

コミュニティFMと住民のメディア意識

各地コミュニティFM局へのヒアリングと住民意識調査から

序 章:	調査の目的と概要	...3
第 1 章:	調査対象 8 局の特徴と JCBA ヒアリング	...10
第 2 章:	各問題に対する局側の見解と考察	...16
第 3 章:	質問紙調査の基本属性	...29
第 4 章:	青葉区の暮らしと住民意識	...35
第 5 章:	青葉区住民とラジオ	...49
終 章:	コミュニティ FM 放送普及と発展のために	...65
資 料:	質問紙調査票	...

担当教員 浅岡隆裕

はじめに

浅岡隆裕¹

今年度の社会調査実習のテーマは“地域の課題とメディアの役割”であり、関東圏のコミュニティFM放送局8社に対するヒアリング調査と、横浜市青葉区の住民を対象とした訪問留置調査をそれぞれ9月上～中旬にかけて行った。私が本学に着任以来、一昨年、昨年とそれぞれ茨城県水戸市、長野県安曇野市で行った調査と比較すると、いくつかの点で異なるものとなった。

まず(コミュニティFM放送)という新しいメディアに焦点を絞ったことである。対象地域のメディアとコミュニケーションを総合的に把握しようと努めてきたこれまでの調査とはやや性格が異なることとなった。本年は、青葉区に本拠を置くFMサルースの協力を得られることとなり、コミュニティFMと地域社会との関わりに集中的に取り組むこととした。

二点目に、今回は訪問面接調査ではなかった。これは今回の調査地点が、集合住宅(分譲マンション)の割合が高かったという地域特性に起因する。これまでの調査実習の経験から言っても、集合住宅での回収率は戸建住居のそれよりも極端に低く、今回もこの住民に対する実査での苦戦が予想された。層的な分析に必要な最低サンプル数を確保するために、最初から本人に手渡しし、郵送返送してもらう方法に切り替えて実施することとした。実際に調査票配布時段階においてオートロック式の集合住宅では全く対応してもらえない例も目立ったが、「ポストに投函しておいて、後で取りに行くから」といったような反応も多かったようである。方式変更が奏功してか、回収率も例年並みに確保できた。

さらには、これまでは当該調査地域に絞り関係機関へヒアリングをしていたが、今回は特定一地域だけではなく、コミュニティFMと地域社会の関わり事例を広く収集するように努めた。

事前の予想通り、コミュニティFMという新興メディアが地域社会に定着したという感触は得られなかった。しかし各コミュニティFM局が地域密着・地域貢献をレーゾンデートル(存在理由)として掲げ、各地で奮闘している様子はうかがうことができた。

青葉区調査においては、コミュニティFM局の知名度は全体の半分くらいと、ある程度あるものの、実際のリスナーは住民の1割程度だった現状から、コミュニティFMを“知ってもらう”から、“実際に聴いて生活に役立ててもらおう”といった新たな次元での実効性のある働きかけが必要となってきたように思われる。コミュニティFMという15年ほどしか歴史を持たないメディアが、地域社会で本当に受け入れられていくのかどうかの正念場を迎えているといえる。

本報告書が各地のコミュニティFMの今後の発展に向けて少しでも貢献できれば幸いである。

* * *

データの分析と原稿の執筆は、受講学生が行い、担当教員とスタッフ²がそれぞれチェックして、至らない部分は修正を求め、数回の書き直しの後にここに上梓することとした。かなりごつごつとした粗削りの感は否めないものの、ここに披露して、各位の批評を受けたいと思う。

末筆になるが、紙面の都合上ここで名前を列挙させて頂くことはできないが、ヒアリング対象としてご協力頂いた各放送局の方々に対しては、深く御礼申し上げたい。ありがとうございました。

¹ 本学文学部講師。社会学・メディア研究、asaoka@ris.ac.jp。

² 文学部講師の松本憲始先生と大学院修士課程の岡本真菜さんにご協力頂いた。