

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

Q1 あなたはテレビを一日平均してどのくらいご覧になりますか。
(NHKも含めて)

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

Q2 あなたはNHKを一日平均してどのくらいご覧になりますか。

NHK視聴一日平均 人 (%)	1時間以上	2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

Q3 それではあなたは有線テレビ(民放)を一日平均してどのくらいご覧になりますか。

民放視聴一日平均 人 (%)	1時間以下	2時間ぐらい	3時間ぐらい	4時間ぐらい	5時間以上	ほとんどみない	無回答
実数	19	29	31	29	34	5	0
割合	12.9	19.7	21.1	19.7	23.1	3.4	0.0

Q4 お宅が有線テレビに加入したのはなぜですか。具体的にお書き下さい。

加入動機 人 (%)	娯楽	教養・知識	商品の知識	NHK以外	家族のすすめ	知人のすすめ	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

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）

Q 5 あなたがふだんよくご覧になる有線テレビの民放番組はどのようなものですか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

人 (%)	番組	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・子供番組	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

Q 6 あなたは主としてなんのためにテレビをご覧になりますか。一つだけお答え下さい。

人 (%)	テレビ視聴理由	世の中のことを早く知るため	知識をふやすため	日常生活に役立ちから	豊富な話題になるから	娯楽のため	ひまつぶしのため	商品情報をつうるため	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

Q 7 あなたは有線テレビが入ったことについてどう思いますか。

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	どちらでもない	無回答
実数		64	10	73	0
割合		43.5	6.8	49.7	0.0

Q 8 有線テレビが入ったことはどんな点で好ましいと思いますか。
(具体的に)

好ましい点 人 (%)	娯楽がふえた	地元番組がみれる	商品知識がふえる	知識・情報がふえる	家族の会話がふえる	拡張是正に役立つ	テレビのまねをする	その他	わからない
実数	19	0	1	26	0	1	0	15	94
割合	12.9	0.0	0.7	17.7	0.0	0.7	0.0	10.2	64.0

Q 9 有線テレビが入ったことはどんな点で好ましくないと思いますか。
(具体的に)

好ましくない点 人 (%)	風紀上よくない	子供に悪い影響がでる	再放送が多い	チャンネル争い	C M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

Q10 あなたは日頃テレビの広告をどのくらいみますか。

テレビ広告の見方 人 (%)	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

Q11 あなたはいろいろある広告のうち、主としてどういう種類のテレビ広告に関心がありますか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

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

Q12 あなたはテレビ・コマーシャルをみて広告の品物を買ったり、店を利用したことがありますか。

CM利用 人 (%)	あ る	な い	そ の 他	無 回 答
実数	48	94	3	2
割合	32.7	63.9	2.0	1.4

（SQ1. 「ある」と答えた人に）

どういう品物とか、店を利用しましたか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

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

- Q13 あなたの買い物のさいにテレビの広告を利用しますか。利用するとすれば主にどんな商品を買う場合ですか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

品物 人 (%)	食料品・ 飲物の 買物	し好品(菓子類) の買物	洗剤・ 日用品 の買物	薬品の 買物	化粧品の 買物 ・ ファッション	家庭電 製品の 買物	利用し ない	無 回 答
実数	58	23	73	12	28	48	45	3
割合	39.5	15.7	49.7	8.2	19.1	32.7	30.6	2.0

- Q14 あなたの買物のさいに新聞の広告を利用しますか。利用するとすれば主にどんな商品を買う場合ですか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

品物 人 (%)	食料品・ 飲物の 買物	し好品(菓子類) の買物	洗剤・ 日用品 の買物	薬品の 買物	化粧品の 買物 ・ ファッション	家庭電 製品の 買物	利用し ない	無 回 答
実数	55	11	50	10	35	51	57	3
割合	37.4	7.5	34.0	6.8	23.8	34.7	38.8	2.0

- Q15 あなたは買物のさいにラジオの広告を利用しますか。利用するとすれば主にどんな商品を買う場合ですか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

品物 人 (%)	食料品・ 飲物の 買物	し好品(菓子類) の買物	洗剤・ 日用品 の買物	薬品の 買物	化粧品の 買物 ・ ファッション	家庭電 製品の 買物	利用し ない	無 回 答
実数	39	11	37	10	18	35	82	6
割合	26.5	7.5	25.2	6.8	12.2	23.8	55.8	4.1

Q16 あなたは買物のさいにチラシの広告を利用しますか。利用するとすれば主にどんな商品を買う場合ですか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

人 (%)	品物	食料品・飲物の買物	嗜好品(菓子類)の買物	洗剤・日用品の買物	薬品の買物	ファッション品の買物	家庭電製品の買物	利用しない	無回答
実数		68	18	77	9	28	51	53	0
割合		46.3	12.2	52.4	6.1	19.1	34.7	36.1	0.0

Q17 あなたの生活や買物にとって、テレビ広告は役立っていると思いますか。それとも役立っていないと思いますか。

人 (%)	テレビ広告の役立ち方	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	役立っていない	その他	無回答
実数		17	95	23	7	4	1
割合		11.6	64.6	15.6	4.8	2.7	0.7

(SQ1. 「役立っている」と答えた人に)
 どんな理由からそうお考えでしょうか。いくつでも結構ですから、お答え下さい。

人 (%)	役立っている理由	早く特徴的な商品のわかる	商品名が覚えやすい	楽しみながら買物ができる	話題が豊富にどんなに役立つ	その他	無回答
実数		72	47	26	24	5	3
割合		64.3	42.0	23.2	21.4	4.5	2.7

(SQ2 「役立つ」と答えた人に)

どういう点で役立つと思いますか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

役立つ理由 人 (%)	広告に 信用 できない から	広告に むら ひだ き つ ら す	番組に は 好 き で は な い	広告に も 不 自 由 な く な ら な い	そ の 他	無 回 答
実数	0	11	1	12	5	1
割合	20.0	36.7	3.3	40.0	16.7	3.3

Q18 有線テレビが入ったことによって、あなたは買物をする上で影響を受けていると思いますか。

買物への影響 人 (%)	受 け て い る	受 け て い な い	ど ち ら と も い え な い	無 回 答
実数	61	45	41	0
割合	41.5	30.6	27.9	0.0

(SQ1 「受けている」と答えた人に)

どのような影響を受けていますか。次の中からいくつでも結構ですからお答え下さい。

どのような影響か 人 (%)	流 行 や す く な っ た	店 や 商 品 を 利 用 す る	参 考 に し て 買 物 を す る	島 外 か ら と り よ せ る	こ れ ま で の ほ か に	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

（SQ 2. 「受けていない」と答えた人に）

どうしてそう思いますか。次の中からいくつでも結構です
からお答え下さい。

影響を受けていない理由 人 (%)	買ったところ決 まっていた	テレビの広告はい ない	相手がいない という	信用しないから テレビの広告は ない	衝動的に物を買 う方だから	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

Q19 ではこんどはあなたのお子さんとテレビのことについてお聞かせ
下さい。あなたはどのような方針でお子さんにテレビを見させてい
ますか。一つだけお答え下さい。

テレビを見せる 方針 人 (%)	見る時間を決 めている	見る番組を決 めている	時間と番組の 両方を決めて いる	子供の自由 にしている	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

○その他は、該当する子供がいないことをいう。

Q20 あなたは、見たテレビの番組内容について、お子さんと話し合うことがありますか。

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	ほとんど話し合っていない	無回答
実数	10	69	26	42
割合	6.8	46.9	17.7	28.6

Q21 有線テレビの導入後、お子さんの行動面にどんな影響がでていると思いますか。いくつでも結構ですでお答え下さい。

子どもの行動面への影響 人 (%)	ことばがよく使えた	ことばが乱れてきた	勉強しなくなった	勉強するようになった	戸外で遊ぶようになった	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	夜ふかしをするようになった	夜遊びがなくなった	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

○無回答は、該当する子供がいないことをいう。

Q22 次に子ども向けのテレビ広告についてどうお考えですか。

子ども向けテレビ広告について 人 (%)	もっとあってよい	現状のまま でよい	減した方がよい	ない方がよい	その他	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

。その他は、該当する子供がいないことをいう。

Q23 子ども向けのテレビ広告には良い点、悪い点もあるといわれています。いいと思う点は何ですか。（具体的に）

いいと思う点 人 (%)	タレントのまねをする	商品知識が ふえる	格差は正に 役立つ	流行がわかる	表現力が増す	話題が 豊富になる	一般的知識が ふえる	その他	無回答
実数	2	1	2	2	0	0	6	12	122
割合	1.4	0.7	1.4	1.4	0.0	0.0	4.1	8.2	83.0

悪いと思う点は何ですか。（具体的に）

悪いと思う点 人 (%)	CM商品を ねだる	CMの歌や ものまねをする	風紀上よくない	衝動買いして 困る	言葉使いが 悪くなる	現実離れする	その他	無回答
実数	3	1	2	0	4	0	9	128
割合	2.0	0.7	1.4	0.0	2.7	0.0	6.1	87.1

Q24 あなたは子どもにせがまれてテレビ広告で宣伝している品物を買ったことがありますか。

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

(SQ1. 「ある」と答えた人に)
どんな品物ですか。(具体的に)

品物の種類 人 (%)	食料品・飲料	嗜好品(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

Q25 お宅にはラジオがありますか。

ラジオの有無 人 (%)	あ る	な い	無 回 答
実 数	146	1	0
割 合	99.3	0.7	0.0

Q26 あなたはラジオをよく聞くほうですか、それとも聞かないほうですか。

人 (%)	ラジオについて	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	無回答
実数		55	71	15	5	1
割合		37.4	48.3	10.2	3.4	0.7

（SQ 1. 「ラジオを聞く」と答えた人に）

では、1日にどのくらいラジオを聞きますか。

人 (%)	ラジオを聞く時間	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	無回答
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

（SQ 2. 「ラジオを聞く」と答えた人に）

あなたは主にどんな番組を聞きますか。いくつでも結構です
のでお答え下さい。

人 (%)	ラジオの番組	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

Q27 お宅で定期的に購入している新聞はありますか。

新聞 人 (%)	あ る	な い	無 回 答
実 数	119	27	1
割 合	80.9	18.4	0.7

(SQ1.「ある」と答えた人に)

どういう新聞ですか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

新聞名 人 (%)	琉 球 新 報	沖 縄 タ イ ム ス	本 (朝 土 紙 読 売 等)	そ の 他	無 回 答
実 数	52	62	1	17	0
割 合	43.7	52.1	0.8	14.3	0.0

。その他は、「聖教新聞」のことをいう。

Q28 あなたは新聞をよく読む方ですか、時々ですか、それともほとんど読まないですか。

新聞の 読み 方 人 (%)	よ く 読 む	と き ど き 読 む	ほ と ん ど 読 ま ない	ま っ た く 読 ま ない	無 回 答
実 数	60	63	13	11	0
割 合	40.8	42.9	8.8	7.5	0.0

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）

Q29 あなたは平均すると1日に新聞をどのくらいお読みになりますか。

一日平均時間 人 (%)	10分以下	15分くらい	30分くらい	1時間くらい	ときどき読む	まったく読まない	無回答
実数	18	47	31	14	25	12	0
割合	12.2	32.0	21.1	9.5	17.0	8.2	0.0

Q30 あなたがふだんよくお読みになる新聞記事はどのようなものですか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

新聞記事 人 (%)	政治面	経済面	社会面	文化面	教育面	スポーツ面	ラジオ テレビ面	その他	無回答
実数	36	50	94	50	55	44	47	24	0
割合	24.5	34.0	64.0	34.0	37.4	29.9	32.0	16.3	0.0

Q31 あなたご自身で定期的に購読したり、よく読んでいる雑誌はありますか。それともありませんか。

雑誌 人 (%)	あ る	な い	無 回 答
実数	82	65	0
割合	55.8	44.2	0.0

(SQ 1. 「ある」と答えた人に)

おもにどんな種類の雑誌ですか。いくつでも結構ですからお答え下さい。

雑誌の種類 人 (%)	婦人向け総合雑誌	ショッピング雑誌	芸能雑誌	教養専門雑誌	ファッション雑誌	マンガ	その他	無回答
実数	49	20	14	23	17	15	11	0
割合	59.8	24.4	17.1	28.1	20.7	18.3	13.4	0.0

Q32 いま少し御辛抱下さい。あなたは南大東島に対して何か誇りとか愛着を感じますか。

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

(SQ 1. 「感ずる」と答えた人に)

それはどんな点ですか。自由にお答えて下さい。

誇り 人 (%)	住みよい島	自然が多い	人情がある	愛着を感じる	その他	無回答
実数	30	16	8	6	9	13
割合	43.5	23.2	11.6	8.7	13.0	18.8

Q33 あなたは今後もずっと南大東島に住みたいと思いますか。それとも沖縄本島あるいは日本本土、本土以外の土地に移住したいと思いますか。

今後 人 (%)	南大東島 住したい	沖縄本島 住したい	日本本土 住したい	アメリカ 移住したい	中南米 移住したい	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

◎その他は、“子供の判断にまかす”ということの意味する。

Q34 お宅では隣近所の人とのつき合いは多い方ですか。それとも少ない方ですか。

つきあい 人 (%)	多い	どちらか と多い	少ない	まったく あわない	無回答
実数	64	50	31	2	0
割合	43.5	34.0	21.1	1.4	0.0

Q35 あなたは地元の行事や祭りにはどのくらい参加していますか。

行事の参加 人 (%)	よく参加する	ときどき参加する	あまり参加しない	まったく参加しない	無回答
実数	60	58	22	6	1
割合	40.8	39.4	15.0	4.1	0.7

Q36 南大東島であなたの家族の生活程度は、次のどの部類に入るとお考えですか。

生活程度 人 (%)	上	中の上	中の中	中の下	下	無回答
実数	3	21	91	25	5	2
割合	2.0	14.3	61.9	17.0	3.4	1.4

Q37 あなたは近い将来放送衛星をととしてテレビがみられるようになるのを知っていますか。それとも知りませんか。

放送衛星について 人 (%)	知っている	知らない	無回答
実数	104	42	1
割合	70.7	28.6	0.7

Q38 もしテレビ放送が同時になったら、あなたは次にあげるうち何を要望しますか。一つだけお答え下さい。

テレビ同時放送への要望 人 (%)	県内外の情報を知りたい	世界のできごとを知りたい	娯楽番組をみたい	教育・教養番組をみたい	無回答
実数	55	57	13	21	1
割合	37.4	38.8	8.8	14.3	0.7

クロス集計（南大東島）

※ 単位は全て%の（ ）内は実数を表わす

表1 年齢（F1）×テレビ視聴時間（Q1）

N = 147

F1 \ Q1	～1h	1～2h	2～3	3～4	5～	ほとんど見ない	計
～29才	3.2 (1)	16.1 (5)	6.5 (2)	29.0 (9)	38.7 (12)	6.5 (2)	100.0 (31)
30～39	5.9 (2)	5.9 (2)	32.4 (11)	17.6 (6)	35.3 (12)	2.9 (1)	100.0 (34)
40～49	4.7 (2)	18.6 (8)	25.6 (11)	16.3 (7)	30.2 (13)	4.7 (2)	100.0 (43)
50～59	13.3 (4)	16.7 (5)	30.0 (9)	10.0 (3)	30.0 (9)	0.0 (0)	100.0 (30)
60～	11.1 (1)	11.1 (1)	11.1 (1)	11.1 (1)	55.6 (5)	0.0 (0)	100.0 (9)
計	(10)	(21)	(34)	(26)	(51)	(5)	(147)

表2 学歴（F2）×テレビ視聴時間（Q1）

N = 147

F2 \ Q1	～1h	1～2h	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)	100.0 (0)
その他	50.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	100.0 ()
計	(10)	(21)	(34)	(26)	(51)	(5)	(147)

表3 子供の数 (F8) × テレビ視聴時間 (Q1)

F8	Q1	～1h	2～3	3～4	4～5	5～	ほとんど見ない	計
		なし	2.9 (1)	17.1 (6)	28.6 (10)	11.4 (4)	37.1 (13)	
1	人	11.8 (6)	15.7 (8)	19.6 (10)	21.6 (11)	29.4 (15)	2.0 (1)	100.0 (51)
2	人	3.8 (1)	15.4 (4)	11.5 (3)	23.1 (6)	34.6 (9)	11.5 (3)	100.0 (26)
3	人	11.1 (2)	5.6 (1)	33.3 (6)	16.7 (3)	33.3 (6)	0.0 (0)	100.0 (18)
4	人	0.0 (0)	15.4 (2)	30.8 (4)	7.7 (1)	46.2 (6)	0.0 (0)	100.0 (13)
5	人	0.0 (0)	0.0 (0)	25.0 (1)	25.0 (1)	50.0 (2)	0.0 (0)	100.0 (4)
計		(10)	(21)	(34)	(26)	(51)	(5)	(147)

表4 テレビ視聴時間 (Q1) × テレビCMの利用 (Q12)

N = 147

Q1	Q12	ある	ない	その他	計
		～1h	20.0 (2)	80.0 (8)	0.0 (0)
1～2	38.1 (8)	61.9 (13)	0.0 (0)	100.0 (21)	
2～3	32.4 (11)	61.8 (21)	2.9 (1)	100.0 (34)	
3～4	26.9 (7)	69.2 (18)	0.0 (0)	100.0 (26)	
4～5	35.3 (18)	60.8 (31)	3.9 (2)	100.0 (51)	
5～	40.0 (2)	60.0 (3)	0.0 (0)	100.0 (5)	
計		(48)	(94)	(3)	(147)

表5 テレビ視聴時間（Q1）×買い物をする上での民放の影響（Q18）

N = 147

Q1 \ Q18	影響を受けている	影響を受けていない	どちらともいえない	計
～1h	10.0 (1)	50.0 (5)	40.0 (4)	100.0 (10)
1～2	42.9 (9)	23.8 (5)	33.3 (7)	100.0 (21)
2～3	52.9 (18)	20.6 (7)	26.5 (9)	100.0 (34)
3～4	34.9 (9)	30.8 (8)	34.6 (9)	100.0 (26)
4～5	41.2 (21)	37.3 (19)	21.6 (11)	100.0 (51)
5～	60.0 (3)	20.0 (1)	20.0 (1)	100.0 (5)
計	(61)	(45)	(41)	(147)

表6 テレビ視聴時間（Q1）×テレビCMの視聴（Q10）

N = 147

Q1 \ Q10	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	計
～1h	0.0 (0)	50.0 (5)	40.0 (4)	10.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (10)
1～2	19.1 (4)	57.1 (12)	14.3 (3)	4.8 (1)	4.8 (1)	100.0 (21)
2～3	35.3 (12)	55.9 (19)	5.9 (2)	2.9 (1)	0.0 (0)	100.0 (34)
3～4	26.9 (7)	53.8 (14)	19.2 (5)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (26)
4～5	56.9 (29)	35.3 (18)	5.9 (3)	0.0 (0)	2.0 (1)	100.0 (51)
5～	0.0 (0)	20.0 (1)	80.0 (4)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (5)
計	(52)	(69)	(21)	(3)	(2)	(147)

表7 年令 (F1) × テレビCMの利用度 (Q12)

N = 147

F1 \ Q12	ある	ない	その他	計
～29	32.3 (10)	67.7 (21)	0.0 (0)	100.0 (31)
～39	32.4 (11)	58.8 (20)	2.9 (1)	100.0 (34)
～49	39.5 (17)	55.8 (24)	4.7 (2)	100.0 (43)
～59	23.3 (7)	76.7 (23)	0.0 (0)	100.0 (30)
60～	33.3 (3)	66.7 (6)	0.0 (0)	100.0 (9)
計	(48)	(94)	(3)	(147)

表8 年令 (F1) × 買い物をする上での民放の影響 (Q18)

N = 147

F1 \ Q18	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)

表9 学歴（F2）×買い物をする上での民放の影響

N = 147

F2 \ Q18	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10 子供の数（F8）×テレビCMの利用度（Q12）

N = 147

F8 \ Q12	あ る	な い	その他	不 明	計
な し	25.7 (9)	71.4 (25)	2.9 (1)	0.0 (0)	100.0 (35)
1 人	29.4 (15)	68.6 (35)	0.0 (0)	2.0 (1)	100.0 (51)
2 人	42.3 (11)	53.8 (14)	3.8 (1)	0.0 (0)	100.0 (26)
3 人	33.3 (6)	66.7 (12)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (18)
4 人	46.2 (6)	38.5 (5)	7.7 (1)	7.7 (1)	100.0 (13)
5 人	25.0 (1)	75.0 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (4)
計	(48)	(94)	(3)	(2)	(147)

表11 テレビCMの役立て度（Q17）×買い物をする上での民放の影響（Q18）

N = 147

Q17 \ Q18	影 響 受 けて いる	影 響 受 けて いない	ど ち ら と も い え ない	計
非常に役立っている	82.4 (14)	11.8 (2)	5.9 (1)	100.0 (17)
いくらか役立っている	48.4 (46)	24.2 (23)	27.4 (26)	100.0 (95)
あまり役立っていない	4.3 (1)	69.6 (16)	26.1 (6)	100.0 (23)
まったく役立っていない	0.0 (0)	42.9 (3)	57.1 (4)	100.0 (7)
そ の 他	0.0 (0)	25.0 (1)	75.0 (3)	100.0 (4)
不 明	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	100.0 (1)
計	(61)	(45)	(41)	(147)

表12 テレビ広告の参考度（Q13）×買い物をする上での民放の影響（Q18）

N = 290

Q13 \ Q18	影 響 受 けて いる	影 響 受 けて いない	ど ち ら と も い え ない	計
食料品・飲料	53.4 (31)	20.7 (12)	25.9 (15)	100.0 (58)
嗜 好 品	65.2 (15)	13.0 (3)	21.7 (5)	100.0 (23)
洗剤・日用品	57.5 (42)	21.9 (16)	20.5 (15)	100.0 (73)
薬 品	58.3 (7)	25.0 (3)	16.7 (2)	100.0 (12)
ファッション・化粧品	53.6 (15)	17.9 (5)	28.6 (8)	100.0 (28)
家庭電化製品	60.4 (29)	18.7 (9)	20.8 (10)	100.0 (48)
そ の 他	17.8 (8)	53.3 (24)	28.9 (13)	100.0 (45)
不 明	33.3 (1)	0.0 (0)	66.7 (20)	100.0 (3)
計	(148)	(72)	(70)	(290)

表13 新聞広告の参考度（Q14）×買い物をする上での民放の影響（Q18）

N = 272

Q14 \ Q18	影響を受けている	影響を受けていない	どちらともいえない	計
食料品・飲物	50.9 (28)	21.8 (12)	27.3 (15)	100.0 (55)
嗜好品	63.6 (7)	9.1 (1)	27.3 (3)	100.0 (11)
洗剤・日用品	54.0 (27)	20.0 (10)	26.0 (13)	100.0 (50)
薬品	50.0 (5)	30.0 (3)	20.0 (2)	100.0 (10)
ファッション・化粧品	42.9 (15)	28.6 (10)	28.6 (10)	100.0 (35)
家庭電化製品	56.9 (29)	19.6 (10)	23.5 (12)	100.0 (51)
その他	26.3 (15)	43.9 (25)	29.8 (17)	100.0 (57)
不明	100.0 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (3)
計	(129)	(71)	(72)	(272)

表14 ラジオ広告の参考度（Q15）×買い物をする上での民放の影響（Q18）

N = 238

Q15 \ Q18	影響を受けている	影響を受けていない	どちらともいえない	計
食料品・飲料	51.3 (20)	25.6 (10)	23.1 (9)	100.0 (39)
嗜好品	63.6 (7)	18.2 (2)	18.2 (2)	100.0 (11)
洗剤・日用品	62.2 (23)	16.2 (6)	21.6 (8)	100.0 (37)
薬品	60.0 (6)	20.0 (2)	20.0 (2)	100.0 (10)
ファッション・化粧品	44.4 (8)	16.7 (3)	38.9 (7)	100.0 (18)
家庭電化製品	57.1 (20)	20.0 (7)	22.9 (8)	100.0 (35)
その他	34.1 (28)	36.6 (30)	29.3 (24)	100.0 (82)
不明	50.0 (3)	16.7 (1)	33.3 (2)	100.0 (6)
計	(115)	(61)	(62)	(238)

表15 チラシ広告の参考度 (Q16) × 買い物する上での民放の影響 (Q18)

N = 304

Q16 \ Q18	影響を受けている	影響を受けていない	どちらともいえない	計
食料品・飲物	50.0 (34)	22.1 (15)	27.9 (19)	100.0 (68)
嗜好品	50.0 (9)	5.6 (1)	44.4 (8)	100.0 (18)
洗剤・日用品	48.1 (37)	23.4 (18)	28.6 (22)	100.0 (77)
薬品	55.6 (5)	22.2 (2)	22.2 (2)	100.0 (9)
ファッション・化粧品	57.1 (16)	10.7 (3)	32.1 (9)	100.0 (28)
家庭電化製品	58.8 (30)	21.6 (11)	19.6 (10)	100.0 (51)
その他	28.3 (15)	41.5 (22)	30.2 (16)	100.0 (53)
不明	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (0)
計	(146)	(72)	(86)	(304)

表16 テレビCMの利用度 (Q12) × 買い物をする上での民放の影響 (Q18)

N = 147

Q12 \ Q18	受けている	受けていない	どちらともいえない	計
あ	62.5 (30)	14.6 (7)	22.9 (11)	100.0 (48)
ない	29.8 (28)	39.4 (37)	30.9 (29)	100.0 (94)
その他	66.7 (2)	33.3 (1)	0.0 (0)	100.0 (3)
不明	50.0 (1)	0.0 (0)	50.0 (1)	100.0 (2)
計	(61)	(45)	(41)	(147)

表17 子供の数（F8）×子供向けCMの現状について（Q22）

N = 147

Q22 F8	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	その他	無回答	合計
なし	0.0 (0)	28.6 (10)	8.6 (3)	0.0 (0)	51.4 (18)	11.4 (4)	100.0 (35)
1人	15.7 (8)	41.2 (21)	7.8 (4)	0.0 (0)	29.4 (15)	5.9 (3)	100.0 (51)
2人	26.9 (7)	42.3 (11)	11.5 (3)	0.0 (0)	15.4 (4)	3.8 (1)	100.0 (26)
3人	22.0 (4)	55.6 (10)	16.7 (3)	5.6 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (18)
4人	0.0 (0)	84.6 (11)	15.4 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (13)
5人	25.0 (1)	75.0 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (4)
計	(20)	(66)	(15)	(1)	(37)	(8)	(147)

表18 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）

Q19 \ Q21	ことばよく使いた	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	夜遊びがなくなった	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	10.2 (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)

表19 子供向けCMの現状について (Q22)
 ×子供からCM商品をせがまれたことの有無 (Q24)

N = 147

Q22 \ Q24	あ る	な い	不 明	計
もっとあってもよい	30.0 (6)	65.0 (13)	5.0 (1)	100.0 (20)
現状のままでいい	27.3 (18)	72.7 (48)	0.0 (0)	100.0 (66)
減した方がよい	40.0 (6)	60.0 (9)	0.0 (0)	100.0 (15)
ない方がよい	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (1)
そ の 他	0.0 (0)	100.0 (37)	0.0 (0)	100.0 (37)
不 明	0.0 (0)	37.5 (3)	62.5 (5)	100.0 (8)
計	(30)	(111)	(6)	(147)

表20 本人の職業 (F3) ×テレビCMの役立て度 (Q17)

N = 147

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)	7.8 (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)	(7)	(4)	(147)

表21 本人の職業×テレビCMの利用度

N = 147

F3 \ Q12	あ る	な い	そ の 他	不 明	計
一般事務職	41.2 (7)	58.8 (10)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (17)
労 務 職	25.0 (1)	75.0 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (4)
農業・漁業	25.0 (4)	75.0 (12)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (16)
商 工 ・ サービス業	34.5 (10)	62.1 (18)	3.4 (1)	0.0 (0)	100.0 (29)
専 門 職	0.0 (0)	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
家 事	32.1 (25)	62.8 (49)	2.6 (2)	2.6 (2)	100.0 (78)
そ の 他	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)
計	(48)	(94)	(3)	(2)	(147)

表22 新聞接触態度（Q28）×テレビCMの利用度（Q12）

N = 147

Q28 \ Q12	あ る	な い	そ の 他	不 明	計
よく読む	35.0 (21)	63.3 (38)	1.7 (1)	0.0 (0)	100.0 (60)
ときどき 読む	36.5 (23)	58.7 (37)	1.6 (1)	3.2 (2)	100.0 (63)
ほとんど 読まない	7.7 (1)	84.6 (1)	7.7 (1)	0.0 (0)	100.0 (13)
まったく 読まない	27.3 (3)	72.7 (8)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (11)
不 明	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (0)
計	(48)	(94)	(3)	(2)	(147)

表23 テレビCMの役立度（Q17）×新聞接触度（Q28）

N = 147

Q17 \ Q28	よく読む	ときどき読む	ほとんど読まない	まったく読まない	計
非常に役立っている	35.3 (6)	41.2 (7)	11.8 (2)	11.8 (2)	100.0 (7)
いくらか役立っている	37.9 (36)	47.4 (45)	7.4 (7)	7.4 (7)	100.0 (95)
あまり役立っていない	52.2 (12)	34.8 (8)	8.7 (2)	4.3 (1)	100.0 (23)
まったく役立っていない	57.1 (4)	0.0 (0)	28.6 (2)	14.3 (1)	100.0 (7)
その他	50.0 (2)	50.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (4)
不明	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)
計	(60)	(63)	(13)	(11)	(147)

表24 隣近所とのつき合い度（Q34）×テレビCMの役立度（Q17）

N = 147

Q34 \ 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	不明	計
多い	15.6 (10)	68.7 (44)	9.4 (6)	3.1 (2)	3.1 (2)	0.0 (0)	100.0 (64)
どちらかという人多い	10.0 (5)	58.0 (29)	24.0 (12)	4.0 (2)	2.0 (1)	2.0 (1)	100.0 (50)
少ない	6.5 (2)	64.5 (20)	16.1 (5)	9.7 (3)	3.2 (1)	0.0 (0)	100.0 (31)
まったくつきあわない	0.0 (0)	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
計	(17)	(95)	(23)	(7)	(4)	(1)	(147)

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）

表25 テレビCMの利用度（Q12）×行事か祭りへの参加（Q35）

N = 147

Q12 \ Q35	よく参加する	ときどき参加する	あまり参加しない	まったく参加しない	不明	計
あ る	45.8 (22)	43.7 (21)	4.2 (2)	4.2 (2)	2.1 (1)	100.0 (48)
な い	39.4 (37)	37.2 (35)	19.1 (18)	4.3 (4)	0.0 (0)	100.0 (94)
そ の 他	33.3 (1)	33.3 (1)	33.3 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (3)
不 明	0.0 (0)	50.0 (1)	50.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
計	(60)	(58)	(22)	(6)	(1)	(147)

表26 テレビCMの利用度（Q12）×家族の生活程度（Q36）

N = 147

Q12 \ Q36	上	中の上	中の中	中の下	下	不明	計
あ る	4.2 (2)	18.7 (9)	58.3 (28)	14.6 (7)	2.1 (1)	2.1 (1)	100.0 (48)
な い	1.1 (1)	11.7 (11)	64.9 (61)	17.0 (16)	4.3 (4)	1.1 (1)	100.0 (94)
そ の 他	0.0 (0)	33.3 (1)	0.0 (0)	66.7 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (3)
不 明	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
計	(3)	(21)	(91)	(25)	(5)	(2)	(147)

表27 年齢 (F1) ×新聞接触態度 (Q28)

N = 147

Q28 \ F1	よく読む	ときどき読む	ほとんど読まない	まったく読まない	計
～29才	41.9 (13)	51.6 (16)	3.2 (1)	3.2 (1)	100.0 (31)
～39	50.0 (17)	35.3 (12)	8.8 (3)	5.9 (2)	100.0 (34)
～49	37.2 (16)	46.5 (20)	9.3 (4)	7.0 (3)	100.0 (43)
～59	36.7 (11)	46.7 (14)	13.3 (4)	3.3 (1)	100.0 (30)
60～	33.3 (3)	11.1 (1)	11.1 (1)	44.4 (4)	100.0 (9)
計	(60)	(63)	(13)	(11)	(147)

表28 新聞接触態度 (Q28) ×ラジオ接触態度 (Q26)

N = 147

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)

表29 テレビ視聴時間（Q1）×ラジオ接触態度（Q26）

N = 147

Q1 \ 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
～1h	20.0 (2)	60.0 (6)	20.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (10)
1～2	47.6 (10)	42.9 (9)	9.5 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (21)
2～3	44.1 (15)	50.0 (17)	5.9 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (34)
3～4	30.8 (8)	57.7 (15)	7.7 (2)	3.8 (1)	0.0 (0)	100.0 (26)
5～	33.3 (17)	47.1 (24)	9.8 (5)	7.8 (4)	2.0 (1)	100.0 (51)
ほとんど見ない	60.0 (3)	0.0 (0)	40.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (5)
計	(55)	(71)	(15)	(5)	(1)	(147)

表30 テレビCMの利用度（Q12）×隣近所とのつきあい度（Q34）

N = 147

Q12 \ Q34	多い	どちらかというくらい多い	少ない	まったくつきあわない	計
あ る	50.0 (24)	31.2 (15)	18.7 (9)	0.0 (0)	100.0 (48)
な い	41.5 (39)	35.1 (33)	21.3 (20)	2.1 (2)	100.0 (94)
そ の 他	0.0 (0)	66.7 (2)	33.3 (1)	0.0 (0)	100.0 (3)
不 明	50.0 (1)	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (2)
計	(64)	(50)	(31)	(2)	(147)

表31 テレビの見せ方 (Q19) × テレビ内容の討論 (Q20)

Q20 \ Q17	いっしょに話している	時間も話し合う	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)	15.4 (2)	7.7 (1)	100.0 (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)	100.0 (15)
時間の番組の両 方を決めている	15.0 (3)	80.0 (16)	5.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (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)	100.0 (49)
その他	0.0 (0)	4.2 (2)	16.7 (8)	79.2 (38)	100.0 (48)
不明	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)	100.0 (2)
計	(10)	(69)	(26)	(42)	(147)

表32 テレビ視聴目的 (Q6) × テレビの見せ方 (Q19)

N = 147

Q19 \ Q6	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
世の中のことを 早く知るため	10.0 (3)	0.0 (0)	13.3 (4)	36.7 (11)	40.0 (12)	0.0 (0)	100.0 (30)
知識を ふやすため	7.1 (1)	21.4 (3)	7.1 (1)	42.9 (6)	21.4 (3)	0.0 (0)	100.0 (14)
日常生活に 役立つから	4.8 (1)	14.3 (3)	19.0 (4)	28.6 (6)	33.3 (7)	0.0 (0)	100.0 (21)
話題が豊富に なるから	7.7 (1)	7.7 (1)	23.1 (3)	15.4 (2)	38.5 (5)	7.7 (1)	100.0 (13)
娯楽のため	10.9 (5)	15.2 (7)	8.7 (4)	32.6 (15)	30.4 (14)	2.2 (1)	100.0 (46)
ひまつぶしのため	9.5 (2)	4.8 (1)	19.0 (4)	42.9 (9)	23.8 (5)	0.0 (0)	100.0 (21)
商品についての 情報をうるため	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (1)
その他	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (1)
計	(13)	(15)	(20)	(49)	(48)	(2)	(147)

表33 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 いがな った	ことば乱 れ使 いが きた	勉強し な く な った	勉強す る よ う に な った	戸外少 なく の遊 びが な った	戸外活 発な く遊 びが な った	家族少 なく の会 話が な った	家族多 く遊 びが な った	夜ふか しを する よ う に な った	夜遊少 びが な く な った	無 回 答
いつも話 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)	10.1 (7)	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)

表34 有線テレビ導入の評価（Q7）
×有線テレビ導入後の子どもの行動面への影響（Q21）

Q21 \ Q7	ことばよく使 いがな った	ことば乱 れ使 いが きた	勉強し な く な った	勉強す る よ う に な った	戸外少 なく の遊 びが な った	戸外活 発な く遊 びが な った	家族少 なく の会 話が な った	家族多 く遊 びが な った	夜ふか しを する よ う に な った	夜遊少 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)

表35 テレビ視聴時間 (Q1) ×テレビの見せ方 (Q19)

N = 147

Q1 \ Q19	見る時間だけを 決めている	見る番組だけを 決めている	時間との 番組を 両方決 めている	子ども の自由 にまか せている	その他	不明	計
～1h	20.0 (2)	20.0 (2)	20.0 (2)	30.0 (3)	10.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (10)
2～3	14.3 (3)	14.3 (3)	14.3 (3)	28.6 (6)	28.6 (6)	0.0 (0)	100.0 (21)
3～4	14.7 (5)	8.8 (3)	8.8 (3)	29.4 (10)	38.2 (13)	0.0 (0)	100.0 (34)
4～5	3.8 (1)	11.5 (3)	15.4 (4)	38.5 (10)	30.8 (8)	0.0 (0)	100.0 (26)
5～	3.9 (2)	5.9 (3)	13.7 (7)	35.3 (18)	39.2 (20)	2.0 (1)	100.0 (51)
ほとんど 見ない	0.0 (0)	20.0 (1)	20.0 (1)	40.0 (2)	0.0 (0)	20.0 (1)	100.0 (5)
計	(13)	(15)	(20)	(49)	(48)	(2)	(147)

表36 学歴 (F2) ×テレビの子供への影響 (Q19)

N = 147

F2 \ Q19	見る時間だけを 決めている	見る番組だけを 決めている	時間との 番組を 両方決 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)	100.0 (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)	100.0 (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)	100.0 (51)
高等学校卒	17.4 (8)	10.9 (5)	19.6 (9)	30.4 (14)	21.7 (10)	0.0 (0)	100.0 (46)
専門学校卒	0.0 (0)	18.2 (2)	9.1 (1)	36.4 (4)	36.4 (4)	0.0 (0)	100.0 (11)
大学卒	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (0)
その他	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	50.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (2)
計	(13)	(15)	(20)	(49)	(48)	(2)	(147)

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）

表37 南大東島への愛着（Q32）×永住意識（Q33）

N = 147

Q33 \ Q32	南大東島に永住したい	沖縄本島に移住したい	日本本土に移住したい	アメリカへ移住したい	中南米へ移住したい	その他	不明	計
感じる	68.1 (47)	24.6 (17)	2.9 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	4.3 (3)	0.0 (0)	100.0 (69)
感じない	40.0 (2)	60.0 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (5)
何とも いえない	31.7 (22)	55.1 (38)	2.9 (2)	0.0 (0)	1.4 (1)	7.2 (5)	1.4 (1)	100.0 (69)
その他	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)
不明	66.7 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	33.3 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (3)
計	(73)	(59)	(4)	(1)	(1)	(8)	(1)	(147)

表38 永住意識（Q33）×隣近所とのつきあい度（Q34）

N = 147

Q33 \ Q34	多い	どちらかという 多い	少ない	まったく つきあわ ない	不明	計
南大東島に 永住したい	45.2 (33)	38.4 (28)	16.4 (12)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (73)
沖縄本島に 移住したい	42.4 (25)	30.5 (18)	25.4 (15)	1.7 (1)	0.0 (0)	100.0 (59)
日本本土に 移住したい	50.0 (2)	50.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (4)
アメリカへ 移住したい	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (1)
中南米へ 移住したい	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)
その他	50.0 (4)	12.5 (1)	37.5 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (8)
不明	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (1)
計	(64)	(50)	(31)	(2)	(0)	(147)