

糠澤 修 一\*

矢部 久美子\*\*

聞き手 佐 幸 信 介

---

---

—今日は大別して二点を聞きたいと思っています。ひとつは、今までの福島テレビの歴史と、特に震災の問題がありますので、報道や編成の問題も含めて、地域との関わりについてお聞きしたいと思っています。

そこで、さっそくですが、最初に福島テレビの歴史をいくつかの角度からおうかがいします。

福島の民放の状況を調べてみると、非常に複雑な経緯を辿ってきていることがわかりました。しかし、外側から見るだけではその複雑さの内実はどうもよくわからないところがあります。その意味でも、福島の1960年頃からのひも解きながら、お話をお聞きできればありがたいと思っています。

### 福島テレビの開局と体制づくり

糠澤 福島テレビの開局は、東京オリンピック前年の1963年（昭和38年）4月1日でございます。全国のローカル各エリアの最先発局としては開局が2～3年ほど遅れております。その要因としましては、福島民報社と福島民友新聞社の二つの地方紙の関係が拘って参ります。

ご案内のように福島県には毎日系の福島民報社（現在はプロパーの会長・社長時代になっています）と読売系の福島民友新聞社と二つのローカル紙がございます。どちらも明治期から100年以上の歴史を誇る新聞社ですが、このうち民報社は、戦後にラジオ単営局の「ラジオ福島」を開局、その後、昭和30年代なって地上波テレビローカル局開局の時代を迎えます。

新聞とラジオの経営権を握る福島民報社がテレビの開局を目指すのは、いわば当然の流れと言えるかも知れませんが、一方、読売系の福島民友新聞社としては日本テレビの創始者である正力松太郎氏の系統ですから、福島エリア最先発局の主導権を民報社だけに委ねる訳にはいかないという思いから国（旧郵政省）に対する免許申請が双方から行われる形となりました。

具体的には、ラジオ福島テレビジョン（代表 飛鳥定城氏・民報）が1955年（昭和30年）10月から32年1月にかけて、福島市・郡山市・会津若松市にテレビ放送局の免許申請を行いました。

これに続いて、福島テレビ放送（発起人代表 和久幸男氏・民友）と、福島テレビジョン放送（発起人代表 油井賢太郎氏・福島商工会議所）が免許申請を行い、三社競願となりました。

しかし、三社の話し合いはまとまらず、昭和33年3月31日までの予備免許は失効し、その後、五社競願となりましたが、これも話し合いは難航し、昭和36年3月31日予備免許はまたも失効しました。ここに至り、当時の佐藤善一郎知事が大局的立場に立って調整する必要があると判断、昭和36年7月、県議会は、「民間テレビ対策特別委員会」を設置して集中審議を行い、ようやく翌

---

\*ぬかざわ しゅういち 福島テレビ(株) 代表取締役社長

\*\*やべ くみこ 福島テレビ(株) 取締役編成局長

37年3月23日申請者の合意が得られました。そして、3月31日の県議会本会議において、「福島テレビ」の設立にあたり福島県が50%を出資し、その株式を保有することを承認しました。

私の手元の資料では、福島県50%、飛鳥定城氏（民報）10%、和久幸男氏（民友）10%、太田耕造氏（元文部大臣）10%、油井賢太郎氏（福島商工会議所）5%、他4社あわせて15%の出資比率が決まり、昭和37年6月1日、福島テレビが創立されました。昭和38年4月1日の開局まで残り10カ月という極めて厳しい状況の中でのスタートでした。

開局の年、1963年（昭和38年）は、年明けから希にみる豪雪の年となりました。太平洋岸の「浜通り」、新幹線・東北自動車道ルートの「中通り」、そして新潟・群馬・栃木・山形と接する「会津」と同時3局開局を目指す私共福島テレビの先達は、まさに不眠不休で送受信施設の建設に取り組みました。

放送局は、浜通りが「いわき・水石山」、中通りが「福島・笹森山」、会津が「会津若松・背あぶり山」で特に、豪雪の背あぶり山は、地上からの機材運搬が出来ず防衛庁（現防衛省）に働きかけて陸上自衛隊の大型ヘリコプターを使って放送機器を運搬、ようやく4月1日の開局に漕ぎつけました。

株式の保有率によって、社長は福島県からの出向人事が望ましいと言うことで、初代・二代目は県の出納長経験者、三代目から六代目までは、副知事経験者、七代目になってフジ・サンケイグループ（産経新聞常務取締役）から代表取締役副社長に就任した中村啓治氏が代表取締役社長に昇進し、初の民間出身の社長が誕生しました。2001年（平成13年）6月のことです。

その日から6年が経過し、副社長のポストにあった私に八代目社長就任の要請があり熟慮の結果、これをお引き受けすることと致しました。

私は、2007年（平成19年）6月の総会で社長に就任、以来3期6年を務め2013年（平成25年）6月の総会でさらに4期目をお引き受けすることとなりました。2013年（平成25年）の総会で定款を変更、常勤・非常勤役員の任期を1期2年から1年と致しました。現在私は社長就任7年目でございます。

ところで、1963年（昭和38年）4月の開局当時、福島エリアの民間テレビは私共の福島テレビ一局でございましたから、オープンネットということで、4系列（日本テレビ・TBS・日本教育テレビ・フジテレビ）の高視聴率番組と人気番組を全て収容するという豪華編成でした。

但し、ニュースは、各系列から収容するという事になり、朝ニュースは、日本教育テレビ系列の「あさ7時のニュース」、お昼のニュースは、「フジテレニュース」、夕方帯は、日本テレビの「ニュースフラッシュ」、夜帯にはTBSのニュースというように各系列のニュースを時間帯に応じて収容していました。

また、ローカルニュースは、当初、夕方のみでスタート、続いて昼ニュース、夜ニュースと段階的に枠を広げ、やがて報道の宿直制度をスタートさせました。但し、ローカルニュースのタイトルは、開局時の申し合わせ事項として（月）・（水）・（金）が「福島民報ニュース」、（火）・（木）・（土）が「民友新聞ニュース」（日）が「FTVニュース」となっていました。これが全て「FTVニュース」に統一されたのは、2局目誕生後の、昭和46年8月のことでした。

また、朝のワイド番組として人気のあった日本教育テレビの「木島則夫モーニングショー」をはじめ、「七人の刑事」「ザ・ガードマン」「東芝日曜劇場」「水戸黄門」「お笑い頭の体操」「シャボン

玉ホリデイ」「コンバット」「三匹の侍」など一日を通して、人気番組を全て収容した番組編成となっていました。

私共の福島テレビ（FTV）開局（1963年昭和38年）の7年後、1970年（昭和45年）に多局化の幕開けとなる福島エリア2局目の「福島中央テレビ（FCT）」—日本テレビ・日本教育テレビ（のちのテレビ朝日）のクロス局が郡山本社で開局し、「福島テレビ（FTV）」はTBS・フジテレビのクロス局となりました。

そして、1981年（昭和56年）、福島中央テレビから日本教育テレビ（テレビ朝日）系が独立して3局目の「福島放送（KFB）」として、郡山本社で開局、最後に1983年（昭和58年）12月5日、TBS系が私共の福島テレビから独立して「テレビユー福島（TUF）」—（本社 福島市）が開局、私共の福島テレビはフジテレビ系列となって福島エリアは4局体制となりました。

ニュースネットワークとしては、1971年（昭和46年）からJNN（Japan News Network）に加盟し、以後12年間系列の一員としてやって参りましたが、テレビユー福島の開局によって、FNN（Fuji News Network）に正式加盟し今日に至っています。

—社長は何年入社ですか。

糠澤 私は、開局1期生で1963年（昭和38年）4月1日入社です。同期生は皆退職し、さびしくなりましたが、私はまだ50年間この会社にお世話になっております。テレビに入るならば是非報道現場、ニュースに携わりたいと思っていましたので、報道部配属が決まった時は、うれしさでいっぱいでした。

当時の民間テレビローカル局の報道現場はまだ弱体で、開局前の私共の先輩（既卒入社の方々）は日本テレビ系列のお隣の山形放送（YBC）の報道部のお世話になり研修を行いました。

開局当時の私共福島テレビ報道部は、部長・デスク以下10人体制でして、この中には、ニュースフィルムの現像担当の方も含まれておりました。新聞記者と違い、「目7・耳3」と言われ、まず映像最優先でした。16ミリカメラとポラロイドカメラ（1枚写真用）を携帯して撮影し、当然原稿も書く、のちには録音機（デスク）でインタビューとリポートも行う“記者・カメ”と言うか部長、デスクを除くと実質6人ほどで一人何役も担当しなければなりませんでした。

開局時は、夕方のニュースだけで精いっぱいという状況でしたが、10月改編期には、昼のネットニュースのローカル差し替えに踏み切りました。とも角、人数が少ないという思いが強くなりましたが、私共としては、開局が遅れた分一日も早くそれをとり戻し、ニュース・情報番組のいっそうの充実強化という方針で走り続けました。

—最初の頃は、一人で取材に加えて何役もしなければならなかったというお話ですが、カメラもその映像の編集もやっていたのでしょうか。

糠澤 その通りです。カメラは勿論回しました。16ミリカメラの名器と言われたDR（フェルモ）は今でも扱えると思います。編集も自分でやりましたし、一人何役もやらなければなりませんでした。それからニュースの運行業務も最初はCM運行ディレクターにお願いしていましたが、一連の作業の中で飛び込みもあるのでニュースの流れを知った者が担当するのが一番いいということになり、私共は、ニュースの送出というディレクター業務もしばらくの間交代で担当しました。他のローカルエリアの民放テレビも同じような経験をしたと思いますし、何でもやるという事は大変勉強になりました。

私共の報道現場の先輩には新聞社から移ってこられた人も多くいらっしゃいました。また、各エリアの最先発局はほとんどがラ・テ兼営局ですから、ラジオ局からテレビ部門に社内異動された方も多く、例えば報道部長とかデスクの中にもアナウンサー経験者が多くいらっしゃいました。ラジオ局は、デンスケという録音機を肩にかけ取材記者もアナウンサーと同じように取材活動を展開していました。お隣の東北放送さん（宮城）、山形放送さんは、ラ・テ兼営局ですから原稿は、ラジオで十分に経験を積んでおられ、それに後追いでテレビの映像が付く形で比較的円滑にテレビ化が進んだように感じています。

私共は、テレビ単営局なので、まず、映像ということでカメラの研修・訓練を徹底してやらされました。あわせて、原稿のまとめ方、書き方についても指導を受け、あとは、独学で力を付けなければと覚悟をして年数を重ねたということになります。

但し、取材記者とカメラマンは別であるという考え方も根強く、民間放送労働組合の強いところ、ラ・テ兼営局の現場などから記者とカメラの分業化が進んでゆきました。

しかし、私共福島テレビは社歴も浅く、しばらくの間、一人二役体制が続きました。

——当時は、大学でマスコミとか報道といった勉強は、ほとんどみなさんはせずに入社されていたのでしょうか。

糠澤 その通りです。教養課程で「マスコミ原論」を学ぶ機会はありませんでしたが、あとは、新聞・雑誌が教科書でした。ご承知のように米国では、マスコミ専門学科の卒業生が年間全米で4万人から4万5千人と伺っておりまして、この人達が、テレビ・ラジオ、言論雑誌の狭き門を目指し、実際にその道に就職出来るのは1万8千人から2万人、およそ全体の4割程度と聞いております。

私が入社した昭和30年代は、マスコミの専門学科というのがない時代で、取材・インタビューのあり方、原稿のまとめ方については、新聞記者をしていた自社のデスク、記者クラブでは当時、NHKの先輩からアドバイスを受けたことがありました。また、携帯ラジオを常時持ち歩き、夜は枕元に置いてNHKのラジオニュースを毎日聞いておりました。今もそうですが、NHKのラジオ原稿は参考になります。

いずれにしても毎日毎日の実務そのものが研修でありました。書いた原稿には必ず赤ペンが入り、頭から書き換えた方が速いケースすらありました。取材記者として日々の原稿や5分～10分の長めの企画モノの原稿が一定の時間で何とかまとまるようになるまでに3年から5年位はかかったと思います。

あとは、新聞社育ちの報道部長・デスクは、どうしても原稿最優先ということで、映像と音声で十分伝わる部分も原稿中心になってしまい、現場でしばしば衝突していたのも今はなつかしい思い出です。

——その辺りの試行錯誤とか方法論が固まってくるのは、だいたいどのくらいの時期なのでしょうか。

糠澤 毎日が取材と原稿・編集に追われ、昼ニュースが終われば夕方のニュース、そして、夜のニュースと気が付けば一日が終わっていました。開局の年の後半からは、夜勤・宿直体制も始まり、朝ニュースの送出も担当することになりました。

こうして、一日のニュースの取材から送出、報道現場での番組制作を手がけるまでに丸2年は掛ったと思います。

そして、多局化時代の幕開けとなる1970年（昭和45年）の福島中央テレビ開局を前に先発局と

してやるべき事をして差別化を図らなければという思いが全社的にございました。

——社長が入られて、そのあと新しく大卒の新人たちが採用されていったと思いますが、報道のスタッフが整っていくのには時間がかかったのでしょうか。

糠澤 開局が遅れた分、経営トップにも遅れをとり戻し、他エリアの先発局に追いつかなければという思いがあったと思います。従って、夕方のニュースから昼のニュース差し替え、夜ニュース宿直・朝ニュース送出となるとどうしても絶対数が不足し開局の年度内にカメラマンとフィルムの現像担当3名、翌年には新卒を含め3名が加わって16名体制となり、取材上の拠点である郡山支局に1名、会津若松支局に1名、いわき・平支局に地元出身の東京紙のカメラマン経験者1名常駐という形で一応の取材体制が整いました。

このあと、昭和39年には太平洋岸、浜通り北部の相双地区の拠点である原町市（現南相馬市）に報道カメラマン1名を配置しましたが、翌40年になってこれを支局に格上げして営業・報道の拠点とし、本社報道部から映像部門の責任者が支局長に就任し、取材網は短期間のうちに整ってゆきました。

しかし、福島エリアは広いですからネ。各支局が取材した放送素材のフィルムは、現像の為、急ぎの発生ものでも車で福島の本社まで運ばなければならず、トピックモノは、バス便で本社へ、会津若松支局や郡山支局から福島までは列車の乗客託送という時代がしばらく続きました。

### ネットチェンジ

——今までのお話にありました、JNNからFNNのネットワークになっていった際に、単にネットワークが変わるというだけではなくて、放送局の中身、編成の仕方が変わったりとか、あるいは報道の何か仕組みが変わったりとか、そういうことが実際にはありましたか。

糠澤 1971年（昭和46年）から1983年（昭和58年）までの12年間はJNNでそのあと福島エリア4局時代を迎えFNNに正式加盟する訳です。

まず、JNNですが、“ニュースのTBS” —キャスターニュースの草分けとしてのTBSでございましたから、しっかりした発想をする優秀な人材が多数いらっしゃいました。報道のデスク会等に出席する機会もあって、TBSをはじめ系列各局の方々には、何かとご指導賜りました。

1981年（昭和56年）には、米国三大ネットワークのひとつCBS研修にも参加をさせて頂き、ウォルター・クロムカイト氏との一問一答の場にも出席し、テレビジャーナリズムというか、ニュース・情報伝達のあり方、取り組みの姿勢等について改めて気の引き締まる思いを致したことが強く印象に残っています。

つまり、TBS、あるいはJNNを通じて教わったことがいかに自分自身の財産になったかという事です。TBS報道局の中には、不偏不党というか、時の政権に対しても相対するという明確な批判の意識を持った勢力があって、例えば後年、ロッキード事件の田中角栄元首相の東京地検出頭のスクープ映像を中継車を配置した状態で押えるなど、JNNの面目躍如たるものがありました。

さて、FNNですが、“JNNに追いつけ追い越せ”というのが恐らく報道現場の社是に近い意識としてあったと思います。ネットワーク報道現場の雰囲気は、非常に似ているものがありまして、発生モノの現場の生中継体制、ヘリスターの開発などに熱心に取り組んでいました。一言でいうならば、この努力が何時かは報われるという思いが私自身にもありました。その結果が、1985年

(昭和60年)8月12日の御巢鷹山の日航機墜落事故の時に“生存者4名発見”という世界的なスクープをやったのけます。これがテレビ媒体として初めて新聞協会賞に輝き、FNNの存在が定着し、夕方帯の「スーパータイム」の視聴率を押し上げます。いずれにしてもJNNの場合もFNNの場合もネットワークは共に報道現場として、友情と絆によって結ばれており、今日を以って“JNNとの別れの日”という時には夜9時すぎにファックスにて“長年の友情に感謝する”とのメッセージを發しました。同時にFNN各局に対してもファックスにて“FNNの限りなき友情の中で、福島から責任ある発信を行う”との誓いのメッセージを發したことを覚えています。

—系列が替わるときに、戸惑いみたいなものはありましたか。

糠澤 報道現場としては、半年ほど前からFNNのデスク会にオブザーバー参加という形で出席させて頂き、ネットワーク各局との連絡方式、福島発の逆ネットニュースの送出方法等について打ち合わせをさせて頂いておりましたのである程度心の準備は出来ておりました。

但し、TBSの全盛期ですから番組編成上の諸問題、売上に直結するスポンサーのカロリーの問題等編成的営業的には不安感がかなりあったと記憶しています。従って、私共の福島テレビではTBS系列の「テレビユー福島」が開局する1983年(昭和58年)12月5日のネットチェンジのギリギリまでTBSの人気番組を取り続けました。

率直に申し上げて、TBSから離れたくないという考え方をしていた社員がかなり多かったと記憶しています。

ところが、私共がFNS(フジネットワークシステム)・FNN(フジニュースネットワーク)に加盟した2年目から視聴率が上昇を続け、やがて、全日・ゴールデン・プライムの三冠の時を迎えます。あの13年連続の三冠の時代に入るわけです。

フジ系列に切り替わる前年—1982年(昭和57年)6月23日「東北新幹線」—大宮～盛岡間が開業します。東北にとっては、高速道に続く本格的な高速インフラの整備によって交流人口に大きな変化をもたらすという期待感が高まり、私共は、日々のニュースの他に1時間の特別番組をシリーズで制作し続けます。開業前の4月4日には、本格的な試運転の時期をとらえ、新幹線ルートにあるTBS系列の4社、TBS—福島テレビ—東北放送—岩手放送を結ぶ共同制作番組『開業への始動』～東北新幹線～を放送しました。ネットチェンジ前夜ということもあって福島エリアをカバーしていたフジ系列の仙台放送さんが水面下で協力を求めてこられました。

ニュースに関しての「JNN協定」は、当然のことながら、厳しいし・ばりがございます。ニュースに関する素材のやりとり、情報の守秘義務です。従って、共同記者会見や共同取材等新聞各社を含め系列を越えて対応出来る事項についてご協力を申し上げました。

TBSからフジテレビへのネットチェンジは、私共の福島テレビにとっては、極めて大きな出来事でしたが、結果としては、TBSの全盛期にその系列で恩恵を受け、ネットチェンジ後はフジテレビの視聴率三冠に支えられて恩恵を受けるという恵まれた環境で歩み続けることが出来ました。

但し、ネットチェンジが決まったあともTBSの番組をとり続けた事に対するペナルティもございました。円グラフとベンツマークを思い起こして頂きたいと存じます。まず、ネット配分金(系列の番組をネットしたことに対する放送料金)が全体の3分の1(近年は27～28%)東京支社が担当する首都圏のタイム・スポットが全体の3分の1強(33～34%)、残る3分の1は、大阪、仙台と福島エリアの本社と郡山・会津若松・いわき各社の売り上げによって全体の放送収入を維持して

いる訳です。

前段のペナルティというのは、このうちのネット配分金の部分です。ネット配分金の目減り部分については、私共の東京支社がセールス活動の自社売り（自由裁量権）によって埋め合わせをして参りました。

しかし、こうしたペナルティの時代も数年前には解消し、この度の歴史的な大震災・原発事故に際しては、物心両面からFNS・FNNの力強いご支援を賜っており、ネットチェンジ上の様々な問題も今は、なつかしい思い出として大切にしたいと考えています。

### 自主制作ニュースと視聴率競争

—東京支社で、首都圏で売り上げを埋めるといのは、基本的に東京でCMを確保していかなければならぬわけですね。

糠澤 まず、キーステーションが電通・博報堂をはじめ各広告代理店と交渉して取り扱う「タイム」—番組提供、「スポット」—番組と番組の繋ぎの時間のカロリー（CM単価）、そして、私共が独自で対応する「タイム」、「スポット」のカロリーとローカルエリアのカロリーとは基本的に桁が違いますので、テレビ業界にとって東京支社の存在は経営上極めて重要です。

もともと、番組制作費のバックボーンとなるタイム提供が最も重要なのですが、その単価が上がって、かつての「東芝日曜劇場」のように1社だけでひとつの番組が持てなくなりました。いわゆる何社かの相乗り提供という形の時代に入って参ります。これに伴って物流・物販の宣伝効果上がるのは、番組と番組とを繋ぐスポット枠ということで注目され、バブル時代になって番組提供をスポット投下量が凌ぐまでになって参ります。

テレビ業界は知恵を出して1時間（60分）当たり1分（60秒）と言われた時代から1時間のスポット枠を2分～3分、さらに公称1時間番組は実質53分とか54分へと移行してゆきました。現在そうなってますね。それは、スポット枠を生み出す為に業界全体で考え出した知恵ということになります。

—その「面積」というのは、独特な言い方ですね。

糠澤 ご承知のようにこれらの「タイム」、「スポット」の単価は、視聴率によって決まって参ります。つまり、視聴率が他系列より良ければ、同じ契約料金でCM挿入枠が少なく済みますが逆に視聴率が悪ければ一定日時でのCM挿入量—その本数を増やして対応しなければなりません。一日は24時間しかございません。これが売り場面積—「GRP」という呼び方をしております、視聴率の低下が経営上の死活問題になって参ります。視聴率は、このところ「日本テレビ」と「テレビ朝日」が好調です。従って、日本テレビは2013年（平成25年）スポットの売上げを伸ばし、フジテレビは9年ぶりにスポット売上日本一の座を日本テレビに明け渡しました。私共福島テレビは、フジ系列ではありますが、午前6時から24時までの「全日視聴率」が最近までトップ、現在は2位となっておりますが、これによって全体的な売り場面積を何とか確保しております。

—視聴率という観点からいうと、福島の場合には、90年代の終わりくらいに、もう52週の視聴率に変わっていますが、それは大きな転換だったのでしょうか。

糠澤 聞き取り調査（アンケート方式）による「日記式」は開局時から1982年（昭和57年）まで続きまして、福島エリア4局時代を前に「月2週の機械式」に移りました。年間を通しての

「52週（各週）機械式」は1997年（平成9年）から実施され現在に至っています。クライアント側からすればエリアパワーと各局のステーションパワーがより判断し易くなったということは言えるでしょう。但し、この調査は、リアルタイム視聴が対象となりますので録画視聴とかBS視聴は入って参りません。

かつて、ゴールデン帯70%とか言われたHUT（総世帯視聴率）がこのところ5～8%低下して参りました。東・名・阪に加えて、札幌・仙台・広島・福岡といった主要地方都市でも在宅率が低下し、総世帯視聴率が60%台に低迷するようになりました。

つまり、テレビ視聴の出口が家庭用の大型テレビだけでなく、パソコン、ワンセグ、iPadでも見られるようになって参りました。また、録画視聴も増えて参りました。従って、現在の在宅、リアルタイム視聴を対象とした、いわば限定的な「視聴率調査」について見直しが必要であるという考え方が出て参りました。

総世帯視聴率の数値が低い中で、更に各番組の視聴率が低くなれば番組提供の意味や出稿にも影響を与えかねない訳です。

平成25年11月の民間放送連盟大会のパネルディスカッションでもこの事が浮き彫りにされました。視聴率とその調査のあり方が地上デジタル時代と共にテレビ業界全体の大きな課題となっております。

—それは視聴率調査が90年代の機械式の52週辺りから、かなり厳密というかタイトになってきたことに原因があるのでしょうか、それともそれ以前からもうあったのでしょうか。

糠澤 視聴率重視は、日記式の時代からの原則ですネ。但し、右肩上がりの高度経済成長期、バブル期には、多少大掴みの考え方があって、電通・博報堂をはじめ各クライアントとも3月の決算期には『期余り予算』と呼ぶ広告広報予算の残高整理の習慣がございました。例えば、“福島テレビさんは年間、年度視聴率がよかったですので、この番組にタイム提供をしましょう”とか、スポット枠に特別出稿という形で上積みしてくれる、かつてはそのような予期せぬ収入があったのです。

現在は、かなり厳密になっておりまして、視聴率は絶対条件になっています。私共は今年（平成25年）29回目を迎えた『東日本女子駅伝』という大きなスポーツイベントを担当して参りましたが、このところ女子陸上界のスター不足から全国的にも“走りもの”の視聴率が低迷しております。従って、今年の大会で視聴率が更に低下するようなことになれば、来年の第30回大会の提供スポンサーとカロリーに重大な影響が出て参ります。

私は、ニュース現場での報道育ちだったものですから、視聴率を余りに気にせずには仕事をしておりましたが、2局目の「福島中央テレビ」さんの開局によってエリア内に競争相手が生まれましたので、これをきっかけにニュース・情報番組、自社制作番組の一層の強化を目指すことになり、開局10周年にあたる1973年（昭和48年）10月1日から夕方帯のニュース・情報番組「FTVテレポート」をスタートさせています。

—これは、いわゆる「スーパーニュース」の枠の中で。

糠澤 当時はTBSの夕方メインニュースは、18時30分～19時00分までの30分でしたので、私共は、18時00分からローカル枠として独自のニュース・情報番組の時間を確保し、先の「FTVテレポート」というタイトルで放送に踏み切りました。このあといったんネットニュースにつながる、ローカル枠についても当然差し換えを行って、最後はお天気情報を放送しました。従って、視

聴者は18時帯全体が「FTV テレポート」枠という印象でご覧になっていたかもしれません。

——当初からこの1時間枠は取れていたのですか。

糠澤 民間放送界の夕方帯で18時台全体を使い始めたのはTBSのキャスターニュースが草分けだったと思います。そして、17時台をキーステーション、ローカル局ともにニュース・情報系で利活用しはじめたのはここ20年～30年ということです。

私共福島テレビでもいわゆるストレートニュース時代は、夕方のメインニュースでも15分枠でしたから。やがて、民間テレビの急成長、売り上げが伸びて参りますと、各ローカルエリアも当然のこととしてニュースをはじめ自社制作番組の充実強化をしてテレビ局らしい事業の展開、地域貢献が大きなテーマとなって参ります。

これを経営上の収入構造から見て参りますと、私共福島テレビの開局時、1963年・昭和38年度の売り上げは、年間8億9千万円でした。これが5年後1968年・昭和43年度になると18億5千万円、1973年・昭和48年度には28億6千万円、以後1978年・昭和53年度49億5千万円とおよそ50億円時代を迎える訳です。

売り上げは、平成に入って更に上昇を続け、1993年・平成5年度68億9千万円、1997年・平成9年度77億9千万円に達し、翌1998年・平成10年度も77億2千万円を確保しました。

その後、バブル崩壊、リーマンショック等をへて年間売上げを60億円台に下げましたが、今震災・原発事故のあとも放送収入と事業収入を合わせて60億円台を維持しています。民間放送は、NHKのように聴視料による収入はありませんから、まず、売り上げをきちんと確保しなければなりません。経営の安定なくしてメディアとして天下国家にモノ申す訳には参りません。

ようやく各局、各系列ともに地上デジタル投資（福島テレビの場合60億超）がヤマ場を越しましたが、アナログ鉄塔の撤去という課題を解決しなければなりません。具体的には、こうした経営環境の中で、ニュース・情報番組、自社制作番組と地域貢献の為の各種事業にどれだけの予算を振り向ける事が出来るかという事になります。

今震災後の平成24年度の予算執行の中で、この内容を見てみたいと思います。売り上げが62億2千万円、人件費が22.3%（13億8千万円）、設備投資が2億4千万円、番組制作費が7.2%（4億4,800万円）ということになっています。

私共福島テレビとしては、自社制作のニュース・情報番組・原発事故からの地域再生に向けての各種番組の制作と事業展開に現在最大の努力を傾けていると申し上げてよろしいかと存じます。

### 地方の再認識・再発見

——これは、他の地方民放局でもしばしば聞くことがあるのですが、地域での民放の主権といいますか、独自性という問題意識は非常に強く、今後その役割が強くなってきているように思います。おそらく、全国的にそうした傾向があるのだらうと思うのですが、その辺りはいかがですか。

糠澤 言葉を変えて申し上げますと地方の時代の再認識、再発見ということですね。日本全体の戦後の足跡を見るといかなる時も首都圏・大都市を中心とした経済活動と農林漁業を含めた食料供給基地としての地方とのバランスの中で歩んできたことを強調しない訳には参りません。福島エリアでのテレビ局の使命を考える時、まず、少子高齢化—日本・東北・福島全体の人口動態にメスを入れ、そこから近未来、将来に向けて様々な発想をして参らなければならないと考えています。

まず、東北で200万人以上の人口を有するのは宮城県の232万人、仙台市だけで102万人ですからね。次いで最近まで202万人だった福島県が196万人、青森県135万人、岩手県130万人、山形県115万人、秋田県106万人ということで、東北全体で915万人です。東北6県1,000万人と言われた時代から85万人が減少し、いずれ800万人台になって参ります。こうした人口減少少子高齢化の中で、私共メディアは、地域を守り、歴史と伝統文化を守り、農林漁業、伝統産業を守り、自然景観、観光資源を守り、交流人口の増加をめざしてこの部分を育ててゆく使命を背負っています。

つまり、近未来、将来のエリア内の現状を県民・視聴者の皆様に正しく理解して頂き、県外、特に首都圏・西日本全域あるいは海外に向け、これを発信して参らなければなりません。ニュース・情報番組、自社制作番組の切り口は前段に申し上げた中に無尽蔵に眠っていることを指摘しないわけには参りません。特に、この度の歴史的な震災と原発事故を受けてここからの地域再生は“ふくしまの地方の時代”“少子高齢化とふくしまの時代”を根本から見つめ直し、この機会を捕えて新しく地域をつくり替えるという強い信念のもとでメディアとしてのエネルギーを燃やし続けなければならないと考えています。

—そういう理念・コンセプトが強くなったのは、やはり震災が大きいですか。それ以前からあったのでしょうか。

糠澤 もちろんそれ以前からですが、福島県の場合、原発事故の影響で少子高齢化の進捗が早まってしまいました。私は自分自身の持論として、人口動態に基づく地域社会の近未来とか雇用のあり方について考えて参りましたから。今震災をきっかけにいよいよこのテーマが大きいのしかかってきたという思いです。それから視聴者の絶対数が減ってくれば、物販のための宣伝効果と申しますか、200万の視聴者に対する発信と100万への発信では、当然投下量が違ってきますからね。民間放送が人口減少の中で、限界産業ということはもう目に見えているわけで、社会全体、メディア業界全体でそれをどうソフトランディングさせるかというのが長期的にみて重要になって参ります。

—今のお話を聞くと、東京で普段学生と接しているときに感じる学生の意識とのギャップを感じます。東京にいてどうしても中央志向が強いにもかかわらず、実際にはテレビの番組を作りたいという場合にはプロダクションが主な受け皿になっています。もちろん、いろいろな志向があっているのですが、自分の等身大で番組や社会と接していくには、地方民放の方がストレートな関係ができると思うのです。

糠澤 例えば、キーステーション—フジテレビの社員数は、現在1,400人~1,500人ほどいらっしゃいますが、更に、契約関係にあるプロダクション関連も入っていらっしゃる—一日の出入りがおよそ1万人という事になります。志を持って入社しても大人数の中に埋もれてしまい、持てる才能が発揮できませんからね。特に、首都圏・大都市の局さんは、外部プロダクションとの関係が深く、番組によっては丸投げしているケースもありますからね。報道現場でニュースに携わっている方々は、直接様々な経験が出来るでしょうが、番組制作は直接関わりようがない、ましてや自らの手で台本を書くような環境にはございけませんからね。逆に、私共ローカル局は、いくらでもそのチャンスがあり、実際に企画も台本も取材も、更には編集も十分に経験できますから、この世界が好きで入ってきた人間にとっては、やり甲斐があると思います。しかし、私共の社でもここ10年ほどですかね、報道現場でも営業現場でも入社4~5年で辞めるケースが出てきています。人生のステップアップということでもっといい職場があるはずという思いがあるんですね。例えば電子

ネット関係などへの転出。しかし、転職して少し経つと、もう少し福島テレビで汗かきをした方が良かったという声も聞こえてきます。私自身も終身雇用に固執は致しませんが、3年後、5年後、10年後あるいは“50代以降の我が人生”という事は頭の中になんかあるかと思えます。

矢部 ローカル局を受験する希望者が少なくなっていますね。ましてや福島地区は特別ですけども、アナウンサーも含めて少なくなっています。ローカル局でどうしてもマスコミをやりたいという学生さんの母集団の数がすごく減っています。

糠澤 私共は50年の歴史があります。かつ、はっきり申し上げて、月例給、福利厚生、それから退職金規定も含めて、福島テレビはローカル局ではありますが全国の中でも高レベルにあると自負しています。どうして新入社員で入った人達がその会社を更に発展させようという気持ちにならないのかという思いです。大学卒業までに学科で何を学んだのかと言うよりも、幼児教育からの躰とか精神面の挑戦する気構えと粘り強さ、そのことが重要なんだろうと思っています。一定水準であれば、個人の能力差は殆どないと思うんです。課題は、精神面、信念ですね。

—では、少し角度を変えて、福島県内の福島と郡山の関係をお伺いしたいと思います。福島県の場合は、4つの局が福島市と郡山市の二つに分かれて本社を構えています。こうした関係は、福島県の特徴だと思います。

糠澤 テレビ部門は、県庁所在地の「福島」にNHKと民間テレビ2局（FTV・TUF）、ラジオ部門は、ラジオ福島（RFC）が本社を構えています。また、新聞社は、福島民報社、福島民友新聞社が共に福島に本社がありますが、郡山本社とか郡山総支社という名称で人員配置上、両新聞社とも郡山を最重要拠点としています。一方、郡山にはテレビ部門で2局（FCT・KFB）が本社を構え、ラジオ部門は後発のエフエム福島が本社を構えています。特に、福島と郡山というように同程度の人口を有する都市にそれぞれテレビが2局ずつ本社を構えている例は全国的にも福島エリアだけだと思います。

人口は、現在避難者の多いいわき市が36万人で仙台に次いで東北2番目、郡山市が35万人、秋田市とはほぼ同じですか。福島市が避難者を含めて30万人弱となっています。県全体では2013年（平成25年）12月現在196万人ということで、福島と郡山がある中通り（東北道・新幹線ルート）に県人口の65%強が集積しています。従って、視聴率調査もこの中通りからサンプリングをして実施している訳で、調査ポイントは人口割で郡山市が一番多いんです。ですから、経済活動、テレビの視聴率面でも福島置局の各社は郡山を意識しない訳には参りません。従って、私共福島テレビは「郡山総支社」と位置付け、いわき支社と会津若松支社を組織上その傘下に置き、報道現場には報道部長以下4名とカメラマン3名、取材車両2台を配置、営業と報道を合わせて15名の人員で運営しています。あとは、本社がカバーしている「相双地区」と郡山総支社がカバーしている「白河・県南地区」が日中の空白地帯で、特に原発事故のあとは、相双地区（南相馬市・相馬市）に常駐の取材拠点を置かなければと考えているところです。

### 新たなメディア・テクノロジーと展望

—今地方エリアの民放ネットワークのお話をお伺いしたのですが、それとも関連する80年代のBC・CSが入ってきた多チャンネルのときとか、いくつか外在的なポイントがあったと思うのですが、その点についてはいかがでしょうか。

糠澤 BSはご承知のように、民間放送各系列とも最初はお荷物でスタートしました。今はBS

視聴率が安定しました。テレショップの踊り場になってしまっているところがありますが、それは別としても、売上げが上がって経営的には安定してきています。特にBSフジの場合は、「プライムニュース」のような非常にしっかりした番組が登場して参りました。また、サッカー、プロ野球、ゴルフなどスポーツ中継も含めしっかりしたコンテンツの編成が行われるようになっております。BSと地デジはライバル関係にあると言っている人もいますが、私はまさにこれこそ連携、棲み分けの世界だと思っています。BS・CS多チャンネル化は、その当時いろいろ首都圏から心配事や課題がいっぱい投げられてきていましたが、今はその必要はなくなっています。むしろインターネットのほうが営業的にも、情報の出口・収集の受けとしても重要だと思っています。いわばジャンル別に分けると、放送と通信の融合なんてことになると、こっちが融けてなくなっちゃいますから連携ということになるんですけれども、これはキーステーションであるフジテレビさんも相当真剣になって考えておられます。

今はニュースの中身よりも、ほとんど見出しをiPadとかワンセグなどで見てしまって、しっかり落ち着いてテレビの前でニュースを見るというよりも、その時間は外歩きしていて適当に楽しんでリアルタイムでニュースを見る人が少なくなってきました。しかも、通信業界全体が急速に発展しましたから、ローカル局の生き残りについては、相当真剣に考えていかなければなりません。

ただビジョンという放送手段は、最後まで残るとは思っています。キーステーションとローカルステーションとの関係が、運命共同体としていつまで維持出来るのか、かなり先の事かもしれませんが、時移り、人替わり、時代が移ればこの事が現実となる時は必ずやってくると考えております。——実際にインターネットのサイトを構築していくというのは進めていらっしゃるのですか。

糠澤 私共は、ユーチューブで発信しています。その日のニュースの主だった項目も全部、ユーチューブを覗けば見ることが可能です。

福島エリアでその日何があったのか、明日、今週どうということが展開されるのだということは、ローカル局最大の使命として発信していかなければなりません。信頼の証として常にそれがわかるようにしておかなければならないと考えています。

それから原発の廃炉まで実に40年かかるわけですが、福島原発の今日現在、例えば污水問題はどうなっているのかという事について、福島テレビのニュースをリアルタイム、あるいは収録で見せて頂く、あわせてユーチューブでも情報は取れるようしておかなければならないと思っています。但し、全ての情報は視聴者のための安全・安心情報でなければなりませんと考えています。

——むしろインターネット時代の現在のほうが、いろいろな意味で課題と可能性があるということですね。

糠澤 前段で申し上げました通り、放送と通信の連携の時代を迎え、あわせて日進月歩の技術革新によって、情報の収集と発信に限りない可能性が出て来ています。但し、情報の収集と発信には必ずヒトが介在します。これが世代交代に伴う価値観の変化によってどう変わってゆくのかということです。

1940年代生まれの「団塊の世代」、1960年代生まれの「新人類」と「バブル世代」、これが1970年代以降、現在は「団塊の世代ジュニア」、「新人類ジュニア」、「バブル世代ジュニア」が40代、30代、20代、人口にしておよそ3千万人となって年代的に日常生活の主導的立場になってきています。つまり、少子高齢化の中で価値観の違うこれらの世代が複雑に入り組んで、どんな形で情報

収集をしているのか、モバイルの需要と使い方を含めテレビ業界にとっては目が離せません。こうした中であって福島エリアの情報の源のひとつとして必ず見て頂くステーションとして、福島テレビが常に存在しているという姿・形を維持してゆかなければなりません。

—実際にいくつも震災のときの情報行動の調査がありますけれども、傾向として言えるのは、直後はいわゆるインターネットとかミクシィとかツイッターなどがかなり有効だという認知がされていましたが、少し経つてくると、特にテレビで情報を得るタイプが多くなってきます。信頼度も含めてですが。

だから直後の状態と、ある程度落ち着いた状態とメディアの機能や役割の働き方は違うと思います。

糠澤 今震災の社内対策本部会で私が何度も強調したのは、放射能の空間線量を含めた原発の状況をリアルタイムで分かるようにすること、あわせて、水・食料・電気・燃料・交通手段と道路状況、生活に関する相談所、相談コーナーの場所と時間などいわゆるライフラインを質的にも量的にも情報全体の60%を占めるような発信形態が望ましいということでした。勿論、コマーシャルを全部飛ばしての災害報道ではございましたが、この点については、ラジオをお持ちのNHKさんの報道、そして、地元のラジオ福島（RFC）さんのライフライン報道が数段優れていたと考えています。

今震災と原発事故は、学ばなければならない教訓、を数多く残して参りましたし、今も日々教訓となる事項が次々と出てきております。

—取材の場面では、インターネットが普及して、取材方法とかあるいは連絡方法とかは変わりましたか。

糠澤 私も、第一線の記者、それからデスク、報道部長、報道制作局長経験者としてくり返し申し上げているのは、大いに参考にして結構である。但し、必ず裏を取っての最終チェックが必要であるという事です。

インターネット情報は、収集元、発信者によっては、信頼性の高いものもありますが、特に個人から不特定多数の方々に発信しているモノの中には、その動機や目的によってミス・リードになりかねないモノが多く、必ず客観的の方々から裏をとって総合的に判断しないと大きな間違いを犯すこととなります。同様にインターネット上の映像使用と転用については、著作権と肖像権という立場から細心の注意が必要となります。

—先日、ある新聞のデスクの方が反省を込めておっしゃっていたのは、現場に行っている記者から、今は電話を使わずに全部メールでやり取りしてしまっていて、それが原因で誤報を出しかねないという話をされました。つまりメールはミスリーディングをしたままコミュニケーションが遂行されてしまうという趣旨の話がされていました。

糠澤 それは全くその通りだと思います。メールや活字—文章だけでは微妙なモノ事の判断は出来ませんし、ニュアンスも伝わりません。必ず「フェイス・トゥ・フェイス」による話し合い、電話による担当者同士の肉声による確認をして発信しませんと大きなミスを犯すこととなります。

### 災害報道と福島テレビの役割

—では、2番目の地域とのかかわりについてあらためてお聞きしたいと思います。先ほども原発のお話をお聞きしましたが、この間の震災と原発事故も含め福島で取り組んできた問題やその取り組み方はどのようなものだったのでしょうか。

糠澤 まず、「災害報道」については、申し上げるまでもなく人命と直結しており、個人の生活

の場、地域社会の破壊をいかに食い止めるかという点でもメディアに対する信頼の原点、最重要の柱ということが出来ます。その報道の内容によって、その局の存在感、メディアとしての力量が問われる訳で一切の弁明は許されません。極めて厳しい結果が待ち受けています。

この度の「東日本大震災」と「東京電力・福島第一原子力発電所事故」でもお分かりのように、まず以って、重要なのが震災の姿・形—地域地域の被害の実情を映像と音声で伝えると同時に常に災害の全体像を分り易く繰り返し繰り返し報じなければなりません。しかも、この度の津波の実態を見る限り、まさにリアルタイムで安全な場所への避難を繰り返し呼びかけなければなりません。あわせて、人心を落ち着かせる安心情報とライフラインの情報発信を各地域単位にキメ細かに行って参らなければなりません。

また、「福島エリア」の場合は、2011年（平成23年）3月11日大震災の翌12日と一日おいた14日の2回にわたって発生した原発の水素爆発による放射能飛散事故—これに対する政府と各都道府県・そして各市町村と東京電力の実態報告、国民・住民に対する説明に一貫性がなかったことが誠に残念で、民主党政権でしたけれども国の危機管理と原子力災害事故の対応についての体制がいかに脆弱であったかその現状を露呈した形となりました。

一番の問題は、放射性物質の数値の公表のあり方にあると思います。ひとつは、空気中の「空間線量」と人体に付着したり体内に取り込まれる「被曝線量」との相関関係です。内閣と経産省、文科省、農水省、そして東京電力から放射能の数値が相次いで公表されました。この数値がそのまま「被曝線量」に直結すると考えた方々が大多数で、これによって必要以上の“放射能恐怖症”を生み出してしまったということです。いったん心の中に入り込んだ恐怖感を取り除くのは大変なことです。私共メディアの日々の発信の中でもこの部分について大いに反省しなければなりません。数値の公表は安心情報につながらなければなりません。この問題が落ち着くまでにはある程度の時間が掛るでしょう。

また、地域再生のために不可欠であるとして行っている「除染」ですけれども、これは、地域によって、急ぎ徹底して行くべき所とそうでない所、線量によっては時間的な経過を見て、例えば通勤通学路やホットスポット中心の除染に絞るといった選択肢もある訳です。

更に、福島市の場合、市街地の近くに信夫山とか花見山とか小高い山があります。これらの山については、平地からのり面で30メートルまでしか除染は行いません。そういう決めにしているんです。雨が降って山の上から流れ落ちれば除染をした所の線量はどうなりますか。つまり、時間とお金の無駄遣いになるような除染はいかなものかという考え方が発生から3年という所まで出て参りました。

例えば、福島市街でマンションに住んでいる方々の殆どは、ベランダまでの除染は必要ないと申し出てきています。つまり、側溝とか生活に直結するマンション敷地の地面の部分に絞って行って頂きたいということです。浜通り・中通・会津と避難されている方々の中の幼児の甲状腺ガンとの因果関係については、3年～5年～10年と経過を見なければ判断は出来ません。現在の線量では、医学的に見ても殆ど心配がないというのが定説です。

2020年の東京オリンピックが決定し、安倍総理がこれに先立って、外洋への影響を含め汚染水はしっかりと管理されている旨のメッセージを内外に向けて発信しました。また、オリンピックまでに原発事故からの安全・安心な環境づくりを責任をもって行うとの国際社会に向けてのメッセー

ジもあわせて発信しています。具体的には、「東京電力福島第一原子力発電所」と原発立地地域である双葉町・大熊町並びにその周辺地域を含め少なくとも10年以上、生活空間としての再生が不可能な地域（2020年の東京オリンピックまでに地域再生が出来ない地域は当然含まれます）を国の責任でしっかりと分けし、あとは緩衝地帯を設定して、これ以外の地域については、除染をして生活の場、雇用の場としての地域再生を促進する。これと並行して「中間貯蔵施設」を整備し懸念されている仮置場の汚染物をここに移してしっかりと保管する。この形が見えてくれば、あとは「福島第一原子力発電所」内の放射能の封じ込めということになります。

今、最大の課題（全体の80%）は汚染水対策ですが、メルトダウンした放射性物質の形状が地中でどうなっているのか最終確認が出来ていません。従って、阿武隈山系から流れるおびただしい量の伏流水が放射性物質に触れないよう「凍土方式」によってこれをしっかりとガードすると共に、海洋汚染が広がらないよう原発の専用港の内外で「水コンクリート（薬剤投入）」による防止対策を進め、これを遮断している訳です。安部総理が「汚染水はしっかりと管理されている」とくり返しメッセージを発したのはこの部分です。

最後に「福島第一原発」の1号機から4号機、さらに5号機、6号機についても廃炉とすることが決まりました。しかし、一口に廃炉と言いますが全てが完了するまでに40年という歳月を必要とします。現在停止している原発はそのまま10年間しっかりと管理して、まず冷やさなければなりません。放射能と向き合いながら解体が始まるのはその後のことです。

従って、廃炉に向けての第一弾として、4号機を手始めに燃料棒の移送が昨年からは開始されました。この作業だけで5年ほどかかるんですネ。その後に地中までメルトダウンした放射能物質（燃料）を追跡して取り出すことになるわけですが、ロボットを使用する部分、あるいは土壌ごと取り出す部分等いろいろのケースが考えられ、全体像を掌握するまでにはまだかなりの時間がかかります。

これらの後始末は、我が国で初めてのケースとなりますし、低線量被曝自体が全世界で初めてのケースでございますので今後の事故対策、原子力行政の為にも、しっかりと記録を残しながら汚染水処理設備等の研究・開発を並行して進める。この部分が国の危機管理上極めて重要になって参ります。

あわせて、事故のあった「福島第一原発」とその周辺を次世代に負の遺産として引き継ぐ訳には参りません。2020年の東京オリンピックまでに、国としての危機管理上の特別エリアに指定し、見学コースとして受け入れ体制を整える必要があると考えます。

小・中・高校の修学旅行コースとして、又は国内外からの方々に「ふくしま」のありのままの姿をその目で見て頂き、宿泊して頂く、福島県内で採れた農産物、水産物を食して頂く、あわせてこの機会に、福島県の緑豊かな大自然に四季を通じて触れて頂く。これによって交流人口が増え、雇用創出の環境が整えば、安全・安心が定着して参りますし、“災いを転ずる”諸条件が整ってくると信じています。地域再生に向けての強い思いと常に地域住民と共に歩むという信念が地域メディアとして極めて重要になって参ります。

## 選挙報道と民主主義

—先ほど選挙報道について触れていらっしゃいましたが、この点の重要性についてお聞かせください。

糠澤 まず、報道内容全般について申し上げるならば、365日平時に硬軟織り交ぜて何を伝えるかという事が最も重要ですが、逆に、発生モノ—人命に関わる「災害報道」と民主主義の根幹を支える「選挙報道」がメディア、特に、テレビメディアの雌雄を決する二大テーマと考えています。「災害報道」についてはすでに前段で申し上げた通りです。

さて、「選挙報道」ですが、私が一番憂っているのは投票率の低下と棄権の問題です。国民の教育レベルと自覚のなさという事になるのでしょうか？経済成長の中でいつの間にか衣・食・住にゆとりが出て、“飽食の時代”を謳歌し、言葉は悪いのですが“平和ボケ”が蔓延、定着してしまった。つまり、誰が立候補して誰が当選するのかという報道だけでなく、有権者の危機感と意識を呼び覚ます報道、キャンペーン、解説をローカルエリアでも繰り返し行う時が来たかと認識しております。大都市—首都圏をはじめ人口集積地ほど投票率が低いのですが、一票の格差以前の大きな課題として首長選挙や国政選挙、地方選挙で有権者全体の4割程度の投票率で代表が決まってゆくというのはどうしても納得できません。「災害報道」と「選挙報道」は、時間に制限があるニュース枠に加えて説得力ある解説部分にもっと時間を割き、民間テレビとしてもこの部分に力を注いでゆかなければなりません。

このところ行われている福島県内の首長選挙では、当然原発事故や脱原発が焦点となっています。問題は、「東京電力福島第一原子力発電所」事故による放射能の『空間線量』と人体に影響のある『被曝線量』との相関関係、因果関係についての説明不足です。数値が、政府・行政・マスコミによって次々と公表されましたが、空間線量と被曝線量をごっちゃになって多くの方々に誤認され、必要以上の不安感を植え付けてしまったことです。

この状態の中で選挙戦が展開されている訳です。現職に批判が集中し、極めて厳しい審判が下されています。この中で相馬市だけは、市長が先頭に立って空間線量と被曝線量についてくり返し丁寧な説明を行ってきた経緯がございます。

—解説委員というのは、例えばNHKの解説委員のようなイメージですか。

糠澤 イメージとしてはその通りですが、NHKさんのように各ジャンル別の専門家でなくても、自社の報道局長、制作局長、報道部長、制作部長、アナウンス担当局長（又は部長）、あるいは経済界を代表的する方々、大学教授、講師等、地域社会の中にもきちんと解説できる方々はいらっしゃると思います。“情報開示の時代”を迎え、一ローカル局に於いても他社に先駆け前向きに取り組まなければならないと考えています。つまり、伝えなければならないローカル情報は沢山ありますし、特に、今震災と福島エリアの原発事故後の様々なトラブル等については、分かり易く親しみ易く、安全安心情報という意味でも解説・ミニ解説はどうしても必要になって参ります。一方、気象情報、災害情報等については、今震災を受けて専門の気象予報士等を採用し、わかり易くより詳しく伝えてゆく、このことがニュース・情報番組と視聴者との信頼関係構築に不可欠な時代に入ってきたと認識しています。

### 県民のテレビとしての地域貢献

—今日のお話の冒頭で福島テレビの歴史をお伺いしましたが、あらためて最後に福島テレビの株を県が50%持っているという点についてお伺いしたいと思います。このケースは全国的にも珍しく、一般的な言い方をしますと報道の編集の独立と経営の問題、特に福島テレビは県、行政との関係になりますが、この関係に

は緊張感が伴っているのではないかと思います。

糠澤 かなりの方々が私共の株式を県が50%保有している事に驚かれます。今の時代ということで、素朴な疑問をもたれるのかもしれませんが。6年前に佐藤栄佐久前知事の汚職事件がありました時、私共福島テレビの報道が最も手厳しかったのではないのでしょうか。映像的にも原稿内容も手心を加えた事実は全くございませんし、報道機関としての姿勢はきちんと貫いたと認識しています。私自身も報道現場の出身ですけれども、社長の口から報道現場に直接指示・命令というような業務上の流れにはなっておりませんし、ミスリードになるような接触は一切ございません。ただし、私自身が知り得た情報は、担当役員を通して報道現場に下ろしますし、報道現場からも情報は常に上がってくる事になっています。田中角栄元首相（故人）のロッキード事件や佐藤栄佐久前知事の贈収賄事件について、私個人としては日本の司法制度について考えている事がございますが、一連の汚職事件については真正面からの報道で全て乗り切っております。また、2013年（平成25年）6月24日現在、福島県議会から非常勤取締役3名と監査役1名の計4名が入っておりますが、これらの方々から報道現場に発言が及ぶような組織には一切なっていません。何かそのような動きがあった場合には、代表権者である私の責任に於いてしっかりと守って参ります。

——それは組織の規範みたいなものに加えて、社長がずっと最初から会社として作ってきた文化、社風といってもよいのでしょうか。

糠澤 別に私個人の力ではなく、開局以来脈々と流れてきた全社的な心構えの中に『県民テレビ』→“地域メディアの地域貢献”という思いがあると思います。これは、福島県が50%を出資しているから『県民テレビ』ではなく、各地域の各界各層の方々がふくしまの大自然、歴史と伝統を大切にしながら日々力強い営みを続けている—テレビ媒体としてこれをしっかりとサポートし、ステップアップとしてのメッセージを送り続ける。日々のニュース・情報番組はもとより、自社制作番組を量的にも質的にも維持し続ける。あわせて、テレビ局らしい事業を展開し、エリア内外に発信してゆく。ひとと言で言うならばこのことに尽きると考えています。付け加えて申し上げますと、50%の株主（福島県・福島県議会）との関係に於いて報道現場の不偏不当はしっかりと守られてきたと存じます。稀に、県議会の質問の中に「多局化時代になって福島県が民間テレビの株式を50%も保有している必要があるのか」というような事が何年かに1～2回出てくる事はございます。これに対し、歴代の知事は福島テレビ設立の歴史的経緯と共に経営権・編集権への株主としての不介入を明確に説明し、50%としての株式配当—これは毎年12%、県の一般会計への収入は2,100万円ほどになりますが、これが県民生活を支える県財政にきちんともたらされているとの答弁をされております。事実、50%の株主として経営に直接口を出したり、ましてや報道の内容に圧力をかけるというような事実は私が知る限りこれまでに全くございませんでした。

——最後に、民教協（民間放送教育協会）との関係についてお伺いしたいと思います。というのも全国的にはフジテレビ系列はあまり入っていませんが、民放のこれまでの歴史と重なってくるところがあると考えられるからです。

糠澤 民教協（民間放送教育協会）は、キーステーションである「テレビ朝日」を含め34局で構成されております。お話しの通り、フジテレビ系列で加盟しているのは、沖縄テレビ（OTV）さんと私共の福島テレビ（FTV）の2局だけです。各エリアとも最先発のラ・テ局が多く含まれています。東北6県では北から申し上げますと、青森放送（RAB）—日本テレビ系列、IBC岩手

放送—TBS系列、東北放送（TBC）—TBS系列、秋田放送（ABS）—日本テレビ系列、山形放送（YBC）日本テレビ系列、そして、私共福島テレビ（FTV）—フジテレビ系列ということになります。新潟エリアは新潟放送（BSN）—TBS系列です。ご承知の通り、現在のテレビ朝日は、日本教育テレビ（NET）として開局しました。テレビ放送の目的として、国民（視聴者）の生涯教育、社会教育、学校教育、家庭教育に資するという考え方がございます。従って、教育コンテンツの構築を継続して行うという方針を掲げ、番組制作費を各エリアの最先発局で構成する加盟局の負担金によって賄うと共に一部は文部省（現文部科学省）からの補助金によって支えて頂くという考え方のもとにこの組織が立ち上がった経緯がございます。基本的に番組のための基金がしっかりしていません。「民教協」という組織は成り立ちません。こうした中で、フジテレビが開局し、テレビ東京が開局し、その後BSチャンネル、CSチャンネルといわゆる多チャンネル時代を迎え、国がコンテンツ制作費を支える整合性について様々な議論が出てきた訳です。しかし、国民の教育に資するという目的で「民教協」加盟各局が地域と人々を労わり、人と人との交流によって愛を育むという立場でしっかりと番組作りをしてきたことも事実です。いわば、相互の信頼関係と歴史的な経過があって今も「民教協」はしっかりと歩み続けていると申し上げてよろしいと思います。ただし、特に関東エリアをはじめ大都市圏（人口集積地）の放送枠等については、視聴率の低い早朝や深夜帯になってしまうという課題があります。私共のローカル局の方が民教協作品をずっと良い時間帯で放送して参りました。そうした中で、ことし2013年（平成25年）、私共福島テレビが企画制作した原発事故避難地区の実態を訴えた『キ・ボ・ウ』～全村避難 福島県相馬郡飯舘村2年の記録～が民教協スペシャル（最優秀賞）に選ばれ、同時にこの作品が民間放送連盟のテレビ社会教養部門でも最優秀賞を獲得し、たまたま開局50周年の年の荣誉に全社が大きな喜びに包まれました。何と申しまして“テレビは番組が命”ですから。

これからも自社制作の番組づくりに全力で取り組んで参ります。（終）