

第4回関東放送シンポジウム コミュニティ放送局経営の秘訣 -地域社会との連携の秘訣-

法政大学大学院 北郷裕美教授コメント

「災害時におけるコミュニティ放送局の役割」

- 被災地では放送局の方々も含め、被災者である。実際コミュニティ放送従事者の多くは、市民(地域住民)という立場から仕事度外視で災害時に放送を行う。
- この当事者意識、役割意識、責任感の強さは、時にリスクを超えて動くケースとなる。
- コミュニティ放送局は、災害復旧のメディアとしての重要な役割を担っている。
- 公式の災害情報発信として、日本放送協会、民放、地域ラジオ、コミュニティ放送局、臨時災害放送局の役割分担とそれぞれの連携の在り方について、ソフト、ハードさらには理念的な共有まで緊急に討議すべき課題であり、コミュニティ放送への災害時対応の期待が高まっているほどにこれを痛感している。
- 今後の臨時災害放送局の設置推進も含めて、議論を進めて欲しい。

「コミュニティ放送を通じた地域社会とのつながりと経営の秘訣」

- コミュニティ放送局の経営形態は多様であり絶対的なものはない。しかも地域性の違い、放送局が持つ資源は多様である。むしろそれがコミュニティ放送局の多様性の魅力でもあり、どのようなステークホルダーに支えられるかは、すべての地域が違っているように地勢の多様さがあるのは自明である。したがって、コミュニティ放送局の立ち上げ時に戻って、地域の自然や文化、そこに住む人の特徴、産業はどのようなものがあるかを再確認し、その地域に即した(その土地の資源)活用は何かということの見極めが重要である。
- コミュニティ放送局は放送を手段として存在する「地域活性、まちづくりのプラットホーム」、言い換えればまちづくり放送局である。マス広告的な費用対効果を考えるのではなく、「地元のまちづくり組織」を市民も企業も行政も支えていくという意識を共有すべきである。
- もしすべての局に経営的な面に資する共通資源を一つ上げるとしたら、それは「自治体との協働」である。行政のお墨付き、すなわち行政も認めている存在として市民に広報されることで信頼性の担保につながる。
- 行政との距離をいかに縮めるか、お互いが理解する努力をすることがますます必要であり、理解を通じて、間接的に、時には直接的に経営面にメリットも出てくると考える。

放送シンポジウムに登壇した各局発表に対する個別の着眼点

どの局も少ない人数で工夫を凝らしていることに敬服するとともに、地道にコツコツと積み上げてきた結果が現在の状況であると推察する。以下に各局の評価ポイントを記したい。

一般社団法人日本コミュニティ放送協会関東地区協議会様

- FM小田原のリレーションシップ(防災協定・まちづくり)の充実度は評価できる。
- イベントプロデュース会社としても企画から実行まで地域の信頼を得ている。
- 市役所の1階にスタジオがあるのは官民一体のイメージ訴求として、またコミュニケーションの良さのアピールとしてもメリットがある。

- JCBAの歴史と変遷は各種のロビー活動も含め、これまでの制度改革の蓄積であり今後もコミュニティ放送の底上げに尽力されたい。

ちちぶエフエム株式会社様

- 260の株主に支えられる企業であることの意義は大きい。
- 放送イメージを一枚のイラストに認め、それを使った営業は画期的であり、描かれた内容もぶれずに今日までそのまま貫いてきたことは評価できる。
- 社員全員が営業をしていることは多くのコミュニティ放送にも言える。これは一見マンパワーの課題のようにも映るが、スタッフ全員がプロフィット意識を持ち、多くのスポンサーと既知になれるという強みもある。
- 「つながる」を合言葉に、笑顔の連鎖反応がコンセプトである。
- 開局2年で黒字を出した経営手法はぜひ詳細を伺いたい。

株式会社エフエム戸塚様

- 年12回のイベント事業を継続するために、マンネリにならぬよう創意工夫をしている点は評価できる。
- 地元企業が「エフエム戸塚と地域を応援したくなるような企画」というフレーズを考案した。
- SDG's企画という時代が求めるテーマに応えるような企画で、大手企業41社(地元支社)に区役所も巻き込み無理なく営業受託したこと。
- タイムテーブルを警察署と一緒に配布する意味は、捨てられない工夫の一環であり、且つ一人暮らしのお年寄りへの声がけツールとして、また情報源(生活情報、防災情報等)として地域に貢献していることは大きい。

株式会社FM桐生様

- 開局の目的は「地域活性化」と謳っていることは当然のように聞こえるが、これが一般にはなかなか理解されていないので、堂々と正しく打ち出していることを評価したい。
- ボランティアスタッフの積極的な受け入れを常に考えていることは市民参加を促進している放送局としての証である。
- 地域の人を持つ知識＝地域コンテンツという考え方もわかりやすい。
- ボランティアスタッフに対してインセンティブとしての放送参加、番組参加を促しているということも評価したい。
- 地域メディアの役割の再定義ミーティングを社員全員で実施することは、意外となされていないところが多いので見倣いたい。
- 契約パーソナリティはワイド番組を担当するという業務委託型であるが、経営的にはリスク管理のためと言う側面もあることは、良い意味で県域局的発想である。
- SHELFSというアプリを使ったプラットフォーム機能構築をこれからのコミュニティ放送局全体に活かそうとしている点も評価が高い。
- 全国のコミュニティ放送局への地域メディア拡張というスローガンは頼もしい限りである。

以上