

第37回 2015年5月13日(水)

ゲスト 岡島英次(読売テレビ 元制作局プロデューサー)

テーマ “ピンクの大砲” 据え 笑福亭鶴瓶と上岡龍太郎が笑いを“爆発”
ユニークなトーク番組
「鶴瓶・上岡パペポTV」 初代プロデューサー

主な内容

- ◎ 「鶴瓶・上岡パペポTV」とはどんな番組・・・
- ◎ 異色コンビ「鶴瓶・上岡パペポTV」の宣伝ポスターも大人気
- ◎ 世間話をしながら スタジオでほぼ1時間 “水泳”！！
- ◎ スタジオセット “ピンクの大砲”
- ◎ 長寿番組を支えた笑福亭鶴瓶と上岡龍太郎のコンビの妙と話芸
- ◎ 激戦！夕方ゾーンへ「ざまあ KANKAN！」で挑戦
- ◎ 裏方の照明セクションから制作局ディレクターへ
- ◎ 「11PM」で育ったディレクター、プロデューサー
- ◎ 先輩から学んだこと「半歩先を歩け」
- ◎ 「読売テレビは長屋やな～いろんなやつ(ディレクター) がいる、おもしろいな～
藤本義一氏の言葉」

司会 「メディアウオッチング」5月の例会、今日は関西の歴史的な番組担当者のお話を伺うシリーズのいよいよ最終回になりました。

実は昨日（5月12日）、聞き取りの形でラジオ関西からサンテレビに出向されました元プロデューサー原田紀子さんに、サンテレビの草創期のお話を伺いました。この聞き取りは2013年9月から始まり、今日で51人目です。

締めくくりは読売テレビの元プロデューサー、ディレクター時代もありますが、如何にも、関西らしい番組「鶴瓶・上岡パペポ TV」を企画制作された岡島英次さん、11年以上続く名番組の初代プロデューサーです。

まずは、「パペポ TV」とはどんな番組であったのか、簡単に紹介します。

1987年4月から1998年3月の10年間と1998年7月から1999年3月までの8ヵ月、約11年間続く長寿番組です。

当初は、火曜日24時50分から25時20分、そして、1988年4月からは金曜日25時10分からの55分番組と本当に深い時間に放送していた公開番組です。後ほど視聴率、占拠率をご紹介しますが、これが凄いのでもたまたま驚きです。さてそのあたりを、岡島プロデューサーの口から直々に「こうだった」というお話からしていただこうと思います。

<「鶴瓶・上岡パペポ TV」とはどんな番組・・・>

岡島氏 まずご挨拶をさせていただきます。伺ったところ、そうそうたる方々からのお話の後、ただただ恐縮するばかりです。25年ほど前の話ですので、思いだす範囲のことをお話させていただきます。

先ず、「鶴瓶・上岡パペポ TV」という番組は、放送時間が午前1時、2時の世界ですので、どの年代、どんな視聴層なのか、そしてどれだけ見ていただいたのか。視聴率の経過を見ますと「パペポ TV」10年間放送、「LIVE PAPEPO 鶴+龍」8ヵ月放送の総平均視聴率「4.6%」総平均占拠率「31.8%」ですので、深夜番組としては、かなりインパクトがあった番組だと思います。

笑福亭鶴瓶さんと上岡龍太郎さんの組み合わせの妙、その新鮮さ、しゃべくりに定評のある二人、毎回話の内容も異なり、視聴者をハラハラドキドキさせながら爆笑の渦に巻き込んでいく話芸、深夜に二人だけでしゃべりまくる番組がほかになかったことなどが長寿番組になった主な要因だと思います。そして、番組にはプレゼントコーナーがあり、各地の郵便局から「名産品」をふるさと小包として視聴者にプレゼント。二人は、視聴者からのハガキを「ネタ」にして面白おかしく抽選、スタジオを盛り上げて番組は終わります。

そして、「パペポ TV」のスタジオセットと宣伝用のポスターをご覧ください。

(岡島さんが スマホを見せながら、スタジオセットを紹介。
番組のトレードマークになる”ピンクの大砲”が正面背後にドンと据えられている。それと、番組の宣伝ポスターも紹介。そのポスターの構図は、笑福亭鶴瓶・上岡龍太郎の両氏が上半身はタキシード、下半身は丸出し、当然、モザイクで白くぼかしている。その中央に「見てるあんたも同罪じゃ」のキャッチコピー)

<異色のコンビ「鶴瓶・上岡パペポTV」宣伝ポスターも大人気>

この「ポスター」は、両氏との協議を経て「どこにもない、刺激的な、インパクトのある、新鮮さ」をコンセプトに製作しました。視聴者がどう反応するのか多少心配でした。宣伝ポスターは、通常、広報部が担当するんですが、このポスターは「パペポ」担当のスタッフが番組へのこだわりもあって、独自に製作しました。「パペポ」が放送回数を重ねるごとにポスターも大人気となりました。あまり部数も多く作らなかったせいか、すぐになくなった記憶があります。

番組制作上、誰と誰を組み合わせればどういうことになるのかが強い関心と興味の対象でしたが、鶴瓶さん、上岡さん二人ともしゃべくりに関しては、当代随一という位置付けがスタッフの中にはありました。

上岡さんは、横山ノックさん、青芝フックさんとコンビを組んで漫才を、鶴瓶さんは、六代目笑福亭松鶴さんの一門で、ずっとその流れの中でこられたと思います。話芸を競う世界の二人ですが、当初はお二人に任せておけばいいのかなと思ったりしたのですが、やっぱり台本を用意しました。当初からスタッフだった放送作家疋田哲夫氏に「文化人からの手紙、視聴者からのハガキ、適宜ゲストを招く」内容で台本を書いてもらいました。そして、原則フリートークの番組なんですが、二人にこの台本で番組をスタートしたいと提案したところ、二人からは「俺たちに任せてもらいたい」と逆提案され、私たちは台本を捨て番組をスタートすることにしました。

<世間話しをしながら、スタジオでほぼ1時間 ”水泳” !!!>

鶴瓶さんと上岡さんの番組上の関係は、いわゆる「ボケと突っ込み」の関係なんですが、例えば、鶴瓶さんが「帰阪するときの新幹線の中での出来事、学生時代の修学旅行先での天井裏を這って・・・の出来事、などなど、些細な世間話をするのですが「ウソか本当か」そして「ありそうで、なさそうな話」で視聴者をハラハラドキドキさせながら爆笑の渦に巻き込んでいくのです。上岡さんは持ち味の雑学を駆使し、鶴瓶さんの話をいじくりながら、突っ込みを入れていくのです。そして、視聴者の好奇心を満たし番組が進行していくというスタイルが出来上がるのです。ある回、これが私の一番好きな「パペポ」だったんですが、番組がスタートし二人が登場。鶴瓶さんがいきなり「今日は水泳をしませんか」と話し出します。二人は

スタジオをプールに見立て水泳のクロールの姿勢で泳ぎ始めます。

世間話をしながらスタジオの観客を爆笑の渦に巻き込んでいくのもいつもと同様ですが、時間経過とともに二人の様子を見て、この先どうなっていくのかなど、オチはどうなるねん、どこまで行くねんとか観客や視聴者の興味を引っ張っていく。そこには、ドカンドカンと笑いが飛び出すんですが、二人は延々とクロールの姿勢で泳ぎ続けるのです。

スタジオにいる観客も、テレビを見ている視聴者もどこかで更なる笑いを求め、オチをちゃんと作ってくれるのだろうか、見ているほうがどうなるのか心配になってくる。しかし、二人のことだから何とかしてくれると期待は大いに膨らんで行くのが観客の雰囲気に出ているのが分かります。しかし水泳は続くのですが、二人の中には「二人ともどちらかが、何かしてくれよ」という姿がありありと分かるのです。「お前が何かし掛けよ」と番組は進行し、そして、本当に放送時間を使い切らんですが、果たして、鶴瓶さん、上岡さんはどうしたのか「ここでは何も言わないでおきましょう」……ですが、スタジオの観客は大爆笑だったことを覚えています。これが「鶴瓶・上岡パペポTV」なのです。そして、熟練された「しゃべくりのドキュメント」として私の一番好きな「パペポTV」です。

<スタジオセット ”ピンクの大砲” >

——— そもそも「パペポ」というのは、何なんですか。

岡島氏 「パペポ」の言葉は造語でそれ自身意味はありませんが、番組スタッフとのミーティングの中で「パペポ」という言葉がポンと出てきた記憶があります。

普通タイトルに「ん」は使わない、語尾を上げるとか言われます。「パペポ」の「ポ」の発音が下がりますが、何か新しいとか、言葉を短く視聴者から「パペポ」を見たよと言ってほしいとの思いで決めたように思います。

「パペポ」とは「パ」はパワーのある二人が「ペ」ペアを組んで「ポ」ポップに送る番組。スポンサーとの関係で言いますと、当時の「近畿郵政局」がスポンサーになるにあたってスタジオセットの「ピンクの大砲」が話題になりました。私たち番組制作スタッフとしては、鶴瓶さん、上岡さん二人のしゃべくりが「笑いの爆笑、爆笑」を意図した番組作りを目指していたので「ピンクの大砲」は外せないのです。美術デザイナーによれば、倉庫風のセットの中央に「ピンクの大砲」をデザインしたのは、番組の意図とともに、鶴瓶さんの可愛らしさを表現したかったという。そして、スポンサーには番組意図を説明した上で「これをアートとして、また一枚の絵画として見ていただきたい」とお願いしました。私たちの意図を理解し、快く受け入れてくれたことに安堵したことを覚えています。

—— 収録番組とはいえ、ほとんど生に近い状況ですよ。この二人だと多分危険な言葉が飛び交ったのではないかという気がするんですが。

岡島氏 これは、「プリン&キャッシーのテレビ! テレビ!」(1973年~1975年)、私が制作に異動になって最初にADとして担当した公開録画番組ですが、「生」と同じ状態で制作する番組でした。だから、編集をしなければならぬ箇所があると予測して、放送枠より5分間だけ延ばして収録しますので、編集は不可欠となります。

「パペポ」でも同じ方法で5分間延ばして収録し、編集に備えました。「パペポ」は可能な限りフリートークな番組なので会話の中で起こるであろう不適切な言葉や内容(これはどんな番組でも起こりうるのではないかと思う)を編集しなければなりません。編集するとどうしても画像とか音声飛び違和感が出る。番組を違和感なく伝えるためにはどうすればいいのか、それは、そのまま放送することなんです。もし、何も問題がなければ、そのまま放送することなんです、一番流れがよくなる。

制作者側も演者側もそういう風に作ろうと思っているわけですから、そのまま流したほうが違和感なく伝わるのに、(何か問題が生じ)編集でブツブツ切ってしまうと違和感が出てしまう。ということで最大限可能な範囲は5分延長で収録する方法を取っていました。

ところで、「パペポ」の場合、番組内容のチェックは、番組プロデューサーの私、スポンサーの担当者、広告代理店の担当者の三人が収録している「パペポ」を見ながら行います。制作側のチェック項目とスポンサーのチェック項目、ポイントが当然違ってきます。そこで収録後三者ですり合わせて、ここを切る、あれを切るという話になるんです。ある程度の攻防はありましたが、合意を得て編集に入る。このことは番組のスタート前に話し合いで決めていたことなんです。

<長寿番組を支えた笑福亭鶴瓶と上岡龍太郎のコンビの妙と話芸>

岡島氏 芸人が「コンビ」「トリオ」を組んで活躍している演芸の世界では、「ボケとツッコミ」「サルとサル回し」のマッチングが評価の対象になります。これは観客を爆笑の渦に巻き込んだり、魅了したり、見て良かったと思われる大変重要な要素です。その観点に立てば「鶴瓶・上岡パペポTV」の番組中の二人は、とてもマッチングし、鶴瓶さんがしゃべる世間話、昔の学校の友達、新幹線の中、仕事場の話などなど話題は多く、話を盛り上げる技は素晴らしい。そして、鶴瓶さんのウソか、ホントウか分からない、ホントウか、ウソか分からない話に上岡さんは上手に乗っかって、理路整然としたしゃべくりで、視聴者の知的好奇心をくすぐりながら引っ張っていく、まさしく話芸の激突です。また、鶴瓶さんの話は常に新しいのです。視聴者は毎回、新番組を見ているようだと思う内容になっていたと思います。

—— 視聴者はよくついて行きましたね。ずっと。

岡島氏 見たよという話は今でも時々聞きますね。当時の視聴者は高校生から大学生が中心だったと思いますが、実はこの番組は夜の巷で話題になったのです。仕事を終えて家に帰っても見る番組がなかったのでしょうか、「パペポ」が深夜の遅い番組だったので凄く話題になりました。そこから東京へ飛び火し、東京の芸人たちがもの凄く面白がってくれて、大阪でこんな番組あるよと、関西以外でも番組の知名度が上がり、「パペポ」は15～20局のネット番組（VTR）となって、全国に広がっていきました。

—— 結果的には、ギャラクシー賞の選奨をもらっちゃいます。良かったですね。

岡島氏 「鶴瓶・上岡パペポTV」がギャラクシー賞選奨をいただいたのは大変うれしいことです。

<激戦夕方ゾーンへ「ざまあ KANKAN!」で挑戦>

—— さて、1988年10月から1990年10月まで平日17時～18時の帯番組で、「ざまあ KANKAN!」というとても変わった番組です。

関西では若者をターゲットにした夕方の番組が次々と生まれていた。読売テレビは後発で、松竹芸能から森脇健児さんと山田雅人さんで何か出来ないかという誘いがあった。上司の広田基さんから岡島さんに話があって、岡島プロデューサーはどうされたのですか。

岡島氏 そのとき、「11PM」のチーフプロデューサーとして、番組制作をし、ディレクターはやっていなかったんですが、「パペポ」が始まって1年後、今度は月～金の帯番組「ざまあ KANKAN!」が始まることになるんですね。

僕も三つ目の番組ですから、正直これ以上はというのはありました。夕方5時台というのは、関西テレビも毎日放送もすでにスタートし、頑張っているのは知っていますので、後発の不利を承知で、それでは試しに森脇と山田で単発番組を作らせてほしいと言いました。「スターはどっちだ」という番組を土曜日の午後の時間帯で企画、クイズをやったり、体操をやったり、どこまで出来るかという挑戦する番組なんです。森脇も山田もラジオには出演していたのですが、まだレギュラーでテレビに出ていないタレントで、松竹芸能としては若手の代表格でした。

その単発番組で視聴率が12～13%取れたんです。単発で、土曜日で、これはひょ

っとしたらと思って「ざまあ KANKAN!」の仕掛けに入るんです。その仕掛けに入ったとき、テレビですから、まず彼らの姿勢を正すことから始めました。ラジオと違って、ちゃんと立ってしゃべるにはどうしたら良いか。視聴者から来たハガキを読むのも、カメラを前にして、こうやって読むという姿勢を手始めに 2 か月特訓したんです。

単発番組の「スターはどっちだ」が終わってから、視聴率が良かったので、やりましょうということになって 2 か月間、そういう特訓をして番組は 10 月にスタートするんです。だから最初は、視聴者からのハガキを読むことだけに専念させました。視聴率的にはあまりよくなかったですね。視聴者からのハガキをネタに二人でトークするという番組でした。そこでいろいろ仕掛けがあるんですが。

新番組「ざまあ KANKAN!」立ち上げに関して、「他を圧倒し勝つためには、ただただ元気で、二人を人気者スターにすること」をコンセプトに番組構成を考えました。そして、番組予算を他番組の 1.5 倍を得て、スタジオセットを超豪華にした結果、成功の要因にもなったのです。

内容の一部としては、読売テレビ第 2 スタジオに高校生をメインにお客さんをいれ、森脇健児が観客に対し、「オッケー」「ラジャー」の掛け合いで盛り上げるなど「ライブ感」を演出し、当時のローカル番組としては珍しく全てステレオ放送していました。トーク中も常に洋楽を流すなど、全体としてラジオ番組的なテイストを醸し出していました。ちなみに BGM は、アメリカの音楽雑誌「ビルボード」の「HOT100」にランクイン中のアルバムの中から番組の雰囲気合った曲を選曲して使用していました。

開始当初は、視聴者から送られてきた「ハガキを全て読む」ということだけに徹底した番組内容でしたが、次第に「コーナー企画」がメインとなる構成に変わっていききました。特に 2 年目に入ってから「曜日別に」特色のある企画が並ぶというオーソドックスな形態のバラエティー「帯番組」に落ち着いたのです。

すでに毎日放送は午後 4 時からダウンタウンの「4 時ですよーだ」が始まっている。勢いのある番組でした。関西テレビは「KEI-SHU 5」が先行していましたので、後発でどうすれば勝つかということが求められていました。

——— 予算の 5 割アップをスタジオセットに使おうという発想はどこからですか。それは「ざまあ KANKAN!」ですか。

岡島氏 「ざまあ」じゃないんです。“ざまあ見ろです”よ。

「ざまあ KANKAN!」の名付け親は広田基さんです。“ざまあ見ろ”と言うのは、裏番組を見たうえで“ざまあ見ろ”的なことがあったんだと思うんですが。森脇健児も山田雅人も、テレビではほとんど新人ですから、この二人で勝つために

はどうすればいいか。そこで「元気」と「スター」がコンセプトになったんです。これ以外、何もないんです。彼らが人気者になったらいいと。二人をメインに、周りを固める。この時間帯で、こんなセットを組めるわけがないのに組んでいる。何者やみたいなことを、業界も、視聴者にも分かってほしい、これが一つ、僕の頭の中にありました。

—— 「ざまぁ KANKAN!」を引き受けるに当たって)期限付きでおやりになったとか。

岡島氏 これは月～金のベルト番組。僕に与えられた社員スタッフは 5 人です。これでは週 5 日間、毎日 1 時間番組は制作出来ませんね。その当時、各局が大手のプロダクションのスタッフを使っていたので、頼んでもスタッフが集まらないんです。読売テレビの中でも、こんな寄せ集めでいいのかという批判の声もありましたが、何とか 30 人ぐらい集めました。社員スタッフは僕を入れて 6 人。それに関連プロダクションを新しく作らせたところもありました。その中で育ててくれたスタッフが何人もいますが。

—— 何か^{げき}檄を飛ばされたそうですね。2 年間で走るぞと。

岡島氏 それはね、「11PM」から一緒に仕事をしてきたプロデューサーを含めて、社員 6 人は 2 年間、思いっきり走ると。2 年間限定の企画書を提案したんです。

—— 思いっきり走りましたか。

岡島氏 思いっきり走りました。正直言って、「11PM」は CP(チーフプロデューサー)、大阪で制作する火曜日と木曜日は付きっ切り。週 1 回は「パペポ」がありますね。それに月～金のベルトで「ざまぁ KANKAN!」と三つの番組が重なった時期がありました。(総指揮という立場でしたので)放送中はモニターの前で 1 週間座りっぱなしという状況が「ざまぁ KANKAN!」が終わるまで続きました。

—— 「ざまぁ KANKAN!」をひと言で表すと、岡島さんは「ワーキヤーの世界を作り出した」というふうにおっしゃっています。面白い表現だなと思うんです。

岡島氏 スタジオに女子学生を中心に集めて、この二人、森脇と山田をアイドル化したかったんですね。放送中、スタジオには常に洋楽をかけています。これはプロデューサーの持ち味で、アメリカの音楽雑誌「ビルボード」で紹介されるアルバムの中から曲を選びずっと流しているんです。如何に格好よく見せるかという演出ですね。二

人をスターにしない限り、先発の毎日放送や関西テレビに勝てないだろうと思ったんです。どうやって女子高生に「ワーキヤー」を言ってもらえるかということが、勝つための手法として大前提でした。

—— 結果的には、「ワーキヤー」になったわけですね。

岡島氏 「ワーキヤー」になりましたね。森脇と山田に2年間走り続けたら、大阪城ホールでコンサートをやろうと条件を付けていました。そして彼らも走り切って、最後の放送、金曜日に大阪城ホールでコンサートを開きました。入場券は全部売り切れしました。あの大阪城ホールがいっぱいに埋まりましたから。(これは凄いですね)。ホールにセットを組んでいますから、1万人弱集まりましたかね。(ソールドアウトは凄いですね)。このときも、松竹芸能と読売テレビが組んでやったんですが、画面は大阪城ホールからスタジオに戻ってフィナーレでした。

—— 「パペポ」のときもスタジオにお客さんが入っている。「ざまあ KAN」のときもお客さんが入っています。こういった公開型の番組がお好きなんですか。

<裏方の照明セクションから制作局ディレクターへ>

岡島氏 僕が番組制作に携わったのは、読売テレビ音楽課音楽班。もちろん音楽に精通されている方ばかりのセクションに配属されました。僕は、実は読売テレビには照明で入ったんです。

—— もともと照明をやっておられたんですか。

岡島氏 照明をやりながら、いろんな番組に関わっていくのです。それで異動願いを出したら音楽課に配属されました。そこは音楽を中心にしたバラエティー番組を制作するセクションでした。もちろん公開放送の全盛時代でしたから、各局ともいろんなところから公開放送をしていましたね。忙しいときにはヘッドフォーンを片手に週三日、あちこち回っていました。そういう経験もありますので、お客さんを扱うということは、失敗もありましたが、割と好きなんです。公開放送というのは(お客さんの)反応がすぐ見えるんですね。だから、市民会館とか、何かでミキサーによく注文を出したのは、「拍手」をもっとクリアにということ。制作者側からすると、大変必要な“音”であり、番組を盛り上げる要素の一つなんです。ミキサーは嫌がりますが、マイクの本数を増やしてほしいと要求したことがあります。そういうことで公開番組では客席の反応を重

視するような演出を心がけました。大きな拍手のときは、大きな拍手を画面に入れたくないじゃないですか。僕の制作人生の中で「11PM」を除くと、ほとんどが「音楽バラエティー」番組の制作なんです。

—— 最初、ディレクターとして担当した番組は何ですか。

岡島氏 これは、「プリン&キャッシーのテレビ！テレビ！」の中のコーナー企画でしたが、「パクパクコンテスト」。人気が出てきて独立した企画なんです。収録してすぐ編集、そして放送するという仕事なんです。生放送に近い番組の収録方法では、5分長く録画するという経験が、「鶴瓶・上岡パペポ TV」の制作にも大いに役立ちました。

—— 照明をやっておられて、ディレクターをやりたいなと思われたのはどうしてなんですか。

岡島氏 “作る”という場所においては、照明でも、カメラマンでも、ミキサーでも、美術でも一緒なんです。照明というのは、割と番組作りを客観的に見られるポジションにあります。あるディレクターの注文とか、番組の趣旨とかいろいろ聞いて、照明をセッティングしたら、あとオペレーターに任せて客観的に現場を見ている、そういう立場で番組全体を見ることが出来る。そうするといろんなことが見えてくるんです。ディレクターもこうしたほうがいいのと違うとか。あそこはこうすれば、すんなりいくのにとか、課題がいっぱい見えてくるんです。それを解決するためにどうすればいいかといえ、自分がディレクターになるしかないと思って、異動をお願いしたところ、音楽課に行くことになったんです。

—— 念願のディレクターへの道が開かれてどうでしたか。

岡島氏 僕ら裏方の人間が、よく言われたのは「裏方を裏切るなよ」と。美術も、音声も、照明も、カメラも、舞台の世界で言えば、裏方になりますね。そういう世界で仕事をしてきたお前が、ディレクターになるのだから俺らを裏切るなよとしつこく言われました。だから僕が一番好きだったのは舞台監督なんです。「ブタカン」をやりたいと言って制作に行ったんです。「ブタカン」も最終的には演出ということになるんですが。

<「11PM」で育ったディレクター、プロデューサー>

—— 「11PM」のCPをやっておられたと伺いましたが、読売テレビのディレクターの

中では「11PM」というのは特別なものなんですか。

岡島氏 「11PM」というのは、先輩方も含めてプロデューサー、ディレクターの関係が非常に強いんです。企画提案から、プロデュース作業・ディレクションまで全部一人ですというのが「大阪 11PM」の特徴なんです。東京の「11PM」のPDシステムは大阪とは異なります。

例えば10人いたら、十色の「11PM」が放送される。全部PD(プロデューサー・ディレクター)なんです。毎週、自分のやりたいことを企画提案する。上司から、「それならやれ」と指示が出る、そしてスケジュール表に載せられる。仮タイトルなんですけど、何月何日、企画〇〇。それで交渉を始め、取材にかかるわけですから、テレビマンとして一番自分を発揮できる場所なんです。

そこでもの作りには、どこまで独り善がりになっていいものか、さらに傲慢とか、謙虚さとかいった言葉が出てくるんですが、この話は時間があれば後から。

「11PM」とは「裏文化」だとずーと言われてきたが、僕は一度も言った覚えがないんです。「表」とも、「裏」とも言った覚えがない。世間がそういうふうに言ってくれただけのことなんです。

—— 「11PM」ではどんな番組を作られたんですか。

岡島氏 一番覚えているのが、キッチンドリinker。あの当時、女性が家庭の中で酒におぼれて病気になるキッチンドリinkerが、もの凄く話題になりました。「11PM」には、大手洋酒会社のスポンサーが付いていましたが、僕は、社会的な意味があると思って、洋酒や日本酒のコマーシャルを出していることを承知のうえで、キッチンドリinkerをやりたいと企画提案した。ダメだと言われれば、それまでだったんですが、企画が通ったんです。

それから、もう一つは刑務所取材したときのこと。演歌の大御所、作曲家船村徹さんが、刑務所めぐりをやるんです。船村さんの取材、OKが出て、広島刑務所の講堂に何百人いたかな。彼が、ギター一本で「別れの一本杉」を歌うと、猛者連中が肩をわなわなと震わせ、嗚咽がもれる。そんなシーンが撮れました。和歌山の女囚のときもそうでしたが、ちょっとドキュメントっぽいものを何本か作りました。

—— ディレクター、プロデューサーの岡島さんが、照明からテレビ番組を作る側になって、心がけたことはどんなことですか。

<先輩から学んだこと「半歩先を歩け」>

岡島氏 先輩からのメッセージ、先輩から学んだこと、私自身がこうあるべきだと思ったこ

とを、五つ六つ箇条書きにしてみました。

一つは「ウソをつかない」。これはどんなことがあっても、ウソであってはいけない。多少の誇張があったかもしれませんが、ウソはつかない。

それから、「自分自身の好奇心をどうやったら発揮できるか」ということ。出来たら、範囲を広げて見るという癖を付けるということですね。どれだけ勉強したかではなく、見ることが出来る幅を意識して広げる、もちろん好奇心にもつながるんです。これは常に言われていたことなんですが、「半歩先を歩け」と。テレビの場合、一歩先は進み過ぎて支持されない。半歩先を見よ。これは先輩からの言い伝えです。それに似た言葉で、隙間をねらえとか。自分の持っているオリジナリティーをどう発揮するかとか。そういうことにつながると思うんですが、半歩先を見るというのは、よく先輩から言われましたね。「11PM」をやっているときは、一歩先は進み過ぎや、見てくれない。ひょっとしたら、面白くなるかもしれない。これが僕の先輩に教わったことです。

——— でも、半歩先というのは、難しいですね。一歩は何となく分かるような気がしますけれど。

岡島氏 難しいです。どこが半歩なのか分かりません。ただ自分が半歩先だと思わざるを得ないんです。半歩先がここやと思ってやっても分かりません。自分が半歩先だと思わんとしょうがないですね。

——— 最近のテレビについてどんなご感想を。

岡島氏 今のテレビはスーパー表示が多すぎませんか。どのテレビでも人のしゃべることを全部と言っていいほど文字をスーパー表示している。僕らのときはよく怒られたんですが、何のためにスーパーするのかと。なぜ文字を入れないと伝わらないのかと。テレビだけじゃなく、芝居、歌舞伎の世界でも「間」とか「きっかけ」とか非常に大事にする。テレビだから、文字スーパー、音楽、効果音も必要だが、なぜ、今、それを入れるのか、考えてほしいと思います。

【注】岡島氏がまとめた資料より

番組は、「間」「きっかけ」（音楽・台詞・文字スーパー・効果音など）の使い方
に留意しながら、リズム、テンポを意識して違和感なく伝えること。

例外として、あえて「違和感を創り出す」手法もあるが、使い方に注意。

先ほどちょっと触れた作り手と視聴者の関係ですが、人間の持つ「傲慢さ」と「謙虚さ」、それから「主観」と「客観」とか、その兼ね合いが難しい。僕は 8 対 2。

傲慢が入り過ぎると誰も見てくれない。(制作者の)主観が入り過ぎると誰も見てくれない。客観性も、迎合性も受け入れる努力がないと。それを8対2と自分で勝手に配分して番組を作ってきたつもりです。

—— 謙虚さが2割ではなくて、傲慢が2割、謙虚さが8割。

岡島氏 そして主観が2割、客観が8割。誰が見てもそうですねとってもらえるほうが、テレビはいいですね。ただし、自分の言いたいことをちょっとだけ言わせてくださいねという気持ちを入れておかないと番組は死んでしまいますので。ちょっとだけ言わせてちょうだい。ここだけは言うておくよというのを、入れるよう意識していますね。

—— それが岡島さん流の言葉で言うと傲慢が2割と言うことですかね。でもどうなんでしょうか。俺はこれ見てほしいんだ。こうやりたいんだ。みたいなディレクターは結構、いますね。

岡島氏 番組を作っている人間は100%そうですよ。とってその気持ちを表に出して言うわけではありませんし、番組によってはその割合が2割から3割になるかもしれません。逆転する場合だってあるでしょう。それはテーマによりますけれど。僕の思っているのは、独り善がり、自画自賛というのはテレビには必要ないのではないのでしょうか。

—— 視聴者目線ということをよく考えておられたと伺っていましたが。

岡島氏 決してそれは、迎合ではなくて、視聴者がどう見ているかというのを、マーケティングの人たちとよく話をしていました。時代背景とか、今どきの若者の意識とかを知ったうえで番組を作るのと、そういうことを知らないで、自分の言いたいことだけを言って作る場合とでは(やはり出来上がった作品に違いが出る)。テレビは、大衆芸能だから、マスメディアだから、より多くの人が見てくれて、なんぼの話で、一部地域の人だけ見ているのはテレビじゃないとずっと思っていましたので、視聴者が増えるのであれば、それでよしと、番組作りの中では考えていました。

—— 照明の仕事からディレクター、プロデューサーをやられ、いろんな番組を作られて、どうですか。自分の思っている仕事と言いますか、今、流行りの言葉で達成感みた

いなものはおありですか。

岡島氏 達成感ですか。やり残したほうが多いですね。「11PM」でもっと地道な制作をしたかったですね。バラエティーというのは、制作に移ってから延々とやり過ぎました。「11PM」の制作スタッフとして10年在籍したんですが、ディレクターとして仕事をしていたのが、5年に満たない、3年ぐらいでしたか。あとはプロデューサー、CP（チーフプロデューサー）とかで、自分で企画を立て、番組を作ったりする機会がやっぱり少なかったですね。僕における「11PM」というのは、中途半端で終わっているの、やり残したことがありますね。
藤本義一さんが亡くなる前に、酒を飲みながら「もう一回やろうよ、『11PM』でないかもしれないが、もういっぺん、僕らで何か作ろうよ」という話で盛り上がったときがあったんです。あの人もそういう人でした。

—— 先ほどもお話いただきましたが、どんな番組を見ておられますか。

岡島氏 ほとんど一般的なテレビは見ていません。「なんでも鑑定団」（テレビ東京系）とか、テレビ大阪の旅ものをよく見ていますね。それからBSの昔のドラマ、民放ではニュースとかスポーツとか。私も一応阪神ファンの一人ですから。ふがいなさを嘆きながら、ずっと見ています。75歳になりますが、今のテレビには見るべきものはないですね。みんな同じに見えますね。オリジナリティーが全くない。

—— 先ほど話題になりました最近のテレビ画面の煩雑さ、どんな評価をお持ちですか。

岡島氏 スタジオに出演している自分たちだけで喜んでいる番組が多すぎると思いませんか。こういった伝え方は僕らの時代には禁じられていましたね。
客観的な目線でモノを作って、お客さんが笑ってくれるのを予想しながら、僕らは作っていたはずです。それをあれだけ画面の中（スタジオにいる出演者だけ）で笑われたら、こちらは白けるしかないと思います。年寄りかもしれませんが。
インターネットによるテレビ離れが言われていますが、その中であれだけ“内向き番組”を作っていたら、ディレクターは何をしているのかと思いたくなりますね。
そう思いませんか。スタジオの中で全部バカ笑いしていますよ。
視聴者に笑いを伝えるという作業を誰もしていないのではないかと思いたくなりますね

—— ということで今回、まだ、現役のディレクターの香りが残っている読売テレビの元プロデューサー岡島英次さんにお話を伺ってまいりました。

<「読売テレビは長屋やな いろんなやつがいる～藤本義一の言葉」>

岡島氏 「11PM」は25年間、大阪は最初から最後まで司会は藤本義一さんでした。

その藤本義一さんが僕らに向かって

「読売テレビというのは、長屋やなど。棟割長屋、昔の江戸時代の長屋。いろんなやつが住んでるな。いろんな考え方をもってるやつや。いろんなことが出来るな。

俺はそこがおもしろいと思ってんねんけど」

この精神を「11PM」の人間が受け継いで、そのDNAというものが、今、読売テレビの中で残っているとうれしいなど。長屋的な感覚をもって、いろんなことにチャレンジするというのは、藤本義一さんが遺してくれた言葉の中で一番印象に残っている。番組作りにその精神が生かされれば、いいなと思っています。

——— 自分を抑えるというお話をされたんですが、マスメディアをかなり意識した発言かなと思ったんですが。それと最近、周囲を気にしながら番組を作っている人が多いと聞きます。その点について。

岡島氏 コンプライアンスが利きすぎた部分があるのと違いますか。テレビ局が会社になってしまった。昔はもうちょっと自由闊達というか、一人の制作者の考え方がもっと尊重された時代でしたね。僕はそういうときに育ってきましたが、今は、会社が組織ぐるみでいろいろ言うてくる。それこそ自由闊達には作れなくなります。制作者も委縮していますね。だからまね事が多くなっていくんです。みんなと同じことをやっていたら大丈夫。そこから外れたら、危険やという、こういう発想につながっていくのではないか。独自性というものが、どうすれば出せるか。頭の中にはいっぱいあるはずなのに、出てこないのは、組織が悪いんだと思っています。

——— 視聴者を意識しながら、笑いを届ける、そういうお話が出てきているんですが、かつて現場で接した視聴者と最近の視聴者とでは、テレビに求めているものは違うのでしょうか。やっぱり一緒でしょうか。

岡島氏 そんなに変わっていないと思います。テレビの作り方、出し方の問題だと思います。視聴者の求めているものは、そんなに、ころりと変わったと思えません。ただ、インターネットの普及がありますので、(情報を得るために)インターネットで十分やという人も多くなりました。その分テレビを見る人が少なくなった。これも現実ですね。だけど、テレビを見る人の意識というのは、そんなに変わるわけがないとずっと思っています。ただ、見たいものを見せてくれない。だとすれば、

どっちが悪いねんという話になるんだと思うんです。見たいけれど、見るものがない。送り手側が、こんなんどうやろと一つも言わないですね。昔はこれどうやろ、これアカンか、次これどうやねん。という話が各局の制作者にあったと思うんです。しかし、出てくるものが、みんな同じだったら、どうなんでしょう。視聴者の考え方、求めているもの、好みといったものはそんなに変わっていない。作り手側に問題があると思いますね。ネタは違いますが、ひな壇にタレントを並ばせて、やっていることはみんな一緒やと思いませんか。

先ほども言いましたが、テレビジョンというのは、迎合するわけでもないんですが、違和感を伝えるべきではないと思っています。画面いっぱいにあふれるスーパー。違和感なく出てくるのであれば、問題はないですよ。僕の見er範囲では、違和感としか思えない出し方がいっぱいあるということですね。

数年前からずっとラジオを聞いていることが多いですね。昔からラジオの好きな人っています。最近ラジオが好きになりましたね。夜、ラジオを楽しんでいます。

——— この会では大勢のディレクターの方から聞き取りをさせていただきましたが、本日は締めくくりにふさわしく、また違った面をお持ちのディレクターのお話を伺うことが出来ました。と同時にまだまだ情熱をお持ちで、うらやましいなと思いました。読売テレビの元プロデューサー岡島英次さんでした。

さて、約1年10か月にわたり、関西の歴史的な番組担当者への聞き取りをしてみました。今日で予定しておりました51人の方全員からお話を伺うことが出来ました。ご協力いただきありがとうございました。

今回で37回目を迎えましたメディアウオッチングの例会は、いったんお休みさせていただき、聞き取り原稿を出版用に編集する作業に入ります。今年中には本が完成する予定です。お楽しみに。

以上