

《まちなか再生》

るもいし 北海道留萌市「マチの聴こえる回覧板」



北海道留萌市「マチの聴こえる回覧板」

地域の情報員による地元情報の受発信システム構築

まちのみんなが参加するコミュニティFMから 市民の「共通言語」を生み出し、コミュニティを再生

JR 留萌駅2階、ここには毎日、朝から晩まで、まちの様々な人が訪れる。朝は9時頃から、夜は23時頃まで、入れかわり立ちかわり、人口3万人にも満たないこのまちで、ここはひととき賑やかな場所だ。

訪れるのは、地元企業の社長や農家、まちのちょっとした有名人、主婦、中学生……。その顔ぶれは実に多彩だが、ここでの彼らの肩書きはただ一つ「ボランティア」。ここにスタジオを構えるコミュニティ放送局「エフエムもえる」の運営を担うボランティアスタッフである。

彼らのようなボランティアスタッフは総勢900名、番組のテーマ検討から取材、原稿準備、放送時にはパーソナリティだけでなくミキサーも含め、すべて彼らが担っている。この体制により、コミュニティ放送局では珍しく、大半の放送枠を自主制作番組で埋めている。ハンドメイドの番組では、放送事故もめずらしくなく、リクエストの曲を間違えて放送してしまったり、時報を間違えたり。しかし、そんなあたたかな雰囲気が人気をよび、今やゴールデン



出典)エフエムもえる資料

タイムの聴取率12%、このまちの人々の生活に、確かな存在感を示している。また、今ではコミュニティ放送局としてだけでなく、地域づくりの担い手として必要不可欠な存在となっている。地域活性化の要として行政からも期待を寄せられている「エフエムもえる」、その誕生の経緯、成功の秘訣とは――？

◆取り組み概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

●取り組みの目的

留萌管内の情報を地域に発信することで、地域コミュニティを再生する

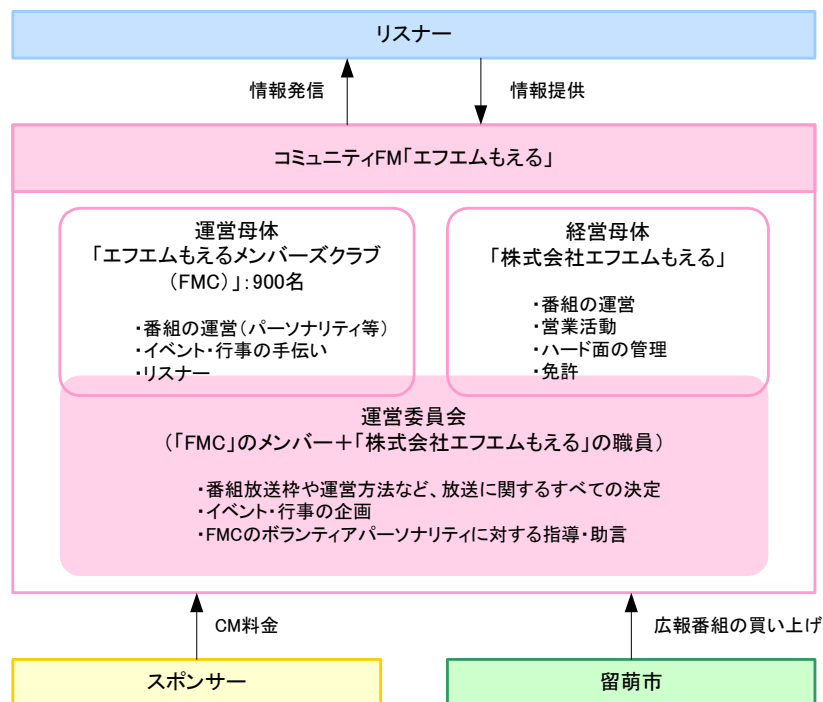
●取り組みの内容

- ・コミュニティ放送局「エフエムもえる」による情報発信
- ・留萌地域情報サイト「るもいfan」による情報発信
- ・フリーペーパー「るもいfan通信」による情報発信

●取り組み主体

- ・経営母体「株式会社エフエムもえる」
- ・運営母体「エフエムもえるメンバーズクラブ」

◆取り組みの体制



◆取り組みのポイント

1. 参加者の「楽しみ」となるラジオへの着目

高齢者でもなじみがあり、車社会で聞く機会も多い、さらに運営するボランティアにとって「楽しみ」となるラジオに着目することにより、多くの住民参加を獲得。

2. 900名ボランティアの「無理のない」支え

「できることを、できる人が、できるときにやれる仕組み」という負担感を与えない仕組みと、出し惜しみできない年会費「1000円」により、多くのボランティアを獲得。

3. 会社とボランティアをつなぐ中立的な組織

ボランティアに負担感を与えない仕組みからくるしわ寄せを防ぐため、株式会社（経営母体）とボランティア（運営母体）の中立的組織（運営委員会）からボランティアに指導・助言を行うことで、放送局を支える両輪としての関係を維持。

取り組みによる成果

- ・ ゴールデンタイムの聴取率 12%
- ・ 地域の情報源として定着した
- ・ 地域づくりのプレーヤーとして浸透した
- ・ スタジオにおいてコミュニティの場が形成された
- ・ 行政職員の市民協働のまちづくりに対する意識が変化した

今後の展望

- ・ 地域情報の地域内にとどまらない魅力の発信
- ・ 超通過型観光：情報発信の拠点となる「カフェ＋農産物直売所」
- ・ 超長期型観光：約3ヶ月の滞在型観光
- ・ コミュニティシンク＆ドゥタンの組織化

留萌市の概況

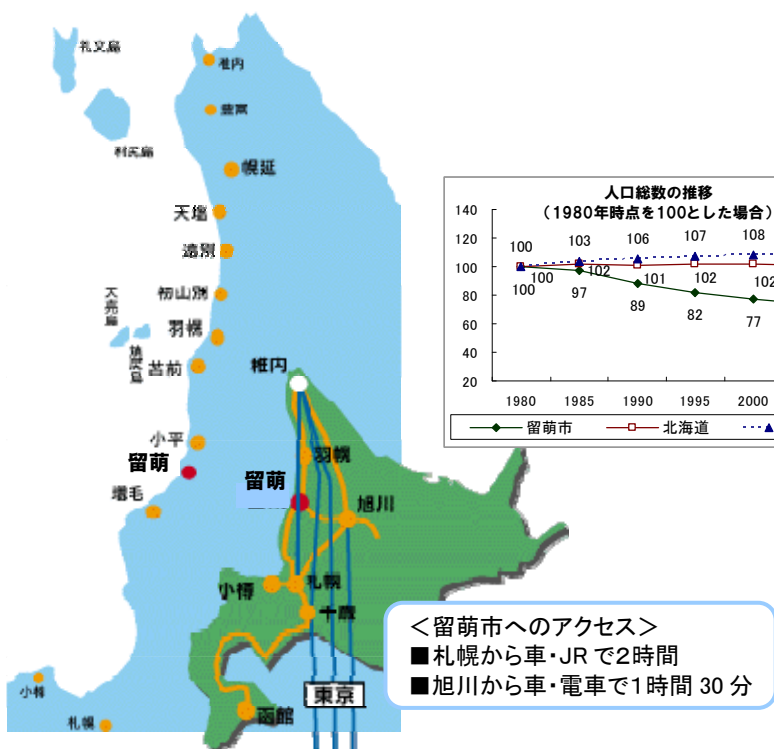
人口減少、高齢化が著しい

留萌市は、北海道西北部に位置する留萌支庁管内の中心都市である。2005年の国勢調査によると、人口総数 26,826 人、一般世帯数 11,551 世帯。人口は減少の一途をたどっており、1980年と比べると 2005 年の人口は約 7 割、北海道や全国と比較しても、その傾向は顕著である。また、年齢別に見ると、高齢化率は 23.2%と、北海道や全国と比べても高い。

基幹産業である水産加工業が低迷

産業別の就業者数の割合を見ると、第3次産業の割合が最も高くなっている。また、公務員が多いのも特徴である。

1950 年頃から基幹産業であったニシン漁が低迷したことを受け、数の子生産を中心に水産加工業が発展した。その水産加工業も、1993 年以降、数の子生産額が減少していることから、低迷していると考えられる。



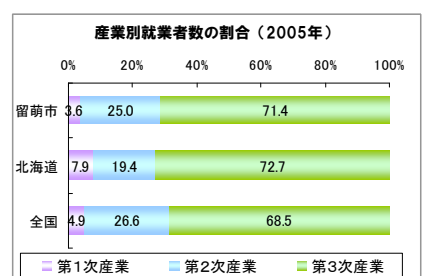
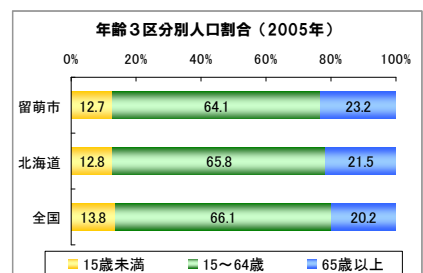
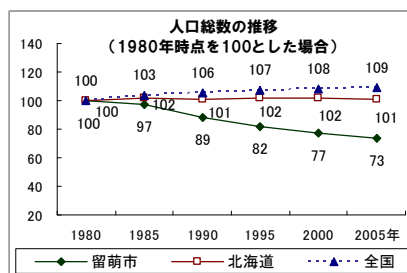
取り組みに至る経緯

「マチのことを知る」ことから始めよう

現在、「株式会社エフエムもえる」の社長を務める佐藤太紀氏、家業は、留萌市内の建設会社社長である。学生時代とその後数年間を東京で過ごした彼は 1996 年に留萌市に帰郷するも、「何もない」このまちから早く出て行きたいと思っていた。そんな彼が仕事場の先輩の影響でまちづくりに興味をもったところから、すべてが始まる。

地方交付税が減少、人口が減少、景気回復が見込めない、いずれ行政に頼る時代は終わり、自分たちでまちづくりを担う時がくるのではないのか。そのときに、隣人が何をしているのかも分からないようなコミュニティで、まちづくりができるのか。佐藤氏は疑問に思った。

コミュニティ FM と出会ったのは、そのときである。稚内、滝川、小樽のコミュニティ放送局を見学する中、FM わっぴー（稚内）の局長がコミュニティ FM を「マチの回覧板」と称していた。これがあれば地域の人々がお互いのことを知る



出典) 総務省統計局; 国勢調査

ことができるのではないだろうか、問題解決のツールになると思った。

佐藤氏は、地域の共通言語が必要だと考えていた。例えば、留萌市内の「カトリックの坂」、「神社下」、「有楽トンネル」等、地図には載っていないものの、地元住民なら誰もがぴんと来る共通言語というものから、地域の文化が生まれ、地域の魅力に繋がっていくのではないだろうか。しかし、自分もかつて「何もない」と思っていたように、意外に地域の人には地元のことを知らない。それなら、まずは「マチのことを知る」ことから始めよう。こうして、留萌市のコミュニティ FM「エフエムもえる」を立ち上げることとなった。

開局に必要なヒト・モノ・カネ

まず佐藤氏は、地域のあらゆる人との対話を始めた。行政職員、商工会議所、地元企業、近所のおじさんから高校生に至るまで、次々に声をかけて、自分のやりたいこと、皆が地域について思っていることを聞き出していった。

放送局の立ち上げに最初に集まったのは 10 人、それが試験放送のときには 50 人、その半年後の

開局時には 120 人になっていた。集まった人の中には、まちづくりに関心のある人もいたが、ラジオに興味があり面白そうなことに参加してみたいと集まった人もいた。また、呼ばれたので仕方なしに来た人もいた。地縁の強い地方ならではの現象である。

Point 協力者を獲得するためには、「敵をつくらない」

「一人〇人集めてくる」、そんな風に人を増やしていったという。これは単に付き合いで参加する人だけでなく、佐藤氏の試みに賛同し心からこの取り組みに参加しようという思いに至った人がいたからこそ実現したことである。また、「敵をつくらない」というのが佐藤氏のポリシー。地域では新しいことを始めようとする、どうしても批判される傾向がある。そこで、佐藤氏は、そうした状況を察知すると、すぐにそこへ挨拶に出向いた。事情を説明することで、非難されることはなくなり、中には応援側に回ってくれる人もいたという。

免許申請から開局までのフローチャート (太線枠は、申請者が行う必要のある手続。)



会社の設立やコミュニティ放送局の設備に関する工事は、「予備免許の付与」後に行ってください。

出典)総務省;電波利用ホームページ <http://www.tele.soumu.go.jp/index.htm> (2010/03/26 参照)

エフエムもえる開局に向けた準備の流れ

年月	主な出来事
2002年12月	準備開始
2003年5月	ミニエフエム発足
2004年1～4月	3ヶ月の試験放送
2004年10月	「エフエムもえる」開局



「エフエムもえる」のスタジオの様子。JR 留萌駅の2階に放送局を構えている。テーブルや椅子はすべて中古品、スタジオも防音工事のされていない普通の部屋で外の音が放送に入るのもしばしば。

出典)エフエムもえる資料

次に、必要なのは機材だ。通常、コミュニティ FM は、機材一式をそろえるのに 3000 万円かかるといわれているが、佐藤氏らは、アンテナ込みで 800 万円の設備投資に抑えた。「3000 万円といっても、そこには椅子やテーブルといった備品等、必ずしも新品でなくても良いものもあるんです。」と佐藤氏。放送局として要となるアンテナや機材のみを新品で購入し、それ以外のものについては、中古品やもらいもので代用した。

Point モノの準備でも、要となるのは「ヒト」

必要最低限の機材のみを新品で購入し、それ以外のものについては中古品やもらいもので代用。これが実現できたのには、機材の価格の相場等について教えてくれたり、不要になった機材を譲ってくれる人が周囲にいたからである。佐藤氏の声かけにより集まった人々は、機材の準備にも一役買ったということである。

当時、無線局免許を申請するためには株式会社を立ち上げる必要があった。佐藤氏は香島幸子氏とともに、「株式会社エフエムもえる」を立ち上げることにした。そのためには資本金が必要である。

佐藤氏は、地域の 50 の企業とそのほか個人を

対象に、出資のお願いにまわった。「半分以上は断られましたよ。それでもとにかく足を運びました。最終的に出資に応じてくれた企業の中には、私が何度も通うので、そのしつこさに負けて仕方ないなという感じで出してくれたところもありました。」と佐藤氏。

Point 資金集めの鍵は、訪問先の選定と交渉術

訪問先の選定にあたっては、放送局が地域の皆のものとなるよう、政治的に偏りがなく、また経営が安定している企業を選んだ。留萌市出身の佐藤氏とはいえ、交渉先が顔なじみということはない。交渉の際には、まちづくりの側面やラジオのおもしろい側面等、相手が興味のある側面を訴えるようにしたという。

結果、17 の企業と個人の株主から資本金 1,755 万円が集まった。これらの多くは、まちづくりに興味があったり、若者の熱意を応援してやろうという人々だったという。佐藤氏の経営する建設会社のほか、水産加工会社、石油会社、商社が 300 万円の大口の株主となり、他にも商工会議所や信用金庫、自動車整備工場等が株主となった。こうして 2004 年 10 月、ついに「エフエムもえる」は開局を迎えたのである。

現在の取り組み

全員参加型の、ラジオ・インターネット・紙媒体による地域情報の発信

現在、「エフエムもえる」は、JR 留萌駅2階のスタジオから 365 日 24 時間の放送を行っている。発信する情報は、留萌管内の地域情報に特化しており、まちや暮らしの話題、天気、交通、災害・防災等、生活に密着した情報をリスナーへ届けている。朝・昼・夕の帯番組以外は、すべてボランティアによって運営されているほか、ゲストであれば誰でも出演できる仕組みとなっている。年間の延べ出演者数は 8,000 人、留萌市人口の約 3 割にのぼる。年齢も、幼稚園児から 80 代まで実に幅広い。

経営母体は「株式会社エフエムもえる」(職員 5 名)、運営母体はボランティア組織である「エフエムもえるメンバーズクラブ(FMC)」(900 名)。また、行事・イベントや防災について留萌市役所からのお知らせを流したり、北海道開発局留萌開発建設部との協力により道路情報を届ける等、行政機関と連携した情報発信も行っている。



市長自らが出演することもある。(右が留萌市長・高橋定敏氏)
出典)エフエムもえる資料



「るもい fan」のホームページ <http://rumoifan.net/>

(2010/03/26 参照)

住民にとっても、外からの観光客にとっても使える地域の旬な情報がのっている。イベントカレンダーつき。

また、2008 年 4 月からは「るもい fan」と「るもい fan 通信」を開始し、インターネットと紙媒体により、食・観光・人をテーマに市外に対する情報発信を開始している。編集局を「株式会社エフエムもえる」におき、留萌管内にいる 100 名の情報員から提供されてくる情報をもとに、職員が原稿の作成やホームページの管理を行っている。「るもい fan 通信」は、「るもい fan」でダウンロードできるほか、毎号 5000 部印刷し、JR 留萌駅、留萌管内の道の駅、各市町村庁舎、管内観光施設等、そのほか札幌や東京・有楽町のどさんこプラザでも配布している。



「エフエムもえる」のホームページ

<http://www.moeru.fm/> (2010/03/26 参照)

おびら るもい ましけ
小平、留萌、増毛が受信範囲

取り組みのポイント

参加者の「楽しみ」となるラジオへの着目

今や情報化社会、一般の家庭でもインターネットにより情報を得ることが当たり前となっている中で、なぜラジオに着目したのか。その背景にはこの地域の特性がある。留萌市では高齢化が進んでおり、また、公共交通が発達していない。ラジオは、高齢者でもなじみがあり、車で移動することが多いことから車内で聞く機会も多い。この「とっつきやすさ」に佐藤氏は着目したのである。さらにラジオは、運営するボランティア（FMC

会員）いわく、「ちょっとした非日常」なのだという。公共の電波に乗せて自分の知識や考えを発信する。少し勇気のいることだが、やってみるとなかなか楽しいようで、初めは戸惑いながら参加する人もやってみると乗ってくるそうだ。また、放送局の立ち上げ時に集まった人の中に、ラジオに興味をもった人もいたことをふまえると、ラジオのもつ非日常的な楽しみが、多くのボランティアの参加を獲得するに至った大きな理由と考えられる。これは、受け取り手から発信側が、テレビほど見えないが、インターネットよりは見えるラジオだからこそその魅力である。



FMC会員

まつくらとしゆき
松倉利幸 氏



人気番組「FM 緑の風通信」のパーソナリティ。本業は「ライス＆フルーツ松倉農園」の生産者。「次の世代を育てていきたい」と語る彼に、次世代のリーダーの姿が見える。

「ライス＆フルーツ松倉農園」
<http://www.m-nouen.net/>
（農作物はインターネットでも購入可能）

「自分たちで地域を支えていきたい」

Q. 「FM緑の風通信」の番組紹介をお願いします。

果樹、農家の奥様、留萌・小平・増毛3地区の農家の語り合い、農業のおもしろおかしい話の4パターンで回しています。リスナーさんからのガーデニングの質問にも答えています。日々の農作業の話や、消費者にとって役立つ品種や食の安全の話もします。農業にかぶれないようにパンストをかぶって農作業をしているとか、笑い話もしますよ。この番組を聞けば農産物の価格設定のからくりも分かります。番組の影響で、農場まで足を運んで買いに来てくれる人も出てきました。

Q. パーソナリティを勧められた時に戸惑いはありませんでしたか？

なかったですね。「FM 緑の風通信」のパーソナリティを務めている農家の先輩に誘われたのですが、以前から農業のことをもっと多くの人に知ってほしいと思っていたので、ぜひやりたいと思いました。南るもい産の米「ななつぼし」は、全国食味コンクールの北海道・東北部門で金賞を受賞していて、これって結構すごいことなんです。そういうことも含め、伝えたいという想いや使命感があるから今も続いているんだと思います。

Q. パーソナリティをやってみてどうですか？

「エフエムもえる」の放送に関する意思決定機関である運営委員会の運営委員も務めているのですが、地域の色々な人と接点ができました。同業者以外とは、普段知り合う機会がないので、ラジオに関わらなかつたら出会えなかった人たちだと思います。地域の色々な人が集まってコミュニティができていますので、番組以外の地域づくりの活動等が生まれる下地になっていると思います。

Q. 留萌をどんな地域にしていきたいですか？

若い人にもっと「エフエムもえる」に関わってほしいと思います。若い人が留萌のことを好きになって、自分たちで自分たちのまちを盛り上げる力をつけてほしい。国や市に頼ったり、田舎だからと言い訳するのではなく、自分たちで地域を支えていきたいです。若い人が就学や就労で出て行っても戻ってきけるようになればいいなと思います。運営委員としても、若手の後継者の育成が必要だと感じています。

900 名ボランティアの「無理のない」支え

この放送局の特徴は、なんといってもその運営母体。ボランティア（FMC 会員）900 名が年会費 1000 円を払って放送局を支えている。FMC 会員は、放送局の立ち上げ時には約 500 名、このうち約 100 名はパーソナリティとして番組の運営を担当。これにより番組枠の大半を自主制作で埋めることができ、当時の番組構成は今もほとんど変わっていないという。彼らのようなボランティアパーソナリティは現在約 120 名、そして FMC 会員は 900 名となっている。

実は、FMC 会員になっても、何か役割が発生するわけではない。FMC のポリシーは、「できることを、できる人が、できるときにやれる仕組み」。すなわち、リスナーとして番組を楽しむだけでもよいのである。佐藤氏いわく、会費をいったん払った時点ですでに目標を達成しているのだそう。「地域の皆の放送局にしたいので、それで自分が支えているという意識をもってもらえれば、仮に更新の手続きがされなくてもいいんです。」しかし、実際には、奇抜な人が数百人もいて、スタジオや放送局のイベント・行事の手伝い等で、手間

や知恵、ノウハウを提供して放送局を支えている。

もちろんこのポリシーは、ボランティアパーソナリティにも適用される。パーソナリティといえ、テーマの検討、取材から原稿準備、本番まで大変そうだが、皆、力の抜けた感じで実に楽しそうにこなしている。実は、パーソナリティとして、これをしなくてははいけないというルールは設けていない。「ルールだけを決めると、それに違反する人が出てきて『いちごっこ』が始まる。それはくだらない労力です。ただ、放送倫理上のマナーはありますから、良識を持ってやってもらっています。」と佐藤氏。実際、各番組の内容を見ても、仕事の話、近所の素敵な風景や旬の料理等、各パーソナリティが元々もっている情報がテーマになっている。しかし、リスナーいわく、その身近な情報発信が、便利だったり、あたたかみを感じられたり、聞く人の心をひきつけるのだそう。

ボランティアに負担感を与えない仕組みが、多くのボランティアの支えの獲得につながり、彼らの日常が身近な地域で発信されることで、あたたかみのある情報となってリスナーに価値を生み出しているといえる。

エフエムもえる 週間番組表

放送局: FM76.9 留萌市放送局

放送時間: 月曜 18:00 - 土曜 24:00

放送内容: 音楽、トーク、ニュース、スポーツ、生活情報など。

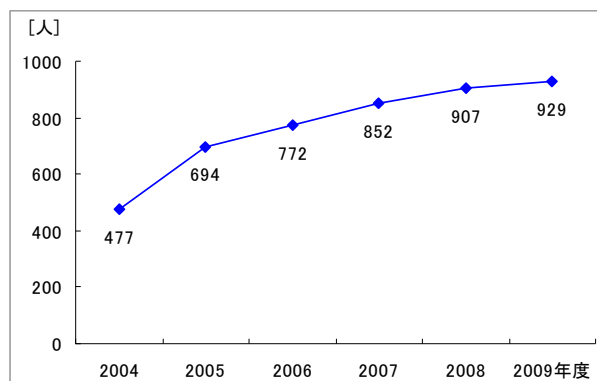
パーソナリティ: 多くのボランティアが担当。

←スーパーの社長自らが買い得情報を伝える「チューオスーパーお買い物情報」、農家が日々の農作業や収穫状況、食の大切さを語る「FM 緑の風通信」、留萌を拠点として活動するロックバンドがミュージックシーンを語る「獣獅魔都の DEAD OR ALIVE」(写真右)等、どの番組も個性が際立っている。



出典)エフエムもえる資料

↓エフエムもえるメンバーズクラブ(FMC)の会員数の推移



出典)エフエムもえる資料

↑「エフエムもえる」の週間番組表 出典)エフエムもえる HP (2010/03/26 参照)

大半が自主制作の番組構成は、イベント FM 時から変わっていない。時報提供(年間契約)には、地元企業が並ぶ。



リスナー代表さん



取材時には、手作りのかぼちゃパンをふるまってくれた彼女。「食べながら楽しくできたらなと思って」という心遣いからも、「エフエムもえる」の敷居の低さが感じられる。

「リスナーというより『見守り隊』」

Q. 初めて放送を聴いた時の印象はどうでしたか？

ビックリしました！春先に新1年生が全員、ラジオで抱負をしゃべるんです。他にも、時報に曲がかぶったりすることもあります。でも、そんな手作りのあたたかい雰囲気が好きです。ついつい応援したくなってしまいます。リスナーというより「見守り隊」といったところでしょうか。

Q. お好きな番組を教えてください。

天気の変わりやすい留萌では、お天気情報はかなり使えます。ゴミの日の前日や当日のゴミだしの時間の前には、お知らせが流れるので、それもすごく便利です。インフルエンザの学級閉鎖の情報も役に立つと思います。それからスーパーのお買い得情報も欠かせません！都会だったら、いろいろな情報手段で手に入るのかもしれませんが、ここでは「エフエムもえる」が頼りです。「FM 緑の風通信」で、農家の日々のお仕事の様子を聞いていると、生産者さんのご苦労とかが分かって、食べ物をもっと大切にしようと思いました。来週は田植えのため、お休みになりますなんていうのも、パーソナリティの日常が見えて、とてもいいと思います。



FMC代表 (留萌市役所財務課長) ますだかつみ 益田克己 氏



昼は市職員、夜はパーソナリティとしての2つの顔をもつ。「エフエムもえる」の立ち上げ時には、佐藤氏と中心となって準備を進めた。今でも、放送局の方向性等について、佐藤氏と熱い議論を交わすという。

「あなたもエフエムもえる、私もエフエムもえる」

Q. 初めに放送局を立ち上げる話を佐藤氏から聞いたときは、どう思われましたか？

当時、私は市の広報係長を務めておりました。市の情報を発信するためのFM放送やケーブルテレビ等のメディアの必要性を感じておりましたので、ぜひやろうと思いました。立ち上げにあたっては、行政もマンパワーで協力しました。まちを元気にするためのFM放送というのが、行政が考える地域振興と合致したのだと思います。

Q. 「エフエムもえる」におけるFMCの位置づけをどう考えておられますか？

実は、株式会社エフエムもえるの職員は、皆FMCの会員でもあるんです。実質的には、会社は経営母体として放送局の屋台骨のようなものです。でも、あくまで地域の皆で支える放送局にしたかった。ですから、考え方としては、放送局を運営するFMCから日常の業務をするメンバーを会社の職員として位置づけています。合言葉は、「あなたもエフエムもえる、私もエフエムもえる」、放送をしている人だけの放送局だけじゃないという捉え方をしていますし、会費制をとっているのにもそういうねらいがあります。

Point 出し惜しみできない年会費「1000円」

FMCの会員の募集は、番組のホームページ等で呼びかけているが、実際には直接の声かけで入会する人が多い。放送局を訪れる人に声をかけたり、イベントや行事で入会ブースを設け通りがかった人をぱっとつかまえることもある。ここでポイントとなるのが年会費の金額。「1000円」というのは、ワンコインよりも「支えている」という重みがあり、かつ、出し惜しみするには格好悪い金額である。実は、この金額も立ち上げ時のメンバーで議論を重ねた結果決まったものであり、1枚の千円札にはそのようなねらいが込められている。

会社とボランティアをつなぐ中立的な組織

FMC のポリシー、「できることを、できる人が、できるときにやれる仕組み」。佐藤氏がボランティアの本質と語るこの仕組みだが、実際に運用するのは難しい。例えば、ボランティアがスタジオで打ち合わせをしたとして、その後に残った飲み物は誰が片付けるのか。そうした些細なことをはじめとして、自由に動くことのできる仕組みは、必ず誰かにしわ寄せが行く。

これを防ぐために、「エフエムもえる」では、なるべく自分のことは自分でやってもらえるよう、運営委員会によるボランティアへの指導や助

言を行っている。運営委員会とは、経営母体である「株式会社エフエムもえる」の職員の一部と運営母体である「FMC」のメンバーの一部で構成されるもので、いわば会社とボランティアの中立的な立場にあたる組織だ。運営委員会は、放送に関するすべての事項を決定するほか、各曜日を担当する運営委員が決められている。彼らは、その曜日のすべての番組に責任を持ち、運営するボランティアに対し、指導や助言を行っている。中立的な組織を設置することで、会社とボランティアの間に上下関係ができることを防ぎ、放送局を支える両輪として位置づけているのである。



株式会社エフエムもえる局長
かしまさちこ
香島幸子 氏



「何度コーヒーを飲まされたことか」と語る彼女も、佐藤氏の度重なる説得に負けた一人。留萌の魅力や仕事の話を楽しそうに語る姿からは、立ち上げ時に仕方なしに参加したという彼女が想像できない。津軽出身、局長自ら「津軽のふるさと」のパーソナリティを担当。

「地域の方の素敵な生き方を伝えていきたい」

Q. 仕事をしていて初めて良かったと思ったことは何ですか？

ある日、FMC 会員になりたいという方が放送局にいらっしゃったんです。正装してテンガロンハットをかぶったおじさんでした。牧場をやっているそうで、「夜中に流れているクラシックが牛に大層いいんだ。ただで聞かせてもらっているのは悪いから、会費を払いに来た」と。夜中でもちゃんと聞いてくれている人がいて、わざわざこうして放送局にきてくださったのが嬉しかった。その方のラジオネームは「牛」(笑)。今でも毎年、更新の時期になるといらっしゃいますよ。

Q. お仕事される中で、大事にされていることは何ですか？

会社とボランティアの両輪って言葉で言うのは簡単ですが、実際は大変です。中立的な組織として運営委員会もありますが、会社側がカバーしなくてはいけない部分はどうしても出てきます。その覚悟が職員にあるかどうかが大切。私は会社側の職員として、ボランティアをねぎらう気持ちやカバーする姿勢を大事にしています。仕事の合間をぬって番組を運営してくださるボランティアさんに、お金で還元することはできないけど、「ありがとう」とか「お疲れ様です」とか。うちの社長もよく言っていますが、「円」ではなく「縁」、目には見えないけど、思いやりの気持ちで返すようにしています。

Q. 仕事の励みになっていることは何ですか？

ここでは、素敵な生き方をしている人にたくさん出会えるんです。こんな田舎だけど、皆さん本当に一生懸命生きてらっしゃいます。それを伝えるのが私たちの仕事だと思っています。留萌には、確かに都会にあるものはない。でもいいまちなので、出て行く子どもたちにもいずれは帰ってきてほしいと思います。留萌は素敵なまちなんです。

取り組みの成果

地域の情報源としての放送局の定着

2004 年の開局から 5 年がたち、「エフエムもえる」は地域の情報源として定着しつつある。それはゴールデンタイムの聴取率 12%が物語っている。また、番組を支える 7 割の民間スポンサー、立ち上げ当初は付き合いでの出資が多かったのが、今では宣伝効果を期待してスポンサーになるところが増えたという。

放送局には、ボランティアパーソナリティや「るもい fan」「るもい fan 通信」の情報員、そのほかの地域住民から次々と情報が寄せられてくる。一方で、放送での呼びかけにより行方不明者が見つかったり、災害情報の発信源としても活用されている。地域のあらゆる情報を放送局に集め、そこから地域に発信するという仕組みができている。こうした中で、「株式会社エフエムもえる」が留萌観光連盟の事務局として、留萌管内の観光ガイドブックを作成したり、「エフエムもえる」が多くの学校の体験学習や、地域の多くのイ

ベント・行事の後援として関わる等、地域づくりのプレーヤーとして浸透している様子が伺える。

情報とともに人が集まる場所

放送局に集まる情報、その情報を持ってくるのは人である。放送局は地域の人々の出会いの場ともなっている。番組をきっかけに、知り合った人々で新たな取り組みも生まれている。留萌市によると、「エフエムもえる」の影響が明確ではないものの、最近、自発的な地域づくりの活動が活発になってきているということである。

こうして人と人のつながりが生まれる中で、行政の意識も変化してきた。放送局の立ち上げ時には、市はマンパワーを提供して支援したが、当時は市長の指示で仕方なく手伝っていた職員もいたという。それが今では「エフエムもえる」の取り組みに地域コミュニティ再生の効果を期待している。また、以前は、市民からの要望に対し、「できない理由」を説明していた市、それが今では市民がやりたいことを「どうしたら一緒にできるのか」を考えてくれるようになったという。本当の意味での市民協働の姿が生まれてきている。



←「北海道るもい支庁管内ガイドブック 2009」

出典)るもい fanHP (2010/03/26 参照) <http://rumoifan.net/guide-mokuji.html>

「株式会社エフエムもえる」が留萌観光連盟の事務局として発行している観光ガイドブック。最新の観光情報が満載で、これさえあれば留萌管内を存分に楽しめる。122 ページの立派なつくりは無料とは思えない。



↑「エフエムもえる」が後援として参加した「るもい川まつり」の様子
「るもい川まつり実行委員会」のメンバーとして職員が参加したほか、まつりの模様は「エフエムもえる」で生中継された。出典)留萌市資料



留萌市職員

かしわばらとしひろ
柏原俊博 氏

「エフエムもえる」が発信する「まちのいいところ」に関する情報は、「行政には発信できない情報」と期待を寄せる。互いに依存しない市民協働の姿を目指す。

「向こう三軒両隣のコミュニティ再生に期待」

Q.「エフエムもえる」に対し、市はどのように関わっておられますか？

市からの交付金は一度もありません。放送局の立ち上げ時にはマンパワーを提供しましたが、その後も、ラジオの楽しさに職員の何人かが個人的に放送局に関わるようになり、そのネットワークが広がって、今の放送局と市の協力関係ができています。また、立ち上げ当初から、コミュニティ FM は新しい情報発信ツールになると考え、広報番組を買い上げています。これが、番組を支える民間スポンサーの残り 3 割を占めています。

Q.「エフエムもえる」の取り組みにどんなことを期待しますか？

「エフエムもえる」は、地域の中の点と点をつなぐ役割を果たしているのだと思います。放送局を介して人と人のつながりができてきていますので、つながった人たちがお住まいの地域で、身の回りのネットワークをつくってくれたら、本市の目指す向こう三軒両隣のまちづくりにつながるのではないかと期待しています。これからも「エフエムもえる」の取り組みに協力していきたいと思っています。

今後の展望

地域内の情報発信は、外への魅力発信へ

「あくまで究極の目標はこの土地の人がハッピーになることです。でも、外からほめられると土地の人はうれしいし、経済的な安定を図るためには、やはり外貨の獲得は必要。」と語る佐藤氏。

地域の中で互いに知り合い、自分たちの土地を知ろうと始まった「エフエムもえる」は、情報を介して人と人をつなぎ、地域の産品や風景等の資源の発見にもつながった。その次のステップとして、彼らは今、これら地域の魅力を、地域の内外へ発信しようとしている。

2008 年から始まった「るもい fan」や「るもい fan 通信」による地域内にとどまらない情報発信には、そのようなねらいもある。また、バイヤーズクラブとして、会員に「ここに行けばこれを買える」という食に関する情報を一元的に提供するサービスも、来年から試験的に開始するという。「人は美味しいものには貪欲、手に入る方法さえ

分かれば買ってくれます。」と佐藤氏。

さらに、実際に足を運んでもらうための拠点として、「カフェ＋直売所」を計画中だという。留萌の美味しい食を味わい、その食材を買って帰ることのできる場所。また、そこで、生産者の情報やレシピ、地域の観光スポット等に関する情報を発信することで、「そこに行けば何か分かる、何かがある」という期待感のある場所にする。放送局につづき、次はここに人々が、地域外からも含めて集まる拠点となるわけだ。

留萌スタイルの世界への発信

「るもい fan」や「るもい fan 通信」で発信されている情報には、目を引くような派手さはない。食・観光・人に関する情報が、あえて飾り付けないように掲載されているようにさえ見える。その情報発信には、どのようなねらいがあるのか。

「留萌のよさを伝えるために、どのような発信の仕方がいいのかは模索中です。でも、大手メディアには屈したくない。彼らと同じような情報発信をしても意味がないし、対等なメディアとして



「るもい fan 通信」 <http://rumoifan.net/jikokuhyo.html> (2010/1/13 参照)

「手に取りたくなるような」表紙の写真は、佐藤氏らの力作。彼らの目にこのまちがどう映っているかがよく分かる。人・旬の食材・場所について、掘り下げた情報を伝える、地域内外問わず誰が読んでも留萌の魅力を感じられる読み物。

自分たちにしかできない、狭くても深い情報発信があると思う。」と佐藤氏。

模索中とはいうものの、彼らのビジョンは、企画中の観光の取り組みに垣間見える。現在、検討しているのは、超通過型観光と超長期型観光。留萌市には、各方面へのツーリング途中に通るライダーが多い。超通過型観光は、口コミ力の強い彼らをターゲットとした観光で、ちょっとした観光体験と荷物にならない量の農産物の直売を考案中である。一方、超長期型観光は3ヶ月の滞在型観光、細胞が生まれ変わると言われている期間を想定している。留萌市での普通の生活を体験してもらう。新鮮でおいしい食べ物を味わいながら、山や海等、豊かな自然の中でたくさん遊べば、健康になること間違いなしだという。

この両極端の観光スタイルには、留萌に息づく人の生活こそが魅力であり、それを壊さないように、ありのままに伝えようとする姿勢が見られる。「留萌スタイルの世界への発信」、それが彼らの最終的な目標である。

シンク&ドゥタンクによるまちづくりへ

コミュニティ放送局「エフエムもえる」を介して、人と人がつながることで、様々な地域の資源が情報となって集まってきている。佐藤氏が次に描いているのは、コミュニティシンク&ドゥタンクという組織の姿、自分たちで自分たちのことを考え、自分たちでやる。意思を具現化する過程で行政と協力するが、決して依存はしない。これが佐藤氏の描く市民協働の姿である。「シンクタンクじゃ面白くないので、まずやろうやということを考えています。」

駅舎の2階に、地域のあらゆる資源が集まるもう一つのプラットフォームをつくりあげた彼らなら、集まった地域の魅力を大切に活かしながら、具体的なアクションを次々と起こしていくことだろう。



「株式会社エフエムもえる」の職員のみなさん

左から、米倉氏、佐藤氏、香島氏、高橋氏

米倉氏は、元々はFMCのボランティア、高橋氏は、となり町の増毛町から通っている。



地域人材ネット
登録者

株式会社エフエムもえる社長
さとうたいき
佐藤太紀氏



「エフエムもえる」からの一連の取り組みの仕掛け人。放送局から見える景色を、「静止画みたいでしょう。たまに思い出したように鳥が飛ぶんです。」とユーモアたっぷりに描写する。将来の目標はこの素敵な風景の中の穏やかな暮らしを題材にした映画の制作。

「鳴かぬなら、鳴く気にさせようホトトギス」

Q. 取り組みを進める上での方針は何ですか？

私は地域のリーダーではありませんので、まちの将来像を多くの人とコミュニケーションしながら共有し、それを一つずつ具現化する手法と、多くの人がそれに関わるようインセンティブを提示し続けていきたい。「鳴かぬなら、鳴く気にさせようホトトギス」というのがモットーです。

Q. 多くの人が関わるようなインセンティブについて、どのように考えておられますか？

自由意志というのは、基本的にバラバラに拡散しますが、「情報」「食」「安心」等、多くの人が生命体として求める共通条件を一つの指標とし、かつ各々の希望を最小公倍数的に括って、「どうやったら、その気になってくれるか」ということを常に気にかけています。何かを強制したり、お金だけで縛り付けたりするのは、長続きはしません。もちろんお金は必要ですが、人が動けばお金はついてきますので、まず人が動くことを考えています。「エフエムもえる」も恣意性の集合体。器は会社がつくりませんが、中身は皆さんに自由につくっていただくようにしています。