

研究ノート

コミュニティ FM を巡る研究視点の再整理 — 営利・非営利を超えた議論活性化のための一考察 —

坂田 謙司*

本論の目的は、近年のコミュニティ FM を巡る研究視点の再整理を行うことにある。コミュニティ FM に関する最近の特徴として、閉局する局の登場と NPO 運営局の登場がある。特に後者は、地域放送メディアを巡る新しい期待や眼差しを生み出している。その結果、ある一定の市民参加形式を実現する場としての議論と、異なる地域に存在する個別のメディアとしての議論という、位相の異なった研究視点を元にした議論が同時に入り交じった状態で行われている。これらの研究視点はそれぞれ重要な論点を持ちながらも、制度と理念、運営形態と市民参加、コミュニティ・メディアと社会的使命などの問題が未整理であるが故に、生産的な議論を生み出していない。本論を進めるにあたって、これまでの研究視点を確認し、NPO コミュニティ FM を巡る論点を整理し、なぜ位相の異なる論点をもつ議論という状態が生み出されてしまったのかを検証する。そして、より生産的で発展的な議論へと進むための一助となることを目指す。

キーワード：コミュニティ FM，地域メディア，営利（FPO），非営利（NPO），市民参加

はじめに

1992年に第1局目が開局して以来12年の年月を経て、コミュニティ FM¹⁾ は開局数が200局を超えた²⁾。近年特筆される傾向として、さまざまな要因から閉局するコミュニティ FM が表れたことと、非営利特定活動法人（以下 NPO）が運営するコミュニティ FM が登場したことがあげられるだろう。前者は、主に経営的な問題が閉局の理由と推測される。コミュニティ FM 制度化以降常に経営の苦しさ、赤字局の多さが指摘されてはいたが、実際に複数の閉局が行われた

のは10年日以降になって初めてのことであった³⁾。一方、後者の形式は開局数を増やしている。2003年3月に京都三条ラジオカフェが NPO として初めて免許を受けた放送局として開局して以降、2007年1月現在で全国に7局が開局している⁴⁾。NPO が運営するコミュニティ FM は全国で開局が準備あるいは模索されていて、地域放送メディアを巡る新しい期待や眼差しを生み出している。

本論では、このような NPO コミュニティ FM の誕生以降に生み出された新しい期待や眼差しを検証し、なぜそのような期待や眼差しが生み出されたのかを考察する。そして、コミュニティ FM を巡る研究視点の再整理を行いたいと考えている。なぜならば、コミュニティ FM は本

* 立命館大学産業社会学部教授

来制度上の理念としても運営組織の形態からも、地域単位の異なる需要や経済基盤を前提に成立するはずである。200局のコミュニティFMがあれば、200種類の特色を持つ放送局が存在するはずなのである。コミュニティFMに求められている「市民参加」の形式に関しても、各局の特色の中で位置づけられるべきである。しかしながら、NPOコミュニティFMが誕生して以降、ある一定の市民参加の形式を中心に議論が進んでいるように感じられるからである。

また、「コミュニティ」という言葉が持つ意味や期待に対して、1つの形、1つの理想、1つの理念が求められているようにも感じるからでもある。それは、非営利の放送局が行う放送のあり方や行うべき社会貢献の内容、人々の関わり方など、「コミュニティ」「放送」「非営利」の3者が結びついた結果であろう。非営利のNPO形式放送事業者がこれまでなかったのは、日本の放送政策が暗黙の内に持っていた方向性でありポリシーであった。戦後に民間放送が初めて開局して以降、放送事業は営利を目的とした経営形態だけが認められてきた。放送事業を規定する電波法には、事業者としての免許をうけるための主な不適格要件として「外国籍」「個人」のみがあげられている⁵⁾。今回、NPO放送事業者がこの時期に登場した理由は定かではないが、NPOが受け持つ社会的な役割やコミュニティFMが受け持つ社会貢献的な位置づけを設定したからだと推測できる。

このように、制度と理念、運営形態と市民参加、コミュニティ・メディアと社会的使命など、コミュニティFMを巡る議論は未整理のまま盛んに行われている現状をふまえた上で論を進めていきたい。特に、新しい論点として登場

しているNPOとコミュニティFMを巡る議論に注目したい。その際、NPOあるいはNPOが事業主体となっているコミュニティFMの運営や放送形態を批判するのではなく、NPOコミュニティ放送を語る際の問いの立て方、眼差しを問題とし、批判する必要があるだろう。例えば、非営利のNPOコミュニティFMが、市民参加を担保する唯一絶対的な要件でない。ではなぜ、市民参加を実現するための方法として、事業形態をNPO化することが期待されるのだろうか。NPOへの眼差しとコミュニティFMへの期待がどのレベルで一体化し、NPOコミュニティFMという理想へと昇華していくのだろうか。

このような問題意識の元に、コミュニティFMを巡る研究視点の再整理を以下に行っていく。

1. NPOとコミュニティFMを巡る論点の再整理

非営利の活動を行う法人格であるNPOは、社会的な貢献を使命とする非営利活動団体である。「特定非営利活動促進法」⁶⁾いわゆるNPO法で指定された17の特定分野⁷⁾に関して、営利を目的としない活動を行う団体に法人格を与えるものである。この場合の「非営利」とは、活動に対して報酬を得ない、利益を出さないということではなく、収益・利益の配分を行わないことを指す。活動によって得た収益・利益は、自らの活動に再投資して使命の達成を図る必要がある。

NPO活動におけるもっとも重要な目的は、社会的な貢献にある。それを達成する方法にはボランティア活動や地域の支援活動などさまざ

まな種類がある。では、コミュニティ FM という放送活動によって達成される社会貢献にはどのようなものがあるのだろうか。あるいは、NPO という非営利活動と放送事業が結びついたときにもたれる眼差しとはなんであろうか。ここでは、NPO とコミュニティ FM を巡る論点の再整理を行ってみたい。

コミュニティ FM は1991年末に制度化され、翌92年12月に北海道函館市において第1号である「エフエム いるか」が開局した。市区町村を対象とする地域密着型 FM 放送である。市区町村内の一部の地域において地域に密着した情報を提供し、対象地域の要請・需要に応えるための放送を行うことを使命としている。先述のように、制度化以降10年ほどは株式会社方式の営利企業が大半を占めていたが、非営利方式の局も増えつつある。地域社会の需要に応え、地域活性化に寄与することを目的とするコミュニティ FM と、社会に貢献することを目的とする NPO に共通するキーワードには、どのようなものが考えられるだろうか。例えば、「市民」、「市民参加」、「ボランティア」、「メインストリームに対するオルタナティブ」、「使命 (ミッション)」、「社会 (地域) 貢献」などがある。

コミュニティ FM を巡るこれまで議論には、災害、地域活性化、市民参加、地域作りなどのキーワードが見える。いずれも、日常あるいは災害時に地域に密着した情報を伝達するメディアとしての位置づけと、それが地域の活性化にどのような効果をもたらすかが論点であった⁸⁾。その一方で、初期の頃から市民参加型のメディアである点に注目し、従来のマス・メディアとは異なるコンテンツ制作への参加や、それがもたらす新しい市民発信の可能性を主な論点とする議論もあった⁹⁾。特に重要視されるの

は市民が放送メディアを利用して直接発信する形式であり、日本においてそれを実現できる可能性が高いメディアとしてコミュニティ FM が扱われている。このように、「地域の情報を伝えるメディア」と「市民が発信するメディア」という2つの主要な論点は、コミュニティ FM という1つの放送メディアに対して同時にもたれている。コミュニティ FM は、放送政策上は地域に密着した情報を提供することを第一の目的としており、期待されている。地域においても、地元の問題を中心とした既存の FM ラジオ局にはない新鮮な番組内容への期待と同時に、一部のコミュニティ FM に対しては、東京の FM ラジオの再送信メディアとしての期待がある¹⁰⁾。同時に、市民ベースのオルタナティブ・メディアとしての期待とそれらへの眼差しがある。特に、NPO 運営の放送局が開局して以降、その傾向が強くなっている。

2. NPO コミュニティ FM への期待と眼差し

筆者は、NPO 運営のコミュニティ FM が計画されている段階で、営利と非営利はコミュニティ FM の存立要件として何をもちたすのかについて分析した。その中で、コミュニティ FM の存立にかかる要件を「地域メディア性」「設立・運営」「発信の場」の3つの視点で考察し、いずれにおいてもコミュニティ FM の存立において非営利は特別な意味を持たないと結論した。ただし、「発信の場」を実現するための要素を備えている点においては、非営利であることは大きな可能性を持つと指摘した¹¹⁾。

計画段階から数局が開局した状態になった現在でも、その基本的な考えに変わりはない。しかし、非営利であることと同時に、「発信の場」

としてのコミュニティ FM への期待と眼差しは以前にもまして増えている。それは、非営利活動が目指す社会貢献と市民参加の親和性であり、市民参加の具体的な形として市民が制作する形式が多様なびとの意見を発信できる場として機能するからである。また、民主的な社会を作り出すという意味において、結果的に社会貢献へとつながるからである。そして、放送事業と社会貢献を結ぶ具体的な形として、非営利事業がふさわしいからである。

もう少し具体的に述べよう。このような放送と社会貢献に対する期待と眼差しの背景には、電波の公共性議論と NPO の関係が見える。この場合の公共性とは、特定の人びとではなく誰もが利用できる状態という解釈である。日本の放送政策の基本は、「政府之を管掌す」という電波規制の考え方にある¹²⁾。電波を利用するラジオ誕生以来、現在に至るまで一貫して変わってはいない。したがって、放送の自由を実現させるための運営形態と具体的なメディアとして、NPO とコミュニティ FM の親和性が生み出される。この際の NPO は社会貢献を行う法人よりも、公共の電波を利用したいさまざまな市民が集結する団体として位置づけられている。また、NPO とコミュニティ FM との親和性の点では、コミュニティ FM は市民の電波利用を実現できる唯一合法的な制度であり、経費面でのハードルが他の放送事業と比べると格段に低い。また、地域に密着した運営・放送を行うという理念面で、地域の人々が参加するという意味での市民参加とは親和性が高いのである。

この期待と眼差しを持った論点は、次第に非営利とコミュニティ FM との親和性だけでなく、コミュニティ FM という小規模な放送メディアが果たすべき重要な役割との親和性へと拡

大している。なぜなら、市民参加を中心とした社会貢献は、「コミュニティ」という名を冠する放送メディアにはふさわしい理念なのである。そもそもコミュニティ FM の「コミュニティ」には、地理的な「地域」の意味合いが強い。制度上求められていたのは、地理的な範囲を基礎とした地域社会であると考えられる。その理由としては、行政単位を放送免許の基本単位としてきた日本の放送政策に当てはまる上に、特定の思想や宗教、人種やさまざまな社会的マイノリティに対する放送免許交付は一切行われていないからである。

一方、日本以外の国々で利用されている、コミュニティ・メディアやコミュニティ・ラジオの場合、逆に地理的な一定範囲は意味をもたず、心理的な繋がりが重視される。規制や圧力に屈することなく、自由に発信できることこそがもっとも重要なポイントなのである。これらの地理的、心理的繋がりを基礎とした「コミュニティ」を共有する人びとが、放送メディアを利用することはさほど難しくはない。その中でも送受信共に低コストで手軽なラジオは、自由に発信できる手軽なメディアである¹³⁾。この点において、社会貢献を目指す日本の NPO とコミュニティ FM は重なりをもち、「発信の場」としてのコミュニティ FM 全体への期待が生まれるのである

3. 市民参加への期待と眼差し

上記のように、「コミュニティ」が持つ2重の意味が、コミュニティ FM 全体への2重の期待と眼差しを生み出している。特に、市民参加への期待と眼差しは、発信することが重要な意味を持つことを前提として議論が活発化してい

る。そもそも、市民参加という言葉は、何を意味し、何を期待されているのだろうか？あるいは、市民参加の「市民」とは誰で、なぜ彼らなのだろうか？「参加」とはどのような行動を指すのだろうか？これらの問題はほとんど議論されることなく、それぞれが持つ自明の前提が重要な意味をもって議論が進んでいる。ここでは、コミュニティ FM にとっての市民参加をめぐる議論を整理したい。

コミュニティ FM のさまざまな場面に参加する市民は多様であり、市民参加の形もまたいろいろな形がある。

例えば、こんな人たちが

1. 誰でも (一般市民)。
2. 地域の構成員全般 (地域市民)。
3. 電波を利用する意欲があるが、手段を持たない人びと (主体的市民)。

例えば、こんな参加行動をする。

1. 放送を聴く (リスナーになる)。
2. 番組を作る (発信者になる)。
3. 支援をする (サポーターになる)。

コミュニティ FM を巡る上記のような市民の参加行動は、営利・非営利という事業形態とは無関係である。実際に市民参加の形はさまざまであるし、特定の参加形態だけが求められているわけではない。どのような参加行動を求めめるかは、コミュニティ FM 側の運営ポリシーにも関わってくる¹⁴⁾。しかし、非営利を中心とする議論のなかで暗黙の前提としている「市民」とは、放送メディアで発信する力を持たない人びとを中心としている。言い換えれば、公共の電波利用と利用する主体としての「市民」がまさ

に重なり合う場への眼差しと、それを具現化する対象としての期待が、市民が番組を制作するという参加形態として表れているのである。市民参加における「市民制作番組」が持つ意味はこの点にある。だからこそ、これまで述べてきたように、だれもが発信可能な公共性を実現させる社会貢献を担う NPO とコミュニティ FM は、「発信する場」としての親和性を持ち、強く期待されるのである。

例えば、日本で最初に NPO として放送免許を受けた「京都三条ラジオカフェ (以下ラジオカフェ)」の場合、NPO として実践すべき社会貢献は市民制作の番組を放送する場を提供することにある。ラジオカフェでは、「市民のための開かれた放送局を目指す」というコンセプトの元に、3分単位での放送枠販売を行っている。対価を払うことで、原則として誰もが発信者となることが可能となるのである¹⁵⁾。ラジオカフェの番組表を見ると分かるが、3分単位でさまざまな内容の番組が並んでいる。このような番組編制は他の放送メディアでは見られないもので、市民制作の番組を中心とするラジオカフェの考え方を具現化していると言えよう。

一方、多くの営利形式のコミュニティ FM で、日常的に市民制作番組を必要としていることも事実である。その主な理由としては、以下の4点が考えられる。

1. 事業の運営面での資金不足。
2. 日々の番組制作面で人手不足。
3. 地域に密着した放送局を担保するため。
4. コミュニティ FM であることを担保するため。

しかしながら、上記の理由は、コミュニティ FM にとっての市民参加形態を限定することにはならない。さまざまな形で「参加」してもら

うことが、第一に重要かつ必要なものである。その一方で、市民制作番組は、規模が大きくエリアの広い他の放送メディアとは異なる存在であることを示す証しでもある。繰り返すが、コミュニティFMにとって、市民制作番組が市民参加の重要な形であるというこれらの理由は、営利・非営利という事業形態の違いとは無関係である。営利事業であっても、電波・放送は市民のものであると言うことは実践されている。

例えば、「三角山放送局（札幌市西区）」の場合、事業形態は株式会社形式（営利事業）であるが、放送局として実践すべきことは「放送局は市民のためにある」ことと捉えている。三角山放送局は1998（平成10）年4月1日に開局した。社員は数人で、同放送局によれば本論執筆時点で約120人のボランティアがほとんどの番組を制作している。「放送局は市民のためにある」という理想を実現させるために設立された三角山放送局は、上記の点から実質的には市民ラジオ局と言えるであろう。ラジオカフェと違い、三角山放送局の場合は市民が番組制作する際に代金を支払う必要がない。番組のスポンサーは社員が営業を行って獲得し、市民は番組制作に徹している。このように、三角山放送局は営利形式でありながら多くの人びとに対して、放送する側としての参加を実現させている。放送とはいったい誰のものなのかに対する答えを、放送する側への市民参加という形で営利事業者が具現化した一例である。

市民参加あるいは市民参加番組を中心とすることがNPOコミュニティFMの主要で重要な要件であること、あるいは非営利であることが市民参加の実現には重要であるという議論に対して、三角山放送局の事例はどのように解釈すべきだろうか？ 営利と非営利という問の立て

方では見つけることができない、地域の放送メディアを巡る重要な問題点が見えるのではないだろうか。

4. 営利・非営利を超えたコミュニティFMを巡る議論に向けて

これまで述べてきたように、2003年に非営利のNPOコミュニティFMが誕生して以降、その存在が作る新しい可能性や市民を中心とした発信型メディアへの期待が大きく議論されている。しかし、その議論は非営利であることの重要性が先行し、「コミュニティ」を冠した放送メディアへの一定の眼差しとして作り上げられている。コミュニティFMという地域に密着した放送メディアのあるべき姿とは異なった次元で、市民参加や市民発信の場としての議論が進んでいる。本論の目的は、コミュニティFMという小規模な放送メディアを巡る異なった議論を再整理し、より発展的な議論へと進む一助となることであった。

議論を大きく分けている営利・非営利という違いが生み出すものは何か？ それは、少なくともコミュニティFMへの市民参加の形態を規定するものではないことが、ラジオカフェと三角山放送局という2つのコミュニティFMの事例から分かるだろう。互いに目指すところは同じで、事業形態や方法が異なっているに過ぎない。目的を達成するための必要不可欠な条件として非営利があるわけではなく、あるいは非営利であることが重要な要件とはなり得ないのである。もちろん、非営利であることの意味や重要性は存在するであろう。しかし、無前提にコミュニティFMへの期待へと結びつけてしまい、眼差しに取り入れてしまうことには異論が

ある。なぜなら、日本の放送制度の上に成り立っているコミュニティ FM を議論しているのであり、200局を超えるコミュニティ FM 全体に1つの期待と眼差しを向けてしまうことは、地域単位で独立し成立しているコミュニティ FM の多様性を否定することになりかねないからである。その多様性の1つに事業形態の違いがあり、市民参加の形の違いが存在するのである。

コミュニティ FM は第一義に地域のメディアであり、地域との関係性を作り出す方法の1つに市民制作番組の可能性があるに過ぎない。市民参加は、コミュニティ FM にとって言わば「命」であり、全ての局が必要かつ実践している。その方法はコミュニティ FM と市民が互いに最も望む形で行われている。リスナーという形での市民参加がまず求められるのであり、番組を作るという形が必ずしも望ましい形ではないのである。市民が求めているコミュニティ FM は、自分たちの生活する場にコミュニティ FM が存在していること自体にあるのではないだろうか。そのコミュニティ FM が市民参加をどのような形で提供しているかを知り、その形に合わせて参加していくのである。仮に、市民が番組制作という形での参加を望み、コミュニティ FM 側がそれを提供していなかった場合はどうだろうか。恐らく、残念ではあるがそれ以上はそのコミュニティ FM には求めないであろう。むしろ、市民制作を中心としたコミュニティ FM を別に作り上げる動きへと進める可能性があることが重要なのではないだろうか。そこに、NPO という非営利性や社会貢献というキーワードが生きてくるように感じる。

社会貢献活動としての NPO が、コミュニティ FM を通じて行うことと行うべき事とは何であろうか？市民のメディアとはいったいなんだ

ろうか？これらの問題を単純な公共電波の利用論に収斂させてしまうのではなく、地域社会との連携と還元の問題を組み込んで議論する必要があると考える。また、コミュニティ FM という1つの放送メディアを巡る位相の異なる複数の議論が、ごちゃまぜの状態で行われている。議論の前提と論点を整理し、より焦点を絞った議論を行う必要がある。

さらに、NPO という存在に全てを託し実践していくことで置き去りにされる問題とは何だろうか？それは、NPO が事業主体として免許を受けるかどうかの問題なのではない。NPO が事業主体として放送免許を受けることがなぜ困難だったのか。あるいは免許を受けなければ実現しないことが存在することそのものを問題とするべきではないだろうか。

NPO とコミュニティ FM を巡る議論における問いの立て方をいまいちど見直し、より建設的な議論が行われ、その結果各地に多様な放送メディアがさらに増えていくことを切に希望している。

注

- 1) 制度上の正式名称は「コミュニティ放送」であるが、本論では一般的な呼称である「コミュニティ FM」を使用する。
- 2) 有限責任中間法人「日本コミュニティ放送協会」ホームページによれば、2006年12月20日現在の運営局数は201局となっている。
- 3) 前掲ホームページによれば、閉局数は5局となっている。閉局の内訳は、以下の通り。年数は閉局年。エフエムこんぴら（香川県琴平町 1998年）、高松シティエフエムエフ（香川県高松市 2005年）、沖縄市 FM コミュニティ放送（沖縄県沖縄市 2005年）、エムたまな（熊本県玉名市 2006年）、宮崎シティエフエム（宮崎県宮崎市 2006年）

- 4) 内訳は、以下の通り。年数は、開局年。京都三条ラジオカフェ (京都市中京区 2003年)、ひがしむらやまエフエム (東京都東村山市 2004年)、カシオペア市民情報ネットワーク (岩手県二戸市 2006年)、かのやコミュニティ放送 (鹿児島県鹿屋市 2006年)、きもつきコミュニティ放送 (鹿児島県肝属郡肝付町 2006年)、ハヶ岳コミュニティ放送 (山梨県北杜市 2006年)、志布志コミュニティ放送 (鹿児島県志布志市 2006年)
- 5) 放送法第5条および第6条2項を参照。
- 6) 1998 (平成10)年12月1日に施行され、第1条の目的には「第一条 この法律は、特定非営利活動を行う団体に法人格を付与すること等により、ボランティア活動をはじめとする市民が行う自由な社会貢献活動としての特定非営利活動の健全な発展を促進し、もって公益の増進に寄与することを目的とする。」と書かれている。
- 7) 特定活動分野は以下の通り、保健・医療又は福祉の増進、社会教育の推進、まちづくりの推進、振興、環境の保全、災害救援、地域安全、人権の擁護又は平和の推進、国際協力、男女共同参画社会の形成の促進、子どもの健全育成、情報化社会の発展、科学技術の振興、経済活動の活性化、職業能力の開発又は雇用機会の拡充、消費者の保護、前各号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡、助言又は援助。
- 8) 例えば、船津衛著 (1999)「地域メディアとしてのコミュニティ FM の形成」船津衛編著『地域情報と社会心理』北樹出版や坂田謙司 (2001)「コミュニティ FM のコミュニティとは何か」『現代社会研究1』京都女子大学など。
- 9) 例えば、日比野純一 (2002)「多民族社会を拓くコミュニティ放送『FM わいわい』」津田正夫、平塚千尋編『パブリック・アクセスを学ぶ人のために』世界思想社や松浦さとこ (2006)「非営利の情報回路としてのパブリック・アクセス」津田正夫、平塚千尋編『新版パブリック・アクセスを学ぶ人のために』世界思想社など。
- 10) J-WAVE は、各地のコミュニティ FM で再送信されている。その背景には、スタッフが少なく自社制作ですべての時間帯を埋めることがで

きないことと、「東京」の情報を直接受信できるという需要もある。

- 11) 坂田謙司 (2003)「コミュニティ放送局の存立要件—営利 (FPO) と非営利 (NPO) の違いは何を生み出すのか—」『現代社会研究 4・5』京都女子大学
- 12) 1915 (大正4)年4月制定、同年11月施行の「無線電信法」第1条では「無線電信及無線電話ハ政府之ヲ管掌ス」と規定している。
- 13) 例えば、世界規模の非営利コミュニティ放送ネットワークとして、AMARC (世界コミュニティ・ラジオ放送連盟、<http://www.amarc.org/>)がある。世界110カ国から放送事業者、個人団体などさまざまな形式でコミュニティ・ラジオ実践者が参加している。詳しくは、社会文化学会第9回全国大会課題研究報告「市民メディアの可能性と問題点」松浦哲朗報告を参照。
- 14) 例えば、明確に市民制作の番組を運営ポリシーとして持たない局として、「エフエム キタ (大阪市北区)」「エフエム JAGA (北海道帯広市)」などがある。
- 15) 完全に自由に番組制作ができるのではなく、番組企画を事前に提出したうえで内容の確認をうける必要がある。

参考文献・参考 URL

- 田村紀雄編 (2003)『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社
- 田中康弘他編 (2004)『日本コミュニティ放送協会 10年史—未来に広がる地域の情報ステーション—』日本コミュニティ放送協会
- 北郷裕美 (2006)『コミュニティ FM の現状と新たな可能性—地域社会におけるコミュニケーションの再構築 2005年度ノーステック財団プロジェクト事業化支援事業「プロモーション TV サービスの開発」共同調査・研究』札幌学院大学地域社会マネジメント研究センター
- 松浦さとこ (2006)「民主的コミュニティ放送の可能性とデジタル社会—社会運動を接地させる地域社会のメディア環境—」『社会学評論』57 (2) 日本社会学会
- 内閣府 / 国民生活局「NPO ホームページ」

(<http://www.NPO-homepage.go.jp/>)

京都三条ラジオカフェ(京都市中京区<http://radiocafe.jp/>)

三角山放送局(札幌市西区 <http://www.sankakuyama.co.jp/>)

日本コミュニティ放送協会 (<http://www.jcba.jp/>)

参考学会関係

日本マスコミュニケーション学会2006年度春期発表大会
ワークショップ「NPOによるコミュニティ FM

の現状と展望 その公共性と財源・運営」

社会文化学会第9回全国大会課題研究報告「市民メディアの可能性と問題点」