
「ぴーかんテレビ」 検証報告書

2011年8月30日

東海テレビ放送

「ぴーかんテレビ」 検証委員会

<目 次>

| | |
|---------------------------------|----|
| はじめに | 1 |
| 1. 検証委員会について | 2 |
| 2. 「ぴーかんテレビ」について | 4 |
| 3. 不適切放送の内容 | |
| 1) 概 要 | 7 |
| 2) 放送までの経緯 | 7 |
| 3) なぜ不適切なテロップを作成したのか | 8 |
| 4) なぜ不適切なテロップは放置されたのか | 10 |
| 5) なぜ新人TKは操作ミスをしたのか | 12 |
| 6) なぜ23秒間も放送されたのか | 14 |
| 7) 不適切テロップが放送された直接的要因 | 16 |
| 4. 不適切放送の背景 | |
| 1) 制作スタッフ数から見た「ぴーかんテレビ」 | 22 |
| 2) プロデューサーの不安 | 22 |
| 3) 経営計画と「ぴーかんテレビ」 | 23 |
| 4) アラームは鳴っていた | 26 |
| 5. 再発防止策 | |
| 1) 防止策を考える | 28 |
| 2) 緊急対策について | 28 |
| 3) 継続的対策について | 29 |
| 4) 信頼回復のために | 29 |
| 6. 被災地と向き合う | 30 |
| おわりに | 31 |
| <資料1> 不適切テロップ問題の経緯 | 32 |
| <資料2> 電話・メールの声 | 34 |
| <資料3> 「ぴーかんテレビ」電話・メール対応件数 | 35 |

はじめに

「怪しいお米」「汚染されたお米」「セシウムさん」——8月4日の情報番組「ぴーかんテレビ」で、誤操作により放送されたテロップです。東日本大震災の被災地が復興に全力を挙げている中、岩手県産米「ひとめぼれ」が安全であるにもかかわらず、原発事故の放射能に汚染されているかのような誤解を招く極めて不適切、不謹慎なものでした。

岩手県を始めとする農家の皆様、被災地の皆様のみならず、日本中の人々に大きな精神的苦痛を与える行為でした。本来、風評被害を正す立場の放送メディアとして弁解の余地はありません。関係者の皆様には改めて深くお詫びを申し上げます。

東海テレビは今回の事態を重大かつ厳粛に受け止め、「ぴーかんテレビ」検証委員会を設置しました。検証委員会の任務は不適切放送の原因究明と再発防止策のとりまとめ、検証番組の制作と検証報告書の作成です。

委員会の構成は、委員長・祖父江伸二（常務取締役）、委員・広中幹男（取締役報道スポーツ局長）、同・高木卓司（取締役制作局長兼情報制作局長）、同・古橋明（経営企画局長）、同・中根康邦（総務局付局長）、同・春田亮介（技術局長）、特別委員・音好宏（上智大学教授）の7名です。

音好宏特別委員は外部の中立的立場で、客観的に検証プロセスや再発防止策を点検し、検証番組の監修を行いました。音特別委員はヒアリングにも参加し、中堅社員4名からなる特別委員専属スタッフと共にヒアリング内容や各種資料の分析も行いました。

検証の結果として、テロップ制作者が「ふざけた気持ち」で作成した不適切なテロップがチェックミスで放送段階まで残り、未熟なタイムキーパーの操作ミスで放送されましたが、スタッフ間のコミュニケーション不足など番組全体の危機管理機能が脆弱で、安全に生放送を行う体制になかったことが指摘されました。責任は全て東海テレビに帰結するものです。

再発防止策では、緊急対策として制作手順の確認やチェック体制の再点検などを、継続的対策として番組制作現場の整備だけでなく、全社の体質改善を図るための施策を立案・実施する再生委員会（仮称）の設置を提言しました。

また、報告書では東海テレビが震災被災地としっかり向き合うため、放送メディアとしての支援策もまとめました。

この検証報告書を提出するにあたり、多大なご迷惑をおかけした関係者の皆様に重ねてお詫びを申し上げますと共に、秋の豊作と、被災地の一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

1. 検証委員会について

2011年 8月 6日 「ピーかんテレビ」社内検証委員会を設置
8月10日 第三者の特別委員を加え「ピーかんテレビ」検証委員会と変更

<委員会の構成>

| | | |
|------|---------|--------------------|
| 委員長 | 祖父江 伸 二 | (常務取締役・コンプライアンス担当) |
| 委員 | 広 中 幹 男 | (取締役報道スポーツ局長) |
| 委員 | 高 木 卓 司 | (取締役制作局長兼情報制作局長) |
| 委員 | 古 橋 明 | (経営企画局長) |
| 委員 | 中 根 康 邦 | (総務局付局長) |
| 委員 | 春 田 亮 介 | (技術局長) |
| 特別委員 | 音 好 宏 | (上智大学文学部教授) |

事務局員 7 名

<委員会の目的>

2011年8月4日放送「ピーかんテレビ」で不適切なテロップを放送した不祥事について、関係者のヒアリングやアンケート、及び関連する資料を基に、不祥事が起きた原因と背景を分析し、検証番組を制作し、検証報告書を作成する。また、再発防止策に関する方向性、及び被災地への復興支援に向けた取り組みに関する提言も行う。

<特別委員の役割と権限>

特別委員は外部の中立的立場で、客観的に検証プロセスや再発防止策を点検する。併せて、検証番組の監修を行う。また、社員・外部スタッフのアンケートの実施等、検証作業において、特に第三者による中立性を担保する必要性の高い作業の遂行のために、事務局員とは別に中堅社員4名からなる専属チームを特別委員のもとに置く。

<調査の主な内容>

(1) 調査期間 2011年8月10日～8月29日

(2) ヒアリング

対象人数： 36名

延べ時間： 43時間

対象者：▽東海テレビ関係 16名

代表取締役会長、代表取締役社長、情報制作局長(当時)、
元情報制作局長、情報制作部長(当時)、編成局次長、
前コンプライアンス担当役員、コンプライアンス部長、
番組審議室関係者2名、

「ぴーかんテレビ」総合プロデューサー、

同番組プロデューサー兼ディレクター、

同音声、同司会アナウンサー2名、マスター(放送監視)

▽外部スタッフ関係 20名

アシスタントディレクター2名、

「別冊!ぴーかん」ディレクター、スイッチャー、照明、
ビデオエンジニア2名、マスター(放送監視)、

テロップ制作関係者3名、アシスタントプロデューサー

兼タイムキーパー、タイムキーパー、フロアディレクター、

音響効果、VTR担当、テロップ制作会社幹部2名、

タイムキーパー所属会社幹部、番組制作会社社長

(3) 関係資料の調査

経営計画、収支推移、制作費推移、人員の推移、視聴率推移、外部との
契約関係等

(4) アンケート調査

対象者： 東海テレビ従業員 320名(回答：204名)

外部スタッフ 44名(回答：40名)

<合計> 364名(回答：244名)

(5) 委員会開催回数 11回

2. 「ぴーかんテレビ」について

「ぴーかんテレビ」は1998年の4月改編でスタートした。月～土曜日ベルト、午前9時55分～10時55分の60分編成。午前の在宅主婦層をターゲットに、ショッピング、ファッション、グルメ、料理、行楽、身近な法律問題など、様々な生活情報を生放送で提供した。それまで午前10時台はドラマの再放送やアニメで編成され視聴率も低迷した時間帯だった。午前帯におけるローカル情報番組のベルト編成は名古屋地区で初の試みで、全国的にも注目された。

スタート直後の視聴率は芳しくなかったが、次第に視聴者の支持を広げ、地域に定着してきた。編成枠に若干の変更は行われたが、5年目から平均視聴率が5%を超えるようになり、占拠率も20%近くまで伸びた。「ぴーかんテレビ」と言えば東海テレビ。看板番組のひとつに成長した。

東海テレビの現在の情報番組の制作手法、スタッフワークなどは「ぴーかんテレビ」から学んだものも多い。東海テレビの他の番組に関係する制作会社、出演するタレント、ゲストなども「ぴーかんテレビ」からの付き合いが少なくない。

「ぴーかんテレビ」が編成上の大幅な構造改革を行ったのは、2010年4月期である。月～金曜日で午前9時55分～11時30分の95分枠に拡大、そのうち木曜日だけは「別冊！ぴーかん」を11時～11時30分で編成した。

大きなポイントは、それまで11時台に放送されていた10分の通販番組を「ぴーかんテレビ」の月～金曜日に取り込んだことである。この通販番組は東海テレビと東海テレビ子会社の共同事業で、「ぴーかんテレビ」の訴求力で売上増大を図る狙いがあった。通販事業はその後、売り上げを伸ばした。

「ぴーかんテレビ」は営業的にも大きなメリットがあった。スポンサー新商品の紹介、プレゼントなど様々なパブリシティ要請を受け入れた。安定した視聴率にも支えられて番組提供スポンサーはほぼ完売状態だった。今回の不適切テロップを放送したのは木曜日の「別冊！ぴーかん」で、この番組は通信販売と営業パブリシティだけで構成されていた。

様々な社内事情を受け入れながら、「ぴーかんテレビ」はニュース・時事コーナーが人気を集めるなど、視聴率を伸ばしていった。2010年度は平均視聴率が5.5%と歴代最高を記録した。経営計画での目標視聴率をクリアしたため、番組スタッフは担当役員表彰を受けた。東海テレビの看板番組であり、優良番組であった。

◇「ぴーかんテレビ」の沿革

<放送期間>

1998年3月30日～2011年8月4日（放送回数 3,620回）

<放送時間の推移>

| | |
|------------------|-------------|
| 放送開始時～2009年 9月まで | 9:55～10:55 |
| （月・金曜）2009年10月以降 | 9:55～11:30 |
| （木曜）2009年10月以降 | 9:55～11:00 |
| 「別冊！ぴーかん」 | 11:00～11:30 |
| （火・水曜）2010年 4月以降 | 9:55～11:30 |

<放送内容の推移>

▽放送開始～2008年12月末

「生活情報」を中心に、特集VTR・中継・スタジオ料理等で構成。

▽2003年10月13日（月・祝）

歴代最高視聴率 12.9%を記録。

▽2009年 1月～ 「おさらいTIMES」スタート。社会情報を扱う。

▽2009年 4月～ 社会情報を中心に展開。

ボードでの「新聞レビュー」、大ボードを使った「ど～も気になる」で番組前半を展開。月曜のみ通販「一番本舗」を番組内で放送開始。

▽2009年10月～ 月・金曜95分に拡大。

木曜11:00～11:30「別冊！ぴーかん」開始。

「一番本舗」が月曜・金曜の週2曜日に。

▽2010年 4月～ 月～金曜が95分枠に拡大。

番組枠が2部制に。

1部（9:55～11:00） 2部（11:00～11:30）

前日ネタ決めの「機動隊」コーナー開始。「一番本舗」月～金の週5曜日に。木曜「別冊！ぴーかん」は通販と営業パブリシティで構成。

<視聴率の推移>

[1998年度 3.7%][1999年度 4.5%][2000年度 5.0%]
[2001年度 4.8%][2002年度 5.5%][2003年度 5.1%]
[2004年度 5.3%][2005年度 5.1%][2006年度 4.6%]
[2007年度 4.5%][2008年度 4.3%][2009年度 5.1%]
[2010年度 5.5%] (※1部のみ)

◇ 「びーかんテレビ」と視聴者

「びーかんテレビ」は視聴者からどのように受け止められていたのだろうか。東海テレビの番組に対する問い合わせ、意見、苦情などの電話や手紙、メールは「視聴者の声」として、番組審議室の視聴者対応係に寄せられる。

平均すると1年間では約2,000件、そのうち10%前後が「びーかんテレビ」に関するものであり、番組別件数ではほぼ毎月トップであった。

「びーかんテレビ」に対する声の内訳では、番組で紹介された観光スポットや店舗、商品などの情報に対する問い合わせが最も多い。番組に対する意見では、視聴者からの番組で取り上げてほしい情報提供であったり、番組内容や出演者の発言に対する賛否などであったり、内容は様々である。番組への苦情では、出演者のニュースについての発言に対して、などのケースで見られた。

視聴者からの声は、番組制作上注意すべき事項については、番組審議室が速やかに、制作現場に伝えている。また、番組審議室は、視聴者の声の内容や傾向などを「視聴者対応レポート」としてまとめ、週報を全従業員と登録された外部スタッフに、月報を社内全部署の部長以上に、メールで配信している。また、週報をメールで受け取れない外部スタッフにも社内に掲示することで周知を図っている。

2009年以降の問い合わせ件数などは、以下の通りである。

< 「びーかんテレビ」視聴者対応件数 >

| * 2009年1月～12月 | | 全体件数 |
|---------------|---------------|-----------|
| 電話・文書 | 1,584件(10.5%) | (15,079件) |
| メール | 157件(4.8%) | (5,970件) |
| <合計> | 1,741件(8.2%) | (21,049件) |
| * 2010年1月～12月 | | 全体件数 |
| 電話・文書 | 1,871件(12.6%) | (14,749件) |
| メール | 207件(4.8%) | (4,280件) |
| <合計> | 2,078件(10.9%) | (19,029件) |
| * 2011年1月～6月 | | 全体件数 |
| 電話・文書 | 1,007件(12.3%) | (8,154件) |
| メール | 106件(4.5%) | (2,332件) |
| <合計> | 1,113件(10.6%) | (10,486件) |

3. 不適切放送の内容

1) 概要

<番組名> 「ぴーかんテレビ」(情報制作局情報制作部主管)

<日時> 2011年8月4日(木)
午前11時03分35秒～58秒(23秒間)

<表示内容> 「怪しいお米」「汚染されたお米」「セシウムさん」

<放送内容> 番組中に誤って上記内容のテロップを放送した

2) 放送までの経緯

▽ 8月3日(水) 正午

「ぴーかんテレビ」で8月1日(月)から、東日本大震災復興支援のため岩手県産米「ひとめぼれ」の視聴者プレゼントを行っていた。当選者の発表方法は8月3日(水)までの3日間は、大きな用紙に手書きで発表していたが、4日の放送分については、スタジオにある大型テレビで表示し発表することをスタッフ会議で決定した。

▽ 8月3日(水) 午後2時30分

アシスタントディレクター(以下AD)2名がテロップ制作ルームを訪れ、当選者の発表方法の変更を伝えた。大型テレビに映し出す当選者テロップの作成を、担当者である50代の男性外部スタッフに依頼した。当選者は生放送中に決まるため、通常はテロップに仮の名前などを入れておくが、担当のテロップ制作者はこの時、問題の不適切な文言を記入したテロップを作成した。

▽ 8月3日(水) 午後7時

翌日の放送で使うテロップを確認するため、2人の女性外部制作スタッフがテロップ制作ルームを訪れた。1人はこれまで生放送の経験が少ないタイムキーパー(以下新人TK)、もうひとりアシスタントプロデューサー兼タイムキーパー(以下女性AP)である。2人はこの時初めて不適切なテロップを見た。女性APは強く修正依頼をしたが、テロッ

プロ制作者は修正依頼とは認識していない。通常、TKはテロップをプリントして、プロデューサーやディレクターに確認を求めるが、この日、この不適切なテロップについてはプリントせず、報告もしなかった。

▽ 8月4日（木） 午前8時20分

女性APが、不適切なテロップが修正されていないことに気がつき、テロップ制作者に再度修正を依頼した。しかし、テロップ制作者は応じていない。「(修正依頼をされた)記憶がない」と証言している。

すでにリハーサルが始まっており、他の作業の確認などで女性APは、さらなる修正依頼やディレクターへの報告ができず、結局、生放送が始まるまで不適切なテロップは修正されなかった。

▽ 8月4日（木） 午前9時55分

「ぴーかんテレビ」生放送がスタート。木曜日の「ぴーかんテレビ」は2部構成で、1部は社会情報中心。2部は「別冊！ぴーかん」として通販コーナーと営業パブリシティ情報中心の構成である。岩手県産米「ひとめぼれ」のプレゼントは1部の冒頭（9時55分過ぎ）で告知し、当選者の発表は2部の終了直前（11時23分頃）を予定していた。

▽ 8月4日（木） 午前11時00分

「別冊！ぴーかん」の放送が始まる。司会の福島、勅使河原アナウンサーの挨拶のあと、通販コーナーの紹介があり、事前収録VTRに切り替わった。「別冊！ぴーかん」では、このVTRが流れている時間を利用して、次のコーナーのリハーサルや段取り確認をしていた。

この日は、番組終了前にプレゼントの当選者発表がある。スタジオからの希望で、スタジオの大型テレビに「当選者のテロップ」を映し出すことになった。スタジオのフロアディレクター（以下FD）から依頼された新人TKは、「問題のテロップ」がまだ修正されていないことを知っていたながら、スタジオの大型テレビだけに出そうとしたところ、操作を誤った。

11時03分35秒。問題のテロップが放送された。

3) なぜ不適切なテロップを作成したのか

不適切なテロップを作成したのは、50代の男性外部スタッフ。高校を卒業後、現在とは別の制作会社に3年間在籍し、東海テレビでカメラアシスタントとして働いていた。その後、現在の制作会社に入り、テロップ制作者と

して東海テレビの仕事をしていた。東海テレビでの仕事は通算30年以上である。周りからは無口でおとなしい、とっつきにくいとの評価が多く、また仕事については、「手が遅い」「ややスキルに難がある」などと評価は高くなかった。スピードと判断力が要求されるニュースの担当から、3年前に「ぴーかんテレビ」の担当になっていた。

「ぴーかんテレビ」の担当になってからも、一部スタッフの間からは仕事が遅いなどの評価を受けていた。こうした声は所属する制作会社にも届き、会社幹部は近い将来、緊張感を要求される生放送番組の担当から、比較的自分のペースで仕事ができる、生放送以外の番組への配置転換を考えていた。

「ぴーかんテレビ」のスタッフの中では、最年長であるが、目立たず、リーダー的存在とは程遠いおとなしい性格であった。しかもテロップの修正依頼などが殺到すると、いわゆる「テンパる」ことがよくあり、周りの様子がよくわからなくなることがあった。

テロップ制作者に対するヒアリング調査は、「ぴーかんテレビ」を担当する情報制作部の2人の幹部が30分2回、音好宏特別委員を含む検証委員会が2回、それぞれ2時間と1時間の計4回、4時間行われた。

問題のテロップを放送した当日の8月4日と翌5日の2回、情報制作部の幹部によるヒアリングで、なぜあのようなテロップを作成したか、についての問いに対して、テロップ制作者は「ふざけた気持ち」だったと証言していた。

その後の検証委員会のヒアリングでのテロップ制作者の証言である。

「全くその時はそれがオンエアに出るとは思ってもいませんでした。本当に思いつきでちょっと半分ふざけ、まあ思いついたことをポンポンと文章に入れてしまっただけ。特に会社の中の人たちとか、なんとかしてやろうとか、東北の方にこうしてやろうとか、そういう気持ちは全くなかったです…」

「ふっと前日の新聞、汚染牛とかありますよね、その中でそういう言葉が浮かんでぱっと作ってしまった。半分ちょっとふざけがあったのだと思いますが、それで作ってしまった。ただそれだけです。特に何かしてやろうという気持ちは全くなかったです」

たとえ放送に使わない仮のテロップとして作成したとはいえ、原子力発電所の事故によって、放射能汚染の恐怖にさらされている人々への思いに至ることもない、しかも口に出すことさえ憚れる文言を平気で書いてしまった行

為からは、テロップ制作者が著しく社会常識に欠けていることが伺える。

不適切テロップを作成した動機・理由は今回の検証のポイントだが、2回の検証委員会のヒアリングで同様の質問を計5回しているが、証言内容はほぼ同じであった。

しかも「ふざけた気持ち」と「頭に浮かんだ言葉を書いただけ」というのは、意味が違うのではないか、「ふざけた気持ち」には、意図的なものを感じ取ることができるが、との問いには即答できず、質問の趣旨が理解出来ない様子が見て取れた。

東海テレビは、不適切なテロップを放送した翌日の8月5日に、問題のテロップを作成した理由について「ふざけ心」だったと発表した。視聴者から「テロップ制作者には特定の意図があったのではないか」との疑問が寄せられていた。

検証委員会は、本人や上司、一緒に働くスタッフの証言などから、特定の個人や所属する制作会社、東海テレビに対する恨みはなく、また思想的な背景、精神疾患などもなく、さらには社会常識の欠如が散見されることなどから、不適切テロップの作成については、意図的なものは全くないと判断した。

また、テロップ制作者が仮にある特定の意図をもって、不適切なテロップを作成し放送しようと思っても、彼ひとりではシステム上、放送を実現することはできない。

テロップ制作者と新人TKとの共謀の可能性についても、ヒアリング結果などから、その疑いも全くないと判断した。

4) なぜ不適切なテロップは放置されたのか

前述したように、テロップ制作者が不適切なテロップを作成したのち、放送前日と当日朝の2回、新人TKと女性APの2人は、テロップ制作者に修正依頼をしている。

新人TKは、20代半ばの女性外部スタッフである。「ぴーかんテレビ」のADを3年経験し、最近本人の希望を受け入れる形でTKに転身した。この日がTKとして独り立ちとなって5回目の生放送だった。

一方、女性APは40代後半の女性で、所属会社はなくフリーである。14年前の「ぴーかんテレビ」立ち上げから関わっていた。女性APは、「ぴーかんテレビ」のTKを長く担当しており、AP業務のかたわら、新人TKが独り立ちしたあとも、TK業務の指導役を自主的に担当していた。問題の8月4日(木)はAP業務の日だった。

前日の午後7時頃、まず新人TKひとりが、翌日放送分47枚のテロップの確認作業をした。その際、新人TKは初めて、問題のテロップの存在に

気付き、「なんですかこれ」と聞いたところ、テロップ制作者は「仮のテロップなのでダミーとして入れただけ」と答えた。

そこへ女性A Pが来て、もう一度翌日放送分47枚のテロップの確認を始め、女性A Pも問題のテロップの存在を知った。

▽新人TKの証言

「私が先にテロップ制作ルームに行って確認しているところに、女性A Pが来て、一緒にもう一度見直しました。その時、問題のテロップがあったので、パソコン画面では小さいので、テレビモニターのところに出してもらって、大きく拡大してもらいました。“何でこんなことが書いてあるの”“何ですかこれは”と女性A Pが言いました。“うちの子たち（AD）が、こんな発注しました？”と言って発注用紙を確認していました。そういった内容は書いてなかった。テロップ制作者も“発注用紙には何も書いていない。私がダミーで入れただけです”と言っていました。女性A Pが“やめて下さい、不謹慎です”というようなことを言っていました。テロップ制作者は“はい、はい、はい”というような対応でした」

▽女性A Pの証言

「“これはあなたが書いたわけですか”と尋ねたら“そうです”と。“どうしてそういうこと…。あまりに不見識ですよ”とかなりの大声で怒鳴りました。隣にいた人間にあとで“テロップ制作者は手が震えていたくらいだから、すごく怖がっていましたよね”と言われました。“消せ”といったかどうかは覚えていませんが、“使えません”ということをはっきり伝えました。結構間違いが多い方だったので、その前に別の間違いを何か所か直してもらっていました。その途中だったので、あえてその場で直すというより、直しがどんどんあったので、その場で直すということもしてなくて、“お願いします”と言って帰りました」

今回のような不謹慎なテロップを過去に見た事があるか、との問いには、「一度もありません。リハーサルでもふざけてそういうことをやったことはありません」と証言している。

テロップの確認は通常、発注されたテロップをすべてプリントして、プロデューサーやディレクターが行うが、2人は問題のテロップをプリントしなかった。その理由として女性A Pは、「明らかに間違いなものは、直してからでないとは確認はしてもらっていない。テロップの内容についても伝えていない」と証言している。

そして放送当日の午前8時20分。副調整室（以下サブ）ではすでにリハーサルが始まっていた。新人TKもリハーサルに参加し、女性APがひとりでテロップを確認していた際、問題のテロップが修正されていないことを確認した。

▽女性APの証言

「“これってまだ直っていませんよね。わたしは昨日も使えないって言いましたよね”と言うと、テロップ制作者は“はい、はい、はい、分かっています”と私の言葉を半分遮るみたいに言っていた」

この時、テロップ制作者は当日朝に発注された43枚のテロップの作成と修正に追われ、女性APの修正依頼について「記憶がない」としている。

この日の「別冊！ピーかん」の担当プロデューサー兼ディレクター（社員）も放送前にテロップの最終確認をしたが、問題のテロップの確認はしていない。

▽プロデューサー兼ディレクターの証言

「スタジオの大型テレビの画面は、当日は3枚出す予定でした。3枚目が当選者発表の問題のテロップなんですけど、3枚目の当選者画面が、あるべきところに何も入っていませんでした。何枚かチェンジを送って見ました。チェンジして入っていませんでしたので、当選者の名前が決まったらあとに入れられるだろうと思っていました。そこで改めてチェックする必要もないと、深く考えずにその場は画面を出して、という指示はしませんでした」

女性APも生放送を前に別の準備作業を優先させてしまい、結局問題のテロップは修正されることなく、そのまま生放送を迎えてしまった。

5) なぜ新人TKは操作ミスをしたのか

前述したように、新人TKは20代前半で、名古屋市内の制作会社からの女性派遣社員である。大学卒業後制作会社に入社、「ピーかんテレビ」のADを3年経験して、本人の希望もあって今年5月1日からTK業務の勉強を始めたばかりだった。これまで「ピーかんテレビ」の月曜日と木曜日の計5回、サブのTK席で業務をこなし、形としては独り立ちであったが、女性APのサポートが必要との認識を幹部スタッフは持っていた。

「ピーかんテレビ」で使うAサブには、テロップ送出機が2台（T1、T

2) ある。放送中にテロップや字幕スーパーを放送画面に出力するのはT 1で、スタジオの大型テレビにテロップを出す場合はT 2を使って行うルールになっている。

この日、通販VTRが始まると、スタジオのFDが、サブの新人TKに対し、当選者発表のリハーサルをするため、テロップをスタジオの大型テレビに出すように求めてきた。新人TKは、問題のテロップがまだ修正されていないのを知っていたため、FDに対し「まだ当選者も発表されていないのと、入力もされていないので、ダミーも何も入れていないです」と答えた。

しかし、再度FDから「当選者が入っていないから、何か画があるかなあ」と言われ、新人TKは「オンエアには乗らないと思っていたので」問題のテロップを大型テレビに出す作業に取り掛かった。

新人TKは最初、ルール通りT 2の中を探したが見つからないため、さらにT 1を探し、問題のテロップを見つける。

これは、テロップ制作者が、放送画面用のT 1に入れたままにしていたからだった。

テロップ制作者は「T 1、T 2の詳しいシステム（ルール）は、把握していませんでした」と証言している。つまりテロップ制作者は、危機回避するためのルールを知らなかった。

新人TKは、スタジオの大型テレビに問題のテロップを出すために、T 1にあった問題のテロップを選択するためチェンジボタンを押した。

一方、この時T 1の出力1につながったスイッチボタンは、番組のロゴマークを画面左上に常時表示するため、ディレクターによってオンの状態、つまり放送状態になっていた（P 19 図①参照）。このため、問題のテロップを選択した途端、放送画面の番組のロゴマークが、そのまま問題のテロップに切り替わってしまった。

テロップや字幕スーパーが放送画面で使用中的である場合、TKの目の前にある操作モニターには赤いランプが表示されるが、新人TKは、これも確認せずに操作した。

この操作によって、放送画面は、通販VTRの映像に問題のテロップが、かぶさった形になった。

新人TKはサブの放送画面に目をやったが、その画面は、「リハーサル用の画面だと思っていた」。

放送画面には問題のテロップが映り、スピーカーからは通販VTRの音声が続いていた。

6) なぜ23秒間も放送されたのか

「別冊！ぴーかん」のAスタジオには、福島、勅使河原の両アナウンサー、スタジオ進行役のFD 1人、その補助を務めるAD 2人、カメラマン、さらに照明、美術、メイクのスタッフなどの計17人がいた。

1階上にはスタジオをコントロールするサブがある。サブには番組全体を指揮するディレクター、時間管理やテロップ操作の一部を担当する新人TK、女性AP、カメラやVTR、テロップなどの素材を切り替えていくスイッチャー、照明、映像を調整するビデオエンジニアが2人、VTRを再生する担当者、音声担当、音響効果、そして不適切テロップを作成したテロップ制作者ら合わせて11人がいた（P20 図②参照）。

午前11時「別冊！ぴーかん」の放送がはじまる。福島、勅使河原両アナウンサーの冒頭あいさつのあと、番組は通販のVTRへと進行した。VTRは9分間。

サブにいた複数のスタッフの証言によれば、この時間は「ほっとする時間」「ブレイクという感じ」だとして、緊張感に欠ける時間帯だったことを認めている。

そのひとりが、この日の「別冊！ぴーかん」の担当プロデューサー兼ディレクターだった。彼は通販の担当プロデューサーも兼ねており、通販のVTRはすでに複数回チェックをしていた。

▽プロデューサー兼ディレクターの証言

「9分間は言い方は悪いかもしれませんが、ちょっとブレイクというような気はしていました。ましてや自分が何度も何度もプレビューしている完成VTRですので、ちょっと目を離しても、という意識があったと思います」

通販VTRの時間を利用して、通販の後のスタジオ部分の段取り、リハーサルが始まった。女性APは、本来の業務として第1部「ぴーかんテレビ」の出演者を見送るためサブから退出した。

▽女性APの証言

「(退出したのは)通販のVTRに入った直後です。新人TKとプロデューサー兼ディレクターに話をして(サブから)出ました。新人TKには“何もやることはないから、とりあえずVTR降りだけはきちっと確認してやろうね”と」

この日、女性APの契約上の仕事はAP業務だけであり、新人TKの教育については、あくまで女性APの好意であり指導料などの報酬もなかった。東海テレビの従業員を含む番組の幹部スタッフが、女性APに依存していた。

問題のテロップが放送されたその瞬間を、2人の人物が見ている。ひとりにはスタジオにいた福島アナウンサー。その時福島は、スタジオでの自分のコメントをどれくらいの時間でおさめればいいのか、を確認していた。福島はスタジオの大型テレビに映像やテロップを映し出してもらい、コメントの長さを確認していた。この日もそうしたやり方で確認を続けていた。そしてプレゼント当選者発表のコメント時間を確認するために、当選者発表用のテロップを大型テレビに映し出すようにFDに要望した。

FDは福島の要望を受け入れ、サブの新人TKに要求。その時、不適切なテロップが新人TKの操作ミスで大型テレビには映し出されず、放送画面に出てしまった。

▽福島アナウンサーの証言

「これがオンエアだとは思わなかったんですね。それがオンエアかどうか確認すべきだったんだとは思いますが…」

▽もうひつりはサブにいた音響効果担当の女性外部スタッフの証言

「いきなり切り替わった。みんなざわつかずシーンとしていたので、まさか放送されているとは」

2人ともディレクターや他のスタッフに異変を知らせたり、確認を求めたりすることはなかった。

2人の次に異変に気付いたのは、プロデューサー兼ディレクターだった。この時はスイッチャーと次のコーナーのカット割り（カメラの使い方）の確認をしており、見ていたのはスタジオカメラの映像を映し出すモニターだけで、放送画面は見えていなかった（P21 図③参照）。

プロデューサー兼ディレクターとスイッチャーは以下のように証言している。

「気付いたのは（問題のテロップが放送されて）10秒後くらい。カット割りの確認をしていたところに、一番大きなモニターですので、おそらく目に入ったと思われます。何だこれは、という話になり、ただ、その時何が起こったのか理解ができませんか、確か自分の記憶では“これってオンエアモニター（放送画面）だよな”という話をスイッチャーとしたように思います」

「(ディレクターから) 違う画面が出ているって警告は受けました。それで僕はいっさい触ってないんです」

2人が異変を認識する前後には、ほとんどのスタッフも異変を認識したものの、対応はディレクターとスイッチャーが取るものと考えていた。

とんでもないテロップが放送されているらしいことに、ある種のパニック状態になったプロデューサー兼ディレクターとスイッチャー。結局スイッチャーがディレクターの前のボタンを解除したが、復旧に23秒間もかかってしまった。

一方、映像や音声为正しく放送されているかを最終的に監視するマスターには、2人の派遣社員がいた。ひとりが監視をしており、もうひとりはパソコンで翌日の放送データの確認をしていた。

マスター監視の派遣社員は、次のCMの順番を確認するため、予定表に目を通しており、放送画面から目を離して、不適切なテロップが放送に流れたこと自体を知らなかった。

「通販のVTRが始まってから3分程度はVTR（放送画面）を確認し、それからCMチェックの作業に入った。通販が終了したあと、福島アナが謝罪をしていたので、何かあったのかと思った」

7) 不適切テロップが放送された直接的原因

＜チェック体制の甘さ＞

「ぴーかんテレビ」のテロップ確認は、放送日担当のTKが1度目の確認を行い、さらにプリントしてプロデューサーやディレクターに提示するダブルチェック体制だった。しかし今回は、新人TKと女性APは不適切なテロップをプリントせず、誰にも報告していない。それは報告、確認を求める必要もないほどの不適切なテロップだったためである。

また、「ぴーかんテレビ」の生放送中は、局長、部長が情報制作局の自席で、プロデューサーがスタジオやサブなどで放送をチェックしていたが、すべての放送を100パーセント確実にチェックする人物はいなかった。

＜当事者意識とコミュニケーション不足＞

あまりに不適切なテロップだったこと、ほとんどのスタッフが放送された時、初めて見たものであったため、スタジオやサブのスタッフには何が起きたのかさえ分からず、迅速に対処できなかった面があったことは理解できる。

それにしても23秒間は長いと言わざるを得ない。放送後10秒くらいで多

くのスタッフが異変に気づいていながら、隣のスタッフに確認するわけでもなく、誰かが大声をあげたわけでもなかった。テレビの制作現場は役割分担がきちんとしており、それぞれがプロ意識をもって遂行するのが一般的で、ほかのパートには口を出しにくい面がある。

しかしスタッフのひとりひとりが「ぴーかんテレビ」を自分の担当番組だ、との当事者意識を持ち、他のパートを尊重しながらもコミュニケーションが図られていたら、もう少し早く対処できたのではないか。

<サブ機能の高度化と複雑化>

映像加工やテロップ制作、加工、送出の作業量が増加し、それによってサブ機能はより高度化し、複雑化した。インタビューにはコメントのスーパーが付くのが常識となり、そのサイズや色あいも多彩になった。かつて、テロップやスーパーを送出するのは、スイッチャーだけだった。「ぴーかんテレビ」が使用していたAサブはテロップやスーパーを送出するラインが6つある。スイッチャーだけではこなせない数であり、ディレクターやTKもテロップやスーパーを送出しなくてはならない。こうした現実も今回の放送事故の要因といえる。

<統一性のない送出ルール>

テロップ送出機の運用方法などについて、東海テレビでは各生放送番組ごとに微妙に異なっていて、スタッフの間でも認識の違いがあった。それは「ぴーかんテレビ」でも同様であった。今回もサブに2つある送出機の運用ルールがスタッフに徹底されていれば、今回の事態は未然に防げたかもしれない。

<社会常識に欠けたテロップ制作者の存在>

不適切なテロップを作成したのは、前述したように50代の男性外部スタッフである。この男性に特定な意図はなく、むしろ社会常識の欠如が散見される。問題は社会常識に欠けるテロップ制作者をどう教育していくかであるが、そうした努力は制作会社も東海テレビもしてこなかった。

<不慣れな新人TKの存在>

誤った操作をして不適切なテロップを放送した新人TKは、独り立ちして5回目の生放送だった。テロップ送出機の運用に対する理解、リスク回避の方法などTKとしては不慣れで、女性APの指導が不可欠だった。

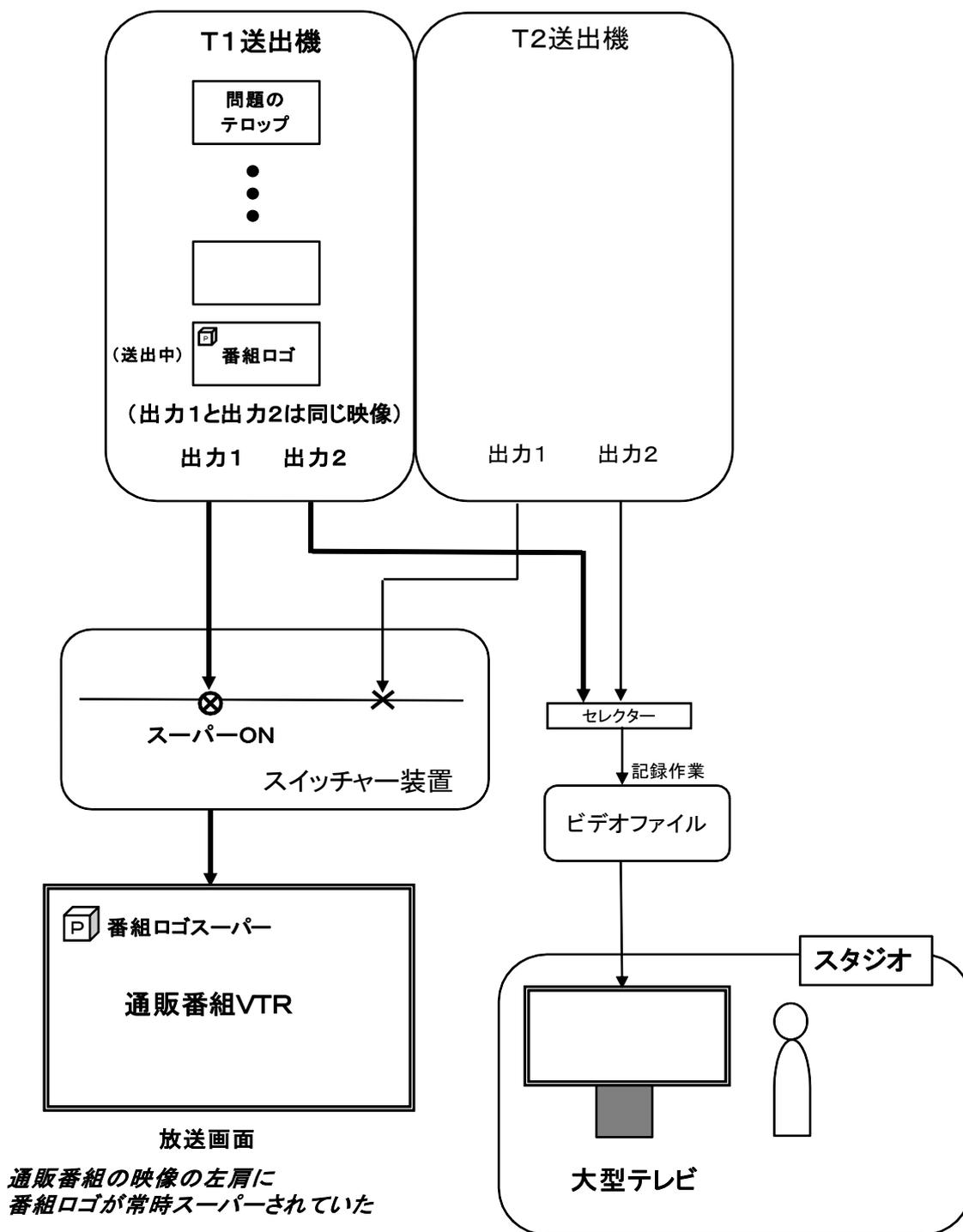
今回の不適切テロップ放送の原因を、テロップ制作者と不慣れな新人TKだけに求めることはできない。

そのことよりも、スタッフの当事者意識の欠如、放送倫理の低下、チェック機能が働かなかったことの方がより重要で、大きな原因である。そうしたリスクを放置し、改善を怠った東海テレビの責任は大きい。

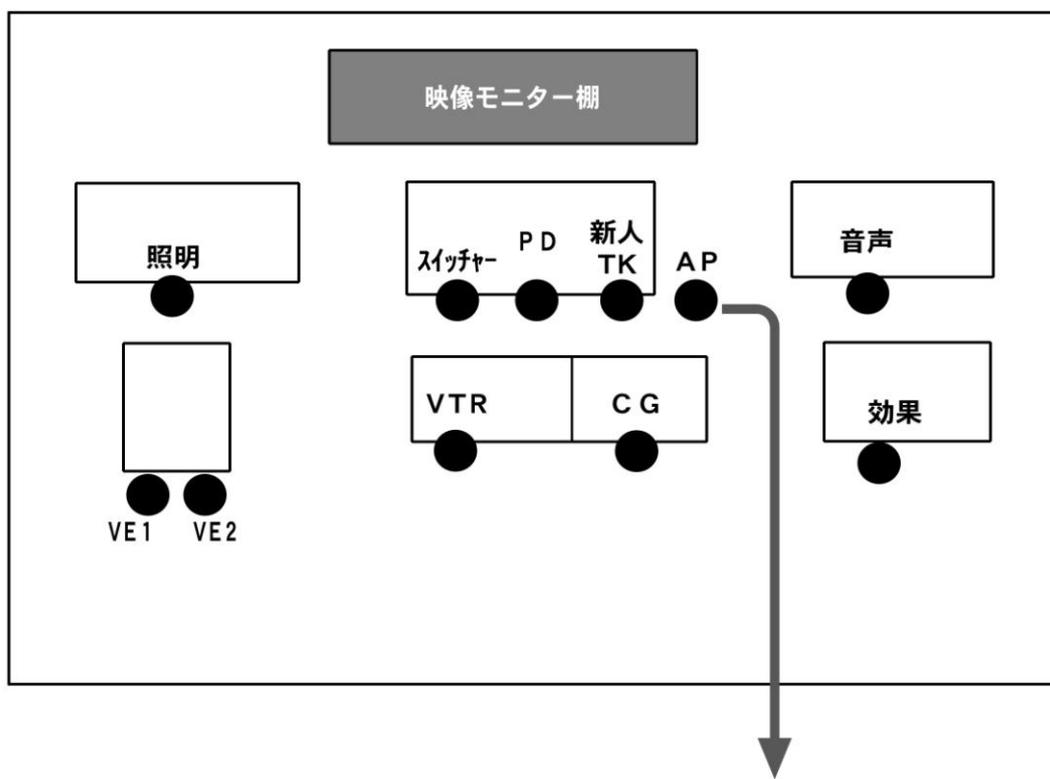
テロップ送出の仕組み

※概略

サブ(副調整室)

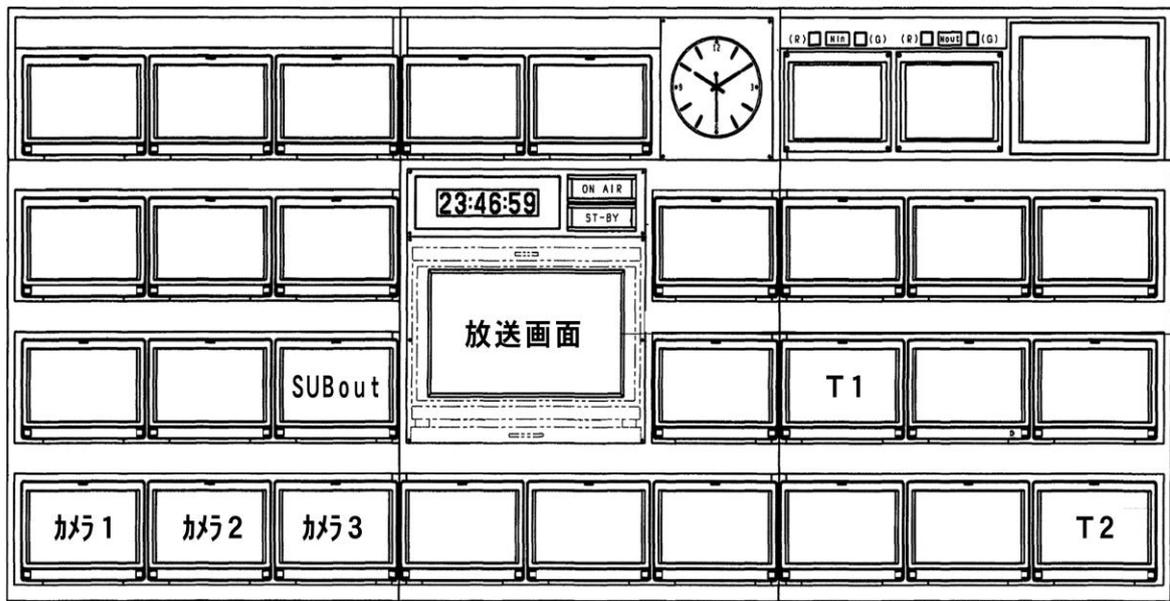


< A副調整室の人員配置 >



*通販VTR時には A副調整室の外へ

<A副調整室のモニター配置>



*関係モニターのみ

4. 不適切放送の背景

1) 制作スタッフ数から見た「ぴーかんテレビ」

「ぴーかんテレビ」の制作実態を理解するうえで、不適切テロップが放送された8月4日（木）の「別冊！ぴーかん」の制作スタッフ数について整理しておきたい。Aスタジオでは17人、サブでは11人、合計28人。そのうち東海テレビの従業員は3人である。

それでは月～金曜日の「ぴーかんテレビ」の総スタッフはどうなのか。放送に関わるスタジオ、サブの制作スタッフ、合計88人がシフトを組みながら働いていた。このうち東海テレビ従業員は全体の18%、残り82%は外部スタッフだった。

「ぴーかんスタッフは、朝早くから夜遅くまで働いてる」「一人何役も担当し、人が足りないのではないか」。こうした声は東海テレビの社内で度々耳にした。

ここから見えてきたものは、圧倒的多くの外部スタッフに依存していること。これだけスタッフが多いと、コミュニケーション不足で情報の共有や迅速な伝達が難しく、世代間の知識・技能の伝承も簡単でないこと等が推測できる。

2) プロデューサーの不安

調査委員会のヒアリングで、スタッフからは番組の制作・放送についてさまざまな不安の声があった。スタッフを代表して、総合プロデューサーのヒアリングから抜粋する。このプロデューサーは東京制作部から、昨年7月に情報制作部に異動した。本社勤務は10年ぶりで、「ぴーかんテレビ」の曜日担当ディレクターとアシスタントプロデューサーを1年間務め、今年7月からプロデューサーになった。

「月曜日から金曜日まで放送する分数と内容から見ると、やはり体制としてギリギリの中やってきたと実感しています。ギリギリは人数の問題。お金であったりとか、つながるんですけど」

「サブ（副調整室）が難しくなって、去年7月に本社に戻ってきた時にディレクターがやらなくてはならない業務が凄く増えたな、と。スイッチを4カ所、5カ所やるんですよ。ボタンを押す時、人間って画面から目が離れる。僕の隣に座っているTKはもっと複雑なことをや

っていました」

「外部の人間が多いのは人数が足りない分、補佐をしてもらっているんですが、電話の対応もできないような20歳そこそこの女の子にスーパーの発注を任せなければならない現状があったりするわけで…」

「僕はプロデューサーであり、月曜日の担当ディレクターもやっている。ディレクターとプロデューサーを同じ人間がやるということは、ひとつの目でしかないので、偏ることも間違いも起きやすくなると思います」

「全員が絶対的に多いですよ、仕事量は。きょうも6時起き、あすも6時起きとやって、これデイリーの仕事なんで。緊張感がどれだけあったか、という反省が根本にある気がします。人が足りてないと、声を大にして言わなければならなかったかも知れません」

少数スタッフでありながら経験の浅い者の割合が高い、にも拘らず仕事量が多い。労働時間が長いため緊張感の持続が難しい。一人の人間の責任の範囲が広い。こうしたリスクを抱えていたことなどが浮き彫りとなっている。

3) 経営計画と「ぴーかんテレビ」

先に見てきたように「ぴーかんテレビ」は、東海テレビの自社制作番組のなかでも、基幹的な番組の一つであった。月～金の午前帯に生番組枠を持つことで、地域の視聴者と直接向き合い、自社ブランドを定着させ、様々な営業展開を可能にしてきた。

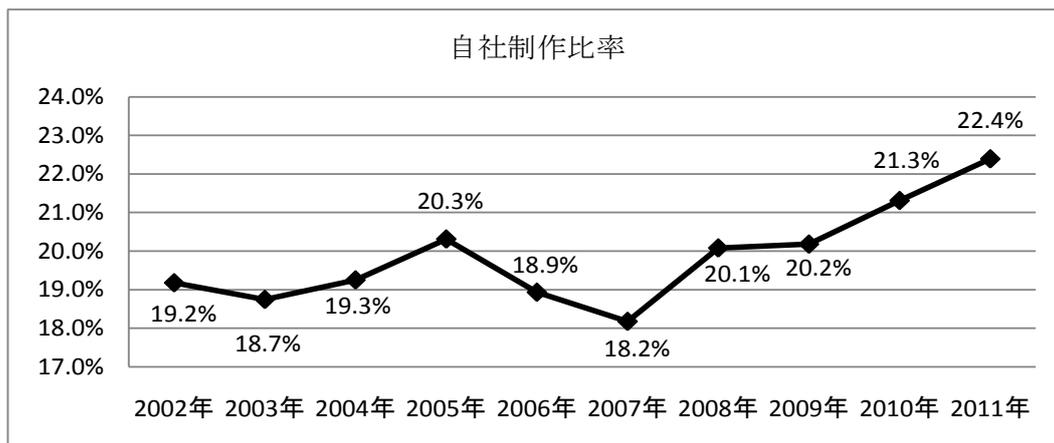
営業的に見ると、特にこの番組では、月～金の帯で通販コーナーを持つとともに、さらに木曜日の「別冊！ぴーかん」では、営業要請に応えるコーナーも用意されていた。

今回の不祥事は、この「別冊！ぴーかん」で起こったわけであるが、「ぴーかんテレビ」という自社制作番組における通販コーナーの拡充は、放送外収入の拡大を謳ってきた近年の東海テレビの経営計画に沿ったものである。

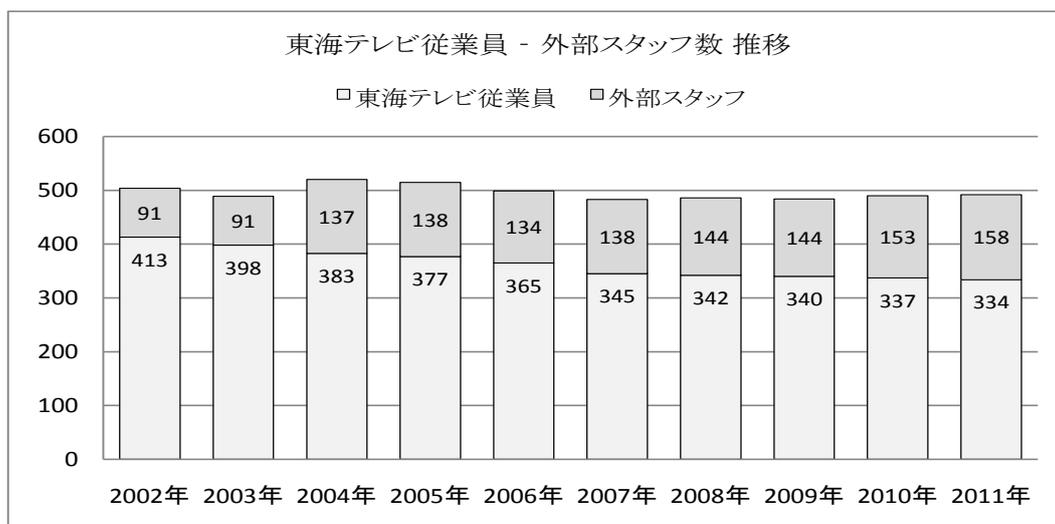
2009年度から始まる東海テレビの第10次3ヵ年経営計画は、地上波テレビの半数が赤字に沈むという世界同時不況のさなかに作られた。その後、景気は徐々に回復してきたものの、2011年7月からの完全デジタル放送時代におけるメディア間競争の激化等に対応するため、第11次計画は第10次計画を一年短縮する形で策定された。第11次計画では、従業員の高齢化など中長期的課題についても言及されているが、いずれの計画でも『愛され、信頼される地域NO. 1のテレビ局を目指す』をビジョンとし、「自社制作番組の強化」「組織のスリム化・業務の効率化による企業体質の強化」「放

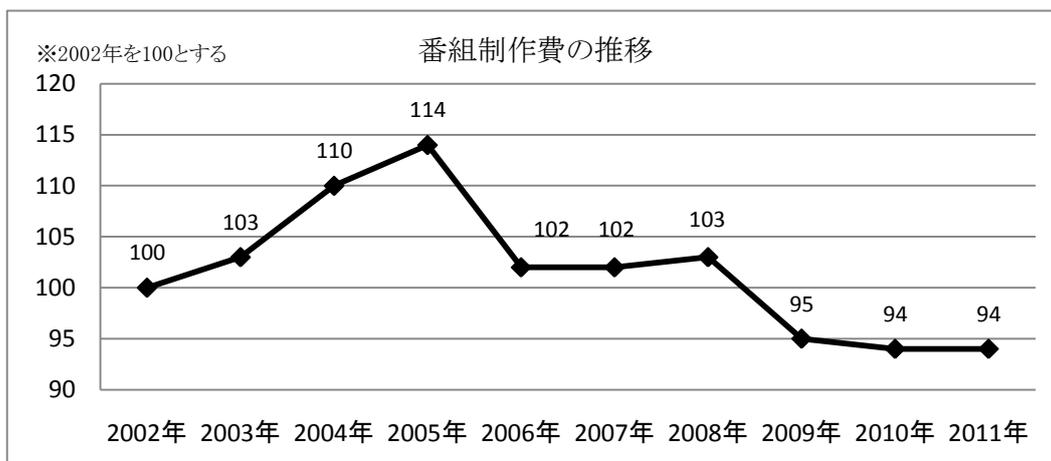
送外収入の拡大」等を基本方針としている。

このうち、自社制作番組に関しては、第10次計画で番組制作費を、3年間で10%削減することを打ち出したが、第11次計画では番組制作費の削減は盛り込まれてはいない。この間の自社制作比率は、2009年度20.2%、2010年度21.3%、2011年度22.4%（4月期比較）と毎年上昇しており、仕事量の増加と費用の減少というギャップが制作現場の負荷を大きくしてきたといえる。



東海テレビでは、在名民放他局に比べると相対的に従業員が多いとの認識から、採用の抑制と定年退職により、ここ10年で従業員を約20%減少させた。一方で、業務委託と派遣の人数は年々増加傾向にあり、従業員数の減少を外部スタッフで補填する形となっていた。このため制作費の減少は、とりわけ外部スタッフに一層の負荷をかけることになり、それはとりもなおさず、放送番組の品質管理が疎かになる危険をはらんでいた。





こうした環境の中、今回、不祥事が起きた「ぴーかんテレビ」は、2009年4月から、視聴率強化の為、それまでの生活情報から社会情報重視に内容を変更。また、放送外収入の拡大や営業部門の要請に応える為、同年10月以降、放送枠を65分から95分に拡大した。一方、制作費やスタッフ数は、こうした変化に十分に対応できるものではなく、むしろ、他の番組以上に現場の負荷が大きくなっていったと考えられる。

午前9時55分から放送を開始する「ぴーかんテレビ」では、圧縮された制作費の管理上、スタッフの出勤時間が朝7時とされた。この7時の出勤から放送までの3時間で、スポーツ紙に至るまで新聞各紙に目を通し、その日に使うネタを決める。それから番組の進行を決め、新聞ボード、フリップ、写真、パネル、テロップの等の準備をするなど、忙しさに拍車がかかっていた。これがスタッフ間のコミュニケーション不足、余裕のなさから来るチェック体制の低下に繋がったと推察される。

この時期を担当したプロデューサーは、以下のような証言をしている。

「予算が不足しても、与えられた予算に番組内容をアジャストしていた。通販の一体化、営業要請の受け入れは会社方針のミッションとして捉えていた。

何でも受け入れるのも“ぴーかん”の甲斐性みたいな。スタッフの体制は万全でなかったかも知れない。人数はいくらでも欲しいと思ったことはある。余裕があった方がいいな、と思ったことはもちろん何回もある」

第10次経営計画からは、副部長クラスの管理職が計画の作成に参加した。このことで管理職は、経営計画を各自の使命とし、それぞれの持ち場で、こ

の使命をより忠実に実行しようとした。計画に謳われた行動内容と、計画では想定し得なかった負荷が制作現場にのしかかっていたという現実。この二つの間に大きなギャップが存在したと言わざるを得ない。

制作費の削減と自社制作比率のアップ。果たして、この二つは両立し得たのであろうか。

インターネットの普及など、放送メディアの置かれた環境が厳しさを増すなかで、放送局の経営者は、この二つを両立させる道を必死に模索してきた。

東海テレビの経営計画も同様である。

しかし、東海テレビは、改革を急ぐあまり、大切なものを見落としていたのかもしれない。大局的に見ると経営計画が今回の問題を誘発する要因になっていたのではないか。

「愛され、信頼される地域NO. 1のテレビ局を目指す」

本来、共に働く全てのスタッフがこのビジョンを心から共有して働くことができる仕組み作りこそが経営計画に求められるものである。

今後、同様な不祥事を二度と起こさないようにするために、そして、視聴者の信頼を取り戻す為に今回の不祥事を「ぴーかんテレビ」だけでなく、東海テレビ全体で抱える問題の縮図と捉え、経営計画の見直しに着手する必要があると考える。

4) アラームは鳴っていた

＜視聴者からのアラーム＞

番組審議室の「視聴者対応レポート」に記録されている、「ぴーかんテレビ」における文字や映像の「間違い件数」は、2007年以降で以下の通り。

| | |
|-------------|-----|
| 2007年1月～12月 | 9件 |
| 2008年1月～12月 | 10件 |
| 2009年1月～12月 | 19件 |
| 2010年1月～12月 | 42件 |
| 2011年1月～6月 | 22件 |

2008年までは比較的少なかったが、2009年は前年に比べ2倍に急増し、2010年はさらに倍増している。2011年は2010年とほぼ同じペースであったことが分かる。

この数値の変化でわかるように「ぴーかんテレビ」がその内容を2009年以降に社会情報中心にシフトしていくにつれ、文字や映像の間違いが増え、視聴者の指摘を受けることが多くなっていった。

<従業員、外部スタッフからのアラーム>

検証委員会は、直接的な原因の背後にどのような構造的な問題があるのか探るため、東海テレビの従業員と番組制作に携わる外部スタッフを対象にアンケート調査を実施した。

「今回の問題がなぜ起きたか」との質問には、「この人数でこれだけの量の生情報番組を作るのは無理。各過程で社員がチェックできないほど仕事量が多かった」。外部スタッフからも「テレビ業界で20年、様々な番組を担当してきたが、圧倒的にスタッフが少ない」「すべてがいつもギリギリでオンエアに間に合わせている状態もミスを誘っていると思う」など制作体制の不備を指摘する声が8割以上を占めた。

また、「長寿番組ゆえの“なれ”“たるみ”があった。日々のルーティンワークによる生放送に対する緊張感の欠落。長年の中で生まれた気の緩み。大人数であるがゆえの誰かが見ているだろうという無意識に近い責任転嫁。長寿番組の一つの欠点。毎日のルーティンワークで緊張感が薄れたのではないか」など責任感の欠如や「現場スタッフ同士、顔も名前もわからない希薄な関係。風通しの悪さ」といったコミュニケーション不足を指摘する声も多くあがっており、今回の事態に至るまでに、日頃から従業員、外部スタッフ共に不安を抱えていたことが浮き彫りになり、その意味で『アラームは鳴っていた』といえる。

<アラームを受け取る>

アンケートではさらに、「問題が起きた背景」を聞いた。これに対して「利益至上主義」「品質管理をおろそかにするまでの効率を重視した経営」「制作費の圧縮」「自社制作比率の拡大」「増員されない現場従業員」など経営方針に疑問を投げかける意見が寄せられた。「再発防止に向けた意見、今後の課題」については、「自社制作比率、予算・人員削減の見直し。利益重視経営の見直し。ローテーション人事の見直し」、「必要以上の経費削減はどうかと思う」「番組制作費が適正かどうかのチェック」など、再発防止策として経営方針の見直しを望む声が半数以上を占めていた。

現場で起きている様々な問題が現場の中だけに留められてしまったのはなぜか。最前線で働く従業員や外部スタッフの声を吸い上げられなかったのはなぜか。厳しさを増す経営環境の中で、業務の効率化、収入拡大の掛け声には、誰もが反論できない。それでもなお、声を聞く努力はなされたのか。

また、テレビ局の使命は視聴者と共に豊かな放送文化を築いてゆくことではないだろうか。そのための手段の一つが効率化、収入拡大である。手段がいつの間にか目的になってはいなかったか。

5. 再発防止策

1) 防止策を考える

今回の検証では、「ぴーかんテレビ」の制作体制に潜んでいたリスクが同時に発生したことが、不適切なテロップの放送に繋がった。

整理すると次の3点になる。

- ① 番組制作上の責任体制とチェック体制の不備
- ② コミュニケーション不足が招いたルールの不徹底
- ③ 放送倫理や社会常識の欠如

こうしたことの背景には、制作スタッフからの指摘や意見、提案などを受け止めるシステムが機能せず、制作現場に内在している課題が経営に届かないという構造的な問題があったことも明確になった。

今回のアンケート調査や検証の中では、情報制作部以外の制作現場でも、同じような問題が内在している可能性があることも分かった。これらを組織的課題として克服するため、再発防止策を立案・実施し、経営計画の見直しを行う。

2) 緊急対策について

<番組制作作業の総点検>

プロデューサーは、番組の全ての制作手順を確認、素材をチェックし、スケジュールを確認、制作作業上のリスクを把握することを改めて徹底した。

さらに、生放送中のすべての作業は、原則として統括ディレクターが指示を行うこととし、責任を明確にした。

なお、今回の問題についての全従業員説明会で、社長が全ての放送番組について制作作業の総点検を行うよう指示。多くの制作現場ではすでに責任者による注意喚起や自主的な点検が始まっていたが、改めて全ての制作現場で、内容や表現のチェック体制の確認を行った。

<情報共有のためのスタッフミーティング>

制作スタッフの当事者意識を高めるために、通常の番組制作打ち合わせの他にプロデューサーが中心となり、演出部門だけでなく技術・音響効果・照明・テロップ制作など、全スタッフによるミーティングを定期的を実施することを徹底した。プロデューサーは番組の制作方針、方向性や狙いなどをはっきりと提示、同時にスタッフの要望や提案を丁寧に拾い上げ、必要な対

処を行うことにした。

<契約の再点検>

制作会社や外部スタッフとの契約を再点検し、責任や役割を明確にする。
長年の関係で契約内容が実態とかい離していないか、改めてチェックする。

3) 継続的対策について

<「再生委員会」(仮称)の設置>

- 再生委員会は検証委員会が作成した報告書などをもとに問題の背景を分析し、具体的な再発防止策とそのロードマップの策定を行う。
- 再生委員会は、中立公正な第三者を委員長とする。
- 再生委員会は再発防止策の順調な推移を見届け、その活動を終了する。

<「オンブズ東海」(仮称)の設置>

- 外部の有識者からなる「オンブズ東海」を設け、第三者の視点から東海テレビの放送に対し広く論評、注意喚起、提言などを行う。
- 「オンブズ東海」は、番組が東海テレビ放送基準に則って制作されているか、視聴者からの意見や苦情に迅速に対応しているか、などをチェックし、放送活動や放送番組に対する視聴者からの意見を集約、検討し、その内容を東海テレビ社内に還元するとともに必要な対策を求める。
- 番組制作スタッフの意見や提案を受け取りその内容を精査し、経営に注意喚起、提言、改善を求める。
- 東海テレビの番組制作について視聴者や番組制作スタッフ、広告主などに定期的にアンケート調査を行い、結果を公表する。

<経営計画の見直し>

- 番組の質的向上、自社制作比率、制作予算、制作スタッフ数と配置、収支計画などについて、経営計画を見直す。社内のアラムを受け取れるよう、企業風土の健全性についても点検する。

4) 信頼回復のために

私たちは今回の問題を大きな教訓として身に刻み、新しい東海テレビのためにあらゆる対策を講じ、全従業員が継続的に実践していく。

失った信頼を回復するために、高い倫理観を持ったスタッフが結集し、視聴者はじめ社会の方々に評価される番組の制作に、全力で努力することを約束する。

6. 被災地と向き合う

東日本大震災は、日本の経済、社会そして日本人の価値観、心のありようまで変えた歴史的な大惨事でした。被災地では今なお深刻な傷跡が残されています。

一方で、日本に住む人々は節電に耐え、被災地の復興を支援しています。

そうした中での私たちのあやまちは、被災地の皆様のみならず、日本中の人々の心を踏みにじる行為でした。

本来、風評被害を正すべき放送メディアが、それを助長するような事態を招いた罪の重さを、東海テレビの全従業員がしっかりと心に刻み、被災地の皆様の心情に寄り添った放送をしていくことをお約束いたします。

そして岩手県をはじめとする被災地の皆様に、放送メディアの特性を生かしたできる限りの支援をしてみたいと思います。

1. 岩手県産農産物の味自慢、世界遺産に登録された平泉を始めとする観光情報など、秋の岩手の魅力を伝える特別番組を放送します。
2. 震災からの復興活動と風評被害の中、岩手産「ひとめぼれ」など米作りにかける農家の皆様の思いなどを長期取材し特別番組として放送します。
3. 被災地の取材を継続し、ニュースや情報番組で伝え、復興に対する協力や支援を呼びかけます。
4. 東海テレビの放送エリアで開催される東北地方関連のイベントなどを積極的に取材し、ニュースや情報番組で発信していきます。
5. 情報番組で、岩手県の魅力などを紹介する特集コーナーを設け、定期的に放送します。
6. 東海テレビの番組視聴者プレゼントに、お米など岩手県の物産を積極的に取り上げます。
7. 従業員と外部スタッフに対し、岩手県をはじめ被災地から寄せられた抗議電話、苦情メールなどの資料を基に、被災地の方々の悲痛な叫びや農業、特に米づくりへの思いを伝え、被災地に対する姿勢を問い直します。
8. 岩手県産米の消費拡大に、東海テレビ並びに従業員が積極的に取り組みます。

お わ り に

「びーかんテレビ」は東海テレビにとって、屈指の看板番組でした。

しかし、今回の検証を通じて、この看板番組はスタッフ不足とオーバーワークで安全に生放送を行う体制になく、危機管理、チェック機能が働いていませんでした。長寿番組ならではの慣れ、コミュニケーション不足などの問題点も明らかになりました。看板番組を制作する現場は疲弊していました。

その原因を作り出したのは東海テレビ自身にあります。

東海テレビは開局から53年目を迎え、いま最大の危機にあります。

東海テレビが社会的信頼を回復する手段は放送を通じてしかなく、放送で喪失したものは、放送でとり戻さなければなりません。

今後は全ての従業員が、今回の不祥事の罪の重さを胸に刻み、放送人として、社会人としての自覚を新たにします。視聴者の皆様や地域社会、そして震災被災地の皆様とどう向き合っていくのか、自らが果たすべきことは何か、それぞれが明確な意思を持って、新しい一歩を踏み出していきます。

「ぴーかんテレビ」不適切テロップ問題の経緯

▽ 8月4日

- 「ぴーかんテレビ」で、岩手県産ひとめぼれのプレゼント当選者として不適切表現のテロップを午前11時03分35秒から23秒間放送。司会アナウンサーが番組内で2回お詫び。
- 「FNNスーパーニュース（16:51～19:00）」で、アナウンサーから2回お詫びと不適切表現放送の事実報告。
- 「LIVE2011ニュースJAPAN（23:30～24:35）」で、アナウンサーからお詫びと不適切放送の事実報告。
- 社長を本部長、役員・局長で構成する対策本部を設置。
- 東海テレビHPに不適切放送の報告とお詫びを掲載。

▽ 8月5日

- 「ぴーかんテレビ」の放送を休止した上で、特別番組「お詫びとご報告」（9時55分～58分）を放送。
- 特別番組「不適切表現放送のお詫びとご報告」（18:37～19:00）を放送。冒頭、浅野社長が陳謝、アナウンサーが詳細経緯説明。「ぴーかんテレビ」の当面休止発表。
- コンプライアンス担当常務が岩手県庁とJA岩手県中央会等を訪問し、お詫びと経緯説明。
- 中日新聞広告スペース（中面半5段）に不適切表現の放送についての報告とお詫びを掲載。

▽ 8月6日

- コンプライアンス担当常務を本部長とし、役員・局長で構成する「ぴーかんテレビ」社内検証委員会を設置。

▽ 8月8日

- 浅野社長が大村秀章愛知県知事を訪問。お詫びと経緯を説明。

▽ 8月9日

- 岩手日報、岩手日日新聞の朝刊、読売新聞、朝日新聞の朝刊全国版、中日新聞、東京新聞の朝刊にお詫び広告を掲載。

▽ 8月10日

- 浅野社長が岩手県の達増拓也知事とJA岩手県中央会等を訪問。お詫びと、事故経緯、東海テレビの対応を説明。
- 「ピーかんテレビ」社内検証委員会に外部有識者の特別委員を迎え、「ピーかんテレビ」検証委員会に変更。

▽ 8月11日

- 浅野社長が民間放送連盟の緊急対策委員会に出席、不適切放送の経緯と対応を説明。
- 浅野社長が東海テレビ本社で記者会見し、下記の内容を発表。
 - ◇「ピーかんテレビ」の打ち切り
 - ◇社長の役員報酬カットなど役員4人と、情報制作局長降格など従業員4人の処分
 - ◇検証委員会による徹底調査と早期の検証番組制作

▽ 8月16日

- 日本農業新聞の朝刊にお詫び広告を掲載。

▽ 8月30日

- 検証委員会が「ピーかんテレビ」検証報告書を浅野社長に提出。
- 検証番組「検証 ピーかんテレビ不適切放送～なぜ私たちは間違いを犯したのか～」を午前9時55分～10時57分で放送。

<電話・メールの声>

不適切テロップを放送した当日から、東海テレビには電話やメールの抗議が殺到した。東海地方だけでなく、当然のことながら岩手県を始めとする東北地方からの件数が目立った。最も多かったのは電話、メールとも放送翌日の8月5日で、電話は595件、メールは4,669件に上った。8月28日までの25日間では17,064件となった（対応件数は別表）。

電話・メールの声を紹介する。

「東北の人は我慢強いとか言われますが、これほど怒りを感じたことはありません。被災した人間のつらさや苦しみを分かって下さい。沢山の大切なものを失ったところから、これ以上失わずにすむように戦っているのです。意図せずとも風評被害を生み出した責任は重大です。東北の米がセシウム汚染されていないことをきっちり伝えてください」

「受動的に起きた“偶発性”が原因ということではなく、普段からの局内に流れている意識から生み出されたことが原因と考える方が自然です。これは事故ではありません」

「ふざけ心で済まされるような甘い問題ではありません。いい年齢になっても善悪の区別がつかず、また常識や良心も持たない方なのではないでしょうか。テロップ制作者自らがテレビ出演して詫びること、厳罰に処されることを望みます。そのような方を使っていたテレビ局にも問題と責任があります」

「東海テレビの番組をよく見ていました。良い番組が多くて、名古屋では一番のテレビ局と思っていましたが、もう全くダメです。もう見ません」

「担当者の認識不足とともに、チェック管理体制の甘さとのことですが、認識不足や甘さということではないです。テレビ放送に関わるという真剣さ、それ以前に災害や不幸に対して正面から取り組む本気を持って下さい」

「岩手の農家だ。あんたたちモラルってものがないのか。残念だよ。あんたたち他人事だよ。全員こっちへ来て農家がどうなのか見てみろよ。今年作ったものがどうなるか、どうしたらいいんだか、がっかりだよ（泣きながら）」

「ぴーかんテレビ」 電話・メール対応件数

| 月／日 | 電 話 | | メー ル | | 電話+メール 総 計 |
|---------|-----|-------|-------|--------|---------------|
| | 件 数 | 累 計 | 件 数 | 累 計 | |
| 8／4(木) | 531 | 531 | 2,994 | 2,994 | 3,525 |
| 8／5(金) | 595 | 1,126 | 4,669 | 7,663 | 8,789 |
| 8／6(土) | 323 | 1,449 | 1,827 | 9,490 | 10,939 |
| 8／7(日) | 173 | 1,622 | 1,656 | 11,146 | 12,768 |
| 8／8(月) | 278 | 1,900 | 481 | 11,627 | 13,527 |
| 8／9(火) | 250 | 2,150 | 670 | 12,297 | 14,447 |
| 8／10(水) | 172 | 2,322 | 468 | 12,765 | 15,087 |
| 8／11(木) | 133 | 2,455 | 461 | 13,226 | 15,681 |
| 8／12(金) | 211 | 2,666 | 425 | 13,651 | 16,317 |
| 8／13(土) | 40 | 2,706 | 108 | 13,759 | 16,465 |
| 8／14(日) | 10 | 2,716 | 47 | 13,806 | 16,522 |
| 8／15(月) | 24 | 2,740 | 24 | 13,830 | 16,570 |
| 8／16(火) | 25 | 2,765 | 24 | 13,854 | 16,619 |
| 8／17(水) | 31 | 2,796 | 31 | 13,885 | 16,681 |
| 8／18(木) | 22 | 2,818 | 18 | 13,903 | 16,721 |
| 8／19(金) | 11 | 2,829 | 19 | 13,922 | 16,751 |
| 8／20(土) | 7 | 2,836 | 17 | 13,939 | 16,775 |
| 8／21(日) | 5 | 2,841 | 17 | 13,956 | 16,797 |
| 8／22(月) | 20 | 2,861 | 9 | 13,965 | 16,826 |
| 8／23(火) | 12 | 2,873 | 18 | 13,983 | 16,856 |
| 8／24(水) | 6 | 2,879 | 13 | 13,996 | 16,875 |
| 8／25(木) | 8 | 2,887 | 13 | 14,009 | 16,896 |
| 8／26(金) | 18 | 2,905 | 54 | 14,063 | 16,968 |
| 8／27(土) | 19 | 2,924 | 44 | 14,107 | 17,031 |
| 8／28(日) | 6 | 2,930 | 27 | 14,134 | 17,064 |

「ぴーかんテレビ」検証報告書

2011年8月30日

「ぴーかんテレビ」検証委員会

| | |
|-----|---------|
| 委員長 | 祖父江 伸 二 |
| 委員 | 広 中 幹 男 |
| | 高 木 卓 司 |
| | 古 橋 明 |
| | 中 根 康 邦 |
| | 春 田 亮 介 |

| | |
|------|-------|
| 特別委員 | 音 好 宏 |
|------|-------|