

地域メディアとしての街頭放送 -北海道の街頭放送を事例として-

A broadcasting on the street as community media

坂田 謙司¹
Kenji SAKATA

¹立命館大学産業社会学部 Ritsumeikan University of Social Sciences

要旨・・・本報告は、戦後まもなくの東京に登場し、音の宣伝・広告媒体として一時注目を集めた街頭放送の社会的な変遷と地域メディアとしての役割を検討したものである。特に、現在も現役で稼働中である北海道の街頭放送施設に注目し、歴史社会学的手法を用いた研究を行っている。街頭放送は、当初こそ新しい音の宣伝メディアとして注目されたが、その機能や役割よりも騒音源として社会的批判を浴び、撤退の一因となった。その結果、都市部における街頭放送はほぼ姿を消したが、地方における街頭放送は異なる文脈の下で継続し、地域の音のメディアとして存続している。それは、宣伝に留まらない地域情報を伝えるメディアとしての役割であった。

キーワード 街頭放送、宣伝、広告、有線放送、地域メディア

1. 本研究の目的

今回の報告で扱うのは、街頭に設置したスピーカーを使って宣伝や公共情報、啓発情報などを音声で発信する音声の有線メディアである「街頭放送」である。街頭放送は、終戦直後の東京・有楽町に現れて以来、都内はもとより全国各地の主に都市部や地方中心部に広まった。敗戦によってそれまで人びとの生活やメディアを規制していた制度や法律が効力を失い、新しく整うまでの数年間に個人の発想による新しいメディアが生み出され、街頭放送もその一つとして存在していた。街頭放送の目的は主に個別の商店や商品の宣伝を行うことであり、民間放送が誕生して音声の宣伝（コマーシャル）が一般化する以前から、独自の音声宣伝を行っていた。また、役所などの自治体広報媒体としても利用されており、有線で結ばれた地域にのみ提供する地域密着のメディアでもあった。本報告は、街頭放送の地域メディアとしての役割に着目し、その歴史的経緯と共に検討した結果である。特に、現在でも多くの街頭放送が現役で稼働している北海道をフィールドとして、地方中心部の街頭放送と戦後急速に広まった農村部の有線放送との比較も行っていく。

2. 研究の方法

本研究では、街頭放送が社会のなかでどのような経緯で登場し、社会における需要と受容、眼差しなどの社会史を明らかにすることを第一の目的とした。そのため、まず全国紙データベースを用いて該当記事の検索を行った。また、各地方紙、地域紙などの検索可能な範囲でのデータベース検索も実施した。ただ、全国紙に比べて地方紙、地域紙の検索可能期間は短く、マイクロフィルム等を利用した実紙の記事検索も併用した。先行研究に関しては、街頭放送を直接対象として扱っている研究が少なく、特にメディア研究の対象としてはほとんどないのが実情である。一方、環境問題における騒音発生源としての研究はいくつか見られ、新聞記事検索における街頭放送の扱われ方と一致した。後述するように、街頭放送はそのメディア的な機能よりも騒音という生活環境問題との関連で認知されていたのである。

これら二次資料の調査と平行して、実際の街頭放送施設へのヒアリングも行った。街頭放送施設は全国に存在していると考えられたが、発表者が過去に行った農村部有線放送研究との比較検討を行うために、北海道の主要な街頭放送施設を対象とした。調査対象としたのは、函館市、札幌市、小樽市、岩見沢市、旭川市、芦別市、帯広市（釧路市）の6社の街頭放送施設であり、各施設間の情報共有や歴史的なつながりなども想定されたからである。

3. 街頭放送誕生経緯

街頭放送の誕生経緯は、『続通信事業史』第6巻の「有線放送業務」中に「昭和二〇年頃、新しい宣伝広告の媒体として、

街頭放送施設（街頭に設置した拡声器に有線で広告等を送信する施設）が出現し、戦後の世相を反映し都市のアクセサリとして全国各地の都市に急激に普及していった。〈中略〉昭和二〇年十二月に東京都の有楽町にはじめて設置され、以来自由経済の復活によって、商品の広告宣伝に広く利用されるようになり、全国各地の都市に広がっていった」と記されている。街頭放送は有線で街頭に設置した拡声器（スピーカー）を結び、放送施設から送られる音声の広告宣伝を行う施設であることが明記されている。さらに、終戦の年である1945（昭和20）年12月には東京・有楽町に登場していたことも、この記述から分かる。

今回の調査ではこの記述内容を直接確認する資料は見ることができなかったが、有楽町のすぐ隣の銀座にあった街頭放送の様子を示す別資料がある。1968年発行の田中純一郎『宣伝・ここに妙手あり』には、「バリの広告塔からは音楽が流れたり、美しい女性のアナウンスが聞こえるので評判だったが、昭和二十二年の春から、東京にも銀座の街角に丸い広告塔が建ち、そこから音楽やアナウンスが聞こえるようになり、戦後の東京が、急にヨーロッパ並になったとおどろかされたものです」と、銀座の街頭放送の様子が登場する。

また、1947年11月から毎日新聞に連載された丹羽文雄の「人間模様」にも、銀座にあった初期の街頭放送の描写がある。戦争から復員したばかりの主人公が東京銀座数寄屋橋付近を歩いていると、誰もいないのに女性の話し声がどこからともなく聞こえて来るのであたりを見回すと、2メートルの高さの広告塔から声が流れてくることがわかるというものだ。「いまでは広告塔が声を出してもだれも不思議に思わないが、屋外広告が資材不足、電力不足に悩まされていた終戦直後としては、新しいアイデアだったに違いない」と、戦後の街中に登場した広告塔のアイデアに感心しつつ、登場当初はその形式に戸惑っていたことがうかがえる。

この2つの資料からわかることは、初期の街頭放送は現在の街頭放送が利用している電柱や街路灯に設置されたスピーカータイプではなく、放送専用の独立した高さ2メートルほどの放送塔として建っていたことである。放送塔と言えば戦中にラジオ受信機を設置して屋外で聴取できるようにした灯ろう型の「ラジオ塔」を思い出すが、街頭放送の放送塔はそれとは大きさも形状も異なっていたのである。さまざまな資料からこの数寄屋橋にあった放送塔を探したが、現在のところ確認できていない。そして、もう一つの事実は、この放送塔型の街頭放送は戦後の屋外広告において、目立つ存在だったということである。しかしながら、戦後広告史研究のなかでは特に大きく扱われていない。では、その理由は何だろうか。

4. 騒音問題と街頭放送

街頭放送は音声による屋外広告媒体であり、一定以上の音量を必要とする。戦後復興を担う建設や交通量の増加など、生活環境における音は、種類だけでなく量も増えていった。また、街頭放送も同一場所に同業他社が競合するようになり、互いに大きな音量で対抗していたことは想像に難くない。最初は新規な音の宣伝であったものが、次第に避けることができない騒音に変わって行ったのだ。そのことは、街頭放送に関する記事からうかがえるし、しかも街頭放送が登場してまもない頃には深刻な社会問題にもなっていた。

先出の『宣伝・ここに妙手あり』には、「街頭放送がはじまった頃は、音やアナウンスの出し方に工風（ママ）が足りず、高円寺付近では広告放送の高音に附近の住民から抗議が出て、軽犯罪法で処罰されたことも、それ以来警視庁では街頭放送の音量を計量して、これを抑制するようになり、一方放送技術も改善されて、今日に至っています」と、街頭放送が騒音の発生源としても捉えられるようになっていたことが記されている。

1950年12月11日付け読売新聞に「騒音は軽犯罪 音の暴力街頭放送取締り 新判例に力づき業者の自粛促す」と題する記事が掲載されている。記事中には高円寺という名称こそ登場しないが、「かねて懸案の街頭宣伝放送に対し全国初の断を下したもので、この事例にみて警視庁は保安課では自由営業者の利益より多数都民の福祉のためという観点から断固業者の自粛を待つことになったもの」と、街頭放送業者に対する態度が記されている。そして、その後も街頭放送と騒音との関係は新聞紙上で数々登場している。主な記事を紹介すると、1960年3月19日付け読売新聞「銀座でまた”騒音放送” 街頭宣伝、無許可の再開 築地書で撤去警告」、同年7月13日付け読売新聞都民版「銀座で廃止運動 警視庁も実態調査へ」、1967年2月17日付け読売新聞「読者投稿気流 うるさ過ぎる街頭放送」、同年7月25日読売新聞「気流読者投稿 街頭放送の騒音を一掃せよ」、同年12月13日読売新聞「読者投稿気流 騒音倍加する街頭放送」など、1960年代から70年代にかけて街頭放送の名前は騒音との関係で新聞紙面上に登場している。戦争によって荒廃した街に登場した新規な塔と音声の宣伝メディアは、登場直後こそ好意的に捕らえられていたが、都市部特有の重なり合う音の洪水に飲み込まれ、抗いきれなかったと考えられる。

5. 北海道の初期街頭放送

では、地方都市の街頭放送はどうだったのでしょうか。本報告では北海道の街頭放送を取り上げているが、北海道放声事業協同組合が1962年に編纂した『街頭放送指導』という会員向け小冊子には、「有線放送事業について」と題する北海道街頭放送の歴史的経緯が書かれた文章が載っている。「終戦後の混迷未だ去りやらぬ昭和二十二年六月、札幌の中心街、四丁目十字街の一角に、風変りな六角形の広告塔が建ち、塔の先端のスピーカーから、音楽の間を縫って今まで類例のなかったコマースラルメッセージが流された」と、札幌も放送塔として始まったことがわかる。

札幌の四丁目とは大通公園とススキノの中間に位置する中心部で、北海道の街頭放送は銀座の街頭放送と同様の六角形をした「放送塔」形式で始まったことが分かる。そして、『統通信事業史』が示す最初の開設時期のわずか2年後には、札幌の町に登場していたことになる。『街頭放送指導』本文中には「全国六百有余、北海道でも五十余りの同業者が生まれた」との記述があることから、街頭放送の人気ぶりがわかる。

このように、初期の街頭放送は放送塔形式で始まったが、その姿を記録した資料は極めて少ない。北海道小樽市の街頭放送「北海道時事報声社」は放送塔の写真が数枚残っており、往時の姿を確認できる数少ない街頭放送施設である。「北海道時事報声社」は1947年9月に設立され、現在のJR小樽駅前のバスターミナル付近にあった放送塔から宣伝放送を行っていた。全部で三層構造になっている放送塔は、第一層が四角い小屋で内部はスタジオになっていた。第二層は三段の屋外広告板が貼られ、「親切第一三菱銀行」「イシイミシン」「大光食品」などの文字が読み取れる。第三層は煙突のような形状で、外側にスピーカーが1つ確認できる。写真の背景には当時の小樽駅舎が見えており、人の往来の多い場所に設置されていたことがわかる。

小樽市の広報誌『広報おたる』連載の「小樽文学散歩」第31話には、「街頭放送よもやま話」と題して北海道時事報声社の歴史が書かれている。「街頭放送は、小樽市民にとって、なじみの深い『街の案内』ですが、広告媒体の多様化や市街地の音声規制などにより、全国的には多くの街角から消えつつあります」と、地域に根ざした存在であったことがわかる。放送内容は宣伝以外に「ニュースや火災速報なども放送していましたが、時には事件の報道と捜査への協力や呼び掛けなどを行うことがありました。また、市議会の議場に放送機材を運び込み、議会の生中継を行ったこともあるそうです」と、現在のコミュニティFMやケーブルテレビに近い地域メディア的な役割を果たしていたことがわかる。

6. 地域広報メディアとしての街頭放送

初期の街頭放送の役割として自治体広報的な役割を担っていたことは、小樽の北海道時事報声社の事例でも紹介した。このような宣伝以外の役割は、北海道の他の街頭放送でもみられる。例えば、北見市の街頭放送事例を見てみよう。1948年8月24日付けの北見新聞「放送より音楽が多い アナ君広告なくて手持無沙汰」と題する記事では、北見広告放送協会が放送塔から放送を行っており、その開局経緯と目的として「この放送塔は始めは北見市役所の提案でこれにより各官公署の市民え（ママ）のお知らせ配給だより等をやろうとくわだてたが何せ予算と人員の整備がつかず北見広告放送協会にまかせた形になっている」と、当時の北見市役所の広報メディアとして役所主導で始まったことがわかる。そのために「主眼はあくまで市民え（ママ）のお知らせ文化便りを第一とし他の商店広告は第二とした」と、東京の街頭放送とは異なる方向性と実践を行っていた。

一方で、1949年5月31日付け北見新聞には「街の放送局 きゆうKHK放送開始」という記事があり、「この朝八時半開通式には市内官公衛、電気関係、報道関係などの、御歴々が参集して、伊谷市長、草谷管理部長片桐税務署長の初放送があった」とKHKという街頭放送の開局を伝えている。このKHKが1年前の北見広告放送協会と同一組織なのかは判然としないが、市長の放送や報道関係者の参加などその期待の大きさと、北見市との関係の深さが窺える。そして、同年9月28日付け北見新聞には開局後のKHKの様子が記事になっていて、経営状況の苦しさと共に放送内容が紹介されている。「もともと榮利を目的としてやれる事業ではなく、市民の要望によって生まれたものであるから維持費をまかない得る程度の経営状態です」と当初から利益を上げられる事業ではなかった上に、「官公署の告知、傳達放送は全部無料でサービスしているが、これが全放送に占めるパーセンテージが六〇―七〇ということも見てみると、タダ放送が多い」と、地域広報メディア的な存在であることを示している。

このような自治体の広報メディアとしての街頭放送が使われた例は、都内の街頭放送記事では発見することができず、地方中心部においての特徴と推測される。では、なぜそのような差が生まれたのだろうか。東京大学新聞研究所が地域メディア状況

についてまとめた『地域的情報メディアの実態と問題』の「自治体広報の問題状況」によれば、自治体広報は戦後の新しい地方自治制度に加え、1947年にGHQによる官公庁の「PRオフィス設置」勸奨が始まりとされている。以降、地方自治体は政策や情報を住民に伝えるための広報活動に取り組んできたが、その一環として北見市のような街頭放送の利用が行われていたと考えられる。

広報メディアとして使われていたのは広報誌などの紙媒体の他に、都市部においてはラジオなども利用されていたが、都市部と地方ではメディア格差、特に放送メディアの格差が大きかった。さらに、地方中心部と農村部においても、格差が存在していた。地方農村部では、中心部の街頭放送と平行するように、ラジオ共同聴取に自主放送を加えた有線放送が急速に広まっていて、農村部の方が放送メディアを利用する環境が整っていた。この有線放送は役場や農協直営が殆どで、各家庭内のスピーカーを使った強制聴取であったがために、広報媒体としては最適であった。そのため、地方中心部では街頭放送を自治体広報メディアとして利用したのである。岩見沢市にある1949年設立の「IHK岩見沢放声協会」も、自治体広報や緊急放送などの告知メディアとしても活用されていた。

また、自治体広報だけでなく、地域ニュースを伝える音声メディアとしての利用もあった。芦別市にある「芦別放声社」は、地域新聞社「空知タイムス」の放送部門として1950年に設立された。現JR芦別駅前を中心として設置されたスピーカーから、「空知タイムスより芦別町のニュース」「NHKニュース」「官公庁よりの啓蒙、お知らせ」「娯楽放送・催しもの案内」「一般廣告放送」が放送されており、特にニュースに関しては定時放送されていた。また、帯広市にある1949年8月設立の「時事タイムス放送社」は、地域紙が母体であったことなどから初期においてはニュースを中心とした編成を行っていた。

7. まとめ

このように、街頭放送は戦後の荒廃した街角に建つ放送塔と言う新奇な宣伝媒体として捉えられていたが、街を行き交う人びとに向かって音声で情報を伝える「強制聴取」という構造的な課題から、ほどなく騒音源という眼差しへと転換していった。これは、都市部と地方部でも基本は同じであるにも関わらず、都市部は減少し地方部では現在でも放送を続けている。

この差が生まれた理由として、以下の理由が考えられる。一つには、都市部という「多様で多量の音の環境」であろう。戦後の建設ラッシュや交通量の増大、人口増など、音の重なりが多く、街頭放送はこれらを含む音の洪水に飲み込まれてしまった結果、その音に街頭の特色を埋め込むことができなかった。また、民間放送が始まり、音の宣伝媒体としての新しさやクオリティの課題も表れてきたと考えられる。二つ目は、メディア環境の差があげられる。都市部は放送を含めてメディア環境が潤沢で、地方部のようなメディアへの希求が薄かった。その一つの表れとして、地方部における街頭放送は行政の広報媒体として期待され、地元ニュースを提供するメディアとしても活用されてきた。その結果、街頭の音に地域性という要素を埋め込むことが可能となり、単なる宣伝メディアを超えた「地元の音のメディア」という存在になったのである。

音の環境は、現在でも厳しい目を向けられている。そのなかで、北海道には多くの街頭放送が現存している。有線放送のメンテナンス費用や中心商店街衰退による宣伝の減少など課題は多い。しかし、街頭における音の地域メディアは、依然としてその役割を果たしているのである。

引用・参考文献

- 1) 郵政省編『統通信事業史』第6巻、前島会、1961年、603頁。
- 2) 田中純一郎『宣伝・ここに妙手あり』、四季社、1968年、73頁。
- 3) 植田満文『文学にみる広告風物詩』、プレジデント社、1978年、157-158頁。
- 4) 東京大学新聞研究所編『地域的情報メディアの実態』東京大学出版会、1981年、131-133頁。
- 5) 坂田謙司『「声」の有線メディア史：共同聴取から有線放送電話を巡る「メディアの生涯」』、世界思想社、2005年。