

## 地域密着型ケーブルテレビの地域への効用 —米沢市の事例—\*1

### **Cable TV that is closely related to regional societies : Its effects on a community —A case observed in Yonezawa City**

大 谷 奈緒子

Naoko OTANI

島 崎 哲 彦

Akihiko SHIMAZAKI

#### 【目 次】

1. はじめに
2. 調査の概要
  - (1) 調査地域の概要
  - (2) 米沢市のメディアの概要
  - (3) 調査方法と結果
3. 分析結果
  - (1) 回答者の属性
  - (2) 地域メディアの現状と利用
  - (3) 地域への意識
4. 地域メディアの有効性
  - (1) 情報源
  - (2) 地域意識の醸成
5. まとめ

---

\*1 東洋大学 21 世紀ヒューマン・インタラクション・リサーチ・センター（島崎哲彦プロジェクト 平成 16 年度共同研究）「現代社会におけるメディアとコミュニケーション行動に関する調査 2005」の助成を受けて行われた調査に基づく研究である。

## 1. はじめに

日本における高度な情報通信技術の発達、新たな情報メディアを誕生させると同時に、既存のメディアにも一定の影響を与えてきた。情報メディアの大きな変革は、1953年のテレビ放送開始以降、1980年代のニューメディアの登場、そして1990年代後半から2000年代にかけてマルチメディア時代の到来とみなすことができるだろう。これらの変革の結果、人びとを取り巻く情報環境は大きく変容してきた。現代では、人びとのメディアの選択性は高まり、個人の嗜好や利用意向に応じたメディアの利用ができるようになったが、他方で、情報行動、情報に対する意識、コミュニケーション形態までもが利用するメディアに左右されるようになってきている。

このような状況のなかで、テレビ放送を事業主体とするメディアと、サービスを受容する人びとは、ともにさらなる変動を迎えようとしている。それは2011年の地上波放送のデジタル化である。1998年10月に開催された総務省の「地上デジタル放送懇談会」報告書<sup>1)</sup>によると、地上アナログ放送をデジタル化する社会的意義として、「視聴者主権を確立し、新たな放送文化の創造に貢献」、「経済構造改革に貢献」、「国際的な相互理解と相互信頼の増進に貢献」、「高度情報通信社会におけるトータルデジタルネットワークの完成」、「電波利用の促進に貢献」を掲げており<sup>2)</sup>、放送がデジタル化することにより、放送の「品質の向上」、「多チャンネル化」、「マルチメディア化」が可能となるとしている。このなかで特に「多チャンネル化」についてみると、従来のアナログ放送では1チャンネルあたり6MHzの電波の周波数帯が必要であったが、これに対して地上デジタル放送はアナログ放送が1チャンネルあたりに占有していたのと同じ電波の占有帯域(6MHz)で、ハイビジョン(高精細度)1番組、もしくはSD(標準画質)番組を同時に3番組放送することが可能となる<sup>3)</sup>。さらに、データ放送が加わることにより、これまで以上に大量の情報を人びとに提供することができるのである。そうすると番組コンテンツの充実をどのように図っていくのが、放送事業者の課題となってくるだろう。前掲の総務省による報告書(1998)では、機器製造業者・放送番組ソフト制作業者にとってのデジタル放送のメリットとして、「放送番組制作需要の増大」を明示している。多チャンネルによって当然、番組の需要量は多くなるであろう。田中(1999)は「メディア論において地域情報は、基本的にマス・コミュニケーションから漏れ落ちた情報を扱うための概念装置として提起される。」と指摘し、さらに、マス・コミュニケーションが取り上げる情報の偏りに対し、対抗するメディアとして地域メディアが希求される、と言及している。情報という観点から、マス・メディアに対抗するメディアとして、地域メディアの存在が重要であるといえよう。しかし、デジタル化による多チャンネル化で番組の需要量が増加し、この境界があいまい(言い換えるとボーダレス)になることが予測される。特に、マス・メディアの地域密着型の放送局化によって地域メディアの色合いが濃くなるであろう。そこで本稿は、地域メディアとしてのケーブルテレビに焦点を絞り、情報を受容する人びとに立脚する情報利用の状況を明らかにすることで、今後のケーブルテレビの地域メディアとしての可能性を呈示することにする。

## 2. 調査の概要

### (1) 調査地域の概要

本稿では山形県米沢市の事例を元に考察を進めるものとする。米沢市は山形県の南部、置賜地方に位置する人口約 93,000 人の市<sup>4)</sup>である。この置賜地方とは県南の米沢市、南陽市、長井市、高畠町、川西町、小国町、白鷹町、飯富町のエリアを指し、このエリアの中で米沢市は行政、産業、教育・文化など、中心的な都市として機能している。なかでも、米沢市、南陽市、高畠町、川西町は米沢広域都市圏として行政間の連携は深い。また米沢市内では江戸時代、藩主であった上杉氏を核とする、地域の凝集性の片鱗を町のあらゆるところで確認することができるし、また歴史的背景の下での伝統文化の継承を感じることができる。主要産業は農業、林業、工業、商業、観光である<sup>5)</sup>。米沢駅の東側には米沢八幡原中核工業団地があり、新旧住民が混在した部分も持ち合わせている。このように、米沢市は商圈の独立性が高く、地理的にも歴史的にも地域凝集性を持つ地域である。

### (2) 米沢市のメディアの概要

米沢市のメディアの詳細については後述することにして、ここでは概要をまとめておく。

新聞は、全国紙のほかに、県紙の「山形新聞」、置賜地方の郷土紙である「米沢新聞」がある。テレビは NHK 総合・教育と地上波民放 4 局、山形放送（日本テレビ系）、山形テレビ（テレビ朝日系）、テレビユー山形（TBS 系）、さくらんぼテレビ（フジテレビ系）の視聴が可能である。

ケーブルテレビ局は第 3 セクター方式で運営しており、行政とケーブルテレビ局が地域情報化を推進しているという特徴を持つ。その経緯は次のとおりである。1984 年 9 月に前掲の米沢広域都市圏で米沢広域都市圏高度情報化対策協議会を設置し、当時の経済発展の遅滞と地上波民放 2 局体制を是正するために、交通・情報インフラの整備対策の一環として郵政省テレピア基本計画に参加申請し、1985 年にテレピアモデル都市に指定される。その後、1986 年 6 月に第 3 セクター方式による株式会社ニューメディア（以下、NCV）を設立し、1989 年 4 月に米沢市で開局した。開局当時から約 5,000 世帯の加入があり、開局時のチャンネル数は 11 チャンネル（区域外再送信含む）であった。開局当初から、世界の情報から地域の情報まで多様な情報を発信する地元の放送局を目指し、自主制作放送にも力を入れている。1990 年 6 月に民間通信衛星放送、有料チャンネル放送を開始、1998 年 4 月にはインターネットを含むデジタルデータ電送事業を展開している。米沢市での開局後、1995 年 4 月に南陽市、翌 1996 年 4 月に高畠町、1997 年 3 月に川西町で本放送を開始している。県外事業になるが、2001 年 4 月には北海道函館にて函館センターを開局している。

### (3) 調査方法と結果

テレビ視聴と地域住民の地域に対する意識や情報行動との関連を明らかにするために、質問紙調査を実施した。調査対象者は米沢市に居住する 15 歳から 64 歳（2005 年 7 月末現在）の男女 900 名

で、住民基本台帳より確率比例 2 段抽出法で抽出した。調査期間は 2005 年 10 月 1 日から 31 日、往復郵送調査法を用いた。有効回収数は 192 標本 (有効回収率 20.9%) であった。調査票の主な項目は① テレビ視聴状況と評価、② ケーブルテレビ視聴状況と評価、③ インターネット利用状況と評価、④ 地域意識と地域活動、⑤ 情報源と情報行動、⑥ 基本属性である。加えて、2005 年 8 月に地域の情報化に関連する機関においてインタビュー調査を実施した。

### 3. 分析結果

#### (1) 回答者の属性

ここでは、今回の調査における回答者の属性のうち、性別、年齢、職業、学歴、家族構成について概要を紹介する。性別は男性が 50.5%、女性が 49.5% を占め、年齢は、15～19 歳が 4.7%、20 歳代が 14.6%、30 歳代が 14.6%、40 歳代が 20.3%、50 歳代が 33.3%、60～64 歳が 12.5% で、平均年齢は 44.5 歳である。

職業は、事務的職業が 17.7% で最も多く、次いで、主婦 (専業主婦とパート・アルバイト<sup>6)</sup> を合わせて) が 17.2%、専門的・技術的職業が 14.1%、産業労働者が 11.5% となっている。そのほか、無職が 7.8%、自営商工業が 5.7%、学生が 5.7%、商業労働者が 5.2%、農林・牧畜業が 4.7%、管理的職業が 2.6%、その他が 5.7%、不明が 2.1% である。

学歴は、高校卒 (53.1%) が最も多く、次いで、大学・大学院卒 (22.4%)、短大・高専・専門・専修学校卒 (14.6%)、中学校卒 (8.3%) の順であり、不明は 1.6% である。

個人の年収は、100 万円以上 200 万円未満が 19.3% で最多となり、次いで、200 万円以上 300 万円未満が 17.2%、100 万円未満が 14.1%、収入なしが 10.9% である。したがって、年収 300 万円未満が全体の約 6 割を占めている<sup>7)</sup>。なお、平均年収は 352.2 万円である。

家族構成は、夫婦と未婚の子供が 28.6%、3 世代家族が 23.4%、2 世代家族が 21.9%、本人だけが 9.4%、夫婦が 7.3%、その他が 7.8%、不明が 1.6% であり、同居している家族人数の平均は 3.90 人となる。

この結果より、回答者は事務的職業、主婦、専門的・技術的職業の従事者が多く、最終学歴は高校で、家族人数が多い傾向にある<sup>8)</sup>。

#### (2) 地域メディアの現状と利用

住民調査の結果を踏まえながら、米沢市の地域メディアの現状とその利用についてまとめておく。

まず新聞は、前掲の通り県紙の山形新聞と郷土紙の米沢新聞があるが、閲読の状況は、山形新聞が 38.0%、米沢新聞が 8.3%、全国紙 (朝日・毎日・読売・産経・日本経済) が 56.8%、その他が

11.5%であり、県紙や郷土紙などのいわゆる地方紙の閲読率が突出して高いわけではない。特に職業によって閲読紙は異なっており、主婦と無職は山形新聞を、専門的・技術的職業や事務的職業の従事者は全国紙を閲読する傾向にある。

次に放送メディアであるが、地域メディアという観点から、ここではケーブルテレビの自主制作放送に限定する。NCVでは2つのチャンネルで自主制作放送を提供している。ひとつは9チャンネルの「NCV9チャンネル」、ひとつは22チャンネルの「NCVかわら版」である。「NCV9チャンネル」はケーブル回線を敷設している全世帯で視聴可能であるため、NCVに加入していない世帯でも視聴できる。その視聴の割合は、山形放送（83.1%）、さくらんぼテレビ（82.5%）、山形テレビ（82.0%）、テレビユー山形（70.9%）、NHK総合（65.1%）、NHK教育（25.9%）、NNN24ノンストップニュース（24.9%）に続き、20.1%（NCV9チャンネル）となっている<sup>9)</sup>。「NCV9チャンネル」の視聴者（n=104）の間で人気のある番組をいくつか紹介すると、最も人気が高いのは、視聴者の58.7%がよく見ていると回答した「NCV9chニュース」である。この番組は18時から生放送しており、ニュース25分と気象情報5分の番組構成で、2時間毎にリピート放送している。そのほか、レポーターが方言で町中をインタビューする30分番組の「何でも見聞！おいたま見聞隊」（25.0%がよく視聴すると回答）や、「Weekly NCV9chニュース」（17.3%がよく視聴すると回答）などがあげられる。加えて、「上杉祭り（川中島の合戦を再現する祭事）」に放送する約2時間の中継番組も人気が高い。NCVは第3セクター方式で運営しているが、定期的な行政番組は放送しておらず、「NCV9chニュース」の放送後に文字情報を掲載<sup>10)</sup>しているほか、単発で年2回程度番組を放送する状況である。「NCVかわら版」は加入者（ホームターミナル使用チャンネル）しか視聴することができない文字放送のチャンネルで、議会開催の際には議会チャンネルとして中継を行っている。

NCVの加入状況をみておくと、2005年7月1日現在、テレビは25,816世帯（サービスエリア内での加入率は65.6%）<sup>11)</sup>、インターネットは8,127世帯（サービスエリア内での契約率は20.6%）<sup>12)</sup>の利用である。IP電話はサービスの一環として提供しており、120件の契約がある。NCV加入者同士の通話は無料だが、電話タイプは1台15,000円のモデムが必要になる<sup>13)</sup>。加えて、テレビ電話の利用も可能である。月額利用料金はテレビが3,150円（ホームターミナル1台付）、インターネットは「6Mbpsコース」が5,250円、「20Mbpsコース」が6,090円である。インターネットのみの加入はできず、テレビとのセット加入となっている。そのほか、テレビのオプションチャンネルとして、「NHK衛星放送第一」、「NHK衛星放送第二」、「WOWOW」のほか、「スターチャンネル」、「衛星劇場」、「グリーンチャンネル」<sup>14)</sup>がある。

NCVへの加入動機は、「NHK以外の多くの民放の番組を見ることができる」（53.8%）が最も多く、次いで、「多くのチャンネルからいろいろな番組を選ぶことができる」（50.0%）、「ケーブルテレビのチャンネルで、地域番組を見ることができる」（40.4%）が圧倒的に多く、ケーブルテレビ局で情報通信インフラを利用したサービスが始まる前と同様に、従来型のケーブルテレビの加入動機としてあげられる「多チャンネル」、「地域情報チャンネル」の志向が高いといえる。ちなみに、ケー

ブルテレビ局でのインターネット接続サービスの提供に伴って、ケーブルテレビへの加入動機として「インターネットサービスの利用」が多くなってきた<sup>15)</sup>が、今回の調査結果では 18.3%にとどまっている。

行政が行政情報の主要な提供手段として挙げているのは、広報紙「広報よねざわ」と市役所のホームページである。「広報よねざわ」の閲読状況は、「毎号かかさず読む」が 32.8%、「ほとんど毎号読む」が 29.7%、「号によって読む」が 13.5%で、合わせて全体の 76.0%の人が読むと回答している<sup>16)</sup>。もうひとつの広報手段であるホームページの利用については、インターネットの利用状況も含めて説明する。まず、調査回答者におけるインターネットの利用状況(複数回答)は、「パソコン(ワープロ機、ゲーム機、PDAを含む)を使ってインターネットのEメールを見たり、送ったりする」が 41.7%、「パソコンを使って、インターネットのホームページを見る」が 51.0%、「携帯電話で@マークつきのアドレスにメールを送ったり、情報サイトを見る」が 31.8%、「いずれも利用していない」が 32.3%で、利用は全体の 7 割弱である。インターネット利用者(n=122)のうち、ホームページで「地域情報<sup>17)</sup>」のサイトを利用しているのが 7.4%、米沢市の地域情報に関連すると分類されるインターネットの利用は「図書館や公共施設の予約」が 4.1%、「行政手続きや行政情報の入手」が 12.3%、「行政機関に自分の意見を知ってもらう」が 2.5%であり、地域情報を獲得するメディアとしてインターネットを利用する人はまだ多いとはいえない状況である。

### (3) 地域への意識

本稿では地域メディアの有効性を測る尺度として、地域に対する愛着、定住意向、地域活動への参加状況を採用することとする。そこで、これらの項目について全体的な傾向を概説する。

はじめに、地域に対する愛着について、「非常に感じる」が 32.3%、「やや感じる」が 37.5%、「どちらともいえない」が 16.7%、「あまり感じない」が 9.4%、「まったく感じない」が 3.6%、「不明」が 0.5%という結果を得た。したがって、約 7 割の人が地域に対する愛着を感じているといえる。

定住意向では、「ずっと住むつもり」が 58.3%、「当分は住むつもり」が 24.0%、「山形県内の米沢市以外に移りたい」が 3.6%、「山形県外に移りたい」が 10.4%、「その他」が 3.1%、「不明」が 0.5%となった。地域愛着度と比例して定住意向も高くなり、愛着と定住意向には中程度の相関関係(相関係数 0.529、1%水準で有意)が認められた。他方、愛着をあまり感じていない層や「山形県外に移りたい」層は、15 歳から 29 歳の若年層や単身世帯に多いことが判明した。

地域活動への参加について、11 の具体的な地域活動<sup>18)</sup>を挙げて、この 1 年間の参加の有無について尋ねたところ、「地域の活動(町内会の役員や行事参加など)」への参加(50.0%)が最も多く、以下、「趣味のクラブやサークル活動」(25.5%)、「子どもの学校に関する活動」(21.9%)、「リサイクル活動や環境美化活動」(19.3%)と続いている。したがって、回答者の約半数は地域の活動へ参加していることがわかる。他方、「この中に行ったことのあるものはない」は 24.0%と少なくはない。なかでも、15 歳から 29 歳の 45.9%、単身世帯の 55.6%は「この中に行ったことのあるものはない」と



回答しており、地域に対する愛着、定住意向、地域活動への参加状況の結果から、総じて 15 歳から 29 歳の若年層および単身世帯の地域への意識や関与度が低いことがわかる。

### 3. ケーブルテレビの地域メディアとしての有効性

本稿の冒頭でも述べたとおり、現在のアナログ放送が地上デジタル放送に変更することによって、1つのチャンネルによる多種多様な番組の提供が可能となる。従来は、在京キー局の番組を編成して放送することを主とする地方局と、区域外・区域内再送信、専門チャンネル、地域密着型の番組提供を目指すケーブルテレビ局というように、地方都市における放送局の役割は 2 分されてきたが、地上デジタル放送による多種多様な番組の放送が可能となることで、地域密着型放送局を謳う地方局が出現してきている。そこで、アナログ放送から地上デジタル放送への移行期である現在、人びとの情報利用行動と地域意識の状況を把握することで、地域密着型放送局であるケーブルテレビの地域メディアとしての有効性を探ることにした。

#### (1) 情報源

多様な情報行動 11 項目について、人びとが利用するメディアを複数回答してもらった。11 の情報行動は次のとおりである。「海外の出来事や動きを知る」、「日本の出来事や動きを知る」、「地域の出来事や動きを知る」、「政治や社会の問題について判断を下す」、「自分の趣味や仕事に関する詳しい情報を得る」、「人との話題を豊富にする」、「自分の生き方についてヒントを得たり、深く考えたりする」、「自分の知らない世界や生き方に触れる」、「興奮や感動を味わう」、「疲れをいやしたり、気晴らしをする」、「健康や食事、暮らしの知恵など、日常役立つ情報を得る」。表 1 は回答の結果を示している。ここでは「テレビ (NHK・民放)」と「テレビ (NCV の地域情報チャンネル)」を中心にみていくが、本節では「テレビ (NHK・民放)」を“テレビ”、「テレビ (NCV の地域情報チャンネル)」を“ケーブルテレビ”と称して記述することにする。全体的に利用が多いのはテレビである。11 種類の情報源として圧倒的な利用率を占めている。それは「地域の出来事や動きを知る」についても同様で、地域密着型メディアを掲げるケーブルテレビも及ばない利用率である。また 11 種類の情報行動の内容を見てもわかるとおり、その内容は多岐に亘っており、テレビが情報の多様性を保持していることを再確認することができる。

表 1 の結果を NCV の地域情報チャンネル視聴者 (n=75) に限定して再集計したものが表 2 である。「地域の出来事や動きを知る」をみると、テレビが 42.7%、ケーブルテレビが 50.7% の利用率を占めており、ケーブルテレビがテレビを上回ることが判明した。前掲の通り、NCV 加入者は加入動機として地域番組の視聴をあげており、このことから地域番組への志向が高いといえる。したがって、NCV9 チャンネル視聴者が地域情報源としてケーブルテレビを利用するのは当然の結果ではあ

表 1 情報源 (複数回答)

	新聞	テレビ (NHK・民放)	テレビ (BS放送)	テレビ (CS放送)	テレビ (NCVの専門チャンネル)	テレビ (NCVの地域情報チャンネル)	自治体の広報誌「広報よねざわ」	市役所のホームページ
(n=192)								
海外の出来事や動きを知る	62.0%	83.3	9.4	5.7	5.2	2.1	2.6	0.5
日本の出来事や動きを知る	71.4	85.3	9.4	4.7	5.7	2.6	3.6	0.5
地域の出来事や動きを知る	56.3	46.4	1.0	2.1	3.1	25.0	41.1	5.2
政治や社会の問題について判断を下す	62.5	76.0	3.1	3.6	3.1	3.1	6.8	0.5
自分の趣味や仕事に関する詳しい情報を得る	35.4	41.7	3.1	3.1	4.7	2.6	6.8	1.0
人との話題を豊富にする	47.9	62.0	4.7	6.3	2.1	5.2	6.8	—
自分の生き方についてヒントを得たり、深く考えたりする	29.7	45.3	5.2	4.7	2.6	4.2	3.6	0.5
自分の知らない世界や生き方に触れる	34.4	65.6	6.3	6.3	3.6	3.1	3.1	0.5
興奮や感動を味わう	15.1	66.7	9.4	7.3	3.6	3.6	2.1	0.5
疲れをいやしたり、気晴らしをする	12.5	59.4	8.3	5.2	4.7	4.2	2.1	1.6
健康や食事、暮らしの知恵など、日常役立つ情報を得る	47.7	68.2	5.7	5.2	4.7	6.3	5.2	1.6

注) メディアは上記のほか、「ラジオ」、「雑誌・本」、「インターネット」、「家族・友人・知人」、「新聞折り込み、チラシなど」、「その他」の項目があったが、ここでは本稿に関するもののみ抜粋した。

るが、地域情報チャンネル視聴者は、テレビよりケーブルテレビで地域情報を獲得しているということとは特筆すべき点である。

## (2) 地域意識の醸成

本節では、ケーブルテレビの地域情報チャンネルが地域意識の醸成に寄与するのかを検証した。地域意識についてはすでに述べたとおりであるが、ここでは、地域情報チャンネル視聴別にそれらを再集計した結果を呈示する。

前掲 2-(3) で述べたとおり調査回答者の地域への愛着度は高く、加えて、定住意向も高い。回答者のうち「生まれてからずっと住んでいる」のは 28.6%<sup>19)</sup>、「30 年以上住んでいる」のは 32.8% というデータが示すとおり、居住年数は長い。一般的に、居住年数が長くなるにつれて地域への愛着や定住意向が増す、という居住年数と地域への愛着、定住意向との相関が考えられる。確かに、居住



表 2 NCV9 チャンネル視聴者 情報源（複数回答）

	新聞	テレビ (NHK・民放)	テレビ (BS放送)	テレビ (CS放送)	テレビ (NCVの専門チャンネル)	テレビ (NCVの地域情報チャンネル)	自治体の広報誌「広報よねざわ」	市役所のホームページ
(n=75)								
海外の出来事や動きを知る	68.0%	81.3	9.3	8.0	8.0	4.0	2.7	1.3
日本の出来事や動きを知る	74.7	88.0	10.7	8.0	9.3	5.3	6.7	1.3
地域の出来事や動きを知る	56.0	42.7	2.7	2.7	6.7	50.7	42.7	4.0
政治や社会の問題について判断を下す	72.0	77.3	5.3	5.3	6.7	8.0	6.7	—
自分の趣味や仕事に関する詳しい情報を得る	38.7	46.7	5.3	2.7	10.7	5.3	5.3	—
人との話題を豊富にする	54.7	62.7	6.7	9.3	5.3	13.3	9.3	—
自分の生き方についてヒントを得たり、深く考えたりする	29.3	46.7	8.0	6.7	6.7	9.3	4.0	—
自分の知らない世界や生き方に触れる	41.3	64.0	8.0	9.3	6.7	6.7	2.7	—
興奮や感動を味わう	13.3	64.0	13.3	12.0	6.7	8.0	2.7	—
疲れをいやしたり、気晴らしをする	14.7	57.3	10.7	8.0	9.3	8.0	2.7	2.7
健康や食事、暮らしの知恵など、日常役立つ情報を得る	53.3	69.3	9.3	8.0	9.3	12.0	9.3	1.3

注）メディアは上記のほか、「ラジオ」、「雑誌・本」、「インターネット」、「家族・友人・知人」、「新聞折り込み、チラシなど」、「その他」の項目があったが、ここでは本稿に関するもののみ抜粋した。

年数と地域への愛着、定住意向の相関をみると、居住年数と地域への愛着は中程度の相関（相関係数 0.426、1% 水準で有意）であるが、居住年数と定住意向の間では弱い相関（相関係数 0.274、1% 水準で有意）しかない。そこで、地域情報チャンネル視聴者の居住年数と地域への愛着、定住意向の関連についてみると、居住年数と地域への愛着は中程度の相関（相関係数 0.337、1% 水準で有意）があるが、居住年数と定住意向（相関係数 -0.033）は相関がなかった。しかし、地域情報チャンネル視聴者の地域への愛着度が、地域情報チャンネル非視聴者や NCV 非加入者と比べて低いわけではない。そこで、地域意識の醸成をはかる指標として地域への愛着、定住意向、地域活動への参加を取り上げ、ケーブルテレビの地域情報チャンネルと地域意識の醸成について、その関連性を探ることとした。

NCV 加入者の「NCV9 チャンネル」や「NCV かわら版」の地域情報チャンネルの平均視聴時間（不明を除く）は平日 17.7 分、休日 22.4 分である。そのうち、地域情報チャンネル視聴者の平均時間

表 3 地域情報チャンネル視聴別 地域活動への参加 (複数回答)

	(n)	地域活動の参加	趣味のクラブやサークル活動	社会福祉活動	募金やチャリティーバザーなど	災害支援活動	子どもの学校に関する活動
全体	192	50.0%	25.5	9.4	8.3	4.2	21.9
視聴者	75	57.3	30.7	10.7	13.3	6.7	26.7
非視聴者	23	56.5	26.1	—	—	—	13.0

	リサイクル活動や環境美化活動	社会団体の活動	選挙活動	政治に関わる市民運動	公聴会への参加	この中に行ったことのあるものはない	不明
全体	19.3%	1.0	9.4	2.1	4.2	24.0	3.1
視聴者	18.4	1.3	12.0	2.7	4.0	18.7	1.3
非視聴者	8.7	—	4.3	—	—	30.4	—

(不明は除く) は平日 24.1 分、休日 29.7 分であり、僅かではあるが視聴者の接触時間は長い傾向にある。加入者の地域情報チャンネルへの満足度は、「満足」と「どちらかといえば満足」を合わせた満足が 23.1%、「どちらともいえない」が 47.1%、「どちらかといえば不満」と「不満」を合わせた不満が 25.0%<sup>20)</sup> を占めており、満足と不満の評価に分かれるが、満足度が高いとはいえない。これを地域情報チャンネル視聴別にみると、地域情報チャンネル視聴者の満足度は僅かに高く、満足 (29.3%) が、不満 (21.3%) を上回る<sup>21)</sup>。他方、「どちらともいえない」の回答は全体の傾向と同様に約半数を占める。一方、地域情報チャンネル非視聴者 (n=21) は回答者が少ないので参考までにあげておくと、満足の回答がなく、不満が 43.5% を占め、満足していないことが分かる。これらのことを考慮すると、地域情報チャンネル視聴者ではその視聴時間は長く、かつ、満足度も高い傾向にあるといえる。

地域情報チャンネル視聴別に新聞の閲読状況をみると、視聴者で全国紙の閲読率 (68.0%) が最も高い。県紙である山形新聞の閲読率は 37.3% であり、地域情報チャンネル非視聴者で閲読率が最も高い山形新聞 (地域情報チャンネル非視聴者の閲読率 65.2%) の閲読率をかなり下回る結果となった。他方、視聴別の層の中で、地域情報チャンネル視聴者の米沢新聞の閲読率は 10.7% で最も高い。

広報紙の閲読率は、地域情報チャンネル視聴者での閲読率が高く、「毎号かかさず読む」(38.7%) と「ほとんど読む」(34.7%) を合わせて約 7 割を占める<sup>22)</sup>。一方、地域情報チャンネル非視聴者の約 3 割、NCV 非加入者の約 2 割は「ほとんど読まない」または「まったく読まない」と回答している。

以上、地域情報チャンネル、地方紙、広報紙の利用状況から、地域情報チャンネル視聴者の情報源は多様であるとともに、全国の情報から地域の情報まで受容する傾向にあることがわかる。

次に、地域活動への参加状況について地域情報チャンネル視聴別にみると、地域情報チャンネル視聴者は非視聴者に比べ、すべての地域活動において参加比率が高いことがわかる (表 3 参照)。こ

の結果より、地域情報チャンネル視聴者の地域社会への関与の高さを知ることができる。

表4は米沢市への意識についてたずねたものである。米沢市への意識をはかるために、帰属意識に関連する項目に対して5段階の尺度で回答してもらった。この結果から、回答者は米沢市について、地域の伝統・文化が継承されている土地柄で、顔見知りの人どうし、気軽に挨拶ができる、隣近所の人のことは、お互いどんな人なのかだいたいわかっている地域であると認識していることが窺われる。これについて地域情報チャンネル視聴別に比較すると、視聴者は「地域内に自分と同じ事柄をもつ人が他にいそうな気がする」との項目に対して、“そう思う”と“ややそう思う”を合わせた思う(46.6%)の回答比率が高いが、その他の項目では地域情報チャンネル視聴の有無による意識の大きな違いはみられない。したがって、地域情報チャンネル視聴の有無による帰属意識の違いは確認できなかった。では、地域情報チャンネルの効用についてはどのように評価しているのだろうか。

表4 米沢市への意識

(n=192)	そう 思う	やや そう思う	どちらとも いえない	あまりそう 思わない	まったくそ う思わない	不明
新しいものを受け入れやすい土地柄だ	2.6%	8.3	19.3	49.5	18.8	1.6
地域の伝統・文化が継承されている土地 柄だ	28.6	48.4	14.6	6.3	1.0	1.0
地域内に自分と同じ事柄に関心を持つ人 が他にもいそうな気がする	7.3	34.4	35.9	17.7	3.1	1.6
自分が何か問題提起すれば、地域の人も 一緒になって考えてくれると思う	2.6	14.1	41.1	30.2	10.4	1.6
顔見知りの人どうし、気軽に挨拶ができ る地域だと思う	29.2	43.8	14.6	9.4	1.6	1.6
隣近所の人のことは、お互いどんな人な のかだいたいわかっている	29.2	37.0	17.7	12.0	3.1	1.0
他の地域との交流が少ない	16.1	27.6	35.9	15.1	4.2	1.0

表5は地域情報チャンネル視聴別の地域情報チャンネルについて評価してもらった結果である。地域住民の交流を深める、地域住民の気持ちや意見を知る、地域に対する住民の関心を高めるなどの、住民の意識や関心に繋がる項目での評価が高いという結果を得た。「地域住民の生活環境の改善に役立つ」の評価はやや低いが、それでも全体的に評価が高いことが判明した。これは島崎(2006)が2003年に沖縄で実施した調査<sup>23)</sup>と比較してもかなり高い評価を得ているといえる。

表5 地域情報チャンネル視聴別 地域情報チャンネル効用評価

## a. 地域住民の交流を深めるのに役立つ

	(n)	大いに 役立っている	少しは 役立っている	どちらとも いえない	あまり 役立っていない	ほとんど 役立っていない	不明
全体	98	7.1%	42.9	21.4	14.3	9.2	5.1
視聴者	75	8.0	53.3	17.3	14.7	5.3	1.3
非視聴者	23	4.3	8.7	34.8	13.0	21.7	17.4

## b. 地域住民の生活環境の改善に役立つ

	(n)	大いに 役立っている	少しは 役立っている	どちらとも いえない	あまり 役立っていない	ほとんど 役立っていない	不明
全体	98	3.1%	26.5	39.8	14.3	10.2	6.1
視聴者	75	4.0	33.3	38.7	16.0	5.3	2.7
非視聴者	23	—	4.3	43.5	8.7	26.1	17.4

## c. 地域住民の気持ちや意見を知るのに役立つ

	(n)	大いに 役立っている	少しは 役立っている	どちらとも いえない	あまり 役立っていない	ほとんど 役立っていない	不明
全体	98	4.1%	34.7	31.6	16.3	9.2	4.1
視聴者	75	5.3	42.7	29.3	17.3	5.3	—
非視聴者	23	—	8.7	39.1	13.0	21.7	17.4

## d. 地域に対する住民の関心を高めるのに役立つ

	(n)	大いに 役立っている	少しは 役立っている	どちらとも いえない	あまり 役立っていない	ほとんど 役立っていない	不明
全体	98	7.1%	37.8	23.5	17.3	9.2	5.1
視聴者	75	9.3	45.3	20.0	17.3	6.7	1.3
非視聴者	23	—	13.0	34.8	17.4	17.4	17.4

## 5. ま と め

これまで NCV の地域情報チャンネルの視聴者について、ケーブルテレビの利用状況をみてきた。この結果、米沢市の地域情報チャンネル視聴者は地域情報に偏った情報収集をしているのではなく、多様な情報を利用している実態が確認できた。地域情報チャンネル視聴者の地域社会内での行動は活発であり、地域社会への関与度は高いといえる。米沢市に対する意識にはチャンネル視聴による差異はあらわれなかったが、地域情報チャンネルの地域住民の意識や関心に関連する効果を高く評価している。したがって、地域情報チャンネル視聴者<sup>24)</sup>は居住年数が長く地域への愛着が高い住民で、地域への関与度は高く、全国レベルから地域レベルの情報まで情報志向が高い傾向にある。他方、地域情報チャンネル非視聴者は視聴者と同様に長期居住者であるが、地域愛着度は視聴者ほど高くはなく、また、視聴者ほど高い情報志向はないと考えられる。本稿では NCV 非加入者に

についてはふれなかったが、非加入者は短期居住者が多く、地域への愛着度や定住意向は低い層である。地域の活動<sup>25)</sup>へ参加する比率は低く、地域志向は低い傾向にある。

このことから、地域メディア——ここではケーブルテレビの地域情報チャンネル——はマス・メディアがカバーできない地域の情報を提供する、マス・メディアに対抗するメディアとしてだけではなく、地域意識の醸成、延いては地域社会やコミュニティの形成または再形成をもたらす可能性をもつメディアであるといえよう。インターネットの普及により、情報縁で繋がる情報コミュニティやバーチャル・コミュニティの存在が指摘されている。地域社会では「場所」はすでに共有されているのであるから、オンライン上のコミュニティで重視されているような情報縁が、この「場所」においても有用であり、視聴者層から一定の評価を得ている地域メディアは、情報縁の前提となる範囲における地域の情報を提供してくことで、マス・メディアとは将来的に連携しつつも、一線を画するメディアとして有効に存在していくものと考えられる。

## 【注】

- 1) 総務省ホームページ「地上デジタル放送懇談会 報告書」, 1998 年. <http://www.soumu.go.jp/joho-tsusin/whatsnew/digital-broad/report/981026d701.html>
- 2) 向後英紀「放送—起源・現況・将来像」田村紀雄編『コミュニティ学入門』NTT 出版, 2003 年.
- 3) 西原清一監修『入門マルチメディア——IT で変わるライフスタイル』財団法人画像情報教育振興協会 (CG-ARTS 協会), 2006 年.
- 4) 米沢市役所ホームページ, 平成 17 年 国勢調査の結果, 2006 年. <http://www.city.yonezawa.yamagata.jp/text/aramashi.html#7>
- 5) 米沢市役所ホームページ, 2006 年.
- 6) 「主婦 (専業主婦)」は 8.9%, 「主婦 (パート・アルバイト)」は 8.3%.
- 7) 300 万円以上の年収の詳細は, 300 万円以上 400 万円未満が 9.4%, 400 万円以上 500 万円未満が 6.3%, 500 万円以上 600 万円未満が 5.2%, 600 万円以上 700 万円未満が 5.7%, 700 万円以上 800 万円未満が 2.6%, 800 万円以上 900 万円未満が 1.0%, 900 万円以上 1,000 万円未満が 1.0%, 1,000 万円以上 1,500 万円未満が 2.1%, 不明が 5.2% である.
- 8) 統計局「家計調査」によると, 平成 18 年 4~6 月の全世帯 (農林漁家世帯を含む) 平均世帯人数 3.16 人である. <http://www.stat.go.jp/data/kakei/gaikyo/pdf/2006q2.pdf>
- 9) NCV 加入者しか視聴することができない「NCV かわら版」の視聴率は 3.2% である.
- 10) 行政情報の文字放送は, 行政の主導によるものではなく, NCV が自主的に行うものである.
- 11) テレビ加入者の内訳は米沢市が 17,482 世帯, 南陽市が 4,412 世帯, 高畠町が 2,658 世帯, 川西町が 1,264 世帯である. 米沢市役所調べ.
- 12) インターネット契約者の内訳は米沢市が 5,742 世帯, 南陽市が 1,195 世帯, 高畠町が 819 世帯, 川西町 371 世帯である. 米沢市役所調べ.
- 13) IP 電話のパソコン経由での利用は無料.
- 14) 各利用料金は, 「スターチャンネル」が 1,890 円/月, 「衛星劇場」が 1,890 円/月, 「グリーンチャンネル」が 1,260 円/月.
- 15) 島崎が 2003 年にケーブルテレビ加入者かつインターネット利用者を対象に実施した沖縄調査では, ケーブルテレビ局への加入動機として「インターネットサービスの利用」が 28.7% を占めた.
- 16) そのほかの広報誌の閲読状況は「ほとんど読まない」が 14.1%, 「まったく読まない」が 4.2%, 「広報紙が届かない」が 4.7%, 「不明」が 1.0% である.
- 17) ここでいう「地域情報」とは, 米沢市に限定しない.

- 18) 11 の活動と回答結果は、「地域の活動（町内会の役員や行事参加など）」が 50.0%、「趣味のクラブやサークル活動」が 25.5%、「社会福祉活動」が 9.4%、「募金やチャリティーバザーなど」が 8.3%、「災害支援活動」が 4.2%、「子どもの学校に関する活動」が 21.9%、「リサイクル活動や環境美化活動」が 19.3%、「社会団体の活動（ライオンズクラブ、ロータリークラブなど）」が 1.0%、「選挙活動」が 9.4%、「政治に関わる市民運動」が 2.1%、「公聴会への参加」が 4.2%、「この中に行ったことのあるものはない」が 24.0%、「不明」が 3.1% である。
- 19) 「生まれてからずっと」（n=55）と回答した人の年齢は、15～19 歳が 5.5%、20～24 歳が 5.5%、25～29 歳が 1.8%、30～34 歳が 7.3%、35～39 歳が 3.6%、40～44 歳が 5.5%、45～49 歳が 14.5%、50～54 歳が 20.0%、55～59 歳が 23.6%、60～64 歳が 12.7% である。
- 20) 詳細は、「満足」は 2.9%、「どちらかといえば満足」は 20.2%、「どちらともいえない」は 47.1%、「どちらかといえば不満」は 17.3%、「不満」は 7.7%、「不明」は 4.8% である。
- 21) 詳細は、地域チャンネル視聴者の「満足」は 4.0%、「どちらかといえば満足」は 25.3%、「どちらともいえない」は 49.3%、「どちらかといえば不満」は 18.7%、「不満」は 2.7%。非視聴者の「満足」は 0%、「どちらかといえば満足」は 0%、「どちらともいえない」は 47.8%、「どちらかといえば不満」は 17.4%、「不満」は 26.1%、「不明」は 8.7% である。
- 22) そのほか、「号によって読む」は 12.0%、「ほとんど読まない」は 8.0%、「まったく読まない」は 2.7%、「広報紙が届かない」は 2.7%、「不明」は 1.3% であった。
- 23) 沖縄ケーブルネットワークの地域情報チャンネル視聴者（n=32）「地域住民の交流を深める」は「大いに役立つ」と「少しは役立つ」はそれぞれ 3.1% と 15.6%、「地域住民の生活環境の改善」は同じく 0% と 15.6%、「地域住民の気持ちや意見を知る」は同じく 6.3% と 15.6%、「地域に対する住民の関心を高める」は同じく 0% と 21.9% である。
- 24) 各層の属性の特徴をまとめる。地域情報チャンネル視聴者は、男性 45.3%、女性 54.7%、平均年齢 44.7 歳、家族人数の平均は 4.12 人である。最終学歴は高校が 62.7% と最多で、職業は事務的職業（24.0%）従事者が多い。地域情報チャンネル非視聴者は、男性 47.8%、女性 52.2%、平均年齢 40.3 歳、家族人数の平均は 4.26 人である。最終学歴は高校（60.9%）が多く、職業は産業労働者（26.1%）が多い。NCV 非加入者は、男性 54.1%、女性 45.9%、平均年齢 42.7 歳、家族人数の平均は 3.28 人である。最終学歴は大学・大学院卒が（36.1%）が多く、職業は専門的・技術的職業（18.0%）従事者が多い。
- 25) 地域活動 11 項目の内訳は次のとおり。「地域の活動（町内会の役員や行事参加など）」が 39.9%、「趣味のクラブやサークル活動」が 26.2%、「社会福祉活動」が 6.6%、「募金やチャリティーバザーなど」が 4.9%、「災害支援活動」が 3.3%、「子どもの学校に関する活動」が 18.0%、「リサイクル活動や環境美化活動」が 26.6%、「社会団体の活動（ライオンズクラブ、ロータリークラブなど）」が 0%、「選挙活動」が 3.3%、「政治に関わる市民運動」が 1.6%、「公聴会への参加」が 4.9%、「この中に行ったことのあるものはない」が 29.5%、「不明」が 3.3% である。

## 【参考文献・資料】

- ・向後英紀「放送一起源・現況・将来像」田村紀雄編『コミュニティ学入門』NTT 出版、2003 年。
- ・田中 淳「地域情報の特質」船津衛編著『地域情報と社会心理』北樹出版、1999 年。
- ・島崎哲彦他『地域の情報化の進展が地域文化に及ぼす影響に関する研究』平成 15 年度～平成 17 年度 東洋大学特別研究 研究成果報告書、2006 年。
- ・林 茂樹編『地域メディアの新展開 CATV を中心として』中央大学出版部、2006 年。
- ・島崎哲彦他『地域コミュニティ型の CATV の地域社会に果たす機能と将来の展望に関する研究』平成 12 年度～平成 14 年度 科学研究費補助金基盤研究（C）（1）研究成果報告書、2003 年。
- ・株式会社 ニューメディア「会社概要」。
- ・株式会社 ニューメディア「NCV9 チャンネル番組ガイド」。
- ・米沢市「米沢市まちづくり総合計画 基本計画」平成 17 年（2005 年）6 月。
- ・米沢市企画調整部総合政策課「米沢市の概要」。
- ・米沢市秘書広報課「市の地域情報化について」。



- ・米沢市秘書広報課「広報よねざわ 情報交差点への掲載依頼について」.
- ・米沢市情報システム担当「米沢市のホームページについて」.
- ・「広報よねざわ」6/15, 7/1, 7/15, 8/1, 2005 年.
- ・米沢市企画調整部「米沢市市勢要覧」.
- ・米沢市企画調整部「米沢市 市勢要覧 2004 年版 資料編」米沢市商工観光課「ジャパネスク米沢」平成 16 年（2004 年）2 月.
- ・社団法人米沢観光物産協会「米沢観光ガイドマップ」平成 17 年（2005 年）4 月.

**【Abstract】**

**Cable TV that is closely related to regional societies :  
Its effects on a community  
—A case observed in Yonezawa City**

Naoko OTANI  
Akihiko SHIMAZAKI

In 2011, users of analog-TV broadcasting expect a big change, namely, the digitalization of analog-TV broadcasting. It will enable 'better quality', 'more multi-channels', and 'more multi-media'. It is expected that providing more channels via analog-TV broadcasting will make it closer to its users in a community, and as a result, cable TV itself, which has provided local information, will become less important as a local medium. In this study, we conducted a survey of local residents on how they use local channels via cable TV, and so investigated the effects of cable TV as a regional medium on a community.

It was observed that local-channel viewers in Yonezawa City use all sorts and varieties of information media, not using only local information. It was also observed that they think highly of local channels as being very important media to boost their regional awareness and interest in a community. Consequently, we have found that local media, which here refer to local-information channels of cable TV, are potential media which not only compete against mass media, but also bring about the regional awareness and construction or reconstruction of regional societies and communities as well.