

第694回番組審議会報告

2025年1月15日開催

■出席委員

佐藤卓己委員長、栗栖義臣副委員長、川瀬慈委員、木戸哲委員、
小島幸保委員、津村記久子委員、増山実委員、安田真奈委員

■毎日放送出席者

虫明社長、宮田副社長、高山常務、酒井常務、磯澤取締役、
北野取締役、中野取締役、東田制作局長、村上プロデューサー、
奥田コンプライアンス局長、中西番組審議会事務局長

◆審議事項

テレビ番組「OTOBUTAI in 法隆寺」

(2024年11月10日(日)0:30~1:24放送)

【概要】

37回目の開催となった「音舞台」は世界遺産の法隆寺で行われました。法隆寺で音舞台が開催されるのは22年ぶり2度目となります。今年から「OTOBUTAI」として心機一転、より多くの層にアピールできるようイメージチェンジを図りました。日本仏教の礎となった寺、法隆寺を舞台に日本そして海外の様々なアーティストが共演し、俳優の高橋一生さんが語り部となったステージの模様をお届けします。飛鳥時代から変わらない「風」、そして時代を吹き抜けて未来へ向かう「風」といった舞台のコンセプトを描いていきます。

【各委員の主な意見は次の通り】

- *非常にぜいたくな番組というのが正直な感想。高橋一生さんの語りもすごくよかつたし、法隆寺の魅力がすごくよく伝わってきて、いい番組だと思う。
- *法隆寺という場のエネルギーや力を演者たちに語らせて、演者たちの感じた世界を明確に言語化させながら進んでいく構成にすごく好感が持てた。
- *キャスティングがすごくいいと思った。高橋一生さんが仏教とか歴史に詳しいので、とても深いやりとりになっていた。
- *海外の若いプリンシパルが日本の歴史的建造物で踊るという組み合わせの妙が未来を感じさせるようなコンビネーションですごく印象的だった。
- *37年続いていることがすごいと思う。映像や音楽が美しくて見応えがあつ

た。対談で語られる内容も興味深く、新しい発見がたくさんあった。

- * 「風」というコンセプトは、単なる気象としての風でなく、演者や場が発するエネルギー、祈りの力を「風」と捉えるなど、さまざまな角度からの話になっていた。
- * 広い建物と空間を映し出す照明がとても素敵だと思った。
- * 一般の人にはこの文化行事がどれほど知られているのか。認知度や視聴率はどうか少し心配になった。
- * 会社としてこのイベントおよび番組をやっている意義や狙いは、文化的な貢献を主眼にしているのか。今いろいろ厳しい時代で、どういう意図があってやっているのかと思った。
- * 黒木華さんはナレーションだけでなく、顔出しで出演の場面があってもよかったのではないか。
- * 原摩利彦さんの「現場でいろいろな音を収録し、ステージに活用した」という内容が具体的にどのように反映されたか見えづらかった。
- * 坂本美雨さんや原摩利彦さんのキャスティングや、「ラストエンペラー」の二胡の演奏など、坂本龍一さんへのオマージュのように番組が感じられるが制作側があえて意図してこういう形になったのか。
- * 舞台の寄りの画が多かったが、せっかくお寺が舞台なので、もっと引きの画で雰囲気を感じることができたらと思った。
- * 放送時間をもう少し長くして、音楽をフルに聴かせるところがあってもいいのではないか。音楽がもう少し聴きたいところで終わってしまうのが残念だった。
- * 撮影とか録音にすごく手間と技術をかけていいものを作ろうとするのはなるほどと思うが、現代はスマホで見ることも多く、必ずしも視聴環境がいいとは限らないのもったいないと感じた。
- * 長く続いている番組を若手が作っていくのは本当にいいことだと思う。番組にある程度の評価が定まっているからこそできる冒険があると思うので、ぜひこれからも若いスタッフがこのような伝統ある番組を作っていってほしいと思う。

【番組制作者側の説明、質問への回答】

- * 現場の制作者としてはもっと尺の長いところで放送したい気持ちはあるが、地上波で視聴率を取るとなると音楽が延びるとなかなか難しい部分もある。もう少し長いバージョンで年末年始にやったり、別番組として再放送みたいな形でやっている場合はある。
- * 坂本龍一さんのトリビュートをやりたいという気持ちから、「ラストエンペ

ラー」をやったり、娘さんである坂本美雨さんがご出演になったり、ユースオーケストラにつながっている。

- * 事業イベントは費用はかかるが、毎日放送の個性を出すツールとしては非常に大事なものである。これからは個性を出すだけでなく、今まで積み上げてきた文化的な良さをどうビジネスの世界にも広げていくか、ビジネスの世界でも有用なツールにしていくかが課題である。
- * 37年やっているが、世間の認知を何とか広げていきたい、打破したいというところが今回のリブランディングの大きな一つの目的だった。もっと知ってもらうための我々の悩みに関するヒントもたくさんいただいたので、参考にさせていただきたい。

以 上