

テレビのバラエティ番組がスポーツ／スポーツ選手を 取り込む過程とその理由

——スポーツバラエティ番組の制作者の意図を中心に——

山本 夏生 一橋大学大学院社会学研究科博士後期課程

はじめに

スポーツとメディアの関係性については、これまでに数多くの研究蓄積がある。しかし、その対象となるのはニュースや中継が多くを占め、バラエティ番組は、週刊誌やネットニュースレベルでの批判的的でしかなかった。スポーツ／スポーツ選手がテレビの中に日常的に登場するようになった今こそ、「スポーツ選手のタレント化」という問題を考えるうえで、バラエティ番組を研究の射程に据える必要性があるのではなかろうか。

森川貞夫は、テレビがスポーツを盛んにしたとした上で、マスメディア間の競争主義がスポーツに与える10の影響を指摘した。①スター（ヒーロー）主義と選手の芸能タレント化（興味・関心中心主義）、②特定種目・特定チーム・特定選手偏重主義（視聴率主義）、③時間枠指定・時間制限による開催時間、競技ルールの変更、④見るスポーツ優先とショー化（スポーツの芸能化）、⑤プロに対するファン（単純消費者）の増大、⑥結果中心＝勝利至上主義の助長（過程軽視）、⑦スポンサー依存度の増大と競技団体の自主性の衰退、⑧企業主義と地域主義とのあつれきの増大、⑨多メディア化と競争の激化、NHKの商業化（公共性の変質）、⑩系列と企業化による社会性・公共性の欠如、無批判性の助長である¹⁾。これらは、現在も根強く存在する重要な問題であり、その状況を検証し続ける必要性は十分にあらう。本稿では、そのうちの①スター（ヒーロー）主義と選手の芸能タレント化という問題に焦点を当てる。

スポーツ研究の側からのメディアへの批判はこれまでも数多くなされてきた。神原直幸は、世の中には、多くのスポーツ種目、球団、選手が存在しているにもかかわらず、人々の関心が「メジャースポーツ」や「人気球団」や「スター選手」

と呼ばれるごく一部に集中しているとし、このことはスポーツに対する我々の知識のほとんどがメディアを通じたものであることに起因すると考えられる、という²⁾。テレビの場合で言えば、どのスポーツを見るか、どの角度で見るか、映像にどのような音声に乗せ意味づけるのかなどと、送り手すなわちテレビ制作者によって規定されているテレビの中のスポーツを問題視しているのである。

各競技をテレビで取り上げる際、限られたチャンネルと時間の中で、放送される競技は非常に限定される。そして取り上げられる選手も同様である。なかでも集中的に取り上げられる選手がヒーロー性を持ち、もしくは選手がタレント化する。このようなことがこれまで指摘されてきた。最近では、2011年サッカーW杯優勝を果たした「なでしこジャパン」が、ヒロイン、タレント化の最たるものとして俎上に載り、稲葉佳奈子、梅津迪子、備前嘉文らによってメディアの過熱報道ぶりや、試合以降の報道姿勢、選手のテレビ露出のあり方などが指摘されている³⁾。

橋本純一は、ヒーロー／ヒロインと言える存在として力道山、円谷幸吉、長嶋茂雄、イチロー、中田英寿、松井秀喜、石川遼、北島康介、浅田真央らの名前を挙げ、「われわれはそれぞれの社会において選ばれるに値する（適した）ヒーローを選んでる。そして実質的に選んでいるのは、ほとんどのケースにおいてメディアである」と指摘する⁴⁾。さらに、

情報を提供するメディア・テクノラート[引用者注：メディアの送り手]は、それぞれの政治的・文化的・教育的背景、スポーツについての知識や経験を持つばかりでなく、人々の好みや価値観、メディアへの社会的規制に関しての一定の認識を持っていて、その解釈

の枠組みにしたがってスポーツ資源を選別し、評価し、再編成する。そして彼らによるスポーツヒーローの選択も基本的にはこのような基準に基づいてなされる。しかし、メディア・スポーツヒーローの生成は、必ずしもメディア・テクノラートの解釈枠組みによってのみ独断的になされるのではない。人々の抱くファンタジー、願望、嗜好、知識、価値観などの需要側のニーズや欲望の質量が消費・享受の市場を構成し、過去の視聴率や購読者を参考にしながらスポーツヒーロー(スター)が構築されてゆくのである。

と述べている。送り手と受け手の両者の関係についても言及しているが、送り手側の規定性が決定的であることに変わりはない⁵⁾。こうした重要性にもかかわらず、送り手研究は順調に進んでいるとはいえない⁶⁾。

そこで本稿では、送り手を研究対象とし、特に彼らの発言に焦点を絞る。具体的には、スポーツバラエティ番組の制作者の語りから、バラエティ番組がスポーツ/スポーツ選手を取り込む過程と、その理由を明らかにする。そして、できあがったスポーツバラエティ番組がどのようなパターン(型)で継承され、現在に至ったのかを検討する。これらの考察を通してスポーツ選手のタレント化という問題について新たな光を当ててみたい。分析の主たる対象とするのはメディア批評誌等に掲

載された制作者らのインタビュー記事、筆者によるインタビューや、実際の収録現場への参与観察である。

1. スポーツバラエティの誕生

そもそも、スポーツバラエティ番組は、1980年後半からその存在を表してきたが、バラエティ番組研究のなかでは、スポーツバラエティというジャンルは明確にされず、トークや対決の中に含まれるものとして、注目を集めないままに存在してきた⁷⁾。もっとも古いと言えるのは、1983年フジテレビ放送の「決定!! '83第1回プロ野球珍プレー好プレー大賞」ではないだろうか⁸⁾。

荒川勝彦は、スポーツバラエティを「正式な競技とは異なった娯楽的な趣向で行われる競技。または、スポーツ選手が専門種目から離れ異なった種目に挑戦するものや、芸能人などがスポーツに挑戦するという趣向のもの」としている⁹⁾。筆者はさらに、「スポーツ選手自身が登場し、自身の体験などを話すバラエティ番組」を新たに加え、以上のすべてを本稿での「スポーツバラエティ番組」の定義とする。

各局でスポーツバラエティ番組というジャンルが明確に認識され始めたのは、以下で見ていくように1990年代後半である。そこから2000年前半から現在にいたるまで、様々な番組が誕生・開発されていった。

表1 スポーツバラエティ番組の誕生

番組名	制作した局	スタートした年	タイプ	編成
プロ野球珍プレー・好プレー大賞 (*日本テレビなども同様の放送あり)	フジテレビ	第1期1983年(～2005) 第2期2010年	VTR検証型	レギュラー 不定期
ビートたけしのスポーツ大将	テレビ朝日	第1期1985年(～1987) 第2期1988年(～1990) 第3期2017年(～2018)	対決型	レギュラー
わいわいスポーツ塾	TBSテレビ	1987年(～1992)	クイズ	レギュラー
さんまのオールスタースポーツするぞ!大放送	フジテレビ	1993年(～1997)	トーク/対決型	不定期
徳光&所のスポーツえらい人グランプリ	日本テレビ	1994年(～2005)	VTR検証型	不定期
最強の男は誰だ!壮絶筋肉バトル!!スポーツマンNo.1決定戦	TBSテレビ	1995年(～2010)	対決型	不定期

筋肉番付 (体育王国2002-2003→黄金筋肉 2003-2004)	TBSテレビ	1995年(～2002)	対決型	レギュラー
SASUKE	TBSテレビ	1997年	チャレンジ	不定期
夢対決!とんねるずのスポーツ王 は俺だ!	テレビ朝日	2000年	対決型	不定期
さんまの天国と地獄	フジテレビ	2000年(～2002)	情報	レギュラー
ジャンクSPORTS	フジテレビ	第1期2000年(～2010) 第2期2018年	トーク	レギュラー 不定期
KUNOICHI	TBSテレビ	2001年	チャレンジ	不定期
海筋肉王～バイキング～	フジテレビ	2005年(～2007)	対決型	レギュラー
SPORTS★LEGEND (くりいむしちゅーの! THE★レ ジェンド2014・2016→くりいむし ちゅーのレジェンド)	日本テレビ	2006年	トーク/VTR検 証型/クイズ	不定期
頑張る人応援バラエティ 体育の 時間	テレビ朝日	2007年(～2008)	対決型/クイズ 形式	レギュラー
World Baseballエンタテインメン トたまッチ!	フジテレビ	2007年	トーク/VTR 検証型	不定期
中居正広の7番勝負 (*対戦数により数字に変更あり)	日本テレビ	2008年	対決型	不定期
中居正広のプロ野球魂	テレビ朝日	2009年(～2015)	トーク	レギュラー 不定期
炎の体育会TV	TBSテレビ	2011年	対決型	レギュラー
戦え!スポーツ内閣	毎日放送	2015年	トーク	レギュラー
中居正広のスポーツ!号外スクー プ狙います!	テレビ朝日	2015年	トーク	不定期
ゴン中山&ザキヤマのキリトル TV	テレビ朝日	2015年	VTR検証型	不定期
村上信五とスポーツの神様たち	フジテレビ	2015年(～2017)	トーク	レギュラー
上田晋也の日本メダル話	日本テレビ	2016年	トーク	レギュラー
グット!スポーツ	NHK	2016年	トーク	レギュラー
バナナマンのほとんど誰も知らな いスポーツの世界	テレビ東京	2016年	トーク	不定期
スポーツ天国と地獄	TBSテレビ	2016年	トーク	不定期
明石家スポーツ	NHK	2017年	トーク/VTR 検証型	不定期
超人女子	テレビ朝日	2017年	対決型	レギュラー
さまスポ	テレビ東京	2017年(～2018)	対決型	レギュラー
世界74億人が仰天した映像大放 出!伝説が生まれた瞬間 その時 とんでもないことが起きていた!!	テレビ東京	2018年	トーク	不定期
ヒロミ・みやぞんの明日すぐに友 達になりたいアスリート アス友	中京テレビ	2018年	対決型	レギュラー

(各局のHPなどを元に筆者作成¹⁰⁾)

2002年のソルトレーク五輪を終え、またサッカーW杯日韓大会を目前に控えたタイミングで、鈴木健司は『新調査情報』の特集「スポーツ番組の新潮流」のなかで各局制作者のインタビューをまとめている¹¹⁾。このなかには、スポーツバラエティの先駆けともいえる4つの番組（「徳光&所のスポーツえらい人グランプリ」「スポーツマンNo. 1決定戦」「筋肉番付」「ジャンクSPORTS」）の制作者の発言を見いだすことができる。以下、それぞれの番組について見ていこう。

1) 日本テレビの「徳光&所のスポーツえらい人グランプリ」

日本テレビは、かつては「世界陸上」を放送しており、日本初のプロ野球中継を始めた老舗でもある。さらに、「高校サッカー」や「箱根駅伝」といった強力なスポーツコンテンツを有している。編成局（スポーツ担当）の西晃宏は「徳光&所のスポーツえらい人グランプリ」（特別番組として年に1～2回放送）を立ち上げた。インタビュアーの鈴木は、この番組を以下のように評価している。

徳光和夫と所ジョージという大物タレントをレギュラー司会に据え、ゲストタレントのスタジオトークを交えたVTRバラエティという、いわば日テレ得意の手法を用いているものの、使われる素材の幅広さと編集テクニック、そして「えらい」というキーワードに表れるアスリートへの愛情あふれる切り口は、紛れもなくスポーツ・プロパーならではの番組企画であるといえる¹²⁾。

西は、歌番組を志望して1985年に入社後、「アニー」やマイケルジャクソンのコンサート中継といった舞台系のAD、営業を経てスポーツ局運動部に配属された。歌番組が右肩下がりになっていたころでもあり、歌番組ができないならとにかく中継の仕事がしたいと社内で訴え、スポーツ局へ異動となった。積極的にスポーツをやりたいわけではなかったが、学生時代は剣道部で、根っからの巨人ファンでもあったため、務まるだろうという感覚だったという¹³⁾。異動当時は、組織改変が

行われたり、ドラマやバラエティとのフロアが一緒になったりするなど、制作もスポーツも編成局という大きな器のなかに入ることによって部署の垣根が低くなり始めた頃だった。当時の様子を次のように振り返る。

スポーツニュースのADから始めたんですが、もうきっちりマニュアルがあって、中継にしてもそう。日本で初めて野球の中継をやったという「老舗ののれん」、巨人戦をやっていますという自負が強く、僕なんかは「正に」部外者扱い。基本的に僕らクラスの誰が作っても同じだなというほど徹底して厳しいものでした。「運動部」そのものだったんです¹⁴⁾。

「えらい人」の第1回の制作はバブル崩壊後の1994年であり、制作費をかけずにいかに安く作るかがテーマとなっていた時に「安くて面白いのができてしまった」という感覚を西は持ったと言う。中継に携わった経験の蓄積をもとに、視点や素材の組み替えを行うことで面白い番組ができるのではないかと感じたそうだ¹⁵⁾。

野球中継には10台のカメラがあるんですが、お茶の間のテレビ画面は1つですから、10のうち1つだけが放映されるわけです。[……]「えらい人」という番組は、つまりディレクターが選ぶ1台のカメラ以外の部分がメインなんです。それを可能にするのは、やはり日常的に取材しているからであって、まさに逆説的にスポーツ・プロパーだからこそできたんだなと思っています。もし、「えらい人」が、選手を単純に素材として扱ってしまっていたら、すぐに頓挫していたと思います。主たるディレクターや構成成りの制作者がスポーツ・プロパー出身であるということに、たぶん長続きしている秘訣があると思います¹⁶⁾。

スポーツコンテンツの素材が豊富にあることで、メジャー競技、マイナー競技、どちらにもコミットすることができたことも、強みだったという。また、ふだんは放送に乗らない部分に「いい

話〔筆者注：裏話や秘話〕が隠れていることを見せることで、スポーツ全般のファンを増やすことも心がけたと言う。取材で得た情報や、選手から伝え聞いたことをVTRのなかで完結させることを常に意識し、スタジオ部分は出演者同士のディスカッションではなく、あくまでエッセンスとみなすところが特徴だと西は自身の番組を分析している。

スポーツ担当の身では『底抜け脱線ゲーム』をやって、選手たちに粉をぶっかけるわけにいかないんですよ。選手はスポーツの場で活躍するのが主で、その中に隠れた部分をピックアップするというのが僕らのやるべきことじゃないかと。選手を芸人扱いして面白おかしくやっていたら、「えらい人」は続かなかったと思います。やはりスポーツに対する愛情とか、スポーツに携わっている人たちへの思いがあって成立している番組なんです¹⁷⁾。

本番組は、1台のカメラ以外に目を向けたとともに、局内にアーカイブされた映像をVTRとして利用することで、選手のテレビ露出という負担を極力押さえながらも、「えらい人（尊敬の対象）」として登場させた新たなスタイルの番組だった。

2) TBSテレビの「筋肉番付」「スポーツマンNo.1決定戦」

2002年当時のTBSの新たなスポーツコンテンツとして注目を浴びていたのが、「筋肉番付」であった。「筋肉番付」そして「スポーツマンNo.1決定戦」などのプロデュースを行ったのがTBSスポーツプロデューサーの樋口潮である。中学までは本格的に野球をやっており、関東育ちで巨人ファンだった樋口は、1986年技術職採用で入社後、スポーツ局を希望しながらも、3年間は放送業務局でシステムに携わった。異動後「ニュースの森」のスポーツニュース担当となり、中継班としてプロ野球中継やバルセロナオリンピックも経験するなど「スポーツを中継すること」を極めてきた。そのとき、中継やニュース以外で何か番組ができるのではないかと思い始めたという。

スポーツ選手との交流を通じて、トップアスリートの能力っていうのがいかにすごいかということに興味を持って、じゃあそれをどうやって見せるかと考えて、誰もが一度は経験したことがある競技をやってもらったら分かりやすいんじゃないかと¹⁸⁾。

このような発想に基づいて、「筋肉番付」「スポーツマンNo.1決定戦」が生まれた。ただし、当時スポーツはドラマのような決まった編成枠がなく、実績もなかったために、局内には「スポーツの人間に番組は作れないだろう」という見方が根強かったという。しかしながら、「ロッテマリーンズvsたけし軍団」など、企画を出し続けることで、1993年に夕方の2時間枠で「欽ちゃんのプロ野球好珍プレー」の放送にこぎ着け、視聴率20%を記録した。それをきっかけに、1993年に「スポーツマンNo.1決定戦」がオンエア、1995年には「筋肉番付」がスタートしたのである¹⁹⁾。

「トップアスリートの能力を見せたい」という樋口の発想から番組が始まったため、「No.1決定戦」の一回目は、運動会のようになってしまう、視聴率もビデオリサーチが10.0%、ニールセンが14.2%と振るわなかった。当時はスポーツ局で企画ものをやるのはタブーであり、その後1年の空白を経て1995年の1月1日ようやく二回目の放送ができたという。

樋口はこうした反省をもとに、「戦いの場」であることを見た目で見えるようにするためセットデザインに凝り、照明の当て方や撮り方にもこだわり、神殿のような空間を作り上げる。美術の予算は局の中でも最もかかっているといい、これにより、選手達が入場したときに「これはふざけたことはできないぞ」と思わせ、彼らを追い込んだ上で一生懸命やってもらいたいという熱意を込めたと樋口は主張する。セットのこだわりや清原和博選手に出てもらうために一カ月通い口説き落とすなどとキャスティングにも力を入れ、21時からの放送で20.9%の視聴率を記録した²⁰⁾。

スポーツ局の上の人たちからすると面白くなかったでしょうけど、視聴率も取ったし、

認めざるを得ないと。その後3月29日に三回目をやって27.2%。そこでようやく、『筋肉番付』のレギュラー化という話が具体的にになったんですよ。同じ年の夏に深夜からスタートして、秋にはゴールデンに上がった。でもやっぱり、スポーツ局での評価は低くて、社員スタッフは僕ともう一人だけで、あとはすべて外部スタッフ。当時は反発されたし大変な逆風の中でのスタートでした²¹⁾。

清原の名前も挙がったように、特徴的なのは、松坂大輔、工藤公康、長嶋茂雄などの日本人有名トップ選手だけでなく、ランディジョンソンやロナウド、ジダンといった外国人選手も出演したことである²²⁾。

選手への出演交渉ですが、とにかく何度も主旨を説明に行きました。「アメリカではスポーツは文化ですが、日本では見せ物でしかない。でも僕は文化にしたい」ということを訴えました²³⁾。

戦いの場を作り、それに見合う選手をキャスティングする。そしてテレビに映すときには中継の既成概念には囚われずとも、なるべくそのままの形でスポーツ中継として見せる、ライブに勝るものはないという考え方が樋口にあったことで、その真剣さが視聴者にも伝わった²⁴⁾。

スポーツやスポーツ選手の登場の仕方という点で、「筋肉番付」「スポーツマンNo.1決定戦」はエポックメイキングと言えるだろう。スポーツを行う際の空間作りへのこだわりが視聴者を惹きつけ、選手自身の真摯な取り組む姿勢を生み出し、回数を重ねるごとに視聴率もついてきた。また、選手の能力のすごさを表現するために、同じ種目を異なるスポーツ選手に挑戦させることで、競技における身体特性を改めて提示することに成功したと共に、スポーツ選手らの身体能力の高さを視聴者に伝える対決という手法を編み出したのである。

3) フジテレビの「ジャンク SPORTS」

2000年4月放送スタートの「ジャンク SPORTS」(フジテレビ)を立ち上げたのはスポーツ局プロ

デューサーの清原邦夫である。スポーツに興味を持ち84年入社後、営業、編成を経てスポーツ局に異動した。編成時代に番組作りのノウハウを学び、格闘技の新ジャンル「K-1」の立ち上げに編成マンとしてたずさわった²⁵⁾。清原は、「1993年はJリーグが開幕した年でもあり、新たなソフトが生まれた年だった」と振り返る。2002年と2006年のインタビューでは、「ジャンク SPORTS」以前に制作にかかわった格闘技番組を例に出しこのように語った²⁶⁾。

まず、2002年時点のスポーツ局内には「格闘技班」があり、当時放送されていたフジのスポーツ番組「すぽると!班」の次に大きな班だった。これにより、かつてはイベント時のみ他のスポーツ中継のスタッフが集まった混成チームを編成する形だった番組制作の流れが変わった。格闘技番組定着のため、96年に新たな格闘情報番組「SRS」を誕生させ、深夜や土日の午後に放送されていた「K-1」が軌道に乗ったことで、「K-1」をゴールデンへと昇格させようと、部署を超え意見が出始めた。格闘技の情報番組が誕生したことで、定期的な情報発信が可能になり、格闘技がコンテンツとして認識され、番組としても有効だという認識が制作者の中に生まれたのである²⁷⁾。

99年頃から、社内に「スポーツ・バラエティを開発せよ」という潜在的な空気が出て来ていました。また僕個人としても「格闘技の仕事がそれなりに軌道に乗っているし、余力でまた何か新しいことをやってみたいな」と思っていたんです。そこで「筋肉番付」とか他局の成功例をいくつか研究してみたり、自分なりに企画を考え始めてみたわけです²⁸⁾。

スポーツ局以外のスタッフと立ちあげた格闘技番組の経験を踏まえて、新しい形のスポーツバラエティ番組として生まれたのが「ジャンク SPORTS」だったのである。バラエティの専門スタッフを集め熟考を重ねた結果、2000年1月に企画が成立し、4月から番組がスタートした。

現在のスポーツバラエティ番組のMCはほとんどが芸人であるが、この番組もダウンタウン・浜

田雅功がMCを務めている²⁹⁾。この点について清原は、「浜田さんについては、企画の途中から彼ありきで考えるようになっていました。最終的には浜田さんの特性を生かそうということで行き着いた企画です。僕らがいままでの浜田さんのやってきたバラエティ番組を見て、あの人のセンスでスポーツ選手に向き合ったとしたら、すごく面白くなるだろうという期待が持ってたんですよ」と語っている³⁰⁾。

「生粋の芸人である浜田のトークにより、スポーツが、単なるバラエティになってしまう可能性も否定はできなかった」のでは、というインタビューの鈴木への質問に対し清原は、「面白さを追求することで、選手個人の名誉を傷つけかねないこともあった。そこで、『スポーツ界に配慮しつつ、演出サイドにも十分配慮する』ことを常に気をつけてきたことで回避した」と答えている。企画の段階でNOを提示するのではなく、配慮を怠らず、ギリギリのところ締める、もしくは編集でさじ加減を調整することとし、企画段階の現場の発想をどこまで認め表現できるかを大切にすることを心掛けてきたと言う³¹⁾。

やって良かったと思うのは、彼ら〔引用者注：バラエティ班〕は発想がすごく自由なので、僕らも刺激を受けるんですよ。たとえば野球選手を追う企画で、「ベンチにカメラを入れて撮ったら面白いじゃん」とか、そういう奇抜なアイデアが出てくるんです。これはスポーツ側からは絶対出てくる発想じゃないんですよ。実際できないし笑。スポーツの現場でもまれていない人の発想や視点から企画を考えますから、すごく面白いんですよ³²⁾。

実際に、第一期は2010年までレギュラー放送し、その後不定期でスペシャル版が放送され、スポーツ関係の人々がトークする唯一のレギュラースポーツバラエティの地位を確立した。さらに、番組の認知度が上がったことを受けて、マイナースポーツにも光を当てられるようになる。

僕としてうれしいのは、番組の固定視聴者がついたことによって、冒険ができるように

なった、つまりマイナースポーツの無名選手でも、一流どころなら出せるようになったということなんです。マイナーなスポーツに光を当てたいと考える人は多いと思うんですが、じゃあ実際に地上波で、たとえばカーリングとかホッケーなんかの日本選手権を放送する企画を出したとしても、現実には通らないですよ。でも、僕らはそこで活躍しているトップクラスの人を光らせてあげることができるし、競技そのものの魅力も番組で紹介してあげることができる。競技の中継ではないけれど、それができるようになったことはうれしいし、『ジャンク』の良い面だなと思ってます³³⁾。

以上のような3つの事例に共通して見られることは、1984～6年に入社した制作者たちが、編成や中継といった業務を経て、1990年代に、現在のスポーツバラエティ番組につながる番組を作り上げたことである。必ずしも「スポーツを絶対にやりたい」と全員が思っていたわけではなく、そのきっかけは三者三様ではあるものの、中継や編成としてスポーツに携わるなかで、「スポーツ中継（そこに映る選手）の素材をもとに、違う視点で捉えられないだろうか」という発想を抱いたことが、スポーツバラエティ番組の誕生に結びついていたことがわかる。

2. 2010年代におけるスポーツバラエティ番組

次に、2010年代に登場／復活した4つのスポーツバラエティ番組を取り上げる。

1) TBSテレビの「炎の体育会TV」

「炎の体育会TV」は、アスリートと芸能人との対決が売りの番組である。TBSは、スポーツバラエティのはしりともなる「筋肉番付」を送り出したほか、これまでに「SASUKE」「スポーツマンNo.1決定戦」「KUNOICHI」「最強スポーツ男子頂上決戦」などの番組オリジナルの競技とガチンコ対決を売りとする番組を制作してきた。「炎

の体育会TV」のHP番組紹介には、「スポーツの熱さ・激しさ・楽しさをまとめてお届け。究極のスポーツバラエティ」「“アスリートvs芸人”の真剣勝負に加え、『集中力』、『バランス力』、『忍耐力』など、スポーツのあらゆる要素を取り入れた『ゲーム企画』が続々登場！」とある³⁴⁾。対決に限って言えば、これまでに登場した競技は陸上、水泳、野球、サッカー、バレーボール、ゴルフ、柔道、剣道、弓道、カヌーまで、メジャー・マイナー問わず様々な競技を取り上げている³⁵⁾。2011年1月と7月に特番として「美女アスリート総出演炎の体育会TV2011」の放送後、10月よりレギュラー化した。それにともない、スポーツ局との合同による「制作委員会」の立ち上げにより制作された番組である。

2012年からは、筆者も嗜んだフィンスイミングが「炎の体育会TV」に登場する機会があった。女子アスリートvs男性芸人の全10対決を伝え、時期をあけてリレー形式(男性芸人4人vs女子アスリート1人)での対決も行われた。その後はオーダー・春日俊彦、じゅんいちダビッドソンらがフィンスイミング世界マスターズ大会に挑戦しメダルを獲得するなど、競技人口自体が増える現象も生み出した。

そこで、2014年7月に、水中競技を中心に担当するディレクターA(大学時代体育会水泳部所属)にインタビューを行った³⁶⁾。その際何度もAの口から出てきたのが「選手をリスペクトすること」、そして番組として気をつけていることに「視聴者に飽きられない工夫」をあげていた。

そもそもフィンスイミングに着目した理由は、競泳以外に水中種目で面白いものはないかと探しており、フィンスイミングというフィンをつけたイルカのような見た目の面白さと速さ、そして注目しやすい女子アスリートがいたことが決め手だったという。一方で、水中競技の難点として「対決中の映像の写し方に限りがある」「顔の表情が見えにくい」ことがあげられた。そこで、視聴者を飽きさせないために「登場する女子アスリートの素顔のシーンを入れること」「毎週ではなく期

間を空け対決すること」「リレー形式をとること」など工夫を重ねた³⁷⁾。

そして、最も気をつけるのが、対決の際にハンディを用いるうえで、「選手がすごい」という視点をぶれさせないことだという。対決することは、勝敗を生み出すことでもあり、これは視聴者にスポーツ観戦の際に生じる先の読めない緊張感をもたらす。その一方で、ハンディはあるが、ギリギリの差を突き詰めるガチンコ対決だからこそ時にアスリート側が負けることもある。そのときに「あの選手は弱いのではないか？」と視聴者に思わせてはならないという心掛が制作者側にあるという。

スポーツ局中継制作部プロデューサーの山畑孝博は雑誌『GALAC』で、選手出演の裏側とスポーツをバラエティ番組に取り込むうえでの工夫を次のように語っている。

スポーツ局の人間であれば、各アスリートが出演できる時期、タイミングといった情報や、競技のハンディキャップのつけ方といった専門的な分野を担えます。一方で、バラエティの見せ方や芸人さんたちの活かし方は、制作の人たちの領域です。この機会に一つのチームを作ること、互いの得意分野を活かしていこうとなったわけです。[……] 真剣勝負だからこそ、こぼれてくる笑いというものがある、そういう部分は活かしますが、そうじゃないと思える部分はバッサリ切ることがほとんどです³⁸⁾。

一流のスポーツ選手は、当初は「美女アスリート」だったのが、男性アスリートも登場し、放送回数を重ねるごとに、海外選手も続々登場するようになった。海外ではあまりなじみのないスポーツバラエティ番組かつ芸人と対決するというスタイルに、なぜ出演を引き受けてくれるのだろうか。

ある世界的なアスリートに出演交渉をした際、日本には数万の芸人がいて、そのうちテレビに出られる人はわずかで、そのなかから特に高いスポーツマインドを持った人を選抜していると説明したら、「選ばれた人たちが本気で挑戦するならOKだ」と納得してくれ

たのです³⁹⁾。

筆者は、「炎の体育会TV」の企画のために、ペナルティ・ワッキーが400m走を力走する姿を間近で見、オードリー・春日とじゅんいちダビッドソンとともに練習をし、試合での泳ぎも何度か見たが、番組の裏側で練習に真摯に取り組む芸人の姿を見てスポーツへの熱意を改めて感じたことを覚えている。戦いに挑む芸人達は、選手が本気でぶつかってくれるからこそ、本当に必死であった。この勝敗の緊張感というスポーツ観戦らしさを生み出し続けている点に、スポーツ局とバラエティ班との工夫の証が垣間見える。また、バラエティ番組につきものである「笑い」への対応も徹底しており、選手を傷つけないために最大限の配慮としてときに編集でコントロールしている。スポーツ界への配慮も徹底されているのである。

2) テレビ朝日の「キリトルTV」

2014年から2017年までスペシャル版で放送されていた「ゴン中山&ザキヤマのキリトルTV」についてインタビュアーの鈴木健司は、「テレビ朝日の持つ膨大なスポーツ映像のなかから、スポーツニュースのハイライトシーンのような映像ではなく、アスリートが競技の前後につぶやいた言葉や会話、中継では映らない裏側の映像をクローズアップし、読唇術を用いて人間模様を描き出す点が新しかった」と指摘する⁴⁰⁾。

この番組の企画担当は、当時スポーツ局所属の菰田勇男だった。菰田は、「フィギュアスケートの浅田真央さんの演技を見たとき、気づいたことがあったんです。それはジャンプした後の着氷音の凄さです。つまり、いかに着氷時に大きな負担がかかっているかが、音からわかったわけです⁴¹⁾」と語り、ふだんのスポーツ中継やニュースでは伝えきれないスポーツの奥深さや人間ドラマを伝えたいという思いで企画を具現化するなかで、演出担当の絹山知康とともに番組イメージを固めていったという。絹山は、音楽番組出身で、フリーランスの立場からスポーツドキュメント番組「Get Sports」なども手掛けてきたが、既存のス

ポーツ中継にはあまり興味を持ってずにいたといい、「自分はどんな中継なら見たいかと考えていったら、例えば選手の発する言葉が、漫画のように吹き出して出てきたら面白い」と、読唇術というアイデアが出てきたという。

読唇術にたけた方であっても、スポーツの専門知識がないとお手上げというケースも少なくないので、最後は制作スタッフの粘りがカギになるんです。ただ、実際に解説してみて、徒労に終わることも多いです。[……]もちろん、理解や了解を得たうえでの作業ですが、どこまでやっていいかという線引きについては、これまでの常識との対決という側面はあります。ただ、ラストゲームを終えた澤穂希選手が、ピッチ上でつぶやいた「しんどい」という言葉、そして試合会場を離れる寸前までファンに応える姿を追ったVTR(16年2月7日放送分)は、本人が見て泣いてくれたと聞いてうれしかったですね⁴²⁾。

絹山のコメントを受けて、鈴木は「トップアスリートの、等身大の言葉から垣間見られる意外な一面や、プロ野球やサッカーなどの知られざる舞台裏など、スポーツ好きには堪らないエピソードを掘り起こしてくれる」と番組を評価する。菰田によれば、スポーツにあまり興味のない層にも好意的に受け取られていたため、「東京五輪が近づくなかでますますスポーツ熱が高まっていくと思いますが、アスリートの人間性や魅力を楽しみながら知っていただけたらと思います」とも語っている⁴³⁾。

3) テレビ朝日の「ビートたけしのスポーツ大将」

かつて1985年から90年まで放送され国民的な人気を得たとされているスポーツバラエティ「ビートたけしのスポーツ大将」が2018年の春より27年ぶりにレギュラー番組として復活を果たした。『日経エンタテインメント』の内藤悦子記者は、27年ぶりのレギュラー化をうけ、「かつてはたけし軍団と一般の視聴者がスポーツで対戦する内容だったが、今回は天才キッズに焦点を当て、

現役アスリートとの対決が見どころとなっている」と評価する。

ゼネラルプロデューサーの寺田伸也は「2020年の東京オリンピックに向けて機運を盛り上げるため」と狙いを説明し、番組制作のきっかけを下記のように語っている。

スポーツ番組だけでなくバラエティでも何かできないかと検討するなかで、この番組名が挙がったんです。放送当時は自分もまだ中高生で「伝説の番組」というイメージが強かった。冠を拝借しつつ、内容を新しくしてやってみようと始めました。

昔の映像を見るとママさんバレーチームとたけし軍団が、ただただ真剣にバレーの試合をしていたりするんですよ。飾らずに見せる部分は今も大事にしています。さすがにハンディはつけますが、たとえワンサイドゲームになってもありのままの結果を受け入れようという方針です。

スタッフはスポーツ局とバラエティチームで構成されているという。これまで競泳・瀬戸大也や卓球・水谷隼、陸上・福島千里らトップアスリートが登場しているが、そのキャスティングには信頼関係や人脈を持つスポーツ局の協力がないと不可能であり、バラエティチームには「四国に軟球で143キロ投げるすごいピッチャーがいる」などという情報を持つ野球やサッカーなどのマニアがいるため、子どもたちの情報を仕入れることができる。スポーツとバラエティどちらの制作者ともが協力し合うことにより、「選手vs.子ども」という対戦を成立させられるのだという。

2020年に向け高校生も対象とし、日本代表決定戦のような状況に近づけることが目標だという寺田は「この番組からオリンピック選手が出るのを期待しています。今から取材することで将来スポーツ局にも恩返しできると思っています」と述べている⁴⁴⁾。

4) テレビ東京の「世界74億人が仰天した」

テレビ東京の河野乃輔は、2006年に入社し、

野球(巨人)やWBC、2014年サッカーW杯の取材・中継を経験し、ロンドン・リオとメダル獲得の活躍を果たすまで、マイナー競技とされてきた卓球の「世界卓球」中継に携わり、平昌オリンピック・パラリンピックのチーフディレクターも務めた⁴⁵⁾。そして、2018年7月25日、テレビ東京として新たなスポーツバラエティ「世界74億人が仰天した“とんでもない瞬間”伝説映像一挙大放し!!」を制作した。

河野が制作者となったきっかけは、1998年の長野オリンピックのスキージャンプ団体の決勝をテレビで見たことだという。中高はバスケットボール部、大学ではボート部(体育会系)を経験し、テレビでスポーツの中継や番組作りがしたいという夢を叶えた⁴⁶⁾。マイナースポーツであるボートの経験者ということもあり、野球やサッカーという華やかな世界の中継・取材を経験しながらも、「世界卓球」を通じて卓球の魅力をどうしたら伝えられるかという点に惹かれたという。小さな局(テレビ東京)とマイナースポーツのタグを組み、「世界卓球」を放送し続けた。

そのマイナースポーツが注目を集めていると実感する指標として視聴率をあげる。制作者の意図と視聴者が求めるものの評価の答え合わせのために視聴率があると捉えており、20%を獲得することを目指して中継に尽力してきたという。卓球は、伊藤美誠や平野美宇、張本智和などの注目若手選手が台頭し始めているが、そんな選手たちが他局の(スポーツ)バラエティ番組に出演することについて河野は、「スポーツの現場にいるとニュートラルになれていなくて、気がつけなくてもある。また、そのスポーツが好きな人はついてきても、そうでない人が見たいと思わないままではだめで、間口を広げるための手段として捉えている。競技でないところに注目が集まりすぎてしまうかもしれないという葛藤はあれど、競技の中継に魅力を感じてもらうための手段としては的確だと考えている。また、だからこそ、MCを務める芸能人〔筆者注：ダウンタウン・浜田、元SMAP中居正広、くりいむしちゅー・上田、明

石家さんま、ほか]のツッコミはとても大事だと考えていて、主観と俯瞰できちんとかみ砕いて伝えられるMCの重要性を感じている」と述べている。例えば、2018年5月30日放送の日本テレビ「今夜くらべてみました」には平野美宇が出演した⁴⁷⁾。テレビ東京ではないパッケージのなかで生き生きとしている選手を見て、「編集で彼女自身のキャラクターを変えられているとは思わない」「違う一面を出してくれるのもありがたいこと」とコメントしている。また、単純に、スポンサーが増えることで、遠征費や強化費にも資金が充実し、競技の凄さを知ってもらい、競技人口の裾野が広がり、文化としても残すことができることが重要だとも語った。

河野は言う。「日本テレビはアーカイブの伝統があり、テレビ朝日はMC中居、フジテレビはMC浜田のトークが切れていて、TBSはチャレンジものに長けている。そんななか、テレビ東京も正月特番などでチャレンジものの番組を制作してきたものの、予算規模で勝てない、パイプもお金もなく海外スターも出演はできないのが実情だった。うち[筆者注：テレビ東京]のテイストで新しいスポーツ番組は何か出来るかという考えのもとで誕生したのが『世界74億人が仰天した』である」。テレビ東京のバラエティ人気を牽引する伊藤隆行プロデューサーの助言も仰ぎ、「ウソかホントかわからないやりすぎ都市伝説⁴⁸⁾」の、プレゼンというパッケージを元に、スポーツの都市伝説のような神がかった話を集めた新たなスポーツバラエティ番組を誕生させたのである⁴⁹⁾。新たなスポーツバラエティ番組に挑戦する理由について河野は次のように述べている。

入社する前、スポーツドキュメンタリーを作りたいと思っていて、実際に何本か制作してみて、今思うと、面白くないな、難しいな…新しいものが出てこないと感じている。

ドキュメンタリー番組として取材を申し込むと、選手がこれまでのモデルをいっぱい見ているから、「こうしないといけない」が選手のなかにも生まれてしまっている。スポー

ツドキュメント、ニュースにすると言ったとき、選手自身が「こういう感じでしょう？」というふうに振る舞うまでに刷り込まれてしまっている。これは、番組のパッケージとして致命的な状態で、それを超える発想が出てきずらくなってしまっている。本来は、ありのままを撮ります、演出を加えない、というのが(スポーツ)ニュース、や(スポーツ)ドキュメンタリーだった。しかし、ありのままをとらせてもらっているはずが、撮られているほう[筆者注：選手側]がこういうものだと思うようになっていくところが限界、過渡期を迎えていることなのだと思う。じゃあバラエティに落とし込もうというのがここ10年ほどで増え始めているところで、テレビではふだん見られない一面をバラエティで引き出そう、描こうとしてきたんです。

この発言は、ニュースやドキュメンタリーといった番組が抱え込んでいる限界を示しているとともに、そうした限界を超えるものとしてスポーツバラエティ番組が誕生してきたことを示唆している。これまでに本稿で見てきた制作者たちの言葉からは、スポーツをバラエティ番組へ取り込むときに、テレビとして何を見せられるかという制作者の葛藤や挑戦を読み取ることができる。

おわりに

スポーツバラエティ番組は、NHK、民放各局で制作されてきたものの、1990年代以前、テレビ局内には「スポーツ(にいる人)[引用者注：スポーツ局など]には番組はできない」という固定概念が少なからずあった。それを払拭したのは、本稿で取り上げた事例で言えば、1984～6年に入社した、自身もスポーツ経験のある制作者だった。彼らは、中継もしくは編成業務に携わった経験から、スポーツがコンテンツとして編成上存在しうる可能性を感じていた。そして1つのテレビカメラにしか映らないアングル以外の部分や、スポーツ選手の能力に注目することで、番組として

確立することができないか、と模索する。

こうして登場したスポーツバラエティ番組は、おおきく3通りのパターン(型)に分けてその特徴をまとめることができるだろう。

1つめは対決型である。実際に芸人・芸能人や子どもと対決させるものもあれば、スポーツ競技とは異なる新競技をテレビが生み出したり、異種競技選手同士を対決させたりする2つのパターンが見いだせる。こうした番組が目指しているのは、スポーツ選手の凄さ(能力)を知ってもらうことである(「筋肉番付」「スポーツマンNo.1決定戦」「炎の体育会TV」「ビートたけしのスポーツ大将」)。2つめはトーク型である。スポーツをしているシーンだけではわからない素の部分を選者自身や家族に話をさせることで、選手らの素顔に迫ろうとする(「ジャンクSPORTS」)。そして3つめがVTR検証型である。各局にアーカイブされた試合映像を再度分析し直したり、メインカメラ以外で撮影した映像などを分析したりすることで、1つの試合のなかに存在しているドラマを拾い出すことを目的としている。そのドラマは人間らしさにつながることもあれば、勝敗を分けた瞬間であることもある。中継だけでは気づくことのできないスポーツの新たな側面を見せた(「スポーツえらい人」「キリトルTV」「世界74億人」)。

このように、多様なスポーツバラエティ番組の登場によって、従来中継やスポーツニュースの中にしか登場しなかったスポーツ選手の露出は確実に増加した。このことが、森川や神原、橋本らの指摘した「スポーツ選手のスター化、タレント化」につながったという点は否めない。しかし、これらの番組によってなされた「スター化、タレント化」の内実とはどのようなものなのか。

この点で何よりも注目すべきことは、制作者の「トップレベルを視聴者に見せたい」という共通認識である。それは、制作者が発した「リスペクト(尊敬)しているんです」(ディレクターA)「トップアスリートの能力がいかにすごいかを見せたい」(樋口)「一流の人を光らせたい」(清原)という言葉からも読み取ることができるだろう。また、

番組名に登場する「えらい」「最強」「王」「LEGEND(もしくは伝説)」「神様」「超人」という言葉からも、スポーツ/スポーツ選手の打ち出し方の共通点として唯一無二のものだという認識が見られる。こうした内実をもつ「スポーツ選手のスター化、タレント化」については、それがもたらす肯定的な側面も含めて評価することが必要であろう。

また、バラエティ番組を「競技の中継に興味を持ってもらうきっかけ」(河野)と捉えるという発言からは、スポーツそのもののファンを増やすことも目指していることがわかる。さらには「視聴者を飽きさせない工夫」(ディレクターA)や、「視聴率がとれたおかげで番組の存続が可能となった」(樋口)「番組の固定視聴者がついたことでマイナースポーツにも光を当てることができるようになった」(清原)というコメントからは、橋本の指摘した「人々の好みや価値観」を意識するとともに、多様なスポーツの普及に貢献するという制作者の狙いが読み取れる。制作者の発言をすべて鵜呑みにすることはできないが、従来批判されてきた特定種目偏重主義とは逆の役割を果たしているという事実にも注目する必要がある。

なお、各制作者が言及したMC(出演者)や対戦相手となる芸人たちの存在は、スポーツバラエティを継続的に支えてきた重要な要素の1つではないだろうか。番組名を見ると「○○の」と、芸能人の名前が冠となる番組が多いことは一目瞭然だ。インタビューの中でも、「ジャンクSPORTS」は浜田雅功ありきで企画がスタートしていたほか、明石家さんまやくりいむしちゅーの上田晋也、中居正広らは複数のスポーツバラエティ番組のMCを務めている。河野も「MCを務める芸能人のツッコミはとても大事だと考えていて、主観と俯瞰できちんとかみ砕いて伝えられるMCの重要性を感じている」とコメントしている。このことについて数々の制作者インタビューを行った鈴木健司は「スポーツ好きではない人も引っ張りこむには、タレントという媒介が必要だという判断があるのでしょ。それこそがスポーツバラエティなのでは」と述べている⁵⁰⁾。

スポーツバラエティ番組は、スポーツ発のアイデアとバラエティ畑の制作者らの表現力⁵¹⁾、そしてタレントや芸人が務めるMCという媒介者が相互に補完し合う構造の中で誕生し、一定程度の認知度を得て視聴者を掴み、出演者や競技、見せ方を時に変え、時に継承しながら発展してきた番組群だといえるだろう。

一方で、対決型やVTR検証型で、実際に選手のすごさを見せるだけでなく、選手自身に語らせるトーク型番組が登場したことで、選手をひな壇に座らせ、まさしくタレントのように扱うというパターンがテレビの中で定着し、一般的なバラエティ番組の中にもそのような演出が見られるようになった。

また、本稿を書き上げる直前で、「ビートたけしのスポーツ大将」のレギュラー放送終了がアナウンスされた。「天才キッズよ、2020で待ってるぜ！」というキャッチフレーズもむなしく、2020年までレギュラー放送は続かず、視聴率は5～7%とふるわなかった。次世代メディア研究所の鈴木祐司は、80年代は「スポーツ大将」に代表されるスポーツバラエティは、芸能人や有名人を使って勝負させることでウケていたが、90年代から「進め！電波少年」のような本気で真剣勝負するドキュメントバラエティの時代が到来したと指摘する。また、現在ではその系譜が「世界の果てまでイッテQ」に受け継がれ、タレントがガチの勝負をする一方で、「スポーツ王」では錦織圭選手に大きなラケットを持たせるハンディを作ったり、リアル野球盤では途中でルール変更、延長を行うなどと、「ガチンコ」の度合いが逆転していると指摘する。「本当のガチンコは、量産が難しい」からこそ、人気者をMCにしたお手軽なスポーツバラエティという悪循環があるのではないかと記者はまとめている⁵²⁾。

本来、トップアスリートのすごさを見せるための競技やハンディ、ルール作りだった演出が今、視聴者には受け入れられなくなっているのかもしれない。しかし、スポーツバラエティ番組が、ここで指摘された「ガチンコ」一辺倒になることは

制作者も視聴者も、望んではいないだろう。「スポーツ／スポーツ選手を見せる」という原点に立ち戻りつつ、新たな化学反応を起こす番組の誕生が求められているのではないだろうか。

【注】

- 1) 森川貞夫「スポーツとテレビの関係」、中村敏雄編『スポーツ文化論シリーズ④ スポーツメディアの見方、考え方』創文企画、1995年、pp.38-39。
- 2) 神原直幸「メディアスポーツの視点 疑似環境の中のスポーツと人」学文社、2001年。
- 3) 稲葉佳奈子「なでしこジャパンのメディア言説：『震災後』とヘテロセクシズム」『現代スポーツ評論』(25)、2011年、pp.140-144。
梅津迪子「マスメディアにおけるスポーツ観の構成と偏向」『聖学院大学論叢』(24)、2012年、pp.135-150。
備前嘉文「アスリートによるエンドースメントの概念の検討」『スポーツマネジメント研究』(4)、2012年、pp.17-29。
- 4) 橋本純一「新たなスターの誕生に向けて——ヒーロー・ヒロインとメディア」『月刊民放』(2011年.4月号)、2011年、pp.22-25。
- 5) 同上、p.25。
- 6) 橋本政晴は、実際に放送局のテレビ中継とスポーツニュース番組の現場調査を行った。スポーツ番組には共通した特定のパターンが生み出されており、「いつ、だれが見ても面白く、分かり易い」番組を期待されていると制作者自身が感じ、視聴者たちの「ウケ」をイメージし意識することで、それに対する制作のメカニズムや手法が生み出された結果、視聴者たちの期待に合致した番組として画面に映し出されている、とした。しかしながら、制作者の番組制作の意図を抉り出すことはできておらず、この点は論文が発表されてから20年経った現在において、ほとんど深められていない。

「スポーツ番組の制作現場からみた『テレ

- ビ・スポーツ』に関する研究 擬似的なせめぎ合いとしてのテレビ・スポーツ』『スポーツ社会学研究』(5)、1997年、pp.71-84。
- 7) 鹿島我は、バラエティ番組の分類や位置づけを複数回にわたって行った。そのなかでバラエティ番組を、トーク、教養、音楽、情報、演芸、課題克服、多コーナー型、映像、ドキュメンタリー型、対決、特番型の12カテゴリに分けている。しかしこの中にはスポーツはカウントされなかった。
- 「テレビ番組におけるバラエティ番組の位置づけ」『京都光華女子大学短期大学部研究紀要』(49)、2011年、pp.69-80。
- 「テレビ番組におけるバラエティ番組の分類：成長期」『京都光華女子大学短期大学部研究紀要』(52)、2014年、pp.13-24。
- 8) 荒川勝彦「1996年テレビスポーツプログラムの分析」『体育・スポーツ経営学研究』(14)、1998年、pp.15-23。
- 9) 同上、p.16。
- 10) 各局で放送されたスポーツバラエティ番組と銘打ったもので、1回のみでの放送だけでなく複数回放送されているものを主にまとめた。
- 11) 鈴木健司「スポーツ番組の新潮流」、TBSメディア総合研究所『新調査情報』(35)、2002年、pp.4-31。各記事のタイトルは以下の通り。
- 西晃宏「スポーツ・プロパーならではのエンタテインメント『徳光&所のスポーツえらい人グランプリ』」(pp.4-7)。樋口潮「あのメジャーのボールパークの雰囲気」『スポーツマンNo.1決定戦』『筋肉番付』『ZONE』(pp.8-13)。清原邦夫「バラエティとスポーツ番組とのさじ加減『ジャンク SPORTS』」(pp.14-17)。そのほか、TBSテレビ「ZONE」、フジテレビ「さんまの天国と地獄」、テレビ朝日「プロ野球ってナンだ!？」「Get Sports」があった。
- 12) 前掲注11のp.5。
- 13) 同上。
- 14) 前掲注11のpp.5-6。
- 15) 前掲注11のp.6。
- 16) 同上。
- 17) 前掲注11のp.7。
- 18) 前掲注11のp.9。
- 19) 同上。
- 20) 前掲注11のp.10。スタジオを神殿のように見立て、戦いの場としてイメージさせる系譜は、今でも「スポーツ男子最強決定戦」などに見られる。
- 21) 前掲注11のp.10。
- 22) 前掲注11のp.8の表「筋肉番付 出演した有名選手」より。
- 23) 前掲注11のp.10。
- 24) 前掲注11のp.12。
- 25) 清水邦夫「メジャースポーツに育てたい!」放送批評懇談会編集『GALAC』(106)、2006年、pp.16-19。
- 26) 前掲注11のp.15、前掲注25のp.18。
- 27) 格闘技をenjoyする情報サイトによると、「K-1」誕生後、「PRIDE」「Dynamite!!」「猪木祭」と2000年はじめに格闘技を各局が放送したが下火に。2015年「RIZIN」主催で新格闘技情報番組「FUJIYAMA FIGHT CLUB」が放送開始。永盛健之プロデューサーは「日本に格闘技熱がもう一回おこるように、格闘技をあまり知らなかった人にも格闘技の魅力をわかりやすくお届けします」と語っている。https://efight.jp/news-20151013_219722 (2018年8月15日閲覧)。
- 28) 前掲注11のp.15。
- 29) 基本的に、現在放送中の日本のゴールデンタイムのバラエティ番組のMCはほとんどが芸人で、ときにアイドルもMCを務める。本事例では「ジャンク SPORTS」のMCは浜田雅功、「炎の体育会TV」は雨上がり決死隊と今田耕司、テレビ東京の新番組ではさまあ〜ず、「ビートたけしのスポーツ大将」はその番組名の通りビートたけし、そしてナインティナインがMCを務めている。
- 30) 前掲注11のpp.15-16。

- 31) 前掲注11のp.16。
- 32) 前掲注11のp.17。
- 33) 同上。
- 34) 「炎の体育会TV」HP。 <http://www.tbs.co.jp/taiikukaitv/about/> (2018年8月1日閲覧)。
- 35) 鈴木健司「Hit!Hot!の秘密に迫れ! スポーツ・バラエティの可能性を追い求める陰に選手へのリスペクトあり」放送批評懇談会編集『GALAC』(221)、2015年、pp.50-51。
- 36) 一般社団法人日本民間放送連盟HP。「(報道発表)民放テレビ各社『青少年に見てもらいたい番組』2018年『春』について」 <https://www.j-ba.or.jp/category/topics/jba102604> (2018年8月2日閲覧)。
- 当時民放連がまとめる「青少年に見てもらいたい番組」に選定されており、2018年春には「アスリートと芸人が、スポーツで真剣に勝負をするスポーツバラエティ番組、スポーツのすばらしさ、真剣勝負の面白さを伝える、親子で視聴できる番組」として選定されている。民放連会員のテレビ各社(138社)が改編期にあたり選定した「青少年に見てもらいたい番組」を、民放連が各社にアンケート調査してまとめたもので、番組総数1018のうち、在京キー5社の選定番組は32番組あった。1999年10月の改編時から独自に実施している。
- 37) 2014年7月14日、TBSテレビ内にて筆者インタビュー。
- 38) 前掲注35、p.50。
- 39) 前掲注35、p.51。
- 40) 鈴木健司「連載Hit!Hot!の秘密に迫れ!『読唇術』を駆使してアスリートの隠れた魅力を鮮やかに“キリトル”」『GALAC』(229)、pp.48-49。
- 41) 前掲注40、p.49。
- 42) 同上。
- 43) 前掲注40、p.49。しかしながら、2017年8月5日の「夏の甲子園直前SP」での読唇術を選手自身が完全否定したため、放送は途切れ
- てしまった。
- 2017年8月7日配信のORIKON NEWS「ダルビッシュにテレ朝が謝罪。『キリトル』の読唇術に『絶対言っていない』と反論されて」 https://www.huffingtonpost.jp/2017/08/07/story_n_17698782.html (2018年8月25日閲覧)。
- 2017年9月14日配信の東スポWeb「キリトルTV」読唇術に激怒・ヤンキース田中にテレ朝謝罪 <https://www.tokyo-sports.co.jp/entame/entertainment/765598/> (2018年8月20日閲覧)。
- 44) 2018年2月23日配信のNIKKEI STYLE「『ビートたけしのスポーツ大将』伝説の番組が復活」 <https://style.nikkei.com/article/DGXMZO27249660S8A220C1H40A00?channel=DF280120166614> (2018年3月7日閲覧)。
- 45) 2018年6月5日、都内にて筆者インタビュー。
- 46) テレビ東京HP。社員紹介「スポーツの枠組みを超えたエンターテイメントを作ってみた。」 http://www.tv-tokyo.co.jp/jinji/person/sports_02.html (2018年6月4日閲覧)。
- 47) 2018年5月30日放送の日本テレビ「今夜くらべてみました」内「最強女子会2時間SP」出演。
- 48) 2007年8月17日のゴールデンタイムに放送されたスペシャル番組で、芸人やタレントが都市伝説を語り合う番組。不定期で年に4回程放送。
- 49) 2018年7月25日夜18時55分から21時放送のスペシャル番組。MCはさまあ〜ずが務め、古舘伊知郎、スポーツ好き芸人(ビビる大木ら)、元選手・元監督(平野早矢香、畠山愛理、宇津木妙子ら)が登場した。
- 50) 2018年9月23日、筆者の問い合わせへの答え。
- 51) 「カメラを球場のベンチに置いてみましょう」という提案や「登場する子どものキャスティング」「神殿をイメージしたセット作り」「他番組のパッケージの活用」といったスポーツ

以外の制作者らのアイデアと支えが各局に存在していた。

- 52) 2018年9月16日掲載のデイリー新潮「たけし『スポーツ大将』がまさかの打ち切り なぜスポーツバラエティはウケないのか」<http://topics.smt.docomo.ne.jp/article/dailyshincho/entertainment/dailyshincho-548716>
(2018年9月17日閲覧)。