

地域メディア研究会 第一回会議経告書

平成 16 年 3 月 26 日（金）

進行：熊倉 徹

第一回準備会テーマ：企画趣旨と意見交換（今後の方向性の検討）

1. 地域メディア研究会の企画趣旨

まち研空創店舗の一員として「中心市街地活性化」を目指し様々な取り組みをしてきた結果、中心市街地活性化のためには「地域コミュニティの再生が不可欠」で、そのためには「地域メディアの必要性・重要性」を痛感しました。

全国各地で発信エリアを限定した「地域メディア」が再認識されている。館林市でも紙・イベント・電波等様々な「地域メディア」が生まれてきています。（もしくは存在していません。）

館林や周辺を含むエリア内でのコミュニケーションを活発化し、元気なまちを創造していくために地域メディアのあり方や運営方法、成功のための要件（コンテンツ）を皆様と学んでいきたいと考え、地域メディア研究会を提案いたしました。

2. 自己紹介

省略

3. 意見交換会

【まとめ】：意見交換会で出された皆様の意見のまとめ

各地域メディア（ラジオ、地域誌、地域新聞、イベント等）ごとに、先行事例を見て、運営形態や実際に行っている企画、扱っている情報とその反応などをみてみたい。

館林における各メディア間の情報のやりとりといった、メディア間の横の連携が図れないか。また、館林にはどんなメディアがあるのか（メディア名、発行日、連絡先など）一目で分かるようにまとめてみてはどうか。

【次回会議に向けて】

- ・今回出された意見をもとに、具体的な取り組みについて検討する。
- ・他地域でのメディアで、何かおもしろいものがあったら持ち寄って検討材料とする

意見交換会内容報告

シャトル記者米村さん - シャトルは基本的に上毛地区中心に配るものです。日々の発行に追われてしまい、記事が行政発の情報になってしまっている部分があるので、もっと老若男女が楽しめる内容を盛り込んでいきたい。現状の課題をあげると、**地域の取材をしていても取りこぼし情報があるのではないかと思う**。さらに地域の人から情報が少ないので、人と人の繋がりが大切になってくるが、どうしても上手くいかない。これらをどうやったら減らす事ができるのか？

猪俣さん - エフエム MIT において毎週木曜にラバタブ café をやり、いろんな情報を掲げてやってる。情報の世代割はやりたくないから、音楽（レゲエ等）を中心に進行している。**情報の垂れ流しも起きている状態もある。（視聴者のレスポンス・反響が見えてこない）**そのような点では各地の FM ラジオについて代表者の話を聞いてみたい。

熊倉さん - 館林祭もアンケートや反響を聞くことが少ない。

関東新聞清水さん - 私の会社では、新聞の配布や集金の際に記事の反響やこんな情報取り上げてよ、といった読者の意見を聞いている。情報は多く存在しているけど、ネタの取上までは届かない。

まち祭実行委員吉田さん - まち祭のレスポンスについてはアンケートや出展者の反省会、一般の人からの声を聞き、いかに関わってもらえるか、まち祭をつなげていけるかをかんがえている。

関東新聞清水さん - 大手の新聞社とは違って地方新聞は商売にならない。その上、インターネットの流行る時代に新聞がいつまであるのかという心配もある。若い子があまり新聞を読まなくなっている。

九州のある地方新聞で、80 歳のおばあさんがリポートをやっていて多くの購読者を獲得しているという事例を読んだ事がある。

有料サイトを作っていこうかという案もあるが日々に追われていて大変。

館林から転居した人へ情報提供をしたらどうか？

猪俣さん - ネット、電波、紙の媒体の質は違う。

三田さん - 今はネットで新聞が読めてしまう時代であり、携帯でも簡単に情報を引き出せる時代である。

熊倉さん - これをやったらうけるだろうなという企画や情報について、意見を下さい。

猪俣さん - エフエム MIT で音楽を流したりしているが、特に世代割をしているわけでもない。逆に世代割をしたらレスポンスも大きくなる。

広報は輪切りが太すぎて記事の公平性という壁が高くなっているのでは？

熊倉さん - 地域の人からネタがまわってくるようになったら楽しいのでは？

猪俣さん - メディアに参加する人が増えた。メディアの提供が勝手にできてしまう。だからこそプロにない密接な関わりがあるのではないか。

市民活動推進係野村さん - トイレトペーパーZ はカラー刷りでトイレに貼って読んでもらえるようにしている。トイレトペーパーA は HP から掲載されたものを載せている。用途に分けた発行をしている。

まち祭吉田さん - 一般の人から投稿を寄せようとしても、一般の人にとって窓口がわからないのでは？（**担当者の所在を明確にしたら良い**）そのためには人のつながりがあれば、担当者も把握できるし、メディアは必要ないのではないか。

猪俣さん - 例えば湘南物語という FM というのがありますが、他の地方のメディア活動の様子を見ても参考になる。でも湘南の場合は地域の**ネームバリュー**が強すぎる。むしろブランド名が高い。他にも軽井沢もある。

熊倉さん - いいと思います。真似をするのではなく、こんな情報を載せた事がありますよといった過去のラインナップの話を知りたいです。

猪俣さん - メディアはある程度**えさ**を用意しないと聞いてくれない。

シャトル米村さん - 館林周辺の嬢媒体の紙面をチェックしたことがないですね。調査してみる事で新規開拓もできる気がします。

山崎新聞店の山崎さん - 人口が増えている分、新聞の部数も増えてきている。

まち祭吉田さん - プロが読む物と一般の人が読むのとでは読めるものの差がある。（**素人がやっているから一般の人でも読むのでは**。プロのやり方ではつまらない。**身近の人がやる事で地方の味というのがあるのではないか。**）

三田さん - エフエム MIT で周辺の小学生・中学生が発信者になってもらうことによって親も聞いてくれるのでは？ **発信者と受信者がイコールの関係を求めていきたい。**

猪俣さん - **メディアミックス**という技もありでは？

三田さん - **地方の人は人から聞いた情報は信じるのでは？** 地域の人がやっている、顔が見えているからこそ地域情報の良さがあるんじゃないか？

シャトル米村さん - イベントを起こしてやっていこう

猪俣さん - 人からインタビューをしたものを流そうと思った事もある。エフエム MIT ネットで話を販わせたい。

市民活動推進係野村さん - エフエム MIT **放送中に相互交流が出来たらいいな。** 発信する人に知り合いがいたら、受信者も増える。

熊倉さん - 一つ一つのネタの発信とメディアミックスが必要。メディアミックスはそれぞれメディアに参加する人の**横のつながり**が必要。

猪俣さん - **地域メディア間で干渉し合い、共食いをしても良くない。共に協力していくことが大手の新聞社が出来ない地域メディアの強みである。**

シャトル米村さん - しかし、メディアミックスを行った場合の責任問題もある。持続可能性の問題点。お互いの情報の交換交流が円滑に行えるような関係がなくてはならない。シャトルでよく読まれる面として御悔やみ欄と子供の記事が有力。(主婦層に受け入れられているのでは？)

熊倉さん - **ネタの運び場所(窓口)の明確さ**をださないといけない。

猪俣さん - 横のつながりのあるメディア交流会ができたらなと思う。互いにメディアの勉強会をして、いろいろな引き出しを作って、館林に興味を持ってくれた人に提供が出来たらいいな。

メディア系のイベントは育て方によって大きく変わってくる。

まち祭吉田さん - 特徴をもっていかないと、みんな同じになってしまいます。 **一発目が肝心。** 特化したイベントのプロデュースしていく。ナイトバザールも企画中。 **地元のタレント性**

を高めていきたい。

市民活動推進係野村さん - 特化したイベントをやる時人は集まるがその時だけでは困る。もちろんイベントに金をかければ人も集まるがそれは意味がない。

三田さん - 名物人間に出てもらいたいね。

猪俣さん - トイレtpペーパーZはパロディ性を持たせた。洒落が伝わればおもしろい記事になる。

4. 次回につなげるために

熊倉さん - 取り組み一つ一つに繋がりを持っていかないといけない。ポイントも絞ってきたい。

猪俣さん - 何らかの関係で講演会の機会があれば良い。次回の会議でこんなネタありましたよという内容をもってきてもらいたい。

次回会議：4月7日(水)6時~8時 まちやサロン