

都市型CATVの視聴動向調査 ～大分ケーブルテレビ放送の場合～

Viewers of Multi-Channel CATV
— Based on the Results of Research in Oita City —

吉川 喬
Takashi Yoshikawa

はじめに

多メディア・多チャンネル時代といわれる中で、その一角を占めるのは、都市型CATV^{*1}である。

難視聴対策^{*2}から始まった日本のケーブルテレビ(有線テレビ)は、いま、この多くのチャンネルを持つ都市型CATVが注目を集めている。大分県では、全国的にも知られているOYT(大山町有線テレビ)^{*3}など小規模なケーブルテレビは、比較的早い段階から住民サービスを行ってきたが、都市型CATVに関しては後進県である。

地上波テレビの民放が2局^{*4}しかないにもかかわらず、都市型CATVはなかなかスタートをしなかった。が、ここへ来て、別府(平成3年10月)、大分(平成4年4月)、さらに佐伯(平成5年4月)と相次いで開局の運びとなり、大分県でも、視聴者は遅ればせながら多種・多様な番組を楽しむことができるようになった。

調査時点では、まだOAB(大分朝日放送)^{*5}は開局しておらず、どちらかと言えば、地上波テレビに関しては情報過疎地域と呼ばれる状態にあった。そうした中で、誕生以降ニューメディアの旗手などともはやされてきたこの都市型CATVが、テレビ情報過疎地と言われる地方都市では、視聴者にどのように受け止められ、また地域に対して何をサービスしようとしているのか。そして、施設建設には多額の投資が必要だと言われるこの都市型CATVは、経営的に、はたしてバラ色の夢をもたらすものなのか。また、BS時代と言われる中でどのように発展していくものなのか。

このレポートは、大分市のOCT(大分ケーブルテレビ放送)に例をとりながら、地方都市における多チャンネル都市型CATVの実態と視聴者の視聴動向を多面的に考察しようと言うものである。

☆大分市におけるOCTの放送エリア

平成5年9月末現在、大分市の人口は約41万8千、世帯数は約15万1千である。OCTは、このうち当面全世帯数の60%に当たる約8万8千世帯を対象に、第一から第三までのサービスエリアを設定しサービスのための工事を進めてきた。

そして、平成5年9月末現在、当面する目標の世帯数をはるかに超える9万6千世帯で視聴が可能となる工事を完了したという。

この時点で、加入者は15,228である。

都市型CATVに力を入れる郵政省では、発足から10年で対象地域内の38%が契約する事をモデルパターンとして指導をしていると言われるが、その点では、OCTは郵政省の指導以上に順調な歩みを続けていると言えそうだ。

全国的に見て、ニューメディアともてはやされる割には必ずしもすべてが順調と言えない中で、OCTの場合は経営的にも明るい見通しに立っていると思われる。そのことは、一般的にこの業界では発足から6～7年で単年度黒字、そして10年で累積赤字解消が精一杯と言われるのだが、OCTの場合、このまま順調に契約が進めば「このモデルパターンを数年早く達成できる」(OCT)ということでも、立証できそうだ。

平成5年9月末現在、1万5千を超える世帯で大分市民が30チャンネルを楽しんでおり、そのほか約1万世帯で実質的に視聴が可能だと言う。

このように、OCTが全国的にみると営業面で比較的優等生的な推移をたどっているのにはいくつか理由がある。

一つには、民放3局目のOABが発足する前のいわゆる電波過疎状態の中でのスタートだったこと、そして、このことと関連して福岡県にある民放5局*6の電波(東京キー局の5局と考えていい)をすべて受信し、鮮明な画像をエリア内にサービスすることができたこと、などが上げられよう。

ちなみに、OCTは福岡県からの民放の電波を受信するために、別府市郊外の鶴見山頂に世界一高い(1,375m)受信点を設け、さらにこの受信点から放送センター(大分市松が丘)へはこれまた世界一長い伝送路(26km)を経由して、光ファイバーによる伝送を行っている。

☆OCT視聴世帯はテレビを複数保有

今回の調査にあたっては加入の時期が一つのポイントと考え、OCTが設定した、第一から第三までのエリアごとに世帯数の多少を勘案し、第一エリア300、第二、第三エリアはそれぞれ100の合計500世帯*7を対象とした。

ケーブルテレビの事業者は、営業対策として一般的に高級住宅地、高所得者層を対象に、ケーブルの敷設工事を進めていくと言われるが、大分市の場合もそのことがある程度当てはまる。

OCTの放送センターのある松が丘、そして隣接する富士見が丘など第一エリア、ならびに第二エリアの青葉台、上野丘等は、いずれも比較的新しい住宅団地を含んでおり、回答者*8を見るかぎり、そこに住む住民は、会社員・公務員の世帯が多いことがわかる。同時に核家族化が進んだ結果と思われる高齢者世帯もかなりある。一方、自営業はわずかであり農業はゼロであった。

これらの数字から言えることは、つまりマス・メディアからの情報をより多く必要とする人々(サラリーマン世帯)、また、より多くマス・メディア(特にテレビ)に接する機会のある人々(高齢者世帯)*9が回答者に多いということである。

新しい住宅団地は比較的核家族化が進んでいると見ていいだろうし、結果として子供たちも一人一人が自分の部屋を持つ、つまり個室化が進んでいるとも見ていいだろう。

その意味で、図1に見るように各家庭のテレビ保有台数は8割以上が複数である。中には4台以上という家庭もある。1台と答えた人はわずかに16.7%であった。

ちなみに、回答者の家庭におけるいわゆる情報機器の所有状況はどうだろうか。「29インチ以

都市型CATVの視聴動向調査

上の大型テレビ」(53.2%)、「ホームビデオ」(78.0%)、「ワープロ」(54.9%)などと、後述の名古屋市における調査の結果(大型テレビ・39.9%、ホームビデオ・85.2%、ワープロ・60.9%)とほぼ同じか超えている。

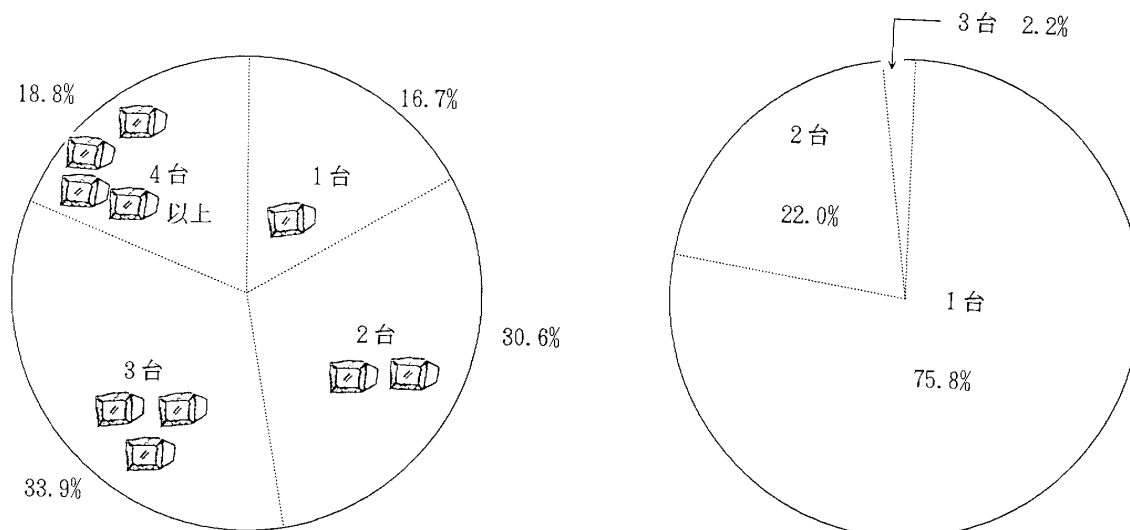


図1 テレビ所有台数

図2 OCT加入台数

テレビ保有台数が予想以上に複数化しているのは、“1台のテレビを囲んで一家団らん”の時代はすでに終り、テレビが子供も含め個別視聴化の方向をたどっていることの証左でもある。

ただし、この複数化がそのままケーブルテレビの契約に結びつくものではない。

OCTに加入している台数を見ると、76%が加入は1台と答えている。が、中で2台加入している人が41人、さらに3台の加入者が4人いる。この複数加入者の数は、発足間もないこの段階では筆者の予想をはるかに超えていると言っている。

現段階で、加入契約料が50,000円、標準工事料が18,000円、月額利用料が2,500円という諸経費を考えたとき、得る情報量ならびに満足度などの兼ね合いではあるが、決して安い買い物とは言えない。複数加入者の家庭はそれだけ裕福なのであろうか。

ちなみに、複数台数加入の理由は、①「各部屋にテレビがある」、②「家族が多く、見たい番組がそれぞれ違う」などとなる。したがって、この先ケーブルテレビのチャンネルごとのソフトさえ充実すれば、必然的に複数加入の数はさらに増加するものと思われる。

☆テレビの視聴時間はどれくらいか

NHKの『日本人の生活時間』(平成2年)によれば、平日の一人平均のテレビ視聴時間は3時間00分*¹⁰である。5年ごとの数字を見ると、視聴時間は横ばいか若干減る傾向にある。全体としてチャンネル数が増えているにもかかわらず、である。

この点、都市型ケーブルテレビが誕生して間もない地方都市大分ではどのような結果になっているのか。

OCTを含めた視聴時間について聞いて見た。結果は、5時間以上の26.3%を筆頭に、以下3時間(22.0%)、4時間(17.7%)、5時間(15.0%)と続く。高齢者に長時間視聴の傾向が見られ、平均すると4時間を少し超える。

このことは、「OCTに加入して視聴時間がどのように変化したか」という問いにかかわってくるが、75%の人が視聴時間が以前より増えた(「大幅に増えた」28.0%、「いくらか増えた」47.3%)と答えていることで、4時間を超える数字はうなずける。

関連で、平成3年11月、NHK放送文化研究所が名古屋市内で実施したアンケート調査^{*11}を見ると、ケーブルテレビに加入している人で、最近視聴時間が増えたと答えた人は、17.2%にとどまっている。逆に、37.4%が少なくなったと答えている。この数字の違いは何を意味するのであろうか。

この調査対象となった名古屋市では、NHK2波と民放6波の計8波の地上波の再送信を含め34チャンネルを持つケーブルテレビが、昭和62年に開局している。もともと電波事情には恵まれた大都市であり、また多チャンネル都市型ケーブルテレビと言えども、すでに珍しい存在ではなく視聴安定期に入っていたと言えるのだろう。したがって、この調査時点では視聴時間は必ずしも増える傾向にあるとは言えない。逆に言えば、大分市では電波過疎地であり、そこに多チャンネル都市型ケーブルテレビが登場し、珍しさも半分、視聴時間が一挙に増えたのだと言えそうだ。ケーブルテレビ加入世帯におけるこの視聴時間増加の傾向は、少なくとも大分市ではしばらく続くであろう。

☆なぜOCTに加入したのか

都市型ケーブルテレビの魅力は何なのだろうか。そして、加入した動機は何か。

多くの人がOCTの存在を知ったのは、「ちらし・パンフレット」(44.6%)、「OCTから直接勧誘された」(28.0%)であり、「家族そろって話し合った」(46.8%)結果、加入を決めている。が、そこにある加入の動機は何なのか。

図3に見るように、第一の理由は、「福岡の番組が見たかったから」である。ついで、「地上波のテレビにない番組を見たい」「衛星放送を見たい」となる。

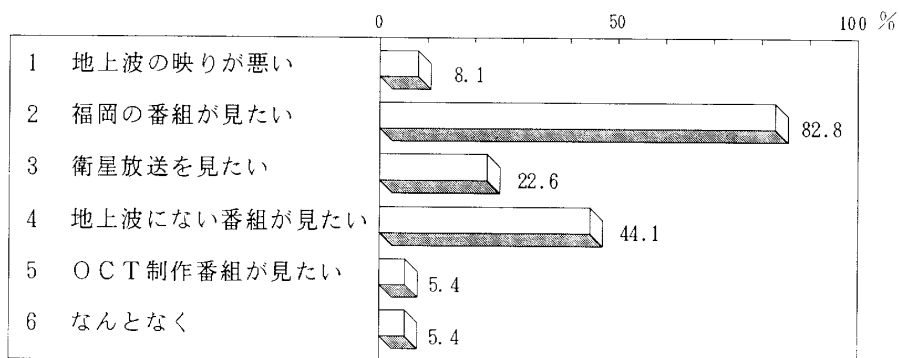


図3 OCT加入の理由(複数回答)

都市型CATVの視聴動向調査

「福岡の番組」は「東京のキー局」ならびに「大阪など順キー局」の番組を指している。確かに、大分では多くの視聴者が見たいと思っている番組が放送されていなかったり、ネットの関係で東京とは違う時間帯に放送されていて見ることができなかつたりと、様々な形で番組に対する不満があったことは間違いない。その不満を、このケーブルテレビが解消してくれるのではないかという期待感は大きかったと思われる。もちろん、自分でパラボラアンテナを設置しなくても衛星放送が見られるというのも魅力の一つではあろう。

アンケートの結果で見ると、“とにかく地上波の民放の番組を沢山見せてくれればそれでいい”というのが加入の基本的な動機である。

第二、第三の理由は、新しいメディア、新しい物への期待が感じられる。期待が大きかった分だけ、少なくとも視聴時間が増えるのは当然であろう。

前述の名古屋市での調査結果とは、質問項目に若干の違いがあるが、ケーブルテレビへの加入理由に大きな違いがあることがわかる。

名古屋市での結果は、第一の理由が「衛星放送の番組」（複数回答で46.8%）であり、「映画」（37.9%）、「外国の番組やニュース」（35.5%）の順になる。BSを含み、ケーブルテレビをニューメディアとしてとらえ、そこへの期待を表明していると言える。地域による電波事情の違いがはっきり出ていて面白い。

☆OCTに加入してテレビの見方はどう変わったのか。

OCTに加入した人たちは、テレビの見方がどのように変わって行くのだろうか。ケーブルを通して送られてくるさまざまな番組を、何を基準にどのように選択しているのだろうか。

まず、視聴時間の問題である。

加入後の視聴時間の変化は、「大幅に増えた」（28.0%）、「いくらか増えた」（47.3%）と、8割近い人が増えたことを認めている。これは、記入者個人ではなく、家族という単位で総合的に判断をして答えてもらっている。高齢者のいる家庭ほど視聴時間増の幅は大きい。

この時点で、地上波は民放3チャンネル分増えている。また、ケーブル独自の番組が21チャンネルもある。とすれば、とりあえず全体として視聴時間が増えるのは当然であろう。

それでは、視聴の形態はどのように変化をしたのだろうか。

OCTは、現在30のチャンネル^{*12}を持っている。視聴者にとって、チャンネル選択の幅は大きく変化した。

結果は、約半数の人がケーブルを通して見る番組は「地上波のテレビの再送信とOCTの専門チャンネルの番組と半々」（48.4%）だと答えている。この答えは、今まで見ていた地上波の番組に加えて新たにOCT独自のチャンネルも選択するようになった、とみていいのだろう。そして、「地上波よりOCTのほうが多い」人は24.7%、また「地上波がほとんどで、OCTは少ない」人は10.2%となる。いずれにしても、これらの数字は、前述の視聴時間の増加を裏付けるものである。

ここで「ほとんどOCT」（9.1%）と答えている人は、映画好き、スポーツ好き、ニュース好きの人（「OCTに加入したのはなぜか」と言う質問に対する答えとして「地上波の番組に無いものを見たかった」を上げ、そのうちのほとんどの人が内訳として「映画」「スポーツ」「ニュース」を上げている）であり、恐らく今後もこの人たちの視聴傾向に大きな変化はないと考えられる。むしろ、テレビ視聴の質的变化により、こうした視聴者層は増えていくと見ていい

かもしれない。

OCTに加入した第一の理由は、「福岡の番組をみたい」であるというのはすでに述べたとおりである。OCTの場合、民放の番組は、福岡5チャンネルと大分2チャンネルである。

民放で見たい番組があるとき、OCTの加入者はOCTのチャンネルの中で、福岡・大分どちらのチャンネルに合わせるのだろうか。答えは、大分が37.1%、福岡が39.8%であった。ほぼ半々ではあるが、福岡の方がやや多い。チャンネル数の多さが結果に現れていると言えそうだ。もちろん、どちらとも言えないという人が2割ほどいる。その都度選択するということがあろう。

このチャンネル選択に関連して問題が一つ出てくる。それは、このことが、地域放送番組を視聴することに微妙な影響を与えはしないかという事である。

NHKを含めすべての放送局は、放送法上その地域へ向けて県民のための「地域番組」を制作し、放送することが義務付けられている。ニュース番組はほぼ同じ時間帯だが、それ以外の番組は時間帯も放送時間もまちまちである。

民放で大分と福岡と同時時間帯に同番組を放送しているとき、つまり東京キー局から同じ番組がネットされる時、視聴者のチャンネルは常にどちらかに固定することになる。今日は大分、来週は福岡ということにはならないと思う。したがって、自分の好きな番組を見るために常に福岡の民放のチャンネルに合わせる人は、大分の地域番組を見る機会が少なくなるかもしれない。大分の地域番組に魅力があれば別であるが。

実は大分の民放関係者はその事を恐れている。

☆有料の番組はどの程度利用されているのか

アメリカでケーブルテレビが発達したのは、主として映画のおかげだということはよく知られている。ついで、音楽であり、スポーツということになる。そして、今はCNNのニュースであろう。

日本ではどうか。

ケーブルテレビの売り物は、アメリカと同じようにやはり映画のように思える。都市型CATVはどこも、編成の中心に映画を据える「JSB」(WOWOW)を目玉に、CS放送の「スターチャンネル」、「衛星劇場」など、映画を前面に出して宣伝にこれ努めている。毎日一本は映画を放送するNHKのBSもこれに含まれる。

ところが、これらはすべて有料であり、OCTの利用料金とは別にお金を払わなければならない。

OCTの独自番組の中で、見たいと思う番組のジャンルは何かという問いに対する答えは、図4のようになる。ここは加入の動機と一致する。映画とスポーツがずば抜けて率が高い。

都市型CATVの視聴動向調査

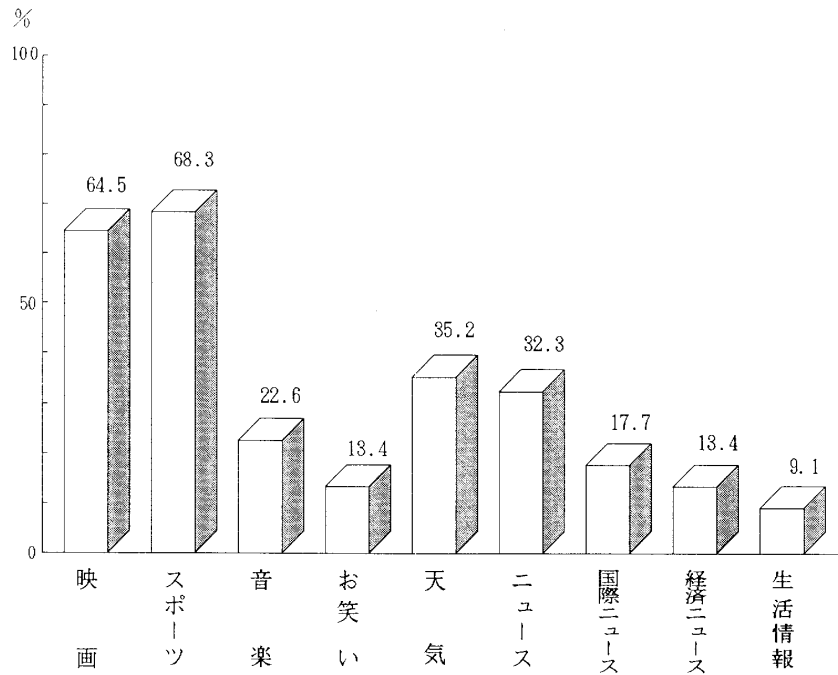


図4 見たい番組のジャンル（複数回答）

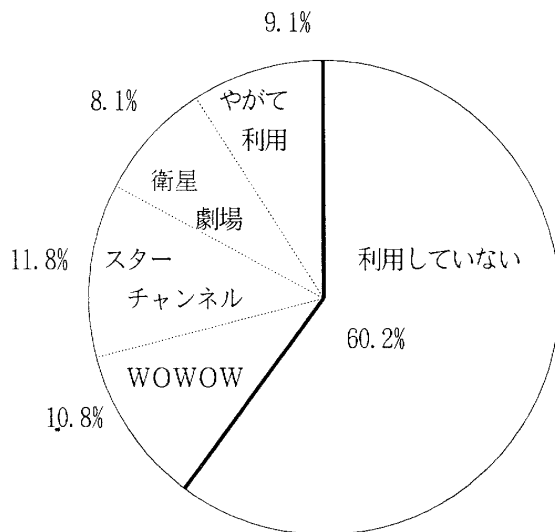


図5 有料チャンネル利用状況

ところで、有料の映画チャンネルはどの程度利用されているのであろうか。予想に反し、図5に見られるように半数を超える人が利用していないことがわかる。また、すべての有料チャンネルを利用している人はおらず、3つのチャンネルそれぞれが平均して利用されていることがわかる。

理想と現実がこれだけ違うのはなぜなのか。これには別料金の額が関係しているものと思われる。その辺を現在利用している人に聞くと、次のようになる。利用料金が安いと答える人は一人もいない。逆に、高いと言う人が5割を超える。確かに、NHKの受信料さえ高いと思う人がかなりいる中で、加入料金、月々の利用料金、さらに別料金とくれば二の足を踏むのはよく

わかる。が、それではOCTに加入した意味合いは半減するのではないか。

ただ、調査時点で今後有料のチャンネルを何らかのかたちで利用したいと答えた人が10%近くいたことはつけ加えておく必要がある。

☆OCTのチャンネルはどのように利用されているのか

OCTのチャンネルは現在30。OCT自主制作が2チャンネル、福岡5チャンネル、通信衛

星（CS放送）15チャンネル、衛星放送（BS放送）3チャンネル、大分5チャンネル、である。

これだけ沢山のチャンネルが、それぞれ毎日果たしてどれくらい見られ、どのように利用されているのであろうか。詳細に調べた結果が表1である。

30チャンネルのすべてにわたって、利用状況は一目瞭然である。

表1（問17） チャンネル別の利用状況（数字は%）							
①ほとんど毎日見ている ②週4～5日見る ③週2～3日見る ④週1日程度見る ⑤ほとんど見ない ⑥わからない							
ch	放送局名等	①	②	③	④	⑤	⑥
1	市民チャンネル	4.3	2.7	11.3	18.8	38.7	24.2
3	NHK総合	76.3	7.0	5.9	3.8	3.2	3.8
4	TOSテレビ大分	52.2	17.7	16.7	4.3	1.0	8.1
5	OBS大分放送	57.5	16.7	15.1	2.7	0.5	7.5
6	番組ガイド	25.8	3.8	5.4	4.3	25.3	35.5
8	OAB大分朝日放送	—	—	—	—	—	—
12	NHK教育	7.5	6.5	11.8	29.6	25.3	19.4
17	スターチャンネル	1.6	2.7	5.9	1.1	8.6	80.1
18	NHK衛星第一	4.8	4.3	18.3	12.9	18.3	41.4
20	NHK衛星第二	7.5	6.5	18.8	9.1	17.2	40.9
21	WOWOW（有料）	1.1	1.1	3.8	3.8	9.7	80.6
23	衛星劇場（有料）	1.1	0	2.2	0.5	9.7	86.6
31	ライフデザインch	0.5	1.6	0.5	2.7	45.2	49.5
33	日経サテライトN	2.7	3.8	2.2	10.8	38.7	39.2
34	CNN海外ニュース	6.6	3.2	9.6	16.1	56.5	8.1
35	情報チャンネル	3.2	1.6	4.3	9.1	37.1	44.6
36	お天気チャンネル	37.1	10.2	12.4	9.1	8.6	22.6
37	スペースシャワー	4.8	3.8	7.5	9.1	33.9	40.9
38	RKB毎日放送	19.9	15.6	25.8	11.3	7.0	20.4
39	KBC九州朝日放送	26.3	21.5	29.0	7.0	2.2	14.0

都市型CATVの視聴動向調査

40	TNCテレビ西日本	24.7	16.7	27.4	11.3	3.8	16.1
41	FBS福岡放送	23.7	22.6	24.7	8.6	5.9	14.4
42	テレビQ	19.4	18.3	24.7	15.1	6.5	16.1
43	スーパーチャンネル	7.0	7.5	12.9	17.7	22.0	32.8
44	衛星チャンネル	5.4	1.6	9.1	16.1	27.4	40.3
45	テンターテイメント	3.2	6.5	9.1	10.8	33.3	37.1
46	MTV	1.6	1.1	4.3	9.7	40.9	42.5
47	スポーツ・アイ	10.8	11.3	17.7	15.6	17.2	27.4
48	SVN	4.3	3.2	5.4	9.7	33.3	44.1
50	NCNニュース	19.4	9.7	12.9	8.6	23.1	26.3

この表から言えることがいくつかある。

地上波テレビの視聴率はさすがに高い。なかでもやはり、地元の3局の視聴率は群を抜いている。それぞれ5割を超える人が毎日接触していることになる。5割を超える人が、何らかの形で毎日接触するチャンネルは他にない。

先に、民放の番組を視聴する場合、大分よりも福岡の方が、若干多いという数字が出ていたが、それは局数の関係であり、NHKを含めた地上波全体の視聴率では、やはり大分の方が高いことがわかる。チャンネル数は、地上波の再送信よりOCT独自の放送の方が圧倒的に多いのだが、やはり地上波テレビは健在だと言える。いくら映画が好き、スポーツが好きとはいえ、テレビの持つ魅力はそれだけではない。ケーブルテレビの放送内容はあくまでも専門波としてのものであり、それはそれとして、今の段階で地上波の多種・多様な内容には、総合的に勝つことはできない。

おそらくこの傾向は今後もしばらく変わることはないであろう。ソフト面で、よほど強力なライバルが現れないかぎり。そこがケーブルテレビの大きな課題でもある。

表の中で、一つ興味深いのは、「お天気チャンネル」の視聴率の高いことである。ほとんど毎日見る人が37.1%、週単位で見ると6割を超える人が何らかのかたちで、この「お天気チャンネル」に接触していることがわかる。確かに、天気情報はわれわれの毎日の生活に欠かせないものであり、地上波テレビも天気情報は数多く流してはいるが、視聴者にとっては決まった時間にしか見ることができないという不便さがある。その点、いつでも必要なときに必要な情報を取り出せるというOCTの「お天気チャンネル」は、視聴者にとってありがたい存在であり、利用価値の高いチャンネルであろう。役に立つチャンネルである。

そのほか、「CNN海外ニュース」「日経サテライトニュース」、テレビ朝日系の「衛星チャンネル」、日本テレビ系の「NCNニュース」などニュース系は、パーセンテージは必ずしも高くはないが、確実に見られているということがわかる。これも、見たいときにいつでも最新のニ

ユースを見ることができるという利点であろうか。専門波の強みがそこに見える。

☆OCTの地域情報番組は見られているのか

ところでケーブルテレビの役割の一つとして、地上波テレビが取り上げないような身近な話題を地域に向けて提供するというのがある。ケーブルテレビの場合、サービスエリアが限定され、放送局に自主番組制作能力があり、かつ小規模であればあるほどそのことに熱心になる。また、地域住民も、身近な話題に興味を持ち期待する。大分県でいえば、大山町にあるOYTがそうである。町議会の中継をはじめ、町内の出来ごとを実にこまめに取材し放送している。住民の関心も高いと聞く。

このことに関連して、一つの興味深い調査がある。

それは、現代コミュニケーション研究会が、平成3年12月埼玉県川越市で実施した「川越市民のコミュニケーションに関する調査」*13に関するもので、その中のデータの一つに「『川越ケーブルビジョン』への期待」というのがある。ここで出た期待の第一は、「地域の身近な出来ごとを見ることができると」(複数回答で43.9%)ことであり、以下「受信機なしで衛星放送を見ることができると」(33.5%)、「映画を楽しむことができる」(32.1%)と続く。

考えてみれば、川越市は大都市圏下にあり、電波事情で言えば東京キー局のすべてとテレビ埼玉合わせて民放6波を楽しむことができる。その点での問題は何かない。問題は、東京にあるキー局が川越市のニュースを取り上げることは、よほどのことがない限りないということであり、地元で唯一あるテレビ埼玉がほんの少し取材する程度であろう。とすれば、地元のニュースをきめ細かく取り上げてくれる(かもしれない)「川越ケーブルビジョン」への期待が大きくなるのはうなずける。

OCTの場合はどうか。身近な情報を取り上げて放送する「市民チャンネル」というのがある。編成表の上では、朝9時から夜の10時まで、この枠は毎日放送している。が、放送内容は、制作能力の問題、経費の問題等あり、朝から晩まですべて地域の話とはかぎらない。

視聴率はどうか。表1のとおりほとんど毎日見る人は、ほんの一握りの4.3%、週単位で見ると何らかのかたちで接触している人が37%となる。大きい数字とは言えない。逆に言えば、半分以上の人が見ていないか知らないのである。大分市では、NHK、民放各局が地域ニュースはかなりカバーしていることもあり、今のところ、ここへの期待感はそれほどあるとは思えない。何となく見るという感じであろうか。

ただ、OCTでは、この「市民チャンネル」を、地域のきめこまかな情報を取り上げる“市民のための”専門波として位置付け充実させていくことを検討していると言う。そして、営業社策上も、そのことが必要になると力説する。一方、地元民放関係者は、ケーブルテレビが地域ニュースに力を入れることを脅威に感じる、と言う。いずれにしても、実現すれば、視聴者全体のためになり、また面白いと思う。

☆視聴者はケーブルテレビをどう思っているのか

OCTに加入した人達は、ケーブルテレビに加入したことを、現時点でどのように思っているのだろうか。これは、なぜ加入したのかという問いに対する答えとも関連する。

第一の答えは、「大分の民放では見られない番組が見られる」(90.3%)である。この答えは、職業によっても年代によっても変化はない。大分以外の民放の番組、つまり福岡の民放を経由

して東京キー局の番組が同時帯に楽しめるということであり、このことには関連してこれまでも述べてきたが、9割を超える人がこの項を第一とするのはしごく当然のことである。この答えは、大分といういわゆる民放送局の遅れた地域の特徴をよく表している。OCT発足以前、ケーブルテレビへの期待感がここに込められていたと言っても過言ではない。

第二は、「地上波の放送にはない番組があり、選択の幅が広がった」(67.7%)である。この答えは、他と比較して主婦層と高齢者にやや多いという傾向が見られる。これは、多チャンネルの問題である。30というチャンネルの数は、ソフトの善し悪しは別にして、視聴者の物理的なチャンネル選択の幅を広げたことは論をまたない。もちろんこのことは、だからと言って視聴者がそれだけ沢山のチャンネルに接することを示すものではないし、当面増えるとしても、今後も全体として視聴時間が大幅に増加するというを示すものでもない。

一度は選択をするが、ソフトに満足いかなければそのチャンネル選択はおそらくそれで終わりとなる。チャンネルが増えることは、必ずしも視聴者が満足するソフトの増加を意味するものではないからだ。

多チャンネルは、視聴者にとって確かに魅力的ではある。一度はすべてのチャンネルを見てみたいと思う。ケーブルテレビの側にしてみれば、多チャンネルが加入勧誘のための、いわゆる“目玉”でもある。

選択の幅が広がったことを喜ぶ人が、これだけいるのはそれはそれでいい。が、これは、物珍しさを伴う初期の段階だからだと言えないこともない。つまり、5年先、10年先もこの形でいくのかどうか。要はソフトの勝負ではないか。チャンネル数が増え、それぞれのチャンネルごとに魅力的なソフトや、役に立つ・ためになるソフトが増えるならば、この数字はもっと増えるだろうと言いたい。

ここに、将来に向けてのケーブルテレビの大きな課題がある。

第三は、「見たいときにいつでもニュースや天気情報が見られる」(67.7%)となる。これこそがケーブルテレビの良さであり、視聴者にとってのメリットであると言えるだろう。この点は、一時期ニューメディアともてはやされた文字放送と似ているが、期待されたほど文字放送が普及しないのは、天気を例にとれば“いつでも”は同じであっても、受信施設が特殊でありチャンネルが独立しているからだだろう。その点、ケーブルテレビの中の「お天気チャンネル」は、単にチャンネルを“選択”すればいいという便利さがある。今後、ケーブルテレビがどこまで普及するか、一つの「カギ」がここにありそうな気がする。

☆ケーブルテレビの将来は……

アメリカのケーブルテレビの中には、100を超えるチャンネルを持つものもあるという。今のところ、日本の都市型CATVでは、OCTのように30チャンネル前後が主流と言えるだろう。

それでは、今後、このチャンネル数はどのように変化をして行くのであうか。そして、利用者はその辺をどのように考えているのだろうか。

調査では、OCTの場合、今後チャンネル数はどうあればいいのか、聞いてみた。

その結果、6割を超える人が「今くらいでいい」と言い、また、3割が増やす事を希望している。増加の希望は、「よりよいソフトを希望する」と読み替えても言い。

ケーブルテレビは、これに応えることができるのか。ソフトを制作し、また調達する周辺の関連会社もまた、こうした利用者の声に応えることができるのか。疑問なきにしもあらず、と

言わざるを得ない。

大分県では、都市型ケーブルテレビの歴史はまだ浅い。この先、普及の度合いに合わせて調査を重ねることにより、新たな問題を発見することもあるだろう。視聴者の側にもおそらくさまざまな問題が出てくると思われる。

ソフトとは別に、双方向機能をどのように活用していくのか。このこともケーブルテレビにとって大きな課題である。

だから、この段階で、すべての疑問に答えを出すことは早計に過ぎると思うが、将来を展望するとき、前述の「チャンネル数は今くらいでいい」(59.1%)というの、間違いなく現段階での一つの答えであろうし、また、表1は、ケーブルテレビの有り様にもう一つの答えを出しているような気がする。

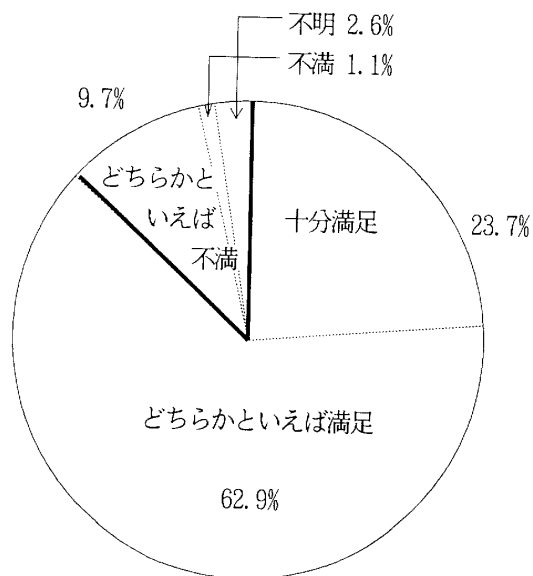


図6 加入の満足度

ところで、図6に見るように、OCTに加入して満足している人が、86.6%というのは大きい。高齢者の満足度は100%に近い。逆に言えば、これまでの既存の民放テレビの数の少なさに、いかに多くの不満があったかということでもある。

問題は量と質である。ここでいう“満足”は少なくとも量(チャンネル数)においては満足したということである。同時に質(ソフト)においても満足しているとは、読みにくい。

メディア環境は大きく変化しつつある。そうした中で、ここ数年、テレビ視聴の有り様として、視聴率は単に量で計るものではなく、今や質、つまり視聴質を問題にすべきなのだという議論がなされてきている。それと同じことがケーブルテレビにも言える。チャンネルの数が増え視聴形態が細分化されればされるほど、個々の

チャンネルの質が問われることになる。恐らく、視聴者の側もそのことをケーブルテレビに求めていくことになろう。

その意味で、今後ケーブルテレビに問われることは、量(チャンネル数)ではなく質(ソフト)なのだということである。

*1 都市型CATV；有線(ケーブル)テレビジョン放送は、「有線テレビジョン放送法」の適用を受け、規模別に①許可施設(引き込み端子501以上)、②届出施設(引き込み端子500～50)、③小規模施設(引き込み端子50以下)となる。この中で、引き込み端子1万以上、自主放送5チャンネル以上、中継増幅器が双方向機能を有するものを、一般に「都市型ケーブルテレビ」という。(『通信白書』'93・郵政省編)

*2 難視聴対策；日本におけるケーブルテレビは、NHKが難視解消を目的として、昭和30年群馬県伊香保温泉に設置した共同受信施設(Common Antenna Televisionと呼んだ)

都市型 CATV の視聴動向調査

が最初とされる。(『放送50年史』・日本放送協会編)

- * 3 O Y T ; 日田郡大山町にある町営の有線テレビジョン。農村多元情報システムとして昭和62年4月に放送開始。地上波・衛星の再送信10チャンネルのほか、自主放送(2チャンネル=地域情報・気象)・CS経由の放送(5チャンネル)も。(『O Y T』)
この種のケーブルテレビを「Community Antenna Television」という言い方もある。
- * 4 大分の民放2局; O B S (大分放送)・T O S (テレビ大分)
- * 5 O A B ; 大分朝日放送。テレビ朝日系列、平成5年10月1日開局。
- * 6 福岡の民放5局; R K B 毎日放送・K B C 九州朝日放送・T N C テレビ西日本・F B S 福岡放送・T V Q テレビQ
- * 7 調査対象; 500世帯のうち有効回答は186 (37.2%)
- * 8 回答者の内訳; 会社員38.2%・公務員15.1%・自営業5.9%・主婦10.8%・学生2.7%・無職21.5%
- * 9 高齢者のテレビ接触率; 平日の平均、60代の男性は3時間52分。70才以上の男性4時間51分。60代の女性は4時間27分。70才以上の女性4時間49分。(NHK『日本人の生活時間』'90)
- * 10 テレビ視聴時間; 大分県の場合、3時間8分。(NHK『日本人の生活時間』'90)
- * 11 名古屋市内の調査; セントラルケーブルテレビ加入者802人(有効75.9%)、非加入者478人(有効92.0%)を対象としたもの。(『放送研究と調査』'92.6・NHK出版)
- * 12 O C T ; 平成4年4月開局時は24チャンネル。
- * 13 川越市民のコミュニケーションに関する調査; 川越ケーブルビジョンのサービスエリア内に住む1,079人(有効68.4%)を対象に調査したもの。(『日本マスコミュニケーション学会』で発表'92.5)

参 考 文 献

- | | |
|--------------------------------------|--------------------|
| 東京大学社会情報研究所編 「多チャンネル化と視聴行動」 | (東京大学出版会) |
| 島崎 哲彦著 「『CATV』と『CS系放送』の発展と展望」 | (学文社) |
| ハンク・ホイットモア著 「急成長のCNN」 神山 啓二訳 | (テレビ朝日) |
| 松平 恒・中森 謹重・須藤 春男・服部 考章著 「多メディア状況を読む」 | (大月書店) |
| 志賀 信夫著 「多メディア状況を考える」 | (電波新聞社) |
| 日本民間放送連盟編 「放送ハンドブック」 | (東洋経済新報社) |
| 市川 昌・堀江 固功編 「マス・コミュニケーション」 | (日本放送教育協会) |
| 日本放送協会編 「放送50年史」 | (日本放送出版協会) |
| 日本マス・コミュニケーション学会編 「新聞学評論」40号,41号 | (日本マス・コミュニケーション学会) |
| NHK世論調査部編 「日本人の生活時間'90」 | (日本放送出版協会) |
| (株)ニューメディア編 「ケーブル年鑑'93」 | (ニューメディア) |

〈OCT視聴動向調査〉

- | | |
|----------|--|
| 1. 調査の目的 | 地方都市における多チャンネル都市型ケーブルテレビの普及の度合いと視聴状況の実態を把握する |
| 2. 調査期間 | 平成5年8月5日～25日 |
| 3. 調査の対象 | 「大分ケーブルテレビ放送」加入世帯のうち500。エリア別、第一300 第二100 第三100 |
| 4. 回答者 | 186世帯 (37.2%) |
| 5. 調査方法 | 郵送 |

〈調査項目と回答〉

問1 あなたの家には、テレビは何台ありますか。

- | | |
|--------|-------|
| ① 1台 | 16.7% |
| ② 2台 | 30.6 |
| ③ 3台 | 33.9 |
| ④ 4台以上 | 18.8 |

問2 OCTに加入しているのは何台ですか。

- | | |
|--------|-------|
| ① 1台 | 75.8% |
| ② 2台 | 22.0 |
| ③ 3台以上 | 2.2 |

問3 2台以上加入している家庭の場合、その理由は？

- | | |
|--------------------|------|
| ① 家族が多く、見たい番組が違うから | 7.0% |
| ② 各部屋にテレビが置いてあるから | 16.7 |
| ③ その他 | 4.8 |
| ④ 無回答 | 71.5 |

問4 一日（平日）に平均してテレビを何時間くらい見ますか（ケーブルテレビを含めてお答えください）。

- | | |
|---------|------|
| ① 30分以内 | 0% |
| ② 1時間 | 2.7 |
| ③ 2時間 | 14.0 |
| ④ 3時間 | 22.0 |
| ⑤ 4時間 | 17.7 |
| ⑥ 5時間 | 15.0 |
| ⑦ 5時間以上 | 26.3 |
| ⑧ 無回答 | 2.3 |

問5 休日にテレビを何時間くらい見ますか。

- | | |
|---------|------|
| ① 30分以内 | 0.5% |
|---------|------|

都市型 CATV の視聴動向調査

② 1 時間	1. 6
③ 2 時間	5. 9
④ 3 時間	15. 1
⑤ 4 時間	15. 1
⑥ 5 時間	19. 9
⑦ 5 時間以上	39. 8
⑧ 無回答	2. 1

問 6 OCTは何で知りましたか。

①OCTから直接勧誘された	28. 0%
②OCTに加入している人から聞いた	8. 1
③ちらし・パンフレットを見た	44. 6
④ニュース（テレビ・ラジオ・新聞）で知った	11. 3
⑤何となく	7. 5
⑥無回答	0. 5

問 7 OCTに加入したのはいつですか。

①平成 4 年 4 月以前	55. 4%
②平成 4 年 4 月～ 6 月	9. 7
③平成 4 年 7 月～ 9 月	4. 8
④平成 4 年 10 月～ 12 月	9. 1
⑤平成 5 年 1 月～ 3 月	4. 3
⑥平成 5 年 4 月～ 6 月	5. 9
⑦平成 5 年 7 月～	8. 1
⑧無回答	2. 7

問 8 OCTに加入したのはなぜですか。（複数回答）

①地上波のテレビの映りが悪かった	8. 1%
②福岡（東京）の民放の番組を見たかった	82. 8
③衛星放送の番組を見たかった	22. 6
④地上波のテレビにない番組を見たかった	44. 1
特に	
ア 映画	37. 6%
イ スポーツ	39. 8
ウ 音楽	9. 1
エ ニュース	24. 7
オ 生活情報関連	4. 3
⑤OCTの地域情報番組を見たかった	5. 4
⑥何となく	5. 4

問9 OCTに加入を決めたのはだれですか。

①祖父	0.5%
②祖母	0
③父親	29.6
④母親	5.4
⑤子供	2.7
⑥家族で	46.8
⑦無回答	15.0

問10 OCTに加入してからテレビを見る時間はどうなりましたか。

①大幅に増えた	28.0%
②いくらか増えた	47.3
③以前と変わらない	18.8
④いくらか減った	0
⑤大幅に減った	0
⑥何とも言えない	1.6
⑦無回答	4.3

問11 OCTに加入してから、テレビの見方はどうなりましたか。

①ほとんどOCTの番組を見る	9.1%
②地上波よりOCTの方が多	24.7
③地上波とOCTと半々くらい	48.4
④地上波がほとんど、OCTは少	10.2
⑤OCTの番組はほとんど見	2.2
⑥何ともいえない	2.2
⑦無回答	3.2

問12 民放の番組（地域ニュース・地域番組以外）を見ると、大分と福岡とどちらのチャンネルに合わせますか。

①大分	37.1%
②福岡	39.8
③どちらとも言えない	20.4
④無回答	2.7

問13 地上波のテレビの地域（大分県）ニュースを見ると、主にどのチャンネルに合わせますか。（複数回答）

①NHK	54.8%
②OBS（大分放送）	34.9
③TOS（テレビ大分）	23.1
④いずれも見	19.4

都市型 CATV の視聴動向調査

⑤特に決めていない 16. 1

問14 地上波のテレビで地域（大分県）関連の番組を見るとき、主にどのチャンネルに合わせますか。（複数回答）

①NHK 40. 3%
 ②OBS（大分放送） 40. 9
 ③TOS（テレビ大分） 25. 8
 ④特に決めていない 38. 2

問15 OCTの番組で見たいと思うのは、次のうちどのチャンネルですか。（複数回答）

①映画 64. 5%
 ②スポーツ 68. 3
 ③音楽 22. 6
 ④お笑い 13. 4
 ⑤天気 35. 5
 ⑥ニュース 32. 3
 ⑦国際ニュース 17. 7
 ⑧経済ニュース 13. 4
 ⑨生活情報 9. 1

問16 月額で別料金を支払ういわゆる有料のチャンネルは利用していますか。（複数回答）

①WOWOW 10. 8%
 ②スターチャンネル 11. 8
 ③衛星劇場 8. 1
 ④利用していない 60. 2
 ⑤やがて利用する 9. 1

*利用している場合

料金は ア. 高い 51. 0%
 イ. 普通 36. 7
 ウ. 安い 0
 エ. どちらとも言えない 12. 2

問18 映画を見るとき、どのようにして見る人が多いですか。次のうちから選んでください。（複数回答）

①映画館で見る 7. 5%
 ②レンタル店でビデオを借りて見る 28. 5
 ③地上波（NHK）のテレビのものを見る 34. 4
 ④地上波（民放）のテレビのものを見る 60. 8
 ⑤ケーブルテレビ（無料）のものを見る 50. 5
 ⑥ケーブルテレビ（有料）のものを見る 11. 3

⑦ほとんど見ない 7. 5

問19 ケーブルテレビの番組（地上波以外）の多くが番組供給会社から「CS」という衛星を経由して送られてきていることを知っていますか。

①知っている 46. 8%
 ②知らない 50. 0
 ③無回答 3. 2

問20 ケーブルテレビに加入したことをどう思っていますか。（複数回答）

①大分の民放では見られない番組が見られる 90. 3%
 ②夜遅くまで放送しているチャンネルがあり便利だ 30. 6
 ③映画の放送が多く、楽しめる 45. 7
 ④地上波の放送にはない番組があり選択の幅が広がった 67. 7
 ⑤専門的なチャンネルで知識や教養が増す 22. 0
 ⑥見たいときに、いつでも天気やニュースが見られる 67. 7
 ⑦地域の身近な情報があって親しめる 8. 6
 ⑧料金が高いと思う 29. 0
 ⑨これだけのチャンネルで料金は安いと思う 7. 5

問21 今後、ケーブルテレビのチャンネルはどうなったらいいですか。

①もっと増やしたほうがいい 31. 7%
 ②今くらいでいい 59. 1
 ③もっと減らしたほうがいい 0. 5
 ④わからない 5. 9
 ⑤無回答 2. 8

問22 現在のケーブルテレビに対して、どの程度満足していますか。

①十分満足している 23. 7%
 ②どちらかといえば満足している 62. 9
 ③どちらかといえば不満である 9. 7
 ④まったく不満である 1. 1
 ⑤わからない 2. 6

問23 次の中に、お宅にあるものがあつたらいくつでもお答えください。

①29インチ以上のテレビ 53. 2%
 ②ホームビデオ 78. 0
 ③ビデオディスク 32. 8
 ④ビデオカメラ 30. 0
 ⑤パソコン 21. 5
 ⑥ワープロ 54. 9

都市型 CATV の視聴動向調査

⑦ファックス	12.9
⑧コピー機	8.6
⑨留守番電話	47.8

問24 ケーブルテレビに加入して、同時にまたはそれ以降に、次の物の中で購入したのがありますか。

①大型テレビ	17.7%
②ビデオデッキ	9.1
③ステレオ	2.2

(今回の調査に当たり、OCT(大分ケーブルテレビ放送)の全面的な協力を得た。また、調査結果の分析に当たり、コミュニケーション学科の三宅正太郎助教授ならびに津留良枝助手にお世話になった。誌上を借りてお礼を申し上げる)