〈論　文〉

地域のコミュニケーション・インフラの持続可能性

――非営利コミュニティ放送の運営調査から――

松　浦　さと子

はじめに　地域のコミュニケーション装置を誰が創るのか

人々のつながりや関係として注目されるソーシャル・キャピタル形成の回路として，また市民社会構築の担い手となる各セクター，各主体と市民間のトランザクションコストの軽減装置として，コミュニティ・メディアに関心が寄せられている。なかでも「コミュニティ放送」は1992年に制度化された超短波放送用周波数（FM）を使用する一般放送事業者のひとつで，設立基準が緩和されて小さな会社や法人でも設立が可能である点でも，より広域を対象とした「県域放送」とは区分され普及が進む。地域防災や災害情報，市町村の商業，行政情報や地域情報に特化して，その地域の活性化に役立つことが目指され，2007年1月末現在，201局が創設されている。放送技術や施設機材を持たない市民も放送番組の制作に参加できる市民参加型放送局として，学生や子どもたち，地域のNPO/NGOなどが番組を通して地域に語りかける回路の可能性を示している。メディアへの市民参加は「パブリック・アクセス」「市民メディア」と称され，海外の事例や日本のコミュニティの試みが数多く紹介されてきた。21世紀に入りメディアを用いた市民活動が各地で活発化し，全国交流集会[1]は2006年秋の横浜大会において4回を数えている。

メディアへのアクセスについて宮崎寿子（1998）らメディア研究者は日本社会における制度的な限界を提示し相当困難なこととしてきた。が「メディアに対し，コメント，批判，対話，番組参加ができること」は，現在電子ネットワークの活用や市民参加型放送であるコミュニティ放送での番組制作放送により今や，たいへんたやすいこととして可能となったと理解されている。これに対し，本報告では疑念を呈しながら，デニス・マクウィール（1995）が「聞き，そして聞いてもらうという，平等で個人的な請求権」「（近代マスメディアに独占されている）公共のコミュニケーションのための多くの機会」が市場論理のみによって規定されるべきではないとした点にこだわって「市民のコミュニケートする権利」について，また，地域社会におけるコミュニケーション・インフラの持続可能性について特定非営利活動法人（以下，NPO法人）として設立された初発のコミュニティ放送局に注目して論考する。

1．NPO法人によるコミュニティFM局設立の動き

2003年の京都コミュニティ放送を初発として，かねてから放送免許申請していた「ひがしむらやまエフエム」が東京都東村山に2004年（平成16年）開局したのに続き，2005年には長崎県長崎市，福井県鯖江市，岩手県二戸市と各地に非営利コミュニティ放送が開局し，2006年には鹿児島県鹿屋市，肝付町，志布志市で3放送局による「おおすみ半島ネットワーク」が，また山梨県ではNPO八ヶ岳コミュニティ放送（ステーションネームは，エフエム八ヶ岳）[2]が立ち上がり，2007年2月現在，全201局のコミュニティ放送のうち9局は特定非営利法人でコミュニティFM放送が運営されており，2007年春には奄美大島で特定非営利法人「デイ！」が開局の準備を進めている。また5つの開局を見た時点で2006年1

月，これらNPOコミュニティ放送は全国協議会を発足させ交流や情報交換を行い，JASRACをはじめとする著作権関係機関との協定に組織だった交渉のため連携を取り合う。

しかし放送エリアのサイズとしては県域放送とミニFMの中間的存在で，また法人形態としては「株式会社」でも「任意団体」でもなく「コミュニティ」のネットワークの回路としては「地域放送」とも「SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）」などのような電子ネットワーク上のコミュニティとも異なる機能を持つ。

このように対象者や対象エリアのリアルなコミュニティとのつながりや関係が漠とし，組織の運営や財源なども外部からはその内容を想像することが難しい「既存のさまざまなメディアとありようを異にする」存在のNPOコミュニティ放送に，既設のコミュニティ放送とは異なる意義を見出すことも本論の目的である。

現在，公益法人法の見直しとともに，非営利活動や公益活動は何もNPOひとりが担うものではないことが認識されはじめ，社会企業家の存在や営利企業の社会貢献活動にも注目が集まるなかで，とりわけ特定非営利法人に絞って論じることの意味を説明しなければならないだろう。昨今，政府の干渉の疑念を抱かせさまざまな不祥事で受信料徴収に困難をもたらした公共放送たるNHK，資本買収問題に翻弄される商業放送局の問題を背景に，本論では敢えて市場とは異なる場に姿を現そうとしている「民間放送」に注目する意味で，特定非営利法人で敢えて船出をしたコミュニティ放送局群に注目した。

2003年3月に放送を開始した「特定非営利活動法人　京都コミュニティ放送」（以後，京都三条ラジオカフェ），2004年6月「特定非営利活動法人　ひがしむらやまエフエム」，2005年9月「特定非営利活動法人　長崎市民エフエム放送」，2005年10月に福井県鯖江市で「特定非営利活動法人　たんなん夢レディオ」，2005年12月に岩手県二戸市で「特定非営利活動法人　カシオペア市民情報ネットワーク」，以上の2006年5月の段階で開局し放送を始めていたコミュニティ放送局の5局について質問紙調査した結果と，その後開局した「おおすみFMネットワーク」（8月鹿児島県肝属郡「NPOきもつきコミュニティ放送」同　鹿屋市「NPOかのやコミュニティ放送」10月同　志布志市「NPO志布志コミュニティ放送」）の担当者への聞き取り，さらに，非営利での運営を求めつつ現在株式会社で運営されている「FMわぃわぃ」での聞き取りを元に，地域のコミュニケーションインフラの持続可能性も検討する。

また，一方で経営の困難を理由に，統合，閉局，廃局されたコミュニティ放送局もあり，ラジオ局運営の方法は，周縁部にゆくほど困難を伴うことを認識されなければならず，ゆえに小さな経済力で維持できるポッドキャスト：インターネットラジオ放送の手法で音声配信を行う山形県の「おきたまラジオコミュニティ」などの「市民による，市民による，市民のためのラジオ」を理念とするNPOも各地で活動しており，総務省の放送免許を必要とする放送だけを検討課題に置くべきではないとする見方もあろう。しかしながら，ではメインストリームの放送を市民の参加のないもののままにしておき，一方で影響力の獲得の困難なミニメディアにおいてのみ市民参加が可能なままにしておくことや，私的な発信となんら制度上峻別のできない外観のままの「市民の放送」が存立の公共性の根拠をどのように認めさせうるのかは重要な論点をはらむので，別に機会を設けて論考したい。

なお本報告におけるNPOとは，営利を目的としない組織としては最狭義の特定非営利活動法人を指し，一般的な公益法人や組合などを除いて議論するが，あくまでもこの定義は本報告の場合に限定される。筆者自身は，本論以外ではさらに広い範囲の非営利放送を想定して研究を行っている。

2. 先行研究による コミュニティ放送と検討方法

ミシェル・アルベールは，「全ての品物が無償である社会主義国家が存在しないように，いかなる資本主義社会も，すべての品物を（またはサービスを）商品にしようとは考えていない。」とし

て，資本主義社会を「ネオアメリカ型」と「ライン型」2つに分け，公共サービスがどの位置にあると考えるかを述べた。「ネオアメリカ型」で概ね「商品」の領域に位置されているメディアを，「ライン型」では「商品」に向かいつつあるとはいえ「非商品」の領域に分類している。すなわち日本が「ネオアメリカ型」の資本主義にあるならば，メディアが商業性をまとい続けることは否めない。しかし，本論に見るようにコミュニティ放送が売買の対象でも資本でもない非営利・非商業の形態を取り始めたことは，何らかの変化をコミュニティが選択しつつあることを示しているのではないだろうか。

世界コミュニティラジオ放送連盟（AMARC）は，日本初のNPOによるコミュニティFM放送である京都三条ラジオカフェ［(特) 京都コミュニティ放送］が正会員となり，ディレクター松浦哲郎がその東アジア支部の理事を務める。松浦の報告によれば，このAMARCのコミュニティ放送の定義は「非営利であり（not-for-profit)」「コミュニティが所有し支配し（community ownership and control)」「コミュニティの参加がある（community participation)」こととなっており，それらはUNESCOの定義に準じていると説明している。

ウエブサイトから見ることができるLouie Tabingによる UNESCOの“HOW TO DO COMMUNITY RADIO”には，“operated in the community, for the community, about the community and by the community”. とあるだけでなく，社会問題の解決を目的とした「非商業」(not commercial) 目的に動機づけられていることが明記されている。

しかし，日本のコミュニティラジオの1992年に始まった歴史のなかで，京都コミュニティ放送が参加する2003年までは，全て商法上の存在である株式会社による運営がなされてきた。

しかし遡れば日本のラジオ放送の創設期において，逓信省主導の日本放送協会に再編されるまでは，東京・名古屋・大阪がそれぞれに聴取料を集める非営利民間ローカル局として独立して存在していた。

また，「放送会社経営」はこれまで株式会社の経営戦略として研究されてきた。利潤を上げ，配当を出さねばならない株式会社によるものでありながら，一方で「ジャーナリズム」「地域主義」といった公共性を実現しなければならないため，その戦略は一般的な株式会社経営とは異なっていた。経営学的な先行研究と比較すると非営利コミュニティ放送は「『所有と経営の分離』の観点からコミュニティが所有しコミュニティが支配するという非営利コミュニティ放送は異質」であり，また「経営者，スポンサー，視聴者，従業員，営業マン，代理店，各種利害集団」といったステークホルダーの「ニーズや理念，価値，欲求，動機」は考慮されるが，参加する住民やコミュニティのそれらは想定されない。「ローカリズム」は商業局の場合，営業戦略上の論点である。また非営利・非商業の主体によってコミュニティという小さなエリアで運営される場合「地域資本力が大きすぎると民間放送会社のジャーナリズム性が疎外される恐れがあり，小さすぎると地域性を無視するような系列資本が力を得る」といった商業放送局の問題と無縁なわけではない。しかし，多くのコミュニティFM放送にとって，地域資本は商業性を逸脱して主体性を発揮するパートナーであり共同運営者であり，なおかつ放送に参加する地域の重要なアクターを抱えていることもある。また集中，独占化の問題があるとすれば，既存メディアと新興コミュニティ放送によって地域資源の獲得に競走が生まれたときであろう。

本調査研究は，2006年に各地にNPOによってラジオが立ち上げられる動きが盛んになった時点で行った各放送局の状況調査である。公共サービス供給の担い手が市場領域のアクターであるという日本のコミュニティ放送で常態化している現実に，これらNPOの参入はどのような変化をもたらすのか，またその運営や活動，財源確保は商業放送局と異なりどのような方法があるのかを論考する。

考慮したいのはペストフのソーシャル・エコノミーの考え方である。「コミュニティFM放送」のあるべき姿は，視聴率重視ではないことから利潤最大化という行動原理を持たないという点で非

市場領域的であり，社会的目的を持ちつつも自発性・個別性・民主性が優先するために非国家領域的であり，参加・連帯を重んじつつ地縁・血縁に基づかず互助が重視される点で私的コミュニティとは違っている。おそらく「コミュニティ放送」はその3領域にまたがって関わりを持つであろう。

さらに現時点でラジオの可能性は拡大している。NPO放送局に限らないが，地域密着の良質のコンテンツを生産することは地域資源を新たに見出すことであり，それらは市場とは完全に無縁ではなく新たなウエブ上のコミュニティにもマーケットを見出すことで他財源に依拠せずに持続可能性を見出せることである。さらに，そこで生産されるつながりやネットワークといったものがパットナムの述べるソーシャル・キャピタルと名指される地域資源にあたり，ラジオ製作と聴取の営みが「消費」から「生産」のサイクルとなることである。果たしてそれらは，現実的な可能性を持ちうるのであろうか。

3. 調査結果から明らかになったコミュニティ FM の状況

調査結果により，NPOコミュニティFMの傾向の理解できる数字と記述の一部を紹介する。

NPO法人による放送免許交付の第一号は，2003年2月の京都コミュニティ放送であるが，申請の第一号は2002年5月ひがしむらやまFMである。しかし「非営利型」で立ち上げられた自覚を持っているFMわぃわぃは1995年12月に会社が設立され，本放送は翌年1月，日本における非営利放送の幕開けは阪神淡路大震災時であったといえよう，

放送エリア世帯数は最大106,166世帯（わぃわぃ），最小6,267世帯（きもつき）。設立に必要とした費用は最大3000万円（京都），最小454万円（志布志）。資金調達は，立ち上げメンバーによる（二戸，鯖江，志布志，鹿屋），会員会費による（京都，長崎，きもつき，かのや）。理事長の職業は，歯科医（二戸），会社経営者（京都，長崎），先従者（鯖江，きもつき），会社役員（志布志），保育園（鹿屋）。

理事数は，4名（長崎）から13名（京都），有償職員数は，1名（志布志，きもつき），2名（二戸，京都，鯖江）3名（鹿屋），4名（パートタイム）（長崎）。

ボランティアスタッフは，10名（きもつき，志布志）から70名（京都）まで。

経営上，NPOゆえに困っていることとして「あるとすれば，非営利であるということでの，経営上，運営上での甘え」や，局員のイメージ（クレジットカードを作れないとか）ちゃんと働いていないと見られそう，資金調達などの回答は憂慮すべき問題をはらむ。経済的自立が放送局はもちろん，参加するスタッフの生活に関連するのである。

株式会社のパートナーを持つのは，京都と長崎，広告収入・市民参加はすべての局にあり，市民からの費用徴収は二戸以外すべて行っている。20秒2000円（東村山）から30分5000円（長崎）まで，入会金は10000円（きもつき，志布志，鹿屋）から100000円（京都，鯖江）まで。ウエブラジオも実施するのは，京都，きもつき，志布志，かのや，将来的には鯖江も予定する。これらの額が地域社会との関係をどのように規定するのか，まだその経過は不明である。

4. その意義 地理的放送エリアの規模からの検討

コミュニティ放送における「コミュニティ」とは市区町村である。市区町村の発信にとって，複数県にまたがる近畿圏の準キー局や県域放送などの広報は，エリアと予算規模が大きすぎることになる。したがって「聴取が普及すれば」行政広報のインフラとしては，このエリアの規模は目的に合致する妥当な放送エリアということになる。NPOコミュニティFM放送局は行政にとって防災上も意義が認識されやすい。

しかし，通学通勤で地域社会から他地域に移動する郊外型地域住民は，複数の地域への関心からコミュニティFMへの関心が持ちにくく，より広域エリアを対象とする放送により関心を持つ。あくまでも仮説であるがコミュニティ放送への需要は，市民の関心に応じたサイズのコミュニティ

への関心と，コミュニティの状況や実情がわかる番組内容の充実という2つの要素の相乗効果といえ，その場合「顔の見える」コミュニティを求めるならば，市区町村というサイズではないのではないかということもできる。

また「放送」である限り周波数による分配により，混信を避けるためにもエリアは重ならないはずであるが，最近では規制緩和によりいくつかの地域で受信エリアが重複し，その結果，寄付や広告を求める「営業」エリアも重なるために，FPOとNPOの競合が起こりうる状況になっている。その地域が複数のコミュニティのための放送を経済的に支えきることができるのか，それを市場原理に任せてよいのかの地域の議論や合意が必要となろう。

5. その意義　電子ネットワーク上のコミュニティとの比較からの検討

コミュニティ放送における「コミュニティ」とは市区町村という地理的コミュニティである。市民参加型ラジオ番組を制作することは簡単なことではない。技術的な問題のみならず，その放送内容において著作権をはじめとするさまざまな権利関係の処理，ジャーナリストに要請されるのと同様の取材源の秘匿や職業上の守秘義務などが課せられ，「放送法」の規定を遵守して放送することが要請される。その点，現在の電子ネット上の表現は法の規制の及ばない自由が確保されており，言論の自由はそこで保障されていると考える人々も少なくない。

しかしコミュニティFMが「顔の見える市民間のつながり」をアピールする一方，実際にリアルな地理的コミュニティにそのつながりを実感できる人も限定されている。とくに若年層では，社会現象ともなったネット上のコミュニティmixiなどのソーシャル・ネットワーク・サービスにより親近感があるものも少なくない。

また，ミニFM，ネットラジオ，ポッドキャスティング等を組み合わせて「関心を共有する人々」のコミュニティは十分，充足させられるとも言われる。

通常のコミュニケーションはそれで事足りており，それ以上を求めないリアルな対面関係をわずらわしいと思う地域住民に対してコミュニティ放送の必要性を理解させることは難しい。地域社会の問題の共有や解決のためにコミュニケーションが切実に要請されなければならないことが個人や社会に生起しない限り，必然性は共有しがたい。

ネット上ではなく，コミュニティ放送が地域の人が地域の人々に耳を傾けてもらえる環境を作ること，すなわち「聴取者を増やす」「聴取者に聞きやすい番組作りをサポートする」という努力が，コミュニティ放送の必要性や存在意義を高めるものとなろう。その際，ヤンコフスキーの「自ら積極的にメディア制作及び制作に参加していくための条件」としてあげた，1）番組制作に必要な技術や施設が無料で提供され，専門的な援助が要請できること，2）番組内容や番組編成などに関する意思決定に参加できること，3）コミュニケーション事業の計画や政策，国内及び地域のコミュニケーションを活性化するための計画や政策に参加できること（宮崎：1998）が地理的コミュニティを想定して練られたものであることが重要な示唆となろう。

6. その意義　法人形態による検討

立ち上げの動機は，「商業的な営業よりも地域に密着できると思うから」（二戸，京都，鯖江，鹿屋），NPOの放送局だからこそできると思われたことは，「会員～役員など『市民』の幅広い協力体制の構築」（京都三条ラジオカフェ），「市民の協力，聴取率の低い番組の放送，ボランティア団体の活動の支援」（長崎市民），「市民本意の放送局，大学とのコラボ番組，ボランティア・応援団の支援を受けた放送，利害・立場を超えた放送」（鯖江・たんなん）「放送が公共性の高い事業であること，またその運営を非営利で行うということで地域住民の賛同や地元自治体の支援（鹿屋市・志布志市は送信所敷地の占用使用許可（低額有料）肝付町は送信所，演奏所ともの町所有の集会所の使用を許可（電気代のみ）／防災協定の締結／広報誌への掲載）が得られやすかった。開局然の資金的支援はなかったが，開局後は積極的に行政情報番組スポンサーになることが検討されて

FM わぃわぃ放送番組基準	YYD（わぃわぃ度）
1　在住外国人が発信主体となる番組（とくに長田・神戸）	A
2　マイノリティが発信主体となる番組（とくに長田・神戸）	A
3　外国語およびやさしい日本語による情報提供番組	A
4　人権擁護を目的にした番組	A
5　文化の多様性（＝多文化）を伝えていく番組	A
6　協働している NPO/NGO が発信主体となる番組	B
7　地域コミュニティづくりに資する番組	B
8　長田・神戸の青少年の育成に資する番組	B
9　長田・神戸の情報・文化を発信していく番組	B
10　協働の乏しい NPO/NGO が発信主体となる番組	C
11　音楽の魅力を伝えていく番組	C
12　行政が発信主体となる番組	D
13　企業が発信主体となる番組	D
14　コマーシャルを目的とした番組	D

*YYD（わぃわぃ度）について

A	YY のリソースを積極的に投入して支える 放送枠を最優先に提供する
B	可能な場合に限り YY のリソースを提供する 担い手の余力があれば放送料金をいただく
C	放送料金が発生することを基本にするが，ケースバイケースでの判断もある 団体のリソースは投入しない
D	放送料金が発生する番組

2006 年度日本マスコミュニケーション学会春季大会ワークショップ報告者日比野純一氏提供資料より

いる。放送局の HP で地元特産品情報を取り上げる予定。行政ではできない部分を取り組んでほしいと期待されている。また，これまで行政の仕事だった事業の業務委託先としての期待も大きい。」など，地域社会が非営利運営に対して何らかの協力を予定し，また放送局側も期待していることは，注目される。非営利であることで既に「公共性」が覚悟され，また周囲から期待されている。

かつて日本の放送は，受信料を主な収入源とする日本放送協会（NHK）の「公共放送」と民間資本によって設立された「民間放送」の 2 種類に分けられたが，NPO のコミュニティ FM 放送局の登場により，明確な区分がしにくくなった。しかし，その呼称とは別に，民間放送にも「公共の電波」を預かる一定の「公共性」があるとされる。「公共性」の高い内容の番組制作や報道姿勢，商業的に利益を挙げにくい地方・僻地・離島などの情報格差を埋める役割，さらに，昨今の「企業市民」「企業の社会的責任」の観点から，私企業，営利企業の放送にも程度の差はあれ「公共性」はある，とされている。すなわち，何をもって放送の「公共性」「公益性」をいうのかの議論が未成熟といってよい。しかし，その「公共性」の基準や指標が現在とくに示されなくても問題にはならない。なぜならば，放送において高い「公共性」が認められたとしても，それゆえに得られる目に見える評価や優遇措置がないからでもある。

しかし公益性や公共性を明示するインセンティブが，受信料や財団やさまざまな基金といった「公共財源」への接触や税制等の優遇措置などの可能性が開かれることにあってもよいのだろうか。もちろんそれも考慮しつつ，コミュニティが所有し，コミュニティが支配することの意義を確認しあうことから，公益・公共の相互理解は進む

ことであろう。

確かに現状ではNPOの税制優遇の可能性は狭く，さらに寄付収入の低いコミュニティ放送では，その優遇への道は閉ざされている。しかしそれであっても，神戸のFMわぃわぃでは，当該コミュニティなりの「公共性」の基準を設けてきた。何度も練り直してきたそうである。それがここにあげる放送基準であるが，このような独自基準を示す放送局は少ない。ちなみにNHKでさえ，「NHK新放送ガイドライン」を2006年春にようやく公開したところである。

この基準を示しているFMわぃわぃは，阪神淡路大震災の被災時に日本最初の多言語放送を立ち上げたという設立の経緯から，「いのち」を重んじ少数者の参加や協働を重視するという明確なミッションを持っている。そのために，それを下位におくようであれば商業的に有利であろうとも多数派につくことを避けるという放送の趣旨を貫いている。そのことを，このコミュニティでは「公共性」と位置づけ，その成果としての放送に「公益性」があるとする。コマーシャル（商業）性を最下位においていることからも，極端な営利主義に陥らないことを明言しているといってよいだろう。そして，コミュニティごとに，何をもって「公共性」「公益性」とするのかの議論が必要となろう。

7. 国際的なコミュニティ放送の動向からの検討

FMわぃわぃは2006年，京都コミュニティ放送に続き，日本では2番目のコミュニティ放送として世界コミュニティラジオ連盟に加盟をした。FMわぃわぃの日比野代表は，AMARC[3]が定義するコミュニティラジオとは，「地域の要望に応え社会変化を促すことにより地域の発展に貢献する非営利型放送局，地域住民のメディア参加を促し社会の民主化に貢献することをめざす放送局をさ」し，日本のコミュニティ放送局がすべてそれに当てはまるとは限らないとする。まさに日本は，ほとんどが営利法人によって営まれている。しかし，日本にそうした「地域の要望に応え社会変化を促す」ような法人形態を民間が選ぶようになったのが1998年であったことから，そもそも選択肢はなかったのである。FMわぃわぃはしたがって，株式会社の形をとりながらこの国際的な共通理解である「非営利型」を実践してきた。それが，前述の放送基準である。

「在住外国人やマイノリティが発信主体となる番組」に最上位の「FMわぃわぃのリソースを積極的に投入して支える」という全面的支援の意思表示ともいえる基準を当てている。すなわち採算を度外視して，営利を優先せずに制作する番組を明確にしていることがわかる。これを可能にしているのは，日比野代表によれば，たかとりコミュニティセンターという地域サービスを提供するNPOの連合体が共同でこのラジオを運営しているという震災後の歴史と実践があるゆえであるとする。

8. 公共財源の投入の是非

市民が参加するコミュニケーションインフラにはサポートが必要であるとして，1，税金，2，公的基金，3，私的財団，4，NHK受信料，5，そのほかの財源，が考えらえるが，経済的に厳しい状況におかれているNPOのコミュニティ放送にこれらの財源を投入することへの合意は得られるであろうか。現状では防災など地域社会に不可欠なインフラとなりうることを予想されつつも，容易ではないとみなされている。なぜならば，社会的公共性や意義を積極的に示せていないこと，非営利組織でありながら近隣のエリアの重なる株式会社コミュニティ放送と商業的な競争となっていること，そもそも地域での存在感が未だに希薄でコミュニティにおける聴取の実態が十分ではないことなどがあげられる。人々の言論の自由を保障する制度的裏づけがない上に，それを支援する体制をもつ放送局の財政基盤は未成熟である。参加のためのコスト負担が担えない市民の参加が保証された場合に「公益性」が見えてくるものではないだろうか。現在は自己負担できる市民の言論のみが保証されている。放送局が存在するだけでは，支援体制の十分ではない局や，教育研修が不十分なまま番組制作発信をしなければならない放送局では，人々の声が人々に十分伝わらない可能性が

ある。また，住民がこれらのコミュニティ放送を十分認知していない場合も，放送するだけでは「聴いてもらう権利」は実現しない。

コミュニティに貢献している放送かどうかの評価が現在のところ困難である。コミュニティ放送の意義や公共性をどのように評価すればよいのであろう。コミュニティにおけるコミュニケーションの持続的なインフラへの要請と持続可能性は，どのような条件で保障されるべきなのであろう。

EUには「ポリフォニア」という少数の声を支える活動短期支援助成制度があり，ドイツの15カ国放送の非営利コミュニティFM局「ラジオドライエックラント」[4]が一時獲得していた。在住外国人，移民，女性，障害者らの「声」の公共性を認めた助成である。ドイツは公共放送の受信料の2パーセントが州の放送行政に送られるが，現在それらの地方メディア機関が力を入れるのは，市民のメディア制作研修である。

また，韓国は広告を放送するにあたり一定の割合で基金を積み立て，放送発展基金という形で，市民の番組制作支援施設を建設している。2005年11月に釜山に建設された視聴者メディアセンター[5]は，ポリフォニア同様，社会的少数者の立場の声が番組制作につながるよう出前講習も行い，そうした声が人々に伝わるための支援をしており，それらはケーブルや衛星を経由する放送や，KBSの全国放送「開かれたチャンネル」[6]でも放送される。

これらの状況から「公的財源を投入する資格や条件」を考える指標をどこに置くかを日本でも考察する必要がある。韓国やEUの事例から提起されている指標は，「非営利性」は当然のこととして，その上に位置づけられる「少数の声」「多様性」の確保のための「参加」である。

9. 結語　求められている機能と役割 問われる「コミュニティ放送」の公共性

ここまでの検討により，非営利であるだけでは，またコミュニティのため，と理念を謳うだけでは，そこに「公共性」「公益性」の存在を認めさせることには困難を伴う。既存の公共放送においても同様である。

採算を度外視して営利を優先せずに制作する番組基準を設けている，という局，そして少数者の声に放送に耐える制作力をつけてもらえるようなサポートする点などの「機能」や「役割」を持つ局にこそ，まずあるいは，それらの「機能」「役割」，すなわち「公共性」「多様性」にこそ，公共財源の投入や優遇措置の検討が射程内に立ち現れてくるのであろう。憲法に保証され基本的人権として獲得している万人の「言論の自由」が，ひとつの「指標」を提供すると考える。

その結果，持続可能でユニバーサルなコミュニケーションインフラが地域社会に確保できる。言い換えれば，少数者の声，あげられにくい声，地域の問題解決や民主主義に資する声に，技術サポートを与え，敏感にコミュニティの成員がその可能性を認識し，それらを公共のコミュニケーション空間に押し上げる力を持つ装置となりえて，コミュニティ放送は公共的な存在となりえるのであろう。放送自体ではなく，声を支える力にこそ，社会のサポートを要すると考える。

そして，「非営利性」すなわち，「公共的に支えるべき要素」を備えた放送の主体が，過度の商業性を廃しつつ営利性を否定せず，コミュニティ・ビジネス，地場産業等との運動を射程に入れた「地域自立性」を射程に入れる必要は確認しておきたい。これは，かつて生命系の経済学を唱えて『地域自立の経済学』を著した中村尚司が「市場システム」と「計画システム」を廃しない「協議システム」の確立と，その3システムの協業が目指されることを論じたことに由来する。

のちに金芝河はこの生命循環型経済システムを「市場の聖化」と喩えた。現代経済システムが及ぼす過度の消尽の帰結としての人間性の喪失，共同体の崩壊，環境破壊を嘆いた末に，「協議」すなわちコミュニティのコミュニケーション過程を「聖化」すると表現したことは，コミュニティ・メディアを論ずるに適した視点といえよう。

おそらく今後「非営利放送研究」は，「メディアの聖化」を論ずることになるのであろう。FMわいわいの放送基準に例を見るように，コミュニティ・メディアにおいては共同体における人権や平和，連帯に対する「祈り」を表象することがあ

りえるのである。

「市場の聖化」や「祈り」を抽象性の高いままではなく，いかにして現実の地域社会のコミュニケーションをそれに向けることができるのか，非営利放送経営の現実的なあり方を今後も問い続けたい。

注

(1) 第一回名古屋集会から，米子，熊本県山江村，横浜と会場を移し，第五回は札幌が予定されている。

(2) 新たに開局したNPOのコミュニティFMの中には調査終了後開局したものもある。10月1日山梨県北杜市に開局した「NPO八ヶ岳コミュニティ放送」などもそうであるが，機会を見出し次第訪問したい。

(3) AMARC http://www.amarc.org/ the World Association of Community Radio Broadcasters，略称AMARCといい，世界110カ国，5,000を超えるコミュニティラジオ局が参加している国際NGOで，本部はモントリオールに，そして中南米，アフリカ，欧州，アジア・太平洋に地域別のオフィスがある。国際的な協力のもとにコミュニティと市民参加型ラジオの発展に寄与することを目的としている。東アジア地区の理事を現在，NPO京都コミュニティ放送ディレクターの松浦哲郎氏が努める。

(4) ラジオドライエックラント　1977年に原子力発電反対運動のなかで非合法に始まった自由ラジオであるが，1987年に合法化した。

(5) 視聴者メディアセンター　2005年　11月放送発展基金によってできた，韓国で初めての公共文化施設。釜山（プサン），蔚山（ウルサン），慶南（キョンナン）地域にまたがる。1980年代，独裁政権の時代，言論が抑圧された中で，視聴者主権時代をめざした市民たちの言論の民主化運動の結果生まれた。2006年夏に実施した現地調査では，MBC韓国文化放送専門研究員，漢陽大学新聞放送学科非常勤講師の金京煥氏の協力を得た。

(6) KBS「開かれたチャンネル」放送法改正により創設された市民団体制作の番組。

参考文献

Albert, Michel, 1991, Capitalisme Contre Capitalisme 1992　小池はるひ訳，久米宏之監修『資本主義対資本主義』竹内書店新社

小山帥人，2005「関西ローカル報道のまなざし」，黒田勇，2005『送り手のメディアリテラシー　地域からみた放送の現在』，世界思想社

奥村恵一，1992『経営戦略，経営風土，およびリーダーシップの研究　民間放送会社のタイプ別調査に基づいて』多賀出版

美ノ谷一成，1998『放送メディアの送り手研究』学文社

高端正幸，2004「公共サービス供給の多元化とソーシャル・エコノミー」神野直彦，澤井安勇編，2004『ソーシャルガバナンス　新しい分権・市民社会の構図』東洋経済新報社

Pestoff, Victor A. 1998 Beyond the: Market and the State: Social Enterprises and Civil Democracy in a Welfere Socioty, AsI＝2000　藤田暁男他訳，2000『福祉社会と市民民主主義　協同組合と社会的企業の役割』日本評論社

日本放送協会編，2001『20世紀放送史（下）』大日本印刷（株）

マクウィル・デニス「公共性の観点から見たマスメディア」『マスメディアと社会』1995勁草書房

鈴木みどり編，1997『メディア・リテラシーを学ぶ人のために』世界思想社

児島和人・宮崎寿子編，1998『表現する市民たち　地域からの映像発信』NHKブックス

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）の違いは何を生みだすのか――」『京都女子大学現代社会研究』第4，5号

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」札幌学院大学社会情報学部『社会情報』Vol. 13 No. 1

大畑裕嗣，道場親信，成元　哲，樋口直人，2004編『社会運動の社会学』有斐閣

町村敬志・吉見俊哉編，2005『市民参加型社会とは　愛知万博計画過程と公共圏の再創造』有斐閣

津田正夫・平塚千尋編，2006『新版パブリック・アクセスを学ぶ人のために』世界思想社

中村尚司，1998『地域自立の経済学　第2版』日本評論社

松浦さと子，2006「社会運動とメディア　共感そして理解と協力を求めて」早坂裕子・広井良典『みらいに架ける社会学――情報・メディアを学ぶ人のために』ミネルヴァ書房

松浦さと子，2006「民主的コミュニティ放送の可能

性とデジタル社会　社会運動を接地させる地域社会のメディア環境」社会学評論 57(2)

参考サイト

総務省コミュニティ放送の現状　http : //www.tele.soumu.go.jp/j/system/bc/now.htm

AMARC　http : //www.amarc.org/

NHK 新放送ガイドライン　http : //www3.nhk.or.jp/pr/keiei/bc-guideline/index.htm

なお，この調査では本文中にお名前を記した方々のほか，福井文雄，大山一行，伊藤ふさ，三澤芳光，中田勇司，山下秀樹，伊藤努，矢野穂積，岡部透（以上，NPO コミュニティ放送全国協議会）の皆様のご協力をいただきました。ありがとうございました。

また，この研究は，科学研究費平成 18 年度基盤研究 B 海外学術調査「非営利民間放送の持続可能な制度と社会的認知コミュニティ放送のモデルを探る」と，龍谷大学社会科学研究所共同研究「地方のコミュニティ・メディアにおける非営利放送に関する研究」の研究費を活用させて頂いた。さらに，日本学術振興会人文・社会科学振興プロジェクト「多元的共生社会の構築」（代表：宇田川妙子国立民族学博物館助教授）の「被災地の現場における共生社会の構築」グループ（代表：岩崎　信彦神戸大学教授）の支援を得た。ここに記して感謝申し上げます。

非営利コミュニティ FM 各放送局の意義・運営に関する調査

（実施　龍谷大学社会科学研究所非営利放送研究会［松浦グループ］2006. 6. 集計）

回答者

特定非営利活動法人　カシオペア市民情報ネットワーク（呼称　カシオペア FM）
特定非営利活動法人　京都コミュニティ放送（呼称　京都三条ラジオカフェ）
特定非営利活動法人　長崎市民エフエム放送
特定非営利活動法人　たんなん夢レディオ
特定非営利活動法人　かのやコミュニティエフエム
特定非営利活動法人　きもつきコミュニティエフエム http : //dp37045265.lolipop.jp/
特定非営利活動法人　しぶしコミュニティエフエム
（参考）おおすみ半島コミュニティ FM ネットワーク
（参考）特定非営利活動法人　ひがしむらやま FM（呼称　多摩レイクサイド FM）
（参考）株式会社エフエムわいわい（愛称　FM わいわい）
（参考）は「おおすみ」が三局総合して読み替え，「ひがしむらやま」「わいわい」はウエブサイトから情報を得て併記。

1．基本情報をお教えください。（年号表記は回答者によって異なるため西暦に揃えました）

NPO 設立

「ミニ FM 局」1984 年 1 月 1992 年コミュニティ FM 放送制度開始 2001 年 NPO 法人設立（ひがしむらやま）1995 年会社設立（FM わいわい）2002 年 3 月（京都三条ラジオカフェ）2004 年（二戸・カシオペア）（長崎市民）2005 年（きもつき）（志布志）（かのや）（鯖江・たんなん）

放送免許申請

2002 年 5 月 7 日に全国で初めて NPO 法人として放送局免許申請受理第 1 号（ひがしむらやま）
2002 年 11 月（京都三条ラジオカフェ）　2004 年 2 月 13 日（長崎市民）
2005 年 8 月 5 日（鯖江・たんなん）2005 年 10 月（二戸・カシオペア）
2005 年 3 月 7 日（送付 2/10）（きもつき）（かのや）　2006 年 4 月 13 日（送付 2/10）（志布志）

試験放送開始　2003 年 2 月（京都三条ラジオカフェ）2004 年 1 月「NPO 法人ひがしむらやま FM」予備免許（ひがしむらやま）　2005 年 8 月（長崎市民）2005 年 10 月（鯖江・たんなん）2005 年 11 月（二戸・カシオペア）

本放送開始　1996年1月17日（FMわぃわぃ）2003年3月31日（京都三条ラジオカフェ）2004年6月30日正式開局（ひがしむらやま）2005年9月9日（長崎市民）2005年10月21日（鯖江・たんなん）2005年12月19日（二戸・カシオペア）

放送エリア

岩手県二戸市を含む4市町村および青森県南部三戸町周辺　人口65000人・20ｗ（二戸・カシオペア）
京都市中京区＆下京区　世帯数　92.318世帯　出力20Ｗ（京都三条ラジオカフェ）
長崎市　15万世帯32万人　20Ｗ（長崎市民）
神戸市長田区と兵庫区，須磨区，中央区の一部人口238,936人放送エリア内世帯数106,166世帯（2000年8月現在）可聴範囲10Ｗ電波（77.8 MHz）（FMわぃわぃ）
鯖江市と隣接市町村　世帯数5万　人口20万　出力20Ｗ（鯖江・たんなん）
肝付町／鹿屋市／東串良町の一部6,267世帯　出力　20Ｗ　（きもつき）
志布志市／大崎町の一部　世帯数　12,361世帯　出力20Ｗ（志布志）
鹿屋市の一部　世帯数　30,052世帯人口　約10万人　出力　20Ｗ（かのや）

設立に必要とした費用

2000万円（二戸・カシオペア）3000万円（京都三条ラジオカフェ）1200万円（長崎市民）
1200万円（初期投資額FMわぃわぃ）2200万円（鯖江・たんなん）4,608,000円（きもつき）
4,540,000円（志布志）8,666,000円（かのや）

その使途の内訳

演奏所機器工事費含む　1340万円／　送信所機器工事費含む　520万円／　技術費，その他　140万円（二戸・カシオペア）
開局準備金　800万円　設備費　2200万円（京都三条ラジオカフェ）
機器，免許関係（長崎市民）
スタジオ　1000万　送信系　300万　建屋　250万　IT　100万　開業費　200万　その他　350万（鯖江・たんなん）
開局準備金　1,332,623円／　工事費　700,000円／　予備費　2,575,377円（きもつき）
開局準備金　1,385,500円／　工事費1,150,000円／　予備費　2,004,500円（志布志）
開局準備金　3,843,784円／　工事費1,100,000円／　予備費　3,722,216円（かのや）（2005. 7. 1～2006. 3. 31）

資金調達

立ち上げメンバー　1500万円　会員会費　580万円（二戸・カシオペア）
会員会費　（約1000万）円※サポート会社からの放送利用料前受金（約1200万）円（京都三条ラジオカフェ）※NPO債（一口50万円の私募債）（約800万）円　（※おおよその数字として）（京都三条ラジオカフェ）
会員会費　100万円　コミュニティビジネス県補助金　100万円（長崎市民）
サポート会社　1000万円（今後，会費5：寄付5：事業収入90：助成0の予想）（長崎市民）
出資者　神田　裕，神林宏和，中村通宏，日比野純一（FMわぃわぃ）（ウェブサイトより）
立ち上げメンバー2500万円　会員会費500万円（鯖江・たんなん）
（今後，会費10：寄付0：事業収入80：助成10の予想）
会員会費25万6000円　地域企業435万2,000円（きもつき）
（今後，会費23：寄付0：事業収入87：助成0の予想）
立ち上げメンバー100万円，会員からの会費24万円，地域企業からの寄付330万円（志布志）
（今後，会費6：寄付0：事業収入94：助成0の予想）
立ち上げメンバー320万円，会員からの会費56万6000円，地域企業からの寄付490万円（かのや）
（今後，会費5.4：寄付0：事業収入94.6：助成0の予想）

理事長　　M氏　歯科医師（二戸・カシオペア）
副理事長　S氏　会社役員　N氏　会社役員　M氏　歯科医師（二戸・カシオペア）
理事　　11名　男女比（10：0）　（二戸・カシオペア）

フルタイム有償職員　2名　男女比（1：1）（二戸・カシオペア）
パートタイム有償職員　3名　男女比（1：2）（二戸・カシオペア）
ボランティア　1名　男女比（1：0）（二戸・カシオペア）

理事長　A氏　会社経営者（京都三条ラジオカフェ）
副理事長　T氏　会社経営者　S氏　大学教員　（京都三条ラジオカフェ）
理事＋監事　13名＋2名　男女比（13：2）（京都三条ラジオカフェ）
フルタイム有償職員　2名　男女比（1：1）（京都三条ラジオカフェ）
役員有償職員　男1名（京都三条ラジオカフェ）
パートタイム有償職員（5)名　男女比（3名：2名）（京都三条ラジオカフェ）
ボランティア　（70名)名　男女比（3：7）（京都三条ラジオカフェ）
（※相当にアバウトで正確性を欠く数字です。）（ママ）

理事長　Y氏　会社社長（長崎市民）
理事　4名　男女比（10：0）（長崎市民）
パートタイム有償職員　4名　男女比（10：0）（長崎市民）
会員数　27名　男女比（96：4）

理事長　I氏　常勤（鯖江・たんなん）
副理事長　K氏　大学教授（鯖江・たんなん）
理事　7名　男女比（7：0）（鯖江・たんなん）
フルタイム有償職員　2名　男女比（2：0）（鯖江・たんなん）
パートタイム有償職員　5名　男女比（3：2）（鯖江・たんなん）
ボランティア　20名　男女比（10：10）（鯖江・たんなん）
会員数　80名　男女比（50：30）（鯖江・たんなん）

理事長　I氏　無職（きもつき）
副理事長　T氏　地方公務員　S氏　地方公務員（きもつき）
理事　10名　男女比（10：0）（きもつき）
フルタイム有償職員　1名　男女比（0：10）（きもつき）
ボランティア　10名　男女比（5：5）（きもつき）

理事長　S氏　会社役員（志布志）
副理事長　K氏　自営　T氏　自営　公務員　郵便局長（志布志）
理事　9名　男女比（10：0）（志布志）
パートタイム有償職員　1名　男女比（0：10）（志布志）
ボランティア　10名　男女比（5：5）（志布志）

理事長　N氏　保育園園長
副理事長　M氏（株）K社社長　K氏　（株）K社社長　（かのや）
理事　9名　男女比（8：1）
フルタイム有償職員　3名　男女比（0：3）
ボランティア　20名　男女比（5：5）

2. 非営利でコミュニティFMを立ち上げられたことについてお伺いします。
2–1. 何故，NPOでラジオ局を立ち上げられようとなさったのでしょうか。
1. 資本がないから
2. ラジオ局を創りたいのは営利が目的ではないから
3. 今後NPOへの制度が充実すると思うから
4. NPOの運営がうまく行っている事例が多いから

5. 商業的な営業よりも地域に密着できると思うから
6. 新しい参加のスタイルが創れるから（どんな？）
7. その他（　　）

（1つだけの場合は○を，複数回答の場合は優先順位の高いものから並べてください）

1, 5, 4, 2（二戸・カシオペア）
5, 4, 2（5,「自分たちの放送局」という感覚での参加。）（京都三条ラジオカフェ）
2, 4, 1, 6（長崎市民）
5, 2, 1（5, 市民平等）（鯖江・たんなん）
4, 5, 2（5, 地域住民の多様で潜在的な「ちから」を出し合う場を創る　行政との連携，協働（かのや）

2–2. NPO でのラジオ局設立についての地域での賛同はすぐに得られましたか？

1. 法人設立まで（何ヶ月くらいかかりましたか？
   4年（二戸・カシオペア）2年4ヶ月（京都三条ラジオカフェ）
   すぐ　3ヶ月（長崎市民）4ヶ月（鯖江・たんなん）（きもつき）（志布志）（かのや）
2. 法人設立から放送免許申請まで
   1年4ヶ月（二戸・カシオペア）1年2ヶ月（京都三条ラジオカフェ）
   3ヶ月（長崎市民）1ヶ月（鯖江・たんなん）9ヶ月（きもつき）（志布志）（かのや）
3. 試験放送から本放送まで
   1ヶ月（二戸・カシオペア）2ヶ月（京都三条ラジオカフェ）1ヶ月（長崎市民）
   1/4 ヶ月（鯖江・たんなん）
4. 本放送を始めて運営が軌道に乗るまで
   6ヶ月（京都三条ラジオカフェ）（※日常の放送が心配なく聞けるという意味で。）
   1年を予測（長崎市民）

2–3. NPO の放送局だからこそできると思われたことはどんなことでしょうか？

会員～役員など「市民」の幅広い協力体制の構築（京都三条ラジオカフェ）

市民の協力，聴取率の低い番組の放送，ボランティア団体の活動の支援（長崎市民）市民本意の放送局，大学とのコラボ番組，ボランティア・応援団の支援を受けた放送，利害・立場を超えた放送（鯖江・たんなん）放送が公共性の高い事業であること，またその運営を非営利で行うということで，地域住民の賛同や地元自治体の支援（鹿屋市・志布志市は送信所敷地の占用使用許可（低額有料）肝付町は送信所，演奏所ともの町所有の集会所の使用を許可（電気代のみ）／防災協定の締結／広報誌への掲載）が得られやすかった。開局然の資金的支援はなかったが，開局後は積極的に行政情報番組スポンサーになることが検討されている。放送局の HP で地元特産品情報を取り上げる予定。行政ではできない部分を取り組んでほしいと期待されている。また，これまで行政の仕事だった事業の業務委託先としての期待も大きい。

2–4. NPO ゆえに困っておられることは何ですか？その改善案などあればお聞かせ下さい。

NPO ゆえにという点では，あまりないと思いますが，あるとすれば，非営利であるということでの，経営上，運営上での甘えが発生しやすいこと，NPO だからといった甘えから，地域社会に甘えるとすれば，そっぽを向かれるだろう。私が各方面から聴いている NPO の難しさは，法人の社会への甘さより，関わる人の NPO 法人に対する甘さをよく指摘されます。使命感を忘れないようにして，地域で　必要とされるラジオ局になるように，邁進します。細かいことを言えばきりがないが，大局的には困ったことはない。サポートカンパニーをひとつ置いているため，役割分担ができる点も困ったことを感じない理由かもしれない。

局員のイメージ（クレジットカードを作れないとか）ちゃんと働いていないと見られそう，資金調達。

3. 運営面ではどのような工夫をされていますか？

3–1. パートナーとしての株式会社はありますか？

いいえ（二戸・カシオペア）（鯖江・たんなん）
はい（京都三条ラジオカフェ）（長崎市民）
パートナーとして特定非営利活動法人おおすみ半島コミュニティ放送ネットワーク
（きもつき）（志布志）（かのや）

3–2. 広告収入は得ておられますか？
はい（二戸・カシオペア）（京都三条ラジオカフェ）（長崎市民）（鯖江・たんなん）（きもつき）（志布志）（かのや）

3–3. 市民の放送への企画・制作による参加はありますか？
はい（二戸・カシオペア）（京都三条ラジオカフェ）（長崎市民）（鯖江・たんなん）（きもつき）（志布志）（かのや）

3–4. 参加市民からの費用の徴収はありますか？　いいえ（二戸・カシオペア）
はい（京都三条ラジオカフェ）（長崎市民）（鯖江・たんなん）（きもつき）（志布志）（かのや）

3–5. 入会金，会費はおいくらですか？
入会金　10.000円　　年会費　6000円（きもつき）（志布志）（かのや）
入会金　50.000円　　年会費　12.000円（長崎市民）（二戸カシオペア）
入会金　100.000円　　年会費　12.000円（京都三条ラジオカフェ）（鯖江・たんなん）
5分間の金額はおいくらですか？
3分単位で（単発1,575円　毎週月額5250円）（京都三条ラジオカフェ）
30分　5000円／月　レギュラー平均4回（長崎市民）
5分間　5000円（鯖江・たんなん）　5分　5250円（二戸カシオペア）
3局放送　6300円／会員は5040円　3分間3局放送（個人のみ）2100円／会員は1050円
（きもつき）（志布志）（かのや）
20秒スポット1本につき2000円（局制作かクライアント制作かで異なる）（ひがしむらやま）

3–6. エリアの重なる放送局との共存についてどのような工夫をされていますか？
AMラジオの難視聴地域なので，そのAMラジオの供給を受けて再送信しています。
「放送局」としての連携を重視。
我が道を行く。考慮しないことにした。
あくまでも地域密着，NPOならではの放送局としてのイメージアップ創りを行うために様々な企画，イベントを実施している。
既存の放送局にNPO設立段階からご挨拶に伺い，設立趣意を説明するとともに連携を呼びかけました。南日本放送（県域放送局・AM）とは明日4/28に協議が予定されています。聴取者が減少しているラジオ放送ではありますが，少ないパイを取り合うのではなく，新しい聴取者を増やす努力をするというスタンスでありたいと願っています。また，FM鹿児島の技術顧問の方には，潜在電界調査や免許申請書類作成など，全面的なバックアップをしていただいています。　昨年9月から始めた「パーソナリティ養成講座」の講師は，南日本放送のラジオパーソナリティです。放送エリアは重なりませんが，鹿児島市のシティFMは見学会　を快く受け入れて下さいました。また，コミュニティFM同士で，番組交換や共同制作もできたらという話もしています。

3–7. ウエブでも聞くことができますか？
いいえ。／いいえ，但し近い将来はYESとなります。／開局半年，あるいは1年後にインターネット放送開始の予定です。／はい。

3–8. 音楽放送著作権料についてのお考えをお聞かせください。（調査後，非営利利用に関して割一定の譲渡がなされた）
現在NPO組織でのJASRACへの交渉をしています。判断を待ちます。
当然，相応の支払いは必要だが，社会的にも，その「相応」の価格が摑めない。「著作権料」の考え方から整理が必要に感じる。）音楽は重要なツールであり，著作権料は支払う必要がある。ただ，放送の目的を知っていただき，非営利を理解してもらい，相当の減額をお願いしたい。
NPOコミュニティ放送協議会加入社と同一歩調をとる。
ジャスラックと現在協議中です。夏頃にジャスラックからの回答がある予定です。

3–9. 今後の財源の目処や計画をお聞かせ下さい。(NHK の受信料や，行政の委託金なども含め)

月額 200 万円の収入が目標であるが，現状ではその 4 分の 1,100 万ぐらいは努力すればなんとかなりそうな状況である。この状況を超えるには，番組の充実や，地域情報にこだわった制作を行いコンテンツの充実を図らなければならない。計るためのシステムを作り，NPO らしい効率のよい，放送局を目指したい。

NPO としては中期的には安定する見通しを持っている。開局 5 年後（あと 2 年）には，NPO 債（私募債）等の返還を進める予定。

開局 1 年目で，どうにか運営していけるだけの収入を得る計画です。それは，職員の我慢給のうえに成立しています。職員にはアルバイトも推奨しています。1 年目を過ぎると安定していくものと考えます。

NHK 受信料については，NPOFM が一体となって取り組むべきテーマでしょうが，若干の疑問点があります。当局は独立性を持って自由放送局を作っていこうと標榜しておりますが，NHK を見ると聴取者のための運営をしている点とが，相違点になります。当然，受信料の支払をしている人の多数の意見を聞いて番組を作ることになるでしょうから，そこには聴取者迎合番組だけになるおそれがあります。国を，自治体を批判する市民オンブズマン的番組に力を入れていこうとしている現状で，国や自治体さらには市民にさえも監視されない自由放送局を作るのが最終目的です。放送における「報道・言論の自由」を最大限に活用します。すなわち，市民からあまねく徴収する受信料を収入源とした場合には，それらの市民の言い分を聞かざるを得ない状況になるのが怖いです。さらに，それが大であり，放送局の存在基盤を揺るがし，プライドが低下してしまう懸念を憂慮します。

行政の委託金も，前出と同じ考え方であり，行政の広告を CM 出稿として処理するのは大歓迎ですが，「金も出すが，口も出す」を受けては独立性がなくなってしまいます。自治体広報部ラジオ係のコミュニティ FM が多いのを憂慮しています。委託金ではなく，助成あるいは広報出稿としての形で関係する事が最善と考えます。市町村合併で地理的フレームが大きくなっているので，出力を 20 W から 50 W（場合によっては 100 W）に増力できればありがたいです。NHK の受信制度みたいなものを導入できるとありがたいです。行政からの出稿額（災害を前提に，平等時の広報予算を出稿していただく予定，来年度から）

鯖江市，越前市，越前町に対して，合計で 60–70 万円／月　不足分は企業努力で達成していきたい。

3–10. 困っていること，変わって欲しい，必要だと思う制度についてお聞かせ下さい。

困っていることは，マンパワーが必要なのであるが，それをコーディネートしていく人材がいないこと，アイディアはあるがそれを形にしていく人材がいないことである。そのような人材を格安で応援してくれる制度があればよりなあ！

許可電波の増強（当面 20 W→50 W 程度に）など，コミュニティ放送の制度改革を希望している。

困っていること　演奏所と送信所の間，演奏所間を NTT 専用回線で結ぶが 4 回線の経費が月額 20 万円と高額であること。光回線があれば非常に低額にコストダウンできるが，まだ大隅半島の一部しか光回線のサービスがない。

変わって欲しい，必要だと思う制度　NPO に対する税制　認定 NPO になれば，寄付金控除が受けられるが，そうではないので，地元の企業から設立資金を寄付で受けるのは困難だった。NPO への寄付を控除対象にしてほしい。

収益事業と非収益事業をどのように線引きするか。NPO を対象とした助成金も多いが，イベントやセミナー，講座といった事業を対象にしていることが多い。人件費や設立資金（立ち上げ資金）を部分的にでも助成してくれるような，立ち上げ助成がもっと増えてほしい。

4. 貴放送局に番組参加される市民にみなさんについて伺います

4–1. 地域住民　学生　NPO/NGO　エリア勤務者　そのほか（　　）

(1：2：2：1：4)（※相当にアバウトで正確性を欠く数字です。）(京都三条ラジオカフェ)

(69：10：3：0：21)（長崎市民）

(5：2：1：1：1)（鯖江・たんなん）(そのほかは，隣接市町村・福井市・越前市)

(8：0：0：2：1)（きもつき）(9：0：0：1：0)（志布志）(6：1：1：2：0)（かのや）

4–2. 障害のある方の参加は開かれていますか？

知的障害者施設の取材や公開録音の予定があります・はい「市民」として参加は開かれているが，スタジオはバリアフリーとはいえない・はい，番組に参加したい人は断りません。・はい，授産所で作られている製品の説明・紹介・はい・はい，障害のあるかたを支援する NPO が番組を企画中

4–3. 多言語使用者，外国人の方の参加は開かれていますか？

はい（「市民」として参加は開かれているとともに，独自の参加企画の努力をしている）・はい，日常的には参加しています。ビル内に国際交流協会があるため，どんどんゲスト出演して国際交流しています。・はい，外国人のミュージシャン仲間による番組・具体的にはこれからですが，350 人余りが外国籍のかたが生活しています。「カラモジア」という農業研修を鶴にした国際交流も盛んですので番組制作を呼びかけていきます・はい・はい，台湾，上海航路で志布志を訪れた観光客が登場する番組を企画中

4–4. 番組制作される市民のみなさんは制作の前に何か訓練を受けられますか？

いいえ，ありません。・いいえ。・はい。

制作時点では特にない。物によっては CD 等で内容をチェックすることがある。※向上のための工夫をしている。・特別な訓練はあえてしない

4–5. それはどのような訓練ですか？

※番組制作向上のための各種講座や個別アドバイス。

必要としません・放送基準（考査）の説明・「パーソナリティ養成講座」（1000 円／1 回）

パーソナリティの基礎訓練／番組制作「だれでもラジオ！」講座（無料）番組制作

市民参加について困っていること。

特になし。・現状はうまくいっています。・意識のうすい人がいるため，無断で番組出演を欠席する。

5. どのようなラジオ局にしたいとお考えですか？

地域情報を多く発信できる放送局視したいと思います。

「市民による市民のためのラジオ局」→局運営も放送番組も「市民」が担う。生活スタイルのあわせた「市民」の情報発信ラジオ・京都都心のディープな文化発信ラジオ・市民や学生の「放送文化」を育てるインキュベーターラジオ局。

地方自治体広報部のラジオとして存在するコミュニティ FM が多すぎる。これは逆だ。市民オンブズマンとしての活動が地域ラジオである。第三セクターでは無理でしょう。

骨髄バンク担当 NPO の方をゲストに迎え，ドナー登録について離していただいた時に放送局を開設してよかったと感涙しました。社会のために活動している人たちは自分たちの広報費用を持っていないため市民に知らせることができなかったのです。どんどんゲストに迎えてボランティア活動の方を支援したい。敷居の低い，普段着姿で参加できるラジオ局　利害，立場を超えた市民平等の放送局。

地域を大切にしながら日本国内や外国に目を向けた放送局。

地域に住む人の多様な声が聞こえる，大隅半島の中で，人と人の出会いのきっかけとなる／動きをつくる，情報格差を少なくする，親しまれる，役に立つ，地域再発見／再認識。

（以上，役員名など回答は実名，個人情報を含むので，ここでは仮名とした。また回答に関して，回答者の主観が入るものは匿名とした。）