

# 東日本大震災における首都圏住民の震災時の情報行動

## Information Behavior in Tokyo Metropolitan Area after the Great East Japan Earthquake

関谷 直也 SEKIYA, Naoya      橋元 良明 HASHIMOTO, Yoshiaki  
中村 功 NAKAMURA, Isao      小笠原盛浩 OGASAHARA, Morihiro  
山本 太郎 YAMAMOTO, Taro      千葉 直子 CHIBA, Naoko  
関 良明 SEKI, Yoshiaki      高橋 克巳 TAKAHASHI, Katsumi

### 目次

0 調査の目的と方法	関谷 直也
1 地震発生後のメディア利用	
1.1 地震のニュースを最初に知ったメディア・手段	小笠原盛浩
1.2 地震発生当時の情報ニーズ	中村 功
1.3 地震発生当日に利用しようとした通信手段	中村 功
1.4 災害関連情報で役にたったメディア	橋元 良明
1.5 原発とメディア	関谷 直也
1.6 地震発生後のインターネット利用	N T T
1.7 地震後の通信に対する要望・意見	N T T
2 地震発生後のメディア利用—被災者関係者と関東の人々	
2.1 地震発生後のメディア利用	小笠原盛浩
2.2 地震発生後のメディアに対する不安と安心	小笠原盛浩
2.3 被災地に親・兄弟・親戚がいる人の情報行動	関谷 直也
3 安否情報と緊急地震速報	
3.1 首都圏における地震発生当日の安否確認	中村 功
3.2 被災地に親・兄弟・親戚がいる人の安否確認行動	関谷 直也
3.3 災害用伝言ダイヤル・伝言板の利用	N T T
3.4 安否情報の公開に対する態度	中村 功
3.5 携帯電話の緊急地震速報	N T T
4 原発・震災・復旧についての意識	
4.1 震災報道への意見	小笠原盛浩
4.2 被災地について知りたい情報	小笠原盛浩
4.3 地震後の不安、雑感	関谷 直也
4.4 原発事故をめぐる意見	関谷 直也

---

関谷 直也 東洋大学社会学部メディアコミュニケーション学科  
橋元 良明 東京大学大学院情報学環  
中村 功 東洋大学社会学部メディアコミュニケーション学科  
小笠原盛浩 関西大学社会学部  
山本 太郎 日本電信電話株式会社 NTT 情報流通プラットフォーム研究所  
千葉 直子 日本電信電話株式会社 NTT 情報流通プラットフォーム研究所  
関 良明 日本電信電話株式会社 NTT 情報流通プラットフォーム研究所  
高橋 克巳 日本電信電話株式会社 NTT 情報流通プラットフォーム研究所

本稿は、東京大学、東洋大学、関西大学、日本電信電話株式会社の4者による共同研究「ネットワーク利用における安心に関する研究」(平成23年10月から平成24年2月)の成果の一部である。

## 0. 調査の目的と方法

### 0.1 調査の目的

2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震を契機とする地震災害、津波災害、福島原子力発電所事故は、青森、岩手、宮城、福島、茨城、千葉を中心に大きな被害をもたらし、死者16131人、行方不明者3240人の大きな犠牲を生んだ。

比較的損害が軽微であった関東においても、東京で震度5強の揺れを観測し、約400万人強の帰宅困難者が発生し、その後の計画停電、放射性物質の飛散など人々は様々な不安を抱え込むことを余儀なくされた。

また、関東には東北地方出身者・関係者が多い。犠牲者の関係者、また長らく安否を確認できないまま不安な日々を過ごした人も少なくない。

東京大学大学院情報学環・東洋大学社会学部・関西大学社会学部とNTT情報流通プラットフォーム研究所による研究グループは、人々がインターネット利用に対して抱く「安心」と「不安」の意識について研究に取り組んできた。2011年度は、東北地方太平洋沖地震の発生に伴い、大災害時だからこそ強く印象づけられた不安と、それが解消されることにより浮き彫りになったと思われる安心について、整理と分析を行うため、インターネット利用を1つの軸として、複数の調査を実施した。調査として(1)関東在住者を対象としたウェブアンケート調査、(2)家族・親族等が被災地で津波の被害を受けた人を対象としたウェブアンケート調査、(3)ツイッター利用者を中心としたウェブアンケート調査、(4)仙台・盛岡在住者を対象とした訪問留置調査の4本を実施した。

本稿は(1)(2)の首都圏に在住する人々が抱えた不安、問題に焦点をあてた調査結果の分析である。

### 0.2 調査の方法

本調査の実施方法は以下のとおりである。

(1)調査地域：東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県在住者を対象としたウェブアンケート

① 関東在住者を対象としたアンケート調査（**関東全体調査**と略）

② 宮城・岩手・福島沿岸部に居住の、家族・親戚・兄弟などが津波の被害を受けた人を対象としたアンケート調査（**被災者親戚調査**と略）

(2)調査機関：(株)NTT データスミス マーケティングリサーチ事業部(現・ジーエフケー・カスタムリサーチ・ジャパン(株))

(3)調査期間：2011年9月16日～9月26日

(4)調査対象者：

① 15歳以上59歳以下の男女で、2011年3月11日の地震発生時に東京、神奈川、千

葉，埼玉にいた人 2000 人

- ② 15 歳以上 59 歳以下の男女で、宮城・岩手・福島沿岸部に居住の、家族・親戚・兄弟などが津波の被害を受けた人 200 人

(5) 抽出方法：性・年齢層別割当法

- ① 男女 10 セル毎、15 歳～19 歳男女各 120 人、20 歳～29 歳・30 歳～39 歳・40 歳～49 歳・50 歳～59 歳男女各 220 人に達するまで回収し、合計 2000 標本を収集。
- ② 男女 10 セル毎、15 歳～19 歳男女各 12 人、20 歳～29 歳・30 歳～39 歳・40 歳～49 歳・50 歳～59 歳男女各 22 人に達するまで回収し、合計 200 標本を収集。

### 0.3 調査対象者の概要

関東全体調査（2000 人）については、地震発生時に東京 23 区にいた人が 37.4 人、東京都下（23 区以外）にいた人が 11.4%、千葉県にいた人が 14.4%、埼玉県にいた人が 14.7%、神奈川県にいた人が 22.2%である。またその場所としては「自宅」37.7%、「会社・学校」40.0%、「自宅・会社・学校以外の建物の中」11.9%、「建物の外」5.2%、「電車・車などに乗っていた」3.2%、「その他」2.1%であった。

被災者親戚調査（200 人）については、「自宅」38.5%、「会社・学校」35.0%、「自宅・会社・学校以外の建物の中」13.5%、「建物の外」5.5%、「電車・車などに乗っていた」3.0%、「その他」4.5%であった。

なお、被災者親戚調査において、親・兄弟・親戚の被災状況は表 0.1 の通りである。親・兄弟の家が被災したという人が 41.0%、親戚の家が被災したという人が 83.0%、親・兄弟、親戚、友人・知人のいずれかが亡くなった人が 37.0%である。

表 0.1 被災者親戚調査（N=200）の親・兄弟・親戚、友人の被災状況

親・兄弟の家の被災		親戚の家の被災	
1. 親・兄弟の家が、津波によって全壊した。 12.5%		1. 津波によって全壊した、親戚の家がある。 34.5%	
2. 親・兄弟の家が、津波によって半壊した。 4.5%		2. 津波によって半壊した、親戚の家がある。 19.0%	
3. 親・兄弟の家が、津波によって一部損壊した。 6.5%		3. 津波によって一部損壊した、親戚の家がある。 16.0%	
4. 親・兄弟の家が、地震によって全壊した。 3.0%		4. 地震によって全壊した、親戚の家がある。 5.5%	
5. 親・兄弟の家が、地震によって半壊した。 5.5%		5. 地震によって半壊した、親戚の家がある。 8.0%	
6. 親・兄弟の家が、地震によって一部損壊した。 20.0%		6. 地震によって一部損壊した、親戚の家がある。 34.0%	
7. あてはまるものはない 59.5%		7. あてはまるものはない 17.0%	
死亡・安否不明			
1. 親・兄弟がなくなった 3.0%	2. 親戚がなくなった 20.5%	3. 友人・知人がなくなった 14.5%	
4. まだ安否の確認が取れていない親・兄弟がいる 2.5%	5. まだ安否の確認が取れていない親戚がいる 8.5%	6. まだ安否の確認が取れていない友人・知人がいる 9.0%	
7. あてはまるものはない 63.0%			

## 1. 地震発生後のメディア利用

### 1.1 地震のニュースを最初に知ったメディア・手段

地震のニュースを最初に知ったメディアはテレビが最も多く（53.4%）、ニュースサイト（PC・携帯電話計で16.1%）、携帯電話のワンセグ放送（11.3%）と続いており、マスメディアが主要な情報チャンネルになっていた。パーソナルな情報チャンネルでは家族・友人・知人から口伝で（6.7%）、メールや電話（2.2%）が多く、ブログ・掲示板・SNS（PC・携帯電話計で0.9%）、ツイッター（同0.7%）などのいわゆるソーシャルメディアの比率は低かった（図1.1.1）。

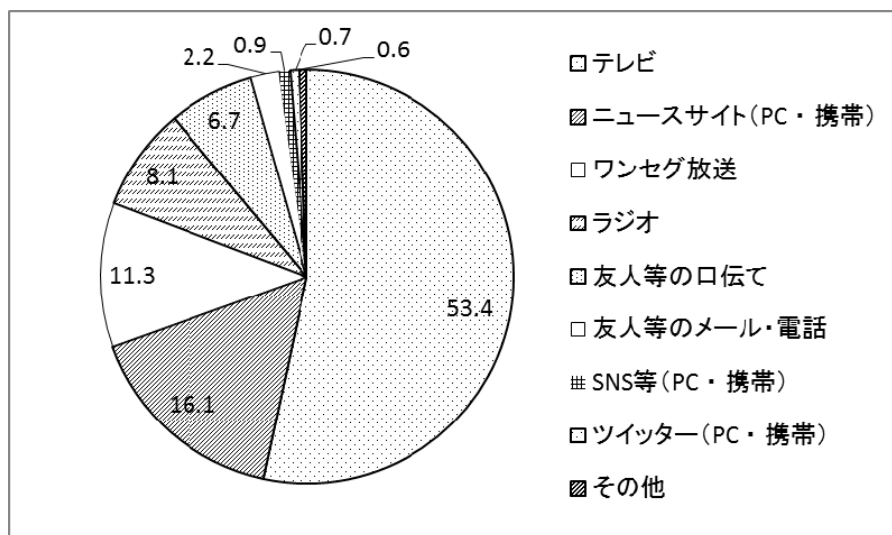


図 1.1.1 地震のニュースを最初に知ったメディア (SA 単位：%)

地震を最初に知ったメディアに「テレビ」を選択した比率を性別・年齢層別でクロス集計したところ、女性の方が男性より統計的に有意に高く ( $\chi^2(1)=17.00$ ,  $p<0.001$ )、年齢層別では 30 代が有意に低くなっていた ( $\chi^2(4)=9.46$ ,  $p<0.1$  30 代の調整残差=-2.3,  $p<0.05$ )。地震発生時刻が午後 2 時 46 分であったことから、男性や 30 代の人々は職場で働いておりテレビに接触する機会が少なかったためと考えられる (表 1.1.1)。

表 1.1.1 地震を最初に知ったメディアが「テレビ」の比率 (単位：%)

全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代
53.4	48.8	58.0	58.3	53.2	48.6	51.8	57.3

## 1.2 地震発生当時の情報ニーズ

地震当日どのようなことを知りたかったのか、関東全体調査でたずねた。もっとも多くの人を知りたかったのは、73.2%の人が挙げた「家族や知人の安否」であった。これは東北の被災地内で行われた各種調査でも同様で、安否情報のニーズが高いことがわかる。次いで多いのが「地震・津波の規模や発生場所」(57.6%)でさらに「余震や津波の今後の見通し」が40.2%で続いている。ここで注目されるのが「道路・鉄道の開通/運行状況」(40.0%)である。これは、地震が平日の昼間に発生し、関東では帰宅困難者が多く発生したことを背景にしている。近年の災害は、朝晩や休日に発生したり、地方で発生していたために、このようなニーズはこれまで比較的少なかったのと対照的である。

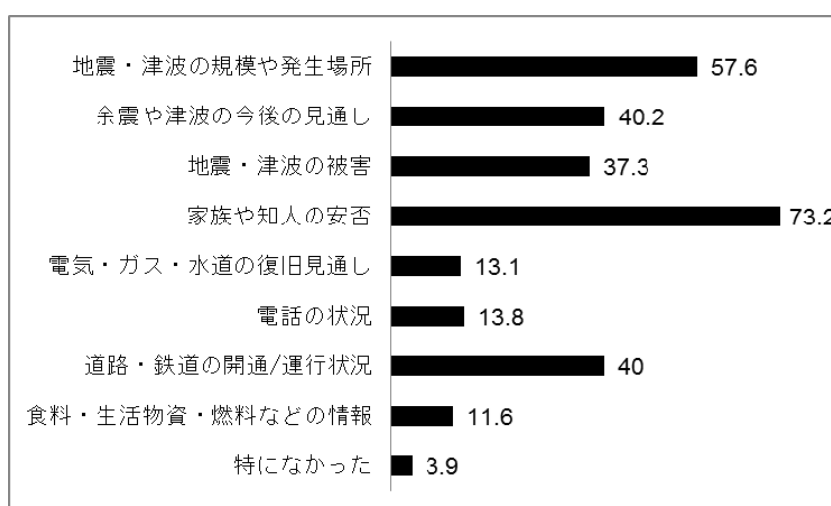


図 1.2.1 地震当日に知りたかった情報(関東全体調査)

## 1.3 地震発生当日に利用しようとした通信手段

地震当日に利用しようとした通信メディアとその疎通具合をたずねた(図 1.3.1)。最も多くの人利用しようとしたのは、携帯電話の音声と携帯メールで、ともに8割近くの人利用しようとしていた。ついで多いのが固定電話で5割近くの人使おうとしていた。いずれも普段使っているメインの通信メディアであり、災害時に最も知りたい安否の確認に適した、即時的なメディアである。その一方でパソコンメールは25.7%、パソコンのウェブは34.6%と、比較的利用しようとした人が少なかった。

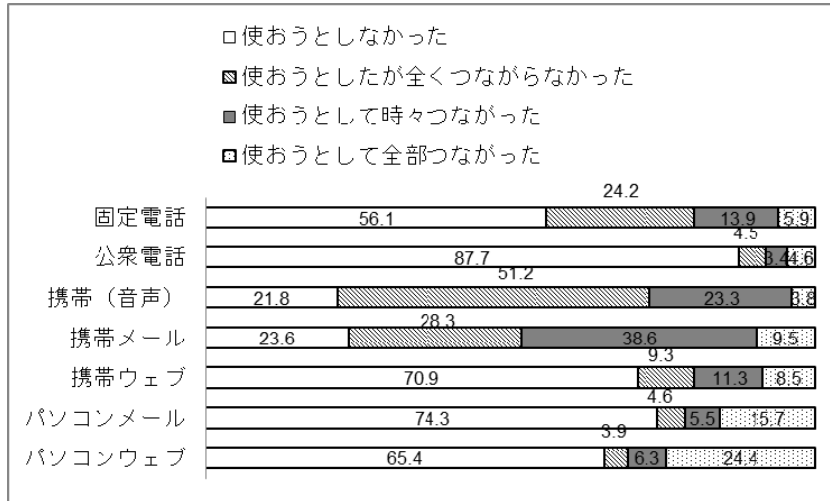


図 1.3.1 地震当日の通信手段の疎通度（関東全体調査）

次に利用しようとした人だけを取り出して、その疎通具合を調べた（図 1.3.2）。「全くつながらなかった」という人に注目してみると、最もつながりにくかったのは、65.4%の人が「全くつながらなかった」とした携帯電話の音声で、55.1%があげた固定電話が続いた。これは利用者が殺到して輻輳を起こしたためである。それに対して、携帯メール、携帯ウェブ、公衆電話などはそのような人が3割強と比較的につながりやすかった。また利用しようとした人が少なかったパソコンメールやパソコンウェブはそれぞれ22.1%、11.3%しか「全くつながらなかった」と答えておらず、きわめてつながりやすかったといえる。

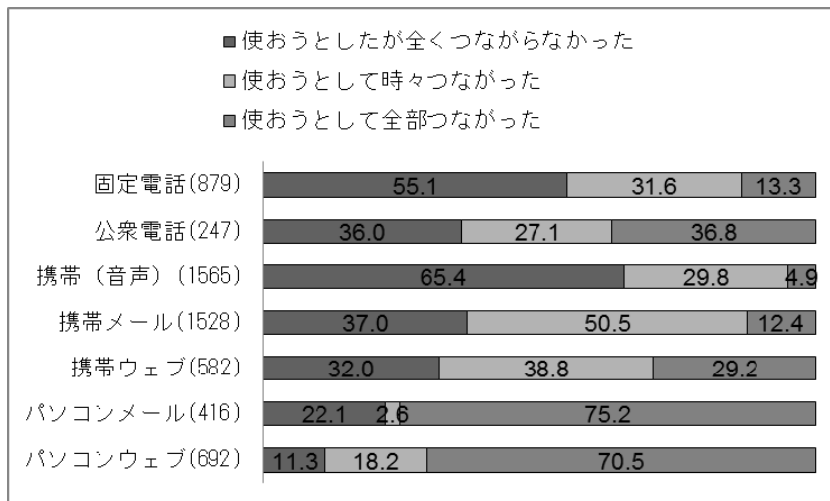


図 1.3.2 利用しようとした人の疎通度（関東全体調査）

これは、関東ではほとんど停電しなかったのがパソコンおよびインターネット接続装置が機能したこと、そしてインターネットがあまり輻輳しなかったことなどによっている。今回、ツイッターやフェイスブックなどの SNS が注目されたが、この回答を見る限り関東では確かにインターネットは疎通しやすく、有効であったといえる。しかし、これは大規模停電がなかった関東での話で、被災の中心地では、長期間停電していたので、パソコンインターネットもつながりにくくなったことに注意しなければならない。

#### 1.4 災害関連で役にたったメディア

表 1.4.1 震災後 1 週間で欲しい情報が得られたか(%、N=2000)

	十分得られた	やや得られた	あまり得られなかった	まったく得られなかった	その情報はなかった
1. テレビ	31.7	54.6	8.9	2.7	2.2
2. 携帯電話(スマホ含む)のワンセグ放送	5.0	18.5	8.8	2.7	65.1
3. ラジオ	7.1	22.2	7.2	1.4	62.2
4. 新聞	14.4	40.3	8.6	2.0	34.8
5. 家族・友人・知人からのメールや電話	10.7	40.8	16.2	2.5	29.9
6. ニュースサイト(Yahoo!ニュースなど)	16.4	55.4	9.1	1.5	17.8
7. 政府・自治体のホームページ	3.2	23.0	13.6	4.6	55.7
8. 個人のホームページ・ブログ	2.0	10.7	8.9	2.8	75.8
9. 政府・自治体のツイッター	0.8	4.6	4.5	2.3	88.0
10. マスメディアのツイッター	0.7	3.6	4.1	2.3	89.5
11. 専門家のツイッター	0.7	4.4	3.9	2.0	89.2
12. ミクシィ	2.3	8.0	5.9	2.4	81.4
13. フェイスブック	0.6	3.5	3.9	2.0	90.2
14. 電子掲示板	2.2	7.3	4.5	2.0	84.1
15. ネットで再配信されたテレビのニュース	3.7	18.2	6.0	1.6	70.7

関東ウェブ調査の「地震発生から 1 週間の間、あなたは以下の情報源で災害関連の惜しい情報を得られましたか」という質問に対する回答比率の分布をみたのが表 1.4.1 である。この表から、「十分に得られた」と「やや得られた」の数値を合計し、その数値によって降順に情報源を並び替えたのが図 1.4.1 である。情報源によっては、利用されなかったものもあるため、利用した人を母数とした「欲しい情報が得られた比率」も灰色の横帯棒グラフで示した。

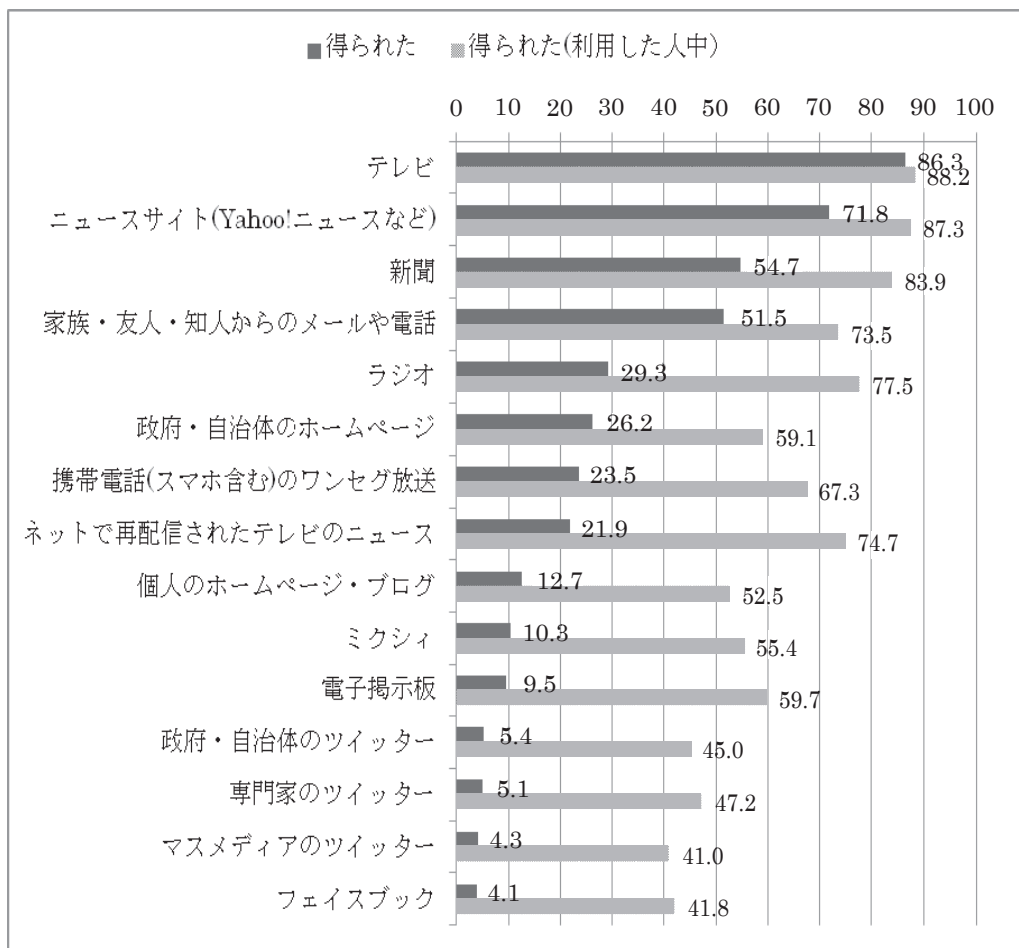


図 1.4.1 「欲しい情報が得られた」比率、利用した人中の「得られた」比率(%、n=2000)

図によって結果を見れば、欲しい情報が得られた情報源の**第1位は「テレビ」(86.3%)**、**第2位は「ニュースサイト」(71.8%)**、**第3位が「新聞」(54.7%)**、第4位が「家族・友人・知人からのメールや電話」(51.5%)、第5位が「ラジオ」(29.3%)であった。

これを利用した人だけを母数とした比率で見れば、第3位までは同じであるが、**第4位が「ラジオ」(77.5%)**、**第5位が「ネットで再送信されたテレビのニュース」(74.7%)**になる。

停電した地域が少なかった関東圏対象の調査では、ウェブ調査結果であっても**やはり情報入手手段としてのテレビの地位は非常に重要**であることが示されている。一方で「**ニュースサイト**」も**テレビに肉薄**している様子が見て取れる。

利用者ベースで見れば、「mixi」が55.4%、様々なツイッターもすべて40%を超えており、ネットのソーシャルメディアも情報の入手源としてはある程度利用価値が高いものであったことが示されている。



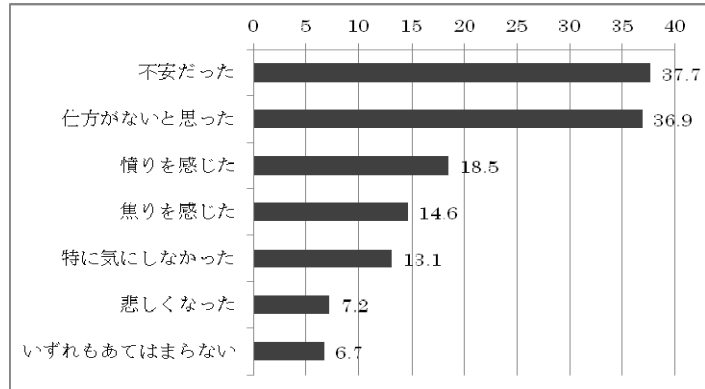


図 1.4.2 欲しい情報が得られなかった場合の気持ち (%、n=922)

調査では、いずれかの情報源について、欲しい情報が「あまり得られなかった」あるいは「まったく得られなかった」人(n=922)に対して、その場合の気持ちを尋ねた。その回答比率を示したのが図 1.4.2 である。図に示されるとおり「不安」が 37.7%で最も多かったが、ほぼ同じ比率で「仕方がないと思った」が並んでいる。憤り(18.5%)や焦り(14.6%)はさほど高い比率ではなかった。

表 1.4.2 情報が得られず、憤りを感じた人の比率  
(%、母数は「憤りを感じた人」922人)

政府・自治体のホームページ	9.9
テレビ	7.5
家族・友人・知人からのメールや電話	7.2
個人のホームページ・ブログ	5.7
携帯電話(スマホ含む)のワンセグ放送	5.5
ニュースサイト(Yahoo!ニュースなど)	5.4
新聞	5.3
ネットで再配信されたテレビのニュース	4.0
ラジオ	3.7
政府・自治体のツイッター	3.6
ミクシィ	3.5
専門家のツイッター	2.9
電子掲示板	2.8
フェイスブック	2.2
マスメディアのツイッター	0.0

ちなみに、憤りを感じた人が、どの情報源に対して「情報が得られなかった」と答えたか、各情報源ごとの比率を降順に見たのが表 1.4.2 である(この数値の母数は、憤りを感じ

じた人の総数 922 人)。

各情報源ごとの利用者数も、「情報が得られなかった」と答えた人の人数も異なるので単純に比較できないが、「憤り」を感じた人が最も多かったのが「政府・自治体のホームページ」(9.9%)で、「家族・友人・知人からのメールや電話」が 7.2%でこれに次いでいる。

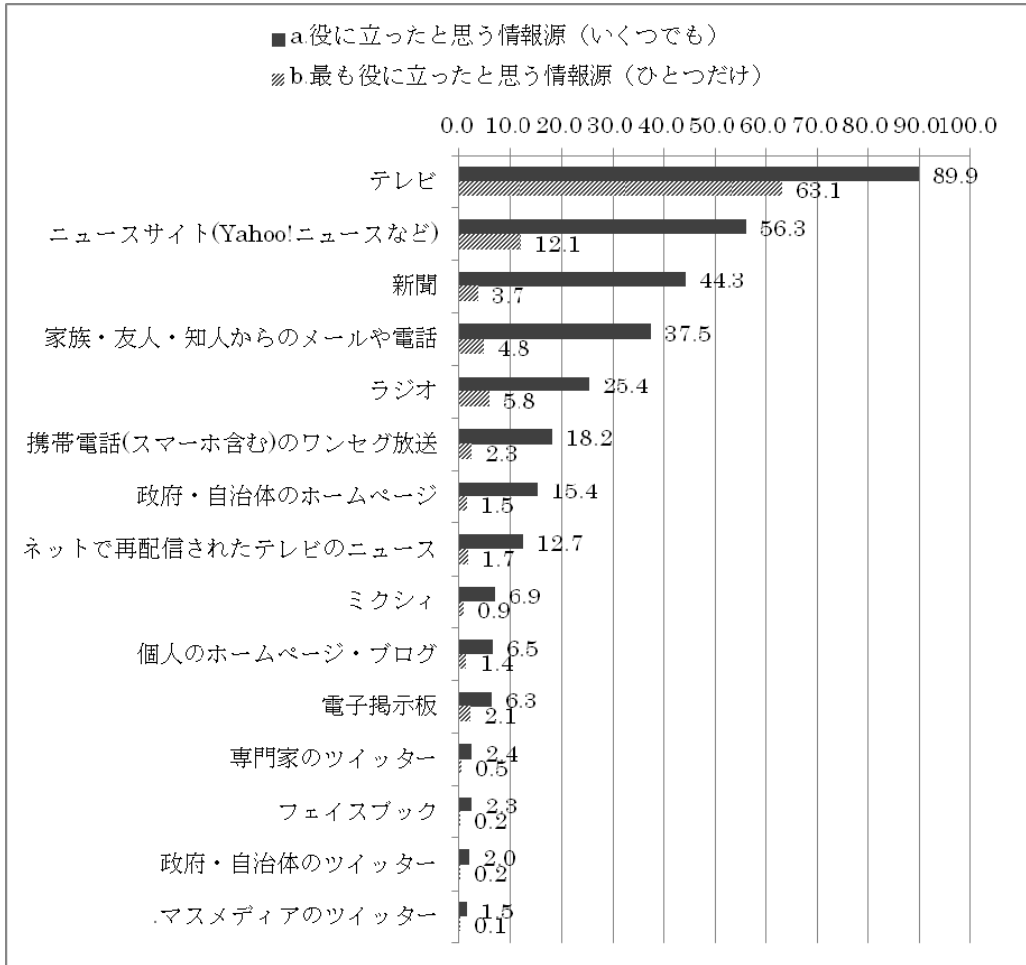


図 1.4.3 役に立った情報源(濃色)、最も役に立った情報源(淡色) (%、n=2000)

次に図 1.4.3 には、災害関連の情報を入手した際に、役に立った情報源 (複数回答。単位：%、濃色棒グラフ) と 最も役に立った情報源 (単一回答。淡色棒グラフ) の選択比率を示した (複数回答比率による降順)。

まず、複数回答の比率を見れば、第 1 位が「テレビ」の 89.9%、第 2 位が「ニュースサイトの 56.3%、以下、第 3 位「新聞」(44.3%)、第 4 位「家族・友人・知人からのメール

ルや電話」(37.5%)、第5位「ラジオ」(25.4%)と続く。この順位は「欲しい情報が得られた」と回答した人の比率の順とまったく同じである(図1.4.1参照)。

うち、最も役に立った情報源(単一回答)では、第1位が他を大きく引き離して「テレビ」(63.1%)であり、第2位「ニュースサイト」(12.1%)まで複数回答と同じ順位である。第3位が「ラジオ」(5.8%)、第4位が「家族・友人・知人からのメールや電話」(4.8%)、第5位が「新聞」(3.7%)であった。

「ミクシィ」や各種ツイッターなどのソーシャル・メディアは、利用者自体が少ないせいもあり、いずれも回答比率が低かった。

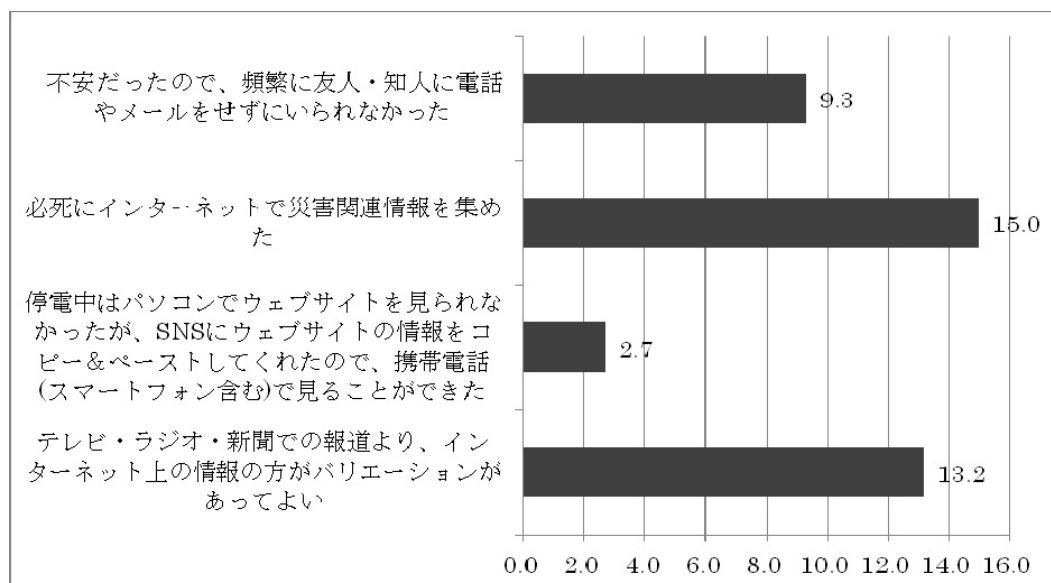


図 1.4.4 震災後の情報収集に関する個別質問

関東ウェブ調査の間42から、震災後の情報収集、ことにインターネット関連の個別質問に対する回答結果(「あてはまる」と答えた人の比率)を示したのが図1.4.4である。

比較対照するものがないため、この数値の高低を論ずることはできないが、調査対象者全員がインターネット利用者であるにもかかわらず、「不安でメールをせずにいられなかった」9.3%、「必死でネットで情報を集めた」15.0%、「マスメディアよりネットの方がバリエーションがある」13.2%という数値は、予想外に低いものであった。

## 1.5 原発とメディア

今回の震災後、原発に関する情報は、どのようなメディアによって取得され、どのように受容されたのであろうか。

まず、一般的に原子力発電所や放射能に関する情報を理解できたかどうかについては、

「十分に理解できた」「やや理解できた」という人が合計で 61.0%、「あまり理解できなかった」「まったく理解できなかった」という人が合計で 39.0%であり必ずしも、十分にこの情報が理解されたとはいえないようである（図 1.5.1）。

「あまり理解できなかった」「まったく理解できなかった」と答えた人にその状況をどう思ったかを聞いたところ、「不安だった」という人が 55.7%であり、「憤りを感じた」という人が 37.1%、「焦りを感じた」という人が 19.8%であった（図 1.5.2）。

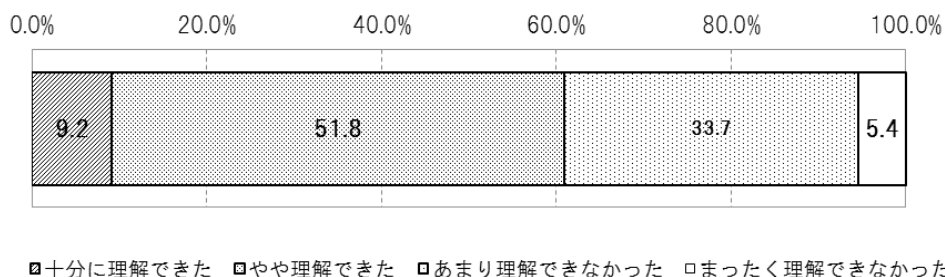


図 1.5.1 一般的に原子力発電所や放射能に関する情報を理解できたかどうか

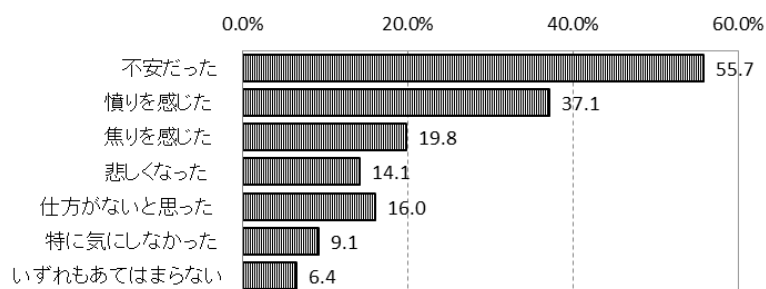


図 1.5.2 原子力発電所や放射能に関する情報を理解できなかった状況をどう思うか (N=781)

この原子力発電所や放射能に関する情報について、情報源別にみると、原子力発電所事故の情報に関しては理解度と信用度、また災害関連の欲しい情報が得られたかどうかという情報取得度がきわめて強い相関関係にあった。順位相関で、これらは強く相関しているという結果がでた（表 1.5.1）。つまり、利用されたメディアは、よく理解することができたメディアであり、また信用されたメディアであったのである。

表 1.5.1 原子力発電所事故の情報に関する理解度と信用度、  
災害関連の情報の取得度に関する順位相関関係

	Spearmanの 順位相関係数 ( $\rho$ )
理解度－信用度	1.000
信用度－取得度	0.986
理解度－取得度	0.986

情報源別でみると「テレビ」、「ニュースサイト」、「新聞」の順で利用されていた。続くのが「家族・友人・知人のメールや電話」であり、その次としてあげられるのが「政府や自治体のホームページ」「ラジオ」「携帯電話のワンセグ放送」「インターネットで再送信されたテレビニュース」であった。「家族・友人・知人のメールや電話」の方が公的な情報よりも使われ、理解され、信用されていたのである(図 1.5.3、図 1.5.4、図 1.5.5)。

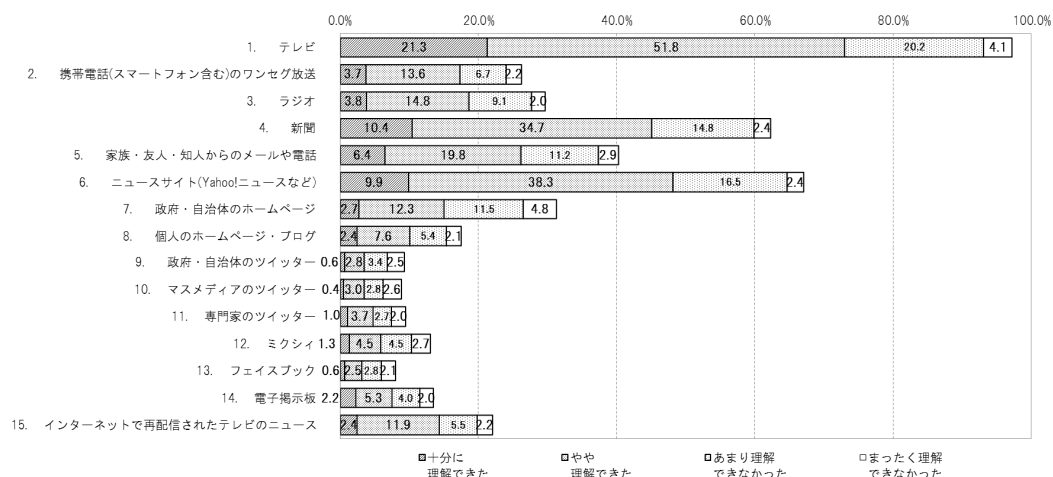


図 1.5.3 原子力発電所や放射能に関する情報を理解できたか(メディア別)

また、これに続くのが「個人のホームページ・ブログ」「ツイッター」「ミクシィ」「フェイスブック」「電子掲示板」である。インターネットユーザーに限定した調査であったが、これらを原子力発電所事故の情報として利用した人は1割程度であり多くなかった。これらのツールは、震災後に有効であったと様々なところで言われているが、実際の利用した人数は多くはないという結果が出た。ツイッターについても、マスメディアのツイッター、政府・自治体のツイッター、専門家のツイッターどれも同様に利用率は低かった。

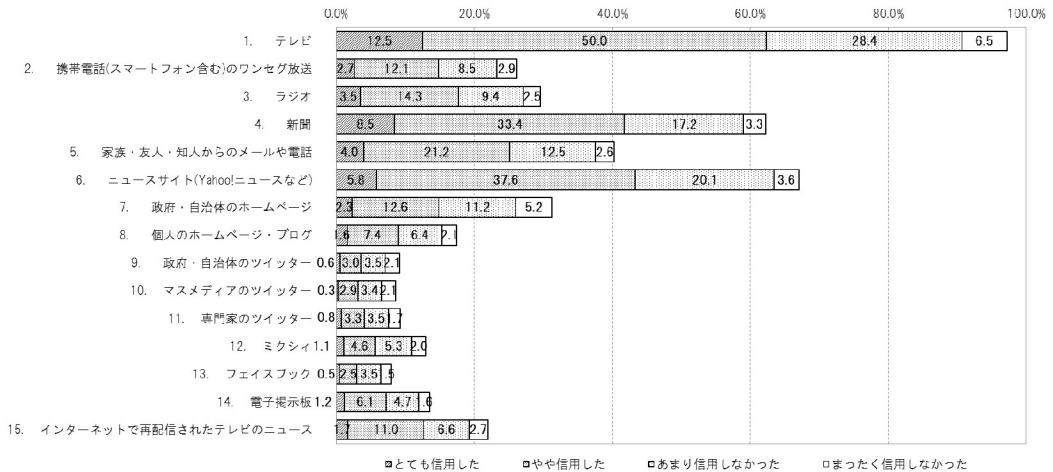


図 1.5.4 原子力発電所や放射能に関する情報について信用したか（メディア別）

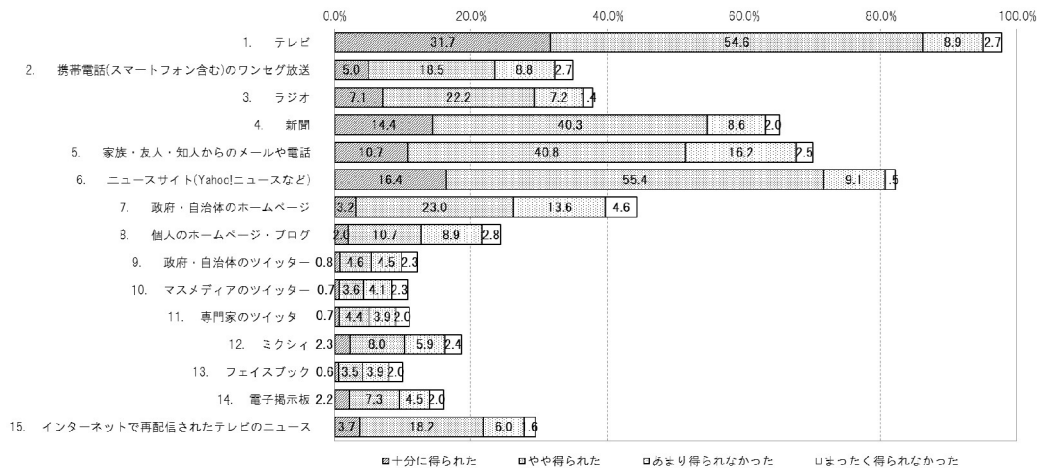


図 1.5.5 災害関連のほしい情報を十分に得られたか（メディア別）

では、上記のメディアにおいて、いずれかに「とても信用した」「やや信用した」と回答した人にその理由を問うた。「なんとなく信用した」という人が最も多く 27.2%、「他の情報源でも同じことを言っていたので」という人が次に多く 23.4%で、消極的な理由で信用されていた。次に続くのが、「情報の内容を自分で確かそうだと判断したので」という項目が 19.2%で続く（図 1.5.6）。

また、同様に「あまり信用しなかった」「まったく信用しなかった」という人に理由を聞いたところ「情報の隠ぺいがおこりそうな状況だったので」という人が 38.0%、「過去の経験から誤報・情報操作・情報隠匿があるかと思ったので」という人が 31.3%、「過去に誤報・情報操作・情報隠匿があるかと思ったので」という人が 20.4%と、多くの人

が情報操作、情報隠匿などを理由に挙げていた。また「重要な情報なので、信用できなかったの」という懐疑的な意識を理由としてあげた人が 22.6%であった（図 1.5.7）。

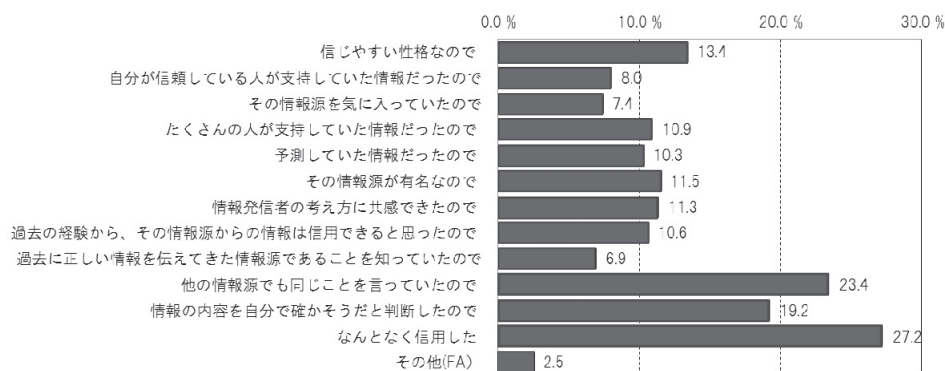


図 1.5.6 原子力発電に関する情報をどのような理由で信用しましたか (N=1561)

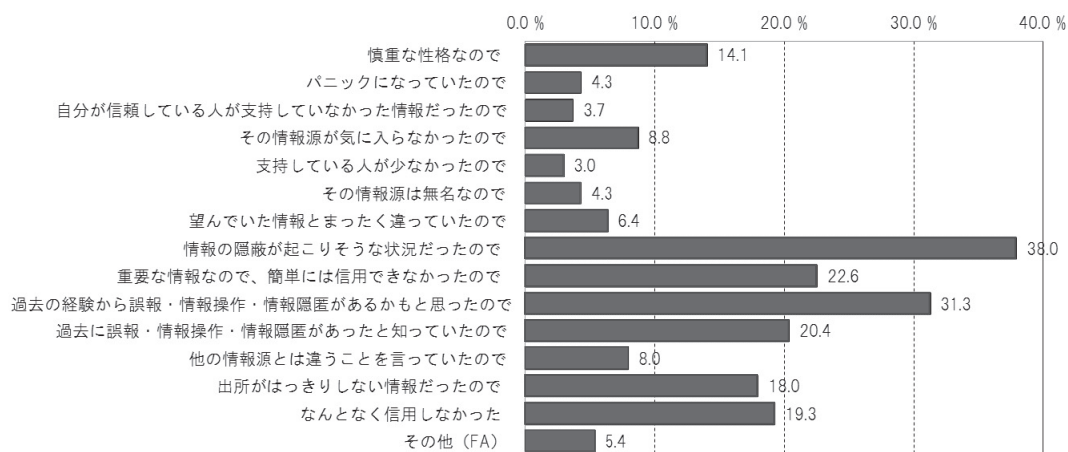


図 1.5.7 原子力発電に関する情報をどのような理由で信用しませんでしたか (N=1035)

## 1.6 地震発生後のインターネット利用

### 1.6.1 地震発生後の主なインターネット利用内容

地震発生から 1 週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったことについて、単独回答設問として訊ねた結果を表 1.6.1 に示す。なお、インターネットの定義として、「パソコンや携帯電話でのメール利用や情報閲覧などのこと」という説明を行った。

図 1.6.1 の通り、コミュニケーションや娯楽に比べて、情報収集を主に行った者が圧倒的に多い(86.9%)。また、情報収集は年齢層が上であるほど多く、コミュニケーションは 10 代が最も多かった。性別による有意差は見られなかった。

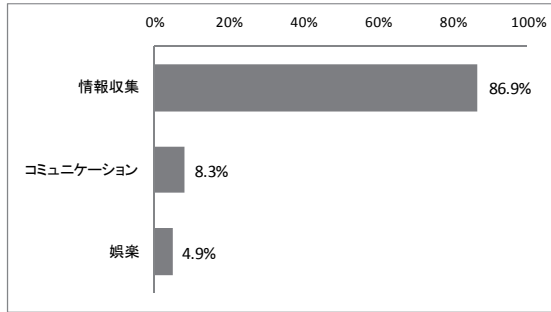


図 1.6.1 地震発生後の主なインターネット利用内容 (N=2000)

## 1.6.2 インターネット上の情報収集における不安と安心

### (1) 地震発生後の主なネット情報収集手段

1.6.1 節の「地震発生から 1 週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったこと」として「情報収集」を選択した者(N=1737)に対し、地震発生から 1 週間の間、災害関連の情報収集のために新たに利用するようになった、もしくは、以前から利用していたがふだんよりも多く利用したインターネットサービスについて、複数回答可として訊ねた結果を図 1.6.2 に示す。最も多かったのがネットニュースサイト(39.0%)であった。以降、電力会社のホームページ(27.9%)、天気情報サイト(26.4%)、渋滞・運休など交通情報提供サイト(24.8%)が続き、オフィシャルまたはニュースソースがはっきりしていると思われる情報サイトの参照が多く、ソーシャルメディア系サービスの利用は全体としては少なかった。また、インターネット上の安否情報登録／提供サービスも 2 割弱の者が利用していた。

### (2) 地震発生後のネット情報収集時の不安

1.6.1 節の「地震発生から 1 週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったこと」として「情報収集」を選択した者(N=1737)に対し、地震発生から 1 週間の間、災害関連の情報収集のためにインターネットサービスを利用した際に感じた不安について、複数回答可として訊ねた結果を図 1.6.3 に示す。特に不安にならなかった者が 24.8%であることから、インターネットを利用した情報収集中に何らかの不安を感じた者が 75.2%も存在していた。不安の理由としては、「気が滅入るニュースばかりだったので」が 1 位(31.7%)、「重大なトラブルが分かって」が 2 位(29.0%)、「いつどのようなニュースが入ってくるかわからなかったのが」が 3 位(23.8%)であった。関東では客観的にニュースを見ていたことが窺われる。



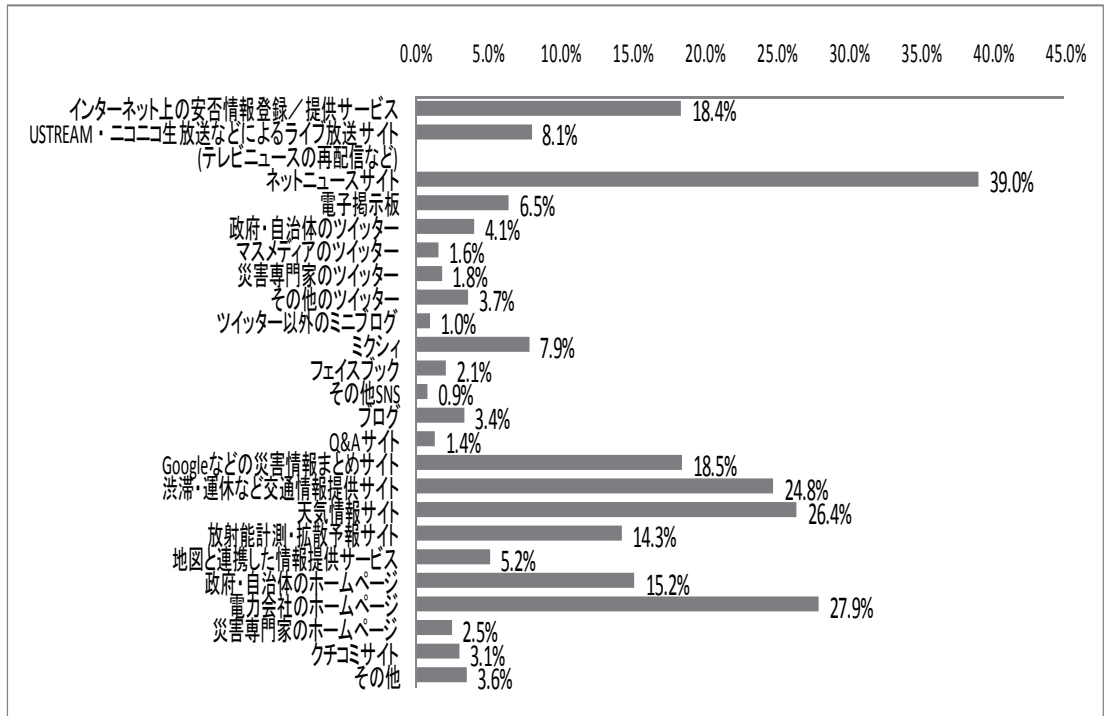


図 1.6.2 地震発生後の主なネット情報収集手段 (N=1737)

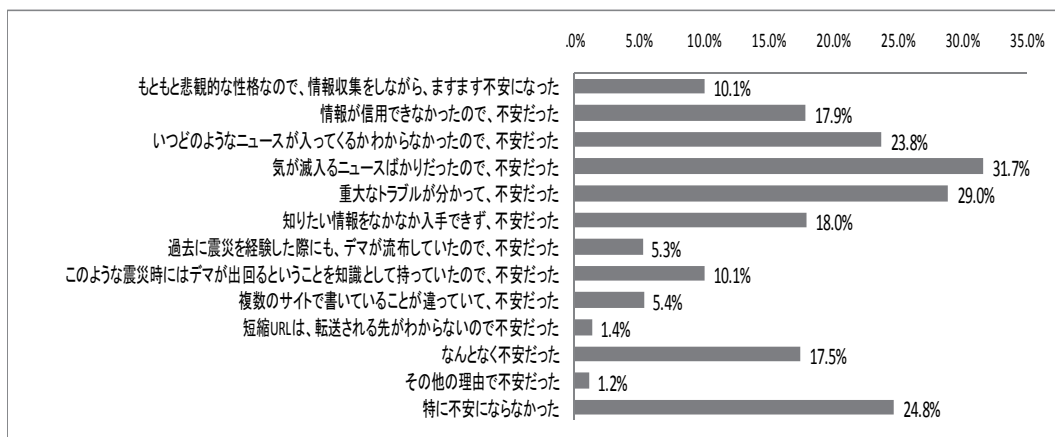


図 1.6.3 地震発生後のネット情報収集時の不安 (N=1737)

### (3) 不安発生後のネット情報収集継続

#### (a) ネット情報収集継続状況

1.6.2(2)節の「地震発生から1週間の間、災害関連の情報収集のためにインターネット

サービスを利用した」際に「特に不安にならなかった」者以外の、何らかの不安を感じた者(N=1307)に対し、不安を感じた後に、そのインターネット情報源を利用継続したかどうかを単一回答設問として訊ねた結果を表 1.6.4 に示す。「注意しながらその情報源を利用した」者が最も多く(67.9%)、「そのままその情報源を利用した」者が23.5%であり、利用を止めた者は殆どいないが、情報収集時に注意を払う実態がわかった。性別・年齢層による有意差は見られなかった。

### (b) ネット情報収集継続理由

1.6.2(2)(a)の「地震発生から1週間の間、災害関連の情報収集のためにインターネットサービスを利用した際に不安を感じた後の情報源利用継続意向」において、「そのままその情報源を利用した」「注意しながらその情報源を利用した」「いったん利用をやめてしばらくしてからその情報源の利用を再開した」を選択した者(N=1264)に対し、その理由を「便利なので」「習慣なので」「仕事などで必要なので」の中から1つだけ選択させた結果を表 1.6.5 に示す。

「便利なので」が1位(64.6%)であったが、「習慣なので」を選んだ者も30.1%存在していた。習慣的にニュースサイトなどを巡回しているということなのだろう。また、「便利なので」は女性の方が多かった(66.7%, +4.5%)。

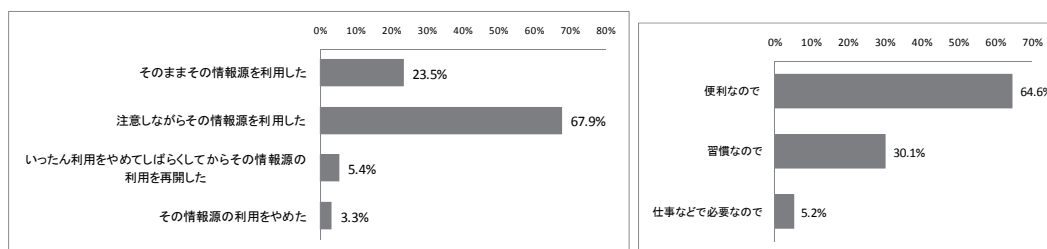


図 1.6.4 ネット情報収集継続状況 (N=1307) 図 1.6.5 ネット情報収集継続理由 (N=1264)

### (3) 地震発生後のネット情報収集時の安心

1.6.1 節の「地震発生から1週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったこと」として「情報収集」を選択した者(N=1737)に対し、地震発生から1週間の間、災害関連の情報収集のためにインターネットサービスを利用した際の成否と感じた安心について、複数回答可として訊ねた結果を表 1.6.6 に示す。

情報収集がうまくいった者は23.5%であり、それほど多くはなく、災害時の情報収集の難しさが感じられる。一方、安心することはなかった者は19.1%と、意外に多くの者が何らかの安心を得られていたようである。安心の理由で最も多かったのが「必要な情報を入手できたので」(25.0%)であり、「被災地の人たちの状況に比べたら、自分の置かれている状況はたいしたことがないと思い、気持ちが落ち着いた」が2位(21.0%)であり、「なんと

なく」が3位(15.3%)であった。性別差については、情報収集がうまくいった者は男性の方が多かった(28.8%, +10.6%)。

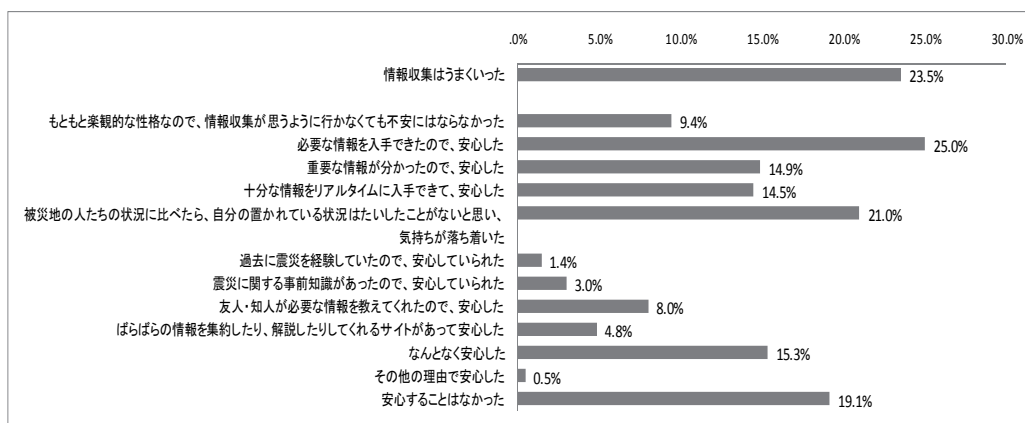


図 1.6.6 地震発生後のネット情報収集時の安心 (N=1737)

### 1.6.3 インターネットコミュニケーションにおける不安と安心

#### (1) 地震発生後の主なネットコミュニケーション手段

1.6.1 節の「地震発生から1週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったこと」として「コミュニケーション」を選択した者(N=165)に対し、地震発生から1週間の間、コミュニケーションのために新たに利用するようになった、もしくは、以前から利用していたがふだんよりも多く利用したインターネットサービスについて、複数回答可として訊ねた結果を図1.6.7に示す。

インターネットコミュニケーション手段は、電子メールが圧倒的に多く(66.7%)、ミクシィ(22.4%)、ツイッター(13.3%)、skypeなどのインターネット電話(12.1%)が、それに続いていた。性別による有意差はなく、年齢層の違いを見ると、ミクシィ・ツイッター・ブログは10代が最も多く(52.8%, 33.3%, 22.2%)、電子メールは50代が最も多かった(84.0%)。

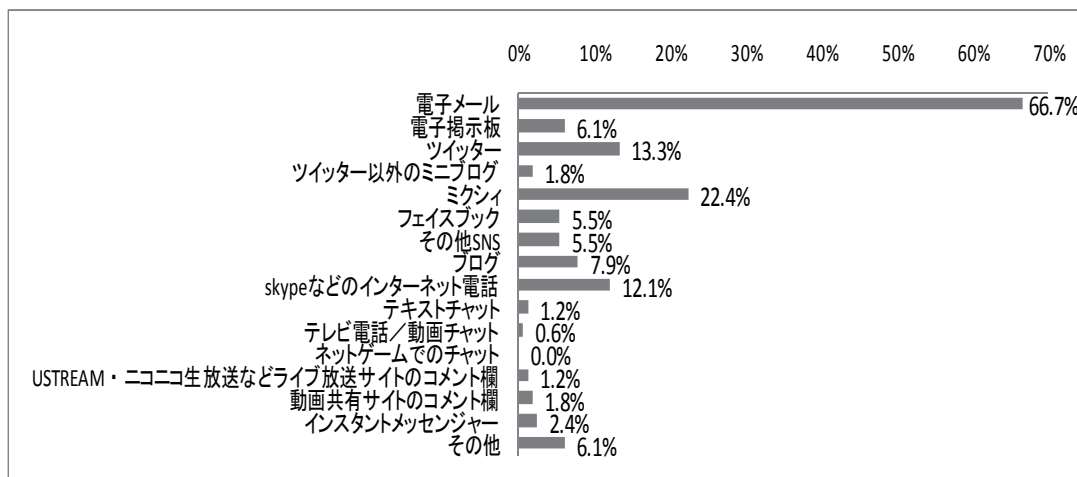


図 1.6.7 地震発生後の主なネットコミュニケーション手段 (N=165)

## (2) 地震発生後の主なネットコミュニケーション内容

1.6.1 節の「地震発生から 1 週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったこと」として「コミュニケーション」を選択した者 (N=165) に対し、そのコミュニケーションの内容について、複数回答可として訊ねた結果を図 1.6.8 に示す。

不特定多数の者とのコミュニケーションよりも、家族・友人・知人とのコミュニケーションをした者の方が多く、家族・友人・知人と災害関連の意見交換をした者が 70.3%と最も多かった。それは、50 代で最も多く (88.0%)、10 代は不特定多数と災害関連の意見交換をした者が多かった (30.6%)。やはり、若い者の方がオープンなコミュニケーションを行なっているようである。一方、性別による有意差はなかった。

## (3) 地震発生後の不特定多数とのネットコミュニケーション時の不安

1.6.3(2) 節の「(地震発生から 1 週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行った)コミュニケーションの内容」として「不特定多数の人と災害関連の意見交換をした」「不特定多数の人と世間話をした」を選択した者 (N=31) に対し、地震発生から 1 週間の間、インターネットで不特定多数の人とやりとりを行った際に感じた不安について、複数回答可として訊ねた結果を表 1.6.9 に示す。特に不安にならなかった者は 67.7%おり、予想に反して、ネットコミュニケーションにおいては、それほど不安が生じなかったようである。これは、普段からネットコミュニケーションに慣れていたためかもしれない。具体的な不安理由としては「なんとなく」が 1 位であった (16.1%)。性別による有意差はなかった。

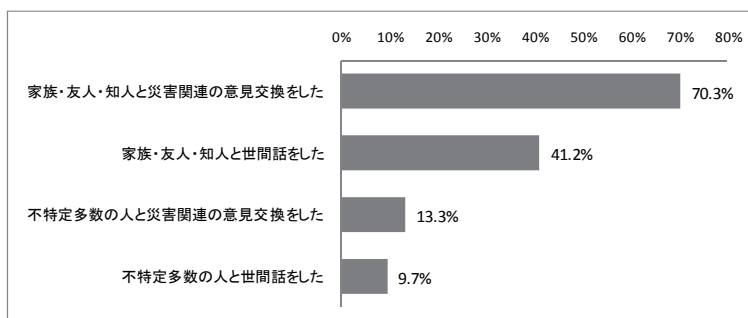


図 1. 6. 8 地震発生後の主なネットコミュニケーション内容 (N=165)

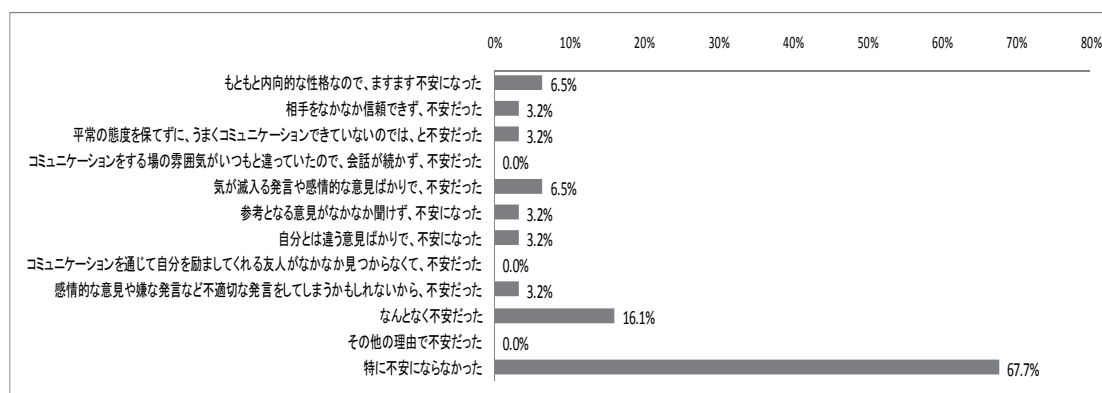


図 1. 6. 9 地震発生後の不特定多数とのネットコミュニケーション時の不安 (N=31)

#### (4) 不安発生後の不特定多数とのネットコミュニケーション継続

##### (a) 不特定多数とのネットコミュニケーション継続状況

1. 6. 3(3)節の「地震発生から1週間の間、インターネットで不特定多数の人とやりとりを行った」際に「特に不安にならなかった」者以外の、何らかの不安を感じた者(N=10)に対し、不安を感じた後に、そのネットコミュニケーション手段を利用継続したかどうかを単一回答設問として訊ねた結果を図 1. 6. 10 に示す。「注意しながらそのコミュニケーション手段を利用した」者が最も多く(50.0%)、「そのままそのコミュニケーション手段を利用した」者が30.0%であり、利用を止めた者はほとんどいないが、20%の者が「いったん利用をやめてしばらくしてからそのコミュニケーション手段の利用を再開」している。

##### (b) 不特定多数とのネットコミュニケーション継続理由

1. 6. 3(4) (a)の「地震発生から1週間の間、インターネットで不特定多数の人とやりとりを行った際に不安を感じた後のコミュニケーション手段利用継続意向」において、「その

ままそのコミュニケーション手段を利用した」「注意しながらそのコミュニケーション手段を利用した」「いったん利用をやめてしばらくしてからそのコミュニケーション手段の利用を再開した」を選択した者(N=10)に対し、その理由を「便利なので」「習慣なので」「仕事などで必要なので」の中から1つだけ選択させた結果を図 1.6.11 に示す。「便利なので」が1位(60.0%)であったが、「習慣なので」を選んだ者も40.0%存在していた。性別や年齢層による有意差はなかった。

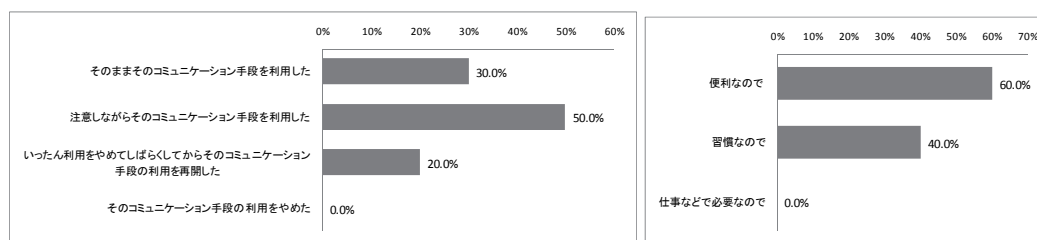


図 1.6.10(左), 11(右) 不特定多数とのネットコミュニケーション継続状況/理由 (N=10)

## 1.6.4 インターネット上の娯楽享受における不安と安心

### (1) 地震発生後の主なネット上の娯楽手段

1.6.1 節の「地震発生から1週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったこと」として「娯楽」を選択した者(N=98)に対し、地震発生から1週間の間、娯楽のために新たに利用するようになった、もしくは、以前から利用していたがふだんよりも多く利用したインターネットサービスについて、複数回答可として訊ねた結果を図 1.6.12 に示す。最も多かったのは、動画共有サイト(32.7%)であり、続いて、電子メール(21.4%)、ネットショッピング(19.4%)であった。それらに続くのが、ツイッター・ブログ・オンラインゲーム(ともに12.2%)、ミクシィ(11.2%)であり、ソーシャルメディアも娯楽として捉えられている場合があることが判明した。性別による違いは、イラスト共有サイトのみ女性の方が有意に多く(12.5%, +10.8%)、年齢層による違いは、動画共有サイトにおいて、10代が極めて多かった(56.7%)。

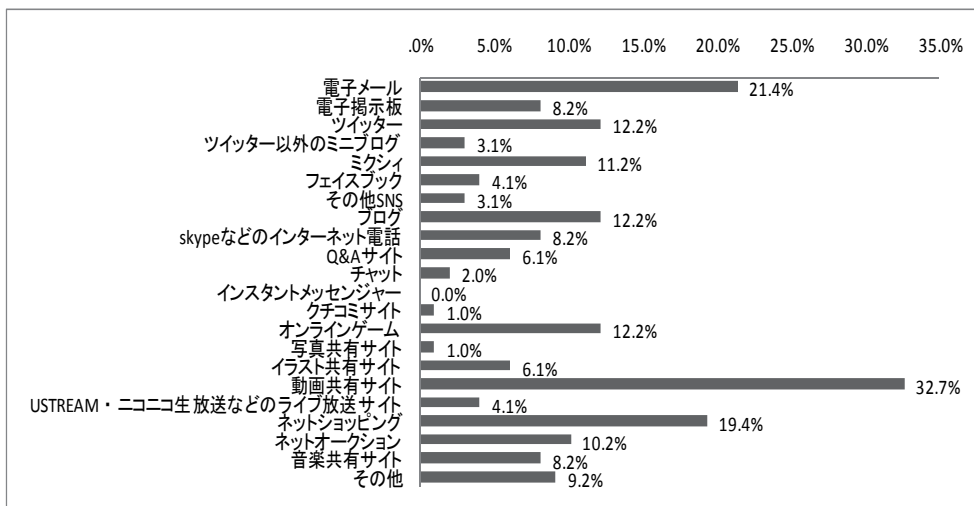


図 1.6.12 地震発生後の主なネット上の娯楽手段 (N=98)

## (2) 地震発生後のネット上の娯楽享受時の不安

1.6.1 節の「地震発生から 1 週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったこと」として「娯楽」を選択した者 (N=98) に対し、地震発生から 1 週間の間、娯楽のためにインターネットサービスを利用した際に感じた不安について、複数回答可として訊ねた結果を図 1.6.13 に示す。特に不安にならなかった者は 68.4% であり、娯楽を享受する上では、大多数の者が不安は感じていなかったようである。具体的な不安理由としては「なんとなく」が 1 位であった (17.3%)。性別および年齢層による有意差はなかった。

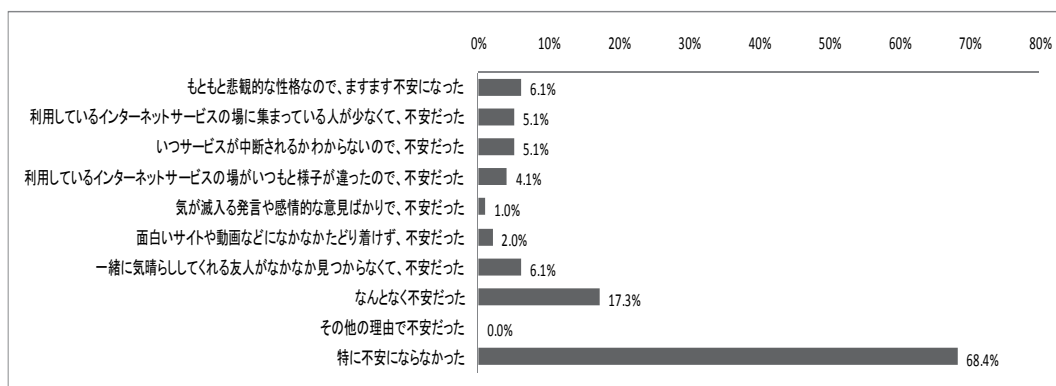


図 1.6.13 地震発生後のネット上の娯楽享受時の不安 (N=98)

### (3) 不安発生後のネット上の娯楽享受継続

#### (a) ネット上の娯楽享受継続状況

1.6.4(2)節の「地震発生から1週間の間、娯楽のためにインターネットを利用した」際に「特に不安にならなかった」者以外の、何らかの不安を感じた者(N=31)に対し、不安を感じた後に、そのインターネット上の娯楽サービスを利用継続したかどうかを単一回答設問として訊ねた結果を図1.6.14に示す。「そのままそのサービスを利用した」者が最も多く(64.5%)、「注意しながらそのサービスを利用した」者が19.4%であり、利用を止めた者はほとんどおらず、前述のネット情報収集やネットコミュニケーションの場合とは違い、そのまま利用を継続している者が多かった。この傾向は10代で顕著であった(83.3%)。また、性別による有意差はなかった。

#### (b) ネット上の娯楽享受継続理由

1.6.4(3)(a)の「地震発生から1週間の間、娯楽のためにインターネットを利用した際に不安を感じた後のネット娯楽サービス利用継続意向」において、「そのままそのサービスを利用した」「注意しながらそのサービスを利用した」「いったん利用をやめてしばらくしてからそのサービスの利用を再開した」を選択した者(N=28)に対し、その理由を「便利なので」「習慣なので」「仕事などで必要なので」の中から1つだけ選択させた結果を図1.6.15に示す。

「習慣なので」が1位(75.0%)であり、「便利なので」が2位(21.4%)であり、ネット上の娯楽が習慣化している者が多いことが判明した。これらは前述のネット情報収集やネットコミュニケーションにおける結果とは全く違うものであった。性別や年齢層による有意差はなかった。

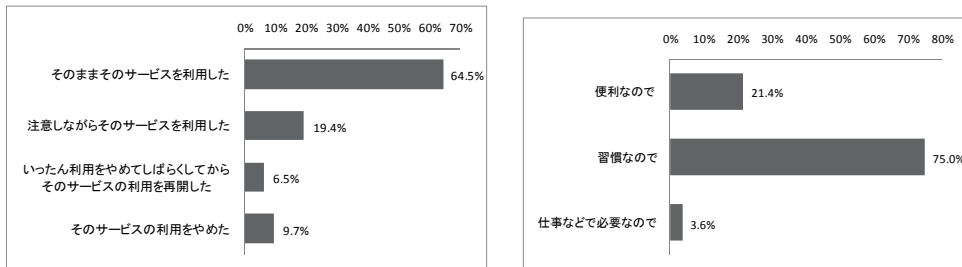


図 1.6.14(左), 15(右) ネット上の娯楽享受継続状況(N=31)／理由(N=28)

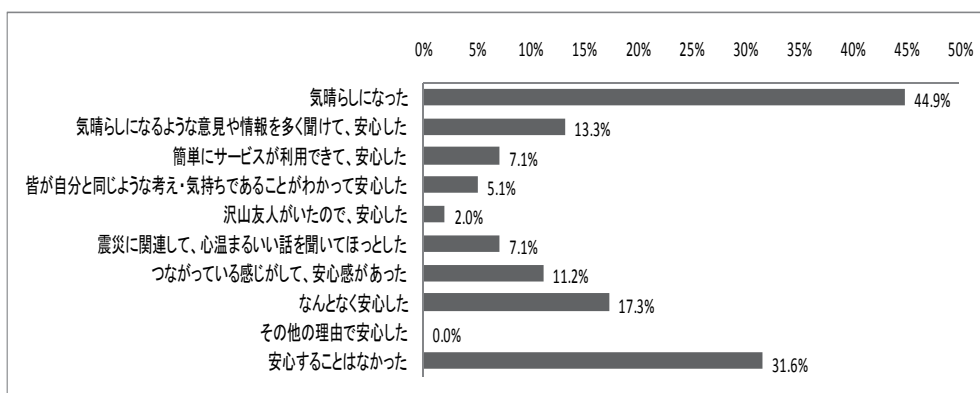
### (4) 地震発生後のネット上の娯楽享受時の安心

1.6.1 節の「地震発生から1週間の間、インターネット上で普段よりも最も多く行ったこと」として「娯楽」を選択した者(N=98)に対し、地震発生から1週間の間、娯楽のためにインターネットサービスを利用した際の成否と感じた安心について、複数回答可として



訊ねた結果を図 1.6.16 に示す。「安心することはなかった」者は 31.6%であり、何らかの安心をした者が多数ではあるが、安心までは至らなかった者もある程度存在していたことが判明した。気晴らしになった者は 44.9%であり、約半数が気晴らしに成功している。安心の理由の1位は「なんとなく」(17.3%)であったが、「気晴らしになるような意見や情報を多く聞けて、安心した」(13.3%)、「つながっている感じがして、安心感があつた」(11.2%)といった相手ありきの安心も上位であり、それら2つは10代が最も多かった(36.7%, 26.7%)。完全な一人遊びの娯楽ではなく、ネット上の他者の存在を感じ取れることが重要であり、多感な10代でその傾向が強いのだと考えられる。また、性別による有意差はなかった。

図 1.6.16 地震発生後のネット上の娯楽享受時の安心 (N=98)



### 1.6.5 インターネット情報への信頼変化

「インターネットに書かれている情報」に対する信用について、地震発生前と変わったかどうかについて単独回答式で質問したところ、図 1.6.17 に示した通りの結果を得られた。「インターネットに書かれている情報」の信用度について、80%以上の者が地震発生前と変わらないとしている。地震の発生に伴い、インターネットを利用した情報収集を行う上で、役に立つ情報が得られたり、逆に役に立つ情報が得られなかったりすることで、信頼度の変化を予想したが、実際は、特に信頼度の変化は見られないという結果であった。インターネット上の情報については、既に個々の価値観が固まっており、それは地震発生後もあまり揺らがなかったものと考えられる。性別・年齢層による有意差はなかった。

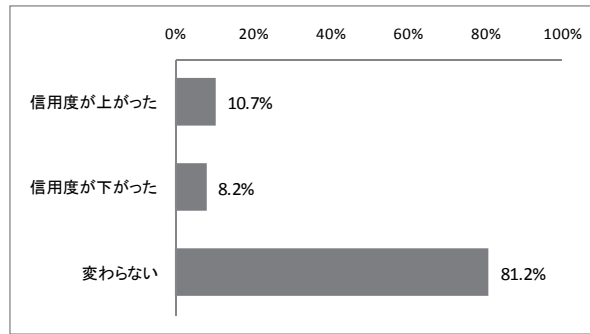


図 1.6.17 インターネット情報への信頼変化 (N=2000)

## 1.7 地震後の通信に対する要望・意見

1.3 節において、地震発生後に電話やメールが通じにくかった実態が明らかになったが、本節では、地震後の電話やメールに対する改善要望や利用者の考えについての関東全体調査の結果を示す。

### (1) 通話不通時の改善要望

地震発生後に携帯電話や固定電話がかかりにくくなることについて、どのように改善されれば良いかを、選択肢を提示したうえで複数回答可で聞き、回答割合の高い順に並べた結果を図 1.7.1 に示す。通信規制について約 3 割の人が仕方ないと回答している一方で、代替サービスの提供や制約があっても必ず通話できるようにしてほしいと要望する人が 4 割超と多い結果となった。

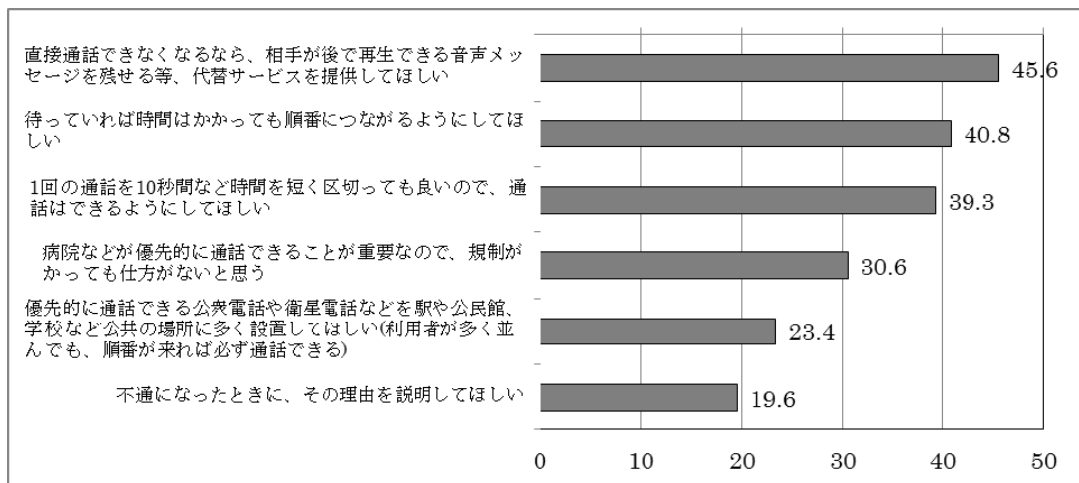


図 1.7.1 通話不通時の改善要望（複数回答可）[単位：％] (n=2000)

表 1.7.1 通話不通時の改善要望（性別・年代別）[単位：％]

	全体	男性	女性		10代	20代	30代	40代	50代
直接通話できなくなるなら、相手が後で再生できる音声メッセージを残せる等、代替サービスを提供してほしい	45.6	38.5	52.7	***	45.8	43.4	46.6	44.8	47.5
待っていれば時間はかかっても順番につながるようにしてほしい	40.8	39.7	41.9		47.5	44.5	40.5	41.1	33.4 **
1回の通話を10秒間など時間を短く区切っても良いので、通話ができるようにしてほしい	39.3	35.9	42.6	**	34.2	33.2	36.1	44.5	45.9 ***
病院などが優先的に通話できることが重要なので、規制がかかっても仕方がないと思う	30.6	30.4	30.8		31.3	30.5	33.9	28.0	29.8
優先的に通話できる公衆電話や衛星電話などを駅や公民館、学校など公共の場所に多く設置してほしい(利用者が多く並んでも、順番が来れば必ず通話できる)	23.4	20.1	26.7	**	24.6	24.3	21.6	22.3	24.8
不通になったときに、その理由を説明してほしい	19.6	20.6	18.6		22.5	22.3	24.8	18.9	10.9 ***

これらの通話改善要望の割合を、性別・年代別に示したのが表 1.7.1 である。有意な性別差が見られたのは、「代替サービスの提供」、「通話時間を制限して通話可能にする」、「優先電話の設置の増加」の3つであり、いずれも女性の方が要望割合が高かった。一方、有意な年代差が見られたのは、「待機すれば順番に通話可能にする」、「1回の通話時間を制限して通話可能にする」、「不通時には理由を説明する」の3つであった。通話を可能にする手法として、「待機すれば順番に」は若い世代ほど要望が多く、「1回の通話時間を制限」は年代が上がるほど要望が多くなる傾向が見られた。

## (2) 携帯電話のメール不通時の改善要望

地震発生後に携帯電話のメールが利用しにくくなることについて、どのように改善されれば良いかを、選択肢を提示したうえで、複数回答可で聞き、回答割合の高い順に並べた結果を図 1.7.2 に示す。制約をつけてもメール利用ができることを望む声が半数を超え、首位であった。メールは通話と違い、送信後に相手に届いたのか否かすぐに確認できないため、遅延が発生する場合には、少なくともその情報を知りたいという声も半数近かった。通信規制については、通話と同様に約3割の人が仕方がないと回答していた。

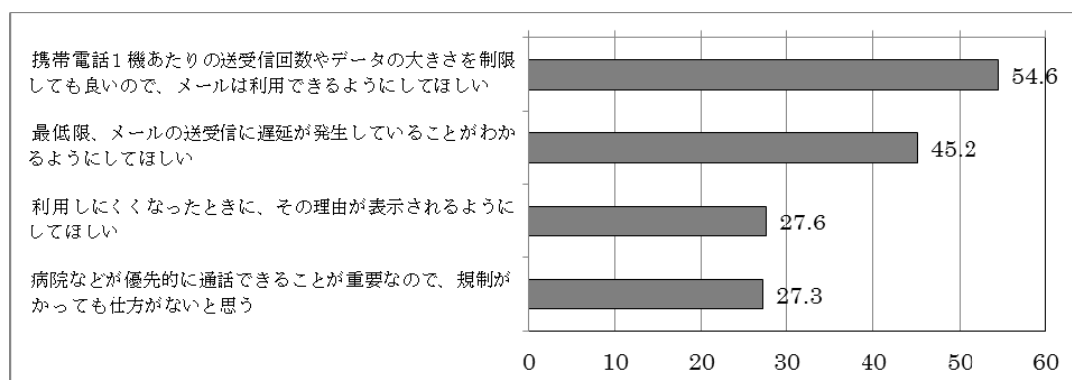


図 1.7.2 携帯メール不通時の改善要望（複数回答可）[単位：％] (n=2000)

表 1.7.2 携帯メール不通時の改善要望（性別・年代別）[単位：％]

	全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	
携帯電話1機あたりの送受信回数やデータの大きさを制限しても良いので、メールは利用できるようにしてほしい	54.6	50.7	58.5	**	51.3	50.2	53.2	58.2	58.6 *
最低限、メールの送受信に遅延が発生していることがわかるようにしてほしい	45.2	41.8	48.5	**	45.0	46.1	46.1	44.3	44.1
利用しにくくなったときに、その理由が表示されるようにしてほしい	27.6	27.2	28.0		27.5	30.0	35.7	25.9	18.9 ***
病院などが優先的に通話できることが重要なので、規制がかっても仕方がないと思う	27.3	27.9	26.7		30.4	28.4	28.6	25.7	24.8

これらの携帯メール改善要望の割合を、性別・年代別に示したのが表 1.7.2 である。 $\chi^2$  検定の結果、統計的に有意な性別差が見られたのは、「制約をつけて利用可能にする」「遅延発生を周知する」の2つであり、いずれも女性の方が要望割合が高かった。一方、有意な年代差が見られたのは、「制約をつけて利用可能にする」と「利用困難な理由を表示する」の2つで、前者は年代が上がるほど要望割合が高くなり、後者は30代の要望割合が高い結果となった。

### (3) 電話利用の考え

次に、地震発生後の電話利用について14の選択肢を提示したうえで「はい」か「いいえ」で考えを聞いた結果を図 1.7.3 に示す。「電話は必需品だと思った」と回答した人は8割を超え、「携帯電話(スマートフォン含む)を持っていて良かった」と回答した人も約6割で、電話の重要性を認識した人が多かった一方で、「電話が通じなくてイライラした」という人も6割近く存在していた。また、日頃あまり着目されない公衆電話や災害用伝言ダイヤルに対し、より使えるようにすべきという意見も多かった。災害時の通じやすさによって、携帯電話会社や機種(スマートフォンと普通の携帯電話)を変えようと考えている人は少ないことも明らかになった。

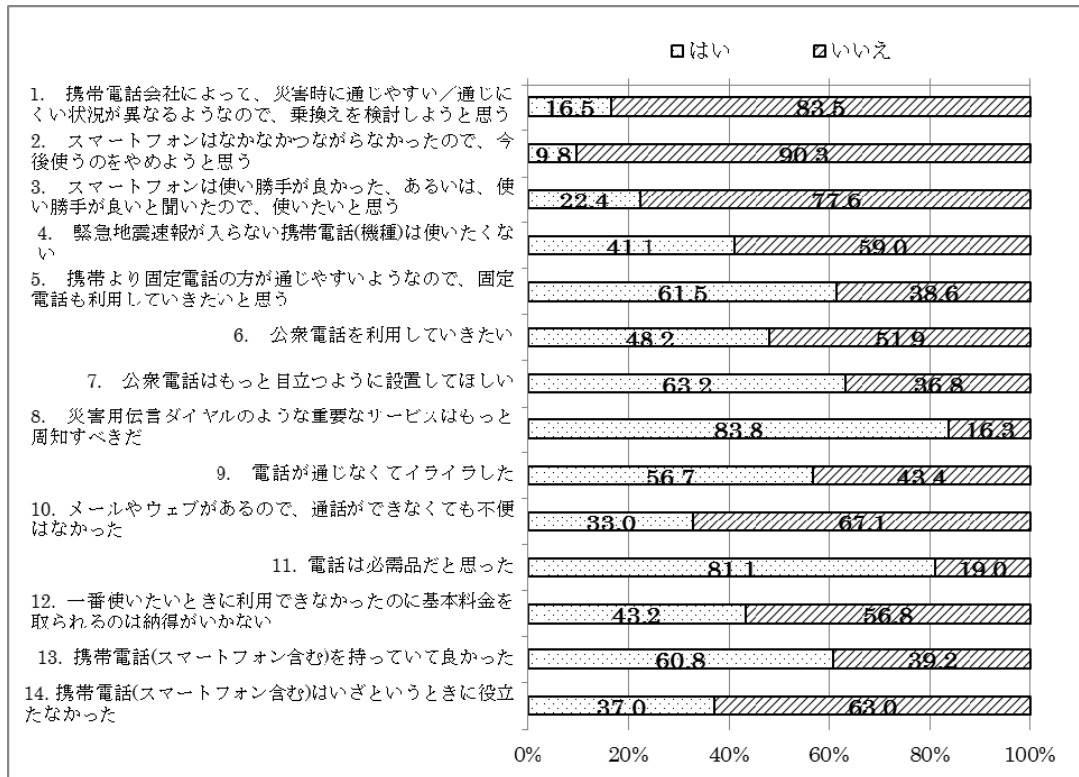


図 1.7.3 電話利用に関する考え[単位：%] (n=2000)

次に、これらの電話利用に関する考えを、性別・年代別に示したのが表 1.7.3 である。

地震発生後の電話利用において、「電話が通じなくてイライラした」「電話は必需品だと思った」と感じたのは、女性と年代の高い人ほど多く、「携帯電話(スマートフォン含む)を持っていて良かった」と感じたのは女性の方が多かった。「メールやウェブがあるので通話ができなくても不便はなかった」と感じたのは若い世代の人ほど多い一方、「使いたい時に使えなかったのに基本料金を取られるのは納得がいかない」と感じたのは年代の高い人ほど多かった。

今後の利用意向に関しては、「携帯電話より通じやすい固定電話も利用していきたい」「公衆電話も利用していきたい」と思っているのは、女性と年代の高い人ほど多く、「緊急地震速報が入らない機種は使いたくない」と思っているのは女性の方が多かった。「スマートフォンを使いたい」と思っているのは若い世代に多く、「スマートフォンを使うのをやめよう」と思っているのは 30 代が最も少なかった。

今後に向けた改善要望としては、「公衆電話はもっと目立つように設置してほしい」と「災害用伝言ダイヤルのような重要なサービスはもっと周知すべき」と望んでいるのは、いずれも女性と年代の高い人ほど多かった。

表 1.7.3 電話利用に関する考え（性別・年代別）[単位：％]

	全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	
1. 携帯電話会社によって、災害時に通じやすい／通じにくい状況が異なるようなので、乗換えを検討しようと思う	16.5	15.6	17.4	18.8	15.9	18.6	15.2	15.0	
2. スマートフォンはなかなかつながらなかったの で、今後使うのをやめようと思う	9.8	9.4	10.1	10.0	9.3	6.4	10.7	12.5	*
3. スマートフォンは使い勝手が良かった、あるいは、 使い勝手が良いと聞いたので、使いたいと思う	22.4	24.1	20.7	33.3	28.2	21.1	15.2	19.1	***
4. 緊急地震速報が入らない携帯電話(機種)は使いたくない	41.1	36.0	46.1	***	43.3	36.4	44.3	41.4	40.9
5. 携帯より固定電話の方が通じやすいようなので、 固定電話も利用していきたいと思う	61.5	54.5	68.4	***	49.6	45.0	60.7	72.3	74.3 ***
6. 公衆電話を利用していきたい	48.2	44.9	51.4	**	40.0	43.2	49.1	51.6	53.2 **
7. 公衆電話はもっと目立つように設置してほしい	63.2	56.2	70.2	***	57.5	55.2	61.8	68.0	70.9 ***
8. 災害用伝言ダイヤルのような重要なサービスは もっと周知すべきだ	83.8	78.5	89.0	***	77.5	75.7	84.1	88.4	90.2 ***
9. 電話が通じなくてイライラした	56.7	52.6	60.7	***	47.9	51.6	58.2	60.0	61.6 **
10. メールやウェブがあるので、通話ができなくても 不便はなかった	33.0	34.0	31.9		41.3	35.0	33.0	30.2	29.1 *
11. 電話は必需品だと思った	81.1	76.5	85.6	***	76.3	74.3	80.9	83.9	87.7 ***
12. 一番使いたいときに利用できなかったのに基本 料金を取られるのは納得がいかない	43.2	43.4	43.0		33.3	34.8	43.6	50.7	49.1 ***
13. 携帯電話(スマートフォン含む)を持っていて良 かった	60.8	57.9	63.7	**	66.3	63.4	60.7	57.5	58.6
14. 携帯電話(スマートフォン含む)はいざという ときに役立たなかった	37.0	36.1	37.9		28.8	33.0	36.6	37.5	45.5 ***

## 2 地震発生後のメディア利用－被災者の関係者と関東の人々

### 2.1 地震発生後のメディア利用

ふだんの平日メディア利用時間と地震後1週間の平日メディア利用時間を比較したものが図2.2.1である。テレビ、テレビニュース、新聞、ラジオ、インターネット(PC・携帯)のいずれのメディアでも、ふだんの平日のメディア利用時間よりも地震後1週間の平日のメディア利用時間が長くなっている。また、関東全体調査と被災者親戚調査の間では、ふだんのメディア利用時間にはあまり差がないが、震災後1週間では被災者親戚調査のメディア利用時間が関東全体調査よりも大幅に増加している。関東全体調査と被災者親戚調査の間の地震後1週間のテレビ視聴時間の差(41.1分)は、テレビニュース視聴時間の差(40.4分)でほぼ説明できることから、被災地に親戚がいる人々が、地震後に親戚の安否を気遣ってテレビをはじめとするニュース情報を長時間視聴していたと考えられる。

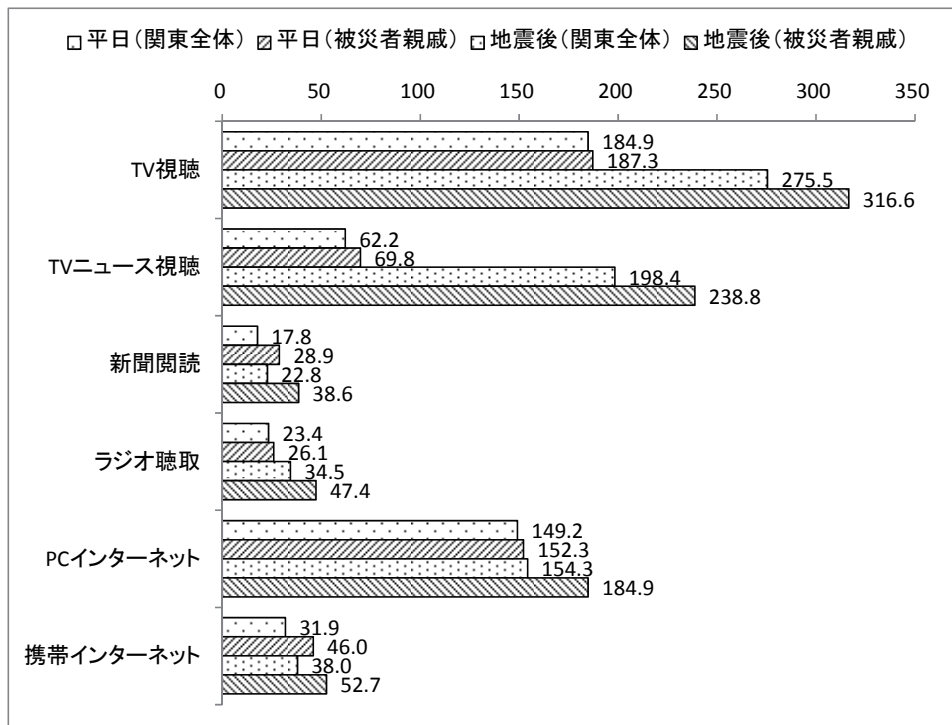


図 2.2.1 平日のメディア利用時間 (単位：分)

### 2.2 地震発生後のメディアに対する不安と安心

地震後の情報収集で利用できないことでもっとも不安を感じたメディアとして選択されたメディアは、テレビ(41.0%)が最も高く、次いで携帯電話の通話(29.1%)であった。

年齢層別にみると、年齢層が高くなるほどテレビを選択する比率が上がり、インターネットを選択する比率が下がっている（図 2.2.1）。

「地震発生後に使いたいときに使える状態にあると最も安心する」メディアは携帯電話だが、関東全体調査回答者と被災者親戚調査回答者では、携帯電話のどの機能を評価するかが異なっていた。関東全体調査では携帯電話の通話（37.0%）が最も選択され、次いで携帯電話のメール（33.2%）であったが、被災者親戚調査では携帯電話のメール（38.5%）が最も多く、携帯電話の通話（26.0%）が2番目であった（図 2.2.2）。

関東全体調査回答者と被災者親戚調査回答者では、災害関係の欲しい情報が得られなかった場合に抱く感情も異なっていた。関東全体調査回答者の中では仕方がない（36.9%）、特に気にしなかった（13.1%）という回答が少なくないが、被災者親戚調査回答者は当然ながら関東全体調査回答者よりも不安や憤り、焦り等の感情を一層感じており、仕方がないという回答は 25.2%、特に気にしなかったという回答は 0%であった。

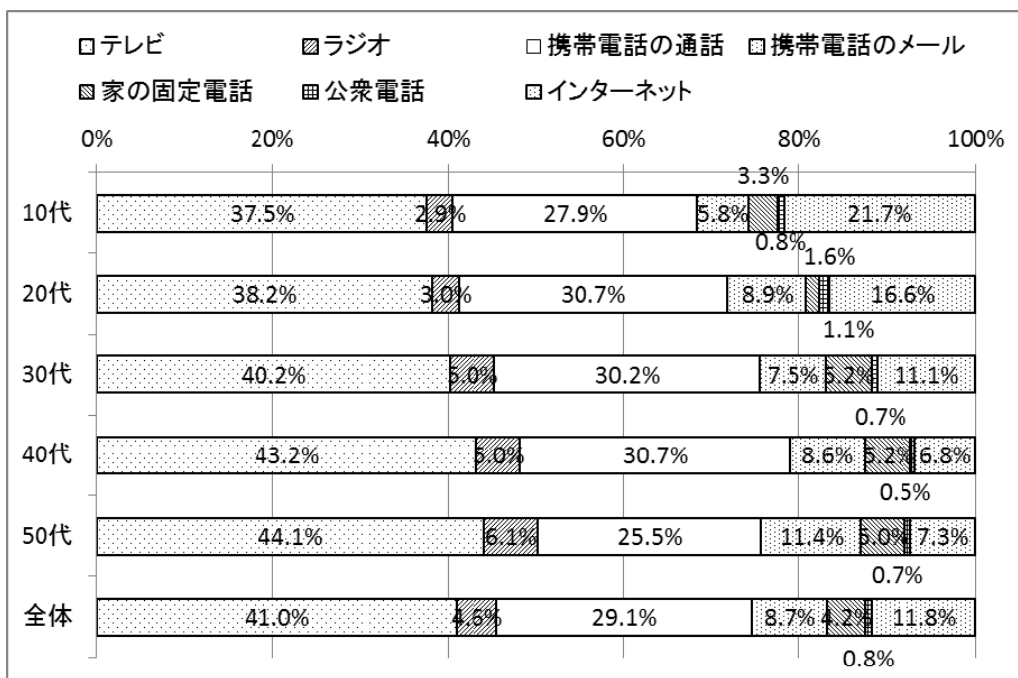


図 2.2.1 地震後の情報収集で利用できないともっとも不安なメディア（SA 単位：%）



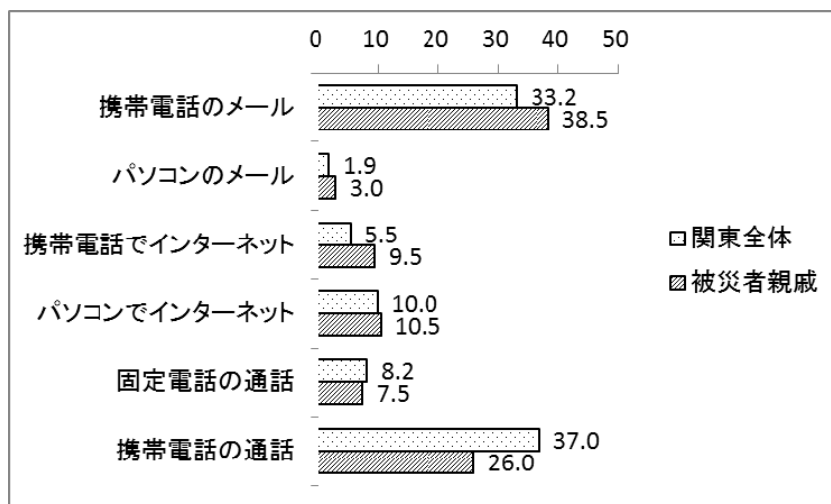


図 2.2.2 地震後、使えると最も安心するメディア (SA 単位：%)

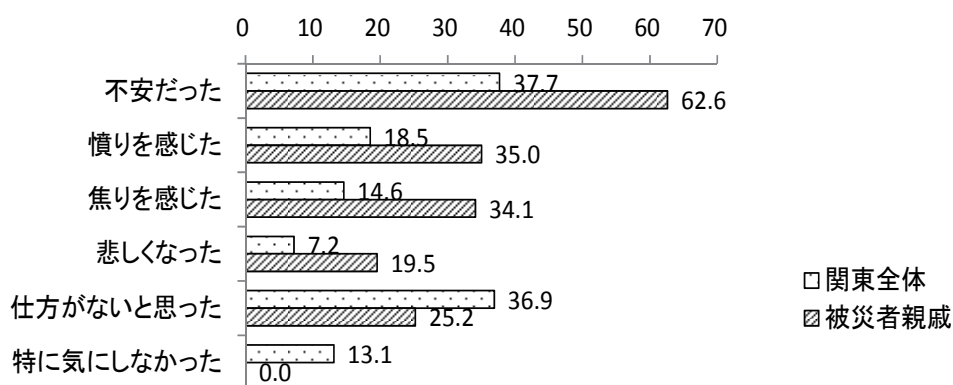


図 2.2.3 情報が得られない情報に対する感情

### 2.3 被災地に親・兄弟・親戚がいる人の情報行動

本章 1 節をみてもわかるように被災地に親・兄弟・親戚がいる人の地震発生後の情報行動は、関心がきわめて強いからこそ、かなり特徴的である。そこで被災地に親・兄弟・親戚がいる人に焦点を絞り、情報源やそれらが役にたったかどうかという点について詳しく聞いた。

まず、基本的に 1 時間、1 週間、1 か月と時間の経過に従って、徐々にメディアを利用する人が増えていき、またそのメディアが役にたったという人も増えている。基本的には、テレビ、ニュースサイト、新聞は、利用した人が多く、役に立ったという人も多い。

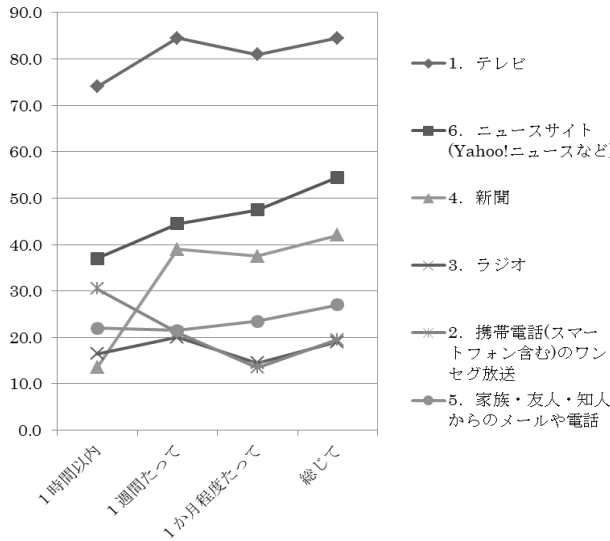


図 2.3.1 利用したメディア  
(マスメディアと携帯電話)

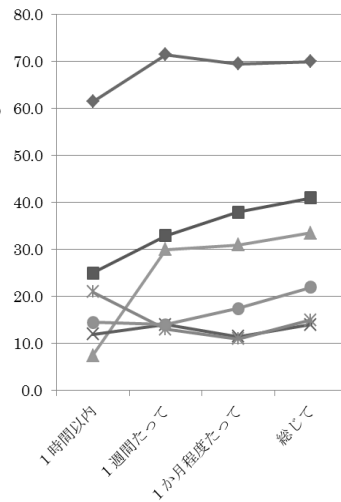


図 2.3.2 役にたったメディア  
(マスメディアと携帯電話)

また、ソーシャルメディアはどうだろうか。「政府・自治体のホームページ」「ツイッター」「電子掲示板」などについて、1週間後には利用したという人が増えているが1か月程度たつと利用した人は若干減っている。だが、役にたったメディアとしては、これらは1週間後も1か月後も増えている。つまり、利用される頻度は1か月たつと減るものの、利用する人の中で有用な情報を得られたという人が増えていったことがわかる。

とはいえ、これらについて「利用した」「役にたった」と回答した人の割合は総じて図 2.3.1、図 2.3.2 のマスメディア、携帯電話の項目よりは低く、多いわけではないことも注意すべきであろう。

利用した人を母数とすると「役にたったメディア」の特徴がみえてくる。まず、特徴的なのが「ミクシィ」である。1週間たつた段階では、利用した人の95.7%が役にたったと答えている。これは直後、被災地出身の人々の間でミクシィのコミュニティが拡大し、その地元の同窓の人々が集まり、小学校区や中学校区の情報についてわずかな情報を集め流通させたということの証左である(表 2.3.1)。

また、「ツイッター」についても、利用した人を母数にすると1か月程度たつた時点では、95.0%の人が役にたったと答えている。ある程度、時期が経過した時点では、自分が知りたい被災地に関する情報や原発関連の情報について、収集するツールとなっていったことの証左といえよう。

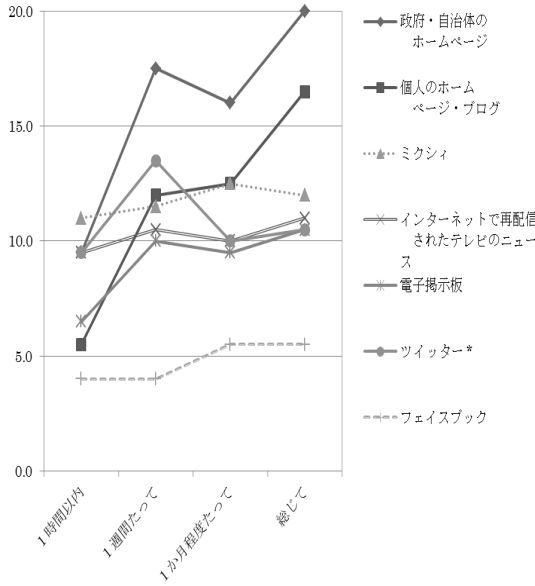


図 2.3.1 利用したメディア  
(ソーシャルメディア)

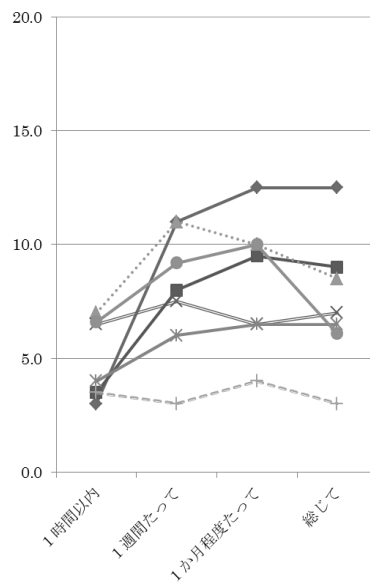


図 2.3.2 役にたったメディア  
(ソーシャルメディア)

表 2.3.2 の情報源をみると、その情報源が「信頼できたかどうか」という点についてはマスメディアに比べると電子掲示板やツイッター（特に専門家のツイッター）、個人のホームページ・ブログなどについては、ひけをとらない位、信用できた情報源として機能していることがわかり、使っている人にとっては有用なメディアであることがわかる。

表 2.3.1 利用したメディアを母数とした役にたったメディアの変化

	1時間以内	1週間たつて	1か月程度たつて	総じて
テレビ	83.1 % (N= 148)	84.6 % (N= 169)	85.8 % (N= 162)	82.8 % (N= 169)
ニュースサイト(Yahoo!ニュースなど)	67.6 % (N= 74)	74.2 % (N= 89)	80.0 % (N= 95)	75.2 % (N= 109)
新聞	55.6 % (N= 27)	76.9 % (N= 78)	82.7 % (N= 75)	79.8 % (N= 84)
ラジオ	72.7 % (N= 33)	70.0 % (N= 40)	79.3 % (N= 29)	73.7 % (N= 38)
携帯電話(スマートフォン含む)のワンセグ放送	68.9 % (N= 61)	61.9 % (N= 42)	81.5 % (N= 27)	76.9 % (N= 39)
家族・友人・知人からのメールや電話	65.9 % (N= 44)	65.1 % (N= 43)	74.5 % (N= 47)	81.5 % (N= 54)
政府・自治体のホームページ	31.6 % (N= 19)	62.9 % (N= 35)	78.1 % (N= 32)	62.5 % (N= 40)
個人のホームページ・ブログ	63.6 % (N= 11)	66.7 % (N= 24)	76.0 % (N= 25)	54.5 % (N= 33)
ミクシィ	63.6 % (N= 22)	95.7 % (N= 23)	80.0 % (N= 25)	70.8 % (N= 24)
インターネットで再配信されたテレビのニュース	68.4 % (N= 19)	71.4 % (N= 21)	65.0 % (N= 20)	63.6 % (N= 22)
電子掲示板	61.5 % (N= 13)	60.0 % (N= 20)	68.4 % (N= 19)	61.9 % (N= 21)
ツイッター	63.2 % (N= 19)	66.7 % (N= 25)	95.0 % (N= 27)	57.1 % (N= 18)
政府・自治体のツイッター	36.4 % (N= 11)	52.9 % (N= 17)	76.9 % (N= 13)	53.3 % (N= 15)
マスメディアのツイッター	60.0 % (N= 10)	57.1 % (N= 14)	69.2 % (N= 13)	61.1 % (N= 18)
専門家のツイッター	78.6 % (N= 14)	81.0 % (N= 21)	94.4 % (N= 18)	55.6 % (N= 18)
フェイスブック	87.5 % (N= 8)	75.0 % (N= 8)	72.7 % (N= 11)	54.5 % (N= 11)

表 2.3.2 信用できた情報源

	信用できた情報源 (全数を分母)	信用できた情報源 (利用した情報源を分母)
テレビ	66.3 % (N= 200 )	76.9 % (N= 169 )
ニュースサイト(Yahoo!ニュースなど)	15.3 % (N= 200 )	63.3 % (N= 109 )
新聞	12.8 % (N= 200 )	67.9 % (N= 84 )
ラジオ	29.1 % (N= 200 )	65.8 % (N= 38 )
携帯電話(スマートフォン含む)のワンセグ放送	20.9 % (N= 200 )	76.9 % (N= 39 )
家族・友人・知人からのメールや電話	35.2 % (N= 200 )	75.9 % (N= 54 )
政府・自治体のホームページ	8.7 % (N= 200 )	42.5 % (N= 40 )
個人のホームページ・ブログ	10.2 % (N= 200 )	60.6 % (N= 33 )
ミクシィ	6.1 % (N= 200 )	50.0 % (N= 24 )
インターネットで再配信されたテレビのニュース	6.1 % (N= 200 )	54.5 % (N= 22 )
電子掲示板	6.6 % (N= 200 )	61.9 % (N= 21 )
ツイッター	5.6 % (N= 200 )	61.1 % (N= 18 )
政府・自治体のツイッター	3.1 % (N= 200 )	40.0 % (N= 15 )
マスメディアのツイッター	3.6 % (N= 200 )	38.9 % (N= 18 )
専門家のツイッター	5.6 % (N= 200 )	61.1 % (N= 18 )
フェイスブック	3.1 % (N= 200 )	54.5 % (N= 11 )

### 3 安否情報と緊急地震速報

#### 3.1 地震発生当日の家族との安否確認

関東全体調査では、安否確認した手段とメディア別の安心感をたずねた。実数で見ると、携帯電話での音声通話、携帯メール、固定電話の通話で安心した人が多くいた。これはこうしたメディアを利用しようとし、実際に安否が確認できたのであるから、当然のことといえる。一方、安否を確認しようとした人の中で、安心した人と安心できなかった人の割合をみると、各メディアで際立った傾向はなかった。すなわち直接話せるメディアでは安心するが、メールや SNS では安心できない、といった傾向はみられなかった。

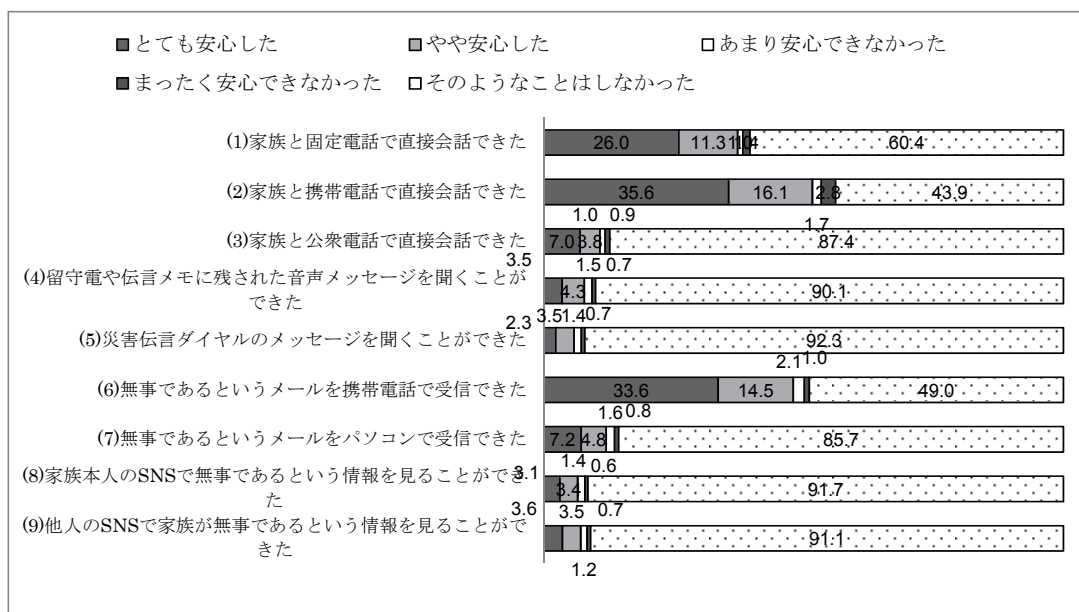


図 3.1.1 安否確認手段と安心度（関東全体調査）

#### 3.2 被災地に親・兄弟・親戚のいる人の安否確認行動

被災地に親・兄弟・親戚のいる人の安否確認行動はどのようなものであったのであろうか。まず、実際に安否が取れたものの順に、安否確認に使われたメディアを挙げると「携帯電話のメール」39.5%、「友人・知人のメール」27.5%、「固定電話の音声」22.5%、「携帯電話の音声」20.5%と、メール、携帯電話・電話の通話がならぶ。

次に「災害用伝言ダイヤル 171」「Google Person finder」という災害時の安否確認のための専用のシステムが続く。それぞれ 7.5%である。「災害用伝言板」も 5.0%である。上記のメールや電話の通話は利用率が高いが、安否確認のための専用システムになると利用率は 3 割～2 割台に下がる。テレビで安否確認が取れたという人も 7.0%である（図

3.2.1)。

また、「何回電話をしても連絡ができずに困った」77.5%、「長期間連絡がとれずに不安だった」という人が58.5%、「現地の被害状況の様子がわからず、不安だった」56.5%、「一度連絡がついたが何日も連絡が取れない日が続いて不安だった」という人が25.5%、「一度連絡がとれた後も電話ができずに困った」43.0%と、多くの人が連絡とれず苦しんでいた様子うかがえる(図3.2.2)。

また安否確認をとろうとした相手は、親が59.0%、祖父母が20.0%、兄弟が53.0%、親戚が60.5%、友人が49.0%であった。祖父母が安否確認の対象として多くないのは、調査対象者にとって祖父母がすでにいないという理由と、祖父母が携帯電話を所持していないがゆえに対象として少ないと考えられる(図3.2.3)。

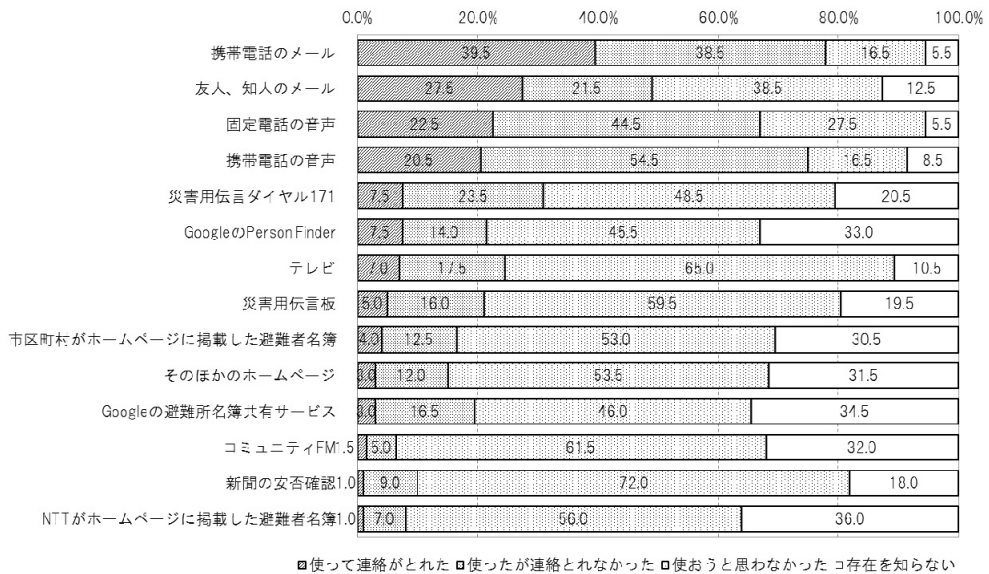


図 3.2.1 被災地の親・兄弟、親戚、友人・知人の安否確認のための情報手段と連絡の実際

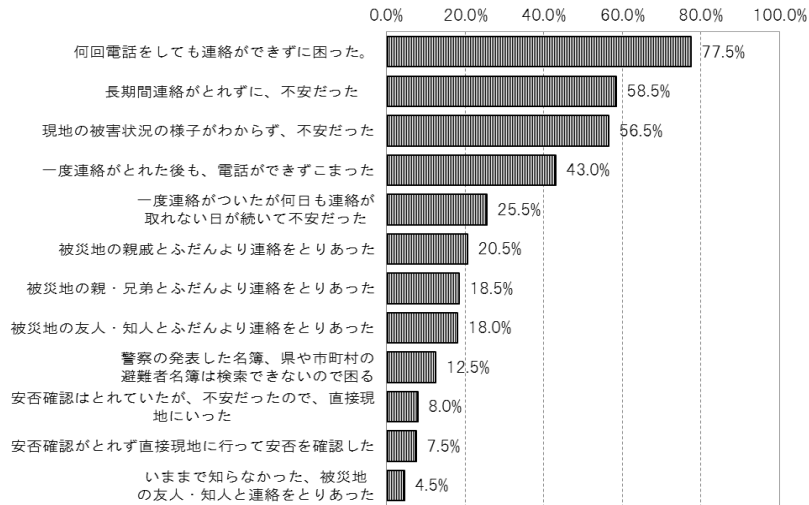


図 3.2.2 安否確認についてあてはまるもの

「親、兄弟、親戚」と安否確認をしようとした相手としてあげた人は調査対象者の5割から6割になる。これは「親・兄弟・親戚」の誰かが被災地に居住している人を調査対象にしたのであり、必ずしもその人の「親・兄弟・親戚」すべてが被災地にいるわけではないからで、安否確認をしようとした対象が少ないというわけではない。

ここで安否の確認がとれたという人はほとんどの場合は「安（無事）」ということになる。多くの人が3日で安否確認をとれているが、少なからず7日、10日かかったという人も少なくない。固定電話が流されていたり、携帯電話も電池がきれていたりと連絡が取りにくい状況にあったことが推察される（図 3.2.4）。

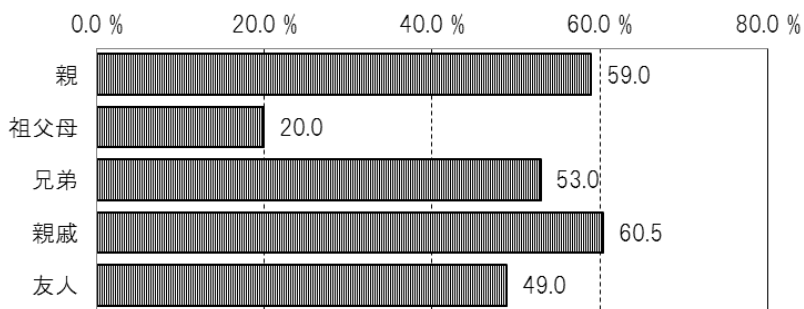


図 3.2.3 安否確認をしようとした相手

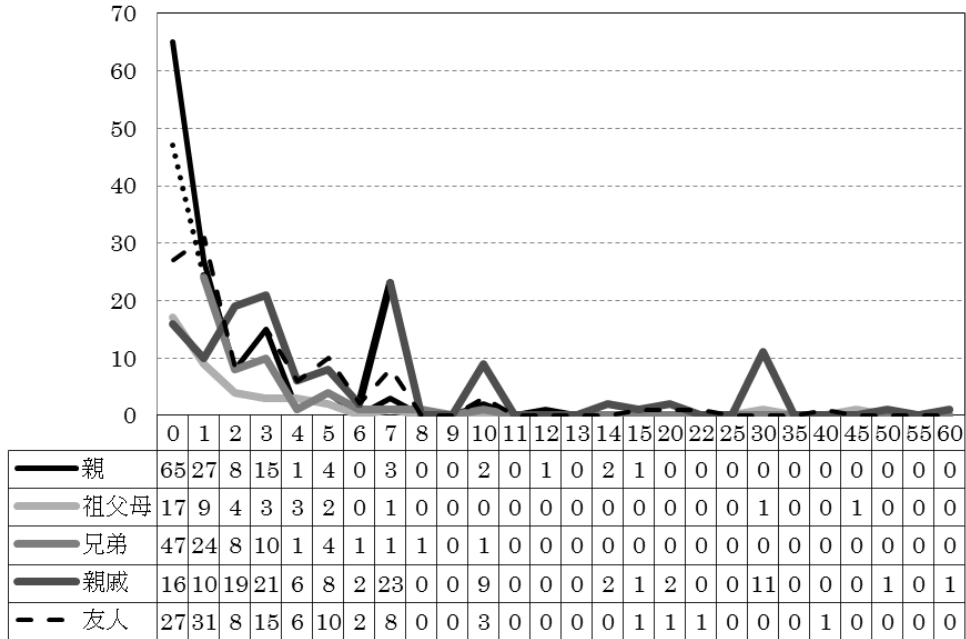


図 3.2.4 安否確認をとれるまで日数

### 3.3 災害用伝言ダイヤル・伝言板の利用

災害時の代表的な安否確認用通信サービスとして、災害用伝言ダイヤル(171)や災害用伝言板が存在する。今回の地震でも両サービスは提供されたので、利用実態について調査した。

#### (1) 災害用伝言ダイヤル

災害用伝言ダイヤルを利用した人は、関東全体調査では 8.4%、被災者親戚調査では 25.0%と、利用率に約 3 倍の開きがあった。災害用伝言ダイヤルを利用しなかった、もしくは利用できなかったと回答した人に対して、その理由を選択肢を提示して聞き、関東全体調査結果の回答割合の高い順に並べた結果を図 3.3.1 に示す。「安否確認の必要がなかった、もしくは災害用伝言ダイヤルを利用せずに安否確認ができた」と回答した人が約半数で首位であった。関東全体調査では、「面倒だったので利用しなかった」という人が 2 割弱存在していた一方で、被災者親戚調査ではその割合が 1 割未満と少なかった。また、その逆方向で関東全体調査と被災者親戚調査の結果で 2 倍以上の開きがあったのは、「災害用伝言ダイヤルの存在は知っていたが、安否確認を取りたい相手が知らないと思った」という回答であった。



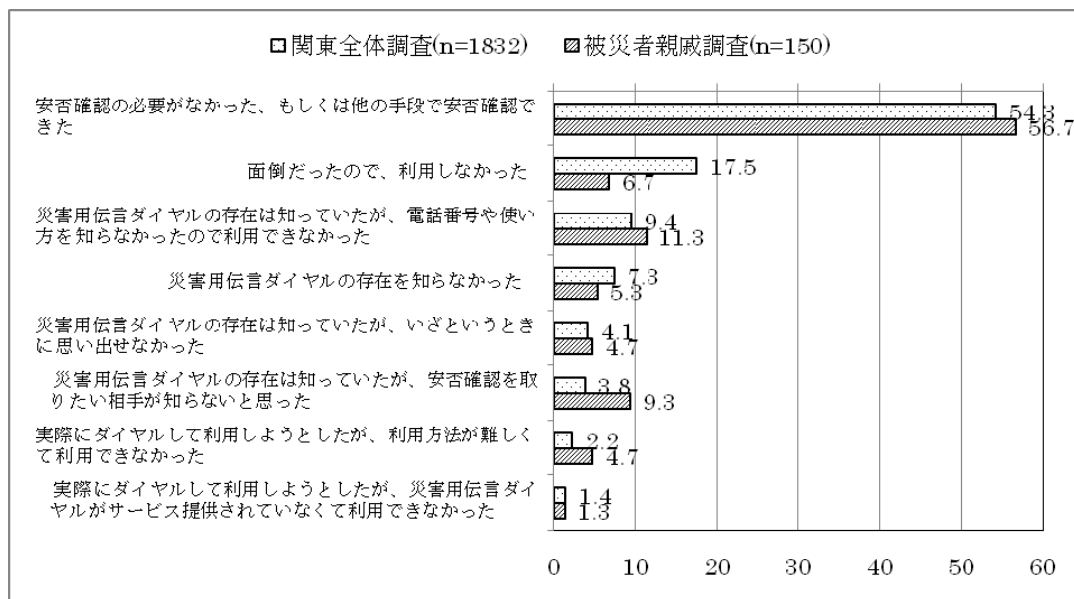


図 3.3.1 災害用伝言ダイヤルの未利用理由[単位：%]

## (2) 携帯電話の災害用伝言板

携帯電話会社の災害用伝言板を利用した人は、関東全体調査では 7.9%、被災者親戚調査では 17.5%と、利用率に約 2 倍の開きがあった。災害用伝言板を利用しなかった、もしくは利用できなかったと回答した人に対して、その理由を選択肢を提示して聞き、関東全体調査結果の回答割合の高い順に並べた結果を図 3.3.2 に示す。災害用伝言ダイヤルと同様、「安否確認の必要がなかった、もしくは災害用伝言板を利用せずに安否確認ができた」と回答した人が約半数で首位であった。他にも、災害用伝言ダイヤルの調査結果(図 3.3.1)と類似の傾向が読み取れ、「面倒だったので利用しなかった」という人は、被災者親戚調査結果が、関東全体調査結果の割合の半分以下であり、「災害用伝言板の存在は知っていたが、安否確認を取りたい相手が知らないと思った」という人は被災者親戚調査結果が関東全体調査結果の割合の 2 倍以上であった。

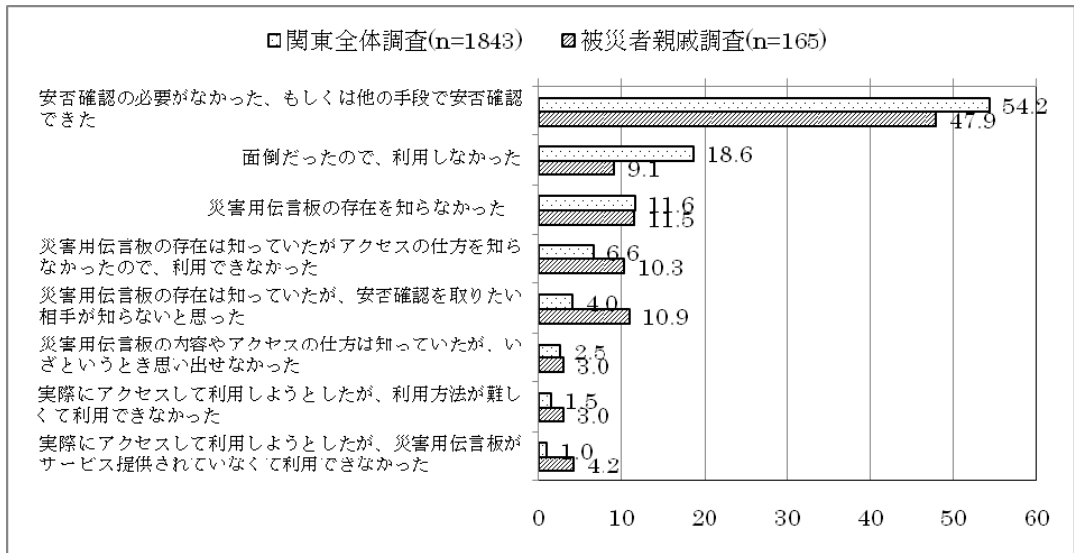


図 3.3.2 携帯電話の災害用伝言板の未利用理由[単位：％]

### 3.4 安否情報の公開に対する態度

今回、グーグルパーソンファインダーなどでは、氏名、年齢、住所などの安否情報が公開された。これについて個人情報公開上の問題は特に議論されなかった。そこで、関東全体調査と被災者親戚調査の両方で、安否情報としてフルネームや年齢が公開されることに対する不安をメディアごとにたずねた。被災地に親戚がいる人の回答では若干不安を感じる人が少なかったものの、テレビ、ネット、新聞、いずれも多くの人が不安を感じていた。たとえば自分の氏名や年齢がネットで公開されることに「とても不安」とした人は関東全体調査で 39.9%、被災者親戚調査では 26.5%、「やや不安」とした人は関東全体調査で 36.6%、被災者親戚調査では 42.5%だった。不安を持つ傾向はどのメディアでも同じで、テレビでは不安だが、ネットではそうではない、というような傾向性はみられなかった。

また安否情報公開に際し、どの個人情報までなら問題がないかをたずねたところ、関東全体調査では本名(カナ)、住所(都道府県)、年齢の3つだけが5割を越えた(図 3.4.2)。被災者親戚調査で5割を越えたのは以上の3つに本名(漢字)を加えた4つだった。住所の町丁目はおろか市町村ですら公開すると問題があると考えている人が多いようだ。

さらに関東全体調査では直接安否情報の公開に関する意見を聞いた。「家族・友人の安否がわかるので便利だ」とした人が 32.5%いた一方で、「個人情報の公開には抵抗がある」とした人が 41.6%おり、安否情報公開に抵抗感を抱く人が多かった。関東のような都市化の進んだところでは、プライバシーに関する意識が高く、災害時といえども個人情報の公開には何らかの配慮が必要なのことがわかる(図 3.4.3)。

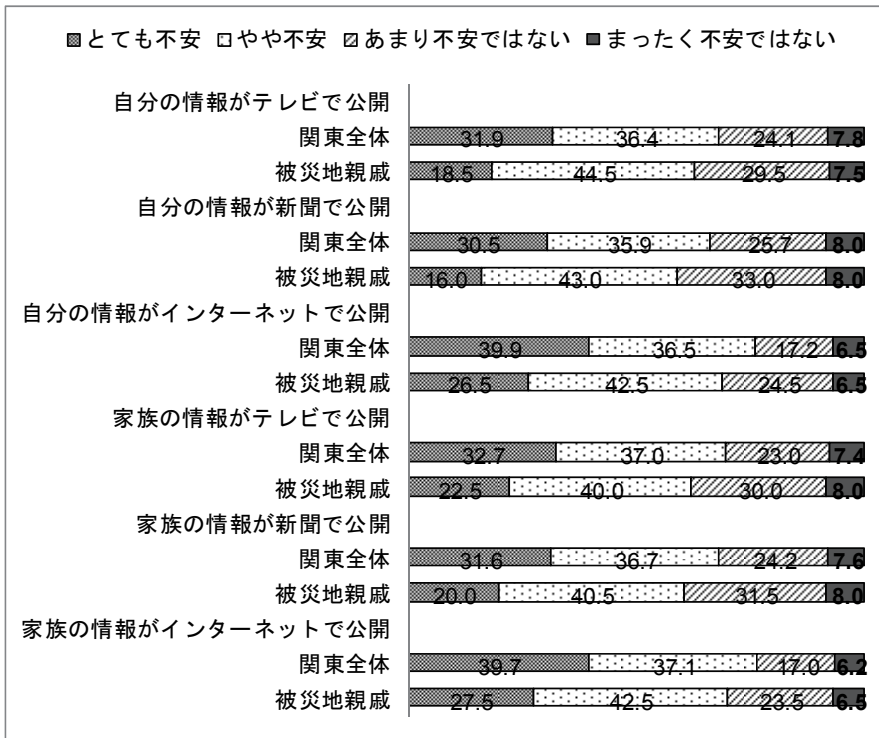


図 3.4.1 安否情報公開への抵抗感

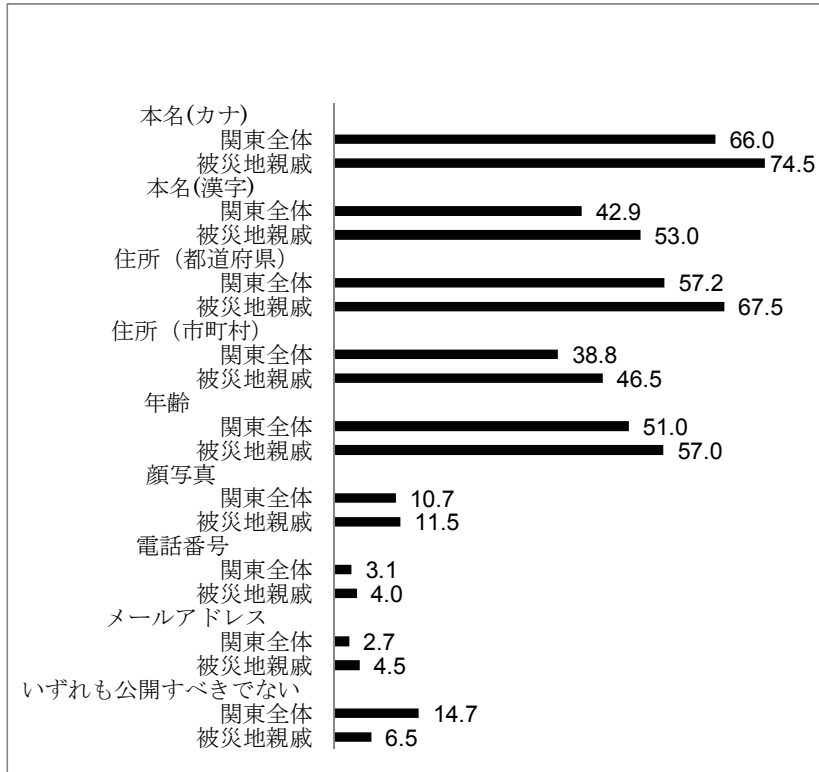


図 3.4.2 公開しても問題のない安否情報

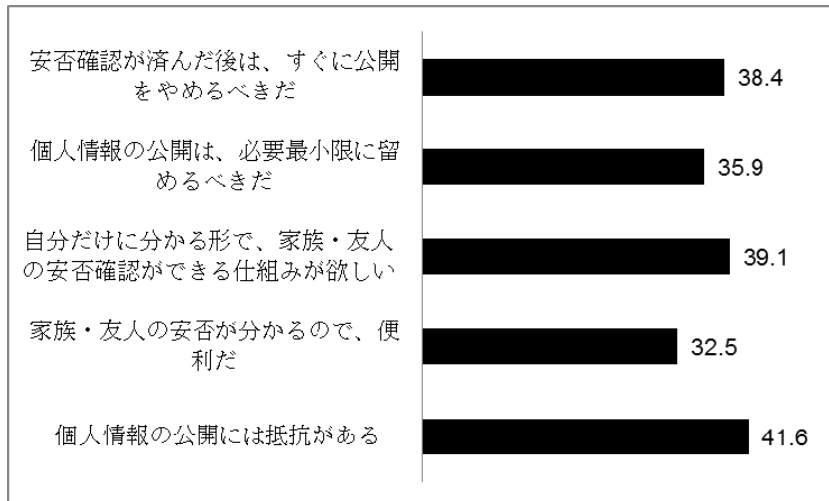


図 3.4.3 安否情報公開に関する意見 (関東全体調査)

#### 4. 原発・震災・復旧についての意識

##### 4.1 震災報道への意見

関東全体調査・被災者親戚調査の回答者にそれぞれテレビ・新聞などの震災報道への意見をたずねたものが図 4.1.1 である。関東全体調査では「どの放送局も同じような放送を繰り返していた」という意見の回答者が 74.9% もいるが、被災者親戚調査では 51.5% にとどまっている。一方で、被災者親戚調査回答者の 26.5% が「避難所ごとの情報をもう少し知りたかった」という意見だが、関東全体調査では半分以下の 12.8% であった。被災地に親戚がいる人々は、避難所ごとの情報など被災地の詳細な情報に注意を払って震災報道を視聴していたのに対して、関東地方の一般的な人々は被災地の情報の個別具体的な違いには関心が向かず、どれも同じような内容と認識していた可能性がある。

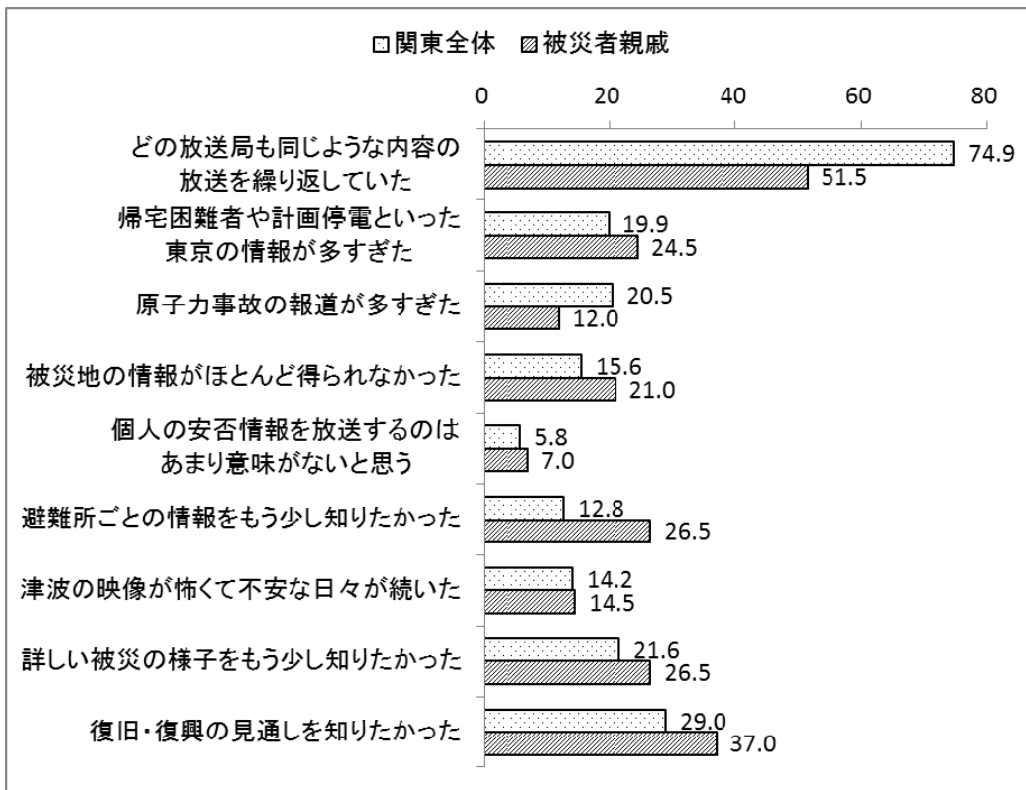


図 4.1.1 震災報道への意見 (MA 単位：%)

## 4.2 被災地について知りたい情報

被災地について知りたいと感じている情報についてたずねたものが図 4.2.1 である。関東全体調査、被災者親戚調査ともに、知りたいと回答した比率が最も高いのは放射能情報であり、自分自身の健康に関わる重要な情報として認識されているようである。一方、「電話の状態」「インターネットの接続状況」「医療機関情報」「店舗施設情報」など、被災地との連絡手段や被災地の生活状況に関わる情報については、被災者親戚調査回答者の方が関東全体調査回答者よりも知りたいと回答する比率が高い。

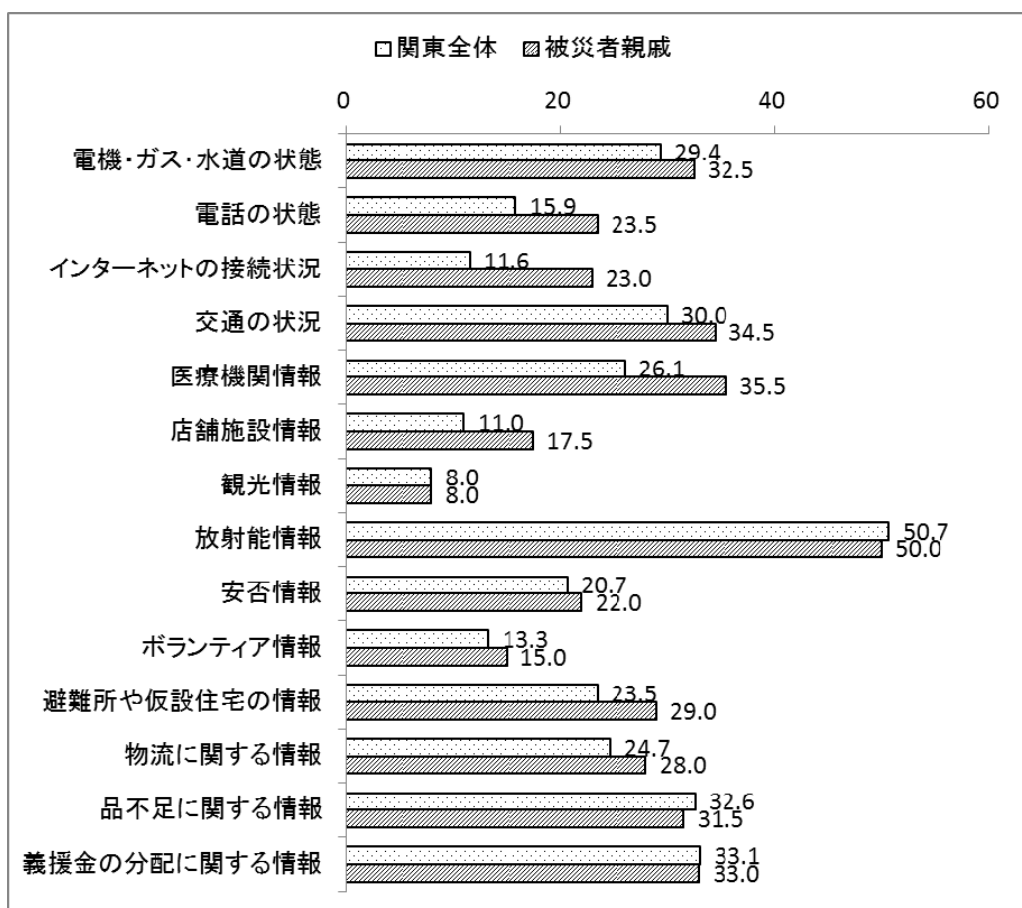


図 4.2.1 被災地について知りたいと感じている情報（単位：％）

## 4.3 地震後の不安、雑感

震災後の不安としては、「福島第一原子力発電所の今後の推移が不安だ」（関東全体 54.9%、被災者親戚 63.0%）、「全国の原子力発電所の安全性が不安だ」（関東全体 36.1%、被災者親戚 42.0%）、「大きな地震がくるかどうか不安だ」（関東全体 48.6%、被災者

親戚 47.5%)、「余震がたくさん続いているので不安だ」(関東全体 43.7%、被災者親戚 37.5%)、「日本が、地震の活動期に入ったのではないかと不安だ」(関東全体 34.5%、被災者親戚 33.53%)と、やはり、原発と今後の地震・余震への不安について多くの人が回答していた。

次に「なぜ被害の全体像がなかなか把握できないのが不安だ」(関東全体 32.3%、被災者親戚 33.0%)、「被災者に物資・支援が届いていないことが不安だ」(関東全体 26.2%、被災者親戚 28.5%)、「まだ安否の確認できない人がたくさんいることが不安だ」(関東全体 25.6%、被災者親戚 23.5%)といった項目が続くという結果となった(表 4.4.1)。

これらの項目の回答としては、仙台や盛岡といった被災地の人よりも回答率は低く、心理的には落ち着いているといえる。全体を通して、これらの項目については関東全体と被災地に親戚のいる人で大きな差はない。ある程度時間も経過し、被災地に親戚がいる人も、基本、関東に住んでいる人として他の人と同様の感覚を持つようになっているといえる。

表 4.3.1 震災後の不安

	関東全体 (N=2000)	被災地親戚 (N=200)	仙台 (N=200)	盛岡 (N=200)
福島第一原子力発電所の今後の推移が不安だ	54.9	63.0	77.0	71.0
大きな地震がくるかどうか不安だ	48.6	47.5	74.0	64.5
余震がたくさん続いているので不安だ	43.7	37.5	71.5	68.0
モノ不足で必要なものが手に入らなくなることが不安だ	27.6	23.0	49.5	41.0
全国の原子力発電所の安全性が不安だ	36.1	42.0	48.0	45.0
なぜ被害の全体像がなかなか把握できないのが不安だ	32.3	33.0	42.0	30.0
被災者に物資・支援が届いていないことが不安だ	26.2	28.5	39.5	35.0
日本が、地震の活動期に入ったのではないかと不安だ	34.5	33.5	37.0	35.5
まだ安否の確認できない人がたくさんいることが不安だ	25.6	23.5	34.5	33.0
なんとなく不安だ	12.5	13.0	20.0	16.0
今後、輸出に影響が出ないかどうか不安だ	13.6	18.0	15.5	11.0

次に、震災後からメディアなどで言われている事柄について、考えとしてあてはまるものを回答してもらった(表 4.3.2)。

「政府はもっと被災地を支援すべきだ」(関東全体 46.5%、被災者親戚 54.0%)、「この国家的危機に団結できない政治家は問題だと思う」(関東全体 54.3%、被災者親戚 55.5%)との項目に回答する人が多かった。関東においては、半数強の人が政府の震災対応、政治に対して不満を持っていることが分かった。

また、「計画停電はやむをえないと思う」(関東全体 30.0%、被災者親戚 29.5%)、「日本は団結すべきだ」(関東全体 38.7%、被災者親戚 39.5%)、「日本人を誇りに思う」(関

東全体 25.8%、被災者親戚 25.0%)、「交通機関が混乱してもやむをえないと思う」(関東全体 17.4%、被災者親戚 16.5%)、「企業はもっと被災地を支援すべきだ」(関東全体 21.3%、被災者親戚 31.5%)と震災直後、様々なところで言われた言説については、「あてはまる」と回答する人はこの9月の調査時点ではそこまで多くなかった。

また、これらは仙台や盛岡での調査よりは、回答の数値は低い。

表 4.4.2 震災後の支援についての意識

	関東全体 (N=2000)	被災地親戚 (N=200)	仙台 (N=200)	盛岡 (N=200)
政府はもっと被災地を支援すべきだ	46.5	54.0	79.0	70.5
この国家的危機に団結できない政治家は問題だと思う	54.3	55.5	78.5	70.0
計画停電はやむをえないと思う	30.0	29.5	47.0	51.5
日本は団結すべきだ	38.7	39.5	38.5	41.5
日本人を誇りに思う	25.8	25.0	34.5	29.0
交通機関が混乱してもやむをえないと思う	17.4	16.5	31.0	20.0
企業はもっと被災地を支援すべきだ	21.3	31.5	30.0	27.0

#### 4.4 原発事故をめぐる意見

「原子力発電所の冷却のために活動する人たちはすごいと思う」と回答した人は全体 48.4%、親戚調査 45.5%であり、一定程度、原発の作業員については評価されている。

また原子力発電所のコミュニケーションに関していえば、「原子力発電所の事故や放射性物質について、政府は情報を隠していると思う」(全体 49.8%、親戚 57.0%)、「原子力関係者のコミュニケーションに疑問を感じる」(全体 42.0%、親戚 43.0%)、「東京電力のコミュニケーションに疑問を感じる」(全体 50.9%、親戚 51.0%)、「政府のコミュニケーションに疑問を感じる」(全体 47.5%、親戚 47.0%)と約半数は原発事故に関する当事者のコミュニケーションに疑問を感じていたことがわかった。逆にいえば、これは約半数は疑問を感じていないということでもある(図 4.4.1)。なお、これらの項目については、関東全体調査と被災者親戚調査においては明白な差はみられなかった。



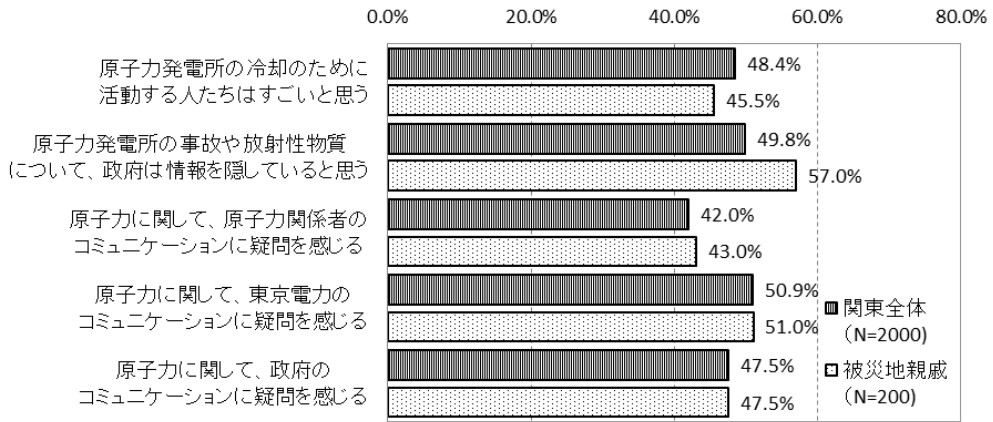


図 4.4.1 原子力についての考え