

2011

よ智大学新聞学科

鈴木ゼミ



〔2011年鈴木ゼミ夏季合宿 札幌〕

2011年9月27(月)～29日(木)〕

〔訪問メディア社は北海道新聞社、HTB 北海道テレビ、Air'G(FM 放送局)の3社。いずれも新聞学科卒業生の方々に大変お世話になりました。記して感謝申し上げます。〕

2011年度新聞学科 鈴木雄雅ゼミ 夏季合宿

地方メディアの実態を探る：札幌

■実施期間 2010年9月27日(火)～29日(木) ■訪問地 札幌

■日 程 宿泊先は：三井ガーデンホテル札幌(朝食付き)

<http://www.gardenhotels.co.jp/sapporo/> 札幌駅の近く

□9月27日(火)

午前7時 羽田第2ターミナル集合

羽田→札幌 ANA53 羽田 8:00→新千歳 9:35

到着後、札幌へ電車にて移動、チェックイン(荷物預け)後市内散策、昼食

14:20 札幌駅→[南北線南平岸]14:50 北海道テレビ[HTB] <http://www.htb.co.jp/>

15:00～15:45 レクチャー：国本昌秀氏

15:45～16:50 情報番組「イチオシ！」見学

16:50～ 報道部や深夜番組編集室などを見学。戸嶋龍太郎氏

18:17～19:00 「イチオシ！」のニュースゾーンの見学 <http://www.htb.co.jp/ichi/>

懇親会＝国本、戸嶋、油谷、韓永學(北海学園大学)さんらが参加

□9月28日(水) 朝食[ホテル] 9:30 ロビー集合

午前中 10時～12 北海道新聞社 <http://www.hokkaido-np.co.jp/>

市内にて 昼 食

午後 13～15時 AIR-G (FM ラジオ) <http://www.air-g.co.jp/>

会社説明のあと、スタジオ見学(社内&マスタールームほかも)

質疑応答 油谷昭雄氏

以後、フリータイム 市内で夕食

■9月29日(木) 朝食[自由] チェックアウト

午前 フリータイム 11:30 札幌駅→空港へ(または各自)

ANA64 新千歳 13:30→羽田 15:10 着後解散

【参加者名簿】(12名=学生11名、引率1名)

A0919226*	高井 あすみ	新聞学科3年生
A0919277*	Gasser Bettina Bianca	新聞学科3年生
A0919501	井坂 太郎	新聞学科3年生
A0919540*	Park Seulgi	新聞学科3年生
A0919768	長谷川 諒	新聞学科3年生
A0919785*	原口 由利恵	新聞学科3年生
A1019201*	Kim Jihye	新聞学科2年生
A1019333	今駒 亘佑	新聞学科2年生
A1019345	永島 真晴	新聞学科2年生
A1019985*	篠原 早紀	新聞学科2年生
大学院	LEE JAE-HO	新聞学専攻博士前期課程

地方メディアの実態をさぐる～北海道のメディアと財政～

新聞学科 3年 A0919785

原口 由利恵

地方のメディアの実態を確かめる今回のゼミ合宿を通して、もっとも目に付いたのは、地方メディアの厳しい予算状況、財政の逼迫だった。そこで、このレポートでは財政を、視点に据えて、地方メディアの課題と可能性について述べたい。

9月27日、まず訪れたHTBでは、地元の視聴者という限られたパイを争っているテレビ業界の厳しい状況を目の当たりにした。具体的には、他局が財を投じて人気キャスターを地方に派遣し、夕方の時間帯の視聴者を獲得しようとしているという状況があった。そこには、広告主獲得という市場原理にさらされたテレビ業界の厳しい現実があったのだ。

これは地方のメディアに限らず、またテレビというメディアに限らず、どのようなマス・メディアにも共通して言えることだが、質の高いジャーナリズムを目指そうとすると、市場原理の介入は時に弊害になるという問題がある。テレビに限って言えば、ジャーナリズム性の高いドキュメンタリー番組が視聴者の少ない深夜や早朝枠に追いやられている現状などが、まさにそれを表している。

財政の逼迫している状況下では、視聴者と広告主の獲得は業界にとって死活問題であるがゆえに、テレビというメディアは、いかに視聴者獲得だけを意図した構成にせず、良質の情報を発信できるかが課題だろう。都市部のメディアよりも、平均的にさらに財源の厳しい地方のメディアにとっては、視聴者獲得のみを迫及し、番組の劣化を招かないという課題以外に地方性をどれだけ盛り込むか、ということも課題になってくる。

その点で、夕方の主婦をターゲットとした番組は、地域の住民に根付いた番組づくりをしなくてはならない。ちょうど私たちが見学した際に、翌日開店するという地元すし店のレポートを行っていたが、レポーターが食べた後すかさずディレクターが代わりのすしを置き、レポーターが食べたすしの絵をもう一度テレビカメラに収めるというような、低予算ながら、実行するのとしらないのでは瞬間視聴率に差がでるような工夫を行っていた。また、HTBの看板番組である「水曜どうでしょう」は、低予算の番組ながら、北海道のおみやげ物店にグッズが並ぶほどの人気番組にまで成長した。さらに、番組制作そのものも制作会社のみならず、局内の社員にアイデアを募集するなど、低予算だからこそ捻りだしたのであろう工夫が多々あった。

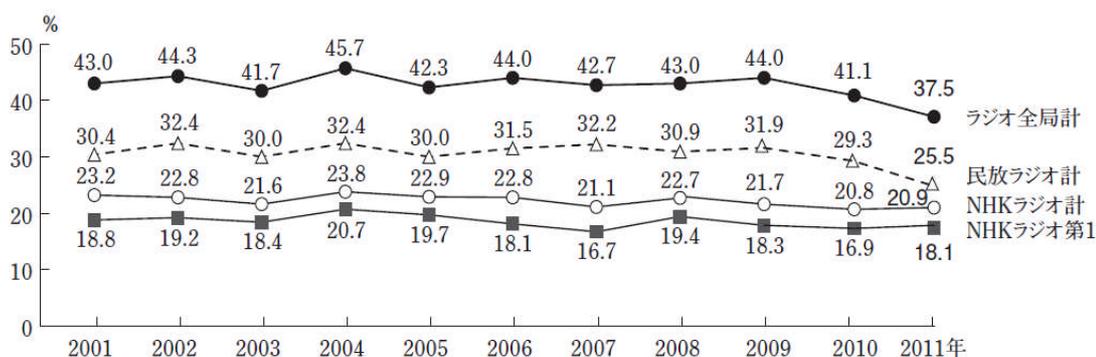
これらから、地方メディアの財源の枯渇は一概に、悪影響だけを及ぼしているのではないことがわかる。財政難は、むしろ地方テレビ局にとってチャンスかもしれない、ということだ。なぜなら、低予算で視聴者と広告主を獲得するために、番組を制作する過程で様々な工夫や努力が生まれているのだから。

翌9月28日、AIR-GというFMラジオ局を訪れた際は、財政状況の逼迫はより目に見えて明らかだった。「何やら社員の皆さんは、窮屈な感じで作業なさっているな」と思いき

や、事業スペースが削減された後だったのだ。

下の図は、2011（平成23）年6月にNHKが実施した全国個人視聴率調査のラジオ週間接触率者の2001～2011年までの推移を表したものだ。

図5 ラジオの週間接触率の推移



この結果から、特に民法のラジオ局の聴取者が減少傾向にあることがわかる。コンテンツ自体は大きく変化していないことから、メディアが多様化し、これまでいた固有のラジオ視聴者が分散したことが一因ではなかろうか。

この状況をみれば、作業スペースを削減して経費削減に取り組まなければならないのも頷ける。だが、ラジオはそもそもそんなにお金とスペースのかかる情報発信媒体だろうか。音声のみで良いため、大掛かりなセットは必要ないし、そのためスペースもテレビほど必要ない、また緊急時は低コストで確実に情報発信ができる媒体でもある。

テレビと同様、利益のみを追求した番組づくりにしないことがラジオ局の課題であり、地域性を活かす番組づくりをするということも地方ラジオ局の課題ではある。だが、そこで働く人びとの姿というのは、市場原理だけでラジオという仕事に関わっているという悲惨な状況ではなく、ラジオの持つ良さを活かした番組作りをなんとかして達成しようとする姿勢が垣間見えるものだった。メディアの財政の逼迫は、何も地方の例に限ったことではない。電子メディアの登場とともに紙媒体を基本とする新聞業界は、購読料や広告収入のどちらの財源も失いつつある。だが、例え、財政が逼迫したとしても伝える術はあるし、情報の質の低下を招かない方法はいくらかでもあるし、逆に言えば予算のかかる番組や記事づくりが、かならずしも良質のものとは限らない。今回の地方メディアの実態調査によって、経済的に苦境にあるメディアやジャーナリズムそのものに可能性が見えてきた。

【北海道新聞社にて 号外と鈴木教授】



2011 年度夏季合宿終了レポート

A1019985 篠原早紀

本レポートは 2011 年 9 月 27～29 日に北海道・札幌でおこなった鈴木雄雅ゼミ 2011 年度夏季合宿の記録である。3 日間、私たちを歓迎するかのようないい天気で充実した時間を過ごすことができた。見学先は北海道テレビ (HTB)、北海道新聞社、AIR-G' (FM 北海道) の 3 社で、それぞれ生の現場を見ることができ有意義な時間を過ごした。

1 日目 北海道テレビ (HTB)

北海道テレビでは、昼の情報番組「イチオシ！」のスタジオと調整室の両方を見学した。生放送ならではの緊張感たどよう現場での見学は大変貴重な経験になった。ずっと東京に住んでいるため、地方局の番組を身近に感じることはなかったが、地方局ならではのこだわり、地域に密着した番組作りを目指す強い姿勢が国本さん、戸嶋さんのお話から感じられた。特に看板番組の「水曜どうでしょう」や、戸嶋さんの担当する、が〜まるちよばの番組への思い入れを感じた。印象に残ったのは番組企画書のファイルだ。採用されたものもボツになったものも全部一緒になっていた。じっくり見ることはできなかったが、「裏側」を見ることができた気がした。国本さん、戸嶋さん、最後に少しお話してくださった国井アナウンサーのお話全体から、日頃の好奇心や多くの人と話すことで自己の幅を広げることが必要なのではないかと思った。



北海道テレビ外観



AIR-G' Gackt に遭遇！

2 日目 北海道新聞社・AIR-G' (FM 北海道)

北海道新聞社では、写真部の見学と編集本部で紙面の作り方を学んだ。写真部では写真の編集にサークル活動でも使う Photoshop を使っていて親しみを感じた。集合写真を撮るときに、フラッシュを壁に反射させて立体的に撮る方法を使っていて興味深かった。撮った写真を使ってお土産用の新聞を作ってもらい、大変いい思い出になった。編

集部では実際に PC で紙面作りの実演を見た。前日の一面の記事がどうやって選ばれたのかをメモを見ながら説明してもらい、わかりやすかった。話を聞いている間、周りのデスクでは夕刊の締め切りに向けて緊張感が漂っていて、放送のようなもので随時ニュースが流れていた。1日分でも買って帰ってくれば良かったと少し後悔している。

AIR-G'では油谷さんに社内を案内していただいた。生放送中の番組の QUE シートをいただいたのは、ラジオ好きとしてはたまらなく嬉しかった。北海道テレビ、北海道新聞社と比べると雰囲気がゆったりとしていて、ワンフロアにデスクもスタジオもすべてが入っていたためか、アットホームな印象だった。レコードや録音テープなど貴重なものをたくさん見せてもらった。インターネットラジオの話が出たが、韓国のラジオのように地域に制限なくラジオを聞くことができる環境が日本にもできればいいと思う。

！番外編！

札幌名物と言われるものの大体は3日間で味わい尽くした。2日目の夜は小樽に行って、ジギスカンと油谷さんに紹介していただいた「あまとう」のクリームぜんざいを食べた。写真は左がスープカレー、右が3日目の朝にみんなで食べに行った海鮮丼。鈴木先生ごちそうさまでした。海鮮丼の後に食べたメロンも甘くておいしかった。北海道は2度目で前回は函館、今回が札幌・小樽だったので次は帯広や釧路のあたりにも行ってみたいと思う。



先輩を差し置いて食べたスープカレー



迷いに迷った海鮮丼

2011 年度夏期ゼミ合宿レポート

A0910768 長谷川諒

今回のゼミ合宿において、私が最も興味を抱いていたのは、地方メディアという媒体の実態と将来性だ。在京キー局は、軒並み視聴者離れに苦慮しており、今後生き残っていくには新たな展開、抜本的な改革が望まれているといえる。この全国的な「メディア離れ」の傾向は、地方メディアにもあてはまっているのだろうか。もしキー局との現状に違いがあるとすれば、どのような点がその要因となっているのか。

今回見学に伺ったのはHTB。テレビ朝日系列の、北海道を放送対象地域とするテレビ局である。北海道は地方局の激戦区であり、4つのテレビ局がしのぎを削っている。特に激戦となっているのが、朝から夕方にかけての地域情報番組。視聴者が限定されるため、番組の内容はかなり地域に密着したものとなっており、その意味では地方メディアであることのメリットが最も生かされるジャンルであるためだ。各局が情報番組の強化に乗り出しており、HTBでは「イチオシ!」という情報番組を朝まで拡大する形とし、新番組「イチオシ! モーニング」を立ちあげた。このように、同じ番組名で枠を伸ばす工夫は様々な局で行われているようで、視聴者に対してブランドイメージを強く定着させるとともに、スタッフやセットが似通っているため、同じ映像を利用したり、朝には取り上げなかった内容を夕方放送したりと作り手側からもメリットが大きい。



また、大きな驚きであったことが、北海道に本拠地を置く球団「日本ハムファイターズ」の試合中継の視聴率だ。以前は東京でも巨人戦が毎日のように放送されていたが、視聴率の低下が進み、現在では中継が行われない日もざらである。しかし、北海道においては、ファイターズ戦はキラーコンテンツであり、20パーセント以上の高視聴率なのだそうだ。

より生活に密着した情報番組や、地域と連動しているからこそ可能なキラーコンテンツの獲得など、これらのことからわかるように、地方メディアは視聴者が限定されていることによって逆に大きな可能性を持っているメディアであることがわかる。しかし、視聴者離れは地方局でも大きな問題となっており、CSR推進室長の国本昌秀氏によれば、テレビに「新たな価値」をいかに付加させていくかが今後の課題であるとのことだった。データ放送や、ワンセグ独立放送、マルチ・チャンネルなど、まだ生かされていない新技術も多い。地方メディアにかかわらず、新たな技術を、いかにセールス（広告価値）に結び付けるかが、メディアが今後生き残っていくための一つのキーになるのではないだろうか。