
特集1 テレビ60年 地域と民放 その2

山形放送

2014年11月7日

本間 和夫*

板垣 正義**

伊藤 清隆***

聞き手 小林 義寛****

—今日はお忙しいところ、どうもありがとうございます。今日の趣旨の大きなこととしましては、山形放送がテレビとして始まった部分、ラジオと新聞も関わって、いろいろな過程での問題があるかと思えますけれども、ほぼ五十数年の間のある程度の概略をお聞きできればと。もう1つは、地域の様々な問題……災害とか、そのようなものとの関わり合い、あるいはイベントとか、いくつかのキャラクターをどうするかとかをも含めて、地域の貴局の社会問題などとの関わり合いをいろいろとお伺いできればと思っております。よろしく願います。

まず山形放送、テレビとしての部分ですが、若干、資料を見させていただいたのですが、ラジオとの関係も含めて、山形新聞とか、いろいろと難しい問題があると思えます。クロスネットの状況も、いくつか試行錯誤されて現在に至っていますよね。あと、ほかの放送局ができてから山形放送はどのようなスタンスを取ってきたかも含めて、他局との関係、北海道放送の方が勉強しに来たりもされていたと思えますので、そのあたりを。それから、自営のマイクロ回線を東北で初めてですよね、確か。どこか山につくってと。ちょっと独特なことを山形放送さんはされていると思えますので、そのへんを含めて、全体としてこの50~60年の間をまとめてお話していただけるとありがたいと思えます。

開局から現在の課題まで

本間 まず私から概括的なところでお話申し上げます。それで、さらに聞きたいところを聞いていただければという流れでやらせていただきたいと思います。

まず、山形放送は、昭和28年(1953年10月15日)にラジオ局として開局して、テレビの放送開始が昭和35年(1960年3月16日)です。テレビだけを考えれば、平成27年で55周年です。ラジオ開局からは62年目です。平成25年が開局60周年だったので、ささやかないろんなイベントもやらせていただきました。もう62年前のことですので、リアルタイムで体験した人は社内にはいません。それで、私が昭和47年(1972年)入社ですからいちばん社歴が古くて、私達の先輩からいろいろ聞いたこともあります。それですら、開局時については、ほとんど聞いていること

*ほんま かずお 山形放送 代表取締役社長

**いたがき まさよし 山形放送 取締役・報道制作局長兼CG部統括部長

***いとう きよたか 山形放送 報道制作局 局次長兼制作部統括部長

****こばやし よしひろ 日本大学法学部新聞学科 教授

はないです。それで何を今頼りにわれわれはこういうことを質問された時に答えるかということ、50年史というのがありまして、開局50周年の時に、当時のOBの方も含めていろんなことを聞き取ったり、37年史の記事なんかも参考にしてまとめました。もうこれを読んで知るしかないというようなレベルのこともたくさんあります。だからそういうこともわかった上でお聞きしていただければと思います。

うちの会社は、服部敬雄（よしお）氏という山形新聞社のオーナーの方が起業した会社で、山形新聞社が兄で山形放送が弟みたいな形でできました。新聞社を母体にはしていますので、かなりジャーナリズムの色が濃い会社として育ってきていると思います。

社是がありますが、「報道・評論活動を通しての社会正義の実現」というのが1つ目で、2つ目が「主張したことは自ら実現に向けて努力する。言論即実践」。3つ目が「利益は県民のために」ということで「地域社会への還元」と、この3つが社是です。いかにも新聞社を母体にした会社の社是ですが、私達の会社も、服部敬雄社長が平成3年に亡くなるまでは、強烈にリーダーシップを取って会社を経営なさっていたので、もうこの社是のまま、いろんな薫陶も受けて仕事してきました。

60年の間、いろんなことがあったわけですが、転換期は何かということ、まず、開局してからテレビが始まったのが昭和35年、それから2番目の局、3番目の局、平成9年の4番目の局まで、次々と開局をしてきました。もちろん、全国的にそういう傾向があったわけですが、会社の売上のピークは、平成8年度（1996年）です。そこがピークで、その1年後に4番目の局ができて、4局で争うということで、シェア争いが起きてきました。そのシェア争いに勝ち抜くためにどんなことをやるかというのが、経営上の大きな問題だったわけです。その間にネットチェンジとかいろいろありましたが、それはそのつど当然乗り越えてきたわけです。

さらに最近の一番大きな会社の転換点は、地デジの準備でした。これは平成17年（2005年）から放送を開始していますが、地デジ化のためにいろいろ投資をする必要があり、地デジ化で平成17年度から5年間、単年度赤字を強いられました。わが社の規模で50億円の設備投資が必要でした。ご存じのように放送局は国の免許を受けて生業としていますので、デジタル化をしないと免許が交付されないということだったものですから、選択肢のない道だったわけです。それで50億円の設備投資は、国策に沿ってやって、そのために5年間、事実上、単年度の赤字。最近ではいちばん大きな転換点は、そこをいかに乗り切るかで苦労したということだと思います。

そして、今抱えている問題は2つあります。1つは、先程いいましたが、売上が最盛期から半分近くに落ちている時に、地域内でのシェアをいかに高めていって、売上の額を減らさないようにするかということです。これは地域の問題とも関わってきますが、人口が減ってくると、地域に投下されるパイは自ずと縮小しますから、その中で売上を維持するためには、シェアを確保していくというのがまず最低必要な努力なわけです。それだけでなく、YBCはいちばんの先発局で、30%を超えるシェアを持っていますが、それでもこれからもっと高くしないと生きていけないという、非常にきつい課題があります。

もう1つ大きな課題は、4K・8Kの問題です。現在、地上デジタル波は、技術的な問題で4Kの超高精細度の映像などを電波で送れるだけの帯域をいただけていません。ただ、技術は進歩しますから、あと5年後、10年後にはもしかしたら、圧縮技術とでそういうことが可能になるかもしれ

ない。だけど、今のところできないです。それにもかかわらず 2020 年に東京でのオリンピック、パラリンピック開催が決まって、4K・8K の国のロードマップは前倒しできていまして、どんどん早く進めようと国は力を入れています。そうすると、BS や CS では技術的な面がクリアできますのでどんどん進んでいくと思うんです。アナログからデジタルにかわる時にアナログで十分きれいだよと思っていたのが、デジタルになったらデジタルでないと満足できなくなってしまった。それと同じようなことが 4K と今の地上デジタル放送の間に出てくると、今の地デジの媒体価値が下がっていく心配があるわけです。

そうすると、当然収入も下がってくるという心配がつきまといますので、技術的に今できないといわれている 4K ではありますが、これから技術的な動向をしっかり見守ってなんとかくらくらいついていきたいという思いと、先程いいましたが、デジタル化で体力がかなり消耗している時に、またそれを上回る設備投資を強いられたらどうしようというジレンマがあります。なかなか先が見えないので今判断はできませんが、そこを何とかクリアしていかなければならないというのが 2 つ目の大きな課題だと思っています。

地域社会への還元——「花笠まつり」

ちょっと話は違いますが、番組づくりについては、山形放送は、地域に密着した社是を掲げてやっていますので、開局以来、先輩方も脈々と力を入れてきていると思います。ローカルワイド番組の歴史を振り返ってみても、YBC はいち早く取り入れました。地デジで苦しかった赤字の時は、全国のローカル局ではやめた局も結構ありますが、YBC はやめないということで続けてきましたし、今も地域のローカルワイド番組として認知されていると思います。

それに、番組の質といいますか、コンクールでの受賞も、県内では山形放送は実績があると思います。民間放送連盟の番組コンクールがありますが、それを 1 つの基準にして考えますと、全国で 1 本しかない全国最優秀を過去 2 回いただいています。

また、平成になってから優秀賞以上の賞を何本取ったか調べてもらいましたら民間放送連盟の番組コンクールだけで 23 本ありました。

このほか NHK さんも含めたいろんなコンクールがあり、そういったところでもポチポチ賞はいただいています。開局以来制作畑の先輩達が目指してきた文科省中心にやっている文化庁芸術祭で、2、3 年前にラジオ部門の芸術祭大賞をいただきました。そういうことも含めて、地域に密着した放送局であり続けるためには、地域に密着した情報を発信し続けるための資質というか力量というか、そういうものも持っていなければならないという思いがあります。先輩から脈々と努力してきた結果は、ある程度県民の皆さんに認められているのかなと思っています。

一方、社会問題と災害への現在までの取り組みという点では、BCP は当然、一生懸命やっていますが、ご存じのように、山形は意外と災害が少ないところですので、これまでは幸いにも活かす機会があまりありませんでした。ただ、いつ蔵王が噴火するかわかりませんし、手は抜かないでやっていくつもりです。

あと、NNN という日本テレビのニュースネットワークがあります。協力体制はほかの系列も一生懸命やっつけらっしゃいますが、NNN としても負けないくらいの結果を出しているなと思っています。もちろん、いつうちがその協力を仰がなければならなくなるかわからないわけですから、

ギブ&テイクという意味だけではなくても、協力体制をつくっていかねばならないと思って、それについてはかなり前向きに取り組んでいるつもりです。概括そんなところですよ。

——「花笠まつり」は新聞社、テレビ局とずっと関わっていますよね。それはテレビ局として主体的にいろんな形でイベントの取り仕切りやなんか、プログラムをつくるなど、いろんなことをやっていく言い出しっぺ……

本間 花笠まつりは、山形新聞・山形放送の服部敬雄社長が提言してスタートした祭りですから、事務局も山形新聞、山形放送の中であって、最初は全て人も出してやっていました。それが何年前かな。やはり山形新聞、山形放送というメディアグループだけのお祭りでは広がりには欠けるといけないねということで、山形商工会議所に事務局を移しました。当然、うちもその事務局の中に入って祭りを支えて、経費的にも支えています。商工会議所に事務局を移してからもう20年ぐらいになると思います。

——今やいちおう「花笠音頭」、全国で聴きますね。これ、服部社長、どういうことで始めることになったんですかね。

本間 東北は、ねぶた（ねぶた）、竿燈、七夕と大きな祭りが3つあって、賑やかでいいよねと。地域の活性化のためには山形にも全国に自慢できる夏祭りを県民の力で作りあげられないかということだと思います。当時は、東北四大祭り……三大祭りはもうありましたので……にしようということで、県の舞踊振興会とか錚々たる踊りのお師匠さん達に協力していただき、踊りも新たに創作してもらいました。それで最初は踊っていたんですが、だんだんとストリートダンス系の踊りが入って、今はかなり自由にやっています。

もともとは尾花沢地方にあった労働の時に歌った民謡がもとになっているそうです。それを地域の活性化をいかにするかということグループとして考えて、会社のいわゆるCSRとして始めたということですよ。さっきいった地域社会への還元です。

——1963年かなんかからですよ、確か。民謡での踊りだと思っていたので、ずっと昔からあると思っていたんです。今回伺いするにあたって、山形放送さんの資料を散見したら……『50年史』は見れなかったもので……それであれ？　と思って、「花笠音頭」って、山形放送、山形新聞で一緒につくって、それで約60年近くですよ。ある意味では古くない新しい伝統になっている。面白いなと。メディアで主体的にやっているというのは非常に面白いなと思ひました。

本間 そうですね。どうやって支えたかということ、もちろん祭りの継続もそうですけど、たとえばカンヌのフェスティバルに花笠舞踊団を派遣するとか。その際、新聞、放送が取材陣を同行させ、全国ネットでも流すような努力もしました。「花笠まつり」がカンヌで脚光を浴びたというような話題づくりもまめにやりました。ぼくのちょっと上の先輩が、音響さんも兼ねて取材に行ったり、カメラを回したりしています。

——当時は、録音と一体ではないですよ、カメラは。デンスケ……

本間 一体ではないと思います。デンスケというか、もうちょっとデンスケよりは小さかったかもしれないけど。ラッパ型の拡声器まで持っていったらしいですよ。（笑）

——ぼくは横浜ですけども、盆踊り大会があると、必ず「花笠」はかかりますよね。全国にまで広まっているわけ。その時にここでつくられたものが、日本全国へという形ですよ。すごい特異な例だと思います。近年だと「よさこい」（「YOSAKOIソーラン祭り／北海道・「よさこい祭り」／高知）とかいろいろあって広がっ

ているんですけど。先鞭ですよ。どんなところもやってないことを始めたというのが非常に面白かったので、そこが気になりまして。

伊藤 もう一度ルーツを振り返りますと、YBCの前身「ラジオ山形」開局当時は、民謡大会の中継がキラコンテンツだったようで、山形県民謡振興会の会長は代々うちの報道制作局長が務めさせていただいている。「花笠」の踊りもそうしたつながりの中から生まれたと言って良いと思います。昭和40年の大阪万博の「日本のまつり」に参加して、その優雅さ、華やかさが広く全国に知られるようになりました。最初の頃の「花笠まつり」は企業中心というか、それぞれ電飾の車のあとに従業員の踊り手集団が続く形が柱でした。高度経済成長期を迎えて、地域経済のパワー、企業の活力が大きくアピールされていった時代でした。それが大阪万博とかカンヌとかに行く中で、「花笠」が山形の代名詞になっていった。私たちはその流れの中にいるうちに、いつの間にか大きな祭りに育っていったという感じでしょうか。

本間 それはそうですね。われわれ入った時は、もう「花笠まつり」はある程度定着していて、3日間、夜の8時55分のニュースに入れるんだとかといわれて、それこそDRに毛が生えたようなカメラを持って、そのへんに行って、毎晩取材していたね。(笑)

——つい先日、ハロウィーンが日本の中に広がって、いろんなニュースにも出ていますけれども、50年間……60年前にその下地が全部できているような気がしました。そこから始まって、似たようなもので各地で「よさこい」やったりするのも、ここ10年、20年ですよ。それほど古くない。ぼくらは盆踊り、夏、必ずやって踊らされたりなんかした時に、「花笠」も踊らされるわけです。そうするとぼくらみたいに山形と関係ない地域でも生活に根づいているというのは、すごいなと思ったんです。

本間 確かに原型みたいのがありますよね。岩手の「さんさ踊り」のお祭りも、夏祭として賑やかに盛大にやっていますよね。それだって、やり方としては「花笠まつり」を発展させたのと同じパターンのように思います。もちろん、踊りの中身は違いますが。仙台の七夕まつりで踊る「すずめ踊り」もパターンは同じで、地域おこし、まちおこしの原型といたら原型みたいなものが五十何年前からあるわけですよ。

——ひらめきなんですかね。

本間 地域おこしをしたいという、初代服部社長の思い。やっぱりものすごい強いリーダーシップをお持ちの方でした。

——やっぱり地域にすごい愛着を持たれていたんですかね。

本間 山形を何とかしたいという思いが強かったんじゃないでしょうか。うちのグループは、関連会社がけっこうありまして、もちろん放送会社だから制作プロダクションの会社や広告会社もありますが、そのほかにIT関係の会社もあれば、それこそ製造業の会社もあり、今、11企業ぐらいあります。そういうのもすべてその社長の時代に起業した。山形に活力を呼ぶためにはどんなことをやったらいいのかということを実際に心から考えていたと思います。祭りだけでなく、山形に県立美術館もないということで、自分で声がけをして、協力者を募って美術館をつくった。それに、山形交響楽団をつくったりと、すごく精力的で山形のために何かやりたいという思いが強かったんじゃないかと思います。

——まだいちおう資金提供されて……

本間 もちろん、寄付で支えています。でもそれは、山形のためだという気持ちもありますが、

やはり地域社会への還元です。実は山形放送は民間放送最長の21年連続年度三冠王継続中という自慢げに話していますが、機械式の調査が山形で始まって以来1回も落としたことなく三冠王を取っているんです。キー局の浮沈に関わらず取っているというのは、やはりこういったいろいろな地域還元、山形のためにいろんなことを一生懸命やっているというのがベースにあってはじめて、テレビで三冠王を取り続けていられるのだと思っています。

——21年というのは、ちょっと想像できないですね。新しい局ができて、絶対、勝てないということですよ。

本間 しかも三冠ですからね。一冠も落としてないわけですから。その中の半分くらいは、関東ではフジテレビが全盛を誇っていました。接戦の時もありましたが、それでも山形放送がとにかく、年度三冠を取っているというのは、やはりこういったいろいろな地域関連の事業を、もちろん人もかけ、ある意味じゃカネもかけて一生懸命やってきたことを県民が見ていてくれている結果だと思います。

「山新放送愛の事業団」という事業も昭和54年からやっています。民間で福祉にお役に立ちましょうということで、財団法人をつくって、県民の方からの善意をいつでも受け付けています。その善意は全て、例えば授産施設でエアコン壊れたので助成してほしいといった申請があれば審査をして、県民の善意を100%還元して喜んでいただいています。

やれるものは全て県民のためにやりましょうという思いはオーナー社長の時代から受け継いでいて、新聞社とももちろん協力してですが、そういういちばん古い放送局としての活動があって、キー局が辛い時でも、なんとか三冠を取ってこられたのだと思います。

競合他局との関係

——ほかのいろいろな放送局ができて、YBCはいろいろと手助けしていますよね。

本間 手助けというか、最初のP2ができたのが、YTS（山形テレビ）で昭和45年。だからうちがテレビを初めて10年後です。ぼくらが入社した頃には、1期生、2期生がスタートしている頃です。その時は、うちで採用した社員の方に放送のノウハウをおぼえていただいて、先輩方も含めて、ドーンと移籍していきました。だからうちの社員だった人がむこうの開業時の社員になっている方もいまして、うちのOB会にも来るような方もたくさんいらっしゃいます。

でも、平成元年にできた第3局の時は、マスコミの集中排除で、うちはもう、お手伝いしたくてもできませんでしたね。FM山形さんができた時には、若干、株はお手伝いしたのかな。マスコミの集中排除で、3局目は、ちょっとコンプライアンスにふれちゃったりするといけないよねという感じはありました。

——ネットのクロス状況を解消していくとか、1本化していくプロセスとか、をもうちょっと。山形放送が中核でいろいろとしていますよね。

本間 最初は1局しかないからオールネットでもいいとこだけやっていたんですが、2局目がありました。YTSは最初、フジ系でスタートしています。フジ系の局ができたので、フジ系の番組を全部お返ししました。うちはあと3局のクロスネットでやっていて、平成元年にTBS系列の局ができたので、その時は『水戸黄門』はじめTBSの番組はみんなお返ししたんです。その時点ではフジとTBSの系列局があって、うちは日本テレビとテレ朝のクロスネットとなりました。

その後平成5年に、2局目の山形テレビがフジ系からテレ朝系にネットチェンジしました。その際に、うちはマストバイという形になって日本テレビ系列になりました。その結果フジ系がなくなってしまった。その後さくらんぼテレビが、平成9年にフジ系のテレビ局として開局したという流れです。

—いくつかの番組は、フジ系のやつをお買いになっていますよね、フジが全面的になくなったので。3局を受けているのでかなり難しかったと。そのあたりの話で、そこで服部元社長がかなりいろいろ苦勞されているみたいなことを資料で読んだんですが。それでYBCが仲立ちで、ネットはこっちにいて、それでフジの幾つかの番組はYBCで買い上げたという形でと。

本間 最後のクロスネットの時は、やっぱり、当時担当なさった編成担当の役員の方達は、えらく苦勞なさったと思いますね。最終的には、当時の社長が決断するしかないというような状況になったように聞いています。さくらんぼテレビは、民間放送の放送免許のいちばん最後の局です。さくらんぼテレビと高知のさんさんテレビの2局に免許がおりて、その後は地上波の免許はおりていません。人口が約115万人の県で、パイが少ないわりに4局あるというのは山形しかなく、それがさっきいった熾烈な競争をしている原因になっています。

—今後の見通しとかぜんぜん立たないんですかね。

本間 まったくわかりませんが、南東北放送ができるかもしれないし、国の法律が変わって山形の2局が手を組んで、もう少し効率よく県民に放送を流す方法が許されるのかもしれませんが。ただ、法律にがんじがらめになっていますから、その中でどうしたら生き残っていけるのかを考えるしかない、そういう意味ではそれが一番厳しいですよ。

キー局との関係と模索するビジネスモデル

—結局、広告収入の母体がらみですね。

本間 去年、60周年の記念事業として、山形市内のラジオの送信所の敷地に0.5メガワットの太陽光発電をつくりました。当時は、再生可能エネルギーをつくらうというのが国をあげてのスローガンになっていまして、うちとしてもなにか協力できる方法はないかと模索しました。売上が45億円ぐらいの会社が3億円近い設備投資するのは、ある意味では決断が要りました。ビジネスモデル的にはリスクが大きかったんですが、これも利益の社会還元だということで決断し、60周年の年に稼働しています。

—今のところペイはできているんですか。

本間 ビジネスモデルでは、今のままの売電が約束されれば、13年かければキャッシュフローは戻ってきます。普通、ビジネスモデルは5、6年で、13年というのは、CSRというか、そういう大義名分に沿った事業でなければできなかつたと思います。今のところは順調に稼働しています。

—東京から広告を取ったりとかいうのは、やっぱりやっぺらっぺらですか。

本間 ネット局からの配分金というのがあります。キー局がローカル局分も含めて一括セールスして配分されます。それが東京からくるお金の1つで、それにうちが独自に東京のスポンサー、代理店にあたって、ローカルのスポットに東京の企業の広告費を取り込むということはやっています。

—PTとかで、地方は勝手にやれという部分はありますよね。ああいうのは、やっぱりそれはキー局がセー

ルスしないCM枠がある場合は、自分で探すという感じですね。

本間 そうですね。

—そうすると、それは東京か、山形かというやはり山形地域でという形になりますか。

本間 いえいえ、東京でも入れます。今のシェアというと……

板垣 テレビの売上の3分の1が、いわゆるキー局から配分であるネット料金です。3分の2は、うちの独自の売上ですが、そのうちの全体の3分の1が東京支社の売上というところ。ネット料金が3分の1、東京支社が3分の1、残りの3分の1を県内の支社と大阪、仙台支社で売上げています。東京の比重がきわめて高い。ナショナルスポンサーの本社がほとんど東京にあるというのが要因です。一方、ラジオは、東京、大阪とかの売上はきわめて少なく、県内の売上の比重がきわめて高く、6、7割は県内スポンサーです。それに、ラジオの場合はネットの比率がきわめて低いという特徴があります。

本間 昔はけっこうネット番組でナイターとかであったんですけども、今はもうほとんど……。ラジオのキー局も東京のローカル放送局の色彩を強めているんですね。東京は市場が大きいから田舎のローカル放送局よりはいいですが、確かに東京ローカルラジオ局的な色彩がものすごく強くなっていますよね。ただ、ラジオも一生懸命やっています。

—東京キー局からのいろんな圧力、やっぱり配分しているからというのであるんですかね。

本間 それはないです。すべて契約に基づいています。NNS協定という契約があって。この番組は東京のキー局が全部仕切りますよという約束をする。番組の編成や売上もそうです。また、先ほどもいったように、NNNのニュースの契約もあります。NNNの契約の中には、例えば「NNN」の冠がついたニュース番組を、ローカル局は同時間に一括して放送するといった決まりがあります。

—そうすると、なんかあった場合は、そこに挿入できるというのもけっこう厳しくなりますよね。

本間 そうですね。だから、「NNN特別番組」が編成されると、うちがそこで高校サッカーを予定していたとしてもやれないというか、やらないという約束のもとでやっている。加盟社の社長がみんなサインして協定書を結んでいるから、それはそれで当然しなければならないんです。

—そうすると、例えばニュース番組だった場合に、帯でキー局から流れると、そこでローカルの場面だけは山形でという形になるんですか。

本間 それは差し替えとって、協定の中で認められています。ただ、「news every.」でも、今、4時台にやっている「news every.」は、NNNの冠がついていません。だから、そこで通販番組をやっても構いません。

板垣 東京では4時台から「news every.」を放送していますが、2つに分かれていまして、前半のほうはNNNの冠がついてなくて、後半の5時53分からはNNNの冠番組です。

—かつては、5時か6時ぐらいからやっていた時間帯が、前に延ばした部分はNNNがないと。場合によると、そこだけ自由に差し替えもできるし。

板垣 別の番組をやってもいっこうに差し支えありません。

—ただし、ここから以降の部分とは。なかなか難しいですよ、キャスターから何から全部一緒ですからね。

板垣 でも、5時53分00秒からはNNNの全国ニュースですということで、そこから番組に乗っても大丈夫なように、キー局で演出しています。キャスターはかわらないですが、そこでもう

一度、キャスターが、「改めまして、今晚は」とかといって仕切り直しでやっています。

——それで6時から6時半ぐらいまでの間に、なんかグルメコーナーがありますよね。ほとんど東京の……

本間 その時は、山形は山形のローカルのニュースを放送しているわけです。

板垣 6時15分までは全国のニュースで、6時15分以降はローカルで放送していいですよということ。そのまま乗っても構いませんが。

本間 ローカルだって放送しないとね。

——話はあっちいたりこっちいたりするんですけど、4局と競争するところで、特に力を入れるとすると、どこに力を入れる形になりますか。

本間 ローカルで競争できるところって、限られていますよね。夕方のワイド番組とか、当然、差し替えるべきニュースとかね。そういうところが力の入れどころです。それに、山形県の面白い話題を全国に放送してもらおうといった努力ですよ。あとは、編成的にしっかりPRをするか。だから意外とやれるところはたくさんありますが、キー局にお願いしなければならない場面もあるわけです。例えばつまらないドラマやっていて誰も見なければ、うちも見られないわけですから。

——山形からドラマを発信するとかという形とかも、場合によっては……

本間 ドرامアはできないですね、まだ。ただ例えば「秘密のケンミンSHOW」にドラマ仕立てのコーナーがあって、山形放送も協力するから山形に来て山形の話を出して欲しいなどという願いは大いにやりますし、「はじめてのおつかい」でうちも協力するから山形バージョンを放送して欲しいといったことなどいろんな番組で努力しています。山形の話が出てくると視聴率が上がります。「所さんの目がテン！」に地域の話が出たとか、「ZIP！」の中に誰か出たとか。そういうのは大いに努力しなければならないです。なにか面白い話ないかと、キー局の番組から地方に振ってくる時があります。その時は逸早く手をあげて送ってやるとか、そういう努力はしているつもりです。

板垣 キー局がつくっている番組にこちらから情報をあげて、取材してもらおうというのが1つあります。あとは、ローカル局が全国放送できる枠というのがあり、日本テレビ系列ですと、「NNNドキュメント」です。そこでなるべく山形放送として企画書を出して番組を作り全国に発信していこうというのがもう1つです。

このほか、テレビ朝日がキー局となる民間放送教育協会という組織があり、そこへうちも入っていて、今、「日本！食紀行」という番組を放送しています。これも企画書を出して、なるべく山形放送制作の番組を放送してもらおうということをやっております。

このほか、日本テレビの朝の「ZIP！」という番組がありますが、この中にもローカル局から夏企画とかを募集してやるケースがあるので、募集があったら企画を出して通す努力をしています。県内の情報を全国向けに発信することで、全国の方から山形を知ってもらって、こちらにおいでいただくとか、山形はそういうところかと認識してもらって大切だと考えています。それで地域の活性化にもつながるだろうということで、全国にもどんどん情報発信していこうというスタンスで考えています。

——「NNNドキュメント」、夜中ですよ、今。

本間 この間、久しぶりに送り出したのは夜中で関東の視聴率が4.3%、占拠率が31.4%でし

た。今期で3番目の高視聴率、占拠率は2010年以来のトップだそうです。大学生が119番しましたが、救急車に来てもらえなくて、亡くなった。今、救急体制のあり方が問われているという内容の55分番組です。去年はそのテーマのラジオ番組で日本放送文化大賞の準グランプリをいただいて喜んでいただけたところでした。

地方局としての番組づくりの努力、戦争へのこだわりと社内教育

——県内だけでというような番組などの場合、特に、こんなところ気をつけてつくっている、注目されているとか、ここに焦点を当てているとかありますか。

伊藤 ローカル番組は、ニュースから情報系から様々ありますが、その中で「やまがたZIP!」という月1、15分のヒューマンドキュメンタリーの枠を去年の秋から設けています。県民は意外にドキュメンタリーを見たことがない人が多いようで、ドキュメンタリーといえばNHKスペシャル的な日本全体を俯瞰するような番組しかイメージがないんだと思います。自分の身の回りにいる人達がこういう努力をしている、こんなことを達成したり、壁を乗り越えているというテーマで描いていますが、けっこうリアクションがあります。番組のフェイスブックを始めましたが多いときは8000ぐらいのリーチがあったりして、まだまだかもしれませんちょっと驚いています。その意味で、地域で壁を乗り越えようとしている人達を前向きに描くことを一生懸命やろうというのはあります。

本間 それはラジオでも同じような発想で、例えばラジオだと、もう少し枠があるから、同じ頑張っている人でも、なかなか目の届かない若い経済人で頑張っている人を取り上げてみようかとか、いろんな発想は企画の段階で出して、1シーズンやってみようかとかで、やっています。

伊藤 もう1つは、戦争というテーマへのこだわりということがあると思います。開局以来だと思いますがそういう伝統はずっとつながっていて、1つ象徴的なこととしては、「8月ジャーナリズム」とよくいわれますけれども、ニュースの企画で戦争をテーマにした6、7分ぐらいの構成ものを多い時だと8本とか9本並べていって、そこから番組につなげていったり、あるいはラジオでいろんな展開をしたりということがあります。

全国で放送されるような番組は、例えば原爆の問題とか放射能の問題もそうですけど、沖縄戦と沖縄の現在とか、そういうテーマにいきがちです。では山形は、大きな空襲もなかったし、何がテーマだろうと。正史で語られることはあまりないですが、山形は兵隊と食糧をどんどん送り出し、あるいは満蒙開拓でいうと長野県に次いで行った人が多いんです、青少年義勇軍も含めて。そういう風に見れば戦争による悲しみは無数にある。

本間 「戦争の語り部たち」というタイトルをつけて、もう何十年と、とにかくニュースでやろうというのでやり続けています。5本の時もあれば8本の時もありますが。その中で、大きくふくらんできたものは、NNNドキュメントとか、民教協のスペシャルとかのコンペに参加して、採用されて1時間の番組になったりしています。さっきいった民間放送番組コンクールの全国優秀賞に入った作品がたくさんあります。だから戦争に対するこだわりというのは、うちの会社のDNAみたいなもので、今、ここにいるのは報道とか制作をやってきた人間ですが、そうでない人達も含めて、戦争に対するこだわりみたいなものは会社ですっとやっているという認識は持っていると思います。民教協スペシャルになった時もあれば、それこそギャラクシー賞の大賞をもらった時もあれ

ば、結果的にラッキーだったねという賞は、そういったところから出てきている番組が多いですね。

——山形と戦争って、工場が爆撃という話もあり聞かないですよ、ぜんぜん。満蒙開拓団の長野の話は聞いたことありますけど、2位だったという話は……

伊藤 1万7000人くらいですね。国全体に占める山形の満蒙入植者の割合は6%だそうです。山形は大体、国全体の1%弱というのがポジションですが6%は異常に高い数字です。やはり食えなかったというのもあるんでしょうけど、農家の次男・三男が。だから満州に行くしかなかった事情がある。

——引き揚げてきた人達の問題も、やっぱり出てくるわけですよ。

伊藤 そうです。それから今は霞城公園になっている山形城址に連隊が置かれていて、その連隊は沖縄戦で玉砕しています。昭和40年に沖縄南部に「山形の塔」という慰霊碑ができて、そこにたくさんの遺族が集まり、そのお話を聞くところから「戦争の語り部たち」シリーズが始まったと聞いています。

——長いですね。1965年からだと50年ですよ。

伊藤 終戦から20年目、YBCテレビの開局から5年目にスタートしています。今、社長が申しました連盟賞受賞について付け加えますと、昭和50年に「証言 山形昭和50年史」というタイトルで、ラジオで証言を集めたものを3ヵ月間シリーズで放送しています。

本間 アナウンサーが読んで、われわれディレクターが解説みたいなことを喋って、10分ぐらいの帯番組をラジオで昼、放送していました。3ヵ月やって本にまとめた。

板垣 これは連盟賞のラジオ活動部門で優秀賞をいただきました。次に、昭和56年に「山形戦没兵士の手紙」というラジオ番組を3ヵ月間やり、出版もして、連盟賞のラジオ活動部門の優秀賞をもらっています。

本間 戦争未亡人達が、そろそろ話したくなかった時期だろうということで、苦勞話を聞いた。そうすると、戦地の夫から手記、手紙がきているんですよ。ありきたりの手紙がほとんどですが、その中には、人に預けたとか子供が衣類に縫い付けて持ち帰ったとかで検閲を逃れたため本音の入っている手紙もあって、そういうのをピックアップして、百何十人かな、紹介しました。それもやはり朗読はアナウンサーに朗読してもらって、われわれ記者が解説というか、ナレーターみたいなことをへたくそながらやりました。

伊藤 「戦争の語り部たち」シリーズをベースにして、昭和61年に張作霖爆殺事件の写真が山形県内に埋もれていたというスクープを発掘しました。それをベースに「セピア色の証言」という番組を作り、テレビ教養部門最優秀賞をいただきました。さらに、その同じ年に「戦争の語り部」シリーズが、連盟賞のテレビ活動部門で優秀賞を受けました。それ以降も、地方の時代映像コンクールだとか、文化庁芸術祭などの受賞に結びつくような戦争をテーマにしたドキュメンタリーが、去年もラジオで連盟賞をいただくなど、ズーッと続いています。中でも、民教協スペシャルで平成17年に放送した『あなたまた戦争ですよ』～残された妻たちの手記』という戦争未亡人達の手記を綴る活動が今も続いているというところに焦点を当てた番組が、連盟賞テレビ教養部門優秀賞と放送人の会のグランプリをいただきました。

本間 放送人の会の賞もあって、初めての時、こんなのあるんだって、ありがたかったけど。

伊藤 先輩方が取材し作り続けてきたものを見て、うちはこういう会社なんだということを若いうちに認識する。戦争という大きな悲しみ、過ちを伝えていかなければいけない、それが日々のニュースの根底にある。そしてそれを掘り起こして番組にしていくんだという認識は、ちゃんと番組ができていようかどうかは別にしても、自然とみんなが共有していると思います。

本間 「戦争」ばかりやっているわけじゃないですけど、そういう大きな流れはあります。——そういう場合、あるトレーニングみたいのとかをやったりするんですか。

本間 いや、OJT ですね。先輩がつくっているのを、その次の世代が見てるんですね。それをまた次の世代が見ている。日本放送文化大賞で準グランプリもらった若いディレクターがいるんですが、授賞式で「どうしてつくれるんですか」と聞かれて「だって、先輩方も平気でバンバンつくっています」と。OJT だなと思いました。

——戦争は絶対だという感覚的な問題もずっと OJT で大体培われていく感じですか。

本間 私は、私の先輩から OJT で、一緒に仕事していただかれて、そのチームに入って、そんなことをさせられていると、後輩に今度一緒にやろうとやってやると、まあ、大体つながっていきますよね。

——研修やるとかそういうことは特にはないのですか。

本間 特にはないけど、例えばたまに賞なんかもらうと、副賞とかをいただける時があるんですよ。この副賞で飲むかという話だけど、もったいねとなって、じゃあ評論家の方が今テレビ番組をどう見ているか聞いてみるみたいなことになる。そういう時には、会社では賞金は個人にはやらないが、何に使ってもいいとしていますので、評論家の方を呼んでというようなことでも、だんだんとノウハウが蓄積されてきているところはあると思います。そういう時はなるべく多くの、きのう制作にきた若いディレクターも巻き込んでやるから、自ずと少しずつ伝わってくるようです。会社はそういう教育研修費なんてあまりないから、自分達で稼いだので使えと言われてきました。

——是が非でもなんか賞取って……

本間 賞取って勉強しなきゃならないって。ぜんぜん賞金ないのもありますけどね。

ビジネスモデル模索の課題

本間 今後の課題でもう1ついい忘れてのは、やっぱりキー局だと映画をつくったりインターネットの動画配信サイトをつくってみたり、いろいろとチャレンジして新しいビジネスモデルをなんとか探し出して本業にプラスして収益を上げて、そういう収益の割合を3割にしよう、4割にしようという努力をなさっていますよね。ところがローカル局って、資本がないこともあるんですが、映画つくって、コケると何億円も損をする。キー局は何勝何敗でクリアできますが、ローカルは1本つくってコケると、3年間大変だという話で、なかなか思い切った映画製作もできません。お祭りのラジオ番組に Web で動画中継も足してやってスポンサーに喜んでもらうような試みなどは、ほかの局よりも頑張っているつもりですが、なかなかこれだというビジネスモデルにながっていない。

これからのローカルの経営としては、本業の収入は、いい番組をつくって視聴率を上げて、シェアをなるべく確保して売上を増やすという努力をして、それなりの効果は上がっているし、これからも続ける必要はあると思います。それに加えて放送という本業以外のビジネスモデルも模索しな

ければならないのは重々わかっていますが、新しいビジネスモデルがなかなか見つからない。そういうことがいちばんのクリアにしなければならない課題かもしれません。

それに、山形のグルメサイトというので、県内のおいしいそうな店を紹介するサイトをつくって、わずかなサイト料をもらってやっています。それは意外と軌道には乗っているんですが、それが売上の何割になるなんていうことは、ちょっと考えられるような状況ではない。

—— Web の広告費は安いですからね。

本間 でも広告費をもらえればいいんですが、なかなかもらえるようなビジネスモデルがないというのがローカル放送局としては、本当はいちばん喫緊に何か探さなければならない課題だと思っています。データ放送でもいろんなことをやっていて、データ放送を使って視聴した方にポイントを上げて累積ポイントによって商品を差し上げることで視聴率の弱いところを上げようとか、うちはけっこう努力をしていますが、これをやるとお金になるよねというのが、なかなか見つからない。どこのローカル局もそうだと思いますが、キー局と違って、そここのところは大変です。

キー局には、例えば映画つくるなら、ちょっと出資に加えるなどローカル局も巻き込んでとっています。なるべくそういった新しいビジネスも一緒に入れてくださいという願いは会議があるたびにいっています。だから、先程いった最後の課題が何といってもいちばんの課題ですね。シェアを上げて、パイがない中でどうして暮らすかというのと、あとは今の話と、あとは4Kの先が見えないことと。自分が社長している間にはクリアできそうもないですが。

——映画プロデューサーの友人から聞いたんですけど、製作委員会システムでいろいろとやって、ヒットしているように見えて、だけど、結果的には映画館だけの収入で大したことがないじゃないですか。DVDやブルーレイになって、レンタル料とか、そのへんに付随しているいろんなキャラクターを含めて全体がいかないとペイできない。近年厳しいと嘆いていますけども。

板垣 映画は、PR 打つ時は満員御礼で打ちますからね。

——あれ、ほとんどサクラみたいなものですよ。（笑）

板垣 実際、わからないところがありますよね。

本間 でも、映画とか『アナ雪』じゃないですが、1つヒットすると、何十本分も取り返せるみたいなどころがありますよね。

——映画プロデューサーの友人いわく、映画で映画自体の収益だけじゃない。それ以外のところから上がらないと、というので、すごい厳しいとか。最近ではディスク自体も買ってくれないから、『アナ雪』なんかの場合は、キャラクターグッズもいっぱいできますよね。でも、普通の映画だと難しいですよ、そこが。そうするとディスクが売れないとペイできない。ディスク自体がすごく厳しいと。

本間 ローカルの放送局が単独で映画をやって失敗したケースも何本も見ているんで、それはちょっと危なくてできないねということです。映画つくらないとすると、Web とコラボで何か、小さい額でもいいからやりたい。うちのホームページに2カメくらいの簡易な動画をつけて、祭りを映して、その祭りの番組をラジオで中継してというように。ラジオで中継すると30万しかならないが、Web で映像も出すから、さらに10万上乘せできれば、それでもいいんです。そういう商売を見つけようという努力でやっていますが難しい。

もともとラジオの中継代だともらえる額にプラス10万円をもらえると、10万円を20回やれば200万でしょう。売上に貢献しているという発想が出てくれば、やるよね。最初はカメラの

設置代だけでもいいと思うんですが、設置代にちょっと利幅をつけることができると、1つの新しいビジネスの芽にはなるという感じは持っています。そういうものをたくさん見つけようと一生懸命やっているんですが。ローカルは小さいのを積み上げるしかないですよ。

あと海外番販で、日テレ系列も含めて、海外に何とか番販して、そこで10万円稼ごうとか、そういうのも系列上げてやっていただきたいというようなお願いはしています。

——そうすると観光客も来るようになりますね。

伊藤 今年初めてその取り組みを系列あげてやりました。

本間 やったんですね。

伊藤 東京フィルムマーケットという国際コンテンツ見本市に日テレを中心としたNNS全体でブースを設け、各局が制作したコンテンツをまとめて展示、販売するトライアルに加わりました。自社で販売してもいいし、販売を委託することもできます。ただ、コンテンツだけは各局が準備する。今度2作目を送って、うしろのほうからついていく感じですが、その流れを続けられればいいなと思っています。

山形県庁がスポンサーの山形の観光情報番組を週1のレギュラーで23年やっています。県の誘客ターゲットは首都圏がターゲットなので、本当はキー局で放送できればいいんですけど、それほどの予算はない。それでテレビ埼玉さんをキーステーションにうちが制作に入り、現在、神奈川、千葉の独立U局、それに宮城のローカル局をネットしています。以前は関西や中京もカバーしていたんですけど。内容は山形のおいしい味、温泉、文化、人との出会いを入れ込んでいます。それをベースに海外番販を今できれば県も喜ぶし、うちも二次利用でわずかでも収入が生まれる。可能性はあるかなと取り組んでいます。

——その場合は、日テレ系は、そこに流してないからいいんですか。

伊藤 いいんです。

——そうすると独立局をうまく使いながら、という形ですかね。

本間 でも、それもコンペで、うちはその枠組でコンペに勝ってやっていますが、ライバル局もいるわけですから。そういうところは、例えばMXを使おうとか、あとはBSを使ったらどうだとか、CSはどうだと、いろいろなアイデアを出して争っているわけです。ところが今のところは独立U局をキーにして、何局か固めるというのが勝っています。番組の中身、作り方もあるんですが、

——海外でうまく、山形放送独自で売りにいくとかというのは、特になにか……

本間 古池さんのグルメ番組は、うちは個別で売ったんじゃないの。

板垣 そうですね。1回香港にいったのがありましたね。ただ、売るにしても、聞いてみますと、ある程度の本数……単発1本でどうですかというのじゃなくて、同じようなものがシリーズ化されていると、売りやすいというか、買ってもらえるらしいんですね。そうすると、北海道とか沖縄とか京都とかであればある程度揃えられると思いますが、山形だけのネタで何本か揃えるというのは難しい。海外で山形というのを紹介する番組ですよと持っていくよりは、やはり系列が集まって、山形編は山形放送が、宮城編は宮城テレビさんがという形で集めたほうが、売りやすいだろうということです。うちが単独で海外進出するには、ちょっとまだ力不足かなと。

本間 ネタ不足だよな。

伊藤 ただ今回は、総務省の括りの企画コンペで全国16社選ばれた中にうちも入って、インドネシアとミャンマーで年明けに放送する単発55分番組を現在制作中です。スカパーが年間を通じて2時間枠を持っていて、その中のシリーズに当てはめるものを国としてバックアップするという事です。近年、県庁もそうですけど海外へのアピールに力を入れていて、コンテンツの二次利用として見逃すわけにはいかない。

本間 たくさん予算がなくても、そういうのにはまじわっていたいよねという感じはするね。
(本間社長、社用で退席)

震災との関わり

——東北の震災の時、避難の方達をいっぱい受け入れましたよね、山形県は。その時、放送局としてはどういう立ち位置というんですか、ケアとかも含めて、あるいは報道の仕方とかで、社として、こういうところに焦点を当てたというようなことなどがあれば、教えていただきたいんですが。

伊藤 発災した直後は、避難してこられた方々が避難所において姿が見えやすいといったらおかしいですけど、取材しやすい。今も県内に避難者は約6000人いますがそのほとんどが福島の方です。そうした方々に対する寄り添いといいますか、それは絶対にきちっとやるんだということの中で、時が経つにつれてそういう方々の姿が見えにくくなっていく。アパートに移られたり、いろんなところに。現状はどうなっているのかわからなくなっていく中で、そこから勝負なんだと。そういうところをていねいに、まだぜんぜん終わっていないというスタンスでやってきたというのはあると思います。それは主にニュース、あるいは夕方の情報番組「ピヨ卵ワイド」というのがありますが、一度取材をさせていただいた方の生活は依然続いているわけだから、途中で終わらずずっと繋がりながら取材を続けようということをやっています。頻度は少なくなっているということはありませんけれども。

——原発の処理がどうなるかによって、どうされるかもわかりませんものね。帰れるのか帰れないのかもわからない状態で、ズーッとですよ。

伊藤 震災後、いくつかドキュメンタリーを放送しましたが、その中の1つは、避難してこられた家族がいつ福島に帰るのか迷っているというテーマです。おじいちゃんとおばあちゃんの考えが違う。息子の考えもあれば、孫は孫なりに悩みを抱えている。いつ福島に戻るのか、考えがぜんぜん違うわけです、家族でも。「お母さんの決断」というNNNドキュメントで放送しました。

また、風評被害がテーマですが、置賜地方という福島に近いほうのエリアに有名な米農家がいる。その米が売れなくなった。もがきながら壁を乗り越えようとする姿を描いた「汚された土」も全国発信し、これはアメリカでも放送されました。

それと今年の連盟賞ラジオ教養部門で優秀賞をいただいた「花は咲けども」というラジオドキュメンタリー。「花は咲く」という復興支援ソングに違和感を持ったフォークグループに焦点を当て、東京の目線と東北の現場の感覚の違いを反原発ソングを通して描きました。ニュース報道では福島への応援取材が今も続いています。

板垣 系列局が交代で応援に入るという形です。

——誰かスタッフが……

板垣 ちょうど、今日帰ってくるのかな。1週間ずつ系列局が交代で応援に福島に入るという形

で、今回、山形放送が行っています。

—その場合、技術スタッフとかも、ですか。

板垣 記者です。以前はクルーで行っていましたが、今は、記者が1人で行くという形になっています。

—大体、原発関係を中心に？

板垣 原発関係の技術的なものは、継続して取材している人でないと理解しづらいので、そこは福島中央テレビの記者が担当します。その人達がそっちに取られるので、その周辺の取材の応援をやるというのがけっこう多いようです。原発関連でも、継続でなくても応援できるものは取材しますが、やはり本筋に関しては継続して取材してないとわからないということで、どちらかといえば原発周辺取材とか、原発以外の取材とかの応援に入っています。

伊藤 あともう1つ、「やまがたZIP!」で継続取材しているのは、浪江町にあって津波で流された酒蔵のその後です。「磐城壽」という漁師の祝い酒を作っていたのが、全部流されて、酒の酵母だけが会津の研究所に預けてあってそれだけを頼りに、山形県長井市でもうやめるという酒蔵を買って再起を果たした。30代の兄弟が中心になってやっているんですが、弟は長井に家を建てて、第2子をこっちで生んで永住する決意を固めた。でもお兄さんは、もう1回浪江に戻って酒蔵を建て直すという思いがあって、カメラの前で突然けんかが始まる。それは「花は咲けども」もそうですが、ずっと何年と見つめて記録していかなければいけないと思っています。

—酵母は難しいですね。それでまた、そこで同じお酒できるとは限らないですね。

伊藤 そうです。隣県だからこそわかる状況というか、福島の中に入っちゃうと、そういうことが取り上げにくいということを聞いたことがあります。いろんな利益とか立場とか、1人1人ぜんぜん違う状況に置かれている中で議論もできなくなっているのだとしたら、隣県で、少し離れたところからしがらみなく見つめさせていただき、こういうことがあるんですということを福島を含め全国に発信するのが我々の1つの役割ではないかと思っています。

ローカルメディアとして山形県との関わり

—山形ですごい災害というと、酒田の大火とかありますが、地域社会の社会問題、どんな問題かという、難しいですね。山形というとなんか何でしょうね。

板垣 農業問題とか少子化とか、そういったところになるかなというふうには思います。

伊藤 限界集落とか。

—それって、日本の地域は全部……

板垣 全部そうですね。山形が特にというのではないですね。

—山形って何だろうとズーッとあって、雪害ですかね。

板垣 出稼ぎも山形だけじゃなくて東北全体の特徴ですね。

伊藤 1つの大きなキーワードで括るとすると、山形は見えにくいといったら見えにくいですね。きっと『おしん』とか出てきちゃうかもしれないですね。貧しい農村の中で、けなげに一生懸命働いている人達のエリアという延長線上にある。我慢しながら、辛抱しながら幸せのカタチを探している、そういうエリアだとは思っていますが。

—そういう全体が、山形の問題でもあるし、ある幸福でもあるしという形ですかね。一生懸命頑張って自分

達は生きていくという姿。でも、それも含めて、それは山形県全体を考えて、ある種の問題なんですかね。

伊藤 昭和40年代に庄内地方で「西洋風郷土料理」という新しいジャンルの料理を切り開いた男のラジオドキュメンタリードラマを去年つくったんです。「食の都庄内」といういい方があって、ネットで「食の都」って入れると「庄内」ってポンと出てくるんです、大阪とか北海道でなくて。それぐらい食材が豊かなところなんですけど、住んでる人はそういうことになかなか気がつかない。鳥海山、月山、朝日連峰に囲まれ日本海がある庄内エリアは、黙っていると別に何の特色もないんだけど、行ってみるとその中に宝物というか、住んでいる人も含めて、素晴らしいものがあるじゃないかとある時、ふと気が付く。

鶴岡出身の藤沢周平さんが生前、唯一、テレビインタビューに応じたのはもう30年前ぐらいのうちの取材なのですが、その中で藤沢さんがいっているのは、「変わらないほうがいいんだよ」と。当時、空港もなく陸の孤島みたいでしたが「いまにその変わらないことが価値になるんだよ」と。自然もそうだし、文化も人の心も。

今でも『『論語』教室』をやっているんです、鶴岡の子供たち。毎週日曜日に集まってきて『論語』読み、素読をやっているんです。そういう伝統というのが、庄内だけでなく最北の最上地方もそうだし、城下町米沢とかもそうだし、アップ・ツー・デートされていない日本の価値観というか、まだまだ山形の場合、宝物として見直すべきものがあるんじゃないかなという気がします。それを探し当て、掘り起こすことがローカルメディアの役割だと思いながら番組を作っています。

——前時代的なものですね、「子曰く」とか。(笑)

伊藤 いいとか悪いとかじゃなく。

——でも、子供達はずっと参加しているということですよ。それでも、その地域で、子供達はそういったことは当たり前で、それで過ごすものだというふうに自分達は思っているよということですね。そこに違和感を感じないところに幸せがあると思うんですよ。だけどテレビは見ている。そのギャップもぜんぜん感じないということですよ。それが素晴らしいのかもしれないですね。都会では難しいかもしれないけど。

伊藤 親はそんなことさせませんよね、普通。親もやってきたから受け継いでいるんでしょうね。

——そんなことしているんだったら塾へ行けみたいになりますものね。でも、なんで『論語』なんですか。

伊藤 あそこに庄内藩酒井家の藩校(庄内藩校 致道館)があってその伝統が受け継がれています。孔子廟があって孔子様のお祭りもやっていますね。すごい不思議なカルチャーというか精神風土がある。全国どこの地方へ行っても同じようになっている中で、そういうものがいくつも宝物として残っていると思います。

——ちょっと地方へ行くと、どこへ行っても同じようなところいっぱいありますものね。

伊藤 先日、仙台の銀行の調査で、2030年代にプラスの経済成長率を維持するのは東北6県で唯一、山形だけ、という分析が出たそうです。少子高齢化がますます進む中で、山形には付加価値の高い製造業の集積があるというのがその理由だったと思います。

例えば鶴岡には慶應大学の先端生命科学研究所があります。スパイバーという人工クモ糸が少しずつ有名になってきていますが、それを起業した若者達がいる、それは慶應から生まれている。それからヒューマン・メタボローム・テクノロジーズという、唾液からがんとわかるような分析、解析技術。そういう新しい産業の芽が育ち始めています。米沢の山大工学部には城戸(淳二)先生

という有機ELの世界的権威がいて、県が力を入れて産業基盤づくりをしています。トヨタの工場はないけれどいずれそれにつながるような明るい展望を感じさせるものが山形にある。受け継がれてきた古いものと新しいものの融合みたいなものが山形の1つの特色なんじゃないかと思います。——うまく共存できる状況が。そうすると、そこでテレビ局の取り組みとしてどんなことを考えようとか、ありますかね。

板垣 当然、それぞれの問題点に関しては、企画ニュースとして何回かに分けてシリーズでやったり、あと単発の番組にしたりということで問題を掘り下げて県民に伝えていこうと思っています。

あともう1つは、毎年、「今年の8大事業」を決めてやっています。その中に、取材関係もあって、国内だけじゃなくて海外も含めて取材してきました。ローカル局としては異例というか、かなり前から海外取材を敢行しています。

伊藤 昭和31年からです。山形新聞社と両社の「8大事業」という形。

——六十何年ですね。それが逆にうまく県内に循環できるといいですね。やはりそれは服部社長がすごかったからなんですかね。

板垣 そうですね。スタートは、服部社長がいらっしゃる時で、中にだけ閉じこもってないで、広く世界に目を向けてそこに実際行って取材して、どういうものかということ記者・カメラマンが感じて、それを県民に伝えていくという方針のもとでスタートしたようです。それと、3P賞という顕彰事業があります。毎年さまざまな分野で活躍した県民を讃える事業です。

伊藤 平和賞と繁栄賞と進歩賞があります。平和賞は幅広く市民や団体、繁栄賞は経済団体、企業などが対象。進歩賞は主にスポーツとか芸術分野で、これもずいぶん古くからで、昭和32年からです。

——先ほどの愛の事業団とか、社会活動をいろんな形で展開していますよね。県内の中に、いろんな非営利的な事業をたくさんやっていますよね。それはやはり県を活性化させるとかいうのが大きな目的なんですね。こんなに密着しているローカルって、そんなくないですよ。

伊藤 「県民の警察官」顕彰とか、山形美術館、山形交響楽団、最上義光歴史館とか、8大事業で、最近、毎年やっているダンスフェスティバルなんかも花笠まつりの前夜祭の位置づけで花笠会場近くの県民会館で、県内のダンス団体、それこそハワイアンから社交ダンスから様々12団体を毎年選抜して披露してもらおう。そのイベント運営と番組制作も私たちの仕事です。

——そうすると、地域の柱って、何ですかね。歴史性ですかね。もう修験者とかもほとんどいませんよね。まだやっている方はいるかわからないですけど、日々接する場所にいないじゃないですか、出羽三山で修行された方って。

伊藤 普通に修行する人は、旅行代理店ツアーみたいなのがあったりします。でもやっぱりこういう時代だから多くの方が心の拠り所を求めている。出羽三山というのは前世、現世、来世を象徴し、修行によって生まれ変わる山だそうですが、近年、訪れる方は増えていると聞きます。

——パワースポット、近年の。でも危ないですよ、冬なんか。これからの季節、雪で、山に入って遭難等々、ニュースとしてはかなり増えるんですかね。

板垣 雪山、いわゆる登山遭難というのはそんなくないですね。どっちかという、キノコ採りにお年寄りが入って遭難したとか、春だと山菜採りとかタケノコ採りに行って戻らないとかという

のが多くて、雪山では、たまにスキーで迷って遭難したというのがありますが、いわゆる雪山登山で遭難というのはあまりないですね。

伊藤 春山ですよ、いつも遭難騒ぎがあるのは。3月から5月の連休あたり。

—逆に雪が降っているのを知っているから、行かないですよ。

板垣 そうですね。冬の登山はあまり行かないですね。昔は熊を追って入ったみたいですけど、またぎというね。

—熊の害とかは、あるんですかね。

伊藤 熊の食害は山形でも目立っています。畑を荒らすとか、家に上がり込んできたとか。たまに咬まれたとかあります。最近は相当増えているみたいです。里山がなくなって、人間と熊との緩衝地帯がなくなって、いきなりこっちに来ちゃう形になっています。小学校の校舎に入ってきたり。

—里に近いところにいるからですかね。

伊藤 熊と原発事故の問題というのもあります。飯豊連峰などにはマタギの文化が受け継がれていますが、現在、熊を撃っても肉や熊の胆を売ってはいけないということになっています。原発事故の後、県内の全市町村ごとに3頭ずつ捕獲して、すべて放射性物質の量が基準をクリアしなければならぬのです。もう猟銃の免許を返すかという人が増えているということで、マタギの文化が危機に瀕している。それを番組にしようと今取材を進めています。

—魚食べたりとか。ぜんぜんそういう話って、出てこないですね、東京のほうでは。

伊藤 福島に住んでいると、きっとそれどころじゃなくて、あまり社会問題にならないんでしょうけども。福島では飼っていた豚がそのままイノシシと交配して野生化しているという話もあるようです。

—それは漫画で読みました、『いちえふ (1F)』とかという漫画で。(笑) 熊の問題、生活権の侵害ですよ、またぎから見れば。

伊藤 肉を県内の全ての市町村で3頭ずつ捕獲して、すべて基準値以下だったらいいよと、そういう検証は無理じゃないですか。高い壁になっているようです。

—それはNNNドキュメントの企画かなんかですか。

板垣 できればいいなと思ってはいます。

—熊まつりというのは何のお祭りなんですか。

伊藤 マタギの神事です。

—じゃアイヌの熊まつりみたいなやつですかね。イヨマンテとか、熊を殺して供儀にする時、神との関係のお祭りがあるみたいですが。

伊藤 だいたい観光ナイズされている部分もありますが、5月の連休中にあるので、いつも。熊汁が目玉だったんですけど、それはもう出せない。それが魅力でもあったわけですけど。

—そのほかに局として力を入れていることはありますか。

板垣 海外の姉妹局というのがあります。これけっこう先駆的にやったんですよ。平成元年から平成6年までの間に、アメリカ、韓国、ポーランド、オーストラリア、ギリシャの5局と姉妹局の盟約を結びまして、レギュラー番組として「YBC 姉妹局 NOW!」という番組を編成しました。それぞれの局とニュースの素材を交換して、30分番組だったですかね、海外のニュースを紹介す

る番組をやっていたというのが1つあります。

あと、ラジオで平成元年から「地球列島22時」という番組をやりました。これは海外に住んでいる日本人や現地の方にリポーターになってもらい、その人達と電話を生でつないで現地のニュースや話題を伝えてもらいました。例えばポーランドと結んだら、その時点でのポーランドの政治状況とか、時にはやわらかい季節の話題とかを。シビアな時は、それぞれ緊迫した現地の状況を生で伝えてもらいました。

姉妹局との素材交換は今はなくなりましたが、海外のリポーターは、今でも土曜日の「土曜は最高！」というラジオ番組でその国の状況をレポートしてもらっています。

——ギリシャで、経済危機の時とかですよ。

板垣 そうですね。そういう時は、どうしても、海外のニュースをキー局がやるときは、本当に肝のところだけドーンとやるじゃないですか。でもうちのラジオリポーターは、必ずしもそういうところにいるわけでもなくて、あまり国内ではニュースにならないところの南米のペルーにいたりします。そうすると、ほとんど日本ではニュースにならないけれども、今、南米ではこういうのがすごく話題になっているとか問題になっているということが、わりとパツと入ってきたりして、そういうところでいいやり方かなと感じています。

——キー局で取り上げてないところって、けっこう大事かもしれないですね。日テレの「所さん」の番組、現地特派員のあれ、みたいな感じですかね。普通の特派員、やはりトピックになってないと取ってない。外国人の視点で……

そんなので、テレ東ですが、「YOU 何しに日本へ」みたいなのも面白いですよ。山形空港は国際空港でしたっけ？ じゃないですよ。観光立国云々で山形いうと……

伊藤 チャーター便なんかは、たまに台湾とかプログラムチャーター便というんですか。こっちから乗って行って、折り返してあっちからいっぱい来てみたいな。たまに企画があるぐらいで、ふつうは仙台空港経由でしょうか。

山形には、仙台か東京経由で来ると思うんですが、さきほどの飯豊連峰の奥に中津川地区というところがあって、そこに農家民宿が10軒あり、年間30万人も観光客が来るんです。番組にしたことがあるんですが、そこに来る台湾の人に聞いてみると京都はだいぶ前に行きました、札幌にも行きました、その次の日本の先に来たんですという人が多いんです。最初は誰でも東京、大阪、京都、北海道に行くでしょうけど、1回行ってしまった人にその「次のところ」としてプレゼンするとけっこう来てくれると。

——もう京都とか行き飽きて、どのテレビ見ても同じだと。

伊藤 多少不便でも、その先に行って、ふれあいみたいなものを求めているようでした。交通の便が悪いのはダメなんだろうというふうに思うんですけど、実はそんなもの大したことなくて、そのほうが逆に魅力的に写る場合もあるんだろうと。

——古い日本があるみたいな。

伊藤 山形新幹線は新幹線という名前だけスピード遅いじゃないですか。ガタガタ、ガタガタ、山の中。今、紅葉はもう終わりだと思えますけど、その風情が楽しめる。新幹線なのに何か日常と違う時間の流れの中に行けるといった人がいて。

——新しい観光立地みたいなのとか考えているんですかね、先ほどの総務省でしたっけ、新しい、その企画的な

……そういう部分なんですかね。今までにない部分の日本にお客様を呼ぶために、いろんな局に協力してもらいたいというのもあるんですかね。

伊藤 でしょうね。そうだと思いますよ。

——京都に外国人が増えて、もうあふれて。東京もそうですけどね。

伊藤 小樽にこの間行ったら、すれ違う人、みんな中国の人ですからね。

——ぼくの大学なんか神田の水道橋のところにあるんで、秋葉原乗換えなんで、まあ、中国人がいっぱいですよね。買い物して、炊飯器を2つ持ってとか。

社説放送

伊藤 あとは社説放送の話が特徴的ですな。

——山形新聞の社説をズーッと放送する……

伊藤 いや、そうじゃないんです。山形新聞の論説とは別です。YBC 論説委員会があってメンバーがそれぞれに論説や解説をして山形の社説を読むのではありません。

——ぼくが読んだ資料には、新聞社との系列だから、新聞社の社説を読みたいに書いてあったんですよ。それは間違いなんですな。

伊藤 違います。ただ当初は山形新聞からも客員論説委員という形でメンバーに入っていました。両社の論説委員長とか報道部長とか編集幹部クラスで始まったようです。いまはデスククラスが中心になってきて、県政や県警クラブのキャップクラスを含めて、より現場に近い感覚で解説的な形になり、現在、通算8000回くらいいっていると思います。

板垣 昭和53年10月から始まっていますな。

伊藤 それも服部社長の発想で、放送は単なる娯楽・速報機関であってはならない。新聞と並ぶ言論機関であり、自社の意見を発表することこそ社会的使命であるという考え方です。当時は公平、中立など放送法とのからみであまり望ましくないんじゃないかという議論もあったけれど、服部社長の強いリーダーシップで、翌年には連盟賞テレビ活動部門で優秀賞を受け、テレビの言論機関としての可能性に挑戦して一面を切り開く活動としての評価をいただいて今に至っていると思います。1000回単位で県民に記念論文の募集をして、大賞とか優秀賞などを選んで番組にして、また山形新聞にその主張を載せてというような展開をしてきています。

——ほかにはみられないですよな。

板垣 1回、どこかの局が同じように始めたことがありますが、短期間で終わったようです。だから、これだけ長くやっているのはうちだけだと思います。

伊藤 地域の中にある問題があって、AかBか、みたいな対立状況というのは以前に比べてあまりなくなっているのではないのでしょうか。私たちの「社説放送」も、状況はこうで、背景はこう、よってこう考えたらどうだろうかという提言が多くなっていると思います。昭和50年代、酒田のマーケット街撤去の問題で、早く行ふべきだとの論説に対して住民から苦情がきた。反対意見があったら必ずそれをテレビで紹介し、さらに論説を展開していくというのがルールで受け継がれてきました。いまはあまり反対意見もこないのですが、考え方はやはり受け継がれています。

——住民意見を聞いて、やっぱりこうしたほうがいいと……オピニオンを喚起したりしていくという役割も持ちながらですね。普通テレビは、それはあまり……

板垣 中立性から多様な意見を取り上げるというところがありますので、なかなか難しいのではないかというご指摘もあったそうです。当然、言ったことに対する反論は必ず取り上げるといったように、いろいろな意見をきちんと出していく中で、中立性は保てるんじゃないかということで踏み切ったというふうに聞いています。

——たまに、なんか一方的に意見をいっちゃって、免許を取り上げられるんじゃないかという話がよくありますよね。画期的ですね。これからもずっと続いていく……

板垣 そういつもりしております。

——大体、時間的には、タイムテーブルではどのへんでやっているんですかね。

板垣 前は午後3時50分から4時まででやっていたんですが、4月の改編で、先程出た「news every.」の1部を編成しました。3時50分からスタートするものですから今は、「news every.」の中の差し替え枠に入れています。

伊藤 始まった昭和50年代頃は「おはよう YBC・けさの主張」という名前で、朝7時半から8時までローカルワイドの中で放送していました。そこから昼前になって、夕方にきて、今の位置になっています。

「社説放送」については、もっとテレビのフォーラム機能を広く深く展開できないかというのが課題かもしれません。

——世論の喚起、いろんなディスカッション、議論ができる場としては意味がありますね。上からきたものをただ流すだけの報道のあり方とはちょっと違うという意味では。しかし、経営とどうなのかなとかもあるでしょうし……でも、なくすという発想は、基本的にないわけですよ。

板垣 ないです。

——どうふくりますなり、テレビとしては、なにかを変えないといけないとか。

伊藤 論説委員がバストショットで画面に登場し、VTRをはさみながら提言を行う形というのは今の時代どうなんだろうという疑問はあると思います。一方で、特に高齢の方々にとってみればオーソドックスでわかりやすいといえればわかりやすいと思います。でも、もっとテレビ的、あるいはメディアミックスなど面白いことができるんじゃないかと。より見てもらえるような世論喚起の仕組みがないのかなとは思ってますね。

——それこそ、インターネットと組み合わせとかというのはないんですかね。いろんな投稿やなんかありますしね。NHKみたいなものもあります。

伊藤 課題の1つのテレビの双方向性ですね。

——デジタルになって、でも結果的にdボタンでほとんど使わないじゃないですか。

板垣 最初、デジタル放送が始まる時に、メリットは何ですかということの中で、データ放送もそのひとつに挙げられていました。われわれもそんなにうまくいくかなと思いつつも、少し期待しているのかなと思っていましたが、利用のされ方はまだまだかなという感じはあります。

——何に使うのかなって、いつも思って。

板垣 今一生懸命、キー局などでクーポンをやったりしています。うちもそういう活用はしていて、やるとそれなりの反応はありますね。でも、それ以外のいわゆる付加価値の情報という点では、まだ十分に活用され切っていないだろうなという気はしています。

——双方向が可能になるから云々等々で一生懸命やっていたけどね。あれは何だったんでしょうね。

板垣 あれは、データ放送をトリガーとして、テレビとインターネットの回線がつながることで双方向にできるんですよね。今、どのぐらいつながっていますかね。結線率はどうなっているかだと思いますけども。

—その話も出なくなってから……

板垣 そうですね。あまり出てこなくなりましたね。

—そんなに広がってないんですよね、きっと。

板垣 どっちかといえば、データ放送で情報を流し、結線さえしてもらえば詳しい情報も流せるだろうということでしたが、今は詳しい情報を流すというよりも、さきほどいったように、クーポンとかゲーム感覚でというところにグーッとシフトしている感じですね。

—詳しいことはdボタンで出ますよとかって……大体、テレビで、小さい時ならジッと見ていますが、じゃなければ、押し黙って座ってみてないですよ。テレビってそういうものじゃないから、そんなにデータを押しとかって気をつけたりしないですものね。と思うんですよ。

伊藤 テレビとは何かということですか。

—ジッと見てない限り、ボタンを押すとかという感覚じゃないですよ、この情報欲しかったとか。動きながら家事やっているとか、いろんなことをやりながら見ている時に、この情報を欲しかったらボタン押してくださいって……

日テレ・山形県・初代服部社長

伊藤 先程、ネットチェンジの話で、マストバイ日テレになった際に「君、まず日テレにいて勉強してきなさい」というのがあったんです、1年間。そこから十何年続いた。日テレニュースでの研修を入れると20年以上続いたんですが。

最初の研修要員が報道部員だった私でしたが、日テレの社会情報局にいて「追跡」という番組で勉強してきなさい、と。月金の夜7時から30分の生放送で、青島幸男さんが進行役。メインはVTRで、そこでタレントを使わない身近な生活情報ドキュメンタリーのつくり方を勉強してきなさいという社命でした。社史によるとマストバイになったことによって、日テレに対して何が貢献できるかみたいところを考えなければいけなくなりましたということの中で、人を出してまず日テレのカルチャーを勉強してくるということもねらいとしてあったようです。研修は1年交代で、そのうち社会情報系から報道系にシフトして、ニュースをどのように伝えるのかとか、当時日テレはフジから三冠王を取り返した時期で、そういう流れの中で日テレとYBCは気持ちを1つにしていけないといけないとインプットされたように思います。

「ピヨ卵ワイド」という夕方情報番組がありますが、私が日テレに行った年から番組が始まって、そのころ札幌テレビの「どさんこワイド」や広島テレビの「テレビ宣言」がスタートしていて、ローカルワイドとしては日テレ系が強いとなって、そういう番組を横目で参考にしながら「追跡」のノウハウを生かしながら「ピヨ卵」が始まっていった。マストバイになった頃の特徴としてそういったところがあると思います。

—今、資本比率で、県が筆頭ですよ。県が筆頭って、ほかの局でも県が筆頭って……

板垣 いや、違いますね。ほかの局はきっとキー局とか新聞社が筆頭になっていると思います。

—いつごろから県が筆頭ですか。

板垣 うちは、最初、ラジオでスタートしましたが、当時、ラジオって本当に儲かるのか、疑問な部分があって、資本金を集めるのにかなり苦労したようです。そうした中、ラジオの放送事業というのは、1つの地域の文化振興とか、地域振興のために必要だということで、県も出資することになったそうです。初代の服部社長が、そのほかに経済界にも協力を求め、1口ずつ集めて会社を設立したと聞いています。新しい局はキー局や新聞社などが株主で、20人とかという局が多いようですが、うちは株主が400人ぐらいいます。

—それぞれが小さい割合が50個くらいありますよね。それより下はみんなそんなに持ってないということですよ。

板垣 そうです。

—山形新聞が多いのはわかりますけど、ここはじゃどうなっているの、何で県がこんなに持っているのと思いました。創業者の服部社長が全額持っているわけじゃないみたいな感じなんで、これどうやってできているのかなと不思議だったんですね。でも、服部社長自体は、いろんな会社を経営されて、新聞社を中心に。それでそこを元にしながら、ラジオ、テレビとなるんですよ。

板垣 そうですね。新聞社をやっている、うちの会社を設立して、そのあとですね、関連会社を増やしていったのは。

—そうすると服部初代社長は、すごいカリスマ性で全部を、という形なんですね。

板垣 そうですね。

—みんなもついていく何かを持っていたわけですね。

板垣 やはりリーダーシップがすごくあった方ですよ。だからジャーナリスト、新聞社のオーナーや放送局の社長としてだけじゃなくて、文化事業とか福祉事業とか、そういったものにも目を向けて、文化事業では美術館というのが県内にないということで、自分が発起人代表になって、つくりましょうという形で、それこそ県内の経済界だけじゃなくて、美術界の皆さんにも話をして、チャリティの資金を集めるためのオークションをやらしてもらったりして、そういう形で資金を集めて美術館をつくった。そういう点ですごくリーダーシップを持った方でしたね。

伊藤 政治力もあったのではないのでしょうか。山大医学部の誘致成功とか県土の基盤整備というような部分については、とても大きい地域貢献があったのだらうとは思いますが。

—山形県にとっては、素晴らしい貢献をされているんですかね。

今日は長い時間、どうも有り難うございました。