

《2005年1月例会報告》

【日 時】2005年1月13日（木）19:00～21:00（～2:00まで「ルン」）

【会 場】筑波大学附属高校体育館1階ミーティングルーム

【テーマ】「サッカーTV」活用法を考える

【演 者】葉梨忠男（日経放送メディア）

【参加者（会員）】上間匠（東京大学大学院） 岸卓巨（中央大学1年） 大橋二郎（大東文化大学）
竹中茂雄（ネクストコミュニティ@キャプテン） 田中理恵（(株)日本能率協会総合研究所） 中塚
義実（筑波大学附属高校） 長谷川雅久（立教大学2年） 葉梨忠男（日経放送メディア） 本多克
己（(株)クラブハウス） 宮崎雄司（サッカーマニア編集長）

【参加者（未会員）】安田祐太郎（慶應義塾大学3年）

【2次会のみ参加者】村林裕（FC東京） 両角晶仁（toto）

【報告書作成】安田祐太郎

注）参加者は、所属や肩書きを離れた個人の責任でこの会に参加しています。括弧内の肩書きはあくまでもコミュニケーションを促進するため便宜的に書き記したものであり、参加者の立場を規定するものではありません。

サッカーTV活用法を考える

葉梨忠男（日経放送メディア）

<目次>

- I. はじめに
- II. BSデジタル放送について
- III. サッカーTVの概要①
- IV. ディスカッション①
- V. サッカーTVの概要②
- VI. ディスカッション②
 1. JFA・Jリーグとの関係
 2. サロンが何を発信できるか①ー“クラブ探訪”
 3. BSデジタル放送の特徴をどう活かすか
 4. 人材の育成
 5. サロンが何を発信できるか②ー日本サッカーの歴史
 6. サロンが何を発信できるか③ー往年の名選手・名プレー
 7. サロンの今後との関係で
 8. サロンが何を発信できるか④ーフットサル
 9. 現時点での案
 10. まとめ

I. はじめに

放送の多チャンネル化が進む今日、コンテンツが不足している。

そこでかつてテレビ東京で放映していた「サッカーTV」という番組を拡大して、BS デジタルで放送することが決定した。

2時間という放送枠の中で様々なものを詰め込み、いろんなことを表現していきたい。

また、サロンの活動や方向性は、今までどのメディアにも扱われることがなかった。サロンのコーナーを思い切って創り、もっと表に出してもいいのではないかな。

II. BS デジタル放送について

5年前に始まった BS デジタル放送は、デジタル専用チューナーの不足で普及が進んでいない。2004年 12 月末現在、視聴可能世帯は 765 万世帯。この数字には電波で受信できる世帯とケーブルTV を経由して視聴できる世帯が含まれている。

この数字が 1000 万を超えると、かなりの普及率といえる。

そして現在、2011 年の地上波のデジタル化による、BS デジタル放送視聴可能世帯の爆発的な伸びが期待されている。

2011 年には、現在の TV チューナーでは TV が見られなくなり、新しいチューナーによって地上波デジタル、BS デジタル、CS110 度デジタル（現在の CS よりもはるかに鮮明）が視聴可能となる。

またデジタル放送の強みとして、データ放送が挙げられる。デジタル放送だと周波数帯域が余るため、鮮明な画像を送りつつ、データ放送や携帯電話を介した放送を行うことができる。現在、BS デジタルでは、データ放送で双方向通信をいくつかの番組で行っている。

さらに、現在の画質レベルのままであれば、同時に 3 チャンネル放送することができる。例えばサッカーで言えばセンターカメラ、寄りのカメラ、ゴール裏のカメラといった風に。

以上のように、スイッチを押せば誰でも好きなように見えるチャンネルではないが、もうすぐ 1000 万世帯が視聴可能となるメディアを用いての番組であるということが大前提となってくる。

III. サッカーTV の概要①

3 月 3 日から毎週木曜 21 : 00 ~ 23 : 00 の 2 時間番組

司会 : 川平慈英 久保田光彦

解説 : 固定せず、その時々話題となった人が出演する。

その他、女性アナウンサー、レポーターを起用。

制作 : BS ジャパンと J リーグ映像の共同制作。そのため自由に J リーグ映像の保有する映像を使用可能。サッカー協会と J リーグの公認番組となる。

IV. ディスカッション①

上間 : 地上波はどれくらいの人が見ているのか。

葉梨 : 全世帯数の 99%。民放で 99、NHK は法律上 100 じゃないといけない。

安田 : デジタル放送の 765 万という数字は、全世帯数の何%位なのか。

葉梨 : 18%くらい。

中塚 : BS デジタルを見られる環境にいる人でも、ほとんどが見ていない。

葉梨 : それには理由がある。民放は商業放送だから、簡単に言えば CM で稼いだお金で番組を作るという仕組み。CS や WOWOW は視聴料の範囲内で番組を作るという大きな違いがある。BS デジタルはどちらかというと広告放送モデル。

世の中の広告にかける費用は、ここ 20 年間それほど変動していない。そこに新しいメディアとして BS デジタルが参入した。しかも世帯数が普及していない。BS デジタルは視聴率が出せない世帯数なので、商業放送が成り立たず、お金をかけてコンテンツを作ることができないのが現状。そのため BS の各局が苦しみながらキープしている。BS ジャパンは親会社が日経なので、経済とクオリティーのイメージで安く番組を作ったり、供給したりして放送している。

サッカーTV は、現時点で視聴可能な方がサッカーファンであれば、おそらく見てもらえる。それに、地上波ほど視聴率を意識したものでなくて良い。逆に、視聴率 10%を取ろうとすると、サッカーファンにはつまらない内容になってしまう。

BS はクオリティーを求められている。サッカー的に見てクオリティーが高いかどうか。かつて深夜番組だった時、視聴率と中身のバランスをとることが問題だった。今回に関しては、かなりサッカーに傾倒して制作してよい。

中塚：2011 年に今のテレビが見られなくなるのは確定であって、各社経営が苦しくても BS デジタルにしがみついているのは、2011 年があるからなのか。

葉梨：その時には少なくとも、みなチャンネルは合わせる。一つのリモコンで地上波も BS も CS もすべて見られる。そういったことがあるから各局我慢している。

今の地上波が全国全てに届くわけではない。最大のネットワークを持つ日テレでも、直接電波を飛ばせるのは関東のみ。ネットワークを全国で持つには莫大な経費がかかる。ところが衛星を飛ばすことにより、はるかに効率的に全国ネットを展開できるようになる。将来的には全国ネットの番組は全て BS でやった方がいいとも考えられている。

上間：地方局はどうなるのか。

葉梨：BS の普及により地方局の経営が相当苦しくなる。それを防ぐために、経営合併はしないまでも、地方が協力することが可能となった。現在総務省が解決策を模索している。とはいえ、バランスの問題で、各キー局がいきなりローカルを手放せるわけでもなく、BS に全国に移行するにしても、2011 年から緩やかに進んでいくであろう。

V. サッカーTV の概要②

現在確定しているコーナーは次の通り

1) J1、J2 の全試合を長尺で放送する。その中でも 2、3 試合は長く放送する。

ただ予算の問題もあり、多少画のばらつきなどの違いも出てくる。

また監督会見を流したりもする。事前取材なども行う。

2) インタビューもの

湯浅健二氏による監督(J1、J2、ジーコ監督など)へのインタビュー。

クラブの裏方さん(広報、総務など)へのインタビューも行う。

3) サッカーTV EYE

戦術分析用の収録方法を用いて撮った映像を使って、瀧井敏郎氏による戦術分析を行う。

※監督へのインタビュー、サッカーTV EYE に関しては、DVD や書籍など多メディアに展開する予定。以前、「ペネトレーション」に関して DVD 化した。今回はより広範囲にわたって DVD 化する予定。

VI. ディスカッション②

1. JFA・Jリーグとの関係

葉梨：こういった中で、サロンがこういったことを発信できるのか。そこを今回の議題として取り上げていきたい。

協会・Jリーグからは、今まで他のメディアで取り上げられなかったものをやって欲しいと言われている。例えば女子やフットサル、ユースや百年構想など。

中塚：協会・Jリーグのどこから要請が来ているのか。

葉梨：広報などから。混乱を避けるために協会・Jリーグからの話はJリーグ映像を通してもらっている。

中塚：以前「サッカーTV」を放送していた頃との違いは、協会の技術の人達が、大会ごとに「テクニカル・スタディグループ」をつくって大会の分析をし、冊子やビデオにして有資格指導者に販売していることである。サッカーTV EYE との競合に関する懸念はないのだろうか。

葉梨：その辺についてはいろいろ検討している。有資格者向けレベルのビデオとなると、さすがにBSといえども厳しい。一般の人には理解されないだろう。サッカーTV内においては、競合の話は出てきていない。サロンのコーナーを持つ場合、専門家ではなく、サッカーファンに向けて発信する、というスタンスで作る。

中塚：それには賛成。おもしろそう。

葉梨：現在、サッカー番組の作り手が人材難。本格的にサッカーを作ろうとするほど少ない。「やべっち」や「スーパーサッカー」をやる分には、テレビ屋さんを放り込めば簡単にできる。だがテレビ東京がずっと作ってきた番組はそういうレベルではない。そのためスタッフに不眠不休的な過酷な労働を強いてきてしまった。こういった問題の解決策として、学生のうちに制作の現場に入ってもらい一緒に作っていく。そういったことも今回考えている。

サッカーTV EYE は、特に、的確な戦術眼を持った人が素材を抽出するというのが絶対に必要。だがそういった人材がなかなかいないため、一人に集中して不眠不休になってしまっていた。だからこそ、この機会を通じて、知識と技術を持てば、サッカーに関わる仕事につけるかもしれない。

2. サロンが何を発信できるか①ー “クラブ探訪”

葉梨：こういったことを踏まえて、サロンとしてどのようなことを発信できるのか。

中塚：これはサッカーの専門家にも、一般向けにもなるのだが、Jクラブでも、J以外の地域クラブでもいいので“クラブ探訪”ができるといい。サッカー協会の指導者養成講習会（B級・A級）の共通科目「スポーツの社会科学」を担当している（注：中塚と仲澤眞、高橋義雄及び水上博司が担当）が、「クラブ」について、紙媒体で紹介することはできるが映像がほしい。海外のクラブの様子は、(財)日本スポーツクラブ協会がつくった97年の映像しか適当なものがない。この機会を利用して、海外版、国内版ができればと思う。

葉梨：少なくとも全国波なので、J1,J2のクラブ探訪はやらざるを得ないというところ。例えば新潟のスポンサーである亀田製菓は全国で販売しているが、全国で広告するほどのお金はない。そのため、BS デジタルは商業放送なので、こういったスポンサーにとっては買いやすい。番組についていただいたスポンサーのクラブには、一回はクラブ紹介をしなくてはいけない。それを広げて、JFLのチームを取り上げてもいいのではないかと。

本田：面白いコンテンツを作るためにサロンが何を発信できるのかということと、サロンの目的を達成するために何をここでやりたいかということがある。クラブ探訪はどちらにもつながると思う。

葉梨：サロンが何を発信すべきか、という発想のほうが良い。発想を加工するのが僕らの仕事。

本田：例えば、あまりメディアに取り上げられていないが、楽天などはファンクラブの考え方なども変えてしまった。現に辞めていった社員などもたくさんいる。こういった人にスポットを当て

ても面白いだろう。

中塚：サッカー協会の技術の人達がビデオを作っているという話をしたが、サッカーの専門家や指導者、クラブのボランティアの人達がどういった仕事をしているのか、ということを一一般の人にも発信したら面白いのではないか。大橋先生が会長をされている「日本フットボール学会」の紹介など、研究者が集まってどのようなことを論じているかも面白いのではないか。

葉梨：ホームタウンやボランティアについては、サロンではなく協会やJリーグがやるべき。それが彼らの使命。サロンらしくない。サロンでなくてもできる。研究者たちの方がいい。スポーツにおける経済論、といったコーナーについては考え中。

3. BSデジタル放送の特徴をどう活かすか

大橋：BS デジタル放送の強みとして双方向通信があるが、それを生かした特徴があるのか。

葉梨：BS の特徴としては、今までにないような鮮明な映像を見せることができること、衛星放送でありながら天候にあまり左右されないということ、双方向通信ができるということが挙げられる。

大橋：ワールドカップの時にデジタル放送で、リアルタイムにゲーム状況を送り出すということをやった。ライブ中継をしながら、同時にデータを加工して送り出した。非常に面白いもので、リアルタイムに情報を発信することに意義がある。視聴者に選択肢が与えられていた。

葉梨：それには莫大な費用がかかっていた。予算があつてないようなNHK だからこそ実現可能であった。

大橋：確かにコストは度外視してやっていた。ただその後の発展がなかったのが残念。

葉梨：BS の連中も懸念しているのが、携帯が双方向通信の主メディアになってしまっているということ。容量が小さいという問題もあるが、PC よりも携帯が主流。現在では双方向通信というと、テレビよりは携帯やPC になってしまっている。

大橋：確かにそういった経験はもうできないかもしれない。

葉梨：携帯でやるとなるとコストはかなり安い。地上波デジタルで現在盛んに議論されているのが携帯ワンセグ放送。スポーツ中継に関してかなり利用できるかもしれないので、期待されている。

大橋：携帯の情報で視聴者の視聴意欲をそそるものを配信できればいい。

葉梨：今まではHP のBBS やメールといったものを利用していた。

中塚：携帯のワンセグ放送というのは、番組内でどんな可能性があるのか。

葉梨：今のところ2時間という枠をどう埋めるかというのが問題。携帯ワンセグ放送はBS デジタルに関してはまだハードが揃っていない時期に始まったので、今からBS デジタル各局がワンセグ放送をするとすると、莫大な設備投資が必要となる。そこまでこの番組のためにはできないので、この番組では普通の携帯利用で番組と連動してやる、というレベルまで。ただそれでコーナーを作ろうとすると、通常の携帯では厳しい。

4. 人材の育成

大橋：現在、大学にスポーツ科学科というものをつくっている。スポーツコンテンツ制作演習という講義の中で、メディアとスポーツのことを実践の場で勉強させたい。制作の現場に立ち会うというのは社会勉強になる。

葉梨：そうすると放送局と学校の間で契約が必要となる。1年以内にそういった方向にしていきたい。そうすればスタッフとして使いやすい。お客さん扱いせずにする。

5. サロンが何を発信できるか②—日本サッカーの歴史

葉梨：もっと根源的な自分の欲求の中で、今は考えてもらいたい。

本田：例えば80歳の現役最年長サッカーライター、賀川浩さんのように、殿堂入りされた功労者や

名選手を日本のサッカーのために取り上げていくべきではないのか。

葉梨：日本サッカーの功労者に、金子勝彦氏がインタビューするというコーナーも企画として上がっている。

宮崎：例えば金子さんや賀川さんがサロンの会員になってもいい。テレビ東京と金子さんの関係を超えて。

本田：日本のサッカーは93年から始まったという人もいれば2002年から始まったという人もいる。そうじゃなくてその前の長沼さんの時代とかも取り上げるべきだ。

中塚：同感。先の「クラブめぐり」を横断的と捕らえるのなら、そういった縦断的なものも必要。筑波大附属高校サッカー部も80周年を迎えたが、昔の大先輩から聞けるお話というのはかけがえのない財産。歴史的なものを押えたい。

本田：人で切ってみても面白いし、時代で見ても面白い。

中塚：賀川さんの描写が豊かだから、想像できる人もいるかもしれないが、若い人には昔の様子は想像できないかもしれない。そういったことを番組と連動してつくってみても面白い。

宮崎：歴史を扱うのは本当に大事。例えば長沼さんは加茂監督の解任騒動で悪者となってしまっている。今の若者は彼の功績を知らない。日本サッカーの草創期を扱うのは本当に大事だし面白いと思う。

6. サロンが何を発信できるか③ー往年の名選手・名プレー

上間：往年のスターの、語り継がれるプレーを見たい。

安田：非常に興味があるが、そういった映像はどの程度まで使えるのか。

葉梨：Jリーグに関しては、Jリーグ映像が保有している日本サッカー協会、Jリーグがらみの権利のものであれば多少の条件付で何でも使える。

安田：過去のワールドカップのプレーはどうなるのか。

葉梨：AFCやFIFAと一つ一つ権利をクリアしなくてはならなくなる。以前は何も言われなかったが、98年に放映権が騒ぎ出されたころからうるさくなった。ただ各国リーグの古い映像であればTV東京の倉庫を探せば出てくる。だが文句を言われるのが怖くてなかなか使えない。フジテレビ739では74年ワールドカップを放送しているが、相当のお金を使ったのは間違いない。何とかしようという動きがあるので、できる範囲で使いたい。

中塚：権利を持っている人がサロンの会員になれば…。

国内であれば、釜本やネルソン吉村なども面白い。

葉梨：Jリーグ映像には古い映像が残っていないが、面白いと思う。

大橋：テレビ中継を見ているとストレスがたまることがある。それに切り込んで行きたい。

葉梨：デジタル放送のハイクオリティーさ、というものを捨てれば可能。つまり視聴者が自由に視聴できるようになる。音声に関しては副音声というものが一つの解決策といえる。一番固まりそうな層に向けて放送を作らざるをえない。ほかの局ほどは視聴率を気にしてはいないが。

安田：昔の名実況などを放送してはどうか。

葉梨：Jリーグ映像の保有する映像にはほとんど音声が含まれていない。まれに含まれていることもあるが、そうでない場合は交渉が必要となる。

竹中：TVCFで小野伸二の高校時代の映像が流れているが、スター選手の過去の映像などを流したらどうか。

葉梨：逆に古いもので、誰が映っているかわからないものであればあるほど、本人の肖像権をクリアしておく必要がある。そのため逆に費用がかかる場合もある。試合の中継放送であれば個人個人の肖像権はクリアされているため、問題ない。

98年にクライフのインタビューをした時に少年時代の映像を使おうとしたが、多額の費用

を要求された。

中塚：いろいろアイデアが出てきた。

葉梨：3月3日放送開始だが、それに間に合わせようとする必要はない。

7. サロンの今後との関係で

中塚：サロンの今後という話題は毎年この時期に出るが、何らかの機関と業務提携するようなことがあると、またまた「法人格」を取得するべきではという話になるかもしれない。今までサロンではいい話がたくさん出てきているが、「シュートの打ち所がない」という問題点も指摘されてきた。この機会に、サロンの今後も含めて話し合いたい。

葉梨：組織を作って物事を進めるか、物事を作りながら組織を作るかである。僕は今日ものごとを投げ込んだ。それを進めていけたら、サロンの的にもいいことだと思う。

中塚：いくつかのアイデアは今すぐにもできる。取材などは経費がかかるが。

葉梨：サロンのように学生に頼むというのはどうなのか。番組をただ手伝ってもらうのではなく、いろんな意味でのスタッフをやるという目的を学生に持たせてはどうか。サロンのコーナー作り。こちらスタッフ的に助かる。

大橋：それはいい。活動に賛同するかということがある。単に関わるのではなく、もう一つ中身に踏み込んでいかななくてはならない。

葉梨：会員になっていて、賛同してくれていけば問題ない。

大橋：そのステップは自然であっていいと思う。

中塚：3月3日に放送するというコンテンツは作り始めるべきなのか。

葉梨：まだ大丈夫。キャンプと2月9日までの代表の話になる。

中塚：世界のサッカーの情報はどうなるのか。

葉梨：まだわからない。基本は日本サッカーでいく。

大橋：「世界のサッカー」はFIFAでやっているのか。

葉梨：TWIというイギリスの会社が作っていて、NHKBSとCSが放送している。

8. サロンが何を発信できるか④フットサル

中塚：フットサルのことを取り上げられればよいが。

葉梨：フットサルの普及を狙いとして、ただフットサルの対戦をするのではなく、初歩的なことからフットサルを教える教室みたいなものをするという企画書もあった。テレビ的でわかりやすい表現。

本田：フットサルをすでにやっている人にとっては、関東リーグのハイライトなんかをやってくれるといい。

葉梨：フットサルに関しては、サッカー協会からも依頼は来ている。

中塚：フットサルの日本選手権決勝は今年から有料になった。フットサル同好会が都内の高校でも増えてきている。学校の中にカメラが入るのは難しいが、そういったことを紹介できると面白い。

葉梨：確かに学校に入るのは難しい。

竹中：品川連合会経由だと入りやすい(笑)。総合学習などで地域との交流ができる。

中塚：確かに今の課題である。でも「総合」の授業が始まっていて、地域の人との接触が必要となってきたので、クリアされつつある。

自分の体育の授業を取り上げてもらうのも面白いと思う。

葉梨：スポーツクラブ以外にも、はるかに数が多い学校スポーツの変化などを見せたほうがサロンらしい。

9. 現時点での案

本田：現段階ではどんな案があるのか。

葉梨：結論ではないが、サロン 2002 という団体がある。どういう活動をしていて、こんなことをしている奴らがいる、とどんどん紹介していく。

中塚：ちなみに3月の月例会が第100回。これを活かすという手もある。ただの飲み会で終わるかもしれないが（笑）。

長谷川：DUOリーグを取り上げたら面白いのではないかな。

葉梨：DUOリーグには大きな特徴がある。これを前面に押し出していけば面白い。

本田：放送したら、それを見た地方や地域で動き出すところが出てくるかもしれない。

安田：新聞などでもメディアで取り上げられている。取り扱うべき。

10. まとめ

中塚：9時を回ったので今日はここで終わりとする。参加者で内容を確認して会員に流して、また意見を聞こう。サロンの方向性とも関係するので役員会メーリングリストで流して、今日出てきた可能性を含めて今月中に話し合しましょう。

田中：最後にいいでしょうか。昔の高校選手権と今の高校選手権を比べたら面白いのではないかな。どんなところが変わってきているのか、個人的には知りたい。

スタジアムに行くとカメラを取っている人をよく見かける。スタジアムでなくてもいいから、例えば少年サッカーを撮影するお父さんのための、カメラ教室みたいなものをやっても面白いのではないかな。少し違った視点でサッカーを見てみると面白いのではないかな。

中塚：というようにアイデアはたくさんある。今日はここまで。

以上