

コミュニティ放送の世代交代に関する 理念の継承と変革の可能性

——パーソナリティ・モード・シフトの関連から——

北 郷 裕 美

1. はじめに 現状認識

本稿を執筆するに際して、本学研究紀要第103輯で発表した試論「世代交代にみる理念の継承と変革の可能性」の仮説と背景を総括する。まず試論で提起した課題の要旨を以下に記してみたい。「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ではないか」ということであった。

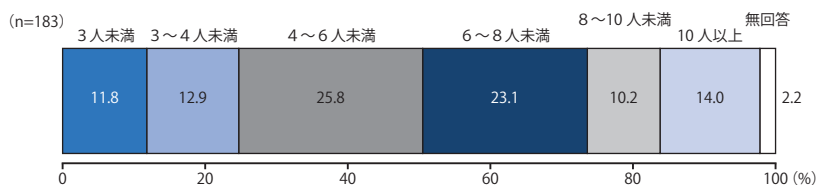
この課題に関して以下のような流れで検証を行っていた。まず放送への市民参加という点を前提とした調査であったことがあげられる。これに関しては今回、必ずしもボランティアな市民参加に積極的ではない、あるいは第三セクターに多く見られるがパーソナリティも他のスタッフ同様、有給雇用という形で位置づけている場合も考えられる、として考察を行った。また試論の4「コミュニティ放送の経年変化」、5「経年変化と世代交代の相関」という視点から、コミュニティ放送の市民への浸透、および認知に至るまでには、コミュニケーションの質の変化と時間的経過の相関関係が強くあるので

はないか、と言う仮説に至った。この場合、地域情報提供⇒双方向参加型⇒議論循環・地域世論形成型と経年変化により進むと考える。この流れが、コミュニケーションの質の変化として理念継承に影響を与える可能性があるのか、という問いである。結果として、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るという「議論循環・地域世論形成型」まで放送継続を果たした時に、時間はかかってもそのメディア（コミュニティ放送局）及びパーソナリティに対するリスナーからの安定した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循環を標榜する放送局のミッションが持続される、という仮説に至った。

さらに議論を進めて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、大きくコミュニティ放送が誕生してからの推移である、萌芽期（黎明期）1992～2001、展開期 2002～2010、転換期 2011～以降という分類で、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に準えてみた。これは言い換えれば、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との相関である。従って、黎明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がわかり、今回の調査対象局の選定にこの点が大きく関係した。

また6の「世代交代における制限要因と経営課題」においては、常勤数比較を調査した図を参照した。

図1¹⁾



この図1が示す通りコミュニティ放送局は県域放送局に比べて事業規模も常勤スタッフ数も小規模であり、経済状況に左右されやすい経営基盤の脆弱

な事業者も多い。言い方を変えれば、それだけ主宰者、経営者の意向が反映しやすい世襲型の組織形態ともいえる。ただし、さまざまな組織経営課題を抜きにして、コミュニティ放送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。また、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た。北郷（2015b）の中でも、コミュニティ放送を語る際に、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を常に扱ってきた。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。この事実は現在も変わらないものであるが、この支援者の意向が反映されて初期の理念が大きく変わってしまうような事実は殆ど見られない。その理由としてコミュニティ放送のリスナーは地域住民であり、彼らの求める放送を体現してきたことがまさに理念的に担保されているのであるなら、それを変える意味は見当たらない。大きなメディアで、且つスポンサーの意向で成立する質のものであれば別だが、リスナー無視の姿勢はコミュニティ放送の存在意義においてもあり得ないであろう。

7の「その他の制限要因」に関しては3点挙げた。1つ目は「閉局という不安要因」である。世代交代がうまく行かなかった事例として閉局したコミュニティ放送局は過去に30余りある。各々事情は違うものの経営状況が直接反映する閉局不安というものは、健全な世代交代を妨げ理念もそこで立ち止まってしまうような根本的な問題である。2つ目は「放送環境の変化要因」である。放送環境の状況変化（災害多発、SNS普及等）と基幹放送化が本課題を制限するほどの要因であるか否かは即座に判断はできないが、背景となる環境や制度的な変化の影響は少なからずあるだろう²⁾。FM わいわい（兵庫県神戸市）のように制度改革が設立当初の理念継続に不安と影響を与えるという趣旨から、放送免許を返上しインターネット放送に切り替えたケースは顕著な事例である。この件についての議論は市民メディア型の考察でも触れるが、その検証については別の機会で行いたい。3つ目は「経営サイド以外の世代交代」である。本稿で重要視したいのはこの制限要因である。

今回複数のコミュニティ放送局への聞き取りから、経年変化における経営課題と同様に浮上したのが、市民参加者（ボランティア・サポーター）や市民パーソナリティの世代交代、すなわちここにコミュニティ放送ならではの交代理由や理念継続の意味を考えさせられる要素が強いと考えた。この点を踏まえ、本稿ではその背景と理由を明らかにしつつ仮説の再提示を行いたいと考える³⁾。

2. 研究の目的と学術的背景および独創性

試論で述べたことの繰り返しになるが、これまで筆者がコミュニティ放送の研究を長期間継続してきた中で、論文や著作、講演、講義を含め、コミュニティ放送の公共性、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。特に経営サイドからの視点で研究を進めてきた。これまで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、筆者の単著『コミュニティ FM の可能性』（青弓社 2015）、共著『日本のコミュニティ放送—理想と現実の間で』（晃洋書房）以外では、金山智子『コミュニティ・メディア』（慶應義塾大学出版会 2007）、加藤晴明『コミュニティ放送の事業とディレンマ』（『現代地域メディア論』田村紀雄白水繁彦編著日本評論社 2007）、小内順子「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」（札幌学院大学社会情報学部紀要『社会情報』vol. 13 NO. 1 2003）、松浦さと子『コミュニティメディアの未来—新しい声を伝える経路』（晃洋書房 2010）の中で、コミュニティ放送の存在意義や多様な課題に重点を置いた論が展開されている。また山田晴通の「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』東京経済大学 2000）は、早い時期より経営問題に深く触れている。さらに、井上悟・三浦房紀『成功するコミュニティ放送局』（東洋図書出版 2007）、紺野望『コミュニティ FM 進化論』（ショパン 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。また近年災害時のメディアとして注目を集めたこともあり、大内斎之『臨時災害放送局とい

うメディア』(青弓社 2018)が臨時災害放送局の実態を明らかにしている。ただし、今回のように時間的な推移と共に世代交代、理念継承実態の課題は学術的な検証の中で未だそれほど扱われてはいないと考える。そこで、今回その実証を試みるため複数の放送局に聞き取り調査を行った。それに即して本論を進めたい。

日本で多くのコミュニティ放送局が共有してきた認識として、マス・メディアとは異なるもの(オルタナティブ)だとされる一方、「コミュニティ放送」自体の認識も一律ではないように思われる。とくに多様性の面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、そして近年は特に「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求められるため、決して限定的に捉える必要はないが、このように放送のスタンス強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一旦明確にしておくべきと考えている。現状、政策的にも重点が置かれているのは間違いなく「防災」であるため、開設当初に掲げたミッションが薄れていくことも懸念される。また、創業者が亡くなってしまうことで、当時の記憶そのものが消えてしまう可能性もある。一方で、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可能性もあることを考えると、初期の手がかりの有無も十分確認しておきたいと考える。

学術的にも、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・協働の構想のもとに、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、継承者としての役割に注目し、新たな時代の世代交代のあり方を本稿で考えたい。

3. コミュニティ放送の経営形態

コミュニティ放送の組織形態は、純民間型、第三セクター型、NPO 法人

型（市民メディア型）と多様である。但し、どの組織（法人）形態が最適かという問いは馴染まない。当然、それぞれにメリット、デメリットがある。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、コミュニティ放送の場合、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。組織規模的な面で言えば同族経営型の、ファミリーカンパニーも多く見られる。また放送事業単体で黒字決算を出すことが難しく、他の事業に支えられている局が多いのも特徴である。一方で、阪神淡路大震災をきっかけに防災メディアとしての側面を強く打ち出すかたちで望まれたコミュニティ放送は、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で一気に増加した。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⁴⁾。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。公設民営型も基本的にはこれに準ずる。またNPO 法人型（市民メディア型）も一時的に増加傾向にあったが、全てではないにせよ、多くのNPO 法人が抱える問題と同様「運動性」「事業性」が強く出てくることで「収益性」が低下するケースも多い⁵⁾。また、理念が先行する、言い換えれば強く反映する半面、市民ボランティアとの協働や合意形成においては、個々の目的意識の強さもあり多くの困難を伴うケースも見られる。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見出せるはずである⁶⁾。これから本稿を検証するにあたりこのカテゴリーの違いを意識しておく必要がある。ただし、本来コミュニティ放送は意識するしないに関わらず、「社会的企業」として「異なる多様な法人形態（株式会社・協同組合・NPO 法人等）」となることを許容し、「利潤を分配せず、企業としての社会的目的を達成するために収益の再投資」を行う、組織形態としての非営利性に囚われない中身（ミッション・理念）としての非営利性、公益性があると考え⁷⁾。

4. コミュニティ放送の パーソナリティ・モードとの連関

筆者は以前より一般的なコミュニティ・メディア研究の中で、組織論や市民運動論が多く見られ、語り部すなわち「コミュニティ・パーソナリティ」の自己実現を超えた「公共性」および「社会公益性」に向けられた意識について真正面からとり組む実証研究が意外に少ないことに着目し、2016年度に「マス・メディアとの連続性から見るコミュニティ放送 パーソナリティ・モードのシフトの可能性試論」と題して、ラジオとりわけコミュニティ放送という媒体の語り部であるパーソナリティを通して、その立ち位置を顕在化してみようと考えた⁸⁾。このパーソナリティ研究に関しては、これまで中京大学の加藤晴明教授に多くの知見を授かった。

本稿で扱うパーソナリティの世代交代と、コミュニティ放送の理念継続との関連において、その背景をこれまでの調査による知見を交えて記したいと考える。まず聞き取り調査の中でパーソナリティの高齢化といった点が指摘されたことである。さらにラジオという媒体が中高年を対象にシフトしてきたこと、そしてそうしたリスナー層に対応する意味でも、「生活経験豊かな年配パーソナリティが求められることなどがいっそうの高齢化を押し上げている⁹⁾。」という点に注目し、コミュニティ放送のリスナー層は多くの場合、地域内の高齢者層であることは間違いなく、彼らが社会的に抱える課題やストレス、日常のコミュニケーションレスの部分を「往年の馴染みある媒体」に求めることは自然な流れである。当然そこに話題を提供する側も「嘗ては聴く側」であったが、現在は語り部として一定数存在しており、彼らもまた同様に地域内の高齢者層である。彼らは、これらの課題やコミュニケーションを現代の若者のように即座にインターネット（SNS）空間には求めない。ラジオという距離感で成立する、擬似的インタラクティブなコミュニケーションを大事にする¹⁰⁾。

ただし経営母体の意思とパーソナリティの意思の微妙な乖離も時折見られる。コミュニティ・パーソナリティの自己実現にとって、コミュニティ放送の組織的な義務行為としてのミッションでもある公益重視のスタンスは、思

うほどに大きくはないのではないだろうか。このことは、自身のこれまでの研究で述べてきた部分と少し矛盾することも予想されるので、今後慎重に扱いたいと思うが、コミュニティを語る場を作る側（空間の創造者）と、コミュニティ・パーソナリティ（この空間を使いコミュニケーションで繋ぐ人）との協働作業の本質的な動機部分が完全には一致していないのではないかと、というひとつの仮説である。実は、コミュニティ・パーソナリティの語る動機は、コミュニティ放送側の公共性、公益性への拘りほど強くはないのではないだろうか。例えば文化的な番組を地域性のみに裏打ちされないパーソナリティは、語る場に関して仮に県域放送であってもそのスタンスのままに移行する意思を持ち合わせる。

一方で、コミュニティ放送の組織理念に呼応する形でマス・メディア的な空間と敢えて距離を置こうと意思表示を示す者もいる。ただし彼らの多くはマス・メディアを批判はするが否定するものではない。他方、「当該放送局のすばらしさ」「放送局での人のつながり」「コミュニティならではのリスナーとのつながり」を動機に挙げるパーソナリティも多くいる。それは、必ずしも、コミュニティ放送だから特別な役割ということには当たらない。コミュニティ放送流儀の問題もあるが、それは地域固有の文化世界であり、そこに魅力を感じ、それに沿って番組展開が可能であるという事実は確固としてある。このように、コミュニティ・パーソナリティの放送参加の動機も多様であり、これがコミュニティ放送の多様性の一つともいえよう。

5. 市民ボランティア型パーソナリティの世代交代

ここまでの総括で、今回敢えて取り上げておきたいのは、世代交代という議論が、常勤の有給スタッフのみが関わる経営・運営側の世代交代と、自主参加型のボランティア市民スタッフの世代交代の差異についてである。特に後者の、番組を通じてリスナーを巻き込んでいる市民パーソナリティが存在する場合は、世代交代に関して容易ではない。前回の試論でその他の制限要因（3）の「経営サイド以外の世代交代」として触れていたが、市民参加の

形の違いによる世代交代は重要な課題である。このように、経営サイドのみの世代交代では済まない場合、特にボランティア型市民が何らかの形で深く放送に関わっている場合の世代交代は容易には進まない。なぜなら開局から市民参加を謳ってきた放送局の姿勢に呼応して自由意思で参加している場合が多いからである。ただしその間は、放送局の意思としての公益性に代表される理念継続を維持できる可能性は高い。従って、主体的な意思で参加している市民に対して、理由の如何はともかく運営側が一方的に交代を迫る構図はコミュニティ放送が市民参加を謳っているならば尚のこと難かしいのではない。

一方で少なくとも有給契約スタッフや有給パーソナリティ（プロも含む）の交代は契約という形を以てビジネスライクに考えられる。そのため理念継承というよりは、むしろ放送局の編成方針やスポンサーの意向に反映されるかたちの放送（番組）コンセプトの「維持もしくは変更」になるのではないだろうか。ある意味その都度、変革（変化）の可能性は時代や経営状況に応じて容易に考えられる。

市民ボランティア型パーソナリティ（以下市民パーソナリティ）の世代交代の場合は、本人たちの意思表示（高齢や病気、その他の個人的な事情）によるものが優先されてきたと考えられる。したがって運営側の一方的な都合のみ、例えば県域局にみられる聴取率の低下や定期的な番組改編等の理由で「解雇」のようなことは難しいのではないだろうか。ただし、開局当初に掲げられた理念の継承面では、リスナーの定着に併せて市民パーソナリティの存在が確固たるものとして（局のカラーとして）強く現れるのではないだろうか。市民パーソナリティが高齢化や健康面、その他の個人的な事情で世代交代していく際も、やはり番組編成上の影響は必至であろう。それは否めないものの、支えるリスナーの声を反映するという視点に立つならば、局のカラー（敢えて理念を反映したミッションというならば）を大きく変える方向には進まず、それまでの放送で培われた、市民パーソナリティの思いや姿勢を継承する担い手パーソナリティがその後をつないでいくという世代交代、理念継承が行なわれるのではないだろうか。

一例を挙げるならば、札幌市西区のコミュニティ放送局である「三角山放

送局」は、「いっしょに、ねっ」を合い言葉に 140 人のボランティアが新旧交代しながら 20 年を超えて継続している。創設者の掲げた「伝えたいことのない人は、マイクの前に立つべからず」という理念に支えられてきた。これは一見放送にとっては当たり前のことと捉えられるかもしれないが、実際は原稿があればうまく話せる、仕事としてマイクに向かって原稿を読む、というマス・メディア的なアナウンサー（プロ）という立ち位置とは違い、ここで言うコミュニティ放送のパーソナリティは一つの人格・個性・主張を持って聴取者と向かい合っている存在なのである。すなわち個人の意思を伴って語る放送を行っている。「放送ハンドブック改訂版（2007）」によると、「パーソナリティという言葉が日常語として使われ、定着しているのはラジオの世界だけである。（中略）アナウンサーとよばれずにパーソナリティ＝個性と呼ばれるのは、その役割が単位番組を進行したり、情報を正確に伝えるというだけではない」と書かれている¹¹⁾。

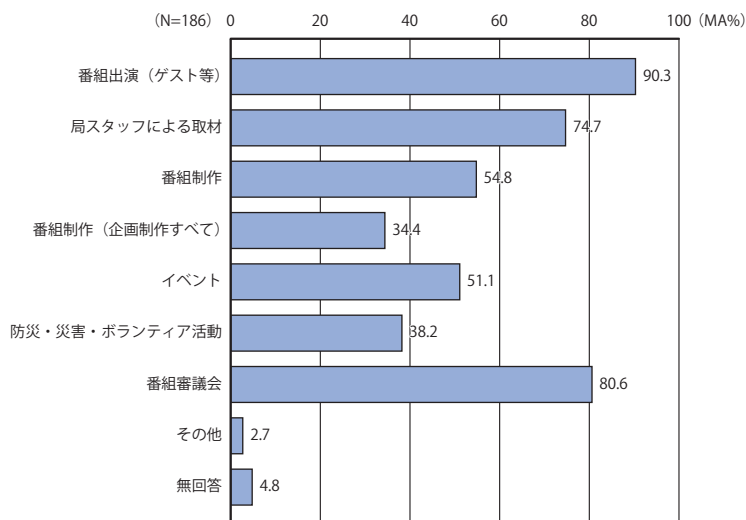
コミュニティ、県域を問わず、パーソナリティは「個性」「人柄」を基盤としたリスナーとの「パーソナルな関係」を構築するものであり、これはラジオの大きなメディア特性の一つであると言えよう。また、コミュニティ放送においては、ボランティア型市民とスタッフとして有給专业化する市民の間に、中間層としてのセミプロ（プロ）であるパーソナリティが多数存在している。彼らの中にはギャランティが発生する場合も多く、それに対しては以前よりボランティア型の市民メディア・スタンスを推奨する立場からは批判的意見もあるが、コミュニティ放送の発展形として地域文化を創造する方向では、どちらも一つの方向性と捉える。

確かに今回の世代交代のキーワードとして、番組の継続における「マンネリ化（停滞）」の問題があることも否定できない。この言葉は調査中にもたびたび耳にした。そこでは運営側と市民パーソナリティとの理念継承を背景とした対話の機会が別途必要になると考える。従ってこれらの議論を併せて、コミュニティ放送の理念継承とアウトプットの番組編成とは相関的なものと考えたい。

6. 世代交代と理念（及びミッション）の継承課題

以前行った全国悉皆調査データを見ると、番組制作にかかわるものが全体の半数を超えている。番組への住民参加は、「番組出演（ゲスト等）」が90.3%と最も多く、次いで、「番組審議会（番組批評）」が80.6%、「局スタッフによる取材」が74.7%などとなっている¹²⁾。この図2を見る限り、運営側だけの一方的な判断ですべて強引に割り切って世代交代を行えるものではない。

図2¹³⁾



それでは、この世代交代の整理を踏まえて、理念（ミッション）の継承はどのように考えられるのか。まず第3セクターの世代交代は行政側の定期的な人事異動で行われることが多く、属人的な要素や実績主義の役割を担う人材投与とは温度差が生じる可能性は否定できない。ただしその結果、運営が停滞するということではない。一貫したミッション遂行（この場合のミッションは地域あるいは住民への公益的な行政の意向）は、経営の不安定（閉

局を防ぐための経営交代という形の継続パターン) からくる不安要因に縛られない限りにおいては、影響が少ないのかも知れない。とすれば、少なくとも運営側の経営が安定的であれば、やはり上記に示したような市民参加型のパーソナリティ(有給無給に関わらず)の世代交代のほうが番組編成に関係することもあり、放送局の理念継承への影響はここでも少なからずあるのではないとも考えられる。では、純民間型ではどうであろうか。論点は地域の課題を背景に成立するという「市民感覚」の差異である。語る内容は彼らの番組のテーマに直接関連するものだけではなく、語りの合間に見られる当該地域の日常性、生活観の中に見出せる。すなわち地域独特の、少子高齢化、過疎化、雇用問題、中心市街地の疲弊、地域医療、後継者問題等々が好例である。地域生活者である地域メディアのパーソナリティ自身が、これを背景に地域社会(生活の場)を踏まえて自身を語るのは当然の帰結である。またパーソナリティ自身が、仕事感覚ではなく地域生活者としての思い(市民パーソナリティ、ボランティアパーソナリティを標榜するものたちには特に多い)で伝えるからこそ意味がある。言い換えればリスナーと共に同じ住民同士の他人事ではない事実を共有するのである。マス・メディアはこの意識(どこに足元を置くべきか)が聴取者、視聴者の間で乖離し希薄になりがちである。このことからコミュニティ放送というメディアが、あらためて地域とのコミュニケーションで成立する性格のものであると考えられる。

7. メディア・スタンスの差異による理念継承課題

ここで、地域メディア・スタンスと市民メディア・スタンスは完全に分離はせず交わる部分を持ち合わせているが、基本的には市民運動型とまちづくり型という点でその距離は必ずあると考えている¹⁴⁾。では理念先行の市民メディア型ではこの理念継承の課題をどう捉えるべきか¹⁵⁾。市民メディアは本来、設立趣旨として課題解決型、理念型を標榜するため、普遍的なテーマを柱とする場合が多い。それはマス・メディアや国、地方行政に対峙する側面が強く、普遍的な社会課題(ジェンダーや弱者差別、エネルギー問題等)

の解決を理念として成立する。従って、当然理念は「ぶれにくい」のであるが、今回対象としているコミュニティ放送局の多くは、背景となる地域課題ひいては地域づくり、地域創生に支点を置くため、コミュニティ・パーソナリティとしての公益的な特性に一部共通性はあるものの、理念としての昇華にまで至らないケースも多く、また課題意識も市民メディアほど強いとは言い切れない。従って、理念継承においてはここまで掲げてきたように、経営サイドの理由に係る世代交代、パーソナリティの（番組編成に関わる）継続に関わる世代交代のなかでどの程度意識されてきたかは大きな要因である。単純なコミュニティ放送のカテゴライズから結論付けるのは早計ではあるが、先述したように理念の中身の問題が一つ、更にその理念を放送局の経営もしくは番組編成上に時系列過程でどの程度落とし込んできたか、という二つの大きな差異によると考える。そこで先述したコミュニティ放送における経営母体の意思（仮に理念を強く意識していると仮定）とパーソナリティの個人意思の微妙な乖離がここにきて新たに浮上するのである。

ただし放送を担っているのは血の通った人間であり地域生活者である。特に語り部であるパーソナリティは何を考え誰に何を伝えるかを日常的に回帰し検証すべきであり、放送母体である放送局は、コミュニケーション空間（場）を創造している以上、彼らと議論共有し再創造する場づくりが必要であると考える。マンネリ（停滞）問題に限らず、その協働作業無くしては理念継承も、その延長である「社会の変革」も起こりえないと考える。またこれを可能とするのもコミュニティ放送の特性ではないだろうか。以前から続けてきたコミュニティ放送の公共性に関する考察の視点は、概ね経営サイド（コミュニティ放送局のスタンスと成立要因）に準拠しており、それは間違いではないと考えるが、実際にそこで語る生活者市民の意思や立場をどの程度考慮してきたか否かはやや懐疑的である。繰り返しになるが、経営母体の意思と関係なく成立する役を担う可能性もあるパーソナリティ（特に語り部としての市民）の立場の検証は今後のコミュニティ放送の継続において重要課題と考えている。現在も継続しているコミュニティ放送への聞き取り調査の中で、この課題に直面したことを良い機会ととらえ、今後も鋭意継続していこうと考えている。

8. 終わりに

試論でも触れたが、1992年（平成4年）にコミュニティ放送が誕生して以来四半世紀が過ぎた。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、間違いなく世代交代の過渡期に入っている¹⁶⁾。各コミュニティ放送創設者およびスタッフ、そして放送、番組を通して体現する市民パーソナリティが、地域における使命や役割をどのように捉えてきたのか、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も今後の活動において大変重要だと考える。また、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ると、国や行政を中心に防災の担い手としてのみに注目が集まることを手放しで良しとしたいわけではない。コミュニティ放送の本来のミッションである、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、そしてその継承者としての役割こそが、新たな時代に向けた理念、およびそれに伴うミッションと捉えていきたいと考える。

【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) 2016年コミュニティ放送に関するアンケート調査—常勤スタッフ数—（日本型コミュニティ放送研究会による）2016年1月現在297局に実施し186サンプルの回収を基にした。
- 2) 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 最終閲覧 2019. 11.11

- 3) 今回のテーマの関連でこの3年間で聞き取り調査を行った主なコミュニティ放送局は以下である。局によっては複数回訪問した。三角山放送局・FM りべる・ラジオニセコ・FMJAGA・FM わっぴー・FM びゅー・FM e-niwa・FM おたる・さっぽろ村ラジオ・FM いるか・FM コザ・FM よみたん・FM たかまつ・調布FM・FM えどがわ・FM たちかわ・FM KOFU・FM ふじやま・FM ハイホー・エフエム軽井沢である。また関連の聞き取り関係者や研究者の氏名は本稿で一部触れているため割愛する。
- 4) 宮脇淳 (2003) 『公共経営論』PHP 研究所 83 頁 -86 頁
- 5) 坂田謙司 (2003) 「コミュニティ放送局の存立要件一営利 (FPO) と非営利 (NPO) の違いは何を生み出すのか」参考
- 6) 「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。」金山智子 (2007) 166 頁『コミュニティ・メディア』慶應義塾大学出版会
- 7) 社会的企業の社会的とは「社会に密接な関係をもつさま」または「社会性があるさま」としている。さらに「社会性」を「①集団をつくり、他人とかかわりながら生活しようとする人間の本来的な性質。また他人とのかかわりなど、社会生活を重視する傾向」②「社会生活・社会問題などと密接な関係を持っている傾向」を指すとしている。(〔C. ボルザガ / J. ドッフルニ (編) 内山哲朗・石塚秀雄・柳沢敏勝 (訳) 2004-2007 : 503〕『社会的企業 雇用・福祉のサードセクター』日本経済評論社)
- 8) 『マス・メディアとの連続性から見るコミュニティ放送 パーソナリティ・モードのシフトの可能性試論』77-86 頁、2016-03-31 札幌大谷大学・札幌大谷大学短期大学部紀要 (46) に掲載された。本稿のこの章で表記した「コミュニティ・パーソナリティ」という表現は他の章の「(ボランティア型) 市民パーソナリティ」と語義的には一致しているが、ここでは参考にした札幌大谷大学紀要の中身に準じているので敢えて表記

をそのまま「コミュニティ・パーソナリティ」とした。

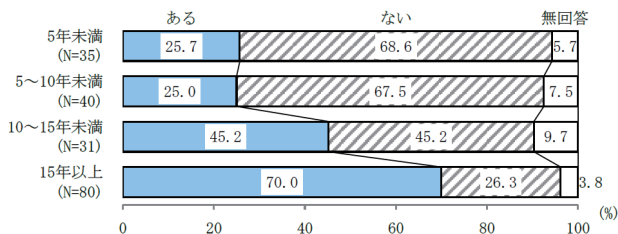
- 9) 『マス・コミュニケーション研究 74』 11 頁
- 10) 『マス・コミュニケーション研究 74 特集 ラジオの個性>を再考する～ラジオは過去のメディアなのか～ 加藤晴明』 より
- 11) 『放送ハンドブック改訂版』(2007) 日本民間放送連盟編 560 頁で使用される「パーソナリティー」は音引きがついているため敢えて本論にある「パーソナリティ」とせず原文通りとした。
- 12) 2016 年コミュニティ放送に関するアンケート調査—運営主体による 事業理念と実態の相違—(日本型コミュニティ放送研究会による)
- 13) 2016 年コミュニティ放送に関するアンケート調査—番組への住民参加—(日本型コミュニティ放送研究会による)
- 14) 北郷 (2015a) 112-113 頁参照
- 15) 以下は市民メディア型と地域づくり型による差異を研究者の言説というスタンスで図式化したもの 中京大学現代社会学部教授 加藤晴明(かとう・はるひろ: マスコミ学・メディア社会学)(シリーズ「ラジオを考える」第1回 ～コミュニティ放送のいまと未来～平成 28 年 7 月 1 日(金) 於: 愛知県産業労働センター 1203 会議室)の発表資料より引用した。

■研究者の言説

関心のある研究者	関心のない研究者	地域研究者
市民メディア論(公共圏論)	カラオケボックス論	地域活性化論
非マスコミ	素人の自己満足	まちづくり論
理念礼賛	総合編成	地域産業論
NPO礼賛	文化レベルの低さ	地域主義
ボランティア礼賛	ラジオ関心の低さ	コミュニティ論

- 16) 参考) 以下は、2016 年コミュニティ放送に関するアンケート調査—開局後年数別運営責任者の交代状況—(日本型コミュニティ放送研究会による)の表である。

<開局後年数>



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
- 大内斎之 (2008) 『臨時災害放送局というメディア』青弓社
- 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)
- 加藤晴明 (2009) 『マス・コミュニケーション研究 74 特集<ラジオの個性>を再考する～「ラジオは過去のメディアなのか」』2009 日本マス・コミュニケーション学会
- 加藤晴明 (2010) 『ラジオパーソナリティ論のための予備的考察—「メディア語り」と「市民の情報発信」を再考する』中京大学現代社会学部紀要 第4巻第1号
- 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
- 北郷裕美 (2016) 「マス・メディアとの連続性から見るコミュニティ放送パーソナリティ・モードのシフトの可能性 試論」 『札幌大谷大学紀要』 札幌大谷大学
- 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
- 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)
- 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)
- 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)
- 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・キヤルホーン編 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)

参考資料

『アナウンス読本』1955 日本放送出版協会発行
 『放送ハンドブック改訂版』2007 日本民間放送連盟編