

研究進捗報告

テレビ番組企画における知識の体系化と
知識継承・発想支援システムの構築

上田茂雄

2025年7月2日

1. 研究の背景と現状の課題

テレビ番組企画の現状の課題

企画プロセスの属人性

個人の経験・センスに依存している

熟練者の知識継承の困難

体系的な継承方法が確立されていない

過去の企画資産の活用不足

成功事例・失敗事例の知識が散在している



1. 目的と仮説

研究目的（仮説）

仮説 1

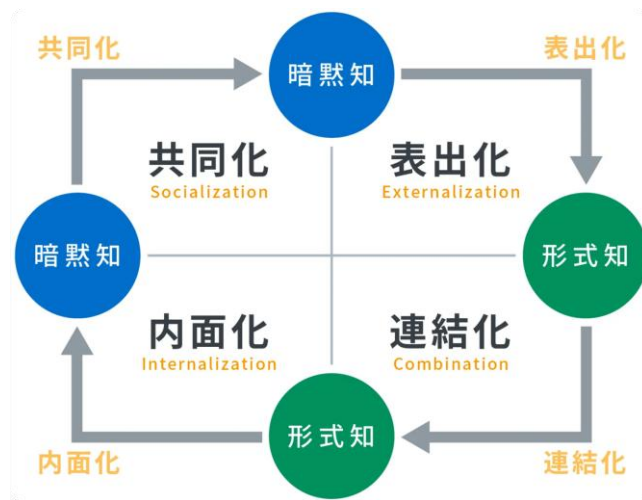
企画作成者の**経験的知見の形式知化**が可能ではないか

仮説 2

組織的な**知識継承システム**が構築できるのではないか

本研究の目標

テレビ番組企画における知識の体系化と継承の仕組みを構築し、クリエイティブ産業全体の知識マネジメント手法として確立すること

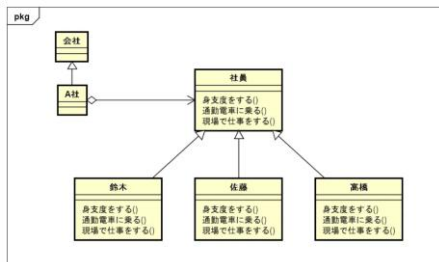


2. 現在の状況 ① デザインパターン手法の検討

デザインパターン手法の検討 企画パターン構造の情報例

仮説 「デザインパターン」を
テレビ企画に応用できる可能性

「既存の企画」に対してパターンを考え、
そこからクラス化を検討



- パターン名：「参加型エンタメパターン」
- 問題：「視聴者離れ」「エンゲージメント不足」
- 状況：「若年層ターゲット」「SNS文化浸透」
- 解決策：「リアルタイム参加機能」「SNS連動」
- 結果：「視聴率向上」「話題性獲得」（期待値）
- 具体例：過去の成功番組事例

期待される効果

企画パターンの再利用性向上
新人への知識継承の効率化
成功パターンの体系的蓄積

2. 現在の状況② 二層構造モデルの提案

二層構造モデルの提案

(後述の「ずらし」に関連)

変化をしない層

時代が変わっても本質的に同じ要素

視聴者の心理的欲求

物語構造の基本パターン

共感を生み出す要素

変化する層

時代と共に変化する表現手法

技術的表現手段

流行のトレンド

視聴者の接触メディア

例: 視聴者参加型番組

変化をしない層

視聴者の能動的参加促進という本質

変化する層

参加手段の変化

電話投票 → Twitter (X) → TikTok

3. 現在の状況③ 技術実装方針の検討

技術実装方針の検討

Neo4j (RDF-Starプラグイン)

RAGの実装を検討中

🗂️ 企画書情報をノードとエッジで構造化

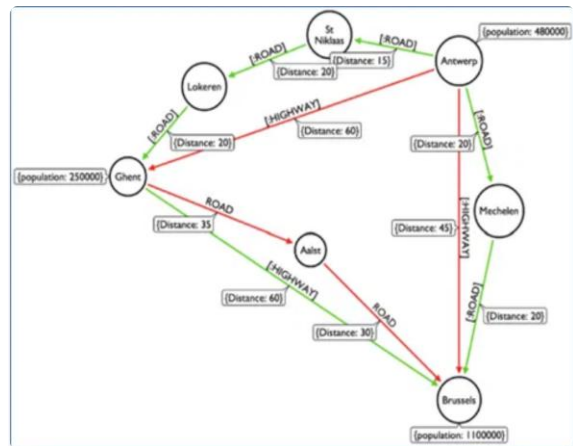
企画要素間の関係性を明示的に表現

📌 関係性の強さを重み付けで表現

影響度や依存度を数値化

🕒 時間軸変化の表現可能性

トレンドの変遷を時系列で追跡



グラフデータベースの利点

複雑な関係性の直感的な表現
柔軟なスキーマ設計
高速な関連データ検索
知識グラフとしての拡張性

3. 現在の状況④ 実証分析の開始

実証分析の開始



「オモウマイ店」の分析
にて仮説検証を試行

「ずらし」パターン 仮説

→ 対象の転換

「料理」 → 「店主の人間性」

→ 役割の反転

「タレント取材」 → 「スタッフ密着」

→ 演出の削減

「過剰演出」 → 「ミニマル演出」

これらのパターンが視聴者の「予想外の発見」を促し、満足度向上につながっているという仮説

4. 「ずらし」理論の仮説 - 分類仮説

「ずらし」パターンの分類仮説

パターン	説明	検証対象例
対象の転換	番組の焦点を視聴者の予想と異なる対象に変える	グルメ番組で「料理」→「店主の人間性」
役割の反転	通常の役割分担を逆転させる	「タレント質問」→「専門家体験」
要素の移植	他ジャンルの要素を異なるジャンルに導入する	旅番組に「競争ルール」を導入
演出の削減/増強	演出手法を極端に削減または増強する	ナレーション過多→ミニマル演出
時間軸の変更	時間の流れや構成を変更する	リアルタイム→長期密着取材

「ずらし」の本質

視聴者の「予想」と「実際の体験」のギャップを意図的に作り出すことで、驚きや発見の感情を喚起し、記憶に残る体験を提供する手法

4. 「ずらし」理論の仮説 - 評価軸

変化の大きさ評価軸（検討中）

視聴者期待値からのずらし度

視聴者が予想する内容からどれだけ異なるか



業界の前例からの新規性

過去の番組と比較してどれだけ新しいか



制作手法からの変更度

従来の制作プロセスからどれだけ変更が必要か



5. 今後の予定

- ①業界関係者へのヒアリング調査
- ②技術プロトタイプの構築開始
- ③実証実験と評価