

地域の中で、関係をつくる①

— 人をつなぐ「媒介」としてのコミュニティ・メディア(鳥取県大山町) —

主任研究員 稲垣 円

「地方創生」や「インバウンド」対応の施策として、地方を軸としたメディアが増えている。掲載情報量やデザイン面、そして発信力などで自由度の高いWEBメディアは昨今の代表的な例だが、「コミュニティ・メディア」もその一つだ。地方紙や地域情報誌のような紙媒体やコミュニティFM、ケーブルテレビといった放送メディアに一度は触れたことがあるのではないか。本稿では、こうした「コミュニティ・メディア」の中でもケーブルテレビ*¹に着目し、一つの事例として鳥取県大山(だいせん)町の取り組みを紹介しながら、地域の中で「人と人との関係をつくる」メディアの機能やそれによる効果について解説する。

<地域に開かれ、参加するメディア>

コミュニティ・メディアは、ごく限られた地域を視聴エリアとし、地域住民の身近な情報や地域特有の情報を提供するメディアである。定義として定まったものがあるわけではないが、“Access”(コミュニティのメンバーが意見を述べるためにメディアを利用できること)と“Participation”(コミュニティがメディアの運営や番組制作に参加していること)が不可欠である、とされることが多い。つまり単に地域情報を提供するメディアというだけでなく、地域コミュニティに開かれており、そこに属する誰もが参加したり、主体的に情報発信したりすることが重要な要素だといえるだろう。このような特性を持つメディアを活用することは、地域の活性化を目指す上で有効な施策になる。

<地域に必要とされるテレビのあり方>

鳥取県の西部に位置する大山町(図表1)は、人口約1万6千人。いわゆる「平成の大合併」により、2009年に三つの町(旧中山町、旧名和町、旧大山町)が合併して誕生した。大山町では、約30億円を投資して通信体制を整備し、2006年から町がケーブルテレビ*²を運営しており、長らく行政職員が番組の制作・放送を担ってきた。当時は、地域の行事の録画や行政情報、議会中継など「地域情報」を放送していたものの、地域住民が番組を見ているのか反応が見えず、番組づくりに課題を持っていた。

そのような中、運営体制を変えるきっかけとなったのが、取材で大山町を訪れていた東京の映像制作会社のプロデューサーが役場職員と地方におけるケーブルテレビの役割について話したことだった。

この大山町を訪れた映像制作会社のプロデューサーが抱えていた課題は、テレビ番組をつくることへの「限界」であった。今やテレビ以外にも映像メ

ディアを見るための選択肢が増え、視聴者の趣向も多様である。その時々ニーズやトレンドを追うだけの番組は飽きられるのも早い。また、都会から地方へという「中央集権型」の情報の流れや都会に向けた消耗品を作り続けているという思いが拭えず、地方へ取材に行くたびに「地域の人に求められるテレビとは何か」を模索していた。

他の多くの地域と変わらず、大山町も人口減少や少子・高齢化、産業など、あらゆる側面で課題が山積している。テレビの特性を活かしたやり方で、出来ることのあるのではないか……。大山町役場職員との面会から2ヵ月後、大山町を訪れたプロデューサーを含む2名が専属職員として家族と共に大山町に移住し、町内で廃園となった旧保育所を拠点に、町営ケーブルテレビの新しい番組づくりが始まった。

図表1 鳥取県大山町



写真1 旧保育所を活用した町営ケーブルテレビ活動拠点(左:概観、右:作業部屋)



写真提供：大山町営ケーブルテレビ

<放送することで、人をつなぐ>

大山町が運営するケーブルテレビ（番組名：大山チャンネル）は、25分番組を月に3本制作・放送する。つまり、ひと月に10日間同じ番組が放送され続けることになる。多様な選択肢のある視聴者の現状を考えると不利にも思えるが、見方を変えると視聴エリアであれば、10日間同じ番組に触れる機会があるため「番組を見逃す」ことがない。そこで町営ケーブルテレビが取り組んでいるのが「住民を主役にする」番組づくりだ。

町営ケーブルテレビでは、定期的に「住民企画会議」を開き、自分たちが見たい番組について議論する。議論の中で出てくるのは、「まちの人のドキュメンタリーが見たい」や「まちのお店を紹介してほしい」というような、住民のごく身近な情報であることが多い。もし、家族の誰かが、または隣近所の知り合い、クラスの友達が、その人となりを深く紹介した番組に出演しているとなれば、録画してでも番組を見たい、見逃したくないと思うのではないだろうか。自分たちが暮らすまちが番組の舞台であれば、次は誰が、どのような場所がテレビに出るのか期待を持ち、話題にもなりやすい。

ごく限定されたエリアでしか放送されない、且つ何度も放送される特性が、これまで知らなかった町民を「顔見知り」にし、さらに繰り返されることによって、町民同士の関係を一層深めることも、新たな関係をつくることもできるようになる。

写真2 住民企画会議の様子



写真提供：大山町営ケーブルテレビ

<番組づくりという、「対話」の場づくり>

スタジオ（拠点となる旧保育所の講堂）での番組収録では、あるテーマに基づいて関係する住民に出演を依頼し、議論してもらう。「まちづくり」に興味はなくても、「あなたの意見が聞きたい」と依頼すれば、出演してくれる町民は多い。テーマによっては、町長や議員、大山町の産業（漁業、農業、林業）、教育委員会などの業界の中心的な人物も町民への情報発信の重要な機会として、積極的に出演する。

番組づくりのために集まり、ある時間を共にすることで、初めて顔を合わせた者同士が新しいプロジェクトをはじめたり、業界を越えたつながりや協力が生まれたりすることもあると言う。番組の収録という特殊な空間や共に創る過程は、誰でも気兼ねなく、心ゆくまで話し合うことができる「対話」の場にもなっているようだ。

そして、こうして制作されたテレビ番組は「行政が住民に伝えたい情報」から「住民が知りたい、楽しめる情報」となり、放送後には住民同士でも小さな議論が生まれるようになっている。

写真3 番組収録の様子



写真提供：大山町営ケーブルテレビ

<ローカル同士がつながるしくみを>

改めて、地域に必要なメディアとはどのようなものだろうか。

地域によって、地理的、歴史的・文化的な背景、さらには住民の帰属意識、社会構造なども異なり、一つとして同じ地域はないだろう。そのような前提に立つと、都市部からの一元的な価値観に基づく情報だけでは、そこに暮らす人びとが地域の人やモノ、コトにリアリティを持ち、「自分ごと」として捉えるチャンスを逃しているとも言える。

人材や資金などが限られる中、コミュニティ・メディアによっては新たなコンテンツを考え、質を上げていくことが難しい場合もあるだろう。しかし、例えば「似たような」境遇にあるコミュニティ・メディア同士が技術を教え合ったり、共同で番組を制作・放送したりするといった、地域を越えたつながりや人の行き来、協業することでコンテンツの質を上げ、さらに地域住民が地域を知り、議論する土壌も作られていくのではないだろうか。

コミュニティ・メディアが全ての地域課題を解決することは出来ないが、人と人との関係を深め、新たにつくり出す「媒介」としての機能に改めて着目し、地方創生の一つの有効なツールとして活用されること、またこうした技術が一つの地域の情報発信のためだけでなく、多くの地域で共有されることが求められる。

(ライフデザイン研究部 いながき みつ)

【注釈】

*1 ケーブルテレビは、サービスを提供する地域に、光ファイバーケーブルや同軸ケーブルを敷設して、ケーブルテレビ局のセンターと地域内の一軒一軒の家庭をケーブルで結び、放送サービスや通信サービスなど多様なサービスを展開している。現在、日本でも500以上の事業者が全国で事業を展開している。ケーブルテレビのサービスは、主に「通信サービス」と「放送サービス」の2つに分かれている。「通信サービス」は、ケーブルテレビの

ネットワークや回線を用いて、テレビ以外にインターネットや電話といった付随するサービスを提供し、地域公共機関の地域情報インフラとしても活用されている。「放送サービス」は、地域ニュースや地域情報を放送するコミュニティ放送、地上デジタル放送の再放送、BS デジタル放送の再放送、専門多チャンネルのCS 放送がある。さらに放送サービスの一部として、ケーブルテレビの空きチャンネルを使って事業者が自主制作した番組を中心に放送する「地域情報サービス」がある。地域に密着した情報を伝えることが出来る点で、一般の地上波放送や衛星放送とは区別して「コミュニティ・チャンネル」と呼ばれる。地元企業や自治体出資による小規模な事業者が多く、地方の行政情報や自ら作成した地域コンテンツを流すためのチャンネルを有しており、地域コミュニティとの結びつきが強い。住民に最も近い地域情報メディアであるものの、人員、経験、資金などの点で課題があり、地上波テレビ放送の番組に対抗できるコンテンツ制作に至っていないというのが現状であるといわれる。

*2 中海テレビとの契約により放送と通信サービスを行なっている。

【参考文献】

- ・ 一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟, 2017, 「2017ケーブルテレビ業界レポート」 < https://www.catv-jcta.jp/jcta/files/pdf/catv_report2017.pdf > (2019年4月24日アクセス)
- ・ 国立国会図書館 調査及び立法考査局, 2010, 「持続可能な社会の構築 総合調査報告書」 p197-209
- ・ 榊原浩一, 2005, 「市民のメディア『コミチャン(コミュニティチャンネル)の正しい食べ方』—君はコミチャンを食べたことがあるか?」, サテマガビーアイ
- ・ 大山町, 大山町役場ホームページ < <https://www.daisen.jp/> > (2019年4月24日アクセス)
- ・ 大山チャンネル, < <https://www.facebook.com/daisenchannel/> > (2019年4月24日アクセス)
- ・ Kevin Howley, 2010, 「Under Standing Community Media」, SAGE Publications, p16