

HOYA の歴史を紹介するテレビ番組制作の裏側 テレビ東京「ミームの冒険～日本経済の DNA を探る」 Behind the Scenes of “Meme’s Adventure” TV Tokyo’s program featuring Japanese companies’ DNA

HOYA 株式会社 IR・広報グループ

前山 明子

Akiko Maeyama

Corporate Communications Hoya Corporation

新番組の企画

それは日本経済新聞編集委員（当時）の長谷川洋三さんからの一本の電話から始まった。「TV 東京で新しい番組を始めます。ぜひ協力したいので時間を取ってください。」HOYA がまだ保谷硝子という社名で、クリスタルが主力製品だった頃から取材をしていただいている長谷川さんは、記者としての活動の他、執筆活動やラジオ、テレビでのご意見番としても活躍されている。いよいよご自分でテレビ番組を作られるのか、と、そのパワーに圧倒されながら話を聞く。せっかちな長谷川さんらしく、最低限の内容を告げた後「では××日×時に伺います。」と電話は切れた。

夏の日差しが照りつける日にさわやかな空色のスーツでお越しになった長谷川さん。その手には「ミームの冒険」と題した新番組の資料があった。長谷川さんによると、この番組は日本

を代表する企業の基礎を築いた創業者にスポットをあて、その企業が数々の困難を乗り越えて成長する過程を紹介しながら、その根底に脈々と流れる「先人の意伝子」を明らかにするというもの。番組名にある「ミーム」とは、遺伝子のギリシャ語をもじった造語で“文化を伝える遺伝子”のこと。意伝子とも表現される。まさに第一線の記者として長きにわたり日本企業の栄枯盛衰を見続けてきた長谷川さんならではの渾身の企画である。このようなめったにない機会に「ぜひ協力させてください。」と申し出ると、質問をする間もなく「じゃ、詳しいことはプロデューサーと詰めてください。」と長谷川さんはあわただしく去っていった。

長谷川さんが置いていった企画書を前に、改めて企画内容について考えてみた。私事で恐縮だが、HOYA に入社してまだ2年、この会社に脈々と流れる“意伝子”が何なのかも、まだよくわかっていない。HOYA は戦中に、東京都保谷町（今の西東京市）に山中正一・茂兄弟が小さなレンズ工場を操業したところから始まった。軍需産業として栄えたあと終戦を迎え、

鈴木哲夫現名誉会長の発案でクリスタル製品を作り始めた。これが駐留軍家庭のニーズに合い、さらにアメリカへ輸出することでHOYAの新たな事業展開が始まったと聞く。技術力を活かしたさまざまな新製品を作り出すことで市場を開拓し、優位性を確保することで成長してきた会社だ。番組中で長谷川さんはそれぞれの企業の特徴を漢字一文字で表すとのことで、企画書には案として、新事業を興すところから「興」という文字があった。しかし当社の意伝子の実態について、この時点ではまだ霧の中を手探りで歩いているような感覚だった。

資料収集

翌日、さっそく番組ディレクターの豊田さんから電話があり、番組の構成を練るにあたり、会社に関するありったけの資料がほしいとのこと。ちょうど創立60周年を記念して発行されたマネジメント誌にHOYAが町工場から現在へと至る成長過程がつつられており、役に立った。豊田さんはたくさんの資料を抱え、「読み込んで構成案をお出しします。」と帰っていった。数週間後、構成案を何度かやりとりし、議論を重ねた結果、構成の骨組みが固まる。HOYAの創業者である山中正一・茂兄弟と、32歳の若さでその後を継いだ鈴木哲夫の2代にわたる経営史を紐解きながら、現社長の鈴木洋にも話を聞くことで、60年にわたり流れるHOYAのDNAについて紹介していただくこととなった。

さて、構成が固まったものの、約45分間の番組を作り込むには膨大な資料や細部にわたる事実確認などが必要で、このときから数ヶ月間、資料集めに奔走することになった。特に再現フィルムを多用する番組構成のため、できるだけ忠実に再現するために緻密な取材活動や資料集めが欠かせなかった。豊田さんの口癖は「当時の事実を知る関係者は全体の視聴者からしたらわずかな人数です。しかし、その方たちが見

て違和感のないものを作りたいんです。」テレビ番組の制作者というのは、わずか45分の番組を作るためにここまでエネルギーを注ぎ、細部にこだわるのか、と関心するとともに、自らも製作に関わる者として身が引き締まる思いだった。

まずは当時のことを知る人々に話を聞いて、事実確認をしたい。しかし60年も前のことについて知っている人は限定されている。現役社員から関係者をたどっていき、ようやく探り当てた関係者の中でも、本社管理部長などの要職を歴任された久保田実さんは、戦後のHOYAの復興を目の当たりにし、山中兄弟はもちろんのこと、鈴木哲夫の仕事ぶりを間近で見てきた貴重な証人だった。例えば戦後、進駐軍が軍需産業を監視するためにジープで工場に乗り付けた際には現場に居合わせたとのことで、「オーストラリアの軍人がジープで工場の中に入ってきたんですよ。昼間だったから皆外で仕事していたが、その工具たちがひどく怖がって工場の中に入ってしまった。」と、まるで昨日のことのように語ってくれた。お土産にクリスタルグラスを渡すとひどく感激して、その後すぐにクリスマスパーティ用グラスセットの注文が入っ



初期のクリスタルのステムウェア

たことなども細部にわたり記憶されており、とても重要な証言をいただくことができた。実際、久保田さんからの情報により再現フィルムでの軍人にどの国のタレントを使うかが決まるなど、番組に具体性を盛り込むことができた。

また、ニューグラスフォーラムの皆様にもたいへんお世話になった。鈴木哲夫の若い頃の写真が社内に見当たらず、そういえばニューグラスフォーラムはもともと鈴木哲夫が発起人として立ち上げに参画したはず、とわらにもすがる思いで問い合わせたところ、貴重な当時の機関誌のバックナンバーをどっさり拝借することができた。そこには鈴木が創立記念に記した同フォーラム立ち上げの目的や期待、そして若かりし頃の写真などが豊富に掲載されていた。クリスタルを主力製品として世に送り出していたHOYAをさらに成長させるために、ガラスのさらなる可能性を追求していた当時の鈴木を考えを知る貴重な資料となった。この場をお借りしてお礼申し上げます。

当社に所蔵していない資料については、豊田さん自らが博物館や図書館に足を運び、貴重な戦中、戦後の資料を入手されていた。思わぬところから弊社のロゴ入り製品が出てくるなど、新たな発見に毎日のように驚かされた。番組制作の手伝いをしながら、HOYAの過去にさかのぼって歴史を疑似体験しているような新鮮な感覚だった。

カメラ撮影

60年前、HOYAの工場ではガラスの原料を溶解するために、坩堝(るつぼ)を使っていた。炎の前にむしろを敷いて寝ずの番をしたという技術担当の山中正一のエピソードを紹介するには、どうしても動く炎の映像が必要だった。現在HOYAの工場では坩堝を使用していないため、当社と取引のある企業に無理を言って撮影させていただいた。坩堝を熱する溶解炉の温度



創業当時の保谷工場

は1,500℃。炉の中から真っ赤に燃えた坩堝を取り出す瞬間には、5メートル手前で見ていた私たちもその熱気に思わず顔を覆った。燃えたる溶けたガラスが目の前で流れるさまは、とても迫力のある映像として記録され、番組を臨場感あふれるものにした。2、3日熱し続ける坩堝の窯からの出し入れには非常に緻密なタイミング調整が必要で、わざわざ撮影時間に合わせてガラス溶解の作業を進行していただいたこの会社には言い尽くせないほどの感謝をします。

いよいよ番組放送

やがて年が明け、放送日を迎えた。シナリオは事前に確認し撮影にも立ち会ってはいたが、完成版は見えていなかったため、最終的にどのような形にまとめられているのか非常に興味があった。また、社内外にも事前に告知していたため、番組を楽しみにしている人も多いことを考えると、万が一事実と反することが放送された場合の影響は大きく、不安を抱えながら見守った。しかし番組は予想以上にすばらしい出来栄で、HOYAの創業当初の苦労や試行錯誤の様子が生き生きと伝わってきた。放送終了後には社員や株主さんなど、番組を見た方から「HOYAのよさを改めて知った」「HOYAの起業家精神はここから来ているのか」などと反響も大きくPR効果としては絶大だった。そして

最終的に長谷川さんが選び抜いた HOYA を表現する一文字の漢字は「拓」。軍需産業からクリスタル製品、そして精密機器へと、自社の持つ技術をフル活用し、時代の流れをいち早くつ

かみ市場を開拓していく HOYA のベンチャー精神がそのまま表現されていた。この DNA は今でも確実に HOYA 全体に引き継がれている。

日本の大学のガラス研究者地図

