

青森県弘前市のコミュニティ放送局 「アップルウェーブ」の安定的経営と課題

山 田 晴 通

はじめに

コミュニティ放送局の存立基盤についての、筆者の基本的な認識は、かつて山田（2000, pp. 67-70）で論じた内容から、基本的に変っていない。コミュニティ放送は、組織形態の9割以上が、本来であれば営利目的の組織であるはずの株式会社となっている¹⁾。一般的に、事業が成立し、また長期的に存続するためには、「誰かが「投資」を行って事業を立ち上げることがまず必要であり、次いで、その事業が「売上」を上げ、最終的に「投資」の回収への見通しが開かれていく必要がある」（山田，2000，p. 69）が、これは、コミュニティ放送局に限ったことではなく、地域紙やケーブルテレビの自主制作自主放送などにも通じる（山田，2020，p. 338）。しかし、コミュニティ放送局は、県域以上の規模を放送区域とする一般的な民間放送事業者の事業モデルである、広告放送から収益を上げるという形では、採算性が見込むことは難しい（山田，2000，p. 79：注16）。

そうした中で、少なからぬコミュニティ放送局は、防災情報を提供するメディアとしての役割などをコミュニティ放送に期待する基礎自治体から、さまざまな形態での支援を受け、経営を支える大きな柱としている（山田，2017，2024b）。これは、裏を返せば、山田（2024b, p. 15）でも言及した隈元信一の指摘にある、安定的経営を維持している事例と見られていたコミュニティ放送局が、行政からの支援の停止によって廃局に追い込まれた関西圏の3局の事例のように、その柱が失われれば、コミュニティ放送は存続できないという現実をも意味している²⁾。

もちろん、安定的な経営を続けている局のすべてが、行政に大きく依存しているとは限らない。ある程度まとまった行政からの支援はあるとしても、それにとどまらない地域社会からの支えがあって、コミュニティ放送が維持されていると見るべき事例は多い。しかし同時に、そのような安定的経営を実現している局においても、具体的な収入構造の形態や、存立基盤のあり方は多様であり、類型的な理解が困難なほどである。例えば、商工会議所、青年会議所などから設立への動きが生じて、地域の経済界から幅広い支援を受ける形で設立され、開局後も行政からの支援ばかりでなく、地元経済界からの広告出稿が比較的堅調で、安定的

に運営されている、といった面が強い局は各地にある。しかし、そうしたひとつのイメージなり、類型にまとまりそうなコミュニティ放送局だけに限って見ても、具体的な事業体としての組織的特徴、運営方針、人的資源の動員のされ方、番組の制作や編成の体制などは多様であり、局ごとに大きな違いがあって、類型的理解だけでは十分に踏み込んで実態を把握することはできない³⁾。

本稿は、こうした認識の上に立ち、中規模の地方都市において安定した経営を長期にわたって続けている事例のひとつである、青森県弘前市のコミュニティ放送局「アップルウェーブ」に注目し、そのような安定的経営を可能にしている背景や、四半世紀に及ぶ取り組みの経緯について明らかにすることを課題とする。

I. アップルウェーブ成立の組織的背景

アップルウェーブ株式会社が運営し、「エフエムアップルウェーブ」を愛称とするコミュニティ放送（JOZZ2AR-FM / 78.8 MHz / 20 W）については、ウィキペディア日本語版に、簡潔にして十分な「概要」と「沿革」の記述がある。また、開局 20 周年を記念してまとめられたアップルウェーブ（2020）には、より詳細な沿革や、番組内容など、多くの有益な記述が含まれており、以下の論述においては多々言及することとなるが、これについては典拠表示を「記念誌（p. xx）」という形で表示する。

コミュニティ放送局の開設に至る動きが生じた契機は、弘前青年会議所を中心としたアップルフェア推進協議会によって 1989 年から実施された「アップルフェア」という行事にあった。この取り組みは十年余り続いたが、第 10 回にあたった 1998 年の「ジャパンアップルフェア '98」において、イベント放送アップルフェアイベントエフエムほうそう（JOYZ2G-FM / 76.4MHz / 10W）が実施され、好評を博したことを契機に、1999 年初めから弘前商工会議所の内部でコミュニティ放送局の開設に向けた議論が始まって、設立準備会議などが開催された。また、関係者による各地のコミュニティ放送局の視察や、JCBA（当時は日本コミュニティ放送協議会：2002 年に有限責任中間法人日本コミュニティ放送協会となり、2009 年に一般社団法人となった）の会議への参加などもおこなわれた。8 月 31 日には、アップルウェーブ株式会社の設立発起人会が開催され、9 月 29 日に設立総会、11 月 25 日には予備免許の交付を受け、放送機材関係の工事が着手されるという迅速な形での開局準備が進んだ⁴⁾。

当時は、1995 年の阪神・淡路大震災を受けて湧き起こっていたコミュニティ放送局の開設ブームが全国的に盛り上がっており、東北地方でもコミュニティ放送局が一挙に各地に登場した時期であった（山田・吉田、2017、p.103）。阪神・淡路大震災以前の東北地方では、コミュニティ放送局は皆無で、いちはやく開局への具体的な動きがあったのは、1995 年 4 月に開局した山形市の山形コミュニティ放送（ラジオモンスター）のみ、という状況であっ

た。しかし、そこから1997年度末(1998年3月)までに秋田県以外の各県にコミュニティ放送局が計9局開局し、青森県でも、むつ市のエフエムむつ(FM AZUR)が1997年10月に開局した。1998年度末(1999年3月)までの1年間で5局増え、空白県だった秋田県にも普及し、さらに、1999年度末(2000年3月)までの1年間には、2000年3月4日に開局したアップルウェーブを含め、4局が増え、この時点で東北地方のコミュニティ放送局は18局となっていた。

この時期に設立された各地のコミュニティ放送局の中には、「第三セクター」によるものも多かったとされるが、「第三セクター」は、しばしば厳密な定義なしに議論される用語であり、注意を要する。アップルウェーブの場合は、当初は第三セクターでの運営の可能性も検討されながら、当時の弘前市当局の側に何らかの事情があったようで、「純民間」の事業体として発足することとなったとされている。記念誌(p.2)に掲載された「ご挨拶」で、社長の清藤哲夫(1949-2020)は、「…事業化にあたっては、当時全国で主流であった第三セクターでの事業立ち上げが当時の行政サイドの事情もあり困難であるとの認識から、純民間での事業化やむなしとの結論が出され、当時の新戸部(満男(1928-2020):引用者補記)弘前商工会議所会頭から、最年少の副会頭であった私が代表者に指名され、新事業の立ち上げを担うことになりました」と述べている。「行政サイドの事情」は詳らかではないが、ともかくアップルウェーブは、地元商工会議所の肝煎りで、地元の経済界から広く支援を受ける形で、立ち上げられた。アップルウェーブの資本金は9500万円であるが、そのうち、「10%を超える議決権を有する者」は、10.53%とされている協同組合日専連弘前だけである。こうした組織としての建て付けも、特定の大規模なスポンサーがいるわけではなく、地域の中規模の商工業者が、広く浅く関わる形で支えていることが察せられる。こうした状況を反映してか、田村・染谷(2005, p.39)は、論文中で言及した3局の特徴を総括した表の中で、アップルウェーブの「開設経緯」を「市民が作った放送局」と表現している⁵⁾。

副会頭に就任したばかりで、新会社アップルウェーブの社長となった清藤は、副会頭を18年務めた後、2016年には会頭となり、2020年12月に死去するまで、会頭とともに、アップルウェーブ社長の地位にあった⁶⁾。清藤のような、求心力のある、地元経済界を代表する人物が、単なる、お飾りの役員ではなく、実質的にコミュニティ放送の立ち上げに関わったという点は重要である。

II. アップルウェーブの組織体制と収入構造の変化

開局2年目の2001年12月にアップルウェーブを訪問した田村・染谷(2005, pp.41-42)によれば、当時、(現在地と通りを挟んで向かい合う位置にある)したどてスカイパークの2階に入居していたアップルウェーブは、「広いスペースで県域放送並みの設備や人員を抱

え」ていたといい、「正社員：14人、アルバイト：4人、外注：2人、ボランティア：230人」が関わっていたという。一般的にコミュニティ放送局は、人件費支出を抑えるために、極限まで正社員数を圧縮しようとする事例が目立つ。中には、正社員がいない（役員と非正規雇用、ボランティアだけで放送を維持している）事例すらある（山田，2024a）。これを踏まえれば、アップルウェーブの体制は、その初期から、かなり踏み込んだ形の大所帯であったと言うべきであろう。

また、ボランティアの数が異常に膨らんでいる印象を与えるが、これは、開局直後の2000年4月に組織された、特定非営利活動法人コミュニティネットワークキャスト（通称、CAST）というNPO法人の存在のためである⁷⁾。弘前市で最初に創設されたNPO法人となったCASTは、アップルウェーブの放送番組制作への参加をおもな事業の柱としているが、同時にボランティアとしての様々な活動や「市所有施設の活用方法」への提言などにも取り組んでいる、いわゆる「まちづくり系NPO」としての性格ももっている（記念誌，p.38）⁸⁾。CASTが手がける番組は、平日の午後8時以降の夜遅い時間帯や、土日を中心に相当量が放送されている（記念誌，pp.39-40）。弘前市で、音楽活動や、朗読・演劇活動など、何らかの表現活動を行なっている人たちは、あるいはアップルウェーブへのゲスト出演を契機に勧誘されたり、あるいは、自らの意思でアップルウェーブへのアクセスの機会を求めて、CASTに組織化されていく例がよくあるという⁹⁾。

大所帯としてスタートしたアップルウェーブであったが、開局当初から広告収入は堅調で、年間1億円超の売り上げを得ていたとされる。田村・染谷（2005，p.41）は、当時の専務であった波多野厚緑（1955-2017）からの聞き取りとして、「広告は順調…850万円／月で年1億円を越え」とし、また、「年間経費：10200万円、市からの援助は13000万円の機器援助」という数字を挙げ「2年で単年黒字」を達成したと伝えている。ここから分かるのは、一つには、当時の一般的なコミュニティ放送局に比べても、かなり高い水準で堅調に広告収入があがっていたことと、その後20年余りの時間の経過の中で、それが徐々に縮小してきたということである。また、「行政サイドの事情」があって直接の出資はおこなわなかった弘前市が、「機器援助」という形で実質的な支援をおこなったことも注意しておかなければならない。

開局から1年後の2001年3月には、広告代理業務を中心に扱う関連会社として、株式会社アップルコミュニケーションズが設立されている。これは、広告営業の部分を分社化し、コミュニティ放送と無関係な広告関連業務やマーケティング業務の請負などをしやすくする工夫であった。加えて2012年以降には、アップルコミュニケーションズの業務に、「土手町コミュニティパークの運営・管理」が加わった。開局時以来アップルウェーブは、事務所やスタジオを、したどてスカイパークに構えていたが、その向かい側の位置に、「平成24年度戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金活用事業」として整備された複合施設が土

手町コミュニティパークである¹⁰⁾。アップルウェーブは、計画当初から、事務所とスタジオを土手町コミュニティパーク内に移転させることが組み込まれていた。2012年12月には、事務所は土手町コミュニティパーク A 館3階、スタジオは、街路に面したB館1階に移転した。これに先立つ2011年11月には、中心市街地活性化事業に関する業務を担うべく、関連会社として株式会社アップルクリエイションズが設立されたが、その業務の中には土手町コミュニティパークなどの維持管理業務なども含まれることになった。[写真1・2]

後述するように、2025年2月におこなった聴き取りによれば、近年の放送事業からの売り上げは年間6000万円程度とされており、この四半世紀の間に、広告料収入が大きく圧縮されてきたことは明らかである。こうした展開は、開局当時のアップルウェーブの経営陣にとっても、十分に予測可能なものであっただろう。また、山田(2000, p.69)で言及した三菱総合研究所(1997, pp.90-91)は、単年度黒字を出している局について、「概ね放送以外の収入を充実することで、収支の健全化が図られている」と指摘していた。開局から一定の時間が経過する中で、広告収入以外の形で収益を上げる方策が求められる段階が到来し、模索が始まったことは想像に難くない。

こうした中で、アップルウェーブが新たに取り組んだ事業の柱が、文化振興事業であった。これは、指定管理者制度の普及の過程で、弘前市が所有する公共施設の指定管理者となり、一定の売り上げを立てるものであった。アップルウェーブは、2008年に弘前文化センターの指定管理業務を開始したのを皮切りに、2011年から弘前市総合学習センター、2015年から弘前市民会館の指定管理者となった。さらに2017年には、TRC・アップルウェーブ・弘前ペンクラブ共同事業体を構成し、弘前市立図書館の指定管理業務にも関わるようになっていく。こうした指定管理業務の売り上げは、一方では相当の人件費等の発生を伴うものであり、決して「濡れ手に粟」の収入源ではない。しかし、指定管理業務の拡大とともに、20名まで膨れ上がった文化振興部の社員も、放送業務に関する研修を受けるようになっており、特に災害時などを想定し、必要に応じて応援要員として放送実務に関与できるよう、社内教育の体制が組まれている。

山田(2000, pp.67-69)でも紹介している全国コミュニティ放送協議会(1996, pp.2-3)は、「純民間地域の自治体において出資をしないかわりに、年間の広告出稿費を相当額(1~2千万程度が多い)出す場合や、当該地域における局の認知が高まった段階で資本参加するケース等もあり、純民間においても自治体との連携が希薄であるとは言えないのが特長である」としていた。2025年2月におこなった聴き取りによれば、近年の放送事業の売り上げ年間6000万円程度のうち、弘前市役所の様々な部局からの収入を合わせると、総額は概ね800万円程度とされ、この金額は、開局当初から徐々に目減りしてきたものだということであった。つまり、アップルウェーブは、広報関係の広告出稿費等が傾向的に漸減していく中で、「純民間」の立場ながら行政から資金を獲得する一つの方策として、指定管理業務に取り組

青森県弘前市のコミュニティ放送局「アップルウェーブ」の安定的経営と課題



写真1 開局当初、2階部分に施設が置かれた、したとてスカイパーク。現在も、CASTが事務所を置いている。

2025年2月4日撮影
(筆者撮影)



写真2 土手町コミュニティパークB館1階のスタジオ。

2025年2月4日撮影
(筆者撮影)

んだのである。近年の指定管理業務に係る売り上げは、1億2000万円ほどとなっており、事業体としてのアップルウェーブにとっては放送事業の2倍の規模をもつ最大の収益事業となっている。ちなみに、この聴き取りによれば、総売り上げは2億6800万円ほどということだったので、単純に考えれば、その他の事業収入で、さらに8000万円以上の売り上げが立っていることになる¹¹⁾。

2025年7月現在、公式サイト上で確認されるスタッフの体制は、「放送部：20名（内契約パーソナリティ11名）、営業部：4名／総務部：3名、文化振興部：20名、計：47名」とされている¹²⁾。放送部は20名とされているが、契約パーソナリティ、つまり、正社員ではない者が過半を占めており、上述の売り上げの構成比に準じる形で正社員が配置されていることが察せられる。2025年2月の聞き取りの際には、正規の職員としてもっぱら放送に専念する者は、パーソナリティを兼ねる者が3名、技術系の者が3名で、動画配信事業は1名が専従しているということであった。また、営業・総務関係で20名ほどがいるとも説明された。これらは上記の公式発表と若干食い違うが、正社員以外のスタッフが存在することが、数字の多少のブレを生じさせているのかと思われる。

実質的にフルタイムに近い形で、事業にコミットしている関係者の総数は、役員や関連会社2社に所属する者なども合わせて、80名ほどの規模に及ぶとされる。20名ほどでスタートしたアップルウェーブは、主たる事業であるコミュニティ放送自体の売り上げが先細っていく中で、新たな事業として、まちづくり活動に関わる管理業務や、行政と組んだ指定管理者としての業務を取り入れていくことで、企業体としての規模を拡大してきた。初代社長として長く経営を主導した清藤をはじめとして、アップルウェーブを立ち上げた地元経済界の指導的立場の人々は、当初から、明確な計画をもっていたわけではなかったとしても、アップルウェーブを単なる放送局としてではなく、まちづくり活動を通した中心市街地の活性化、ひいては、地域経済の活性化に資する企業体として成長させていくという大筋での見通しなり、方向性を共有していた。それは、行政から、補助金といった形ではなく、指定管理者として仕事を出してもらう形で、放送事業とは別の売り上げを立て、事業規模を拡大再生産させるという方向で、企業体としてのアップルウェーブを安定的に成長させてきたのである。

III. 現状から浮上する課題

以上で確認してきたように、アップルウェーブは、地元経済界の数多くの企業によって広く支えられる形で、第三セクターではない「純民間」の事業体として立ち上がりながら、当初から行政と親和性の高い公的な性格を宿し、行政からも一定の支援を受けながら、地域社会に根を張ることに成功してきた。従業者数や経済規模から見ても、また、事業体としての業務内容の広がりから見ても、当初よりも量的に拡大を重ねて、現状に至っている。

他の多くのコミュニティ放送局でも取り組まれているように、アップルウェーブでは、広告主の組織化にも早くから取り組んできた。年間契約で毎月定額（月額 33,000 円から 220,000 円の 4 タイプ）を負担し、まとまった量の広告を出稿して、パブリシティでも優先されるアップルウェーブサポーターズクラブには、2025 年 7 月現在、58 社・団体（医院、士業事務所等を含む）が名を連ねており、アップルウェーブが地域経済界にしっかりと根を広げていることを可視化している¹³⁾。

コミュニティ放送局として地域社会の中で一定の地域を築き、信頼を獲得したアップルウェーブは、開局から最初の十年程度を経て、指定管理業務を拡大することで、事業を多角化し、経営基盤を拡充することに成功した。さらにもっぱら指定管理業務に従事する者も含めて、潜在的に放送業務に従事し得る人材を確保することを通して、間接的に、特に災害等の非常時に備えた体制を強化している。

このように、安定的な経営体制を構築し、社歴を重ねているアップルウェーブであるが、今後に向けて課題がないわけではない。もちろん、コミュニティ放送局に一般的に当てはまるような、経費の縮減努力、広告営業体制の充実、行政との良好な関係性の維持なども、引き続き重要な課題であることは、関係者にも十分に意識されている。本稿の冒頭でも言及した、関西圏各局の閉局の事例のように、行政がコミュニティ放送局を支援する大きな理由となるのは、防災メディアとしてのコミュニティ放送への期待であり（山田，2017），それが揺らぐと、支援は圧縮され、放送は苦境に追い込まれる。防災メディアとしてのコミュニティ放送への評価が揺らぐような事態を回避するためには、コミュニティ放送それ自体の防災メディアとしての機能の向上が意識されなければならない。こうした点は、既に十分意識されており、例えば記念誌（pp. 32-35）においても、「災害時の緊急放送体制」についての記述に 4 ページが費やされ、東日本大震災の際の取り組みの詳細などとともに、「今後の課題」について論点の整理が示されている。加えて、他の回路での防災情報の発信なども含めた体制の強化も、少なくとも中長期的な課題として、強く求められている。例えば、現状では 1 名の担当者が張り付いて事業を回している動画配信事業は、現時点では人件費も賄えていない状況だとされているが、非常時においてコミュニティ放送とはまた別の回路を、ICT の活用を通して確保していくという観点からすれば、平時からの、また、近い将来における、体制の拡充が必要とされよう。

さらに角度を変えると、弘前市内の主要な文化的公共施設の多くにおいて指定管理者となっているアップルウェーブには、単なる経費の圧縮という期待だけでなく、市民からよりよく評価されるような事業の展開による公の施設の活用を実現していくことが期待されている。既にアップルウェーブは、弘前文化センターの指定管理者となった 2008 年以來、継続的に「劇団四季ファミリーミュージカル」の定期開催に取り組むなど、様々な文化事業を主催してきた（記念誌，pp. 42-44）。こうした取り組みが、公の施設の活性化につながり、いわゆ

る「[民が担う公共]の可能性」(松森, 2007)を開いていけるのかは、慎重に見守っていく必要がある¹⁴⁾。また、単に指定管理の受け皿となる事業体であるだけでなく、本来の事業として地域に密着したコミュニティ放送をおこなっていることが、そのような可能性の展開にどのように資するものとなっていくのか、という論点も、より深く掘り下げられるべきであろう。

おわりに

以上、本稿では、地方都市において長期にわたり安定的経営を重ねてきたコミュニティ放送局の事例として青森県弘前市のアップルウェーブの経験を素描してきた。冒頭でも述べたように、同じような条件下で安定的経営を実現しているように思われるコミュニティ放送局はいくつか想起されるが、実際には、各局の存立基盤の具体的なあり方は多様であり、二つとして同じパターンと判断される事例がないように思われるほどである。同じ東北地方の事例に限ってみても、例えば福島県福島市の「福島コミュニティ放送 (FM POCO)」や、いわき市の「いわき市民コミュニティ放送 (SEA WAVE FM いわき)」、あるいは、岩手県盛岡市の「ラジオ・もりおか」などには一定の共通性も認められるものの、具体的な経緯に踏み込んで検討すると、経営を支えている存立基盤は、それぞれに異質である。今後、これらの類似事例や、条件が異なる対照事例との比較の中で、アップルウェーブの経験から得られる知見はより深い意味をもつかもかもしれない。

また、長らく事業を牽引してきた創業時からの初代社長が去り、世代交代を迎えたアップルウェーブが、今後どのような経緯を辿っていくのか、といった観点からも、現時点でいったん現状を抑えておくことには、一定の意義が認められるものと思う。

なお、コミュニティ放送局が、公の施設に関して指定管理者制度の受け皿となることを目指す取り組みは、管見する限り、他県ではほとんど例を聞かない¹⁵⁾。基礎自治体が地元のコミュニティ放送局を実質的に支援するために採用する方策には多様なものがあり、各地では、様々に異なる名目で公的資金がコミュニティ放送局に投じられているが、多少なりとも本業の放送事業に結びついてくるような事業の機会を提供することでコミュニティ放送局に一定の売り上げを立てさせるという方策は、あるいは今後広がっていく手法となるかもしれない。

注

- 1) 総務省のサイト内で公開されている、JCBA 代表理事の鈴木伸幸による 2024 年 1 月時点の資料は、「コミュニティ放送全国運営社数：341 JCBA 会員社数：247 (株式会社等：238, NPO：9) 非加盟社数：94 (株式会社等 72, NPO 22)」としており、JCBA への加盟／非加盟を合算すると、この時点で総数 341 局のうち NPO が 31 局と、全体の 1 割弱を占めていたこ

とがわかる。 https://www.soumu.go.jp/main_content/000925799.pdf

- 2) 隈元信一「誕生から30年コミュニティFMの「明」と「暗」 好循環をどう回すか」2023年3月7日、民放online（日本民間放送連盟） <https://minpo.online/article/30fm.html>

ここで言及されている関西圏の3局とは、「FM もりぐち（FM-HANAKO）」（守口市）、「FM ひらかた（きくFM）」（枚方市）、「エフエムあまがさき（FM aiai）」（尼崎市）であり、いずれも行政との関係が深い形で設立、運営されていた局であったが、それぞれ2022年から2023年にかけて閉局となった。一連の動向については、松浦（2023, pp.40-41）を参照されたい。ただし、尼崎市の事例については、半年ほどの放送休止期間を挟み、一般社団法人みんなのあま咲き放送局が免許譲渡を受ける形で、2023年10月から放送が再開されている。また、かつての「エフエムあまがさき」については、山田（2016）も参照されたい。

なお、山田（2024b）で取り上げた局のひとつで、他の2事例に比べて行政からの支援が十分ではなかったことを指摘した岩手県大船渡市の「FM ねまらいん」は、2025年3月に放送を休止し、6月に閉局している。

鈴木英里「FM ねまらいん閉局のお知らせ」2025年6月24日、FM ねまらいん（NPO 法人防災・市民メディア推進協議会） <https://fm-nemaline.com/2025/06/24/2028/>

- 3) 類型の理解の限界については、別途論じるべき主題であろう。ただ、例えば全国のコミュニティ放送局を対象として、大規模な質問票調査によって網羅的に全体像を把握しようとするような試みである。橋本ゼミナール（1999）、七五三木・藤井（2005）、中根（2022）、あるいは、結果の概要がネット上に公開されている日本SDGs防災機構の2024年以降の取り組みなどは、質問に用いている用語の厳密な概念規定を欠き、回答に意味がないと思われるような内容（例えば「純民間、第三セクター、公設民営、NPO」などから一つを選んで回答させる問い）を含んでいるなど、問題が多い。同種の取り組みとして、最も重要な成果と評価できるのは松浦（2017）であるが、そこから明らかにされているのは、集計ベースで得られる類型の抽出が一定の知見を与えるものではあっても、結局は個別のフィールドワークに依らなければ実態の理解はできないということである。
- 4) 各種の会議等の具体的な日程などは、記念誌（pp.13-14）、および、アップルウェーブ公式サイト内の「設立までの流れと時代背景」を参照。 <https://applewave.co.jp/history>
- 5) 田村・染谷（2005, p.39）の「表7 インタビューしたコミュニティ放送局の特徴」は、山梨県甲府市のエフエム甲府については「大学が作った放送局」、青森県田舎館村のエフエムジャイゴウェーブについては「村長が作った放送局」としている。2024年12月1日現在の総務省資料（基幹放送事業者の議決権保有状況等 コミュニティ放送事業者）によれば、エフエム甲府については、学校法人山梨学院が30%、株式会社テンヨ武田が13%の議決権をもっている。エフエムジャイゴウェーブについては、株式会社アイナックが97%の議決権をもっている。 <https://www.tele.soumu.go.jp/j/sys/media/index/community.htm>
- なお、アイナックは、1996年から2004年にかけて田舎館村長を務めた佐藤隆司が設立し、長く社長であった会社である。なお、エフエムジャイゴウェーブは、2025年3月28日をもって閉局した。
- 6) 清藤の経歴については、筆者が2025年7月20日に初版を作成したウィキペディア日本語版の記事「清藤哲夫」も参照されたい。
- 7) 法人名称は、関連文書では「コミュニティネットワーク CAST」などと表記されることが多く、

ロゴも「NPO コミュニティネットワーク CAST」となっているが、ここでは内閣府のNPOホームページ内に見える「キャスト」をカタカナとする表記を優先した。 <https://www.npo-homepage.go.jp/npoportal/detail/002000013>

- 8) 放送ボランティアとまちづくりの交差する地平における実践の一端は、例えば、庄司 (2019) に紹介されている、弘前大学との協働の事例などに見て取れる。なお、筆者の庄司輝昭は、弘前市役所職員として社会教育関係の職務を長く経験した人物である。
- 9) 五所川原市のコミュにティ放送局である「五所川原エフエム」で、業務部部长として局の運営にあたっている須郷寛世は、かつて日専連弘前に勤務していた。須郷は、ベアシストとしてバンド活動をしていたことを機に声がかかってCASTに加わり、現在のアップルウェーブの放送部部长である佐藤誠と一緒に番組作りに関わるなど、番組制作の経験を積んだ。後に、五所川原エフエムの開業時に、立ち上げから関わる形で五所川原市に勤務し、CASTでの経験を含め、アップルウェーブから学んだノウハウを、現職に活かしている。このような事例は、アップルウェーブなりCASTが、一種のインキュベーターとして地域における市民の諸活動を支えていることを示唆するものである。
- 10) 土手町コミュニティパークについては、記念誌 (pp. 48-49) の記述のほか、中心市街地活性化協議会支援センターのサイトなどを参照。 <https://machi.smrj.go.jp/machi/public/example/130524dotemachi.html>
- 11) 記念誌 (p. 12) によれば、動画配信事業、音響事業のほか、フリーマガジン『*apli*』の企画・制作・発行が、その他の売り上げを生み出していることになる。『*apli*』は、「街と人をつなぐフリーマガジン」を謳い、年4回発行されるタブロイド判4ページ建てのチラシで、6万部ほどが印刷され、弘前市内で全戸配布 (およそ55,400部) されるほか、市内各所に常時置かれている。 <https://applewave.co.jp/apli>
 このほかにも、様々な公的イベントの元請けとなることでも、一定の売り上げが立っているという。
- 12) 会社概要 https://applewave.co.jp/company_info
- 13) アップルウェーブサポーターズクラブ https://applewave.co.jp/supporters_club
 ちなみに、2020年の開局20周年の際には、開局時からのサポーターズクラブ会員社として、16社に感謝状が贈られた (記念誌, p. 50)。企業の合併 (例えば、青森銀行とみちのく銀行は、この間に合併して青森みちのく銀行になっている) や関連会社との入れ替え (例えば、感謝状が贈られた弘前ガスの名は現在の公式サイトでは確認できないが、系列会社である弘前ガス商事が会員社に名を連ねている)、また社名変更などの可能性もあり、確定的な数は示しにくい。16社のうち、少なくとも13社ほどは依然としてサポーターズクラブに名を連ねている。
- 14) こうした方面での議論のためには、いわゆる新公共経営 (New Public Management, NPM) などを踏まえるべきであろうが、ここではとりあえず、参照すべき議論として、片山 (2007) を挙げるにとどめる。
- 15) 例えば、埼玉県加須市の「わたらせコミュニティメディア (FM わたらせ)」は、親会社であるウム・ヴェルト株式会社が「道の駅かぞわたらせ」の指定管理者となっているが、これは、もともと指定管理業務を担っていた企業が、後からコミュニティ放送局の開設に取り組んだ事例であり、アップルウェーブの事例とはかなり性格が異なっている。
 なお、注9で言及した五所川原市の「五所川原エフエム」は、アップルウェーブに倣うよう

な形で、2025年4月から、五所川原市ふるさと交流圏民センター「オルテンシア」の指定管理者となっている。

文 献

- アップルウェーブ (2020)：『FM アップルウェーブ開局 20 周年記念誌』アップルウェーブ，p. 53.
- 片山泰輔 (2007)：「指定管理者制度の今 制度の概要と論点」中川幾郎・松本茂章 編著『指定管理者は今どうなっているのか』水曜社，pp. 10-29.
- 七五三木智子・藤井敏信 (2005)：地域社会におけるコミュニティ FM の活動についての研究. 国際地域学研究 (東洋大学)，8，pp. 165-171.
- 庄司輝昭 (2019)：生涯学習のためのマジメ番組はまちづくりの母. 産学官連携ジャーナル (科学技術振興機構)，15 (7)，pp. 12-14. (crid/1390282763132728448)
- 全国コミュニティ放送協議会 (1996)：『コミュニティ放送の未来』全国コミュニティ放送協議会，117 ps.
- 田村紀雄・染谷薫 (2005)：多様化するコミュニティ FM 放送. 人文自然科学論集 (東京経済大学)，119，pp. 31-50. (crid/1050001337487350912)
- 中根雅夫 (2022)：『地域の「つながり」とコミュニティ・メディア』スラヴァ書房，164 ps.
- 橋本ゼミナール (1999)：『コミュニティ放送研究』日本大学芸術学部放送学科研究室，146 ps.
- 桧森隆一 (2007)：「指定管理者制度の光と影「民が担う公共」の可能性」中川幾郎・松本茂章 編著『指定管理者は今どうなっているのか』水曜社，pp. 234-267.
- 松浦さと子 編 (2017)：『日本のコミュニティ放送 ー理想と現実の間でー』見洋書房，304 ps.
- 三菱総合研究所 (1997)：『コミュニティ放送局に対する地域住民及び関係諸機関の認知度等に関する調査研究』三菱総合研究所，95 ps.
- 山田晴通 (2000)：FM 西東京に見るコミュニティ放送局の存立基盤. 人文自然科学論集 (東京経済大学)，110，pp. 59-84. (crid/1050001337487386624)
- 山田晴通 (2016)：類例の少ない組織形態 (株式会社，NPO 法人以外) の事業者が運営するコミュニティ放送の実態と背景. コミュニケーション科学 (東京経済大学)，44，pp. 3-26. (crid/1050282812464149632)
- 山田晴通 (2017)：地方自治体の防災情報提供媒体としてのコミュニティ放送. コミュニケーション科学 (東京経済大学)，46，pp. 49-64. (crid/1050001337487454208)
- 山田晴通 (2020)：新潟県上越市における地域メディアの競合・共生関係. 東京経大会誌 (経営学) (東京経済大学)，306，pp. 331-342. (rid/1050846638691673600)
- 山田晴通 (2024a)：2020 年以降に開局した小資本コミュニティ放送局の運営実態：大館放送，新庄コミュニティ放送，ほんじょう FM の事例から. コミュニケーション科学 (東京経済大学)，59，pp. 15-25. (crid/1050017887577794816)
- 山田晴通 (2024b)：臨時災害放送局から新設された公設民営型コミュニティ放送局の運営：三陸地方 (宮古市，大船渡市，気仙沼市) の事例から. コミュニケーション科学 (東京経済大学)，60，pp. 3-30. (crid/1050583712586899328)
- 山田晴通・吉田達 (2017)：日本におけるコミュニティ放送局普及過程の図解の試み. 人文自然科学論集 (東京経済大学)，140，pp. 101-114. (crid/1050845762417581952)

謝辞

本稿は、筆者が2024年度に取り組んだ、弘前市をはじめとする青森県各地におけるコミュニティ放送に関する文献調査、聞き取り調査の成果を踏まえている。特に、アップルウェーブ株式会社放送部部長の佐藤誠氏には、インタビュー対応、資料提供などご協力をいただいた。本稿において明示的に言及されていない諸団体関係者の方々を含め、現地調査にご協力をいただいた皆さんに、深く感謝を申し上げます。また、櫛引素夫（青森大学）、井上裕太（弘前学院大学）両先生には、現地でご協力いただき、青森県在住の研究者としてのお立場から貴重な助言をいただいた。記して感謝するものである。

本研究には、2024年度の東京経済大学個人研究助成費（24-30）「社歴の長いコミュニティ放送局の存立基盤に関する調査」、および、2024年度・2025年度の東京経済大学個人研究費の一部を用いた。