

第2回 情報生活研究助成制度 対象研究報告書

1999年5月

# コミュニティ放送の現状と 地域コミュニケーションの可能性

—市民スタッフ問題を中心に—

研究代表者: 森谷 健 (群馬大学社会情報学部 講師)

財団法人ハイレイフ研究所

# 目次

<b>I 問題意識と調査概要</b>	1
1. 問題意識	
2. 調査概要	
<b>II 開局状況</b>	3
1. 出資状況	
2. 開局の経緯	
<b>III 目指す姿</b>	11
1. 基本方針	
2. 自由記述に見る目指す姿の内実	
3. 地域問題の扱い方	
<b>IV 市民スタッフについて</b>	19
1. 番組編成と市民スタッフ	
2. 市民スタッフの概要	
3. 市民スタッフ導入の理由	
4. 市民スタッフへの取り組みと課題	
<b>V インタビューを踏まえたまとめ</b>	33
1. まちづくり・地域づくりとコミュニティ放送	
2. 「地域密着」とは	
3. 地域問題の扱い方と不偏不党の基準	
4. 市民スタッフに求められるもの	
5. コミュニティ放送と「地域社会の総合力」	

## 資料

- 資料1 調査票
- 資料2 単純集計表
- 資料3 自由記述
- 資料4 インタビュー

# 1 問題意識と調査概要

## 1. 問題意識

近年開局が相次ぎ、今後も開局が予想されるコミュニティ放送についての概括的、形式的な情報はあるものの、その実態についての情報は乏しく、直接コミュニティ放送に携わることのない外部の者には実態をつかめる資料はほとんどない。

また、公共的な事柄に関する議論をメディア上で展開する可能性が、いわゆる「公共圏」とメディアの関係として論じられている。

そこで、本研究では、まず、全国のコミュニティ放送の実態を把握し、次いで、そこに存在する課題や問題を析出することとした。そして、その際の焦点として、①コミュニティ放送が目指している姿と実態、②地域社会におけるコミュニケーション、特に地域社会の抱える公共的な課題を論じるコミュニケーションの活性化にコミュニティ放送がいかに寄与できるか、③地域社会とコミュニティ放送を結び付ける市民スタッフ（ボランティア・スタッフ）の課題と今後の方向性をあげた。

これらの問題意識に基づいて以下の調査を実施し、本報告書は、これらのまとめである。

## 2. 調査概要

調査は、三つの段階においてなされた。

### (1) 予備調査

予備調査として、各電気通信監理局のウェブサイトからコミュニティ放送局に関する基礎的なデータを収集した。各電気通信監理局によって、ウェブサイトで公開している項目が異なったため、確認の意味も含め、各電気通信監理局に住所、連絡先、資本金などを問い合わせた。

また、全国コミュニティ放送協議会のウェブサイトも参照した。

### (2) 調査票調査

調査票（添付の資料1）を作成し、郵送法で配付・回収した。

調査期間：1998年7月～8月

配付数：106局（1998年7月現在で把握していた局）

有効回収数：58局（有効回収率：54.8%）

統計ソフト「SPSS」を用いて集計した

単純集計については添付の資料2、自由記述については資料3にそれぞれ掲げた。

### (3) インタビュー調査

調査票調査の集計結果を提示しながら、集計結果についての意見や局が目指す姿、市民スタッフの問題などについて、フリートーキングでインタビューを行った（添付の資料4）。

#### 「ラジオ高崎」インタビュー

1998年11月9日、14:00～15:30、「ラジオ高崎」会議室

矢嶋仁さん（常務取締役、放送局長）、菅田明則さん（常務取締役、編成局長）、

堀口芳明さん（取締役、企画部長）

#### 「ラジタカ倶楽部」（「ラジオ高崎」市民スタッフ組織）インタビュー

1998年11月20日、10:30～12:00、「ラジオ高崎」会議室

中島孝広さん

#### 近畿電気通信監理局管内の某局

局スタッフ、田中さん（仮名を条件にインタビューに応じていただいた）

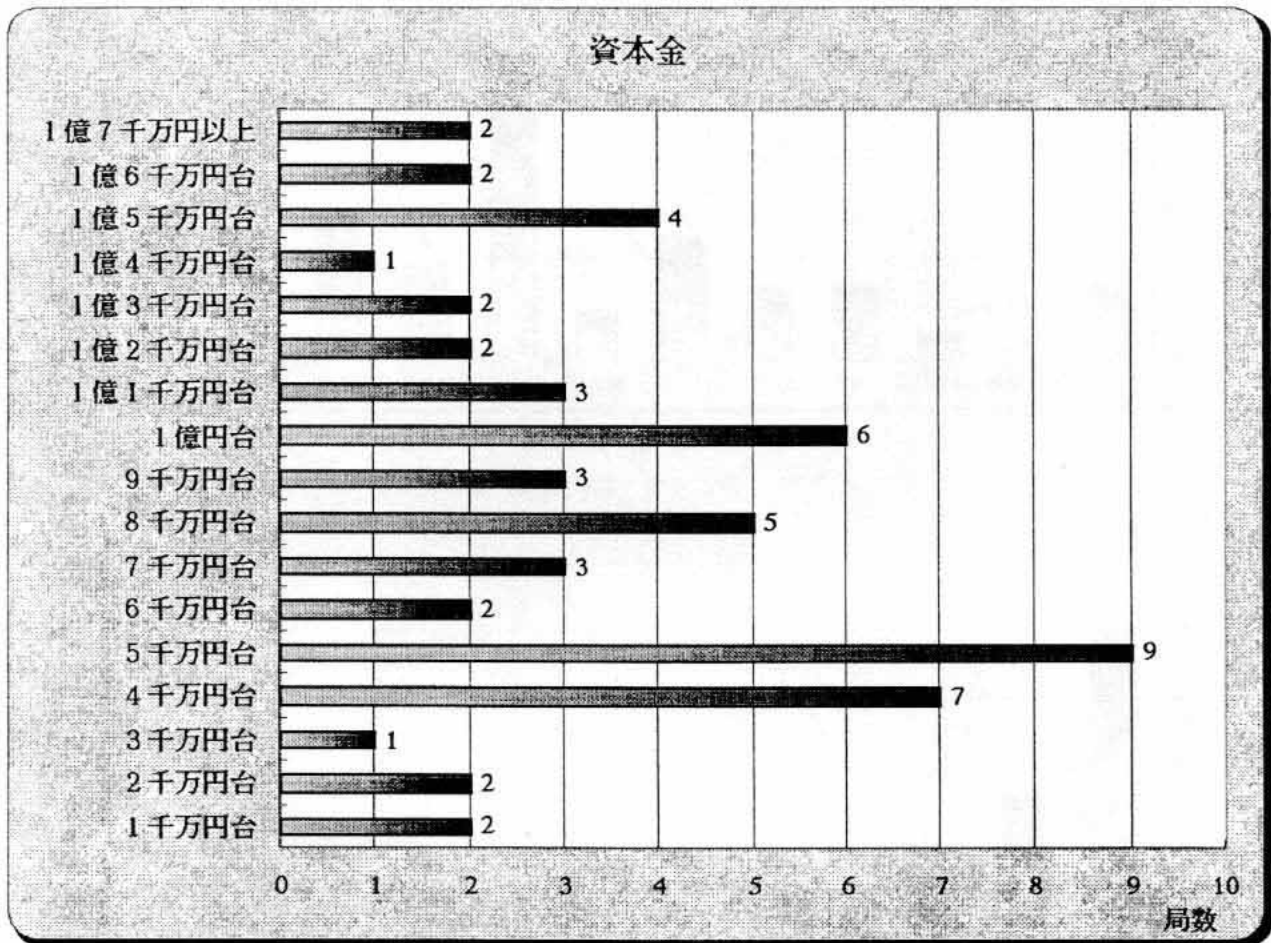
1999年2月6日 19:00～20:30

## II 開局状況

### 1. 出資状況

#### (1) 資本金

最低は、1000万円、最高は3億円である。4000万円から1億円が多いとはいえ、資本金額の差は大きいと言えよう。

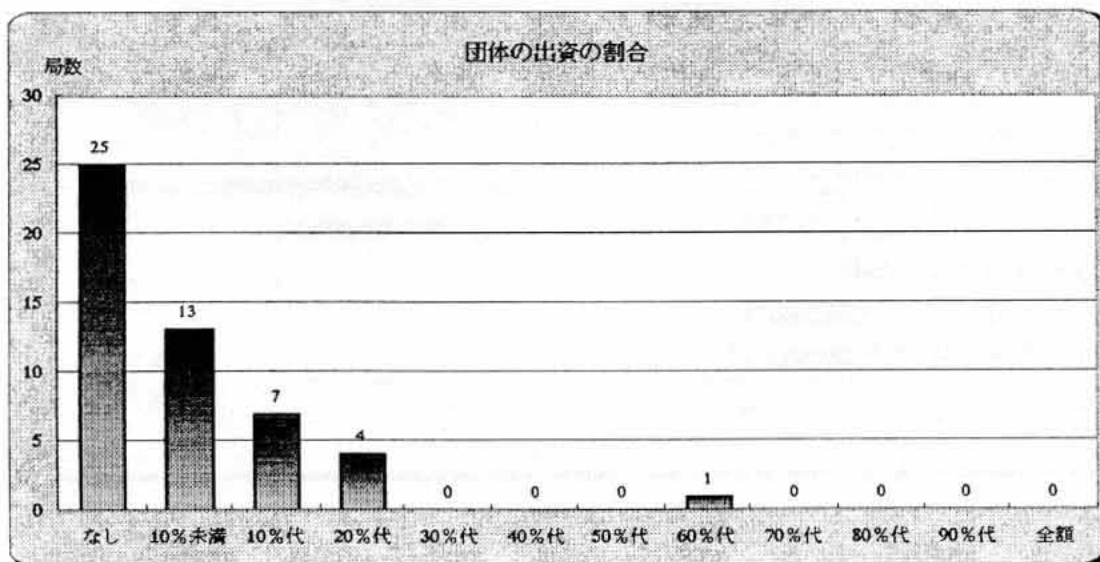
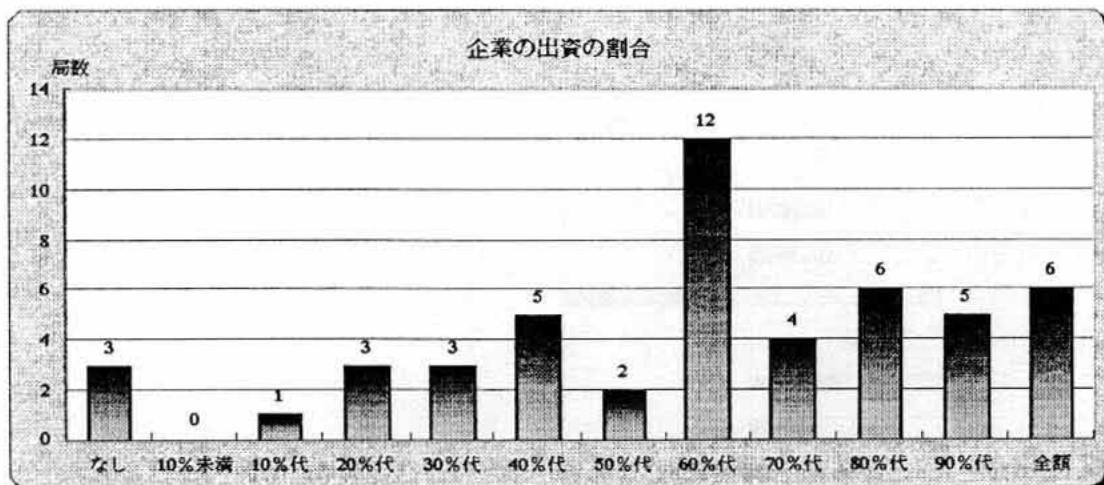


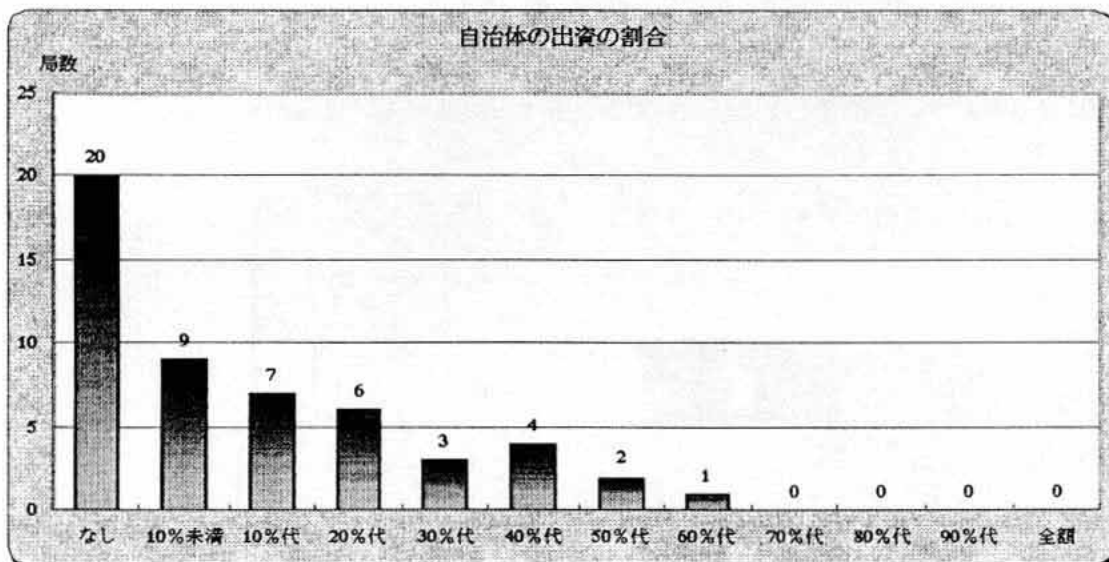
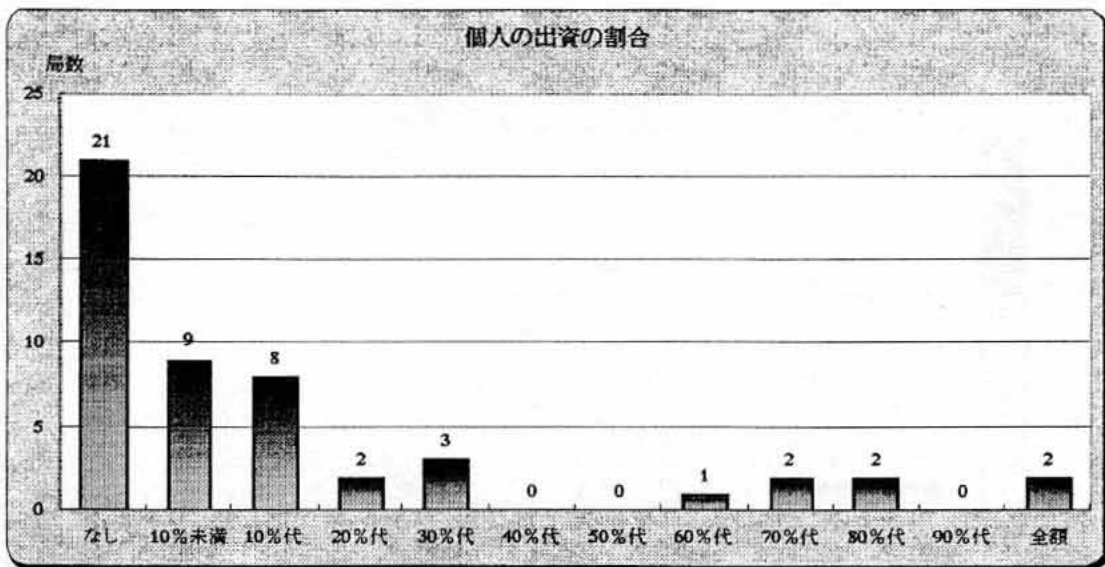
## (2) 出資の割合

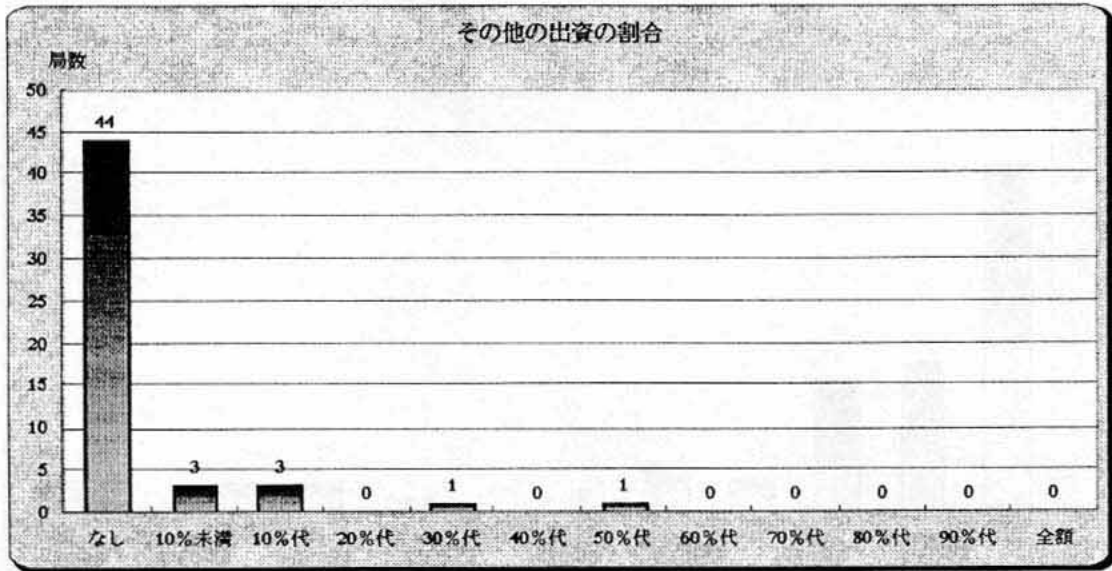
従来から知られているように、いわゆる「第3セクター」が6割程度、純民間が4割程度となっている。

また、個人の出資割合では、「出資なし」、「3割以下」、「6割以上」に大別することができるようである。

「6割以上」の場合、出資者の個性が溢れる番組づくり・番組編成などが行なわれているか注目されるが、本調査では、ケース数が少なく、検討の俎上に乗りにくい。

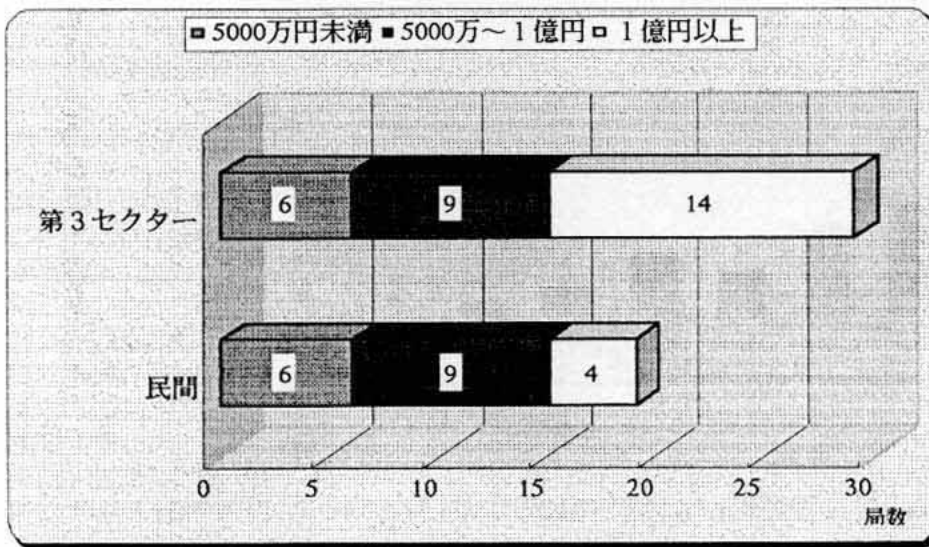






(3) 経営形態と資本金

行政の出資によるためか、「第3セクター」の方が、資本金の額が多い傾向が見られる。



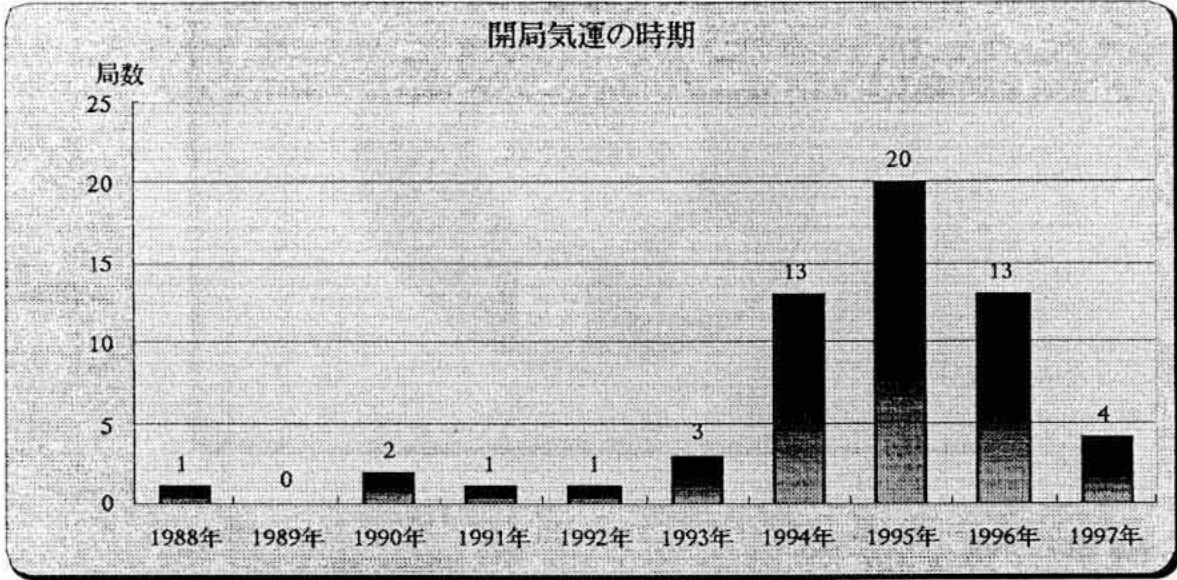
	5000万円未満	5000万～1億円	1億円以上
民間	6	9	4
第3セクター	6	9	14

p<0.05

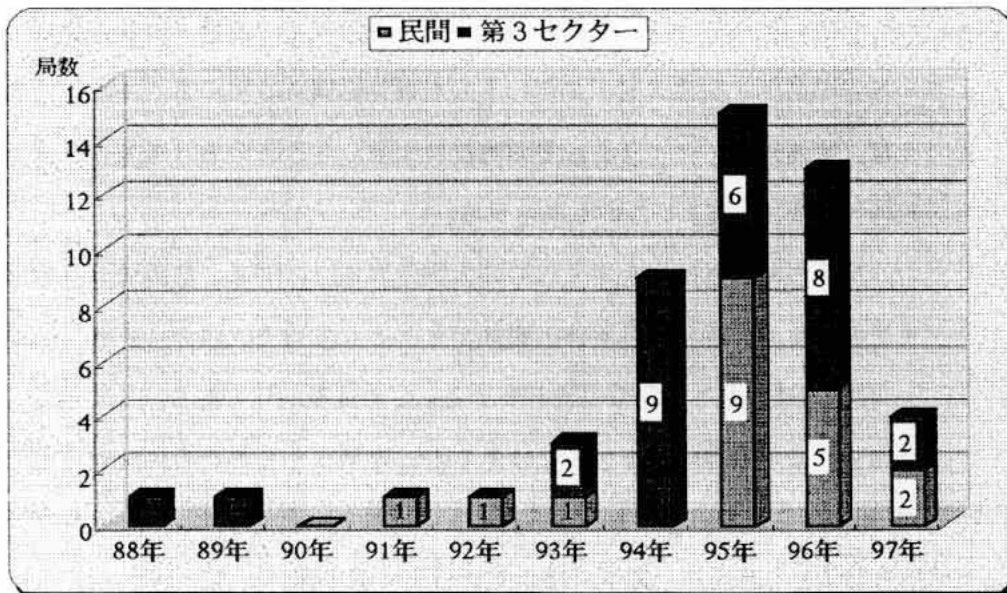
## 2. 開局の経緯

### (1) 開局の気運が出てきた時期

コミュニティ放送開局の気運と「阪神・淡路大震災」との関連はたびたび語られるところである。後述するように、本調査でも、そのことは裏付けられる。しかしながら、下図で言えば、1994年以前においても、機運の高まりがあったことを、後述の「いきさつや経緯」との関連も含め注目しておく。



また、開局気運の高まりの時期と経営形態を見ると、95年以降、「第3セクター」が増えている。「阪神・淡路大震災」や防災・災害情報メディアとしての注目に関連すると考えられる。

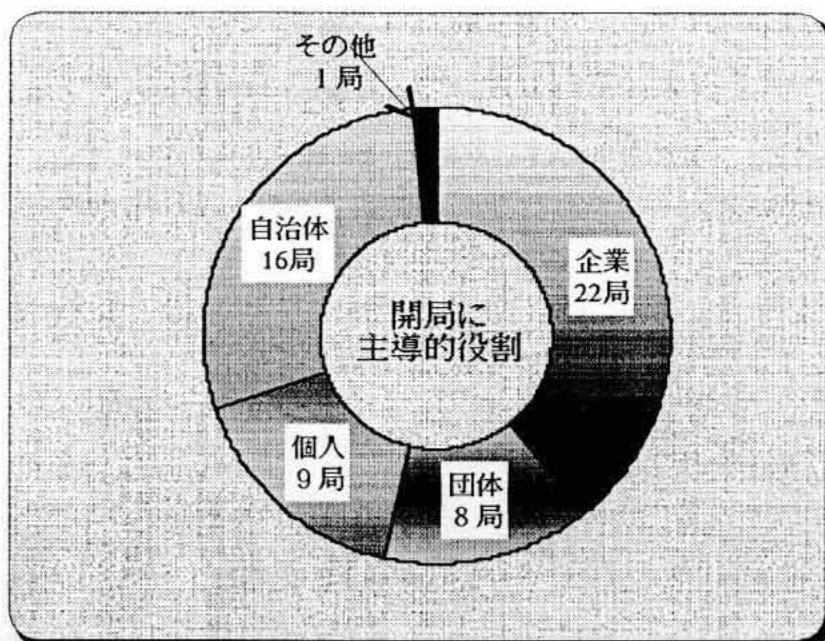


	民間	3セクター
88年	0	1
89年	0	1
90年	0	0
91年	1	0
92年	1	0
93年	1	2
94年	0	9
95年	9	6
96年	5	8
97年	2	2

p < 0.05

## (2) 主導的役割

資本金の出資割合と同様に、企業、自治体が主導的役割を担ってきたことがわかる。

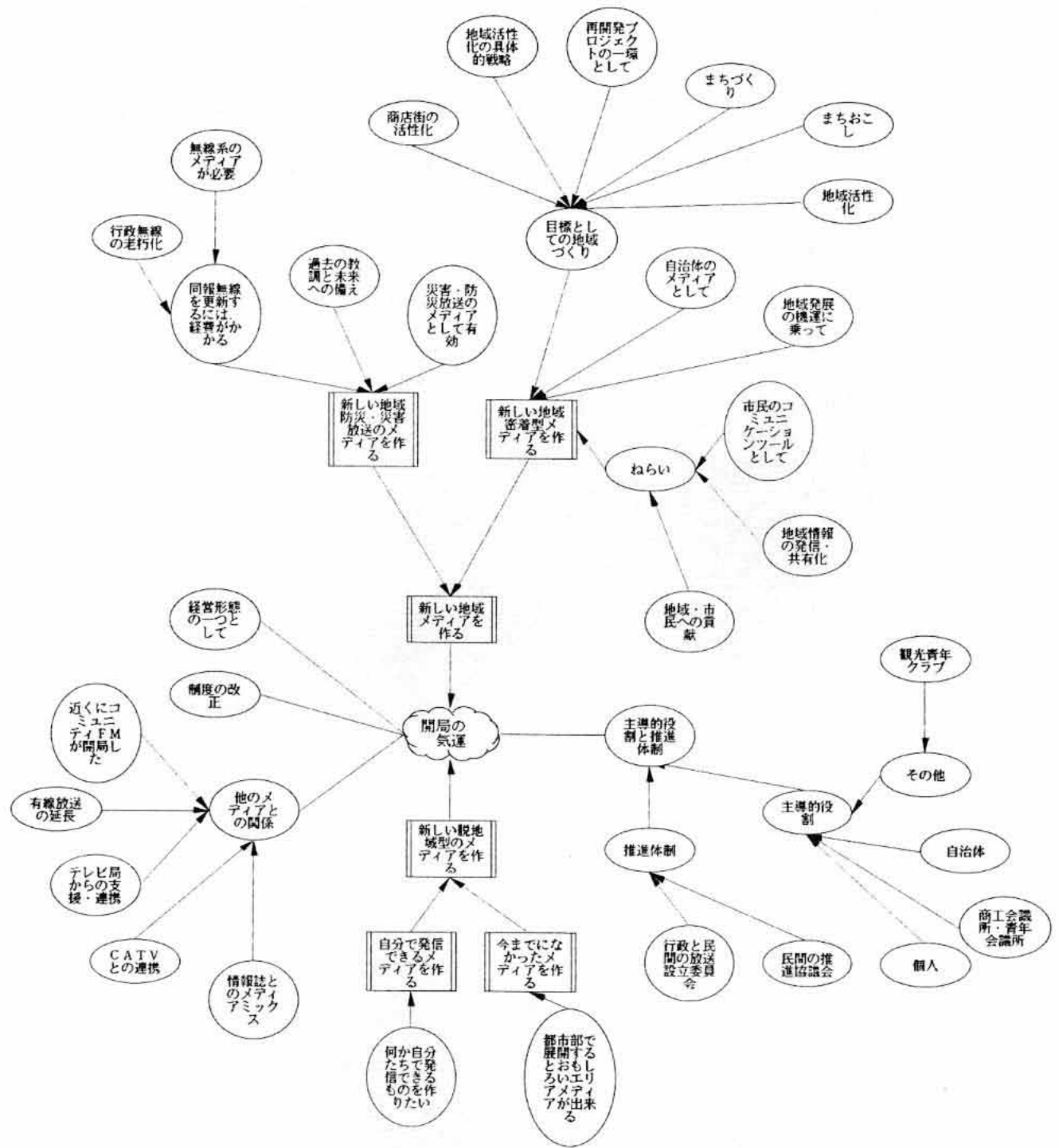


## (3) いきさつや経緯

これについての自由記述を下図のようにまとめた（詳細については、資料3を参照）。これに基づいて考えると、開局の気運は、大きく二つに分けられるようである。一つは、新しい「地域」メディアを作ろうという「地域」に力点が置かれるものである。更にこれは、地域の防災・災害メディアを確立しようとするものと、それ以外の地域密着のメディアを作ろうとするものに分けられる。

防災・災害メディアを確立しようとする場合では、既存メディアとの比較において、「阪神・淡路大震災」の際に明らかとなったコミュニティ放送の防災・災害メディアとしての有効性が語られている。また、「阪神・淡路大震災」ではなく、たとえば「東海地震」のような、その可能性が論じられている「未来の災害」への備えとしてコミュニティ放送開局への機運が高まった例も見られる。

地域密着のメディアを作ろうという機運の高まりは、大きく二つに大別される。一つは、自治体のメディアとして、これまでの「紙」メディアではなく、新しい自治体広報メディアとしてコミュニティ放送を位置づけようとするものである。もう一つは、地域づくりのためのメディアとしての位置づけである。この場合、「活性化」、「まちおこし」、「再開発」など表現はさまざまではあるが、地域づくりのために地域密着のメディアとしてコミュニティ放送が位置づけられている。また、両者ともに、ねらいとしては、コミュニケーションツールとしての活用、地域情報の発信・共有化、地域や市民への貢献などが挙げられている。



しかしながら、コミュニティ放送がどのような形で具体的に地域づくりに結びつくのであろうか。商店街の店舗のコマーシャルをコミュニティ放送が流すことで、本当に商店街は活性化するのであろうか。まちづくりに必要な地域情報をコミュニティ放送は提供し続けることができるのであろうか。地域づくりとコミュニティ放送の関連については、後述することとする。

コミュニティ放送開局の気運のもう一つの姿として、「地域」を直接の目的としない場合があった。自分

で発信できるメディアを作ろうとする場合と今までになかったメディアを作ろうとする場合である。どちらも、結果としてコミュニティ放送が選択されている。

コミュニティ放送開局に結びついたその他の要因としては、経営形態の多様化の選択肢として開局気運が高まった場合、出力アップや手続きの簡素化などを内容とする制度改正に刺激された場合などがあるが、ここで注目するのは、他のメディアとの関係である。他のコミュニティ放送、有線放送、CATV、県域テレビ、タウン情報誌などとの関係である。この関係は一様ではない。競合、連携、融合、移行など多様である。いずれにせよ、コミュニティ放送開局の気運は、当該地域社会のメディアの状況と関連していることを再確認させられる（この論点については、拙稿「地域情報、情報行動スタイル、メディア・モード」、『情報文化と生活世界』、福村出版、1998年を参照されたい）。

### III 目指す姿

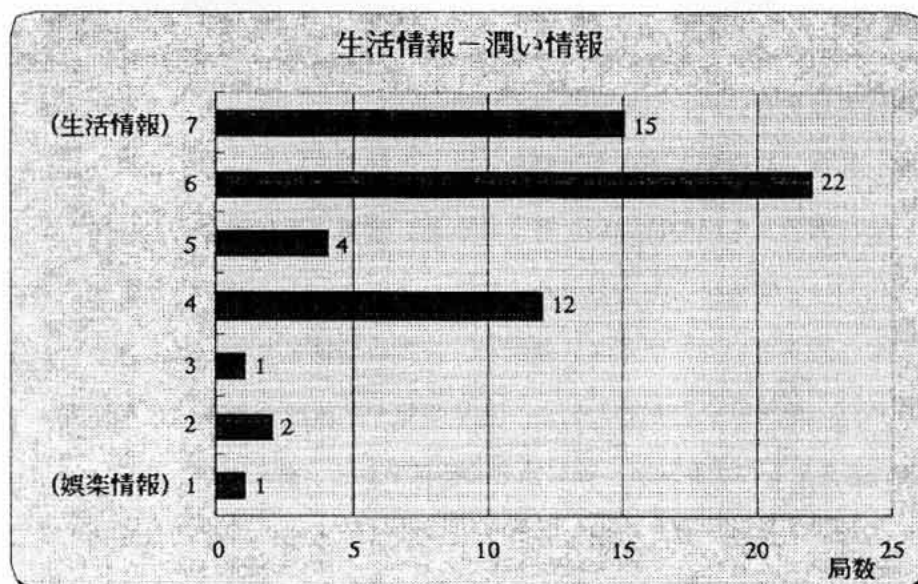
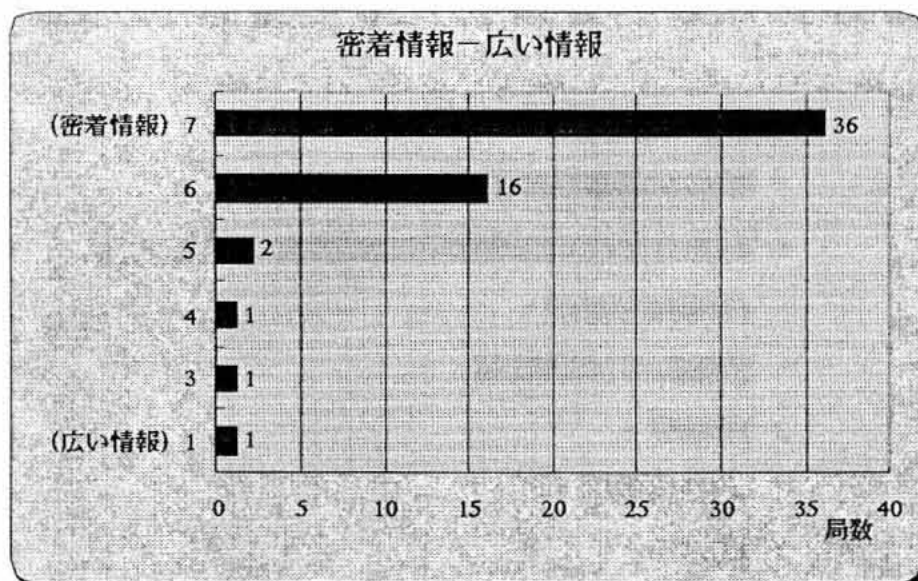
#### 1. 基本方針

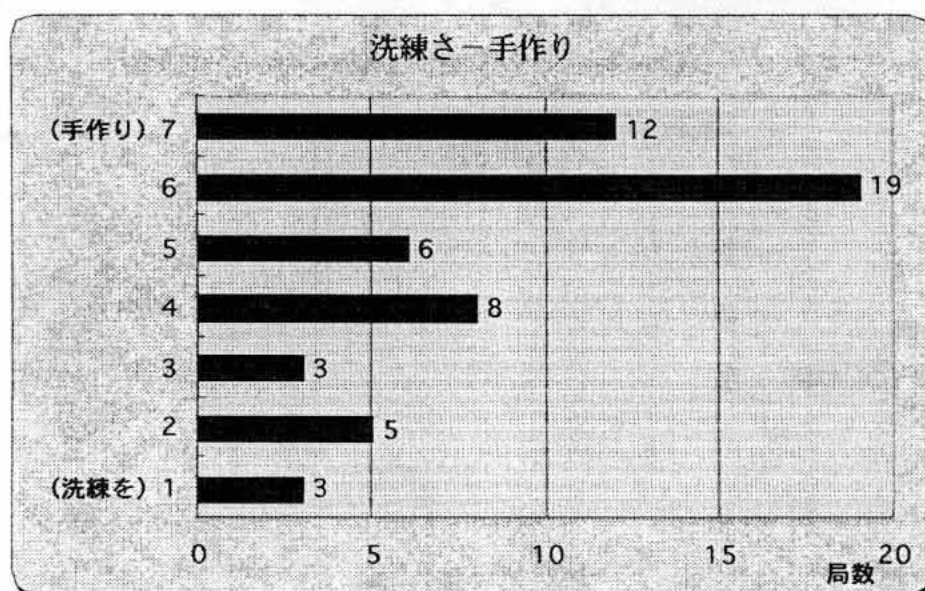
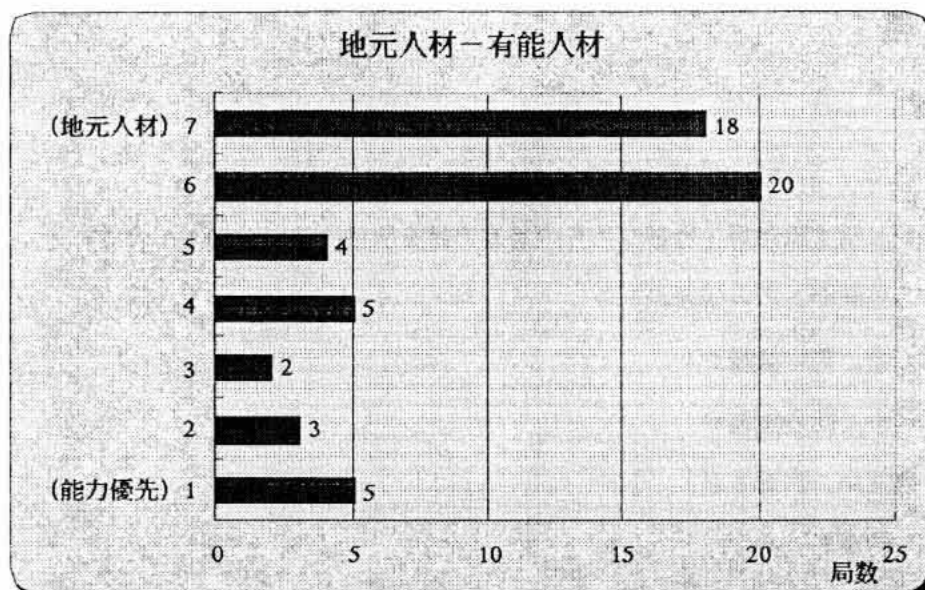
##### (1) 概要

ここでは、各局が目指す放送局・番組づくりの基本方針を次の4項目についてたずねた。

- ①「地域密着情報か、広い情報か」
- ②「生活情報か、潤い情報か」
- ③「地元人材か、能力優先か」
- ④「手作り感覚か、洗練さか」

単純集計は以下の図である。





コミュニティ放送は郵政省令において地域密着が宿命づけられている。したがって、地域密着の生活情報を地元の人材が収集、整理、発信する手作りの番組づくりが期待されているかに見える。しかし、「地域密着」とは、そのような一面的なものではないと考えられる。事実、郵政省令においてもコミュニティ放送は「市町村の一部区域における需要にこたえるための放送」とされ、ここで問題とされるのは、「市町村の一部区域における需要にこたえる」ことである。全国の、世界の情報もまた、地域社会にとって重要と地域住民のよって判断されれば、地域社会の需要となる。音楽番組や映画紹介も地域住民に潤いを与え、潤いを求める地域住民の需要に応えるものであれば、地域密着の情報である。優れた能力を有する人材によってコミュニティ放送が充実するのであれば、地元人材にこだわらず人材を求めることは地域の需要に応える放送づくりには重要である。地域住民には放送の質や洗練さを求める需要がないとの前提など成立するはずもない。

むしろ、たとえば、この4項目の取り合わせの中に、各局が考える「地域密着」の内実が隠されているのではないだろうか。

(2) 4項目の取り合わせ

4項目を次の表に整理し、4項目の取り合わせを六つのタイプに分ける作業を行った。

	洗練を求めて	手作り感覚を大切に
潤い情報中心	タイプ1	タイプ4
複合	タイプ2	タイプ5
生活情報中心	タイプ3	タイプ6

各タイプに該当するのは以下の局である。

タイプ1に該当する局	3局	「(株)エフエムちゅうおう (YES-fm) 」 「(株)エフエム・キタ (Be-Happy! 789) 」 「(株)仙台シティエフエム (ラジオ3) 」
タイプ2に該当する局	2局	「東京コミュニケーション放送(株) (SHIBUYA-FM "VOICE") 」 「(株)熊本シティエフエム (City FM) 」
タイプ3に該当する局	5局	「(株)エフエムむさしの (むさしのFM) 」 「(株)ながのコミュニティ放送 (FM ぜんこうじ) 」 「(株)けんと放送 (エフエムけんと) 」 「鎌倉エフエム放送(株) (かまくらFM) 」 「鹿児島シティエフエム(株) (FRIENDS FM 762) 」
タイプ4に該当する局	なし	
タイプ5に該当する局	6局	「エフエムベイエリア(株) (BAY WAVE) 」 「(株)ラジオ高崎 (RADIO TAKASAKI) 」 「(株)エフエムしみず (マリンバル) 」 「名古屋中エフエムラジオ放送(株) (エフエム ダンボ) 」 「天神エフエム(株) (FREE WAVE) 」 「(株)いとまんコミュニティエフエム放送 (エフエムたまん) 」
タイプ6に該当する局	27局	上記以外

タイプ1およびタイプ2に該当する局は、いずれも、極めて都市的な地域社会に立地する局である。都市的な施設・機関を利用する流動的なリスナー、またはそこを職場とする流動的なリスナー、その流動的な購買者の足を止めようとする商業施設、これらの都市的な状態は、通常のイメージする「地域」、生活の場としての「地域」とは明らかに質を異にするものであり、そこに発生する需要もまた異なるものであろう。その都市的な地域社会にあって、タイプ1およびタイプ2に該当する局は、その状況に見合った「地域密着」を

模索しており、その一つの結果がタイプ1およびタイプ2なのであろう。これらの局の模索する姿は、コミュニティ放送における「地域密着」の意味を再吟味する必要を問いかけるものと言えよう（地域に密着した情報や地域情報をどのように捉えるかについても、先の拙稿を参照されたい）。

## 2. 自由記述に見る目指す姿の内実

次頁の図のように、多様な姿が記述されている。カジュアルで気楽に立ち寄れる雰囲気、高出力・デジタル化の技術的な向上、局としての自立、コミュニティ放送としての独自性、番組の質の向上、新しいメディアとしての成立などである。しかし、(1) 概要で指摘したように、通常イメージされる「地域密着」を目指すか否か、また音楽中心か否かに関しては、見解がそれぞれ分かれている。

「地域密着」を目指す必要はないとする意見において示されているのは、通常の「地域密着」を問い直すことであろう。地域に密着することが必ずしも地域のためになるとは限らないのではないかと、むしろ、地域のためには「地域密着」から脱し、広く情報を受信・発信すべき場面もあるのではないかとの見解が示されていると考えられる。

音楽を中心とするかについても、先に述べたように、局の立地条件によって意見が左右されるように考えられる。流動的なリスナー、その場所を「生活の場」としないリスナーから生じる需要は、地域生活に密着した情報に力点が置かれるものではないと考えられるからである。

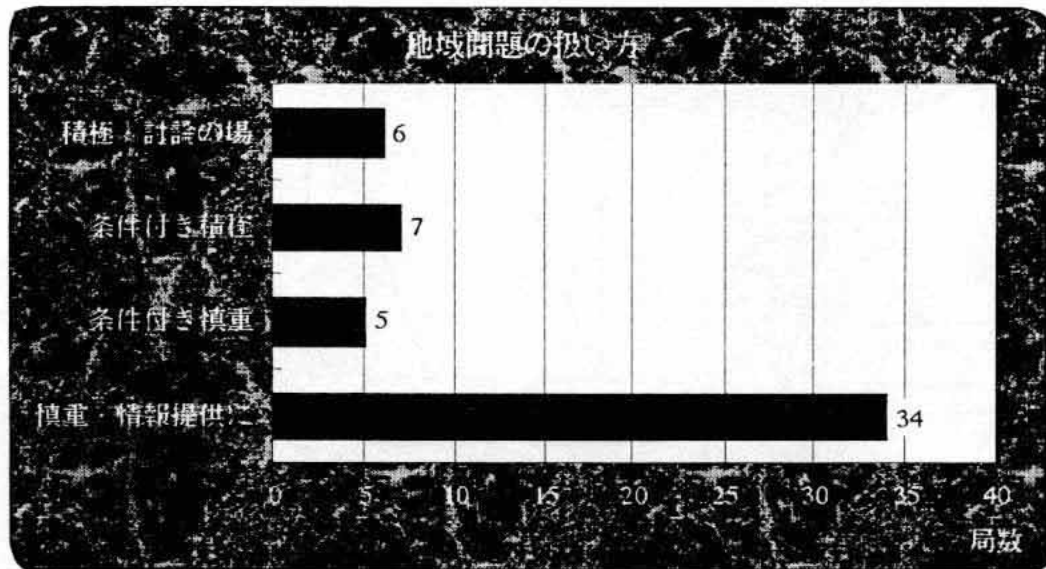
また、自由記述の中で注目されるのは、「再検討中」、「模索中」の記述である。開局以前に、目指す姿については十分に議論・検討されているはずである。しかし、往々にして、その目指す姿は、局側の描く姿であって、実際に放送を開始し、地域社会の、リスナーの需要に直面するとき、「聴取対象を誤って把握していた」「スマートなイメージに流されていた」との反省が生まれる。しかし「なかなか修正が困難」な状況にある。

このような再検討や模索は、開局当初に見られる困難として位置づけられ、いずれ解消に向かうものとして考えるべきなのであろうか。むしろ、このような再検討や模索という苦しい作業は、コミュニティ放送が背負い続けていかねばならない重荷であり、この苦しい作業はコミュニティ放送がコミュニティ放送であり続けることを保証するものであるのではないだろうか。地域社会の需要を感じ取り、それに応える放送を行い、放送によって地域社会を変える。変わった地域社会は新たな需要を生み出す。このような相互作用の中にコミュニティ放送の意義を考えることができるからである。



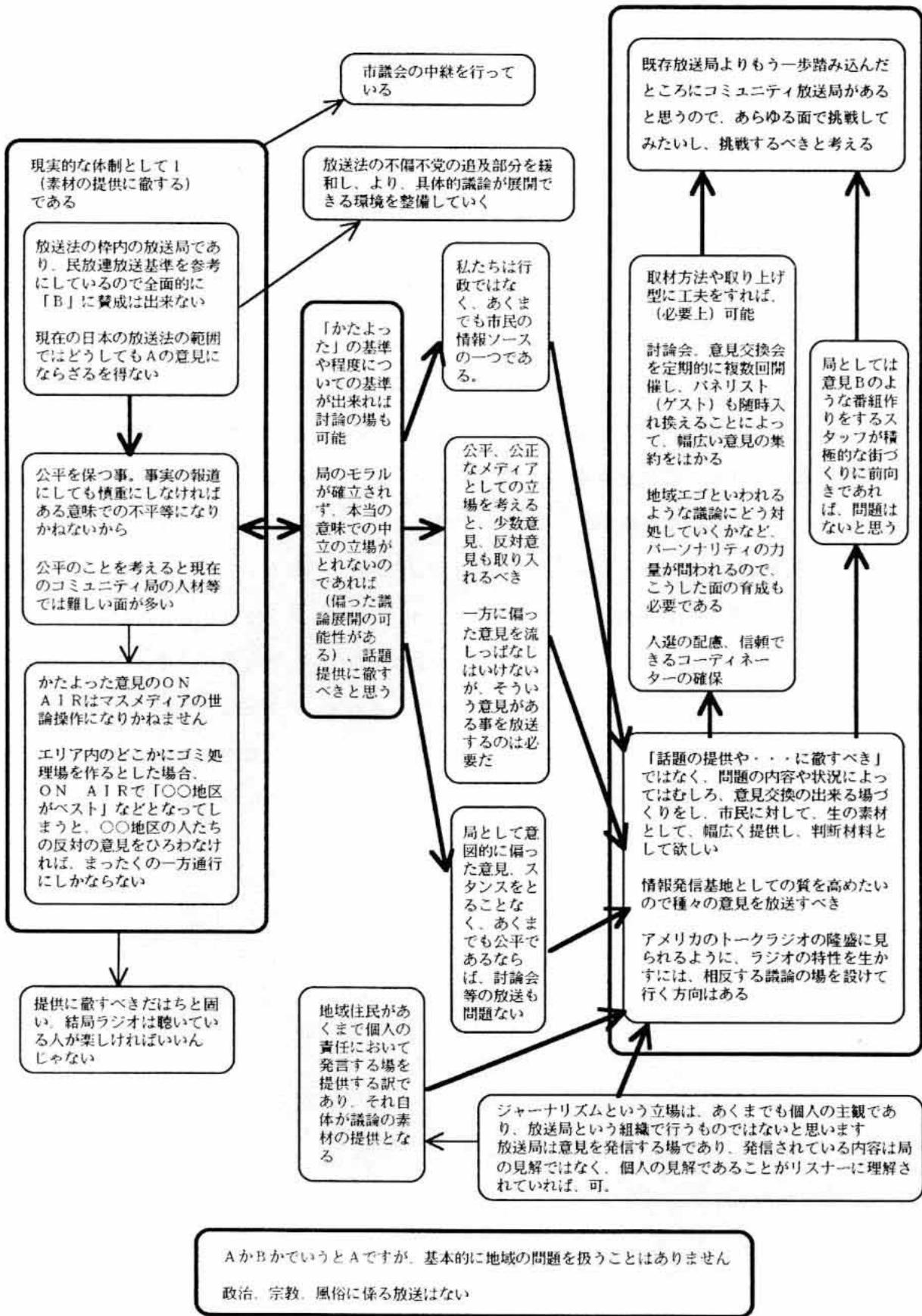
### 3. 地域問題の扱い方

ここでは、地域問題についての議論の場をコミュニティ放送が設定することの妥当性に関する意見をたずねた。地域社会が抱える問題についての議論を行う番組の放送に対して、公平性の尊重の立場から慎重であるべきとの意見に賛成か、意見交換のために積極的であるべきとの意見に賛成かを四つの選択肢の中から選んでもらう質問である。単純集計は、圧倒的に「慎重、情報提供や素材提供に徹すべき」が多かった。



調査票では、「条件付で賛成」の場合に、その条件を自由記述欄に記載してもらった形式をとったが、これにとらわれず、多くの意見が自由記述として寄せられた。単純集計で多かった「慎重派」の声としては、現実的には素材の提供に徹することになっているという意見が寄せられた。放送法の枠組、つまり不偏不党の原則を考えれば、慎重にならざるを得ないという意見である。しかも、現状の人員では広く人々の意見を収集することが困難で、公平性を保つのは難しい現状にあるとされている。この現実を立て、せめて地域社会の抱える問題やこれに関する議論を伝える番組として、市議会中継が行なわれることとなっている。

ここで問題とされているのが「公平を保つこと」である。公平を保つには公正性の基準が明確である必要がある。自由記述欄への記載の中では、次のような意見もあった。この基準を立てることができれば不偏不党の原則を遵守することができ、議論の場を番組として放送することも可能となる。また、次のような認識も見受けられる。この基準は客観的に、外部から与えられるというよりも、局内部から築き上げられるものである。これらの意見は、放送法の枠組みの中においても、局側の取り組みとして「不偏不党」「公平性」の基準を確立する可能性、したがって議論の場を番組として放送する可能性を示唆している。つまり、「不偏不党」「公平性」の実質的な基準は、放送法に内在するのではなく、局の取り組みの中に生まれるというのである。



これをより具体的に語っているのが、「少数意見や反対意見も番組に取り入れるべき」、「ある意見がある事を放送することも必要だ」との意見であろう。また、ここからは、局が確立した基準が満たし「局として意図的に偏った意見、スタンスをとることなくあくまでも公平ならば討論会等の放送も問題はない」との意見も出てくる。そして、これらに加えて、市民・住民の側に立つことを目指せば、市民・住民のための情報発信基地として、市民・住民に対して生の素材や、相反する議論を提示し、判断材料を提供する番組を放送すべきだし、放送したいという意見に結びついていく。

さらに、個人の責任を強調する意見もある。個人の立場で語られていることをリスナーが理解していれば、議論を番組として放送することは個人の意見を述べる場を提供するに過ぎないというのである。

地域問題についての議論を行う番組の放送に対してのこのような積極的な意見があるものの、実際に放送する際には、様々な工夫や配慮が必要となる。それらをクリアできれば、地域問題を地域社会の当事者たちの生の声で語り、議論しあい、それを地域住民が聞くという「既存放送局よりも一歩踏み込んだ」放送が可能となり、コミュニティ放送はそれにむけて挑戦すべきであるとの意見につながっていく。

選択肢から、「慎重か、積極的か」を選択する場合には、放送法を尊重しようとする姿勢やスタッフ・人員の現実などから、「慎重に」と回答せざるを得ないだろう。しかし、スタッフ・人員の問題、局内部での基準形成、リスナーの理解、信頼できるパーソナリティや討論のコーディネーターの確保などいくつかの条件が満たされるならば、今後コミュニティ放送が目指すべき、挑戦すべき方向の一つとして、地域社会が抱える問題を積極的に議論していくメディアを想定することができるだろう。他方、先の「局が目指す姿」の多様性から考えて、地域問題を扱わないというスタンスもまた尊重されるべきではある。

## IV. 市民スタッフについて

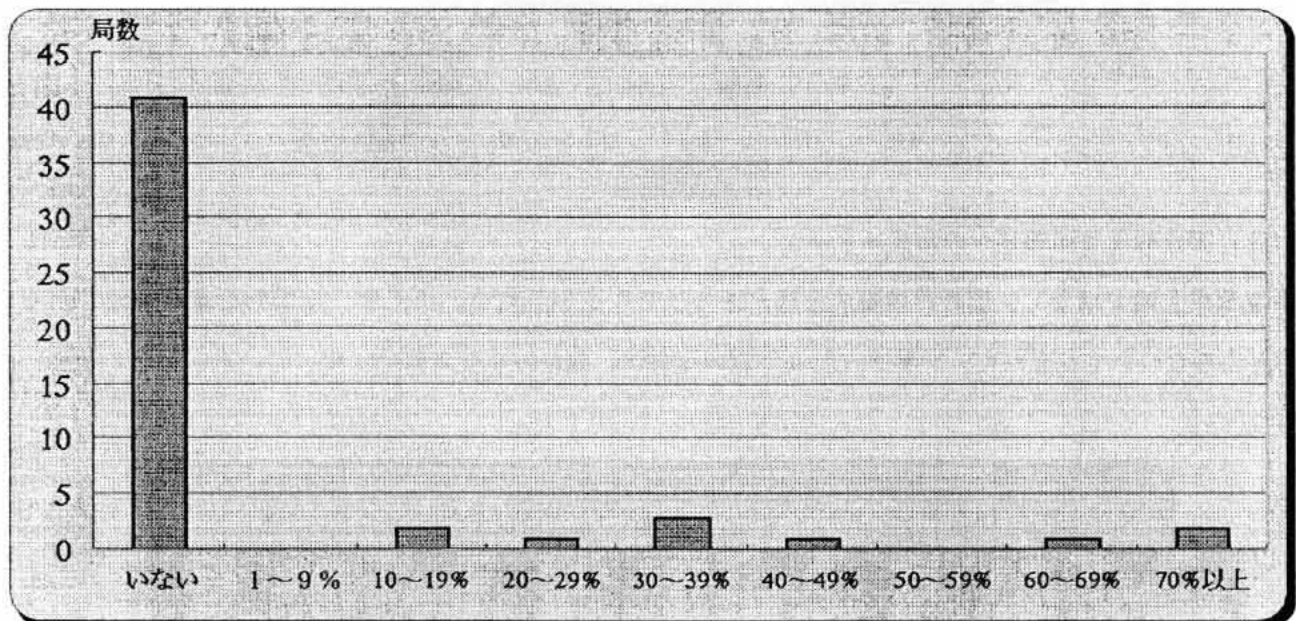
### 1. 番組編成と市民スタッフ

調査票では、番組編成や番組審議に係る人間について詳細にたずねている。しかし、ここでのねらいは、市民スタッフがどの程度番組に関与しているかを検討することである。

#### (1) 番組編成会議の構成にみる市民スタッフ

まず、単純集計表によれば、番組編成会議を主に構成しているのは3人から5人以上の専任社員である。それ以外の構成員は少ない。

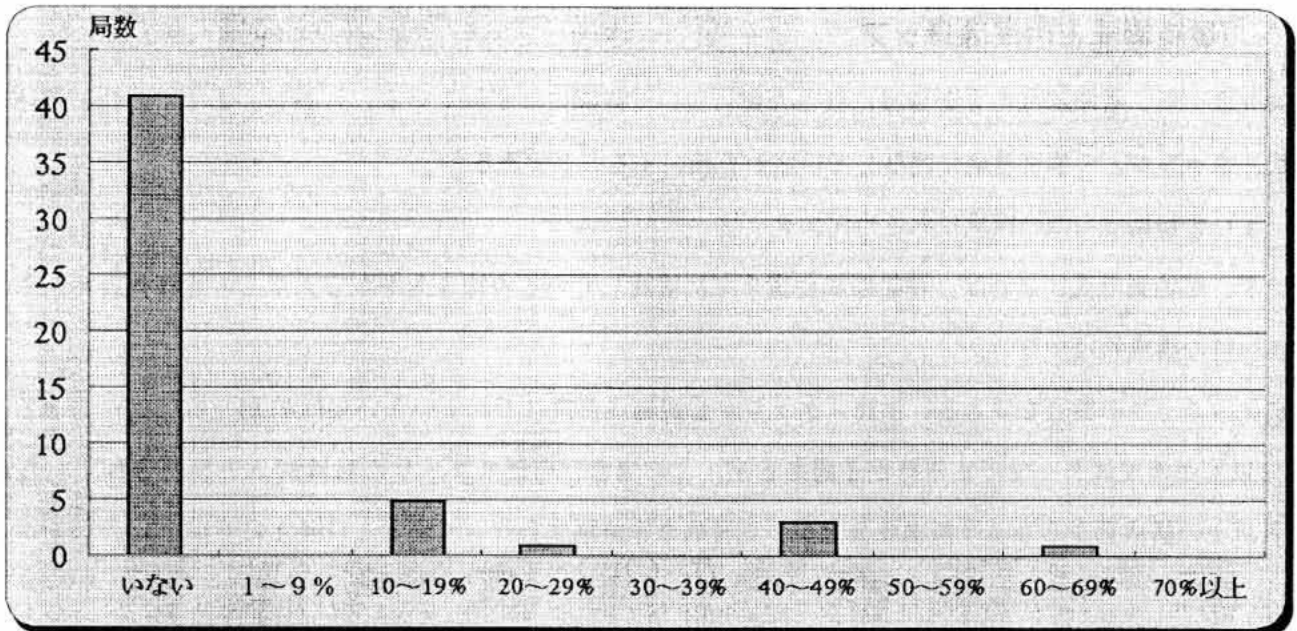
市民スタッフの割合を見ると、市民スタッフが番組編成会議にだれもない局は41局（80.0%）である。70%以上が市民スタッフである局が2局あるが、この場合、市民スタッフの数は80人と回答されている。80人以上の構成員からなる番組編成会議が、実質的な番組編成を行っているとは考えにくい。



いない	1~9%	10~19%	20~29%	30~39%	40~49%	50~59%	60~69%	70%以上	有効回答数
41	0	2	1	3	1	0	1	2	51

(2) 放送番組審議会の構成にみる市民スタッフ

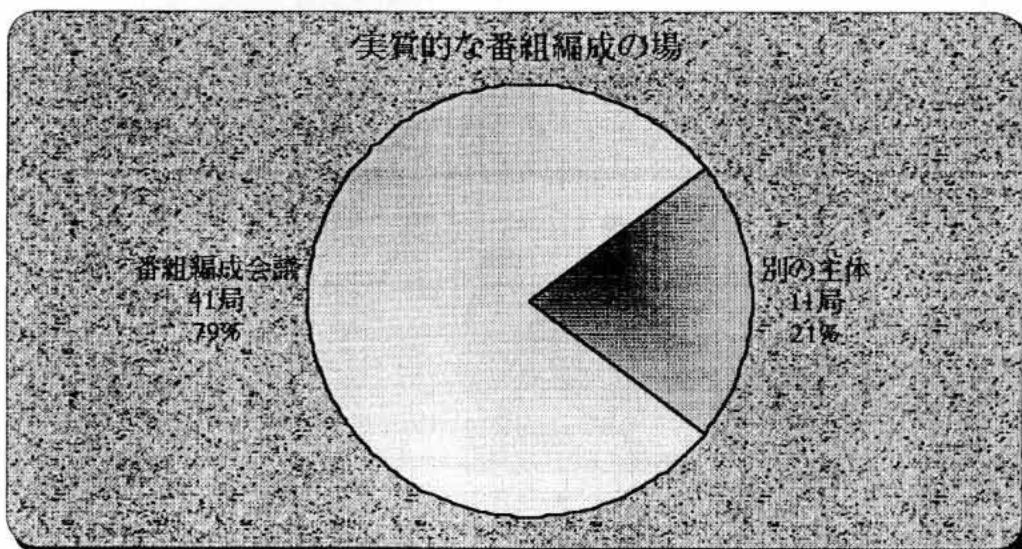
放送番組審議会に市民スタッフが参加していない局がほとんどである。



いない	1～9%	10～19%	20～29%	30～39%	40～49%	50～59%	60～69%	70%以上	有効回答数
41	0	5	1	0	3	0	1	0	51

(3) 実質的な番組編成への市民スタッフ

番身編成会議ではなく、別の番組編成主体があることも予想される。そこで、実質的な番組編成を行っているところについてたずねた。結果は、11局で別の主体が、番組編成を実質的に担っていることがわかった。



社員5名のみ	2局
社員4名のみ	1局
社員4名+出資者1名	1局
社員3名のみ	1局
社員3名+有識者1名	1局
社員2名のみ	1局
社員1名+出資者5名	1局
無回答	3局

この11局について、実質的な番組編成に係っている社員、出資者、市民スタッフ、有識者、その他の人数をたずねた。回答いただいた局数は多くはないが、左のような結果となった。

3名から5名の社員を中心に実質的な番組編成が行なわれていることが見えてくる。社員が1名、出資者が5名で番組編成を行っているケースもある。いずれにせよ、市民スタッフが、番組編成会議とは別の実質的な番組編成に関わっているケースはない。

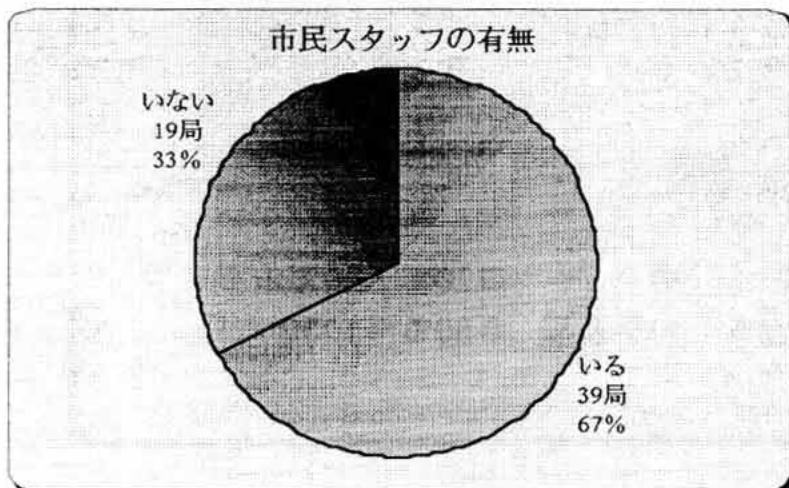
(1)と(3)で見たように、番組編成会議であれ、別の主体であれ、実質的な番組編成の過程は、3名から5名の社員を中心に担われていることがわかる。そして、番組編成の過程に市民スタッフはほとんど関わっていないこともあきらかとなった。また、番組の審議にも市民スタッフは関与していない。

では、市民スタッフとは、どのような人々で、局側は市民スタッフに何を期待しているのだろうか。少なくともここまでは、番組の編成や審議過程への関与は期待されていないようである。

## 2. 市民スタッフの概要

### (1) 市民スタッフがいる局

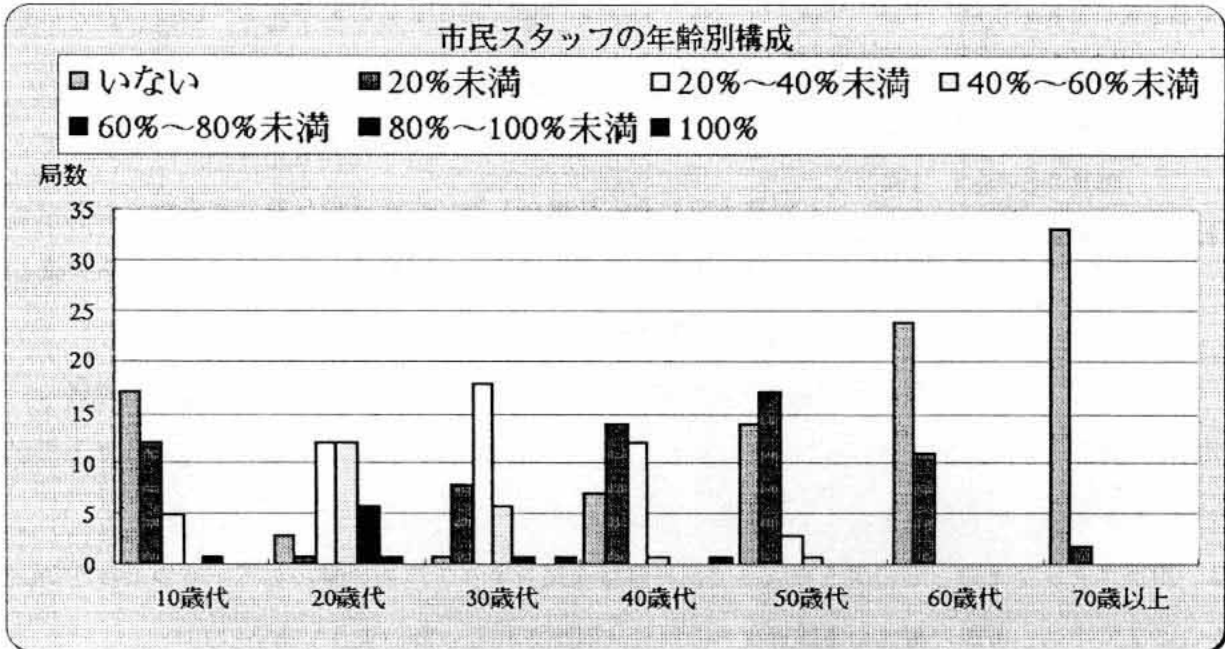
約7割近くの局で市民スタッフがいる。なお、各局の市民スタッフの実数に関しては、電話インタビューを試みたが、必ずしも正確な数が把握されていない場合が多い。



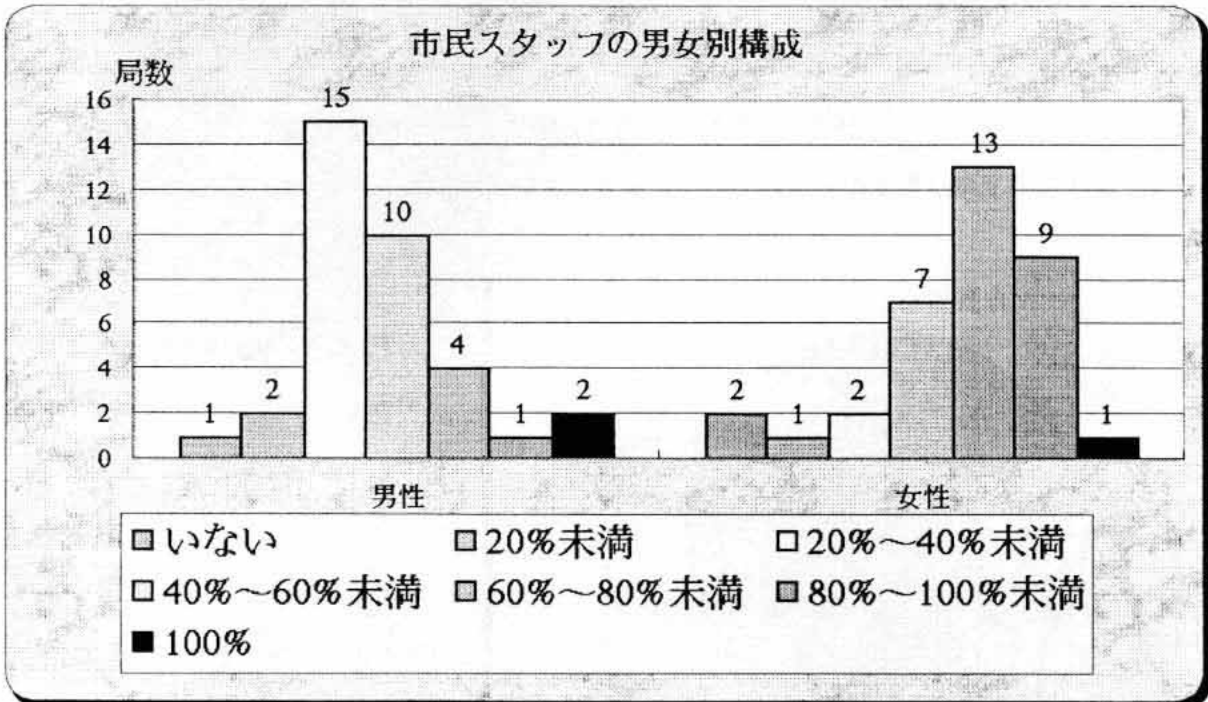
これは、「市民スタッフ」の範囲が不明確であること、登録数が実働数とは言いきれないことなどが影響していると考えられる。また、「全国コミュニティ放送協議会」のデータ（ウェブサイト）においても、「ボランティア」の数は、単位が人数であったり、チームであったり、また「多数」の表現が見られるなど、苦心している。

(2) 市民スタッフの属性

年齢では、20歳代と30歳代が中心となっている。



性別では、女性が多い。



職業では、主婦、会社員、学生、自営業が多い。

◆主婦 局数 %

	局数	%
いない	8	22.9
10%未満	0	0.0
10%台	8	22.9
20%台	9	25.7
30%台	3	8.6
40%台	2	5.7
50%台	0	0.0
60%台	2	5.7
70%台	2	5.7
80%台	0	0.0
90%台	1	2.9
100%	0	0.0

◆退職者 局数 %

	局数	%
いない	30	85.7
10%未満	2	5.7
10%台	2	5.7
20%台	1	2.9
30%台	0	0.0
40%台	0	0.0
50%台	0	0.0
60%台	0	0.0
70%台	0	0
80%台	0	0
90%台	0	0
100%	0	0

◆学生 局数 %

	局数	%
いない	6	17.1
10%未満	0	0.0
10%台	12	34.3
20%台	8	22.9
30%台	6	17.1
40%台	0	0.0
50%台	0	0.0
60%台	3	8.6
70%台	0	0.0
80%台	0	0.0
90%台	0	0.0
100%	0	0

◆会社員 局数 %

	局数	%
いない	5	14.3
10%未満	0	0.0
10%台	4	11.4
20%台	6	17.1
30%台	7	20.0
40%台	5	14.3
50%台	1	2.9
60%台	2	5.7
70%台	2	5.7
80%台	0	0.0
90%台	0	0.0
100%	3	8.6

◆公務員 局数 %

	局数	%
いない	21	60.0
10%未満	5	14.3
10%台	7	20.0
20%台	2	5.7
30%台	0	0.0
40%台	0	0.0
50%台	0	0.0
60%台	0	0.0
70%台	0	0.0
80%台	0	0
90%台	0	0
100%	0	0

◆自営業 局数 %

	局数	%
いない	13	37.1
10%未満	1	2.9
10%台	14	40.0
20%台	5	14.3
30%台	1	2.9
40%台	1	2.9
50%台	0	0.0
60%台	0	0.0
70%台	0	0.0
80%台	0	0.0
90%台	0	0
100%	0	0

◆アルバイト 局数 %

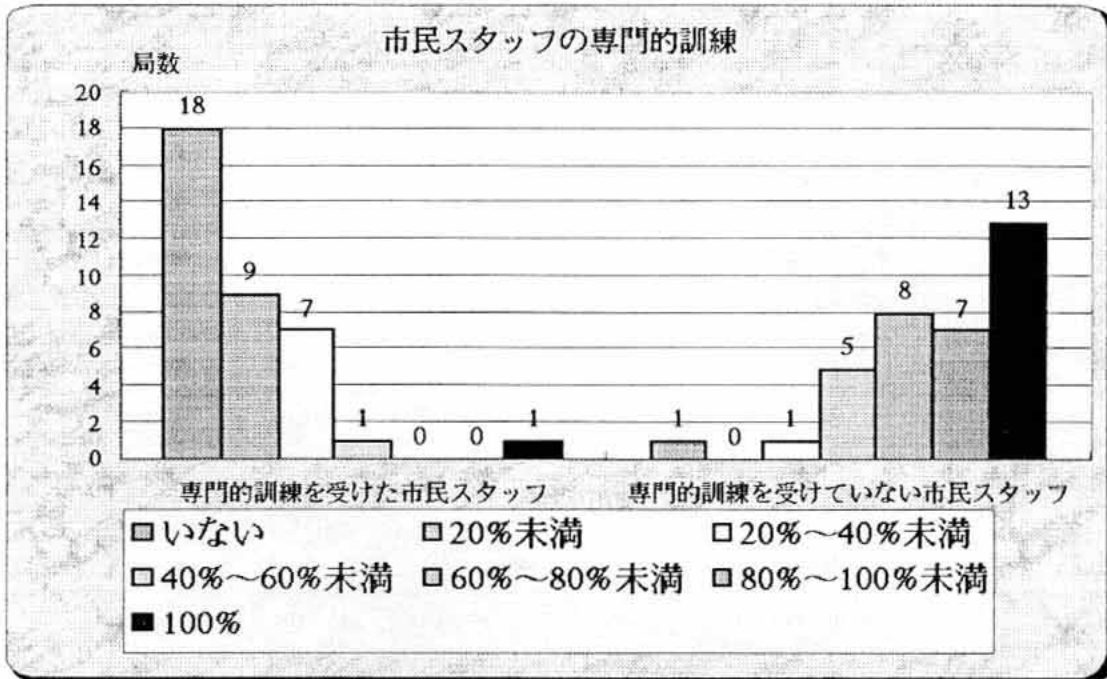
	局数	%
いない	24	68.6
10%未満	4	11.4
10%台	6	17.1
20%台	1	2.9
30%台	0	0.0
40%台	0	0.0
50%台	0	0.0
60%台	0	0.0
70%台	0	0.0
80%台	0	0.0
90%台	0	0
100%	0	0

◆その他 局数 %

	局数	%
いない	28	80.0
10%未満	3	8.6
10%台	2	5.7
20%台	0	0.0
30%台	1	2.9
40%台	0	0.0
50%台	0	0.0
60%台	0	0.0
70%台	0	0.0
80%台	0	0.0
90%台	0	0.0
100%	1	2.9

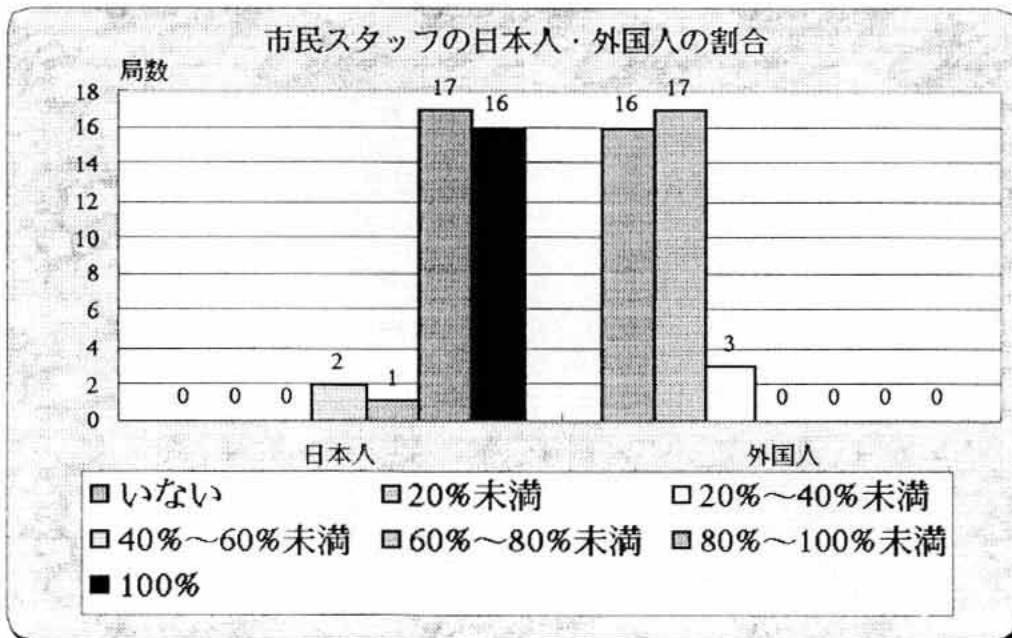
### (3) 市民スタッフの技能

プロとしてこれまで放送に関っていた市民スタッフまたは専門的訓練を受けた市民スタッフが全くいない局が18局に及ぶ。逆に、市民スタッフ全員が専門的訓練を受けていない局も13局ある。ここからは、市民スタッフの技能水準が推測される。



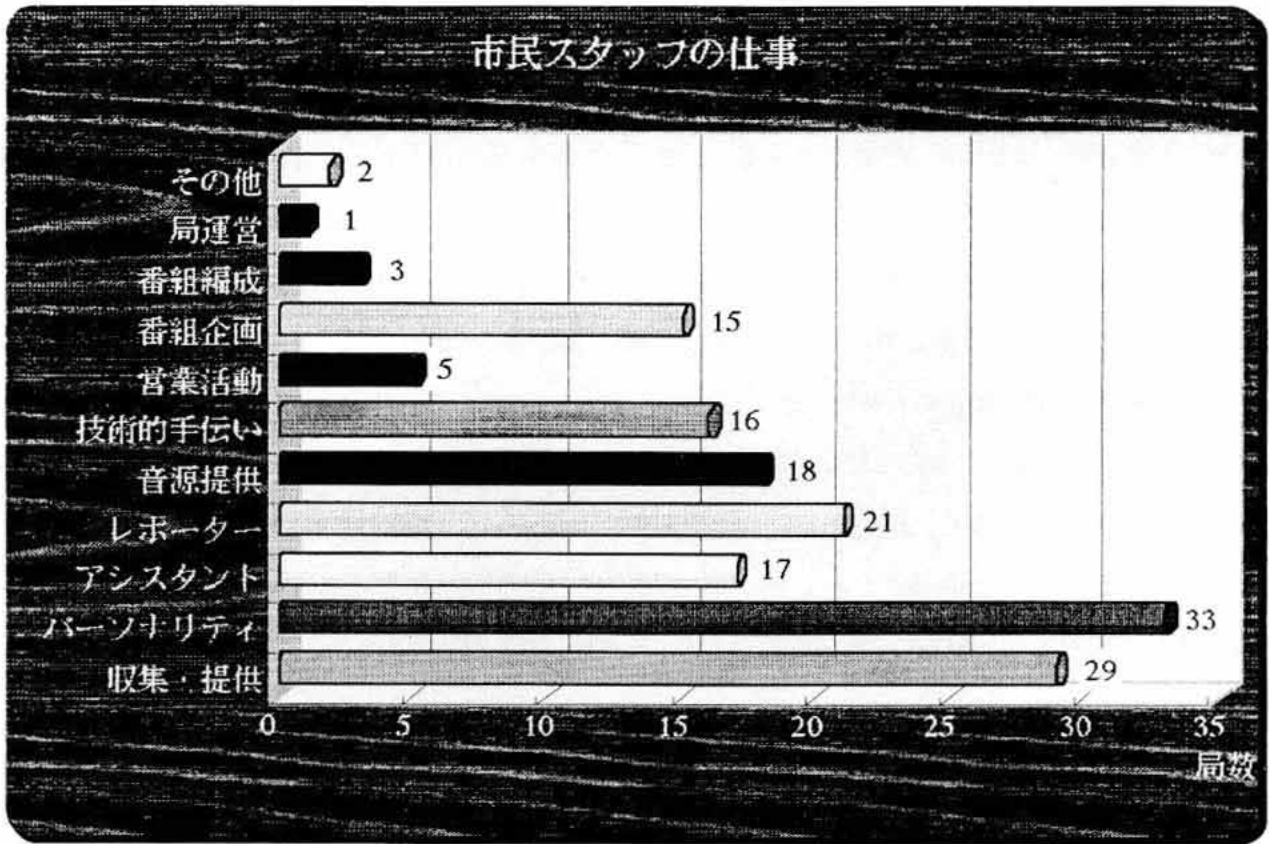
### (4) 市民スタッフにおける外国人

外国人が市民スタッフにいない局は16局である。20%未満の局が17局であるが、むしろ、半数程度の局の市民スタッフに外国人が参加していると考えたほうが良いかもしれない。



(5) 市民スタッフの仕事

市民スタッフの仕事としては、情報の収集・提供、パーソナリティが多い。番組の編成を掲げている局も3局あるが、先に示したように、実質的な番組編成に関わっているとは考えにくい状況ではある。



### 3. 市民スタッフ導入の理由

市民スタッフ導入の理由としては、次頁の図に示したように、市民の声を番組や局運営に活かすことと人件費を抑制することが語られる場合が多い。この2点も加えて、自由に市民スタッフ導入の理由を記述していただいた。基本的に上記の2点が主な理由であるとの回答が多かったが、さまざまな意見が寄せられた。

まず、市民スタッフ（ボランティア・スタッフ）を導入していない理由を考える。これは、二つに大別される。一つは、「ボランティア」という名称を与える場合、民間企業の活動に「公共性」という「ボランティア」の理念が整合的ではないという意見である。コミュニティ放送と言えども、特に純民間の経営形態の場合、利益追求を目指すものであり、この根本的な性格とボランティアの理念を考えた場合に当然出てくる意見である。ただし、コミュニティ放送を、利益追及の事業と見なすか、公益性の高い事業と見なすかは、これまで見てきたコミュニティ放送の多様性からも、一概には論じられないだろう。もう一つの不要論は、コミュニティ放送への市民の参加の積極性をめぐるものである。市民から積極的、自主的に情報の提供があり、あえて市民スタッフを導入する必要がないという意見である。市民の積極的な関与という点で、一見、理想的であるように見える。しかし、市民のコミュニティ放送への関与は、情報の提供にとどまるのであろうか。逆にいえば、市民スタッフに期待されることは情報の提供にとどまるものであろうか。

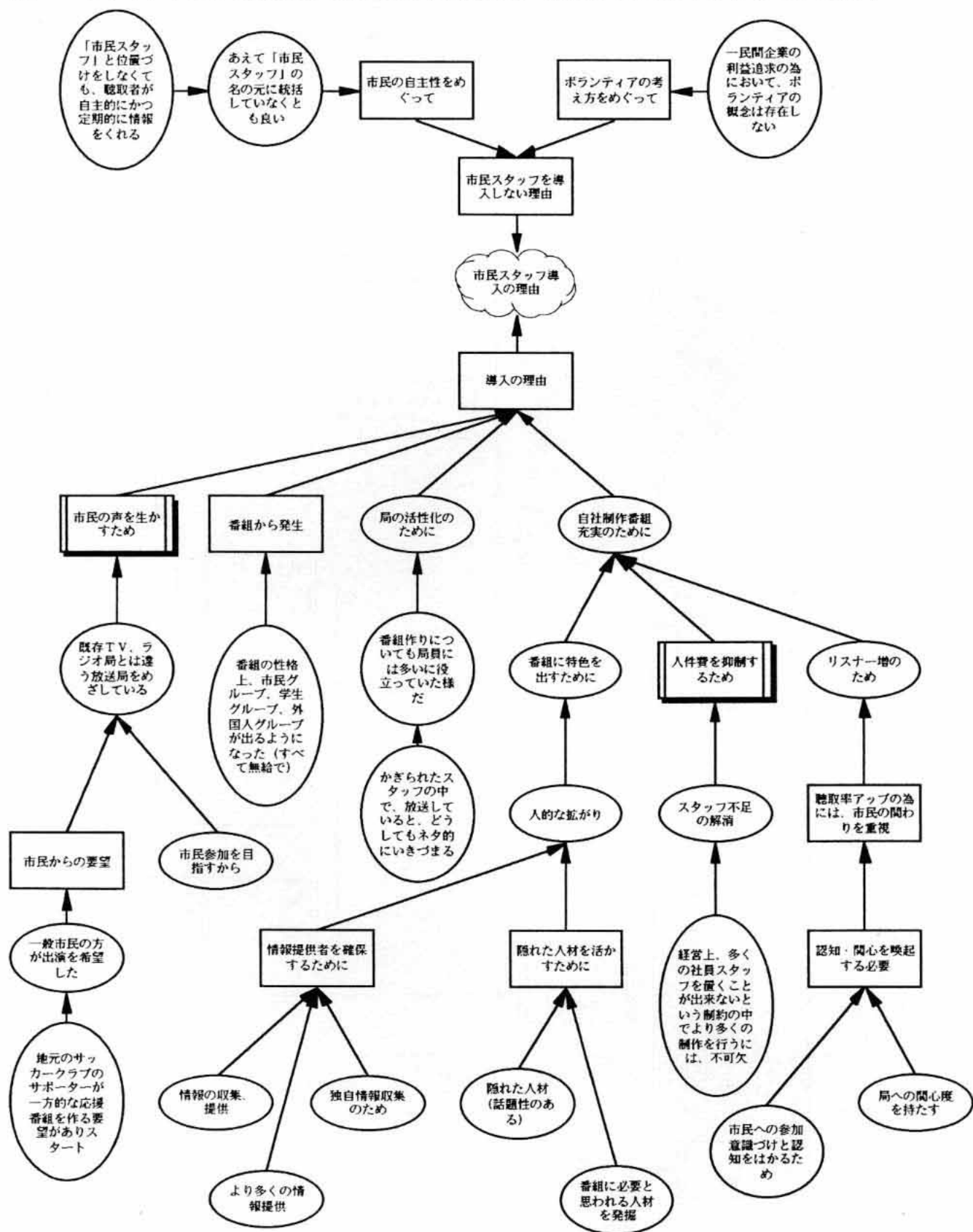
次に、導入に理由では、多様な意見がある。まず、「市民の声を活かす」という調査票に提示した考え方については、さらに突っ込んで、これこそが、コミュニティ放送の所以であるとの意見が語られた。しかも、それは、局としての理想だけではなく、市民からの要望でもあるとされている。また、番組から自然発生的に生まれたとの記載もあった。これは、市民からの要望とも関連している。

当初、準備していなかった意見としては、市民スタッフを導入することで、局自体の活性化につながっているとの意見である。限られた局スタッフにはない発想、着想、コンセプトを市民スタッフに期待しているのである。

もっとも幅広い意見が提示されたのは、充実した番組を製作するに有効であるとの意見である。無論、この中に「人件費の抑制」は含まれるが、他にも、番組に特色を出すため、リスナーを増やすための理由として挙げられていた。情報と人材の二つから番組の特色が語られ、より多く、より広く、独自の情報を収集し、それを放送することで県域局にもない番組の独自性を高めようというのである。そのために、市民スタッフは重要な戦力として位置づけられるのであろう。また、市民が放送に関することで、放送への参加意識や認知が高まり、リスナーの増加にもつながる。そして、これは経営的にも重要な事柄であろう。

先の「市民スタッフの仕事」では、パーソナリティや情報の収集・提供が多かった。ここであきらかとなった「市民の声を活か」し、「番組に特色を出す」ことは、市民がパーソナリティや情報の収集・提供を行う

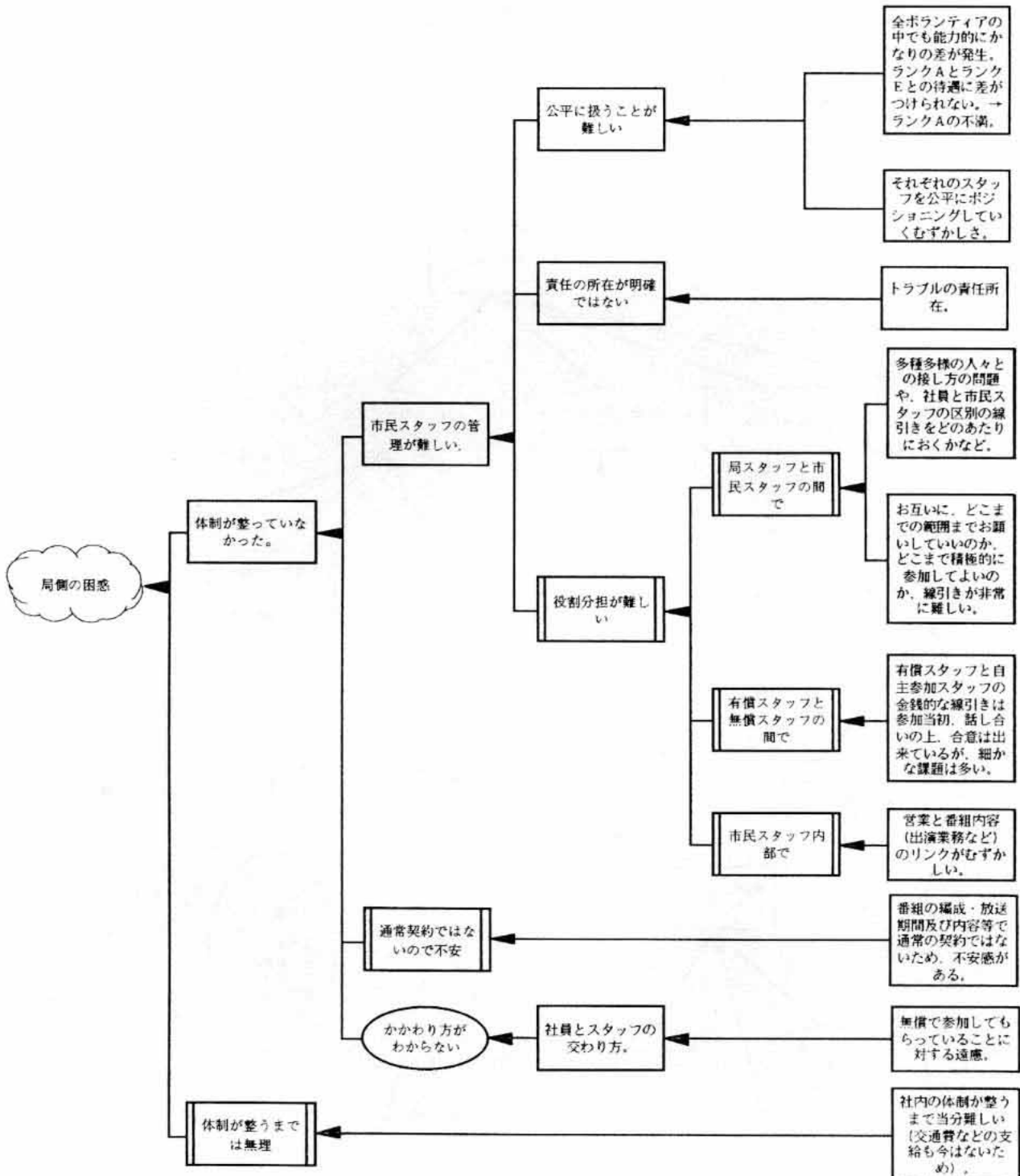
ことで達成できるのであろうか。「市民の声を活か」し、「番組に特色を出す」ための市民スタッフの仕事は、パーソナリティとして出演し、市民として情報を収集・提供することが中心なのであろうか。



#### 4. 市民スタッフへの取り組みと課題

調査票では、市民スタッフの現状と課題と題して、市民スタッフに対する局の取り組みや局側の抱える課題、市民スタッフへの改善要望をたずねた。ここでは、これら三つの質問に寄せられた自由記述を総合して、「局側の困難」、「市民スタッフへの評価と要望」、「局としての取り組み」の三つにまとめる。

##### (1) 局側の困惑



まず、これらの自由記述では、市民スタッフの導入をめぐる局側の困惑が多く語られていた。市民スタッフを導入することにしたものの、体制づくりが不十分であったという意見が多い。先にも触れたように、市民スタッフは専門的な訓練を受けていない場合が多く、したがって市民スタッフの間に能力は平準化されておらず、個人における能力の違いは当然あるだろう。しかし、他方、同じ市民スタッフではある。待遇や仕事の内容における格差はつけにくい状況であろう。

また、市民の自主的・自発的な参加を大事にすることと、公共放送としての責任との間には、埋めがたい溝がある。市民スタッフのミスや、市民の個人責任に還元することは、公共放送を行う局の責任が問われることとなり、他方、市民スタッフを社員と同じ管理下に置くことは市民スタッフの自主性・自発性を軽視することにつながる。

役割分担についての困惑も多い。市民スタッフと局スタッフの間で、有償スタッフと無償スタッフの間で、市民スタッフ同士の間で、役割分担についての調整に苦心している姿が語られている。この解消についての一般論は、無論ないであろうが、以下で述べるコミュニケーションの確保と組織化が模索されているようである。

## (2) 市民スタッフへの評価と要望

既に述べたように、市民スタッフは専門的な訓練を受けていない、いわば素人である場合が多い。素人であるがための問題が具体的に示された。文字の読み違い、コマーシャルをいれるなど、基本的な問題や、スター気取りや慣れなどの態度の問題、先にも指摘されていた市民スタッフ同士の関係などいろいろな問題が具体的に記載されている。

それらは、技術・技能の問題、放送に携わる責任の問題、局を運営している組織的行動の問題に集約される。一言でいえば「文化祭的なノリ」、すなわち、技術は拙く、自己満足にとどまり、与えられた場面しか見えていないと評されている。そして、その背後には、お金が出ないという意識が垣間見えると言うのである。さらに端的にいつてしまえば、「質が低い」との評価となる。

したがって、質の向上が、技術、公共放送に携わる責任、局の一員としての組織的な行動の各点に求められている。いわば、局スタッフと共に、公共放送を、一定の質で担っていくことのできるだけの能力を持つ、いわばプロ並みのスタッフになることが、現状では素人である市民スタッフに求められていると言えるだろう。

具体的問題

文字の読み違い  
ひとりよがり... など  
勘違い (スター意識を持ってしまったり、局は俺がいるから持っている的) が多い  
ナレ、マンネリ  
店等のコマーシャルを入れてしまう場合がある  
ボランティア同士のもめごと  
高校生ボランティアが多い為、言葉遣いやリスナーを想定した放送の仕方に未熟な面が多い  
学生グループの番組は局側のリードが必要  
学生グループはもっと質を高める勉強をしてほしい

一言でまとめると  
放送に係る意思が (若年層の  
市民スタッフは特に) 弱い  
為、文化祭的になってしまっ  
た  
  
お金が出る出ないという意識  
はぬぐえない

技術の問題  
スキルアップがなか  
なか出来ない

責任感の問題  
放送内容や局の運営  
に関して、責任を  
持っている人が少な  
い

組織的行動の問題  
組織としての動きに  
なれていない

技術の向上  
自分自身の能力  
UP (技術など)

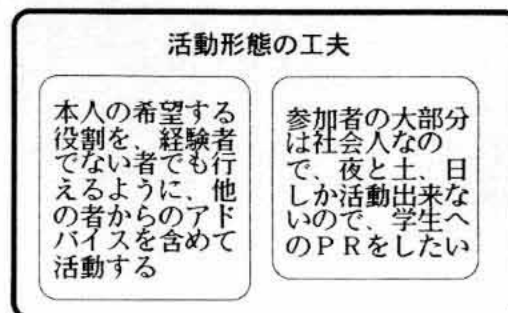
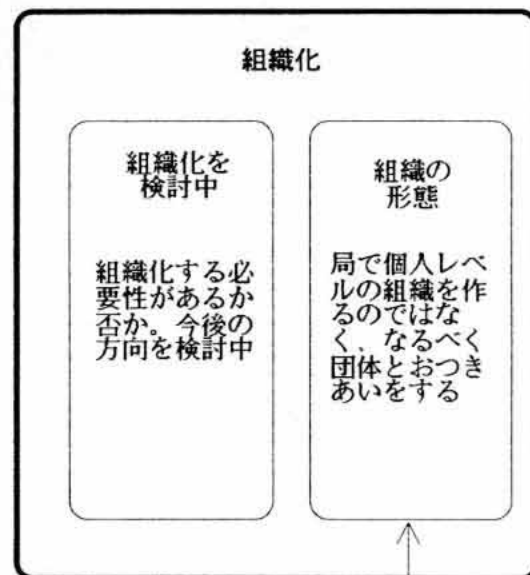
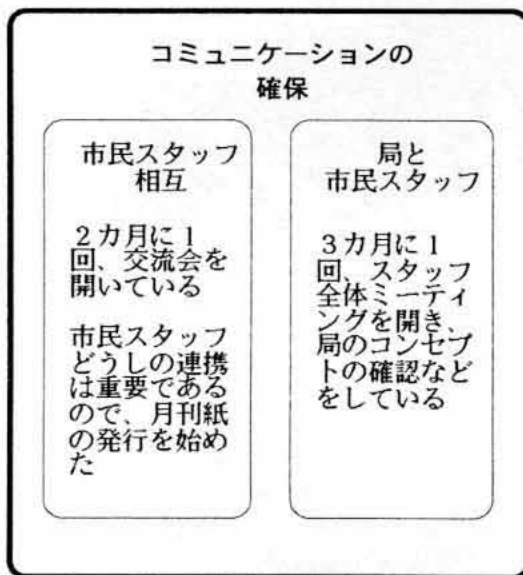
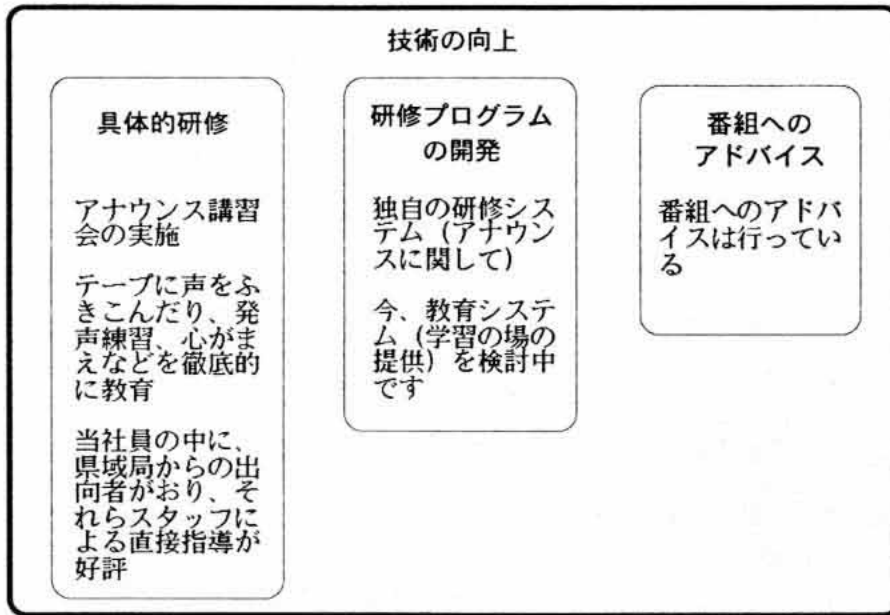
質の向上が求められる  
放送のレベルが引き上  
がるまで時間がかかる  
ので、短時間でのレベ  
ルの向上が望ましい

公共放送への  
態度の形成  
公共放送に対する  
厳しさを求める態  
度  
放送法の勉強して  
ほしい  
ギャラの有無では  
なく、スタジオ及  
びマスターに入っ  
たら、プロ意識  
(公共の電波を使  
う責任感) を持っ  
てほしい

局の方針  
局の方針には従っ  
て頂きたい

スポンサーの開拓に協力を求めたい

(3) 局としての取り組み



わが社はボランティアスタッフから会社履歴書と誓約書をいただいている

ケースバイケースで局と個人が一致点以外なし

これらの局側の困惑や市民スタッフの問題を踏まえ、各局では、その解消に向けて、それぞれ取り組みを行っている。それらは、四つにまとめることができる。

技術の向上としては、素人である市民スタッフに対して、発声や心構えなどの具体的な研修が実施され、また、研修プログラムの開発も行われている。

市民スタッフに係る体制の未整備に対応すべく、コミュニケーションの確保が試みられている。市民スタッフと局スタッフ、市民スタッフ同士の役割分担の明確化のためにコミュニケーションの確保は重要であろう。また、公共放送を担う態度や理解や局のコンセプトについての理解を市民スタッフに深めてもらうために局スタッフと市民スタッフとのコミュニケーションは活用されるだろう。

市民スタッフ組織化の動きも見られる。局として組織化するか、組織化されている市民スタッフと係るようにするか、方向は異なるが、市民スタッフが組織化されていることを重要と考える点では一致している。

## V. インタビューを踏まえたまとめ

これまでにいくつかの論点を探ることができた。ここでは、それらを、三つのインタビュー内容を踏まえながらまとめる。

### 1. まちづくり・地域づくりとコミュニティ放送

開局のいきさつや経緯についてまとめた箇所において、一つの疑問として提示しておいた論点に、まちづくり・地域づくりとコミュニティ放送の関連がある。つまり、コミュニティ放送開局のいきさつや経緯の中で、コミュニティ放送がまちづくり・地域づくりに寄与することが語られていた。しかし、コミュニティ放送が具体的にどのようにまちづくり・地域づくりに結びつくことになるのかは、ほとんど語られていない。いわば、御題目として語られるだけである。

そこで、インタビューにおいてこの点を取り上げ、両者の結びつきがどのように把握されているのかを、個別事例として明らかにしようとした。

「ラジオ高崎」のインタビューでは、次のような発言があった。

今までは、地域の放送文化というのがなかったわけです。この放送文化というのを切り口にして、新しいまちづくりのいろいろな活動や運動などを、メディアの出現によって利用・活用することによって、新しい展開がおそらくできてくるだろうと思います。今までのまちづくりの広報面におけるキャンペーン一つとっても、メディアができることによって、違う展開もできてくるだろう。高崎ぐらいの町になると、いろいろな動きがあってもなかなか伝わりにくい。一つの運動を町の中に興し、新しいネットワークを作る上でも地域密着のメディアの役割は大きいと思います。

経済活動というのは、不況なので思ったようにはいってないのですが、今までCMを出さないような会社が、コミュニティメディアができ、CMを出すことによって、商売のやり方が変わってくるという展開はおそらくあるだろう。そういう役割を担っていくということです。特に、コミュニティ放送は、従来の広告を出したりしないようなスポンサーがスポンサーになりうる、料金設定をしてありますし、そういう意味で活用してもらうことによって、地域の経済活動ということではないのかもしれませんが、ビジネスのやり方は変わってくるだろう。また、将来的には、デジタル化の問題などいろいろな問題をからめて、放送局を拠点とした新しい地域の情報産業というのが起きてくる可能性が充分あり得るし、そういう意味での表現です。

いろいろな形で文化活動している市民がたくさんいますが、それをきちんと露出してあげることがなかなかできない。ここ高崎で直接電波を出せば、そういう役割が果たせるのではないか、それがこのラジオ局の役目だと思うのです。

いろいろな団体やグループがラジオ局に出入りするわけです。今までまったく知らなかった団体同士がメディアを通じて知り合って、ネットワークを広がっていくということが、現実起きています。本来の放送とは関係なく、この放送をきっかけとして、そういう展開が起きています。

ここでは、既存の産業の活性化と新たな地域情報産業の可能性、そして市民の文化活動・市民活動の活性化やネットワーク化が、まちづくりの具体的な姿として語られている。そして、コミュニティ放送は、新たな広告のメディアとして、新しい地域情報産業の核として、文化活動・市民活動の表現手段として、まちづくりに関与する可能性が語られている。

「ラジタカ倶楽部」のインタビューでは、コミュニティ放送にまちづくりはできない、という発言から始まっている。

正直言って、まちづくりはできないと思います。

高崎を見てもそうですが、音楽センターやシティギャラリー、公民館など箱はたくさんありますが、実際その中で何が行われているかという、箱だけあればいいというものでもなく、ソフトの部分がついていかなくてはいけない。ソフトは人が作るわけです。高崎市民の中に、作ろうとは思わないけど、参加しようという意識がどれだけあるかという、私はないと思うのです。コミュニティ局ができた。それで何か変わるかという、そこに参加している人の意識や地域の人の高崎にもできたという喜びはあるかもしれないけれど、その先につながらないのだと思うのです。そこをどうつなげていくのか。

<ラジタカに参加することによって、ソフトづくりにつながるのでしょうか。>

その人が持ってくるものだと思います。持ってきてはいるのだけど、活用していく方法、それをいかして表現していく方法、どれだけその人たちを見てあげられるかということが出てくると思います。大勢の人が参加するのはいいけれど、1、2回関わって、その後出られなくなってしまうということはしてはいけないと思います。そういうことをするのであれば、光る素材を持っていると思ったら、最初はステップを踏んでくれば、その中にいられる、永久にいられるのだという形の方がいいと思います。うちもあると思います。いきなり入ってきて、参加してもらっていても、やりたいと言ったわりには、あれではといわれるよりは、その人のためにはいいと思うのです。良い悪いの評価は、些細なことで、ここを直せば良くなるのにということ、きちんとチェックしながら、舞台の上ののってきた人とチェックされないで舞台の上ののってきた人という両タイプがあるのです。でしたら、準備しながらきた人の方が長く活躍できたりするのです。そして、長く活躍することはとても必要なことだと思います。その人たちが活躍してからが、枝が出る時期だと思うのです。最初からは出ない。長く関われる人がどれだけ多く最終的に残るか、増えたということだと思います。入れ替わりが激しいと、枝が出る前に枯れてしまうような気がします。

<枝というのは、具体的にはなんですか。>

ネットワークです。つながりもできるし、番組に反映されるものだと思います。番組に反映されなければ、ネットワークやコミュニティはウソだと思います。

<ラジオの前にいる人に対して、どのような影響を与えたいと思っているのですか。>

リスナーに対しては、もしかしたら、生活のスタイルを変えられるのかもしれませんが、まちづくりにはならない。気持ちの中に残り、形には残らないと思います。

「まちづくりはできない」との表現は、コミュニティ放送ができれば、自動的にまちづくりができるというものではないことを表わすものである。趣旨は、むしろ、コミュニティ放送の中で、市民のネットワークを形成し、それを番組に反映させていく取り組みが必要であるというものである。さらに言えば、そのよう

な取り組みができれば、コミュニティ放送は、市民のネットワーク化に寄与する形で、まちづくり（形に残るハードウェアのまちづくりではなく、形に残らないソフトウェアのまちづくり）に関与できると述べていると考えられよう。

近畿の某局スタッフへのインタビューは、上記二つとは若干ニュアンスの異なるまちづくりが語られていた。

ハードな面でどうしたらよいのか取り上げるのもまちづくりの一つだと思いますが、住民の意識、そこに住んでいる方の意識の改革、有用性を持つということ、自分がこういうことをすれば、他の人にこれだけの影響が出るとか、そういったところでもう少し公共的な見識を高めていただきたい。そのためには、センスも問われるでしょうし、常識的なことはもとより、自分の我が強く出ているところはたしなめられる。でも、個人にたしなめられれば、恨みになりますが、みんなの意識がそうであれば、それに参加したければ、合意に従うしかないわけです。そういうウエーブ、大きな波を私ども送り手の責任として、提供していくことが、やがてじんわりと浸透してくる。

例えば、インターネットのイの字も知らなかったお年寄りでも、私どもの放送のコーナーで何気なく聞いていて、そのうちにそんなものがあるのか、最初はそれで良いと思うのです。英語を聞いても分からなかったけれど、そのフレーズを聞いているうちに、観光で外国の方がいらっしまった時に、何となく分かり、イエスやノーで答えられるようになったと、今まで毛嫌いしていた人が、少しでも何かをやってみたいという気持ちになる、そういう意識の改革だけでもできたら、私は儲けものだと思います。

ここでは、上記の二つよりも、より根本的な部分が語られている。市民の文化活動・市民活動、市民のネットワーク以前の問題として、住民の意識改革や公共に関する見識の向上、さらには知識の向上に寄与することがコミュニティ放送にできるまちづくりであると語られている。

インタビューでは、商業を中心とした既存産業の活性化、新たな地域情報産業の勃興、市民への働き掛けが、コミュニティ放送に期待できるまちづくりの姿として語られていたことになる。振り返ってみれば、調査票の自由記述においても同じ内容の記載があった。たとえば、エリアマーケティングとの連動を指摘していた局（関東電気通勤監理局某局）の場合、エリア・地域の商業の活性化とコミュニティ放送が連動することが語られていたわけであり、タウン情報誌とのメディアミックスを図ろうとしている（東北電気通勤監理局某局）との記載は、新たな地域情報産業の姿の一つを示すものである。

ただ、住民の意識改革や市民の文化活動・市民活動のネットワーク化を図る表現メディアというスタンスは、リスナーとの結びつき、単に番組を放送し、それを聞くという関係ではない結びつき、いわば循環的な結びつきの中で達成されるものであると考えられる。これについては、後に、さらに述べることにする。

## 2. 「地域密着」とは

コミュニティ放送に宿命づけられている「地域密着」は、一面的なものではないことを、「局の基本方針」の箇所では指摘した。ここで問題とされるのは、「地域社会の需要」である。「地域密着」とは郵政省令に添って考えれば「地域社会の需要に応えること」として考えることができたわけだが、「地域社会の需要」に忠実に応えようとすればするほど、「地域密着」の内実は多様になっている。「地域社会の需要」は全国画一的であるとは想定できないし、また、変化しないとも想定できないからである。したがって、コミュニティ放送がコミュニティ放送であることを保証するためには、「地域社会の需要」を継続的に把握し続け、それに応え続けるべく、番組や局の方針を検討し、変更し続ける苦しい作業を行い続けねばならないこととなる。

「ラジオ高崎」のインタビューでは、次のような発言があった。

**極論からすると、地域情報はやらなくてもよいかもしれない。うちはやりますが、問題は、自分たちの街の放送局だと思ってもらえるように、みんなが愛してくれて、大事してくれて、地域情報をするからそうなるのではないと思うのです。地域情報さえきちんとしていけば、地域の情報局であるというわけではないということが分かってきたのです。**

この発言は、「地域社会の需要」に添わないのであれば、地域情報を放送しても意味がないことを示している。問題は、地域情報を放送しているかではなく、「地域社会の需要」に応えることで、「みんなが愛してくれて、大事してくれ」ることであるというのである。しかも、おそらくは、「地域社会の需要」を把握し続け、番組や局の方針を検討し続ける苦しい作業の成果として、このような認識に至ったのであろう。

そのような作業をうかがわせる別の発言もあった。

**当初は、FM波を意識していませんでした。FMイコール音楽放送という概念があって、コミュニティ放送はFM放送なのですが、地域の情報を伝えていくのだというコンセプトだったのですが、それを全部否定するわけではなくて、FMといういい電波で、いい音質でいい音楽を流してほしいというリスナーが多いということに気づいたし、そのなかで、今後は、送り手側の思いだけでなく、聞き手との関係とのなかで、ラジオの在り方、「ラジオ高崎」の在り方がつくられていくと思います。**

コミュニティ放送の在り方が「つくられて」来ただけでなく、今後も「つくられていく」というのである。同種の発言は、調査票の自由記述にも見られた。

**開局2年を経て、基本方針についての修正の時期を迎えております。当初のイメージに誤りはなかったと思いますが、具体化に際して、(1) 県域FM放送のスマートなイメージに流されすぎていたと思います。(2) 地域的には一定のイメージがあることは事実ですが、**

「〇〇都民」の名が示すとおり、東京への通勤通学者が多く、聴取対象を誤って把握しているように思えます。従来の広域放送のように中高年を切りすてることが間違いではないかと思っているのですが、社員の平均年齢の若さから、なかなか修正が困難なのが実情です。  
(関東電気通信監理局管内某局)

この記事には、「地域社会の需要」の変化や見誤りに気づき、これに対応すべく苦心している姿が如実に現れている。

「地域密着」、「地域社会の需要」という単純な言葉は、コミュニティ放送に、継続的で動的な取り組みを強いるものであり、コミュニティ放送の在り方に多様性を求めるものである。しかし、これに応えることがコミュニティ放送をコミュニティ放送として成立させることとなる。

### 3. 地域問題の扱い方と不偏不党の基準

「地域密着」するコミュニティ放送が直面する問題として、いわゆる地域問題の取り扱いがある。これを適切に取り扱うことが「地域社会の需要」に応えることともなる。これに関する質問項目であきらかとなったのは、「放送法」の中に扱い方の基準として「公平性」、「不偏不党」はあるものの、実質的な基準は局の取り組みの中に形成されるということである。このような基準を立てることができれば、地域問題を議論するメディアとなる可能性が考えられ、事実、それを目指そうとする局も見られた。

しかし、「ラジオ高崎」のインタビューでは、別の観点が語られている。

トークラジオの話があると思いますが、私たちも基本的に目指すのは、アメリカトークラジオ的なことができるといふ気持ちはあります。ただ、24万人全員がターゲットだといふ今までの感覚もありましたし、その中でも特に行政に依存している部分が多かったという部分もありますので、純粋な意味でのトークラジオがなかなか実現できない面もありました。今後、自由な意見・議論の活発な場として、我々のラジオを提供できるようになれば、またそこで新しい活性化が生まれると思っています。

<24万市民をリスナーとして想定すると、なぜトークラジオにならないのですか。>

本質的には、24万人をターゲットにすると、かえってトークラジオになるということだと思のですが、どこかで強烈な反応が出てくることに対するバリアがあるのです。24万人をターゲットにした時に、触れてはならないことを触れないようにしようという部分が出てしまうというのがあるのです。

<リスクーなのですね。>

リスクをなるべく回避したいという部分がありますので、それが、今後地域のいい意味での成熟のプロセスのなかで、アメリカのトークラジオみたいなものが実現化できれば、魅力あるメディアになるという気がしています。

議論を番組として放送するトークラジオのように地域問題を議論する番組を放送することの障壁となってい

るのは、公共性・公平性の追求を本質とする行政に依存する「第3セクター」であること、地域住民の成熟度である点がここでは語られている。調査票調査の自由記述の中でも同様の趣旨の記載があった。

**メディアとしての立場が、しっかりと地域に浸透していれば（放送局は意見を発信する場であり、発信されている内容は局の見解ではなく、個人の見解であることがリスナーに理解されていけば）可。（関東電気通信監理局管内某局）**

コミュニティ放送が局内部で明確にすべき「公平性」、「不偏不党」の実質的な基準は、単に局内部に完結した議論の中で形成されるとは考えにくい。つまり、この基準の形成、ひいては地域問題を議論するメディアとしてのコミュニティ放送の成立は、局内部での取り組みと地域住民の「成熟」とに左右され、両者の相互作用の中から立ち上げられていくと考えるべきであろう。

#### 4. 市民スタッフに求められるもの

「番組編成と市民スタッフ」の箇所では、市民スタッフは、実質的な番組編成には関与していないことがあきらかとなった。

「市民スタッフの仕事」では、市民スタッフが担っている主な仕事は、パーソナリティと情報の収集であった。これを裏付けるように、市民スタッフを導入しない理由として、市民が積極的に情報を提供してくれるからという意見があった。

「市民スタッフの評価と要望」では、専門的な技能や放送に携わる人間としての常識を持たない素人から放送のプロになって欲しいことが要望として出されていた。

他方、「市民スタッフ導入の理由」では、「市民の声を活かす」、「局の活性化」、「番組の充実」が挙げられていた。

ここで問われるのは、市民スタッフ導入の理由として掲げられている事柄、すなわち市民スタッフに期待することは、番組編成には関与せず、主にパーソナリティと情報の収集を行う現状の仕事の内容で実現されるのかという点である。市民スタッフが放送のプロになることで、市民の声が番組に活かされ、局が活性化し、番組が充実するのだろうかという点でもある。

別の観点からも考えてみる。市民スタッフは、コミュニティ放送に関することに何を求めているのだろうか。市民スタッフのグループである「ラジタカ倶楽部」のインタビューでは次のような意見が述べられていた。

＜文化祭的なノリという表現をどう思いますか。＞

**これは、良いところもありますし、悪いところもあると思います。文化祭的というのは、外に目を向けている部分がある。文化祭は、一つのものでは成り立つものではない。（中略）**

個々のものがたくさん集まって、一つの文化祭を作るのだと思います。集合体を取りまとめるという作業が起こってくるということは、自分がその中に立った時に、いろいろなものを見ている。そこに携わっている人たちも横を見ている。だから、(中略)他のものとのコミュニケーションを意識している言葉ではないかと思います。ということは、自分のことだけではなくて、周りを見ている、協力しようという意識がある言葉だと思います。(中略)後、効果を求めているのではないのでしょうか。例えば、自分たちが何かをやった。その中では、人が来てくれて何かを買ってくれて、お金が増えたという効果が生まれてくるかもしれませんが、番組というのは、そういう効果はすぐに見込めないのです。制作して、自分たちがしゃべったというものは、議事録には残りますが、それによって、何が起きたかというのは、全然見えません。それを見えるようにするのが、ラジオ局、そういったところまで求めるのが放送局だと思います。

<市民スタッフの番組コーナーの中で、直接的な効果は出てこないのですか。>

出てこないです。

<やった本人は、満足感がありますよね。>

あります。そこまでが、文化祭という考え方だと思います。放送している私たちは、最初はそういう感覚だったと思いますが、そこから抜け出さないといけないという部分があるということを感じてきています。というのは、自分たちが放送したことによって何か起きた、何か動いた、何かが変わった。それが相手の気持ちであっても、形に見えないものでもよいと思うのです。クラブのメンバーたちもそうですが、会議をすると、反響はどうなのでしょう、どんな意見があるのでしょうか、良かったのでしょうか、悪かったのでしょうか、こういう所はどうしたらよいのでしょうかという意見が多くなってきています。その理由の一つは、周りを意識し始めて、効果を求めてきているのではないかと思います。自分の存在価値を認めてほしいということにつながるのではないかと思います。そういう意識が出てきている。聞いてくれていた人がいた、身近な人がコメント・手紙・FAX・電話をくれたということは、効果だと思うのです。こういう効果を求めるようになってくると思いますから、文化祭的な発信すればよいというものではなく、かえてくるもの、そこからコミュニケーションが生まれるのだと思います。

電波に自分の声がのった、自分がやりたかったスタイルの放送をすることができた、このような自己満足を越えたものを市民スタッフは求めているとされている。それは、周囲・リスナーからの反応であり、何かを変えた効果であり、反応や効果から生まれるコミュニケーションであるとされている。そして、このコミュニケーションを生み出すものが局であり、そこでの市民スタッフとしての自分の仕事である。

「まちづくり・地域づくりとコミュニティ放送」の箇所では、住民の意識改革や市民の文化活動・市民活動のネットワーク化を図る表現メディアというスタンスは、いわば循環的な結びつきの中で達成されるものであると述べた。

このようにして考えてくると、次のように考えることができるのではないだろうか。地域社会に暮らし、働く人々の中に、他の人からの反応や他の人への「効果」を求め、そこに発生するコミュニケーションを求める人がいる。これを実現する一つ的手段として、コミュニティ放送への関与がある。コミュニティ放送は、コミュニケーションを求める人にとっての装置である。この装置を通るのは、地域社会に暮らし、働く人々

のコミュニケーションを求める想いである。そして、その想いが生み出す反応や「効果」は、コミュニティ放送という装置が準備する番組に、電話で、ファックスで、またはリクエストとして、寄せられるだろうし、番組以外のところで直接本人に伝えられることもある。そして、本人に伝えられた反応や「効果」は新たなコミュニケーションの動機づけとなり、再びコミュニティ放送という装置を通して、コミュニケーションが求められていく。しかも、コミュニケーションを求める人が一人、それに反応する人も一人、つまり「一人対一人」とは限られず、「一人対複数」、「複数対一人」でもあろうから、この循環は、ネットワーク状に展開されることとなる。

さらに、コミュニケーションを求める人々は、自分たちの想いが十全に、円滑に伝わることを当然求めるであろう。だとすれば、自分たちの循環的なコミュニケーションを担う装置の整備に関心が向くのは、これも当然である。しかもそれは、装置の中で自分が関わる部分だけではなく、装置全体の整備についての関心であろう。

市民スタッフが現状で主に行っている仕事を考えると、コミュニケーションを求める想いや装置整備への関心に応える仕事となっているのだろうか。

「ラジオ高崎」のインタビューでは、市民の表現メディアとしてのコミュニティ放送、市民のネットワーク化を目指すコミュニティ放送が語られていた。ここでの言い方に変えれば、これらは、市民のコミュニケーション装置としてのコミュニティ放送、市民のネットワーク化を図る装置としてのコミュニティ放送が語られていたと考えることができる。そして、その装置に自発的に飛び込み、その装置を使ってコミュニケーションしようとし、そのために装置の全体的な整備に関心を持つ者として、市民スタッフが位置づけられていると考えることができるだろう。

また、市民スタッフをめぐっては、組織化の問題が、「局としての取り組み」の中で指摘されていた。その内容は市民スタッフは組織化されていたほうが対応しやすいが、組織化を模索しているというものであった。組織ではなく、個人として対応するという意見もあったが、市民スタッフの組織化は、局としての取り組みとしては、見過ごせないものであろう。

「ラジタカ倶楽部」は一つの成功例であると考えられるが、組織化、組織運営のノウハウに関しては、是非、インタビューをお読みいただきたい。ここでは、二つの点だけ、まとめておく。一つは、市民スタッフ組織の運営を担う人々の重要性である。局と市民スタッフをつなぎ、調整を行い、「悪者」を演じる人々の重要性である。時には、局と市民スタッフの接着剤となり、時には衝突のクッションとなり、時には市民スタッフの転轍機となる姿がインタビューの中で語られていた。もう一つは、運営方法の冷徹さである。市民スタッフの「仲良しグループ」では、組織は運営できないとインタビューでは語られている。ボーナス査定

のようなシビアさが必要である言うのである。これらの点は、「ラジタカ倶楽部」特有の事柄であるかもしれない。しかし、一つの事例、しかもかなり順調にしている事例の一つではある。

## 5. コミュニティ放送と「地域社会の総合力」

この報告書全体をまとめるに、「地域社会の総合力」という言葉が浮かんでくる。資本金の大きさ、技術力、局スタッフの能力など、コミュニティ放送に内在するものが、コミュニティ放送の成否を左右していることは十分に理解できる。しかし、コミュニティ放送に外在するものの大きさもまた無視できない。

一つのキーワードであった「地域社会の需要」は局の外にあるものであり、その地域社会全体が作りだしているものである。「地域社会の需要」に応えることがコミュニティ放送の宿命であるならば、この質によってその地域社会に生まれ、生きていくコミュニティ放送の質は左右される。

市民の文化活動・市民活動のメディア・装置としてコミュニティ放送を位置づけるならば、それらの活動の活性が、その装置の活性を左右するはずである。

地域問題を取り上げ議論するメディアとなりうるかは、地域社会の住民の「成熟」に左右されているとの意見もあった。

市民スタッフとしてコミュニティ放送に関与するのは、その地域社会に暮らし、働く人々である。コミュニティ放送という装置を通じて行なわれる彼らのコミュニケーションの循環の質は、当然、コミュニケーションする人に規定される。そして、コミュニティ放送というその装置の整備にも彼らは関心を寄せるから、整備状態は、彼らの取り組みによっても左右される。

さらに、局スタッフの多くもまた、その地域社会を構成する一員である。具体的な引用は行わなかったが、近畿の某局インタビューでも指摘されているように、コミュニティ放送に関与する地元行政や資本参加する人々のコミュニティ放送についての理解もまた、コミュニティ放送の方向と内容を左右する大きな要因である。

すなわち、これらの「地域社会の総合力」に依存しながら、局運営のために、そして地域社会の中でコミュニケーションを求める想いに応えるために、「地域社会の総合力」を引き出していこうとするスタンスが、コミュニティ放送に求められているのではないだろうか。

最後に、印象的な言葉をインタビューの中から引用する。

みなさんと同じ考え方かどうかはわからないけれども、「ラジタカ倶楽部」に登場している一人ひとりが情報だと思っている。その情報には、良質の情報もあれば良質でない情報もあるのですが、一人ひとりが情報だと、人間の存在が情報だとすれば、その情報を我々の放送で流せるわけです。それが、理想的な姿だと私は思っていますので、質の高さ低さはこの

際問題にしないで、今はやっていく、なるべく参加したい人に対して、そのステージを提供できればよいというふうにやってきました。

「地域社会の総合力」を構成している一人ひとりの人間、地域社会に暮らし、働く一人ひとりの人間、この「人」を表現しようとするメディアがここでは目指されている。さらに付け加えれば、「地域社会の総合力」が表現されているのが、コミュニティ放送というメディアなのではないだろうか。

## 謝辞

調査票調査にご協力いただいた、多くのコミュニティ放送局の方々に、心から感謝いたします。お忙しい業務の中、お時間をいただきありがとうございました。

また、各電気通信監理局担当者の方々にも、親切な対応をしていただき、感謝いたします。

特に、長時間にわたり、不躰なインタビューを受けていただいた方々に御礼を申し上げます。

**資料1 調査票**

# コミュニティFM放送の番組編成と 市民スタッフに関する調査

1998年8月

群馬大学社会情報学部

地域社会学研究室

(担当：助教授 森谷 健)

〒371-8510 群馬県前橋市荒牧町4-2

電話：027-220-7469

FAX：027-220-7405

E-mail：moriya@si.gunma-u.ac.jp

## ◆調査協力をお願い◆

近年、いわゆるコミュニティFM放送が全国的に開局し、今後も、開局が相次ぐものと予想されております。

しかしながら、コミュニティFM放送の実態はもとより、これが抱える課題や問題点に関する系統的、全国的な調査研究は、ほとんど行われていないように思われます。

このような状況の中、特に番組編成に関する課題や問題点と市民スタッフの現状や期待に焦点を当てた調査を行うことといたしました。

放送充実のために日々ご努力を積み重ねられている各局の方々や、開局に向けて準備を進めておられる方々に、全国的状況をお知らせし、何らかの参考にしていただければ、また、地域情報に関する学術的研究に少しでも寄与できればと、考えております。

趣旨にご理解をいただき、是非とも、ご協力をいただきますよう、お願い申し上げます。

なお、この調査研究は、「財団法人 ハイライフ研究所」からの研究助成を受けて実施しています。

同封の返信用封筒にて、ご返送ください（送料はかかりません）。

# I 開局状況について

## ★ はじめに

各電監資料などから、貴局について、別紙のように把握しております。正確を期したいと思いますので、誤りや不正確な箇所がありましたら、ご指摘・修正をお願いいたします。

### I-1 出資状況について

(1) 資本金の額をお教えてください。

( ) 円

(2) 出資の割合はどのようになっているでしょうか。  の中に、それぞれの出資者の割合をお書きください。

企業 . . . . .  割

団体 . . . . .  割

個人 . . . . .  割

地元自治体 . . . . .  割

その他 ( ) . . . . .  割

### I-2 開局の経緯について

(1) 開局の機運が出てきた時期はいつごろでしたか。

19 ( ) 年ころ

(2) 開局に主導的な動きをしたところはどこでしたか。下の中から1つだけ、○をお付けください。

1. 民間企業      2. 民間団体      3. 個人  
4. 地元自治体    5. その他 ( )

(3) どのような「いきさつ」で開局の機運が出てきたのでしょうか。

## II 放送内容をめぐって

### II-1 基本方針について

(1) どんな放送局・番組づくりを目指していますか。それぞれの項目について、お答えください。

<例：きびきびとした感じ 3-②-1-0-1-2-3 なごやかな感じ>

- |                              |               |                           |
|------------------------------|---------------|---------------------------|
| ①地域に密着した情報を                  | 3-2-1-0-1-2-3 | 全国の、世界の情報を                |
| ②交通情報や天気予報など生活に必要な情報を重視する放送局 | 3-2-1-0-1-2-3 | 音楽や映画紹介など心地よい生活の手伝いをする放送局 |
| ③なるべく地元の人材を                  | 3-2-1-0-1-2-3 | 地元にこだわらず、能力ある人材を          |
| ④質を保ちながらも、手作り感覚で             | 3-2-1-0-1-2-3 | 質、洗練さを求めて                 |

(2) 目指されている放送局や番組の姿は、とても、上の4項目では語りきれないことと思います。下の欄に、自由にお書きください。

## II-2 地域問題の扱い方について

- (1) コミュニティFM放送が、市民に対して果たすべき役割について、次の対極的な意見があるとして、貴局では、どのようにお考えでしょうか。最も近いと考えられる考え方に○をお付けください。また、条件やコメントがありましたらお書きください。

意見A：コミュニティFM放送は、地域が抱える問題について、話題の提供や議論の素材を提供すべきだ。しかし、偏った意見が展開される可能性のある討論会や意見交換会などの番組を放送することについては、公平を尊重する立場から慎重であるべきだ。むしろ、コミュニティFMのきめこまやかな情報収集・情報発信能力を活かし、話題の提供や議論の素材の提供に徹すべきだ。

意見B：コミュニティFM放送は、地域が抱える問題についての討論会や意見交換会を番組として放送すべきだ。討論会や意見交換会で偏った意見が展開されるかもしれないが、それらの意見が、次の発言を引きだせば、問題はない。話題の提供や議論の素材の提供だけでは、不十分だ。

### <考え方>

1. 意見Aに  
賛成

2. 意見Aに  
条件付で賛成

3. 意見Bに  
条件付で賛成

4. 意見Bに  
賛成

↓

<条 件>

↓

<条 件>

## II-3 番組編成について

(1) 自主製作番組の割合は全放送時間の中で何割くらいですか。

割程度

(2) 番組編成会議の構成を以下の点について教えてください。

専任の社員・・・・・・・・・・・・・・・・・・  人  
 出資者・・・・・・・・・・・・・・・・・・  人  
 市民スタッフ（無給で番組製作等にかかわる市民）・・・  人  
 有識者・・・・・・・・・・・・・・・・・・  人  
 その他（）・・・・・・・・  人

(3) 放送審議会の構成を以下の点について教えてください。

産業・経済関係の有識者・・・・・・・・  人  
 文化・教育関係の有識者・・・・・・・・  人  
 福祉・厚生関係の有識者・・・・・・・・  人  
 地方行政関係の有識者・・・・・・・・  人  
 放送関係の有識者・・・・・・・・  人  
 市民スタッフ（無給で番組製作等にかかわる市民）・・・  人  
 その他（）・・・・・・・・  人

(4) 実質的な番組編成を行っているのは、先の番組編成会議ですか？

1. 上記の番組編成会議

2. 実質的に行っているのは別にある

① 名称：（）

② 構成

専任の社員・・・・・・・・・・・・・・・・・・  人  
 出資者・・・・・・・・・・・・・・・・・・  人  
 市民スタッフ（無給で番組製作等にかかわる市民）・・・  人  
 有識者・・・・・・・・・・・・・・・・・・  人  
 その他（）・・・・・・・・  人

### Ⅲ 市民スタッフと地元情報

#### Ⅲ-1 「市民スタッフ」（無給で番組製作等にかかわる市民、「ボランティア・スタッフ」等の名称もある）の構成について

(1) 「市民スタッフ」はいますか。

1. いる                      2. いない → 下の(2)にお答えいただいてから、  
Ⅲ-6 地元の情報収集(8頁)にお進みください

(2) 「市民スタッフ」とは別に「ファンクラブ」のようなグループはできていますか。

1. できている              2. できていない

(3) 「市民スタッフ」の年齢層はいかがでしょうか。

1. 10歳代  割      2. 20歳代  割      3. 30歳代  割  
4. 40歳代  割      5. 50歳代  割      6. 60歳代  割  
7. 70歳以上  割

(4) 性別の割合はいかがでしょうか。

1. 男性  割              2. 女性  割

(5) 職業についてはどうでしょうか。その他で特に多いものがありましたらお書きください。

1. 主婦  割              2. 退職者  割              3. 学生  割  
4. 会社員  割              5. 公務員  割              6. 教員  割  
7. 自営業  割              8. アルバイト  割  
9. その他 (                      )  割

(6) 放送にかかわったことのある方はどのくらいですか。

1. プロとしてかかっていた(かかっている)人  割  
2. プロではないが、専門的訓練を受けた人  割  
3. これまで、経験もなく、訓練も受けてこなかった人  割

(7) 外国の方も加わっていますか。

1. 日本人  割              2. 外国人  割

### Ⅲ－２ 「市民スタッフ」の仕事

(1) 貴局では、「市民スタッフ」はどのような仕事をしていますか。次の中から、当てはまるものすべてに、○を付けてください。また、「その他」がありましたら、具体的にお書きください。

- |                |                 |
|----------------|-----------------|
| 1. 情報の収集・提供    | 2. 番組パーソナリティの担当 |
| 3. 番組アシスタントの担当 | 4. 番組レポーターの担当   |
| 5. 音源の提供       | 6. 技術的な手伝い      |
| 7. 営業活動への参加    | 8. 番組企画への参加     |
| 9. 番組編成への関与    | 10. 局運営への関与     |
| 11. その他 (      | )               |

### Ⅲ－３ 「市民スタッフ」導入の理由

(1) 「市民スタッフ」を導入する理由については、「市民の声を番組や局運営に活かすため」という理由と「企業として、人件費の抑制に努力するため」という理由とが、語られることがあります。貴局では、上記以外の理由も含めて、どのような理由で、「市民スタッフ」導入をお決めになったのでしょうか。

### Ⅲ－４ 「市民スタッフ」の現状と今後

(1) 「市民スタッフ」の力を引き出すために何か工夫やしくみ、取り組みを行っていらしたら、ご紹介ください。

1. 「市民スタッフ」の自主性に任せているので、特に行っていない
2. 工夫やしくみ、取り組みを行っているが、紹介できない
3. 工夫やしくみ、取り組みを行っているので、紹介する

(2) 「市民スタッフ」と向き合う局の側として、局としての向き合い方に課題をお感じでしたら、ご紹介ください。

1. 特に課題は感じていない
2. 課題を感じている

(3) 「市民スタッフ」に対して、改善して欲しい事柄はありますか。

1. 特に改善して欲しいことはない
2. 改善して欲しいことがある

### III-6 地元の情報収集

(1) 地元自治体からはどのような形でどのような情報を収集していますか。次の形で得る情報は、自治体から得る情報の、だいたい何割くらいですか。

1. 自治体との合意の上で整備したルートで日常的に収集する・・・  割
2. 自治体が重要と判断した情報を流してもらう・・・・・・・・・・  割
3. 定期的に、こちらから、取材に行く・・・・・・・・・・・・・・・・  割
4. 必要に応じて、こちらから、取材に行く・・・・・・・・・・  割

(2) 地元の団体、企業などからはどのような形で情報を収集していますか。次の形で得る情報は、団体、企業などから得る情報の、だいたい何割くらいですか。

1. 団体や企業との合意の上で整備したルートで日常的に収集する・  割
2. 団体や企業が重要と判断した情報を流してもらう・・・・・・・・  割
3. 定期的に、こちらから、取材に行く・・・・・・・・・・・・・・・・  割
4. 必要に応じて、こちらから、取材に行く・・・・・・・・・・  割

(3) 上記以外の、地元情報はどのような形で情報を収集していますか。次の形で得る情報は、  
だいたい何割くらいですか。

- |                                    |                      |   |
|------------------------------------|----------------------|---|
| 1. 市民スタッフが取材している . . . . .         | <input type="text"/> | 割 |
| 2. 局のスタッフが取材している . . . . .         | <input type="text"/> | 割 |
| 3. 聴取者から寄せられる情報で収集している . . . . .   | <input type="text"/> | 割 |
| 4. 地元のマスコミが発信した情報で収集している . . . . . | <input type="text"/> | 割 |

以上でアンケートは終わります。最後に、今後のために簡単にお答えください。

●もしも、もう少しお話しをうかがうために1時間ほどのインタビューをお願いしたら、  
インタビューを受けていただけますでしょうか。

1. 受けてもよい      2. 受けることはできない

●「市民スタッフ」の方にもお話しをうかがったり、アンケートをお配りしたいと考えており  
ます。当然、その結果については、貴局にお知らせいたしますので、「市民スタッフ」調査  
(インタビュー、アンケート)に協力いただけますでしょうか。

1. 協力できる      2. 内容による      3. 協力できない

●この調査の集計結果は、平成10年度中にまとめ、平成11年度には報告書を公表する計画で  
おります。ご協力いただいたコミュニティFM局には、報告書を送らせていただこうと考  
えておりますが、いかがでしょうか。

1. 送れ      2. 不要である

★差し支えなければ、ご回答いただいた方の、「放送局名」「職名」「お名前」をお書きくだ  
さい。

局名称： \_\_\_\_\_

職 名： \_\_\_\_\_

お名前： \_\_\_\_\_

★長い時間をおとりいただきありがとうございました。同封の封筒で、ご返送ください。

また、ご返送いただく際に、お手数ではございますが、貴局の「番組表」をお送りくださ  
いますようお願いいたします。

**資料2 単純集計表**

## ◆資本金 (万円)

	局数	%	%
1000	2	3.4	3.6
2000	1	1.7	1.8
2300	1	1.7	1.8
3000	1	1.7	1.8
4000	3	5.2	5.4
4100	1	1.7	1.8
4300	1	1.7	1.8
4500	2	3.4	3.6
5000	7	12.1	12.5
5200	1	1.7	1.8
5275	1	1.7	1.8
6500	2	3.4	3.6
7000	1	1.7	1.8
7450	1	1.7	1.8
7900	1	1.7	1.8
8000	5	8.6	8.9
9000	3	5.2	5.4
10000	5	8.6	8.9
10300	1	1.7	1.8
11000	1	1.7	1.8
11280	1	1.7	1.8
11500	1	1.7	1.8
12000	2	3.4	3.6
13000	2	3.4	3.6
14000	1	1.7	1.8
15000	4	6.9	7.1
16000	2	3.4	3.6
20405	1	1.7	1.8
30000	1	1.7	1.8
無回答	2	3.4	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 56

集計除外数 2

## ◆企業の出資割合 (%)

	局数	%	%
0	3	5.2	6.0
10	1	1.7	2.0
20	3	5.2	6.0
30	2	3.4	4.0
36	1	1.7	2.0
40	2	3.4	4.0
41	1	1.7	2.0
45	2	3.4	4.0
52	1	1.7	2.0
53	1	1.7	2.0
60	1	1.7	2.0
62	1	1.7	2.0
64	1	1.7	2.0
65	1	1.7	2.0
66	1	1.7	2.0
70	6	10.3	12.0
74	1	1.7	2.0
75	1	1.7	2.0
76	1	1.7	2.0
77	2	3.4	4.0
80	2	3.4	4.0
85	1	1.7	2.0
86	2	3.4	4.0
88	1	1.7	2.0
90	4	6.9	8.0
99	1	1.7	2.0
100	6	10.3	12.0
無回答	8	13.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 50

集計除外数 8

## ◆団体の出資割合 (%)

	局数	%	%
0	25	43.1	50.0
1	1	1.7	2.0
2	1	1.7	2.0
3	2	3.4	4.0
4	4	6.9	8.0
5	4	6.9	8.0
9	1	1.7	2.0
10	6	10.3	12.0
12	1	1.7	2.0
20	3	5.2	6.0
25	1	1.7	2.0
63	1	1.7	2.0
無回答	8	13.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	50		
集計除外数	8		

## ◆個人の出資割合 (%)

	局数	%	%
0	21	36.2	42.0
1	3	5.2	6.0
2	2	3.4	4.0
3	1	1.7	2.0
5	1	1.7	2.0
7	1	1.7	2.0
8	1	1.7	2.0
10	4	6.9	8.0
15	1	1.7	2.0
16	1	1.7	2.0
18	2	3.4	4.0
20	2	3.4	4.0
30	3	5.2	6.0
60	1	1.7	2.0
70	2	3.4	4.0
80	2	3.4	4.0
100	2	3.4	4.0
無回答	8	13.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	50		
集計除外数	8		

## ◆自治体の出資割合 (%)

	局数	%	%
0	20	34.5	38.5
4	1	1.7	1.9
5	1	1.7	1.9
6	2	3.4	3.8
7	2	3.4	3.8
8	1	1.7	1.9
9	2	3.4	3.8
10	6	10.3	11.5
19	1	1.7	1.9
20	4	6.9	7.7
22	1	1.7	1.9
25	1	1.7	1.9
30	3	5.2	5.8
40	1	1.7	1.9
45	1	1.7	1.9
46	1	1.7	1.9
49	1	1.7	1.9
52	1	1.7	1.9
55	1	1.7	1.9
60	1	1.7	1.9
無回答	6	10.3	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 52

集計除外数 6

## ◆その他の出資割合 (%)

	局数	%	%
0	44	75.9	84.6
2	1	1.7	1.9
5	1	1.7	1.9
7	1	1.7	1.9
10	3	5.2	5.8
31	1	1.7	1.9
50	1	1.7	1.9
無回答	6	10.3	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 52

集計除外数 6

## ◆開局気運の時期（年）

	局数	%	%
1988	1	1.7	1.7
1990	2	3.4	3.4
1991	1	1.7	1.7
1992	1	1.7	1.7
1993	3	5.2	5.2
1994	13	22.4	22.4
1995	20	34.5	34.5
1996	13	22.4	22.4
1997	4	6.9	6.9
無回答	0	—	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 58

集計除外数 0

## ◆開局に主導的

	局数	%	%
企業	22	37.9	39.3
団体	8	13.8	14.3
個人	9	15.5	16.1
自治体	16	27.6	28.6
その他	1	1.7	1.8
無回答	2	3.4	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 56

集計除外数 2

## ◆密着情報—広い情報

	局数	%	%
1（広い情報）	1	1.7	1.8
3	1	1.7	1.8
4	1	1.7	1.8
5	2	3.4	3.5
6	16	27.6	28.1
7（密着情報）	36	62.1	63.2
無回答	1	1.7	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 57

集計除外数 1

## ◆生活情報—娯楽情報

	局数	%	%
1（娯楽情報）	1	1.7	1.8
2	2	3.4	3.5
3	1	1.7	1.8
4	12	20.7	21.1
5	4	6.9	7.0
6	22	37.9	38.6
7（生活情報）	15	25.9	26.3
無回答	1	1.7	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 57

集計除外数 1

## ◆地元人材－有能人材

	局数	%	%
1 (能力優先)	5	8.6	8.8
2	3	5.2	5.3
3	2	3.4	3.5
4	5	8.6	8.8
5	4	6.9	7.0
6	20	34.5	35.1
7 (地元人材)	18	31.0	31.6
無回答	1	1.7	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	57		
集計除外数	1		

## ◆手作り－洗練

	局数	%	%
1 (洗練を)	3	5.2	5.4
2	5	8.6	8.9
3	3	5.2	5.4
4	8	13.8	14.3
5	6	10.3	10.7
6	19	32.8	33.9
7 (手作り)	12	20.7	21.4
無回答	2	3.4	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	56		
集計除外数	2		

## ◆討論の場

	局数	%	%
慎重・情報提供に	34	58.6	65.4
条件付き慎重	5	8.6	9.6
条件付き積極	7	12.1	13.5
積極・討論の場	6	10.3	11.5
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆自主制作番組の割合 (割)

	局数	%	%
1	1	1.7	1.7
3	6	10.3	10.3
4	9	15.5	15.5
5	16	27.6	27.6
6	6	10.3	10.3
7	6	10.3	10.3
8	1	1.7	1.7
9	3	5.2	5.2
10	10	17.2	17.2
無回答	0	—	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	58		
集計除外数	0		

## ◆編成会議／社員（人）

	局数	%	%
0	4	6.9	7.5
1	3	5.2	5.7
2	7	12.1	13.2
3	10	17.2	18.9
4	7	12.1	13.2
5	7	12.1	13.2
6	4	6.9	7.5
7	3	5.2	5.7
8	3	5.2	5.7
9	1	1.7	1.9
10	2	3.4	3.8
12	1	1.7	1.9
16	1	1.7	1.9
無回答	5	8.6	Missing
合計	58	100.0	100.0

有効数 53

集計除外数 5

## ◆編成会議／出資者（人）

	局数	%	%
0	44	75.9	83.0
1	3	5.2	5.7
2	2	3.4	3.8
3	1	1.7	1.9
5	1	1.7	1.9
8	1	1.7	1.9
14	1	1.7	1.9
無回答	5	8.6	Missing
合計	58	100.0	100.0

有効数 53

集計除外数 5

## ◆編成会議／市民スタッフ（人）

	局数	%	%
0	43	74.1	81.1
1	3	5.2	5.7
3	2	3.4	3.8
4	1	1.7	1.9
5	1	1.7	1.9
6	1	1.7	1.9
80	2	3.4	3.8
無回答	5	8.6	Missing
合計	58	100.0	100.0

有効数 53

集計除外数 5

## ◆編成会議／有識者（人）

	局数	%	%
0	46	79.3	86.8
1	4	6.9	7.5
3	1	1.7	1.9
9	1	1.7	1.9
20	1	1.7	1.9
無回答	5	8.6	Missing
合計	58	100.0	100.0

有効数 53

集計除外数 5

## ◆編成会議／その他（人）

	局数	%	%
0	39	67.2	73.6
1	1	1.7	1.9
2	3	5.2	5.7
3	3	5.2	5.7
4	2	3.4	3.8
5	1	1.7	1.9
10	1	1.7	1.9
11	1	1.7	1.9
21	1	1.7	1.9
30	1	1.7	1.9
無回答	5	8.6	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	53		
集計除外数	5		

## ◆審議会／産業有識者（人）

	局数	%	%
0	7	12.1	13.5
1	10	17.2	19.2
2	14	24.1	26.9
3	14	24.1	26.9
4	3	5.2	5.8
5	4	6.9	7.7
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆審議会／文化有識者（人）

	局数	%	%
0	6	10.3	11.5
1	14	24.1	26.9
2	18	31.0	34.6
3	9	15.5	17.3
4	4	6.9	7.7
6	1	1.7	1.9
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆審議会／福祉有識者（人）

	局数	%	%
0	17	29.3	32.7
1	23	39.7	44.2
2	8	13.8	15.4
3	4	6.9	7.7
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆審議会／行政有識者（人）

	局数	%	%
0	21	36.2	40.4
1	23	39.7	44.2
2	5	8.6	9.6
3	1	1.7	1.9
4	2	3.4	3.8
無回答	6	10.3	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 52

集計除外数 6

## ◆審議会／放送有識者（人）

	局数	%	%
0	43	74.1	82.7
1	7	12.1	13.5
3	1	1.7	1.9
10	1	1.7	1.9
無回答	6	10.3	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 52

集計除外数 6

## ◆審議会／市民スタッフ（人）

	局数	%	%
0	41	70.7	78.8
1	5	8.6	9.6
2	1	1.7	1.9
3	3	5.2	5.8
5	2	3.4	3.8
無回答	6	10.3	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 52

集計除外数 6

## ◆審議会／その他（人）

	局数	%	%
0	26	44.8	50.0
1	11	19.0	21.2
2	7	12.1	13.5
3	4	6.9	7.7
4	1	1.7	1.9
7	1	1.7	1.9
8	1	1.7	1.9
10	1	1.7	1.9
無回答	6	10.3	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 52

集計除外数 6

## ◆実質的な番組編成の場

	局数	%	%
番組編成会議	41	70.7	78.8
別の主体	11	19.0	21.2
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆実質的番組編成/社員(人)

	局数	%	%
1	1	1.7	12.5
2	1	1.7	12.5
3	2	3.4	25.0
4	2	3.4	25.0
5	2	3.4	25.0
無回答	9	15.5	Missing
非該当	41	70.7	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	8		
集計除外数	50		

## ◆実質的番組編成/出資者(人)

	局数	%	%
0	6	10.3	75.0
1	1	1.7	12.5
5	1	1.7	12.5
無回答	9	15.5	Missing
非該当	41	70.7	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	8		
集計除外数	50		

## ◆実質的番組編成/市民スタッフ(人)

	局数	%	%
0	8	13.8	100.0
無回答	9	15.5	Missing
非該当	41	70.7	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	8		
集計除外数	50		

## ◆実質的番組編成/有識者(人)

	局数	%	%
0	7	12.1	87.5
1	1	1.7	12.5
無回答	9	15.5	Missing
非該当	41	70.7	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	8		
集計除外数	50		

## ◆実質的番組編成/その他(人)

	局数	%	%
0	8	13.8	100.0
無回答	9	15.5	Missing
非該当	41	70.7	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	8		
集計除外数	50		

## ◆市民スタッフの有無

	局数	%	%
いる	39	67.2	67.2
いない	19	32.8	32.8
無回答	0	—	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	58		
集計除外数	0		

## ◆ファンクラブの有無

	局数	%	%
できている	13	22.4	24.5
できていない	40	69.0	75.5
無回答	5	8.6	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	53		
集計除外数	5		

## ◆市民スタッフ/10歳代 (%)

	局数	%	%
0	17	29.3	48.6
1	1	1.7	2.9
5	1	1.7	2.9
10	9	15.5	25.7
15	1	1.7	2.9
20	5	8.6	14.3
60	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ/20歳代 (%)

	局数	%	%
0	3	5.2	8.6
10	1	1.7	2.9
20	6	10.3	17.1
30	6	10.3	17.1
40	5	8.6	14.3
46	1	1.7	2.9
48	1	1.7	2.9
50	5	8.6	14.3
60	4	6.9	11.4
70	2	3.4	5.7
90	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ／30歳代 (%)

	局数	%	%
0	1	1.7	2.9
5	1	1.7	2.9
10	6	10.3	17.1
15	1	1.7	2.9
20	6	10.3	17.1
24	1	1.7	2.9
30	11	19.0	31.4
40	2	3.4	5.7
46	1	1.7	2.9
50	3	5.2	8.6
60	1	1.7	2.9
100	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 35

集計除外数 23

## ◆市民スタッフ／40歳代 (%)

	局数	%	%
0	7	12.1	20.0
5	2	3.4	5.7
8	1	1.7	2.9
9	1	1.7	2.9
10	8	13.8	22.9
15	1	1.7	2.9
18	1	1.7	2.9
20	8	13.8	22.9
30	4	6.9	11.4
40	1	1.7	2.9
100	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 35

集計除外数 23

## ◆市民スタッフ／50歳代 (%)

	局数	%	%
0	14	24.1	40.0
5	4	6.9	11.4
8	1	1.7	2.9
10	12	20.7	34.3
20	3	5.2	8.6
50	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 35

集計除外数 23

## ◆市民スタッフ／60歳代 (%)

	局数	%	%
0	24	41.4	68.6
1	2	3.4	5.7
2	1	1.7	2.9
5	1	1.7	2.9
10	7	12.1	20.0
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 35

集計除外数 23

◆市民スタッフ／70歳以上 (%)

	局数	%	%
0	33	56.9	94.3
10	2	3.4	5.7
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

◆市民スタッフ／男性 (%)

	局数	%	%
0	1	1.7	2.9
10	2	3.4	5.7
20	7	12.1	20.0
30	7	12.1	20.0
35	1	1.7	2.9
40	5	8.6	14.3
44	1	1.7	2.9
50	3	5.2	8.6
57	1	1.7	2.9
60	2	3.4	5.7
70	2	3.4	5.7
90	1	1.7	2.9
100	2	3.4	5.7
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

◆市民スタッフ／女性 (%)

	局数	%	%
0	2	3.4	5.7
10	1	1.7	2.9
30	2	3.4	5.7
40	2	3.4	5.7
43	1	1.7	2.9
50	3	5.2	8.6
52	1	1.7	2.9
60	5	8.6	14.3
65	1	1.7	2.9
70	7	12.1	20.0
80	7	12.1	20.0
90	2	3.4	5.7
100	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ／主婦（％）

	局数	％	％
0	8	13.8	22.9
10	7	12.1	20.0
15	1	1.7	2.9
20	8	13.8	22.9
25	1	1.7	2.9
30	3	5.2	8.6
40	2	3.4	5.7
60	2	3.4	5.7
70	2	3.4	5.7
90	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ／退職者（％）

	局数	％	％
0	30	51.7	85.7
1	1	1.7	2.9
5	1	1.7	2.9
10	2	3.4	5.7
20	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ/学生 (%)

	局数	%	%
0	6	10.3	17.1
10	10	17.2	28.6
15	1	1.7	2.9
17	1	1.7	2.9
20	7	12.1	20.0
27	1	1.7	2.9
30	6	10.3	17.1
60	3	5.2	8.6
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ/会社員 (%)

	局数	%	%
0	5	8.6	14.3
10	4	6.9	11.4
20	5	8.6	14.3
25	1	1.7	2.9
30	7	12.1	20.0
40	2	3.4	5.7
45	1	1.7	2.9
46	2	3.4	5.7
50	1	1.7	2.9
60	2	3.4	5.7
70	2	3.4	5.7
100	3	5.2	8.6
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ/公務員 (%)

	局数	%	%
0	21	36.2	60.0
1	2	3.4	5.7
2	1	1.7	2.9
5	2	3.4	5.7
10	7	12.1	20.0
20	2	3.4	5.7
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ/教員 (%)

	局数	%	%
0	28	48.3	80.0
2	1	1.7	2.9
5	1	1.7	2.9
10	4	6.9	11.4
20	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ/自営業 (%)

	局数	%	%
0	13	22.4	37.1
1	1	1.7	2.9
10	13	22.4	37.1
17	1	1.7	2.9
20	5	8.6	14.3
30	1	1.7	2.9
40	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ/アルバイト (%)

	局数	%	%
0	24	41.4	68.6
4	1	1.7	2.9
5	1	1.7	2.9
7	1	1.7	2.9
8	1	1.7	2.9
10	6	10.3	17.1
20	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ/その他 (%)

	局数	%	%
0	28	48.3	80.0
2	2	3.4	5.7
8	1	1.7	2.9
10	2	3.4	5.7
30	1	1.7	2.9
100	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ／プロ (%)

	局数	%	%
0	18	31.0	50.0
1	1	1.7	2.8
10	7	12.1	19.4
15	1	1.7	2.8
20	5	8.6	13.9
30	2	3.4	5.6
40	1	1.7	2.8
100	1	1.7	2.8
無回答	3	5.2	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	36		
集計除外数	22		

## ◆市民スタッフ／専門的訓練 (%)

	局数	%	%
0	14	24.1	41.2
9	1	1.7	2.9
10	9	15.5	26.5
20	6	10.3	14.7
30	3	5.2	8.8
35	1	1.7	2.9
50	1	1.7	2.9
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ／訓練なし (%)

	局数	%	%
0	1	1.7	2.9
30	1	1.7	2.9
50	5	8.6	14.3
60	2	3.4	5.7
70	5	8.6	14.3
71	1	1.7	2.9
80	3	5.2	8.6
90	4	6.9	11.4
100	13	22.4	37.1
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

## ◆市民スタッフ／日本人（％）

	局数	％	％
65	1	1.7	2.8
70	1	1.7	2.8
80	1	1.7	2.8
90	8	13.8	22.2
95	5	8.6	13.9
97	4	6.9	11.1
100	16	27.6	44.4
無回答	3	5.2	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 36

集計除外数 22

## ◆市民スタッフ／外国人（％）

	局数	％	％
0	16	27.6	44.4
3	4	6.9	11.1
5	5	8.6	13.9
10	8	13.8	22.2
20	1	1.7	2.8
30	1	1.7	2.8
35	1	1.7	2.8
無回答	3	5.2	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 36

集計除外数 22

## ◆市民スタッフの仕事／収集・提供

	局数	％	％
選択なし	9	15.5	23.7
選択	29	50.0	76.3
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 38

集計除外数 20

## ◆市民スタッフの仕事／パーソナリティ

	局数	％	％
選択なし	5	8.6	13.2
選択	33	56.9	86.8
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 38

集計除外数 20

## ◆市民スタッフの仕事／番組アシスタント

	局数	％	％
選択なし	21	36.2	55.3
選択	17	29.3	44.7
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 38

集計除外数 20

## ◆市民スタッフの仕事／レポーター

	局数	％	％
選択なし	17	29.3	44.7
選択	21	36.2	55.3
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 38

集計除外数 20

## ◆市民スタッフの仕事／音源提供

	局数	%	%
選択なし	20	34.5	52.6
選択	18	31.0	47.4
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	38		
集計除外数	20		

## ◆市民スタッフの仕事／技術の手伝い

	局数	%	%
選択なし	22	37.9	57.9
選択	16	27.6	42.1
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	38		
集計除外数	20		

## ◆市民スタッフの仕事／営業活動

	局数	%	%
選択なし	33	56.9	86.8
選択	5	8.6	13.2
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	38		
集計除外数	20		

## ◆市民スタッフの仕事／番組企画

	局数	%	%
選択なし	23	39.7	60.5
選択	15	25.9	39.5
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	38		
集計除外数	20		

## ◆市民スタッフの仕事／番組編成

	局数	%	%
選択なし	35	60.3	92.1
選択	3	5.2	7.9
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	38		
集計除外数	20		

## ◆市民スタッフの仕事／局運営

	局数	%	%
選択なし	37	63.8	97.4
選択	1	1.7	2.6
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	38		
集計除外数	20		

◆市民スタッフの仕事／その他

	局数	%	%
選択なし	36	62.1	94.7
選択	2	3.4	5.3
無回答	1	1.7	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	38		
集計除外数	20		

◆市民スタッフへの取り組み

	局数	%	%
特になし	25	43.1	67.6
紹介できない	4	6.9	10.8
紹介する	8	13.8	21.6
無回答	2	3.4	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	37		
集計除外数	21		

◆局が感じる課題

	局数	%	%
感じていない	16	27.6	45.7
感じている	19	32.8	54.3
無回答	4	6.9	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	35		
集計除外数	23		

◆改善して欲しいこと

	局数	%	%
ない	20	34.5	60.6
ある	13	22.4	39.4
無回答	6	10.3	Missing
非該当	19	32.8	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	33		
集計除外数	25		

## ◆自治体情報／ルート (%)

	局数	%	%
0	2	3.4	3.8
10	3	5.2	5.7
15	1	1.7	1.9
20	6	10.3	11.3
30	4	6.9	7.5
40	3	5.2	5.7
50	4	6.9	7.5
60	3	5.2	5.7
70	6	10.3	11.3
80	5	8.6	9.4
90	9	15.5	17.0
100	7	12.1	13.2
無回答	5	8.6	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 53

集計除外数 5

## ◆自治体情報／流してくれる (%)

	局数	%	%
0	23	39.7	43.4
10	8	13.8	15.1
20	12	20.7	22.6
30	6	10.3	11.3
40	1	1.7	1.9
50	1	1.7	1.9
80	1	1.7	1.9
100	1	1.7	1.9
無回答	5	8.6	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 53

集計除外数 5

## ◆自治体情報／定期取材（％）

	局数	％	％
0	33	56.9	62.3
10	7	12.1	13.2
20	5	8.6	9.4
30	4	6.9	7.5
50	3	5.2	5.7
80	1	1.7	1.9
無回答	5	8.6	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	53		
集計除外数	5		

## ◆自治体情報／随時取材（％）

	局数	％	％
0	13	22.4	24.5
10	17	29.3	32.1
15	1	1.7	1.9
20	11	19.0	20.8
30	2	3.4	3.8
40	5	8.6	9.4
50	2	3.4	3.8
70	1	1.7	1.9
80	1	1.7	1.9
無回答	5	8.6	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	53		
集計除外数	5		

## ◆企業情報／ルート（％）

	局数	％	％
0	17	29.3	32.7
10	6	10.3	11.5
20	10	17.2	19.2
30	4	6.9	7.7
40	3	5.2	5.8
50	1	1.7	1.9
60	2	3.4	3.8
70	3	5.2	5.8
80	3	5.2	5.8
90	1	1.7	1.9
100	2	3.4	3.8
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆企業情報／流してくれる（％）

	局数	％	％
0	14	24.1	26.9
10	10	17.2	19.2
20	14	24.1	26.9
30	4	6.9	7.7
40	1	1.7	1.9
50	3	5.2	5.8
70	2	3.4	3.8
80	1	1.7	1.9
100	3	5.2	5.8
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆企業情報／定期取材 (%)

	局数	%	%
0	31	53.4	59.6
10	8	13.8	15.4
20	5	8.6	9.6
30	6	10.3	11.5
40	1	1.7	1.9
50	1	1.7	1.9
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆企業情報／随時取材 (%)

	局数	%	%
0	8	13.8	15.4
10	6	10.3	11.5
20	9	15.5	17.3
30	2	3.4	3.8
40	6	10.3	11.5
50	8	13.8	15.4
60	1	1.7	1.9
70	1	1.7	1.9
80	3	5.2	5.8
90	2	3.4	3.8
100	6	10.3	11.5
無回答	6	10.3	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	52		
集計除外数	6		

## ◆地元情報／市民スタッフ (%)

	局数	%	%
0	25	43.1	49.0
5	1	1.7	2.0
10	16	27.6	31.4
20	4	6.9	7.8
30	5	8.6	9.8
無回答	7	12.1	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 51

集計除外数 7

## ◆地元情報／局スタッフ (%)

	局数	%	%
0	1	1.7	2.0
5	1	1.7	2.0
10	6	10.3	11.8
20	5	8.6	9.8
30	6	10.3	11.8
40	1	1.7	2.0
50	9	15.5	17.6
60	6	10.3	11.8
70	9	15.5	17.6
80	5	8.6	9.8
90	1	1.7	2.0
100	1	1.7	2.0
無回答	7	12.1	Missing

合計 58 100.0 100.0

有効数 51

集計除外数 7

## ◆地元情報／聴取者 (%)

	局数	%	%
0	11	19.0	21.6
1	1	1.7	2.0
5	2	3.4	3.9
10	15	25.9	29.4
15	1	1.7	2.0
20	10	17.2	19.6
30	5	8.6	9.8
40	3	5.2	5.9
50	1	1.7	2.0
70	2	3.4	3.9
無回答	7	12.1	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	51		
集計除外数	7		

## ◆地元情報／地元マスコミ (%)

	局数	%	%
0	9	15.5	17.6
10	13	22.4	25.5
15	2	3.4	3.9
20	6	10.3	11.8
30	6	10.3	11.8
40	6	10.3	11.8
55	1	1.7	2.0
60	1	1.7	2.0
70	2	3.4	3.9
80	4	6.9	7.8
100	1	1.7	2.0
無回答	7	12.1	Missing
合計	58	100.0	100.0
有効数	51		
集計除外数	7		

**資料3 自由記述**

## ◆自由記述◆（固有名詞など、一部表現を書き換えている）

### <開局気運>

#### 【北海道電気通信監理局管内】

経営の多角化の一つとして情報産業を検討していたところ、平成2年、郵政省のコミュニティ放送事業認可の情報をいち早くキャッチ、街の活性化と市民への社会還元を目指し、クリスマスイヴに局をプレゼント。

#### 地域情報の発信

地元の企業主2～3人が主となり、エリア内商店街等の活性化などを目的に起案し、県域テレビが具体的な面で協力した。

#### 【東北電気通信監理局管内】

商店街活性化のために！！

情報過多に対応するため、隔週発行の情報誌とのメディアミックスを図った

地元には紙（地方新聞、情報誌）、CATV等のインフラが出来つつあり、CATVの役員が地域のラジオ局の事を調べ、コミュニティ放送局の開局準備に取りかかった。当局の場合、CATV局と同一敷地内にスタジオがあり、連携を取りながら、経費を最小限にして運営しています。

地元新聞社の編集局長をしていた当社の社長のところに、'95年夏、北海道から、ある新聞社の重役がみえたとき、話の中から、「コミュニティ放送」のことを聞き、そこから、市内の各層の人たちに声をかけ、300人規模の推進協議会をつくり、それが母体となった。

地域のための放送局、県域ではとり上げることが出来ないより細かな情報の紹介をすることで街の活性化を図りたい。

#### 【信越電気通信監理局管内】

中央商業地域の活性化に関連し、新しいメディアとの取り組みを検討。最初はターゲットがCATVでしたが、資金調達で断念。発想の主導は地域観光青年クラブ。

商工会議所が市に働きかけた。

1994年に近くに開局し、コミュニティ放送局の必要性を感じたため。

市制施行50周年の記念事業の一つとして。

地域への無線系の情報網が必要。

県下第2の町へ、地域の細かな情報発信を、と平成4年頃から動きがあった。その後、平成8年に青年会議所のメンバーらが「創る会」を結成、行政、商工会議所、企業へ呼びかけ、アンケートなどを実施し、時間かけての準備でした。

#### 【関東電気通信監理局管内】

阪神大震災をきっかけに地域の防災体制についての強化、情報の大切さを強く感じたから。

1. 阪神大地震の際、地元FM局の活躍を聞き、市の防災に役立つと判断。2. 市の行政情報を紙面によらず耳からの情報提供しようと考えた。

神奈川県下、4局がスタート乃至はスタートしていたと思います。発端は地元自治体であったと思いますが、中心的に動いていたのは青年会議所でありました。当然のことながら、阪神大震災がその動きを早めたと思います。

人口増加地域で、いわゆる箱物行政が行われる中、市民に真に役立つソフトの確立をしたかった（個

人的理由)。それより少し前に、地域商店街の中に、活性化対策のひとつとして開局を目指す動きもあったが、挫折した。

ある仕事で資料をひもといていたところ、コミュニティFM放送の周波数帯があることを知り、この機能を、都市部、中でも昼夜間人口の差が著しく高いエリアにおいて展開するとおもしろいエリアメディアが出来ると思った。当時、エリアマーケティングの機運が高まる時期でもあり、開局することが出来た。

平成6年4月、市ではコミュニティFM放送設置の可能性について、商工会議所に調査研究を委託。商工会議所から2年間にわたる調査・研究の成果としてコミュニティ放送は地域や住民に密着したより密着した身近な情報が発信できること、災害時の緊急情報にも素早く対応できることなどから、この市にも独自のメディアが必要ではないかという提言があり、平成8年3月29日、行政と民間で組織する「コミュニティFM放送設立委員会」を設置し、開局に向けた準備を進めた。

メディアの確立。

地域の活性化を考え、以前より地域放送局開設の要望の声があった。コミュニティFMが災害時の情報ツールとして注目を浴び具体化する。

地域の人による町づくりから。

#### 【東海電気通信監理局管内】

平成4年、郵政省の制度が打ちだされ、地域企業人よりの機運が高まった。

東海地震。

行政の同報無線が老朽化し、これをデジタル化に更新するには、2.8億円も必要とのことから、FMコミュニティ（ラジオ）局に代えたらと云うことが発端。

H7年（2週間）、H8年（3カ月間）のイベントFM放送が好評で、ぜひ、通年放送をという事になった。

放送法改正により、出力が10Wとなったため。

1995年4月の放送要件の緩和以来、FM局開設の機運が高まり、県内では、別の市に開局されていた。

加えて1996年の阪神淡路大震災におけるコミュニティ放送の有効性が認知されたことをきっかけとして、一期に開設への準備作業が進んだ。

私どもの株主は月刊誌を出版しており、月に一度の情報媒体です。〇〇プロモーションも、コンサートのイベンターで、「今日のコンサート」等の情報を発信する場がありませんでした。そこで、「今日の地域、今の情報を発信する場を！！」ということで、この局が誕生したのです。

#### 【近畿電気通信監理局管内】

1995年1月17日に発生した阪神淡路大震災では、この市も大きな被害を被ったが、十分に情報が伝達されていなかったことから、これを教訓に市民が安全で安心して暮らせるよう緊急時には迅速かつ的確に伝達できる地域災害・防災情報メディアとしての役割に加えて、地域の特色を生かした番組を提供することにより住民の利便性の促進・地域経済・文化の振興を図ることを目的とした。

新たに建てるビルの中に、何か自分たちで発信できるものを作りたいと考え、ラジオというメディアに注目した。また、阪神大震災でのコミュニティFMの活躍ぶりもそのきっかけとなった。

商工会議所青年部のまちづくりの手段として。

防災システムの一環として。

商業施設建設の際に、その中に入れる放送（マスコミ）企業として開局。

FMわいわの役目（「災害時の多国籍語による緊急放送」「多国籍住民との和」、他）とは違う部分で（「新しい人材の発掘・育成」「地元中小企業の振興の手助け」）地域に貢献しようと開局。行政防災の高度情報化を進めてきた中で、平成7年の阪神淡路大震災の発生により、より開局の気運が高まった。

ふと、おもいつきで。

【中国電気通信監理局管内】

商工会議所を中心にできたもの。

CATV放送局を開局した弊社専務がコミュニティFMの地域における情報メディアとしての重要性、将来性を考慮し、開局を推進。

地域の共通のメディアを持ち、4地域のかすがいになるべく、市民のコミュニケーションツールとしてのFMを！

【四国電気通信監理局管内】

阪神淡路大震災。

【九州電気通信監理局管内】

新しいメディアを求めて。

地区の活性化を担う、又、来街者からの情報ニーズに応えることの出来るコミュニティ放送を、再発ビルから、発信しようという、地区開発プロジェクトの一環として。

地域の活性化の為に、地域の情報がほしいことと、人と人のネットワーク、諸団体と個人、行政の情報開示など、情報の共有化等、町おこし、地域おこしという観念から、情報局的な名ものをつくってみようという動きがでてきた。昔からの親子ラジオ（有線）があつて、その延長で、地域の情報を伝える方法がないかと考え始めた。

全国的な流れの中で、防災・災害放送に対応でき、より地域密着、活性化に役立てるラジオ局を創立する。これに、地元のラジオ局を持たないテレビ局が索引的役割を果たし、地方自治体、企業の賛同を得て開局に到る。

エリア中心に初の4年大学の開学と、新幹線の駅の設置などで地域発展の機運が見えてきたため。

## <目指す姿>

【北海道電気通信監理局管内】

既存のTVやラジオでは取り扱わない市民に限った各種情報を発信しているが、その情報の量・質ともまだバラつきがある。なるべくカジュアルな感覚を表したく、殆どどの出演者（パーソナリティ）は放送の未経験者を起用。

【東北電気通信監理局管内】

「タウン情報」のラジオ版であることが基本方針です

わたしたちは観光、国際、マルチメディアといった地域の特色を打ち出しながら、新鮮な情報をリアルタイムで放送しています。市民の一人ひとりがオシャベリできる市民参加型の手作り番組と各種コーナーで活躍して頂いています。番組制作の他イベントの企画、司会の派遣、自社CDの制作、インターネットでの番組作成、タウン誌との連携といったマルチメディアの融合を目指しています。地域性を出した番組づくり、市民に必要とされるような放送をつづけていきたいと考えます。

当局では全国ニュース（世界のニュース）は放送せず、地域のニュースに重点を置いて放送しています。限られたエリアの中での放送の為、県域局と同じような放送をすればリスナーは聴いてくれないと思います。地域密着の話題も、探すのに苦労しますが、ここは魚の街の為、魚市場、今日の水揚げ速報や、地元釣具店とタイアップし、今日の釣り情報等は大変喜ばれています。職員も、出来るかぎり地元の人材にしているのですが、経験がない社員でもローカルな話題をきちんとリスナーに伝える事が出来れば良いと思っています。

できるだけ地元の情報をだすことに専念している。この市は全国でも珍しく、地元新聞紙が3紙（日刊）あります。ですから、我々も必然的に報道にウエイトを置いて放送しています。報道に関しては、他局に負けない自信があります。

#### 【信越電気通信監理局管内】

コミュニティ放送局は、「音楽放送に非ず」を原点に、地域特性を考慮し乍ら、生活情報・タウン情報を中心に「おらが町の放送局」造りを目指す。「日本一小さなFM局を作ろう」を合言葉に、自立できる放送局を目指し、初期投資額を最小限におさえての出発でした。原発サイトをかかえるこの市にあって市民感情の不安を的確な情報を与える事により解消させるべく心掛けています。緊急災害時の体験から「災害情報とは安心情報」、「災害にマニュアルは無い」を実践。

市民が直接情報を発信する。年間5000人の市民が登場する。

コミュニティ放送局はエリアの問題、放送の質の問題から、リスナーに対してメッセージャーになり得ていないのが現状であると思われます。他局に負けない放送の質が必要と考えており、その中で放送される情報や人が市民であるという放送を目指しています。また、県域放送局のようなことを良くリスナーから求められますが、設備、財政的にも難しいため、上記のような放送が認められるよう努力しております。

地元で生まれ、地域に育ててもらっている放送局ですから地域に貢献できなければ存在価値はありません。地域の人々に感謝の心をもって、真心をこめてお届けしたい。

1. 生活に役立つマイクロ情報提供。
2. 町民ひとりひとりの声を大切に、町民同士のコミュニケーションの促進できるステージを設けたい。
3. 風土に根ざした独特の雰囲気と訴求して行く。
4. 健全なコミュニティFMの運営を確立する。
5. 4町のメディア機能の構築に貢献する（災害時）。
6. 県内及び全国のコミュニティFMのネットワークの構築と新しいメディアとしての機能の確立をはかる。

当局では、「地域レポーター」という形で、毎週月～金曜日の夕方6：45分から、順番にレポーターの人に地域に身近な話題、ニュースを、電話でつないで話していただいている。コミュニティFMの現状では、スタッフを多く持てないので、地域に密着した番組づくりを目指すには、ボランティアの協力が不可欠です。

NET契約はJ-WAVEととり、都会の情報と、地域の情報を、MIXした型をとり、自主番組は極力、地元の話、地元の人物を登場。ただし、現在は、ボランティアは参加しないでやっている。協力者には少ない料金を支払い実施。ジングル、局イメージソングも地元の人に活躍してもらっている。

#### 【関東電気通信監理局管内】

1. 聞いていて楽しく、役に立つ情報の提供。
2. 市民参加（ボランティア）による放送。
3. やや格調の高いレベルの放送。

開局2年を経て、基本方針についての修正の時期を迎えております。当初のイメージに誤りはなかったと思いますが、具体化に際して、(1) 県域FM放送のスマートなイメージに流されすぎていたと思います。(2) 地域的には一定のイメージがあることは事実ですが、「〇〇都民」の名が示すとおり、東京への通勤通学者が多く、聴取対象を誤って把握しているように思えます。従来の広域放送のように中高年を切りすてることは間違いではないかと思っているのですが、社員の平均年齢の若さから、なかなか修正が困難なのが実情です。

既成概念にとらわれず、自由な発想で市民とともに育つ放送局でありたいと思っています。

エリアマーケティングに準じた立体的な展開軸のひとつに放送、番組を位置づけ、メディアミックスすることでエリアメディアの特性を生かすこと。県域放送や他媒体には出来ないことを積極的に行うこと。デジタル技術を駆使したテクノロジーの有効活用、システムづくり、マインド創りを行うこと。一番大切なことは、新しい、すぐれたコンテンツを創るファクトリーであること。

- ①独自の電波を確保することにより地域に情報化を推進。
- ②放送への市民参加で市民の表現活動。
- ③災害時の緊急情報システムとして機能(素早い情報を伝達することができ、市民の安全を守ること)。
- ④新たなメディアの出現により市民活動や経済活動の活性化。
- ⑤市民生活の利便性を行政サービスの向上(市民生活に必要な身近な情報や地域話題をきめ細かく提供)。上記のことが「ラジオ高崎」の意義でもあり、基本です。まちづくりと市民生活に役立つラジオ局です。

元気\_\_聞いていると元気になる。やさしさ\_\_聞いていると人にやさしくなれる。情報\_\_生活環境を支援する役立つ情報を提供し、「元気にやさしく」なれるラジオ局を目指します。

#### 【東海電気通信監理局管内】

市民球団、Jリーグのホームタウンとして、サッカー情報に力を入れています、Jリーグ、Lリーグの試合に取材に行くことはもちろん、近くアウェイ情報を拡大して試合中継を入れる予定です。

「地域に密着した...」は、あくまでもその主軸ではあるが、井の中の蛙的では困る。市民の要求や市民への情報提供(啓蒙)に、マッチしたものであれば、適宜な情報(量)なら、地元ばかりとは限らなくても良いと思う。興味をもって、よろこばれる番組づくり(つまりは売れる番組)は、常に洗練さを求められると思う。恒久的テーマであり、局の努力が必要。

100%自社制作で地域密着放送を目指しています、また、観光都市ということもあり、観光客にも必要な情報をリアルタイムで提供することを心掛けています。

大規模災害(特に東海地震)への適確な対応。歴史と文化が色濃く映える文化都市、また県都としての都市的生活の演出。地域完全密着。音楽はアダルトコンテンポラリー中心。

#### 【北陸電気通信監理局管内】

市民出演のトーク番組「貴方の出番です」をはじめ、地域の方々に数多く出演していただく番組作り。

コミュニティ放送局ならではのフットワーク(取材、情報入手)を大切に、局の応援団づくり。とにかく地元密着すること、これにつきます。毎日数名のゲストに出演していただくこと、これをつづけることが放送局の認知をすばやく広めるのに役立つ。それと同時に情報ソースの増加につながります。又それが、内容の良さにもむすびつくと考えます。又、この不況下において、人々の心がひえき中、自分たちの町名や知りあい、又本人自身がラジオ出演するという事は、一つのエポック提供になると考えています。

#### 【近畿電気通信監理局管内】

基本コンセプト\_\_1. 災害・防災情報を的確かつ迅速に発信。2. 市政情報などを市民に身近な地域

情報の提供。3. 市民参加、市民交流の場の創設。※いろいろな角度からのあるべき姿を模索している状況です。

ステーションコンセプトは「THIS IS REAL ○○」。経営母体のタレントをDJに起用したりと、従来のFM局にはない大阪らしいFM局を目指す。又、音楽的にも、大阪を中心に活躍するインディーズバンドに注目し、スタジオ前でのストリートライブを展開したり、リスナーによる電話投票を行っている。大阪の中でも、最もにぎわいのある街の放送局。

地域密着。地元青少年の活性化、人材の掘り起こし、地域の人間が自身の地域をよく知る。市の情報の源となる。

ターゲットを「イマドキのオトナ」として、20～30代の大人がメインリスナーとなりますので、その方々の知りたい情報、ききたい音楽を放送しています。オフィス街にあるので、オフィスのBGMにもなる、しゃべりの少ない音楽メインの放送です。

地域に根差した地域に住民とともに歩む放送局。常に市民の顔を見る。市民がお互いの顔を見る。市民が自主的に参加できる放送局。

市民にとって有益な放送局を目指します。

#### 【中国電気通信監理局管内】

モットーはTHINK GLOBALLY, ACT LOCALLY & INTERVOICEな市民ラジオ局です。

#### 【九州電気通信監理局管内】

福祉と防災、市民参加が当社の基本姿勢。地元情報収集の組織化が欲しいが困難。ハードの面ではもう少し、電波の強度を高くすることを政府に認めてもらいたい。10Wの最高限では不良地帯が市内に点在し、リスナーの不満が強い。

街の、地域の活性化につながる、情報発信性をもつ放送局。・地域のきめ細かい情報を発信する放送局。・街のトレンドをリードする情報発信性（オシャレ、斬新性）。・市民参加型、巻き込み型の放送局。・文化育成、タレント育成の出来る放送局。・街角中継など、フットワークの軽い、にぎわいのある放送局。・メディア（映像、イベント）を多角的に活用した効率性の高い放送局。・社会の直面する問題・課題等に取り組み放送局。・・・を目指しています。

地域に密着した情報・番組づくりを念頭におきながら、地域の方が、いつ来ても対応できる態勢を考えながら生放送を基本に考えており、放送技術も（ワンマンコントロール）で、企画からミキシングまでこなしていくことになっており、正社員だけでなく、ボランティアスタッフにも同じことをしております。防災については、まだ勉強中で、これから態勢づくりを考えております。どのようにすれば、地域の方々が、足を運んでくれるのか、考えております。

地元地域のAM局、FM局にできない番組編成の柔軟性を生かした特徴を出していきたい。そのために24時間放送を実施し、緊急放送（火災、風水害）を優先的に行っていく。自社制作率は55%で、特に深夜は、J-WAVEをNETしているが、市消防局に緊急放送手伝達システムを設置し、本放送に、消防局から割り込み放送ができる。自社制作も、エリア外からパーソナリティも出演しており、クオリティアップをはかっている。この為、他局に見られるような制作スタッフ、パーソナリティにボランティアはいない。反面、地域局との差別化に努力し、地元クラブDJやモデルクラブ、イベント会社、タウン情報誌などが、番組を制作している時間も多し。地域密着という点で、多くの人にスタジオ生出演や電話出演をお願いし、広く情報窓口をひろげ、犬猫捜しから、地域イベントの広告知などを放送するようにしている。

ニックネームは『ほっとラジオ』です。ニックネームどおりの『HOT』なラジオ、『ほっとする』ラジオを目指しています。ほっとラジオの応援団である「サポーターズクラブ」の会員にDJをやってもらふコーナーや、プレゼントコーナー、リクエストなど、リスナー参加の番組づくりに力を入れています。

## <地域問題の扱い方>

### 【北海道電気通信監理局管内】

放送法の枠内の放送局であり、民放連放送基準を参考にしているので全面的に「B」に賛成は出来ない。しかし、既存放送局よりもう一步踏み込んだところにコミュニティ放送局があると思うので、あらゆる面で挑戦してみたいし、挑戦するべきと考える。

当局では、市議会生中継を行っているのですが、その他の討論会等に関しては、当局が主催もしくは当局で事前に調査し、問題がなければ放送していきたいと思います。

あまりにも政治的、宗教的などに偏りがある場合は、問題ない。

公平を保つ事。事実の報道にしても慎重にしなければある意味での不平等になりかねないから。

自治体情報の積極的導入の為に、H9年3月以降、開催される市議会本会議の様態を全て録音中継して放送。（1日2時間で議会開催中で施政方針及び一般質問を全て放送）

### 【関東電気通信監理局管内】

政治、宗教、風俗に係る放送はない。

公平、公正なメディアとしての立場を考えると、少数意見、反対意見も取り入れるべき。しかし、局のモラルが確立されず、本当の意味での中立の立場がとれないのであれば（偏った議論展開の可能性もある）、話題提供に徹すべきと思う。ジャーナリズムという立場は、あくまでも個人の主観であり、放送局という組織で行うものではないと思います。

メディアとしての立場が、しっかりと地域に浸透していれば（放送局は意見を発信する場であり、発信されている内容は局の見解ではなく、個人の見解であることがリスナーに理解されていれば）可。

### 【東海電気通信監理局管内】

公平のことを考えると現在のコミュニティ局の人材等では難しい面が多い。

「話題の提供や・・・に徹すべき」ではなく、問題の内容や状況によってはむしろ、意見交換の出来る場づくりをし、市民に対して、生の素材として、幅広く提供し、判断材料として欲しい、と思う。つまり、①「かたよった」の基準や程度とは？②問題や物ごとに無関心のもが増えている等の理由で、取材方法や取り上げ型に工夫をすれば、（必要上）可能と思う。

地域住民があくまで個人の責任において発言する場を提供する訳であり、それ自体が議論の素材の提供となる。発言者が偏らないような人選の配慮及び信頼できるコーディネーターの確保

### 【北陸電気通信監理局管内】

討論会、意見交換会を定期的に複数回開催し、パネリスト（ゲスト）も随時入れ換えることによって、幅広い意見の集約をはかる。

かたよった意見のON AIRはマスメディアの世論操作になりかねません。たとえば、エリア内のどこかにゴミ処理場を作るとした場合、ON AIRで「〇〇地区がベスト」などとなってしまうと、〇〇地区の人たちの反対の意見をひろわなければ、まったくの一方通行にしかならない。私た

ちは行政ではなく、あくまでも市民の情報ソースの一つである。

【近畿電気通信監理局管内】

開局2年に満たない当局ではAの意見であり、現時点では、情報発信能力の充実に力をい入れているが、数年先の課題としてBの意見も同調する。

地域密着を押し進めるためには市民の参加と市民の情報収集が欠かせないと思う。また、経営上、多くの社員スタッフを置くことが出来ないという絶対的な制約の中でより多くの番組制作を行うには、必要不可欠であると考えたから。

AかBかでいうとAですが、基本的に地域の問題を扱うことはありません。

【中国電気通信監理局管内】

現実的な体制として1である。但し局としては意見Bのような番組作りをするスタッフが積極的な街づくりに前向きであれば、問題はないと思う。

【九州電気通信監理局管内】

情報発信基地としての質を高めたい。種々の意見を放送すべき。一方に偏った意見を流しっぱなしはいけませんが、そういう意見がある事を放送するのは必要だ。

局として意図的に偏った意見、スタンスをとることなく、あくまでもこうへいであるならば、討論会等の放送も問題ないのではないのでしょうか。

現在の日本の放送法の範囲ではどうしてもAの意見にならざるを得ない。しかし、アメリカのトークラジオの隆盛に見られるように、ラジオの特性を生かすには、相反する議論の場を設けて行く方向はある。その為には、どうしても放送法の不偏不党の追及部分を緩和し、より、具体的議論が展開できる環境を整備していく。又、地域エゴといわれるような議論にどう対処していくかなど、パーソナリティの力量が問われるので、こうした面の育成も必要である。

## <市民スタッフ導入の理由>

【北海道電気通信監理局管内】

自社制作番組の拡大、充実。

既存TV、ラジオ局とは違う放送局をめざしており、前述した様にカジュアル感覚を求める為、一般市民の方の出演を希望した。地元のサッカークラブのファン（サポーター）が一方的な応援番組を作る要望がありスタート。

【東北電気通信監理局管内】

より多くの情報提供並びに、リスナー増のため

上記2理由に同じ

気軽に番組に皆さんが出演できるように。（市民スタッフがいないと、その他の方も出演しにくいと思っ・・・）

かぎられたスタッフの中で、放送していると、どうしてもネタ的にいきづまる。

スタッフ不足の解消。番組に特色を持たせる。局の活性化のため。

【信越電気通信監理局管内】

放送局発足当初は局員もまだ未熟だった為、積極的に市民スタッフの導入をはかり、番組の充実をはかった。又、市民スタッフには参加しやすい様に、土日に参加していただく様にしていた、更に、

番組作りについても局員には多いに役立っていた様だ。市民総参加型放送局を目指し、・制作ボランティア・局支援リスナー組織・営業サポート・ボランティア、以上3つの組織を構築。

市民参加による番組作りの基盤として。

当社では、放送局から一般公募し、ボランティアを集めてはおりません。局主導の下、番組に必要と思われる人材を発掘し、結果、その方々がボランティアに近い格好で放送に携わっていただいているのが現状です。また、街の特徴かも知れませんが、プロを目指しているミュージシャン、演劇家等も多くいるため、このような方々には番組のパーソナリティとして参加していただいております。

自社制作番組の不足分を補うためと、市民参加を出来るだけ多くしたいから。

#### 【関東電気通信監理局管内】

経営的に報酬が発生する事が難しい。市民参加のための放送ということで、市民に積極的に参加してもらいたい。

スタート時から市民参加の放送としてアピール。

導入については上記理由が両方ダブっていると思います。

市民が誰でも自由に参加できる放送局を目指しているからです。

「市民スタッフ」（ボランティアスタッフ）を導入しない理由は、資本主義社会において、また、民間株主法人とに、一民間企業の利益追求の為において、ボランティアの概念は存在しないと思います。

情報の提供者として関わることのできる「地域に密着した市民の放送局」がコンセプトです。放送局の運営や番組作りに市民が参加できる放送局にしたいと考え、そのために市内の各種団体や幅広い年代の市民の皆さんから構成する「市民ネットワーク・〇〇」を導入しました。私たちはみんなで作るFM放送です！！

主に上記2点。

#### 【東海電気通信監理局管内】

市民ラジオとしての正確から、放送に携わってみたい一への電波の解放。

上記の通り。

上記理由。その他、隠れた人材（話題性のある）、情報の収集、提供

本人の希望により。なお、本局は、ボランティアスタッフは1名のみで、純粋に番組パーソナリティとして活躍願っている。

上記設問中の2つの理由も含め、放送に強い関心を持っている人たちを通じて、より身近な存在となるよう。

#### 【近畿電気通信監理局管内】

震災後の神戸の復興はまず「人」という理由で、もと身近に感じ、市民が元気になれるツールのひとつとしてのラジオ局でありたいというコンセプトから。

独自情報収集のため。

#### 【中国電気通信監理局管内】

上記2つの理由により市民スタッフを導入。現在募集などは行っておらず、なるべく頼らない方向で調整中。

「市民のための市民によるラジオ局」のコンセプト通り、色々な形で市民の声を番組を通じて発信していきたい。5万人弱の地方都市で若い人も少なく経済基盤も弱い。そんな「スモールタウン」に

少しでも皆がよりあえる情報交換が出来るラジオ局にして市民スタッフのどンドン足を運んでいただきたく思っている。

1<市民の声を番組に生かす>と2<人件費の抑制>の他に人的な拡がりとして市民ラジオへの参加意識づけと認知をはかるため。

【九州電気通信監理局管内】

「市民スタッフ」という名称の組織はない。1つの番組を市民グループに提供した。人件費の抑制よりも、番組の性格上、市民グループ、学生グループ、外国人グループが出るようになった（すべて無給で）。

聴取率アップの為に、市民の関わりを重視。将来のスタッフとしての関わり。地域活性化の為。

## <市民スタッフのため取り組み>

【信越電気通信監理局管内】

局で個人レベルの組織を作るのではなく、なるべく団体とおつきあいをする。

【関東電気通信監理局管内】

独自の研修システム（アナウンスに関して）。テープに声をふきこんだり、発声練習、心がまえなどを徹底的に教育。

スキルアップがなかなか出来ないで、今、教育システム（学習の場の提供）を検討中です。

市民スタッフ組織のメンバーによる番組が1日3Hあります。メンバー個性豊かなもち味を活かし、グループに分かれて自主性にまかせて活動しています。クラブ側と局側とがコミュニケーションをとりながら運営しています。

見学からAD→ボランティア選曲コーナー、ボランティアレポートコーナー等を設けて、出演してもらい、少しずつ全体をつかんでもらっている。

【東海電気通信監理局管内】

アナウンス講習会の実施。

但し、番組へのアドバイスは行っている。

折にふれ、番組づくりやアナウンス技術の講座を開くなどの指導。当社員の中に、県域局からの出向者があり、それらスタッフによる直接指導が好評。

【近畿電気通信監理局管内】

2カ月に1回、交流会を開いている。他に、3カ月に1回、スタッフ全体ミーティングを開き、局のコンセプトの確認などを行っている。

自主性を尊重し、特に組織だった動きはしていないが、市民スタッフどうしの連携は重要であるので、月刊紙の発行を始めた。

## <市民スタッフに対する局としての課題>

【北海道電気通信監理局管内】

スポンサーの開拓

番組の編成・放送期間及び内容等で通常の契約ではないため、不安感がある。営業と番組内容（出演

業務など)のリンクがむずかしい。

【東北電気通信監理局管内】

無償で参加してもらっていることに対する遠慮と、公共放送に対する厳しさを求める態度、その割合わが社はボランティアスタッフから会社あてに履歴書と誓約書をいただいている。

【信越電気通信監理局管内】

放送内容に直接責任のない市民スタッフは、営業面の話しをすると、開局以来プラスという事にはなりませんでした。又、放送に係る意思が(若年層の市民スタッフは特に)弱い為、文化祭的になってしまった。一方、地元の放送局を盛り立て様とする気持ちがエスカレートし、局員について意見を出してしまう場面も見られた。局側の積極的な管理体制もいきとどいていなかった責任でもあると思う。

組織化する必要があるか否か。今後の方向を検討中。

【関東電気通信監理局管内】

全ボランティアの中でも能力的にかなりの差が発生。ランクAとランクEとの待遇に差がつけられない。→ランクAの不満。ボランティア管理が難しい。トラブルの責任所在。ボランティア同士のもめごと。

市民スタッフ(ボランティア)の使い方(活用)として1.情報の提供者、レポーターとしても。2.防災ボランティア(緊急時)。3.地元ミュージシャングループ→番組出演。などがある。1.は月～金、提示に「〇〇TODAY」という市民の会メンバー(86名)によるTELインタビュー番組(局から市民にTEL)、クチコミテレフォン等あり。3.主に土、日、ミュージシャンが登場など。

放送内容や局の運営に関して、責任を持っている人が少ない。ナレ、マンネリ、勘違い(スター意識を持ってしまったり、局は俺がいるから持っている的)が多く、対応に困っている。

お互いに、どこまでの範囲までお願いしていいのか、どこまで積極的に参加してよいか、線引きが非常に難しい。

店等のコマーシャルを入れてしまう場合がある。

【東海電気通信監理局管内】

質に問題有り。リスナーの共感が得られるかどうか心配。

静岡という温かな地域性を反映しているのか、特に大きな課題は感じていない。

【近畿電気通信監理局管内】

社員とスタッフの交わり方。多種多様な人々との接し方の問題や、社員と市民スタッフの区別の線引きをどのあたりにおくかなど。

それぞれのスタッフを公平にポジションしていくむずかしさ。組織としての動きになれていないスタッフの教育。

【中国電気通信監理局管内】

有償スタッフと自主参加スタッフの金銭的な線引きは参加当初、話し合いの上、合意は出来ているが、細かな課題は多い。

【九州電気通信監理局管内】

学生グループの番組は局側のリードが必要。

## <市民スタッフに改善してほしいこと>

### 【北海道電気通信監理局管内】

スポンサーの開拓に協力を求めたい

ケースバイケースで局と個人が一致点を確認する以外なし。

### 【東北電気通信監理局管内】

局の方針には従って頂きたい。公共性を意識していただきたい。

### 【信越電気通信監理局管内】

具体的にはないが、お金が出る出ないという意識はぬぐえない。但し、局側も市民スタッフ側もより率直な会話があれば放送内容も充実するはずである。

放送のレベルが引き上がるまで時間がかかるので、短時間でレベルの向上が望ましい。

### 【関東電気通信監理局管内】

1. 放送法の勉強。2. 常識をわかまえる。3. 文字の読みちい。4. ひとりよがり... など。

ギャラの有無ではなく、スタジオ及びマスターに入ったら、プロ意識（公共の電波を使う責任感）を持ってほしい。

### 【東海電気通信監理局管内】

リスナーはおもしろくなければ聴かない。聴かれる工夫。

「市民スタッフ」と位置づけをしなくても、聴取者が自主的にかつ定期的に情報をくれる。開局当初に市民スタッフを募集してきりだが、自主性ある聴取者に頼っている面もあるため、あえて「市民スタッフ」の名の元に統括していなくとも良いのではないかと考えています。

### 【近畿電気通信監理局管内】

特にはないが、多くの中にはごく少数の責任感の薄い人がある。放送は急にスタッフが減っても行わなければならない。

聞きて側（リスナー）への意識改革。自分自身の能力UP（技術など）

### 【中国電気通信監理局管内】

高校生ボランティアが多い為、言葉遣いやリスナーを想定した放送の仕方に未熟な面が多い。

### 【九州電気通信監理局管内】

学生グループはもっと質を高める勉強をしてほしい。

資料4 インタビュー

## 「ラジオ高崎」インタビュー

1998年11月9日、14:00~15:30、「ラジオ高崎」会議室

矢嶋仁さん（常務取締役、放送局長）

菅田明則さん（常務取締役、編成局長）

堀口芳明さん（取締役、企画部長）

インタビュアー：森谷



### <ラジオ高崎が目指す姿>

森谷：今日、特に教えていただこうと思ったのは、アンケートにある「目指す姿」ということです。ここで5項目あるのですが、もう少し具体的に教えていただこうと思いまいました。例えば、高崎市独自の電波を確保することにより、地域の情報を発信。これは、良く解ることなのですが、高崎市独自といっても高崎市

がお金を出資していますし、その関与の仕方の程度も変わってくると思いますし、どのくらい独自性が出せるのか、局側との意見の交換や担当者との相談などもあると思うのですが、ここは、どういうことなのか教えていただけますか。調べてみると、他の局でも自治体との関係は友好に保っていかなければいけないというのは、結構多いのですが、「ラジオ高崎」さんは、どういうことをお考えなのでしょうか。

矢嶋：それぞれの考え方で違うかもしれませんが、我々側から見た時には、前橋には群馬テレビやFM群馬があるので、一応地域情報が発信できます。高崎はそういうものを持ってないから、我々サイド、市民サイドから見た時に、「高崎発の電波を出したい」という狙いがあるって、2年近く会議所が主体で勉強会をして、これを立ち上げたわけです。そういうなかで、勉強会をした人たちは、市独自ではなく、高崎独自の電波を出したい、すぐ情報が出せるということだと思います。逆にいうと、番組表を見ていただくと分かりますが、大きな時間帯で行政情報はさせていただきしておりますが、メインは「市民情報局」、これは、ラジオ広報版ですから、広報をもう少しかみ砕いたり、または直接担当者が出演したり、いわゆる市制情報と同じようなことをラジオでやっていくということです。これは、お金をきちんといただいて放送する。番組を買い取っていただいているような形ではありません。

森谷：前橋はFM群馬や群馬テレビがありますが、なぜ、前橋にコミュニティ放送の話がないのですか。そこが、不思議で。

矢嶋：前橋のことはよくわかりませんが、ただ、今は解除されたのですが、当初、県域放送局のある市は、コミュニティ放送を作ってはいけないという規約がありました。ですから、前橋は初めからその時点でできないという思い込みがあったのかもしれません。その後は、そういうことは一切なくなり、作りたければご自由にというように郵政省の考え方も変わってきたようです。今、考えているような話は聞いていますが、まだ立ち上がるという話まではいってないようです。

森谷：「FM OZE」や「FM TARO」などどんでんできてのに、なぜ前橋はと思うのですが、商工会議所などでやっているのですか。

矢嶋：たぶん、そうだと思うのですが、太田さんなどは、行政が非常に熱心に立ち上げようとしていたのです。高崎は、行政も相乗りしていただきましたが、会議所という中で調査・研究してきて立ち上がりました。全国的に見ても、行政がまったく関わらない局もいくつかあります。

森谷：3割ぐらいでしょうか。

矢嶋：後は、行政となんらかの形でやっていますし、関わり方も非常に様々です。

森谷：関わり方も微妙なところがありますね。

矢嶋：赤字を出してばかりではいけないという経済状況という考え方は、深いところであると思います。行政だけでは、数字が上がらない、コマーシャルがとれないなどの関わりもあると思います。

森谷：どこも経営が苦しいようですね。項目2の「放送への市民参加で市民の表現活動」というのがあります。これは、聞かせたい音楽や話したいことをやっていくというのは良く分かります。3の「災害時の緊急情報システム」、これは、どこのコミュニティ放送でもおしゃっているので良く分かります。この次がよく分からないのです。「新たなメディアの出現により、市民活動や経済活動の活性化等から高崎のまちづくりに役立つラジオ」。このまちづくりや市民活動、特に経済活動の活性化というのが、なぜコミュニティ局でできるところなのかというのが、よく分かりません。にぎやかに活発になってというような雰囲気としては分かるような気がするのですが、改めてよく考えると分からないところなのです。

菅田：これは、先ほどの一番や二番と関係しています。今までは、地域の放送文化というのがなかったわけです。この放送文化というのを切り口にして、新しいまちづくりのいろいろな活動や運動などを、メディアの出現によって利用・活用することによって、新しい展開がおそらくできてくるだろうと思います。今までのまちづくりの広報面におけるキャンペーン一つとっても、メディアができることによって、違う展開もできてくるだろう。高崎ぐらいの町になると、いろいろな動きがあってもなかなか伝わりにくい。一つの運動を町の中に興し、新しいネットワークを作る上でも地域密着のメディアの役割は大きいと思います。経済活動というのは、不況なので思ったようにはいってないのですが、今までCMを出さないような会社が、コミュニティメディアができ、CMを出すことによって、商売のやり方が変わってくるという展開はおそらくあるだろう。そういう役割を担っていくということです。特に、コミュニティ放送は、従来の広告を出したりしないようなスポンサーがスポンサーになりうる、料金設定をしてありますし、そういう意味で活用してもらうことによって、地域の経済活動ということではないのかもしれませんが、ビジネスのやり方は変わってくるだろう。また、将来的には、デジタル化の問題などいろいろな問題をからめて、放送局を拠点とした新しい地域の情報産業というのが起きてくる可能性が充分あり得るし、そういう意味での表現です。ここに書いてあるのは、開局2年前にこういう「ラジオ高崎」を目指したいということで書いたものですから、今始まってみて当初考えていたことと違うことは多いのです。その時点では、そういうことを考えていたわけです。

森谷：今までの中で三つほどありましたが、広報や市民活動をしている人たちが伝えるメディアとして、今まではちらしだったり、パンフレットだったり、もしくは口頭で行っていたのに変えて、新しい電波、コミュニティ放送というメディアとして、市民活動をサポートできる。また新しい展開を期待できるということですね。

矢嶋：そういう意味では、前橋にある県域放送と高崎にない放送局の違いは、向こうにあるから、やりやすいかなと外から見ると思ってしまうことはありますね。一番と同じことにはなりますが、いろいろな形で文化活動している市民がたくさんいますが、それをきちんと露出してあげることがなかなかできな

い。ここ高崎で直接電波を出せば、そういう役割が果たせるのではないか、それがこのラジオ局の役目だと思うのです。

菅田：いろいろな団体やグループがラジオ局に出入りするわけです。今までまったく知らなかった団体同士がメディアを通じて知り合って、ネットワークを広がっていくということが、現実起きています。本来の放送とは関係なく、この放送をきっかけとして、そういう展開が起きています。

森谷：文化活動をしている人々の一種のコーディネーター的な機能もあるわけですね。

菅田：そういう意味での市民情報局、交流センターとしての拠点になればということだと思います。

森谷：文化活動や市民活動をしている方が、放送に関わるとすると、限られた領域・分野になってきませんか。例えば、音楽や詩の朗読。ビジュアルなものは乗りにくいと思いますし、政治関係などある程度限られた領域になってしまうのではないですか。

菅田：政治の問題は別として、あらゆるものがラジオにのってきていると思います。

矢嶋：規制はしないで、法律にふれるものはもちろんダメですが、それ以外のことで、窓口を広げて、どんなことでもできるようにつとめています。

菅田：個人で来て、俺に何かを言わせろというわけにはいきませんが、かなり窓口を広げて、自分の趣味を生かしたものをしているつもりです。また、高崎には青年団体が五つほどあるのですが、そこにもほとんど規制をかけずに、その時間は、その団体の活動や考えていることでもよいから自由に行ってくださいということで、そういう窓口は開いているつもりです。

森谷：今のと似ているのですが、コミュニティ放送といえども、ジャーナリスティックなスタンスをとるべきだという意見もありますし、楽しければいいのではという意見もありますし、局によって変わってくるものなのですか、それとも。

菅田：私の解釈は、コミュニティ放送という制度をつかっているだけで、103局全部違うというのが前提です。要するにコミュニティ放送は、こうあるべき、こうでなくてはいけないというのは、大きな間違いです。103局全部違った放送局があってもよいと思います。行政との関わりの問題は、コミュニティ放送も公共放送としての独自性、行政が関わろうと関わらなくても一つの放送局、報道機関であるというのは間違いなくて、そのようにうちも考えています。ただ、そういうなかで、ジャーナリスティックは、マーケットの問題もあって、コミュニティ放送といっても競争がありますから、うちの局はどこを中心にやっていくか、それぞれ地域の電波状況・メディア状況によって大きく左右されます。今後、衛星放送などがチャンネル化されてきますから、ますます番組の個性、内容を取り上げていけないといけません。うちもどういふふうにしていけばいいのかを考えているところです。基本的にラジオというのは、聞き流さなければいけない。要するに、ラジオに向かって聞いている人もいないし、何かをしながら聞くというメディアですから、話している内容よりも話しているリズム、間、トーンなど聞き心地が優先されるメディアだと思います。素材となるものに、どういうものがふさわしいか、関心のある人には説得力があってどのように伝わっているか、非常に難しいと最近実感しています。素人で始めていますから、試行錯誤のなかで、コミュニティ放送局としてではなく、「ラジオ高崎」としてのコンセプトを考えていかなければならない。開局時のコンセプトはあるのですが、始めてみて分かったこともありますし、リスナーが生まれているわけですから、リスナーとの関係の中でどういうものを作っていかなければならないか、一つの形が確立するには、5年ぐらいかかると思っています。

## <市民参加について>

森谷：この資料にもあるのですが、あるコミュニティ局で、何年かやってみて、方針転換、方針をもう一度考え直さなければならぬ時期が来たという意見がありました。ターゲットを誤っていたのではないかと、ニーズに込んでいるのかどうか、開局当初の思い上がりがあり、変えていかなければという意見が出ていたのですが、「ラジオ高崎」さんは、感じていらっしゃるでしょうか。

菅田：会社の方針としては、変更はしていませんが、私個人の考えとしては、コミュニティ放送というのは、立て前論で始まっています。地域の放送局、公的な援助を受けているなかで、幅広い人に地域に密着したものを伝えていかなければならないという立て前論は、きちんと行っていかなければならないが、リスナーはそれを求めているということが実感できています。いろいろなリスナーもいますが、私が感じているリスナーの一つの姿というのは、楽しい、聞き流して耳障りではなくて、BGMとして楽しみたいということ。アンケートをとると、「ラジオ高崎」に何を期待しますかということ、まず一番に地域情報、二番音楽とあります。これは、地域情報と書いてあるから丸をするわけです。やはり一番聞きたいのは音楽なのです。当初は、FM波を意識していませんでした。FMイコール音楽放送という概念があって、コミュニティ放送はFM放送なのですが、地域の情報を伝えていくのだというコンセプトだったのですが、それを全部否定するわけではなくて、FMといういい電波で、いい音質でいい音楽を流してほしいというリスナーが多いということに気づいたし、そのなかで、今後は、送り手側の思いだけでなく、聞き手との関係とのなかで、ラジオの在り方、「ラジオ高崎」の在り方がつくられていくと思います。

森谷：ところが、他方、行政との関係・立て前などは、捨てるに捨てられないわけです。

菅田：「ラジオ高崎」に限っては、行政は一切何も言わない。ただ、災害時の機能をしてくれればというのがあるわけですから、それと行政情報をきちんとすれば、中身について基本的に行政は何も言わないし、言わせないし、市の出資率は高かったり、売り上げも高いなかでも、独自性、局としての主体性はあると思います。

森谷：それは、全国の各局でさまざまですね。

菅田：民間放送ですから、営業的な観点から言えば、ターゲット設定です。年代によるターゲットなのか、ライフスタイルのターゲットなのか、いろいろ考え方はありますが、そういう意味でのターゲット設定をしないと、営業活動はできませんから、立て前論としては、「いろいろな人々に」と矛盾してきます。その問題をどのように解決していくか。一つの解決方法としては、時間によって編成を変えていくとか、いろいろなテクニックはあります。何度も言うように、やりながら、考えさせてもらっていて、ラジオ局だけの考えではなくて、聞き手との関係のなかで、それはつくられるでしょうし、スポンサーとの関係のなかで、つくられていく。一つの「ラジオ高崎」のスタイルは、5年ぐらいつけてつくっていきたい。少し甘いかもしれませんが、許してもらいながら、うちのスタイルをつくっていくしかないと思います。

森谷：ターゲットは動いてきましたか。ある局の場合は、県域放送を意識しながら、20、30代のサーファーマイみたいな人たちをターゲットに絞った。そのおかげで、いいイメージがついてきた。ところが、実際昼間聞いている人たちは、地元にいるおじいさん、おばあさんで、20歳代の人たちは東京にいる。改めてターゲットを考え直さなければいけないという話になっているのですが、そういうずれ・おれ・修正は、ありますか。

矢嶋：当然、あります。思っていたものとかかなり違ってきていると思います。当初目指したのは、若者から

老人まですべてをターゲットにしていたわけです。しかし、やはりそれはやってみると、徐々に変化しているのを感じます。だからといって、ぱっと変えるわけにもいかないのが、番組の中身で少しずつそういうイメージに変えています。朝の番組は通勤・通学の人々を狙う、10時代の番組は家庭の主婦、お昼から夕方までは、市役所の番組、「ラジタカ倶楽部」の番組、夕方からは、通勤の人を含む若者の番組という形でしています。全部の番組がどうだというわけにはいかないのが、時間帯でターゲットを絞っています。

森谷：苦心の策ですね。

菅田：ターゲットといっても、60代でも20代、30代の感覚でいる人もいますし、年齢ではなく、その人のライフスタイル、生活のパターンなどがむしろ大事のような気がします。ターゲットと簡単にいってしまうのですが、一つひとつの番組の性格です。性格付けをきちんとしていく。送り手側のこういう人に聞いてもらいたいということから、聞き手をきちんとしていくのも大切だと思います。

森谷：番組の個々の特徴や狙っているもの、聞いてほしい人たちができてくるということですね。

菅田：ということだと思います。いろいろなアンケートをとっても、それで全部がつかめたとは思えないので、こちら側から一つの仮説をたててやってみていくしかないと思います。テレビの視聴率のように、ラジオにも数字は出てきますが、その数字が本当につかんでいるのかどうか疑問に感じます。

森谷：店などでは、ずっとかけていますね。

菅田：車に乗っている人は、5分聞いて、降りてという聞き方をしている。テレビと違うと思います。

森谷：立地にもよると思うのですが、東京や大阪のシティーコミュニティ放送は、はっきり20代のOLに聞いてもらえるBGM、音楽放送しかしませんと言い切っています。それから、新潟のある局は、演歌を流して、明らかに高年齢層にターゲットを絞っている。それと比べると、「ラジオ高崎」は、苦心の策で番組ごとに明確にして、全体として見れば、幅の広い形を目指しているのかと思うのですが。

菅田：うちは、衛星からは基本的に受けていない。ですが、番組数は多い。全部つくっているのも無理をしてつくっています。それが、いつまで続けられるか、でも努力をしてみようと思っています。もう一つは、リスナーの層でいえば、高崎市の人口ピラミッドをつくってみると、一番層が厚いのは、40から50ぐらいです。その厚い層が、地域の場合、基本になってくるのかと思います。60歳を過ぎるとラジオは聞かない。55ぐらいの人をカバーできればよいのではないかと。それ以上の人は、このリズムや音楽についていけないです。あらゆる年代の音楽をかけようとしてもなかなか無理がある。そういう人は、NHKラジオがいいということになってくるのではないのでしょうか。

矢嶋：こうして、番組・リスナーづくりをしています。うちが目指しているのは、出演率、番組参加率を高めていく。それによって、自然的にリスナーが増えるだろうと目標、心掛けているので、この番組には、こういう人に出ただけといいのではないかと、いろいろな形で探しながら、そうすることで、リスナーの広がりになるのではないかと心掛けて番組づくりをしています。

森谷：となりのおばちゃんの声が、電波にのるとなんとなくうれしい。そういうところからついていくという局もあるのですが、犬猫探しや井戸端会議、冠婚葬祭情報などはやらないという局もあって、場所などによりさまざまだと思いますね。

矢嶋：作り手、うちの現場のスタッフというのは、一番若いのが24歳で、上が31歳です。そうすると、作り手側が分かる範囲というのがあります。いくらお年寄りのことを思っても、そこでしかつくれないのです。世代文化になっても仕方がないと思います。作り手がそういう年代でつくっていますから。現実的に一番聞いているのは、20代、30代ではないのでしょうか。人口ピラミッドの一番厚い層が支持

者になってそこから広がっていけばいいという考えでしたが、現実には、20代・30代がリスナーであるようです。

森谷：人口ピラミッドは、住民票のですよね。昼間いる人口ではないですよね。昼間の人口ですと、他町村から働きに来ている人もいるかもしれません。その層はそんなに上ではないですよね。20代・30代ですよ。

菅田：車で聞いている人を意識した放送を割り切ってつくっています。話は違いますが、うちの局が他の局と根本的に違うのは、市民ボランティアです。我々もついボランティアと言ってしまうのですが、企業にボランティアはあり得ないというのが基本的なコンセプトです。他局の場合は、5人ぐらいのスタッフでやっているところが多いと思います。市民のボランティアがいないと、局の運営が成り立たないのです。うちは、いなくても放送は成り立ちます。ですが、「ラジオ高崎」は、地域の放送局として市民の参加というのが、一つのコンセプトですから、運営や経営とは別の問題として、地域の中から新しい放送と文化をつくっていくんだということで、市民の出演、放送への参加をしています。ボランティア組織ではなく、クラブ組織として、英会話の教室やフィットネスクラブに通うのと同じです。そういう性格にしています。そのことが、局にとっても大事なことで、街にとっても大事なことだろうということで大切にしています。ここは、他の局と違うと思います。

森谷：資料にもありますが、なぜ、市民スタッフを導入したのかと聞くと、市民の声を活かすため、自社制作番組を増やすため、地域活性化のためなどとかっこいいことを言います。では、実際何を期待するのかという、人手が足りないとか、情報をたくさん持ってきてほしいなど、結局スタッフ不足を補うものとしてしか考えていないところが結構あります。しかも、書いていただいたアンケートの中で、「番組編成への関与」まで、「ラジタカ倶楽部」の人に関わってもらっていると丸が付いているのですが、全国60弱の回答の中で3局だけです。極めて特異なおもしろいことです。この番組編成まで関与してもらっている「ラジタカ倶楽部」という姿勢は、まさに「ラジオ高崎」の特徴だと思っています。

菅田：私は、編成局長をしていて、かなり強いことをいいますが、一緒につくっているという考えで、関与の中身や度合いはいろいろありますが。

森谷：どういう感じで、編成に関わるのですか。

菅田：基本的には、全体編成に関わっているわけではないのです。クラブの人たちがやる時間内についての編成権は、「倶楽部」に預けます。よほどのことがない限り、自主的に皆さんのアイデアとだれをつかうかなどを含めて、任せています。

森谷：そこには、ほとんどノータッチなのですか。

菅田：もちろん、担当のスタッフがついています。

矢嶋：局員ももちろん基本的には、入っています。

森谷：なるべく、自由にということですか。

菅田：他局の成り立ちは、行政の市長が作りたい、会議所のメディアに関心のある人が作りたい、もしかしたら儲かりそうなので作りたいなどいろいろなパターンがあります。うちの取締役は、基本的に「ラジオ高崎」を作る前に、まちづくりの市民運動や活動、お祭りの経験者であって、リーダーでした。そういう人たちが、つくった会社なので、地域の中での市民の活動というものを理解している人が多いわけです。そういう人がつくったから、ネットワークがもともとあらゆるジャンルであるわけです。その辺が、他局に驚かれること。市民に対する関わりや参画の方法が、我々も労力をさいてい

るし、他局とは違うという気はしています。

森谷：確かに、アンケートによれば、地元新聞社の社長の一声でつくったとかありますね。行政の防災情報用につくったなどとは明らかに違いますね。

菅田：夜になると、市民の人がここに集まります。私はそこで、よく言うのですが、「ラジオ高崎」としては、みんながいなくても局の経営と番組づくりに差しさわりはない。だけど、皆さんは「ラジオ高崎」にとってとても大切なのです。「ラジオ高崎」を中心とした新しいものをつくっていきこうという時に重要なファクターなのだと断言しています。そういうことも徐々に分かってきてくれていると思います。

森谷：局としては成り立つ。そこに内容や方向性などを与えるのは、「ラジタカ倶楽部」ですよという感じなのですね。

菅田：コミュニティ放送が一番違うのは、範囲が狭いということではなくて、市民が関われるということ。関わり方にもいろいろありますが、市民が出演できるというのが重要なことなので、それが一つのコミュニティ放送であり、「ラジオ高崎」を作ったみんなの放送局というゆえんであって、そのことと運営・経営は別の話なのだと分けて考えないといけない。先ほどの他局の話ですが、いないと成り立たない、番組に穴が空いてしまうわけです。ある意味、人件費の節約をしているわけですよね。そこが、大きな本音としての狙いではないでしょうか。そういうふうを考える、また、そういうふうにするのはおかしいと思います。

矢嶋：なかなか、難しいところもあるのですが、仮にも放送局で、NHKも我々も同レベルなのです。NHKは、中身を重要視するでしょうし、余分な発言が出ないように、当然ながらすべての原稿ができてからでないと番組は成り立たない。コミュニティ放送は、もちろん、そういうことを踏まえながらも、どこまで地域や市民と密着した放送が許されるのか、試している段階であると思います。私たちが最終的な責任者ですから、放送に万が一何かあれば、責任をとらなければならないかもしれないけれども、それを恐れていると市民と一緒に作る放送局にはなれない。許しているというよりも、チャレンジをしてみて、もしものことがあれば、責任をとり、もう一度やり直して、さらにそういうことがないような番組にしていくという状況ではないかと思います。我々としては、放送局として自覚を持った中身にしていかななくてはならない。その自覚の中身というのは、今、我々が考えているのは、できるだけ市民レベルの放送、方言を使った放送でいいのではないかと、正しい言葉で、正しい文章でといかないというのがあります。あまり意識しないで、若い人は若い人の言葉で表現していいだろう。60歳の人が見れば、たぶん新しい番組に聞こえていると思います。それをどのように、番組よっての分け方をしていくかということではないかと思います。

菅田：極論からすると、地域情報はやらなくてもよいかもしれない。うちはやりますが。問題は、自分たちの街の放送局だと思ってもらえるように、みんなが愛してくれて、大事してくれて、地域情報をするからそうなるのではないと思うのです。地域情報さえきちんとしていけば、地域の情報局であるというわけではないということが分かってきたのです。

森谷：自分が聞きたい音楽が流れる。こういう音楽を聞きたいといえば、流してくれる。これで、ほくたちの放送局ということですか。

菅田：そういうことも大切なことだと、実際やってみて、いろいろなことが分かってきた。

森谷：アンケートの中にあっただけですが、今おっしゃったように、おらが町の放送局を目指すというのでがらばっているのだが、市民が参加、出演をしていると、文化祭的なノリになってしまう、文化祭的なノリでとどまってしまう。地元で密着したいのだけど、もう少し洗練もしたいというジレンマにもが

いていますという意見もあるのですが。文化祭的なノリにとまどうことはないですか。

菅田：正直言って、とまどいばかり。彼らのモチベーションのなかに、自分たちがいつも聞いている放送と同じような放送をしたいというモチベーションがあるわけです。でも彼らの技量が伴わない。また、局の方針とか運営の仕方、存立の理由を理解できてない部分で参加してこることもありますので、どういふ放送をしたらいいか分からないという部分があると思います。一番彼らが普段からやってみたくて、自分たちがいつも聞いている放送と同じような姿というの、文化祭的なものになるのではないかという気はします。

森谷：いつまでも文化祭的なノリでとどまっていたいいのか、よくないのか、判断をしなくてはけないわけですね。

菅田：彼らも我々が言葉で言った時には、理解を示します。そこからのスキルアップというの、彼らの中にはないのです。2年近くやってみて、技術的な意味で彼らに対する不満も含めて問題点があると思います。

森谷：スキルアップの問題は、どこでも抱えている問題のようで、責任感の問題、組織的な行動、技術の問題、読み違が多い、コマーシャルを入れてしまうなどどうにかしてほしいと、どこにもあるみたいですが、技術の問題、文化祭的なノリ、もしくは放送に関わる責任感の問題だけなのでしょう。そこだけがポイントだとは思えないのですが。

菅田：私が、同じような立場で参加すると仮定したときに、放送に対する責任感果たして持ち得ないような気がします。そこには、モチベーションではなく義務、そうしなければならないというもの。これは、教科書的には伝えることはできますが、彼らの本質的な部分に入っていくとは思えなくなっています。おそらく、本質的な部分で楽しいやおもしろいなどで彼らの動機がつけられない限りは継続は無理だと考えています。

森谷：モチベーションというところでは、まさにそうだと思います。

菅田：そこをきちんと引っぱっていく作業は難しい作業です。そうすると、どうしても彼らに楽しくやってもらいたいというのが、先に立ちますからあまり細かい意味で彼らの自覚を強制し得ないという部分があります。

矢嶋：思ったより違った人が参加しています。当初、考えていた市民参加してくれるスタッフの人間像は、我々が描いていたものと違ったのです。

菅田：我々が描いていたモニタージュでは、社会的な接点が多くて、自己の表現ができる能力も知識もある人というのを描いていた。つまり、自分の言いたいことがたくさんあって、友だちもたくさんいて、いかにもラジオに参加しているという人。ところが、ふたを開けてみると、割とそうではない。どうして参加することにしたのですかと聞くと、友だちがいないので、参加すれば友だちができるのではないかや、転勤で高崎に来ただけで、近くにお付き合いする人がいなくて、ここに来ればお付き合いできる人が増えるだろう、とそういう人が意外と多かった。

矢嶋：「倶楽部」に参加している人は、そういう人が多かったのです。その人たちというのは、いいリスナーではない。つまり、ラジオを聞いていない。日ごろラジオに慣れ親しんで、良く聞いている人は、「ラジオ高崎」の「ラジタカ倶楽部」に参加して出演しているわけではない。

森谷：フィットネスクラブや公民館のサークルと同じように考えれば、「ラジタカ倶楽部」はぴったりですね。転勤族の奥さんのノリと同じですね。そういう意味では、「ラジタカ倶楽部」は、意図せざる結果として狙い通りだったわけですね。

菅田：フィットネスクラブで一生懸命運動している人をコーチがみた時に、運動できる人ではないわけです。困ったなと思う人が一生懸命やっているわけではないですか。体重10キログラムおとすには、どれぐらいかかるだろうかという同じ状況もあるわけです。このなかで、我々がどのように彼らのモチベーションを変えながら、我々の意図とする放送のイメージを描きながら、接点をもうけていくという、そこが難しいのです。

森谷：そこが聞きたいのですが。

菅田：評価基準がづくりつらいのです。

森谷：せめて、こうなってほしいというのがあるわけですね。

菅田：市民スタッフと我々との共同作業の理想的な姿。

森谷：といってもいいですし、局側から見た「ラジタカ倶楽部」の一人ひとりの姿といってもよいのですが、折り合いをつけていくわけですね。その折り合いをつけていくのは、難しいと思うのですが、これがないと折り合いのつけようがないので、これはどんな姿なのですか。

菅田：みなさんと同じ考え方かどうかはわからないけれども、「ラジタカ倶楽部」に登場している一人ひとりが情報だと思っている。その情報には、良質の情報もあれば良質でない情報もあるのですが、一人ひとりが情報だと、人間の存在が情報だとすれば、その情報を我々の放送で流せるわけです。それが、理想的な姿だと私は思っていますので、質の高さ低さはこの際問題にしないで、今はやっていく、なるべく参加したい人に対して、そのステージを提供できればよいというふうにやってきました。

森谷：その人の個性が流れていけば、立派な情報だということですね。

菅田：それが地域情報でもありうると思います。

森谷：その時に、1カ月に10キログラム落ちないなと思ってしまうのはどうしてですか。

菅田：これは、我々が普段思い描いている放送とのギャップです。あるいは、少なくともラジオを聞いてくれる人は、あまたあるメディアの中から選んで、忙しい時間をさいているわけです。このメディアとたまたま接している人たちが、このメディアともっと接点を持ってほしいわけです。時間的に。それを獲得するには、テクニックが必要であるし、プラスアルファの要因が必要であると当然思うわけです。そこに対して、ダメだと思う部分があるわけです。

森谷：そうすると、きちんと話せるとか1分も沈黙しないなど、話をしっかりしてくれれば、聞く方もイヤな感じもしない。

堀口：我が局は、そういうレベルはもうない。展開はきちんと構成して流れている。技術レベルでは、そこまで到達している。中身レベルということになると、まだまだ上を目指すところはあるかもしれません。

菅田：あらゆる電波がそうなのですが、公共の電波を使っているのに、極論すると、聞き手がいなくてもよい。あくまでも、市民参加で出る人のための時間なのだという割り切りも、最初は仕方ないという考えではいます。

堀口：いくつか矛盾を抱えています。それで悩んでいます。ラジオというのは、「縦聞き」をするのです。テレビを御覧になるとき、テレビ番組表を見て番組を選別しますが、ラジオというのは、そういう聞き方は基本的にはしません。どちらかという、半偶然的にスイッチを入れて、周波数のあったところを動かさずにいる。一つのレベルで展開されていくなかで、少し異質なものが入った時に、チャンネルを切り替える可能性があります。切り替えられたら、最後なのです。そちらが「縦聞き」されるわけですから。なるべくそれを避けるためには、番組を移動しなければならないというところがある

と最近感じる部分であって、「倶楽部」の時間帯をどのように設定していけばいいか、そういう悩みが新たにあります。

森谷：確かに、テレビだとリモコンで選別しますが、ラジオは一度ずれたらだめですね。そうすると、気になるのは、100%自社制作ですよ。買ってきてしまった方が、絶対客を逃がさないような質は保てるはずですよ。でも、100%自社制作でがんばっているわけですよ。苦勞することをわかっていても、どんどん客が逃げるのがわかっていても、がんばってしまうのですか。

矢嶋：これは、どこへターゲットを決めるかという段階の問題との関わり合いだと思います。もし、若者だけのターゲットならば、若者向けの番組をすればいいのですが、若者向けの供給会社はたくさんあるのですが、それ以外のところも求めていかななくてはならないだろうし、今はできるだけ、幅を広げていきたいという点では、買い取りだけではどうかなという感じです。いずれもしかしたら、買うかもしれないですが、何年かは今のままの状態で行っていきたいと思っております。

森谷：100%自社制作というのは、経過措置なのですか。とりあえず、100%にしておいて、もしかしたら、いずれは51%にして、高齢者向け「シルバーウェーブ」みたいなものができたらそこから買ってきて。

矢嶋：ただ、コミュニティ放送という大きな枠のなかで、地域に本当に密着されるような番組になれば、あり得ることだと思いますが、全国発信する番組はそうはならないだろうと思います。

菅田：いろいろな問題があります。買うのは、いつでも買えるのです。費用や全体の中で買うことと自社制作とのコストの問題ですとか、トータルに考えてみなければならない。確かに、営業的に考えると、買って、有名な人が出ていると番組も売やすい。営業しやすいという側面もあります。営業的観点から考えて、そういう番組があった方がいいということになれば、入れるかもしれません。一つは他局が買っているなかで、「ラジオ高崎」は意地をはっているわけではなく、自社制作は、我々自身のやる気になっているわけです。でも、こだわらなくても、いいかなと思いはじめてはいます。

堀口：100%自社でつくっているというのは、我々自身の問題だと思っています。リスナーと何の関係もないことなのです。そういうことを考えたら、今後どうなるかは分からないけれど、一つの選択肢としてきちんと考えていかなければならない問題だと思っています。

菅田：絶対買わないと思っているわけではない。「飛騨高山」もほとんど買ってないと思います。

堀口：この放送局は、公共放送ですか、民間放送ですかというおたずねがありました。また、お年寄り向きですか、若い人向きですかという話もあったり、正しくどういうふうこれからいったらよいかを改めて認識したのですが、24万市民全員がターゲットなのですよ。エリアが70万、80万人いるとして、今はその人たち全員がターゲットなのです。その中で開局以来暗中模索してきてのですが、ターゲットを徐々に明確にしていけないと経営として難しい部分もあるのだろうという状態にきています。今までは少なくとも24万人全員がターゲットという認識できていました。

森谷：これから、決まってくることなのでしょうね。

矢嶋：でも、大きな違いは、他局はどこも現役、放送局OBという人が携わるケースが非常に多いのです。うちはあえて拒否し、我々はまったく素人ですし、そういう人たちだけで組み立てていこうとしています。どうしてもプロが入ると、そちらに振り回されることもあるのではないかと、そのことも事前の段階でなんとなく話が出て、基本的には、パーソナリティにもプロもいないし、勉強しながらがんばっていこうというのが最初にありました。

森谷：スタッフの前歴、現職も含めて色として出ていますね。スタッフがどんなことをやってきて、どのようなことを考えているかによって、色が変わってきている。そういう意味では、「ラジオ高崎」の場

合は、祭り好き、イベント好きだったり、まちおこし運動が好きだったり、そういうことから「ラジタカ倶楽部」を大切にするというのが出てきているのかと感じています。これは、私たちのまとめた資料なのですが、読んでみて、お気づきの点はありますか。

### <地域問題の扱い方>

菅田：トークラジオの話があると思いますが、私たちも基本的に目指すのは、アメリカトークラジオ的なことができるという気持ちはあります。ただ、24万人全員がターゲットだという今までの感覚もありましたし、その中でも特に行政に依存している部分が多かったという部分もありますので、純粋な意味でのトークラジオがなかなか実現できない面もありました。今後、自由な意見・議論の活発な場として、我々のラジオを提供できるようになれば、またそこで新しい活性化が生まれると思っています。

森谷：24万市民をリスナーとして想定すると、なぜトークラジオにならないのですか。

菅田：本質的には、24万人をターゲットにすると、かえってトークラジオになるということだと思うのですが、どこかで強烈な反応が出てくることに対するバリアがあるのです。24万人をターゲットにした時に、触れてはならないことを触れないようにしようという部分が出てしまうというのがあるのです。

森谷：リスクなのですね。

堀口：リスクをなるべく回避したいという部分がありますので、それが、今後地域のいい意味での成熟のプロセスのなかで、アメリカのトークラジオみたいなものが実現化できれば、魅力あるメディアになるという気がしています。

菅田：そういう意味では、FM群馬より群馬テレビより、うちの主張ははっきりしていると思います。

矢嶋：幸か不幸か、スポンサーに左右されることはないのです。

森谷：県域放送は、止むを得ないですね、スポンサーが。例えば、「ラジオ高崎」で市役所の庁舎について、話題になったことはありますか。

菅田：市民の番組ではあります。賛否議論にはならないのですが、上まで登って見たことについて、レポートしてみるという取り上げはありました。しかし、是非の議論というのは、表向きにはないです。

森谷：それは、意図的にしなかったのですか。

菅田：彼らの中での意図が働いたのではないかと思います。それは、我々が教え込むとか、こういうことを言うてはいけないということではない。自分のバランスのなかで、現状のラジオの中でふさわしいテーマなのか、彼らなりに自己判断をしているのだと思います。

森谷：自己判断の基準が変われば、話題になる可能性はあるのですか。

菅田：話題になりうると思います。庁舎の問題で言えば、高崎市民の平均的な感覚は問題ではないのです。高崎市民は感じていないというのがあるから、そのようになってくるのだと思います。現実には、いろいろ言う人もいますが、それほど市の問題にはなっていない、焦点になっていないことを良く知っていると思います。そこをあえて、問題提起する必要性は感じていないという判断だと思います。

森谷：市役所の問題ではなく、ほかの問題で賛否がでるようなことはなかったですか。

菅田：ゴミの分別問題は、よくやっています。いろいろな形で取り上げています。

森谷：それは、どこでやっているのですか。

菅田：「市民情報局」です。市民の批判や疑問に答えています。それから、「市民情報局」自身も行政からお金が出ているのですが、他の局は、市制番組は市が全部原稿をつくっています。うちは局で企画をたて、原稿をつくりというやり方をしています。その辺が違います。

森谷：局によっては、お役人さんがマイクの前に立ちますよね。

菅田：企画そのものは、局がたてます。そこが、ジャーナリズム以前の問題として、放送局としての独立というか、番組はスポンサーがいろいろいまいが、局がつくっていく。そういう考え方は貫いていきたいと思っています。

森谷：そのスタンスは、トークラジオに近いですね。局で言いたいことは言える。

菅田：局の言いたいことを言うだけではなくて、議論の場として提供するという意味での活性化ができていない。局の方針として、伝えるべきことはしっかりと伝えていくというのはあるのだけれど、特別な議論の場として、もし提供するのであれば、もう少し環境を整える必要があるだろうという気がしています。

森谷：環境というのは、市民の問題とか、市役所の問題、他にはありますか。

菅田：我々局サイドの問題です。コーディネーター一つにしても、きちんとコーディネートできる能力を持ち得ているかどうか、示威的なコーディネートをするのではなく、ニュートラルなコーディネートができるかどうか、我々自身の問題も含めて、本来であればそういうことをしてみたいと思います。

森谷：「ラジオ高崎」は、いずれは目指したいということですね。

### <コミュニティ放送の多様性>

菅田：うちは、独占企業なので、一種の放送メディアですから、もしかすると、競争があるといいのかもしれない。

堀口：競争があると、色づけがはっきりしてくることだと思います。ターゲット設定も自由になる。今望んでいるのは、競争相手。そうすると、相乗効果で、メディア的にも発展するだろうし、失敗もできるだろうし、そのなかで、色づけもはっきりしてくる。それが、今我々が望むことです。

菅田：それは、間違いなく、衛星からの音声放送の立ち上げ化で、チャンネル化される。ここ5年から10年の間に考えていかなければならないという課題はあります。

森谷：メディアの状況、全体が変わってくるでしょうから、その中で色づけて決まってくるものなのでしょうか。

菅田：将来的には、地域内に2局できたり、うちの局が2局持てるかもしれない。そういう状況もあり得ます。チャンネルごとに違う放送をするという可能性としては、あり得るわけです。

森谷：一つの市町村に2つに局があるところは、すでにありますし、三つになってもおかしくない。

菅田：神奈川の湘南エリアのなかに三つの局があります。そこは、きちんとすみ分けできている。やはり特色を出しているのだと思います。新潟市も、「けん」と、「新津」、「柏崎」も関わりがあるのです。新潟県は「けん」、「しばた」、「新津」、「長岡」、「雪国」。新潟市内でコミュニティ放送は競争関係になってしまう。自ずと「新津」さんは、よりローカルにとか、エリア内で競合しているわけです。

森谷：前橋にできると、変わりますね。

矢嶋：非常にこの問題は、難しい。県民という問題とリスナーという問題と全然違う次元ことであります。将来は、テレビだって、デジタル化することによって、チャンネル数も増えてくるでしょうし、ラジオも当然増えてくる。その時に、どういうすみ分けができるか、今、まさに勉強中、勉強していかなくてはならない大切な要素だと思います。経営に成り立つのか成り立たないのか、大事な問題になってきます。

森谷：苦勞して、やっていらっしやるようで、他にになにかありますか。

矢嶋：この資料は、全国のものをまとめたものですか。

菅田：抱えている問題は、同じなのだという気がします。

堀口：コミュニティ放送がこれだけ多くなると、一つの方向性としてネット化しようとする動きとそうではないという動きと変わってくる可能性があると思います。経営が大変なところは、ネット化して、ネット化されることによって、番組を供給して経営を安定させていくというのが出てきたりします。そうになると、コミュニティ局の性格の違いからくるコミュニティ放送とはなんなのか、ますます定義づけられなくなるような気がします。

菅田：同じコミュニティ放送なのに、「YES-fm」の存立の根拠と我々のコミュニティ放送とは基本的にはまったく違うわけです。あちらは、企業の一部門です。同じ国の中でやっていけば、難しくなってくると思います。

森谷：資本金千万円というところもありますし、コミュニティ放送としてひとくくりなのだけど、当然特色が出てきて、分かれてきますね。ネットワークしようという意見も出てきていますが、番組の流用しあいになってきて、別な意味でのネットワークのメリットがあまりないのですよね。いろいろなタイプのものが出てくると思います。「YES-fm」や「東京コミュニケーション」など。

菅田：同じコミュニティ放送で区切ってしまっているのかという問題はあります。

森谷：いろいろあるなかで、やはり「ラジオ高崎」は特異ですね。「ラジタカ倶楽部」を大事にしている点で。

菅田：これは、特異だと思います。最近、ボランティア組織というのは、ダメになってしまっています。

森谷：いろいろな局にボランティア組織の人数を聞くと、200人や300人と言う場合がありますが、その人数が実働しているわけないですから、形骸化しているのが明らかですよ。

堀口：やはり、ある意味で局員の役割をし、ボランティアであるから、業務命令ができないわけです。そういう問題がでてきます。

矢嶋：そういうことを踏まえて、先生のところで、もっと利用できる方法があれば、大学としてでもいいですし、ここに直接参加をすることによって、もっと研究を進められる部分はあるのではないかと思いますので、そういう意味での参加をぜひお願いします。

森谷：相当、勉強しなければならない。そんなに勉強していない。

菅田：我々も全員素人ですから。

矢嶋：一緒にいろいろご指導いただければという気持ちがあります。ボランティア参加のグループということになってきますが、番組の参加だけでなく、局全体の運営についても市民の参加があってもいいのではないかと考えてきています。我々も勉強をしていきたいと思います。ご協力もぜひお願いします。

森谷：こちらがお願いしなければならないのに、ありがとうございました。

## ラジカカ倶楽部インタビュー

1998年11月20日、10:30~12:00、「ラジオ高崎」会議室

ラジカカ倶楽部 中島孝広さん

インタビュアー：森谷

### <ラジカカ倶楽部の概要>

森谷：ラジカカ倶楽部のメンバーの方について教えてください。

中島：どちらかというと、メンバーは、OLやサラリーマン、学生さんもいますし、なかには、学校の先生、群大の学生もいらっしゃいます。さまざまです。

森谷：総勢200人ぐらいですか。

中島：そうです。登録しているメンバーは、その位いると思います。思いますというのは、厳密には、登録していても、どうしてもこういう場所ですので、番組に関わっているかどうかということで、それが一番ウエイトが高くなってしまいます。ですから、見えないメンバーというのがあります。私が管理している入会の申込み用紙には、約280名ぐらいの枚数があります。

森谷：実際、実働している人数は、把握しにくいものなのですか。

中島：約半数です。番組に参加しないで、情報収集しているメンバーもいます。

森谷：陰で集めた情報というのは、どなたにいくのですか。

中島：その番組の担当者、もしくは局のパーソナリティです。

森谷：パーソナリティや局の担当者は、自分の番組に何人ぐらいいるのか、把握しないと、いけないわけですか。

中島：そうなのです。だいたい、だれが動いているのか、どういう形でやっているか私は分かっています。全員が知らなくてもよいことはありますし、逆にそれを知っていると、動きづらくなってしまう部分もあると思います。先生の資料の中に、有償で動いているスタッフと無償のスタッフというものの区別など、おもしろいなど見させていただいたのですが、そういった兼ね合いもあります。逆に、ある意味でコミュニケーションがとれていて、ある部分では壁があってという部分を上手に駆け引きしていかないと、難しいところがあります。そこをオープンにしてしまうと、人間関係がギクシャクしてくる部分、いずれはわかることだと思いますが、それを抑える人間が必要になってくると思います。システムを押しつけたとしても、無理な部分が出てくるでしょうし、日本風というか、悪者になる人がいないと、上手に運営されていかないとと思います。

森谷：中島さんは、悪者なのですか。

中島：悪者です。私がやっている作業というのは、普段はなるべく口を出さずに、見守り、気が付いた点をまとめていうという監視役という形だと思います。

森谷：倶楽部のミーティングなどはありますか。

中島：あります。運営会議や3カ月をワンクールとして、番組の編成の見直しをしています。ラジオ局もそうなのですが、それに合わせて、体制を変えたり、事情があって番組を外れなければならないメンバーもいますので、そういったところをどうするかということ、事務局のなかで、会議をしています。

森谷：編成というのは、この番組はだれが担当するかなどをするのですか。

中島：出演する人を選ぶというものです。

森谷：けんかなどはないですか。

中島：今のところないですが、開局当初はいろいろとありました。開局は、去年の4月ですが、準備は前の年の秋から、局の方と打ち合わせを始めて、開局までに時間がなかったものですから、局の堀口さん、私と局のスタッフと進めてきました。それまでも倶楽部のメンバーを集めて説明会議をしてきたのですが、顔もしらない多くの人が集まって、どうやってコミュニケーションをとっていかかが課題で、みんな相手のことに関して情報収集をするのだと思うのです。そこから、スタートしていますから、形ができてくるまでに時間がかかるだろうと、それであれば、最初のワンクールの3カ月は、こちらから提供させていただいて、進めていただく。その3カ月の中で、自分たちのやりたいことはなんなのかを考えてもらう。最初は、3カ月のつもりだったのですが、もう少し時間をかけようと、半年間決められた形の中で番組をやっていたいただきました。

森谷：さきほど、こちらから、提示していくといいましたが、こちらからとは、なんですか。

中島：当時決まっていたのが、ラジタカ倶楽部を組織化するというのは、打ち出してありまして、その時に参加していたメンバーは、会長が私というの、決まっていました。その後、堀口事務局長、菅田編成局長、総務と営業担当をしている佐久間君、どちらかという、局主導でやりました。夜に関しては、昼に関しては、3カ月の準備期間があったので、メンバーを中心に、個人的にどういうことをやりたいのか、アンケート用紙を配布して、百ぐらいの項目が集まってきました。それを中心に、どんな番組をやるかということ、昼間はやってきました。

森谷：ある番組については、集まった項目の中から、こういう形の番組にしたいとまとまったということですか。

中島：昼間の番組はそういう形でスタートしました。ただ、素人のものですから、どういうことをすれば、番組ができるのかということから分からないわけです。その部分は、後で考えていこうということで、タイムテーブルだけは、局主導で作りました。

森谷：局が、タイムテーブルを作って、中身については、ラジタカ倶楽部のやりたいことになっているわけですか。

中島：そうです。そういう形で昼はスタートしました。夜に関しては、月曜から木曜までの平日の番組だったのです。仕事をしているというメンバーが多かったので、曜日ごとに参加しやすい日にちでグループが作られてきました。その中で、徐々にコミュニケーションがとれるようになると、この人と番組をしたいとか、音楽の番組をやってみたいなどいろいろな意見が出てくるわけです。そこで、6カ月経った後に、全員に個人の企画を募集しました。その企画を中心に、一人でできるものなのか、グループとして構成していかなければいけないのかを検討し、個人中心の番組、短い時間の枠を作りました。15分間のもので、それが三つ並んで、オープニングとエンディングのある形の番組構成で、54分の番組をつくりました。

森谷：コーナーみたいなものですか。

中島：意味合いとしては、コーナーなのですが、実際、聞いてみると、それが15分の独立した番組に聞こえてしまうのです。そういう問題点もあったのですが、個人にスポットをあててやっていくことが、コミュニティ放送の一番大切なことではないかとスタートしました。

森谷：ラジタカ倶楽部のメンバーも、そういう形で関われば満足感がありますね。

中島：自分たちの思っていたことが形になり、うまくできた時におもしろさがわいてきたと思います。今までは、よく分からないけど、参加していた。そこから、自分に対しての負担、負荷はかかるけど、メ

ディアに関わるという楽しさが生まれてきたのだと思います。

森谷：それは、6カ月過ぎた後からですか。

中島：そうです。

森谷：ラジタカ倶楽部のメンバーが、こういう内容を作りたいという番組は今も続いているのですか。

中島：続いています。平日の午後2時から3時、夜が8時から9時です。

森谷：「市民情報局」のあたりですね。

中島：「市民情報局」の2時台、夜の8時台。月一火が9時台、この番組表ですと、ここの部分とここ8時から8時55分、月一火に関しては、9時台も持っています。

森谷：「ミュージックシアター」と「トークレストーク」ですか。これはラジタカがやっているわけですね。

中島：高崎市内にある青年団体が参加しています。名目は、市民の枠になっています。うちの倶楽部のメンバーも青年団体に関わっていたりという人もいて、こちらにゲスト的に出演したりとかもありますので、変則というのでしょうか。難しいことをやっていると思います。

森谷：24時間放送のなかの、3時間を市民がやっているというのは、すごいことですね。

中島：他のところは、衛星を使っていますが、良いところもあれば、大変で悪いところもあると思います。

森谷：大変というのは、わかりますが、悪いところというのはどういうものですか。

中島：複雑なのです。倶楽部として単独であるわけなのですが、編成自体は局が考えてくるものですから、それとの兼ね合い、からみ、どうしても接触があるわけです。そうすると、うちはどうしても後追いになるのが常なのです。突然変わるということ、いかにカムフラージュしながら、メンバーに伝えなければいけないかという問題が出てきますし、いろいろなオーバーラップしてくる条件がたくさん出てきます。月一火に関しては、倶楽部が単独で行っていますが、水木金に関しては違った番組ですので、コミュニケーションをとりづらいところもあります。次のステップになると思いますが、リスナーを意識して、聞きやすい番組表を考えてみると、そんなには良くないと思います。まったく、違う番組があるわけですから。曜日に関係なく、聞きたい番組がやっているというラフな合わせ方ができないわけです。9時台の月曜日は、各週でやっていますから、聞きたい番組に合わせるには、カレンダーでチェックしないと、なかなか聞きづらいという部分が出てきています。

森谷：帯で聞きますからね。

中島：聞いている人の生活のサイクルがそうになっているのだと思います。ライフスタイルをいろいろ考えてみると、合わないという部分が出てくるような気がします。

森谷：曜日によって、想定しているリスナーも違うのでしょうかね。

中島：番組のカラーが違いますからね。

森谷：木曜日と金曜日は明らかに違いそうですね。

中島：違います。覆面のプロレスラーみたいな格好をした人が出てきたりしますから。

森谷：こういう方々に接触して、こういう感じでやってほしいということを言わなければいけないと思うのですが、堀口さんや編成局長が行うのですか。中島さんはタッチしていないのですか。

中島：タッチしないようになっています。

森谷：ラジタカ倶楽部に取り込んでしまおうという気はないですか。

### <ラジタカ倶楽部の性格>

中島：私の名刺にも書いてあるのですが、当初の構想では、市民ネットワーク「ラジタカ倶楽部」というネー

ミングが付いているのです。新しくラジタカ倶楽部というのができて、ここをキー局にしたネットワーク組織を構築できればという発想で名前を付けたと思うのです。スタイルの違いは強いわけで、また参加している人の生活環境などの条件も違いますから、あえて一緒にはできないと思います。その関係で分けています。

森谷：個性が強いのですか。

中島：そうです。うちの倶楽部のメンバーも個性が強いです。おもしろいことに、個性が強い中で、その中にも個性が強い、協調性がないなどいろいろあります。倶楽部の枠の中でやっていくのは、向かないという人もいます。

森谷：倶楽部の中でできてくるグループは、自然発生的にできたものですか

中島：今はわざとそうさせています。やっていくと、いろいろな問題がありまして、かなりの多くの人たちが関わっています。その中で、グループができてくる。大変良いことなのですが、一つのグループだけが大きくなってきて、そこだけが動いているというもの、実際には、小さいグループも動いているのですが、見えてこない。ウェイト配分でいうと、大きなグループが、徐々に大きくなってきて、全体の動きをとめているという部分があります。その部分をどうするかというのが、次の課題です。派閥みたいなものですね。あのグループの中で一緒にやっていると、番組の時間がもらえないというものを、雰囲気的に感じる場合があります。そういうグループができてよいのではないかと、私はわざとここ半年間、そうさせてきました。そういうものができてくることによって、ラジタカ倶楽部という一つの枠ではなく、そのなかに細々としたグループができてきて、余計に見やすくなると思います。私は、それに対して幸いにも何もしていませんから、そこに手を出せば、アドバイスをしてもっと細かく分けていけばよいのではないかと考えています。そういう作業が、来年から私の方でやらなければいけないと思っています。

森谷：とりあえず、大きくなるのだけど、ある程度までいくと、細分化して、それがくっついたり離れたりするが続くのでしょうか。

中島：先生、ガンダムを知っていますか。ガンダムにもいくつかバージョンがあります。一番シンプルなスタイルから、徐々に装備を付けていって巨大化していきますよね。いろいろな武器を持つようになって、その中の番組自体も思考がこらされて、いろいろな試みがされてというのは、チャレンジだと思うのです。ガンダムは、そういうふくらんでくる時期から後半には、シンプルに作られるようになってくるわけです。そういう方向に向かうのだと思うのです。そういうことが、うちにも起こってくるのではないかと考えています。

森谷：本質的にシンプルだけれども、またふくらんでくるということですね。

中島：それのくり返しだと思うのです。それに耐えられるような組織形態をやっていかなければいけないと思っています。なかなか、そういうことがわかる人間というのは少ない。どうしても、番組という目を向けながら、入ってくる人が多いものですから。

森谷：ラジタカ倶楽部の運営という観点でやる人が必要ですか。

中島：特別何をしているというわけではないのですが、こういうことを考えていかなければいけないという話すという仕事ですね。

森谷：局の方とも頻繁に話されているのですか。

中島：当初は、局へ行く回数も多かったです。昼間から行って、家に帰るのが1時ぐらい。3時ぐらいから自分の仕事をするという生活をしていました。

森谷：局のスタッフにはならなかったのですか。

中島：全然知らなかったですし、また、こちらにいなかったのです。東京まで新幹線通っていたのです。サラリーマンをしていましたから。5年間通いました。寝るところが高崎、オフィスは東京のはずれにありました。週のうち、5日間は出張しているような仕事をしていました。沖縄や北海道へ行ったりとか、そういう生活をしていても、落ち着いていろいろ考えられる場所が必要ではないかと思って、会社を辞めて、地元・高崎で何かできないかと家業を手伝っていました。広報「たかさき」の中で、ラジオ高崎のスタッフを募集しているという記事があって、私もスタートは他のメンバーと一緒に、説明会から入りました。

森谷：それまでは、局の方とは知り合いではなかったのですか。

中島：だれも知らないです。2回目の説明会の中で、昼参加できるメンバーと夜参加できるメンバーで分けました。私は仕事柄、昼にも参加できるといいましたら、近所の人がいったりとか、局の人と話をするようになりました。その時には、ラジタカ倶楽部というクラブ組織を作るという話は、具体的にはありませんでした。その後、こういう形でやりたいのだけど、やってもらえないかという話が個人的にあって、OKしました。

森谷：他のメンバーの方々は、夫の転勤についてきたのだけど、近所にお友だちもいないので、やりたいこともできないし、参加したという人がいると聞きましたが。

中島：そういう方もいます。昼間は、結婚されている女性のメンバーが多いです。だいたい、半分くらいはそういう方だと思います。他に友だちがいなくて、交流できる場所という観点で、入ってきた人もいます。

森谷：主婦が、時間に余裕があって、公民館で手芸サークルに入会するようなノリできている人もいますと言っていました。

中島：当初はそうでした。軽いノリで来ている人もいました。その中から、不思議なことに、プロ意識ではないですが、レギュラーとして番組に参加しているということになると、意識が向上してきています。お茶のみ場という雰囲気、徐々に薄れてきている部分があったような気がします。そういった部分は、なくなってしまった。その中でコミュニケーションをとるために、みんなでお茶を飲みに行っています。また、逆にそういうものがなくなってきたと思うと、こちらから月に一度、会議という名目で、食事をしたりという機会を作るようにしています。

森谷：ご飯を食べながら、話すということは大事なことですよね。

中島：そうですね。

### <文化祭的なノリの今後>

森谷：そこの資料に、文化祭的なノリという表現があるのですが、市民スタッフの方は、軽いノリで、リスナーは念頭がなく、自分のやりたいことだけをやっていてくれた局があるのです。これをどう思いますか。

中島：これは、良いところもありますし、悪いところもあると思います。文化祭的というのは、外に目を向けている部分がある。文化祭は、一つのものでは成り立つものではない。例えば、焼きそばの店を出した。それだけでは成り立つものではないし、個々のものがたくさん集まって、一つの文化祭を作る

のだと思います。集合体を取りまとめるという作業が起こってくるということは、自分がその中に立った時に、いろいろなものを見ている。そこに携わっている人たちも横を見ている。だから、一つの形になる。夜になれば、歌を歌ったり、フォークダンスを踊ったりとかの会があるといった時には、やはり自分だけではなく、他のものとのコミュニケーションを意識している言葉ではないかと思います。ということは、自分のことだけではなくて、周りを見ている、協力しようという意識がある言葉だと思います。悪くとれば、軽いノリのような部分もあると思いますし、文化祭で何をやるかという本質を見ている人がいるかどうかということではないでしょうか。後、効果を求めているのではないのでしょうか。例えば、自分たちが何かをやった。その中では、人が来てくれて何かを買ってくれて、お金が増えたという効果が生まれてくるかもしれませんが、番組というのは、そういう効果はすぐに見込めないのです。制作して、自分たちがしゃべったというものは、議事録には残りますが、それによって、何が起きたかというのは、全然見えません。それを見えるようにするのが、ラジオ局、そういったところまで求めるのが放送局だと思います。

森谷：市民スタッフの番組コーナーの中で、直接的な効果は出てこないのですか。

中島：出てこないです。

森谷：やった本人は、満足感がありますよね。

中島：あります。そこまでが、文化祭という考え方だと思います。放送している私たちは、最初はそういう感覚だったと思いますが、そこから抜け出さないといけないという部分があるということを感じています。というのは、自分たちが放送したことによって何かが起きた、何かが動いた、何かが変わった。それが相手の気持ちであっても、形に見えないものでもよいと思うのです。クラブのメンバーたちもそうですが、会議をすると、反響はどうなのでしょう、どんな意見があるのでしょうか、良かったのでしょうか、悪かったのでしょうか、こういう所はどうしたらよいのでしょうかという意見が多くなってきています。その理由の一つは、周りを意識し始めて、効果を求めてきているのではないかと思います。自分の存在価値を認めてほしいということにつながるのではないかと思います。そういう意識が出てきている。聞いてくれていた人がいた、身近な人がコメント・手紙・FAX・電話をくれたということは、効果だと思うのです。こういう効果を求めるようになってくると思いますから、文化祭的な発信すればよいというものではなく、かえってくるもの、そこからコミュニケーションが生まれるのだと思います。

森谷：同じようなことが、これの中にもあったのですが、隣のおばちゃんに聞いたといわれるのは、うれしい。それは一種の反響ですよ。聞いたわよぐらいでいいのかな、もっとその先があるのではないかなと思うのですが、その先というのは、どんなものなのですか。

中島：その先となると、こちらの意識も変わらなければいけないと思いますが、逆につまらなかったという声もあるわけです。いろいろな声の裏には、悪かったよというものが隠れている。その中から良かったという声で満足するのではなくて、次のヒントにして、もっと良くするためには、どうするのか常に考えていかなければいけない。周りのことだけではなく、反響があったということに対して、発信した人がその次に何を考えるかということを常に考えていく形をとらないと、自己満足で終わってしまうような気がします。

森谷：そういう意識を持った人は増えつつありますか。はっきりいって、当初は、文化祭的なノリの人が多かったと思いますが。

中島：1年目というのは、そうでした。やらされているとか、与えられたものをこなしているという意識が

最初は強かったと思います。それでは、それぐらいの意識しか生まれてこないと思います。それを個人にスポットをあてたところで、初めて意識が変わってきたという部分があると思います。

森谷：あてがわれた仕事よりは、私たちがこれを作ると思えば、どんなふうに聞かれているのか、どんなふうに思われているのか、どうしても興味を引きますよね。

中島：聞けば、その中で自分が何をしなければいけないのか、すべて自分にくるわけですから、それがよかったような気がします。

森谷：とりあえず、文化祭的なノリで始まって構わない。

中島：構わないと思います。

森谷：そこから、どう前へ進んでいけるのかというのが問題なのですか。

中島：すべての人が、この感覚では良くないと思いますが、先をどうしようかというのを見せながら、仕掛けないといけないと思います。

森谷：仕掛け人として、中島さんがいるということですか。

中島：悪く言えば、私はクラブのメンバーに対しては、いじわるですから、いろいろなことを要求しています。

森谷：道筋をつけてあげるなり、刺激を与えてあげるなり、そういう方がいないと、文化祭的なノリの前には進めないのでしょうか。

中島：進めないような気がします。他の局でも、当初市民組織をスタートさせて、なくなっている局もあると思います。そういったことが、できているかどうか、そこまで面倒をみる人がいたかどうか、最悪の場合、もしかしたら、この局ではやっていられないと言って、市民の人が離れていった局も実はあるのではないかと考えています。逆もあると思うのです。最初集める時には、みなさんが参加できるという文句で人が集まると思うのです。いざ、スタートしてみて、やっていくうちに、制約があって、やりづらくて、自分たちはそういう扱いをされるために来ているのではないという感覚がだんだん大きくなってきてしまうと、ここでは私たちはやっていけないから、あなたたちがやればよいという市民の人たちもいると思います。

### <市民スタッフ組織化の方策>

森谷：これは、局側の意見なのですが、こういう問題があって、この辺というのは、結構うっとうしいですよ。局の方針に従って組織的な動きをしてくれ、そういう組織的な動きをしたくないという人たちが、スタッフとして入ってくるのですから。

中島：特にそういう傾向はあると思います。そういう人が集まりやすいですから。

森谷：それをわざと組織としての動きをしてくれと言えば、冗談ではないということがあるでしょうね。この三つの問題点ある。

中島：参加している人にとっては、これは矛盾です。管理されるために来ているわけではない。しかし、言われていることは、管理されている、指示されているという部分ができますよね。

森谷：質の向上をしてほしいや放送法の勉強をしてほしいなど、なぜそこまでやらなければいけないのかという気になりますよね。

中島：そういったところが、コミュニティ放送の会議の中で、うちは市民スタッフをきりましたという話を聞きます。うちは、最初に説明会があった時に、局の方から「市民のみなさん、実はこういう例もありますので、気を付けてください」と頻繁に言われていました。なんでそんなことをするのか、感覚

的にわからなかったです。

森谷：こんな例というのは、市民が逃げてしまったという例ですか。

中島：逆です。「市民の枠をなくしたという局も多々あります」という説明があるわけです。

森谷：プレッシャーをかけているわけですね。

中島：そうなのです。説明会の時点ですから、なぜ、そういうことになったのかわからないわけです。今はわかるような気がします。局側から言えば、そう言うでしょうし、局は言えないけど、市民の方から離れていったという局も実はあるのではないかと思います。

森谷：局側の制約、プレッシャーが強くて、動きにくいということはありませんか。

中島：そこは、わざと壁を作って、局からのダイレクトな声は入れないようにしています。必ず、堀口事務局長を通して、私のところへきて、私から発信しているようにしています。

森谷：さきほども悪者になっているとおっしゃっていましたが、悪者に対しての批判はないですか。

中島：そのところも駆け引きです。同じクラブの人間でありながら、クラブのメンバーと駆け引きをしないでとはならない点がでてきます。こちらから発信する、たぶん、こういうことが返ってくるだろう、それを言わせないための材料をもってなければいけない。その材料は、自分で作らなければならない。

森谷：局は用意しませんか。

中島：局からも提供していただいています。それは、彼らには見えない部分で、私だけしか見えないものをもってなければいけないわけです。

森谷：ラジタカの場合は、制約や枠付けなどがあまりないような気がします。

中島：局からはないです。こちらから、投げていきますが、クラブの中でそういうことをやろうとしています。

森谷：もう少し、話し方など気をつけないといけないなどを自分たちですか。

中島：局長の考え方なのですが、多くの人に参加していただいて、スタジオに入ってもらおうという参加率という感覚なのです。それからいうと、そういう人たちすべてに指導して、細かく制約をつけたところで、技術などが向上するかというと、そうではないと思います。個人個人が表現しようとしているわけですから、それぞれ持ってくるものが違います。そこで、付け加えたとしても、逆によいことがなくなってしまうら仕方がない。放送禁止用語や間違った表現、細かい表現などをチェックするのかどうか、そこまでしてしまうと、ダメだと思います。それをあえてやらないで、番組表の中でラジタカ倶楽部の市民スタッフがやっている番組であることを、番組の頭に随時入れるようにしました。局の番組以外、悪く言えば素人のスタッフがやっている番組ですと、聞いている人にとって、申し訳ないけど許してくださいという意味で、インフォメーションに入れているつもりです。

### <手作りか洗練さか>

森谷：市民の手作り番組です。という方向もあれば、それでは、だめだという局もあるわけです。たとえば、市民がやるにしても、洗練さを求めるべきだという局もあったりするわけです。それについて、どう思いますか。つまり、泥くささや素人っぽさが魅力だという意見もあるし、放送としては、スマートさや洗練さはあるべきだという意見もあるし、両極端にわかれているのですが。

中島：泥臭くて良いというのは、たぶん制作している側のいいわけだと思うのです。本当は、よいものを提供してもらいたいと思うのです。ただ、できないから、そういった言葉でカムフラージュしているだけだと思います。本当は、良いものを提供できれば良いわけです。その中で、例えば、倶楽部の枠の

中で、制作している番組があって、メンバーの中に去年と比べてどうなったか、良くなったかという意識があるかないかです。

森谷：例えば、その泥くささについて、方言を使うか使わないかがあると思います。

中島：うちは、使うようにしています。

森谷：洗練されているか、質が高いかとは別の問題ですが、聞いた感じとしては、方言を使っている方が、泥くさいような感じがすると思います。それは、それで残しておくわけですか。

中島：残しておきます。わざとメリハリのついた部分を入れています。昼間には、わざと方言をテーマにする曜日があります。2時台の水曜日とかは、わざとそういうカラーを付けています。

森谷：「だいね」や「なんさ」という群馬弁が出るということと、質が落ちるということは別問題ですか。群馬弁を使いながら、質が向上することもあり得るということですか。その場合の質が上がるということは、どういうことですか。

中島：まずは、聞きやすいということだと思います。例えば、ここで盛り下げて、泥くさい部分のコーナーがあって、しかし、聞いている人というのは、その人の声を聞いているわけです。それで何かイメージすると思います。どんな人が話しているのか、方言出して話しているけど、どんな顔をした女の子が話しているのかなどと思うのだと思います。それだけではなくて、本当はこういう人なのだという部分が、1時間の間にあれば、また違うイメージを持つようになると思います。そういったつくりをしています。

森谷：上州弁の女の子が話しているのだけど、ちらっとどこかにその人らしさが出るようになれば、質があがるということですか。

中島：そうです。ただ、それを素人が表現することは、大変難しいことなので、そのために、曲に頼っています。

(テープ交換、中断)

中島：こういう曲をかける。そうすると、その人が話したことではなく、曲を選曲したことによって、そういう感覚を持っているのだとリスナーと接点ができるということを狙っているわけです。それは、こちらから指示していることではなくて、参加しているメンバーも考えていますし、そういう感覚を持っている人が入ってきてほしいと思います。

森谷：流す音楽と、リスナーが欲しがっている、アンテナをはっているような曲が流れる頻度が多ければ。

中島：必ずしもヒット曲とは言えませんが、そういうふうには思っています。

森谷：隠れた名曲など、ラジタカはこんないい音楽を流すのかと思われるわけですね。

中島：曲にもジャンルがあり、好き嫌いもありますから、その中で、曲を使って自分を表現すると言った方がいいのでしょうか。曲を聞いてもらうというよりは、私はこういう表現もできるのですという部分を、曲の中で表現していく。夜に行っている音楽番組は、どちらかというと、そういう思考があると思います。カウントダウン形式のヒットチャートなどはないわけです。昨日もそうですが、オープニングで何をやっているかという、ディズニーのテーマで雰囲気を作りながら、突然洋楽が入ってくるわけです。そういったものの感覚ですね。全然ヒット曲ではないけれど、自分たちの音楽の感性や感覚を曲を通して表現したいという、最終的には出てくるのは、自分を表現したいのだという気がします。

森谷：きちんと表現できているか、表現されている内容が優れているとかは、番組の質ということですか。

中島：そう思います。番組によって、質の向上という意味合いが変わってくると思います。

森谷：音楽番組はそうかもしれませんが、ラジタカ倶楽部さんが直接関わっていないかもしれませんが、地元の情報を流す番組もあるわけですか。

中島：公民館で何をやっているかやギャラリーで個展を行っているとか。

### <地域情報の扱い>

森谷：地元情報について、どう思いますか。九州の某局では犬猫さがしを出しても構わないそうですし、関西のある局は地元番組を絶対流さない。地元で話題になっているテーマは流さないと割り切っているのですが、どうですか。

中島：うちは、かなり入れています。局自体も第三セクターというスタイルをとっていますし、高崎市からも支援を受けています。高崎市は何のためにやっているかという、やはり見える行政が陰にはあると思います。そのために、こういう放送局が必要なのだと思います。でなければ、ここは開局できなかったと思うのですが、そのために入れているのだと思います。それから、市民の人がたくさん関わるような組織を作るために、高崎市を入れているのだという裏付けがあると思いますし、市民が参加するということは、その中で生活をしているわけです。それが、自分たちの仕事、ウエイトの高い部分です。そのライフスタイルを表現しないで、自分たちの夢の世界だけを表してみても、薄いものにしかならないという考え方が私にはあります。

森谷：生活の中で、音楽というのがあるわけですね。

中島：そういったものがテーマになっています。

森谷：音楽よりもこっちの問題をやりたいというスタッフはいるのですか。

中島：います。正直に言って、全員にそういうものを作ってほしいとは考えていません。そういったものというのは、生活・地域の中で問題になるもの、おもしろいものというのは、期間やタイミングが大切になってくると思うのです。やるのであれば、そういう枠をつくれれば良いわけです。それで対応しようかと考えています。実際に特番を組んだり、碓氷峠が廃線になるので、その特番なども倶楽部のスタッフが写真家の人を連れて、取材に出かけて、1時間の番組を2本作りました。それを、オンエアする時間帯を作ればよいわけです。

森谷：特番の要求はないのですか。

中島：特番は随時考えています。企画があれば受け付けています。それは、クラブワークの中でやっていると、他のメンバーの出る番がなくなってしまうので、局の方へあげて、局が対応してくれます。生放送が9時で終わりますから、9時以降とか、土日の枠が使えるのです。

森谷：この辺を使えば、枠はとれるということですね。

中島：自動送出で、MDやCDを流している部分もあるので、調整したりとか、特番をレギュラーの枠に組まなければいけない時は、編成局長を中心に協力していただいています。また、うちは各週でまわしていますから、月に5週目がある場合も、うまく活用できればということで、特番週みたいにしておいて、普段15分しか行っていないけど、1時間やりたいというメンバーも中にはいますから、そういった時のために利用しています。

森谷：今、どんな特番が動いているのですか

中島：今は、正直に言って、動いていません。クリスマスの週や年末については、何かをやるかと考えています。通常だと、28日から3日までは、本放送を休ませようという動きがあります。なるべく局員を休ませることと、新年スタートするための準備をしている時間がないので、そのための切替えにな

ります。もしかしたら、使わせてもらえるのではないかと、企画を募集しているところです。岡田さんの役職は副会長です。夜に参加しているスタッフです。うちは、会長1人、副会長4人、書記会計がいますが、そんなには、動いていない人もいます。

森谷：例えば、これは、局の言い訳なのですが、なかなか市民・ボランティアスタッフは難しいというのをまとめたのですが、お気づきの点はありますか。

中島：ほとんど、当たっていると思います。うちにも当てはまることがたくさんあります。その問題が、気持ちの中にあつた時に、どうやって解決するかということだと思ふのです。そういう体力があるかないか。なければ、市民を参加させるというスタイルの局運営は止めた方がいいと思います。できる範囲でやった方がいいと思います。

森谷：体制が整わないうちに、下手に走り出してほろが出てということがあるのですかね。

中島：あると思います。

森谷：体制ではなく、意識の問題なのでしょうか。では、なぜ市民スタッフを使うのでしょうか。

中島：そこが、ないと何をやったらいいのか、生まれてこないと思います。裏を返せば、うちはこういうことをしたいのですから、あなたは必要で、あなたは必要ではないということが言えなくなってしまう。だれでも参加できるというのはそうではない。うちのクラブにもあります。基本的には、そういう人たちが外れていくというよりは、うまく吸い上げられていないというのが現状ですが、そういう人もリスナーであるわけです。ですから、残ってほしいという気持ちが強いんです。組織でまとまらなければいけないですから、ある程度最低限の協調性がないと、入っていてももらっても仕方ない。それで抜けていただいたという人もいます。

森谷：抜けていただいたというと。

中島：倶楽部を辞めていただいたということです。

森谷：辞めてくださいといったのですか。

中島：そうです。最初は言えませんが、2年目になってスタイルが決まってきた、何をやったらいいのか見えてきている時点にです。本当は、そういう方は入れてはいけなないと私は思うのです。

森谷：そこをチェックするのは難しいですね。

中島：難しいのです。それをしなくてははいけなと思っています。

### <コミュニティ放送とまちづくり>

森谷：どうしても、もう一度お聞きしたいことがあります。コミュニティ局をなぜ作ったのですかと、局に聞くと多くの場合、まちづくりと答えるのです。ラジタカ倶楽部さんでは、まちづくりにどんな形でつながると思いますか。

中島：正直言って、まちづくりはできないと思います。

森谷：なぜ、できないのですか。

中島：高崎を見てもそうですが、音楽センターやシティギャラリー、公民館など箱はたくさんありますが、実際その中で何が行われているかということ、箱だけあればいいというものでもなく、ソフトの部分がついていかななくてははいけな。ソフトは人が作るわけです。高崎市民の中に、作ろうとは思わなけれど、参加しようという意識がどれだけあるかということ、私はないと思うのです。コミュニティ局ができた。それで何か変わるかということ、そこに参加している人の意識や地域の人の高崎にもできたという喜びはあるかもしれないけれど、その先につながらないのだと思うのです。そこをどうつなげてい

くのか。

森谷：矢嶋さんは、聴視率よりは参加率だと言っていますが、ラジタカに参加することによって、ソフトづくりにつながるのでしょうか。

中島：その人が持ってくるものだと思います。持ってきてはいるのだけど、活用していく方法、それをいかして表現していく方法、どれだけその人たちを見てあげられるかということが出てくると思います。大勢の人が参加するのはいいけれど、1、2回関わって、その後出られなくなってしまうということはしてはいけないと思います。そういうことをするのであれば、光る素材を持っていると思ったら、最初はステップを踏んでくれば、そこの中にいられる、永久にいられるのだという形の方がいいと思います。うちもあると思います。いきなり入ってきて、参加してもらっても、やりたいと言ったわりには、あれではといわれるよりは、その人のためにはいいと思うのです。良い悪いの評価は、些細なことで、ここを直せば良くなるのにということ、きちんとチェックしながら、舞台の上ののってきた人とチェックされないで舞台にのってきた人という両タイプがあるのです。でしたら、準備しながらきた人の方が長く活躍できたりするのです。そして、長く活躍することはとても必要なことだと思います。その人たちが活躍してからが、枝が出る時期だと思うのです。最初からは出ない。長く関われる人がどれだけ多く最終的に残るか、増えたということだと思います。入れ替わりが激しいと、枝が出る前に枯れてしまうような気がします。

森谷：枝というのは、具体的にはなんですか。

中島：ネットワークです。つながりもできるし、番組に反映されるものだと思います。番組に反映されなければ、ネットワークやコミュニティはウソだと思います。

森谷：マイクの前に立った人から発していく、つながっていくのがネットワークだということですね。ラジオの前にいる人に対して、ラジタカさんはどのような影響を与えたいと思っているのですか。

中島：リスナーに対しては、もしかしたら、生活のスタイルを変えられるのかもしれませんが。まちづくりにはならない。気持ちの中に残り、形には残らないと思います。

### <市民スタッフの問題点>

森谷：ボランティアスタッフについては、全国的に不満があるみたいですね。

中島：よくあります。まるきりないと言ったらウソです。

森谷：これを抑えたりまとめたり、緩和する人がボランティアスタッフ側にいるとうまくいくのでしょうか。

中島：そう思います。局から物事をおこしてしまうと、すべてそれに対して、局が動かなければいけなくなってしまう。悪いことに相手は市民なわけです。もしも、その中でもめごとがあつて、局に対して反感も持って出ていったとなると、一人が100人に伝わり、悪いことが起こるような気がします。なるべく、そういったことは、局は手を出さないで、同じ市民の倶楽部の中で解決させた方がいいのではないかと思います。中間的な立場にいる堀口さんが、局のスタッフでありながら、クラブの事務局長を兼ねているのだと思います。

森谷：ラジタカ倶楽部は、うまくいっていると視察に来ませんか。

中島：来ないです。そういえば、私に会いたいということで、太田の方がみえました。一度お会いして、うちが抱えている問題点を具体的に話し、組織を作って最初から立ち上げるのは煩わしいし、その中で完結させるのは、かなり時間が必要だし、開局の時期が10月だという話だったので、ほとんど時間がなかったのです。それでしたら、そんなことは止めて、その中で核になる人を配置したスタイルをし

た方が、すぐスタートできるからという話をしました。今は一応、その通りにしているみたいです。

森谷：そのうち、組織クラブができるかもしれませんか。

中島：可能性はありますよね。ただ、そういうスタイルで参加した場合には、難しいのではないのでしょうか。

新規のメンバーでクラブを作り直すという意識で、今のスタッフを入れ替えるぐらいのつもりでクラブ組織を作っていないと、難しいのではないのでしょうか。

森谷：他に、立ち上がりが早かったというところがありますか。

中島：立ち上がりが早いというのは、うちも経験していることですが、スタートが大切だと思います。いかに地域に対して、インパクトを与えるかということが、最終的には利益として返ってくるものだと思います。どこの放送局でも赤字を抱えている状況です。それほど、地域の人たちがメリットを感じていないから、そういうことが起こるのだと思うのです。立ち上がり当初から3年間もたもたしたら、終わりだと思います。最初の半年間、注目されているうちにインパクトを与えて、その中で回収していかないといけない。これは局側の考え方になってしまいますが、それをベースにして伸びていくことができるかどうかは、早くスタートして、軌道に乗せることが一つの条件だと思うのです。

森谷：立ち上がりが早ければ、早い時点でインパクトを与えられるということですね。

中島：そう思います。余力はあると思います。うちは、1年以上構想より遅れていると思います。開局当初からいろいろな問題があって、クリアしなければいけないのに、それが今現在、解決されていない部分があると思いますし、指示形態、組織上の問題、パーソナリティ、個人の問題、パーソナリティの中でのまとまりの悪さ、連携のとりづらさがあると思います。少人数でやらなければいけない局ですから、まとまっていなくてはいけません。それが分散してしまったら、手間やコストのかかる番組の制作形態になると思います。

森谷：パーソナリティ間の分散が、コストがかかるというのはどういうことですか。

中島：それに対しては、一つの番組に関わる人間というのは限られてきてしまいます。そこで連携がうまくいかないと、あの二人は仲が悪いから、別にしてやるとすると、同じ人数のサポーターが必要になってきます。ある部分では、企画物をする時に全員の力を借りながらやらなければいけないのに、あの二人を組ませると大変だとか、そういう問題があるのではないのでしょうか。社員として入ってきて、その場所にいられるというスタイルが一番良いのかどうか、うちは契約の社員もいらっしゃるようです。ある局では、9名か12名の契約社員を入れたアナウンサー・パーソナリティを全員首にして、入れ替えたと言っていました。そこから、収益重視型の体制に変えて、きちんとした社員として採用し、新メンバーでスタートし、県域放送並みに収益があがっているという話を聞きました。うちもクラブだけ残っても仕方がないわけです。一緒にやっていたらいけない部分が、当然出てくるわけですね。

森谷：収益や資金に関して、市民スタッフは一切関心を示さない。それはそっちの仕事であろうと関わってこようとしないと書いてありましたが。

中島：そこが、本当に難しいです。自分たちが関わられるような場を与えてくれているから、参加できるわけであって、協力できる場所は、お互いに協力しないとイケないと思います。局の人は言いませんが、もしかしたら、市民スタッフの関わる市民参加型の局を目指しているだけでなく、その中から、自営で何かをやっている、知り合いに会社を営んでいる人たちがいて、本当に局が困った時に、何かお願いができるのではないかと部分もあると思います。その範囲なら、市民でもできるわけです。契約書を持って行って、サインをもらってきてというわけではないのですから、知り合いにどうです

か、という入口というか光をさしてくれるような作業でしたら、市民の人もイヤだと言わないと思います。それは、やはり意識だと思います。

### <市民スタッフと営業活動>

森谷：市民スタッフは、景気の安定化ということでもあるかもしれませんね。

中島：本当は、うちみたいな組織ができて、自分たちで運営できないといけないと思います。ということは、営業活動をしていかなければいけないということで、そこをどうするかが問題になってくると思います。

森谷：地元の商店が月に1万円ぐらいたして、市民が5000円を出すから、続けてほしいということになれば、景気が安定してくるのでしょうか。

中島：そう思います。

森谷：全体的に行政がお金を出したり、大企業がお金を出したりするのではないかもしれないですね。

中島：地域の放送局ですと、そういったものを基盤にしていかないと大きなお金が必要です。コミュニティ放送でしたら、その下レベルのお金の大きさでいかに数を集めるかというスタイルをとらないといけないと思います。

森谷：あそこだったら、お金を出してもよいと思われなくてはならないですね。お金を出すことによって、俺のラジオだという感覚になってくるでしょう。

中島：CMを出すということは、そういうことだと思います。相手が望んでいることがあるから、それは要望で、タダであげるわけではないから、これを使ってうちのために働いてくれと言っているのと同じです。そのためには、その効果を生み出すのは、周りに生活をしている人たちです。例えば、Aというラーメン屋さんがあって、「うちは売り上げもないのだけど、CMにお付き合いするよ」というのは、その裏には、お客が増えてくれればというのがあられるわけです。お客というのは、ラジオ局地域に生活している人たちなのです。その場所に対して、メリットを出せるかなのです。先ほど行政・商業に対しての話にもありましたが、いろいろなことが結びついて、立ち上がりをうまくし、期間を短くして、メリットを生み出すという話をしましたが、その部分ができ、なおかつCMが入ってきて、お店自体もメリットを感じてくれて、地域が動いてと一体なのです。コミュニティ放送の場合は、他のエリアからの効果はないと思います。電波は他のところでも聞こえていたりしますが、なかなかそういう人をリスナーとして確保するのは、難しいと思います。

森谷：CMを流してくれる人から見れば、他のエリアの人は想定していないリスナーですよ。

中島：生活圏ではないですから、大きな会社がCMを入れるのであれば、生活圏外の人たちでも影響があるかもしれませんが、コミュニティ放送の場合はそうではありません。生活している人たちが、営業のターゲットであって、求めているのも自分たちの商圏の中にあるわけですよ。

森谷：CMを出すお店があり、ラジタカがいて、ラジタカさんの放送を聞くリスナーがいて、リスナーがCMを出した店に行くというめぐるような関係が望ましいわけですね。今、CMの話ができましたが、それ以外にはないのでしょうか。

中島：あると思いますが、この世の中、波及するほどのものがあるかどうかですね。また最近感じているのは、放送する番組を制作するだけではダメではないかと思うのです。局の営業はお金を稼ぐための営業だと思うのですが、私たちの営業は、リスナーを確保するための営業活動が必要だと思うのです。聞いてもらうことが第一になってきますから、ピラを配るなどの活動をする。イベントに参加して、ラジ

オ高崎・ラジタカ倶楽部を地域の人々に認知してもらうという活動、番組表を見てもらうのではなく、ラジオ高崎76.2という単語を早く覚えてもらうという活動が必要です。中での活動以外で、外での活動を7割ぐらいにしたいのです。番組の制作を3割。ただ、それがなかなかできないというのが現状です。

森谷：パーソナリティは何をやっているのですか。

中島：イベントに参加したり、祭りやえびす講などに参加しています。局が参加する外へのイベントにも関わっています。

森谷：イベントなど見た人は、局の人だというよりは、スタッフとして参加している市民が、一生懸命宣伝していると思う方が印象はいいですね。

中島：本当はそうなのです。去年の高崎の祭りは、局のお手伝いという形で雑用中心に行いました。今年は、テントを出して、そこに機材を持ち込んで、いろいろなことをしたのですが、実際にパフォーマンスをしても、ラジオ高崎という名前が最初に印象づけられてしまうのです。倶楽部というものをいかに印象づけるかは、大変難しいと感じました。

森谷：市民スタッフという旗を掲げてみるのはいいかもしれません。

中島：ラジタカ倶楽部ののほりは作ってあるのですが、それは出してはいるのですが、意味的というか、周りから受ける雰囲気は局とみますから、下手なことはできないし、そこそこのことをしなければいけない。倶楽部をPRするのは難しいけれど、ラジオ高崎という名前がPRされるというのは、間接的に自分たちに返ってくるものだと思うので、それでいいかなと思っています。外で活動できるメンバーがいかにいるかが大切なことだと思います。

### <シビアな運営>

森谷：ピラ配りをしたいと思って倶楽部に来る人は少なく、マイクの前に立ちたいわけですね。

中島：私の方で集計はしているのですが、ほとんど、番組に参加しているメンバーが外に出ていくわけです。実際、核になっているメンバーがそのメンバーですから。その中で、だれが参加したかを一応リストアップしています。例えば、番組の編成の時に、AさんとBさんが、こういう枠が欲しいと言った時に、イベントに参加してきたかを参考資料にしています。「どうして、できないのですか」と言われた時に、「君はイベントに参加してこなかった。彼女はそういう活動してきた人なのだ」というものをもっていなければいけないと思います。

森谷：ラジタカクラブでは、会社や人事のマネージメントみたいなものになっていますよね。

中島：そうですね。ボーナスの査定と同じです。人が集まれば、そういうことも必要になってきてしまいます。今回は、君ではないが、こういうことをすればみんなと同じように参加できるという意味で言っているわけで、差別化するためではなくて、努力してきた人が出演できるというシステムを作っておかないといけないと思うのです。会社でしたら、評価をするのは簡単だと思うのですが、頭にコミュニティとついている以上、いつもそれがつきまとうのです。制約が出てきてしまう。こんなことをすると、うちの意味合いがなくなってしまう、でもしなくてはいけないと、自分の中で自問自答しています。

森谷：コミュニティ放送だから、みんなで仲良くしていきましょうという発想に、そこにボーナス査定が不可欠だということを考えているところは少ないのではないのでしょうか市民放送局だから、たくさんの市民に関わってもらうのだと掲げるのですが、実際は厳しい、シビアな世界が待っている。

中島：実際は、それが現状だと思うのですが、シビアなふるいをかけるにしても、裏付けをきちんと説明してあげないと、相手は人ですからわからないだろうし、納得してもらえないと思うのです。ただ言わないところもあります。会費1500円を払ってもらっているわけですから、お金を払ってまで参加している、なかにはお金を払っていても参加できてないメンバーも実際にはいるわけですから、私自身は外に出ていけないものですから、他のスタッフはいろいろなところへ行っています。勝手にやっていますが。

森谷：厳しい査定とかあって、辞めてもらうとか、そういう悪役がいるところも他にあるのですか。

中島：あるみたいです。コミュニティ放送協議会の会があって、いわき市に行かせてもらったことがあるのです。ある局の方と帰りが一緒になって、いろいろな話を伺いましたが、問題だけを聞かせていただいても、うちに当てはまるものと当てはまらないものもあるし、グチをいっても仕方ないですね。うちの中のことで、自分たちでどうやって解決していくかを一番に考えていかなくてはいけない。今の倶楽部のスタイルで、完全に形ができたわけではないですから、できた上で問題の解決をしようかと考えています。あまり、参考になるところはないと思っています。

森谷：それは、高崎さんが進んでいるからですよ。

中島：口を挟む人がいると、なかなか決まらない。いろいろな意見を持っている。時間にもなりましたから、とりあえず、終わりにしましょうか。

某局スタッフ 田中さん(仮名)  
1999年2月6日 19:00~20:30  
インタビュアー：森谷

<文化祭的なノリの評価>

森谷：これまでの調査結果をまとめた資料を持参しました。

田中：参考までに、拝読はさせていただきました。

森谷：ご批判、ご指導をいただけますか。

田中：なんというのでしょうか、学術的にフローチャートにまとめていただいていると思うのですが、少なくとも私を含めて、コミュニティ放送の上において、例えば日大の芸術学部、早稲田の政経学部など大学で専攻していたり、メディアに入るコースに学んだ人は皆無に等しいと思います。そういう専攻をしてきたのであれば、地域局の制作第一部などに入れているだろうと思いますし、ですから、寄り集まりの集団といえますか、現場主義で行っていますので、その方々にこれをそっくり見せて、どうですかという反応をとったところで、たぶん答えは返ってこない気がします。現場という広い意味があると思いますが、ただ無意識のうちに、その日が流されて、毎日やっていかなければいけないのが現状。改めて、第三者的にこれはこうだからとロジックに考えている暇がない。その辺がどうかないと思いました。今日は、現場についてのお話をできれば進めていただきたいと思います。

森谷：現場から見て、生の声をうかがおうと思っているのですが、ここは違うというところがありますか。

田中：確かに、的を得ていると思うのですが、これを見て、今の現状が把握できるかといえば、たぶん、現場も一般のリスナー、これからコミュニティ放送に参画する方々も含めて、わかりやすいとは言い難いです。どうすれば良いのかはわからないのですが、観点の違いというのが存在すると思います。例えば、アンケート形式によって、集計をチャートにしていると思うのですが、「こういう質問は、ああいう質問は」ともって掘り下げて、考察していただければいいなという気はしましたね。ただ、漠然とし過ぎているというのが、正直な意見です。

森谷：あなたの局では市民スタッフを使っていますよね。某局の意見なのですが、すごく文化祭的になっているという生の声があります。市民スタッフはがんばっているけれど、ノリが文化祭的で、自分たちだけで盛り上がってしまって、それでおしまいというような傾向。本人は、楽しいからいいのだけれどという話なのですが、どうでしょうか。

田中：私のところでは、市民スタッフという呼び方もあるのですが、ボランティアスタッフと呼んでいます。ボランティアの定義とは、あえてここでは割愛させていただきます、要するに無償の奉仕に近い形で無収入で参画していただく。であるが故に、経営・経済面などについて介入をしない、一種の外郭団体と捉えていただければ良いと思います。

その中でも、開局から来ていて、現場を見て参加してから、意識が変わった人はかなりいます。それまでは、正直に言って、こういうメディアができた暁には、自分はこういうふうに参加したいという思いは強いことは確かです。文化祭的になってしまう、おそらく若い方々に多いと思います。それに一つ付け加えるとするならば、放送やメディアに参加するための段取りとしての学校が存在しますね。専門学校の種類によっては、まじめに捉えてこの世界でやろうと志している方と、とりあえずミーハー感覚で行っていいところがあれば、入ってしまえばよいというノリで学んでいる人も少なくないです。

でも、一応、冠がついていますので、素人とどちらを採用するかというと、肩書きが付いている方を採用ということにもなりかねません。ただ、そこで一から十まで教えているかというと、1時間の番組を作ってみましょうというオンエアーを行い、シートの書き方、フォーマットの作り方、機械の操作の仕方など、手取り足取り教えてもらって、それで完全にできていると思っているのです。こういう感覚はこうだよねという、業界にかじった部分ばかりが先行してしまって、そういう方々が流れてきて、社会経験がないが故に、放送する以前に社会に出ることが分かっていないということがあります。その方々を相手にして、FM局は時間が、アンタイム感覚、要するにずれ込んで時間の長さを自分で考えていかなければいけないので、実践力が問われます。ですから、例えば電話の対応にしても、紙面のことを教えてもそれ以上の対応ができないと困るのです。その点で、社会経験がないが故にということに、文化祭的なという置き方がなされていると思うのです。

お金が出る出ないの意識、これもしかりで、結局お金を支払って教育を受けている段階と、お金をもらう立場、作品を作ったり、自分が仕事をした上でベイされるのが逆転してしまうということすら、社会に出ても分かっていない、だから、言いたいことも言えない、ここは呑まないといけない、いわゆる社会・会社でのルールがわかっていないと思います。当然、開局といえば、みんなが手探りの状態なのです。ですから、少数精鋭、しかも一人のウエイトはかかりますから、その辺をボランティアに頼らざるを得ないのが現状です。まずは、社会的にルールとマナーと常識をわかっている方でないと、はっきりいって参画していただくというのはしんどいです。

特に、三セクというと、余計にフラットなものを求めますから、100人いるうち、1人をいれないと、フラットにならないと言っていたら、他の99人が足止めをくらっている状況が往々にありますので、少数派の意見も大事ですが、弱っている人を救ってまで行っているわけにはいかないのです。

森谷：中には、意識が変わった人もいますとおっしゃっていましたが、どんなふうに変ったのですか。

田中：それも特定に挙げることは難しいです。生放送と収録して行う放送というのは、放送にのせることは同じなのですが、時間の感覚や作り方など根本的に違います。人によっても違うと思うのですが、ディープなところまで追求している人というのは、自分の担当している1時間さえ、だけ完璧にこなせたら、後は誰かがやってくれるだろう、この棒を貰っているのだから、ここは任しておいてとあって、時間をたっぷりかけられるのです。ただ、他のことになると、お座なりになってしまう。

しかし、局員は番組を制作することにも力は欲しいですが、放送自体を安全に安心して滞りなく発信していくのが、基本的な仕事ですから、そういう所にかまっていられないというのもあるのです。そういう仕事が見えていない方をお願いすることになると、結局はこの部分は作り込んで、それも固まっているものもありますから、それを解きほぐすのにどれだけ時間がかかるか、かといって、無料で行っているのですから、示唆することもできませんね。私たちはただで参加しているのに、そこまで言われなければいけないんだ、そういう方も中にはいらっしゃいましたが、局に出入りしていただいて、局の現状、仕事の内容、時間を含めて見ていただいて、実際、収録していた人が生放送をするようになりました。すると、途端に自分の弱い所、わかっていない所が露見してくるわけです。それは、局員ができるスタンスにおいて、物事を言うのですが、初めて大変なんだと、ミイラとりではないのですが、ミイラ取りになったつもりがミイラになってしまったという、自分も送り手側の意識が変わってくるのです。

だから、新参の人がいらっしゃった時に、自分の過去の姿を映してしまい、目から鱗が落ちるように分かっていただけのきっかけがあります。そこまでいくのに、だいたい参画していただいて、生放送

で1クール持っていただくくらいのしゃべりをしていただかないと、その辺は見えてこない。後は人柄によりますね。

森谷：局の人が持っているくらいの広い視野や局全体のことを考えてくれるなど、だんだんできるようになってくるのですね。

田中：ある程度、育てないといけないというところはありますね。

森谷：最初は、自分の枠だけ作ればいいと思っているのだけれど、実際、生放送を行ってみたりすると、だんだん視野が広がって、局の人は苦労しているのだなあと思うわけですね。

田中：そういうところまでしないといけないの、というのが見えてくるのです。実際、自分ができなかったことが、アドバンテージとして、自分の思い通りのイメージがいつも簡単に作れてしまったと、やはりかなわないなというところのスタンスは、大事だと思います。最低限、局の人間というのは、できないと駄目なのです。

森谷：局員は、半歩先にいるのだけれど、ボランティアスタッフにもここまで上がってこいよという形にいるのですか。

田中：上がってこいよということでは、自分より年上の方は当然できませんから、社会におけるその方のポジションをたてながら、大人対大人の会話のうちで、現実的に物事を解決していこうというスタンスをとらないといけないと思います。

森谷：そういうスタンスをとりながら、局全体を考えるとというレベルは上がってほしいと願っているわけですね。

田中：そうですね。共感を呼ぶことが一番大事だと思います。ツーとカーの話がかみ合ってくれば、見識のある方でしたら必ずわかっていただけるのです。そこでも、わかっていただけない方は、やはりこちらでも変な話、ある程度ふるいにかけさせていただかないと仕方がない。そういう方がコアとなって、次の方を育てていけば間違いがないでしょうし、そういうことを繰り返しているうちに、チームリーダーが自然発生していくわけで、その辺ができればしめたものだと思います。

### <市民スタッフとその組織化>

森谷：今、ボランティアスタッフは何人いるのですか。

田中：名前登録は100名は満たないですが、数10名。二桁の後半の方ですね。

森谷：実働はどうですか。

田中：実働は、今生放送で入っていただいているのが、3人ぐらい。パーソナリティーとしてです。

森谷：他の人は何をしているのですか。

田中：後は、収録によるスタイル。例えば、オンタイムに来られない、生で話すのはこわい、機械の操作が分からない、いろいろな要素が絡んできます。ですから、その方々には、局員のお手伝いをするという形で制作に携わってもらっています。おしゃべりさんというのは難しいですが、ライターさんなどバックの方をもっと強化しないと、ネタが集まりませんから難しいと思います。声だしはしているのですが、ただ、時間の都合、局のカラーと違う、自分のやりたいことが模索できない方もいますし、そういう方々をどのように取り込んでいこうかという計画を練っています。

森谷：募集はしていますか。

田中：募集は、随時しています。

森谷：増えていますか。

田中：ただ、今は現状どまりです。

森谷：来るべき人は来たという感じですね。

田中：一時募集は終わりですね。後は、育てていくことしかないですね。

森谷：あまり、関わっていない人をどうやって取り込んでいくのですか。

田中：今のスタンスとしては、リスナーでいるか、送り手に代わられるだけの自分の意思を持ってきてくれるか、どちらかでしょうね。この辺は、人口2万人、隣の市を入れても10万人位、その中で結局残るところは、今ぐらいではないでしょうか。自分たちが発掘できてない部分もあるのかもしれないけれど。

森谷：ボランティアスタッフがいて、その中にリーダーが生まれ、組織を作って、たまには、バーベキューをしたり、花見をしたりというのはないのですか。

田中：これから、コミュニティ・クラブを作ろうと動いています。仕事を持っていらっしゃる、大人の方ばかりなので、骨組みだけ作れば動いてくれるかなというのがあります。ただ、一番厳しいのは、お昼の時間帯、平日の番組、趣味・嗜好の番組ではなく情報を伝える番組に深く関わっていただける方があまりにも少ないということ。これは、しんどいです。

森谷：市民スタッフ、ボランティアスタッフというのは、だいたい20代、30代の女性というのが相場なのですが、どうですか。

田中：うちは、逆に女性が少ないです。

森谷：年齢的にはどうですか。

田中：20代後半から30代の男性ばかりです。

森谷：その年代の男性が、平日の昼間、番組に関わるといえば、自営業の方ぐらいでしょうね。

田中：ですから、実際にこれる時間帯もあるかもしれないのですが、とりあえず、うちから一切報酬は出せない、交通費も出せない、となると後はスタッフのサポートをしていただくか、自主番組を作っていたくしかないのです。となると、私どもからこういうスタイルでやってくださいとは言えなくなってしまいます。放送上では言えますが、中身までは問わないということになっていますので。ですから、どうしてもFMの感覚の放送を求めがち。コミュニティ放送ですから、ゲストを呼んだりはしていますが、県域放送やおしゃれな放送を目指して、自分がパーソナリティーとしてやっていきたいというスタイルに固まってしまうことは否めません。おじいちゃん、おばあちゃん相手に広い顔を持ち、トーク主体のAMのようなものを求める方がしんどいと思います。

森谷：リスナーはどうですか。つまり、リスナーの方は、おじいちゃん・おばあちゃんを中心に、犬猫がし身近な話題の番組を求めているのか、それとも県域FMみたいなおしゃれな音楽放送を求めているのか。

田中：私どももアンケートを行っているのですが、はっきり言ってつかめていないというのが正直な意見です。ターゲットはつかまないといけないのですが、おぼろげに見えるのが、車のリスナーが半分、在宅が半分ということです。聞いていただいている時間が、不定期なのですが、車の人も在宅の人もどちらかというところ、お昼の時間帯が一番多いかなというところなのです。本当に健康的な局ですよ。ですから、本音の部分がでてくる、どろっとした番組ができればいいと思いますし、狭いですから、当然地元の人が話していると、頭の文字だけを言ってもわかってしまうのです。当たり障りないことを言っても面白くないのです。面白おかしく話をしようとする、中傷されたという意識に捉えやすよね。ですから、お昼の番組でも情報源が出にくいところもあります。私自身も地元ですので、あまりいけないことは言えない。後は50%行政が行っている。今でこそ認識していただいているが、最

初の頃は、「公務員でしょう、8時間労働、給料も公務員と同じ、週休二日制、いいよな」と言われました。私どもは全部ありません、民間で行っていますから。私も転職組です。以前持っていた職業を蹴ってまで、ここに採用していただいたのですが、見ると聞くとでは大違いですね。

### <第3セクターにおける行政>

森谷：行政の関わり方はどうですか。

田中：その点についても、公にはないのですが、圧力的には水面下で感じます。例えば、コミュニティ放送で、共同体・住民主導でゆくのであれば、当然、下からの意見の吸い上げというのは、放送局が代弁者となって、然るべき担当の方と対談して、一つの結果を出すという番組を企画したとします。これは私どもではできません。どここの窓口を訪れたのですが、5分ほど窓口には誰もいなかったというハガキが局に届きました。当然、ハガキが届いたのですから、私どもは読みますよね。問い合わせさせてどうなっているのかと聞いたところで、解決できないと思いますし、こういうことがないようにしていただきたいですねと口を和らげて放送で言ったつもりが、5分もしないうちに、電話がかかってきて、いろいろと事情があるのだから、そういうことがオンエアにのる前に、連絡をしてくれ、善処はするから、そうでなければ、行政側の言い分ではないではないかというのです。言い分とかそういう問題ではないでしょう。住民が主導ですと言ったところで、今の役所のスタイルからしては、絶対的におかみから告知をするだけであって、意見を吸い上げるということは乏しい。これは、日本全国どこでもまかり通ることですよね。そういうことがわかっていない。局と行政で、窓口は取り決めているのだけれど、結局はこの時間言っているのではないかと終わってしまっている。本当に住民のために、あらゆる手段を使って、多少お節介なところまでしているのかというと、それは難しいです。

森谷：公式には、行政は、番組を買っているのですか。

田中：買っていただいています。

森谷：情報の内容については、お任せなのですか。

田中：それは、少し変わってしまっていて、防災というところから、私どもは出発しました局ですので、文化的な向上もさることながら、まず防災に有効であることが第一。ハードはたてたが、ソフトはどうしようということになったのです。私どもが受託していますが、行政マンがいざと言うときに、マイクの前で一連のことは話せないとおかしいのではないかと、せっかくだから、そこまで行おうということで、10分間の広報番組を体験していただいています。これは、開局時から行われています。その分のタイムを買っていただいているということがあります。当初の計画通りにはなかなかいかないのもあって、こちらが手を差し伸べるような形で行われているのですが、どこまでどうしたらいいのかが難しく、何度も話し合いをしました。

森谷：他の局でも、市役所の職員にマイクを持たせています。なぜ行っているのかというと、防災時にきちんと話せるようにという配慮なのでしょうか。

田中：それもありますし、行政マンはこれだけやっているというアピールもありますよね。そうすると、リスナーは、たどたどしい読み方をするのであれば、原稿があるのならきちんと分かるように話してほしいという意見がきます。これは私どもにきますが、行政にはいかない。本体の取締役や株主の方からも、行政というのは、間違いがあってはいけないと思って常々業務をこなしていらっしやる。だから、それについてサポートするのは務めではないかと、私は言われまして、担当者と話し合いをしました。私どもに落ち度があれば、改善させていただきますと話しました。結果として、それはそれが

目的であるから、現在のスタイルを変えてもらっては困る、読みにくさや業務に上積みされているという意識の局職員がいるのならば、そちらを是正するべきだということなので、このままでよいと了解を得て私はその質問をした取締役や株主の方に返答しました。すると、まだわかっていない、そういうことではない、我々はサービスを提案・提供していく営業をしなければいけないと言われました。ですから、根本的に考え方が違う。取締役や株主の方は、クライアントがいいといえば、絶対なのです。その辺がどこまで分かってらっしゃるのかなという気がします。

森谷：第三セクターといっても、中身はたくさんありますよね。ほとんど口を出さない行政もいれば、もっと口を出してくる、もっと使おうとする行政もいる。

田中：やはり、開局前からこの仕事に携わって、全国の他の方を差し置いて、偉そうなことは言えないのですが、今まで行政は100%出資できなかったのですが、法律が改正されたこともあり、規制緩和で出資できるようになった。前々から私は言っているのですが、それは洗脳のような放送、一方的なもの、行政・広報がマスメディアをコントロールし始めたら、これほど怖いものはないのです。それだけでなく、ものを言いたくてもグチしか言えないのが現状で、これ以上コントロールされてしまっただけではない。本当は逆なのです。住民の方々、リスナーになっていただく方にもお願いしたいのですが、もっと有効活用してください、どんどん突き上げてください、私どもへのクレームも聞きますし、役所に対するクレームも聞きます。こういう番組を取り扱ってくださいという陳情が上がれば、私どもは扱わないわけにはいきませんから、然るべき場を作ろうとします。できるかどうかは分かりませんが、そういうことがあって、初めて私どもは動けます。私どもが逆にたたくような形で言っても、却下されるのが落ちですから、住民の方から意見が出ないと動けない苦しさはあります。

森谷：それが、出てくれば強いですね。

田中：そうですね。三セクといっても、出資率は良くても3割ぐらい、筆頭の株主になるようなことは避けたいですね。今後、もしどこかが開局するのであれば、それは懸念した方がいいです。

森谷：行政側からすると、自前メディアになるわけですよ。今まで紙メディアで、広報を配っていたのと同じノリで、紙ではなく、どんどん言いたいことを言う、伝えるという自前のメディアが欲しいという行政も多いですよ。その点、コミュニティ放送というと、お気楽に使われてしまっている。

田中：でしたら、人も出してほしいです。9時-5時でいいのです。その番組は、自主スタッフで、要するに出向していただいて、自分たちの得意なテリトリーだけをやっていただいたら、私はいいと思います。それ以外は、タッチしていただかなくて結構です。

森谷：9時-5時以外はいいい。

田中：そうです。9時-5時で、お昼にお伝えしたい情報をコアにおこして、発信するという感覚でよいと思います。ただ、やっていただいたら分かると思いますが、しんどいと思いますね。

### <コミュニティ放送とまちづくり>

森谷：話題をかえますが、田中さんにインタビューをしようと思ったのは、ここが非常に面白いと思ったのです。AMとFMの違い、個人的に気になったのはここなのです。また、地域局やAM局の問題に比べて、文化的にまちづくりができるものを送り出すことが良いと言っているわけですが、この2点について教えてください。

田中：たいしたことは言えませんが、日々どうしていけばいいのか、お金につながればもちろんいいのですが、せめてお金につながらない、公共的な思いにしても、郵政省からきているお達しによれば、結局、

文化的にまちづくりが向上できるような伝達手段や集合体であるべきだということで、コミュニティ放送というのは定義されているわけです。

森谷：その辺はよくわからないのです。まちづくりといえば、道路や空港を作るのを思い浮かべてしまいます。

田中：そういうハードな面でどうしたらよいのか取り上げるのもまちづくりの一つだと思いますが、住民の意識、そこに住んでいる方の意識の改革、有用性を持つということ、自分がこういうことをすれば、他の人にこれだけの影響が出るとか、そういったところでもう少し公共的な見識を高めていただきたい。そのためには、センスも問われるでしょうし、常識的なことはもとより、自分の我が強く出ているところはたしなめられる。でも、個人にたしなめられれば、恨みになりますが、みんなの意識がそうであれば、それに参加したければ、合意に従うしかないわけです。そういうウエーブ、大きな波を私ども送り手の責任として、提供していくことが、やがてじんわりと浸透してくる。

例えば、インターネットのイの字も知らなかったお年寄りでも、私どもの放送のコーナーで何気なく聞いていて、そのうちにそんなものがあるのか、最初はそれで良いと思うのです。英語を聞いても分からなかったけれど、そのフレーズを聞いているうちに、観光で外国の方がいらっしゃった時に、何となく分かり、イエスやノーで答えられるようになったと、今まで毛嫌いしていた人が、少しでも何かをやってみたいという気持ちになる、そういう意識の改革だけでもできたら、私は儲けものだと思います。

森谷：あなたの局には、外国の方は入っていますよね。あの人が実際しゃべったりしているわけですね。

田中：実際、それが番組に反映されているのかといえば、まだまだな所はもちろんありますし、コンテンツとしては、あるの在日の方が中心になって構成している放送局までは、全然いかないですが、ただ、この辺では、英語ができる、できないにしても、しゃべる機会もないですし、習うとしたら、莫大な暇と費用がかかり、周りの目もありますよね。私が小さな時、ピアノを習いたかったのですが、ピアノなんか習ったら男らしくないという周りの意識があった。周りの意識がそうでなければ、私はすんなりピアノを習うことができた。そういうことを含めて、都会に染まることはしなくてもいいと思うのですよ。自分の意見を口に出して言えるようになろう、そのためには勉強しなければいけません、そういう機会を持たなければいけません。私どもの放送やメディアを聞いていただくことによって、ここでこんなに面白いことをしているから、聞かないと損、聞くことも参加することなど、そういう大きなウエーブが作れたらということですよ。

今まででもAM局では、情報の伝達手段、正確性、迅速性が第一でした。それはコマーシャルが発生するから、聞いてもらえないといけない、民間であるが故に正しく伝え、聞いてもらうかというNHKなどのスタイルに近いものがありました。分刻みでプロフェッショナルなトークで、機械もそろえて、参加していただくにもきっちり時間を計って、電波は安くないですから、ここまでは聞くけれど、ここから先は出しゃばってこないでという意識でした。これも大事なのですが、それに比べて、コミュニティ放送は敷居が低いとされています。逆に言うと、危ない面もあるのですが、どんどん参加していただける機会がある、一部の電波マニア、音楽フリークのものだけではなく、総合的に多くの人が出演するだけ、放送局のカラーも大きくなりますから、その辺を早く気付いてほしい。私どもを利用していただいたら、企業は黙っていない。影響力が出てくるわけですから、のせないと損になるわけです。その点で営業をかけて、良い番組を作ることが、今は先決なのではないかと思います。

森谷：いい番組というのは、単純に言って、聞いてくれる番組ですね。

田中：聞いてくれる番組というのは、人が多く出てないと、聞いてくれないのです。音楽がいくら流れていても聞いてくれないのです。狭い範囲では受け入れられますが。

森谷：隣のおばちゃんが出たとなれば、聞きますよね。

田中：聞きますが、そこにもしんどい部分があります。その人に話題性がないと、しんどいのです。話題がない時はなくて、ある時は目白押しにあるというものです。例えば、ある飲食店では、7、8月の2カ月で1年間がペイできるだけの売上になるのです。放送においても、同じことが言えると思います。シーズンで稼ぐだけ稼いで、暇な時は冬眠状態でじっとしておかないと、赤字は増えていくばかりなのです。ダラダラしては駄目なのです。それができればよいのですが。しかし、24時間、365日ですから、当然流せば流すほど赤字が累積されていく、これはどこでも抱えている悩みだと思いますが。

森谷：具体的に聞きたいのですが、番組の中で文化的なまちづくりをやっている、狙っているところがありますか。

田中：そうですね。文化的にまちづくりができるという観点も将来的には、先程申しあげた通り、広い意味で広域的に行政サイドも動いてくれるような、生のコンテンツを増やして、人が多く出入りするような放送局にしたいと思っていますが、行政の方々はお昼の番組を増やしたいわけですね。私どもとしては、週末の観光客に聞いていただける番組、いわゆるFM放送という番組、曲が多少多くなってもかまわないから、知識とその裏付けがきちりとれている番組をしたいわけですね。隣のおばちゃんが話すことというのは、自分の範囲のことを話しても、それがネタにつながるかということ、聞いて終わっているだけなのです。ではなく、いろいろなコラムや参考文献、裏付けをできる時間をもっとほしいですね。私がリスナーとして聞く時もそうですが、ラジオで面白いことを言っているなど、つい耳を傾けてしまいます。その内容というのは、人が持っているだけの知識の数でしかないのです。どうやってネットを駆使して調べようか、文献を買って読もうか、無理なのです。

そのまちづくりの話ですが、具体的に出しますが、AM局は、音があまりよくないし、曲も1コーラスで切ってしまう。後はNHKでは、音質は素晴らしいのですが、今一つ面白くない。民間のFM局として、若い方々からリクエストをもらって、それに対応していく。リクエストをもらうというのは基本中の基本で、メッセージが重要。「今日は腹立つことがあった」、「今日はうれしいことがあった」を皆さんに伝えて、「これはおかしいのではないか」、「あなたの言うことは違う」など書き込みみたいな番組を作って、そこからみんなに参加してもらって、ものを言おうという番組を作りたいです。それと、こんな音楽が今の感覚にはベストですと、若い人だけを捉えていないのです。私はどちらかということ、古い曲もかけています。個人的なのですが、今の流行りの曲は好きではありません。昔からある心に残る音楽もかけています。私どもは開局してから間がありません。今は遅れをとっています。かけたい曲は何万曲もあるのです。今まで、この街はメディアを持っていなかったんで、伝える手段がなかった。音楽は共通語です。どんな人でも、言葉がわからなくても、音楽を聞けば分かるということがありますから、そこをもっと広く出していきたい、そこがまず大事だと思いますね。

森谷：例えば、ある局の例ですが、ゴミの出し方というテーマで投書などを行ったのですが、ある時間帯、そういう話で盛り上がったというのがあるのですが、そういう事例はありますか。

田中：それは、私どもも多少といわず、参考にさせていただいているものもあります。他のタイムテーブルを見て、合うもの合わないものを選択して参考にしています。これからも2クールを一度にやっていきたいと思っておりますし、土地柄、やらないといけない課題でもあったので、その辺についてはスムーズ

にできました。行政からの協力体制もあるので、それも含めて電波料として、年間にいくらという形で行っています。私どもの統括が出向で来ていますので、その辺の疎通はできています。けれど、住民がこうであるから、こうだと動いたのではなく、行政側が対応しています。

森谷：行政側から出向していれば、スムーズですね。

田中：その辺は、強みはあります。意見の話し合いが早い時もあります。それは、メリットだと思います。

### <FM放送であること>

森谷：FMである必要はないという局がありました。雑音だらけ、音質が悪くてもよい。つまり、音質や音で聞くというよりは、雑音だらけでも聞きたいコンテンツを聞くのだというのです。昔、FMが入らない所に住んでいた時に、AMで好きな曲が流れてくれば、必死になってラジオにかじりついたではないか。AMかFMという問題ではなく、問題はコンテンツだと言っていた局があったのですが、それについてはどうですか。アンケートを見ると、AM・FMこだわっているようですし。

田中：それについても、土壌が違うと思います。この地域においては、今までNHKを除いて、そういうものがなかったということもあります。ですから、電波特性で難聴対策においてもそうなのですが、県域が聞こえて、なんで聞くことができないのという所もありますよね。いちいち説明しなければいけないということもあったのですが、ただ、問題はコンテンツだとしている方々は、私どもよりもっと高い志の上で、そういうことは関係なしに、煮詰まっているのだと思います。最後に勝負できるのは、トーク、内容だと、やるべきことはしたけれど何故レートを伸びないのだろうと、中身が面白くないのではないかと、そこまで煮詰まってるしゃる方々が、多分最終手段としてそこに行き着いているのだと思います。私どもはそこまでいかないですから、トークによってカバーできる面もありますし、聞こえなかった所にいい音楽が流れていたり、きっかけの一つとしては認めますが。

個人的には、最近エアーチェックをしなくなったのですね。私たちの年代というのは、CDもなかったですし、レコードも高かったし、レンタルするにもままならない状況で、FMから録音するしかなかったのです。エアーチェックするしかなかったのです。ですから、私は未だに、トークを曲にかぶせたくないのです。「では、どうぞ」で、音楽を流す。これを本当はしたいのですが、そういうことを言ってもらえませんので、とりあえずやっていますけど。曲を大事にするという意識が、もし送り手にあるのであれば、私は、いい状態で聞いていただきたいという気持ちを送り手には持って欲しいと思います。ノイズがのってしまって、FMの特性上、理論上出ている、デジタルに変化して落ちる、アナログで波がとぶ、受ける方の受信設備に問題がある、それにまして、携帯型のラジオで1つしかスピーカーのないのに、なにがステレオであるのか、モノラルの方が感度のセンスがいいだろうということも出てくると思いますが、聞く勘弁をしていただければいいではないですか。ステレオのラジカセで聞けばいいし、車の中でも今、モノラルで聞いている人はいないですね。少なくともスピーカーは2つ付いています。それで、いい音が聞けるのであれば、私はそれで幸せだと思います。何故、そこで音を落としてでも、中身を求めるとするのは、別の話であって、音はいい方に決まっていると思います。

森谷：長い間、ありがとうございました。そろそろ予定の時間です。