

丸山 健太郎*

聞き手 小林 聡明**

テレビ業界での歩み

—本日は、お忙しいところ、お時間をいただき、ありがとうございます。

現在、日本大学新聞学科では、全国の民放放送につきまして、特に地域との係わりに焦点をあてて、各民放局におきまして、聴き取り調査を実施しております。

こちらを訪問するまえに社史を拝読させていただきました。社史によれば、1953年10月10日の開局時に、畠中季隆社長が「民放といえども、その理想とするところは地方文化の向上と公の福祉の増進にあります」というふうにおっしゃられている。これはおそらく、南日本放送として、どういうふうに関係に絡んでいくかという点について、明確に方向性をお示しになられたと、私は理解いたしました。

本日、お話をお伺いしたい、こちらの大きな関心ですが、南日本放送の60年を越える歩みについてです。特に、どのように地域社会との係わりを有してきたのかという点についてお話をお伺いしたいと考えております。といいますのも、おそらく南日本放送の歩みには、単に鹿児島県の放送ジャーナリズムだけの問題ではなくて、日本全国の民放にも通じる様々な問題が、たまたま込まれているように感じるからです。

こうした関心にそって、本日は8つほどの質問を準備させていただきましたので、一つずつお伺いするというかたちで、進めさせていただきたいと思います。

—まず、丸山常務が、なぜ放送局を目指されたのか。そして、入社後に、報道や経営など、どのような業務をご担当されてこられたのかについて、お伺いできればと存じます。

丸山 学生時代にミニコミ誌を発行したりして、マスコミ志望でした。新聞にも興味がありましたが、テレビが面白そうだと思って放送局に入社しました。

最初に配属されたのは、テレビ制作部でした。ここでディレクターとして、情報番組や音楽番組を担当しました。入社4年目に報道部に異動となり、社会部の記者として取材したほか、環境担当として、鹿児島の環境問題取材しました。その後、薩摩川内市の駐在記者や、本社のデスクを経て、2000年に総合企画本部に異動し、デジタル放送に向けた準備やプロモーションを担当することになりました。2004年に総務部長となり、2011年から経営企画局長、今年6月から常務取締役経営企画局長となりました。

*まるやま けんたろう 南日本放送 常務取締役 経営企画局長

**こばやし そうめい 日本大学法学部新聞学科 専任講師

鹿児島県の放送局としての特徴

—ありがとうございます。それでは、二つ目の質問に移らせて頂きますが、鹿児島県の放送業界、鹿児島県の放送局の特徴というものについてお聞かせいただきたければと思います。特に鹿児島県は離島など多くを抱えているなど、ほかの地域には見られない、ある種の地理的な特徴というようなものがあるように思いますが、まず鹿児島県の放送業界、放送局の特徴、そしてその中での南日本放送の特徴というのを教えてくださいたいと思います。

丸山 常務 鹿児島県の地理的な特徴として、まず鹿児島県自体が南北 600 キロに及んでいるということがあります。県本土は温帯ですが、奄美群島は亜熱帯で、そのことが生物の多様性に繋がっています。南北 600 キロと一口に言いますが、鹿児島の北端は長島町というところで、南端は沖縄の手前の与論島です。この 600 キロという距離は鹿児島市を中心にしてコンパスをあてると、神戸市に届きます。兵庫県から鹿児島県の間には、岡山、広島、山口、福岡、熊本といくつもの県がありますが、それだけのエリアを 1 放送事業者がカバーしなければならないというのが宿命です。それは中継局の数に反映されていますし、そういう設備投資をしていかなければならないというのが、鹿児島県の放送局の特徴でしょうね。

—例えば離島に対してのテレビ放送をカバーしていくといった時に、具体的には海底ケーブルを使って送っているのでしょうか。

丸山 マイクロ波で地上波を繋いでやっています。ですから、与論島に電波を届けるには、鹿児島市の親局から木床、枕崎、南種子、中之島、名瀬、瀬戸内、徳之島、知名、与論というふうにつないでいて、8 段中継でようやく電波が届いています。

—離島には取材拠点というのはいくつありますか？

丸山 奄美市の記者が奄美大島を含む周辺の離島、徳之島、知名、喜界、与論あたりをカバーしています。

—何人ぐらい、今、いらっしゃるんですか。

丸山 奄美市は 1 人です。

—現在、社全体に、報道担当の記者は何人ぐらいいらっしゃるのでしょうか。

丸山 報道部は、部長以下、キャスター、記者、カメラマンなどを合わせて 27 人です。

—男女比率ではどのくらいですか。

丸山 女性が5人ですね。

——制作は？

丸山 テレビの制作部は、部長以下、プロデューサーやディレクター、CGタイトル部門まで入れて、24人ですね。

——南日本放送の、他社とは違う特徴とありますか、どのようなところを特徴として、打ち出されておられるのでしょうか。

丸山 まず、当社は1953年にラジオ南日本としてスタートしましたが、当時、アメリカの軍政下にあった奄美群島を除く全ての市町村と鹿児島県が、鹿児島に民間放送が必要だとして、出資してくださいました。

自治体の出資の構成比率25%を越えます。自治体に出資をしていただくということは、基本的にそれは税金からまかなわれているわけですから、鹿児島県民が株主であるというふうに言ってもいいと思いますけども、そういう生い立ちから、私たちは県民局であるという意識を強く持っています。

——県民局であるという位置づけとありますか、それはもう開局当初からそのような位置づけ・・・

丸山 当時、鹿児島ではNHKがラジオの放送を始めていましたが、民間放送はありませんでした。県民の皆さんはコマーシャルが流れる民間放送というものに、あまりイメージが沸かなかったんだと思います。そこを民間の放送があることは大事なんだということを、各市町村の議会の方々にもわかっていただいて、それぞれの議会で設立を決議していただいて、出資も決議していただいています。

——県民局、そして自治体からの出資というのは、これはおそらく鹿児島の中だけの特徴だけじゃなくて、全国的もけっこう珍しいほうかなというふうに思いますね。

丸山 そうですね。

——となりますと、県、地方自治体が放送内容あるいは放送のあり方に対しても、ある種の意見を申し述べるというようなことというのはございますか。

丸山 それはないですね。

——それでは、お金だけ出しているという・・・。

丸山 設立にあたって出資をしてくださったという意味ではそうですね。

テレビ放送の開始、その経緯

—すでに3番目の質問に係わってきているんですが、南日本放送の開局、そしてテレビ放送の開始の経緯について、もう少しお話をお伺いできればと思います。

丸山 ラジオが事業として軌道に乗ったタイミングでテレビ放送を始めるわけですね。東京を含む大都市ではテレビの放送が始まっていて、民間のテレビの放送というのは、当然、次の事業としては必然だったわけで、そこはスムーズに進出していったと思います。

—ただ、この時のテレビ受像機というのは非常に高価であったわけで、普及という面でもあまりというか、ほとんど進んでなかったわけですね。

丸山 はい。

—その中で、テレビ放送の開始を行うというのは、ある種のかんりの勇気の要る決断であったと。実際、社史には「畠中社長の英断によってテレビ開局へのゴーサインがでた」とあるのですが。

丸山 テレビ開局のタイミングは皇太子、今の天皇陛下の御成婚のタイミングです。そういうことを背景に爆発的にテレビが普及していきますが、戦後復興の活気がある時代ですから、テレビに進出することについては、悩んだとは思いますが、必然の道だったと思います。テレビ事業を手掛けない選択はなかったんじゃないですかね。

—例えば地元の産業界の支援あるいは財政面での支援など、地元財界の支援というのは、どのようなものだったのでしょうか。

丸山 テレビ事業を開局するにあたって増資し、そのお金でテレビの機器の設備投資をしています。そういう意味では、そのタイミングで地元の財界の支援というか、出資を仰いでいます。

—その時に、テレビの番組をつくるというノウハウというのは、ラジオ南日本放送の中には、なかったように思われますが、番組制作については、キー局などからの支援を受けたのでしょうか。

丸山 放送開始の前年には、すでにテレビ放送を始めていたTBSや福岡のRKBに研修にいった、テレビ放送のノウハウを学んでいます。ニュースもテレビ開局の当時から放送していますが、ニュース枠はごく短いものでした。

—当時のニュース担当、つまり報道担当の記者の人数というのは、ご存じでしょうか。社史では、十何人程

度だったとかというふうには出てきたと思うんですけど。

丸山 ラジオの単営局だった時代から報道部はありましたが、テレビを始めるにあたり、カメラマンを2名採用しています。記者は部長を含めて3~4人で、報道部の陣容としては数名程度でした。

——こういう人達というのは、全国から集めたわけではなくて、基本的には鹿児島での募集ですか。

丸山 ラジオの放送を開始した時は、アナウンサーは、NHKから招いたりしています。テレビの開局の前後に、技術陣を含めて40人程度採用した年もあります。アナウンサーは県外の方も多くおられましたが、それ以外のセクションは県内の人が多いですね。

——やっぱり鹿児島大学の出身者とか。

丸山 そうとは限らないですね。東京の大学に進んでいた人が戻ってきたりとか。

——初期に入局された方というのは、技術的なものを担当する方が多かったんですか。

丸山 多いですね。

——カメラマンが、例えば映画撮影の経験者ということになりますでしょうか。まったくの素人を採用したわけではないと思うんですが。

丸山 最初の方は、スチールカメラマンだったですね、入社してから、フィルムの勉強をされたんだと思います。当時は映画館でニュースをやっている時代で、鹿児島県も県政ニュースを映画館で上映していました。鹿児島県には、そういうカメラマンがおられて、ある意味、原稿を書くような方々もおられると思います。そういう方々から習ったりしていたという話は聞いたことがあります。

——番組制作を行う人というのは、どういう人だったんですかね。

丸山 初期の時代に中心になったのは報道記者です。皇太子ご夫妻のご旅行を記録した番組とか、ドキュメンタリー番組を制作しています。

——初期の頃、古いほうの年史がありますね、『南日本放送35年』というものでございます。あちらのほうを拝見しましたら、当初、番組を集めてくるのも必死だったという話が出てきまして、アメリカ大使館にお願いしてUSIS映画を入れるなど安いフィルムを探し求めて、奔走したとありました。アメリカのUSIAなどからも買いつけたのでしょうか。社史には値段が安かったからというふうに書いてあるんですけども、アメリカ

からの番組提供については、何かご存じのことはないでしょうか。

丸山 よく知りません。

——あと、そのテレビの開局初期の頃のお話なんですが、先程申し上げましたように、受像機の普及があまり進んでないという時に、例えばテレビ局として受像機を普及するための特別割引料金とか、プロモーションです、要するに販売促進ということについて、何か試みられたんですか。

丸山 ラジオ商組合というのがあったんです。それが発展した電気商組合というのがあったんです。そういうところの方々を組織化して、それでプロモーションしていく。その方々に販売促進をしていただくということが一つ。それから電化製品を販売する子会社を設立していますが、これはテレビの普及が大きなミッションでした。

また、中継局を建設して、新たにテレビが見られるようになった地区では、街頭パレードをしたり、そのエリアでラジオの公開録音の番組を収録しながら、テレビってこういうものですよというようなプロモーションをしていって、理解を深めていきました。

それから児童福祉施設にテレビをプレゼントして、見ていただくようなことに取り組んだりということがあります。

——例えば日本テレビの場合、戦略として街頭テレビというのが有名ですけど、南日本放送としては街頭テレビ、街なかのどこかに設置するといったことは？

丸山 そういうのはないですね。

——その時に売りだった番組というのは、キー局の番組だと思うんですけども、どういう番組が人気を博したのでしょうか。

丸山 プロレスが人気が高く、視聴率86%という記録が残っています。ほかには「月光仮面」「怪人二十面相」「新吾十番勝負」といった番組ですね。また、巨人—中日戦が60%、「名犬ラッシー」が59.9%、「ベン・ケーシー」が52%という記録があります。

——鹿児島は野球ファンというのはどこになるのでしょうか。

丸山 昔は圧倒的に巨人ファンが多かったです。基本的に、テレビ局1局しかないわけですから、どこからネットを取ってもよかったわけで、日テレからプロレスや野球をネットする。それ以外、自由に編成しているわけですから、その人気は高かったんじゃないですか。

——わかりました。ありがとうございます。

「報道のMBC」としての取り組み

—今、ニュースの話も少し出ていますが、4つ目のご質問にうつらせていただきます。社史では「報道のMBC」というふうに記されておりますが、具体的にはこれまでどのような報道に力を入れてきたのかということについてお伺いさせていただければと思います。

例えば、私の関心から申し上げますと、三つぐらいあるのかなと思っております。一つは選挙報道ですね。1968年7月に、全国に先駆けて立会演説会生中継をしたという参議院選挙の時ですけれども、政治報道に非常に力を入れていたのではないのかなと感じています。

2点目が、やはり鹿児島の地理的特徴として、台風の通り道であるということで、桜島もありますけれども、災害報道の面はどうだったのかということです。

あと三つ目ですが、種子島というのが鹿児島県に入っていますから、ロケットの打ち上げなど、東京ではできないような中継が鹿児島県でできるわけですけれども、ロケット打ち上げなどの報道についてです。

私の関心からは、これら三つの点が想起されたのですが、具体的にどのような報道にこれまで力を入れてこられたのかということについてお伺いできればと思います。

丸山 災害報道と選挙報道は、放送メディアにとっては最大の責務だと思っています。やはり電波という公共財を扱っている以上、公共の福祉、特に県民の生命・財産に直接影響がある災害についての報道、あるいは防災のための報道は、最大の使命だと。

それから社会を支える民主主義に係わる選挙報道というのも、いわゆる選挙の結果を伝えるだけではなくて、今何が話題なのか、論点なのか、あるいは投票率が低かった時には、私達の世論の喚起の仕方に力が足りないところがあったんじゃないか、というようなことも含めて、事後的な結果を知らせる報道だけではなくて、場合によっては放送による公開討論会もやってきましたし、選挙に向けた関心をより高めていただくために、私達は何ができるのか、ということも、私達にとっていつも課題で、そこには力を入れています。

防災報道については、1993年8月6日に8・6水害という、鹿児島の中心部が水没するという大きな災害がありました。その時に、ネットワークでドラマをやっていたましたが、それを中断して災害報道に切り替えた。その時にラジオは終日、安否情報を流し続けたところ、大勢の市民から安否を伝えたいと情報が寄せられた。それを終夜やったわけですが。その時に、気象台の警報をもっとリアルに実感として感じて頂ける情報を発信していたのか、防災的な報道ってできなかったんだらうかという反省があり、それ以降、意識して防災報道については、どこよりもきちんとやりたいということはずっと思っています。

そのために全国の民放では先駆けて、気象事業所の許可を得て、気象庁の予報課長をしていた人をヘッドハンティングするなど気象予報業務ができる陣容・スタッフをそろえて、防災報道については特に力を入れてきました。それはこれからも揺るがない会社のスタンスです。

—今、気象予報のお話をされ、気象予報を非常に重視されておられることがわかりました。また、今後、さらに国家や県民の生命・安全に直結する防災報道について力を入れていこうということも、たいへんよくわかりました。

選挙報道についてももう少しお伺いしたいんですが、政治報道、選挙報道に関して、世論を喚起するという時

に、公開討論会などある種の仕掛けが必要であるということをお話されたというように思うんですが、その際、選挙報道を行う際に気をつけている点といますか、注意をはらっている点というのはどこにありますでしょうか。

丸山 公平・公正ということは、すごく、当然ながら大切にしていかなければいけない話ですが、それはもちろんいちばん気をつけていますね。

——いくら、公平・公正に気をつけたとしても、やはり視聴者からのクレームというのはあるのではと思うんですが、クレームがあった際には、どのように対応されておられますか。例えば放送時間を、厳密に秒単位まで計って公平・公正を期しているとか・・・

丸山 そんなことはしてないです。

——となりますと、公平・公正といった時に、具体的には公平・公正ということについて、どういうふうになされているといますか、公平・公正を行うために、どのような試みを行われているのでしょうか。

丸山 印象として、著しく不公平だなということがなければよしとしています。

——例えば視聴者が、この政党の映像がやたらと長いんじゃないかというようなクレームが・・・

丸山 あまり聞いたことないです。

——科学技術、つまりロケットなどの生中継に力を入れてきたとかということはないでしょうか。

丸山 ロケット打ち上げというのは、全国的にも注目され、必ず上りニュースになります。このため専門記者を養成していますし、中継体制も取らなければいけませんので、力を入れてきていますね。

「地方文化の向上」と「公の福祉の増進」を目指して

——次の5番目の質問に移らせていただきます。

社長が、当時「地方文化の向上」という目的、そして「公の福祉の増進」というふうに掲げられて開局に至ったわけですが、具体的に今までの60年を超えるあゆみの中で、地方の文化の向上あるいは公の福祉の増進のために、どのような試みがなされてきたのかについて、お伺いしたいと思います。

丸山 放送というのは、教養や娯楽に関する情報や話題を提供する、あるいはニュースという形で全国のニュースや世界のニュース、ローカルニュースを提供するというだけでも、まずは十分に文化の向上に資していると思います。

それとは別に、放送に隣接した分野にイベントがあつて、いろんな展示会をやったり、コンサートを催したり、バレエや演劇を呼んだりといったことを通じて文化の向上に貢献しているということもあります。

また私達は、メセナ事業としてユースオーケストラというものを持っています。青少年のためのオーケストラですが、その運営を通じて、音楽に向き合う子ども達を養成していく。年に1回はプロの指揮者に指揮してもらって定期演奏会を開く。そういう活動を通じて、子ども達を育てているという意味では、ある種、文化でしょうね。

もう一つ、メセナ事業として、鹿児島県の産業、地域の発展に貢献した人に対して、MBC賞という賞を差し上げています。これも今年で47回目になりますが、今年も1団体、2個人を顕彰しました。これもやはり鹿児島の文化の向上に、いささかなりとも貢献しているのではないかと自負しています。

——例えば鹿児島という場所の地方の文化を東京に向けて、あるいは鹿児島県外に向けて文化を発信していくという試みはいかがですか。

丸山 それはネットワークの一員ですから、それはいろんな機会があつて、そういうことをしています。

——例えばそれは、ローカルニュース以外に、地方文化の発信という場合にはどのような手法というか、どのような方法がありますでしょうか。

丸山 それは、例えば屋久島が世界遺産になった時には、TBSの「世界遺産」という番組を私達が屋久島バージョンでつくりました。それは屋久島の文化の発信になりますよね。ネットワークという機能を通じて、私達がつくったものが全国に発信されていくわけですから、いわゆる「上り」のニュース以外でも、そういった形での展開というのがあります。

——例えば現在、地方のドキュメンタリーに対して賞が出たりするわけですがけれども、ドキュメンタリーを撮影する、制作する専属の班といいますか、そういう人達はいらっしゃるんですか。

丸山 専属する班をおけるほどのゆとりはありません。

——それでは、これは報道の人達が・・・

丸山 とは限りません。報道であつたりテレビ制作部のディレクターであつたり、アナウンサーにも挑む人がいます。

経営の多角化に向けて

——次の質問に移らせていただきたいと思います。

経営の多角化ということにつきまして、お伺いしたいと思います。例えば昭和62年発行の社史では「これからの放送は、放送だけを主力産業と考えない多角的な経営戦略の時代に入るものと見られる」というふうに書かれているんですが、そのあと、昭和62年以降になると思うんですが、具体的にどのような多角的な経営が試みられてきたのかということについてお伺いできればと思います。

丸山 私たちの会社の収入の柱は、テレビとラジオとイベントの三つで、多角的な経営に取り組んできたかということ、うまくいっているとは言えません。ただ、関連の子会社は不動産、建設、養殖、保険、広告代理店、旅行取り次ぎといったようなものを多角的に取り組んでいますし、そこはもう売上という点で親会社を超えているので、社員の数も倍ぐらいいますし、そういう意味では多角的といえども多角的です。

ただ、放送は相変わらずテレビとラジオでイベントが中心ですね。

——例えば社史を見ますと、MBC、南日本放送が異業種交流のオルガナイザーであると書かれております。放送局が、異なる業種の人達を結び付ける役割を担っているという記述が見られるのですが、それはそのあと、あまりこういう方向性は伸びていかなかったということでしょうか、異業種交流という面ですが。

丸山 経営として、放送が異業種に放送が参入していったということはあまりありません。ただ、地方の放送局というのは、キー局と違って、視聴者、聴視者との距離が近いということがありますね。

私達は視聴者、聴視者と距離が近いために、メディアスクランブル的なことには与しません。例えば口永良部でこの前大きな噴火があって、全島避難になった時に、何十人という取材班がやってきて、集中豪雨的に報道される。避難している方々に「何か困っていることはありますか」と聞くと、「あなた達だよ」といわれるんです。メディアスクランブルが非常に迷惑なんだと。

でも、キー局から来ている取材クルーがサーッと潮が引いたように引き上げたときに、地元の記者やカメラマンは最後まで残ることになるんですが、そこは被災した方たちも分かってくださって、「あなた達には最後まで伝えてもらわなければいけないからね」と言っていたら、懐に入って取材ができるということがありますね。

だから、地方局というのは、視聴者、聴視者と距離が近くて、信頼されている存在だと思えます。だから、懐に入って取材させていただける。その信頼をもって、AさんとBさんを繋いで、そこから新しいムーブメントを起こしていくといった、触媒の役目というのが果たしやすいのかなという気はしています。

マルチメディア時代のテレビ

——今も少しお話が出たんですが、7番目の質問に移らせていただきたいと思います。

テレビ、ラジオ、イベントが会社としても柱になっているというふうにお話をされていたんですが、多チャンネル化の時代、そしてマルチメディア化の時代というのは、これからますます進んでいくことになると思うんですけども、そういった時代に向けた放送のあり方、つまり、ネット配信をどうするのかとか、いろんな問題があるかと思うんですが、これも経営の多角化につながってくる問題だと思うんですが、今後の多チャンネル化、マルチメディア化に向けた放送のあり方あるいは経営の方向性等について伺いできればと思います。

丸山 私達は、テレビの自社制作率が15%、ラジオが52%なんです。テレビ15%というのは、同じ規模のローカルの放送局からすると、ちょっと多いほうだとは思いますが、70%はTBSの番組だし、残り30%のうちの15%を自分達でつくっているに過ぎないわけですね。キー局は、例えばアニメとかドラマとか、お笑いのタレントがいっぱい出てくるような番組をコンテンツとして持っているんで、それを動画で配信しようとする、10万ヒット、20万ヒットとなるわけですね。それがマネタイズされていく。ネット配信というのは、そういう方向に進んでいくんだと思います。

しかし、私達の15%の番組を動画にどんどん出したからといって見てもらえるか、マネタイズできるかという、かなりそれは難しいだろうなと思っています。そこに生き残りの道があるというふうには思わないですね。

ただ、動画配信していく流れ、見逃し視聴だったり、NHKの同時再送信の動きは、止められないだろうと思いますね。止められない中で、マルチメディア時代にどう生きていくかという、原点回帰だと思います。

地域密着に徹する。私達は「ふるさとたっぷり」を社是にしていますけれども、地域密着に徹する。鹿児島に住んでいる皆さんにとって、なくてはならないメディアになる。どんな多チャンネルな時代であっても、県域というサイズに発信できるメディアの存在は、一定程度は必要だと思います。地域の情報を地域に発信するメディアで、地域としての一体感を共有していくメディア。あるいはそこで取り上げることによって、地域の人達が勇気づけられたり、地域の話題になったりしていくメディアというのは、絶対にいくつかは必要だろうと。私達はだから原点回帰というか、この「ふるさとたっぷり」という路線を、これからはしっかり守っていくべきではないかなと思いますね。

——地域密着のためのある種、試みられていることというのは具体的にどういうことがありますでしょうか。

丸山 基本的には自社制作の番組が多いというのは、それだけ接触する面積が広いということですね。それがまずいちばんです。その伝える内容は、やはり地域の人達に取って話題になったり、地域の人達がそれを見て愉快になったり勇気づけられたりあるいは提言だったり、そういうものにこだわっていくことだと思います。

——地域密着の話、ひじょうに大事だと思います。例えば違った観点からお話をしますと、鹿児島県の出身ですけども、現在東京に住んでいる。でも、鹿児島のローカルニュースを知りたいという人がいますよね。そういう人達には、例えばラジコ（radiko）というのがありますよね。県外に住んでいても、有料でお金を数百円

払えば、鹿児島県の放送を東京でも聴けるというのがありますけれども、需要としては、県外の人達もローカルニュースを見たい、聴きたいというのがあるように思うんですが、あまりそのへんの手応えというのは感じられていませんか。

丸山 鹿児島はもともと人材輩出県で、高校を卒業した頃、7割～8割ぐらいは県外に出て、そのうち帰ってくる人は半分に満たないという県ですね。ですから関東県人会なんてものすごくたくさんの人達がいるし、関西県人会は何百万人という人達がいます。そういう人達が一定の層としてはそこにあるだろうとは思いますが。

ただ、そういう方々が毎日、MBCとラジコや動画の配信を通じて接触してくれるかということ、そういうことはないですね。何か思い出した時にちょっと、ということだと思いますね。

そうすると、ラジコや動画の配信に対して、きちんと回路を持っているというのは大事だと思いますが、そこに注力して行って、逆に、鹿児島にいる方々に対して放送しているという基本的なスタンスを見失うと、道を間違ってしまうのではないかと。やはり今いる鹿児島の方々にきちんと見ていただく。それをよそから見られたり聴けたりする仕組みには乗るけど、本筋は踏み外さないというスタンスが大切なんじゃないかなと。

——ラジコはあまり収益にならないんですね。

丸山 あまりならないですね。

——実際に、例えば南日本放送聴いているということはわかるんですか。

丸山 わかります、それはリクエストがありますから。

——ユーザーがどのぐらい1ヵ月にいたかというのが。

丸山 それはユニーク・ユーザ数も、どの番組がどうだということも、それはわかります。

——それに応じて収益が上がるということではないんですね、仕組みとしては。

丸山 一定程度返ってきますけど、一定程度返ってくるというのは、見られた、聴かれたものに依ってではなくて、一律で分配する仕組みになっていますので。

地域に必要とされるメディアとなるために

——最後の質問にうつらせていただきたいと思います。本日、お話をお伺いした全体に通じる話といたしますか、繰り返しになる部分も若干あるかと思うのですが、南日本放送が鹿児島という地域社会に向けてどのような貢献を行おうとするのか、その見通し——先程から地域密着という話が出てきましたけれども、地域密着の

路線、原点回帰ということをさらに詳しくお話を補っていただいてもかまいませんし、またそれとは違う、両輪のもう一つのような、もう一つの路線あるいは方向性というものが、もし、ございましたら、お話をお伺いできればと思います。

丸山 地域に貢献しましょうという、どこか上から目線の話ではないと思います。私達が地域に取って必要とされるメディアになろうとしているわけで、それはむしろお役に立つメディアであり続けますということなので、それを貢献という言葉でいうのとはちょっと違う気がします。

—例えば選挙報道とかに力を入れているということも十分お話をお伺いしてわかりました。きわめて極端な仮定の話ですが、地域の人達が、娯楽がもっとほしいと、もう政治報道はいいという声があがってきて、それを受けて、テレビ局で、娯楽番組が必要だというふうになれば、それはやはり娯楽番組を増やしていきなり番組の編成の比率を変えていくという事はあり得るのでしょうか。

丸山 娯楽番組を増やしてほしいという声が上がってきて、編成をいじるという話ではない気がしますね。

—例えば地域の人に取って必要とされるテレビ局であるということであれば、例えば娯楽というものをもっと流してほしいとか、いろんな要望が出される可能性も十分想定されるわけですけど、もしそのような視聴者あるいは地域の人達から、こういうふうにテレビ局は報道してほしい、こういう報道をしてほしい、こういう番組があればいいのにとという声によって、編成が変わる可能性というのはあるのでしょうか。

丸山 もちろん、見ておられる方のニーズ、期待の総和が視聴率という形であらわれるんですが、その時に、例えば選挙報道をすると視聴率が下がるから、これはニーズがないから別のものに切り替えましょうという発想にはならないですね。選挙報道はしなければいけない、私達の責務だと思っているので。そこは視聴率と関係なくやらなければいけないので。

—わかりました。

地域社会と民放の係わりについての、これまでの60年を踏まえ、これからの「地域とテレビ」の有り様を考えていく意義を、あらためて強く認識することができました。本日は、たいへん貴重なお話をお伺いさせて頂き、ありがとうございました。

(おわり)

