

第 33 回 2015 年 1 月 28 日 (水)

ゲスト 山本雅弘 (毎日放送 元社長・会長 現相談役最高顧問)

テーマ 民間放送の営業サイドからみたテレビ・ラジオ番組の軌跡

「仮面ライダー」「まんが日本昔ばなし」「われら世界に生きる」ほか

主な内容

◎報道志望だったが 社歴は営業一筋

◎企画の立ち上げから番組づくりに絡む

◎「仮面ライダー」の主人公は 昆虫の“バッタ”を擬人化

◎ラジオ時代の 4 年間 “手づくりの楽しさ” 再認識

◎放送の役割は地域貢献 「ちちんぷいぷい」にその原点

◎関西の放送局 全局が協力し文化的資源を掘り起こす

◎「一万人の第九」 1983 年から 32 回の実績

◎新しい芸術文化を支援 「アーツサポート関西」活動スタート

◎ヒット番組「まんが日本昔ばなし」と「世界まるごとHOWマッチ」の誕生秘話

司会 これまでの例会でお話を伺ったのは、制作や報道、技術と、いわゆる現場の方が多かったのですが、営業の方にもぜひお話を伺わなければ、放送のすべてを語ったとは言えないのではないかとということで、営業一筋という方に本日はお越しいただきました。毎日放送の元社長・会長で、現在は相談役最高顧問の山本雅弘さんでいらっしゃいます。

山本氏 どうぞよろしくお願ひします。

司会 山本さんは、京都大学を卒業して、1964年毎日放送に入社されました。一般職で入った7人が皆、その年は営業に配属されたという。ただ、ご自身は学生時代、学生新聞を作っていて、出来れば報道の仕事をしたいなという風に思っておられたんだそうですが、最終的には報道に行かず、ずっと営業の仕事ということになったわけですね。さて、その辺りからお話を伺いますが、まずはご自身のプロフィールについて、お話いただこうと思います。

<報道志望だったが 社歴は営業一筋>

山本氏 私、1940年、昭和15年生まれです。福島の鷺洲というところをご存知でしょうか。JRの福島駅から西に向かって商店街があるんですけど、聖天通りという商店街。その先あたりが鷺洲なんです。そこで生まれ育ちました。入社以来、東京に23年間いましたが、その間を除いて、全部大阪。しかも鷺洲です。今も鷺洲に住んでおります。

国民学校の方は、カタカナから入られた方も多と思いますけれども、私は昭和22年、新教育制度の最初の年に小学校入学ですので、ひらがなから入りました。ということで、民放のラジオの第一声が昭和26年の9月1日ですから、そのとき私は、小学校5年生です。プレハブ住宅みたいな阪急百貨店の屋上にあった毎日放送（最初は新日本放送）へ小学校5年から中学校の3年ぐらいまで、よく公開録音を聞きに行っていました。今、JRの大阪駅と阪急の間に広い横断歩道がありますね。横断歩道をJRから渡りますと、どんとぶつかったところに、阪急百貨店の一番端っこのエレベーターがあつて。そこが新日本放送の専用エレベーターだったんです。これ1台だけです。その前に並ぶんですが、ちょっと遅れて行くと、人数がオーバーして、「お前、ここからあかん」と言われて寂しく帰った覚えがあります。

ある意味で民放と共に育った第一世代みたいな感覚ではないかなと思っています。小さい頃から、割とませていたんですかな。「鐘の鳴る丘」を聞くようになったのは、当たり前の話なんですけど、「S盤アワー」であるとか、「広沢虎造アワー」とかも、聞いていました。

テレビは東京で、28年にスタート。中学生の頃に聖天通りの「ホワイト」という喫茶店へ兄貴と一緒にプロレスを見に行ったものです。日本テレビです。力道山と木村のチームがカナダの憎きシャープ兄弟と対戦して、木村がやられると、力道山が怒って、空手チョップでぶっ倒すのを見て興奮した記憶があります。そういうのが小さい頃の記憶なんです。

もちろん活字、講談本なんかよく読んでいましたが、やっぱり、テレビ、ラジオといった放送、つまり民放と共に育った年齢かなという風に思っています。昭和35年、大学1年生のときは、まさに60年安保の真ただ中で、新聞部に入りました。取材だけじゃなくて、ジーパンやトレーニングズボン履いて、わっさわっささとデモに加わったりしていました。

やっぱり、60年安保というのは、闘争そのものがもの凄く高揚しましたから、学生の意識もその頃は随分、政治経済に対して非常に敏感になっていた。そういう中で、育ったような気がします。

今でも鮮明に覚えているのは、昭和35年の6月15日に国会前のデモで東大生の樺美智子さんが死んだこと。16日になって、その抗議のデモを京都からも組織し加わるということで、35年6月17日の午前0時ジャスト京都発の夜行に乗ったんです。これが私の20歳の誕生日で、最初にやったことが、抗議のためのデモ隊に加わるべく、東京行きの夜行に乗ったという記憶なんです。

6月17日から、国会前でデモ行進をしていました。本当にデモでつむじ風が起こるような感じで、一般の組織されていない皆さん方、学生の中で言えば、きっとこんなところには来ないと思われていた、青学の学生まで参加していました。

確かに社会に対して、敏感に生きてきていたなという風には思っています。

自然成立するのが6月20日ですか。国会の南門前にいたんですが、もの凄い虚無感に襲われましたね。まあこれは、膨大なゼロだろうなという記憶がありました。

そんなことで大学生活を終えると、当然のことながら、新聞記者になりたいと思ったんです。それで毎日新聞を受けましたが、見事に蹴飛ばされました。毎日新聞は通信局採用だったら、採ってもいいと言うので、「はいはい。通信局ってどこですかいな」と聞くと、「まあ、例えば、島根県の浜田」と言われて、こりゃもうやめとこうと。そうこうしている内に、話がややこしいんですが、中学校時代の国語の先生が、転校していった先の中学校で教えた娘の父親が毎日放送勤務なんです。

—— ややこしいですな。

山本氏 その父親というのが成瀬さんという総務部長の方で、その年は社員の誰かの推薦

があったら試験を受けられるというシステムでした。中学校の先生が「君、就職で新聞らしいけど、新聞あかなんだら、どうすんねん」「まあ、どこでもいいです」と言うと、「放送もあるよ」と言われて毎日放送を受けたという次第です。

入社するまでは、「ああ、入らんでもええわ」と思った経緯もあったんですが、何かしら、入れたんです。当然、報道志望だったんですが、残念ながら、ついに報道のホの字も嗅がずに終わりました。先日、報道のOB会に行ったときに、やたら僕が報道と言ったもんですから、「そんならお前、今から報道局員にしたろ」ということで、名誉報道局員の内示を頂いて、その後、現役の報道の連中が人事と相談して、それらしき“辞令”を作ってくれました。

—— なかなか粋ですね。

山本氏 わが家に飾ってあります。社歴はほぼ、テレビの営業のタイムだけなんです。スポットもやっていないんです。大阪で4年間、デスクをやって、昭和43年に東京へ行きました。もちろんテレビの営業のネットワークセールスです。そこで23年間（昭和43年から、平成3年まで）、同じ部におりました。23年おったら部長になれますわな。部長になって、平成3年に東京から大阪へ戻って、1年間営業の後、3年間テレビの編成、それから4年間ラジオをやりました。僕にとっては東京支社の23年の営業の経験と、それからラジオの4年の経験が極めて重要な意味を持っていると思っています。ということで東京の23年とラジオ4年をちょっと語ってみたいんです。

昭和50年4月のネットチェンジは東京で、テレビの売り子として経験しました。東京にいた昭和43年から平成3年という時期は、ある意味テレビが急激に興隆していった黄金期を迎えていたという時代じゃないかなと思っています。やたら番組の企画に関わってセールスをしたという記憶があります。これはなぜかということ、大阪局の営業が東京支社で営業をしようと思ったら、最大のライバルは系列のキー局です。同じタイムテーブルで商売しているわけですから当然ですわな。しかも向こうは面積が大きくて、こちらは小さい。東京キー局の営業の売り子と我々が伍してやろうと思ったら、東京局の営業マンよりも、いろんなことが出来ないといけない。例えば企画を立てて、企画書を書くにしても、番宣の話をするにしても、やっぱり全部出来ないとやっていけないなという感覚です。当時の在阪局の東京支社の営業のタイムセールスをする連中は全く同じことだと思うんですが、ともかくオールラウンドプレーヤーでなきゃやれないという感覚でした。従って、広告代理店に行っても、局担（〇〇局担当）のところではなくて企画のところに行ったり、プロダクションの連中と何か番組にかかわったら（制作現場に）立ち合って親しくなっていくたりとか。そういうことで幅を広げていって、そ

の中でまた企画に関していろいろ絡んでいく。そんな23年間だったなと思います。ところで、入社してはじめて“これはやったな”という仕事があります。

<企画の立ち上げから番組づくりに絡む>

皆さんご存知ない番組だと思いますが、昭和45年の10月から日曜日の朝10時半で(当時我々はNET系列)、番組のタイトルが「われら世界に生きる」というちょっと気張ったもので、海外で活躍している日本の若者を取材したドキュメンタリー番組でした。川崎重工がスポンサーで、それまでNET発の日曜日の午前中の単独提供番組の企画が気に食わない、系列の大阪局である毎日放送に何か企画はないかと、あるとき川崎重工の広報の副部長が現れたわけです。報道系の番組というので、当然のことながらこれはチャンスということで、当時東京支社の報道の副部長辻一郎さんに企画を作ってもらったんです。10本ぐらい企画を書いてくれました。辻さんが一番やりたいのは一番上にあったんですが、広報の副部長がこれだと言ったのは、10本並んだ一番最後の1行。短い企画コンセプトだけなんです。たった1行。これだと言われた。そこから辻さんが膨らまし膨らまして、企画をプレゼン出来るようになったんです。かなり最初から好意的に見てもらえて、10月(昭和45年)スタートなのに春からやっている、急ぎの作業なんです。6か月しかないわけですね。川崎重工のトップの連中にちゃんとした企画を出せと言われて、企画書を自分で作りました。どういう企画書かという、A3のスケッチブックに企画意図、番組内容などのほか写真をペタンと貼ったりして、まさに手製ですわ。印刷所に持って行ったあたりのタイトルの候補は「世界に羽ばたけ日本の若者」。普通の印刷では面白くないので、印刷所の近くにあるお寺の住職にそのタイトルを毛筆で書いてもらいました。そういうのを30部ぐらい作って、持って行ったんです。川崎重工東京支社の広報部というのは、浜松町の貿易センタービルなんです。まだあの頃は珍しい高層ビルですね。その18階だったかな。エレベーターが高速なわけです。それを持って入って、上がったら、グッと荷重がかかるわけです。

—— よく覚えていらっしゃいますね。

山本氏 この重みは忘れません。一生忘れません。これが実は30歳の誕生日だったんです。20歳の誕生日はデモに加わっていましたが、30歳の誕生日はこの番組を作り上げられたというある種、達成感がありました。残念ながら、40歳、50歳は覚えていない。東京支社の営業はこういうことをやるんだが、営業は一人では何にも出来ない。辻さんが一生懸命、頑張ってくれはったんですが、実は反対がいっぱいありました。おおむね本社の報道局は反対で、そんなもん作ってどうするんだと、

えらい怒られてはった。

当時、辻さんと同期の東京支社の営業副部長、箱崎賞さん、そして編成に東大出のもの凄く頭の良い町田正夫さんという、この三人の副部長が、まあ夜になって、ワーワー夜中まで三人で議論してくれている。僕はそこへ入るわけにはいかなくて、外でじっと待っているわけです。当然、箱崎さんと辻さんは「やろうやないか」と。しかし編成は強いですから「NOだぞ、こんなもん」と。「本社の報道もNO言うとするじゃないか」と、もの凄く時間がかかったんですけど、やっとスタート出来ました。制作費が安くて、辻さんには迷惑をかけ、四苦八苦しましたが、僕の営業としての原体験はこれなんです。

<「仮面ライダー」の主人公は 昆虫の“バッタ”を擬人化>

もう一つ、原体験としてどうしても皆様方にお話しておきたいのは、「仮面ライダー」なんです。「仮面ライダー」というのは、昭和46年の4月から土曜日の7時30分でスタートして、50年4月のネットチェンジからは、土曜日の7時に30分、上へ上がったんです。第一次の「仮面ライダー」は50年の12月末で終わるんですけど。この「仮面ライダー」は、現在も、テレビ朝日発でABCにネットして続いている番組なんですけど、実は最初は毎日放送だったんです。この毎日放送で「仮面ライダー」の企画をつかんで、実現にこぎつけたのは、東京支社のテレビ営業部だったんです。石ノ森、当時は石森章太郎と、講談社の「少年マガジン」の編集長をやっている内田という人と、東映のプロデューサーの平山さん。この間、亡くなったんだけど。この三人が毎日放送の東京支社の営業1部に企画をプレゼンしに来たんです。今でも覚えていますけど、窓のない汚い試写室に営業部の連中が10人ぐらい集まって、ペーパーの私も何が始まるのかと思ったら、企画プレゼンが始まったわけです。この人が石森章太郎かと思いながら。最初に出て来たのは「仮面ライダー」じゃなくて「スカルマン」というタイトルのガイコツが主人公の番組です。まあ営業ですから、ガイコツは売れんぞと。

——— まずはやっぱり売ることを考えるんですね。

山本氏 まず売れんぞということで。「他に何かないでしょうか」と言ったら、「例えば昆虫を戯人化したようなもの」という話になって、次に出て来たのが、バッタの戯人化なんです。これが「仮面ライダー」です。で、プレゼンするのに、石森章太郎さんはほとんどしゃべらないんだけど、講談社の内田さんと東映の平山プロデューサーが一生懸命しゃべるんです。この二人は共通して訥弁なんです。何言ってるのか分からない。「このおじさん、何言うてるんかなあ」と端っこに座って聞いているわけです。ただもの凄く印象に残ったのは、話が芭蕉の「奥の細道」

から始まるんです。「仮面ライダーは不易流行の世界だ」。どういうことかなと。要するに、その時々流行の中で現れる形はある。しかし日本において古来脈々と伝わる精神そのものは変わらない。それを全部体現しているのが「仮面ライダー」だと。そうですかと、何となく煙に巻かれたような感じで。本先に他の企画もあったんですが、とにかく営業で責任を持つということで、46年の4月にスタートしました。視聴率は関西が一発で20%取れたんですが、関東は8%しか取れないんです。今だと7時台の30分で、8%はちょっとしんどいかなという程度ですが、その当時はペケポンなんですよ。関西で良くても東京が悪けりゃ、営業としてはどうしようもない。だから、何とか東京を上げないといけない。東映のチームはしたたかで、ショーをやるチームを別に持っているんです。これが、仮面ライダーショーをやろうと言い出した。このショーを豊島園と後楽園遊園地だったと思いますが、夏にやったんです。当然、ペーパーですから行って、子供たちに、「仮面ライダーショー、始まりますよ」と言いながら、汗かいてやりました。それで夏を過ぎてしばらくしたら上がり出した。これはうれしかったですね。

—— その頃は、そういうショーものというのは、あまりなかったんでしょうね。

山本氏 なかったですね。仮面ライダーショーとウルトラマンショーがはしりです。商品化権というビジネスの分野が確立したのは、この二つ。とりわけ、仮面ライダーですね。もの凄かった。そんなことで、視聴率をどんどんと上げていった。「仮面ライダー」は結局、50年の12月末までやって、その後、曜日を変えて、金曜日、それから日曜日の朝なんかにはやったりして、昭和の時代に合計7本の「仮面ライダー」をやっているんです。これは毎日放送です。7人の仮面ライダーと一緒にポーズをしている銅製のレプリカを持っているんです。

—— レプリカをいまだに持っていらっしゃる。

山本氏 はい。これはもうお宝ですな。わが家のデスクに飾ってあります。

—— 「仮面ライダー」のレーティングの良いときは、どれくらいでしたか。

山本氏 「仮面ライダー」のレーティングが一番良かったのは、「V3」のとき。1号、藤岡弘が撮影中にオートバイで大怪我をするんです。で、急ぎよ、佐々木剛という2号が出て来た。藤岡が怪我から戻ってきたら、二人ライダーになるんです。要するに、融通無碍ですわ。そのベースを敷きながら「V3」へ。おそらく、これが頂点でしょうね。「V3」のときのレーティングはもの凄い。38%ぐらいですよ。関

東も 30%いきました。「へんしん」(変身) というポーズは、実は 2 号から始まったんです。子供の間では大流行しましたね。

—— はい。うちの子供もやりました。

山本氏 子供だけではなく、いい大人が「変身！」って酔っぱらいながらやっていたという。人間変身願望というのは、もの凄く強いんだらうなと思います。あと「まんが日本昔ばなし」とか、「世界まるごとHOWマッチ」とか、「中村敦夫の地球発 22 時」は、電電公社が N T T に変わる直前の 6 か月前から始めたんです。59 年の 4 月から始めて、60 年の 3 月までは電電公社。4 月からは N T T が全枠提供という。これも実はもの凄い経緯があるんですけど、これを喋り出すと切りがありませんので。

—— 先ほど、山本さんが影響を受けられた方で箱崎さんという方の名前が出てきましたが、どんな風な形で影響を受けられたんですか。

山本氏 営業なんてとっていて、本社でも割とええ加減にやっていて、東京へ行って、引きずり回されたわけですよ。そんなに言葉巧みな人じゃないですから。ともかくもう動きで分からせるという発想です。

—— 俺の背中を見ろということですか。

山本氏 そうということです。だから、外勤で一緒に回っていたら、「お前の話、向こう誰も分かってないぞ。早口の関西弁じゃ分からん」と言われたりとか、それとやっぱり、まずハートがありましたね。ともかく徹底的に付き合うスタイル。だからスポンサー筋には、安心して付き合える相手というイメージがあの人にはあったと思います。そういう手法はやっぱり身に付いていますね。今でも箱崎学校と称しているんですけど、何人もおりますが、4 月の 24 日が命日で、今でも毎年、その頃にお墓に参ったり、それを口実に酒を飲んだり、ゴルフをしたりということをしています。非常にいい人柄で。ただ、専務までなられたのに、残念ながら、癌で逝きました。

—— そういう方の薫陶を受けられて。

山本氏 まあ、どうでしょうか、よく突っ張りましたけどね。

—— 突っ張りましたか。

山本氏 いやいや、「もうそんな話をされたんじゃ、僕は営業出来ん」と言って、ポツとどこかへ行ったりしたので、多分、ハラハラさせたと思います。
その頃は、スポンサーの宣伝マンが、放送局の放送マンと一緒にあって放送文化を支えようという、あるいは作り上げようという、そういうものが非常にあったと思います。そういうことで出来上がった企画は、いっぱいあります。そういう意味で、営業は今、ちょっと可哀想ですね。経済のグローバル化で、時価会計制度、1クールごとに利益を問われる、そういう中で必然的にスポンサーの宣伝マンだって、これだけのお金を投入して2、3か月後にどれだけの効果が出たんだ、そんなことを追及されるような状態だと、当然、宣伝マンの社内の位置付けも、落ちていって、効率主義に走るわけですね。作る方も効率に走る。ゴールデンタイムのバラエティー番組は、皆、同じじゃないかと言われても、安全を踏んでレーティングを落とさないようにということになってしまうのが、現状ですね。

—— 報道番組は大体レーティングが低くて、社内で総スカンを食っているわけですが、あの頃、営業で山本君に連れられて、スポンサーのところへ行くと慰めてくれるんです。

—— 「もう、あのレーティングでも結構です。あの部分がすごく良かった」という具合に、一番慰めてくれるのがスポンサーなんです。

山本氏 試写で、「この番組、ちょっとレーティングが取れない」と僕がプロデューサーに文句言くと、スポンサーにたしなめられるんですよ。そういう場面がいっぱいありました。
そういうものがテレビを支える一種の塊だったと思いますね。それでいけたのが、そうでなくなってしまった。営業の先輩として、今の営業を何とかせえやと言うけれども、そのときと比べたら条件がもの凄く悪いと思いますわ。効率よく、スポットを売る、番組もネットスポットとして視聴率で計算して、効率、計算が合うみたいなことだけで、作らざるをえないところへ追い込まれているということなんで、何とかしないとイケないとは思いますが。

<ラジオ時代の4年間 “手づくりの楽しさ” 再認識>

大阪へ戻って4年間ラジオをやり、ラジオを終わって、あとは常務になってテレビ本部長になるんですけども。このラジオの4年間は僕にとって、もの凄いショックで勉強になったんです。東京にいて、日本全国見てやってきたわけですが、

ラジオというのは完全なローカル編成で、セールスもローカルそのものです。単営局とちょっと違って、兼営局の中でのラジオの占める位置というのは、しんどいんですよね。まあいわば、地べたを這うような仕事ですよ。けれどラジオというのは制作している人間は楽しいんですよ。そりゃ、自分で手作りだから、手作りの楽しさがある。テレビはそうはいかない。いっぱい人がいて、自分の役割はこれだけみたいなことしかない。一方、ラジオは手作りで、そういう楽しさを皆、制作マンは味わっていた。しかし今やそういう状態ではないぞと。もう多メディア化の兆しも見えているわけだし。こういう状況でどうしたらいいのか。

そういう中で、ラジオ局長になったときに言ったんです。“片隅の幸せに満足するな”と。ラジオはもっともっと貴重なメディアなんだから、打って出ないといかんという言い方をしたんです。

TBSがオウムの報道で、坂本弁護士のインタビュービデオ(坂本提弁護士一家殺害事件、1989年11月)を放送前にオウム真理教幹部に見せてしまって、問題になりました。あの件について、あるとき、うちの若いアナウンサー(男性)が、放送の中でちょっと擁護する発言をして、ワッとクレームが来たんです。しばらくして収束して行って、最後に一人残ったのが、豊中在住の60歳の女性でした。とにかくこれ以上、長引かすわけにはいかないから、僕が、編成部長も連れて会いに行ったんです。「お宅の近くまで来ているんですけど」と電話するわけです。3時間半ぐらい話して分かったのはたった一つ。彼女は、余計な発言をしたうちの男の若いアナウンサーのファンだったんです。私はあの子にひと言注意をしてやりたかったと。それを毎日放送は組織の力で遮断するんかと。妨害するんかと。それは許せないというのが、彼女の言い分でした。その後、番組に関しての感想などどんどん長い手紙が来るんです。そういうことがありました。

放送って何なんだということになってくるわけですよ。僕がよく口にするのは「放送というのは、人が人と一緒になって、人をテーマにして人に伝えるものだ」というものです。ラジオは本当に出演者の送り手の吐息が、身近に受け手にかかるような、そういうメディアである。本当の放送とはこれじゃないかなと思いました。この体験も、そこにたどり着く大きな経験だったんですね。つまりラジオはそういうところを大事にしないとイケない。ラジオに限らず、それが放送そのものじゃないかなと思います。

—— ラジオは、よりパーソン・トゥ・パーソン。人対人という感じなんですね。

<放送の役割は地域貢献 「ちちんぷいぷい」にその原点>

山本氏 ただラジオでなくて、放送そのものがそうじゃなきゃいかんと思うんですよ。

そういう経験から、ラジオやテレビの連中にも、番組だけに閉じこもっていたら

いかんじゃないかと言ったんです。テレビは脱テレビだし、ラジオは脱ラジオだと。一旦出て行って、そこから得たものが結果、放送につながるような発想を持たないと、放送はダメになるのではないかと。当時からそう言っていました、今でも変わっていません。いろんなメディアが出て来ていますが、放送メディアの地上波の持てる力というのはやっぱり、モノを作る力なんです。作るというのは単に番組を作るとかだけではなくて、今申し上げたことも含めて、やっていくもんだらうと思うんです。

結局、放送はどういう役割を果たすのかということになると、基本的には、地域免許であるし、しかも公共性を持っているんだから、ひと言で言えば、地域貢献しかないと思っていますよ。放送というのは、それでなきゃいかんし、それが出来なきゃいかん。そのためには先ほども言いましたが、放送局が放送に閉じこもっていたのじゃダメだらうと思うんです。地域情報を的確に捉える。捉えて伝達(番組やイベントという形で)するという機能は、当然必要なんですが、地域の経済とか文化とか、様々な活動、そういうものを発掘したり、再生したり、作り上げたり、そうして出来たものを全国に発信する。あるいは世界に発信する。そういう発想を持つことが必要なだらうなということなんです。

「スーパーリージョナルステーション」たるべしということで、実践してきましたが、今申し上げたようなことが、この経営理念の基本的な意味合いです。

具体例はいくつかありますけど、テレビ番組「ちちんぷいぷい」がその原型なんです。この番組では、例えば、タレントの離婚騒ぎだなんだ、密会が、とそんなことは一切ありません。地域情報を分かりやすく、的確に伝えることが大事だということから始めたんです。

「ちちんぷいぷい」というのは、「痛い痛い、飛んで行け」ですわ。こういうタイトルに辿り着いたのは、実は角淳一が言ってきたんですよ。アランジアロンゾという二人のお婆さんの画家チームが、以前、心齋橋のアメリカ村の地べたで絵を売っていたのが、評判になって、ロフトで個展をやるようになった。それを角淳一が見て、番組の企画の進行中でしたから、これやと思ったわけですよ。そのアランジアロンゾとは、「ちちんぷいぷい」という意味合いなんです。だからどうしても「ちちんぷいぷい」というタイトルじゃなきゃいかんと。当時テレビ本部の常務に代わったばかりで、それが原点なんです。

あと、そういうものから派生したいろんなものがあって、大阪城公園で5年間、毎年7月の末の土曜日から8月の1週目の日曜日まで、9日間、「オーサカキング」というイベントをやったんですね。一番多い年で来場者が79万人までいきましたね。大阪城一帯、これはもういろんなうちのソフトも全部総動員だし、系列の地元の産品が出てきたり、そんなぐちゃっとした市民参加のイベントでしたが、残念ながら、5年でやめざるを得なかった。これはやっぱり1局でやっているからな

んですよ。一つの企業体のみであれだけ大規模なイベントをやっていると、しんどくなってきたら、経済効率の問題が問われますからね。実はずっと大赤字を続けました。しかし、これが今の大阪の文化活動のある種、広がりを持った活動の原点になっていると思います。

それともう一つ、社長になったときにやったことがあります。私どもの茶屋町の社屋は平成2（1990）年に完成しているんです。2年に完成したときには、放送局の調子はまだ良かった時期で、1階のフロアはヨーロッパの一流ホテルのフロントのイメージでした。従って、そこに食べ物屋を入れるといっても、高級フレンチレストランです。間接照明で1階のフロアの真ん中には池を作って。そこへよく落ちた奴がいるんですが、割と格好良い感じだったのが、私が社長になった辺りから世の中だいぶ違うわけですよ。それで、当時は名誉会長でしたが、私の先々代の社長斎藤守慶さんにお願ひがありますと。もう世の中変わってきたので1階を変えたいということでいろいろ話をして、まあ君に任せたんだからやってくれよということで、納得してもらって。池を埋めて、直接照明にして、そこでいろんなイベントを展開しようと、こう思ったわけです。基本的な発想はやっぱり放送局の1階はプラザだと。人の集まる広場だと。それが放送局の今後の展開を示す一つのやり方になるはずだということで変えちゃったんです。おかげさまで、昨年（2014年）新社屋が隣り合わせに完成しました。このときも、今まで以上にこのビルに人が集まってもらうためには、1階プラザをもっともっと充実させないといかんだろうということで再改築をしました。今はステージも作ってあり、人が気楽に入って来て楽しめるような場にすべきだろうなということで、高級フレンチレストランから、今はタリーズが入っています。若い人もいっぱい来ています。それと茶屋町の皆さん方と一緒に地域ぐるみのイベントをやったり、ミツバチプロジェクトといって、茶屋町の何人かが集まって、ヤンマー本社の屋上に蜜蜂を飼ったりしています。現在、立派に蜂蜜が採取出来ているんですよ。これは茶屋町の喫茶店などで使っています。地域とも密着しながら、そういうものがやがて番組のエッセンスになっていくこともあるだろうとみています。

<関西の放送局 全局が協力し文化的資源を掘り起こす>

在阪局の役割って何だろうかということになってきますが、関西には大変豊富な文化的資源、先端技術もある。それから新しいものを生み出す風土があると思うんですよ。もちろん市場規模も、情報発信能力もかなりあると言えます。大阪は昔ほとんど民の力で町づくりをしていました。橋はほとんどそう。淀屋橋しかり。昭和の大阪城もそうですよね。あれは完全に市民のお金の持ち寄りですよ。昭和3年に始めたんですけども、市民から150万円集めたんですよ。今の金額で換算すると、750億円ですよ。その内、住友吉左衛門さんが25万円、125億円、6分の1

出したんですね。一番少ないのは10銭、5000円ですよ。そういう人たちの集まりで750億円が出来たと、こういう歴史を持っているわけですね。昔のことだけじゃなくて最近もあります。天満天神・繁昌亭は全部寄付金です。放送局もだいぶ出しましたが、2億4000万円で出来ているんです。土地は天神さんの所有地で、タダで貸してもらっている。提灯がいっぱいぶら下がっているんですね。

—— 中にありますね。

山本氏 中にも、外にもあるでしょ。中の天井には全部で1184個あるんです。見られたら分かりますが、名前が書いてある。1本10万円なんですよ。1本10万円ということは1億1840万円あるわけですよ。そして周りはずっと高い。放送局は高いので、割と見えるところに置いてあるんですよ。そういうのをパワーとして持っている。昔じゃなくて繁昌亭がそういうことになっているわけですから、やる力はまだまだあるんじゃないかなと思っています。

在阪局で今、どんなことをしているか。かつてどんなことをしていたか。今も継続しているのも含めて言うと、東京では、局が一緒になってみたいなのは絶対やらないと思うんです。しかし大阪は、一緒になってやる人が多いんですよ。

まず御堂筋パレード。あんなこと東京ではやりません。一つのパレードを時間区切って、全局で中継するわけですから。これ皆、一緒になってやっていたわけです。残念ながらパレードそのものがなくなってしまったから、しょうがないんですが。それと「地方の時代」映像祭というのをやっています。1980年に神奈川県長洲知事が「これからは地方の時代だ」と言って、川崎市で映像祭を始めたわけです。テレビのドキュメンタリー番組を中心にした映像祭です。その後、埼玉県の川越市でやっていましたがこれも駄目になって、さあ、どうするということときに大阪はどうだろうかといった仕掛けがありました。民放連にもかかわっていたことのある人が知恵を働かせて、上智大の音教授、関大の黒田教授が動いて、放送局が中心になってやるということになったんです。ちょうどそのときに、並行してあったのが「あるある大事典」問題なんです。

「あるある大事典」の問題をずっと引きずっていて、在阪局として何かやらんといかんという機運があった。関西テレビの若い人がこれをやろうと言い出したわけ。全局集まって一緒にやろうと。これはNHKも入っているんです。それで「地方の時代」映像祭が大阪で開催されるようになった。もう何年になるかなあ。

—— 2007(平成19)年から大阪府吹田市に移っているんで、8年になります。

山本氏 ずっと今でも続いています。初回から関西大学が会場を提供してくれています。

やっぱり、何かやらないといかんという意識がもの凄く強かったんです。それともう一つ、もうだいぶ前の話になるんで言ってもいいかな。私、実は民放連副会長で、放送基準審議会というのをやっていて、法務大臣みたいなもんですが、そのときに「あるある大事典」事件が起こり、僕が担当になった。

——— いろいろとお世話になりました。

山本氏 今でも覚えているんですが、千草宗一郎さん（当時関西テレビ社長）と一緒に自民党の片山小委員会の朝飯会に引っ張り出されたりした。放送の倫理についてちゃんとやらないといけないという動きが、民放連でも出て、改めて「放送倫理を考える勉強会」を各エリア共に年に1回だけやっていました。大阪は全局が一緒になって5回やったんです。そういう歴史があるんですよ。

それから他にもあります。「ワッハ上方」（大阪府立上方演芸資料館）。当時の橋下徹大阪府知事が、お金をカットすると言った。放送芸能番組を中心とした、上方芸能のアーカイブだから、やっぱり在阪でやらないといかんということで、NHKを含めて、放送局がまとまってNPOを立ち上げたんですが、そのとき苦労されたのが、西村嘉郎理事長（朝日放送元社長）です。それも直営にしてしまうということで、またお金をカットしたので、やれなくなって。今はどういう形になっているかという、NPOは解散せざるをえなかったんですが、在阪テレビ5局の編成局長が集まって、委員会を作っています（NHK・BKはオブザーバー）。そこで番組の選定に関することなどの方針を決めている。NPOは消えたが、在阪の編成が一緒になってやっているということです。

また新しいので言えば、こういうこともやっています。この2月（2015年）に、5局の事業局長が中心になってやる「うめだ文楽」。文楽を気軽に見られるように設定しようということで、5局共同で、グランフロントでやります。そんな風に放送局の役割としては、地域にどう貢献していくかということだと思えます。それが放送の存在意義でもあり、視聴者の皆さんのより強い認知度を得るための手段、即ち生き延びていくための手段でもあると思っています。

そして、この地域への貢献は重ねて実践していくことが大切なのは言うまでもありません。

<「一万人の第九」 1983年から32回の実績>

私どもの局でいえば、「一万人の第九」というのをやっています。これは1983（昭和58）年にスタートしたんですが、大阪城ホールのこけら落としイベントなんです。こけら落としとしていろんなイベントをやろうという中の一つで、佐治敬三さん（サントリー元社長）と斎藤守慶さん（毎日放送元社長）、この二人の話の中で出

来てきたのが「一万人の第九」なんです。あの大阪城ホールに 1 万人、人が入ると。じゃあ 1 万人が合唱したらどうなるんだ。こういう発想は関西の発想でしょうね。では、やってみようじゃないかと。ただし、1 年だけやと。という次第で、山本直純さんと呼んで来て、やった。面白かった。はまっちゃったわけです。

——— 本当に、凄いですねえ。

山本氏 これだって、大阪城ホールという舞台、ハコを作った、それをどうやっていこうかという中で出て来たんですが、もう 32 年間やっているわけですよ。もちろん放送もやっていますしね。基幹 5 局のネットで、最近は震災で東北の 3 局なんかもネットしています。これなんか本当に、関西でなきゃ出来ない。それに指揮者に恵まれたというのものもあるんでしょうね。山本直純さんが 32 回の内、16 回やっているんです。後半の 16 回は佐渡裕さんです。山本直純さんでイベントの基本的な雰囲気を作り上げた。精度を高めたのは佐渡裕さんだと思うんです。今は 1 万 3000 何百人が応募して来るので、3000 人ぐらいに、ちょっとごめんなさいと言わないといけない。大変辛い話なんです。なんでそんな合唱が出来るかという、数十人単位でレッスン教室を作るんです。初心者は 12 回。夏から始まって 12 回、経験者は 6 回。初心者は 12 回のうち、3 回欠席したら、もう外される。経験者は 6 回のうち、1 回は欠席を許されるけど、2 回だと外される。といった厳しい条件でやっていっています。20 数人の音大の先生などが、教室を作ってやっていくわけです。大阪だけでなく、東京、名古屋にも出来ました。教室の数は 40 を超えています。来年は札幌、那覇にも出来そうです。本番は 12 月なんですが、11 月に入ったら、1000 人単位で集まって、佐渡さんが指揮をするんですね。最後は、前日に全体が初めて集まって、そこでゲネプロ（通し稽古）をやるわけです。

こういう仕組みまで作り上げるのは大変だと思いますが、32 年間の歴史で出来たんでしょう。韓国の放送局・MBC がやってみたくて、社長以下、7 人ぐらい来たんですが、見終わると、「すみません、出来ない」と言うんです。まあ完成品を見てしまったからでしょうね。「1000 人でいいからやったらどうか」と言ったんですけど、彼らにとって脅威だったみたいです。1000 人でもやる自信がなかったのかなあ。教会音楽の延長で考えればいいと言ったんですけどね。ようやらなかったですね。うちの事業と編成の人間がパりに 1 週間行って口説いたらしいんだけど、佐渡さんは、1 回だけやると言っていたのに、はまっちゃった。彼の出している本で 3 冊ほど新書版があるんですけど、最後に出している本にこのことがかなり書いてありますわ。面白いですよ。

—— 自分の知り合いの誰かが必ずどこかで参加しているというのが凄い。私の知り合いだけでも、身内を含めて3人おられます。私の義理の兄はずっと参加しています。必ず誰かいるんですよ。

山本氏 でも結局、そういうとんでもないものを楽しむ雰囲気になかったら絶対出来ないと思うんですよ。これは関西の文化であって、絶対、東京では出来ないと思うんですが、いや、あんまり東京を意識しないほうがいいかもしれない。それから「音舞台」というのをやっているんですよ。これは京都の寺院を中心にして、奈良なんかも含めて寺院だけではなく、京都の二条城でやったりね。このイベントも当然、数多くの有名な寺院が出て来るので、関西特有のものですわな。西洋と東洋の文化の出会いというコンセプトです。最近はいんまり珍しくなくなりましたが、国宝級の寺院の建物そのものが舞台で、人は寺院の庭などで見るという設定。

1回目は平成元年、金閣寺の金閣が舞台です。あそこにオーケストラとか皆入って、前の池で船を浮かべて、歌ったり踊ったりとか。観客は通路にパイプ椅子を並べて見るわけですよ。寺院でこんなことをやるというのは、だいぶ一般化してきましたが、本格的なものはこれが最初です。お坊さんには、そういう文化を発信したいという気持ちはいっぱいあるわけですね。それをどう汲み取るかというのは我々の仕事だと思っているわけです。これは、ちょっと自慢していいかなと思います。

放送局というのは経営規模としては小さなものです。経済界での位置付けもそんなものですが、放送局にはこうした発信能力がある。従って、ある種、実力以上に見られるケースがあると、何かそんな風に思うんですけどね。

<新しい芸術文化を支援 「アーツサポート関西」活動スタート>

どうしても今日、お話したかったのは、お手元に配ってある、「アーツサポート関西」(芸術・文化を支援する組織)。これは実際に放送局が絡んでいるかと言えば、絡んでいないんです。たまたま私が関西経済同友会の芸術文化委員会の実務で手伝った組織なんです。これを立ち上げて、わっと広げるのに力になったのが、在阪の放送局と新聞社なんです。去年(2014年)の4月1日に出来たんですけど、5月8日にはファンディングパーティーをやったんです(民間の非営利団体の活動資金集め)。そのとき、朝日・毎日・読売・日経・産経の各新聞社、それに共同通信と在阪の放送局5局とNHKがまず最初に集まってくれた。非常に力強かったですな。だから会議でも、メディアは全部集まったと、大きな声を出せたんです。

この「アーツサポート関西」というのは、民間の手による、新しい芸術文化支援

組織です。このあいだ、関西元気文化圏賞のニューパワー賞をもらったんです。グランプリは日本一の超高層ビル「あべのハルカス」ですわ。日本では初めての試みだと思います。これまでの支援制度というのは、一方の主役である支援者、これが支援先に関与出来るというのがほとんどなかったわけですね。お金を出したら、何か協力したら、それでおしまいとかいうことではなくて、市民が関西のアートをサポートしていくために、支援するだけでなく、支援を受けた人と一緒にやろうということです。そういう組織で立ち上げた。大阪にはいろんな立派な活動がいっぱいある。しかし、それは点で目立たないし、市民の意識のレベルまでつながっていかない。何とか市民のレベルの意識までつながっていくようなやり方はないだろうかというので、このやり方を考えたんです。かといって、最初からワーといくわけにはいかないし、具体的にどでかいことを何億円もかけて出来るものではない。小さく生んで大きく育てていこうという基本発想でやっているんですが、原点は、英国の文化政策なんです。英国は第二次世界大戦で随分、ドイツにえらい目に遭わされた。そのドイツでヒトラーは文化を国策に使った。その反省から、大戦が終わって、2年後ぐらい、1947年に英国で出来た制度なんです。スコットランド、ウェールズ、イングランドの各地に、四つか五つのアーツカウンシルを作って、これは半官半民ですけど、そこへ文化予算を投入します。そこから先はこのアーツカウンシルが支援希望を集め、審査し、支援して、その活動のレポートを提出させたうえで、翌年、続けるかどうかを考えるというのが基本なんです。経済学者のケインズが提唱して出来た組織なんです。

実は3年ぐらい前、同友会で視察に行ったんですよ。これを言い出した中心人物は鳥井信吾さん（サントリーホールディング代表取締役副社長）で、彼が団長になって行って、いくつかのアーツカウンシルを訪問したが、実際にイベントを見たのはエディンバラです。代表的なイベント「エディンバラ・インターナショナル・フェスティバル」というのは世界でも有名な権威ある音楽祭で、小澤征爾とかも出るわけですね。それとは別にFRINGEと称する、そういうところに出られないアーティストに対して、エディンバラ市内に場所を設定して、ここで出来ますからどうぞとやるんです。全世界からそういう連中が集まってくるわけです。だから辻の大道芸もあれば、教会の狭い席もある。公会堂もある。それに対して、夏だけで100万人も世界から集まるんです。ここで評判を呼んだアーティストがどんどんグレードを上げて行く。FRINGEに参加した日本人で言えば、例えば、ごく最近で行ったのは英語落語の桂かい枝なんて。どういう審査の仕方か分からないけれど、彼は五つ星を取ったらしいです。英語の落語が通用するというんです。似たようなこと、英語の浪曲を春野恵子がやっているんですよ。そこまで大阪で出来るとは思わないが、市民がたくさん参加する、世界から人が集まって来る。そういうところまでイメージしたいけれど、そこまで無理ならば、まず市民が参

加していけるような、そういう風な組み立ての突端^{とっぴな}が出来ないだろうかという組織が「アーツサポート関西」なんです。去年の4月にスタートして、10月から12月まで支援の募集をしたんです。お金はとりあえず、1000万円しかなかったんだけど。195件集まってきて、合計すると1億8000万円くらいになる。もうちょっとお金があったら、この公演が出来るのにといい劇団とか、美術とかいろいろあるんですけど。それと別に個人及び企業の寄付。第一号はこのあいだ、もう既にやったんですけど、某社から500万円の寄付があつて、学生に文楽を見てもらおうというので募集しました。420人で数字が合うのですが、集まって来たのが530何人。で、全部入れようと、そういうことで11月と1月にやった。来る前に、文楽とは何かという資料を送るんです。一応の知識を持って、彼らは文楽劇場にやって来る。来たら、そのときの出し物について、人形遣いとか三味線の人たちが喋るんです。それだけの知識を持って文楽を見て「面白かった」「もう一度来たい」と言うんですよ。どこかの市長はもう二度と来ないと言ったらしいけれど。

——— あの人をよく言います。

山本氏 この企画、単に招待ではなく、500円、ワンコイン出してもらった。それで当事者意識が出ると思うので。来年また同じような規模でやるつもりです。次に、関西には落語家が200何十人いますが、活躍する舞台が、とりわけ若手にはない。そういう連中をなんとかしようという企画がある。文枝師匠も大賛成やと言ってくれています。イメージとしては、何回かに分けて、若手に落語を演じさせるコンペ。審査員も要るといったことで局は協力することになります。あとは、遺産の贈与。私の母校(高校)の先輩が同級生の佐伯祐三から直接もらった6号か、7号の絵をお孫さんが寄付したいという話です。寄付先は高校がいいのですが、府立高校に渡すということは、大阪府に渡すということになるので大阪府は受け取らないんです。同窓会だって、税金の問題が出て来るからもっと受け取れない。そこで、アーツサポートですよ。佐伯祐三というのは、号1000万円といますから、定価で6000万か7000万円。半値にしても3000万円ぐらい。売っちゃいけないんですが、例えば、こうしたケースをアーツサポートはどうするんだろうというのが、テーマなんです。

——— 関西でそういう文化、イギリスにおいて原点になったものをきちんとやっていこうという、行政的なものに期待出来ないでしょうか。

山本氏 点々でやっても仕方ないよ、市民でやろうやないかということで。「アーツサポート関西」というタイトルになりましたが、最初は、タニマチ文化評議会です。

—— お相撲のタニマチみたいで、面白いですね。

山本氏 大阪の文化は、タニマチ文化という言われ方をしますが、まさにそうなんですよ。市民の文化やと。市民の力やと。官がダメなら、官に「何言うとんねん」と言っても仕方がない。ただこの組織は、府市でやっているアーツカウンシルにもいつでも組むよと門戸を開けています。

—— そうですか。佐藤千晴さんですね。

山本氏 そうです。佐藤千晴。彼女にはこの考え方が届いていると思います。

【注】佐藤千春（大阪アーツカウンシル総括責任者、2013年6月就任）

—— フランスのラ・フォル・ジュルネとはまた違うタイプですね。

—— ちょっと話を戻して、営業時代の話。

山本氏 すみません。全然違う話になってしまいました。

<ヒット番組「まんが日本昔ばなし」と「世界まるごとHOWマッチ」の誕生秘話>

—— 山本さんは「まんが日本昔ばなし」、それから「世界まるごとHOWマッチ」にもかかわっていらっしゃる。その辺を伺っておかないと話は終わらないと思います。

—— 売るといのはどういうことなのか。やっぱり何か「これ面白い」と惚れこまないと売れないものですか。

山本氏 ベースはそれですね。企画が面白いと思ったから、一生懸命売りに行く。何でもそうですが、惚れないと売れないんですよ。そのためには、自分が最初からかわることです。「まんが日本昔ばなし」というのは、50年の12月末で「仮面ライダー」が終わった後にスタートした。現在の系列に入ってから9か月経って、土曜日の7時でスタートした。あんまり知られていないんですが、その前に、テレビ朝日の系列で50年の1月から3月まで火曜日の7時で1クールやっているんですよ。なんでそういうことになったかと言いますと。

—— かなり微妙な時期ですね。

山本氏 大変、微妙な時期ですよ。49年の12月末で、ずっと公開番組をやってきた全枠スポンサーが降りたんです。しかもこの枠は50年の4月からはTBS発なんですよ。ポコーンと空いて、何の望みもない3か月なんです。さあ、どうするか。営業もお金にしないといけないし、編成も困る。そんなとき、某スポンサーから、15分番組で大阪ローカル、土曜日の午前中でいいからやらないかという話があった。大阪ローカルでどうするんだ。いや、東京はテレビ東京で15分番組を探しているんだと、こういう話があったんです。これはただし、僕じゃなくて、先輩で藤田敦さんという大変なおじさんがこの話をくわえてきたわけです。僕は彼の下にいたので、最初は彼と一緒に動く。「15分を30分2階建てで、3か月しか出来へんけどええか」「3か月でええんや」と言うんです。ピタッと合ったわけですよ。そうしたら営業としては、よっしゃと。企画が出来て、お金はついて来た。万々歳だと。それで済むと思っていたんですが、企画を始めると、うちの当時の東京支社のアニメ担当に、僕はまさやんと言われていたんですけど、「まさやん、これいける」と言われたわけです。ポイントはやっぱり、常田富士男と市原悦子なんです。この二人を語りとして起用したこと。それとアニメーターの集団がいっぱい集まって、いろんな絵がある。といったことで、いけるんちゃうかと。僕は「あっ、そうか」みたいなもんですよ。当たったら、それはそれでいいんじゃないの。先に何も無いやからと。そしたら当たったんですわ。ドカーンと行ったんです。最初、東京は、20%はいかなかったんですが、大阪は20%いき、東京だって、やがてダブルになりました。3か月で終わる、12回なんです。それで、もう終わりと云ったら、まあもの凄い反響がありました。特にPTAやお母さん方から、「なんでやめるんだ」って。しかし、しょうがないですよ。先輩は、しばらくして会社辞めちゃったんで。僕はそれを抱えて、どこかないやろか、どこかないやろかと。それで土曜日の7時で勝負したわけです。すると最初のスポンサー関係なしに、やっぱり評判になっているから、「仮面ライダー」を提供していたスポンサーが何社かと、新たにどうしてもやりたいというスポンサーと。最初から嬉しいことに、はみ出しました。そういうスタートの仕方をしたんですけど。

—— うまく、バーンってハマっちゃったわけ。こういうケースってなかなかないでしょうね。

山本氏 ないと思います。15分2階建ての1クールで片が付くと、こっちも後腐れないように、向こうも後腐れないようにという感覚でしたから、バツと合ったわけです。偶然ですよ。

—— この番組には川内康範さんがかかわってらっしゃった。大変だったみたいですね。

山本氏 川内康範(1920年～2008年、作詞家・脚本家)は原案としてかかわっていました。それと、この企画には、万年社の企画担当の人。まあ、この人は格好良いおじさんなんですが、川内康範のところに行くとなると、僕を連れていくんですよ。「一緒に来い、一緒に来い」と言って。それは怖いからなんです。本当に怖いんです。

——— へえ。川内康範さんが怖いんですか。

山本氏 彼は、気に食わんことがあったら、本当に怒る。本当にどつくんですよ。僕はそのプロテクトみたいなもんですよ。人の前でどつかんやろうということで、連れて行かれる。僕には優しいんですよ。そういうときは、放送局は得ですわ。でも「なんで俺、ここにおらんといかんのやろ」と。

——— じゃあ代理店の人も命がけというか。

山本氏 そうですな、彼らも命がけで。裏にはややこしい話がありますが、出来たものは立派なもんですよ。

——— これは随分、大ヒットして、なかなか褒めてくれない方からも、何か、炉辺談話という。

山本氏 はい。評論家の「テレビが久しぶりに家庭に炉辺談話を成立させた」という表現だったですけどね。

——— 炉辺談話というのは、要するに親子が喋るということですか。

山本氏 そうですね。そういう意味では、土曜日の時間も良かったんでしょうね。いろんなフロックがあったんです。本当はその前に、50年の10月から金曜日の7時というチャンスがあったんですが、別の企画と争って負けたんです。本社サイドの力に負けてね。

——— もう一つ裏話がありまして。この「まんが日本昔ばなし」は、どうしてこういう番組があったんですか。何か、海外向けの番組であったという。

山本氏 川内康範は、アジアの子供に向けて、日本の文化を知らしめようという発想でこ

の企画を考えていたわけです。だから、我々が放送しなかったら、そういう形で向こうに行っていたんです。そんなことが出来るかというのがあるんですが、彼は本気で考えていたんですね。それ用の原資も得ようとしていた。

——— それからもう一つ、あの「世界まるごとHOWマッチ」。大橋巨泉、ビートたけし、石坂浩二。大橋巨泉さんなんか、「ヘイちゃん、ヘイちゃん」って言っていました。それこそ「HOWマッチ」が日常生活でも使われるようになりましたが、あの番組はどんな風にして出来たんですか。

山本氏 ああの企画の出所は電通の企画室なんです。最初の企画には大橋巨泉はいなかったんです。大橋巨泉無し。企画そのものだけだったんです。制作会社イーストでいろいろと議論を始めて、そこで初めて大橋巨泉はどうだという話が出てきたんです。彼も「よし、やってみてもいい」と。「局はどこや」と。「大阪の毎日放送」。ええってなもんですな。「どの時間や」「水曜日の夜10時や」「そりゃ、絶対やらん」と。「他の曜日でやってもいいけど、水曜日の10時は絶対やらん」と言うんですよ。なぜかという、ここで関西テレビが絡む。この裏に、ロート製薬提供の枠が関西テレビにあった。巨泉さんはTBSの土曜日の7時30分ですと大ヒット番組を続けてきた。「お笑い頭の体操」とか、「クイズダービー」とかですね。ロートとずっとつながっているわけです。そのロートに敵対するようなことは出来ない、水曜日だったらノーだというわけです。それで結局、木曜日と入れ替えた。大変だったんですけど、ともかく成立した。成立したら、そこに木曜日のドラマで付いているスポンサーがいっぱい入っているわけですよ。「ドラマじゃない、バラエティーになる。世界まるごとHOWマッチや」と。やめていくところもあると思ったのに、皆やめないんです。巨泉の魅力ですか。大橋巨泉というのは、いろんな見られ方があると思うんですけど、完璧主義者です。「世界まるごとHOWマッチ」(1983年～1990年)を始めるときに、既に宣言したんですね。「俺は55歳になったらセミリタイヤする」と。まあ、「世界まるごとHOWマッチ」だから値段を書くわけですね。あのパネルも、その頃は電気仕掛けで出るようになっていた。しかし彼は、それは違うと。書くんだと。彼はかたくなにそれを主張したんですね。それも成功した一つの要因だと思うんです。そういう手作りの必要というのを、彼は主張していた。だから、プロダクションの連中も悲鳴をあげていた。ただ、人集めは上手いですね。それまでにそんな付き合いはなかったはずのケント・ギルバートなんて出てきたりして。上手いチーム作りで、皆を、ゴルフ漬けにして。伊東のほうの別荘の側にゴルフ場に入って盛んにゴルフをやっていました。彼が「世界まるごとHOWマッチ」をやるについて、一つ条件があった。「11PM」でやっていたときから、ずっと日本テレビが

巨泉のゴルフトーナメントをやっていたんです。それをギブアップして、1年間で空いていたかな。それをやってくれないかと。しょうがない。行きがけの駄賃ですから、やりましょうと。「責任持ちます」と言ったのは、僕ともう一人の二人だけだった。2年ほど横浜カントリーでやって、その後にハワイのマウイ島のワイアラエ・カントリーでやった。これはアサヒビールの冠が付いたんです。

—— 巨泉さんのセミリタイヤを延ばしてしまったんですか。

山本氏 延びたですね。

—— NET時代とTBSの時代（毎日放送は1975年TBS系列へ）になってくると、随分、活躍の場所・時間というのが変わられたと思います。制限があったと思います。その辺りはどうだったのでしょうか。

山本氏 かつてのNET系列のときは、対等という感覚しかなかったです。今は大変なものだけど、NETも後発局で随分、しんどい目をされて。ゴールデンタイムのMBS初枠も多かったんですよね。NETの開局が1年遅れたんですよね。その頃、全部、うちがやっていたんです。そういうこともあって、割とNETを意識せずに、いろんなことが出来た。しかし、TBSはそうはいかんですわ。NET系列の大阪局なんていうのは、言ったら、その当時は見向きもされなかったと思うんですけど、TBS系列になった途端にマークされるんですな。例えば、電通の連中なんかは、毎日放送の東京支社のタイムの連中の資料を持っているわけです。僕が何者か、全部分かっているわけですよ。系列チェンジしたときは、そういう見られ方をする。今や笑い話なんだけど、うちの営業の幹部からは、TBSの営業と仲良くせなあかんと。東京支社と一緒に回れと言われて、TBSの営業と担当が同じところを一緒に回っていました。あるとき、スポンサーに夕方行ったら、宣伝部が会議をしている。待ち合い部屋になっている手前の小部屋で、しょうがないから待ってよかと、二人で碁盤があったから、五目並べをして。そうすると部屋の前をスーッと何人も代理店の若い衆が通るわけ。忙しいんやなと思いながら、勝手にやっていた。そしたら翌日、電話がかかってくるわけです。「昨日、TBSと一緒にいたけど、何かあるんですか」とチェックが入ってくるんです。今までそんなことをされたことはない。

—— それまでは。

山本氏 その頃のTBSは大変な力があって、いわば民放の営業の世界をリードする役目

もあったと思いますから、そういうこともあるんでしょうね。代理店の連中にマークされるという経験は、僕は初めてでした。

—— やっぱり何か意識的には変わるでしょうね。

山本氏 まあ、行儀良くしないといけない。

—— 在阪局のいわゆる準キーとしての役割、そして、その在り方みたいなお話になりかかっていましたが、その話の最終的な結びとして、やっぱり文化というものの発信というのは、放送局にとって大事なことなんじゃないかな。

山本氏 だと思いますね。

—— それと同時に、今日集まっていた方には、このお配りいただいた、資料に従って、どういう協力を我々はさせていただいたら良いのかというお話を伺いたいと思います。

山本氏 ともかく関西経済同友会がスタートになって、少しずつ広がっていている。発起人代表を経済団体 3 団体の 4 人の代表と、京都から千玄室さん（裏千家第十五代・前家元）、大阪から安藤忠雄さん（建築家）、兵庫から佐渡裕さん（指揮者）という組み立てにしているんです。この方たちには、今でもずっと絡んでもらっています。一方で今、先ほどお話したような趣旨で、アーツサポート関西のサポーターズクラブというのを組織しています、今。これは年間 1 万円の会費で、申込書が付いています。そういう会員になっていただきたいというのが一つと。もちろん別の寄付というのものもあるわけですが、特に遺産寄付（遺贈）なんかがあれば、ぜひお願いしたい。放送局が表に立ってやっているわけじゃないんですが、やっぱり我々が地域貢献出来るのは、文化ですから。そういうことで、しかも関西という特性を、生かしてやっていくべきだと思うし、そのためにこそ、先ほど申し上げたように、この話も全局、全新聞、乗っていただいたわけでね。どうしてもこれを成功させ、大きく広げていくようにしていきたいんです。放送局の役割かどうかについては議論があるかもしれませんが、実際にこういう活動をする場合の大きな力になるのは、我々メディアだという風に考えていただいていると思うんですよ。

—— 打ち合わせの際、番組を作った、それで終わりではないというお話を伺いましたね。

山本氏 まさにそうだと思うんです。番組を作っただけで、終わりとやっていたんでは、ダメな時代に来ています。今、制作能力を持っているのは地上波だけだと言っていますけど、でも実際には、そうではなくて、いっぱいあちこちで作られ始めているわけです。でもそれより更に広げて、もっと多角的に活動出来るベースを我々が持っているということは、大きいと思います。僕は平成 7 年頃から脱ラジオ、脱テレビという言い方を始めたんですが、実はそれだけの広がりを持った活動を我々がせにゃいかなあと。それが生き残っていける、即ち、生きる道だと思うんです。そういう風に思いますので、その大きな作業の一環としてのこの組織の会員になっていただくのは大変ありがたいなあと思います。

—— 山本さんは、いわゆるスポンサーとの付き合いとか、番組をスポンサーに売るとのことだけの単なる営業ではなくて、一緒に番組を作っていくという経験をされました。私なんかは、営業経験が全くないので、放送局の営業というのはどういうスタイルなのかなと常々、思っていました。昨日、別の局の営業の方にお話を伺ったら、また別の営業の仕方をしておられました。山本さんの場合にはこういった形で、多分、非常に楽しかった営業時代だったのではないかなという気がしました。それからなおかつ、放送局のあるべき姿、それから将来に向かっての非常に歴史の長い、将来を見据えたお話を伺わせていただきました。まだ聞き足りないという方がおられましたら、ご質問をいただければと思います。

—— 一つポイントを聞き漏らしました。その当時の毎日放送の東京支社というのはかなりの制作能力、パワーを持っておられたような印象を受けますけども。そういう東京支社に報道があって、世界に羽ばたくみたいな番組は、作っておられたんですか。

—— ラジオ局は、結構、東京の報道の人間がたくさんいたんですよ。ABCも、CBCもそうだし。CBCなんか、本社より東京の報道の人数のほうが多いみたいな時代があったんですよ。だから、それぞれに物を作る力を持っていた。僕らの頃は、東京支社の報道で、毎週 1 本 30 分のドキュメンタリー番組と、東京 12 チャンネルにネットする 1 時間のスタジオ番組の 2 本、東京支社で作ってましたから。ときどき、本社が作ることもあるんですが、やたらと忙しかったという記憶がありますね。

—— 何人ぐらいのスタッフでやっていらっしゃいましたか。

—— うーん、どれがちゃんとした報道と言えるのか分からないけど。

山本氏 僕は使い走りさせられてた。

—— 一応、報道部員は10人近くいたんですが、本当に、モノ作りとして認知出来るのは、その中の何人だったかというのは、よく分かりませんが。

—— じゃあ、結構、いろんな方を巻き込んで、今も山本さんが使い走りだったとおっしゃいましたけど。

—— いやいや、彼にはいろんな電話してもらったことを、頼んだ覚えがあります。それから、ドキュメンタリー1時間とか、1時間半の単発のドキュメンタリー番組を東京で企画して作る。それは、なかなか大阪は売ってくれない。東京の営業は売ってくれるんですよ。それは山の企画とか、植村直己さんの企画とか、いろんなものを毎年何本か作って、まあ迷惑をおかけしたのかなあと。

山本氏 植村直己さんの場合は、全部抱えてやったもんだから、植村さんの講演会も売りに行ったんですよ。

—— 植村さんの企画は、初め2000万円の制作費で始まったんですよ。ところが、結局、2億数千万円もの制作費がかかるということになってしまったんです。

山本氏 無茶苦茶です。

—— 例えば、植村さんが北極点へ行って、北極点からグリーンランドへ一人で縦断するという企画だったんですが、ソリにそんなにたくさん物に乗せられない。特に犬の食糧というのはソリに乗らないんですよ。だから、先に飛行機で飛んで……。その費用が当初は、100万円ぐらいで済んだのが、結局、5000万円ぐらいかかった。日曜の昼の1時間番組で、制作費だけで2億数千万円なんて、ありえないわけですよ。やがて電通が、うちで全部引き受けましょうという話になった。だけど電通だって、1億円ぐらいしか売れないわけですよ。電波料を入れて1億円ぐらいしか出ないわけです。だから、電通は子供から募金を集めるとか、いろんな仕掛けを作ったんだけど、そんなもんじゃどうにもならなくて。それで終わってみると、ほとんど2億円近い赤字になったわけですね。それを電通は植村さんに講演をしてもらって賄った。1回100万円の講演料としても、2億円といたら、200回講演しないといけない。植村さんは朝から晩まで講演して回っているわけ。「電

通ってひどい」と文句言うと、植村さんが「困っているときに電通はちゃんと助けてくれた。そんな文句言っちゃいけません」と、逆に諭されましたよ。だけど植村さんも家へ帰って、奥さんにはやっぱり「電通ってひどい」と言っていたらしいけれども。そのときは、そんなことがあったりして面白かったですよ。

山本氏 その講演を一生懸命、売りにいくわけ。

—— 200回ですか。

—— 200回というか、10万円でやったというのもありますから、結局、300回ぐらいやったんでしょうね。

—— そうですか。そういうご苦労があったわけですね。

山本氏 でも、あの人は偉いよね。愚痴一つ言わないで「はい、はい」ってやってくれた。

—— 植村さんの企画は、営業も最終的にはOKしてくれたんだけど。北極なんて真っ白なところを映して絵になるのか。一人で行く植村さんの姿を一体誰が撮るのか。植村さんがセルフタイマーで撮る。そんなもんテレビで使いものになるのか。皆猛反対だったのを助けてくれたのが北野さん。植村さんってのはなかなか人柄が良いですから、社内で1回、植村さんの講演会を開く。講演を聞いたら、植村さんのファンが多分出来るだろう。社内でファンが出来れば、多少、話が進むかもしれない。北野さんがそういうアイデアを出した。それで講演会をやったら、案の定、ファンが出来た。そんなこともあって、東京の営業は行ってくれたわけです。電通も植村さんの講演で2億円返したけれども、それも植村さんが成功したから、講演会が成り立つわけで、失敗していれば、そんな講演会なんか成り立たないですよ。そうなったら、電通が全部被るということだったんだろうと思うと、やっぱり電通もなかなか大変な決心をしてくれたんだと思います。

—— さっきも申しましたように、関西の、アーツカウンシルみたいな組織がなんとかうまく行って欲しいですね。私は、7年間在籍した大阪センチュリー交響樂團をもっといい形で終わらせたかったんですが、残念ながら、離れざるを得なかった。こういった組織がもう少し早く出来ていれば、何か、精神的なバックアップになったのではないかなあとと思います。今からでも遅くありませんから、こういったところがどンドン力を付けていただきたい。ラ・フォル・ジュルネみたいな大きなイベントが出来てきて、もっと文化溢れる街になっていくと、更に嬉しいなと思

っております。今後ともご活躍くださいませ。本日はどうもありがとうございました。

以上