

---

---

特集1 テレビ60年 地域と民放 その2

I B C岩手放送

2014年11月19日

阿部 正樹\*

柴田 継家\*\*

聞き手 小川 浩一

---

---

——本日はお忙しいところお時間を頂戴してありがとうございます。早速ですが始めたいと思います。今回お伺いしたいことは大別して3点です。

1つ目は、この60年の間でいろんな経営的な問題があったと思いますが、地域民放としての問題、つまり、岩手県のローカル民放としてどのように地域社会と関わり合いを持ってきたかを伺いたいと思います。2点目は3・11の問題です。他の地方民放局からも記者派遣がされていますが、当然、現場をお持ちになっている岩手だったら、もっと多様な問題に対処した、あるいは現在まで引き継いでいる課題もあるだろうと思いますので、その点もお話し頂きたいと考えています。3点目は、地方の再生などという言い方よりは、むしろ地方とどう生きていくか、関わっていくかという時に、様々な企画・イベントを行ってきたと思いますが、その場合にマスメディアが主催するとある種のオーソライズがされると思います。それによって、いろんな地域の人達が安心して参加できるということがあると思うので、それについてもお話し願えればありがたいと思っています。

### 開局に至る経緯

阿部相談役 当社の開局は昭和28年(1953年)で、私が入社したのが昭和40年(1965年)、テレビが開局して6年後のことでした。当然のことながら創業時の社員の皆さんも大勢いて放送局開局時のことを色々伺っておりました。面白いなあと思ったのは、そもそも民間放送ってなんだって随分聞かれたってことでした。当時NHKラジオはあったわけですが、今度出来るラジオ岩手は広告で食ってくんだったそうだが、どんな会社だ、そんなことで兎に角県民の皆さんに理解してもらうことからやんなきゃならなかったそうです。

そもそもの設立のきっかけは熱海の温泉だったという事です。東北の新聞社の東京駐在記者たちの忘年会、宴席に青森の東奥日報の記者が背広姿で参加していて隣の岩手日報の記者が事情を聴くと、今わが社でラジオ局を作る準備をしているから、すぐ戻らなくちゃとのことで、なんだそれとはなって盛岡の本社に一報を入れたそうで、わが社も遅れてはならじとなってラジオ岩手開局につながったという話です。

実は当時、名古屋や大阪などで広域のラジオ局が先行開局していたこともあって、東北一円をエリアにしている仙台の河北新報社もすでに東北放送を設立していたんですね。そのエリアも新聞と

---

\*あべ まさき アイビーシー岩手放送(I B C) 相談役

\*\*しばた つぐいえ アイビーシー岩手放送(I B C) 特別職

同じに東北一円です。でも、仙台からの電波は青森までは届かない。ならば青森に中継所を作りブランチも置けばいい。そんな構想だったわけで、それを察知した青森地元紙の東奥日報が我々の手で放送局を作ろうという動きになったんだそうです。岩手が動いたのはそうした状況の後のことです。ですから岩手の開局は最後の方でした。山形放送のアドバイスなども受けたようです。どうも岩手ってのはそういうところがある。

やっぱり風土っていうか、気質っていうか、幕末の奥羽越列藩同盟軍と薩長新政府軍との戦争の時もそうですけども、なんていうかね、南部盛岡藩は機に敏ではなくて、鈍いのですよ。(笑) 薩長の動静を京都に取材して藩論を決するにあたって、新しい風に馴染めない、やっぱり徳川様は裏切れない、保守っていうか実直なんです。同盟を抜けて官軍についた秋田をけしからんと攻めに行き帰ってきたら藩論が変わっていて降参となった。

鷹揚な面もあるんですね。結局日本で最後に「降参」となったのが南部藩なんです。

端っこの文化ってあるんだと思うんです。薩長土肥、いわばみんな日本の端っこ、それが日本を動かした。こっちでいえば津軽。独特な文化が育つ。端っこは後ろがない、開き直るしかない。南部盛岡は比べれば鷹揚。だからって言うわけじゃないんだけど、南部藩での百姓一揆は多い。日本一の数ですよ。二位の秋田、三位の広島を大きく引き離す百姓一揆が発生している。しかも日本で一番大きな百姓一揆、三陸沿岸部の三閉伊一揆(1847年と1853年)は黒船の時代ですよ、日本が開国かどうかの時代に筵旗を掲げて一揆ですよ、仙台藩に越訴して南部藩の過酷さを訴えてる、冷害とかあって貧しいとは思いますが、時流からは遠いんですよ。まっ、日本の田舎は総じてそうだったのかもしれませんが。

戊辰戦争で賊軍となってその後は随分いじめられました。その反省から、その後色々いい政治家や人材を輩出するのですが、やっぱりそういう文化的背景は続いていたと思います。要するに進取の精神が少し足りなかった。

ラジオ局開局の遅れから長々歴史的な話になって恐縮ですが、開局時に民間放送を理解して協力をもらうにはずいぶん苦労したってことです。

それは最初の株集めに現れたそうです。最初、5000万円の資本金で放送局を作ろうと企画した時に、当初は資金が集まらなかったそうです。毎日自転車に乗り、手弁当で走り回り、金の有りそうな家だと思わずか入り込み説得したそうで、ずいぶん苦労したようです。そんな中、県議会がラジオ岩手への出資を議決、その流れが各市町村の出資へとつながり、資金調達ができ、開局へとこぎつけたもののようです。ですからほとんどの市町村が今でも株主として連なっております。そういうことから私は岩手放送という会社は民族資本で作ってもらった会社である、根っこはこの岩手の大地にある。そういう続けております。

——個人株主はどうでしょうか？

阿部 個人もけっこうおりますよ。私が昔小さな村に取材に行った折に「お前の会社の株持っているぞ」とかいう土地の素封家が出てきたりしました。だから、先輩たちがここまで株を売りに来たのだなと知りました。

——その話で面白いのは、先日HBCで溝口常務に伺ったら、HBCでは当初、3800人以上の個人株主だったと、小口の。だから統合する時に、えらく大変だったとっていました。存命じゃないけれども、いないと訳が分からなくなっちゃうとおっしゃっていました。私が、個人株主をそんなに集められたって、すごいです

ねといったら、今阿部さんがおっしゃったと同じことをおっしゃっていました。北海道放送でも株主を獲得するために1軒1軒民家を回ったのだそうです。

阿部 やっぱり同じなんですね。実は株主が増えていったというのは、遺産相続からです。遺産相続が続けば百株がやがて端株を持つ数人の株主へと散っていきます。HBCの溝口さんのところも有価証券報告書を出さなければならないのですが、この手間が大変で、株主が300人以下ぐらいになれば報告書を出す必要がなくなるので、株を買い取り整理したと聞いております。

ラジオ岩手の開局にあたっては、なんとか最終的に5000万~7000万円ぐらいまで確保出来たそうです。でも、初年度はやっぱり赤字で、全然ダメだったそうです。それでも先輩たちは、民間放送って面白いと言ったそうです。新聞と違って放送はすぐに反応があるだけに新しいメディアに夢中になったという先輩もおりました。創業時の社員の主だった人たちは岩手日報社から来た人たちで、社長は新聞、放送の兼務でありました。ただ、口さがない県民からは、新聞社あがりか何をやれるというのだ、みたいな反発もずいぶんあったそうです。各地に設立された地方民放局というのは資本のバックが土地の新聞社です。これはよかったか悪かったのかよく分からないところですが、いずれにせよその後の民放の性質を作り上げることにつながったのではないですかね。バックが新聞資本だったってことで。

——それが最終的に地方民放のニュースの在り方、特性に影響したということでしょうか？

阿部 当然ニュースにしる、ものの考え方にしる新聞社がつくっていったものですからね。お手本はNHKには間違いありませんけど、全部新聞社の意向で動いたでしょうから、その流れがズーッと残っていったわけでしょう、放送ジャーナリズムなんかずっと後で生まれたもんだと思いますよ。幼かった放送マンがだんだん育ち、独立してきて、反発したりいろいろぶつかったりして放送というメディアの特性に目覚め、やっとな新聞から独立したメディアとして立ったんだと思います。やがて、新聞と決別した放送局なども生まれましたが、当社は今もブラザーカンパニーという位置付けで岩手日報社と連携して活動しております。現在もお互いが筆頭株主となっておりますし。

——株の持ち合いをしていると。

阿部 お互いの安心安全のためですね。新聞は新聞、放送は放送、お互いよって立つところを尊重してですね。事業関係なんかは、共催物件が多く、けっこうお互いにうまく使いあっている部分はあるのですよね。とはいえニュースで言えば、開局からしばらくは岩手日報ニュースになっておりました。紆余曲折を経てテレビは現在の「IBCニュース」となりました。岩手日報は協力のクレジットがついておりますが。

柴田特別職 最初は全面的に岩手日報ニュースという銘々だったのですが、それから協力というパターンと、岩手日報・IBCという連名で流すパターンとになりました。

阿部 協力岩手日報となったのは夕方のニュースワイドになってからですね。

柴田 今まで、時間が長い夕方のローカルワイドニュースでIBCですが、そこに「協力岩手日報」と入れています。それ以外にお昼のニュースとか夕方のニュースとか夜のニュースとかは「岩手日報・IBCニュース」と入れています。最初は「岩手日報」だけのクレジットのついたニュースでした。

阿部 新聞社からすると、タイトルを外されるのは大抵抗になります。端的に言えば、放送局は

うちの子会社としてできたのだという認識がベースにあることです。開局時、新聞社ではラジオ課というのを作ってラジオのニュースを専門にやる人達を置いて、記者が上げてきた記事を50秒ぐらいにリライトして、アナウンサーがそこに行って、「今日のニュースは？」これとこれだと渡されて、それを下読みした後で「岩手日報ニュースです」と読み上げて放送するというやり方をずっとやってきました。

柴田 編集権が向こうにあったのです。

阿部 編集権という認識が放送局側に生まれるのは後のことだと思いますよ。

柴田 ラジオで放送しても、テレビで放送してもニュースの仕切りが、最初は基本的に岩手日報ニュースですね。新聞社さんは電波よりも歴史が長いので、岩手日報さんも記者がいっぱいいるわけです。つまり、岩手日報の記者が取材した原稿、新聞記事を岩手日報の中にラジオ課というセクションあって、放送局用にリライトする。それを読ましてもらおうあるいは伝えるというようになっていました。

阿部 その後、放送記者が育ってきて独自に取材するようになってからは、おまえ達でやれというので、編集権も全部こっちへきました。ただ、ニュースの肩書、タイトルだけは岩手日報ニュースにするということになっています。これは社と社の協定でやっているのです。

——著作権はどうなっているのですか。

阿部 著作権はこっちだけでも、タイトル部分はそのままで。実質的には、新聞は内容や編成に関わっていません。ただ、共同通信の配信にかんして便宜を図ってもらってはあります。やっぱり報道機関としての根幹部分は新聞社としてはしっかり握っていたい、それが本音でしょうね。ですからクレジットは手放さない。

柴田 複雑ですよ、その関わり合いは。

阿部 その精神がまだ残ってしまっていて、ラジオで1日10回ぐらいニュースがありますが、それはIBC・岩手日報ニュースとなっています。しかし内容には岩手日報社は関知しません。ただ、特別番組かなんかでニュースが飛んでしまうことがあるんです。そうすると、ニュース協定みたいなものがあって、事後に、日報さん、ごめんね、これ飛ばしたから、というような報告だけは、今だにやっているのです。

柴田 岩手日報ニュース、それから並列でIBCニュースとクレジットも付く背景というのは、いわゆるIBCの放送記者達も力をつけてきたということですよ。過去には、ほとんど日報の新聞記者が取材した原稿をいただいていたという形でしたが、そのうちだんだん実際うちの記者達も力をつけてきたのでクレジットの入れ方が変わったということでした。ただ、全部は消えなかったのですけども。

——今では、記者の能力じゃなくて、別な要素ですよ。大体いつぐらいから力がついてきたのですか。

阿部 多分、テレビが開局した昭和30年代半ばころですよ、私が入った時には、もう報道の記者達がいって、報道部があって、ちゃんとデスクもいて、カメラもあって、独自の取材をもうやっていました。たぶん30年代後半はそうだったと思います。ただ、地元のラジオニュースなんかは、各地に支局を持っている日報からくるファックス原稿を使っていました。それ以外は共同ニュースが多かったと思います。

——地元ニュースの場合は、今でも日報をお使いになるのですか。

柴田 現在は、頻度が減っています。多くは自社取材したものを使っています。

ラジオの場合は、ニュースが1日10回ぐらいあるものですから、1時間に1回ぐらいの放送です。そうすると、朝から夕方まで同じ原稿を読んでいるわけにもいかないの、共同通信からの世界や国内の動きや岩手日報からの県内ニュース含めた放送をしています。

当初は、岩手日報からの原稿の出稿もありましたけれども、ものによっては岩手日報の記者がラジオに出演しての記者解説があったと聞いています。

阿部 最初、バカにされたのではないのでしょうか、放送記者です、って言っても。放送記者だってよ、なんだそれ、なんて子ども扱いされたそうですよ。

——もう既に、私達の頃、放送記者がいたじゃないですか、当たり前のように。

阿部 NHKは別にして、岩手県ではわが社から2人の放送記者が初めて生まれました。ブン屋(新聞記者)さんからすると放送を1ランクも2ランクも下に見ていたの、放送記者が記者クラブに入ったりすると、ずいぶんバカにされたという話を聞きました。

柴田 私はそういう経験が無かった訳ではないけど、それほど強く感じたことはありません。開局からテレビが始まるまでの6年間ぐらいは随分そうしたことがあったようです。

阿部 34年(1959年)にテレビ開局して、やっとカメラを持って自分たちで地元のニュースを取材して放送するようになりました。ただ、新聞の場合には原稿をたくさん書くのに、お前のところはペラ2枚ぐらい書けばいいのだろという言い方はされました。逆にいえば、民放の放送記者も、新聞記者が書いたのを見せてもらって、それをもとに放送原稿を作ったりしたこともあるようです。

NHKはどうかかわからないけども、民間放送における報道の初期というのは揺りかごだったのだろうと思いますよ。だから、そういう意味で新聞社が放送局を作ったのはニュースがお手の物だけにラッキーな面はあったと思いますし、先輩方は助かったろうと思いますね。

でも、逆にいうと、同じ箱の中での棲み分けみたいな部分があるという点を考えると、もしかすると、新聞の息がかかっていない別の皆さん方で最初から地域放送局を作ったら、もっと地方民放は別な育ち方をした可能性もあるかもしれないとは思いますが。現実には地方民放というのは、新聞社からの分派で棲み分けの世界になりました。私たちIBC岩手放送は地元新聞と地元資本で作られた局です。後発の局は中央資本の新聞系列でできているものが多いですね。そういう意味で、別な組織の人間達が新聞なんかと関係なく、放送というものを扱ったら、もしかすると、放送ジャーナリズム論というのは変わっていた可能性があるのではないかと考えます。でもちょっと想像もできませんしね、やっぱり結果は同じだったかもしれないけど。

柴田 別なジャーナリズムの流れが生まれていたのかもしれないですね。

私たちの先輩たちの場合には、最初は、教えてくれる人がいないので、放送記者といいながらも、新聞記者を手本にして学んでいたのだと思いますね。私はもっと後の世代ですが、推測するとそうだったと思います。バカにされながらも、取材の仕方とか原稿の書き方とかを身に付けていたのだと思います。

## テレビと地方文化；文化の標準化と標準の文化化

### 電波を通した一揆；ドキュメンタリー

阿部 確か昭和二十何年頃の、昔の映像を見ていると、母親学級みたいのがあって「皆さん、標準語を話しましょう」というわけですね。標準語の勉強をするような母親学級なんかがあったのです。「あっぱ」なんていわせないでください、子供さん達に。「お母さん」といわせてくださいって。(笑) 要するに、今、方言は面白いなんていわれているけれども、当時は、どうやって方言をなくすかの努力を各村々、学校単位でやったものですよ。だから放送というのは、日本全国の平準化というか標準言葉の普及とかに果たした役割は大きいんでしょうね。地方風俗をイコール東京にした部分がありますよね。差がないものね、一見。

——放送が文化を平準化するという点でも、一方ではプラスの部分もあるけど、今日の話題の関連でいうとマイナスの点も大いにありますね。地域の文化というのは明らかに地域のマスメディアが担うはずなのですよ。その時、方言は地域の文化を言葉で担っちゃいけないのですかね。

阿部 いやいや、そうでもないと思いますね。平準化しても、たぶん、地域の文化ってあるはずなのだけれども、併用、両立できるかどうかが課題でしょう。

——日本では未だに各地方の方言を学校教育の中で正課としては教えていませんね。

例えば岩手の言葉を岩手の学校でというような。

阿部 教えないですよ。

——学校の中で使えない言葉ですね。

阿部 昔は授業以外の日常会話は殆ど方言でしたけど、いまどんな地方でも標準語が普通ですよ。ね。

井上ひさしの『国語元年』なんか、明治時代に、言葉がまるっきり違うのをどうやって平準化したらいいかという騒動で面白いことは面白いんですが…

柴田 こちらの場合は、訛りを隠そう隠そうとしていましたね。だからさっきいったような、お母さんのための教室が標準語を使おうとして、あれがみんなを一層無口にさせたのですよね。集団就職でいってもバカにされるから喋らないみたいな。口が重い東北人の中でも岩手は特に寡黙みたいな。ところがその地域、エリア、文化を含めたところで言葉があるので、そこをやっぱり大切にすることを見直す時代にもなってきたと思うから、今はまた少し変わってきましたけど。前は隠そう、隠そうでした。方言を喋らないようにしろ、喋らないようにしろ、できるだけ標準語でいこうみたいな。

柴田 いわゆる岩手の方言で言う、恥かしいという意味の「しよす」というやつですね。恥ずかしいって、訛っていると、東京へ行って、みたいなのはありましたね、確かに。

——それ、どこかで打ち破らないといけないでしょう。他方で、この頃、芸能人を源流にしたあまり品のよくない大阪弁が日本中を制覇していますね北海道から沖縄まで。

阿部 かもしれませんね。お笑い芸人達がどんどんと広げていったのだろうな。

柴田 逆に取り入れたのでしょね、抑えていたやつを。面白おかしく。

——たぶん、あれ、目立つからでしょうね。目立ちたがる人達に取っては、みんなと違う言葉を使うと。

柴田 電波が両方をやっちゃったのですよ。抑える方向をやって、今度また訛らせる時代がある意味では罪でした。

阿部 それに関連するのですが、今、うちで、これまでのライブラリーをまとめなければならないというので、ある人がライブラリーをまとめていったのですよ。まだ完全ではないかな？

柴田 いや、ほとんどまとまっています。

阿部 ライブラリーは地域の特性を雄弁に語ってくれるんですよ、標準語運動もそうですが、この仕事をやっている人に、やっていて何か感じることはありませんかと聞いたのですよ。その人は退職した先輩でしたけど、それじゃこれ見てみるかと一本のVTRを取り出したんです。年度ごとに社会的な出来事を適当に抜きそれを繋げたやつだ、というものでした。当然昔のフィルム中心ですから原稿も何も無しの無音のものでしたが、時折県が作ったPRニュースが混じっていて、そこは音声が入ったりしてるんですけど。見てみると、私は岩手とは何かかが非常によくわかったなと思ったのです。何かといいますと、戦後、私たちが放送に携わってカメラを持ち出した頃には、既に戦後ではないのですけど、一言でいえば、岩手の貧困からの脱却が大きなテーマになっておりました。要するに岩手日報もIBCも、われわれは何と闘ったかということ、戦後、戦前からズーッときた、冷害も含めての貧困の問題、それとあわせて教育、教育を隅々まで行き渡らせなければならないというような動きの人達の記録がけっこうライブラリーの中にありました。初期の映像にはそういう、生活基盤そのものの貧しさとか、僻地教育も含めて教育の平準化、それをなんとかしなきゃならないとかいう人達の動きとか葛藤が否応なく映像に写り込まれているんですよ。そうやっているうちに映像記録の内容が少し変わってくるのは、開発というのが入ってくるようになったからですね。高度経済成長に取り組む中で、全国各地で開発競争が始まる。岩手も遅れるな、です。

——それはいつぐらいだったのですか。

阿部 あれは昭和40年代の前半から半ば頃でした。

——ということは日本全体で云えば高度経済成長の真っ盛りの頃ですね。

阿部 だから、その時に既に岩手は遅れているわけです。その時に何とかしなきゃなんないというので、じゃ岩手を食糧供給県にしようと。米は産米50万トンを達成しようと。それから寒さに強いベコ・牛を連れて来て、ヘレフォード種です。

柴田 そうでしたね、茶色い牛でしたね。

阿部 この広い山野を使って、畜産をやろう。これからは肉だというので、みんなそっちへガーッといくわけですよ。一方、山林は今まで広葉樹だったのがどんどん斬られていく。金になるそうだというのでみんな杉を植林しだす、山はみるみる針葉樹の山に代わる。イケイケどんどん、産米50万トンをズーッと進めていったら、ある時、減反政策に変更すると云われた。あちこち開田やっていたのが、減反しなければ国策違反いうことになった。開田は急遽中止、しようがないから転作作物に変更、あれが良いこれがいいというので、みんなバーッと飛びつくと値段が下がって、全部失敗する。それから畜産でいえば、頼みのヘレフォードはいつの間にかなくなった。失敗していた。

——でも、前沢牛がいませんか？

阿部 それはね、レアケースですよ。

本当にライブラリーを無作為につないでいって、連続して見ていくと、国の場当たり的な農業政策と貧しさゆえにそれに振り回されていく岩手の農業の歴史がしっかり見えてきました。北上山地を国家プロジェクトで大牧草地にして、千万円単位のサイロをあっちゃこっちに作って、牧場作っ

て、牛の放牧地にしようと、国家プロジェクトがスタートしたのです。でも机上のプラン通りにはいなくて、いつの間にか国家プロジェクトは消えて、夢を抱いて山に入った人達はものすごい借金抱えて、全部失敗して、山を降りてくる。しかし誰も責任を取らない。そういうふうには、要するに豊かになるためにはどうしたら良いのだろうという時代と、それに振り回されて挫折する歴史が繰り返されていったのが、非常によくわかって、これはやっぱりライブラリーというのは歴史だなと思ったのです。私たちは意識しない内に歴史を記録していたんですね。

柴田 今の話は、テレビ 50 年の時ですね。スタッフが集まってその話をしたのです。50 年で何かやろうかという時に、そういう話になりました。

阿部 そう、印象に強く残ってる。

柴田 まったく、今と同じ話を聞きました。ですから、それを受けた形で、各関係者が、うちのスタッフ達がそれに伴った番組を放送しました。開発の後には自然破壊もありましたしね、いろいろ広がっていくのですよ。山が裸になったりするわけですから。

阿部 一次産業みたいなのは、農業もそうだけど、やっぱり国のいうことを聞いて、お金になったというのはあまりないのよね。本当に…。

——明治以降の日本農業でいえば、南のほうよりも北のほうが、国家の策略に騙されるというか、いつでも足蹴にされてきたという印象を持ちます。例えば、八郎潟は出来上がった途端に減反ですから。

阿部 岩手だけじゃなく東北は足蹴にされてきた感じはありますよ。日本の核の捨て場なんかもそうですね。

——国家のプロジェクトに乗っかるというのは、あえて失礼を申し上げれば、南部藩以来の、幕末以来、国に騙されてきたのに、また騙されることないでしょうって思いますが。

阿部 いやー、今度こそは大丈夫だろうと思ってやったのですよ。南部藩は純真ですから、今度こそいい話だと。何度かだまされると、昔でいえば百姓一揆が起こっているでしょうね。要するに筵旗（むしろばた）立てて国会などに、でもね、銀座をトラクターでデモした連中もいるのだからね。

柴田 ありましたね。

阿部 やっぱりわが社の初代の社長の精神は、東北、とりわけ岩手はそこに在るというだけで、いわれなき差別をずっと受けてきている。だからこそ、それを払拭させて、自信を持って次の時代を築いていく先立ちを放送局がやらなければならないのだというものでした。具体的にどうかというと、例えば、この岩手は日本中から日本のチベットといわれていたろう。腹立つだろう。だからその腹立ちをエネルギーにしなければダメだと云うことです。いわば、日本のチベットといわれてニコニコ笑っているようじゃダメだ。中央のキー局が、岩手で熊出たというすぐニュースだという発想を変えさせようということです。だから、なに、日本でいちばん最後の電灯が岩手で点灯した、あ、ニュースだなというような、そういう中央の価値観に慣らされてはいけない。田舎の人達はこうだみたいな画一的な東京の目線でニュースを送っちゃいかんということを、けっこう私たちは言われ続けてきました。だからもっと夢のあるニュースを全国に送らなければダメだという精神が初代社長の太田さんにはありました。この人は新聞記者あがりの人で、岩手日報社から来た人ですけど、なかなかの文人でもありました。そのイズムを私たちは大なり小なり引き摺っています。そうした先人の思いから、岩手の人達に夢と希望とやる気を起こさせるための放送をやらなければ



ならないのだということを感じてきました。それが開局を支えてくれた岩手県民への恩返しであるという認識でした。非常に素晴らしい人だったと思います。

それが、建学の精神じゃなくて、会社を立てた創設の精神で、それが育まれているのだろうと私は思っているのですけどもね。そういう意味ではジャーナリストが創業者だったのはよかったなと思いますね。

弱者の目線に立たなければならない、よくそう云われましたね。だから我々が作ってきたドキュメンタリーというのはけっこう弱者の立場になっているものが多かったですね。

柴田 その目線でいっぱい作って問題提起をしていましたね。

阿部 結局、自然とそういう問題意識が培われていくようになっていったんだね。

柴田 太田社長の精神というのは、ある意味では、電波を通した一揆ですね。

阿部 戦前は国の移民政策でブラジルなどに送られ、満蒙開拓団に移植の夢をうえつけられ、兵隊にとられ、戦後には大勢の帰還者を引き受けて山間部に入植地を切り開き、高度経済成長となると子供たちが金の卵ともてはやされて都会に持っていかれる。工事現場には出稼者たちが持っていかれて、現金稼いできて、こっちへ帰ってきて、みんな病気になったりして。そういう積年の恨みが無いわけではない。

お上に従って来ていいことはなかった。為政者による一時凌ぎ的な農業政策が失敗しても、誰も責任取るわけじゃない。次の官僚が次の農業政策を立てるだけ、上手くいかなかったら、その時その時で、文句を言いだす百姓にカネをやっていけばいいのだという思い上がりもあったと思う。カネで解決しろという農政が続くわけです。例えば生産調整金なんかもそうでしょうし、所得補償もそうでしょうし、要するに減収になる部分は金で補填する、畜産で赤字になったら補填するというような刹那的な対処をやってきている。だから抜本的に農業を考えた時に本当にこれが王道だというのが何一つ無くなくなって行って、米作っていけばいいってわけでもなくなってきたし。野菜もそうだし、花がいいといえどどどと花に、しかも同じ品種に群がる。だから本当に政策と対処の基本は今だに変わらないで来ているのかもしれないよ。

そこにTPPでしょ、この先本当に何が良かったとなるのか、私にもわかりませんがね。ただ、少なくとも今の農家の皆さん方が、例えばTPPで譲歩してしまったら俺達、成り立たない、今度こそ本当に捨てられたなと思うでしょうね、ますます。これまでもずっと捨てられてきているからね。<sup>(1)</sup>

## デジタル化

——経営的には、デジタル化はやっぱりきついですか。

阿部 正直言ってデジタルはわれわれにとっては非常に困難でした。私が5年間社長をやっているうちで4年間はデジタルの減価償却費で赤字決算ですから。それは最初から分かっていたのですけども、やっぱりローカルで40億、50億のキャッシュフローというか、これが出ていくというのはきついです。今までの機器・資材を全部捨てて新しいものを作りなさいということで、開局と同じですからね。これは局が潰れるかどうかまではないだろうけど、かなりガタがくるなどは思いましたよ、デジタル化は第二の開局みたいなものでしたよ。何でこんなに急がなければならないのだという思いはあったのですけども、今考えれば、チンタラ、チンタラやられるよりもドーンとやっ

たほうが、後は楽だったことは間違いないですね。だから6年間の減価償却期を経て、これから機械も更新しなければならないし、いろいろ大変ですけども、短期間のうちに集中させたのでよかったかなとも思っています。本当に激動のデジタルでしたね。

——要するに不幸中の幸いですか。

阿部 とはいっても、やっぱり少なくとも体力がかなりなくなったことは事実じゃないですか。

もう1つは、経営状況と自社番組の制作比率はリンクするんですよね。経営的に順調で広告収入がうまく回っていて、ちゃんと利益が出ている時は、きちんとした良い番組を制作出来る環境にあるんですよ。スポンサーがつかなくてもやるべきものはやれ、お金がかかっても自社でつくるワイド番組なんかも含めてどんどんやれよといえるのです。ところが営業が苦しくなって、先々デジタルもあるしお金が無くなるなどと思えば、何とか少ない予算で効率的な番組にできないかと考えてしまいます。全く制作しないのも拙いから作って欲しいけど、カネはないんだよと。だから例えば今まで1万円かかったものを3000円で同じような番組を作れと、経営者は勝手に都合のよいことをいうのですよ。私がそうでした。自分達のせいで番組を作れない放送局にたくないから、みんな、良い番組作って欲しいし、そうでないと現場の士気も下がってしまいますし。そう思いながら、カネがないとやっぱり貧すれば鈍するで、無理な注文をやっちゃっているのを分かっていた、自分で。

柴田 阿部相談役は昔現場にいて自分で番組を作っていましたからね。

阿部 それで何を考えたかという、あまりカネ使わなくてすむのは社会的キャンペーンだと思ったのです。だから震災前でしたけども、命をテーマにしようと考えました。何より日常の報道や番組で取り組めるわけです。「いのち。伝えたい！」という命をテーマにしたキャンペーンにしました。社会的キャンペーンでやれば、カネ出して新たなものを作らなくても、日常業務の中でIBCは社会的キャンペーンをやり出したと訴えられます、社会的な意味もあるし。

柴田 55周年の時に始めました。

阿部 なぜ、いのちだったかというのは、その時、今もそうですが地域医療がどんどん崩壊していているわけです。全国でもそうですが岩手の中でも都市部と農山漁村部などとの間に格差が生じておりました。いわば地域格差ですよ。医者も来ない、病院も建たない、緊急医療体制も整わない、ドクターヘリすらない。今はあるんですが、ないない尽くしです。そういうように、地方の医療がもう滅びる寸前だと騒いでいた時代に、命って大事だと訴えたかったです。命を守るための環境整備も含めて。たとえば道路の改良は救急車の時間短縮につながっているんですし、マクロな目線で命を守らねばならない。

それからもう1つは、岩手県は自殺者が多かったのですね。残念ながら、毎年、秋田とか青森とかのように東北では自殺者の数の上位を競っています。

柴田 岩手も上位のほうでしたね。

阿部 自殺が多いというのは恥ずかしいことだし、要するに貧困とか不健康が自殺の大きな原因の一つです。だから自殺者を無くすことは、みんなで命を支え合って大切にしたいという事。

よく、私たちは故郷のすばらしさを口にもしますし筆でも書きます。でもふるさと賛歌はこうした自殺者が多いというような負の部分無くしたうえで口にしたいとも思いました。命を大切にしたいうえでふるさと賛歌でありたいと思ったんです。だから自殺キャンペーンもずいぶんやりまし

た。

柴田 そうですね。今でも続いていますけど。<sup>(2)</sup>

阿部 経営者っていうのは、経営状態がよければ何を言ってもいいのだけでも、景気が悪くてカネない時にどうするかというのが、本当の意味での経営者なのです。これがしんどいところですが。——アイデア勝負ができるから、そこで勝負できるでしょう。

阿部 いやー、だけどね、アイデアだけでは…。

まあ、苦肉の策なのですよ、どうしたらいいだろうなあ。要するに地域に対して、IBC岩手放送がどうやって拠って立つかと。各局ともデジタルで苦しんでいるわけだけでも、そういう時にさすが岩手放送は違うよなといわれるためにはどうしたらいいんだというのを、やっぱり社員もみんな考えるし、トップなども必死で考えるのですよね。その時に、アイデア勝負というわけじゃないけども、やっぱり貢献していかなきゃならないと、カネは無いにもかかわらず、がんばることが求められているのです。

——それに関して、具体的には、先程、創設以来のキーワード、弱者とか貧困とかというのに特化したとすれば、具体的に、岩手の民放として、例えばこういう番組でこういうドキュメンタリーをおつくりになったとか。それが地域との関わりを、これがどういう表現しているのだというようなことがあるでしょうか。

阿部 弱者でいえば、IBCドキュメンタリーというのは、体の不自由な人が多かったねという表現をされたことがあるのです。

例えば、最初に全国一になった番組というのが、喉頭癌を患った寿司屋の大将の、声が出るまでの経過を追った「私だって話せる」というドキュメンタリーでした。それが全国1位になったのが、昭和43年(1968年)、民放祭の金賞というか最優秀。それで、おーい、やったなと騒ぎをしたのが最初でした。その後に血友病についてのドキュメンタリーを作りました。それは、隠されていた血友病の皆さん方のドキュメンタリーとして、「血友病と闘うシリーズ」という展開にもなり、難病指定にもつなげました。それから「飛べ、白鳥よ」という筋ジストロフィーを扱った番組とか、聾啞の親子を描いた「お父さん喜美恵と呼んで」、そして角膜移植とかいうように、いわばハンディキャップを持った人達を対象にしたドキュメンタリーとして結実しました。<sup>(3)</sup>

柴田 ハンディキャップで、医療に特化してドキュメンタリーを作っていたのです。

阿部 そうというのがズーッと続いたので、病気と闘うシリーズがIBCは多いなといわれたことあるのですけど。

それとあと、一生懸命つくったのは、貧しさをやっぱりちゃんと描こうという目的意識があって、医療に手の届かないような人達、出稼ぎの人たちの生活も制作しました。さらに東京一極集中けしからんよという気持ちで「東京を撃つシリーズ」というのをやったのです。これは、要するに東京への一極集中で、地方がどんなに疲弊しているかを知らせなければならないという問題意識でした。それをやろうぜということで、報道の記者やディレクター達が集まりテーマごとに取組んで数本のドキュメンタリーを制作しました。「東京を撃つ」はフランス映画の「ピアニストを撃て」をもじったタイトルでした。取り上げたテーマは結構多様でした。例えば農業問題も扱うし、新日鉄釜石の閉鎖の取材、それから北上山系開発の失敗を暴こうぜとか、要するに東京目線で、東京の官僚が机上でプランニングしてやった事業が、現場で、農業部分も含めて失敗している現実を突きつけるというドキュメンタリーでした。

柴田 これは岩手で現実に失敗しているものばかりです。

阿部 それをやっていこうというので、「ガリバーの足跡」とか「砂漠のアリ」というタイトルにして制作しました。いわば俺達はアリだと。砂漠で稼がせられたアリだという主張ですね。そういうひがみシリーズをやりました。やっぱり東京一極に腹が立ったのですね、制作者達の誰にもそうした思いがあったんです。

それから農政の失敗については、早いものでは「ああ、ビート」というドキュメンタリー。砂糖原料についての失敗の事例です。あれは減反対策として提起されたものですが、転作物としてビートを奨励するというので、岩手の農民達は一齐にビートに飛びついた。そして、作ったら砂糖の過剰生産で、みんな借金を作っちゃった顛末のドキュメンタリーです。農政の指導に従った畜産もそうですよ。ある町会議員が畜産もやっていて、経営に失敗したら町会議員の給料が差し押さえられたりするよな…(笑) そういう状況があるのですよ。だから、前沢牛はレアケースなのですよ。ついでにその差し押さえを行ったのは農協でした。

だから農協けしからんという番組を制作しました。とにかく弱者の味方になろうぜというので、組織と戦っている人達ばかり扱ってきました。でも営業サイドからクレームが入ったりして軟化してしまった番組もなくはありませんでしたよ。でも根っこにあるのは国の行政と真っ向から戦って、「俺達はなあ！」という主張をしている人達を大事にしようとしてきた創業の精神があったからだと思ってますよ。それはあえてそうしようとしなくても、自然にそうなったのではないですかね。<sup>(4)</sup>

柴田ズーッとつながっているのですよね、全てが。

——それは、たぶん、意識的ないわゆる社員教育でしなくても、具体的な制作物を見ながら、後継者というか、若い方達には伝承されていくものですね。

阿部 やっぱりものづくりの人達は、前の人達はどんな仕事をして認められたのだろうというのは気になりますし。だからそういうのは無言のうちに学ぶことじゃないですかね。僕らも先輩ディレクターの教えを受けたわけじゃなくて、酒飲みながらも、どういう番組で、どういう考えだったかを話していたことが、無意識のうちに伝わってきて、それが後輩へと伝わっていく。それが伝統になるといえるのでしょうかね。

柴田 刺激を受けるのですよね。そしてみんな伝わっていったのですね。その一例として、IBC特集というのがありました。

阿部 IBC特集というのがあるって、これはゴールデンの放送をあえて編成したのですけれども、ひところは視聴率35%も取ってすごい番組でした。他の地方民放局では、ゴールデンで1時間やったりしている局もあった。鹿児島とか信越もそうでした。それならば俺達もやろうぜということになりましたが、編成上では30分しか取れないというので、ゴールデンで30分でもいいからやりたいと云って始めました。いえ、正直言えばやれよって業務命令を下されたんですよ。やりたい気持ちはあったんですが現状の仕事にアップアップの状態でしたから少しは抵抗がありました。前に言ったように、その制作に入ったころは経営的に大変いい時代でありました<sup>(5)</sup>。でも、週一回のドキュメンタリーは少人数で大変でした。

柴田 でも、あれでみんな力をつけましたね。

——上りはまったく無しで？

阿部 ありませんでしたね。もともとローカル局が全国放送できる枠などありませんし、キー局も積極的に取り上げはしません。かろうじて受賞作品なんか番販で他局で放送されるぐらいでした。ですから私などは他局で放送してもらえんだからコンクールで入賞しろと檄を飛ばしたものでした。番組の審査員などからは地方局は本当に頑張っている番組を作っていて頭が下がる、などと云った講評を読んだりしますが、それどまりです。全国的に評価されなければ、地方局それぞれがどんな番組を作っているかも知らないんです、めったに見る事さえない。そんな中で全国放送できるたった1つの枠というのが民間放送教育協会の「親の目子の目」という30分の番組でした。今は企画内容が変わっておりますが、その文部省の枠が唯一の全国枠でした。この民教協というのは結構古い組織で、テレビ朝日がキー局となっておりますが、系列を超えたネットワークを作っております。当社はTBS系ですが制作力をかわれて参加したと聞いております。そんな関係で古い局が多くTBS系の局がかなり参加してるんです。その30分枠に各局が順繰りに制作して発信できました。全国に発信できるというのがやっぱり大変ありがたいことで、地方民放が無条件で全国に発信できるレギュラーの場としたら、これぐらいなもので大変ありがたい枠でした。

あとは、ローカルが上れるというのは、何十周年だからTBSさん、1時間、枠をくれとか、こういうものがあるからやらせてくれないとか、せいぜいそういう枠しかありません。昔は持っていたのですが現在のTBSはドキュメンタリー枠がないし、  
——ドキュメンタリーとしてきちんとやっているというのは、深夜になったけどNNNだけですね。

阿部 その後、フジが年間1回ぐらいずつFNNドキュメンタリー大賞みたいのをやっていますね。枠として、ローカルは本当に全国に見てちょうだいという事が出来ないのですよ。特にTBS系は昔からなかった。地方局がドキュメンタリーを発信しようとしたら報道特集とか、ああいうのと組んでやるしかない。そういう意味ではローカルが本当に「全国に問う」なんていうのはない。  
——それは経営的な理由ですか。

阿部 何でしょうね。キー局に聞いてほしいのですが、商品価値がないという事なんですか。確かに視聴率は取れませんが、でも我々は報道機関に身を置いているという意識なんです、お笑いの方がいいんでしょうね。残念ですね。

柴田 新しくこちらのTBS系列の「Jブランド」という番組名のドキュメンタリー枠ができたのですよ。うちの系列28局ありますけども、元気な局がつくる場、発表する場がほしいと言い出して、スタートしましたが、今はもうなくなっちゃいました。その後、JNNのドキュメンタリー番組として「報道の魂」が立ち上がり、各局の記者たちがルポルタージュしています。  
——つまりどういう形であるか別として、そういう全国に対して問いかけをする、例えば貧困だとか医療の問題とかいうようなことを問うのは、実はそれは、ローカルはケース事例であって、日本の医療問題を問うものですよ。

阿部 そのとおりです。でもこういう番組は、市場原理主義じゃないけども、スポンサーがつかないわけです。視聴率という市場原理に基づいた経済的な裏打ちが求められるんですよ。もともとドキュメンタリーなんかで七面倒なことを放送したって一文にもならない。売れないのならやめようよ、こうした論理でメディアが自制してしまっている部分があります。自粛、自制になっちゃうわけですよ。第一お客はそんなの求めちゃいないのよ、ってなことで、お笑いをのつけたほうがずっとカネにもなるしと。

活字メディアと電波メディアの違いはそういうことです。新聞の場合は広告収入もありますが、販売という世界があるから別のところでも稼げます。ところが民間放送の場合は、全部、番組＝スポンサーという形になって、即お金と直結しているから、どうしてもそういう高邁なのは売れないから要らないという結果になります。そういう流れの中でテレビ番組が健全に育っていくんないのですが、そうはなっていないと思うんですよ。うがった見方をすれば東京のキー局も地方のいろんな声を吸い上げる必要性は感じていてもなかなかできない状況にあるのかもしれない。だからそういうことにお金を出すスポンサーがいれば、地方の番組をみんなで見ようじゃないか、考えようじゃないかということになって枠が確保できると思うんだけど、残念ながらないのじゃないか、考えようじゃないかということになって枠が確保できると思うんだけど、残念ながらないのじゃないか、考えようじゃないかということになって枠が確保できると思うんだけど、まあね、メディアの人間が、同じメディアでこういう悩みをいうということ自体、おかしいのだけれどもね。(笑)

——他方では、NHKがどんどん民放化していますでしょう。番組予告の形を取りながら、コマーシャルを流していますよね。

柴田 それだけはいつも怒っています。民放であれば、枠が最低でも1分ぐらいあるんですけど、今、1分以上、NHKは1分以上使っていますからね、番宣に。CMばかりやっていますよ。広告ですよ。

——われわれはそのためにカネ払っているわけじゃないのですけどね。

### 3・11への対応と課題；地方の目線の再確認

柴田 キャンペーンをやっている最中のまさにその時に3・11が起きてきたのです。

——社会的キャンペーンで「いのち。伝えたい！」という岩手県の地域民放としての地域との共生を実施している最中に3・11が起きたのですね。今もそのキャンペーンは継続されていますか。

阿部 継続してます。しかし、3・11が勃発して震災報道に追われましたから。わが社にはデジタルの波による衝撃と3・11の波による衝撃が同時に来しました。

柴田 初代社長がメッセージを送りましたよね。それがずっと続いているのですよ。途中でお話があった、貧困とか開発とかいろんなテーマ。その次に出てくるキーワードは弱者というキーワードがあって、命もやっぱり弱者の流れ中で、ズーッと続いています。いのちキャンペーンを展開したのは阿部社長の時代ですけども、そこを経験していたからこそ、3・11がいろんな意味で私たちに地域放送の意義を再確認させていると、私はそう思います。やっぱり、会社の創業精神に流れている弱者応援みたいのがあって、あるいは世の中のおかしいことに提言するとか問題提起するとかという精神です。報道の番組とかでもいろんな展開をしてきましたよね。

——キャンペーン番組をやって、キーワードが生きて3・11につながってくるわけですね。

柴田 3・11、キーワードはいっぱいあるのですけども、弱者もそうですが。まずテレビで「おはよういわて」(1971年4月スタート・1980年9月終了)というのをやっています。朝の8時台に1時間。全国にも先駆けの番組です。それは本当にいい報道情報番組でした。手紙とかで、県民からこういう市町村でこういう問題が起きているとかという情報がどんどんくるのですが、それに局として直ぐ反応しました。その意味では、県民と一緒に作っていった番組と云えます。おかしいことは正していききました。そうした番組作りで私たちも力をつけていったのですね、ドキュメ

ンタリーも含めて番組作りということを学んでいきました。

そうこうしていると今度は、夕方に「ニュースエコー」というローカルワイドニュースが1977年（4月）に始まっているのです。それも「おはよういわて」の中で、そういう県民と一体となった番組作りをしていく中で、その経験が生きて、夕方のニュース番組につながっていったのですね。

その中でも全部つながっているのは、初代の社長の精神ですね。中国残留孤児問題も逸早く取り入れましたね。あれは全国ではまだあんなに騒ぐ前から対応しました。

——残留孤児が出てくるのは、90年代か80年代後半だと思います、積極的に取り上げられたのは。

阿部 岩手のケースは黒龍江省でしょう。

柴田 厚生省が残留孤児問題を実施する9年も前に岩手は取り上げたということが記録であります。

——ということは70年代から80年代初頭ですか。

阿部 そうですね。

——ということは10年ぐらい早いんですね。

柴田 「おはよういわて」が始まったのは昭和46年ですから、その流れですね。国が動き出す9年前から取り上げました。

柴田 そういうようなことで力をつけながら、「おはよういわて」の中で取りあげました。私が聞いているところによれば、対象となると思われる人を実際にスタジオに呼びました。

阿部 県北の人達じゃなかったかな。

柴田 そうです。

阿部 私はその所をうろ覚えなのだけど、冬ね、その中国の人達が階段の外に座っているからどうしたんですかと訊ねたら、中は暑いと、ストーブで。部屋が全部暑いって。エッ！と思ったことを覚えているな。外はたいへん寒かったんですけどね。ふと、この岩手から満州や南米に移住せざるを得なかった人たちもなかなか土地に馴染めずこのようだったんだろうかって。この国は棄民じゃないですが、地方をないがしろにしてきたなって思うんです。そんな思いがあるから原敬が一山百文といわれたこの賊軍の地から大臣になった時は提灯行列ですよ、おらほの国から初の大員誕生でしたから、そして総理大臣に。反骨の精神、それは流れているんでしょうね。「おはよういわて」という番組が多くの支持をいただいたのは、徹底して弱者の味方をする、そして不正を許さない、というスタンスが多くの共鳴を貰ったからだだと思いますよ。

——今の話でもキーワードが結局生きてきて、3・11でもやっぱりキーワードは生きていますね。

柴田 また偶然に、3・11の総指揮を取ったのは社長です。

阿部 総指揮って云えばカッコいいですけど、その時にたまたま社長だったからですよ。

柴田 緊急放送体制というのがありまして、Aランク体制だったのですよ。緊急体制がABCDEまであるのですけれども。Aというのは社長指揮のもとでラジオ、テレビとも放送をする体制です、その時が阿部社長ということで、めぐり合わせでしたね。

柴田 全市町村に被害が及びました。

——福島はもちろんそうでしょうけども、でも、宮城県はもちろん入らないわけじゃないけれども、いちばんリアスがといたら、三陸がつく以上は、もっとも強いのは、田野畑とか…

阿部 地形が複雑な海岸ばかりですから。リアスだから津波はどんどん寄せ集まって湾の奥に押し寄せるわけですよ。高くなって。

柴田 ぜんぜん違いますよね、宮城とは。

阿部 違うんだよね、長い海岸にくると、集まって高く盛り上がってくるのでは。

—IBCの場合には、3・11の際に一番の問題というのは何だったのですか。

阿部 発災した時は、社員は連絡取れないから、生きているかどうか、まずね。それは当然、気になりました。とにかく連絡手段が全部だめでした。情報が取れないんです。手足をもがれた放送局でした。

それから、津波って、私たちも見たことないですよ、過去の歴史で知ってはいましたが。例えば、明治29年、昭和8年の三陸大津波、昭和35年のチリ地震とかあるのだけでも、津波の襲来そのものは見たことないわけですね。だから地震のたびに、津波くるかもしれないというので、岸壁や海岸に行って、今、水面が高まりましたとかを語るのですが、知らないわけですよ、津波の怖さを。だから記者は岸壁に行くんですよ。ただ、中には、記者でも「はい、浜から離れましょう」と自分で言いながら取材した人間がいることはいるのだけでも、消防だって警戒を目的に浜に行くし、恒例のように水門を閉めに行くんです。今回大勢がそうして亡くなっています。お天気カメラ、情報カメラで、津波の襲来の映像を見て、初めて、これが津波か、すげえなあという感じ。その瞬間がモニターに映し出された時悲鳴がスタッフから漏れましたからね。それでもうパニックになるわけです。

柴田 宮古でしたね、あれは。

—定点カメラとして置いてあるのですね。

柴田 ええ。それが生でこっちに映像が入ってきた。

阿部 生で情報が入ってきましたが、たぶん、あれは日本初めての最初の津波の映像だと思っているのですけど。

—あれはすぐ上（のぼ）りましたからね、生のまま。

阿部 中継したから。

柴田 この映像です。それは、われわれも見てびっくりしたわけですよ、本社で見ていて。

—車がね…なるほどね。

柴田 流れてきたのですよ。

阿部 結局、なぜこれが放送出来たかという、実は今、中継のカメラなんていうのは、光回線でやっていたりするでしょう。この津波を送った回線は違っているのですよ。空と空、FPUというマイクロウェーブでつながったカメラで、しかもバッテリー内蔵だったのですね。地震や停電でほかのカメラはダメになった時に、これは生きていました。バッテリーでしばらくは映るわけですよ。津波を映した後バタッとそのあと切れちゃんうですけども。凄い映像でした。初めてそれを見て、その時に、俺達とはとんでもない歴史的出来事の真ただ中にあるのだから初めて気がつくわけですよ。でも、県内全域停電、通信ダメ、道路ズタズタ、社員の安否も確かめられない。どうなっていくんだろう、って。

柴田 営業マンもいましたからね、現場に。

阿部 実は、津波がくる2日前（3月9日）に訓練をやっていました。



柴田 その時にも実際に津波がきたのですよ。その時は20センチぐらいの小さな津波でした。最大60センチでしたか。3・11の2日前にあったものです。その時も警報出たのです。20センチぐらいでも津波は津波なのです。だから2日後の3・11の時も、あの沿岸の人達はたいしたことないと思ったのでしょうね。警報は出たものの、いつもより揺れは大きかったけれども、大津波警報で「大」がついちゃった。それで3メートルぐらいとっていましたが、最初。実際には3メートルどころじゃなかったのですよ。

阿部 いちばん最初、ラジオは20センチとあって、第1報が。だから、私は本当にこの発表の仕方について、後で考えたのですが、報道機関はもともと気象庁の発表とか、それを鵜呑みにして出すのだけでも、出さざるを得ないのですけども、私共にも罪があるなと思うのですよ。3メートル、6メートル、それから10メートル超。10メートルの発表を伝えた時には津波は来ていましたからね。それからマグニチュードも徐々に上がるという発表をそのまま流しました。むちゃくちゃでしたよ。

柴田 最大9までなりましたからね、7から。

阿部 最初の発表は大事ですよ、それで人々を安心させてしまったことについて、この野郎という思いはずっとありますし、俺達も罪なことをしたなという意識はあるのだけでも。実はこの大震災では、それまでの訓練なんかでは何の役にも立たなかったのです。津波を受けてきた地元局として、地震があるとすぐ沿岸部での津波を反射的に意識してしまいます。万一に備えて訓練もやって来ておりました。その訓練内容は、たとえば記者は中継車に乗って現場に行き取材して、それから連絡は携帯とか無線とかいろいろ使ってやってとかね。映像はこうやって送ってとか、誰それは電話で市町村や警察消防の情報を取る、ラジオはこうする、などなど訓練をやっているわけです。しかしそれが3・11では全部、役に立たなかった。ほんとうに役に立たなかったんです。——まったく同じことを河北新報の人が仰っていました。全く役に立たない事態だったということ。

柴田 本社と連絡がつかないのですから。

——どこに誰がいるかもわからない。携帯そのものが使えなくなっている。

柴田 あと、停電でしたものね。

阿部 停電ですね。だから、そういうスクープ映像、普段だったら大変な映像ですよ、これを被災地で誰が見ているのだろうと思った時に愕然としました。津波が来ているすぐそばを車が走っていますよ。ラジオで呼びかけたりしても、走っている方も状況が把握できないんでしょうね。問題はわれわれのサービスエリアの地元の人達がこの恐ろしい現実を誰一人見ていないことに気づいてぞっとしました。停電は致命的でした。

——そうでしょうね。当事者の、その時に浜の人は見られない。

阿部 小川さんみたいに遠くにいる人が、すげえなと思って見ているのだけでも、浜の人達は見てない。それによってすぐ逃げるわけでもない。要するに全部遮断されちゃってね。これはショックだったね。何のために俺達はあるのだ、みたいな思いでしたね。もし、停電もなくテレビで情報が取れていたら津波襲来を見て自宅から飛び出して避難した人たちが多くいたんじゃないかと思えますね。その瞬間、地元のテレビは地元の役には立たなかった。一部、カーテレビやワンセグが見られたとしても。悔しいですね。

私が最も頭にきたのは、東京とかからどっとメディアが押し掛けてきたけども、やっぱりその目

線の違いを思い知らされましたね。誰のための放送、報道をしているかってことです。私達は、うちのラジオがやっていることは正しいとは思っていたのです。要するに、どこを見て放送しているかということです。ラジオの場合は、岩手の放送だから、地元のリスナーに向けて一生懸命放送しているわけですよ。ところがテレビは、全国ネットに向けて、要するに全国の国民に向かって放送しているわけですね。全国の視聴者に向かって被災地に背を向けてリポートするわけですよ。キー局はそれを我々に求める。それも分からんじゃない。でもわれわれは被災地に背中を向けて、被災地はこうですよって全国の視聴者を主役にはできないんですよ。IBCラジオが正しいというのは、被災地の放送局としては当然被災者のための放送でなきゃならないと思うんです。向く方向は被災者・被災地です。でも全国情報も必要とのことで東京のラジオ番組をネット受けしました。そうしたら、何をやってたと思います。帰宅難民の話題ばかりでした。要するに場所場所で必要情報が違うという事、ラジオというメディアは身近な情報を得るには恰好なものだったことです。ですから再びネットに乗ることはせずにひたすら被災者向けの放送を百時間以上続けました。そういうことから、キー局と地元局のスタンスの違いというものをすごく感じました。確かに、他方では、ネットワークが世界に開かれているからこそ、ここで起きたことが世界中でわかるのです。マクロな視線も必要なわけですし我々もJNNという系列の一員でもありますから。ですから、系列局の多くの応援をいただきながら、全国ネット用、ローカル用と一部棲み分けしながら共存しましたが、いろいろ考えさせられました。我々は、平生、地元の放送局だ、地域密着だと言っている。にもかかわらず、今回のような地元の人達が非常に苦しんでいる時に、地元の問題に答えずにキー局からの要請に応えるようなあり方は、何だろうかなと非常に感じましたね。やっぱり私たち地方局はキー局のぶら下がりだったのかなという感じでね。

確かにネットを通じて地元の状況を伝えていくという仕事は大事なことなのですよ。それも大事だから無視できないけどそれだけじゃないだろうと考えて苦肉の策として、ラジオが放送をやっている所にカメラを持ち込んで、柴田プロデューサーのもとで、地元向けのラジオ放送とテレビ放送とをサイマル（同時放送）にして放送しました。

柴田 サイマルで。1カメですけどね。

阿部 ラジオは何やっていたかということ、例えばミルクがなくて赤ちゃんが危ないとか、水がないとか、人工透析のピンチですとか、いろいろ情報が入ってくるわけです。そうするとどこの被災地では何が足りない。何が求められてるとかが流れる。そうすると、ミルクが届けられ、どこへ行くと人工透析ができますよと連絡が入る。また、どこそこ地区の小川さんはここにいます、元気ですよというような情報を一生懸命やっているわけですよ。安否情報ですね。

柴田 それで名簿を読み上げたりしたのですよね。生きている人の名簿を読んでいるわけです。探しているわけですよ、自分の身内はとか親戚はって。それでみんなラジオを聴いていた。

阿部 そういう放送をラジオはやっているわけです、ズーッと。百何時間やっているわけですよ。私はこれこそが本当のローカル放送、地域放送だと思います。地方の放送局としては、これをテレビで視聴者に向かってやりたかった。それがわれわれの基本です。

ただ現実には、停電なので無駄なのだけでも。無駄というか、そのあと復電になるのだけでも、いくらそういうのをやりたいと思っても、現地ではテレビを見られないし、そんな悠長にテレビを見ているような状況でもないし。ただ、言いたかったことは、地方に生きてきた地方局としては、あ

あいう大災害の時に何がいちばん正しい伝え方なのだろうかということを考えました。私たちが奉仕する相手は、キー局とか系列局じゃなくて、地元の人達で、その人たちに返さなきゃならないのであろうという気は、ずっとあるわけですよ。

あるフォーラムに私が出た時に、地方局として、誰々さんがここに生きていましたとか、赤ちゃんのミルクが足りませんとかって、そういうことをメディアとして伝えたいといたら、キー局の人は、「それ、ニュースじゃありませんよね」というわけですよ。確かに、これはニュースでないかもしれないけども、キー局の人は、これは報道だ、これは情報に過ぎない、これは何なにだと、そういう区分け、やっぱりするのだなというのを感じました。私は、そんな区分を取っ払って、我々が伝えるツールを持っているのであれば、これがニュースだか、それはニュースじゃないですよ、情報でしょうとかっていうそんな区分は何だろうかかと考えました。私はそう思ったのですよ。特にも大災害なわけで。ただ、キー局の人はキー局として、ニュースとして何を選択し、どう整理して出さなければならないということですね。要するに、キー局のスタンスとローカルのスタンスは、イコールでないのですよ。ローカルはごった煮でも結構なんです。それでもあの時に私たちは被災地の被災局なのに、何をやっているのだという思いもなくはなかったのですよね。やっぱりラジオとテレビのメディアの違いと、ローカルとキー局とのスタンスと、これはやっぱり実感せざるを得なかったのですよね。ただ、キー局や系列局から人と機材が来るし、スタッフの食料は毎日のようにキー局が東京から送ってくるし、生命線の放送用の自家発の油は手配してくれるし、今でも感謝です。

もう一つ大変気になった事がありました。災害時、各局のモニターテレビを一番見比べていたのは私だと思いますが、これでいいんだろうかと思ったことがありました。NHKを含めてどの局も同じスタイルで同じ内容の放送をしておりました。取材場所が違って津波被災地の状況、避難所の様子、対応する行政の姿などほとんどが同じ内容と言ってもいい状況でした。当然取材競争ですから新しい話題を探すわけです。しかし、なんともやりきれない気持ちで見えておりました。各局の選挙開票速報番組に似ております。今思うに、今後も大震災ほどの大きな出来事があった時、NHKも含め、例えば横並びに災害を報道するんじゃなく、安否情報専門局とか生活関連情報専門局とか取材情報の棲み分け、被災者と視聴者とのキャッチボールなど、ニーズにこたえるテレビメディアであればどんなに役立つことかと感じております。

ラジオも同じで、今回はNHKとIBC岩手放送、それにFMいわてでしたが、ほとんどの聴取者が聴いているのは調査結果ではIBC岩手放送でした。というのは、NHKは、時たま全国放送を入れるので地元の要請に応え切れていない。FMは日ごろの聴取習慣もあったかもしれませんが、スタッフが少ないこともあったと思います。そういう意味ではIBCがニーズにある程度こたえていたためだと思っております。また後のアンケートで、いつも耳慣れたアナウンサーの落ち着いた話に随分と安心をもらいましたという声も多く聞かれました。ただラジオもテレビと同様で、今後は非常時には棲み分けも考える必要がある。例えばFM局が安否、安全情報に徹するとか、IBCは災害情報と生活関連情報とかに特化するとか、NHKを含めて検討するなど課題にできればなどと思いました。あの最中でも、もしもそうした提案を柴田プロデューサーの下で各局と話し合えたら…でも、それどころじゃなかったしね。

柴田 あれぐらいの大災害になると、やっぱりそういう対処が必要ですよ。現状では、台風で

も何でも、全局同じことをやっているわけですね、基本的には。棲み分けすれば、例えばライフラインだけでも情報を伝えるチャンネルですよ。あとは安否情報だけのチャンネル、あるいは生活情報とか。あるいは、実際、災害の様子を伝えるチャンネルみたいなことになるでしょうね。

阿部 だって、アンケートで、被災者が何を求めたかについて後で調べると、あの人はどうなったという安否情報がいちばん多数の希望として表れています。全体的な情報もさることながら、あの人はどこにいるんだろうという安否情報のニーズが高かったんですね。その要求に対して、テレビ局はきちっとローカルでも応えていません。応えたのは唯一ラジオでした。だからラジオが見直されたというのは、やっぱり被災者にとって有益な情報が、ラジオにはいっぱいあったからです。テレビは客観報道みたいなもので、津波はかくかく、云々、説明解説ばかりになって隔靴搔痒、ほしい情報がなかなか入ってこない。こうした、当事者意識、地元意識の低さが要望に対する感度の鈍さになったのだから、今後、各地で災害が起こった場合、また同じ繰り返しになるのではという危惧から、一つの警鐘にしたいと思うのだけでも、なかなかね。

——調査のデータというのはどこかで開示されていますか。

柴田 それは開示されています、民放連で。あれはデータがけっこう細かく出ています。

阿部 何がいちばん有用なメディアでしたかとか、一番ほしい情報は何だったですか、あなたは どうやってこの災害を知りましたかとか。などの調査結果がまとめられています。

——3・11の際のメディアの違い、ラジオ、テレビの違い、それからキー局、ローカルの違いということ、認識をはっきり持たれたというのですけども、今回のケースで考えれば、地域の民間放送、地域メディアとしてのテレビの機能とか役割は、今後どのような変化が必要とお考えでしょうか？

阿部 災害のあるなしに関わらず、逆発想すればわかるのではないのでしょうか。例えば、テレビがNHKだけだったら、おそらく地元の人達は、地域の情報が少なくても、そうしたもんだと分かっていますから、不満はあっても受け止めてくれると思います。第一、地域枠も少ないですし、地方にとって大きな出来事でも全国からするとそれほどのことではないんだろうなって。それにNHKの体質として、転勤者が多いわけで、地域に対する本当の愛着がやっぱり低いと感じてますよ。しかし現実には今、岩手ではNHKに加えて民放4系列が存在しています。地元の情報源として定着していてより細かに地域情報が手に入ります。そして各局とも地域との共生、地域密着を標ぼうしています。もうテレビメディアはすぐ隣にある日常になってると思います。そうしたテレビ局が無くなったとしたら大騒ぎになるでしょう。ですから私たち地域メディアは喜怒哀楽を共にする運命共同体だと思うんです。それは地域にべったり、阿ねるってことではなく私たちの役目を十分自覚したうえで。

それからもう1つは、IBC岩手放送としては、地域情報そのものを、少なくとも外に発信してくれよと求められてるんです。例えばグルメならグルメでも、何でもいいのですよ。テレビでやってくれて、あっちからも客来たよと。こういう珍しいものがあるよって紹介してくれたよと。地方テレビ局というのはそういう部分でも役に立ちたいし、県民からはありがたい媒体だと言われる存在でいたいんですよ。

要するに報道とかニュースとかを高飛車な啓蒙してやろうという意識ではなく、ここに面白いおじさんがいるよというようなことまで、テレビでやってくれたといわれるような身近な存在ですね。

ですから、3・11を契機に我々地方局の役割が大きく変化するってことはないわけですよ。変化があるとすれば、徹底して地域に奉仕するという決意をより強くするってことですかね。当たり前のことですよ。

つまり、我々の存在は、地元で吹いている風みたいなもので、常にこの辺りに吹いていて、特に有り難みを感じないけども、無くなったら、いやー、すげえ大切な嫁さんを亡くしたなという感じの存在、地元テレビ局というのはそれでいいのでないのかなというようには思っているのですが<sup>(6)</sup>もね。

## 地元企画

——最後にもう1点だけ教えてください。地元との企画でいろんな、IBCが中心になる場合も、それから協賛、共催する場合もあるでしょうけど、そういうものはどれぐらいありますか？

阿部 各県の民放さん、みんなやっているとありますが、事業関係は日常業務ですからね。特別ってのは周年事業の時ですかね、大きくやりましたね。開局何周年とか。

開局の時に、ほかでやってないことをやろうというので、例えば宇宙博覧会とか、岩手には動物園が無いというので、動物園を連れてこいとかね。昔の話ですけどね。

それから、当時、千昌夫とか高橋圭三なんかいたので、ステージショーをやったりしました。文化的な事業としては、開局30周年記念に『遠野物語』という映画を作りました。森敦の『月山』をつくった鐵プロ（村野鐵太郎監督）と俳優座と組んで、仲代達矢主演で作りましたが、たまたまこの映画が、イタリアのサレルノ国際映画祭でグランプリを貰いました。それをきっかけに、遠野市とサレルノ市の姉妹提携の間を取り持ちました。大変感謝されたのは「岩手百科事典」の出版でしたね。今でも役に立っている事業でしたね。同じ頃子供達をサイパン・グアムへ送る「IBC少年少女友情の船」も周年事業としてスタートさせてますね。それから、また「新渡戸稲造」のドキュメンタリーを作って全国放送をしました。そういう周年の時でしか、TBSは編成を空けてくれないのですよ。ですから周年記念は全国ネットの番組、例えば「北上川とかっぱたち」などの番組を発信することがメインになっていきましたね。吉村貫一郎を主人公にした『壬生義士伝』<sup>(7)</sup>の映画でも周年で資本を出したりしました。というのは南部藩の話です。

その他にもいろいろなイベントやりましたが今でも続いているものが、IBCカップというアマチュアゴルフトーナメントです。当時、ゴルフというのは一部の人達の楽しみだったのですが、アマチュアゴルフ選手権をうちが主催してやろうということになりましたが、それが四十何年続いている。

柴田 今年41回です。IBC祭りは31回です。

阿部 もう1つは、IBC杯招待ラグビーというイベントを毎年行っています。現在47回です。かつては、長年、ラグビーでは新日鉄釜石が強かったのです。高校では秋田も強かった。そこに、田沢湖線という秋田との鉄道が開通したので、それを記念して、お互いラグビー県だから、ラグビーをやろうということになりました。まず、ラグビー親善試合を秋田の高校代表と岩手の高校代表でやりました。もう1つは招待として、新日鉄ラグビーと前年度の大学チャンピオンとの試合を同時開催でやったのが始まりです、今は新日鉄が弱くなって、釜石シーウェイブスというクラブチームになってしまいました。だから今では大学のチャンピオンも断ってきますが。前は是非、新

日鉄さんとやりたいという状態だったのですが。今でも毎年どこかの大学を招待しております。早稲田とか慶應とか単独チームがきて釜石シーウェイブスとやっていますけども。それも40年以上も続いています。

それからもう1つは、ニッポン放送もやっているのですけども、「ラジオチャリティミュージックソン」というのをクリスマスに24時間の放送をやっています。これも周年番組としてスタートしたものでした。体の不自由の人のためのチャリティーコンサートをやりながら、街角に立って全県で募金をしています。1000万円以上集まった募金をいろんな施設に配分しています。われわれは、これをマラソンとラジオをかけて「ラジソン」と言っていますが、「チャリティーミュージックソン」、これが37回です、今年で。そういういわば周年事業としてやったものが、ズーッと残っているのです。

あとは、いろんな文化イベントとか、スポーツイベントとか、IBC杯という名前をつけたスポーツ冠ものの実施や地域を応援する意味でいろいろやっているのは、どこも同じだと思います。こうした事業は結構岩手日報社との共催が多いんです。

——お忙しい中を本日は長時間にわたって非常に興味深いお話をたくさんいただきました。誠にありがとうございました。

## 注

- (1) テレビ開局50周年スペシャル番組として、「病院」「交通」「自然保護」「戦争と平和」「文化」「スポーツ」をキーワードに番組を製作した。
- (2) 開局55周年キャンペーンとして、「命を守ること」に向き合い、命が粗末にされている現状を伝え続けている。
- (3) 主な関連番組／「私だって話せる」「血友病と闘う」「角膜移植238号」「シリーズ岩手に生きる」「翔べ！白鳥よ」「お父さん喜美恵と呼んで」「神様からの贈り物」など
- (4) 主な関連番組「風の爪痕～検証、北上山系開発」「山の声届かず」など
- (5) 「IBC特集」は、90年代に向けて岩手の再構築への取り組みとして誕生し、岩手の再発見&岩手に刺激を！とゴールデン枠で発進した。
- (6) 東日本大震災でのIBCの合言葉は『ふるさとは負けない！』。未曾有の大災害に立ち向かい、ラジオ・テレビの放送記録を編纂。震災・復旧・復興を記録したDVDは、後世に残し防災に活かす教訓とした。発生から108時間放送を続けたラジオは、人々に勇気を伝え続け、「その時、ラジオだけが聴こえていた」として、またリスナーから寄せられた体験手記「未来へ伝える」は、語り継ぐ震災の声の記録として共にCDブック化された。IBC復興支援室を立ち上げ、被災地に寄り添いながら、復旧復興への情報収集、番組発信を続けている。ラジオでは、震災チャリティー番組の放送とIBC震災募金への協力を呼びかけている。
- (7) 開局周年企画／20周年「祭り・いわて開催」「ラジオ緑いっぱい運動展開」25周年「岩手百科事典刊行」「ラジオチャリティミュージックソン開始」30周年「映画・遠野物語製作」「NASA宇宙科学博開催」「テレビ太平洋の橋・新渡戸稲造製作」35周年「少年少女友情の船実施」  
開局40周年「世界アルペン開催」「ふれあいの翼実施」45周年「デジタル化委員会発足」「岩手地名辞

典刊行」50周年「映画・壬生義士伝製作」55周年「いのち。伝えたいキャンペーン展開」60周年「映像集DVDいわてアーカイヴの旅製作」