

風評被害の抑制・防止に向けた地震災害情報の分析

長尾 光悦[†] 須藤 一弘[†] 大内 東[‡]

北海道情報大学[†] 北海道大学大学院情報科学研究科[‡]

1. はじめに

地震災害では、家屋倒壊などの直接的被害が発生するだけでなく、近隣観光地において風評被害が発生し、多大な経済的損害を受ける。にもかかわらず、副次的災害である風評被害は、直接的被害の影に隠れ、学際的に対策方法、抑止方法が検討されることが少なく、風評被害が発生した当該地域において試行錯誤的に対処するほかなかった。

本稿では、効果的な風評被害の抑制・防止を実現するため、地震災害発生時に発信されるメディア情報の分析を行い、風評被害への影響について考察を行う。

2. 風評被害

「風評被害」は、災害、事故などにおいて、それらから直接被害を受けていない、または、無関係の業種・業者が、生産物やサービスの質の低下の懸念によって、経済的損害を受けることである[1]。風評被害によって最も被害を受けやすく、被害規模が大きい分野は観光産業である。観光は娯楽であり生活に必須なものではないとの認識から、少しでも不安材料があれば影響を受ける。また、観光産業は多様な業種から成り立っている産業であるため、被害規模も大きくなる。特に、地震大国日本では、地震災害によって観光産業が風評被害を受けることが多い。

近隣観光地において風評被害が発生する主要な原因として、マスコミ報道が深く関係すると考えられる。すなわち、地震災害が発生した際、被災地の凄惨・深刻な状況が、TVやラジオ、新聞などの各メディアを通じて最も被害が甚大であった部分のみクローズアップされ、繰り返し四六時中報道される。これを大衆が見聞きする事により、その周辺地域、観光地も同じ状況になっているものと推測し、観光行動の抑制が生じる。

また、周辺観光地が被災していない安全な地域か否かの情報が各メディアにより広く知らさ

れないため、旅行代理店は旅行者の安全を図るために、その地域への送客を止めてしまうケースが多い。更に、公共交通機関ではその地域への旅行を自粛するような掲示や案内を流す場合もある。これにより旅行意欲が削がれる結果となり、観光行動が更に抑制され、結果として風評被害が発生、拡大していく。

このように、風評被害の発生、拡大にはメディアによる情報発信が深く関係していると考えられる[2][3]。

3. 分析対象

本研究では、効果的な風評被害対策の実現に向けた地震災害情報分析のための事例として、能登半島地震及び新潟県中越沖地震を取り上げる。以下に各地震の概要を示す。

●能登半島地震

能登半島地震は、2007年3月25日9時43分に石川県能登半島の沖で発生した、マグニチュード6.9の地震である。人的被害としては、石川県及び富山県を中心に死者1名、負傷者279名に上った。また、全壊家屋649棟、半壊（一部損壊）家屋26,614棟、道路崩壊、ライフラインの寸断が発生し、JRは全路線ストップした。この地震災害によって、和倉温泉、加賀温泉郷といった石川県内の観光地において宿泊キャンセル等の風評被害が発生した。

●新潟県中越沖地震

新潟県中越沖地震は、2007年7月16日10時13分に新潟県上中越沖を震源とするマグニチュード6.8の地震である。人的被害は新潟県を中心に死者15名、重軽傷者2,315名、非住家被害31,041棟と甚大な被害をもたらした。更に、ライフライン、交通などへの被害に加え、東京電力柏崎刈羽原子力発電所において火災が発生し、微量の放射性物質漏れが発生した。原子力発電所からの放射能漏れの懸念も重なり、新潟県内の多くの観光地において風評被害が発生した。

4. 地震災害情報の分析

本研究では、上記の二つの地震において新聞及びネットニュースにおいて地震災害に関係す

Analysis of Earthquake Disaster Information for Controlling and Preventing the Damage of Rumor

[†]Mitsuyoshi NAGAO and Kazuhiro Sutou, Hokkaido Information University

[‡]Azuma OHUCHI, Graduate School of Information Science and Technology, Hokkaido University

る記事情報の収集及び分析を行った。情報収集は、地震発生から2ヶ月間に渡り実施した。新聞においては全国紙4紙（朝日新聞、毎日新聞、読売新聞、日本経済新聞）、地方紙1紙（北海道新聞）の計5紙の朝刊を対象とし情報収集を行った。また、ネットニュースとしては、能登半島地震においては、CHUNICHI Web 及び YOMIURI Online の2紙から情報を収集し、新潟県中越沖地震では、YOMIURI Online, SANKEI Web, Niigata-Nippo On-Line の3紙において情報収集を行った。

これらメディアにおいて発信された地震に関する情報の量及び種類を分析した。各メディアに共通した情報量としては、記事数が上げられる。また、新聞においては、記事面積、ネットニュースにおいては、文字数を、情報量とみなすことが出来る。このため、新聞においては、記事数と記事の面積、ネットニュースにおいては、記事数と記事の文字数を分析した。また、表1に基づき、記事の分類を行い、各カテゴリにおける情報量を分析した。

分析の結果、新潟県中越沖地震の新聞報道においては、地震発生後からの新聞5紙の記事数の合計が、134, 106, 92, 82, 64と推移した。これら発生直後の記事は地震、被害、付帯（原発）に関する情報が主であった。これに対して、図1に示されるように、風評被害の抑制につながる情報は殆ど発信されなかった。図1は2つの地震において各メディアによって報道された風評被害に関する記事数である。図1では、能登半島地震における新聞5紙、ネットニュース2紙、新潟県中越沖地震における、新聞5紙、ネットニュース3紙の各メディアで発信された風評被害に関する記事数の合計が示されている。

この結果から、地震発生から数日間、被害や地震のみの偏った情報がメディアによって数多く発信され、風評被害の防止・抑止に繋がる情報は発信されないため、発信されなかった情報に関し、大衆が被害状況を拡大解釈し、風評被害が発生したものと推測される。

5. おわりに

本稿では、地震災害近隣観光地における効果的な風評被害の防止及び抑制の実現を目指し、地震災害発生時のメディア情報の分析を実施し、その結果を報告した。分析の結果、地震災害におけるメディア情報としては、情報の偏りが見られること、風評被害に関する情報が取り上げられることは非常に少ないことが明らかとなった。このような情報が発信される中での効果的

表1 メディア情報の分類

大分類	小分類
地震	断層、震源、規模、余震、全般
被害	建物、人、自然、ライフライン、交通、全般
付帯	原発、調査全般、情報提供、行政
支援	ボランティア、行政、医療、自衛隊、義捐金
避難	仮設住宅、避難所、避難勧告、全般
対策	行政、会議、経済
復興	経済、インフラ
経済	名物、観光、生活、全般
風評	
写真	

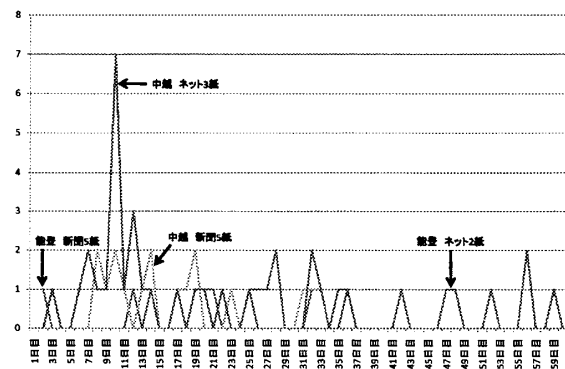


図1 風評被害に関する記事数

な風評被害対策の検討が今後の課題である。

謝 辞

本研究は科学研究費補助金「ネットニュースにおける話題分析アルゴリズムの開発と自然災害風評被害への適用」（課題番号 19500207）の助成を受けたものである。

参考文献

- [1] 関谷直也, “「風評被害の社会心理」－「風評被害」の実態とメカニズム－”, 日本災害情報学会学会誌「災害情報」, No.1 (2003)
- [2] 長尾光悦, 須藤一弘, 山下晃弘, 松村有祐, 大内 東, “観光地における風評被害対策に向けたメディア情報の分析”, 情報処理北海道シンポジウム2007 (2007)
- [3] 長尾光悦, 岸野裕, 大内東, “新潟県中越地震風評被害に対する越後湯沢の取り組み”, 観光情報学会誌, 第2巻, 第1号, pp.30-40 (2006)