

下田市における地域情報媒体としてのCATV

荒 牧 富美江

はじめに

CATV研究資料センターで行った二つの共同研究、昭和五年度の「地域社会における広告・広報媒体としてのCATVに関する調査研究」と、五六年度の「地域生活情報媒体のなかでのCATVの役割に関する調査研究」は、二年間にわたって、吉田秀雄記念事業財団の研究助成を受けることができた。

前者は、地域社会における広告・広報媒体としてのCATVの現状を把握し、その将来性、可能性を探ろうとするもので、自主放送を実施しているCATV放送事業者三六施設を対象に、広告放送・広報番組の実状、広告主の実態を調査研究したものである。その結果、地域情報媒体としてのCATVの将来性、可能性を考えるには、地域住民がCATVの自主放送をどのように受け入れているか、受け手側の受容の実態を明らかにすることが次の課題として浮かびあがり、二年にわたる研究となった。後者は、地域住民の視聴の実態を調査することによって、CATVが地域社会においてどのような役割を果たしているかをまとめたものである。

この地域住民の視聴状況調査は、昭和五六年一〇月、静岡県下田市において実施したもので、市内の二つのCATV施設、下田有線テレビ（SHK）と小林テレビ設備（KTV）の加入者のうちから

無作為抽出した四一〇名（有効回答数三六〇、うちSHK加入者五二、KTV二〇八）を対象に、アンケート調査を行ったものである。二論文の抜粋は「月刊・放送ジャーナルⅡ昭和五六・五七年六月号（放送ジャーナル社発行）」に発表されている。

この二つの調査研究に参加したものとして、本稿では、これらの調査資料をもとに、地域情報媒体としてのCATVについて考えてみたい。

下田市のCATVは二つの役割を持つ。一つは難視聴救済であり、もうひとつが地域情報媒体として果たす役割である。

I 地域の難視聴解消に役立つCATV

CATV（有線放送テレビ）は、もともと地形的にテレビの見えにくい難視聴地域救済のために、地元局あるいは地域外のテレビ局の電波を再送信する施設として誕生した。最近では都市高層化の影響で、都会にもテレビの見えにくい地域が増加して施設がつくられるようになり、全国二万五千余のCATV施設のほとんどは、この再送信業務のみを行う第一世代CATVといわれるものである。

伊豆半島東海岸、南端に位置する下田市も、三方に山、一方に海が開けるといふ地形はテレビ電波のとどきにくい難視聴地域であった。そのためテレビ放送開始三年後の昭和三十一年には、早くも共同

アンテナによる共同受信施設（下田有線テレビの前身）が設立され、遠く相模灘を隔てて、東京地区のテレビ局の再送信を行っていた。

その後、難視救済のための中継局の設置計画が全国的に進められるようになる、再送信業務のみの共同受信施設は、その役目を終えて次つぎと解散していく。

伊豆地方には、昭和三十九年に静岡地区の電波の中継局が設置されたが、下田市は、その複雑な地形から中継電波も市の全域をカバーすることができず、市の中心部あるいは周辺部の集落に、大小共聴施設のいくつかがあるまま残って再送信の業務を続け、今日に至っている。

今回の調査の対象となった下田有線テレビと小林テレビ設備は、市内で一、二位を占める大きな規模の施設である。下田有線テレビの加入世帯は四、四八〇、小林テレビ設備は三、三〇〇世帯で、両施設の加入世帯の合計は下田市の全世帯数一万二一〇世帯（人口は三万一、三八八）の七六・二%を占めている。二施設間のサービス・エリアは、下田有線テレビが旧市街地（市の中心部）、小林テレビ設備は国道一三五号線の北側地区、市周辺の新興住宅地と、画然とわかれているので、居住する地域によって加入する施設は一応定まっている。

現在再送信している電波は、NHK静岡の総合・教育、東京の民放五波（NTV・TBS・フジ・テレビ朝日・東京テレビ）、地元民放は静岡放送・テレビ静岡・静岡県放送、それに自主放送を加えると合計十一チャンネルで、五四年七月に開局した静岡第一テレビを再送信する余地がない。首都圏より選択のチャンネル数は多いこととなる。

II 情報媒体としてのCATV

第一世代施設はテレビ電波の再送信業務を行う施設だが、その空きチャンネルを利用して「自主放送」を実施する機能をもつ施設を第二世代CATV施設という。自主放送の番組は、数多い既成局の番組との競争にたえる、地域性豊かな、魅力のあるものでなければならず、施設として自主放送を行うことは、経済的にも技術的にもきびしい状況にある。第二世代施設は、全国で六三施設（休止中九）とその数は少ない。

下田市のテレビ共聴施設のなかでも、情報媒体として独自の番組を制作し、自主放送を行っているのは、下田有線テレビと小林テレビ設備の二施設だけである。今回の調査で、この自主放送を定期的に視聴していると答えた人が、下田有線テレビで86・8%、小林テレビ設備で62・0%あったことは、両施設ともに地域情報媒体としての自主放送が定着しつつあることを裏づけているといえよう。

日常接触する情報媒体のなかでのCATV

では、下田市民が日常接触する情報媒体（メディア）にはどのようなものがあるのだろうか。

活字メディア、日刊新聞では、全国紙（朝日・毎日・読売・日本経済・サンケイ）、県紙の静岡新聞、伊豆半島全域を対象とする伊豆新聞、その他機関紙。また定期的に発行されるものとして、「静岡県の広報紙」、下田市の「広報しもだ（月一回発行）」、「かいらん（毎週金曜発行）」、下田有線テレビの「下田テレビ放送新聞（月一回発行）」。その他スポーツ紙などが伊豆急行下田駅売店で販売されている。

電波メディアでは、テレビについては再送信の項で前述したが、

ラジオは、NHK静岡の第一、第二放送、FM、民放は静岡放送ラジオ。その他下田有線テレビが街のニュースやお知らせなどを放送する「街頭放送」、下田農協の「農協有線放送施設」などがあるが、農協有線放送は、現在では農村部が中心で、加入世帯は二、四五〇、市街地ではCATVの普及とともに減少している。

こうした数多くのメディアのなかで、市民はCATVをどのよう
に位置づけているのだろうか。調査回答者(有効回答数三六〇)が、
日常定期的に接しているとする情報メディアの主なもの数を多い
順にあげてみると、①NHKテレビ79・7%、②全国紙76・9%、③
CATV72・5%、④伊豆新聞72・2%、⑤民放テレビ62・8%、⑥回覧
板・掲示板61・9%、⑦広報しもだ59・4%(以下略)となっている。
市民は、電波・活字両メディアとも、全国的な情報の入手源であ
るマス・メディアと、地域情報の入手源であるコミュニティ・メデ
ィアとはつきり分け、地域情報入手源の上位にCATVをあげて
いるのが注目される。

地域・生活情報の入手経路とCATV

日常の地域情報には、地域の行政関連情報、社会・生活に関連す
る情報などさまざまな情報があるが、市民はそうした情報をどんな
経路で入手し、利用しているのだろうか。個々の情報と入手メデ
ィアの関係、そのメディアに対する信頼度はどうであろうか。

次ページの「表1」を一覧してわかるように、市民は数多いメデ
ィアの中から、その特性に応じて上手に使いわけている。

「県や市からのお知らせ」には、当然のことながら県や市の広報、
回覧板・掲示板などが上位にあげられているが、「下田市からのお
知らせ」では、CATVが、回覧板・掲示板、「広報しもだ」より多
くの人に利用されている。これは市側とCATV施設とのコミュニ

ケーションがうまくいっていることを示し、施設側の努力とともに、
市側も、市民のメディアとして定着しつつあるCATVを育成しよ
うとする方向にあることが推測される。

CATVは「①下田周辺のできごと」「④下田のお祭り・催し物
案内」「⑩地震・火災などの災害情報」「③下田市からのお知らせ」
「⑥学校・幼稚園での行事」などで、回答者の五〇%以上の人びと
に利用されている。特に目立つのは「①下田周辺のできごと」につ
いては82・2%もの高率で、伊豆新聞73・1%を引離していること
である。これはCATVの「地元ニュースの速報」に期待がかけら
れていること、「目で見ると」ことのできる映像の強味をCATVも
持っていることを示しているといえよう。信頼度も67・2%と高い。
同じことは「⑩災害情報」にもみられる。速報性と映像でテレビが
強く、地元の強味で、CATVはNHKを引離して一位になっ
ている。

その他では、「⑧日曜当番医・予防接種などのお知らせ」「⑤町
内会・農協・漁協などの動き」「⑥学校・幼稚園での行事」の入手
源に「回覧板・掲示板」が重視され、また「⑤」「⑥」「⑨食品・日
用品などの商品情報」では「人との話(くちコミ)」が登場している
のが興味をひいた。とくに「食品・日用品などの商品情報」の入手
経路では、「人との話」がCATVを抜いて二位にあげられている。
(さすがに「信頼度」の方では数値が低く四位までに入っていない。)
このことは、別の設問、調査対象世帯の「近所づきあい」につい
ての回答が「非常に多い」家庭と、「かなり多い」家庭をあわせて
53・7%にのぼることを考えあわせると、この地域は人と人とのコ
ミュニケーションが大切にされ、未だ失われずにいることがよくわ
かる。自然の災害の多い地方であることが結びつきを強めているの
だろうか。

表 1

(複数回答)

情 報	入 手 す る メ デ ィ ア				信 頼 す る メ デ ィ ア			
	(1)	(2)	(3)	(4) %	(1)	(2)	(3)	(4) %
①下田周辺のできごと	CATV 82.2	伊豆新聞 73.1	広報 しもだ 43.3	回覧板・ 掲示版 41.1	CATV 67.2	伊豆新聞 51.7	広報 しもだ 28.6	回覧板・ 掲示版 28.1
②静岡県からのお知らせ	静岡県の 広報紙 52.5	NHK テレビ 37.5	回覧板・ 掲示版 22.5	静岡新聞 21.4	静岡県の 広報紙 44.7	NHK テレビ 32.8	回覧板・ 掲示版 19.4	静岡新聞 17.2
③下田市からのお知らせ	CATV 65.6	回覧板・ 掲示版 61.4	広報 しもだ 59.4	伊豆新聞 32.5	回覧板・ 掲示版 59.2	広報 しもだ 56.4	CATV 51.4	伊豆新聞 20.8
④下田市のお祭り・催し物案内	CATV 73.1	回覧板・ 掲示版 52.5	伊豆新聞 45.8	広報 しもだ 30.0	CATV 63.1	回覧板・ 掲示版 48.1	伊豆新聞 28.6	広報 しもだ 21.7
⑤町内会・農協・漁協などの動き	CATV 41.1	回覧板・ 掲示版 40.8	伊豆新聞 28.1	人との話 (くちコミ) 18.9	{ CATV 回覧板・掲示版 36.9		伊豆新聞 19.2	農協 有線放送 14.7
⑥学校・幼稚園での行事など	CATV 58.3	回覧板・ 掲示版 32.8	伊豆新聞 24.2	人との話 (くちコミ) 16.4	CATV 52.5	回覧板・ 掲示版 29.4	伊豆新聞 20.6	広報 しもだ 10.6
⑦映画・演劇・旅行などのレジャー案内	折込広告 (チラシ) 30.8	全国紙 22.5	伊豆新聞 20.0	CATV 19.4	折込広告 (チラシ) 20.6	全国紙 17.8	CATV 14.4	伊豆新聞 11.7
⑧日曜当番医・予防接種などのお知らせ	回覧板・ 掲示版 59.7	伊豆新聞 20.8	CATV 17.8	広報 しもだ 14.2	回覧板・ 掲示版 49.2	伊豆新聞 16.7	CATV 16.1	広報 しもだ 13.6
⑨食品・日用品などの商品情報	折込広告 (チラシ) 66.4	人との話 (くちコミ) 16.4	CATV 13.9	伊豆新聞 11.1	折込広告 (チラシ) 51.4	CATV 10.3	{ 伊豆新聞 全国紙 7.2	
⑩地震・火災などの災害情報	CATV 67.5	NHK テレビ 50.3	全国紙 39.4	伊豆新聞 30.0	CATV 57.5	NHK テレビ 49.4	全国紙 29.2	伊豆新聞 20.6

市民をとりまく多くのメディアの中で、CATVは、地域関連の情報、行政関連情報の伝達によくその責めを果たし、信頼を得ることが明らかになった。それでは地域情報メディアとして注目されるCATVの自主放送は、市民にどのように受け入れられているのだろうか。

Ⅲ 地域情報媒体CATVの自主放送

二つの自主放送

下田有線テレビは、昭和四一年九月に自主放送開始以来十六年の歴史を持ち、小林テレビ設備は、五〇年六月に自主放送を開始して以来七年の実績がある。放送時間は両施設とも約三時間、放送内容は、自主制作番組を放送する「特別番組」(下田有線テレビ)、「みんなの広場」(小林テレビ設備)という三〇分番組を中心にすえ、「ニュース」「コマーシャル」などを組合せて構成し、一日に三回〜四回くりかえし放送している。スポンサード・プロはないが、下田市提供の「下田市の紹介番組」は両施設共通に流されている。毎日のプログラムは伊豆新聞に掲載され、下田有線テレビの放送予定は、月一回自社発行の下田テレビ放送新聞にも紹介されている。

加入者の反応は、この自主放送を一週間に一日以上みている人が、回答者の78・9%、(下田有線テレビでは86・8%の人がみている。)頻度は「週に一〜二日33・0%」「週に三〜四日26・7%」で、「毎日みている12・8%」と「週に五〜六日6・4%」はそう多くはない。みでない人は21・1%で、理由は「忙しくてみる暇がない47・4%」「番組がつまらない」と「他のメディアで十分間にあう」はともに34・2%、「映像が悪い21・1%」などがあげられているが、「忙しくてみる暇がないのはともかくとして、「番組がつまらない」以下の理由でみられないのは、番組鑑賞眼の高まってきた視聴者に対

して、番組制作の面で、あるいは機械技術の面で、見せるテレビがへいま一步という、施設側への宿題である。小林テレビ設備の視聴者に特にこの数字は高い。

ともあれ、今回の調査で「週に五〜六日」から「毎日」自主放送をよく見ている視聴者を性別、年令、学歴、職業、家族構成、近所づきあいなどの項目と関連させてみると、「男性、60代以上、高学歴、職業は自由業、夫婦二人で、近所づきあいは非常に多い家庭」となる。各施設に見られる特徴は、下田有線テレビでは「学歴が小学校・新制中学卒」、職業では「主婦専業」の人がよくみており、小林テレビ設備では「事務系の勤め人」がよくみている。これは自主放送の最終回(二〇時一五分〜二二時三〇分)が、他局の娯楽番組の時間帯にあたるので、夜遅く帰宅してニュースやお知らせにCATVのスイッチを入れる人が多いためかと思われる。

地域情報・広報番組

自主放送の番組では、視聴者はどのような傾向の番組に興味をもち、関心をよせているのだろうか。

すでに情報の入手経路でみたように、市民がCATVの自主放送に期待し、信頼してみている番組は、地域社会のニュースであり、広報番組であるが、回答者の半数以上の人びとが興味をもち、関心をよせているとしてあげた自主番組も、同種類の、日常生活に直接必要な情報であった。(表2参照)

- (1)市で起った事件やニュース番組(地域社会関連情報) 69・4%
- (2)選挙に関する番組(地方政治関連情報) 66・7%
- (3)保育園・幼稚園・学校関係の行事(入学式・卒業式・運動会・文化祭など)を取材した番組(地域関連情報) 56・4%
- (4)市の行政(市議会中継・市からの告知や案内など)に関する番

表 2

(複数回答)

順位	視聴者が興味・関心をもつ番組	全体 %	下田有線 テレビ		小林テレ ビ設備	
			順位	%	順位	%
1	市で起った事件やニュース番組	69.4	(1)	80.3	(2)	61.5
2	選挙に関する番組	66.7	(2)	75.7	(3)	60.1
3	保育園・幼稚園・学校関係の行事を取材した番組	56.4	(7)	46.1	(1)	63.9
4	市の行政(市議会中継・市からの告知や案内など)に関する番組	52.5	(3)	60.5	(4)	46.6
5	下田の歴史や行事・伝統を紹介した番組	49.7	(4)	59.2	(5)	42.8
6	地震・火災などの防災関連番組	46.9	(5)	57.9	(6)	38.9
7	公共機関(警察・消防・保健所・電気その他)の告知や案内	35.8	(6)	49.3	(9)	26.0
8	視聴者(家族や知人など)が出演している番組	35.6	(8)	43.4	(7)	29.8
9	市内における催し物(映画・演劇・その他)のお知らせや案内	31.9	(9)	40.1	(9)	26.0
10	婦人会・青年会・老人クラブなどサークル活動を紹介した番組	30.6	(10)	34.2	(8)	27.9
11	天気予報	28.6	(12)	32.2	(9)	26.0
12	対談・インタビュー・講演番組	26.1	(11)	32.9	(12)	21.2
13	観光・漁業・造船など地元産業に関する番組	24.2	(12)	32.2	(13)	18.3
14	囲碁・将棋・盆栽・手芸など趣味に関する番組	16.7	(14)	22.4	(18)	12.5
15	国や県の行事やお知らせに関する番組	16.4	(15)	21.1	(16)	13.0
16	料理・育児・医学に関する番組	16.1	(16)	20.4	(16)	13.0
17	農協・漁協など公共団体からの告知や案内	15.8	(17)	15.1	(14)	16.3
18	子どもたちの勉強の手助けになる教育番組	15.3	(17)	15.1	(15)	15.4
19	地元企業・商店などのコマーシャル放送	9.7	(19)	12.5	(20)	7.7
20	ショッピングに関する番組	8.9	(20)	11.8	(21)	6.7
21	映画・マンガ・歌謡曲などの娯楽番組	8.1	(21)	7.2	(19)	8.7
22	その他	1.7	(22)	1.3	(22)	1.9

表 3

(複数回答)

順位	番組をどのように役立てているか	全体 %	下田有線 テレビ		小林テレ ビ設備	
			順位	%	順位	%
1	地元で起った事件やニュースを知るために	76.1	(1)	86.2	(1)	68.8
2	地震・災害など防災情報を得るために	59.4	(2)	73.0	(2)	49.5
3	市の行政・公共機関・公共団体のお知らせや案内を知るために	45.0	(3)	59.2	(3)	34.6
4	話題を豊富にするために	28.6	(4)	39.5	(4)	20.7
5	日常生活に関する情報(ショッピング・催し物案内・天気予報など)を得るために	22.5	(5)	30.3	(6)	16.8
6	様々な行事や催し物に参加するために	20.3	(9)	21.1	(5)	19.7
7	人とのつきあいを円滑にするために	18.1	(8)	25.0	(8)	13.0
8	自分の意見や判断の材料を得るために	17.9	(6)	27.0	(9)	11.5
9	国や県のお知らせ・案内などを知るために	15.8	(10)	19.1	(7)	13.5
10	自分の教養を高めるために	15.0	(7)	26.3	(10)	6.7
11	地元の産業振興のために	7.2	(11)	10.5	(11)	4.8
12	その他	2.2	(12)	3.2	(12)	1.4

組(地方行政関連情報) 52・5%

(5) 下田の歴史や行事・伝統を紹介した番組(地域社会関連情報) 49・7%

(6) 地震・火災などの防災関連番組(地域社会関連情報) 46・9%
 などであった。施設別では、順位に多少の異同はあるがほとんど変わらず、下田有線テレビの視聴者の回答に「保育園その他の行事の取材番組」が少なく、「公共機関の告知や案内」をあげた人が多かったぐらいである。

また、視聴者が「自主番組を日常生活にどのように役立てているか」の問に対しても、多くの人にあげられた番組の傾向はこれも変わっていない。(表3参照)

(1) 地元で起った事件やニュースを知るために役立てている 76・1%

(2) 地震・火災などの防災情報を得るのに役立てている 59・4%

(3) 市の行政、公共機関、公共団体などのお知らせや案内を知るために役立てている 45・0%
 などである。

(4) 話題を豊富にするために役立てている(コミュニケーション関連)や、(5)日常生活に関する情報(ショッピング・催し物案内・天気予報など)を得るために役立てている(生活関連情報)その他については、他のメディアに譲って三割以下の数字である。

前回のCATV放送事業者・広告主対象の実態調査(昭和五五年八月実施)では、事業者(有効回答数三〇)の九〇%が、「広報番組」を、現在、将来とも重視している(現在、とても重要視している50%、かなり重要視している40%、将来も同率)という調査結果がでている。この場合の広報番組とは、公共機関、公共団体、民間グループに関する案内・ニュースなどを含めた番組としてとらえ

られているのだが、今回の受け手、視聴者側の実態調査と照合してみると、施設側もこの点については、加入者の希望に添えて、広報番組の制作に力を入れているといえよう。しかし、自主番組は現状のまま十分であるとはいえないようだ。

自主放送番組への要望

現在、両施設が放送している自主放送の番組の中で、広報関係番組が視聴者の興味と関心を集め、日常生活に役立てられていることは確かめられたが、同じ二種類の番組の中から、将来放送してほしいと希望する番組をあげてもらった。結果は次の通りである。

(1) 市で起った事件やニュース番組

(2) 地震・火災などの防災関連番組

(3) 市の行政に関する番組

(4) 公共機関の告知や案内

(5) 下田の歴史や行事・伝統の紹介番組

(表4参照)

数はそれぞれ30%前後で少なくなつてはいるが、これらの番組は、視聴者が、現在関心をもつてみている番組としてあげたものの上位のものとなつてきている。再三の地震災害を経験した地方とあつて、防災関連番組(33・1%)への希望が二位にあげられているのが特に目立つが、これは住民のそうした番組への期待の大きさを示すものであり、将来ともいっそう充実してほしいという願いを汲みとることができよう。

とくにここで注目したいのは、数はさらに少ないが、「現在興味をもつて視聴している」番組としてより、「将来放送を希望する」番組として高い数値を示しているものがある点である。これらは、現在放送されている自主番組に満足せず、番組の多様化を望む視聴者の声をあらわすものと受け取れる。(表4、△印付番組参照)

表 4

(複数回答)

順位	将来、放送してほしい番組	全体 %	下田有線 テレビ		小林テレビ 設備	
			順位	%	順位	%
1	市で起った事件やニュース番組	34.7	(1)	38.8	(2)	31.7
2	地震・火災などの防災関連番組	33.1	(4)	31.6	(1)	34.1
3	市の行政(市議会中継・市からの告知やお知らせなど)に関する番組	29.4	(3)	34.2	(3)	26.0
4	公共機関(警察・消防・保健所・電気・ガス・水道・交通など)の告知や案内	25.0	(4)	31.6	(9)	20.2
5	下田の歴史や行事・伝統を紹介した番組	24.7	(2)	35.2	(5)	24.0
6	市内における催し物(映画・演劇・音楽会・展覧会など)のお知らせや案内	22.5	(7)	23.7	(7)	21.6
7	選挙に関する番組	22.2	(6)	27.6	(10)	18.3
8	子どもたちの勉強の手助けになる教育番組	△21.1	(16)	14.5	(3)	△26.0
9	料理・育児・医学に関する番組	△20.3	(14)	15.8	(6)	△23.6
10	囲碁・将棋・盆栽・手芸など趣味に関する番組	△19.4	(7)	23.7	(15)	△16.3
11	保育園・幼稚園・学校関係の行事を取材した番組	19.2	(13)	17.1	(8)	20.7
12	観光・漁業・造船など地元の産業に関する番組	19.2	(9)	22.4	(11)	16.8
13	対談やインタビュー・講演番組	17.5	(10)	18.4	(11)	16.8
14	婦人会・青年会・老人クラブなどサークル活動を紹介した番組	17.2	(11)	17.8	(11)	16.8
15	国や県の行事やお知らせに関する番組	△16.9	(11)	17.8	(15)	△16.3
16	天気予報	16.4	(14)	15.8	(11)	16.8
17	視聴者(家族や知人など)が出演している番組	14.2	(17)	13.8	(18)	14.4
18	ショッピングに関する番組	△13.3	(19)	9.2	(15)	△16.3
19	農協・漁協など公共団体からの告知や案内	11.4	(18)	11.2	(20)	11.5
20	映画・マンガ・歌謡曲などの娯楽番組	△11.1	(20)	△7.9	(19)	△13.5
21	地元企業・商店などのコマーシャル放送	6.9	(20)	7.9	(21)	6.3

注：(△は、現在、興味・関心をもっている番組というより、
将来放送してほしいという希望の方が強い番組)

- (1) 子どもたちの勉強の手助けになる教育番組 15・3%から21・1%に増加(年令30代、50代、家族構成は、老人と夫婦と子供
の家庭に強い希望がみられる。)
 - (2) 料理・育児・医学に関する番組 16・1% → 20・3% (夫婦
と子供の家庭に多くみられた。)
 - (3) 囲碁・将棋・盆栽・手芸など趣味に関する番組 16・7% →
19・4% (女性、老人と夫婦と子供の家庭に目立つ。)
 - (4) 国や県の行事やお知らせに関する番組 16・4% → 16・9%
(男性の希望が多い。)
 - (5) ショッピングに関する番組 8・9% → 13・3% (これも男
性の希望が多い。)
 - (6) 映画・マンガ・歌謡曲などの娯楽番組 8・1% → 11・1%
(男・女性、30代、学歴は旧制中学・新制高校卒、老人と夫婦
と子供の家庭に目立った。)
- これらの希望は、施設別にみると、下田有線テレビの視聴者では、六番目の「映画・マンガ・歌謡曲などの娯楽番組」への希望が、7・2%から7・9%に上まったのみで、小林テレビ設備の視聴者からの希望は、六つの番組すべてにわたって主となつてゐる。
- 下田有線テレビは、小林テレビに比べて、十年も早く自主放送を開始し、会社の規模、組織、自主放送の実績にも一日の長がある。したがって番組内容もバラエティに富み、視聴者のニーズによく応えてゐると思われる。たしかにCATV自主放送での教養・娯楽番組の制作には種々の制約がある。しかし、そうした番組にも他の既成局とは異つた、独自の道をもつてほしいものである。小林テレビ設備では、こうした要望に、将来ペイテレビでの対応を考えているというが、現状での、番組の多様化、充実強化にもそれなりの対応を考えねばならぬ時期にきているといえよう。

IV 広告媒体としてのCATV

両施設で放送されている、地元企業や商店のCMは放送はどのくらいみられてゐるだろうか。

「みている」と答えた人は、「時々みる」人から「よくみている」人まで合わせて46・8%、「みていない」人52・3%に比べてやや少ない。「みている」人のなかでは「時々みる」という人が58・8%で、「よくみている」「非常によくみている」という人は合わせて15・9%である。「男性、60代以上、高学歴、自由業で、老人と夫婦の家族構成、近所づきあいは近くの教軒程度」というのがよくみている」といふ視聴者像になる。それが下田有線テレビでは、「旧制中学・新制高校卒の学歴、夫婦と子供の核家族」、小林テレビ設備では「女性、近所づきあいは非常に多い」と入れ替つてゐる。

一方、「みていない」と答えた人たちが、CMシャルをみない理由は、59・5%の人が「面白くないから」で、「役に立たないから」34・7%、「映像が悪いから」24・2%となつてゐる(複数回答)。

この数字も施設間の差が大きく、下田有線テレビでは54・6%がみており、みていないものは45・4%と、半数以上の人がみているのに対して、小林テレビ設備では、みている人は41・8%、みていない人が58・1%と対照的である。

現在、下田有線テレビのCMシャル放送は、一日三回の「下田ニュース」の時間枠に、五分間のニュースをはさんで、前に二分間(CM四本)、後に二分間(同四本)、一回で合計八本のCMを放送し、これが一日に三回で延二四本放送してゐる。

小林テレビ設備では、「CMタイム」を設けて、各社・商店のCM(一社三〇秒以内)とレコード音楽を流すというパターンをとつ

ている。CMタイムは、一回の放送時間（二時間一五分）中に十五分ずつ二回、一日四回の放送で延二時間を、CMを放送していることになる。この番組編成のパターンの差が前記の数字の差につながっているのではないだろうか。視聴者の関心の強い番組の前後にCM放送を組ませる方が、独立したCMタイムより効果があると思われる。それと「CMはマンネリズムに陥ることを避け、新鮮さを大切にしたい」と語っていた下田有線テレビの担当者の言葉が印象に残る。視聴者が将来放送してほしい番組のなかに「ショッピングに関する番組」があげられている。商品情報を含めた生活情報番組の充実強化のためにも、コマージュナル放送に試行錯誤の冒険も望みたい。

このことは施設側でも当然考えられていることで、前述のCATV放送事業者・広告主対象の実態調査では、CATVの自主放送におけるコマージュナル放送の重要性を認め、事業者の40・0%が現在非常に重要と考えると答え、16・7%がかなり重要であるとしている。理由は「財源なくしては健全な自主放送はあり得ないから」あるいは「経営を採算にのせるため」「利益をあげるため」「視聴者サービスのため」など、「経営」の面からと、「生活情報として」「各家庭へ情報を提供するため」など、「内容」の面から考えたものであった。そして将来「非常に重要」43・3%、「かなり重要」40・0%と考える事業者は八割を超えていた。

こうしたCATV放送事業者のコマージュナル放送に対する意見とともに、今回の調査結果をみる時、先発施設の下田有線テレビが、コマージュナル放送においても一歩先んじているのは、先行きの明るさを感じさせる材料とみてよいのではないだろうか。

V CATVに対する視聴者の評価

この稿のはじめに、市民が接触する多くのメディアのなかで、情

報媒体としてのCATVがどのように位置づけられているかを、日常生活に必要な個々の情報の入手経路という点から考察した。この章では、諸メディアと地域社会について、とくにCATVと地域社会とのかわりあいを視聴者はどのようにとらえているかを考察し、それを視聴者のCATVに対する評価として、この稿のむすびとしたい。

以下の設問に対する回答については、二つの施設、下田有線テレビと小林テレビ設備の視聴者の間に、幾分かの差がみられたが、總体的にみれば、他のメディアに比べてCATVの評価は高くなっている。（以下複数回答）

A 住民相互の結びつきを深める働きをしているメディアはどれだと思えますか。

			1	2	3	4
			掲示板	CATV	広報しもだ	伊豆新聞
			51・8	46・8	24・0	22・3
			下田有線テレビ	掲示板	伊豆新聞	広報しもだ
			65・2	55・5	33・5	28・4
			掲示板	小林テレビ設備	広報しもだ	人との話
			49・0	33・2	20・7	

B

暮らしや市政などの生活環境の改善に役立っているメディアはどれだと思いますか。

4	3	2	1		
伊豆新聞	広報しもだ	〔回覧板 掲示板〕	CATV	全体%	
25・1	27・3	32・5	38・8		
広報しもだ	伊豆新聞	〔回覧板 掲示板〕	下田有線 テレビ	下田有線テレビ	
29・0	34・2	34・8	63・2		
伊豆新聞	小林テレビ 設備	広報しもだ	〔回覧板 掲示板〕	小林テレビ設備	
18・3	20・7	26・0	30・8		

D

広告・広報媒体として役立っているメディアはどれだと思いますか

4	3	2	1		
伊豆新聞	〔回覧板 掲示板〕	折込広告	CATV	全体%	
23・7	25・3	32・2	39・1		
全国紙	伊豆新聞	折込広告	下田有線 テレビ	下田有線テレビ	
28・4	35・5	36・1	52・3		
全国紙	〔回覧板 掲示板〕	〔折込広告 〕	小林テレビ 設備	小林テレビ設備	
19・2	25・0	29・3			

C

地域の社会教育に役立っているメディアはどれだと思いますか

4	3	2	1		
伊豆新聞	広報しもだ	NHK テレビ	CATV	全体%	
20・4	20・9	22・9	42・4		
NHK テレビ	広報しもだ	伊豆新聞	下田有線 テレビ	下田有線テレビ	
21・3	23・2	31・6	56・8		
〔回覧板 掲示板〕	広報しもだ	NHK テレビ	小林テレビ 設備	小林テレビ設備	
16・8	19・2	24・0	31・7		

下田有線テレビの視聴者は、四つの設問のすべてに下田有線テレビを筆頭にあげ、地域情報媒体としてのCATVに対する評価の高ことを示している。一方、小林テレビ設備の場合は、数字からみると評価はややきびしい。しかし、それぞれの質問に対してあげられたメディアの順位をみると、すでに見てきた各項目ごとの調査結果の裏づけであることがよくわかる。

たとえば、「A」の設問で、住民相互の結びつきを深める働きをするメディアとして「回覧板・掲示板」が一位にあげられている。人とのコミュニケーションを大切にする土地柄、日常生活に直接必要な情報が、家から家に、人から人へと伝えられる確かな手ごたえが大切にされて、回覧板・掲示板という素朴な情報伝達の手段が高い数値を示したと思われる。

また、下田有線テレビの視聴者が、CATVに高い評価を与えたのは、こちらは人から人へというパーソナルな情報伝達的手段に限

界を感じ、コミュニケーションの輪をコミュニティという空間にまでひろげ、メンタルな面でも住民相互の結びつきを深めてゆくためには、CATVが役に立つと認めただけではないだろうか。新しいメディアの必要性を感じた視聴者が、下田有線テレビを新しいコミュニティ・メディアとして支持し、今後の活動に期待をよせていることを示している。視聴者のグループ・インタビュ어도「CATVを通して交際の範囲が広くなり、友人が増えた。」という声が多く聞かれた。

CATVは、コミュニティ造りに力のあるメディア、役に立つ身近な存在と評価する視聴者の意識と、それぞれのメディアを上手に使ってゆくと視聴者の知恵を考えあわせると「B」「C」「D」の回答についても納得がゆく。

下田有線テレビはこうした視聴者の要望に応えるべく、すでにコミュニティ・メディアとして機能していることはみてきた通りであり、これは小林テレビ設備にもいえることである。

(昭五七・九・三〇)