

コミュニティ・メディアの現状と課題

船 津 衛¹⁾

The Present State and Problems in Community Media

Mamoru FUNATSU

ABSTRACT

“Community media” is the media to provide community information such as familiar information and local information. Today, it is particularly being watched as the media to provide disaster information effectively and as the media that inhabitants can take part in the participation.

In this paper, we focus CATV and community FM broadcasting in Japan. It is clear that they offer community information, specially disaster information and the participation by the local volunteer group is very much made. But it is pointed out that “the public access channel” is not sufficient.

要 旨

「コミュニティ・メディア」とは身近な情報や地域の情報などのコミュニティ情報を提供するメディアである。とりわけ、こんにち、それは災害情報を効果的に提供するメディアであるとともに、住民が参加・参画しうるメディアとして注目されてきている。

本論文はこのような「コミュニティ・メディア」のうち、CATVとコミュニティFM放送に焦点を置き、その現状において、コミュニティ情報、とくに災害情報の提供に関して大きな役割を果たし、また、地元のボランティア団体による参加・参画がなされていることを明らかにするとともに、住民自らが番組を企画し、制作する「パブリック・アクセス・チャンネル」についてはなお十分なものとなっていないことを指摘する。

I. コミュニティ・メディアの特質

コミュニティ・メディアとは身近な情報や地域の情報などのコミュニティ情報を提供するメディアである。具体的には、地方紙、地域紙、地域情報誌、フリーペーパー、折り込み広告、チラシ広告、自治体広報などの印刷媒体、また、地方ローカル局、CATV、コミュニティFM放送、同報無線、有線放送などの放送媒体、そして、パソコン通信やインターネットなどの新しいメディアが存在している。

これらのメディアが提供するコミュニティ情報とは、コミュニティに密着した地域の情報、身近な情報であり、コミュニティ住民の共通関心や共通利害の形成に必要とされ、コミュニティの抱える問題を把握し、人々のニーズに応える情報であり、コミュニティという観点から意味づけ、解釈し、再構成し、また新たに

創造した情報である（船津, 1994, Jankowski, 2002, Howley, 2005）。具体的には、身近な出来事、地域の産業、行政、医療・福祉、文化・歴史、そして、地域により、災害に関する情報がある。とりわけ、医療・福祉や文化・歴史、そして災害に関する情報は、地域社会の高齢化、生涯教育の重視、大規模自然災害の発生などによって今後強く必要とされよう。

コミュニティ・メディアの役割は何よりもコミュニティ情報を提供することである。コミュニティ・メディアは地域の実情に合った、きめ細かな情報を提供し、人々にとって必要な情報を臨機応変に提供でき、人々のコミュニティ活動に役立つことができる。また、コミュニティ・メディアは災害情報を提供するのに重要な役割を果たしている。マス・メディアの情報はその広域性のゆえに地域の実情に見合った具体的内容を備えておらず、また、適切性を有しない場合も少なく、その内容も被災地外に対する被害状況の報道に力

¹⁾ 放送大学教授（「社会と経済」専攻）

点が置かれている。これに対して、コミュニティ・メディアは被災者向けの情報を提供し、情報内容も被災者が必要とする情報を提供しうるものである。

そして、コミュニティ・メディアは、読者や視聴者が番組に参加したり、また企画・制作するなどの番組づくりを行なうことができる。コミュニティ情報は外から、上から与えられるものではなく、コミュニティ住民が下から、内から生み出すべきものである。したがって、コミュニティ・メディアには住民参加・参画が不可欠である。コミュニティ・メディアへの住民の参加・参画によって、住民間の相互的な情報伝達、情報交換、そして情報発信が行なわれ、コミュニティ・コミュニケーションが活発化されるようになる。さらに、コミュニティ・メディアはコミュニティ・アイデンティティを醸成するのに役に立つ。

本論文は、このようなコミュニティ・メディアのうち、CATVとコミュニティFM放送に焦点を当て、それらが地域に密着した情報を提供し、行政、地域産業、地域文化・教育、地域医療・福祉などの情報の提供や、さらには災害時における情報の収集・伝達を効果的に行なうものであるとともに、番組出演、投書・電話、インタビュー、企画・制作などによる住民参加・参画が可能であることを具体的に明らかにする。

II. わが国におけるCATVの動向

CATVとはケーブル・テレビ、つまり有線テレビのことであり、もともとは地形上の難視聴やビルなどによる難視聴、また新幹線や電力線などによる難視聴に対する対策としてスタートしたものである。わが国におけるCATVの歴史はかなり古く、最初のCATVはNHKテレビ開局の2年後の昭和30年に群馬県伊香保温泉において難視聴対策のために設置されている。その意味では、CATVは当初においてコミュニティ・アンテナ・テレビであり、その多くが再送信業務を主な仕事とし、いわばマス・メディアの補完としての機能を果たしてきた。

しかし、次第に、CATV施設は空チャンネルを利用して自主放送を行ない、行政情報や生活情報などを提供するようになってきた。昭和38年に岐阜県郡上八幡において自主放送が開始され、地域住民が自らの手で自分たちのテレビを作り、地域の情報を放送するようになった。それはコミュニティ・メディアとして、地域住民の参加・参画が可能とされるものである。CATVは平成16年(2005年)には50年の歴史を数えるようになり、平成18年3月現在、わが国において自主放送を行っている施設は727となっている。

CATVは、こんにち、コミュニティ情報を提供するコミュニティ・メディアとして展開されている。それは身近な情報、災害情報、福祉情報、医療情報などを提供し、住民のコミュニケーションを活発化し、住民の番組出演や企画・制作などの住民参加・参画を促し、地域からの情報発信を目指し、地域社会を活性化

し、地域文化の育成を推進するようになってきている。

各地のCATVにおいては、地域情報の提供に力を入れているところが最近大幅に増え、それは「コミュニティ・チャンネル」の設置という形で実行されている。「コミュニティ・チャンネル」とは、地域の催し物や出来事の紹介、演劇、スポーツ、講演会の案内、幼稚園・保育所・学校の様子、美術館や博物館の紹介、また、お祭り、花火大会、マラソン・水泳・カラオケ大会、そして、交通情報、買物情報、さらに、広報、市議会中継、あるいは、災害情報などを提供する番組あるいはチャンネルを指している。

唐津市にある「唐津ケーブルテレビ」は「地域アイデンティティとしてのコミュニティ・メディア」と自己を規定し、市民の、市民による、市民のための放送を目指している。「ぴーぷる放送」の名称で市民に親しまれ、市民のテレビとしての位置を獲得してきている。「からつくんち」の中継、学校行事の中継、地域の若者によるテレビ・ジョッキー、また「サイレンがなったら12チャンネル」という緊急火災放送がそのことを表わしている。

倉敷市にある「倉敷ケーブルテレビ」は、番組の「おはようKCT」、「KCT-News」、「我楽多図鑑」において、地域情報、行政、政治、お祭り、映画情報などを放送し、「何を描く僧ほほえみ堂」においては住職による法話、「岡山県中学校吹奏楽祭」、「倉敷市内高校吹奏楽部演奏会」、「玉野少年少女合唱団演奏会」では学校・教育、「魚っちゃんぐ」では趣味の情報を提供している。

米沢市にある「(株)ニューメディア」は「町中がスタジオ」をキャッチフレーズにし、番組「NCV 9chニュース」、「四丁目雑貨店」、「NIKO 2 情報局」では身近な情報、地域の情報を多く提供し、「わんぱく村」、「みんなの世界」では教育情報、「テクテクまっぷ」や「SPORTS DIGEST」ではスポーツ情報、「Various Program」で音楽を放送している。

そして、CATVは災害情報を効果的に提供している。阪神・淡路大震災において、マス・メディアや各種の公的なチャンネルが機能障害に陥り、情報の伝達が不可能となったが、その中でCATVが人々に安否情報や生活情報を提供し、災害情報を効果的に提供するものとして高い評価を受けている。

静岡県東伊豆町の「東伊豆有線テレビ」は、昭和53年の伊豆大島近海地震のとき、1カ月の長きにわたって、余震の注意、被害の状況、水道・ガス・温泉の状態、道路・通信・船・バス・電車の状態、学校や幼稚園の休みと始まり、救援物資、デマの防止など、地域住民とフィードバックしながら、情報をきめ細かに伝達し、地域社会の復旧・復興に大きく寄与した。

そしてまた、CATVにおいては、住民の番組への出演や住民自身による番組の企画・制作が次第に増えてきている。多くのCATVが市民の作った音楽、料理、地理・観光、人物などのビデオ作品を放映している。

そして、CATVは、住民自ら番組を企画・制作する「パブリック・アクセス・チャンネル」を持つことができる。

「パブリック・アクセス・チャンネル」とは、住民が自主的に企画・制作した放送番組である。それはボストン公共放送局が1971年に市民が企画・制作した番組を放送したのが始まりであり、アメリカ連邦通信委員会（FCC）が1972年にケーブル・テレビ事業者に対してフランチャイズ制によって義務づけており、アメリカ合衆国では既に一般化している。

「パブリック・アクセス・チャンネル」は多文化社会における人種、移民、宗教、性別、年齢でのマイノリティにメディアを開放し、政治、宗教、教育、音楽などの情報を提供するオールタナティブ・メディアの形成や情報のローカリティの確保を促すものとなっている。そして、コミュニティ・メディアのユーザーがアマからプロへ移行し、使命から商業ベースに変わり、ローカルからナショナルへの展開という変容も既に生じつつあるという（津田・平塚, 2006, Fairchild, 2001, Jankowski, 2002, Howley, 2005）。

わが国では昭和58年に設立された鳥取県米子市にある「中海テレビ放送」によって、住民が制作する番組として「パブリック・アクセス・チャンネル」が初めて設けられ、市民に全面的に開放されている。このチャンネルでは市民が撮影したビデオ作品を放送したり、またスタジオを無料で開放して自作の番組を生放送したりしている。これまでに、まちおこしグループや医師会のビデオが放映されており、ほかに、団体の活動やイベントの紹介、また、市内の祭り・行事、講演会、講習会、演奏会、スポーツ大会、幼稚園・保育所・学校の行事、そして、個人や家族の記録、結婚式や子供の成長記録などが放送されている。このような「パブリック・アクセス・チャンネル」がより多く作られることによって、コミュニティ・コミュニケーションの活発化がなされるようになる。

このように、CATVは身近情報を提供し、とりわけ、災害情報の提供に力を入れるとともに、住民の参加・参画が行なわれうるものとなっている。高度情報化時代において、CATVは有効なコミュニティ・メディアとして展開していくことが強く期待されている。しかし、他方、同時に、CATV施設は加入率の低さ、広告収入の少なさ、人件費や設備費、また制作費の負担増などの問題点を多く抱えており、将来を楽観的に語る事が必ずしもできない状況に置かれていることもまた事実である。

平成16年実施のCATV調査^(注1)によると、CATVの設立理由としては、「地域情報の提供」が最も多く、ついで、「情報の発信」や「地域の活性化」が多くあげられ、また「災害情報の提供」や「住民コミュニケーション」も多い。そして、住民にとって必要な情報として、CATVは「行政」、「身近なこと」、「福祉」、「災害」、「教育」を多くあげている。番組内容としては、「行政」、「行事・催し物」、「身近なこと」の3つ

が多く、また「文化」や「スポーツ」も多く、そして、「教育」、「福祉」、「観光」も多くあげられている。

CATV施設の多くが地域とのつながりを重視しており、その内容として、「身近な情報の提供」が圧倒的に多く、また、「住民のコミュニケーションの活発化」や「地域住民の声の反映」も多い。地域住民とのつながりの具体的内容では「情報提供」が最も多く、ついで「番組参加」が多くなっている。

CATVは地域の情報として「行政」、「行事・催し物」、「身近なこと」を多く放送し、とりわけ災害情報の提供に力を入れており、また、「番組参加」も多く行われている。

このようなCATVの現在の問題点としては、「加入者数が少ない」ことや「人件費がかかる」ことが多くあげられ、また「番組制作費がかかる」ことや「広告収入が少ない」こともあげられている。国に対する要望として、「補助金・資金援助」が圧倒的に多くあげられ、また、「優遇措置」、「政策支援」、「法規制の緩和」もあげられている。

このように、CATVの今後のあり方としては、身近な情報、地域の情報をいかに多く、また広く提供していくのか、そして、住民参加・参画をどのように行っていくのが課題となっている。

一関市にある「一関ケーブルネットワーク」（通称「一関テレビ」）は昭和56年に「一関テレビ」として開局し、平成13年8月に現在名に改称されている。「地域密着型コミュニティ・テレビ」をモットーに、市内の身近な情報、市政、市議会中継、夏祭りや藤原祭りなど、地域の身近な情報の提供に力を入れてきている。

主な番組として「ニュースアングル」（市政、事件、行事、イベントなどの一関市内のニュース）、「なの花本舗」（生活情報、商店、映画、新刊書、料理などの話題）、「一関テレビ市政だより」（一関市の産業、福祉、教育、文化、スポーツ、地域活動などの紹介）、「みちのく情報局」（県内のケーブルテレビおよび気仙沼テレビとの共同制作による情報番組）、また、「一関夏祭り」、「藤原祭り」、「歌謡王座決定戦」、「選挙速報」、「市議会中継」、そして、災害情報の提供のために「北上川水防情報」（緊急時の北上川の水位上昇による警戒情報を生放送）などがある。

平成17年11月に実施された一関市民に対する「コミュニティ・メディアの現状と課題」調査^(注2)によると、一関市民が地域の事柄について「現在、よく見たり、聞いたりしていること」として最も多くあげられているのは「身近な出来事」であり、ついで、「行政」、「行事・催し物」、「天気・気象」、「政治」である。また、「災害」や「文化・歴史」も多いが、「買い物」は少ない。前回（昭和63年）調査^(注3)と比べると、「自然環境」、「政治」、「行政」、「行事・催し物」、「身近な出来事」、「天気・気象」が多くなり、「買い物」は少なくなっている。（表2-1）

そして、地域の事柄について「もっと知りたいと思

うこと」として最も多くあげられたのは「身近な出来事」であり、ついで、「行政」、「福祉」、「行事・催物」が多い。前回と比べると、「行政」、「福祉」、「行事・催物」、「身近な出来事」、「文化・歴史」、「災害」が多くなっているが、「農業・工業・商業」は少なくなっている。(表2-2)

一関テレビへの加入理由として最も多くあげられたのは「地域の様子や出来事を知りたい」であり、ついで、「身近な情報を得たい」や「もっと多くの民放番組を見たい」が多かった。前回と比べると、「地域の様子や出来事を知りたい」や「身近な情報を得たい」が多くなっており、「もっと多くの民放番組を見たい」や「災害の情報を得たい」は少なくなっている。(表2-3)

視聴番組としては「ICVニュースアングル」が最も

表2-1 地域情報接触 (複数回答)

	(%)	
	平成17年	昭和63年
1 自然環境	30.9	18.0
2 農業・工業・商業	23.6	22.6
3 観光	25.5	17.2
4 政治	⑤41.8	15.5
5 行政	②60.0	20.1
6 教育	27.3	④23.8
7 医療	34.5	②31.0
8 福祉	32.7	④23.8
9 災害	38.2	①32.2
10 行事・催物	③52.7	18.8
11 文化・歴史	30.9	14.2
12 スポーツ・レジャー	34.5	17.2
13 交通・通信	21.8	15.1
14 身近な出来事	①63.6	22.2
15 買い物	7.3	23.0
16 天気・気象	④49.1	③27.6
17 その他	0.0	—
18 とくにない	0.0	—

表2-2 地域情報要求 (複数回答)

	(%)	
	平成17年	昭和63年
1 自然環境	18.2	10.9
2 農業・工業・商業	7.3	17.6
3 観光	18.2	15.9
4 政治	14.5	12.1
5 行政	②41.8	③22.2
6 教育	16.4	18.8
7 医療	29.1	①25.5
8 福祉	③40.0	④21.8
9 災害	23.6	5.9
10 行事・催物	③40.0	13.8
11 文化・歴史	29.1	15.1
12 スポーツ・レジャー	12.7	15.1
13 交通・通信	5.5	6.7
14 身近な出来事	①43.6	11.3
15 買い物	10.9	7.5
16 天気・気象	14.5	4.6
17 その他	0.0	0.4
18 とくにない	3.6	②23.7

多くあげられ、ついで、「一関市テレビ市政だより」、「市議会中継」、「なの花本舗」が多かった。また、特別番組で最も多くあげられたのは「夏祭り」であり、ついで、「市議会議員選挙」、「市長選挙」、「市議会中継」、「北上川水防情報」が多かった。

CATVへの参加経験として最も多くあげられたのは「画面に出たことがある」が2割あり、ついで、「インタビューを受けたことがある」が1割5分、「取材されたことがある」がそれに近かった。しかし他方、「とくにない」が6割を越えている。前回と比べると、「画面に出たことがある」や「インタビューを受けたことがある」が多くなっているが、「リクエストしたことがある」は少なくなっている。(表2-4)

そして、参加希望について、最も多くあげられたのは「リクエストしたい」であり、ついで「取材されたい」と「投書や電話をしたい」であり、しかも、それらは1割前後と少ない。前回と比べると、「取材されたい」と「投書や電話をしたい」がやや多くなっているが、「リクエストしたい」は少なくなっている。(表2-5)

一関テレビの地域社会への貢献として最も多くあげられたのは「身近な情報の提供」であり、それが圧倒的に多く、ほかには「新しい地域文化づくり」や「住民のコミュニケーションの活発化」があげられている。前回と比べると、「身近な情報の提供」や「住民のコ

表2-3 CATVへの加入理由

	(%)	
	平成17年	昭和63年
1 もっと多くの民放番組を見たい	③38.6	①69.0
2 NHKの衛星放送を見たい	18.2	③42.3
3 きれいな画像で見たい	④27.3	⑤33.9
4 身近な情報を得たい	②40.9	33.5
5 地域の様子や出来事を知りたい	①54.5	②49.0
6 買い物情報を得たい	6.8	2.5
7 災害の情報を得たい	⑤25.0	④36.8
8 画面に自分や知り合いが出るから	9.1	4.2
9 多目的利用ができるから	13.6	12.1
10 有料(ペイ)チャンネルを見たいから	0.0	1.3
11 頼まれて・勧められて	6.8	3.8
12 その他	18.2	1.3
13 わからない	2.3	1.3

表2-4 CATVへの参加経験 (複数回答)

	(%)	
	平成17年	昭和63年
1 リクエストしたことがある	4.5	②18.0
2 出演したことがある	4.5	7.9
3 インタビューを受けたことがある	③15.9	7.9
4 取材されたことがある	④13.6	④10.5
5 画面に出たことがある	②20.5	③16.7
6 投書や電話をしたことがある	6.8	3.8
7 ニュースを知らせたことがある	2.3	2.1
8 企画・制作したことがある	0.0	—
9 その他	2.3	0.0
10 とくにない	①61.4	①64.9

コミュニケーションの活発化」が多くなっているが、「地域住民の声の反映」は少なくなっている。(表2-6)

一関テレビは地域の情報、身近な情報を提供するものとして、また「北上川水防情報システム」によって災害情報を迅速に伝達するメディアとして地域社会に貢献し、番組出演、インタビュー、取材などの住民参加がなされることを通じて、住民によって受け入れられてきている。

このような一関テレビの現在の問題点として最も多くあげられたのは「番組内容」であり、ついで、「利用料」、「アナウンサー・キャスター」である。前回に比べ、「利用料」が多くなっており、「画面・カメラワーク」、「アナウンサー・キャスター」は少なくなっている。

そして、一関テレビの今後の方向としては「住民の参加をもっと積極的に」が最も多くあげられ、ついで、「地域の情報をもっと多く」、「もっと多くの民放番組

を」、「身近な情報をもっと多く」も多かった。前回と比べると、「住民の参加をもっと積極的に」や「もっと多くの民放番組を」が多くなり、「身近な情報をもっと多く」や「地域の情報をもっと多く」が少なくなっている。(表2-7)

Ⅲ. わが国におけるコミュニティFM放送の動向

コミュニティFM放送とは地域に密着した情報を提供するコミュニティ・ラジオ放送のことである。コミュニティFM放送は平成4年1月に地域住民にとって必要な、きめ細かな情報を提供するものとしてスタートしており、行政情報、文化・教育情報、医療・福祉情報、ショッピング情報などの提供を行っている。そしてまた、コミュニティFM放送の主たる設立理由が「災害情報の提供」であるように、災害情報メディアとして重要な役割を果たしている。平成18年8月現在183局が開局している。

倉敷市にある「FMくらしき」は地域の生活、スポーツ、音楽などの情報の提供を行い、番組「モーニングくらしき」、「ライフナビゲーション」、「ごごいちラジオ」などで天気予報、ニュース、道路交通情報、スポーツ、産直情報を提供し、「あ〜と@オオハラ」では美術館情報、「フレンドパーク」や「倉敷フロンティアコンサート」では音楽情報、「倉敷ビジネスサテライト」では経済情報、「拝、ポーズ!!」(僧侶の出演する番組)では宗教情報、「おでかけ市長室」では行政の情報が提供され、また、高校生が作る高校生のための番組「CLUB FM」も放送されている。

そして、「FMくらしき」は災害時に自動的に電源が入り、避難情報などを伝達できる「緊急告知FMラジオ」を開発している。「緊急告知FMラジオ」は災害時の告知システムとして電源がオフになっていても、自動的に放送が開始され、大音量で緊急放送を聞くことができるものである。

長岡市にある「FMながおか」は、「元気はつらつ歌謡曲」、「MOVING ON 朝の情報ステーション764」では天気予報、ニュース、交通情報、市からのお知らせを、「HEALING 夕暮れ情報ステーション764」ではお悔やみや円相場の情報を、「JAZZYな夜」、「歌謡曲発信!764」では音楽、「ながおか・人の輪・地域の輪」や「ふるさと歴史散歩」では文化・歴史、「市役所発!市民情報局」と「長岡市議会中継」では政治・行政、「子育てままの虹の輪 井戸端会議」では教育の情報を提供し、そして、「ワールドカフェ」では多言語放送を行っている。

とりわけ、「FMながおか」は「災害に強い街と地域コミュニティを作る地域密着の放送局」として、災害情報の提供に力を入れ、平成16年10月の中越大地震発生時に大活躍している。「中越地方を中心に大きな地震がありました。各地の震度は……」の第一声から始まり、街の様子、余震情報、避難勧告、そして、安否、避難所、ライフライン状況、学校・幼稚園、ガソ

表2-5 CATVへの参加希望(複数回答)

	(%)	
	平成17年	昭和63年
1 リクエストしたい	②13.6	②24.7
2 出演したい	2.3	3.8
3 インタビューを受けたい	2.3	0.4
4 取材されたい	③9.1	1.3
5 画面に出たい	2.3	0.8
6 投書や電話をしたい	③9.1	5.4
7 ニュースを知らせたい	4.5	5.4
8 企画・制作したい	2.3	—
9 その他	4.5	0.0
10 とくにない	①70.5	①67.8

表2-6 一関テレビの地域社会への貢献

	(%)	
	平成17年	昭和63年
1 身近な情報の提供	①50.9	①41.4
2 地域住民の声の反映	9.1	②19.2
3 地域の歴史や伝統の発掘	5.5	7.3
4 新しい地域文化づくり	②10.9	③11.7
5 よりよいコミュニティの形成	3.6	5.4
6 住民のコミュニケーションの活発化	②10.9	5.0
7 地域意識の強化	0.0	2.5
8 その他	0.0	0.4
9 わからない	1.8	6.3

表2-7 一関テレビの今後の方向

	(%)	
	平成17年	昭和63年
1 もっと多くの民放番組を	③16.4	6.3
2 身近な情報をもっと多く	④14.5	②21.6
3 地域の情報をもっと多く	②18.2	①31.8
4 住民の参加をもっと積極的に	①20.0	④10.9
5 映画・音楽をもっと多く	7.3	7.9
6 より多目的に	⑤10.9	③11.3
7 その他	0.0	1.7
8 わからない	9.1	8.4

リンスランド、風呂・美容室、スーパーなどの情報、道路・交通、ゴミ収集、食料、生活用品、給水、安全・健康管理、火災、減免処置や相談窓口紹介、被災者向けサービスなどの情報を提供し、また民間企業の業務連絡も行った。

そして、災害発生3日後に出力を20ワット以下から50ワットに上げ、「臨時災害放送局」として、災害・生活関連情報、地震災害放送、地震災害多言語放送（在住外国人のためにポルトガル語、中国語、英語、日本語の4カ国語で放送）を朝早くから夜遅くまで精力的に行った。「FMながおか」では、また、「緊急告知FMラジオ」を「FMくらしき」と協力して実用化している。

コミュニティFM放送の多くが、住民による参加・参画を積極的に実施している。奈良市にある「ならどっとFM」は地域に密着した情報の発信によって、商工・観光の活性化および市民交流の促進を目指している。そして、アナウンサーやパーソナリティを地元から採用するとともに、奈良ボランティア協会や奈良ナビータ、また帝塚山大学放送研究会に委託ないしは番組買い取りによって、番組編成がなされている。そしてまた、災害情報に関して、主婦、学生、退職者など15人による「災害ボランティアF」を組織化し、災害時に集合し、番組編成も行ってもらうために月1回の訓練を行っている。

喜多方市にある「喜多方シティエフエム」は市民の市民による市民のための放送局として、自らを「地域の夢おこしのために市民が作った放送局」と名付け、地域コンテンツにこだわった番組制作を行っている。そのために、番組の企画・制作からパーソナリティに至るまで、市民が参加する「市民参加型放送局」の形態をとっている。「モーニングショット」（パーソナリティによるリクエスト、お便り）、「夢中deイブニング」（中高校生パーソナリティによる番組）、「We love KITAKATA」（地域の団体による制作）、「ラジポート愛ランド」（パーソナリティによる地元ネタ）、「スクール最前線」（生徒の声をオン・エア）、「蔵のまちっく夜話」（中央公民館の講座「昔話伝承館」会員による「語り」の番組）など、パーソナリティを地元から選出したり、喜多方ボランティア・プロダクションによって番組制作がなされたり、さらには、情報特派員による地域の情報の収集が積極的に行われている。

平成18年に行った全国のコミュニティFM放送局を対象とする「コミュニティFM放送の現状と課題」調査^(注4)によると、現在のコミュニティFM放送の設立時期は平成6～9年が最も多く、ついで、平成10～13年が多い。コミュニティFM放送の設立理由としては、「地域情報の提供」が最も多く、ついで、「地域の活性化」や「災害情報の提供」が多い。ほかに、「情報の発信」、「地域文化の育成」、「住民の参加」が多いが、「住民のコミュニケーションの活発化」や「福祉・医療情報の提供」はそれほど多くなかった。前回（平成10年）調査^(注5)に比べて、今回は「地域情報の提供」

や「地域の活性化」の方が「災害情報の提供」よりも多くなっている。（表3-1）

そして、コミュニティFM放送局が住民にとって必要な情報としてあげているのは、「災害」が最も多く、ついで「天気・気象」が多い。ほかに、「行事・催物」、「交通・通信」、「行政」が多かったが、「産業」、「政治」、「自然環境」は少ない。前回に比べ、「災害」と「行政」が多く、「行事・催物」や「身近なこと」が少なかった。（表3-2）

コミュニティFM放送の番組内容としては「気象」、「ニュース」、「行事・催物」の3つが最も多く、ついで「災害」や「映画・音楽」が多い。これに対して、「医療・福祉」、「行政・議会」、「ショッピング」はそれほど多くない。前回に比べ、今回は「災害」の多いことが目立っている。（表3-3）

コミュニティFM放送の地域社会との関連では、「身近な情報の提供」が最も重視されており、ついで「地域文化の育成」が重視され、ほかに「地域住民の声の反映」、「住民のコミュニケーションの活発化」、「地域の歴史・伝統の発掘・保存」も重視されている。これに対して、「地域意識の強化」や「コミュニティの形成」は少ない。前回に比べ、順位の変動はなかったが、比率において「住民のコミュニケーションの活

表3-1 コミュニティFM放送の設立理由

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 地域情報の提供	①89.7	②83.6
2. 住民の参加	53.8	52.2
3. 地域の活性化	②83.8	③76.1
4. 災害情報の提供	③82.9	①86.6
5. 地域文化の育成	⑤58.1	⑤65.7
6. 情報の発信	④63.2	④67.2
7. 福祉・医療情報の提供	28.2	37.3
8. 住民のコミュニケーションの活発化	45.3	43.3
9. その他	3.4	10.4

表3-2 住民にとって必要な情報

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 自然環境	41.0	47.8
2. 産業	37.6	35.8
3. 観光	50.4	46.3
4. 政治	39.3	26.9
5. 行政	⑤81.2	73.1
6. 教育	55.6	49.3
7. 医療	59.8	52.2
8. 福祉	62.4	64.2
9. 災害	①91.5	③83.6
10. 行事・催物	③82.1	①89.6
11. 文化・歴史	53.8	55.2
12. スポーツ	48.7	58.2
13. 交通・通信	③82.1	③83.6
14. 身近なこと	77.8	⑤80.6
15. 買い物	51.3	61.2
16. 天気・気象	②89.7	②86.6
17. その他	4.3	7.5

発化」が少し増えているが、「地域文化の育成」や「地域の歴史・伝統の発掘・保存」はかなり減っている。(表3-4)

コミュニティFM放送の住民とのつながりは、一般住民の場合、「番組参加」が最も多く、ついで「情報提供」、「インタビュー」、「投書・電話」が多かった。前回に比べ、「インタビュー」がやや少なく、「投書・電話」がかなり少なくなっているが、「企画・制作」はやや増えている。(表3-5)

コミュニティFM放送の住民とのつながりで地域組織・団体の場合は、「情報提供」が最も多く、ついで「番組参加」や「インタビュー」が多く、ほかに、「企画・制作」や「投書・電話」が多かった。一般住民の

場合と比べると、「企画・制作」が多く、「投書・電話」は少ない。前回に比べ、今回は、「インタビュー」、「企画・制作」、「番組参加」が多くなっている。(表3-6)

重点を置く災害情報としては「災害発生情報」が最も多く、ついで「注意報・警報」が多く、ほかに「避難情報」、「復旧情報」、「被害情報」が多かった。しかし、「救護救援情報」や「避難準備情報」は少ない。前回に比べ、「避難情報」、「復旧情報」、「被害情報」が多く、「救護救援情報」は少なかった。(表3-7)

重点を置く「復旧情報」としては、「水道・ガス・電気」と「道路・交通状況」が最も多く、ついで、「救助・救援活動」、「飲料水の供給」、「食糧の供給」が多かった。これに対して、「災害補償・融資」、「心のケア」、「ボランティア」はそれほど多くない。前回に比べ、今回は「水道・ガス・電気」、「道路・交通状況」、「飲料水の供給」、「救助・救援活動」が多くなっている。(表3-8)

災害情報の問題点としては、「人手が不足」が最も多く、ついで「情報の入手が困難」や「入手システム・ネットワークが不備」が多い。ほかに、「情報の伝達が難しい」や「伝達システム・ネットワークが不備」があげられている。しかし、「何が必要な情報かわからない」や「伝達メディアが不十分」は少なかった。前回に比べ、今回は「人手が不足」や「情報の入手が困難」が多く、「伝達システム・ネットワークが不備」や「入手メディアが不十分」は少なかった。

表3-3 コミュニティFM放送の番組内容

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. ニュース	①94.0	④91.0
2. 行政・議会	73.5	67.2
3. 教育・教養	77.8	68.7
4. 医療・福祉	71.8	64.2
5. 災害	④93.2	85.1
6. お祭り	81.2	71.6
7. 文化・歴史	82.1	76.1
8. 行事・催物	①94.0	②94.0
9. ショッピング	74.4	73.1
10. 映画・音楽	⑤90.6	③92.5
11. 農漁業・産業	37.6	40.3
12. 娯楽・スポーツ	87.2	④91.0
13. 観光	73.5	67.2
14. 気象	①94.0	①98.5
15. その他	5.1	10.4

表3-4 コミュニティFM放送の地域社会との関連

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 身近な情報の提供	①96.6	①95.5
2. 地域文化の育成	②62.4	②74.6
3. 地域の歴史・伝統の発掘・保存	⑤43.6	⑤50.7
4. 地域住民の声の反映	③58.1	③59.7
5. 地域意識の強化	33.3	41.8
6. 住民のコミュニケーションの活発化	④53.8	④52.2
7. コミュニティの形成	38.5	37.3
8. その他	5.1	9.0

表3-5 コミュニティFM放送の住民とのつながり：一般

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 加入協力	17.1	20.9
2. 情報提供	②88.9	③86.6
3. インタビュー	③82.1	①89.6
4. 投書・電話	④70.1	④83.6
5. 番組参加	①89.7	①89.6
6. テープ提供	15.4	23.9
7. 企画・制作	⑤32.5	⑤31.3
8. その他	0.9	9.0
9. 特にない	0.0	0.0

表3-6 コミュニティFM放送の住民とのつながり：組織・団体

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 加入協力	23.1	26.9
2. 情報提供	①90.6	①88.1
3. インタビュー	③77.8	③65.7
4. 投書・電話	⑤41.0	④43.3
5. 番組参加	②89.7	②82.1
6. テープ提供	16.2	16.4
7. 企画・制作	④53.0	⑤37.3
8. その他	3.4	7.5
9. 特にない	0.9	0.0

表3-7 重点を置く災害情報

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 予報予知情報	65.0	61.2
2. 災害発生情報	①88.9	②89.6
3. 被害情報	④76.9	④71.6
4. 注意報・警報	②86.3	①91.0
5. 避難情報	③82.9	③76.1
6. 避難準備情報	61.5	—
7. 安否情報	65.8	65.7
8. 救護救援情報	58.1	67.2
9. 復旧情報	④76.9	④71.6
10. その他	8.5	11.9
11. 特にない	0.0	4.5

表 3-8 重点を置く復旧情報

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 食糧の供給	⑤73.8	②70.1
2. 飲料水の供給	④76.1	③68.7
3. 生活物資の供給	71.8	62.7
4. 医療品の供給	64.1	④64.2
5. 救助・救援活動	③76.9	61.2
6. 道路・交通状況	①88.0	①79.1
7. 水道・ガス・電気	①88.0	⑤64.2
8. 電話	60.7	47.8
9. 医療機関	70.9	59.7
10. 学校・幼稚園・保育所	62.4	35.8
11. 災害補償・融資	29.1	20.9
12. ボランティア	45.3	32.8
13. 心のケア	36.8	41.8
14. その他	6.0	3.0
15. 特にない	0.0	3.0
16. わからない	1.7	11.9

表 3-9 災害情報の問題点

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 情報の入手が困難	②53.8	③44.8
2. 情報の伝達が難しい	④26.5	④29.9
3. 何が必要な情報かわからない	7.7	6.0
4. 入手システム・ネットワークが不備	③43.6	②46.3
5. 伝達システム・ネットワークが不備	⑤18.8	⑤26.9
6. 入手メディアが不十分	15.3	19.4
7. 伝達メディアが不十分	8.5	9.0
8. 人手が不足	①65.0	①55.2
9. その他	6.0	25.4
10. 特にない	3.4	6.0

(表 3-9)

コミュニティFM放送は「気象」、「ニュース」、「行事・催し物」などのコミュニティ情報を多く提供し、とりわけ、災害情報の提供に多くのエネルギーを費やし、「災害発生情報」、「注意報・警報」、「避難情報」、「復旧情報」、「被害情報」の提供を積極的に行っている。また、「情報提供」、「番組参加」、「インタビュー」などの住民参加が多く行われており、地元出身のキャスターやボランティア団体による番組制作が積極的に推し進められている。

このようなコミュニティFM放送の現在の問題点としては、「広告収入が少ない」が圧倒的に多い。ほかに、「聴取者数が少ない」や「人件費がかかる」も多いが、「住民の協力が得られない」、「物件費がかかる」、「番組制作費がかかる」はそれほど多くない。前回に比べ、「聴取者数が少ない」がやや多くなり、「広告収入が少ない」、「人件費がかかる」、「物件費がかかる」、「番組制作費がかかる」は少なくなっている。(表 3-10)

そして、国に対する要望としては、「出力アップ」が最も多く、ついで「補助金・資金援助」が多く、ほかに「法規制の緩和」も多かった。「優遇措置」や「政策支援」は少ない。前回に比べ、「政策支援」がやや増え、「補助金・資金援助」、「出力アップ」、「法規

表 3-10 コミュニティFM放送の現在の問題点

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 聴取者数が少ない	②39.3	③32.8
2. 広告収入が少ない	①81.2	①89.6
3. 人件費がかかる	③37.6	②47.8
4. 番組制作費がかかる	⑤14.5	④26.9
5. 物件費がかかる	10.3	④26.9
6. 住民の協力が得られない	3.4	6.0
7. その他	④21.4	19.4
8. とくにない	2.6	3.0

表 3-11 国に対する要望

	(%)	
	平成18年	平成10年
1. 補助金・資金援助	②54.7	②59.7
2. 出力アップ	①82.1	①91.0
3. 政策支援	⑤24.8	⑤22.4
4. 法規制の緩和	③38.5	③44.8
5. 優遇措置	④27.4	④29.9
6. その他	7.7	7.5
7. とくにない	6.0	1.5

制の緩和」は少なくなっている。(表 3-11)

Ⅳ. コミュニティ・メディアの課題

コミュニティ・メディアは身近な情報や地域の情報などのコミュニティ情報をきめ細かに、具体的に、また臨機応変に提供するメディアである。現在、CATVもコミュニティFM放送も、コミュニティ情報の提供に力を入れている。コミュニティ・メディアの多くがコミュニティ番組を設け、「行政」、「行事・催し物」、「身近なこと」、「福祉」、「災害」、「教育」の情報を提供している。また「文化」や「スポーツ」の情報も多く、また、「教育」、「福祉」、「観光」の情報も多くなっている。今後は、「医療・福祉」に関する情報、「教育・文化」に関する情報を多く提供し、そしてまた、外国人向けを放送する必要性が生じよう。

コミュニティ・メディアはまた、災害情報を提供するのに大きな役割を果たしている。住民にとって必要な情報として「災害」が多くあげられているように、コミュニティ・メディアは災害情報の提供に力を入れている。災害情報としては「災害発生情報」、「注意報・警報」、「避難情報」、「復旧情報」、「被害情報」が重視され、「復旧情報」としては、「水道・ガス・電気」、「道路・交通状況」、「救助・救援活動」、「飲料水の供給」、「食糧の供給」が重視されている。

そして、コミュニティ・メディアは、視聴者や聴取者が番組に参加したり、また企画・制作する番組づくりを行う「住民参加・参画」が可能なメディアである。そして、コミュニティ住民において、「コミュニティ・メディアが住民の参加をもっと積極的に」という声が多くあげられている。

しかし、現状では、CATVへの人々の参加経験の多くは、「画面に出たことがある」、「インタビューを受けたことがある」、「取材されたことがある」程度であり、また、「とくにない」人も多い。そして、参加希望も「リクエストしたい」、「取材されたい」、「投書や電話をしたい」という消極的なものにとどまっている。そして、住民自ら番組を企画・制作する「パブリック・アクセス・チャンネル」を設けているCATVは少数ケースとなっている。

また、コミュニティFM放送においては、住民参加は比較的活発になされているが、一般住民の場合は「番組参加」、「情報提供」、「インタビュー」、「投書・電話」が多い。そして、番組へのかかわりは、その多くがアナウンサーやパーソナリティを地元から採用するとか、ボランティア団体や大学に委託ないしは番組買い取りによるものとなっている。

コミュニティ・メディアへの住民の積極的参加によって、住民間の相互的な情報伝達、情報交換、そして情報発信が行なわれ、コミュニティ・コミュニケーションが活発化されるようになる。さらに、コミュニティ・メディアはコミュニティ・アイデンティティを醸成するのに役に立つ。コミュニティ・メディアの果たす役割は何よりもコミュニティの活性化を生み出すことである。

しかし、現在のところ、コミュニティ・メディアの地域社会への貢献としてあげられる事柄に「住民のコミュニケーションの活発化」や「コミュニティの形成」は必ずしも多くない。

けれども、コミュニティ・メディアはコミュニティ・コミュニケーションを活発化することを通じてコミュニティ文化の育成、コミュニティの形成を行うべきものである。そのためにも、コミュニティ・メディアの物的・人的条件の整備・拡充が緊急の課題となる。

現在のところ、多くのコミュニティ・メディアが、「加入者（聴取者）数が少ない」、「広告収入が少ない」、「人件費、番組制作費、物件費がかかる」、「人手が不足している」ことを訴えており、国に対しても「補助金・資金援助」を強く要望している。

コミュニティ・メディアが自らに課す今後の課題は、このような物的・人的条件を十分整えたいうえで、行政、地域産業、地域文化・教育、地域医療・福祉などの情報の効果的な提供をどのように推進していくのか、また、災害時における情報の十分な収集・伝達をいかに行うのか、そして、コミュニティ・メディアへの住民の積極的参加・参画をどのように支援していくのかということであろう。

注

- 1) 全国のCATV施設580に対して、平成16年（2004年）10月に調査票を用いた郵送法によるアンケート調査を実施。回収数は310、回収率は53.4%であった。船津衛ほか『CATVの現状と将来像に関する調査2004』（東洋大学21世紀ヒューマン・インタラクション・リサーチセンター調査研究報告書）平成17年3月、参照。
- 2) 一関市民300に対して、平成17年（2005年）11月に調査票の戸別配布、郵送回収によるアンケート調査を実施。回収数は55、回収率は18.3%であった。船津衛『コミュニティ・メディアとしてのCATVの現状と課題』（放送大学特別研究報告書）平成18年12月、参照。
- 3) 一関テレビ視聴者300に対して、昭和63年（1988年）11月に調査票を用いた面接調査を実施。回収数は237、回収率は79.7%であった。船津衛ほか「東北地方における地域情報化と地域メディアの課題」『東北大学日本文化研究所研究報告』別巻、26、39-61頁、参照。
- 4) 全国のコミュニティFM放送局183に対して、平成18年（2006年）8月～9月に調査票の郵送によるアンケート調査を実施。回収数は117、回収率は63.9%であった。船津衛『コミュニティ・メディアとしてのコミュニティFM放送の現状と課題』（放送大学特別研究報告書）平成18年12月、参照。
- 5) 全国のコミュニティFM放送局103に対して、平成10年（1998年）8月～9月に調査票の郵送によるアンケート調査を実施。回収数は67、回収率は65.0%であった。船津衛『災害時におけるコミュニティFM放送の課題』（文部省科学研究費報告書）平成10年12月、参照。

参考文献

- Fairchild, C., 2001, *Community Radio and Public Culture*, Hampton Press, Inc.
- 船津衛, 1994, 『地域情報と地域メディア』恒星社厚生閣
- 船津衛(編), 1999, 『地域情報と社会心理』北樹出版
- 船津衛, 2006, 『コミュニケーションと社会心理』北樹出版
- Jankowski, N. W. (ed.), 2002, *Community Media in the Information Age*, Hampton Press, Inc.
- Jeffres, L. W. and J. Lee, 2002, Neighborhood Newspapers, Jeffres, L. W. (ed.), *Urban Communication Systems*, Hampton Press, Inc, pp. 89-116.
- 林茂樹(編), 2006, 『地域メディアの新展開』中央大学出版部
- Howley, K., 2005, *Community Media*, Cambridge University Press.
- 津田正夫・平塚千尋(編), 2006, 『パブリック・アクセスを学ぶ人のために』世界思想社

(平成18年11月2日受理)