



バングラデシュ

BOP実態調査レポート

新聞

新聞は、テレビやラジオとの競争が激化しているにも関わらず、現在も広く読まれている。インターネットの普及により、教育を受けた中産階級にインターネットで新聞を読む人が増え、また海外在住のバングラデシュ人にも新聞サイトが読まれている。オンライン読者数が増加しても、今のところ主な新聞の売上は減少していない。最近の調査結果では主要日刊紙の売上は依然として増加している。ダッカで発行されている全国紙の他に、地方にも多数の日刊紙が存在している。

2011年に調査会社ニールセンが行ったメディア・人口調査によれば、27%の人が少なくとも週に1回新聞を読んでいる。ただし、読者の大部分は男性である。同調査結果によれば、新聞を定期的に読んでいる人の割合は、男性で40%であるが、女性は14%しかいない。男性の識字率の方が高いことがあるが、他の要因もある。たいていは男性が家庭の所得を管理しており、また女性より外出することから、新聞を買う機会が多いことによる。同調査によれば、新聞読者数は2009年の24%から少し増加している。これはインターネットの普及によりオンラインで読む中産階級が増加していることによる。





Prothom Alo(最初の光の意味)は、最も販売部数の多いベンガル語の日刊紙である。同紙のウェブサイトは、国内のニュースサイトで最大の読者を集めている。農村部では、教師など地元で教育のある者が、茶店や集会所で、読み書きできない人々に新聞を朗読することが広く行われている。映画・出版局によれば、発行部数は2011年初時点、43万7,350部であった。同紙の姉妹紙であるThe Daily Starは、最も人気のある英字紙で、2011年初の発行部数は、4万652部であった。両紙を発行しているのはTranscom Groupでニュース局のABC Radioも所有している。

ベンガル語の日刊紙で次に人気があるのは、Bashundhara財閥が所有するBangladesh Protodinである。2011年初の発行部数は、42万2,405部であった。

1950年代から続くDaily IttefaqやDaily Sangbadなどの古くからの新聞は、Prothom Alo や Kaler Kanthoなどの新しい新聞に読者を奪われている。



映画・出版局によれば、登録されている新聞は467(2012年3月時点)で、このうち314は日刊紙である。しかし、この多くは見せかけの新聞で意味のある発行部数はない。これらは単に政府広報の掲載や政府の新聞用紙補助金の受給、企業が法に従い入札公告を掲載するために存在している。

多くの新聞は、記者や通信員の大きなネットワークを持っている。Prothom Aloには全国に240人以上の記者がいる。海外ニュースはほとんど国際通信社やインターネットから収集している。2011年のニールセン調査によれば、人口の27%が新聞を、18%が雑誌を読んでいる。

英文の日刊紙は影響力あるビジネス紙のThe Financial Expressを含み8紙あるが、発行部数は少なく、The Daily Starを除いて販売部数が2万部を超える英字日刊紙はない。

登録新聞・雑誌

区分	ダッカ	地方	合計
日刊紙	116	198	314
週刊紙	63	45	108
隔週	11	4	15
月刊誌	25	3	28
季刊	1	0	1
年2回	0	1	1
合計	216	251	467

出所:映画・出版局(2012年3月)

新聞上位10紙の発行部数

順位	紙名	発行部数
1	Prothom Alo	437,350
2	Bangladesh Protodin	422,405
3	Kaler Kantho	250,100
4	Amader Somoy	210,520
5	Jugantor	200,015
6	Samakal	141,250
7	Ittefaq	135,400
8	Inqilab	125,080
9	Janakantha	125,020
10	Naya Diganta	115,250

出所:映画・出版局(2011年)



ラジオ

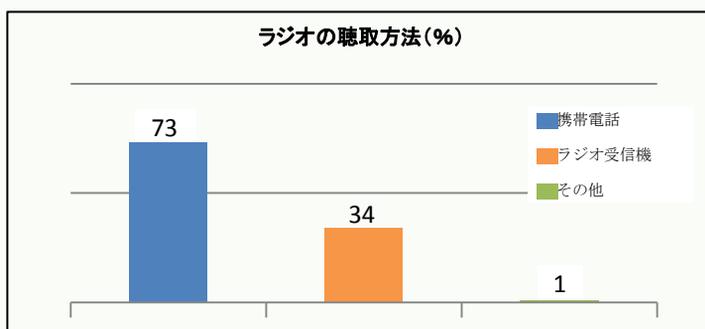
ラジオ聴取者数は、テレビ視聴者の増加に伴い減少している。2011年ニールセンのメディア・人口調査によれば、7日から10日の間に少なくとも一度ラジオを聞く人の割合は、1995年の36%から低下して15%となった。

ラジオ局は、まだ政府が所有し管制しているものが多い。最初の民間ラジオ局であるRadio Foortiが放送を開始したのは2006年である。2012年初めまでに放送している民間商業FM局は5局のみであった。民間商業ラジオ5局はすべてダッカにある。

国営のBangladesh Betarは、唯一の全国ネットワークである。ダッカと結ばれた12の地方局を通じて、全国ニュースや首都の通勤者向け交通情報を流している。Bangladesh Betarの中波とFM波は全国をカバーしている。

民間FM局の大部分は、都市部の若者を対象に音楽や娯楽番組を放送している。Radio FoortiとRadio Todayはいずれも、いくつかの地方都市にFM中継局のネットワークを持っている。これによって全国放送が可能となっている。2011年ニールセンメディア・人口調査によれば、Radio Foortiは最も人気のあるFMラジオ局で、FMラジオ聴取者の47%が聞いており、次いでRadio Todayの28%である。

最近では携帯電話でラジオを聞く人が増えている。特に移動中に音楽や娯楽を楽しむ若者の間で、携帯電話がラジオを聞く手段として好まれるようになってきている。2011年ニールセンメディア・人口調査によれば、ラジオ番組を聞くのに携帯電話を使用する人が73%に対して、従来のラジオ受信機で聞いている人は34%であった。



出所: 2011年ニールセンメディア・人口調査

いくつかの国際放送局がバングラデシュ国内向けにベンガル語と英語で放送を行っている。BBC Bangla、Voice of America (VOA)、Radio Deutsche Welle、All India Radioは、いずれも独立したニュースの発信源として尊重されているが、聴取者数は比較的少ない。BBCのベンガル語と英語の番組は、ダッカにあるBangladesh BetarのFM 100放送局がFM波で中継している。またBBC Banglaの番組は、Bangladesh Betarの6つの地方局でも毎日2回、放送されている。

2011年ニールセン調査によれば、BBCの聴取者は5%、VOAは4%である。Radio Deutsche WelleとAll India Radioは、短波放送しかなく、聴取者はさらに少ない。

政府はこれまでに14のコミュニティーラジオ局に免許を交付している。最初の2局が放送を開始したのは2011年である。最初の局のRadio Lokobetarは、バリサル管区のボルグナで6月に試験放送を開始した。運営しているのはNGOのMass Line Media Centerである。10月に、2番目のRadio Padmaがラジシャヒで放送を開始した。運営は別のNGOのCentre for Communication and Developmentである。2011年末までに、政府は計14のコミュニティーラジオ局に免許を交付している。現在2局が放送を行い、4局が試験放送を開始している。

コミュニティーラジオ推進運動は、1998年にNGOや志を同じくする市民社会団体のネットワークであるBangladesh NGO Network for Radio and Communication (BNNRC)によって始められた。政府は、コミュニティーラジオ局の設立、放送および運営に関する政策2008年を承認し、その後、全国放送規制委員会(NRCB)は、全国で計116局のコミュニティーラジオ局の設立を提案している。



テレビ

過去10年で、ラジオや新聞に代わってテレビがニュースや娯楽の主要情報源になった。2011年ニールセンメディア・人口調査によれば、都市部の世帯の84%、農村部の43%がテレビを所有している。また同調査によれば、15歳以上で7日から10日の間に1回以上テレビを見る者は74%であった。1997年にATN Banglaが初の民間商業テレビ局として免許を取得して以来、テレビ局が増加し、既に衛星とケーブルの民間テレビ局17局が放送を開始している。一般に民間放送局は、国営のBangladesh Television (BTV)と比較すると興味を引く面白い番組を放送しているが、BTVは無料ネットワークであるため、しっかりと農村部の視聴者を得ている。

2011年のニールセン調査によれば、テレビ所有者のうち民間の衛星またはケーブルを通じ民間テレビ局を視聴できる者の割合は、都市部は83%で、農村部で39%であった。ただし農村部であっても、何らかの形で電気が利用できる世帯で衛星放送を見ることができる家が増えている。

コルカタに拠点を置く衛星チャンネルのETV Banglaや、ZTV、Star Plus、Sony TV、Zee Cinemaなどが、最も人気の高いインドの娯楽チャンネルである。Doordarshan、BBC、CNN、ETV Banglaは、衛星ニュースチャンネルとして人気が高い。

主要都市では、ケーブルテレビで70以上のチャンネルを見ることができる。バングラデシュには、数百ものケーブルネットワークがある。ケーブルテレビの月間加入料は150～500タカ(約2.0～6.5ドル)であり、中所得層の家庭であれば、容易に支払うことができる。

民間テレビ局の多くは、BeximcoやSquare Group、Impress Groupなど国内最大級の財閥によって設立されている。これらのグループは、新聞も所有しているところが多い。2012年初時点で、国営テレビ局が3局、民間テレビ局が16局ある。政府はさらに民間6局に免許を交付済みである。2001年ニールセンメディア・人口調査によれば、最も人気のあるテレビ局はATN-BanglaとChannel-iであった。

農村部で衛星放送が見られない場合、国営放送のBTVしか選択肢がない。BTVは、スタジオ数、職員数、設備、放送範囲の点で国内最大のテレビ局である。同局によれば、地上波放送で人口の95%を網羅しているという。

オンラインメディア

インターネット利用は、急速に増加しているが、今のところ利用は主として、都市部の学歴ある豊かなエリート層に限られている。ウェブサイトのwww.internetworldstats.comによれば、インターネット利用者数は2012年6月末に8人口の5.0%の805万人で、バングラデシュのFacebookの加入者は、2012年末時点で335万人であった。

インターネット利用を分析しているwww.alexa.comによれば、最も人気の高いニュースサイトは、最多販売部数の新聞Prothom Aloのオンライン版であるwww.prothom-alo.comであった。2011年に同紙は、オンライン版の定期的な読者が80万人を超えたと発表している。

2012年4月にwww.alexa.comは、閲覧者数の多いウェブサイトのトップ10を発表した。サイト名は以下のとおり。

1	Google.com	6	Blogspot.com
2	Facebook	7	Prothom Alo
3	YouTube	8	Bdnews24
4	Yahoo	9	Wikipedia
5	Google.com.bd	10	Banglanews24



調査結果

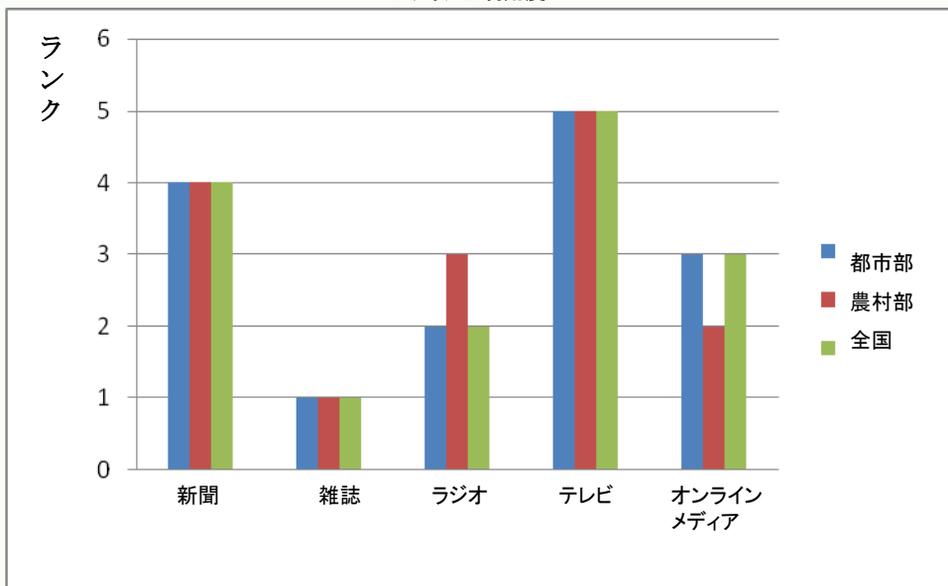
現地調査: 2013年2月、農村部と都市部の両方で計70名に対し現地調査を実施した。都市部ではダッカ市内の4カ所で35名(男18、女17)に、農村部では3カ所の地区で35名(男18、女17)にインタビューした。



メディアの利用度

主要メディアの中で利用時間が最も長いのはテレビで、都市部、農村部のいずれでも1位で、同様に2位は新聞であった。ラジオは都市部よりも農村部でよく聞かれている。

メディアの利用度



出所: 現地調査

上記グラフの数字の詳細を参考として下に示す。表中の割合(%)は、その順位を答えた回答者の割合である。順位を表は、その数字が書かれた回数 of の最も多いものをカウントして作成している。

利用度の高いメディアの順位

地域/順位	新聞		雑誌		ラジオ		テレビ		オンラインメディア	
	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%
都市部	2	34	5	46	4	35	1	60	3	40
農村部	2	50	5	50	3	46	1	59	4	22
全国	2	40	5	46	4	28	1	59	3	36

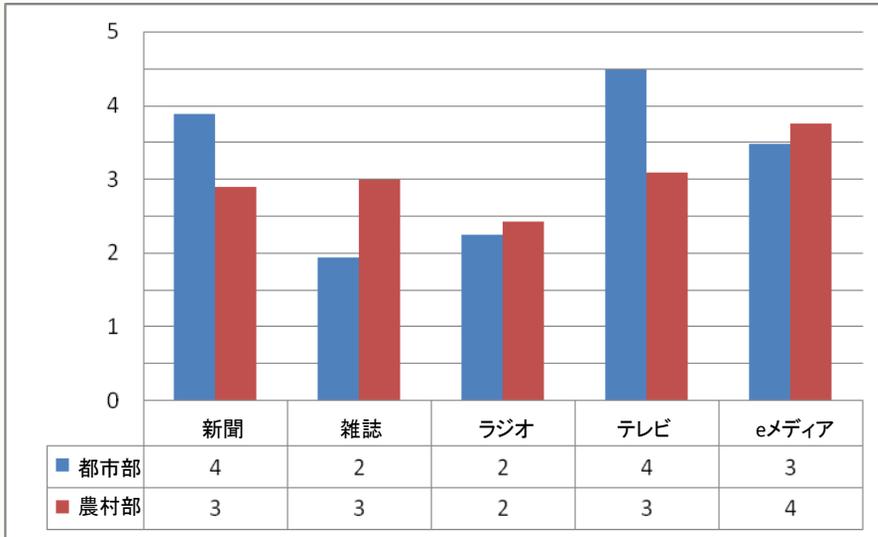
出所: 現地調査



■ 信頼性 ■

一般的に人々はメディアの情報を信用している。調査からは、都市部住民の多くが信用しているのは新聞やテレビであり、農村部は新聞、雑誌、テレビであることが分かった。以下のグラフは、1から5で評価した値の平均値を示している。

メディアに対する信頼度

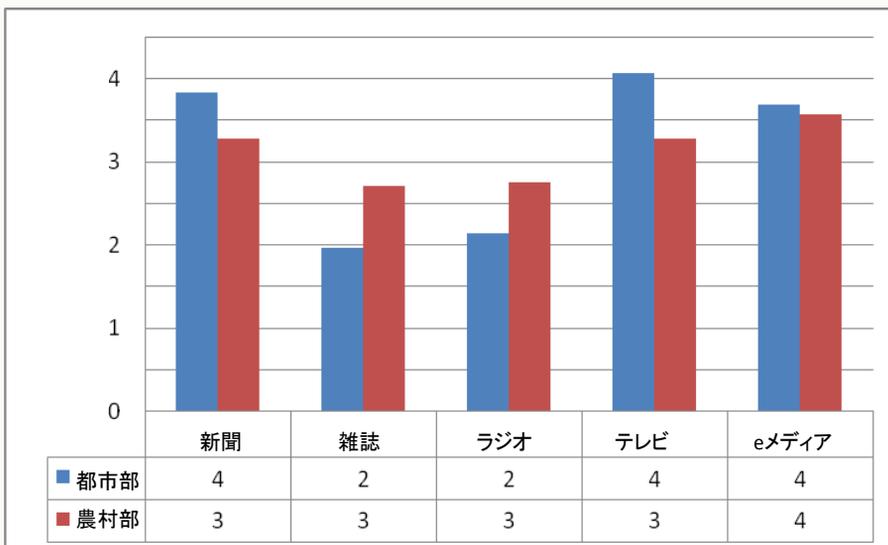


出所：現地調査

■ 影響力 ■

人々はメディアを信頼しており、メディアは人々の意思決定に大きな影響を与えている。次のグラフは、各メディアが意思決定に及ぼす影響の程度を示している。都市部住民の場合、テレビと新聞の影響が最も大きい。しかし、オンラインメディアを利用している人の場合は、都市部、農村部ともその影響を強く受けている。

意思決定におけるメディアの影響力



出所：現地調査結果



各種メディアのうち、平均評価が高いのは、テレビと新聞である。都市部の回答者の場合、新聞と雑誌であり、農村部の場合、テレビである。人々はテレビから最も影響を受け、より楽しんでいると思われることが分かる。

楽しさ評価(メディア種類別)

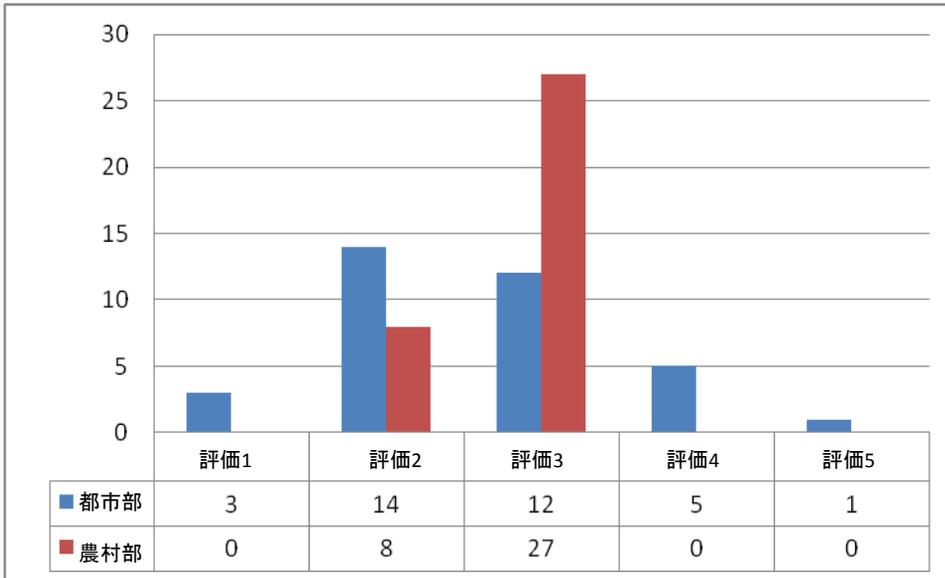
地域/メディア	新聞	雑誌	ラジオ	テレビ	オンラインメディア
都市部	4	4	3	3	2
農村部	4	2	3	5	3
全国	4	3	3	4	3

出所: 現地調査

■ 満足度 ■

都市部の回答者は評価を2とした者が最も多く、メディアに対する満足が高いとは言えない。一方、農村部は、普通の状況を意味する3と評価した者が最も多かった。農村部は、この問題に関する意識が高くないことを表わしていると思われる。

メディアに対する満足度



出所: 現地調査