

# コミュニティ・チャンネルの評価分析

ー兵庫県内のケーブルテレビを対象にー

大阪大学大学院国際公共政策研究科博士後期課程

脇浜紀子

email: [coco17@qb3.so-net.ne.jp](mailto:coco17@qb3.so-net.ne.jp)

## 要旨

近年、ケーブルテレビは他のメディアが提供する類似サービスとの競争において、「地域密着」が生き残りの鍵とされる。しかし、コミュニティ・チャンネルといった自主制作番組の取り組みには各局にばらつきがあり、十分な評価の仕組みもない。本研究では、ケーブルテレビ局が視聴者からどのような評価を受けているか、またその要因は何か分析を行った。分析には、兵庫県ケーブルテレビ広域連携協議会が加入者向けに行ったコミュニティ・チャンネルに関するアンケート調査の個票と、筆者が事業者に実施した実地調査を用いた。回帰分析から、居住エリアや年齢などの視聴者属性が、評価に影響するという結果を得た。過疎圏ほどコミュニティ・チャンネルの地域情報への満足度が質・量ともに高くなり、60歳以上では質よりも量への不満が高い。兵庫県は、都市部、農村部、山間部、島しょ部を併せ持ち、国内に見られる多様な形態のケーブルテレビ局が存在する。その現状の横断的分析は、今後の国内のケーブルテレビのあるべき姿を模索するにあたり、有益と考えられる。

キーワード：ケーブルテレビ、コミュニティ・チャンネル、評価、地域情報、アンケート調査

## **An Empirical Analysis of Community Channel on CATV: Case of Hyogo Prefecture**

Osaka School of International Public Policy, Osaka University  
Noriko Wakihama

### **Abstract**

In recent years, facing increasing competition with other media, CATV is required to reconsider their function as a region-based media. Although CATV has been providing regional information through its local programs in the community channel, CATV does not own a method of evaluating its performance. Based upon the questionnaire survey held by the CATV Committee of Hyogo Prefecture and author's in-depth interviews, this paper empirically analyzes the factors which determine viewers' satisfaction with quality and quantity of region-based programs by using a regression analysis. Among results, viewers in depopulated areas are found to be more satisfied with these programs than those in urban areas.

Keywords: CATV; community channel; evaluation; regional information; questionnaire survey.

## I. はじめに

放送・通信を取り巻く環境が著しく変化する現在、ケーブルテレビの役割が問い直されている。手厚い公的補助の枠組みに支えられ世帯普及率が 50%に迫り、トリプルプレイなどブロードバンドを含む地域の総合情報通信基盤として定着しつつあるケーブルテレビに、大きな期待が寄せられるのは当然のことであろう。

総務省がまとめた「2010年代のケーブルテレビの在り方に関する研究会」の報告書では、2010年代のケーブルテレビのあるべき姿として、「フルデジタル映像サービス」、「ユビキタスネットワーク社会の基盤」、「地域密着サービス」、「国産技術の世界展開」を挙げ、事業としての収益性と、公共性を両立させることが重要であるとしている。とりわけ、「地域密着」は、他の電気通信事業者から類似サービスが展開される競争の中で、ケーブルテレビ事業者にとって生き残りの鍵となっている。差別化の図りにくいインフラ機能に対し、「地域密着」のコンテンツは、地域に根ざし、自治体、住民、地元企業と密接なネットワークを持つケーブルテレビ事業者の強みである。従来から、ケーブルテレビ局は、コミュニティ・チャンネルでの自主制作番組の中で地域密着情報を放送してきた。一般的には、15分から60分ほどの番組を週に1~3回制作し、リピート放送するというものである。しかし、ケーブルテレビ局は人員、経験、資金、すべての面において不足しており、地上テレビ放送の番組に対抗できるようなコンテンツ制作に至っていないのが現状である。

さらに、民放における視聴率調査のようにどのくらい視聴されているかといった基本的な評価の仕組みさえ存在しない。つまり、制作者のモチベーションを左右し、スポンサーを開拓して資金を確保するための客観的指標がないまま、ごく少数のスタッフが地域情報番組の制作にあたっているとあってよい。このため、概してコミュニティ・チャンネルでの自主制作番組は視聴率が低く、面白くないといった評判を受けがちである。

上記のような問題意識に基づき、本稿では兵庫県内のケーブルテレビ局を取り上げ、そのコミュニティ・チャンネルへの取り組みについて、視聴者の評価はなにによってなされており、その理由がどこにあるかについての分析を行う。兵庫県は、都市部、農村部、山間部、島しょ部などを併せ持ち、国内に見られる多様な形態のケーブルテレビ局が存在している。加えて、地上テレビ放送については複数県をカバーする広域免許のエリアであり、限定的な地元情報を発信する余地は県域免許の地域よりも大きい。このような特徴をもつ兵庫県のケーブルテレビ局の現状を横断的に分析することは、今後の国内のケーブルテレビのあるべき姿を模索する上で、有用であると考えられる。

## II. 先行研究

ケーブルテレビの地域情報メディアとしての機能に着目した研究としては、情報社会学の見地からの論考が伝統的に多く見られる。他方、経済学の視点からの実証研究としては、インフラ機能に限定したもの(実積・中村 2002)や、規模の経済性を測定したもの(塩谷 2006)、衛星放送との比較から加入要因を分析したもの(春日・近藤・宍倉 2007)などわずかに見られる程度で、コンテンツ面には踏み込んだものがない。

前者においては、牛山・姜・川又(2005)が、全国のケーブルテレビ局の自主制作番組の制作動向調査を試みている。しかし、制作者側の意識調査のみで、その取り組みを視聴者がどのように評価しているかまでには踏み込んでいない。また、最新の研究としては、川島(2008)が、ケーブルテレビ事業者向けの調査と加入者向け調査を別々に実施して、地域メ

ディア機能の再検討を行っているが、加入者向け調査に関しては、一つのケーブルテレビ局だけを対象にしており、同一地域の同質的な視聴者の動向を見るにとどまっている。

本研究の基となる調査は、異なる地域特性を持ち、経営形態も違う複数のケーブルテレビ局について、事業者側、視聴者側、双方に実施している。このような、地域情報サプライヤーとしてのケーブルテレビの評価とその要因分析は、ケーブルテレビ研究の新たな領域を開くものである。また、単一県内を対象とするため、地上テレビ放送の情報提供条件が等しく、対象局の比較において望ましいといえる。

### III. 調査データ

本稿での分析には、(A)兵庫県ケーブルテレビ広域連携協議会が行った視聴者向けアンケートの個票と、(B)筆者が兵庫県内のケーブルテレビ事業者に実施した制作現場向けアンケートと実地調査を用いた。

(A)は、2008年10月、兵庫県内16のケーブルテレビ局の視聴者を対象に行われ、総配布数は2002票、回収数は306票、回収率は15.3%であった。(B)は、2008年11月、16局のコミュニティ・チャンネルの自主放送番組制作に関わる現場スタッフに、スタッフ数、番組制作時間数、課題など、番組制作の現状をヒアリングした。

### IV. 分析結果

#### 4.1. クロス集計

視聴者に対するアンケート質問票では、Q1.コミュニティ・チャンネルをどのくらい見るか(視聴頻度)、Q3.コミュニティ・チャンネルで地元地域情報がどの程度提供されているか(量的満足度)、Q5.コミュニティ・チャンネルの番組の質についてどう思うか(質的満足度)について質問した。回答者の居住地をその住所から、「大都市圏」、「中核都市圏」、「過疎圏」に分類し、それぞれクロス集計したのが図表-1である。

視聴頻度は、過疎圏において高い。「毎日見る」と「2日ごと」をあわせると、過疎圏では75%を占めるが、大都市圏、中核都市圏においては、5割に満たない。また、「全く見ない」と答えた人は、大都市圏で22%と最も多い。中核都市圏の中では、「週ごと」が一番多く、39%にのぼる。

量的満足度についても、過疎圏の方が、大都市圏、中核都市圏に比べて評価が高い傾向にある。「多い」と「かなり多い」をあわせると、過疎圏で43%、中核都市圏で25%、大都市圏で12%となる。「少ない」と「かなり少ない」をあわせた数字は大都市圏で38%と他の2エリアに比べ特に高い。

質的満足度は、「普通」という回答がすべてのエリアにおいて5割を超えている。「かなり満足」はすべてのエリアで1割に満たず、「大都市圏」では0である。全体の傾向としては、過疎圏で評価が高く、大都市圏で低い。

#### 4.2. 回帰分析(順序ロジットモデル)

被説明変数を、視聴頻度、量的満足度、質的満足度、とした3つの回帰式について推計を試みる。説明変数は、Q4.コミュニティ・チャンネルで特に見たい番組内容(興味対象)の各項目(Q4.1~4.10)、さらに性別、家族数、年齢、住所地(大都市圏、中核都市圏、過疎圏)といった属性、さらに、視聴頻度、量的満足度、質的満足度を適宜加えた。図表-2が

記述統計量、図表-3(1)、(2)、(3)が推計結果である。

視聴頻度を被説明変数とした推計結果では、「質的満足度」(1%水準)と「過疎圏ダミー」(5%水準)が正に有意となっている。また、興味対象では、「医療」が正に有意であるが、それ以外の対象は有意でない。量的満足度を被説明変数とした場合も、「質的満足度」と「過疎圏ダミー」がいずれも1%水準で正に有意である。さらに「年齢ダミー」が10%水準ではあるが負に有意となった。興味対象で有意なものはない。被説明変数が質的満足度のケースでは、「視聴頻度」と「量的満足度」が1%水準で有意で、「年齢ダミー」が5%水準で正に有意である。興味対象や「過疎圏ダミー」はここでは有意ではない。

## V. 考察

上記の結果から、まず読み取れるのは、コミュニティ・チャンネルは、過疎圏ほどニーズが高いことである。その理由として以下の点が挙げられる。

- ▶ 大都市圏においては、地上テレビ放送の番組でも地域の情報が扱われることが多いが、過疎圏が取り上げられる頻度は極めて少ない。
- ▶ 大都市圏では、ラジオ、雑誌、フリーペーパーなど、地域情報を提供する他のメディアが豊富にあるが、過疎圏での情報源は限られている。
- ▶ 近隣の府県に通勤するなど移動範囲が広い大都市圏よりも、地域に根ざして生活するケースが多い過疎圏の方が、より地域情報を欲している。

つまり、もともと需要が高いにもかかわらず、供給が少ないから、よりニーズが高く顕示されたと考えられる。上記の「需要高・供給低」は、過疎圏において、量的満足度が高いことも説明する。逆に、大都市圏においては供給が多いので、相対的に、コミュニティ・チャンネルの情報量は少ないと感じられるが、さらに大都市圏のコミュニティ・チャンネルの番組内容にも注目する必要がある。大都市圏のケーブルテレビ局は、MSO (Multiple System Operator) の形態を取っているところがあり、MSO では、近隣の県外の複数局を統括運営するので、コミュニティ・チャンネルにおいても、傘下の複数局で番組を共有するケースが多く見られる。この場合、「地域密着番組」といっても、真に居住エリアの地域情報とならない場合もあり、量的満足度が得られていないとも考えられる。

質的満足度は、量的満足度に比べると全体としてやや説明力が小さい。特に、過疎圏においては、量では「多い」「かなり多い」、質では「満足」「かなり満足」といった好意的評価が、量的よりも質的満足度で少なくなり、その分「普通」という評価が増えている。回帰分析においても、質的満足度を被説明変数とした推計では過疎圏ダミーは有意でない。このことから、質に関しては、過疎圏の視聴者は一抹の物足りなさを感じていることが示された。この点は、筆者の独自調査(B)の結果からも窺われる。

年齢ダミーが、量的満足度と質的満足度で、それぞれ、マイナスとプラスで、符号が逆転して効いていることも注目すべき点である。60歳以上の高齢者世代では、質の向上よりも、量を増やして欲しいと感じていると解釈できるが、退職して自宅のある地域で過ごすことが増える世代であることを考慮すると理解できると思われる。

## VI. おわりに

今回は、コミュニティ・チャンネルの自主制作番組についての量的・質的満足度を、視聴率の代理変数として捉え、どのような要因がそれに影響しているかを、視聴者側の視点から

分析した。今後は、情報の送り手であるケーブルテレビ事業者側の個別の条件を加えて、どのような事業者が良い評価を受けているのか、より詳細に分析する。

**【参考文献】**

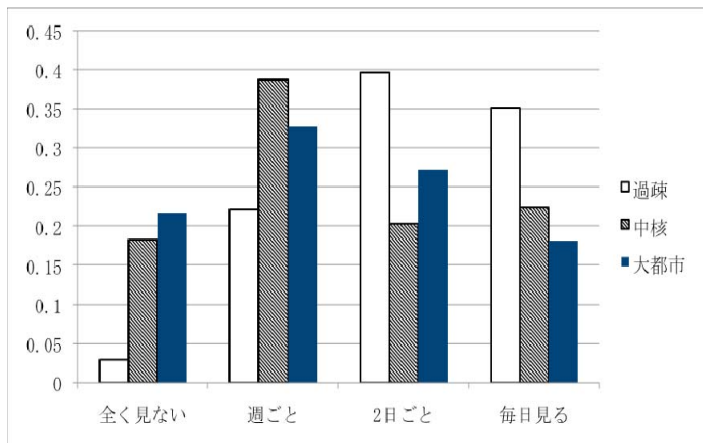
塩谷さやか（2006）「ケーブルテレビ事業における広域化・規模拡大策の実証分析および公的支援策改革の基本的方向性-生産関数による規模の経済性の測定-」『公益事業研究』，第58巻，第1号，pp. 35-46.

実積寿也・中村章宏（2002）「効率化インセンティブと整合的な政策補助スキームの検討」『公益事業研究』，第53巻，第3号，pp. 11-8.

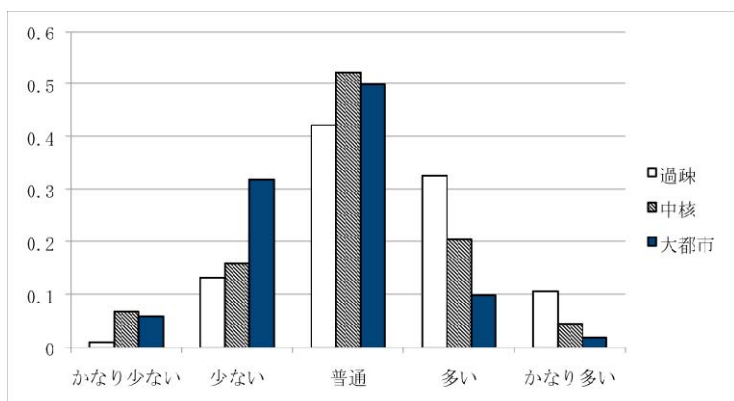
川島安博（2008）『日本のケーブルテレビに求められる「地域メディア」機能の再検討』，学文社.

図表-1 居住エリア別クロス集計

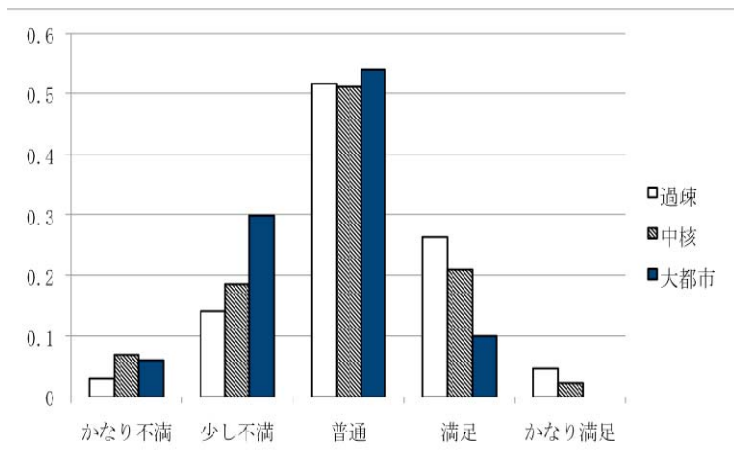
Q1. コミュニティ・チャンネルをどのくらいご覧になりますか？



Q3. コミュニティ・チャンネルで地元地域情報がどの程度提供されていると思いますか？



Q4. コミュニティ・チャンネルの番組の質についてどう思いますか？



**図表-2 記述統計量**

		サンプル数	平均	標準偏差	最小値	最大値
Q1	視聴頻	303	2.8548	0.9518	1	4
Q3	量的満足度	290	3.2103	0.9154	1	5
Q4	防災	296	0.1689	0.3753	0	1
	観光	296	0.3209	0.4676	0	1
	農業	296	0.1486	0.3563	0	1
	議会	296	0.2061	0.4052	0	1
	グルメ	296	0.2399	0.4277	0	1
	娯楽	295	0.2407	0.4282	0	1
	介護	295	0.0780	0.2686	0	1
	医療	296	0.1757	0.3812	0	1
	ショッピング	295	0.1119	0.3157	0	1
	その他	296	0.2905	0.4584	0	1
Q5	質的満足度	290	3.0379	0.8414	1	5
属性	性別(男性1,女性0)	292	0.6986	0.4596	0	1
	家族数	292	3.0411	1.0009	1	4
	世代(60歳以上1,その他0)	306	0.4118	0.4930	0	1
	大都市圏ダミー	306	0.1863	0.3900	0	1
	中核都市圏ダミー	306	0.1601	0.3673	0	1
	過疎圏ダミー	306	0.6503	0.4776	0	1

\*Q4「コミュニティ・チャンネルで見た番組内容」(複数回答可)

**図表-3(1) 視聴頻度**

被説明変数 Q1. 視聴頻度	係数	標準誤差	z 値	p 値	
Q3. 量的満足度	0.1279	0.1520	0.84	0.400	
Q4.1. 防災	-0.2063	0.3468	-0.59	0.552	
Q4.2. 観光	-0.3004	0.2730	-1.10	0.271	
Q4.3. 農業	0.1428	0.3520	0.41	0.685	
Q4.4. 議会	0.4757	0.3225	1.48	0.140	
Q4.5. グルメ	-0.0070	0.3126	-0.02	0.982	
Q4.6. 娯楽	0.2081	0.3024	0.69	0.491	
Q4.7. 介護	-0.5958	0.5244	-1.14	0.256	
Q4.8. 医療	0.7332	0.3806	1.93	0.054	*
Q4.9. ショッピング	0.1106	0.4130	0.27	0.789	
Q4.10. その他	-0.0583	0.2886	-0.20	0.840	
Q5. 質的満足度	0.6366	0.1694	3.76	0.000	***
世代(60歳以上1,その他0)	-0.1581	0.2917	-0.54	0.588	
性別(男性1,女性0)	0.3885	0.2732	1.42	0.155	
家族数	-0.0393	0.1397	-0.28	0.778	
中核都市圏ダミー	-0.0474	0.4341	-0.11	0.913	
過疎圏ダミー	0.7452	0.3739	1.99	0.046	**
/cut1	-0.3850	0.7751			
/cut2	2.1965	0.7506			
/cut3	3.9713	0.7774			
対数尤度		-289.7041			
疑似決定係数		0.0767			
サンプル数		257			

注:\*\*\*、\*\*、\*はそれぞれ有意水準1%、5%、10%を示す。

**図表-3(2) 量的満足度**

被説明変数 Q5 量的満足度	係数	標準誤差	z 値	p 値	
Q1. 視聴頻度	0.1754	0.1514	1.16	0.247	
Q5. 質的満足度	1.2965	0.1772	7.32	0.000	***
世代 (60 歳以上 1, その他 0)	-0.5109	0.2860	-1.79	0.074	*
性別 (男性 1, 女性 0)	0.2086	0.2835	0.74	0.462	
家族数	-0.0661	0.1383	-0.48	0.633	
中核都市圏ダミー	0.5604	0.4261	1.32	0.188	
過疎圏ダミー	1.3136	0.3698	3.55	0.000	***
/cut1	0.4434	0.8055			
/cut2	3.1569	0.7680			
/cut3	5.7920	0.8275			
/cut4	7.9472	0.8951			
対数尤度		-290.7249			
疑似決定係数		0.1494			
サンプル数		257			

注1：\*\*\*、\*\*、\*はそれぞれ有意水準1%、5%、10%を示す。

注2：興味対象で有意なものはないので、記載は省略した。

**図表-3(3) 質的満足度**

被説明変数 Q3 質的満足	係数	標準誤差	z 値	p 値	
Q1. 視聴頻度	0.5281	0.1554	3.40	0.001	***
Q5. 量的満足度	1.1698	0.1673	6.99	0.000	***
世代 (60 歳以上 1, その他 0)	0.6975	0.2977	2.34	0.019	**
性別 (男性 1, 女性 0)	-0.2409	0.2913	-0.83	0.408	
家族数	0.1497	0.1434	1.04	0.297	
中核都市圏ダミー	0.2473	0.4390	0.56	0.573	
過疎圏ダミー	0.0445	0.3860	0.12	0.908	
/cut1	2.1597	0.8193			
/cut2	4.4816	0.8190			
/cut3	7.4837	0.9052			
/cut4	10.1337	1.0173			
対数尤度		-270.1532			
疑似決定係数		0.1600			
サンプル数		257			

注1：\*\*\*、\*\*、\*はそれぞれ有意水準1%、5%、10%を示す。

注2：興味対象で有意なものはないので、記載は省略した。