

地域放送メディアに対する住民の主観的評価計測に関する研究 ---震災復興期を対象として---

○三友仁志 (Htioshi Mitomo)、大塚時雄 (Tokio Otsuka)

Keywords : 震災復興、地域放送メディア、力づけ、仮想評価法、価格感度測定

1 目的

本研究の目的は震災復興期における地域放送メディアの役割について、利用者が復興期の地域放送メディアの役割にどれ位の価値を見出しているかを明らかにすることにある。東日本大震災や熊本地震などの震災に直面した際には、多くのメディアがその長所を活かして多角的な貢献を行っている。このような中で、地域放送メディアすなわちテレビの地方局や地域ケーブルテレビなどは、特に震災復興期に、震災地域に住む住民に対するきめ細かい報道を行ったり、当該地域の地域文化に根差した番組を放送することで、住民に対する「力づけ」を行うことが期待されている。

2 方法

本研究の調査・分析方法は、復興期の震災地域住民に対する実証調査データを用いた仮想評価法及び価格感度測定である。仮想的なシナリオを背景として支払意思額を求める仮想評価法に加えて、価格感度測定を行うことによって金銭的な評価を推計する。調査にあたっては、地域放送メディアの役割における仮想的なシナリオとして、(1) 平時の役割を維持するために直接支援金を支払う、(2) 平時の役割を維持するために公的資金を支払う、(3) 震災の力づけを行うために直接支援金を支払う、(4) 震災の力づけを行うために公的資金を支払う、の4つを準備した。

3 結果

調査・分析の結果、仮想評価法における支払意思額として、全サンプルを考慮に入れた場合にはすべてのシナリオにおいて100円の中央値を得た。また、支払い拒否回答を除いた分析においては300円～500円程度の中央値を得た。一方で、価格感度測定では各シナリオにおいて、最適価格として400円～500円、妥協価格として400円～600円、上限価格として500円～700円、下限価格として300円～500円という数値が得られた。これらの分析において、平時よりも震災時を想定したシナリオにおいて地域放送メディアの評価が高い一方で、直接支援金形と公的資金形では明確な差異が得られなかった。

4 結論

以上により、平時及び震災復興期における地域放送メディアに関する被災地住民の評価を通して、地域放送メディアの震災時の力づけの役割について明確に示すことができた。一方で、住民が必ずしも公的資金による援助を望んでいるわけではないことが示唆された。

【主要参考文献】

- D. P. アルドリッチ著、石田祐、藤澤由和訳、災害復興におけるソーシャル・キャピタルの役割とは何か：地域再建とレジリエンスの構築、ミネルヴァ書房、2015年4月。
池田謙一編、震災から見える情報メディアとネットワーク、東洋経済新報社 2015年7月。