

若者向けラジオ深夜放送番組の生成

—1960年代末のCBC（中部日本放送）を事例として—

長谷川 倫子

はじめに

1960年代、一般家庭におけるテレビの普及はAMラジオの危機でもあった。その先細りを懸念して新しいリスナーの獲得を目指していたラジオ放送局は、夜遅くまで勉強のために起きている若者向けの番組をその解決策の一つとし、東京・大阪・名古屋の主要局で様々な深夜放送番組が登場した。

本研究で対象とするのは、1960年代後半の日本のAMラジオに登場した午前零時から5時くらいまでの時間帯を用いた生放送の番組である。これらの番組では、ディスク・ジョッキーまたはパーソナリティとよばれる親しみやすいしゃべり手たちが、高校生を中心としたファンから寄せられる葉書に書かれたリクエスト曲をかけ、その合間にリスナーからのメッセージを読みあげ、そのメッセージに対してコメントを出したりして番組を盛り上げる形式が取られていた。

表1は、大阪の朝日放送のABCヤングリクエストを筆頭に、東京、名古屋、大阪で次々と産声をあげた主な深夜放送番組を列挙したものである。いずれの都市においても、1960年代の後半に開始年度が集中しており、それぞれの番組名には、「ヤング」、「リクエスト」、「ミッドナイト」など英語をカタカナ読みした言葉が多用されている。

東京では、大人向けの語りを中心であった「パックインミュージック」とは対照的に、スタートからもっとも人気を誇っていたのが、最初から若者向けにターゲットを絞ったニッポ

表1 主な深夜放送番組とその開始時期

開始年月日	番組名	放送局	所在地
1966年 4月	ABC ヤングリクエスト	朝日放送	大阪
1967年 7月	パックインミュージック	東京放送	東京
1967年 10月	オールナイト・ニッポン	ニッポン放送	東京
1967年 10月	MBS ヤングタウン	毎日放送	大阪
1967年 10月	CBC ヤングリクエスト	中部日本放送	名古屋
1968年 3月	ミッドナイト東海	東海ラジオ	名古屋
1969年 6月	セイヤング	文化放送	東京

若者向けラジオ深夜放送番組の生成

ン放送の「オールナイト・ニッポン」であった。毎晩日替わりで気さくなパーソナリティが登場し、リクエスト曲をかけながら楽しいおしゃべりを繰り返すというスタイルを取り入れた番組の影響をうけて、東京以外の地域にも同じような形式の深夜放送番組が登場するようになった¹⁾。

本題に入る前に、ここで用いる「ディスク・ジョッキー」という言葉について確認をしておこう。深夜放送に登場する番組の進行役はディスク・ジョッキーといわれたりパーソナリティと自らを名乗ったりする。いずれもカタカナ語であるが、前者は、アメリカのラジオ放送局で誰の手も借りずにレコードをかけながら曲の紹介や話題を提供し、カウントダウン形式などを中心とした音楽番組を担当する人を表す Disc Jockey (DJ) という言葉がそのままカタカナ語となったものである。1970年3月に当時の深夜放送の中心の人びとが集まり座談会を行っているものがあるが、ここでもディスク・ジョッキーについては同様な定義づけがされている。この座談会では、そもそもDJを登場させた経費節減という要因にも言及しながら、民放においてリアルタイムで台本なしに自然な言葉でリスナーに話しかけるDJによる番組が、この時期に深夜放送を中心として定着しつつあることを確認している。また、ここでは和製英語としての「パーソナリティ」という言葉についても取り上げられている参加者の1人が、レコードの知識がなくてもフィーリングのある人で早口で、テンポがあって、明るくて、聴き終わって不快感がないというのが受けており、そのような人たちをむしろ「パーソナリティ」と呼びたい、アメリカのまねをする必要はないのではと述べている²⁾。両語の厳密な定義や違いを確認するための線引きは容易ではないものの、本論ではその区分法に着目し、音楽の知識の有無や番組のなかで音楽の紹介に焦点を当てているかどうかによって、この条件を満たしたものをDJと呼ぶこととする（また以下では「DJ」と略記する）。

本論でケースとして取り上げる番組が放送されていた中部地域においても深夜放送の盛り上がりは東京や大阪と同様であった。名古屋では、1968年3月に開始された「ミッドナイト東海」（東海ラジオ）とCBCの深夜放送番組がライバル関係にあり、1967年10月に中部圏で初めて深夜放送をスタートさせたCBCによるオリジナル番組は1972年10月からニッポン放送の「オールナイト・ニッポン」へと変更するまで続いた。

ここでは地元在住のDJの紹介するレコードの新譜やリクエストカードを媒介としたやりとりを中心として地域密着型の番組がオンエアされ、名古屋の両ラジオ放送局には、高校生からのリクエスト葉書が殺到し、ファンクラブ主催のファンの集いには多くのリスナーの参加をみた。本論文は、名古屋を中心として1960年代の末に圧倒的な人気を誇っていた中部日本放送（以下ではCBCと略記）の深夜放送番組を事例として、その登場の社会的背景や実情を検証するものである。

本稿は、そのリスナーの嗜好性に影響を与え、その後のラジオ・リスナーの重要なセグメントとなる若者向けのラジオ番組が、中部圏の地方都市でどのように生成されていったかを、

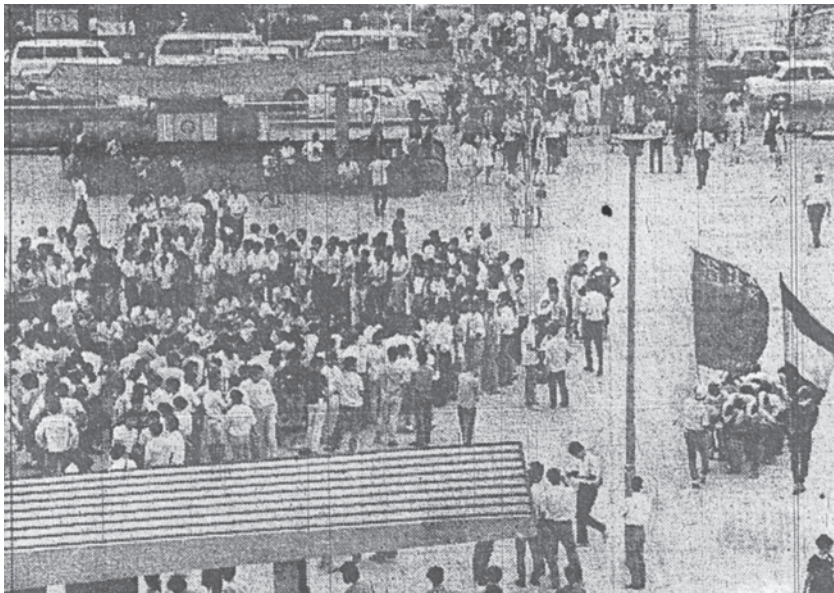
その黎明期に焦点を絞って、当時のDJやディレクターへの聞き取り調査や資料発掘によって検証する³⁾。CBCではどのような事情から若者向け番組が登場し、どのような番組が放送され、それによって形成されたファン・コミュニティはいかなるものであったのかを考察する。

第1章 1960年代の名古屋

まずは、1960年代の名古屋の社会的な背景について考察する。これは日本全体にいえることでもあったが、1960年代は、本論で着目するラジオの時代からテレビの時代へと移行するという変化だけが突出しているのではなく、高度経済成長期にあった日本社会全体が大きく変わった時期でもあった。

まず特筆に値するのは、戦後の農業社会から工業社会へと産業構造が変わる時期にあって、1960年代においても農村社会から都市社会へと人びとの流入が続いたという点である。さらに、人口の高齢化が加速され、1970年には、高齢者人口の占める割合がついには7パーセントに達し、日本は欧米の先進諸国と並び「高齢化している国」への仲間入りを果たすことになった⁴⁾。

またその他の際立った点は、都市への流入は若者によるものであったということと、高学歴化であった。青年の人口のうち、大都市に居住しているものの割合がこの10年間にどのように変わったかを見ると、1955年は39パーセントだったものが、1965年には46パーセ



出典：1969年9月7日 中日新聞

若者向けラジオ深夜放送番組の生成

ントとなっている。またこの同じ10年間に、高等学校・高専への進学率は、51.5パーセントから70.7パーセントへ、また大学・短大進学率では、10.1パーセントから17.0パーセントになっている⁵⁾。

このような都市生活者の増加や生活様式の都市化によって、衣食住のあらゆる様式にも変化がみられるようになった。家電製品やインスタント食品などの便利なものが登場し、テレビや雑誌は新しい流行を教える教科書となり、コカコーラ、ボーリング、ミニスカート、ラジオから流れる欧米のポップ音楽など、新しい文化の台頭が10代の若者をも巻き込んで行ったのも1960年代の特徴と言えるだろう。ベトナム反戦運動のニュースは日本の若者にも伝えられ、日本も学生運動のうねりに巻き込まれた。既成の概念や権威主義に挑戦するかのよう反体制をアピールするプロテストソングが登場し、ロック音楽やフォークソングなどの新しいジャンルの音楽が若者たちの支持を得るようになる。

掲載の写真は、1969年の夏に名古屋の中心街で週末に開催されていたフォーク集會を伝える新聞の写真である。東京の新宿西口で多くの若者を集めたフォーク集會は、全国的に取り上げられたが、この新聞記事は、地方都市においても同じような活動が実践されたことを伝えるものである。この写真は9月7日付の中日新聞の記事によるものであるが、この一週間前の新聞にも、8月30日に撮影されたフォーク集會の写真が掲載されており、その写真には以下のような説明が加えられている：

「フォーク集會に集まる若者たち」

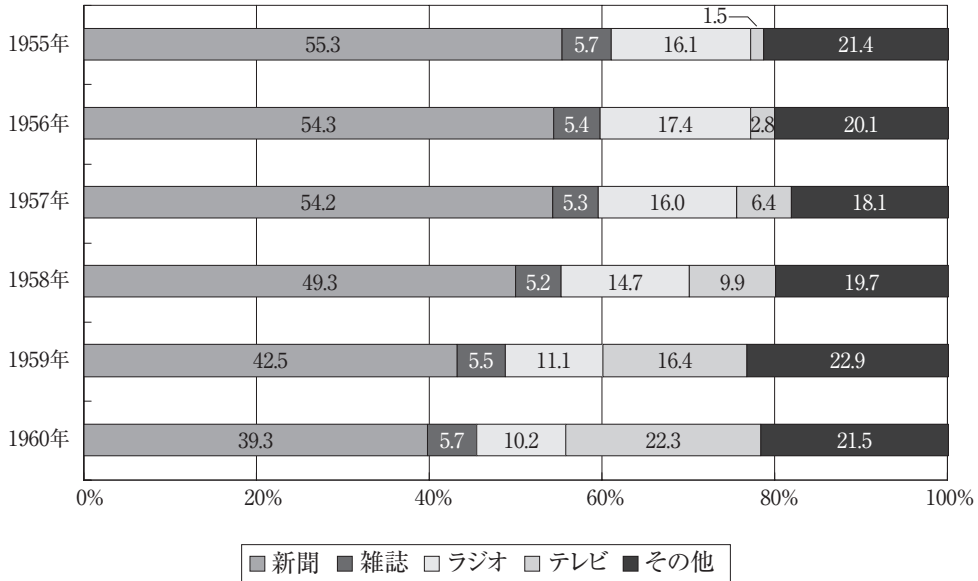
名古屋の中心栄バスターミナルでフォーク集會が始まって1ヶ月。

“集會にはエネルギーがある”と高校生は言う。

名古屋にも訪れた1960年代の社会変化には、戦後の復興期に断行された名古屋独特のまちづくり政策の影響も考える必要があるだろう。まず念頭に浮かぶのが、戦後の都市再生事業の中で話題を呼んだ名古屋市内の道路整備であった。早くから陸軍第三師団が置かれ、軍需工場が多かったこともあり、アジア太平洋戦争の末期にはB29の爆撃によって焼土と化した名古屋では、終戦後間もなくから徹底した区画整理が断行された。焼け残った住宅などの移転もスムーズに実行され、その結果、名古屋の目抜き通りに幅の広い道路が整然と作られた。車社会の到来する1970年代以降になって初めて、その先見性が評価されることになるが、整備された広い道路の中心部に官庁や大規模商業施設が集まり、東側の丘陵地帯一箇所に墓地がまとめられ、大規模な団地が建設されていった。中でも市の中央でクロスする「100メートル道路」は復興後の名古屋のシンボルとなった⁶⁾。

民間放送として日本で最初にラジオ放送を行ったのも名古屋であった。1950年12月15日に中部日本放送株式会社が創立されたのに続き、1951年9月1日午前6時30分に、民放

図1 媒体別広告構成比の推移 1955年～1960年 (%)



出典：日本民間放送連盟放送研究所編『ラジオ白書』（岩崎放送出版社，1964年）775頁。

初のラジオ放送を告げる声がCBCのスタジオから発信された。コールサインはJOAR、1090キロサイクルの民放初の放送局から第一声を発したのは宇井昇アナウンサーであった⁷⁾。

また、1954年6月19日には、日本初の電波塔（地上180メートル）が前出の「100メートル道路」（久屋大通）の中心に完成した。東京タワーに先駆けて、名古屋に日本初の大きな塔が完成し、毎日押し寄せる人びとはそこから見渡せる整然と道路が整備された名古屋の市街地に感嘆の声を上げた。この電波塔は、来るべきテレビ時代に備えたものであるが、展望台は名古屋城と並んで市街地の中心部にそびえたつ観光名所となり、その入塔者は1964年（昭和39年）までには1000万人を数えるまでになった。大阪では、通天閣が1956年に、また民放三局のテレビ塔が鼎立していた東京では東京タワーの開業が1958年であったことを見ても、テレビ時代に備えたインフラの整備に名古屋がいち早く取り組んだことがわかるだろう。名古屋では、1954年3月1日にNHK名古屋放送局がテレビの本放送を開始し、それに続いて、CBCが1956年にテレビ放送を開始している⁸⁾。

図1は、1955年から1960年までの媒体ごとに広告の占有率の推移をみたものである。テレビの占有率とラジオの占有率の推移に着目すると、1959年の段階で、テレビはラジオに迫っていることが分かる。テレビの占有率は、1958年までは全体の10パーセント未満であるものの、その後は上昇し、この表にもあるように1959年には急激な上昇を示し、全体の16.4パーセントを占めるようになり、この年からラジオの11.1パーセントを抜いた。この勢いはその後も続き、1963年には、ラジオが5.7パーセントであるのに比べて、テレビは

若者向けラジオ深夜放送番組の生成

30.1パーセントにまでなり、ラジオのみに留まらず他の媒体までも脅かすようになる。本論で取り上げる深夜放送番組がスタートした1967年では、ラジオの占有率が4.2パーセントに対して、テレビの比率は32.9パーセントであり、これ以降テレビの広告費全体における占有率は一貫して30パーセント台を推移し続けることとなる。テレビはその登場から10年でマスメディア全体の中で確固たる地位を築いたことが、この広告費の構成比からみてもわかる。

1960年代におけるテレビの躍進により、その登場前に君臨していた娯楽の王座からラジオが追われていくという現象は名古屋においても例外ではなかった。いかなるメディアの興亡の経過を見ても、そのコストなどの受け入れ条件が同じであるならば、新しく登場したより利便性や表現性の高い新しいメディアに人びとが乗り換えてゆくというのは自然な成り行きである。1960年代は、テレビの躍進によってAMラジオの存亡が問われた10年でもあった。

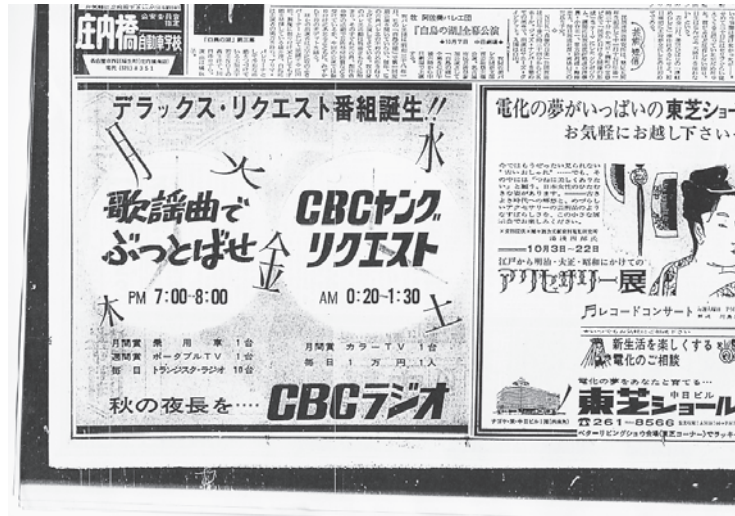
テレビとの共存を強いられるラジオの時代を迎え、その番組の編成のために考案されたのが、テレビが各家庭の茶の間の中心にあってもラジオを聴くリスナーの層を見つけ出し、それぞれのグループの嗜好性にあった番組作りをするというアプローチであった。CBCでは「タイムゾーニング」という概念が用いられ、これは当時のCBCの番組編成表にも表記されている。これはラジオのリスナーを時間帯によって区分し、その時間帯ごとのリスナーの特性や生活パターンを分析して、それに合わせた番組編成を試みる方法である。

1967年10月の番組編成表では、5時台を「アーリーゾーン」、6時から8時台までは、ニュースや天気予報など、時計代わりに家族で聴くことのできる生活情報を中心にした番組編成の「ファミリーゾーン」、9時から11時台までを自宅で家事などをして過ごす主婦向けの「レディースゾーン」、ランチタイムの12時台を「ヌーンゾーン」、午後1時から6時台までを「アクティブゾーン」、7時から11時台までの区分を、若者向け音楽番組を中心とした「パーソナルゾーン」、深夜零時から1時台までの時間帯を「レイトゾーン」と区分されている。これは、個人の生活リズムに寄り添うというラジオの機能を意識して、それぞれの時間帯ごとに、ラジオにスイッチを入れる可能性の高いセグメントのリスナーを意識したものとなっている。このタイム・ゾーニングによるマーケット・セグメンテーションは、1969年2月にその人口が200万を突破し、また同年の3月31日には、加入電話1000万台を越した名古屋市だからこそ実現可能となったのだろう。

第2章 深夜放送番組の誕生：CBC ヤングリクエスト (1)

前出の「レイトゾーン」は、CBCにおいても1960年代の後半まで、あまり着目されてこなかった時間帯であった。若者をターゲットとした名古屋で初めての深夜放送番組である

図1 番組開始を知らせる新聞広告



出典：1967年10月2日 中日新聞

「CBCヤングリクエスト」は、1967年10月の番組改編時に、この空白の時間帯を利用したもので、CBC専属のベテランアナウンサー6名がそれぞれの曜日ごとに担当するという方法で、リクエストによる音楽番組をスタートさせたものである。放送時間は深夜12時20分から1時30分までで、12時から12時20分までの番組は、「プレイボーイクラブ」という集英社提供の若者向けの番組であった⁹⁾。図1は番組開始当日の新聞広告である。

この新番組は、それまでに未開拓であった深夜の時間帯のファン層の掘り起こしを意図して企画されたものであり、それはまた民間放送にとっては不可欠な新たなスポンサーの開拓を意味していた。リスナーからの葉書を頼りにヒット曲の紹介をする「若者向けのリクエスト番組」を始めるにあたり、局側のスタッフたちが当初想定していたリスナーのタイプは、九州や沖縄から中学卒業と同時に、愛知県やその隣接地域の紡績工場やトヨタの下請け工場に働きに来ていた集団就職の勤労青年であった¹⁰⁾。

テレビ時代の到来によって、各ラジオ局が生き残りをかけるという目的のため、たとえその規模が小さくともラジオから逃げないでいてくれるニッチ・マーケットを探し出し、スポンサーを獲得することで一定のリスナーを確保できるような番組作りが軌道に乗るかどうかが不確定であったものの、まずは手探り状態で番組はスタートすることになった。

表2は1967年10月から1972年9月までの5年間のCBCの深夜放送番組のタイトルの変遷である。1969年4月の番組編成改編によって誕生した「オールナイトCBC」によって、CBCは放送時間を終夜放送へと拡大させた。1967年の番組開始当初の放送時間は12時20分から1時30分までであったが、1969年4月には終夜放送となる。この番組名の変遷は夜中の放送時間の拡大とともに、番組のタイトルや構成を変えながら、担当のDJを変えるな

若者向けラジオ深夜放送番組の生成

表 2 CBC における若者向け深夜放送番組の変遷

年	番組名の変遷		放送時間
1967 年 (昭和 42 年)	10 月	CBC ヤングリクエスト (1) ～若い深夜族のためのオール生番組～	0:20～1:30
1968 年 (昭和 43 年)	5 月	CBC ヤングリクエスト (2)	0:20～1:30
1969 年 (昭和 44 年)	4 月	CBC ヤングリクエスト (3) オールナイト CBC	0:20～4:50
1970 年 (昭和 45 年)	4 月	CBC ビップ&ピップス ～ミッドナイトレインボー～	0:30～4:50
1971 年 (昭和 46 年)	1 月	CBC ビップヤング (1)	0:30～4:40
	4 月	CBC ビップヤング (2)	
1972 年 (昭和 47 年)	4 月	CBC ビップヤング (3)	0:30～4:40
	9 月末	番組終了	

出典：島津靖雄氏作成の資料による

どして、人員配置の工夫や内容の変更などが繰り返されていったことによるものである。

また、このような番組名変更の理由のひとつとして、この番組が新人スタッフにこれまでに経験したこともない番組を作らせ、新しいことにチャレンジさせる場としても捉えられていたということも挙げることができるだろう。言い換えれば、CBC における深夜放送番組は、CBC ラジオの放送時間が大きく変わる橋渡しの役割を果たしただけでなく、将来の幹部候補生たちに、どのような番組を作ればよいのかを学ばせる試行錯誤の場をも提供したのである。

諸事情により 1972 年の 9 月末で CBC は深夜放送の自社制作を断念し、圧倒的な人気を誇っていた「オールナイト・ニッポン」の受け入れ、すなわちクロスネットとして東京の人気番組を放送するという決断に至った。この時期は、テレビの世界においても、本来地域特有の要望にこたえ、地域ならではの文化醸成を目指して開局された地方都市の民放がネットワーク化によって東京で制作されたコンテンツへの依存度を加速させてゆく時期と一致している。この番組は、本来民放に求められていたはずの地域のための番組作りでもあり、地元の放送人が地域の若者たちと双方向的なコミュニケーションを重ねながら番組制作を行うというメディア実践は、結果として地域固有のファン・コミュニティを創出した。地域密着型のユニークなメディア空間が形成されたのがこの番組の 5 年間であった。このような番組の送り手として、様々なことを学んだ幹部候補生の DJ たちは、そのほとんどがその後も定年まで CBC に留まり、名古屋の放送人としてそれぞれの職務を遂行している。

この 5 年間にオンエアされた CBC の深夜放送の人気のピークは、1969 年と 1970 年であった。担当曜日の変更や、担当者の配置換えなどを繰り返した CBC の深夜放送は、公開録音によって会場からのファンとの交流を伝える企画や、番組以外のファンサービスの活動も提供して、リスナーへのサービスに努めた。この結果高校生を中心として大規模なファン・

コミュニティが形成され、世代限定的なラジオ・リスナーのメディア空間が発生した。同時代的な体験を共有することの出来たリスナーの高校生たちにとって、そのラジオの時間はいつまでも共通の記憶として留まり、それぞれの人気DJ ごとにも核となるサブ・ファン・コミュニティが形成されたのである。以下では、最も人気があった1968年5月からの「CBC ヤングリクエスト (2)」から1970年の「CBC ビップ&ビップス」までを中心に、論考をすすめることとする。

第3章 新人アナウンサーと深夜放送

1968年5月、秋編成でこれまでCBC ヤングリクエストを担当していたベテランアナウンサーと交代したのが前年に入社したばかりの新人アナウンサーたちであった。番組の名前はこのままで、新人4人がそれぞれの曜日を担当し、彼らにとってこの番組が本格的なデビューとなった。新人アナウンサー起用の理由は、1967年10月から開始した「ヤングリクエスト」は予想外の人気を獲得したが、番組をすすめて行くうちにリスナーが高校生を中心とした学生たちによって占められていることが分かったからである。

4月27日付の毎日新聞の夕刊には「張り切る4人の新人アナ」というタイトルの記事に、彼らを含めた番組の担当者が写真入りで紹介されている。この記事にはまた、彼らを起用した理由として、「対象は中、高校生など若い人たちなので、司会者グループの平均年齢も引き下げた」というディレクターの弁が掲載されている¹¹⁾。

この新人アナウンサーたちのほとんどは、地元出身ではなく、東京や関西地区の大学を卒業した人たちであった。地元の事情には未だ精通していないものの、首都である東京と地方都市ではインフラや文化面からも格差を実感させられた1960年代後半にあって、最先端のファッションをまとい、新しい音楽の知識だけには留まらずそれを楽しむ術を知っている、また都会の若者のライフスタイルに精通しているフレッシュマンの局アナの魅力がこの番組の人気を支えていた。言い換えるならば、ファン・コミュニティに属する名古屋の高校生たちは、都会の洗礼を受けたことを感じさせてくれる東京からやってきた局アナたちを通じて、憧れの都会の空気を感じ取っていたのである。

1968年6月にラジオ製作部がまとめた「ヤングリクエスト報告書」という内部資料には1967年10月の番組発足当初からのこの番組に対する反響の大きさがまとめられている¹²⁾。

まずリクエスト葉書の数量は、番組開始直後の10月は、6700通(1日あたり257通)からのスタートとなったが、その後順調にその数を伸ばし、1968年の5月には14996通(1日あたり555通)にまでなっている。この報告書では、時系列にその数の傾向を調べてリクエスト葉書が試験期間になると増えることから、夜遅くまで勉強している学生たちがこの番組の主たるリスナーであることを明記している。5月中のある一週間の葉書を抽出して、葉書

若者向けラジオ深夜放送番組の生成

の送り手の居住地を調べた結果についても述べられており、名古屋市内の住所が明記されているリクエストカードの比率が25パーセント、名古屋以外の愛知県内の地域からが40パーセント、岐阜県内のもの10パーセントという集計結果が紹介されている。

前出の報告書の中には、曜日ごとの内容も詳述されており、それぞれの新人アナウンサーが、それぞれのキャラクターを活用しながら、リスナーとの共通項を見出せる番組づくりを行っていった様子を垣間見ることができる。【 】はコーナーの名称である。

(月) 三久保角男アナウンサー (片岡ディレクター)

【レコードについての質問箱】、【外国新譜紹介】

ディレクターが音楽やレコードにくわしいこともあり、レコードを中心に外国の新譜の情報を紹介しヒット曲の流れを追っている。

(火) 島津靖雄アナウンサー (佐野ディレクター)

【ヤングメイト・コーナー】、【恋人を語る】、【私の推薦レコード】、

【君の悩みを一緒に考えよう】、【デートコース紹介】

バンド活動をしているグループの訪問や、ゲストとして呼ぶこともある。またソフトな語りかけと率直さが受けている。

(木) 荒川戦一アナウンサー (草柳ディレクター)

【今日あなたの印象に残ったニュースは?】、【数字で見たニュース】、

【アラセン (荒戦) の英会話】

クールな口調で、ニュースアナの口調でとぼけた味のアナとして人気である。

(金) 村井秀樹アナウンサー (久保ディレクター)

【学生落語】、【投稿詩のコーナー】、【葉書による意見の交換】、

【ゲストを迎えて】

アナのやや甘い感じが魅力で、大学の落語研究会の出演コーナーや、詩の朗読などが人気を集めている。

報告書ではまた、番組の中で、「アナウンサーが何か問題提起をしたときには、反応が直ちに現れ、意見が殺到し、事件が起これば自発的に意見が現れる」ということも指摘されている。また、「リクエスト葉書には、凝ったイラストが描かれており、いろいろな意見が述べられている葉書も見受けられる」とある。

ある番組でコーナーを廃止したところ、抗議の葉書が殺到し、江南市からという学生がわ

わざわざ自転車でやってきて抗議文を読み上げたというような出来事もあったようだ。アナウンサーへの面会を希望する高校生も多く「応接にいとまがない」とも書いてあり、この番組の特徴として、「送り手と受け手の間の垣根を取り払った放送の一つのあり方を示したもの」と最後に締めくくっている。

夜遅くまで起きている学生のリスナーがこの番組の核となって行った理由の一つには、CBCでは毎晩夜11時から、1時間の帯番組として、旺文社提供の「大学受験ラジオ講座」が放送されていたこともあげられるだろう。これは月曜日から日曜日まで、日替わりで大学受験科目ごとに講師がラジオで講義を行うもので、書店で毎月テキストが発売されており、そのテキストを併用しながら、予備校と同じような受験指導を自宅で受けることが出来るラジオ番組であった。

第4章 「ヤングリクエスト」から「ビップ&ピップス」へ

1968年3月から、東海ラジオが「ミッドナイト東海」という番組をスタートさせた¹³⁾。発足当初からのパーソナリティであった、天野鎮雄（アマチン）、岡本典子（リコタン）に加えて、1967年7月から森本レオが加わり、CBCと東海ラジオは、深夜放送の時間帯を若者に照準をあてた番組で競い合うことになった。ミッドナイト東海がパーソナリティとして起用したのは、地元で活動をしていたタレントであり、ここが新人の局アナたちに担当させたCBCの番組との大きな違いであった。

1969年4月から、CBCの番組は、「ヤングリクエスト」と「オールナイトCBC」の二部制として、ここでラジオの24時間放送が実現することとなった。その時間配分は、12時20分から2時までは、CBCの局アナの男性が担当し、2時から4時50分までは、オーディションで選ばれた地元の女性タレントたちが担当した。表4は、1969年4月から1971年初頭にかけて担当したDJたちのリストである¹⁴⁾。

1969年4月から木曜日の夜の時間帯を担当した金山裕子氏は、番組開始当日はリクエストが何もないところからのスタートでもあり、まだ見えないリスナーに自己紹介を語りかけたこと回想している。番組が回を重ねるとともに、リスナーからのリクエスト葉書も増えて、金山氏がポパイの漫画に登場するオリーブのように細いということから「オリーブ」というニックネームが定着したという。島津アナウンサーが一部の番組を終えて、同じスタジオで第二部を担当するオリーブさんへと Baton タッチをする折には、二人の簡単なやり取りがそのまま放送された。番組の人気とともに、この二人の会話時間が次第に長くなり、それもこの曜日の人気のコーナーとなっていった。

ここで二部制となった最大の要因は、この番組担当がCBCの正社員である局アナであったという点であった。正規の職員にとって、夜中の番組への出演は時間外勤務にあたり、深

表3 終夜放送開始以降の番組担当 DJ リスト

(1) ヤングリクエスト+オールナイト CBC (1969年4月)

曜日	担当者 (0:20~2:00)	担当者 (2:00~4:50)
火曜日	三久保角男	鈴木美美子 (ベル)
水曜日	村井秀樹	小島加代子 (カヨカヨ)
木曜日	島津靖雄	金山裕子 (オリーブ)
金曜日	荒川戦一	津島美佐子
土曜日	福井豊治	市岡世津子 (いちこ)
日曜日	朝比久雄	横田玲子

(2) CBC ビップ&ビップス~ミッドナイトレインボー (1970年4月)

曜日	担当者 (0:20~2:00)	担当者 (2:00~4:50)
火曜日	荒川戦一	金山裕子 (オリーブ)
水曜日	村井秀樹	高島幸子 (サッチ)
木曜日	中島公司	中村美恵 (キャット)
金曜日	岸佳弘	小島加代子 (カヨカヨ)
土曜日	高桐皓路	秋田雅子 (アッコ)
日曜日	島津靖雄	竹内寿子 (5月まで) 石原ひとみ 石田都 (ラブラブ)

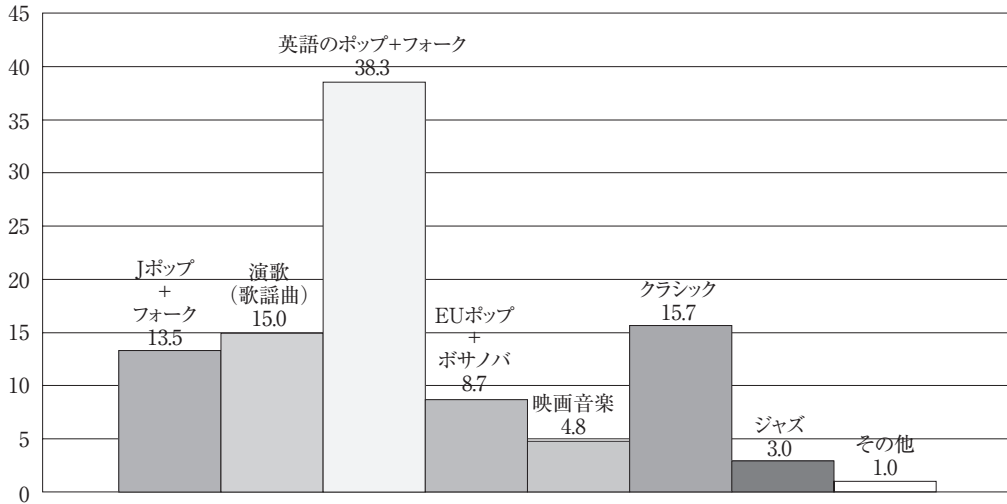
出典：島津靖雄氏作成の資料による

夜労働の是非が CBC の労働組合活動の議題にもなり得るということも番組構成に少なからず影響を与えた¹⁵⁾。2時以降の番組に関しては、局アナの担当ではなく、地元のタレント事務所などを通じて公募し、オーディションを通過したタレントたちで布陣を張ることとなった。番組発足当時、番組の進行は3名で運営され、メインのDJにスタッフとして加わったのは、機材を操作するオペレーターと管理職のスタッフがそれぞれ担当する曜日ディレクターであった。

番組は新譜などを中心として、さまざまな楽曲を紹介しながら、リクエストカードを読むという形式をとったが、番組でかけられる楽曲はすべてリクエストによるものではなかったという。むしろ、それぞれのDJが競い合って、これからヒットが予想できそうな曲や、自他共に認める名曲を次々と番組に登場させたという。レコード会社とDJが協力してヘビー・ローテーションによるヒット曲を生み出すというシステムではなく、この番組では、あくまでも担当者の個人的な嗜好を尊重した選曲が行われ、各DJはリスナーにいかに良い楽曲を届けるかという点に心血を注いだ。

図2は、1969年9月3日から1970年9月23日にかけて、村井秀樹アナ担当の54週間の火曜日の夜にかけられた楽曲793本をそれぞれジャンルごとに分類したものである。当時の

図2 村井氏の番組に登場した楽曲のジャンル別比率 (総数：54週分793曲)



出典：1969年9月3日から1970年9月23日までの村井秀樹アナのセットアップリストより

リスナーの中には、オンエアされる楽曲をカセットテープレコーダー等に録音するものもいたことを意識して、楽曲を途中で中断することなく最後まで完全に放送したという。オンエアにあたり楽曲を途中で中断したり、一部のみを抽出したり、音楽に自分の語りをかぶせたりするDJがいなかったわけでもないが、レコード入手が容易ではなかった時代でもあったこのCBCの番組では、基本的に楽曲をすべて紹介するという姿勢をとっており、楽曲の発売元であるレコード会社のレーベルの名前も曲の紹介とともにアナウンスされて、レコード購入時の参考になるような情報提供も行っている。

このデータを見ると、英語によるポップス、ロック、フォークが全体の38.3パーセント(304)を占めており、この曜日では洋楽が頻繁に登場していたことがわかる。すべての楽曲の中で最も頻度の高かったものを列挙すると、シルビー・バルタン：「悲しみの兵士」、サイモンとガーファンクル：「コンドルは飛んでゆく」、メアリー・ホプキン：「ケセラセラ」、クリスティー：「イエロー・リバー」、オリジナル・キャスト：「ミスター・マンデー」、ジリオラ・チンクエッティ：「雨」、ペピーノ・ガリアルディ：「ガラスの部屋」などであった。

さらに、この期間内に最も頻繁に登場したアーティストでは、サイモンとガーファンクル(12回)、ザ・ビートルズ(12回)、ジリオラ・チンクエッティ(9回)、メアリー・ホプキン(8回)、ボビー・シャーマン(7回)、クリフ・リチャード(7回)、ダニエル・ビダル(7回)、ジミー・オズモンド/オズモンドブラザーズ(7回)などが挙げられる。

DJたちは、それぞれ担当曜日の番組の独自性を尊重しあい、村井アナの番組では、映画の紹介とかラブレターや詩などの投稿のコーナーもあったりしたこともあり、女性からの人気も高く、ジャンルごとの比率は、ほかの担当DJの曜日では全く異なったものとなるだろう。

若者向けラジオ深夜放送番組の生成

村井アナの番組で、クラシック音楽の 15.7 パーセント（125 曲）という高い比率が示されているのは、曜日ディレクターの加藤清氏が大のクラシックファンで、自らもレコード会社やレコード店から良質と思われる楽曲を自ら選び出し、必ず放送のセットアップリスト中に入れるように村井アナに提案していた結果であることがインタビューで確認された。島津アナの番組でも、島津アナ自身はジャズレコードのコレクターでもありジャズやロック音楽の造詣も深く、また洋楽ではビートルズよりもローリング・ストーンズの楽曲を好んでオンエアしていたものの、歌謡曲の好きな曜日ディレクターの意見を取り入れて古典的な流行歌もセットアップリストに加えていたという。

CBC の DJ たちが確立した番組のスタイルは、アメリカで最も一般的であったトップ 100 とかトップ 10 などの人気投票やビルボード誌などのチャートを参考にして、カウントダウン方式で番組を構成するようなスタイルとは異なるものであった。ファンたちとのコミュニケーションを重視していたとはいえ、他の局の番組のなかには、「パーソナリティ」を中心として、語りを中心の番組スタイルを固定化させていったものも少なくなかったが、CBC の番組は、楽しい語りと良質な音楽のバランスを取るという番組のスタイルを作り出していたのである。

第 5 章 ファン・コミュニティの形成と拡大

第一期の「ヤングリクエスト」からすでに高校生を中心としたファン層を獲得していた CBC の深夜放送の人气が最もピークを迎えるのは、1969 年から 1970 年にかけてであるが、1968 年の 12 月 8 日の中日新聞には、高校生の中で深夜放送がブームになっていることを紹介する記事が掲載されている。

この記事によればこの年の名古屋市内の高校の秋の学園祭では、こぞって深夜放送を研究テーマとして取り上げて展示していたのが目立ったという。また、この現象についてこの記事では、「学友はみなライバルというほどの高校生にとって、現在の生活は不安と不満で孤独にならざるを得ない」というように分析している。受験戦争という競争社会において、夜遅くまで 1 人で学ぶ高校生は孤独なので、自分と同じ立場である程度距離の持てる DJ やパーソナリティには親しみを感じるので悩み事や打ち明け話をしたくなるのだというような分析を試みている¹⁶⁾。図 3 は、CBC に寄せられたリクエストカードを紹介した新聞記事であるが、ここからも本研究で扱った番組の人気のほどを推し量ることが可能である。

さらに当時の CBC ラジオのファン・コミュニティの実情を伝えるものとして、CBC ラジオが作成した報告書がある。¹⁷⁾ これは、1969 年 4 月 10 日から 22 日までの CBC ヤングリクエストの聴取者 1200 名に対して郵送調査を実施したもので、回収された質問表 946 通のうち 800 通を無作為に抽出して統計的な分析を試みたものである。

図3 放送局に届くリクエストカードを紹介する記事



出典：1968年12月8日（日曜日）中日新聞

表4は、リスナーの構成を年齢階層別に見たものである。まず男女の内分けは、男性が598名、女性が202名であった。年齢区分を見ると、最も多かったのが、17歳の31.4パーセント（251名）でその次が16歳25.4パーセント（208名）となっており、13歳から15歳までの若年層もこの深夜放送番組のファン・コミュニティに含まれているものの、高校生によって圧倒的な多数派が構成されていることがわかる。

この対象者の居住地は、名古屋市内のものが40パーセント（320）、愛知県内のものが32パーセント（254名）、三重県のものが15パーセント（121）、岐阜県10パーセント（79名）その他3パーセント（26名）となっており、最も回答数の多かった名古屋在住のリスナーに愛知県内のリスナーを加えると全体の7割であることがわかる。

番組視聴の理由を複数回答で聞いたものの結果のうちで最も多かったのは、「音楽をききたいから」が58.1パーセント（465名）で最も高い比率を示した。その次に多かったカテゴリーは、「DJをききたいから」27.1パーセント（271名）、「面白いから」24.0パーセント（192名）であり、「夜中淋しいから」という理由を挙げたものは、19.0パーセント（152名）であった。高校生たちがこの番組を聴取する理由は、音楽やDJによって作り出される番組の

表4 リスナーの年齢構成

年齢区分	年齢別比率 (実数)
13歳～15歳	17.9% (143)
16歳	25.4% (203)
17歳	31.4% (251)
18歳	13.2% (106)
19歳～22歳	12.1% (97)
Total	100.0% (800)

出典：CBCラジオ「ヤングリスナーとCBC」2頁。

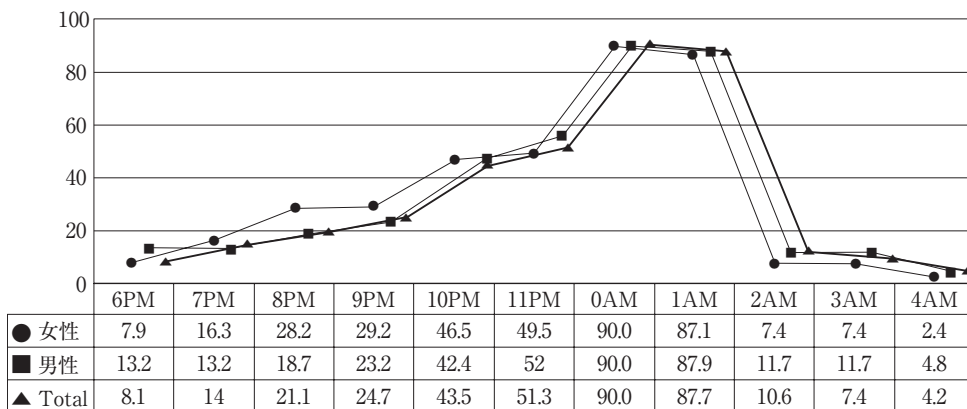
魅力によるものと答えているものが最も多く、この調査結果は、孤独感から番組へのアクセスを試みる若者がマジョリティではないことを示唆するものである。

図表1は、調査対象者にそれぞれの時間ごとに、ラジオ聴取しているかどうかを尋ねた結果を図表にしたものである。この表を見ると、番組の一部が放送される12時から1時の時間帯の数値が最も高く、12時台の比率は、90.0パーセント（720名）、1時台は87.7パーセント（702名）と圧倒していた。2時台の時間帯になるとその比率は40.3パーセント（323名）となるものの、高校生の生活時間を考えると、この数値は驚異的なものであるといえるだろう。回答者の数が男女で異なるものの、この比率に大きな男女差は見られなかった。

また、特筆に価するのは、ラジオにスイッチを入れる回答者の比率が、10時ごろから次第に増加していくという点である。

この調査では、対象者の購読している雑誌についても質問している¹⁸⁾。月刊誌で最も高い

図表1 時間帯別ラジオ聴取者の割合 (%)



● 女性 ■ 男性 ▲ Total

出典：出典：CBCラジオ「ヤングリスナーとCBC」8頁。

比率を示したのは、受験生向けの学習雑誌（中学コース，中学時代，高校コース，高校時代，蛍雪時代，旺文社大学受験ラジオ講座テキスト）で，それぞれの数字を足し上げると，34.7パーセント（279名）になる。その次に多かったのが，音楽ファンのための雑誌（ヒットポップス，ミュージックライフ，ヤングミュージック，音楽専科）で，「それぞれの雑誌を読んでいる」と答えたものの合計は28.7パーセント（230名）であった。この音楽雑誌の中で最も読まれていたのは，ビートルズやローリング・ストーンズなどの洋楽の最新情報を紹介していた「ミュージックライフ」で，全体の12.6パーセント（101名）であった。また，回答者の数が男子と比べて少ないものの，月刊誌「ミュージックライフ」は女子の方が高い比率を示し，19.8パーセント（40名）のものが購読していると答えており，女子の中で月刊誌の購読率が最も高かったのはこの雑誌であった。

週刊誌の購読率が最も高かったのは，「平凡パンチ」（23.5%：188名），「プレイボーイ」（16.0%：128名），「少年マガジン」（16.5%：133名）で，男子の回答者が597名と圧倒していることもあり，当時の10代の男子たちの間で，これらの雑誌が好まれていたということ裏付けるものとなった。女子の中で最も読まれていた週刊誌は「セブンティーン」（38.1%：77名），「ティーンルック」（35.6%：72名）であった。この質問項目では，「週刊誌を読まない」と答えたものが，男子196名（32.7%），女子253名（26.2%）であったことを見ても，これら購読率の高い数値が示された週刊誌は人気があったものと考えられるだろう。

これらの月刊誌や週刊誌の嗜好から，このラジオ・コミュニティが，学校という枠の中で，大学や短大などの更なる高等教育を受けることを視野に入れながら学業に励みながらも，同時にラジオを通じて洋楽や最先端の流行に敏感に反応し，高校生活との両立で楽しもうとしていた高校生たちによって占められていたのではと推測することが出来る。

このようなファン・コミュニティが1969年の中部圏に出現し，その規模は想像を遥かに超えるものであるということを実感させてくれたものが，1969年7月13日に三河大島という三河湾に位置する無人島の小島で開催されたファンの集まりであった。これは，1969年の春の番組改編とともにCBCがファンクラブを立ち上げたもので，会の名称を「ビップヤングの会」とし，リスナーたちに加入の呼びかけを行ったものである。

その募集要項には，会費は連絡費として半年180円（切手可）でありながら受けられる沢山の特典が明記されている。まず会員は，人気DJの面白いエピソードやファンからの頼りが掲載された月刊誌「ビップヤング」という会員向けの冊子を受け取ることができることになっていた（図4参照）。また，年2回CBCが主催するファンの集いへの参加が優先的に受けられるのに加え，月に一度，ファンの親睦会が開催されるが，こちらにも実費で参加できることになっていた。

果たして，ビップヤングの会員募集への反応は良好で，第1回のファンの集いの企画が発表されると，その応募者は5300人をこえた。7月13日，第1回記念大会が，三河大島で開

図4 ファンクラブの会報第一号の表紙



催され、人気上昇中であった森山良子や伊東きよこなどのゲスト・シンガーに加え、憧れのDJたちを一目見ようと、約3500人の若者が島を埋め尽くした¹⁹⁾。

このイベントは、当時の人気雑誌である平凡パンチ1969年8月11日号のグラビアページにも紹介されている。グラビアページが貴重であった当時の雑誌の中で、3ページがこの様子を紹介するために用いられて、見出しは、「じつは絶海の孤島でこんなコトがありました——CBC ビップヤング第1回記念大会オープン」とあり、稀有な若者の集りとしてファンの集いが紹介されている²⁰⁾。

ビップヤングの会は、ラジオ・コミュニティの核となり、毎月開催されるファンの集いには、多くのファンが加わり、会報には、人気DJを紹介した記事とともにそのイベントの様子が伝えられ、ファン・コミュニティの大事な部分を支えていったのである。

おわりに

本論では、1960年代の末に一大ブームとなったAMラジオの深夜放送とは何であったのかを振り返ることを意図していた。筆者自身が熱心なリスナーだったこともあり、名古屋の

中部日本放送の深夜番組を事例として実証研究を試みたものである。

当時の名古屋では、東海ラジオの「ミッドナイト東海」とCBCの深夜放送番組が競争関係にあり、どちらも人気を誇っていた。名古屋における深夜放送番組は、B29の無差別攻撃や伊勢湾台風の被害にあいながらも、高度経済成長時代の日本でインフラの整備とものづくり都市として戦後の復興を遂げ、人口200万都市に加わった名古屋の若者たちだけが共有できた、学縁、地縁、血縁とはかけ離れたところに出現した魅力的なラジオ・コミュニティでもあった。

これはまた、地域特有の文化の醸成のために誕生した民放が、地域在住の送り手たちが地域の若者たちのために試行錯誤しながら、新しいラジオ・リスナーのセグメントである若者向けの番組を手探りで作り出したのもでもあった。

当時のDJやCBCの関係者の方たちにインタビューを試みた成果のうち、本論では、深夜番組の登場からパイオニアたちが試行錯誤を繰り返しながら新しい番組のスタイルを作り出して行った部分を扱った。焦点を当てたのはこの番組が最も人気を得ていた1967年から1970年頃であり、欧米の新しいポップス音楽が紹介され、また、番組の送り手と受け手の間に新しいコミュニケーションのスタイルが生み出されていった時期でもあった。発掘資料も用いながら番組制作の経過を時系列にたどり、深夜放送の果たした役割の検証を試みたものである。

ここでは、CBCの番組において、送り手たちが発足当初想定していた勤労青年ではなく、受験勉強に打ち込みながらも、新しい流行や洋楽にアンテナを張る高校生たちがファン・コミュニティの中核となっていたことがわかった。CBCが運営するファンクラブにも希望者が殺到し、大掛かりなファンの集いも開催されているが、このあたりの検証から、より詳細なファン・コミュニティの実情を探るのは、次の機会に出来たらと思っている。

注

- 1) 「オールナイト・ニッポン」の詳しい番組内容は、村野まさよし『深夜放送がボクらの先生だった』（実業之日本社、2008年）が参考になる。
- 2) 「座談会 ディスク・ジョッキーとは何か」湯川れい子（司会）、福田一郎、亀淵昭信、渡辺勲『全国有名ディスク・ジョッキーが選んだゴールデン・ヒット・ダブル・デラックス』（キング・レコード、1970）アルバムジャケット所収、SLI143-4。
- 3) インタビューは2010年6月から8月にかけて名古屋にて実施された。調査協力者は以下の方々である。この場を借りて、以下の方々の本研究への多大なるご協力に対して心からの謝意を表したい。

島津靖雄氏（1968年5月～1972年9月、DJ）

村井秀樹氏（1968年5月～1971年3月、DJ）

加藤 清氏（1968年～1969年、曜日ディレクター）

金山裕子氏（1969年4月～1971年3月、DJ）

若者向けラジオ深夜放送番組の生成

後藤克幸氏（現 CBC 広報部長）

- 4) 伊藤達也『生活の中の人口学』（古今書院，1994年）188-211頁。
- 5) 坂田稔『ユースカルチャー史』（勁草書房，1979年）254頁。
- 6) この都市計画は，昭和20年10月に任命された田淵寿郎により実行された。田淵は，防災や景観にも配慮しながら，市の中心に幅100メートルの道路を2本，幅50メートルの道路を47本配置した。
- 7) 中部日本放送株式会社『東海の虹 中部日本放送十年史』2頁。
- 8) 名古屋タイムズ・アーカイブス委員会『僕らの名古屋のテレビ塔』（樹林舎，2010年）
- 9) 担当アナウンサーは，火曜日：鳥居公子，水曜日：服部元彦，木曜日：前田翠，金曜日：田口豊太郎，土曜日：伊藤和子，日曜日：朝比久雄であった。
- 10) 東京や大阪と同様に，名古屋にも中学卒業と同時に集団就職で，多くの若者が九州や沖縄から名古屋に来ていた。テレビの歌謡ショー番組である「ロッセ歌のアルバム」や吉永さゆり主演の日活映画のファン層には，このような勤労青年たちが多く含まれていた。
- 11) 毎日新聞，4月27日（夕刊）「張り切る4人の新人アナ」。
- 12) CBC 内部資料：ラジオ局制作部本間プロデューサー「ヤングリクエスト報告書」1968年6月。
- 13) 東海ラジオ放送株式会社『東海ラジオ放送三十年史』（東海ラジオ放送株式会社，1988年）。
- 14) この章で言及しているそれぞれの番組の進行の方法やオンエア曲の選別方法などのエピソードは，そのほとんどが2010年夏に名古屋にて行った番組担当のDJ氏たちや曜日ディレクターへのインタビュー調査によるものである。
- 15) 中部日本放送労働組合は，1952年3月9日に結成された。労働組合の結成も民放初であった。1971年に労使協調路線に至るまでの局内ではさまざまな対立が見られた。中部日本放送株式会社『民放のバイオニア 中部日本放送 50年のあゆみ』（中部日本放送株式会社，2000年）162-163頁。
- 16) 筆者が現在すすめているインタビュー調査では，すべてがこのステレオタイプに当てはまるケースばかりとはいえないことがわかっている。
- 17) CBC ラジオ「ヤングリスナーとCBC」1969年4月作成の局内参考資料。
- 18) CBC ラジオ「ヤングリスナーとCBC」1969年4月，11-12頁。
- 19) 中部日本放送株式会社『民放のバイオニア 中部日本放送 50年のあゆみ』（中部日本放送株式会社，2000年）151頁。
- 20) 「じつは絶海の孤島でこんなコトがありました」『平凡パンチ』1969年8月11日号，93-95頁。

参 考 文 献

〈書籍・論文〉

- 赤城洋一『「アンアン」1970』（平凡社，2007年）
- 伊藤達也『生活の中の人口学』（古今書院，1994年）
- 石川弘義他監修『日本風俗じてん アメリカン・カルチャー2 60's』（三省堂，1981年）
- 伊奈正人「団塊世代若者文化とサブカルチャー概念の再検討——若者文化の抽出・融解説を手がかりとして——」『東京女子大社会学部会紀要』32号 2004年3月12日 1-23頁。
- 鶴見俊輔『戦後日本の大衆文化史——1945～1980年——』（岩波書店，1984年）

- 宇田川悟『VAN ストーリーズ——石津謙介とアイビーの時代』(集英社, 2006年)
- 加藤晴明「ラジオ・パーソナリティ論のための予備的考察——“メディア語り”と「市民の情報発信」を再考する——」『中京大学現代学部社会学部紀要』4巻 第1号 2010年12月 33-79頁。
- 北村日出夫「深夜放送」城戸又一他編『講座現代ジャーナリズム 広告・大衆文化』(時事通信社, 1973年) 185-203頁。
- 坂田稔『ユースカルチャー史——若者文化と若者意識』(勁草書房, 1979年)
- 柴田勝章『戦後ポピュラー日誌』(八曜社, 1981年)
- 菅野拓也『現代若者・文化考——コミック・イメージソング・深夜放送・etc.』(築地書館, 1981年)
- 高橋雄造「ロックンロールとトランジスタ・ラジオ——日本の電子工業の繁栄をもたらしたもの——」『メディア史研究』20 2006年5月 70-85頁。
- 宝島編集部『1960大百科』(JICC出版局, 1991年)
- TBSバックインミュージック編『もう一つの別の広場——深夜放送にみる青春群像』(プロンズ社, 1969年)
- 中部日本放送編『民間放送史』(四季社, 1959年)
- 名古屋タイムズ・アーカイブス委員会編『僕らの名古屋テレビ塔』(樹林舎, 2010年)
- 文化放送編『セイ! ヤング』(ルック社, 1976年)
- 村野まさよし『深夜放送がボクらの先生だった』(実業之日本社, 2008年)

〈社史・年鑑など〉

- 中部日本放送株式会社『東海の虹——中部日本放送十年史』(中部日本放送株式会社, 1960年)
- 中部日本放送株式会社『民放のパイオニア 中部日本放送 50年のあゆみ』(中部日本放送株式会社, 2000年)
- 社団法人 日本民間放送連盟『民間放送十年史』(社団法人 日本民間放送連盟, 1961年)
- 社団法人 日本民間放送連盟『民間放送50年史』(社団法人 日本民間放送連盟, 2001年)
- 東海ラジオ放送株式会社『東海ラジオ放送三十年史』(東海ラジオ放送株式会社, 1988年)
- 日本民間放送連盟放送研究所編『ラジオ白書』(岩崎放送出版社, 1964年)

〈英文・その他〉

HASEGAWA, Tomoko

Emerging Teenage Midnight Radio Communities in Japan in the Late 1960s — A discussion of DJs and Western popular music aired by Chubu-Nippon Broadcasting Co., Ltd. in Nagoya (= 1960年代末に登場した中部日本放送局の深夜放送番組の研究——デイクジョッキーと音楽の関係性からの一考察——) コミュニケーション科学 第33号, 2011年2月 223-242頁。

毎日新聞, 1967年4月27日「張り切る4人の新人アナ」

中日新聞 1968年12月8日「孤立感をいやす——高校生から各局へ投書殺到」

平凡パンチ, 1969年8月11日号, 「じつは絶海の孤島でこんなコトがありました——CBC ビップ・ヤング第1回記念大会オープン」93-95頁。