

IV-233

CATVを媒体とした情報に対する住民意識について

宇都宮大学 正会員 古池弘隆
協和銀行 原島洋乃

1. はじめに

過疎に悩む地域の活性化は、多くの地方小都市に共通する課題である。「まちづくり」や「むらおこし」の名のもとに様々な試みが行われている。その多くは自然と歴史に基づいた観光やリゾート開発、また、地場産業を主体にした地域産業振興である。一方、高度情報化社会のもたらした先端技術の恩恵を地方においても享受できるようにするため、地域活性化の一つの方策として様々な情報化の試みが行われている。本研究では、地域情報化の一環としてCATVを例にとり、このメディアが住民意識にどのような影響を与えているかを考察してみた。

CATVは最近地域開発の戦略的ツールとして利用されるようになってきたが、CATVをまちづくりのために活用するためには、それが本来持っている役割を明確に把握する必要がある。そこでCATVが定着している地域として、栃木県茂木町を取り上げた。ここでは民間CATVを導入してから15年ほど経っており、住民の生活に定着していると見なせるからである。茂木町のCATVは、最初は難視聴対策のために作られたが、その後自主放送の二つのチャンネル、緊急防災通信、放送大学、衛星放送、有線音楽放送など次第にサービスを広げてきた。それが住民の意識にどのような影響をもたらしたかを調査してみた。茂木町でのCATV普及率は100%に近いため、比較のために隣町である烏山町を取り上げた。そして両町において行われたアンケート調査の結果をもとに、住民意識の違いを比較した。

2. 調査の概要

まず、アンケートの質問項目としては、フェイスシート、テレビ全般について、CATVの自主放送について、そしてCATVの価値について、の四つをあげた。烏山町ではCATVがないため、CATVについての質問は行わず、代わりに茂木町で行われている情報サービスを、烏山町ではどうやって得ているかを聞く項目を入れた。両町の人口は約2万人で自然環境、産業構成とも類似している。実際の調査としては、茂木町・烏山町とも300世帯をそれぞれCATV加入者リストと有権者名簿から抽出し、それぞれ6地区に分けてアンケート用紙を配布した。回収率は約7割であった。そのうち有効サンプルは5割強である。

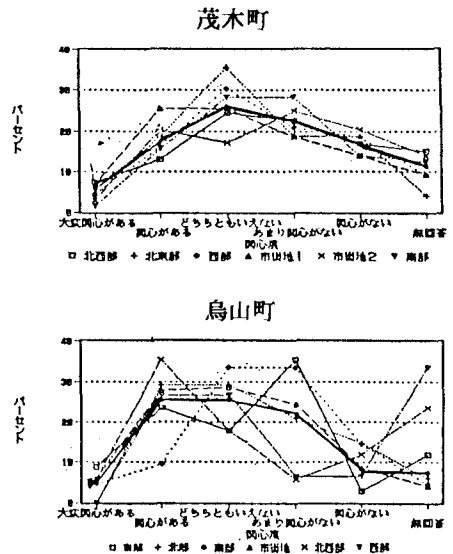


図1. 放送大学に対する関心度の比較

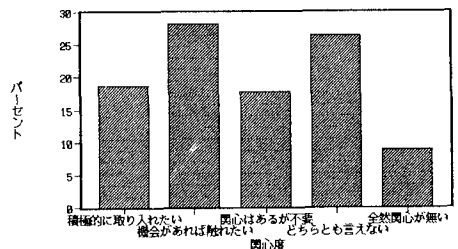


図2. CATVに対する関心度（烏山町）

3. 分析結果と考察

(1) 地区別の集計結果

集計結果は、配布したときの地区毎にまとめてある。その比較で興味のあるところだけを表記する。まず、テレビから流れる情報に対する関心度を上げてみてみると図1のようになっている。現在、CATVによってサービスを行っている衛星放送や放送大学といった情報に対する関心度について興味深いことがある。それは両町の関心度の分散の度合である。これは、CATVから情報を受けることによって、関心度が興味本位から経験的なものへ変わったため、住民意識の均質化が見られるのだと考えられる。また、烏山町住民のCATVに対する関心度をみたものが図2である。これによると、烏山町の住民のCATVに対する関心度が高く、茂木町のCATVの外部に対する影響の度合がうかがわれる。

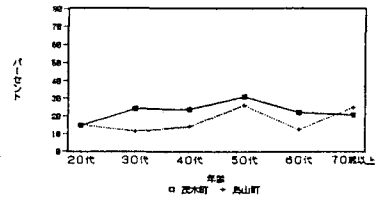
(2) 数量化Ⅱ類によるクロス集計

次に、テレビの果たす役割についての意識調査の結果を考察してみる。ここで数量化を使った理由は、茂木町と烏山町の住民意識に関する初期条件を一致させるためである。つまり、相関度の高い要因を見つけ出して、それについてクロス集計をすることによって、より近いベースでの比較を行うためである。（外的基準と要因については、表1に示す）。要因別にまとめグラフにしたものの例が図3に示されている。このグラフを見てみると、確実に地域情報としてのCATV自主放送の存在が茂木町住民の意識に根付いていることが読み取れる。つまり、コミュニティー意識の向上である。それ以外の外的基準については両町の間に大きな差は認められない。

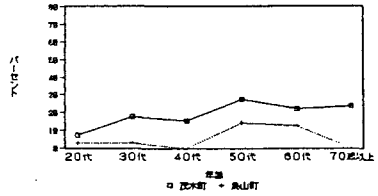
4. まとめ

CATVの持っているコミュニティー意識の向上と意識の均質化という二つの機能が、その地域のアイデンティティなりアメニティを住民意識の中に形成するのに役立つことが期待される。しかし、反面このことは地域における情報操作の可能性があることを示している。これから登場する新しい世代のCATVには双方向通信サービスやペイテレビサービスなど、さらに強力な機能が備わってくる。今後CATVを地域活性化の戦略的手段として利用していくに際しては、その内容について十分なチェック機構が必要であろう。

地方でやっていることを知るもの



地元でやる行事を見るもの



行政や公共機関の情報を得る

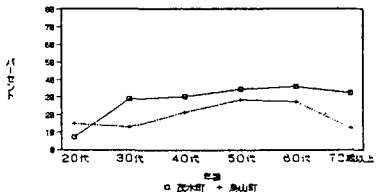


図3. テレビに対する意識（年齢別）

表1. 数量化Ⅱ類の適用表

外的基準・テレビの役割	1. 人と話すときの話題を得るもの
	2. 教養を高めるための手段
	3. 暇な時間にみるもの
	4. 一家団らんの一つ
	5. 趣味のためのもの
	6. 都会で流行しているもののてがりがり
	7. 地方でやっていることを知るもの
	8. 地元でやる行事を見るもの
	9. 子供の勉強心をなくすもの
	10. スイッチ一つで情報が得られるもの
	11. ビデオゲームのディスプレイ
	12. 行政や公共機関の情報源
	13. 災害や事件を知る手がかり
要因・アイデム	1. 年齢
	2. 性別
	3. 世帯人数
	4. 職業
	5. テレビ保有台数
	6. テレビ視聴時間
	7. CATVであるか