

# 伝統的地域メディアの果たす役割の変容 —地域紙経営層インタビュー調査を手がかりとして— Changing of The Role of Traditional Community Media

牛山 佳菜代  
(Kanayo USHIYAMA)

## Abstract :

The objective of this study is to investigate changing of the role of community paper (local newspaper). Community paper is a kind of traditional community media and has long history from Meiji Era. And some community papers have a share of more than 60% in local area.

In this study, the interview survey was conducted to managers of 5 community paper companies. The results were as follows:

- 1) Strong relationship with the local environment
- 2) Strengthening of regional characteristics and interactivity in the paper
- 3) A variety of business development of the newspaper other than

**キーワード** : 地域メディア、地域紙、メディア・エコロジー

**Keywords** : Community media, Community paper, Media ecology

## 1. はじめに

東日本大震災以降、地域情報の内容のみならずその媒体について注目が集まっている。

地域情報を伝える媒体には、自治体広報、地域紙、タウン誌、ケーブルテレビ（以下CATVという）等の古くからの歴史を有する媒体から、今日では、コミュニティFM、フリーペーパー、地域ポータルサイト、地域SNS、インターネット放送、携帯電話やスマートフォンを利用した情報サービス等、多様な種類が登場している。それらをメディアと地域の両軸から分類してみると、図1のようになろう。

上記の内、ソーシャルメディアに代表されるインターネットメディアは、対象エリアを問わないことから、地域内における情報伝達の速報性向上に貢献しているのみならず、地域外に向

けた情報発信、情報交流にも重要な役割を果たすようになっている。震災後、デマや誤報の急速な拡散に代表される負の側面について多く語られたが<sup>1)</sup>、ネットユーザーが各々の地域に求められる最新情報の取得に動き、民放ラジオなどがその情報を取り上げ、高齢者やネット非利用者に伝達した例<sup>2)</sup>に見られるように、ソーシャルメディアが多様な形でそのとき必要な地域情報の提供に大きな役割を果たすようになっている。

では、地域情報の提供は、インターネット媒体のみで事足りるのであろうか。ともすれば、今日、ソーシャルメディアの役割に焦点が当たりがちであるが、様々なサイズの都市空間（国民社会、広域社会、県域社会、地域社会）の「多数のメディアは、それぞれ独自の役割をも



図1 地域メディアの種類

出所：竹内・田村(1989)、浅岡(2007)より一部改編

ち、棲み分け、領域をもって共存<sup>3)</sup>している。言い換えれば、各コミュニティにおけるメディアは単独で存在するのではなく、結束と競争、垂直連合や協力等がたえず行われることで、連続性を持った存在として成立する<sup>4)</sup>。すなわち、多様なメディアが地域に存在することで住民のニーズに応えられるのであり、今日、インターネット以外の地域情報を伝えるメディアの役割についても改めて考察する必要性が生じていると言える。

そこで、本稿で取り上げるのは、県域よりも小さいエリアで定期的に発行されている地域新聞（以下、地域紙）である。発行エリアが狭いために地域外においてその名が知られる機会はありませんが、地域によっては全国紙や県紙を凌ぐシェアを有しており、全国に先駆けて写真植字機やオフセット印刷機を導入した社もある。また、東日本大震災後に注目が集まった例で見れば、石巻日日新聞社（宮城県石巻市）は、社屋及び印刷設備が津波で浸水被害を受けてライフラインが遮断される中、6日間にわたり手書きの壁新聞を発行し、避難所に張り出すことで住民のニーズに応えていった<sup>5)</sup>。また、東海新報社（岩手県大船渡市）は、チリ地震の教訓を踏まえて社屋自体を高台に設置していたことにより、自家発電設備を用いて震災翌日か

ら号外を発行することができ、地元の要請に応じていった<sup>6)</sup>。これらの例を見ても、地域紙が地域情報の提供において果たす役割は極めて高いことが推察される。

以上のことから、本稿では「地域紙」という古くから地域に存在する伝統的なメディアに注目し、その果たす役割について検討する。インターネットを含む多様な地域メディアが次々に立ち現れる中で、明治期より100年以上の歴史を有する地域紙は、地域においてどのような役割を担っているのだろうか。様々な工夫や新たな取り組みを行いながら、今日まで発行され続けている地域紙の役割を検討することは、今後の地域情報提供・流通の在り方を検討する上でも非常に示唆に富むところがある。

なお、わが国における地域紙研究はこれまでも実施されているが、特定の地域または地域紙を分析対象としてその機能や役割を分析している<sup>7)</sup>ものが多いように見受けられる。これらの研究成果により、当該地域における地域紙の位置付けは明らかになってきているが、地域紙の共通点を探りつつその変容を分析した研究は管見の限りではほとんど見られない。また、全国の地域紙を対象としたフィールドワークと編集責任者を対象としたアンケート調査から地域紙の役割を考察した『日本のローカル新聞』<sup>8)</sup>

は全国の地域紙を調査した数少ない研究の一つであるが、地域紙の発行人である経営層を調査対象とした研究もまた管見の限りではほとんどないように思われる。また、上述の調査より40年が経過しており、地域紙が置かれた状況も大きく変化していることが予想されるところである。

そこで、本稿では、地域紙の経営層を対象としたインタビュー調査を手がかりとして、各地域紙の状況を比較考察し、地域紙の役割の変容に関する分析を行う。

## 2. 地域メディアとしての地域紙の位置付け

### (1) 本稿における地域紙の定義

我が国の新聞は、内容から見ると、一般紙、専門紙、機関紙等に区分される。内、一般紙は、発行エリアから見ると、全国を対象とする全国紙、一部の地域を対象とする地方紙／地域紙に分けることができる。「地方紙」「地域紙」は、さらに①ブロック紙、②県域紙、③①②以外のローカル日刊紙、④有料で、定期に発行されているローカル非日刊紙、⑤不定期のローカル紙の4つに分類できる<sup>9)</sup>。上記①②は主として「地方紙」、③以降は「地域紙」「コミュニティ・ペーパー」「ローカル紙」「地域ミニコミ紙」「郷土新聞」など様々な呼称がなされているが、時には県紙やブロック紙と同様に地方紙

として一括りにされる場合や、逆にフリーペーパーなども含める場合もあり、その区分は曖昧である。

本稿では、上記①②を「地方紙」、③④を「地域紙」、⑤を「その他の地域ミニコミ紙」と定義付け、③④を今回の調査対象とした。③④に該当する「地域紙」をよりわかりやすく定義づければ、「県域レベルよりも小さく、有料で定期的に刊行されている新聞」ということになる。

### (2) 地域紙の発達経緯と現在の状況

我が国の地域紙のルーツをたどれば、明治時代にまで遡ることが可能であり、「宮崎今日新聞（明治9）」「秋田民報（明治27）」「北羽新報（明治28）」他多数の新聞が発行されていた。その後、言論統制、一県一紙政策等の政策の影響を受けて、多くの新聞が休刊、廃刊に至るが、第二次世界大戦後、再び多様な形態の地域紙が発刊されるようになった。父親の後を継ぐ、現状への不満感、地域社会の発展等、その理由は様々であったが<sup>10)</sup>、多くの地域紙は、創刊者達の思いに支えられて発刊もしくは再発刊に至っている。この当時、地域紙に掲載される記事内容は、市政、地域開発、地域経済等、全国紙や県紙が扱いきれない地域社会特有の問題が主となっていた<sup>11)</sup>。田村は、編集方針か

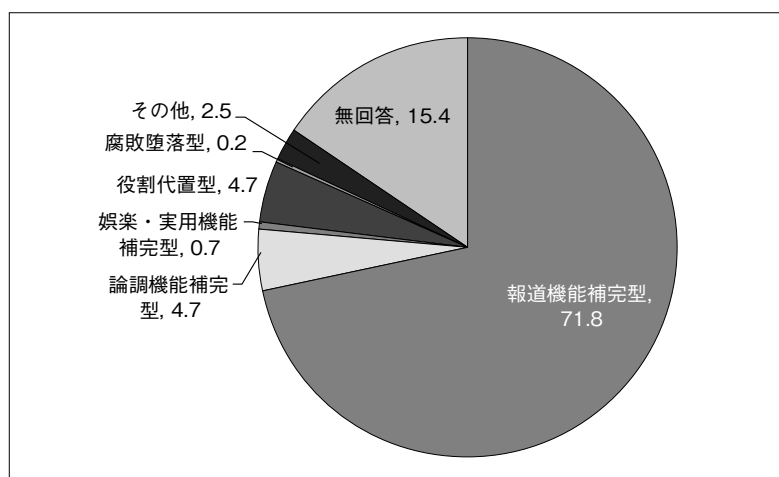


図2 地域紙の機能(1968年当時)

出所：田村(1968)より一部改編

ら、1968年当時の地域紙の機能を①報道機能補完、②論調機能、③娯楽・実用機能、④一般日刊紙の役割代替、⑤腐敗堕落の5つに分類している<sup>12)</sup>。

図2を見るとわかるように、この当時、大部分の地域紙は「報道機能補完型」であり、「地域社会での諸局面で機能し、マスコミを補完したり批判したりして、マス・コミュニケーションを補完している」<sup>13)</sup> 状況にあった。また、大石は、地域コミュニケーションにおける情報を「地域内で生じた社会問題の所在を住民や組織、さらには行政当局に周知し、問題の当事者に対し、その解決をうながすことを目的に伝達・受容できる情報」<sup>14)</sup> と定義した上で、争点情報、生活情報、業務情報、娯楽情報、教育・教養情報の5種類に分類したが、地域紙において取り上げられる記事の上位3位に「政治・行政」が入っていたことからわかるように、地域紙は、中央で取り上げられにくい地域の「争点情報」を中心に伝える地域ジャーナリズム媒体としての役割を果たしていたと考えられる。

その後、地域紙の数は、1967年には1,083社、1989年には1,500社超と大幅に増加していくが、1996年になると、1,285社に減少している<sup>15)</sup>。1967年当時は個人経営が中心であったが、業務拡大、社会的信用の確保等のために、次第に株式会社化が進み、その様相も変化していく。

また、地域紙の中には、記者クラブにおける活動や地域における信用性を確保するために、社団法人日本新聞協会に加入した社もある。1999年には、「ローカル紙間の情報共有、連携強化、共通課題への解決」を目的として全国各地の地域新聞による協働組織である日本地域紙協議会が発足し、地域間の連携も見られるようになった。なお、日本新聞協会及び協議会の両方に加盟している社は7社である。さらに、2000年代に入ると、「技術革新」のみならず、インターネットやコミュニティFM等との連携を積極的に図る社も見られるようになり、地域紙を取り巻く環境のみならず地域紙自体が大きく変貌してきている。

今日の地域紙数について明確な数値データは

ないが、日本地域新聞協議会が発行している『日本地域新聞ガイド（2012-2013年版）』に掲載されている数で見れば、全国で213紙が発行されている。

近年では、古くから発行されていた地域紙の廃刊休刊また統合が相次いでいるものの、表1を見ると、殆どの都道府県に地域紙が今なお存在しており、長野県や北海道では20紙以上が発行されている。一方、地域紙は、全国紙と異なり、朝刊単独、夕刊単独、また、日刊だけでなく週刊、旬刊等、多様な発行形態を有する点に特徴が見られる。また、版型についても、タブロイド版、ブランケット版など多種多様な形態がある。さらに、配布方法に関しても、販売店経由の戸別配達他、地元の高齢者による配達等、様々な工夫が行われている。

### 3. 経営層ヒアリングから見る地域紙

#### (1) 調査概要

以上の概況を踏まえて、本節においては、経営層を対象としたヒアリング調査から地域紙の役割を考察していく。なお、本調査においては、ヒアリングと同時に、地域紙社社員を対象とした質問紙調査も実施しているが、本稿においては、紙幅の都合もあることから、経営者ヒアリングの分析を中心に考察を行う。

今回の調査対象は、岡谷市民新聞社、市民タイムス社、十勝毎日新聞社、苫小牧民報社、夕刊デイリー新聞社の5社（五十音順に記載）である。調査対象は、①地域で一定シェアを有しており、且つ②長期間に渡り新聞発行を継続していることを踏まえて選択した。

本調査においては、2012年から2013年にかけて筆者が実際に各社を訪問し、経営者もしくは経営層に近い社員への半構造化インタビューを実施した。主な調査項目は、①企業概要（設立経緯、社史、現在の運営状況等）、②経営者のプロフィール（業務に関わるようになった経緯等）、③発信しているコンテンツの特徴・内容、④インターネットの活用状況、⑤地域における他のメディアとの連携状況、⑥社内における担い手育成の現状、課題、⑦今後の展開に関する考えの7つである。なお、各社の編集局

表1 地域紙の発行状況(県別)

都道府県	新聞名						
長野県	たつの新聞 市民タイムス 須坂新聞 北信ローカル	みのわ新聞 週刊上田 大糸タイムス 北信濃新聞	岡谷市民新聞 週刊長野 長野市民新聞	下諏訪市民新聞 小諸新聞 長野日報	茅野市民新聞 信州日報 南みのわ新聞	軽井沢新聞 信州民報 南信州	佐久市民新聞 諏訪市民新聞 北信タイムス
北海道	あさひかわ新聞 千歳民報 日高報知新聞	プレス空知 稚内プレス 函館新聞	遠軽新聞 道北日報新聞 美幌新聞	釧路新聞 苫小牧民報 北海民友新聞	根室新聞 日刊宗谷 北都新聞	室蘭民報 日刊富良野 名寄新聞	十勝毎日新聞 日刊留萌新聞 網走タイムズ
新潟県	みつけ新聞 小出郷新聞 栃尾タイムス	越後タイムス 小千谷新聞 柏崎日報	越南タイムズ 上越タイムス 柏新時報	魚沼新報 村上新聞	三條新聞 長岡新聞	糸西タイムス 津南新聞	十日町新聞 東頸新聞
東京都	小笠原新聞 東京七島新聞	小金井新聞 南海タイムス	世田谷新聞 武相新聞	西多摩新聞 豊島新聞	多摩東京日報 練馬新聞	台東区民新聞	都西タイムス
静岡県	伊豆新聞 熱海新聞	伊豆日日新聞 富士ニュース	岳陽新聞	郷土新聞	沼津朝日	日刊伊豆毎日	日刊静岡
秋田県	コミュニティ新聞 北鹿新聞	国民政報	秋田北報	秋田民報	秋北新聞	週刊アキタ	大館新報
三重県	伊和新聞	紀勢新聞	吉野熊野新聞	三重タイムズ	南海日日	南紀新報	夕刊三重
山口県	ほうふ日報	宇部日報	山頭火新聞	西京新聞	日刊いわくに	日刊新周南	柳井日日新聞
和歌山	ヤタガラス	紀伊民報	紀州新聞	紀南新聞	熊野新聞	日高新報	和歌山新報
京都府	あやべ市民新聞	亀岡市民新聞	城南新報	舞鶴市民新聞	洛南タイムス	両丹日日新聞	
愛知県	一宮タイムス	三河新報	東愛知新聞	東海愛知新聞	東日新聞		
岩手県	岩手日日	盛岡タイムス	胆江日日新聞	東海新報	復興釜石新聞		
岐阜県	高山市民時報	三野新聞	中濃新聞	東海民報	東濃新報		
滋賀県	しが彦根新聞	近江同盟新聞	滋賀報知新聞	滋賀夕刊新聞	日刊近江毎夕新聞		
福島県	あぶくま時報	マメタイムス	福島中央新報	夕刊いわき民報	夕刊たなぐら新聞		
兵庫県	西脇時報	丹羽新聞	淡路新聞	播磨時報	六甲タイムス		
沖縄県	宮古新報	宮古毎日新聞	八重山日報	八重山毎日新聞			
広島県	芸陽日日新聞	山陽日日新聞	西広島タイムス	太陽新聞			
神奈川県	あおばタイムス	小田原新聞	神静民報	多摩川新聞			
大阪府	堺ジャーナル	市政新聞	千里タイムズ	泉州日日新聞			
長崎県	壱岐日々新聞	壱岐日報	対馬新聞	島原新聞			
福岡県	久留米日日新聞	糸島新聞	日刊大牟田	有明新報			
愛媛県	愛媛新報	八幡浜新聞	八幡浜民報				
宮城県	三陸新報	石巻日日新聞	大崎タイムス				
山形県	週刊置賜	荘内日報	米澤新聞				
鹿児島	奄美新聞	南海日日新聞	南九州新聞				
栃木県	下野タイムス	真岡新聞	両毛新聞				
青森県	十和田文化新聞	津軽新報	陸奥新報				
岡山県	津山朝日新聞	備北民報	備北新聞				
茨城県	常陽新聞	利根新報					
宮崎県	みやざき中央新聞	夕刊デイリー					
熊本県	天草毎日新聞	日刊人吉新聞					
群馬県	桐生タイムス	高崎市民新聞					
埼玉県	はとがや市民新聞	日刊新民報					
千葉県	稲毛新聞	房日新聞					
島根県	しまにちタイムス	島根日日新聞					
香川県	四国タイムズ						
佐賀県	夕刊佐賀						
山梨県	山梨新報						
大分県	今日新聞						
徳島県	東四国新聞						
奈良県	奈良日日新聞						
富山県	富山県市町村新聞						

出所：日本地域新聞ガイド(2012-2013年版)より筆者作成

注：発行数の多い都道府県より記載。本データ作成以降、創刊、休刊、廃刊している社もある。



長、担当部署等へのヒアリングも実施し、調査内容の補完に努めた。

なお、本稿においてヒアリング対象とした地域紙の概要は、表2の通りである。なお、地域紙を対象としたヒアリング調査は現在も継続して実施しており、本稿はその中間的考察であることを付記しておく。

## (2) 各社の取組みの状況

本項では、ヒアリング調査結果及び入手資料を踏まえて、各社の創刊経緯、経営者、編集方針等を中心に各社の取組みを詳述していく。なお、カッコ内は、今回の調査に回答していただいた方である。

### ①岡谷市民新聞（株式会社岡谷市民新聞社 代表取締役 薩摩建氏）

岡谷市民新聞社（長野県岡谷市）は1948年（昭和23年）に創刊された。岡谷市は長野県のほぼ中央に立地し、明治時代から昭和初期にかけて製糸業が発達したことで生糸の都「シルク岡谷」としてその名が知られるようになった。大正期より、当地域では多くの地域紙が発行されていた他、製糸に関連する地域紙も発行されており<sup>16)</sup>、住民の地域情報に対するニーズが多様な形で存在していたと考えられる。

本紙の創業者は、小学校教員をしていた薩摩光三氏である。終戦後、当時の住民が強く求め

ていた配給情報を地域に広く伝えることを目的として創刊し、次第に日々の情報伝達を行うようになった。さらに、周辺市町村から自分の住む地域の情報を知りたいという要望が出てきたため、各市町村に関連する情報を一部入れ込みつつ、生活情報を中心に報道を行っていくこととなった。1956年には株式会社化、1965年には全国に先駆けてオフセット印刷機を導入している。さらに、1983年には大きなニュースに関してはカラー報道を開始しており、台風や諏訪湖が氾濫した際には、詳細についてカラーで報道している。さらに、1996年にはデジタル化した印刷システムを取り入れるなど、常に技術革新を行いつけている。資本構成に関して、「外部からお金を借りることのない経営の新聞社でないと、報道機関として自由に発言できない」という観点から、「株主（資本金）を社外に求めない」ことを明言している点でも特徴的である。

経営者は、初代は薩摩光三氏、二代目は元全国紙記者の薩摩正氏、2011年より三代目の薩摩建氏が社長を務めている。現在では、「市民新聞グループ」として7つの日刊紙を7市町村で発行しており、7紙のうち4紙の配布地域における普及率はほぼ8割に達している。

創刊当時から「地域密着」という編集方針を掲げており、全国のみならず県庁関連の記事もほとんど掲載していない。一方、薩摩氏によれ

表2 調査対象の概要

新聞名	発行所	創刊	代表者	発行形態	部数
岡谷市民新聞	株式会社岡谷市民新聞社	昭和23年11月	代表取締役 薩摩 建氏	朝刊単独	40,000部
市民タイムス	株式会社市民タイムス	昭和46年10月	代表取締役社長 新保 力氏	朝刊単独	67,956部
十勝毎日新聞	株式会社十勝毎日新聞社	大正8年11月	代表取締役社長 林 浩史氏	夕刊単独	87,402部
苫小牧民報	株式会社苫小牧民報社	昭和25年1月	代表取締役社長 宮本 知治氏	夕刊単独	60,000部
夕刊デイリー	株式会社夕刊デイリー新聞社	昭和38年10月	代表取締役 佐藤 公昭氏	夕刊単独	43,600部

注：五十音順に記載。

出所：『日本地域新聞ガイド』及び各社資料より筆者作成。発行部数は、各社ヒアリング及び入手資料より記載。

ば、地域に最も近い新聞だからこそ、地域で対立が生じる問題に関してどこまで踏み込むことが可能かという問題は常に生じているとのことで、暗黙知的にはあるが徐々に記事内容は緩やかになってきているとのことであった。

なお、当社の紙面の大きな特徴の一つに「お悔やみ情報3点」が挙げられる。この3点は、葬儀公告、お悔やみ記事、年賀欠礼を指している。これは、初代社長薩摩光三氏の発案によるもので、本紙では、全国紙や県紙には見られない詳細な内容（家族構成、本人の略歴等）の情報まで記事として掲載している。その結果、現在では、岡谷市内の町会回覧板代わりとしての機能も担うようになってきているとのことである。

また、当社は、自社ウェブサイト上で簡易データベースを提供しているが、電子版等に対する取り組みを行っていない。現社長の薩摩氏はIT業界における勤務経験を有しており、インターネット対応はいずれ避けられないであろうことは認識している。しかしながら、地元読者のニーズはインターネットにはなくまだ紙媒体にあるため、敢えて全国紙と同じ戦略を取らずに、ローカルニュースの掘り起こしに今後も注力していくとのことであった。薩摩氏は、「新聞でない」と得られない（ネットで検索しても出てこない）地域情報を提供することこそが当社の生命線である」と述べており、地域に完全特化した情報の継続的提供こそが当社の圧倒的な地域シェアを生み出す要因となっていることが推察される。

## ②市民タイムス（株式会社市民タイムス 代表取締役社長 新保力氏）

市民タイムス（長野県松本市）は、1971年（昭和46年）に創刊された。同社の発行エリアは、松本平17市町村（松本市・塩尻市・安曇野市・大町市・東筑摩郡全域・木曽郡全域・北安曇郡一部）に及ぶ。配布エリアの中心となる松本市は、長野県のほぼ中央に位置しており、県下の経済金融の中心地として古くから栄えていた。また、松本エリアは、伝統的に文化・教育を尊ぶ気風があり、開智学校（明治6年開設）やスズキメソッドの発祥の地としても知ら

れている。

本紙は、県外紙の折込チラシの広告代理店を経営していた新保力氏により創刊された。販売店から、「本紙だけでなく地域情報紙の販売と組み合わせることで売上増が期待できるのではないか」との声が出てきたことを踏まえて、本紙の立ち上げに至った。新保氏は代理店業務を経験していたことで新聞の印刷・販売の仕組みを熟知しており、事業展開の点ではかなり有利であった。しかしながら、本紙は、他紙と比べると発刊が遅かったことから、地域に認知されるまでには10年程かかっている。新保氏によれば、本紙が地元根付くようになった契機は大きく3つあったという。第一に、徹底して政治的中立を貫き、他紙との差別化に成功したこと。「松本という生活圏を住みやすく活力ある街にしていこうための応援団」という編集方針を一貫して貫いており、今日では、住民からの信頼も厚い。実際、選挙の際の出口調査においても本紙の信頼性の高さから住民の協力を得られやすくなっているとのことである。第二に、販売店との強いネットワークを形成できたこと。これにより、地域紙の弱点である配達網の構築が可能になっている。第三に、お悔やみ情報の充実である。お悔やみ情報を無料で掲載したことにより、その有用性から部数増につながったという。新保氏によれば、住民は生活圏（高校通学圏、松本商圈、婚姻圏）以外のお悔やみ情報に対してはさほど関心がないため、地元住民の生活圏と発行エリアが一致する地域紙の最大の強みとなっているとのことである。とはいえ、記者がお悔やみ情報を記事として認識するまでが大変だったとのことだが、今日では社内でもその有用性は認識されており、地域コミュニティ内の口コミの代替手段として本紙が機能しているとのことである。

これらの相乗効果により、1996年には60,000部を突破し、今日では、松本版、東筑・北安版、塩尻版、木曽版、安曇野版が発行され、発行部数は約68,000部に及んでいる。普及率から見れば、全体平均で52.23%、「松本版」のみで見ると60.79%に及んでいる。ラテ欄、天気以外はすべて地域の情報であり、毎日地域に関

する120本～130本の記事が掲載されている。

また、新聞本紙以外の取組みとして、地域の文化振興にも力を注いでいる。本社及び支局内に市民が使用できる多目的ホールを設けることで、新聞社そのものを文化の拠点と位置付け、地域の期待に応えている。また、各種展覧会や講演会を実施している他、スポーツ大会の主催も行っている。

新保氏によれば、現在、安定期に入って10年以上が経過した中で、活字が大きな意味を持つことを認識しつつ、さらに良い新聞をどのように創るかが課題となっているとのことである。具体的には、地域では毎日大きなニュースが起きるわけではないため、地元の情報をどのように拾い上げて記事にしていけるのか、また住民が多様化してきた中で情報ニーズをどのように拾い上げていけるのかなどが今後の検討課題とのことである。すでに住民の中に根付いている本紙であるが、紙面の充実並びに多角的な事業展開を絶え間なく進めていることが本紙の信頼性をより高めている要因であると推察される。

### ③十勝毎日新聞（株式会社十勝毎日新聞社 代表取締役社長 林浩史氏）

十勝毎日新聞（北海道帯広市）は、1919年（大正8年）に創刊された古くからの歴史を有する地域紙である。グループ企業として、メディア関連5社（CATV、コミュニティFM等）、観光関連6社（ホテル、菓子工房等6施設）を保有する十勝地域の一大企業である。

設立者は林豊洲氏である。当該地域ですでに発行されていた地域紙（十勝日日新聞社）で理事等を経験した後、帯広新聞社（現十勝毎日新聞社）を設立した。創刊当時から地域振興に対する思いを強く持っており、地域の産業・文化・スポーツ振興のみならず、観光開発にも力を注いだ<sup>17)</sup>。現在の社長は、2代社長・林克己氏、3代社長・林正巳氏、4代社長・林光繁氏の後、2009年より林浩史氏が5代目社長を務めている。アメリカの新聞社での勤務経験を有する林浩史氏は、当社入社後、現会長林光繁氏の進めていた改革を更に引き継ぎ、「地域と共に」の社是に沿った様々な改革・革新を進め

ている。

現在の発行部数は約87,000部、圏内で約60%の普及率である。林氏によれば、「行動する編集局」を目指しているとのこと、記事は書いて終わりではないという考え方を持っている。ひとつひとつの情報を掘り下げて、問題提起から解決に至るまでの一連の流れに密着した報道を行っているとのことである。

また、当社は、多メディア展開を積極的に進めている。帯広シティーケーブル（CATV局）、エフエムおびひろ（コミュニティFM局）等を活用し、地域情報を多様な形で住民に届けている。また、当社では、電子版やモバイルサイトに関してもかなり早期から取り組んでいる。これらは新聞購読層以外の人々に地域情報を届けるための一つの手段という認識の元行っているもので、基本的には情報の無料化は行わず、有償で情報提供している。なお、他の地域紙でも行っているお悔やみ情報に関しては、当社の場合本紙のみならず、電子版等も活用し、その速報性を高めている。

なお、林氏が率先し、北海道内の他地域の新聞社との連携を進めている。地域紙の場合、他地域の新聞社とは競合することがなく、また住民は他地域の情報も必要としているため、連携によるメリットが大きいという考え方に基づく。実際、北海道ニュースリンクというウェブサイトを持ち上げ、他地域の情報を共有できる仕組みを構築しており、道内のメディア・エコロジーが生まれていると言えよう。

林氏によれば、地域紙と観光は両輪であり、海外からの観光客に対して信頼性の高い地元メディアが情報を伝えることにより誘客にも繋がるとのことである。地域紙が県紙に対する対抗メディアに成長することが重要であり、その結果、地域内のみならず他の地域にも十勝地域の良さを多様な形で伝えられれば、地域の生き残りにも寄与できるのではないか、ということであった。本紙に関しては、全国の地域紙に先駆けた取組みを多数実施しているが、林社長の改革精神がそれを牽引しているものと推察される。



④苦小牧民報（株式会社苦小牧民報社 執行役員 佐藤公則氏、総務経理局副部長 越戸昭仁氏）

苦小牧民報（北海道苦小牧市）は、1950年（昭和25年）に南北海新聞社という名称で設立された。当社が立地する苦小牧市は、札幌より電車で1時間程度の距離に位置している。明治期より製紙業が発展し、王子製紙苦小牧工場の操業等により「紙のまち」として広く知られている。特定重要港湾である苦小牧港を核に発達を遂げた工業都市である。

本紙は、港建設と工業開発が進む中、地元経済界からの要請を受ける形で宮本義勝氏により創刊された。1957年には自社印刷を本格化させ、1964年には日本新聞協会に加盟。1972年からCTS化を進め、1989年には全国に先駆けて通信回路で編集・製作に送り込む集配信システムを導入している。

現在の社長は、4代目の宮本知治氏。先代の後を次ぐ形で社長に就任した。編集局は、政治経済部、社会部、スポーツ部、文化・生活情報部、整理部に分かれており、政治・行政、産業、文化、教育等地域の情報を漏らさず伝えることを心がけている。越戸氏によれば、新聞の1面トップ記事は「政治・経済」であるべきという気風が社内に根強かったとのことだが、今日では購読者の高齢化や地域環境の変化もあり、総合的視野から紙面構成を行うようになっている。また、読者のニーズを聞き取るために、販売店を活用しており、定例会議の他、販売店によるイベント等を随時開催している。実際に、読者の声を拾い上げて、テレビ欄のフォントを見やすく変更した例もあったという。

本紙以外の取組みとしては、地元根付くフリーペーパーの発行の他、「メディア局」を立ち上げ、インターネットデータベースの構築等を行っている。記事の相互利用を目的として、道内の地域紙で運営しているウェブサイト「北海道ニュースリンク」にも参加している。インターネットに関しては、読者のニーズがまだそこまでないということで、越戸氏によれば、現在「勉強中」とのことである。

また、今後の方向性としては、地域紙は、

「地域に足をつける」ことが最も重要であると認識しており、住民と同じ視点で地域の問題や話題を拾い上げていきたいとのことである。地域住民のニーズを拾い上げつつ地域紙の使命を貫いているところに本紙の生き残りの要因があると推察される。

⑤夕刊デイリー（株式会社夕刊デイリー新聞社 代表取締役 佐藤公昭氏）

夕刊デイリー（宮崎県延岡市）は、「郷土の歴史と伝統を尊重し、県民の利益と幸福増進に邁進する」ことを社是として、1963年（昭和38年）に創刊された。延岡市は宮崎県北部に位置し、戦前より工業都市として発展してきた都市であり、旭化成発祥の地としてもよく知られている。延岡市は、人口10万人規模の都市であるにも関わらず、高速道路が整備されるまでインターチェンジまで1時間以上かかったとのことで、「陸の孤島」と称されていた。

本紙が創刊された1963年当時の宮崎県北部は「夕刊激戦区」とも言われ、夕刊4社がしのぎを削っていた。内1社で編集方針を巡る社内対立が起き、その中の有志によって当社が誕生した。本紙は他の既存紙よりも後発組であったが故に危機感が強く、「読者と共に歩む新聞」を旗印として、他社と内容の差別化を図ってきたという。1972年には初のオフセット輪転機を導入し、印刷の高速化が進められた。また、初代編集長の川本啓介氏による連載記事「宮崎県の光と影」は1,128回に渡って掲載され、高速道路の開設に向けた一大キャンペーンを盛り上げることとなった<sup>18)</sup>。また、全国紙と本紙の併読層が減少してきたことを受けて、1987年には時事通信社と契約し、地域情報以外の国内外のニュースも掲載するようになった。2009年には、日本新聞協会にも加盟している。

現在の社長は6代目の佐藤公昭氏である。1969年に入社し、常務、専務、副社長を経て、2003年より社長を務めている。現在の発行部数は約45,000部。延岡市、日向市、高千穂市等の宮崎県北部が主要な発行エリアとなっており、専売店50ヶ所を通じて販売を行っている。かつては宮崎日日新聞（県紙）との併読層が多

かったということだが、最近では時事通信社からの配信を受けて地域以外の情報を掲載していることもあり（但し1面のみに限定）、本紙のみの購読層も出て来ている。50歳以上が主要購読層となっていることから、子どもの作文の紹介などを取り入れつつ、若い購読者層の開拓を図っている。

また、本紙以外の取組みでは、地域貢献の一環として、財団法人デイリー健康福祉事業団を設立し、地域で貢献した人や団体に対して「夕刊デイリー明るい社会賞」を贈り、表彰を行っている。

また、当社では、多メディア展開を積極的に行っている。当社の佐藤社長が中心となり、2012年に宮崎県北部初のコミュニティFM局を開局した。当社が過半数の株式を保有しており、本社・スタジオは同社内に置かれている。FM局開局により、「記録性のある新聞と、リアルタイム性のあるコミュニティFM放送局の連携」<sup>19)</sup>が可能になり、営業活動についても本紙と一体化して行うことが可能になっている。

#### 4. まとめと今後の課題

##### (1) 調査から得られた知見

以上、本稿においては、伝統的地域メディアの役割を明らかにするため、地域紙5社の経営層を対象にインタビュー調査を実施し、そこから得られた結果を述べてきた。対象5社の地域特性、企業規模などが大きく異なるため、実際の回答についてはバラツキも見られたが、今回の調査を通じて、現在の地域紙の役割についていくつかの興味深い知見が得られた。以下、今回の調査において得られた知見を整理していく。

##### ① 地域環境との高い相関関係

今回の調査対象の創刊経緯を見ると、「地域住民が求めている情報提供のため」「地元販売店からの要請」「地元経済界からの要請」「地域振興への強い思い」「他紙からの独立」等様々であった。が、全体を俯瞰すれば、地域住民や企業からの情報ニーズに応えるために創刊されている場合が多い。さらに、地域環境を見る

と、「地理的条件が悪い地域」、「独自の文化圏」、「工業地域」「農業地域」というように地域性も各々異なるが、いずれにせよ、地域情報が必要不可欠であったという共通点が浮かび上がる。地域に情報を求めるニーズが自立的に発生し、それに応じる形で地域紙が具現化されることで、地域に根付いたメディアとして成立・発展することが可能になったのではないかと考察される。

##### ② 紙面における地域性と双方向性の強化

地域紙の根幹は新聞本紙であることはいうまでもない。その役割については、2(2)で述べた通り、戦後の地域紙の大部分は「報道機能補完」であった。では、この役割は変化してきたのだろうか。今回の調査対象はいずれも編集方針に「地域密着」を掲げているが、その様相が変化してきていることが推察される。元々、「政治・行政」が中心であった場合でも、今日では、生活情報を中心に扱っている場合が多い。その理由としては、やはり住民のニーズの変化に応えることに重点が置かれているからであろう。また、全国紙や県紙との併読層が多い地域では日刊かつ地域に完全特化した情報に限定しており、一方で、単独で当該紙を購読する層が多い地域では、通信社からの配信情報を一部入れ込むなどして、読者のニーズを踏まえた紙面構成を行っている点でも地域紙の特徴が見られる。さらに、地域情報を扱うにあたっては、「行動する編集局（十勝毎日新聞）」「お悔やみ情報三点（岡谷市民新聞）」等に見られるように、報道機能の補完にとどまらない地域紙独自の取組みが進められていた。すなわち、「市民・住民の思惑を必要な範囲で詳しく知らせることができる機能を保持」「かれらが何を表現したいか、何を解決したいか、何を共有したいかをかれらの目線で報道し、問いかける」<sup>20)</sup>といった地域メディアの基本となる機能が、地域紙においては「双方向性」を有した形で達成できていることで、現在でも住民に求められる媒体として成立しているのではないかと考えられる。

### ③新聞本紙以外における多様な事業展開

今回の調査対象の中には、多メディア展開を積極的に進めている社が見られた。十勝毎日新聞社では、電子版、モバイルサイトで本紙読者以外へのアプローチを積極的に行っており、他にも、フリーペーパー、CATV、コミュニティFM等を活用して多様な形で地域情報の発信を行っている。また、夕刊デイリー新聞社でも、近年コミュニティFMを立ち上げ、本紙と連動した企画・営業が行われていた。

また、市民タイムス社による地域文化振興への寄与、十勝毎日新聞社における地域観光振興への取り組み等、メディア事業以外にも様々な事業が実施されている。

地域紙並びに各地域の状況が大きく異なるため、その方向性は異なることは当然であるが、今回のヒアリングを通じて、地域紙は新聞社として果たす役割のみならず、地域振興そのものに対して大きな役割を果たしていることが判明した。

## (2) まとめと今後の課題

本調査により、伝統的な地域メディアのひとつである地域紙の役割の変容の一端が明らかになったと考えられる。ジャーナリズムの大きな役割は、日々発生する出来事や時事的な問題を報道、解説、論評することにあると考えられるが、地域紙は地域ジャーナリズムの主体であると同時に、地域振興の主要な担い手として成立するようになっている。夕刊デイリー新聞社の言葉を借りれば、地域紙は「地域を『元気にする』媒体」であるが、それと同時に、地域振興の主体なのである。地域住民のニーズによって地域紙というメディア文化が創り出されているのだが、一方で、地域紙というメディアによって地域文化の発展に結びつくのだと考えられる。

近年、新聞産業の落ち込みが言われて久しいが、今日生き残っている地域紙の役割並びに可能性を検討することは、今後の地域情報の在り方を考えるのみならず、新聞産業の今後の方向性を検討することにも繋がるのではないだろうか。

今回は、紙幅の都合もあり、地域紙の置かれた地域環境やその特徴的な取組み等に焦点を当てて整理分析を行ったが、今後は、調査対象をさらに広げつつ、①各地域紙における実際の担い手（編集職、営業職等）の意識分析、②地域紙の実際の紙面を用いた内容分析等を行い、より多角的な視点から地域紙の機能と役割について分析を深めていきたいと考えている。

(謝辞)

末筆になるが、業務多忙の折、地域紙関係者の方々にはアンケート・インタビュー調査を通じてご協力いただき、有益な示唆を得ることができた。以上、ここに記して、深く御礼申し上げます。

なお、本稿は、平成24-26年度日本学術振興会科学研究費補助金（若手研究B）「地域活性化に資する『地域紙』の思想と機能の変容に関する実証的研究」（課題番号24730435）における研究成果の一部を活用したものである。

## 【引用文献】

- 1) 荻上チキ、『検証 東日本大震災の流言・デマ』、光文社、(2011)、小林啓倫、『災害とソーシャルメディア 混乱、そして再生へと導く人々の「つながり」』、毎日コミュニケーションズ、(2011)
- 2) 平塚千尋、『新版 災害情報とメディア』、リベルタ出版、pp.191-192、(2012)
- 3) ハッ橋武明、「地域メディアと地域コミュニケーション」、吉井博明編著『メディアエコロジーと社会』、北樹出版、p.192、(2007)
- 4) 田村紀雄、『コミュニティ・メディア論 改訂増補』、現代ジャーナリズム出版会、p.273、(1974)
- 5) 石巻日日新聞社編、『6枚の壁新聞 石巻日日新聞・東日本大震災後7日間の記録』、角川SSC文庫、(2011)
- 6) 東海新報社佐々木編集局長へのインタビューより。
- 7) 吉岡雅光、「地域新聞の求心力」、立正大学人文科学研究年報、別冊第11号、(1997)、山田晴通、「佐賀県唐津市における地域紙興亡略史—明治後期（1890年代）から『唐津新聞』廃刊

- (2008年)まで一」、コミュニケーション科学、29、pp.143-169、(2009) 他
- 8) 田村紀雄、『日本のローカル新聞』、現代ジャーナリズム出版会、(1968)
- 9) 田村紀雄、『地域メディア時代—コミュニティ情報をどうとらえるか』、ダイヤモンド社、(1977)
- 10) 田村前掲書、pp.50-51、(1968)
- 11) 田村紀雄、「地域メディア論の系譜」、竹内郁郎、田村紀雄編著『[新版] 地域メディア』、p.22、(1982)
- 12) 田村前掲書、pp.46-47、(1968)
- 13) 田村前掲書、p.48、(1968)
- 14) 大石裕、『地域情報化—理論と政策』、世界思想社、(1992)
- 15) 田村紀雄、「地域とメディアの30年間—第4次ローカル新聞全国悉皆調査—」、東京経済大学『人文自然科学論集』、第104号、(1997)
- 16) 牛山佳菜代、『地域メディアエコロジー論』、芙蓉書房出版、pp.164-168、(2013)
- 17) 十勝毎日新聞社、『十勝毎日新聞九十年史』映像集・PDFデータ集
- 18) 川本啓介、「宮崎県の光と影—読者とともに豊かな県北を」、新聞研究443号、p.56、(1988)
- 19) 夕刊デیلیー、「コミュニティ放送局—FMのべおか設立へ」、2011年9月30日1面、<http://www.yukan-daily.co.jp/news.php?id=26959> (2013年9月30日閲覧)
- 20) 林茂樹、「市民・住民メディアとしての地域メディア—CATVを中心として—」、『地域メディアの新展開—CATVを中心として』、中央大学出版部、p.18、(2006)