インターネット時代に対応した公共メディアの在り方に関する研究

代表研究者　　宍倉学　　長崎大学　経済学部　教授

1 はじめに　結果の要約

本研究では、公共放送（NHK）に対する私的便益（支払意思額）の分析を行った。具体的には、公共放送に対する支払意思額（Willingness to pay: WTP）とサービス利用量の関係を推定し、公共放送から得られる私的便益の違いを利用量と関連付けた。また私的便益を左右するサービス利用量の選択について分析を行った。結果、現実の受信料負担が世帯人数を考慮しない場合で一人当たり平均 1272 円、世帯人数を考慮した場合で 636 円であるのに対して、WTP は直接回答ベースで 533 円、推計ベースで 574 円となった。このため受信料に占める租税的負担分は、世帯人数を考慮しない場合で平均 55～58%、世帯人数を考慮した場合で 10～16%となった。また、私的便益を左右する公共放送の利用量の影響要因を推計したところ、公共放送の利用量は、民間放送のそれと比べて、特定の属性（年齢・学歴・性別）との相関が強いことが確認でき、公共放送が特定の利用者に多く利用される傾向があることを確認した。なお、公共放送から得られる私的便益の違いに連動して、価格差別やサービスの製品差別化を進めることで、公共放送の運営効率化や受信料に占める租税的負担を適正化することが可能になると考えられる。

2 公共放送を巡る論点

公共放送の在り方については、これまでも議論が行われてきた。その際、主な論点になるのが受信料制度と業務範囲である。受信料の問題は、公共放送の事業規模と負担分担の在り方に関するものであり、伝統的な公共財の最適供給量と費用負担の問題としてとらえ直すことができる。受信料の水準は、公共放送の事業規模を左右する。このため、受信料の問題とは公共財の最適供給水準に関する問題である。また、世帯単位で負担を課す現行の受信料制度（注 1）では、利用者の私的便益もしくは支払意思額と負担が乖離する主体が生じることは避けられないが、乖離が大きくなるほど、スクランブル化などの排除を前提とした任意加入への変更を要望する声も大きくなる。

一方、業務範囲の問題は、公民併存市場における競争環境の在り方の問題である。なお、近年のネット技術を利用したサービス展開の妥当性を巡る問題も、公民併存市場における競争環境の在り方との関連で、公共放送にどこまで製品差別化を認めるのかという問題と言える。

3 公共放送の社会的便益と私的便益推計の意義

公共放送の在り方を検討するためには、放送サービス及び同市場特有の競争環境を考慮に入れ、改めて公共放送の費用・便益を評価することが必要になる。しかし、まず放送の社会的便益にはどのようなものがあるのかを改めて整理しておく必要がある（注 2）。

放送サービスがもたらす社会的便益には、利用者の便益（消費者余剰）や生産者であるメディアの便益（生産者余剰）に加えて、第 3 者（一般企業・政府）便益が存在すると考えることが妥当である。社会的便益の評価においては、これら主体及び社会に帰属する便益も考慮に入れる必要がある。このような第 3 者便益が生じるのは、放送などメディアが供給する情報の消費がもたらす選好の内生性などがその理由として挙げられる。人的資本論的な立場にたてば、情報消費は人的資本蓄積の投入要素であり、かつ選好の内生性を想定すると、情報財の消費と蓄積は利用者の好みや様々な選択基準に影響を及ぼす可能性を持つ。このような選好の内生性はある種の外部効果（消費の外部性）をもたらす。ただし、これら第 3 者便益のなかでも、一般企業に帰属する便益については、例えば民間放送のようにメディア広告取引という形でその一部が既に市場取引に委ねられている。なお、この結果、民間メディアの市場構造は二面市場といった特有の形態をとることが一般的である。

一方、放送がもたらす第 3 者便益には政府に帰属するものもある。これは政府自身のメディア（の情報供給機能）への需要を生む。政府が社会構成員に政策実施に関連した情報を広く供給する必要がある場合、例

えば災害時報道など緊急時の情報供給網の維持や最近では感染症対策としての行動変容要請など、メディアが有する情報の供給力や影響力に対して直接的な需要が生じる。また、代議制民主主義のもとで、政策の効果や周知のために、メディアの情報供給力への需要が生じる場合もあるであろう。

しかしながら、このような直接的需要だけであれば、民間放送でも対応可能であり、公共放送を維持する根拠まで見いだすことはできない。また、このような政府の直接的な需要に対応するためであれば、公共放送よりも、国営放送のような形態の方が優れているかもしれない。公共放送の根拠を考える際には、このような直接的な需要（便益）以外にも政府もしくは社会に帰属する便益が存在すると想定する必要がある。

このような政府を含む社会に帰属する便益として考えられるものとして、例えば、民間メディアによる私的供給では、情報財の供給に何らかの資源配分の歪み（つまり「市場の失敗」）が生じるため、これを是正するための政策的な需要が存在するといったものが考えられる。このような例として、広告放送ではサービスの供給価格は低くなったとしても、サービス供給量も過少になり、広告量は過剰になるといった寡占的な資源配分の歪みが拡大される可能性や（注 3）、教育番組（メリット財）など特定分野の情報財が過少供給となる懸念、広告もしくは有料メディアによって供給される情報には内容的歪みが生じる可能性（メディア・バイアス問題）などが挙げられる（注 4）。これら問題に対して、公共放送を維持することが、民間放送への規制といった代替手段よりも優れているということであれば、社会厚生の改善のために公共放送を維持することが必要になる。

よって、公共放送の適正な事業規模といった問題に対応するには、これら第 3 者便益を含めた公共放送の社会的便益を評価する必要がある。また評価においては、放送市場には質や量の面で「市場の失敗」が生じていること、その損失がどの程度の規模なのかを評価すること、規制などの代替的手段との効果比較などが必要になる。ただし、これらメディア市場における「市場の失敗」やそれに伴う社会厚生上の損失については、現時点で曖昧な部分も多く、公共放送によるこれら追加的便益を評価することは難しい面もある。

以上のような点を踏まえると、利用者の私的便益を集計しただけでは公共放送の維持や事業規模の妥当性を評価するのには十分ではないことは明らかである。しかし、私的便益を分析することに意味がないわけでもない。以下、公共放送に対する私的便益とその影響要因を把握することの意義についてまとめる 。考えらえれるメリットとして 2 点が挙げられる。まず私的便益の規模を把握し、現在の事業規模（費用）と私的便益（の合計）の差をみることによって、私的便益と追加的便益に必要な費用を分離でき、社会的便益を生産するコストを把握することが可能になるという点が挙げられる。

もう一つのメリットとして、利用者の支払意思額への影響要因を把握することで、受信料負担の在り方（価格差別・製品差別の実施など）の検討はもとより、例えば受信料の徴収コストの低下など必要な費用を効率化する方法を検討できるようになることがある。この点について、いくらか捕捉しておこう。そもそも、放送のような消費が競合しないサービスを市場で供給する場合は、利用者ごとに異なる価格を設定するために様々な製品差別が行われる。利用者の私的便益を左右する要因を把握することは、これら価格もしくは製品の差別化の可能性を把握するための基礎となる。すべての社会構成員にサービスの利用可能な状況を維持しつつ、負担を求めようとすれば、価格差別を行うことは避けられない。また、支払意思に連動した価格設定が進めば、受信料の徴収費用を節約できる可能性もある。通常、利用者の支払意思が低い主体ほど、受信料に含まれる租税的な負担が大きくなるため徴収コストが増加する。よって支払意思と連動した料金体系を構築することによって徴収費用を抑えることも可能になる。

純粋な価格差別の実施は制約も多い。公共放送であれば、その性質から尚更である。しかし、価格差別とそれを可能にする製品差別化は資源配分の点からは必ずしも悪いことではない。制限はあるものの、支払意思に応じた価格を設定する価格差別と、それを可能にするための（垂直的・水平的）製品差別化を行い公共放送の効率的供給を進めるためにも、利用者の私的便益とその影響要因を把握することに意義があると考えられる。

4 実証分析

4-1 調査結果の概要

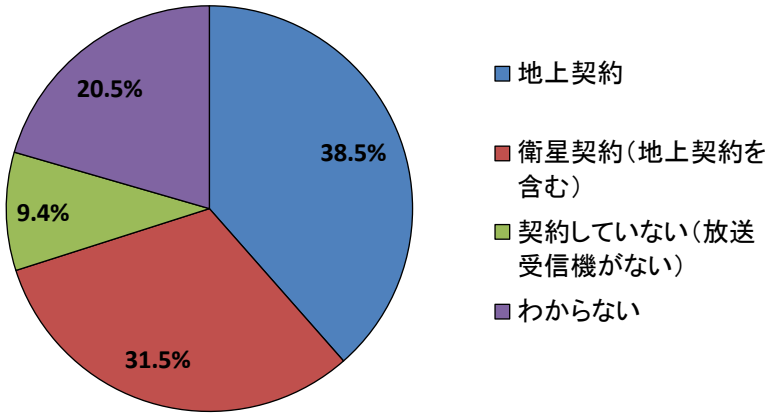
分析に利用した調査の概要は表 1 のとおりである。内容としては、公共放送の利用に関する各種意識や同サービスに対する支払意思額の他に、調査実施日の前日及び前々日のテレビ番組の視聴状況などについても調査を行った。

表１　アンケート調査の概要

調査名	メディアに対する信頼と視聴行動に関する調査
実施日	2021 年 3 月 30 日（火）～31 日（水）
委託主体	株式会社クロス・マーケティング
調査手法	インターネット調査（モニター調査）
回答者総数	2165
対象年齢	18 歳以上の男女
対象地域	関東甲信越 1 都 6 県の居住者

図 1 に示すように、回答者の NHK 受信契約状況は、地上契約が 38.5%、衛星契約が 31.5%となっている。一方、明確に「契約していない」と回答した人は 9.4%、「不明・回答したくない」と回答した人は 20%になっている。「不明・回答したくない」を未契約とみなすと、回答者の受信契約率は 70%になる。なお NHK の推計によると、2019 年度末の受信料契約率（世帯）は東京で 69.8%となっており、本調査の回答割合とほぼ同じ値となる。

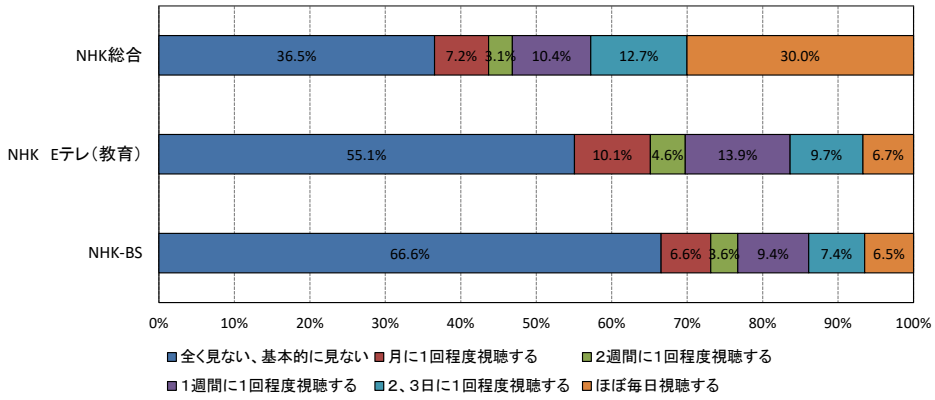
図１　回答者の NHK 受信契約状況



出所：筆者作成

NHK の利用状況について、総合・E テレ・NHK-BS ごとに直接質問をしたところ、図 2 に示すように 1 か月間に何らかの形で NHK を利用する人は、総合で 63.5%（36.5%は未利用）、E テレで 44.9%（55.1%は未利用）、BS で 33.4%（66.6%は未利用）となった。

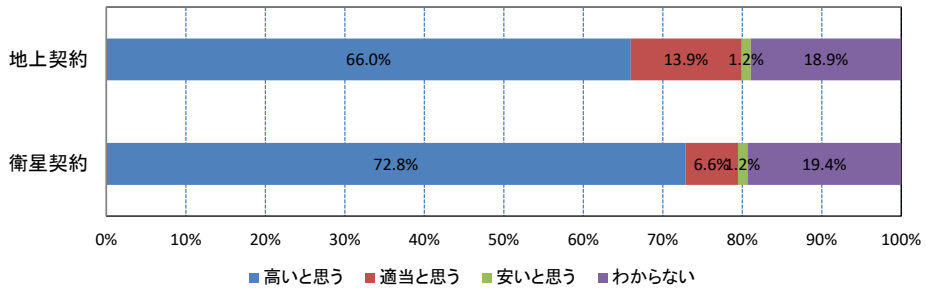
図２　各チャンネルの利用状況



出所：筆者作成

なお受信料契約には強制的な側面があること、契約は世帯単位であることなどから、契約状況をもって利用者が負担に応じた便益を得ていると考えることはできない。このため、現在の NHK の受信料（2021 年 3 月時点）の水準の妥当性に関して直接質問したところ、図 3 に示されるように、地上契約で 66%、衛星契約で 72.8%の回答者が「高い」と感じると回答、「適切」もしくは「安い」と感じている回答者は、地上契約で 15.1%、衛星契約で 7.8%となった。

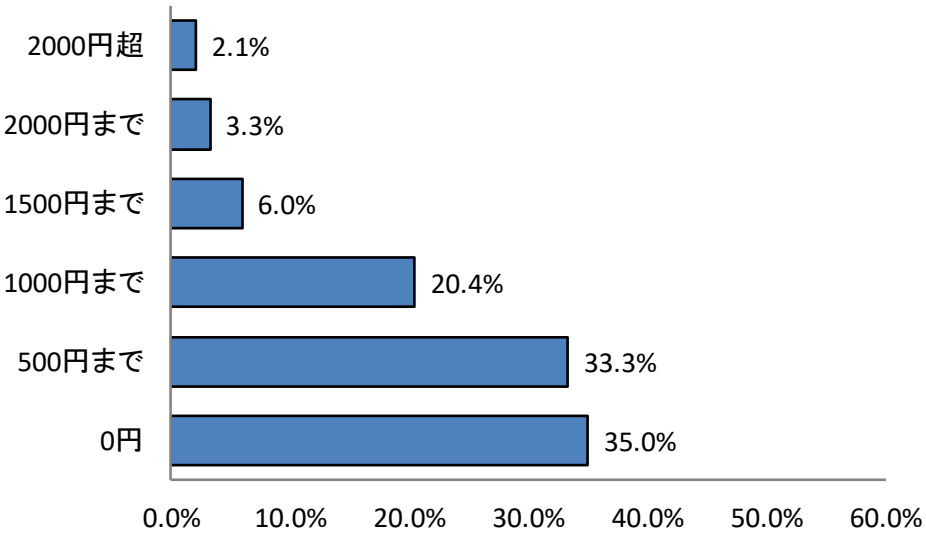
図 3　現在の受信料に対する感覚



出所：筆者作成

加えて、衛星契約を対象として回答者が毎月最大限支払ってもよいと考える金額（WTP: Willingness to Pay）を質問したところ、図 4 のような結果となった。最大支払意思額が 0 円とした人が 35%、500 円までが 33.3%、1000 円までが 20.4%、2000 円までが 9.3%、2000 円超と回答した人は 2.1%になった。

図 4　NHK に対する支払意思額（個人）



出所：筆者作成

4-2 私的便益の推計

以下、上記調査のデータを用いて NHK に対する支払意思額（WTP）への影響要因の分析を行う（注 5）。分析は 2 段階で行う。第 1 段階として、回答された支払意思と NHK の番組利用量の関係を推計する。続く第 2 段階として、NHK の番組利用量と回答者の個別要因との関係を推計する。なお、利用量としては、特定日に放送された番組に関する視聴結果のデータを用いる。また利用量は、公共放送により供給された番組の中から、どの程度の割合が利用されたかによって計測する。

なお、公共放送に限らないが、放送サービス対する支払意思は個人によってかなり異なる値を示す。これらは個人属性、嗜好や消費履歴、世帯状況、サービス内容や質、代替的サービスの利用環境など様々な要因から影響されるであろう。しかし本論文では、直接的には利用者の支払意思額（WTP）は、NHK のサービスの利用量（割合）から影響を受けるものと想定する。NHK によって供給される番組はすべて利用可能でも、実際に利用されるのは提供された番組の一部に過ぎず、個別の利用量は総供給量以下となる。よって利用者が

得る私的便益は、この利用量の違いに直接の影響を受けていると考える。

また、どの番組が利用されたかによって便益が異なる可能性も今回は考慮しない。実際には、利用量が同じでも、どの番組を利用しているかは回答者によって異なり、便益も影響を受けるかもしれない。しかし、このような利用する番組による便益への影響は考慮せず、私的便益は利用量だけに左右されるとする。加えて、基礎効用の部分を除き、利用量と連動する効用部分に個人間で違いはないものとする。

このような単純化により、次のような形で利用量と支払意思額の関係を推計することが可能になる。まず、限界支払意思額（MWTP）と利用量の間に以下のような関係を想定する。

$$MWTP = \alpha - \beta q \qquad 0 \le q \le 100$$

すると、利用量と支払意思額（WTP）の間に、次のような関係式が成り立つ。

$$WTP = F + F_T D_T + F_S D_S + \alpha q - \frac{1}{2}\beta q^2 + \gamma y - \frac{1}{2}\delta y^2$$

D_T ：地上契約を結んでいる場合のダミー変数

D_S ：衛星契約を結んでいる場合のダミー変数

q ：公共放送の番組総数のうち何本利用したかを示す割合

y ：世帯所得（12 段階）

$F + F_T D_T + F_S D_S$ は回答者の基礎効用を表している。また、支払意思額は所得状況に影響を受ける可能性があることから、世帯所得も変数に組みこんでいる。調査データをもとに上記の式の関係を推計した結果を示したものが表 3 である。なお、推計には、支払意思額をゼロと回答している人が相当数いることを考慮して、トービット（切断分布）モデルを用いている。

表 2　変数の基本統計量

推計1（全回答者）

	平均	標準偏差	最小値	最大値
WTP	516.99	592.62	0	3000
地上契約（ダミー）	0.3852	0.4867	0	1
衛星契約（ダミー）	0.3154	0.4648	0	1
番組利用割合	10.04	22.32	0	100
番組利用割合（2乗）	598.98	2111.99	0	10000

推計2（世帯所得回答者）

	平均	標準偏差	最小値	最大値
WTP	533.02	583.50	0	3000
地上契約（ダミー）	0.4079	0.4916	0	1
衛星契約（ダミー）	0.3388	0.4734	0	1
番組利用割合	11.68	24.68	0	100
番組利用割合（2乗）	745.56	2380.67	0	10000
世帯所得	5.9197	2.8132	1	12
世帯所得（2乗）	42.952	36.004	1	144

表 3　WTP の推計結果

被説明変数	推計1：WTP（割合ベース）			推計2：WTP（割合ベース）		
説明変数	推定値	標準誤差（ S.E.）		推定値	標準誤差（ S.E.）	
定数	-178.42	35.45	***	-457.39	96.02	***
地上契約（ダミー）	382.845	43.76	***	442.95	51.43	***
衛星契約（ダミー）	773.14	46.13	***	803.01	54.18	***
番組利用割合	19.72	2.61	***	19.20	2.88	***
番組利用割合（2乗）	-0.15	0.027	***	-0.15	0.29	***
世帯所得				80.79	31.66	**
世帯所得（2乗）				-5.27	2.45	**
Sigma	744.47	15.01	***	696.07	16.32	***
	限界効果	標準誤差（ S.E.）		限界効果	標準誤差（ S.E.）	
地上契約（ダミー）	255.12	28.97	***	309.46	35.65	***
衛星契約（ダミー）	515.18	30.57	***	560.99	37.59	***
番組利用割合	13.14	1.74	***	13.41	2.01	***
番組利用割合（2乗）	-0.10	0.18	***	-0.10	0.02	***
世帯所得				56.44	22.11	**
世帯所得（2乗）				-3.68	1.71	**
回答者数	2165			1520		
対数尤度	−11882.83			−8557.36		

***, **, *はそれぞれ 1%、5%、10%水準で有意
出所：筆者作成

世帯所得を含むケース（推計２）の推計結果を利用すると、

$$WTP = -457.39 + 422.95D_T + 803.01D_S + 19.20q - 0.15q^2 + 80.97y - 5.27y^2$$

となり、個別限界支払意思は

$$MWTP = 19.20 - 0.30q$$

となる。一方、限界効果を利用すると（定数 はゼロと想定）

$$WTP = 309.46D_T + 560.99D_S + 13.41q - 0.10q^2 + 56.44y - 3.68y^2$$

となり、個別限界支払意思は

$$MWTP = 13.41 - 0.20q$$

になる。限界効果 を用いた場合の利用量と支払意思（WTP）及び限界支払意思（MWTP）の関係を図にすると図 5 及び図 6 のようになる。ただし世帯所得はゼロとしている。限界支払意思は総供給量のおよそ 66%でゼロになり、WTP が飽和している。

図 5　利用量（割合）と MWTP

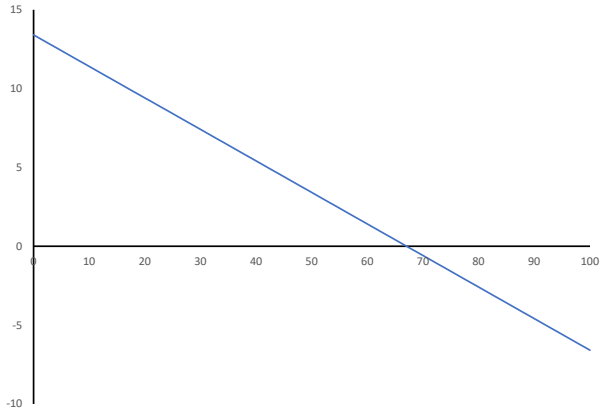
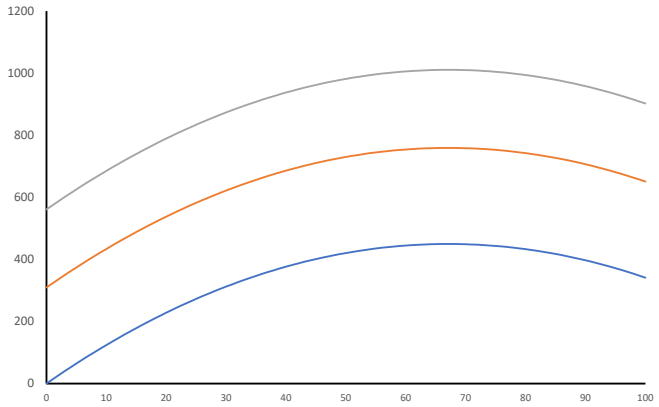


図 6　利用量（割合）と WTP



出所：筆者作成

続いて、私的便益の和を計算するとともに、実際の受信料の支払額と比較する。また、推計式から私的限界便益の和を計算する。これら結果をまとめたものが表 4-1 である。なお、計算値は世帯所得に関して回答があった 1520 人に限定したものである。

表 4-1　受信料負担額と WTP（単位：円）

	合計	一人当たり平均
受信料負担額（世帯人数を考慮しない場合）	1,933,800	1,272
受信料負担額（世帯人数を考慮した場合）	966,480	636
WTP（直接回答）	810,200	533
WTP（推計）	873,175	574
MWTP(推計)	16,832	11

表 4-2　世帯所得回答者の受信契約状況

	人数	割合
地上契約	620	40.8%
衛星契約	515	33.9%
未契約・不明	385	25.3%
計	1520	100.0%

出所：筆者作成

特徴的な点をまとめると

・NHK への支払意思の違いは利用量（割合）の違いと相関している
・WTP は利用量 65%～70%程度で飽和する
・基礎効用は、地上契約者で 309 円、衛星契約者で 560 円
・実際の受信料負担は平均 1,272 円に対して、WTP は直接回答ベースで 533 円、推計ベースで 574 円

となる。なお、利用量が 1 ポイント増加することにより得られる MWTP の推定値は 11 円となった。

また受信料に私的便益が占める割合は、直接回答ベースで 42%、推計ベースで 45%になる。つまり単純な計算によれば、受信料の 55～58%が追加的社会便益のための負担（租税的負担分）ということになる。ただし、現実の受信料は世帯単位で課されているのに対して、WTP は個人単位であることから、両者をそのまま比較することには問題がある。このため受信料を家族構成員数で割ると負担額は 636 円 となるため、直接回答では租税的負担額は 103 円（私的便益が占める割合は 84%、租税的負担割合は 16%）、一方、推計ベースでは租税的負担額は 62 円（私的便益が占める割合は 90%、租税的負担割合は 10%）になった。なお、推計式をもとに世帯構成員数を考慮した受信料 636 円（事業規模を一定に維持）を租税的負担分と私的便益連動分に分離すれば、均等割の租税的負担分は 62 円、所得連動負担分は 176 円（平均）、加入連動負担分は 316 円（ただし地上契約 309 円、衛星契約 560 円）、利用量連動負担分は 82 円（平均）となる。

図 2 で示したように、公共放送を全く利用しない人も存在する。これらの利用者にとって公共放送から得られる私的便益はゼロであるため､たとえ地上契約であっても､社会的便益維持の租税的負担は大きくなる。このような負担の増加は支払いの回避行動を通じて、公共放送の維持コスト（徴収コスト）増加につながりかねない。上に示したように、受信料負担を私的便益と連動する負担分と追加的社会便益維持のための租税的負担分に分離し、租税的部分はすべての社会構成員に負担を求める一方で、私的便益に応じて負担を変更するように、受信料の細分化を検討することは、負担の適正化だけでなく、効率的運営の点からも意義があるのではないだろうか。

4-3 利用量（割合）の影響要因

先の便益曲線は、利用者毎に異なる支払意思を持つ理由を各主体の利用量（割合）に求めたものであり、通常の需要曲線のように負担（価格）が与えられた際に、消費者が余剰を最大にする消費計画を示すものではない。このため支払意思を左右する要因を理解するには、利用量がどのような要因に影響を受けて決まるのかを、改めて検討する必要がある。以下では、公共放送の利用量を被説明変数として、これを左右する要因を検討する。

ちなみに提供された番組からどれだけの量を利用するかは、利用者の時間コスト、個人の選好、利用環境などから影響を受けると考えられる。概念的には、利用者は、番組利用で得られる効用から視聴にかかる時間コストを除いた純効用が正となる番組を利用していると考えることができる。なお、時間コスト要因は利用量全体に影響をするのに対して、選好要因は公・民など個別のサービスの選択割合に影響すると考えられる。ただし、これらはいずれも主観的なものであるから、何らかの代理的な変数を用いて捕捉することが一般的である。以下の推計では、時間コスト、個人選好、利用環境を代理する変数として

・個別状況（調査対象日の回答者の状況）
・利用環境（NHK 契約状況、ケーブル及び衛星放送の加入状況）
・類似サービスの利用状況（競合番組の利用量、ネット動画配信サービス利用）
・個人属性（年齢、性別、最終学歴）
・世帯属性（世帯人数、世帯所得）
・その他（支持政党、定期購読新聞）

といった変数を用いる。公共放送の利用量を被説明変数とした結果を表 6、民間放送の利用量を被説明変数とした結果を表 7 に示している。なお、いずれの推計もトービット・モデルを用いている。

表 5　変数の基本統計量

	推計1（全回答者）				推計2（世帯所得回答者）			
	平均	標準偏差	最小値	最大値	平均	標準偏差	最小値	最大値
NHK利用量	10.05	22.32	0	100	11.68	24.69	0	100
民放利用量	12.80	21.90	0	100	14.23	24.14	0	100
リアルタイム視聴制約	1.42	2.12	0	6	1.39	2.08	0	6
地上契約	0.39	0.49	0	1	0.41	0.49	0	1
衛星契約	0.32	0.46	0	1	0.34	0.47	0	1
CATV	0.16	0.37	0	1	0.17	0.37	0	1
衛星	0.11	0.31	0	1	0.11	0.31	0	1
ネット動画利用	1.23	1.19	0	8	1.31	1.23	0	8
年齢	44.45	14.31	18	69	44.77	13.96	18	69
性別	0.49	0.50	0	1	0.52	0.50	0	1
学歴	0.53	0.50	0	1	0.55	0.50	0	1
世帯人数	2.56	1.24	1	7	2.47	1.24	1	7
支持政党(与党)	0.19	0.39	0	1	0.23	0.42	0	1
支持政党(野党)	0.06	0.24	0	1	0.07	0.26	0	1
定期購読新聞	0.47	0.65	0	4	0.49	0.67	0	4
世帯所得					5.92	2.81	1	12

表 6　NHK の利用量（割合）

被説明変数	推計1:NHK番組利用割合			推計2:NHK番組利用割合		
説明変数	推定値	標準誤差(S.E.)		推定値	標準誤差(S.E.)	
定数	−36.85	3.09	***	−41.71	3.88	***
リアルタイム視聴制約	−0.48	0.31		−0.39	0.37	
地上契約(有=1)	8.85	1.58	***	11.46	1.97	***
衛星契約(有=1)	12.89	1.70	***	14.93	2.11	***
CATV(有=1)	0.66	1.52		0.76	1.78	
衛星(有=1)	2.32	1.76		1.56	2.06	
民放番組利用割合	1.04	0.02	***	1.03	0.03	***
ネット動画配信利用	0.29	0.51		0.68	0.58	
年齢	0.17	0.04	***	0.19	0.05	***
性別(男性=1)	−2.88	1.20	**	−2.58	1.40	*
学歴(4大・院卒＝1)	6.11	1.21	***	5.47	1.47	***
世帯人数	−1.11	0.48	**	−0.88	0.58	
支持政党(与党=1)	5.01	1.45	***	5.20	1.60	***
支持政党(野党=1)	6.21	2.21	***	4.15	2.51	*
定期購読新聞	5.10	0.90	***	4.31	1.04	***
世帯所得	−	−		0.38	0.26	
Sigma	21.35	0.57	***	21.20	0.65	***
回答者数	2165			1520		
対数尤度	−4211.83			−3138.92		

***, **, *はそれぞれ 1%、5%、10%水準で有意

表 7　民放の利用量（割合）

被説明変数	推計3:民放番組利用割合			推計4:民放番組利用割合		
説明変数	推定値	標準誤差(S.E.)		推定値	標準誤差(S.E.)	
定数	−0.96	1.81		2.48	2.27	
リアルタイム視聴制約	−1.77	0.19	***	−1.73	0.24	***
地上契約(有=1)	2.06	0.92	**	1.51	1.16	
衛星契約(有=1)	−1.60	1.04		−1.42	1.28	
CATV(有=1)	1.52	1.01		0.77	1.20	
衛星(有=1)	2.17	1.19	*	2.16	1.42	
NHK番組利用割合	0.87	0.02	***	0.88	0.02	***
ネット動画配信利用	1.39	0.33	***	1.01	0.38	***
年齢	0.00	0.03		−0.03	0.03	
性別(男性=1)	−1.57	0.76	**	−1.46	0.91	
学歴(4大・院卒＝1)	−3.06	0.76	***	−1.81	0.95	*
世帯人数	0.93	0.30	***	1.00	0.38	***
支持政党(与党=1)	−0.11	0.98		−0.43	1.10	
支持政党(野党=1)	0.50	1.52		0.96	1.75	
定期購読新聞	0.67	0.62		0.96	0.72	
世帯所得	−	−		−0.37	0.17	**
Sigma	15.69	0.31	***	15.81	0.37	***
回答者数	2165			1520		
対数尤度	−6311.77			70.79		

***, **, *はそれぞれ 1%、5%、10%水準で有意

出所：筆者作成

利用量の影響要因についての結果をまとめると、公共放送の利用は個人属性や特定の嗜好との間に相関がみられるのに対して、民間放送ではあまりそのような関係がみられないということになろう。これは、公共

放送が特定の嗜好（属性）を有する層により利用されている傾向があることを意味する。

5 考察

以上、民間放送と異なり、公共放送の利用量は特定の属性との間に相関関係がみられ、公・民間で利用者像が異なることを確認した。これら違いはNHKと民放で提供されている番組の違い（差別化）に起因すると考えられる。実際、他の質問でNHKを含む各放送局の特徴を聞いているが、回答者は公共放送と民間放送で提供される番組には異なる特徴があると見做していることが確認されている。このような結果は、公共放送により提供される番組の質もしくは内容的制約を考えれば当然のことかもしれない。

しかし、このことは、公共放送（NHK）によって供給される番組は、すべての人が視聴するものというより、比較的限定された利用者を対象としたものになっていることを意味する。そして、このような特定利用層に選好される番組が提供されることは、利用量及び私的便益の違いを通じて、利用者間の公共放送に対する租税的負担の差につながっていることになる。

なお、このような現状が妥当であるのかを考えるには、公共放送の存在理由や位置づけに立ち返る必要があろう。私的供給ではある特定のコンテンツが過少供給される可能性が高く、これを是正することが公共放送の存在理由とするならば、特定層に利用が偏っている番組が供給されている現状とも整合的であるかもしれない。しかし、誰もが利用する（利用可能ではなく、利用される）番組を提供するというユニバーサルなサービスを提供するといった点に立つのであれば、特定の層しか利用しない番組が供給されていることは問題となる。

このような点を考慮に入れつつ分析結果から得られる含意をまとめるならば、公共放送の効率的運営と受信料制度の不満を解消するには、支払意思に応じた価格差別と、それを可能にする製品差別化を進める方が有益ではないか、ということになる。実際には、例えば地上契約と衛星契約や、NHK オンデマンドのような有料サービスの展開など、既に現状においても、製品差別化とこれと連動した価格差別化は進められている。しかし、最もベーシックな地上契約については、あまり大きな変更は行われていない。むしろ、ネットサービスなどへの業務範囲を更に拡大する一方で、利用者の支払意思に連動した価格差別を進めることが必要ではないだろうか。特に最もベーシックなサービス（例えば地上契約）の負担引き下げにより、利用量が少ない主体に対する税的負担を引き下げる一方で、オンデマンドやアーカイブ利用者などの利用量の多い主体に対しては、高付加価値のサービスの対価として負担の強化を実施するといったことを進めるべきなのかもしれない。

なお、ネットなどで公共放送の業務拡大が行われるとしても、そもそも提供される番組が差別化されており、利用者層も異なるなら、民間との競合問題はそれほど深刻ではないと考えられる。むしろ、柔軟で多様な受信料の設定と業務の拡大を可能にする制度設計を行うほうが、社会にはメリットが大きいのではないかと考える。

【参考文献】

・Anderson, S., J. Waldfogel and D. Strömberg ed. (2016) Handbook of Media Economics, 1A & 1B, North Holland.
・Armstrong, M. (2005) "Public Service Broadcasting." Fiscal Studies 26(3), 281-99.
・Hargreaves Heap, S. (2005) "Television in a Digital Age: What Role for Public Service Broadcasting?" Economic Policy, (41), 111-47.
・Peitz, M. and T. Valletti (2008) "Content and Advertising in the Media: Pay-TV versus Free-to-Air." International Journal of Industrial Organization, 26(4), 949-65.
・Torii, A. (2017) "Effects of Public Broadcasting on the Competition among Private Broadcasters and the Total Surplus." Journal of Media Business Studies, 14(2), 116-45.
・総務省情報通信政策研究所（2020）『令和元年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』
・田中孝宜・中村美子・新田哲郎・杉内有介・広塚洋子・斉藤正幸・山田賢一・大墻　敦（2018）『世界の公共放送 －制度と財源報告 2018』NHK 放送文化研究所年報 2018 第 62 集　p . 173～p. 303

・辻正次（2007）「NHK“約束”評価の方法と考え方」『放送研究と調査』2007 年 1 月号, p. 18～31
・辻正次・宮原勝一（2007）「CVM による公共放送の価値測定」平成 20 年 NHK の衛星放送の保有チャンネル数の在り方に関する研究会（第 4 回会合補足資料）

（注1）公共放送を維持するための財源調達方法には、受信料方式以外にも複数の方法が存在する。各国の財源調達方法や内訳などについては田中他（2018）を参照のこと。
（注 2）Hargreaves Heap（2005）では「公共放送によって実現が期待される古典的公共サービス」として、内容面では①不偏不党の独立したニュース、情報、解説等を提供して視聴者の市民性を涵養、②人権を尊重する議論の促進、③多様で良質な番組の提供、④国民の帰属感、文化の多様性の促進を、内容以外では ① あまねく放送サービスを提供する（ユニバーサル・サービス）、② 政府およびその他の既得権益からの独立、③ 番組制作者に対する創作の自由の確保、などが挙げられている。なお、本論文ではこれら役割を便益としてとらえて、帰属先別に整理を行っているが、基本的な点は同じと考えられる。
（注 3）Armstrong(2005), Peitz and Valletti（2008）では、商業広告放送の場合はサービスの過少供給、広告の過剰供給が生じる可能性があることが指摘されている。
（注 4）メディア・バイアスに関する理論及び実証研究に関しては、Anderson, Waldfogel and Strömberg ed.（2016）において包括的な解説が示されている。
（注 5）公共放送に対する WTP を推計した先行研究として辻（2007）、辻・宮原（2007）を挙げることができる。同分析では、地上波放送の WTP が 1,780 円/月、衛星放送の WTP が 1,245 円/月、両者の合計 WTP では 3,025 円/月程度となっていることが報告されている。同研究は、CVM（市場仮想法）を用いて公共放送の価値を推計している点で、基本な分析方針は本研究と同じである。ただし調査時点から既に 10 年以上経過しており公共放送を巡る状況は大きく変化していること、3 段階 2 項選択方式を採用していることから初期設定値によって回答結果が影響を受けている可能性があること、対象としているWTPには私的便益だけでなく社会的便益に当たるものも含まる可能性がある（例えば公共放送による技術開発貢献など）ことなどから、改めて利用者に帰属する私的便益に限定して推計を実施した。

〈発　表　資　料〉

題　　名	掲載誌・学会名等	発表年月
ネット動画配信の参入による視聴環境変化が公共放送に与える影響－公共放送に対する私的便益の推計と影響要因の分析－	2021 情報通信学会全国大会　個人発表	2021 年 6 月
インターネットを通じたテレビ番組の視聴について-タイムシフト視聴と TVer 利用	『DX 時代の信頼と公共性-放送の価値と未来』（勁草書房）11 章	2020 年 8 月