

2022 年度 卒業論文

# なぜコミュニティ放送局は増加しているのか

明治大学経営学部公共経営学科

1740190558

4 年 12 組 19 番

西海愛那

# 目次

はじめに

## 第1章 コミュニティ放送局の今

- (1) コミュニティ放送局とは
- (2) コミュニティ放送局の歴史
- (3) コミュニティ放送局の役割①～地域の情報を発信する媒体としての役割～
- (4) コミュニティ放送局の役割②～災害時に情報を発信する媒体としての役割～

## 第2章 コミュニティ放送局が抱える課題

- (1) 資金はあるのか
  - ① コミュニティ放送局の経営状況
  - ② 資金不足で閉局したコミュニティ放送局
  - ③ 資金を得るために
- (2) どんな人が聞いているのか
  - ① コミュニティ放送局の存在について知っているのか
  - ② 住民参加の現状
- (3) 放送している側の意識について
  - ① 地域コミュニティの希薄化とラジオ
  - ② コミュニティ放送局が開局されている地域
- (4) 災害発生時に効果はあるのか
  - ① 放送内容
  - ② 災害時の連携

## 第3章 なぜ、コミュニティ放送局が増加しているのか

## 第4章 今後について

文献

## はじめに

みなさんラジオは聴くだろうか。通学や通勤のBGMとして使う人や、特定の番組をリアルタイムで聴くことを楽しみに生活している人もいるだろう。筆者もその一人である。

ラジオ局には種類がある。一番有名な分け方はAM放送、FM放送だろう。違いは音声を電気信号に変えて電波を飛ばす方法である。AM放送は遠くまで伝わるが雑音が入りやすいと言われている。FM放送は遠くまで伝わりづらいが、雑音の影響が受けにくいと言われている。<sup>1</sup>現在は、radiko（インターネットを通して、全国のラジオを聴くことができるアプリ）を使って聴く人も多く、ラジオを聴いていて特に違いを感じることはない。今回はキー局、ローカル局、コミュニティ放送局の3つに分けていこうと思う。主にラジオ番組はキー局が作った番組をキー局の電波が届かない範囲において、都道府県ごとなどに存在しているローカル局が配信している。ローカル局はキー局の番組に加えて、独自に番組を制作している。コミュニティ放送局はローカル局よりも狭い範囲（区や市など）で、独自に地域に密着した番組を制作し、放送している。

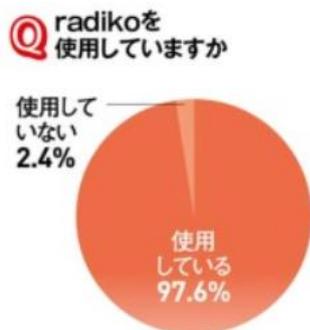
コロナ禍でラジオを聴く人が増加した。ビデオリサーチ調べでは、首都圏民放5局の1分当たりの平均聴衆人数は、2020年4月中旬には90万人になった。コロナ禍で「ラジオを聴く時間が増えた」と答えた人は12.6%に上った。<sup>2</sup>さらにラジオはアンテナを立てて、スピーカーを通して聴くものではなく、radikoを使って聴くものになった。図1によると、ラジオを聴いている人の97.6%がradikoを使用している。つまり、ラジオはスマートフォンを持っていれば、どこでも誰でも聴けるようになっている。

---

<sup>1</sup> 「いまさら聞けない！AMとFMの違いとは？」RADICOM（2022年11月18日）  
<https://www.radioad.jp/column/am-fm/>

<sup>2</sup> 「若いリスナー急増「ラジオ復権」導いた3つの要素」（2022年11月18日）  
<https://toyokeizai.net/articles/-/445371>

図1 radiko 使用率

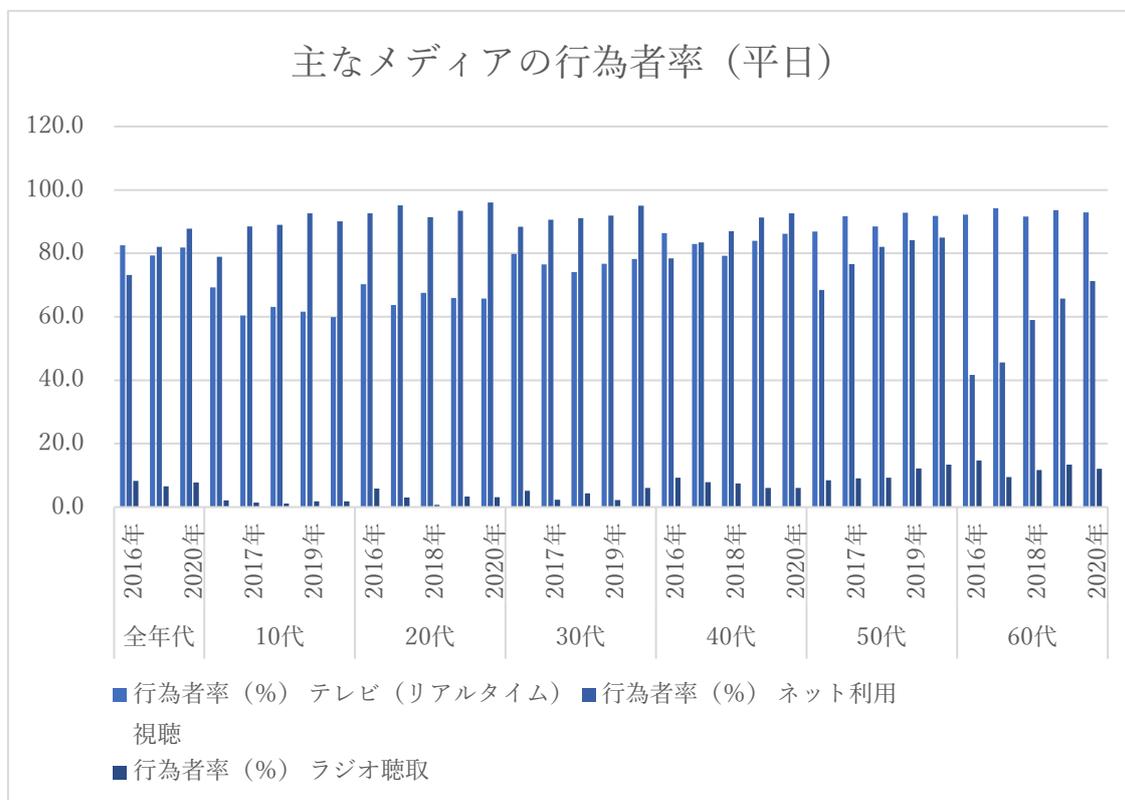


(出典)「radiko 会員は 1000 万人目前今、企業がラジオに注目すべき理由」日経 XTREND (2022 年 11 月 18 日)

<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00369/00002/>

しかし、コロナ禍でラジオを聴く人が増加したといっても、ラジオはピーク時と比べて、聴衆率は減少傾向にある。図2によると、どの世代においてもテレビやネットなどの他の媒体と比較して、圧倒的に行為者率が少ない。

図2 主なメディアの行為者率 (平日)



(参考資料)「主なメディアの利用時間と行為者率 基本データと政策動向」総務省  
(2022年11月18日)

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/html/nd242510.html>

このような状況下にも拘らず、コミュニティ放送局の数が増加している。2008年から2019年の11年間で、AM放送局は2局、コミュニティ放送局は105局増加した。コミュニティ放送局は聴ける範囲が狭く、聴ける人数も少ないのになぜ増加しているのか。筆者の疑問を解決していきながら、理由を考えていきたいと思う。

## 第1章 コミュニティ放送局の今

### (1) コミュニティ放送局とは

地域活性化を目的として、超短波（FM）放送で地域の観光、交通、行政などや災害時の情報発信を行っている、地域に密着したラジオである。

先述した通り、ラジオには、キー局、ローカル局、コミュニティ放送局という分け方がある。キー局は、主に東京を拠点として、規模が大きく、多くの番組を制作している。例えば、オールナイトニッポンで有名なニッポン放送、TBSラジオ、文化放送がある。ローカル局の多くは都道府県ごとに存在しており、キー局から買った番組や、地域独自の番組を放送している。コミュニティ放送局は区や市ごとに存在しており、ローカル局以上に地域に密着した放送を行っている。つまり、コミュニティ放送局は、キー局やローカル局と比べて、聴ける範囲も聴いている人数も圧倒的に少ないということになる。

### (2) コミュニティ放送局の歴史

1992年12月24日に北海道函館市で、「FM いるか」が開局した。函館山ロープウェイの当時の社長は「日本初のコミュニティFM局として、地域活性化を図りたい」と述べ、以前テレビ局でディレクターやアナウンサーをしていた人を起用した。その後、阪神淡路大震災などの大規模災害により、増え続けた。図3によると、1998年には100局を超え、2021年11月現在、330局を超えている。<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> 米村秀司『岐路に立つラジオ』145ページから146ページ

図3 コミュニティ放送局の局数推移参考



(出典)「全国のコミュニティ FM 開局状況」(2022年10月30日)

<https://musicbird.jp/cfm/biz/know/data>

(3) コミュニティ放送局の役割①～地域の情報を発信する媒体としての役割～

自主制作の番組を積極的に作っている「渋谷のラジオ」から、地域の情報を発信する媒体としての役割を考えていく。「渋谷のラジオ」は、特定非営利法人である。企業(KIRIN marche、SARAYA、shibuya good pass、東急、東急不動産、福島民報)と渋谷区がスポンサーとなっている。「渋谷のラジオ」では、多くの番組が住民の活動を発信する場所としてラジオが活用されている。ラジオに出演しているパーソナリティ自身も、土地にゆかりのある著名人、地元のお店の店主、大学生など幅広く存在している。SNSやホームページなどによる宣伝も行われており、番組に関する情報発信も活発である。放送後には、各番組がnoteを使ってインターネット上にアーカイブ放送を残しており、聞きたいときにいつでも聞けるようになっている。渋谷区で行われているイベントに関する番組であれば、イベントの主催者にインタビューを行い、事前知識を入れた状態で参加できたり、商店街に関する番組であれば、ラジオを聞いたことによってサービスを受けることができたりする。

(4) コミュニティ放送局の役割②～災害時に情報を発信する媒体としての役割～

先述のコミュニティ放送局増加の傾向を見ると、大規模災害発生時にコミュニティ放送局の開局数が増加する。災害時に情報を得る媒体として地域住民に活用されている。最初に災害時の情報発信として活用されたのは、阪神淡路大震災の「エフエムもりぐち」である。「エフエムもりぐち」は災害が発生する2年前に開局しており、災害発生時に関西地区唯一のコミュニティ放送局であった。消防局

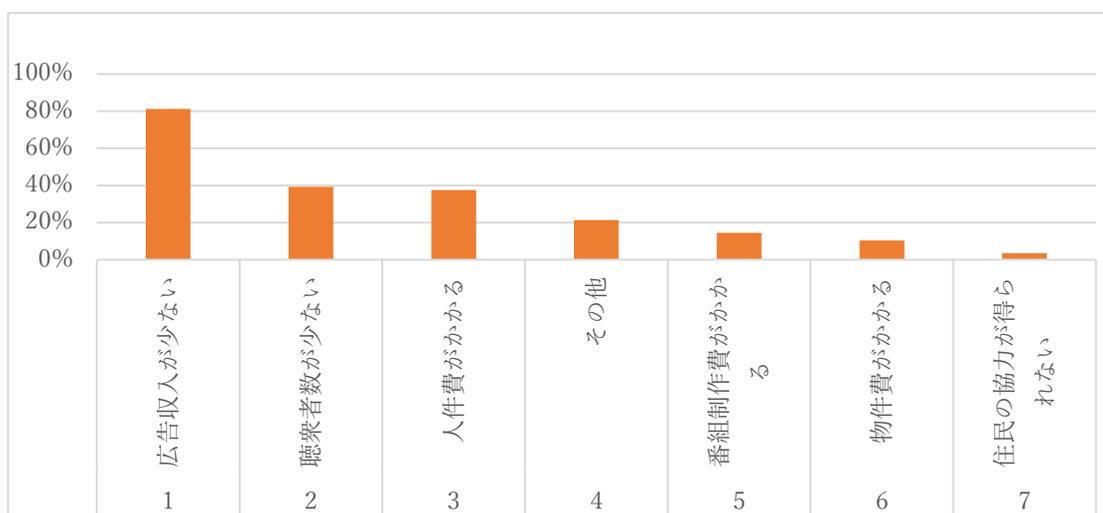
からの情報や道路情報、被災地の生活関連情報などをきめ細かく発信し、コミュニティ放送局が災害時に有力なメディアであることが実証された例である。<sup>4</sup>

コミュニティ放送局は伝達情報が無線であるために、道路や通信回線などのインフラが寸断されたとしても、情報提供が可能である。放送地域が限定されているため、身近な地域の情報に寄り添い、リアルタイムで発信することができる。普段から少人数で番組を放送できる仕組みができていたり、認可時の規定から災害番組に切り替えやすい。被災地で放送しているコミュニティ放送局は、番組制作者も被災している可能性がある。この点が番組制作において、切迫感や緊張感を生み出している。災害時には、市役所や警察、消防本部などの行政機関と、ラジオ局の連携が必要不可欠であり、そのために平時からコミュニティ放送局を中心とした情報共有のしくみを構築する必要がある。東日本大震災の際は、阪神淡路大震災の時と異なり、震災後の避難生活の長期化と復興の遅延により、災害発生から復旧、そして復興に関する情報を発信する必要があった。<sup>5</sup>

## 第2章 コミュニティ放送局が抱える課題

この章では、コミュニティ放送局が抱えている課題について考えていこうと思う。

図4 コミュニティ放送局の現在の問題点



(参考資料) 船津衛「コミュニティ・メディアの現状と課題」『放送大学研究年報』24,2007年,25-33ページ

<sup>4</sup> 米村秀司『岐路に立つラジオ』70ページ

<sup>5</sup> 北郷裕美『コミュニティFMの可能性』160ページから164ページ

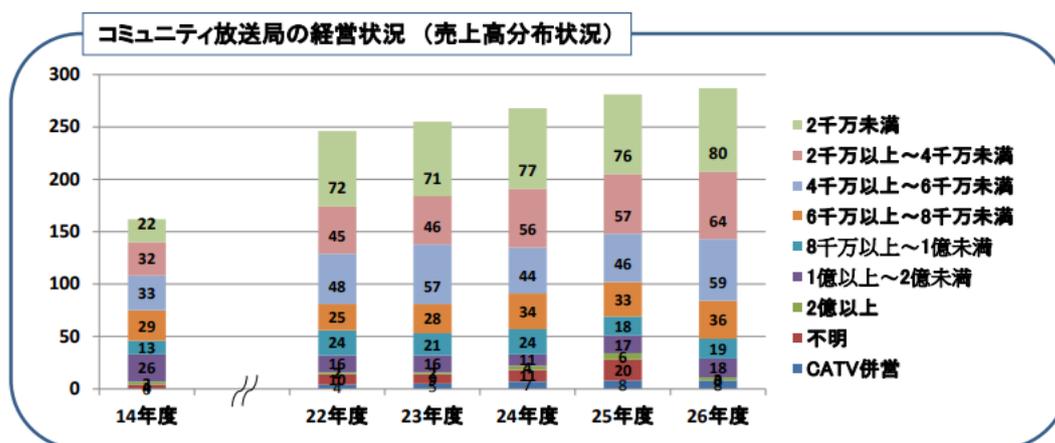
図4によると、「広告収入が少ない」、「聴衆者数が少ない」、「人件費がかかる」が上位に挙げられている。このことから、資金不足、ラジオを聴く側、発信する側の現状について考えていきたい。加えて、災害が発生した際に、コミュニティ放送局が増加することから、災害発生した際のコミュニティ放送局の効果についても考えていきたい。

(1) 資金はあるのか

① コミュニティ放送局の経営状況

図5によると、売上高は、2014年度は2千万未満が80社、2千万以上～4千万未満が64社、4千万以上～6千万未満が59社である。損益分岐点に地域格差はあるが、4千万円～5千万円と考えられる。図6によると、2014年末時点のコミュニティ放送局の経営形態は、103社（36%）が第三セクター、27社（9%）がNPO法人、157社（55%）が民間企業である。資本金は8割以上の企業が1億円未満である。<sup>6</sup>

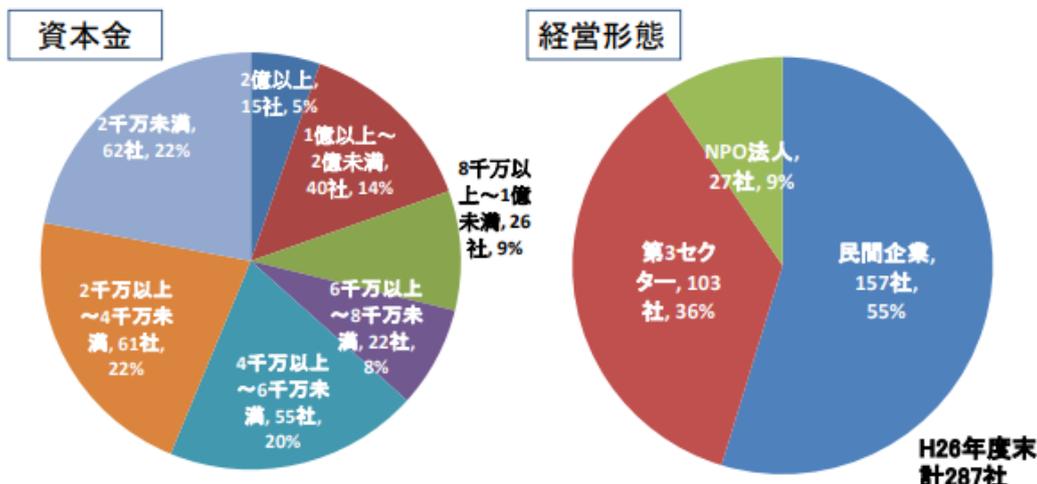
図5 コミュニティ放送局の経営状況



（出典）「コミュニティ放送の現状について～ドリームスエスエム放送(株)の取組～」総務省（2022年11月24日）[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000387573.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000387573.pdf)

<sup>6</sup> 「コミュニティ放送の現状について～ドリームスエスエム放送(株)の取組～」総務省（2022年11月24日）[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000387573.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000387573.pdf)

図6 コミュニティ放送局の資本金と経営形態



(出典)「コミュニティ放送の現状について～ドリームスエスエム放送(株)の取組～」総務省(2022年11月24日) [https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000387573.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000387573.pdf)

この範囲内で経費を抑えなければ、黒字にはできない。しかし、放送を行うためには、人件費や番組制作費など、一定の経費が掛かる。日本コミュニティ放送協会の荻野代表理事は2014年5月、総務省の会合で「厳しい経済状態のもとで経営基盤も盤石とはいえ、人的にも、放送・無線設備面でも必要最小限で賄っているのが現状である」と述べている。<sup>7</sup>このように大体のコミュニティ放送局は経営が厳しく、少ない資金で運営を行っている。

2016年に行われた全国調査で、コミュニティ放送局の資金源は、広告、放送事業、補助金、放送外事業、寄付・会費、その他に分けられる。しかし、実際は特定の財源に偏るケースが多い。最も多かったのは、広告収入が財源の9割を占める「広告型」であり、28%を占めた。次に多かったのは、財源の75%が放送事業費、25%が広告+放送外事業費を占める「放送型」である。3番目に多かったのは、広告、放送事業、放送外事業がそれぞれ3割程度を占める構成である。財源を分散させている放送局もあるが、そのうち4割がNPO法人であった。また、補助金を主な財源としている放送局もあり、そのうち6割以上がNPO法人であった。<sup>8</sup>

2021年12月時点、主な助成金・補助金は3つある。1つ目は、「放送ネットワーク整備支援事業」である。総務省が災害時に、被災情報や避難情報など、国民の生命・財産の確保に不可欠な情報を確実に提供することを目的に、予備送信設

<sup>7</sup> 米村秀司『岐路に立つラジオ』73ページから74ページ

<sup>8</sup> 松浦さと子『日本のコミュニティ放送 理想と現実の間で』53ページから54ページ

備、 災害対策補完送信所、緊急地震速報設備などの整備を行う地方公共団体、民間テレビ・ラジオ放送事情者などに対し、整備費用の一部補助を行う。<sup>9</sup>コミュニティ放送局の役割の一つとして、災害時の情報発信があり、この補助金の対象となる。2つ目は「民放ラジオ難聴解消支援事業」である。総務省では、ラジオの難聴解消のための中継整備を行うラジオ放送事情者などに対し、その整備費用の一部補助を行うための支援である。<sup>10</sup>コミュニティ放送局は市や区ごとにラジオ局を開局しているため、キー局やローカル局の電波が届かない範囲にも放送を行うことができ、難聴解消の中継整備としての役割がある。3つ目は「地上基幹放送等に関する耐災害性強化支援事業」である。総務省では、地上基幹放送等の放送局等の停電対策や予備設備の整備を行う地方公共団体、民間テレビ・ラジオ放送事業者に対して、その設備費用の一部補助を行う。本事業は、大規模な自然災害が発生した際に、放送局等が被災し、放送の継続が不可となる事態を回避し、被災情報や避難情報等の重要な情報を確実に提供することを目的とするものである。<sup>11</sup>コミュニティ放送局は災害時に迅速に情報を発信するという役割があるため、この補助金の対象となる。

## ② 資金不足で閉局したコミュニティ放送局

先述した通りの方法で、コミュニティ放送局は資金を得ている。しかし、コミュニティ放送局が取り巻く環境は厳しい。資金不足で閉局したコミュニティ放送局はどのような経緯で閉局せざるを得なくなったのか。

### i. エフエムセト

エフエムセトは香川県丸亀市に資本金 4300 万円で 1996 年 12 月 26 日に開局した<sup>12</sup>。同県坂出市に開局した「エフエム・サン」の子会社で

---

<sup>9</sup> 「放送ネットワーク整備支援事業（地上基幹放送ネットワーク整備事業）」総務省（2022 年 11 月 24 日）

[https://www.soumu.go.jp/menu\\_seisaku/ictseisaku/housou\\_suishin/hosonet\\_kyojinka01.html](https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/housou_suishin/hosonet_kyojinka01.html)

<sup>10</sup> 「民放ラジオ難聴解消支援事業」総務省（2022 年 11 月 24 日）

[https://www.soumu.go.jp/menu\\_seisaku/ictseisaku/housou\\_suishin/hosonet\\_kyojinka02.html](https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/housou_suishin/hosonet_kyojinka02.html)

<sup>11</sup> 「地上基幹放送等に関する耐災害性強化支援事業」総務省（2022 年 11 月 24 日）

[https://www.soumu.go.jp/menu\\_seisaku/ictseisaku/housou\\_suishin/hosonet\\_kyojinka04.html](https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/housou_suishin/hosonet_kyojinka04.html)

<sup>12</sup> 米村秀司『岐路に立つラジオ』131 ページから 132 ページ

あったが、スポンサーの支援がなくなり売り上げが伸びず経営不振に陥り 2008 年 4 月 13 日に廃局なった。

ii. 仙台市民放送

仙台市宮城野区をエリアに 1999 年 9 月 25 日に開局した。資本金は 2225 万円という極めて少ない資本金で放送を始めたが、資本繰りに行き詰った。<sup>13</sup>

iii. FM ニセコ放送

FM ニセコ放送は 2006 年 12 月 18 日に開局した。北海道虻田郡倶知安町で放送を開始した。北海道では、初めての「町」を放送エリアに開局したコミュニティ放送局として話題を集めた。しかし、同局は開局して間もなく給与遅滞問題が発生した。その後、経営悪化が続き、給与が完全に未払いとなった。2007 年 9 月 22 日に放送終了した。<sup>14</sup>

iv. FM ひらかた

FM ひらかたは、阪神淡路大震災を契機に、災害時の市民への情報伝達手段として枚方市が中心となって、市内企業、団体、個人に出資を呼びかけ、1997 年 1 月 15 日に開局した。枚方市が FM ひらかたへの放送委託についても、この間の社会状況の変化や、市民の FM ひらかた聴衆状況や実災害時の活用実態、委託している市提供番組の発信効果、さらには多額の税金を継続して投入することの効果など、総合的な観点から検証を行い、2021 年度をもって、同社への放送委託料の廃止を決定した。

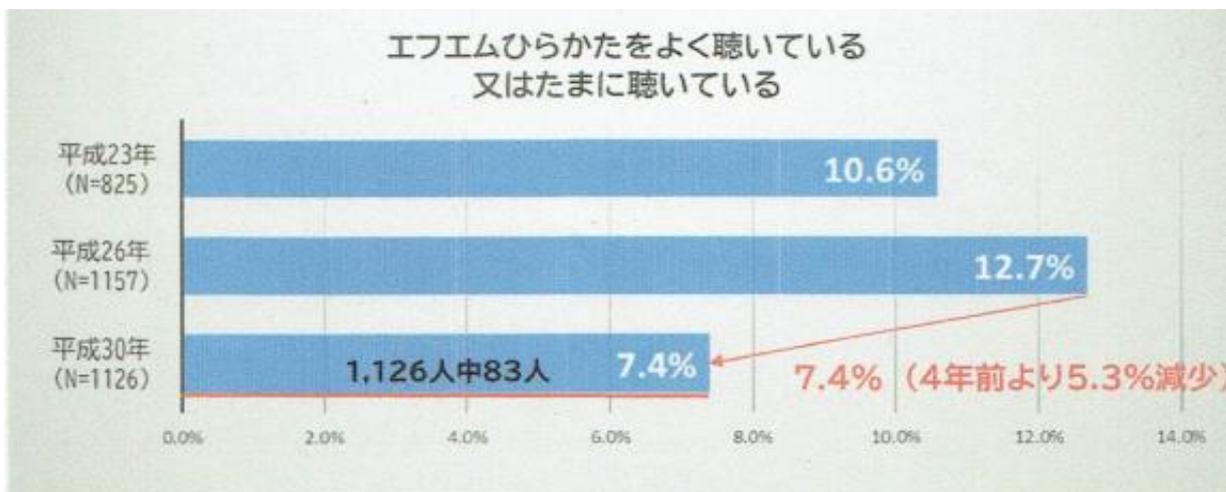
市は主に 3 つの項目について検証を行った。1 つ目は災害情報伝達手段としての有用性である。1997 年設立当時は、FM ひらかたと防災行政無線の 2 つであったが、2020 年時点では、この 2 つに加えて、ホームページ、SNS、エリアメール、Jアラートが増えた。このように、1997 年では、とても重要な情報源であったが、2020 年では、多くある情報源に 1 つとなった。また、図 7 によると、エフエムひらかたを聴く人自体が年々減っており、2018 年時点では、7.4%である。図 8 によると、大阪北部地震発生時に情報源として、エフエムひらかたを聞いた割合は、3.9%であった。

---

<sup>13</sup> 米村秀司『岐路に立つラジオ』133 ページ

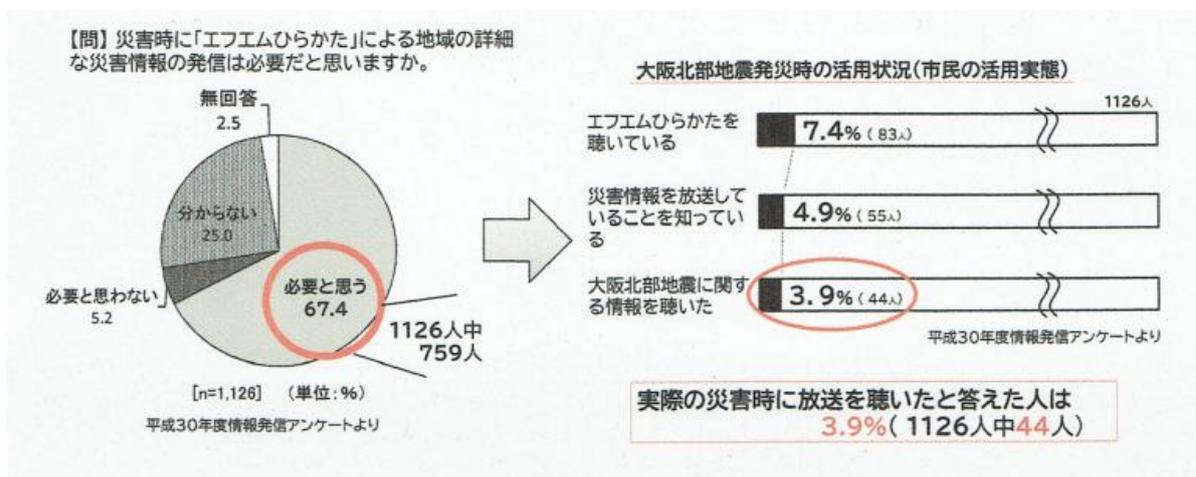
<sup>14</sup> 米村秀司『岐路に立つラジオ』133 ページから 134 ページ

図7 エフエムひらかたの聴衆率



(出典)「株式会社エフエム枚方への市の関与のあり方について」枚方市 (2022年11月25日) <https://www.city.hirakata.osaka.jp/cmsfiles/contents/0000037/37017/arikata-siryo.pdf>

図8 災害時のエフエムひらかたの活用状況



(出典)「株式会社エフエム枚方への市の関与のあり方について」枚方市 (2022年11月25日) <https://www.city.hirakata.osaka.jp/cmsfiles/contents/0000037/37017/arikata-siryo.pdf>

さらに、ホームページ、SNS、エリアメール等では、災害発生した際欲しい情報に関して直接アクセスでき、写真や動画で情報がわかりやすい。しかし、コミュニティ放送局では、欲しい情報を得るために、継続して聴き続ける必要がある。この結果から、災害時のコミュニティ放送局の効果は低いと考えられた。

2つ目は平常時の市提供番組の効果である。市提供番組とは、市放送委託料（2019年度5047万円）による制作された13番組を指す。1日2.5時間、年約950時間である。市が市提供番組に関してヒアリング調査を行った。放送内容については、「ルーティン化している。」「放送枠を拡大することが難しい。」という意見が得られた。また、「エフエムひらかたについて市へ問い合わせたという電話は一度もなく、市民の反響がほとんどない。」「市ホームページや広報紙、民間の情報媒体で発信したほうが有効である。」などの意見が得られた。

3つ目は経営戦略プログラムの検証である。災害時の放送体制を確保するためには、市の継続的な支援が不可欠である。リスナー拡大に関しては、放送業界で評価の高い賞の受賞や自動車納車前にラジオにプリセットするなどを行ってきたが、エフエムひらかたの聴衆率向上に繋がっていない。資金源に関しては、市の放送委託料に依存しており、市の放送委託料が減額された場合、赤字のリスクがあった。

以上のように、コミュニティ放送や災害時に役立つと考えられていたが、リスナーの減少やホームページやSNSの拡大によって、災害時の効果も見込めないと市に評価され、市の放送委託料を廃止された。市の放送委託料に財源を依存していたため、資金繰り立ち行かなくなり、自主運営や事業譲渡を模索したが、スポンサーが見つからず、廃局が決定した。

ラジオ業界が厳しい状況の中、コミュニティ放送局も例外ではない。さらに、コミュニティ放送局は狭い範囲で放送しており、聴く人も少なく、スポンサーが集まりにくい。少ない資金で開局したため、人件費や設備費などがかさみ、資金が底をついてしまい、閉局に追い込まれる。コミュニティ放送局ができた当時と異なり、インターネットなどの新しい媒体が増加し、市から効果なしという判断され、市からの援助を打ち切られる。このような形で、資金が足りなくなり、閉局せざるを得ないという結果に至る。

### ③ 資金を得るために

コミュニティ放送局が資金を得ることが難しくなっている状況の中で、今も開局しているラジオ局はどんな工夫をしているか。

#### i. 広告

コミュニティ放送局では、地域に密着した情報を提供することができるという利点を持っている。この特徴を生かし、環境保全や交通安全な

どの公共広告、地域の歴史や文化を使える広告などの依頼を引き受けている。北海道では、2016年10月16日、日本コミュニティ放送協会北海道地区協議会が発足20周年を迎えるにあたり、「道内各地のご当地スイーツ、ご当地お菓子から見えてくる地域」をテーマに、全道協議会加盟22局が合同で番組を行った。鹿児島県薩摩川内市で放送しているFMさつまさんだいで、歴史や生活文化に根差した広告が多い。<sup>15</sup>

ii. 人件費削減

ラジオ番組を制作する上で、人件費が必ずかかる。ラジオ局は人件費を削減するために、ボランティアや住民の方が番組制作に携わっている。また、一人三役（ミキサー、ディレクター、パーソナリティ）で番組を制作している局もある。

iii. 人材育成

若者向けのインターンシップ、番組制作体験、アーティストのデビューの場として提供している。さらに、専門性の高いスタッフを全国各地に派遣することで、財源を確保している。宮城県仙台市で放送されているfmいずみのアナウンサー阿部清人氏は、防災士として、全国で講演を行っている。<sup>16</sup>

iv. 会費・寄付

不特定多数の市民による小口の固定寄付やSNSやクラウドファンディングを活用した取り組みが行われている。<sup>17</sup>ラジオ局を開局したい人、新しく番組を作りたい人、過去の番組を復活させたい人などがクラウドファンディングで資金を募っている。数十万円から数百万円に上る資金が集まっている。

このようにコミュニティ放送局が持っている特徴を生かしたり、新しい媒体を活用したりしながら、新たな財源を得ている。

(2) どんな人が聞いているのか

① コミュニティ放送局の存在について知っているのか

北海道伊達市は、市内で放送されている2つのコミュニティ放送局（ワイラジオ、FMびゅー）の認知度について市民にアンケートを行った。有効回答率43.8%、有効回答数789件である。回答者全体の約4～6割の方が「知

---

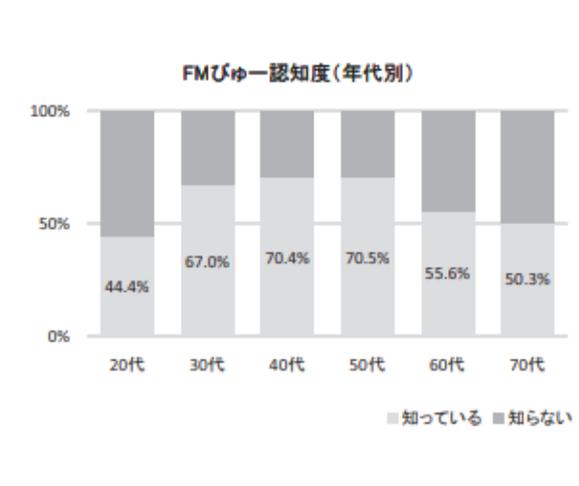
<sup>15</sup> 松浦さと子『日本のコミュニティ放送 理想と現実の間で』57ページから58ページ

<sup>16</sup> 松浦さと子『日本のコミュニティ放送 理想と現実の間で』58ページ

<sup>17</sup> 松浦さと子『日本のコミュニティ放送 理想と現実の間で』59ページ

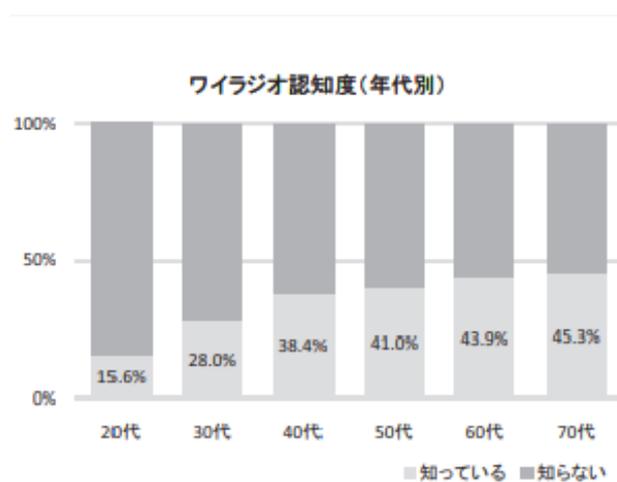
っている」と回答した。図9によると、FMびゅーの認知度は、30代、40代、50代が高く、20代、60代、70代が低いという結果になった。図10によると、ワイラジオの認知度は、40代、50代、60代、70代が高く、20代、30代が低いという結果になった。

図9 FMびゅー認知度



(出典)「コミュニティ FM に関するアンケート調査結果」北海道伊達市  
[https://www.city.date.hokkaido.jp/kouhou/pdf/1012\\_77193383.pdf](https://www.city.date.hokkaido.jp/kouhou/pdf/1012_77193383.pdf)

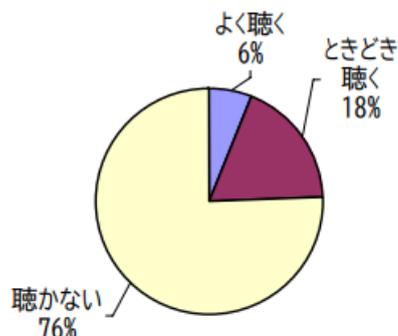
図10 ワイラジオ認知度



(出典)「コミュニティ FM に関するアンケート調査結果」北海道伊達市  
[https://www.city.date.hokkaido.jp/kouhou/pdf/1012\\_77193383.pdf](https://www.city.date.hokkaido.jp/kouhou/pdf/1012_77193383.pdf)

滋賀県はコミュニティ放送の認知度に関する調査を行った。有効回答数127件、回答率65.5%であった。

図11 滋賀県コミュニティ放送局認知度



(出典)「県からのお知らせをコミュニティFMで放送することについてのアンケート結果」滋賀県広報課

<https://www.pref.shiga.lg.jp/file/attachment/4003940.pdf>

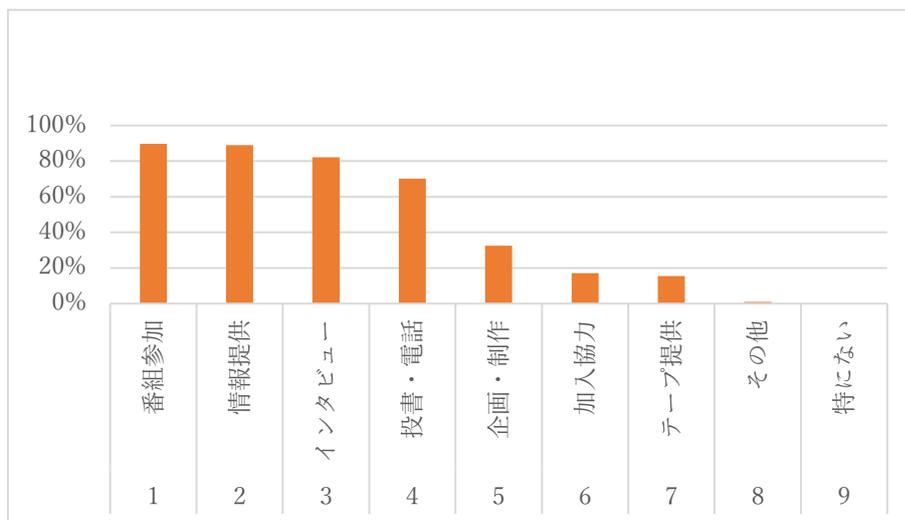
図11によると、約8割の人が聴かないという回答になっている。聴かない理由として、「存在を知らなかった。」、「家にラジオは無い。」、「他の媒体で情報収集は事足りているので、ラジオは聴かない。」が挙げられている。

北海道は開局一号のコミュニティ放送局があること、開局数が都道府県別で一番多いことから、北海道内にコミュニティ放送局が根付いているのではないかと推察される。しかし、若い年代には、認知度が5割未満であり、認知度が低いということがわかる。滋賀県は、コミュニティ放送局数が4局と少なく、回答者数も少ないということもあるが、コミュニティ放送局を聴いている割合が少ない。聴かない理由としても、「存在を知らない。」「他の媒体で十分。」という声が上がっている。このことから、コミュニティ放送局が少ない地域では、認知度がかなり低いのではないかと推察される。

## ② 住民参加の現状

図12によると、コミュニティ放送局と住民の繋がりは、番組制作、情報提供、インタビューが80%を超え、多い。

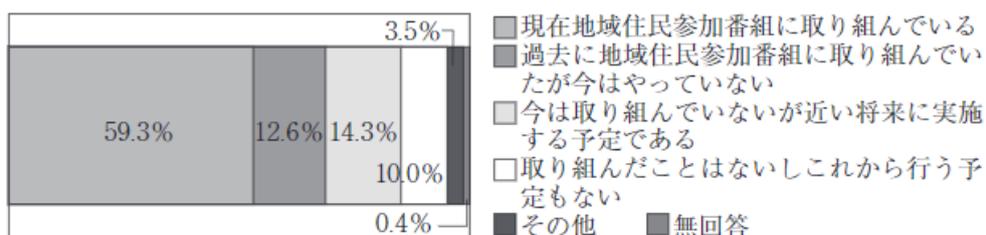
図 12 コミュニティ放送局と住民の繋がり



(参考資料) 船津衛「コミュニティ・メディアの現状と課題」  
『放送大学研究年報』24,2007年,25-33 ページ

図 13 によると、コミュニティ放送局における自主制作番組の地域住民の参加状況は、「現在取り組んでいる」が59.3%で一番多い。図 14 によると、参加内容としては、出演する形で参加している。

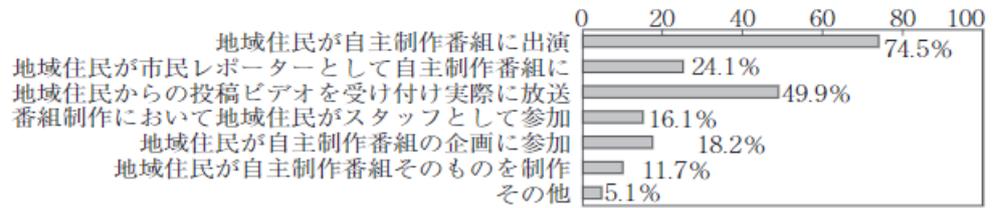
図 13 コミュニティ放送局における自主制作番組の地域住民参加状況



(出典) 中根雅夫・塚本丞二・野辺浩史

「コミュニティ放送に関する一考察」『国土館大學政経論叢』  
22(2), 2010年,129-158 ページ

図 14 自主制作番組おける参加内容



(出典) 中根雅夫・塚本丞二・野辺浩史

「コミュニティ放送に関する一考察」『国土館大學政経論叢』

22(2), 2010 年, 129-158 ページ

活動する動機として、「楽しさ」を挙げる人々が圧倒的が多かった。すなわち、情報発信する仲間や地域の人との交わり、コミュニケーションすることが市民の情報発信の大きな動機、継続のエネルギーになっている。<sup>18</sup>

(3) 放送している側の意識について

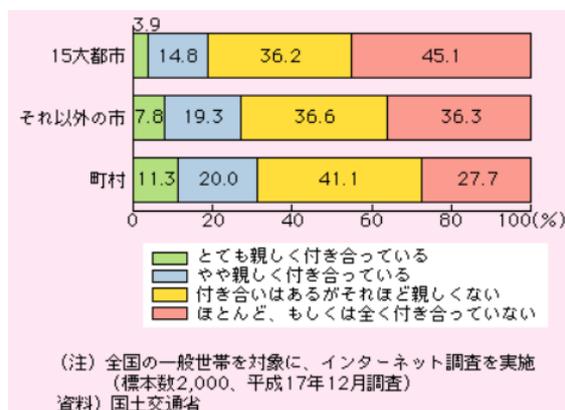
① 地域コミュニティの希薄化とラジオ

コミュニティ放送局を開局した目的は、「地域の情報の伝達」が 96.3%と一番多く、次いで、「防災・減災」が 94.1%、「まちづくり・地域活性化」が 92.5%となっている。<sup>19</sup>つまり、地域コミュニティを活性化させたいという思いの元、開局されているということがわかる。そして、実際に地域のつながりに関して、希薄であると感じている住民は多い。

<sup>18</sup>中根雅夫・塚本丞二・野辺浩史「コミュニティ放送に関する一考察」

<sup>19</sup> 松浦さと子『日本のコミュニティ放送 理想と現実の間で』239 ページ

図 15 地域との付き合いに関する意識

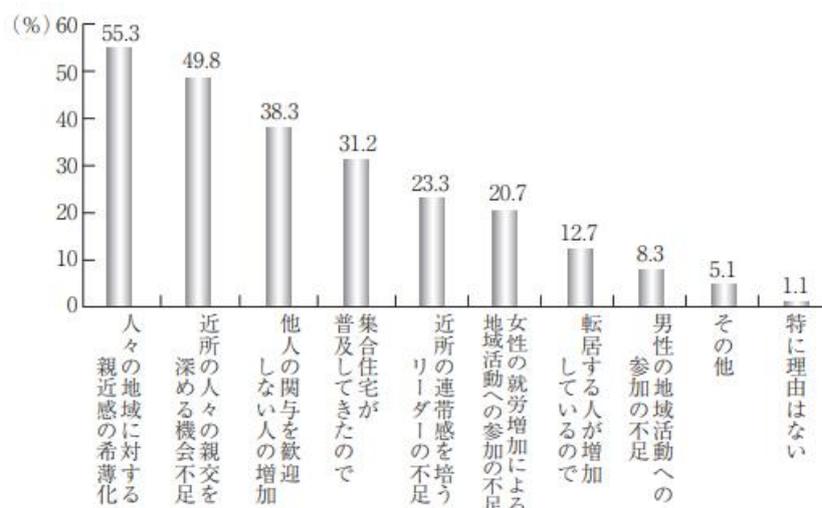


(出典)「安全・安心社会の確立に向けた国土交通行政の展開」国土交通省 (2022年12月11日)

<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h17/hakusho/h18/html/H1022100.htm>  
1

図 15 のように、調査が行われた地域で、「付き合いがあるがそれほど親しくない」、「ほとんど、もしくは全く付き合っていない」が約7~8割を占めている。地域コミュニティが希薄化することは、災害発生時の迅速な対応や、地域の治安悪化につながる。図 16 によると、地域のつながりが弱まった理由として、「人々の地域に対する親近感の希薄化」が55.3%を占めている。

図 16 地域のつながりが弱まった理由



(出典) 中根雅夫・塚本丞二・野辺浩史「コミュニティ放送に関する一考察」『国土館大學政経論叢』22(2), 2010年, 129-158 ページ

つまり、コミュニティ放送を通じて、地域の情報を発信し、住民に地域に対する親近感を持ってもらうことで、まちづくり・地域活性化に繋げるという放送する側の目的と、地域社会において課題に感じられていることは合致している。

#### ② コミュニティ放送局が開局されている地域

一番多くのコミュニティ放送局が開局されているのは、27局ある北海道である。2番目は19局ある沖縄県である。3番目は16局ある東京都と神奈川県である。北海道は、開局一号である「FM いるか」が身近にあったこと。物理的に北海道は広いため、少ないコミュニティ放送局だけでは、カバーしきれないということ。札幌から離れている地域は少子高齢化、過疎化などが進行しているため、地域メディアを通じた地域再生が求められてきたこと。以上の3つが挙げられる。沖縄県も地域社会のつながりが薄いと感じている住民が多い。町内会などの地域社会とのつながりの強い組織を通じたボランティア活動の行動者率では、全国平均を下回っている。<sup>20</sup>東京都や神奈川県は大都市であり、地域コミュニティの弱体化と機能不全は問題視されている。第2章(3)①に述べたように、地域コミュニティが希薄化しているからこそ、コミュニティ放送局の役割が発揮される。そして、開局している場所からも、放送している側が地域活性化やまちづくりに貢献するために開局していることがわかる。

#### (4) 災害発生時に効果はあるのか

コミュニティ放送局は、災害時に防災情報を発信するという役割がある。停電が発生した場合には、テレビが見られなくなる。スマートフォンは充電がなくなった場合や、サーバーに負荷がかかった場合には、インターネットで情報を得ることができなくなる。しかし、ラジオはこのような場合でも、情報を得ることができる。民放連が2011年8月に、被災者を対象に「震災時にどんなメディアが避難に有効だったか」についてアンケート調査を実施した。調査は、仙台市、名取市、気仙沼市、陸前高田市の仮設住宅に居住する500人、そして15歳から70歳の被災県の沿岸部に居住するインターネット利用者2268人に対して行われた。「大津波警報はどこで聞きましたか。」という質問には、仮設住宅に住んでいる24.1%、インターネット利用者は40%がラジオと答えた。「避難の際に役に立

---

<sup>20</sup> 島袋伊津子「地域のつながりに関する現状分析」

った情報源は何ですか。」という質問には、仮設住宅に住んでいる 29.2%、インターネット利用者は 69.3%がラジオと答えた。<sup>21</sup>

さらに、コミュニティ放送局であれば、地元の特化した情報を提供することができる。このような理由から、災害が発生すると、コミュニティ放送局が増加するという傾向がある。図 3 によると、阪神淡路大震災が発生した次の年には、37 局が増加した。東日本大震災の次の年には、13 局増加した。

## ① 放送内容

### i. 多文化・多言語放送

災害発生時、神戸市にある FM わいわいは多文化・多言語放送に取り組んだ。FM わいわいは、1995 年 1 月 17 日の阪神・淡路大震災がきっかけとなり、兵庫県神戸市長田区に誕生した。神戸市長田区は、在日韓国・朝鮮人や定住難民として日本に暮らすベトナム人が多く、災害の被害も大きかった。そのため、震災ボランティアが多言語で震災に関する情報を放送した。現在も多文化・多言語放送を行っている。東日本大震災が発生した際も、多言語で情報を発信していたラジオ局があった。

### ii. 災害情報の発信

東日本大震災が発生した当時、宮城県では、「給水、ガス、電気などの情報は FM78.1 で随時放送しています。」という張り紙が張られていた。このように、ラジオで地元の情報を提供するという方法が取られていた。ラジオが積極的に活用されるようになり、臨時災害 FM 局が開設された。通常、コミュニティ放送局は放送するための免許が認定されるためには 1 年かかるが、臨時災害 FM 局は電話一本で申請が認可される。<sup>22</sup>

### iii. 心の癒し

災害発生時、地元の情報を提供するだけでなく、地元の言葉で語られる励ましのメッセージや、娯楽を流すことによって、トラウマを癒していくということも役割である。<sup>23</sup>また、他県のコミュニティ放送局からの励ましの

---

<sup>21</sup> 「ラジオは君を救ったか?～大震災とコミュニティ FM～」米村秀司 32 ページから 33 ページ

<sup>22</sup> 「ラジオは君を救ったか?～大震災とコミュニティ FM～」米村秀司 26 ページから 27 ページ

<sup>23</sup> 「東日本大震災/被災地のコミュニティ FM—臨時災害 FM 局の支援活動から—」(2022 年 12 月 9 日) [https://www.ryukoku.ac.jp/gs\\_npo/letter/images/letter09\\_04.pdf](https://www.ryukoku.ac.jp/gs_npo/letter/images/letter09_04.pdf)

メッセージなどの放送が行われた。

## ② 災害時の連携

災害時に連携が取りやすいように、自治体と防災協定や情報伝達システムを構築しているコミュニティ放送局がある。愛媛県今治市では、今治市役所、エフエムラヂオばりばり、消防団などが連携し伝達システムを構築している。東京都八王子市では、八王子市と株式会社八王子エフエムなどと緊急時の災害情報の放送に関する協定を締結している。八王子エフエムが放送できない事態が発生した際には、市が開局する臨時災害 FM 放送を導入し、訓練放送を行った。

## 第3章 なぜ、コミュニティ放送局が増加しているのか

なぜ、コミュニティ放送局が増加しているのか。理由は3つあると考える。1つ目は、災害時に情報発信する媒体として、自治体が積極的にコミュニティ放送局の活用を推進しているということ。第2章(1)で述べたように、多くのコミュニティ放送局は番組制作費、人件費などにより、資金不足に陥っている。そのため、自治体などからの補助金によって、資金を賄っている。第三セクターによる運営が3割を占めていること。総務省が補助金を行っていること。自治体からの資金を打ち切られたことによって、閉局せざるを得なくなった放送局があることから分かる。地域密着や災害時の情報発信の手段として、自治体が資金を援助している場合、少ない資金で、運営をすることができるコミュニティ放送局が増加するのではないか。

2つ目は、地域コミュニティの希薄化に関して、重要視している住民がいることである。第2章(2)で述べたように、地域コミュニティの希薄を感じている住民が多くいる。そのように感じている一部の住民が、問題を重要視し、資金を集め、コミュニティ放送局を設立しているのではないか。コミュニティ放送局が開設されている地域を見ても、地域コミュニティが希薄化されているところが多い。しかし、コミュニティ放送局の問題点で2番目に多く挙げられているように、聴衆率が低い。滋賀県が行った調査では、8割が聴かないという結果に至った。このことから、地域の情報発信し、地域コミュニティの活性化を行うというコミュニティ放送局の役割を理解している人が、発信している側と一部のリスナーだけではないかと考えられる。地域コミュニティ希薄化をコミュニティ放送局で補うという考えに関して、ラジオ制作者とリスナー側である地域住民のギャップが大きい。

3つ目は、災害の発生である。災害発生時、インターネットサーバーの負荷や停電などに影響されることなく、災害情報を迅速に発信することができるというメリットがある。実際にも、災害発生時の情報源として、インターネット利用者からもラジオが挙げられており、ラジオが災害時の情報源として有効的だということが分かる。また、情報源としてだけでは

なく、励ましのメッセージの放送や絵本の読み聞かせなどの活用も行われている。このような特徴から、災害発生時はラジオの活用が見直され、より密着した情報を発信することができるコミュニティ放送局が増加するのではないかと考えられる。

## 第4章 今後について

コミュニティ放送局の役割は「地域の情報発信」、「災害の情報発信」である。しかし、聴衆率の低下や資金不足が問題視されており、十分に役割を達成することができず、閉局してしまうコミュニティ放送局もある。そのためには、コミュニティ放送局、自治体、地域住民、地域企業が、コミュニティ放送局を持続させるために活動する必要がある。

コミュニティ放送局は、役割を住民に理解してもらう必要がある。そのためには、一部の住民だけではなく、聴ける範囲に住んでいる人が関わったことがあるラジオ局であるべきだと考える。例えば、「小学校や中学校の時に番組制作を体験した。」、「自分や家族、友達など身近な人が出演したことがある。」、「家の近くにあるお店や施設などが紹介されたことがある。」がある。このように、小学生から大人まで幅広い年代が関わったことがある必要がある。その結果、地域にとって欠かせないものとなり、コミュニティ放送局の役割を理解してもらえるのではないか。災害発生時も、情報収集する媒体として、即座に候補に挙がり、コミュニティ放送局の役割を果たすことができるのではないか。

自治体は、開局する際に、自治体からの支援に依存せずに経営を行うことができるのかを判断する必要がある。また、災害時にコミュニティ放送局を使い、情報を迅速に発信することができるように、常日頃から連携を取れるようにしておく必要がある。地域住民や企業に対して行う防災セミナーや防災訓練の際にも、災害時のラジオの活用について発信しておく必要がある。

地域住民、地域企業はコミュニティ放送局の知名度の向上と資金不足の解消に貢献することができると思う。地域のイベントでラジオ参加ブースの設置や番組制作に関する発信を行うことで、コミュニティ放送局を知らなかったイベント参加者に、認知してもらうきっかけになる。また、コミュニティ放送局の資金源の多くは広告である。地域企業や地域のイベントを行う際に、CMを制作し、放送内に流すことで、資金不足の解消に貢献することができる。

## 文献

- 「全国のコミュニティ FM 開局状況」(2022年10月30日)  
<https://musicbird.jp/cfm/biz/know/data>
- 米村秀司(2015)『岐路に立つラジオ コミュニティ FM の行方』ラグーナ出版
- 北郷裕美(2015)『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』

ン』青弓社

- 「【徹底比較】ラジオ局の規模や特徴について」テレビ局まる分かりブログテレビログ（2022年11月18日）<https://www.homemate-research.com/bc185/tvlog/237/>
- 「主なメディアの利用時間と行為者率 基本データと政策動向」総務省（2022年11月18日）  
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/html/nd242510.html>
- 「いまさら聞けない！AMとFMの違いとは？」RADICOM（2022年11月18日）<https://www.radioad.jp/column/am-fm/>
- 「コミュニティ放送の現状について～ドリームスエスエム放送(株)の取組～」総務省（2022年11月24日）[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000387573.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000387573.pdf)
- 松浦さと子（2017）『日本のコミュニティ放送 理想と現実の間で』晃洋書房
- 「放送ネットワーク整備支援事業（地上基幹放送ネットワーク整備事業）」総務省（2022年11月24日）  
[https://www.soumu.go.jp/menu\\_seisaku/ictseisaku/housou\\_suishin/hosonet\\_kyojinka01.html](https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/housou_suishin/hosonet_kyojinka01.html)
- 「民放ラジオ難聴解消支援事業」総務省（2022年11月24日）  
[https://www.soumu.go.jp/menu\\_seisaku/ictseisaku/housou\\_suishin/hosonet\\_kyojinka02.html](https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/housou_suishin/hosonet_kyojinka02.html)
- 「地上基幹放送等に関する耐災害性強化支援事業」総務省（2022年11月24日）  
[https://www.soumu.go.jp/menu\\_seisaku/ictseisaku/housou\\_suishin/hosonet\\_kyojinka04.html](https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/housou_suishin/hosonet_kyojinka04.html)
- 「株式会社エフエム枚方への市の関与のあり方について 検証資料」枚方市（2022年11月25日）  
<https://www.city.hirakata.osaka.jp/cmsfiles/contents/0000037/37017/arikata-siryo.pdf>
- 「特別番組「甘いもの自慢！おかし（菓子）なラヂオ」放送決定！」（2022年11月26日）<http://www.sankakuyama.co.jp/contents/2016/10/08/005182.php>
- 「コミュニティFM局の役割」安心安全情報（2022年12月9日）  
<https://www.itscom.co.jp/safety/column/011/>
- 「東日本大震災/被災地のコミュニティFM—臨時災害FM局の支援活動から—」（2022年12月9日）  
[https://www.ryukoku.ac.jp/gs\\_npo/letter/images/letter09\\_04.pdf](https://www.ryukoku.ac.jp/gs_npo/letter/images/letter09_04.pdf)
- 「コミュニティ放送局と連携した緊急防災情報の伝達」ジチタイワークスWEB（2022年12月9日）<https://www.jichitai.works/article/details/507>
- 「災害時の情報発信に関する協定締結」八王子市（2022年12月9日）  
<https://www.city.hachioji.tokyo.jp/emergency/bousai/m12873/007/p005679.html>
- 安全・安心社会の確立に向けた国土交通行政の展開」国土交通省（2022年12月11

- 日) <https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h17/hakusho/h18/html/H1022100.html>
- 中根雅夫・塚本丞二・野辺浩史「コミュニティ放送に関する一考察」『国土館大學政経論叢』22(2), 2010年,129-158 ページ
  - 「北海道のコミュニティ放送～地域活性、防災、災害時及び復旧・復興媒体としての現状と可能性に関する研究～」北郷裕美 (2022年12月12日)  
[https://www.hkk.or.jp/kenkyusho/file/jyosei\\_rep25-04.pdf](https://www.hkk.or.jp/kenkyusho/file/jyosei_rep25-04.pdf)
  - 島袋伊津子「地域のつながりに関する現状分析」『経済環境研究』9,2020年,37-47 ページ
  - 「コミュニティ FM に関するアンケート調査結果」北海道伊達市 (2022年12月13日)  
[https://www.city.date.hokkaido.jp/kouhou/pdf/1012\\_77193383.pdf](https://www.city.date.hokkaido.jp/kouhou/pdf/1012_77193383.pdf)
  - 「県からのお知らせをコミュニティ FM で放送することについてのアンケート結果」滋賀県広報課 (2022年12月13日)  
<https://www.pref.shiga.lg.jp/file/attachment/4003940.pdf>
  - 船津衛「コミュニティ・メディアの現状と課題」『放送大学研究年報』24,2007年,25-33 ページ
  - 米村秀司 (2012)『ラジオは君を救ったか?～大震災とコミュニティ FM～』ラゲーナ出版