

琉球大学学術リポジトリ

南大東島における主婦のメディア接触に関する実態調査

メタデータ	言語: 出版者: 琉球大学法文学部 公開日: 2009-11-12 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 宮城, 悦二郎, 保坂, 広志, 川井, 勇, Miyagi, Etsujiro, Hosaka, Hiroshi, Kawai, Isamu, 保坂, 廣志 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/20.500.12000/13067

南大東島における主婦のメディア 接触に関する実態調査

宮 城 悦二郎
保 坂 広 志
川 井 勇

目 次

はじめに

第 I 章 調査の概要

第 II 章 民放テレビ導入の評価

第 III 章 主婦のマス・メディア接触状況

第 IV 章 テレビCMと主婦

第 V 章 テレビと子供

単純集計

クロス集計

はじめに

琉球大学社会科学部広報学研究室は、昭和55年7月に、宮古島における民放（CATV）導入とそれが主婦の購買行動に及ぼしているのかについて調査を実施した（研究代表者・大田昌秀^①）。今回の調査は、宮古島調査から得られた知見を手がかりにして、南大東島の主婦を対象に行われたものである。

南大東島は、沖縄本島の東方 372 km の太平洋上に浮かぶ文字通り絶海の孤島である。NHK テレビも一日に二時間のビデオによる放送をするだ

けで、島の住民は放送衛星によるNHKテレビ全国同時視聴のできる日を一日千秋の思いで待ちわびている。このため島民は、電化製品販売店主と製糖工場従業員が片手間に経営しているCATV“局”から流す“民放番組”でかろうじて情報・娯楽への渴望をいやしている。

このようなマス・コミュニケーション状況下にある島で、マス・メディア接触に関する実態調査が行われたのは今回が初めてである。それだけに、今回の調査は、放送衛星によるテレビ同時視聴化後の同島におけるマス・コミュニケーションの影響に関する調査・研究に資するデータを提供できるものと思われる。南大東島は、テレビ文化が伝統文化に及ぼす影響の過程を研究するうえでも興味ある対象である。

今回の調査は、昭和57年度吉田秀雄記念事業財団の研究助成金を受けて実施されたものである。調査には、宮城悦二郎（研究代表者）と共同研究者として保坂広志、川井勇が参加した。執筆は、第Ⅰ、Ⅱ章が保坂、第Ⅲ、Ⅳ章が宮城、第Ⅴ章を川井が担当した。

- ① 詳しくは宮城・保坂「宮古島における民放導入とその影響」『琉球大学法文学部紀要』（社会学篇）第24号、1981年を参照されたい。

第Ⅰ章 調査の概要

Ⅰ-1 調査の目的

本調査は宮古島調査にひき続き、有線テレビによる民放番組導入が南大東島の主婦の生活にどのような影響を及ぼしているかを探ることをその目的とした。

具体的にいえば、主婦の従来のマス・メディア接触傾向を変えたのではないか。また、子供たちのテレビ視聴に対する母親としての態度にも変化をもたらしたのではないか。さらには、民放番組を視聴することは、即ちテレビCMとの接触をも意味するから、これが主婦たちの購買行動にも影響を及ぼしているのではないか。このような推定を検証するのがこの調査

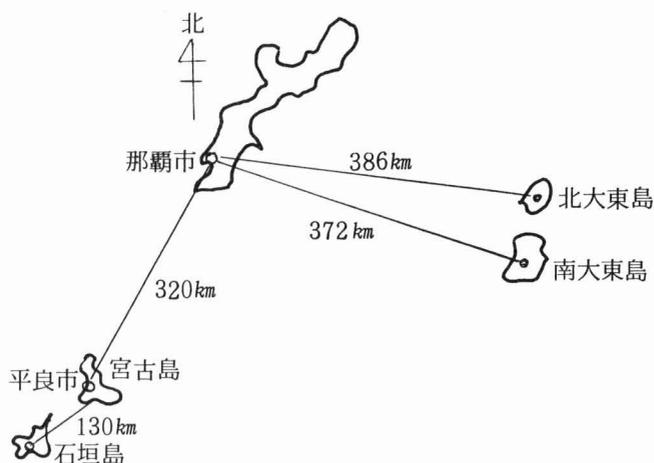
の目的であった。

これらの点を明らかにするために、主婦のマス・メディア接触状況、民放導入に対する評価、テレビCMに関する態度、CMと購買行動との関連、母親として子供たちのテレビ視聴に対する態度等に焦点をあてて調査を行った。

I-2 南大東の概観

南大東島は、沖縄本島より372 km東方海上にあり、北緯25度49分、東経131度14分に位置している。地形は、海岸線が環状丘陵地帯で、内陸部が低地となって連なり、隆起環礁からなる摺針状の島（面積30.6 km²）である。年平均気温は22.9度、同湿度78%で、高温・多湿な亜熱帯海洋性

図 I - 1 南大東島の位置



気候に属している。同島は、明治37年、東京都下八丈島民からなる開拓団により初めて入墾・開拓された島で、第二次世界大戦以前は、特定企業

南大東島における主婦のメディアに関する実態調査（宮城・保坂・川井）

（製糖会社）が単独で、しかも治外法権的に島民を管理するといった国内でも例をみない島嶼経営を行っていた。同島民が土地の私有を正式に認められたのは昭和39年7月からである。

島外からの交通には、那覇－南大東島を一日二往復しているDHC六型機（定員18人）による航空機利用が一般的で、島内にはバス・タクシーの類はない。

同島の人口は、1,692人、世帯数554（数字は昭和57年3月末現在）。最盛期の昭和30年代には約3,500人を数えた人口も、沖縄海洋博覧会（昭和50年に開催）を前後して、島外への流出がおり、沖縄県内の他の離島同様、深刻な過疎の島となっている。

産業別にみると、基幹産業はさとうきび単作農業で、農家戸数は221、経営耕地面積1,799ha、一戸当りの経営規模8.1haとなり、全国平均の1.2ha（昭和57年度農林水産省調べ）と較べて国内有数の大農式農業を行っている。

表 I - 1 南大東島の産業別就業者数

（昭和50年度、国勢調査による）

第一次産業		第二次産業		第三次産業				
農業	漁業	建設業	製造業	卸 小売業	サービ ス業	連 輸 通 信 業	電 気 ガ 水道業	公務員
人	人	人	人	人	人	人	人	人
308	5	36	123	46	62	17	5	72
313人 (46.4%)		159人 (23.6%)		202人 (30.0%)				

同島の産業別就業者を、人口構成比からみると（表I-1）、トップは農業の308人、次いで製造業123人、公務員72人、サービス業62人の順になっている。四方を海に囲まれ、豊富な漁場にも恵まれた南大東島だが、港湾設備が未発達なため漁業不振となっている。

一方、学校は小学校と中学校の併置校で、中学校以上の進学は、沖縄本

島や本土他府県に送り出している。

以上の記述からもわかるように、南大東島は、沖縄県下の離島にあって、地理的隔絶性、文化的孤立性の強い島である。昭和54年12月、沖縄県は、県内の全市町村から選んだ15歳から70歳の約6,000人を対象に「県民選好度調査」を実施した。この結果を南大東島に限ってみると、「島のくらしのよくなった点」として「電話・電化生活・道路」等をあげている。反面「不便を感じる点」として「医者・港・空港・テレビの視聴」等、人々の健康や文化、それに交通機関を上位にもってきている（『県民選好度調査資料篇』沖縄県企画部調整課、昭和55年3月）。無村医としての不安もさることながら、村民が他の離島村の住民以上に、日常生活で必要とされる交通施設や情報・娯楽の面にとくに不便を感じているところに、他の島嶼にはみられない南大東島の特徴がある。

I - 3 調査対象及び調査方法

本調査

昭和57年8月18日～同8月23日。島内のCATV加入者のうち、既婚女性のみを対象にした。CATV加入世帯257中、本調査該当者は、217人。しかし不在52人、老人家族18人等、無効票が多く、実際の有効票は147と、当初予定した割合を下まわってしまった。

調査方法

質問紙を用い、個人面接法及び留置法、後日回収方法を併用した。

有効調査票

147票（64.2％）

I - 5 サンプル構成

F1 年 齢

人数(%) \ 年 齢	20 代	30 代	40 代	50 代	60代以上
実 数 (人)	31	34	43	30	9
割 合 (%)	21.1	23.1	29.3	20.4	6.1

F2 学 歴

人 数 (%) \ 最 終 学 歴	小 学 校 卒	旧 制 女 学 校 卒	新 制 中 学 校 卒	高 等 学 校 卒	専 門 学 校 卒	大 学 卒	そ の 他
実 数	31	6	51	46	11	0	2
割 合	21.1	4.1	34.7	31.3	7.5	0.0	1.3

F3 職 業

人 数 (%) \ 現 在 の 仕 事	一 般 事 務 職	労 務 職	農 業 ・ 漁 業	商 工 ・ サ ー ビ ス 業	専 門 職	家 事	そ の 他
実 数	17	4	16	29	2	78	1
割 合	11.5	2.7	10.9	19.7	1.4	53.1	0.7

F 5 年間世帯収入

年間収入 人数 (%)	百万円以下	百万円～二百万円	二百万円～三百万円	三百万円～四百万円	四百万円～五百万円	五百万円以上	無回答
実数	20	38	31	16	19	13	10
割合	13.6	25.9	21.1	10.9	12.9	8.8	6.8

F 6 夫の職業

主人の職業 人数 (%)	一般事務職	労務職	建設関係	農業・漁業	商工・サービス業	専門職	管理職	夫無し	その他
実数	25	20	11	34	16	8	12	19	2
割合	17.0	13.6	7.5	23.1	10.9	5.4	8.2	12.9	1.4

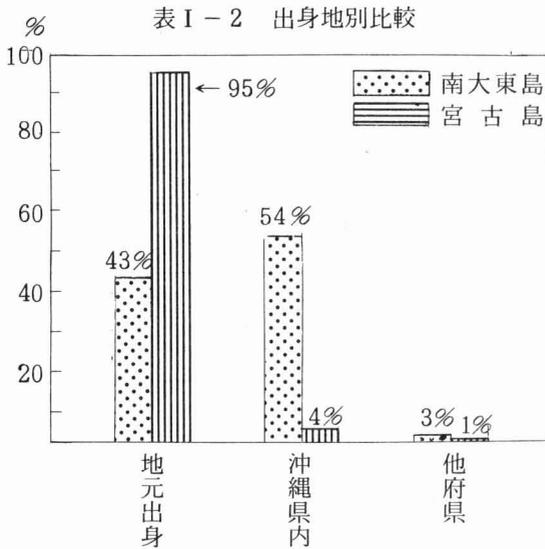
F 7 出身地

出身地 人数 (%)	南大東島	南大東島以外の県内	県外
実数	63	80	4
割合	42.9	54.4	2.7

F 8 子供の数

子供の数 人数 (%)	一 人	二 人	三 人	四 人	五 人	ナ シ
実数	51	26	18	13	4	35
割合	34.7	17.7	12.2	8.8	2.7	23.8

調査対象者の年齢別構成に大きなバラツキはないといえる。学歴では、小学校卒が31人（21.1%）、中学校卒が51人（34.7%）で、義務教育終了者が全体の半数を占めている。職業別では、約半数の者が何らかの職業をもち、専業主婦と呼ばれる者の比率（53.1%）とほぼ同じである。職種としては商工・サービスが29人（19.7%）でトップ。次いで一般事務職の17人（11.5%）、農業16人（10.9%）の順となっている。年間世帯収入では、100万～200万がトップで38人（25.9%）、次いで200万～300万円の31人（21.1%）となっている。出身地別では、島外出身者が57%と、地元出身者の43%を凌駕している。これを同じ離島である宮古島と比較すると図I-2のようになる（宮古島については昭和55年調査を



参照した）。出身地が、現在の居住地と同一か否かは、主婦の日常生活や教育観、はては消費面にいたるまで様々な影響を及ぼすと考えられる。NHKが、昭和53年2月に実施した「全国県民意識調査」によると、同一県内で地元出身者の占める割合が最も高いのは沖縄県で、93.4%という比率になっている

る。NHK調査は、同一県内の移動は、転入・転出と考えていないのでこの数字を単純に南大東島にあてはめることはできないが、それにしても転入者が全体の半数以上を占めることに、同島の特色があるといってもいいようだ。

I-4 テレビ放映の現況

① NHKテレビジョン南大東放送試験局

南大東島は、沖縄本島より遠く隔たっているため、現在のところNHKテレビの同時放送は行なわれていない。現在の科学技術をもってすれば海底ケーブル敷設による同時化も可能だが、巨額の資本投下が必要なうえ、投資効果の面からも人口の絶対数が少ないため採算がとれず、放置されている嫌いがある。

しかし、公共放送という立場上NHK沖縄放送局は、昭和50年3月から、ビデオテープ空輸・電波再生方式により南北両大東島の住民に毎日午後7時30分から同9時30分（土曜日は9時50分）までの2時間、カラー放送を行っている。放送施設は、南大東村役場内に設置され、役場職員が交替で番組送出をし、テレビ視聴料は無料、必要経費はNHKが負担している。

この措置により、住民は曲がりなりにもNHKテレビの恩恵に浴しているわけだが、異時再送信で、番組も沖縄本島と較べて約4週間も遅れているため、住民の不満は大きい。村議会では、たびたびNHK東京本社をはじめ郵政省等関係機関に「同時放送」の陳情を行っているが“なしのつぶて”だという。もっかのところNHKが、昭和59年2月、実用通信衛星（Bs2a）を打ち上げる計画をもっており、衛星通信を利用して同時放送の実現がはかれることに島民は大きな期待をいただいている。

② 南大東有線テレビ協同センター

南大東島には、現在二つの有線テレビ局がある。そのうちの一つ、協同センター（代表者・吉里正清）は、昭和51年10月に運用を開始した加入世帯約150のミニ・テレビ局である。加入世帯施設区域は市内の在所、池之沢地区を中心に150。加入金で設備費をまかなう経営方針がとられているため、入会金は3万円から10万円にもものぼる。電柱共架はもちろんのこと、引き込み用自主柱や増幅機用ポールもなく、銅線ケーブルを埋設し、映像を送っている。地中にケーブルを敷くため、道路下を掘ったり、池底にケーブルをくぐらせるなどの苦労がたえず、加入者宅によりやくケーブルが

届いても出力減退のため映像がほとんどみえないという笑えない事態もおこっている。維持費は月額3,000円。社員は、パチンコ店を経営する奥さんの一人だけである。広告収入がないため、会費収入でのみ経営せざるを得ず、新規加入もほとんどこれ以上の増加は期待できない状況である。その上さらに、キビ作が三年連続不作のため収金率は月50%を割っているのが実情で、吉里代表者によると「まったくの赤字経営」ということである。もっかのところテレビ局の運営資金は、代表者が経営する電気機器の販売収入と娯楽施設のそれでもまかなわれている。

協同センターの週放送時間は105時間（午前9時～午後12時）、番組収録を那覇市の知人宅に依頼、琉球放送（RBC）、沖縄テレビ（OTV）の番組を収録し、週二回程度空輸し、一週間遅れで放送サービスを行っている。自主放送では、南北両大東島の親善野球大会、運動会、村祭り、役場からのお知らせ等随時に放送しているが、機動力という点から自主放送の拡大は望みようもないのが現実である。

そもそも共同放送センターは、共同放送という名前の如く、昭和48年頃テレビ視聴の恩恵にあずからない住民が、ビデオ・デッキの購入をきっかけとして、テープの交換を始めたことに端を発している。デッキ所有者は、沖縄本島在の親戚・知人に頼んで番組を録画し、それを互いに交換したわけだが、テープ代が高価なためと、空輸の煩雑もあり、窮余の一策として家庭から家庭へのケーブル配線により、テレビ録画をみるという自衛策をとった。吉里氏は、当時から電器具店を経営し、機械に詳しいということもあり、組合員への便宜をはかり、やがて新規の事業として直接経営に乗り出し、現在にいたっている。

③ 南大東島有線放送

南大東島有線放送（代表人・中里駿太郎）は、協同センターの経営者の一人であった中里氏が、同局より分離・独立して、昭和54年4月から運用を開始した。加入世帯施設区域は、在所、決之沢、北を中心に180世帯。昭和57年8月現在、加入者数は約100。加入金は一律55,000円となっているが、遠距離加入者には実費を負担してもらっている。維持費は月額3,000

円。社員は奥さんの一人だけであるが、代表者である中里氏が他に定職をもっているため、番組の送り出しから集金にいたるまで、実質的な経営は夫人の力に負っている。経営状態は「協同センター」とほぼ同じで、「赤字続きで、とても著作権料など払えるわけがない」（中里氏談）ということである。

同放送局の週放送時間は119時間（午前7時～午後12時）。番組収録方法や番組提供局および放送内容は「協同センター」とほぼ同じである。自主放送は行っておらず、琉球放送の報道番組「エリア・レポート」（月～金曜日、午後6時～6時30分）を一週間遅れで同時間帯に放送している。

中里氏によると、南大東島における有線テレビの発案は、本人に初まるという。中里氏も、他の住民同様、ビデオ・デッキを昭和46年に購入したが、テープの輸送代や維持が大変なため、ケーブルを敷設し、各家庭をつないだらどうかと一計をこらした。事実ケーブルを敷いたところ、他家へも映像が届き、吃驚したとのことである。これをもとに、本人宅を親局にして、約40世帯ほどの組合を結成、映像の配給に努めた。その時、同種のところみを行っていた吉里氏と協力、前述した「放送センター」の経営に乗り出すが、やがて収入の配分方式等をめぐり対立、中里氏が従来の組合員をひき継ぐ形で、直接経営に乗り出したわけである。

南大東島での有線テレビは、現行の有線テレビ法、著作権法等からすると問題がないとはいえないが、「南大東島での娯楽といえば酒かつりしかなく、離島の後進性や教育文化の向上を計るにはテレビしかない」（村会議員談）という状態である。離島中の離島の文化、情報、娯楽の飢餓状態を考えるならば、法律上の論議ではかたづけられないことがあるのも否定できない。また、村役所の行政情報や交番からのお知らせ、その他島産牛肉の販売、告別式等の生活情報などもCATVを使用して流されている状況である。

第Ⅱ章 民放テレビ導入の評価

Ⅱ－１ 主婦のCATV導入に対する態度

沖縄本島より地理的に隔絶された南大東島に、民放テレビが導入されて六年の歳月が経過したが、家庭の主婦は、それをどう受けとめているのだろうか。その集計結果がQ7である。「どちらともいえない」がトップで、49.7%となっている。次いで「好ましい点が多い」の43.5%、「好ましくない点が多い」6.8%の順になっている。

Q7 民放テレビ導入の評価

人 (%)	民放が入ってどう思うか	好ましい点が多い	好ましくない点が多い	どちらともいえない	無回答
実数		64	10	73	0
割合		43.5	6.8	49.7	0.0

結果を、昭和55年7月に実施した宮古島調査と比較すると表Ⅱ－1のようになる。数字の上で幾らかの差異はあるものの、順位はまったく同じである。

表Ⅱ－1 民放テレビ評価に関する宮古島と南大東島の比較
(数字は%)

昭和55年7月 宮古島調査	29.3	16.8	53.8
	好ましい点が多い	好ましい点が多い	どちらともいえない
昭和57年8月 南大東島調査	43.5	6.8	49.7

南大東島におけるコミュニケーション状況を考えると、有線テレビや地元新聞が発刊されている宮古島と較べて民放テレビに好意的評価を下すものが多いことは十分納得できる。ただし、「どちらともいえない」と答え

ているものは、民放テレビへ視聴料を支払い、その対価として相当のサービスを受けているかどうか疑問を感じているからではないか。

次に、民放テレビが好ましい点(Q8)および好ましくない点(Q9)について答えてもらった結果をみてみよう。自由記述式で述べてもらったため、回

Q8 民放テレビのよい点

人 (%)	好ましい点	娯楽がふえた	地元番組が見られる	商品知識がふえる	知識・情報がふえる	会話がふえる	格差是正に役立つ	ひまつぶしになる	その他	わからない
実数		20	2	2	27	2	3	7	9	94
割合		12.0	1.2	1.2	16.4	1.2	1.8	4.2	5.4	56.6

答者は約半数と低いが、回答があった内訳をみると、トップが「知識・情報がふえる」16.4%、ついで「娯楽がふえた」12.0%、「その他」5.4%の順になっている。「その他」の内容としては「テレビは頭の回転を良くする」「子供がよく家にいるようになった」等があり、「暗黒の世界から救ってくれた」という表現には、絶海の孤島に住む人の気持ちがよくあらわれているといえよう。

次に「民放テレビの良くない点」についてみてみよう(Q9)。

これも自由記述式で答えてもらったが、民放テレビに加入すること自体が、既にテレビに対する肯定的な判断を含んでいるためか、回答者は「民放テレビの良い点」を答えてくれた人を、大きく下まわっている。「良くない点」のトップは「子供に悪影響がでる」の6.1%である。割合としては低いが、「風紀上よくない番組がある」2.7%、「勉強しなくなる」2.7%等があり、総じて民放テレビの良くない点は、子供の学習や態度への影響を懸念しているからのようだ。「その他」としては、「朝の子供むけ番

Q 9 民放テレビのよくない点

良くないところ 人 (%)	風紀上よくない番組がある	子供に悪影響がでる	再放送が多い	仕事を手につかない	勉強しなくなる	その他	わからない
実数	4	9	1	2	4	7	121
割合	2.7	6.1	0.7	1.4	2.7	4.7	81.7

組が少ない」「ラジオや新聞をあまり聴いたり読んだりしなくなった」「会合がテレビのためルーズになった」等がある。とくに民放テレビの導入後、時間の使い方に問題がでてきたとの発言がしばしば聞かれた。いわく「婦人会の集まりは、テレビの番組と相談して決める。もしこれを怠ったら会の運営はむずかしくなる」（婦人会リーダー）「子供会活動がやりにくくなった。テレビがなかった当時は、子供たちは外でまっ黒になるまで遊んでいたが、今はみんなテレビにかじりついて外にでなくなった。顔も都会的になってきた」（学校教師）とかの意見も聞かれた。テレビが新メディアとして地域社会に導入された当初は、人々のテレビに対する関心は高く、日常のあらゆる場面で混乱がおきるといわれているが、テレビが導入され六年が経った現在でもなおかつ前述の発言が聞かれるのは興味深い。

II-2 母親からみた子供と民放CM

南大東島の家庭の主婦たちは、子供むけテレビCMをどう評価しているのでしょうか（Q22～表II-3）。

「子供むけテレビ広告の評価」では、「現状のままでよい」がトップで44.9%、ついで「わからない」25.2%、「もっとあってよい」13.6%の順となっている。全体としては、約六割の人たちが子供むけテレビCMに

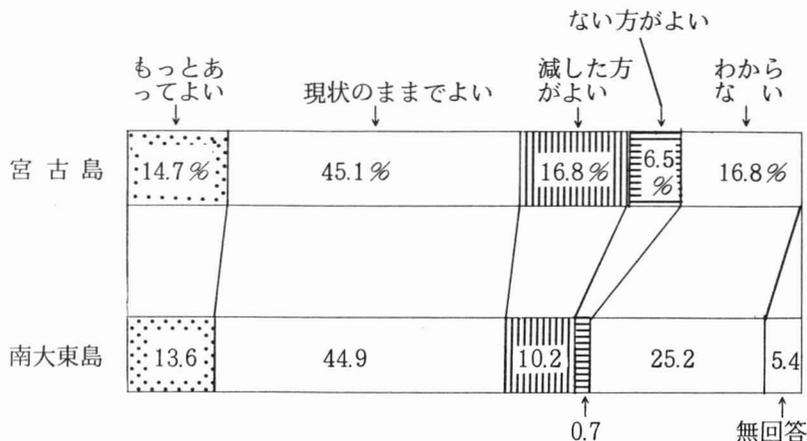
Q22 子供むけテレビ広告の評価

子ども向け テレビ広告について 人 (%)	もっとあってもよい	現状のまままでよい	減した方がよい	ない方がよい	わからない	無 回 答
実 数	20	66	15	1	37	8
割 合	13.6	44.9	10.2	0.7	25.2	5.4

肯定的評価を下しており、否定的なそれを大きく上まわっている。この結果を宮古島調査（昭和55年）と比較すると、肯定的評価では、ほぼ同じ回答

率であるのに対し、否定的評価では、宮古島の方が高くなっている（表Ⅱ-2）。

表Ⅱ-2 子供むけテレビ広告の評価に対する宮古島と南大東島の比較



おそらく宮古島の主婦の方が、子供むけテレビ広告についての関心が高く、それだけにCMの影響について敏感であると考えられる。他方、南大東島

の主婦の場合、子供むけテレビ広告の影響について、未だ機が熟していないか、あるいは無関心ということが考えられる。

Q23-SQ1～2は、子供むけテレビ広告の良否について具体的に述べてもらった結果である。本調査項目は、自由記述式であり、質問それ自体

Q23-SQ1 子供むけテレビCMのよい点

人 (%)	いいと思う点	タレントのまね	商品知識がふえる	格差是正に役立つ	流行がわかる	表現力が増す	一般的知識がふえる	集中力が増す	その他	無回答
実数		2	1	2	2	3	10	2	6	122
割合		1.4	0.7	1.4	1.4	2.1	6.7	1.4	2.0	83.0

Q23-SQ2 子供むけテレビCMのよくない点

人 (%)	良くない点	CM商品をねだる	CMのまねをする	道徳的に悪い	金使いがふえる	言葉使いが悪くなる	その他	無回答
実数		3	1	3	2	5	5	128
割合		2.0	0.7	2.0	1.4	3.4	3.4	87.1

がやや難解のきらいがあり、回答者（有意）は、二割にもみたなかった。その中で「子供むけテレビCMのよい点」として有意回答中もっとも高かったのは「一般的知識がふえる」の6.7%であった。この他に「表現力が増す」2.0%、「集中力が増す」「流行がわかる」「タレントのまねをす

る」（いずれも1.4%）とある。南大東島の主婦にとって、子供むけテレビCMとは、商品の提示というより、一般的な情報なり知識源として受けいれられているようだ。「その他」としては、「家庭が楽しくなる」とか「娯楽としてもコマーシャルは楽しいから」等がある。

次に「子供むけテレビCMのよくない点」として、回答者中トップは「言葉使いが悪くなる」の3.4%、ついで「CM商品をねだる」「道徳的に悪い」がそれぞれ2.0%である。「その他」としては、「誇大広告がある」「有害食品のコマーシャルがある」とか「目がこえてきて高い物ばかりほしがらるから」等があった。

それでは次に、一体どのくらいの主婦が子供からテレビ商品をねだられたことがあるかを述べてみよう（Q24）。

Q24 テレビCM商品のせがまれた経験の有無

テレビCM製品をせがまれる人(%)	あ る	な い	無 回 答
実数	30	111	6
割合	20.4	75.5	4.1

Q24-SQ1 せがまれたことのあるCM商品の種類

品物の種類 人(%)	食料品飲料	し好品 (菓子類)	オモチャ	ファッション	その他	無回答
実数	1	6	21	0	4	3
割合	3.3	20.0	70.0	0.0	13.3	10.0

子供から「せがまれた経験がある」人は20.4%、およそ5人中1人の割合である。それでは、具体的に、母親は子供からこういった種類の商品をせがまれたのだろうか。Q24-SQ1がその回答である。「せがまれたことのあるCM商品の種類」としてもっとも多い

のは「オモチャ」70.0%である。ついで「し好品（菓子類）」が20.0%となっている。

表Ⅱ-3は、子供からCM商

表Ⅱ-3 子供むけテレビCMの評価（Q22）×子供からテレビCM商品のせがまれた経験の有無（Q24）

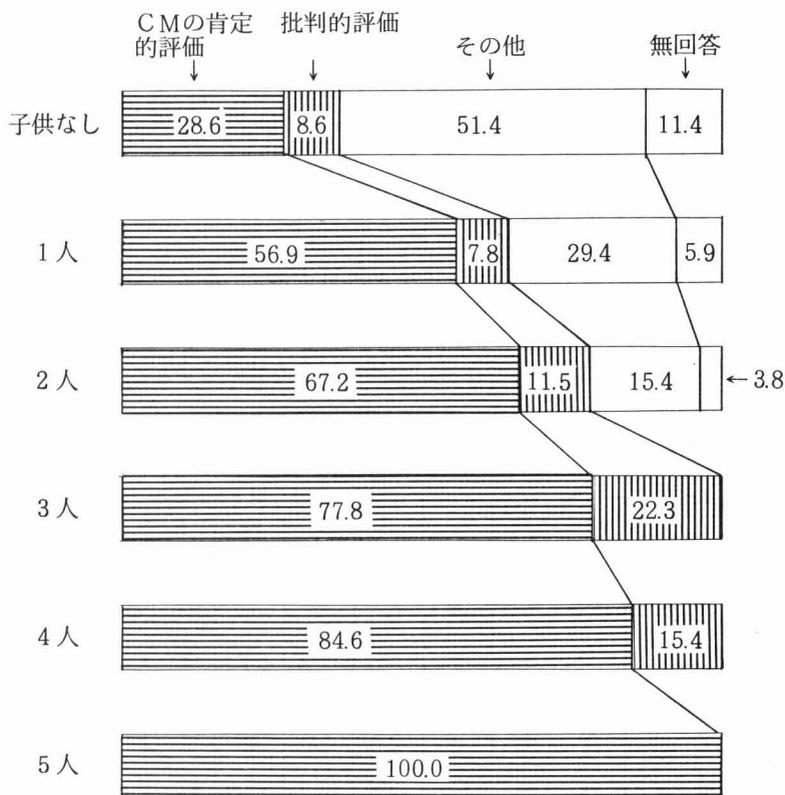
Q22 \ Q24	もっとあってもよい	現状のままでよい	減した方がよい	ない方がよい	わからない	無回答	計
あ る	20.0 (6)	60.0 (18)	20.0 (6)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (30)
な い	11.7 (13)	43.2 (48)	8.1 (9)	0.9 (1)	33.3 (37)	2.7 (3)	100.0 (111)
無 回 答	16.7 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	83.3 (5)	100.0 (6)
計	(20)	(66)	(15)	(1)	(37)	(8)	(147)

品をせがまれた経験の有無と、子供むけテレビCMの評価をクロスさせたものである。

「もっとあってもよい」「現状のままでよい」を子供むけテレビCMの肯定的評価、「減した方がよい」「ない方がよい」を批判的評価とすると、子供からテレビCM商品をせがまれた経験のあるもののうち80.0%のものが肯定的な評価を下している。一方、商品をねだられた経験のないものは、肯定的評価が54.9%、批判的評価が9.0%となっている。これからすると、南大東島の母親は、子供からテレビCM商品をせがまれた経験の有無をとわず、テレビCMの肯定的評価が高い。常識的には、親が子供からテレビ商品をせがまれた経験のあるものは、批判的評価が高くなるはずである。ところが表Ⅱ-3でもわかるように、この評価は当てはまらない。おそらく、テレビのチャンネル選択権の余地がない南大東島のテレビ現況にあって、まだ子供むけテレビCMの功罪をうんぬんするに至っていないことを物語っているのではないか。

次の表Ⅱ-4は、「子供の人数」と「子供むけテレビCMの評価」をクロスさせた結果である。

表Ⅱ-4 子供の人数（F8）×子供むけテレビCMの評価
（単位は％）



子供むけテレビCMの評価は、この表からみる限り、子供の人数と大きな関係があるようだ。子供の人数が多ければ多いほど、テレビCMの評価がよくなっていく傾向がある。子供とテレビCMを考える場合、CMの効果は子供の年齢と高い相関関係があるといわれているが、子供の人数との関係については、関連データが少なく、結論をだすのはむずかしい。ただ一般に商品を買うのは母親であることから、母親がテレビCMについてどういう評価を下すかが重要であろう。それと同時に、子供は多くのこと

をテレビCMから学習する。子供の数が多ければ多いほど、CM商品の情報は多くなり、結果的にはこれがテレビCMの肯定的評価につながっていると考えられる。

第三章 主婦のマス・メディア接触状況

III-1 テレビ視聴状況

Q1は、調査対象主婦たちのテレビ視聴時間を示したものである。平均で3時間36分（「5時間以上」を6時間とすると平均は3時間54分となる）。昭和56年に調査した宮古島の主婦の場合と比較すると、「5時間以上」の視聴者

が南大東島の場合34.7%だから、約5%ほど多い（宮古は30.4%）。これは娯楽施設や余暇活動の場のない南大東島の子供の生活の中で

Q1 テレビ視聴時間（NHKを含む）

テレビ 視聴 時間 人 (%)	一 時 間 以 下	二 時 間 ぐ ら い	三 時 間 ぐ ら い	四 時 間 ぐ ら い	五 時 間 以 上	ほ と ん ど み な い	無 回 答
実 数	10	21	34	26	51	5	0
割 合	6.8	14.3	23.1	17.7	34.7	3.4	0.0

テレビがかなりのウェートを占めていることを物語っているといえるのかも知れないが、調査を実施した時期が偶然にも農閑期にあっていたせいもあると思われる。長時間視聴者が多いという点をのぞけば、南大東島の子供の視聴傾向も宮古島の主婦のそれも、特に目立った違いはみられない。

南大東島ではNHKは1日2時間しか放映されていないが、NHK番組をよくみているのは、20.4%で、「1時間以下」が34%、「ほとんどみない」が45.6%もいる。これは沖縄本島と同じようにNHK番組を視

聴できる宮古島とは異なり、南大東島ではNHK番組が主婦の最も忙しい夕食時前後の午前7時半から9時半の時間帯に放送されることや、放送される番組が四週間も遅れていることなどに原因があるものと考えられる。

しかし、原因はそれだけではないらしい。他の設問の結果

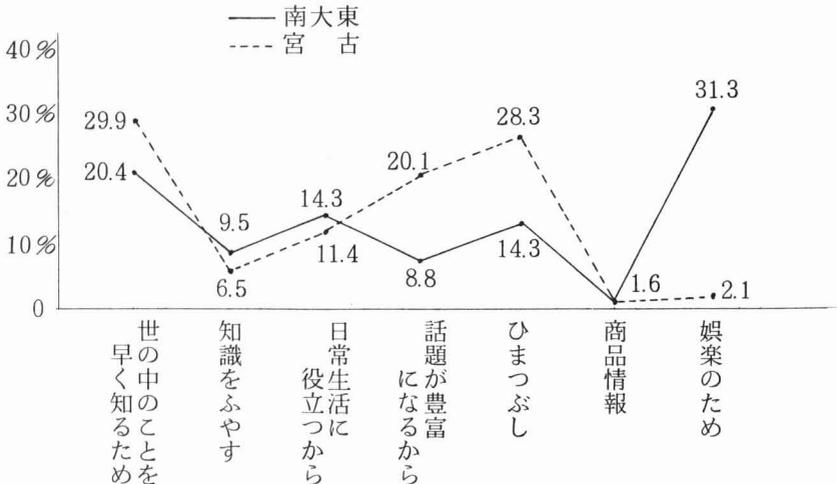
果などと考え合わせると、南大東島の主婦たちの持つテレビの機能についての考え方や番組に対する期待、などの点で、宮古の場合と少々違うこと、両島のメディア状況や文化の違いなども原因があると思われる。

ちなみに表Ⅲ-1は「あなたは主として何のためにテレビをみますか」

Q2 NHKのテレビ視聴時間

NHK視聴一日平均 人 (%)	一時間以下	二時間ぐらい	ほとんどみない	無回答
実数	50	30	67	0
割合	34.0	20.4	45.6	0.0

表Ⅲ-1 テレビ視聴の目的



との問いに対する両島の主婦の答えを比較したものである。南大東島の場合、トップが「娯楽のため」（31.3％）で、次が「世の中のことを早く知るため」（20.4％）であるのに、宮古の場合はトップが「世の中のことを早く知るため」（29.9％）で、逆に「娯楽」はたったの2.2％である。

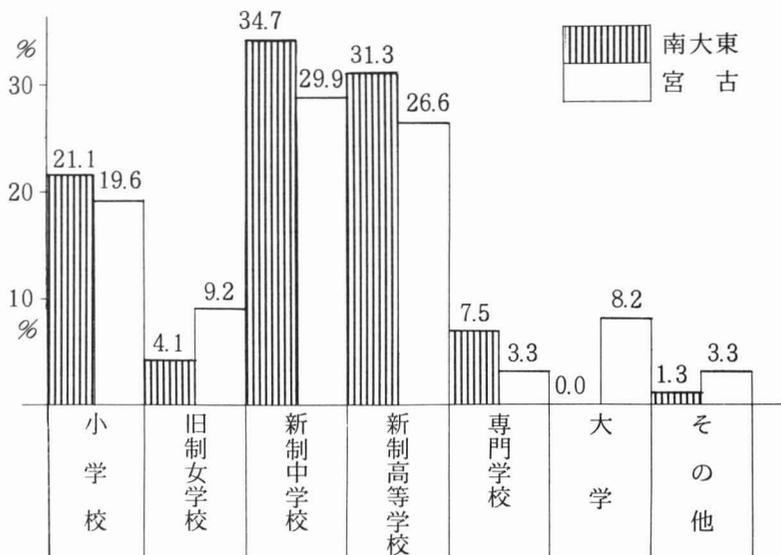
両者の顕著な違いは、テレビに対する期待、もしくはその機能についての考え方の相違点にある。宮古島の場合、「世の中のことを早く知るため」という答えが最も高いことは、良く言えば、テレビを情報源としてシリアスに受けとめているといえる。実際、NHKの番組は全国と同時に視聴できるし、東京のキー局から供給される宮古島有線テレビの番組には関東地域向けのCMがついていて、視聴者は東京地方の流行などに直接に接することができることや、さらに宮古島有線テレビの自主制作の定時ニュース番組を通して地元のことを知ることができる。だから宮古ではたしかにテレビが「世の中のことを早く知らせる」メディアとして機能しているといえる。しかし、テレビを見るのは「娯楽のため」と答えたのがわずか2.2％でしかないのは不自然であり、タテマエ的な態度が現われていると推測せざるを得ない。なぜなら、宮古島有線テレビ導入前に実施したインタビュー（昭和52年7月）で、一部の人は、「子供のことを考えるとNHKだけでいいのだが、プロレスや映画もみたいし……」と多くの人が答えていたし、その後の面接調査でも民放導入の「好ましい点」として、トップに「娯楽がふえた」（56％）と答え、「好ましくない点」として多くの主婦が「風紀上よくない」（68％）ことや「子供に悪い影響がでる」（32％）と答えている。さらに、有線テレビ加入の理由として「家族のすすめで」の30.4％に次いで29.3％の主婦が「娯楽のため」と答えている。

その点、南大東島の子婦のテレビ観は素朴であるし、現在同島においてテレビが果たしている役割を正確に反映している。テレビに求めるものは「娯楽」と答えたのが31.3％で、「世の中のことを早く知る」は20.4％。同島のテレビはまだ情報提供メディアとしては充分に視聴者のニーズをみたしていないようだ。現在、南大東島の民放局は、「局」とは名ばかりで、沖縄本島の知人に頼んで録画してもらった番組を“社長”夫婦がただ流す

だけであり、本島のRBCやOTVの許可を得て放送しているニュース番組でも二週間も遅れたものである。したがってテレビは情報メディアとしてより、娯楽メディアとしてしか機能しえていないといえよう。

また、テレビさえ満足に視聴できない島で、視聴者は主婦も含めて、テレビが果すべき機能やテレビの児童への影響等について批判的にとらえる段階にはないといえよう。第V章の「テレビと子ども」でも指摘されているように、テレビ視聴態度、テレビへのコントロール、子供への影響等についても問題意識はまだ現われていない。これは農村社会特有の生活様式や文化的要因によるところもあるかもしれない。このようなテレビに対する無批判的態度は、主婦の教育程度にも関係あろうが、メディアの未発達によるところが大きいのではないと思われる。つまり、南大東島は、テレビのネガティブな影響が顕在化して視聴者に問題視されるような段階に入っていないということである（表Ⅲ-2参照）。

表Ⅲ-2 宮古・南大東島の主婦の学歴



ちなみに、有線テレビが入ったことはどんな点で好ましいと思われませんか、との問いに、17.7%が「知識・情報がふえる」とか「娯楽がふえた」(12.9%)と答え

てはいるが、

Q9 有線テレビ導入の好ましくない点

64%が「わからない」と答えている(Q8)。そして「好ましくない点は」との問いにも実

人 (%)	好ましくない点	風紀よくない	子供影響に悪い	再放送が多い	チャンネル争い	CMが多い	その他	わからない
実数		1	9	1	0	0	17	121
割合		0.7	6.1	0.7	0.0	0.0	11.6	82.3

に82.3%が「わからない」と答え、わずか6.1%の主婦が「子供に悪い影響がでる」と懸念しているにすぎない。

Ⅲ-2 番組嗜好

有線テレビ民放番組の嗜好については、南大東島でも宮古島でもトップは「ドラマ」で、南大東島で76.2%、宮古島で77.2%、次いでニュースで南大東島が60.5%、宮古が56.5%。三位以下六位まで南大東島で「ク

Q5 民放の番組嗜好

番組人 (%)	ニュース	時代劇	クイズ番組	スポーツ番組	ワイド・ショー	プロレス	ドラマ	マンガ・向け番組	歌謡曲	映画	その他	無回答
実数	89	78	85	37	36	48	112	40	84	76	6	0
割合	60.5	53.1	57.8	25.2	24.5	32.7	76.2	27.2	57.1	51.7	4.1	0.0

イズ番組」(57.8%)、「歌謡曲」(57.1%)、「時代劇」(53.1%)、「映画」(51.7%)の順になっている。

一方、宮古島での三位は「時代劇」(35.9%)、次がプロレス(39.1%)、「クイズ番組」(38.0%)、「ワイドショー」(27.2%)となっている。

両島において、「ドラマ」が第一位を占めていることは、調査対象が主婦であることのためだと思われる。第二位の「ニュース」については、宮古ではMCTV(宮古島有線テレビ)の自主制作ニュース番組に対する関心の高さを示しているものだが、南大東島の場合は島民がいかに外からのニュースに飢えているかを示している。同島の有線テレビで放送されるニュースは、沖縄本島のRBCやOTVから供給されているが、その内容は二週間ほど遅れたものであるにもかかわらず、視聴者の関心はすこぶる高い(Q5)。南大東島でのこのようなニュースに対する関心の高さは同島の主婦のラジオ接触の態様にもあらわれている。

有線テレビ加入の理由(Q4)、テレビを視聴する目的(Q6)についての問いにおいても南大東島の主婦は「娯楽」のため、嗜好番組も(Q5)「ドラマ」と答えて、娯楽志向をはっきりさせているが、有線テレビに加

Q4 民放テレビ加入動機

加入動機 人(%)	娯楽	教養・知識	商品の知識	NHK以外	家族のため	知人のため	地元番組	その他	無回答
実数	34	15	1	9	1	0	0	25	64
割合	23.1	10.2	0.7	6.1	0.7	0.0	0.0	17.0	43.5

入した結果(Q8)は「娯楽がふえた」と感じている人(12.9%)より「知識や情報がふえた」と感じている人が多い(17.9%)。

これはもともとテレビに娯楽を求めつつも、その中に知識か情報(それ

南大東島における主婦のメディアに関する実態調査（宮城・保坂・川井）

が単に日常的な些細な断片的なものであっても）を読みとっているのだろうか。Q4の有線テレビ加入理由ではトップが「娯楽」、その次が「教養・知識のため」と答えた人たちが、加入後「どんな点で好ましいと思えますか」との問い（Q8）では「知識・情報がふえる」（17.7%）、「娯楽がふえた」（12.9%）と答えている。主婦たちのニュース・情報・知識志向性もしくはニーズを反映しているとみるべきだろう。

Q6 テレビ視聴目的

テレビ視聴理由 人 (%)	世の中早く知ることのため	知識をふやすため	日常生活に役立つから	話題が豊富になるから	娯楽のため	ひまつぶしのため	商品情報をつうじてため	その他	無回答
実数	30	14	21	13	46	21	1	1	0
割合	20.4	9.5	14.3	8.8	31.3	14.3	0.7	0.7	0.0

Ⅲ-3 他メディアとの接触（ラジオ）

南大東島におけるラジオの普及はほとんど100%に近い（99.3%）。そ

Q26-SQ1 ラジオ聴取時間

ラジオを聞く時間 人 (%)	1時間以内	2時間ぐらい	3時間ぐらい	4時間ぐらい	5時間以上	つけっぱなし	ラジオはない
実数	30	31	22	8	13	21	1
割合	23.8	24.6	17.5	6.3	10.3	16.7	0.8

して主婦たちの37.4%がラジオを「よく聞いている」、48.3%が「ときどき聞いている」。

Q26のSQ1と2はラジオ聴取時間と番組嗜

Q 26 - S Q 2 ラジオ番組嗜好

ラジオの番組 人 (%)	ニュース 天気予報	教育や育児 に関する番組	歌謡曲 クラシック	郷土の芸能音楽	商品に関する情報	レジャー 催し物案内	スポーツ番組	その他	無回答
実数	111	45	72	48	17	11	33	14	2
割合	88.1	35.7	57.1	38.1	13.5	8.7	26.2	11.1	1.6

好を示したものである。

まず、聴取時間についていえば、南大東の主婦は他地域の人たちより、よくラジオを聞いているといえる。宮古では「親子ラジオ」加入者だけを

宮古の主婦のラジオ接触状況（1981年7月調査）

親子ラジオを聞く 人数 (%)	よく聞く	たまに聞く	ほとんど聞かない	まったく聞かない	無回答
実数	22	34	13	11	0
割合 (%)	27.5	42.5	16.2	13.7	0.0

ラジオを聞く時間 人数 (%)	一時間以内	一時間～二時間	三時間～四時間	五時間以上	つけっぱなし	無回答
実数	17	9	4	6	20	0
割合 (%)	30.4	16.1	7.1	10.7	35.7	0.0

調べたが、それでも「全く聞かない」が13.7%、「ほとんど聞かない」の16.2%を合わせると29.9%が自分の家に親子ラジオが入っているのに、聞いていない。南大東では13.6%が「ほとんど聞かない」か「全く聞かない」だけである（Q26）。昭和57年12月に沖縄本島・石垣島両島で実施された調査（文部省科学研究費により琉球大学広報学専攻グループが実

Q26 ラジオ聴取態度

ラジオについて 人 (%)	よく聞く	ときどき聞く	ほとんど聞かない	まったく聞かない	ラジオはない
実数	55	71	15	5	1
割合	37.4	48.3	10.2	3.4	0.7

施した)のデータと比較しても、それがよくわかる。(表Ⅲ-3参照)

このことからいえることは、他地域にくらべてラジオは南大東の主婦たちにとって(他の村民にとっても同様だが)、ま

表Ⅲ-3 県民の1日のラジオ聴取時間

(昭和57年12月、琉大広報学研究班による県民意識調査より)

聴取時間	地区	那覇地区	南部地区	中部地区	北部地区	石垣島	男性	女性	合計
30分ぐらい		22.3 (42)	18.9 (25)	22.5 (36)	17.8 (24)	28.2 (42)	25.4 (90)	19.3 (79)	22.1 (169)
1時間		16.5 (31)	15.9 (21)	19.4 (31)	12.6 (17)	15.4 (23)	17.4 (61)	15.2 (62)	16.1 (123)
2時間		11.7 (22)	9.8 (13)	6.9 (11)	7.4 (10)	7.4 (11)	10.4 (37)	7.3 (30)	8.8 (67)
3時間		4.8 (9)	6.8 (9)	5.6 (9)	3.0 (4)	5.4 (8)	5.1 (18)	5.1 (21)	5.1 (39)
4時間		2.1 (4)	1.5 (2)	2.5 (4)	0.7 (1)	2.0 (3)	2.0 (7)	1.7 (7)	1.8 (14)
5時間		2.1 (4)	3.8 (4)	2.5 (4)	0.0 (0)	2.7 (4)	2.3 (8)	2.0 (8)	2.1 (16)
6時間		2.1 (4)	10.6 (14)	5.0 (8)	5.2 (7)	10.7 (15)	5.6 (20)	7.1 (29)	6.4 (49)
まったく聞かない		37.2 (70)	31.8 (42)	35.6 (57)	52.6 (71)	28.2 (42)	31.5 (112)	41.6 (170)	36.9 (282)
N. A.		1.1 (2)	1.5 (2)	0.0 (0)	0.7 (1)	0.0 (0)	0.6 (2)	0.7 (3)	0.7 (5)
合計		100.0 (188)	100.0 (132)	100.0 (160)	100.0 (135)	100.0 (149)	100.0 (355)	100.0 (409)	100.0 (764)

()内は実数 N = 764

だ生活に重要なメディアとして機能しているといえよう。番組嗜好の面からみても圧倒的に、「ニュース、天気予報」への関心が高い。（もちろん速報性を武器とするラジオの「ニュース、天気予報」は他の地域でも同様であるが、南大東の場合、ナマのニュースを得るには、ラジオしかないのである）。つまり、テレビは娯楽、ラジオはニュースのメディアとして位置づけられている。

南大東の主婦たちの番組嗜好傾向でもう一つ興味深いのは、第一位が、「ニュース、天気予報」、第二位が「歌謡曲、クラシック」（57.1%）、そして第三位に「郷土芸能と音楽」（38.1%）がきている。

宮古島の親子ラジオ加入家庭の主婦の間では「ニュース」に次いで「郷土芸能、音楽」が二位（25.0%）、三位が「歌謡曲、クラシック」になっている。南大東はもともと八丈島からの開拓者たちによって開発された島で、現在でも祭祀は“ヤマト式”に行なわれ、道路わきには沖縄本島や他の離島ではみられない卒塔婆や水子地藏などがみられる。最近では沖縄の土着信仰（ユタ）も入りつつあるといわれているが、南大東の文化的な雰囲気にはまだ多分に本土的なものが感じられる。調査対象主婦の半分近く（43%）が地元出身で、その他は沖縄県の他の地域（54%）か他府県（3%）の出身である。

一方、95%の主婦が地元出身である宮古は、文化的にも同質なコミュニ

ティーであり、ラジオの沖縄・宮古民謡番組が好まれる要因が南大東に比べて大きい。南大東島の主婦のなかで同島に強い愛着感をもっていると答えているのは46.9%（Q32）しかなく、40%以上の主婦が沖縄本島や、他府県や外国に移住したいと感じている（Q33）。

Q 32 愛 着 度

南大東島 に対する誇り 人 (%)	感 ず る	感 じ な い	何 と も い え な い	そ の 他	無 回 答
実 数	69	5	69	1	3
割 合	46.9	3.4	46.9	0.7	2.0

こんなところにも「郷土（琉球）民謡」より地域性のない「歌謡曲」への嗜好の強い理由があるように思われる。

Q33 永住意識

人 (%)	今後	南大東島にいたい	沖繩本島にいたい	日本本土にいたい	アメリカにいたい	中南米にいたい	その他	無回答
実数		73	59	4	1	1	8	1
割合		49.7	40.1	2.7	0.7	0.7	5.4	0.7

第Ⅵ章 テレビCMと主婦

Ⅳ-1 テレビCM接触状況と関心度

今回の調査では南大東で視聴されている番組のなかのCMの種類や量的な分析は行なわなかった。宮古島の場合、有線で流される番組は、自主制作番組を除けば、すべて東京のキー局から供給されるものであり、従ってCMの大半も関東地域向けのもの。それに番組の始めと終りに地元宮古と県域のCMが挿入されていて、CMの種類や量の面で特異な状況にあるので、特にその面の分析を行った。一方、南大東の場合は、有線から流されている番組もCMもすべて沖繩本島の局（OTV、RBC）で放送されているものと同じである。それ故に、CMの面で宮古と平行的に比較はできないので、その面での調査は省略した。

本章では、南大東島の主婦のCM接触態度、CMへの関心、CMの利用並びに購買行動等の点を取りあげ、宮古と比較しながら述べてみたい。

Q10 テレビCM視聴状況

人 (%)	テレビ広告の見方	よく見る	ときどき見る	ほとんど見ない	まったく見ない	その他	無回答
実数		52	69	21	3	2	0
割合		35.4	46.9	14.3	2.0	1.4	0.0

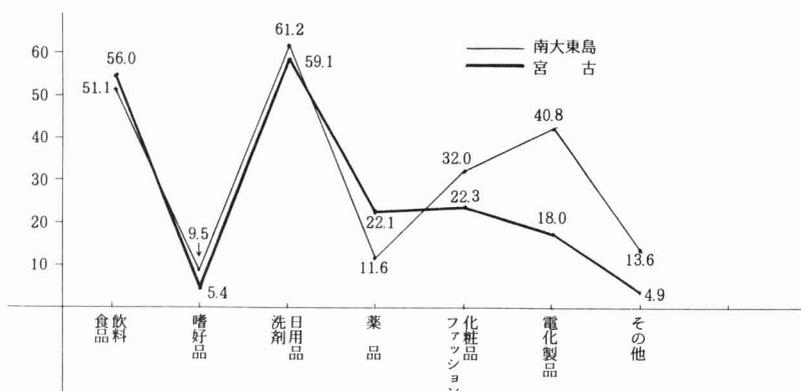
まず、CM接触状況であるが、調査結果からみるかぎり、南大東も宮古も大した違いはないようだ。CMを「よくみる」(35.4%)と「ときどきみる」(46.9%)とで82.3%(Q10)。宮古の場合も「よくみる」(31.5%)と「ときどきみる」(51.1%)で、合計82.6%。

興味をひくのは関心をもってみられているCMの種類である。宮古の場合、「洗剤・日用品」が一位(57.1%)、それに「食料品・飲料」(56.0%)、「ファッション・化粧品」(22.3%)と続く。ところが南大東では一位、二位は同じだが、三位が「家庭電化製品」(40.8%)で「ファッ

Q11 関心をもつCMの種類

テレビ広告の種類 人(%)	食料品・飲料の広告	嗜好品(菓子類)の広告	洗剤・日用品の広告	薬品の広告	ファッション・化粧品の広告	家庭電化製品の広告	その他	無回答
実数	81	14	90	17	47	60	20	1
割合	55.1	9.5	61.2	11.6	32.0	40.8	13.6	0.7

表IV-1 南大東・宮古の主婦のCM関心度



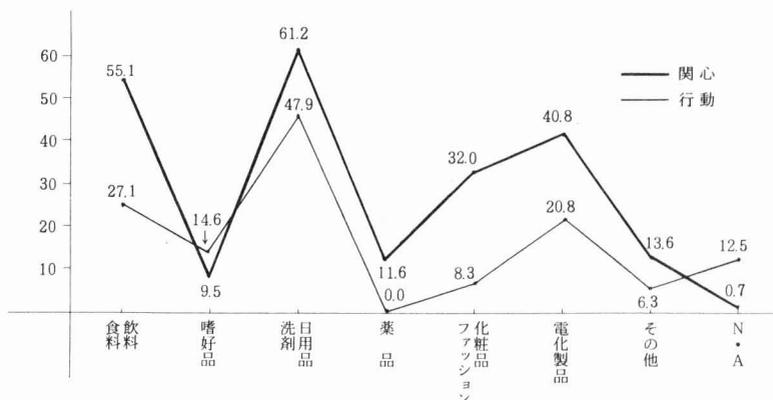
「化粧品」は32.0%で四位となっている。（宮古の場合、電化製品CMへの関心は、19%で関心度からみると薬品の20.1%について五位）。南大東島における電化製品（テレビ、ビデオデッキ等も含む）に対する関心が宮古の場合より二倍も高いということは、電化製品が同島ではまだ普及段階にあるとみることができるのではないか。（表IV-1）。

CMに対する関心度の順位は、「CMをみて実際にその商品を購入した」順位にそのまま反映されている（Q12-SQ1）。関心度と実際にCMをみて購買行動に出た比較率は表IV-2の通りである。

Q12-SQ1 CMをみて購入した商品の種類

品物と店の利用 人 (%)	食料品・飲料	嗜好品(菓子類)	洗剤・日用品	薬品	ファッション化粧品	家庭電化製品	その他	無回答
実数	13	7	23	0	4	10	3	6
割合	27.1	14.6	47.9	0.0	8.3	20.8	6.3	12.5

表IV-2 CMへの関心度と購買行動



表IV-3は(1)主婦たちが買物をするときTVの影響を受けているか、(2)CMが彼女たちの生活や買物に役立っているか、(3)そしてテレビでCMを見たのでその品を買う気になったと思われる経験があるかどうかを南大東と宮古の調査結果で示したものである。

表IV-3 CMの影響、CMの評価、購買行動の比較(南大東・宮古)

		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
買いものを するうえで テレビCM の影響を受 けていると 思いますか (Q18)	南大東	受けている 41.5%			受けてない 30.6			どちらとも いえない 27.9				
	宮古	受けている 29.3		受けていない 41.8				どちらとも いえない 28.8				
テレビCM は生活や買 いものに役 立っている と思います か (Q17)	南大東	CMは役に立っている 76.2								役に立 たない 20.4		N ・ A
	宮古	CMは役に立っている 60.3						役に立たない 37.5				N ・ A
テレビCM をみて実際 にその品を 買ったこと があります か (Q12)	南大東	CMの商品 を買った 32.7			買ったことない 63.9						N ・ A	
	宮古	CMの商品 を買った 39.1			買ったことない 60.9						N ・ A	

この表からみれば、南大東の主婦たちは、宮古の主婦たちに比べて、テレビの影響を受けていると感じている人が多く、CMが生活や買物に役立っていると考えている人も多い。「非常に役立っている」の11.6%、「いくらか役立っている」の64.6%を合わせて、CMを肯定的に評価したものを、76.2%とした。「あまり役立っていない」の15.6%、「まったく役に立っていない」の4.8%の合計を「役に立っていない」と考えているグループに入れた。宮古の場合も同じ)。逆に宮古の主婦たちは、テレビCMの影響やCMの有用度については低くみているが、実際にCMの製品

南大東島における主婦のメディアに関する実態調査（宮城・保坂・川井）

を買った人は南大東の場合より多い。調査結果からだけでは断定できないが、このように一見矛盾しているかに見える結果は、宮古の主婦に、「CMに影響されたくない」、もしくは「影響されるのは自主性の欠如を認めることになる」という意識が働いているからだとみることもできよう。一方、「影響を受けている」と感じている主婦が相対的に多い南大東で、実際の購買行動に出る率が少ないのは、同島に商店が少なく、自ずと品物の選択範囲が制限されているためかもしれない。「買い物はいつも買った店です」という主婦が半分以上（51.1%）いる（Q18-SQ2）ことも

Q18-SQ1 テレビCMの影響

どのような影響か 人 (%)	流行をおいやすくなった	広告にでや商品を利用	テレビ参考広告をして買物	島外からでもとりよせる	これ店のほ行っていてもいたく	その他	無回答
実数	29	22	24	20	15	1	0
割合	47.5	36.1	39.3	32.8	24.6	1.6	0.0

Q18-SQ2 テレビCMに影響をうけない理由

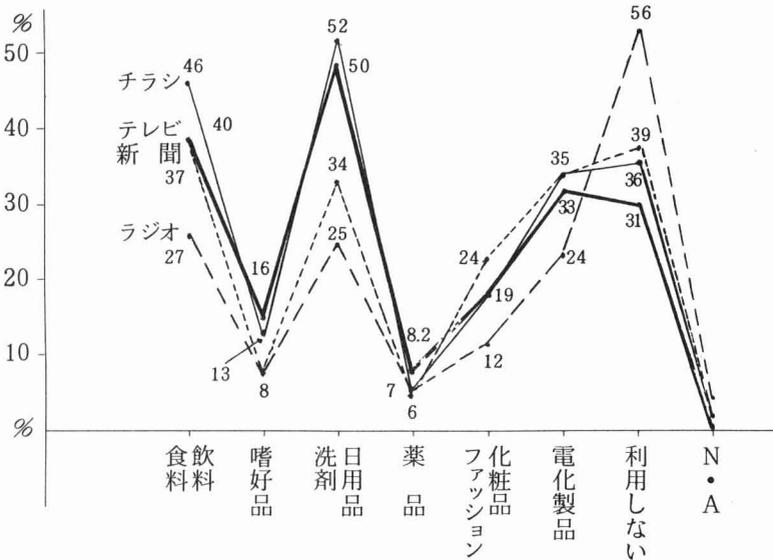
影響を受けていない理由 人 (%)	買決まっ 物物は はいた はいつも ところ で	テレビの 気にと めな い	買物相 談手 が い る	テレビ 信用 し ない から	衝動的 買 方 だ か ら	その他	無回答
実数	23	16	0	5	5	9	0
割合	51.1	35.6	0.0	11.1	11.1	20.0	0.0

一因であろう。また、CMの商品が島内の店にない場合は「島外から取りよせる」という人が、宮古の9.3%に比べてはるかに多い(32.8%)ことは、買いたくても島内では買えない事情を物語っているのではないだろうか。

IV-2 メディア別による広告の利用

表IV-4は買いもの際、主婦たちがどんな広告を利用しているかをメディア別にみたものである。(Q13、14、15、16から作成)。

表IV-4 広告アピールのメディア別比較 (南大東島)



この表からただちに特定の商品グループと広告の利用度について結論を下すことはできない。なぜなら一定期間中におけるこれら商品の広告の種類や数量(頻度)がメディアごとに調べられていないうえに、広告の時間帯、個々の広告のコピーの説得力や視聴覚的效果、受け手側の需要、経済的傾向等を含めて、多くの点が不明だからである。また、メディアの特質もそれぞれ違うのでこれらメディアを並列的に比較してそれらの広告効果を結論づけることは危険である。

しかし、調査対象が主婦であるだけに、「食料品、飲料」、「洗剤、日用品」や「電化製品」の広告に関心がもたれていることは一般的な傾向と

してわかる。そしてこの三種類の商品の広告もチラシで広告されるとき最も注意をひくらしい。（だいたいチラシにはこの三種類の広告が多い）。

この表で最も興味深い点は、主婦たちのメディア利用である。商品情報源として最も利用されていないメディアはラジオである。そして「利用しない」の欄でみるかぎり最も利用されているのはテレビである。南大東の主婦たちは、他地域の主婦よりもラジオを多く聞いているのに、それを商品情報源としては利用していない（と彼女たちは考えている）。これはテレビの視聴覚効果が聴覚だけにアピールするラジオに比べて大きいせいもあろう。あるいは南大東の主婦にとってテレビは「娯楽」と「CM」のメディアとして、ラジオは「ニュース・天気予報」と「歌謡曲」のメディアとして位置づけられているのかもしれない。

もっとも宮古の場

Q13

合、親子ラジオを商品情報源として利用していると答えた人はゼロであったことを考えれば、南大東ではラジオも商品情報源として割合利用されているといえよう。

テレビ広告以外の参考 人 (%)	新聞・雑誌	ラ ジ オ	チ ラ シ	人 の 話	そ の 他	無 回 答
実 数	42	0	58	26	58	0
割 合 (%)	22.8	0.0	31.5	14.1	31.5	0.0

IV-3 二、三のクロスの結果について

この章の最後に南大東の主婦たちの学歴、年齢、職業等とテレビの関係を二、三のクロスの結果から見ることにしよう。

表IV-5は学歴とテレビ視聴時間をクロスしたものである。一見して、学歴と視聴時間の長さが反比例するという一般的傾向のあることがわかる。小学校卒業の人の実に45.2%が五時間以上の視聴である。（このグループの人は年齢的に高い）。新制中学卒では39.2%が、新制高校卒で28.3%が五時間以上の視聴。旧制女学校卒は6人しかいないが、そのうち4人が

表Ⅳ-5 学歴（F2）×テレビ視聴時間（Q1）

Q1 \ F2	～1h	1～2	2～3	3～4	5～	ほとんど見ない	計
小学校卒	6.5 (2)	16.1 (5)	19.4 (6)	12.9 (4)	45.2 (14)	0.0 (0)	100.0 (31)
旧制 女学校卒	16.7 (1)	33.3 (2)	33.3 (2)	16.7 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (6)
新制 中学校卒	5.9 (3)	9.8 (5)	27.5 (14)	15.7 (8)	39.2 (20)	2.0 (1)	100.0 (51)
高等学校卒	6.5 (3)	13.0 (6)	21.7 (10)	23.9 (11)	28.3 (13)	6.5 (3)	100.0 (46)
専門学校卒	0.0 (0)	27.3 (3)	18.2 (2)	18.2 (2)	27.3 (3)	9.1 (1)	100.0 (11)
大学卒	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)
その他	50.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (2)
計	(10)	(21)	(34)	(26)	(51)	(5)	(147)

1時間から2時間台に入っている。「専門学校卒」には旧制の専門学校や戦後の専修学校も一緒にしたためか1時間台（27.3%）と5時間台（27.3%）に分かれていて、特徴はつかみにくい。しかし、小学校、中学校、高校卒の学歴と視聴時間の関係は一般的な知見と一致している。

次は学歴と購買行動の上でテレビの影響を“受けている”または“受けていない”と感じているかどうかをクロスしたものである（表Ⅳ-6）。

この表からみれば、小学校卒の人はわずかではあるが、「影響を受けていない」と思っている人が「受けている」と感じている人より多い。新制中学になると約半分（49.0%）がはっきりと「受けている」と答え、「受けていない」が23.5%、「どちらともいえない」が27.5%。新制高校になると「受けている」（37.0%）が中学卒より少ないが、「受けていない」（30.4%）と「どちらともいえない」（32.6%）は中学卒より多

表Ⅳ-6 学歴（F2）×買い物をする上での民放の影響（Q18）

Q18 F2	受けて いる	受けて いない	どちら ともい えない	計
小学校卒	41.9 (13)	45.2 (14)	12.9 (4)	100.0 (31)
旧制女学校卒	0.0 (0)	50.0 (3)	50.0 (3)	100.0 (6)
新制中学校卒	49.0 (25)	23.5 (12)	27.5 (14)	100.0 (51)
高等学校卒	37.0 (17)	30.4 (14)	32.6 (15)	100.0 (46)
専門学校卒	54.5 (6)	9.1 (1)	36.4 (4)	100.0 (11)
大学卒	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (0)
その他	0.0 (0)	50.0 (1)	50.0 (1)	100.0 (2)
計	(61)	(45)	(41)	(147)

表Ⅳ-7 年齢（F1）×買い物をする上での民放の影響（Q18）

Q18 F1	受けて いる	受けて いない	どちら ともい えない	計
～29才	41.9 (13)	19.4 (6)	38.7 (12)	100.0 (31)
30～39	44.1 (15)	32.4 (11)	23.5 (8)	100.0 (34)
40～49	55.8 (24)	20.9 (9)	23.3 (10)	100.0 (43)
50～59	20.0 (6)	50.0 (15)	30.0 (9)	100.0 (30)
60～	33.3 (3)	44.4 (4)	22.2 (2)	100.0 (9)
計	(61)	(45)	(41)	(147)

い。この二つのグループ（中・高卒）はテレビと共に育った年代だけにテレビの影響をより敏感に感じているのであろう。高校卒の「受けている」の率が中卒より僅かに低いのは、テレビの影響に対する対応のし方の違いだろうか。

テレビの影響を年齢構成からみると（表Ⅳ-7）、20代から40代までの主婦の多くが「受けている」と感じているのに対し、50代以上の人は明らかに「受けていない」と感じている人が多い。

この傾向は宮古調査にも顕著に見られたものであり（表Ⅳ-8）、50代で50%、60代で63.2%の人が「受けていない」と答えている。ただ、

40代以下の主婦で、宮古の場合、「受けている」と答えた率が年齢が低くなるにつれて高く、南大東の場合はその逆になっている点が違っている。なぜそのような違いがでたのか詳かでない。

南大東の50才以上の主婦が購買行動の上でテレビの影響を受けていないと感じている理由は、同島での長年の

生活の中で買いものをする店がすでに決っていて、テレビCMで紹介された商品でもテレビで見たから買うのではなく、知り合いの店の人にすすめられて買う場合が多いからではないかと思われる。

次の表Ⅳ-9は主婦たちの職業とテレビCMの評価をクロスしたもので

表Ⅳ-9 本人の職業 (F3) × テレビCMの役立ち度 (Q17)

F3 \ Q17	非常に役立っている	いくらか役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	その他	計
一般事務職	5.9 (1)	58.8 (10)	11.8 (2)	11.8 (2)	11.8 (2)	100.0 (17)
労務職	0.0 (0)	100.0 (4)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (4)
農業・漁業	6.3 (1)	62.5 (10)	18.7 (3)	12.5 (2)	0.0 (0)	100.0 (16)
商工・サービス業	20.7 (6)	69.0 (20)	10.3 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (29)
専門職	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (2)
家事	11.5 (9)	64.1 (50)	17.9 (14)	2.6 (2)	2.6 (2)	100.0 (78)
その他	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)
計	(17)	(95)	(23)	(2)	(4)	(147)

表Ⅳ-8 年齢 (F1) × 買物をする上での民放の影響 (Q15)

(宮古島)

N = 184

F1 \ Q15	受けている	受けていない	どちらともいえない	計
~29才	43.2 (19)	38.6 (17)	18.2 (8)	100 (44)
30~39	32.1 (18)	32.1 (18)	35.8 (20)	100 (56)
40~49	24.4 (10)	43.9 (18)	31.7 (13)	100 (41)
50~59	16.7 (4)	50.0 (12)	33.3 (8)	100 (24)
60~	15.8 (3)	63.2 (12)	21.0 (4)	100 (19)
計	(54)	(77)	(53)	(184)

ある。ここでは職業の別なくCMは「いくらか役立っている」との評価を与えている。ただ「非常に役立っている」という人の割合が「商工・サービス」と「専業主婦」の中に多いことが特に目立っている。しかも「専業主婦」の場合、「あまり役立っていない」と評価している割合も他の職種に比べて多い。宮古の場合も、だいたい似たような傾向がみられた。

最後に新聞接触度（Q28）とラジオの接触度をクロスすると両方がプラスの相関関係をもっていることがわかる。つまり新聞を「よく読む」人、「ときどき読む」人は、「ほとんど読まない」人や「まったく読まない」人よりラジオによく接触している。（表IV-10）。なぜそうなのかは今回の調査結果からだけではよくわからないが、南大東ではいまだにラジオがニュース・情報のソースとして他地域より重要な役割りを負わされていることが一つの原因なのかもしれない。

表IV-10 新聞接触度（Q28）×ラジオ接触態度（Q26）

Q28 \ Q26	よく聞く	ときどき聞く	ほとんど聞かない	まったく聞かない	不明	計
よく読む	48.3 (29)	40.0 (24)	8.3 (5)	3.3 (2)	0.0 (0)	100.0 (60)
ときどき読む	34.9 (22)	54.0 (34)	6.3 (4)	3.2 (2)	1.6 (1)	100.0 (63)
ほとんど読まない	7.7 (1)	61.5 (8)	30.8 (4)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (13)
まったく読まない	27.3 (3)	45.5 (5)	18.2 (2)	9.1 (1)	0.0 (0)	100.0 (11)
計	(55)	(71)	(15)	(5)	(1)	(147)

第V章 テレビと子ども

V-1 子どものテレビ視聴への規制

有線テレビ導入による影響を考える場合、日ごと成長の過程を辿る子ども

もへの影響は、子どもが絶えず大人の鏡であるが故に、特に重要である。本章では、若干の質問項目を手掛りにして、南大東島へのテレビ導入による子どもの行動変容が分析されるが、本調査の主目的が「主婦の購買行動の変容」を明らかにすることにあるため子どもに関する質目項目は少なく、尚かつ主婦の回答のみに基づいて考察が加えられているため、分析は不十分の域を出ない。今後この問題に対する理解が深められる上での一助ともなれば幸いである。

まずはじめに、子どものテレビ視聴に対する母親の規制のあり方をQ19に見てみたい。これは、テレビと子どもに対する母親の認識のあり様を示すものであるが、今回の調査では、「子どもの自由にまかせている」(33.3%)という回答が最も多く、以下「時間と番組」双方への規制(13.6%)、「番組」だけへの規制

(10.2%)、「時間」だけへの規制(8.8%)と続いている。しかし、「その他」は該当する子どもがいないことを意味する回答なので、それを除外した上で計算し直してみると、「子どもの自由にまかせている」が49.5%、「時間と番組」規制が20.2%、「番組」規制が15.2%、「時間」規制が13.1%となる。

Q19 子どものテレビ視聴に対する規制

テレビ を見せる 方針 人 (%)	見る を 時間 決めて だて ける	見る を 番組 決めて だて ける	時 間 を 決 め て 番 組 を 決 め る	子 ど も か か せ て 自 由 に い る	そ の 他	無 回 答
実 数	13	15	20	49	48	2
割 合	8.8	10.2	13.6	33.3	32.7	1.4

これをNHK放送世論調査所による『家族とテレビ』調査(東京では昭和54年1月実施、群馬では昭和55年10月実施)に比較してみるとどうであろうか。南大東島における「自由にまかせている」という回答の割合(49.5%)は、表V-1の東京よりも群馬の結果に近く、都市型ではなく農村型の特徴が明らかに出ているといえよう。一般的に、テレビ視聴が子どもの

表V-1 子どものテレビ視聴
に対する母親の規制

	東京	群馬
見る時間だけを制限している	35.1 %	29.4 %
見てはいけない番組をきめている	2.1	3.1
時間と番組の両方を制限している	17.3	11.1
自由に見せている	41.7	50.9
その他	2.9	5.5

『家族とテレビ』

日本放送出版協会（S.56）

「番組」規制より「時間」規制が多いということがやはり一般的傾向として指摘されようし、時の経過を考慮に入れて先の表V-1に照らしてみても、

「時間」規制は増加しこそすれ減少することはないということが当然言えるのである。ではなぜ南大東島の場合、このように「時間」規制が少ないのであろうか。それは沖縄全体についてもしばしば指摘されるように、時間的面には余り厳格でない親の養育姿勢に由来するものと考えてよいだろう。もちろん、これは文化と関係する問題であるので安易に是非を論ずることはできないが、現実的に子どもの

自由に任せられるケースは、人口減少地域に多く人口増加地域に少ない。また、人口減少地域は人口増加地域に対し、「時間」規制においてはより少なく、「番組」規制においてはより多いという傾向が表V-1からうかがえる。この点に関しては南大東島でも然りであろうが、それがより顕著に現われ、「時間」規制と「番組」規制の割合が全く逆転している点が特徴的である。

表V-2は全国教育研究所連盟（全教連）による全国調査（昭和44年実施）の結果であるが、それを見ても「番組」

表V-2 テレビを見せる（母）
親の方針

	3歳～ 小2の母	小3～ 小6の母
無 答	5 %	9 %
時 間 を	23	22
番 組 を	3	4
時間・番組を	19	19
自 由 に	50	46
み せ ない	0.2	0.2
テレビなし	0.5	0.7

『日本の家庭と子ども』

金子書房（S.48）

テレビ視聴のあり方に最も強く反映するのは「時間」についての規制なのである。

次に、テレビ視聴への規制を母親の学歴とクロスして（表V-3）分析を進めてみよう。全体的にバラツキが多く、分析は容易ではないが、対象となる母親の学歴としては「新制中学校卒」と「高等学校卒」が中心であるところから、主にこの両者を比較検討してみたい。

表V-3 学歴（F2）×子どものテレビ視聴に対する規制（Q19）

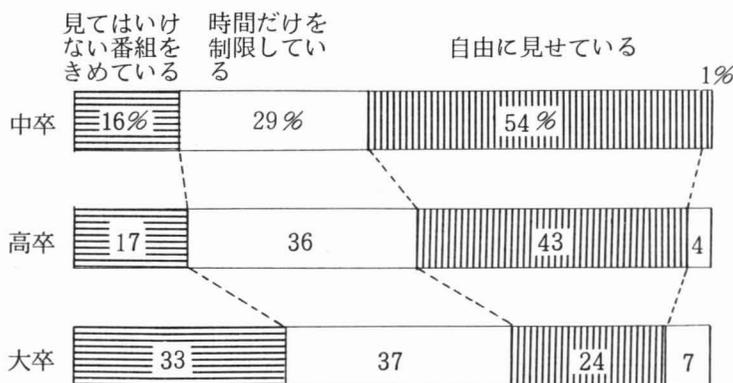
Q19 \ F2	見る時間だけを 決めている	見る番組だけを 決めている	時間と番組の 両方を決 めている	子どもの自由 にまかせて いる	その他	不 明	計
小 学 校 卒	0.0 (0)	3.2 (1)	9.7 (3)	29.0 (9)	54.8 (17)	3.2 (1)	100% (31)
旧制女学校卒	0.0 (0)	16.7 (1)	0.0 (0)	50.0 (3)	33.3 (2)	0.0 (0)	100 (6)
新制中学校卒	9.8 (5)	9.8 (5)	13.7 (7)	37.3 (19)	27.5 (14)	2.0 (1)	100 (51)
高等 学 校 卒	17.4 (8)	10.9 (5)	19.6 (9)	30.4 (14)	21.7 (10)	0.0 (0)	100 (46)
専 門 学 校 卒	0.0 (0)	18.2 (2)	9.1 (1)	36.4 (4)	36.4 (4)	0.0 (0)	100 (11)
大 学 卒	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100 (0)
そ の 他	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (1)	0.0 (0)	100 (2)
計	(13)	(15)	(20)	(49)	(48)	(2)	(147)

「子どもの自由にまかせている」という回答に対して、「時間」規制、「番組」規制、そして「時間と番組」規制を一括し「統制」として対比させてみると、「新制中学卒」においては「自由にまかせている」が37.3%であるに対し「統制」が33.3%であり、また「高等学校卒」の場合は「自由にまかせている」が30.4%であるに対し「統制」は47.9%となる。次

いで人数の多い「小学校卒」における「統制」の12.9%を比較の材料として加えてみても、明らかに「統制」（テレビ視聴規制）は高学歴になるに従い厳しくなり、逆に「自由にまかせている」という回答は少なくなっていることがわかる。低学歴になるに従って「その他」の割合が増加する傾向にあるが、これはかなり「自由にまかせている」と関連するものが含まれていると理解してさしつかえないであろう。

学歴とテレビ視聴規制の関係は、NHK調査の結果（表V-4）に照らしてみても同様の傾向がうかがえる。すなわち、NHK調査で明らかのように、学歴が高くなる程子どものしつけが厳しくなり、それが子どものテ

表V-4 学歴別に見た子どものテレビ視聴に対する母親の規制
（東京）



『家族とテレビ』日本放送出版協会（S.56）

レ視聴の管理規制につながるという相互関連は、南大東島にもあてはまる。表V-4の東京の結果よりも南大東島の場合に「統制」の割合が極めて少なくなっているのは、南大東島がまだまだ強く第一次産業に依存しており、更に荒海に隔絶された孤島性の故に、消費社会特有の不良文化環境が極めて少なく、それに対する警戒心が弱く、しつけも余り厳格でない所から来ているものと思われる。

ところで、母親のしつけや養育姿勢と子どものテレビ視聴への規制に重要な関連があるとするなら、より具体的な母親自身の行動を見ておく必要がある。言うまでもなく、子どもは親に似て育つのであり、テレビ視聴の規制も母親のそれなりに卒先した行動があつてのことではなければならないだろう。

そのような意味で、母親のテレビ視聴時間と子どもへの視聴規制をクロスしてみると（表V-5）、鮮かに両者の関わりが浮き上がってくる。前例にならない、三様の視聴規制を「統制」として一括し「自由にまかせている」

表V-5 母親の視聴時間（Q1）×子どものテレビ視聴に対する規制（Q19）

Q1 \ Q19	時間だけを 決めている	見る番組 だけを 決めている	時間と 番組の 両方を 決めている	子ども の自由 にまか せてい る	その他	不明	計
1時間以下	20.0 (2)	20.0 (2)	20.0 (2)	30.0 (3)	10.0 (1)	0.0 (0)	100 (10)
2時間ぐらい	14.3 (3)	14.3 (3)	14.3 (3)	28.6 (6)	28.6 (6)	0.0 (0)	100 (21)
3時間ぐらい	14.7 (5)	8.8 (3)	8.8 (3)	29.4 (10)	38.2 (13)	0.0 (0)	100 (34)
4時間ぐらい	3.8 (1)	11.5 (3)	15.4 (4)	38.5 (10)	30.8 (8)	0.0 (0)	100 (26)
5時間以上	3.9 (2)	5.9 (3)	13.7 (7)	35.3 (18)	39.2 (20)	2.0 (1)	100 (51)
ほとんど みない	0.0 (0)	20.0 (1)	20.0 (1)	40.0 (2)	0.0 (0)	20.0 (1)	100 (5)
計	(13)	(15)	(20)	(49)	(48)	(2)	(147)

と対比してみると、「自由にまかせている」は母親の視聴時間が長くなるに従いわずかずつではあるが増加傾向を示し、それと逆に「統制」の方は、視聴時間「1時間以下」とする者の場合60%、「2時間ぐらい」では42.9

％、「3時間ぐらい」では32.3％、「4時間ぐらい」では30.7％、そして「5時間以上」では23.5％と明確な減少傾向を示しているのである。すなわち、母親の視聴時間が短かければ短い程、子どものテレビ視聴に対する規制は強まり、逆に母親の視聴時間が長くなるに従い視聴規制は弱まり、子どもの「自由」にまかせる傾向が増大する。

一般的に、子どもの視聴時間は大人のそれを若干上回る程度といわれる。Q1の全回答者（147名）のうち、「3時間ぐらい」（34名）、「4時間ぐらい」（26名）、「5時間以上」（51名）とする者を合計すると、何と75.5％の多きにのぼる。「5時間以上」の回答者だけでも34.7％なのである。当然子どもの長時間視聴の様子が推測されるし、これまで見てきたところからしても、その長時間視聴に対する母親の問題意識は決して高いものであるとは思われないのである。

V-2 放送内容についての親子の対話

まず、テレビ番組内容に対する子どもとの話し合いの有無をQ20で見ておきたい。

最も多い回答は「時々話し合う」（46.9％）で、それを「いつも話し合っている」（6.8％）という回答をあわせると、大半（53.7％）の母親がテレビを媒介にした話し合いが子どもとの間にあると感じている。もっとも、「無回答」（28.6％）は該当する子どもがいないことを指すものであるということを考慮

Q20 見たテレビの番組内容についての子どもとの話し合い

子どもとの話し合い 人（％）	いつも話し合っている	時々話し合う	ほとんど話さない	無回答
実数	10	69	26	42
割合	6.8	46.9	17.7	28.6

するならば、「話し合い」有りとの回答はかなり多くなると考えてよいだろう。すなわち、「無回答」を除外し、当事者のみで「話し合い」有りの割合を出すと（「いつも話し合っている」9.5％、「時々話し合う」65.7％）

何と75.2%になり、4分の3の母親が「話し合い」有りと答えていることになる。

子どもとの「話し合い」という点について、南日本文化研究所による奄美大島調査（昭和51年、52年、54年の三回実施）の結果と較べてみるとどうであろうか。選択肢のとり方に相違はあるが、表V-6の「いつも話し合っている」を「よく話し合うほうである」と重複する部分が大きいと見て、更に、「たまに話し合う」が「時々話し合う」と「ほとんど話し合うことはない」にそれぞれ関連する内容を含んでいると解釈するなら、南大東島での調査結果にかなり近い数値が得られるに違いない。また、これらの調査結果を昭和44年の全教連調査（表V-7）に対比させてみても、大きな有意差は認められない。少なくとも量的側面においては、テレビを媒介にしたところでの親子間の話し合いの機会は減少を示していないのである。だが、これを以って親子関係の緊密度が高いとは言い切れぬであろう。なぜなら、その「話し合い」の内容や程度、すなわち質的側面に十分な検討が加えられていないのであるから。

そこで次に、質的側面を

表V-6 テレビ視聴後の話し合い（S54）

	全体（父母）
いつも話し合っている	1.2（12）
よく話し合うほうである	8.2（81）
時々話し合う	40.9（403）
たまに話し合う	31.8（313）
ほとんど話し合うことはない	17.3（170）
無回答	0.6（6）
計	100.0（985）

『名瀬市における民放テレビ放映開始の子どもたちへの影響』
鹿兒島短期大学付属南日本文化研究所（S.57）

表V-7 テレビ番組についての子どもとの話し合い

	3歳～ 小2の母	小3～ 小6の母
無答	8	6
いつも話し合う	8	11
ときどき話し合う	69	71
話し合わない	13	12
テレビなし	1	1

『日本の家庭と子ども』金子書房（S.48）

知る手掛りを得るために、Q20を他のいくつかの質問結果とクロスさせて分析しておきたい。

Q20をQ19とクロスさせたのが表V-8である。該当する子どもがいないということ

を指す「その他」を除き、Q19側のそれぞれの回答について、「いつも話し合っている」「時々話し合っている」「時間を決めてみる」と、「時間」規制の場合76.9%、「番組」規制の場合86.6%、「時間と番組」規制の場合は

表V-8 子どものテレビ視聴に対する規制（Q19）
×見たテレビの番組内容についての子どもとの話し合い（Q20）

Q19 \ Q20	いつも話し合っている	時々話し合う	ほとんど話し合うことはない	不明	計
見る時間だけを 決めている	23.1 (3)	53.8 (7)	15.2 (2)	7.7 (1)	100 (13)
見る番組だけを 決めている	13.3 (2)	73.3 (11)	6.7 (1)	6.7 (1)	100 (15)
時間と番組の両方 を決めている	15.0 (3)	80.0 (16)	5.0 (1)	0.0 (0)	100 (20)
子どもの自由に まかせている	4.1 (2)	67.3 (33)	28.6 (14)	0.0 (0)	100 (49)
その他	0.0 (0)	4.2 (2)	16.7 (8)	79.2 (38)	100 (48)
不明	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)	100 (2)
計	(10)	(69)	(26)	(42)	(147)

95%と、視聴規制が強い程「話し合い」の機会は多くなっており、「ほとんど話し合うことはない」は減少していることがわかる。テレビ視聴を「子どもの自由にまかせている」者については、当然の如く「ほとんど話し合うことはない」がかなり多くなっており（28.6%）、視聴規制をしている者とは明らかに異なる。しかし、ここで注意しておかなければならないのは、視聴規制がなされていないにもかかわらず「話し合っている」（「いつも」と「時々」をあわせて）という回答が71.4%もの高率を示しているという点である。

子どものテレビ視聴に対する母親の姿勢として「統制」と「自由にまかせている」では大きな相違があるし、当然両者の「話し合い」の内容、特に質的側面にも何らかの相違があることが推測されるであろう。「自由にまかせている」という姿勢の下での「話し合い」が、「統制」の下での「話し合い」より親子関係の緊密度を強めるものとしてなされるとは思われなないのである。いずれにしろ、この「規制なし、話し合い有り」というタイプは、「話し合う」と回答したもの（79名）全ての中で44.3%を占めているのである。

さて次に、Q20を、テレビの子どもへの影響について問いかけたQ21とクロスさせてみよう（表V-9）。

表V-9 見たテレビの番組内容についての子どもとの話し合い（Q20）
×有線テレビ導入後の子どもの行動面への影響（Q21）

Q21 \ Q20	ことばよく使いたがった	ことば乱れてきた	勉強しなくなった	勉強するようになった	戸外での遊びがたがった	戸外での遊びがたがった	家族の会話が多くなった	家族の会話が多くなった	夜ふかしくなると	夜遊びがなくなった	無回答
いつも話し合っている	20.0 (2)	20.0 (2)	20.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	30.0 (3)	10.0 (1)	40.0 (4)	20.0 (2)	0.0 (0)	20.0 (2)
時々話し合う	15.9 (11)	11.6 (8)	29.0 (20)	0.0 (0)	37.7 (26)	7.2 (5)	10.1 (7)	44.9 (31)	8.7 (6)	5.8 (4)	17.4 (12)
ほとんど話し合わない	0.0 (0)	7.7 (2)	26.9 (7)	0.0 (0)	15.4 (4)	7.7 (2)	7.7 (2)	3.8 (1)	7.7 (2)	3.8 (1)	38.5 (10)
無回答	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (42)
計	(13)	(12)	(29)	(7)	(30)	(10)	(10)	(36)	(10)	(5)	(66)

「いつも話し合っている」「時々話し合う」の両者の場合、「家族の会話が多くなった」という回答が多く、「ほとんど話し合わない」者は「家族の会話が多くなった」とは指摘していない。すなわち、テレビの番組内

容についての「話し合い」と家族の「会話」との間には強い相関関係があることがわかる。しかし、「いつも話し合っている」者も「時々話し合う」者もともに「家族の会話が多くなった」という回答が多いとはいえ、やはり両者の間には大きな差がある。「いつも話し合っている」とする者の場合、テレビの悪影響については比較的に楽観的回答が多いのだが、回答者実数として最も多い「時々話し合う」者の場合は、「戸外での遊びが少なくなった」（37.7%）、「勉強しなくなった」（29.0%）と悪影響について指摘する者が多い。そしてそれが「家族の会話が多くなった」（44.9%）という回答と並行している点で特色がある。

これまでの分析を踏まえて考えてみると、有線テレビの導入は、テレビの番組内容に関するものであると否とにかかわらず、一般的に家庭内の会話を増加させこそすれ減少させることにはならなかったようだ。しかし、家庭内の会話の量的な増加は、親子関係の一層の緊密化に役立ったのかというと、必ずしもそうとばかりはいえず、むしろ「勉強」「戸外遊び」に対する母親の不安観の大きさが、「会話」の質的脆弱性を表わすものとなっている。

V-3 子どもの行動面への影響

まず、Q21の分析を通してテレビ導入による子どもの行動面への影響を見ておきたい。

Q21 有線テレビ導入後の子どもの行動面への影響

子どもの行動面への影響 人 (%)	ことばよく使えなくなった	ことば乱れがきた	勉強しなくなった	勉強するようになった	戸外での遊びが少なくなった	戸外での遊びが活発になった	家族の会話が少なくなった	家族の会話が多くなった	夜ふかしをするようになった	夜遊びが少なくなった	無回答
実数	13	12	29	7	30	10	10	36	10	5	66
割合	8.8	8.2	19.7	4.8	20.4	6.8	6.8	24.5	6.8	3.4	44.9

「ことば使い」に対する影響は、Q21の単純集計を見る限りにおいて、「よくなった」(8.8%)と「乱れてきた」(8.2%)に有意差は認められない。だが、「勉強」については「するようになった」の4.8%に対し「しなくなった」と回答した者が19.7%、「戸外遊び」が「活発になった」の6.8%に対し「少なくなった」の20.4%、更に、「家族の会話」が「少なくなった」6.8%に対し「多くなった」が24.5%、という具合に三点に対して顕著な変化が出てきたと多くの母親は感じとっている。「夜ふかし」や「夜遊び」については対照的な選択肢が用意されていないが、主に第一次産業に依存する離島の極めて自然的な生活リズムをもつ土地柄であってみれば、「夜ふかし」も「夜遊び」も現実的にはその生活リズムに並行しがたく、いずれも低い数値に留っている。しかし、ブラウン管から流れる物質中心(消費)社会の強烈な刺激は、子ども達を「勉強」から引き離し始めているし、また、活発に創造的に「戸外遊び」に興じる子ども達を屋内につなぎとめ、より多く受容的姿勢をとらせ始めていることも確かな事実なのである。「家族の会話が多くなった」ということも、そのような事実が基盤になった上でのことと理解しなければならないだろう。

次に、Q21をQ7の有線テレビ導入への評価とクロスさせてみるとどうであろうか。表V-10でまず明らかにされることは、当然の如く有線テレビ導入について「好ましい点が多い」とした者に、子どもの行動面への影響でもプラス評価の指摘が多く、「好ましくない点が多い」とした者にマイナス評価の指摘が多い点である。すなわち、「好ましい点が多い」とした者においては、「家族の会話が多くなった」への回答率が32.8%と極めて高く、その反面、「勉強」を「しなくなった」と「するようになった」、或いは「戸外遊び」が「少なくなった」と「活発になった」の間には、顕著な差が見い出せないのである。特に、「ことば使い」においては、「よくなった」(10.9%)とのプラス評価が「乱れてきた」(6.3%)に優ってさえいる。

それとは逆に、「好ましくない点が多い」とする者の場合、特に「ことば使い」に対する反応が強く、「よくなった」という回答が皆無であるの

表V-10 有線テレビ導入への評価（Q7）
×有線テレビ導入後の子どもの行動面への影響（Q21）

Q 21 \ Q 7	ことばよく使えなかった	ことば乱れてきた	勉強しなくなった	勉強するようになった	戸外での遊びがなくなった	戸外での遊びがなくなった	家族の会話が少なくなった	家族の会話が多くなった	夜ふかしを減らした	夜遊びがなくなった	無回答
好ましい点が多い	10.9 (7)	6.3 (4)	14.1 (9)	7.8 (5)	20.3 (13)	10.9 (7)	6.3 (4)	32.8 (21)	10.9 (7)	4.7 (3)	42.2 (27)
好ましくない点が多い	0.0 (0)	50.0 (5)	30.0 (3)	10.0 (1)	40.0 (4)	0.0 (0)	0.0 (0)	20.0 (2)	10.0 (1)	10.0 (1)	30.0 (3)
どちらともいえない	8.2 (6)	4.1 (3)	23.3 (17)	1.4 (1)	17.8 (13)	4.1 (3)	8.2 (6)	17.8 (13)	2.7 (2)	1.4 (1)	49.3 (36)
計	(13)	(12)	(29)	(7)	(30)	(10)	(10)	(36)	(10)	(5)	(66)

に反し、「乱れてきた」と指摘する者は50%もにのぼっている。また、「勉強しなくなった」（30%）、「戸外での遊びが少なくなった」（40%）と指摘する者もかなり多く、「家族の会話が多くなった」（20%）とする者は比較的少ない。「どちらともいえない」の回答者の場合は、ちょうどその中間的な数値を示しているといえるだろう。

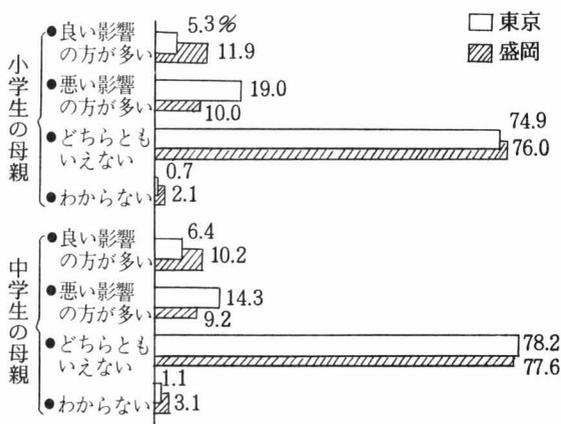
すなわち、「好ましくない点が多い」とする者は、有線テレビ導入後の子どもへの影響に対して鋭い視線を投げかけていることがわかる。逆に、「好ましい点が多い」とする者では、子どもへの影響を見据える視線は比較的鈍く、かつ楽観的であるといえよう。「家族の会話が多くなった」という回答は、多分この楽観性に基づいたものなのである。

ところで、昭和52年に実施した「子どもの生活とテレビ」についてのNHK放送世論調査所の調査によると、表V-11に見られるように、小・中学生の母親ともに農村地域の盛岡の場合、「良い影響の方が多い」と考える者は東京より多く、「悪い影響の方が多い」と考える者は東京より少ない。南大東島の場合、テレビ視聴及びその影響については、より安心型、楽観型が多いと思われるが、それは子どものテレビ視聴に対する母親の規

制に強く反映されると思うので、次にQ21をQ19とクロスさせて考えてみたい。

表V-12の場合、子どものテレビ視聴について「子どもの自由にまかせている」とした者の「勉強」や「戸外遊び」への反

表V-11 母親のテレビ観



NHK『文研月報』昭和53年5月号

応は、表V-10の「好ましい点が多い」とする者が見せた反応程、有意差が見られぬということはない。しかし、敢えて断言するならば、「勉強しなくなった」や「戸外遊びが少なくなった」という指摘が多いからこそより楽観的であるのである。すなわち、まず第一に「ことば使い」において「よくなった」(16.3%)という評価が「乱れてきた」(6.1%)を倍以上に上回っているし、更には、「家族の会話」において、視聴規制をする者の場合に見られる「少なくなった」と「多くなった」との回答間の評価の差(10~15%)とは全く異なり、「少なくなった」(4.1%)と「多くなった」(38.8%)との間になんと34.7%もの差があること自体、有弁にその楽観性を物語る証拠となっているだろう。

以上の分析から結論すると、有線テレビ導入によって多くの便利さがもたらされたことは事実であろうが、子どもに対する影響を見る場合、悪影響と思われる現象も着実に根をおろし、拡がり始めているということ、にもかかわらずテレビと子どもに対する認識があいまいであるため、テレビを子どもの成長に「利用」という関わり方が十分になされていないこと、またそのような認識のあいまいさと「利用」的関わり方の不十分さの

表V-12 子どものテレビ視聴に対する規制（Q19）
×有線テレビ導入後の子どもの行動面への影響（Q21）

Q 21 \ Q 19	ことばよ く使 い な っ た	ことば 乱 れ て い き ま た	勉 強 し な く な っ た	勉 強 す る に な っ た	戸 外 少 な く な っ た	戸 外 活 動 の な び が た	家 族 の 会 話 が た	家 族 の 会 話 が た	夜 ふ か う し な っ た	夜 遊 び が な っ た	無 回 答
見る時間だけを 決めている	7.7 (1)	0.0 (0)	15.4 (2)	0.0 (0)	30.8 (4)	15.4 (2)	23.1 (3)	38.5 (5)	7.7 (1)	7.7 (1)	30.8 (4)
見る番組だけを 決めている	13.3 (2)	20.0 (3)	33.3 (5)	6.7 (1)	40.0 (6)	0.0 (0)	13.3 (2)	40.0 (6)	0.0 (0)	6.7 (1)	20.0 (3)
時間と番組の両 方を決めている	10.0 (2)	25.0 (5)	25.0 (5)	10.0 (2)	35.0 (7)	15.0 (3)	15.0 (3)	25.0 (5)	10.0 (2)	0.0 (0)	15.0 (3)
子どもの自由に まかせている	16.3 (8)	6.1 (3)	32.7 (16)	8.2 (4)	26.5 (13)	10.2 (5)	4.1 (2)	38.8 (19)	14.3 (7)	6.1 (3)	18.4 (9)
そ の 他	0.0 (0)	2.1 (1)	2.1 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	2.1 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	93.7 (45)
無 回 答	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100 (2)
計	(13)	(12)	(29)	(7)	(30)	(10)	(10)	(36)	(10)	(5)	(66)

上に「家族の会話」増大という現象が成立しているということになるであ
ろう。

島で、「近頃の子どもは草刈りができなくなってきた」という声を耳に
した。筆者は、一昨年八重山群島の小浜島の学校でも「近頃の子どもは木
登りができない」という声を聞いたことを想起するのである。いずれも、
生活環境の中に草や木を失ったために出てきたという現象ではないのであ
る。

テレビの影響として、「勉強」や「戸外遊び」の減少も問題ではあろう
が、「ことば使い」の乱れはより大きな問題を含んでいると思われる。内
面の本質的なもの（思考や情緒）の表現が「ことば」においてなされるの
であれば、子どもの「ことば使い」の乱れはその本質が変化をきたしつつ

あることを示すことになる。

おわりに

今回の調査で最も強く印象づけられたことは、南大東島の人々がいかに情報や娯楽に飢えていて、孤立感を強く感じているかということであった。地理的に本島から遠く隔絶していることに加えて、情報の面でも疎外されているという感じが、孤立感を一層強くしているようである。

島のオピニオン・リーダーたちはフォーマルなインタビューではこのことを控え目にしか表現しなかったが、アルコールの入ったインフォーマルな話し合いでは、怒りと絶望感の入りまじった言葉でそれを強調した。そしてこの孤立感、疎外感をいくらかでも解消する手段として、テレビの同時視聴化に期待を寄せているようであった。

このような情報飢餓状況がモグリ同然の有線テレビ“局”を生み出したといえよう。このようにして生まれた有線テレビが今では“公認”の伝達網になっていて、村役所をはじめ、警察までもがそれを利用して情報を流している。宮古の親子ラジオのようなコミュニティー伝達網さえない島で、有線テレビは生活の中から自然発生的に生まれた“公共放送”にさえなっている。

南大東では有線テレビ加入の第一の理由が「娯楽」であった（第V章参照）が、「もし通信衛星の打ち上げでテレビの同時視聴が可能になったら、何を望むか」との問いに対して、有線テレビ加入の理由として「娯楽」、「ひまつぶし」と答えた人たちも含めて、実に90%以上の人たちが「県や他府県の情報」や「世界のできごと」を知りたい、「教育・教養番組」を見たいと答えている（Q38）。

Q38 同時放送になったら
視聴したい番組

テレビ同時放送への要望	県内外の情報	世界のできごと	娯楽番組	教育・教養番組	無回答
人数	55	57	13	21	1
割合	37.4	38.8	8.8	14.3	0.7

一方、この孤立感を解消するためのテレビを求めるあまり、村民はテレビが子どもに及ぼす影響について考える余裕はないようである（第V章参照）。今回の調査でも、主婦たちはテレビの子どもたちへの影響について、「家族の会話が多くなった」と積極的に評価した人が最も多く（Q21）、CMも「現状のままでいい」と考えているし、「もっとあってもよい」と感じている人が「減したほうがよい」と答えた人より多い（Q22）。テレビが視聴できるようになって子どもたちが以前より「戸外での遊びが少なくなった」とか「勉強をしなくなった」と懸念する主婦もいるが、全体としてはテレビが及ぼしうる子どもへのネガティブな影響について考えが及ぶような状態ではない。子ども向けCMの「良い点」、「悪い点」についても、80%以上の主婦が「無回答」であったことから、そのことがわかる（Q23）。

1951年代初期、南大東島は砂糖景気にわいた。「ビールで手足を洗う」とまでいわれた。県内各地から多くの人が“出稼ぎ”にやってきた。しかし景気の後退とともに、波がひくように人々は島を離れていった。

いま、キビの生産は大型機械化され、働き場を失った老人たちが無聊をテレビとビールでなぐさめる。沖縄本島の高校へ行った若者たちの多くは戻らない。村役所、農協、製糖工場、キビ島に働く若者たちが夜ともなれば村内唯一のコーヒーショップに集まって、ラジオやステレオを聞く。

これら老人、若者、子ども、主婦たちにとって、テレビは外が見える唯一の窓である。

「天候が不順だと、一と月も二た月も船は接岸できない。テレビさえ満足に見られないのは明らかに差別である」と村の役人は訴える。「帰ろうにも仕事がないから、若い女性は島に帰ってこない」と嫁さがしをあきらめた口調で若者がつぶやく。

テレビの同時視聴化ではかたづかない深刻な問題が南大東島には数多く残っている。しかしせめて、というより、だからこそ、テレビの同時視聴でも、というのが島の人たちの願いである。

今回の調査は宮古調査の延長として、テーマも「テレビと主婦の購買行

動」と設定し、設問もほとんど前回と同様なものを使用した。しかし、すでに本文でも述べたように、主婦の購買行動に顕著な影響を及ぼすほどの「テレビ状況」がこの島にはまだ発生していない。店が十数軒しかなく（つまり商品選択の幅が制限されて）、しかも主婦たちがいつも決まった店を利用するといった環境では、テレビが主婦の日常の購買行動に強い影響を及ぼすことは期待できない。

したがって、今回の調査はテレビの購買行動に対する影響の分析というより、実態調査としての価値が大きいし、その点で同時視聴化後の調査に有用なデータを提供しうるものと思う。

単純集計

F 1 あなたの年齢は次のうちどれにあたりますか。

年令 人数 (%)	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代 以上
実数	31	34	43	30	9
割合	21.1	23.1	29.3	20.4	6.1

F 2 あなたの最終学歴をお聞かせ下さい。

最終学歴 人数 (%)	小学校 卒	旧制女 学校 卒	新制中 学校 卒	高等学 学校 卒	専門学 学校 卒	大学 卒	その 他
実数	31	6	51	46	11	0	2
割合	21.1	4.1	34.7	31.3	7.5	0.0	1.3

南大東島における主婦のメディアに関する実態調査（宮城・保坂・川井）

F 3 あなたの現在のお仕事はなんですか。

現在の仕事 人数 (%)	一般事務職	労務職	農業・漁業	商工・サービス業	専門職	家事	その他
実数	17	4	16	29	2	78	1
割合	11.5	2.7	10.9	19.7	1.4	53.1	0.7

F 4 お宅の生活を主として支えている方はどなたですか。

生活主 人数 (%)	夫	共働き	本人	その他
実数	104	24	17	2
割合	70.7	16.3	11.6	1.4

○その他は、生活を支える主が子供のこと。

F 5 お宅のご主人のご職業はなんですか。

主人の職業 人数 (%)	一般事務職	労務職	建設関係	農業・漁業	商工・サービス業	専門職	管理職	夫無し	その他
実数	25	20	11	34	16	8	12	19	2
割合	17.0	13.6	7.5	23.1	10.9	5.4	8.2	12.9	1.4

○その他は、自分の子供のことをいう。

F 6 お宅の年間収入は、全部でどのくらいになりますか。

年間収入 人数(%)	百万円以下	百万円～二百万円	二百万円～三百万円	三百万円～四百万円	四百万円～五百万円	五百万円以上	無回答
実数	20	38	31	16	19	13	10
割合	13.6	25.9	21.1	10.9	12.9	8.8	6.8

。無回答は拒否のこと。

F 7 あなたの出身地はどこですか。(具体的に)

出身地 人数(%)	南大東島	南以外の大東島内	県外
実数	63	80	4
割合	42.9	54.4	2.7

F 8 夫の年齢

夫の年齢 人数(%)	19才以下	29才以下	39才以下	49才以下	59才以下	60才以上	ナシ
実数	1	21	26	45	27	8	19
割合	0.7	14.3	17.7	30.6	18.4	5.4	12.9

子どもの数

子どもの数 人数(%)	一人	二人	三人	四人	五人	ナシ
実数	51	26	18	13	4	35
割合	34.7	17.7	12.2	8.8	2.7	23.8

子どもの性別

性別 人数(%)	男	女
実数	117	112
割合	51.1	48.9

南大東島における主婦のメディアに関する実態調査（宮城・保坂・川井）

子どもの年齢

子供の年齢 人数(%)	2才以下	5才以下	11才以下	14才以下	19才以下	29才以下	39才以下	49才以下
実数	37	35	58	48	23	21	4	3
割合	16.2	15.3	25.3	21.0	10.0	9.2	1.7	1.3

同居者の数

同居者の数 人数(%)	一人	二人	三人	四人	ナシ
実数	14	11	2	1	119
割合	9.5	7.5	1.4	0.7	80.9

同居者の性別（配偶者、自分の子供を除く）

性別 人数(%)	男	女
実数	21	25
割合	45.7	54.3

同居者の年齢（配偶者、自分の子供を除く）

同居者の年齢 人数(%)	2才以下	5才以下	11才以下	14才以下	19才以下	29才以下	39才以下	49才以下	59才以下	60才以上
実数	3	1	3	1	4	5	0	5	5	19
割合	6.5	2.2	6.5	2.2	8.7	10.9	0.0	10.9	10.9	41.3