

主論文要約

東アジアにおけるケーブルテレビの発展と社会的役割の構築過程

：日本・韓国・台湾を事例とした政府企業間関係論研究

慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科

米谷 南海

1. 研究の背景と目的

1940年代後半以降、一部例外諸国を除き、一般的なケーブルテレビ事業は地上波テレビ信号を受信できない地域における難視聴対策として誕生した。その際、サービス内容の公益性の高さと事業の自然独占的性質を根拠に地域免許制度が導入されるなど、ケーブルテレビ事業は地域独占的な事業として認められてきた。サービスエリアが地域単位で細分化されたことも手伝い、この頃のケーブルテレビには「地域メディア¹⁾」としての社会的役割が暗黙のうちに課されていた。しかし、規制緩和や「通信と放送の融合」に代表される事業環境の変化に伴い、1990年代半ば以降のケーブルテレビ事業者はサービスの高度化に対応するとともに、有料放送市場の伸び悩み等、構造的な課題にも向き合わなければならなくなった。その結果、ケーブルテレビ事業者の多くが収益性の高い放送外サービスの展開やケーブルテレビ統括運営会社（Multiple System Operator : MSO）の形成に解決策を求め、事業の地域性は次第に希薄になっていった。

本研究の分析対象である日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ事業者も同様の発展経緯を辿ってきた。地上波テレビ放送の再送信サービスを行う地域メディアとして誕生し、現在では多様なサービスを提供する世界有数のケーブルテレビ高加入率地域へと成長している。一方、三地域のケーブルテレビ事業には相違点も存在する。2012年から2014年にかけて各地域のケーブルテレビ事業者を対象にインタビュー調査を実施した結果、それぞれが自認している「ケーブルテレビ事業者の社会的役割」には大きな差異があることが明らかになった。すなわち、日本のケーブルテレビ事業者が事業開始当時と変わらず「地域メディア機能の提供」を自身の社会的役割と認識していたのに対して、韓国のケーブルテレビ事業者は「低廉な新サービスの先駆的提供」を、台湾のケーブルテレビ事業者は「低廉なサービスの提供」と「エスニック・メディア機能の提供」を社会的役割として認識していたのである。このことは、事業の誕生経緯や技術的発展経緯が同様のものであったとしても、ケーブルテレビ事業者の社会的役割は何らかの要因によって変化するものであり、

恒常的なものではないことを示唆している。

それにもかかわらず日本におけるケーブルテレビ事業者の在り方に対する認識は「地域メディア」に固定化しているきらいがある。現在、日本のケーブルテレビ事業者の多くが地域創成に貢献し、地域の生活を支える社会インフラとしての役割を果たしている点について疑義を挟む余地はないが、そのような日本型ケーブルテレビ事業の維持構造や持続可能性を再検討するためにもケーブルテレビ事業者の社会的役割の構築過程や影響要因、あるいはその多様性について今一度検証し、より柔軟な視点からケーブルテレビ事業を捉え直す必要があると考える。

そこで本研究は、日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ事業者の社会的役割の構築過程と影響要因とを政府企業間関係論的視座から比較分析し、日本のケーブルテレビ研究で受け継がれてきた「ケーブルテレビ＝地域メディア」という固定観念ともいえる図式を見直すことを試みる。国際比較分析を通してケーブルテレビ事業者の社会的役割が決定あるいは維持される仕組みを解明するとともに、より多様なケーブルテレビ事業者の在り方を提示することは、地域メディアという限定的な視点に終始しがちであった日本のケーブルテレビ研究に新たな研究視角を提示するという点において学術的意義のあることだと考える。

2. ケーブルテレビ研究の特徴と課題

日本における地域メディア論は、マス・メディア及びマス・コミュニケーションに対する批判を出発点として 1980 年代に誕生した学問領域である。同学問領域の先駆的研究者である田村紀雄が初めて地域メディア論の組み立てを試みた著書『地域メディア—ニューメディアのインパクト—』(1983) は、地域メディアを県域以下の地域コミュニティに根差す非マスコミ的メディアと定義付け、ケーブルテレビをその代表的な存在として位置づけた。ここに「ケーブルテレビ＝地域メディア」という図式が生まれたわけであるが、この図式は日本のケーブルテレビ研究においては今なお形骸化していない。

ケーブルテレビ事業の沿革を「黎明期 (1955 年～1980 年)」、「拡大期 (1980 年～1990 年)」、「通信・放送融合期 (1990 年～2010 年)」、「ポスト通信・放送融合期 (2010 年～)」の四つの時期に区分した佐伯 (2014) の分類に沿ってケーブルテレビ分野における先行研究の系譜を辿ると、以下のように整理される。第一に、ケーブルテレビ事業が誕生し、区域内再送信、区域外再送信、自主放送といったサービスの提供が開始された「黎明期 (1955 年～1980 年)」におけるケーブルテレビ研究の焦点は「地域情報の提供」や「地域意識の醸成」に集中していた。第二に、ケーブルテレビがニューメディアとして注目を集め、国による振興策が現れ始めたほか、ケーブルテレビ事業者が多チャンネル・サービスの提供を開始した「拡大期 (1980 年～1990 年)」には、都市部におけるケーブルテレビの地域貢献について論じる研究が数多く発表された。第三に、インターネット網のブロードバンド化

や放送のデジタル化に伴いケーブルテレビ業界においても通信と放送の融合が目指されるようになった「通信・放送融合期（1990年～2010年）」には、ケーブルテレビの双方向通信機能や自主制作番組が地域コミュニティに与える影響について調査した研究が多い。最後に、トリプルプレイ・サービスなど様々な付加価値サービスを提供するケーブルテレビ事業者が増えた「ポスト通信・放送融合期（2010年～）」においてはケーブルテレビ研究の数は限られているものの、業界誌等でケーブルテレビ事業者による新サービスが紹介されており、その地域の公共情報通信基盤としての姿が描き出されている。このように、日本におけるケーブルテレビ研究の多くは「ケーブルテレビ＝地域メディア」という図式を前提に展開しており、ケーブルテレビ事業者の地域メディア機能の提供という社会的役割の実現方法を議論の中心に据えてきた。

以上を踏まえると、先行研究に残された課題としては以下の二つが挙げられる。第一に、「ケーブルテレビ＝地域メディア」という図式が当たり前のものとして捉えられており、日本のケーブルテレビ事業者が「地域メディア機能の提供」という社会的役割を担うに至った経緯や一般的に採算性が低いと考えられている地域向けサービスを事業の主軸に置きながらも今なお市場に残存している仕組みについては十分な検討が行われていない。第二に、地域情報化研究の枠組みにおいて地方自治体とケーブルテレビの関係性についての事例研究が数多く蓄積されているが、それらの多くは各地の先進事例を断片的に紹介するものにとどまっており、ケーブルテレビ事業者の政府企業間関係について通時的あるいは汎用的な考察を行ったものは見当たらない。

3. 研究の枠組みと方法

伝統的経済学における企業観は「株主主権型モデル」に基づくものであったが、20世紀に入ると「企業はそれ自体が一つのシステムであると同時に、社会というより大きなシステムを構成する下部システムである²⁾」とする新しい制度的企業観が台頭した。その中で、社会を構成する一つの組織体である企業も社会において相応の役割を担うと考える「企業の社会的役割」という概念も誕生した。なお、各ステークホルダーは多かれ少なかれ企業の社会的役割の規定に関与するが、法律等のルールの整備・運用によって政府が企業行動に与える影響力の強さ、及びネットワーク産業であるケーブルテレビ事業がその経済学的な特徴のために一般的な産業と比べて政府とより強い関わりを持つ傾向にあることに鑑みると、政府という主体の存在を無視してケーブルテレビ事業者の社会的役割を独立的に論じたとしてもその有効性は低いものと考えられる。以上の理由から、本研究では政府企業間関係論アプローチを研究枠組みとして採用する。

本研究が日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ事業者を比較分析対象とした理由は以下の二点にまとめられる。第一に、三地域のケーブルテレビ事業者が「地域メディア」を共通の出発点としながらも、現在ではそれぞれに異なる社会的役割を担っていることが

ある。ケーブルテレビ事業者の社会的役割の構築過程を明らかにするためには、共通した出発点を持つ地域を比較した方が社会的役割の構築過程や決定要因をよりわかりやすく描き出せると考えた。第二に、三地域が世界的なケーブルテレビ高加入率地域であることがある。ケーブルテレビ事業者の多様な在り方を提示するためにはケーブルテレビ加入率が高い、すなわちケーブルテレビ事業者の社会的役割が社会一般に評価されていると考えられる地域を分析対象とするべきだと考えた。

次に、分析手法である。本研究ではケーブルテレビ産業における政府企業間関係の規定要因を宮川（2006）を参考に「企業の制度的特徴」、「政府の制度的特質と能力」、「政府企業間のインターフェイス」、「是正すべき潜在能力格差」の四つに分類した。更に、上述した政府企業間関係の規定要因のうち「企業の制度的特徴」、「政府の制度的特質と能力」、「政府企業間のインターフェイス」については比較歴史分析を行い、各地域のケーブルテレビ事業者と産業内外のステークホルダーとの関係性、国家の政治的特徴や政権の安定性、規制政策の内容や政府による支援措置及び官民連携事業の頻度がどのように移り変わってきたのかを検証することとした。残る一つの規定要因である「是正すべき潜在能力格差」については、政府刊行物を対象とした批判的言説分析を行うことにした。各政府がどのような潜在能力格差を社会問題として認識し、それを是正するためにケーブルテレビ事業に対してどのような社会的役割を与えようとしたのかを考察するためである。

4. 日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ事業

日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ事業の変遷を政府企業間関係の四つの規定要因をもとに分析した結果、三地域において以下のような差異があることを明らかになった（表1参照）。まず、ケーブルテレビ事業者の社会的役割が事業開始当初から現在に至るまで「地域メディア機能の提供」から変わっていない日本では、政府がケーブルテレビ事業の地域性を重視した法制度や政策を整備し、政府企業間関係が密接であり続けていた。それに対し、ケーブルテレビ事業者の社会的役割が「地域メディア機能の提供」から「低廉な新サービスの先駆的提供」へと変化した韓国では、ケーブルテレビ事業開始当初は密接であった政府企業間関係が1990年代末以降に急速に希薄化していた。また、ケーブルテレビ事業者の社会的役割が「地域メディア機能の提供」から「低廉なサービスの提供」と「エスニック・メディア機能の提供」へと変化した台湾では、政府企業間関係は一貫して希薄な傾向にあったものの、ケーブルテレビ事業開始当初はケーブルテレビ事業の地域性という点において、2000年前後からはエスニック・マイノリティの保護という点において、それぞれ政府企業間関係が部分的に密接であった。

表 1. 日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ事業者の
社会的役割と政府企業間関係

		日本	韓国	台湾
ケーブルテレビ事業者 の 社会的役割		地域メディア機能の 提供	低廉な新サービスの 先駆的提供	・低廉なサービスの 提供 ・エスニック・メディア 機能の提供
政府企業間関係の 規定要因	政府の 制度的特質と能力	・安定した政策実行能力 ・計画的で一貫性のある ケーブルテレビ政策	・中央集権的な メディア統治 ・政権交代に伴う メディア政策の分断	・中央集権的な メディア統治 ・市場迫認型の 法制度や政策の整備
	政府企業間の インターフェイス	・規制緩和 ・ケーブルテレビ事業の 地域性を重視した 支援措置及び官民連携 事業の継続	政権交代に伴う規制 緩和と支援措置の廃止	・「政・党・軍の メディアからの撤退」 ・エスニック・マイノリ ティの言語・文化保護 の側面における規制 政策と支援措置
	ケーブルテレビ 事業者の制度的特徴	・通信市場及び有料放送 市場における競合者 ・地方自治体との 協力関係 ・多数の独立系 ケーブルテレビ事業者	・通信市場及び有料放送 市場における競合者 ・ケーブルテレビ産業内 における競合事業者 (1990年代以降沈静化) ・MSO 化の進行	・通信市場及び有料放送 市場における競合者 ・中国国民党・政府・軍 との対立関係（非合 法時代） ・MSO 化の進行
	是正すべき 潜在能力格差	・地域間情報格差 (過去・現在)	・地域間情報格差 (過去) ・政府市民間の権力格差 (過去)	・地域間情報格差 (過去) ・族群間の情報格差 (現在)

出典：筆者作成。

5. 本研究で得られた知見

日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ事業者を対象にした国際比較分析によって得られた知見としては、以下の二つがある。

第一の知見は、ケーブルテレビ事業者の社会的役割は各地域や各時代の政府企業間関係を反映して変容するという点である。政府は地理的特徴や民族構成といった各地域及び各時代の社会経済的背景に鑑みながら、ケーブルテレビ事業者に期待される事業展開の方向性を政府刊行物等において指し示し、更にそれを実現する手段として法制度を整備する。その際、政府が市場への介入度を強め、より厳格な規制を設けたり産業政策を打ち出したりすると、ケーブルテレビ事業者は政府が提示する方向性を無視することができず、それに沿った行動をとるようになる。反対に、規制緩和等によって政府が市場への介入度を弱めれば、ケーブルテレビ事業者が政府から受ける影響の度合いは当然低くなるため、その事業展開の方向性は必ずしも政府が指し示すものと一致しなくなる。その意味で、日本と韓国の事例は政府企業間関係の密接度がケーブルテレビ事業者の社会的役割の決定や存続性に影響を与えることを示しており、日本と台湾の事例は政府がケーブルテレビ事業のどの側面に対して介入を強めるのかという点もケーブルテレビ事業者の社会的役割の違いを生む要因となることを示している。

第二の知見は、政府企業間関係の規定要因のなかでも政府企業間インターフェイスの在り方がケーブルテレビ事業者の社会的役割の実現性や存続性に特に大きな影響を与える点である。三地域の事例でも見られたように、政府は社会に存在する潜在能力格差を是正する手段としてケーブルテレビ事業を活用するため、ケーブルテレビ事業者は採算性の低いサービスの提供を求められることが多い。社会における潜在能力格差の是正という社会的役割を実現しながら市場での生き残りを果たすことはケーブルテレビ事業者にとって非常に困難なことであるが、ケーブルテレビ事業者がそれらを両立させるための現実的な事業基盤を構築するのが政府企業間のインターフェイスである。特に財政・金融面における公的支援措置や官民連携事業は採算性の低い事業を展開する際に発生するコストやリスクを軽減するため、ケーブルテレビ事業者の社会的役割の実現性や持続性により直接的な影響を与える。

6. ケーブルテレビ事業の展望：その可能性と限界

日本のケーブルテレビ事業者は確かに地域社会の発展に大きく貢献してきた。しかし、地域メディア機能を提供するための条件が密接な政府企業間関係であるとするならば、ケーブルテレビ事業はいずれ限界を迎えると予想される。地方自治体の多くが財政難に陥っている近年の現状に鑑みると、公的支援措置や官民連携事業への依存度を軽減しながら経営力や地域性を維持する仕組みを手に入れることが日本のケーブルテレビ事業者の急務で

あると考えられる。そこで注目されるのが、ケーブルテレビ連盟が「地域において持続可能性のあるケーブルテレビ事業」を目指して構築した「ケーブル・プラットフォーム」である³。2014年以降、ケーブルテレビ連盟が主体となって構築したプラットフォームにケーブルテレビ各社が参加する形で「ケーブルスマホ (MVNO)」サービスやケーブルテレビ事業者の自主制作番組をマルチデバイス対応で全国配信する「じもテレ」サービスが提供されており、海外のケーブルテレビ業界で見られるMSOのM&Aによる大規模化とは異なる、独立系ケーブルテレビ事業者の地域性と業務効率化の両立を目指す日本独自の取組みが展開されている。同取組みが開始されてからはまだ日が浅く、現段階ではケーブルテレビ事業にどのような影響を与えているかについての明確な評価はできないが、ケーブルテレビ事業者による自立的な地域向けサービスの提供方法として今後の展開に期待が寄せられる。

韓国ではケーブルテレビ事業者と通信事業者の違いが年々薄らいできているため、競合者との価格競争以外の面での差別化が経営上の長期的な課題となっている。近年では、ケーブルテレビ事業者、通信事業者、地上波テレビ放送事業者の間でスマートフォン・ユーザをめぐる競争が激化しており、スマートフォンのアプリケーションを介した地域番組のリアルタイム配信によってコンテンツ面での差別化を図る取組みがケーブルテレビ事業者の期待を集めている⁴。「地域メディア機能の提供」を競合事業者に対する差別化戦略に据えるという回帰的で興味深い事例ではあるが、成功したビジネスモデルはまだ確認されておらず、今後の動向を注視する必要がある。

台湾では、ケーブルテレビ・システムの高度化という課題が発生している。2017年のケーブルテレビ全面デジタル化の目標達成に向け国家通訊伝播委員会がデジタル化を加速させるための支援措置を講じていたにもかかわらず、2016年9月現在のケーブルテレビ事業者のデジタル化対応率は未だ61%に留まっている⁵。現時点では有料放送市場において圧倒的なシェアを誇るケーブルテレビ事業者であるが、2012年の地上波テレビ放送の完全デジタル化により台湾島内におけるデジタル・コンテンツの消費量が増加傾向にあるほか、今後はOTTサービスの普及も予想されるため、その地位は決して安泰ではない。また、2016年8月1日に新しく国家通訊伝播委員会会長に就任した詹婷怡氏は同月3日に開いた記者会見において「『政・党・軍のメディアからの撤退』はあくまで2003年当時の諸課題に対処するために打ち出されたものであり、今後も引き続き規制緩和の可能性について議論を継続していく必要がある」と述べており、「政・党・軍のメディアからの撤退」の行方も今後のケーブルテレビ事業の在り方を大きく左右する課題であるといえる⁶。

7. 本研究の学術的成果と残された課題

本研究では、ケーブルテレビ事業者の社会的役割の構築過程と影響要因の解明するために、政府企業間関係論アプローチを用いて日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ事業者を対象とした国際比較分析を行った。その学術的成果としては以下の三点が挙げられる。

第一に、三地域におけるケーブルテレビ事業者の社会的役割がそれぞれどのように生成・発展・変容・消滅・転換してきたかを比較分析することで、ケーブルテレビ事業者の社会的役割が恒常的なものではないことを示し、日本のケーブルテレビ研究の暗黙的な前提となっている「ケーブルテレビ＝地域メディア」という固定化された図式が必ずしもケーブルテレビ事業者の在り方を正しく表現していないことを明らかにした。ケーブルテレビに対する先入観や固定観念の枠が外されたことで、ケーブルテレビ研究の硬直化が防がれるとともに、流動的な社会経済的諸状況を視野に入れたより多角的な研究アプローチの展開が可能になると考える。

第二に、ケーブルテレビ事業者と政府の関係性に関する先行研究の多くが日本各地のケーブルテレビ事業者と地方自治体とを取り上げた事例研究に留まっているのに対し、本研究は三地域におけるケーブルテレビ事業者と政府（中央省庁・地方自治体）との関係を体系的に分析することで、ケーブルテレビ産業における政府企業間関係についての汎用的な考察を加えたとともに、政府企業間関係がケーブルテレビ事業者の社会的役割の構築に影響を与える因果メカニズムを明らかにした。更に、政府企業間関係の規定要因のなかでも、採算性の低い事業を展開する際に発生するコストやリスクを軽減し得る政府企業間インターフェイスが十分に整備されているかどうか、ケーブルテレビ事業者の社会的役割の実現性や持続性に特に大きな影響を与えることも示した。本研究で得られたケーブルテレビ事業者の社会的役割が各地域や各時代の政府企業間関係を反映して変容するという知見は、ケーブルテレビ事業者の在り方を論じる際の新たな研究視角になると考える。

第三に、世界的なケーブルテレビ高加入率地域であるにもかかわらず日本では研究の数が限られている韓国と台湾のケーブルテレビ事業について詳細かつ体系的な分析を行ったことで、ケーブルテレビ事業の多様な在り方を提示し、ケーブルテレビ研究の重層的かつ多面的な進展に寄与することができたと考えられる。韓国のケーブルテレビに関する研究は1990年代後半の規制緩和による総合有線放送事業者のMSO化や通信事業への進出に焦点を当てたものが多く、台湾のケーブルテレビ事業に関する研究は第四台及び民主台が中国国民党に対抗する言論表現の場として機能していたことを論じるものや現在のパブリックアクセス・チャンネルの機能を検証するものが多いなど、日本では両地域ともに断片的な取り上げられ方がなされてきた。それに対し、本研究はインタビュー調査や政府刊行物を含む文献調査を実施し、ケーブルテレビ事業者の社会的役割と政府企業間関係という二つの軸から韓国と台湾のケーブルテレビ事業の歴史の変遷を詳細に整理することができた。

一方、本研究で残された課題としては以下の三つがある。

第一に、いわゆる事例研究の限界から、政府企業間関係が密接であれば地域メディアとして生き残ることができるという因果メカニズムの一般化には一定の留保が必要である。本研究では、日本のケーブルテレビ事業者が地域メディアとして残存可能だったのは政府企業間関係が密接で、財政面における支援措置や官民連携事業が多く実施されたためであるとの結論に至ったが、ケーブルテレビ事業の地域性と政府企業間関係の因果関係の強さ

を立証するためにはより多くの事例を取り上げなければならない。今後は国際比較分析の対象国の数を増やして政府企業間関係がケーブルテレビ事業者の地域性、ひいては社会的役割に与える影響について検証を重ねていく必要がある。

第二に、本研究では政治的要因がケーブルテレビ事業者の社会的役割の構築に与える影響については十分な検討を行うことができなかった。具体的には、日本、韓国、台湾におけるケーブルテレビ業界団体と政府との政治的利害関係、韓国における大統領交代に伴うメディア政策の転換の背景にある政治的勢力の構図、台湾におけるケーブルテレビ法制度の整備遅延の原因の一つである中国国民党と民主進歩党の政治的相克などが本論文で積み残した点として挙げられる。

第三に、公的支援措置や官民連携事業に頼らない民間のケーブルテレビ事業者による自立的な「地域メディア機能の提供モデル」が確立されるか、その可能性や限界について考察を深める必要がある。既に述べたように、日本では2014年からケーブルテレビ連盟が主体となってケーブルテレビ・プラットフォームを構築し、独立系ケーブルテレビ事業者の地域性と業務効率化の両立を目指す独自の取組みを進めている。また、韓国では通信事業者と地上波テレビ放送事業者との差別化を図るために、スマートフォンのアプリケーションを介した地域番組のリアルタイム配信を行うケーブルテレビ事業者が2013年頃から僅かながら現れ始めた。黎明段階にある両事業が今後どのように発展していくのか、民間のケーブルテレビ事業者による自立的な「地域メディア機能の提供モデル」が確立される可能性はあるのか、引き続き注意深く見ていく必要がある。

1 「地域メディア論」の先駆者である田村紀雄の定義に倣い、本論文では「地域メディア」を「一定の地域社会をカバーレッジとするコミュニケーション・メディア」と定義する。なお、ここでいう「地域社会」は基本的には県域以下であると想定される「地理的領域」ともなった社会的単位を意味し、「コミュニケーション・メディア」は「メッセージの伝達媒体」を意味する。地域メディア論の詳細については第1章で論じる。(竹内・田村(1989)『新版・地域メディア』、3頁。)

2 山本久美子(2001)「経営政策論による企業の社会的目的への接近—現代企業社会と経営政策についての一考察—」『三田商学研究』第44巻2号、78頁。

3 ケーブルテレビ連盟(2015)「ケーブルテレビ業界レポート2015」、23頁。URL：https://www.catv-jcta.jp/pdf/catv_report2015.pdf (最終閲覧日：2016年11月30日)。

4 Business Korea (2013/03/06) “Competition for Attracting Mobile Viewers Getting Fiercer among Cable, Telecom, Terrestrial Network” URL：<http://www.businesskorea.co.kr/english/news/ict/940-smartphone-tv-competition-attracting-mobile-viewers-getting-fiercer-among-cable-telecom> (最終閲覧日：2016年11月30日)。

5 Scott, David (2016/11/24) “New country: Taiwan data and forecasts added to Television Media” URL：<https://technology.ihc.com/585749/new-country-taiwan-data-and-forecasts-added-to-television-media> (最終閲覧日：2016年11月30日)。

6 Taipei Times (2016/08/04) “NCC to discuss media investment with lawmakers” URL：<http://www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2016/08/04/2003652420> (最終閲覧日：2016年11月30日)

参考文献

日本語文献

- ・ 佐伯千種 (2014) 「第 6 章 日本における地域メディアとしての放送系メディア」菅谷実編著『地域メディア力：日本とアジアのデジタル・ネットワーク形成』、118-140 頁、東京：中央経済社。
- ・ 竹内郁郎・田村紀雄編著 (1989) 『新版・地域メディア』、東京：日本評論社。
- ・ 田村紀雄編著 (1983) 『地域メディア—ニューメディアのインパクト—』、東京：日本評論社。
- ・ 山本久美子 (2001) 「経営政策論による企業の社会的目的への接近—現代企業社会と経営政策についての一考察—」『三田商学研究』第 44 巻 2 号、75-92 頁。

オンライン文献 (最終閲覧日：2016 年 11 月 30 日)

- ・ 日本ケーブルテレビ連盟 (2015) 『ケーブルテレビ業界レポート 2015』
URL: https://www.catv-jcta.jp/pdf/catv_report2015.pdf
- ・ Business Korea (2013/03/06) “Competition for Attracting Mobile Viewers Getting Fiercer among Cable, Telecom, Terrestrial Network”
URL : <http://www.businesskorea.co.kr/english/news/ict/940-smartphone-tv-competition-attracting-mobile-viewers-getting-fiercer-among-cable-telecom/>
- ・ Scott, David, (2016/11/24) ”New country: Taiwan data and forecasts added to Television Media”
URL : <https://technology.ihs.com/585749/new-country-taiwan-data-and-forecasts-added-to-television-media/>
- ・ Taipei Times (2016/08/04) ”NCC to discuss media investment with lawmakers”
URL : <http://www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2016/08/04/2003652420/>