のスタッフを育て始めました。8年、9年経つと人材も育ってきますから、僕はその尻馬に乗っかって、その財産を利用しながら作っただけということになります。逆に言えば、そういうものがない限り、ドラマというのは、なかなか手出しできない分野なのだと思います。

なぜドラマを作るかと考え続けるということは、確かにあります。そればかり考えていると言ってもいい。『歓喜の歌』は、題材がいいから、どうしてもあれを映像にしたいということでしたが、『ミエルヒ』の時は、なぜ、うちがこういうドラマを作るんだと必死になって考えました。そんな時、プロデューサーの嬉野さんが、交通量の激しい国道12号線の下を静かに流れる石狩川に浮かんだ一隻の船を見て、「なんでこんなに落ち着くんだろうね」とつぶやいた。「落ち着く」ってどういうことだろうというところから話が始まったわけです。激しく行き交う車と取り残されたような川のほとり。ここにいるだけでどうして落ち着くのか。これがこのドラマの肝だと思いました。さびれていく町の中で、「どうしてあんたそこにいるの?」と問われ「ここしかいるところがない」と思う。単純なことなのですが、それをドラマにすることに興味があったという感じですね。

「地域生活の濃さ」「地域の意味」と「物語の在り処」

藤田 みなさんの中にも、既にキーワードが浮かんでいるかと思いますが、一つは四宮さんが言われた、「地域局が作っているという意味で地域発ドラマであるけれど、地域ドラマを作っているのではない」ということですね。これをどのように考えるかということ、もう少し掘り下げていきたいと思います。

『ミエルヒ』のテーマは「ここにしかいられない」ということでした。つまり、地域に根を張った人の生活を描くということです。地域の人の生活とはとても充実していて濃いものだと思います。地域ドラマではないドラマには、どこか生活に薄さがあるというのか、どこでもない場所を描こうとすると薄さが生活の中に出てくる。その地域で撮るということ、生活を描くということ、地域発ドラマの濃さはどこから生まれてくるのかというあたりを、お話いただければと思います。

また、「地域」というくくりには、どこかに「中央」という対立概念が想定されているように思えます。都会とか中央の余った部分が地域というような。僕は青森県弘前市の出身ですが、人口18万人の弘前市は十分に都会だと思っています。そこには演劇も映画も音楽もあり、創作できる生活もある。完結した暮らしが可能ですから僕にとっては大都会なんです。都会の余った部分ではない、地域というものが持つ意味をどのように捉えるかということに言及していただければと思います。

吉川 僕は、「物語の在り処」ということを個人的に感じました。先ほどの「落ち着いた気持ち」というところに描くべき物語があったとい

うことですね。ドラマを職業としてたくさん作り続けていくと、どこかに忘れていきがちなものではないかという気がします。

『母（かか）さんへ』と福岡ドラマの伝統



清水 僕も、ある人物の尻馬に乗った口です。2002年と2003年に『うきは』『玄海』を作り、その後、毎年続けることになる「福岡発地域ドラマ」を立ち上げたのが、僕の先輩の

東山充裕ディレクターです。東山さんは、ドラマのディレクターをずいぶんやった後で、福岡に赴任したわけですが、当時の福岡局にはドラマを制作する方針はなく、情報番組等を担当していた。その中で、彼は取材に行く先々で、ものすごい閉塞感を感じたそうです。「農業がうまくいかない」「漁業がうまくいかない」「雇用がない」ということに、とにかく突き当たる。その時はたと彼は気づくわけです。「自分がディレクターとしてできることは、ひょっとしたら、現実に対してあり得べきハッピーエンドを作ることかもしれない」と。ドキュメンタリーで追いかけても、幸せな何かがこの町には起こらないかもしれないけれども、フィクションだったらそれは作れるのではないか。自分にはそれができる可能性があるんじゃないかと思い、福岡でドラマ『うきは』を作ろうと言い出したんです。ドラマは、お金もかかるし、人もたくさん必要になる。その時、彼の提案を受けて福岡局が提示した条件は、「地域サービスになるのならいい」ということでした。ドラマを作

りただけなら福岡局は付き合うつもりはないが、舞台となる地域が喜べるドラマだったらやりましょうということになったのです。

僕が赴任した段階でも、企画を出すにあたり、まず問われるのはストーリーではなく、「これがどこの町の話なのか」ということでした。しかも、ただ「ある物語の撮影地がここで、舞台がここで」というだけでは企画は通らない。「どの町で描くのか」でも、「どの町で何を描くのか」でもなく、「どの町を描くのか」です。そこがまず、企画書の第一段階で問われました。さらに企画会議では、「何故このネタをやるのか」「その土地の何を訴えるのか」「この番組はその土地にとってどういう意味があるのか」ということが徹底的に議論されます。NHKのローカル局の番組企画には得てしてそういう側面がありますが、フィクションのドラマであってもその文脈の中で作らなければなりません。ただそれは、とても新鮮な体験でした。2008年に『博多はたおと』を作りましたが、もうゴリゴリに「博多」のドラマです。「博多でお腹いっぱい」みたいな(笑)、徹頭徹尾博多というのを作ったんです。それは博多でとても評判が良かったのですが、「博多臭が鼻につく」という意見も多くありました(笑)。そこで、次の『母(かか)さんへ』では、あえて地域臭を外してみようと考えました。

黒木町という福岡の山間の町で人形浄瑠璃を小学校の授業としてやっている子供たちがいるという、それは面白い題材だと思ったのですが、一方で、黒木町は八女茶で有名な町です。そこで、あえてお茶には触れないように、お茶からできるだけ距離をおいてやろうとしたのですが、取材を進めていく中で、「人形浄瑠璃がこの町で行われている」ということと、「こ



『母(かか)さんへ』 (2009年, NHK 福岡)

脚本：羽原大介

演出：清水拓哉 制作統括：有田康雄

出演：前田亜季、小澤征悦、津川雅彦ほか

あらすじ：

黒木町の山深い地区にある小学校に、臨時教師・火野ひかり(前田)が赴任してきた。周りに心を開かない山村留学生の亜矢(今田萌)が気になるひかりは、亜矢が博多で働く母親との間に問題を抱えていることを知る。自らも心がすれ違ったまま母親を亡くしたひかりは、亜矢の笑顔を取り戻そうと亜矢の母を小学校の人形浄瑠璃公演に招く。すれ違う母子の愛情を描く町伝統の人形浄瑠璃がまもなく始まるが、母親はなかなか姿を見せず…。

の町でお茶が栽培されている」ことは、ある大きな必然としてつながっているということが見えてきて、お茶から逃げるのはこの町から逃げるのだということが分かってきました。そこで、主人公の生徒の家をお茶農家に設定したのですが、お茶農家を描いていけばいくほど、物語がより立体的に膨らんでいきました。人形浄瑠璃に取り組む小学生のシンプルな「スボ根物語」が、地に足がついた立体的なものになっていったのです。

福岡にはドラマ専門のカメラマンはいません。撮影を担当したのは吉岡というNHK 指折りのドキュメンタリーカメラマンでした。彼と、喧々囂々、意見をぶつけ合いながら撮影を進めていたのですが、途中から、彼と組むならカット割をしないほうがいいのではないかという気がしてきました。子供たちが人形浄瑠璃の最終稽古をしているシーンは、半分物語、半分ドキュメンタリーのようなシーンです。ドラマ中の人形浄瑠璃本番のために、この小学生たちは実際にものすごく稽古を重ねてきていて、あのシーンは、ドラマの本番で公演をするための本当の最終稽古の日でした。現実とドラマが同じような状況だったわけです。その時に「吉岡さん、こういう学校に取材に来たつもりで自由に撮ってみてください」と頼んでみました。子供たちにも「ここは台本も何もないから」、先生役の前田亜季さんにも「ドラマの撮影というのを意識せずにやってみてください」とお願いしてみました。すると、やはり子供たちの表情がものすごくリアルになり、それをどう撮るか、餅は餅屋に任せただけです。吉岡カメラマンの撮り方は、自然に近くに寄り、自然に彼らの視線に降りていって、その息遣いまで撮っていくという、ドキュメンタリーカメラマンの本当に見事な技でした。ドラマの話と現実を、カメラワークで結びつけることができました。ただ、照明さんや音声さんにとってはとても大変なことでしたが。

「現実と重なる物語」と 「ドラマの主軸となる地域」

藤田 清水さんの言われた最後のところ、物語とドキュメンタリーが重なるというのは、地域で撮るドラマの特徴的なことだと思います。

福岡局で作られた『玄海』（2003）というドラマは、玄界灘で暮らしている漁師さんの話ですが、本物の漁師さんが出演していっちゃって、漁の場面では、漁師さんですから本当に魚を獲るわけです。演技をしているのか、それとも本当に地域で暮らしている様子なのか分からなくなるような場面がありますが、地域で撮るドラマは、地域の人が出演者になることで新しいドラマの意味を擁することになるというのが一つ。

それから、人形浄瑠璃そのものの主題が「母恋し」であり、次に、その主題からドラマが発している。つまり、実際の小学生が取り組んでいる人形浄瑠璃、地域が抱えるもの、あるいは場所などから物語が発せられているわけです。そういうアプローチで作られているので、地域にこだわらないと言いながらも、地域の＜もの＞や＜こと＞こそが、ドラマの主軸になっているというのがもう一つです。こうした試みは、素朴なようで実はドラマの新しい意味合いを提示しているのではないかと思います。



2 地域発ドラマの魅力の本質

藤田 みなさんのお話には、「そもそもなぜドラマなのか」という問いかけがありました。ドラマは、お金も時間もかかりますし、スタッフ

もたくさん必要で、非常に手間暇かかるジャンルです。地域の中で、そのドラマ制作を続けることの意味を伺いたいと思います。

もう一つ、ドラマとドキュメンタリーのスタッフの話が出てきました。地域放送局では地域情報番組とニュースがメインのコンテンツだと思われていますが、ドラマ経験を持たない方がドラマを作るということがどういう意味を持ち、どんな作用を及ぼすのか。きれいな絵を撮ったり、脚本通りにことを進めたりはできると思うのですが、例えば、演出ということについても、恐らく、情報番組にはない技術的な裏付けが必要になると思います。

ドラマ制作の経験がない方たちと一緒に作り上げるといったところには、どんな意味があるのでしょうか。

ドラマの本質はドラマツルギー

四宮 ドラマという特殊なコンテンツの制作には、おっしゃる通り、お金、時間、スタッフが必要です。しかし、それ以上に大切なのが、「本をつくる能力」です。作家と対峙できるプロデューサー。演出家なら脚本と対峙し、そして俳優と現場に対峙できる力。これはスキルではない、まさに人間力です。これは一朝一夕では身につかない。5年、10年。僕たちは10年かかりました。一方で、おそらく地域放送局では、5年10年かけてしか得られないようなスキルは必要とされないということもはっきりしています。

そこでもう一回、最初に戻ります、何故ドラマなんのでしょうか？ それは、ドラマという表現が特殊だからです。ドラマはどこまで行ってもフィクション、作り事です。でも作り事である

が故に、人にある核心の感動を伝えます。何故私は、この話に心を動かされるのだろうか？

それは、僕たちが託す＜何故＞に共感してくれるからです。ドキュメンタリーも同じですが、ドラマは「特殊な共感の振幅」を起こします。多分、ドキュメンタリーよりも激しい振幅になります。なぜなら、ドキュメンタリーが描く以上にドラマは「人と人の関係性」を描くからです。

僕たちは毎年、毎年、物語を背負います。今年はこの物語、来年はあの物語というふうに、物語を背負うのです。専門的にはドラマツルギーといいます。ドラマの本質はドラマツルギー、つまり「何が劇的なのか」ということにあります。劇的というのは、ドラマチックということではありません。どこにお芝居の核心があるのか、脚本の核心があるのか。

昨日、黒崎さんの『セカンドバージン』を再放送で見てウーッときました。というのは、このドラマで大ブレイクした長谷川博己さん演じる鈴木行（こう）が、主人公の中村るい（鈴木京香）にこう聞くんです。彼女は落ちる寸前です。「中村さん、あなたは何が欲しいのですか」、中村るいはこう答えます。「…死のような快楽」。格好いいですね（笑）。

藤村 四宮さん、話ずれてますよ（笑）。そういうものってローカルに必要なんですか。

四宮 なぜこの話をしたかというと、行間を読む、つまり、この脚本家がこの言葉に託したものを読み取って、絵にする力がプロデューサーにもディレクターにも必要だからです。そんな能力は、地域放送局では他に使いようがない。何の汎用性もありませんが。

藤村 そんな能力がなくても情報番組は作れる。やはり、なぜドラマを作るのかということ

に立ち戻りますよね。

四宮 物語を背負うということは、つまり、何故、私たちは北海道にいるのか、何故、札幌にいるのか、何故、私はここにいるのかという問いを発することです。それに答える一つのとても強力な手段がドラマです。メディアとしてのテレビが、これに手を挙げないことはあり得ないと僕は思います。

藤村 つまり、テレビがそういうものを失ってはいけないということですよ。

四宮 そうです。藤村くん、勝手にまとめないでください(笑)。生物の多様性とか言われますが、僕も、コンテンツの多様性あってこそその健全な文化だと思うんです。東京のコンテンツは全て豊かで、地方のコンテンツが全て貧しいわけでは決してありません。つまり、東京の反対が地方、地域ではないということです。みな等しく同じです。

もちろん、東京の特殊性はあります。東京は日本で唯一のメディアシティです。東京という巨大なブランドがあります。みんな心酔していた時期がありました。でも、3.11を見てください、東京は本当に暮らしやすい街でしょうか。僕は北海道にいてよかったと思える。食料自給率200%。1年のうち半分は雪に埋もれるんですが、例えばそういう当たり前のことが当たり前に起きて、1日過ごして朝がやってくる、そういう普段気づいていなかったことを、あっ、素晴らしいと気がつかせてくれるのが、フィクションでしかないドラマだと思っています。

多分、黒崎さんや、清水さん、うちの藤村、藤村はちょっと動機が不純だったりしますが(笑)、彼らはドラマという魔力にとりつかれているのだと思います。ドラマを作ることは、自分を掘ることです。自分を掘らないとドラマな

んか作れません。僕もその自分を掘ることにとりつかれました。

地域を実感することの意味

吉川 地域から物語を汲み出していくのか、それとも自分の中にある物語を地域に落としていくのか。NHK 福岡は、地域にある物語を掘り起こして、そこからドラマを組み立てていく方法を取っていますが、『火の魚』の場合は、自分の中に描きたい物語を抱えていた黒崎さんが広島という土地に辿り着いたことが、ドラマ制作に結びついたというお話でした。この二つの違うアプローチについてみなさんの意識を伺いたいと思います。

黒崎 そのどちらかだけで物語ができるということはないんじゃないかと思います。自分の中に、何か表現したいことがないと絶対できないし、一方でそのフィクションの舞台になる場所を徹底的に掘るということをしなくて、ただ絵として映しているだけでは、何の意味も持ち得ません。順番はあるかもしれませんが、結局、最後に出来上がった作品というのはその両方が並行して走っていないと、成り立たないという気がします。

『火の魚』では、老作家のもとに若い女性編集者が訪ねてきて、そして、ペットとして飼っていた金魚を殺して魚拓をとれと言われる。その物語の骨格がずっとありました。で、いろんなパターンのドラマをずっと考えていたんですが、たまたま広島にいて、自分の故郷(岡山)に近い瀬戸内の海を撮ってみたいという欲望が自分の中にあったわけです。1日に1便しか船が出ていないところがいっぱいあって、そういう島を時間の許す限り歩き回りました。島一

つが工場になっている島もあれば、人が住んでいと聞いたのに、人影一つない島もあった。最終的には大崎下島という一つの島を選んだのですが、そこがとても面白い島でした。

本州から瀬戸内の島に向かって10年に1本くらいのペースで橋が順番にかかっているのですが、そこは、3つの島に橋がかかっているのですが、そこは、3つの島に橋がかかっているのですが、最後の4つ目の島。それまでは船でしか渡れない島でした。ところが、橋がつながって車が入ってくるようになって、島の人たちの暮らしが激変するわけです。それまで家に鍵をかける習慣がなかったのですが、島のおまわりさんが1軒1軒回り、おじいちゃんおばあちゃんを「家に鍵をつけよう」と説得し、「道の真ん中を歩いちゃダメだ」「道の端っこを歩こう」とキャンペーンをはるような、そういう島でした。

主役の原田芳雄さんと、島の人たちを毛嫌いして隠遁生活をしている主人公の老作家は、島の人たちのことを本当はどう思っているんだろうと話し合いました。僕たちの結論は、この男は島の人たちを疎ましく思っているのではなくて、むしろ羨ましく思っている。しっかり地に足を着けて生活をしている人の暮らしが羨ましい。自分は虚業をやっている、しかもいいものが書けなくなっている。だから、口をきくことはしないけど、実は島の人たちをどこかで羨んでいる男なんだと。これがこの役の本質でした。出来上がった物語の中では、底の底の底にあることだけでも、僕が無人島も含めて島々を見て回ったことや、物語に取り込むか取り込まないかは別として、その島で起きていることを実感してきたことに意味があったと思えました。それがないと、原田芳雄さんという経験も才能も豊かな俳優と対峙できないし、そこに住んでいる人たちとも対峙できない。大

げさに言うと、日本のみなさんや世界のみなさんに対して、これが今の日本の一面なんだと言えない。でも、実際に歩いたから、そのことだけは自信を持って言える。そういうことの繰り返しで作られていくのかなと思います。

地域は「へえーっ!」の宝庫

清水 今、僕が思っているのは、ドラマは“見世物”であるということです。“見世物”にとって何より大事なものは、「へえーっ!」と思えることだと常々思っています。“情報性”という言い方もできるかもしれませんが、今まで知らなかったことを知れることは、実はすごく大事なんじゃないかと。ドラマには自分の知らない世界をのぞき見るようなところがあって、地域というのは、実はその「へえーっ!」の宝庫です。福岡で、毎年1本ずつドラマを作ってきて、もういい加減ネタが尽きたと毎回思うのですが、でも、あるんですね。「へえーっ!」と思う何かがあります。

僕が非常に感動した映画にクリント・イーストウッドの『グラン・トリノ』(2008)があります。あれはものすごい地域ドラマだなと僕は思っているんです。デトロイトという、かつて自動車産業で繁栄した街が廃れてしまって、そこで頑固なクリスチヤンの白人の老人が毛嫌いしていた東南アジアの移民たちと一緒に暮らさざるを得なくなっていくという話ですが、デトロイトという街だからこそ説得力と深みがある話になっている。地域の特徴を見事に物語に取り込んでいるわけです。単に頑固な白人と移民の接触という構図を、＜デトロイト＞という装置に放り込むことでイーストウッドの演じる主人公のキャラクターがものすごく膨らんで、重層的な

表現になっている。

ドラマを作る以上は必ずどこかを舞台にしないではいけないわけで、それは東京のNHKでも、キー局でも同じです。そのかなり多くが東京都内を舞台にしたドラマですけれども、それでも、舞台が浅草なのか、渋谷なのか、蒲田なのかということが実はものすごく大事なポイントになっているはずで、時代性もあって非常に見えづらくはなっていますが、それをもっと掘らなくてはいけません。さらには、東京以外に掘ると面白い場所が日本にはまだまだいっぱいある。それが、この3年間で思ったことです。

ドラマで上がるブランドイメージ

藤村 なぜローカル局がドラマを作るかという根本的なところで言うと、僕は、「儲かるか、儲からないか」ということだと思います。その論議なしに、「地域のために」とか「自分の中の物語」とかあり得ない。儲かるかどうかという点で言えば、地域で今、ドラマを作れば儲かると僕は思っています。なぜなら民放では他局がほとんどやっていないから。ドラマを作ることでブランドイメージが非常に上がるということです。ただし、地域で作るドラマは東京よりいいものでなければいけません。東京より手間をかけていいもの作ると、非常にブランドイメージが上がりますね。

『水曜どうでしょう』はお金をかけないバラエティでした。東京ではたくさんタレントを使ってお金をかけて作っているから、その対極で非常に手軽に作るというねらいでした。ドラマで言えば、僕には東京のドラマは面白くない。これなら勝ち目があると思う。中身も、撮り方も、もちろんテーマも、地域のドラマには、こ

ういう良質なものとありますとアピールできる。『ミエルヒ』のテーマは、「ここにいるしかない」という、ある種あきらめにも聞こえるテーマですが、僕は、それこそが必然的なことだと思います。そういうテーマのドラマもあえて作れるということが、地域のドラマの強みであると思います。その根本には、そんなドラマを作れば「儲かる」ということがあり、「クオリティの高いものを作ってブランドを上げる」ということがある。その意識が持てるかどうかということで、大きな違いが出るという気はします。

吉川 「地域ドラマが儲かる」は、NHK的な発想ではなかなか捉えにくいですが、地域で作るという状況の中に独自のドラマ的価値を見出し、主張として立ち上げるという着眼点は、とてもユニークだと思います。ドラマとしての品質は、結局、その素材をどこまで掘ったかということにつながってくると思いますし、キー局のドラマがある意味難しい局面を迎えているのは、「ドラマとはこういうものである」という図式のようなものが明確化されすぎてしまったことにも原因があるのかもしれない。

マーケティングリサーチの落とし穴

吉川 2010年に放送文化研究所に異動してから耳にした話の中で気がついたのは、番組のリサーチをする精度が近年どんどん上がっているということです。結果として、ある作品が作られると、それがどういう見られ方をしたかということが、非常に細かく分かっ



ケティングのことを意識する人たちは、それに
じかに対応しようとする。実はそこに落とし穴
があって、マーケティングリサーチでは出来上
がったものがこう見られたというのは分かるの
ですが、次の作品がどう見られるかは分から
ないということです。

それは、今日の議論が証明しているとおり
で、「ドラマ」とひとくくりにしても、それぞ
れのスタンスの違いで、全く違う結果が表れて
くる。四宮さんが仕掛けたのか、藤村さんが関
わるのか、黒崎さんが入ってくるのか、清水
さんなのかということによって、目標も到達点
も変わってきます。そこが一番読めないところ
であり、かつ、作品の独自性を発揮するポイント
にもなっていると思います。そこに、クオリティ
やブランドということが関わってくるのではとい
う気がします。

四宮 今、吉川さんが言われたことは、ある種、
象徴的な話だと思います。私たちは、『歓喜の歌』
の1年前から大泉洋君をブッキングしていまし
た。大泉君はまだ大ブレイク前でしたが、「来年
は君でいく」と言ってありました。HTBは大泉
洋君を主演にして、洋君がそれに応えてくれ
て、いい役者さんが集まりいいドラマが作れ
たのですが、全国放送する時は当然、HTBは
テレビ朝日のネットワークを通すわけです。全
国放送するということは、テレビ朝日に代わ
ってCMを売るということでもありますので、全
国放送の責任を果たすということは視聴率を取
るということです。

視聴率というのはマーケティングデータに
基づいています。「この時間帯にはどういう視
聴者がいますか?」「四宮さん、この企画は何
歳から何歳までで、特に男性ですか女性で
すか?」「どういう人たちに見られれば視聴率が上

がると思いますか?」「そのためにどういうキャ
スティングをしていますか?」と問われますが、
これらは、いかほどもクリエイティブに結びつ
いてはいません。そのユーザーはどういうこと
に興味を持っているか、例えば20代の女性と
いっても、Aに興味がある人もいれば、Bに興
味がある人もいます。「F1」「M1」という話はも
はやマーケティング的には意味がない。もっと
精緻なデータに基づいて商品を作れ、つまりド
ラマを作れと言われるのですが、吉川さん
のおっしゃるとおり、それは幻想にすぎません。
確率論的な確からしさを提示してくれますが、
それが本当にお客さんの感動につながるのか
ということは、1%も保証してくれません。視聴
率とお客さんが感じることはイコールではない
からです。僕たちはそこに賭けています。

もちろん視聴率を取りたいですよ。おかげ
さまで北海道では、毎年HTBのドラマが楽
しみと言ってくれるお客さんが多くて、日曜
日の午後帯にもかかわらず、視聴率15%以上
は取っています。でも全国では宣伝も行き届か
ない。視聴者に見つけてもらえない。東京で
は『夏の約束』(2002)の視聴率が8.2%で
した。キー局の編成から唯一“合格点”だと言
われた数字です。それ以外は全部落第点で、
「四宮さん、いいかげんプロデューサーを降
りたらどうですか」と言いたかったのでしょう。

ですが、僕はそういうマーケティングデータ
が全てという世界はもう終わったと思います。つ
まり、インターネットの登場、ソーシャルメ
ディアの登場で、コミュニケーションはオープン
でフラットになり、視聴者自身が編成権を持つ
時代になっています。どの番組をどのデバイス
で見ると、そしてどの時間帯に見ると。タイム
シフトは当たり前です。つまり地上波が信じて

リアルタイム視聴なんてものは、もうゆっくりと確実に死滅に向かっています。

その中で一番、担保されなくてはいけないのは、視聴者がどういうドラマを望んでいるかということを確認的に見抜いて、そこにストライクを投げ込むという行為です。ドラマのクオリティの高さというものは、結果的にではなく、送り手の段階で、100%確信的に正しく美しい、楽しいものを送り届けることにより保証される。そうでなければ受容されないということです。



3 会場との質疑応答

Q. 四宮さん、藤村さんは北海道、札幌に住んでいらっしゃる。黒崎さんは一時、家族で広島に行かれて、清水さんは福岡に3年以上いらした。そういう中で地域への思い入れというのは、おありになるのでしょうか？ 企画制作のモチベーションのところで、そういう思い入れがあるのかなのかお伺いします。藤村さんはないと言われるかもしれませんが…。

藤村 おっしゃるとおり、地域への思い入れはないですね。地域ドラマを作っているという感覚自体がもともとないですから。僕は名古屋の人間で、北海道のドラマは『北の国から』があれば、もう充分だと思っているんですよ（笑）。

外国のような圧倒的な風景の中であれだけ緻密に日本人的な感覚を映し出す。北海道のドラマとしては最高峰だと思っています。

ただ、僕は、「地域」というより「自分が住んでいる場所」でドラマを作るという意味は非常に大きいと思います。ここにはスタジオがないし、役者さんもいない。そこに自分が住んでいるということが全てではないかと。それが結果として地域を描いているということになる。北海道だから北海道のドラマを作りたいとは思わないんですよ。僕が北海道に住んでいることによってそこに東京に住んでいる人とは違うものが出てくるだろうというようなことくらいしか、実は考えてなくて。

アメリカに行ってドラマを作りたいとも、東京に行って作りたいとも思います。逆に、地域ばかりを見ていると煮詰まってくるんですよ。そこらへん、フラットというか思い入れはないですね。結果として、北海道のためにはなるように、日本のためになるようにとは考えていますが。

四宮 僕は、大阪生まれです。高校卒業まで大阪で暮らしました。大学は北海道で、そして日本テレビで10年です。社会人の最初の10年をキー局で暮らしたということは、僕のものの見方の基準になっています。

地方局に移って、いろんな落差やカルチャーギャップを感じましたが、でも本当に修正しなくてはならなかったのは僕自身でした。それまでは、キー局がローカル局を支配していると思っていた。東京が上で地方が下という概念を、日本テレビにいた10年間に刷り込まれていました。ネットワークの担当デスクを半年やったこともあります。電話1本で、僕より年上のデスクに「何で時間までに素材が入らない

んだ」みたいなことを言っていました。

そんな僕が、1991年に系列が違う北海道テレビに転職しました。5年間、この自分の中のギャップを埋めるのに死ぬほど苦しみました。自分は道産子でもないし、藤村が言うように、北海道に住んでいる人でしかない。ただし、北海道の価値を道産子よりも、僕や藤村はよく知っていると思います。そこで生まれた人たちが当たり前の風景とを感じるものを、新しい目で見ています。後から入ってきた者にしか見えない、価値観みたいなものがあると思うんです。『水曜どうでしょう』でいえば、藤村も道産子ではないし、嬉野も佐賀県です。北海道は彼らにとって異国の地です。

僕も根っから関西人ですので、北海道を故郷として愛しているとは口には出ません。でも北海道の魅力、北海道はなんて素敵なのか、何故みんなが憧れるのか、誰よりも理解しています。この北海道を愛して欲しいと思っています。これが、ドラマを作る時の僕の核になっています。地域ドラマというくくりではなくて、どうやってグローバル、つまり言葉の壁を越えて伝わるように物語を作っていくかを考えています。

黒崎 僕は岡山出身なんですけれども、実は、岡山県人って隣の広島のことを嫌うことが多いんです(笑)。田舎者のライバル心なんですね。人口でも産業でも広島には勝てないんですけれど、広島カープファンは岡山にはまずいない。

先ほどのお答えでいうと、地域というものに無条件で最初から愛情や興味は持っていませんでした。でも、そこに住んでいる人には興味があつたなと思います。

NHKのディレクターはどんな分野のディレクターでも、ほとんど全ての人が、東京と地方を

行ったり来たりするんです。北海道もいれば、九州に行く人もいて、そこで4年とか、5年とか一定の期間を過ごして、また移っていく。だから、みんなその場所ではよそ者の集団です。ただ、広島局のディレクターたちには自分の暮らしているこの街を知りたいという欲望がものすごくありました。地域というよりは、そこに住んでいる人がどんな人なのか知りたいと思っている。それが、僕にとっては刺激的でした。例えば原子爆弾についてのNHKスペシャルとか、ドキュメンタリーをいっぱい作ります。それは被爆者が作るのではなくて、よそから来た人間が寄ってたかって調べて、勉強して、いろんな人の話を聞いて作っているんですよね。僕はそれがすごくパワフルだし、間違っていないと思いました。

やはり、外から来て、広島という土地や人を描きたいという欲求むき出しの者にしか分からないこととか、次々と人に会って聞いていくパワーというのがあると。僕もそんな中の一人でありたいと思っていました。そこに暮らす人を知りたいということは、僕ら作り手の原動力なのかなと思います。

清水 僕も、やはり福岡だからものすごく好きというのではないですね。これまで、福岡に限らずいろいろ取材をしてきて、それぞれのところでそれぞれ取材対象のことを好きになったし、きっと僕が別のところに赴任して、そこでドラマを作ればそこを愛することになるんだろうなという気がします。逆に、僕のような人間は、愛せないとドラマを作ることができないと思うんです。

『母(かか)さんへ』を撮っていた時、出演者として小学生たちを相当な日数、拘束しなくてはならなくて、その許可を小学校の校長先

生にお願いをしにいった時に、いろいろな条件を書いた用紙を持っていったんですね。親御さんの承認の署名をもらうように書式を整えて。すると校長先生が、「まあ、このへんの人は、うるさく言わないですよ」というふうにおっしゃった。僕はその時、あっ、僕は東京の感覚で、この人たちに接してたなと思ったんです。東京の小学校ならものすごくデリケートな対応を迫られるでしょう。しかし、あの町では、校長先生の「大丈夫ですよ」という一言でOKになってしまう。それに対して異議を唱える保護者はほとんどいないはずだと。実際いかなかったんですけれども、なんだかそういうことがとても羨ましいと思いました。

人と人とが温かく結びつくドラマを作る以上、いつか日本中がそういうふうになるといい、東京を中心とした文化にもそんなゆとりが生まれるといいなと思っています。

Q. 地方発のドラマが東京で放送される時に、夕方や土日のあまり人がいないような時間帯や、夜中に放送されていることが多いと思います。私は『ミエルビ』が大好きで、今日、5回目を見たくらいなのですが、そういう良質なドラマが全国放送ではゴールデンタイムに放送されないことについて、みなさんはどうお考えですか？

四宮 民放の場合、仕組みはこうです。まず、全国放送をする時は、テレビ朝日さんから全国放送していただくのではなく、HTB にテープがあって、CM をつけて HTB から全国にマイクロ回線をひいて流します。つまり回線料を HTB が負担し、CM は HTB が売る。売上は決められた配分率で系列各局に HTB が分配するのですが、ただし、この枠をもとも

と持っているのは、テレビ朝日をはじめとするキー局です。先ほど吉川さんからマーケティングの話がありましたが、一応みなさんに見てもらいたいで、対象の顧客、視聴者層は「ファミリー」と書きます。若い人だけではなく、小さなお子さんにもお年寄りにも見てもらいたいと思っているので、オールターゲットになります。そうすると、だいたい土日の午後3時になります。地方局がCM を売るわけですから、あまり売上率の高いゾーンのCM を売ってほしくないということになりますので、よほどの事情がない限り、北海道地区のようなポジションでは、ゴールデンタイムは無理ですね。多分ゴールデンをとれるのは、東京以外では名古屋局、それから大阪局ぐらいだと思います。例えば〇〇テレビ開局50周年とかで、ものすごい大作を作ればゴールデンを空けてくれるかもしれませんが、地方局とキー局の関係で言えば、これはテレビ朝日に限らず一般的に難しいでしょうね。

『ミエルビ』については、全国放送の枠をとることができず、ローカル放送になりましたので、番組販売という形で東京支社の編成業務部のみなさんが頭を下げて、「すみません、全国放送できなかったので、どうか買っていただけませんか」と1局1局、頭を下げて回ります。お付き合いもありますので買ってくれますが、どの時間帯に流すかはご自由なので、場合によっては、やむを得ず深い時間帯になってしまうことがあります。『水曜どうでしょう』もテレビ朝日さんに買っていただいて、編成していただいたことがあるんですが、放映は夜中の3時とかでしたね。

藤村 それをどう思っているんですかって、聞かれているんですね。

四宮 そのことを甘んじて受け入れるつもりはありません。

藤村 僕なんかは、いいドラマを作ってそれを見させる手段はテレビだけではないし、ネットで流したり、放送網以外のところで流すという手もあるので、そっちのほうが儲かるのであればそうしたいなというふうに考えますね。既存のシステムにいくら菌向かったところで、コストもかかることなので。基本的にはどっちがうまくいくかなと考えたり、逆に関東の人が見ていないということを、どうやって売りにするかという考え方をしますから、映らない、すいませんという気はないですね。テレビで見られなかったとしたら、どうすれば金を払って見てもらうかという考え方を基本にしますね。

藤田 今は、BSの可能性も広がっていますし、NHKの場合はNHKアーカイブスもありますから、見たかったら、これからは、検索して番組を見る時代になってきますよね。そういう意味では、むしろ地域発ドラマに接触するチャンスが広がっていると言えなくもないですね。

黒崎 NHKでも地域ドラマを、日曜日の夕方や午前10時とかに放送することがあります。僕は広島で2本のドラマを作りましたが、両方とも放送時間についてはものすごく闘いました。もちろん局としたら当然売れるかどうか分からないものを最初からゴールデンでとは言えませんから、とりあえず地域ドラマは日曜の朝10時から放映と、今決めないでほしい。出来上がったものを見てください。いくらでも待ちますからと言いました。『火の魚』は最初、広島で放送してから、東京のゴールデンタイムで放送してもらいましたけど、それまで半年以上待ちました。一人でも多くの人に見てもらいたからと、広島からプロデューサーと僕と、いろ

んな人が入れ代わり立ち代わりで東京に行って、いろんな人と会って話をしました。ご質問の方がおっしゃるように、作り手側も、局の側も、地域ドラマだからと枠をはめるのはもうおかしいんじゃないかと思います。

この間、建築家の隈研吾さんのドキュメンタリーを見たのですが、日本で一番売れっ子の建築家で、世界中からオファーが来ていて、ヨーロッパやアメリカで40件くらいの案件を動かしている人が、日本ではどこに建物を作っているかという、もちろん東京の六本木にも作るんですが、高知や九州の山奥でいっぱい建物を作っているんですね。それが世界的な建築の賞を受賞している。隈さんは「日本が今、世界と戦おうと思ったら、地方だと思う」「日本の地方には高い競争力がある」というようなことをおっしゃっていました。テレビ界も東京のほうが売れる、東京のほうがメジャー、地方はマイナーって決め付けてはいけない。ご質問を聞いてそんなことを思い出しました。

吉川 世界で通用するコンテンツを作ろうと、キー局でもどこでも言われるようになっていますが、実際に、世界で高く評価されたドラマが『火の魚』です。みなさんのお話を聞いていて思うのは、より作り手の顔が見えるものを作らなければいけない時代が来たというか、むしろ当たり前だったはずのことを忘れていたのではないか、ということです。黒崎さんの枠を取り除く努力の話と、藤村さんの儲ける努力の話は、実は根っこでつながっているような気がします。NHKと民放の違いこそあれ、結局どういう形でプレゼンテーションしていけばいいのかということをつきつめれば、それが作品を作った人間にも返っていき、またその次に伝えていくものを作れるようになることにつながっ

ていくように思いました。

最後に、みなさんから一言ずついただいて、今日の議論を閉めたいと思います。

4 テレビドラマはどこへ行く

四宮 2年前、ある有名なアメリカのヴィジヨナリーがこれからは「SoLoMoの時代だ」と言いました。Social (media), Local, Mobileの時代です。その通りになりました。

今僕は、ドラマ担当でなく、マーケティングを含めたストラテジストとして、東京に来ると大手広告会社でコミュニケーションデザインを専門にしている方々とよく話しています。3.11もあって人々の関心はどうしても内向きになり、自分のこと以外は見えなくなる。しかも情報が過多になって、ほとんどの情報がスルーされる時代、情報大洪水の時代です。そして超高齢化が進む、超少子化が進む、人口が減少していく、つまり国家的な衰退期に入っていく中で、テレビが伝えるべきマスコンテンツとは何だろうかということ議論しています。

辿り着いた結論は3つ。1つは「子供」、そして「健康と死」。そして最後に出てきたのが「地域」です。地域は生き残るとマーケットターたちは読んでいるのです。僕はそこに未来を感じます。テレビジョンの未来も、おそらくはキー局がつくるのではなく、キー局以外の地方局が新しいテレビジョンの未来をつくっていくことになると思います。僕はそのテレビジョンの未来が、希望という言葉で定義されるように、あと6年頑張りたいと思っています。

藤村 『ミエルヒ』を作ったのは2009年で、それから2年ドラマを作っていません。本当はずっとやっていたんですけども、3.11があっ

てから、脚本家もそこで筆が止まってしまったんです。2012年6月には撮影に入りたいと思っています。

やっぱり僕らが地方でやるべきことは、テレビというものに多様性を持たせることだと思います。『水曜どうでしょう』で、バラエティじゃないバラエティの世界を作ってきたように、ドラマもみんなが考えているようなものとは違うドラマ世界を作り出すのが僕らの役割だと思っているので、来年作るドラマは「幸せてどういうことだろう」という、非常に単純なことをテーマにすえてやりたいと思っています。私はまだ何十年もありますけれども、頑張ります。

黒崎 地域ドラマって言い方があっても地域映画とは言いません。地域小説とも言わないですよね。川端康成の「雪国」という小説を読んで、これを地域小説という人はいない。インターネットのYouTubeにいたっては、それが、どこで撮られたか、どこで投稿されたかということは第一義的な問題にならない。まず、それが面白いかどうか。へー面白いな、がまずあって、それからどこの画像？ それが遠くイスラエルだったりするわけです。

だから東京と地域という狭い観点でものを考えるのは、テレビ局はもうやめなくてはいいのではないかと思います。その作品の個性としての地域、ローカリティはあって当たり前。これから先、PCの画面を含めて様々なデバイスでコンテンツが見られるようになっていく時代に、テレビが狭い枠の中で考えていては生き残っていけないのではないかなと考えています。

清水 今、ドラマに限らず、テレビ番組全体が視聴者と馴れ合い関係になっているように思います。こういうものはこういう時間に放送

して、みんな何となく安心してテレビをつけているという、その馴れ合いを1回、やめたほうがいいのではないかと思います。藤村さんは、既存の構造に対して歯向かってもしようがないと言われました。それはそのとおりなのですが、ただ、一度そういう馴れ合いをやめて、例えばゴールデンに、ゴールデンらしからぬドラマを流すとか、そういうことをして、テレビってひょっとして想像と違う面白いものなのかも、ともう一度思ってもらわないといけないと思うのです。

その意味で、僕は視聴率というものをそんなに悪いものだと思ってなくて、大河ドラマ『篤姫』(2008)が関東ではほぼ30%を記録した時、九州では普通に40%を出していたんです。もうテレビはインターネットに負けたとみんな思っている時に、実際そういうことが起こったわけで、やっぱりコンテンツをしっかり作り、それを視聴率に結びつけていくという努力が必要なのだと思います。

いいものを作っている人たちは、今もたくさんいるんですから、掛け声だけでなく、視聴率からの逆算ではない、コンテンツ作りをするということをしばらく続けてみる。一度馴れ合いを断ち切る努力をするということが必要なんじゃないかと思います。

藤田 地域を見る視点は極端に言えば二つしかないと思われていました。一つは「旅行者の視点」です。名所、旧跡を巡って2、3日居て、帰っていく視点。もう一つは、ここに何十年も住んでいる地元の人にしか地域のことは分かりませんという「ネイティブの視点」です。しかしながら、4人の方はそのどちらでもなくて、「生活者」としてその地域を発見していくということをおっしゃっていたのが、すごく印象に残り

ました。そういう形でなければ、つまり自らの意思でその地域に暮らすことを選んだ生活者の視点がなければ、地域のことをテーマにしたドラマはなかなか作れないのではないかともしました。

例えば『ひかりのまち』のすまけいさんの部屋は、すごく散らかってます。『ミエルヒ』の泉谷しげるさんの家もそんなにきれいな家じゃない。でもあれが、むしろ生活している人の普通の家なんじゃないかと思うと、キー局のドラマのセットで組んでいるキラキラした家は一体何なのかと、逆に疑問に思います。

地域で撮っているドラマは、例えば高齢化の問題や、それから地場産業が立ち行かなくなって、暮らしが大変だという話が必ずどこかで見えたりします。そういうことを、多分キー局のドラマでは描ききれない。みなさんの作った生活者視点のドラマを見せていただいて、その散らかり具合というか、そういう生活実感みたいなものがちゃんと基盤に求められていくのではないかなと思いました。

地域発ドラマの可能性と課題

3時間にわたる議論を通じて印象に残ったのは、それぞれの制作者が作り手であると同時に、その地域における生活者としてのアイデンティティを地域発ドラマに託していた、ということだった。そこには、取材者・表現者としての立場の背後にある彼ら個人のパーソナルな表情があり、そのことがドラマの個性を高い純度で形作っている。それがそれぞれのドラマの魅力となっていることが浮かび上がってきた。

「地域発ドラマ」は「限定エリアのためのドラ

マ」ではない。それは、よりフォーカスをしぼった一生活者としての制作者個人の顔が見える人間主体のドラマであり、その個人の表現・主張を最大多数の視聴者に伝え、共感を得るグローバルなアプローチの方法である。「多様性」というキーワードが議論の随所に登場した。地域発ドラマの制作が活発化してきていて、そうした個性あふれる多様なドラマが主張し、せめぎ合うのはテレビにとって望ましい切磋琢磨だと思う。

その一方で、多く作られることによってチェックが甘くなりがちで品質管理の問題も次第に指摘されはじめている。地域発ドラマに取り組む全国の制作者のみなさんに、今回のパネリストの議論を参考に、彼らの取り組みから垣間見えるテレビ表現本来のあり方についてそれぞれの考えを深めていただき、より良質で個性的な地域発ドラマが日本全国各地からどんどん発信されることを期待したい。

また、今回は対象としなかった東名阪の放送局制作のドラマにも、「地域」と深く関わった注目すべきドラマは多数存在している。地域を描くドラマの別の側面として稿をあらためて取り上げたい。

(よしかわ くにお)

注：

- 1) TBS が日曜夜に放送していた東芝 1 社提供による単発ドラマシリーズ。1956 年の開始時から 1993 年 3 月まで JNN 系列 5 局による回り持ちのドラマ制作が続いていたが、1993 年 4 月から TBS 単独の連続ドラマシリーズとしてリニューアルした。2002 年に東芝の 1 社提供が終了し、現在は「日曜劇場」として継続中。
- 2) ソニー系アンティノスレコードのアーティストプロモーションの一環として、全国 8 局の地域民放に主題歌として新曲を提供し、各局とタイアップして制作したドラマシリーズ。「エリアコード」とは市外局番のことで、「エリアコードドラマ 011」が HTB の枠タイトルとなり、1994 年から 2 年間で 6 作品が制作された。