

関西に残るメディア遺構——JOBKの建設したラジオ塔

丸山 友美

(メディア・映像学科)

本稿は、戦前戦後を通じて大阪放送局（BK）で形成される「上方」放送文化の展開を、放送と聴衆を結びつけた「ラジオ塔」というモノから論じることを目的にもつ。これまで放送の歴史は、制度や事業、技術、番組や視聴者といった観点から区分けされ、それぞれ局史や技術史、番組史という形で論じられてきた。本稿は、「ラジオ塔」という放送メディアの展開過程にあらわれるモノに着目することで、これまで放送史にほとんど登場することのなかった放送内容に直接かかわらない「放送人」の存在を確認し、ラジオ塔という取り組みがラジオ草創期の放送事業者にとって悩みの種だった「聴取者加入廃止率」の抑制対策の一つだったことを明らかにする。

【キーワード ラジオ塔 メディア遺構 JOBK プロダクション・スタディーズ】

1. 初期ラジオ像の再検討

公園の片隅や神社の境内にひっそり佇むラジオ塔は、いまでは、由来のわからないモニュメントとして街の風景になじんでいるメディア遺構である。いつ頃建てられたものなのか、何のために建てられたのか。戦前戦中の放送文化をうかがい知る文化財と位置づけてラジオ塔を保存する取り組みが活性化している地域もあるが、いま、その記憶を留める人はほとんどいない。

本稿は、このように忘却されつつあるラジオ塔を取り上げて、ラジオが私たちの生活にいかに関与され、どのように接合されていったのかその足跡からたどり直していくことを目的にもつ。ここで明らかにしていきたいのは、ラジオはどのように「家」で聞かれるメディアになったのか、そのためにラジオ塔はどんな役割を果たしたのか、ということである。こうした問いを考えるため本稿は、日本で放送事業が始まった1925年まで放送史を遡り、次の三つの観点からラジオ塔に検討をくわえていく。第一にラジオが人々の生活に編入されていく過程を問い直し、第二に人々のラジオ熱を煽ることを目的に企画・設置されたラジオ塔を観察し、第三にラジオと人々の関係を構築した「放送人」を検討する。

日本で最初のラジオ塔は、1930年6月、大阪の天王寺公園内の旧音楽堂跡地に初めて建設されたと言われる。1930年6月7日付の『日刊ラヂオ新聞』の伝えるところによれば、それは、国内唯一の放送企業である社団法人日本放送協会（以下放送協会）の関西支部である大阪放送局（以下BK）が設置したものだ¹。BKはなぜラジオ塔を建設する必要があったのか。後に詳しく見ていくが、そこには人々の関心をラジオに集め、ラジオ受信機と放送番組を広く受容・消費させようとする思惑があった。ラジオ塔は、そのように人々にラジオと共にある生活を知らしめようとするBKの計画部（1928年に総務部企画課へ改称）による宣伝活動の延長線上で構想されたものだったのである。

筆者がラジオ塔探しをはじめたきっかけは、ラジオ塔にかんするネット記事をたまたま見つけたことだった。2017年5月17日に配信された「“ラジオ塔”が新たに東大阪で発見 地域のつながりや防災に有用、専門家『コミュニティの中心になる』」と題するその記事は²、東大阪市の大和公園に置かれていた石碑のほぼ中央に大阪中央局という文字が刻まれていたことが発見のきっかけであること、ラジオ塔に詳しい元国立民族学博物館客員教授の吉井正彦氏によって、その石碑が昭和初期に人々が情報源として利用したラジオ塔だと確認されたということを伝えていた。BKがかかわったラジオ塔とは一体どのようなものなのだろう。ラジオ塔は、JOBK管外の地域にも設置されたのだろうか。だとすれば、BK由来のラジオ塔は、どのようにして全国各地に設置されたのだろうか。次々と疑問が浮かんだ。そのようにしてラジオ塔の虜になった筆者は、その夏、近畿圏に多く残るというラジオ塔を訪ね歩いた。この時に巡ったのは、先述の大和公園ラジオ塔の他、大浜公園ラジオ塔（堺市）、住吉公園ラジオ塔（大阪市）、大阪城公園ラジオ塔（大阪市）、中崎遊園地ラジオ塔（明石市）、諏訪山公園ラジオ塔（神戸市）の6箇所である（図1、図2）³。駅から離れていたり、急な坂道を登ったり、真夏のラジオ塔めぐりは想像以上に大変で、一つ見つけるたびに大喜びで写真を撮った。そのためだろうか、その姿に驚いた近隣住民の方に、「どうしてそんな石の

写真を撮っているの？」と声をかけられたり、「そんなの写真に撮ってどうするの」と言われたりした。事情を話し、これは1930年代に作られた古いラジオなのだの説明すると、「ラジオ体操は随分昔から毎朝ここでやっているけれど、それと何か関係あるのかしら」というように、ラジオ塔と団体聴取のつながりを示唆するような生活史の一端を耳にすることもあった。



図1 2017年に東大阪市にて発見された
大和公園のラジオ塔
(2017年8月30日筆者撮影)



図2 明石市中崎遊園地のラジオ塔
(2017年8月31日筆者撮影)

ラジオ塔は、公園の木の陰に隠れるように立っていたり、何かの記念碑だと地域の人に誤解されたりしながらひっそり残っていた。現存するラジオ塔をまとめる一冊公平によれば、現在、戦前のラジオ塔は国内には37基残っており、台湾には3基残っているという（一幡 2017）。いまに姿を残すラジオ塔は、文化形式を確立し日常生活にすっかり溶け込んでいるラジオが、その初期にどのような可能性に開かれていたのか再考するには最適な対象である。こうした検証作業はまた、『20世紀放送史』が伝えるように、鉱石式ラジオにレシーバーをつけて個聴する形式から、スピーカー付きの受信機が普及し家族で聴取する形式への展開をなぞり返すだけでは見えてこない（日本放送協会編 2003:78-79）、ラジオ塔を建設し人々のラジオ熱を煽ろうと努力した放送内容には直接かかわらないく放送人への姿を浮かび上がらせる。

ラジオ塔はこれまで、ラジオ商による「街頭ラジオ」の取り組みを模すようにしてBKが具体化した取り組みであるとか（山口 2003:151）、日本放送協会に統合される以前の社団法人大阪放送局時代に培われた独自の企画を次々打ち出そうとするBKの「気概」の表れであるとか（人見 2019:188-189）、様々に論じられてきた。けれども、ことはそう単純なものではなかったようだ。本稿で明らかにしていくように、ラジオ塔は、放送を聞こうとしない人々を魅了し、ラジオと共にある生活を知らしめるために開発されたメディアと人々が接触する「アクセスポイント」だったからだ。加速度的に加入者数を増やしたと放送協会が繰り返し想起する放送事業開始後の数年間に、なぜそのような取り組みが必要だったのだろうか。

まずは、計画部が、ラジオ塔を企画・構想した背景にあった当時のオーディエンス像を把握していくところから、本論をはじめることしよう。

2. つかみどころのないオーディエンス

2. 1 高い廃止率に対する危機感

1932年は放送協会にとって記念すべき「悲願」を達成した年だった。この年の2月、全国で聴取加入者数が100万を突破し、新興メディアのラジオが先行する新聞や当時人気の雑誌に肩を並べる「マス・メディア」となり得る

ことを証明したからだ。佐藤卓己が雑誌『キング』の丹念な検証から後付けているように、1920年代から30年代の日本のメディア状況において、100万という数字は特別の意味を持っていた（佐藤 2002:220-221）。先行するマスメディアの『大阪毎日新聞』や『大阪朝日新聞』が100万部を達成するまでには創刊からおよそ50年の時間を要したし、それとは対照的に、日本で初めて発行部数が100万部を達成した雑誌『キング』は3年という驚くべき速さでその数字に到達した。放送協会が加入聴取者100万を突破するまでに7年を要したことを『キング』の速さと比べるとき、人々に対するラジオというメディアの影響力の弱さだったように見える。けれども、新興メディアのラジオが既存のマスメディアである新聞や雑誌に数で追いついたという意味において、それは大きな出来事だった。そのため放送協会は、聴取加入者100万突破を盛大に祝った。放送協会が加入聴取者100万突破を機に月1円だった聴取料を75銭に引き下げていることからうかがい知れるように、そこには、放送協会が聴取加入者数をさらに増やそうとする意欲を見て取れる。

だが、ほぼ同時に放送事業を開始した東京、大阪、名古屋の3つの放送局が得た聴取加入者数の合計が初年度末に約26万を数えていたことを考えると（社団法人日本放送協会 1932）、100万突破に7年の歳月を要したことは奇妙に見える。というのは、毎年同程度の聴取加入者を獲得していれば、単純に計算しても、放送事業開始から4年後に聴取加入者100万など易々と突破できるように思えるからだ。このように数字のカラクリを指摘する山口誠は、その頃の放送協会が抱えていた困難として「廃止数」の存在を挙げる（山口 2008:226-229）。それは加入契約を解約した数を表すもので、この廃止数を抑えることができなければ、放送協会が加入契約数100万の壁を突破することはできなかった。

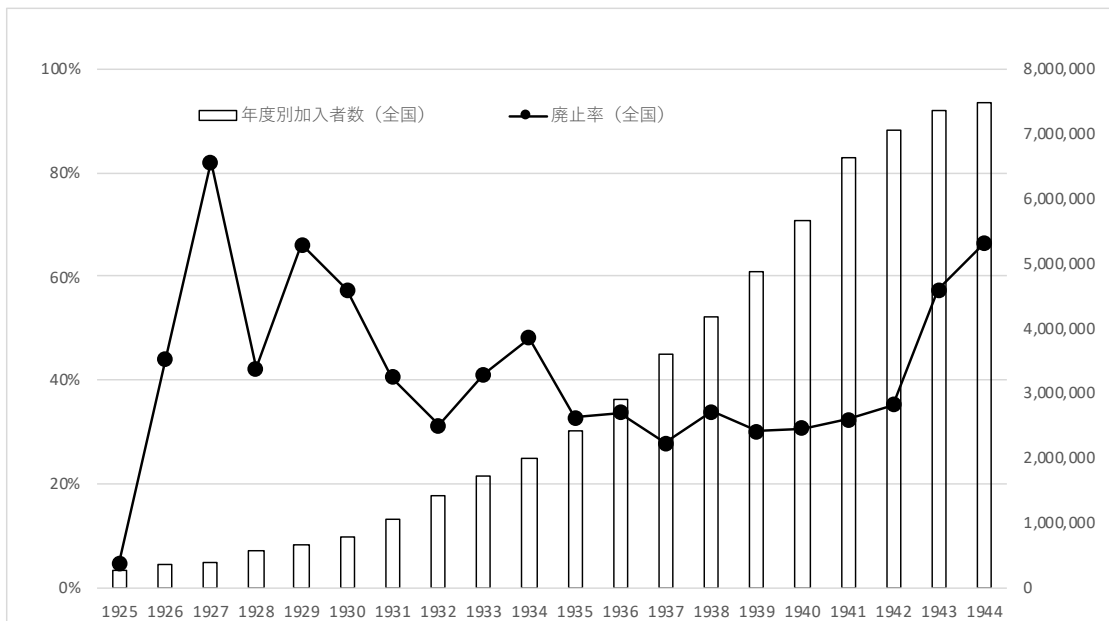


図3 1925年～1944年度の許可数、廃止数、廃止率の推移（全国）

『昭和6年度第一次聴取者統計要覧』、『昭和7年度～16年度業務統計要覧』及び『昭和21年度業務統計要覧』をもとに筆者作成

昭和6年度から21年度までに発行された『聴取者統計要覧』と『業務統計要覧』に記されている加入者と廃止者の数をまとめると、加入者数の増加と廃止率にかんする推移を次のように確認することができる（図3）。初年度の1925年は除くとしても、1926年の加入者数18万3722件だったのに対し、廃止数は8万1163件であり、後者を前者で割った「廃止率」は44%に達する。また、1927年の加入者数12万3407件だったのに対し、廃止数は10万1247件であり、廃止率は82%にまで上昇している。その後、上下しながら廃止率はゆるやかに下降していくが、放送協会が全国的に廃止率を30%程度に抑え込めるまでには、放送事業開始から10年の時を要している。ここからうかがい知れるのは、放送協会にとって廃止率を抑えることがいかに難しいことだったのかということだ。1925年度

から1935年度までの10年間で新規加入者は410万4849件であるのに対し、廃止者は168万8111件で、この期間の平均廃止率は41%である。つまり、新しい聴取者を10人加入させても、およそ半数が定着せずに解約していたという事情が、初期の放送事業にはあった（表1）。

表1 1925年～1944年度の許可数、廃止数、廃止率（全国）

年度別	年度初頭 現在数	年度内許可数 (新規加入)	年度内廃止数 (廃止数)	廃止率 (%)
1925	258,507	264,807	11,755	4.44%
1926	361,066	183,722	81,163	44.18%
1927	390,129	123,407	101,247	82.04%
1928	564,603	313,868	132,536	42.23%
1929	650,479	253,361	167,409	66.08%
1930	778,948	301,097	172,628	57.33%
1931	1,055,778	465,608	188,776	40.54%
1932	1,419,722	529,470	165,392	31.24%
1933	1,714,223	499,630	205,305	41.09%
1934	1,979,096	510,705	245,828	48.14%
1935	2,422,111	659,174	216,072	32.78%
1936	2,904,823	728,777	246,128	33.77%
1937	4,165,729	942,550	262,818	27.88%
1938	4,862,137	878,089	296,900	33.81%
1939	5,668,031	996,634	299,856	30.09%
1940	6,624,326	1,162,556	356,529	30.67%
1941	7,051,021	1,324,754	367,675	32.32%
1942	7,346,929	829,479	402,021	35.21%
1943	7,473,688	639,950	343,473	57.35%
1944	5,728,076	350,338	232,891	66.48%

『昭和6年度第一次聴取者統計要覧』、『昭和7年度～16年度業務統計要覧』及び『昭和21年度業務統計要覧』をもとに筆者作成

この時期、廃止理由の上位を占めたのは、「転居（含帰郷）」「家事都合」「受信機故障」の3つだった（NHK総合放送文化研究所・放送史編修室 1969:28）。そして、その廃止理由を抑制するための対策として挙げられていたのが、「プログラムの改善」、「事業の宣伝」の他に、「機器の維持方法」と「技術的知識」を啓発・定着させるために各種の施設を充実させることだった（NHK総合放送文化研究所・放送史編修室 1969:28）。けれども、これら対策では廃止数を抑制することはなかなか叶わなかった。山口の研究を再び引けば、この頃の数値は「同時期の新聞や雑誌が順調に購読者を増やしていることを考えると、当時の経済不況や一般家庭の困窮化だけでは理解できない水準の廃止率」であり、「これほどまで多くの人がラジオ聴取を廃止」していたのは、「毎月の聴取料ほどの価値を見出せない人々が、無視できないほど多数存在」（山口 2008:227）していたこととも関係していたからだ。

こうした山口の指摘を踏まえると、放送初期の人々とラジオの関係が見えてくる。それはつまり、ラジオが日々の生活に必要な情報を取得したり、興味ある内容を聴けたりするメディアだったならば、人々はもっとラジオと共にある生活を営んでいたということだ。実際、加入者数が年々増加していることからわかるように、ラジオという新しいメディアに対する人々の関心は高かった。にもかかわらず、放送協会が高い廃止率を思うように抑制することができなかったのは、いざラジオのスイッチを入れても機器の不具合でよく聞こえなかったり、自分の生活と

かけ離れた番組ばかりが放送されるので聞いていても面白くなかったりしたために、人々は「ラジオを聞くこと」に意義を見出せなかったからのように思われる。放送協会が、この時期、映画会や講演会、舞踊や歌謡・合奏などの実演会を実施したり、展覧会への出品といったイベントに積極的に参加したりしていた「放送以外」の活動の背景には、期待はずれなラジオに対する人々の反応があった。

2. 2 「ラジオを聞くこと」の意義を喧伝する

「ラジオを聞くこと」の意義を人々に認知させるために、放送事業の宣伝とその受信機器について宣伝することの必要をBKは強く自覚していた。昭和2年度の『事業成績報告』において、BKは次のように自らの放送事業2年目を総括している。

当支部管内中放送事業に対する理解のなほ不十分なる郡部地方に対しては事業の周知、趣味の啓発を目的とする第一次の普及宣伝を続行しつつあるも京阪神を中心とする都市ならびにその接続町村のごときはすでに当支部不撓の宣伝により一般ラジオ観念の略略徹底せる観あるをもって都市方面に対しては第二次の宣伝として受信機器保持に関する知識技能の慈養、維持経費の軽減など技術的維持の宣伝をもつぱら実施し以て管内都鄙を通じラジオの急発達を促進せんと努めたるほか本期間中は新聞紙利用法につき特別の考案をもってし直接間接に事業宣伝に資したるがその効果極めて顕著なるものありき（NHK 総合放送文化研究所・放送史編修室 1969:34）

BKにおいて人々に「ラジオと共にある生活」を宣伝し、放送事業への理解を深め、受信機器の普及に尽力していたのは計画部である。社団法人大阪放送局として発足した当初、BKの業務組織は庶務課・放送部・技術部の二部一課制をとっていたが、1926年1月から総務部・計画部・放送部・技術部・秘書係の四部一係制となり⁴、この体制は、同年8月20日に社団法人日本放送協会の関西支部となった後も引き継がれた⁵。各部の主な業務内容は、総務部は一般庶務と経理のほか加入業務を担い、計画部は加入者数と廃止数を踏まえた宣伝方法の研究とその実施、放送部は編成および番組開発とその制作を担当するというもので、それは効率的に放送事業を遂行・拡張するための分担体制だった。

なお、1928年10月1日に行われた業務組織全面改正により、各部に課を設置することで業務内容の細分化と明瞭化が行われている。この時、総務部に庶務課・経理課・企画課・加入課・料金課の5課が設けられ、放送部に編成課・現業課・報道課・調査課が創設され、技術部に技術課・上本町放送所・千里放送所が所属することとなり、京都演奏所、各地出張所（京都・神戸）が独立し、新体制による放送事業が開始された。このとき、計画部の仕事が割り当てられたのは総務部に新設された企画課である。

BK内で加入数と廃止数の動きに敏感だったのは計画部だった。計画部の行なった加入者誘致とラジオ放送への興味を存続させるための施策はそのことをよく示している（NHK 総合放送文化研究所 1969:35-36）。計画部が昭和2年度に実施した取り組みは、たとえば、新規加入者を個別訪問して放送プログラムに対する聴取者の意見を集めたり、受信機器の普及や維持のための講習所や無料相談所といった特定取次所を設置したり、各地のラジオ商を巻き込んだ加入窓口の増設などが挙げられる。他には、人々の集まる場所に高声器（大拡声器）を設置して、すでに一定の人気のあった野球中継放送や選挙速報の放送を誰もが自由に聴取できるように受信拡大を目論んだり、「ラジオと共にある生活」を聴取者に視覚的に説明する映画を自主制作・上映したり、放送時刻表や番組予告のビラといった各種印刷物を頒布および電車内に掲示したり、新聞広告を打ったり、その宣伝手法は多岐に渡った。また、1928年10月に企画課として再出発した際は、新たに海外のラジオ界の研究や機関紙『JOBK ガイド』（1929年に『JOBK ニュース』へ改題）の創刊などにも着手している。計画部／企画課の仕事はつまり、「大衆とラジオと」が「接近」するように、「力を盡」して宣伝方法を開発・実行し（『JOBK ニュース』1933年10月10日67号）、BK管内の廃止数を抑制して加入聴取者を確実に増やすことだったというわけだ。

廃止率の高い状況に直面したBKは、計画部／企画課を中心に様々な策を講じた。そしてこの施策のなかから具体化されるのが、大拡声器を利用して、特定の番組を誰もが自由に聴取できるようにとのねらいから実施していた「受信拡大」の試みを発展させ、聴衆がスイッチ一つでラジオ放送をいつでも自由に聴取できるようにする「常設受信拡大設備」としての「ラジオ塔」という取り組みなのである。

3. ラジオ熱をあおる

3. 1 受信拡大の取り組み

街頭に拡声機を持ち出し、誰もが自由に番組を聴取できるようにする受信拡大の取り組みは社団法人大阪放送局時代から行われていた。『大正15年度事業成績報告書』によれば、放送事業初年度には、計画部によって7回の受信拡大が行われたという。それは、「高声機を応用して公開聴取」の試みとして記録されている（社団法人日本放送協会関西支部 1927:24-25）。具体的には、大阪中之島公園と神戸湊川公園にて行われたロシア大歌劇団による歌劇「カルメン」、神戸大倉山公園と大阪府下枚方遊園地にて神戸市青年団のために行われた一般放送、奈良三笠山にて行われた観月放送、摩那山テント村にて行われた納涼放送、河内鴨野町にて行われた河内音頭放送である。

次に『昭和2年度事業成績報告書』に目を向けると、多くの聴衆が集まると予測した高槻天神山、大阪市扇町公園、天王寺公園、京都円山公園、神戸湊川公園に大拡声機を設置し、人気コンテンツの野球中継や衆議院議員総選挙開票結果などを受信拡大したことが記されている。こうした予測を立て「受信拡大」を実施するという計画部の狙いは見事に的中し、「多数にして計上不能」なほど多くの聴衆が集まった（社団法人日本放送協会関西支部 1928:379）。これ以外にも計画部は、1928年3月31日から始まった第5回全国選抜中等学校野球大会実況中継放送に合わせて「ゲーム点取表（得点表）」を1000枚作成し、BK管内のラジオ商に配布、店頭に掲示するよう指導した。また、「ラジオ・ゲーム」を聴取加入家庭に無料で3万枚配布し、家にいながら目でも野球放送を楽しめるよう工夫した。このように目でも耳でも野球放送を楽しむ取り組みは、京都円山公園池畔と神戸湊川公園タワーに13C受信拡大装置とスコア・ボードの併設という形でも行われた。こうした聴取者の目と耳を活用させるBK計画部の取り組みは好評を博し、1929年3月30日から始まった第6回全国選抜中等学校野球大会実況中継放送に対しても行われた⁶。

このように計画部／企画課の仕事の全てが、「ラジオと共にある生活」の豊かさや楽しさを聴衆に宣伝することを目的にしていた。とりわけ企画課のメンバーは、家の中でも外でもラジオと共にある生活を提供してこそ、人々のラジオ熱を煽ることができると考えていた。それを最適な形で具体化したのが、野球中継に対し行われた販促物の配布と受信拡大の試みだったのである。

ところで、受信拡大の対象となる番組は、必ずしも野球中継や選挙速報といった人気番組だけではなかったようだ。人々の生活に根付いた風習とかかわるコンテンツもその対象になった。昭和4年3月19日から24日までの6日間、企画課は大阪市内の代表的な寺院と交渉し、お彼岸に合わせて各宗派の法話と読経の拡大受信を試みている（NHK総合放送文化研究所・放送史編修室 1969:117）。初日は天王寺区にある浄土真宗の一心寺、二日目は北区にある真言宗の太閤寺、三日目は東区にある真宗の南御堂と北御堂というように、BKの地場にある文化と空間を積極的に活用した受信拡大が行われている。けれども、『昭和3年度事業成績報告書』には、野球中継や選挙速報の際に見られたような受信拡大に参加した聴取者数についての具体的な記述はない。お彼岸の受信拡大にかんする記録が、これ以降の事業成績報告書に見つけられないことを考えると、法話や読経といったコンテンツを受信拡大させても、それほどの反響は起こらなかったことが伺える。このように計画部／企画課は、拡声機を街に持ち出して受信拡大の取り組みを繰り返し、それにふさわしい場所と放送番組（コンテンツ）を少しずつ絞り込んでいった。

3. 2 「受信拡大」という試みの分岐

受信拡大のその後の動きを見ると、その方向が2つに分岐していることを『昭和4年度事業成績報告書』で確認することができる。一つは、特別に人気の番組を放送する際に利用した場所から拡声機を移動させて、道頓堀にあ

る満食堂や神戸大丸呉服店などのより人が多く集まる繁華街へ拡大受信を進出させる試みである。この時に放送されたのは、大阪朝日新聞の主催する甲子園野球大会実況、御慶事放送、早慶秋期リーグ戦実況、衆議院議員総選挙開票状況、大阪毎日新聞の主催する甲子園野球大会実況などのプログラムであるが、それは非常な好成績をおさめたという（社団法人放送協会関西支部 1930:203 の 13-14）。もう一つは、大阪市に協力を仰いで天王寺公園内の音楽堂を撤去し、その跡地に受信機付きの拡大受信施設、いわゆる「ラジオ塔」を建設した取り組みである（図4、図5）。



図4 「BK 自慢の我国最初のラヂオ塔」
(1930年6月7日「日刊ラジオ新聞」1面)



図5 「BK 自慢の我国最初のラヂオ塔」
(1930年6月7日「日刊ラジオ新聞」1面)

ラジオ塔は、これまでのような特別に人気のあるプログラムに限らず、放送がある時ならばいつでも誰でも番組が聞けることを可能にした常設型の受信拡大装置として構想されたものだった。というのは、誰もが自由に聴取できるという点では繁華街に進出した取り組みもラジオ塔の建設も「受信拡大」に括られるが、前者が企画課のスタッフが受信拡大を実施する時間と場所とプログラムを決めて「移動」して行くのに対し、後者は一般聴衆の興味に合わせていつでも番組が聴取できるように「常設」したという点で違いがある。それは、放送事業者から一般聴取者に対して受信拡大する番組の決定権が譲渡されただけでなく、ラジオが「聴取されるべき」ものから「聴取したいもの」へ移行していく大きな転回点となる出来事だった。実際、BK自身も、ラジオ塔の取り組みをそのような転回点として理解していた。

受信拡大機を以て奉仕的に常時一般に聴取せしむることは事業の性質上社会施設の一として意義あるのみならず又宣伝上にも相当効果を有するものにして此の計画に付き大阪市側に交渉したところ天王寺公園内旧音楽堂跡に設置せられたき旨申出てありたるに依り此度にもっとも斬新なる様式のラヂオ塔を建築することとしこれに受信機を取付けスイッチに依り自由に聴取せしむる仕掛けを以て一般市民の慰安並に教化報道に供することとせり。更に神戸湊川公園に同様の施設を為す計画を為し幸い当局神戸出張所が同公園内タワービルに移転せるに依り同事務所の窓に受信機を取付け日々付近に慰安を求め集まり来る者多く特に野球大会の放送の如きは最も有効に其の目的を果し得たるものと信ず（社団法人放送協会関西支部 1930:203 の 15-16）

このようにBKは、ラジオ塔を公共に資する放送のあるべき姿として評価した。では、そのように企図されて建

設された「ラジオ塔」はどのような姿で人々の前に現れたのだろうか。次にラジオ塔の姿を見ていくことにしよう。

4. ラジオ塔

4. 1 天王寺公園跡地に建設されたラジオ塔第一号

1930年6月に天王寺公園に現れたラジオ塔の第一号は、『日刊ラヂオ新聞』の表現を借りれば、「モダンタイプ」の建造物だった。コンクリートで角柱に象られた胴体があり、その上に屋根が雨風を凌ぐ様に被せられている。屋根と胴体の間には、拡声機一つ分ほどの空間があつて、そこに設置された拡声器から放送が流れるように設計されていた。こうした形のラジオ塔は「角燈籠型」と呼ばれ、大阪の街の景観を損なわないようデザインが工夫されていた。放送は、胴体にあるボタンを押すことで自動的に放送電波の受信が始まるので、誰もが自由に10分ほど放送中の番組を聞くことができた。ラジオ塔の保守管理はBKが行い、そのため聴取者はチャンネルをチューニングする必要も、不具合のために修理相談に行く必要もなく、ラジオ受信機に関する知識を持たない女性や子供でも誰でも簡単に自由に放送を聞くことができた。

こうして人々の前にあらわれたラジオ塔の反響が想像以上に大きかったことから、BKは、1930年中に奈良公園猿沢池畔、神戸湊川公園、京都円山公園内の3箇所にラジオ塔を建設するため翌年度に予算を計上する。そして1931年度には、奈良公園に木製の春日燈籠型のラジオ塔が設置され、湊川公園にはミゼット型のラジオ塔が設置された。このようにBKの計画部/企画課の人々が考案した「常設受信拡大装置」として設置されたラジオ塔により、人々はいつでも自由にラジオを聴くことができるようになり、「ラジオと共にある生活」の意義を自らの生活のなかで実感することができるようになった。

4. 2 各地に建設される「いろいろ」なラジオ塔

ラジオ塔の建設は、基本的に、企画課と候補地の行政とが話し合つて進めた。たとえば、奈良公園のラジオ塔の場合、企画課から奈良市へ働きかけてラジオ塔建設の賛意を取り付け、機器の選定と外観の決定が行われた。例えば奈良公園のラジオ塔は、第一号機が設置された天王寺公園の角燈籠型のものとは異なり、上部の拡声器装置箇所あたりに狐格子をはめ込み、景色に馴染む古風な外観が模されたという。1931年3月15日号の『JOBKガイド』には、その新たなラジオ塔の建設について「3月末までには竣工の予定であるが、竣工の暁には歴史と伝統を誇る



図6 『JOBK ニュース』
1933年8月10日第16号



図7 懸賞問題 これは何ですか？
奈良公園猿沢池のラジオ塔

奈良の古都に、古雅な装いに包まれた最も近代的な一風趣がくわわることになる訳である」と紹介している。その姿は、1933年8月10日号の『JOBK ニュース』で確認することができる（図6、図7）。このようにBK企画課の考案した「常設受信拡大装置」のラジオ塔は、企画課と候補地の行政とが話し合って設置場所やその形を決めていた。こうした取り組みからわかるのは、ラジオ塔が放送のローカリティの多面性を示すモノとして人々の前に現れていたということである。

だが、こうしたラジオ塔のローカル性は、放送協会が「悲願」を達成した1932年を境に失われていくことになる。昭和8年の『ラヂオ年鑑』には、加入聴取者数100万突破を記念して、次の5つの記念事業の実施を決定したことが記されている（日本放送協会編 1933:70-71）。一つは、記念放送週間と題し、1932年5月1日から1週間の記念放送を実施し、全国の放送局を総動員して特別番組を放送する予定であること。二つは、聴取料金の引き下げと放送事業に関する情報を紹介する記念展覧会を開催すること。三つは、大都市の公園その他の場所にラジオ塔50基設置して、ラジオ聴取の便宜をはかり、ラジオをさらに社会に浸透させること。四つは、事業功労者や会員その他に記念品を贈呈する功労者の表彰を行ったこと。五つは、記念祝賀会を各地で催したこと。このように放送記念事業の一つに挙げられたラジオ塔の新設計画は、次のように実施された。

公衆用聴取施設

聴取加入数100万突破記念施設の一であるところの公共奉仕用ラヂオ塔は7年度に於て全国50ヶ所へ施設の計画が樹てられ、塔の建設設計を専門家に嘱し十数種の考案を得、之を参考として実地の環境に適合するものを建設する事となり、全国各支部より建設予定ヶ所を調査・提案し、審査の結果、左記の通り各支部へ割り当てられたものであるが、之が実施に当つては、建設ヶ所の関係上土地管理者側の希望、条件に依り、或は電源配線工事の難易度等諸種の事情のために、大要別記の通り全国36、これに京坂地方既設のもの4ヶ所を加へ、総計40ヶ所の全国主要なる公園、広場など常時多数人の集るところに建設された。（日本放送協会編 1933:660）

これを契機としてラジオ塔は、BK管内以外の全国各地に次々と建設されることになる。昭和6年から昭和18年の『ラヂオ年鑑』に掲載されているラジオ塔一覧に基づいてその分布推移をまとめると、次のように全国に拡大し

表2 1930年～1942年におけるラジオ塔全国分布数

管轄/建設年度	1930	1931	1932	1933	1934	1935	1936	1937	1938	1939	1940	1941	1942	総計
直轄			3	4				2	4		88		3	104
直轄			3	4				2	4		17		3	33
鉄道管内											71			71
大阪（小計）	1	2	2	4		2		2	2	41	26			97
大阪	1	2	2	4		2		2	2	41	26			7
鉄道管内														90
名古屋（小計）				4							55		12	71
名古屋				4							26		12	42
鉄道管内											29			29
広島（小計）			2	2		2	2			41	26			82
広島			2	2		2	2			41	26			13
鉄道管内														69
熊本			8			1	1		1	2	55		33	101
仙台			4							28	12		18	62
札幌（小計）			6	1			1		1		24	12	12	57
札幌			6	1			1		1		24	5	12	50
鉄道管内												7		7
増加数合計	1	2	25	15	0	5	4	4	8	112	286	12	257	
累積数	1	3	28	43	43	48	52	56	64	176	462	474	731	
減少数					1						1		26	
全国総計	1	3	28	43	42	48	52	56	64	176	461	474	705	

（『ラヂオ年鑑』（昭和6年～18年）をもとに筆者作成）

ていく様子を確認することができる(表2)。こうしてラジオ塔はBK企画課の手を離れ、日本放送協会の加入聴取者数100万突破を祝う放送記念事業の一つに組み込まれたことでローカル性を喪失し、その役割や意味を変容させていくことになった。そのことを象徴するように、総務局企画課が雑誌『放送』の1935年6月号に寄稿した「周知・サービスの十箇年」におけるラジオ塔の説明は、「常設受信拡大装置」として考案されたラジオ塔の役割である「ラジオと共にある生活」を宣伝するというよりはむしろ、集団聴取の可能性を模索するものへと改められつつある様子が見て取れる。

公衆ラヂオ塔

之は昭和7年2月聴取者百万突破記念として各局管内の公園、神社広場等に建設されたもので、現在全国で総数41箇所、各局に於て夫々適宜操作しつつあるが、夏期等は利用者甚だ多く、一面薄俸な自由労働者、浮浪者等の慰安ともなり誠に好ましいラヂオ風景を現出して居る。将来此の種公衆聴取施設は国家非常時に際して極めて大きい社会的役割を擔當するであらう。現在東京管内7、大阪8、名古屋4、広島4、熊本7、仙台4、札幌7箇所を数へて居る。(総務局企画課 1935:100)

このようにして1932年の放送記念事業を境としてラジオ塔は、BK企画課が企図した人々が「ラジオと共にある生活」の意義を自らの生活の中に見出していくモノから、国家非常時に放送を届けるのに役立つ社会的役割を担うモノへその意味を変容させていった。

5. まとめと今後の課題

気になるのは、表2で明らかにしているように、1932年から1933年にかけてラジオ塔の増設が行われた後、1939年から1940年にかけて記念事業で新設された数とは比べものにならないほど、多くのラジオ塔が全国に設置されていることだ。この増設について人見佐知子は、「土地区画整理事業竣工の記念碑としてラジオ塔が建設される場合と、皇紀2600年記念事業があわさってラジオ塔が建設される場合」の2パターンがあったことを指摘している(人見 2019:196)。だが、日本放送協会は、なぜこれほどまでに多くのラジオ塔をこの時期に全国的に建設する必要があったのだろうか。ラジオ放送が開始して約15年になるこの時期、日本放送協会が本稿で見たような「ラジオと共にある生活」を宣伝する必要をそれほど重要視していたとは考えられないし、加入聴取者数500万を大きくこえたこの頃には、一般家庭の受信機普及率も高まっていたはずだ。

こうした点を踏まえつつ1940年に増設されたラジオ塔について考えようとするとき、思いつくのは幻に終わった東京オリンピックと紀元2600年記念日本万国博覧会との関連性だろう。今後は、こうしたメディア・イベントとの関連にも注視しつつ、ラジオ塔調査を継続するつもりである。また、本稿では十分に論じることができなかったが、BK企画課が考案したラジオ塔は人々にどのように受容・消費されたのかという面も検証する必要があるだろう。別稿を期したい。

注

- (1) 『日刊ラヂオ新聞』「BK自慢の我国最初のラヂオ塔」(1930年6月7日付)
- (2) 『産経WEST』<https://www.sankei.com/west/news/170517/wst1705170093-n1.html>, 2021年1月29日アクセス。
- (3) 『JOBKのメディア史研究会HP』「大阪調査を実施しました!」<http://jobk-mediainhistory.com/articles/28>, 2021年1月29日アクセス。
- (4) 大阪朝日1926年1月13日朝刊5面「放送局に計画部 内容の充実」
- (5) 逓信省の解散・合同化命令により、1925年に発足した社団法人東京放送局(コールサインJOAK)、社団法人大阪放送局(コールサインJOBK)、社団法人名古屋放送局(コールサインJOCK)はこの日までに解散し、即

日発足した社団法人日本放送協会の関東支部、関西支部、東海支部として組み込まれた。村上聖一によれば、日本放送協会に統合されたとはいえ、この頃は放送局同士を結ぶ中継線が整備されていなかったこともあり、経営面でも番組面でも各局の独立性は維持され続けたという（村上 2017:30）。そのように独立性が維持されたことで、BK は引き続き独創性に富んだ番組開発や番組編成、そして放送サービスの周知施策を実施することができた。

(6) 『JOBK ガイド』「全校中等校選抜 野球戦現場放送」(1929年3月25日号、2頁)

参考文献

- 人見佐知子, 2019, 「ラジオ塔についての覚書」『民俗文化』31, 183-227.
- 一幡公平, 2014, 『ラジオ塔大百科2011-2014』タカノメ特殊部隊.
- , 2017, 『ラジオ塔大百科2017』タカノメ特殊部隊.
- 「放送局の解剖—総務部企画課・企画課長岸井豪雄氏」『JOBKニュース』67, 11面, 1933年10月10日発行.
- 村上聖一, 2017, 「放送史への新たなアプローチ①——放送の「地域性」の形成過程～ラジオ時代の地域放送の分析」『放送研究と調査』67(1):28-47.
- NHK大阪放送局・七十年史編集委員会編, 1995, 『NHK大阪放送局七十年——こちらJOBK』日本放送協会大阪放送局.
- NHK総合放送文化研究所・放送史編修室, 1969, 『大阪・事業成績報告(1)——大正15年度～昭和8年度』日本放送協会総合放送文化研究所放送史編修室.
- , 1969, 『大阪・事業成績報告(2)——昭和9年度～昭和12年度』日本放送協会総合放送文化研究所放送史編修室.
- 日本放送協会編, 1931, 『ラジオ年鑑 昭和6年』日本放送出版協会.
- , 1932, 『ラジオ年鑑 昭和7年』日本放送出版協会.
- , 1933, 『ラジオ年鑑 昭和8年』日本放送出版協会.
- , 1934, 『ラジオ年鑑 昭和9年』日本放送出版協会.
- , 1935, 『ラジオ年鑑 昭和10年』日本放送出版協会.
- , 1936, 『ラジオ年鑑 昭和11年』日本放送出版協会.
- , 1937, 『ラジオ年鑑 昭和12年』日本放送出版協会.
- , 1938, 『ラジオ年鑑 昭和13年』日本放送出版協会.
- , 1939, 『ラジオ年鑑 昭和14年』日本放送出版協会.
- , 1940, 『ラジオ年鑑 昭和15年』日本放送出版協会.
- , 1941, 『ラジオ年鑑 昭和16年』日本放送出版協会.
- , 2003, 『20世紀放送史』日本放送出版協会.
- 岡部匡伸, 2020, 『ラジオの技術・産業の百年史——大衆メディアの誕生と変遷』勉誠出版.
- 佐藤紘司, 2012, 「学芸員ノート 「ラジオ塔」についての考察」『NHK放送博物館だより』58, 19-25.
- 佐藤卓己, 2002, 『キングの時代——国民大衆雑誌の公共性』岩波書店.
- 社団法人日本放送協会関西支部, 1927, 『大正15年度事業成績報告書』(非公刊).
- , 1928, 『昭和2年度(第2回)事業報告関係綴』(非公刊).
- , 1929, 『昭和3年度事業成績報告書』(非公刊).
- , 1930, 『昭和4年度事業成績報告書』(非公刊).
- , 1931, 『昭和5年度事業成績報告書』(非公刊).
- , 1932, 『昭和6年度事業成績報告書』(非公刊).
- , 1933, 『昭和7年度事業成績報告書』(非公刊).
- , 1934, 『昭和8年度事業成績報告書』(非公刊).

- 社団法人日本放送協会, 1932, 『昭和6年度聴取者統計要覧』日本放送協会事業部.
——, 1933, 『昭和7年度聴取者統計要覧』日本放送協会事業部.
——, 1934, 『昭和8年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1935, 『昭和9年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1936, 『昭和10年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1937, 『昭和11年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1938, 『昭和12年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1939, 『昭和13年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1940, 『昭和14年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1941, 『昭和15年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1943, 『昭和16年度業務統計要覧』日本放送協会.
——, 1948, 『昭和21年度業務統計要覧』日本放送協会.
総務局計画部, 1935, 「周知・サービスの十箇年」『放送』5(3)(4):95-105
山口誠, 2002, 「<耳>の標準化——認定ラジオという逆説」吉見俊哉編『一九三〇年代のメディアと身体』青弓社, 225-252.
——, 2003, 「聴く習慣、その条件——街頭ラジオとオーディエンスのふるまい」『マス・コミュニケーション研究』63, 144-161.
——, 2008, 「放送とオーディエンスの関係を再考する——新たな放送モデルと公共性へのメディア史的試論」『放送メディア研究』5, 221-249.

付記

本稿は、日本マス・コミュニケーション学会第37期第8回研究会「モノから考える戦前戦後のローカル放送史——ラジオ塔・テレビ塔・送信所」（2020年12月20日、於オンライン開催）にて発表した内容を改稿したものである。また本稿は、平成28・29年度放送文化基金助成（人文社会・文化）及びJSPS科研費20K22157の助成を受けた研究成果の一部である。

Media Remains in Kansai Area: Radio Pagoda built by JOBK

Tomomi MARUYAMA

The purpose of this paper is to discuss the development of the "KAMIGATA" broadcasting culture formed by the Osaka Broadcasting Station of NHK (JOBK) before and after the war from the "Radio Pagoda" that connected broadcasting and the audience. Until now, the history of broadcasting has been divided from the viewpoints of systems, businesses, technologies, programs, and audiences, and has been discussed in the form of station history, technical history, and program history respectively. This paper confirms the existence of <Media Producers> who did not directly produce the contents of broadcasting by focusing on the objects that appears in the development process of broadcasting media called "Radio Pagoda". This paper clarifies that the initiative called Radio Pagoda was one of the measures to curb the "Listener Subscription Abolition Rate" that was a source of problem for broadcasters in the early history of radio.

【Keywords: Radio Pagoda, Media Remains, JOBK, Production Studies】