

# 放送の社会的、経済的分析に関する一考察 ——二つの知的営為の融合化のために——

荒井宏祐

## Comments on the Analysis of Broadcasting —Combining the Social and Economic Study—

Hirosuke Arai

Many changes have been taking place in the world of broadcasting, including a revolution in information technology, deregulation, commercialization and internationalization. These changes have also affected the way that broadcasting is studied.

The introduction of a commercial broadcasting system for Europe in the 1980's and the internationalization of the TV program market have both increased the economic and commercial value of broadcasting. This has generated a boom in the economic analysis of broadcasting and drawn criticisms of the increasing weight of economic factors in broadcasting, which some believe should be engaged in cultural activities.

This thesis is intended to examine major documents on this subject available in Japan as well as Europe and the United States; to study the characteristic features of the trend, determine the possibility of cooperation in the study of the two fields, and finally to point to the possibility of writing of a new report on the study of broadcasting which considers both the economic and social functions of media.

### はじめに

最近の放送分野における変動はこれまで以上に激しいものがある。この変動要因には複雑、多岐なものがあるが、なかでも放送・通信衛星、光ファイバーケーブル等新しい情報技術の革新がもたらした影響は、独の公法学者でハンスブレドゥ放送研究所長のウォルフガング・ホフマン＝リームが指摘するように、「西欧社会の経済的構造、政治的諸変化、法体系」などの分野にも広くかつ深く及んでいるようである<sup>(注1)</sup>。このいわゆるコミュニ

ケーション革命は同時に、ケネス・ダイソン（ブラッドフォード大学ヨーロッパ研究部門教授）らがのべるごとく<sup>(注2)</sup>、ヨーロッパの活性化や軍事衛星等国家防衛のための戦略的資源となったほか、コミュニケーション分野への多国籍企業の進出等、放送の市場を国際化して投資や雇用機会、税収等を増大させ、多くの経済的利益を生み出した。そのためそれまで相対的に国家的規制が強かった西欧諸国家は、国益の増大を図るためこぞって規制緩和政策を打ち出したのであった。

技術革新、規制緩和、商業的・経済的要素

の重視、市場の国際化等を中心とするこうした変動は、放送界に、新しい放送秩序をどのように構築し、自らの発展を確保すべきかという課題を投げかけるに至った。表1には1950年代半ばから35年間の、世界の放送界の主な動きが示されている。技術革新、規制緩和、商業化、国際化にかかわる変化の多いことがうかがえよう。とくにヨーロッパ大陸で顕著なのは、'70年代以降急速に高まる商業的・経済的要素の重視であり、典型的にはそれまでの公共放送独占体制から公共・民間併存体制への転換となってあらわれてきている。イタリアの公共放送独占違憲判決（'74）、仏の民放漸進導入放送法の制定（'82）、西独の商業放送導入放送法の合憲判決（'86）、仏の公共テレビ（TF1）の民営化（'87）等がこれである。また、このほどすでに'50年代から併存体制をとった英でも商業放送の拡充等をめざす改革法案が議会を通過、成立した。

こうした放送における商業的・経済的要素の重視は、放送研究の分野にも新たな影響をもたらしている。即ち経済学者には放送のかかえる諸問題に対する経済学的接近への関心をいっそう促し、社会学者やマスコミュニケーション研究者等非経済学の分野の学者には放送の社会的、文化的要素に及ぼすインパクトへの関心を改めて喚起して、多くの文献があらわれると同時に、両者間には一種の論争もみられるようになった。

これらにかかわる主な動向について、筆者は'88年に一度とりあげてみたことがある（調査研究ノート「経済学は放送の諸問題をどう扱うことができるか」『放送研究と調査』'88,12日本放送出版協会—以下「前著」という）。その後こうした潮流はますますはっきりした形をとってきている。例えば放送の経済的要素に関する研究は、かつて1950年代から'70年代にかけては経済学者がもっぱら経済学の観点からの分析で一冊の文献をうめるという形（モノタイプ）のものが多かった。

しかし'80年代頃からはコミュニケーションや社会学、政治経済学等の専門家などとの共著という形（マルチタイプ）をとるものが目立ってきている（例えば「放送における自由」<sup>(注3)</sup>、「テレビとその視聴者」<sup>(注4)</sup>、「規制緩和と商業テレビの将来」<sup>(注5)</sup>など）。これらはいわば同一の研究対象領域について経済学と非経済学の両分野がお互いに接近し合う学際的研究のあらわれとも考えられ、放送の転換期の諸問題をめぐる知的営為が一段と熱をおびてきている様子うかがわれる。非経済学者の、この種の新しい問題に対する関心は衰えを見せず、後でとりあげるように、J. G. プラムラー（英・リーズ大学テレビ研究センター所長、国際コミュニケーション学会会長）なども次々に新著をあらわしている（後述の「新しいテレビ市場における公共政策の役割」のほか「放送の財源—国際比較ハンドブック」等が近刊とのこと）。

経済学の分野とマスコミ論等の非経済学の分野とは放送研究に関しては同じ社会科学の中でも従来学際的研究が濃厚であったとはいええず、いわば二つの文化体系が研究上独立して動いていた観が否めなかった。この小稿では前著にひきつづいて、新秩序構築に向う転換期の中で、放送研究の新しい観点として登場した、放送の社会的あるいは経済的要素をめぐる経済学、非経済学双方の分野からの研究文献例を吟味したささやかな結果を報告し、これからの放送研究の方向の一つを改めて考える一助としたい。

放送の社会的ないし経済的分析の問題領域とそのアプローチの例はここでとりあげる以外にも多くのものがある。またここで扱った問題についても別の接近方法が可能である。これらの追跡には継続的な研究が必要であり、この小稿はそのためのささやかな手がかりにすぎない。なお、本稿をまとめるにあたり尾上久雄先生（京都大学名誉教授）をはじめとする放送社会経済研究会の方々のご指導とご

表1 世界の放送年表 (1954~1989)

|      |   |   |
|------|---|---|
| 1954 | (米) NBC, CBS, カラーテレビ放送開始 (NTSC方式)<br>ユーロビジョン発足<br>(英) 商業テレビ導入のテレビジョン法制定, ITA (Independent Television Authority) 設立                    | (英), (西独) カラーテレビ本放送開始 (PAL方式)<br>(ソ), (仏) カラーテレビ本放送開始 (SECAM方式)   |
| 1955 | (英) 商業テレビ, ロンドンで放送開始<br>(北朝鮮) 朝鮮中央放送委員会, ラジオ放送開始<br>(タイ) テレビ放送開始  | 1968 ユーロビジョン, ニュース素材の交換開始<br>(米) CPB (Corporation for Public Broadcasting) 設立<br>(米) FCC, 有料テレビ放送の実験を認可   |
| 1956 | (米) アンベックス社, VTRを開発<br>(豪) テレビ本放送開始   | 1969 (米) アポロ11号, 月面から宇宙中継 (7月21日)<br>(米) Public Broadcastingのテレビ全国ネットワーク PBS 設立 (「セサミストリート」放送開始)  |
| 1957 | (英) テレビ学校放送開始<br>第1回アジア地域放送会議開催 (7月, 東京)  | 1970 (米) FCC, 国内通信衛星システムの建設決定   |
| 1958 | (中) 北京テレビ局, 本放送開始<br>(米) 通信実験衛星スコア打ち上げ<br>(独) FMステレオ実験放送開始  | 1971 (米) 紙巻きたばこの広告放送, 法律で全面禁止<br>(英) 公開大学, BBCのラジオ・テレビで授業開始<br>(英) BBCとITA, それぞれ番組苦情処理委員会を設置  |
| 1960 | ローマオリンピック実況をユーロビジョンで中継<br>(米) 大統領選でケネディとニクソン, テレビ討論   | 1972 (中) ニクソン米大統領の中国訪問を衛星中継<br>(英) 商業ローカルラジオ導入のためのラジオ法施行, ITAはIBA (Independent Broadcasting Authority) に改組<br>(加) 国内通信衛星アニク1号打ち上げ   |
| 1961 | (韓) KBS, テレビ放送開始  | 1973 石油ショックによるエネルギー危機で世界各国で放送時間の短縮・削減続く<br>(韓) 新放送法により国営放送は公共企業体の韓国放送公社 (KBS) に改組   |
| 1962 | (ソ) 受信料制度廃止<br>(米) テルスター1号通信衛星により初の米欧間テレビ中継   | 1974 (伊) 憲法裁判所, イタリア放送協会 (RAI) の放送独占は違憲と判決<br>(仏) 新放送法施行, ORTFは7事業体に分割 (75年1月発足)<br>(豪) 政府, ABCの受信許可料制度廃止<br>長波・中波放送に関する国際会議 (~1975) で中波チャンネル間隔を9kHzに統一<br>(仏・西独) 両国共同開発の実験通信衛星シンフォニー打ち上げ (12月) |
| 1963 | (西独) 第2ドイツ・テレビジョン協会, 放送開始   | 1975 (豪) カラーテレビ本放送開始 (PAL方式)<br>(米) 3大ネットワーク, ファミリーアワー制定<br>(暴力・性描写の自粛)   |
| 1964 | (仏) 新放送法施行, 1945年からの国営放送 RTFは公共企業体 ORTFに改組<br>アジア放送連合 (ABU) 設立 (現アジア太平洋放送連合)  | 1976 (印) インド国営テレビ (DDI) 発足 (4月)<br>(インドネシア) 国内通信衛星パラパ1号打  |
| 1965 | ヨーロッパ会議 (7か国) で海賊放送禁止法制定を決議<br>(米) レインジャー9号, 月面のテレビ中継成功<br>(米) 初の商業通信衛星インテルサット1号打ち上げ<br>(ソ) 通信衛星モルニア1号打ち上げ<br>(英) 商業テレビ, 紙巻きたばこの広告を中止 |   |
| 1966 | (カンボジア), (南ベトナム) テレビ本放送開始<br>(加) カラーテレビ本放送開始 (NTSC方式)   |   |
| 1967 | 5大陸14か国を4衛星で結ぶ「われらの世界」世界同時中継に成功 (24か国で放送)   |   |

|      |  |      |   |
|------|--|------|---|
|      | <p>ち上げ（7月）</p> <p>（ソ）極北・シベリア向けDBSサービス用エクラン衛星打ち上げ（10月）</p> <p>（英）テレテキスト（シーファクス）本放送開始（11月）</p>   |      |   |
| 1977 | <p>放送衛星に関する国際会議（WARC-BS）で放送衛星の業務運営・周波数割り当て決定（日本に8チャンネル割り当て）</p>  |      |   |
| 1978 | <p>第20回ユネスコ総会（パリ）、「マスメディア宣言」採択（10月）</p>  | 1985 | <p>アラブ衛星通信機構の地域通信衛星アラブサット打ち上げ（2月）</p> <p>ブラジル国内通信衛星ブラジルサット打ち上げ（2月）</p> <p>（米）放送企業の大規模買収相次ぐ</p> <p>（豪）多目的通信衛星オーサット1号（8月28日）、2号（11月27日）打ち上げ</p>   |
| 1979 | <p>（中）「テレビ大学」放送開始（2月）</p>  | 1986 | <p>（仏）初の商業テレビ「ラ・サンク」とTV6（現在のM6）放送開始（2月～3月）</p> <p>（仏）新放送法成立（9月）、放送行政の管理機関CNCL設置（11月）などの改革実施</p> <p>（中）「衛星教育テレビ」開始（10月1日）</p> <p>（独）連邦憲法裁判所、民間放送導入を合憲と裁定（11月6日）</p> <p>（英）衛星放送の免許はBSB（British Satellite Broadcasting）社が取得（12月11日）</p>            |
| 1980 | <p>コミュニケーション問題研究国際委員会（マクブライド委員会）、最終報告書をユネスコへ提出（2月）</p> <p>（西独）テレテキスト全国向けサービス実験およびビデオテックス実験開始（ともに6月）</p> <p>（米）ケーブル・ニュース・ネットワーク（CNN）サービス開始（6月）</p> <p>（韓）新聞・通信社、放送機関の再編成により、KBS, MBC, CBS, の三つに整理統合（12月）</p>  | 1987 | <p>（ベルギー）オランダ語と仏語の両地域に各1系統の商業テレビを認める法律が成立（1月）</p> <p>（独）民間放送の導入などを定めた放送制度の再編成に関する州間協定成立（3月12日）（12月1日発効）</p> <p>（仏）公共テレビTF1を民営化（4月）</p> <p>（独）放送衛星TV-SAT打ち上げ（11月20日）、故障のため放棄</p>   |
| 1981 | <p>（仏）非合法「自由ラジオ」を私営ローカルラジオとして認める法律を施行（11月）</p>   | 1988 | <p>（仏）TDF1衛星打ち上げ成功（10月）</p> <p>（英）政府、放送白書を発表（11月）</p> <p>（ル）中出力放送衛星アストラ打ち上げ（12月）</p>  |
| 1982 | <p>（仏）新放送法制定（7月）、公共放送独占を廃し、漸進的に民放導入へ</p> <p>（英）民放テレビ「チャンネル4」が放送開始（11月）</p>   | 1989 | <p>（仏）新放送法公布、放送に関する新行政機関CSA発足（1月）</p> <p>アストラ衛星、欧州初の衛星放送開始（2月）ヨーロッパ会議、国境を越えるテレビ放送に関する協約を採択（3月）</p> <p>ヨーロッパの4放送衛星（Tele-X-スウェーデン、オリンパス-ESA、TV-SAT2-西ドイツ、BSBマルコポーロ-イギリス）打ち上げ（4月～8月）</p> <p>国境を越えるテレビでECが指令を採択（10月）</p> <p>（英）政府、新放送法案を提出（12月）</p> |
| 1983 | <p>（インドネシア）国内通信衛星パラバB1打ち上げ（6月）</p> <p>ユーテルサット、欧州通信衛星ECS1打ち上げ（6月）</p> <p>（印）多目的実用衛星インサット1B打ち上げ（8月）</p>  |      |   |
| 1984 | <p>（西独）都市型CATV実験開始、同時に西独初の民放発足（1月）</p> <p>（中）実験用国内通信衛星打ち上げ（4月）</p> <p>（英）ケーブル・放送法成立（7月26日）、ケーブル・オーソリティを設立（8月14日）</p> <p>（伊）ベルルスコーニ、3大民間テレビ系列を傘下に収める（8月）</p> <p>（仏）国内通信衛星テレコム1打ち上げ（8月）</p> <p>（仏）欧州初の地上系有料テレビ「カナル・プラス」発足（11月）</p> <p>（西独）西ドイツ各州で新放送法・メディア</p> |      | <p>法成立（～1985）</p> <p>「データブック世界の放送1990」NHK編'90.9から</p>   |

協力を得たことに感謝したい。

## 1 放送の社会的、経済的分析にかかわる研究の促進要因

本論に入る前に、何故現在放送の社会的あるいは経済的要素をめぐる研究が促進されつつあるのか、密接な関連があると思われる要因を、経済学的分析と非経済学的分析の二つに分けて整理しておきたい。

### (1) 放送の経済学的分析の促進要因

さまざまな要因が多様な形で結合し、複合的なものと思われるが、前著では作業的な試みとして次のように大きく2分してみた。この分類は今でも有効のように考えられる。

#### ① 内発的（理論的）要因

他の産業にない放送産業の特徴など、経済学者の理論的関心を喚起する要因

#### ② 外発的（現在の）要因

「はじめに」でのべたような現代的状況の変化からくる要因

以下前著での分析要旨とその後の主な動向をあわせてまとめてみると次のようになる。

#### ① 内発的（理論的）要因

放送に関する諸問題を経済学の立場から研究しようとする動きは実は今に始まったことではない。例えば1950年には、現在シカゴ大学の経済学者として著名な R. H コース教授（当時ロンドン大学経済学助教授）があらわした「イギリスの放送—独占の研究」などが有名である。またアメリカではとくに、'50～'70年代にかけて活発な展開がみられる<sup>(註6)</sup>。前著で紹介したベイツは、放送の問題に何故経済学者が注目するのかその理由を、放送の公共性から由来する政府等の規制を土地の借用にかかわる地代の問題になぞらえて次のようにいっている。「第1に放送がきびしい規制産業であるが故に、規制に起因する特殊な地代の問題、つまり番組編成に関する公共財

としての規制に伴う社会厚生上の意味を含む」からである。また第二に放送が「二重の財」を含むからである。放送産業は「番組編成という一つの有形な生産物を生産する。次にそれは1分当りの視聴者のアクセスというもう一つの無形の生産物と交換される。ついで収入を生み出すために、この視聴者に対するアクセスが売りに出される。<sup>出典(註6)</sup>」

こうした指摘は研究対象のきわだった特徴が学問的関心をひき出した例とみられ、内発的、理論的要因とよべるであろう。ベイツの論文は'87年に発表されたが、こうした理論的関心はその後一面では放送をもっぱら文化的問題として扱うというアプローチへの、経済学者からの批判という形でもあらわれるようになった。例えば次章で紹介する「テレビの経済学—イギリスの事例」(1988)の著者らは、これまでイギリスでとられてきた、主として文化主義的立場からのみ放送を扱うというアプローチを「文化主義者の偏向」(culturalist bias)と批判し、次のように述べている。「文化的エリートは……放送政策を経済分析の俗物的な影響からは自由なものとみることを自己の職務と考えている。しかし、すべての文化的生産と消費はかなりな程度希少資源の配分と利用に依存し、それによって規定される。経済学の専門家が自らに問うものこそ、この資源はいかなる過程で配分されるべきかという問題である。」<sup>(註7)</sup>

#### ② 外発的（現代的）要因

これにもさまざまなものが考えられるが例示すれば次のようになる。

ア 技術的要因……放送の経済学的研究に直接与えた影響としては、英のBBC（公共放送）の財源方策を検討したピーコックリポート（1986<sup>(註8)</sup>）にあらわれているように、放送サービスの供給者と消費者を直結せしめて「視聴者主権による市場原理」を「はじめて放送の世界でも成立させた唯一の契機」で

ある光ファイバーネットワーク技術実用化の例があげられる。こうした放送サービスの需給関係を直結できる技術は光ファイバーのみならず、例えばスクランブル方式（テレビ映像の同期信号などをくずして、それを回復する装置がなければ正常な番組を視聴できなくする技術）を利用して、日本でも近く本格的なサービスが始まる有料契約放送（「日本衛星放送—JSB」や「衛星デジタル音楽放送—SDAB」などによる）などがあげられる。番組あたり、チャンネルあたりの有料視聴を可能にする新技術の展開は、この種の技術的要因の強化を予想させるものであろう。

イ 経済的要因……技術的要因とも関連が深い。「放送の経済的拡大の推進力は技術革新への投資に熱心な経済的関心である」（ホフマン＝リーム、<sup>出典（注1）</sup>）という言葉の通り、新技術実用化への投資効果を最大にするため、市場分析などの経済学的なアプローチが進められるのはよくみられる所である。こうした動向はまた一国の経済活動の重点がしだいに第三次産業への傾斜を深くしていくマクロな産業構造の変動ともかかわっていよう。経済のソフト化・サービス化、情報化の動きは当然ながら市場競争原理に基づいて展開されている。情報産業の有力な分野の一つとしての放送産業もこうした流れの中に組み込まれつつあるものとみることができよう。

ウ 政治的要因……ピーコックリポートについては「報告が主張する市場原理は、民間資金の活用や公共事業の民営化を主張するサッチャー政権の政治姿勢と基本的に合致する思想である」との指摘がある（西谷茂—NHK 放送文化調査研究年報 No.32）。こうした指摘はいわば放送政策が産業政策の一環とし位置づけられつつあることを示唆していよう。このような政治的要因は前述したような市場の国際化の動きなどとも結びつき、さらに力を増しているようである。

エ 制度的要因……放送政策を産業政策と

してとらえ直すことは制度的要因の形成につながる面もある。ホフマン＝リームは、経済的関心が「伝統的な公共放送独占体制を打破したいという欲望を政治的に刺激するという目標を追加することがある」<sup>（出典、注1）</sup>とのべている。ピーコックリポートのような財政学者による経済学的分析が求められたのもこうした背景による所が大きいと思われる。また制度的に西側諸国が規制緩和政策を打ち出したのも、ダイソンらの指摘のように国益の増大という産業振興の目的のためとみられている。

オ 社会的要因……放送に対する根強い批判の一つは、放送局と視聴者の間のつながりが一方的で、後者の意向が前者に十分反映されないというものであった。1977年にイギリスの放送制度改革案を提起したアナン委員会は「パブリックアカウントビリティ」（視聴者に放送局が自己の行動を説明する責務）を強調し、放送世論調査委員会等の設置を勧告した（村井仁 NHK 放送文化調査研究年報 No.24）。このいわばサービスの需給間の不均衡という問題は、昔から経済学が得意な領域の一つであった。そのためこうした放送局の活動と視聴者の意向、評価との関係にかかわる問題は経済学的分析にもっともよく適合するものの一つであり、事実後述の英・IBAのテレビ放送の費用便益分析など多くの研究がみられる。

以上前著でも指摘したこれら5要因のほか、新たに次の二つの要因を追加することができる。

カ 文化的要因……ピーコック委員会などで放送の財源政策にかかわる検討が進む中で、財源と放送の社会性、文化性とかかわる番組編成や個別番組の品質との関連が注目を集めることになった。ロンドンスクールオブエコノミクス（LSE）のノシターは「混合経済としてのイギリスのテレビ」という報告書をピーコック委員会に送り、その中でBBCにおける財政上の変化が番組の種類（又は範

囲)と質に与える影響を論じている<sup>(註9)</sup>。また、イギリス商業放送改革法の中でも商業放送と、割り当て衛星放送電波の免許にさいし、番組の質の審査が重視されている。さらに番組の国際貿易の展開につれて、輸入番組に含まれる番組制作国の価値観の他国への影響と経済的利益との対立、即ち文化と経済のかかわりを論じる研究もあらわれている(次章コリンズらの論文参照)。

キ 国際的要因……衛星等番組伝搬技術の発達のために放送がますます国境をこえている。ECは1984年にグリーンペーパー「国境のないテレビジョン」を採択し、その中で「放送は主として経済活動である」旨をのべている。放送市場の国際化は後述のとおり、さまざまな経済学的接近をよんでいる(次章ワイルドマンらの論文等参照)。

放送の経済学的分析を促進する要因としてはほかにさまざまなものが考えられよう。また内発的要因と外発的要因の間の関連も指摘できよう。規制緩和、市場競争原理重視等の国際的動向は経済学説史研究の観点からは、いわば新古典派経済学理論の台頭とみることもできるであろう。ともあれこうした現代的、外発的要因と理論的、内発的要因とが相互にからみ合いながら放送の経済学的分析を進行させているのであろう。このことは、次にのべる非経済学的な分野からの研究促進要因についてもあてはまるのではあるまいか。

## (2) 放送の経済的要素にかかわる非経済学的分野からの研究促進要因

ここでも内発的、外発的、二つの要因が区別できそうである。即ち内発的要因としては、これまでの文献のあらわれ方の中には、経済学の立場からのアプローチに触発されるという形の理論的要因をうかがわせるものがある。例えば前出のピーコック委員会('85年設置)は視聴者主権に基づく高度に発達した市場原理で運営される放送システムの実現を構想し

た。しかしその検討過程では、J. G. ブラムラーらは、「公共放送の必須の機能は市場原理が要請する視聴者を極大化するような戦略には完全に依存すべきではない」とする意見を'86年に出している<sup>(註10)</sup>。さらにアメリカではピーコックレポートに先立つ'82年に、前連邦通信委員会(FCC)フアウラー委員長らは、周波数帯の自由な譲渡制など放送事業に大幅な自由市場原理を導入すべきだとする論文を発表した<sup>(註11)</sup>。この主張に対しては日本の放送問題総合研究会が「市場機構が果たして国民の知る権利を十分保障しうるものであるか否か、最大の問題点はここにある」(同研究会報告書)と批判を加えている('88年)。

もう一つの外発的要因については、放送の経済的、商業的要素の重視という現代的状況の変化そのものに注目したものがある。いわば現代的要因で、例えば前出の公法学者ホフマン＝リームの論文があげられる。彼は「法、政治とニューメディアー放送規制の諸傾向」という論文('86年)の中で、民放方式の採用やヨーロッパ共通市場の実現をめざすEC法制の動きなどから、放送政策と法規の枠組に経済第一主義に基づく転換の徴候がみられることを批判的に指摘している。その主な例は次の通りである。

㊦ 「信託モデル」(放送は社会の信託を受けて社会的利益のすべてを考慮に入れ、調和ある番組編成を行なうべきだとする政策モデル)から「市場モデル」(番組は利潤最大化のために編成され、何が満されるべきニーズかは市場の力が決定するとする政策モデル)への転換

㊧ 放送システムの「文化的法制化」政策(放送の政治的、文化的意義を第1に考える政策)から「経済的法制化」政策(放送のもたらす経済的利益を第1に考える政策)への転換

㊨ 「コミュニケーションの自由」政策

(自由にコミュニケーションする権利を何よりも尊重する政策)から「放送企業家精神の自由」政策(経済的自由の権利としての商業的コミュニケーションビジネスの自由を第1に尊重する政策)への転換

以上の例にはいずれも、放送における商業的要素の拡大などの状況変化に対する、非経済学者の多分に批判的な関心がうかがわれよう。

## 2 放送の社会的、経済的分析に関する文献の事例研究

前著では収集論文の中から主要なものを次の4項目に分けて紹介、分析を試みた。

(1) 理論モデルによる経済的分析……ベイツの「放送経済学における理論の役割—概観と展望」<sup>(出典、注6)</sup>

(2) 放送の規制に関する研究……ファウラーらの「放送規制への市場アプローチ」<sup>(同、注11)</sup>

(3) 公共放送サービスをめぐる問題……上記ファウラーらの論文のほかブラムラーらの「放送の財源と番組の質—国際比較による検討」<sup>(同、注10)</sup>、オーウェンらの「番組選択の諸理論」<sup>(注12)</sup>

(4) 放送に関する経済的評価の問題……オーウェンらの「公共テレビジョン」<sup>(注13)</sup>、ベーゼンら「テレビネットワークの構造と行動に関する規制の評価基準」<sup>(注14)</sup>、CSPインターナショナル研究報告書<sup>(注15)</sup>

今回はその後の収集論文の中から重要なものを次の4つに分けて紹介、分析してみたい。

- (1) 放送の経済学的アプローチについて
- (2) テレビ放送の費用便益分析
- (3) 放送番組市場の国際貿易に関する研究
- (4) 経済的要素拡大下におけるテレビのための公共政策研究

### (1) 放送の経済学的アプローチについて

#### ① 放送サービスの経済的特質の分析

1988年に出た「テレビの経済学—イギリスの事例」(共著者はロンドン理工科大学メディア研究室上級講師のR. コリンズ, コミュニケーションと情報研究センター所長のN. ガーナム, 同センター経済学研究助教授のG. ロックスリイ)に、「放送」の経済学的な扱い方の一例がのべられている。まず著者が注目するのは放送サービスに含まれる経済的特質で、放送番組の「非物質性」(放送の価値は電波やVCRなどの物質的な手段(メディア)にあるのではなくて、それが運ぶ非物質的な番組内容にある)と「新規性」(しかもその価値は内容(メッセージ)の新しさにある)、それに「公共財性」(1人の番組視聴は他の人の視聴と非競合的、非排除的(共同消費的)である)の三つをあげている。最後の「公共財性」があるが故に、電波のカパレイジ内では顧客(視聴者)が1人追加されても生産(番組制作)費用は増加しないという、いわゆる「規模の経済」が働くこと。また通常では番組視聴が直接の支払い行為と結びつかず、従って市場メカニズムが十分機能しないことを指摘して、そこに政府が介入する根拠を認めている。さらに放送産業の文化産業としての特質を論じて、この規模の経済が働くことで、放送産業は顧客1人あたりの費用の低下分を供給費用の引き下げに結びつけて市場規模の拡大を図り、それによって好ましい需要と供給増加の良循環が期待できる。これは出版など文化産業一般がもつ特質であるが、放送産業にはこの特質が特に目立つと指摘している。また1人あたりの番組視聴コストが極端に低いこともあって、放送産業は番組の「新規性」など価格以外の所で競争せざるをえない「非価格競争」の形をとる、そして絶えざる新規番組の制作費のほかに広告や顧客サービスなどの費用等が伴うので、放送産業は常にコスト上昇圧力を内部に包含す

ることになる。とものべている。また著者は非文化産業とは異なり、放送産業で生産とよびうるものはこの番組の新規性を生み出す活動即ち「研究開発」であること。そして顧客からの新しい需要に常に反応せざるをえないため、供給製品（番組）がうまく需要に適合するかどうか絶えず不確実な状況におかれているので、放送産業の分析にはむしろ不確実性の経済学で扱われるモデルがよりよく適合すること。またそのため放送産業は、いわゆる番組の総合編成の名のもとに、さまざまな種目の番組を供給してその間の内部相互補助効果を狙う、「範囲の経済」を追求する必要にせまられるとしている。<sup>(出典、注7等)</sup>

## ② 放送サービスの経済的特質と規制根拠

以上がコリンズらの論文の骨子であるが、これらの論点のうちには、これまで放送研究が扱ってきた論点と重要ななかわりをもつと思われるものが含まれている。なかでも大きいのが放送の公共性の論拠をめぐる問題である。具体例で考えてみると前著でも指摘しておいたが、通常の電波にスクランブルをかけた有料テレビサービスのように、技術的に非排除性を解消した放送サービスでも公共財としての性格が残るかどうかという問題があげられる。スタンフォード大学のオーウェンらは非競争性（共同消費性）が残る限り「番組は依然として公共財である」。同一カバレッジ内では無料であるのにもそれが有料テレビ方式で送られ、追加的に課金することで、ある人々を排除するとしたら「社会は費用のかからないある便益を失ったことになる」<sup>(出典、注12)</sup>とのべている。つまりオーウェンらは技術的に非排除性がなくなっても、公共財のもう一つの特徴である共同消費性（非競争性）が番組に残る限り、そのサービスは公共財としての性格を失わないと主張しているのである。事実連邦通信委員会（FCC）でも'75年から'87年までは地上のテレビ局による有料

サービスを、「使用する技術に関係なく、マスオーディエンスにアピールするよう企画、制作されたテレビ番組の送信」が「公衆によって直接に受信されることを意図」しているという、いわば「番組内容に基礎をおくアプローチ」によって「放送」として認可してきた。しかし'87年に至ってFCCはこれを否定し、有料テレビはスクランブルなど「非加入者による利用を阻止するための通信技術を使っている」ので「公衆によって直接受信されることを意図していない」として、「放送」から除外する「技術に基礎をおくアプローチ」に変更する判断を示した。つまりFCCは'75年の判断とは逆に、いわば放送の「非競争性」の有無から「非排除性」の有無に、そのサービスが「放送」か否かの判断の重点を移行させたとみることができる。<sup>(注16)</sup>

この判断には市民グループなどから訴訟がおきたが、コロンビア特別区連邦裁判所は'88年6月この判断を支持する判決を下し、つづいて最高裁判所も原告側の、「知る権利」を侵す違憲判決ではないかとの上告をしりぞけ、FCCの判断は通信法の恣意的な解釈ではないとする判断を示したと伝えられる。最高裁が違憲かどうかの判断をさけたことから、放送界、市民側では議員立法その他による対抗措置を講じようとする動きがあり、事態はなお流動的であるという。

多種多様な放送メディアの特性と規制の濃淡とのかかわりについては、日本でも1987年の郵政省放送政策懇談会の報告以来、文字放送について規制の弾力化が図られるなど両者を関連づける政策が推進されるようになった。また1990年2月の郵政省「放送の公共性に関する調査研究会議報告」でも「多様なメディアが出現している現下の状況に鑑みると、この視点からの規律の在り方の検討が必要である」とされており、今後もさまざまな形でメディア特性と規制の関連について検討が進むことが予想される。放送の経済学的研究の分

野にも、アメリカにおけるような「放送」概念の再定義と関連して、もともと共同消費性、非排除性を有する放送サービスが特別に有料化されることなどによって生じる社会厚生上の問題等について、厚生経済学等の立場からさらに突っ込んだ研究を進めていく必要が生じつつあるものと思われる。

### ③ 「番組重複」の社会的費用

もう一つ触れておきたいのが放送サービスにおける「市場メカニズムの失敗」とかかわる問題である。この「失敗」とは公衆に供給されるべき番組を市場に全面的に委ねた場合には、教育、教養番組などある種の番組の過少供給と同時に、娯楽番組等大多数の視聴者が好む番組についての過大供給が起りうることを意味していよう。すでにホテリングはその古典的論文(1929)において、少数の企業が一つ以上の次元において互いに相違するある財ないしサービスの供給に関して競争する場合には、その財の属性についての過度の密集ないし重複が生じるだろうといういわゆる「最小差別化の原理」を主張していた<sup>(註17)</sup>。前記のオーウェンらもこのような番組重複は社会にとっての資源の浪費であり、一種の「社会的費用」とみている<sup>(出典、註12)</sup>。放送メディアの多様化が進んでも、同時に放送の商業化、寡占化が深まれば、現在以上に番組重複が激しくなるにちがいない。重複に伴う社会的費用の定量的測定手法の開発が必要となるゆえんである。

なお、番組の過少供給、過大供給問題を回避するには、放送法が定めた報道、教育、教養、娯楽、各番組の調和ある編成原則の規定が役立つとみられ、市場の失敗への具体的な政府介入と考えることができる。しかしこの規定は先年の法改正によって民放の中波放送、超短波放送には適用されなくなった。コリンズらの立場からすれば、視聴者利益を考えた政府規制から市場的利益を考えた自由放任へ

の政策転換とみられなくもあるまい。この問題は、メディアの商業的特性と規律根拠たる社会的影響力の濃淡との関連を含むという意味で、法、制度面からのアプローチと経済学からのアプローチが交錯する研究領域に属する問題とも思われる。アメリカではこのような「法律学と経済学の学際的領域」を扱う「Law and Economics」(法と経済学)研究が進んでいるときが<sup>(註18)</sup>、日本にもこうした研究が放送の分野でも進展することを期待したい。

## (2) テレビ放送の費用便益分析

### 〈費用便益分析の考え方〉

経済学には周知のとおり、人々がお金を払ってまで商品やサービスを入手しようとするのは、そこに一定の効用を認めているからだとする学説(限界効用学派)がある。効用とは簡単にいって満足程度のことで、この学派では「消費者主権」の立場に立って社会全体の効用は、社会を構成する各個人の効用の合計であらわされると考えている。

この効用の大きさを測定するのに「消費者余剰」という考え方がある。これは消費者が商品やサービスなどを「なしですますよりは、むしろ支払うことを辞さない」と考える価格(これを支払容認価格~Willingness to Pay~WTPという)が、実際の支払価格(費用)を超える超過額で示される(marshall, A. Principles of Economics 1st ed 1890 chVI)。つまり人々が商品やサービスから得る純効用(「消費者の余剰満足」ともいう)を、この支払容認価格(WTP)で測定した満足の程度から費用をさしひいた分であらわすというわけである。

またヒックスはこのWTPの求め方とは別に、「すでに入手中のサービスなどが、価格上昇、経済統制その他の理由で入手できなくなるのであれば、いくらお金を払ってもらわねばならないと思うか」などと尋ねる方法を

提起した (Hicks, J. R., Value and Capital 1939 chII-Compensating Variation)。一方20世紀初頭アメリカでは水路改良等の公共投資評価手法としてコスト・ベネフィット分析 (CBA) が生まれた。ここに「消費者余剰」概念がとり入れられ、具体的な測定方法の開発が進んだ。ここではコストは原理的にはいわゆる機会費用の考え方で当該事業の実施がなければ、その利用資源を使って得られたであろうような便益の大きさによって測定する。しかしこれを実際に計算するのは困難なので、効用学派が当初効用測定の尺度とした支払い貨幣額等その事業に関する直接間接の費用を計算することで示すことがある。

① イギリスにおける放送の費用便益分析  
こうした費用便益分析の考え方を放送にあてはめて分析を試みたのが経済学者のプラッテンとワイルズである。ワイルズは放送番組の多様性と異なる番組編成行動をとる四つの放送機関との最適な関係を、番組 WTP と視聴率に仮の値を入れて両者の積をとり、その合計を比較することで求めようとした<sup>(注19)</sup>。またプラッテンは一番組あたりの平均 WTP の仮定値と現実の視聴率調査結果の積から、英のテレビ放送の年間便益を試算している<sup>(注20)</sup>。さらに最近では英・内務省の委託を受けた CSP インターナショナル (コンサルタント会社) が、費用便益分析の考え方と方法は「視聴者が放送から引き出す満足进行评估することが中心で、放送が文化的同一性の維持や政治的参加に占める役割…などの評価は補足的にしか把握できないなどの限界がある。」しかし「すべてを考慮した結果、我々は厚生経済学がテレビの財源調達方法の変更に関する賛否両論を比較衡量するための最も満足いく定量的技術を提供すると信じる」と評価し、採用している<sup>(出典、注15)</sup>。便益推計の基礎となる WTP には、所得水準の差を反映するように構成された84人の回答者による BBC と

ITV (民放) に対する WTP 評価調査 (サンプル数が僅かだが、これは「統計的な信頼性を得るためでなく、消費者の選好に関する深い洞察を得るため、とされている) 結果などいくつかの資料を利用している。CSP ではこれらの数字を使って人々が BBC 第1テレビの番組から受ける便益を、また費用については「BBC 第1テレビの家計あたりの費用」を受信許可料の45%にあたる約23ポンドとして計算している。そして人々が BBC 第1テレビから得る純便益を、ひとまず上記の便益額から費用をマイナスし、さらにその残額から、一部の人々が示した費用 (約23ポンド) 以下の WTP 額の合計をさし引いた額で示している。

今回新たに得た資料によると、IBA (インデペンデント放送協会) のウーバー博士は、英のテレビ放送の主要な番組タイプ (ニュース、軽娯楽、スポーツ、ドラマなど七つ) がそれぞれ代表されると思われる番組 (BBC, ITV, CH4) を計38番組選び、BARB (放送視聴者調査会社) の調査システムを利用して「もしこういった番組をなしですますとしたら、いくら払ってもらわねばならないか」(前記ヒックスの考え方によっている) を尋ね、延べ約5,600人の成人から回答を得た (1985)。この調査結果を分析して同博士は次のようにのべている。

② 各番組の値段をタイプ別に平均した価格と、別に調べた上記の番組タイプ別の週間視聴回数をかけると、1人あたりの週平均視聴価格は8.82ポンド、年間458ポンド、1世帯あたり1,000ポンド以下になる。

③ この研究は視聴価格の精密な合計額を求めることが目的ではない、しかし人々が認めているテレビの視聴価格は、年額58ポンドの受信許可料の何倍にも及んでいるという疑いのない事実が明らかになった。

④ 上記の結果は受信許可料が人々の享受している効用価値よりも非常に安いものと評

価されていることを示している<sup>(注2)</sup>。

⑦ テレビ放送の便益費用比率の試算

ウーバー博士はこうのべているが、調査した番組には民放の ITV などの番組も入っているの、費用との対比では受信許可料以外にテレビ広告料（民放に関する消費者＝視聴者の負担）や番組受信に要する費用（受信機購入など）を含める必要があるものと思われる。これらを合計した費用額と同博士が得た年間1人458ポンドを平均世帯構成人員2.9人（ただし、1987年の数値）にかけた便益額とを比べたのが表2である。その便益費用比率は10.2で、英の視聴者は年間でみると世帯平均で費用の10倍強の便益（効用、即ち満足）を得ていることになる。

④ 公共放送（BBC）と民間放送（ITV と CH 4）の便益費用比率の試算

ウーバー博士に調査の対象となった34番組について公共放送と民間放送の区別を尋ねてみたところ、公共放送（BBC）が7、民間放送（ITV、CH 4）が15、両方から放送されているもの、あるいは放送されうるものが計12番組であった。そこでこの12番組の評価額

の1/2を公共放送と民間放送の固有の評価値に加え、それぞれの合計を公共放送と民間放送の便益とした。これらの便益費用比率を試算したのが表3である。この表の特徴は、

④ 公共放送の便益費用比率（13.2）が民間放送（8.8）を上廻っている

⑤ 民間放送の便益費用比率（8.8）はテレビ放送全体（10.2）を下廻っている、などである

③ 日本についての分析

わが国でここ15年来テレビ放送の費用便益分析を研究しているのが、放送社会経済研究会（代表 尾上久雄京都大学名誉教授）である。同研究会ではウーバー博士の調査と同年の1985年に、静岡市民を対象に1週間のNHK総合と民放テレビ4局の個別番組（15分以上、全日）について、前記のマーシャルの考え方によって、視聴したことのある番組がホテルのコインテレビなどのお金を払わなければ見られないとしたら、いくら支払ってもよいと思うか」と尋ねる調査を行った（15才～69才の800人対象、配付回収法、

表2 イギリスのテレビ放送の便益費用比率（世帯平均一原則として1985年値）

| ①年間便益                                       | ②年間費用  | ③便益費用比率<br>(①÷②) | 備 考  |
|---|--|------------------|--|
| 1,328.2ポンド<br>(1人458ポンド×2.9人) <sup>注1</sup> | 129.8ポンド<br>次の費用の合計額÷<br>1,870万世帯 <sup>注2</sup><br>⑦テレビ広告費<br>13億7,600万ポンド <sup>注3</sup><br>④受信許可料収入のうち<br>のテレビ相当分<br>5億5,550万ポンド<br>②受信費用<br>4億9,590万ポンド <sup>注4</sup><br>合 計<br>24億2,740万ポンド | 10.2             | 注1 1987/88 の平均世帯人員<br>注2 1984/85 のテレビ受信契約数<br>注3 1985の値で「広告統計年鑑-1988」英広告協会による<br>注4 Social trends 19-英国中央統計事務所発行の1985年度の「テレビ、ビデオなどの家庭支出額」による |

有効回答率78.0%)。この評価値と同時に調査した番組の視聴回数をかけて、週間の視聴者1人あたりの平均便益は2,348.2円、年間12.2万円、世帯あたり(7才以上2.90人)では年間35.5万円という結果を得た。この便益値と費用に関する資料によって、全国のテレビ放送および公共放送と民間放送の便益費用比率の試算を試みた。この概要は表4、5の通りで、

① 全国のテレビ放送では費用の約7倍の便益(効用)となっている

② 公共放送では費用の11倍強、民間放送では約6倍の便益(効用)となっている<sup>(注22)</sup>。

なお、同研究会では1977年にも同じ静岡市で、同一の調査方法により調査している。この時も、テレビ放送全体の便益費用比率は8.5、NHK 11.2、民放7.5と'85年調査と似た傾向が示された。

#### ④ 日・英両国の分析の比較

日本とイギリスでは、上記のように質問の形式など調査方法に違いがあるにもかかわらず、これまでの所では同じような傾向がみられる。即ちテレビ放送全体の便益費用比率はいずれもかなり高く(ほぼ10倍と7倍)、またどちらも公共放送が民間放送を上廻っている。

表3 イギリスのテレビ放送における公共放送と民間放送の便益費用比率の比較

| 区 分                | ①年間の便益   | ② 年 間 の 費 用      |                  | ③便益費用比率<br>(①÷②) |      |
|--------------------|--|------------------|------------------|------------------|------|
|                    |  | 制作・放送費用          | 番組受信費用           |                  |      |
| 公共放送<br>(BBC)      | 105億1,845万ポンド<br>(週間1人平均3.73ポンド×<br>52週×2.9人×1,870万世帯) | 7億9,403万<br>ポンド  | 5億5,550万<br>ポンド  | 2億3,853万<br>ポンド  | 13.2 |
| 民間放送<br>(ITV, CH4) | 143億5,360万ポンド<br>(週間1人平均5.09ポンド×<br>52週×2.9人×1,870万世帯) | 16億3,337万<br>ポンド | 13億7,600万<br>ポンド | 2億5,737万<br>ポンド  | 8.8  |
| 合 計                | 248億7,205万ポンド  | 24億2,740万<br>ポンド | 19億3,150万<br>ポンド | 4億9,590万<br>ポンド  | 10.2 |

注1 公共放送と民間放送別の週間1人平均の視聴価値を試算するにはウーバー博士がしたようにそれぞれの週平均視聴回数がいくつかを調べる必要がある。しかし同博士はそれを調査していない。調査の対象となった34番組の値段を単純に合計すると9.75ポンドとなり、ウーバー博士が視聴回数とかけて得た8.82ポンドと0.93ポンドの差が生じる。このままでは、博士の計算と違いが生じることになる。そのため、次の様な調整を行って公共放送の1人週平均の視聴価値を3.73ポンド、民間放送を5.09と設定(計8.82ポンド)して便益計算の基礎とした。

①単純合計額の9.75ポンドの公共放送と民間放送の内訳を計算する(4.12ポンドと5.63ポンド)。

②この内訳の比率は42%と58%であるので、それを9.75ポンドと8.82ポンドの差0.93ポンドにかけて、公共放送分の差と民間放送分の差とした(0.39ポンドと0.54ポンド)。

③それぞれの値を①の公共放送と民間放送の内訳(4.12ポンドと5.63ポンド)からひくと、残りが3.73ポンドと5.09ポンドとなる。

注2 番組受信費用は公共放送と民間放送の視聴比率48.1%と51.9%(Broadcast誌による1985年の4月～9月の平均)によって配分した。

る。さらに民間放送はテレビ放送全体を下廻っているなど、日・英とも同一の傾向を示していることが注目されよう。

なお、日本の公共放送と民間放送の費用便益分析の研究例としては、他に慶応大学の丸尾直美教授を中心とする研究があり、そこでは分析の枠組を整理するとともに（「公共放送の財政基盤」—現代経済研究センター1984年）、両者の便益比較について次のように分

析している<sup>(注23)</sup>。

「1983年時点でNHKの平均視聴率は民放の平均視聴率の46.2%であるのに対してNHKが国民から徴収している受信料は民放の広告費の30.9%である事から、NHKの放送1単位当りの純ベネフィットが民放と同じであるとすると、NHKの方が国民の負担当りのベネフィットは大きいという事がいえる。」

表4 日本のテレビ放送の便益費用比率（1985）

| 区 分 | ①年間の便益 | ②年間の費用  |                      | ③便益費用比率<br>(①÷②) |
|-----|--------|---------|----------------------|------------------|
|     |        | 制作・放送費用 | 番組受信費用               |                  |
| 全 国 | 13.5兆円 | 1.97兆円  | 1兆2,525億円<br>7,175億円 | 6.9              |

注1 静岡市民の評価値が全国民の評価値と差がなければという仮定のもとに試算（NHK教育テレビと民放CMをのぞく、以下同じ）

注2 便益は上述の世帯あたりの評価値×37,980千世帯（'85年国勢調査値）

注3 費用はNHKの昭和60年度受信料収入決算額の60%（テレビ費用の相当額）と民放のテレビ広告収入の全額の合計（制作・放送費用）。番組受信費用は「家計調査年報」「電力需給の概要」などから世帯あたりのテレビ購入、修理、電気代をもとに試算

備考 有効回答者に次を質問している。

①番組の値段を考えたことがあるか

「考えたことがある」+「考えたことはないが考え方はよく分かる」が47.3%

②何を参考にして考えたか（複数回答）の上位4位

- 1位「NHKの受信料」 29.8%
- 2位「ホテルのコインテレビの値段」 20.8%
- 3位「週刊誌や本の値段」 17.2%
- 4位「新聞の値段」と「映画館や劇場の入場料」 16.7%

表5 全国の公共放送と民間放送の便益費用比率の比較（1985）

| 区 分 | ①年間の便益 | ②年間の費用    |                      | ③便益費用比率<br>(①÷②) |     |
|-----|--------|-----------|----------------------|------------------|-----|
|     |        | 制作・放送費用   | 番組受信費用               |                  |     |
| 全 国 | 公共放送   | 3兆9,015億円 | 4,390億円<br>2,022億円   | 2,368億円          | 8.9 |
|     | 民間放送   | 9兆5,985億円 | 1兆5,310億円<br>1兆503億円 | 4,807億円          | 6.3 |
|     | 合 計    | 13.5兆円    | 1.97兆円<br>1兆2,525兆円  | 7,175億円          | 6.9 |

注1 便益は週間便益に占める公共放送の便益の割合（28.9%）と民間放送の割合（71.1%）で全便益を配分

注2 費用のうち番組受信費用は総視聴時間に占める公共放送と民間放送の視聴時間の割合（'85年11月のNHK視聴率調査による33%と67%）で配分。制作・放送費用は表3と同じ考え方で試算。ただし民間放送の制作・放送費は電通「日本の広告費」による。

⑤ 世論調査方式による WTP 測定アプローチの特質と課題

以上見た通り、日英両国でテレビ放送の支払容認価格 (WTP) を世論調査方式で求めようとする研究が進んでいる。つい最近でも英のコミュニケーション研究者として知られるエーレンバーグらが前記 CSP の受託研究につづき、現行受信許可料額をもとにした WTP 調査を行って、BBC テレビの有料方式化に関する諸条件を分析している (Andrew Ehrenberg & Pam Mills *Viewers' Willingness to Pay* International Thomson Business Publishing, 1990)。

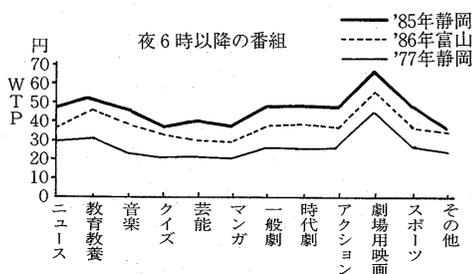
さてこのような、世論調査方式によってテレビサービスに対する WTP を求める方法にはどのような特質と課題が認められるであろうか。

a) 特質

図1は、放送社会経済研究会が行った3回の WTP 調査 (うち1回は '86年富山市で午後6時以降の番組について静岡市の調査と同様の方法で行われた) 結果を12の番組種目別に整理したものである (出典、注22)。ここで特徴的なことは、

⑦ 劇場用映画など視聴率も WTP も高い種目もある。しかし芸能番組などの高視聴率番組と教育教養番組などの低視聴率番組の

図1 番組種目別WTPの平均値(3回比較)



注) '77と'85では家計支出が上昇  
'85と'86では反復視聴率 (連続ドラマなどを2回以上見る比率) に差  
WTP調査 ('77.2, '85.2, '86.8) 結果による

WTP を比べると、前者よりも後者の方が高いことが3回の調査を通じてみられる。こうした点からすると、WTP を世論調査方式でとらえる方法には、通常の視聴率調査ではとらえがたい視聴者の反応をつかみうる可能性があるといえよう。

④ WTP 調査のさいの質問文は前記のとおり、「もしお金を払わなければ見られないとしたら、いくら支払ってもよいと思うか」という仮定の表現をとっている。通常、世論調査での仮定の質問は、その時期、内容によって人々の回答が変化しやすいことが知られている。しかし、図1をみるとこれまでの3回の調査でみる限りはいづれもそれぞれの WTP のカーブは、お互いに交差したりデコボコにならず、ほぼ同じ型を作って上下しており、視聴者の反応がわりに安定している様子がうかがわれよう。

これは多分、質問は仮定の形をとっているが、質問の対象がテレビ番組というきわめて身近かに親しんでいるものであること。また表4の「備考」に示した通り、WTP の金額の決定にあたって、映画館の入場料など日常にある現実の情報価格を参考にしているためとも考えられる。

⑤ WTP を世論調査方式にのせてみることのひとつの利点は、WTP のほかに回答者の年齢、性別、学歴等の属性のみならず、学習意欲、テレビに対する一般的な意向等さまざまな質問を一緒に尋ねてみられることである。これらの結果にクロス集計、相関分析、数量化理論等の多次元解析などを加えることにより、WTP 評価の特質をやや構造的にとらえてみる事が可能となる。

表6はその一例で、富山市の調査をもとに WTP 評価 (ここでは個人別で月間の値) と属性、テレビ視聴行動・態度・評価、家計支出・自由時間等の経済、生活特性、学習意欲などとの関連を分析したものである (出典、注22)。

夕方6時以降の「一般番組」(NHK 総合と

民放テレビ)のWTP評価と関連が薄いのが、学歴、職業、家計支出などである。一方関連が深いのが、視聴時間、自由時間、それにテレビを他のことをあとまわしにしても優先的に見る態度、テレビがためになる、あるいはこの先もテレビは自分に必要だという評価(必要性)、さらに学習意欲や自動車免許などの資格保持等である。

こうした結果をみると、人々のテレビ番組に対する価値づけ(WTP)は、学歴、職業などの「獲得的(業績的)地位」や経済特性など、いわば個人の社会的条件に強くかかわるといふよりもむしろ、自由時間や視聴時間等のライフスタイルに、さらにはテレビの視聴態度や評価、それに学習への意欲、資格保持などの、いわば自己向上心とでもいえるような心理的、内面的諸条件に、より深くかかわっているという特質がうかがえよう。職業や学歴などと関連が薄いのは、テレビがこうした「地位」とは無関係に誰でも手の届くメディアであるという実態が反映されているのであろう。またテレビの評価などかかわりが深いのは、WTPもまた「意識された貨幣価値」という尺度による番組評価の性質を含むものだからであろう。

なお、テレビ評価の中の「必要性」との密接な関連は、WTP評価が現在のテレビの「楽しさ」、「有用性」のみならず将来にわたる効用認知を含んだものであるという意味で注目されてよい。

#### b) 課題

世論調査方式によるWTP値の入手についての第1の問題点は、番組ごとに設定する価格を変えると、WTPの総合計が変わってくるのではないかという懸念があることである。これを明らかにするためには、例えば映画館の入場料や新聞代などの日常的な情報価格に準拠して設定した質問と、それから著しく離れた質問とでは回答の出方にどの程度差がでてくるかなど、実験計画法の手法などで吟味

表6 個人別月間WTPの関連要因

|         | 一般番組<br>(夜6時以後) | 教育テレビ |
|---------|-----------------|-------|
| 属性      |                 |       |
| 性別      | +               | (+)   |
| 年齢      | (               | +     |
| 学歴      | (-)             | +     |
| 職業      | 0               | ?     |
| 経済特性    |                 |       |
| テレビ台数   | +               | 0     |
| ビデオ所有   | 0               | 0     |
| 家計支出    | 0               | (+)   |
| 自由時間    | ++              | 0     |
| 情報行動    |                 |       |
| テレビ視聴時間 | ++              | 0     |
| NHK志向   | 0               | ++    |
| 優先視聴    | ++              | 0     |
| 楽しむため   | 0               | --    |
| 次々見る    | +               | 0     |
| 専念視聴    | +               | 0     |
| 他の人と    | 0               | 0     |
| 評価      |                 |       |
| 楽しさ     | +               | 0     |
| 有用性     | ++              | +     |
| 必要性     | ++              | 0     |
| 満足度     | +               | -     |
| 学習      |                 |       |
| 意欲      | ++              | ++    |
| 資格所持    | ++              | ++    |

注) ++, +: プラスの相関  
 --, -: マイナスの相関  
 (+), (-): プラスの関係(有意ではない)  
 ), ( : 曲線相関  
 2変数間の関連の指標は kendall の Tb で有意性は危険率5%  
 第3回WTP調査(86.8)結果による

を深めていく必要があろう。

さらに回答者の所得水準によってWTPの実質的な価値づけが異なる(所得効果がある)という問題がある。個々のテレビの番組のWTPの場合は、所得効果が著しく出るような大きな金額で尋ねてみることは常識外ともいえようが、より厳密には所得水準によってウェイトをつけることも必要であろう。

もう一つの大きな問題点は、WTPを世論調査方式で求める方法から得られるものは、個別番組から各個人が入手する直接の効用(満足感)が中心であって、放送が政治的、社会的態度の形成や文化的同一性の維持などに果たす、より累積的で長期的な効用全体がとらえにくいということである。これは暴力番組の青少年に与える悪影響など、いわば放

送の社会的費用とみられる面の把握についても同様で、なかなか量化しにくい部分の費用便益測定手法を開発していく必要がある。アメリカにつづきオランダ・イギリスなどで発達しつつある広義の「社会的費用便益分析」では、例えば公団等の高速道路建設投資評価で、通行料収入と道路の建設、維持費用の差など、その事業体のみならず属する収支の差だけでなく、建設に伴う騒音等を社会的費用に、また移動時間の短縮化などの社会的なプラスの効果を社会的便益に含めているという。こうした広義の「社会的費用便益分析」の放送への応用には、経済学者のみならず、社会学者、社会心理学者、マスコミ論の専門家など非経済学の分野からの協力が必要であろう。

研究上の課題としてはこのほかにも、個別番組の視聴率が低い教育テレビや、WTPが質問しにくいと思われる民放CMの効用測定という問題もある。

しかし、これらの課題解決に積極的にとりくみ、必要な改善が施されていけば、一昔前に限界効用学派が主張したように、放送の「価値の起源」がどのような社会的、心理的条件に結びついているかなどがより詳しく分析できて、視聴者のWTP評価の合計が便益の総計を示すという放送の「主観的価値理論」がより強固になるとともに、費用便益分析応用の可能性がいっそう広がることが期待できよう。

### (3) 放送番組の国際貿易に関する研究

#### ① 民営化の影響

前述のように衛星の発達その他の技術的要因や規制緩和等の制度的要因とも結びついて、放送市場の国際化が進み、これに伴って番組の国際貿易に関する経済学的分析を扱う文献も多くなっている。その一例がアメリカの経済分析の専門家であるワイルドマンらの「ヨーロッパのテレビの民営化—国際番組市場に与える影響」<sup>(注24)</sup>である。これはタイト

ルが示す通り、ヨーロッパの番組市場における民営化の短期的、長期的影響を論じたものである。筆者はまず短期的影響として ①商業放送向け番組需要量の急増 ②これに伴う番組購入者間の競争の激化 ③番組価格の上昇をあげている。こうした変化から最大の利益をあげているのがアメリカの番組業界で、自国の大きな国内市場を利用して、高額の番組制作費用をも回収できるので、その後は巨大な英語圏国際市場に向けて安い価格で取り引きが可能になり、その結果国際番組貿易の世界で占めるアメリカの比重がもっとも高くなっていることを指摘している。しかし長期的影響としてはこうした短期的影響がどこまでもつづくというわけではなく、逆にヨーロッパ制作番組の割り合いが長期的には増加していくだろうと予測している。これにはラテンアメリカでの調査結果が引用されており、ヨーロッパにはさまざまな言語があるので、一般の視聴者は（かつての日本がそうであったように）最初は外国番組を歓迎するが、最終的には自国語番組の方を自然に好む傾向がある。またヨーロッパでは国際共同制作や自国産業保護の立場から番組輸入制限規制を強化する動きも一部に出ている。さらにより豊かなヨーロッパ主要諸国には、潜在的に商業放送産業を維持する能力が十分にあり、長期的には民営化はヨーロッパのテレビ産業のみならず、映画産業をも再び活性化させる契機となると予測している。

#### ② テレビ市場国際化の分析

先のコリンズらの「テレビの経済学」にも「テレビ番組市場の国際化」と題する長文の論文がある。彼らはまず古典的な貿易理論であるリカードの比較生産費説を引用し、アメリカを成功させた要因のうち英語という言語的要因や国内市場の大きさ等は「古典的な比較優位の特質として定義することができるだろう」<sup>(注25)</sup>とのべている。またカナダ、オー

オーストラリア等の英語圏諸国では、まだ不十分な発達段階にある国内の番組制作産業に対し、補助金政策をとっている（カナダでは一定の資格をもつプロダクションには番組制作費用の45%を補助している）。しかしカナダ政府からの受託調査結果によると、この公的援助が所得、税金、国際収支に与える効果はあまり高くない。従ってこの政策が支持されるのは次の2つの理由があるだけである。即ちそれが社会的、文化的便益のような正の外部効果がある時と、もし成熟したさいには将来国際的に競争できるほどの幼稚産業を保護育成する時であるとのべている。

さらにコリンズらはテレビ市場の国際化が当面する大きな問題の一つは、輸入番組がその制作国の言語や規範、価値観をも同時に他国へ輸入してしまうことである。これを著者は放送の文化性と番組貿易という経済性の追求との対立の問題としてとらえている。とりわけフランス語圏ではミッテラン社会主義政権によって「文化としてのフランス語圏」（La Francophonie）のプランが打ち出された。「国際的なテレビ番組の消費に対する文化的、道徳的、宗教的警告は、輸入された価値はその国の道徳的規範に対して悪い影響を与えるという考え方にに基づく保守的な警告である」（出典、注25）。テレビが国境をこえればこえるほど国家の主権と文化の独自性を保つことが困難になるので、政治、経済、文化の諸制度の再調和化が求められると著者はのべている。

③ 市場国際化にかかわる今後の研究課題  
試みに研究方法論上の課題と研究内容上の課題の二つに分けて考えてみたい、前者についてはまず何といっても国際市場にかかわる資料、データ類の整備であろう、コリンズらは例えばイギリスの番組貿易量についてOECDの数学と英国貿易産業省（DTI）の数字とに「不愉快なほど大きな差がある」との

べ、「この差はこれらの貿易および情報部門の貿易について一般的に入手可能なデータの不確実性の兆候でもある」と指摘している<sup>(出典、注25)</sup>。また番組には単なる交換と交易の二つがあるので、年が異なると同じ番組が貿易されたものの区分と貿易されないものの区分の間を移動するという難点がある。さらに映画の中にテレビ番組をあやまって分類したり、貿易報告の様式が事業体によってマチマチであったりすることがあるとのべている。著者のこの論文にはさまざまな図表類がその出典とともに収集されており、有益なものが多い。しかし番組の国際貿易が進展すればするほどこの分野の研究の発展にとって資料の体系的整備のみならず、資料・データの公開性と接近性の確保がいっそう必要になることは明らかであろう。

研究内容上の課題として大きいのはやはりコリンズらの指摘にあるように文化対経済の問題であろう。文化の生産、流通、消費が超国家的になればなるほど、とくに資本主義対社会主義というイデオロギーを異にする地域をこえるようになればなるほど、番組に含まれる文化的性格と経済的性格の関係はますます複雑に交錯してくるであろう。現在東欧で進行中の政治と社会の革命的变化の背後には、通信、放送衛星やケーブルテレビ、ビデオなどの情報技術による西欧側の情報流入の影響が無視できないとの指摘もある<sup>(注26)</sup>。コリンズらが主張するように、こうしたコミュニケーション革命と国民国家としての一国レベルの運営という国家のあり方との関係をどのように発展的に調整していくか、そしてその中でますます国境をこえていく放送の公共性、文化性と経済性との間をいかに調和ある形で制度的にも再構築していくのか、この分野でも経済学者と政治、社会、法、文化にかかわる専門家との学際的研究体制の確立が要請されるのではなからうか。

以上放送が当面する諸問題に経済学的接近

を試みた若干の文献例を紹介した。これらの他にもいわば放送の理論経済学の構築をめざすM. ケイブの論文<sup>(注27)</sup>、放送規制と競争をめぐる経済学的研究、放送の財政や番組制作費用分析、放送の財源方策に関する研究など多くの文献を吟味した。しかしこれらの報告は紙幅の関係で別の機会にゆずり、次に放送の経済的要素拡大をめぐる非経済学の分野からの研究事例の分析に移りたい。

#### (4) 経済的要素拡大下におけるテレビのための公共政策

##### ① 新しいテレビ市場における公共政策の役割

前出のブルムラーには標記を題名とする論文(1989)がある<sup>(注28)</sup>。彼はそこで商業的、経済的要素をしだいに濃厚にしていくテレビ放送の世界に何が起きているかを分析するとともに、前出のホフマン＝リームが指摘するように経済的価値をしだいに重視していく放送政策に、社会学者として一種の危機感を表明しようとした状況における今後の公共政策の役割とは何かを改めて検討している。

まず彼はメディアの多様化、放送の国際化は産業活性化などのプラスもあるが、同時に多くのマイナスを招いていることを指摘している。例えば外国と国内の両方によく売れるような利潤最大化をめざす番組や体制順応的な番組が急増し、番組の質的低下と種類の限定化が進むとともに、多くのチャンネルを寡占的に所有する危険が高まっている。この結果少数者向けを含め、良質で多様な番組を提供するという公共放送の番組編成基準が無視されて、社会的統合機能をはたす全国向けテレビの弱体化が始まっているなどである。こうした状況に対して彼が強調しているのはテレビは一つのビジネスであるが、重大な社会的影響をもたらす特別のビジネスであることを忘れてはならないこと。さらに自由市場論者は市場メカニズムによって重要な番組ニ-

ズをみたしうるものと暗黙のうちに仮定しているが、市場が最も実現しそくない技術的豊かさや多様なニーズが存在する。経済的、政治的、文化的事情にかかわらず、すべての人がアクセスできるような社会の公共空間が維持されなければならない。それが公共放送の役目である。しかし公共放送だけあればよいというのではなくて、すべての番組種目について公共放送のほかに民間放送や有料放送などが提供するものもあるという状況が望ましいのである。テレビのための公共政策の目的は、番組編成の多様性、全国的なコミュニケーションシステムへの完全で公正なアクセスを保証することなどであり、一国のコミュニケーションの未来を完全に市場に委ねようとするのはおろかなことである。公共政策の目的を従来のように電波資源の希少性の管理規制からむしろ多様なメディア資源の潜在的可能性を保護し、その全面的な実現を促進する方向へ転換していかねばならないというのが彼の論旨である。また彼は、最近放送についての経済学的アプローチが盛んになってきたが、それを批判する側の理論構築が十分でなく、伝統的な公益原理の枠を出ていないことが多い。そして信託モデルの説く公益原理を再定義し、公共政策に上記のような新しい積極的な役割を与えるような論文が少ないが、自分はそうしたことを目標としてめざしていきたいとのべている。

##### ② 放送の公共政策に関する研究の課題

彼の論旨の一つは上述の通り「すべての番組種目」をカバーする公共放送と民間放送併存の必要性を認めている点からいって、すでにヨーロッパ大陸で新しく定着しつつある公／民併存体制の有効性の強調にあることが知られよう。

この種の主張は、実はブルムラーのみならず他のヨーロッパの非経済学の分野からの放送研究文献にもあらわれている。例えば前出

のホフマン＝リームは同じ引用論文の中で<sup>(注1)</sup>、「今後重要なことは放送規制が市場モデルと調和しつつ、放送の新しい時代へ「秩序ある参入」をしていくことが政治的、経済的に認められることである」とのべている。また冒頭で紹介したケネス・ダイソンとその同僚のピーター・ハンフリーの両研究者は「西欧のニューメディア政策—放送の規制緩和とメディア多様化」という論文<sup>(注2の文献に取)</sup>の中で、放送市場拡大を受けて公共、民間両部門を包含する新しい枠組—メディアへのより大きな接近と非集中化、アカウントビリティが確保されるような諸条件を組み入れた枠組—を確立する必要があると主張している。またわが国でも「放送の社会的価値最大化を図ろうとする試み」として、多様な技術のもとで進展しつつある「放送」の展開に向けて「組織・財源や規制形態を異にした多様な放送主体間の競争を構造化」した「多構造的な放送秩序」の構築の必要性を唱える研究文献も認められる<sup>(注29)</sup>。

これらの主張は現在単一の国民国家のレベルで成立している放送の公民併存体制に大きな有効性を認めた上で、さらにそれに改善を加え、現在よりはるかに社会的、文化的、経済的に、また国際的にも有益かつ適切な新しい体制を構築する必要を説くものと思えるのである。今後の放送のための公共政策の研究目標の一つは、その中で多様なメディア資源や番組、組織や人々が、そのもてる創造的な潜在能力を全面的に引き出されうるような、現在よりもいっそう質の高い、より構造的に高度な、放送における公民併存体制の刷新をめざすことにあるのではあるまいか。

### 3 ま と め

以上、放送の諸問題にかかわる経済学、非経済学両分野からの若干の研究文献事例について紹介と分析を試みた。両分野間の関係については、以上の吟味の中でも、ブラムラー

論文がのべるように放送の経済学的分析の進展がそれに対する批判的理論の保守性を自覚させたり、またコリンズらの論文にあるように、あまりにも文化主義—辺倒のアプローチが経済学者の批判を促すなどの例がみられた。ここでは放送の諸問題を扱う上で経済学的分析が非経済学の分野からする放送研究に、どのような寄与をなしうるか、また逆に非経済学の分野からの研究が放送の経済学的分析にいかなる貢献をなしうると考えられるか、その可能性の一端を理論的側面と方法論的側面に分けて整理しておきたい。

#### (1) 経済学的研究からの寄与の可能性

まず理論的側面では例えば放送政策の面との関わりが考えられる。コリンズらが指摘するごとく、放送といえども社会的に希少な資源の配分を受け、それを消費する産業であることには変わりはない。テレビの費用便益分析の例にみられたように、それではどれだけの資源がどのように消費され、どれだけの成果を達成しているか、厚生経済学の理論と方法からの寄与がありうるであろう。そしてその研究成果は公共放送と民間放送の便益費用比較などにみるように、最適な放送体制のデッサンのための、視聴者の評価を含んだ新しい検討材料を提供するものともなろう。

政策面に関するもう一つの可能性は、これまでマスコミ研究が明らかにしてきた研究成果を補強しうる点である。従来放送の規律根拠の一つとなっている「社会的影響力」は、経済学でいう財やサービスの外部効果と内容的に近い部分を含んでいる。広義の「社会的費用便益分析」を発展させて、放送の社会的影響力の特性に関する研究に接近していく可能性が考えられよう。また公共／民間併存体制の最適化あるいはその相乗効果の極大化についても、経済体制論で扱う混合経済体制理論より発展させて、どちらのセクターの、どいう部分にどう資源をより多く配分すれば

総社会的便益や相互補助効果がさらに豊かになるかなどのアプローチが考えられよう。

方法論的側面では経済的分析の方法とデータを提供していくことがあげられる。放送の経済学的分析の事例には今まで見た如く、理論と応用の関係が密接なものが多い。例えば番組市場の国際化の実態分析にしても、比較生産費説の理論をもとに、比較優位にあたる要因（英語など）を析出し、英語番組の市場占拠率の実証分析に進んでいる。またテレビの費用便益分析でも厚生経済学の消費者余剰の理論とコストベネフィット分析の方法をベースに定量的接近を図っていくというアプローチがみられた。方法論的側面に関してはこれらのほか、番組制作コスト、財源、放送インフレーション（一般のインフレ率より、スタジオの舞台設定に使う材木などの物件費や映画などの番組調達費、ビデオの在庫代等のインフレ率が高いこと。’79年～’85年のBBCのテレビ支出合計の年平均増加率は15.82%、消費者物価指数でみた一般的インフレ率が10.24%で、この差の5.58%がBBCテレビのBroadcasting Inflationだとする研究論文がある<sup>(註30)</sup>）の分析、あるいはケーブルテレビや有料テレビ、商業放送の需要、市場分析など経済学のアプローチが寄与しうる領域は少なくないようである。

## (2) 非経済学的研究分野からの経済学的アプローチへの貢献の可能性

ブラムラーがのべるように理論面では、放送の文化的価値、あるいは「市場の失敗」の可能性を内在する放送の公共的、社会的価値の存在を、経済学的研究に向ってたえず強調することであろう。こうした強調は放送の経済的、商業的要素のみを一方的に過大視する危険を救う上で役立つであろう。このことはブラムラー論文のほかにも、例えば冒頭近くで引用した、市場競争原理を最大限に尊重するファウラーらの論文に対する、わが国の放

送問題総合研究会の批判などによくあらわれている所である。

方法論的側面では、従来放送研究が管々として積みあげてきた放送に関するさまざまな研究の方法とデータを放送の経済学的研究の材料として提供することがあげられる。先のテレビの便益分析の一部には視聴率調査の結果が利用されていた。視聴率調査は5分あるいは15分など、「分」のレベルで視聴者の視聴行動を記録している。放送産業ほどその消費者の実態を示す膨大なデータを有する産業は珍しいのではあるまいか。

## (3) 社会科学における「二つの文化」と融合の可能性

以上みるように、非経済学の分野からの研究と経済学分野からの研究は相互に協力しうる十分な可能性があるものと考えられる。事実冒頭でのべたように、最近の経済学的研究の文献例には、社会学者等との共著が目立ってきた。かつてイギリスの科学評論家、C. P. スノーは「二つの文化と科学革命」という書をあらわして、この世界には自然科学と人文科学という二つの文化があり、それぞれがお互いの分野にあきれるほど無知であると批判を加えている<sup>(註31)</sup>。同じ社会科学の中でも経済学と従来の放送研究の間にはやはりこの「二つの文化」に近いものがあり、それがいわば研究上の経済対文化の対立問題としてあらわれていたようにも思われる。C. P. スノーが上述の批判を行ったのは1959年のケンブリッジでの講演である。しかし前述のように放送研究における最近の両分野からの学際的な研究文献の出現やブラムラー論文のような放送経済学批判の保守性をのりこえていこうという意欲的な文献に触れてみると、放送研究における「二つの文化」の間の距離はスノーが批判した自然科学と人文科学よりも短く、しかもそれは21世紀に向かってさらに短縮されうるものとも思われる。今後経済学と

非経済学の分野からの知的営為の間には相互補助効果と融合的な関係がいつそう進んで、やがて放送研究に新しい進展が用意されるものと期待したい。

(’90年10月)

## 参考文献

- (1) Hoffmann-Riem, W “Law, Politics and the New Media : Trends in Broadcasting Regulation” , *The Politics of the Communications Revolution in Western Europe*, FRANK CASS, 1986.
- (2) Kenneth Dyson and Peter Humphreys (ed.), *The Politics of the Communications Revolution in Western Europe* 1986, Frank Cass.
- (3) Veljanovski, C. (ed.), *Freedom in Broadcasting*, Institute of Economic Affairs, 1989.
- (4) Barwise, P. and A. Ehrenberg, *Television and its Audience*, London : SAGE Publications, 1988.
- (5) Hughes, G. and Vines, O (ed.) *Deregulation and the future of commercial television*, the david hume institute 1989.
- (6) Bates, B. J. “The Role of Theory in Broadcast Economics : A Review and Development”. *Communication Yearbook*, 10, 1987.
- (7) Collins, R., N. Garnham and G. Locksley, “The Peacock Committee and the Economic Analysis of Broadcasting” *The Economics of Television*, London : SAGE Publications, 1988.
- (8) Home Office, *Report of the Committee on Financing the BBC* (The Peacock Report), Cmnd. 9824, HMSO, 1986.
- (9) Nossiter T. J. “British Television : A Mixed Economy” *Research on the Range and quality of Broadcasting Services*. H. M. S. O.
- (10) Blumler, J. G. Brynin, M. and Nossiter, T. J. “Broadcasting Finance and Programme Quality : an International Review” *European Journal of Communication*, 1, 1986.
- (11) Fowler, M. S. Brenner, D. L. “A Marketplace Approach to Broadcast Regulation”, *Texas Law Review*, 60(207), 1982.
- (12) Owen, B. M. Beebe, J. H. and Manning, W. G., Jr. Ch. 3 Theories of Program Choice, *Television Economics*, Lexington Books, 1974.
- (13) Owen, B. M., Beebe, J. H. and Manning W. G., Jr. Ch.7 Public Television, *Television Economics*, Lexington Books, 1984.
- (14) Besen, S. M. Metzger, A. R., Jr., Krattenmaker. T. G. and Woodbury, J. R., Ch. 3 Criteria for Evaluating Regulations of Television Network Structure and Behavior, *Misregulating Television : Network Dominance and the FCC*, University of Chicago Press, 1984.
- (15) CSP International (now Booz Allen and Hamilton), Ch. 4 Evidence of Consumer Willingness To Pay, Ch. 10 Economic Evaluation and Conclusions, Ch. 11 Summary and Conclusions, *Subscription Television : A Study for the Home Office*, Booz Allen and Hamilton, 1987.
- (16) 中村浩一「問い直される「放送の定義」」『放送研究と調査』1989.2 日本放送出版協会。
- (17) Hotelling, H., “Stability in Competition”, *The Economic Journal*, v. 34 (March 1929).
- (18) 小林秀之, 神田秀樹著「法と経済学」入門 弘文堂 昭和61年。
- (19) Wiles, P., “Pilkington and the Theory of Value”. *Economic Journal*, June 1963.
- (20) Pratten, C. F., *The Economics of Television*. P. E. P. 1970.
- (21) Wober J. M. “How Much is Television Worth?” IBA 1987.
- (22) 放送社会経済研究会の会員は尾上名誉教授のほか、林知己夫放送大学教授、阪本靖郎神戸商科大学教授、海野道郎東北大学文学部助教授と筆者である。報告書はこれまでに次の4冊で、引用はこれらによる。ただし数値に若干の変更を加えた所がある。『放送の社会的貢献は測定できるか』(51.8) 『WTPによって放送の社会的貢献は測定できるか』(52.8) 『放送の社会的貢

- 献とニューメディア効果』(62.8)『放送の最適社会経済システムをめざして』(53.12)。
- (23) 「公共放送事業の財政制度と経済的基礎」『放送文化基金研究報告 No.8』. 1983。
- (24) Steven S. Wildman Stephen E. Siwek “The Privatization of European Television : Effects on International Markets for Programs” *The COLUMBIA Journal of World Business Volume, XXII* Number 3 1987.
- (25) Collins, R., Garnham, N. and Locksley, G. “The Internationalization of the Television Programme market” *The Economics of Television : The UK Case*, SAGE, 1988.
- (26) 東欧革命とテレビジョン NHK 編 1990。
- (27) Cave, M. “Television Economics-An Introduction Discussion Papers in Economics” Brunel The University of West London.
- (28) Blumler, J. G. “The Role of Public Policy in the New Television Marketplace” Benton Foundation Project on Communications & Information Policy Options 1989.
- (29) 浜田純一 「放送政策の中—長期的展望—放送秩序をめぐる〈開放系思考〉について」『ジュリスト増刊 ネットワーク社会と法』有斐閣 '88年6月。
- (30) Collins. R, N. Garnham and G. Locksley “Production Costs in UK Television” *The Economics of Television*, The UK Case 1988, SAGE.
- (31) C.P. スノー, 松井卷之助訳 「二つの文化と科学革命」みすず書房, 1960。