
日本テレビ

『謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテQ!』
2つの「祭り企画」に関する意見

放送倫理検証委員会

委員長	神田 安積
委員長代行	鈴木 嘉一
委員長代行	升味佐江子
委員	岸本 葉子
委員	高田 昌幸
委員	長嶋 甲兵
委員	中野 剛
委員	藤田 真文
委員	巻 美矢紀

*本意見書は2019年1月から6月の放送倫理検証委員会での審議をもとに作成されたものです。是枝裕和委員長代行、斎藤貴男委員、渋谷秀樹委員は任期満了につき3月末をもって退任しました。

*神田安積委員長は審議には加わっていません。

目次

I	はじめに	1
II	審議の対象とした番組	2
1	「ラオス・橋祭り」	2
2	「タイ・カリフラワー祭り」	3
III	本件放送の制作過程と問題が指摘されたあとの日本テレビの対応	4
1	『イッテQ!』の制作体制	4
2	「祭り企画」について	4
3	「ラオス・橋祭り」の制作過程	5
	(1)「橋祭り」の企画提案	5
	(2)現地サイドでの動き	6
	(3)「ラオス・橋祭り」の企画決定	6
	(4)ロケから編集、放送に至るまで	7
4	「タイ・カリフラワー祭り」の制作過程	8
	(1)コーディネーターからの企画提案の経緯	8
	(2)企画採用後、ロケに至るまでの経緯	9
	(3)ロケから編集、放送に至るまで	9
5	問題が指摘されたあとの日本テレビの対応	10
6	その他の「祭り企画」109回の調査報告の検討	11
IV	委員会の検証	13
1	「祭り」は番組のために用意されたものであったが、制作スタッフはその過程を把握していなかった	13
2	視聴者の「了解」の範囲を見誤り、ナレーションによって地元根差した「祭り」への体当たり挑戦と思わせた	14
3	挑戦の舞台である「祭り」そのものへの関心が希薄化し、安易なナレーションを生んだ	16
V	委員会の判断	16
VI	おわりに	17

I はじめに

「牛のお乳以外で作ったソフトクリームはどんな味？」

「溶岩で焼肉は焼けるの？」

「クジラの潮はしょっぱいの？」

日本テレビ放送網（以下「日本テレビ」という）『謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテQ！』（以下『イッテQ！』という）のホームページには、ほのぼのとした遊び心にあふれたこの番組の魅力がにじみ出ていた。

お笑い芸人を中心とした出演者とスタッフのチームが、世界中に出かけ、海外の名所、食、風習などの紹介を交えつつ、厳しい雪山登山、海峡の遠泳、大食い、絶叫マシーンやバンジージャンプなどに挑み、まさに体を張った頑張りやリアクションを見せる。成功も失敗も包み隠さずにとらえ、ときにナレーションによって愛のあるツッコミを加え、ときに飲食物を嘔吐するシーンさえも“キラキラ”と言われる映像加工で視聴者に受け入れさせる。

出演者や制作スタッフの努力や斬新な発想をもとに作り込まれた番組は、老若男女を問わず、幅広い層の視聴者を爆笑や感動にいざない、その魅力ゆえに『イッテQ！』は、競争の激しい日曜夜8時台において、10年以上にわたり常に高い視聴率を獲得してきた。それだけではなく、ギャラクシー賞テレビ部門優秀賞や特別賞を受賞し、既存のお笑い番組の枠を超えて、日本の放送文化の質的な向上に貢献したと評価されてきたのである。

このような国民的人気バラエティー番組が、その看板コーナーのひとつである「祭り企画」でつまずいた。過去に放送された「ラオス・橋祭り」について、そのような祭りは存在しない、番組側が作り上げたものであったとの疑惑を、週刊誌が報じたのである。大人気番組のスキャンダルとあって、他局の情報番組は長時間にわたって報じ、新聞も「ないものをあるとして放送した」と批判するなど大きく取り上げた。視聴者からの反響も大きく、BPOにも、番組内容を批判するもの、擁護するもの、いずれの立場からも多数の視聴者意見が寄せられた。

週刊誌報道後の日本テレビの対応も問題となった。当初は現地コーディネーターの提案によるものだとして番組サイドの制作責任を明確に認めず、その姿勢が批判され、「タイ・カリフラワー祭り」に関して続報が出るや、一部の祭りにおいて開催実績や開催経緯などの説明に誤りがあったことを認め謝罪した。

委員会では、問題を指摘された2つの「祭り企画」の制作過程および2つを除く過去109回の「祭り企画」の表現上の問題点を整理した日本テレビの報告をもとに討議をした。その結果、バラエティーは、何でもありの自由な最もテレビ的なジャンル

とはいえ、過去に開催実績のない祭りに「年に一度の祭り」といったナレーションを付けて表現することは、視聴者との間で了解があったとは言えないのではないかと、番組の本来のコンセプトは地域にある祭りに挑戦することと思われるのに、問題となった2つ以外にも開催時期やルールなどを変更した「祭り企画」が少なからずあり、その意識が希薄だったのではないかと、過去の開催実績の有無の問題が生じている「祭り企画」がタイを中心とした東南アジアに集中していることは、制作過程に何らかの問題があったからではないかと、といった疑問があることから、問題となった2つの「祭り企画」の制作過程を検証し意見を述べるため、本件の審議入りを決定した。

II 審議の対象とした番組

日本テレビの『イッテQ!』は、日曜日午後7時58分から8時54分まで放送されているバラエティー番組である。深夜の時間帯で半年間放送されたあと、2007年2月から現在の時間帯での放送が始まった。

「祭り企画」は、2007年3月に生まれた。お笑いタレントのA氏が、世界中で開催される祭りやコンテストなどに本気で挑戦する姿が人気を呼び、2018年10月21日の放送回までに、合計111回が放送された。

このうち、委員会が審議の対象としたのは、以下の2つの「祭り企画」である。

1 「ラオス・橋祭り」

「ラオス・橋祭り」は、2018年5月20日放送回のコーナー企画のひとつとして放送された。放送時間は、VTR部分とスタジオトーク部分とを合わせて約22分間である。

冒頭のスタジオトークで、A氏は「橋祭り」が今、ラオスやアジアで大人気であると説明する。

「お祭り男Aが挑む ラオスの奇祭 橋祭り」とのスーパーが表示されたつなぎの映像のあと、ロケVTRとなる。

ロケVTRは、「ワッショーイ！」とのA氏のお約束の掛け声から始まる。場所はラオスの首都・ビエンチャン。A氏はラオスの観光名所として、凱旋門を紹介する。

そこに、「祭り実行委員」の男性が現れる。A氏が男性に対し「橋祭りというのは危険な祭りですか？」と尋ねると、男性は「失敗すれば怪我をする可能性もある」と答える。

その後、祭り会場に到着。「祭り実行委員」の男性が「あれをみてみる！」と叫ぶ。その指さす先を見て「え〜〜〜っ！」と驚くA氏。カメラは、河川敷の広場に設けられたプールとそこに架けられた木の板の橋を回転する玉をよけながら自転車で渡ろう

とする男性の姿をとらえる。「今、橋祭りは東南アジアで大流行。開催される地域ごとにルールを定め行われている」とのナレーションが、今回とは別の場所の水場に渡された木の板の橋を自転車に乗って渡る人たちの映像とともに流れる。

回転するカラフルな玉や鉄骨むき出しの設備の様子を見たA氏は、「昭和のバラエティーの匂い」がする、『『風雲！たけし城』みたい』だ、との感想を述べる。

「祭り実行委員」の男性が、祭りは20人の勝ち抜き戦であると述べたあと、ナレーションによって「橋祭り」の詳しいルールが説明される。

A氏の体を張った練習シーンに続いて、祭り当日の映像となる。「年に一度の祭りであって、町中の人が集まってきた」とのナレーションのあと、アナウンサーの「実況」となり、「橋祭り」を「今、東南アジアで流行している競技です」と説明する。

「祭り」が始まる。地元参加者の青年が、「今大会の優勝候補筆頭」などと紹介される。14人中6人しか橋を渡りきれない中、15番目にA氏が登場する。が、開始3秒で回転する玉が直撃し、落水して1回戦敗退。その後、地元の学生が優勝してトロフィーを授与されるシーン、A氏の敗者の弁と続いて、ロケVTRが終わる。

2 「タイ・カリフラワー祭り」

「タイ・カリフラワー祭り」は、2017年2月12日放送の10周年記念2時間スペシャル番組の中で、コーナー企画のひとつとして放送された。A氏がアイドルグループのメンバーB氏と協力して「祭り」に挑む特別企画で、放送時間は、VTR部分とスタジオトーク部分とを合わせて約24分間である。

「祭りが行われるのはタイ・バンコクから車で5時間、ペッチャブーン県」とのナレーションから、ロケVTRが始まる。

A氏とB氏の掛け合いの中、現地にある仏像が紹介される。そこに、「祭り実行委員」の男性が現れる。「危険な祭りですか？」とA氏が尋ねると、男性は、危険ではないが2人の息が合わないと勝てないと答える。

その後、祭り会場に移動。「祭り実行委員」の男性が「あれを试试看！」と叫ぶ。A氏とB氏が声を合わせて「え〜〜〜っ！」と驚く。カメラは、地元の人らしい男性たちが籠を背負い、二人三脚で泥道を進み、その先の畑でカリフラワーを収穫する姿をとらえる。「祭り実行委員」の男性は、先に20kgを収穫した方が勝ちと、ルールを語る。ナレーションとスーパーが、ペッチャブーンはカリフラワーの名産地で、年に一度収穫を祝う祭りが開かれると説明する。

A氏とB氏は、泥まみれになりながら、本番さながらの練習をする。練習後の水浴びシーン、二人羽織での夕食シーンのあと、祭り当日となる。

「年に一度の祭りであって、村中の人が集まってきた」とのナレーションが流れると、アナウンサーの「実況」となり、「カリフラワー祭り」について、「五穀豊穡を願

う、村人たちの祭りです」と説明がある。

参加チーム8組のトーナメント方式で「祭り」が始まる。地元の参加チームが、「今年も優勝の呼び声高い強豪」「毎年必ず上位に名を残す強豪」「今年初出場のダークホース」などと紹介される。A氏とB氏のチームは3組目に登場するが、初戦敗退。2人の敗者の弁でロケVTRが終わる。

Ⅲ 本件放送の制作過程と問題が指摘されたあとの日本テレビの対応

委員会は、日本テレビから提出された今回の2つの「祭り企画」の映像、報告書、3通の追加報告書、追加報告の対象とした3つの「祭り企画」（2012年12月30日放送の「タイ・ブタ祭り」、2013年12月1日放送の「タイ・田植え祭り」、2014年11月9日放送の「タイ・塩田祭り」）の映像、その他の資料を検討するとともに、日本テレビのプロデューサー、総合演出、制作会社のプロデューサー、ディレクター、アシスタントプロデューサー（AP）、アシスタントディレクター（AD）、タイを拠点に活動する現地コーディネーター（以下「コーディネーター」という）ら合計12人に対し、約16時間にわたり聴き取りをした。その結果に基づき、2つの「祭り企画」の制作・放送に至る経緯を検証した。

1 『イッテQ!』の制作体制

『イッテQ!』は、日本テレビの制作する番組で、チーフプロデューサー（CP）、プロデューサー、総合演出、ディレクターなどの社員が配置されている。総合演出は、放送開始以来この番組を担当し、他にも人気バラエティー番組を手がけている。この総合演出の指揮のもと、制作会社4社のスタッフが主に制作に当たっている。『イッテQ!』全体の制作スタッフの数は、日本テレビの社員を含め、50人を超える規模である。

『イッテQ!』にはいくつかのレギュラー企画があるが、企画ごとに制作会社に分かれており、今回審議の対象となった「祭り企画」もそのひとつとして、特定の制作会社が企画スタート以来一貫して制作に当たってきた。

2 「祭り企画」について

「祭り企画」は、2007年から始まり、2018年10月までに合計111回が放送された。「世界で一番盛り上がるのは何祭り？」と題し、お笑い芸人のA氏が世界各地で催される「祭り」に参加して真剣勝負する姿に、笑い、自虐、感動などの演出を施し放送される。2回目の「メキシコ トトナカ族鳥人祭り」以降、演出は、制作

会社の特定のディレクター（以下「Xディレクター」という）に委ねられていた。その制作会社の社長も、当初より「祭り企画」のプロデューサーを務めていた。

番組が取り上げる「祭り」には、スペインのトマトを投げ合う祭りといった有名なものから、アメリカンドッグの大食い競争のような地域の催し物レベルのものまで、規模も意味合いもさまざまなものが含まれていた。

「祭り」の選定プロセスは、概ねこうだ。月1回程度の海外ロケの日程が決まると、「祭り企画」の担当ADが、リサーチ会社や世界各国のコーディネート会社、旅行会社などに対し「この日程で参加できる祭りはないか？」と問い合わせる。すると、各社から“ネタ”が上がってくる。小規模の催し物レベルのものまで含めると、「祭り」の候補は常に複数あり、担当ADはそれらの情報を整理してXディレクターに伝える。Xディレクターはその中からいくつかの候補を選び、日本テレビの総合演出が出席する「祭り企画」の会議に提示し、その会議でロケに行く「祭り」を決定する。

今回審議の対象となった「ラオス・橋祭り」「タイ・カリフラワー祭り」は、いずれも、タイのコーディネート会社からの情報がきっかけで参加が決まった。このコーディネート会社は、タイで30年以上の活動実績があり、往年の人気バラエティー番組を数多く手がけていた。『イッテQ!』にも初期から関わり、他局を含め制作スタッフの間で“名物コーディネーター”として知られていた日本人の社長は、タイ、ラオス、ミャンマーで行われたすべての「祭り企画」（合計26回）に関与していた。一般に、現地コーディネーターは、海外での撮影対象のリサーチ、政府機関などに対する撮影許可の申請、日本からの撮影チームのロケ手配、移動や宿泊先の確保といった仕事をし、海外ロケを行うには欠かせない。

3 「ラオス・橋祭り」の制作過程

(1) 「橋祭り」の企画提案

水場に渡された一本橋を自転車で渡る「橋祭り」の企画は、2016年の時点でコーディネーターが担当ADに、映像資料に基づいて提案していた。この資料には、タイのテレビ局のニュース映像など複数の映像が含まれており、川やため池に渡された木の一本橋を何人もの人が自転車で走り、水に落ちる姿を観客が楽しんでいる様子が映されていた。

その後、2018年3月中旬、4月8日のロケ日程に参加できる企画がないかという担当ADからの問い合わせに対して、コーディネーターから再度、「自転車一本橋渡り」の企画の提案があった。担当ADは、この時点ではコーディネーターに対し、具体的な開催場所を確認しなかったが、コーディネーターから、「自転車一本橋渡り」がタイだけでなく東南アジア各地で流行しているという話を聞いていた。

(2) 現地サイドでの動き

一方、コーディネーターは、「自転車一本橋渡り」企画をラオスで行い、日本のテレビ番組を通じてラオスを日本に紹介したいと考えていた。

ラオス政府は2018年をラオス観光年に指定し、当時、各地の祭りやイベントを外国人観光客に紹介していた。コーディネーターのところにも、親交のあるラオス政府関係者より、日本人を含む観光客を呼び込むために何か良い方法はないかという相談を持ちかけられたとのことである。

そこで、コーディネーターは、ラオスでイベント会場の設営を手がける美術会社も交えて、どこでどのような企画を行えば、ラオスをアピールすることができるかを相談し、そのなかで、首都ビエンチャンを流れるメコン川の河川敷にプールを作り、そこで「自転車一本橋渡り」を行うというアイデアが出てきた。場所については、ちょうどロケの時期にその場所で開かれるコーヒーフェスティバルの主催者とコーディネーターが知り合いであったため、了解を得てフェスティバル会場の横の空き地を使用することとした。

さらにコーディネーターは、一本橋を自転車で走るだけでは映像としての面白味に欠けると感じていたところ、ラオスの美術会社から、当時ラオスやタイで放送されていた『風雲！たけし城』に似た番組で、大きな玉を上からロープで吊るし、クルクルと回して障害物にしたことがある、との話を聞いた。

このような番組スタッフの関与しない現地サイドでの“企画打ち合わせ”を経て、「ラオス・橋祭り」の設備や内容の大枠が出来上がった。コーディネーターは、ラオスの美術会社に設備の簡単な図面を作らせ、3月26日に、これを日本サイドの窓口である担当ADに送り、このような形で行うかどうかと提案した。図面にはタイやラオス、ミャンマーなどで旧正月に行われている「水かけ祭り」を意味する「ソクラン」というタイ語が書かれている。図面にはプールや回転する玉が描かれているものの、実際のロケ現場で組まれていた鉄骨などの記載はない。また、同じ日に、コーディネーターは担当ADに、開催場所がラオスであることを伝えた。

(3) 「ラオス・橋祭り」の企画決定

コーディネーターから図面を受け取った担当ADは、これをXディレクターに渡した。2人は、この図面をコーディネーターが現地で関係者と相談し考案した装置ではなく、そこに描かれた装置を使った「自転車一本橋渡り」のイベントが実際に行われていることを示す資料と考えた。この誤った認識は、最後まで修正されることはなく、他のスタッフにも共有されてしまった。

3月27日、総合演出、Xディレクター、担当AP、担当ADが出席して、「祭り企画」の打ち合わせが行われた。そこでは、「ラオス自転車一本橋渡り」企画と「イ

タリア三輪車レース」の2つの候補があがり、検討の結果、「ラオス自転車一本橋渡り」が採用された。

これを受けて、担当ADは、日本テレビに提出する目的で、「ラオス・橋祭り」のロケ企画書を作成した。この企画書には、2016年の最初の提案の時点でコーディネーターから示されていた「自転車一本橋渡り」の動画から抜き出した写真とリンク先のアドレスが貼り付けられていた。映像資料はいずれもタイのものであったが、担当ADはコーディネーターから、橋渡りはラオスでも村単位で同様に行われていると説明されたとのことである。

企画書を受け取った日本テレビのプロデューサーは、ラオスで「自転車一本橋渡り」が行われていることを疑うことなく、「ラオス・橋祭り」のロケを決定した。

企画決定までの過程で、これから参加しようとする「ラオス・橋祭り」の過去の開催実績について、日本側の制作スタッフがコーディネーターに問い合わせたことは確認できなかった。担当APは、インターネット上の動画を独自に検索し、タイ以外でもインドネシアでの「自転車一本橋渡り」を含む複数の動画を見つけ、それにより東南アジアで流行していることが確認できたと考えて、コーディネーターに直接開催実績を問い合わせることはなかった。

(4) ロケから編集、放送に至るまで

ロケのスケジュールは、4月6日がスタッフによる会場下見、7日がオープニング場面の撮影とA氏による練習日、8日が「祭り」当日（本番日）というものであった。

4月6日に会場に到着したXディレクターは、映像資料や事前に送付された図面から想像していたものと異なり、鉄骨がむき出しの、いかにも作られたものに見える“セット”のような設備に違和感を覚えた。しかし、現地の人たちが日本のテレビ局が来るということでもいつもよりも力が入りこのような設備を作ったのだろうと思ひ、違和感を抱いたまま、同行していたコーディネーターに確認することはしなかった。

4月7日、コーディネーターは、ラオス情報文化観光省の職員を日本側スタッフに紹介した。その職員は、翌日の「橋祭り」の収録にも立ち会っていた。また日本側スタッフは、「橋祭り」の案内をしてくれる人物として、「祭り実行委員」という男性を紹介された。Xディレクターは、現地の状況から、「橋祭り」が隣接地で開催されていた大規模なコーヒーフェスティバルのイベントのひとつとして行われるものと考えており、この男性もコーヒーフェスティバルの関係者だと思っていた。番組のスタッフは現地の言語で地元の人と直接会話ができないため、コーディネーターを介してコミュニケーションを取っていた。

4月8日の「祭り」当日、Xディレクターは、「祭り」に参加するため会場に集まった青年にコーディネーターを通じて、優勝候補が誰かを確認した。「橋祭り」が始まり、A氏は1回戦で敗退したが、スタッフは、競技が終了し優勝者に優勝カップが手渡されるまで撮影を続けた。

帰国後、Xディレクターは、ロケVTRの編集の過程で、「年に一度の祭りとあって、町中の人が集まってきた」というナレーションを付けた。Xディレクターは、現地でコーディネーターに確認したというが、具体的にどのような表現で確認がされたのかは明らかでない。

なお、日本テレビのCPは、主に出演者の安全面やコンプライアンス面に注意し、VTRの表現についても、「世界唯一」「生物最大」などの最上級表現を付している場合には裏取りが十分であるか慎重にチェックしていたが、「年に一度」という表現には特に問題を感じず、チェックを入れることはなかった。

以上の制作過程を経て、「ラオス・橋祭り」は放送された。

4 「タイ・カリフラワー祭り」の制作過程

(1) コーディネーターからの企画提案の経緯

コーディネーターによれば、「カリフラワー祭り」の“元ネタ”は、タイ北部のチェンライの山岳民族が、広大な面積の山の斜面で栽培したカリフラワーを少ない人手で効率よく収穫するために、共同体の知恵として取り入れた収穫競争であった。その様子を撮影した映像を見て面白いと感じたコーディネーターは、この収穫競争を「祭り企画」に提案できないかと考えた。

コーディネーターは、カリフラワーが収穫できる場所を探したところ、チェンライでは既にカリフラワーの収穫が終わっていたため、そこから南下して、ペッチャブーン県にリサーチの幅を広げた。その中で、コーディネーター会社の関係者から、ペッチャブーン県サイヨン村でも野菜の収穫競争を行事のひとつとして行っており、時期的に収穫できるのはキャベツだという情報が入った。

そこでコーディネーターは、2016年11月頃に担当ADが呼びかけた「祭り企画」の募集に応じて、「キャベツ収穫競争」の提案をした。

コーディネーターは担当ADに、タイ・ペッチャブーン県のモン族という山岳民族が、タイ王室の関わるプロジェクトとしてキャベツの栽培を行っているが、そのキャベツを収穫して籠に入れトラックへ積み込むというレースがあり、タイのテレビでも取り上げられていると説明した。なお、コーディネーターは事前に、観光客や地元の人たちと思われる人々がキャベツを籠に入れ、その籠を背負って歩く姿を写した写真も送っていた。

12月に総合演出、Xディレクター、担当AP、担当ADが出席した打ち合わせ

で、「キャベツ収穫競争」を採用する方向で話を進めることになった。日本テレビのプロデューサーも、企画を進めることを了承した。

(2) 企画採用後、ロケに至るまでの経緯

2017年1月5日、担当ADがコーディネーターに、収穫競争の具体的な内容の確認を行った。コーディネーターは、ロケを行う1月14日は年に一度の「子どもの日」であり、市や学校がさまざまな行事を行う、その中でキャベツ収穫競争も行われると説明した。

担当ADはコーディネーターに、「キャベツ収穫競争」の動画資料の有無を確認したが、コーディネーターは、動画はないと答えた。

その後、総合演出とXディレクターが出席した企画打ち合わせでは、今回はA氏とB氏が2人で収穫競争に参加するので、2人1組のチーム戦になるよう二人三脚にしてはどうかというアイデアが出され、コーディネーターに検討を依頼した。

一方、現地では、日本側からの要望を踏まえつつ、いかにすれば面白い「収穫競争」になるか、コーディネーターと村の人たちが一緒になって、ルールを含め競技のやり方を相談していた。その中で、キャベツのサイズが小さくてテレビ映えがしない、村の中でカリフラワーを残している畑があるので、「カリフラワー収穫競争」にしてはどうかという案が出された。そこで、コーディネーターは担当ADに対し、収穫する野菜をカリフラワーに変更すると連絡した。その際、担当ADは、収穫祭で実際にカリフラワーを収穫しているか確認したところ、コーディネーターから、キャベツ、カリフラワー、タマリンドなどで行っているという返事があった、とのことである。収穫する野菜が変更になるという報告を受けたXディレクターと総合演出は、そのことを不自然とは思わなかった。

その後、担当ADは、日本テレビに提出する目的で、「カリフラワーの収穫祭り」というタイトルのロケ企画書を作成した。企画書には、「祭り」の内容について、「畑に水を流しぬかるみを作り、途中にさまざまな関門を設けコースを作る。ランナーは背負い籠に途中カリフラワーを入れて、ゴールをめざし、タイムを競います」と書かれている。企画書の提出を受けた日本テレビのプロデューサーは、「カリフラワー祭り」のロケを決定した。

なお、「カリフラワー祭り」の過去の開催実績について、Xディレクターは、収穫競争が毎年行われている認識であったと述べているが、具体的にどのような方法で確認したのかは明確ではない。

(3) ロケから編集、放送に至るまで

ロケのスケジュールは、1月12日がスタッフによる会場下見、13日がオープ

ニング場面の撮影とA氏、B氏による練習日、14日が「祭り」当日（本番日）というものであった。

1月12日にコースを下見したXディレクターは、当初イメージしていたものと異なり、カリフラワーが畑の上に採りやすいように置かれているだけで、植えられているものを収穫する形になっていないことに気づいた。Xディレクターは、日本から来る出演者に配慮して、地元の人たちがわざわざ採りやすいようにしたものと考え、コーディネーターに対し、いつもやっているようにお願いしたいと伝えた。これを受けて、コーディネーターは村側と話し合い、植えられているカリフラワーを収穫できるように隣の畑までコースを延ばすことになった。

1月13日に、A氏とB氏が、制作会社プロデューサーに引率され、バンコクから自動車で6時間かけて現地に到着した。制作会社プロデューサーは、一帯に畑が広がる中でカリフラワー収穫競争が行われることについて、何の違和感も覚えなかったという。

1月14日の「祭り」当日、人々が集まる中で収録が行われた。A氏とB氏の二人三脚チームは1回戦で敗退したが、スタッフは競技終了まで撮影を続けた。

帰国後、Xディレクターは、ロケVTRの編集の過程で、「年に一度の祭り」「五穀豊穡を願う」祭り、「今年も優勝の呼び声高い強豪」などのナレーションを付けた。この点についてXディレクターは、コーディネーターに確認していると述べ、担当ADも現地で確認していると述べるが、具体的にどのような表現で確認したかは不明である。

以上の制作過程を経て、「タイ・カリフラワー祭り」は放送された。

5 問題が指摘されたあとの日本テレビの対応

「ラオス・橋祭り」の放送から5か月が経過した2018年11月8日、週刊誌が、現地には「橋祭り」は存在せず番組が作ったものである、参加者には協力費として金銭が支払われていると報じた。

これに対して日本テレビは、週刊誌の発売当日、「ラオス・橋祭り」の企画は現地からの提案を受けて成立したもので、番組サイドで企画したり、セットを設置したような事実はなく、番組から参加者に賞金を渡したこともないと説明した。同時に、この催しはコーディネート会社からラオスでは村単位で開催されているとの説明はあったものの、放送した会場での開催実績を十分に確認しなかったため、この会場で初めての開催であった「橋祭り」について、放送では毎年行われているかのような誤解を招く表現になった、とも弁明した。

翌日以降、民放他局の情報番組や新聞各紙がこの問題を大きく取り上げた。一部の民放局は、現地に取材スタッフを派遣し、多くの時間を割いて報じた。とりわけ、日

本テレビの説明がコーディネーター会社に責任を押しつけるものと受け止められ、強く批判されたが、日本テレビは改めて説明をすることはなく、11月11日の『イッテQ!』の放送でもこの問題に触れることはなかった。

さらに翌週、同じ週刊誌が「タイ・カリフラワー祭り」についても現地には「祭り」として存在せず、番組側が開催費用などを支払っていたと報じた。

これを受けて、日本テレビの社長自らが、日本民間放送連盟の会長としての定例記者会見で、「祭り企画」に疑念を抱かせることになったことを謝罪するとともに、コーディネーターが番組制作側と異なる立場にあるかのような当初の説明を訂正し、コーディネーターは番組制作の協力者であり、放送責任は全て放送局が負うと認めた。日本テレビも、同日、「祭り企画」において、制作スタッフには「祭り」をでっち上げる意図はなかったものの、①コーディネーター会社が主催者に提案したり、コーディネーター会社が実質的な主催者になってイベントとして開催したりするケースがあったこと、②場所や時期を変更して開催した「祭り」があったこと、③番組がコーディネーター会社に支払う撮影経費の中から開催費用や賞金などが支払われているケースがあったことを認め、視聴者が「祭り」としてイメージするには無理があるものまで番組が「祭り」として扱うようになっていたことが問題の原因と考えていると説明した。

また、11月18日放送の『イッテQ!』の冒頭で、文字とナレーションで、一部の「祭り」において開催実績や開催経緯などの説明に誤りがあったこと、番組制作のあり方を猛省し、視聴者に自信を持って提供できる態勢が整うまで「祭り」企画を当面休止することを明らかにした。

11月27日に開催された日本テレビの番組審議会は、今回の2つの「祭り企画」を取り上げた。委員からは、現地の人たちに失礼がなかったか検証してもらいたい、番組の魅力は日本人の出演者が海外で四苦八苦するアマチュア性であるのに、番組側が「祭り」を作って開催したとすればアマチュア性が消えてしまうのではないか、企画段階でのチェック体制が必要ではないか、放送局がコーディネーターにもっと面白いことはできないかとプレッシャーを与えていなかったか、といった疑問や意見が出された。

6 その他の「祭り企画」109回の調査報告の検討

日本テレビは、問題が指摘されたのち、今回の2つを除く過去109回の「祭り企画」についても自主的に調査し、委員会に対して、「祭り」の概要、元の行事の種類、開催実績についてのナレーションの内容、開催時期や開催場所の変更の有無・内容、「祭り」のルールやコースのアレンジの有無・内容などについて報告した。その概要は、以下のとおりである（ただし、ひとつの「祭り」で①～④の複数の項目に該当するものが7件ある）。

- ① 厳密に言えば初めての開催であったのに、「年に一度」という定型化したナレーションを付けたもの・・・3件（54回目の「タイ・ブタ祭り」、64回目の「タイ・田植え祭り」、74回目の「タイ・塩田祭り」）
- ① 実際には開催されていたが、不定期で行われていたものを「年に一度」という定型化したナレーションで紹介したもの・・・9件（うちタイ4件、インドネシア2件、フィリピン・ミャンマー・ラオス各1件）
- ② 開催地の環境、安全対策、撮影許可などの事情で、開催場所を変更したもの・・・3件（うちタイ2件、アメリカ1件）
- ③ 元の行事の原型を失わない範囲でルールやコースのアレンジを要請し、認められたもの・・・8件（うちタイ7件、中国1件）
- ④ ロケスケジュールや演出上の理由で開催時期の変更を要請し、認められたもの・・・3件（アメリカ・ミャンマー・ドイツ各1件）

日本テレビの報告内容を検討すると、元の行事に対して何らかの変更を加えたという「祭り」の多くが、タイ、ラオス、ミャンマーで開催されており、いずれも同じコーディネーターが関わっていた。日本の制作スタッフが、特定のコーディネーターに対して、元の行事からのルール変更、開催時期の変更を要請することが少なからずあったことがうかがえる。

なお、開催時期や開催日の観点からみると、本来の祭りないしイベントの開催日に参加している「祭り企画」は67件あった。

委員会は、①の3件について、日本テレビに追加報告を求め検討した。いずれもタイを舞台にした企画であるが、今回の2つの「祭り企画」と同じコーディネーターが関与し、制作スタッフは事前にコーディネーターから元となる行事の写真を入手して、ルールやコースのアレンジをコーディネーターに要請して“競技化”しているにもかかわらず、「年に一度の祭り」といった定型化したナレーションを付けていた。今回の2つの「祭り」よりかなり以前から、過去に開催実績のないイベントに対しても「年に一度の祭り」などの、既存の行事であることを前提としたナレーションが付けられていたことになる。

また、委員会は、2008年10月5日放送の「タイ・耕運機祭り」（「祭り企画」としては10回目）の映像を、市販されている番組DVDを視聴して確認した。日本テレビの報告書によれば、この企画が日本の制作者側が初めて主催者側にルールやコースの変更を要請したものである。この「祭り企画」は、『イッテQ!』の司会のお笑い芸人、アイドルグループのB氏がA氏とともに参加し、3人が1台の耕運機をリレー形式でつないで競争するというものであった。報告書によれば、3人のリレー形式にすることと障害物の設置を主催者側に要請したとのことであるが、VTRには「前

年王者」であるという地元チームが登場し、過去の開催実績については、地元の人が説明する映像をもとに、「年に1、2回の祭りとあって村中の人が集まる」とのナレーションが付けられていた。VTRの構成やナレーションの付け方は、審議入りした2件および追加報告を受けた3件とよく似ており、早くも「祭り企画」10回目の時点で、過去の開催実績とは異なるナレーションを付ける手法がとられていたことになる。

IV 委員会の検証

1 「祭り」は番組のために用意されたものであったが、制作スタッフはその過程を把握していなかった

世界のどこへでもバーチャル旅行が可能となった。グーグルアースやストリートビューによって、かつては秘境と呼ばれた自然遺産や立ち入り禁止の建造物さえ、さまざまな角度や距離から眺められ、地球の反対側にある街もまるで自分でそこを歩いているかのような感覚を楽しめる。『謎とき冒険バラエティー 世界の果てまでイッテQ!』は、番組タイトルがうたうとおり、バーチャル旅行とは異なる楽しみを提供するものだ。タレントが世界のあちこちに実際に行き（イッテ）、体を張って経験したことを、視聴者は笑いとともに共有してきた。

「祭り企画」のコンセプトの中心は、お祭り男のタレントA氏が「本気で挑戦する姿」を見せることである、と日本テレビは言う。そうであれば、何も海外へイッテこなくても国内の祭りでもいい。“ガチンコの舞台”をあえて世界に求めるのは、さしものお祭り男も、日本のお祭りの概念の通用しない異なる文化・風習のもとでの祭りには苦勞するに違いない、どこまで頑張るかその姿を見せたいという企図があるはずだ。

ところが、「ラオス・橋祭り」と「タイ・カリフラワー祭り」はいずれも、コーディネーターが現地の“主催者側”と協力してテレビ番組用に用意したものであった。通常、「祭り企画」では、制作会社から海外コーディネーターに対して、特定の日程でA氏が参加できる祭りやイベントの紹介・提案が要請されるが、2つの「祭り企画」では、コーディネーターが現地の人々をも動員して、他の国や地域で行われている行事（「自転車一本橋渡り」や「野菜収穫競争」）を元に、番組のために祭りないイベントを用意したのである。長年『イッテQ!』に企画を提供してきたコーディネーターは、面白い番組作りに自分も貢献し現地の活性化にもつなげたいという気持ちだったとのことである。

海外の祭りにA氏が挑戦することをコンセプトとする「祭り企画」であっても、制作者が明確な演出意図を持って自ら「祭り」を作ったり、作られた「祭り」に参加したりすること自体は、バラエティーの仕込みとして十分にありえよう。しかし、仕込

みとして「祭り」を作るのであれば、制作スタッフは、どのような「祭り」を作り、どう番組に取り込むかについての構想を持ち、それに基づいて制作の過程を把握しコントロールする必要がある。

今回の問題は、制作スタッフがこの2つの「祭り」を意図的に計画して、コーディネーターに依頼したものではなかったことと、そもそもコーディネーターがロケに至るまでに現地でいかなる準備をしていたかについて、ほとんど把握できていなかったことである。

現地の人脈を駆使して行き届いたサービスを提供するコーディネーターを信頼して任せることは、特に日本側から情報を収集することが困難な国や地域での海外ロケではやむを得ない面があり、その情報の真偽を裏取りし確認する術が乏しい。しかし、放送内容に責任を持つのはコーディネーターではなく、放送局である。コーディネーターの仕込みの内容を十分に理解したうえで、そのことを含めて収録してきた素材にどのような演出を施し、視聴者の期待に添い、または良い意味で期待を裏切ることで笑いにつなげるかは、本来は制作者の腕の見せどころのはずだった。

残念ながら、今回の2つの「祭り企画」の制作過程には、制作者自らがその過程を把握していなかった問題があり、その結果、自らが設定した番組の趣旨、コーナーの企図を十分に実現していなかったということになる。

2 視聴者の「了解」の範囲を見誤り、ナレーションによって地元根差した「祭り」への体当たり挑戦と思わせた

今回の2つの「祭り企画」では、日本の制作スタッフが、「祭り」が以前から現地に存在することを前提とする表現である「年に一度の祭り」「今年も優勝の呼び声高い強豪」などのナレーションを加えていた。しかし、そのナレーションが「祭り」の実態を表すものでなかったことは明らかになっている。

テレビ番組において、どこまで事実即した表現をすべきかについての放送倫理上の判断は、ジャンルや番組の趣旨を考慮した幅を持つものになる。その基準は、出演者や関係者、視聴者をも含む人々の間において——明示的か否かは別として——互いに了解された「約束」として築かれるものである（委員会決定第20号・フジテレビ『ほこ×たて』『ラジコンカー対決』に関する意見より）。

では、『イッテQ!』の「祭り企画」を支える視聴者との間での「約束」あるいは「了解」とは何であったのか。

この点について、総合演出は聴き取りで、『イッテQ!』では日曜夜8時にテレビを視聴するごく普通の家庭の目線を大切に、ひとつひとつの演出処理を心がけていると語っている。

たしかに『イッテQ!』の多くの視聴者は、番組の出演者が登山や寒中水泳、祭り、

ゲテモノ喰いなどに体を張って挑む姿に夢中になり、「あー、面白かった」と振り返ることのできる番組を期待している。ここで、もし出演者の頑張り自体に嘘やごまかしがあれば、裏切りだとの声が視聴者から上がるであろう。

しかし、たとえば「祭り企画」のオープニングで毎回のように繰り返される現地の案内役と出演者の「あれを見ろ!」「え〜〜〜っ!」という掛け合いや、出演者が他の出演者と偶然出会い驚くシーンはどうか。視聴者は、その大仰な反応ややり取りから、“偶然のフリ”をした芝居であることを共有しながら番組の流れに乗っており、それが本当でないとしても裏切られたと苦情を言うこともないだろう。他方で、『イッテQ!』にふんだんに盛り込まれているロケ先の観光名所や文化、風習などの情報については、「出演者がガチンコで頑張る姿」と完全に切り離されるものではなく、視聴者に海外の雰囲気徐徐に感じさせ、その後の“ガチンコの舞台”へとスムーズにいざなう役割を有しているといえよう。これらの情報は、出演者が頑張る“ガチンコの舞台”が、ロケ先の海外に現に存在するという印象を視聴者に与える手助けをしており、視聴者は、出演者が面白おかしく伝えてはいても名所の存在や来歴、現地の庶民的な食べ物などの情報について、偽りはないものと信頼し、安心して番組空間に身を委ねていくのではないだろうか。

このように正確な情報とバラエティーならではの芝居や演技が同居している『イッテQ!』の「祭り企画」で、参加する祭りやイベントが番組のために作られたものであるにもかかわらず、「世界で一番盛り上がるのは何祭り?」とのコーナー入りにはじまり、「年に一度の祭り」「今年も優勝の呼び声高い強豪」といったスーパーやナレーションを付ければ、どう受け止められるか。

視聴者は“ガチンコの舞台”が番組のために用意されているとは予想もつかないから、A氏がラオスやタイで毎年開催されている祭りないイベントに参加していると受け取るのが自然であろう。

多くの視聴者にとっては、A氏をはじめとする出演者の頑張りようを応援し楽しむことが「祭り企画」のメインではあっても、その頑張りの舞台もまた偽りや誤りがなとの了解のうえにその面白さはあったといえよう。日本テレビは、『イッテQ!』の視聴者は、「祭り企画」が「お祭り男・A氏の本気の挑戦」を見せる「約束」のもと、伝統的な祭りから、規模の小さなイベントまで、世界中のさまざまな行事を「祭り」として扱うことを「了解」して、番組を楽しんでいるとの認識を示している。しかし、『イッテQ!』の制作スタッフが自ら意識している「日曜夜8時の普通の視聴者」の多くは、「祭り」が地元根差したものであり、そこにA氏が他流試合を申し込み奮闘していると「了解」していたであろう。問題のナレーションやスーパーはそのような「了解」を越えていたと言わざるを得ない。

3 挑戦の舞台である「祭り」そのものへの関心が希薄化し、安易なナレーションを生んだ

なぜ、制作スタッフは、問題のナレーションを付けたのか。

委員会はこの点について、制作者からの聴き取りを踏まえて慎重に検討した。しかし、これらのナレーションが、番組のために用意された「祭り」であることを隠蔽する目的で付けられたとは感じられなかった。

参加するイベントを「祭り」と名付けること自体に自らツッコミを入れ、不自然さをネタにして、視聴者の反応をも取り込みながら、笑いを共有する手法を『イッテQ!』は何度も使ってきた。たとえば、「中国・人間ボウリング大会」（2010年3月28日放送）では、祭りとは言い難いスキー場でのイベントについて、「大会というよりは催し物！だがどんな時でも全力で勝ちに行く」などと「祭り」の裏側も自虐ネタ風にあえて強調するナレーションを付け、笑いにつなげている。今回の2つの「祭り企画」でも、現地で「祭り」を用意する過程を十分に把握していれば、「年に一度の」「五穀豊穡を祈る祭り」などと定型的なナレーションを付ける必要はなかった。

むしろ、委員会は、制作スタッフが、「祭り企画」が定着していく過程で、A氏のガチンコの姿にフォーカスし過ぎる余り、ガチンコの“舞台”そのものへの関心をほとんど失っていったのではないかとの印象を受けた。総合演出およびCPも、コーディネーターが「このような祭りがありますよ」と上げてくる情報について、「本当にそのような祭りがあるのか？」という観点から確認する考えそのものがなかったことを認めている。制作者の関心がガチンコの勝負に傾くあまり、勝負の舞台の意味が制作者の中で薄れ、バラエティーの送り手として、受け手である視聴者との間で「この企画における祭りは地域に根差した伝統的なものでなければならないのか」「A氏がガチンコで挑戦するなら舞台はたいした問題ではないのか」という点の「了解」の有無とその範囲を測る努力が置き去りにされたと言うべきであろう。そのことが、ガチンコの舞台であるひとつひとつの「祭り」についての確認を尽くすことなく、「年に一度の祭り」「今年も優勝の呼び声高い強豪」といった「あおり」や「景気づけ」のナレーションに頼ることに繋がったのではないだろうか。

2つの「祭り企画」に限らず、このような安易なナレーションが繰り返し使われていたことは、『イッテQ!』という番組の意欲的なバラエティー作りの姿勢と比べて、残念な演出と言うほかなく、緻密な設計と計算が足りなかったことは否めない。

V 委員会の判断

今回の2つの「祭り」は、番組のために現地で用意したものであった。もちろん、バラエティー番組の企画として「祭り」を用意し、これを収録することはありえよう。

問題は、現地コーディネーターによる、2つの「祭り」のリサーチからロケの実施までの過程を、制作スタッフがほとんど把握していなかったこと、用意した「祭り」であることを隠蔽する意図はなかったものの、このコーナーが始まったかなり初期の段階から、それぞれの「祭り」について十分な確認をしないままに「年に一度の」「前年王者」「今年も優勝の呼び声高い強豪」などと、実際とは異なるナレーションやスーパーをかぶせていたことである。

多くの視聴者が、番組で展開される「祭り」は地域にもともとある催しであり、いつも本気で挑戦する芸人が今回もまた体当たりで参加していると思い、その奮闘に満足し拍手を送ったことだろう。

そうであれば、制作スタッフが「祭り」を意図的に作り上げ、それを不都合なものと考えながらナレーションによって隠蔽しようと「企図」をしたものではないとしても、制作過程の重要な部分を制作者側が把握していなかった点で、その過程が適正に保たれていなかったと言うべきであり、ナレーションとスーパーで出演者がもともとある祭りに参加しているように視聴者を誘導した点で、多くの視聴者が番組に求める約束に反したものだと言われても仕方がない。

よって、委員会は、今回の2つの「祭り企画」には、その程度は重いとは言えないものの放送倫理違反があったと言わざるを得ないと判断した。

VI おわりに

審議の過程で委員会は、複数の『イッテQ!』の放送を視聴した。お笑い芸人が海外で不慣れな英語で“おつかい”をするその悪戦苦闘ぶりを楽しみ、思いがけない発想での突破に笑い、「祭り企画」のうちの「タイ・ブタ祭り」では、会場の熱気の中で著名な二枚目のアイドルが泥だらけになって真剣にブタを追いかける姿に驚き、芸人チームのいつものドタバタとあわせて思わず笑いを誘われた。この番組が多くのファンをつかむ原動力となった遊び心や、制作者と出演者が一体となって生み出す情熱のようなものを感じた。そのことは、BPOに視聴者意見として寄せられたファンの応援の声からも伝わってきた。

世間には、さまざまなタブーや差別、偏見、制約、ルールがある。それらを軽快にくぐり抜け、あるいは逆手に取ったりして、世の中の権威や無意味な制約を笑い飛ばし、差別や偏見のばかばかしさを暴き、新たな驚きや笑いを視聴者に届ける、そのようなしなやかさや気概をバラエティー制作者には持ち続けてほしい。制作者自らが、視聴者、その背後の世間との間合いを測りながら、他方で声の大きい世間に安易に迎合することなく、深く考え、自ら問い、そして新たな挑戦をする。そこに、ネットやSNSの世界とは異なるバラエティーの新たな面白さを食欲に追求するテレビ番組制

作者の醍醐味があるのではなかろうか。

「祭り企画」について日本テレビは、視聴者に自信を持って提供できる態勢を整えたのち再開したい意志があると聞く。再開の折には、視聴者はより敏感な目を持って画面の前に座るだろう。その視線を取り込み、さらにはその視線にツッコミを入れるくらいに完成度の高い「祭り」に出会えることを期待する。