

荻部 秀治*

聞き手 米倉 律

—今日はお忙しい中、お時間をいただき、ありがとうございます。去年（2013年）は、日本でテレビ放送が始まってから60年という節目の年でした。そこで、新潟放送として、地元の新潟とどのような関わりをもってきたのか、今後を展望するうえで、今どのようなことが課題になっているのか、などについて伺いたいと思います。まず、新潟県の放送界の特徴、その中での新潟放送の特徴、独自性からお聞かせください。

荻部 新潟県は、地理的な特性として四方を山に囲まれていることもあり、北陸とも中部地方とも異なる独特性を持つ県です。電力は東北電力の管轄ですし、NHKでは東北（仙台）とも関東（東京）とも区別され独立したような形になっています。面積は全国で5位と広く、離島が2つありますし、海岸線もトータルで600km以上と地理的にも独自の特徴があります。

さらに、今年は御嶽山の噴火、8月には広島の上砂災害がありましたけれども、新潟は、冬の豪雪、地滑り、水害など、災害多発県でもあります。災害というのは全国で起きるわけですが、その頻度は、新潟はかなり高いと思います。昭和初期からの地滑りの発生率が全国ナンバーワンという数字もあります。新潟の場合、災害をどう放送で伝えるかは常につきまとう課題ですね。

新潟放送は、昭和27年（1952年）にラジオ局から始まったわけですが、開局から3年後の1955年10月1日に新潟大火というのがあり、そこで災害放送を行うわけです。テレビが始まったのが昭和33年ですが、それから数年後に有名な「38豪雪」というものすごい豪雪があり、さらにその翌年（1964年6月16日）には新潟地震がありました。

最近ではちょうど10年が経ちますが、中越地震（2004年10月23日）と、その3年後に中越沖地震がありました。そのように多発する災害について、どのようにいち早く正確な情報を届けるのかというのが、新潟放送の創立当時の使命として、また自負として、綿々と受け継がれてきているように思います。

ラジオ放送、テレビ放送のスタート

ラジオのスタートが、1952年（昭和27年）、テレビが58年です。ラジオ時代からお話しをすると、1951年に民放16社がラジオの予備免許を受けています。そのときには新潟はまだ準備に入っていませんでしたが、新潟日報社という新聞社を中心に、地元の政財界、自治体あげて、新潟県にもラジオの電波がほしいということで、運動が一気に盛り上がります。その結果、民放では18番目の局として、翌27年に開局したわけです。それまではNHKしかなかった放送が民間にも開放されるということで、まだ戦後6~7年の時代ですから、当時の記事などをみると民放への期待は

*かるべ しゅうじ 株式会社 新潟放送 総務部長

大変大きかったようです。新潟放送は当初、「地方民間放送のモデルステーション」というキャッチフレーズを掲げており、かなりの意気込みだったことが分かります。

営業も順風満帆でした。テレビ開局時も民放1社独占の状態でした。当初からTBS系列でしたが、民放1社ですから、民放の番組、日テレ、テレ朝、フジテレビのものも含め、すべて新潟放送を通して放送される形でした。そういう状態が、昭和42年に新潟総合テレビが開局するまで続きました。ほかの県も、古いところはたぶんそういう状況だったと思います。テレビも、ラジオも、独占状態が昭和40年代初めまで続きました。テレビというビジネスモデルが最大に開花した、非常にいい時代だったということです。高度経済成長とまったく同じ歩みで、特になかなか他社が参入しない状況がずっと続くわけですが、新潟総合テレビ（フジテレビ系列）が昭和42年、テレビ新潟（日テレ系列）が昭和56年、その2年後に新潟テレビ21（テレビ朝日系列）ができて、ようやく4局体制になります。

——地元での影響力も大きかったでしょうね。

荻部 そうですね。地元の有力企業として大きな影響力があったと思います。新潟放送は、ジャスダックに上場しています。全国的にも株式上場している民放局は、キー局を除くと名古屋のCBC、大阪のABC、福岡のRKB毎日くらいですし、ローカル局としては新潟放送1社だけです。それだけの地元の有力企業だったということです。勢いがあった時期ですね。新潟市は、今合併して政令指定都市になっていますけれども、それ以前は、人口が約40万人弱ぐらいで推移していて、当時から日本海側で最大の都市でしたし、県の人口でも、明治初期～20年前後には、全国の都道府県で最も多く、東京よりも多かったようです。その後、労働力を首都圏や阪神方面に供給していった、徐々に減っていったわけですが、新潟県は大県だったわけですね。

——放送局として、特にローカル民放局として上場するということのメリットというのは、どういうところにあるんでしょうか。

荻部 たしかに、株式市場から資金調達するわけでもないですし、逆に上場にかかるコストも人手もかかったりして、上場するメリットというのは分かりにくいかもしれません。メリットは、われわれぐらいの規模の会社ですと、資金調達とかそういったものよりも、経営の全てを開示するというので、株主に対して緊張を持った経営をすることになる、そういう意味でのメリットが大きいかもしれないですね。放送局という業種はどんぶり勘定的なことが多かったと思うんですが、そういう意味では、上場していますから、例えばCSRの観点にしてもそうですし、環境問題なんかに関しても株主のほうから、どうなっているんだと必ず出てくるわけですね。それに対する答えを出さなければいけない。そういう意味での健全性やガバナンスの確立という意味でのメリットが大きかったように思います。

——子会社を積極的に設立してグループ展開を図るということもあったようですね。

荻部 これは当時、ある種の「流行」だったのですが、各業界でコンピューターを導入し始める昭和30年代中頃に、放送業界でも衛星放送などいろいろなことにコンピューター関連の機器が必要になりました。そういう中で、コンピューター関係の子会社を作りました。当時の社名はBSN電子計算センターですが、今、この会社はグループの中で売上、営業収益がいちばん大きくなっています。現在、放送収入だけでいいますと、年間の売上は65億～67億円ですが、グループ全体で見ると220億ぐらいです。そして放送外の収益の中心になっているのが、コンピューター関連です。

ほかにも、不動産とかビル管理をやっている BSN ウェーブという、これも昭和 30 年代につくった子会社などもあります。

ですからローカル局ではありますけれども、グループ全体で考えた時には、社員、家族含めて 2000~3000 人という規模になるわけです。その意味での存在意義というか、単にテレビ、ラジオだけを経営しているというのとは異なって、やはり地域経済の中でそれなりの地位を占める企業グループになっているわけです。

独自性の追求

——地域放送としての独自性ということではいかがでしょうか。

苜部 今はどの局でも、夕方のローカルワイドニュースというのをやっていますけれども、その先駆けになったのは、やはり当社です。始めたのは昭和 54 年です。ちょうど、ENG が入り始めた頃ですが、夕方に帯で月~金のローカルニュースを始めました。当時は、そういう夕方のローカルワイドニュースというのとはなかったですから、夕方の視聴率が 20% を超える時代が長く続きました。地元への情報発信という意味では、当時は大きな貢献をしていたと思いますし、その分地元からの信頼も大きかったと思います。

ちょうどその頃、新潟は東京まで新幹線が開通する前夜です。上越新幹線が開業したのが昭和 57 年です。また、昭和 60 年には関越自動車道が全通しています。ちょうど、新潟が飛躍した時期と重なる頃ですよ。そういう時期に初めて月~金の帯でローカルニュースを始めたということで、これは今でも続いているわけですが、地元では夕方になるとそのニュースを見るというのがしばらく続きましたですね。

——ニュース以外では、特色ある番組にはどのようなものがありますか。

苜部 水曜日に、7 時からのゴールデンの枠で「水曜見ナイト」というローカル番組をやっています。以前は不定期で、年に 5 本程度しか放送していませんでしたが、これを拡大して、今では年間 25 本ぐらいいは放送しています。

特徴的なのは、この時間帯は、キー局がバラエティとか歌の番組とかいろんな番組をやっている、NHK はニュースと「クローズアップ現代」をやっていますが、ただ、ローカルのネタでも視聴率を結構取れるんですね。場合によってはトップを取ることもあります。ということは、やはりキー局の番組だけではもの足りない、もっと地元のことを知りたい、新潟のことをもっと知りたいという人がかなりいるということですね。これは今は他局がやっていないということもあって、ゴールデンで独自性を出せている番組ですね。

この番組は、高い時は視聴率が 16~17% ということもありますし、コンスタントに 13% くらいは取れています。大体、民放 4 局で行ったり来たりなんですけど、場合によっては民放 4 局のなかでトップを取れるということです。

——内容的にはどういうことをやっているのですか。

苜部 基本的にはグルメであったり、まち歩きであったり、あるいはいろんな企業の紹介もあります。あらゆるものをやっています。例えば、今週は、ちょうど中越地震から 10 年ということで、リポーターがまち歩きをしながらインタビューをやるんですが、10 年前被災地だったところが今どう変わっているかということで、地域の人達とふれ合うというような、そういう単なる情報では

なく、少し報道的な部分も織り込んでというのもたまにやっています。

それから、夏に長岡で有名な花火がありますが、その時には生で拡大して2時間枠にします。今年もやりましたけれども。そうすると最高で17%とか、そのくらいいきますね。花火をテレビで見てどうかというのはあるのですが、生でやるということで話題になりますね。

ご存じのように今、キー局がゴールデンで苦戦している中で、キー局のせいにはしてはいただけないというのがあります。やはりローカルでもゴールデンで見てもらえる番組をつくと。それがなくなってしまうたら、ただキー局の番組で数字悪くて嘆いているだけになってしまいますので、その部分がこれからかなり鍵になってくると思います。

——水曜のこの番組は、どういう経緯で始まったんですか。

苺部 実は、もともと夕方の月～金で、ローカルニュースのほかに情報番組をやっていました。4時から5時までの1時間枠です。それをやめて、そのかわりにゴールデンで勝負しようということになったわけです。夕方の時間帯の番組は、大体、役目を果たしただろうという形になると思います。今でも日テレ系列のテレビ新潟はその枠でやっていますが、テレ朝系のところも撤退しましたし、うちもそこはやめました。キー局のニュースが1部、2部制のような形になっていますし、あるいは人気ドラマの再放送で高視聴率を上げている局もあります。やはり各局の戦略ですよ。自然とニュースよりも、キー局のままあるいは数字の取れるリピートを流して、その代わりに別の番組をやるかという形になってきたように思います。5年間やって数字もよかったのですが、長くやってくるとマンネリにもなりますし、なかなか他の番組を制作する人手が足りないということもありましたし、制作費もそれなりにかかっていたというのもあって、とりあえずいったん打ち切って別な形でやろうということになったわけです。結局、毎日情報番組をやっていたディレクター達がスライドして水曜の番組を制作しているわけですが、その時のノウハウが今も生きていますね。

ジャーナリズム追及と経営のジレンマ

——苺部さんは、長く報道番組、情報番組の現場やデスクの仕事をされてきたということですが、その間に何か変化のようなものはありましたか。

苺部 感じますね。かつてはENGで取材して編集して、ストレートニュースも企画のニュースも、ある程度の時間をかけて作り込んでいたわけですね。それが徐々に放送機器が進化するとともに仕事のスタイルが変わっていきました。私が入った時はSNGも、当然パソコンもありません。まだ電話送稿をやっていた時代です。ファックスも普及していませんし、コンビニなんてほとんどない時代ですから、電話で口頭で原稿を送って、それを本社で受けて、カーボン紙を敷いた原稿用紙に書き写すということをやっていました。かなり手作り感のあるニュースが当然多かったですし、作り込んでいたものもありました。

それが時代と共に、SNGができて、いつでもすぐに電送できるようになりました。最近では、パソコン1台持っていけば、データがネットの回線を通じてすぐに送ってしまうという機器もあります。それから中継も、昔の地上マイクロもアナログ中継車から、今は、デジタルになっていますが、それがSNGにかわり、どこでも中継できるようになった。さらに、去年くらいから導入され始めていますが、パソコン一式持って行って、簡易カメラみたいな形ですぐに中継できるというシ

ステムもあります。しかもそれがちゃんとハイビジョンで出せるわけです。スタッフ3人ぐらいでどこでも中継できるというふうな形で、変化が非常に激しい。

それと共に、ニュースや情報が、どうも使い捨てのような形になっていることが気になります。中身よりも数をこなせ、というような部分が強くなっているかもしれません。情報の速報性、即時性が求められる一方で、陳腐化するのも早くなっている。発表物を出すことに終始してしまうことの弊害はよく指摘されますが、そうなる通信社の記者と変わらなくなってしまう。そういう意味で、ニュースに対しての取材力とか掘り下げ方とか、そういったものがちょっと希薄になってしまっているのではないかと危機感が個人的にはありますね。

それから、これもどこの局でもそうですが、社員数が減っていますよね。その分、外注にまわっている。プロダクションとかいろんなところにアウトソーシングしていくわけです。当社もピーク時は300人近くいた社員が半分以下の140人くらいになっています。私が入社した頃は、外注というのはほとんどなくてみんな社員でやっていたし、人数も当然多いわけですよね。それがどんどんアウトソーシングしていく。昭和30年代のように、黙っていても利益が上がるビジネスモデルが崩れてくると、当然アウトソーシングでコストダウンを図る、そうなる、やはりディレクターにしても記者の数にしても、いろんなところで人員はどうしても減っていくわけです。

その結果、現場に余裕がなくなってきました。昔は遊んでいる記者というか、何かをリサーチしている記者が何人かいて、あとは何やっているかわからないみたいなのがいっぱいいました。サツ回りなんて、昼間は寝ておいて、夜動けばいいんだよというような時代があったのですが、今はどこの社でもそんなことは許されないということで、やはりどんどんサラリーマン化してきた。そういうことも古い人間からすると、ちょっと危惧されるような感じはしますね。もう自由闊達にいろいろやれる時代ではなくなっているんだなという気がしています。

今はひとつのニュースが終わったら、次にまたどんどん新しいものが入ってくる。官庁からの発表物を映像化して出し続ける作業に追われているような感じがあります。だから今の若い社員たちをみていると、ジャーナリスティックな視点を養うべき若い時期に、自由に動きまわる余裕がほとんどなくなっていて、少し気の毒だとも思います。

——現在、記者と制作、ディレクターの割合はどのくらいですか。

荻部 人数的には制作のディレクターと記者は、ほとんど同じくらいです。報道全体では、私の頃に比べると3割ぐらい減っています。

——記者はアウトソーシングというのはいけませんよね。とすると、記者は以前と比べて相当繁忙感が増しているわけでしょうか。

荻部 そうですね。私の駆け出しの時は、県警、司法、県政には、それぞれ記者クラブの常駐が3人、それは当たり前でいたのですが、今は、常駐はいません。何かあれば行くという形になっています。結局、ほかの企画、ニュース取材していると、クラブに張りついている人間はほとんどいない。それはどこの社もそうです、新聞も含めて。

——しかし、さきほどのお話しにもありましたように、新潟は非常に大きな県で、それだけ県の中でも多様性があるわけです。そういう多様な情報をきちんと扱っていく、取り上げていくということはローカル民放局の大きな役割ですよね。今のお話しのような、非常に厳しい体制で、そういうジャーナリズム機能を十全に発揮することは困難になっているということでしょうか。

荻部 そうですね。新潟県で富山県寄りに上越市という町があり、ここにはまもなく北陸新幹線が通るわけですが、その上越には、かつては支社があって、放送部門ももちろんあって記者とカメラマンが常駐していました。しかし、数年前から記者をなくしてカメラマンだけという体制にしている時期がしばらく続きました。ほかの民放局も同様に、やはり記者はなしです。カメラマンも、地元のプロダクションとか、あるいは写真屋さんなどに頼んでというような形になってきた。かつては上越市に各社、テレビの制作体制をおいていたのが、徐々に人を引き揚げていってしまったわけです。

当社はそれで、北陸新幹線も通るということもあり、これではまずいだろうということで、記者を復活させました。新幹線が停まる駅で、記者がおらずカメラマン1人というのでは、やはりまずかろうということもあって。ただ、ほかの社はなかなかそこまで手が回らない状況です。

新聞も含めて、小さい支局をどんどん閉じて合併したり統合したりする動きが多くなっていますが、やはりそういう意味の人員削減とか合理化というのは、NHKなども含めて同じ流れだと思います。佐渡もそうです。佐渡には、本来はいろんなニュースがあるのですが、各社やっぱり契約のカメラマンだけというような状態です。そういう形でローカル放送業界では、支局・支社を統合・閉鎖するというような動きがずっと続いています。

——その縮小傾向というのは、おおまかにいうといつぐらいから始まっているんですか。バブル崩壊くらいからでしょうか。

荻部 民放というのはバブル経済が崩壊してからも、しばらくの間は右肩上がりが続いて、1996年くらいまではよかったんです。00年代に入って、ネットが急速に伸びてきてからですね。それからリーマンショックがあって、軒並み大変になってきたという感じでしょうか。上越市から記者を引き上げたのは2000年に入ってしばらくしてですから10年前くらいです。そうなる必然的に上越市でのニュース取材は手薄になります。熊が出たとか、地滑りがあったというような発生ものはカバーできますが、上越市の経済がどうなっているのか、政治がどうなっているのかというようなことは、県内のローカルニュースにはなかなか出てこなくなってしまう。やはりこれではまずかろうということになったわけです。

——この10~15年で体制の縮小傾向が続いてきたということですが、そのことがローカルニュースの中で伝えられる情報において、目に見える形での変化につながっているのでしょうか。

荻部 そこまでは、まだいってないと思います。まだ報道に関しては、聖域的な部分もあって、大きな全国ニュースになれば、各局で出し合っている基金の中から、予算・費用が出るということもありますし、まだそういうしわ寄せのようなものはないと思います。ただ、重要なニュース報道のためなら、潤沢にどんどん経費使って取材しなさいという時代では、もうなくなっています。もちろん、地震など大きな災害があれば、当然それなりの人も物も投入しますけれども。

——制作のほうでアウトソーシングが進んでいるということですが、その部分については、どういう状況でしょうか。

荻部 東京でもプロダクションは若い人がなかなか長続きしないといわれていますが、ローカルではそれ以上に人材が少ないというのが決定的にあります。やはり地元のプロダクションというのはそんなに何社もあるわけではありませんし、人材もたくさん集まらない。高齢化も進んできていますし、そういう意味では、ローカルでアウトソーシングしようとも、なかなかしにくいという問

題が出ています。新潟にある制作プロダクションは、中小含めて、10社に満たないと思います。カメラマンにしてもディレクターにしても、40代後半、50代半ばぐらいという形でかなり高齢化してきている部分があります。

——制作者ということでは、局によっては、時間をかけて番組を制作し、地方の時代賞やギャラクシー賞といった放送業界の賞をねらいにいく、といったディレクターや記者をごく少数でも抱えているというようなローカル民放局があったと思いますが、新潟放送はそういう面ではいかがでしょうか。

荻部 確かにそういう人がいましたね。新潟放送でいえば、原発関係の取材・制作のところに専従、または半専従する人が2~3人いました。今、原発再稼働のことで持ち切りですが、新潟には、ご存じのように柏崎に7基合わせて世界最大出力の原発があります。ここは東京電力です。それとは別にもう1つ、新潟県は東北電力の管轄になっていますので、東北電力も新潟県の旧巻町というところに原発を建てようとした。数十年來の計画があつて、地元では反対の声もあつてという状況が続いてきました。そして95年2月に、日本で初めて原発の賛否を問う住民投票がありました。地元住民全員で決めるんだという。最終的には結局、原発を作ることはできず、計画は白紙に戻りました。そのプロセスをずっと追った番組が、ギャラクシー賞や地方の時代賞など、いろいろな賞を取りました。

そのほかにも自然科学の分野ですが、イワナ（岩魚）の生態を追い続けるというような番組も制作されて、これもいろいろ賞を取っています。当時は、専らそういう仕事をする記者がいましたが、そういう記者は、君はほかのルーティン業務はいいから、それだけやってよというのが許される時代でしたね。さきほど、90年代半ばぐらいまでは売上が多かったという話をしましたが、まさにその頃はまだそういう余裕があったわけです。

デジタル時代、インターネット時代におけるローカル民放局の戦略

——00年代以降は、さきほどお話しがあったインターネットの普及ということに加えて、デジタル化対応ということも大きな問題だったと思います。そうした中で新潟放送の基本的な考え方や施策はどのようなものだったのでしょうか。

荻部 地上デジタル化への対応は、どこの局でもあれだけの設備投資をして、かといって収入は全く増えないわけで、非常に重荷になりました。ではデジタル化によって、それに対応したコンテンツをいろいろ開発したかといわれると、まだまだまったく進んでいません。

ネット関係も状況は変わりません。当社はラジオをやっていますが、ネットやスマホに対応するような、いろんなデバイスに合わせてどうサービス展開するかということは少しずつやってはいますが、これによって画期的に経営が変わるとか、大きな収入源になるというような段階ではありません。それよりも今、中波について、FMの強靱化ということで補完放送しなさいというような動きが出てきていて、それに向けた新たな設備投資も出てくるでしょうし、それから4Kとか8Kといったことへの対応も迫られるようになるでしょう。そういう意味でここ数年、あるいは2020年の東京オリンピックに向けて、やはりまたローカルでも新たな設備投資がかなり重荷になってくるような気がしています。

——経営環境という面でもさらに厳しさを増していくということでしょうか。

荻部 そうですね。我々の立場からすると、ナショナルスポンサーだけじゃなくて、当然、地元

の小さな商店に対する営業は重要です。一件の額は小さくても、積み上げれば大きな額になるわけですから日々の営業活動は大事にしているわけですが、地元の企業や商店の経営者も、代替わりが進んでいて30代、20代と若くなっています。彼らはもう地元のラジオやテレビに媒体価値をかつてほど見出していません。ネットを使って直接B to Cで売れる時代ですから、そちらのほうにお金をかけようと考え始めているのです。ラジオやテレビの広告も、もう少し値段を下げてくれれば出してもいいですよ、というような雰囲気になってきています。そういう意味では非常に厳しい時代にはなっています。

例えば自動車にしても家電でもそうですが、業界の寡占化がある程度進んできて、日本を代表するような広告主が、日本はこれから人口が減るということで、海外を中心にCM展開を考え始めているわけですね。それと同様に、新潟は人口が減っていくからほかの県に向けてネットでCMを流したほうが効率がいいと考えるわけです。そういう中で地域のテレビ、ラジオの電波はもう使わなくてもいいだろう、そういう時代になりつつある。だから、媒体価値をどう維持していくか、あるいはどう高められるのかというのがこれからの死活的なテーマになります。最終的にはやはりソフト、コンテンツの問題になると思いますので、毎日この時間帯になったらローカル放送を見てくれるとか、企画したイベントなどに多くの人を集めるとか、そういったことをやらないと、当然、先細りになっていってしまうでしょう。

ラジオは特にそういう側面があります。当社は、ラジオ・テレビの兼営局で、それは一種の強みであるわけですが、同時にそれが弱みにもなっています。ラジオの売り上げは、全国的にそういう傾向ですがピークから半分以下になっていて、本来期待されるはずのシナジー効果がなくなっています。民放連の数字では、中波の売上のピークは1991年（平成3年）で、全国で2040億円だったのが、今、845億円にまで減っています。

放送だけでなく、地域紙も状況は変わりません。しかし、人口が今後増える見込みがないうえに、景気は悪いですし、若者が新聞を購読しない、年金生活者も取らない、過疎化・限界集落が増える、そもそも配達する人も減っていくという中で、部数がこれから伸びることは難しいのではないのでしょうか。

——地域におけるジャーナリズムということ考えた時に、ジャーナリズムの最も基本的な多様性の原則というローカリズムというか、その部分の足場がメディア環境の変化で相当揺らいできているということでしょうか。

荻部 そうですね。ですから、本当にこのままだと地域から消えてしまうものがあったり、地元がいいものがあったりしても、そういうものについて十分な取材ができない、放送ができない、知らないうちに消えていくみたいなことも出てきてしまいます。現状がどうなっているかというところにすら手が届かなくなっているとしたら、非常に危ないと思いますね。また、そういう状況をどう打開するかについて社内的な議論をやるべきだと分かってはいても、みんな日々の仕事に忙殺されてままたらない、ということもあります。

ラジオ離れといいましたが、テレビも同様です。地上波にとってはBSもライバルになっているということもあります。BSが登場した1990年当時、これはすごいライバルになる、地上波とのあいだの棲み分けが進む、ということが言われましたが、しばらくのあいだはBSも赤字が続いてきました。しかしここにきて、BSは黒字経営に変わってきています。確かにいい番組やっています

し、中高年がかなり見始めています。

そういう全体状況を考えると、やはり投下される広告料がこれから飛躍的に伸びることはまずあり得ないわけです。がんばってもせいぜい現状維持できるかどうか、というような限られたパイを、新潟でいえば4局で争うという図式になっていて、今後どうなるかまったく先が読めないという状況です。

新潟県の人口は、ピーク時の1997年に249万人と、あとわずかで250万人というところまでいきましたが、その後は減少に転じ、今230万人になっています。このペースでもう30年もすると、180万、170万という形になっていき、当然市場規模は縮小せざるを得ない。そのとき果たして民放4局全部が残っているのかというのは誰にも読めないことです。いずれ、東京オリンピック終わった頃がピークといわれる中で、その後はいろんな経営統合や再編といった動きが出てきても全然おかしくありません。「護送船団」で今まで生き長らえているのは民放業界だけぐらいのものですからね。

地域の災害報道の担い手として

——冒頭にもお話がありましたが、本当に新潟は災害が多いということで、新潟放送の歴史は災害報道の歴史でもあるというような側面もあると思います。災害報道の展開という意味では新潟放送にはどのような特徴があるのでしょうか。

荻部 本当に新潟は災害が多いです。そのために、災害に対する迅速な対応というのは、当社のいわばDNAのようなものとしてあると思います。10年前の中越地震の発生当時、土曜日の夕方だったのですが、すぐに当社の判断でCMを飛ばして6時間生で地震情報を出し続けるということをやりました。ほかの局では、営業などの絡みがあってそのようにCMを飛ばすというようなことはなかなかできませんが、当社の場合はスポンサーにはあとで謝りにいけばいいということで、災害情報を流すところではかなり徹底しています。

ただし、最近では、大規模災害になると、全国から応援をもらって対応するという形が常態化しています。震度5強以上だったら、同じ系列の局から連絡もなしで中継車や応援部隊が集まってくるような仕組みになっています。

そういう意味では今の災害報道は、系列の力ということになります。それが試されるというか。東日本（大震災）の時も、東北地方の取材は私どももしましたが、重油がなくなれば自家発電ができず、取材も不可能になります。従って、ロジスティックの体制も重要です。そうすると、いかに系列全体が後方支援するかという形で、やはりこれからの災害放送・報道というのは、そのネットワークの日頃の備えとか、バックアップ体制とか、そういうものにかかっているような気がしますね。ひとつの局だけで対応できるような災害は、最近あまりありません。災害の規模がどんどん大きくなっていますから。とりあえず最初の24時間・48時間は自前でやりますという形になるんでしょうけど、1週間続けて徹夜で働くわけにもいきませんから、あとは系列の物量作戦でやろうということですね。

新潟放送の場合には、結局、昔から大きな災害報道をたくさん経験してきているということがありますので、やはり他局にはない強みのようなものがあると思います。例えば、震度3、4程度の揺れの場合でも、報道以外の社員たちが自主的にどんどん集まって来るんですね。揺れを感じてこ

れはちょっと大きいぞとなると、いろんな部署の人間が来るのがこの社の常識のようになっていきます。あるいは、1時間に70~80ミリぐらいの豪雨ですごい雨だなと感じたら、ちゃんと自主的にアナウンサーが来たりとか記者が来たりとか、そういうことが身に染みついているという気がしません。

——東日本大震災のとき、新潟は被災者の受け入れしましたが、そういうことへの対応はどうだったでしょうか。

苧部 特に福島の新潟に避難して来られました。まだ4000人以上いると思いますが、ピーク時には1万人を超えていたと思います。ですから、被災地の情報だけでなく、避難されてきた人達の報道もかなり手厚くやりました。

やっぱり1万人単位で新潟に来ていましたので、同じTBS系列のテレビユー福島のニュースをうちのローカルニュースに入れて、つまり、新潟県に避難している福島県民向けのニュースという形で放送しました。昼の3分ぐらいのニュースをそのまま素材受けて、それをまた夕方のニュースで、今日は福島でこんなことがありました、何々町ではこんなことがあったと。ここはようやくインフラが復旧しましたよというような生活関連情報等を、新潟に避難している福島の人達はわからないわけですから、ニーズがあるだろうということで、半年くらいは続けたと思います。

——原発に関してはいかがでしょうか。

苧部 再稼働を早く求める声と、やはり福島の検証が済まないうちは、絶対再稼働ダメだという県知事がいたりして、そのあたりはやはりニュートラルな立場で報道はしていますが、今後、再稼働に向けて、おそらくいろいろな紆余曲折が出てくることが予測されます。そのプロセスというのは相当力を入れて取り上げていくべきだと考えています。

全国的にどうなっていくかまだ分からない状況ですが、新潟でいえば柏崎刈羽原発が再稼働しない限り、東京電力は経営的にかなり厳しいことは確かでしょう。原発城下町の地元にとっても町の衰退につながっていることもある。他方で、やっぱり反対の声も根強いものがあります。再稼働については向こう2~3年ぐらいが勝負になると思います。もともとは田中角栄元首相が誘致したわけですが、7基もの原発を抱える地元局の責務として、この問題はしっかり取材していかなければならないと考えています。

地域固有の社会的、文化的問題にどう向き合っていくか

——地域固有の問題としては他にはどのようなものがあるでしょうか。またそれらについての報道はどうなっているのでしょうか。

苧部 あまり知られていないかもしれませんが、新潟水俣病が来年、確認から50年になります。未だに患者あるいは認定患者の裁判が続いていますが、熊本の水俣病の原因が分かっているながら放置されていて、発表が遅れたから被害が拡大したということがあります。この問題は今でも続いていて、未だに後遺症のある人がいるわけです。これはまさに新潟特有、固有な事象・社会問題なわけで、この50年間を総括しつつ、継続的に取材をしなければと考えています。

当時からの映像を蓄積・保存しているのは、新潟の民放では被害者の会の関係者が高齢でどんどん亡くなっていっています。これもやはりまだご存命のうちに取材できる方については取材しておく必要があります。また、一体、新潟水俣病とは何だったのか、いろいろな公害病がある中でどう

いう位置づけになっているのかといった検証をやる必要があります。

ただ、そういう問題を扱う記者自身も自分の生まれるはるか前の話なわけで、勉強するのもなかなか大変になっています。今の若い人の中には、そういう公害病があったということ自体知らない人もかなりいるでしょうし、水俣病というと九州の話で新潟は関係ないというような感覚もあるかもしれない。ただし、地元のマスコミとしては、今どうなっているか知りませんじゃすまないと思うんですね。

それから個人的には田中角栄元首相という政治家が残した遺産についても総括が必要だと思っています。田中角栄さんは、昭和40年代後半に総理になったわけですが、彼の政治が新潟を大きく変えたことは間違いない。利益誘導で公共事業の誘致だけが結果的に残ったままあるということもあります。北陸新幹線がまもなく開通しますが、結局、これだけ人口が減ってしまっている。個人的には角栄さんの没後20年という今のタイミングで、その時代の政治の総決算と、そしてその結果、今の新潟がどうなっているのかということを検証すべきだと思っています。

——しかもそれは、新潟の問題であると同時に、日本全体の問題でもありますね。

荻部 そうだと思います。新幹線の問題でいえば、北陸新幹線の一番早い列車は、上越・糸魚川には停まりません。今まで北陸方面に行く場合は、新潟県の湯沢を経由して乗り換えていたわけですが、そういう人達が、これから素通りしてしまいます。そうすると将来的には上越新幹線の本数が減らされるんじゃないかといったことも懸念されています。上越市にとっては、久々の大型事業で、経済効果も見込めるんでしょうけどね。

そうすると、例えば越後湯沢なんかで以前からいわれてきたバブル経済の後遺症のような問題がさらに深刻化していくということもあると思います。越後湯沢にはたくさんのリゾートマンションがあって固定資産税がたくさん入るので県内では3つしかない地方交付税の不交付団体です。市町村合併もせず、未だに湯沢町のままなのですが、バブル経済崩壊から25年ぐらいいが経って、当初からいわれていたゴーストタウン化が深刻化し始めています。リゾートマンションが50万円以下で買えるみたいというようなことも出てきていますし、管理も行き届かなくなり始めています。住んでいる人も高齢化していますし、あと10年経ったらいったいどうなるのかということが心配されます。一時、リゾート地として、「東京都湯沢町」などといわれていたような町がどうしてこうになってしまうのかという、これも取材テーマとして大きなものだと思います。

——お話をうかがっていると、原発といい、田中角栄型政治といい、バブル時代のリゾート開発の問題といい、新潟固有の問題であると同時に日本全体の問題でもあるような、そういう意味で、本当に深く掘り下げて、向き合って、取り上げていかなければいけない、ジャーナリズム上のテーマがたくさんありますね。

荻部 ありますね。ほかにもあります。新潟は、農業県ですから、米作に依存してきたわけですよ。しかし、米価が大幅に下がって立ち行かなくなっているうえに後継者問題も深刻になっている。農業従事者の平均年齢が65歳を超えて、中山間地の田畑で放棄される土地がたくさん出てきています。TPPが脅威だなどという前に、自然にもうくるところまできているんじゃないかというのが新潟の人たちの思いではないか。新潟市が農業特区に指定されましたけども、単純に「6次産業」を目指すといっても、結局、みんな何をどうしていいかわからない。秋田県もそうですし、新潟県もそうですし、国に頼ってきた農業県というのは本当に厳しい状況です。米価は日本の保守王国などって安住していた時代の半額にまでなっていますから。そういう意味では、本当

にいろんな問題の縮図のような県です。

——今後、そういう様々な問題取材してきた記録をどう残していくかということも重要になってくると思いますが、そういう面ではいかがでしょうか。

荻部 確かにアーカイブとして残していかなければならないものがたくさんあると思います。例えば映像については、新潟大火とか新潟地震など、他局がそもそも持っていないようなものも含めて多くの映像があります。まだテープのままというものもありますから、これらを順次デジタル化していく必要があります。膨大ですからかなり経費もかかりますが、これらの映像は、新潟放送の大きな財産であると同時に、公共的な財産でもあると思います。

大きな災害や事件などの映像以外にも、昭和30～40年代の庶民の生活を記録したような映像もたくさんあります。ちょうど団塊の世代の人たちが小学校、中学校に上がるころに、学校の教室が足りないとか、おむつ専門の洗濯業者が大繁盛しているとか、昭和40年代の減反政策前に米100万トンの増産を達成したというようなものとか、貴重な映像が残っています。これらの映像は、これからリタイアしていく団塊の世代の人たちにとってはとても懐かしいもので、そういう映像をもう一度見たいという需要は大きいかもしれません。

——本日は長時間にわたってどうもありがとうございました。