北海道銀杏会　第３５回講演会

日時　2019 年 10 月 30 日(水)　18 時 30 分～20 時 20 分
場所　ホテルサンルート札幌　3 階　「宗谷」
講師　日本放送協会札幌拠点放送局　　局長　若泉　久朗　　様

本日は、日本放送協会札幌拠点放送局の若泉局長を講師にお迎えし、「『なつぞら』と朝ドラの戦略」と題してご講演いただきました。

若泉局長は小さな頃からお父様に映画によく連れて行ってもらい、その影響で映画制作を志されました。東大卒業時には就職先として日活を訪問したところ、先方の人事担当者から諭されたこともあったそうです。日本放送協会入社後はほぼ一貫してドラマ制作に携わってこられました。

講演は、まず記憶に新しい『なつぞら』を振り返り、次に朝ドラの歴史をたどり、そして朝ドラの視聴者を分析し、締めくくりに高い視聴率を維持している朝ドラの戦略をお話になりました。そのあとには、『なつぞら』の撮影風景の写真や舞台裏のエピソードなども披露され、この講演でなければ聴くことができなかったと思われる大変興味深い内容でした。

ご講演いただきました若泉局長と参加された会員の皆様に厚くお礼申し上げます。

**１．『なつぞら』の振り返り**

（１）講師が制作局長時代に朝ドラ１００作目として検討されました。主演「広瀬すず」、脚本「大森寿美男」は早々に決定し、広瀬すずのスケジュールの関係で十勝ロケを前倒しで進めました。

（２）放送前から期待は高く、十勝毎日新聞では経済効果９５億円との記事もありました。実際に放送が始まると予想通り好調で、関東地方の平均視聴率 21.0%、最高視聴率 23.8%、総合視聴率 26.8%と大好評でした。

**２．朝ドラの歴史**

（１）新聞の連載小説をテレビで放送するかたちで昭和３６年にスタート。当初は文芸ものであったが、第６作「おはなはん」が大ヒットし、現在の原型となった。

（２）第１５作目から、それまでの年１作が年２作に変更。そして、第３１作「おしん」が驚異の視聴率６０%。全国民が見たと言っていい作品です。「おしん」は世界７０カ国に配信され、人種、宗教関係なく、貧しく困難な中でも決して諦めない姿が世界中の共感を呼んだ。

（３）若泉局長は、入社間もない頃からチーフプロデューサーまでの間に、朝ドラ５作品に携わられました。公共放送であるとは言え、多額の制作費を投入することもあり、視聴率のプレッシャーは相当のものです。会社に行きたくなくなることもあったそうです。

（４）視聴率は「おしん」以降は徐々に下がり、第６９作「てるてる家族」で２０%を切りました。さらに低迷する視聴率に朝ドラ不要論まで出るなかで、第８２作「ゲゲゲの女房」で奇跡の大反転。ここに朝ドラの戦略（＝勝利の方程式）がありました。

## ３．視聴者の分析

（１）朝ドラの戦略の前に、視聴者の傾向分析です。女性６割、男性４割。６０歳以上が半分。視聴時間は朝８時が半分、録画その他で半分。毎朝のいいリズムとして定着し、健全・爽やか・明るいとのイメージ。

（２）最近はＳＮＳの影響も大きい。第８８作「あまちゃん」がその典型。ツイッターで視聴者のつながりができ、「じぇじぇじぇ」は流行語大賞にもなった。

## ４．朝ドラの戦略

（１）朝ドラをホームドラマと明確に位置づけた。

貧しいが夢がある。大家族がちゃぶ台に集まる時代として、昭和を舞台にする。

（２）放送時間の変更。

それまでから１５分早めて、８時００分に放送。その後番組の朝イチで余韻を楽しめるようにした。報道番組ではこうはいかない。

（３）若手イケメンの抜擢。

女性プロデューサーが台頭。視聴者の６割が女性であり、当然と言えば当然。

## ５．その他

（１）コンピューターグラフィックを含めた撮影技術は大変進歩している。例えば、実際の牛は全て識別の耳輪をしているが、ＣＧで消している。曇りの日に撮影しても、十勝晴れに修正。舞台に作った農家屋敷も、実際に十勝でロケをしたように見せるなど。

（２）朝ドラの戦略（＝勝利の方程式）もいつまでも受け入れられるものでもない。時代の変化とともにいつかは見直しが必要になると、内心ビクビクしている。

（文責　渡辺知博）