

災害時の聴覚障がい者支援を見据えたコミュニティラジオの在り方 ～ソーシャルメディアの使用状況と展望～

Local Community FM Broadcasting to Support the Hearing Impaired during a Disaster
～ The Use of Social Media in the Present and Future～

長谷川 由美¹, 宮本 淳子²
Yumi HASEGAWA¹ and Junko MIYAMOTO²

¹ 近畿大学 生物理工学部 教養基礎教育部門

General Education Division, Faculty of Biology-Oriented Science and Technology, Kindai University

² 常葉大学 短期大学部 日本語日本文学科

Japanese Language and Literature Department, Tokoha University Junior College

The usefulness of the information by the local community FM broadcasting during disasters was reported by several papers. In this research, a questionnaire to 39 local community FM radio stations in 9 prefectures, where it is predicted more than 10 million people could die, asked about information sharing to the hearing impaired during disasters. Only one station answered that they were trying to share information visually by Facebook for the hearing impaired. According to the survey, 26 stations are using SNS regularly. It means if only they continue sharing the information via SNS when a natural disaster occurs, the hearing impaired could get one new available information resource.

Keywords : Disaster information, FM community radios, Hearingimpaired persons, Social Media

1. はじめに

筆頭筆者は、昨年、高等教育機関コンソーシアム和歌山ⁱによる大学等地域貢献促進事業・学生共同プロジェクト研究の指導教員として、近畿大学の学生と共に2016年に発生した熊本地震の被災地にある熊本県聴覚障害者情報センターを訪問した。その際、職員の方（健聴者）から「災害時、地域に密着したコミュニティラジオの情報に役に立った」との声があった。

ラジオは音声のみによる情報伝達のため、聴覚障がい者には無縁のものであるようにも思われるが、近年、多くのコミュニティラジオ局はTwitterなどのソーシャルメディア、つまり、文字による情報伝達を行っているⁱⁱ。その主な目的は、リスナーとの関係強化であると考えられる。しかし、震災時にもソーシャルメディアを通して発信される放送局からの文字情報を活用すれば、聴覚障がい者にとっても有益で信頼度の高い情報入手源の一つとなる可能性があるのではないだろうか。

そこで本調査では、平時におけるコミュニティラジオのソーシャルメディアの使用状況について調査するとともに、災害時の取り組み計画や聴覚障がい者に対する情報発信意識の有無を確認することで、災害時における聴覚障がい者への情報発信を見据えた放送局の方策について考察する。

2. 先行事例

コミュニティラジオとは、市区町村の一部の区域において、地域に密着した情報を提供するために、1992年1月に制度化されたFM放送局のことであるⁱⁱⁱ。その開設手続きによれば、地域の特色を活かした番組や防災・災害情報等を提供することにより、地域情報の発信拠点として、豊かで安全な街づくりに貢献できる放送局であると

される。また、阪神淡路大震災、東日本大震災において災害情報等がリアルタイムにきめ細かく提供されたことなどをきっかけに、災害時においてコミュニティラジオが大きな役割を担うことが期待されているとも明記されている^{iv}。

災害時にコミュニティラジオの情報が地域に大きく貢献したことについては、様々な研究で報告されている（平塚2000、金山2007、松本2009、紺野2010など）。未曾有の被害を出した東日本大震災時の宮城県で、被災者向けの情報提供に徹した「りんごラジオ」もコミュニティラジオである（大内2016）。2016年に発生した熊本地震では、コミュニティラジオの発信した情報が「命を守るための放送」から「命を繋ぐ生活情報」さらには、「前向きに生きていくための情報」へと時間の経過や地域の実情に応じてシフトし、被災者を支えていた実態が明らかとなっている（兼古2017）。

しかし、災害時におけるコミュニティラジオに関する研究では、被災者はラジオ（音声）を「聞ける」人であり、聴覚障がい者は暗黙のうちに除外されているようである。

ただ、松崎（2013）では、東日本大震災での被災聴覚障がい者について調査し、発生直後に家族や地域の人々から避難情報を提供されて救われた事例紹介の中で、近くにいた支援者が周囲の会話状況やラジオ^vの音声情報を手話通訳したため、安心して避難することができたというエピソードを紹介している。つまり、健常者を仲介役としてラジオ局の発信する情報は聴覚障がい者にも届いているのである。

一方、東日本大震災では、テレビやラジオに代表されるマス・メディアだけでなくFacebookやTwitterなどのソーシャルメディアが活用され大きな役割を果たした。これを契機に災害時におけるソーシャルメディアの活用についての研究も進められている。

柳田（2012）では、東日本大震災におけるソーシャル

メディア活用の問題点を踏まえた上で、災害時におけるソーシャルメディア活用のための対策として、「ソーシャルメディアの日常的な活用」と「適切なアカウントのフォロー」を挙げている。

これは、コミュニティラジオが日常的にソーシャルメディアを活用し、信頼度の高い適切なアカウントとしてリスナーがフォローすることにより、災害時の有効な情報発信ツールとして使用できる可能性を示唆している。

さらに、ソーシャルメディアにおいては文字や画像による情報発信が可能となるため、これまでラジオ局がリスナーの対象から除外していたと思われる聴覚障がい者に対しても情報発信が可能となる。

ただし、コミュニティラジオの通常時のソーシャルメディアの使用状況と災害時の使用可能性に関する研究は、菅見の限りでは見当たらない。

そこで本研究では次のような調査を行うこととした。

3. 調査目的

本調査の目的は、次の3点を明らかにすることである。

- ① 近い将来に発生すると考えられている南海トラフ地震発生時に甚大な被害が出ると予想されている地域にあるコミュニティラジオ局の通常時におけるソーシャルメディアの利用状況。
- ② 上記対象局の災害時におけるソーシャルメディアの活用計画の有無。
- ③ 災害時における聴覚障がい者（情報弱者）に対する配慮。

4. 調査方法と内容

本調査では、2015年に発表された「南海トラフ地震の被害想定」^{vi}で、死亡者数が1万人を超えると予想されている9県のコミュニティラジオ局^{vii}に対して、ソーシャルメディアを利用した通常時と災害時の情報発信、そして、災害時の聴覚障がい者への情報発信に関するアンケート調査を行った。

(1) 対象・方法・期間

対象となったコミュニティラジオ局は、静岡県（11局）、和歌山県（4局）、高知県（1局）、三重県（4局）、宮崎県（3局）、徳島県（1局）、愛知県（10局）、大分県（2局）、愛媛県（3局）の計39局である。

事前に対象局に電話によるアンケート依頼を行い、送付先および担当者氏名を確認したうえで、2018年4月上旬にアンケートを郵送した。回答返信期限は同年5末日である。

(2) アンケート内容

本調査に関連する主な質問事項は次の3つである。

- ・現在、通常時においてソーシャルメディアを利用し、情報発信を行っていますか。（「はい」の回答時は、使用しているソーシャルメディアの種類と発信頻度に関する追加質問）
- ・災害時においてソーシャルメディアを活用しますか。（「はい」の回答時は、ソーシャルメディアの種類、現場の制作担当者への周知とその方法、リスナーへの周知とその方法に関する追加質問）
- ・災害時の情報発信において、音声による情報収集が難しい聴覚障がい者に対する情報発信として、特に意識して取り組む情報提供の工夫を考えていますか。（「はい」

の回答時は、聴覚障がい者を特に意識した情報提供の工夫に関する追加質問）

5. 調査結果

対象とした39局のうち、26局からの回答があった（回収率67%）。内訳は、静岡県（8/11局 73%）、和歌山県（2/4局 50%）、高知県（0/1局 0%）、三重県（3/4局 75%）、宮崎県（2/3局 67%）、徳島県（1/1局 100%）、愛知県（7/10局 70%）、大分県（2/2局 100%）、愛媛県（1/3局 33%）である。

また、アンケートの主な項目である「通常時のソーシャルメディアを使った情報発信」「災害時のソーシャルメディアを使った情報発信」「災害時の聴覚障がい者への情報発信の工夫」の有無に関する回答は以下の通りであった（表1）。

表1 ソーシャルメディアの利用と聴覚障がい者への工夫の有無について

質問内容	はい	いいえ
現在、通常時においてソーシャルメディアを利用し、情報発信を行っていますか。	24局 (92%)	2局 (8%)
災害時においてソーシャルメディアを活用しますか。	15局 (58%)	11局 (42%)
災害時の聴覚障がい者への情報発信の工夫を考えていますか。	4局 (15%)	22局 (85%)

(1) 通常時のソーシャルメディアを利用した情報発信

通常時においてソーシャルメディアを利用し、情報発信を行っている局は24局で、全体の92%に達する。その中で1種類のソーシャルメディアを利用しているのは7局、2種類を利用しているのは11局、3種類を利用しているのは6局であり、多くの局が複数のソーシャルメディアを利用していることがわかった。

利用しているソーシャルメディアの種類で1番多いのはFacebookであり、20局が利用していた。Twitterが18局、Instagramが8局、LINEが2局、そして局専用聴取アプリを利用している局が1局あった（複数回答）。

各局がソーシャルメディアを利用して情報発信をしている頻度は、「毎日」が16局（62%）「週に1回」が1局（4%）「週に2～3回」が1局（4%）「週に4～5回」が2局（8%）「その他」が4局（15%）であり、「その他」と答えた局は、空欄に「ほぼ毎日」「最近開設したばかりで今後毎日発信予定」「使用頻度は低い」「イベントがある時だけ使用」と記入した局が1つずつあった。

(2) 災害時のソーシャルメディアを利用した情報発信

災害時にソーシャルメディアを情報発信に利用しようと考えている局は全体の58%に相当する15局であった。1種類のソーシャルメディアの使用を考えている局は4局、2種類のソーシャルメディアの使用を考えている局は9局、3種類のソーシャルメディアの使用を考えている局は1局であった。

また、災害時に使用するソーシャルメディアの種類順番としては、Facebookが最も多く13局、次にTwitterが11局、LINEが1局であった（複数回答）。

ここでは、アンケート回答担当者の個人的な意識による回答ではなく、局全体の方針となっているかを確認するため、放送現場の制作担当者らに、災害時のソーシャ

ルメディア使用について共有事項となっているかどうかという質問も行った。これに対しては10局が「はい（知らしている）」、4局が「いいえ（知らせていない）」、1局からは回答がなかったが、この局は次の災害時のソーシャルメディア活用の周知方法に関する質問に答えているため、実際には、「はい」11局（73%）「いいえ」4局（27%）であると解釈できる。

この質問に「はい」と回答をした11局中10局（91%）は「災害時訓練や通常会議などで口頭確認」することによってソーシャルメディア活用の周知を行っており、1局（9%）が「災害時マニュアルなどの明記」によって、ソーシャルメディア活用の周知を行っている。

さらに、普段から災害時のラジオの役割についてリスナーに意識して告知しているかどうかという質問に対して、「はい」が22局（85%）、「いいえ」が3局（12%）、回答なしが1局（4%）であった。

リスナーへの告知方法については、自由記述方式で回答を求めたところ「番組内で毎日コーナーを作りPRしている」「スポット放送として繰り返し放送している」「コマーシャル内で伝えている」など様々な回答が寄せられた。回答中の出現回数上位8語は以下の通りであり（表2）、「防災」「放送」「番組」「CM」「告知」「コーナー」などの語が上位にあがった。

表2 リスナーへの告知に関する回答における出現回数上位8語リスト

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
防災	27	告知	8
放送	15	コーナー	8
番組	12	啓発	6
CM	12	情報	6

(3) 災害時の聴覚障がい者に対する配慮

ラジオ放送のような音声による情報収集が困難である聴覚障がい者を特に意識した情報提供の工夫については、全体の15%にあたる4局が「はい（工夫をしている）」と答え、その内容を次のように記述している。

- ・スマートフォンアプリの活用
- ・ラジオで読んだ原稿・情報をFacebookで文字にして発信している。
- ・ソーシャルメディアの活用
- ・スマートフォン・タブレット端末用アプリにて各地の災害情報、ライブカメラ（道路・河川）に加え2018年3月より河川の水位情報等を提供開始。

また、「いいえ（工夫をしていない）」と回答した22局のうち2局が自由解答欄に、「今後は検討しないといけませんね」「災害時等、自動起動ラジオが立ち上がったとき、緊急時のみラジオに取り付けているランプが点灯。緊急の事態が発生したことしかわからない」との記述があった。

6. 考察

本調査の3つの目的を軸に考察を行う。

(1) 通常時のソーシャルメディアを利用した情報発信

通常時には各局、積極的にソーシャルメディアを使用

している実態が明らかとなった。複数のソーシャルメディアを利用している局が多いことから、何らかの目的別に使用している可能性も考えられる。FacebookとTwitterの使用がInstagramとLINEに比べ多い点については、それぞれのソーシャルメディアが誕生した時期によるものとも考えられるが、リスナーにそのソーシャルメディアが使用されていない場合、局としては情報発信の効果が小さくなるため、現状で使用者の多いソーシャルメディアが多く利用されている可能性もある。例えば、かつては各パーソナリティやアナウンサーのblogを局の公式サイトに載せていたが、現在ではFacebookやTwitterに置き換えて発信している局もあるのではないかと推測できる。つまり、今後も、利用者の増減によって、使用されるソーシャルメディアの変化が予想される。

また複数のソーシャルメディアを使用している局が多く、ソーシャルメディアの多様化に合わせ、局側も対応している状況が伺える。

情報発信の頻度については「毎日」という局が大部分である一方、「週に1回」「使用頻度は低い」「イベントがある時だけ使用」との局もあり、ソーシャルメディア使用に対する取り組みには格差があるようである。

(2) 災害時のソーシャルメディアを利用した情報発信

通常時にソーシャルメディアを利用しているものの、災害時には利用を考慮していない放送局が9局あった。ここには「ラジオ」というメディアへの局側のこだわりが伺える。ラジオ局にとってのソーシャルメディアは、あくまで通常時の、いわば余力のある時に行うものであり、災害時には事業の軸であるラジオ放送に注力すべきであるという意識があると推測する。

また、災害時には、各自治体などと連携し、ソーシャルメディアによる情報発信については、自治体や各機関から直接するよう分担計画がされている可能性もある。

しかし、通常時に築いたソーシャルメディアによるネットワークは、災害時にも活用できると考えられる。通常時から、ある種の「繋がり」や「絆」をラジオというメディアの力を用いて築き上げ、放送局という信頼できる情報主から災害時にソーシャルメディアを通じて情報を受信することができれば、放送局のソーシャルメディアの付加価値となるはずである。

また、ソーシャルメディアの利用を考慮しているが、全体の方針として共有されていない局もあり、災害時におけるソーシャルメディアの活用についての意識は、局内でも個人差があると考えられる。そのような局では、コミュニティラジオの役割を踏まえても、災害時の放送に対する準備や訓練はされているはずであるが、ソーシャルメディアについては、議論の対象となっていない可能性も指摘できる。

災害時に使用するソーシャルメディアの種類として通常時には8局が使用していたInstagramについて、選択した局が皆無になっている点にも注目したい。これには、これまでの大規模災害時においてInstagramの活用事例が少ないことが影響しているか、災害時にソーシャルメディアを絞って発信しようとした場合、利用者の人数比較により、その他のソーシャルメディアを選んだ結果からとも推測できる。いずれにせよ、災害時の情報発信手段として送り手側であるコミュニティラジオ側は通常時とは異なる何らかの意識を持っていることが分かる。

一方、普段から災害時のラジオの役割についてリスナーに意識して告知している局の回答からは、番組やCMといったラジオ放送での告知が主であることが分かった。

ソーシャルメディアを活用した災害時のラジオの役割やソーシャルメディアでの情報発信については意識して行われていないと考えられる。

(3) 災害時の聴覚障がい者に対する配慮

まだまだ少数ではあるが、災害時に聴覚障がい者にも情報を届けようとしている局があることが分かった。

特に「ラジオで読んだ原稿・情報をFacebookで文字にして発信している」という局の取り組みに関しては、聴覚障がい者が、その局のFacebookを閲覧できる環境でさえあれば、前述の松崎（2013）で紹介された事例における「仲介者」が不要となり、聴覚障がい者が自発的に情報にアクセスすることが可能となる。

また、「いいえ」と回答した中でも1局が、今後の導入への意欲を示していることにも注目したい。この回答者は、本アンケートに回答する中でソーシャルメディアであれば、聴覚障がい者への情報伝達が可能であると認識したか、以前からソーシャルメディアによる聴覚障がい者への情報提供を検討していたと考えられる。コミュニティラジオがラジオの電波以外にも情報の伝達手段を持つ状況になっており、情報の受信者が多様化していることへの「気づき」が重要となることを示唆している。

7. まとめ

アンケート調査の結果からは、ほとんどのコミュニティラジオが日常的にソーシャルメディアを使用しており、災害時にもソーシャルメディアを活用し、聴覚障がい者にも有効な情報発信を行える条件がある程度整っていることが分かった。

ただし、ソーシャルメディアによる情報発信が情報弱者である聴覚障がい者にも有効な手段と認識している局は限られているようであり、その点に関する意識改革については課題である。

また、局側がソーシャルメディアを活用して聴覚障がい者に対する情報提供を意識したとしても、聴覚障がい者側には、平常時からラジオによる情報入手が念頭にないため、コミュニティラジオとの接点や局の発信するソーシャルメディアへの接触機会が乏しいはずである。つまり、聴覚障がい者側の現状も調査したうえで、意識改革が促進されるアプローチを考える必要があると考える。

コミュニティラジオ局の取り組みを通じて、日常的に聴覚障がい者との接点を生み出すことは、健常者と障がい者という枠を超えた地域交流の一助となる可能性も含んでいる。

本調査では、既に災害時において、ソーシャルメディアによる文字情報発信を行っている局も存在していたことから、今後、そのような局の事例を調査・検証し、聴覚障がい者との関係づくりにも視野を広げつつ、その他の放送局でも採用できるシステム作りの構築の可能性を探ることを今後の課題としたい。

謝辞

調査にご協力いただいたコミュニティラジオ局の皆様へ心から感謝いたします。本研究は平成30年度近畿大学生物理工学部戦略的研究費より助成を受け、実施しました。記して謝意を表します。

補注

- ⁱ 高等教育機関コンソーシアム和歌山ホームページ
<http://www.consortium-wakayama.jp/>（2018年9月7日最終閲覧）
- ⁱⁱ 例えば、FM 桐生ではTwitter やFacebookなどのソーシャルメディアと組み合わせることで、局を核とした地域コミュニティが形成されたことが紹介されている。
https://www.nttad.co.jp/research_publication/publication/sakigoto/sakigoto_31.html（2018年9月7日最終閲覧）
- ⁱⁱⁱ 総務省ホームページ
<http://www.tele.soumu.go.jp/j/adm/system/bc/commu/#4000390>（2018年9月7日最終閲覧）
- ^{iv} 同上
- ^v 論文内ではラジオという表記のため、コミュニティ放送局であるかは不明。
- ^{vi} 朝日新聞デジタルホームページ
http://www.asahi.com/special/nankai_trough/#anchor5（2018年9月7日最終閲覧）
- ^{vii} 日本コミュニティ放送協会の加盟局を対象とした。
<https://www.jcba.jp/index.html>（2018年9月7日最終閲覧）

参考文献

- 1) 大内斎之（2016）「臨時災害放送局における災害報道の機能に関する考察—宮城・山元町臨時災害放送局を事例として—」、現代社会文化研究、No. 62、91
- 2) 金山智子（2007）『コミュニティ・メディア コミュニティラジオが地域をつなぐ』、慶應義塾大学出版会、95-124、
- 3) 兼古勝史（2017）「熊本地震におけるコミュニティラジオ局の対応—校歌のリクエスト放送の事例に見る音響共同体の位相—」、共栄大学教育学部研究紀要、(1)、61-72、
- 4) 紺野望（2010）『コミュニティラジオ進化論』、株式会社シヨパン、121-170
- 5) 平塚千尋（2000）『災害情報とメディア』、リベルタ出版、148-166
- 6) 松崎丈（2013）「東日本大震災で被災した聴覚障害者における問題状況—情報アクセスの視点から—」、宮城教育大学特別支援教育総合研究センター研究紀要、(8)、15-32
- 7) 松本恭幸（2009）『市民メディアの挑戦』、リベルタ出版、31-44
- 8) 柳田義継（2012）「災害時におけるソーシャルメディアの活用」、日本情報経営学会誌、32(2)、58-67