



social business

ソーシャルビジネス研究会ケースレポートNo.2

コミュニティFMの可能性が問いかけるもの

～NPO桐生地域情報ネットワーク・「FM桐生」～

2009年1月

中庭 光彦

NPOフュージョン研究所所長・多摩大学総合研究所准教授

コミュニティFMの可能性が問いかけるもの ～NPO桐生地域情報ネットワーク・「FM桐生」～

はじめに

テレビ、ラジオ、新聞、雑誌といったマスメディアの他にも現在ではケーブルテレビなどの地域放送が全国で展開されていますが、コミュニティFMもその一つです。コミュニティ放送協会の調べによると、2008年12月現在、全国で224局のコミュニティFM放送が運営されています。

このコミュニティFM放送を、地域の元気づくりに利用しようと、かねてから準備していた団体が、群馬県桐生市で長年活動をしてきた「特定非営利活動法人桐生地域情報ネットワーク」です。理事長の塩崎泰雄さんは「人をつなげること」をモットーに地域活動を続けてきました。当初は地域のことを考えようという普通のグループ活動だったのですが、インターネットを積極的に使う活動プログラムを企画・実施し、2007年からコミュニティFMを始めたわけです。

放送というものは、まずはおもしろい番組をリスナーに届けるのが目的。でも、一步踏み込んで、これを道具として考えれば、コミュニティFMを地域を元気にする手段として使えるのではないか。桐生地域情報ネットワークはこのように考えました。いったい塩崎チームは、FM桐生をどのように活用しようとしているのでしょうか。

桐生というまち

群馬県桐生市は渡良瀬川沿いに位置し、古くから絹織物のまちと知られた人口約127,000人（2008年10月現在）の都市だ。NPO桐生地域情報ネットワークは、ここで2001年（平成13）から活動を行ってきた。

この桐生というまち。

まちなかを歩いてみると人通りは多くない。昔の商店街も、他の多くの地方都市と同様、シャッターを降ろしている店もあるし、商店街の人通りは少なく、裏道に入ると空いた土地が広い駐車場になっている所もある。

しかし、このまちは、1960年代までは織物産業の工場集積地として隆盛を極めた歴史をもっている。今でも三角屋根の工場が見られるが、これは織機が何台も稼働していた工場の名残だ。織物産業は裾野が広く、撚糸や織機の修理、デザイン、問屋など、様々な職人・職業の人々が、同じまちの中に暮らしていた。

このまちで、平成13年5月にNPO桐生地域情報ネットワークを立ち上げたリーダーが、地元で歯科医を営む塩崎泰雄だ。2005年の資料を見ると、桐生地域情報ネットワークの目標は「情報化を通して・まちづくり・人づくりのお手伝い」で、「蓄積・発信」「普及教育」「提言実践」活動を三位一体で連携協働を行っていく、とある。

NPO団体の通常の例としては、まずは人のつながりをつくる所から始めるもの。桐生地域情報ネットワーク設立のきっかけは、さらにさかのぼり、地域の有志が集まった1984年の「朝飯会渡瀬Club21」だから、既に塩崎自身の地元での「つながり」はかなりできていた。

コミュニティFMの可能性が問いかけるもの ～NPO桐生地域情報ネットワーク・「FM桐生」～

NPO桐生地域情報ネットワークの特徴は「連携」と「蓄積」が融合している点にある。つまり、早くから意識していた「つながり」をいかに蓄積していくか。この点を意識し、プロジェクトも行ってきた。

それが最もよく表れているのが、「あすへの遺産プロジェクト」だ。この事業は、2005年、桐生市老人クラブ連合会との協力で、桐生の織物職人たちの聞き書きを行い、それをアーカイブしていくというものなのだが、これが単なる聞き書きとは異なるのだ。

あすへの遺産プロジェクト

ことの最初は、桐生市の老人クラブ連合会から、「共同で聞き書きを始めましょう」と提案を受けたことだった。普通なら、ここで「自分たちメンバーが聞き手になって、相手を探し、聞き書きを重ねる」という方法をとるだろう。

ところが、メンバー達はまったく違う手法をとった。

それは、「聞き書きそのものを、イベント化してしまう」という方法だ。

例えば、織機の職人さんにお話を語っていただく場を、市内の空き工場に設けた。そこは、昔の織物工場だが、今は東京の芸大生等がアトリエとして使っている場所。そこに聴衆の人々に集まってもらい、ご高齢の職人さんの話を聞いていただくというのだ。

司会進行役は桐生地域情報ネットワークの20歳代から30歳代のメンバー。うまく話を引き出していくのだが、途中で「それでは、いま話が出てきた実際の作業を見てみましょう」という言葉と共に、前方に設えられたスクリーンに映像が映される。それは、前もって仕事場に取材に行き、話をお聞きし、仕事のプロセスを実際に見せてもらったり言葉では表現できないような手技をデジタル撮影しておき、それを当日の会場で画像・音声と共に映し出す。休憩中には、実際に持ってきていただいた作品や仕事道具等を会場に広げておき、その解説もみなさんに向けて話してもらおう。しかも、こうした事前取材画像と、イベント当日の様子を撮影している画像をうまくスイッチャーで切り替え、その場で一つの映像にしてしまい、終わったらすぐにデジタルDVDが1枚できあがっているという流れだった。こうしたイベントの準備運営は、できそうでいて、なかなかできることではない。

さらに、会場の聴衆に話す職人さんたちも、大勢の人の前で話す体験はそう持っているわけではない。もしかしたら、人を前にすることで話したいことも話せなくなるかもしれない。そこで、聴衆に話す職人さんたちに事前にお集まりいただき、「話し方」を教える講師を招き、講習まで行い、職人さんたちにリラックスしてもらおう。

これはイベントと呼ぶよりは、番組づくりと言っていいほどだ。さらに言えば、番組づくりと同時に、「取材」と「交流」と「わかり合い」と「記憶の持ち合い」を通して人とつながるソフトをつくっていたといっても過言ではないだろう。

この時の成果は、『桐生織物と撚糸用水車の記憶』『桐生お召しと職人の系譜』という2冊の報告書に収められた。

こうした活動からもわかるように、桐生地域情報ネットワークにとって、聞き書きは目的なのではなく手段なのだ。では、目的は何か？それは人と人をつなぎ、ある化学反応を起こすこと。これを、彼らは、「発火」と呼ぶ。ある種のイノベーションと言ってもよいだろう。桐生地域情報ネットワークは、この目的を実現するための事業体なのだ。

FM桐生を訪問する

このような人と人をつなぎ歴史をもった事業体が、コミュニティFMを立ち上げるのは自然な流れといえるだろう。

それでは、現在、FM桐生はどのような仕事を行っているのだろうか。2008年10月に現地に伺ってみた。

スタジオは、桐生市中心部にある桐生ガス本社「ガスプラザ」3Fにある。スタジオは二つ。20時にうかがった時はちょうど生放送中。スタッフの中心メンバーであり、パーソナリティーも勤める小保方貴之さんがゲストを迎えていた。

塩崎は桐生地域情報ネットワークの理事長であると共に、FM桐生取締役役に名前を連ねている。その塩崎は、本業？の歯科医としての診療が終わった後、いつも夕方にスタジオに入り深夜0時頃まで働いているという。

番組は24時間放送しているが、22時～翌朝7時までは、10～19時の再放送であるため、22時にはスタッフは一旦スタジオから出てくる。

これで終わりだろうか？

と思うと、次は2時間ほど、番組制作を行うという。生放送ではない録音番組を深夜つくっているという。

これが毎日続いているのだ。

■FM桐生番組表 2008年10月現在

FM 桐生番組表

<http://www.kiryu.fm>

〒370 0000 群馬県桐生市
 〒370 0000 群馬県桐生市
 〒370 0000 群馬県桐生市

News ▶新番組のお知らせ

▶「産業観光産業を考える」

毎週火曜日 08:30～08:59 出演：森山亨
 特別編「産業観光産業と桐生市の未来」と題して関連まちづくり団体との対談番組です。

▶「J-winds」

毎週水曜日 (You've gotta Kiryu 内) 18:11～
 出演：FM 桐生委員会 (樹徳中学高等学校)
 樹徳中学高等学校の紹介と樹妙の朗読と編集後記。学校でのイベントの情報などもお伝えして行きます！
 提供：樹徳中学高等学校

▶「Club kiryu」

毎週金曜日 15:00～15:59 出演：元気再生運営委員
 「地方の元気再生事業」の委託事業によって制作される番組です。
 提供：NPO 法人桐生地域情報ネットワーク

▶「レモンマスターのキラキラ☆フライデー」

毎週金曜日 16:00～16:52 出演：レモンマスター
 「レモンマスターのミュージックナビがより進化して、リニューアルして新番組としてスタートします！

▶「Pig on The Tree House」

毎週金曜日 20:00～20:59 出演：Pig on The Tree
 惜しまれつつ終了した「Pig on The Tree 倶楽部」から半年、リニューアルして本クールより再登場です！

お願い▶ポスター貼って下さい！

ポスターを貼って頂けるショップ、施設などを募集しています！
 FM 桐生まで是非、ご連絡をください！また、FM 桐生へ高圧お越し頂いてもOKです！ご協力、宜しくお願い申し上げます！
 Tel: 0277-22-3339 または、email: info@kiryu.fm
 桐生市本町 5-365-1 桐生ガスプラザ 3F

FMkiryu T-shirt ▶販売開始です！ ¥2,500



FM 桐生の Tシャツを作成しました！ポスターのモチーフを用いてデザインした Tシャツです。色は、白とベージュの2色。サイズは、通常の S、M、L、LL 袖、レディースサイズもあります。
 GS (着丈 55cm 身幅 42cm 袖丈 18cm)
 GM (着丈 59cm 身幅 45cm 袖丈 19cm)
 GL (着丈 59cm 身幅 47cm 袖丈 19cm)
 ※ご注文いただいてから7～14日ほどかかる場合がございます。あらかじめご了承ください。
 販売価格：¥2,500 問合せ：FM 桐生

Thanks! ▶ポスタークイズ終了！

たくさんのご応募ありがとうございました！後日、生放送中に抽選会を開催する予定です。抽選日が決まりましたら、ホームページや番組内でお知らせします！
 今回、ポスタークイズに参加頂いた各ポスターの皆様、ありがとうございました！
 協力店一覧：桐生ガスプラザ/ペーカリーカフェレング/番崎屋桐生店/桐生自動車教習所/寛城紗織市実行委員会/八百美喜商店/番崎酒店/甘納豆の刺生堂/モギカパン/ユウトラ薬局/さくらや/クイーン堂シューズ/マルカワ/さものサロンおさわ/讃岐屋/Bar BOO/SHOTBAR Lemon/きりゅう市民活動推進ネットワーク/ラボニス/きのこ茶屋/RSゴルフセンター/大島製粉/丹羽商会/塩崎歯科医院/山井歯科医院/下山歯科医院/芳栄堂印刷/わびさびや/ファッションタウン桐生推進協議会/オートアップ/Itaya/竹内自動車/まんねっと/万里/根本フルーツ/gochi/駅南そば/しみずや/サウンドケア桐生補聴器/青柳/サウンドワン/エルマーナ/NPO-KAIN/川村電材/o-wa Room

クイズの答えは
4つ!

ウロコの中に FMキリュウの文字が！

目録のドットは、桐生市の地図を表しています。

桐生ガスプラザの建物を背景に、FMキリュウ

こちらは皆さん 見つかるようですよ

ラジオ CMのご案内 ▶ FM 桐生 77.7MHz でラジオ CM を流してみませんか？

■ラジオ CM の特徴

◎リピート効果

繰り返し放送されることで、リスナーに確実に伝え、記憶されることが期待できます！

◎ながら聞き

ラジオは「ながら聞き」ができるメディア。様々な状況にあるリスナーに情報をお届けできます！

◎リーズナブル

他のメディアに比べて、お手軽に CM を流すことができます。まずはお試しください！

◎リアルタイム

車で移動中の方に届けられる CM はラジオだけ。リアルタイムな誘客を期待できます！

■時間区分とラジオ CM 料金

▼月曜日～金曜日

B タイム	S タイム	A タイム	S タイム	B タイム
0:00～7:00	7:00～9:00	9:00～17:00	17:00～19:00	19:00～24:00

▼土曜日～日曜日

B タイム	A タイム	B タイム
0:00～7:00	7:00～19:00	19:00～24:00

▼ラジオ CM 料金表

時間	スポット料金			時間	タイム料金			
	S タイム	A タイム	B タイム		A/スポット	A/レギュラー	B/スポット	B/レギュラー
20 秒	¥1,800	¥1,500	¥1,100	5 分	¥4,000	¥3,200	¥3,000	¥2,400
30 秒	¥2,700	¥2,200	¥1,500	10 分	¥7,500	¥6,000	¥5,600	¥4,500
	生 CM			15 分	¥10,000	¥8,000	¥7,500	¥6,400
60 秒	生放送番組内			20 分	¥18,000	¥14,400	¥13,500	¥10,800
	2 回目以降			59 分	¥30,000	¥24,000	¥22,000	¥18,000

○レギュラーとは、週1回、3ヶ月以上の契約。詳細は、お問合せください。○放送、制作費がかかります。○タイム料金には、技術スタッフ人件費も含まれます。

ラジオ CM お問合せ先 ▶ Tel: 0277-22-3339 email: info@kiryu.fm 担当: 小保方・宮坂

FM放送は手段

桐生地域情報ネットワークにとって、FM放送事業は手段であって、目的ではない。それは、前述の「あすへの遺産プロジェクト」と同様だ。

塩崎は、次のように言う。

「おもしろいもので、このような放送を始めると、人はどんどん集まってきます。つい先日も、桐生のまちづくり活動を行っている団体のトップ40名が集まって『まちうち探検隊』というのをつくりました。これまでは、こうした団体を横断するような組織がなかったんです。この人達と話しているのは、桐生の織物や文化歴史をもとにして、滞在型の産業観光を起こそうということです。例えば観光バスがやって来て、お客さんを桐生に連れてくるとしましょう。百人のお客さんが町中を一つのグループでぐるぐる回ったら大変なことになってしまいます。でも、10人ずつ10のグループに分ければ、スムーズにまちなかを観光することができるでしょう。それをマネジメントしようとするのが「NPO法人桐生再生」です。桐生のタクシー会社は、10人ぐらいは乗れる小型バスをもっていますし、JRも桐生市商工課も桐生市物産協会も関わります。そういう動きを、FM放送を始め、取材～情報発信を行うようになって、できるようになりました。コミュニティFMは地域を磨くツールなのです」という。

まさに、「人と人がつながることで生まれる発火」を促す装置として、FM放送を捉えているのだ。

株式会社FM桐生という事業体

それでは、FM桐生の経営はどのような構造で行われているのだろうか。

株式会社FM桐生の実質的な運営事業体はNPO法人桐生地域情報ネットワークだ。資本金は4700万円。出資者は桐生瓦斯株式会社、株式会社ミツバ、株式会社両毛システムズ、桐生信用金庫、豊田産業株式会社、小倉クラッチ株式会社、株式会社山田製作所、合資会社オリエンタル、メディアランド・ウィング株式会社の9社。代表取締役には桐生瓦斯代表取締役の塚越紀隆氏が就任しており、放送局のスタジオ設備等はすべて桐生瓦斯の建物「ガスプラザ」の中に設置されている。つまり、地域の大旦那衆が立ち上げの資金を出資し、「あとの運営は頼むよ」と、取締役に名を連ねている塩崎に任せた形なのだ。

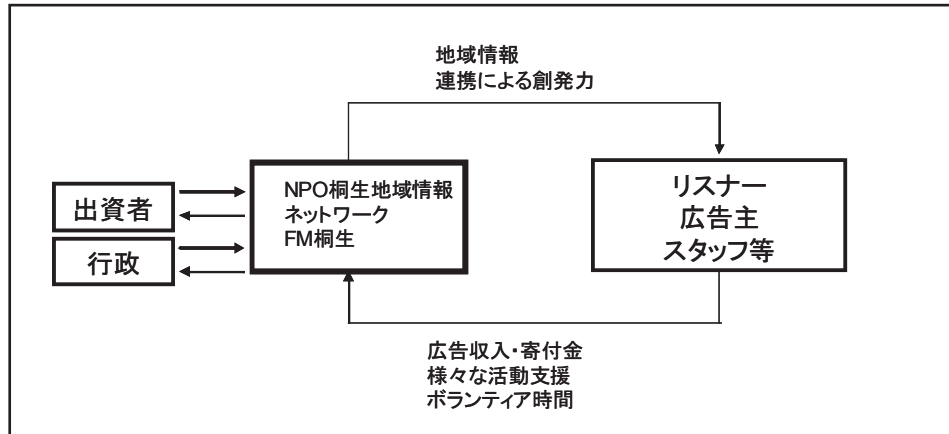
放送運営を一任された形になっているFM桐生取締役の塩崎は、NPO桐生地域情報ネットワークの理事長でもある。

塩崎によると「出資者たちは口は出さない。だけど、積極的に営業はしない。あとは君に任せよ。毎月10万円ぐらいはCMうつから」と言われ、出資者から運営を託された恰好だ。

コミュニティFMの可能性が問われるもの ～NPO桐生地域情報ネットワーク・「FM桐生」～

以上を、簡単に図にすると、以下ようになる。

■図 FM桐生をめぐる関係者図



FM桐生は、NPO桐生地域情報ネットワークの運営の下、地元の企業やリスナーを対象に放送を流す。そのことは、魅力ある番組をリスナーに楽しんでもらうという通常放送の考え方を越えて、地域の情報基盤にもなっている。一方、リスナーの一部からは広告費を払ってもらい、その人々が広告スポンサーとなる。これが主要な広告収入となる。さらに、リスナーの中には安い価格で番組に出演してくれる人もいる。FM桐生に対する支援者と言えるが、見方を変えれば、活動に賛同しボランティア時間を提供しているとも言える。これは、運営スタッフについても同様のことが言える。収入の範囲の中で、運営スタッフはボランティア時間を寄付し、そのお礼としてお布施が支払われる。スタッフに支払われる金額は、賃金ではなく、ボランティア時間の寄付に対するお布施とあって良いだろう。FM桐生のランニングの事業は、この循環で回っている。

収入と支出がトントンで「大事だが、儲からない仕事」をしているのが、株式会社FM桐生の現状なのである。

本来、株式会社は資本を増やすか、株主への利益提供を求められる。しかし、FM桐生はそれを満たさないかもしれない。また、そのような事業に出資している各企業も、景気が悪くなれば撤退するかもしれない。

一方、行政サービスというものは、民間では供給不可能なサービスを提供するのが仕事となるが、それ故に、補助金等の支出効果については、納税者に対し納得いく説明が求められることになる。

一般的に考えられている民間企業と行政サービスとの間の尺度の中で、FM桐生をどこに位置づけるか？大きな問題と言えるだろう。

FM桐生の収支状況

こうしたコミュニティFMの収支はどうなっているのだろうか。塩崎によると、二つの時期に分けられるという。

第一段階は、設備機材を整備する時期。ここは放送機材のプロが関わる時期で、素人が入り込む余地はない。この初期の立ち上げであるシステムづくりに約2千万円かかったという。

第二段階は、いよいよ運営の時期。ここは、前述の通り、現在、塩崎がプロジェクトマネージャーとなっている。

支出はというと、スタジオは出資者である桐生瓦斯のビルを借りているので現状では減免に近い。したがって、人件費が支出のほとんどを占めることになる。現在は5名が中心メンバーとして仕事しており、その分の人件費を捻出しなくてはならない状態である。（塩崎は無給）

一方収入はどうか。支出から考えると、毎月最低150万円～200万円は収入を挙げなくてはならないが、現在何とかトントンであるという。収入のほとんどは放送の広告収入で、インタビューを行った2008年10月は180万円程度という。これで実際に支払われているおおよその人件費も想像できるだろう。

月当たり広告費の内訳は、毎月出してくれるサポートスポンサーが70万円、群馬県と桐生市から各20万円。残りは一口5千円程度の小口スポンサーを多数集めるがこれが定常的に増加しつつある。具体的にはまちの本屋さんとか飲食店とか様々な店から、スポット20秒で最低価格1800円から始まり安価な広告を購入してもらうこととなる。現在、スポンサー社は合計で150社。それが資源となっている。

塩崎の感覚では「コミュニケーションで毎月250万円稼げるのは60万人とか70万人都市。桐生のような10万や20万人では難しい」という。そういう意味では、どのような形にしろ、180万円という広告収入は血のにじむような営業努力の結果であるし、大口スポンサーの協力がどうしても必要となることを表している。

興味深いのは、「定常的に150社くらいがスポンサーしてくれるが、それはみんな広告料として支払っていただいている。寄付金だと払ってくれないけれど、広告料というと支払ってくれる。広告費を支払った方がリスナーにもなり、他の人にも伝えるので、営業を手伝ってくれることになる。FM桐生はみんなのラジオなんですよ」ということだ。

FM桐生という事業体を、塩崎は株主による営利企業というよりは、スポンサーたちによるクラブ、あるいは、リスナーとしての協力している市民、さらにこれから協力してくれるかもしれない市民、みんなの協力の上に成り立つ事業体として意識しているのだ。

誰が誰に何を期待しているのか：関係のルール設定の重要性

さて、ここまでの報告を踏まえると、「NPOに対して、企業や行政が出資を行う」という社会的な活動を行っている事業体への投資について、どのような評価を行えばよいのか、という問題をこのケースは提起していることがわかる。このような投資を最近の言葉では「マイクロファイナンス」あるいは「マイクロクレジット」の一種と捉えられる。

社会的事業を積極的に行う企業に投資するSRI（社会的責任投資：Social Responsibility Investment）のように株主として企業にモノを言い、結果としてCSRのような社会的活動を増すことができるという考え方が類似のものとしてある。キーとなるのは、マイクロ、すなわち小口融資を弱者のために行うことであるが、このあたりの考え方はまだまだ整理されていない。

ただ、一つ強調したいことは、ボランティア時間の提供も、資金の提供（つまり金融）と同様の考え方で捉えると、マイクロファイナンスの意味合いがより立体的に見えてくると思われる。

ここで大事なポイントは、人は何に期待して資金やボランティア時間を提供するのかという点だ。おそらく各ケース毎に異なるに違いない。

そこで、このFM桐生の事業について、NPO桐生地域情報ネットワークが出資者、広告主、リスナー、支援者、スタッフ、自治体に対して「期待している事」と、NPO桐生地域情報ネットワークが彼らから「期待されていると想像している事」を一覧にしたのが下表だ。

表：桐生地域情報ネットワークが関係者に期待する事柄と期待されていると想像する事柄

	期待している事	期待されていると想像している事
出資者 (株主)	●初期資金の貸し付け	●事業の責任を負う ●資金を返済する ●地域産業の振興
広告主	●広告費（＝協力費）の支払い ●リスナーになってくれること ●番組表の掲示 ●周囲に放送の存在を広めてもらう	●広告利益の還元 ●地元情報の提供
リスナー	●番組の聴取 ●番組への参加 ●ラジオの使い方提案	●おもしろい、役立つ番組・情報の提供 ●地元情報の提供
出演者等の 側面支援者	●事業目的への共感 ●いざという時の協力	●事業目的が変わらないこと
スタッフ	●事業目的への共感 ●ボランティア時間 ●共におもしろがってくれる心	●事業目的が変わらないこと ●賃金 ●ボランティア時間を提供するに 足る機会の提供
協力している 自治体	●地域の振興 ●市民への公平なサービス	●地元情報の提供 ●市民サービスの提供

誰が誰に何を期待しているのか：関係のルール設定の重要性

こうして見ると、出資者との関係では資金を返済するという「企業の論理」で解釈されているのかもしれない。しかし、もしかしたら「最初の出資金は寄付と同じだから、あとは当初通りの社会的活動をしっかり収支トントンで行ってこれ」と出資者が考えているのかもしれない。とすれば、出資者との関係は企業の論理ではなくなる。

同じ事は、広告主との関係やスタッフとの関係についても言える。

それぞれの活動を「営利活動として運営する」のか、大事だけれど儲からない「社会的活動として運営する」のかによって、桐生地域情報ネットワークとそれぞれの当事者との関係の組み合わせ方や解釈が異なってくる。

企業、自治体、NPOという異なる活動論理・倫理をもつ組織が連携して事業を行う場合は、それぞれの当事者との関係のルール設定をしておかないと、あとで責任の取り方や収支の分配を巡ってゴタゴタが起こるかもしれない。当事者間のルール設定が大事であることを、FM桐生のケースは先端的な事業であるがゆえに、問題提起していると言えるだろう。

FM桐生は何をもたらしているのか

FM桐生は人と人をつなぐ手段として、基盤の役割を果たしつつある。例えば、桐生の地元には昆虫の森という施設がある。そこで昆虫博士として有名な方の話を収録してコンテンツにした。

あるいは、桐生出身のジャズピアニストの山中千尋さんが地元紙『桐生タイムズ』にすばらしいエッセイを連載しているのだが、それをプロに朗読してもらい、コンテンツ化することも行ったという。

FM桐生を手段とすることによって、桐生地域情報ネットワークの地域人のつながりがさらに広まっているのだ。

さらに、塩崎はこんな使い方も発見したという。

おおよそリスナーの数は7～8万人。そこで、ためしにあるDVD店で「16時～18時の間はタイムサービスで10円でレンタルします」と放送で流したら、60名ぐらい集まったというのだ。

情報の鮮度が大事というわけで、なま情報をいかに流すかがFM桐生の強みの一つといえる。

そこで、番組企画の勘所もいかに新鮮情報を手に入れ流すかということがポイントとなる。そのためには、市民が番組に出演するのが一番いい。リスナーがパーソナリティーになったり、レポーターになり、送り手と受け手の区別をなるべく無くしていく。これが鍵だという。

では、市民レポーターは、どのようなスタイルでまちの出来事の中継するのだろうか。

FM桐生が取った方法は、携帯電話で中継するという方法。携帯にマイクをつけると、尚いいそうだ。イベントがあれば、レポーターが携帯で話し、その声がナマでラジオから流れることもある。大きな機材は必要ない。

全国放送と地域放送という分類は使いたくない

こうしたFM桐生の番組は、サイマルラジオという全国のコミュニティラジオを聞けるサイトからも一部聞けるし、全国のコミュニティFMと番組取引が成立しているために、地方でも聞ける。それでもFM桐生は地域に徹底的にこだわっている。

これについて塩崎はこんなことを言う。

「他のFM局を見ると、『おれたちはプロなんだ』と思ってつくっていくでしょう。例えばですが、群馬FMを小さくしたのがFM桐生だとしたら、おもしろくない。僕はFM群馬を相手にしようとは全然考えていない。コミュニティアーカイブをつくるための道具、みんなが集まる場所としてFMを捉えている。だから、『火事がおきたよ』と携帯でFMに送ればすぐに放送できるし、運動会の中止も当日の朝にFMで告知できる。朝7時にFM桐生を聞いていてくださいね、と事前に知らせてしまえば済む話です。だから徹底的に地域にこだわるし、こだわると、放送の使い方は千差万別になります」

確かにその通りだ。いつのまにか、私たちは、FM放送というと、すぐ全国放送のイメージで語ってしまうのだが、まったく違うコミュニティ放送の世界があるのだ。

では、FM放送とインターネットは連携のしようがあるのだろうか。すぐに思い浮かぶのは、インターネットラジオでアーカイブしておいた番組を流すこと。これは端末をポッドキャストにしてもいい。

その他にも、ふるさと桐生の民話を210話、アーカイブしているという。また、GPSの地図と音と写真を載せるとコンテンツができ、それが一つの教材にもなる。教材づくりが番組づくりにもなるというわけで、アーカイブしておけばメディアの違いを超えてしまうことができるという。つまり地域のコンテンツをアーカイブしてもっていけば、あとはどう表現するかが問題なのであって、地域こそが放送と通信の融合の舞台だということとなる。

「それは、これまでの桐生地域情報ネットワークがやってきたことと何ら変わっていないんですよ。インターネットでやっていたことをFMに集約しただけの話です」

ここに、FM桐生の運営が円滑に進んでいる秘密がある。と同時に、先端的な事例だけに、このケースが提起する課題にも後発者は取り組んでいかねばならない。

コミュニティFMの可能性が問いかけるもの
～NPO桐生地域情報ネットワーク・「FM桐生」～

中庭光彦（なかにわみつひこ） 略歴

NPOフュージョン研究所所長・多摩大学総合研究所准教授

1962年生まれ。大田区居住ながら、1998年から多摩ニュータウンに通い続けている。経営の視点から、全国の地域づくりケースを収集。「コミュニティはツールだ」「水文化を知るとコミュニティがわかる」が持論。

ソーシャルビジネス研究会ケースレポートNo.2

コミュニティFMの可能性が問いかけるもの
～NPO桐生地域情報ネットワーク・「FM桐生」～

著者：中庭光彦（NPOフュージョン研究所所長・多摩大学総合研究所准教授）

発行者：株式会社早稲田総研インターナショナル

▪ 東京都新宿区馬場下町5番地 早稲田駅前ビル4階

TEL：03-5291-2130

特定非営利活動法人エヌピーオー・フュージョン

発行日：2008年11月