

クイズ番組視聴の規定要因  
～消費者特性と番組内容に着目して～

2010年2月

濱岡豊研究会 8期生

40722101

森脇慧

40701595

石村徹也

**【概要】**

近年、視聴率の獲得を過度に意識したテレビ番組に対する不満の声が上がっている。

そこでクイズ番組に焦点を絞り、どのような人がクイズ番組を視聴するか、またどのようなクイズ番組が視聴者に求められているのかということ消費者特性とクイズ番組の特性に着目して仮説を設定した。アンケートの結果に基づき、クイズ番組の視聴意向と消費者特性、クイズ番組の特性に伴う因子の相関をそれぞれ分析したところ、問題作成意欲、オピニオンリーダー度、雑学提供度、司会者の知的イメージ、ルールの簡潔さがクイズ番組の視聴意向に影響を与えることが示された。

[キーワード] 視聴意向, 問題作成意欲, オピニオンリーダー度, 所有欲, 雑学提供度, 司会者の知的イメージ, ルールの簡潔さ

# Why People Watch Quiz Shows?

February 2010

濱岡豊研究会 8 期生

4 0 7 2 2 1 0 1

Satoshi Moriwaki

4 0 7 0 1 5 9 5

Tetsuya Ishimura

[Abstract]

In late years critics for TV programs that seek higher audience rating excessively breaks out. In this research, we tried to find audiences' needs for TV programs. We paid our attention to quiz shows. We proposed hypotheses that determine viewing intention to quiz shows. Hypotheses were classified into consumers' characteristic and characteristic of the quiz shows. Questionnaire survey confirmed that question making will, an opinion leadership, knowledge on a wide variety of subjects, an intellectual image of MC, and simpleness of the rule of quiz affect viewing intention of the quiz shows.

[Keyword] viewing intention, question making will, an opinion leader degree, possessiveness, knowledge on a wide variety of subjects offer degree, an intellectual image, the brevity of the rule of the emcee

## [目次]

1	はじめに	4
2	事例研究	5
3	先行研究	8
3.1	先行研究のレビュー	8
3.2	先行研究からの考察	9
4	仮説設定	10
4.1	リサーチ目的	10
4.2	仮説設定	10
5	データ分析	14
5.1	調査票の作成	14
5.2	調査方法	14
5.3	単純集計	14
5.4	データ分析の手順	16
5.5	視聴者の特性因子分析結果	17
5.6	視聴者の特性重回帰分析結果	18
5.7	クイズ番組の特性分析結果	19
6	考察	21
6.1	仮説の検定結果	21
6.2	考察	21
6.3	クイズ番組の現状との比較による考察	24
6.4	実務へのインプリケーション	25
6.5	今後の課題	25
	参考文献	27
	付属資料（AMOSによる視聴者特性分析結果、 調査票、ヒストグラム）	29

## 1.はじめに

近年のテレビ番組はどの番組も同じタレントばかりで、また似たような内容を扱っているように思え、疑問を抱く。事実、2006年にUDF (Universal Design Forum) が行った調査(UDF,2006)によると「テレビ番組放送に不満がある?」という問いかけに対し、「よくある」、「ときどきある」と回答した人は合わせて6割にも上る。不満の原因として上位に挙げられているものは「製作者の意識」(80%)、「テレビ局の体質」(57%)というもので、「明らかに視聴率を狙っている番組や他の局と似通った番組が多い」という事だった。製作者の作る番組と、視聴者の求める番組に大きな食い違いがある事は、我々視聴者にとっても損であるし、また製作者側にとっても喜ばしい状況ではないだろう。

そこで今回は、セットや問題の使い回しが出来る、低コストで製作可能、かつ近頃「おバカタレント」の起用で話題を呼んでいる、クイズ番組に焦点を絞り、視聴者の特性、クイズ番組の特性という2つの視点からクイズ番組の視聴意向の調査を行う事で、視聴者が求めているクイズ番組のあるべき姿を明らかにする事をレポートの目的とする。

## 2.事例研究

どのようなクイズ番組が存在するか事例調査とその考察を行った。

### (1) クイズ番組に関する事例調査

実際に現在放送されているクイズ番組を調査し、それぞれの番組のおおまかな流れ、目的、特徴の3点に関して分析した。調査するクイズ番組は、クイズ番組のあるべき姿を追究するという目的から、優良番組推進会議が2009年8月に行ったクイズ番組に関するアンケートにおいて平均得点の高かった上位5番組とした。

#### ① “世界不思議発見” についての分析

この番組は、毎回ごとにテーマとなる場所の文化や歴史を「ミステリーハンター」と呼ばれるリポーターが紹介していく。クイズはその合間合間に行われ、解答形式としては、各解答者がそれぞれボードに解答を書き、一斉に発表した後に、司会者である草野仁が解答者に聞き、最後に解答をリポーターが発表する、という形式をとる。この際に、視聴者は正解がどれであるかを予想し、電話を用いて申告すると、正解ならば番組関連グッズとテーマとなる土地に関連した商品を抽選で手に入れるチャンスを得る。

この番組の目的は主に知識・雑学の提供であり、クイズ自体はその一部であると考えられる。また特徴としては、一貫したテーマが存在する為に、コーナーという区切りが無い事、また視聴者プレゼントが他の番組より多い事が挙げられる。

#### ② “熱血平成教育学院” についての分析

この番組は主に5つのコーナーに分かれており、それぞれ、3人1グループに分かれ口頭で解答する「せえので答えて」、個人で身近な製品の原料に関して解答する「原料は何」、グループに分かれて連続で出題される問題に解答する「ノンストップテスト」、早押しで解答して競う「早抜けテスト」、数学に特化した問題に解答する「算数」である。

この番組の問題は中学校の入試問題をアレンジしたものであり、番組の目的は頭の体操にある。特徴としては、グループで解答する形式の出題が多い事が挙げられる。

#### ③ “アタック25” についての分析

この番組のルールは、5×5のマスをオセロ形式で正解するたびに選択して自分の色で埋めていき、最も多くのマスを占有した解答者がプレゼント問題への挑戦権を得る、というものである。問題の形式は主に読み上げられる問題に早押しで解答するという「読み上げ問題」であるが、徐々に出来上がる熟語が何であるかを解答する問題もある。また特有のルールとして「アタックチャンス」と呼ばれる問題があり、この問題に正解すると他者

が占有済みのマスをもつ取り消すことができる。

この番組の問題はどれも雑学に属するものであり、解答者の知識を競わせるものである。特徴としては、解答者が一般人である事、1人間違えると次の問題へ移行する為テンポが良い事、解答者全員に参加賞がある事が挙げられる。

#### ④ “Qさま！！” についての分析

全て10人1グループで解答する形式であり、問題は3つのコーナー（番組内ではラウンド（R））に分かれている。第1Rが10通りの解答が用意されている問題に1人1つずつ解答していき、制限時間内に全員が解答出来ればクリアというルール、第2Rが10人で連想ゲームを行っていき最後の人がお題を当てられればクリアというルール、第3Rは教科書〇×クイズなど3題が出題され、1題正解すればハワイ旅行がプレゼントされる。特徴としては、問題が番組内で「プレッシャースタディ」と言われるように教科書レベルの問題を時間的プレッシャーの中で解答出来るか、また他のメンバーの事を考えて解答する事が出来るかという、解答者に常識のみでなく精神力や団結力を問うものである事が挙げられる。

#### ⑤ “クイズ雑学王” についての分析

番組は3つのコーナーから成っており、それぞれ、日常生活に関する雑学を出題する「今すぐ使える雑学クイズ」、3人でグループを組み漢字の読みに挑戦する「難読漢字100問チャレンジ」、4つのジャンルから選択して関連する画像をヒントに解答する「雑学思い出せないクイズ」である。問題は雑学に特化したものであり、解答者に競わせつつも雑学の知識を視聴者に提供するという目的であると考えられる。特徴としては視聴者が投稿した問題が番組に採用され出題される事が挙げられる。

### 事例のまとめ

上記の5つのクイズ番組から以下の点が分かった。

#### ・クイズの内容

クイズ番組において問う知識には、小学校や中学校といった義務教育の期間に習う、一般常識と呼ばれるものと、興味を持つなど機会が無ければ知らないと考えられる雑学と呼ばれるものの2種類が存在する事が分かった。

#### ・クイズのルール

クイズの形式やルールも番組によって、「世界不思議発見」の様に単純なものから「Qさま！！」の様に複雑なものまで分かれている事が判明した。司会者に関しても「世界不思議発見」の様に知識人である場合と、「熱血平成教育学院」の様に知識人で無い場合が存在する。

#### ・視聴者へのプレゼント

視聴者側に関係する事に関して考察すると、「世界不思議発見」など視聴者プレゼントを設定しているクイズ番組が多い事、そして「クイズ雑学王」の様に問題の作成者に対する報酬としてプレゼントを与える場合もあるという事が分かった。

## (2) 定性的調査

### ①リサーチQを利用した視聴質調査

リサーチQとは、慶應義塾大学とテレビ朝日が共同プロジェクトとして1997年から始めたインターネットを用いたテレビ番組視聴質調査システムの事である。これは、視聴率という視聴の量を測る基準に対して、視聴の質から番組を分析していこうというものである。

このリサーチQに寄せられている、クイズ番組に対する意見・感想を調査したところ、「中学受験で難しい問題が出ていると知りびっくりしたのと同時に、答えられない自分がちょっと恥ずかしく思い、少し勉強してみようかなと思った。」「毎回勉強になる。番組で出題された難解な漢字を仕事で読む機会が訪れ、番組のおかげで難くこなす事が出来た。」という様に、知らなかった事を学ぶ事が出来てとても勉強になった、という意見が多い事が分かった。

また「回答者の珍回答が笑えて楽しかった」という意見もごく少数だが見られた。

### ②大学生に対する事前アンケート調査

仮説設定に当たり、視聴者側のクイズ番組に対する認識の実態を把握する為に、調査票を用いて、慶應義塾大学の学生25名に対して事前のアンケート調査を行った。調査項目としては、(i)あなたはクイズ番組のどこに魅力を感じますか、(ii)あなたは今のクイズ番組に何か不満がありますか、の2点である。

(i)に関しては、大半の人が知らなかった知識を得られる事や勉強になる事を挙げていた。また娯楽として楽しい、という意見もあった。(ii)に関しては、クイズの形式が凝っていて分かりにくい、という意見や、おバカタレントと呼ばれる、無知を一つのウリにする芸能人への嫌悪を答える意見があった。ここから考えると、(1)の考察で挙げた、クイズ番組で出題される問題の種類や形式が視聴者の視聴意向に影響を与えるのではないかと考察できる。

図表1：事前アンケートの結果

アンケート内容	主な解答
(i) あなたはクイズ番組のどこに魅力を感じますか？	知らなかった知識を得られる事が良い。
	見ている勉強になる。
	単なる娯楽として楽しんでいる。
(ii) あなたは今のクイズ番組に何か不満がありますか？	クイズの形式が凝っていて良く分からない。
	いわゆるおバカタレントには呆れる。

### 3.先行研究

#### 3.1 先行研究のレビュー

テレビ番組、特にクイズ番組の特性に関する論文のレビューを行った。

##### (1) 消費者にとっての政治討論番組についての研究 (常木,2006)

日本の政治討論番組は 1960 年より始まった「国会討議会」以来長期に渡って放送されている。日本人の政治意識は低いと言われるのにも拘らず、何故一定の視聴率を維持して長期に渡り放送されえたのかを考察している。

司会者には、ゲストである政治家に発言権を分配し、あいづちを行い、発言の促進・保護に努める者と、ゲストに挑戦的な発言を投げかけて議論を活性化させる事に努める者の 2 種類が居ると規定した。それぞれの司会者の代表として、前者は「日曜討論」の山本孝、後者は「サンデープロジェクト」の田原総一郎を挙げて、両番組を学生に視聴させ、感想を段階式評価で解答させた。

検証の結果として、あいづちをよくうつ司会者は親しみやすく迎合的な印象を与え、手を挑発する司会者は攻撃的など否定的な印象を持たれるが、一方で議論に親しみが持てるという意見もあり、視聴者の感受性を刺激する事により政治討論を視聴者にとってより身近で楽しいものに行っていると考察できた。

##### (2) クイズ番組の構成要素に関する研究 (鈴木,2007)

クイズ番組の構成要素は大まかに言って 6 つあり、それぞれ“ゲームとルール”、“問題と知”、“出題形式”、“司会者”、“解答者”、“構成 - 物語性”である。

“ゲームとルール”とは、クイズ番組はゲームの要素を含んでおり、そうである以上ルールが存在しているという事である。“問題と知”とは、クイズである以上は問題が存在するが、その問題において必要とされる知、つまり知識は、固定化した情報、すなわち解答が無限大には存在せず、ある一定の範囲で決定されている、という事である。“出題形式”とは問題を出題する際のやり方であり、以前は単に文章を読み上げる形式であったが、最近では VTR を利用して出題される事も多い。“司会者”に関しては、司会者には、番組の形式・視点を明らかにして、視聴者への見方を提示する役割があると考えられる。“解答者”に関しては、解答者の種類が以前は知識人や一般人であったが、現在は殆どの番組が芸能人を解答者としている事が傾向として挙げられる。“構成 - 物語性”に関しては、クイズ番組は「出題→解答→得点」という構造である為に、独自の物語性と緊張感が存在しており、その構造を更に、クライマックスのみに焦点を置く“タテ充実型”と要所要所に山場を置く“ヨコ充実型”に分けると、現在のクイズ番組は殆どが“ヨコ充実型”に属する。



## 3.2 先行研究からの考察

### ・司会者

鈴木（2007）の研究から、司会者がクイズ番組において重要な構成要素である事が分かった。また、常木（2006）の研究より、視聴者は司会者自身やその司会の方法によって異なった印象を受け、またその事が、番組内の議論・内容に対しての印象にも影響を与える事が分かった。即ち、クイズ番組においてどのような司会者であるかがクイズ番組の印象にも影響を与え、その事がクイズ番組の視聴意向に影響を与えるのではないかと考えられる。

### ・ルール

鈴木（2007）の研究より、クイズ番組においてルールが重要な構成要素である事が分かり、事例研究において着目したクイズのルールがクイズ番組の視聴意向に影響を与える可能性を再確認出来た。

### ・問題と知識

鈴木（2007）の研究から、クイズ番組において問題や、その問題を解く際に必要とされる知識が重要な構成要素である事が分かり、クイズで問われる知識の種類がクイズ番組の視聴意向に影響を与える可能性が示唆された。

## 4. 仮説設定

先行研究、事例研究、定性的調査を元に仮説を設定する。

### 4.1 リサーチ目的

2006年にUDF(Universal Design Forum)が行った調査によると「テレビ番組放送に不満がある?」という問いかけに対し、「よくある」、「ときどきある」と回答した人はそれぞれ25%、35%ずつであった(20歳以上の男女、有効回答数84)。

不満の原因として上位に挙げられているものは「製作者の意識」(80%)、「テレビ局の体質」(57%)というもので、具体的には、「人気タレントにおんぶにだっこで、作り手の意思や企画性が感じられない」、「明らかに視聴率獲得を目的とした番組や他の局と似通った番組が多い」ということだった。

視聴率の獲得に重点を置く番組に対する不満がある中、視聴者が求めているテレビ番組とはどのようなものなのか、またどのような人々がテレビを視聴するのか、ここではクイズ番組に焦点を絞り調査する。

### 4.2 仮説設定

私達はどのようなクイズ番組が求められているのかということの発見を課題としているため、本研究では、被説明変数として視聴意向に着目する。

また、仮説が恣意的になるのを防ぐため、説明変数の設定根拠を事例研究、先行研究、定性的調査に求め、仮説を設定する。仮説の枠組みとして、視聴者の特性、クイズ番組の特性に大別して仮説を設定する。

#### (1) 概念の定義

私達が事例研究、先行研究、定性的調査で着目した概念は以下のものであり、以下のように定義する。

(クイズ番組の)視聴意図：視聴者がクイズ番組を見たいと思うかどうか。

問題作成意欲：自分でクイズを作ろうとする意欲。

オピニオンリーダー度：得た情報を他者に発信しようとする意欲。

雑学提供度：クイズ番組が、一般人が知らない知識をどれほど提供しているか。

所有欲：より多くの財・サービスを得ようとする傾向。

(司会者の)知的イメージ：クイズ番組の司会者が知識人である度合い。

ルールの簡潔さ：クイズのルールに条件があまりついていない傾向。

## (2) 視聴者の特性とクイズ番組の視聴意向の相関に関する仮説

クイズ番組の調査から、視聴者作成型の問題をとり入れている番組もあることが分かった。

クイズの問題作成を好む人はそのような番組を見ることにより、他の視聴者と自身を比較し、刺激材料にすると考えられる。以上のことから、視聴者のクイズ問題作成意欲と、クイズ番組の視聴意図には正の相関があると考えられる。(H1)

H1：視聴者のクイズ問題作成意欲と、クイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

さらに問題作成意欲から波及して、クイズ番組を研究して、自分で作った問題、あるいは、クイズ番組で得た雑学的知識を友人、知人に披露したいと考えてクイズ番組を見る視聴者の存在が全体の視聴意向に影響を与えているかを調べる。よって、視聴者のオピニオンリーダー度と、クイズ番組の視聴意向には正の相関があると仮説設定する。(H2a)

H2a：視聴者のオピニオンリーダー度と、クイズ番組の視聴意向には正の相関がある。

しかし、他者への情報発信意欲が低く、得た情報により、少しでも他者より、優位に立ちたいと考える人は、クイズ番組を見て、1人で知識を増やそうとする一方、情報発信意欲の高い人は、自分が発信したクイズ番組の知識を既に受信者が知っていて自分のオピニオンリーダー度が低下するのを恐れ、初めからクイズからは情報を仕入れないという可能性もある。このことから、視聴者のオピニオンリーダー度と、クイズ番組の視聴意向には負の相関があるとも考える。(H2b)

H2b：視聴者のオピニオンリーダー度と、クイズ番組の視聴意向には負の相関がある。

クイズ番組の調査の結果から、優良番組推進会議が行ったアンケート調査上位2番組は、プレゼントの数が3位～5位の番組より、多いことが分かった。

このことから、財・サービスに対する欲求が強い消費者がクイズ番組の視聴者層を形成しており、その結果上位2番組にこのような特徴がでた可能性も考えられる。よって、視聴者の所有欲とクイズ番組の視聴意図には正の相関があると仮説設定する。(H3)

H3：視聴者の所有欲とクイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

クイズ番組の調査において、クイズ番組において問う知識には、小学校や中学校といった義務教育の期間に習う、一般常識と呼ばれるものと、興味を持つなど機会が無ければ知らないと考えられる雑学と呼ばれるものの2種類が存在する事が分かった。

また、リサーチQや大学生へのアンケート調査からは、いままで知らなかったことを勉強できることが、クイズの魅力と感じている人が多いことが分かった。以上のことから、クイズ番組の雑学提供度と視聴意向には正の相関があると考えられる。(H4)

H4：クイズ番組の雑学提供度とクイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

先行研究の考察でも述べたが、常木(2006)の研究によれば、視聴者は司会者の種類によって司会者に対して異なった印象を受け、またその事で、番組内の議論に対する印象にも影響を与える事が分かった。鈴木(2007)の研究から、司会者はクイズ番組にとっても必要不可欠な構成要素である事が分かるので、クイズ番組においても司会者の種類がクイズ番組の印象にも影響を与え、結果的には視聴者のクイズ番組に対する視聴意向にも影響を与えるのではないかと考えられる。

また、定性的調査からは、クイズ番組から、雑学を学ぼうと考えている人が多いと読み取れるので、司会者自身の知識からも、雑学を学べるクイズ番組が求められると考えられる。よって、司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意図には正の相関があると仮説設定する。(H5a)

H5a：司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

しかし、司会者の知識が多すぎると、解説番組と化してしまい、おもしろくないと感じる視聴者がいる可能性もある。リサーチQには、「回答者の珍回答が笑えて楽しかった」等

の感想も一部寄せられている。以上から、司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意図には負の相関があるとも考える。(H 5 b)

H 5 b : 司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意図には負の相関がある。

鈴木 (2006) によるとクイズはゲームである以上ルールが存在していて、クイズ番組の主要な構成要素の 1 つである。

また、定性的調査である大学生に対するアンケートでは、「クイズの形式が凝っていて分かりにくい」という意見もある。以上から、クイズ番組のルールの簡潔さとクイズ番組の視聴意図には正の相関があると考えられる。(H 6)

H 6 : クイズ番組のルールの簡潔さとクイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

### (3) 仮説のまとめ

#### ・ 視聴者の特性とクイズ番組の視聴意向の相関に関する仮説

H 1 : 視聴者のクイズ問題作成意欲と、クイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

H 2 a : 視聴者のオピニオンリーダー度と、クイズ番組の視聴意向には正の相関がある。

H 2 b : 視聴者のオピニオンリーダー度と、クイズ番組の視聴意向には負の相関がある。

H 3 : 視聴者の所有欲とクイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

#### ・ クイズ番組の特性とクイズ番組の視聴意向の相関に関する仮説

H 4 : クイズ番組の雑学提供度とクイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

H 5 a : 司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

H 5 b : 司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意図には負の相関がある。

H 6 : クイズ番組のルールの簡潔さとクイズ番組の視聴意図には正の相関がある。

## 5. データ分析

仮説を検証するため、調査結果の分析を行う。

### 5.1 調査票の作成

調査票を作成するにあたって、H1～H3に関しては、説明変数となる項目、被説明変数となる項目それぞれを設定して、重回帰分析によって検定することにした。具体的調査方法としては、実際の視聴者の特性に基づく検定を行うために実態調査形式を採用し、アンケート方式で回答者にそれぞれの質問項目に対して自分はどれくらいあてはまるかを、「強くそう思う」を5、「全くそう思わない」を1として、リッカート形式の5段階で評価してもらう。また部分的に自分に該当するものを1～5の中から選んでもらうものも作成した。

クイズ番組の特性に関する仮説H4～H6については、実際のクイズ番組を例に挙げると主観的な調査となる恐れがあるため、仮想的なクイズ番組を提示して利用意向を回答させるというシナリオ法を用いたコンジョイント分析を行った。

雑学提供度、司会者の知的イメージ、ルールの簡潔さの水準が均等になるように直交表をもとに4種類のクイズ番組のパターンを作成し、非常に視聴したいから全く視聴したくないまでの5段階で評価を行ってもらった。

### 5.2 調査方法

2009年12月、慶應義塾の大学生を中心として、18歳～56歳までにアンケートを実施。有効回答数は96であった。使用した統計ソフトは、SPSSとAMOSである。(AMOSによる分析結果は付属資料参照。仮説検証はSPSSを使った分析結果に基づくとする。)

### 5.3 単純集計

分析に入る前にまず、それぞれの質問項目の平均値を算出した。

被説明変数となる視聴意向を聞く設問I-1「クイズ番組に興味がある。」、I-2「クイズ番組を見る事が好きだ。」は[非常にそう思う ← 5 4 3 2 1 → 全くそう思わない]の5点尺度で平均がそれぞれ3.22、3.29とおおむね良好であった。

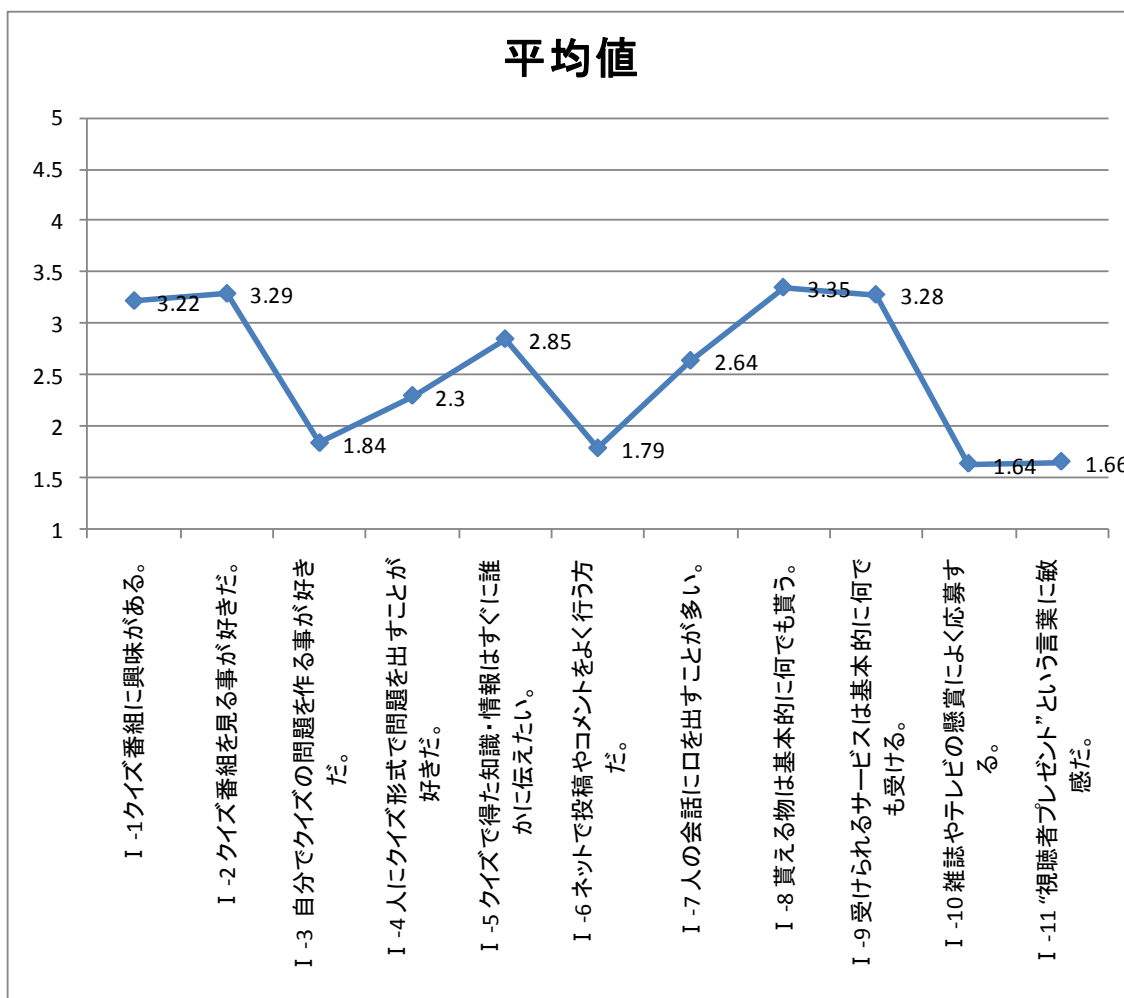
一方、問題作成意欲を聞く設問I-3「自分でクイズの問題を作る事が好きだ。」、オピニオンリーダー度を聞く設問

I-6「ネットで投稿やコメントをよく行う方だ。」、さらに所有欲を聞く設問I-10「雑誌やテレビの懸賞によく応募する。」、I-11「“視聴者プレゼント”という言葉に敏感だ。」

はいずれも平均値が2を下回ってしまった。

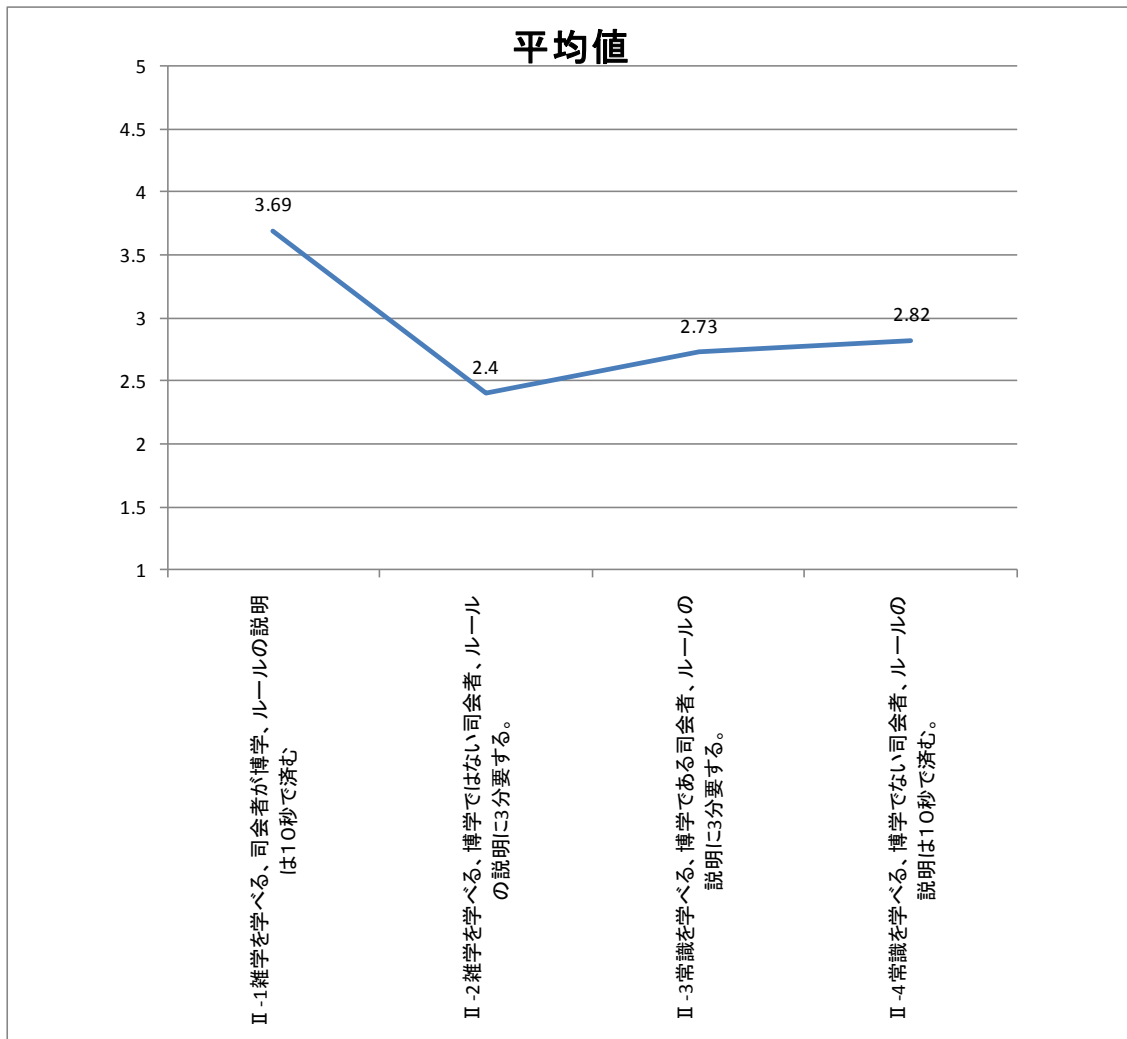
これらの設問の内容はいずれも、視聴者にある程度の労力がかかる事柄である（視聴者プレゼントという言葉もクイズ番組を真剣に見てないと聞こえてこないだろう。）ことが平均値が低い要因であると考えられる。

図表2：設問I「視聴者の特性について」の回答の平均値



注) [ 非常にそう思う ← 5 4 3 2 1 → 全くそう思わない ] への回答の平均値

図表 3：設問Ⅱ「クイズ番組の特性について」の回答の平均値



注) [ 非常に視聴したい ← 5 4 3 2 1 → 全く視聴したくない ]への回答の平均値

#### 5.4 データ分析の手順

視聴者の特性についてのH1～H3に関しては、因子分析と、設問間の収束妥当性を表すクロンバック $\alpha$ 係数の測定を行った。

そしてクロンバック $\alpha$ 係数が高くなった項目を用いて因子得点を算出し、重回帰分析を行った。ここでは利用頻度の因子を被説明変数とする。

クイズ番組の特性についてのH4～H6に関しては、雑学提供度、司会者の知的イメージ、ルールの簡潔さを説明変数、視聴意向を被説明変数として重回帰分析を行った。

使用した統計ソフトはH1～H6全てSPSSである。



## 5.5 視聴者の特性因子分析結果

視聴者特性の設問をかけた結果当初因子が5つに分かれ、想定していた設問 I-8～I-11 が I-8 と I-9 の因子、I-10 と I-11 の因子の2組に分かれてしまった。

単純集計結果のところでも述べたが、I-10 「雑誌やテレビの懸賞によく応募する。」、I-11 「“視聴者プレゼント”という言葉に敏感だ。」は測定したい所有欲とは別に労力というものがかるため、所有欲を測定するのにそぐわないとし、分析の際には削除することにした。

設問についている色は同色の因子にまとまることを表す。黄色は、因子負荷量0.5以上を表す。青が視聴意向、赤が問題作成意欲、緑が所有欲、紫がオピニオンリーダー度である。なお回転はプロマックス回転をおこなった。

図表4：各因子のそれぞれの設問に対する因子負荷量と固有値、寄与率

	成分			
	視聴意向	問題作成意欲	所有欲	オピニオンリーダー度
問1 クイズ番組に興味がある。	.960	-.026	-.008	-.067
問2 クイズ番組を見る事が好きだ。	.963	.038	-.066	-.043
問3 自分でクイズの問題を作る事が好きだ。	.056	.894	-.029	-.064
問4 人にクイズ形式で問題を出すことが好きだ。	-.001	.909	.049	.021
問5 クイズで得た知識・情報はすぐに誰かに伝えたい。	.449	.298	.048	.209
問6 ネットで投稿やコメントをよく行う方だ。	-.242	.132	-.091	.878
問7 人の会話に口を出すことが多い。	.279	-.219	.091	.718
問8 貰える物は基本的に何でも貰う。	-.115	-.005	.969	.003
問9 受けられるサービスは基本的に何でも受ける。	.062	.033	.922	-.030
固有値	3.281	1.639	1.192	1.059
寄与率	36.458	18.21	13.243	11.768
累積寄与率	36.458	54.668	67.91	79.679

注)回転はプロマックス回転を用いた。

クロンバック  $\alpha$  係数は以下のようになった。次のように質問項目を因子にまとめるとクロンバック  $\alpha$  係数が約 0.5 以上となる。このことから、測定の見別妥当性や収束妥当性が確認できた。

以下では因子分析で得られた因子得点を用いて分析を進める。

図表 5：各変数のクロンバック  $\alpha$  係数

概念	用いた項目	$\alpha$ 係数	項目数
利用意向	I-1：クイズ番組に興味がある。 I-2：クイズ番組を見る事が好きだ。	0.923	2
問題作成意欲	I-3：自分でクイズの問題を作る事が好きだ。 I-4：人にクイズ形式で問題を出すことが好きだ	0.819	2
オピニオンリーダー度	I-5：クイズで得た知識・情報はすぐに誰かに伝えたい。 I-6：ネットで投稿やコメントをよく行う方だ。 I-7：人の会話に口を出すことが多い。	0.490	3
所有欲	I-8：貰える物は基本的に何でも貰う。 I-9：受けられるサービスは基本的に何でも受ける。	0.866	2

注) クロンバック  $\alpha$  係数約 0.5 以上のものが「まとまりが良い」と判断した。

## 5.6 視聴者の特性重回帰分析結果

視聴意向の因子を被説明変数その他の因子を説明変数とした。

H1～H3については、視聴者の利用意向を表す因子を、視聴者の問題作成意欲の高さを表す因子、視聴者のオピニオンリーダー度の高さを表す因子、視聴者の所有欲の高さを表す因子で説明した。

重回帰分析の結果(図表 5)、H1 問題作成意欲の係数は正で有意となった ( $\beta = .335$ 、 $p=0.001$ )。

H2 オピニオンリーダー度の係数は正で有意となった ( $\beta = .261$ 、 $p=0.006$ )。

H3 所有欲の係数は負で有意とはならなかった ( $\beta = .132$ 、 $p=0.160$ )。

よって、H1、H2 a、H4は採択され、H2 b、H3は棄却される。

図表 6 : 視聴者特性重回帰分析

	$\beta$ 値	t 値	有意確率
定数	1.00	.000	1.000
H1 問題作成意欲	.335	3.588	.001***
H2 オピニオンリーダー度	.261	2.841	.006**
H3 所有欲	.132	1.416	.160

\*\*\* 1 %水準で有意 \*\* 5 %水準で有意 \* 10 %水準で有意

決定係数 : 0.241

修正決定係数 : 0.216

## 5.7 クイズ番組の特性分析結果

クイズ番組については、以下の直交表を基にプロフィールを作成した。ここで用いた属性と水準は以下の通りである。

雑学提供度 : yes 「雑学を学べる」、no 「常識を学べる」

司会者の知的イメージ : 「博学である司会者」 or 「博学でない司会者」

ルールの簡潔さ : 「ルールの説明に 10 秒かかる」 or 「ルールの説明に 3 分かかる」

一人に対して 4 つのプロフィールを提示して「視聴意向」を 5 段階で回答させた。

図表 7 : 直交表

	雑学提供度	司会者の知的イメージ	ルールの簡潔さ
1	yes	yes	yes
2	yes	no	no
3	yes	yes	no
4	yes	no	yes

重回帰分析の結果は以下の通りである。

H 4 : 雑学提供度の係数は正で有意となった。(  $\beta = .122$ 、  $p = .008^{***}$  )

H 5 : 司会者の知的イメージの係数は正で有意となった。(  $\beta = .275$ 、  $p < 0.001^{***}$  )

H 6 : ルールの簡潔さの係数は正で有意となった。(  $\beta = .319$ 、  $p < 0.001^{***}$  )

H 4 ~ H 6 に関しても、重回帰分析の結果、雑学提供度、司会者の知的イメージ、ルールの簡潔さそれぞれ視聴意向と正の相関があることが分かった。

よって、H 4、H 5 a、H 6 は採択、H 5 b は棄却される。

また、各係数の t 値を比較することにより、ルールの簡潔さ、司会者の知的イメージ、雑学提供度の順に属性が重視されることも分かった。

図表 8 : クイズ番組の特性重回帰分析結果

	$\beta$ 値	t 値	有意確率
定数	1.00	21.252	.000
H 4 雑学提供度、	.122	2.650	.008***
H 5 司会者の知的イ メージ	.275	5.975	$p < .001^{***}$
H 6 ルールの簡潔さ	.319	6.911	$p < .001^{***}$

\*\*\* 1 %水準で有意 \*\* 5 %水準で有意 \* 1 0 %水準で有意

決定係数 : 0.192

修正決定係数 : 0.186

## 6.考察

この章では、分析結果に基づいて、仮説の検定結果をまとめ、考察を行う。

### 6.1 仮説の検定結果

設定した仮説の検定結果を以下にまとめる。

#### (1) 視聴者の特性についての仮説

H 1 : 視聴者のクイズ問題作成意欲とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→採択

H 2 a : 視聴者のオピニオンリーダー度とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある  
→採択

H 2 b : 視聴者のオピニオンリーダー度とクイズ番組の視聴意向には負の相関がある  
→棄却 (正で有意な相関がある)

H 3 : 視聴者の所有欲とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→棄却 (10%水準で有意でない)

#### (2) クイズ番組の特性についての仮説

H 4 : クイズ番組の雑学提供度とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→採択

H 5 a : 司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→採択

H 5 b : 司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意向には負の相関がある→棄却 (正で有意な相関がある)

H 6 : クイズ番組のルールの簡潔さとクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→採択

### 6.2 考察

仮説の検証により、クイズ番組の視聴意向と視聴者のクイズ問題作成意欲・オピニオンリーダー度、クイズ番組の雑学提供度・ルールの簡潔さ、司会者の知的イメージ、との間にはそれぞれ正の相関がある事が分かった。また、クイズ番組の視聴意向と視聴者の所有欲との関係に関しては相関があるとは言えない、という結果になった。ここでは、更に議論を一步進めて、仮説の検証結果からどのような事が言えるかを考察していく。

#### (1) 視聴者の特性についての仮説

H 1 : 視聴者のクイズ問題作成意欲とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→採択

視聴者のクイズ問題作成意欲とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある事が分かった。すなわち、クイズ問題を作成する意欲の高い視聴者ほど、クイズ番組を視聴しようとする、という事である。これは、クイズ形式の問題を作成している視聴者は、そもそもクイズに

対する興味が他の視聴者よりもある事が挙げられるだろう。また、クイズ問題を作成する上においてはその元となる知識が必要であり、それを得る為に視聴するのではないかと考えられる。

H 2 a : 視聴者のオピニオンリーダー度とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある  
→採択

H 2 b : 視聴者のオピニオンリーダー度とクイズ番組の視聴意向には負の相関がある  
→棄却 (正で有意な相関がある)

視聴者のオピニオンリーダー度については、正負の仮説を設定したが、クイズ番組の視聴意向には正の相関がある事が分かった。つまり、周囲に対して情報発信を行う視聴者ほど、クイズ番組を視聴しようとするという事である。この理由としては、周囲に対してより多くの情報発信を行う為には、その分より多くの情報を入手する必要がある事が考えられる。確かに最近ではテレビにおいても様々な番組で情報を入手する事が可能になったが、その一方でそれらの雑多な情報には不確かなものや偽りのものがあり、消費者側で正しく選別を行う必要がある。それに対し、クイズ番組で扱う情報は問題に対して解答が定められているようなものである為に選別の必要が他の番組ほどなく、より気軽に発信しやすいと考えられているのではないだろうか。これに関しては、テレビの他のジャンルの番組とクイズ番組とで比較検証を行うと実証できるかもしれない。

また、情報発信を積極的に行う視聴者は、人に先駆けて情報を得る為にテレビ、特にクイズ番組という公共のものからは情報源を得ようとしのではないかと考えて負の相関という仮説(H 2 b)を設定したが、それよりはより多くの媒介を通して情報を得る事によって、情報を得ようと思われる。

H 3 : 視聴者の所有欲とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→棄却 (10%水準で有意でない)

視聴者の所有欲とクイズ番組の視聴意向には相関が見られなかった。この理由としては、クイズ番組で視聴者プレゼントを得る為には番組を全て見る必要があり、かつ視聴者プレゼントは多い番組であっても最大で10名程度と非常に限られた個数しかない事が考えられる。即ち、所有欲の強い視聴者にとっては、1時間程度時間を拘束されるのにも関わらずプレゼントを得られる確率が非常に低いクイズ番組は、所有欲を満たしうるものではないのだろう。逆に言えば、番組側が視聴者プレゼントにより力を入れて、視聴者の所有欲を満たしうるものとなれば、クイズ番組の視聴意向は上昇しうるのかもしれない。ただ、それを行うにあたっては視聴者の増加による合間のCM料上昇がプレゼントの増加によるコストと見合うか十分な検討が必要だろう。

## (2) クイズ番組の特性についての仮説

H4：クイズ番組の雑学提供度とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→採択

クイズ番組の雑学提供度とクイズ番組の視聴意向には正の相関がある事が分かった。すなわちクイズ番組において雑学に関する知識を視聴者に提供すればするほど、視聴者がクイズ番組を視聴しようとするという事である。その理由としては、H1の視聴者のクイズ作成意欲やH2の視聴者のオピニオンリーダー度と、クイズ番組視聴意向には正の相関がある事からも類推できるように、視聴者は他の人が知らない情報を得る為にクイズ番組を視聴しているからだと考えられる。何故ならば、クイズを作成するにおいても、周囲の情報を発信するにおいても、折角情報を得たとしてもそれが周囲も知っているものであれば、クイズを作成して出題したり、他者に話して回ったりしたところで視聴者が期待する満足が得られないと考えられるからである。

ただ、視聴率の高いクイズ番組の中にも雑学を扱わないものは存在しており、また余り専門的すぎる知識であると逆に視聴しようと思われたいのではないかと考えられる。これは今回に関しては知識の種類を一般常識と雑学という大雑把なものにしてしまった為に測りきれなかった部分だと考えられるので、より細かく分類を行って調査してみるとクイズに求められる情報の種類がより細かく分かるかもしれない。

H5 a：司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意向には正の相関がある→採択

H5 b：司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意向には負の相関がある→棄却（正で有意な相関がある）

司会者の知的イメージとクイズ番組の視聴意向には正の相関がある事が分かった。即ち、視聴者に知的なイメージがあればあるほど、クイズ番組を視聴しようと考えられるという事である。この理由としては、H4の検定結果の考察で述べたように、視聴者がクイズ番組に対して雑学を求めているからだと考えられる。つまり、司会者に知的なイメージがある事で、視聴者はクイズからだけでなく、司会者自身からもより有益な情報が得られるだろうと考えているからではないだろうか。また、政治討論番組の例と同様に、司会者に知的なイメージがある事が、クイズ番組自体にも知的なイメージを与え、よりよい雑学を学ぶ事が出来ると視聴者に思われるとも考えられる。

H6：クイズ番組のルール of 簡潔さとクイズ番組の視聴意向には正の相関がある  
→採択

クイズ番組のルールの特長と視聴意向には正の相関がある事が分かった。すなわち、ルールが簡単であればある程、クイズ番組を視聴しようと考えられるという事である。この理由としては、ルールが単純である方がより純粋にクイズを楽しむ事が出来ると視聴者が判断したからだと考えられる。また、今回はルールの簡潔さを表す基準として、ルールの説明にかかる時間を利用したので、長々とルールの説明に時間を取られるならば、よりクイズの方に出題の方に時間をかけて、その分より多くの情報を提供してほしいという心理が働いたのではないかと考えられる。そして、シナリオ法で用いた「ルールの説明に3分要する」番組が実際に存在するのかどうかという問題もある。それらを考慮すると、今後マニピュレーションチェックを行う事で再確認を図りたいと思う。

### 6.3 クイズ番組の現状との比較による考察

今回、5.6 クイズ番組の特性分析結果より、ルールの簡潔さ、司会者の知的イメージ、雑学提供度の順に属性が重視されることが分かった。そこで、実際のクイズ番組に関してルールの簡潔さ、司会者の知的イメージ、雑学提供度の特性の有無と実際の視聴率を調べる事により、今回の結果が実状に合致したものであるかを考察する。ここでは事例研究において具体的なクイズ番組の例として取り上げた、「世界不思議発見」「熱血平成教育学院」「Qさま」「クイズ雑学王」と、現在クイズ番組において一番視聴率の高い「ヘキサゴンⅡ」について考えていく。それぞれの番組において特性の有無を調べて視聴率を予想したところ、「世界不思議発見」は何れも有りで1位、「熱血教育学院」及び「ヘキサゴンⅡ」は雑学の提供が無いものの、司会者の知的イメージとルールの簡潔さに関しては有りで同率2位、「クイズ雑学王」が雑学の提供と司会者の知的イメージが有りで4位、「Qさま」が全て無しで5位という結論となった。しかし、実際の各クイズ番組の視聴率を調べたところ、視聴率の高い順に「ヘキサゴンⅡ」「熱血平成教育学院」「Qさま」「世界不思議発見」「クイズ雑学王」であり、予想した順位と大きく異なる結果となった。

以下、結果が食い違った原因に関して考察を行う。「世界不思議発見」に関しては、クイズが番組において主たるもので無く、また紀行の要素もある事から、視聴者にとって知識(雑学)を得る為の番組としては捉えられていないからではないかと考えられる。また先行研究で用いた「テレビジョン番組研究序説-クイズ番組というジャンル-」において、『出題→思考→解答』というクイズ独自のプロセスによって、一種の物語性が作り出され、独特の緊張感が生まれる事が他のジャンルの番組とクイズ番組との違いだと述べられており、それを裏付ける結果と言えるかもしれない。また、「クイズ雑学王」が「Qさま」より視聴率において劣った理由としては、番組特性に関する重回帰分析の結果より視聴者は司会者の知的イメージや雑学提供度よりルールの簡潔さを求めており、「Qさま」が“プレッシャースタディー”という形でクイズ独特の緊張感に、時間制限による緊張感を加える事によって、視聴者の興味を引き、ルールの難解さをカバーしたのに対し、「雑学王」の方はルールの難解さに足を引っ張られて、雑学を提供している、司会者に知的イメージがあるとい



う利点を生かせなかったからではないだろうか。

図表 9：主要クイズ番組の特性と当てはめ

	雑学の提供	司会者が知的	ルールが簡潔	予想順位	視聴率*
世界不思議発見	有り	有り	簡潔	1	11.57%
熱血平成教育学院	無し	有り	簡潔	2	15.40%
Qさま	無し	無し	複雑	5	12.13%
クイズ雑学王	有り	有り	複雑	4	10.63%
ヘキサゴンⅡ	無し	有り	簡潔	2	17.33%

#### 6.4 実務へのインプリケーション

考察を終えて、クイズ番組をどのようにしていけば、より視聴者に求められているクイズ番組に出来るかを考えた。

考察でも何度か述べたが、やはり最も重要なのは、視聴者の問題作成意欲や情報発信欲を満たすような雑学的知識を提供していく事だろう。また、クイズ番組自体にも知的なイメージを持たせる為に、司会者のみではなく解答者を知的な人にするにより良いかもしれない。その一方で、番組の特性において一番重視されるのはルールの簡潔さであり、番組の独自色を出す為に番組のルールを凝ったものとする事がかえって逆効果になりかねないという事が分かる。

また、問題作成意欲の低い消費者の意欲を高める為に、問題の作成をより大々的に視聴者に対して募り、またその報酬をより高める事によって所有欲の強い人の参加を促せば、更にクイズ番組が活性化して、視聴者のクイズ番組の視聴意向もより高いものとなるのではないだろうか。

#### 6.5 今後の課題

今回の研究を通して、クイズ番組のあるべき姿を多少は明らかに出来たように思うが、その一方で今回は漠然と今までも考えられていたであろうクイズの理想の確認で終わってしまったように思う。より多くの文献を研究するなどして、より斬新な仮説を立てて検証すべきだったかもしれない。更に、今回実際のクイズ番組に当てはめて考察を行った結果として、クイズ番組に対して視聴者の抱く独特の緊張感がクイズ番組視聴意向に関係している可能性が示唆されたので、今後機会があれば、実際に視聴意向に関係しているのかより深く調査を行いたい。マニピュレーションチェックも必要だった。

また今回はアンケートを作成するのが遅れた為に、特に直交表に関して適切な選択肢であったかが不安であり、これは今後の研究に活かしていきたいと思う。

## 参考文献

アメーバニュース 2008年10月14日

<http://news.ameba.jp/domestic/2008/10/18936.html>

朝日新聞 2007年11月6日

<http://database.asahi.com.kras1.lib.keio.ac.jp:2048/library2/main/start.php?loginSID=515661a9569b4dad17c7b6dea3e120f7>

goo ニュース 2007年12月3日

<http://news.goo.ne.jp/article/gooeditor/entertainment/gooeditor-20071203-01.html>

NHK 放送文化研究所ホームページ

[http://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/shichou/list\\_shichou1.html](http://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/shichou/list_shichou1.html)

最近のテレビ番組高視聴率トップ10を表組化してみる

[http://www.gamenews.ne.jp/archives/2009/02/post\\_4491.html](http://www.gamenews.ne.jp/archives/2009/02/post_4491.html)

「これからのテレビ番組・放送に関するアンケート」結果

<http://www.universal-design.gr.jp/pdf/uservice/tele.pdf>

「優良放送番組推進会議」

<http://good-program.jp/>

Qさま！！公式ホームページ

<http://www.tv-asahi.co.jp/qsama/>

クイズ雑学王 公式ホームページ

<http://www.tv-asahi.co.jp/zatsugaku/>

熱血！平成教育学院 公式ホームページ

<http://wwwz.fujitv.co.jp/gakuin/index.html>

リサーチ Q

[http://www.rqtv.com/index\\_before.php?type=&dialog=0](http://www.rqtv.com/index_before.php?type=&dialog=0)

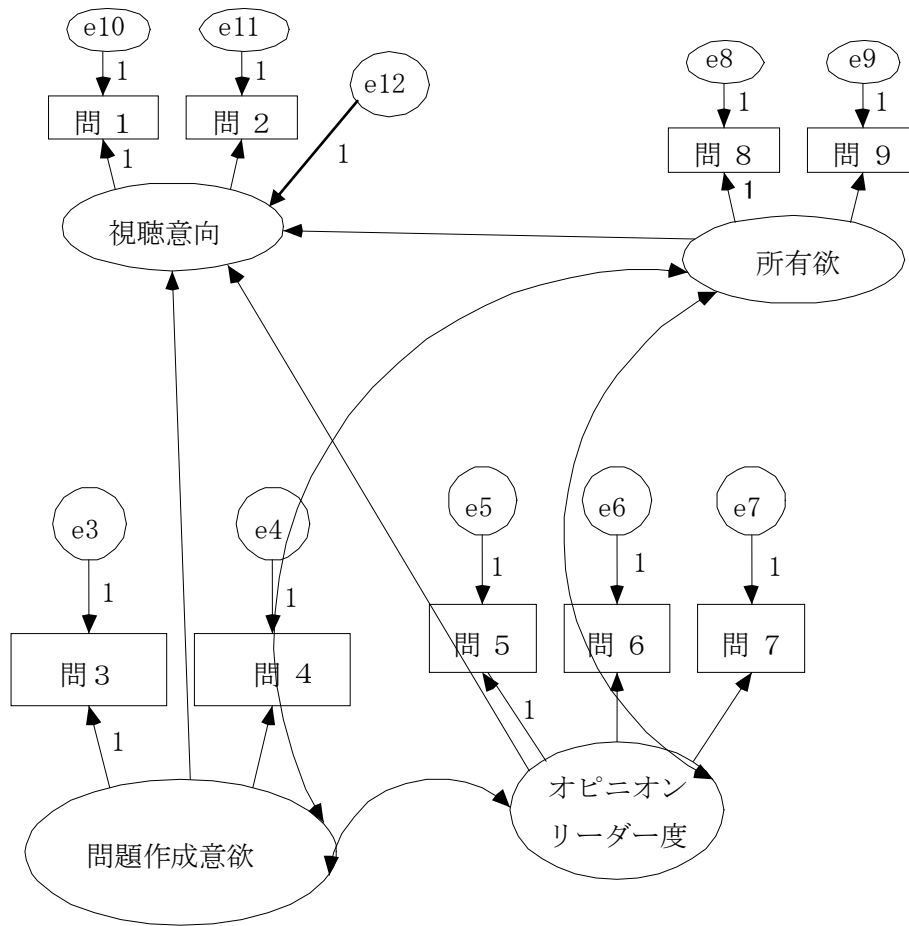
常木英生（2006）「視聴者にとっての政治討論番組－サンデープロジェクトと日曜討論の分析－」『関西大学社会部紀要』

鈴木常恭（2007）「テレビジョン番組研究序説－クイズ番組というジャンル－」『尚美学園大学情報学術研究』

付属資料(AMOSによる視聴者特性分析結果、調査票、ヒストグラム)

AMOS による視聴者特性の分析を追研究として行ったので以下に示す。

付属資料 1 : 視聴者特性パス図



- 注) 問 1 : クイズ番組に興味がある。  
 問 2 : クイズ番組を見る事が好きだ。  
 問 3 : 自分でクイズの問題を作る事が好きだ。  
 問 4 : 人にクイズ形式で問題を出すことが好きだ。  
 問 5 : クイズで得た知識や情報はすぐに誰かに伝えたい。  
 問 6 : ネットで投稿やコメントをよく行う方だ。  
 問 7 : 人の会話に口を出すことが多い。  
 問 8 : 貰える物は基本的に何でも貰う。  
 問 9 : 受けられるサービスは基本的に何でも受ける。

付属資料 2 : モデル適合度

モデル	RMSEA	GFI	AGFI	CFI	AIC	BIC
モデル番号	0.06	0.945	0.881	0.98	76.07	137.614
飽和モデル		1		1	90	205.396
独立モデル	0.319	0.533	0.416	0	401.335	424.414

注) RMSEA が 0.1 を切り、GFI、AGFI、CFI が 0.8 以上であることからモデルの当てはまり具合は良いと言える。

付属資料 3 : 推定値

			推定値	標準誤差	検定統計量	確率
視聴意向	<---	所有欲	0.041	0.131	0.31	0.756
視聴意向	<---	問題作成意欲	0.085	0.286	0.296	0.767
視聴意向	<---	オピニオンリーダー度	0.778	0.398	1.955	0.051

注) 以上からオピニオンリーダー度のみが視聴意向と正の相関があることが分かる。

付属資料 4 : 標準化係数

			推定値
視聴意向	<---	所有欲	0.029
視聴意向	<---	問題作成意欲	0.061
視聴意向	<---	オピニオンリーダー	0.628

付属資料5：各因子間の相関係数

			推定値
問題作成 意欲	<-->	所有欲	0.162
問題作成 意欲	<-->	オピニオン リーダー 度	0.597
オピニオン リーダー 度	<-->	所有欲	0.297

注) この結果から問題作成意欲とオピニオンリーダー度は本来ならばひとつの因子にまとめ方が良いことが分かる。

付属資料6：調査表

「消費者特性,番組内容とクイズ番組の視聴意向」に関する調査票

この度、「消費者特性,番組内容とクイズ番組の視聴意向」の論文を作成するにあたってアンケート調査を実施することになりました。本調査におけるデータは論文作成のための分析のみに使用し、個人を特定することなく、回答者の皆様にご迷惑をおかけすることは一切ございません。誠に恐縮ですが、趣旨をご理解の上、アンケートご協力のほど、宜しくお願い致します。

慶應義塾大学商学部3年・濱岡豊研究会8期生 石村徹也、森脇慧

- ・性別：( 男 ・ 女 )
- ・年齢：(        ) 歳

I. 以下の設問に、自身が最も当てはまると思うもの1つに○を付けてください。

[ 非常にそう思う ← 5 4 3 2 1 → 全くそう思わない ]

- |                             |               |
|-----------------------------|---------------|
| (1) クイズ番組に興味がある。            | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (2) クイズ番組を見る事が好きだ。          | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (3) 自分でクイズの問題を作る事が好きだ。      | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (4) 人にクイズ形式で問題を出すことが好きだ。    | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (5) クイズで得た知識・情報はすぐに誰かに伝えたい。 | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (6) ネットで投稿やコメントをよく行う方だ。     | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (7) 人の会話に口を出すことが多い。         | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (8) 貰える物は基本的に何でも貰う。         | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (9) 受けられるサービスは基本的に何でも受ける。   | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (10) 雑誌やテレビの懸賞によく応募する。      | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (11) “視聴者プレゼント”という言葉に敏感だ。   | [ 5 4 3 2 1 ] |

II. 以下にいくつかのクイズ番組の例を挙げました。それぞれの番組をどの程度視聴したいか、最も当てはまるとおもう番号1つに○を付けてください。

但し、“常識”とは中学生までで習う内容の事（例えば、アメリカの位置はどこか、鎌倉幕府は何年に成立したか、等）を、“雑学”とは自分で調べたりしなけ



れば分からない内容の事（用心棒の語源は？等）を想定して下さい。

○クイズ番組 1

雑学を学べる	博学である司会者	ルールの説明は10秒で済む
--------	----------	---------------

このクイズ番組を視聴したいですか？

非常に 視聴したい	どちらかといえば 視聴したい	どちらとも いけない	どちらかといえば 視聴したくない	全く 視聴したくない
5	4	3	2	1

○クイズ番組 2

雑学を学べる	博学ではない司会者	ルールの説明に3分を要する
--------	-----------	---------------

このクイズ番組を視聴したいですか？

非常に 視聴したい	どちらかといえば 視聴したい	どちらとも いけない	どちらかといえば 視聴したくない	全く 視聴したくない
5	4	3	2	1

○クイズ番組 3

常識を学べる	博学である司会者	ルール説明に3分を要する
--------	----------	--------------

このクイズ番組を視聴したいですか？

非常に 視聴したい	どちらかといえば 視聴したい	どちらとも いけない	どちらかといえば 視聴したくない	全く 視聴したくない
5	4	3	2	1

○クイズ番組4

常識を学べる	博学ではない司会者	ルールの説明は10秒で済む
--------	-----------	---------------

このクイズ番組を視聴したいですか？

非常に 視聴したい	どちらかといえば 視聴したい	どちらとも いえない	どちらかといえば 視聴したくない	全く 視聴したくない
5	4	3	2	1

最後に、Ⅱで結論を選ぶ際に、以下の点に関してどの程度重視したかをお教え下さい。

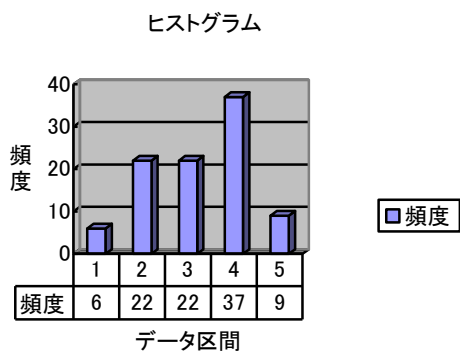
[ 非常に重視した ← 5 4 3 2 1 → 全く重視しなかった ]

- |              |               |
|--------------|---------------|
| (1) 学べる知識の種類 | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (2) 司会者が博学か  | [ 5 4 3 2 1 ] |
| (3) ルールが簡単か  | [ 5 4 3 2 1 ] |

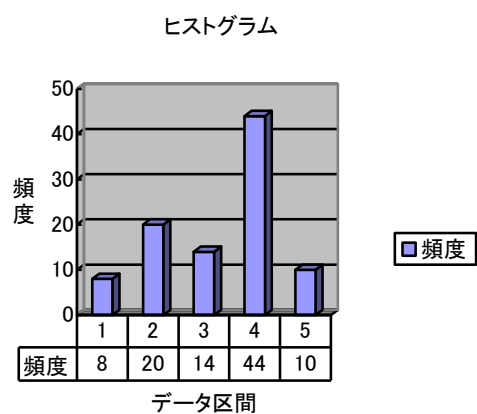
アンケートは以上です。ご協力有難う御座いました。

付属資料7：ヒストグラム

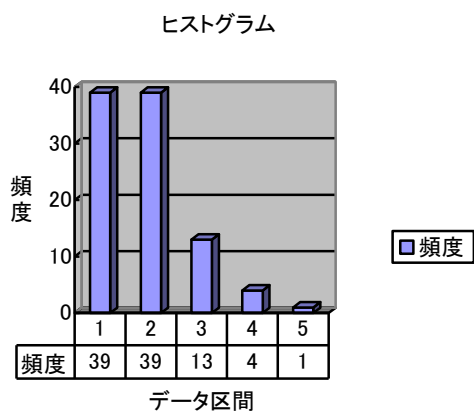
I. (1) クイズ番組に興味がある。



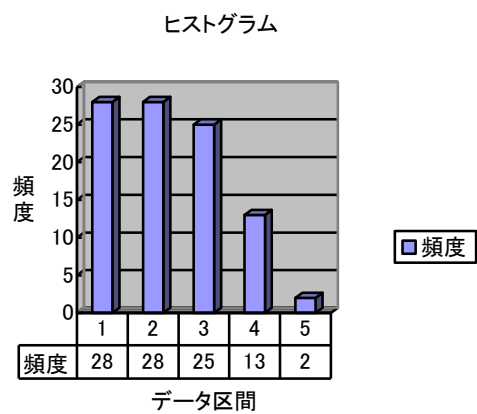
(2) クイズ番組を見る事が好きだ。



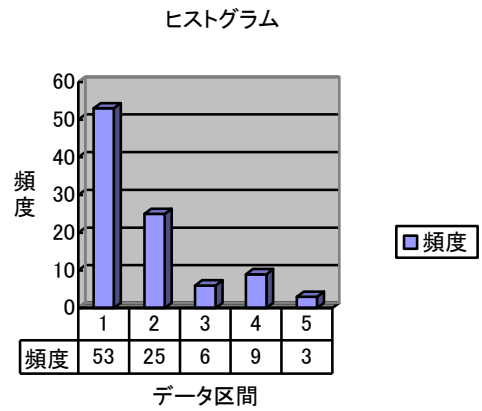
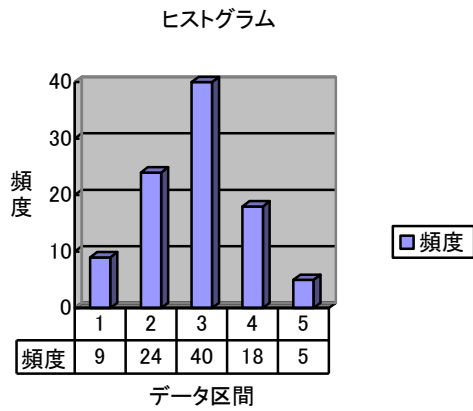
(3) 自分でクイズの問題を作る事が好きだ。



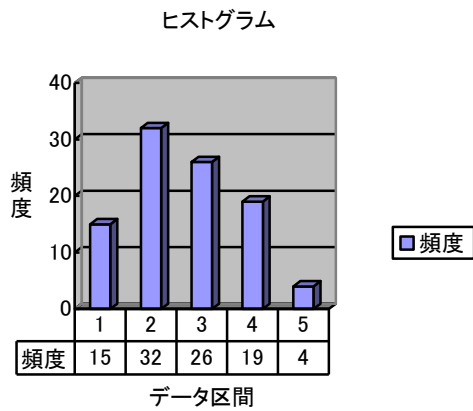
(4) 人にクイズ形式で問題を出すのが好きだ。



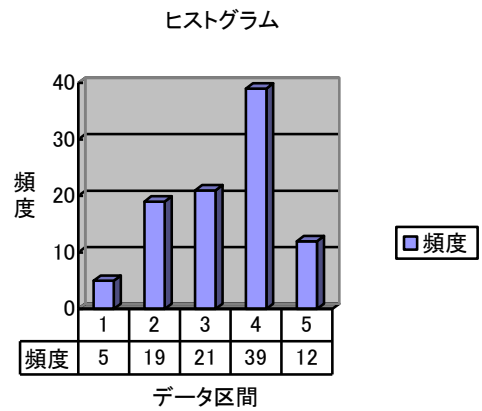
- (5) クイズで得た知識・情報はすぐに誰かに伝えたい。 (6) ネットで投稿やコメントをよく行う方だ。



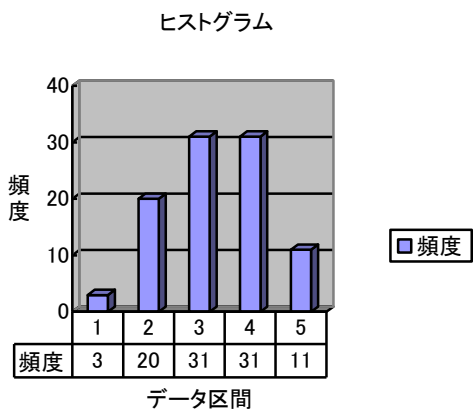
- (7) 人の会話に口を出すことが多い。



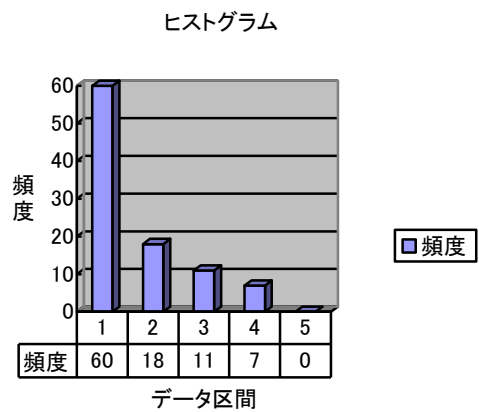
- (8) 貰える物は基本的に何でも貰う。



- (9) 受けられるサービスは基本的に何でも受ける。

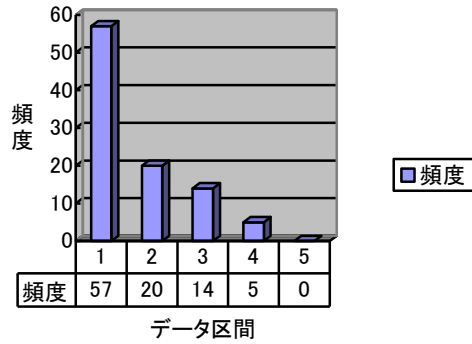


- (10) 雑誌やテレビの懸賞によく応募する。



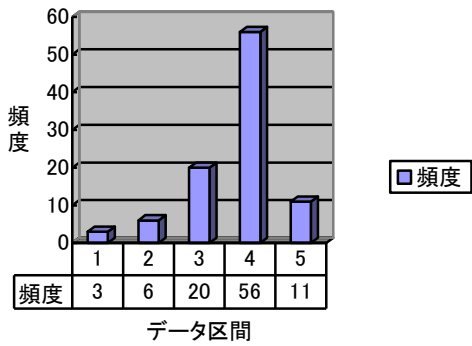
(11) “視聴者プレゼント”という言葉に敏感だ。

ヒストグラム

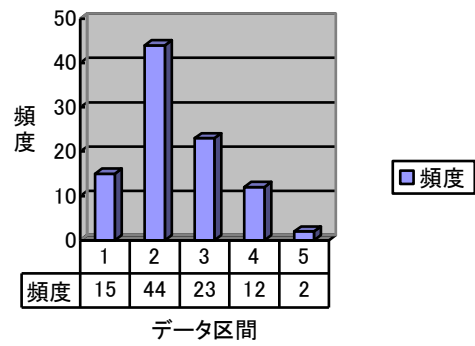


II. (1) 雑学を学べる、博学である司会者、ルールの説明は10秒で済む (2) 雑学を学べる、博学ではない司会者、ルールの説明に3分要する

ヒストグラム

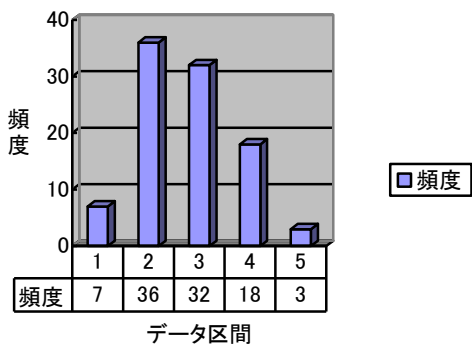


ヒストグラム



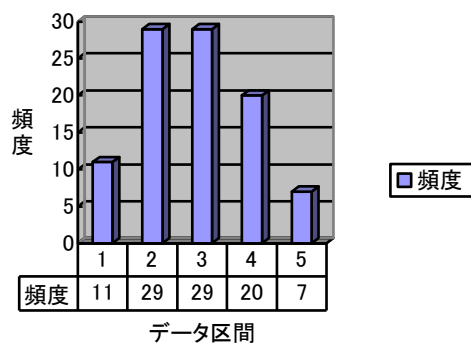
(3) 常識を学べる、博学である司会者、ルールの説明に3分要する

ヒストグラム



(4) 常識を学べる、博学ではない司会者、ルールの説明は10秒で済む

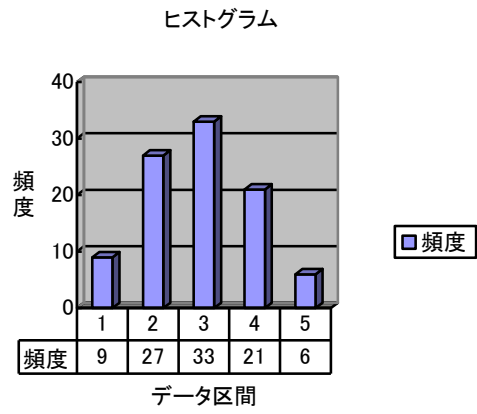
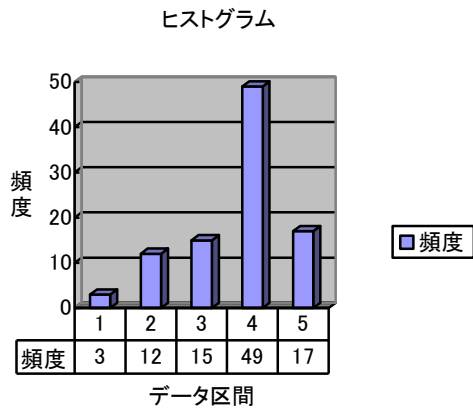
ヒストグラム



III

(1) 学べる知識の種類

(2) 司会者が博学か



(3) ルールが簡単か

