

開催報告書

第4回メディア制作者と医療者がつながる座談会 より多くの方のヘルスリテラシーを高めるために ～テレビ生活情報番組編～

2018年3月8日 東京

共催： メディアと医療をつなぐ会・メディカルジャーナリズム勉強会

東京大学大学院医学系研究科医療コミュニケーション学

協力： 東京大学大学院情報学環/学際情報学府 丹羽美之研究室



「全放送 1797 回中 352 回。おおよそ週に 1 回は医療系企画を取り上げています。」

生活情報番組『あさイチ』は、2010年3月29日に開始してから月～金の朝8時15分～9時54分まで40代・50代の女性をメインターゲット。取り扱う情報は社会から家庭まで幅広い。1回の放



送で視聴者から頂く Fax は平均 500 枚！いかに視聴者からのリアクションが大きいかが窺える。『あさイチ』のチーフプロデューサー（CP）渡邊悟氏は「『あさイチ』で大切にしていることは共感。MC と視聴者が同じラインに立ってもらうことにより、徹底的に視聴者目線を追求している。」という。プロデューサーやデスク、ディレクターなど制作者は総勢 80 名ほど。その中には医療系企画を多数制作する人はいるけれども、多くは企画の立ち上げ段階で学び始め、制作しながら詳しくなっていくという。そのため、取材段階でヒヤツとすることもあるそう。

続くパネルディスカッションでは、医療系企画を

多く手掛ける NHK・CP 齋藤真貴氏、当会の河村洋子氏と市川衛氏も加わり、参加者とのインタラクティブなディスカッションが行われた。



左から、市川氏、渡邊氏、齋藤氏

テーマ選び：ディレクターが愛している企画。

さらに、『あさイチ』の視聴者から放送内容の周辺情報を頂くことがあるので、そこから提案することも一つの方法。

専門家選び：医療に対して誠実（自分の専門でも、まだ不明な点を言ってくれる人）。患者さんが診てもらいたいと思うだろう人。

一つのトピックに対して、いかに複数意見を取り込むか：意見をもつ MC を含めてスタジオで議論することで、視聴者に多様な意見があることを提示する。



最右、エンターテインメント・エデュケーションの第一人者、河村氏

reported by 加藤美生（東京大学）

Published by メディアと医療をつなぐ会事務局