



株式会社サンテレビジョン 代表取締役社長 沼田伸彦様

<http://www.sun-tv.co.jp>



メディアの役割 ～情報の先にある眼差し～

関西ではおなじみのサンテレビ。また阪神タイガースファンがうれしいのは阪神の試合中継は最後まで流すという局の方針です。野球の他にもゴルフや釣り等人気番組が多く、私のイメージではやや男性寄りという先入観もあったのですが、実際のところはどうなのでしょうか。沼田伸彦さまはデイリースポーツの社長を務めたあと、サンテレビの社長に就任されメディアについては知り尽くした方です。再来年50周年というサンテレビにお邪魔してきました。

おっ!サンテレビ

まず伺ったのがサンテレビの考えるターゲット。「確かに積み重ねた歴史やキャラクターの『オッサン』などから男性寄りのイメージを持たれることもありますね」と開口一番。しかし実際には男性、女性を意識しているわけではなく、一番意識しているのは「地域」なのだという。特にサンテレビはキー局のネットワークに属さない独立放送局。全国には13局あるそうだが、放送は兵庫、大阪と関西・四国の一部地域のほか、ケーブル・テレビを通してより広い地域で試聴できる。

テレビ業界の変化 ～スポンサーと視聴率

変化の激しいテレビ業界。番組を作る上で欠かせないのがスポンサーだが、視聴率については疑問の声がテレビ業界そのものに突きつけられている。例えば今までなら「何世帯で見られている」という数字でよかつたものが、更にシビアに「ターゲットとする人がどれくらい見ているのか、性別や年齢まで」求められるようになったという。スポンサーにしてみれば、商品をより効果的に広告するための「ターゲティング」だ。

ただ現状の視聴率の仕組みはここまで追いついておらず、今後の課題のひとつになっているという。実際、インターネットに広告を出せばターゲティングはできるし、楽天などの買い物サイトを使えば個人情報を入力するからデータが残る。スポンサーは世帯数しかわからない視聴率からターゲットを把握できるデータへとシフトする傾向にあるという。

情報の信頼性

ところで最近フェイクニュースやまとめサイトのコピペ問題など本当に正しい情報かどうかを疑う時代になってきた。日頃、私たちは情報とどう接すればいいのだろうか。

まずテレビ、新聞、ラジオなどのいわゆるオールドメディアが発信する情報は当事者、あるいは警察、行政などから直接取材した一次情報であり、この「情報の信頼性」が私たちの命綱ともいえる。

ただ、最近はオールドメディアへの信頼 자체がゆらぐような事態もみられる。例えば官製情報。提供する側の都合のよい情報や、記者の取材不足からくるウソの情報は視聴者が鋭く見抜く時代になった。オールドメディアの情報が信用できないということになれば終わりで、私たちにはきちんとした取材に基づく正しい情報を伝えていく役割がある。

また一次情報に関わるものは、業務上知り得た情報が思わぬところでインサイダー取引などにつながる恐れがある。SNS なども大変普及しているが、一般の人なら問題ないことでも、メディアの人間は特に使い方に注意が必要で、社内でも徹底している。

伝えたい意図はある

同じニュースを見ても受け取り方は人それぞれで、わずかな記事から大きなビジネスチャンスをつかむ人もいる。情報を伝える側として何か意識していることはあるのだろうか。

「番組として伝えたい意図はある」と沼田社長。ただ受け取る側の感性は千差万別で作り手が細かく意識してもきりがないと思っている。情報には色々な種類がある。例えば、事実を淡々と伝えるものや、署名記事。必要と認めればその人間が感じたことをストレートに伝えることもある。テレビの情報番組を見ればわかるが、アナウンサーは事実を伝え、意見や感想はコメントーターに任せるとどうに役割分担がなされている。

視聴者のスタンスに立つ

では沼田社長ご自身が情報を扱うときに気をつけていることは何だろう。

一般論になるかもしれないが、と話してくれたのは「視聴者のスタンスに立つこと」。阪神タイガースの担当記者だったときのことだ。それこそ一年中ベッタリ取材していると選手との距離も近くなる。ある時、思い入れのある選手が三振ばかりで試合に負ける原因を作ってしまったとする。個人的な感情があるから書く記事を鈍らせたりもするが、やはりそこは読んでくださる方が知りたいことを書くのが視聴者のスタンスだと考えている。

メディアの役割論

最後に、沼田社長が考えるメディアの役割について伺った。

サンテレビは地域のためのメディア。つまり、地域におこる問題は自分たちの問題でもあるという意識をもち、解決のために一緒に考えて報道する。そこまで考えることができなくては「本当に地域に寄り添ったメディア」とはいえないし、地域局である意味がない。

例えば、行政のミスを引っ張り出すまではいいが、その先に「では、いかにこの地域を良くしていくのか」という目線があるだろうか。ただ「情報を与える」という上からの目線ではなく、その先の目的が何なのかまで真っすぐ見据えて情報を伝えることが大切。

これからはそれがないと地域で生きるメディアの価値はなくなると考えている。

取材を終えて

「メディアの良心」のようなものを感じながら、お話しを伺っていました。いつも取材をする側にいた方を取材するというのは、緊張するものです。あとで録音を聞き返してみると、会話に無駄な部分がなくて、まとめやすいようにお話し下さっていたを感じました。