

大学が出資・運営に関与しているコミュニティ FM 放送の 現状と課題について

—— FM エヌ・ワン, FM 甲府, FM ハムスターの比較を通して ——

貫 名 貴 洋*

1. はじめに

2011年3月11日に発生した東日本大震災の後、被災者向けに FM ラジオで地域密着情報を届けるため、岩手・宮城・福島・茨城の4県26市町で合わせて28局の臨時災害放送局が開設された¹⁾。そのうち、震災から一年が経過した2012年3月11日時点で、18市町において20局が臨時災害放送局としてなお運用中である。臨時災害放送局とは、放送法第八条に規定する「臨時かつ一時の目的のための放送」を遂行するために設置される放送局であり、なおかつ「暴風、豪雨、洪水、地震、大規模な火事その他による災害が発生した場合に、その被害を軽減するために役立つこと」²⁾を目的とする。過去に発生した災害に伴って開設された FM 放送による臨時災害放送局の開設実績を見ると³⁾、1996年1月17日の阪神淡路大震災において兵庫県に1局、2000年3月31日の有珠山噴火において北海道虻田町に1局、2004年10月23日の新潟県中越地震において新潟県長岡市と十日町市に2局、2007年7月16日の新潟県中越沖地震において新潟県柏崎市に1局、2011年1月の東北豪雪において秋田県横手市に1局、2011年宮崎県新燃岳噴火において宮崎県高原町に1局⁴⁾と、総計7局しか開設されていなかった。また東日本大震災で設置された臨時災害放送局の多くは、免許の有効期間の2ヶ月を延長して放送を

続けており、過去の臨時災害放送局の大半が2ヶ月程度で放送を終了したものと比べても、かつてない規模で長期にわたる臨時放送が行われたことになる。東日本大震災の被害状況は甚大だったといえ、このような経緯もあり臨時災害放送局の重要性が改めて問われることとなった。臨時災害放送局以外にも、すでに開局していたコミュニティ FM 局も災害対応の放送を送り出すことになり、テレビ放送並びに全国放送や県域レベルの広域ラジオでは手の届かない、地域密着のきめ細かい情報を送り届けていた。しかしながら、ラジオを聞く習慣が薄れている現代社会において、震災直後に被災地で FM ラジオ受信機が足らなくなる事象も発生し、ラジオというメディアが再注目されることにもつながった。

コミュニティ FM 放送は、「平成7年1月の阪神淡路大震災において災害情報等がリアルタイムにきめ細かく提供されたことなどをきっかけに、コミュニティ放送に対する期待が高まっています。」⁵⁾と謳われるように、災害時におけるメディアとして注目を集めている。しかし当時の状況と10数年経た現在とでは、コミュニティ FM を取り巻く環境は大きく変化し、そのあり方や役割も大きく変化している。災害発生時にきめ細かい地域情報を送り出せる環境を日常から整えておくことや地域防災情報の発信源としてコミュニティ FM が必要であること以上に、地域に密着したメディアとしての方向性を広域ラジオ以上に示すことが求められてい

* 広島経済大学経済学部助教

る。近年では、地域社会の状況や地域住民の生活の変化などに対応しながら、地域活性化を目指すまちづくりの中心的な存在としてコミュニティ FM を活用することも多くなっている。

本稿では、日本全国に開局しているコミュニティ FM の中から、大学が出資・運営に関与している放送局を3局抽出し、その3局の比較を通しながら、今後のコミュニティ FM のあり方を議論していくこととする。

2. コミュニティ FM とは

コミュニティ FM 放送とは、地域・コミュニティを放送単位とする放送形態であり、都道府県単位の広域ラジオより規模が小さく、市区町村単位または政令指定都市の行政区単位をその放送対象地域としている。この放送には、全て超短波である VHF の放送帯の周波数⁶⁾ が使用され、また Frequency Modulation と呼ばれる変調形式が採用されているため、一般に市販されている FM 対応ラジオやカーラジオで聴取可能である。1992年1月に放送法施行規則の一部および関連法が改正されたことによりコミュニティ FM 局の開局が認可され⁷⁾、同年12月に北海道函館市にて開局した「FM いるか」以降、2012年3月現在で250を超えるコミュニティ FM 局が開局している。

一般社団法人日本コミュニティ放送協会(JCBA)によると⁸⁾、2012年3月12日現在、コミュニティ放送局運営会社は全国に254社存在し、そのうち198の運営会社が JCBA に加盟している。JCBA に加盟していない運営会社は56社存在し、その内訳は非営利活動法人(NPO) 法人が19社、株式会社が37社である。こうしたコミュニティ FM 局の運営会社の形態は多様である。運営会社の大半は株式会社による運営であるが、①市町村などの地方公共団体が資本の一部を出資する官民出資型、②地元の新聞、情報誌などが主導して発足したメディア企業主

導型、③地元の大手企業がスポンサーとなり発足した純民間型、④大学の出資によって発足した大学主導型などに分類することが可能である。そして近年では、⑤営利活動を目的としない NPO による形態も多く誕生している。株式会社局では広告費を中心に放送事業収入を得ており、NPO 法人局では事業収入の他にも会員収入や寄付金なども収入源になる。

地域・コミュニティを放送単位とするコミュニティ FM 局といえども、放送法に定められた基幹放送事業者⁹⁾ であり、総務大臣からの放送免許の取得がなければ電波を使用して放送を送り出すことは不可能である¹⁰⁾。国が免許制度を敷いているのは、電波は国民の財産であり、なおかつ限りある資源であるという考えによるものである。さらにコミュニティ FM 放送に携わる者には、公共性の高い事業を営む放送事業者としての意識も必要であり、コミュニティ FM ラジオを聞く地域住民にとって広域ラジオ局と何ら変わることはない放送を、電波に乗せて送り続けているという意識を持つことも求められる。ただし、コミュニティ FM 放送が広域ラジオと同様のコンテンツを提供するのであれば、そのアイデンティティは確保されないし、ましてや聴取者離れを引き起こすということも考えられる。

コミュニティ FM 放送の特徴として、「地域密着」「市民参加」「防災および災害時の放送」が挙げられる。JCBA のホームページ¹¹⁾ においても、「地域の商業、行政情報や独自の地元情報に特化し、地域活性化に役立つ」ことおよび、「使命ともいえる防災・災害放送では地域と緊密な連携を保つ」ことをコミュニティ放送のあり方と述べている。これらの目的を達成するために、顔の見える市民ないし地域住民が放送に参加することによって、口コミに勝る情報共有を目指すことが望まれている。すなわちコミュニティ FM 放送は、「地域の地域による地

域のための放送」である必要性が求められている。

災害時において災害対応の情報を優先的に放送するという使命を第一義的に捉えるならば、行政主導のコミュニティ放送を目指すべきである。災害時に緊急災害放送としてのコミュニティ FM 局を臨時的に開設可能であることは、これまでの自然災害発生時に実証されていることであり、特に2011年の東日本大震災のように、防災無線系統でさえも破壊しつくされてしまうような状況でさえ、自治体主導で「臨時災害放送局」が可及速やかに開設されたことは記憶に新しい。しかしながら、災害時に臨時災害放送局を開設したとしても、地域住民がラジオを聞く習慣がなかったり、電池で動かせるラジオを常備してなかったり、どこの周波数に合わせて聞けば良いのかという情報がなかったりするような状況では何の効果も示さないであろう。そのようなこともあり、臨時ではないコミュニティ FM 局にも防災及び災害時での放送対応が求められていることは周知の事実である。ただし、官民出資型のコミュニティ FM 局では、災害時に地方自治体による「緊急割り込み放送」が可能な場合が多いが、それ以外の出資形態によるコミュニティ FM 局では、行政による「緊急割り込み放送」の機器設置がまだ実現されていないところも存在している。こうした物理的な状況を補完する意味合いも含めて、コミュニティ FM 局と地方自治体の間で、災害・犯罪発生時等、緊急に告知を必要とする事態が生じた場合、地方自治体の要請により臨時放送等の緊急放送を行うとする協定を結んでいる。以上のような状況も踏まえて、通常時から地域住民のニーズに応える番組作りをし、地域住民とともに歩んでいける放送局づくりをしておかなければならないのである。

3. ラジオ業界およびコミュニティ FM ラジオの現状

本章では、日本におけるラジオ業界およびコミュニティ FM ラジオの現状について議論する。近年とりわけ、「ラジオ離れ」という言葉をよく耳にする。それまでラジオを娯楽や情報収集の手段としていた聴取者がラジオ以外のメディアにその手段を乗り換えることによりラジオの使用頻度が減少することである。契約者からの受信料を収入源としている日本放送協会(NHK)を除き、広告費を収入源としている地上民放ラジオ事業者からすれば、「ラジオ離れ」は経営の死活問題にも直結する由々しき事態であり、経営が立ち行かなくなるといった事例が続出している。この問題は、FM、AM¹²⁾の電波を送出している放送局を問わず、都道府県単位を放送エリアとしている広域ラジオ局にとって危機を感じることになっている。事実、21世紀に入り経営権を譲渡したり、民事再生法を適用したり、閉局・停波といった事例まで現れている。しかしながら、大きな災害が発生するたびにラジオの必要性は高まる一方であり、このようなギャップを理解する上でもラジオ業界の全体像を知ることは重要である。さらに不思議なことに、広域ラジオ局は2001年4月1日に閉局した岐阜エフエム放送を最後に新規開設が行われていないが、コミュニティ FM ラジオ局の開設は21世紀に入っても増加の一途をたどり続けているのである。コミュニティ FM 局と言っても、収入確保は広域ラジオ局と同様の広告費を中心としている。すなわち、広域ラジオ局同様の経営問題はつきものである。本章では、このようなラジオ業界全体を俯瞰したのち、コミュニティ FM ラジオの現場について議論する。

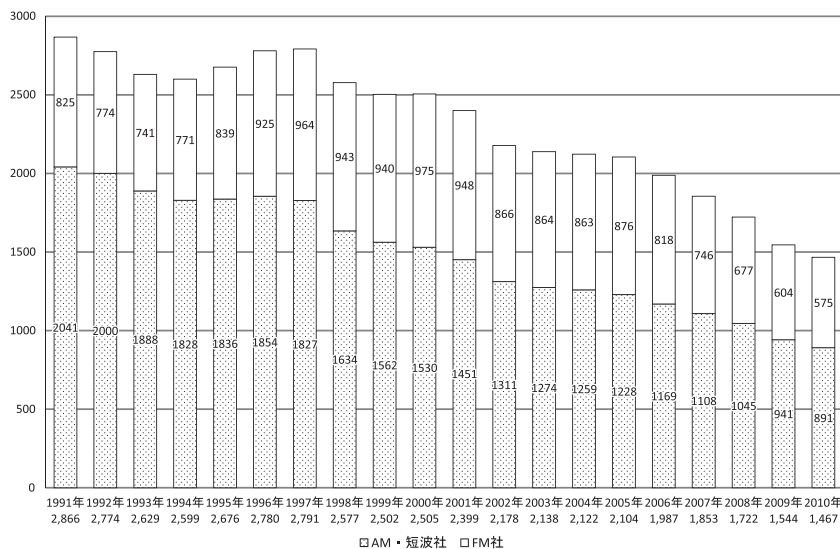
3.1 日本におけるラジオ業界の現状

1925年3月22日午前9時30分、現在のNHK

東京放送局である社団法人東京放送局によって日本初のラジオ放送が開始した。戦後の1951年4月21日に民放AMラジオ局の16局に予備免許が交付され、同年9月1日に中部日本放送と新日本放送（現・毎日放送）が放送を開始した。FMラジオは、1960年に学校法人東海大学が超短波放送実用化試験局「FM東海」を開局させたことを嚆矢とし、1969年にNHKおよび愛知音楽エフエム放送（後のエフエム愛知）が放送を開始した。こうした放送の歴史を経た2012年2月末時点において、日本全国の民放地上ラジオ放送事業者（コミュニティFM放送は除く）は、AM放送事業者のうち単営社が13社、テレビ放送兼営社が34社、FM放送事業者が52社、短波放送事業者1社の、合計100社が存在している¹³⁾。受信料収入を基本とする日本放送協会以外の民放地上ラジオ放送事業者は、企業・団体などからの広告費による収入が基本であり、そのおかげで聴取者はラジオ放送を無料で受信し聴取することが当たり前となっている。

図1は1991年以降の地上波民放ラジオ営業収入の推移である。AM・FM社を合わせた民放ラジオ営業収入は、1991年に2866億円あったものの、市場は長期的な減少傾向にあり、2010年には約2分の1の1467億円にまで落ち込んでいる。FM社に関しては、2001年までは広域ラジオ局の開局が実施されていたこともあり収入の伸びが見られていたものの、2002年以降は急速に下降している。1990年代半ばにインターネットメディアが登場したことにより、利用者の接触可能な媒体が増えたことにより、ラジオの優位性が失われ、それを追うようにメディアに広告を出稿する企業もラジオから宣伝媒体を移行したものと考えられる。テレビ局を兼営していない単営局では経営問題に発展することもあり得る状況に差し掛かっている。

2010年における日本の総広告費は5兆8427億円であり、2007年の7兆191億円をピークに3年連続して減少傾向にある（図2参照）。これらの内訳は、新聞・雑誌・ラジオ・テレビの四大マスメディアの他に、プロモーションメディ



(単位：億円)

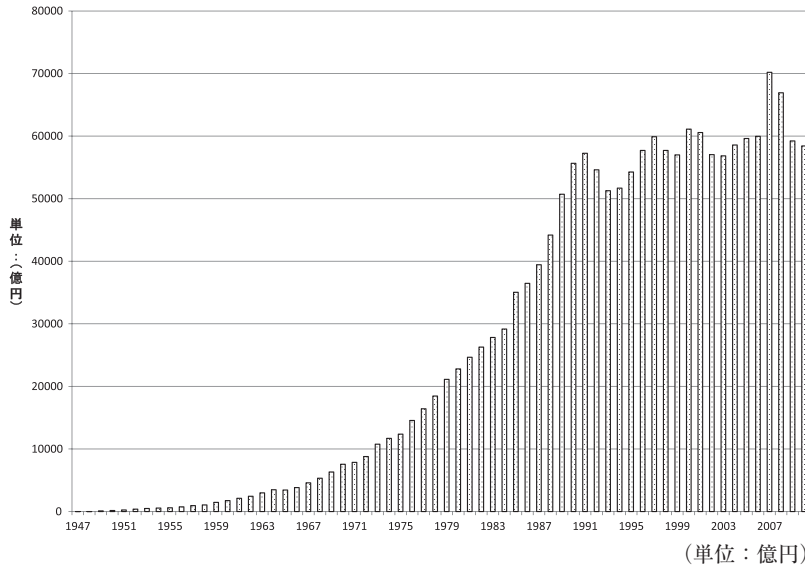
(出典) 電通総研編 (2003-2012), 『情報メディア白書』, ダイヤモンド社の各年版より筆者が作成。

図1 地上波民放ラジオ営業収入

アやインターネットメディア、衛星メディアを含んでいる。インターネットメディアと衛星メディアは、1990年代後半にそれぞれ登場して以来、対前年比を上回る成長をしているが、他のメディアは20世紀に入って以降、減少傾向が続いている。2008年のリーマンショックの影響に伴い総広告費も減少に転じており、2007年と

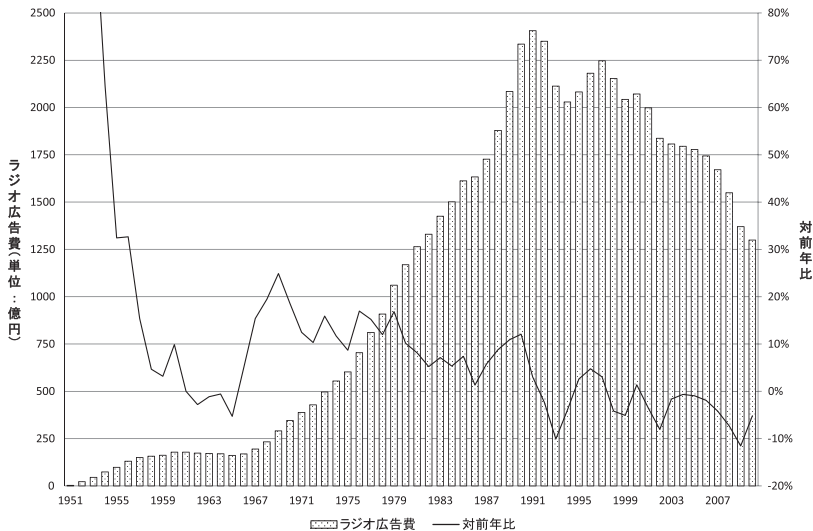
2010年を比較しても1兆円規模で市場が縮小しており、広告を出す企業、受けるメディア企業とともに苦戦を強いられていることが伺える。

2010年のラジオ広告費は1299億円であり、2001年から10年連続して減少している。1991年の2406億円と比較しても約2分の1にまで落ち込んでいる。ラジオ広告費が減少に転じている



(出典) 電通『広告景気年表』より。

図2 日本の総広告費



(出典) 電通『広告景気年表』より。対前年比について、1952年633.3%、1953年104.5%のデータは、欄外表示になっている。

図3 ラジオ広告費と対前年比

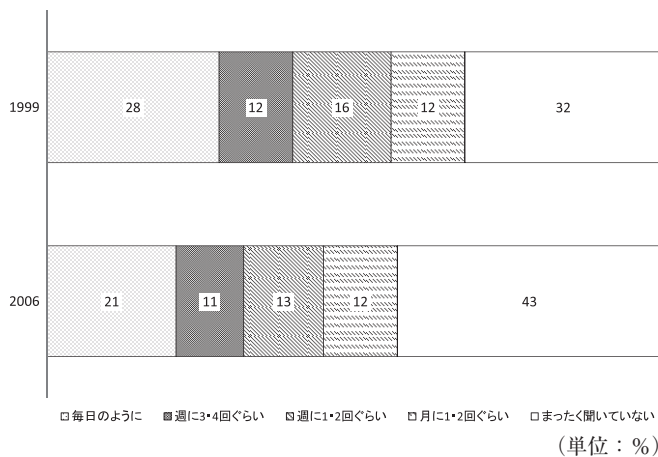
のはこの10年以外にも、1962年～1965年、1992年～1994年、1998年～1999年の期間がある。1960年代の減少期はテレビの登場による影響が強く、1990年代の減少期はバブル経済崩壊による影響が強いと考えられる。他メディアと比較してみると、1959年にテレビ広告費に抜かれ、1964年に雑誌広告費に抜かれ、2004年にインターネット広告費に抜かれている。景気動向によってラジオ広告費が減少に転じることもありうるが、注目すべき点は、1960年代の減少期のように、他メディアの登場によりラジオから広告媒体が代替されることによって減少に転じていることである。また、21世紀に入りラジオを含む四大マスメディアのいずれも広告費が減少傾向にあるが、ピークが早く訪れ減少に転じるのが最も早いメディアがラジオであった。つまり、広告主からみた「ラジオ離れ」はいち早く訪れていたということになる。

3.2 ラジオ聴取者と「ラジオ離れ」

ラジオ受信機は、ラジオ専用の受信機以外にも、ラジカセやステレオ・コンポのようなオーディオ機器とセットになっているもの、車の中で聞くためのカーラジオなどがある。さらに近年では、ラジオ機能が内蔵されている携帯電話

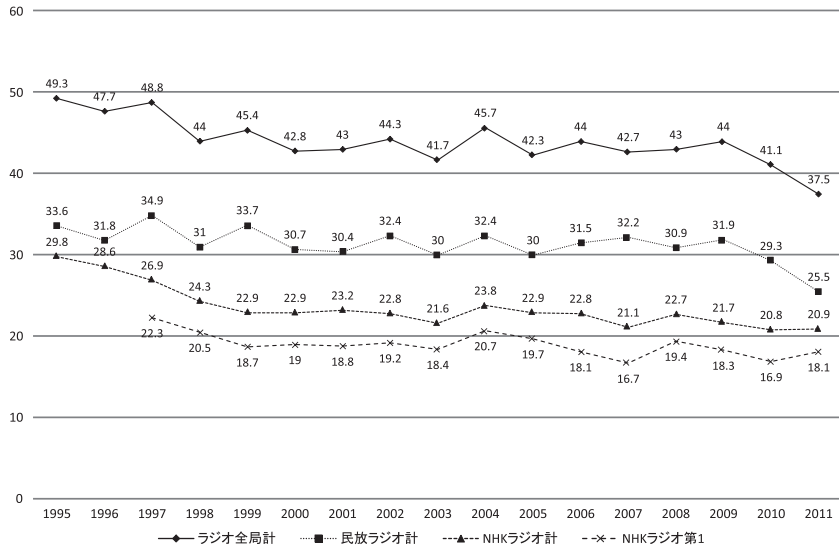
やポータブルオーディオプレーヤーなども存在している。様々な機器にラジオが付属しており、また大小問わず入手可能でありながら、ラジオ受信機が家庭内に存在しないという状況も生まれている。NHK放送文化研究所が2006年3月に実施した「ラジオに関する世論調査」によると、家庭にラジオがあると答えた人は90.4%であり、ラジオはないと答えた人が9.1%である。また、同調査においてラジオの聴取頻度を問うたところ、43.4%の人がまったく聞いていないと回答しており、1999年調査と比較しても約11ポイント上昇している。以上のように、「ラジオ離れ」が顕著に進んでいると考えられている¹⁴⁾。つまり、ラジオ以外のメディアの進歩に伴い、娯楽や情報を入手するためのメディアがラジオから他メディアに移っており、ラジオの聴取頻度が減少していることを裏付けるものとなる。

図5の「ラジオの週間接触者率の推移」を見よう。1990年代半ばから2000年代にかけて、ラジオ全局計は40%台を、民放ラジオ計も30%台を推移していたものの、2010年および2011年にそれぞれが急激に低落し、6～7ポイント程度減少している。表1の「男女年層別1日のラジオ聴取時間量」を見ても、2010年代に



(出典) 増田・照井 (2006), 21ページ

図4 ラジオの聴取頻度



(出典) NHK 放送文化研究所世論調査部 (2005-2011), 「テレビ・ラジオ視聴の現況」を基に筆者が作成

図5 ラジオの週間接触者率の推移

表1 男女年層別1日のラジオ聴取時間量

(週平均)

| | | 全体 | 男 | | | | | | | | 女 | | | | | | | |
|-------------|------|----|-------|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-------|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| | | | 7-12歳 | 13-19歳 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70歳以上 | 7-12歳 | 13-19歳 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70歳以上 |
| NHK ラジオ計 | 2005 | 14 | 1 | 3 | 1 | 2 | 7 | 20 | 31 | 32 | 0 | 0 | 1 | 2 | 4 | 15 | 25 | 39 |
| | 2006 | 13 | 1 | 2 | 1 | 3 | 6 | 13 | 30 | 33 | 1 | 2 | 1 | 2 | 7 | 15 | 32 | 29 |
| | 2007 | 11 | 1 | 0 | 4 | 2 | 3 | 12 | 27 | 33 | 2 | 0 | 1 | 3 | 3 | 11 | 15 | 29 |
| | 2008 | 13 | 0 | 1 | 2 | 2 | 4 | 8 | 29 | 48 | 0 | 1 | 1 | 2 | 4 | 14 | 24 | 36 |
| | 2009 | 15 | 0 | 0 | 2 | 2 | 3 | 15 | 30 | 34 | 0 | 2 | 2 | 4 | 4 | 13 | 36 | 40 |
| | 2010 | 12 | 1 | 1 | 2 | 5 | 3 | 11 | 19 | 37 | 1 | 0 | 2 | 3 | 2 | 11 | 26 | 30 |
| | 2011 | 13 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 9 | 28 | 26 | 1 | 0 | 0 | 3 | 4 | 9 | 23 | 44 |
| 民放 ラジオ計 | 2005 | 23 | 2 | 4 | 35 | 35 | 43 | 32 | 41 | 25 | 2 | 8 | 9 | 14 | 15 | 23 | 28 | 11 |
| | 2006 | 21 | 1 | 6 | 26 | 25 | 32 | 42 | 23 | 15 | 5 | 8 | 11 | 18 | 19 | 25 | 19 | 16 |
| | 2007 | 22 | 1 | 7 | 32 | 39 | 26 | 38 | 37 | 16 | 2 | 4 | 11 | 14 | 27 | 32 | 20 | 11 |
| | 2008 | 20 | 2 | 6 | 22 | 21 | 34 | 42 | 34 | 14 | 4 | 6 | 11 | 10 | 14 | 30 | 22 | 13 |
| | 2009 | 21 | 2 | 3 | 20 | 16 | 44 | 40 | 32 | 20 | 4 | 4 | 10 | 17 | 24 | 27 | 19 | 17 |
| | 2010 | 20 | 8 | 3 | 18 | 22 | 22 | 39 | 29 | 13 | 2 | 3 | 10 | 18 | 21 | 30 | 26 | 14 |
| | 2011 | 17 | 2 | 4 | 5 | 21 | 40 | 42 | 25 | 12 | 2 | 2 | 8 | 4 | 12 | 19 | 26 | 17 |
| ラジオ 全局計 | 2005 | 37 | 3 | 7 | 36 | 37 | 50 | 52 | 72 | 57 | 2 | 8 | 10 | 16 | 19 | 39 | 53 | 51 |
| | 2006 | 34 | 2 | 8 | 27 | 28 | 38 | 55 | 53 | 48 | 6 | 10 | 13 | 20 | 26 | 40 | 51 | 46 |
| | 2007 | 33 | 2 | 7 | 35 | 41 | 29 | 50 | 64 | 49 | 4 | 4 | 12 | 17 | 30 | 43 | 35 | 40 |
| | 2008 | 33 | 2 | 8 | 24 | 24 | 37 | 50 | 63 | 62 | 4 | 6 | 12 | 12 | 17 | 44 | 45 | 49 |
| | 2009 | 36 | 2 | 4 | 21 | 18 | 47 | 55 | 63 | 54 | 4 | 6 | 11 | 20 | 28 | 40 | 55 | 57 |
| | 2010 | 31 | 9 | 5 | 20 | 27 | 26 | 50 | 48 | 50 | 3 | 3 | 12 | 21 | 23 | 40 | 52 | 45 |
| | 2011 | 30 | 3 | 4 | 6 | 24 | 45 | 51 | 53 | 37 | 2 | 3 | 9 | 7 | 17 | 28 | 49 | 62 |

(出典) NHK 放送文化研究所世論調査部 (2005-2011), 「テレビ・ラジオ視聴の現況」を基に筆者が作成

入りラジオ全局計および民放ラジオ計の全体の聴取時間量は減少傾向にある。この表から読み取れるさらに深刻な問題は、男女ともに20歳代以下の若年者層の週間ラジオ聴取時間が10時間を下回っていることと、50歳代以上の聴取時間量が極めて高く、若年者層と高齢者層との差が極端に大きいということである。ラジオ聴取者が減少しているという問題と同様に、ラジオ聴取者の高齢化が進んでいることにも注目をしたい。しかしながら、普段からラジオを良く聞いている層でさえラジオ聴取の減少が見られる実態も浮かび上がっており、生活の中からラジオの必要性が徐々に薄れていることが伺える。

以上のように「ラジオ離れ」は着実に進行している。この「ラジオ離れ」、特に若者のラジオ離れに危機感を感じた日本民間放送連盟（民放連）が、2011年12月1日から2012年3月3日にかけて、「民放ラジオ統一キャンペーン「ラジオがやってくる！」というキャンペーンを実施した¹⁵⁾。この企画は、民放連に所属する各社のパーソナリティが学校を訪問し、出前授業等を行うことによりラジオを身近に感じてもらうキャンペーンである。また、東京にあるニッポン放送のweb ページ内に、「ラジオの聴き方ワンポイントアドバイス」¹⁶⁾というページが設けられており、ラジオを聞いたことがないという人のために懇切丁寧な説明がなされている。このように広域ラジオ局も聴取者の「ラジオ離れ」に対して様々な対応を取ることに努力をしている。

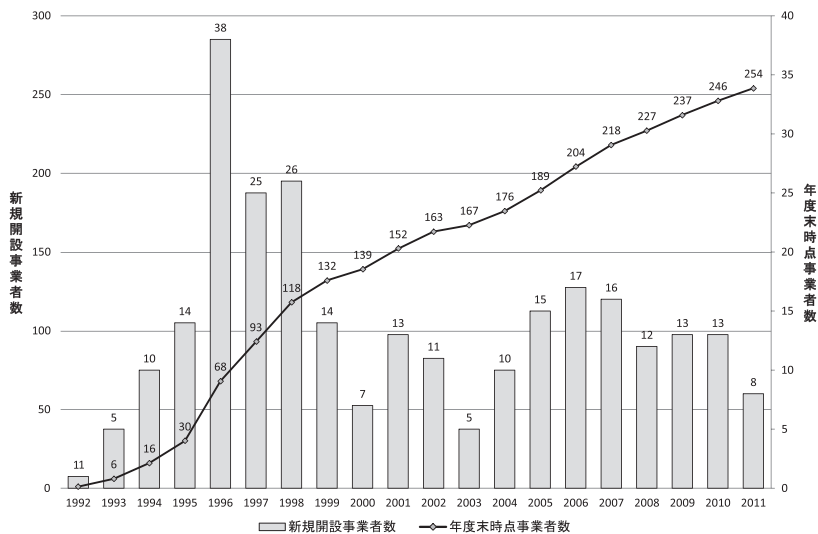
そして近年では、ラジオを専用の受信機ではなく、パソコンやスマートフォンでも聞くことができるサービスが生まれた。ラジオ放送をインターネットで同時配信する、IPサイマル放送形式の登場である。NHKは2011年9月1日から「NHK ネットラジオ「らじる★らじる」」という名前でサービスを開始した。民放ラジオ局は、2010年3月15日にIPサイマルラジオ

(Internet Protocol simulcast radio) サービス「radiko.jp」として首都圏から実用化試験配信を開始し、全国に順次配信エリアを拡大し続けている。IPサイマル放送の登場により、ラジオ受信機を持っていない人でもラジオを聴取することが容易になることや、ラジオの電波が届きにくい難聴取エリアでもインターネット環境あるいはスマートフォンに接続できる環境があればラジオを聴取することが可能になり、「ラジオ離れ」に歯止めがかかることを期待されている。

3.3 コミュニティ FM の現状

前章でも述べたように、2012年3月12日現在においてコミュニティ FM 局は254社が運営をしている。1992年にコミュニティ FM 局としての形態で開局が認められて以降の約20年間で273局が開局されている。このことは逆に言うと、すでに19社が廃局ないし閉局したことになる。1995年1月17日に発生した阪神・淡路大震災を受け、コミュニティ FM 局は「地域防災情報提供ツール」として受け止められることとなり、ピークである1996年度には38局、1997年度には25局、1998年度には26局が一気に開局した。その後、開局数に落ち着きを見せるものの、2000年代に入っても年間10数局のコミュニティ FM 局がコンスタンスに開局している。

毎月一局近いペースでコミュニティ FM 局の開局が進んでいるとはいえ、その運営は明るなものではない。コミュニティ FM 局の多くは、広告・スポンサー収入に頼って運営しており、想定よりも少ないスポンサーしかつかない状況が恒常的に発生すると、廃局・閉局の憂き目に合うということも珍しいことではない。現実には、この約20年間で開局したうちの約7%にあたる19社が廃局や閉局しているのである。今年に入っても休局せざるを得ないコミュニティ FM 局が現れた。2010年7月1日に岡山県津山



(単位：数)

(出典) 総務省情報流通行政局 (2011) 『コミュニティ放送局開設の手引き』, 3ページ¹⁷⁾。

図6 コミュニティ FM 放送局の開局状況

市で開局したコミュニティ FM ラジオ「レディオつやま」が、2012年3月1日から同年8月30日まで放送を休止すると総務省中国総合通信局によって公表された。岡山県津山市には2009年12月に開局した NPO 法人の「エフエムつやま」もあり、一地方公共団体に一局しか認可されないはずのコミュニティ FM 局が2局存在しているという異例の状態であった。2局とも地域での認知度は高かったものの、放送エリアの大半は2局で重なっていたために、広告収入などの面においてもかなりの競争があったのではないだろうか。

その反面、地方自治体と協力しながら運営しているコミュニティ FM 局は、安定した収入を確保することも可能である。地方自治体からすれば、老朽化した防災無線に変わる伝達手段としてコミュニティ FM を求めていることもあり、すべての地域住民にラジオ聴取を可能にするための大規模な資本投資を行うといった事例も少なくない。そのような大規模投資を行っても、防災無線の投資よりは少ないとされており、今後も地方自治体が参加するコミュニティ

FM 局は増加していくものと考えられる。もちろん地方自治体が関与していないコミュニティ FM 局でも、地域に根付いた放送を展開している局においては、年間経費数千円程度で運営している事例も多くある。地元商店街と連携しながらラジオの特性を発揮している局や、地域と連携しながらまちづくりの中心にコミュニティ FM ラジオを据えている局など、様々な展開例がある。いずれの場合でも、広域ラジオではできなかったスタイルを確立しているコミュニティ FM ラジオ局は安定した放送運営ができています。つまり、コミュニティ FM ラジオとしてのアイデンティティやコンセプトをしっかりと築いておくことが必要とされているのであろう。

4. 大学が出資・運営しているコミュニティ FM 局の現状および比較

本章では、全国に存在するコミュニティ FM 局のうち、大学が出資・運営に関与しているコミュニティ FM 局の現状およびそれらの比較を行う。本章では、石川県野々市市にある FM

エヌ・ワン（金沢工業大学）、山梨県甲府市にある FM 甲府（山梨学院大学）、広島県広島市安佐南区にある FM ハムスター（広島経済大学）の3放送局を対象とする。

4.1 FM エヌ・ワンについて¹⁸⁾

4.1.1 概略

石川県野々市市にある FM エヌ・ワンは、1995年に金沢工業大学と野々市市が中心となり設立された官民出資型のコミュニティ FM 局であり、大学のキャンパス内にあるコミュニティ FM 局として全国初のケースとなる。

野々市市は、石川県のほぼ中央に位置し、山・海のない全くの平坦地で北東部を金沢市と、南西部を白山市にそれぞれ接している。2011年11月11日に石川郡野々市町から単独市制移行し、隣接する県庁所在地である金沢市のベッドタウンの役割を担っている。2012年1月末日時点での住民基本台帳人口は48,044人であり、世帯数は20,662世帯である。市内には金沢工業大学と石川県立大学の2大学が設置されており、特に金沢工業大学とは2004年11月9日に「金沢工業大学と野々市町との連携推進に関する協定書」を締結しており、大学が有する人的

表2 大学が出資・運営しているコミュニティ FM 局の概要

| | FM エヌ・ワン | FM 甲府 | FM ハムスター |
|-----------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 会社名 | 株式会社えふえむ・エヌ・ワン | 株式会社エフエム甲府 | 特定非営利活動法人エフエムハムスター |
| 愛称 | えふえむ・エヌ・ワン | エフエム甲府 | エフエムハムスター |
| 本社 | 石川県野々市市高橋町24番2号 | 山梨県甲府市北口2丁目6-10 | 広島県広島市安佐南区祇園5丁目1-27 |
| 送信所 | 石川県野々市市扇が丘7-1 金沢工業大学内ライブラリーセンター屋上 | 山梨県甲府市酒折2-4-5 山梨学院大学 | 広島県広島市安佐南区祇園5丁目37-1 広島経済大学 メディア情報センター |
| 会社設立日 | 1995年11月7日 | 1996年8月22日 | 2009年1月13日（認証） |
| 開局日 | 1995年12月27日 | 1997年3月20日 | 2009年5月11日 |
| 資本金 | 7,000万円 | 7,000万円 | |
| 設立形態 | 官民出資 | 純民間 | NPO |
| 出資者 | 金沢工業大学、野々市市、ほか2社5個人 | 学校法人山梨学院、山梨中央銀行、山梨放送、山梨日日新聞社、甲府信用金庫、テレビ山梨 他 | 法人会員 2法人（学校法人石田学園 ほか） 個人会員 20名 |
| 周波数 | 76.3MHz | 76.3MHz | 79.0MHz |
| 出力 | 20W | 20W | 20W |
| 放送エリア内世帯数 | | 178,000世帯 | 約62,950世帯 |
| 放送可聴範囲 | 野々市市、金沢市、白山市の一部 | 甲府市を中心とした近隣の市町村 | 広島市安佐南区の一部、東区の一部、安佐北区の一部、西区の一部 |
| 放送時間 | 24時間／日 毎日 | 24時間／日 毎日 | 9時間10分／日 月～金 8：55～18：05 |
| ホームページ | http://fnn1.jp/ | http://www.fm-kofu.co.jp/ | http://www.ham-star.jp/ |

（備考）各放送局の HP やインタビューを基に筆者が作成した。

資源や知的資源を活用し、地域の発展と人材育成を図るため、大学と連携した事業を実施している。

金沢工業大学は、1957年に北陸電波学校として発足し、1965年に金沢工業大学として設立された。これまでも多くの放送技術者を育てて社会に送り出している。金沢工業大学ライブラリーセンター内にはPMC（ポピュラー・ミュージック・コレクション）と呼ばれる施設が設置されており、全国の愛好家から寄贈されたロックやジャズ、ポップス等をはじめとする、あらゆるポピュラー・ミュージックなどのレコード資料約20万枚の他、音楽関連機器や音楽関連書籍なども所蔵している。こうした大学が所有している財産を活用する目的も含めて、金沢工業大学主導により当時の野々市町と協力しながらコミュニティ FM 局の開設に至ったとされる。

4.1.2 運営および放送内容について

FM エヌ・ワン設立時に、金沢工業大学と年間500時間以上の大学の広報番組を放送すること、野々市市と年間500時間以上の行政の広報番組を放送することと、それぞれ確約する契約を締結しており、現在にいたるまで年間の運営費の大半を番組スポンサーならびにスポット広告料金として確保している。

運営母体の一つである金沢工業大学は、このコミュニティ FM 局が地域貢献として積極的に活動して欲しいという願いを強く持っている。FM エヌ・ワンの番組制作や出演者に関しては、できるだけ地域に開放するという方針を開局当初から守っており、番組の出演者や企画者として地元の商店主、主婦、高校生、サラリーマンなど、誰でも放送に携わることができる。地域に住む誰もがコミュニティ FM ラジオというメディアを用いて情報発信することが可能になり、ラジオメディアは雲の上の存在であるという認識から身近な存在であるメディアに意識変化が起きるようになった。延べ人数と

して年間約15,000人程度の一般市民がFM エヌ・ワンの番組に出演しており、開局以来約10万人が出演しているのではないかと推測される。

また金沢工業大学内には「夢考房」¹⁹⁾と呼ばれる、様々なプロジェクト活動を学生たちに体験させながら工学技術者を育成する施設がある。しかしながら、夢考房にはソフト面でのプロジェクト活動の場がなく、FM エヌ・ワンの「WAVE プロジェクト」がそれを補完する形で存在している。WAVE プロジェクトには金沢工業大学の大学生が約50人、地域の4つの高校から放送部を中心として約40人が所属している。高校生たちは、毎週日曜日に30分の放送枠で流れる、「ハイスクール DJ」の番組制作に携わっている。大学生は、月曜日～金曜日の19:00～21:00に、「KIT Campus Wave」という生放送番組を制作している。1時間ごとに異なる内容やスタッフで番組を制作していることや、半年ごとに一つのコンセプトを決めてそれに基づく番組内容に仕上げていくという特徴を持っている。さらに生放送終了後の24:30から即日再放送を、土・日曜の23:00～28:00にも再放送を行っている。その他にも収録して送り出している番組が7本あり、計17時間の内容について大学生が主体となり放送を送り出している。

もうひとつの主力な運営母体である野々市市は、FM エヌ・ワンの存在を行政の広報手段の一つとして活用しており、広報誌やホームページなどの他のメディアと戦略的に結びつけることにより、市民による各メディアの接触率を上げることを意識している。このような Push 型のメディアミックス戦略の中心的な存在としてFM エヌ・ワンを捉えた活動を行なっている。月曜日～金曜日は6:30～7:00、11:20～12:00、16:00～17:00の1日3回、土曜日は11:00～12:00に放送している「ホームタウン野々市」では、野々市市庁舎に隣接する「野々市市情報交流館カメラ²⁰⁾」内に設置されてい

るサテライトスタジオから、休館日を除き、野々市市の広報番組をFM エヌ・ワンで放送している。この番組は、野々市市の市長以下全職員が順番で出演する行政広報番組であり、市職員自らが行政情報や自分の関わっている業務内容を市民に語りかけている。このことは、市職員のプレゼンテーション能力のスキルアップにもつながることが考えられ、また、自分の抱えている業務にもそれまで以上の責任を持てるようになるなどの効果が期待される。ラジオというメディアで語ることににより、窓口での説明責任能力の向上につながれば、市民へのホスピタリティ向上にもつながるであろう。

4.1.3 ラジオ以外のメディアを使った取り組み

FM エヌ・ワンでは、開局当初から2009年まで、東京都を放送対象地域としている J-WAVE の番組を再送信していたが、2009年4月1日からインターネットを利用したサイマル放送実施のために再送信を廃止した。このため、現在では100%を自社制作（再放送を含める）している。2012年1月からは USTREAM による動画配信も実施しており、音声だけにこだわらないラジオ番組制作に挑戦している。こうした取り組みも含めて、「異次元ラジオ」というコンセプトのもとで放送業務に携わっている。

4.2 FM 甲府について²¹⁾

4.2.1 概略

山梨県甲府市にある FM 甲府は、1996年に山梨学院大学が中心となり、地元テレビ局・新聞といったメディア企業や商工会議所とともに出資され設立された純民間型のコミュニティ FM 放送局である。1997年3月20日に放送を開始し、今年で満15年を迎えた。放送エリアは甲府市を中心とした近隣の市町村であり、エリア内に480,000の人口を有している。出資者の1つでもある山梨学院大学の正門から入ってすぐ

左手にある、クリスタルタワー1FにFM甲府のスタジオを有しており、その屋上に送信所を設けている。

「あなたの街の放送局」というコンセプトのもと、既存のメディアとは異なるコミュニティメディアとしての方向性を明確にした放送局運営にあたっている。生活者のかゆいところに手が届く安心感・信頼感の構築を目指しており、「放送局でない放送局」としての意識を強く持っている。地域のために必要とされる存在感を実現していくために、「誰でも参加ができるみんなの放送局」を心がけており、放送へのかかわりはもちろんのこと、各種イベントにおいても地域住民に参加してもらえるような取り組みを行なっている。

地域のまちづくりに貢献するという姿勢が鮮明である。山梨学院大学が連歌発祥の地とされる山梨県甲府市酒折の地にキャンパスを構えており、主催行事として2000年より酒折連歌賞を毎年開催している。FM 甲府も後援として名を連ねており、募集の時期には放送を通じて各種PRを行っている。また、山梨学院大学の最寄り駅である JR 中央本線酒折駅前に建つ「山梨学院学生交流館」の1Fに駅前サテライトスタジオを設置するなど、大学、放送局、地域が一体となって地域の情報発信に取り組んでいる。山梨県甲府市を中心とした地域密着型フリーペーパー「マチコレ！」の2011年10月号から、FM 甲府のタイムテーブルを折り込むようになり、地域への周知度を上げる努力をしている。番組紹介はもちろんのこと、主催事業の模様や、「コミュニティ FM 局の歴史と現況」と題したコラムを掲載するなど、放送以外のメディアを上手く活用しながら運営にあたっている。

4.2.2 放送内容

基本的には毎日24時間、週7日の放送を送り出している。月～金の8:00～9:30, 12:00～15:00, 17:00～19:00の時間帯は生放送

で地域情報を発信している。スポンサーでもある山梨日日新聞のニュースや天気予報を紹介するなど、地域のきめ細かい情報を発信することを心がけている。これらの番組パーソナリティは、それまでは地域のごく一般的だった住民の方が参加していたり、地元の放送局出身の元アナウンサーが担当したり、このような地域情報の発信はもちろんのこと、生涯学習や子育て、健康にまつわる話題など、山梨学院大学が持つ知的財産を発信する番組の制作も行われている。また山梨学院大学は、毎年正月に開催される箱根駅伝への参加、山梨学院大学出身のスポーツ選手31名がオリンピックに出場するなど、カレッジスポーツに対しての取り組みも盛んであるため、大学スポーツの活躍を紹介する番組もある。週末には、「土曜ワイド 酒折倶楽部」のコーナーとして近隣の高校生が制作する「ハイスクール Jockey's」や、山梨県内の大学生が中心となって制作している1時間番組の「REC ☆ Y のみんなゼミ」を放送している。

こうした定期的な番組の他にも、簡単なマイクとミキサーを兼ね揃え携帯電話でスタジオとを結びつけることができる「出前放送局」を随時実施している。放送局が地域に飛び込んでいくことで地域住民に FM 甲府の存在を認知しやすくなるほか、地域内でのコミュニケーションを図り地域との絆を結びつけるために一躍を担っている。

なお、夜間帯を中心にコミュニティ FM ラジオ専用のミュージックバード社からの CS 放送を再送信しており、FM 甲府の自主制作比率はそれほど高くない。

4.2.3 その他

FM 甲府では、毎年夏休みに県内一円から中高大学生約30名に対して、インターンシップの受け入れを行なっている。体験型のカリキュラムを提供し、コミュニケーション能力や自己表現力を身につけてもらえるよう心がけている。

もともと山梨学院大学は地域に開かれた大学を目指しており、キャンパスにフェンスを設置していないなどの特徴を持つ。FM 甲府としてインターンシップを幅広く受け入れるという姿勢は、大学の方針が受け継がれていると伺える。

また、防災と放送という意識を高く持っており、FM 甲府はコミュニティ放送局の本当の使命は、災害時に送り出す信頼おける確実な情報と考えている。こうした考えを具現化するために、甲府市との防災協定を活かすことは当然ながら、2010年9月1日に甲府市舞鶴小学校で開催された甲府市防災総合訓練の模様を放送するなど、地域住民の防災意識を日常化するよう心がけている。

4.3 FM ハムスターについて²²⁾

4.3.1 概略

広島県広島市安佐南区にある FM ハムスターは、2009年5月11日に広島経済大学経済学部メディアビジネス学科の教員と学生が中心となって設立した、非営利活動法人(NPO)型のコミュニティ FM 局であり、広島県知事認証の特定非営利活動法人エフエムハムスターが運営に携わっている。放送局の運営や番組制作に関しては、広島経済大学の教員と学生がボランティアとしてあたっている。FM ハムスターのスタジオ並びに送信設備のある広島経済大学では、経済学部にメディアビジネス学科が2004年に設置され、それに伴い実践型のメディア教育を実施するためのメディア情報センターが建設されていた。その建物内にラジオスタジオが設けられていたものの、授業で活用する以外の利用があまりなく、ここにコミュニティ FM を設置したいという一部の教員の思いから構想を練り始め、その施設に放送を送信するための設備等を整えた結果、2009年5月11日に広島市安佐南区を放送エリアとするコミュニティ FM 局が開設された²³⁾。

放送局名であるハムスターの由来は、Hiroshima Asa-Minami の頭文字をとってHAM, さらに星の意味である Star をあわせた造語による。通常はカタカナで「ハムスター」、もしくはアルファベットで「HAM-Star」と表記することが多い。余談ではあるが、英語表記では「大根役者」の意味を持っており、下手なりに放送を送り出していくという意味も込められている。

広島市安佐南区は、2012年1月末時点において、96,881世帯、234,751人の人口を抱え、広島市の8区中最大の人口を抱えている。1970年代に山地部を中心に大規模な宅地開発が進むとともに、大学や高校なども多く、文教地区の一面も有している。その反面、いまだに肥沃な農地が多く、広島市内に向けて新鮮な野菜の供給地としての役割も担っている。FM ハムスターはこうした安佐南区に設置されたコミュニティFM局であるが、安佐南区の中心にそびえ立つ標高410.9mの武田山南麓の地に送信アンテナを設置しているため、放送可聴エリアは安佐南区の4分の1程度と、周辺の東区、西区、安佐北区の各一部となっている。

4.3.2 運営について

FM ハムスターの運営は、広島経済大学のメディアビジネス学科の教員と学生が中心となって設立した特定非営利活動法人による運営であり、大学を運営している学校法人とは完全に別法人という形で運営されている。NPO 法人として立ち上げたため、放送事業収入等に頼るよりも、活動に賛同する法人並びに個人会員からの会費で運営をまかなうという方針を採っている。開局時から独立採算を目指して運営していたが、会員の増加が思うように伸びず赤字運営が恒常化しており、現状は運営母体である広島経済大学からの借入や支援を仰いでいる形となっている。長期的にこのようなアンバランスな形で経営を維持していくことは困難であり、

放送事業収入も含めた収入の改革に着手している。

番組制作は、メディアビジネス学科の教育活動の一環として認識されており、特に学生スタッフは「ハムスターフレンズ」と呼ばれ、学科教員の監修のもとで番組制作にあたっている。全番組の制作担当者に出席を義務付けている。毎月一度開催の「編成会議」において、放送や番組の在り方についてディスカッションを行ったり、番組審議会等での意見を交換したりしている。運営や番組制作をボランティアにすべてを任せているということは、運営に携わる専任スタッフがないということでもある。それぞれの本業や通常の業務、学生生活などに支障の出ない範囲で携わる必要があり、二足のわらじに悩んでいる者も多い。また学生にとっても、「クラブ・サークル化」する可能性があり、教育活動の一環という性質を見失いかけることも時に見受けられる。

4.3.3 放送内容

2009年の開局以来、土・日曜日を除く月曜日～金曜日の8:55から18:05まで一日あたり約9時間の放送を行なっている。常時50%を超える自社制作番組比率を維持しており、2011年10月改編時における番組表²⁴⁾によると、週45時間の放送時間のうち62.2%の週28時間を自社制作番組として送出している。しかしながら、週内における再放送比率が高いのも特徴であり、再放送を除くと41.1%の週18.5時間分を実質的に制作しているにすぎない。さらに、他のコミュニティFM局と比べると、自社制作番組における生放送比率が低く、13.3%の週6時間しか生放送を実施していない。生放送比率が低いことは、緊急時の防災・防犯に関する情報を送出するのが困難であるが、送出の機械を操作することにより瞬時に非常時対応に変更することも可能であり大きな問題は起きていない²⁵⁾。自社制作番組以外の時間帯には、コミュ

ニティ FM ラジオ専用のミュージックバード社からの CS 放送を再送信している。

地域自治体である広島市安佐南区と、「特定非営利活動法人エフエムハムスターと安佐南区役所との地域コミュニティ放送に関する協力協定書」を開局時に締結している。この協定に基づき、月曜日～金曜日の12:30～13:30に生放送で放送している「HAMStar Community Relation」の冒頭において、安佐南区役所市民部区政振興課から無料で提供される「区役所広報」のコーナーが10分程度設けられている。災害発生時等には臨時放送等の緊急対応を行うこととなっており、2009年7月に発生した集中豪雨時には、多くの情報を区民に向けて放送した。

先にも述べたように、FM ハムスターは大学教員と学生がボランティアとして放送に携わっており、またメディアリテラシー教育の一環としての性質が高いため、地域密着の番組が少ないという批判もある。そのような状況の中、2011年7月に広島経済大学興動館²⁶⁾のプロジェクトとして発足した「ぶらり安佐南プロジェクト」の学生メンバーが制作する「ぶらり安佐南」(毎週火曜日13:30～14:30)は、安佐南区の魅力を地域の方々と共に発信していく事を目的として、安佐南区内の各種イベントや、神社のお祭り、様々なお店などに向かい取材した内容を放送している。

しかしながら、自社制作番組の大半は、大学生同士のトーク番組や、教員が学生にインタビューするといった内容であり、「学内放送の延長」や「放送局ごっこ」と揶揄されることもしばしばである。本来であれば「市民参加」が望まれるコミュニティ FM 放送において、主役が大学生という点を考慮すればその条件はクリアしていると考えて良いのであるが、地域住民との相互理解を深めていく番組制作を今後行うことが望まれていると伺える。そのためにも、放送エリアである安佐南区を理解し、安佐

南区民との対話を重視しながら番組制作に臨んでいくべきであろう。

4.3.4 高校生出演番組ならびに高校生向け講座

2011年4月から、放送エリア内の高校放送部が制作する「ハイスクール通信」が放送開始になった。この番組の放送開始に伴い、「高校生のためのラジオ大学」という企画も同時に開始している。春休みおよび夏休み期間中の年2度、番組制作に携わる高校生をスタジオに集めラジオ制作講座を実施している。また、年5回開催される「広島経済大学オープンキャンパス」時には、来学する高校生たちにラジオスタジオを開放し、大学生がインタビュアーとなって「ハイスクール通信 特別編」の番組収録も行っている。

5. 課題について

本稿では、全国に展開する250以上のコミュニティ FM ラジオ局の中から、大学が出資・運営に関与している3局を抽出し、それらの運営や放送内容などの調査をし、比較検討をおこなった。どの放送局も、コミュニティ FM の存在意義である「地域密着」「市民参加」「防災および災害時の放送」に対して、共通した意識を持ち放送に携わっている。こうした共通意識の中、地元自治体との密着がより強い FM エヌ・ワン、地域住民との距離を近づける努力を惜しまない FM 甲府、大学の研究・教育活動を礎として地域との関わりを模索している FM ハムスターといったように、それぞれがそれぞれの特色を活かしながら放送業務に携わっている。

地域の中で存在感を高く持つ大学と放送局が連携することで、地域住民としても発信される情報の安心・安全性を担保される。そのような視点から言えば、大学の持つ知的財産や研究・教育の公開を進めていけば、地域住民の生涯学

習効果も期待できるであろう。民放地上波ラジオのように営利目的での放送ではないスタンスがコミュニティ FM には高く求められており、今回取り上げたような大学が関与するコミュニティ FM の取り組みは、今後全国的に広まる可能性も秘められている。

しかしながら、安定した運営資金の確保や人材育成など、3局共に抱えている問題が多いのも事実である。数少ない専任スタッフやボランティアでの運営が中心であり、限られた資源をいかに活用していくかが重要となってくる。さらに今回取り上げた3局は、県庁所在地ないし隣接自治体に存在しており、都市部でのコミュニティ再生の中心としてもその役割を担っていく必要がある。3局以外のコミュニティ FM にも求められることではあるが、地域住民の積極的な意見を集約しながら、地域に対して望ましい情報を提供していくことが必要不可欠である。この3局は、大学と連携している機能を十分に活用して地域の中で存在感のある放送局を目指していくべきであろう。

6. ま と め

コミュニティ FM が災害時において有効なメディアであることは紛れもない事実である。しかしながら、そのメディアを当該住民に認知されていないという状況では、災害が発生したときにそのメディアを利用してもらえないはずはない。極端な議論で言えば、災害が発生したときに地方自治体主導で臨時災害放送局を開局できることも可能である。つまり、災害発生時にコミュニティ FM 放送を活用しようということが主目的であるならば、災害が発生してから対応しても遅くないのである。しかしながらこれは大きな誤りであり、通常時において地域防災などの情報をきめ細かく地域住民に提供することも重要である。

コミュニティ FM の目的は、防災・災害放

送だけではないことを改めて理解する必要がある。地域に密着した情報を提供したり、地域活性化やまちづくりに貢献したり、地域文化の創出や再生、市民・地域住民によるメディア発信など、さまざまな可能性が秘められているのである。このような日常の活動を積み重ねることにより、その地に住む住民にとって最もアクセスしやすくなり、さらには地域の情報をきめこまやかに集約、送出しうる地域メディアとして認識されていく。

結局ラジオとはどういうメディアなのであるか。マクルーハンの言葉を借りればラジオは「熱い (hot)」メディア²⁷⁾ であり、映像などの他の情報に頼らず、音声だけで情報を伝えるメディアである。だからこそ、ラジオを送り出す側は、取材というしっかりとした裏付けをとって、さらにコミュニティ FM ラジオでは地域のニーズにあった番組作りを目指し、電波に乗せて情報を送り出しているはずである。果たしてそれでラジオは役割を果たしているのだろうか。「ニーズ」に合う番組を制作することも大事だが、それでは広域ラジオとの差別化が図れない。「ニーズ」を追い求めるよりも、コミュニティ FM ラジオというメディアは「ウォンツ」を発掘することが必要なのではないだろうか。すでに顕在化している「ニーズ」を取材し放送で流したとしても、それは地域住民にとって当たり前の情報であるかもしれない。イベントの様態を取材し放送で流しても、それは過去に起こった出来事を放送で再現させているに過ぎない。それよりも地域住民が潜在的に持っている情報をいち早く見つけ出すことや、抱えている問題の解決の糸口を共有することにあるのではないか。

また、村上 (2010) が言うように、「ラジオは、デジタルの時代のはるか昔から《双方向》²⁸⁾ であり、「しゃべり手」と「聞き手」、時には「聞き手」と「聞き手」がコミュニケー

ションを取り続けている。コミュニティ FM ラジオの場合、「しゃべり手」と「聞き手」がコミュニケーションを求めても実は何ら意味を為さないのではないか。地域住民全員が「しゃべり手」になることによって、コミュニティが醸成されていく。そういった観点では、FM エヌ・ワンが実践されているような、地域住民すべてが放送に携わることができる放送局づくりは今後の見本になっていくことだろう。

そのような点に立てば、大学が出資・運営に関わるコミュニティ FM は、地域住民にとって大学がバックにあるという認識があるのであれば、そのメディアが誰によって運営しているかが分かりやすいメディアであり、情報の信憑性や安心感を得やすいメディアとなる。ある一時期、正門や垣根を取り払うという大学が現れたが、大学が出資・運営に関与しているコミュニティ FM 局にはこうした発想が求められているのではないだろうか。もちろんこうした発想は、全コミュニティ FM 局にも該当することではあるが、地域の中に存分に溶け込むことによって、活路を見出しやすくなる。さらに、大学の持つ知的財産というコンテンツを有効に活かすことも容易であり、大学が地域の中心にあるという点を十分に活用しながら、地域に受け入れやすいラジオメディアとして醸成しやすい環境下にあると言える。逆に言えば、運営会社のみがラジオ番組の制作や編成に携わるのではなく、大学ももっとコミュニティ FM ラジオというメディアを活用すべきである。つまり、地域密着や社会貢献活動として有効なツールを手中に収めていることを忘れてはならないのであり、より地域に溶け込むツールとして活用することにより、地域に開かれた大学として信頼されうることになるのである。

注

- 1) 総務省 (2011. 12. 10) 参照。 http://www.soumu.go.jp/menu_kyotsuu/important/kinkyu03_000013.html
- 2) 放送法施行規則第七条の2第二項
- 3) 総務省 (2011. 5. 17) 参照。
- 4) 宮崎県高原町の臨時災害放送局は、2012年3月25日に予備免許が交付されており、東日本大震災後に開設されたものである。
- 5) 総務省情報流通行政局 (2011)、2ページ参照。
- 6) 日本におけるコミュニティ FM 放送では、一般の広域 FM ラジオ放送と同様の76.0~89.9MHzが用いられている。
- 7) 紺野 (2010)、12ページ参照。
- 8) 「JCBA 日本コミュニティ放送協会」ホームページ <http://www.jcba.jp/>
- 9) 2011年の放送法改正により、コミュニティ FM 局の法律上の位置づけが、それまでの一般放送事業者から基幹放送事業者に変更された。
- 10) コミュニティ FM 局を開局するための必要事項については、松井・古本・長谷川 (2011) やヒルズ水島 (2007) などを参照されたい。
- 11) <http://www.jcba.jp/community/index.html>
- 12) 振幅変調 (Amplitude Modulation) と呼ばれる変調方式を採用する放送の種類で、主に中波や短波などによる AM ラジオ放送に用いられている。
- 13) 日本民間放送連盟 (<http://www.nab.or.jp/>) 所属の放送局。
- 14) 増田・照井 (2006) の文頭に、「ラジオを聞く人が減り続けている。」と記述されている。
- 15) <http://come-radio.jp/>
- 16) <http://www.1242.com/onepoint/>
- 17) 2010年度末までのデータは総務省情報流通行政局 (2011) 『コミュニティ放送局開設の手引き』によるものだが、2011年度のデータについては筆者が加算したものである。また、2011年度のデータについては2012年2月3日までとする。
- 18) 本項では、筆者が2012年1月20日に FM エヌ・ワンを訪問した際に取材させていただいた内容をもとに書き記す。宮崎正倫取締役放送局次長、西本百合子取締役総務室長、谷川昌則制作室次長の3名からお話を伺わせていただいた。
- 19) <http://www.kanazawa-it.ac.jp/yumekobo/>
- 20) <http://camellia.nono1.jp/>
- 21) 本項では、筆者が2012年1月23日に FM 甲府を訪問した際に取材させていただいた内容をもとに書き記す。川崎博常務取締役からお話を伺わせていただいた。
- 22) 筆者は2011年6月に特定非営利活動法人エフエムハムスターの理事に就任した。本項では、筆者自らの活動を通じて得た情報をもとに書き記す。
- 23) 開設に至る詳細な経緯については、松井・古本・長谷川 (2011) を参照されたい。
- 24) <http://www.ham-star.jp/timetable.html>
- 25) 2012年1月11日に発生した広島刑務所中国人受

刑者脱獄脱走事件では、注意喚起のため数回にわたって、警察署からの情報を送出。脱走初日（1月11日）には夕方の生放送番組中にて、脱走三日目（1月13日）には広島県警察本部からの依頼により番組の一部を変更して緊急割り込みにより放送した。

- 26) 広島経済大学興動館の詳しい説明は、<http://www.hue.ac.jp/koudoukan/>を参照されたい。
 27) マーシャル マクルーハン（1987）、23ページ。
 28) 村上（2010）、15ページ。

参 考 文 献

- NHK 放送文化研究所（2006）、「ラジオに関する世論調査」、『放送研究と課題』2006年9月号、NHK 放送文化研究所。
- NHK 放送文化研究所世論調査部（2005-2011）、「テレビ・ラジオ視聴の現況」、『放送研究と調査』毎年9月号、NHK 放送文化研究所。
- 金山智子（2007）、『コミュニティ・メディアーコミュニティ FM が地域をつなぐ』、慶應義塾大学出版会。
- 紺野 望（2010）、『コミュニティ FM 進化論—地域活力・地域防災の新たな担い手』、シヨパン。
- 総務省（2011. 5. 17）、『「東日本大震災」に伴う臨時災害放送局の開設状況』。
- 総務省（2011. 12. 10）、『「東日本大震災」に伴う臨時災害放送局の開設状況』。
- 総務省（2012. 3. 11）、『「東日本大震災」に伴う臨時災害放送局の開設状況』。
- 総務省情報流通行政局 衛星・地域放送課地域放送推進室（2011）、『コミュニティ放送局開設の手引き』。
- 電通、『広告景気年表』。
- 電通総研編（2003-2012）、『情報メディア白書』、ダイヤモンド社。
- ヒルズ水島（2007）、『キミにもできるコミュニティ FM—FM 放送局を作るゾー』、CQ 出版。
- マーシャル マクルーハン（1987）、『メディア論—人間の拡張の諸相』、栗原 裕、河本仲聖（翻訳）、みすず書房。
- 増田智子、照井大輔（2006）、「いま、ラジオが果たしている役割とは～「ラジオに関する世論調査」から～」、『放送研究と調査』2006年9月号、NHK 放送文化研究所。
- 松井一洋、古本 泊、長谷川泰志（2011）、『こちらは FM ハムスター—地域コミュニティの未来を担う小さな一歩』、（広島経済大学研究双書 第35冊）、ジャパンインターナショナル総合研究所。
- 村上信夫（2010）、『ラジオが好き』、海竜社。