

コミュニティ放送

——世代交代にみる理念の継承と変革の可能性 試論——

北郷裕美

1. はじめに 現状認識

現在研究対象としているコミュニティ・メディアとりわけコミュニティ放送は近年防災メディア、公的な地域コミュニケーション媒体としてその位置を確実にしてきた。このコミュニティ放送の有意性は、放送を通じて地域社会の活性・発展に寄与することである。

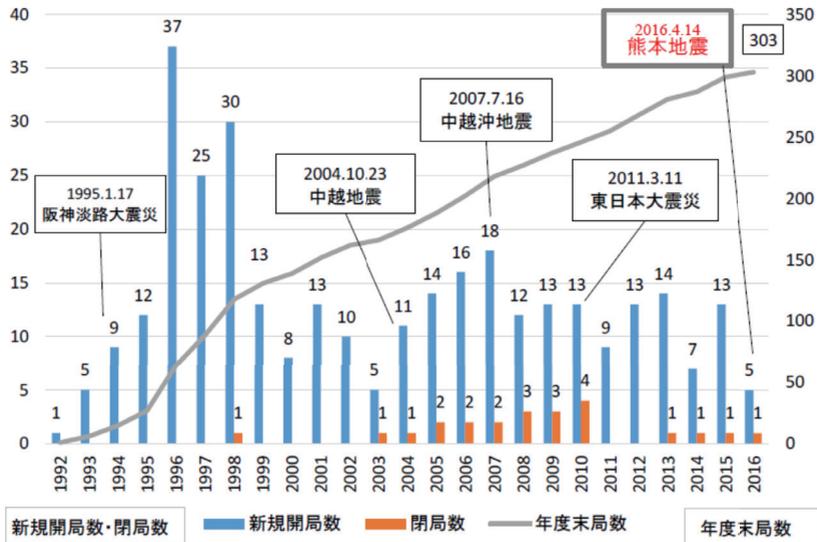


図1 開局年度ごとのコミュニティ放送局数¹⁾

たちの理念や記憶は、次世代リーダーにいかにか継承されているのか。本研究の目的は、放送局開設者たちの理念や記憶が世代交代や時代背景、環境変化（基幹放送化、ネット等の伝送路移行）によっていかに変化し、いかに伝えられたのかを探ることで今後のコミュニティ放送全体の発展に知見を残すことである。

2. 研究の目的と学術的背景

これまで私がコミュニティ放送の研究を15年以上に亘り継続してきた中で、論文や著作、講演、講義を含め、コミュニティ放送の公共的なコミュニケーション空間としての役割を中心に検証してきた。特に組織側からの視点で研究を進めてきた。ただしコミュニティ放送の実態に正面から取り組む研究は非常に少なくコミュニティ放送を対象とした研究で顕著なものとして、北郷（2015b）松浦ほか（2017）以外では、金山（2007）、加藤（2007）の中で、コミュニティ放送の存在意義や課題に重点を置いた論が展開されている。また山田（2000）で経営問題に深く触れている。さらに、井上・三浦（2007）、紺野（2010）の中では具体的な広告営業の方法論や人材を含めた組織作り等が扱われている。ただし、時間的な推移と共に世代交代、理念継承実態は学術的な検証の中で未だそれほど浮上してはいないと思う。そこで、今回その実証研究に一步踏み切るときの試論、仮説提起として本論を進めたい。

1992年から四半世紀、制度化されてきたコミュニティ放送は、2010年の放送法改正後、防災について行政との連携や協働が進み、行政によるサポートの機会も増えた。それ自体は望ましいことではあるが、自立性・独立性のアイデンティティ、社会的包摂への取り組みや市民参加型の開局時発想を持っている局は変化することが予想される。あるいは日本のコミュニティ放送には、個別の地域課題の解決が明瞭に打ち出されていないことが多い。そのこと自体の是非を論じる前に、改めて過去（開局時）に遡り、コミュニティと担い手の市民が考えてきた「何故ラジオ局を立ち上げるのか」について、コミュニティ放送の歴史の一端を確認する。そして、自立性を保ちなが

ら各セクターの連携を築くべく、新たなコミュニティ放送のあり方を検討する重要な示唆を含む。

コミュニティ放送創設者の開局時における地域の記憶が、創設者自身とその地域に残されている。その記憶のなかに存在するであろう「理念」「物語」を、変化が進む前に確認しておくことが急がれる。近年、創業者が亡くなっているケースも散見されるようになり、各コミュニティ放送創設者が、地域における使命や役割をどのように捉えてきたのかについては、どのように変化があったのか、そこに変化の相違がある場合はそれを記録しておくことは重要だと考える。また可能ならば開局に関わった住民、スタッフの記憶も同様に調査したいと考える。

3. 本研究の学術的な独創性

ユネスコや世界コミュニティラジオ放送連盟が説明してきた「コミュニティラジオ」は、社会的包摂・差別の排除などコミュニティの課題を解決する、コミュニティ自身のために運営・所有する（非営利の）ラジオを想定している⁵⁾。南アフリカのブッシュラジオが発した「コミュニティ 90%、ラジオ 10%」が有名である。メディア（媒体）の機能よりも、小さな声を拾い上げるコミュニティ（共同体）が目指され、社会的排除（差別）の削減、住民ひとりひとりの承認やつながりをつくる関係性の構築が期待されていると言えるだろう。しかし、日本で多くの局が共有してきたコミュニティ放送は、マス・メディアとは異なるものだと認識される一方、「コミュニティ」の認識は一律ではないように思われる。とくに多様性についての見解は一貫しておらず、共有されているのは、地域密着情報、市民参加、そして近年はとみに「防災」である。日常生活の多様なテーマのなかに防災のあり方を問うことができるため、決して限定的に捉える必要はないが、ここに放送の強靱化のための資源も集まってくる。そのため、「地域の課題解決」や「市民参加」を開局時の世代が次世代にどのように伝えるかを明確にしておくべきことと考えている。現状政策的にも重点が置かれているのは「防災」であるため、

開設当時の記憶が変わることも懸念される。また、創業者が亡くなってしまいうという当時の記憶が消えてしまう可能性がある。一方、ラジオ局であるために番組等の資料がアーカイブ化されているケースもあることを考え、手がかりの有無を確認していきたい。

学術的な特色として、時代背景に即した分析や解釈ができれば、コミュニティ放送の担い手に重要な示唆を提供できる。そして、新しい官民連携の構想のもとに、日本のコミュニティ放送が地域においても人材においても多様であることを踏まえ、防災の担い手のみならずコミュニティに格納されたさまざまな資源の保全者・課題の共同管理者としての役割に注目し、新たな時代の世代交代を捉えたい。

4. コミュニティ放送の経年変化

現状のコミュニティ放送の調査を経て実感していることに、メディア認知の問題、つまり時間経過の問題がある。メディアの本来の地域における効果を全てのアクターやセクターが認知し、その重要性を認め合うことによって、初めてコミュニティ・メディアの公共的なコミュニケーション循環という役割が高まってくるのである。ここで事業継続による変化の形態について、コミュニティ放送の市民への浸透、および認知に至るまでには、コミュニケーションの質の変化と時間的経過の相関関係が強くなるのではないかと、言う仮説に至っている。この場合、地域情報提供⇒双方向参加型⇒議論循環・地域世論形成型と進むと考える。この流れが結果的に、地域の与件にまで影響を与える可能性がある。

つまり、メディア効果の認知（公共的なコミュニケーション循環の開始から世論形成型への変化に重なりと仮定）を得るために一定の期間、事業継続を行う必要があるということである。与件としての環境条件、言い換えればメディアの基盤となる地域性そのものは一朝一夕に変化はし難いが、生活者視点の課題を地域のメディアとして持続的に取り上げ続けられれば、時間はかかってもそのメディア（局）に対する信頼や、公共的なコミュニケーション

の必要性を地域全体が自覚し、認知が進み、ひいては与件であった地域性そのものに影響を与える結果にもなる。このようなミッションとも言うべき継続的なマネジメントを継続することが課題でもある。

このように、コミュニティ・メディア、特にコミュニティ放送の市民への浸透、認知に至る過程には、設立からの時間的経過と相関関係があると考えられる（表1参照）。時系列的に考えて公共的なコミュニケーション空間構築には当然相応の時間が掛かる。市民が積極的にそれを望み、そのためのツールとしてメディアを選択する可能性もあるが、本来はメディア（コミュニティ放送局）としての通常の認知を経て、徐々にコミュニケーション空間へ移行をするという過程を辿る。その流れに様々なアジェンダが俎上に乗る。従って、生活者の地域課題を文字通り地域のメディアとして持続的に取り上げれば、時間はかかってもそのメディア（コミュニティ放送局）に対する信頼が生まれるとともに、公共的なコミュニケーションの必要性を市民も自覚し、この循環が可能なメディアとしての認知がされるようになる。

段階	段階	概要	対応指標
1	メディア認知期	新しいメディアとして、既存のメディアとの差別化や有意性を流布していく活動の時期であり、認知に当たっては出来る限り、リスナー（住民）のニーズに即した情報収集、提供を行う。そのため、娯楽性も重要な要素となる。	指標①伝達される地域情報の種類
2	コミュニケーション黎明期	認知の高まりと共に、地域メディアとしてテーマ性を持った公共的なコミュニケーションをメディア側から積極的に投げかける時期である。	指標②情報からアジェンダへの移行過程
3	コミュニケーション成熟期	公共的なコミュニケーション・テーマが積極的にリスナー（住民）側からも投げかけられてくる時期である。そのための議論空間をメディアが多数創造する作業に入る。	指標③コミュニケーション空間の性格
4	コミュニケーション発展期	メディアとリスナー（住民）の双方向で循環してきた公共的なコミュニケーションを、ソリューションに結びつける時期であり、この段階から多様なセクターを絡めたコミュニケーションへの拡大が始まる。	指標④セクター間（市場、行政、市民・団体）の仲介と集約に対応 ※ここで、メディアがニュートラルに媒介するスタンスが非常に重要になるため、指標⑥組織の透明化と公開性が大きく関わってくる
5	コミュニケーション拡大期	地域の課題を地域内の公共的なコミュニケーションで成熟された後、幾つかの課題解決（ソリューション）には、地域を越えたコミュニケーションも必要となる。そのため、地域メディアは多様なメディア機能も駆使し、また他のメディアともネットワーク（協働）を結び拡大する。	指標⑤域外への発信と協働 指標⑦メディア・ミックスによる情報環境の最適化

表1 コミュニティ FM の時間的経過の仮説図（イメージ）⁶⁾

5. 経年変化と世代交代の相関

コミュニティ放送の経年変化を公共的なコミュニケーションへの推移と考えた場合、表1にあるような時系列の発展形があると予想される。この経過を辿るには数年の放送継続と地域の受け入れ方（相互理解の上に行われてきたこと）が重要である。その際にヒアリング対象局を絞り込む前提となる条件をこの仮説のもとに再確認する。

今回は敢えて制度創設10年間に開局した中堅放送局の理念継承と世代交代の状況を調査するものである。その理由は下記に記すが、このプロセスにおいて局の世代交代の時期と状況および今後どのように世代交代をしていけば良いか、この過程がさらにどういう方向に向かうか、を検証する。ただし個々の放送局に注目するのではなく、多様な局の世代交代に注目する。

コミュニティ放送は冒頭の章にも記したが1992年が制度の開始であり開局第一号のFM いるか（北海道函館市）が生まれた。それから25年のうちに315局を数えるに至った。そのうち2/3の約200局が開局後10年を超えている。2016年に行った悉皆調査によると開局後の運営責任者の交代状況は下記の通りである⁷⁾。

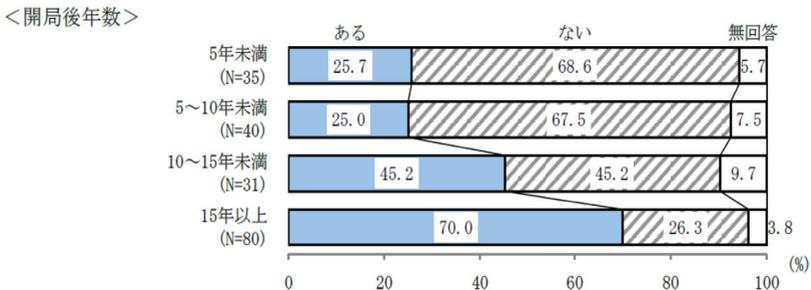


図3 開局後年数別運営責任者の交代状況

図3を見る限り、開局10年未満では交代があると答えた局は1/4である。これに比べて10～15年未満では45.2%、15年以上では70%となる。

コミュニティ放送というFMラジオ媒体が認知されるに至った経緯も冒頭で述べたように、1995年の阪神淡路大震災、2004年の中越地震および2007年の中越沖地震、2011年の東日本大震災という災害時の情報の扱いをめぐる議論が関係していることは事実である⁸⁾。そこで大きくコミュニティ放送の、萌芽期（黎明期）1992～2001、展開期2002～2010、転換期2011～以降、と三分割を試みた。そこに、情報提供⇒双方向参加型⇒議論循環・地域世論形成型というメディア・コミュニケーションの質の変化と時間的経過の相関関係を当てはめてみたい。これは個々のコミュニティ放送局の流れというよりコミュニティ放送というメディア全体の変遷と社会的認知の過程である。従って初期に設立された局ほどこの時代の変遷と認知過程に晒されてきたことになると思う。

6. 世代交代における制限要因と経営課題

ここから世代交代における理念の継承や、滞りなく次世代に引き継ぐことを制限するであろう要因を列記する。コミュニティ放送局の規模は2016年の調査で以下のような数字になった⁹⁾。

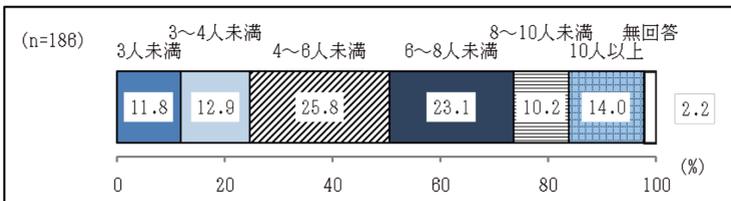


図4 常勤スタッフ数比較

八

コミュニティ放送局は、図4が示す通り県域放送局に比べて事業規模もスタッフ数も小規模であり、経済情勢に左右される経営基盤の脆弱な事業者も多い。また、補助金・助成金・行政支援が必要になりつつも、その公的指標がないなかで進んできた閉塞感もある。石原（2007）は所縁型のいわゆ

る「一国一城の主」意識の高い組織の世代交代に関して「地位がリーダーを作るのではなく属人的な要素で維持されるもの」とし、カリスマリーダーを生みやすい環境であるとしている。さらに「そのリーダーを欠いては組織がまとまらなると多くのメンバーが信じ、余人をもって代えがたくなる」可能性の高いことを指摘している。このことに関してドラッカー（1991）は非営利組織の経営において、後継者選定に当たっての前向きな方法として「果たすべき役割に注目すること」であり、これを考えた上で「どのような人物がいるか。どのような成果を上げてきたか」を見なければならぬとしている。この「果たすべき役割」とは言い換えれば「組織のミッションを体現すること」に近いものではないだろうか。このミッションの継承者でありその役割を担った実績のあるものに受け継がれることが現実的なものかもしれない¹⁰⁾。但し実態はそう容易くはないと考える。

開局時期を萌芽期の局に絞って調査を継続しようと考えているが、カテゴリーや地域性、法人タイプの違いにも注目することで、その動向を注視する必要があると考える。北郷（2015）において、コミュニティFMを語る際に、その萌芽期（黎明期）から世代交代議論の伏線として経営課題が常に問われてきた。コミュニティ・メディアの研究者の多くがこの点を指摘している。原（1997）は、「現行のコミュニティ各局にとって、最大の課題は、経営の安定確保」であり「自治体からの支援の大小、あるいは株主企業からの支援が経営の安定を左右」と述べている¹¹⁾。また山田（2000）は「気前の良いスポンサーの存在が前提となって成立し、存続しているというのがコミュニティ放送の現状」であり、「現場において営業努力や経費の圧縮が強く求められていることに違いはない」と述べている。金山（2007）によると、コミュニティFMの経営の現状として、「運営費の大半は広告やスポンサー収入に依存しており、その単価は県域ラジオに比べてかなり低い」として「自力で収益を生む経営体質への転換を迫られている」とあり、現代でもこの傾向は余り変化がないと言える。確かに近年、単年度黒字局は増えつつあるものの、放送収入単体での黒字局は少ないのが現実である¹²⁾。

コミュニティFMの組織形態は、純民間型、第三セクター型、NPO法人型と多様である。但し、組織（法人）形態のみで最適かどうかが決まること

ではない。当然、それぞれに長所、短所がある。民間型であれば、所謂株式会社、有限会社という形での出資型企業組織であるが、コミュニティFMの場合、必ずしも利潤追求を最大の目的としているものではない。また、防災メディアとしてのコミュニティFMは普及当初は自治体の後押しもあって全国的に第三セクター型の開局が一気に増えた¹³⁾。

但し、第三セクターは、宮脇(2003)によれば、民間に比べ資金面でのサポートが安定性を担保する反面、「意思決定のトップダウン型」「単一性の価値観の形成と維持」を得意とする「縦型ネットワーク」の中に組み込んだパートナーシップの仕組みであり、環境変化とリスク対応に弱い構造である¹⁴⁾。従って、地域の多様な変化や課題に対して、臨機応変に対応することは得意ではない。またNPO法人型も増えてきたが、全てではないにせよ、多くのNPO法人が抱える問題である「運動性」「事業性」が強くなることで「収益性」が低下するケースも多い。この「運動性」「事業性」バランスを改善できれば安定に繋がる可能性はあるはずである¹⁵⁾。

例えば解決方策のひとつとして、純民間型、第三セクター型を問わず、支配権(出資率も含め)の集中型から分散型・市民出資型による経営スタイルの確立により「社会的企業」としての公共性を担保する方法がある¹⁶⁾。つまり、私物化や支配と言う発想を起こしやすい経営スタイルは、企業論理としてやはりどこまでも営利性、採算性を追求する組織となり、ある種の閉鎖性や競争的な排他性に繋がり易い。そうなれば、メディアとしての公共性を担保することはますます困難になる。しかし、議決権を分散させる割合を維持するような出資スタイルであれば、少なくとも企業本位の、あるいは個人的な独走というリスクを抑えることは可能ではないかと考える。

先述したが、地域の中でコミュニティ活性やラジオ放送への思いの強い「一国一城の主」意識の高い人材が開局してきた事例も多く、この点は非営利組織の世代交代の考え方に近いとも考えられる。ミッションを変えて組織を維持することの困難さも浮き彫りになる。このようにさまざまな組織経営課題を抜きにしてコミュニティ局の世代交代を単なる中小企業の跡継ぎ問題、世襲問題というように捉えることは拙速であろう。

7. その他の制限要因

ここまでは組織論的な経営課題を中心に世代交代を制限する要因を述べてきた。ここからはそれ以外にどのような制限要因が考えられるか列記してみたい。

- (1) 閉局という不安要因：世代交代がうまく行かなかった事例として閉局もあり得ることが前提となったこと そのなかにもいくつかのパターンがある。現実的には1992年以来、30局近い局が様々な要因で「閉局」「放送免許の返上」「廃局」になった。ところが、この閉局という分野に切り込んだ研究が過去になされていないことも事実であり知見の収集が難しい。閉局の状態は「停波」「免許返上」「休眠」「廃業」「合併」「経営移譲」等々の多様な分類が可能だが、閉局実態の調査としてどこまで絞るかは慎重に考えたい。例えば、北海道のコミュニティ放送局の事例では連携交代という形の継続パターンが興味深い。例として、さっぽろ村らじお（札幌市東区）、あいコミ（旧えにわコミュニティ放送 恵庭市）がある。
- (2) 放送環境の変化要因：近年のコミュニティ放送局を取り巻く新たな動きとして放送環境の状況変化（災害多発、SNS普及等）と基幹放送化が、コミュニティ放送全体の世代交代に影響していると考えられる。情報伝達なのかコミュニケーション循環なのかという議論にも関連することで、メディアミックス（SNSとの並走や自動創出機能の導入によるマンパワーの削減等）やインターネット放送への完全移行（エフエムわいわい 兵庫）さらにはAI（合成音声）導入によるヴァーチャルパーソナリティの登場（FM KENTO 新潟）など著しい環境変化が起きている。これらの事実が具体的に、放送局の理念や人員計画、世代交代にどの程度影響するかは今後の経過を見なければ断定はできないが、若い世代への継承と考えると注目に値する。
- (3) 経営サイド以外の世代交代：組織としての理念継承と世代交代の状

況を捉える場合に、経営サイドのみならず市民参加者（ボランティア・サポーター）やパーソナリティの世代交代の課題を含むべきではないであろうか。とりわけパーソナリティの世代交代は深刻である。この点も理念継承と関係しているが、開局時より長年にわたりパーソナリティとして携わる市民が多いのもこのメディアの特徴である。長い方は20年以上続けており当然高齢化している。地上波キー局や地域局の様に継続と拡大、増収増益が最優先される場合は、聴取率やスポンサーを鑑みた編成方針でプロのパーソナリティやタレントに対して番組打ち切りや交代は厳しく行われるであろう。しかし公共のコミュニケーションの場を標榜するコミュニティ放送局の多くは、そのような理由で市民に交代を迫れるものではない。基本的には彼らの事情で交代（引退）を申し入れるのを待つことが多いのではないだろうか。しかし、昨今その傾向が経年変化においての経営課題と同様に、経営者やスタッフ以外にもパーソナリティの世代交代という可能性が出てきているのも事実である¹⁷⁾。

8. 研究計画と調査方法

日本のコミュニティ放送の萌芽期は第三セクターが多く行政主導の傾向が強いと言われてきたが、議会との関係や住民参加の実際についても確認しながら、なぜラジオという媒体を選択したのか開局の目的も含めて聞き取りを行っている。開局順1局目のFM いるかは、あとに続く局にとって資本規模があまりに大きく一般的なモデルになりにくいものの、歴史をふまえ、できるだけ創設当時の第三セクター、純民間局を選定する。また熊本シティエフエムは阪神淡路大震災後に設立されており（開局順位28位）、熊本震災ではいち早く臨時災害局を立ち上げた。これらの世代交代、基幹放送化も併せて振り返りたい。複数人数、複数セクターの複数人のヒアリングとなり資料探索も含め1局あたり5日程度の滞在調査となる

それぞれのヒアリングでは、創設者と当時行動をとともにされた人々、法人

関係者、行政関係者、住民、番組出演者等に、創設当時どのような議論のもとに、開局が進められたのかを聞き取る。ボランティアで参加された方も多かろうと思われるために、聴くべき方々を選定するための調査に時間を必要とする可能性もある。社史が整備された局も少なくないので、そうした文献も調達する必要がある。

当該者にヒアリング予定の内容は、①開局のきっかけ、②当該地域の文化的・経済的・政治的背景、③開局の背景、④開局の目的、⑤開局の「理念」、⑥人的ネットワーク、⑦行政が積極的になった理由（第三セクター中心に）などである。以上のヒアリング結果を踏まえ、創業時の理念が、現在の番組編成や内容にどのように継承され活かされているかを確認する。このような分析整理のためには、創業当時の開局理念や記憶が伝承されているかを具体的に把握することが重要となろう。また、開局時から在籍するスタッフやパーソナリティに、防災意識について近年の放送における変化はないものかについてヒアリングを行う。その変化は、開局の目的と整合性のあるものなのかも確認したい。

現在、第三セクターの開局数は減少しており、逆に純民間局とNPO局が増加している。そこで基幹放送後の変化をそれぞれのセクターで明らかにしてゆく。将来的には、新しく創設された局にも同様の研究を行い、理念の継承がなされているか、変化が生じているか等を確認したい。

本研究は、コミュニティ放送の経年変化を見通しながら、世代交代後も理念が継承されていることを明らかにするものである。なお各放送局は、連携研究者がネットワークを持っていることから申請者とともにヒアリングするため、複数体制で訪問調査を行うことも考えている。

9. 試論のまとめとして

この研究は、一旦3年間で総括する予定であるが、その後も協力者を得て継続する予定である。とくに個人の創業ではなく、関係者が多い開局であったことを思うと、高齢の方もおられ早期に始めることを考えている。コミュ

ニティ放送は、日本では言論の自由や社会変動を求めて権利要求の結果生まれたのではない、とされてきた。ただし当初から「市民参加」という概念が共有されてきたこともあり、「公共性」を背景とした「民主主義」に対する姿勢は多くの研究者や当該者によって出版やシンポジウム等でアピールされて来た。再三述べてきたが、そのような状況のなかで創設された日本のコミュニティ放送について現時点で記憶を改めて確認しておく必要があると感じている。コミュニティ放送を立ち上げた人々は、なぜラジオが必要だと感じたのか、何を解決しようと考えたのかをインタビューを通じて確認する。

具体的には、筆者のメイン調査フィールドである北海道はコミュニティ放送大国と言われており、開局第1号のFMいるかを筆頭に現在27局が時系列で並んでいるため、ある種のコミュニティ放送の歴史を体現してきた可能性もある。また日本型コミュニティ放送研究会において2015年度に全国悉皆調査を実施した際にコミュニケーションを取った放送局も多く、それを手がかりにインタビューの設定を行っていく。またその過程で現地の連携研究者に協力要請してゆく。

【付記】本研究は、平成29年度科学研究費助成事業 基盤研究(C)「基幹放送化後のコミュニティ放送 世代交代にみる理念の継承と変革の可能性」(研究課題番号17K04175)(研究代表者 龍谷大学 松浦さと子)の分担者として利用させていただいている。

註

- 1) 出典:総務省(2016)に基づき、三谷・平松作成(参考:松浦ほか(2017))
ただし2016年時点のデータなので303局にとどまっている。現在は総数315局(2017年12月25日現在)である。
- 2) 被災直後の広報は当然であるが、今回の東日本大震災におけるコミュニティ放送の課題は、その後の復興メディアとしての役割である。これに関する議論は別な機会と場に行う。
- 3) 総務省 HP <http://www.soumu.go.jp/soutsu/tohoku/rinziFM.html>
(2017年11月1日参照)

- 4) 基幹放送局の開設の根本的基準（抜粋）（総務省令）国内放送を行う基幹放送局は、次の条件を満たすものでなければならない。（第3条関係）その局の免許を受けようとする者（以下「申請者」という。）が確実にその事業の計画を実施することができること。申請者が設立中の法人であるときは、当該法人の設立が確実であると認められるものであること、とある。

http://www.soumu.go.jp/main_content/000309292.pdf

- 5) 北郷（2010）においてスコットランドと日本のコミュニティ放送を比較し「（スコットランドでは）社会的包摂は、理念だけに留まらずその役割に対して相応の補助金（グラント、ファンド）という具体的支援方針が用意されている。すなわち、この社会的包摂という考え方によって、ハイランド地域では今回訪れた Cuillin FM のように多数の社会的企業の支援が続けられている。一方で日本のコミュニティ放送もこの社会的包摂を体現しているにもかかわらず、その社会的評価は著しく欠けている。」と述べている。
- 6) 北郷（2015b 273p） 指標の解説は同著に掲載。
- 7) 松浦ほか（2017） 資料3 247頁
- 8) 松浦ほか（2017） 資料1 221頁
- 9) 松浦ほか（2017） 資料3 241頁
- 10) コミュニティ放送は法人形態にとらわれずその非営利性、社会的企業としての実態に関しては、多くの研究者が語っている。
- 11) 原（1997, 163p）
- 12) 金山（2007, 32p）
- 13) 但し、第三セクターという経営形態が必ずしも一律なメディア実態を作り出す訳ではない
- 14) 宮脇（2003）『公共経営論』PHP 研究所 83頁-86頁
- 15) 「NPO 型コミュニティ FM 局の中でも、京都三条ラジオカフェは比較的経営が安定しているほうだが、多くの NPO 型コミュニティ FM 局の経営状況は厳しい。」金山（2007, 166p）
- 16) Borzaga et al. (2004-2007, 503p)

17) 一般的な小規模の経営にも見られるが、家族（世襲）で継承している局の実態も考える必要がある。例としてFM カロス（札幌市中央区）がある

参考文献

日本語文献

浅岡隆裕（2006）「道具としての地域メディア / メディア・アクティビズムへ」丸田一，國領二郎，公文俊平 編著『地域情報化 認識と設計』NTT 出版

石原 武政（2007）『「論理的」思考のすすめ—感覚に導かれる論理』有斐閣
井上悟・三浦房紀（2007）『成功するコミュニティ・放送局』東洋図書出版。
小内純子（2003）「コミュニティFM放送局における放送ボランティアの位置と経営問題」『社会情報』vol. 13 NO. 1

加藤晴明（2007）「コミュニティ放送の事業とディレンマ」（田村紀雄 白水繁彦 編著『現代地域メディア論』日本評論社）

金山智子（2007）『コミュニティ・メディア』慶應義塾大学出版会

北郷裕美（2006a）『地域社会におけるコミュニケーションの再構築 - コミュニティFMの現状と新たな可能性』札幌学院大学地域社会マネジメント研究センター

北郷裕美（2006b）「対抗的公共圏の再定義の試み - オルタナティブな公共空間に向けて」（『国際広報ジャーナル』No.4 北海道大学大学院国際広報メディア研究科）

北郷裕美（2008）『コミュニティ・メディアと地域社会 - 公共的コミュニケーションの視点からの考察』博士論文 北海道大学大学院国際広報メディア研究科

北郷裕美（2010）「コミュニティ・メディアにおける社会的支援の課題—スコットランドと北海道の実態比較から得たもの—」『北海道自治研究』500

北郷裕美（2011）「コミュニティ放送と広告—フィールドワークに基づいた地域メディア研究より—」『北海道地域総合研究第1号』

北郷裕美（2015a）「コミュニティ・メディアの公共性モデル構築に向けて

- 北海道内コミュニティ放送局の現状と公共性指標を使った分析結果の提示—」『札幌大谷大学社会学部論集第3号』札幌大谷大学社会学部
- 北郷裕美 (2015b)『コミュニティFMの可能性:公共性・地域・コミュニケーション』青弓社
- 紺野望 (2010)『コミュニティFM進化論』株式会社ショパン
- 齋藤純一 (2000)『公共性』岩波書店
- 災害とコミュニティラジオ研究会 (2014)『小さなラジオ局とコミュニティの再生:3.11から962日の記録』さいはて社
- 坂田謙司 (2003)「コミュニティ放送局の存立要件—営利 (FPO) と非営利 (NPO) の違いは何を生み出すのか」現代社会研究 4・5, 49-63, 2003-02 京都女子大学現代社会学部
- 竹内郁郎 田村紀雄 編著 (1989 - 1994)『地域メディア』日本評論社 (共著)
- 津田正夫・平塚千尋編 (1998)『パブリック・アクセス—市民が作るメディア』リベルタ出版
- 中村英樹 (2017)「解説 放送法改正と基幹放送」(松浦さと子編著 (2017)『日本のコミュニティ放送 - 理想と現実の間で』晃洋書房)
- 花田達朗 (1999)『メディアと公共圏のポリティクス』東京大学出版会
- 花田達朗 (1996-2002)『公共圏と言う名の社会空間—公共圏, メディア, 市民社会』木鐸社
- 原由美子 (1997)「コミュニティFMの現状と課題」(松尾洋司編著『地域と情報』兼六館出版)
- 日比野純一 (2017)「伝送路のこだわりを超えて オンライン放送局になったFM わいわい」(『日本のコミュニティ放送 - 理想と現実の間で』晃洋書房 第14章)
- 廣井脩 (2000)『災害—放送・ライフライン・医療の現場から』ビクターブックス
- 松尾洋司 編著 (1997)『地域と情報』兼六館出版
- 松浦さと子 (2008)『非営利放送とは何か』ミネルヴァ書房
- 松島京 (2005-2011)「公共 (公共圏)」(川口清史/田尾雅夫/新川達郎 編 (2005-2011)『よくわかるNPO・ボランティア』ミネルヴァ書房)

宮脇淳 (2003) 『公共経営論』 PHP 研究所

山田晴通 (2000) 「FM西東京にみるコミュニティFMの存立基盤」『東京経済大学人文自然科学論集 110』

外国語文献

Borzaga, Carlo (ed) , Defourny, Jacques (ed), Adam, Sophie. , *The emergence of social enterprise*, Routledg. (2001) (内山哲朗・柳沢敏勝・石塚秀雄訳) 『社会的企業』日本経済評論社. 2004-2007年)

Curran, James and Gurevitch, Michael : *MASS MEDIA AND SOCIETY*, A Hodder Arnold Publication, (1991) (児島和人・相田敏彦監訳 『マスメディアと社会』 勁草書房 2004年)

Curran, James : *Media and Power (Communication and Society)* , Routledge; 1 edition, (2002) (渡辺武達 監訳 『メディアと権力』 論創社 2007年)

Drucker, Peter F. *Managing the Nonprofit Organization: Practices and Principles*: Harper Collins, (1990) (上田 惇生 (翻訳), 田代 正美 (翻訳) 『上田 惇生 (翻訳), 田代 正美 (翻訳) ダイヤモンド社 1991年』

Fraser, Nancy (1997) , *Rethinking the Public Sphere :Models and Boundaries,Justice Interruptus.*,Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, Routledge.; Calhoun, Craig. (ed) (1992) , Habermas and the Public Sphere, The MIT PRESS,) (ナンシー・フレイザー 「公共圏の再考：既存の民主主義の批判のために」：(山本啓・新田滋訳 『ハーバマスと公共圏』 クレイグ・キャルホーン編 未来社) 掲載 1999年)

Habermas, Jürgen : *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1990) , (Habermas, Jürgen, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, The MIT Press, 1991) (細谷貞雄・山田正行訳 『公共性の構造転換』 未来社 1973-2004年)

McLuhan, marshall (1964) *Understanding Media- Extensions of Man*:McGraw-Hill (栗原裕・河本仲聖 訳 『メディア論ー人間拡張の諸相』 みすず書房 1987-2004年)

McQuail, D. (1983) *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage Publications (竹内郁郎他訳『マス・コミュニケーションの理論』新曜社 1985-1991 年)