

Title	地域メディアの機能・利用・満足度：「地域メディアの利用満足度と地域ネットワークの利用に関するアンケート調査」(2012年3月)の集計と分析を中心に
Sub Title	
Author	菅谷, 実(Sugaya, Minoru) 脇浜, 紀子(Wakihama, Noriko) 米谷, 南海(Yonetani, Nami)
Publisher	慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
Publication year	2013
Jtitle	メディア・コミュニケーション：慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (Keio media communications research). No.63 (2013. 3) ,p.85- 105
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	メディア・コミュニケーション2013 No.63抜刷
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1121824X-20130300-0085

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

地域メディアの 機能・利用・満足度

ー「地域メディアの利用満足度と地域ネットワークの利用に関する
アンケート調査」(2012年3月)の集計と分析を中心にー

地域メディアの 機能・利用・満足度

——「地域メディアの利用満足度と地域ネットワークの利用に関するアンケート調査」
(2012年3月)の集計と分析を中心に⁽¹⁾——

菅谷 実・脇浜紀子・米谷南海



▶ はじめに

本稿は、2011年度からメディアコム教育・研究基金による「地域メディア力の社会経済的影響に関する研究」と関連をもちつつ実施されたアンケート調査の中間報告のまとめである。本アンケート調査は、注1に記されているように総務省情報通信政策研究所の助成を受け実施されたものである。調査は、同研究所からの助成を受け2011年に実施された地域情報へのアクセス手段とその利用動向に関する全国レベルでのウェブ・アンケート調査の結果を踏まえている⁽²⁾。

以下に述べる調査は2つに分けることができる。前半の調査は、昨年度の調査結果をさらに深化させたものである。昨年度の調査では、ブロードバンド市場におけるNTT東西の圧倒的競争優位が確認されたが、その一方で、CATVインターネット加入率の割合が全国平均を上回る地域、すなわち設備競争が進展している地域の存在も確認することができた。

そこで、本年度は、CATVインターネット高加入率地域におけるCATVインターネット加入者はどのような特徴を有しているのか、その詳細を明らかにすることを目的として実施した。

後半の調査も、前半と同様に昨年度の調査に負っているが、こちらは、昨年度の調査では十分にとらえきれなかった映像系メディアの「地域メディア」機能に着目して進められている。地方の時代が叫ばれる中、地域情報の充実は重要な課題であり、地域メディアの果たすべき役割は大きい。しかし、現実には、多様な地域のメディアのなかで、どのようなメディアの利用度が高く、どのメディアの地域情報が利用されているかについては必ずしも明確ではない。そこで、本調査では、現状において、映像系メディアが「地域メディア」としてどの程度利用され、また評価されているのかを明らかにするため、ウェブ・ア

脚 注

1. 論文で使用した諸データは、塩谷さやか(桜美林大学准教授)を申請代表者とする総務省情報通信政策研究所 平成23年度公募型共同研究採択案件「地域メディア力の社会経済的影響に関する調査研究」において実施された2つのアンケート調査に基づいている。同調査研究には、本論文の執筆者に加え、高田義久(慶應義塾大学准教授)、上原信元(東京国際大学准教授)が共同研究者として参画した。なお、本論文の第I部は米谷、

第II部は脇浜、全体の調整と編集を菅谷が担当した。
2. 2011年2月に実施した全国ウェブ・アンケート調査については、上原伸元・菅谷実・高田義久・米谷南海・藤田宜治(2012)「地域におけるメディア・ネットワーク・サービス及び地域情報の利用動向に関する分析—ウェブ・アンケート調査(2011年2月)の報告を中心に—」慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 No.62 pp.189-203. 参照のこと。

ンケート調査を実施した。

▶ I CATV インターネット高加入率地域における CATV インターネット加入者に関する調査

第1部の構成は以下の通りである。第1章では、アンケート調査のうち「通信サービスに関するアンケート」の概要とCATVインターネット高加入率におけるCATVインターネット加入者の特徴を紹介する。第2章では、三重県津市・富山県富山市・長崎県長崎市で実施したインタビュー調査の概要と結果を紹介した後、第3章で示したアンケート調査結果との関連性について考察を加える。第4章では、まとめと今後の研究課題を述べる。

1. アンケート調査概要

「地域メディアに関するアンケート調査」は、2011年2月に行った全国ウェブ・アンケート調査の結果、CATVインターネット加入率が高いことが明らかになった地域を対象に実施されたものである。調査方法は、アンケート調査会社のインターネットモニターを対象とし、オンラインでのアンケート調査を2012年3月に実施した。各地域のサンプル数をビデオリサーチ社のサンプリング手法に倣って「世帯数×1/25000」で算出したところ、計1,000人からの有効回答を得ることができた³⁾。CATVインターネット高加入率地域におけるCATVインターネット加入者の特徴を明らかにすることを目的に、本調査では、①地域ブロードバンドサービスのシェア、②利用しているブロードバンドサービスへの加入動機、③利用しているブロードバンドサービスの月額料とそれに対する評価、という三つの調査項目を設定した。以下、それぞれの調査結果について概観する。

1-1. 地域ブロードバンド市場のシェア

「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表(平成24年度第1四半期(6月末)別紙)」によれば、2012年6月現在、FTTHの契約数は全ての都道府県で増加し、DSLの契約数は全ての都道府県で減少しているほか、全ての都道府県でFTTHが最も高い割合を占めている。

一方、「地域メディアに関するアンケート調査」対象地域におけるブロードバンドサービスの加入状況は、図1の通りである。全体的な傾向としては、「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表(平成24年度第1四半期(6月末)別紙)」で示されたように、FTTH加入率が最も高い割合を示していた。しかしながら、CATVインターネットの市場シェアが全国平均の14.95パーセントを上回っている地域も存在しており、岐阜県岐阜市・岐阜県各務原市・神奈川県横浜市以外の計17地域が全国平均を上回っていた⁴⁾。最もCATVインターネット加入率が高かったのは福井県敦賀市(74%)で、三大都市圏に属する岐阜県や神奈川県は、他の調査対象地域よりもCATVインターネット加入率が低く、FTTH加入率が高い傾向にあった。

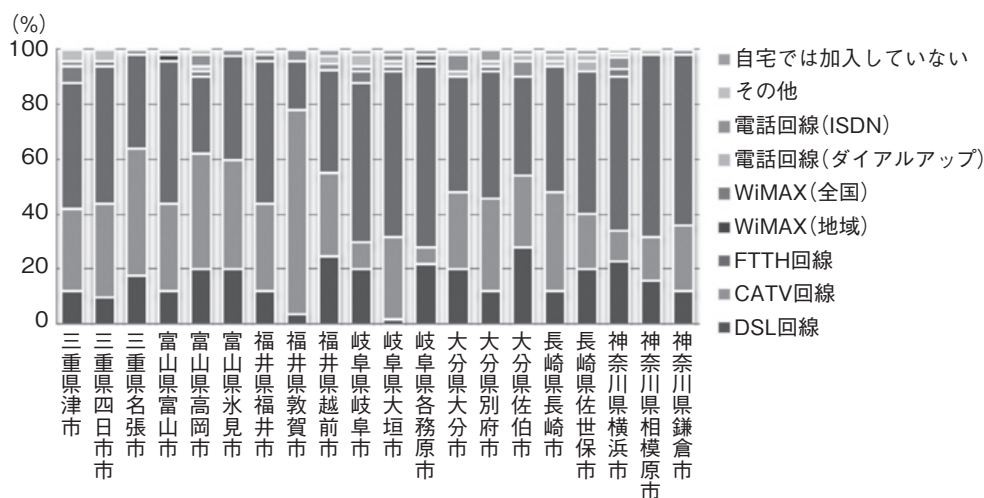
脚注

3. 三重県津市(50サンプル)、三重県四日市市(50サンプル)、三重県名張市(50サンプル)、富山県富山市(50サンプル)、富山県高岡市(50サンプル)、富山県氷見市(40サンプル)、福井県福井市(50サンプル)、富山県敦賀市(50サンプル)、富山県越前市(40サンプル)、岐阜県岐阜市(50サンプル)、岐阜県大垣市(50サンプル)、岐阜県各務原市(50サンプル)、大分県大分市(50サンプル)、大分県別府市(50サンプル)、大分県佐伯市(50サンプル)、長崎県長崎市(50サンプル)、長崎県佐世保市(50サンプル)、神奈川県横浜市(70サンプル)、神奈川県相模原市(50

サンプル)、神奈川県鎌倉市(50サンプル)：計20市(1,000サンプル)

4. 2012年3月時点のCATVインターネット加入割合の全国平均は、電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表(平成24年度第1四半期(6月末)別紙)」を元に著者が算出したものである。各ブロードバンドサービスの加入シェアは以下の通りである。FTTH(56.42%)、DSL(16.96%)、CATVインターネット(14.95%)、FWA(0.02%)、BWA(5.82%)、3.9世代携帯電話パケット通信サービス(5.81%)

図1 ブロードバンドサービスの加入状況



(出所) 「通信サービスに関するアンケート調査」結果より米谷作成



1-2. CATV インターネットへの加入動機

現在加入しているブロードバンドサービスへの加入動機として、「料金が安いから」「昔から利用しているから」「ブランドや信頼性が高いから」「サービスが充実しているから」「地元の事業者だから」「その他」の6つの回答選択肢(複数回答可)を設定し、インターネットユーザーがどのような理由で加入するブロードバンドサービスを決定しているのかを調査した。本節では、CATV インターネット加入者の加入動機を紹介する(表1)。

CATV インターネットへの加入動機として回答率の高かったのは、「料金が安いから」「昔から利用しているから」「地元の事業者だから」に三つであった。ただし、「地元事業者だから」の回答率が高い地域にはばらつきがみられたのに対し、「料金が安いから」と「昔から利用しているから」の回答率が高い地域は明確に二分されていた。特に、三重県と富山県では「昔から利用しているから」の回答率が高く、長崎県では「料金が安いから」の回答率が高かった。ここから、CATV インターネット高加入率地域では、CATV 事業者は広く地元事業者として認識されているが、その中でも、習慣的利用や馴染み深さからCATV インターネットへの加入が促進されている地域と、料金の安さという実用的な理由からCATV インターネットへの加入が促進されている地域とが存在することが予想される。

1-3. ネット接続サービスの月額料とそれに対する評価

インターネットユーザーがブロードバンドサービスに支払っている月額料とそれに対する評価を調査した。月額料には「2,000 円未満」「2,000 ～ 4,000 円」「4,000 ～ 6,000 円」「6,000 ～ 8,000 円」「8,000 ～ 10,000 円」「10,000 ～ 20,000 円」の6つの回答選択肢を、それに対する評価には「安い」「やや安い」「やや高い」「高い」の4つ回答選択肢を設定した。本節では、CATV インターネット加入者の月額料とその評価を紹介する。

CATV インターネット加入者の月額料は、地域のよってばらつきはあるが、多くの地域で2,000 円から6,000 円の範囲に収まっていた(図2)。ただし、その中でも長崎県におけるCATV インターネット接続月額料は特に安価で、長崎市の約40 パーセントの利用者と佐世保市の約60 パーセントの利用者の月額料は2,000 円未満となっていた。対して、三重県、富山県、岐阜県、神奈川県では、他地域と比べて月額料が比較的高額である傾向がみられた。

●表1 各地域のCATVインターネット加入者×ネット接続サービス加入動機 クロス集計表 (%)

地域		加入動機					
		料金が安いから	昔から利用しているから	ブランドや信頼性が高いから	サービスが充実しているから	地元の事業者だから	その他
地域	三重県津市	0.0	66.7	0.0	6.7	13.3	13.3
	三重県四日市市	35.3	41.2	0.0	0.0	17.6	5.9
	三重県名張市	21.7	34.8	4.3	4.3	65.2	0.0
	富山県富山市	25.0	50.0	6.3	6.3	25.0	0.0
	富山県高岡市	33.3	42.9	0.0	4.8	23.8	4.8
	富山県氷見市	18.8	31.3	6.3	0.0	31.3	18.8
	福井県福井市	12.5	62.5	6.3	12.5	37.5	6.3
	福井県敦賀市	45.9	37.8	0.0	0.0	45.9	0.0
	福井県越前市	16.7	25.0	0.0	0.0	50.0	8.3
	岐阜県岐阜市	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0	20.0
	岐阜県大垣市	46.7	33.3	0.0	0.0	40.0	6.7
	岐阜県各務原市	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3
	大分県大分市	50.0	35.7	14.3	7.1	42.9	0.0
	大分県別府市	5.9	47.1	0.0	5.9	64.7	5.9
	大分県佐伯市	46.2	23.1	0.0	0.0	30.8	23.1
	長崎県長崎市	55.6	33.3	0.0	0.0	27.8	0.0
	長崎県佐世保市	80.0	30.0	0.0	10.0	10.0	20.0
	神奈川県横浜市	25.0	37.5	0.0	12.5	50.0	25.0
	神奈川県相模原市	12.5	25.0	25.0	12.5	50.0	12.5
	神奈川県鎌倉市	33.3	41.7	0.0	8.3	41.7	0.0

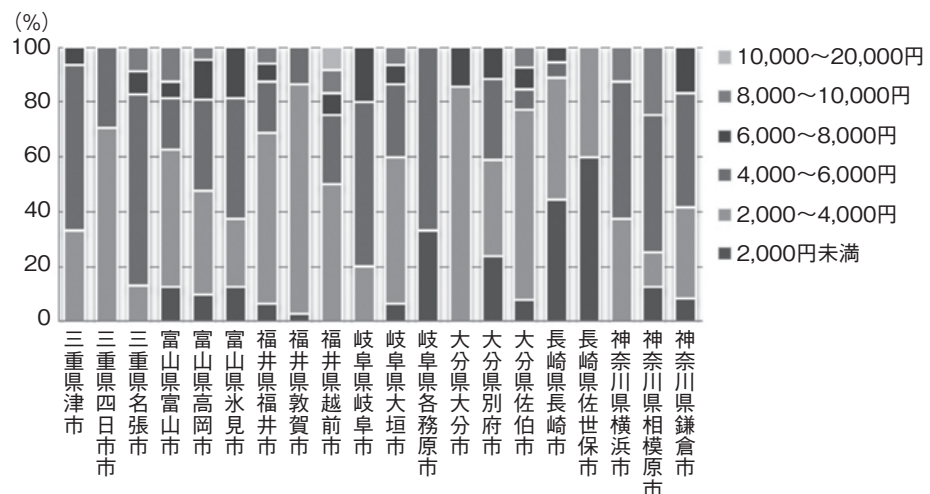
*「加入動機」では回答者が複数回答を行っている場合もある

*パーセンテージは応用者を基に計算される

* a.2分グループを値1で集計する

(出所)「通信サービスに関するアンケート調査」結果より米谷作成

図2 CATVインターネット加入者のネット接続月額料

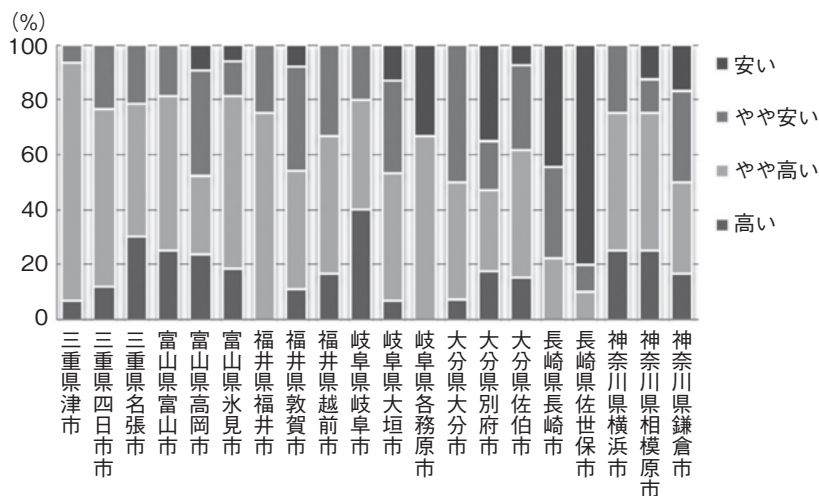


(出所)「通信サービスに関するアンケート調査」結果より米谷作成



CATVインターネット加入者のインターネット接続月額料への評価は、実際に支払っている月額料と比例傾向にあった(図3)。具体的には、4,000円以上の月額料を支払っている利用者が多かった三重県・富山県・岐阜県・神奈川県では、月額料を「高い」「やや

図3 CATVインターネット加入者のネット接続月額料に対する評価



(出所) 「通信サービスに関するアンケート調査」結果より米谷作成

Figure
&
Table

高い」と感じている加入者が多く、月額料が最も安価だった長崎県では月額料を「安い」と評価する加入者が他地域と比べて圧倒的に多かった。

2. インタビュー調査概要

「地域メディアに関するアンケート調査」の結果、①三大都市圏に属する岐阜県や神奈川県を除く地域では特にCATVインターネットの加入率が高いこと、②CATVインターネット高加入率地域は(a)習慣の利用や馴染み深さからCATVインターネットへの加入が促進されている地域と(b)料金の安さという実用的な理由からCATVインターネットへの加入が促進されている地域とに二分されること、③(a)の地域の月額料は高く、(b)の地域の月額料は低いことの三点が明らかになった。そこで、CATVインターネット加入率が高いという共通点を持ちながらも、対称的な加入動機と月額料を示す地域の背景要因について検討するために、三重県津市・富山県富山市・長崎県長崎市でインタビュー調査を実施した。(a)の地域に該当するのが三重県津市と富山県富山市であり、(b)の地域に該当するのが長崎県長崎市である。

インタビュー調査は、三重県津市・富山県富山市・長崎県長崎市をサービスエリアとするCATV事業者と各県庁情報課担当者を対象に2012年2月から6月にかけて実施したもので、県による地域情報化政策の内容やCATV事業者のCATV網整備方法、経営戦略などの質問項目を設定した⁵⁾。

以下では、インタビュー調査の結果を元に、各地域の地域情報化政策におけるCATVの位置づけとCATV事業者の経営戦略を整理し、各地域のCATVインターネット加入者の特徴との関連性を考察する。

まず、三重県津市と富山県富山市では、県がCATV網を地域の基幹情報通信基盤として整備することを謳い、CATV事業者の新規開局やエリア拡張を支援してきた。そのような県の強力なリーダーシップのもと、CATV事業者は国の施策による助成金を受ける

脚注

5. ヒアリング調査の対象と実施日は、以下の通りである。三重県庁政策部情報政策室(2012年2月8日)、(株)ZTV(2012年2月8日)、長崎県庁総務部情報政策課(2012年2月9日)、(株)長崎ケー

ブルメディア(2012年2月9日)、富山県庁情報政策課(2012年6月8日)、(株)ケーブルテレビ富山(2012年6月8日)

ほか、地方自治体との官民連携事業も行ってきた。それにより、CATV 事業者は以下のメリットを享受することができた。第一に、国の助成金によって、初期投資費用を抑えながら NTT と対抗可能な設備やネットワークを構築することができた。第二に、地方自治体との官民連携事業によって、コストやリスクを最小限に抑えながらサービスエリアの拡大を進められたほか、地域への浸透力や CATV 網への信頼感向上というアドバンテージを得ることができた。また、CATV 事業者はそのアドバンテージを生かして「地域密着型企業」としての経営戦略を打ち出しているが、CATV インターネット加入者の多くが加入動機として「昔から利用しているから」「地元事業者だから」を挙げていることから、CATV 事業者の地域に根差したサービスが地域住民に評価され、競合他社との差別化に成功していることが伺える。すなわち、三重県津市と富山県富山市では、県の地域情報化政策が地域への浸透力や CATV 網への信頼感向上といったアドバンテージを CATV 事業者に与えたことで、CATV 事業者が「地元密着型企業」として地域住民に認識・評価され、NTT と対抗可能な競合者へと成長したものと考えられる。

対して、長崎県長崎市では、県が民間主導を基本として情報通信基盤整備を進めたため、CATV 事業者は、国や県の支援を受けたり、地方自治体との官民連携事業を行うことなく、CATV 網を整備しなければならなかった。それにもかかわらず、CATV 事業者が設備競争において NTT と対抗可能な状態にあるのは、CATV 事業者が早い段階から、放送事業から通信事業への移行、個人向けサービスから法人向けサービスへの移行、海外市場への進出など、より採算性の高いビジネスへと転換していったためだと考えられる。また、CATV 事業者が採算性の高いビジネスを展開することで利益を出し、それをインターネット接続料金の低価格化という形で個人顧客に還元している点も注目に値する。実際、長崎県長崎市をサービスエリアとする(株)長崎ケーブルメディアは長崎市内で最も安価なインターネット接続月額料を実現しており、CATV インターネット加入者の価格満足度も高い。すなわち、県による CATV 事業者への手厚い支援が存在しない長崎県長崎市では、CATV 事業者が地域メディア事業よりも採算性の高い事業に重点を置いた経営戦略を採用したことで、CATV 事業者が低価格サービス提供者として地域住民に認識・評価され、競合他社との差別化にも成功したものと考えられる。

3. まとめ及び今後の研究課題

以上から、過去に採用された地域情報化政策の内容や情報通信基盤の整備手法によって CATV 事業者の採用する経営戦略が異なること、またその方向性には「地域密着型企業」と「低価格戦略に特化した企業」という二つの方向性があることが明らかになった。そのような地域情報化政策における CATV の位置づけや CATV 事業者の経営戦略の違いが、「地域メディアに関するアンケート調査」で見られた CATV インターネット加入者の差異に繋がったものと考えられる。

最後に、今後の研究課題について触れておきたい。本調査では、CATV インターネット高加入率地域における CATV インターネット加入者の特徴を分析したが、三重県津市・富山県富山市・長崎県長崎市といった CATV インターネット高加入率地域のみを事例地域として取り上げたため、選択バイアスが存在していると予想される。今後は、CATV インターネット高加入率地域と低加入率地域との比較研究を行う等、より多くの事例地域を取り上げたケーススタディを実施することで、CATV インターネット高加入率要因や CATV インターネット加入者の特徴に関するより詳細な分析を試みる必要がある。

図4 地上波民放テレビの放送エリア内人口

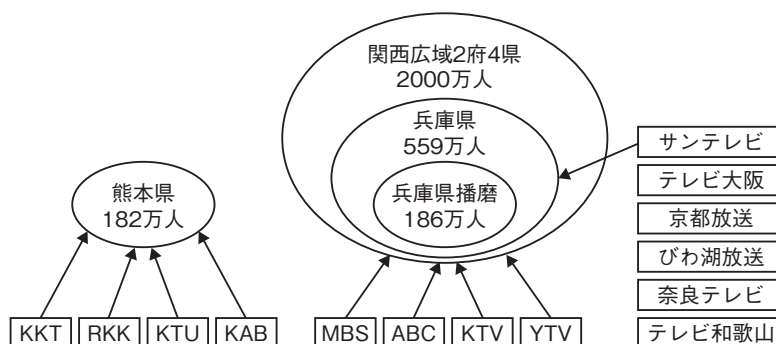


Figure
&
Table

▶ II 地域メディアの利用実態と満足度

——大都市圏の映像系メディア

第II部は、アンケート「地域メディアの利用満足度調査」に基づく。映像情報は訴求力が高く、万人が理解しやすいという特徴を持つ。地上テレビ放送のデジタル化が完了し、映像情報のデジタル化が標準となったことで複製・改変・頒布が容易となった映像ソフトをシームレスに展開することが可能となった。また、ブロードバンドの普及が73.5パーセントとなり、携帯通信業者がLTEサービスに力を入れ始める等、映像情報をやりとりする伝送環境も強化されている。実際、ビデオストリーミングなど従来の電波を使った放送以外の映像メディアサービスが様々登場している。さらにはスマートフォンの普及で「誰でも、どこでも」映像情報を簡単に発信することもできるようになった。

第4章ではまず、今回の調査を大都市圏対象とした理由を説明する。第5章ではウェブ・アンケート調査の概要を、第6章では映像メディアに限定しない地域情報源についてのアンケート結果を概観する。第7章で映像系メディアに関する質問項目を紹介し、第8章は利用度の単純集計結果を、第9章は利用度が地域情報に与える影響を回帰分析からアプローチし、第10章は地域と地域情報満足度の相関分析を試みた。第11章に分析のまとめと今後の研究課題を記す。

4. 地上波民放テレビの情報不均衡

本章では、調査対象を大都市圏に限定した理由を説明する。我が国においては、地上波民放テレビの放送エリアは都道府県の行政区分単位で免許が交付される県域単位の放送エリアが基本であるが、関東・中京・関西の三大都市圏については3つ以上の複数の都府県を一つの放送エリアとする広域圏である⁶⁾。図4は地上波民放テレビの放送エリアの人口規模を県域圏の熊本県と関西広域圏とで比較したものである。どちらの放送エリアにも、日本テレビ系・TBS系・フジテレビ系・テレビ朝日系の系列地方局4局が存在する。熊本県の4局が人口約182万人に向けて放送しているのに対し、関西広域圏の4局はその10倍以上の2000万人余りを対象としている。1局あたりの放送時間は24時間と変わらないので、必然的に人口1人当たりの情報量は関西広域圏の方が薄くなる。これを補うために、広域圏には県域ごとに免許が与えられている放送局（県域独立局）があるが、例えば

脚注

6. この他、岡高地区（岡山・香川）、山陰地区（鳥取・島根）が2県にまたがった放送エリアとなっている。

●表2 アンケート対象地域とサンプル数

13 地域／対象地域総世帯数:7,517,679 サンプル数(0.02%→1,504 世帯)		
東京・世田谷区 (435,790)	関東広域／在局都	87
茨城・水戸市 (114,363)	関東広域／非在局県*県域U局不在	23
埼玉・さいたま市 (517,437)	関東広域／非在局県	103
神奈川・横浜市 (1,644,306)	関東広域／非在局県	329
愛知・名古屋市 (988,891)	中京広域／在局県	198
岐阜・岐阜市 (164,903)	中京広域／非在局県	33
三重・津市 (115,958)	中京広域／非在局県	23
大阪・大阪市 (1,299,405)	関西広域／在局府	260
兵庫・神戸市 (699,850)	関西広域／非在局府	140
奈良・奈良市 (152,696)	関西広域／非在局府	31
石川・金沢市 (188,561)	県域／在局県	38
広島・広島市 (519,497)	県域／在局県	104
福岡・福岡市 (676,022)	県域／在局県	135

*住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（平成23年3月31日現在）による。



兵庫県の約559万人に対しサンテレビが1局だけと、十分な手当とはなっていない。

ちなみに、兵庫県播磨地域の人口が約186万人と熊本県とほぼ同規模であり、姫路域を擁し、播磨臨海工業地帯を抱えるなど、文化的にも経済的にも熊本県に引けを取らない地域であるが、在阪の民放テレビ局の放送エリアの一部となっているにすぎない。筆者は在阪の民放テレビ局に勤務しているが、地理的に距離が離れている播磨地域の地域情報を手厚く扱える体制にはなっていない⁷⁾。

つまり、地上波民放テレビに限って言うと、地域情報という観点からは、広域圏の住民は十分なサービスが受けられていないと考えられる。大都市圏において地域の映像情報が手薄になっているのであれば、逆説的に言えば、大都市圏においては新たな映像系の地域情報サービスが発展する余地が大きいことになる。以上のことから、本調査では大都市圏に対象をしぼり、その映像系メディアの利用実態を把握して、今後の地域メディアサービス創出のヒントを得ることとする。

5. アンケート調査概要

調査会社のインターネットモニターを対象とし、属性別(性別、年代、地域)に層化して、オンラインでのアンケートを2012年3月に実施した。対象とした地域は民間放送地上波放送免許の広域圏の在局・非在局都府県⁸⁾に加え県域圏からも抽出した。大都市圏を対象とするので、10万世帯以上の県庁所在地に限定している。具体的には、関東広域圏から東京・世田谷区⁹⁾／茨城・水戸市／埼玉・さいたま市／神奈川・横浜市の4都市、中京広域圏から愛知・名古屋市／岐阜・岐阜市／三重・津市の3都市、関西広域圏から大阪・大阪市／兵庫・神戸市／奈良・奈良市の3都市、県域圏から石川・金沢市／広島・広島市／福岡・福岡市の3都市、あわせて13地域を選んだ。サンプル数は世帯分布をある程度反映する形で割り付け、1,504の有効回答があった。サンプルの詳細は表2に示している。

脚注

- NNN ニュースネットワークで兵庫県西部に常駐しているのはカメラマン兼記者が1名だけである。
- 広域圏の地上波民間放送局では、関東は東京、中京は愛知(名古屋市)、関西は大阪(大阪市)に、それぞれ本社を置いている。

これらを在局都市、それ以外の広域圏の自治体を非在局都市としている。

- 放送局の本社が世田谷区に立地しているわけではないが、東京都に関しては住宅地である世田谷区をサンプルにとった。

図5 よく利用する地域情報の情報源

Q1. あなたは、あなたが居住する地域についての情報(地域情報)を現在どこから主に得ていますか。
よく利用する情報源を以下の中から使用頻度の高い順に5つまで選んでください。

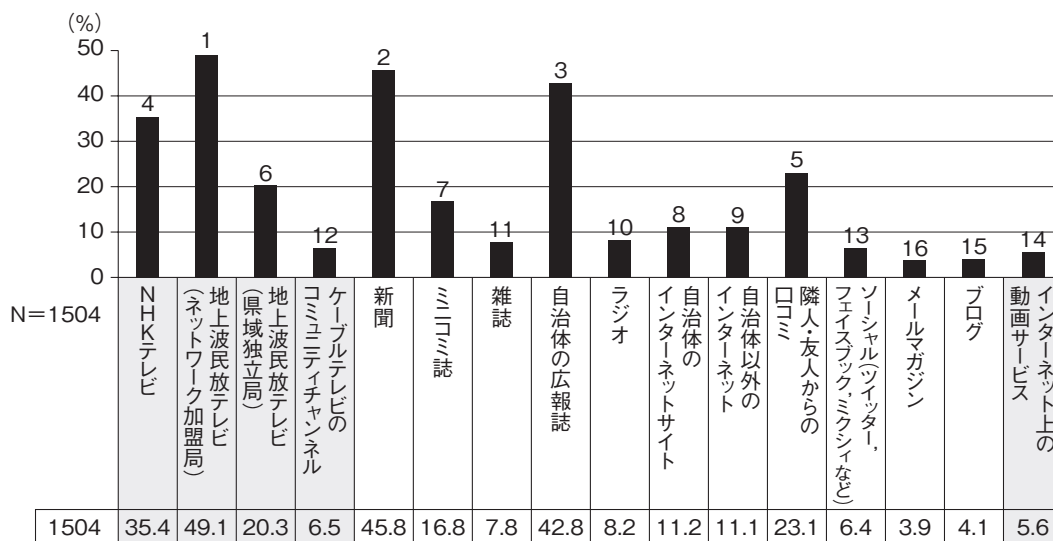


Figure
& Table

主な調査項目は、映像系メディア別の地域情報に対する利用度、満足度であるが、総合的な地域メディア利用と満足度についても聞いているので、次章ではまず地域メディアの利用動向の全体像を概観する。

6. 地域情報の入手元サービス

一般的な地域情報に関わる質問として、「よく利用する地域情報の情報源」を16のカテゴリの中から使用頻度の高い順に5つまで選んでもらった結果が図5である。地上波民放テレビのネットワーク加盟局(日本テレビ系、TBS系、フジテレビ系、テレビ朝日系、一部テレビ東京系に加盟するチャンネル)の回答が49.1パーセントと最も多く、次いで、新聞が45.8パーセント、自治体の広報誌が42.8パーセント、NHKテレビが35.4パーセント、隣人・友人からの口コミが23.1パーセント、の順となっている。視聴者に身近なメディアとして、地上波民放テレビのネットワーク加盟局が、地域情報ソースとしても選ばれていることがわかる。

このうち、NHKテレビ、地上波民放テレビ(ネットワーク加盟局)、地上波民放テレビ(県域独立局)、ケーブルテレビのコミュニティチャンネル、新聞について地域別にグラフ化したのが図6である。

まずNHKテレビについては、水戸市の利用が突出している。茨城県は広域圏の非在局県の中で、全国で唯一、県域独立局が存在しない県である。つまり県内の情報を優先して放送するテレビチャンネルがなかったわけだが、2004年10月に地元からの強い要望でNHKが関東の他県に先行して県域テレビ放送を開始している¹⁰⁾。こうした経緯からNHKテレビが地域情報源として他地域より歓迎されていると考えられる。

次に、地上波民放テレビのネットワーク加盟局の利用動向を新聞の利用動向と比較して、地域別の傾向をみる。図7は、地上波民放テレビのネットワーク加盟局が情報源と答え

脚注

10. 2012年4月から栃木県と群馬県でも県域テレビ放送を開始している。

図6 よく利用する地域情報の情報源(地域別)

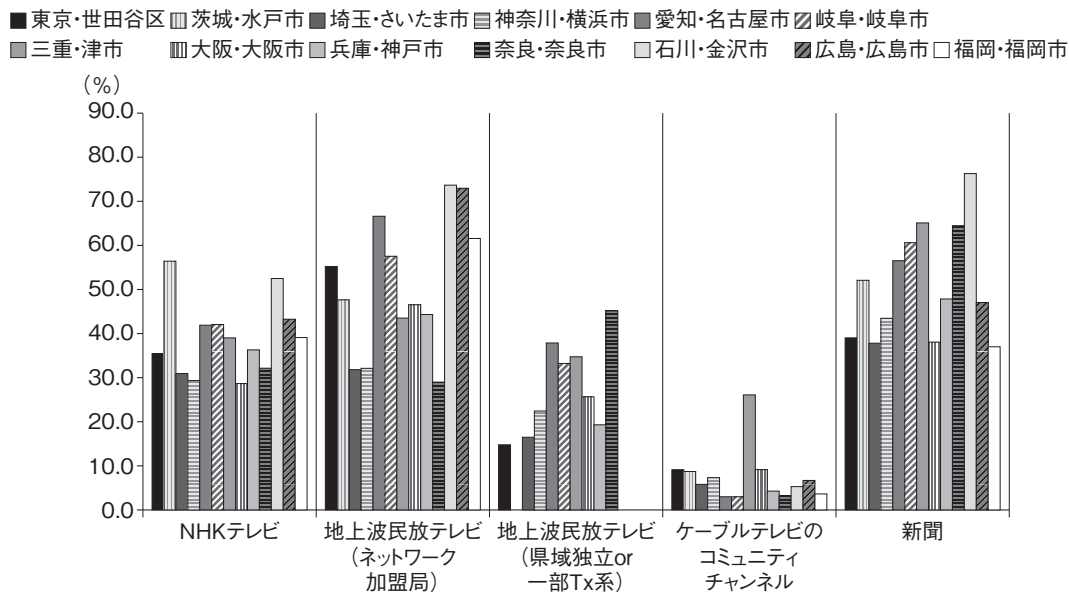


図7 地域情報源・地上波民放テレビ(ネットワーク加盟局)と新聞

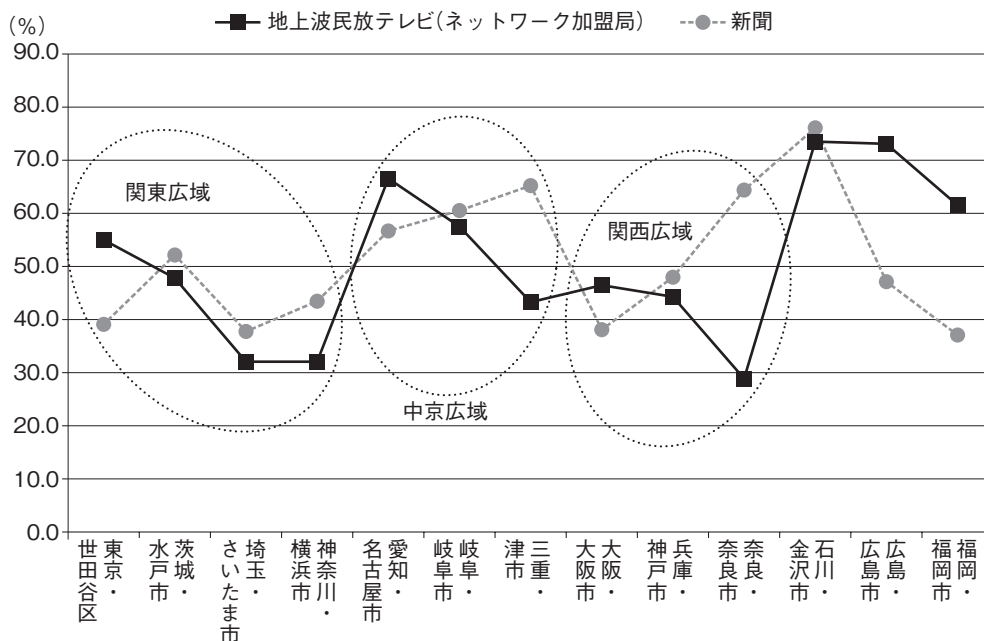


Figure & Table

た割合と新聞が情報源と答えた割合を、それぞれ地域別に折れ線グラフに表したものである。地上波民放の放送免許の関東広域，中京広域，関西広域ごとに傾向をみると，いずれも，在局都市（東京・世田谷区／愛知・名古屋市／大阪・大阪市）では，地上波民放ネットワーク加盟局が新聞より利用度が高いが，非在局都市では逆転して，新聞の利用の割合が高い。非在局都市において薄まりがちな地上波民放テレビネットワーク加盟局の地域情報を新聞が代替していると読み取ることが可能である。なお，県域圏では，金沢市でわずかに新聞が地上波民放ネットワーク加盟局を上回っているが，広島市と福岡市では地上波民

図8 地上波民放テレビ県域独立局が地域情報源であるか(TX系のテレビ愛知とテレビ大阪は除く)

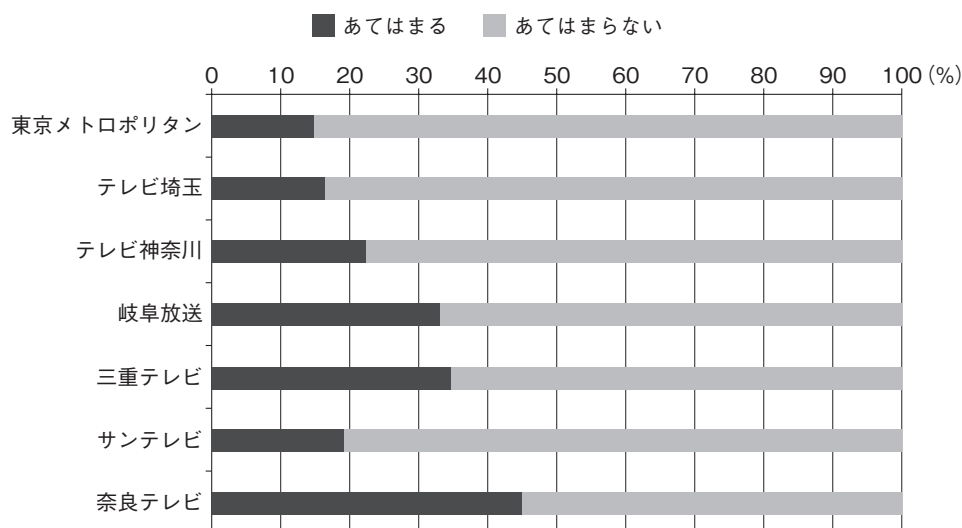


Figure
&
Table

放ネットワーク加盟局が新聞を大きく上回って利用されており、地域情報源として定着している様子が窺える。

地上波民放テレビの県域独立局等⁽¹¹⁾は、奈良市の利用が目立っており、唯一、ネットワーク加盟局よりも割合が上回っている。図8に県域独立局に限定して、地域情報源としてあてはまるとしたかどうかを局ごとに示した。地域情報源としてあてはまるという答えが3割を超えたのは、岐阜放送・三重テレビ・奈良テレビの3局だけである。1995年開局で後発の東京メトロポリタンテレビを除くと、すべて開局から30年を超えるチャンネルでありながら、地域情報源として挙げる地域住民が3割を切っているのは、広域圏の非在局県において地域情報を強化するという県域独立局の役割を果たしているといえるのか、疑問の残る結果である。

ケーブルテレビのコミュニティチャンネルは、まさにケーブルテレビ局が地域ごとの情報を提供するために開設している自主放送であるが、地域情報源として挙げた人の割合はわずかである。津市だけは26.1パーセントと地域情報メディアとしてある程度機能していると考えられるが、津市にはZTV(旧津ケーブルテレビ)というケーブルテレビ局が1994年に開局している。ZTVはCATV事業者として初めてインターネット接続事業を開始し、国内初の常時接続・料金固定制も導入するなど、積極経営で地域に根付いてきた局であり、また北川正恭知事時代にケーブルテレビ整備に力を入れたこともあり、地域メディアとして存在感を発揮していると考えられる。このことは、他の地域でも事業者の努力や自治体の取り組み次第で、コミュニティチャンネルに伸び代はまだあるということも示している。

ここまで、映像系メディアに限定せずに地域情報の情報源を聞いた質問の回答から、地域別の利用動向を概観した。広域圏での在局都市と非在局都市の利用動向の違いや、ネットワーク加盟局と同じ映像系メディアでありながら、県域独立局やコミュニティチャンネルが自治体の広報誌や口コミの後塵を拝している現状などについて、次章以降でより詳しく分析する。

脚注

11. 本文記述の通り、県域独立局は茨城には存在せず、県域圏である石川・広島・福岡にもない。また今回、放送エリアが一致す

ることからテレビ東京系のテレビ愛知とテレビ大阪をこのカテゴリーに分類している。

●表3 対象局リスト

	世田谷区	東京・水戸市	茨城・さいたま市	埼玉・横濱市	神奈川・横浜	愛知・名古屋	岐阜・岐阜市	三重・津市	大阪・大阪市	兵庫・神戸市	奈良・奈良市	石川・金沢市	広島・広島市	福岡・福岡市
(地上波民放テレビネットワーク加盟局)			日本テレビ／テレビ朝日／TBSテレビ／フジテレビ／テレビ東京			中京テレビ／名古屋テレビ（メーテレ）／中部日本放送（CBC）／東海テレビ				読売テレビ／朝日放送（ABC）／毎日放送（MBS）／関西テレビ		テレビ金沢／北陸朝日放送／北陸放送／石川テレビ		福岡放送／九州朝日放送／RKB毎日放送／テレビ西日本／TVQ九州放送（テレキュー）
地上波民放テレビ（県域独立局 or TX系の府県域局）	東京メトロポリタンテレビジョン（東京MX）		テレビ埼玉	テレビ神奈川		テレビ愛知	岐阜放送	三重テレビ放送	テレビ大阪	サンテレビジョン	奈良テレビ放送			
ケーブルテレビのコミュニティチャンネル	J..COMせたまたち／イッツコム	ケーブルテレビ茨城	J..COMさいたま／JCN関東	J..COM横浜／イッツコム／YOUテレビ／JCNよこはま／ケーブルシティよこはま（CCY）	J..COM横濱／イッツコム／YOUテレビ／JCNよこはま／ケーブルシティよこはま（CCY）	スターキャット／NCV（名古屋ケーブルテレビジョン）／CCNE T（中部ケーブルネットワーク）／グリーンシティケーブルテレビ	CCN（チャンネル長良川）	ZTV	J..COMウエスト／KICAT／ベイコム	J..COM神戸・芦屋／ベイコム／KICAT	近鉄ケーブルテレビネットワーク（KCN）／こまどりケーブル／KICAT	金沢ケーブルテレビネット（KCT）	ひろしまケーブルテレビ（ハイキャット）／ふれあいチャンネル	J..COM福岡／福岡ケーブルビジョン（FCV）／CFSケーブルステーション福岡



7. 映像メディア利用動向に関する質問項目

映像系メディアに焦点を絞った本調査でとりあげたメディアは、①NHK テレビ（以下、NHK）、②地上波民放テレビのネットワーク加盟局（以下、民放ネット）、③地上波民放テレビの県域独立局又はテレビ東京系の府県域局（以下、県域独立等）、④ケーブルテレビのコミュニティチャンネル（以下、コミュCHAN）、⑤インターネットの動画サービス（以下、ネット動画）、の5つのカテゴリーである。また、地域情報に関しては、①生活・娯楽・文化情報（買い物・グルメ・イベント・スポーツ・展覧会・遊び等）、②気象・災害情報（天気予報・大雨・台風・地震等）、③交通・安全情報（渋滞・鉄道・事件・事故・治安等）、④政治・行政・教育情報（地方選挙・自治体からのお知らせ・学校活動等）、の4つに分類した。それぞれのメディアと情報の組み合わせに対して、⑦どの程度利用するか（利用度）、⑧情報量に満足しているか（量の満足度）、⑨情報の質に満足しているか（質の満足度）、を質問している¹²⁾。

なお、実際のオンラインアンケートでは、地域ごとに該当する具体的な事業者名が表示されるようにした。対象局リストは表3の通りである。テレビ東京系列の事業者については、テレビ東京とTVQ九州放送は4大ネットワークの系列局と放送エリアが同じであ

脚注

12. 情報量は多いか少ないか（量の評価）、情報の質は良いか悪いか（質の評価）、も聞いているが、それぞれの満足度と結果に差が

ないので報告から省略している。

図9 映像系地域メディアの利用状況

Q. あなたはある地域情報について、これ入手しようとするとき、それぞれのメディアをどの程度利用しますか？

■よく利用する □ときどき利用する ■あまり利用しない
□全く利用しない(利用しようと思えばできるが) □利用できない

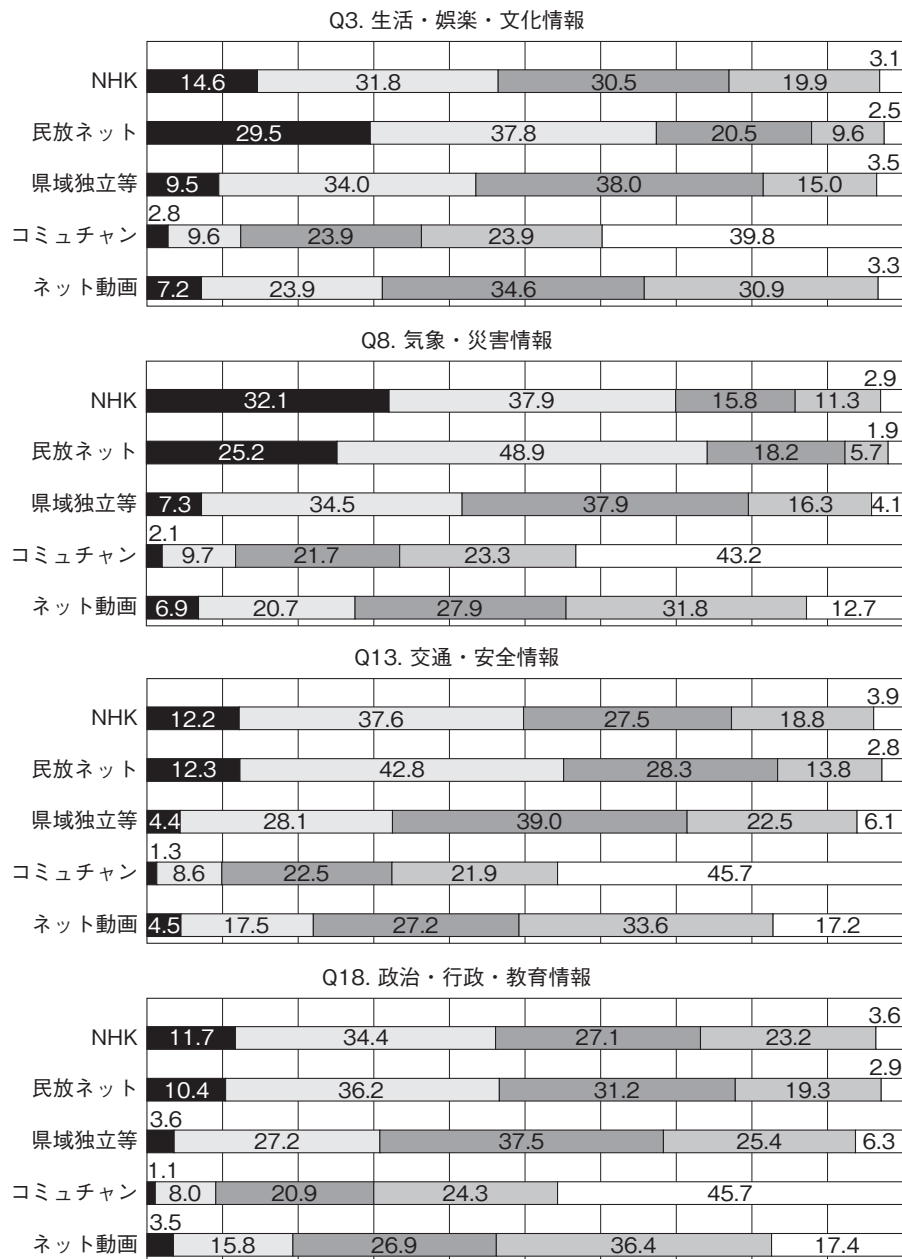


Figure
& Table

ることから②に分類し、テレビ大阪とテレビ愛知は単一府県への放送免許であるので③に分類している。

8. 映像系メディアの利用度

地域情報のカテゴリー別に各映像系メディアの利用度を聞いた結果を図9にまとめた。

① NHK は⑥気象・災害情報において利用度が他の情報より高くなっており、「よく利用

図10 全般的な地域情報への満足度

Q2. 以下のそれぞれの情報について、現在各種メディアから提供されているもので、どの程度満足していますか？

■とても満足している □まあ満足している ■あまり満足していない
 ■全く満足していない □情報を得ていない

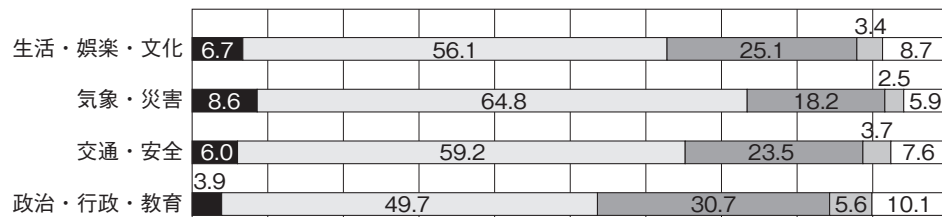


Figure
&
Table

する」と「ときどき利用する」をあわせると 70 パーセントである。②民放ネットはすべての情報において利用度が相対的に高いが、① NHK との差が最もついているのは④生活・娯楽・文化情報である。③県域独立等はすべての情報カテゴリーで、「あまり利用しない」と「全く利用しない(利用しようと思えばできるが)」をあわせると 50 パーセントを超える。④コミュチャンは「利用できない」という回答が多く、4 割前後がそもそもケーブルテレビと契約していないとみられる。これに対し⑤ネット動画については「利用できない」よりも「全く利用しない(利用しようと思えばできるが)」が目立っており、インターネットのアクセスは確保しているが、地域情報の取得のためにネット動画を見ることは広く行われていないようである。

9. 順序ロジットモデルによる回帰分析

9-1. 分析モデル

ここでは、映像メディアの利用度が地域情報の総体的な満足度にどのように影響しているかを回帰分析によって推定する。推定式は以下の通りである。

$$y^* = \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_j x_j$$

$$y = i \text{ if } \kappa_{i-1} < \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_j x_j < \kappa_i$$

$$i = 1, \dots, 5$$

y : 総体的な地域情報への満足度 (生活・娯楽・文化情報)

総体的な地域情報への満足度 (気象・災害情報)

総体的な地域情報への満足度 (交通・安全情報)

総体的な地域情報への満足度 (政治・行政・教育情報)

ただし、被説明変数 y はアンケート調査の地域情報に関する一般的な質問として映像メディアに限定せずに情報カテゴリー別に聞いた満足度 (5 段階) で、単純集計は図 10 に示されている。説明変数 x_j は① NHK, ② 民放ネット, ③ 県域独立等, ④ コミュチャン, ⑤ ネット動画の映像メディアの利用度 (5 段階) に加え、性別 (男性 0, 女性 1), 年齢, 居住年数 (6 段階), 世帯収入 (9 段階) といった個人属性が含まれている。推定は順序ロジットモデルによるものであり、 κ_i は各段階における閾値 (cut-off-points) を示す。

最後に、表 4 に記述統計量が要約されている。

9-2. 推定結果

表 5 (1) に「生活・娯楽・文化情報」のモデルが要約されている。推定結果より、①

●表4 記述統計量

変 数	サンプル数	平均	標準偏差	最小値	最大値
①の相対的満足度	1504	3.4874	0.9875	1	5
②の相対的満足度	1504	3.6769	0.8917	1	5
③の相対的満足度	1504	3.5233	0.9482	1	5
④の相対的満足度	1504	3.3172	1.0069	1	5
①のNHKの利用度	1504	3.3491	1.0521	1	5
①の民放ネットの利用度	1504	3.8211	1.0404	1	5
①の県域独立等の利用度	1204	3.3090	0.9558	1	5
①のコミュニティの利用度	1504	2.1184	1.1228	1	5
①のネット動画	1504	3.0086	0.9859	1	5
②のNHKの利用度	1504	3.8511	1.0805	1	5
②の民放ネットの利用度	1504	3.8976	0.9091	1	5
②の県域独立等の利用度	1204	3.2467	0.9500	1	5
②のコミュニティの利用度	1504	2.0432	1.1077	1	5
②のネット動画	1504	2.7739	1.1223	1	5
③のNHKの利用度	1504	3.3551	1.0415	1	5
③の民放ネットの利用度	1504	3.4807	0.9691	1	5
③の県域独立等の利用度	1204	3.0224	0.9616	1	5
③のコミュニティの利用度	1504	1.9801	1.0702	1	5
③のネット動画	1504	2.5858	1.0989	1	5
④のNHKの利用度	1504	3.273936	1.055083	1	5
④の民放ネットの利用度	1504	3.319149	0.99393	1	5
④の県域独立等の利用度	1204	2.963455	0.959873	1	5
④のコミュニティの利用度	1504	1.946144	1.041596	1	5
④のネット動画	1504	2.515293	1.059648	1	5
性別（男0，女1）	1504	0.491356	0.500092	0	1
年齢	1504	42.9641	11.23836	18	69
居住年数（カテゴリー）	1504	4.832447	1.437955	1	6
世帯年収（カテゴリー）	1504	3.496676	1.750959	1	9

Figure
& Table

NHK，②民放ネット，⑤ネット動画がそれぞれ1パーセント以下の有意水準で，④コミュニティが5パーセント以下の有意水準で正に有意となっている。個人属性では性別が正に有意となった($p < 0.01$)。

気象・災害情報(表5(2))では，①NHKと②民放ネットがそれぞれ正に有意($p < 0.01$)，③県域独立等も正に有意であった($p < 0.05$)。個人属性では居住年数が負に有意($p < 0.05$)，世帯年収が正に有意($p < 0.05$)である。

交通・安全情報(表5(3))では，正に有意となっているのは①NHK($p < 0.01$)③県域独立等($p < 0.01$)，②民放ネット($p < 0.05$)であった。個人属性では世帯年収が正に有意である($p < 0.01$)。

最後に，政治・行政・教育情報(表5(4))では，②民放ネット③県域独立等が正に有意で($p < 0.01$)，①NHKも正に有意であった($p < 0.05$)。個人属性では世帯年収($p < 0.05$)，性別($p < 0.1$)が正に有意となっている。以下では，これらの結果を第6章での地域情報源の結果とあわせて，より詳細に検討する。

●表5(1) 推定結果(生活・娯楽・文化)

生活・娯楽・文化	係数	標準誤差	z 値	p 値
NHK の利用度	0.2535428	0.0689686	3.68	0 ***
民放ネットの利用度	0.2826837	0.0739305	3.82	0 ***
県域独立等の利用度	0.0706063	0.075844	0.93	0.352
コミュCHANの利用度	0.1187043	0.0545732	2.18	0.03 **
ネット動画	0.2218931	0.0636775	3.48	0 ***
性別 (男 0, 女 1)	0.3621052	0.1174412	3.08	0.002 ***
年齢	- 0.0054463	0.0055112	- 0.99	0.323
居住年数 (カテゴリー)	0.0035333	0.0428534	0.08	0.934
世帯収入 (カテゴリー)	0.0335955	0.0329516	1.02	0.308
/cut1	0.6602463	0.3994712		
/cut2	1.062438	0.3990116		
/cut3	2.678443	0.404467		
/cut4	6.102735	0.4379451		
サンプル数		1204		
対数尤度		- 1356.1865		
疑似決定係数		0.05		

●表5(2) 推定結果(気象・災害)

気象・災害	係数	標準誤差	z 値	p 値
NHK の利用度	0.3338686	0.0618502	5.4	0 ***
民放ネットの利用度	0.2154385	0.0783798	2.75	0.006 ***
県域独立等の利用度	0.1519049	0.0744741	2.04	0.041 **
コミュCHANの利用度	0.0543908	0.0592051	0.92	0.358
ネット動画	0.0879346	0.0583089	1.51	0.132
性別 (男 0, 女 1)	0.029625	0.122701	0.24	0.809
年齢	- 0.0024297	0.0058145	- 0.42	0.676
居住年数 (カテゴリー)	- 0.0758873	0.0458556	- 1.65	0.098 **
世帯収入 (カテゴリー)	0.0748808	0.0343008	2.18	0.029 **
/cut1	- 0.0910017	0.435459		
/cut2	0.2804731	0.4332409		
/cut3	1.784972	0.4335039		
/cut4	5.384364	0.4601234		
サンプル数		1204		
対数尤度		- 1231.6764		
疑似決定係数		0.0397		

それぞれ *** 1%, ** 5%, * 10%以下の有意水準で有意



9-3. 推定結果からの考察

上記の結果からまず読み取れるのは、すべての情報カテゴリーにおいて① NHK と②民放ネットの利用度の高い人ほど、地域情報の満足度が高いということである。この2つのメディアが地域メディアとして存在感を示していることがわかる。但し、① NHK は④政治・行政・教育情報で、②民放ネットは③交通・安全情報で、それぞれ相対的に低い推定値を示し、一方で③県域独立等がそれぞれのケースで相対的に高い推定値を示している。このことから、地域情報源として挙げる人が少なかった③県域独立等であるが、利用している人の間では当該地域情報で機能していると考えられる。限られた資源での「選択と集中」の戦略をとるのであれば、③県域独立等は③交通・安全、④政治・行政・教育といった情報分野を強化することが有効かもしれない。

●表5(3) 推定結果(交通・安全)

交通・安全	係数	標準誤差	z 値	p 値
NHK の利用度	0.2814869	0.0737252	3.82	0 ***
民放ネットの利用度	0.2151578	0.0865267	2.49	0.013 **
県域独立等の利用度	0.2440842	0.080484	3.03	0.002 ***
コミュCHANの利用度	-0.0468016	0.0620611	-0.75	0.451
ネット動画	0.0530344	0.0601205	0.88	0.378
性別 (男 0, 女 1)	-0.0184319	0.11948	-0.15	0.877
年齢	-0.0027441	0.0056083	-0.49	0.625
居住年数 (カテゴリー)	-0.0357013	0.0444007	-0.8	0.421
世帯収入 (カテゴリー)	0.1013872	0.0340656	2.98	0.003 ***
/cut1	-0.1004145	0.394662		
/cut2	0.3251088	0.3932449		
/cut3	1.904062	0.3957439		
/cut4	5.530237	0.4271294		
サンプル数		1204		
対数尤度		-1301.7884		
疑似決定係数		0.0458		

●表5(4) 推定結果(政治・行政・教育)

政治・行政・教育	係数	標準誤差	z 値	p 値
NHK の利用度	0.1684732	0.0771933	2.18	0.029 **
民放ネットの利用度	0.2402417	0.0895438	2.68	0.007 ***
県域独立等の利用度	0.3011265	0.079862	3.77	0 ***
コミュCHANの利用度	0.0389513	0.0615169	0.63	0.527
ネット動画	0.0405168	0.0610405	0.66	0.507
性別 (男 0, 女 1)	0.1927059	0.1136028	1.7	0.09 *
年齢	0.0064522	0.005397	1.2	0.232
居住年数 (カテゴリー)	-0.0292379	0.0424501	-0.69	0.491
世帯収入 (カテゴリー)	0.0732812	0.0324567	2.26	0.024 **
/cut1	0.5920395	0.3654288		
/cut2	1.130213	0.3653207		
/cut3	2.851489	0.3728103		
/cut4	6.376442	0.4151022		
サンプル数		1204		
対数尤度		-1416.7619		
疑似決定係数		0.044		

それぞれ *** 1%, ** 5%, * 10%以下の有意水準で有意



④コミュCHANが有意となったのは、③生活・娯楽・文化情報だけで、それ以外では有意とならなかった。限定的な④コミュCHAN利用者の間では、地域の催し物や商店街の特売情報のようなより狭い地域を対象とするコミュニティチャンネル特有のコンテンツが評価されているのかもしれない。しかし、③b, ③c, ③dの地域密着の情報を必要とするカテゴリーで存在感を示せていない。限られた制作人員では速報性を要する③気象・災害情報や③交通・安全情報に対応できないことや、自治体の出資しているケースが多く、批判的な視点が求められる③政治・行政・教育情報に踏み込みにくい事情等が、障害となっていることが考えられる。

⑤ネット動画が有意となったのは③生活・娯楽・文化情報だけで、④コミュCHANよりも高い推定値を示した。情報発信において物理的には地域を限定する必要がない「ネット

動画」であるが、第8章で見た通り④コミュチャンよりもアクセスできる人が多いことから、潜在的に地域メディアとして機能する可能性はある。仮に、②、③、④のきめ細かい地域情報を提供する事業者(サイト)が現れたら、利用が広がるのは早いのではないだろうか¹³⁾。

最後に、属性に関しての結果を考察する。「性別」では、③生活・文化・娯楽と④政治・行政・教育情報について、女性ほど満足しているという結果が得られた。また、⑤気象・災害情報については、「居住年数」が負に有意となり、長く住んでいる人ほど現在の地域メディアからの提供状況に満足していない。「世帯年収」は、③生活・娯楽・文化情報にだけ影響がなく、それ以外は、収入の高い人ほど満足度が高いという結果である。収入がこうした情報のアクセスにどう影響しているのか、今後より詳しい調査をする必要がある。

10. 地域と量・質の満足度の相関分析

前章では回帰分析によって地域メディア情報の満足度について分析を行ったが、本章では、各メディアの量と質、および地域に焦点を当て、より深く精査を行う。しかしながら、地域や量、質といった細かな項目に分析を深化した際、データ上の問題として、説明変数間の相関の高さ、サンプル数の低下、あるいは欠損などから、回帰分析の振る舞いは決して信頼できるものではないと考えられる。ここでは、相関分析を実施することによって、第6章の地域メディア情報源の考察に照らしながら、メディア別に傾向を確認する。表6にはスピアマンの順位相関係数を示した。

①NHKは、地域情報源として水戸市の利用が突出していたが、量と質の相関係数をみると、③生活・娯楽・文化情報において満足度が高いことが窺える。

②民放ネットでプラスに優位な相関がみられるのは、広域圏の在局都市である名古屋と、県域圏の石川、広島、福岡である。さいたま、横浜、神戸、奈良ではマイナスの相関がみられ、これらはすべて広域圏の非在局都市である。第4章で地上民放テレビにおける広域圏での情報不均衡を指摘したが、在局都府県の情報に偏りがちの広域圏において¹⁴⁾、非在局県の不満が統計的にあらわれた結果といえる。

③県域独立等では、名古屋と大阪において正の相関が多くみられるが、それぞれテレビ大阪とテレビ愛知というテレビ東京系列の局である。系列に属さない県域独立局ではなく、テレビ東京系の局に対して量と質の満足度がプラスに現れていることの解釈としては、以下のようなことが考えられる。テレビ大阪とテレビ愛知ではテレビ東京制作のネット番組も放送されるので、そのネット番組の内容やクオリティにローカル番組も影響を受ける。結果として、量的にも質的にも満足の高い放送内容となっているのではないかと。後発の東京メトロポリタンテレビはすべてのカテゴリーで負の相関が¹⁵⁾、テレビ埼玉とテレビ神奈川にも部分的に負の相関がみられる。いずれも関東広域圏に属しているが、東京キー局という絶大な制作力を誇るチャンネルの存在が「目の肥えた視聴者」を生み、これらのテレビ局の番組に対し物足りなさを感じるという影響を与えている可能性はある。

④コミュチャンについては、第6章で見た通り、津の情報源としての利用度が相対的に目立っていたが、相関係数においては、⑤気象・災害情報の量の満足度、③生活・娯楽・文化と④政治・行政・教育情報の質の満足度が正に有意となっている。また、すべての情報カテゴリーにおいて、名古屋と福岡はマイナスの、大阪はプラスの相関が出ていること

脚注

13. ニコニコ動画では、2012年7月8日に、「ニコニコ町会議全国ツアー2012」というイベントで全国5カ所の町からネット生中継を行い、のべ85万7千人の視聴者(ネット来場者)を集めている。(株式会社ドワンゴ・株式会社ニワンゴ、2012)
14. 箴島・樋口・吉見・木戸・関野・深澤(2010)は、県域圏であっ

- ても、福島県や長野県のような県内に複数のエリア性がある地域では、民放テレビ局のローカルニュースが県庁所在地に偏りがちであることを指摘している。
15. 今回は世田谷区のみを対象としているので、東京の視聴者の全体的な傾向は把握できていない。

●表6 スピアマンの順位相関係数

NHK									
	量の満足					質の満足			
	生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政		生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政
世田谷	- 0.012	- 0.0169	0.0092	- 0.0217		- 0.0195	- 0.0207	0.0036	- 0.0107
水戸	0.0656 *	0.0321	0.0393	0.04		0.0485 *	0.0284	0.0263	0.0218
さいたま	- 0.0185	- 0.0154	- 0.0106	- 0.0076		- 0.0065	- 0.0244	- 0.0169	- 0.0026
横浜	- 0.0572 *	- 0.0472 *	- 0.0409	- 0.0591 *		- 0.0736 *	- 0.0256	- 0.0289	- 0.0552 *
名古屋	0.0621 *	0.0488 *	0.039	0.0671 *		0.0481 *	0.0462 *	0.0641 *	0.0474 *
岐阜	0.0337	0.0436 *	0.0322	0.0268		0.0376	0.0349	0.0379	0.0263
津	- 0.0421	0.0002	- 0.0102	0		- 0.0008	0.0245	- 0.0234	0.0196
大阪	- 0.0378	- 0.0202	- 0.0236	- 0.0372		- 0.0371	- 0.0379	- 0.0337	- 0.0389
神戸	- 0.0139	- 0.0266	- 0.0584 *	- 0.0391		- 0.019	- 0.0147	- 0.0581 *	- 0.0515 *
奈良	- 0.0078	- 0.0366	- 0.0163	- 0.0123		- 0.0081	- 0.0432 *	- 0.0394	- 0.0099
石川	0.0446 *	0.0252	0.0132	- 0.0058		0.0469 *	0.0187	0.0132	0.0112
広島	0.0198	0.0128	0.0288	0.024		0.0488 *	0.0133	0.0214	0.0412
福岡	0.034	0.047 *	0.0518 *	0.0766 *		0.0348	0.0447 *	0.0543 *	0.0696 *

民放ネット									
	量の満足					質の満足			
	生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政		生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政
世田谷	- 0.017	- 0.0196	- 0.0021	- 0.0179		- 0.0405	- 0.0307	- 0.0123	- 0.0185
水戸	0.0135	- 0.017	0.0137	0.0069		0.0046	- 0.0079	0.0013	0.0202
さいたま	- 0.0788 *	- 0.0447 *	- 0.021	- 0.0151		- 0.05 *	- 0.045 *	- 0.0206	- 0.0201
横浜	- 0.1398 *	- 0.0886 *	- 0.0911 *	- 0.0832 *		- 0.1314 *	- 0.0633 *	- 0.079 *	- 0.094 *
名古屋	0.0996 *	0.0332	0.0375	0.0554 *		0.0776 *	0.0156	0.0642 *	0.0306
岐阜	0.0025	0.0049	0.0127	0.0076		0.0179	0.0023	0.0223	0.0001
津	- 0.0196	0.0142	0.0083	- 0.0048		0.0077	0.0203	- 0.0014	0.0161
大阪	- 0.0094	0.0401	0.0316	0.0117		0.0115	0.023	0.0128	0.0243
神戸	- 0.0358	- 0.0405	- 0.0529 *	- 0.0269		- 0.0254	- 0.0305	- 0.059 *	- 0.0462 *
奈良	- 0.0464 *	- 0.0354	- 0.0332	- 0.0146		- 0.033	- 0.0306	- 0.0424	- 0.0026
石川	0.0601 *	0.033	0.0039	0.0027		0.0495 *	0.016	0.0182	0.0115
広島	0.0993 *	0.0434 *	0.0297	0.0239		0.0891 *	0.0536 *	0.0297	0.0526 *
福岡	0.1199 *	0.0923 *	0.0916 *	0.0745 *		0.0818 *	0.0908 *	0.0832 *	0.0774 *

県域独立等									
	量の満足					質の満足			
	生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政		生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政
世田谷	- 0.1156 *	- 0.1516 *	- 0.145 *	- 0.1288 *		- 0.1163 *	- 0.157 *	- 0.1422 *	- 0.1404 *
水戸	.	.	.	.		.	.	.	.
さいたま	- 0.0266	- 0.0739 *	- 0.0375	- 0.0169		- 0.0213	- 0.0437	- 0.0368	- 0.0329
横浜	- 0.0497 *	- 0.0281	- 0.0323	- 0.0529 *		- 0.0572 *	- 0.0263	- 0.0343	- 0.0453
名古屋	0.1084 *	0.069 *	0.0775 *	0.1023 *		0.102 *	0.0567 *	0.0995 *	0.0792 *
岐阜	0.0074	0.0331	0.0345	0.0144		0.0154	0.0246	0.0372	0.0005
津	- 0.0114	- 0.0067	0.0074	- 0.0021		0.0155	0.0171	- 0.0041	0.0325
大阪	0.0266	0.0757 *	0.0863 *	0.0515 *		0.0505 *	0.0733 *	0.076 *	0.0865 *
神戸	0.0256	0.0272	- 0.0346	- 0.0101		- 0.0014	0.0215	- 0.0321	- 0.0232
奈良	0.0034	0.016	0.0166	0.0235		- 0.0075	0.0007	- 0.0061	0.0235
石川	.	.	.	.		.	.	.	.
広島	.	.	.	.		.	.	.	.
福岡	.	.	.	.		.	.	.	.

コミュチャン									
	量の満足					質の満足			
	生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政		生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政
世田谷	0.0232	- 0.0066	- 0.0263	- 0.0155		0.0153	- 0.0218	- 0.026	- 0.0161
水戸	- 0.0254	- 0.0296	- 0.0242	- 0.0197		- 0.0366	- 0.0246	- 0.0245	- 0.0206
さいたま	0.0397	0.0308	0.0312	0.0299		0.0497 *	0.0411	0.0313	0.0273
横浜	0.029	0.0717 *	0.0452 *	0.0371		0.031	0.0685 *	0.0585 *	0.0403
名古屋	- 0.0609 *	- 0.1096 *	- 0.0736 *	- 0.0777 *		- 0.0761 *	- 0.1046 *	- 0.0755 *	- 0.0769 *
岐阜	- 0.0186	- 0.0389	- 0.0414	- 0.045 *		- 0.0263	- 0.0372	- 0.0307	- 0.0456 *
津	0.0327	0.0639 *	0.0404	0.0342		0.0484 *	0.0323	0.0272	0.0509 *
大阪	0.0723 *	0.0695 *	0.0688 *	0.0635 *		0.057 *	0.0658 *	0.0584 *	0.0759 *
神戸	0.0066	0.0352	0.0184	0.0309		0.019	0.0319	0.0193	0.019
奈良	0.0041	0.0043	- 0.0051	0.0021		- 0.0016	- 0.0039	- 0.0075	- 0.0027
石川	- 0.0288	- 0.0507 *	- 0.0484 *	- 0.0406		- 0.0239	- 0.0395	- 0.0318	- 0.031
広島	- 0.0337	- 0.0252	0.0024	0.0025		- 0.0299	- 0.0245	- 0.0045	- 0.0065
福岡	- 0.0763 *	- 0.0704 *	- 0.0529 *	- 0.055 *		- 0.0571 *	- 0.0522 *	- 0.0588 *	- 0.0634 *

ネット動画									
	量の満足					質の満足			
	生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政		生活娯楽	気象災害	交通安全	政治行政
世田谷	0.0184	- 0.0023	- 0.0115	- 0.0233		0.0023	0.0109	0.0009	- 0.0135
水戸	0.0047	0.0065	0.0061	0.0128		0.0216	0.0245	0.0186	0.0053
さいたま	- 0.006	0.0038	0.0104	0.0083		0.003	0.0031	0.0147	0.0071
横浜	0.0016	0.0108	- 0.0012	- 0.0126		- 0.015	- 0.0008	- 0.0132	- 0.0057
名古屋	- 0.0178	- 0.0503 *	- 0.0354	- 0.0299		- 0.0277	- 0.0489 *	- 0.0283	- 0.0306
岐阜	0.0519 *	0.0277	- 0.0029	- 0.013		0.0255	0.0147	0.008	- 0.0032
津	0.0018	0.027	0.008	- 0.0052		0.011	0.0121	0.0074	0.0009
大阪	0.0703 *	0.0653 *	0.0681 *	0.0674 *		0.0647 *	0.059 *	0.0546 *	0.0763 *
神戸	- 0.0452 *	- 0.0135	- 0.024	- 0.0155		- 0.0424	- 0.0179	- 0.0175	- 0.0348
奈良	- 0.0265	- 0.0529 *	- 0.0294	- 0.0319		- 0.0235	- 0.0601 *	- 0.0306	- 0.0319
石川	0.0005	- 0.0113	- 0.0228	- 0.0133		0.0151	- 0.0075	- 0.0151	- 0.0035
広島	- 0.0329	0.006	0.0182	0.032		- 0.0069	0.0191	0.0173	0.0252
福岡	- 0.0253	- 0.0316	- 0.0154	- 0.0099		- 0.0102	- 0.0186	- 0.0228	- 0.022

* 10%以下の水準で有意



は興味深い。3都市とも民放ネットにおいては在局都市であるというメディア環境は一致しているのに、コミュチャンの評価が異なっている要因はどこにあるのか、今後事業者の具体的な取り組みを調査することで明らかにしたい。

⑤ネット動画は、大阪に正の相関が多く見られるが、無数にあるネットコンテンツの中で、大阪のユーザーにだけ満足度が高くでている結果を本分析から解釈することは困難である。

11. まとめと今後の研究課題

第Ⅱ部では、映像系の地域メディアの利用動向の現状について、ウェブアンケートの結果から分析を行った。水戸市で近年始まったNHKの県域テレビ放送が好評であることや、広域圏の非在局都市で地域情報への不満が窺えることなどから、大都市圏において、映像系の地域メディアサービスが発展する余地は大いにあると考えられる。一方で、既存の県域独立局やコミュチャンが、地域情報の担い手としての役割を十分に発揮できていないことは、単に新規サービスだけを増やしても、中身が伴わなければ視聴者の支持は得られな

いことを示唆している。NHK や民放ネットに匹敵するリソースを投入するか、それができないのであれば、地域のニーズをよりきめ細かく見定めたサービスに特化するなどの戦略が必要となるだろう。その際、津市の ZTV や奈良テレビといった一定の評価を受けている事業者のモデルが参考になるのではないかと。ネット動画に関してはまだ地域メディアに活用できるという認識が希薄であることが明らかになったが、映像制作・配信のツールや環境が加速度的に整備されていく中、発展が期待される。また、本稿の範囲ではないが、映像コンテンツ制作の人材を育成することも映像系地域メディアの発展のためには不可欠である。

最後に、本調査では、地域あたりのサンプル数の問題もあり、個人属性との関わりとの分析には限界があった。またどんな地域情報を必要としているかというニーズに関する質問は実施しなかった。今後、地域の絞り込みや、需要面での分析等もあわせて進めていきたい。

●参考文献

- 株式会社ドワンゴ・株式会社ニワンゴ (2012) (website) 「『ニコニコ町会議』 in 名古屋・栄～本社出張祭～開催決定」
(<http://info.dwango.co.jp/pdf/news/service/2012/121101.pdf>, 最終確認日: 2012 年 11 月 9 日)
- 箴島・樋口・吉見・木戸・関野・深澤 (2010) 「県域放送制度と今後のローカル局の経営課題について」『メディア・コミュニケーション研究所紀要』 No.70, 慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所, pp. 135-153.
- 総務省 (2012) (website) 「住民基本台帳に基づく人口, 人口動態及び世帯数」(http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei02_02000032.html, 最終確認日: 2012 年 11 月 9 日)

菅谷 実 (慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所教授)

脇浜紀子 (読売テレビ放送・慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所研究員)

米谷南海 (慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科博士課程)