

地域に根ざし世界にはばたく

溝口 博史*

1. 北のいちばん星

「地方民放の特徴と地域の関わり」について

北海道放送株式会社（HBC）は、1951年11月30日創立のラテ兼営局で、日本国土の22%にあたる広大な北海道をエリアとしている。ラジオ開局（1952）が全国民放の7番目、テレビ開局（1957）が5番目（東京2社、大阪1社、名古屋1社に次ぐ）の老舗である。

その老舗が創立60周年の2011年に株式併合を実施した。高齢化により連絡のとれない株主や総会に出席できない株主が急増したための窮余の策だった。これにより、非上場の民放で断トツに多かった1800人余りの株主数が10分の1に減った。小口株主の端株を買い取るなど一連の手続きを通して、HBCという北海道初の民間放送会社が地域に暮らす大勢の個人株主によって設立されていたことが改めて浮き彫りになった。調べてみると、テレビ開局の増資直後には最大で3681人の株主を数えている。HBCは生い立ちからして、地域住民に支えられ、期待され、応援されるメディアだったのだ。

その創立当初から掲げていたのが「地域に根ざし世界にはばたく」という企業活動のスローガンである。北海道で暮らす人々に必要な情報を適時適切に提供するとともに、北海道の情報を全国そして世界に発信していく。このスローガンは、地域密着というものが内に入れる情報と外に出す情報の両方がある初めて成立することを示している。地上波テレビのローカル局は地域密着が日常的に実践できる唯一のメディアである。BSにその機能はない。新聞も、全国紙は地域情報の収集に弱く地方紙は全国発信ができない。ラジオはネット番組が減り全国発信の機能が弱くなっている。しかし、地方民放テレビの記者がその地域で取材したりレポートは、時に系列のネットワークニュースを通じて世界へ発信される。番組を海外に輸出する海外番販に積極的な放送局も多い。多メディア時代にあって、地上波テレビの地方民放だけが、地域に根ざし世界にはばたく機能を備えている。それが、地方民放のメディアとしての大きな強みと特徴である。

地域密着番組の海外販売

HBCが毎週土曜日の午後5時からローカル放送している番組に「森崎博之のあぐり王国北海道」がある。札幌の演劇ユニット「チーム・ナックス」のリーダーである森崎博之が、HBCの女子アナらと一緒に「あぐりっこ隊（公募で参加する小学生4人）」を引率して農家を訪ねる農業と食育がテーマの30分番組だ。アスパラガスは一日に何センチ伸びるか、長芋はどうやって収穫するか、牛や豚はどんな餌を食べているか…、あぐりっこ隊は初めて見聞きする田んぼや畑の話に目を丸く

*みぞぐち ひろし 北海道放送株式会社 常務取締役

する。北海道は日本の食料基地を標榜しているが、道民の誰もが農業知識に詳しいわけではない。農家の苦勞が広く知られているわけでもない。「身近だけれど初耳」という番組コンセプトに視聴者の関心は高く、放送は5年目に入っている。日本民間放送連盟賞の青少年向け番組部門で最優秀賞も受賞した。

従来のローカル自社制作番組なら、ここまで書ければ合格点がもらえた。しかし、北海道外へ情報発信する話を続けなければ地域密着番組としては物足りない。「地域に根ざし世界にはばたく」という理念の実現が、テレビ60年の歴史を経て極めて容易な時代になってきた。「森崎博之のあぐり王国北海道」は食と旅のCS専門チャンネルを通して全国どこでも見られるようになっている。北海道農業の現状や、新鮮な農畜産物を使った調理法など、食にまつわる地域情報を日本列島のすべての人を対象に発信している。さらに情報発信は国境を越える。同番組は2014年1月から香港の地上波テレビでも放送が始まった。とりあえず過去に放送した番組から2年分100本を購入してくれた。香港での番組タイトルは「小農夫大作物」。会話とナレーションは中国語に吹き替え、文字スーパーも中国語の漢字に差し替えているが、音楽やSEはそのまま番組の雰囲気は損なわれていない。香港のテレビ局が実に丁寧な作業をしてくれている。放送時間は日曜日の午後3時。北海道の放送時間に合わせたのか、土曜日午後5時に再放送も編成されている。また、タイのケーブルテレビでも26本が放送される予定だ。インドネシアやミャンマーでの放送についても引き合いが来て交渉が始まっている。

HBCはここ数年、中国、香港、台湾、インド、タイ、シンガポール、ロシアなど海外の放送局と番組の共同制作を展開してきた。テーマのほとんどが北海道観光だった。その意味で、農業や食育に関するレギュラー番組の海外輸出は歓迎すべき新展開であり、海外番販のさらなる拡大に期待がかかる。東南アジアの人々にとって、安全安心で美味しい北海道の農畜産物は憧れの食料になっており、それを子ども（あぐりっこ隊）に対する教育番組のような構成にしていることが興味深いと言う。料理番組や観光番組ばかりでなく教育番組を放送したいと話すテレビ関係者もいる。日本を豊かにしている教育のありように関心が高いらしい。

地上波しかなかった時代のテレビは24時間の限界産業だったので、地方民放が自社制作番組を全国発信しようにもキー局の番組編成表は狭苦しかった。それが、BS・CS・ネット配信と、放送の出し口が広がった。加えて、海外番販という広大な出し口が無数の可能性を秘める。これまでも、ニュース映像を輸出したり、ドキュメンタリー番組を海外放送したりするケースはあったが、1本2本の単発契約では商売にならなかった。しかし、レギュラー番組の海外輸出となれば話は別だ。番組本数が大量になるので扱い高が大きくなる。北海道の民放各社は、こうした国内外の動きに敏感な対応を見せている。地方民放が地域密着番組を制作して海外放送する時代が当たり前になっているのだ。海外から見れば、日本の放送局に東京も地方もない。ローカル局という呼び方さえ存在しないだろう。自国で放送したい魅力的なコンテンツを持つ放送局かどうか、各国にとっての関心はその違いだけになっている。

17 地域の取材拠点

「地域に根ざし世界にはばたく」のスローガンを具現化するのは、地域における強力な取材力と制作力であり、それによって裏付けられる視聴者からの信頼である。北海道の人口は544万人。人

口はデンマークよりやや多く、面積はオーストリアとほぼ同じ。それゆえ、北海道エリアから発せられる情報はヨーロッパの一国なみと言える。日々のニュース番組には、いわゆる発生モノがいくつも並ぶ。夜から朝の間に、どこかでコンビニ強盗があり、交通死亡事故があり、住宅火災がある。クマが出没したり山菜採りの行方不明者がでたりする。泊り勤務の記者もカメラマンもほとんど眠れない。ローカル放送だけでなく、重大ニュースは全国へ発信する責任も負っている。HBCは、札幌本社と東京支社以外にも北海道内17地域に取材記者兼カメラマンを置いている。コストは膨大だが、これだけの取材網を敷かなければ視聴者の信頼を得る報道ができない。取材網はNHKと比べても遜色がない。⁽¹⁾

国政選挙や知事選で開票所にスタッフを出して独自集票を始めたのは1992年の参議院選挙からだった。広大な北海道では選挙管理委員会の開票作業に時間がかかり、1時間ごとに集計される候補者の得票数が遅々として伸びない。当確判断にも影響が出ていた。そこで、選挙管理委員会に頼らずHBC独自で集票することにした。北海道内220カ所にあった開票所のうち重要な180カ所にHBCの集票要員を配置し、最新の開票数字をHBCのコンピュータに直接入力する仕組みだ。ヒトもカネもかかるが、当落の結果を早く知りたい地域住民の期待に応えたかった。選挙開票速報番組は、記者の取材活動、事前の世論調査、投票後の出口調査、開票後の得票速報、当確判断、バンザイ中継、落選中継、政治解説と、やるべきことが広範囲に及ぶが、テレビ画面の裏側では集票作業までやっているのだ。コスト削減の観点から言えば、集計に時間と人手がかからない電子投票の到来を願うばかりだ。

1分のニュースを報道するのに、1票の得票を集票するのに、想像を絶する経費がかかっている。どう考えても儲かる仕事ではない。HBCの初代社長だった阿部謙夫は「放送はいわゆる文化事業であり、利潤追求の対象には適していない」と主張していた。放送の公共性を強く自覚する発言でもある。60年後のテレビに携わる私たちは、この先達の声はどう捉えたら良いのだろう。現在のテレビは「高視聴率＝高収益」の構造になっており、放送番組は高視聴率を追求して制作されている。地上波テレビはそうやって利潤を上げ、60年を生き抜いてきた。阿部の考えたことは間違いだったのか。いや、違う。阿部の主張は、利潤追求の放送が破綻に至ることを予見した警告だったのではないか。放送は良質な番組を提供して生活文化を豊かにする事業であり、これを実践しなければ果敢なく消えてしまうメディアであると…。きのうきょうの安上がりなバラエティー番組を見ていると、阿部の予見が現実味を帯びてくる。番組の劣化はテレビ離れを引き起こす最大の要因だ。わが身の利潤よりも視聴者の利益を第一に考える姿勢は決してきれいごとではなく、失っ
てはいけない放送の矜持だ⁽²⁾と思う。

ウェザーセンター

四季の変化が大きく、農林水産業や観光事業に関わる人が多い北海道では、気象情報が極めて重要なコンテンツだ。天日干しが大切な牧草地帯では、草刈りの日時を判断する週間予報に正確度が求められる。「あした傘がいるいらぬの都会的な天気予報に意味はない…」「自分で解析するから天気図だけ3分映してくれ…」、そんな農漁業関係者の声を受けてHBCは北海道にふさわしい独自の天気予報を放送することにした。スタッフ数名が気象予報士の資格をとり、気象庁から予報業務許可事業者の認可を受けて（放送局としては全国3番目）、社内に「HBCウェザーセンター」を

開設したのは2002年のことだった。

気象庁の数値予報やアメダスなど各種データを解析して、地域や季節に合わせたHBC独自の予報を発表している。「登別温泉の紅葉は見頃だけど北大のポプラ並木はまだ緑」などと実に細かい。冬になると「明朝は玄関先の雪かき作業が必要かどうか」の予報がでる。必要な朝はアイコンのキャラクターが雪かき道具を持っており、必要のない朝はキャラクターが布団に入って寝ている。水道の凍結防止注意報も北海道ならではのものだろう。気象台が外した桜の開花予報をHBCが当てたこともあり、視聴者の信頼度は高い。ウェザーセンターにはテレビカメラとラジオブースが常設されており、各番組はウェザーセンターと回線を結ぶことで気象予報士から最新の気象情報が得られる。暴風雪や台風などの災害時には出番が増える。視聴者とウェザーセンターとの双方向性も重視しており、気象や季節にまつわる視聴者撮影の写真が毎日のように送られてくる。貴重な気象現象を撮影した写真も多く、番組内やホームページで紹介している。視聴者から個々の問い合わせを受け付ける「お天気相談」も実施している。これには催事会場の天気予報を尋ねて来る人が多い。札幌の初雪を当てる恒例の「さっぽろ初雪クイズ」には毎年大量の応募があり、昨年2013年は「11月8日午前11時50分」のズバリ正解賞が出た。当てたのは札幌市内の女性、賞品は家庭用の除雪機だった。

HBCはデータ放送でも市町村単位の詳細な天気予報を随時見ることができる。そして、昨秋から新たにスタートさせたのが「道（みち）カメラ」である。日本道路交通情報センターが北海道内109カ所に設置している国道カメラの映像を、気温や路面状況などの情報とともにデータ放送で提供している。ドライブ前に路面の降雪状況や凍結状態を確認することができて便利である。このように、天気予報は、データ放送、インターネット、モバイル端末など様々なツールを使って、いつでも得られる情報のひとつになった。テレビの前に座って天気予報が始まるのを待つ人はいない。それだけに、今後もテレビで気象番組が続くとすれば、求められるのは「より詳細な解説」だろう。視聴者と気象予報士が同じ地域に暮らすからこそ分かり合える信頼に満ちた気象解説が望まれる。昨冬も娘を抱いたまま父親が凍死する悲惨な暴風雪災害があった。「猛吹雪だから外に出るな。死ぬぞ!」とテレビで力強く呼びかける頼りがいのある天気予報は地方民放が行う重要な使命だ。HBCウェザーセンターへの期待は、益々高まっていくと思われる。

地域文化の育成

地方民放の地域密着とは、地域住民との間で情報をやりとりすることだけではない。もうひとつの側面に地域文化への貢献がある。全国各地のローカル局が様々な事業を通して頑張っている。北海道におけるウィンタースポーツの育成と発展もそのひとつだ。

HBCはテレビ開局（1957年）後の最初の冬に国体のジャンプ大会を中継放送している。これがウィンタースポーツにおける日本初のテレビ中継とされている。ジャンプ中継には何台のカメラが必要か、カメラをどこに置くか、何人いれば重たいケーブルをスタート地点まで運べるか、すべてが初めてのことだった。以後、スキートの回転競技やアイスホッケーなどテレビ中継の前例がないウィンタースポーツ番組を、演出陣と技術陣の創意工夫で次々と開発していく。ウィンタースポーツの楽しさを全国の人に知ってもらおうと、ひと冬にHBCカップ、宮様杯、雪印杯、ワールドカップのジャンプ4大会を全国放送していた時代もある。HBCカップジャンプは今冬が第56回の

開催。NHK杯ジャンプより1回多いことに、地域文化の発展に古くから寄与してきた地方民放の熱意と努力を感じていただきたい。1972年の札幌オリンピックでは、HBCが民放初の五輪国際映像制作に参加し、男子回転、女子大回転、女子回転の3競技の中継を担当した。ウィンタースポーツへの先駆的な放送実績が認められた結果だと伝えられている。

冬と言えば、札幌の大通公園で開催される「さっぽろ雪まつり」への協賛も地域文化に関わる事業である。HBCはラジオ時代から大通会場7丁目を「HBC広場」として運営し、1962年からは本格的な大雪像製作に乗り出した。スフィンクス、ノアの方舟、竹取物語など、雪で作る巨大な造形物を通して新しい芸術的空間を生みだしてきた。その後、札幌市民の国際交流と海外からの観光客誘引を考えて、会場を国際広場化し、大雪像を海外の有名建築物とした。その第1回が1976年の大雪像「アメリカ国会議事堂」(HBCアメリカ広場)である。製作にあたってはHBCのスタッフが当該国と綿密に打ち合わせをし、実際に現地を訪れて入手した詳細な資料をもとに雪上の図面を引いていく。放火で焼け落ちたソウルの南大門を雪像でいち早く復元した「HBC韓国広場」はまだ記憶に新しい。製作は陸上自衛隊北部方面隊が雪中訓練の一環として行っている。当該国の放送局からは取材クルーが派遣され、雪まつりの紹介はもちろん、札幌を様々な角度から取材してくれる。大使や大臣も挨拶にやってくる。国際回線を使って海外中継で大雪像を紹介することもある。こうして海外から多くの観光客が訪れるようになった。最近では東南アジアからの観光客が目立つ。東南アジアの人々は雪が珍しい。雪を見たくて北海道にやってくる。宿泊施設や食事、そして防寒対策や交通手段がしっかり整っている最も近い雪国が北海道なのだそう。1週間の会期中に訪れる観光客は200万人～250万人。そのうち外国からの来場者は5万人を超える。

地域に根ざし世界にはばたいている団体に「HBCジュニアオーケストラ」(1964年創立)と「HBC少年少女合唱団」(1965年創立)がある。北海道の音楽文化を育成する目的でHBCが企画・運営し、その歴史は半世紀に及ぶ。いずれも小学校4年生から高校3年生までの児童生徒で組織しており、学校も年齢も違う子どもたちが一緒になって音楽活動に取り組んでいる。練習はHBCのスタジオを使い、週に1～2回行われる。ジュニアオーケストラは2012年にウィーン楽友協会大ホールで演奏するなど、過去に5回の海外公演を経験した。卒団生のなかには国内外で活躍している演奏家も数多い。少年少女合唱団は2013年夏にイタリアのフィレンツェ国際合唱フェスティバルに参加し、グランプリの「金のダビデ賞」を受賞した。オーケストラも合唱団も北海道各地で演奏会を開催しているほか、札幌市の平和都市宣言イベントなど多くの公的事業に参加している。テレビのデジタル化による巨額投資で赤字経営が続いたとき、ジュニアオーケストラと少年少女合唱団についても存廃をめぐる議論になった。しかし、「子どものつぶらな瞳はHBCの輝く宝石だ。失ってはならない」という意見が大半を占め、今日に至っている。地域と放送局との関わりにおいては、放送局側が歯を食いしばって頑張らねばならないときもある。

小さな芽を多角的に展開

経営規模からいって、地方民放ができることには限界がある。地域で見つけた小さな芽をいかに大きく育てるか、そのためには外部との協同・連携が欠かせない。HBCで進行中の事業を一例としてあげよう。

それは、報道部の取材から始まった。ひとりの記者が耳慣れない「高次脳機能障害」に関するシ

ンポジウムに出席し、パネリストだった記憶障害の女子大生と出会った。彼女は網走出身で、高校生の時に交通事故にあって記憶障害と診断されていた。記者は、記憶障害について道民に広く知ってもらいたい、健気で力強い彼女の生き方も応援したいと考え、ローカルワイドニュース内で6分の企画特集を制作した。これが最初の小さな芽だった。その後、彼女の大学卒業、社会人としての生活、結婚と、3度の企画特集を放送し、通算5度目の「出産と死」が最後になった。彼女が子どもを出産後に死亡したのだ。HBCは5年にわたる取材記録を30分のテレビドキュメンタリーに再構成してTBSの深夜番組「報道の魂」で放送し、つづいて土曜夕方の「報道特集」で全国放送して反響が大きく広がった。さらに厚みのある番組にするため、周辺取材を加えて1時間番組のテレビドキュメンタリー「記憶障害の花嫁 最期のほほえみ」をローカルで放送した。これが2012年にJNNネットワーク協議会賞の大賞を受賞し、あらためて系列各局で放送された。そこへ、ドキュメンタリーをコミカライズして記憶障害を若者にも知ってもらいたいとの話が舞い込んだ。小学館の「プチコミック」で翌13年2月号から連載が始まった。タイトルは「抱きしめたい」に変更されたが、表紙には「HBC北海道放送制作の`記憶障害の花嫁、として感動を呼んだ実話のすべてを描く」と書かれた。漫画家は北海道大学出身の小純月子さん。1年後の14年1月には連載をまとめた新書版全2冊が発売された。次に舞い込んだのは、同じ小学館によるドキュメンタリーを書籍化する話。テレビで紹介できなかったエピソードも加え、タイトルを「記憶障害の花嫁」に戻して、北海道放送報道部取材班著作の単行本が13年9月に出版された。発売5か月で既に3回の増刷を重ねている。売り上げの一部はNPO法人「日本脳外傷友の会」に寄付される。そして、映画「抱きしめたい—真実の物語—」（監督：塩田明彦）が14年2月1日に全国311スクリーンで公開された。TBSを中心とした製作委員会が映画化したもので、主演は北川景子と錦戸亮。HBCも製作委員会に加わり、遺族と監督の間に入って台本が決定稿になるまで何度も話し合った。ロケは網走で行われ、主題歌は安室奈美恵が歌った。

地方で放送された数分のテレビニュースが、ドキュメンタリーになり、コミックになり、書籍になり、映画になった。映画はDVDになり、主題歌はCDになる。ドキュメンタリーの上映会や講演会など、記憶障害と向き合うイベントも展開している。めったにある話ではないが、ローカル局でもキー局や出版社など外部と連携することにより大技を仕掛けることができる。それはローカル局が地域に密着しているからこそ可能になるプロジェクトだ。地域に密着していなければ、小さな芽を発見することができない。HBCの記者が札幌のシンポジウムを覗かなければ、TBSも小学館も新しい文化を創出できなかった。公開された映画では、記憶障害の女性と彼女を乗せるタクシー運転手との感動のラブストーリーが、流水の網走を舞台に展開されていく。映画「網走番外地」で知られる網走市に映画館がなくなって久しい。市内のオホーツク・文化交流センターで開催された「抱きしめたい」のプレミア試写会には、彼女の母や夫など家族をはじめ高校時代の友人ら350人の市民が集まった。

2. 地上ネットワークこそ最強

「開局から現在までの地方放送局としての転換点」について

放送は技術を活用したメディアであり文化である。放送技術の進化が放送局にもたらしてきた影響は大きい。技術開発でテレビ送信所が無人化になると送出担当者は山の鉄塔から降りてきた。給

与袋にあった「山頂手当」もなくなった。このように、人手が機械に置き換わった例は多い。テレビ開局5年後の1962年にピークの816人だったHBCの従業員数は、現在254人に減っている。会社経営にとって大きな変化ではある。しかし、過去60年を振り返ってみると、技術の進化がローカル局の大きな転換点になっていないことに気づく。白黒画面がカラーになり、フィルム取材がビデオ取材に変わり、音声がモノラルからステレオになり、マイクロ中継が衛星中継になった。デジタル化されると、データ放送やワンセグ放送が始まり、画面サイズが4対3から16対9に変わって…、今度は4Kとか8Kだそうだ。放送局はそのたびに機器の交換を余儀なくされ、多額の出費を繰り返してきた。HBCも含め経営規模の小さいローカル局は赤字を計上する厳しいときもあった。しかし、放送が技術を活用したメディアであるからには技術革新を歓迎しなければならない。但し、その技術革新によって視聴率が上がったとか収入が増えたとかいう話は聞いたことがない。転換点という言葉の意味合いは各社各放送局で異なると思うが、地方民放テレビがこの60年にいくつかの転換点を経験したとすれば、それは技術革新によるものではなく、地方そのものの変化と東京キー局の編成思想に起因したものではないか。

ローカルワイドニュース番組の放送開始

HBCのローカルワイドニュース番組「テレポート6」がスタートしたのは1975年2月だった。ローカルニュース重視の編成改革は全国的にも先陣グループに入る。放送は午後6時からの30分。従来はアニメなど子ども番組の再放送枠だった夕方ゾーンに地方民放が風穴を開けた。「ローカルニュースはCM込み5分」という旧来の編成をテレビ開局から18年かかって打ち破った。これは地方民放として大きな転換点となった。

実は、ワイドニュース番組よりも情報番組の方がローカル編成は早かった。月～金の午前11時30分から「HBC奥様スタジオ」が始まったのは1966年。以後、時間枠を拡大したり、放送時間を午後帯に移したり、番組タイトルを変更したりしながら、今日の夕方情報番組に営々と続いている。主婦やお年寄りを対象に制作され、ローカル局の自社制作番組としてその歴史が果たしてきた役割は大きい。しかし、ローカルワイドニュースの開始は、報道体制や取材経費の拡大を伴ったため、組織面でも経営面でも地方民放にとって大きな変革となった。

「テレポート6」は、テレビ、テレホン、レポート、ポートを意識した造語で、一日のニュースが午後6時に集約する港のイメージだったが、後に6チャンネルのTBSから懇願されて番組タイトルを貸すことになった。30分の番組構成は、事件事故の発生モノが数本あって、次にニュースを深く掘り下げたミニ企画が来る。CMをはさんで10分前後の特集企画があり、天気予報や地域の話題が続いて、またあしたとなる。報道部の記者は、これまでの50秒原稿の世界から抜け出し、映像と音声による表現世界へと踏み込んでいく。ニュースが多様な視点を持ち始める契機にもなった。フィルムで映像化できないニュースをどう伝えるか、文字テロップだけのニュース、イラストレーターに絵を描かせた紙芝居ニュース、キャスターがブツを手を持つ小道具ニュース等々、これまでの50秒ニュースにはなかった様々な工夫が凝らされた。参考にしたのが、前年に始まっていたNHKの「ニュースセンター9時」である。TBSの田英夫から古谷綱正、入江徳郎へと続くキャスターニュースは放送ジャーナリズムの圧倒的な信頼を獲得したが、NHKの磯村尚徳はニュースの表現手法を一気に拡大した。しかし、この時代のテレビニュースを変えたのはNHKひとりの功

績ではない。指摘されていないことだが、「ニュースセンター 9時」を模範に斬新な取材・編集・構成を採った民放ローカルワイドニュースの存在が大きかったと思う（地方民放に比してNHKのローカルニュースは旧態依然だった）。

また、記者が10分程度の特集企画を日常的に担当することによって、ニュース番組はドキュメンタリー的な空間を漂わせるようになった。地方発の優れたドキュメンタリー作品が活況を呈してくるのも、ローカルワイドニュースに起点があるように思う。「テレポート6」の視聴率は半年後に上向き始め、やがてNHKを抜き、20%を超える日もあって営業的にも大成功した。「地方の時代」を提唱した長洲一二神奈川県知事が「第1回地方の時代シンポジウム」を開催したのは「テレポート6」スタートの3年後だった。地方に暮らす視聴者は、テレビに対してローカルニュースを含めた地域情報の充実を渴望していたのであろう。地域住民の意識がテレビを変えたとも言える。新聞の投書欄には「テレポート6の特集は新聞の論説よりはるかに実態を知ることができる」という視聴者の意見が掲載された。報道メディアの主役が新聞からテレビへと変わっていく転換点にもなったと思う。

「ローカルのローカル」の終了

HBCは草創期から「ローカルのローカル」を持っていた。札幌本社以外に、旭川、函館、帯広、釧路、北見、室蘭の6つの地方都市に放送局を起し、そのエリアだけで放送するラジオ・テレビの番組を制作し、CMも一部をエリア用に差し替えていた。前述の「テレポート6」も終盤の数分間は各放送局に切り換えられ、地域独自の情報が放送された。ラジオとテレビのスタジオを持ち番組制作機能を有したローカルのローカル局は、道内ではHBCとNHKだけだった。室蘭を除く5局には男女のアナウンサーがおり、朝野球の試合結果から地元高校の合格発表や公開録音番組まで、地域特有の個性的な放送に忙しかった。これらの放送局をリレーでつないで地域の問題を北海道全域に伝える番組もあった。私が入社した1975年当時は、局長以下22人が在籍した旭川放送局を筆頭に、ローカルのローカル局に101人の社員を配置していた。そのほかに地元採用の契約者やアルバイトもいて想像を絶する大布陣となっていた。私自身に勤務経験はないが、釧路へ出張した折に釧路放送局のラジオ深夜番組に飛び入り出演し、ニュース取材の裏話を語ったりリクエスト曲をかけてもらったりした。当時はローカルのローカル局にも歌謡曲を中心にレコードがたくさんあった。⁽³⁾

ところが、時代が進むと地方経済の衰退が目を見えただけでなくなった。各エリアの人口は減少し、シャッターを閉じる店舗が増え、規模を縮小あるいは撤退する企業が相次いだ。影響はローカルのローカル局へまともに吹きつけた。100人の地方勤務者を支える収入がその地方では得られなくなった。1980年代後半になって、女子アナを地元採用のパーソナリティーに代えた。ついで、男子アナウンサーも本社に引き揚げた。やがてテレビの番組制作を休止し、その後ラジオ制作も縮小して、ディレクターと技術陣が引き揚げた。現在は営業と報道の要員だけが残り、一部でテレビの自治体広報番組を制作している。また、ラジオのCM差し替えが札幌本社からの地域別送出システムでかろうじて行われている。HBC1社の力では過疎化の波を押しとどめることができなかった。

広大な大地に544万人が暮らす北海道だが、札幌市内に193万人が居住している。道民の3人に1人以上が札幌市民という歪な人口分布だ。地域経済の衰退と人口の一極集中化は、ローカルの

ローカルを終了させ、地方民放と地域住民との関わりに変化をもたらし、テレビとラジオの収入構造を変え、放送局が組織の見直しを迫られた HBC 固有の転換点となった。地域密着としては後退だが、多メディア時代になってテレビの守備範囲が変わったとも指摘できる。朝野球の試合結果は放送でなくともインターネットなどで伝えられる時代になった。地方民放としては一定の役割を終え、その一部はコミュニティ FM などに引き継がれたのである。

ところで、過疎化が進んでもエリアをカバーする送信所の数や出力に変動はない。HBC の場合、テレビ送信所が親局を含めて 156 局、ラジオ送信所が親局を含めて 17 局。「ウシヤクマに電波を届けてどうするの？」と嘲笑する人もいるが、全国一の規模だ。地上波テレビのデジタル化経費で苦しんでいたとき、富山県は出力 1 キロワットの親局だけでエリアのほぼ 100% をカバーできると聞いてショックだった。同じ出力 1 キロワットなのに網走送信所の世帯カバー率は 2% に過ぎない。北海道の地方民放にとって、巨額のデジタル化投資がいかにかき苦しき悩ましいものであったかを推察いただけると思う。

「日曜劇場」制作の終了

HBC 固有の転換点がもうひとつある。テレビドラマ制作の縮小である。固有と言っても、これは準キー局の大阪や名古屋、そして福岡の放送局にとっても同様の転換点だったかも知れない。

HBC は 1957 年のテレビ開局と同時にテレビドラマの制作に乗り出している。これも北の風土に寄り添う地域文化創造の一環だった。翌年には全国放送のレギュラードラマ番組「東芝日曜劇場」の制作に加わった。第一作は北限の米作りに挑む科学者と開拓者を描いた「北緯四十三度」。北海道大学の体育館にセットを組んでの生放送だった。HBC 制作の日曜劇場は、降りしきる雪や美しい自然を背景に演じられるロケドラマが新鮮で、全国の視聴者に人気があった。多い年には年間 7 本の作品を制作したこともあり、1993 年の「除雪車より愛をこめて」まで合計 154 本のドラマを全国に届けた。制作から離れた理由は、日曜劇場が一話完結ドラマから連続ドラマに路線変更したからだった。

ローカル局には連続ドラマを制作する体力がなかった。俳優を長期間にわたって北海道に拘束することも不可能だった。HBC はその後も TBS の「月曜ドラマスペシャル」や「月曜ミステリー劇場」などを舞台に一話完結ドラマの制作を 10 年ほど継続したが、近年では 2007 年に「たった一度の雪～SAPPORO・1972 年～」と「さいはての向日葵」の 2 作品を、2012 年に 30 分の 10 回連続ドラマ「スープカレー」を、2013 年に北海道大学の寮歌誕生を描いたドキュメンタリードラマ「都ぞ弥生 清き国ぞとあこがれぬ」を制作したにとどまる。

HBC 制作のドラマは評価が高く、芸術祭受賞 7 作品、日本民間放送連盟賞受賞 17 作品を数える。日曜劇場を制作していたのは、TBS と MBS（当初は ABC）、CBC、RKB、HBC の 5 地区の放送局。地方から良質のドラマを定期的に全国放送していた歴史は、日本の放送史に特筆すべきことと思う。脇役ではあるが地方在住の俳優もたくさん出演した。技術も美術も照明も東京に負けまいと頑張った。ドラマ制作は総合芸術なので、様々な分野で文化の創造と発展が見られた。それだけに、レギュラードラマの制作終了は HBC にとって（おそらく RKB にとっても）大きな転換点になった。そして、それは大阪や名古屋の放送局にも波及していった。

今日では京都や大阪を舞台にしたドラマでも東京キー局の制作がほとんどだ。背景に清水寺や南

禅寺が映っていても出演者は誰も関西弁を話さない。京都や大阪の放送文化はどこへ行ってしまったのだろう。厳しい条件のもとでドラマを制作しているローカル局もあるが、地方発のドラマは今まさに消滅の危機にある。NHKの「あまちゃん」が支持されたのは東北の地方文化を濃密に描きこんでいたからだろう。視聴率40%を記録するには日曜劇場「半沢直樹」のような連続ドラマに限るのだろうが、地方局が制作する珠玉の短編ドラマもあって良いと思うのだが…。

応援実況

テレビは公平公正な報道を旨としなければならない。その通りだが、プロ野球の実況中継はそんなことを言われていられない。アナウンサーも解説者も不公平を絵にかいたような偏向実況のやりたい放題だ。転換点は2004年。本拠地を東京から札幌に移した北海道日本ハムファイターズの登場だ。北海道初のプロ野球球団は地元ローカル局を大きく変えた。ラジオは実況中継番組を編成の柱に据えた。テレビは土曜日曜のデーゲームを中心に放送可能な枠を探し、HBCは1年目に5試合を中継した。いずれもローカル放送が基本だが、相手チームの本拠地にある地方民放へネットしたり逆にネットしてもらったりもした。実況アナウンサーは勉強も兼ねて5人は必要ということになり、他部署に異動していた元アナウンサーが急きょアナウンス部に戻されたりもした。今の彼はHBCを代表するプロ野球の実況アナウンサーである。日本ハムの北海道移転はアナウンサーの人生をも変える出来事だったのだ。

プロ野球中継を自社制作で放送して分かったのは、従来の巨人戦より視聴率が圧倒的に高かったことである。全国ネットの巨人戦を北海道でそのまま放送するのと、日本ハム戦に差し替えて放送するのでは、数字に天と地の差があった。片やヒトケタ、片や20%超え。ゲームを差し替えてもネットCMはそのまま放送するので、ローカル局で独自のCMをつける枠が残っていない。だから、日本ハム戦に関わる収入はゼロということになる。放送権料や番組制作費はすべて持ち出しである。それでも高視聴率は魅力だった。こうして、プロ野球中継はネット番組から強力なローカルコンテンツへと変わっていった。それをガッチリ支えるのが不公平実況、いや応援実況だ。日本ハムは北海道を本拠地とする球団なのだから、北海道の放送局は日本ハムを応援する実況に徹的にこだわった。「前畑ガンバレ」のオリンピック中継のようなものだ。音声を聴いている限り、負けていても勝っているかのような気分になる。味方が打てば凡フライでも「打った！入るか、入るか…、惜しい」となる。敵がホームランを打てば「入ってしまいました。風に乗りましたかね。」となる。相手チームのファンが聞くと腹が立つような一方的な表現だが、苦情は少ない。応援実況は地元ファンに楽しくプロ野球を見てもらうことを最優先とする放送だ。RKB毎日放送からソフトバンクとのビジターゲームをネット受けする場合は、アナウンサーと解説者を福岡に派遣し、北海道内では音声を日本ハムの応援実況に差し替えて放送する。NHKなどのBSが同ゲームを中継しても、地上波に地域密着の応援実況がある限り視聴率の面での脅威はない。

かつての地方民放は「すきま産業」と揶揄された。キー局が編成するネット番組ゾーンの間隙にできたローカル枠でミニ番組を放送して収入を得る構図を指す。しかし、ネット番組収入の落ち込みもあって、今は隙間が拡大する方向で構造変化が起きている。北海道で絶大な人気を持つローカル番組「日本ハムファイターズ戦」を、巨人戦の差し替えでなくてもゴールデンタイムで放送できる機会が増えた。これは地方民放にとって大きな転換点と言える。2013年のHBCテレビはデー

ゲームとナイターを合わせて28試合を実況中継した。ラジオは全144試合中143試合を放送した。かつて道民の70%が巨人ファンと言われた北海道のプロ野球中継がすっかり様変わりした。この転換点は、放送局側の事情によるものではなく、地域が要請し住民が望んだことに地方民放が応えたものである。

地上ネットワークに自信を持つ

メディアの世界は目まぐるしい勢いで動いている。地方民放のライバルと目されるメディアは数知れない。「テレビ離れが進んでいる」とか「次の東京オリンピックまで持たない」などと喧伝する人もいる。事業再編や企業統合の声も飛び交う。放送は従来 of 事業運営で維持されていくのか、環境変化にどう対応すべきか、今がまさに新たな転換点という見方もできる。しかし、大事なのは冷静に対処することだろう。考えてみれば、多メディア化に振り回されているが、地方民放は大きな転換点になるほどの影響をまだ受けていない。自分たちのメディア力に自信を持つことも転換点を乗り越えるために必要だ。

放送メディアとしては最大のライバルになるBSについて考えてみよう。デジタル化による受像機買い替えで三波共用チューナーが普及し、地上波がBSに視聴率を食われる事態が生じた。巨額のデジタル投資でヘトヘトになっていた地上波テレビへの追い討ちである。BSの落ち着いた構成の番組が地上波のうるさいバラエティーより見やすいという意見が多く聞かれ、BS視聴可能世帯は73%を超えるまでになっている。BSを実質的にグループ経営している地上波キー局は様子を見て主軸をBSに移行することが可能だ。地方民放は置いてけぼりを食うことになる。それゆえ、「地上波ローカル民放局に生き延びる道はない」と言い切る論者もいる。

しかし、どうだろう。BSは今後も右肩上がりが続くのだろうか。地上波テレビは60年前から使ってきたメディアなので古びて見えるだけかも知れない。歴史に登場する順番が逆だったらどうだったのだろう。戦後の三種の神器がBSテレビで、デジタル化によって颯爽と登場したニューメディアが地上波テレビだったと仮定してみたい。「BSは良くも悪くも全国一律の広告しか出せなかった。ところが、地上波のスポットCMは各放送局との個別契約なので、必要な地域に必要な量の広告を打てる。これは効率的だ。」「北海道では8月末から冬タイヤのCMが繁忙期になるが、東京や大阪では必要のない商品だ。BS時代は何と無駄な広告費を計上していたことか。」「新商品の地域限定テスト販売もCMと連動できる。技術の進歩とはいえ過去の浪費が悔やまれる。」等々、スポンサーから見れば地上波ほど便利で効率的な媒体はないということになる。タイムCMも同様だ。「地上波のタイムCMはBSと違って地域別に中身を差し替えられる。自動車メーカーだと、東京でセダンのCMを放送し、北海道で四輪駆動のワゴンが放送できる。」と、使い勝手の良さは画期的だ。全国の地方民放をネットワークでつなぐ地上波は、テレビ広告のスタイルを根本的に変える革命的媒体と絶賛されるだろう。BSは炭焼き小屋にはならないが、通販の倉庫になる云々くらいは言われるかも知れない。荒唐無稽な話で申し訳ないが、地上波テレビが持つ広告媒体としての機能に、私たちはもっと自信を持つべきである。

番組編成面でも地上波のローカル局は本丸を死守すべく強力な砦を構えている。各地の地方民放が有しているニュースの取材力だ。HBCが札幌以外の道内17カ所に取材基地を置いていることは既に述べた。加えて、専用ヘリを待機させ、FP車や衛星中継車を配備し、各地に情報カメラを設

置して、ニュース報道に万全を期している。こうしたローカル局がネットワークを組むことによって地上波民放のニュース番組が成立している。この仕組みをBSが備えるのは不可能だ。BSは地域別に個別情報を提供できないと同様に、地域からニュースを汲み上げることも苦手だ。報道番組に力を入れているというBS各局だが、報道解説の番組は編成できてもニュース番組は実現不能だ。

インターネットはどうだろう。こちらも歴史に登場する順番を逆に考えてみる。「ニコニコ動画は記者会見をだらだらと伝えるだけだったけど、今度登場した地上波デジタル放送は重要な発言を編集して放送する。忙しいので助かる。」「ネットでニュースをチェックしていたが、興味ある項目しか開かなかったので首相の名前も知事の名前も知らない。地上波は映像も音声もあるし、ながら視聴、もできるので、首相や知事の名前も自然に耳に入ってくるらしい。すごいメディアだ。」となる。

地方民放にとって未来を失いかねない大きな転換点は、いつ、どんな形であられるのか…。戦々恐々としているだけでは生き延びられない。迎撃態勢は自らの機動力アップから始まる。デジタル化された地上波テレビのネットワークこそ最強のニューメディアという自信を持ち、60年にわたって培ってきた得意技に磨きをかける。能天気と言われる批判は覚悟のうえで、おもいきり明るい未来を描いていきたい。

3. 北海道の自然とともに生きるメディア

「各地域固有の『社会問題』『災害』への現在までの取り組み」について

夜の札幌に銃声が響いた。1発だったとも2発だったとも言われる。札幌市警察本部の公安警察官、白鳥一雄警部が射殺されたのは1952年1月21日。HBCが高さ80メートルの木柱アンテナから北海道民放初となるラジオの試験電波を発射した2日後のことである。「JOHR。こちらは北海道放送でございます」の第一声をどれだけの人が聴いたことだろう。そんな時代に起きた白鳥事件は、松本清張が「日本の黒い霧」で取り上げ、戦後の謎の公安事件として知られるようになった。この年に4歳だった子どもが、長じてHBCに入社して報道記者となり、定年退職後も白鳥事件の関係者を追いつけて2011年にラジオドキュメンタリー「インターが聴こえない～白鳥事件60年目の真実～」を制作した。番組はギャラクシー賞と放送文化基金賞を受賞し、2013年には筑摩書房から「亡命者 白鳥警部射殺事件の闇」を上梓した。取材する者と取材される者が同じ時を刻んでの60年である。ひとつのテーマを長く深く丁寧に取材できるのは、地域に根ざしたローカル局とローカル記者に与えられる特権だ。地域固有の社会問題と向き合う地元メディアとして、私たちは誇りと責任を持っている。正直に言えば、よそ者にショバを荒らされたくないと思ふ。

その取り組みの多くはニュース取材から始まりドキュメンタリー番組に結晶する。HBCはラテ兼営局なのでテーマによってはラジオドキュメンタリーにするケースもあるが、テレビに限っていても実に多種多様な作品を制作してきた。「陳情」「第九を歌った町～北海道・清水町～」「地底の葬列」「狼がやってくる？～さまよえる福祉施設～」「核と過疎～幌延町の選択～」「大草原の少女みゆきちゃん」「暴かれた官の金庫～北海道庁20億円の不正経理の構図～」「DEER～C. W. ニコルが見たエゾシカの世界～」「学校とは何か？ツッパリ・中退・不登校と格闘した10年」「外国人お断り～平成浮世風呂の湯加減」「いのちの記憶～小林多喜二 二十九年の人生～」「あかひげよ、

さらば。～地域医療の“再生”と“崩壊”の現場から～」…、タイトルから内容が推察できるだろう⁽⁴⁾。各時代の各記者が地域にこだわって粘り強く取材した成果のほんの一部である。芸術祭賞や放送文化基金賞、日本放送文化大賞、ギャラクシー賞など高い評価を受けた作品も多い。日本民間放送連盟賞ではテレビドキュメンタリーだけでも34作品が受賞している。

このように、地方民放が抱える地域固有の社会問題は数多い。HBCのライブラリー室を覗くと、農業の冷害凶作と米の減反政策、200カイリ排他的経済水域制定、石炭産業の終焉、国鉄赤字ローカル線廃止、北海道拓殖銀行の経営破綻など、ある時期に集中したテーマがある一方で、北方領土、医療過疎、限界集落、TPP、JR北海道など、長く継続中の問題や新たに発生した問題もある。これらを一つ一つ紹介するには時間も字数も足りない。いくつかを例にあげる。

先住民族

HBCテレビは、2013年8月から「イランカラプテ！こんにちはからはじめよう。」のキャンペーンスポットを繰り返し放送している。「イランカラプテ」はアイヌ語で「こんにちは」の意。アイヌ文化の普及啓発を推進するため、アイヌ語のあいさつ「イランカラプテ」を北海道のおもてなしのキーワードとして普及させるキャンペーンだ。北海道知事や日本ハムファイターズの栗山監督、HBCの人気パーソナリティー、それにHBCのマスコットキャラクター「もんすけ」などが出演している。北海道開拓の裏で苦悩の歴史を歩んできた先住民族アイヌの諸問題は、北海道を基盤とする放送局にとって固有の重みを持つ。ラジオ・テレビの開局以来、アイヌ文化の保存から差別問題まで様々な角度から向き合いを続けている。

HBCの創立当初から大きなテーマとなったのは、アイヌ固有の貴重な民族文化の保存だった。「消えゆく文化になるのでは」との危機感を抱いたラジオのスタッフが、ユーカラ（口承文芸）やムックリ（口琴）の演奏をデンスケで録音した。これがアイヌ民族と放送との最初の接触だった。テレビも開局当初はアイヌの人々にスタジオで古式舞踊を披露してもらうなどしているが、生放送の時代だったため、一部のフィルムを除いて映像記録はほとんど残っていない。残っているのはアイヌ民族関連のテレビドキュメンタリーである。内容を整理すると、アイヌ民族の風習や伝統を記録した作品、シャクシャインの乱などアイヌの歴史を解説した作品、子どもや若者の新しい生き方を追った作品、差別や偏見と真摯に向き合った作品など、多岐にわたる。

TBSテレビの「そこが知りたい」の枠で全国放送したHBC制作の「カムイ イオマンテ」（1985）は、熊の霊を神におくる熊送りの儀式を独占取材したものだ。イオマンテ（イヨマンテとも）はアイヌの伝統儀式だが、クマを殺処理しなければならず、久しく実施されていなかった。「エカシ（長老）が健在なうちに記録を残さなければ儀式の次第や意味がわからなくなる」との理由で、テレビによる映像記録がアイヌ民族側から企画された。しかし、本番直前の打ち合わせで関係者から多くの疑義が出た。「テレビに映りたくない」「クマを殺すので残酷な民族だと誤解される」「見世物にしかならない」「過去の誤解を解くチャンスだ」「アイヌ民族として誇りを持ちたい」。議論は夜遅くまで続いた。結局、こうした議論があったことも含めてドキュメンタリーにまとめることでテレビ放送が了解され、ディレクターの私にすべてが任された。写真集を出す大手出版社とHBCの2社だけが3日間にわたる儀式の全容を記録した。番組キャスターの荻昌弘は、番組の最後にこう語った。「100年以上にわたる壮大な北海道の開拓。これは同時に先住民族だった

アイヌの生活基盤を根こそぎ失わせていくものであった。アイヌは狩猟民族と言われるが、自然があって、自然のなかに人間がいて、自然の恵みをいただいて生きていく採集人だったと私は思う。アイヌの人たちは、失われていくアイデンティティ…、アイヌはいったい何なのかという思いを必死に探る気持ちで、今回、28年間も絶えていたイオマンテを蘇らせたのです」。

明治以来の一方的な同化政策に苦しんだ先住民族の歴史を集大成したドキュメンタリーが「保護か差別か～北海道旧土人保護法の100年～」(1995)である。差別的な法律によって虐げられてきたアイヌ民族の歴史と現状を取材し、先住民族を「旧土人」と呼ぶ忌まわしい法律を100年も放置してきた国のありようを糾弾した作品である。アイヌ文化振興法の施行により北海道旧土人保護法が廃止されたのは放送から2年後の1997年だった。

しかし、法律が変わってもアイヌ民族の諸問題がすべて解決したわけではない。HBCのニュースライブラリーを検索すると、アイヌ民族に関わるニュースは毎年20本程度放送している。過去最も多かったのは、後にアイヌ民族初の国会議員となった萱野茂が参議院選挙に立候補した1992年のことで、自然と共存するアイヌ民族の習慣や文化への関心が高まって年間90本の関連ニュースを放送している。昨年の2013年も「官房長官がアイヌ民族資料館を視察」「北海道大学がアイヌ民族の遺骨をずさん管理」「入れ墨をしたマオイ族の入浴を拒否した温泉施設にアイヌ団体が抗議」などが並ぶ。これらのニュース映像は、アイヌ文化の保存とは別の意味合いで、アイヌ民族の貴重な記録となっている。まだ60年に過ぎないが、アイヌ民族に関わる情報発信・記録・保存を日常的に行っているのは北海道のローカルテレビ局だけだ。その意義は大きい。自然とともに生きてきたアイヌ民族の知恵は貴重だ。今だからこそ教わることも多い。「イランカラプテ！こんにちはからはじめよう。」のキャンペーンは始まったばかりだ。

北方領土

北方領土問題も北海道固有の大きなテーマである。太平洋戦争末期に日ソ中立条約を破棄したソ連軍が、北方4島(国後、択捉、色丹、歯舞)から日本人を追い出した。日本はソ連そして現ロシアに領土返還を求めているが交渉は進まない。北方領土がHBCのテレビニュースに初めて登場したのは、根室の昆布漁船がソ連に拿捕された1958年の事件である。以後、相次ぐ拿捕事件と北方領土返還運動が頻繁に報道されていく。

北方領土返還を訴えるドキュメンタリー番組も数多く制作された。評論家の大宅壮一、扇谷正造、小汀利得や、作家の新田次郎、戸川幸夫、石原慎太郎、そして一竜斎貞鳳から中村メイコまで各界の人々が北方領土問題を語る「百人の発言・帰れ北方領土」が放送されたのは1970年。沖縄返還の2年前だ。そして、1979年からは北方4島の認知度を北海道外で高めようと、年に一度の全国ネット番組(60分)がスタートした。企画は北方領土返還キャンペーンを展開していた内閣府だが、番組はHBC主導で制作された。開始当初は「望郷」「えとろふへの道」「鮭を待つ少年」など北方領土に関わるテーマをドラマにして放送した。ドラマ形式が7作品続いたあと1986年からドキュメンタリーに変わる。「北方領土・道は険しくとも」がその1回目である。北方領土の番組で最も歯がゆい思いをするのは、取材クルーが北方4島に上陸できないことだ。北方領土はソ連が実効支配している。ソ連側は私たちがビザを持参すれば北方領土に入ることを許可する。しかし、日本側は、ソ連領を認めることになるソ連ビザによる上陸を許さない。これはソ連がロシアに

なった今も同じだ。それゆえ、領土問題は周辺取材から迫ることになる。北方領土が地図にどう表現されているかを世界各地に取材した「世界地図に描かれた北方領土」、ソ連の実効支配を許した歴史に迫る「ヤルタの選択・歴史が明かす北方領土」、ソ連との領土問題を解決したデンマーク、フィンランド、スウェーデンの事例を取材した「北方領土・北欧からの報告」など、海外取材を盛り込んだ様々な企画が生まれ、全国放送は2003年まで続いた。実に25年にわたる取り組みだった。これも「地域に根ざし世界にはばたく」の一例と言える。⁽⁵⁾

こうした動きのなかで、1991年、サハリンのユジノサハリンスクにHBCサハリン事務所を設置した。北方領土とロシア極東地域の情報を収集する拠点である。現地雇用したロシア人カメラマンが北方領土内の映像を撮影することもあった。この事務所は、やがてJNNのロシア極東支局に発展し、その後はウラジオストクに移設される。1994年の北海道東方沖地震で北方領土に大きな被害が発生したとき、その惨状をいち早くスクープしたのも極東支局のロシア人カメラマンだった。また、地震と津波で家を失った多くのロシア人に対する人道的配慮から、HBCの天気予報は期間限定で北方領土の気象情報を伝えた。国後島では日本のテレビを受信して日本の番組を見ている人が多いのだ。ロシアの少女が自宅のピアノでテレビドラマ「水戸黄門」のテーマ曲をさりりと演奏して驚いたことがある。あの少女は助かったのだろうか。北方領土の天気予報がロシア人に役立ったかどうかは確認していない。

この間、北方海域でうごめく密漁やレボ船などの実態を鋭く描いた「サーモン・コネクション」(1979)や「黒い海図～レボ船に乗ったスパイ～」(1980)など優れたドキュメンタリーも生まれた。また、国民同士が衛星生中継で本音を話し合うテレモスト(テレビブリッジ)を日ソ間で実施した。日ソ共同制作番組「札幌・サハリン テレモスト～近くて遠い子供たち」は1988年12月の放送。札幌とユジノサハリンスクの両雪まつり会場を結んだ「日ソ雪まつりテレモスト」は1991年2月の放送。札幌とノボシビルスクを結んだ「日ソ学生テレモスト～21世紀のフロンティア達～」は同年11月の放送だった。ソビエト連邦が崩壊したのは、この放送の1か月後である。

1992年になると、元島民らを対象にしたビザなし渡航が始まった。第1回の渡航に同行取材したHBCのカメラマンは北方領土の床屋さんで散髪して帰ってきた。曰く「お土産が何もないので…記念に…」。私も同行取材を3回経験したが、ホームステイ先でバーニャ(サウナ)に入れてもらい、白樺の枝で身体をパチパチ叩くロシア式入浴を楽しんだ。「領土返還がなって観光ホテルを建てるなら風呂はバーニャに限る」と独り日本語をつぶやきながら。

北方領土返還をテーマとした全国ネット番組は、社会主義体制が崩壊したことや、ビザなし渡航が定着したこと、そしてネット番組の編成改革などから、いったん役目を終えた。しかし、北方領土を間近に抱える地方民放の取材態勢は変わらない。新人記者や新人カメラマンにはビザなし渡航を経験させ、合わせて北方4島の変化を映像に記録し続けている。

銀行崩壊

地方民放は地域住民のためのメディアである。日々のニュース報道のなかにこそ地域固有の社会問題が潜んでおり、それを掘り起こして住民にどう伝えるかがメディアの力量となる。

歓楽街のど真ん中にあった北海道拓殖銀行すすきの支店の跡地は、いつのまにかゲームセンターになっている。明治33年の設立以来100年にわたって北海道の産業・経済を牽引してきた巨大パ

ンクの面影をここに探すことはできない。経営破綻に追い込まれたのは1997年11月17日だった。都市銀行としては、戦後初めての、そして今も唯一の破綻銀行である。北海道では親しみを込めて「拓銀さん」と呼ぶ人もいた銀行の終焉を、HBCは地元のローカル局として以下のように伝えた。

危機が叫ばれ始めたのはバブルの波が引いた1994年頃からだった。大手週刊誌などが「危ない」「乱脈」「解体」などと派手に書き立てる。このような事態に遭遇して、地元メディアは何をどう伝えるのか…、きわめて慎重な報道が求められた。視聴者＝道民に事実を隠すことなく伝えるが、決して混乱を起こしてはならない。これが社内の共通認識だった。報道部内の4人の経済担当記者が「拓銀班」を作って取材にあたった。翌年の95年3月期決算で拓銀は初めての経常赤字となり経済界に衝撃が走った。しかし、不動産の売却で当期損益を黒字にして期末配当を行った。一般的に、ニュースの各項目の放送時間は秒単位で決められ、長い原稿は許されない。拓銀報道では、短くてもどこまで正確にそして誤解無く伝えられるか、原稿作成に腐心する日々が続いた。ひとつ間違えると、銀行の信用不安を誘発して取り付け騒ぎが起き、北海道経済は大混乱に陥る。拓銀が2期連続の赤字方針を打ち出したときは、頭取本人にテレビ出演してもらった。人員削減や支店の統廃合、野球部やスキー部の休部など、思い切ったリストラ策を発表した直後だったので視聴者の関心は高い。拓銀頭取がローカルワイドニュース「テレポート6」のスタジオでキャスターの隣に座った。そして、キャスターの質問に答える形で、拓銀が今後どうなっていくのか、どうしようとしているのか、銀行トップの口から直接視聴者に説明してもらった。こうしたニュース番組の制作が、地域に密着した地方民放の責務であり得意技なのだ。

97年11月16日の夜に拓銀を取材していたのはHBCだけだった。この夜は、フランス・ワールドカップへの出場を決めるサッカーの対イラク戦がテレビ中継されていた。しかし、その裏で我が経済担当記者4人が秘かに動いており、情報を整理すると拓銀の経営破綻が見えてきた。破綻に終わった北海道銀行との合併騒動どころの話ではない。銀行が潰れるのだ。TBSの経済記者に連絡をとってみると、日曜日にもかかわらず大蔵省に煌々と明かりが灯っているという。日が変わって17日の午前3時になると、「拓銀が経営破綻」というニュース速報をいつでも出せるだけの情報が集まった。しかし、この速報では大混乱を招く危惧があった。預金がどうなるのか、大蔵省がどう動くのか、破綻銀行の受け皿はあるのか、そこまで伝えなければならない。破綻だけの速報をしてはいけない。道民の財布を守ることが最優先だった。4人の記者のうちキャップが本社に陣取り、1人が拓銀頭取の自宅前に、1人が北洋銀行頭取の自宅前に、1人がかねてより準備していた特別番組用の素材整理に入った。編集長やデスクや応援記者も出社している。これまでの取材で北洋銀行が受け皿になる見通しは持っていた。午前4時過ぎ、TBS記者から蔵相の早朝会見予定の情報が飛び込む。制作技術部がテレビ中継車を大通公園の拓銀本店前にスタンバイする。夜が明け始めてくると拓銀頭取自宅前に日経新聞系テレビ局が顔を見せた。胃が縮み上がる。一刻の猶予も許されない。TBSと連絡をとり情報の最終確認をしたうえで、午前6時23分、全国へ向けて速報文字をテレビ画面に映し出した。「北海道拓殖銀行が経営破たん 北洋銀行に営業譲渡」の速報を見て、報道部長だった私はしばらく震えが止まらなかった。

時を置かずにキャップが拓銀本店前から全国へ生中継レポート。北洋銀行頭取の自宅前に待機していた記者は、営業譲渡を認める頭取の単独インタビューに成功した。TBSネットの朝の情報番組で何度か詳細情報を伝えたあと、午前10時20分からローカル特別番組「HBC報道スペシャ

ル・拓銀自主再建断念」を55分にわたって緊急編成した。午前中に特別番組を編成した放送局はNHKも含めて他になかった。地元有力紙の北海道新聞が追いかけるように号外を出したが、紙面を大きく飾った「けさの拓銀本店」の写真にはHBCのテレビ中継車が映っている。他紙の写真にもリポートやインタビューするHBC記者が多数使われた。早朝のスクープに他社が駆けつけても、現場にはHBCしかいなかったことを物語っている。HBCはその後も特番体制を継続し、昼からは「HBC報道スペシャル・拓銀が消える日」を経済学者など専門家の解説も交えながら放送し、夕方のレギュラー情報番組につないだ。こちらも急きょ内容を変更し、預金は大丈夫なのか、ローンはどうなるのか、視聴者が最も不安に思っていることを解説した。視聴者から寄せられる電話やファックスでの質問に答える形の番組構成とした。

拓銀の経営破綻は全国的にも大きなニュースだったが、道民にとっては預金通帳を握りしめてしまふほど身近で緊急性の高い重大事件だった。こういうときこそ、地方民放の真価が問われる。新聞休刊日だったこの日、地域固有の社会問題に真正面から取り組み、地域住民が必要とする情報を発信し続けたメディアはテレビのローカル局だった。HBCの拓銀報道は1997年の最も優れたスクープとして系列内で高く評価され、JNN大賞を受賞した。

みんなで食べよう！北海道

伊勢名物「赤福」の餡はすべて北海道産の小豆が原料である。餡に包まれた餅もほとんどが北海道産のもち米で作られている。アメリカブランドのアイスクリーム「ハーゲンダッツ」の原料となる牛乳は北海道の浜中町農協が一手に引き受けている。日本伝統の味から渡来の美味珍品まで北海道なくして食品を語ることはできない。エリア固有のテーマとは言い難いが、日本の食料基地・北海道をエリアとする地方民放として草創期から農畜産業への強い関心を持ってきた。「みんなで食べよう！北海道」は2008年にスタートさせたHBCの新しいキャンペーンである。様々な催事やテレビスポット告知で、地産地消や食育の大切さを訴え、北海道の農業と酪農を応援している。

60年前の北海道農業は「4年に1度は冷害を覚悟しなければならない」と言われていた。冷害による大凶作が戦後の貧しい農村を襲った。ある地域では弁当を持ってこない小・中学生がクラスの8割にのぼったという報告もある。そのたびにHBCはラジオ・テレビを通して冷害克服キャンペーンを展開した。「農事相談室」といったミニ番組をシリーズ化したり、冷害のない未来の農業を考える特別番組を放送したり、農家を救うための討論会を開催したりした。また、被災地への義捐金を募った。それから半世紀、思えば北海道の農業ほど大きな変化を遂げて逞しく生き残った産業は他にないかも知れない。開拓以来「冷害に強い米の品種改良」を担ってきた旭川の農業試験場が「優良米の早期開発試験」へと大きく方向転換したのは1980年のことだった。そこで誕生した「きらら397」が農家で作付けされたのが1989年。そして今や北海道の米が一番旨いとまで言われるようになった。地球温暖化の影響も指摘されている。新潟や東北地方は米を作るには気温が高過ぎるらしく、コシヒカリの最適地は北海道だと話す人もいる。それにしても、こういう時代が来ることを60年前に誰が予想しただろう。

現在のキャンペーンは「食」に関する幅広い知識を身に付けてもらうことに主眼が置かれている。全国そして海外でも放送される前述の「森崎博之のめぐり王国北海道」はその中核的番組である。また、道内の小学生40人が札幌近郊にある酪農学園大学で酪農体験をする番組「元氣！ミル

ク大学」は年に1度の放送が続いて10年以上になる。現役の大学生から酪農を学ぶ3泊4日の研修は感動的で、最終日には小学生も大学生も涙があふれる。2012年には午後7時からのゴールデンタイムに挑戦して「北のフード熱血応援団 ケッパレ!ごはん」(60分)を月に1度放送した。「ケッパレ」は「頑張れ」の方言。北海道の「食」と「食をめぐる人たち」を熱く応援する地域密着バラエティーとして制作した。食卓をテーマとする楽しい話題が盛り込まれ、この番組がきっかけとなって制作したドキュメンタリーもある。それは全国放送にもなった。

「みんなで食べよう!北海道」のキャンペーンを推進しているのはHBCの各セクションからメンバーを選んだ「HBCフードコミッション」。報道、制作、編成、営業などの社員が集まっては知恵を出し合っている。「食のBravo!週間(ウィーク)」を設定してラジオ・テレビの様々な番組で北海道の食にこだわる特集企画を展開したのもそのひとつ。生産者と消費者をつなぐのがメディアの役割という姿勢を貫き、期間中に北海道米「ゆめぴりか」1トンを5キロ袋に分けて200名にプレゼントした。プロ野球日本ハム戦が行われる札幌ドームで道産食材にこだわった特製弁当を売り出したのもキャンペーンの一環だ。弁当の名称はHBCのマスコットキャラクターを入れ込んだ「みんなで食べよう!北海道 もんすけ弁当」。データ放送では、ゲームをすると旬の野菜がプレゼントされる「HBCテレビで野菜を育てて食べよう!でじたぶるガーデン」を開園している。秋に札幌の大通公園で開催される「さっぽろオータムフェスト」にも出店して、道産食材を生かしたオリジナル食品を制作販売している。人気一番のソフトクリームには、HBC本社の屋上に養蜂箱を置いて生産したハチミツが使われた。

TPP問題が迫っているなか、上述のように、食の安心とは何か、地産地消とは何か、農産品の海外輸出、未利用食材の有効活用、観光との連携等々、生産者と消費者とが一緒になって考えるテーマと場を、各放送番組や食にまつわる催事場で提供している。まずは社員からということで、食関連の社内講演会が頻繁に開催されているほか、社員食堂でもランチメニューの産地表示が始まっている。

災害報道の備え

この60年を振り返っても、北海道は大きな災害・事故に見舞われている。十勝沖地震、北海道東方沖地震、津波で死者行方不明者230人を出した北海道南西沖地震、有珠山や十勝岳の噴火、台風で死者行方不明者1155人を数えた青函連絡船洞爺丸沈没事故、路線バスの乗客など20人が死亡した豊浜トンネル岩盤崩落事故、9人が死亡した佐呂間竜巻災害、登山者9人が低体温症で死亡したトムラウシ山遭難事故など枚挙にいとまがない。石炭産業華やかな時代には炭鉱事故も繰り返してきた。ガス突出、ガス爆発、粉塵爆発、落盤、坑内火災…、炭鉱事故は季節の変わり目に多かった記憶がある。寒暖の差が大きい北海道の地盤変化に関係したのだろうか。現場に近づけない、現場を見ることができない難しい取材の代表格だった。報道カメラマンの結婚披露宴の会場に炭鉱事故の一報が入ってデスクと記者2人が席を外し、3分後の第二報でカメラマン5人がいなくなり、10分後の第三報では記者もカメラマンも誰一人いなくなったという逸話が残っている。

こうした災害や事故の報道は、過去に遭遇したひとつひとつの経験がものを言う。今や衛星中継の時代だが、かつての技術陣は過去の中継経験をもとにしたマイクロ中継図面を作成していた。マイクロを四段経由して事故があった山深い炭鉱からの生中継を成功させたこともあった。加えて、

原発事故のように北海道では未経験の事故に対する準備も、東日本大震災と福島第一原発事故を参考にして進めている。スタッフが足りなくなる深夜を想定した報道部の地震訓練も毎週繰り返している。そうした準備は、報道部門や技術部門にとどまらず、ロジスティクスを担当する管理部門にも広がっている。東日本大震災では AM ラジオのきめ細かな災害報道が高く評価された。日頃から耳慣れているアナウンサーやパーソナリティーの声を聴くだけで、被災者が落ち着きと安堵感を取り戻したとの報告もあった。情報を共有でき、かつ役割を分担できるラテ兼営局ならではの災害報道を探っていきたい。

北海道の雄大な自然には災害も内包されている。地震、津波、暴風雪、集中豪雨、竜巻、台風、雪崩、噴火、ヒグマ…。自然災害が発生するのは当たり前であり、これを避けることはできない。しかし、被害を小さくすることは人間の知恵で可能だ。冬に猛吹雪が発生すると、ほぼ全てのテレビ局が L 字情報を放送する。テレビの放送画面を縮小させ、L 字型にできる画面の余白に文字情報を流す仕組みだ。列車の運転見合わせ、バスの運休、フェリーの欠航、空港の閉鎖、学校の臨時休校、停電情報、道路通行止め、避難勧告…。L 字情報は暴風雪警報などが発令され日常生活に不具合が予想されるたびに実施される。人命にかかわる情報もある。そのひとつひとつが、地域情報を収集し整理して報道する地域密着の放送活動になっている。他のエリアでは視聴できないので、北海道の地方民放が冬期間に何度も L 字情報を放送している事実はあまり知られていない。すべては、地域住民の人命と財産を守るためである。同じ情報を、テレビ・ラジオだけでなく、データ放送やホームページでも活用している。また、デジタル化によって地上波テレビはモアチャンネルが可能になった。HBC ではまだ実施に至っていないが、東京からのネット番組を第 1 チャンネルとし、第 2 チャンネルで地域の災害報道や災害防止報道を放送することができる。映像と音声の本格的なテレビ放送なので、文字情報より詳細な情報を伝えることができる。これも地上波だけが持つ機能であり、地方民放が地域密着で視聴者の信頼を得るための切り札のひとつだ。

情報の仕入れと売り込みに海外へ

結局、地域固有の社会問題にどう取り組むかと問われれば、冒頭に掲げた「地域に根ざし世界にはばたく」に戻る。HBC が北海道のために何ができるかを考えると、北海道の情報を北海道内でまわしているだけでは物足りない。重要なのは、北海道で暮らす人々に必要な情報を外から持ってくることで、北海道の情報（これには道民の意見や考え方も含まれる）を外に発信することである。HBC は、北方圏諸国から生活の知恵や技術を学ぶ企画を断続的に放送してきた。北方圏とは、積雪寒冷の気候風土が北海道に似ているアメリカ北部、カナダ、北欧諸国、ロシア極東・シベリア、中国東北部などを指す。北海道の暮らしをより豊かにする情報が東京キー局から発信されることは稀だ。そもそも気候区分に亜寒帯と温帯の違いがある。北海道に必要な情報は地元のローカル局が自ら仕入れてくるしかない。

1972 年の札幌オリンピックを前に過去の五輪開催都市を訪ねたドキュメンタリー「ウィンター・ワンダーランド」（1971 年 10 月～）は 30 分 13 回シリーズの番組だった。ドキュメンタリー「北方圏」（1974 年 1 月～）は 30 分 8 回シリーズ、ドキュメンタリー「続・北方圏」（1974 年 9 月～）は同じく 30 分 8 回シリーズ。ソ連ノーボスチ通信社と共同制作した「シベリア」（1975 年 3 月～）は 30 分 4 回シリーズだった。そして「新発見！北方見聞録」（2000 年 10 月～）は 60 分 11 回シリー

ズでゴールデンタイムに放送した。「新発見！北方見聞録」は、「グローバルな視点と暮らしの視点を併せ持った放送活動になっており、今後の地域放送局のあり方を示唆している」として日本民間放送連盟賞を受賞した。そのほか、ドキュメンタリー「北欧からのメッセージ・創ろう！新世紀の北海道」（2000）、「オーロラの微笑み～地球最北・炎と氷の国から～」(2001) など単発のドキュメンタリーもあり、なかには全国ネットした番組もある。東京オリンピックに続いて札幌オリンピック再誘致の話も聞こえてきた。北方圏諸国への関心が再び高まってくるときなのかも知れない。

また、ここ数年は東南アジアとの番組交流が目立っている。背景には北海道への観光客が増えている状況がある。HBC制作の北海道観光ガイド番組を海外番販したり、海外の放送局から撮影クルーを招いてその国の目線で北海道を取材してもらったりしている。こちらは北方圏とは逆に、北海道から外への情報発信だ。2012年から毎週放送している深夜番組「北海道物産展ですが何か？」にも海外からの引き合いがきた。30分のドキュメンタリー風バラエティー番組で、北海道の名産品を芸人リポーターが海外で売り込む珍道中を描いている。ジンギスカン料理を羊の国ニュージーランドに、札幌ラーメンを中国に、スープカレーをインドに、鮭のチャンチャン焼きをカナダに、サッカーJ2のコンサドーレ札幌をイタリアにと、多種多様な売り込みが行き当たりばつたりの演出手法で展開される。ローカル制作の番組だが、BSを通して全国で見られているほか、海外ではタイでの放送が決まった。

北からの視点

北海道の情報を外へ発信するには、北海道ならではの視点が欠かせない。他地域と視点が異なるからこそ情報発信の意味がある。他系列は知らないが、JNNの全国ニュースは一本一本のニュースが発局責任になっている。ニュース項目を選択して分量や放送順を決めるのはキー局編集長の仕事だが、地方から発信される全国ニュースは担当するローカル各社の責任のもとで報道されている。取材から原稿執筆・映像編集までその構成がローカル局に委ねられているのだ。TPP問題であれば、北海道の農民集会を伝えるHBC取材のニュースと、東京の経済界の動きを伝えるTBS取材のニュースが同じ報道番組の中でぶつかりあう。これは民放テレビ60年で培われた誇るべきシステムだ。東京と異なる視座からのメッセージが縦横無尽に飛び交う報道メディアと言ってもよい。各地の地方民放が地域固有の視点を大切にしている理由がここにある。

それでは北海道固有の視点とは何か。それは北からの視点である。厳しくも豊かな自然風土によって育まれる人間の生き方そのものを指す。食料自給率200%の広大な農地と長大な海岸線に囲まれて暮らす人々の座標軸は、新橋を行きかう人々のそれとは自ずと異なる。織りなすドラマが違う。だからこそ、HBCはメディアの一端を担うものとして北からの視点を多くの人々に伝えたいと思うのだ。

北海道で暮らしていると日本列島の動きがよく見える。足元に大きな日本地図を広げてみよう。そして最北の島・北海道の上に立って南を眺めると、東京も大阪も、はるか沖縄までよく見える。桜前線が北上してくる。台風も北上してくる。様々な情報が俯瞰できる。北海道は世の中の動きを冷静に分析できる比類なきエリアだと思う。永田町の論理をその渦中で取材する記者も必要だが、国政を少し引いた目で取材するローカル記者にも期待したい。それが地上波民放テレビのネットワークをさらに強固で有意義なものにする。記者だけでない。北海道の住民には日本がよく見えて

いる。その北の視点を全国発信することは、地域に密着している地方民放の使命だ。最近のテレビは新橋駅前のおっさんインタビューでお茶を濁しているが、国民の声を知りたいのなら全国各地でマイクを傾けるべきだ。

就寝前に見るニュース

最後に思い出話を記して終わりたい。記者として泊り勤務をしていたある日、交通事故の一報が入り、夜のローカルニュース用に2本の原稿執筆を急いでいたときだった。全国ニュース番組「ニュースデスク」(NEWS 23の前身)の編集長からホットラインがつながった。「札幌もようやく桜の花がほころんだそうで…、ニュースデスクで上(のぼ)ってくれませんか」との打診である。「上る」とはローカル局からニュースを全国放送することを言う。こちらは原稿執筆に目が回っていた。できれば避けたい。桜の映像は、夕方のローカルワイドニュース「テレポート6」でキャスターのオープニング挨拶用に撮影されたものだ。原稿はなく、上るとなれば新たに書き下ろさなければならない。「開花宣言も出ていないし、ニュースになりますか?」と返答し、ニュース価値があるかどうかの押し問答が続いた。そして思わず「ボクは桜を書くために記者になったんじゃない」と口走ってしまった。入社数年の生意気盛りの妄言だった。

TBSの編集長は動じることなく次のように話した。「このところ胸の痛むニュースばかりが続く。金属バットで息子が両親を殺害した、新宿のバス放火事件で6人が死んだ、ホテル火災で45人も犠牲になった、女子大生が誘拐されて殺害された…、こんな異常なニュースばかり並ぶと視聴者は眠れなくなる。ニュースデスクを見終わって、さあ寝ようという気持ちになれない。一日のニュースの最後ぐらいは日常の世界に戻りたい。北国でもようやく桜が咲いたとか、稲刈りが始まったとか、サンマが水揚げされたとか、渡り鳥が飛んできたとか、そんな世界に戻らなければ番組として『おやすみなさい』って言えないでしょう。だから、溝口さん、札幌の桜を書いてよ」。

私は恥じ入るばかりだった。その夜、札幌のほころび始めた桜のニュースが全国放送になった。そして、傲慢で無礼な記者は、北海道というエリアの価値とHBCの役割を初めて悟った。桜を書ける記者になろう。北海道放送は北海道の自然とともに生きるメディアなのだ。

注

- (1) HBCは札幌と東京以外に、函館、寿都、室蘭、苫小牧、浦河、千歳、小樽、岩見沢、旭川、留萌、北見、網走、紋別、稚内、帯広、釧路、根室に取材拠点を置いている。また、JNNの特派員として1名を北京に派遣している。過去に、パリ、サンパウロ、ユジノサハリンスク、ウラジオストク、モスクワの海外支局・特派員を担当してきた。
- (2) HBCは定款に配当金や役員賞与金の上限を設定する稀有な規定を設けている。放送で得られた利益は放送を通して地域に還元するという創立時からの基本姿勢である。
- (3) 新聞のラテ欄には札幌の番組名が掲載され、(札以外は別番組)とか(函・旭・釧・北・帯・室は別)などと追加表示された。
- (4) 「陳情」(1966)…日本の政治を代議士への陳情という独特な制度を通して考察する。フィルム的小型カメラが永田町の風土を斬新に切り取っていく。日本民間放送連盟賞最優秀賞。
「第九を歌った町～北海道・清水町～」(1980)…小さな町の農民たちが新しい文化センターの柿落とし

にベートーヴェンの第九を歌うことにした。その感動は全国的な第九ブームの先駆けに。芸術祭優秀賞。

「地底の葬列」(1983) …地下労働者の犠牲の上に成り立ってきた日本の石炭業界を掘り下げ、エネルギー政策の歪みと資本の論理をえぐりだす。芸術祭大賞。

「狼がやってくる?～さまよえる福祉施設～」(1984) …閑静な住宅地に持ち上がった福祉施設建設計画をめぐって住民と行政が対立した。芸術祭優秀賞。

「核と過疎～幌延町の選択～」(1986年) …核廃棄物処理施設の誘致をめぐって町が二分。過疎から脱却するか、核の墓場になるか、苦悩の住民を追う。地方の時代映像祭グランプリ。

「大草原の少女みゆきちゃん」(1986) …知床の牧場でおおらかに育つ小学一年生の少女と家族。4シリーズが全国放送された。芸術作品賞。

「暴かれた官の金庫～北海道庁 20 億円の不正経理の構図～」(1996) …北海道庁による 20 億円の裏金工作。官公庁ゆえの組織的構造的な不正をあぶりだす。日本民間放送連盟賞優秀賞。

「DEER～C. W. ニコルが見たエゾシカの世界～」(1996) …エゾシカの知られざる生態を明らかにして人間との共存をさぐる。日本民間放送連盟賞優秀賞。

「学校とは何か? ツッパリ・中退・不登校と格闘した 10 年」(1998) …ツッパリや不登校の子ども達が全国から入学してくる北星余市高校。教師と生徒が本音で向き合う格闘の日々を通して教育を考える。放送文化基金賞本賞。

「外国人お断り～平成浮世風呂の湯加減」(2001) …小樽の風呂屋さんに『外国人お断り』の看板。外国人の入浴を拒否する公衆浴場の騒動が裁判に。ギャラクシー賞優秀賞。

「いのちの記憶～小林多喜二 二十九年の人生～」(2008) …北海道出身のプロレタリア作家・小林多喜二が小説で描いた貧困で苦しむ労働者の姿を、現代の“ワーキングプア”と重ねて考える。芸術祭大賞。

「あかひげよ、さらば。～地域医療の“再生”と“崩壊”の現場から～」(2009年) …北海道の二つの町で起きた地域医療の崩壊と再生の現場を取材。医師と住民がもがき、苦しみ、格闘する姿を描く。日本放送文化大賞グランプリ。

- (5) 1979年から2003年まで1年に1回のペースで以下の1時間番組を全国放送した。「望郷」「えとろふへの道」「鮭を待つ少年」「故郷」「おばあちゃんの帰郷」「海鳴り」「遥かなる故郷へ～ソルトレイクにて」「北方領土・道は険しくとも」「世界地図に描かれた北方領土」「ヤルタの選択～歴史が明かす北方領土」「北方領土・北欧からの報告」「揺らぐヤルタと北方領土」「ベレストロイカと北方領土」「ソビエト連邦崩壊～どうなる北方領土」「ゆがめられた国境線・揺らぐロシアと北方領土」「日・ロ新時代～北方領土返還への助走」「知ってる!? 北方領土」「クイズでわかる北方領土」「北の島々のなるほど塾」「クイズで行く北の4島不思議旅」「動き出す北方領土 21 世紀」「越前屋俵太が見つけた北方領土・21 世紀への手紙」「北方領土新世紀・歌声は海を越えて」「北方領土 21 世紀・ジャパン偉人伝～うじきつよしとゴンザの夢」「大明解! 謎解き歴史紀行～麻衣子探訪 2000 キロ・史実が語る北方領土」。タジギスタンで凶弾に倒れた故秋野豊氏が取材に参加したこともある。