

## TV60年 地方局の歩み

藤井 潤\*  
藤原 正義\*\*  
仁田 豊文\*\*\*  
杉野 隆行\*\*\*\*

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。日本大学法学部新聞学研究所のプロジェクトとして、「TV60年」ということを前提にして、2年前から地方局に焦点をあてたプロジェクトを展開してきました。それは、中央キー局等を中心にはいくつもの研究や本などが出されていますけども、TVを支えてきた地方局について、ほとんど焦点が当てられてないということを所員みんなで考えました。地方局の60年ないしは半世紀以上にわたる歩みを皆さんから今のうちに聞いておかないと、どんどん失われてしまうだろうということもありましたので、そこに焦点をあてたプロジェクトです。

今年は主に西日本を中心にということで何社かのTV局、放送局にお願いをしまして、今回、長崎放送様にお引受いただいたので、大変ありがたく思っております。

まずは、そこで若干、TV放送開始で長崎放送がTVを始める前後ぐらいのところからの歩みを簡単にお話いただければと思います。その後、地域社会との関わり合いなどでトピックになるようなところを含めながら、いろいろとお話いただけるとありがたいかと思っております。よろしく願いいたします。

### 長崎放送の始まり——原爆と平和、長崎放送の気風

杉野室長 では、当社の歴史について説明いたします。当社は長崎で最初の民間放送として設立されました。1950年10月に長崎商工会議所会頭を代表に発起人委員会が開かれ、株式会社長崎平和放送協会が設立されています。当時、民放を設立する際には新聞社が中心となるのが主流でしたが、長崎では、全国的にもきわめて稀だと思いますが、経済界が中心となっています。これは個人的な意見ですが、当社は新聞社が母体として設立されなかったことから、新聞報道に倣うのではなく、新しいメディアであるラジオやテレビのあるべき姿を追い求めるという社風が生まれたと思っています。

その後1952年9月12日に、当社の前身となる長崎平和放送株式会社が創立しました。長崎では1945年8月に原爆被害を受けましたが、社名に「平和」とあるように社として原爆や平和報道に

---

\*ふじい じゅん 長崎放送株式会社 常務取締役

\*\*ふじわら まさよし 長崎放送株式会社 取締役 ラジオ局長兼佐賀局長委嘱

\*\*\*にた とよふみ 株式会社NBCソシア 取締役副社長 ラジオ本部長委嘱

\*\*\*\*すぎの たかゆき 長崎放送株式会社 役員室長

\*\*\*\*\*こばやし よしひろ 日本大学法学部新聞学科 教授

関わっていく強い姿勢が伺えるかと思えます。その年の12月に長崎平和放送株式会社から株式会社ラジオ長崎に社名を変更、翌1953年3月にラジオ放送を開始しました。ちなみにこれは全国で19番目、九州では福岡のRKB毎日放送さんに次いで2番目となります。

開局したその年には、長崎市が行った第2回長崎原爆犠牲者慰霊平和祈念式典を中継するとともに、原爆に関するラジオ番組「ひらめきの またたくひまに」を制作し、芸術祭に出品しています。原爆報道に取り組む強い決意の表れであると思えます。尚、開局直後に自社制作番組を芸術祭に出品するのは極めて稀だったことから、その意欲は大変な評価を受けたと聞いています。また、長崎原爆犠牲者慰霊平和祈念式典は現在も行われていますが、当社では現在まで毎年テレビ・ラジオで中継を続けています。また、当社では開局直後から現在に至るまで、原爆に関する番組を数多く制作し、芸術祭でも優秀賞などをいただいて参りましたが、特に1975年には原爆をテーマにしたテレビ番組「もう碑は建たない」が社の念願であるテレビドキュメンタリー部門の大賞を受賞しています。そのほか受賞に関して申し上げますと、日本民間放送連盟が主催する日本民間放送連盟賞では、これまで7作品が全国の最優秀賞を受賞しており、最近では昨年、テレビエンターテインメント番組部門で地元の祭りを描いた番組「人間神様」が最優秀賞をいただきました。

率直に申し上げて、当社規模の放送局でこれだけの受賞歴がある局はあまりないものと自負をしています。そして、受賞した多くの作品が原爆や戦争をテーマにしたものです。会社創立以来「原爆報道は社の使命である」という意識が社員に深く刻まれている証でもあると思えます。その一例として、1968年には被爆者の被爆体験を取材して語り継ぐラジオ番組「被爆は語る」の放送を始めました。番組はその後、タイトルを「長崎は証言する」に変えましたが、放送は現在も続いています。2004年には番組放送通算36年、放送回数2,570回、取材した被爆者1,000人を超えたことから、「被爆者の証言を掘り起し続け、息長く語り継ごうという姿勢に敬意を表する」としてギャラクシー賞をいただきました。ちなみに今年は被爆70年にあたりますが、節目の年でもあることから、さまざまな取り組みを行いましたので、その一端をご紹介します。JNNの全国ネット番組「ニュース23」「報道特集」では、いずれも20分程度の長崎原爆に関する企画を制作し全国に放送しました。また、「サンデーモーニング」では放送時間を3時間30分に拡大して、TBSさんやRKBさんのご協力のもと、長崎から全編を全国に向け放送しています。一方、ラジオでは「平和の日ラジオ」「プロジェクト70」といった企画に取り組んでいます。「プロジェクト70」とは、地元の大学生とジャーナリストの高瀬毅さんが共同で企画を立ち上げて、特別番組をつくるプロジェクトです。さらに被爆70年に関する取り組みは放送だけではなく事業活動も行っており、8月7日にはピアニスト辻井伸行さんのコンサートを、原爆被害の大きかった地区にある浦上天主堂で、市民約1,000人を無料で招待して開催いたしました。

当社の歴史に話を戻します。先程、株式会社ラジオ長崎が長崎市内を主な放送エリアとして放送を始めたことまで説明させていただきましたが、その後、佐世保地区でも民間放送が必要という社会的な機運が高まり、1953年に佐世保地区を主な放送エリアとする「株式会社ラジオ佐世保」が設立され、翌1954年4月にラジオ放送を始めました。この「株式会社ラジオ佐世保」と「株式会社ラジオ長崎」が同年10月に合併して、現在の「長崎放送株式会社」が創立いたしました。その後、1958年にはお隣の佐賀県でもラジオ佐賀として放送を始められています。

一方、テレビについては1959年1月1日に長崎では初めての民間放送として放送を始め、1966

年12月21日カラー放送開始、2006年12月1日デジタルテレビ放送開始、2011年7月24日にデジタルテレビ放送に完全移行しました。

当社の主な歴史は以上でございます。その間のさまざまな取り組みにつきましては、このあと各担当から説明させていただきます。

—ありがとうございます。

### デジタル化への困難な道のり

—非常に複雑ですよ。佐世保とか、それから島もありますしね。先日、デジタル化開設のエリアが難しいのでというお話をうかがいました。その複雑な様相も含めて、デジタル化についてお話をお伺いできればと思います。

藤原取締役 NBCの「60年史」に、デジタル化の検討段階から、デジタル開局そしてアナログ停波までまとめているので、参考にして頂ければ大きな流れはご理解頂けると思います。長崎は山岳や島嶼が多く、NBCではアナログ送信所を112局運用してきました。しかも、民放4局ありますから、チャンネルはかなり逼迫しておりました。また、有明海沿岸では、長崎県、佐賀県、福岡県、熊本県の4県のお互いの電波が錯綜しておりました。このような電波錯綜地帯では、アナログ放送を実施しながらデジタル用のチャンネルを見つけ出すことが困難で、全国的に有明海沿岸地区と岡山・高松地区における電波確保が課題とされました。

1998年に、総務省がデジタルチャンネル案を発表しました。デジタル電波を出すためにアナログチャンネルの変更も盛り込まれていましたが、その中に、長崎・アナログ諫早局という長崎県内で3番目にカバー世帯数が大きい中継局の移行先がありませんでした。長崎地区としてはアナログ諫早の移行先がないデジタルチャンネル案を受け入れ難く、いくつかの代案が出ては消えるという混沌とした状況が1年ほど続きます。その間に、民放連もデジタル不可避の判断を示す中、デジタルチャンネル確保に向けて官民一体となった検討組織が立ち上がり、2000年1月にNHKが出した「チャンネルプラン及び諫早対策案」によって検討が加速していきました。

2004年4月にデジタルチャンネル確保のためアナログチャンネルの変更を行う「アナログ周波数変更対策事業」がスタートするまでの4年間は、ひたすら机上検討を繰り返していました。初めは、デジタルの親局のチャンネル確保するための作業を行い、次にデジタル重要局のチャンネル確保するための作業、そしてデジタル中継局全局のチャンネル確保するための作業と、同じような作業を何回もやりました。全国の放送事業者が取り組んだ訳ですが、長崎の作業量はその中でもトップクラスだったと思います。デジタルチャンネルを確保するためのアナログチャンネルの移動局数が多いこと、アナログチャンネルを確保するために更にアナログチャンネルを変更しなければならない等、正確さを担保しながら複雑な作業を繰り返しました。デジタル化するため、いろんな観点での組織が立ち上がり、組織毎に作業依頼が舞い込みました。長崎では、事務所を借りて、民放・NHKの担当者が昼間の業務を終えた後に参集し、作業方針を確認した後、実作業に入っていました。作業依頼に単に答えるだけでなく、後の作業依頼にも対応出来るような仕組みを構築しました。

ほぼ作業が固まった時期に、今度は外国から電波が飛んできて、デジタル波が影響をうけることが判明しました。この影響を避けるためのチャンネル検討を、福岡に集まって1週間ぐらいで集中

的に行いました。長崎、佐賀、福岡、大分、熊本の担当者のみならず、東京からもそして総務省からも人が集まりました。一からのやり直しではあったんですが、その頃になると、送信所のチャンネル関係や影響の大きさが担当者に身についておりますから、打てば響くような検討が出来ました。このような経緯を経て、全国のデジタルチャンネルの骨格が出来ました。

アナログ周波数変更対策規模は、長崎県内の30万世帯に及びました。長崎県内の総世帯数が55～56万世帯ですから、家庭のチャンネルを変更するだけという軽微なものから、アンテナを移設する等の工事を伴うものまで対策方法はいろいろありましたが、2世帯に1世帯は対策を実施することになります。その内の1万世帯ほどはケーブルに加入して頂きました。これらの作業によって、いよいよデジタル電波を出す環境が整ったわけです。

しかし、それから大変でした。デジタル局を計画に沿って置局していく作業も、国立公園敷地内に送信所があるなどで事前作業も大変でしたし、建設局数も相当数ありましたのでNHK含めた放送事業者で幹事者を決めて対応しました。そして「新たな難視」という懸念していた事態が表面化します。デジタルだとテレビが映るか映らないかどちらかです。一方、アナログでは、多少画質が悪くてもテレビが映ってしまいます。山影などでアナログを画質が良くない状態で観ていた世帯で、デジタルが受信できないという地域が広範囲に発生しました。国をあげての対策でしたけれども、アンテナを取り替えたり、共同受信設備を建設したり、ケーブルに加入して頂いたりしました。また、ケーブル事業者には難視地区まで幹線延長や、月々の契約料は個人負担になりますので、割安の料金プランを提供するようにお願いしました。どうしてもアナログ終了までに対策が間に合わない世帯では、一時的に衛星を活用しました。

現在も課題として残っているのが、外国波による混信対策です。長崎県は隣国に近いものですから隣国の電波が飛んできます。常に混信を受けている訳では無いのですが、対策手法を含め検討中です。

——そうすると、これは4Kとか8Kになった時に、またとんでもないことに……

藤原取締役 現在のデジタルは2Kですが、例えば放送事業者は4Kの電波を発射し、4K受信機では当然4Kの映像が受信でき、かつ2K受信機でも受信可能となるような、技術的なブレイクスルーが必要だと思います。4K用に別途地上波チャンネルを確保することは、放送用の帯域もアナログ時代の62chから40chに減少していることもあり、アナログ電波を出しつつデジタル電波を出した地上波放送のデジタル化の時と比べても、困難ではないかと思っています。

——ありがとうございます。

### 放送という新しい文化——新聞が母体でない長崎放送の挑戦

——番組づくり等を含めて50～60年の間、これは先程もちょっとお話が出た、原爆についてはほくらもそう常に思っていますし、私、子どもの頃は、必ず、午前中、全部番組なくなっちゃいますね、東京でも。広島、長崎、それから15日とで。ほくはズーッと都心なので、田舎に帰るといこともなかったので、そうすると周りに誰も友達がなくなると、TVしか友達がいない。そうするとTVが朝からズーッと、平和の祈りのあれに全部変わっていたので、ずっと記憶には残っています。

近年、東京では放送時間というか、中継時間が極端に限られた時間しかやらなくなっているなというふうに感じます。そうするとやはり、爆心地でもあるということでは大きな問題だと考えます。短くなってしまった

がよいのだろうか、と。そこで、この50年、60年の中で、長崎放送として、特にいろいろと係わってきた原爆、それから雲仙普賢岳もそうですし、あと様々な集中豪雨等々があると思いますが、そのへんあたりのことを、地域社会という独特の問題と合わせてお話をおうかがいできればと思います。

仁田本部長 先程、杉野も申し上げましたが、当社は新聞資本を中心に創立されなかったことから、新聞記者が作る放送ではなく、放送という新しい文化を作ろうとし、作ってきたのだと思います。

今年で創立63年になりますが、初期はNBC放送劇団なども立ち上げてラジオドラマなどを制作しています。脚本も現在のように放送作家がいるわけではありませんから、自分達で脚本を書いて、劇団も作って番組を制作しています。そうした中でも一番多い番組テーマはやはり原爆です。長崎放送といえば原爆放送局といわれるぐらい原爆に拘り、番組制作してきた歴史があります。

ところで、長崎県で2番目に大きな都市は、基地の町佐世保市ですが、当社が体験した最も大きな全国放送は、昭和43年のアメリカ海軍の原子力空母エンタープライズの佐世保寄港です。国内のニュース番組で初めてニュースワイドにしたのがTBSの「ニュースコープ」で、田英夫さんがキャスターをされていました。当時、他系列ではそれほどニュース番組を放送していない時代に、その「ニュースコープ」が1週間ほど、当社の佐世保局をキー局にして全国に発信しました。時代はベトナム戦争の最中、70年安保の前夜でしたので、市街地で警官隊と機動隊が衝突するなど大変な騒ぎとなりましたが、その一連の様子を全国に伝えています。東日本大震災でもTBSが被災地の放送局をキー局にすることはありませんでしたので、エンタープライズの佐世保寄港を巡る一連の放送活動は長崎放送にとって大変大きな経験になりました。また1週間も現地から放送したのは、おそらくTBSの歴史の中でも初めてのことでないかと思います。

その後、全国的に注目されたのは1982年の長崎大水害で、一晩の雨で299の方が亡くなる大災害でした。現在でも時間雨量の189ミリは国内最大です。この災害では、当社のNBCラジオが午後8時過ぎから全ての番組、CMを打ち切り、安否情報に切り替えました。ラジオで「〇〇にお住いの〇〇さんは、今、長崎県警に避難されていらっしゃいます。ご家族の皆さん、ご安心ください」「〇〇さん、ご家族が心配していらっしゃいます。ご連絡ください」など個人の安否に関する情報を放送しています。これは当時のラジオ局長の大英断だったと思います。その夜、長崎市内は停電しておりラジオだけが頼りでした。自分の家族が帰ってこず心配していた方はたくさんいらっしゃいました。そのため災害後には、「ラジオから安心をもらった」「ラジオが神様に思えた」といった反響を数多く頂戴するとともに、いろいろな場で評価していただきました。後の東日本大震災でも、安否情報を放送していますが、その第1号が当社です。災害後、ニッポン放送や文化放送が当社にどのような放送をしたのか視察に来られました。東海沖地震を想定した場合、首都圏で同じような放送ができるのかを含め研究をするのが目的だったと聞いています。他にも、さまざまなメディアで取り上げられました。そして同じような取り組みが東日本大震災の際にいろいろなラジオ局で実行されました。当社の長崎大水害での経験が生かされていると思うと、私どもにとっても先輩達の仕事は県民の付託に応える、誇れるものだと思っています。

もちろん、その時々々の事件・事故や、長崎で必要とされる情報、出来事をニュースとして日常的に放送し、全国にも伝えてきました。そうした中でも、常に原爆については報道に力を入れ、番組も制作していくという意識は制作現場に強くあります。また経営陣にも、「原爆に関する放送活動

を行うことこそが、被爆地長崎にある放送局の使命である」といった考えは常にありました。これは社の信念として創立以来ずっと受け継がれています。特に私どもはラジオ時代にいろんな試みをして自己研さんをしてきたことが、後のテレビ時代の基礎体力となり、その後大きく育っていると思っています。

次に1991年の雲仙・普賢岳災害についてお話しさせていただきます。この災害では43人が犠牲となり、中にはマスコミ各社の取材陣も含まれていました。しかし、テレビの系列で犠牲者が出なかったのは、私たちJNNだけでした。当時、被災地では大変な取材合戦になりました。私は現地デスクを担当していましたが、いわゆる「いけいけ」といった感じでした。TBSをはじめとした系列各局の取材スタッフも現地入りしており最大120人ぐらいの取材スタッフがいました。その人達をどう使い、何をどう取材するのか、その指揮権は地の利に明るい地元局である当社が執りました。RKBやTBSと一緒にJNN取材団を構成していましたが、指揮権はTBSには譲らず、絶対に当社が執ると決意していました。その点が他系列とは違いました。だから犠牲者が出なかったとは申し上げませんが、日々TBSの社会部長と議論して、「いけいけ」になりがちな取材を「その必要はない」というようなやり取りはしていました。雲仙・普賢岳災害はその後、5年も続く長期災害となりましたが、その間JNNでは被災地に島原通信部において、日々ニュースを発信し続けました。一方で、一過性のニュースだけで終わらせるべきではないと考え特別番組を制作していました。3年連続で3作品を制作しています。日々のニュースを担当するスタッフだけでなく、特別番組のスタッフも投入して番組を作り上げていくスタイルで続けてきました。特別番組をつくるには人も物も金も必要です。しかしそれを行ってこそ地域に根ざした放送局であると考えていました。今も当社では「ふるさと貢献」「地域と共に」と標榜しており、地域に密着するという覚悟は常に持っています。それは社長が交代しても、社員に向けて所信を表明する際には、必ず「地域に密着し、貢献する」と発言されており、こうした決意は連綿と受け継がれています。

——いわゆるインターネットとかというのは、そういう点ではどのように考えますか。

仁田本部長 インターネットは個人でも世界に向けて情報を発信できますが、いざという時に、被災地で本当に頼りになるのはラジオだと思います。非常時、通信系のメディアは輻輳してパンクしていますし、充電もできない。また、東日本大震災の際に明らかになった事ですが、何よりデマや誤りが多い。いろいろな情報が集まり過ぎて精査できていません。だからこそラジオは情報を正確に伝える責任を負わないといけないと考えています。しかし、AMラジオは電波の特性から都市騒音や混信に弱いので、こうした弱点を補うことができるFM補完中継局、通称ワイドFMを始めています。ワイドFMはAMラジオの番組をFM波でも放送するもので当社は2015年10月に放送を始めました。九州では2番目です。ワイドFMは政府が進めている国土強靱化計画に沿ったものですが、同時にいざという災害時に、きちんと県民の期待に応え得る放送ができる体制を整え、スタッフの訓練も重ねていくことが必要だと考えています。

国民の生命・財産を守るメディアはラジオが最も適していると思います。停電しても困りませんから。災害時の暗闇の中で世の中で何が起きているのか、ここにおいて大丈夫なのか、ネットメディアには対応しづらいことにもきちんとアプローチできます。細かい情報を正確に伝えることで安心感を与えられるのがラジオです。テレビは、今起きていることを全国に向けて「長崎ではこんなことが起きていますよ」と発信しますが、ラジオは地域のライフライン情報も含めて、地域に向け

て情報を発信できます。私はラジオは安心情報メディアだと思っています。今、起きていることを伝え続ける一方で、地域に伝えるべき情報は段階的に変わってくる。どこに避難した方がいいのか、いつ給水車が来るのか、そうした被災者向けの放送がラジオではできます。テレビとラジオの役割は両輪として存在しているのだと思います。

私どもは放送事業者なので、本来であればどんな番組を放送するのかわかりませんが、我々は行政に対して防災無線端末でラジオも聞けるようにしたほうがいいといった働きかけもしています。テレビの場合はアナログテレビからデジタルテレビに買い替えてくれましたが、ラジオはAMラジオの番組がFMでも聴けるようになりますとPRしても、なかなか買い替えてもらえません。ですから「1家に1台、いざという時のためにラジオを身近に持っておきましょう」といったキャンペーンも常に行っています。

私は長崎大水害も経験しましたが、やはりあの時、私たちの先輩方が行った災害放送が、今、われわれにできるか常に問われているという意識はあります。こうした意識は局として連綿と引き継がれてきたDNAだと思います、いざという時に通常番組を打ち切って災害放送に突入し、県民のためにきちんと情報を伝える。そうした経験値も息づいていると思います。

—それは研修やるとかで養成されているのですか。

仁田本部長 長崎大水害は7月23日に発生したので、毎年7月に局内で勉強会を開き、当時の番組を制作スタッフに必ず聞かせています。当時、通常の番組を放送している時に、雨がひどくなってきたので「番組の途中ですが」と割り込んで情報を伝えていましたが、やがて通常番組を打ち切って災害放送に変更する。そして災害情報をどんどん伝える。さらに時間が進むと「〇〇には〇〇さんたちが避難していらっしゃる」といったように個人名を挙げて安否情報を伝えていきます。その放送の模様を毎年聞かせています。CMは契約事ですからきちんと履行しなければなりません、非常時や緊急時であればCMを飛ばすこともあり得ると思います。後でスポンサーにはお詫びに行かなければなりません、それでも、その時々県民の付託に応えるためには今、どんな放送をすべきなのかが常に問われていると思います。

—スポンサーのほうは了解取れば大丈夫なんですか。

仁田本部長 スポンサーには事前に了解をいただくのではなく、事後に営業の担当がご報告とお詫びに行くこととなります。

—新聞が資本の基盤になってというよりも、地元経済界でつくった部分があるから、ある程度、お許しいただけるかというのは……

藤井常務 それはありません。スポンサーの多くは東京・大阪の会社ですから。

—東京営業所で、スポンサーとの……

藤井常務 長崎大水害時に営業がどのような対応をしたのかは詳しくは知りませんが、未曾有の大水害でしたので、スポンサーからあまり厳しいことは言われなかったと思います。

杉野室長 当社の50年史に当時の営業担当取締役が残した記録があります。今、常務が申したように、事後にスポンサーへお詫びに行っていますが、スポンサーからは逆にローカル局として素晴らしい判断をし、いい放送をしたと励まされたと記されています。

仁田本部長 先程、言いました雲仙・普賢岳災害時に現地に來ていたTBSの社会部長が、その後、JNN各局を訪問して災害が発生した場合は、常に現地の放送局がJNNの指揮を取って欲しい

い。そのつもりでいて欲しいと要請されています。これはわれわれが雲仙・普賢岳災害時に行ったことが系列のいい経験値になって、JNN では今もおそらく災害時には現地の局が指揮を執っていると思います。

—— JNN 系は TBS の研修にみんなそれを勉強させられる感じになるわけですか。

藤井常務 JNN では年に 1 回の研修会があります。報道、営業、制作など 4 部門に分かれています。報道部門では原爆に関して当社の記者が講師をしたことがありますし、雲仙・普賢岳災害を担当した記者がパネラーや講師を務めることは今でもあります。最近では東日本大震災や阪神・淡路大震災などがありましたので機会は減っていますが。それまでは特徴的な取り組みをしたとしてよくお声をかけていただきました。雲仙・普賢岳災害の際に JNN だけが犠牲者を出さなかったのは偶然でもあります。その背景には現地デスクを地元局が担当したことも要因だと思っています。

### 番組制作に対する意欲

——「黒潮隊」(「電撃黒潮隊」) でしたっけ、毎年ずっといろんなことをやられていますよね。あれも、基本、JNN ですよ。

藤井常務 あの番組は JNN 九州、沖縄各局持ち回りで制作しており、制作者は随分鍛えられました。企画会議でも揉まれますので。今は番組名を「ムーブ」に変えて、当社では年間 3 作品程度を制作しています。番組は毎週放送していますので、以前はもっと数多く制作していました。

——エンターテインメントにも、たとえばガイドドリンコ……お祭りばかりですが。

仁田本部長 ガイドドリンコさんは日本各地で祭りをテーマにした番組を提供されており、私どもとしては非常にありがたく思っています。

——厳しいですか、スポンサーやお金は。

仁田本部長 現状で、制作費も含めて理解を示していただけるスポンサーさんとしては、弊社では「日本の祭り」くらいだと思います。

——地元に関して、なにか番組とかというのは……ドキュメンタリーでそういう番組をつくるのがいちばん近いですからね。ほかにはなにかありますか。

仁田本部長 基本的に番組は作らなければならないと考えています。ただ、制作費も十分にかけ、長いスパンで取材する番組については、賞を取ることが目的ではありませんが、日本民間放送連盟賞に出品するのは当然という雰囲気があります。民間放送連盟賞にはテレビ番組では報道番組部門、テレビエンターテインメント番組部門、教養部門などがありますが、この作品は報道部門に、この作品は教養部門に出品しようなどと決めています。最近、出品しているのは「日本の祭り」関連で、この番組をさらに広げるなどして民間放送連盟賞に出品しています。こうした番組を作り続けられるのは、若い制作者に制作の場を与えるいい機会なので大変ありがたく思っています。その意味では、「ムーブ」の前身となる番組「電撃黒潮隊」では、アートネイチャーさんに提供していただきましたが、おかげで九州各局の制作者は鍛えられました。そうしたこともあって、アートネイチャーさんがスポンサーを降りられることが決まっても、各社がそれぞれ制作費を捻出してタイトルは変わりましたが番組の精神を継続させています。

——各社別々が、ちょっとずつちょっとずつ……



仁田本部長 自社の番組の制作費はその局が負担して制作する方式です。

——民教協とかのほうもありますよね。そちらのほうもいろいろとつくって……

藤井常務 民間放送教育協会でも年間1作品を制作しています。実は今年、民間放送連盟賞テレビエンターテインメント番組部門の優秀賞を受賞した当社制作の作品は民教協の番組です。その他には、九州各局が毎年1作品を作り、それをお互いにコンテンツとして共有し、年末年始などに放送している「新九州遺産」という番組があります。こうした作品を再構築して、例えば民教協ですと30分番組なので50分くらいの番組に再編集して、民間放送連盟賞などに出品するなどしています。

仁田本部長 おそらく制作現場では、連盟賞に出品しないことは不戦敗に似た意識があると思います。出品しないと「報道は元気がない」「何やっているんだ」と言われますから。「番組にできるテーマはちゃんとあるのに」と言われます。

——老舗の局は、皆さん、必ず連盟賞に出さないのはおかしいと。そのためにつくるんだという話をされますね。

藤井常務 その意味では、かつてラジオ部門で大賞を受賞したことがDNAとして社員の意識に刻まれていると思います。ただラジオ番組を出品するのはだんだん難しくなっています。制作スタッフが少なくなっていますので。

仁田本部長 長崎には固有のテーマとして原爆があります。先程、「長崎は証言する」という番組をご紹介しましたが、被爆者が少なくなっていますので、その証言を残して、ライブラリー化しておかなければならないと当社は考えています。そのため行政と一緒に取り組み、長崎原爆資料館にある映像記録や音声記録は当社がかなりの部分に関わっています。原爆といっても、求められるものはそれぞれ時代で変わってきます。昨今では東日本大震災に絡む放射能の問題であるし、北朝鮮の核の問題にもつながってきます。当社としてはもし原爆が使われれば、こんな被害が出るということを常に発信し続けるのが、被爆地にある放送局としての使命であると考えています。それは特別なことではなく、きちんと原爆と向き合うということだと思います。

——山本晋也監督が民放連の九州・沖縄地区のTV審査委員で、戦後70年、常に沖縄の話ばかりされて、俺は東京大空襲の逃げまどった1人としては、沖縄だけ特化されるのはすごくむかつくんだと話してました。どうして東京大空襲を東京の局は扱わないんだと怒っていますけどね。秋葉原のすぐそばで生まれ育ったそうで、だから……。私の母親も千住だったのでやっぱり焼け出されて、話は聞きましたけど、やはり東京は、キー局だからそうなんですかね。

藤井常務 ローカル局だからこそリスナー、視聴者との距離感が近いというのはあると思います。長崎大水害で当社が行った安否情報と同じ放送をキー局ができるかと言えば、放送エリアが広いので躊躇されると思います。それにローカル放送に対する視聴者のシンパシーもあると思います。今日は、原爆や長崎大水害での災害報道の話をメインにしていますが、先程少し話があった「長崎くんち」など、長崎の行事や歴史をきちんとわかりやすく解説する番組なども、地元の郷土史家の方々と一緒に長く放送しています。そうした地元の番組を長く続けてきたことによるシンパシーも大きいと思います。

地域との距離感でいうと、ご覧にいただいた当社のテレビ番組「人間神様」は地元の祭りをテーマにしていますが、この祭りそのものは正直申し上げて島原半島の小さな一集落の本当に小さい祭

りにすぎません。しかし、この祭りには地域のいろんな伝承すべきこと、例えば子ども達を地域のみんなで育むとか、地域で責任を少しずつ分担するといった、日本各地の祭りが果たしてきた役割も込められています。もちろん珍しい祭りなので、当社も以前からニュースやちょっとした特集などで取り上げてきましたが、あらためて1時間番組にすることで、小さな祭りではあるけれど、そこに込められた意味や思いが伝わってきました。こうした意味のある祭りは日本国中にたくさんあることはキー局の方にもリアルに感じていただけたと思います。

効率だけを考えれば、交通網も通信網も東京を中心にして、末端の地域は切り捨てるという考えになりがちですが、われわれとしては地元長崎を見捨てることは絶対にできません。デジタル置局でも番組制作でも災害報道においても「地域のため」という社の方針があるからこそ、人も手間も資金も大変かかりますが必死で取り組んでいます。インターネットの伸展などでスポンサー事情は非常に厳しくなっていますが、それでも番組制作もイベントも地域活動も必死で歯を食いしばって行っています。ご存じと思いますが、長崎には経済規模が小さい割には民放テレビ局は4社もあります。岩手、北陸、愛媛も同じですが、特に長崎は地理的な問題もあって置局の効率が非常に悪いし、取材活動においては海岸線が北海道の次に長く、島も日本一多く難しい。しかし、世界で最後の被爆地で、しかも災害も多い。非常に特色のある地域です。その長崎のために、地域に暮らす人々のために放送をしているという自覚があります。

仁田本部長 当社の社風は不器用なぐらい真面目なのだと思います。

——つかぬことをおうかがいしますが、例えばスポンサーの割合とかも、地元比重はどのくらいとかというのは、教えていただくことができますか。ざっくりの感覚で比重的には6・4とか……やはり、経常的に東京のスポンサーの比重が強くなりますか。

藤井常務 テレビはキー局の番組で放送することで得るネットタイムがあるので、半分以上は東京になります。

### 長崎放送の特異性——佐賀放送や地域社会との関係

——コールサインを3つお持ちですよ？

藤原取締役 テレビは1つだけです。ラジオは、長崎・佐世保・佐賀の3箇所コールサインを持っています。コールサインがあるということは、それぞれ独自の放送を行うことができるということです。私が入社した時は、長崎・佐世保・佐賀の3箇所向けのコマーシャルを出していました。現在は、長崎県向けと佐賀県向けの放送を行っています。平日は、9時から16時まで佐賀のスタジオで番組を制作しています。

仁田本部長 かつては「ロータリーニュース」として、長崎からニュースを伝えた後に、同じ番組内で「続いて佐世保からのニュースです」、「続いて佐賀からのニュースです」と各支局を繋いで放送していたこともありました。

——不思議ですね。なにかでちょっと読んだのですが、佐賀はいろいろと重なっているところの関係上という話ぐらいですが、佐賀は独自でラジオ局は……

杉野室長 当社がラジオ佐賀を開局したのは1958年ですが、それ以前は九州で佐賀県だけに民放がありませんでした。そのため佐賀県では民放を設立しなければならないという機運が高まったものの、資金などの問題もあってなかなか進展しなかったようです。そのため一時は、福岡地区の

局に佐賀に進出するよう依頼されたようですが、実現することはありませんでした。それで、当時の佐賀県知事と佐賀市長、県議会議長、市長、市議会議長、商工会議所会頭等が当社に佐賀でも放送して欲しいという陳情書を持ってこられた経緯があります。これを受けて当社が佐賀でラジオの放送を始めることになりました。

—あまりないですね。日本の中で、基本的に1局だけという形……

藤原取締役 佐賀県民放は、テレビ1社、FM1社、AM1社の3社しかありません。しかし、ケーブルテレビの普及もあり、福岡テレビ民放5社が視聴可能となっています。

—長崎放送、佐世保、NHK、佐賀支局を活用されて。

藤原取締役 私どもは佐賀県に4箇所の送信所を持っています。福岡県との県境で聴取するのが厳しいところがありますが、ほぼ県域をカバーしています。

—エリア的に難しいですね。中心はここ長崎で活動しながら、でも何かあった時にそちらも見るという……

藤原取締役 現在佐賀局に、15人ぐらいのスタッフを抱えて営業、報道、制作活動を行っています。

—どちらの支局でも、独立で別個に動けるという形で？

藤原取締役 そうです。

—佐賀局の売上規模はどれくらいでしょうか。

藤原取締役 ラジオの売上の1/4程度が佐賀の売り上げとなっています。

—それで長崎全体と合わせて、という形で経営的にあると。

藤井常務 そういうことです。経営的というと佐賀局はあくまで支社の一つですが、ラジオの放送面で言うと、佐賀と長崎で二つの周波数で二つの番組を放送しています。

—現在ネットはJNN系ですね。テレビはキー局も経営的に大変かと思いますが、たとえばPTとかいろいろと自分で全部スポンサーを探さないといけない場合とか出てきますよね。それを含めてキー局に対しての感覚とかというもので、なにかございますか。

藤井常務 最も効率のいい地域が東京であることは事実です。ローカル局はそれぞれの地域で乏しい資源を最大限に活かしながら活動していますが、長崎は有力な地場企業もありません。一方で、たとえば冒頭にお話があった4Kについても、仮に民放全体でも4Kに取り組むことになれば、福岡、熊本、鹿児島では4Kで放送するのに、長崎県民は地元民放の経営が厳しいから、4Kは我慢してくださいということではできません。東京と長崎のCMの単価は最低でも2桁は違います。さらに、長崎には民放テレビが4局もあることからテレビの単価が低くなり、そのためにラジオのスポンサーが少なくなっている。それぐらい単価的にも効率的にも非常に厳しい中で経営していますので、われわれが自分達の手だけで地域に責任ある放送を出し続けていくためには大きな課題が山積しています。長崎県の人口は143万人くらいですが、テレビのデジタル化にあたっては69本ものアンテナを立てなければなりません。さらに離島も放送エリア、取材エリアとしてもきちんとカバーしなければなりません。経済雑誌などでは、キー局からローカル局に対するネット配分を「仕送り」「親の臍かじり」などと揶揄する表現をしますが、東京局の番組を長崎県全域に放送するための設備は各ローカル局の責任で構築しますし、ローカル放送継続のために自分たちで営業活動を行っているわけです。NHKは一つの巨大な組織ですから、そうした効率の悪さはクリアできると思いますが、われわれ民放はそうはいきません。キー局はキー局で独自にいろん

な事業をしているものの、以前に比べると厳しさは増しているようで、ローカル局の面倒はかつてのようには見られない傾向にあります。こうした事情もあって、デジタル化の際、長崎地区ではキー局以上に技術的な工夫をして、どうしたら経費を節約できるのか、どうすればきちんとした放送ができるのか考えました。最近ではテレビ離れ、ラジオ離れなどと言われますが、それは民放全体が抱える問題です。一方で、長崎は日本の西の果てにあって、離島が多く、混信も多い、こうした三重苦、四重苦とも言われる地域に民放テレビが4局ある。それでも自社制作を怠らず、手抜きもすることなく放送活動を続けている。それが当社の特徴だと思っています。

仁田本部長 キー局からの番組を放送するだけで、自社では何も制作しないのが一番利益は出ますから。

——キー局の、ただ流していればいいんだということが、そのほうが楽なんだというのがありますよね。

藤井常務 そういう傾向の地区もあるようですが、長崎地区では各局がいろんな切り口でローカル放送をしています。最近でも他局が月曜から金曜まで40分のベルト番組を2015年4月から始めています。九州でローカル放送を真面目に見て頂ければ、いろんなことに相当詳しくなると思います。たとえば弊社が受賞した番組「人間神様」で取り上げた祭りは、本来知る人ぞ知る1集落の祭りにすぎません。その存在を知らないのがむしろ普通なのかもしれません。その祭りを取り上げて番組化する。その意味では、われわれは地域文化に対してあまりにも理想的で、夢を追い続け過ぎているのかもしれない。もっと効率化を考えたほうがいいといった指摘も受けますので。

仁田本部長 民放各社では番組審議会を開かなければなりません。当社では常に自社制作番組を審議していただき、キー局の番組を審議していただくことはありません。しかし、他局ではキー局の番組を審議することもありますので、それだけ当社は番組をつくっているということです。時には、審議していただきたい番組が月に複数あって、どの番組にしようか悩むこともあります。こうした自社制作番組の多さは番組審議会の委員の皆様からも評価していただき、最も地域に密着し、地域を大切にしているといったご指摘をよくいただきます。

——他局は制作部門が少ないから、そうせざるを得ないのですかね。

藤井常務 そうですね。営業的な色合いの濃い番組を中心に制作していると、番組審議会では審議しづらいと思います。いわばCMを見ているようなものなので。

——そうすると、長崎ですと活動していて、絶対にこれだけは地元と共にやっていくという形で、特にこういうところに力を入れて番組をつくる。あるいはこのように後輩をつくっていく、こういうオン・ザ・ジョブ・トレーニングをしているなども含めながら、こういうことを考えてきたという流れみたいな、原爆を中心にしながら以外にも、別に何かございますか。

杉野室長 原爆以外だと「長崎くんち」もあります。「くんち」は長崎市民の氏神様である諏訪神社で毎年行われている秋の大祭で、期間中、長崎は「くんち」一色になります。当社ではラジオ放送を始めた1953年に早くも中継していますが、以来、毎年の中継しており、現在はテレビでその全編を中継しています。「くんち」は朝7時から始まって、午前10時30分くらいまで行われていますが、テレビでは各系列ともにその時間帯はネット番組を放送しています。ローカル局にとってネット番組をローカル番組に差し替えるのは非常に大変で難しい作業ですが、当社では毎年TBSなどと交渉して「くんち」の全編を生中継しています。長崎の他局では一部を生放送し、ネット番組の時間になると「くんち」の中継を取りやめ、夕方のローカル編成部分で改めて放送していま

す。

藤井常務 年中行事や祭りという意味では、「くんち」に加え、「精霊流し」や「ペーロン」もあります。「ペーロン」は長崎独特の舟競争で、もともとは県内のいろいろな町で独自に行われていました。それを当社が後援して、距離などのルールを統一しています。今も「長崎ペーロン選手権大会」として長崎港で一堂に集まって開催しています。

杉野室長 長崎の精霊流しは全国的に見ても極めて特徴的ですが、そのテレビ中継も昭和 38 年から始めています。

——このペーロンは、現在では、全部 1 箇所にとまる形。各地でやって、その代表が集まるみたいなの。

藤井常務 毎年夏に長崎一を決める大会です。地域の伝統や文化を守る。そうした観点から取り組んでいます。

杉野室長 ペーロンの第 1 回は昭和 52 年です。

藤井常務 先程お話があった「ダイドードリンコ：日本の祭り」でも、「くんち」をテーマにした番組をたくさん作っています。長崎の人は祭り好きですが、当社も祭りが好きなのだと思います。それは歴代社長がプロパーだということもあると思います。民放ローカル局では、よくキー局や新聞社出身の方が社長に就任されるケースもありますが、当社ではそうしたケースは一度もありません。

——『精霊流し』、さだまさしと共にあるイメージなんです。

仁田本部長 さだまさしさんはデビュー前、当社が土曜午後に放送していたローカル制作のワイド番組に出演されていました。裏話をすれば、さださんは当時、当社に入社したいと、一度履歴書を持ってこられたそうです。しかし、当時の制作部長が「君にはもっとやるべきことがあるだろう」と言って、その履歴書をさださんの目の前で破り捨てたそうです。また、芸能関係でいえば「長崎歌謡祭」もあります。これは 1977 年に NBC 創立 25 周年にちなんで始め 1998 年に終了しましたが、全国各地から出場者を集めて行う歌謡祭で、1 時間番組として全国放送していました。松本伊代さん、本田美奈子さん、夏川りみさんらのデビューのきっかけになっています。

——各地でテレビ局を中心にしたイベントが地方でもいっぱいありますが、ほかに長崎放送主催ではなにかありますか。

仁田本部長 他局もそうだと思いますが、営業的な意味合いでいろんなお祭りに取り組むこともありますが、それだけではなく青少年育成や地域振興を目的にしたイベントがあればメダルや賞状などを提供することはあります。こうした取り組みには全く利益はないので他局は参加されないことが多いようです。また、長崎に大きな企業があれば地域に向けていろいろ取り組みもしていただけるのかもしれませんが、大きな企業はありませんので、民放先発局の当社にはよく依頼があります。例えば長崎市公会堂をはじめとしたホールの緞帳などは当社が寄贈したものです。

杉野室長 長崎市公会堂の緞帳は昭和 37 年に寄贈しています。

仁田本部長 南蛮屏風のような柄で長崎刺繍です。今では職人がいないので製作できないと思います。

杉野室長 また、長崎を撮影した古い動画を最も多く保存しているのは間違いなく当社だと思います。当社が開局前の動画も県民から寄贈していただき保管しており、こうした動画や当社がこれまでに撮影した動画を使って、「長崎くんち」の DVD も制作し発売しました。この DVD には戦前

の「くんち」の映像も含まれています。

仁田本部長 こうした動画には当社のニュース番組などで、8ミリをはじめ残っている映像があればお知らせくださいと呼びかけて寄せられたものもあります。一般の家庭ではフィルムは残っていても、機材がなくて見るのが難しくなっているので呼びかけたのです。その結果、驚くような映像が寄せられました。当社ではそのフィルムを、寄贈していただいたご家庭でも簡単に見られるようにコピーして原本をお返しするとともに、今後、当社の放送で使わせていただくようお願いしました。この中には昭和初期の雲仙（のちの国立公園第一号）の映像などもあります。

藤井常務 江戸東京博物館でも展示の一部に使われていると聞いています。

—それをライブラリー化しているわけですか。

藤井常務 当社ではライブラリーがありますので、最新のメディアに置き換えながら劣化が進まないようきちんと保存しています。

仁田本部長 そのためには予算がかかりますが、重要な映像記録ですからちゃんと予算を付けています。

藤原取締役 佐賀県における民放は私どもが最初です。サガテレビが開局するぐらいまでの古い映像も保存しています。

—アーカイブみたいなものをつくるという計画は……

仁田本部長 一般の方に自由に見ていただくような計画は今のところありません。当社できちんと管理しています。

—映像の資料は、日本ではすごく増えて、保存するところが少ないですからね。

杉野室長 提供していただいた映像には、1934年に国内初の国立公園に指定された雲仙の様子やその近くにある小浜温泉の様子なども含まれています。また、作家なかにし礼さんが、長崎に実在した芸者・愛八さんを主人公にした小説「長崎ぶらぶら節」で1999年に直木賞を受賞されましたが、その愛八さんの動画も保存しています。その他にも数多くの動画を保存していますが、長崎の歴史のひとこまを記録したものであり、極めて貴重なものだと思います。

—最後に、地元と合わせて、密着しながら、どのようなことを考えながら、長崎放送の今後の展開をお聞きしたいのですが。長崎放送として何か、こういうことを考えてみたいな、と。その方向や、こういうことに今取り組んでいるとか、これからこういうことを取り組んで、地域との関係をつくっていかうと、あるいはさらに深めていかうとということですか、そういうものが何かありましたらお教えいただければと思います。

藤原取締役 佐賀の街は、郊外に大きなショッピングモールができ、かつての中央商店街は、本当に人が通らない状況になっています。佐賀のまちを応援できないかと、局員はみんなそう思いながら、放送活動を行っています。2015年夏、商店街の中の空き家になった店をお試しで1ヵ月間貸しますという企画によって出店してみました。本当に平日は人が来なかったですけど、出店することで、周りの商店の方とお話ができるようになったし、親近感を持ってもらえるようになりました。出店した事による具体的成果は、今のところありませんが、地元の方と一緒に作り上げていくということを地道にやっていくしかないのかなと思っています。

仁田本部長 民放各局のイメージ調査を見ると、長崎の民放テレビ4局の中で「面白い」という項目では当社はあまり良くありませんが、「最も信頼できる局」「地域の情報をいちばん取り上げている局」では最も支持をいただいています。この2つの評価が最も高いのが実に当社らしいと私は

思っています。だからこそ、「地域に信頼され、頼りにされる放送局」であり続けなければならない。私はラジオを担当していますが、先程、話があったワイドFMについても高額の設備投資がかかりますので、当社は民放でも最後に取り組んでもいいのかもしれませんが、しかし、そうではなく逆に九州では2番目に早く取り組んでいます。それは受信環境がきわめて悪い地域なので、お金はかかるけれども地域の放送局の責任として、少しでも聞きやすい環境を整備しなければならないと考えたためです。今後、ワイドFMがどうなっていくのかわからないし、設備投資もかかって大変ですが、及び腰にならず、前向きに取り組んでいこうという姿勢です。こうした姿勢は社風としてあると思います。

**藤原取締役** テレビでもデータ放送を使って、県内各自治体に対して自治体独自の情報を流せる仕組みがあるので活用しませんか。といった取り組みを行っています。

**藤井常務** 大きい括りでいうと、やはり長崎県民が生活するあらゆる場面に当社が何らかの形で介在するということを目指したいと思っています。テレビ離れ、ラジオ離れなどと言われ、クロスメディアという言葉も最近では使われていますが、本当に信頼できる情報、必要な情報は放送局NBCを見て、聞いて確認しようという流れを作りたい。それがテレビなのかラジオなのか、それともSNSなのかは、今後、明らかになってくると思いますが、地域になくってはならない放送局であることを目指していかなければならないと考えていますし、こうした考えは決して変えることはありません。当社の社員も物ごころついた時には民放4局体制だったという若い人達が増えていますので、こうした人たちに接することで、われわれが先輩方から引き継いだものをちゃんと引き継がなければならないと思っています。それは意外と切羽詰まった問題でもあります。

——育成とかはどのように。

**藤井常務** 極端にいうと背中を見せるしかないと思います。例えば災害があれば、経験のある先輩達が率先して体を動かし、後輩に背中を見せる。しなければならないことをその時々できちんと見せることだと思います。しかし、災害報道は実際に災害が起きないと継承することはできません。だからこそいつも訓練はしていますし、話して聞かせています。しかし、自分のものにするには経験が必要なので、NBCは決して逃げることなく、地域に情報を出し続けていくことを実践していかなければならないと思います。これまで当社はテレビ、ラジオで質のいい番組を放送することを第1番に考えてきましたが、それだけでなく、県民のあらゆる生活の中にNBCが関わっていかなければならない。今後はテレビやラジオに接しない人が増える可能性もあるので、我々もこれまでやらなかった勉強もしなければなりません。

(収録時間 2 時間 50 分 おわり)

