

# 調 査 報 告 書

「発掘！あるある大事典」調査委員会

## 目 次

はじめに	8 頁
第 1 調査の基本方針・調査方法等	15 頁
1 調査の基本方針	
2 本調査委員会の調査体制	
3 調査期間，調査に要した時間	
(1) 調査期間	
(2) 調査従業者	
(3) 調査に要した実作業時間	
(4) 委員会開催回数	
ア 調査委員会	
イ 調査小委員会	
4 調査の指針及び状況	
5 調査方法	
(1) 資料の収集	
(2) 資料の分析・検討	
ア 放送された番組 VTR の視聴チェック	
イ 番組制作資料の精査	
ウ 番組制作関係者及び報道関係者に対する調査	
エ 番組制作関係者が作成したメモ及び電子メールの分析	
オ 広告収入，番組制作費の金額及び内訳についての確認	
カ 報道記事の整理・分析	
(3) 関係者からの聴き取り(ヒアリング)調査	
(4) 資料の分析・検討・ヒアリング結果の評価等と調査報告書の作成	
第 2 捏造等の疑惑についての調査結果	19 頁
1 結論	19 頁
2 「あるある」の沿革と制作体制	19 頁
(1) 番組立ち上げの経緯	
(2) 「あるある」番組立ち上げとテレワークの役割	
(3) 制作会社の構成・変遷	
(4) 「あるある」の制作体制	
(5) 電波法に基づく事業計画届出と番組区分	
(6) 「あるある」における管理体制と正確性確保の取り決め	

- ア 番組制作委託契約における管理根拠
- イ 正確性確保の取り決め
- 3 「あるある」の沿革と制作体制 ..... 23 頁
  - (1) 「あるある」から「あるある」への変更と番組制作スタンスの変遷
    - ア 「あるある」の番組視聴率の推移
    - イ 「あるある」の立ち上げと企画の変更
    - ウ 視聴率の上昇
    - エ 人の健康に関する情報を巡る社会環境
  - (2) 「あるある」における一般的な制作工程
    - ア テーマ会議
    - イ 概括的なテーマ案の伝達
    - ウ リサーチ作業
    - エ 制作会社社内会議
    - オ プレゼン(テーション)シート(企画提案書)の提出
    - カ 具体的テーマの決定
    - キ 分科会(企画会議)
    - ク 構成会議(ロケ台本打合せ)
    - ケ 取材・実験・ロケ
    - コ 取材 VTR のオフラインチェック(オフラインプレビュー)
    - サ 取材 VTR の編集, 追加取材
    - シ スタジオ収録前日打合せ
    - ス スタジオ収録, 収録後検討会
    - セ 編集作業
    - ソ 編集後 MA 前チェック
    - タ 最終一本化編集, 整音作業(MA)
    - チ 納品
    - ツ 最終チェック
    - テ 放送
  - (3) 「あるある」における情報内容の正確性確保のための管理体制
    - ア 番組制作委託契約における管理の根拠
    - イ 関西テレビプロデューサーの任務と上記(2)におけるチェック状況
    - ウ その他役員等幹部の管理義務
- 4 「あるある」への批判や他の放送局での番組の捏造等の問題の発生... 34 頁
  - (1) 放送倫理・番組向上機構(BPO)からの「血液型を扱う番組に対する要望」と対応

- (2) 「あるある」への批判と関西テレビの対応状況
- (3) テレワークによる捏造等とする報道とその対応状況
  - ア テレビ東京「教えて！ウルトラ実験隊」報道事件の発生
  - イ テレビ東京「教えて！ウルトラ実験隊」報道事件を踏まえての対応状況
- (4) 関西テレビ「たかじん胸いっぱい」における問題発生と対応
- (5) TBS 健康情報番組「ピーかんバディ！」白インゲン豆事件後の状況
- (6) 総監修者を置くことの検討
- 5 本件納豆ダイエット回における捏造等の問題点の検討 …………… 41 頁
  - (1) 番組の概要
  - (2) 発覚の経緯及び問題箇所（問題箇所の内容・根拠）
  - (3) 調査結果
    - ア 調査委員会による調査で判明した客観的事実
  - (4) 小括
    - ア 捏造等発生につき納豆ダイエットの固有かつ直接の動機・要因
    - イ 「あるある」が抱える番組制作の背景・構造上の要因
  - (5) その他 - スタジオ出演者はどう考えたか
- 6 納豆ダイエット回以外における捏造等の有無の解明 …………… 63 頁
  - (1) 「あるある」「あるある」全 520 回の解明方法
    - ア 関西テレビの内部調査の結果の検証
    - イ 当委員会独自の調査
  - (2) 本件調査活動の限界
    - ア 残存する取材テープ等制作資料の収集の限界
    - イ ヒアリングの限界
  - (3) アジトに関して
    - ア 序
    - イ 「夢診断でわかる！本当のあなた」  
（あるある ・第 53 回 平成 17 年 4 月 17 日放送）
    - ウ 「寒天で本当にヤせるのか！？」  
（あるある ・第 61 回 平成 17 年 6 月 12 日放送）
    - エ 「毒抜きで体質改善」  
（あるある ・第 69 回 平成 17 年 8 月 7 日放送）
    - オ 「有酸素運動の新理論」  
（あるある ・第 78 回 平成 17 年 10 月 16 日放送）
    - カ 「2005 ダイエット総決算 SP」  
（あるある ・第 86 回 平成 17 年 12 月 11 日放送）
    - キ 「衝撃！味噌汁でヤせる？！」

	(あるある ・第 95 回 平成 18 年 2 月 19 日放送)	
ク	「カロリーの新常識」	
	(あるある ・第 105 回 平成 18 年 4 月 30 日放送)	
ケ	「チョコレートで本当にヤせるのか?!」	
	(あるある ・第 121 回 平成 18 年 8 月 20 日放送)	
コ	「あなたのダイエットフルーツはどっち? みかんorリンゴ」	
	(あるある ・第 130 回 平成 18 年 10 月 22 日放送)	
サ	アジト案件のまとめ	
(3)	アジト以外の制作会社に関して	
ア	序	
イ	「低炭水化物ダイエット」	
	(あるある ・第 39 回 平成 17 年 1 月 9 日放送)	
ウ	「体脂肪を減らす救世主」	
	(あるある ・第 45 回 平成 17 年 2 月 20 日放送)	
エ	「冷え人間は太るし老ける!？」	
	(あるある ・第 49 回 平成 17 年 3 月 20 日放送)	
オ	「ダイエット緊急企画! 食べても太らない方法」	
	(あるある ・第 90 回 平成 18 年 1 月 15 日放送)	
カ	「ワサビで 10 才若返る!」	
	(あるある ・第 100 回 平成 18 年 3 月 26 日放送)	
7	「あるある」を通じる番組演出手法への疑問の検討 - 具体例を通じて	94 頁
(1)	「たったこれだけ! 足裏刺激でヤせる」	
	(あるある ・第 128 回 平成 18 年 10 月 8 日放送)	
ア	放送の概要	
イ	調査の端緒及び問題点	
ウ	調査結果	
8	小括	98 頁
第 3	「あるある」における一連の事実に対する番組制作等の環境, 番組制作構造上の原因・背景	99 頁
1	大阪準キー局による東京での番組制作の問題点	
2	放送局としての制作組織のあり方についての問題点	
3	制作スタッフの育成についての問題点	
4	番組立ち上げ時の問題点	
5	番組の特徴と番組企画に内在するリスク	

- 6 番組への過信
  - 7 視聴率本位の制作態度
  - 8 完全パッケージ方式による制作委託契約の問題点
  - 9 再委託契約による制作の問題点
  - 10 制作費の削減措置による影響
    - (1) 関西テレビにおける番組制作費の動向
    - (2) 「あるある」 「あるある」 の制作費の動向
    - (3) 「あるある」 の収支及び番組制作費の内容
      - ア 関西テレビについて
      - イ テレワークについて
      - ウ 関西テレビにおける「あるある」 の収益
  - 11 東京支社プロデューサーの過重な負荷
- 第4 関西テレビにおけるチェック体制の問題点と責任 …………… 114 頁
- 1 平成8年10月「あるある」 立ち上げ時の問題点
  - 2 「あるある」 から「あるある」 への移行時の問題点
  - 3 「あるある」 を含む血液型を扱う番組への批判と対応の問題点
  - 4 テレワークが関与したテレビ東京番組における報道事件に対する対応の問題点
  - 5 「あるある」 への批判に対する対応の問題点
  - 6 関西テレビトークバラエティー番組における問題発生と対応の問題点
  - 7 TBS 健康情報番組「ぴーかんバディ！」白インゲン豆事件と放送基準の改正
  - 8 関西テレビの内部統制システム整備に関する取締役会決議と放送基準改正に伴う措置の有無
    - (1) 関西テレビにおける内部統制システム整備に関する取締役会決議
- 第5 不適切な番組制作についての関西テレビの責任 …………… 126 頁
- 1 表現の自由と放送法
  - 2 番組編集準則（放送法3条の2第1項）
  - 3 「報道は事実をまげないですること」（放送法3条の2第1項3号）
    - (1) 「あるある」 「あるある」 は報道か
    - (2) 関西テレビは事実をまげて放送したか
  - 4 訂正・取消放送の必要性
  - 5 関西テレビの責任
  - 6 放送局における自浄システムとしての内部統制体制整備責任
  - 7 関西テレビの番組制作担当者，監督職員，取締役らの責任

第 6	番組制作現場における問題発生要因	133 頁
1	総論	
2	当事者意識の欠如	
3	事実・真実・知識への安易な取り組み	
4	専門的知識の安直な利用	
5	制作委託システムのゆがみ	
6	中堅制作者の教育研修制度の不在	
第 7	番組関係者による番組を利用した私的な利得行為の有無等	140 頁
第 8	再発防止策	141 頁
1	内部統制体制の強化・確立	141 頁
(1)	総論	
ア	言論・表現の自由と放送の自由の尊重	
イ	表現の自由と番組制作者の創造性の尊重，番組制作の自由の尊重	
ウ	公共の電波を用いる放送による言論，表現と公共の福祉の調和	
エ	放送の社会的影響力との関係	
オ	番組のフュージョン化と規制のあり方	
(2)	放送局の自主性・自律性確保と内部統制体制のあり方	
(3)	放送局における内部統制システムの位置づけ	
2	経営における内部統制体制の強化・確立	143 頁
(1)	取締役会決議による番組制作ガイドラインの制定，公表	
(2)	社外取締役の選任及び監査役の権限強化	
(3)	関西テレビ倫理行動憲章の制定	
(4)	企業情報の適時開示	
3	報道，番組制作におけるコンプライアンスの確立	145 頁
(1)	番組における情報の正確性を確保するためのチェックフローの作成	
ア	番組企画書及び制作報告書に情報の正確性確保の方法を明記すること	
イ	適切な制作会社の選定	
ウ	制作委託契約書への明記	
エ	専門家を監修者として配置	
オ	専門家に対するインタビューのあり方	
カ	情報の正確性の根拠となる各種資料の保存及び提出の義務づけ	
キ	学術情報の提供を受けた専門家に対する確認	
ク	制作担当者の役割，責任の所在の明確化と情報の共有	

- ケ 番組制作関係者による内部通報制度の確立
- コ 番組制作担当役員への報告義務
- サ 放送番組に関する制作担当者の発言の場の確保
  - (2) 考査部門の増強
  - (3) 制作部門の増強
  - (4) 制作会社との公正な契約の締結
  - (5) 教育・研修の充実

第9 当委員会からの提言 .....	149 頁
1 本件に関する関西テレビの視聴者への説明責任の履行・情報開示	
(1) 検証番組の制作	
(2) 報告書，並びにその改善策の開示	
2 視聴者との回路作り	
(1) 関西テレビ「放送活性化」委員会の設置	
(2) 視聴者窓口の充実	
(3) メディアリテラシー向上のためのプロジェクトの立ち上げ	
3 新たな番組制作による新生・関西テレビの表明	
(1) 「科学番組のあり方」を検証する連続ドキュメンタリー番組の制作	
(2) 関西発の地域番組の充実	
4 関西テレビの責務	
おわりに - 再生のための〈関西テレビモデル〉の創出を .....	153 頁



## はじめに

### 【情報空間を生きる】

テレビ放送が始まって、半世紀以上が過ぎた。

いまや日本列島は、全国 47 都道府県に散在する 127 の民間放送局（地上波テレビ局。独立系 UHF 局も含む）と、県域ごとに置かれた NHK 地方放送局から、1 日 24 時間、ほぼ途切れることなく発信される放送電波によって覆い尽くされている。このほかに、衛星波を使ったテレビ放送も定着した。受像機は各世帯に 1 台以上普及しただけでなく、携帯電話やパソコンによる視聴もめずらしくなくなった。

今日、人々が接する情報媒体は、むろんテレビだけではない。新聞や雑誌や単行本はテレビ以前からあり、最近ではインターネットもある。人と人との関係のなかで交わされる会話も、重要な情報回路である。私たちは無数に交錯する情報の流れから、そのときどきの関心と必要に応じて多くの知識を得、事実をつかみ取り、ときにはみずから発信しながら、国内外にまたがる広大な情報空間を生きている。

### 【民主主義には自由・多彩・正確な情報が欠かせない】

民主主義社会で生きる私たちにとって、知識や情報が多彩で、多種多様であることそれ自体が価値である。民主主義は多くの意見や見方が不断に検討され、時間をかけて形成される大小さまざまな合意を積み重ねながら成熟していくものである。時の権力や権威がこのプロセスをねじ曲げ、マスメディアや個々人の言論・表現の自由に介入することがもたらす弊害は、過去の歴史が示している。

そして、だからこそ、情報発信する側には、その内容についての真摯な取り組みと正確さを追求する努力が求められるのである。それはたんに番組や記事の信頼性のためというにとどまらず、民主主義の健全な発展と成熟のためにも不可欠なことと言わなければならない。

### 【テレビは人々の感じ方・考え方に浸透する】

日本人の 9 割が、毎日、テレビを見ている。1 日のテレビ視聴時間は、平日で 3 時間 27 分、週末は 4 時間を超えている。ちなみに、平日に新聞を読む人は 44 パーセント、読んでいる時間は 21 分である。雑誌や単行本はといえば、平日も週末も 2 割前後の人しか読まず、平均的な読書時間はわずか 10 数分にすぎない（以上、いずれも NHK 放送文化研究所「日本人の生活時間・2005」）。

一方、平均的な日本人は民放テレビについて、親しみやすい（67 パーセント）、楽しい（66 パーセント）、手軽に見聞きできる（53 パーセント）、わかりやすい（41 パーセント）などと感じている、という調査結果もある（複数回答。日本新聞協会「2005 年全国メディア接触・評価調査」）。

こうした調査からうかがわれるのは、テレビ放送、とりわけ民放テレビが私たちの意識やものの考え方、さらには行為や行動の判断に及ぼす影響の大きさである。テレビは日常的に、またきわめて容易に私たちの意識と感受性に作用してくる。そして、しばしば私たちはテレビから得た知識や情報に従って考え、行動し、しかもそのことに気づかない場合も少なくない。

テレビ放送に携わる人々に高い職業倫理が求められる所以である。

### 【関西テレビ「あるある大事典」納豆ダイエット編の放送と反響】

関西テレビ放送株式会社（以下、「関西テレビ」という）は、平成 19 年 1 月 7 日（日）の 21 時からの 1 時間枠において、フジネットワーク系列 26 局を通じ、生活情報バラエティー番組「発掘！あるある大事典」（以下、「あるある」という）の第 140 回として、「食べてヤせる!!! 食材 X の新事実」を放送した。番組中で明らかにされる「食材 X」とは、日本の食生活ではお馴染みの納豆だった（以下、当該番組を「納豆ダイエット」と呼ぶ）。

番組は米国人研究者らのインタビューをまじえながら、納豆に含まれる成分イソフラボンには、痩せる効果のある DHEA をふやす働きがあると解説し、納豆を「毎日」「朝晩 1 パックずつ」「よくかき混ぜ、20 分以上放置したあと」で食べることを勧めていた。また独自の実験も行ったと言い、こうした食べ方をした 8 名の被験者全員にダイエット効果があったばかりか、内臓脂肪が減少し、血管年齢が若返り、コレステロール値や中性脂肪値にも改善が見られた、という結果も紹介された。

番組の反響は大きかった。放送直後から各地で納豆が売れはじめ、スーパーマーケットやデパートの食品売場の納豆コーナーはたちまち空になった。納豆産地や業界の大あわての増産ぶりは、ニュースでも伝えられた。「意外で手軽なダイエット法に、正月のご馳走で太り気味の視聴者は敏感に反応するだろう」（制作担当者）という制作意図は、みごとに的中したと言ってよかった。

### 【「納豆ダイエット」捏造の発覚】

だが、この騒動のさなかの 1 月中旬、週刊誌の質問状をきっかけに、関西テレビが調査を行い、概略以下のようなことが判明した。

番組に登場した米国人研究者の発言は、ボイスオーバーによってまったくちがう内容に変えられていた。DHEA 摂取によって痩せたとされる 3 人のアメリカ人の写真は、無関係な写真の流用だった。加齢によって DHEA 分泌が低下することを示すグラフは無断引用であり、さらに、納豆を食べて痩せたとされる被験者のコレステロール値や血管年齢等のデータに関しては、そもそも測定自体が行われていなかった。

放送画面に記された「あるある」の製作著作は関西テレビであったが、実際に

は日本テレワーク株式会社（東京）（以下「テレワーク」という）に制作委託され、さらにテレワークは、テレビタレントをまじえてスタジオ収録する部分以外の、テーマ解説や実験等の主要パートについて、9つの制作会社に再委託する仕組みになっていた。「納豆ダイエット」の主要パートを制作したのは制作会社アジトである。

発覚した事実は、たんなる不注意や見落としによるミスなどではなかった。番組の要所要所にあって、番組の根幹をなす事実の捏造であり、番組それ自体のコンセプトを根底から覆すでっち上げだった。

### 【「あるある」の放送打ち切り】

関西テレビは平成19年1月20日、この事実を公表し、翌日放送分の「あるある」を休止するとともに、急遽差し替えた番組の冒頭で、同局アナウンサーによる5分間のお詫び放送を行った。さらに23日には、同番組の打ち切りを決定し、同局関係役員及び社員の処分を発表した。

番組「あるある」は、平成8年10月に放送開始した「発掘！あるある大事典」（以下、「あるある」という）のあとを引き継ぎ、視聴者によりわかりやすく、より役に立つ情報を提供する、という趣旨で、平成16年4月に始まった。「あるある」から数えれば10年と数カ月、通算520回の放送をかさねてきた人気番組だったが、こうして慌ただしく打ち切りに追い込まれることになった。

### 【疑惑続出と「あるある」全体への根底的批判】

しかし、これで一件落着ではなかった。新聞各紙は「あるある」「あるある」がこれまで放送してきた内容について、疑問を呈する報道を連日のように行った。この間に俎上に上げられた番組テーマには、次のようなものがある。

- ・「快眠」（平成10年10月放送）
- ・「あずき」（平成13年3月放送）
- ・「10日間で変わる！顔ヤセの科学」（平成16年10月放送）
- ・「身体の危険度シリーズ第2弾 知られざるコレステロールの恐怖」（平成17年6月放送）
- ・「ダイエット緊急企画！食べても太らない方法」（平成18年1月放送）
- ・「衝撃！味噌汁でヤセる?!」（平成18年2月放送）
- ・「ワサビで10才若返る!」（平成18年3月放送）
- ・「世界が大注目！納豆で若返る方法」（平成18年7月放送）

指摘の内容はさまざまであり、この時点では指摘内容の当否は曖昧ではあったが、いずれにも共通していたのは、「テーマ設定の強引さ」「結論を導くための極端な単純化」「結論に合わせた実験結果の歪曲」等々だった。

特定の番組の内容が適切かつ正確だったかどうかについて、これだけ次々と疑義

や疑問が呈されること自体が、異様なことだった。これでは10年間以上つづいた人気番組の企画そのもの、その存立の基盤と根拠そのものが疑われ、批判されたに等しかった。

関西テレビはなぜこのような番組を放送しつづけたのか。関西テレビ・テレワーク・9つの制作会社という番組制作システムに問題はなかったのか。番組内容のチェックシステムはどうして機能しなかったのか……。多くの問題がいきなり噴き出していた。

### 【「生活情報バラエティー番組」の危うさ】

放送法3条の2第2項のいわゆる「調和原則」に基づく、関西テレビの番組区分によれば、「あるある」「あるある」とともに、「教養番組」とされている。他の区分には、報道、教育、娯楽、広告、等があり、放送局は番組編成にあたって、それぞれの番組をバランスよく配分するよう求められている。

しかし、さまざまな試行錯誤と努力によって、今日のテレビはこのような区分に画然と分けられることは少なくなっている。とくに1970年代以後、「情報化時代」「情報産業」「情報テクノロジー」等々が喧伝され、「情報」という言葉が世の中に氾濫するようになってから、個々の番組の区分はいっそう曖昧になった。もともと「情報」は、いまだ確定していない、不確実性を包含した事実・真実・知識の意味であるが、その不確実性ゆえにさまざまな解釈や演出が可能な、都合のよい言葉ともなった。

そのような状況のもとで、「あるある」と「あるある」は「教養番組」に区分されながら、ある場面では「生活情報番組」と言われ、別の場面では「生活情報バラエティー番組」と称されてきた。この「バラエティー」も、本来は「歌・踊り・話・寸劇など、いろいろ組み合わせた演芸形式」を指すが、放送界独特の使い方においては、取材や実験やグラフィック技術によって、また出演者のトークや演技によって、「情報」を「面白く」「わかりやすく」加工する演出手法一般を指している。

教養番組に区分された「あるある」「あるある」は、平たくいえば「生活情報番組」であったが、不確かな情報を加工し、バラエティー的に演出するという、今日のテレビ界に支配的な手法を念頭に置くならば、「生活情報バラエティー番組」と呼称する方が、実態に即しているだろう。

### 【テレビの「わかりやすさ」「面白さ」が問われている】

この番組にかぎらず、テレビはつねに「わかりやすく」「親しみやすく」「面白く」をモットーにする。「役に立つ」「わくわくする」「刺激的に」というのも、そのバリエーションである。これは先に引用した調査が示したような、視聴者がテ

レビに感じ、求めている親しみやすさ・楽しさ・手軽さ・わかりやすさという利点と裏腹の関係にある。

しかし、言うまでもないことだが、事実や現実というものは、決して単純ではない。面白くない出来事は数限りなくあり、簡単に白黒つけたり、真実はこうだ、とあっさり言い切れるものでもない。だからこそ多種多様な見方や主張や言説がだいたいなのであり、その多彩さの展開に、現在言われているテレビ的面白さとは別種の面白さがあるのだ、とも言い得るだろう。

ところが、テレビは、わかりやすさや面白さを強調しようとするあまり、ひとつの事実の背景にある複雑な理論やプロセスを切り捨て、異論や反対の見方を排除してしまう。そうやって抽出され、わかりやすく単純化され、面白く誇張された事実は、ときにはもともとの事実から大きくかけ離れたものになりかねないのだが、にぎやかに、また慌ただしく進行する制作現場では、そのことがあまり気づかれることもない。

「あるある」「あるある」が引き起こしたさまざまな捏造等の疑惑は、こうした生活情報バラエティー番組とテレビ一般の制作手法に共通する危うさや落とし穴をも浮かび上がらせる出来事となった。

### 【第三者調査委員会の発足】

1月下旬、私たち5名は、関西テレビから、「あるある」「あるある」番組に関わる一連の疑惑について、独自の立場から早急に調査し、捏造等に至った原因を究明するとともに、再発防止策等についての提言をしてもらいたい旨の要請を受けた。

1月30日午後、私たちは東京・お茶の水に設けられた会場で、関西テレビの千草宗一郎社長らと面会し、あくまで私たちの調査が第三者的立場のものであることの確認と、また同社及び「あるある」「あるある」の制作に携わった制作会社と出演者等の番組関係者に全面的協力を確約してもらうことを求め、これら条件の下に、「発掘！あるある大事典」調査委員会の委員に就くことを正式に受諾した。

「発掘！あるある大事典」調査委員会の委員は、以下の5名である。

委員長	熊崎勝彦	弁護士	明治大学法科大学院客員教授
委員長代行	音好宏		上智大学文学部新聞学科助教授
委員	鈴木秀美		大阪大学大学院高等司法研究科教授
委員	村木良彦		メディア・プロデューサー
委員	吉岡忍		作家

引き続き調査委員会は関西テレビ関係者の退席を求め、調査にあたっての基本姿勢、調査体制の拡充策、報告書作成の期限等の検討に入った。なお、調査委員会は以後、関西テレビへの報告書の提出と公表までの約7週間、会場を準備しての正

規例会としては12回の開催を数えたが、関係者のヒアリングと報告書作成実務段階に入ってから、ほぼ連日の開催となった。

### 【調査対象の範囲と期限】

私たちは今回の問題が社会に与えた衝撃の大きさを考慮し、できるだけ早く調査内容を公表しなければならない、と考えていた。他方で関西テレビからの要請もあり、同社に調査報告書を提出し、同時に記者会見等を通じて一般に公表する期限を、3月中旬をメドとすることにした。

とはいえ、「納豆ダイエット」編以外に、新聞報道等ですでに指摘されている捏造疑惑だけでも8件あった。出演者のコメントの捏造・歪曲や、実験データの改ざん等を生んだこの番組の構造的な問題にまで踏み込んで考査しようとするれば、さらに何百本もの番組と、それに関する資料や取材テープにまでさかのぼって調べなければならない。迅速に調査結果を出すという課題と、膨大な作業量という課題に直面し、私たちは以下のような方針を定めることにした。

(1)一連の問題発覚のきっかけとなった「納豆ダイエット」が「あるある」に属することから、まず「あるある」を中心に調査を進める。それ以前の「あるある」については、疑惑が指摘された事例を中心に、関係者のヒアリングと資料の精査を行い、そこから具体的に浮かび上がった疑義や疑問から、他の番組の調査へと範囲を広げていく。

(2)私たちの調査委員会とは別に、このころすでに関西テレビによる内部調査が行われていた。この段階ではその内容は不明であったが、本調査委員会はその内部調査の内容も検討し、徹底的な検証を加えたうえで、番組全般の問題点の究明に役立てる。

### 【調査小委員会の設置】

それにしても、こうした調査に要する作業量は膨大であることが予想された。短期間に的確、効率的に調査の目的を達するためには、関係者の聞き取りや資料の解読に精通した調査スタッフの拡充が必要だった。

そこで私たちは、主として事実関係等を究明する小委員会を設置することにした。調査委員会と調査小委員会の連携を密にし、終始一体となった活動を行うことによって、番組ごとのデータ捏造・歪曲等を指摘するだけでなく、それらを生じさせた番組構造と、ひいては生活情報バラエティー番組などの、わかりやすく、面白くというテレビ独特の制作手法の問題点を明らかにすることができるのではないかと考えたからである。

調査小委員会の構成は、以下のとおりである。

小委員会委員長 猪狩俊郎 弁護士

同代行 北島孝久 弁護士  
委員 17名 弁護士

なお、このほかに調査期間中の資料等を管理する専従スタッフ、外国語資料や外国取材テープの通訳スタッフなども擁することとし、調査委員会の活動は、実質的には委員長以下計 28 名で行われることになった。

### 【調査委員会の視点】

私たちは調査を始めるにあたって、そもそもこの調査が何を解明し、どんなことを目的とするのかについて、時間をかけて議論した。

過去 10 年余にわたって放送されてきた「あるある」「あるある」のなかに、どれだけのコメント捏造やデータの過度の誇張や改ざん等が潜んでいるのかは、私たちにとってももちろん重大な関心事である。この時点でのマスコミ報道や視聴者・読者の関心も、その点に集中していることも承知していた。

しかし、調査委員会の役割はそのことの指摘だけで終わらない、と私たちは考えた。

なぜそのような捏造や改ざんは起きたのか？それらを生んだ関西テレビと各制作会社の組織の問題点、この間に築かれた番組制作システムのゆがみ、個々の制作者の認識不足等々があったはずであり、それら複雑に絡み合った構造全体にまで踏み込んで考察する必要があるだろう。そのようにして初めて今回の不祥事の原因を、広く今日の放送界全体が抱える問題としても提示できるのではないか。いちいちの不適切な事例の摘出と解明は、むしろそうした放送界全体が抱える問題点を具体的に明らかにするためにこそ必要なのだ、というのが私たちの考えであった。

調査報告書の末尾は、私たちからの「提言」となるはずである。

私たち一人ひとは民主主義社会に生きる一員として、関西テレビや幾多の制作会社を含めた放送界が自主自律的に、また自由闊達に活動することが、この社会を豊かに成熟させていくために必要だと信じている。私たちの提言が、そのために活かされることを心から願っている。

平成 19 年 3 月 23 日

「発掘！あるある大事典」調査委員会

## 第1 調査の基本方針・調査方法等

### 1 調査の基本方針

本件調査にあたって、本件の報道が広く社会に与えた衝撃や事案の重大性から、迅速に調査を遂げる必要があると考え、上記捏造等の件に限られた時間の中で、その全体を調査・検証の対象にすることにし、上記のとおり、調査目的を効果的に果たすため、客観的、多角的かつ徹底的な捏造等の事実の有無をでき得るかぎり広く解明したうえ、本件の原因、要因、背景、及びその責任の所在を明らかにし、再発防止等についての提言を含む的確な意見を率直に述べることに努めることを基本目標に置いて調査したものであるが、その解明及び調査報告書に要した調査期間等は、以下のとおりである。

### 2 本調査委員会の調査体制

「はじめに」に記載のとおり

### 3 調査期間、調査に要した時間

#### (1) 調査期間

平成19年1月28日から同年3月22日

#### (2) 調査従業者

合計 28名(専従職員、通訳を含む)

#### (3) 調査に要した実作業時間

合計 およそ5337時間

#### (4) 委員会開催回数

##### ア 調査委員会

平成19年1月30日から同年3月22日まで 合計16回

##### イ 調査小委員会

平成19年1月30日から同年3月22日まで 合計31回

### 4 調査の指針及び状況

当委員会は、調査小委員会を最大限活用し、また当委員会委員自らも調査小委員会に出席して各種検討・意見交換に加わるとともに、本件関係資料を精査し、ヒアリングを行った。事実等解明の対象・方法としては、まず、本件納豆ダイエット回の問題点を徹底的に掘り下げ、調査することになるとともに、「あるある」について、アジト及び他の制作会社につき、新聞報道等で取り上げられた疑惑の諸点を含めその徹底解明を行った。「あるある」「あるある」(放送回数計520回)の全体を限られた時間内で逐一仔細に掘り下げ、検討・調査をすることは極めて困難であることから、でき得る限り、その全体



を効率的に調査・検証するための方策として、「あるある」「あるある」の全番組に関して関西テレビ内部調査班が行った調査内容を検証し、「あるある」「あるある」の制作・放送に関わった主な関係者のヒアリング等を行うとともに、制限された時間内において、小委員会を中心に、オンエア（以下、「OA」という）テープ・取材テープ等を視聴し、作成資料等をチェックした。

## 5 調査方法

### (1) 資料の収集

関西テレビ、テレワークその他の制作会社に対し、資料の提供を要請し、それらの任意提出を受けた。

収集資料の内訳は下記のとおりである。

#### 記

##### OA テープ

制作・放送に関するリサーチ資料・取材テープ・ロケ台本・スタジオ収録台本・制作会議資料・実験データなど

制作関係者（制作スタッフ、出演したタレント・学者・被験者など）のリスト及び制作会社の組織概要

制作関係者が作成したメモ，電子メール及びファクシミリ

決算関係書類，契約書類等

その他

### (2) 資料の分析・検討

#### ア 放送された番組 VTR の視聴チェック

「あるある」「あるある」の全番組（520本）に関して、関西テレビ内部調査班が視聴チェックしたレポート等を仔細かつ徹底的に精査し、さらに、当委員会において、厳密な視聴チェック等を行った。

#### イ 番組制作資料の精査

「食べてヤセる!!!食材Xの新事実」の制作会社であるアジトより、同社が制作した「あるある」の番組すべて（合計16本）につき、現存する番組制作資料（リサーチ資料・取材テープ・ロケ台本・スタジオ収録台本・制作会議資料など）の提出を受け、それらの資料を調査小委員会において精査し、事実の捏造、実験データの改ざん及び過剰な演出など（以下「捏造等」という）がないかどうかについて入念にチェックした。

また、疑惑箇所については、ヒアリングを行って直接関係者に確認する、あるいは、科学者等専門家に依頼して科学的根拠について再検証を行うな

どして分析を行った。

さらに、アジト以外の8つの制作会社からもサンプリング調査として、番組制作資料（リサーチ資料・取材テープ・ロケ台本・スタジオ収録台本・制作会議資料など）を各社から数番組ずつ提出してもらい、同様にチェックを行った。

#### ウ 番組制作関係者及び報道関係者に対する調査

番組制作関係者（制作スタッフ、出演したタレント・学者・被験者など）から必要なヒアリングを行うなどして、番組内で行っている実験に捏造等がないかどうかを確認するとともに、内外の専門家からヒアリングを行い、科学的根拠などについても確認した。

また、報道関係者からヒアリングを行い、番組制作方法、チェック体制のあり方等についても検証を行った。

#### エ 番組制作関係者が作成したメモ及び電子メールの分析

番組制作関係者（制作スタッフ、出演したタレント・学者・被験者など）から任意に提出を受けたメモ及び電子メールにつき、内容を確認・分析し、番組制作方法、科学的根拠の有無等について検証した。

#### オ 広告収入、番組制作費の金額及び内訳についての確認

「あるある」「あるある」における関西テレビの広告収入及び番組制作費の内訳について詳細に検討を加えるとともに、同社からテレワークへの発注額、テレワークから制作の請負をしたアジト等の制作会社（以下「制作会社」という）への発注額についても確認するなどし、「あるある」「あるある」の金銭の流れ等についても仔細にチェックした。

#### カ 報道記事の整理・分析

新聞・雑誌等が取り上げた案件については、記載内容を精査したうえで、取材テープ等制作資料を分析し、また、関係者のヒアリングを行い、独自に専門家に依頼して科学的根拠について再検証を行うなどして徹底的な分析を行った。

### (3) 関係者からの聴き取り(ヒアリング)調査

各調査委員及び小委員会が下記対象者から可能な限り直接面談してできる限り詳細に事情を聴取し、これをまとめた「聴取報告書」等を作成した。

ヒアリング実施回数は、延べ113回（下記の対象者合計72人）に及ぶ。

#### 記

関西テレビの関係者  
テレワークの関係者

各制作会社の番組制作スタッフないし関係者（プロデューサー，ディレクター，コーディネーターなど）

本番組に携わったその他の関係者（出演者，被験者など）

科学者等専門家

フジテレビ等放送関係者

スポンサー，広告代理店

食品流通業等関係者

その他

(4) 資料の分析・検討・ヒアリング結果の評価等と調査報告書の作成

上記資料の分析・検討・ヒアリング結果を各調査委員において精査し，調査委員会において徹底的かつ多角的に討議することにより更なる全体の事実関係等の解明・評価を試み，その結果を再発防止策等の提言を含め，「調査報告書」にまとめあげた。

なお，「調査報告書」作成にあたっては，再確認が必要と思われる事項については，可能な限り再調査・再検証を行い，その結果を「調査報告書」に反映させた。

## 第2 捏造等の疑惑についての調査結果

### 1 結論

調査の結果、アジトによる複数の事実に反する番組制作及び他の制作会社による複数の好ましくない事例が見られた。また、このような番組制作における不正は、本件番組制作の構造上の問題・背景が凝縮されて起こったもので、いわば起こるべくして起こった事件といえ、直接的には制作会社の制作担当者のモラル欠落等によって起こされたとはいえず、決して、単にそれのみによって生じたものとはいえない背景・要因があったものと考えられる。

以下には、関係者らからのヒアリングの結果判明した「あるある」「あるある」の沿革及び制作体制を明らかにしたうえで、「あるある」「あるある」において捏造等と見られる番組について報告する。

### 2 「あるある」の沿革と制作体制

#### (1) 番組立ち上げの経緯

「あるある」は、平成8年10月27日、放送をスタートした。フジテレビ系全国ネット日曜日21時枠は、もともと関西テレビが全国ネットワークの時間帯として放送の枠を持っており、昭和54年からは花王株式会社（以下「花王」という）の一社提供となり、制作会社東阪企画に委託し、演芸とドラマを中心とする「花王名人劇場」を放送し、その後、番組の内容を多様化し「花王ファミリースペシャル」となっていった。しかしその後、毎回企画が異なるため制作体制に余裕がなくなり、また、視聴率もばらつきが多くなってきたため、関西テレビにおいては、てこ入れをしないと枠を失うという危機感を深め、社内でも、同年10月の改編期に新企画を立ち上げるため企画募集などをしていった。

一方で、同様に危機感を抱いていた代理店である株式会社電通（以下「電通」という）は、ネットワークに大きな影響力を持つフジテレビとも連絡し、テレワークを活用したてこ入れ策を考え、<sup>\*1</sup>新しく同社を制作会社とする「知的エンターテインメント」と称する、生活情報を中心とする教養番組を制作しようとして企画し、関西テレビの編成・営業に提案した。関西テレビの一部には、テレワークが番組制作のその品質管理の面で必ずしも十分でないなどの理由から、これに賛意しないものもいたが、結局、この企画を受け入れ、テレワークに対する完全パッケージ制作委託方式で「あるある」をスタートすることになった。

---

\*1 「日曜21時 花王枠新番組資料」（テレワーク）

(2) 「あるある」番組立ち上げとテレワークの役割

上記のように、「あるある」は、関西テレビにおいて、制作部門ではなくむしろ編成・営業部門主導で企画が受け入れられ、\*2当初からテレワークの B1 プロデューサーが企画に主導的に参画してきており、制作部が参加した段階では、すでにテレワークの B1 プロデューサーを中心にした制作スタッフにより、毎回ワンテーマを取り上げ、それについて様々な角度から情報を集め、視聴者が生活していくうえで役に立つ有益な情報を楽しくわかりやすく見せる番組にしようという企画が進んでいた。

「あるある」は、その\*3新番組資料によると、「現代の日本の家族の誰しもが体験し、触れることができるモノ・コトの中から毎週一つテーマを選び、そのテーマにまつわる世代や地域のギャップ間のおもしろさや、アツと驚く珍しい情報・視聴者にとってすぐに役に立つ知識を、軽やかで楽しいスタジオ進行で展開していく、知的エンターテインメント番組」と銘打ち、「ニューエイジが生み出した全く新しい生活の知恵、意識せずに毎日繰り返している習慣、その土地や家族に脈々と受け継がれている風習など、世紀末のリアリティを、さまざまな方法でダイナミックに検証し、21 世紀に語り継ぐべき生活の知恵大百科・ライフスタイル大辞典を編纂すること」を目的とするものとして企画された。

また、具体的なテーマとしては、身の回り半径 10 メートル以内にあるモノ、日本人の誰でもが体験するコト、であれば何でも OK として、食材・料理・健康・冠婚葬祭・家庭生活・レジャー・流行などから放送時の季節や、その時々なタイムリーな話題性を考慮してラインナップすることとされた。

「あるある」においては、具体的なテーマを食材なら「ごはん」、流行なら「ペット」、料理なら「お弁当」などの名詞で示し、番組テーマに関する体験・実験を事前口ケやスタジオで行い、リアリティがあり分かりやすいテーマを持った内容とする企画となった。

(3) 制作会社の構成・変遷

以上のような経緯から、制作会社の構成もテレワーク主導であり、制作会社の構成は、ほとんどの制作会社をテレワークが事実上決定し、立ち上がり

---

\*2関西テレビ A1 制作局長ヒアリング聴取書

\*3「日曜 21 時花王梓新番組資料」

時は、テレワーク 2 班、ディ・コンプレックス 1 班（ディ・コンプレックスは、B1 プロデューサーが経営する制作会社でもある）、ジャンプコーポレーション 1 班の 4 班体制だった。

しかし、番組が平成 8 年 10 月 27 日にスタートし、ワンクール後を経た平成 9 年 1 月 19 日第 12 回放送「お風呂」で健康を取り上げ、体によい入浴方法などを内容としたところ、17.7 パーセントの高視聴率（ビデオ・リサーチ（関東地方）、以下視聴率に関する記述はすべて同じ）を取り、さらに平成 9 年 6 月 29 日第 34 回放送「お茶」で各種のお茶の効能を取り上げたところ、15.2 パーセントの視聴率を取り、このころから健康を取り上げると視聴率が取れると認識され、次第に、テーマとして健康を取り上げて成分を分析し、その効果を紹介する番組へと変遷していった。現に、平成 9 年 10 月 5 日放送の「スペシャル」、平成 10 年 1 月 4 日放送の「新春健康スペシャル」、同年 4 月 5 日放送の「健康スペシャル 3」と健康番組をテーマの中心に据えている。再委託制作会社は、本件番組では上記企画内容からして、当初から内容のリサーチに時間と手間を要することが予測され、そのため再委託制作会社が次第に増やされ、平成 9 年 1 月 26 日第 13 回放送からディープロジェクト、平成 9 年 3 月 16 日第 20 回放送からアジトが加わり、合計 6 班体制となり、さらにその半年後、平成 9 年 6 月 15 日第 32 回放送からトスプランニング、平成 9 年 8 月 31 日第 43 回からゼットが加わり、合計 8 班体制となった（平成 10 年 11 月 29 日第 107 回からノンプロダクションも加わっており、ときに 9 班体制となったりしている）。

#### (4) 「あるある」の制作体制

このように、「あるある」は、収録自体は関西テレビの東京の自社スタジオ（レモンスタジオ）で行われたものの、その元となるメインコーナーの VTR の制作はいずれも東京にあり、テレワークが選定した制作会社を使ってなされ、下記に述べるとおり、制作費についても一本いくらの完全パッケージ制作委託方式であり、テレワークの見積もりに基づいて大筋の金額が決まり、関西テレビからテレワークへの発注金額に基づきテレワークがどのような予算で制作するか、つまり制作会社に対し VTR の制作につき一本いくらの再発注するかはすべてテレワークに任されていた。また、スタジオ収録時の出演者の選定もテレワークに一任され、企画・構成会議などもテレワークの会議室を使って行われた。このように、「あるある」は基本的にテレワーク主導で番組が制作されてきた。

\*4関西テレビの制作スタッフは、この間番組制作上の主体性を発揮するための個々の努力もなされていたようだが、全体的なテレワーク主導の制作体制に影響を及ぼすものではなかった。

(5) 電波法に基づく事業計画届出と番組区分

放送事業者は電波法施行規則43条の3により事業計画に変更があったときは総務大臣に届け出なければならないとされており、放送局は、番組改編をした場合は無線局事項書 29 事業計画等の添付書類のうち週間放送番組の編集に関する事項として放送番組表を主務大臣に提出している。<sup>\*5</sup>その中で、「発掘！あるある大事典」は、「あるある」「あるある」とも一貫して教養番組に区分されている（なお、番組区分は、報道、教育・教養、娯楽、広告、その他に区分されている）。

(6) 「あるある」における管理体制と正確性確保の取り決め

ア 番組制作委託契約による管理の根拠

\*6関西テレビは、平成8年10月1日、テレワークとの間で、「あるある」の制作委託にあたり、番組制作委託契約を締結している。同契約においては、第10条「審査」の項において、作品の内容につき関西テレビが放送実施上不適当と判断した場合はテレワークは関西テレビの指示に従いこれを改訂する旨のみ定められているにすぎない。

イ 正確性確保の取り決め

「あるある」は、前述のとおり教養番組として届け出られており、<sup>\*7</sup>現に本件番組を主導したB1プロデューサーらも本件企画を端的に表すキャッチフレーズとして「知的エンターテインメント番組」ということを謳っており、番組立ち上げ後間もなくして視聴者の健康に良いというテーマを放送するようになっていたが、番組で放送する情報内容の正確性を確保す

---

\*4関西テレビ A2 東京支社制作部長ヒアリング聴取書

\*5「放送局事業計画変更届添付資料 週間放送番組表」（関西テレビ、平成18年10月1日付けなど）

\*6「契約書」（関西テレビ・テレワーク間、平成8年10月1日付け）

\*7「日曜21時粋花王新番組資料」

るための諸条件，たとえば，ある成分がある効果をもたらすという場合の論拠の証明の程度，専門家による確認，番組内で行われる実験についても必要な人数，実験期間の確保，実験の結果生じたマイナスのデータの取り扱いなど科学的正確性等を確保するための番組内容に沿ったガイドラインといったものは特段何も取り決められていなく，教養情報番組としての番組内容の正確性等の確保は必ずしも十分なものでなく，また，正確性等の確保をするべき視点からの実効性のあるチェックも十分でなかった。

これらの基本的スタンスは，「あるある」から「あるある」へとそのまま引き続いていたと見られる。

### 3 「あるある」の沿革と制作体制

#### (1) 「あるある」から「あるある」への変更と番組制作スタンスの変遷

##### ア 「あるある」の番組視聴率の推移

「あるある」は，比較的高い視聴率を安定して得ていたが，平成15年4月ころから視聴率が低下し，番組打切りの危険もある状況に陥った。視聴率の推移は以下のとおりである。

番組開始当初は，10パーセント台前半の視聴率も少なくなかったが，他方，一桁台の視聴率に甘んじることも1年のうち2，3回にとどまっており，全体として安定した視聴率を確保し，放送開始から約1年が経過した平成9年12月ころから，15パーセントを超える視聴率を安定して確保する「高視聴率番組」となった。

ところが，番組開始から約6年半が経過した平成15年4月ころから，視聴率の低下が始まった。20パーセント以上の視聴率はおろか，15パーセント以上の視聴率を取ることも稀れとなり，一桁台の視聴率にとどまることも珍しくなくなった。そして平成16年3月には月間平均視聴率が9.3パーセントにまで落ち込んだ。

このような視聴率推移の中で，電通の実施したアンケートにより「あるある」の番組内容が専門的すぎ，また説明的すぎて視聴者の興味を引いていないことが視聴率低下の原因であるとされ，もっと番組内容を分かりやすく，面白くし，コンパクトにまとめ，お役立ち感のあるものにするという企画が提案された。

##### イ 「あるある」の立ち上げと企画の変更

そこで，視聴者にとって，面白く分かりやすく，より強く訴えかけることにより視聴者の気を強く引きつけるために，まず，「あるある」では1回の放送につき一つのテーマを通して取り上げていたのに対し，「あるある」では，3つのテーマ（海外情報，メインテーマ及びタレント志村



けん氏の食材情報)を取り上げることとした。

メインテーマについては、「あるある」において、例えば、「納豆」という名詞の題材をテーマにし、納豆の良いところを紹介するというスタンスの作り方であり、仮に納豆のダイエット効果を示すことに失敗しても、納豆の他の効果が確実に存在すれば、それを紹介することによって番組を成立させることができた。つまり、番組制作にあたり、捏造等の無理をする必要はなかった。

これに対し、「あるある」においては、例えば、「納豆でダイエット」というように、テーマが絞り込まれ、一つの食材で一つの効能を特定して伝えるようになった。この状況は次第にエスカレートし、例えば、ダイエットをテーマとする回では「お酢を飲むとヤセるのか!？」(平成16年5月16日第7回放送)、「にがりで本当にヤセるのか!？」(平成16年5月30日第9回放送)と当初は疑問形でテーマを設定していたものが、「呼吸法でお腹がヤセる」(平成18年4月2日第101回放送)、「足裏刺激でヤセる」(平成18年10月8日第128回放送)と、仮説に過ぎないテーマを断定的な表現で強調するようになり、平成19年1月7日第140回の本件放送回では、「食べてヤセる!!!食材Xの新事実」と効果を断定するように変化していき、番組制作にあたり、全体としては、後述のとおり捏造等の背景・要因となるような無理な制作手法がとられるようになった。

このように、一定の仮説を立て、実験での検証、研究者や論文での裏付け、そしてタレントによるトークによって、意外性があり、視聴者の興味を強く引くメッセージを視聴者に定着させる手法が取られるようになったのである。

すなわち、あるあるはあるあるのマンネリ化と視聴率の低迷を踏まえ、日曜日午後9時からの番組枠の維持・確保と高視聴率の確保等のため、教養情報番組でありながら、バラエティー色をより加味させ、番組の基本的制作スタンスは番組内容の面白さ、分かりやすさ等に重点を置き、番組内容や情報内容の正確性等の十分なる確保にはあまり重きを置かない視点で制作される傾向を強めていったのである。

関西テレビを頂点とし、テレワークを中核とし、各制作会社をその傘下に置くピラミッド型制作体制によるテレワーク主導型の本件番組の制作は、全体として、上記視点で制作されていったとみられる。

#### ウ 視聴率の上昇

この手法を取った結果、「お酢を飲むとヤセるのか!？」は18.4パーセントの視聴率を、また前記「にがりで本当にヤセるのか!？」は17.9パー

セントの視聴率をそれぞれ獲得するなど、かつての全盛期に勝るとも劣らない視聴率を取るようになった。

そして、平成 17 年 6 月には、月間平均視聴率 20.8 パーセントを獲得するに至った。月間平均視聴率が 20 パーセントを超えるというのは、「あるある」の時代にもなかったことであり、その後も月間平均視聴率は 15 パーセント前後で推移していた。

## エ 人の健康に関する情報を巡る社会環境

ところで、「あるある」に変更した平成 16 年前後より、人の健康に関する情報を巡る社会環境が変化してきていた。

その要旨は、以下のとおりである。

### (ア) 健康増進法の施行

まず、平成 15 年 8 月 29 日に一部改正された健康増進法は、食品販売物について、健康の保持・増進の効果が必ずしも実証されていないにもかかわらず、当該効果を期待させる虚偽又は誇大と思われる広告が、インターネットの普及等と相まって様々な媒体に数多く掲載され、販売促進に用いられており、このような状況の下で、健康の保持増進の効果等について、著しく事実に相違又は著しく人を誤認させる広告が十分な取締りがなされることなく放置されると、これを信じた国民が適切な診療機会を逸してしまうおそれ等もあり、国民の健康の保護の観点から重大な支障が生じるおそれがあるとの観点から、健康の保持増進の効果等に関する虚偽又は誇大な広告を禁止した。

同法 32 条の 2 は、「何人も、食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、健康の保持増進の効果等厚生労働省令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない」と定め、同施行規則 18 条は、健康増進法 32 条の 2 で定める事項を、含有する食品又は成分の量、特定の食品又は成分を含有する旨、人の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、又は皮膚若しくは毛髪をすこやかに保つことに資する効果などとしている。

そして、禁止の対象となる「著しく事実に相違する表示」及び「著しく人を誤認させる表示」につき<sup>\*8</sup>厚生労働省のガイドラインは、「事実

く人を誤認させる表示」につき<sup>\*8</sup>厚生労働省のガイドラインは、「事実

---

\*8 「食品として販売に供する物に関して行う健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告等適正化のための監督指導等に関する指針(ガイドライン)」(厚生労働省医薬食品局長 平成 15 年 8 月 29 日付け)

に相違する」とは、例えば、十分な実験結果等の根拠が存在しないにもかかわらず、「3 か月間で キログラムやせることが実証されています」と表示する場合や、体験談を捏造等し、又は捏造された資料を表示した場合等をあげ、「人を誤認させる」とは、食品等の広告等から認識する健康保持増進効果等の「印象」や「期待感」と健康の保持増進の実際の効果等に相違があることを指し、「誤認させる」とは、当該表示を見て一般消費者が受ける「印象」、「期待感」と実際のものに相違があることを常識的判断として言えれば足りるとしている。

そして、\*9健康増進法 32 条の 2 の該当性の判断基準を明確化するための平成 15 年 8 月 29 日付けガイドラインにかかる留意事項は、具体的に想定される事例として、食品販売者が「この食品『 』に含まれる成分『 x x 』は『 テレビ』で紹介されました！」と店頭表示するとともに、当該放送内容を引用した場合につき、当該放送で、「この成分『 x x 』を毎日摂取し続ければ、(疾病名)にならない！細胞の老化を食い止めるのではなく、抵抗力を強めて『若返らせる』。これはイですよ！」と健康保持増進を求める者に影響力を持つ司会者がコメントしたが、当該栄養成分の真実の効果と比べると、そのコメントは著しく誇大な内容であった場合、 テレビにおける司会者のコメントは、あくまで特定の成分につき言及したもので、当該発言は特定商品の広告等には当たらず、「表現の自由」の範疇内として健康増進法の規制対象とはならないものの、食品の販売者は当該栄養成分の真実の効果と比べ著しく誇大なコメントを当該食品の広告等として引用した点で、誇大表示に該当する懸念があるとの見解を示している。

#### (1) 民放連放送基準の改正

社団法人日本民間放送連盟（以下、「民放連」という）は、一般放送事業者（民放）共通の問題を処理し、民放の公共的使命達成を目的として組織されたものであり、平成 18 年 4 月 1 日時点で全国 201 社の放送事業者が加入し、関西テレビも加入している。

民放連の放送基準は、昭和 26 年 10 月民放共通の自主的な倫理基準として制定され、民放の自立的な放送のよりどころとして今日に至って

---

\*9 「食品として販売に供する物に関して行う健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告等適正化のための監視指導等に関する指針(ガイドライン)に係る留意事項について」（厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課長及び監視安全課長連名 平成 15 年 8 月 29 日付け）

る。放送基準は社会情勢の変化に対応して数次にわたる改正を重ね、平成18年4月現在、152条から構成されている。この放送基準の円滑な運用を図るため、解説文・事例等をまとめて民放連放送基準解説書が出版されている。

関西テレビは、昭和34年7月18日に関西テレビ放送 放送基準を制定したが、関西テレビの放送基準は、この民放連放送基準に則り定められ、番組及び広告などのすべての放送に適用されている。

なお、関西テレビの放送基準には解説文事例が掲載されていないが、民放連の解説文事例に準拠するとしている。

この放送基準のうち、健康情報に関する基準と解説文の改正状況をみると以下のとおりとなっている。

a 平成16年3月までの放送基準

平成16年3月までの放送基準には、以下のとおり、健康情報に関する個別の定めはなく、医療及び薬品に関する情報について規定されていた。

(57) 医療および薬品の知識に関しては、いたずらに不安・焦燥・恐怖・楽観などを与えないよう注意する。

[解説文]

健康問題は極めて社会的関心が高く、その人の置かれている状態に応じて反応は様々である。放送にあたってはこの点を十分注意し、表現に配慮しなければならない。また、科学を否定するような宗教的主張は慎重に取り扱うべきである。

b 平成16年4月1日放送基準改正

しかし、健康志向の高まりに伴う関連番組の増加を踏まえ、取り扱いの適正化を図るため、留意すべき事項を定めるとともにテレビショッピング・ラジオショッピングに関する規定を新設。“視聴者保護”に関する自律的取組が強化された。

(57) 医療や薬品の知識および健康情報に関しては、いたずらに不安・焦燥・恐怖・楽観などを与えないよう注意する。

[解説文]

健康問題は極めて社会的関心が高く、その人の置かれている状態に応じて反応は様々である。放送にあたってはこの点を十分注意し、大げさな表現になっていないか、期待や不安を煽っていないかなど、表現に配慮しなければならない。また、取り扱った健康情報などが、特定商品・サービスの広告活動とならないよう十分留意しなければならない。そのほか、科学を否定するような宗教的主張は

慎重に取り扱うべきである。

c 平成 18 年 9 月 20 日放送基準解説文の改正

人々の健康情報への関心の高まりを背景に、これらの期待に応える情報を紹介する番組が増えていることから、「特に視聴者・聴取者が直接、口にする飲食物等を取り扱う場合には、これまで以上に細心の注意を払う必要がある」旨を強調する文言が解説文に追加された。

改正の経緯 平成 18 年 5 月 6 日、TBS のテレビ番組で「白いんげん豆」を用いたダイエット法を紹介したところ、同ダイエット法を実践した視聴者が下痢や嘔吐などの健康被害を訴える、という事態が多数発生した。放送基準審議会は 6 月の理事会で「健康情報に関する放送基準の運用のあり方について早急に検討を進める」との方針を決定した旨を報告した。その後、総務省は 6 月 20 日、TBS に対して行政指導(警告)するとともに、民放連にも「再発防止に向けた取り組みと、加盟社への周知徹底」を要請した。改正の主なポイント“ダイエットを含む健康情報を番組で取り上げる際の留意点”として、(1)科学的根拠を尊重するとともに、(2)安全で正確な情報提供を心がけ、(3)視聴者の身体への影響に配慮する - との文言が「解説文」に追加され、注意喚起がなされた。

(57)医療や薬品の知識および健康情報に関しては、いたずらに不安・焦燥・恐怖・楽観などを与えないよう注意する。

[解説文]

健康問題は極めて社会的関心が高く、その人の置かれている状態に応じて反応は様々である。放送にあたってはこの点を十分注意し、科学的根拠を尊重するとともに、大げさな表現になっていないか、期待や不安を煽っていないかなど、表現に配慮しなければならない。医療や薬品、健康情報を扱う際には、安全で正確な情報提供を心がけるとともに、身体への影響に配慮する必要がある。また、取り扱った健康情報などが、特定商品・サービスの広告活動とならないよう十分留意しなければならない。そのほか、科学を否定するような宗教的主張は慎重に取り扱うべきである。

(2) 「あるある」における一般的な制作工程

関西テレビにおける「あるある」の制作の一般的手順は、概ね以下のとおりである。

ア テーマ会議

まず、制作会社等が持ち寄ったアイディアをもとに、関西テレビ及びレワークのプロデューサーが出席するテーマ会議において、スクリーニングが行われ、過去に出されたテーマなども含め、番組テーマとして成立しそうなものをいくつかピックアップする。

それを電通に依頼してマーケティングリサーチをかけ、リサーチ結果を参考にテーマを各制作会社に割り振る。

#### イ 概括的なテーマ案の伝達

テレワークのプロデューサーが上記の割り振りに従い、各制作会社のディレクターに対し、概括的なテーマ案を伝達する。

#### ウ リサーチ作業

テーマ案の伝達を受けた制作会社は、リサーチャーに依頼するなどして、テーマ案に合う材料（いわゆる「ネタ」という）について、2、3週間かけてリサーチを行う。

ネタの情報源は、インターネット上の情報のほか、健康情報誌、学会情報、他のテレビ番組、付き合いのある医師等、様々である。

#### エ 制作会社社内会議

制作会社社内会議において、リサーチの結果が報告され、さらに詳細なリサーチに関する基本方針が決定される。

この制作会社社内会議は、構成会議に至るまで数回開催されるのが通常である。

なお、この制作会社社内会議の資料は、関西テレビ及びテレワークには提出されないのが通常である。

#### オ プレゼン（テーション）シート（企画提案書）の提出

テーマ案の伝達を受け、制作会社において第1回目の社内会議が開催された翌日に、制作会社からテレワークに対し、いわゆるプレゼンシートが提出される。

#### カ 具体的テーマの決定

テレワークにおいて、プレゼンシートを踏まえて具体的テーマが決定され、翌週の月曜日にテレワークのプロデューサーから制作会社のディレクターに対して具体的テーマが伝えられる。

#### キ 分科会（企画会議）

制作会社社内会議と並行して、分科会（企画会議）が開催され、リサーチ結果等に基づき議論がなされる。

この分科会（企画会議）には、制作会社のプロデューサー及びディレクターの他に、関西テレビプロデューサー、テレワークプロデューサー及びディレクター、総合演出ディレクターなどが参加する。基本的に、番組のテーマとして成り立つかが議論の中心であるが、あくまで会議資料を見てチェックし、議論するにとどまる。

なお、この分科会は、構成会議に至るまで数回開催されるのが通常である。

分科会 1 回あたりの時間は 40 分程度であるが、これは、同じ日に 3, 4 社の分科会が入っており、一つの分科会にあまり時間をかけられないからである。

#### ク 構成会議（ロケ台本打合せ）

構成会議において、放送内容の再確認が行われ、問題点及びロケ台本の内容についての検討が行われる。

この構成会議には、上記分科会（企画会議）の出席者の他に、構成作家などが参加するが、企画会議と異なり、テレワークのプロデューサー 4 名全員が必ずしも参加するわけではない。

1 回あたりの構成会議の時間は、概ね 1 時間強である。基本的に、視聴者にどう見せるかが構成会議における議論の中心であり、会議資料を見てチェックするにとどまる。

#### ケ 取材・実験・ロケ

構成会議後、制作会社により、本格的な取材、実験及びロケが開始される。

#### コ 取材 VTR のオフラインチェック（オフラインプレビュー）

スタジオ収録前のロケ素材を粗編集した VTR について、構成の流れ、理論、メカニズム等のチェックが行われる。

オフラインチェックプレビューの参加者は構成会議の参加者と同様であり、この時点では、基本的に視聴者に分かりやすく面白くできているかが議論の対象とされ、事実と反する不正行為が行われているかどうかのチェックは行われない。

#### サ 取材 VTR の編集、追加取材

取材 VTR の編集作業が行われ、また必要に応じて追加取材も行われる。

#### シ スタジオ収録前日打合せ

完成した取材 VTR（サブ出しテープ）のチェックがなされるとともに、スタジオ収録の最終打合せが行われ、スタジオでフジテレビのアナウンサーがフォローすべき情報の確認もなされる。

スタジオ収録打合せの参加者は、オフラインチェックプレビューの参加者と出席者は概ね同様であるが、関西テレビプロデューサーや構成作家は参加せず、その代わりにフジテレビアナウンサーが参加することになっている。

なお、テレワークのプロデューサーないし制作会社のプロデューサーが参加しないケースもある。

#### ス スタジオ収録、収録後検討会

完成した取材 VTR（サブ出しテープ）を見ながら、台本に沿ってスタジ

才収録が行われ、収録後に検討会が開催される。

収録後検討会の参加者は、関西テレビのプロデューサー、同構成担当及び営業担当、テレワークのプロデューサー及びディレクター、総合演出ディレクター、制作会社のプロデューサー及びディレクター、スーパーバイザー、電通等である。

#### セ 編集作業

テレワークのディレクター及び制作会社のディレクターによって、サブ出しVTRとスタジオ収録VTRを一本化するなどの編集作業が行われる。

#### ソ 編集後MA前チェック

関西テレビのプロデューサーによって編集後MA前のVTRのチェックが行われる。

#### タ 最終一本化編集、整音作業(MA)

テレワークのディレクター及び制作会社のディレクターによって、一本化されたVTRにナレーションや音がつけられる。

#### チ 納品

関西テレビ東京支社に納品される。

#### ツ 最終チェック

放送日の前日までに、関西テレビのプロデューサーによって最終チェックが行われる。

#### テ 放送

### (3) 「あるある」における情報内容の正確性確保のための管理体制

#### ア 番組制作委託契約による管理の根拠

関西テレビは、テレワークとの間で、「あるある」時代における番組制作委託契約とは別に、平成16年3月22日付けで新たな番組制作委託契約を締結している。

新たな番組制作委託契約は、<sup>\*10</sup>「あるある」時代の契約が、単に、第10条「審査」の項において、作品の内容につき関西テレビが放送実施上不適当と判断した場合はテレワークは関西テレビの指示に従いこれを改訂する旨のみ定められていたにすぎないのに対し、<sup>\*11</sup>「テレワークは、関西テレビの放送基準及び民放連の放送基準を遵守する」こととされ(1条3

---

\*10「契約書」(関西テレビ・テレワーク間、平成8年10月1日付け)

\*11「契約書」(関西テレビ・テレワーク間、平成16年3月22日付け)



項)、また、テレワークは、番組の企画意図、構成その他制作に関する必要事項について予め関西テレビと協議し、関西テレビの要求により制作進行状況その他制作に関する事項を遅滞なく報告する義務を負うこととされる(3条1項)。

さらに、関西テレビは、テレワークから納品された番組について、放送に関する諸事項を審査するとともに、番組内容について放送実施上不相当と判断したときは、テレワークに指示して改訂させることができる(7条1項・2項)とされ、テレワークが上記条項に違反した場合は関西テレビは催告後相当の期間においてこの契約を解除することができる(21条1項)。

したがって、関西テレビは、「あるある」においては、テレワークとの契約において、テレワークの制作状況を随時管理監督し、あるあるという番組における情報の正確性確保をチェックできる権限を有していた。

#### イ 関西テレビプロデューサーの任務と上記(2)におけるチェック状況

##### (ア) プロデューサーの任務

関西テレビのプロデューサーの任務については、「番組編成・制作・購入業務実施要領(以下「実施要領」という)」に規定がなされている。

これによると、プロデューサーは、番組の制作過程全般を統括し、進行を管理、監督するとともに、番組の制作進行状況を詳細に把握し、所属部長はじめ関連部署に対して、逐次報告を行うとされている(実施要領21条)。また、プロデューサーは、放送内容の確定につき、録画番組の放送にあたって、事前に番組内容を確認し、疑義が生じた場合には、所属部長、編成部長および番組審議室考査部の意見を求め、解決を図るものとされている(同43条)。

したがって、関西テレビにおいて、プロデューサーは、「あるある」「あるある」における情報の正確性確保をチェックすべき任務を負っていた。

##### (イ) 上記(2)におけるチェック状況

プロデューサーは、一般的な番組制作工程のうち、次の各工程において当該番組の正確性につきチェックする機会を有している。

分科会(企画会議), ロケ台打ち(構成会議), オフラインチェック, スタジオ収録, MA前チェック, 完成品チェックがその機会である。

(ウ) 「あるある」「あるある」を担当したプロデューサー

関西テレビにおいて、「あるある」「あるある」を担当したプロデューサーは次のとおりである。

	期間	チーフプロデューサー	プロデューサー	AP
発掘!あるある 大事典	平成8.10.~		A3 A4	
	平成9.7.~		A3 A5	
	平成10.3.~		A3	A6
	平成10.10.~		A3 A6	A7 平成11.10.~
	平成12.10.~		A3 A6	
	平成13.7.~		A8 A6	
	平成14.4.~		A8 A7	
	平成15.7.~		A2 A7	
発掘!あるある 大事典	平成16.4.~		A2 A7	
	平成16.7.~		A2	A9
	平成17.4.~	A2	A9	
	平成17.7.~	A2	A9	
	平成17.10.~	A10	A9	
	平成18.4.~	A10	A9	

なお、番組制作においてチーフプロデューサーとプロデューサーの職責上の区別はなく、両者ともにそれぞれが番組制作行程全般に責任を負う。なお、AP(アシスタントプロデューサー)は、プロデューサーの補助をするものである。

ウ その他役員等幹部の管理義務

(ア) 東京支社制作部長

部長は、上司の命をうけて部内を統率し所管業務を遂行する権限を有し、その責任を負う(役割制度規程8条2号)とされ、また、番組の編集と仕上げに関する事項を分掌し、その内容を承認する権限を有し、また義務を負う(職務分掌・権限表 分掌番号4-14)こととされており、プ

ロデューサーの業務の適切な遂行につき監督し、責任を負う。

(イ) 制作局長

局長は、社長、役員を命じて所管業務を統括し、その遂行について権限を有し、その責任を負う(役割制度規程 8 条 1 号)とされ、また、番組担当プロデューサーの任命を決定する(職務分掌・権限表 分掌番号 3-1)とされており、部長及びプロデューサーの業務の適切な遂行につき監督し、責任を負う。

(ウ) 編成・制作担当取締役

取締役は、取締役社長の命を受け、委任された職務を統括管理する(組織規程 15 条)とされており、上記部長以下の部下の業務の適切な遂行につき監督し、責任を負う。

(エ) 専務取締役

専務取締役は、取締役社長の命を受け、委任された職務を統括管理する(組織規程 14 条)とされており、上記担当取締役以下の業務の適切な遂行につき監督し、責任を負う。

(オ) 取締役社長

取締役社長は、会社を代表し、会社業務を統括管理する(組織規程 12 条)とされており、上記専務取締役以下の業務の適切な遂行につき監督し、責任を負う。

(カ) 取締役会長

取締役会長は、会社を代表し、会社の業務の大綱を総攬する(組織規程 11 条)とされており、会社全体の業務の適切な遂行につき監督し、責任を負う。

(キ) 代表取締役

代表取締役は、会社業務全般につき、会社を代表して業務を執行し、最終的責任を負う(会社法 349 条、旧商法 261 条 3 項)。

(ク) 取締役

取締役は、取締役会設置会社である関西テレビにおいて、会社業務執行を決定するとともに、会社業務を執行する代表取締役、業務執行取締役の業務執行を監督する取締役会の一員として、他の取締役・使用人を監督(監視)する責任を負う(会社法 362 条、旧商法 260 条 1 項)。

4 「あるある」への批判や他の放送局での番組の捏造等の問題の発生

(1) 放送倫理・番組向上機構(BPO)からの「血液型を扱う番組に対する要望」と対応

「あるある」の平成 16 年 4 月 4 日第 1 回放送「血液型スペシャル」で、

血液型により脳の働きが異なるという論拠を基にして、血液型と性格・健康に関係がある旨の解説をしたうえで、保育園児童を使用した行動パターンの実験、成人を使用した性格に関する調査・実験をして実証するという内容の放送を行ったところ、高視聴率となったため、その後他局が追隨して類似番組を放送した（「あるある」は、平成16年10月3日第26回放送でも再度血液型を取り上げて放送した）。

これに対し、<sup>\*12</sup>平成16年12月8日、上記BPO「放送と青少年に対する委員会」より、放送した各社に対し、次のような問題点の指摘がなされ、要望が寄せられた。

ア 「血液型を扱う番組」が相次ぎ放送されている。それらの番組はいずれも、血液型と本人の性格や病気などとの関係があたかも実証済みであるかのごとく取り上げている。この種の番組に対する批判的意見及び番組がもたらす深刻な状況が多数寄せられている。

イ 「最近の血液型番組はますますエスカレートしており、学校や就職で血液型による差別意識が生じている」と指摘するものもあった。

ウ 血液型をめぐるこれらの「考え方や見方」を支える根拠は証明されおらず、本人の意思ではどうしようもない血液型で人を分類、価値づけするような考え方は社会的差別に通じる危険がある。

エ 番組内で血液型実験と称して、児童が被験者として駆り出されるケースが多く、この種の“実験”には人道的に問題があると考えざるを得ない。中には子どもたちをだますような実験も含まれており、社会的にみて好ましいとは考えられない。

オ 青少年委員会では、「血液型を扱う番組」を取り上げ、いくつかの番組については放送局の見解を求め、公表してきた。その過程で、放送局は「  
と言われていきます」「個人差があります」「血液型ですべてが決まるわけではありません」「血液型による偏見や相性の決めつけはやめましょう」など、注意を喚起するテロップを流すようになった。しかし、これは弁解の域を出ず、血液型が個々人の特徴を規定するメッセージとして理解されやすい実態は否定できない。

カ 民放連は、放送基準の「第8章 表現上の配慮」54条で、次のように定めている。(54) 占い、運勢判断およびこれに類するものは、断定したり、無理に信じさせたりするような取り扱いはしない。 これらを踏まえ、青

---

\*12 「血液型を扱う番組」に対する要望（BPO 放送と青少年に対する委員会）

少年委員会としては、「血液型を扱う番組」の現状は、この放送基準に抵触するおそれがあると判断する。

キ 青少年委員会は、放送各局に対し、自局の番組基準を遵守し、血液型によって人間の性格が規定されるという見方を助長することのないよう要望する。

「あるある」においては、同要望がなされた後は、血液型をテーマにした放送は行っていない。

(2) 「あるある」への批判と関西テレビの対応状況

関西テレビは、インターネット等でたびたび番組内容の正確性につき批判され、さらに平成 17 年 4 月、あるあるを取り上げた「真に受けてはいけない - 氾濫する健康・ダイエット商品の怖いウソ」が出版され、次いで平成 18 年 5 月、「また『あるある大事典』にダマされた」が出版されるなど、「あるある」の情報の正確性に対する批判本が次々出版されていたが、<sup>\*13</sup>担当プロデューサーにおいても、また、担当部局においても、その真偽を確認する等の対応をしていない。

(3) テレワークによる捏造等とする報道とその対応状況

ア テレビ東京「教えて！ウルトラ実験隊」報道事件の発生

平成 17 年 1 月 25 日、テレワークが制作した上記番組でテレワークの社員が関与した実験を捏造と報道する事件が発生した。

その内容は、テレワークが制作してテレビ東京が放送した情報番組「教えて！ウルトラ実験隊」において、花粉症の治療法を取り上げ、治療の体験実験を行った際、本来は 2 週間経過後に花粉症の改善状況を放送すべきところ、4 日後の検査シーンを実験の 2 週間後の結果として花粉症が改善されたかのように放送したというもので、これにより同番組は放送打ち切りとなった。

このテレビ東京による捏造とする報道事件発生の背景として、<sup>\*14</sup>以下の

---

\*13関西テレビ A10 チーフプロデューサーは、この点につき、調査委員会実施のヒアリングにおいて、「人気番組の悲しい性」と述べている。

\*14テレワーク B2 開発事業本部副本部長、テレワーク B3 ディレクターヒアリング聴取書

ような事情が存在したとされる。

(ア) 過密な制作スケジュール

放送1か月前に、花粉症がテーマとして追加されたため、「教えて！ウルトラ実験隊」の通常制作スケジュールと比較してかなり無理があったこと。

(イ) 専門家の助言不足

制作当初に専門家の助言を得ておらず、見切り発車的に制作を開始したため、実験開始前に専門家にインタビューして初めて、2週間以上実験しないと効果を判別できないこと、したがって、正確な実験を行うと放送に間に合わないことが判明したこと。

(ウ) プロデューサーとの連携・コミュニケーション不足

プロデューサーとディレクターとの間のコミュニケーション及びディレクター間の連絡が不十分であったこと。

(エ) 分科会等でのチェックの欠如

時間不足のため、花粉症については分科会や構成会議が開催されず、オフラインチェックの段階までチェックの機会がなかったこと。

(オ) 演出と捏造についての根本的な認識の欠如

制作関係者は、実際に花粉症患者による実験を行っていない点について、捏造ではなく演出であると考えていたこと。

(カ) 視聴率獲得のプレッシャー

「教えて！ウルトラ実験隊」が放送されていた火曜午後8時から午後9時までの時間帯は、それまで視聴率の低い枠であり、その前の番組も2クールで打ち切れ、テレワークが建て直しのために参加したにもかかわらず、視聴率が4から6パーセントと低迷し、視聴率獲得のプレッシャーを受けていたこと。

イ テレビ東京「教えて！ウルトラ実験隊」事件を踏まえての対応状況

関西テレビは、上記「教えて！ウルトラ実験隊」事件が発生した後、テレワーク及び再委託会社をテレワーク会議室に集めて全体会議を開催した。

同会議において、<sup>\*15</sup>関西テレビチーフプロデューサーより「あるある」が実験番組の先駆者として実験の正当性をさらに構築していく必要があることの説明がなされ、また、テレワークのB1チーフプロデューサーが

---

\*15 「発掘！あるある大事典 全体会議議事録」（平成17年2月3日付け）

らは事件に対する謝罪とともに 情報番組が置かれている現状と制作スタッフのモラルを高める必要があること、取材方法、取材後のフォローをより徹底する必要があることの説明がなされた。さらに今後の対応としては A2 チーフプロデューサーからは事件から「あるある」として、今まで以上に精度の高い実験・情報を放送して行くと同時にこのような事件を未然に防ぐためのルール作りを検討することが提唱され、具体的には被験者・実験協力者(医師・研究者など)が署名する「実験報告書(同意書)」を作成する予定であることが述べられた。また、テレワークからは、番組実験の被験者管理システムの強化として被験者の重複を避け、より公平で公正な実験を行うために各 VTR 制作チームは被験者が決まった時点で、テレワークに報告し、テレワークがデータベース化して管理することが取り決められた。もっとも、この被験者管理は、本来は被験者が決まった時点でテレワークに報告することとされたものの、実際には収録後に報告されていたという。

実験が行われる場合には被験者に「出演承諾書」に署名してもらい、また実験協力者(医師、研究者)に「番組協力承諾書」に署名してもらうこととされたが、この番組協力承諾書は専門家のコメントが実際に番組でどのように使われるかの内容を含んだものではなく、また、放送内容を専門家が事前に確認したうえで承諾するものではなかった。

上記のように実験の公正さを確保する方針が示されたものの、実験を含む番組制作の各工程で事実と反する番組制作を防止するためのチェックフロー等が制定された形跡はない。

再委託先の制作会社の制作担当者向けのコンプライアンス研修会等が開催された形跡はない。

\*16さらに、平成 17 年 2 月、テレワークより関西テレビに対し詫び状が提出された。その中で、テレワークの代表取締役が降格、B1 チーフプロデューサーの減俸などが表明された。また、新体制として 責任体制、並びに役割分担を明確にすること、チェック機能、並びにそのシステムを再強化することが約束された。

テレワークは、その後の対応として、社内にコンプライアンス担当を設置した。しかし、同担当の任務は問題が生じたときの苦情対応が中心であり、関西テレビもテレワークも、同捏造等事件を契機として、本件番組の品質管理の強化、正確性の確保のための、制作現場に立ち入る等の具体的

---

\*16 「『お詫び』と題する書面」(テレワーク、平成 17 年 2 月付け)

・効果的検証等を行っていなかったし、また、本件番組内容の正確性等の確保のための具体的ガイドラインの設定や、番組作成手法に対する見直しなどの再検討は行っていない。

すなわち、その後も本件番組が制作・放送され、高視聴率を確保できてきたことによる惰性の中で、基本的にはこれでよしとの考えの下にその後も本件番組の制作・放送がいわば機械のように続けられてきた。

#### (4) 関西テレビ「たかじん胸いっぱい」における問題発生と対応

平成17年6月25日放送の関西テレビトークバラエティー番組「たかじん胸いっぱい」で、出演者の夫婦関係について出演者からその配偶者に対して著しい名誉、プライバシーの侵害する発言があったとして、BRC（放送と人権等権利に関する委員会）に対し当該配偶者より関西テレビに対する申し立てがなされた。<sup>\*17</sup>BRCは、これを受けて審査をした結果、関西テレビの当該放送部分は違法、不当な名誉、プライバシーの侵害にあたりと判断し、今後このようなことがないように企画、編集の体制をとるよう関西テレビに勧告した。

この委員会決定を受けて、<sup>\*18</sup>関西テレビでは、決定後の対応と取組状況をとりまとめ、同委員会に提出した。これによると、関西テレビの勧告後の再発防止のための主な取組内容は、委員会決定の全社員への周知徹底、緊急制作局会・プロデューサー会議を開催し、委員会決定内容に基づき、企画・編集段階から見直しを図り、再発防止に努めるよう指示、制作部長と副部長が分担して企画書や収録番組の編集テープを取り寄せ、番組のチェックをすることを決定、制作マニュアルの作成というようなものであった。

関西テレビは、これに基づき、「ディレクター心得」を作成し、自社ディレクターやテレワークなどの番組制作委託契約先に交付した。

この「ディレクター心得」には、以下のような注意が記載されている。

「テレビの番組制作に携わる者は、最も影響力の大きいメディアの担い手として、社会的責任を認識し、国民の財産である電波を有効かつ健全に活用していかねばなりません。」

---

\*17「バラエティー番組における人格権侵害の訴え」（BRC 放送と人権等権利に関する委員会 平成18年3月28日決定）

\*18「委員会決定後の対応と取組みについて」（関西テレビ、平成18年6月13日付け）



「常に法令を遵守して番組作りを行います。番組内容，撮影方法，出演者のコメント等において，法令を尊重しその執行を妨げる言動を認めることはできません。」

「思いこみを避け，さまざまな視点から取材を積み重ねることで，公平・公正な番組作りをこころがけます。」

「難しい判断を迫られる場合は，上司に相談します。相談できない状況の時は，後で「どう考えて行動したのか」を説明できるような判断をします。」

「科学的根拠が希薄なものを企画で取り上げる場合は表現に細心の注意を払って，肯定的かつ断定的な表現を避けてください。」

「企画会議で決めた企画が，実際リサーチや取材をやってみて，実現が難しくなることはしばしばあります。当初の企画どおり取材・撮影が進みそうにない場合は，プロデューサーと相談するか，時には取材を中止する勇気を持ってください。無理な取材・撮影が，結果として『やらせ取材』を生むことが少なくありません。」

「放送される情報は正確でなければなりません。このため，情報を伝える前に，事前の取材やリサーチによって，その情報が事実かどうかを確認する“裏とり”が必要です。」

「企画会議等で取り上げたネタについては，その情報に捏造がないかどうか，チェックしましょう。特に，企画で取り上げる人物の身分等に偽りがないかどうかの確認をしっかりとしましょう。」

「絶対に，やらせをしてはいけません。やらせと，許されるべき演出の区別を認識しましょう。」

「原則として，著作物を番組内で使用するには著作権者の事前の許諾が必要です。」

「編集・MAは番組が放送される前の最終チェック関門です。考査部のチェックもさることながら，できるだけ最後まで第三者的な視点を忘れずに番組を仕上げましょう。誹謗・中傷，差別，行き過ぎた表現，やらせ等の過剰演出が無いかどうか，また権利処理等必要な手続きを完了しているかを最終チェックしてください。」

「数多くの視聴者に瞬時に影響を与えうるテレビ番組は，作っている我々もそのために重い責任を背負っているのです。」

#### (5) TBS 健康情報番組「ピーかんパディ！」白インゲン豆事件後の状況

平成 18 年 5 月 6 日，TBS が白インゲン豆のダイエット番組を放送したところ，これを実践した視聴者から嘔吐や下痢などの症状を訴える苦情が殺到した。

これに対し、総務省は、平成 18 年 6 月 20 日、TBS に対し行政指導（警告）するとともに、民放連にも「再発防止に向けた取り組みと、加盟社への周知徹底」を要請した。

これに対し TBS は、番組やホームページ、全国紙の広告などを通じて、番組で紹介した調理法をやめるよう視聴者に呼びかけ、また原因を究明するとともに、「食の安全に関する番組制作ガイドライン」を制定し、企画段階で複数の専門家に健康を損なうことがないか確認することなどを内容とする 10 か条を定めた。

\*19 関西テレビは、この事件が発生した後、再度テレワーク及び再委託制作会社を集めて会議を行った。このときは、「この番組のスタッフには問題はないと思うが、健康に関する視聴者の意識も高まっているので、気をつけなければならない」といったことが話し合われたという。

なお、その後チェック体制について特に新たな取り組みがなされたという形跡はない。

#### (6) 総監修者を置くことの検討

「あるある」に変更して以降、テレワークに不祥事が発生するなどから、同社における番組制作体制に危惧を抱いた関西テレビ東京支社制作部において、\*20「あるある」に科学専門家を総監修者として依頼した方がよいのではないかとの話が出たが、その提案は立ち消えとなっていた。

### 5 本件納豆ダイエット回における捏造等の問題点の検討

#### (1) 番組の概要

平成 19 年 1 月 7 日 21 時、関西テレビ・テレワーク制作の「食べてヤセる!!! 食材 X の新事実」がフジネットワーク系列 26 局で放送された。

番組は、著名タレントの堺正章、志村けん、フジテレビアナウンサーの政井マヤの 3 人が司会役等を務め、スタジオゲスト数名とともに、番組テーマに関する VTR 素材を見ながらトークをかさねて進行する。この回は、冒頭で「世界あるある最新報告」と銘打ち、拍手健康法が紹介された後、メインテーマである納豆ダイエットに移った。

---

\*19 「『平成 18 年 5 月 31 日スタッフ会議の発言骨子』と題する書面」（平成 19 年 2 月 6 日付け、テレワーク B4 プロデューサー）

\*20 関西テレビ A1 制作局長ヒアリング聴取書

このパートではまず、F1 教授と昭和女子大学の F2 教授のコメントを用いながら、DHEA にやせる効果があること、イソフラボンを含む食材が DHEA を増やす働きをすることを紹介し、その食材 X の正体が納豆であることが明らかにされる。

続いて、納豆でやせる三つの「黄金法則」（「2 パック食べる」、「朝晩食べる」、「よく混ぜて 20 分放置する」）なるものを展開したうえ、この法則に基づく 2 週間の「あるある大実験」により、被験者全員の体重が減少するとともに、基礎代謝が増え、内臓脂肪が減少したこと、血管年齢も若返り、コレステロール値や中性脂肪値も減少したこと、被験者の中にはウエストが 98 センチメートルから 92 センチメートルに減少した者もいること、被験者のタレントも実際に体重が減ったこと等を披露し、最後に納豆を用いた各種メニューを紹介して終了する。

## (2) 発覚の経緯及び問題箇所（問題箇所の内容・根拠）

放送後、週刊誌の取材における指摘をきっかけに、関西テレビの内部調査が開始され

ダイエットに成功したとする 3 人の写真は、番組で紹介した実験とは無関係であった

F1 教授のインタビューでなされているボイスオーバーの内容は、実際には発言していないものであった

被験者の 8 名のうち 2 名の中性脂肪値が減少したとし、数字をテロップで出していたが、実際にはコレステロール値、中性脂肪値、血糖値の測定は行っていなかった

納豆を 2 パックまとめて食べた場合と朝晩にわけて 2 パック食べた場合との血中イソフラボン量の比較をグラフで表していたが、血中イソフラボンの測定は行っておらず、比較結果は架空のものであった

体内の DHEA 量は 20 代をピークに減少するとして、22 歳、25 歳、37 歳の DHEA 量を測定したとする結果を表示していたが、採血はしたものの実際は DHEA 量測定の検査は行っていなかった

番組で紹介されていたアメリカのダイエット研究は、F1 教授のものではなく、ワシントン大学の F3 教授のものであったこと

などが判明した。

## (3) 調査結果

### ア 調査委員会による調査で判明した客観的事実

調査委員会（以下、小委員会も含む）は、この番組に関わる企画書、台

本，取材テープ，電子メールとファクシミリの記録等を精査するとともに，制作管理・制作実務に携わった関係者から幅広く，直接にヒアリング調査を行った。

(7) 捏造等箇所の特定とその概要

上記調査の結果判明した捏造等の内容は，以下の諸点にわたる。

a F1 教授の発言

番組では，F1 教授が，「DHEA に高いダイエット効果があると確認できたんです。」「日本の方々にとっても身近な食材で，DHEA を増やすことが可能です！」，「体内の DHEA を増やす食材がありますよ。イソフラボンを含む食品です。なぜならイソフラボンは，DHEA の原料ですから！」と発言したとある。

だが，取材テープに残された実際の F1 教授の発言は，

ネズミの実験においては，DHEA を投与することにより体重が減ったが，人間でそのような体重の減少効果があるかどうかは分からないこと

体重減少効果を生むためには DHEA の一定量の摂取が必要であるが，人間の体内で DHEA は男性ホルモンに変異し，その男性ホルモンは善玉コレステロールを破壊するので，人間が DHEA を摂取することは薦められないこと

イソフラボンが DHEA を増やすことはないこと

などというものであり，番組のボイスオーバーによって語ったような発言はなく，その部分は捏造である。

b ダイエットによりやせたとされる人物の写真について

番組中，アメリカのダイエット研究を紹介する部分で，56 人の男女を集めて実験し，被験者が痩せたことを示す 3 組の比較写真が使用されているが，この写真は被験者とは別人の写真である。

c DHEA 及びイソフラボンの血液検査の測定について

「あるあるミニ実験」として，納豆を朝に 2 パックまとめて食べた場合と，朝晩各 1 パックずつ食べた場合とを比較しているが，血中のイソフラボンの測定は行っておらず，比較結果は捏造されたものである。

また，被験者 8 名について，「体内で作られる DHEA は，20 代をピークに減少，食べ過ぎや運動不足によって DHEA の量が低下している可能性があるのだ！」とか「20 代から 60 代の男女 8 人の血中 DHEA 量を測定。さて結果は？」として 22 歳 OL，25 歳会社員及び 37 歳会社員の DHEA 量の測定数値と当該年齢における DHEA 量の基準値と

を比較しているが、実際には、血液は採取しただけで DHEA 量の測定は行っておらず、数値は捏造されたものである。

d 中性脂肪値の測定について

被験者 8 名について、放送では、「中性脂肪値が高くてお悩みだった 2 人は、完全な正常値に！」とコメントし、数字を画面で伝えているが、実際には、コレステロール値、中性脂肪値及び血糖値の測定は行っていない。

e 他の文献資料を許諾を得ずに使用したことについて

番組において使用した「DHEA 分泌は加齢とともに低下する」ことを示したグラフは、他者の著作物から許諾を得ずに引用したものである。

f 研究主体の誤認惹起について

番組の構成上、アメリカのダイエット研究の紹介部分で、ワシントン大学の F3 教授の研究が、あたかもテンプル大学の F1 教授が行った研究であると視聴者に受け取られてしまうおそれのあるものとなっている。

g 納豆のダイエット効果について

「DHEA には痩せる効果がある」

「イソフラボンを摂取すると DHEA が増える」

「納豆にはイソフラボンが含まれている」

という三段論法が、納豆のダイエット効果の論拠となっている。

しかし、イソフラボンを摂取すると DHEA が増えるという点については、学術的に賛否両論があり、メカニズムも不明である。また、取材においても、イソフラボンを摂取すると DHEA が増える旨の放送可能なコメントを専門家から得ることができなかった。

さらに、DHEA には痩せる効果があるという点については、確かに F3 教授の論文があるが、それは、「Effect of DHEA on abdominal Fat and Insulin Action in Elderly Women and Men」（高齢者における腹部肥満及びインシュリン作用への DHEA の効果）と題するものであり、観察対象が高齢者に限定されている内容であった。また、テンプル大学の F1 教授の研究も、確かに DHEA が肥満解消に一定の効果を有している旨のものであるが、あくまでマウスでの実験にとどまっている。

したがって、上記三段論法は、科学的にはいまだ人間一般に適用されるべきものではないと考えられるが、もし仮に人間への適用が可能であったとしても、その場合は、番組中にその旨を主張する専門家等のデータやコメントを使って示すべきであり、今回の番組のように、

この点に否定的な教授のコメントをボイスオーバーなどの手法によって捏造するなどということは論外というべきである。

(1) 「納豆ダイエット」が捏造に至った制作過程

本件放送回において、上記のようなさまざまなデータ捏造等が行われたが、そこに至る経緯は以下のとおりである。

a 概括的なテーマの設定

平成 18 年 8 月 11 日、テレワーク内において、テーマ会議が開催された。

会議に出席した関西テレビの 2 名のプロデューサー、テレワークの 3 名のプロデューサーは、正月明け最初の放送となる翌平成 19 年 1 月 7 日放送分について、高視聴率のとれるテーマを協議検討した結果、正月は皆体重が増えることから、視聴者が手軽にできる「短期ダイエット」をテーマにすることを決定した。

b 概括的なテーマ案の伝達

平成 18 年 9 月末、テレワークのプロデューサーから制作会社アジトの中堅チーフディレクター C1 に対し、「痩せられる食材を探してほしい」との依頼がなされた。

C1 ディレクターは、平成 17 年 6 月 12 日放送分「寒天で本当にヤせるのか!？」の制作を担当し、22 パーセントを超える高視聴率を獲得して以来、「あるある」では連続してダイエットをテーマにした番組の制作を手がけており、関西テレビ及びテレワークの担当者からは、「ダイエット番組で高視聴率が取れる有能なディレクター」と見られていた。

c 制作会社におけるリサーチ作業

C1 ディレクターは、テレワークのプロデューサーからの依頼を受けて、アジト関係の取材調査を多く手がけていた D1 リサーチャーに対し、新たなダイエット食材を探すよう依頼した。

D1 リサーチャーは、インターネットなどによって調査した結果、大豆たん白の主成分の一つである コングリシニンにダイエット効果があるとの研究発表が近く京都大学の F4 名誉教授によってなされることなどの情報を入手した。

d 制作会社アジトにおける第一回社内会議

平成 18 年 10 月 19 日、アジト内において、C1 ディレクターと D1 リサーチャーが会議を行った。席上、C1 ディレクターは、コングリシ

ニンに関する上記情報を D1 リサーチャーから聞き、納豆に コングリシニンが含まれていることから、「納豆でヤせる」をテーマとすることを関西テレビ及びテレワークに提案しようと考えた。

しかし、この段階では二人は、当の F4 名誉教授への問い合わせをしていなかった。F4 名誉教授は、 コングリシニン 5 グラムを被験者に摂取させる実験を行っていたが、二人は、その数値から単純に、「五訂日本食物標準成分表」等を参考にしつつ、大豆やきなこでは 90 グラムから 100 グラム、豆腐・豆乳では 800 グラムから 1000 グラム、つまり約 1 リットルとなるのに対し、納豆であれば 2 パックでよいとし、ダイエット食材として納豆がいいのではないかと考えた。

もっとも、納豆については、若返り効果があるとして平成 18 年 7 月 30 日放送回番組「納豆で若返る方法」で既に取り上げられていたことから、C1 ディレクターは、納豆を再びテーマとするとテーマがかぶることとなるため、躊躇を覚え、本件番組の D2 総合演出ディレクターに電話をかけて相談した。

これに対し、D2 総合演出ディレクターは、「成分が違って、メカニズムも違うから、それはアリなんじゃないか。色々いいと言われている納豆に、まだまだ新しい成分や効果があるということだから」と述べ、「短期ダイエット」の食材として改めて納豆を取り上げることに賛同した。

そこで、C1 ディレクターは、「納豆でヤせる」とのテーマで番組を作る旨テレワーク及び関西テレビに提案することを決めた。

#### e プレゼン(テーション)シート(企画提案書)の提出

その後、C1 ディレクターは、部下に指示して、上記提案を内容とするプレゼンシートを作成し、電子メールでテレワークに送信するとともに、引続き納豆の研究を行うこととした。

なお、このプレゼンシートには、「企画のウリ」として、「身近な食材「納豆」の食べ方を変えてダイエット」との記載があり、また、「最強のダイエット納豆を作成中」として、「納豆+大根おろし」及び「納豆+山芋」がその例として挙げられているが、後の番組中で強調された「黄金法則」(すなわち、納豆を 2 パック食べること、納豆を朝晩食べること 納豆をよくかき混ぜて 20 分放置すること)に関する記載はない。この「黄金法則」は先の「納豆で若返る方法」の番組中で若返り成分として紹介されたポリアミンについて、この後の制作段階で「納豆ダイエット」においても、再度取り上げることに決められていくあたりから、徐々に形成されていったものである。

f 「納豆でヤせる」というテーマの決定

このころ、テレワーク側では、「あるある」に関わる主要な3名のプロデューサーらがアジトのC1ディレクターから提出されたプレゼンシートの内容を検討し、了承した。

その後、同社から、平成18年10月23日ころ、C1ディレクターに対し、「納豆でヤせる」で決定した旨の電話連絡が行われた。

g 制作会社アジトにおける第2回社内会議

平成18年10月26日、アジト内において、同社のプロデューサー、C1ディレクター、アシスタントディレクターに加え、外部の構成作家及びD1リサーチャーが参加した社内会議が開かれた。

この席上、D1リサーチャーから大豆たん白に関する普及活動を行っている団体へのリサーチにより得た情報として、納豆には「コングリシニン、ポリアミン等の痩せる成分が含まれており、それを証明する実験・検証データが存在すること、その効果的な摂取のためには1日に2パックの納豆が必要である」との報告がなされ、これを基に制作を進めるための構成表が作成された。

h 全制作関係者による第1回企画会議（分科会）

翌平成18年10月27日、テレワーク内において、「あるある」制作に携わるほぼ全ての関係が集まる分科会（企画会議）が開催された。

出席したのは、関西テレビの2名のプロデューサー、テレワークの4人のプロデューサーと1人のディレクター、アジトのプロデューサー1人とC1ディレクター、また外部からは総合演出を担当するディレクター、番組ブレーンの2人、広告代理店電通の担当者らである。

会議には、これまで収集した情報をもとに担当構成作家が作成し、C1ディレクターがチェックした討議資料（分科会資料）が提出された。

その分科会資料には、大豆たん白に内臓脂肪を減らす効果がある旨の京都大学F4名誉教授らの研究概要の他に、「あるある流」で食べ続ければ、「2週間でマイナス キロでーす！」と効果を強調すること、納豆でやせる法則として、朝晩1パックずつ2パック食べることに、よく混ぜて30分放置すること（この段階では20分から30分になっている）によって「コングリシニンの吸収率が高まるとともにポリアミンの量が増加する旨を紹介すること」、「コングリシニンで内臓脂肪を減少！」と銘打って、「あるある大実験」と称するダイエット実験を行い、「あるある最強ダイエット納豆」を法則どおりに食べると2週間で キロ減少するなどとして、ダイエット実験で納豆ダイエットの効果を実証すること等の内容が記載されていた。



しかし、会議においては、「1日2パックの根拠は何か」、「納豆にはイソフラボンが含まれているが、1日2パック食べることによって、イソフラボンの過剰摂取の問題はないか」といった質問は出たものの、納豆に真にダイエット効果があるかどうかについての掘り下げた議論がなされた形跡はない。

それよりはむしろ、「コングリシニンが内臓脂肪を減少させるのであればメタボリックシンドロームに絞ってはどうか」、「吸収をさらに促進する薬味はないか」、「身近な食材でコングリシニンが摂れ、ダイエット効果がある」、「研究発表も行われるタイミングもいい」、「日本人の2割が毎日食べている食材だが、もう1パック食べれば痩せられるという意外性もある」等といった意見が次々に述べられ、好評のうちに分科会は終了した。

会議終盤、テレワークのプロデューサー1名は、「今回はもう骨格ができあがっているから2回目はやらなくていいね。」と言ったが、C1ディレクターは、先のF4名誉教授らから何の話も聞いておらず、裏付けが取れていないに等しい状態であったことから、このまま分科会を終わらせてしまうことに不安を感じ、「もう1回見て（検討して）もらえますか」と述べ、再度の分科会が開催されることとなった。

#### i 追加リサーチと制作会社アジトにおける第3回社内会議

C1ディレクターは、上記分科会の内容をD1リサーチャーに伝え、ダイエットに効果的な納豆の食べ方や、納豆を2パック食べるとイソフラボンの過剰摂取となるかどうか等について、追加のリサーチを依頼した。

その後、両人は、昭和女子大学F2教授、倉敷芸術科学大学、先の大豆たん白の普及団体、全国納豆協同組合連合会等に連絡を取り、さらにリサーチを進めた。

また、平成18年11月2日、両人は千葉大学の教授を取材し、前記ポリアミンで基礎代謝がアップすることを確認したが、納豆1パック程度ではポリアミンはあまり増えないことも指摘された。

またこの日、アジトにおいて、両人の他に、プロデューサー、ディレクター、アシスタントディレクター、構成作家をまじえた会議が開かれ、イソフラボンの過剰摂取問題について、サプリメント（成分を抽出して薬剤化したもの）で摂取するのではなく、大豆食品で摂取すれば問題ないと判断され、また、コングリシニンの吸収をアップさせる食材として生姜を例示すること、1日に納豆2パックを食べるとの「黄金法則」を打ち出すことなどを盛り込んだ新たな構成表が作成

された。

しかし、この時点でも、C1 ディレクターらは企画の前提となっていたはずの前記 F4 名誉教授に会うことも話を聞くこともしていない。独自に考案した「黄金法則」によりやせるというメカニズムについても雑多な学説や根拠がないままイメージされているだけであって、専門家に対する十分な裏付け取材は行われていなかった。

j 全制作関係者による第 2 回企画会議（分科会）

平成 18 年 11 月 3 日、テレワーク内において、2 回目の分科会が開かれた。出席者は第 1 回とほぼ同様である。

この分科会において提示された内容は、上記第 1 回分科会において提示された内容と大きな変更はなく、いわゆる「黄金法則」の一つとして「納豆に薬味（生姜）を入れる」ということが新たに提案されている程度であった。

そして、この分科会においても、納豆でやせるメカニズムの裏付けについてはこれといったチェックはなされないまま分科会が終了した。

k 急転— コングリシニンから DHEA への変更

平成 18 年 8 月の概括的なテーマの設定から、同年 10 月中旬の納豆ダイエットの企画立案を経て、11 月初めに開かれた第 2 回企画会議に至るまでの過程で、番組テーマの根幹として浮かび上がってきたのは、大豆に含まれる成分 コングリシニンであった。しかし、全制作関係者が顔を揃えた企画会議が 2 度も開かれ、コングリシニンを軸に番組を展開することが決められ、その取材結果をもとにスタジオ収録が行われるまで 5 週間程度しか残されていない段階でも、まだ誰も コングリシニンの研究者に取材していないし、連絡も取っていない。

制作過程に急変が起きるのは、ここからである。以下、この後に起きた 10 日間の出来事を手短かに記述する。

(a) 平成 18 年 11 月 7 日、C1 ディレクターと D1 リサーチャーは、大豆蛋白の普及活動を行っている団体が主催した コングリシニンのダイエット効果に関する発表会の取材に行った。会場には コングリシニンを研究している F4 名誉教授の姿はなかったが、「コングリシニンを(ダイエット効果が現われる)5 グラム摂取するためには、納豆 3.5 パック以上を摂取する必要がある」旨を記載した資料を受け取った。

C1 ディレクターが、納豆を含む大豆食品で 5 グラムの コングリシニンを摂取してもダイエット効果があるのかどうか質問したとこ

る、「抽出したもの（サプリメント）でしか効果を確認していないのでわからない」との回答であった。その後、C1 ディレクターは主催者に、F4 名誉教授に会わせてほしい旨を依頼した。

- (b) 翌 8 日、主催団体の担当者から C1 ディレクターに電話があった。「今回は協力するのがむずかしい。昨日撮影した取材テープも使えない可能性がある。詳しくは明日、（アジトへ）うかがってお話します」という内容だった。さらに翌 9 日、同団体の担当者がアジトを訪れ、F4 名誉教授への取材も含め、取材協力をできない旨を伝えた。理由の第 1 は、納豆で コングリシニンを摂取した場合の効果に関してはデータを取っていないばかりか、納豆の加工の過程で コングリシニンの成分が失われ、納豆にこれが含有されているから明確ではないこと。第 2 は、近々 コングリシニンのサプリメントを特定保健用食品として発売する予定であり、納豆によるダイエット効果を紹介されると、商品価値が下がることも懸念されるということだった。

C1 ディレクターは担当者と話し合ったが、結局、番組では コングリシニンに触れないことを約束せざるを得なかった。

- (c) この緊急事態を受けて、C1 ディレクターは、ただちに上司である C2 プロデューサーに報告したが、同プロデューサーは「全国納豆協同組合連合会を通じて再度依頼すれば、取材できるのではないか。それがむずかしい場合でも、今週いっぱい粘って、納豆でほかに痩せる物質がないか再調査してみるように」と指示した。

なお、同プロデューサーも C1 ディレクターも、この事態の急変を関西テレビ及びテレワークには報告しなかった。著名タレントらを集めたスタジオ収録が平成 18 年 12 月 17 日に行われることは、すでに 1 年ほど前から決められており、しかも通常は 1 日に 2 回放送分の収録をするところ、その日にかぎっては 1 回分しか予定されていなかったために、どうしても何か企画を成立させなければならない、と考えたからだった。

C1 ディレクターによれば、このような事態になったとき、「だめでした」と報告するのではなく、「こういうことができます」と代替案を提案したくなるのが制作者の思考傾向だという。

- (d) C1 ディレクターは上司 C2 プロデューサーの指示どおり、全国納豆協同組合連合会などに連絡したが、はかばかしい進捗はなく、結局、コングリシニンを軸とした番組企画を断念するに至った。
- (e) しかし、同連合会からはその日のうちに再度連絡があり、たまたま

同じ日に放送されていた日本テレビ系「午後は おもいっきりテレビ」が「納豆に含まれるイソフラボンが DHEA を増やす」旨の内容を報じていたとの情報もたらされた。C1 ディレクターらはその収録ビデオを入手して検討し、コングリシニンから DHEA に替えて、DHEA を核として納豆ダイエットの企画を成立させることができないか、と考えるようになった。

- (f) 平成 18 年 11 月 15 日、アジトの社内会議が開かれた。その場で、DHEA のダイエット効果に関するインターネット検索を行い、アメリカの医師会雑誌「Journal of the American Medical Association (JAMA)」に、米ワシントン大学で研究された次のような結果が掲載されているらしいことを知った。

その研究によれば、やや太り気味だが健康な高齢の男女 56 人をくじ引きで 2 グループにわけ、片方のグループには DHEA を、もう一方にはプラセボ（偽薬。臨床試験において治験薬の効果と対照させるために使用されるもので、外見や味等は同一だが、有効成分は含まれていない）を与え、6 カ月間、毎日就寝前に服用させる実験をしたところ、プラセボを飲んだグループは腹部の肥満度がほとんど変わらなかったのに対し、DHEA を飲んだグループは内臓脂肪面積も皮下脂肪面積も減少していた、という。

これを知った C1 ディレクターは、DHEA に着目して納豆ダイエットの企画を成立させることができる、との手応えを得た。

C1 ディレクターはただちに旧知の米国在住の D3 取材コーディネーターに電話し、上記研究を行った研究者名や実験内容の詳細を入手してくれるよう依頼した。

平成 18 年 11 月 17 日、C1 ディレクターは番組の D2 総合演出ディレクターに連絡し、コングリシニンでの企画が実現できなくなった経緯を説明したのち、「細かい論拠は不明だが、DHEA へのロジック差し替えでいけそうです」と報告した。D2 総合演出ディレクターはそれ以上深く事情を聞こうとはせず、これを了承するとともに、「テレワークさんに話した？ 横に（担当プロデューサーが）いるから代わるよ」と言って、偶然一緒に居合わせたテレワークのプロデューサーに電話を代わった。

C1 ディレクターは、同プロデューサーにも簡単に経緯などを説明したうえ、「細かいことはわからないところもありますが、DHEA でいけそうです。ロケ台本打ち（合わせ）で細かいことはご説明します」と述べ、プロデューサーも「わかった」と言って、すぐにこ

れを了承した。

なお、この コングリシニンから DHEA への突然の変更が、テレワークから関西テレビの担当プロデューサーに伝えられたのはその4日後、「あるある」の別の放送回のスタジオ収録が行われた平成18年11月21日に至ってのことであった。

#### 1 DHEA に関するその後の取材状況とロケ台打ち(構成会議)

米国在住の D3 コーディネーターはインターネットを通じ、上記 DHEA の研究者がワシントン大学の F3 教授であることを探し出し、その研究論文の原文をウェブサイトからダウンロードし、アジトにファックス送信した。その後、同教授に電話して、DHEA を含む食物の摂取によって痩せる、という番組趣旨を説明し、取材協力を依頼した。

しかし、同教授は「被験者が DHEA を摂取したのは、50 ミリグラムのサプリメントの形である」「痩せるメカニズムは不明」「大豆や納豆に含まれるイソフラボンの摂取によって DHEA が人間の体内に作られるかどうかわからない」等と語る一方、「カメラ・シャイ(恥ずかしがり屋)なので、テレビカメラによるインタビューはお断わりしたい」と言った。

これらのやりとりは、D3 コーディネーターから送られてきた平成18年11月20日付のファクシミリにメモ書きされている。

平成18年11月22日、アジトでは、同社の制作関係者に外部の構成作家、D1 リサーチャーをまじえた社内会議が開かれ、DHEA を主軸にした構成が協議され、ロケ台本が作成された。

翌23日には、テレワークにおいて、関西テレビの2人のプロデューサー、テレワークの3人のプロデューサーと1人のディレクター、それに D2 総合演出ディレクター、アジトの制作関係者3人と構成作家が参加して、「ロケ台本打ち合わせ」と呼ばれる構成会議が行われた。ここであらためて、番組の核となる成分が コングリシニンから DHEA へと変更されたことが報告されたが、この点に関する特段の議論はなく、異論のないままにすんなりと了承された。

むしろ出席者間で話題が集中したのは、納豆の食べ方についてだった。このとき配布された資料は、先の「黄金法則」を含め、従前の コングリシニンを軸にして作成したものをそのまま流用し、成分を DHEA に置き換えただけのものであった。この変更に留意し、納豆で痩せる、というテーマを振り出しにもどして、分科会からやりなおす、という発想はなかった。

また、F3 教授が、イソフラボンについてはわからない、インタビューは断わりたいと言っていたにもかかわらず、このときのロケ台本には同教授の台詞として、「DHEA を増やすには、イソフラボンを増やすことだ」と書かれており、同教授への予断に満ちた取材が予定されていたことをうかがわせる。

m その後の取材状況

- (a) 平成 18 年 11 月 24 日、C1 ディレクター及びアシスタントディレクターが、前記「午後は おもいっきりテレビ」に出演していた研究者に面会し、その研究者から、イソフラボンで DHEA が増えるとの研究はあるが、学術的に賛否両論であり、定説とはいえないといった話を聞き、実質的な取材及び番組への出演は拒否されたが、イソフラボンの摂取によって体内の DHEA が増加する旨が記載されている論文（カナダ・ゲルク大学の F5 氏の“Soy Protein Isolates of Varying Isoflavone Content Exert Minor Effects on Serum Reproductive Hormones in Healthy Young Men”）をもらうことができた。

しかし、この論文の意味するところについては、その後調査した形跡はない。

一方、スタジオ収録から逆算すれば、「あるある」の定番手法となっている 2 週間の「あるある大実験」を始めなければならない時期が迫っていた。しかし、DHEA と痩せる関係のメカニズムに多くの不明な点が残っていた。この時のロケ台本にも実験の内容や方法などの記載がない。

平成 18 年 11 月 26 日、都内の民間医療施設と、後に同番組に出演する F2 教授の勤務する昭和女子大学に、9 名の被験者が集められた。被験者らは、一般から番組出演者を集めるインターネットの業者サイトに応募している者から選定されたものだった。この時、実験参加者 9 名の採血（ポリアミン量）、基礎代謝、血管年齢、内臓脂肪量、体重測定を行った（いわゆる「ビフォーア－検査」）。この測定には、C1 ディレクターの他、3 名のアシスタントディレクター、F2 教授らが立ち会った。

このとき、C1 ディレクターは、注意書きを記載した書面を被験者に配布するとともに、納豆の食べ方を説明した。

- (b) 米国在住の D3 取材コーディネーターはインターネット検索をつけ、平成 18 年 11 月 27 日、もう 1 人の DHEA 研究者として、フィラデルフィア市にあるテンプル大学の F1 教授を探し出した。その研究

データをダウンロードし、C1 ディレクターにファックスするとともに、それを読んでわかったこととして、「しかし、1つこまるのは、人間で実験したのではなくネズミなのです」と書き添えた。

翌28日のファックスでも、D3 コーディネーターは「DHEA の勉強をしましたが.....食物から（摂れる）というのは、全然見当たりません」と書き送った。

平成18年11月29日、D3 コーディネーターはF1 教授に電話し、「あるある」の説明をした後、同教授から DHEA 研究について解説してもらった。C1 ディレクターに送ったファクシミリのメモによれば、それは次のような内容だった。

「ねずみで実験した結果、ウェイトロスはある」「今人間に対して（実験）しているが、まだ結果は出ていない。又 DHEA というのは、50mg とか 100mg とっても何の効果もなく、約 1000mg 位入れる（毎日）、又ピルでは体の中に吸収されない。だから、血液に入れるとかするようです。副作用がたくさんあって、問題です」「DHEA というのは、ケミカリー（化学的に）つくられるそうです。何か食物とかでとれる、つくられるという可能性は0（ゼロ）とっていました（納豆のことはいいません）」

こう記したあとで、D3 コーディネーターは「C1 さんが望んでいる話とはあわないかんじです。あなたの片棒を担いでいるコーディネーターとしては、苦しいところです」と結んでいる。片棒を担ぐ、という言いまわしに、取材意図に添って取材対象者のコメントを誘導しようとする D3 コーディネーターの心情が示されている。

これを受け取った C1 ディレクターは D3 コーディネーターに電話をかけ、同趣旨の説明を聞いたあとで、上司の C2 プロデューサーに報告した。

しかし、その内容は「アメリカの先生が何とかかなりそうで、DHEA で痩せるということは言えそうだ。しかし、イソフラボンと DHEA との関係については発言できない、と言っている」というものであり、同プロデューサーも、「イソフラボンで DHEA が増えるという論文があって、DHEA で痩せるという教授がいるなら、アメリカに行く価値はあるだろう」と応じた。

このとき C1 ディレクターが考えたことは、「コーディネーターにはあまり科学的知識がないので、F1 教授と意思疎通がうまくできていないかもしれない」「F3 教授の公開された研究があるので、取材の場での話の展開によってはよい話が聞けるかもしれない」「納豆にはイ

ソフラボンが多い イソフラボンはDHEAを作る DHEAは痩せる効果があるというロジックはあるのだから、番組の入口の話だけでも聞ければいいか」ということであった。

- (c) 同日深夜、D3 コーディネーターから F1 教授がインタビューを受諾した旨のファックスを受け取った C1 ディレクターは、C2 プロデューサーと協議し、米国取材に出かけることを決め、D3 コーディネーターにホテル手配等を依頼した。

ファクシミリ記載のメモに明らかなように、このとき周囲の事情に気遣うことなく、DHEA、イソフラボン、納豆と人間のダイエットとが結びつく可能性がほとんどないことに気づいていたのは、D3 コーディネーターだけだった。しかし、C1 ディレクターが訪米取材することに対して、D3 コーディネーターが疑義を差し挟んだ形跡はない。なぜ疑問視しなかったのか。

「私はタスク・オリエンテッド（目の前に課題があれば、それに優先的に取り組む）の性格なので、C1 さんがくるとなれば、以前のやりとりを忘れて、新しい事態がスムーズに運ぶよう考える。それがコーディネーターの仕事だと思っている」というのが、調査委員会の問いに対する答であった。

C1 ディレクターが米国取材に出発したのは平成 18 年 12 月 5 日、帰国は 8 日である。テンプル大学があるフィラデルフィアに夜到着し、翌日に F1 教授を取材したあと、街の実景やインタビューに向かう自分自身の様子を撮影し、翌々日の早朝には帰国便に乗る、という強行軍だった。小型ビデオカメラを持参し、C1 ディレクター自身が撮影した。

F1 教授の取材に 3 時間余をかけている。教授の発言は前述のとおり、取材意図からはかけ離れた内容だった。C1 ディレクターはこう語っている。

「F1 教授の取材は、すごく難航した。F1 さんは当然、自分からはイソフラボンのことは言ってくれないし、痩せるという話も、D3 コーディネーターとのやりとりがうまく噛み合っていないようだった。ぼくは英語がそんなにわからないが、様子から、そう感じた。正直、困った、と思った」

取材テープを確認すると、D3 コーディネーターが F1 教授の言葉を何とか通訳しようと努力しているさまはうかがえるものの、専門的内容や用語でつまずき、あちこちで要領を得ない通訳になっている。また後半、C1 ディレクターは、(納豆に含まれる)イソフラボンが DHEA



を増やすかどうか、F1 教授に繰り返し訊ねている。しかし、教授の答は、そういうことはない、というものだった。

のちの編集段階において、F1 教授のこうした発言は、逐語対訳が作成されることもないまま、たんなる映像として使われ、そこに C1 ディレクターが番組の都合に合わせて捏造した台詞がボイスオーバー処理によってつけられることになる。

- (d) 平成 18 年 12 月 10 日、2 週間の「あるある大実験」の終了日を迎えた。被験者らが昭和女子大学に集められ、F2 教授とアジトの制作スタッフ 5 名が立ち会って、血中ポリアミン値を測定するための採血と、基礎代謝、血管年齢、内臓脂肪及び体重の測定が行われた（「アフター検査」と称するものである）。なお、この実験の被験者は最初は 9 人であったが、内 1 名はアフター検査の会場に現われず、被験者から外されることになった。

しかし、当初、この実験においてはポリアミン値以外は触れる予定がなかったため、それ以外の、中性脂肪値等を検査するために必要な血液採取は行っていなかった。にもかかわらず、放送された番組では、中性脂肪値やコレステロール値も減少した、と偽りの実験結果が伝えられた。

翌 11 日、「黄金法則」に基づいて納豆を食べた場合の血中イソフラボン濃度の変化を調べるために、被験者から採血するシーンの撮影ロケが行われた。これはもともと 1 度に納豆 2 パックをまとめて食べた人と、朝晩 2 回にわけて食べた人との血中イソフラボン濃度の時間的变化を実証するという目的であったが、担当したディレクターは 2 人の被験者にたんに納豆 1 パックずつを食べさせ、2 時間後に 1 回だけ採血しただけだった。これでは「黄金法則」の証明どころの話ではない。

ディレクターは、初期値のみ確認できれば、あとはある食品メーカーのホームページに載っていたデータを参考に、類推すればよいと考えたという。しかもあろうことか、ここで被験者から採られた血液は、検査にも出されていない。

同じ日、C1 ディレクターも番組中で使う「ミニ実験」のために、別途集めた被験者 8 名を対象に、血中 DHEA 濃度を測るための採血シーンを撮影していたが、その後アシスタントディレクターが複数の検査機関に問い合わせたところ、分析には相当程度の日数がかかり、とうていスタジオ収録日までには間に合わないことが判明した。結局、このために採血された血液も、アジトの冷蔵庫に保管されたまま、検査

に出されることはなかった。

- (e) なお、平成 18 年 12 月 12 日の早朝、アジト社内では、同社プロデューサーと編集作業を行った 3 名のディレクターが集まり、仮編集を終えた VTR のチェックが行われたが、ディレクター側から上記のさまざまな捏造、改ざん、無断引用等の報告はされなかったし、プロデューサーも何も気づかないまま終わった。

n 取材 VTR のオフラインチェック（オフラインプレビュー）

平成 18 年 12 月 12 日、テレワーク内において、関西テレビの 2 名のプロデューサー、テレワークの 3 名のプロデューサー、演出のディレクター、総合演出のディレクター、アジトのプロデューサー、C1 ディレクター、アシスタントディレクター及び構成作家が参加して、取材 VTR のオフラインチェックが行われた。

この VTR 中、F1 教授のインタビューのシーンにおいては、日本語訳を C1 ディレクターが読み上げたが、その内容は、実際の F1 教授の発言とは異なるものであった。F1 教授の取材時の実際の発言は、前記のとおり、ネズミの実験においては、DHEA を投与することにより体重が減ったが、人間でそのような体重の減少効果があるかどうかは分からないこと、体重減少効果を生むためには DHEA の一定量の摂取が必要であるが、人間の体内で DHEA は男性ホルモンに変異し、その男性ホルモンは善玉コレステロールを破壊するので、人間が DHEA を摂取することは薦められないこと、DHEA は、糖尿病・心臓病等の原因のコルチゾール（停滞ホルモン）の効果を妨げること、イソフラボンが DHEA を増やすことはないことなどであった。これに対し、F1 教授の言葉にかぶせ C1 ディレクターが読み上げた内容は、「DHEA に高いダイエット効果があると確認できたんです」、「日本の方々にとっても身近な食材で、DHEA を増やすことが可能です!」、「DHEA が増加すると、代謝を下げってしまうコルチゾールを減少させる」、「体内の DHEA を増やす食材がありますよ。イソフラボンを含む食品です。なぜならイソフラボンは、DHEA の原料ですから!」というものであった。このうち、とは F1 教授の発言と異なっており、についても F1 教授は全く触れていない内容であった。

なお、C1 ディレクターは、F1 教授のインタビューで、使用したいコメントが取れていなかったため、F1 教授のインタビューを日本語に訳す作業を行わず、F1 教授の取材テープの中から、DHEA に言及している部分についてピックアップし、番組に使用した。

また、C1 ディレクターは VTR 中に、ワシントン大学の実験で実際に

やせたという高齢の外国人の写真 3 枚を放送させようと思い、D3 コーディネーターに手配を依頼しつつ、オフラインチェック時はネットで自分が適当に探した 3 枚の写真をダミーに用い、収録後のサブ出し直しまでに差し替えようと思っていた。しかし、間に合わなかったため、収録後、後期編集作業時に、そのうち 2 枚を自分が用意した以前のアメリカ取材の資料写真で放送に使っていなかったものに差し換えて放送した。

なお、この会議で、DHEA に関する取材対象が F3 教授とされていたのに、VTR では F1 教授に変更された理由について問いただす出席者はいなかった。

また、F1 教授のコメントについても、VTR 音声が絞られていたこと、英語をよく理解する者がいなかったこともあって、コメントの不適切さを指摘した者はいなかった。写真、実験データ等の捏造についても、C1 ディレクターを別にして、だれも気がつかなかった。

いずれの場合も、これら主要制作幹部の関心は、番組の内容と流れが「わかりやすさ」と「おもしろさ」を満たしているかどうかに向いていて、事実の正確さやデータの適正な扱いをチェックし、判断することに向いていなかった。

#### o 編集作業

平成 18 年 12 月 14 日から 15 日にかけて、アシスタントディレクターはサブ出し編集を行い、同月 15 日にテロップを入れ、ナレーション撮りを行い、意図どおりのボイスオーバーを完成させ、実際にはコレステロール値、中性脂肪値及び血糖値の測定が行われていないにもかかわらず、これらが減少した旨のナレーションが付された。

#### p スタジオ収録前日打ち合わせ

そのうえで、平成 18 年 12 月 16 日、テレワーク内において、総合演出のディレクター、フジテレビのアナウンサー、テレワークの 3 名のプロデューサー、2 名のディレクター、アジトの C1 ディレクター及びアシスタントディレクターが参加して、収録前日打合せが行われた。

また、この日までに、加齢によって DHEA が減少することを示すグラフが VTR に入れられているが、このグラフは、DHEA を研究している同志社大学アンチエイジングリサーチセンター教授のホームページに掲載されていたもので、C1 ディレクターが、「後で承諾をもらえばよい」と考えて同教授に無断で使用したもので、その後も承諾を得ていない。

#### q スタジオ収録、収録後反省会

平成 18 年 12 月 17 日、関西テレビの 2 名のプロデューサー、テレワークの 4 名のプロデューサー、ディレクター、D2 総合演出ディレクター、

アジトのプロデューサー、C1ディレクター、アシスタントディレクター、スーパーバイザー及び電通の担当者が参加して、サブ出しテープを見ながら、台本に沿ってスタジオ収録が行われた。

そして、その後、反省会が行われた。その中で、複数の出席者から、ナレーションで述べている「中性脂肪値ダウン」の数値を具体的にテロップで表記するようにとの意見が出された。

またその反省会で、関西テレビのプロデューサーが「よい出来なので、海外の番組コンクールに出品したい」と発言した。

C1ディレクターは種々の捏造、とりわけF1教授のコメント捏造が発覚することを恐れ、「F1教授の発言部分は（日本語ボイスオーバーで）要約している」「（英語のままであれば）教授の絵（映像）はぶつぶつに切れてしまう」旨を言い、出品には乗り気でない意思を表わした。

反省会后、C1ディレクターはアジトのC2プロデューサーに初めて、「F1教授はイソフラボンの話をしていません」「（アメリカ人被験者の）写真は同じものを使っていません」という話を打ち明けた。

対して、C2プロデューサーは「そりゃまずいなあ。何とかしないとね」と語ったものの、それ以上の具体的な修正作業の指示を行わなかった。また他のディレクターによるデータ改ざんや捏造についての報告もされなかった。以後、多忙さにまぎれたせいもあって、これらの問題はそのまま放置された。

#### r サブ直し編集から放送まで

それからの数日間、取材VTRとスタジオ収録部分のつなぎ作業と全体にわたる整形作業（サブ出し直し編集）が行われた。この間に、関西テレビプロデューサーによる仕上がりチェックや出演者発言チェック等の機会もあったが、発言内容や事実の確認、データ等の不確かさに関するチェックは行われなかった。

平成18年12月30日、「納豆ダイエット」は完成品（完パケ）となり、関西テレビ東京支社に納品された。

年が明けた平成19年1月4日から5日にかけて、関西テレビの2名のプロデューサーが完成品の最終チェックを行い、問題ナシとされた。

平成19年1月7日21時、同番組は関西テレビ（大阪）が発信局となり、フジネットワーク26局から全国放送された。視聴率は関東で14.5パーセント、関西は17.4パーセントであり、同番組としては平均的な数字だった。

この視聴率について、C1ディレクターは「私自身は、ウソをついている部分があったので、あんまり数字が取れなければいいな、という気持

ちがあった」と語っている。

(4) 小括

ア 捏造等発生につき納豆ダイエットの固有かつ直接の動機・要因

(ア) 設定された番組テーマに幅がなかったこと

当番組は「手軽にできる短期ダイエット」「痩せられる食材」というテーマ設定から始まった。常識的に考えて、短期間に、食べて痩せる、などということは至難の業である。しかし、視聴者に「わかりやすく」「面白く」制作するという生活情報バラエティー番組としては、この困難を突破しなければならない。ひとつの食材を決めたら、あくまでそこから外れることなく突き進む、というテーマ設定の硬直性が、今回の問題の底流にある。

「生活情報バラエティー番組」は日本のテレビが発展させてきた、独特の、また偉大な発明であることは間違いない。それが十全に展開されるためには、取り扱う事実・真実・知識及び情報の中身と、それを番組化する手法とが見合っているかどうか、制作の各段階できちんとチェックする必要がある。

しかし、「納豆ダイエット」の制作過程で何度も開かれた会議等において、その観点からのチェックは行われなかった。討議されたのは「わかりやすく」「面白く」という要素のみであり、ここに「生活情報バラエティー番組」が陥りやすい落とし穴があった。

(イ) 代替した素材 DHEA の科学的根拠が不確かだったこと

DHEA の効能やメカニズムについては、まだ研究者も多くなく、評価も定まっていない。専門家の見方もわかれており、それだけにその発言も科学的厳密さに基づく慎重なものであった。そこに、「わかりやすく」「面白く」をモットーとするテレビ番組の取材が外向いても、期待したようなコメントを引き出すのはむずかしい。

両者のあいだに横たわる溝は大きく、今回の番組はそこを埋めようとして、いっきに捏造行為にまで突き進んでしまうことになった。

(ウ) 時間的制約に追われながら取材及び実験が行われたこと

先に述べた取材素材の変更のせいもあって、取材及び制作にかけられる時間的余裕は一段と少なくなっていた。番組の軸となる米国人教授のインタビューは、取材者の現地滞在が 30 数時間という短時間に行われ、また「あるある大実験」「ミニ実験」では、被験者から採血したものの検査に日数がかかることが判明し、途中で放棄されるなど、とくに後半は泥縄状態ともいうべき慌ただしさだった。コメントやデータの捏造等

は、時間に追われるこうした混乱中に起きている。

(I) 当初想定した取材素材の変更を余儀なくされたこと

当初、調査と取材は コングリシニンを軸に進められたが、諸般の事情から DHEA に変更せざるを得なくなった。しかし、この時点ですでに制作関係者のあいだでは、番組テーマも、納豆を取り上げるという中心素材も既定のものとなっており、その方向性に沿って、あらたに取材すべき成分を探し出す必要に迫られた。

こうした根本的な変更は、最初から企画を練り直すべきところだが、制作体制全般にその大胆さと開放的雰囲気欠けていた。

(オ) 「事実」や「知識」に対する真摯な取り組みが欠けていたこと

事実・真実・知識とは、本来厳粛なものである。その拠って来たる所以、反証に耐える確かさ等、言論表現と文化に関わる活動に携わる者は、そのひとつひとつに真摯に取り組まなければならない。しかし、今回の DHEA や体重測定をはじめとする諸データについて、制作関係者のあいだで真剣に取り扱われた形跡がなく、いずれも番組を「わかりやすく」「面白く」演出するための小道具程度にしか扱われていない。

スタジオ収録後に行われた反省会のあと、C1 ディレクターが C2 プロデューサーにインタビュー内容の捏造等について一部打ち明けていたにもかかわらず、適切な対応をしなかったことも、真摯さの欠如の現われであった。この本質的に不真面目な態度は、強く批判されるべきである。

イ 「あるある」が抱える番組制作の背景・構造上の要因

- (ア) 「あるある」では、「あるある」が成分の解明に走りすぎ難しくなりすぎたためか、視聴率が落ちたという反省から、十分な科学的根拠の解明よりも面白さ・分かりやすさ・スピード感に重点がおかれた番組作りが基本となった。そのため、「あるある」のテーマがある成分を多角的に紹介するものであったところを、「あるある」では が の効果を持つというように特定し、かつそれを面白くわかりやすく見せることに主眼がおかれた。しかし、そのような特定の結びつきを強調するテーマを探し続け、かつ科学的根拠を見いだすことは必ずしも容易ではないので、こじつけ的な論拠が打ち出されやすい環境があり、制作現場で捏造や不適切な手法による制作作業等のリスクを内包していたものといえる。また、あるあるはその制作スタンスが、面白さ分かりやすさを主眼とし必ずしも掘り下げた明確な科学的根拠によらないまま安易に実験を行う傾向があったため、制作現場においてディレクター等にモラルの欠落・特殊な追い詰められた事情等が生じた場合、実験内容

を捻じ曲げたり，また，捏造等を行う危険性を内包していたと見られる。

- (4) 情報の正確性のチェックという面でも，10年間好評のうちに放送してきた番組ということから，制作現場に対する過信が生まれ，情報の正確性の確保については事実上ノーチェックであった。そのため，納豆でダイエットのようにテーマに沿った番組作りがうまくいかず，切迫した場面では，捏造等に走る誘因・背景を有していたものと見られる。

(5) その他 - スタジオ出演者はどう考えたか

平成18年12月17日午後，東京・世田谷区のTMCレモンスタジオに出演タレントやアナウンサーを集め，「納豆ダイエット」のスタジオ収録が行われた。本件番組の企画，制作に関係した関西テレビ，テレワーク，アジトのプロデューサー，ディレクター，D2総合演出ディレクター，番組スーパーバイザー，電通担当者等が顔を揃えた。

収録中，スタジオのモニターに映し出されたVTR素材にはテロップや音声が付加えられ，実際に放送されたものとほぼ同じ内容だった。出演者らは台本に指示されたとおりの役割を演じ，それに沿った台詞をしゃべった。

調査委員会は複数の出演者に対してヒアリングを行った。とりわけ，視聴者のメディア・リテラシーの大切さが叫ばれる昨今，タレントやアナウンサーら出演者がみずからトークし，伝える内容の正確さや真実性をどう確保するのか，という出演者側のメディア・リテラシー問題が調査の中心となった。とくに生活情報バラエティー番組の場合，多くの視聴者が，出演者の知名度や好感度によって番組の親しみやすさや信頼性を判断していることを考え合わせれば，これは放送文化における新しい課題といつてよかった。

ある出演者は「あるある」が，テレワークを含めて10社近い制作会社によって交替に制作されていることから，他の番組と比べ，1回の放送のための調査や取材等にかかる時間的余裕があるはずであり，「乗り切っていける，と安心していただけ」と言い，別の出演者は「わからない部分などを質問すれば，関係する本や資料のコピーを持ってきて，ていねいに説明してくれる番組だった。信じきっていた」と言った。

「内容に少しでも疑いを持ってスタジオに入ったら，ノレない。番組は成立しないんです。真っ白なキャンバスに入るつもりでスタジオに入ることが，番組の顔となって出演するわれわれの仕事です」と語ったあるタレントの言葉が，制作者とはちがう，出演者の立場を代表していた。

しかし，彼らのなかにも，番組の危うさを感じる気持ちがあったことも確かである。

「あの番組は『情報バラエティー』と言うが，私は『情報』は正確さがだ

いじで、『バラエティー』は出演者のキャラクターで盛り上げていく、そういううちがいがあると思う。いったいどっちなんだ、という曖昧さが、『あるある』にはつきまどっていたような気がする」

別の出演者も「制作者が『シロート専門家』になって VTR を作り、出演者はそれに寄りかかって、内容を信じていた。いま考えれば、手法としては、リスクのある番組だった」と語っている。

こうした証言が浮かび上がらせるのは、いまだ不確かな事実としての「情報」をテレビが伝える場合、その「演出」はどこまで許されるのか、どこからが「過剰演出」であり、それはまたどこから「歪曲・改ざん」「捏造」へと転化してしまうのか、という「情報バラエティー番組」が本来的に内包している危うさである。これに対する明確なガイドラインは存在しない。

## 6 納豆ダイエット回以外における捏造等の有無の解明

### (1) 「あるある」「あるある」全 520 回の解明方法

#### ア 関西テレビの内部調査の結果の検証

当調査委員会の目的は、「あるある」「あるある」のすべて（合計 520 回）の OA 内容や制作工程を徹底的に検証することにあつた。しかし、限られた時間の中で、かつ限られた調査要員で、520 回すべての放送分の OA テープと取材テープ等制作資料を実際に検分して解析し、検証しようとするのは、時間的にも人間的にも到底不可能である。

そこで、当委員会は、関西テレビが先行して行っていた「あるある」「あるある」の 520 回すべてのチェック内容をまず検証した。

関西テレビは、「あるある」「あるある」の全 520 回にわたる OA テープを実際に視聴し、延べ 220 人の従業員を動員して、ボイスオーバーの不自然さの有無、データの出典明示の有無、番組内で実施している実験内容や実験方法に違和感はないかなどの事項をチェックしている。

このチェック方法は、単に OA を流し見るだけのものではなく、「あるある」「あるある」のホームページにメインコーナーの放送内容が詳細に掲載されていたことから、これを全回分 Excel に縦に 2 分割した左側に貼り付け、右側にはチェックを担当した従業員が気づいたコメントを詳細に記載し、次に、関西テレビ社内の考査経験者 5 名が、平成 14 年 1 月以降の OA 分（全 243 本）について、再度 OA テープを視聴して疑問点を抜き出し、そのうち疑義が生じた放送回、アジト担当回及びマスコミ報道がなされた回につき、関西テレビの報道部を含む各部門から集められた社員 23 名からなる専門調査班に引き渡され、専門調査班は、これらにつき、改めて取材テープ等制作資料と照合したり、生じた疑問点について



多数の制作関係者へのヒアリングを行い（その結果はすべて録音され反訳されている）、ヒアリングができない相手に対しては質問状を送付しその回答を得たりするなどして、極めて詳細な調査が行われている。

当委員会は、関西テレビより、上記調査資料及び専門調査班の調査レポートすべての提出を受け、上記調査方法及び調査結果につき、資料及びレポートを突き合わせながら報告を受けた。その結果、上記調査は誠実にに行われていると認められ、その調査内容も信用できると判断し得た。専門調査班の調査結果においては、関西テレビが疑義を留保しつつ当委員会に意見を求めた回のももあり、当委員会においてそれらについてさらに調査を尽くした。

#### イ 当委員会独自の調査

さらに、当委員会においては、ボイスオーバーが行われている回など、上記以外の放送回について独自に取材テープ等の制作資料を検分・解析し、検討を行った。

### (2) 本件調査活動の限界

本件調査は、あくまでも任意の調査であり、「あるある」「あるある」に関する捏造等の疑惑をできるだけ解明したうえで、関西テレビ等本件番組制作関係者のあるべき番組制作体制の再構築等に資するようにとの姿勢で行った。しかし、以下のような調査に支障の生ずるような事情があったことをここで付記しておく。

#### ア 残存する取材テープ等制作資料の収集の限界

上記のとおり、当調査委員会は、「あるある」「あるある」の全番組について調査を行ったが、「あるある」は平成8年10月27日、「あるある」は平成16年4月4日にスタートした番組であり、OAからかなりの年月が経過している放送回も多数あり、リサーチ資料、会議資料、取材テープ、取材資料、ロケ台本、スタジオ収録台本等、事案の解明に不可欠な資料が廃棄され、あるいは、散逸するなどして収集できない放送回が多くあった。

また、この1～2年の放送であり、制作会社において、もう少し資料が残っていても良さそうな回や取材テープがとぎれていたり、資料の一部が見あたらないとの回があり、当調査委員会は、関西テレビないしテレワークを通じ、あるいは、直接、制作会社を訪問して資料の提出を要請するなどして、可能な限りの手段を尽くしたが、結局十分な資料の収集を達せられなかった面もある。

#### イ ヒアリングの限界

当調査委員会において取材テープ等資料を精査した結果、特に番組内で行われた実験につき、適切に行われていない疑いのあるものがいくつか認められた。

そこで、取材担当者、被験者等のヒアリングを可能な限り行ったが、すでにディレクター等が退社していたり、ヒアリングを拒否する者もあり、また、被験者もヒアリングに応じてくれない人がいるなどしたため、客観的な裏付けの不十分、取材担当者に弁解等の機会を与えることができない等の事情（さらには、個人情報保護を理由に、被験者の住所、電話番号等の連絡先の開示に消極な制作会社も多く、実際に実験が行われたか、データの改ざんがなかったか、重要な証人となる被験者の連絡先を入手することすらままならない場面も多くあった）により、捏造・データの改ざん等と断定することが躊躇されるケースがあり、以上のような事情は、本件の全面的な解明の大きな障害となった。

### (3) アジトに関して

#### ア 序

納豆ダイエットの回の調査を進める中で、関西テレビ社内調査及び当委員会の調査に対し、アジト制作担当者がその他の捏造等案件があることを示唆したことから、納豆ダイエットを除いてアジトの「あるある」の収録分 15 本につき検討することとした。そのすべての取材テープを視聴することは時間的に不可能なので、マスコミ報道され、上記社内調査でも疑惑が生じているものについて、OA テープ、取材テープを集中的に視聴チェックし、会議資料等の残存する紙資料をチェックする方法で調査した。以上による調査結果は、次のとおりである。

#### イ 「夢診断でわかる！本当のあなた」

（あるある ・ 第 53 回 平成 17 年 4 月 17 日放送）

#### (ア) 放送の概要

- a 本放送は、人が睡眠時に見る夢に深層心理が反映されるかをテーマとしたものである。全体の構成としては、専門家が夢について説明し、その内容について実験をして検証するというものである。
- b 東北楽天イーグルス監督（当時）の見た夢の専門家による分析を行っている。
- c 睡眠中の 3 人の男女にうなぎの蒲焼の匂いを嗅がせ、3 人がどのような夢を見るかという実験（以下「実験」という）を行っている。
- d 3 人の男女に、初めてやるテレビゲーム（ぷよぷよ）に挑戦しても

らい、その後、3人に睡眠をとってもらい、3人がどのような夢を見るかという実験（以下「実験」という）を行っている。

- e 睡眠中の3人の男女のベッドの下に予め敷いておいたホットカーペットを「弱」でつけ、3人がどのような夢を見るかという実験（以下「実験」という）を行っている。

(イ) 調査の端緒及び問題点

納豆ダイエット回において、アジトの番組制作に対する取り組み姿勢に重大な疑義が生じたことから、アジト制作番組については、特に精査する必要があると考え、検討した。

そして、当委員会においてOA及び取材テープ等資料を視聴し、比較検討した結果、以下の問題点が判明した。

- a 実験 について、被験者の1人は、実験の際には夢を見ておらず、以前に見た夢を、実験の際に見た夢ということにしてOAした疑いがある。
- b その他、随所に、実験が適切に行われていないことを疑わせる箇所がある。

(ウ) 調査結果

a 調査で判明した客観的事実

(a) 問題点 a について

被験者の1人は、OAでは、この実験の際に、「火事かなんか起きて、みんなで逃げている」という内容の夢を見たと述べ、夢の内容について自ら描いた絵を示している。しかし、取材テープ等資料によれば、上記被験者は、起床直後のインタビューにおいて、「夢は見えていない」と述べたにもかかわらず、番組スタッフが上記被験者に対し、「最近どんな夢を見たか」と質問し、上記被験者が「火事か何かが起きているのを見た夢なら覚えている」と答え、取材スタッフの求めに応じてその夢の絵を書いている。そして、OAでは、その答え及び絵の内容が、上記被験者が実験の際に見た夢ということにされている。

(b) 問題点 b について

取材テープによれば、実験が適切に行われていないことを疑わせる下記のような事情が認められる。

記

- ・ 実験 においては、少なくとも被験者の1人に対しては、実際には睡眠中にうなぎの匂いを嗅がせていないと認められる。また、上記被験者は、睡眠前に実験の意図を知っていたと認め

られる。

- ・ 実験 において、担当プロデューサーが、OA されなかった被験者が睡眠中の部屋を訪れ、上記被験者に対し、これまで実験がうまくいっていないことを伝えるとともに、うなぎの匂いを嗅がせたうえ、うなぎをイメージして睡眠をとるようにという旨を述べている。
- ・ 実験 において、取材テープによれば、被験者の1人が番組スタッフに対し、「ぷよぷよ」が好きであることを明言しており、実験に臨む以前に「ぷよぷよ」をしたことがあることを認めている（実験 は、前述のとおり、被験者が初めてぷよぷよを行うことが前提となっている）。

b 当調査委員会の判断

(a) 問題点 a について

この点については、実際には、上記被験者は実験の際には夢を見ていないにもかかわらず、OA では火事に関する夢を見たかのように放送している。

(b) 問題点 b について

この点、本番組については、アジトの担当プロデューサー及びディレクター等の協力が得られず、ヒアリング等を行うことができなかったこと、実験のテーマが「夢と深層心理との関係」という心理学的な評価を伴うもので、厳密な意味で科学実験ができるか研究途上の性質を有すること等を考慮し、これらについては、あえて実験の捏造という評価は下さないこととする。

しかし、上記制作担当者の実験に対する態度は、そもそも実験というものに対する真摯な取り組み姿勢の欠如といえ、このような取材及びロケ VTR の制作方法が漫然と許容されてきたことは、科学への敬意の欠如を示すものであり、一連の捏造等の原因になっていると指摘できる。

ウ 「寒天で本当にヤせるのか!？」

(あるある ・ 第 61 回 平成 17 年 6 月 12 日放送)

(ア) 放送の概要

- a 平成 17 年 1 月、イギリスの医学雑誌に、寒天にコレステロールや体脂肪を減少させる効果があるとの研究報告が掲載された。
- b 寒天には、食物繊維が豊富であり、便秘解消に効果的、カロリーがゼロ、腹持ちがよいいため、カロリー摂取量を抑制する、糖の

吸収を抑え、血糖値の急上昇を抑える、胆汁酸の分泌を促し、コレステロールを減少させるなどの効果があると紹介した。

c そこで、都内の商店街で働く 15 人に 2 週間実験をしたところ、体重減少、血糖値、コレステロール値の低下などの効果が見られた。

(イ) 調査の端緒・問題点

前述のとおり、アジト制作番組であると同時に、マスコミでこの回がとりあげられていることから、検討した。

そして、OA と取材テープ等資料を調査し、比較検討したところ、血液検査のデータ及び体重の双方に、両者間での相違が発見された。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

取材テープ等資料によると、本件では検査機関の協力による血液検査が行われ、その検査報告書が残っている。これによると、下記(a)ないし(b)のとおり、客観的な検査結果と異なる内容の数値が 2 週間実験の結果として OA されている。

(a) 被験者 G1 に関する血液検査

血糖値(正常値 70~109, 単位mg/dl, 以下同じ)につき、検査結果表によれば、開始時 97, (1 週間後は血糖値の検査はせず) 2 週間後 82 と記載されているのに、OA では開始時 111, 1 週間後 97, 2 週間後 82 と紹介されている(実験開始時、正常値だったものを異常値にしている)。

(b) 被験者 G2 に関する血液検査

コレステロール値(正常値 150~219)につき、検査結果表によれば、開始時 291, 1 週間後 310, 2 週間後 289 と記載されているのに、同人のインタビューに合わせて、OA では開始時 322, 1 週間後 310, 2 週間後 289 とされている。

b 調査委員会による判断

(a) 被験者 G1 に関する血液検査

上記検査報告書によれば、2 週間実験を通じての血液検査の数値の推移は客観的に明らかであることに加え、上記のとおり、開始時、1 週間後ともに、OA と検査結果表の内容が異なる。

よって、実験開始時に正常範囲外であったが「正常範囲内まで低下」し、ダイエット効果があったという番組構成に合わせるために実験データの改ざんが行われたといえる。

(b) 被験者 G2 に関する血液検査

上記検査報告書によれば、2 週間実験を通じての血液検査の数値

の推移は客観的に明らかである。

また、上記被験者 G2 に関して番組制作資料を検討すると、平成 17 年 5 月 19 日のオフラインチェックの資料 9 頁においては、開始時につき、「G2 さんの総コレステロールは危険値の 291」と正しい数値が紹介され、6 日目の途中経過を計測すると、「252」であったと紹介されている（もっとも、6 日目の 5 月 15 日に血液検査をした記録は残っておらず、「252」が何を根拠とする数値が明らかでない）。

さらに、その後の収録前日打ち合わせにおいては、「病院で 318 で 2 ヶ月以内に 200 に落とさない」という G2 のセリフの台本に変更されている（打ち合わせ資料 7 頁）。

これは、1 週間後の実験結果が「310」と出て、数値が実験開始時よりも上昇したため、番組の構成や方向性に反することから、おそらく病院での別の機会の検査結果を開始時の数値として引用し、実験データを改ざんしたものと推測される。

この点、C1 チーフディレクターに対するヒアリングの結果、同人は、実験に直接関与していないとするものの、これにつき、G2 氏はコレステロール値に関して実際に悩んでいたから、開始時の実験結果が 291 であっても、その近い時期に病院で検査をして 322 mg/dl 程度の結果が出ていたのであれば、番組で紹介しても、演出の範囲内として許されるものと考えたと述べている。これは、科学的実験に対する C1 チーフディレクターないしアジトの制作関係者の実験に対する真摯な取り組み姿勢の欠如を示すものといえよう。

## エ 「毒抜きで体質改善」

（あるある ・ 第 69 回 平成 17 年 8 月 7 日放送）

### (7) 放送の概要

- a まず、水銀、鉛、カドミウムなどの有害なミネラル（毒）が体内にたまっていると、脂肪を燃焼させる酵素の働きが低下し、痩せにくくなる、疲労物質「乳酸」を分解できず、疲れやすくなる、栄養素を分解する酵素の働きが落ち、吸収率が低下するなど、損な身体になると紹介する。
- b 自営業の大家族が、細胞にたまった毒をはがし、血流やリンパの流れをよくして、毒をろ過機関まで運び、尿、汗、便をたくさん出して、毒を体外に排出するなど、3 日間で体質改善する解毒プログラムに挑戦する。

解毒プログラムの基本事項として、酒、煙草は厳禁、摂取カロリーを抑制（男性は 1500 Kcal、女性は 1200 Kcal）、毎食前に舌運動を 20 回、タマネギ粥を食べる、ということを実践する。その他、プログラムの具体的内容として、寝起きに一杯の水、毎食前に 30 分間の運動、排便を促す食物繊維豊富な朝食、昼前にヨガ、血液の流れを良くする昼食（酢・青魚など血液サラサラ食材）、ろ過機能をアップさせる夕食（タウリンが豊富な食材）、睡眠前のリンパマッサージを実践する。

c 3 日間の解毒プログラムの結果、家族全員の尿に含まれる毒の量が増加したこと、つまり、毒を出せる身体となったと紹介するとともに、このことによって父（G3）の疲労度が減少し、母（G4）の体重が減少し、伯母（G5）のビタミン C の吸収率が上がり、肌のきめがこまかくなるなど、体質改善の効果が確認できたとしている。

#### (1) 調査の端緒及び問題点

前述のとおり、アジトの番組制作に対する取り組み姿勢に重大な疑義が生じたことから、アジト制作番組については、特に精査する必要があると考え、検討した。

その結果、OA の際に使用された尿素窒素量に関する棒グラフ（以下「OA グラフ」という）と取材資料として残っている実験データの実験後の「尿中の有害ミネラル量（水銀・鉛・カドミウム）」に、相違がみられた。

#### (ウ) 調査結果

##### a 調査により判明した客観的事実

##### (a) 父 G3

資料データにおいては、3 項目とも尿中の有害ミネラル量が減少しているにもかかわらず、OA グラフにおいて 3 項目ともは増加したものとされている。

OA グラフにおける全ての数値が、資料データの実験前及び実験後の数値に基づかないものとなっている。

##### (b) 母 G4

資料データにおいては、水銀と鉛のみ有害ミネラル量が増加しているが、OA グラフにおいては、カドミウムも含め、3 項目とも増加したものとされている。

資料データの実験前数値は 3 項目とも OA グラフと一致するが、実験後数値は 3 項目とも OA グラフと異なる。

##### (c) 伯母 G5

資料データにおいては、カドミウムのみ有害ミネラル量が増加しているが、OA グラフにおいては、水銀と鉛も含め、3 項目とも増加したものとされている。

資料データの実験前数値は 3 項目とも OA グラフと一致するが、実験後数値は 3 項目とも OA グラフと異なる。

(d) 次男 G6

資料データにおいては、3 項目とも減少しているが、OA グラフにおいては、3 項目とも増加したものとされている。

資料データの実験前数値と実験後数値が、OA グラフでは逆に入れ替わって表記されている。

b 当調査委員会による判断

以上から、当調査委員会の調査においては、資料データを実験前後で比較すると、実験がうまくいったとは立証できない結果になっているのに、OA グラフでは被験者全てが番組実験を経て、体質改善がなされたようなグラフとなっており、また、ナレーションでも全員に効果が表れた旨のコメントがなされており、データの改ざんがなされたといえる。

オ 「有酸素運動の新理論」

(あるある ・第 78 回 平成 17 年 10 月 16 日放送)

(7) 放送の概要

a 「有酸素運動の新理論」の紹介(外国人学者のボイスオーバー)

OA では、1 日合計 3 分、30 秒ごとに有酸素運動と無酸素運動を交互に行うことによってやせることができると新理論、アメリカのベイラー大学の F6 教授のボイスオーバーにより、下記の説明を行っている。

記

- ・「今、アメリカでは、1 日たったの 3 分でやせられる画期的な有酸素運動が、大ブームなんです！」
- ・「従来の 3 倍以上の脂肪燃焼効果が期待できる。」
- ・「1 日たったの 3 分です。」
- ・「この理論を応用すれば、お腹や太もも、二の腕などの、部分やせも可能です！」

b 実験

OA では、スーパー従業員 14 人に、新理論による 1 日 3 分のオリジナル・プログラム(茨城大学の F7 講師が作成した体操である)を 2



週間行ってもらい、体重などの変化を測定する実験を行い、2週間後、実験の結果を示して、「今回は効果 100%という、素晴らしい結果となりました！」と放送している。

(イ) 調査の端緒及び問題点

前述のとおり、アジトの番組制作に対する取り組み姿勢に重大な疑義が生じたことに加え、本件については、外国人専門家によるボイスオーバーが行われたことから、OA と取材テープ等資料を比較・検討した。

その結果、外国人専門家のコメントに関するボイスオーバーに捏造の疑いが生じた。また、上記実験の正確性の有無についても疑義が生じた。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

(a) ボイスオーバーの点

F6 教授のコメントについて、以下の事実と反するボイスオーバーや、強引な論理構成が認められた。

OA においては、「今、アメリカでは1日たった3分でやせられる画期的な有酸素運動が大ブームなんです。1日たったの3分です。慢性的な運動不足の方でも、ここまで手軽なら簡単に続けられるはずですよ。この新理論を毎日3分間実践すれば効果は期待できます」とのコメントになっている。

しかし、実際のインタビューでは、「3分間の短い運動で代謝を大幅に上げること示した研究を見たことはない」とコメントしている。

番組においては、「従来の3倍以上の脂肪燃焼効果が期待できる、常識を覆す、新しい理論の有酸素運動なのです」とコメントしている。

しかし、実際のインタビューでは、3倍以上、脂肪燃焼する理論は出てこない。インタビューでは従来の有酸素運動での消費が150キロカロリーであれば、250～300キロカロリーであると結論づけている。

OA においては、「この理論を応用すれば、お腹や太もも、二の腕などの部分やせも可能です」とコメントしている。

しかし、実際のインタビューでは、「部分やせはできない」と述べている

アジトのCIチーフディレクターは当調査委員会のヒアリングに対し、上記ボイスオーバーを捏造したことを認めている。

(b) 実験データの改ざんについて

被験者 G7 について，OA では体重が 2 キログラム減少したとされているが，取材テープ等取材資料を確認したところ，実験開始前の体重は，98.9 キログラムとなっており，実際は 0.6 キログラムの減少であった。

b 当調査委員会による判断

(a) ボイスオーバーの点

上記のとおり，本番組においては，F6 教授がコメントしてない事実につき，ボイスオーバーという手法を用いることによりあたかも同教授がコメントしたかのように見せているものであり，明らかに事実の捏造といえる。

(b) 実験データの改ざんについて

上記のとおり，減量の効果を強調するために実験データの改ざんがあったといえる。

カ 「2005 ダイエット総決算 SP」

(あるある ・第 86 回 平成 17 年 12 月 11 日放送)

(ア) 放送の概要

以前に番組でダイエット食材として紹介した寒天，豆乳，酢につき，痩せるメカニズムについて分析したうえで，以前の放送の際にあまり効果が見られなかった被験者につき，アンケートをもとに適した食材を試したところ，格段のダイエット効果がみられたとしている。

また，以前放送された「1 日 3 分の有酸素運動の新理論」の際に協力を得たが，あまり効果の見られなかった人に，1 日 3 分間の有酸素運動に加え，1 日 900 グラムのヨーグルトを食べてもらったところ，格段のダイエット効果がみられたとしている。

(イ) 調査の端緒及び問題点

前述のとおり，アジトの番組制作に対する取り組み姿勢に重大な疑義が生じたことに加え，本件については，外国人専門家によるボイスオーバーが行われたことから，OA と取材テープ等資料を比較・検討した。

その結果，以前，「1 日 3 分の有酸素運動の新理論」の際に番組に登場した F6 教授から番組スタッフ宛に電話がかかってきたかのように事実を捏造した疑い，同教授のボイスオーバーを捏造した疑いが生じた。

(ウ) 調査結果

a 調査で判明した客観的事実

OA では、F6 教授から番組スタッフ宛に電話がかかってきた場面が放送されているが、取材テープ等資料を精査しても、F6 教授が番組スタッフに電話をしてきたという事実はどこにも見あたらなかった。

また、OA では、F6 教授の「新有酸素運動とカルシウムを組み合わせると効果が倍増する」旨のコメントが紹介されているが、取材テープ等制作資料によれば、アジトの制作担当者が、このコメントを同教授から得た事実は認められない。

b 当調査委員会による判断

制作担当者は、当委員会によるヒアリングに対し、F6 教授と直接連絡をとっておらず、また、別人の声を吹き込んで用いていることについては、台本打ち合わせ後、自らの判断でアジトのアシスタントディレクターに指示し、アシスタントディレクターがプロダクションに依頼して行ったと記憶している旨説明している。

また、制作担当者は、F6 教授が有酸素運動とカルシウムを組み合わせると効果が倍増するということはないし、同教授の論文等にもないはずであると認めている。

以上のとおり、制作担当者が自認していることから明らかなとおり、本番組においては、F6 教授が番組スタッフに電話をしてきたという事実及び同教授のボイスオーバーについての捏造が認められる。

キ 「衝撃！味噌汁でヤせる?!」

(あるある ・ 第 95 回 平成 18 年 2 月 19 日放送)

(ア) 本番組の概要

a まず導入部分では、アメリカで味噌汁ダイエットが大ブームだとして、アメリカで行われているマクロビオテックダイエットを紹介し、中でも欠かせない重要アイテムが味噌汁だとして、受講者が味噌汁を飲むようになって体重が減少していると説明している。

b 続いて、味噌汁にダイエット効果があること理由について理論的な説明がなされ、味噌がそもそも大豆製品であることから、大豆に含まれる大豆ペプチドが基礎代謝をアップすること、大豆サポニンが脂肪の吸収を妨げること、燃焼系のアミノ酸「バリン」「ロイシン」「イソロイシン」が豊富に含まれていることが挙げられている。さらに、これに加えて味噌のダイエット効果を高めるポイントは発酵であり、発酵により大豆ペプチドが吸収しやすい状態にあると説明されている。

c 以上を裏付ける専門的知見として、テキサス工科大学 F8 助教授の

「味噌は大豆製品の中で最も高いダイエット効果が期待できる食品なんです」「痩せる効果を高めるポイントは、発酵なのです」「朝食に味噌汁を摂ることはダイエットに効果的」等のコメントが紹介されている。

- d そして、「あるある大実験」により、普段味噌汁を飲まない被験者に8日間毎朝1杯300ccの味噌汁を飲んでもらったところ、全員に体重の減少が見られたため、朝食に味噌汁を加えることで高いダイエット効果があることが確認されたとしている。
- e 番組ではさらに、味噌の色によって効果が異なることを説明したうえで、朝は赤味噌で基礎代謝をアップし、夜は白味噌で摂取カロリーを抑えるのが効果的としている。
- f そしてこれを確認するため、あるある大実験で、普段味噌汁を飲んでいる被験者に、朝赤味噌、夜白味噌（プラスこの他具材の組み合わせ）というあるある式の飲み方を実践してもらい、その結果、上記dの実験結果を上回るダイエット結果が出ると放送した。

(1) 調査の端緒及び問題点

前述のとおり、アジトの番組制作に対する取り組み姿勢に重大な疑義が生じたことに加え、本件については、外国人専門家によるボイスオーバーが行われたことから、OAと取材テープ等資料を比較・検討した。

その結果、以下に挙げるような疑義が生じた。

a F8 助教授のコメント

テキサス工科大学 F8 助教授のコメントがボイスオーバーされており捏造の疑いが持たれた。

b ダイエット効果の理論的根拠

上記 F8 助教授のコメントが捏造だとすると、味噌にダイエット効果があることの根拠はなくなりはいないか疑問が持たれた。

c 赤味噌と白味噌の効果の違い及びあるある大実験の内容の正確性

朝に赤味噌、夜に白味噌という飲み方がダイエットにより効果的であると結論づけ、あるある大実験において、普段味噌汁を飲まない被験者に、毎朝味噌汁300ccを飲んでもらい、ダイエット効果が確認されたという実験と、普段味噌汁を飲んでいる被験者に、朝赤味噌、夜白味噌といったあるある式の飲み方をしてもらうことにより、さらにダイエット効果が上がったという実験がなされているが、これまでのアジトの実験の取り組み姿勢から精査する必要があると考えられた。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

(a) 問題点 a について

まず、「味噌は、大豆製品の中で、最も高いダイエット効果が期待できる食品なんです」という部分につき、取材テープ等資料によると、F8 助教授は、ダイエット効果についてはわからないと述べており、その他ダイエット効果について何らのコメントもしていない。

次に「やせる効果を高めるポイントは、発酵なんです。発酵によって大豆タンパクを分解して、大豆ペプチドを作り出すんです。つまり味噌は、大豆ペプチドの吸収率が高いんです。」というコメント部分につき、取材テープ等資料によると、発酵によって大豆タンパクを分解して、大豆ペプチドを作り出すこと、大豆ペプチドの吸収率が高いことについては、実際にコメントしている。

しかし、痩せる効果については言及しておらず、また、納豆のほうが良いともコメントしている。

「味噌汁を朝摂取することで、すばやく交感神経にスイッチを切り替えて、基礎代謝をあげるのです。朝食に味噌汁を摂ることは、ダイエットには、非常に効果的です。」というコメント部分につき、取材テープ等資料によると、F8 助教授は、朝は胃腸に何もないので消化しやすいと述べているだけで、交感神経や基礎代謝のことについては全くふれていない。

(c) 問題点 c について

番組では、みそ汁を摂取することでダイエット効果があるとするとともに、朝に赤味噌、夜に白味噌を摂取することでさらにダイエット効果を増すとの結論を番組の構成としている。そして、その結論を導くために、普段みそ汁を飲まない男女 6 人に、8 日間毎朝 300 cc のみそ汁を摂取した結果、体重が減少するかという実験と、朝に赤味噌、夜に白味噌、それに番組が選んだ具材を入れたものを摂取した結果、体重が減少するかという 2 種類の実験を行っている。

まず、この実験については、赤味噌を 2 人、白味噌を 1 人、合わせ味噌を 3 人が摂取し、OA では、被験者全員が平均 1.4 キロ減量したとなり、特にやせた 2 人は赤味噌を摂取したとされた。しかし、合わせ味噌を摂取した G8 氏は、1.3 kg 減、と OA されている（なお、OA 上でも別な箇所では他の被験者のデータと取り違

えて 1.5 kg 減とされている)が、実際の取材データでは、G8 氏は実験開始前は 78.2 kg、実験後は 74.2 kg であり、4 kg 減となっている。

次に、 の実験については、まず、OA では朝に赤味噌、夜に白味噌という摂取方法が効果的とされ、また、OA では、より効果的な具材の組み合わせとして、「赤味噌 + 高野豆腐 + めかぶ」、「白味噌 + インゲン + サトイモ」が紹介されている。

しかし、取材テープ等資料によると、取材担当者により、OA こそされていないものの、朝に赤味噌、夜に白味噌ではなく、逆に朝に白味噌、夜に赤味噌を摂取し、また具材も「赤味噌 + インゲン + サトイモ」、「白味噌 + 高野豆腐 + めかぶ」という番組の構成と逆の実験が繰り返されており、失笑を禁じえないほどのたらめな「実験」が行われている。

b 当調査委員会による判断

(a) 問題点 a について

上記のとおり、本番組においては、F8 助教授がコメントしていない事実につき、ボイスオーバーという手法を用いることによりあたかも同教授がコメントしたかのように見せているものであり、明らかに事実の捏造といえる。

(b) 問題点 b について

味噌汁にダイエット効果があるとの論に科学的根拠があるかは、関西テレビの再報告書において定説でないものを断定的に表現した点が不適切と報告されているが、この点は当委員会の判断も同様である。

(c) 問題点 c について

まず、 の実験については、番組構成上、赤味噌を摂取した人が最も痩せたという結論を導き、そして実験からこの結論を導き出すために、合わせ味噌を摂取していた G8 氏の体重差を小さく抑えたとしか説明しようがなく、実験データの捏造といえる。

次に、 の実験については、アジトにおける実験に対する取組みの粗雑さの現われであり、さらには、そもそも実験に基づいて結果を出そうという発想自体がなかったとしかいえないものである。また、このようなたらめな行為がなぜ見逃され、堂々と OA されていったのか、当委員会としては理解に苦しむところである。さらに、この実験では、G9 氏は OA では 2.8 kg 減少となっているが、取材テープ等資料によれば、4.8 kg の減少である

ことが明らかであり，意図的に減少差を少なくしたものであって，実験データの改ざんといえる。

(I) 制作担当者の自認内容

a C1 チーフディレクターは，F8 助教授のコメントが捏造であることは完全に認めている。次に，本件捏造（ボイスオーバーの点）に至った経緯については，C1 チーフディレクターは次のように述べている。

(a) 味噌汁ダイエットの回も，企画段階で難航したため，ロケのスケジュールは厳しいものだった。2 回目の分科会までは味噌汁でいくことも決まっておらず，テレワークの B1 チーフプロデューサーから企画として成り立っていないよねと指摘され，同氏から，味噌汁に焦点を絞って，海外で味噌汁がダイエットに利用されていることや，専門家のコメントをとってくるという方向性を示されたため，3 回目の分科会で，味噌汁ダイエットの企画を作成するに至った。この段階では，大豆のペプチドやサポニンがダイエットに良いことは番組で以前にやっているのだから，味噌はさらに発酵しているので，もっと良いであろうという発想であった。

(b) 3 回目の分科会が平成 17 年 12 月 16 日であり，オフラインチェックが平成 18 年 1 月 12 日で，年末年始は使えないので，ロケは極めて厳しい日程となった。F8 助教授に関しては，日本を出る段階で既にダイエットは分からない人だという情報が入っていたが，時間的にも F8 助教授でいくしかないと思い，米国取材を敢行した。

この時，C1 ディレクターは，米国取材で手一杯であり，実験や国内の取材は C3 ディレクターに任せていた。

(c) オフライン資料の作成時には，F8 助教授からダイエットについてのコメントがとれなかったため，C1 チーフディレクターは，ボイスオーバーの部分を抑えめに作成した（オフライン資料では，前記 F8 助教授のコメント に相当するものはあるが， の捏造部分はない。 ）。

しかし，それから収録までの間に，もっとダイエットとはっきり言うようにした方が良いという意見が出て，C1 チーフディレクターはそれを断ることができずに応じてしまい，結局前記 の捏造部分が作成された。C1 チーフディレクターとしても，期待されたコメントを米国取材でとることができなかったという負い目もあって断ることができず，F8 助教授にも基礎代謝に関するコメントがあったように記憶していたので「まあいいか」と思い，結局，よりおもしろい演出にするという要請を優先させてしまった。

(d) C1 ディレクターが今までにボイスオーバーで捏造をしたのは、最初が「新有酸素運動」の回で、その時は、取材時の様子から相手の先生もある程度こちらの都合を知っていたので、トラブルにならないだろうという思いがあって、そのようなことをした。

C1 ディレクターによれば、一番ひどい捏造はやはり味噌汁の回であり、納豆の回での捏造は自分の判断でやったけれども、味噌汁のときに慣れて感覚が麻痺していたことも原因にあるのではないかとのことであった。

b 実験について

実験に関しては基本的に C3 ディレクターに任しているとしつつ、C1 ディレクターは次のように述べている。

まず、G8 氏が 5 kg くらいやせてしまったので減少量を抑えて放送することにしたのは当時も把握していたが、理由はあまりにも短期間にやせすぎているので病気と疑われるのではないかと案じたからである。

実験に関する諸々の不審点については、C1 ディレクターは、毎回ダイエット企画を任されるのはプレッシャーになることであり、実験の現場を担当していた者たちも、番組の構成に合わせられるようにしなければならぬというプレッシャーがあったのではないかと話している。

ク 「カロリーの新常識」

(あるある ・ 第 105 回 平成 18 年 4 月 30 日放送)

(ア) 放送の概要

「効果的なダイエットのためには、単に、カロリー数値に着眼するだけでは効果が薄い。同じカロリー数値でも、体内で糖質を燃焼することが得意な糖質タイプの人には、糖質の多いメニューを、脂質を燃焼することが得意な脂質タイプの人には脂質の多いメニューを採ることがダイエットには効果的である」との仮説を実験によって証明しようとするものである。

(イ) 調査の端緒及び問題点

前述のとおり、アジトの番組制作に対する取り組み姿勢に重大な疑義が生じたことから、アジト制作番組については、特に精査する必要があると考え、検討した。

その結果、OA において、ダイエット効果につき検証するために行われた実験、つまり、ヒューマン・カロリー・メーター（エネルギー消費



量測定室)において、男女2名の室内行動を24時間測定して糖質・脂質の燃焼量を比較する実験についても疑義が生じた。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

取材テープ等資料を精査した結果、この実験のOA映像については、出演した研究者が24時間測定データと測定室を貸しつけるにあたり、イメージ再現であれば協力するという条件の下に、取材担当者に映像を提供したものであることが判明した。

b 当調査委員会による判断

本番組においては、実際には24時間実験を行っていないのに、実際に24時間実験が行われたと誤解される映像がOAで放送されている点に問題があると考えられる。

上記のような条件の下に映像が提供された場合には、イメージ再現であることをOAにおいて明確に表示すべきであり、今後の番組制作にあたって、留意すべきところである。

ケ 「チョコレートで本当にヤせるのか?!」

(あるある ・ 第121回 平成18年8月20日放送)

(ア) 放送の概要

巷で話題のチョコレートダイエットにつき、賛成派と反対派とに分け、双方がそれぞれの根拠を主張し、論争の形で番組が進行し、実験データも引用しつつ、最終的には、「一定の条件を守れば、チョコレートにもダイエット効果がある」という形で、双方の専門家の意見に配慮した折衷的な結論を導き出す構成となっている。

(イ) 調査の端緒及び問題点

前述のとおり、アジトの番組制作に対する取り組み姿勢に重大な疑義が生じたことから、アジト制作番組については、特に精査する必要があると考え、検討した。

その結果、チョコレートとクッキーの摂取前後の基礎代謝量比較実験への疑義、チョコレートダイエットをした母子の基礎代謝量実験への疑義が生じた。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

(a) 上記につき、OAデータとロケデータとで数値が異なる。具体的には、クッキーにつき、摂取前の基礎代謝量がロケ素材では、1261キロカロリーであるところをOAでは1286キロカロリーに、チョコ

レートにつき、摂取後の基礎代謝量がロケ素材では、1486 キロカロリーであるところをOAでは1436キロカロリーであるとして放送した。

- (b) 上記 についても、OA データとロケデータとで数値が異なる。具体的には、被験者 G10 さん(娘)の基礎代謝量が、ロケ素材では1133 キロカロリーとなっているところを、OA では1332 キロカロリーに、被験者 G11 さん(母親)の基礎代謝量が、ロケ素材では、1020 キロカロリーとなっているところをOAでは1081キロカロリーであるとし、実際の基礎代謝量の差異がOAではロケ素材に比べて過大な数値となっている。

b 当調査委員会による判断

- (a) 上記 については、番組の結論や実験結果のインパクトに影響を及ぼすような差異ではないものの、安易に数値を操作しており、アジトの実験に対する真摯な取り組み姿勢の欠如を示すものといえる。
- (b) 上記 の部分で番組が提示した仮説は、基礎代謝量が落ちている人の方がチョコレートダイエットは効果がある、という点にあり、チョコレートダイエットに成功した母親と失敗した娘とで基礎代謝量に大きな差異があればあるほど番組の趣旨に沿った結論ということになる。

したがって、この部分は、番組の趣旨に沿うように意図的に数値を変更した疑いが高い。この点、真偽を確認するため、担当ディレクターをヒアリングする必要があると考え、アジトを通じて本人に面会を要請したが、アジトからも本人からも連絡がなく、これ以上の解明はできなかった。

よって、確定的にはいえないものの、上記の数値変更がなければ、番組の提示する仮説の立証に大きな障害となること、理由なく面会に応じないこと、また、これまでのアジトの著しく実験を軽んじる制作姿勢からして、実験データの改ざんがなされたことは、ほぼ間違いがないといえよう。

コ 「あなたのダイエットフルーツはどっち？ みかんorリンゴ」

(あるある ・第130回 平成18年10月22日放送)

(7) 放送の概要

みかんは、みかんに含まれるペクチンが糖の吸収を抑制し、シネフリンが脂肪分解及び脂肪燃焼に効果があり、リンゴは、リンゴに含まれる

プロシアニジンが脂肪の燃焼・吸収の抑制に効果があるとして、いずれもダイエットに効果的なフルーツであると紹介している。

そのうえで、みかん及びリンゴを正しい方法で食べることによりダイエットができるとのテーマに基づき、みかん及びリンゴのそれぞれのダイエットに効果的な食べ方を紹介し、被験者 10 名に対して、生活習慣は一切変更しないで、5 名についてはみかん、5 名についてはリンゴをそれぞれ 2 週間食べ続けるという実験（あるある大実験）を行うことにより、みかん及びリンゴがダイエットに効果的であると結論づけている。

(イ) 調査の端緒及び問題点

マスコミにより、実験自体がいわゆるヤラセではないかとの疑惑が報道されたことから、当調査委員会において調査した。

みかんを食前に食べた場合と食べない場合の血糖値の変化に関するミニ実験のうち、2 番目の女性の測定結果について、実際にはみかんを食べた場合と食べない場合で大きな差異は認められないにもかかわらず、放送ではみかんを食べなかった場合の方が血糖値が大きく変化するグラフを表示した。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

OA では、2 名の被験者に対し、1 日目はパンのみ、2 日目はみかんを摂取してからパンを摂取するという実験を行い、みかんを摂取した方が、血糖値の上昇が抑えられるとの測定結果を表す血糖値グラフを示している。

しかし、取材テープ等資料を確認したところ、1 名（2 番目の女性）の被験者の血糖値のデータは、1 日目も 2 日目も血糖値に差が出ておらず、OA 映像は、実際の測定結果を改ざんしていることが判明した。

b 当調査委員会による判断

この点、取材テープの作成者は、当調査委員会による聴き取りに対し、OA のグラフは、VTR の編集段階において、番組での結論に沿うようにとの安易な考えから、部下に測定結果を改ざんしてグラフを作るよう指示したものである旨本件データ改ざんを認めている。

以上のとおり、本件は、「みかんを摂取すれば血糖値の上昇を抑えられる」という番組のテーマに合致するように実験データを改ざんしたもので、これは番組テーマに合う実験結果が出なければ、実験自体を捏造したり、実験データを改ざんしてもよいというアジトの制作担当者の姿勢が日常化していたことを示すものである。

## サ アジト案件のまとめ

以前述べたとおり、アジトの担当回においては、「あるある」の第53回放送回（平成17年4月27日）から9回（納豆ダイエットの回は除く）にも及ぶ事実の捏造、実験データの改ざん等が行われていたことが明らかとなった。

このように、「あるある」において行われた、アジト担当回における数々の事実の捏造や実験データの改ざんは、上記のとおり、アジトのCIチーフディレクター他アジト内の複数のディレクターが深く関与していたことが判明しており、アジトにおいては、「あるある」のテーマに合わせて、たとえ、事実の捏造、実験の改ざん、科学的根拠のこじつけをしてでもVTRを作成することがディレクターらの間に次第に常態化していたことが窺われ、アジトという制作会社自体が著しく倫理感を失っていたというべきである。

しかし、「あるある」の制作工程における多くの段階で、関西テレビ・テレワーク・アジトの各制作担当者らが会議等に出席するなどして制作に関与し、上記不正をチェックする機会があったにもかかわらず、アジトにおけるこのような捏造等の行為が、なんらチェックされずに通用してきたことからすると、情報番組としての正確性を確保するための仕組み作りが行われぬまま放置されてきたことは明らかといえ、「あるある」の番組制作工程には正確性の確保の点において大きな欠陥があったと言わざるをえない。

既に述べたとおり、「あるある」は、面白さ、分かりやすさ、スピード感、お役立ち感を強調した企画として再スタートし、それが次第にエスカレートして過激な表現が目立つようになり、さらに、取り上げるテーマもダイエットなどに集中してきたという経緯をたどっている。

その結果、取り上げるテーマが次第に窮屈なものとなり、しかも、正確性確保のうえで、何らの手当てがなされていない隙だらけの制作体制の下では、アジトのみならず他の制作会社においても、同様のことが起き得る状態のもとで本件番組が制作されていたと言ってよい。つまり、本件番組は、末端の番組制作担当者によって、捏造等が行われるリスクを内在した番組であったと考えられる。

## (3) アジト以外の制作会社に関して

### ア 序

当調査委員会においては、「あるある」「あるある」の制作工程に

おけるアジトの問題となる数々の行為が本件番組の企画自体に内在する危険，制作工程の管理の欠陥にも由来していると思われることから，アジト以外の制作会社が制作を担当した回についても，事実の捏造，実験データの改ざん等の事実と反する番組制作があったかどうか，また，そうとまでは言えなくても，問題点として指摘でき，改善すべき余地がある点が多かったかどうかを調査した。

その結果，以下の回については，番組制作上問題があり，又は今後検討すべき課題があると判断した。

## イ 低炭水化物ダイエット

（あるある ・第 39 回，平成 17 年 1 月 9 日放送）

### (ア) 放送の概要

炭水化物を摂取しない「炭水化物抜きダイエット」を紹介したうえ，あるある流・低炭水化物ダイエットを紹介する内容である。

炭水化物を完全に抜く一方で肉類やチーズ等を好きなだけ食べても良いというアトキンス理論を紹介し，炭水化物を抜きつつ肉類等をお腹一杯たべる炭水化物抜きダイエットを行う 3 人のグループと，1 日 1500Kcal だけ摂取する低カロリーダイエットを行う 3 人のグループに分けて 3 日間の実験を行っている。その結果，炭水化物抜きダイエットは平均 1.9 kg 減量，低カロリーダイエットのグループは平均 0.7 kg 減量と発表し，炭水化物抜きダイエットのグループがより減量に成功した理由について，炭水化物を抜くと脂肪を分解してエネルギーとして燃やすことから，身体がよりカロリーを多く消費すると説明する。

そして，炭水化物抜きダイエットの被験者の基礎代謝を調べると，実験前より実験後の方が基礎代謝が高いことが紹介される。

その後，炭水化物抜きダイエットは日本人には難しく，脳へのエネルギー供給が不足する可能性があることが指摘され，「あるある流・低炭水化物ダイエット」のポイントとして，1 日 90 グラムの炭水化物を摂取すること等が紹介され，モデルメニューや湯葉を使ったラーメン等を紹介するという内容である。

### (イ) 調査の端緒及び問題点

同番組につき，マスコミ報道はなされていないようだが，関西テレビ放送において，「あるある 」及び「あるある 」の全 520 本を視聴チェックした結果，番組構成にいくつかの疑問点が生じ，社内調査班において調査が必要であるとの判断にいたった。そこで，当調査委員会においても詳細な調査を行った。

その結果、低炭水化物ダイエット実験前後の基礎代謝の測定方法の適切さ、低炭水化物ダイエットの被験者の実験前の体重測定の正確性の有無について疑義が生じた。

(ウ) 調査結果

a 調査で判明した客観的事実

- (a) 上記 について、被験者からのヒアリングによれば、実験開始前の基礎代謝については、長時間待たされ、いわば安静状態で測定されている一方で、実験後の基礎代謝については、測定場所まで走らされ、その直後に測定されている。
- (b) 上記 について、実験前の体重測定の取材テープには被験者2名しか撮影されておらず、遅れて実験に参加した被験者1名の体重測定は撮影されていない。そして、遅れてきた被験者は、実験前の体重を測定しておらず、実験後の撮影の際、体重を増加させるために、重りとして機材を持って体重計に乗り、実験前の体重測定の数値を撮影をした（被験者からのヒアリング、担当ディレクターからのヒアリングにより明らかである）。

b 当調査委員会による判断

- (a) このように、実験開始前と実験後で測定条件が異なり、実験後の走った直後の基礎代謝量が実験開始前の基礎代謝量より高くなるのが考えられるため、制作会社が意図的に異なる条件下で基礎代謝量を測定したとまでは断定しないものの、同一条件下で基礎代謝量を測定したのではなく、実験方法として極めて不適切であるとの指摘は免れない。

なお、基礎代謝量を測定していた技師も「基礎代謝は活動しない状態で測るのが通常だ。このように違う条件で基礎代謝量を測定して比較しても意味がない」旨発言している。

- (b) 重りとして機材を持って測定した体重の数値が、実験開始前の体重と同じ数値だとする根拠は、被験者の自己申告のみであり、同番組がダイエットを取り上げていることからすれば、その正確性には重大な疑問がある。もっとも、被験者の実験開始前の体重に合わせて、体重計の数字を撮影したものであることからすれば、実験の捏造、あるいは、実験データの改ざんがあったとまではいわないが、体重測定のように簡単に測定できるものについてまで、このように安易な測定方法をとっていることは、この回の制作を担当した制作会社においても、実験に対する真摯な取り組み姿勢が欠如していたことを示すものであり、今後は、取り組み姿勢の改善が強く求めら

れる。

(I) 制作担当者の自認内容

制作担当者は、当委員会によるヒアリングに対し、基礎代謝について、アトキンス理論によれば炭水化物抜きダイエット後には基礎代謝が高くなると考えていたので、その測定方法については注意を払っていなかった。直前まで安静にしていた状態と、直前まで走ったりして活動していた状態では後者の方が基礎代謝量が高いのは当然であり、不適切な測定方法だと指摘されてもやむを得ないと述べている。

また、同放送回の別の制作担当者は、当委員会によるヒアリングに対し、実験前の体重は測定しておらず、実験前の体重は、被験者の自己申告に基づくものである。実験後の体重測定の撮影の際、被験者に重りとして機材を持たせ、体重計に乗ってもらって体重計の表示を撮影したことは事実である。体重計の表示自体は放送していないが、放送で 90.4 kg とスーパーを出したことは、今は不適切であったと考えている旨述べている。

ウ 「体脂肪を減らす救世主」

(あるある ・ 第 45 回 平成 17 年 2 月 20 日放送)

(ア) 放送の概要

中年太りの原因として、加齢による体内の リポ酸 (ミトコンドリアに含まれる生体のエネルギー生産反応における補酵素の 1 つ) の減少をあげ、 リポ酸を摂取して運動することにより体脂肪が減少するという内容を紹介する。

番組では、加齢に伴って リポ酸が減少する現象について、「ミトコンドリアの酵素の含有率 (含む リポ酸)」を縦軸、年齢を横軸とし、加齢に従って縦軸の数値 (含有率) が右下がりに減少するグラフ (「協力 日本医科大学 F9」との表示あり) を示して説明を行っている。

(イ) 調査の端緒及び問題点

OA されたこのグラフに研究データの改ざんがあったこと、また、リポ酸の摂取と体脂肪の減少に関連性が認められない旨のマスコミ報道がなされたことから、当調査委員会において調査を行った。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

(a) OA されたグラフは、ミトコンドリアに含まれるが酵素ないし補酵素 COX の活性度が加齢によって減少するという日本医科大学 F9 教授の研究論文に掲載されている COX の活性度を縦軸、年令を横

軸とした「分布図」を利用し、同教授の確認を得ることなく、取材担当ディレクターら制作担当者の一存で、同「分布図」を「折れ線グラフ」に直したものであることが分かった。

制作担当者らのこの作業は、体脂肪の増加は、加齢による リポ酸の減少が原因となっているという仮説を明らかにする作業の中で起こったものである。つまり、上記仮説を裏づける研究論文等をリサーチする中で、上記を直接裏づけるものではないが、ミトコンドリアに含まれる COX の活性度が加齢によって低下するとの上記論文を発見し、COX に リポ酸が含まれていることから COX の活性度の減少イコール リポ酸の減少と見て、 リポ酸の加齢による減少と結びつけて考えることは可能であると考えたものである。

同教授は、ヒアリングに対し、このグラフを用いて番組を放送することは事前に知らされておらず、承諾もしていないが、 リポ酸が加齢により減少する可能性があること自体は否定していない。

- (b) 制作担当者からのヒアリングによれば、COX は、ミトコンドリアの酵素であり、補酵素である リポ酸を含んでいるので、OA で表示した折れ線グラフのような経過を辿るとしても間違いではないと考えた。ただし、このようなグラフを OA してよいかについては、同教授に確認していないと述べる。

b 当調査委員会による判断

上記ヒアリング結果からすると、取材担当者は、ミトコンドリアに含まれる酵素が減少すれば、酵素に含まれる リポ酸も減少するはずであるとの考えの下、番組のテーマとする「 リポ酸が加齢により減少するため、体脂肪が増えやすくなる」という説明ができると考え、上記折れ線グラフを独自に作成し、当該研究をした専門家の確認を得ないまま番組内で表示したものである。

しかし、このように科学的根拠を説明するために、専門家でないものの推論を入れたデータを用いた説明を OA する場合は、当然、制作スタッフは、事前に相談していた基となったデータの掲載者である当該専門家に再確認して使用するべきであるといえる。

しかし、本件制作担当者は、そのような作業を行っておらず、基となった研究者への敬意と配慮を欠く、適切さを欠いた制作姿勢であると指摘でき、今後の改善が強く求められる。

エ 「冷え人間は太るし老ける!？」

(あるある ・第 49 回 平成 17 年 3 月 20 日放送)



## (7) 放送の概要

街頭調査，医師のコメント等で低体温の人が増えているとし，低体温の原因は筋力の衰えと自律神経の乱れにあるとしている。これにより，体温低下による免疫力の低下（病気になりやすい），血液循環の悪化に伴う肌のターンオーバーへの悪影響（老ける），基礎代謝の低下（太る）という弊害があるとしている。

改善策として，体を温める食事（ユリ科の野菜を取り入れたもの）と，自律神経を整える呼吸法（腹式呼吸）と筋力アップを取り入れたファイアーウォークなるものを提唱している。そして，改善策を被験者5人に1週間ためてもらった実験を行い，実験の結果，全員に体温上昇，体重減少及び肌の改善傾向という効果が出たという内容になっている。

### (1) 調査の端緒と問題点

a 前述のとおり，納豆ダイエット回において，アジトの番組制作に対する取り組み姿勢に重大な疑義が生じたことから，当調査委員会が「あるある」のアジト制作番組すべてにつき調査を行った。

ただ，「あるある」の制作工程には正確性の確保のうえで大きな欠陥があったといわざるを得ず，他の制作会社においてもアジトと同様のことが起きうる素地が「あるある」にはあったといえる。

そこで，当調査委員会は，アジト以外の他の制作会社に対し，サンプルとして2本ないし3本の番組に関する取材テープ等資料を任意に提出するよう要請し，提出を受けた番組についても調査を行った。

「冷え人間は太るし老ける!？」の回についても，上記のような経緯を経て制作会社から取材テープ等資料の提出を受けた番組の一つである。

b そして，OAと取材テープ等資料を分析・検討した結果，OAにおける入浴実験前後のNK細胞活性の数値と，入浴実験の被験者4人（なお，被験者の同一性については，取材テープで確認した）のNK細胞活性の検査報告書の数値が異なっており，OAの数値に関する改ざんの疑いが生じた。

### (ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

OAでは，入浴実験前後のNK細胞活性の数値について，棒グラフで表されており，入浴前が平均値30%，入浴後が平均値50%となっている。しかし，当委員会の求めにより提出を受けた取材テープ等資料の中にある「検査報告書」によると，被験者4人の数値は下記のとおりとなっている。

被験者	入浴前	入浴後
A	29%	34%
B	46%	43%
C	31%	41%
D	42%	37%

この報告書によると，NK細胞活性の数値は，入浴前平均値は37%，入浴後平均値は38.75%となっており，到底OAのような棒グラフにはならない。

b 当調査委員会の判断

同報告書については，同報告書記載の被験者の氏名は，OA画像と一致していて，同一の被験者であり，それらの被験者の血液を採取して行われた血液検査であることが明らかだが，その氏名欄の右側に，「ゼン」「ゴ」の記載があり，入浴の前後を示すことは明らかである。したがって，同報告書は，OAされた数値の前提となった資料であると推認するのが妥当である。そうすると，OAされた棒グラフの数値は，実験データの改ざんということになる。

そこで，当委員会は，上記につき確認するため，取材担当ディレクターらのヒアリングを試みようとしたが，担当ディレクターは退社済みで，被験者の連絡先も残っていなかったため，その確認ができなかった。それゆえ，本件については，あえてデータの改ざんであると断定はせず，極めて疑わしい事例として摘示するにとどめる。

オ 「ダイエット緊急企画！ 食べても太らない方法」

（あるある ・第90回 平成18年1月15日放送）

(ア) 放送の概要

番組のテーマは，いわゆる「甘いものは別腹」の現象，間食・夜食等のいわゆる「小腹がすく」という現象につき，番組独自の実験等によりこれらの現象の生理的メカニズムを解明した上で，「食べても太らない方法」を紹介するというものである。

その中に，いわゆる「別腹」現象のメカニズムを実験により解明するコーナー（以下「別腹実験コーナー」という）があり，内容は，以下のとおりである。若い女性の被験者3名に満腹状態になるまで弁当を食べさせた上，その中の被験者1名に対し，胃のX線透視を行いつつ，せんべい，チーズ，ケーキを順に見せると，上記被験者は，せんべい，チーズについては食べられない旨回答したが，ケーキについて

は「食べたい」と述べた。X線透視映像によれば、満腹状態では「胃は満杯」で、せんべい、チーズを見せた後も「胃の状態に変化はなく、どこにも入る余地がない」状態であり、ケーキを見せる前は「ゆっくり消化中」であったのが、ケーキを見た後は「消化活動が活発化した」として、胃腸の透視映像とともにテロップとナレーションで解説している。そして、満腹時の胃の透視画像とケーキを見た5分後の胃の透視画像を対比し、ケーキを見た5分後には、消化活動が活発化したことにより胃の内容物が腸へとどんどん送り出された結果として、胃に食べ物を受け入れることのできる空間が発生し、それが「別腹」現象の正体であると説明する。OA画像によれば、胃は、その上部から、白色部分、グレーがかった色の部分、黒っぽい部分に分かれているが、放送では、その及びの部分で囲み、その線内に「空間発生」「別腹」と表示して、及びの部分が発生した空間部分である旨説明するものとなっている。

(イ) 調査の端緒及び問題点

取材テープ等資料をチェックした結果、OA画像のうちの部分で「空間」と説明することに疑義が生じたことから、当調査委員会において調査を行った。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

(a) 取材テープ映像

制作会社から提出された取材テープを検討したところ、実験の際X線テレビ装置を操作した診療放射線技師が、OA画像と類似した色分けが認められる胃の透視画像について、の部分の白色部分との部分のグレーがかった色の部分の境界を指して、「ここまで食べ物が入っている」旨、立ち会った取材担当者に説明している場面が収録されていた。

なお、放送されたOA画像を含む胃の透視映像の一部の取材テープについては提出がなく、制作担当者によれば、上書き処分されたとのことであり、確認できなかった。

(b) 前記放射線技師の陳述

同技師は、当調査委員会のヒアリングに対し、要旨、「胃の内容物が腸へと流れて行くにあたって、『空間ができる』という発想が我々にはそもそもないので、空間ができたというような説明を現場で取材担当者にはしていないと思う。の部分のグレーがかった色の部分

は、胃に液体が入っているときに顕出される色である」旨述べた。

(c) 専門医師らの見解

当調査委員会において、OA 画像を消化器内科専門の医師 2 名に見せて意見を求めたところ、いずれも、「本件画像の のグレーがかった色の部分には、液体が入っている。 の白色部分と のグレーがかった色の部分の境界が水平に直線となっているのがその証拠である。対比された満腹時の胃の画像と比べても胃の内容物の量はほとんど変わっていない」との見解であった。また、放射線透視画像の読影を専門とする研究医である大学教授らが同様に考察した結果も、同様の見解であった。

(d) 制作担当者及び制作会社の認識

制作会社の担当ディレクターは、当調査委員会によるヒアリングにおいて、OA 画像の のグレーがかった色の部分は、発泡剤飲用に起因する気体が充満した空間であり、「空間発生」とのテロップ表記には問題がないと考えており、仮に、「空間」でなかったとしても、制作担当者としては、事前の調査や実験口ケ現場での実験協力技師の発言から「空間」であると判断したものであり、意図的なものではない旨述べた。

同人は、事前調査における複数の医師からの情報によれば、「別腹」現象は発生が不確実なものであるとの情報を得ていたとのことであった。また、本件画像のテロップ表示につき、 の白色部分と のグレーがかった色の部分をあわせて「空間発生」と表示することについて医師等の専門家に画像を見せて確認をとることはしなかったとも述べた。

さらに、その後の制作会社からの当調査委員会宛の通知によれば、要旨、「番組において「別腹」現象を紹介するにあたり、事前の調査段階において複数の医師から「別腹」現象の存在と内容を確認し、本件画像についても、別腹現象と考えて良いとの確認が医師から取れた」とされているが、その一方で、「当時、実験結果についての確認は、メカニズムを調べてあったことから、医師への電話で行っており、画像による確認はしていない。したがって、その指摘については、反省する部分があるかもしれない」との記載がなされている。

b 当調査委員会による判断

当調査委員会が行った上記専門医師からのヒアリング結果によれば、OA 画像の「空間発生」表示につき、 の部分には胃の内容物が

入っており、「空間とはいえない」との疑義は払拭されていない。

しかし、いずれだとしても、この判断にはレントゲン画像解析の高度な専門的な知識を有すると考えられる。

制作担当者は、事前の調査の段階で、「好きな食べ物と見ると消化活動が活発化する現象」は発生が不確実なものであるとの情報があったのであるから、制作担当者としては、OA 画像の表示に際し、この部分をあわせて「空間」と表示することの妥当性について、X線透視画像等の画像を事前に専門家に見せて確認をとってから、VTR を制作することが望ましかったと考えられるため、今後改善がなされるよう期待する。

#### カ 「ワサビで 10 才若返る！」

(あるある ・ 第 100 回 平成 18 年 3 月 26 日放送)

##### (ア) 本番組の概要

番組コーナー冒頭で、予告なしに落ちてくる物差しをつかむ「あるある大実験」を行い、ワサビを食べた後は、被験者 10 人中 7 人が反応速度が上がったという結果を紹介し、ワサビを食べることにより、脳の血流が一時的に上がり、一時的に反応速度が向上したと考えられるとしている。

次に、米国でワサビが健康食材として大ブームになっているとして、米国の研究員の「ワサビにはすごい若返り成分が含まれている」「肌や肝機能を若返らせるスルフィニルです」とのコメントを紹介している。

続いて、スルフィニルの効果は、本来人間が有している抗酸化作用(GST の活動)を高める働きがあり、老化を招く活性酸素を撃退する力があることを説明し、ワサビの生産で有名な伊豆の 50 代、60 代の女性 7 人の肌年齢をチェックしたところ、全員の肌年齢が実年齢よりも若いという結果を紹介している。

さらに 10 日間若返り「あるある大実験」を行い、本ワサビを 10 日間、1 日 1 グラム摂取するグループ、1 日 5 グラム摂取するグループ、1 日 10 グラム摂取するグループの 3 つに分けて摂取し、摂取前と摂取後とでそれぞれ被験者の肌年齢をチェックしたところ、1 グラムのグループではあまり変化がないが、それ以外のグループでは肌年齢が平均 5 才程度の若返りに成功したと紹介する。また、5 グラムと 10 グラムとで効果に差がないことから、1 日に 5 グラムの摂取が目安であるとし、1 日に 5 グラム摂取できるように、様々なワサビ料理を紹介する内容となっている。

(イ) 調査の端緒及び問題点

上記物差し実験に立ち会った教授が，OA 後にコメントした内容につき，マスコミ報道がなされたことから，当調査委員会において調査を行った。

取材テープ等資料を検討した結果，ワサビによる 10 日間若返り実験につき，事実と異なる内容の放送をしているのではないかという点が問題となった。

(ウ) 調査結果

a 調査により判明した客観的事実

下記のとおり，10 日間若返り実験において，1 グラムグループの被験者 3 人の実験前後の肌年齢について，数字の操作が認められる。

	実年齢	肌年齢の変化	
		OA時	取材時
Aさん	35才	36才 38才	32才 38才
Bさん	45才	46才 45才	42才 40才
Cさん	57才	58才 56才	53才 同じくらい

b 当調査委員会による判断

確かに，上記数値の操作は，1 グラムのグループではワサビの効果が見られず，5 グラム，10 グラムのグループではワサビの効果が見られたという実験の結論それ自体には影響せず，番組の構成そのものに影響を及ぼすものではない。

しかし，本件数値の操作がいわゆる捏造とまでは言えないとしても，実験を行う場合，その前提条件や結果の数値は，当該実験の客観性を表す指標であり，視聴者も同様に受け取るものである。したがって，いやしくも番組で実験を行う以上，番組制作者が番組の構成に即したように勝手に数値を操作することは本来許されない行為である。

もっとも，番組制作者が視聴者に番組内容を分かりやすく，また心理的な引っかかりを与えずに番組のテーマを伝えたいと考え，そのように演出・編集しようとする事自体は，もちろん通常の業務に属することで許容され，番組で伝える情報の正確性とそのような分かりやすさを確保することとの調和は原則として制作現場の担当者の高いモラルによって維持されるべきことと考えられる。

しかし，ややもすれば，面白い番組作りのために限界を越すことも考えられるから，放送局は，そのような情報の正確性を確保するため

の番組制作にあたってのガイドラインを取り決め、制作担当者にあらかじめこれを示して番組制作上の心構え等として示しておくことが極めて重要となるのである。

現に、このワサビの回では、上記指摘した以外にも、番組の構成に関わらないこととはいえ、10日間実験と称しながら実際には9日間しか行わなかったのに、切りがよいからということで10日実験をした旨OAしている。また、物差し実験でも、実験開始前の反射神経年齢につき、実年齢よりも高かった者が10人中4人しかいなかったのに、反射神経が衰えている人が多いということを強調したいがためにOAでは10人中9人と操作するなど、実験において重要な数値や数字の扱いが雑になっており、放送局においてこれらの取り扱いにつき一定の基準を示すことの重要性が表れているといえよう。

「あるある」「あるある」においては、関西テレビはこのようなガイドラインを何ら取り決めておらず、今後、「あるある」「あるある」と同種番組を制作する際の課題となろう。

#### (I) 制作担当者の自認内容

この点、取材担当者らは、上記数値を操作したことを認めたとえ、被験者を3グループに分けたところ、たまたま1グラムグループの被験者に実年齢よりも肌年齢の低い人が集まりすぎ、5グラム、10グラムグループのワサビ摂取による効果を表現するうえで視聴者の心理的引っかかりをなくし、ワサビ摂取の効果を分かりやすく見せようと考えて数値を操作したもので、実験の結果自体には誤りがないから許容範囲と思っていた旨述べている。

### 7 「あるある」を通じる番組演出手法への疑問の検討 - 具体例を通じて

#### (1) 「たったこれだけ！足裏刺激でヤせる」

(あるある ・ 第128回 平成18年10月8日放送)

##### ア 放送の概要

番組の導入部の中で、青竹踏みや足裏マッサージなどでやせたという女性のインタビューを流し、次に、中性脂肪値や総コレステロール値が減少するとのF11協会の研究開発室長のコメントが紹介され、足底筋をほぐすことにより血流をよくすることができることなどが伝えられたうえ、1日10分の足裏ストレッチを10日間行ったところ、被験者のへそ周りや太もも周りのサイズ、そして中性脂肪値が減少したことが報告され、足裏ストレッチの具体的な方法等が紹介され、「足裏ストレッチであなたも簡単に

ヤセられる！」とのテロップ等が用いられている。

#### イ 調査の端緒及び問題点

当調査委員会は、アジト以外の他の制作会社に対する調査の一方法として、「あるある」で各社が担当した回のうち、3本ずつ（うち1社は制作回数が少ないため2本）の取材テープ等資料を任意に提出するよう要請し、提出を受けた番組についても調査を行った。

「たったこれだけ！足裏刺激でヤセる」の回は、このようにして制作会社から取材テープ等資料の提出を受けた回の検討結果である。

当調査委員会において、OAと取材テープ等資料を精査した結果、OAの中で、被験者8名の体重、体脂肪率、脂肪量、へそ周り、太もも周り、総コレステロール値及び中性脂肪値について、実際には増加している者も存在するにもかかわらず、放送では減少している者のみを取り上げていることが明らかとなり、その番組制作手法の妥当性が問題となった。

#### ウ 調査結果

##### (ア) 調査により判明した客観的事実

本件の制作を担当した制作会社から任意に提出を受けた被験者8名の実験データを一覧表にすると、下記表のとおりとなる。

#### 記

氏名	年齢	体重(kg)		体脂肪率(%)		脂肪量(kg)	
		実前	実後	実前	実後	実前	実後
A	29	50.9	50.0(-0.9)	24.0	23.2(-0.8)	12.2	11.6(-0.6)
B	43	77.9	77.5(-0.4)	36.1	35.4(-0.7)	28.1	27.4(-0.7)
C	22	55.7	56.2(+0.5)	30.2	29.5(-0.7)	16.8	16.6(-0.2)
D	38	49.6	49.9(+0.3)	29.4	29.1(-0.3)	14.6	14.5(-0.1)
E	35	70.3	70.0(-0.3)	23.8	22.3(-1.5)	16.7	15.6(-1.1)
F	32	53.3	52.6(-0.7)	24.8	23.8(-1.0)	13.2	12.5(-0.7)
G	38	59.2	58.6(-0.6)	28.2	26.8(-1.4)	16.7	15.7(-1.0)
H	40	67.3	66.3(-1.0)	19.8	19.9(+0.1)	13.3	13.2(-0.1)

氏名	年齢	太もも(CM)		総コレステロール (mg/dl)		中性脂肪(mg/dl)	
		実前	実後	実前	実後	実前	実後



A	29	44.0	44.2(+0.2)	134	145(+11.0)	86	70(-16)
B	43	48.8	47.7(-1.1)	177	183(+6.0)	227	188(-39)
C	22	48.2	49.2(+1.0)	208	174(-34.0)	94	86(-8)
D	38	41.3	40.8(-0.5)	197	191(-6.0)	177	73(-104)
E	35	49.0	49.4(+0.4)	204	200(-4.0)	189	225(+36)
F	32	44.8	42.4(-2.4)	171	183(+12.0)	194	145(-49)
G	38	46.0	42.1(-3.9)	190	208(+18.0)	124	99(-25)
H	40	48.8	46.5(-2.3)	171	182(+11.0)	74	101(+27)

上記実験データでは、体重に関しては、一番大きく減少した被験者でも1kgの減少にとどまっていること、2名の被験者はむしろ体重が増加していること、被験者8名の体重増減の平均値はマイナス約0.39kgであることからすれば、体重はほとんど減少していないことがうかがわれる。

また、総コレステロール値については、番組の導入部で足裏の刺激によりコレステロール値が減少する旨のコメントが紹介されているにもかかわらず、被験者8名中5名が増加しており、8名の増減の平均値はプラス1.75mg/dlであり、むしろ増加傾向にあると認められる。

さらに、太もも周りについては、被験者8名中3名が増加しており、中性脂肪値についても被験者8名中2名は増加している。

#### (イ) 当調査委員会による判断

まず、この回は、「たったこれだけ！足裏刺激でヤせる」というテーマであるが、国語辞書では、「ヤせる」とは、目方が減ることと定義しているものもあれば、体が細くなることと定義しているものもあり、定まっていない。この回の演出者も「ヤせる」とは何かということの定義はしていない。

しかし、番組は、冒頭から「足裏を刺激する方法」、つまり、「青竹踏み」で7kg減量した女性のインタビュー、足裏マッサージで3kg減量した、またウェストがブカブカになった女性のインタビューを紹介し、視聴者に足裏刺激で大きな減量効果が得られるとの印象を抱かせる。

次に、8名の被験者が一日わずか10分の足裏ストレッチを10日間行ってヤせるかというテーマで「あるある大実験」を行う。

その実験の結果、OAでは、今度はまず、へそ周りの数値の減少を取り上げ、8人全員の数値が減少したと紹介し、特に3.7センチ、4.5センチと大幅に減少した被験者のことをナレーションで強調する。

次いで、太ももの数値の減少を取り上げ、被験者 8 人中 6 人の数値が減少したことを紹介し、特に、3.9 センチ、2.4 センチと大幅に減少した被験者のことをナレーションで強調する（なお、体重は、足裏刺激の効果として番組冒頭に体重減量を挙げ、視聴者に足裏刺激の効果につき体重減量効果という強い印象を与えてにもかかわらず、うち 2 名がかえって増加し、全員の平均もわずかな減量にとどまった実験結果となったためか、演出者は体重には触れていない。ただし、演出者はあまり多くの項目を出すと視聴者にわかりにくくなるからそうした旨主張する）。

さらに、番組は、被験者 6 名の中性脂肪値を減少したことも取り上げる。

そして、最後に「足裏刺激であなたも簡単にやせられる」とのテロップを流して、効果を強調し、コーナーが終わる。

この番組の流れの中で、視聴者は、足裏ストレッチを一日 10 分やり続ければ、体重もへそ周りも太もも周りも中性脂肪のいずれの数値も減少するとの強い期待を抱くことになる。

この演出においては、事実の捏造や実験データの改ざんは何ひとつない。また、一つ一つの場面においては、特段の誇張もない（この回を制作した制作会社のディレクターは、アジトと違い、ここで番組テーマと整合させるため、実験を捏造したり、実験データを改ざんしたりの行為は一切していない。しかし、青竹踏みだけで 7kg 減少については、当委員会も疑いを抱き、当該女性へのヒアリングを行いたいと考え、住所等の連絡先をこの制作会社に要請したが、本人との間でインタビュー内容のみでの番組出演との約束があり、連絡先は教えてもらっていないとのことで、当委員会のヒアリングは不能となったため、減量効果の真実性、減量の原因については不明である）。

しかし、この番組の全体の構成、つまり、テーマと結果から受ける印象は、明らかに足裏刺激をすれば簡単に減量効果が得られるというものとなっているといえよう。

このような演出は、よく言えば巧妙なものといえる。しかし、逆に批判的にいえば、狡猾に番組テーマに沿って視聴者の心理を操作する物であるともみる余地もある。当委員会は、これまで検討した事案を通じ、このような演出手法は、ある意味、「あるある」の演出方法の基調となっていると感じている。

果たしてこのような演出手法は、編集・演出の自由の範囲内か、それとも、それらの自由を逸脱している表現方法か疑問なしとしない。

民放連の放送基準では、第 57 条において、健康情報に関していたず

らに楽観を与えないように注意すると定められている。テレビの社会的影響力を考慮し、国民が健康に大きな関心を寄せている折からできるだけ正確な情報を発信することを求める趣旨からである。

この制作会社の演出に代表される「あるある」の演出は、同条の精神に合致するか、それともそぐわないものか、メディア関係者等の今後の議論を待ちたい。

## 8 小括

以上、「あるある」におけるアジト以外の制作会社の番組制作状況を、捏造等の有無を中心に番組制作問題のあり方まで踏み込んで検討した。

その検討を通じて、2つの問題事案を指摘し、今後、番組制作のあり方として注意し改善すべき事項を含む3つの事案を指摘した。さらにまた、今後、放送界においてぜひ議論を深めていただきたい論点を含む1つの事例を指摘した。

それぞれに、「あるある」に内在していた情報番組において本来必要な情報の正確性の確保がないがしろにされてしまうリスクが発露したものであり、もちろん、アジトのような根本的な悪質性や、常習性は認められないものの、指摘されたそれぞれの制作会社の制作の姿勢等に一定の問題があったことが明らかになったと考えられる。

そこで、次の項以下において、その背景・素地につき、関西テレビの番組体制のあり方にどのような問題点があったかということを中心に検討していく。

なお、付言しておくとして、上述のとおり、「あるある」「あるある」における捏造・改ざん等事実に反する内容の有無について、できうる範囲で徹底した調査を行い、かつ関西テレビの調査報告書の内容を徹底的に検証するなどしたが、新聞・週刊誌等により捏造等の疑惑が指摘された「快眠」・「あずき」・「豚肉」・「アミノ酸」・「シジミ」・「地震に強い家・弱い家」・「呼吸法でお腹がヤセる」・「老けない肌の新常識」・「10日間で変わる！顔ヤセの科学」・「身体の危険度シリーズ第2弾 知られざるコレステロールの恐怖」・「小腸デトックスでヤセ体質（Aコーナーのみ）」・「世界が大注目！納豆で若返る方法」・「カルシウム不足簡単解消法」・「最新温泉入浴術」等についても、事実の捏造、あるいは実験データの改ざん、過剰な表現等があったと明確に認定できるまでの事例は見つからなかった。

### 第3 「あるある」における一連の事実に反する番組制作等の環境，番組制作構造上の原因・背景

#### 1 大阪準キー局による東京での番組制作の問題点

大阪に本拠をおく関西テレビが，大阪で番組を制作する場合は，タレント・制作スタッフなどを自力で準備して番組全体を指導的に運営することができる。

しかし，近時の東京一極集中化傾向の下，人気タレントや制作スタッフが次第に東京に移るようになってしまっている。そこで，準キー局である関西テレビが全国ネットの番組を制作しようとする時，東京で制作をせざるを得ない状況になってきている。

現に，関西テレビの場合，全国ネット番組6本（ここでは放送中止となった「あるある」を含む）のうち5本が東京制作となっている。

そして，関西テレビが東京で制作をしようとする場合，大阪と東京の双方に大人数の制作スタッフを抱えることが困難なことから，東京支社制作部にはプロデューサーを中心に配置し，実際の制作は制作会社に委託するという方式にならざるを得ない。

また，準キー局である関西テレビの場合，キー局に比べると全国ネットの番組数は圧倒的に少なく，そのために全国ネットで競争力のある番組企画をし，それに見合う人気のある出演者や有能な制作スタッフを集め，これを差配して番組作りをしていく能力のあるプロデューサーが育つ条件が十分でない。さらに，準キー局であるため，スポンサー・広告代理店・キー局・系列への配慮の余地も大きく，企画面でも思うようにならない制約がある。

要するに，関西テレビの場合，東京における番組制作の主導権を取りにくい制作環境にあったことは否めない。

#### 2 放送局としての制作組織のあり方についての問題点

これについては，第1に，<sup>\*21</sup>関西テレビの東京支社制作部は，番組制作においては制作局長の指揮下にあるが，人事面では営業畑出身の東京支社長の指揮下にあるなど，制作体制と東京支社の位置づけのねじれが存在した。

このような組織体系であったためプロデューサーの仕事に対し正当な評価がされにくく，各プロデューサーが良い番組を作り，きちんと番組を管理しようとするモチベーションが上がりにくい状況にあったといえよう。

---

\*21関西テレビ A1 制作局長ヒアリング聴取書

第2に、関西テレビにおいては、組織が大きいため営業・編成・報道・管理・制作部門と職種が多岐にわたり、特に明確な原則なく比較的短期の配置換えが行われていたため、制作畑で腰を落ち着けて番組制作に取り組むことがなかなか困難な状況にあった。他局では、一生を名作を作る名物ディレクターで終わる人もおり、このような人物は局長級として処遇されているようであるが、

\*<sup>22</sup>関西テレビの場合、そのような例は少なく、また制作畑から取締役昇進する者も多くない状況であった。放送局は、番組制作が主体の組織であるから、このような人事的措置は有能で責任感のある制作スタッフを育成していくという面では十分配慮がなされている人事体系とはいえないものだったといえよう。

### 3 制作スタッフの育成についての問題点

番組制作において、プロデューサーは本来番組の企画、出演者・制作スタッフの選任、番組のスケジュール管理、品質管理を行うプロフェッショナルでなくてはならず、同様にディレクターも制作現場の監督として創造性とモラルの兼ね備わったプロフェッショナルでなくてはならない。そのためには、プロデューサーとディレクターは相互の職分を尊敬し、その役割を尊重するとともにお互いに独立した立場から相互に牽制し、適切な緊張関係を保ちつつ番組の正確性の確保を含めた品質管理をしていく責務がある。そのため、プロデューサーとディレクターはその職分に適性のある人物を適切に配置し、育成し、人事上も処遇する配慮が必要である。ところが、関西テレビにおいては、アシスタントディレクターからディレクターにあがり、プロデューサーにあがるという一種の階級構造的な制作スタッフの処遇がなされてきた。その結果、プロデューサー・ディレクターともに有能な人物が十分に育ちにくい状況下にあったといえてよく、このような点は関西テレビにおける制作スタッフ育成上の問題点であるといえよう。

### 4 番組立ち上げ時の問題点

前述したように、「あるある」の場合、スポンサー・広告代理店の主導、関西テレビ内では編成・営業の主導で番組が企画され、立ち上げられた。

本来、放送局の番組は前述したように企画、要員の配置などを含め、プロデューサーが番組の枠組みを作り、ディレクターが番組の制作現場を預かるという分担がなされることが適切であるにもかかわらず、「あるある」の場合、

---

\*<sup>22</sup>「関西テレビ 取締役構成推移表」

本来なら関西テレビのプロデューサーが選定する権限を持つべき制作会社の選定，出演者の選任が広告代理店等の主導によりあらかじめ事実上決められているなど，初めから関西テレビの制作スタッフの番組関与は，限定的なものに枠組み設定がなされていた。このような状況下では，番組を管理するプロデューサーの発言力が十分確保できないことが容易に予測されるのであり，番組に対する関西テレビの影響力は当初から限定されたものであったといえ，このような番組作りでは，担当プロデューサーが番組の品質管理に十分なモチベーションを維持しにくい実情があったといえよう。

また，放送局にとって，ゴールデンタイムに全国ネットのレギュラー番組を持っていることは，一つの看板・ステータスであり，系列局に対する発言力にも影響するため，きわめて重要な位置づけにある。

関西テレビにとっては，「あるある」「あるある」は，まさにこの看板・ステータス及び発言力を形成する全国ネットの番組であり，しかも長寿番組化していて大切な存在であるのに，担当プロデューサーが十分に番組の企画・制作工程に参画し，指導性を発揮できないような環境にあった点で，担当プロデューサーとしてモチベーションを維持しにくい状況にあったといえる。

さらに，花王一社提供番組であったことも，上記「あるある」への沿革の経緯と相まち，スポンサーである花王及び広告代理店の意向を尊重せざるを得なかった点も，担当プロデューサーとしてモチベーションを維持しづらい環境であったといえる。

なお，「あるある」立ち上げに関与したテレワークのチーフプロデューサーである B1 氏は，テレビ業界での番組制作の実力者と言われ，その後も一貫して「あるある」「あるある」のチーフプロデューサーとして関わり，長寿番組を維持する敏腕プロデューサーのイメージが高まり，前記のとおり社内人事異動により時折交代して後から参画する関西テレビのプロデューサーは，いわば歯が立たない状況で，番組の管理に積極的に口を挟める状況ではなく，また番組品質維持のモチベーションを十分に維持することも困難といえる状況にもあったといえよう。

## 5 番組の特徴と番組企画に内在するリスク

「あるある」は，前述したとおり，<sup>\*23</sup>「アッと驚く珍しい情報・視聴者にとってすぐに役に立つ知識を，軽やかで楽しいスタジオ進行で展開していく，知的エンターテイメント番組」をめざし，「世紀末のリアリティを，さまざま

---

\*23 「日曜 21 時枠花王新番組資料」

な方法でダイナミックに検証し、21世紀に語り継ぐべき生活の知恵大百科・ライフスタイル大辞典を編纂すること」を目的とし、番組の回によっては、事前口ケによる実験を行うこともあった。

その意味では、「あるある」においても生活情報を伝達する番組として理論と実験で成り立つ番組構成を取っていたから、当然番組の性格として正確性の確保が必要となる。

もっとも「あるある」においては、テーマが「ごはん」「ペット」「お弁当」などの名詞で、そのテーマに関する情報を並列的に提供するものであったので、「このような理屈でこうなる」という無理な論理展開をする必要はさほどなかった。そのため、この番組にもともと内在している情報の正確性確保に関するリスクが顕在化しないで済んでいた。

しかし、前述したとおり、第12回「お風呂」や第34回「お茶」で、15パーセントを超える視聴率をとったことから、健康を中心に取り上げ成分等の効果を実験等で示す回が増えていったのだから、その内容の正確性を確保するために、より厳密な制作態度が要請され、それを怠った場合に、今回の事実と反する番組制作等の問題と同様の問題が発生するリスクが次第に大きくなっていったといえる。

さらに「あるある」では、テーマが「お酢を飲むとヤセるのか!?!」「性ホルモンで10歳若返る!」などの動詞形で効果を謳って、面白く、わかりやすく、お役立ち感を見せる番組として再スタートし、番組の中で実験がメインの扱いとなっている。このような番組企画の下では、科学的根拠につき無理な論理構成を重ねたり、効果を確認するための実験にも無理が生じ得るため、事実と反する番組制作等が起きる高いリスクが内在するに至っていたといえよう。

また、当時、すでに健康ブームが到来し、多くの健康食品などが売り出され、まがい物も多く社会問題となっていて、平成15年5月1日に健康増進法が施行され、そのガイドラインで健康食品の過大な効果を宣伝することのないよう要請されていた折から、そのような情勢にも配慮し、番組が提供する情報の正確性の確保には、十分な手当をなすべきだったといえる。

たとえば、表現の仕方、学説などの裏付け、外国人専門家のコメントの取り扱い、実験の取り扱いなどにつき、正確性確保のためのガイドラインを設け、また、正確性を確保することのフローを作成しておくなどの配慮が当然に必要だったと考えられるが、そのような手当はまったくなされていなかった。

また、制作会社の立場から見ても、本件のような番組企画が視聴者を惹きつけて「あるある」「あるある」が長寿番組となるにつれ、面白く、わかりやすく、お役立ち感を与えられるネタは次第に枯渇していき、さらに無理を重

ねなければならぬ状態に陥っていった。

すなわち、視聴者を惹きつけられるテーマにも限りがあるうえ、近時は、ダイエット、老化防止、美容など健康に関する情報に社会的関心が集まり、そのため世情には多岐にわたる情報があふれており、少々の内容では驚きをもって視聴者に迎えられすることは難しく、毎週目新しいテーマを提示するためには、どうしても、無理な理論の組み立てが必要となる。

そして、十分なデータによる入念な裏付け、また外部専門家の監修や正確な実験検証等を行っていても、この理論を立証できないというジレンマに陥る。特に、前述したとおり、「あるある」から「あるある」に移行した後は、テーマを絞り込むようになったため、そのようなテーマを直接裏付ける論文等の科学的根拠、専門家のコメント、実験データ等を探し出すことには困難を伴っていた。

その結果、科学論文などの論拠、研究者のコメント、実験データ等を都合のよい部分だけつないで番組を構成せざるを得ないなどの状況に追い込まれ、事実と反する番組制作等を生みやすい環境・背景ができていたと考えられる。

## 6 番組への過信

ところが、関西テレビの「あるある」制作スタッフには、「あるある」に上記のような潜在的なリスクがあることの自覚は総じてなかったと言ってよく、また、上記のように社会全体において健康への関心が高まり、それと同時に健康食品の成分の効果の表示等に正確性が求められるようになってきている社会情勢に対する認識も欠落していたとみられる。

関西テレビは、インターネットでたびたび番組内容の正確性につき批判され、さらには「あるある」の情報の正確性に対する批判本まで出版されていたにもかかわらず、これを有名税的にとらえて真摯な反省や番組制作のあり方に対する十分な再検討を怠っていたといわざるを得ない。

また、「あるある」の第1回(平成16年4月4日放送)血液型スペシャルの回で高視聴率をとったため、他局が追随して類似番組を放送し、非科学的番組であり、民放連放送基準に抵触するおそれがあるとしてBPO(放送倫理・番組向上機構)から声明を出されたにもかかわらずこれを十分に省みることもなかった。

さらに、他局の健康情報番組において複数の捏造と報道される事件が起き、関西テレビが制作委託しているテレワークにおいても、平成17年1月25日放送のテレビ東京「教えて！ウルトラ実験隊」において、実験データについて事実と反して番組を制作する捏造事件が起きたにもかかわらず、関西テレビは、制作実態に問題がないか十分な掘り下げ・洗い出しを行うなどの対策や番組の



企画内容の見直しの検討等を行わず、また平成 18 年 5 月には TBS 白インゲン豆事件が発生した後も十分な対応をしなかった経緯が認められ得る。

また、完全パッケージ方式の番組制作委託がなされ、テレワーク主導で東京で番組が制作されるという状態が継続し、それに伴い視聴率もとれてきたため、関西テレビの上層部としても、これでよしとして危機感をもった番組制作体制等の改善・見直し・リスク管理体制の強化をしようとする意識には至っていなかった。

これは、「あるある」「あるある」の番組としての成功体験による驕り、あるいは自信過剰の現れ、すなわち過信に陥っていたことに他ならなかった。現に、関西テレビが、納豆ダイエットの回についての捏造疑惑につき、他のマスコミから質問を受けたのに対し、当初十分な掘り下げ・洗い出し調査も未だしていない段階において、正確性・真実性については十分な根拠を有する旨回答をしていた点にも、関西テレビが上記過信に陥っていた現れの一つといえよう。

## 7 視聴率本位の制作態度

前述したとおり、「あるある」は、そもそも前身の花王ファミリースペシャルの視聴率が下がり、そのままでは全国ネット枠の維持が困難になったため、新企画番組として成立し、約 7 年半かかなりの視聴率を獲得できる番組として維持されてきたが、再び視聴率が低下したため、危機感を抱いたスポンサー、広告代理店からの強い働きかけにより、視聴率を回復するために、前述したとおり面白く、わかりやすく、スピード感があってかつお役立ち感がある番組として、「あるある」が企画され成立した。そして、この企画が視聴者の関心と呼び、視聴率が上がったため、次第にこの視聴率を維持するために内容が断定的効果を謳うものへと過激化していった。このような経緯は、明らかに視聴率本位の制作態度の現れといわれても仕方あるまい。

また、「あるある」の時代は、当時の総合演出ディレクターの D4 氏は各制作会社が提案してくるテーマについての科学的根拠について様々な指摘をし、注意等を与えていたが、「あるある」の視聴率低迷により総合演出ディレクターが視聴率を重視する D2 氏に交代し、D4 氏はスーパーバイザーとなり、本件番組では同氏の発言力が低下していたことにも「あるある」における視聴率本位の制作態度が如実に現れているといえよう。

## 8 完全パッケージ方式による制作委託契約の問題点

完全パッケージ方式による制作委託は、ドラマやバラエティー、ドキュメンタリーなどのジャンルの番組において専門的なノウハウや企画力、出演者・制

作者等の人脈等を有している制作会社の創造的能力，総合的能力を活用する制作方法であり，必ずしもただちに否定すべき制作方法ではないが，完全パッケージ方式による制作の場合であっても，放送責任はすべて放送局が負うのであるから，正確性確保を含む番組の品質管理は放送局の責任においてきちんとなされなければならないのは当然である。

したがって，ここでも番組制作を管理する放送局の制作担当者と実際の番組の作り手である制作会社との間の相互の尊重と適度な緊張感を伴った牽制が必要となると考えられる。

また，関西テレビは完全パッケージ方式でテレワークに番組制作を発注しているため，人事権（どの制作会社に再委託するか，人員をどう配置するか等）・予算権（予算をどれにどのように使うか，タレントへの支払等）はテレワークが行使するなど番組管理の基本的な部分をテレワークが握っていたため，関西テレビの担当プロデューサーは放送責任を負う者として主体的に番組に關与する意識が希薄化していた傾向にあったことは否めない。

なお，テレワークがあるある制作の主導権を握っていたことは，本来は複数の再委託制作会社を選定する趣旨が，制作会社間の競争（近時はオーディション形式で番組企画を募集し，複数のプレゼンテーションを受けることなども行われているという）が番組の質を高めるのに役立つ点にあるにもかかわらず，テレワークのグループ戦略の一環として設立された，テレワークの子会社である再委託制作会社の代表取締役を，テレワークの専務の地位にあり，かつ，「あるある」「あるある」のチーフプロデューサーの地位にあるB1氏が兼ね，「あるある」「あるある」の制作全般の業務とVTR制作業務に二重に關与していたことからもうかがわれる。

## 9 再委託契約による制作の問題点

「あるある」「あるある」においては，関西テレビがテレワークとの間で制作委託契約を締結したが，前述したとおり，テーマに沿うリサーチ及びVTRの制作をするうえで，毎週分をカバーできるスタッフがテレワークに揃っていなかったため，別な制作会社との間で再委託契約を締結して番組の制作を行っていた。

そして，「あるある」「あるある」においてこのような再委託契約による番組制作が行われることは，関西テレビ・テレワーク間の委託契約第3条において関西テレビの承諾があれば第三者に制作の全部または一部を第三者に請け負わせることができる旨規定されており，また，本件番組の立ち上げ時から再委託制作会社を使用することがスポンサー・広告代理店サイド，テレワーク，関西テレビの営業・編成サイドで事実上合意され，本件番組は，関西テレ

ピを頂点とし、テレワークを中核とし、その傘下に9社の制作会社を置いたピラミッド型の制作体制がとられていたことである。

しかし、このようにテレワークが主導して再委託制作会社を使用して番組を制作する体制をとっていたことが、今回の事実を反した番組制作を生む要因・背景となっていたと考えられるのである。それは以下のような事情からである。

まず第1の問題点としてあげられるのは、制作会社と再委託先の契約は、あくまで制作会社間の契約であり、発注元であるテレビ局が関与していないため、両者間でどのような内容の契約がなされ、またどのように制作管理がなされるかについて、テレビ局にとって十分把握できない点にある。本件捏造とされる報道を受けて、<sup>\*24</sup>総務省が行った民放各社に対するヒアリング結果によれば、放送局の中には、再委託をする際には、制作会社が、当該第三者を適切に管理するとともに放送事業者に対し、当該第三者の行為及び結果についての責任を負うものと規定しているものがあつたとのことであるが、ごく少数にとどまっている。関西テレビの場合も、テレワークとの契約においてテレワークが孫請けを使用することは関西テレビの承諾によるものと規定されているのみで、契約内容について放送責任を全うさせるための条項を設けることを義務づけるような内容とはなっていない。

第2の問題点は、放送責任のない制作会社と再委託先との契約は、スケジュールどおりのVTRの納入確保に主眼が置かれがちで、放送責任を全うするという観点が見過されやすいということである。

<sup>\*25</sup>現に、関西テレビとテレワークとの間の番組制作契約においては、第1条3項でテレワークは関西テレビの「放送基準」及び「日本民間放送連盟放送基準」に定める条件を遵守して番組を制作することが規定されていたが、<sup>\*26</sup>テレワークが再委託制作会社と締結していた契約書によれば、テレワークの指示に従い納入スケジュールを遵守することやテレワークの指定する納入スケジュールをテレワークの書面による承諾なしに遅滞した場合には各制作会社が一切の損害賠償義務を負う旨規定されているものの、上記のような放送基準を遵

---

\*24 「放送番組のチェック体制等のヒアリング結果」(総務省情報通信政策局地上放送課、平成19年2月20日付け)

\*25 「契約書」(関西テレビ・テレワーク間、平成16年3月22日付け)

\*26 「番組制作業務委託に関する基本契約書」(テレワーク・各制作会社間)

守る番組制作を義務づける規定は設けられていない。要するに、テレワークと各制作会社間の制作委託契約の内容は期限どおりにVTRを仕上げさせ納入させることにのみ最大の重点が置かれていたことが明らかで、このような点にも、テレワークの制作委任先に対する品質管理が不十分であるうえ、再委託における制作担当者の正確性の確保等の意識の希薄化・モラルの減退・欠落を生じ、事実と反する番組制作等が生まれる素地・背景を産んでいたといえよう。

第3の問題点として、各制作会社間の契約に放送局の目が及ばないため、契約内容に元請けによる下請けいじめとも受け取れる優越的地位を背景とした不当条項が入りやすい点が指摘できる。

現に、テレワークが各再委託制作会社と結んでいた契約書によれば、専従義務と称して再委託制作会社が他の業務を行う場合はテレワークの承諾を得ることと規定され、再委託制作会社の従業員がテレワークの業務を履行するにあたって死亡・負傷・疾病にかかった場合でもテレワークは一切の責任を負わない旨規定されるなど、孫請けに対する優越的地位を濫用した不当条項ともいえる規定が設けられている。

最も問題なのは、納品された放送制作物の委託料の支払いが、納品日からではなく、放送日の月末締めで放送月の翌々月の10日払いとされている点である(この支払条件によると、アジトの本件納豆ダイエット回の場合、納品日が平成18年12月26日であるものの、放送日が平成19年1月7日であることから、委託料の支払いは3月10日となり、納入日から75日後になってやっと支払ってもらえることになる)。

このような支払いの遷延は、常識的に考えても資金繰りが潤沢でない零細企業が多い下請け制作会社を苦しめる不当な取り決めとあってよいところ、そもそもこのような支払い方法は、元請け制作会社に情報成果物(VTR)の納品の日から60日以内にしかもできるだけ速やかな支払義務を課している改正下請代金支払遅延等防止法(平成16年4月1日施行)2条の2第1項に違反する違法な取り決めであり、言語道断の措置であるといえる。

上記の違法・不当な下請け条件を課されながら仕事をしなければならないという環境が、末端の制作現場で番組制作に携わる制作者からプライドを失わせ、また、テーマが成り立たない事情が生じた場合等、中途でも引き返す、あるいは打ち切ることをせず、元請けから言われたのに従い、テーマに沿った制作作業を達成するため、期限どおりにやり抜かなければならないという点のみに神経が集中してしまう傾向を醸しだし、こういったことも事実と反する番組制作を生む素地・背景となっていたといえよう。

## 10 制作費の削減措置による影響

(1) 関西テレビにおける番組制作費の動向

\*27我が国における企業等の総広告費は、放送局草創期以降、経済の成長に伴い概ね上昇傾向にあり、これに伴って番組制作費も増大していった。しかし、平成 10～11 年は、金融恐慌のあおりを受けたこともあり総広告費が減少した。関西テレビにおいても、平成 10 年、スポット広告の出稿の落ち込みが目立ち、また、社屋移転による減価償却費の増大もあって業績が悪化したため、\*28平成 11 年度において、番組制作費を前年比約 5 パーセント削減する措置を講じた。

その後、IT バブルが発生するなどして、市況が盛り返し、関西テレビも業績を盛り返し、平成 12～13 年度は番組制作費も増額されたが、将来の地上波デジタル化に伴う設備投資に備えて利益率を上げて財務体質強化を図るという経営判断が示され、平成 16 年度に至り、番組制作費は前年比 4.2 パーセント削減されるなど、関西テレビは番組制作費を節約する傾向にあったといえる。

「あるある」「あるある」制作費予算の推移

(単位千円、千円未満切捨て)

	関西テレビ 番組制作費予算	関西テレビ あるある予算	関西テレビ P 経費	テレワーク	制作会社
平成8年度	注1) 18,673,000	注2) 33,000	1,000	32,000	13,766
平成9年度	注1) 20,392,000	32,200	600	31,600	12,577
平成10年度	19,153,000	32,200	600	31,600	12,066
平成11年度	18,231,000	31,670	550	31,120	11,699
平成12年度	18,627,000	31,670	550	31,120	11,778
平成13年度	19,155,000	32,170	550	31,620	11,827
平成14年度	19,134,000	32,150	530	31,620	11,788
平成15年度	19,164,000	32,150	530	31,620	11,842
平成16年度	19,164,000	32,150	530	31,620	9,023
平成17年度	18,360,000	32,050	430	31,620	8,836
平成18年度	19,009,000	32,050	430	31,620	8,878

(単位千円、千円未満切捨て)

(制作会社は実績額)

\*27「日本の広告費」(電通ホームページ)

\*28「関西テレビ 損益計算書」(平成 11 年度)

(関西テレビ番組制作予算は依頼制作を除く年額 注1) ただし平成9年までは依頼制作を含む、他は一本単価)

(注2 初年度が高いのは美術セット償却のため)

## (2) 「あるある」「あるある」の制作費の動向

関西テレビ番組制作予算は、前記(1)に述べたとおりの推移をたどっている。

次に、「あるある」「あるある」の番組一本あたりの制作費予算の推移を見てみると、「あるある」の予算については、当初3300万円でプロデューサー経費が100万円、テレワークへの委託制作料が3200万円、再委託制作会社へのVTR制作料が平均1376万6000円でスタートしたが、平成11年度の番組制作費予算の削減措置に伴い「あるある」の予算も3167万円に削減された。これに伴い関西テレビのプロデューサー経費は、55万円に、テレワークへの委託制作料は3112万円に減額され、VTR制作料は平均1170万円程度となった。

その後、平成13年度に至り番組制作費の増額措置に伴い「あるある」の予算は50万円増額されたが、ここではプロデューサー経費は逆に据え置かれ、増額分の50万円はそのままテレワークの委託制作料の増額にまわされた。しかし、再委託制作会社のVTR制作料はテレワークによって据え置かれた。

平成16年度は4月から「あるある」に移行したが、「あるある」の予算は据え置かれ、テレワークへの委託制作料も据え置かれた。しかし、テレワークは「あるある」がABC3コーナーの3部構成になり、ACコーナーをテレワークが受け持ち、メインコーナーのBコーナーのVTR本数(ロール)が減ったことを理由に<sup>\*29</sup>VTR制作料を860万円に減額した(平成16~18年度にかけて委託制作料にばらつきがあるが、これはテレワークが個別の事情で増額に応じたことからであると推測される)。

翌平成17年度は番組制作費予算の削減措置が講じられ、これに伴い「あるある」予算も10万円削減され、その削減分をプロデューサー経費10万円の削減にあてた(なお、同年度東京支社のプロデューサー経費は全番組一律10万円カットとなっている)、しかし、「あるある」のプロデューサーは平成18年度よりカットされた予算の範囲内で新たに自社で外部にテーマリサーチの発注を始め、一本あたり8万円程度新たな出費が生じている。テレワークへの委託制作料は据え置きとなった。

---

\*29制作委託発注書(テレワーク・制作会社間)

以上から分かることは、「あるある」「あるある」の予算は、関西テレビの番組制作費予算の増減措置に応じ増減していたこと、関西テレビのプロデューサー経費は一時期据え置かれていたが、この2年削減されていたこと、テレワークへの委託制作料は平成11年度の業績悪化に伴う削減措置が一度あったが、その後、平成13年度に業績が回復し、50万円増額となり、それ以降ずっと据え置きになっていたこと、しかし、テレワークは増額された50万円を自社所得とし、再委託制作会社に還元していなかったことである。

以上から分かることとして、テレワークが増額された50万円をすべて自社所得とし再委託制作会社に全く還元しなかった点は問題なしとしない。「あるある」になり、ロールの減少にほぼ見合うVTR作成料の減額をした点は、これまで見て来たとおり、「あるある」におけるVTRの制作が、テーマが動詞形に変わり、おもしろさ、分かりやすさ、お役立ち感、テンポ感を求められるなどVTRの作成手法がより進化したにもかかわらず、ロール数を基準に減額された点は同様に問題なしとしない。

発注元の関西テレビは、元請けのテレワークとの間にしか契約関係がないことから、テレワークと再委託制作会社間の契約関係に関与する立場にはなかったけれども、近時批判されることもある、放送局が再委託制作会社いわゆる孫請けを使って番組を制作することの問題点の一つがここに現出していると指摘することもできないわけではない。

また、東京支社の「あるある」のプロデューサー予算は、必ずしも多くなく、プロデューサーが番組の情報の正確性確保などのために独自に工夫しようとしても困難であったことが本件との関係で問題点であると指摘できる。

### (3) 「あるある」の収支及び番組制作費の内容

#### ア 関西テレビについて

\*30関西テレビにおける「あるある」の収支及び番組制作費の内容について見てみると、直近の平成18年12月放送分についての実績は、関西テレビの「あるある」の収入は電波料・制作費等で約1億4840万円、支出は外注費・広告代理店手数料等で約1億4310万円となっており、粗利益は約530万円、粗利益率は約3.7パーセントとなっている。

このうち、番組制作費は、約1億2972万円、その内訳は、テレワークに対する番組制作委託費約1億2648万円、関西テレビプロデューサー経費約324万円、合計約1億2972万円となっている(これを一本あたりに引

---

\*30 「WBS 別原価明細」(関西テレビ 平成19年3月8日付け)

き直すと、番組制作費は一本あたり約 3243 万円で、その内訳はテレワークに対する支払い約 3162 万円及び関西テレビプロデューサー経費約 81 万円となっている)。

これを関西テレビの予算ベースで見ると、番組制作費合計約 1 億 2820 万円、一本あたり約 3205 万円(テレワークに対する支払い約 1 億 2648 万円、一本あたり約 3162 万円及び関西テレビプロデューサー経費約 43 万円)となっている。

次に、この関西テレビプロデューサー経費について検討してみると、同月には3か月毎に支払いが発生するテーマリサーチ代等があったため、大幅な予算超過となっているが、同年上期平均で見ると、実績約 51 万円となっており、プロデューサー経費は慢性的に不足状態にあったことが分かる。

なお、プロデューサー経費の用途を子細に見分けると、テーマリサーチ代、携帯サイトブレン代、交通費、打ち合わせ費用(さほどの金額ではない)等が主な支出内容であり、用途上必要な出費であると認められるばかりか、有料携帯サイトの運営費等番組の二次利用に関する費用であって、本来プロデューサー経費でなく関西テレビ内の他の部局で負担すべき費用をも同経費から捻出していたことが認められる。

このような予算状況の下で、東京支社の「あるある」担当プロデューサーが、番組における情報の正確性を確保するために科学専門家を総監修者として依頼することは、予算上は困難であったと認められる。

前記のとおり、この科学専門家を総監修者として依頼する件については、「あるある」になって以降、東京支社の制作担当者らより総監修者をつけるべきではないかといった意見が出されたが、経費上の裏づけが得られなく実施に移されなかった経緯がうかがわれ、番組の正確性確保のための措置が番組制作の管理・運営面において十分でなかったことがみられる。

## イ テレワークについて

\*31平成 18 年 12 月分のテレワークの「あるある」の収入は、1 億 2663 万円(内訳関西テレビからの外注費 1 億 2648 万円、その他 15 万円)であり、委託制作費の一本あたりの単価は「あるある」「あるある」とも、関西テレビ・テレワーク間の制作委託契約により固定されており、「あるある」の場合は 3162 万円とされている。

---

\*31「第 31 期 12 月 予算実績対比表」(テレワーク)



テレワークの支出については、出演料約 2884 万円、委託制作費（つまり、再委託制作会社への委託費用）約 3513 万円等で、合計約 1 億 304 万円となっており、粗利益は約 2358 万円、粗利益率 18.62 パーセントとなっている。

#### ウ 関西テレビにおける「あるある」の収益

「あるある」番組全体からの関西テレビの収益は、上記に見るとおり、直近の平成 18 年 12 月放送分で粗利益約 530 万円（一本あたり約 132 万円）、粗利益率約 3.7 パーセントと相当に低いものである。

関西テレビがこのような低額の利益に甘んじてこの全国ネット番組を継続していった理由については、関西テレビが 21 時台の全国ネットワーク放送枠を看板番組として確保・維持することは極めて重要で、それだけに相当の制作費を投下する必要があったこと、有料携帯サイトや出版などの二次利用による将来の収益の拡大を期待したこと等から、大元の番組自体から多額の収益をあげなくてもやっていけるし、高視聴率番組を全国ネットの看板番組として保持することは関西テレビ全体にとっても利益的波及効果が大きいという経営判断があったからとされている。しかし、他方では、「あるある」「あるある」が一社提供番組であり、なおかつ、電通買い切りの番組であったために、関西テレビは高視聴率番組であったにもかかわらず広告料の値上げ交渉を申し入れにくい状況にあった事情があげられる。

### 11 東京支社プロデューサーの過重な負荷

関西テレビ東京支社制作部のプロデューサー・ディレクターは、合計 13 名

である。<sup>\*32</sup>東京支社制作部は、以下のとおり、レギュラー番組を 6 本担当している（便宜上、「あるある」を含める）。

- (1) 月曜 22 時「SMAP×SMAP」（全国ネット）
- (2) 火曜 22 時「連続ドラマ」（全国ネット）
- (3) 水曜 23 時「グータンヌーボ」（全国ネット）
- (4) 金曜 19 時「さんまのまんま」（関西ローカル）
- (5) 日曜 21 時「発掘！あるある大事典」（全国ネット）
- (6) 日曜 22 時「スタメン」（全国ネット）

---

\*32「関西テレビ東京支社制作番組一覧」（関西テレビ）

\*33東京支社は、この6本の番組にいずれも2~3人のプロデューサーとディレクターを出している。担当している6本の番組中、5本は全国ネット番組であり、その制作工程は多岐にわたっていて複雑であり、いずれの番組もフジテレビを含めた他の放送局や制作会社が番組作成に加わっていて関係者の人数も多く、「あるある」「あるある」での番組の管理状況の問題点と品質管理の必要性を考えると、このような番組の制作工程をしっかりと管理するための要員としては明らかに不足しているといえる。

また、東京支社においては全国ネットを中心とする「特番」を年間10本程度担当しており、そのような場合、各プロデューサー・ディレクターは、上記レギュラー番組とかけもちで担当せざるを得ず、特番を制作している間は極めて多忙となる。

現に、「あるある」を担当し、本来最も制作現場に近かったA9プロデューサーは、平成19年1月2日放送「笑うミュージックホール 島田紳助の初夢コラボ」(22時00分~23時30分、90分番組)と同月14日放送「芸能人マル秘プライベートジャーニー」(16時05分~17時20分、75分番組)の2本の全国ネット番組を担当し、「あるある」同様の制作工程に出席し、番組を管理していた。そのため、平成18年12月の同プロデューサーのスケジュールを手帳により確認すると、12月は3日(日曜日)に休暇を取っただけで、その余は大晦日まで早朝から深夜まで稼働していたことが分かり、極めて過密な労働をしていたと考えられる。

さらに、全国ネット番組においては、番組のコンテンツをDVD化するための特典映像の制作、著作権の確保、映画化、有料携帯サイト、出版等、番組の二次利用による収益向上のための業務が近時重要視されており、その業務も東京支社のプロデューサーが担当しており、この業務を行うにも相当の労力を割く必要があった(このうち、有料携帯サイトの原稿作成には週10~15時間費やしていた)。

以上のとおり、東京支社のプロデューサー・ディレクターの業務上の負荷は著しく大きかったと認められ、これらの過密労働の実態は、東京支社で働く制作関係者にとって、番組の品質管理の行き届いたしっかりとした創造性に富む番組作りにとって、劣悪な状況であったとみられ得る。したがって、このようにプロデューサーらの負荷が大きすぎたことも番組の隅々まで担当者がチェックすることを困難にし、番組の正確性確保のチェックが不十分となった要因の一つとなっていたと指摘でき得る。

---

\*33「関西テレビ東京支社制作部シフト表」(関西テレビ東京支社)

## 第4 関西テレビにおけるチェック体制の問題点と責任

### 1 平成8年10月「あるある」立ち上げ時の問題点

「あるある」は、前述したとおり、<sup>\*34</sup>「珍しい情報・視聴者にとってすぐに役立つ知識を展開していく知的エンターテイメント番組」として企画されたものである。その中で正確性を旨とする実験を取り扱う構成をとり、また、そのような番組構成の必要性から、最初から再委託会社を含む3社4チームという多数の制作チームがVTR制作を行うことになっていた(現に、前述したとおり、その後間もなくさらにチームが増やされ、合計8チーム体制となった)。また、関西テレビにとっても初めてとあってよい内容の企画であったのだから、当然、科学的根拠や実験の正確性確保のためのガイドラインの作成など、自主的なルール作りがあつて然るべきであったといえる。

しかし、平成8年10月1日付け関西テレビとテレワークとの間の委託契約には、そのような事項を取り決めるための条項は設けられておらず、また、その他覚書・確認書・ガイドラインのようなものも一切存在していない。

平成8年のことで11年前のことであり、当時の健康等生活情報番組についての放送局の意識のあり方として直ちに過失と認めるまでには至らないとしても、このような取り決めのなさが、その後、不十分な科学的根拠の下で事実と異なると疑うに足る実験を基に、効果が示される番組が放送されるという、番組制作上の構造的な要因となったといえよう。

### 2 「あるある」から「あるある」への移行時の問題点

「あるある」から「あるある」への移行につき、<sup>\*35</sup>企画書が作成され、その中で「あるある」をより分かりやすく、より楽しく、より実践的な情報発信の番組とし、これまで以上に意外なお役立ち感を発掘し、見終わった後に満足感がある、バージョンアップした「あるある」を番組化することが述べられていた。

しかし、このころの社会情勢として、健康志向の高まりに伴い、例えば平成14年に中国から輸入されたダイエット商品による健康被害が社会問題化するなどし、健康の保持・増進の効果が必ずしも実証されていない食品販売物につき著しく事実と相違又は著しく人を誤認させる広告が様々な媒体に数多く掲

---

\*34 「日曜 21 時 花王棗新番組資料」

\*35 「『発掘！あるある大事典』 2004 年 4 月期リニューアルスタートの概要」(関西テレビ、平成 16 年 1 月 28 日付け)

載されていることが問題視され、これを信じた国民の健康の保護の観点から重大な支障が生じるおそれがあるとの観点から、健康の保持増進の効果等に関する虚偽又は誇大な広告を禁止する健康増進法の一部改正が平成 15 年 8 月 29 日になされていた。

これを受け、民放連においても、健康関連番組の増加を踏まえ、番組における取り扱いの適正化を図るため、留意すべき事項を定めるとともにテレビショッピング等に関する規定を新設し、視聴者保護に関する自律的取組が強化され、以下のとおり、放送基準 57 条に新たに健康情報が加えられることになり、平成 16 年 1 月 30 日、民放連放送基準審議会より各放送局宛放送基準の改正の通知がなされていたことは、前述したとおりである。

関西テレビは、同時期に上記のような番組を制作するのであれば、このような情報番組に対する環境の変化を敏感に受け止め、その趣旨に十分に配慮した番組作りを進めるべきであったといえよう。

特に、「放送基準」は、前述したとおり、関西テレビにとってのいわば憲法ともいべき重要な定めであり、その中で、明確に「健康情報に関していたずらに不安、焦燥、恐怖、楽観などを与えないように注意する」こととされ、具体的には、「放送にあたって大げさな表現になっていないか、期待や不安を煽っていないかなど、表現に十分配慮しなければならない」とされていたのだから（関西テレビ放送基準 57 条、民放連放送基準 57 条）、放送局としては、これを遵守し、細心の注意を払って番組作りをするべき当然の義務があったといえる。

しかし、関西テレビにおいては、この「放送基準」に対する尊重と配慮が必ずしも十分ではなく、建前としての取り扱いに終始していたきらいがある。それは、関西テレビ放送放送基準は、わずか 22 頁からなっており、その内容はすべて民放連放送基準を引き写しただけのものであり（そのうち 17 頁 146 条の CM の時間料の定めは、「各放送局の定めるところによる」と規定され、また、147 条スーパーインポーズの項、149 条ガイドの項においても「各放送局の定めるところによる」旨安易に規定され、内容に関する十分な検討なく安易に民放連放送基準を丸写ししていたことが分かる）、民放連放送基準が定めているような具体例を伴った解説文の記載もなく、また、放送においてはそれぞれの放送局において地域的要因や番組編成上の個別的要因などから個別に定める事項もあるはずであるのに、それらの記載もまったくないことなどから容易に認められる。

さらにまた、この関西テレビ放送放送基準改定案を審議した平成 16 年 3 月 31 日付け取締役会議事録によれば、第 1 号議案として、「関西テレビ放送放送基準改定の件」とされ、「4 月 1 日付けで「民間放送連盟 放送基準」が改定

されるのに伴い、当社放送基準を2月の番組審議会に諮問し、3月に答申を受け、添付別紙1のとおり改定した旨、説明。諮ったところ、満場異議なく原案のとおり承認可決」とのみ記載され、この不十分な内容の番組放送基準を特段の議論もなく漫然可決している。このような取締役会の姿勢も放送基準に対する尊重の精神の希薄さの現れであると指摘できよう。

関西テレビは、すでに「あるある」についても指摘したとおり、実験等において事実と反する番組制作が発生しており、番組における情報の正確性が確保できないリスクが、表沙汰にはなっていなかったもののすでに発露していたのであるから、そもそもこのようなリスクを内在する番組を、<sup>\*36</sup>「より面白く、分かりやすく、意外なお役立ち感を強調する番組」として模様替えして継続すべきではなく、仮に健康情報番組を企画するとしても、情報の正確性が確保される全く新たな企画を考えるべきであった。

仮に上記のような番組を企画するにしても、これまで述べたように情報の正確性確保につき大きなリスクが内在している番組であるのだから、少なくとも当然に情報の正確性確保のためのガイドライン・チェックフロー・モニタリング等の取り決めをなすべきであった。

しかし、関西テレビはこの点につき何ら評価に値する検討を加えることなく、むしろ「最初から最後まで視聴者を飽きさせず」「ザッピングに強い番組構成へのリニューアル」に最大の力点を置いて「あるある」を企画し、スタートさせた。

現に、<sup>\*37</sup>平成16年3月22日付けの関西テレビとテレワークとの制作委託契約においては、新たに第1条3項において甲の放送基準及び日本民間放送連盟放送基準に定める条項を遵守するとする規定が新たに設けられたのだから、上記番組のリスク等を考慮し、同条項に基づいて情報の正確性を確保するための具体的な取り決めを設けるべきであったのに、ガイドラインの制定など必要な措置がなされないままに番組の企画を決定し、制作し、放送していったことは、明らかに「放送基準」の遵守に対する懈怠があったといえる。この点、「あるある」の放送の開始と同時に放送基準が改正され、新たに健康情報の取り扱いに留意する旨定められたにもかかわらず何ら見るべき取り組みをなさなかったことが指摘されよう。

---

\*36「『発掘！あるある大事典』 2004年4月期リニューアルスタートの概要」（関西テレビ、平成16年1月28日付け）

\*37「契約書」（関西テレビ・テレワーク間、平成16年3月22日付け）

これについては、単に東京支社の番組制作担当者に限らず、当時の東京支社制作部長、制作局長、編成・制作担当取締役、専務取締役、取締役社長、取締役会長、代表取締役、また、代表取締役の業務を監視すべき立場にあった当時の取締役等は普く責任を自覚すべきである。

### 3 「あるある」を含む血液型を扱う番組への批判と対応の問題点

前述したとおり、「あるある」では、平成16年4月4日第1回放送「血液型スペシャル」で、血液型により脳の働きが異なるという論拠を基にして、血液型と性格・健康に関係がある旨の解説をしたうえで、保育園児童を使用した行動パターンの実験、成人を使用した性格に関する調査・実験をして実証するという内容の放送を行ったところ、高視聴率を獲得したため、その後他局が追従して類似番組を放送した（「あるある」は、平成16年10月3日第26回放送でも再度血液型を取り上げて放送した）。

これに対し、<sup>\*38</sup>上記BPO「放送と青少年に対する委員会」より、放送した各社に対し、このような血液型番組のエスカレートにより、学校や就職で血液型による差別意識が生じている旨指摘するものがあることや、血液型と性格・健康の関係を支える科学的根拠は証明されていないこと、児童を被験者とする実験に人道的な問題があることなどから、この種番組が放送基準54条（(54)占い、運勢判断およびこれに類するものは、断定したり、無理に信じさせたりするような取り扱いをしない）に抵触するおそれがあるとして、放送各局に対し、番組制作上注意を呼びかける要望が寄せられた。

このようなBPOからの要望が番組に向けられたことは、「あるある」「あるある」に内在するリスク、つまり、ある健康に関するテーマの科学的根拠の説明の正当性、実験の正当性等に関して内在するリスクが、表面化したものと言ってよいのにもかかわらず、関西テレビは、取締役会において「あるある」「あるある」において血液型を取り上げたことの問題点を議論した形跡はなく、まして「あるある」「あるある」における上記の根本的なリスクについて問題点を議論した形跡もないまま、単に担当者間で同種番組の放送を自粛するだけの対応にとどまった。このような対応は「あるある」「あるある」の放送上のリスクを十分に省みない態度であり、非常に問題があったといえる。

---

\*38「『血液型を扱う番組』に対する要望」（BPO 放送と青少年に関する委員会 平成16年12月8日付け）

#### 4 テレワークが関与したテレビ東京番組における報道事件に対する対応の問題点

前述したとおり、平成 17 年 1 月 25 日、テレワークが制作したテレビ東京「教えて！ウルトラ実験隊」でテレワークの社員が関与した実験の報道事件が発生した。

これに対して関西テレビは、上記テレビ東京事件が発生した後、担当プロデューサーにおいてテレワーク及び再委託会社をテレワーク会議室に集めて全体会議を開催し、制作スタッフのモラルを高める必要があること、取材方法・取材後のフォローをより徹底する必要があることの説明がなされ、また事実反する番組制作事件を未然に防ぐためのルール作りとして、被験者実験協力者から承諾書を取ることで被験者の重複を避けるためテレワークにおいて被験者をデータベース化すること、テレワークにコンプライアンス担当を設置することが決定された。

関西テレビは、<sup>\*39</sup>、平成 17 年 2 月 21 日常務会において、「あるある大事典「花粉症」テーマ 制作会社テレワークが TV 東京でやらせ的制作の実態が判明。当社としては、OA を見合わせたとして制作会社にコンプライアンス担当を設置。当社の体制強化、今後に備えることにした」との報告がなされている。この報告は、「あるある」においてもテレワークが花粉症をテーマとした番組を用意していたが捏造事件が発覚したため放送を見合わせたこと、上記のとおりテレワークにコンプライアンス担当を設置したこと、関西テレビの独自の体制強化策として番組演出を担当するディレクターを 1 名派遣することを意味している。

しかし、上記対応策が設けられたものの、再委託先の制作会社の制作担当者向けのコンプライアンス研修会等が開催された形跡はないこと、ディレクター 1 名の派遣については半年ほど行われた後に、あまりに業務が過酷すぎ、東京支社制作部への人員の増員もなかったため、続けることができず、テレワークのディレクターに引き継がれてしまったこと、実験が行われる場合には被験者に「出演承諾書」に署名してもらい、また実験協力者（医師、研究者）に「番組協力承諾書」に署名してもらうこととされたが、この番組協力承諾書は専門家のコメントが実際に番組でどのように使われるかの内容を含んだものではなく、また、放送内容を専門家が事前に確認したうえで承諾するものではなかったこと、被験者のデータベース化は、本来は被験者が決まった時点でテレワークに報告することと

---

\*39 「関西テレビ常務会議事録」(同日付け)

されたものの、実際には収録後に報告されていたこと、テレワークは、社内にコンプライアンス担当を設置したが、同担当の任務は問題が生じたときの苦情対応が中心であり、「あるある」「あるある」における情報の正確性をチェックする任務を負うものではなかったこと、などからして極めて不十分なものであったと指摘できる。

#### 5 「あるある」への批判に対する対応の問題点

関西テレビは、前述したとおり、インターネット等でたびたび番組内容の正確性につき批判され、さらに平成 17 年 4 月、あるあるを取り上げた「真に受けてはいけない - 氾濫する健康・ダイエット商品の恐いウソ」が出版されるなど、「あるある」の情報の正確性に対する批判本が出版されていた。このような現象は、そのような批判の内容の真偽や正確性は措くとして、健康番組に対する社会的関心が高まり、そして社会の監視が強まっていることの証であったと見られる。

したがって、健康番組とりわけ視聴率も高く視聴者の注目を浴びている健康番組を制作している担当プロデューサーや担当部局においては、批判されている箇所を検討するだけでなく番組制作全体のあり方を再チェックし、上述したような番組制作のチェック体制を設けることを新たに検討してもよかったと考えられるが、何ら特段の検討はなされなかった。これは上記 BPO 要望、テレビ東京におけるテレワークが関与した報道事件の発生があったことを考えると、長年継続し高視聴率を維持してきた番組への慣れと過信に他ならないと指摘できる。

#### 6 関西テレビトークバラエティー番組における問題発生と対応の問題点

前述したとおり、平成 17 年 6 月 25 日放送の関西テレビトークバラエティー番組「たかじん胸いっぱい」で、出演者の夫婦関係について出演者からその配偶者に対して著しい名誉、プライバシーの侵害する発言があったとして、BRC（放送と人権等権利に関する委員会）に対し、当該配偶者より関西テレビに対する申し立てがなされた。BRC は、これを受けて審査をした結果、平成 18 年 3 月 28 日、関西テレビの当該放送部分は違法、不当な名誉、プライバシーの侵害にあたりと判断し、今後このようなことがないように企画、編集の体制をとるよう関西テレビに勧告した。

この委員会決定を受けて、<sup>\*40</sup>関西テレビでは、平成 18 年 3 月 29 日に取締役

---

\*40 「関西テレビ取締役会議事録」(同日付け)



会を開催し、議事に先立ち、千草社長が「当社放送の番組の内容に対し BRC が勧告を出した旨、この勧告を真摯に受け止め、今後の放送倫理と人権に十分配慮した番組作りと放送に努めていく」旨、報告した。

さらに、<sup>\*41</sup>平成 18 年 4 月 5 日に局長会議を開催し、千草社長は、さらに「BRC の勧告は残念、放送倫理に対する判断基準に問題がなかったかどうか検証し対策をたてること、マニュアルを作成することも検討せよ」旨、指示した。

そして、平成 18 年 6 月 13 日に「決定後の対応と取組状況」がとりまとめられ、同委員会に提出された。これによると、関西テレビの勧告後の再発防止のための主な取組内容は、委員会決定の全社員への周知徹底、緊急制作局会・プロデューサー会議を開催し、委員会決定内容に基づき、企画・編集段階から見直しを図り、再発防止に努めるよう指示、制作部長と副部長が分担して企画書や収録番組の編集テープを取り寄せ、番組のチェックをすることを決定、制作マニュアルの作成というものであった。

関西テレビは、これに基づき、平成 18 年 7 月 1 日付けで、前述した「ディレクター心得」を作成し、自社ディレクターやテレワークなどの番組制作委託契約先に交付した。

BRC 勧告を受けてなしたこれら一連の対応策は一応評価できるが、上記社長指示を受けて、当時の編成・制作担当取締役以下の業務担当者らが、当該ディレクター心得に基づき「あるある」を含む他の番組の総点検を行わなかったことは明らかな任務懈怠であったといえる。

- 7 TBS 健康情報番組「ぴーかんバディ！」白インゲン豆事件と放送基準の改正  
前述したとおり、平成 18 年 5 月 6 日、TBS が白インゲン豆のダイエット番組を放送したところ、これを実践した視聴者から嘔吐や下痢などの症状を訴える苦情が殺到した。

これに対し、総務省は、平成 18 年 6 月 20 日、TBS に対し行政指導（警告）するとともに、民放連にも「再発防止に向けた取り組みと、加盟社への周知徹底」を要請した。

これに対し TBS は、番組やホームページ、全国紙の広告などを通じて、番組で紹介した調理法をやめるよう視聴者に呼びかけ、また原因を究明するとともに、「食の安全に関する番組制作ガイドライン」を制定し、企画段階で複数の専門家に健康を損なうことがないか確認することなどを内容とする 10 か条を定めた。

---

\*41 「関西テレビ局長会議事メモ」（同日付け）

この事件を機に、民放連は、平成 18 年 9 月 20 日、前述したとおり、民放連放送基準に“ダイエットを含む健康情報を番組で取り上げる際の留意点”として、(1)科学的根拠を尊重するとともに、(2)安全で正確な情報提供を心がけ、(3)視聴者の身体への影響に配慮する - との下記の文言が「解説文」に追加され、注意喚起がなされた。

したがって、関西テレビにおいても、上記放送基準の改正を踏まえた体制をとることが急務だったはずである。

## 8 関西テレビの内部統制システム整備に関する取締役会決議と放送基準改正に伴う措置の有無

### (1) 関西テレビにおける内部統制システム整備に関する取締役会決議

民放連による放送基準の改正を約 5 か月遡る平成 18 年 5 月 1 日、会社法が施行され、委員会設置会社以外の取締役会設置会社は、同法施行後、最初にかかれる取締役会において、取締役の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制、その他株式会社の業務の適正を確保するために必要なものとして法務省令で定める体制の整備について決定しなければならないと定められ(348 条 4 項)、これを受けて、<sup>\*42</sup>関西テレビは、平成 18 年 5 月 31 日、下記のとおり、取締役会で決議している。

#### 記

取締役の職務の執行に係る情報の保存及び管理に関する体制（会社法施行規則 100 条 1 項 1 号）

取締役会議事録はじめ常勤役員による常務会、常勤役員と使用人側の各業務部門の責任者による局長会議事録などの重要文書は総務局で保存管理され取締役、監査役は必要に応じて閲覧できます。

また、業務に関する一切の文書（書類、帳票、ディスク、磁気テープ、その他の記録等）についても文書管理規程に則り、定められた期間、本社に保存管理されています。

損失の危険の管理に関する規程その他の体制（会社法施行規則 100 条 1 項 2 号）

リスク管理に関しては、コンプライアンス担当役員のもと総務担当取締役を長とする危機管理委員会が社内横断的なリスク管理に対応するとともに、コンプライアンス体制、情報セキュリティ体制の推進につとめます。

また、各業務部門では、様々な事業毎に運営のための業務規程が設定されており、担当取締役はその事業が業務規程に適しているか、さらにはそ

---

\*42 「関西テレビ取締役会議事録」(同日付け)

その他のリスクについて検討します。事業の重要度によって、常務会や取締役会に諮る必要がある案件が、取締役会規則、常務会規則などで、具体的に決められています。さらに投資、融資、契約などの案件については必要に応じ、専務取締役、経理担当役員、総務担当役員などで構成する投融資委員会や総務局内に置かれている法務担当がリスク評価を行い、結果を参考意見として提示します。

取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制（会社法施行規則 100 条 1 項 3 号）

常勤の取締役は、それぞれ担当業務を持ち、定期的に関われる取締役会や常務会で、業務報告を行います。会議に付議される内容や資料は、代表取締役はじめ会議の議長や総務担当取締役さらに常勤監査役には必ず事前に渡されます。

各現業部門からの起案は、稟議システムによって各取締役が精査、検討することができ、取締役会をはじめ重要会議などでの決定事項は、必要に応じて局長、部長を通じて社員に知らされます。

また新経理システムの導入により当社のみならずグループ全体の経営状況を的確に把握することができます。

使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制（会社法施行規則 100 条 1 項 4 号）

取締役の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制（会社法 362 条 4 項 6 号）

取締役及び使用人は、当社の経営理念・放送理念などに基づいて制定された「関西テレビ放送 放送基準」を常に意識し、遵守に努めます。

また当社では、実効性を確保するために下記の社内体制を整備しています。

#### A 体制

コンプライアンス担当役員のもとで危機管理委員会を中心にコンプライアンス体制、情報セキュリティ体制の推進に努めます。

#### B 教育 研修

総務局ではコンプライアンス、情報セキュリティ、個人情報保護などに関して社内説明会や外部講師らによる研修、パンフレットを配布するなどして周知を図ります。

#### C ホットライン

公益通報者保護法の施行に伴い、内部通報者を保護し、自主的な不正行為等の早期発見などコンプライアンス強化をはかるためのホットライン設置を視野に入れ、受け付け窓口や規程類の整備、受け付けた案件

の調査方法，その後の情報の流れなどについて検討しています。

#### D 内部監査

内部監査規程に則り社内のどの部署からも独立した内部監査担当が置かれます。内部監査担当は定期的かつ随時に業務監査を行い経営的観点から内部統制の有効性の評価を行います。

また情報セキュリティの重要性に鑑み，専門機関と共同して定期的に情報セキュリティ監査を行い，実効性を高めるための指導を行います。

当該株式会社並びにその親会社及び子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制（会社法施行規則 100 条 1 項 5 号）

関係会社における適正な業務執行を確保するため，当社の定める「関係会社管理規程」を経営管理の指針として，関係会社で諸規程を定めるものとしします。

関係会社の横断的な管理業務は，経営企画局が担当し経営企画局担当取締役を中心にグループ会社のコンプライアンス管理，さらには関係会社の内部監査も行います。

関係会社の業務執行における重要事項の決定は，各社の諸規程並びに「関係会社管理規程」に基づき処理されるとともに当社に報告され，規程に基づき必要に応じて取締役会，常務会で審議されます。

関係会社の業務執行を検証できる文書の保管などについては各社の諸規程に基づき処理されます。

また当社と経理システムの統一化を進めるなど，業務の効率化をはかります。

経営企画局担当取締役を始めとする当社の取締役は，関係会社において法令違反，その他のコンプライアンスに関する重要な事項を発見した場合には常務会及び常勤監査役に報告するとともに当該関係会社に指導します。

また，関係会社の役員は当社からの経営管理，経営指導の内容に法令違反，その他コンプライアンス上の問題があると認めた場合，当社・監査役に報告します。

報告を受けた監査役は，当社及び関係会社に対して意見を述べるとともに改善策の策定を求めることができます。

監査役がその職務を補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する事項（会社法施行規則 100 条 3 項 1 号）

監査役会規則に則り監査役会運営に関する事務，及び監査役が求めた場合の職務を補助すべき使用人として監査役スタッフを置くことができま

す。監査役会運営に関する事務については、職務分掌において総務部が担当することになっています。

前号の使用人の取締役からの独立性に関する事項（会社法施行規則 100 条 3 項 2 号）

監査役が監査役スタッフに命令を与えた場合、監査役スタッフは組織の直接の上長等からの指揮命令から独立して職務に当たることができます。また監査役スタッフとしての職務においての懲戒等については、監査役会の意見を徴するものとします。

取締役及び使用人が監査役に報告をするための体制その他の監査役への報告に関する体制（会社法施行規則 100 条 3 項 3 号）

監査役会は常勤監査役と社外監査役によって構成されており定期的にかれる取締役会に先立って開催され、取締役会の議事が法令や定款に適合しているか、またそれまでに行われた常務会の内容などについても同様の観点から審議します。

監査役は、独自に定めたスケジュールにより代表取締役はじめ各業務部門担当取締役や局長などから業務に関するヒアリングを行い監査役会に報告します。

その他監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制（会社法施行規則 100 条 3 項 4 号）

常勤監査役は、取締役会、常務会はじめ社内の重要会議には必ず出席するほか、社内の稟議さらに稟議に準ずる事項の決済様式についても内容を精査検証する仕組みになっています。

社外監査役には、会社の業務を十分検証できるだけの専門性を有する者を配置することとしており、さらに監査役は、内部監査担当や会計監査人とは必要に応じて情報の交換を行います。

その後、前記「7」で指摘した放送基準解説文の改正が行われており、関西テレビは、関西テレビの放送基準の改正及び取締役会においてこの放送基準の解説文の変更に伴う、 の使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制の整備として掲げている関西テレビ放送基準を遵守するための実効性を確保する新たなコンプライアンス体制の整備を行うべきであったが、関西テレビの放送基準の見直しも行われなかったうえ、取締役会において上記 の実効性確保のコンプライアンス体制の特段の整備もなされなかった。

現に、TBS健康情報番組「ピーかんバディ！」白インゲン豆事件が発生した後、平成18年5月31日、「あるある」の制作担当者は、テレワーク

及び再委託制作会社を集めて全体会議を行い「この番組のスタッフには問題はないと思うが、健康に関する視聴者の意識も高まっているので、気をつけなければならない」といったことが話し合われたというだけで、その後チェック体制について特に新たな取り組みがなされたという形跡はない。

## 第5 不適切な番組制作についての関西テレビの責任

### 1 表現の自由と放送法

公共の電波を用いて発信する放送は、憲法によって表現の自由を保障されていると同時に、国民の知る権利に奉仕する公共的役割を負っている。憲法 21 条による表現の自由の保障の下、放送法 1 条は、「放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること」(1号)、「放送の不偏不党、真実及び自律を保障することによって、放送による表現の自由を確保すること」(2号)及び「放送に携わる者の職責を明らかにすることによって、放送が健全な民主主義の発達に資するようにすること」(3号)という3つの原則に従って、放送を公共の福祉に適合するように規律し、その健全な発達を図ることをその目的としている。放送法 2 条以下は、この3つの原則を具体化したものと解されている。

放送法 3 条は、「放送番組は、法律に定める権限に基く場合でなければ、何人からも干渉され、又は規律されることがない」(同法 3 条)として放送番組編集の自由を保障し、これによって放送法の原則たる表現の自由及び放送の自律性の保障の理念を具体化している。

ただし、放送は、放送に利用可能な電波の有限性・稀少性から、また放送の社会的影響力の点から、放送法・電波法によって印刷メディアにはみられないさまざまな制約を受けている。

### 2 番組編集準則(放送法 3 条の 2 第 1 項)

放送法 3 条の 2 第 1 項によれば、「放送事業者は、国内放送の放送番組の編集に当たっては、次の各号の定めるところによらなければならない」。

第 1 号 公安及び善良な風俗を害しないこと

第 2 号 政治的に公平であること

第 3 号 報道は事実をまげないですること

第 4 号 意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること

以上の 4 項目は、通常、番組編集準則とよばれている。

これら番組編集準則は、従来、放送事業者の自律のための倫理的・精神的規定であるとされ、政府もそのように説明していた。ところが、平成 5 年に発生した椿発言事件において、当時の郵政省は、番組編集準則違反を理由に電波法 76 条に基づき運用停止を命じることは可能との見解を示した。その後もこの規定が適用された前例はないが、総務省は、放送番組の編集準則適合性の確保は、第一義的には放送事業者の自律によるべきであるが、番組がこの準則に違反したことが明らかであり、そのような番組が放送されることが公益を害し、

電波法の目的に反するから、将来に向けて阻止する必要がある、同一の事業者が同様の事態を繰り返し、再発防止の措置が十分ではなく放送事業者の自主規制に期待するのでは、編集準則を遵守した放送が確保されないと認められる場合には、電波法 76 条を適用することが可能であるとしている。

しかし、同規定の放送局への適用が、放送事業者の表現の自由に重大な制約を課すものであることに鑑みれば、電波法 76 条を放送局に適用するための要件は、本来ならば法律に明記されるべきである。実際、学説では、「番組編集準則に違反したことを理由に、電波法 76 条による運用停止や免許取消は行えないとするのが通説」（長谷部恭男『テレビの憲法理論』168 頁）とされている。

放送法・電波法によるさまざまな制約の中でも、放送法が番組編集準則によって放送番組に内容面から制約を課していることについては、表現の自由の保障との関係で議論されてきた。「公安及び善良な風俗を害しない」、「政治的に公平であること」、「報道は事実をまげない」、「できるだけ多くの角度から」という概念が明確性を欠いているため、何が違反行為に該当するのか放送事業者にとって事前の予測が困難であるとともに、行政の恣意的な判断を許すおそれがあり、加えて、放送事業者に本来は憲法上許される表現行為をも差し控えさせてしまう効果（萎縮的效果）も否定できないからである。このため、番組編集準則による内容規制を合憲とする場合にも、番組編集準則が倫理的意味の規定として運用されていることがそのひとつの根拠とされる傾向がある。また、近年では、電波の有限性・稀少性、放送の社会的影響力という放送規制の根拠の説得力が疑問視されはじめ、一方では規制緩和が求められ、他方では新たな規制根拠が提唱されている。

そもそも戦後に放送法が制定された当時、放送行政の担い手は、独立行政委員会の電波管理委員会であった。ところが、電波管理委員会は昭和 27 年に廃止され、その権限は郵政省のものとなった（現在は総務省）。諸外国では、アメリカ合衆国の連邦通信委員会のように、放送の国家からの自由を確保するため、放送行政の担い手は、政府から独立した機関とされていることが多い。放送は、公衆に意見、事実、娯楽等を提供することによって国民の知る権利に奉仕するものであり、その点で放送局は他の無線局とは異なっている。このため、放送行政を電波行政の一環として取り扱っていることには疑問があり、「放送行政に要求される高度の政治的中立性、公正性を確保するためには、放送局に関する規制権限は、これを通常の電波行政から切り離し、さらに、その権限の行使を新たに設置されるべき独立の行政委員会（放送行政委員会）にゆだねるという考え方」を検討する必要性も指摘されている（塩野宏『放送法制の課題』83 頁）。



このように考えると、総務省は、番組内容についての判断が不可避となる番組編集準則違反との関係では、放送事業者の自律的な解決を尊重すべきであって、放送事業者に対し電波法 76 条に基づく行政処分だけでなく、「警告」、「厳重注意」、「注意」等の行政指導も慎重であるべきである。

放送法は、表現の自由と放送の自律の保障を具体化するため、放送事業者が放送番組の基準（番組基準）を定め、これに従って放送番組を編集しなければならず、この番組基準を公表しなければならないとしている（3条の3）。また、放送事業者が番組の適正を図るため、放送番組審議機関を置くものとしている（3条の4第1項）。さらに、放送法は真実性の保障の精神を具体化するために、放送の自律性の保障の精神も踏まえたうえで、真実でない内容の放送についての訂正・取消放送について規定している（4条）。これについては後述する。

そのうえ、放送事業者は、「放送倫理・番組向上機構（BPO）」という自律機関を設立し、自主的に、独立した第三者の立場から、視聴者の放送への意見や苦情、特に人権や青少年と放送の問題を審議する3つの委員会を運営している。BPOは、本件の発生を受けて、本年5月をめどに、3つの委員会のうち「放送番組委員会」を、「放送倫理の確立と再発防止に関する委員会（仮称）」に改組することを明らかにしている。この委員会には、捏造したデータの放送などが確認されたときには、勧告や見解を出して放送事業者に「再発防止計画」として求め、その実施状況を検証する権限が与えられる予定である。

### 3 「報道は事実をまげないですること」（放送法3条の2第1項3号）

既に述べたとおり、総務省が番組を内容面から制約する番組編集準則違反について判断することは表現の自由や放送の自律の観点からみて慎重であるべきであるが、かりにも総務省が、ある番組の編集準則適合性について判断する際には、番組編集準則の定める要件について、表現の自由の観点から、限定解釈をすることが望まれる。

本件では、「あるある」「あるある」が「報道は事実をまげないですること」という番組編集準則に適っていたか否かが問われるが、この番組編集準則については、「報道」とは何か、「事実をまげない」とはどのような意味か、放送事業者が、事実を反することの認識を持ちつつあえて放送した場合に限らず、事実を反する認識がないまま判断を誤り、結果として、事実がまがった放送をした場合をも含むかが問題となる。

#### (1) 「あるある」「あるある」は報道か

まず、「報道」については、ニュースに限らず、社会的な事象を事実として伝えるあらゆる放送番組をいうという考え方もあるが、他方において、二

ニュースやそれに準じた報道番組に限定されるべきとの考え方もある。後者の見解に従うとすれば、生活情報番組であり、かつバラエティー的性格も備えた「あるある」「あるある」は報道にはあたらないと考えられる。実際、当委員会は、多くの関係者からヒアリングをしたが、関係者は例外なく「あるある」「あるある」は報道ではないと答えている。

なるほど、放送が番組によって伝える事実は正確で、事実に即していなければならない。とはいえ、ニュースと、いわゆるワイドショーや情報バラエティー番組では、許容される演出の幅には何らかの差があるとの考え方が一般である。事実を事実として伝えるだけでなく、演出の手法を用いて視聴者の興味と関心にこたえようとするバラエティー的性格をもつ番組に、事実の正確性についてニュースと同程度の厳格性を要求することには問題なしとしない。

## (2) 関西テレビは事実をまげて放送したか

次に、「事実をまげない」については、表現の自由を尊重する立場から、放送法3条の2第1項3号の「報道」とは、報道番組をいうとの解釈があり得ること、放送における番組編集の自由の重要性からして、限定解釈が求められ、そもそも結果責任を含めるのは妥当とはいえないこと、放送法3条の2第1項の他の項目は、いずれも放送事業者が番組の内容について、一定の判断をすることを前提として、番組の編集のあり方を定めているものであるから、こと3号のみ結果責任を含めるとする考え方は合理的でないことから、結局、同号が定める事実をまげる行為とは、放送事業者が当該番組の内容が事実と反することを認識しつつ放送することをいうものと考えべきである（なお、制作会社によって制作された番組の中で事実をまげた報道がなされた場合に、その事実が重大であって、かつ放送局に大きな過失があった場合にも放送法違反の責任を負わないのかという問題がある。これは今後の研究課題であろう）。

「事実をまげる」とは何かについては、「報道においては、放送する事項が事実であることを義務づけ、虚偽の放送をすることを禁止している」という見解がある。この見解をも参考に、当委員会は、「あるある」「あるある」において、番組に虚偽の内容がなかったかを徹底調査したところ、前述したとおり、一部の制作会社において、一部の回の番組に虚偽の内容が含まれていたことが明らかとなった。

しかし、このような虚偽の内容の放送については、その番組を制作した一部の制作会社の制作担当者らにおいて、当該番組の内容の一部が事実と反することの認識を有し、または、有していたのではないかと疑われるものが含まれるものの、関西テレビの制作担当者らが同様の認識をしていた事実は認

められない。

それゆえ、関西テレビは、結果として、番組に虚偽の内容が含まれていることを見逃して放送したことに対する責任を負うのは当然であるものの、再委託会社の制作担当者らにおける事実の認識と関西テレビの制作担当者らの認識を同視することはできず、ゆえに、関西テレビにおいて、本件一連の虚偽の内容の番組につき、同号にいう事実をまげた報道をしたとはいえないと考える。

#### 4 訂正・取消放送の必要性

放送法は、真実性の保障の精神を具体化するために、放送の自律性の保障の精神も踏まえたうえで、真実でない内容の放送についての訂正・取消放送について規定している（4条）。「放送事業者が真実でない事項の放送をしたという理由によって、その放送により権利の侵害を受けた本人又はその直接の関係人から、放送のあった日から三箇月以内に請求があったときは、放送事業者は、遅滞なくその放送をした事項が真実でないかどうかを調査して、その真実でないことが判明したときは、判明した日から二日以内に、その放送をした放送設備と同等の放送設備により、相当の方法で、訂正又は取消しの放送をしなければならない」（1項）。「放送事業者がその放送について真実でない事項を発見したときも、前項と同様とする」（2項）。

放送法は、さらに、「第4条1項の規定に違反した者は、50万円以下の罰金に処する」と定めつつ（56条1項）、この罪が私事に係るときは、親告罪となる（2項）。放送局の制作者が4条1項に違反する行為を行った場合、放送法57条の両罰規定により法人も罰金刑を科せられる。放送法が、訂正・取消放送について4条1項違反についてのみ罰則を定め、4条2項の放送事業者が自ら真実でない事項を発見した場合の訂正・取消放送には罰則がないことも放送の自律性への配慮の現れである。

放送事業者は、自ら真実でない事項を発見したとき、自主的に訂正・取消放送を行い、自らの責任において放送した番組における真実性を回復させなければならない。関西テレビは、当委員会の徹底調査の結果判明した、「あるある」「あるある」の一部の回の番組に虚偽の内容が含まれていたことについて、速やかに訂正・取消放送をしなければならない。

#### 5 関西テレビの責任

関西テレビにおいて、本件一連の虚偽の内容の番組につき、番組編集準則に定められた事実をまげた報道をしたとはいえないとしても、事実を伝える番組において事実をまげてはならないことは、放送局にとって基本中の基本である

ところ、事実をまげたという点についての認識がなかったとはいえ、関西テレビが事実と異なる内容を含む番組を制作し、放送したことは、放送倫理にもとり、放送に対する視聴者の信頼を失わせる行為であり、ひいては真実の保障という放送法の精神にもとる行為といえ、関西テレビの取締役、「あるある」「あるある」の番組制作に関与した制作担当者らの社会的責任は極めて大きいといえる。

なお、一部虚偽の内容を含む番組を制作したことについての責任は、たとえ、完全パッケージ方式の制作委託方式であり、委託先であるテレワークが再委託した制作会社の制作担当者が実際の制作を担当し、たとえ関西テレビの担当者に認識がなかったとしても、発注元であり放送責任を負う関西テレビが、全面的に責任を負うことは当然である。

つまり、上記のとおり、放送における表現の自由を確保するため、放送局は自主性・自律性を認められ、番組制作のうえでも幅広い裁量を伴った演出・編集権が認められているところ、この権利は、当然のこととして適正な演出・編集を行うべき責任を伴う。そして、放送局は、自らの番組制作能力の不足を補うために制作会社に番組制作を委託しているのだから、自己の便宜のために行った契約によって自らの責任が軽減されることはあり得ない。

実質的にみても、関西テレビは、本件番組で「制作 関西テレビ放送」というテロップを流し、当番組が関西テレビの制作物であることを対外的に表明しており、著作権を享有し、番組制作による法的利益を独占する立場にあるのであるから、それ相応のリスクを課すことは酷とはいえない。

関西テレビは、自主性・自律性を保障され、一種の特権的地位を与えられた放送事業者として、その地位に見合うだけの社会的責任、すなわち、真実性の保持という重大な責任を果たすべき責務を負っているのである。

この責務を果たすため、関西テレビは、番組制作を委託するにあたって委託先においても番組基準が遵守されるよう委託を受けた者に対して必要適切な監督をする責任を負っている。具体的には、委託契約の中に委託を受けた者による番組の制作においても関西テレビの番組基準を遵守する制作会社の義務を盛り込むべきであり、さらにその義務の履行について委託先を監督する責任を果たさなければならない。

関西テレビは、テレワーク及び各制作会社に番組の制作を委託しているが、これまで述べてきたとおり、放送事業者として、視聴者や社会一般に対して、関西テレビ自身がすべての責任を負わなければならない。

## 6 放送局における自浄システムとしての内部統制体制整備責任

次に、上記のように強い社会的責任を負う放送事業者である関西テレビは、

自主性・自律性を維持しながら、自らの放送責任を全うするために、番組の正確性確保のための実効的な内部統制体制を早急に整備し、その体制に基づいて、番組の正確性を確保し、国民の信頼に応えられる番組を制作し、放送していくべき重要な責任がある。

## 7 関西テレビの番組制作担当者、監督職員、取締役らの責任

関西テレビの番組制作担当者ら、その監督職員、代表取締役をはじめとする取締役らは、「あるある」において、前述のとおり、生活情報を実験を用いて説明する「あるある」のころより正確性を確保するうえでのリスクが番組に内在していたことから、少なくとも「あるある」のスタート時において、番組に健康情報についての正確性を確保するためのガイドラインの制定、専門家による総合監修の導入などのシステムを整備するべきであったこと、「あるある」の第1回番組「血液型スペシャル」を取り上げたことにより、BPOから民放連放送基準との抵触のおそれが指摘されていたこと、「あるある」においては、既に平成17年4月の時点で番組批判本が出版されるなど番組に対する批判が起きていたにもかかわらず特段の対応をしていないこと、テレワークは、平成17年1月25日テレビ東京「教えて！ウルトラ実験隊」において実験捏造と報道された事件を起こしていたにもかかわらず、関西テレビは「あるある」におけるテレワークへの制作委託について、単に実験の公正さを確保する方針程度を決めただけで実験を含む番組制作の各工程での事実と反する番組制作を防止するためのガイドライン・チェックフロー等を制定するなど十分な対策を講ずることなく、同一の制作会社主導で従来どおり番組制作を継続していたこと、平成18年5月6日のTBSテレビの白インゲン豆ダイエット報道を受けて民放連放送基準解説文が改訂され、ダイエットを含む健康情報を番組で取り上げる際には科学的根拠を尊重する旨の留意点が加わっていたにもかかわらず、同様に対策を講ずることなく今回の「あるある」の納豆ダイエットの事実と反する番組の制作に至ったことなどの事実が認められる。

これらの事実を総合的に考えると、関西テレビの上記関係者は、「あるある」において事実と反する放送がなされるおそれがあることを予見でき、また実効性のある対策を講じ得たと思料されるのに、それらを防止するための対策を講じなかった責任は重いと言わざるを得ない。

## 第6 番組制作現場における問題発生要因

### 1 総論

放送事業は、「分業」と「協力」によって成り立っている。テクノロジーの進展が、簡便なコンテンツ制作を可能にしたといっても、巨大な装置産業とも言うる地上波テレビ放送局は、複雑に絡み合った分業と相互の協力なしには成立できない。民間放送の場合、それは、スポンサーや広告代理店、キー局とネットワーク系列局、各放送局内の総務・編成・報道・制作・営業・広報などの各部門、制作部門と外部の委託制作会社、タレントや俳優やミュージシャンとその所属事務所、あるいは出演希望の視聴者を募集する事業者、独立した構成作家や台本作家やコメンテーターなどがクモの巣のようにつながり、それぞれの役割に応じた力を発揮し、また応分の責任を負うことで成り立っている。

そこには役割の定義と規律とガイドラインを明確に示すことができるものもあれば、それらをむしろ意図的に曖昧にし、自由闊達な活動を促すことによって、これら複雑に絡み合う分業・協力構造総体の成果として生まれる「番組」を豊かに実らせる性質の仕事もある。この後者の仕事分野の広い点が、放送にかぎらず、広く言論表現や文化に関わる事業の特徴と言ってよい。

しかし、このことは、その分野に携わる人々が無責任、放埒でよいということの意味しない。外部から規制・制約されることが少ない代わりに、みずからの良心と価値意識に基づいて自己を律し、課題には真摯に取り組み、協力を仰いだ人たちの言説と、そこで得た知識や事実を尊重し、他者からの助言や忠告や批判には謙虚に耳を傾けること 言論表現や文化に関わって活動する人間には、こうした内発的倫理に基づく姿勢こそが求められている。

このような観点から、私たち調査委員会は、「発掘！あるある大事典」（ここでは と の双方を指す）に見られる捏造等の不適切な制作事例を検証した。個々については前に記したが、ここではそれら全体から浮かび上がってくる制作現場の問題を指摘しておきたい。あらかじめ言っておけば、これは今日の放送界全体に共通する問題点でもあるだろう、というのが私たち調査委員会の率直な感想である。

### 2 当事者意識の欠如

ひとつの番組には、上に述べたように、さまざまな関係者がいる。企画立案から完パケ完成・納品に至る制作過程だけを見ても、多層的な関係者がいる。「あるある」「あるある」でも、企画会議、構成会議、制作会社の社内会議等々、制作段階に応じて電通担当者や関西テレビプロデューサーからアシスタントディレクターまで、それぞれが集まって会議を行っていた。

私たちはそれぞれの段階の会議資料や取材テープを検証したが、そこで強く

印象づけられたのは、多くの関係者から、その番組、そのテーマ、その事実に対して強い関心を持ち、敢然と取り組むのだ、という明確な意欲や意気込みを感じ取れなかった、ということである。どこか他人事なのだ。だれもがどこもなく他人任せであり、自分はそのテーマや事実や知識を本気で信じていなければ、真正面から取り組んでいるわけでもない、という気配が漂ってくる。いったい何のために集まっているのか、ヒアリングを繰り返しても、じつはよくわからないのだ。

私たちはたんなる印象で語っているのではない。

「あるある」「あるある」の制作過程における会議の様子を訊ね、メモなどを見ても、たとえば成分の効能について、あるいは学术论文の意義について、出席者からの強烈な好奇心を示す発言もなければ、疑義や疑問を呈するような申し立てもない。議論の多くは「いかに見せるか」「演出法はどうか」「視聴者にわかりにくくないか」「日程は大丈夫か」等々に費やされており、番組の核心となるはずのファクトそのものについては、企画発案者の通り一遍の説明で終わっている。

「納豆ダイエット」の制作過程で仔細に検証したように、当初、番組の軸として取り上げることにしていた成分 コングリシニンについて、その研究者と連絡も取らず、話も聞かぬうちに、現場を統括する立場の制作幹部らも顔を揃え、番組の基本方針を決定する企画会議（分科会）が2度開かれ、2度とも成分そのものや研究内容の検討ではなく、納豆の食べ方やダイエット効果の演出法に議論が流れていっている。

もう1例を挙げれば、やはり制作幹部をまじえ、スタジオ収録直前のVTRチェックが行われたとき、幹部らはDHEAについて語る人物がF3教授からF1教授に変更されていたことに、ほとんど気がついていなかった。

制作関係者のあいだに漂うこのいい加減さを、私たちは「当事者意識の欠如」と呼んでおきたい。

なお、「あるある」「あるある」は関西テレビを発局として、フジテレビのネットワーク系列局で全国放送されたことから、フジテレビに「放送責任」があることももとより指摘せざるをえないところである。

### 3 事実・真実・知識への安易な取り組み

あるテーマを設定し、それについて番組を作ろうとするとき、何より重視されるべきは、そのテーマ自体に関するリサーチである。とりわけ「あるある」「あるある」の場合、テーマの核心には特定の食べ物や知識やノウハウなど、具体的なモノ、具体的な研究成果、具体的な事実を想定していたのであるから、きちんとしたリサーチこそが番組の骨格を作り、固めるために不可欠であっ

た。

しかし、その実態を見ると、専門的なりサーチャーは、再委託された制作会社に1人か2人いただけであり、それもほとんどは必要に応じて外部のリサーチャーに調査を依頼する程度であった。一方、リサーチャーもインターネット検索や電話による問い合わせ程度の調査しかしていないし、ディレクターに同行して専門家の説明を聞きに出向くことがあった場合も、それ自体がすでに放送を前提としたカメラ取材になっている。

このリサーチの薄さ、事実や真実や知識に対する安易な取り組み方には、驚くというよりは、啞然とするほかない。

ちなみに、長年にわたって根強い人気を勝ち得ている情報バラエティー番組のなかには、制作委託された制作会社（今回の場合でいえば、テレワークに当たる）に数人の専属リサーチャーを抱え、テーマに関する調査を行っているところもある。また歴史の古い新聞社や出版界では、原稿の細部にまでわたって事実の正確さを確かめる校閲部門の厚みが企業の信頼性につながる、との考えがあり、専門的人員を揃えるだけでなく、さながら図書館のように各種資料を蓄積しているところもある。

これに比べると、「あるある」「あるある」の番組テーマ設定のプロセスにおける調査活動の貧弱さは、ますます際立っている。

言うまでもなくこれは、リサーチャーの責任ということではない。関西テレビ、テレワーク、再委託先の制作会社の中には、事実・真実・知識に向き合う真剣さが決定的に不足しており、その部門に対する手厚い対応をしてこなかったということである。

このような安易な取り組み方が常態化した背景には、生活情報バラエティー番組の「わかりやすく」「面白く」という制作手法が影を落としているだろう。こまごまと、複雑な事実を集めても、番組では使えない。そんなことに手間やコストをかけるより、ものごとすべてを単純化し、簡単に、手軽にわかることの方がいい、という発想が、制作現場に浸透し、その全体を覆い尽くしているように見える。

ここから、ディレクターやアシスタントディレクターらが実験の意図も理解しないまま、「あるある大実験」や「ミニ実験」に臨み、被験者から採った血液を粗末に扱ったり、無意味なデータを取ったり、という不始末も起きてくる。ここに時間に追われる、という条件がかさなれば、捏造をはじめとするいい加減な番組作りに走るのは、ほぼ必然だったといっても過言ではない。

事実・真実・知識に対する軽率で、不真面目な取り組みと、それによって必然的に生じる内容的なゆがみや穴を糊塗するために、著名タレントらの好感度や親しみやすさを利用する、というのが生活情報バラエティー番組の常套手段



になっているのではないかと私たちは危惧している。

#### 4 専門的知識の安直な利用

「われわれは科学番組を作っているのではない。報道でもないんです。われわれは情報バラエティー番組を作っているんです」  
今回の制作関係者に対するヒアリング調査で、幾度となく耳にした台詞である。

はじめ、それは、「わかりやすく」「面白く」作る、という「あるある」「あるある」など生活情報バラエティー番組に共通する制作手法一般のことを言っているように思われた。さまざまな落とし穴はあるにせよ、このこと自体は悪いことではない。事実などの背後にある難解な説明や入り組んだ経緯をわかりやすく、面白く見せるには大変な技量が必要であり、それをしようと挑むことには意味がある。

しかし、ヒアリングをつづけるうちに、彼らの言わんとする意味が、そういうことではないらしいことがわかってきた。

「あるある」「あるある」は、まずテーマが設定され、それにふさわしい具体的な事実・真実・知識に焦点を当て、そこから手軽で有用なノウハウを引き出し、提示するという番組である。リサーチも実験も取材も、この流れに沿って進んでいく。

言い換えれば、意図したテーマから外れたり、テーマに反するコメントや事実はいらぬということである。それらは当然のように、切り捨てられる。事実や真実や知識がそれほど単純なものではないことは、いくら強調してもしすぎることはないが、いまはそのことは措いておく。要は、テーマに沿った、都合のよいコメントや事実だけが集められるということである。そうやって編集が進み、番組として仕上げられていく。

ここにはないのは、コミュニケーションである。都合のいい説明やコメントをしてくれる相手とすら、本質的なコミュニケーションが成り立っていない。あたかも必要な材料だけを調達してくるように、番組で使えるような言葉だけを拾ってくる。テレビは最大のマスコミと言われながら、ここには取材する側とされる側とのあいだの真剣なやりとりがない。葛藤がない。コミュニケーションがない。

これは専門的な知識の、安直な利用である。

他方で、みずからの知識を切り売りするように、取材者側の意図に従って、カメラの前でコメントする専門家も少なからずいる。今回の調査で、私たちはたくさんの取材テープを見たが、そのなかにはディレクターが準備した台詞のとおりにはしゃべっているだけの専門家の姿もあった。アカデミズムのごく一部

だろうが、その種の「迎合的専門家」もまた、不適切な番組制作の加担者である。

## 5 制作委託システムのゆがみ

今回の一連の番組が、関西テレビからテレワークに制作委託され、テレワークからさらに9社（時期によって、その数は異なる）に再委託され、完パケの形で関西テレビに納品される、という仕組みで制作されてきたことは、すでに何度も述べてきたとおりである。関西テレビは実際の制作作業にはほとんどタッチしないし、できない仕組みになっていた。

番組が委託 - 受託構造のもとで制作されることは、世界中で行われており、メディア先進国でこそいっそう当たり前になっている。これは新聞社や出版社が多くの執筆者に原稿を依頼し、新聞や本として発行していることと同じことであり、多彩で、多種多様な言論表現の確保が民主主義にとって死活的に重要であることを考えれば、むしろさらに推し進められるべき制作システムである。

しかし、「あるある」「あるある」制作のプロセスを見ると、いま述べたような理念が、製造業等でしばしば指摘されるような前近代的な上下関係に、無惨にすり替えられていたことが判明する。たとえばテレワークと委託制作会社とのあいだで交わされた契約書中の、支払い条件の不当性等については、すでに指摘したとおりである。

ここには、対等なパートナーシップを築こうという意欲も、そのために必要な経済的基盤も見当たらない。優越的立場を誇示して、もっとも手間も時間もかかる現場仕事を下請けに出し、安いコストでやってしまおう、という下心が見え透いている。私たちのヒアリングでも、テレワークの幹部は「（再）委託制作会社はだいたいパートナーです」と繰り返したが、契約書の件を持ち出したとたん、黙り込んでしまった。

このような制作構造のもとでは、統一的な番組制作基準もコンプライアンス意識も、とうてい貫徹できないはずである。放送界の不祥事が話題になるたびに、関西テレビがそれなりの対応をしてきた形跡がないわけではないが、「孫請け」制作会社のディレクターらに聞いてみると、種々の通達やパンフレット類が配られたような気がする、という程度で、目を通してもしなかった。

なお、発注元から一次委託へ、さらに一次委託から二次委託へ、という3層構造は、委託 - 受託関係による番組制作が世界的に定着してきたといっても、かなり特殊な例である。よほどコンプライアンスとリスク管理の手法が確立しているのでなければ、今回のような不適切な制作や不祥事の温床になってしまうだろう。

放送局から番組制作の委託を受ける制作会社は、自社の制作能力の及ぶ範囲内でできることとできないことを見極め、できないこと、あるいはやりたくないことは受託しない、という矜持を持たなければならない。無理な仕事を引き受けることがどれほど悪い結果をもたらすか。それこそ、「納豆ダイエット」その他の事例から得るべきだいたいな教訓のひとつと言わなければならない。

## 6 中堅制作者の教育研修制度の不在

かつてテレビ局に勤める人間だけが、テレビ番組を作っていた時代がある。それ以外の人間は、テレビを見るだけだった。そういう時代がはるか昔になり、今日では、テレビ局に一度も勤めたことのない若者でも番組制作に加わっている。そのことが放送界のエネルギーになっているだろうし、言論表現やさまざまな文化にとっても、これは健全なことである。

実際、私たちがヒアリングした制作会社の関係者、とりわけ若手ディレクターやアシスタントディレクターには、アルバイトをきっかけに制作会社に入り、弁当や車の手配のような見習い仕事からこの業界に入った、という人たちが少なくなかった。彼らは見よう見真似で取材の仕方を学び、企画の立て方、ポイントの絞り方を体得してきた。番組制作の現場には、昔の徒弟制度や職人の世界のような雰囲気がある。

その一方で、放送局の制作部門からは、現場経験を持つ制作者たちがどんどん減っている。入社後数年間は取材に走りまわり、番組作りで汗もかいたものの、そのあとはデスクから離れず、制作委託した番組の進行具合や制作会社の管理の仕事に追われている、という社員ばかりが目につくのである。たかだか数年、せいぜい10数年間の取材や番組作りの経験では、言論表現や文化に関わる仕事の深さや難しさのほんとうのところはわからない。外部から強いられたり、規制されるのではなく、内発的な倫理や価値判断や、ときには長年の現場経験のなかで培われるカンのようなものこそが大切な仕事にとって、その程度ではプロとは呼べない。

制作会社にたくさんの若い世代が入ってきて、放送局では若手がどんどん管理的役割に就いていく、というあたりが、「テレビはいつまでも若い」と評される所以だろうが、これはいつまで経っても文化的には未熟だ、ということと同義である。番組の捏造や不適切な制作は、こうした未熟さからも生まれてくる。

とはいえ、番組の委託制作がさらに定着し、放送事業の分業と協力がいっそう進むことは間違いない。問題は、その核心に位置して、番組制作そのものに携わっている人々の精神と活動領域に、未熟さや劣化とも呼ぶべき事態が広がっていることである。事実・真実・知識に迫ろうという当事者意識を欠き、そ

これらの複雑な背景や入り組んだ由来については最初から知ろうとせず、手っとり早く都合のよい資料やコメントを調達することしか考えない……。これは知性の劣化である。

もちろんそんな人々ばかりが放送界にいるのではない。そのことも、私たちは知っている。ひとつの事実やテーマを何年にもわたって追いつけている人、たえず新しい手法に挑戦している人、事実・真実・知識が生成するプロセスをこそ描こうと試行錯誤を繰り返している人、そういう番組制作者も少なくない。しかし、今日の番組制作現場では、彼らこそ孤立しがちだろう。

私たちは番組制作の現場に、こうした番組を作り続ける中堅層が存在することの必要性を強く感じる。そして、そのような中堅層を輩出するために、専門的な教育研修機関が必要なのではないか、と考える。放送を含めたマスメディアが高度に発達したこの国に、一定の経験を積んだ中堅層がみずから研鑽し、さらに見識を高めていくための機関がひとつもないのは奇異なことだと言わざるを得ない。

## 第7 番組関係者による番組を利用した私的な利得行為の有無等

一部マスコミに、番組関係者が「あるある」「あるある」で取り上げたテーマのOA情報を第三者に事前に有料で流して、私的な利得を得ている等の疑惑が報じられた。

しかし、たとえOAされる食品等を取り扱う業者がOA情報を事前に入手したとしても実際に人気を博してものが売れるかどうかは未知数であり、製造者としてはリスクを負担すること、また、販売店としても必ずしも当該販売店で購入されるとは限らず、同様にリスクがあり、そのような情報が果たして売れるものかどうか疑問なしとしないが、念のため、番組関係者から広くそのような事実の有無、その種の具体的情報がないかどうかを徹底的に調査・検証した。

その結果、当調査委員会がヒアリングしたいずれの関係者もそのような事実を強く否定していること、関西テレビが別途社外弁護士に依頼し同弁護士により作成された調査報告書の内容を検証したところ、同報告書は徹底した調査に基づくものであることが十分理解できたことから、当調査委員会としても一部マスコミに取り上げられたような事実は見当たらないとの結論に達した。

## 第8 再発防止策

### 1 内部統制体制の強化・確立

#### (1) 総論

ここまでで述べたように、本件に見られるような放送番組に必要な情報の正確性に著しく問題のある番組制作が関西テレビにおいて二度と行われないうようにするために、関西テレビにおいて番組制作者の編集の自由を確保することを前提としたうえで、番組制作に関し、実効的な内部統制体制を構築することの重要性が明らかになった。

このような番組制作者の編集の自由と内部統制体制との調和がなにゆえ放送局にとって重要であるかについて、改めて整理してみると、次のようになる。

#### ア 言論・表現の自由と放送の自由の尊重

公共の電波を用いて発信する放送は、憲法によって表現の自由を保障されていると同時に、国民の知る権利に奉仕する公共的役割を負っている。

この言論の自由の前提となる国民の知る権利に奉仕する「報道」を行う放送局における番組制作は、基本的に公権力からも放送局の経営者からも侵害されない制作の自由が保障されて然るべきである。

#### イ 表現の自由と番組制作者の創造性の尊重、番組制作の自由の尊重

同時に、憲法によって保障されている表現の自由の発露でもある番組制作は、それ自体において、当該番組の制作者の創造性、創造性が上記同様に最大限尊重されて然るべきである。

#### ウ 公共の電波を用いる放送による言論、表現と公共の福祉の調和

それでは、そのような言論の自由、表現の自由によって保障された制作活動を有限・希少な資源であり、かつ社会的影響力の大きい放送によって伝える場合の公共の福祉、つまり上記資源の有限・希少性、社会的影響力からくる制約についてはどのように考えるべきだろうか。言論・表現の自由のような精神的自由権は、民主主義を確保するうえで前提となる不可欠な自由であるから、公共の福祉による制限は必要最小限度であるべきで、極めて抑制的に行使される必要がある。

もちろん、テレビ朝日のダイオキシン報道で指摘されたように、編集の自由の逸脱・濫用として、違法とされる場合があることは認められる。

しかし、公権力による放送への介入はできるだけ謙抑的になされる必要があり、言論の自由と公共の福祉による制限の調和は、できるだけ自由を尊重しつつ謙抑的な抑制とするという点に求められるべきで、報道等番組制作担当者を尊重し、その自主・自律的抑制に委ねるべきである。特に、最近の電気通信技術の著しい発展に伴い、利用可能な周波数帯域が拡大し

てきたことや、衛星放送、ケーブルテレビ、インターネット、など各種の  
新規メディアが登場するなど状況は著しく変化していることを考慮すれ  
ばなおさらである。

#### エ 放送の社会的影響力との関係

また、放送の社会的影響力についても、例えば娯楽番組は、視聴者がそ  
の放送内容を享受し、また、そのことによって生活上の精神的ゆとりを確  
保するなど憲法上保障されている国民の知る権利に貢献するものである  
から、制作者の創作性、創造性も同様に尊重される必要がある。制作者の  
制作の自由は、第三者の権利を侵害した場合とか、社会秩序の維持や危険  
を防止するために必要があるときには、その行使が違法とされることもあ  
るが、基本においては、この場面での公権力による介入は抑制的であって  
然るべきであり、経営者からの介入についても原則として認めるべきでは  
なく、公共の福祉による制限との調和は、上記同様に制作者の自主性・自  
律性に委ねられるべきである。

#### オ 番組のフュージョン化と規制のあり方

さらに、「あるある」「あるある」の場合のように、生活情報バラ  
エティー番組というような、情報とエンターテインメントが混じった番組  
とか、ワイドショーに見られるような報道を情報番組の中で扱うというよ  
うな番組制作の傾向が近時顕著である。このような現象を一部否定的に考  
える向きもあるが、しかし、逆に、このような番組が従来の報道、教育・  
教養、娯楽というジャンルに固定されない、フュージョン化された番組に  
よって視聴者が番組を楽しみつつ報道・情報に接しられることが、結果的  
に国民の知る権利に貢献するといういわば放送でなければできない番組  
の価値や魅力を導き出している側面があることも事実である。そこで、こ  
のような傾向の番組に対しても、一律に規制を加えることはかえって放送  
の価値や魅力を喪失させるおそれもある。そこでやはりこのような番組に  
おいても番組制作者の自主的・自律的な判断によって番組の適切性・相当  
性を確保することが必要である。

#### (2) 放送局の自主性・自律性確保と内部統制体制のあり方

このような番組制作にあたっての自主性・自律性を個々の制作者の良心に  
任せ、個々の判断に委ねた場合は、その制作者の裁量があまりにも拡大化  
したり、また、当該制作者がモラルに欠けていたような場合に不適切・不  
相当な取り扱いがなされ、それがそのまま無自覚に通用してしまう危険があ  
り、やはり番組制作における自主的・自律的取り扱いに一定の客観化が求め  
られるといえよう。放送局におけるそのような自主的・自律的取り扱いの客  
観化ないし自主性・自律性に基づく制作上の判断基準がまさに番組基準(放

送基準)であり、放送法3条の3が各放送事業者において番組基準を制定し、それに則って放送を行うことを求めていることもこのような精神の現れに他ならない。

### (3) 放送局における内部統制システムの位置づけ

しかし、このように番組制作者が番組を制作し放送をすることを許容している組織体としての放送局は、上記のような言論の自由、表現の自由の担い手である反面、通常の金融会社やメーカーなどと異なる事業会社という側面を有している。そのため、事業会社を規律する会社法等の法規を遵守して事業を行うことも求められる。

その義務が、平成18年5月1日に施行された会社法により求められる取締役の内部統制システム構築義務である。そして、放送局の事業において、中核をなす事業は、放送事業に他ならないから、放送局が上記放送の自由を有しているとはいえ放送の内容面においても内部統制を行き渡らせることは、当然の義務となっている。放送事業は、国民の知る権利に貢献する公共性、公益性の高い事業であり、その貢献を全うするためには、番組制作の自由が確保されなければならない。したがって、その自由と内部統制システム構築との調和が強く求められる。つまり、経営者が個々の番組の制作に介入するのではなく、しかし、制作の自由と公共の福祉の調和点として自主的・自律的な取り扱いが認められる一方で、当該番組の制作過程、番組内容が著しく不適切、不相当なものにならないよう、これを防止する枠組み作りが重要であり、そのような枠組み作りの構築が、取締役会の責務であるといえる。このような観点から、取締役会は会社法に基づいて内部統制システムを構築しなければならない。ただし、その内容は、抽象的で実効性が乏しいものであってはならないが、放送の自主性、自律性が求められる放送事業においては、他の一般企業とは異なる言論表現機関にふさわしい内部統制のあり方が求められる。

## 2 経営における内部統制体制の強化・確立

### (1) 取締役会決議による番組制作ガイドラインの制定、公表

番組制作に関わる内部統制システムとしては、番組基準を充実させることが最も放送局にふさわしく、現実的な措置といえよう。

そこで、関西テレビとしては、番組内容に関わる内部統制システムの構築の方法として、現在の番組基準を改定し、詳細化することが一つの方法である。

しかし、番組基準はこれまで民放連が社会状況、環境の変化、他局の動向等を踏まえつつ、指針を作成して各放送局に提供し、各放送局もその内容を



尊重して準用している長年の経緯があるので、今後も民放連の放送基準を基本とする方法をとることは選択肢として十分理解できる。このような経緯を踏まえ、現実的な方法として、関西テレビの放送基準に基づき、番組における具体的表現についてのガイドラインや番組で放送する情報の正確性を番組制作の各工程で確保するためのチェックフローを内容とする具体的な番組制作ガイドラインをあらかじめ制定し、各制作担当者の具体的な制作活動の場面での考え方のよりどころとすべきと考えられる。

この点、例えばNHKが平成18年3月31日に発行した「NHK新放送ガイドライン」などが一つの参考となろう（ただし、その内容面において民間放送とは異なった公共放送の立場からくる制約も含まれており、その点は民間放送の自主、自律を尊重する立場から、適宜な配慮が必要となろう）。さらに、民放連においても、各種のガイドラインを提供しており、また、関西テレビにおいても前述したとおり、平成18年7月1日に「ディレクター心得」を作成している。

ガイドライン作成にあたっては、コンプライアンス担当部局の下に「ガイドライン制定委員会」を設置し、報道、制作などの各担当部署の意見を踏まえながら、原案を作成する。このガイドラインは、内部統制の一環であることを鑑み、関西テレビの最高意思決定機関である取締役会決議事項とする。ガイドラインの内容は、これらの手続きを経たのち、外部にも公表する。

また、ガイドラインの各事項と位置づけに関しては、社会情勢環境の変化に応じて随時改定を加えていく。

## (2) 社外取締役の選任及び監査役の権限強化

取締役会におけるコンプライアンスの確立を図るため、主要株主以外の社外取締役を若干名置き、当該役員は、第三者の視点から、経営全般に対する助言を行う。

また、監査役の調査機能の強化のため、監査役会担当を増強し、適切にコンプライアンスが履行されているか、取締役会に定期的に報告・進言を行う。

コンプライアンス強化のため、コンプライアンス担当部局を設置し、上記の社外取締役、監査役を側面からサポートする。

## (3) 関西テレビ倫理行動憲章の制定

再発防止策の大きな柱として、企業風土の改革が重要であり、そのために下記の要点を含む倫理行動憲章を制定し、全役員・職員がこれに基づいて行動していくことを誓うことが重要である。

### 記

放送の使命の自覚

国民の知る権利に奉仕する放送の公共的使命を自覚する。

自主性・自律性の確保

番組制作における自主性・自律性が認められていることを自覚し，自らの責任において番組の制作を行う。

放送倫理の徹底

常に放送人としてのモラルの保持・向上に努める。

情報の正確性・客観性の確保

すべての番組制作過程において，事実を尊重し，情報の根拠などその正確性・客観性を確保し，番組においてこれを明示し，かつ，事実に基づき適切な表現をする。

放送の社会的影響力への配慮

放送の社会的影響力の大きさを自覚し，視聴者の信頼に応える番組を制作する。

法令・番組基準・ガイドラインを含めた内部規程の遵守

高い倫理観の下，法令・社会規範を遵守し，公正・透明な活動を行う。

取引先との公正かつ健全な関係の維持

広告主・広告代理店はもとより，制作会社・芸能プロダクション等を含めて公正・公平・健全な取引関係を維持する。

#### (4) 企業情報の適時開示

放送局が担う公共的役割を自覚し，視聴者への説明責任を果たし，開かれた事業運営をすることで社会の理解・信用を獲得し，ひいては企業価値を向上させるために，自らの経営情報を公開する。

具体的には，経営広報セクションを設置するとともに，同セクションを窓口として，事業報告書（アニュアルレポート）・データ集（ファクトブック）・有価証券報告書に準じる経営情報・経営計画・決算短信・番組制作ガイドライン等の社内規程・番組制作にかかる契約基準等を公表する。

また，2か月に1度程度の定例の社長会見を開催し，経営情報・番組情報のみならず，今回の再発防止策の進捗状況などについても発表すべきである。

これらの情報は，ホームページ等を通してアクセスできるようにすることで，一般の視聴者にも開かれた関西テレビを目指す。

### 3 報道，番組制作におけるコンプライアンスの確立

報道，番組制作におけるコンプライアンスの確立のためには，まず，報道，番組制作に携わる者が，放送人としての職業意識（プロフェッショナリズム），公共的な使命を持った放送の番組担当者であるという当事者意識をしっかりと

と自覚することが大切である。報道、番組制作に携わる者は、豊かなテレビ放送が視聴者に資するとの考えのもと、個々人の良心と職業意識に基づいた番組作りができるような報道・番組制作環境に作り上げていくことが肝要であると考え。そのうえで、番組制作に携わる放送人の言論・表現の自由を最大限に保障することによって、放送の多様性を実現することを目指すべきである。

そういった放送のあり方に関する原点に改めて立ち返り、報道・制作現場における具体的改革を以下のとおり提言する。

(1) 番組における情報の正確性を確保するためのチェックフローの作成

ア 番組企画書及び制作報告書に情報の正確性確保の方法を明記すること

番組立ち上げ時の番組企画書や番組終了時及び番組改編期の制作報告書に番組の情報の正確性を確保するための方法を明記する必要がある。

例えば、科学的根拠を確保するための監修者の配置、実験の方法、検査データの提出、根拠となる論文の保管、正確性確認のために必要な場合に求めに応じた提出等に関する方法をあらかじめ明記しておく。

イ 適切な制作会社の選定

番組制作を制作会社に委託する場合は、専門的なノウハウの蓄積、専門家を活用できる体制、放送基準を尊重するコンプライアンス体制等をチェックし、適切な制作会社を選定する。

ウ 制作委託契約書への明記

制作会社との契約書に再委託制作会社に制作を委託することの同意条項の他、再委託制作会社において制作会社と密接に連絡を取り制作を実施すること、発注元である関西テレビの放送基準を遵守するために制作会社が再委託制作会社に対し、制作物の内容に変更・削除などを要望した場合は、その要望に従い誠意を持って制作すること等の条項を明記する。

エ 専門家を監修者として配置

自然科学に限らず学術情報をテーマとして取り扱う番組では、適切な専門家を監修者として選定して配置し、企画会議やオフライン等の制作工程で随時助言を受けられる体制を確保し、オフラインチェックなどの制作工程に参加させ、かつ、監修者の意見を尊重して番組を制作する。

オ 専門家に対するインタビューのあり方

専門家に取材を行う制作スタッフは専門家に対して常に敬意を払い、取材時にコメントの押しつけなどインタビュー内容の強要を行わない。

カ 情報の正確性の根拠となる各種資料の保存及び提出の義務づけ

論文、論文に引用されているグラフ等の実証データ、検査結果（データ）を添付した実験概要メモ、研究者インタビューメモ(外国人研究者の場合は和訳を含む)の作成・保存及びこれらの資料の求めに応じた提出を義務づけ

る（ただし個人情報の取り扱いに十分に配慮すること）。

キ 学術情報の提供を受けた専門家に対する確認

学術情報の提供を受けた研究者(外国人研究者を含む)に対しては、放送前にインタビューの使用部分や使用データの表現、全体構成をプレビューやメールにより確認する。

ク 制作担当者の役割、責任の所在の明確化と情報の共有

これまでは、リサーチャー、ロケディレクター、編集ディレクター、チーフディレクター、総合演出ディレクター、放送局・委託先・再委託先プロデューサー、構成作家、ブレンなどの役割がはっきりしていなかったため、その役割を明確にするともに責任を明確にする。そのうえで、ロケVTRの目的、ロケの方法、VTRの内容につき責任者に伝達し、伝達を受けた者は責任を持ってこれを処理する。

ケ 番組制作関係者による内部通報制度の確立

法令・放送基準・ガイドライン遵守のため、社員のみならず、出演者や制作会社を含んだスタッフによる社外の弁護士等への内部通報制度を確立する。

コ 番組制作担当役員への報告義務

以上のチェックフローを通じて課題があった場合、それにつき取締役会に報告することを義務づけ、取締役会はガイドラインの改正等を含めて適切に処理する。

サ 放送番組に関する制作担当者の発言の場の確保

放送番組の企画・制作過程、放送結果などについて会社側の措置に異論や批判がある場合には、それについて制作担当者の意見を内外に公表する権利を確保し、それを理由にいかなる不利益待遇も受けない。

(2) 考査部門の増強

考査部門は、番組の品質保持、適正な広告が放送されることを確保する重要な部門である。したがって、同部門の独立した判断権限が確保、執行できる体制を構築すべきである。

具体的には、番組・CM考査の手続きについての社内運用規定を定めるとともに、考査部門において番組が放送基準や番組制作ガイドラインに適合しているか、CMが放送基準や諸法令に適合しているかを正当に審査し、その独立した判断を尊重できる体制を整える。

(3) 制作部門の増強

今回、「あるある」「あるある」で発覚した一連の不祥事が起こった背景要因の1つとして、関西テレビの制作部門における人員の貧弱さ、番組制作費の縮減にあったことは言うまでもない。そのような認識に立つとき、

現行レベルの番組制作本数を維持するのであれば、その質の維持・向上を図るために、制作部門における人員の増強を含めた適正な人員の配置や、番組制作費の増額を図るなど、制作部門の増強を進めるべきである。

#### (4) 制作会社との公正な契約の締結

関西テレビと制作会社との番組制作委託業務においては、あくまで「イコール・パートナー」としての関係性を前提とする。両者の契約にあたっては、関西テレビが自ら優越的地位の濫用にあたるような契約は決してしない。また、関西テレビが制作を委託した制作会社が他の制作会社と制作業務の再委託を行う場合、関西テレビが委託した制作会社が再委託した制作会社に、優越的地位が濫用されることのないよう指導・監督する。

制作会社との契約に関しては、公正な契約が履行されているかについて、コンプライアンス担当部局が契約書のチェックを行う。

制作会社の自主・独立を促進し、真に対等な制作パートナーとなるために、番組のコンテンツに関わる諸権利を分かち合うなど、番組制作委託にあたってのルールを確立する。

BBCなど、欧米の主要テレビ局では、番組制作会社への制作委託をした場合、制作作業に取りかかる前に、予定された制作費用の一部を、手付け金として前渡しすることが慣例化している。制作会社への制作費の支払いにあたっては、制作開始時に一定比率の制作費を支払うなど、それぞれの番組の制作体制に合わせた支払い体制を確立する。

関西テレビが制作会社と「イコール・パートナー」の関係性を掲げるのは、関西テレビが視聴者に提供する放送番組の質の維持・向上を目指すことにつながるからである。番組の質の管理については、「イコール・パートナー」である関西テレビと制作会社が協力して行うべきものである。したがって、関西テレビが委託契約をした制作会社はもちろん、再委託契約をした制作会社においても、関西テレビの放送基準・ガイドラインを遵守させ、番組制作を行う。

#### (5) 教育・研修の充実

放送倫理の向上、放送に携わるものとしての職業意識・当事者意識の向上を目指した社内研修を充実する。このような研修には、関西テレビ社員のみならず、関西テレビの放送に関わる制作会社社員、個人契約スタッフ等も参加できるようにする。そこでは、放送界に身を置いて間もない新人教育はもちろん、ミッドキャリアの再トレーニングの場を充実させる。

## 第9 当委員会からの提言

本件に関し，以上のような検証分析，再発防止策の提示をしたうえで，当調査委員会として，関西テレビに以下の提言を行う。

### 1 本件に関する関西テレビの視聴者への説明責任の履行・情報開示

#### (1) 検証番組の制作

関西テレビとして，今回の「あるある」で起こした一連のデータ捏造，改ざん事件を総括し，視聴者に対する説明責任を果たすために，関西テレビのスタッフによる検証番組の制作を提言する。

加えて，今回の不祥事発覚後，関西テレビは，視聴者やメディアに対し，しっかりした説明責任を果たし得なかった側面があったことは否めない。そのような反省も踏まえ，この検証番組は，関西テレビが今回の一連の不祥事をどのように自らの問題と認識し，また，関西テレビが，今回の不祥事からどのように再生していくのかを視聴者に示す最初の手続きであることは言うまでもない。

検証番組は，本報告書が関西テレビに提出されてから，速やかに制作・放送されることを要望する。

#### (2) 報告書，並びにその改善策の開示

今回の一連の不祥事に関する原因究明，並びにその反省を踏まえ，関西テレビが新生するとの決意を示すことを意図して，本報告書の内容，並びに，本報告書を受けて掲げる関西テレビの改善策に関して，関西テレビのホームページ等で開示する。

### 2 視聴者との回路作り

#### (1) 関西テレビ「放送活性化」委員会の設置

外部の有識者からなる関西テレビ「放送活性化」委員会を設け，第三者の視点で，関西テレビの放送に対して，広く論評，注意喚起，提言を行う。同委員会は，関西テレビ社長の要請のもとに設けられる委員会で，事務局はコンプライアンス担当部局が担当する。

委員会は，「あるある」「あるある」での不祥事に関する原因究明・改善策を謳った本報告書を踏まえて，関西テレビが示した再発防止策，再建策の実施状況について見解を表明するとともに，定期的に関西テレビ執行部と建設的な意見交換を行う。

委員会は，関西テレビの放送活動，放送番組に対する視聴者などから届いた意見を集約，検討するとともに，視聴者からの苦情に関して，会社から独立した立場で調査，検証し，その結果をコンプライアンス担当部局を通じて，その内容を社内に還元するとともに，救済措置などの改善策を求めるものと

する。

また、関西テレビの報道、番組制作に携わる者が自由な雰囲気の中で自己の信ずる良識、信念にしたがって報道、制作活動に専念できるよう、良心に反する業務を命じられたときなどには、「放送活性化」委員会に救済を申し出ることができる。委員会は、事実関係を調査のうえ注意喚起・改善を求める機能と権限を持つ。

また、「放送活性化」委員会特選賞を設け、委員会が年に1度、良質な関西テレビの放送活動、放送番組を選奨するものとする。

「放送活性化」委員会は、関西テレビのHPにおいて、関西テレビとは独立した立場で、関西テレビの放送活動、放送番組に対する見解を掲載することができるものとする。また、「放送活性化」委員会が要請した場合には、関西テレビの自己検証番組である「月刊カンテレ批評」においても、同様に意見を表明することができるものとする。

## (2) 視聴者窓口の充実

視聴者対応窓口を充実し、関西テレビの放送活動、放送番組に対する意見・批判・要望を関西テレビとして集約する。それらの「声」は、現場にフィードバックさせるとともに、取締役会、並びに関西テレビ「放送活性化」委員会にも回覧する。

## (3) メディアリテラシー向上のためのプロジェクトの立ち上げ

メディアに対する問題意識を持った主体性・批判性の高い視聴者、いわゆるメディアリテラシーの高い視聴者が増え、関西テレビに対して様々な意見を述べてくれることが、結果的に関西テレビの放送の質を高めていくとの考えから、視聴者のメディアリテラシーの向上を支援するとともに、関西テレビと視聴者がフラットに向き合う場を広げるために、メディアリテラシー向上のためのプロジェクトを立ち上げる。

具体的には、高校・大学や自治体の市民講座などと連携し、「やらせ」と「演出」の境界など、テレビ放送について関西テレビの職員と語り合う場を設けたり、関西テレビの職員とともにミニ番組の制作を体験、批評し合うなどの機会を作っていく。

## 3 新たな番組制作による新生・関西テレビの表明

### (1) 「科学番組のあり方」を検証する連続ドキュメンタリー番組の制作

今回の「あるある」「あるある」で起こった不祥事においては、放送における「科学」の扱い方が大きな問題であった。その反省を踏まえ、放送番組が科学をどのように扱うべきかを追求した、科学者と市民の対話を通して、テレビが科学情報とどう付き合うかをテーマにしたシリーズ、たとえば、

科学的データの番組での取り扱いなどを題材とした、連続ドキュメンタリー番組を制作する。この番組シリーズを制作することで、自らの「失敗」を検証し、また、再発防止に向け、放送番組での「科学」の扱い方のモデルを示すことを目指す。

この連続ドキュメンタリー番組の制作にあたっては、その一部の回を番組制作会社が担当することとし、「イコール・パートナー」の精神に則って制作委託契約を行う。一部の回においては、関西テレビと番組制作会社の合意のもとで、著作権を番組制作会社が、放送権を関西テレビがそれぞれ所有するという契約も実現する。

これらの番組作りを行うことで、「あるある」「あるある」における不祥事に内在した放送局と番組制作会社との関係性を再認識し、また、その関係性の改善に向けた具体的なステップとされたい。

## (2) 関西発の地域番組の充実

今回の「あるある」「あるある」は、関西テレビ東京支社の制作部がその担当部署であった。日本の放送界においては、番組制作資源の東京一極集中化が極度に進行してしまっていることはしばしば指摘されてきたところである。特に、いわゆるプライムタイムに放送されているネットワーク番組の多くが東京で制作された番組である。今回の一連の不祥事が発生した背景には、在阪の関西テレビが発局である番組を、在京の番組制作会社が制作していたことで、関西テレビのハンドリングが十分に行き届かなかったとの指摘もある。

このような経緯を踏まえ、原点に立ち返り、関西テレビの所在地である大阪制作の番組の充実に力を入れることを提言する。具体的には、大阪制作、地域を大切にした番組の強化・拡充に目を向け、この一連の作業を進めることで、地元根ざした番組制作力の深化を喚起できるのではないかと。

## 4 関西テレビの責務

今回、関西テレビが起こした不祥事は、放送に対する視聴者の信頼を裏切るものであり、その責任は重い。このような不祥事が再び起こらぬよう、関西テレビ自身が再発防止に務め、その体質を改善していくことはもちろんのこと、関西テレビはこの教訓を生かして、日本の放送界全体に広く問題を共有してもらうよう努力するとともに、率先してその予防を説いていくことが責務と言えよう。

今回の不祥事を見ても分かるように、現在の日本の番組制作現場の状況を鑑みると、放送人としての高い職業意識（プロフェッショナリズム）、当事者意識を持った人材の育成は、広く放送界全体に共通する問題と言わざるを得な



い。今回の事件を契機に、関西テレビが率先して、NHK、民放、全日本テレビ番組製作社連盟（ATP）などに働きかけ、職種に応じた放送人の研修制度の整備に尽力することを提言する。

また、将来的には放送界が大学との連携を図り、放送界を目指す若者が広く放送ジャーナリズムや放送倫理に関して学ぶ場を提供するとともに、現役の放送人がアカデミックな場で自らの職業、放送界を探究する機会を設けていくことが、必ずや、より一層、質の高い放送人の育成につながることとなろう。欧米のメディア界を見ると、ジャーナリズム・スクールなどの専門職大学院などと深く連携しあい、実践的かつ高度なジャーナリスト養成が行われている。関西テレビは、率先して大学等の高等教育機関と連携し、倫理観の高い放送人を養成するべく関連講座の開設を支援するとともに、日本のメディア界全体に協力を要請していくべきである。

制作・放送に関わる者は、放送された番組の向こう側に幾百万の視聴者が存在し、その放送活動を24時間、絶え間なく見つめていることを決して忘れてはならない。目先の収益性や番組枠の維持にこだわることなく、視聴者の利益に資するという考えに立った制作・放送のあり方を堅持すべきである。

それぞれの番組制作関係者（テレビ局、制作会社、科学者等出演者、広告会社、及びスポンサー等）が、それぞれの当事者としての立場から、緊張感・責任感を持って制作・放送にあたるのが、不祥事を起こさないための最後の砦である。なぜなら、制作・放送にあたるのは、結局は人だからである。そのような人間力を無視しては、いくらコンプライアンス体制などを構築しても、その制度は機能しないのである。制度を担う人の質と能力の向上のために、たゆまない研鑽が必要である。その意味でも関西テレビは、今回の不祥事を機に「放送の未来」に向けて積極的に貢献していくべきなのである。

## 【おわりに 再生のための 関西テレビモデル の創出を】

関西テレビ「発掘！あるある大事典」が引き起こした番組捏造等の事件を知って、私たちは驚き、啞然とした。といっても、東京でテレビを見ていた人にとっては、それはフジテレビということであり、北海道では北海道文化放送、沖縄なら沖縄テレビを見ていた人ということになるのだが、多かれ少なかれ視聴者はテレビ一般というものに対して、「だまされた」「テレビは何ていい加減なんだ」という怒りや失望感とともに、「しょせんテレビなんかこの程度のものだろう」という、いささか突き放した感情を抱いたのではないだろうか。

放送は日本にすでに永く根づいてきた文化である。テレビ局が一企業であり、放送界がひとつの業界であるとしても、そこで暮らしと社会を語り、国内外の政治と経済の動きを伝え、ドラマや芸術や芸能を紹介するという仕事は、私たちが生きる「いま」「ここ」という時空の質感を左右し、表現する文化そのものである。テレビに怒り、突き放したつもりでも、私たちはテレビから逃れることは到底できない。それは、だれも文化という檻から逃れることができないことと同じである。だからこそ、テレビ局には、放送界には、放送文化には、しっかりしてもらいたい、と私たちは思う。

その後、この問題の調査委員会の委員を委嘱された私たちは、「納豆ダイエット」を手はじめに、「あるある」「あるある」の数々のOAテープや資料を精査するとともに、番組制作に携わった多くの関係者からのヒアリング調査を行った。詳細はこの報告書に記したとおりだが、その間にも私たちの念頭から離れなかったのは、関西テレビと各制作会社を含めた放送界全体が失った信用の大きさだった。

放送界は、これまでもいくつかの不祥事を起こしてきた。そのたびに総務省が行政指導を行うケースも増えているが、さしたる効果があったようにも思われない。公権力が言論表現の自由に関与することの問題性を別にしても、それは、ことマスメディアや文化に関わることについては、外部からの指導や規制等ではなく、内部からの、内発的な自浄とたゆまぬ改革の努力こそ不可欠であり、それこそがもっとも有効なのだ、ということを示している。

私たちはこの報告書において、関西テレビの経営陣に対しても、制作サイドに向かっても、これまでにない、かなり踏み込んだ改革案を提示した。番組基準に関するガイドラインは、取締役会が決議し、公表すべきであるという提案も、内外の風通しのよい放送活性化委員会をあらたに設置すべきだ、という提案も、「放送で失ったものは、放送で取りもどすべきだ」という、私たちの信念と期待を伝えたかったからである。テレビ局が本来持っているはずの番組制作力を回復していくこと、その過程で制作会社や視聴者・市民とのあらたな信頼関係と共同性を築いていくこと、関西テレビが再生していく道筋はここにしかない。

今日、テレビとテレビがもたらす情報は、私たちの暮らしの隅々にまで浸透している。言い換えればそれは、番組だけでなく、放送界に携わる人々の一挙手一投足が衆人環視のもとにある、ということである。テレビ局の側からは、私たちが視聴率という数字にしか見えないというのは、感覚が鈍磨しているからにすぎない。

今回の出来事をきっかけに、日本民間放送連盟やNHKといった放送局関連の組織だけでなく、番組制作社の団体や放送倫理・番組向上機構（BPO）などでも、番組制作と放送界のあり方をめぐる議論が高まり、それぞれが改革に向かって動き出している。関西テレビは、そうした自律的な動向に沿いながら率先してみずからを改革し、放送界全体の自由闊達な活動に寄与していく責任を負っている。

振り返ってみれば、調査委員会の活動は約7週間という短いものであったが、この間、私たちは関西テレビ関係者のみならず、幾多の制作会社関係者、出演者など、放送界に関わる多くの人々に会った。ヒアリング調査という堅苦しい場でお会いすることも多かったが、それでも少なくない人たちが、再起の決意を語り、再生に向けての覚悟を口にした。

調査委員会の活動に協力してくださったこれらの方々に、私たちは深く感謝したい。

危機を作り出してしまふのは人間だが、危機から立ち直るのも人間である。関西テレビ関係者と番組制作関係者が、今後、機構改革においても、あらたな番組制作においても、放送文化の再生においても、具体的に、着々と、めざましい成果を上げ、テレビが失敗したときはこのように立ち直るのだ、という 関西テレビモデルともいべき典型を創出し、みごとな軌跡を示されるよう、私たちは強く期待している。

平成 19 年 3 月 23 日

「発掘！あるある大事典」調査委員会