

民放ラジオ 陰と光の10年をふり返る

ニューラジオの成立 -昭和40年~46年-

吉本圭介 (ABC)



12,000人の聴衆で大阪城ホールが超満員になったABCラジオ『おはようパーソナリティ道上洋三です』30周年記念公開放送風景~2007年3月21日放送~



筆者近影

みん
な
の
話
ら
う
民
放
史

題字 中川 順

ABC「ラジオ局」の新方針

前号でも述べたようにABCが、ラジオ部門の編成、営業業務を一本にまとめ「ラジオ局」を新設したのは昭和40年7月である。当時、多くの局はラジオの縮小再生産の方向をとっていたが、機構を簡素化し身軽になったABCの「ラジオ局」が最初に打ち出した方針は、「拡大再生産」であった。「販路の拡張」というのは、スポンサーソース開拓以前に、受け手の数の大きさを増やすことだ。第一に番組開発だ。新しくラジオ局の指揮をとった大野坦局長の言葉である。

状況が悪化し続けていた時は、目は内に向けられた。いわゆる合理化である。これに対し、陣容を立て直し再出発してからは、目を外に向けられた。あくまで原点を聴取者に置き、その聴取者を座標軸として編成も営業も考えようというわけである。いわば「マーケティング」の思想である。

昭和40年11月、阪神地区の時間帯ごとの聴取者分析に基づき、LFが打ち出した「オーディエンス・セグメンテーション編成」を

実施、数年のうちにほとんど全番組に及ぶのだが、ここでは、各時間帯ゾーンの中核番組として、関西の聴取者に大きな人気と支持を得た『ABCヤングリクエスト』『空からこんにちは』『おはようパーソナリティ中村鋭一です』の三つの番組について述べてみたい。

『ABCヤングリクエスト』は、放送開始と同時に、なぜあれほど若者たちに熱い支持を得たのか。『空からこんにちは』は昭和42年に始まり52年終わったが、10年間で終わったのはなぜだったのか。さらに『おはようパーソナリティ中村鋭一です』は6年間、その後、パーソナリティは道上洋三アナウンサーに代わり今年で30年目、計36年も関西ラジオ界のトップ番組の一つとして続いているが、どうしてこんなに長く高い人気を持ち続けているのだろうか。

これらの番組は「ニューラジオ」の方向性を示すものとして評価されたが、それぞれの番組の開発過程についてふり返ってみたい。

ABCヤングリクエスト

(昭和41年4月~61年10月)

『ABCヤングリクエスト』の

スタートは昭和41年4月。「オーディエンス・セグメンテーション編成」に基づいて開発した最初の番組である。ABCではヤングタイムを午後11時以降と設定したが、それに沿ってターゲットを思いついてヤング層に絞り、月々土曜の午後11時10分から午前2時まで、2時間50分のナマ放送とした。サブタイトルは「はがきで当てよう!車と一万円」。

放送開始と同時に衝撃的なことが起こった。寄せられたハガキが、初日7327通。やがて毎日一万通を超えるようになった。一日に寄せられるハガキは、普通十数通程度、数百通ともなればたいへんな数であったから、この反響の大きさに驚いたことは言うまでもない。聴取率調査でも顕著な結果が表われる。時間帯のヤング層の個人聴取率は、スタート前は1・2%に過ぎなかったのが、スタート2ヵ月後に16・7%、1年後には21・9%と跳ね上がり、その後20%台が続く。ヤング向けテレビ番組の個人視聴率をも上回った。では、スタートと同時にいきなり大爆発した『ヤンリク』は、ラジオ番組としてどんな特徴を持っ

ていたのだろうか。

番組を企画した故今田昭プロデューサーは「『ヤンリク』はあくまで音楽番組であり、音楽を主体に、深夜、勉強をしている学生たちや仕事をしている人が抵抗なく聞けるように」とし、その方向に沿っていくつかの工夫がなされている。

まず選曲。ハガキのリクエストから、歌謡曲とポピュラーをほぼ半分ずつになるように選んだ。当時、歌謡曲とポピュラーを同じ一つの番組の中で採り上げることは殆どなかっただけに、若者たちには斬新な感覚として好意的に受け入れられた。

二つ目に、ターゲットは若者であり、司会者に2年目の若いアナウンサーを起用したことも新鮮な印象を与えた。「あくまでも音楽をたっぷり聞かせるのだと、(おしゃべりは、一山の石炭より一粒のダイヤモンドであるべし)」と厳しく指導されたし、エッチな話はダメとされるなど、規制の多い番組でした」と、若手3人のうちの一人であった道上洋三アナウンサーは述懐している。あくまで受け手の聴取実態に適応した番組作り

に意を注ぎ、若者たちの間に、「ラジオを聞きながら勉強する」というライフスタイルを生み出したとも言われている。

三つ目に、音楽の他に、聴取者の気分転換をはかり興味をつなぐ10分〜15分程度のコーナーをいくつか設けた。「仁鶴の頭のマツサージ」などは出版されたり、レコードになったりもしている。

イベントの話も欠かせない。2年6ヵ月を経た43年10月に寄せられたハガキは500万通を超えた。そこでクイズにもれた哀れなハガキを弔おうとABCホールで、ハガキ供養を行った。薬師寺



ABCホールで行われたハガキ供養

長老の橋本凝胤師のおごそかな読経の後、聴取者の代表が焼香を行った。その他、抽選で選んだ聴取者100名で「ヤンリク連」を掲げて阿波踊りに参加、曹洞宗本山の永平寺で「ヤンリク座禅教室」、愛媛県に浮かぶ無人島での集団原始生活など。これらは、同じラジオ番組を聞くことによって生じる仲間意識がもたらしたラジオコミユニティそのものであった。

『ヤンリク』の高聴取率の原因を探るとき、見落とせないのは、放送開始時間である。当時、ヤング層にとって午後11時以降のテレビには、ほとんど見るべき番組が無かったし、夜11時といえば、ヤング層の多くはテレビから離れ、勉強部屋にこもる時間であった。

さらに、彼らは、生まれたときから家にはテレビがあり、テレビで育った年代である。その彼らにとっては、ラジオは「ニューメディア」だったのだ。彼らの好む音楽をナマでたっぷりと聴くことが出来るラジオに、それまでに経験しなかった新鮮な魅力を感じたのではなからうか。

この若者たちはいわゆる団塊の世代であり、高度成長の恩恵と厳



徳島阿波踊りに繰り出した「ヤンリク連」

しさの中で育った。受験戦争は激しさを増していたし、産業の活発化は深夜に働く若者人口を増加させた。広告のターゲットとしても注目され、節約より「消費は美德なり」との風潮を肯定的に受け入れ、次代を担う新しい消費者マーケットを形成していたのである。

昭和61年10月「ヤンリク」は20年の幕を閉じた。主たるターゲットたちの生活様式は大きく変わり、情報入手の手段も豊富になった。FMの伸長、さらに、トークによってヤング層を獲得したライバルの「MBSヤングタウン」や「OBCバチオンといこう」などに追い上げられたことも響いたであろう。しかし、「ヤンリク」の20年は、団塊の世代と共に育った「ニューラジオ」を切り開く生涯でもあったといえるだろう。

『空からこんにちは』

(昭和42年5月〜52年3月)

「ABCヤングリクエスト」の成功は、ラジオの可能性を開拓する意欲を一層かき立てた。新しい刺激を求めてアメリカへと、若手ディレクターが派遣された。報道主任だった山本雅男は、以前、アメリカのテレビ映画でロスのラジオ局がヘリコプターから交通情報を放送しているのを見ていたが、その実態を調べて持ち帰り、実現したのが、『空からこんにちは』である。とはいえ、安全性の問題と膨大な制作費は大きなネックになった。安全性の問題についてはヘリの事故発生率など詳しく調査した。制作費は、月100万円が当時の限界とされていたが、その4倍を超えた。しかし、「拡大再生産」の波にのって、この企画は実現することになったのである。

昭和40年代にはいると、クルマ

は3C商品の主役として猛烈な勢いで伸びている。一方、渋滞や混雑など劣悪な交通環境が主たる原因とされている交通違反は、昭和42年がピークになっていた。『空からこんにちは』はまさにその時期に登場しているのである。

『空からこんにちは』は、当初、月々土曜の午後4時15分から5時までの45分番組であったが、翌年10月には3時台も加わった。司会はニュー・アナとして定評のあった松倉一義アナウンサー、ヘリは大阪エアーエーズのベテランパイロットが交代で担当。司会の巧みなやりとりで、混雑の激しいポイントをと



『空からこんにちは』のPRポスター



『空からこんにちは』ヘリから放送中

中心にリアルタイムの交通情報を放送した。

当時、アナウンス面でも心配されたパイロットたちのレポートも、丸出しの地方弁や空から見た思いがけないレポートなどが、予期せぬ臨場感を生み、番組の大きな魅力となった。こうして『空からこんにちは』は、ローカルに密着し、同時性と機動性をフルに発揮することによって典型的な「ニューラジオ番組」と評価された。

スタートして2ヵ月後、午前11時台にも、トヨタ自動車の提供で午前の『空からこんにちは』が始まった。司会はスポーツ実況の経験豊かな故村上守アナウンサー。こんな要望が出された「壁に囲まれたアナウ

ンスペースから出て、空の見える窓際にデスクを置き、外の空気を感じながら、時にヘリを見ながら放送をしたい」と。これに対し、技術スタッフから、それでは雑音を防げないと反対が出た。しかし、少々雑音が入ってもヘリから事件を目撃して興奮するパイロットの声や臨場感を伝えることを優先すべきだと、この要望が受け入れられた。「雑音に耐える番組作り」は「ながら聴取」に適應する新しい対応策でもあった。

『空からこんにちは』は昭和52年3月に終わった。スタートして10年目であった。大阪府の自動車台数は156万台を数え、それとともに大阪の交通情報システムも充実していった。

各交差点に設置した感知器やセンサーカメラからの情報によって、渋滞情報、交通規制情報は格段に進歩した。48年10月には、曾根崎署内に交通管制センターが設置され、2階吹き抜けの大きな表示板で、常時、リアルタイムの交通状況が一覧できるようになり、ヘリからの情報力を遥かに超えた。

『空からこんにちは』は、高度

成長時代の自動車産業の急激な成長に道路行政が追いつかず、その遅れを埋める役割を果たしたといえるだろう。高度成長の世の中を「時代」と言い換えるならば『空からこんにちは』は時代の要請で生まれ、時代の活気の中で機能し、時代の成熟によって消えていったのである。

『おはようパーソナリティ中村鋭一です』

(昭和46年4月〜52年3月)

『おはようパーソナリティ道山洋三です』

(昭和52年3月〜放送中)

昭和42年10月、民放連が音頭を取りアメリカ・ラジオ研修が行われた。再びラジオの時代を取り戻したアメリカのAM「ニューラジオ」は、機動性、速報性、そしてしゃべり手の個性を存分に発揮する「パーソナリティ番組」一色と言ってよいほどだった。日本でもすでに東京では深夜放送でパーソナリティが活躍し、他の時間帯にも登場しつづがあった。片山龍二、近石真介、山谷親平などである。

『ABCヤングリクエスト』『空からこんにちは』をスタートさせ、このアメリカ研修に参加した吉川

忠章業務部長が、次に目指したのは、「パーソナリティラジオ」であった。全く新しいラジオジャーナリズムを確立しようと、研究と準備に3年の時間が費やされた。

二つの大きな問題があった。ひとつはパーソナリティに誰を起用するかということ、もう一つはどの時間帯でやるかであった。

パーソナリティにはアナウンサー以外も検討したが、結論は、豊かな個性があり、ジャーナリスト的なセンスを持つ人物として中村鋭一アナウンサーが選ばれ



放送中の『おはようパーソナリティ中村鋭一です』

た。スポーツ・アナとして豊富なキャリアがあり、報道デスクも経験、さらに朝日新聞社との交流研修で社会部記者としての経験も積んでいた。

放送時間帯。新番組は大人を聴取対象とする新ラジオジャーナリズムを目指し、ABCの顔になるような番組としたい。とすればラジオの最もよく聞かれている朝の7・8時台を、おいてはほかにない。しかし、当時のラジオにとつて朝の7・8時台は前号で触れたように、5分、10分の帯番組編成で、聴取率も比較的高く、とくに収入面では大きな比重を占めていた。新しいパーソナリティ番組はこの時間帯を更地にして編成しようというわけである。

当然、営業、スポンサーの抵抗は強かったが、まず、番組開始を46年4月と決定。その1年前に、この時間帯にパーソナリティの新番組をスタートすると公表した。その企画書には「ABCラジオはこう決心しました。1971年4月1日より朝7時〜9時まで番組を無くします。代わって登場するのがパーソナリティです」と書かれている。

当時、スポンサーの多くは何かきっかけがあればラジオを取りやめ、テレビに代わろうとする風潮が強かったため、営業折衝は困難をきわめた。

パーソナリティの個性を生かすために、パーソナリティ・プロデューサーとし、番組をどのように作るか、スタッフの人選も含め全て中村に一任された。

中村が選んだチーフ・ディレクターが中川隆博である。「文才があつて、筆は速いし、アイディアマンで、一面、自分勝手にやらせない変わり者でした」と中村の感想である。中村の個性を生かそうと、「標準語などやめて関西弁で、とにかく自分の言葉で行きましょうや」と言ったのも、熱狂的な阪神タイガースファンの中村のホンネをそのまま電波にのせたのも、中川の提案であった。タブーとされていたことに大胆に挑戦し、スタッフたちと新しいスタイルを作り出していったのである。

昭和46年4月、スタートと同時に「おはようパーソナリティ中村鋭一です」は大きな反響を呼んだ。数々の話題を残した番組だが、放送開始の日の印象を書き送って

れた一聴取者の文章を紹介しよう。

「その頃の放送は細切れ内容で『ながら族』 感覚で毎朝聞いているのですが、ある朝突然、パーパパーパン、パーパパーと軽快なリズムに乗って、『おはようパーソナリティ中村鋭一です』の声。吃驚しましたね。歯切れの良い言葉がボンボン流れて来て、面白い。呆気にとられ、夫と顔を見合わせながら、「誰、この人、えらい放送が始まったもんじゃなあ」。私にはラジオ革命のように思えました。益々ラジオのトリコになりました。益々巻き込んで『阪神タイガ―！』と阪神ファンに」以下略。

岡山市在住主婦63歳。

これは平成6年7月に「ラジオの日々」と題する作文を募集した中の一編である。彼女にとつては23年前の印象を書き記したことになる。

また営業面では、更地にしてのスタートであったため、この時間の収入は半減し、回復は1年後と覚悟していたが、番組の人気の盛り上がりによって、そんな心配を吹き飛ばす結果となった。



7.3.28 第1回放送 『おはようパーソナリティ道上海三です』放送開始

6年間、マイクを握り続け、中村は参議院議員に転出、そのあとを引き継いだのが「おはようパーソナリティ道上海三です」である。そして、数々の物語を生み続け、30年が経過した。

2007年3月21日、『おはようパーソナリティ道上海三です』の30周年記念番組が放送された。会場となった大阪城ホールは、放送開始の午前6時30分には1万2000人のリスナーで超満員となった。会場に入れなかつたリスナーも数千人に及んだ。

「ナマ・ワイドのパーソナリティ番組」。すなわち、ナマである

こと、ワイドであること、そして、音声の魅力を生かしてパーソナリティの人間としての個性を訴えること、この3つの要素を合わせ持つことが、テレビ時代の「ながら族」に対応する「ニューラジオ」の定番となった。しかし中村も道上海三も、さらにこれに加え「聴取者との交流」を番組の柱に据えた。中村は、テレビよりラジオの方が聴取者との距離が近いことを実感として語っているし、道上海三は、毎日寄せられる「お便り」から教えられ、励まされ、「リスナーは賢者」として交わり、聴取者とともに悩み、ともに喜び合うことを自らのラジオ人生としている。

ABCがテレビ時代の「ニューラジオ」開発に取りかかったのは昭和40年。すでに40年を経過。今さら「ニューラジオ」でもあるまいというところだが、『おはようパーソナリティ』は、日々の放送を積み重ねることによって、「時代を超える番組」となった。

写真提供

ABC朝日放送