

---

## 原著論文

---

# テレビにおけるソフトニュースの原型： 1960年代の日本教育テレビのニュースショー

Prototype of soft news on Japanese terrestrial TV: Nippon educational television's News-shows in the 1960s

キーワード：

商業教育局，ソフトニュース，マガジンスタイル，ディスク・ジョッキー，視聴率

keyword：

Commercial Educational Station, Soft News, News magazine, Radio Disc Jockey, Audience Ratings

京都大学大学院教育学研究科 木下浩一

Graduate School of Education, Kyoto University Koichi KINOSHITA

---

### 要約

情報格差が拡大するなか、手軽に情報が摂取できる地上波テレビは、情報弱者にとって重要性を増している。現在、日本の地上波テレビは、大量のソフトニュースで編成されている。例えば日本テレビは、月曜から木曜の朝4時から夜7時の15時間のうち、14時間35分をソフトニュースで編成している。日本におけるソフトニュースの嚆矢は、1964年に日本教育テレビ（NET、現在のテレビ朝日）で放送が開始された《木島則夫モーニング・ショー》であるとされる。1960年代のNETは、ニュースショーというジャンルを牽引する存在であった。

本稿は、1960年代のNETという送り手を事例に、送り手がどのような意志のもとニュースショーという形式を決定していったのかを、当時の社会状況などを含めて史的に分析した。この分析から、①ニュースショーの原型は、どのような形式の番組であったのか。②ニュースショーという新しい番組形式をもたらした要因や主体は何だったのかを明らかにした。

結論は次の通りである。①内容はコーナーなどによって細部化され、教育的な内容も娯楽化されて取り込まれた。帯の生番組という編成形式は不変であり、細分化された内容は視聴率によって迅速に見直

---

原稿受付：2019年5月21日

掲載決定：2019年10月18日

された。送り手内部では、内容と作り手が分離され、内容の見直しの自由度が向上した。②NETが商業教育局であったことが、大きな要因のひとつであった。NETにおけるニュースショーという形式は、ラジオの経験者と雑誌編集の経験者という主体によってもたらされた。NETが教育局であったために、番組種別上の「教育」と「報道」の混交が生じ、さらに「娯楽」の要素も付加されたことが、付随的に明らかになった。

#### Abstract

While the gap between the information rich and the information poor is growing, terrestrial TVs—which people can easily take information from—are increasing the importance of the information poor such as the elderly. Currently, terrestrial TVs in Japan are programmed with a large amount of soft news. For example, 14 hours and 35 minutes out of 15 hours (from 4 a.m. to 7 p.m., from Monday to Thursday) on NTV's (Nippon Television Network Corporation) programming has been slated for soft news. The initial “News show” (currently, one soft news program is called “Wide Show”) in Japan is assumed to be “*Kijima Norio Morning Show*,” which was started in 1964 by Nippon Educational Television (NET) (presently, TV Asahi). Triggered by the expansion of “News show,” NET pulled out of the industry.

This study focused on the news shows of NET in the 1960s to clarify how the sender decided the form of the news show, taking into consideration the social situation at the time. Through this analysis, the following two research questions were clarified: 1) what was the format of the news show as a program; and 2) what was the main factor or actor that brought a new program format. The conclusion is as follows: 1) The content was subdivided into corners and has been made entertaining and internalized. The format of daily life programming was unchanged; the subdivided content was quickly reviewed by the audience rating. The content and creator were separated, and the freedom to review the content was improved. 2) One of the major factors behind the new program format was that NET was a commercial educational station. The form of news shows on NET was brought by persons who were experienced in radio and magazine editing. Since NET was the educational station, there was a mix of education, journalism, and entertainment on news shows.

## 1 はじめに

日本における地上波テレビは、依然として高いマス性を有している。情報格差が拡大するなか、手軽に情報を摂取できるテレビは、高齢者などの情報弱者にとって、より重要となっている<sup>(1)</sup>。

現在の番組編成を概観すると、例えば日本テレビ (NTV) は、月曜から木曜の朝4時から夜7時までの15時間のうち14時間50分が、ワイドショーや情報系の番組で占められている<sup>(2)</sup>。ニュースは一般にハードニュースとソフトニュースに大別されるが<sup>(3)</sup>、上記の時間の14時間35分、率にして約97%がソフトニュースとなっている。

大量のソフトニュースが編成されている理由のひとつは、高い視聴率を目指す上で有効であるからと推測される。裏返せば、我々視聴者の多くが、何らかの情報をニュースショーに求めている。我々はソフトニュースに、どのような情報の在り方を求めているのだろうか。

日本におけるソフトニュースの嚆矢は、1964年に日本教育テレビ (NET、現在のテレビ朝日) で放送が開始された《木島則夫モーニング・ショー》であるとされている (日本放送協会編 2001: 570)。同番組は成功をおさめ、各局は模倣する。1966年、さらにNETは《桂小金治アフタヌーン・ショー》で高い視聴率を得るなど、1960年代のテレビ界にあってニュースショーというジャンルを牽引する存在であった。

そこで本稿は、1960年代のNETという送り手を事例に、送り手がどのような意志のもとニュースショーという形式を決定していったのかを、当時の社会状況、あるいはNETをめぐる力学や制度を含めた時間軸上の変化としてみていく。この史的分析から、①ニュースショーの原型は番組としてどのような形式であったのか、②ニュースショーという新しい番組形式をもたらした要因や主体は何だったのか、以上2点を明らかにする。

## 2 先行研究の状況と研究の方法

テレビにおけるハードニュースとソフトニュースという区分は、海外の新聞における高級紙 (クオリティーペーパー) と大衆紙 (タブロイド)、国内では大新聞と小新聞、雑誌における論壇誌と週刊誌などに相当する。これらを対象とした論考は膨大な蓄積があるが、本稿ではテレビのソフトニュースに絞って先行研究を外観したい。

### 2.1 海外のソフトニュース研究の状況

日本の地上波テレビはアメリカの影響を強く受けてきた。学術研究においても、商業テレビの長い歴史を有するアメリカに蓄積が多い。まずはアメリカを中心とした、最新の英語論文を対象に、ニュースの送り手研究について整理する。

木下 (2019) は、2001年から2018年に、欧米のコミュニケーション系のトップジャーナルに掲載された論文の傾向を分析している。木下は、松山 (2017) の送り手研究の分類を援用し、「①放送法や放送制度、②テレビ局の独占的な産業構造、③メディア資本の融合関係 (= 資本関係)、④NHKと民間放送の併存関係、⑤番組の編成、⑥テレビジョンの組織的集団」の観点にわけて分類している。分類によれば、26の送り手研究の大半が、ジャーナリズムやニュースに関連した論考であり、最多の16本が「⑥テレビジョンの組織的集団」の観点を導入していた。

これら16本の論考は、単に組織に注目するのではなく、下位水準を導入することで、より詳細な分析を行っているという。例えば、SchejterとDavidson (2008) は、組織的・論说的なものとはジャーナリストによるものとの区分を、言説の下位水準として導入している。Terry (2007) はプロデューサーやディレクターなどの組織内におけるヒエラルキーの力関係に着目し、West (2011) は意思決定者に対するニュース・コンサルタントの影響、つまりはニュースの内容に対するコンサルタントの間接的影響を検討している。Erjavect

とKovačić (2010) は、プロデューサーに対する間接的影響のなかでも、特に広告主の与える影響に着目している。これらの研究の多くは事例研究であり、現状は大量の個別の事例研究の蓄積がなされる段階にあり、得られた結果の比較研究は多くはない。しかしながら、今後行われるであろう比較の精度や確度を向上させるためには、下位水準あるいは複数の観点を導入した詳細な事例研究は必須である。Reinemannら (2011) は、少なくとも3つの観点を導入すべきだとしている。

個別の事例研究の蓄積という傾向は、地域の面においてもみられる。アメリカはもとよりヨーロッパにおいても、周縁に位置するスロベニア諸国あるいはブルガリアなど、多岐にわたっている。

## 2.2 日本国内のソフトニュース研究の状況

1953年に日本国内でテレビの本放送が開始され、1960年代に入ってテレビ固有のジャーナリズムが姿を現す。ひとつはキャスターニュース、もうひとつがニュースショーであった。本稿が対象とするニュースショーが、日本国内で本格的に論じられるようになるのは、1990年代に入ってからである。

藤竹暁 (1996) は、「ワイドショーもニュースであり、そちらのほうがより興味をそそるストーリーを提供することが多い」(藤竹 1996: 3) として、ソフトニュース研究の必要性を主張した。藤竹は「伝え方」に着目し、活字ジャーナリズムには見られないニュースショーの特徴として、カットなどの「繰り返し」(藤竹 1996: 14-16) が日常的に行われ、エピソードを対話形式で伝えることが多い、などをあげた(藤竹 1996: 7-9)。

鮑戸弘 (2001) は、アメリカの選挙報道を事例に、テレビ・ニュースにおける「インフォテインメント志向」を指摘した。視聴者の歓心を買うため、テレビ・ニュースでは「省略、簡略化、通俗化」が行われ、時に「内容は誇張され」「歪められる」という(鮑戸 2001: 114)。

藤竹や鮑戸が、ソフトニュースの内容や伝え方

という形式に着目したのに対し、石田佐恵子 (1998) は、日本における「ワイドショー」というジャンルの成立過程を明らかにしている。石田によれば、1960年代後半から70年代の「定着期」において、すでに「ワイドショーの主題のほとんどが出現」し、さらに「ほぼ毎日の生放送という形式」「事件・事故という非日常性」「新奇性(目新しさと意外性)」など、その後続く特徴が現出したという(石田 1998: 109-111)。

石田は、NETの《木島則夫モーニング・ショー》に一部言及し、また他局のニュースショーについても概観している。石田は「有名性」(セレブリティ)の観点からソフトニュースを検討しており、ニュースショーそのものについて詳細に検討してはいない。放送評論家の佐怒賀三夫は、アメリカのテレビ業界が「産業別」であるのに対し、日本のテレビ業界は「企業別」として成立・発展したと指摘している(佐怒賀 1976: 60)。しかしながら現状の日本の研究の状況においては、ニュースショーの嚆矢さえ、発生過程が詳らかにされているとはいえない。

以上から、日本のソフトニュースを検討する上では、その成立にまで遡った個別研究が必須であり、なかでも日本のソフトニュースを牽引した1960年代のNETの分析が重要である。

## 2.3 研究方法と資料

本研究は、NETを対象とした個別事例研究であり、また歴史研究である。年史などの二次資料を参照しつつ、NETとニュースショーに関する一次資料を主な分析対象とし、メディア/コンテンツ/放送制度/視聴率/受け手との関係など、同局のニュースショーをめぐる相互作用について時間軸上で分析を行う。テレビ放送の実践は、様々な主体との相互作用のなかでなされてきた。送り手周辺の言説には、多くの主体の要求とテレビ局の認識が織り込まれていたと考えられる。

そのような想定の下、本稿は以下の資料群を対象に、言説資料を渉猟した。具体的な資料群は、

①新聞3紙（東京版『朝日新聞』『毎日新聞』『読売新聞』の朝夕刊）、②放送関連雑誌<sup>(4)</sup>、③回顧録や社友報、④放送関連の年史の4つである。これらの資料群から、NETとニュースショーに関する言及を抽出し、時間軸上で再構成した。

①の新聞3紙においては、結果的に『読売新聞』を多く引用した。③の回顧録においては、NETのニュースショーのプロデューサーであった浅田孝彦の回顧録『ニュースショーに賭ける』（現代ジャーナリズム出版会、1968）が詳細であった。浅田の記述を相対化するため、同様にNETのプロデューサーであった江間守一の回顧録『この放送には聴取料がありません』（時事通信社、1974）も参考にした。

本論に入る前に、本稿におけるニュースショーの定義を述べる。本稿におけるニュースショーは、一人ないしは複数の司会者が出演し、娯楽の要素を加味しつつ、様々な題材をニュースとして伝える45分以上<sup>(5)</sup>の番組とする。番組名は《 》で括弧して表記し、適宜短縮する。

### 3 NET開局直後の状況とニュース形式の試行

#### 3.1 テレビ史におけるNETとニュースショー

1953年、NHKとNTVが開局した。1955年にはラジオ東京テレビ（KRテレビ、現TBSテレビ）が開局し、関東圏では3局が視聴可能となった。この時期、民放テレビの新聞系列化は部分的であり、各局さまざまな新聞のニュースを放送していた（東京放送 1965：383）。

1959年、新たにNETとフジテレビが開局する。教育局であったNETは、番組種別上において「教育」53%以上「教養」30%以上の編成比率が義務づけられた。開局直後のNETは、視聴率が総じて低く、経営状態は低調であった（古田 2009：189）。後発局は視聴者の認知度が低く、なかでも教育局は敬遠された。教育局であるNETは、午前中を中心に学校放送番組を編成した。学

校放送番組とは、学校や教室での視聴を前提とした番組であったが、視聴率や認知度は極めて低かった（土岐 2008：66）。

1960年頃から、テレビ各局の内部では、テレビの特性を生かしたニュースの開発が企図された。しかしながら、この時期のジャーナリズムの中心は、新聞や雑誌の活字メディアであった。テレビ・ニュースは新聞各社の原稿を手直ししたものが多く（日本放送協会 2001：464）、民放各社は記者クラブに加入することさえ困難であった。

1962年、「民放では初のワイドニュース」とされるTBS《ニュースコープ》の放送がはじまる（日本放送協会 2001：467）。従来のストレートニュースと異なり、「ワイドニュース」は放送時間が拡大され、司会はアンカーマンが務めた。この頃からテレビ独自のニュース番組が姿を現す。一方で、同年RKB毎日のドラマ《ひとりっ子》が放送中止に追い込まれるなど（日本放送協会 2001：541-542）、放送局に対する政治的圧力が高まっていた。1968年には《ニュースコープ》のキャスター・田英夫が、政治的圧力によって番組を降板している（日本放送協会 2001：566）。

1960年代は高度経済成長期であり、国内においては政治意識や教育熱が高まるなかテレビ受像機が急速に普及し、テレビ産業も成長した（日本放送協会 2001：415-417）。これらを背景に、テレビ独自のジャーナリズムの形式が模索され、そのひとつがニュースショーであった。

既述の通り、日本におけるニュースショーの嚆矢は、1964年に放送が開始されたNET《木島則夫モーニング・ショー》だとされる。翌1965年NETは《モーニング・ショー》に続き、新たに昼のニュースショーを編成する（日本放送協会 2001：573）。同年、各局はNETに追随し、ニュースショーが急増する。ニュースショーの主な受け手は、それ以前にマス・メディアから「排除されていた」女性であった（中野 1985：189）。



### 3.2 開局直後におけるニュースショーの試行

#### 3.2.1 NETの内部対立対立と低視聴率の「教育」

初期NETでは、「旺文社・東映・日経三派閥」（渡邊 2007：68）による激しい主導権争いが続いた<sup>(6)</sup>。なかでも旺文社と東映の派閥争いは、もっとも激しかった。初代社長には旺文社社長の赤尾好夫が就任した。会長は、東映社長の大川博であった。評論家の塩沢茂は、大川の経営理念を「進学雑誌とテキストによって一代で旺文社を築いた赤尾とは対象的な現実主義」（塩沢 1978：118）とした。NET内では赤尾派と大川派の対立が続いたが、形式上の権限は、社長の赤尾にあった。東映は「看板になる“教育”の面では、旺文社系の人々の意見を尊重して放送する方針」（『毎日新聞』1958年8月5日付夕刊2面）をとっていた。

1959年2月NETが本放送を開始した。「教育専門局」というイメージゆえに、NETでは思い切った企画発想が困難であった（江間 1974：130）。しかしながら赤尾社長の下、この時期のNETは多くの教育的・教養的な番組を編成している。1959年6月のプログラム欄には、《百万人の英語》《料理学校》《働くよろこび》《服装教室》《科学豆知識》《小唄教室》《美術入門》などの教育番組が見られる<sup>(7)</sup>。これらは20分以下の短い番組で、視聴率は極めて低かった。

しかしながら、この時期のすべての教育番組や教養番組が低調だったわけではない。《コーヒー教室》という教養番組には第1回の放送後に2,500通の手紙が届くなど（『毎日新聞』1960年2月26日付夕刊6面）、視聴者に訴求する教育番組や教養番組も存在した。

#### 3.2.2 NETのスポンサー状況と形式の模索

後発の教育局であるNETのスポンサー状況は苦しいものであった。大企業を中心とした優良スポンサーは、先発のKRテレビやNTVに囲い込まれていた。特にラジオの前史を有し、広告会社の電通と強い繋がりをもっていたKRテレビは、多くの優良なナショナル・スポンサーを得ていた（日

本放送協会 2001：288-289）。

『朝日新聞』（1959年2月13日付朝刊6面）によれば、旺文社との繋がりからNETのスポンサーは出版社が「過半数」を占め、それらの大半は「中企業以下」であり「東京ローカルならなんとか番組を買えるが、全国ネット番組になると手が出ない」状況であった。テレビの普及によって広告料も上昇したが、中小の出版社はスポンサーを続けることさえ困難であった。

初期のNETでは、出版社以外のスポンサーに訴求でき、なおかつ番組種別の「教養」「教育」に分類できる新たな番組形式が求められていた。

#### 3.2.3 ニュースショーの試行

日本におけるニュースショーの嚆矢は《木島》とされているが、ニュースショーの試行そのものは1950年代末から、NET以外の局においてなされている<sup>(8)</sup>。それらは、1952年から米NBCで放送されたニュースショー《TODAY》に倣ったものであった。試行は成功せず、各番組は短命に終わる。《TODAY》は、身近なニュースを伝える番組であった。

開局直後のNETにおいても試行がなされた。元NETの長谷川創一によれば、《木島》の「原点ともいうべき《○月○日》という帯番組」を江間が制作している（長谷川 2008：82）。《○月○日》は、例えば4月1日に放送される場合は《4月1日》と表記され、放送日である4月1日に因んだ内容のミニ番組であった。同番組は帯番組で編成された。帯番組とは、複数の曜日の同じ時間帯に放送される番組であるが、《○月○日》<sup>(9)</sup>は12分と短いながらも、全曜日にわたって編成された画期的な帯番組であった。営業的には成功といえなかったが、《○月○日》はNETにとって、「帯番組」という編成形式を実現したという点において大きな意味をもっていた。

#### 3.2.4 ドラマ・ディレクターという制作者像

1960年前後のテレビ制作者の主流は、ドラマのディレクター（演出家）であった。NETは開

局にあたり、他局でドラマ経験をもつ、田中亮吉／大垣三郎／北代博／河野宏／山本隆則／久野浩平らを積極的に採用した（佐怒賀 1976：63）。さらにNHKから、ドラマの演出家であった吉武富士夫を移籍させている（『テレビ朝日社友報』2015：12）。1961年NETに入社し、後にニュースショーを担当した田川一郎は「ドラマが主流を占め（略）テレビの制作者として生きることはドラマの演出家になることだった」（田川 1996：94）と述べている。放送評論家の佐怒賀三夫は、「各局とも、テレビドラマの制作にあたっては、まず専門的な技術と知識を持った経験者が必要であつたらしく、かなり広いジャンルから人が集められている」と述べた（佐怒賀 1976：63）。

一方で、テレビにおける新しい「報道」の形も模索されていた。元NETの新里善弘によれば、「ニュースデスクは新聞社からの出向古参記者で占められていたからテレビの特性は宝の持ち腐れだった」（新里 2013：35）。当時のニュースは新聞記事をテレビ用に書き直したものであり、新里によれば、「文章を削ったり増やしたりするたびに、記者と放送ディレクターが衝突、活字メディアとテレビメディアの論争になっていた」。

ドラマが主流とされるなかで、教育局のNETでは、教育的でありつつもスポンサーに訴求する番組が模索されていた。その一方で、テレビの特性を活かしたジャーナリズムが模索されていた。

## 4 ニュースショーの嚆矢における形式上の試行

### 4.1 後発局の開局による競争の激化

#### 4.1.1 放送時間の延長と娯楽化

本放送を開始した翌1960年11月、早くも赤尾が会長に退き、「現実主義」（塩沢 1978：118）の大川が社長となる。背景にはNETの経営不振があった（塩沢 1978：118）。大川が社長となった翌1961年4月、NETの放送時間が急伸してい

る<sup>(10)</sup>。放送時間の延長は、番組単位でみれば番組のワイド化であり、それ以前にみられなかった45分あるいは1時間といった長尺の番組が増加した。これらの番組は、まれに「ワイドショー」と呼ばれたが（1961年4月20日付『読売新聞』（朝刊5面、他）、それは放送時間が長い、あるいは内容が多様などの意であり、芸能ニュースなどを扱う後年の「ワイドショー」とは異なった。

大川が社長に就任すると、NETの番組編成は一転して娯楽色が強まった（塩沢 1978：118）。放送時間の延長と番組の娯楽化は、NETに黒字をもたらした（塩沢 1978：118）。

#### 4.1.2 視聴率状況の変化：高まる朝の時間帯

NETとフジテレビの開局による競争の激化は、視聴率が低かった時間帯に変化をもたらした。1961年1月28日付『読売新聞』（朝刊6面）は、朝の時間帯の視聴率が「この二年間で四倍」になったと伝えている。この記事によれば、朝の視聴率の高まりは、NHKのドラマの影響であった。視聴率が高まった朝の時間帯に、NETは後に《木島》を編成する。

NETと同時期に開局したフジテレビも、新たな番組形式の開発に迫られていた。1961年フジテレビは、編成部長の村上七郎（当時、後にフジテレビ専務）をアメリカなどへ視察に送り出している。村上は帰国後、「埋めなくてはならない時間」として「午前九時、午後四時あたりを中心とする平日の二つ」をあげ、アメリカの朝のニュースショー《TODAY》に言及した（『朝日新聞』1961年6月27日付朝刊5面）。同年2月、NETも《TODAY》を範に、主婦向けの《東京アフタヌーン》（午後2時～、45分番組）を制作する（『朝日新聞』1961年1月31日付朝刊7面）。

### 4.2 ディスク・ジョッキーとマガジンスタイル

#### 4.2.1 ディスク・ジョッキーという形式の導入

NETの《東京アフタヌーン》では、後の番組に大きな影響を与える試行がなされた。中小企業への訴求力を高めるため、ラジオで定着していた

ディスク・ジョッキー（以下DJ）という司会形式が導入された<sup>(1)</sup>。『朝日新聞』（1961年1月31日付朝刊7面）は、『東京アフタヌーン』のDJという司会形式について、「切れ目ごとにスポット広告をしゃべることができ（略）たくさん的小口スポンサーを同居させる」のに「もっとも手っとり早い」方法だと伝えている。

DJという司会形式は、音楽を主体としたラジオ番組で生まれたが、1959年頃になるとラジオ・ニュースへの導入が成功していた（『読売新聞』1959年12月22日付朝刊6面）。導入されたラジオ・ニュースは、朝と昼の時間帯であり、主な対象は主婦であった。《東京アフタヌーン》におけるDJの導入は、ラジオで成功した試みをテレビで行なったものであった。同番組の制作を担当したのは、KRラジオから移籍した江間守一であった。DJというラジオの手法は、ラジオ制作の経験者によって、テレビに持ち込まれた。

#### 4.2.2 DJ導入の失敗：作り手と内容の固着

結果的に《東京アフタヌーン》におけるDJの導入は失敗に終わった。後に《木島》を制作することになる浅田は、同番組の失敗から「貴重な教訓」を学びとったという。

その当時、各曜日ごとにディレクターが変わるということは、当然のこととして誰も疑わなかった。まだプロデューサーシステムが実施されておらず、ディレクターが担当番組制作の最高責任者であった。とすれば、自分の最も得意とするテーマで制作しようとするのが当然であり、そのほうが作品の出来もよい。しかし、それが帯番組の魅力を逆に発揮させないという結果になってしまっていた（浅田 1968：11）

当時、テーマや題材とディレクターは一对であった。特定の題材は、特定のディレクターが担当し、他のディレクターは扱うことができなかった。テーマや題材とディレクターとの固着は、当

時の主流であるドラマにおいては当然であった。

このようなディレクター主導の制作スタイルは、ディレクター・システムと呼ばれた。後に、プロデューサーが主導するプロデューサー・システムが主流となるが、1960年代前半においては、ドラマに準じたディレクター・システムが主流であった。しかしテーマや題材とディレクターが固着したディレクター・システムにおいては、放送内容を柔軟に見直すことは困難であった。

#### 4.2.3 マガジンスタイルの試行

《東京アフタヌーン》が制作された1961年、浅田は《テレビ週刊誌ただいま発売》を制作している。『毎日新聞』（1961年6月15日付夕刊8面）は同番組を、「週刊誌をそっくりそのままテレビで再現しようという新番組」と伝えた。同番組には、マガジンスタイルが導入された。

制作を担当した浅田は、NET入社以前に『月刊平凡』の編集者を務めており、マガジンスタイルで要求される「バリエーション作り」に長けていた（江間 1974：166）。DJという形式はラジオ経験者によって持ち込まれたが、マガジンスタイルは雑誌編集の経験者によって持ち込まれた。

結果的に、週1回放送の《テレビ週刊誌》は、短命に終わった。後に浅田は「ニュースを素材にする以上、毎日続けて放送できる時間枠を持たなければだめだ」（浅田 1968：12）と述べている。週刊誌を模したマガジンスタイルであったが、テレビにおける発刊サイクルは週刊ではなく、新聞同様の日刊の方が適していると浅田は考えた。

#### 4.2.4 娯楽性と教養性の両立

《木島》が放送を開始した1964年、大川に代わって、赤尾が社長に復帰している。赤尾は「娯楽放送であっても社会教育的のためになるものを出したい」と述べ、「社会教育」を積極的に推進する意向を表明した（『読売新聞』1964年11月10日付朝刊11面）。評論家の塩沢によれば、社長に復帰した赤尾は、娯楽の要素を含んだ番組を次のように「ほめていた」という。



公共事業である以上、社会の向上と企業の利益が調和しなければいけない。こういうと、すぐに教育番組ばかり並べるのか、といわれが、教育番組が教科書なら、一般教養書にたるものも私は必要に思っている。『徳川家康』『ローハイド』はそれに該当し、悪くはない。『木島則夫モーニング・ショー』も同様である（塩沢 1967：227）。

《木島》の放送開始は、赤尾が復帰する前に画策されたが、浅田とともに《木島》の企画を進めたのは、唯一の旺文社系役員といわれた岩本政敏であった（佐佐賀 1967：84）。赤尾復帰の翌年には、後述の《アフタヌーン・ショー》も放送を開始している。NET内では、旺文社系が主導する形で、ニュースショーという番組種別上の「社会教育」が拡大していった。

放送開始から約1年後、《木島》は「圧倒的な人気」（『読売新聞』1965年1月1日付第2別刷39面）となる。この記事は人気の理由を「身近なニュースを平易に見せてくれる」からだとしている。浅田の上司であった朝日新聞社出身の泉は同紙の取材に対し、《木島》は「報道的というより、社会教養的な扱い方になります」と答えている（『読売新聞』1965年7月15日付朝刊11面）。浅田によれば、「ニュースショー」という言葉は、泉による考案だという。浅田同様に、泉も活字メディア出身であった。

#### 4.3 視聴率のとれる形式の教養番組

##### 4.3.1 視聴率測定サービスの開始

現在の視聴率測定サービスは、年間365日のすべてを対象に測定されているが、1953年のテレビ本放送開始から1961年までは、視聴率調査は電通/NHK/トンプソン市場調査研究所などによって、特定の期間にのみ行われていた（『読売新聞』1960年12月8日付朝刊6面）。

NETで《東京アフタヌーン》や《テレビ週刊誌》などの試行が行われていた1961年、米ニールセ

ン社によって、国内初の恒常的な視聴率調査が開始された。翌1962年にはビデオリサーチ社が、同様のサービスを開始している（日本放送協会 2001：529）。

しかしながら、視聴率が広く社会に認知されるようになるには、サービスが開始されてから数年を要した。放送評論家の志賀信夫によれば、1964年頃から新聞紙上で視聴率という言葉が目立ちはじめ、一般の人々に徐々に認識されはじめたという（志賀 1970：215）。テレビ業界内部においては、本格的な視聴率競争の到来であった。

##### 4.3.2 視聴率のとれる教養番組

視聴率競争の激化を背景に、1964年4月NETは《木島則夫モーニング・ショー》の放送を開始した。同番組は朝8時30分から約1時間の生放送で、月曜から金曜の帯番組として編成された（日本放送協会 1977：686）。

《木島》誕生のきっかけは、後にスポンサーとなる米ヴィックス社からの提案であった（日本放送協会 2001：571）。ヴィックス社は、朝の「学校番組の一括買い」（全国朝日放送 1984：98）を希望した。NETの学校放送番組の視聴率は極めて低かったが、アメリカでは《TODAY》が同時間帯で人気を博していた（日本放送協会 2001：571）。ヴィックス社は、朝の時間帯の日本のテレビ放送に、可能性を見出していた。

NETの内外で「教育」「教養」は視聴率がとれないと思われていたが、《木島》の制作を担当した浅田は「制作費さえかければ、教養番組でも視聴率の上がるものはできる」（浅田 1968：9-10）と考えていた。

NETが課せられた「教育」という種別には、「学校教育」と「社会教育」の2種が存在した。「学校教育」は視聴率が望めないが、「社会教育」あるいは「教養」は、高い視聴率を得る可能性があった。学校放送番組は、学校や教室での視聴を前提としており、学校や教室は視聴率測定の範囲外であった。視聴率は、あくまで家庭での視聴を前提

としていた。学校放送番組を放送していた時間帯に、家庭のテレビ受像機の前にいるのは、大量の主婦であった。

## 5 ニュースショーの嚆矢における形式

### 5.1 内容の細分化とディレクターの分離

#### 5.1.1 グループ司会による内容の細分化

浅田は《木島》の司会者として、木島の他に、栗原玲児と井上加寿子を配した。ラジオのDJは1人が多かったが、《木島》では3人のグループ司会が導入された（日本放送協会 2001：570）。3人は中継やコーナーを担当し、DJ導入の目的であった内容の細分化を達成した。

DJ導入による内容の細分化は、中小のスポンサーを獲得するためであったが、栗原と井上は、コーナー間に挿入された生CMも担当した（浅田 1968：81）。3人のグループ司会は、内容の細分化だけでなく、生CMという形式とも親和性が高かった。

既述のように、NETが本放送を開始した当初は、20分以下の短い教育番組や教養番組が数多く存在した。これらのうち「料理」「歌唱」「嫁姑問題」などは、《木島》のコーナーに取り込まれた（浅田 1968：180-184）。『読売新聞』（1967年11月29日付朝刊10面）は、「“教養”を“娯楽”のオブラートで包んだしやれた仕上げを期待”する」とした。《アフタヌーン》の料理コーナーでは、桂小金治らが「生徒」に扮して料理教室に「入学」している。学年末には、卒業できずに「落第式」を行うなど、視聴者の笑いを誘う形で娯楽性が高められた（田村 発行年不詳：17, 124-126）。視聴率の上で低迷した教育番組や教養番組は、ニュースショーの司会者が参加し、演出によって娯楽性が高められたことで、ニュースショー内の人気コーナーとして継続した。

ニュースショーは番組種別上の「社会教育」や「教養」だけでなく、「学校教育」も取り込んでいっ

た（『読売新聞』1969年2月27日付朝刊10面ほか）。ニュースショーの細分化された内容は、「雑然としたバラエティをもつ点で女性週刊誌に似ている」（岡本・福田 1966：380）と受け取られていた。同番組の制作を担当したNETの外崎宏司は、「最初は教養番組だったというのが、むしろ本来の企画であったのかもしれませんが。それが実際にテレビの機能というものののおかげで、ニュースショーになっていったというのが、〈木島ショー〉の場合は正しんじゃないでしょうか」（『放送文化』1969年3月号：29）と述べている。同じくNETの泉は、《木島》の放送開始から3年後、「民放における教養番組というものは、ワイドショーというものに全部集められたというふうには言ってもいいのではないだろうか」（『放送文化』1967年4月号：26）と述べている。

#### 5.1.2 視聴率による内容の選別

浅田は、視聴率の推移<sup>(12)</sup>から視聴者の欲求を推測し、テーマや内容の修正を行った。浅田は《木島》と視聴率の関係を次のように述べている。

刻々と変化する数字が、どのようなテーマや内容が受けているかを知る唯一の資料であった。手許に届いた一分刻みの推移をその日放送された番組進行表と照らし合わせることによって、視聴者に喜ばれる内容はどのようなものかを的確に知ることが出来た（浅田 2009：56）

浅田は視聴率だけでなく、視聴者を対象としたモニター調査のデータも重視した（浅田 1968：18-20, 179-182）。これらを用いることで、番組のテーマや内容を、客観的かつ定量的に選別した。

内容の細分化は、視聴率による見直しの効率を向上させた。番組全体がひとつの内容である場合と異なり、同一番組内に複数のテーマや題材が存在することで、視聴者の嗜好や好悪を一度に複数知ることができた。

さらに、ニュースショーは生の帯番組として編

成されたが、この編成形式によって、内容の見直しが高速化した。録画・編集の番組に比べて、生放送は、企画から放送までの期間がはるかに短い。また、連日に放送が行われる帯の編成であれば、毎週の放送と異なり、放送内容の見直しは翌日も可能となる。生放送の帯番組という編成形式と、内容の細分化の相乗効果によって、ニュースショーでは、従来の番組よりもはるかに高速な見直しが可能となっていた。

### 5.1.3 ディレクターと内容の分離

《木島》の開始にあたって、プロデューサーの浅田は中心的な働きをしたが、既述のように、当時のテレビ業界では、ディレクターを中心としたディレクター・システムが主流であった。ディレクター・システムにおいては、ディレクターが絶対的な権限を有していた。ドラマに代表されるように、番組のテーマや内容はディレクターと密接に関連しており、特定のテーマや内容は特定のディレクターのものであった。

これに対して、《木島》における浅田の動きは、実質的にはプロデューサー中心のプロデューサーシステムであった。権限はディレクターからプロデューサーに移譲され、プロデューサーの指揮のもと、各ディレクターはテーマや内容に取り組んだ。テーマや内容は、特定のディレクター個人のものではなく、チーム全体で共有された。それによって、同じテーマや内容を複数のディレクターが担当することが可能となり、テーマや内容をフレキシブルに見直すことが可能となった。《木島》の放送開始から2年後の1966年、NETは全社的にプロデューサーシステムを導入している（テレビ朝日社史編纂委員会 2010：189）。

### 5.1.4 ディレクターと内容の再接近

1965年9月、制作体制の見直しにより、浅田は《アフタヌーン・ショー》を含む「教養番組全般の面倒を見る」ことになった（浅田 1968：238-242）。浅田によって、ディレクターと内容の分離が《アフタヌーン・ショー》に持ち込まれ

た可能性が高い。

一方、《モーニング・ショー》におけるディレクターと内容の「分離」は、1966年9月をもって一旦終了する。《モーニング・ショー》の制作体制は、「曜日別の縦割り」へ変更された（浅田 1968：287-288）。新たな制作体制は、「五人のディレクターが曜日ごとに責任を持って一般番組と同じように制作する」ものであった（浅田 1968：287-288）。

「曜日別の縦割り」によって、それ以前の番組と同じようにディレクターと内容が強く結びついた頃から、《モーニング・ショー》の視聴率が低下しはじめる（『朝日新聞』1967年4月26日付朝刊10面）。同番組の視聴率低迷は長期にわたることになる。視聴率の変化には様々な要素が影響すると推測され、送り手は様々な改善を行うが、なかでもメイン司会者の交代が続き、1968年4月に長谷川肇へ、1969年に4月には奈良和へ交代している。

## 5.2 司会者による訴求

### 5.2.1 ニュースショーにおける司会者の重要性

前項では、ニュースショーの内容について検討したが、《木島》が視聴者に訴求した最大の要因は内容ではなく、司会者であった。フジテレビの編成担当・村上は、《木島》という新しい番組の登場を「民放ばかりかNHKの度肝を抜いた」と評した上で、その最大の要因に、「従来のNHK調の紋切り型ニュースから脱皮して、怒ったり泣いたり感情をあらわにした異色の司会」をあげている（村上 2005：94）。

NHKに代表される従来のテレビ司会者において、感情の発露は忌避された。木島は元NHKのアナウンサーであったが、NHKを離れてフリーとなり、NETの《モーニング・ショー》出演の際には、感情の発露を厭わなかった。感情の表出を伴った木島の司会は、視聴者に好意をもって受け入れられ、同番組で木島は「泣きの木島」の異名をとる（日本放送協会 2001：571）。

制作者の浅田は、《木島》の企画段階から司会者の重要性を認識し、それ以前の番組と異なり、司会者を「視聴者と同じ立場」に置くことを企図していた（塩沢 1967：71）。NHKの司会者のように、権威者として視聴者よりも一段高いところから発言するのではなく（村上 2005：94）、視聴者と同じ生活者目線の木島の司会は、「飾らないキャラクター」として「主婦層の支持を受けた」（日本放送協会 2001：571）。浅田は、司会者を「視聴者と同じ立場」に置くことについて、「これまでの司会者という概念からはあまりにもかけ離れた発想」としながらも、「送り手と受け手を、司会者を媒介して一つに結びつける最良の方法」だと述べている（浅田 1968：71）。

#### 5.2.2 後続のニュースショーにおける司会者

《木島》の成功をみた各局は、NHKを含め、競ってニュースショーの制作に乗り出す。《木島》が始まった1964年は、東京オリンピックが開催され、テレビ業界は好景気に湧いた。しかしながら、オリンピック直後の証券不況（1964-1965）によって、各局はスポンサー対策に追われるようになる（日本民間放送連盟 1981：247-251）。経済的劣位にあったNETが採用した番組形式が、不況時に有効なのは明らかであった。1965年が景気循環の転換点であったことも、ニュースショーが急拡大した大きな要因であった。

《木島》が生み出したニュースショーという形式は、NETの内部でも模倣された。1965年NETは昼の時間帯に、《ただいま正午・アフタヌーンショー》を編成する（テレビ朝日社史編纂委員会 2010：184）。同番組は《木島》同様に、帯の生放送として編成された。

NETは番組の開始にあたり、NHKからRKB毎日に転じていたアナウンサー・榎本猛を引き抜いている（『読売新聞』1965年4月2日付朝刊11面）。当初《アフタヌーン・ショー》のプロデューサーであった江間は、榎本の他に6人を加え、総勢7人の司会者という奇策をとった（『読売新聞』

1965年7月1日付朝刊10面）。しかしながら、この試みは不調に終わり、《アフタヌーン・ショー》の視聴率は低迷する（『読売新聞』1965年7月1日付朝刊10面）。

番組開始から1年を待たず《アフタヌーン・ショー》は司会者に依存することになる。1966年1月、同番組は榎本に代わって、落語家の桂小金治をメイン司会者に迎えた（『読売新聞』1966年1月8日付朝刊10面）。番組タイトルは《桂小金治アフタヌーン・ショー》と改められ、《木島》同様に、司会者が前面に出された。

#### 5.2.3 視聴者に対する司会者の訴求

桂小金治が司会を務めることに対して、NETの局内で、大きな反対の声があがった。元NETの渡邊によると、「先ず編成局長で朝日新聞出身の泉毅一氏とNHK出身で編成部長の沖田清輝氏」が反対したという。反対の理由は、「マスコミ界をリードする公共性の強いテレビの聖域に落語家はなじまない」「アフタヌーンショーはニュース性が強い。ニュースの真実を伝えるべきテレビ局として、落語家や漫才師は相応しくない」などであった（渡邊 1999：12-13）。

しかしながら結果的に、桂小金治は「怒りの小金治」などと呼ばれ（『読売新聞』1973年8月5日付朝刊13面）、木島以上に感情を発露して大きな人気を得た（『読売新聞』1967年8月26日付朝刊10面）。桂小金治も、木島同様に「視聴者と同じ立場」から司会を務めた。桂小金治が《アフタヌーン・ショー》の司会者となってから1年が経過した1967年4月5日付『読売新聞』（夕刊12面）は、「司会者がワイドショーの人気の九〇%を制する」と伝えている。この時期のニュースショーは、司会者の訴求力に大きく依存していた。

### 5.3 司会者から内容へ力点の移動

#### 5.3.1 ニュース回帰と新聞プログラム欄の変化

《木島》の開始から約4年後の1968年になると、ニュースショーは司会者の魅力ではなく、内容によって視聴者に訴求するようになる。1968年1



月30日付『毎日新聞』(夕刊5面)は、「元の姿にかえる朝のワイドショー番組」「企画、娯楽ものよりニュース強める」という見出しで、各局のニュース回帰を伝えている。内容への重点の移行と期を同じくして、木島則夫は《モーニング・ショー》の司会を降板している(『読売新聞』1968年1月21日付朝刊10面)。

内容への重点の移行は、新聞のプログラム欄にも表れている。表1は《モーニング・ショー》と《アフタヌーン・ショー》の各年6月第1月曜日のプログラム欄の表記である<sup>(13)</sup>。1967年までは両番組とも出演者のみの表記であるが、1968年以降は内容が示されている。

### 5.3.2 新聞紙面における語用の変化

新聞各紙の紙面上の表記も、1968年を境に変化している。以下、『朝日新聞』『毎日新聞』『読売新聞』の紙面における「ワイドショー」という言葉の出現回数をみる。集計にあたっては、インターネット上で提供されている、各紙の記事検索サービスを用いた。

『朝日新聞』におけるヒット数は、1965年と1967年は1件のみであるが、1968年には7件と急増する<sup>(14)</sup>。『毎日新聞』は、1967年以前は0件であるが、1968年には6件と、朝日同様に急増する<sup>(15)</sup>。『読売新聞』は、1967年以前は1965年の2件のみであるが、1968年は7件とやはり

多い<sup>(16)</sup>。3紙ともに1968年にピークを迎え、1969年になると件数が減っている。「ニュースショー」という呼称も同時期に並行して存在しているが、1968年において「ワイドショー」という言葉が目新しいものであったことが、新聞の出現数から量的に推察される。

司会者の交代、新聞のプログラム欄表記の変化、そして新聞の検索結果から、1968年春の番組編成の見直し、ニュースショーの大きな転換点であったことがわかる。

### 5.3.3 1960年代末の視聴率状況の変化

ニュースショーの転機にあわせるかのように、視聴率状況にも変化がみられる。1960年代半ばから本格化した視聴率競争が、1960年代末になると一層厳しくなっている。1969年5月29日付『朝日新聞』(夕刊9面)は、「視聴率争いが拍車」という見出しで、カラー化による視聴率競争の激化を伝えている。同年6月28日付の同紙(夕刊9面)によれば、各局の番組編成の見直しが6ヶ月から3ヶ月へ早まったが、その要因は視聴率競争の激化であった。

ニュースショーは、視聴率が社会的に認知されだした1960年代半ばに誕生し、急拡大した。視聴率競争が厳しさを増した1960年代末、ニュースショーは軸足を内容へ移し、それとともに「ワイドショー」という新たな呼称が用いられるよう

表1 NETのニュースショーのプログラム欄表記

年	モーニングショー	アフタヌーンショー
1964	ゲスト いだあゆみ	
1965	ゲスト 十朱久雄・幸代	同 榎本猛 市川晴子 前沢奈緒子 宇佐美周祐 大山高明 ゲスト タリア・ビーニー
1966	ゲスト 中川イセ 井上和寿子 (歌) 二期会トリオ	ゲスト 高橋圭三夫妻 斎藤チヤ子 同 桂小倉治 大沢嘉子 榎方宏一
1967	ゲスト 岩下志麻ほか	ゲスト 糸田佛三一家 コロス・イ・ダンス 玉井義臣
1968	『みんなが先生』	『無名歌手の告白』 ゲスト 朝丘雪路 黒沢明とロス・プリモス
1969	『決定版、ボーナス倍増!!』 ゲスト ダナカレッジ合唱団ほか	▽ 駅名日本縦断▽ 吉例占い試合 ゲスト 森進一 柳家小さん一家
1970	『おじいちゃんガンバレ!』 太平洋横断』	『氷の芸術』 ちあきなおみ 富永一朗ほか
1971	『女に子供の教育はまかせられない!』 ゲスト 武智鉄二 戸野宏	▽ ベットやわらぎ・ピン 庄治康ほか
1972	『もうがまん出来ない!』 限界にきたプランクトン男』	『夫婦はやはり他人か!』 ゲスト 朱里エiko 同 高田敏江
1973	『炎のような女 紙面の女将』 吉村千代子 ソフィア女性合唱団	『団地妻・女相撲大会』 田子ノ浦観方 同 浦野光 中村紀子

\* 網掛け部分は「内容」を表記した部分であり、筆者が追記した。



になった。

#### 5.3.4 ニュースショーの変容と拡大

1970年4月NETに初めて、朝日新聞社出身の社長が誕生した。元NETの丸山は朝日新聞社出身社長の言動を次のように回顧している。

途中から筆頭株主となり、テレビを何も知らない朝日新聞から順送りにくる社長たちは、「視聴率を得るためにはバラエティの強化しかない」といった勢いで叱咤していたのには笑った。昨日まで天下国家を論じていた朝日新聞のトップに立つ、かつての大記者たちが、立場が変わればこうも変わるものか、と私たちは白い目で見ていた記憶が生々しい。朝日新聞以上に「教育局」という名のもとに真面目にしか生きられなかった日本教育テレビ（略）で、いきなりバラエティは作れない（丸山 2008：97）

1971年4月NETは、夜の男性向けニュースショー《23時ショー》を月曜から金曜の夜11時に編成する。《23時ショー》は、後にMBSが関西エリアでの放送を拒否して大きな問題となり、国会でも議論の対象となっている<sup>(17)</sup>。元NETの丸山は「NETが『23時ショー』をスタートさせた時は局中が驚いた」（丸山 2008：97）として、当時のNETに教育局の雰囲気が残っていたことを回顧している。

1972年10月、NETは昼の主婦向けニュースショー《13時ショー》を新たに編成する。これによって、月曜から金曜の朝から夜にかけて4つのニュースショーが編成された。さらにニュースショーは土曜にも編成され、1973年には日曜を除く全ての曜日にニュースショーが放送されるようになった。

## 6 結論

本稿の2つの問いに対する結論を述べる。

①ニュースショーの原型は、番組としてどのような形式であったのか。

内容はコーナーなどによって細部化され、教育的あるいは教養的な内容も、娯楽化されつつ取り込まれていた。帯の生番組という編成形式は不変であり、内容の細分化との相乗効果によって、内容は視聴率によって迅速に見直された。送り手内部では、内容と作り手が分離され、見直しの自由度が向上した。それによってさらに、視聴率による内容見直しの効率が向上した。

②ニュースショーという新しい番組形式をもたらした要因や主体は、何だったのか。

NETの商業教育局という属性、つまりは「教育」「教養」の高い編成比率が課せられたことが大きな要因であった。そしてNETのニュースショーの形式は、ラジオの経験者と雑誌編集の経験者によってもたらされた。NETとラジオあるいは週刊誌との連続性が、人的あるいは番組形式上において確認された。またNETが教育局であったことによって、番組種別上の「教育」「教養」と「報道」「娯楽」の混交が生じたことが、付随的に明らかとなった。

### 謝辞

本研究においては、放送人の会による聴き取り調査「放送人の証言」を資料に用いた。ここに記して、感謝申し上げます。

### 注

(1) 博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所のデータによれば、東京地区のテレビの接触時間の全平均は144.0分（2時間24分）で（同研究所 2018：3）、男性60代（194.7分）と女性60代（212.3分）のテレビ接触時間は3時間を超えている（同研究所 2018：4-5）。

(2) NTVのホームページより。

〈<http://www.ntv.co.jp/program/>〉

- (最終アクセス日：2019年9月7日)。
- (3) ハードニュースとソフトニュースの定義は様々であるが、本稿におけるハードニュースの定義を述べるならば、報道セクション（記者クラブに加盟したり、肩書きが「記者」や「デスク」など）が担当し、ストレートニュースに連なる30分以内の短い報道番組である。一方のソフトニュースは、報道セクション以外が担当し、後のニュースショーやワイドショーに連なる、比較的放送時間の長い（45分以上）ニュースや情報を広範に扱う番組である。
- (4) 具体的には、『放送文化』『総合ジャーナリズム研究』『月刊 日本テレビ』『放送教育』『キネマ旬報』である。
- (5) 初期のテレビ放送では、十数分以内のミニ番組が数多く存在した。ニュースを取り上げる番組も存在したが、ニュースショーの成立過程では、長尺の番組が主な系譜となっており、それらミニ番組を除外する定義とした。
- (6) 放送人の会「放送人の証言」（証言者：久野浩平，取材日：2005年11月30日）。
- (7) 『読売新聞』のプログラム欄より抜粋した。
- (8) 管見の限りでは、1957年にNTVで最初の試行が行われている。
- (9) 『読売新聞』のプログラム欄によれば、1959年4月6日に放送が開始されている。
- (10) 前年度より約4時間伸びている。
- (11) 『朝日新聞』（1961年1月31日付朝刊7面）は、『東京アフタヌーン』の司会について、「三人が一週おきに交代する予定で、上月左知子だけが決まった。あと志摩由紀夫と滝田裕介を交渉中」と伝えている。
- (12) この時期の視聴率測定の結果は、毎週金曜日に一週間分が一括して発表された。「前日の視聴率状況を翌日報告するオンラインサービス」の開始は、1977年である（藤平 1999：42）。
- (13) 6月第1週を対象としたのは、各局の番組編成のもっとも大きな見直しは春に行われるが、それが落ち着きを見せるのが6月頃だからである。尚、当該の週に国政選挙が行われるなど、通常の編成と大きく異なる場合は、翌第2週とした。
- (14) 朝日新聞社のデータベース「聞蔵IIビジュアル」において「見出し+キーワード」で検索を行った（最終アクセス日：2018年12月18日）。
- (15) 毎日新聞社のデータベース「毎索」において「見出し+本文」で検索を行った（最終アクセス日：2018年12月18日）。
- (16) 読売新聞社のデータベース「ヨミダス歴史館」において「見出し検索」を行った（最終アクセス日：2018年12月18日）。
- (17) 「第六十八回国会衆議院通信委員会放送に関する小委員会議事録第二号」1972年6月6日。

#### 参考文献

- 浅田孝彦（1968）『ニュースショーに賭ける』現代ジャーナリズム出版会。
- （2004）「コーヒーの味」テレビ朝日社友会編『テレビ朝日社友報』第14号。
- （2009）「この一年」『テレビ朝日社友報』第19号。
- 飽戸弘（2001）「アメリカ大統領選挙と世論調査」『マス・コミュニケーション研究』第59号，107-123頁。
- 石田佐恵子（1998）『有名性という文化装置』勁草書房。
- 江間守一（1974）『この放送には聴取料がありません』時事通信社。
- 岡本博・福田定良（1966）『現代タレントロジー』法政大学出版局，380頁。
- 佐怒賀三夫「NETテレビ」『総合ジャーナリズム

- 研究』1967年12月号。  
 ——『『企業別』テレビの発想と選択』『放送文化』1976年7月号。
- 木下浩一 (2019) 「テレビの送り手を対象とした海外の研究動向」『京都メディア史研究年報』第5号, 43-66頁。
- 「座談会 教養番組の前途は明るい」『放送文化』1967年4月号。
- 「座談会 あたらしいニュース形式を創る」『放送文化』1969年3月号。
- 塩沢茂 (1967) 『放送エンマ帳』オリオン出版社。  
 —— (1967) 『放送をつくった人たち』オリオン出版社。  
 —— (1978) 『ドキュメント・テレビ時代』講談社。
- 志賀信夫 (1970) 『テレビ人間考現学』毎日新聞社。
- 全国朝日放送 (1984) 『テレビ朝日社史』。
- 田川一郎 (1996) 『愛しきテレビマンたち』創樹社。
- 田村魚菜 (発行年不詳) 『たのしいアフタヌーンショー』魚菜学園出版局。
- テレビ朝日社史編纂委員会 (2010) 『チャレンジの軌跡』テレビ朝日。
- 東京放送編 (1965) 『東京放送のあゆみ』。
- 土岐邦三 (2008) 「半世紀・反省記」テレビ朝日社友会編『テレビ朝日社友報』第18号。
- 「ドラマ演出一筋・吉武富士夫さんに聴く」テレビ朝日社友会編 (2015) 『テレビ朝日社友報』第25号。
- 中野収 (1985) 「特別報告 (2) ジャーナリズムの衰退」『マス・コミュニケーション研究』第35号, 184-192頁。
- 新里善弘 (2013) 「花開いた『キャスターニュース』」テレビ朝日社友会編『テレビ朝日社友報』第23号。
- 日本放送協会編 (1977) 『放送五十年史』。  
 —— (2001) 『20世紀放送史上』。
- 日本民間放送連盟 (1981) 『民間放送三十年史』岩崎放送出版社。
- 博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 (2018) 「メディア定点調査2018」。
- 長谷川創一 (2008) 「草創期の編成と『土曜洋画劇場』誕生の思い出」『テレビ朝日社友報』第18号。
- 藤竹暁 (1996) 「メディアイベントの展開とニュース概念の変化」『マス・コミュニケーション研究』第48号, 3-19頁。
- 藤平芳紀 (1999) 『視聴率の謎にせまる』ニュートンプレス。
- 古田尚輝 (2009) 「教育テレビ放送の50年」『NHK放送文化研究所年報』第53号, 175-210頁。
- 松山秀明 (2014) 「テレビジョンの学知」『マス・コミュニケーション研究』第85号, 103-121頁。
- 丸山一昭 (2008) 「テレビ局における“やらせ”とは何か」『テレビ朝日社友報』第18号。
- 渡邊實夫 (1999) 「東京のかたすみから (二十五) テレビの始めから終わりまで」モアラブ中川根『中川根ふる里通信』第52号。  
 —— (2007) 「回顧 先輩の一言」テレビ朝日社友会編『テレビ朝日社友報』第17号。
- Karmen Erjavec Ph.D. & Melita Poler Kovačič. (2010). News Producers' Pressures on Advertisers: Production of Paid News in Slovenian Television Programs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(3), 357-372.
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221-239.
- SCHEJTER, Amit M.; DAVIDSON, Roei. (2008). "...and money is answer for all things": The News Corp.-Dow Jones Merger and the Separation of Editorial and Business Practices. *International Journal of*

- Communication*, 2, 515-542.
- Terry Adams Ph.D. (2007). Producers, Directors, and Horizontal Communication in Television News Production. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2), 337-354.
- Kate E. West M.A. (2011). Who is Making the Decisions? A Study of Television Journalists, Their Bosses, and Consultant-Based Market Research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(1), 19-35.