

「コロナ時代の民放報道研究」

報告書

2022年3月

日本民間放送連盟 研究所

「コロナ時代の民放報道研究」 目的と報告書の構成

(1) 本研究の目的

中国湖北省武漢市で検出され、2019年12月31日に病因不明の肺炎（原因不明）として、WHO中国事務所に通知された「新型コロナウイルス」は、日本国内で2020年1月15日に初の感染者が確認されて以来、陽性者数は増加の一途をたどり、2022年3月1日現在で、国内の感染者は500万5892例、死亡者は2万3633人に達した（厚生労働省、2022年3月1日発表）。

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、日本では政府対策本部長（内閣総理大臣）が複数回にわたり緊急事態宣言を発令。これをトリガーに「全国かつ急速なまん延を抑えるための対応」として緊急事態措置が取られた。内閣官房が2021年10月8日に公表した「新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言の実施状況に関する報告」によると、2020年4月7日から同年5月25日の期間、最初の緊急事態宣言が発令され、その後、2回目が2021年1月8日から同年3月21日まで、3回目が4月25日から同年9月30日まで発令された。

また、「特定地域からのまん延を抑えるための対応」として「まん延防止等重点措置」（まん防）が定められ、2021年4月に初めて発令されて以降、多くの都道府県がその対象地域となった。

緊急事態宣言やまん防が発令された都道府県では飲食店の営業時間や利用、施設の使用、イベント等の開催などに制限が設けられたほか、外出や移動を控えることや在宅勤務（テレワーク）、時差出勤などが求められた。2020年夏に開催予定だった東京オリンピック・パラリンピックも翌年への開催延期を余儀なくされた。

このように、新型コロナウイルスは人々の生活を一変させた。2022年に入っても新たな「オミクロン株」などがまん延し、感染が再拡大。終えんは見えにくくなっている。

こうした中、新型コロナウイルス感染症のまん延下における民放報道の実情はどうだったのだろうか——このことを明らかにしたいと考え、本研究を実施することにした。このため、この約2年間のテレビ報道を分析するとともに、報道に携わる人々の悩みなどを収集・調査し、今後の報道部門を中心とする課題の解決に寄与することを目指した。

この目的のために、民放連会員社を対象に、コロナ禍の報道現場の実態等に関するアンケート調査とインタビュー調査を実施した。また、コロナ禍の民放報道を立体的に総括することを企図し、大妻女子大学文学部コミュニケーション文化学科の桶田敦教授と協力して研究を行うこととした。桶田教授によるコロナ禍のテレビ報道の内容分析を加えることで、時系列で何の報道に重点が置かれたかや政府・行政の対策との関係性などを客観的に捉え、今後、同様の事態が起きた際の伝え方の再確認等に寄与できることを期待している。

なお、本研究は第2期「放送の価値向上・未来像に関する民放連の施策」の一環として行った。

(2) 報告書の構成

本報告書は2部構成となっている。Ⅰ.「NHKと民放 時系列から見た新型コロナウイルス報道の特徴～2020年1月～2021年12月～」は、大妻女子大学・桶田敦教授による論考で、新型コロナウイルスの特徴や社会的影響を概括したうえで、NHKと民放の新型コロナウイルス報道の特徴を時系列で明らかにすることを目的に、放送番組メタデータを活用し、2020年1月から2021年12月の24カ月におけるNHKと在京キー5社の報道を量的、質的な観点から分析した。

Ⅱ.「民放テレビ・ラジオ実態調査」は、民放連・研究所が会員社に実施したアンケート調査およびインタビュー調査を通し、約2年間の民放の取材・報道現場の実態や報道を中心とした番組制作に携わる人々の悩み等を調査・収集。コロナ禍における対応や今後の課題を明らかにした。

目次

「コロナ時代の民放報道研究」目的と報告書の構成	1
目次	3
要約	4
I. NHK と民放 時系列から見た新型コロナウイルス報道の特徴 ～2020年1月—2021年12月～	
桶田 敦 (大妻女子大学)	10
第1章 序論	10
第2章 新型コロナウイルス	14
第3章 新型コロナウイルス報道	19
第4章 考察	36
第5章 まとめ	40
II. 民放テレビ・ラジオ実態調査	
本間 謙介 (民放連・研究所)	44
第1章 序論	44
第2章 調査設計	47
第3章 テレビ社へのアンケート調査	51
3.1 報道責任者への調査	51
3.2 報道デスクへの調査	75
3.3 情報番組担当者への調査	104
3.4 クロス集計	131
3.5 報道責任者・報道デスク・情報番組担当者 調査結果の比較	141
3.6 本章のまとめ	157
第4章 報道デスクへのインタビュー調査	159
第5章 ラジオ社の編成制作責任者へのインタビュー調査	197
第6章 考察と課題	261
資料編	270
1. NHK・民放 共起ネットワーク図	270
2. 「コロナ時代の民放報道」アンケート調査集計	295
3. 新型コロナウイルス関連事項 年表 (2020～2021)	326

要約

新型コロナウイルス感染症のまん延下における民放報道の実情を明らかにするために2つの研究を実施した。

I. 「NHK と民放 時系列から見た新型コロナウイルス報道の特徴～2020年1月—2021年12月～」は、大妻女子大学・桶田敦教授が約2年間のNHKと在京キー5社の報道の内容分析を行った。II. 「民放テレビ、ラジオ実態調査」は、民放連・研究所で民放連会員社を対象にアンケート調査とインタビュー調査を実施した。

I. NHK と民放 時系列から見た新型コロナウイルス報道の特徴

～2020年1月—2021年12月～

2020年1月から2021年12月の24カ月におけるNHKと民放の新型コロナウイルス報道の特徴を、時系列で明らかにすることを目的に、2020年から集積している放送番組メタデータを活用し、量的、質的な観点から分析した。

- ・この2年間の新型コロナウイルスの感染状況は、5波に及ぶ感染のピークと、3回にわたる緊急事態宣言の発令があった。その間の報道は、感染状況の変化を中心に伝えられた。
- ・新型コロナウイルス報道の特徴を一言で表すと、国内での感染が発覚した2020年1月15日以降、NHK、民放各局とも爆発的に報道量が増加し、1回目の緊急事態宣言が発令される4月初旬が、本調査が終了する2021年12月までの間のピークとなったことである。その後は、感染者数の増減にあわせてピークを作りながら増減を繰り返すも民放各局は報道量としては減少傾向が続いていくことが明らかとなった。第5波となる2021年7月から8月のデルタ株による感染拡大が、4波までの感染とは桁違いの感染状況であるにもかかわらず報道量は低く、感染者の増減にあわせた報道量の変化にはなっていないのが特徴的である。
- ・毎月の報道における頻出語をNHKと民放で抽出し、違いについて分析した。その結果、「東京」というキーワードがNHKに比べ民放は上位にきている。一方で、民放は、東京以外の「横浜」「大阪」「沖縄」など感染が拡大している地域も頻出語上位に入っているなど、NHKに比べてより各地の状況を伝えていることが明らかとなった。また、「検査」の頻出順位に差が見られ、民放の方がより上位にきている。これは、民放情報系番組を中心に、PCR検査についての実態を多く取り上げたことが要因である。
- ・2021年は、一転して「ワクチン」「接種」といったキーワードがNHK、民放ともに上位にきている。待ち望んでいたワクチンの開発とその有効性の報道、ワクチンの確保、供給と実施状況などが日々ニュースとなって取り上げられた結果であろう。
- ・また、新型コロナウイルスの感染拡大が続く中で開催された東京オリンピック・パラ

オリンピックに関して、民放では、6月、7月に「オリンピック」というキーワードが上位30位に入っているが、NHKは入っていない。一方、新型コロナウイルス感染防止対策が衆議院選挙の大きな争点となっていたこともあり、NHKでは、9月、10月に「選挙」が上位に入っているなど、NHKと民放の報道内容にはやや違いがあることも明らかとなった。

・これら一連のNHKと民放の報道の差異は共起ネットワークからも明らかになっている。そして、新型コロナウイルスの感染拡大による報道の変化は、一般的な災害と同様に、発生時に量的なピークを迎え、その後は報道量が減少していくことが2020年から2年間の時系列変化の分析で判明した。

Ⅱ. 民放テレビ・ラジオ実態調査

テレビ社へのアンケート調査

報道責任者への調査

感染対策など

- ・マスクの着用や検温、パーテーションの設置は9割以上の社が導入。放送エリア外への出張／受け入れの制限も9割近くの社が実施。セクション内をグループ分けした社は6割程度（62.4%）、テレワークを導入した社も5割程度（48.5%）。
- ・コロナ対応の責任者を設置した社は39.6%。コロナ取材を担当する記者を置いた社はおよそ3割。コロナを担当するデスクは兼務で置いた社が12.9%。
- ・オンライン会議システムは、81.2%の社がコロナを機に導入。
- ・報道セクションのマンパワーは6割の社が「なんとか対応できる人数だった」と回答。

新型コロナウイルスに関する知識・理解

- ・報道セクションの部員の知識・理解向上のために行ったことは、「取材で得た知識の共有を図った」社が90.1%。
- ・部員のコロナに関する知識・理解は「不安がない」との回答が5割強となる一方、今後必要になるもので最も多いのは「部内のコロナに関する知識の共有」（89.1%）。

取材・番組制作

- ・取材で「変化があった」と答えた社は67.3%。編集で「変化があった」と答えた社は48.5%、番組送出および収録で「変化があった」と答えた社は52.5%。
- ・緊急事態宣言／まん延防止等重点措置下の取材エリアは、緊急事態宣言発令期間は56.4%の社が「自社の放送エリアのみ取材」。他社との共同取材は84.2%が実施。

報道

- ・視聴者の不安解消のため、予防策に関する取材、専門家へのインタビュー、視聴者の生活にかかわる情報の取材などに9割以上の社が取り組んだ。

報道デスクへの調査

取材

- ・報道番組において、政府・自治体などの会見の取材は、回答した全社が実施。
- ・コロナ患者を収容した病院内は 67.4%、クラスターの発生した病院等の取材は 73.0%の社が取材。一方で、コロナ患者を収容した病院内の取材は 59.6%、クラスターの発生した病院等の取材は 52.8%の社が「不安があった」と回答。
- ・「外出自粛の要請が出た期間の観光地の取材」は 92.1%、「自粛要請よりも遅い時間帯の駅や繁華街の取材」は 85.4%の社が実施。
- ・政府や関係省庁、地元自治体の会見の取材は 65.2%が「自由にできた」と回答。
- ・オンライン取材が進展し、2020年1月以降、97.8%の社が行っていると回答。

出演者

- ・自社制作の報道番組で、コロナ関連の専門家は不定期で出演した社が多く（85.4%）、出演した社で最も多かったのは感染症の専門家（95.0%が回答）。
- ・専門家の人選は、放送エリア内の大学や専門機関からが多い（出演した社の 97.5%が回答）。配慮事項として、複数の専門家を人選するようにした社は 22.5%。

報道

- ・報道番組で地元放送エリアの当日の感染者数と死者数（当日発表の人数）は「毎日伝えた」が最も多く、感染者数は 97.8%、死者数は 84.3%の社が伝えていた。
- ・地元放送エリアへの緊急事態宣言およびまん延防止等重点措置の発出／終了や地元自治体（知事）の会見は、8割以上の社が「発表等があった日に必ず伝えた」と回答。

新型コロナウイルスに関する知識・理解

- ・コロナ関連の知識を得るために「記者が取材で得た内容」を共有した社が 95.5%。チーム内のコロナの知識・理解は「やや不安がある」社が最も多い（51.7%）。
- ・コロナの取材・報道内容に関する社内での議論は、「比較的自由に議論できた」社が最も多く（51.7%）、「とても自由に議論できた」（29.2%）と合わせると8割以上に。

情報番組担当者への調査

取材・番組制作

- ・情報番組でのコロナ関連の独自取材は、60.4%の番組が実施。
- ・コロナ患者を収容した病院内を取材した番組は2割、クラスターの発生した病院等を取材した番組は1割程度。
- ・オンライン取材が進展。2020年1月以降、93.4%の番組が行っていると回答。
- ・取材から収録までの作業で変わったことについて、取材は 90.1%、編集は 65.9%、番組送出および収録は 74.7%の番組が「変化があった」と回答。

出演者

- ・自社制作の情報番組で、コロナ関連の専門家は不定期で出演した番組が最も多い

(58.2%) が、「出演しなかった」も 38.5%あった。

- ・出演が最も多かったのは感染症の専門家（出演のあった番組の 89.3%が回答）で、人選は放送エリア内の大学や専門機関からが最も多い（出演のあった番組の 85.7%が回答）が、「自局の報道番組に出演していた」も出演のあった番組の 30.4%が選択。

報道

- ・当日の感染者数は「毎日伝えた」（50.5%）、当日の重症者数は「特記事項がある場合に伝えた」（40.7%）がそれぞれ最も多い。
- ・視聴者の不安を解消するために、予防策や視聴者の生活にかかわる情報の取材に 7 割の番組が取り組んだ。アナウンサーの口調・表情に配慮したと答えた番組が 54.9%。編集上の工夫やコメンテーターのコメント内容に配慮した番組は 4 割程度。

新型コロナウイルスに関する知識・理解

- ・コロナ関連の知識に関して共有したもので最も多かったのが「公的機関・専門機関のウェブ上の情報」（78.0%）。
- ・スタッフのコロナの知識・理解は「ほぼ不安がない」が最も多い（49.5%）。

クロス集計

回答のあった社をキー局／ローカル局など 4 つのカテゴリー、地元放送エリアの②感染者数、③緊急事態宣言／まん延防止等重点措置（まん防）発令期間——で分類し、クロス集計を行った。

- ・「キー局／ローカル局別」という会社の規模的なことと、コロナ対応の責任者やコロナ取材の担当記者の設置には相関がみられた。
- ・報道番組と情報番組のコロナ関連の専門家の出演やネットから得た情報の扱い、放送エリア外のコロナの感染状況の報道については、「キー局／ローカル局別」および地元放送エリアの感染者数や緊急事態宣言／まん防の発令期間の長短と相関がみられるものがあつた。

報道責任者・報道デスク・情報番組担当者 調査結果の比較

- ・報道番組と情報番組の取材から収録までの変化は、情報番組のほうが報道番組よりも「変化があつた」の割合が大きかつた。番組制作上、苦勞したことは「出演者の番組出演が困難になつた」が情報番組においてより顕著。
- ・視聴者の不安解消策として、報道番組は政府・行政の発表・施策に対する取材や専門家へのインタビューなどに取り組み、情報番組は報道番組よりもアナウンサーの口調などにも配慮する傾向にあつた。
- ・対面取材は報道番組・情報番組いずれも 8 割が不安があつたと回答。
- ・取材対象に関しては、自肅要請よりも遅い時間帯の駅や繁華街、外出自肅の要請が出た期間の観光地などは報道番組のほうが取材しているが、マスクをしていない人への取材は報道番組、情報番組のいずれも 2 割程度となつている。

- ・コロナ関連の専門家は報道番組のほうが出演した割合が高かった。出演の際には、質疑がある旨の確認や、事前に発言内容の相談をした割合は情報番組のほうが高い。
- ・スタッフのコロナの知識・理解への評価について、報道責任者・報道デスク・情報番組担当者で大きな差はないものの、「不安がない」が最も高いのは情報番組担当者、「不安がある」が最も高いのは報道デスクだった。

テレビ社へのアンケート調査から、①各社で感染対策が進展、②オンラインの活用も進展、③対面取材への不安が顕著、④コロナ関連の専門家は地元から人選、⑤地元エリアの感染状況を連日伝えたのは、報道番組からが中心、⑥視聴者の不安解消に注力、⑦スタッフの知識・理解向上が課題、⑧地元の感染状況の影響は限定的 ―― などが明らかになった。

報道デスクへのインタビュー調査

取材

- ・取材時のスタッフの感染への不安について、コロナの感染拡大初期の段階での不安や葛藤に関する意見が多い。
- ・取材者が感染の媒介になることへの不安に関し、取材先に来ないでほしいといわれたことなどの事例が明かされた。
- ・取材時の映像が画面にどう映るかに配慮したとの声も多かった。
- ・コロナ患者を収容した病院の取材について尋ねたところ、外観のみ、あるいは内部は関係者に機材を渡して取材したなどの実態が浮かび上がった。
- ・チーム内での意見や意識の違いに関しては、コミュニケーションでロスがあったことなどが浮かび上がった一方、記者の意思を尊重したなどの声が聞かれた。

報道

- ・各社とも社会不安をあおらないような報道に腐心。感染者数をめぐっては、発表の速さを競う流れに疑問を感じたなどの意見もあった。
- ・感染者や取材対象のプライバシーに関し、配慮を行ったうえで、どこまで報道するかジレンマに悩んだ様子がうかがえた。
- ・感染者数の報道については、伝えることの意味を強調する意見が目立った。

デマの解消

- ・ほとんどの社が取り組んでおり、その際にも専門家の意見を重視している。

ウィズコロナ時代の取材・報道への提言

- ・視聴者に向けて世の中が明るく、前向きになるような報道に取り組みたい、といったポジティブなメッセージが聞かれた。
- ・報道のあり方を問う意見、リモート取材に可能性を見出す意見とともに、直接取材が難しくなる中、あらためて取材先に足を運ぶことの重要性を説く意見もみられた。

ラジオ社の編成制作責任者へのインタビュー調査

感染対策

- ・グループ分けは、少人数などを理由にできなかった社が多い。
- ・マスクの着用や検温はほとんどの社で実施。PCR 検査は、濃厚接触者が出た時、やむを得ない事情で放送エリア外に出張した際などに実施。テレワークなどは半数近くの社が何らかの形で取り入れている。出張はエリア外を原則禁止にした社が多い。

新型コロナウイルスへの知識・理解向上

- ・オンライン上で情報共有を図った社が目立つ。

局内やスタッフに陽性反応者が出た時の対応

- ・陽性者が出た際のリリースや放送対応は、出演するタレントの場合は事務所の対応に準拠。自社で発表するかどうか、放送で伝えるかどうかの判断は分かれている。

番組制作

- ・リモートの活用が進展。また、スタジオ使用の工夫に関する意見も多く上がった。
- ・出演者のオンエア中のマスクは「外している」との意見もあった。
- ・番組制作で苦勞・不足したことに関し、感染対策やスタッフや出演者から感染者が出た時の対応、およびリモート制作をめぐる苦勞に関する意見が多い。

編成・放送

- ・編成面ではふだんどおりの番組編成を心掛けた旨の意見が多い。

ウィズコロナ時代に向けて

- ・コロナ禍における悩み、自身が最も苦勞したことでは、オーバーワークやストレス、健康への心配などスタッフに関する悩みが多く吐露された。一方で、ラジオの未来をあらためて考える機会になったとの意見も目立つ。

考察と課題

(1) 考察～進展したこと

コロナ禍のテレビ、ラジオにおいて、①オンラインの活用、②感染対策、③地域に根差した報道・番組制作、④視聴者／リスナーを意識した取材・報道・番組制作 ― が進展したことが確認された。なお、⑤地元エリアの感染状況が取材・報道・番組制作に与える影響は限定的、であった。

(2) 本研究が示唆する現場の課題

現場の課題としては、①スタッフのケア・専門性の拡充、②「リアル」への回帰、③感染者数をどう伝えるか ― が挙げられる。

(3) 残された研究課題

- ①調査の継続、②放送人の思いを外部にどう伝えるか ― が挙げられる。

I. NHK と民放 時系列から見た新型コロナウイルス報道の特徴 ～2020年1月—2021年12月～

桶田 敦（大妻女子大学）

第1章 序論

(1) 本研究の背景と目的

中国湖北省武漢市で発生した新型コロナウイルス感染症は、2020年1月に入って拡大の一途をたどっていた。一方、2020年1月15日、神奈川県で、武漢市に滞在歴のある男性が新型コロナウイルス陽性であることが確認された。日本で初めての感染確認をテレビ各社は「速報・中国“謎の肺炎”日本で初確認」「速報・国内初“新型コロナウイルス”で陽性反応」（2020年1月16日放送）などと伝えた。新型コロナウイルスへの感染により、急激な発熱や呼吸困難、肺炎の症状が引き起こされる上、有効なワクチンや治療薬がないことなどから、国内においても国民の関心と不安が一気に増し、テレビにおける報道量は爆発的に増加¹していった。

新型コロナウイルスの国内での感染拡大を受けて日本政府は対応に追われた。2020年1月28日に新型コロナウイルス感染症を指定感染症として定め、同年2月25日には新型コロナウイルス感染症対策の基本方針を取りまとめた。感染が拡大の一途をたどる中、政府は、同年3月26日、新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく政府対策本部を設置した²。

更に、政府は「国民の生命を守るためには、感染者数を抑えること及び医療提供体制や社会機能を維持することが重要」として、安倍首相が同年4月7日に緊急事態宣言を発出し、緊急事態措置を実施した³。以降、2021年12月末までの間に延べ3回の緊急事態宣言が発出された。

また、緊急事態措置に至らないまでも、特定の地域において新型コロナウイルス感染のまん延を防止するための措置としてまん延防止等重点措置が新設され、2021年4月5日

¹ 高橋ほか（2020）『『新型コロナウイルス』はどのように伝えられたか～テレビとソーシャルメディアの連関の中で～』『放送研究と調査』12月号、pp. 2-35

² 「新型コロナウイルス感染症対策の基本対処方針」2020年3月28日、新型コロナウイルス感染症対策本部決定
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/novel_coronavirus/th_siryu/kihon_r_030212.pdf
（2022年3月28日最終閲覧）

³ 「新型コロナウイルス感染症対策本部（第27回）首相官邸HP、2020年4月7日
https://www.kantei.go.jp/jp/98_abe/actions/202004/07corona.html（2022年3月28日最終閲覧）

から大阪、兵庫、宮城に、さらに同月 12 日から京都、沖縄、東京にも発出された⁴。以降、多くの都道府県が対象地域となった。

緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の対象となった都道府県や地域では、飲食店を中心に営業自粛や時間の短縮、酒類提供の停止が行われ、また大規模施設の使用制限、イベント開催の中止など大幅な制限が設けられた。社会活動においても、外出や移動を控えることが求められ、学校の休校、テレワークによる在宅勤務などが推奨された。また、2020 年夏に開催予定だった東京オリンピック・パラリンピックも翌 2021 年へと延期された。

テレビ各社はこうした新型コロナウイルス感染拡大による社会や住民への影響を連日報道していった。その報道量は、2020 年 1 月から 12 月までの 1 年間の延べ放送時間が 2011 年の東日本大震災関連報道 1 年分の 5 倍近くに及んでいることが筆者の研究（桶田、2021c）⁵で明らかになっている（図 1）

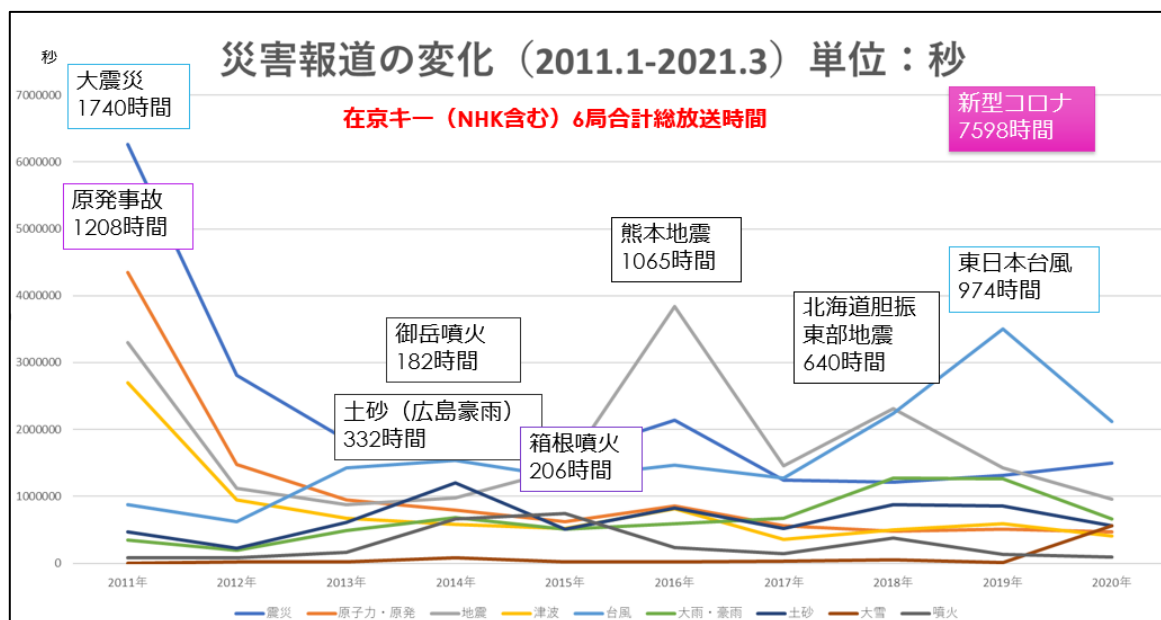


図 1 東日本大震災以降の災害報道の変化 出典：『GALAC』2021 年 4 月号を改編

こうした社会的背景をもとに、本研究は、2020 年度から集積している放送番組メタデータを活用して、2020 年から 2021 年の 2 年間の新型コロナウイルス関連報道の量的変化及び内容分析を行うことを目的として行った。

⁴ https://corona.go.jp/emergency/pdf/kouji_20210416.pdf (2022 年 3 月 28 日最終閲覧)

⁵ 桶田敦 (2021c) 「データから読み解く災害報道この 10 年」『GALAC』4、pp. 13-17

(2) 本研究の位置付け

筆者は、これまで自ら災害報道に取り組んできた経験をもとに、東日本大震災や福島第一原発事故におけるリスクコミュニケーションの立場から災害報道研究を行ってきた（桶田、2012a、2012b、2014、2015、2021a 他）。また、東日本大震災以降の災害報道に関しても、主に災害報道の量的変化に着目しながら研究を進めてきた（桶田、2016、2021b、2022 他）。

その延長線上で、新型コロナウイルスによる災禍をリスクコミュニケーションの立場からその報道を検討すると、さまざまな教訓や問題点が明らかになってきた。そのため、まず、これまでの災害報道との差を明らかにすべく量的な点から検討を始めている。その一部については、日本マス・コミュニケーション学会（現在は日本メディア学会に改称）の2021年度春季ワークショップ「東日本大震災から10年これまでの災害報道とこれからの災害報道を考える」で報告を行った。

本論文では、テレビ報道において新型コロナウイルスに関する情報が日々どのように変化しているのか（情報量の差異・内容の変化など）を明らかにし、これまでの災害報道、特に2011年東日本大震災以降の災害報道との変容を考察した。

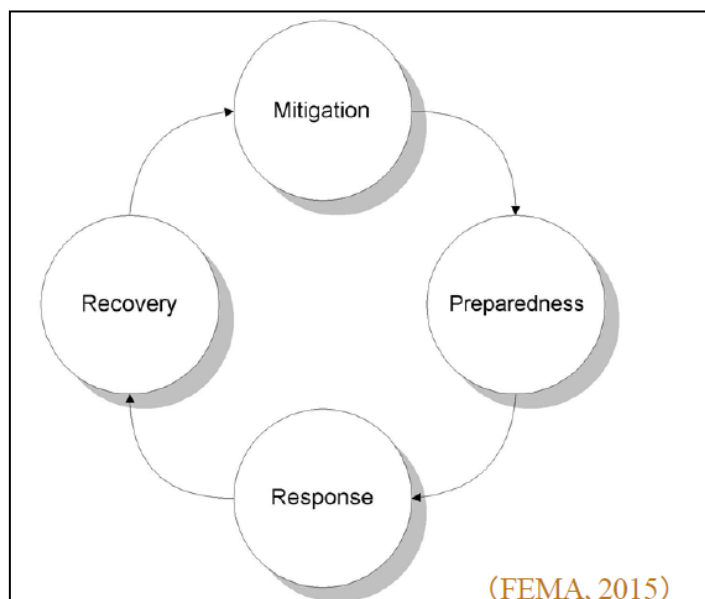


図2 FEMAによる災害対応サイクル

本研究の最終的な目的は、新型コロナウイルス感染による災禍を、災害におけるリスクコミュニケーションの立場から、FEMA（米連邦緊急事態管理庁）による災害対応サイクル（図2）における各フェーズにあてはめ、そのフェーズにおける報道と住民行動の変容を明らかにすることである。地震や台風といった災害は、発生そのものは瞬間であっても、その後の復旧、復興過程を取材し報道するという過程がある。だが、新型コロナウイルス

に関する対応や報道は、感染の波が数次にわたって襲ってくるもので、これまでの FEMA における災害対応の概念を覆すものである。このような新型コロナウイルス報道が、どのように災害対応サイクルにあてはまるのか、あるいはどう修正されるべきなのかを検討した研究はこれまでに報告されておらず、本研究の学術的なオリジナリティーがここにある。

上記の研究を遂行するため、本論では、そのもととなる新型コロナウイルス関連報道の報道量とその報道内容を月単位で記述し、その変化を記載することを目的としている。

(3) 先行研究から見た本研究の位置付け

新型コロナウイルスと報道に関する研究は、高橋・原 (2020) 『『新型コロナウイルス』はどのように伝えられたか～テレビとソーシャルメディアの連関の中で～』、岸本ほか (2021) 「新型コロナウイルスの感染状況に対するテレビ報道の特徴と報道変容の分析」があげられる。

高橋・原 (2020) は、テレビがソーシャルメディアと連関しながら新型コロナウイルスに関してどのように伝えてきたか検証している。日中から夜間の情報番組、ワイドショー、キャスターニュース番組において伝えられた新型コロナウイルス関連の報道では、「PCR 検査」「マスク」「自粛」などに関する話題が一貫して取り上げられていたことが明らかにされた。

岸本ほか (2021) では、2020 年 1 月から 12 月までのコロナ関連報道データとテレビ番組接触状況データを用いて、報道の特徴と視聴者の反応や関心の変化などを解明している。

だが、両者の研究は、2020 年、新型コロナウイルスが日本国内での感染拡大の第 1 波から第 3 波の途中までであり、ワクチン接種や感染対策が定着してきた 2021 年の分析まで及んでいない。

また、筆者のゼミに所属する卒論生 2 人が 2020 年 1 年間の新型コロナウイルス報道について研究を行った。井 (2022) が、NHK の新型コロナウイルス報道の分析を行い、民放 4 社 (NTV, EX, TBS, CX) の情報番組における新型コロナウイルス報道の分析を早見 (2022) が行った。

本研究では、これらの先行研究の結果を参考にしながら、研究対象期間を 2020 年 1 月から 2021 年 12 月までの 2 年間に在京キー 5 社が放送した全ての番組を対象に、新型コロナウイルス関連報道の報道変容についての分析を行い、これまで災害報道との変容を検討した。

第2章 新型コロナウイルス

本章では、新型コロナウイルスとはどんなウイルスなのかを明らかにした上で、日本における社会的影響について簡単にまとめておく。また、そのコロナウイルスの変異についても触れておく。

(1) 新型コロナウイルスの発生

ヒトに感染するコロナウイルスは、CSIER（国立感染症研究所 感染症疫学センター）によると、これまでに風邪の病原体として広くまん延している4種類と、動物から感染する重症肺炎ウイルス2種類が知られていた。ヒトに日常的に感染するコロナウイルスによって風邪の症状を発症するが、多くの感染者は軽症である。動物由来のコロナウイルスは、コウモリのコロナウイルスがヒトに感染して重症肺炎を引き起こすようになったと言われる SARS-CoV（重症急性呼吸器症候群コロナウイルス）と、MERS-CoV（中東呼吸器症候群コロナウイルス）である。⁶

今回、中国・武漢を発生源とする新型コロナウイルスに関して WHO（世界保健機関）が初めて報告を出したのは2020年1月5日である。2019年12月31日、武漢で原因不明の肺炎の症例が WHO 中国オフィスに通知された。2020年1月3日の時点で、原因不明の肺炎患者合計44人が中国当局から WHO に報告されており、44例のうち11例は重症で、残りの33例は安定した状態だったと言う。⁷

メディアの報道によると武漢の関連市場は環境の衛生と消毒のために2020年1月1日に閉鎖された。

当初、原因物質の特定がされていなかったが、2020年1月7日に中国当局によって新型コロナウイルスが原因と特定され⁸、WHOは疾病の名称を「COVID-19（新型コロナウイルス感染症）」とした。

WHOは、2020年1月30日、中国国外でのヒト-ヒト感染を確認した。更に中国以外の国でも感染者数が増加したことなどから「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態（PHEIC: Public Health Emergency of International Concern）」であると発表⁹した。

⁶ CSIER（感染症疫学センター）ヒトに感染するコロナウイルス
<https://www.niid.go.jp/niid/ja/from-idsc/2482-2020-01-10-06-50-40/9303-coronavirus.html>（2022年3月28日最終閲覧）

⁷ WHO Disease Outbreak News, 5 January 2020
<https://www.who.int/csr/don/05-january-2020-pneumonia-of-unknown-cause-china/en/>
（2022年3月28日最終閲覧）

⁸ <https://www.forth.go.jp/topics/202001201520.html>（2022年3月28日最終閲覧）

⁹ Emergency Committee regarding the outbreak of novel coronavirus (2019-nCoV)
WHO Statement 30 January 2020
<https://www.who.int/news-room/detail/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting->

また、3月11日には、テドロス WHO 事務局長が「世界的流行（パンデミック）相当」との見解を示した。

(2) 中国・武漢での感染症拡大

2019年12月8日、中国・武漢で原因不明の肺炎患者が最初に報告されて以降、感染は市内華南海鮮卸売市場周辺を中心に拡大した。2020年1月9日には初の死者が確認¹⁰され、1月22日以降死亡者数は増加の一途をたどった。

中国では、1月25日の春節の前後は大型連休となり、例年、国内外へ民族大移動が起こる。感染の中心であった武漢からも多くの住民が市外や海外へと繰り出した。

だが、感染の拡大に危機感を持った中国武漢市政府は、1月23日午前10時から、武漢を封鎖（ロックダウン）し、人の出入りを制限した。武漢市内の空港、鉄道、フェリー、バスなどは営業を停止せざるを得なくなった。

武漢の封鎖に伴って、各国は、市内及び湖北省に在住していた自国民や外交職員を本国に避難させるためにチャーター機を派遣した。日本政府も、武漢市周辺や湖北省内に在住する日本人およそ600人を退避させるためにチャーター機を送ることを決定。1月26日には安倍首相が記者団に「チャーター機など、あらゆる手段を追求し希望者全員を帰国させる」と表明¹¹した。

2020年1月28日、チャーター機の第1便が医療チームと支援物資を搭載して羽田空港を飛び立った。翌1月29日、帰国希望者206人を乗せた第1便は武漢を出発、同日午前8時40分頃に羽田空港に到着した。¹²

(3) ダイヤモンド・プリンセス号内での新型コロナウイルス感染

2020年1月20日に横浜港を出港したクルーズ船ダイヤモンド・プリンセス（以下DP）号の乗客のうち、1月25日に香港で下船した80代男性が新型コロナウイルスに感染していたことが明らかになった。DP号には世界57カ国から船員1,068人、乗客2,645人の計3,713人が乗船していた。2月3日に横浜港に戻ってきたDP号の検疫を行ったところ、4月15日までに712人の感染が確認され、少なくとも14人の死亡が確認された。¹³

[of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](#) (2022年3月28日最終閲覧)

¹⁰https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_08873.html (2022年3月28日最終閲覧)

¹¹ 「新型コロナウイルスに関連した武漢市在住邦人対応についての会見」首相官邸 HP https://www.kantei.go.jp/jp/98_abe/actions/202001/26kaiken.html (2022年3月28日最終閲覧)

¹² 「新型コロナウイルス感染症対策本部」議事次第 2020年1月30日 https://www.cas.go.jp/jp/influenza/200130_corona.pdf (2022年3月28日最終閲覧)

¹³ NIID 国立感染症研究所 (2020) 「ダイヤモンド・プリンセス号新型コロナウイルス感染症事例における事例発生初期の疫学」IASR Vol.41 pp.106-108

(4) 新型コロナウイルス感染者数と政府の対応

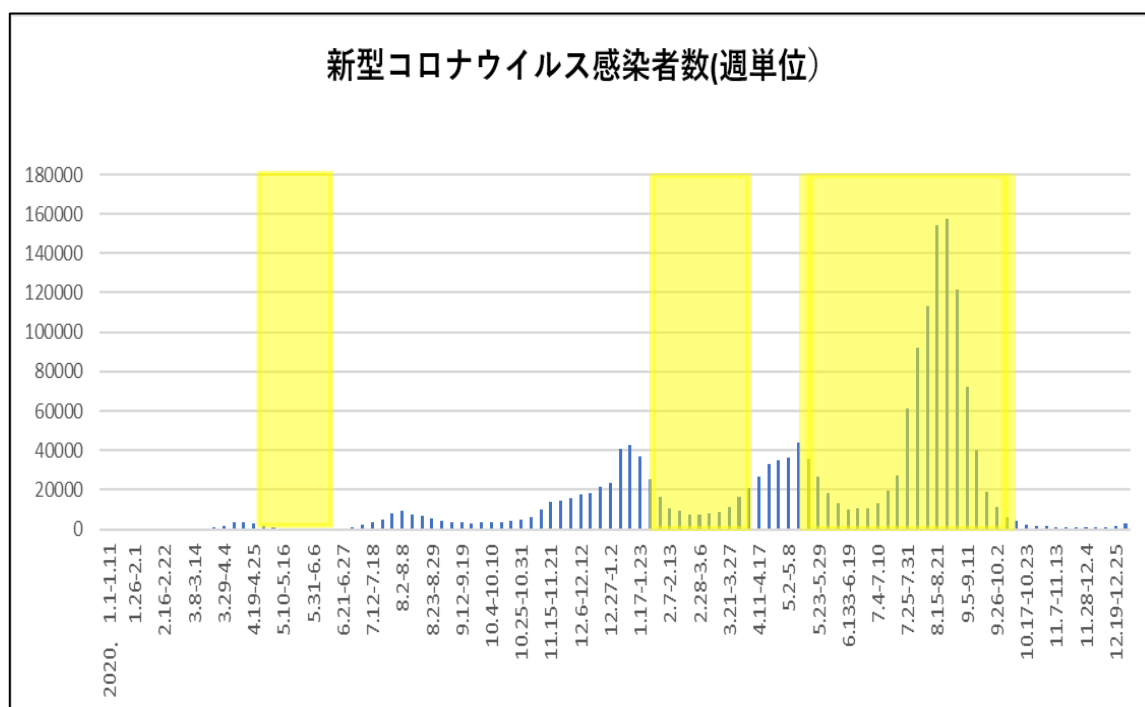


図3 新型コロナウイルス感染者数と政府の対応 データ出典：厚生労働省

図3は、新型コロナウイルス感染者数を週毎に切り分けてグラフ化し、そこに、緊急事態宣言発出期間を表示（黄色）したものである。

感染者数の推移を見ると、2020年、2021年の2年間で5つの山が読み取れ、それぞれ第1波から第5波の感染拡大期とされている。

それぞれのピークは表1の通りである。

表1 新型コロナ感染者数のピーク
(人数はピーク週における感染者数の合計)

	ピーク	人
第1波	2020年4月12日－18日	3,563
第2波	2020年8月2日－8日	9,558
第3波	2021年1月10日－16日	42,397
第4波	2021年5月9日－15日	44,263
第5波	2021年8月22日－28日	157,565

<https://www.niid.go.jp/niid/ja/typhi-m/iasr-reference/2523-related-articles/related-articles-485/9755-485r02.html> (2022年2月14日最終閲覧)

政府・内閣官房の「基本的対処方針に基づく対応」¹⁴によると、1回目の緊急事態宣言は、当初、2020年4月7日に、埼玉、千葉、東京、神奈川、大阪、兵庫、福岡に発出され、その後4月16日に全国に拡大された。5月14日には39県が解除、5月25日に残る都道府県に緊急事態解除宣言が発出された。2回目は、2021年1月7日に、埼玉、千葉、東京、神奈川の1都3県に発出され、その後、地域が拡大されたが3月21日で終了した。3回目の緊急事態宣言が最も長く、2021年4月23日に東京、京都、大阪、兵庫に出され、後に10都道府県に拡大された。その後、期間の延長を繰り返しながら、一部地域はまん延防止等重点措置に以降し9月30日で終了した。実に5か月に及ぶ緊急事態宣言の発出であった。

(5) 緊急事態宣言下でのまん延防止措置

政府は新型コロナウイルス感染症対策として、基本的対処方針を2020年3月28日に打ち出した。当初は、まん延防止策として、クラスター対策及び接触機会の低減を掲げ、密閉空間、密集場所、密接場面という、いわゆる3密を回避させる取り組みを行った。その後、数次にわたって対処方針は改定された。

2022年2月26日現在の「2月18日変更」¹⁵によると、

- ・緊急事態措置区域において、酒類又はカラオケ設備を提供する飲食店等に対する休業要請
- ・それ以外の飲食店に対するの営業時間短縮要請
- ・特定都道府県における同一グループ同一テーブルでの5人以上の会食を避けるよう要請
- ・イベント等の開催制限
- ・特定都道府県において、「三つの密」を徹底的に避けるとともに、「人と人との距離の確保」「マスクの着用」「手洗い等の手指衛生」等の基本的な感染対策の徹底などが努力義務として課せられている。

(6) 新型コロナウイルス変異株

国立感染症研究所（NIID）によると、ウイルスは一般的に増殖や感染を繰り返す中で徐々に変異することが知られていて、新型コロナウイルスにも変異株が存在する。懸念される変異株（2021年11月28日時点）として、ベータ、ガンマ、デルタ、オミクロンの4種の変異株がある¹⁶。

¹⁴ <https://corona.go.jp/emergency/>（2022年2月14日最終閲覧）

¹⁵ 「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」新型コロナウイルス感染症対策本部決定 2022年2月18日変更

¹⁶ <https://www.niid.go.jp/niid/ja/2019-ncov/2551-cepr/10745-cepr-topics.html>（2022年2月14日最終閲覧）

この中でも、インドから広がったとされるデルタ株は、2021年5月にWHOが「注意すべき変異」と位置付け、日本でも急激な感染の拡大をもたらした（第5波）。アメリカ疾病予防管理センター（CDC）の報告によると、従来のベータやガンマ株に比べると2倍以上の感染能力があるとされ、潜伏期間も短い。また、重症化リスクも、英国で行われた臨床研究（43,338人対象）で救急外来受診（1.45倍）や入院リスク（2.26倍）が増すことが示唆されている。

第3章 新型コロナウイルス報道

本研究は、(株)JCC 提供の「テレビ報道データベース」¹⁷を利用して、地上波在京6社(NHK、NTV、EX、TBS、TX、CX)の放送から、「新型コロナ」or「新型ウイルス」でキーワード検索した番組もしくはニュース項目を抽出したテキストデータをもとに以下の分析を行った。

- ① キーワード検索で抽出された番組のジャンル、数などの基礎データを明らかにし、
- ② その上で、報道量の時系列変化(全体、局単位、ニュース、情報系単位)と政府(あるいは東京都など)が行っている新型コロナ感染対策との関係性を求める。
- ③ 時系列変化の中で、KH コーダーを用いたテキストマイニングを行い、頻出語(月単位)を抽出して、共起ネットワーク図を作成して報道内容の変化を明らかにする。

本論文においては、在京民放(NTV、EX、TBS、TX、CX)の報道内容を一括でまとめたものとNHKの報道を対比させていくこととする。

(1) 時系列で見た新型コロナウイルス報道

図4は、在京キー5社の新型コロナ感染報道と感染者数を、週単位でまとめたものをグラフ化したものである。左軸が報道量(単位:秒)、右軸が感染者数(単位:人)である。黄色で表示しているのが、緊急事態宣言が発出されている期間である。

(株)JCCが提供する「テレビ報道データベース」は、検索語と検索範囲、放送局を指定することにより、(株)JCCが独自にリアルタイムで視聴し、その「内容」を記載した番組データを、項目や番組コーナー単位で抽出できるものである。「内容」には、放送日、番組開始・終了時間、コーナー開始・終了時間、コーナーの時間(秒)、ヘッドライン、放送内容の要約が記載されている。在京キー5社の全番組から「新型コロナ」「コロナウイルス」をキーワードとして抽出されたニュース項目や情報番組の各項目、新型コロナウイルス関連の番組の放送時間(秒)を週単位で集計しグラフ化している。民放各社は、便宜上、A社、B社などと表記した。また、感染者数を赤線で示した。

① 新型コロナウイルス報道の特徴

新型コロナウイルス報道の特徴を一言で表すとすれば、国内での感染が発覚した2020年1月15日以降、NHK、民放各社とも爆発的に報道量が増加し、1回目の緊急事態宣言が発令される4月初旬が、本調査が終了する2021年12月までの間のピークとなったことである。その後は、感染者数の増減にあわせてピークを作りながら増減を繰り返すも民放各

¹⁷ <https://www.jcc.co.jp/rean/tvdb.html> (2022年2月26日最終閲覧)

社は報道量としては減少傾向が続いていく。

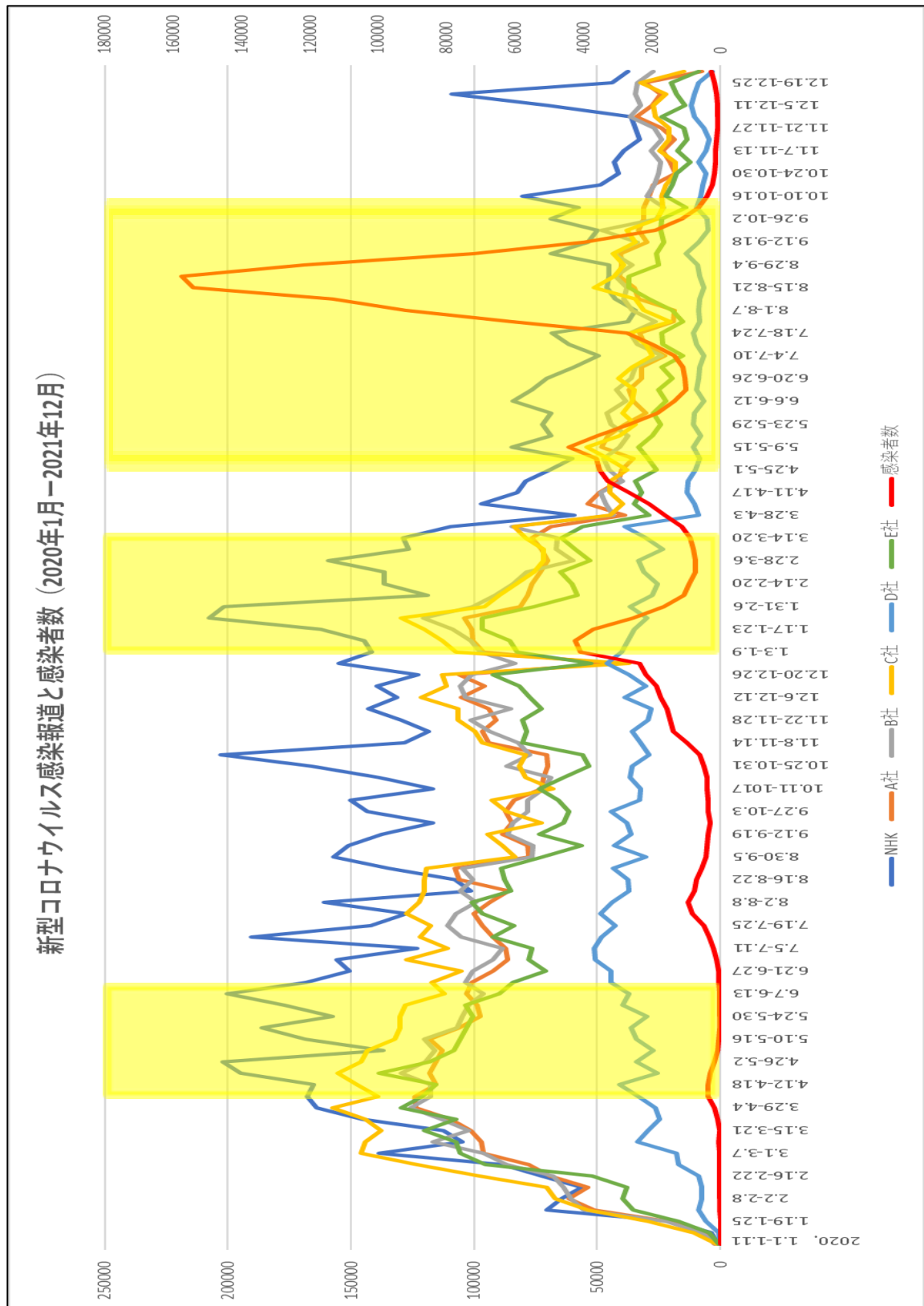


図4 在京キー5社新型コロナウイルス報道 (2020年1月～2021年12月)

NHK は、週単位での増減が大きいですが、これは、新型コロナウイルス関連の番組、「NHKスペシャル」などが放送されることで、総放送時間量が増えていくことに起因する。

各社の報道時間は、週平均で表2の通りである。2020年、2021年を通して、NHKの放送時間が民放各社に比べ圧倒的に長いのが明らかである。

表2 各社の新型コロナウイルス関連報道量（週平均）

コロナ関連報道	2020年	2021年
NHK	159時間57分18秒	96時間07分07秒
A社	105時間08分44秒	52時間45分47秒
B社	109時間01分01秒	57時間31分52秒
C社	126時間43分29秒	56時間34分21秒
D社	38時間15分41秒	17時間03分38秒
E社	96時間12分24秒	41時間09分52秒
		週平均

また、図4のグラフから明らかのように、2回目の緊急事態宣言が終了した2021年3月末、テレビ局で言う改編期を境にして報道量が減少する。特に、C社は、2020年は民放で最も放送時間が多かったが、2021年4月から番組改編があったため2021年は民放3位に落ちている。また、3回目の緊急事態宣言が発出中で、かつデルタ株によるそれまでの感染者数とは桁違いに多い2021年7月末から8月上旬にかけての期間であっても、NHKを含む各社の放送時間量が低いのも特徴の一つと言える。

② 2020年から2021年の新型コロナウイルス関連の主な報道内容

この2年間の中で、新型コロナウイルス関連で報道された主な出来事を、NHK特設サイト「新型コロナウイルス「コロナ関連記事全記録」¹⁸から抜粋した（出来事は放送日が基準）。

表3 新型コロナウイルス関連の報道 出典：NHK特設サイト「新型コロナウイルス」

年月日	見出し
2020年1月6日	中国 武漢で原因不明の肺炎 厚労省が注意喚起
2020年1月8日	WHO 中国 武漢の肺炎「新型ウイルスの可能性否定できない」

¹⁸ <https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/chronology/>（2022年2月26日最終閲覧）

2020年1月11日	中国 武漢 肺炎の男性(61)が死亡 死者は初めてか
2020年1月14日	WHO 新型コロナウイルスを確認
2020年1月15日	日本国内で初めて感染確認 武漢に渡航した中国籍の男性
2020年1月21日	WHO「ヒトからヒトへの感染が見られる」
2020年1月23日	武漢 感染拡大防止のため「封鎖」
2020年1月29日	武漢からのチャーター機の第1便 羽田到着
2020年1月30日	WHO「国際的な緊急事態」を宣言
2020年2月3日	乗客の感染が確認されたクルーズ船 横浜港に入港
2020年2月10日	新型ウイルス マスクの品薄 緩和に取り組む 官房長官
2020年2月11日	WHO 新型コロナウイルスを「COVID-19」と名付ける
2020年2月13日	国内で初めて感染者死亡 神奈川県に住む80代女性
2020年2月14日	新型ウイルス 感染状況の把握徹底と緊急対応策実施へ 政府
2020年2月18日	テレワークや時差出勤 企業で広がる 新型ウイルス感染予防で
2020年2月25日	政府 感染拡大に備え「基本方針」決定
2020年2月27日	安倍首相 全国全ての小中高校に臨時休校要請の考え公表
2020年3月2日	専門家会議が見解「症状軽い若い世代が感染広げているおそれ」
2020年3月11日	センバツ高校野球 初の中止決定
2020年3月24日	東京五輪・パラリンピック 1年程度延期に
2020年3月29日	志村けんさん死去 新型コロナウイルスによる肺炎で
2020年3月30日	東京都 小池知事 緊急会見「夜間の酒場 出入り控えて」
2020年4月7日	7都府県に緊急事態宣言 「人の接触 最低7割極力8割削減を」
2020年4月16日	「緊急事態宣言」全国拡大 13都道府県は「特定警戒都道府県」に
2020年4月17日	一律10万円給付へ 政府 具体的制度設計の調整急ぐ 新型コロナ
2020年4月18日	国内の感染者 1万人を超える(クルーズ船除く)
2020年5月28日	アメリカの死者 10万人超 世界全体の約3割を占める
2020年5月29日	サッカーJ1 7月4日再開を決定 当面は無観客試合
2020年6月3日	新型コロナのPCR検査 都道府県の体制強化求める指針 厚労省
2020年6月7日	“夜の繁華街対策” 西村経済再生相と小池都知事 きょう協議
2020年6月29日	世界の死者 50万人を超える
2020年7月22日	「Go To トラベル」キャンペーン始まる
2020年8月5日	東京都 営業時間の短縮要請で夜の繁華街の人出は減少
2020年8月13日	ファイザーなど 開発中ワクチンで「抗体」量上昇を確認と発表
2020年11月25日	政府分科会 「Go To キャンペーン」見直しなど政府に求める提言
2020年12月2日	日本医師会長「感染者がこれ以上急増すれば医療提供不可能に」

2021年1月7日	緊急事態宣言 1都3県2月7日まで政府方針を諮問委員会が了承
2021年1月8日	東京都 コロナ検査陽性でも入院先など決まらない人が急増
2021年1月19日	新型コロナ 重症者 過去最多の1001人 初の1000人超
2021年3月1日	新型コロナワクチンを全国に配送へ 医療従事者への接種分
2021年3月18日	東京都 時短要請に応じない店に特措法に基づく命令 全国初
2021年3月19日	1都3県の緊急事態宣言解除も「Go To トラベル」当面停止
2021年4月12日	高齢者へのコロナワクチン接種始まる
2021年4月25日	新型コロナ きょうから3回目の“緊急事態宣言” 4都府県が対象
2021年6月10日	インドで確認の変異ウイルス 感染力は従来ウイルスの1.78倍か
2021年7月16日	「第5波の兆候ははっきり」 感染者の増加ペース 全国で上昇
2021年7月17日	都内で東京五輪中止求めるデモ 組織委入るビル周辺など行進
2021年7月23日	オリンピック 選手など感染100人超 拡大懸念拭えないまま開幕
2021年8月3日	デルタ株 従来ウイルスよりも症状引き起こす力が強い可能性
2021年8月15日	コロナ 入院必要と判断されても自宅療養に “命の危機”
2021年10月22日	ファイザー ワクチン3回目接種 有効性“95.6%” 臨床試験結果
2021年11月27日	新変異ウイルス「オミクロン株」 懸念される変異株に指定 WHO

(2) 頻出語から見た新型コロナウイルス報道

本項では、(株)JCCが提供する「テレビ報道データベース」から、「新型コロナ」「コロナウイルス」をキーワードに検索して得られた「内容」に記載された報道内容の「要約」を、1カ月単位でNHKと民放(在京5社分を一括)に集約し、KHコーダーによるテキストマイニングを行った。要約には、事実関係以外に「映像」「スタジオ」などの報道内容を説明する語句も含まれるため、それら(具体的には、映像、スタジオ、コメント、解説の4語句)を除いて頻出語の抽出を行った(表4～表7)。

① 2020年における頻出語から見たNHKと民放報道の対比

表4と表5は、それぞれ2020年1月から12月までのNHKと民放5社の新型コロナウイルス関連報道における頻出語の30位までの一覧である。

2つの表の対比から、NHKの報道と民放各社の報道内容の差異がある程度読み取れることができる。新型コロナウイルスに関連する報道内容の検索を行っているため、「新型コロナウイルス」や「感染」といった語句が上位を占めているのは当然であるが、在京社の報道内容と言うこともあってNHK、民放どちらも「東京」というキーワードが上位にきている。特に民放はその傾向が強いことがわかる。これは、2021年においても顕著である(表6、表7参照)。

表4 新型コロナウイルス関連報道の頻出語（2020年 NHK）

	NHK											
	2020年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	新型コロナウイルス	新型コロナウイルス	感染	感染
2	中国	新型コロナウイルス	新型コロナウイルス	新型コロナウイルス	新型コロナウイルス	新型コロナウイルス	新型コロナウイルス	新型コロナウイルス	感染	感染	新型コロナウイルス	新型コロナウイルス
3	武漢	確認	感染拡大	拡大	人	人	東京	東京	東京	コロナ	コロナ	コロナ
4	確認	人	人	人	拡大	東京	確認	人	コロナ	人	対策	人
5	ウイルス	中国	確認	東京	影響	影響	人	影響	影響	影響	影響	医療
6	人	検査	東京	確認	東京	行う	対策	確認	行う	行う	人	対策
7	患者	男性	対策	医療	対策	確認	行う	行う	対策	東京	行う	影響
8	肺炎	感染拡大	行う	コメント	行う	対策	影響	コロナ	人	対策	米国	行う
9	新型コロナウイルス	ウイルス	影響	行う	確認	コロナ	新た	対策	言及	米国	言及	確認
10	新型	東京	コメント	対策	経済	言及	言及	言及	日本	言及	経済	言及
11	日本	対策	政府	影響	支援	感染拡大	コロナ	日本	経済	日本	確認	患者
12	コロナ	クルーズ船	日本	受ける	受ける	受ける	状況	感染拡大	選挙	トランプ大統領	日本	東京
13	症状	厚生	感染者	患者	医療	日本	感染拡大	米国	確認	確認	東京	新型
14	男性	症状	経済	病院	緊急事態宣言	新た	都内	発表	大臣	受ける	感染拡大	感染拡大
15	帰国	乗客	受ける	緊急事態宣言	解除	再開	避難	新た	受ける	経済	政府	東京都
16	対策	対応	対応	必要	コロナ	経済	検査	受ける	避難	大統領	状況	政府
17	機関	行う	米国	経済	言及	検査	医療	全国	必要	新型	東京都	受ける
18	医療	日本	きょう	施設	再開	支援	経済	状況	米国	発表	医療	ワクチン
19	拡大	医療	大臣	要請	政府	状況	知事	検査	新型	企業	受ける	日本
20	保健	労働省	発表	言及	日本	企業	全国	経済	新た	支援	大臣	状況
21	国内	政府	委員	日本	検査	避難	米国	必要	検査	前	新型	発表
22	厚生	影響	検査	支援	必要	医療	政府	政府	前	検査	発表	米国
23	当局	新た	今月	企業	新た	米国	受ける	医療	調査	新た	中国	全国
24	WHO	出る	世界	外出	状況	全国	日本	重症	菅	感染拡大	バイ	病院
25	湖北	機関	言及	全国	中国	政府	増える	前	感染拡大	政府	新た	必要
26	見る	患者	東京都	知事	米国	紹介	支援	ことし	会長	世界	選挙	重症
27	労働省	国内	中国	状況	企業	マスク	発表	大会	政府	選挙	必要	支援
28	発表	委員	新た	新た	休業	必要	必要	今月	状況	必要	支援	経済
29	委員	受ける	医療	検査	先月	対応	今月	患者	総裁	ことし	大統領	増える
30	検査	死亡	出る	政府	今月	続く	対応	企業	進める	会社	企業	ことし

また、NHKでは、地域は「東京」以外は30位に入っていないが、民放では「横浜」「大阪」「沖縄」といった地域が、感染者が多いこともあり、30位以内に入っている。更に6月、7月は「新宿」が入っている。これは、小池東京都知事が、感染拡大の一要因として「夜の街“新宿歌舞伎町”」と名指ししたことを受けて、歌舞伎町を中心とした地域を民放各社が重点的に取材していたことの反映である。

表5 新型コロナウイルス関連報道の頻出語（2020年 民放）

	民放(NTV,EX,TBS,TX,CX)											
	2020年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	感染	感染	新型コロナウィルス	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染
2	中国	新型コロナウィルス	感染	新型コロナウィルス	新型コロナウィルス	東京	東京	新型コロナウィルス	東京	新型コロナウィルス	東京	東京
3	武漢	確認	東京	東京	東京	新型コロナウィルス	新型コロナウィルス	東京	コロナ	コロナ	新型コロナウィルス	コロナ
4	新型コロナウィルス	中国	感染者	確認	コロナ	コロナ	コロナ	コロナ	新型コロナウィルス	東京	コロナ	新型コロナウィルス
5	確認	男性	確認	感染拡大	言及	言及	確認	言及	言及	トランプ大統領	言及	医療
6	肺炎	感染者	感染拡大	人	解除	確認	言及	確認	菅	米国	対策	重症
7	日本	検査	米国	検査	検査	対策	対策	対策	対策	言及	米国	確認
8	男性	東京	言及	医療	米国	人	検査	検査	行う	大統領	確認	ワクチン
9	人	人	対策	言及	人	検査	知事	人	新型	新型	北海道	言及
10	帰国	クルーズ船	日本	病院	確認	行う	人	行う	大臣	行う	新型	新型
11	症状	乗客	行う	コロナ	対策	影響	米国	新型	人	影響	大阪	対策
12	患者	感染拡大	影響	米国	緊急事態宣言	再開	行う	安倍	影響	対策	大統領	人
13	政府	発表	発表	患者	再開	米国	新た	新た	確認	発表	知事	大阪
14	ウィルス	新た	人	行う	中国	新た	小池	大阪	米国	人	人	英国
15	病院	女性	中国	対策	感染拡大	マスク	新型	影響	日本	日本	GOTO	病院
16	発表	日本	男性	発表	政府	日本	大阪	米国	長官	確認	過去最多	過去最多
17	国内	言及	政府	緊急事態宣言	影響	新型	感染拡大	発表	検査	バイ	重症	全国
18	東京	政府	受ける	受ける	行う	経済	最多	知事	拡大	拡大	行う	接種
19	日本人	行う	会見	知事	経済	発表	状況	全国	自民党	新た	札幌	政府
20	医療	横浜	検査	新た	新た	感染拡大	影響	重症	中国	検査	発表	行う
21	当局	武漢	女性	政府	医療	夜	発表	受ける	発表	マスク	感染拡大	米国
22	ヒト	対策	コロナ	影響	日本	営業	経済	大統領	総理	受ける	全国	発表
23	機関	病院	延期	日本	大阪	紹介	マスク	会見	新た	候補	医療	患者
24	バス	症状	大阪	自宅	新型	教授	教授	沖縄	トランプ大統領	政府	超える	GOTO
25	女性	出る	世界	入院	発表	客	受ける	総理	経済	経済	日本	感染拡大
26	中国・武漢市	マスク	自粛	大阪	知事	解除	新宿	医療	総裁	今年	ワクチン	検査
27	死者	医療	開催	外出	患者	受ける	過去	日本	紹介	教授	トランプ	看護
28	入院	会見	新た	経済	病院	新宿	超える	マスク	ワクチン	前	新た	受ける
29	客	国内	中止	紹介	教授	政府	政府	紹介	会長	中国	バイ	知事
30	言及	受ける	イタリア	安倍	受ける	街	医療	政府	政府	紹介	政府	日本

例) 小池都知事も、夜の繁華街への外出を控えるよう要請。感染拡大の要因は、夜の街関係者。中でも、ホストクラブでの感染が目立つ。歌舞伎町のホストクラブオーナーが、ホストの感染が多い理由について語った。(C社 2020年7月3日放送)

2020年は、新型コロナウイルス感染拡大防止という観点から、PCR検査の有効性と相まって、検査を広く実施するかどうか争点となったが、NHKと民放では、「検査」というキーワードの頻出順位に大きな差が見られた。民放では、情報系番組を中心に、PCR「検査」についての実態VTRやスタジオの議論が活発に行われていた結果、「検査」というキ

ワードが上位にきている。

例) 新型コロナウイルス感染拡大問題。安倍首相も今月、加藤勝信厚労相、西村康稔経済再生相らとの協議の中で「PCR 検査はなぜ増えないのか」と述べた。PCR 検査の基準は 37.5 度以上の熱が 4 日以上続くなどに絞り検査を行っている。厚労省では医師免許を持つ医系技官が基準を作成している。検査で誤判定もある上、陽性でも 8 割は無症状や軽症のため、軽症者の入院が増加することで医療崩壊を懸念していると言う。(B 社 2020 年 4 月 13 日放送)

一方で、新型コロナウイルスの感染防止対策は経済活動に大きな影響を与えるが、「経済」というキーワードの頻出具合を見れば、NHK がより多く「経済」に関する報道を行っていることが明らかになった。

例) 徐々に緩和されている入国制限措置について、きょうからは海外に短期出張した日本人や、日本に居住する外国人が再入国する際、一定の条件の下で 14 日間の待機が免除される。訪問先などを記入した「活動計画書」の提出や、入国後 14 日間、公共機関を利用しないことなどを求めることにしている。原則入国を拒否している約 160 の国と地域のうち、中国や韓国など 9 つの国と地域について、きょうから入国拒否を解除。政府は空港でのウイルス検査の体制拡充に合わせて今後も入国制限措置を緩和し、経済の回復や交流の活発化につなげていく方針。(NHK 2020 年 11 月 1 日放送)

② 2021 年における頻出語から見た NHK と民放報道の対比

2021 年における頻出語の特徴は、NHK、民放共に「ワクチン」「接種」といったキーワードが上位にあがっていることだ。待ち望んでいたワクチンの開発とその有効性の報道、ワクチンの確保、供給と実施状況などが日々ニュースとなって取り上げられた。

例) きょう東京・八王子市ではワクチン接種を受けるために必要なクーポン券の配達が遅れる。明日までに全ての高齢者にクーポン券が配達される予定。11 万人の高齢者全員にすでにクーポン券が届き予約受付が始まっているのが和歌山市。和歌山市新型コロナウイルスワクチン接種調整課・本間課長は「少しでも早く市民の方にお届けしたい。希望する方に速やかに接種していただけるよう調整していきたい」。約 11 万人いる高齢者に対して今月中に接種できるのは 1500 人分、対象者の 1.3%。和歌山市ではおよそ 120 ある医療機関に直接電話して申し込む方式。しかし予約ができない状況だと言う。(C 社 2021 年 4 月 1 日放送)

表6 新型コロナウイルス関連報道の頻出語 (2021年 NHK)

	NHK											
	2021年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染
2	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	接種	接種	接種	東京	東京	新型コロナ ウイルス	コロナ	新型コロナ ウイルス	コロナ
3	対策	接種	対策	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	接種	新型コロナ ウイルス	接種	オミクロン株
4	人	ワクチン	行う	ワクチン	東京	東京	コロナ	人	コロナ	新型	コロナ	新型
5	行う	行う	接種	東京	人	コロナ	確認	患者	対策	人	対策	確認
6	緊急事態宣 言	コロナ	コロナ	大阪	コロナ	行う	行う	医療	行う	行う	人	新型コロナ ウイルス
7	コロナ	人	人	行う	ワクチン	ワクチン	人	コロナ	人	対策	新型	人
8	確認	対策	確認	対策	行う	人	選手	重症	東京	東京	ワクチン	接種
9	接種	新型	ワクチン	コロナ	対策	対策	新型	対策	新型	接種	東京	対策
10	東京	確認	影響	人	医療	新型	接種	確認	ワクチン	選挙	影響	行う
11	政府	影響	東京	確認	状況	影響	ワクチン	接種	確認	経済	行う	東京
12	ワクチン	医療	新型	医療	確認	政府	大会	行う	政府	岸田	確認	新た
13	医療	東京	受ける	新型	新型	前	前	新型	選挙	影響	経済	影響
14	感染拡大	受ける	東京都	影響	大阪	日本	影響	過去最多	受ける	大臣	新た	米国
15	影響	病院	委員	高齢	政府	確認	対策	状況	状況	日本	政府	政府
16	患者	去年	前	状況	影響	ワクチン接 種	政府	自宅	影響	ワクチン	受ける	受ける
17	新型	東京都	医療	新た	受ける	状況	日本	政府	医療	受ける	医療	ワクチン
18	東京都	緊急事態宣 言	検査	政府	ワクチン接 種	受ける	感染拡大	入院	必要	代表	発表	検査
19	病院	必要	緊急事態宣 言	米国	高齢	医療	状況	全国	今月	確認	日本	日本
20	状況	患者	発表	前	対象	言及	発表	病院	対応	医療	対象	大臣
21	受ける	厚生	大臣	知事	発表	対象	医療	拡大	重症	米国	米国	対応
22	要請	委員	新た	要請	緊急事態宣 言	委員	拡大	必要	前	政権	状況	医療
23	去年	状況	支援	発表	重症	対応	増える	前	新た	民主党	前	経済
24	日本	高齢	去年	緊急事態宣 言	予約	必要	新た	ワクチン	患者	国民	入国	感染拡大
25	米国	政府	政府	受ける	新た	新た	患者	増える	ワクチン接 種	前	企業	状況
26	必要	米国	状況	患者	日本	今月	超える	療養	米国	発表	支援	発表
27	出す	述べる	日本	変異ウイル ス	今月	提供	関係	感染拡大	日本	必要	ワクチン接 種	前
28	大臣	支援	変異ウイル ス	必要	感染拡大	中国	緊急事態宣 言	受ける	委員	支援	対応	予算
29	菅	大臣	全国	拡大	前	感染拡大	千葉	新た	経済	自民党	感染拡大	国内
30	対応	日本	千葉	示す	全国	米国	都内	続く	発表	ワクチン接 種	示す	岸田

例) 新型コロナウイルスのワクチン接種が進む欧米では、海外旅行や動物園の再開が進められている。英国では12の国と地域への観光旅行が認められるようになった。ポルトガル行きへの便に乗るのは、PCR検査は必要だが帰国後の隔離は必要なし。(NHK 2021年6月1日放送)

表7 新型コロナウイルス関連報道の頻出語（2021年 民放）

	民放(NTV,EX,TBS,TX,CX)											
	2021年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染	感染
2	新型コロナ ウイルス	ワクチン	東京	東京	東京	接種	東京	東京	コロナ	コロナ	コロナ	オミクロン株
3	東京	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	大阪	接種	東京	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	東京	東京	新型	コロナ
4	コロナ	東京	コロナ	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	コロナ	コロナ	コロナ	新型	新型	接種	確認
5	ワクチン	接種	新型	ワクチン	コロナ	新型コロナ ウイルス	新型	新型	新型コロナ ウイルス	新型コロナ ウイルス	東京	新型
6	接種	コロナ	確認	接種	ワクチン	新型	選手	接種	接種	接種	新型コロナ ウイルス	東京
7	新型	新型	ワクチン	コロナ	新型	ワクチン	ワクチン	重症	ワクチン	ワクチン	ワクチン	新型コロナ ウイルス
8	緊急事態宣 言	確認	接種	新型	大阪	ワクチン接 種	確認	確認	対策	対策	確認	接種
9	確認	ワクチン接 種	対策	確認	確認	人	接種	過去最多	確認	確認	対策	米国
10	対策	人	変異ウイル ス	要請	人	確認	拡大	ワクチン	人	米国	新た	検査
11	医療	対策	緊急事態宣 言	措置	緊急事態宣 言	対策	発表	全国	行う	人	米国	ワクチン
12	人	米国	発表	対策	ワクチン接 種	政府	新た	人	ワクチン接 種	行う	政府	新た
13	政府	行う	解除	防止	予約	行う	政府	自宅	政府	全国	人	発表
14	全国	言及	行う	知事	政府	言及	大会	入院	米国	ワクチン接 種	発表	男性
15	行う	緊急事態宣 言	新た	拡大	行う	発表	新規感染者	療養	言及	言及	オミクロン株	人
16	米国	解除	知事	まん延	発表	開催	人	医療	全国	発表	拡大	日本
17	言及	政府	言及	緊急事態宣 言	米国	選手	行う	発表	発表	岸田	言及	拡大
18	発表	医療	米国	人	全国	新た	言及	新た	大臣	新た	ワクチン接 種	対策
19	重症	全国	大阪	政府	インド	日本	日本	対策	重症	新規	行う	行う
20	病院	発表	政府	米国	言及	委員	対策	言及	新た	経済	日本	国内
21	過去最多	病院	人	言及	対策	大阪	委員	ワクチン接 種	菅	日本	検査	言及
22	菅	新た	全国	行う	重症	提供	五輪	政府	検査	解除	全国	政府
23	感染拡大	日本	新規感染者	新規感染者	変異	会場	関係	病院	総裁	提供	対象	濃厚接触者
24	英国	ファイザー	検査	重点	新た	全国	全国	患者	医療	今年	新規感染者	受ける
25	要請	受ける	ワクチン接 種	変異ウイル ス	対象	オリンピック	ワクチン接 種	新規感染者	死亡	重症	入国	英国
26	受ける	重症	日本	新た	日本	米国	緊急事態宣 言	行う	総理	選挙	南アフリカ	大阪
27	変異	厚生	影響	発表	受ける	受ける	前	千葉	大阪	代表	重症	市中感染
28	ウイルス	高齢	前	重症	会場	前	検査	死亡	緊急事態宣 言	大臣	医療	陽性
29	検査	去年	委員	全国	新規感染者	英国	重症	受ける	提供	受ける	受ける	重症
30	自宅	医療従事者	医療	医療	ウイルス	菅	超える	米国	新規感染者	下回る	影響	可能

新型コロナウイルス報道に関連して NHK、民放で違いが現れたのは、東京オリンピック・パラリンピック報道と衆議院選挙報道である。民放においては、新型コロナウイルスの感染拡大が続く中で、オリンピック・パラリンピックを開催するのかが議論になった6月やオリンピック開催の7月に、新型コロナウイルス報道に関連して「オリンピック」などの関連語句がキーワードとして30位以内に入ってきているが、NHKは入っていない。

一方、新型コロナウイルス感染防止対策が衆議院選挙の大きな争点となっていたこともあり、NHKでは、9月10月に「選挙」が上位に入っている。

例) 緊急事態宣言が再延長される中、きのうの東京都の新型コロナウイルス新規感染者は260人。オリンピック中止を求める声も根強い状況。新型コロナ感染症対策分科会・尾身茂会長はオリンピック開催に向けた懸念について「今から対策を考えておいた方がいいと思う」とコメント。(E社 2021年6月1日放送)

例) 東京オリンピック開幕までちょうど50日。きのう新型コロナ対策分科会・尾身茂会長は、東京オリンピック開催について懸念を示した。新型コロナ対策分科会・尾身茂会長は、「(五輪を)今の状況でやるというのは普通はないわけですよ、このパンデミックで、そういう状況の中でやるということであれば、開催の規模ですよ、これをできるだけ小さくして管理の体制をできるだけ強化するというのは、私はオリンピックを主催する人の義務だと」とコメント。更に、オリンピックを開催するためには国民に対する丁寧な説明が必要だと指摘。けさの国会でも、「こういうパンデミックのところに(五輪を)やるということが普通ではない、それをやろうとしているわけで、スタジアムの中だけのことを考えても私はしっかりした感染対策はできないと思う」とコメント。その上で、大会の開催が与える具体的な影響について、「なるべく早い時期に専門家としての考えを表明したい」と話した。(B社 2021年6月3日放送)

例) 自民党・岸田総裁は、公明党・山口代表と会談し、両党の新たな政権合意に署名。新型コロナ対策として、医療提供体制の再構築や影響を受けた事業の立て直しを後押しすることなどが盛り込まれている。山口代表は「衆議院選挙は政権選択選挙になる。方向性を示した合意を理解いただき、われわれもしっかり訴え、自公連立政権の候補を選んでもらえるよう全力をあげていきたい」と述べた。岸田総裁は、来週月曜日に召集される臨時国会で新しい総理大臣に選出されれば、直ちに閣僚人事を行い、その日のうちに新しい内閣を発足させる考え。(NHK 2021年10月1日放送)

(3) 共起ネットワークから見た新型コロナウイルス報道

次に、頻出語の抽出に用いた「要約」をもとに、KHコーダーによる共起ネットワーク¹⁹分析を行った。2020年1月から2021年12月までの24カ月の、NHKと民放の共起ネットワーク図を作成した(資料として掲載)。頻出語のランキングでみるよりも、語句の共起関係を見ていく方がより報道内容の関連性と差異がわかる。本項では、前項で示した「頻出語から見る新型コロナウイルス報道」において明らかにしたNHKと民放との差が顕著な

¹⁹ 「共起」とは、「複数の言語現象が同一の発話・文・文脈などの言語的環境において生起すること(三省堂大辞林第三版)で、共起ネットワークは、文章中に出現する語と語がともに出現する関係性を示したもの

事例について、共起ネットワークから見た場合を検討する。

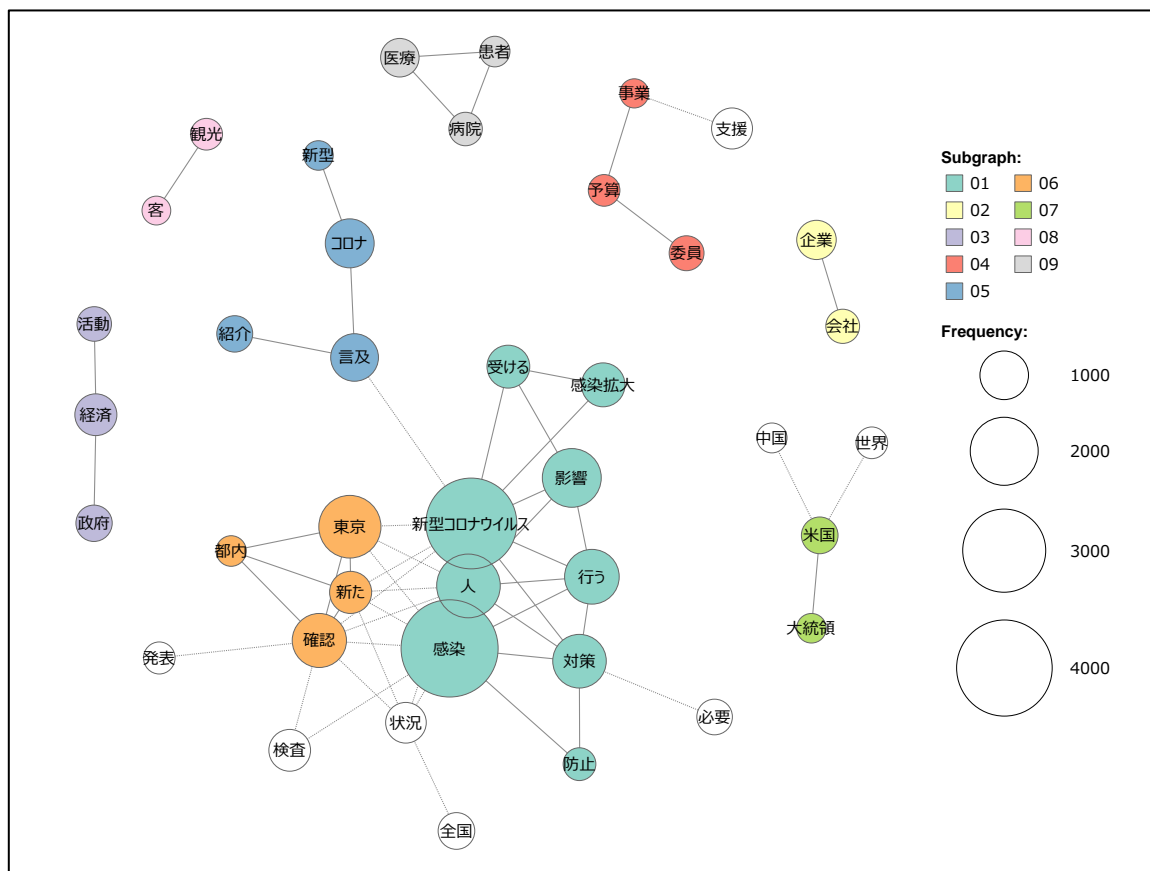


図5 共起ネットワーク (NHK 2020年6月)

図5は、2020年6月のNHKによる報道内容を共起ネットワークで示したものだ。この時期は、5月25日に2回目の緊急事態宣言が終了し、政府は新型コロナウイルスの新たな感染拡大を抑えつつ経済活動の再開に向けて動き出し始めた。一方、東京では、“夜の街”を中心にしたクラスターによる感染が新たに確認されている時期でもある。そうした状況を反映して、NHKの報道では、「新型コロナウイルス」や「感染」といったキーワードが「東京」「新た」「確認」といったキーワードと共起関係にあるのが読み取れる。一方、それとは切り離して、「政府」と「経済」「活動」が共起関係として表されている。

一方、同月の民放(図6)では、NHK同様「感染」「新型コロナウイルス」に「東京」が共起関係にあることが読み取れるが、そこから更に、「夜」「街」「新宿」「小池」が共起関係にあり、「新た」「確認」「感染」と共起しているのがわかる。また、「PCR」「検査」「陽性」が共起関係として「感染」「確認」とつながっていて、民放における報道の視点がNHKとは微妙に異なっていることが共起ネットワークの比較から見えてくる。

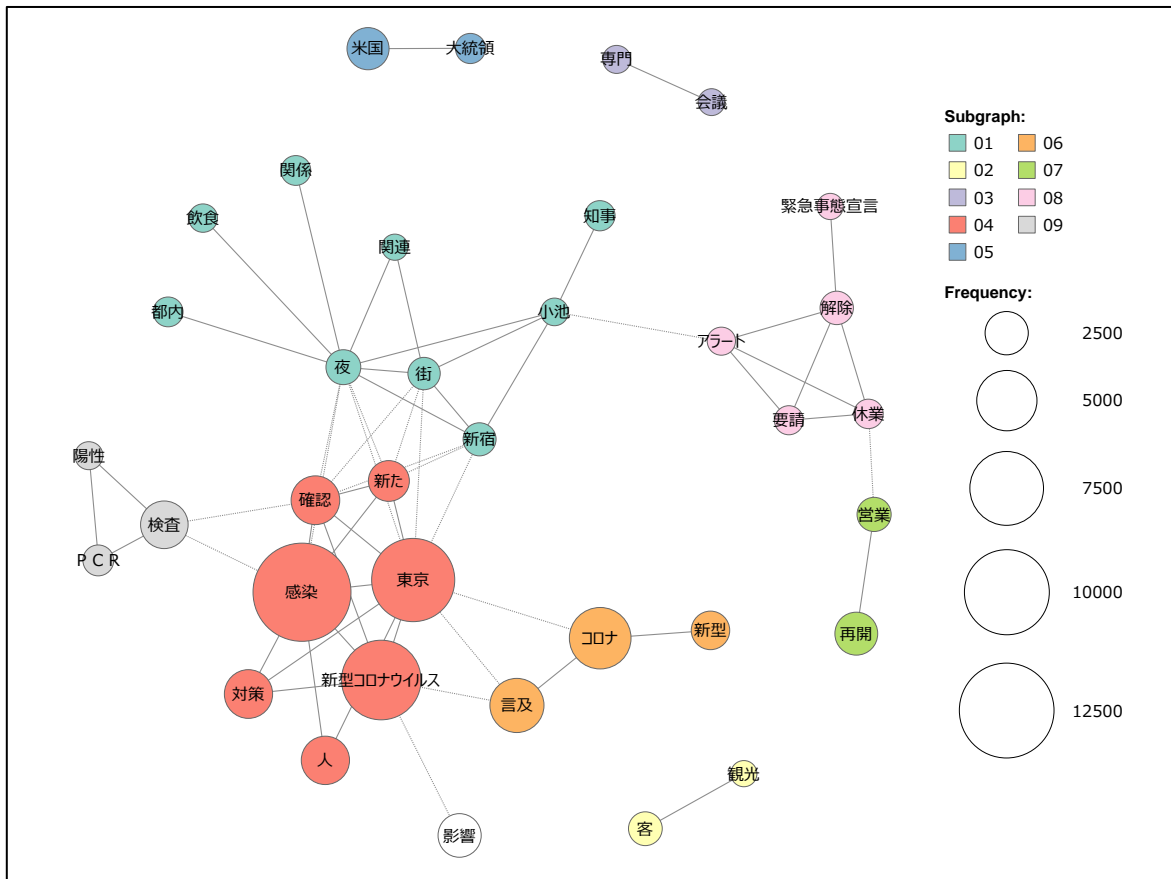


図6 共起ネットワーク (民放 2020年6月)

図7、8は、それぞれNHK、民放の2021年6月の共起ネットワークである。頻出語でも明らかなように、新型コロナウイルスに関連して報道される、東京オリンピック・パラリンピック関連でNHKと民放との差異が大きいことが明らかである。

NHK(図7)は、「オリンピック」「開催」「大会」「選手」がそれぞれ共起関係にあり、そこと東京がリンクしている。一方、民放(図8)は、「開催」というキーワードをキーにして、「オリンピック」「パラリンピック」「(バッハ)会長」などが共起関係となり、そこに「菅(首相)」がリンクして、東京オリンピック開催と政府の対応について扱っているのが読み取れる。

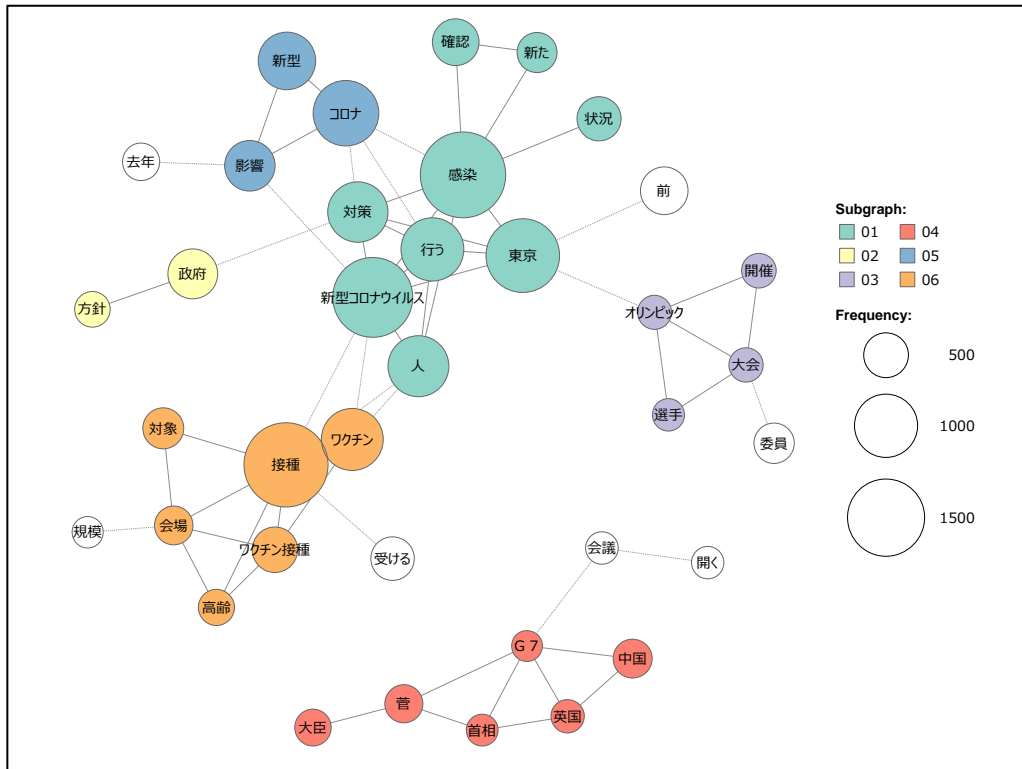


図7 共起ネットワーク (NHK 2021年6月)

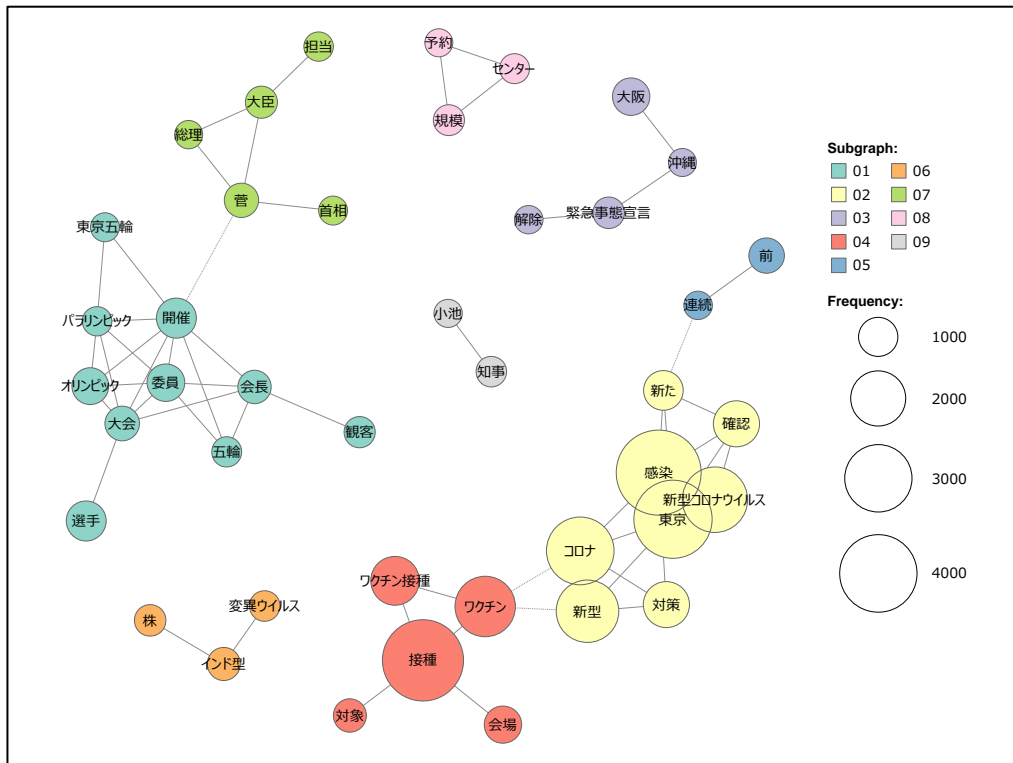


図8 共起ネットワーク (民放 2021年6月)

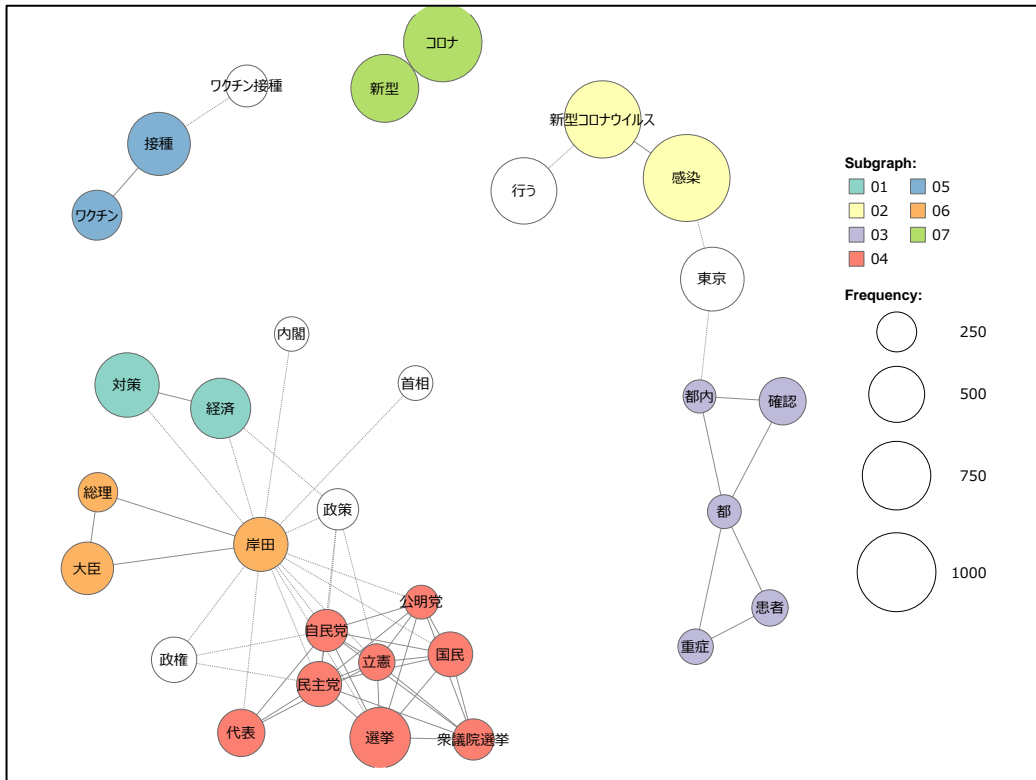


図9 共起ネットワーク (NHK 2021年10月)

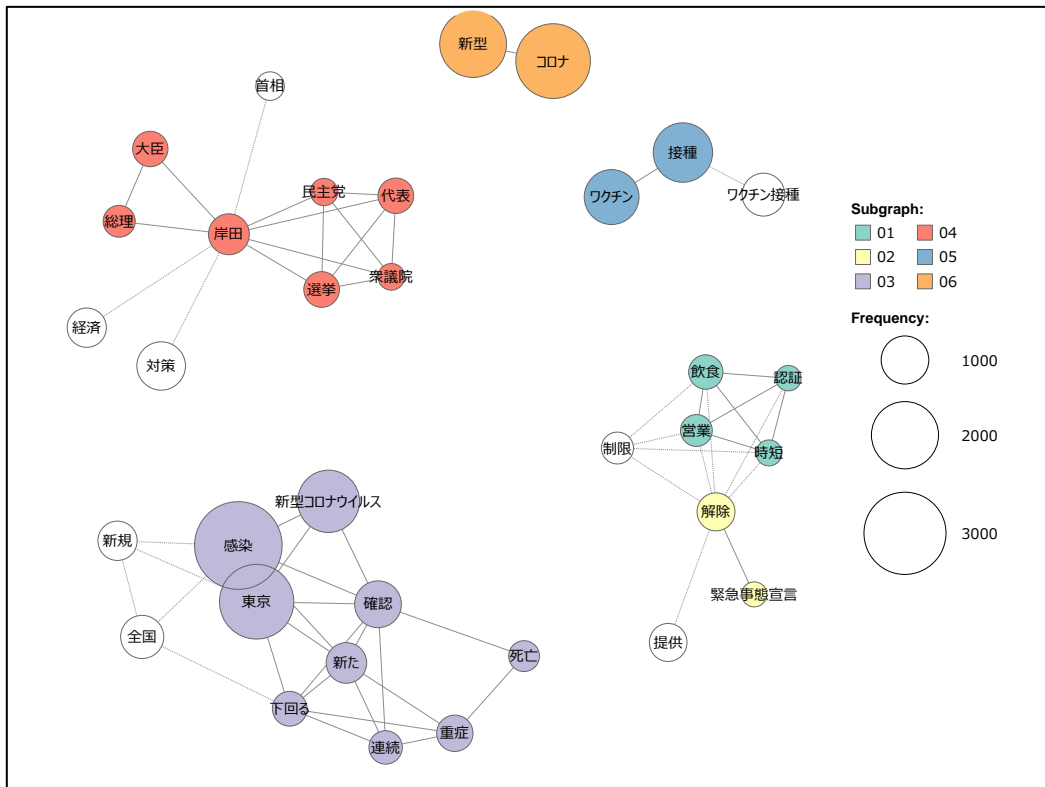


図10 共起ネットワーク (民放 2021年10月)

2021年10月のNHK、民放の報道における共起ネットワークをそれぞれ図9、図10に示した。NHKでは、「選挙」と「岸田（総理）」をキーワードとして、「自民党」など各政党、「選挙」「衆議院選挙」が共起関係にあり、そこに「経済」「対策」が共起しながらリンクしていることが読み取れる。これらは、「新型コロナ」をキーワードにニュースを抽出していることから、コロナ渦の中であっても、衆議院選挙という民主主義の根幹をなす選挙について報道するNHKの姿勢が強く表れている。一方で、岸田自民党の主要な政策課題が経済対策だということも見てとれる。

一方、民放では、衆議院選挙についても、NHK同様「岸田（総理）」をキーワードに「選挙」「民主党」がリンクしている。だが、報道の中心は「新型コロナウイルス」の「感染」が減少する一方で、「重症者」や「死亡者」が「新た」に「確認」されていることである。「緊急事態宣言」の「解除」で「飲食（店）」の「営業」「時短」が「解除」されていることを衆議院選挙と同程度に扱っていることも明らかになった。

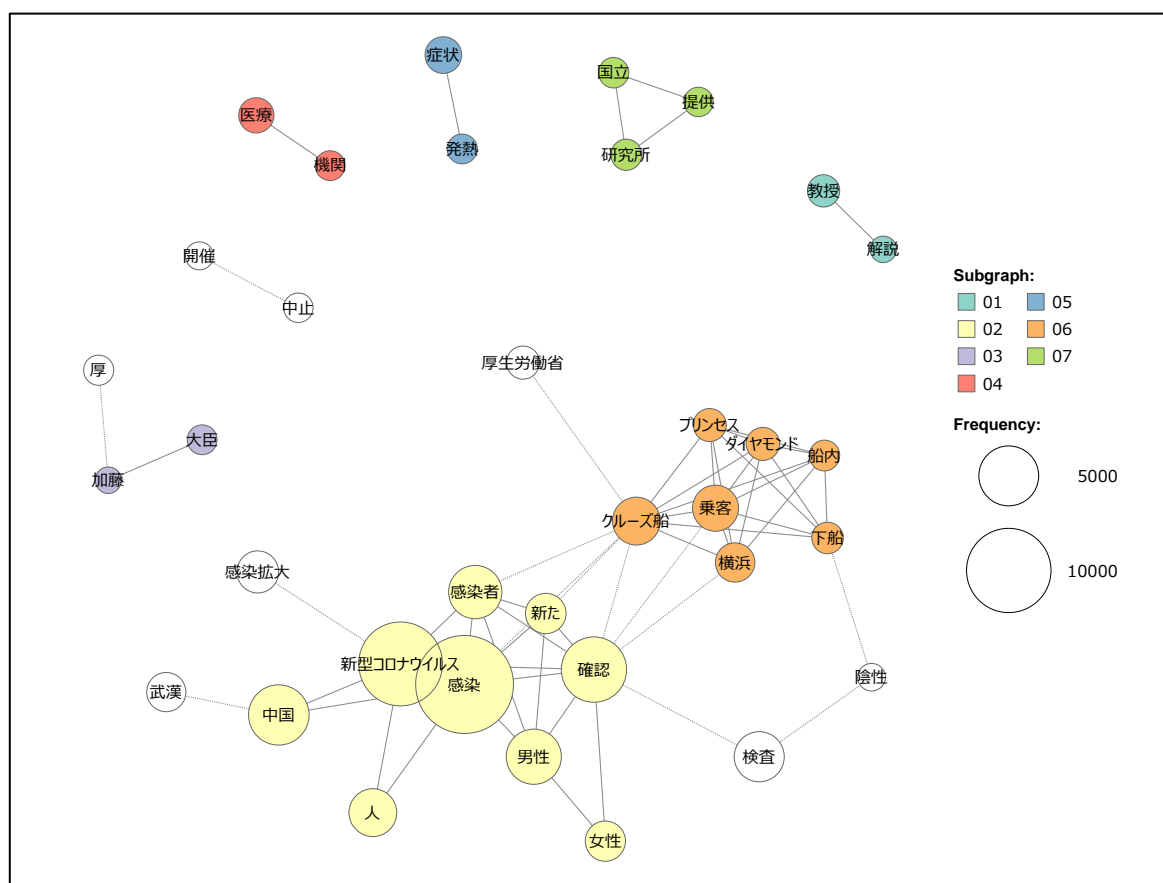


図11 共起ネットワーク（民放 2020年2月）

図11は、2020年2月における民放の共起ネットワーク図である。民放の報道がNHKと異なる点の一つに、スタジオでのゲスト解説者の起用があげられる。共起ネットワーク図

(右上)に、「教授」と「解説」が共起関係をなして表現されている。特に、新型コロナウイルス感染症の発生が全国的に広がってきた 2020 年 1 月から 5 月期は、ウイルスの特性や感染リスクについて十分な知見が得られていなかったことなどから、専門家によるコメントに依拠する場面が多く見られた。各社、特に情報系番組では、固定された専門家によるスタジオ解説が連日行われていた。

例) 帰国者接触者専門外来ができて、大事なのは病院の数ではなくベッドの数。入院患者のベッドの確保ができないと、高齢者や基礎疾患のある人が亡くなってくる可能性も。H 大学・O 教授が解説。(B 社 2020 年 2 月 18 日放送)

例) 政府の専門家会議が会見し、専門家会議は 3 つの要点に絞って話をしていて。それは「都市部を中心に感染者が急増」「感染源がわからない患者数が増加」「爆発的感染が起こる前に医療現場が機能不全に陥ることが予想される」の 3 点。これらは具体的に今の状態を表していて、専門家会議は、「実行再生産数」(一人の患者がどれだけの感染者を生むか)が 1.7 だと言った。これはかなり高めの数字なので、これから感染がどんどん広がっていく可能性が高いということを強調した。もう一つのポイントは、オーバーシュートという状況には未だなっていないが、その前に医療現場の混乱、更には機能不全に陥ることが想定されるので、より早めの対応を促すという内容だった。日本医師会と同時に今回、専門家会議も医療現場の体制に対して大変な危機感を表明したので、政府の判断にも影響があると思う。OO 大学病院・F 特任教授のコメント。(E 社 2020 年 4 月 1 日放送)

第4章 考察

本研究では、2020年1月、新型コロナウイルス感染症に関する報道が始まった当初から、感染拡大の第5波が落ち着いた2021年12月末までの2年間における在京キー5社の報道を、量的、質的な観点から分析した。

(1) 報道量の変化について東日本大震災報道との比較

当初、各社の報道量の変化は、新型コロナウイルスへの感染者数とある程度相関関係にあるかと思っていたが、結果は一般的な災害における報道量の変化に近いものだった。

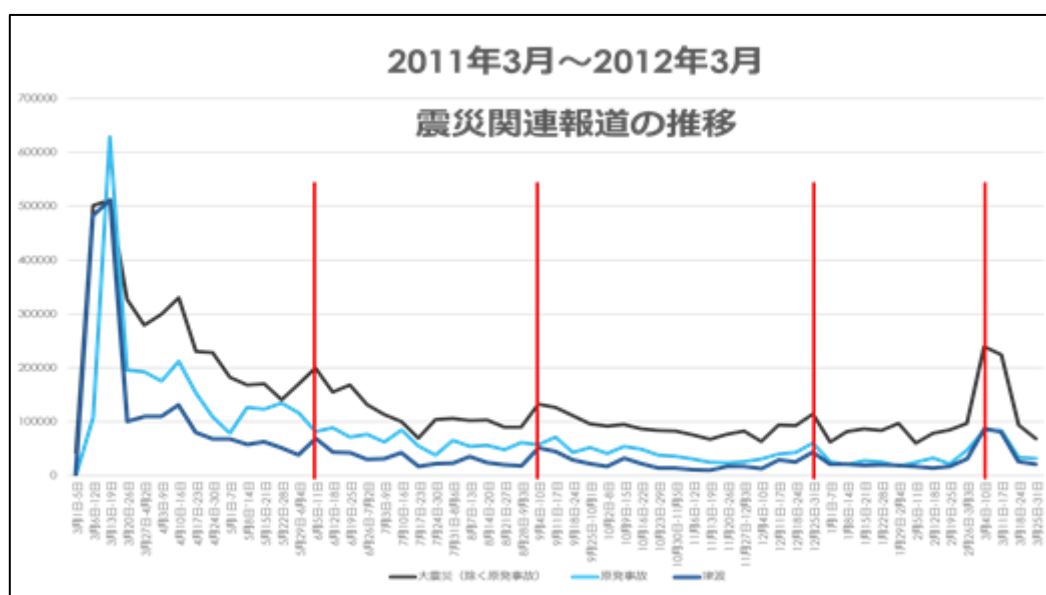


図12 東日本大震災時のキー局の報道量の変化

出典：日本マス・コミュニケーション学会 2021年春季発表大会 WS 報告資料

図12は、2011年東日本大震災が発生した時の、2011年3月から1年間の在京キー5社における報道量の変化を示したものである。事象としては、東北地方太平洋沖地震の発生と巨大津波、そして福島第一原発事故である。地震と津波という1年間という時間軸の中では瞬間にしか過ぎない事象とその後の災害過程の報道は、発生直後にピークを迎え、その後報道量が減少していくことは、一般的な災害報道と同じパターンである。

東日本大震災が他の災害と違って特殊だったのは、福島第一原発事故が発生したことだった。事故直後の放射性物質の拡散、15万人を超える住民避難と継続、警戒区域の設定と避難住民の一時帰宅など、1年間という時間軸の中でも様々な事象が起これ、それをメディアは報じた。桶田(2016)によれば、福島第一原発のある福島県における地方局では、1年間の報道量は減少こそするが、1年後でも約36%をキープしている(図13)。だ

が、キー5社における報道量は10%程度にまで減少したことがわかっている（図14）。

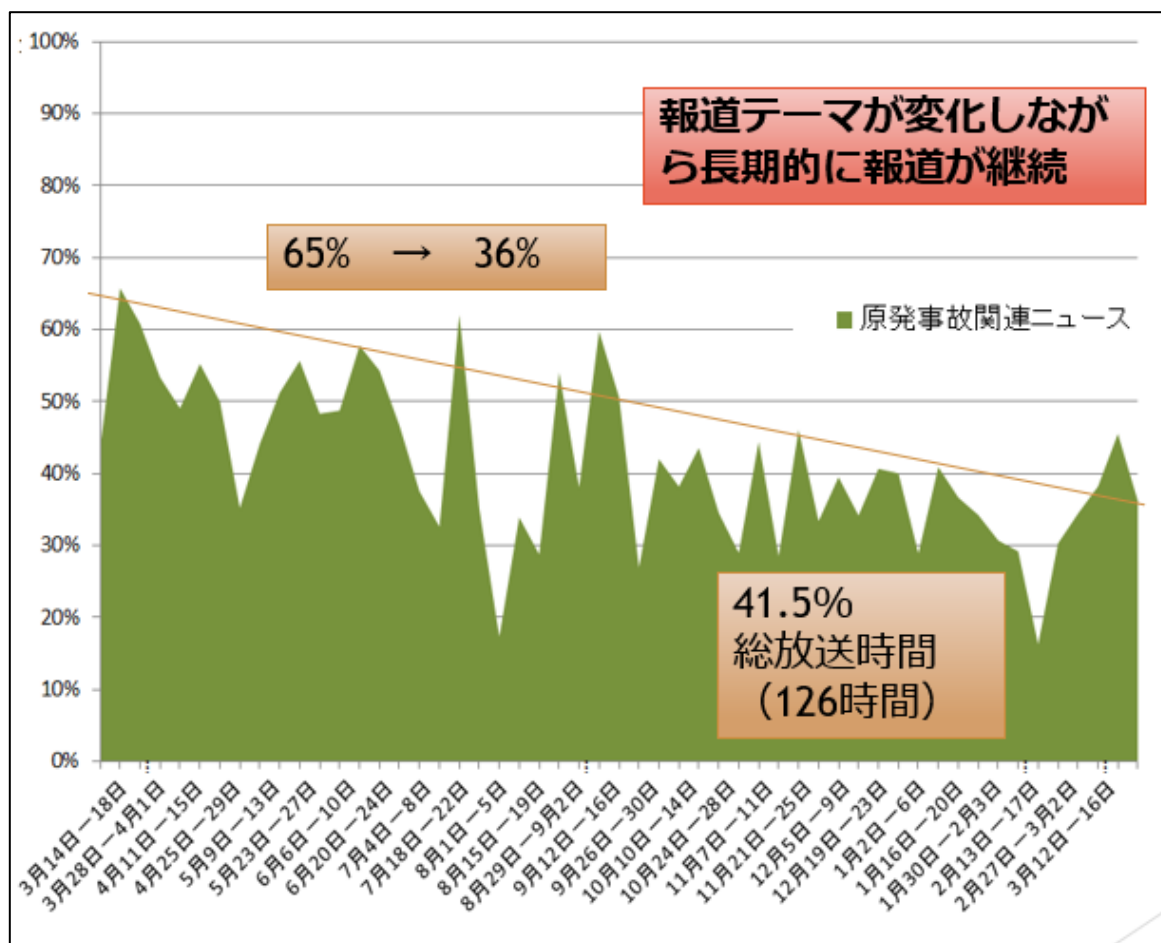


図13 福島局における福島第一原発事故報道 出典：桶田（2016）を加筆修正

在京キー5社における新型コロナウイルスの報道量の変化を福島第一原発事故報道と比較した時に、報道量の変化という観点からだけ見れば、NHK は地元局に近く、民放はキー局に近いと考えられる。

(2) 報道量と報道の方法の差異—東日本大震災報道との比較

東日本大震災における報道は、NHK では発災直後から1週間、民放でも72時間に及ぶ特別番組が放送された。また、図12にあるように、1カ月、3カ月、半年、1年といういわゆる節目報道により報道量が増加している。

他方、新型コロナウイルス報道は、一般的な災害報道と異なり、特別番組内での報道ではなく通常番組内での報道が大勢を占めている。にもかかわらず、東日本大震災報道1年分の約5倍の報道量だったことを考えると、いかに通常番組、特に、民放においては朝帯びや昼、午後帯の情報系番組において多くの時間を割いて報じていたのかがわかる。一般

的に、情報系番組は、“視聴者の知りたい思い”に応えることが番組の目的であることを考えると、当初、その正体や脅威がわからない新型コロナウイルスそのものへの興味と関心が強かった表れであると言える。

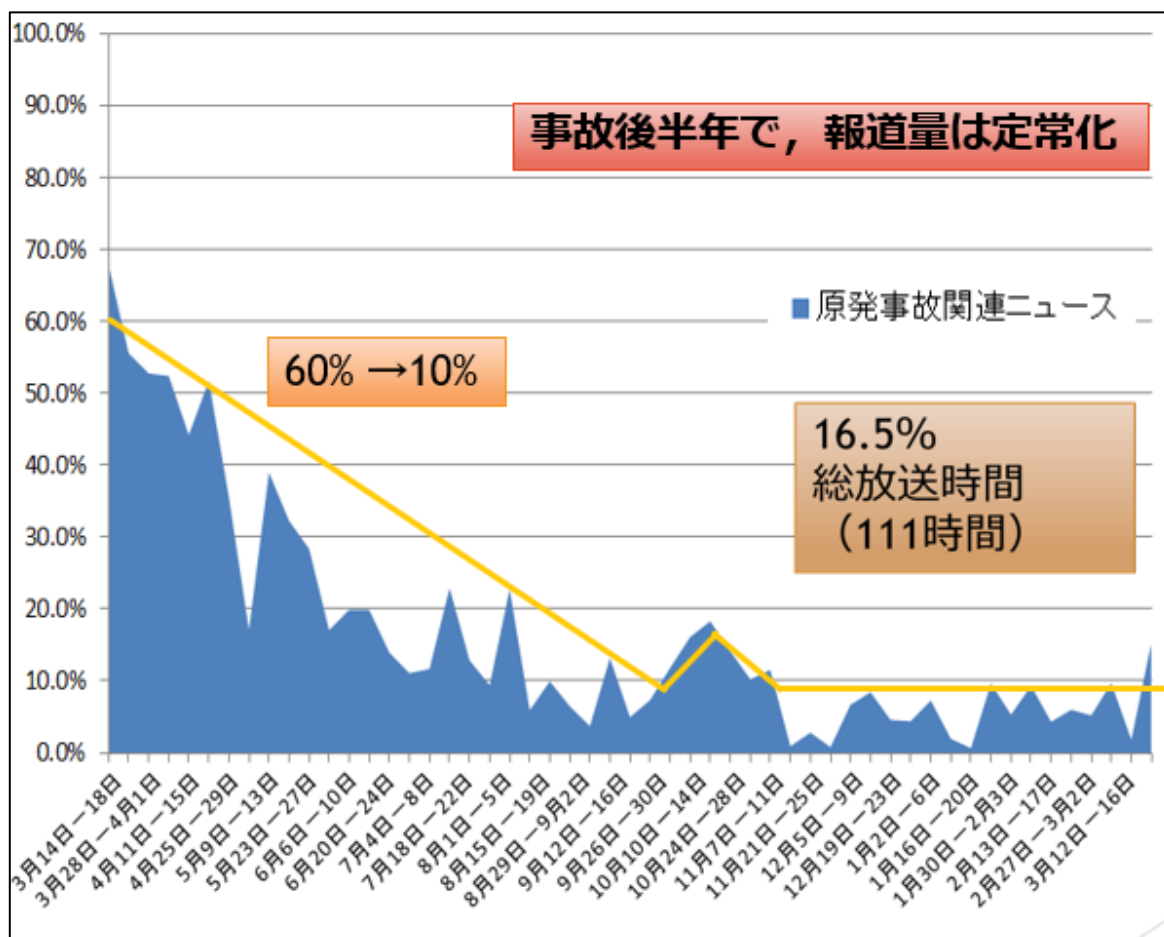


図 14 民放キー局における福島第一原発報道

出典：桶田（2016）を加筆修正

一方、NHK は、ニュースだけでなく、報道番組、特にクローズアップ現代+や NHK スペシャルなどで特集を組むことにより報道時間が民放に比べて多く、よりピークを生み出す結果となっていた。表 8 に、2020 年 3 月から 5 月の NHK スペシャルと 2020 年 3 月に放送されたクローズアップ現代+の新型コロナウイルス関連番組を示す。こうした、番組における特集は NHK でないと制作できないのが今の放送業界の現実であろう。

表8 NHK 報道番組の放送内容（一部） 出典：NHK 特設サイト新型コロナウイルス
<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/program-article/>

NHKスペシャル (2020年3月から5月)	
放送日	タイトル
3月22日	“パンデミック”との闘い～感染拡大は封じ込められるか～
3月28日	激震 コロナショック～経済危機は回避できるか～
4月4日	“感染爆発”をどう防ぐか
4月11日	新型コロナウイルス 瀬戸際の攻防～感染拡大阻止最前線からの報告～
4月18日	緊急事態宣言 いま何が起きているのか
4月25日	どうなる緊急事態宣言～医療と経済の行方～
5月3日	調査報告 クルーズ船～未知のウイルス 闘いのカギ～
5月10日	新型コロナウイルス 出口戦略は
5月17日	新型コロナウイルス ビッグデータで闘う
5月24日	苦境の世界経済 日本再建の道は“ウィズ・コロナ時代”をどう生き抜く
5月31日	世界同時ドキュメント 私たちの闘い
クローズアップ現代+ (2020年4月)	
放送日	タイトル
4月1日	感染爆発の重大局面② 治療の現場で何が起きているのか
4月7日	緊急事態宣言 経済悪化をどう食い止める？
4月9日	新型ウイルス“パンデミック” 医療崩壊を防ぐには
4月14日	新型コロナウイルス 救える命を救えるのか～医療崩壊リスク・現場の訴え～
4月15日	新型コロナ ビッグデータで感染拡大を防げ
4月16日	新型コロナ フリーランスをどう守るのか
4月21日	コロナショック 苦渋の解雇の裏で～密着・あるバス会社の3か月～
4月22日	“イベント自粛”の波紋 文化を守れるか
4月23日	新型コロナ “介護崩壊”を防げるか

第5章 まとめ

前章考察では、東日本大震災報道との対比を中心に考察した。新型コロナウイルス感染症による災禍を災害報道の視点から見ておくことは重要なのだと改めて気づかされる。テレビ報道は、何か事象が起きた時に、飛びついたように集中的に情報を発信していくが、災害過程にはフェーズがあり、それぞれ必要な伝達要素がありそれらを必要とする人たちに届ける役割がある。そういった観点からすると、実際に新型コロナウイルスによる被災者が2年間の中で最も多い2021年後半の第5波の際が、それまでの報道量において最も少なかったという現実は見逃せない大きな問題である。報道内容においても、相も変わらず新規感染者の数や過去最多の感染状況といったパターン化した後追い報道に終始したのは、2021年8月の共起ネットワーク図（民放）を見ても明らかである（図13）。

「対策」というキーワードが、NHKで9位、民放に至っては19位（共に2021年8月における頻出語）で、有効な手立てや対策について十分に言及していなかった結果として、感染拡大を抑制する一助になり得なかったのではないだろうか。

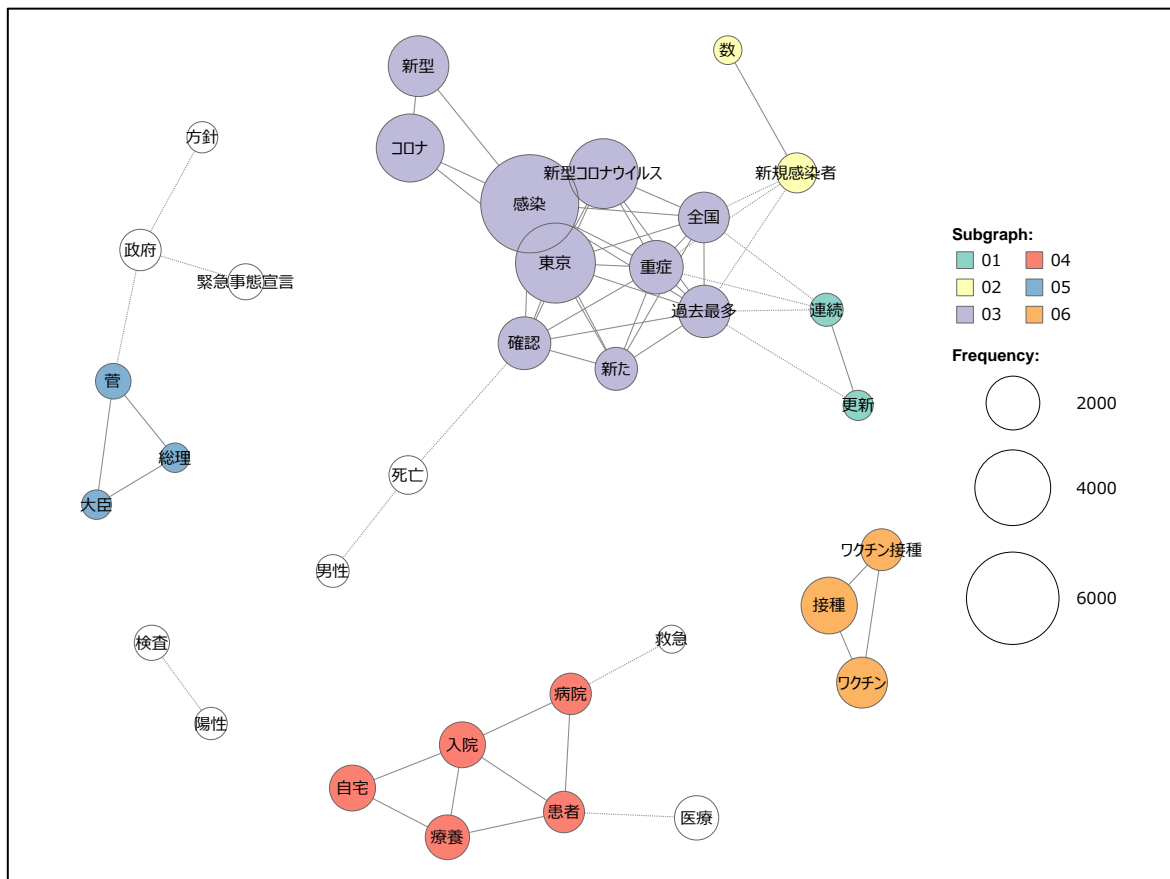


図13 第5波時（2021年8月）の新型コロナウイルス報道の共起ネットワーク図（民放）

コロナウイルスも刻々と変異し、人々に与える影響も変化していく。勿論、感染症対策は政府や自治体の重要な課題であるが、何をどう住民に伝達して被害を少しでも抑えるか、あるいは、住民はどんな情報を求めているのかをすくい上げるのも放送メディアとしての重要な役割である。日々のニュースにおいてもマンネリ化やパターン化せず、何が重要で何がポイントなのかを的確に把握して報道することが求められる。

<引用・参考文献>

- 桶田敦 (2012a) 「住民への情報伝達は、なぜ遅れたのか？」日本科学技術ジャーナリスト会議編『4つの「原発事故調」を比較・検証する 福島原発事故 13 のなぜ?』水曜社
- 桶田敦 (2012b) 「防災機関としてのテレビー 3・11 でその使命は果たせたのか」『新聞研究』731, p. 42-46
- 桶田敦 (2014) 「『災害リスク』をどう伝えるー情報系番組の役割と可能性」『月刊民放』44(12), p. 4-8
- 桶田敦 (2015) 「福島第一原発事故 原子力災害報道の諸問題ー被災県の放送局におけるニュース生産過程のエスノグラフィーとアンケート調査よりー」『社会情報学』3. 3, p. 15-38
- 桶田敦 (2016) 「原子力災害報道におけるローカル局とキー局のニュースの差異」『災害情報』14, p. 33-40
- 桶田敦 (2021a) 「福島第一原発事故復興過程における汚染水処理問題が与える影響についての一考察ートリチウム水の海洋放出処分を巡ってー」『人間生活文化研究』31 号, p. 349-364
- 桶田敦 (2021b) 「メディアは『災禍』をどう語ろうとするのか」「災禍をめぐる『記憶』と『語り』」第9章, p. 331-384、ナカニシヤ出版
- 桶田敦 (2021c) 「データから読み解く災害報道この10年」『GALAC』4, p. 13-17
- 桶田敦 (2022) 「相次いだ自然災害 放送はどう伝えたか」『民間放送70年史』p. 171-181
- 岸本大輝・井原史渡・栗原聡 (2021) 「新型コロナウイルスの感染状況に対するテレビ報道の特徴と報道変容の分析」2021年度人工知能学会全国大会論文集(第35回), p. 1-4
- 高橋浩一郎・原由美子 (2020) 「『新型コロナウイルス』はどのように伝えられたかーテレビとソーシャルメディアの連関の中でー【第1部】データで総覧する報道と投稿の200日」『放送研究と調査』12, p. 3-35
- 井愛有美 (2022) 「『NHK ニュース7』における新型コロナウイルス報道ー発生から1年の時系列変化ー」2021年度大妻女子大学文学部コミュニケーション文化学科卒業研究(未公表)
- 早見華南 (2022) 「朝の民放情報番組における新型コロナウイルス報道の比較ー発生から1年の時系列変化ー」2021年度大妻女子大学文学部コミュニケーション文化学科卒業研究(未公表)

<附記>

本研究は、科学研究費助成事業基盤研究(C)課題番号20K021163の助成を受けて行った。

Ⅱ. 民放テレビ・ラジオ実態調査

本間 謙介（民放連・研究所）

第1章 序論

(1) 背景・問題意識

① コロナ禍にメディア調査が進展

新型コロナウイルスによって、人々の生活が大きく変わる中、コロナ禍におけるマスメディアをはじめとするメディアの情報発信をめぐる研究や論文が数多くまとめられるとともに、この間のマスメディアの報道をテーマにした図書の発行や雑誌への論考の掲載が相次いだ。国立情報学研究所が提供する論文等のデータベース・サービス「CiNii[サイニィ]（NII学術情報ナビゲータ）」（<https://ci.nii.ac.jp/>）で2020年から2021年の期間、「テレビコロナ」のキーワードで検索すると164件、「報道 コロナ」で検索すると156件、「ラジオコロナ」で検索すると19件の論文が検索結果として挙がってくる（一部の論文に重複あり）[閲覧日：2022年2月10日]。民放連研究所は『民放経営四季報』No128,夏号（2020年6月）で、「新型コロナウイルス感染症拡大時における情報メディアの評価～際立つ存在感を示したテレビ」を発表。情報メディアへの接触頻度や評価に関するインターネット調査結果を概観した。NHK放送文化研究所も『放送研究と調査』で『『新型コロナウイルス』はどのように伝えられたか～テレビとソーシャルメディアの連関の中で～【第2部】PCR検査・テレビの『議題設定』とTwitterの反応』（2021年1月）、『『新型コロナウイルス』はどのように伝えられたか～テレビとソーシャルメディアの連関の中で～【第1部】データで総覧する報道と投稿の200日』（2020年12月）など複数の論考を掲載している。専修大学現代ジャーナリズム研究所は「新型コロナウイルス感染症のメディアへの影響に関する調査」を実施。このうち、2020年11月には新聞・放送に関する結果を公開シンポジウムで公表、資料として報告書（抜粋）を配布した。同調査は新聞、通信社のほか、民放連加盟テレビ・ラジオ社とNHKの計202社を対象にアンケート調査を行い、58社から回答を得ている。

番組制作をめぐる論考では、日本映画テレビ技術協会『映画テレビ技術』が「コロナ禍の番組制作とVR技術の応用」（2021年6月）、「コロナ禍で緊急対応！〈ニュースの報道現場でリモート編集〉」（2021年1月）などの論考を掲載。兼六出版『放送技術』も2020年10月号で「特集 コロナ禍におけるリモート制作」を組んでいる。

② 目立つメディアへの批判

コロナ禍のマスメディアの報道に対しては、批判的な議論も目立っている。CiNii上で、先のキーワードを使って検索すると、雑誌においては、例えば小学館『週刊ポスト』2020年9月11日号が小林よしのり、中川淳一郎による対談企画「緊急対談“コロナ脳”を感染拡

大させたテレビ局と専門家へ告ぐ」を掲載。さらに「緊急検証 新型コロナを恐れるな『PCR検査』への全不安&疑問に答える：テレビが煽るPCR関連報道に一喜一憂せずコロナとの闘いへ正しく冷静に」(Themis、2020年9月、テーマス)、「本誌緊急アンケート！『リモート出演』で変わるテレビ コメンテーターはもういない!?：視聴率上昇でも、『臨場感がない』『迫力不足』コロナを機に出演者の淘汰が始まる?」(週刊朝日、2020年6月19日、朝日新聞出版)、「相も変わらず『密です!』『遊んでいます!』『営業しています!』コロナ狩りに夢中になるテレビ局へ(大特集『緊急事態宣言』解除：従順すぎた日本人)」(週刊現代2020年6月6日、講談社)などのタイトルが挙がる。

これらはいずれもテレビが視聴者を煽っている、過度にウイルスを恐れる“コロナ脳”を生み出している、などといった論調である。

久能(2021)は、「今般の新型コロナウイルス騒動の主要因と言っても過言ではないのがマスメディアにおける報道のあり方であることは疑念の余地がない」と言及。街中の「庶民の声」を挿入して中立を装い、さらに、連日感染者が発生した地域、感染者数を報道し続け、コロナを体験した著名人のインタビューや、コロナで亡くなったとされる芸能人の遺骨が自宅に戻ってくる場面の生中継という過激報道も見られたとし、「このような報道のあり方は、番組の公平・中立を謳った放送法第4条に違反しているとはいえないか」と指摘している。金平(2020)は2020年前半のテレビのコロナ報道を概括。「(医療・医学的な観点からの情報の分野での)テレビ報道のもっとも大きな特質は、専門家会議という存在の権威がいかんなく正当化・正統化された舞台がテレビだったということではないか」「テレビ報道が果たしてしまった大きな機能は、コロナウイルス感染者の数の累積を刻々と伝えることによって、結果的に、感染者=忌避されるべき存在という偏見が社会に植えつけられてしまったことではないか」「テレビがもっとも反省しなければならない点は、こうした休業要請や自粛要請に従わなかった者を『自粛警察』まがいに取り締まる、あるいは非難を煽るような報道が一部でみられたことである」などと指摘。そのうえで現場に記者とカメラが取材に出る頻度が極端に減少し、スタジオ人口が大幅に減らされるなど、テレビ報道の作業現場も大きな変容を強いられたと顧みている。

③ 送り手側の苦悩、新たな工夫を残す

こうした中、送り手側の取り組みをまとめた論考も相次いだ。日本新聞協会は『新聞研究』で特集「新型コロナウイルスと報道」をこれまでに4回組み、論説委員や現場キャップによる取材活動の報告や提言を載せており、2020年7月号には日本放送協会の堀部敏男・報道局ニュース制作統括プロデューサーによる論考「放送の常識を変える転機に：前例のない事態に対応したテレビ報道の現場」を掲載している。

東日本大震災の後、「オムニバス・ドキュメンタリー 3・11大震災 記者たちの眼差し」(TBSサービス、2012年3月11日)、「CDブック その時ラジオだけが聴こえていた 3.11 IBCラジオが伝えた東日本大震災」(竹書房、2012年8月17日)など、東日本大震災を取

材し、伝え続けた放送人の苦労や苦悩を残そうとする取り組みが行われた。民放連も会員社限りの配付物だが、報道委員会が2012年3月に東日本大震災の取材・報道に携わった人々による手記をまとめている。

④ 問題意識

コロナ禍において、マスメディア、特にテレビに対する批判的な論調も多くみられる中、報道する側もスタッフの感染を防ぐため、あるいは放送エリアに発令された緊急事態宣言等によってできなかったこと、取材から番組制作における変化などもあったはずである。また、視聴者の放送に対する視線が厳しくなる中、伝えるうえでの判断やその難しさ、有識者やコメンテーターの出演・発言に関する判断・配慮等もあったと考えられる。さらには現場のデスクや情報番組の担当者の取材・報道活動にもそれぞれ困難や苦労があったはずだが、こと民放に関してはあまり明らかにされていない。報道内容を考えるうえでも、伝える側の状況を把握することが重要であると考えた。

また、コロナ禍における民放テレビ・ラジオの報道現場の実態を記録することは今後の取材・報道活動にとって大きな財産となるだろう。そして東日本大震災後の取り組み同様、このコロナ禍においても、報道人の「声」を残すことは大切であると考えた。

これらの問題意識のもと、本研究を進めることとした。

(2) 本研究の目的

前項でまとめたように新型コロナウイルスの感染拡大は、これまで誰も経験したことのない事態となった。そこで本研究は、コロナ禍における民放各社の報道現場の実態や報道に携わる人々の悩み等を調査・収集し、未曾有の状況下、どのような対処が行われ、何が課題となったかを明らかにしようとするものである。このために、民放地上テレビ社の報道責任者、報道デスク、情報番組の担当者、および対象地域を絞った形でラジオ社の編成制作の責任者へのアンケート調査およびインタビュー調査を実施し、体制面および取材や番組制作の実態を記録。各エリアにおける緊急事態宣言の発令状況などからの比較も試み、今後、未経験の事態が起きた際の各社の対応に寄与できることを企図した。

第2章 調査設計

前述の背景および問題意識のもと、本研究では①テレビ社へのアンケート調査、②報道デスクへのインタビュー調査、③ラジオ社の編成制作責任者へのインタビュー調査——を実施した。以下、それぞれの調査を概説する。

(1) テレビ社へのアンケート調査

アンケート調査は、民放地上テレビ社の報道責任者、報道デスク、情報番組担当者（プロデューサー）を対象に、マクロミル社が提供しているクラウド型アンケート作成ツール「Questant」を使って行った。調査にあたり、2021年8月23日に民放連会員の地上テレビ127社の報道責任者宛に協力依頼文書を送付。「Questant」上に作成したアンケートフォームのURLを伝えるとともに、報道デスク（ニュースの編集長）については社内から1人、選んでもらい、その報道デスクからの回答を依頼した。情報番組担当者の人選・回答も制作や情報制作など他の部局への相談も含め、同様に依頼。複数の情報番組を制作・放送している社に関しては、各番組の担当プロデューサー（1番組1人）にそれぞれ回答してもらっても構わないとした。

アンケートの実施期間は8月23日から9月13日（当初9月6日で設定し、その後延長）。報道責任者および前述の方法で選ばれた報道デスク、情報番組担当者にそれぞれ用意したアンケートフォームから回答してもらった。調査項目は、コロナ禍における①報道部局の体制②報道内容の判断③ネットの活用④始めたこと、できなくなったこと⑤共同取材等、変化したこと——など。

報道責任者に対しては、報道セクションの体制面や感染拡大防止策、オンライン会議システムの活用、セクション内の新型コロナウイルスに関する知識、理解、報道番組における取材・制作の変化、コロナ禍における取材エリアや共同取材の有無、報道内容、わかりやすさのために注力したこと、視聴者の不安解消のために行ったこと、今後必要となるもの、悩みなどを尋ねた。

報道デスクに対しては、自社制作の報道番組における取材、情報源及び情報の利用、出演者、報道内容、ニュースの配信、新型コロナウイルスに関する知識・議論、などを調査。

情報番組担当者に対しては、情報番組における取材・番組制作の変化、出演者、情報源及び情報の利用、報道内容、「わかりやすさ」の観点で注力したこと、視聴者の不安解消のために行ったこと、悩み、新型コロナウイルスに関する知識・議論などを調べた。

「わかりやすさ」の観点で注力したことや悩みなどは自由記述とし、それぞれの立場の意見を集めた。

また、各調査対象に対し、同一の質問を用意し、比較できるようにした。

さらに、回答のあった社をそれぞれ①キー局・準キー局、ローカル・ネットワーク系列

局、独立局など4つのカテゴリー、②放送エリアとなる都道府県の2021年9月1日時点の累計「感染者数」、③放送エリアとなる都道府県の2021年9月30日までの「緊急事態宣言／まん延防止等重点措置（まん防）発令期間」——で分類し（②、③に関し、在京キー5社は「東京」、在名社は「愛知」、在阪社は「大阪」に区分）、回答結果に違いがあるかどうか、クロス集計を行った。

(2) 報道デスクへのインタビュー調査

上記①のアンケートで回答のあった民放テレビ社の報道デスクのうち、下記エリアから12社を抽出したうえで、インタビューを依頼。了解を得た社の報道デスクに調査を行った。

- ・感染者の多かったエリア（東京、愛知、大阪および北海道、千葉、京都、福岡、沖縄）。
- ・感染者の少なかったエリア（岩手、秋田）
- ・感染者が比較的少ないが、感染者の多かった地域に隣接・関連するエリア（新潟、石川）

対象社を選ぶ際に、系列のバランスを勘案するとともに、独立局も入れた。

調査は2021年10月5日から11月26日の期間に実施。「Microsoft Teams」を使い、オンラインでインタビューを行った。

報道デスクへのインタビューに先立ち、前述のアンケート調査の回答を精査。この結果をもとに質問内容を設定するとともに、対象とした報道デスクが同アンケートで回答した内容について、深掘りすることとした。

はじめに、取材活動に関して悩んだことについて尋ねた。取材時のスタッフの感染への不安や取材者が感染の媒介になることへの懸念、チーム内における意見の違いやコロナへの認識の違いなどを聞き取るとともに、アンケートでも設問を設けていた▽コロナ患者を収容した病院の取材▽クラスターの発生した施設の取材▽コロナの陽性反応の出た人の取材——について、それぞれスタッフへの指示なども含めた対応やその際に起きたことなど、具体的な事例を話してもらった。また、多忙な日常業務や人員不足の中で、感染対策を施しながら取材活動を続ける困難さや、「デルタ株」をはじめ、新しい情報や用語が登場する中で知識をアップデートする難しさも聴取。さらに視聴者や取材先にどのようにきちんと安全対策をとって取材を進めているか、「取材活動」の見せ方に腐心したとの声も聞かれたため、インタビュー調査においてこの点をさらに尋ねた。

次に報道に関して悩んだことをインタビュー。具体的には社会不安をあおることや、“自粛警察”の惹起など世論のミスリードへの懸念、取材相手や感染者を放送で出す際などのプライバシーへの配慮、実名／匿名、モザイク、音声処理などの判断、取材によって被取材者が差別の対象になること、「感染した」ことが社会的非難の対象となること、感染者に対する誹謗中傷への懸念などを尋ねた。また、アンケートは▽政府や自治体の自粛

要請よりも遅い時間帯▽外出自粛の要請が出た期間における自局エリアの観光地▽マスクをしていない人▽自粛要請に従っていない飲食店——について、取材を行ったかどうか、また、取材した内容をオンエアする際に配慮したことを尋ねたが、インタビュー調査でもこれらのアンケート結果を踏まえたうえで、対応を聞いた。

この2年間のテレビ報道に対し、アンケートから、自治体などが発表した数字に頼った報道になっていなかったか、との見方が浮かび上がった。本インタビュー調査を実施した2021年10月から11月にかけては、感染者数も減り、緊急事態宣言も解除され、政府「新型コロナウイルス感染症対策分科会」も感染状況を評価する新しい指標を決めた時期だった。こうした状況を踏まえ、報道においても感染者数をこれまで通り伝え続けるのか、その他の指標に変えていくのか。そのタイミングについて尋ねた。

コロナ禍においては、政府や行政の対応について、批判的な意見も多く出された。他方で、その批判が政治的な意味合いを帯び、ひいてはコロナ対策が“政争の具”に使われてしまっているとの懸念の声や批判も聞かれた。公平・公正な報道が求められる放送においては、政策批判と報道のバランスの難しさもあったと考え、意見を聞いた。

さらに、アンケートからは、祭りや各種行事が激減するなど取材ネタが減少、ニュース構成の困難さも浮き彫りになった。この実態を把握する必要があると考え、具体例を尋ねた。

デマの問題についても尋ねた。2020年2、3月ごろには「トイレットペーパーが手に入りにくくなる」といったデマが出たほか、その後もワクチンの接種が進む中、陰謀説や妊娠への影響するといったさまざまなデマが飛び交った。こうしたデマの解消に向けて行ったことについてはアンケートでも設問を設けたが、インタビュー調査においても、報道面及びデマに関する情報収集・共有で取り組んだことなどをさらに聞いた。

この2年間でテレビをはじめ、取材・報道活動のあり方に変化が生じている。例えばオンラインの活用が広がり、リモートワークが増えたことなどはその一例だ。これらが今後の取材・報道に活かすこと、あるいは課題になっていこともあるはずである。そこでインタビューにあたり、ウィズコロナ時代の取材・報道への提言を語ってもらった。

なお、自由な発言を担保するためにも、取りまとめにおいては社名や放送エリアがわからないように留意した。他方、感染者が多かったエリア、少なかったエリアで対応が異なることも想定されたため、その点を踏まえてインタビューを行った。

(3) ラジオ社の編成制作責任者へのインタビュー調査

ラジオもテレビ社へのアンケート調査と同様の趣旨で、調査を行うことを考えた。ただし、ラジオは規模が小さく報道セクションのない社や、ニュースを通信社から配信で受けている社も多い。このため、一律にアンケートを行うことは難しいと整理。下記エリアから中波・FMを選び出したうえで編成制作の責任者にインタビュー調査を行いたい旨を打

診し、了解を得た社にインタビューを行った。

- ・感染者の多かったエリア（北海道、東京、大阪、沖縄）。
- ・感染者の少なかったエリア（岩手、秋田、島根）。
- ・感染者の多い大都市圏と隣接しているが、感染者の少ないエリア（新潟、和歌山）。

調査は2021年8月27日から10月6日の期間で実施。「Microsoft Teams」を使い、オンラインでインタビューを行った。

調査項目は、テレビ社へのアンケート調査と同趣旨で、以下の事項について話を聞いた。

- ・編成制作セクションの体制について（▽セクション内のグループ分けなど、放送継続のために行ったこと▽感染防止策で実施したこと▽体制面で苦労したことや、編成セクション内で起きたこと▽体制面で工夫したこと▽オンライン会議等の活用）。
- ・スタッフのコロナに関する知識、理解について（▽スタッフのコロナへの知識・理解向上のために対処した事項や、コロナ関連の知識を得るために共有したものの▽スタッフのコロナに対する知識・理解について）。
- ・局内やスタッフに陽性反応者が出た時の対応・外部への周知について。
- ・番組制作について（▽収録番組と生放送番組で、変えたこと▽スタジオに導入したこと▽設備面での工夫や、変化したこと▽番組制作で苦労したこと、不足したこと）。
- ・編成・放送について（▽地元エリアのコロナに関する情報において、メインになった番組▽コロナに関する情報の収集方法・取材源▽編成面で変わったこと、変えたこと▽レギュラー番組でのコロナ企画について、具体的なコーナーの設置例▽音楽番組やエンタメ番組、若者向け番組で変化のあったこと、コロナに関して実施したこと▽パーソナリティ・出演者への対応▽ネット上の情報の利用や、デマの解消に向けて行ったこと）。
- ・ウィズコロナ時代に向けて、今後、必要となること。コロナ禍における悩みや、自身が最も苦労したこと。

インタビューに当たっては、テレビ社へのアンケートと同趣旨の回答が得られるようにするとともに、質問の際は中波とFMの事情を踏まえた。また、自由な発言を担保するため、テレビ社の報道デスクへのインタビューと同様、取りまとめにおいては社名や放送エリアがわからないように留意した。感染者が多かったエリア、少なかったエリアで対応が異なることも想定されたため、その点も勘案してインタビューを行った。

第3章 テレビ社へのアンケート調査

本章はテレビ社を対象に行ったアンケート調査の結果を報告する。なお、集計の詳細は、資料編も参照されたい。

3.1 報道責任者への調査

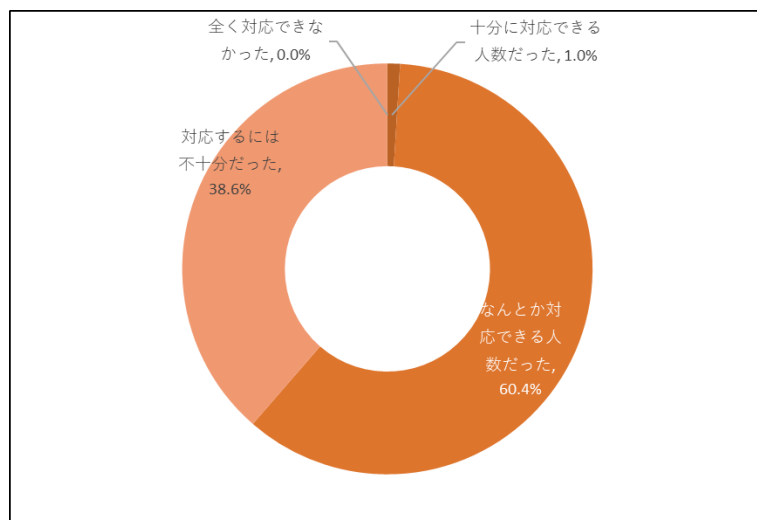
調査対象：民放地上テレビ放送事業者の報道責任者
調査時期：2021年8月23日～9月13日
調査方法：WEB上のアンケートフォームによるアンケート調査（マクロミル社「Questant」を利用）
集計社数：101社

(1) 報道セクションの体制

① マンパワー

コロナ禍の報道セクションのマンパワーについて、「十分に対応できる人数だった」「なんとか対応できる人数だった」「対応するには不十分だった」「全く対応できなかった」の4段階で尋ねた。【図表3-1-1】

図表3-1-1. マンパワー (n=101)



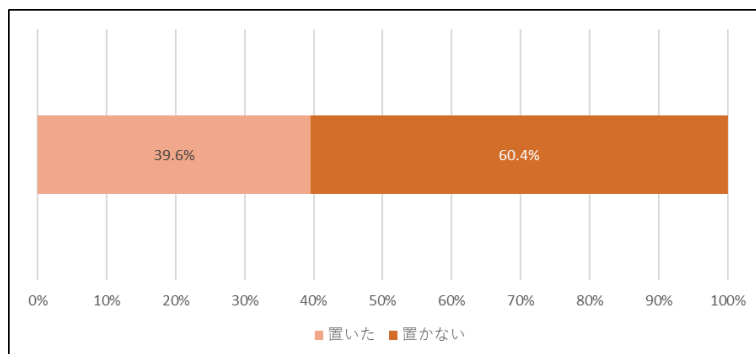
最も多かったのが「なんとか対応できる人数だった」で61社（60・4%）、次いで「対応するには不十分だった」が39社（38・6%）。「十分対応できる人数だった」は1社（1%）で、「全く対応できなかった」と回答した社はなかった。

② コロナ対応の責任者の設置

報道セクション内で、現場の記者を除き、コロナ対応の責任者を置いたかどうかを尋ねたところ、「置いた」と回答したのが40社（39.6%）、「置かない」と回答したのが61社

(60.4%) だった。【図表3-1-2】

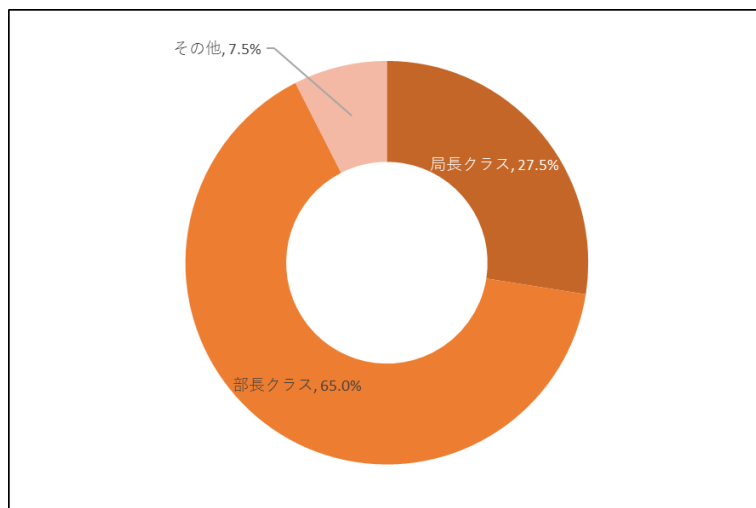
図表3-1-2. コロナ対応の責任者の設置 (n=101)



● 責任者の役職

コロナ対応の責任者を「置いた」と回答した40社に責任者の役職を尋ねた。【図表3-1-3】

図表3-1-3. 責任者の役職 (n=40)

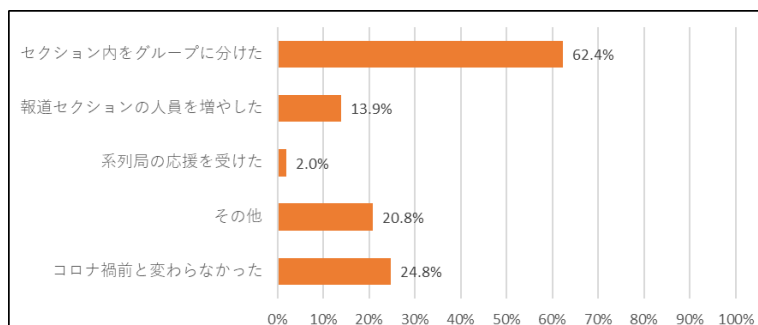


「局長クラス」と回答したのが11社 (27.5%)、「部長クラス」と答えたのが26社 (65.0%)、「その他」が3社 (7.5%) で、内訳は「副部長クラス」が1社、「局次長クラス」が2社だった。

③ 取材・報道を継続するために行ったこと

コロナ禍において、取材・報道を継続するために報道セクション内で行ったことについて、選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表3-1-4】

図表3-1-4. 取材・報道を継続するために行ったこと (n=101)



最も多かったのが「セクション内をグループに分けた」で63社（62.4%）が実施。これに次いだのが「コロナ禍前と変わらなかった」で、25社（24.8%）が回答している。このほか「報道セクションの人員を増やした」が14社（13.9%）、「系列局の応援を受けた」が2社（2.0%）となっている。その他」と回答したのは21社（20.8%）だった。

その他の記述を見ると、目立ったのは社内からの応援。

【「応援」に関する記述】。

- ・社内他部署の報道経験者の応援を受けた。
- ・制作部のカメラマン応援を受けた。
- ・一時的に他部局の報道局経験者に応援をあおいだ。
- ・一時、社内の報道経験者や制作スタッフに応援に入ってもらう等特別体制を取った。
- ・報道経験者の応援を短期間受けた。
- ・一定期間、社内他部署からの応援を仰いだ。
- ・社内の報道経験者5～6名をサポートメンバーに指定し、報道セクションで陽性者が出た場合、臨時で応援業務をできる体制をつくった。

また、分散勤務や班分け、勤務を分けるなどの回答も多かった。

【「分散」や「班分け」に関する記述】。

- ・グループ分けまではできないので、報道フロアに人が集中しないよう、別の作業部屋を設けて、できる限り分散勤務にした。
- ・社内に分室（大会議室使用）を設置して3密回避のための分散勤務を実施した。
- ・記者、デスクの執務机、編集機の約半数を別フロアに分ける。緊急事態宣言時の番組の短縮。
- ・コロナの感染拡大後、グループ分けし対応。現在はコロナ前の状態に戻した。
- ・記者、カメラマンを温存するため交代で自宅待機・休暇とした。
- ・取材現場への直行直帰の推奨、作業場所の分散化。
- ・記者、アナウンサーで一部テレワークを行った。
- ・外勤記者の本社へのあがりを規制した。
- ・業務を分担し、かつ取材で無理をすることがないように心がけた。

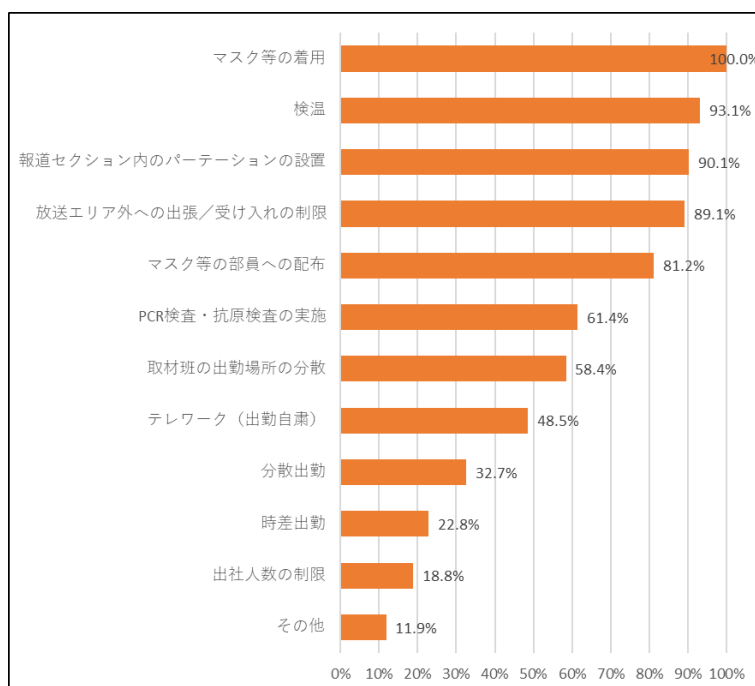
- ・物理的に記者やカメラマンの一部を分室に分けた。
- ・2020年3月～5月の期間は厳格にスタッフを2班に分けて感染防止を強化した。
- ・2班体制を組んだ。

このほか、「距離をとって仕事をするゾーニング（アナウンス部も含めて）の実施」「アクリル板（横対応）の設置」「感染対策の徹底（立ち合いや会議の機会の減少）との記述があった。

④ 報道セクションで行った感染防止対策

コロナ禍において、報道セクションで行った感染拡大防止対策について、あてはまるものを選択肢からすべて選んでもらった。【図表 3-1-5】

図表 3-1-5. 報道セクションで行った感染拡大防止対策（n=101）



「マスク等の着用」は回答のあった全 101 社（100.0%）で実施。このほか「検温」（94 社、93.1%）、「報道セクション内のパーテーションの設置」（91 社、90.1%）は 9 割以上の社が、「放送エリア外への出張／受け入れの制限」（90 社、89.1%）「マスク等の部員への配布」（82 社、81.2%）は 8 割以上の社が実施している。

PCR 検査・抗原検査を行ったのは 62 社（61.4%）また「取材班の出勤場所の分散」も 59 社（58.4%）が行っている。

「テレワーク（出勤自粛）」は 49 社（48.5%）が、「分散出勤」は 33 社（32.7%）が行っている。このほか「時差出勤」23 社（22.8%）、「出社人数の制限」19 社（18.8%）、「その他」12 社（11.9%）となっている。

「その他」の記述は以下のとおり。

- ・スタッフを役割に応じて2重化し、それぞれが濃厚接触者にならないように座席配置

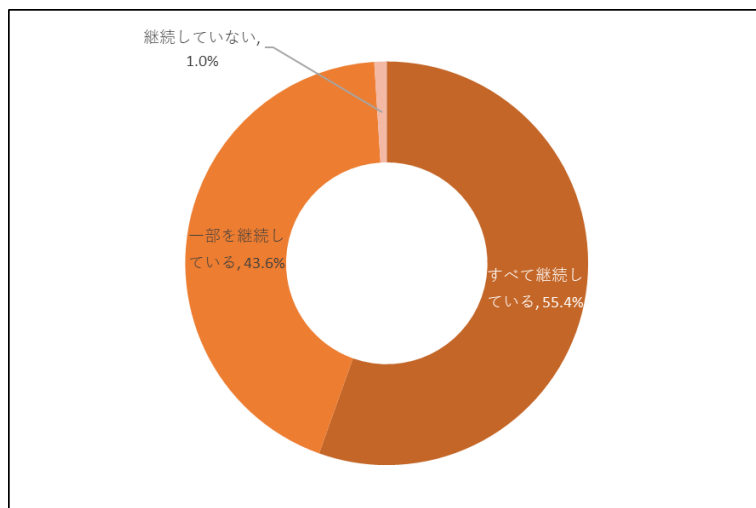
を変えるなど濃厚接触者で共倒れにならないようにした。

- ・キャスターを月火水と木金で分けた。
- ・移動車両内の密を避けるため、長時間移動の場合は分散乗車および運転。
- ・密や感染の可能性がある取材先には記者を出さない。
- ・クラスター発生場所（県庁など）への取材取り止め。
- ・スタジオ内の出演者を減らす、ソーシャルディスタンスの徹底、一人での飲食の徹底。
- ・非対面のオンライン取材の積極的活用、距離をとって取材できる機材の活用等、取材の工夫。
- ・消毒徹底、換気徹底、会食自粛、アルバイトの出勤人数制限と出勤時間制限・社有車の使用履歴を残す。
- ・本社屋横にプレハブを設置、グループ分けをして分室制を取っている。
- ・取材ガイドラインの作成、ゲストなどの受け入れ体制の強化、機材の消毒、出入り口などへの消毒液の設置ほか。
- ・移動車内でのルールのマニュアル化。
- ・別フロアに臨時の編集室を設けた。

● 感染拡大防止対策の継続状況

前の設問の対策を2021年8月1日現在継続しているかどうかを尋ねた。【図表3-1-6】

図表3-1-6. 感染拡大防止対策の継続状況（2021年8月1日現在）（n=101）



「すべて継続している」のとの回答が56社（55.4%）、「一部を継続している」との回答が44社（43.6%）からあった。「継続していない」との回答は1社（1.0%）だった。

なお「一部を継続している」ものを回答で多かった順に挙げると、

- ◇マスク等の着用：43社
- ◇検温：36社
- ◇放送エリア外への出張／受け入れの制限：35社
- ◇報道セクション内のパーテーションの設置：34社

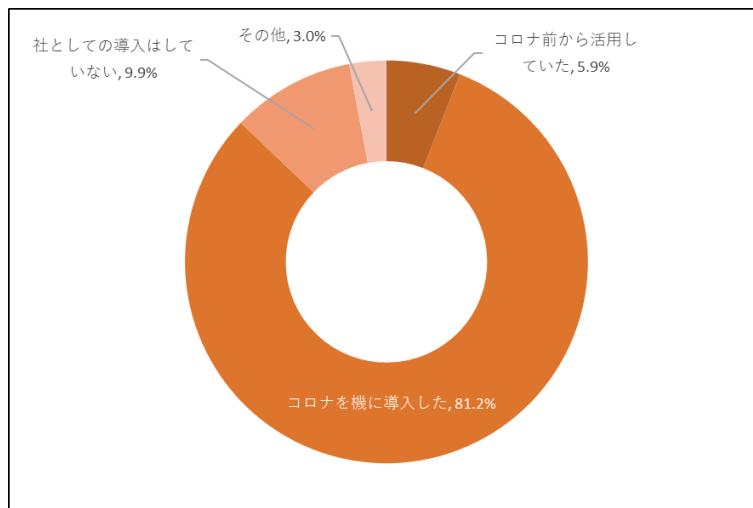
- ◇PCR 検査・抗原検査の実施：24 社
- ◇テレワーク（出勤自粛）：16 社
- ◇取材班の出勤場所の分散：14 社
- ◇その他：12 社
- ◇マスク等の部員への配布：11 社
- ◇分散出勤：10 社
- ◇時差出勤：9 社
- ◇出社人数の制限：7 社

となっている。

⑤ オンライン会議システムの導入状況

Microsoft TeamsやZoom、Google Meetなど、オンライン会議システムの導入状況を尋ねた。【図表3-1-7】

図表3-1-7. オンライン会議システムの導入状況（n=101）



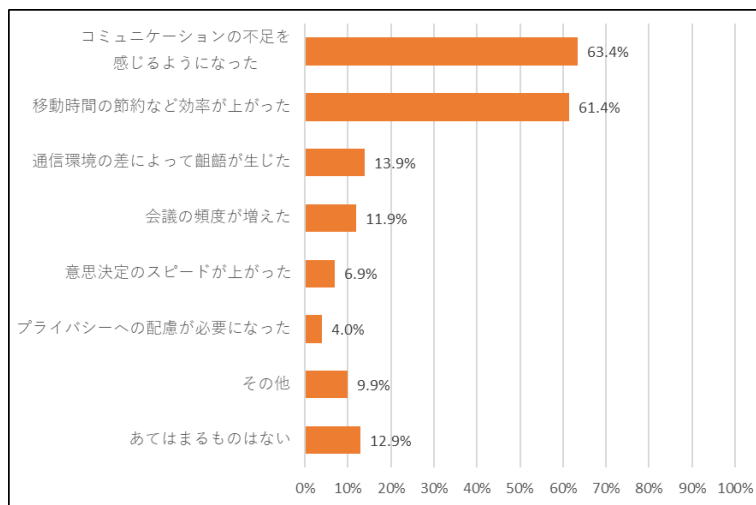
最も多かったのが「コロナを機に導入した」社で82社（81.2%）。「実態として利用しているが、社としての導入はしていない」との回答が10社（9.9%）、「コロナ前から活用していた」のは6社（5.9%）だった。

その他（3社、3.0%）からは「社内システムとしてのGoogle Meetの導入時期が、たまたまこの時期に重なった」「系列の会議や社内の会議では利用しているが、報道局内の会議では利用していない」「コロナ前から活用していたが、コロナ感染拡大を機に日常業務での活用が常態化した」との回答があった。

⑥ オンライン会議がもたらしたこと

報道セクション内のオンライン会議がもたらしたことについて、選択肢からあてはまるものをすべて挙げてもらった。【図表3-1-8】

図表3-1-8. オンライン会議がもたらしたこと (n=101)



最も多かったのが「コミュニケーションの不足を感じるようになった」で、64社（63.4%）が回答。次いで「移動時間の節約など効率が上がった」（62社、61.4%）が多かった。以下、「通信環境の差によって齟齬が生じた」（14社、13.9%）、「会議の頻度が増えた」（12社、11.9%）。と続いた。

「その他」（10社、9.9%）の意見は、

- ・海外支局や国内支局など遠隔地から必要に応じ移動せずに会議などに参加できるようになったという効果もあった。
 - ・それまで参加できなかった会議に参加できるようになった。海外支局や遠方にいる人も会議に参加できるようになった。
 - ・緊急性のある会議を開いた時に、支局を含めて高い出席率となった。
- など、オンライン会議の「プラス」の評価が寄せられた一方、
- ・駆け引きを必要とする問いかけができなくなった。会議が淡々と進み良くも悪くも味がない状況。

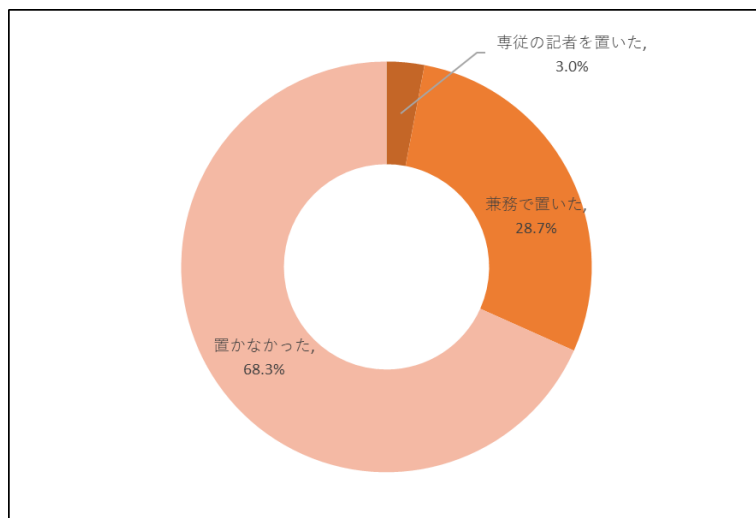
など「マイナス」の意見もあった。このほか、「大人数ではないため報道セクション内での使用はなく、主に社外関係者との会議に使用」「部内ではZoomなどのオンラインツールは未使用。社外会議打ち合わせ、取材のみ」など、使用していないことに関する意見が5件あった。

⑦ コロナ取材を担当する記者の設置

報道セクション内で、特別にコロナ取材を担当する記者を置いたかどうかを尋ねた。

【図表 3-1-9】

図表 3-1-9. コロナ取材を担当する記者の設置 (n=101)

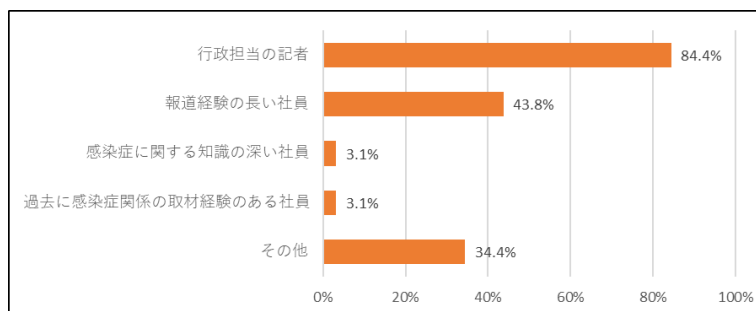


「置かなかった」との回答が最も多く69社（68.3%）。「専従の記者を置いた」のは3社（3.0%）、「兼務で置いた」のが29社（28.7%）だった。

● 記者の属性

前の設問でコロナ取材のために「専従の記者を置いた」「兼務で置いた」と回答した 32社にどのような経歴・経験のある記者を置いたのか、選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-1-10】

図表 3-1-10. 記者の属性 (n=32)



最も多かったのが「行政担当の記者」（27社、84.4%）で、報道経験の長い社員（14社、43.8%）がこれに次いだ。「その他」が11社（34.4%）。「感染症に関する知識の深い社員」「過去に感染症関係の取材経験のある社員」はそれぞれ1社ずつ（3.1%）だった。

「その他」の意見を見ると、

- ・ 経験の浅い記者もチームに入れて、取材力強化に努めている。
- ・ 特定の記者が兼務ということではなく、全員が他の担当と兼務する形となっている。
土日を含め連日の報道に対応するためには特定の個人に集約するのではなく、全員が情報共有して取材に臨んでいる。
- ・ エリア内自治体の膨大なコロナ関連情報を体系的にまとめるため、コロナ情報担当の

グループを置いた。

- ・取材ができる人間は、全員で対応している。

など、チーム全体でコロナ取材を担当する記者を置いたとの意見が寄せられた。

また、「取材能力が高い社会部記者やディレクター」「事件取材のできる記者、能力の高い若手記者」など、能力から抜てきしたとの意見、「ニュース番組のキャスター」「感染症専門の医療関係者と面識があった者」などの意見もあった。

このほか、「一般の記者」「社会部記者」「小さい社なので、特に医療（感染症）に詳しい記者がいなかった」との意見があった。

● 置いた期間

特別にコロナ取材を担当する記者を置いた期間を尋ねた（回答 26 社）。このうち

◇2020年の1月から4月に置いた社：18社

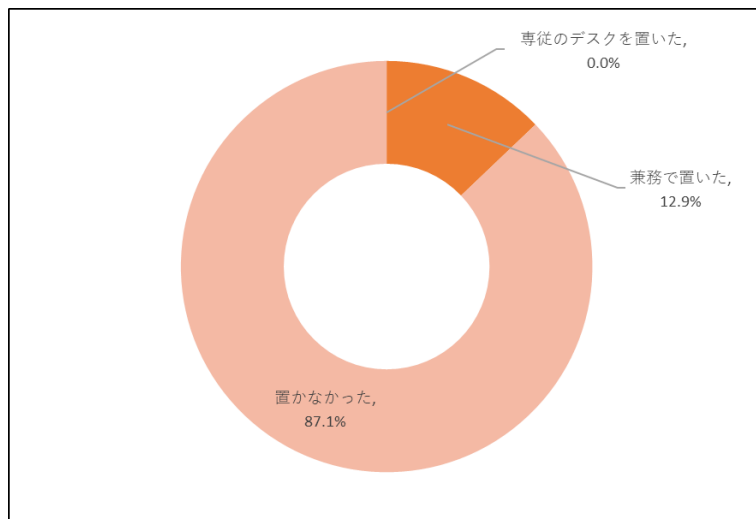
◇2020年10月までに置いた社：5社

だった。なお、ほとんどの社がアンケートを行った2021年8月時点でも設置を継続している。

⑧ コロナの取材・ニュースを担当するデスクの設置

報道セクション内で、特別にコロナの取材・ニュースを担当するデスクを置いたかどうかを尋ねた。【図表 3-1-11】

図表 3-1-11. コロナの取材・ニュースを担当するデスクの設置 (n=101)

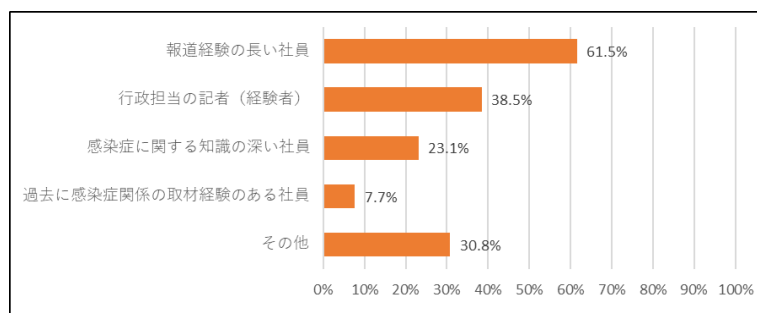


「置かなかった」との回答が最も多く88社（87.1%）。「兼務で置いた」のは13社（12.9%）で、「専従のデスクを置いた」社はなかった。

● デスクの属性

前の設問で「兼務で置いた」13社にどのような経歴・経験のあるデスクを置いたのか、選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-1-12】

図表 3-1-12. デスクの属性 (n=13)



最も多かったのが「報道経験の長い社員」(8社、61.5%)で、「行政担当の記者(経験者)」(5社、38.5%)が次いだ。さらに「感染症に関する知識の深い社員」との回答も3社(23.1%)からあった。「過去に感染症関係の取材経験のある社員」は1社(7.7%)、「その他」は4社(30.8%)が回答した。

「その他」の社からは、

- ・デスク全員がコロナ情報を共有する形。連日のコロナ報道に対応するため、特定のデスクに偏らない体制とした。
- ・感染症専門の医療関係者と面識があった者。
- ・一般のニュースデスク。
- ・報道制作部長兼ニュースデスク。

との記述があった。

● 置いた期間

特別にコロナの取材・ニュースを担当するデスクを置いた期間を尋ねた(回答12社)。

このうち、

◇2020年の1月から3月に置いた社：6社

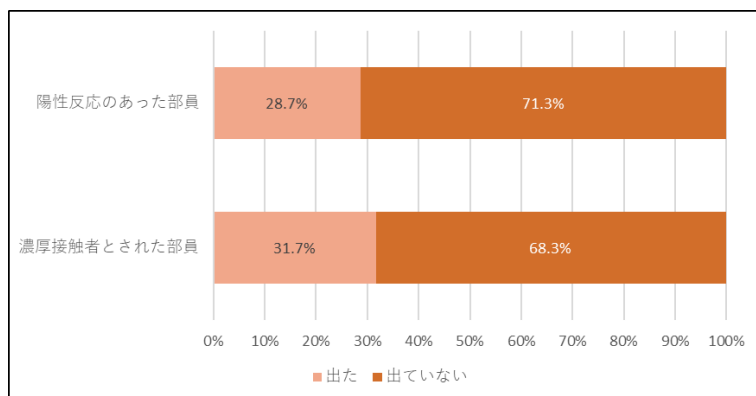
◇2020年10月まで置いた社：5社

だった。ほとんどの社がアンケートを行った2021年8月時点でも継続している。

⑨ 報道セクション内のコロナの陽性反応者・濃厚接触者

報道セクション内のコロナの陽性反応者および濃厚接触者とされた部員が出たかどうかを尋ねた。【図表 3-1-13】

図表 3-1-13. 報道セクション内のコロナの陽性反応者・濃厚接触者（n=101）



陽性反応のあった部員が「出た」と回答した社は 29 社（28.7%）。一方、濃厚接触者とされた部員が「出た」と回答した社は 32 社（31.7%）だった。

● 社内での対応

社内で陽性反応者や濃厚接触者が出た社に、その際の対応をさしつかえない範囲で記述してもらった。

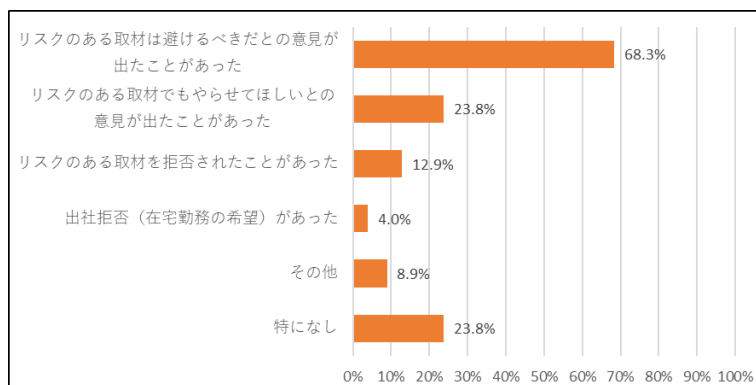
記述のあった社（66 社）のうち、およそ 4 割が自社のニュースなどで報じた旨を記述している。報道内容は「本社勤務の社員が感染・感染経路・社内及び取材活動などにおける社外の濃厚接触者なし」「県内ではきょう新たに 20 人の感染の確認が発表されました。そのうち〇人は《当社》の報道部に勤務するスタッフです。《当社》は本日中に専門業者による社内の消毒を行うとともに、関係各所と連携し保健所の指導の下、感染拡大防止につとめてまいります」など。なお「当初の陽性反応者 4～5 人まではニュースでの発表を行っていた（放送していた）が、昨年末ごろからはホームページでの発表にしている」「社外へは、第 1 号の発生の際にニュースで O A。現場か非現場部門かと、社外との接触があったかを報じた。以降は HP で告知した」「番組出演者が関わる場合は出演番組内で報告し、ローカルニュースでも報じた。なおニュースとして伝えるかどうかは感染拡大防止効果等を考慮し、その都度判断している」といった意見のほか、「会社ホームページで感染者が出たことを公表。報道スタッフ以外なので番組内では放送せず」「感染に広がりがなかったため、自社のニュースでは報じていない」などの記述もあった。公表に関しては、ホームページへの掲載やプレスリリースを行った旨を記述した社も多い。

また「陽性反応者、濃厚接触者ともに保健所の指示に従い指定された期間内の出社停止。行動履歴を確認し、接触者を把握、社内の消毒も行った」といった意見に代表されるように、いずれの社も保健所の指示に従い、しかるべき措置をとっている。

⑩ コロナによって報道セクション内で起きた事項

コロナによって報道セクション内で起きた事項について、選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-1-14】

図表 3-1-14. コロナによって報道セクション内で起きた事項 (n=101)



最も多かったのが「現場からリスクのある取材は避けるべきだとの意見が出たことがあった」で、69社（68.3%）が回答。「現場から、リスクのある取材でもやらせてほしいとの意見が出たことがあった」と、「特になし」がそれぞれ24社（23.8%）でこれに次いだ。また、「現場（記者、デスクなど）から、リスクのある取材を拒否されたことがあった」も13社（12.9%）が挙げた。

「その他」（9社、8.9%）で寄せられた意見は以下のとおり。

- ・密や感染の可能性がある取材は行わなかった。
- ・他部署の社員に陽性者が出た際、しばらく高齢者の取材やインタビューを自粛した。
- ・施設のクラスターについて会見した施設長本人が後日陽性と診断され、その会見を取材した記者が不安を訴えたため、自宅待機としたケースがあった。
- ・ケースによっては、取材におけるリスクの有無、取材をするに当たっての注意事項などをデスク中心に検討し、部内で共有した。可能だと判断した範囲で取材しているので、リスクあるから取材を止めたなどの事例はなかった。
- ・取材を避けるべき、とまでの意見はないが、取材方法についての意見は出された（距離確保やインタビュー時に長い棒を使うなど）。
- ・社内ではないが、取材先の警察から庁舎への立ち入りを一定期間やめるよう求められるケースがあった。
- ・取材対象者との距離を取るため、インタビュー用のブームマイクを準備、ロケ時にパーテーションを持ち込む、感染者増加傾向の時に飲食店などへの飛び込み取材は決して無理しない、などとした。
- ・報道部と制作部で感染対策の“強度”に差があることについてカメラマンから指摘があった。
- ・キー局の取材マニュアルなどを参考に、自社の取材マニュアルを作成。インタビューする場合でも、距離を取ることを周知徹底した。

⑪ 系列内での情報共有

新型コロナウイルスをめぐる情報の系列内での共有に関し、特記事項を自由記述で挙げ

てもらった。

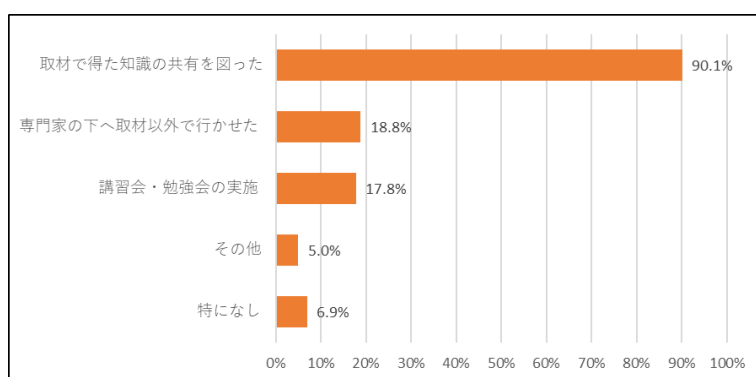
回答のあった 36 社のうち、「特になし」との記述を除いた意見を見ると、「職場に陽性者が出た場合の対応や、取材・放送の継続方法、濃厚接触者の認定基準などについて情報交換」との記述に代表されるように、感染者が出た場合の対応、感染対策・ルールの共有が図られている。なお、独立局同士も情報交換が行われていたようだ。

(2) 報道セクション内の新型コロナウイルスに関する知識・理解

① 知識・理解向上のために対処した事項

報道セクションの部員のコロナに対する知識・理解向上のために対処した事項について、選択肢からあてはまるものをすべて選んでももらった。【図表 3-1-15】

図表 3-1-15. 知識・理解向上のために対処した事項 (n=101)



最も多かったのが、「取材で得た知識の共有を図った」で、91 社 (90.1%) が回答。このほか「専門家の下へ取材以外で行かせた」は 19 社 (18.8%)、「講習会・勉強会の実施」は 18 社 (17.8%) が挙げている。

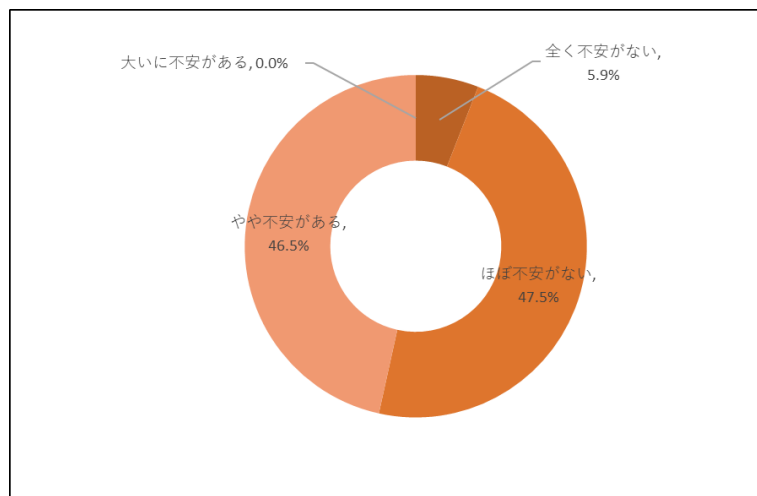
「その他」(5 社、5.0%) で寄せられた記述は以下のとおり。

- ・取材での知識にかかわらずコロナに関する知見をミーティングやメール等で共有した。
- ・社内総務部門の見解、専門家の見解、報道されている最新情報などを一斉メール等で共有した。
- ・社内会議の内容を共有した。
- ・対策について保健所に相談した。
- ・新型コロナ関連の特番を制作し、出演した専門家との関係を構築。その後の取材や最新情報の入手に役立てている。

② 部員のコロナに対する知識・理解

報道セクション内の部員のコロナに対する知識・理解について、「全く不安がない」「ほぼ不安がない」「やや不安がある」「大いに不安がある」の 4 段階で尋ねた。【図表 3-1-16】

図表 3-1-16. 部員のコロナに対する知識・理解 (n=101)



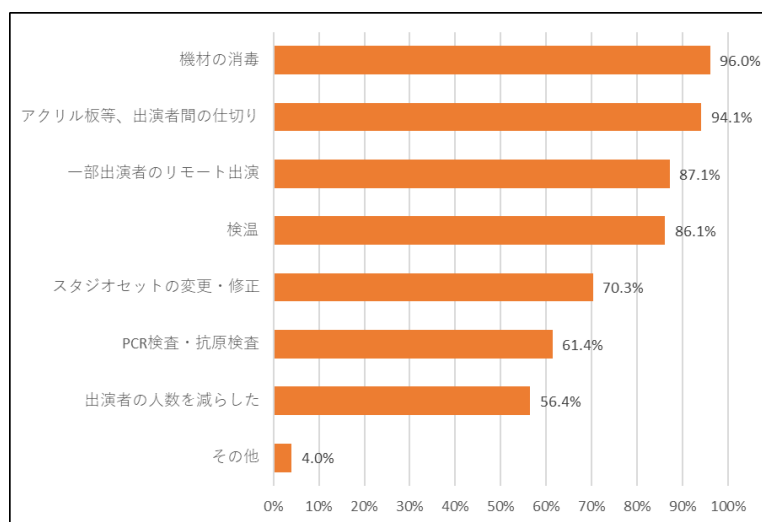
「ほぼ不安がない」(48社、47.5%)が最も多く、「全く不安がない」(6社、5.9%)と合わせると5割を超えた(53.4%)。「やや不安がある」と答えた社は47社(46.5%)。「大いに不安がある」との回答はなかった。

(3) 取材・番組制作

① 報道番組内で導入したもの

報道番組内で導入したものについて、選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-1-17】

図表 3-1-17. 報道番組内で導入したもの (n=101)



最も多く挙げたのが「機材の消毒」(97社、96.0%)で、「アクリル板等、出演者間の仕切り」(95社、94.1%)が次いだ。また、「一部出演者のリモート出演」(88社、87.1%)、「検温」(87社、86.1%)も9割近い社が挙げた。

「ソーシャルディスタンスを保つためのスタジオセットの変更・修正」は71社

(70.3%)が回答。「PCR検査・抗原検査」は62社(61.4%)、「出演者の人数を減らした」は57社(56.4%)がそれぞれ回答した。

「その他」(4社、4.0%)で寄せられた記述は以下のとおり。

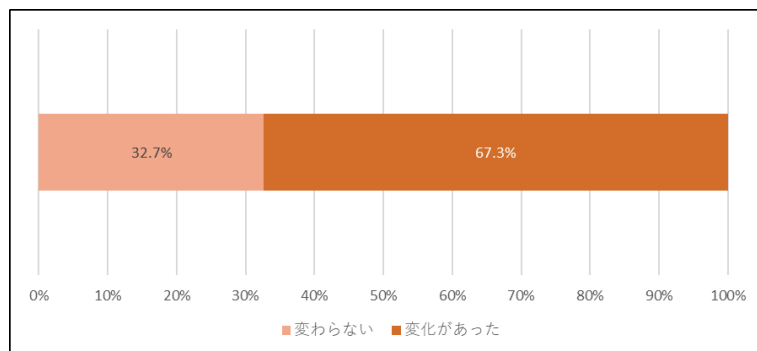
- ・飛沫対策としてスタジオでマイク等の音声担当の技術スタッフはマスク以外に加えてフェイスシールドや手袋を着用。制作スタッフもマスク以外にフェイスシールドを常備。報道セクションの入り口には会社出入り口とは別に検温器と消毒液を二重に設置した。
- ・リモートインタビューの多用。
- ・セットの変更はしていないが、ディスタンスは保つようにした。
- ・ヘアメイク場所の変更。

② 取材から収録までの作業で変わったこと

取材から編集、オンエアまでの作業について、それぞれコロナ禍前から変化があったかどうかを尋ね、変化があったことの詳細を記述してもらった。

取材は、「変化があった」と答えた社のほうが多く68社(67.3%)が回答。「変わらない」は33社(32.7%)。【図表3-1-18】

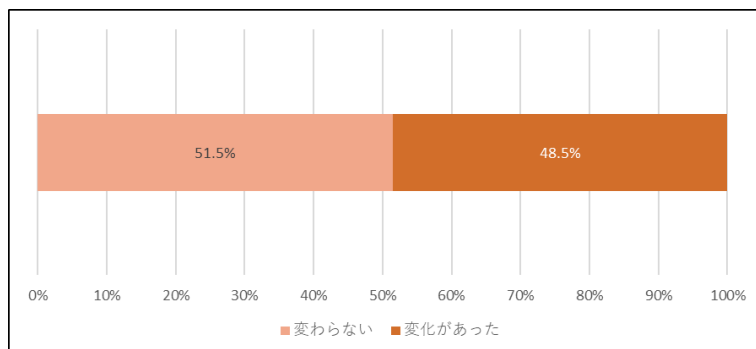
図表3-1-18. 取材についての変化 (n=101)



「変化があった」ことの詳細例として多く挙げたのは、取材相手との距離を保つ工夫に関する記述。「取材時もインタビュー対象者と距離を保てるようにガンマイクなどの機材を購入した」「街頭インタビューは距離を取り、ガンマイクで収録することが多くなった」といった意見が多かった。また、「本社等での密を防ぐため直行直帰を増やした」「取材の車には基本的に複数での乗車をしないよう心がけている。また車の窓を開けるなど換気に気をつけている」「一時、内勤のスタッフと外勤のスタッフの接触を減らすため、機材庫と編集室などの間仕切り、社屋外に待機所を設けた」など取材時の行動の変化に関する記述やリモート取材が増えたなど、オンライン化・リモート化に関する記述も多かった。

編集については、「変わらない」が52社(51.5%)、「変化があった」が49社(48.5%)だった。【図表3-1-19】

図表 3-1-19. 編集についての変化 (n=101)

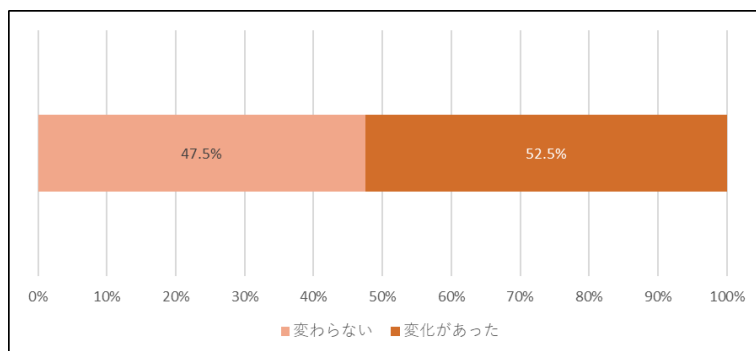


「変化があった」こと具体例は、取材した記者の編集への立ち合いをなくす、最小限の人数で行うなど、行動面、作業面での変化に関する記述が多く、また「編集室を2カ所に増やした」「編集室のドアはあけたままにする」といった変化や感染対策も目立った。

番組送出および収録は、「変化があった」のほうがやや多く 53 社 (52.5%) が回答。

「変わらない」は 48 社 (47.5%) だった。【図表 3-1-20】

図表 3-1-20. 番組送出および収録についての変化 (n=101)

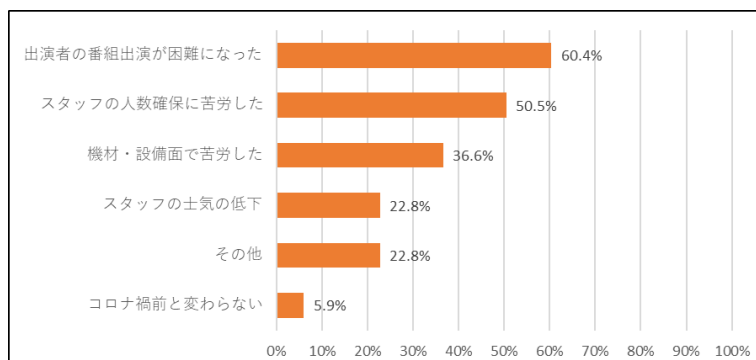


「変化があった」こと具体例は、ゲストをリモート出演にする、サブの人数を減らす、など人数制限に関する記述。また、アクリル板を入れるといったスタジオ内の変化に関する記述も目立つ。

③ 報道番組の制作上、苦労したこと

コロナ禍における報道番組の制作で苦労したことを選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-1-21】

図表 3-1-21. 報道番組の制作上、苦労したこと (n=101)



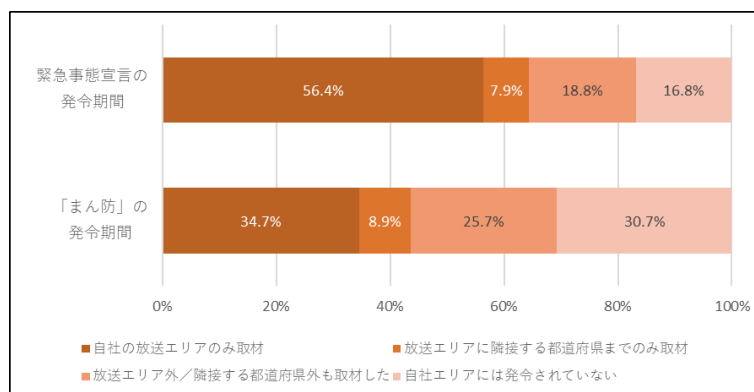
最も多かったのが「出演者の番組出演が困難になった」で61社（60.4%）が回答。「スタッフの人数確保に苦労した」（51社、50.5%）、「機材・設備面で苦労した」（37社、36.6%）、「スタッフの士気の低下」（23社、22.8%）と続いた。

「その他」（23社、22.8%）では、「取材先が限定的になり、放送を継続する点で厳しい状況が続いている」「取材対象の制限で、項目が少なくなり埋める作業に苦労した時期があった」「取材希望対象からコロナを理由に、断られるケース頻発」など、取材をめぐる苦労が吐露されたほか、「他県から出演者に来社して頂く場合にPCR検査を求めるなど、配慮すべきことが多くなった」「出演者のリモート出演の準備作業」「予期せぬ予定変更が相次いだこと。ネタをはじめ、スタッフやキャストの変更など」といった出演者に関する苦労も目立つ。一方で、「リモート出演が増え、これまで出演依頼ができなかった人にも依頼をする機会が増えた」などの意見もあった。

④ 緊急事態宣言／まん延防止等重点措置下の取材エリア

放送エリアに緊急事態宣言、または「まん延防止等重点措置」（まん防）が発令された期間における取材エリアについて「自社の放送エリアのみ取材」「放送エリアに隣接する都道府県までのみ取材」「放送エリア外／隣接する都道府県外も取材した」から選んでもらった。なお、アンケート実施期間（2021年8月～9月）にまん防が発令されていないエリアがあったため、設問に「自社エリアには発令されていない」を用意している。【図表3-1-22】

図表3-1-22. 緊急事態宣言／まん防下の取材エリア（n=101）



緊急事態宣言の発令期間では「自社の放送エリアのみ取材」が最も多く、57社（56.4%）に及んだ。「放送エリア外／隣接する都道府県外も取材した」が19社（18.8%）、「放送エリアに隣接する都道府県までのみ取材」が8社（7.9%）だった。なお、設問では全都道府県に発令された2020年春の緊急事態宣言も対象時期として尋ねており、全社が対象となるはずだったが、アンケートの実施期間に緊急事態宣言が発令されていないエリアも多くあり、「自社エリアには発令されていない」との回答が17社（16.8%）あった。

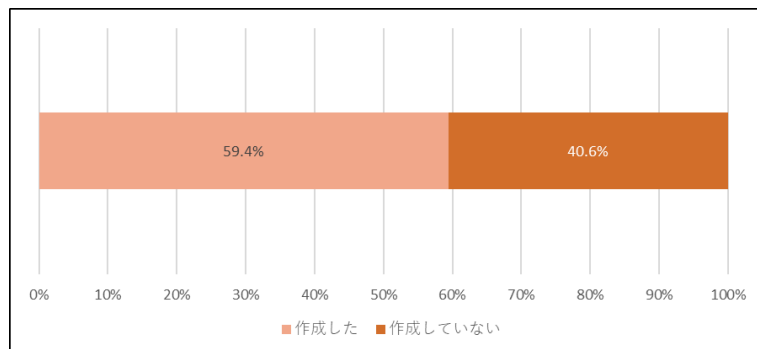
「まん防」の発令期間においては、緊急事態宣言の発令期間と同様、「自社の放送エリ

アのみ取材」が 35 社 (34.7%) と最も多かった。「放送エリア外／隣接する都道府県外も取材した」が 26 社 (25.7%)、「放送エリアに隣接する都道府県までのみ取材」が 9 社 (8.9%) だった。

⑤ 取材用マニュアルの作成

新型コロナウイルスに関する取材用のマニュアルを作成したかどうか尋ねた。【図表 3-1-23】

図表 3-1-23. 取材用マニュアルの作成 (n=101)



「作成した」が 60 社 (59.4%)、「作成していない」が 41 社 (40.6%) だった。

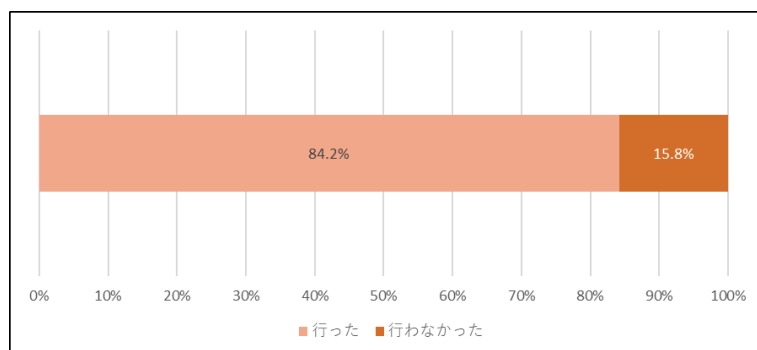
「作成した」60 社に作成日を尋ねたところ、最も早い社で 2020 年 1 月初旬に作成。2020 年中に 54 社が取りまとめている。そして、

- ◇2020 年 4 月までに作成：38 社
 - ◇2020 年 5～8 月に作成：12 社
 - ◇2020 年 9 月～12 月に作成：4 社
- となっている。

⑥ 他社との共同取材

コロナ禍における、他社との共同取材の実施状況を探った。【図表 3-1-24】

図表 3-1-24. 他社との共同取材 (n=101)



「行った」が 85 社 (84.2%)、「行わなかった」が 16 社 (15.8%) だった。

共同取材の具体例として、地元自治体の首長や大臣の会見、地元都道府県の新規感染者数などに関する発表の会見が多い。また、東京オリンピック・パラリンピックに関する会見、学校行事など行事などに関する記述も目立つ。「企業・団体等の会見などでも在京各

社が映像取材するものは、多くが代表カメラとなっている」といった記述もみられている。

⑦ 機材や人員面の不足

コロナ禍の取材や番組制作において、報道セクション内で機材や人員面で不足していた点を自由記述で挙げてもらった。

人員面をめぐる記述では「できれば2班に分けて対応したかったが、人員不足でできなかった」「カメラ班については、2班に分けて対応していたため、どうしても、取材に限りが出てしまった」など、班分けができなかったこと、あるいは班分けをしたことによる苦労などが寄せられている。また「家族等の発熱で出社しないケースが時折起こることから、取材体制を十分に組めない場合があった」などの意見も。

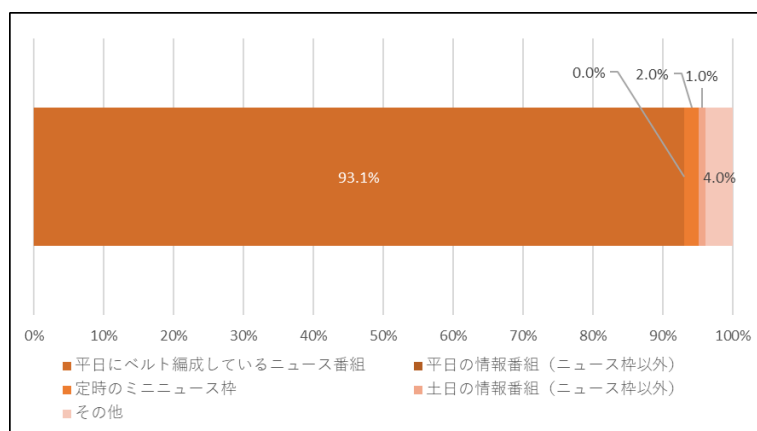
機材をめぐる記述では「リモートで編集できるシステムがなかった。また、生中継に耐えられるリモート会議システムがない」などの意見が寄せられている。

(4) コロナ禍における報道

① 情報発信でメインとなった番組

各社において地元放送エリアのコロナ関連の情報発信でメインとなった番組を選択肢から選んでもらった。【図表 3-1-25】

図表 3-1-25. 情報発信でメインとなった番組 (n=101)



「平日にベルト編成しているニュース番組」が94社(93.1%)と最も多く、「定時のミニニュース枠」は2社(2.0%)、「土日の情報番組(ニュース枠以外)」が1社(1.0%)となっている。

「その他」(4社、4.0%)として「平日にベルトで編成している情報ニュース番組(ニュースやエンタメ系が一体化)」「平日の朝夕、土曜の朝にベルト編成している『ニュース情報番組』」などがあつた。

② 「わかりやすさ」の観点で注力したこと

コロナ関連の情報を報道した際に「わかりやすさ」の観点で特に注力したことを自由記述で挙げてもらった。

「地図やグラフ等ビジュアル面」「直近1カ月、連日の感染者数を棒グラフで表示」などのビジュアル面や、「感染者や入院者の数などを毎日定点観測的に放送し、変化を見えるようにした」「首長、専門家のスタジオ出演、インタビューの際に2画面で参考となるデータや解説を常時示す」などデータの出し方の工夫を挙げた社が多く、また「単に感染者数を伝えたり、自治体の発表をそのまま伝えるのではなく、視聴者の暮らしにどんな影響があるのかをかみ砕いて伝えることに注力した」「行政側、病院側視点ではなく、県民側（視聴者目線）での疑問に答える内容に努めた」など伝え方に関する記述や、「分析や感染予防の情報は専門家のインタビューを重視した」「医療従事者へのインタビューを通して、説得力を出すよう心掛けた」など、専門家を登場させることについての記述も目立った。

③ コロナ禍によって伝えられなかった、報道量が減った事項

コロナ禍によって伝えられなかった、あるいは報道量が減った事項を自由記述で挙げてもらった。

影響がなかった旨の記述を除く73社の回答を見ると、イベント、スポーツ、観光・レジャーなどを報じることが減っているとの声がとても多かった。

また、海外のニュースや「密着もの＝長時間取材」「選挙関連のニュース。裁判のニュース」「交通死亡事故」が減ったとの意見や、戦争ものの企画、さらには「コロナ対策をとっているとはいえ、活動を紹介する事で誹謗中傷を受ける可能性がある団体・個人などの取材量が減った」「感染者への誹謗中傷の実態。感染者の生の声。医療現場取材」などの意見もあった。

④ 視聴者の不安を解消するために実施したこと

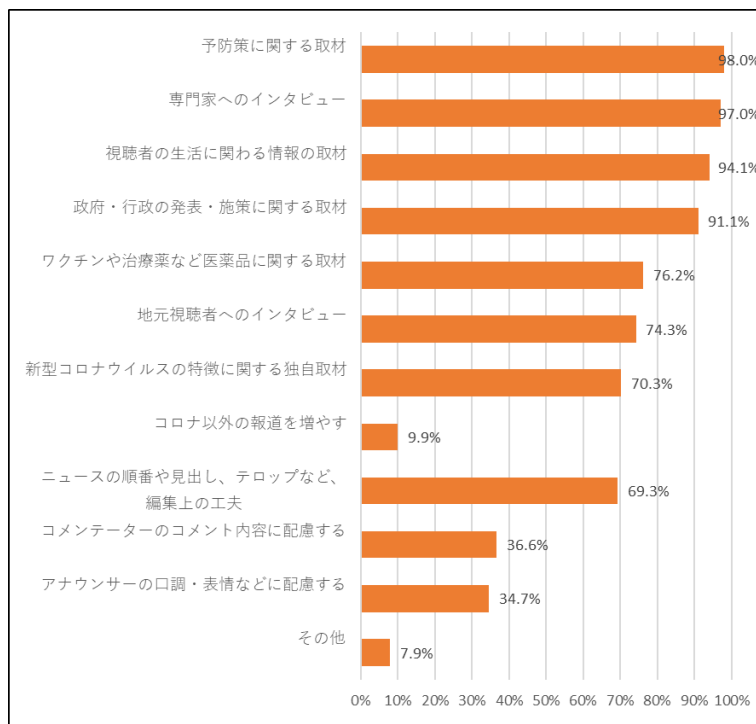
自社制作の報道番組で視聴者の不安を解消するために実施したことであてはまるものを選択肢からすべて選んでもらった。【図表3-1-26】

取材、報道面は、「予防策（マスクの着用や手洗い、3密回避の奨励など）に関する取材」が99社（98.0%）で、これに「専門家（医師・学者）へのインタビュー」（98社、97.0%）、「視聴者の生活に関わる情報（物流や休業・時短営業など）の取材」（95社、94.1%）、「政府・行政の発表・施策に関する取材」（92社、91.1%）と続いた。いずれも9割以上の社が挙げている。このほか「ワクチンや治療薬など医薬品に関する取材」（77社、76.2%）、「地元視聴者へのインタビュー」（75社、74.3%）、「新型コロナウイルスの特徴（変異ウイルスなど）に関する独自取材」（71社、70.3%）を挙げた社も多かった。

「コロナ以外の報道を増やす」は10社（9.9%）が挙げた。

編集・演出面での不安解消策は「ニュースの順番や見出し、テロップなど、編集上の工夫」を70社（69.3%）が挙げた。「コメンテーターのコメント内容に配慮する」を挙げたのは37社（36.6%）、「アナウンサーの口調・表情などに配慮する」を挙げたのは35社（34.7%）。

図表 3-1-26. 視聴者の不安を解消するために実施したこと (n=101)



「その他」(8社、7.9%)の記述は以下のとおり。

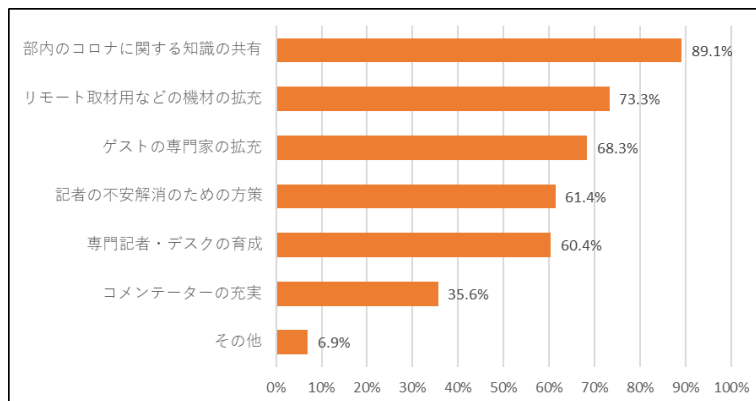
- ・いたずらに感染者数の多寡だけを伝えるのではなく、行政から発表される情報を基に、病床の状況、症状、年代を伝えることで、視聴者に現状を正しく理解してもらうことを心がけている。
- ・いつものキャスターが画面に出ることで不安感を解消することが大切であり、番組継続を第一に考えた。
- ・コロナ以外のニュースや情報コーナーでは気持ちが和らぐような報道を心掛けた。
- ・スポーツニュースの充実・季節感のあるニュース(映像)も意識して伝える。誹謗中傷の撲滅に向けた啓発。
- ・啓発(感染予防)スポットの放送/花や自然などの話題もこまめに取材した。
- ・短いものだが、コロナ感染の特徴を伝えるための啓蒙用アニメを作成した。各ニュース番組においてはキャスターのコメントは大変重要と考え、視聴者の不安を解消するという視点もしっかりもって取り組んだ。また実際に感染した人たちの経験には学ぶことも多いと考え、その声や思いもしっかり届けるようにした。
- ・スタジオ内での遮蔽板の設置、誹謗中傷につながらないよう原稿・編集で配慮することなど。
- ・ゲストのスタジオ出演を減らした。

(5) ウィズコロナ時代の取材・報道について

① 今後必要になるもの

ウィズコロナ時代の取材・報道で今後必要になるものについて、選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-1-27】

図表 3-1-27. 今後必要になるもの (n=101)



「部内のコロナに関する知識の共有」が最も多く（90 社、89.1%）、ほぼ9割の社が挙げている。2番目に多かったのは「リモート取材用などの機材の拡充」で、74 社（73.3%）が挙げ、「ゲストの専門家の拡充」（69 社、68.3%）、「記者の不安解消のための方策」（62 社、61.4%）、「専門記者・デスクの育成」（61 社、60.4%）、「コメンテーターの充実」（36 社、35.6%）と続いた。「その他」（7 社、6.9%）の意見は以下のとおり。

- ・不測の場合に備えた余裕のある人員配置。
- ・余裕を持った態勢。
- ・報道セクションの人員増強。
- ・生放送を維持するために在宅やリモート先からの作業で極力成立させるためのノウハウや機材・システムなどの研究。
- ・インターネットを活用したニュース配信の充実（ハード・ソフトの両面）。
- ・系列としての報道マニュアル（取材・編集用）。
- ・「感染する恐怖」「感染させる恐怖」と「国民の知る権利に答える」ための取材活動を両立するために、報道機関の使命を全スタッフで共有する必要がある。

② コロナ禍の取材・報道における悩み・苦勞したこと

コロナ禍の取材・報道における悩みや、自身が最も苦勞したことを自由記述で答えてもらった。

回答のあった 90 社の意見を見ると、多かったのはスタッフをめぐる記述。スタッフが感染しないように腐心する様子がうかがえたほか、「テレワークを報道部内で実施することに難しさを感じた」「昼食のとり方などまでルールを作ったために、社員・スタッフ間のストレスは高まっていると感じた」「個人の行動まで 100%把握しきれないためリスク管理に苦勞する。あわせて社内環境などのため出演者を含めた番組制作スタッフを完全に

複数の班に分けることが困難な点が最大の悩み」「緊急事態宣言下にあり、現場との間でコミュニケーション不足を痛切に感じる。日中の仕事の会話のみになってしまい、酒を飲みながら現場の話聞く機会を喪失した点」などその悩み、苦労は多岐にわたっている。

また、「個人情報保護や業務量の増大を理由に、行政から十分な情報が提供されなかったこと」「代表取材が増えたこと。個別取材がしにくくなったこと。コロナを理由に取材機会が減ったこと」「県外の取材が出来ず、現場の記者にさまざまな経験を積ませることができなかった」など、取材に関する悩みも多く吐露された。

ネタや企画に関する記述も多く、ネタ不足やマンネリ化、さらには「地方都市におけるコロナ患者への差別や偏見はいまも根強くあり、インターネット配信を含めてクラスター施設などの実名報道や映像の取り扱いにも神経を使うケースが多くなっている」「コロナ禍で外出自粛などが要請される中、外出につながる可能性があるイベントや話題をどこまで自粛する必要があるのか判断に迷う場面もあった」、さらには「慣れへの懸念。何を伝えても響かなくなりつつあるのではないか。その点で、ある意味『危機感』を感じてもらおう報道の仕方とは？を常に意識はしているが…。誰も悪くはないので難しい」といった声も聞かれた。

(6) 小括

① 感染対策など

各社とも報道セクションの感染対策に注力。マスクの着用や検温、パーティションの設置は9割以上の社が導入し、放送エリア外への出張／受け入れの制限も9割近くの社が行っている。ただし、取材・報道を継続するためセクション内をグループ分けした社は6割程度（62.4%）、テレワークを導入した社も5割程度（48.5%）となっている。

他方、コロナ対応の責任者を設置した社は4割程度（39.6%）、さらにコロナ取材を担当する記者は専従ないしは兼務で置いた社がおよそ3割、コロナの取材・ニュースを担当するデスクを専任で置いた社はなく、兼務で置いた社が12.9%と、人事面で対応の難しさも顕在化した。

オンライン会議システムは、81.2%の社がコロナを機に導入するなど進展。一方で、それによって「コミュニケーションの不足を感じるようになった」「移動時間の節約など効率が上がった」がそれぞれ6割強と、功罪相半ばする結果となっている。

こうした中、コロナ禍の報道セクションのマンパワーに関しては6割の社が「何とか対応できる人数だった」としている。

コロナ禍の取材・報道に関する悩みや苦労についても、スタッフが感染しないように腐心する意見や、テレワークの難しさ、リスク管理など、スタッフをめぐる記述が目立っている。

② 新型コロナウイルスに関する知識・理解

報道セクションの部員の知識・理解向上のために行ったことは、「取材で得た知識の共有を図った」社が90.1%で、それ以外の顕著な取り組みは見られず、OJT的な方法でボトムアップが図られたと考えられる。

部員のコロナに関する知識・理解は「不安がない」との回答が5割強となる一方、今後必要になるもので最も多いのは「部内のコロナに関する知識の共有」（89.1%）となっており、各社とも課題と捉えている。

③ 取材・番組制作

報道セクションにおいて、取材から収録までの作業で最も変化があったのは取材で、67.3%の社が「変化があった」としている。一方、編集で「変化があった」と答えたのは48.5%、番組送出および収録で「変化があった」と答えたのは52.5%の社と、およそ半数となっている。取材で変化があったこと具体例として、取材相手との距離を保つ工夫に関する記述が目立ったほか、他の設問の回答をみても、緊急事態宣言／まん延防止等重点措置下の取材エリアは、緊急事態宣言発令期間は56.4%の社が「自社の放送エリアのみ取材」、他社との共同取材は84.2%が実施。さらに報道セクション内で起きたことでも7割近い（68.3%）社が「現場からリスクのある取材は避けるべきだとの意見が出たことがあった」と答えており、これらからも取材に変化があったことがうかがえる。

なお、報道番組内で機材の消毒、アクリルなど出演者間の仕切り、一部出演者のリモート出演、検温はおよそ9割の社が導入している。

④ 報道

コロナ関連の情報を報道する際、各社はビジュアル面やデータの出し方で「分かりやすさ」を工夫。また、視聴者の不安解消のため、予防策に関する取材、専門家へのインタビュー、視聴者の生活にかかわる情報の取材、政府・行政の発表・施策に関する取材に9割以上の社が取り組んでいる。なお、編集上の工夫を行ったと答えた社は全体の69.3%、コメンテーターのコメント内容やアナウンサーの口調・表情に配慮したと答えた社は3割程度だった。

一方、多くの社がイベント、スポーツ、観光・レジャーのニュースが減ったと答えており、また、取材・報道における悩みでもネタ不足やマンネリ化など、ネタや企画に関する記述も多く、その点からもコロナ禍の報道には困難があったことが浮き彫りになっている。

3.2 報道デスクへの調査

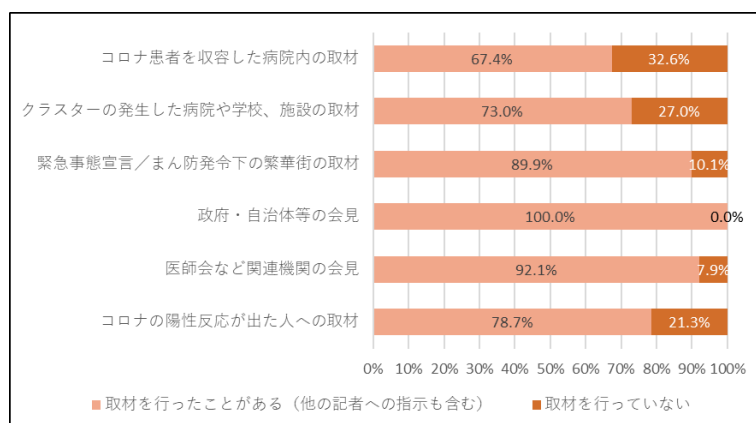
調査対象：民放地上テレビ放送事業者の報道デスク
調査時期：2021年8月23日～9月13日
調査方法：WEB上のアンケートフォームによるアンケート調査（マクロミル社「Questant」を利用）
集計社数：89社

(1) 報道番組における取材について

① コロナ禍における取材対象

コロナ禍における取材対象に関し、自社制作の報道番組で「コロナ患者を収容した病院内の取材」「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」「緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」「政府・自治体等の会見」「医師会など関連機関の会見」「コロナの陽性反応があった人（職場等へ復帰した人を含む）への取材」をそれぞれ、他の記者への指示も含めて「取材を行ったことがある」かどうか尋ねた。【図表 3-2-1】

図表 3-2-1. コロナ禍における取材対象 (n=89)

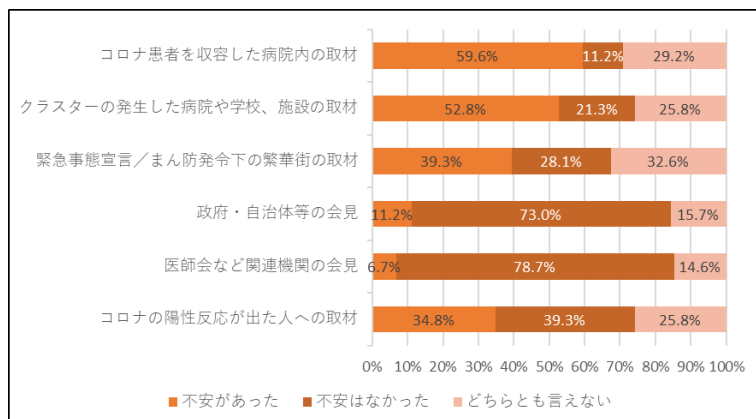


「コロナ患者を収容した病院内の取材」は 60 社 (67.4%)、「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」は 65 社 (73.0%)、「緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」は 80 社 (89.9%) が「取材を行ったことがある」と回答。最も多かったのは「政府・自治体等の会見」で、全 89 社 (100.0%) が取材したとしている。「医師会など関連機関の会見」も取材した社が多く 82 社と 9 割 (92.1%) が回答した。「コロナの陽性反応が出た人への取材」は 70 社 (78.7%) が行っている。

② コロナ禍の取材対象 感染への不安

前の設問で尋ねた取材に対する感染への不安について、「不安があった」「不安はなかった」「どちらとも言えない」の3段階で尋ねた。【図表 3-2-2】

図表 3-2-2. コロナ禍の取材対象 感染への不安 (n=89)



「不安があった」が最も多かったのは、「コロナ患者を収容した病院内の取材」で、53社（59.6%）が回答。「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」も47社（52.8%）と5割強の社が「不安があった」としている。いずれも前の設問のとおりおよそ7割の社が取材を行っており、感染への不安を抱えながら取材を行っていたことがうかがえる。

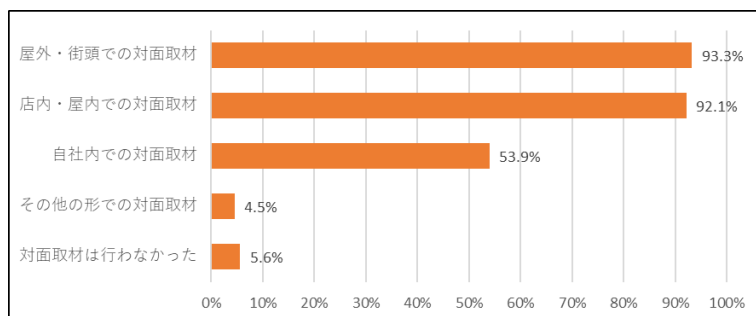
「緊急事態宣言/まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」は35社（39.3%）が「不安があった」、29社（32.6%）が「どちらとも言えない」と回答。「コロナの陽性反応が出た人（職場等へ復帰した人を含む）への取材」は31社（34.8%）が「不安があった」、35社（39.3%）が「不安はなかった」としている。

他方、「不安はなかった」が最も多かったのは、「医師会など関連機関の会見」で、70社（78.7%）が回答。「政府・自治体等の会見」（65社、73.0%）がこれに次いだ。いずれも「不安があった」は1割強～1割未満に留まっている。

③ 緊急事態宣言等が発令された期間の対面取材で行ったことがあるもの

各社の放送エリアに緊急事態宣言、または「まん延防止等重点措置」（まん防）が発令された期間の対面取材（リモートを除く）について、他の記者への指示を含め、行ったことがあるものをすべて選択肢から選んでもらった。【図表 3-2-3】

図表 3-2-3. 緊急事態宣言等が発令された期間の対面取材で行ったことがあるもの (n=89)



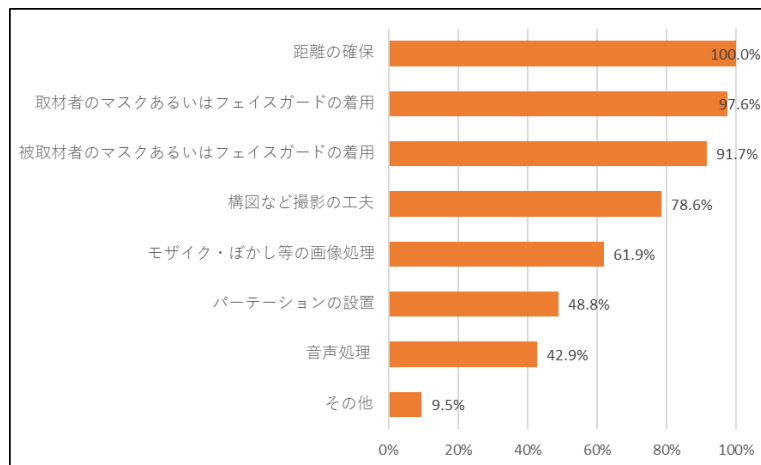
「屋外・街頭での対面取材」は83社（93.3%）、「店内・屋内での対面取材」は82社（92.1%）が選択。「自社内での対面取材」は48社（53.9%）。「その他の形での対面取材」

(4社、4.5%)では、「広い会議室を借りて対面取材を実施」といった記述があった。他方、「緊急事態宣言やまん防の発令下、いずれの形でも対面取材は行わなかった」社が5社(5.6%)あった。

④ 「対面取材」を実施した際、取材相手に配慮した事項

前の設問でいずれかの「対面取材」を実施したと答えた84社に対し、取材相手に配慮した事項を選択肢からすべて選んでもらった。【図表3-2-4】

図表3-2-4. 「対面取材」を実施した際、取材相手に配慮した事項 (n=84)



最も多かったのが「距離の確保」で全84社(100%)が選んだ。「取材者のマスクあるいはフェイスガードの着用」も82社(97.6%)、「被取材者のマスクあるいはフェイスガードの着用」も77社(91.7%)と、いずれも9割以上の社で行われている。

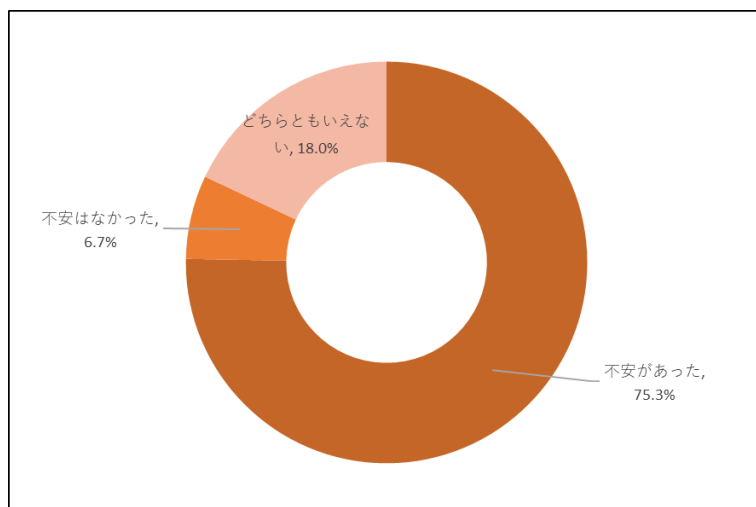
「構図など撮影の工夫(特定されないための撮影)」は66社(78.6%)、「モザイク・ぼかし等の画像処理」は52社(61.9%)が実施。他方、「パーテーションの設置」は41社(48.8%)、「音声処理」は36社(42.9%)が行っている。

「その他」(8社、9.5%)の回答では、「インタビューを行う際は、ハンドマイクは避け、ブームを使い距離を取った」「インタビューマイクは距離を保つために1.5mほどの長さの棒を使用」「ハンドマイクだと飛沫が手に届く可能性がありガンマイクを使用した」など、距離を保つための配慮が3社からあった。また、「(エリアの中心都市の)市内は感染者が多く、(そこから出向いて)地方を取材する際は嫌がられるため、できるだけ中心都市内で取材できるよう調整する」「ウェブにはなるべくあげないようにしている(インタビューを受けた人への批判を避けるため)」「取材対象者にカメラを渡して自ら撮影してもらう」「密を避ける」などの意見があった。

⑤ コロナ禍における対面取材

コロナ禍における対面取材(リモートを除く)について「不安があった」「不安はなかった」「どちらともいえない」の3段階で尋ねた。【図表3-2-5】

図表 3-2-5. コロナ禍における対面取材 (n=89)



「不安があった」と回答したのが 67 社 (75.3%)、「不安はなかった」が 6 社 (6.7%)、「どちらともいえない」が 16 社 (18.0%) だった。

このうち、「不安があった」と回答した社に理由を聞くと、感染することへの不安が多く、「十分な距離を取り、取材時間も短く、なるべく屋外での取材を心がけたが、感染拡大が続く中、不安は拭いきれなかった」「感染に対する不安は常にあるものの、先方が対面ですと言われてしまうと受けざるを得ない場合も」といった声が寄せられた。また感染対策やリスクの想定などを不安視する声も多い。これと関連し「発症前や無症状の陽性者がいるため」といった、取材相手への不安も。一方「取材者が『無症状の感染者』で対象に感染させてしまわないかという不安が少なからずあり、取材対象はともかく、こちらは距離を取ったりマスク着用を徹底するなど対策を講じた」など、取材相手に感染させてしまうことへの懸念の声も目立った。

一方、「不安はなかった」と回答した社からは「マスクをして距離を保てば感染リスクは低くなると考えたため」「お互いの距離の確保や、マスクの着用などは、『常識』としてとらえていた。一方で、屋内を極力避ける。高齢者には特に配慮するなど、自社内でも一定のルールを各記者が持っていたため、感染リスク管理は、通常の生活と変わらないと考えていた」「屋外、もしくは換気を確保した状況で、距離を取り、マスクの着用を徹底して実施。機会と時間を必要最小限にとどめるなど、対策をとったため」などの意見があった。

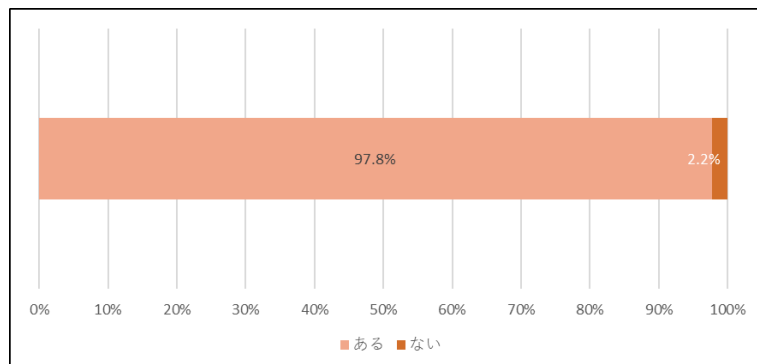
「どちらともいえない」と回答した社からは「同じ対面であっても『街頭での不特定多数』と『東京五輪出場を控えるアスリート』では感染リスクは大きく異なるように思う。不安＝感染リスクととらえれば複数の対策でリスクは下げられるが、ゼロにはできないから不安もゼロにはならない」「コロナ禍に限らず報道取材には、常にある程度のリスクが伴うものとする」「感染対策を徹底して取材しているが、感染のリスクが『ない』とは言いきれない。『不安はない』と気を抜かないようリスクは意識しておく必要がある」

などの意見が寄せられている。

⑥ 2020年1月以降のオンライン取材の実施

2020年1月以降、チーム内の記者がオンライン取材を行ったことがあるかどうかを尋ねた。【図表 3-2-6】

図表 3-2-6. 2020年1月以降のオンライン取材の実施 (n=89)



「ある」と答えたのが 87 社 (97.8%)、「ない」との回答が 2 社 (2.2%) だった。使用ツールは、「ある」と答えた社から最も挙げたのは Zoom で、記載のあった社のおよそ 8 割が使用ツールに挙げた。このほか、Microsoft Teams が 2 割近く、Skype が 1 割強、Google Meet も 1 割近くの社から回答があった。

オンライン取材のメリットとしては感染リスクの低減のほか、海外も含めた遠方の取材相手などにも取材ができること、最前線の医師などにも取材ができることなどのほか、移動時間の節約、スケジュール調整面、さらにはコスト面などが挙げられている。

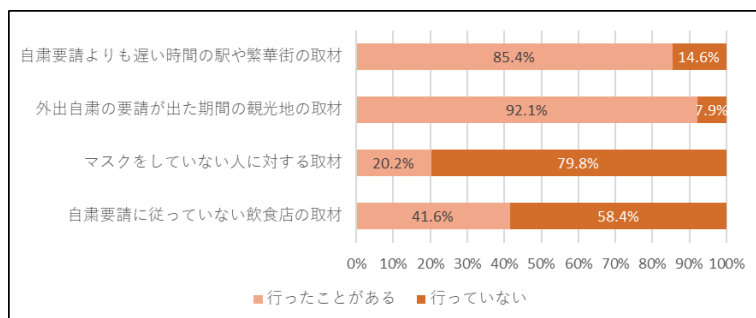
一方、デメリットとしては、画質や映像面、タイムラグなど通信環境面のほか、取材相手の本音や機微がとらえにくい、人間関係の構築が難しい、映像上の演出に制限があるといった意見がみられている。

⑦ コロナ禍の人々の行動に関する取材

コロナ禍において、「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」「マスクをしていない人に対する取材」「自粛要請に従っていない飲食店の取材」を記者への指示も含め行ったことがあったかどうかを尋ねた。【図表 3-2-7】

最も行われたのは「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」で、82 社 (92.1%) が行っている。「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」も 76 社 (85.4%) が実施。「マスクをしていない人に対する取材」は 18 社 (20.2%)、「自粛要請に従っていない飲食店の取材」も 37 社 (41.6%) が行っている。

図表 3-2-7. コロナ禍の人々の行動に関する取材 (n=89)



⑧ オンエアのために行ったこと

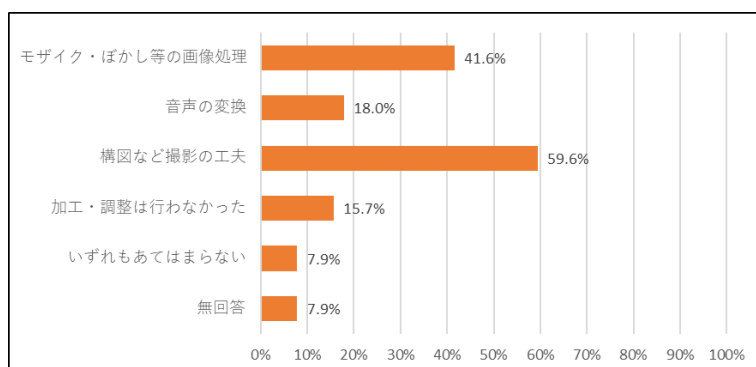
前の設問で尋ねた取材対象をオンエアするために施したことについて、「モザイク・ぼかし等の画像処理」「音声の変換」「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」「加工・調整は行わなかった」であてはまるものすべて、および「（指示も含め、取材をしていないため）いずれもあてはまらない」の選択肢から選んでもらった。

なおアンケートの際は、前の設問で挙げたいずれかの取材を行ったことを条件としたが、マスクをしていない人を個別には取材していないが、集団の中に映っている人がいた場合に、いずれかの処理をしてオンエアした社などからも回答があったため、回答のあった全 89 社からパーセンテージを出している。取材をすべて「行っていない」3社は「無回答」に加算した。

「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」に関しオンエアのために最も行われたのは、「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」で、89 社中 53 社（59.6%）が実施。「モザイク・ぼかし等の画像処理」を 37 社（41.6%）が行っている。

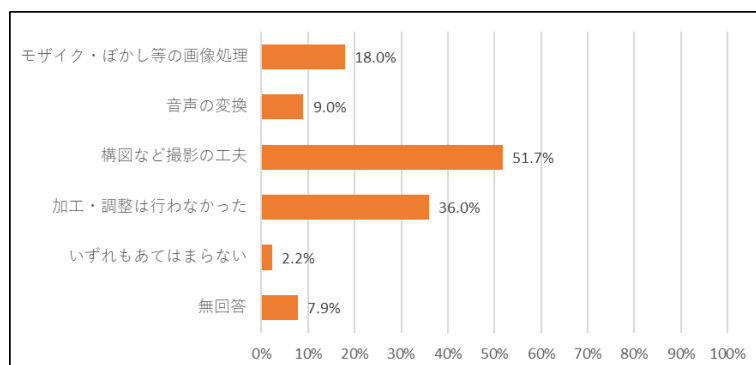
【図表 3-2-8】

図表 3-2-8. オンエアのために行ったこと 政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材 (n=89)



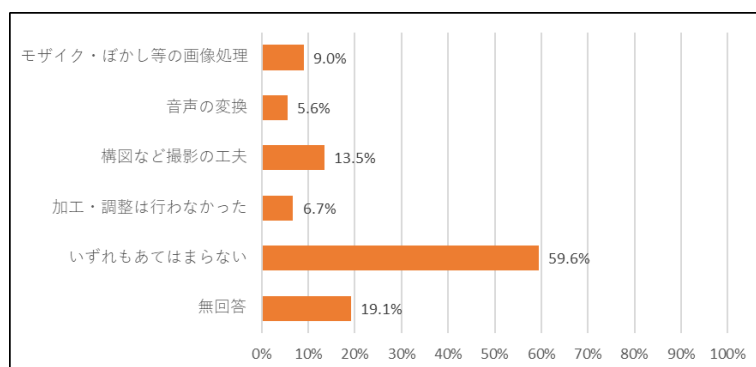
「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」のオンエアも、「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」（46 社、51.7%）が最も多いが、次に多かったのは「加工・調整は行わなかった」（32 社、36.0%）だった。【図表 3-2-9】

図表 3-2-9. オンエアのために行ったこと 外出自粛の要請が出た期間の観光地の取材 (n=89)



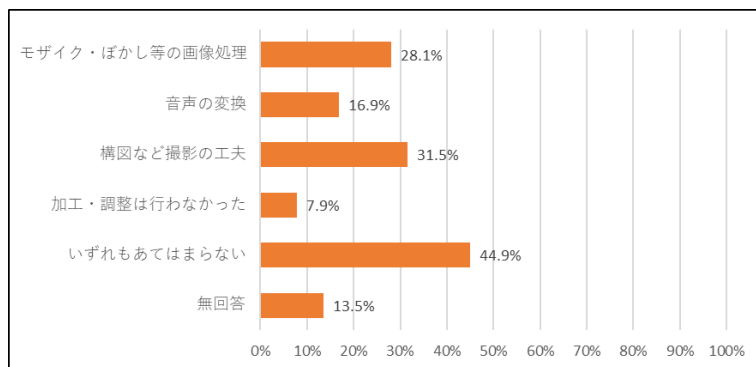
「マスクをしていない人に対する取材」のオンエアに関しては、「(指示も含め、取材をしていないため) いずれもあてはまらない」の割合が大きい (53 社、59.6%) が、それ以外のオンエアした社においては、「構図など撮影の工夫 (特定されないための撮影)」が 12 社 (13.5%)、「モザイク・ぼかし等の画像処理」が 8 社 (9.0%) で施されている。【図表 3-2-10】

図表 3-2-10. オンエアのために行ったこと マスクをしていない人に対する取材 (n=89)



「自粛要請に従っていない飲食店の取材」についても「(指示も含め、取材をしていないため) いずれもあてはまらない」の割合が大きい (40 社、44.9%) が、それ以外は「構図など撮影の工夫 (特定されないための撮影)」が 28 社 (31.5%)、「モザイク・ぼかし等の画像処理」が 25 社 (28.1%)、「音声の変換」が 15 社 (16.9%)、となっている。【図表 3-2-11】

図表 3-2-11. オンエアのために行ったこと 自肅要請に従っていない飲食店の取材 (n=89)



いずれもオンエアに向けて構図など撮影の工夫が行われたことがうかがえる。

⑨ 取材を行った／行わなかった理由

「政府や自治体の自肅要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」「外出自肅の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」「マスクをしていない人に対する取材」「自肅要請に従っていない飲食店の取材」を記者への指示も含め「行った理由」「行わなかった理由」をそれぞれ自由記述で答えてもらった。

いずれの取材も行っている社からは、「コロナ禍の実態を伝えるため。度重なる自肅要請に対する飲食店や客の思いを伝えるため」「緊急事態・まん防下のリアルな現状を取材するため」「取材・報道する意義も義務も社会的責務もあると考える」などの回答が挙げられた。

政府や自治体の自肅要請より遅い時間帯の駅や繁華街の取材を行った社からは「要請の効果を見るには、自肅要請がかけられた時間後の様子取材する必要があるため」「自肅要請に対し市民がどのように受け止め行動しているのか取材しO Aするため」といった意見があった。また「遅い時間の繁華街の取材については、個別のお店に取材撮影はほぼ行わず、繁華街の雰囲気の写真のみにして、あとはナレーションベースで報道を行った」などといった記述も。

外出自肅要請が出た期間の観光地に関しては「観光地の苦しさを伝えるため」「観光地の今と店の苦悩などの現状を視聴者に伝えるため」「地域経済への影響を伝えるには必要と判断したため」といった意見や、「罰則規定がない中での外出自肅要請なので、撮らないでと言われぬ限り通常取材を心がけ、観光地の現状を報道したいと思った」などの声があった。

マスクをしていない人に対する取材に関しては、「マスクをしていない人も実際にそういう人がいるということを伝えるため取材」との声のほか、「マスクをしていない人を故意に狙ったわけではなく、結果的にそうなったケースがあった。ただし放送する場合は距離が取れているか、取材対象者の周囲に別の人がいるかなど検討したうえで使っている」との配慮も聞かれた。

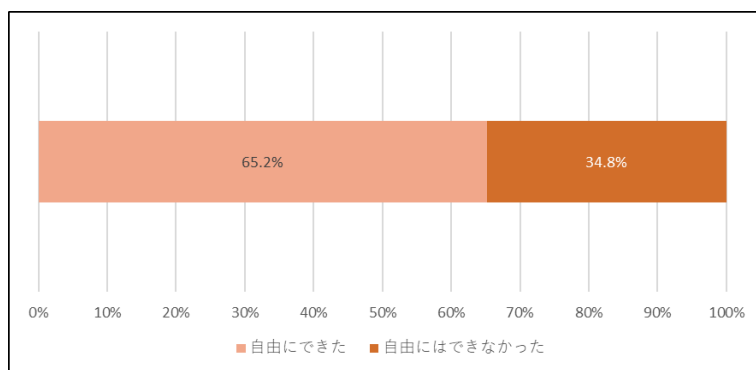
自粛要請に従っていない飲食店の取材には「従わないのには理由があるはず。その理由を放送しなかったため」「緊急事態宣言が繰り返されるにつれ慣れや自粛疲れによって人流抑制の効果が薄れつつある実情を、要請に従わない飲食店や市民側の事情も含めて報じることで、感染対策の限界や効果的な対策とは何かを提示するために上記取材を実施した」といった意見が寄せられている。

一方、これらの取材を「行わなかった」との回答をみると、「遅い時間の駅や繁華街、マスクをしていない人、要請に従わない飲食店については、必要としない」「コロナ関連の取材でマスクをしていない人への取材は行わない。街録なども極力避けている」といった記述があった。また、自粛要請に従っていない飲食店に関しては「自粛要請に従わない店舗が、ほとんどないため」との意見も。マスクをしていない人への取材に関しては感染リスクがあるとの指摘や「マスク無しの取材は社内コロナマニュアルで禁止しているため」との回答もあった。その他「マスクをしていない人、要請に従っていない店をあえて探していないため」「マスクをしない理由を正当化する声は、先方の主張の追認になると考えた」「取材対象者が着用していない場合は着用を促すよう、日頃から指示している」といった声が挙げられた。

⑩ 政府や関係省庁、地元自治体の会見 取材は自由にできたか

コロナ禍における政府・行政の取材（他の記者に指示した取材も含む）に関し、政府や関係省庁、地元自治体の会見において取材は自由にできたかどうか「自由にできた」「自由にはできなかった」から選んでもらった。【図表 3-2-12】

図表 3-2-12. 政府や関係省庁、地元自治体の会見 取材は自由にできたか (n=89)

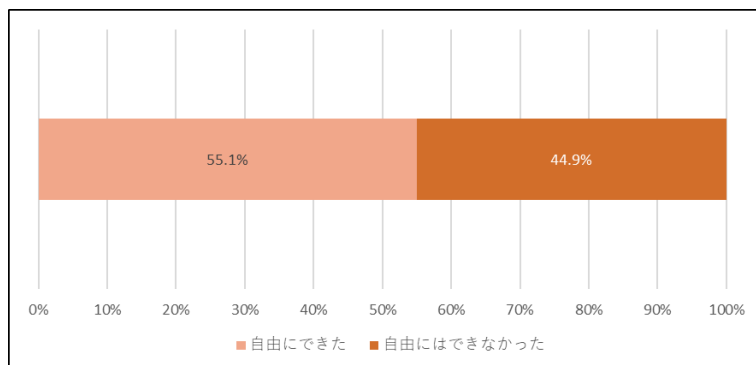


「自由にできた」が 58 社 (65.2%)、「自由にはできなかった」が 31 社 (34.8%) で、自由にできなかった事例として、代表撮影が増えていることや、人数制限が行われたことなどが多く挙げられている。また、ぶら下がり取材や撮影で制約があったとの記述もみられた。

⑪ 会見以外の政府や関係省庁、地元自治体への取材 自由にできたか

会見以外の政府や関係省庁、地元自治体への取材が自由にできたかどうか選んでもらった。【図表 3-2-13】

図表 3-2-13. 会見以外の政府や関係省庁、地元自治体への取材 自由にできたか (n=89)

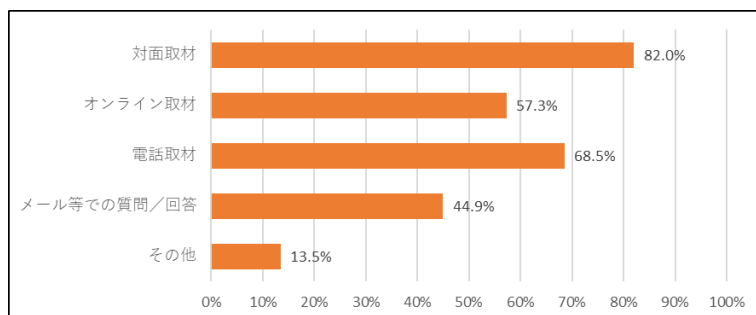


「自由にできた」と回答したのが 49 社 (55.1%)、「自由にはできなかった」が 40 社 (44.9%) で「ワクチン接種、保健所などの取材を多忙を理由に断られることがある」など取材を拒まれたケースや「感染防止の観点から、執務室内への立ち入りを断られたりしたため。インタビューには廊下などの比較的広い場所に対応してもらった」「感染対策を理由とした立ち入り制限」など、制限を課せられたといった事例が挙げられている。

⑫ 会見以外の政府や関係省庁、地元自治体への取材 方法

会見以外で政府や関係省庁、地元自治体への取材を行った際、取った方法を選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-2-14】

図表 3-2-14. 会見以外の政府や関係省庁、地元自治体への取材 方法 (n=89)



最も多かったのが「対面取材」で 73 社 (82.0%) が実施。次いで、「電話取材」(61 社、68.5%)、「オンライン取材」(51 社、57.3%)「メール等での質問/回答」(40 社、44.9%)の順だった。「その他」(12 社、13.5%)は代表取材との記述が多い。

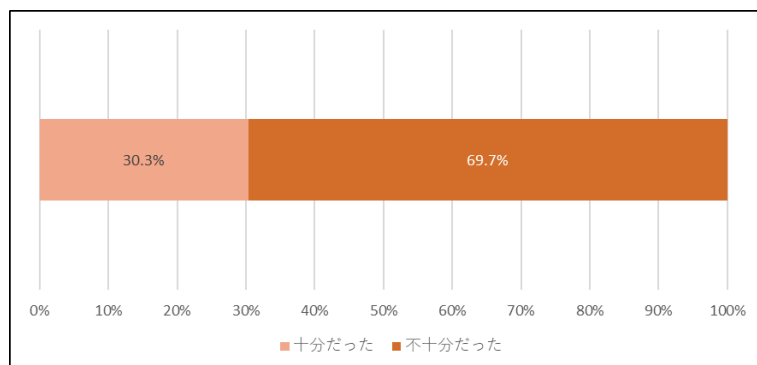
⑬ 行政の情報公開

行政（関係省庁や地元自治体）の情報公開が十分だったかどうか、不十分だった場合の具体例を尋ねた。【図表 3-2-15】

「十分だった」と答えたのは 27 社 (30.3%)。一方「不十分だった」と答えたのは 62 社 (69.7%) で、感染者や患者の個人情報やクラスターが発生した施設や店の情報が出ないといった意見が目立った。また公表が遅いことを指摘する声や、「保健所で、何人の職員がどのような対応を行っていてどのような状況になっているのかなどについてきちんと

実態がきちんと公開されていない」「ワクチンの予約状況などについて県内の自治体と医療機関の情報共有が十分でなかった」「対策本部会議がクローズで議事録も公開されていない」といった指摘もあった。

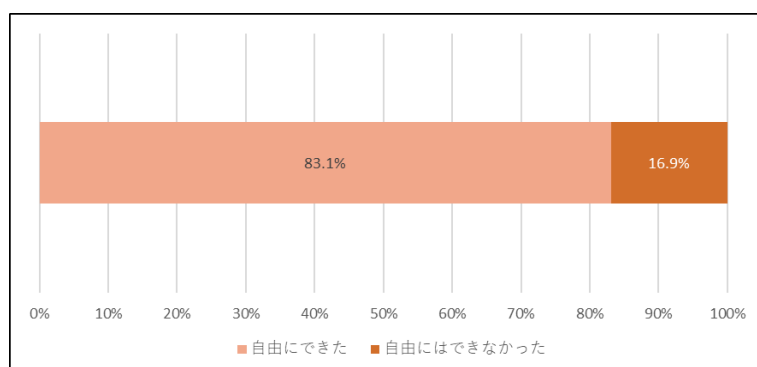
図表 3-2-15. 行政の情報公開 (n=89)



⑭ 地元医師会など関連機関への取材 自由にできたか

地元医師会など関連機関への取材が自由にできたかどうかを尋ねた。【図表 3-2-16】

図表 3-2-16. 地元医師会など関連機関への取材 自由にできたか (n=89)



「自由にできた」と回答したのが 74 社 (83.1%)。「自由にはできなかった」が 15 社 (16.9%) で、その具体例を書いてもらったところ「重症者を受け入れる病院などは取材のハードルが高い」など拒否や制限に関する記述が目立つ。一方「感染対策に配慮するため、病院関係者への取材は非常に限られた。ただ、医療従事者の忙しさを考えれば、仕方がないとも思う」といった意見もみられた。

⑮ コロナ禍の取材 工夫した／変えたこと

コロナ禍の取材で工夫したことや変えたことを自由記述で尋ねた (回答 76 社)。

目立ったのは「オンライン取材や投稿動画の活用」といったリモート取材、オンライン取材に関する記述で、「リモートによる生出演の多用。感染リスクの防止というよりも、番組演出の手法として、一般的になった点では、ローカル放送局としてはよかった」「リモート取材が一般的になり、自局のエリアを大きく越えたところにいる専門家にも注目しインタビューをするようになった」など利点を挙げる意見も多い。また、ガンマイクを使

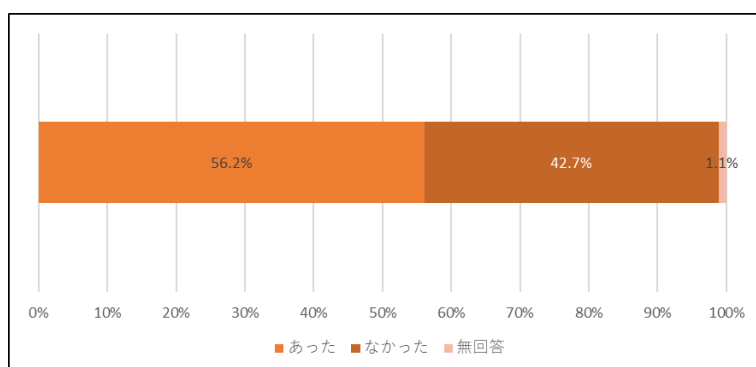
う、ハンドマイクをブームに取り付けるといった、取材相手との距離を保つ工夫も多くみられた。このほか「リスクが高い時は街頭インタビューを中止」「アポなしでの突撃取材などは原則行わないように注意した」といった意見もあった。

(2) 情報源・情報の利用・デマ対策

① ネットから得た情報を報道で扱ったこと

ネット上にあるコロナ関連の情報を報道で扱ったことがあったかどうかを尋ねた。【図表 3-2-17】

図表 3-2-17. ネットから得た情報を報道で扱ったこと (n=89)

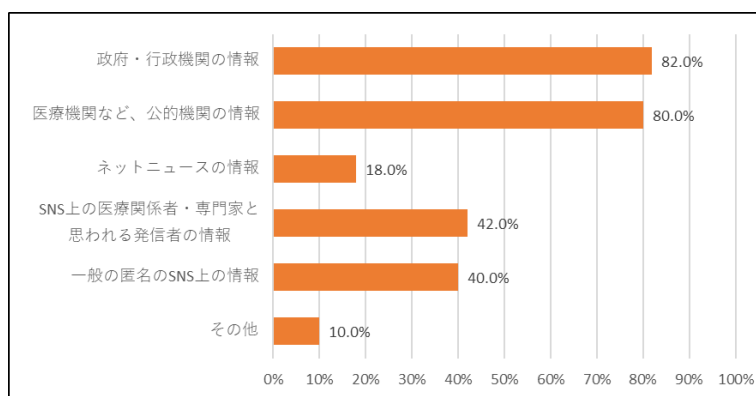


「あった」と答えた社が 50 社 (56.2%)、「なかった」が 38 社 (42.7%) だった (無回答 1 社、1.1%)。

② ネット上の扱ったことのある情報

ネット上のコロナ関連の情報を扱ったことが「あった」50 社に、どのような情報を扱ったのか、あてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-2-18】

図表 3-2-18. ネット上の扱ったことのある情報 (n=50)



最も多かったのが「政府・行政機関の情報」で 50 社中 41 社 (82.0%) が扱っている。次いで「医療機関など、公的機関の情報」で 40 社 (80.0%)。「SNS 上の医療関係者・専門家と思われる発信者の情報」も 21 社 (42.0%) が、「一般の匿名の SNS 上の情報」も 20 社 (40.0%) が扱っている。「ネットニュースの情報」を挙げたのは 9 社 (18.0%)。この

ほか「その他」（5社、10.0%）は以下の情報が挙げられた。

- ・週末の人流についてのデータ。
- ・携帯電話会社の位置情報サービスなど。
- ・企業の従業員に関する感染情報。
- ・国立感染症研究所提供のコロナウイルス画像。
- ・一般の発信者名が明らかな SNS 上の情報。

● 正確性の担保

ネット上のコロナ関連の情報の扱いに関し、正確性を担保するために実施したことを記述してもらった（回答 49 社）。

「県・医療機関などは HP 情報について、内容を電話で確認するようにしている」「発信者への直接確認や、周辺関係者への確認」といった、情報を上げた当事者への取材・裏どりが行われている。また SNS の情報に関しては「医療機関などの情報は改めて電話で確認した。匿名の SNS 上の情報は、『SNS でこんな書き込みもあった』と客観的に伝えた」「公的機関の情報については電話等で確認。SNS 上の情報については不安の声や多く見られる疑問等を専門家に聞く形での利用の為、正当性を担保する作業は必要がなかった」といった声も。また公的機関の情報のみにしたとの意見も目立った。

③ 「デマ」や間違った情報を正すために行ったこと

コロナ関連の情報をめぐり、ネット上をはじめとする「デマ」や間違った情報を正すために番組で行ったことを記述してもらった。回答のあった 55 社のうち、「特になし」などを除いた主な取り組みは以下のとおり。

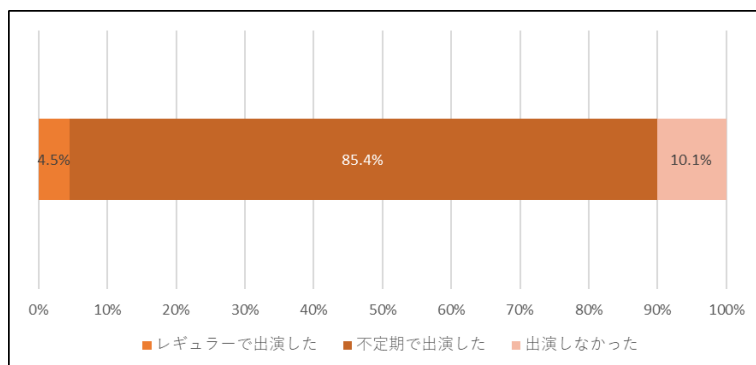
- ・若者のワクチン接種に対する認識について専門家に話を聞き放送。
- ・例えばワクチンをうったら妊娠しないといった内容は、専門家の見解を併せて報じた。
- ・「デマ」によって被害を受けた飲食店や感染者の取材を行った。また、ワクチンに関する「デマ」が広がっていることを受けて、ワクチンへの疑問を専門家に聞く特集も放送した。
- ・デマの被害を受けた人たちを取材し放送した。県の相談機関を紹介した。
- ・スーパーの社長が感染したとのうわさで売り上げが落ちた店に取材交渉し、それがデマであることを明らかにしたうえで、行為を注意する内容の放送をした。
- ・1年ほど前にトイレトペーパーがなくなった時などは根拠を示すとともに販売店に取材して「なくなるから安心してほしい」というコメントと共にデマに惑わされないよう呼びかけた。また「お湯を飲めばコロナが治る」というデマの際は、医師に出演してもらってデマを全否定してもらった。
- ・ネット上の「デマ」に対する視聴者からの疑問に対して、専門家に尋ねる Q & A コーナーを設けた。

(3) 報道番組の出演者

① コロナ関連の専門家の出演

自社制作の報道番組の出演者に関し、コロナ関連の専門家の出演（リモートを含む）を「レギュラーで出演した」「不定期で出演した」「自社番組では出演しなかった」から選んでもらった。【図表 3-2-19】

図表 3-2-19. コロナ関連の専門家の出演（n=89）

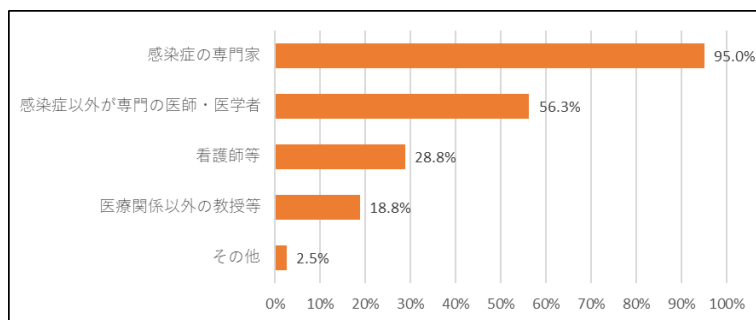


「不定期で出演した」が最も多く 76 社（85.4%）、「自社番組では出演しなかった」が 9 社（10.1%）。「レギュラーで出演した」が 4 社（4.5%）だった。

② 出演した専門家

自社の報道番組にコロナ関連の専門家が「レギュラーで出演した」「不定期で出演した」と答えた 80 社のデスクに、出演した専門家について選択肢の中からすべて選んでもらった。【図表 3-2-20】

図表 3-2-20. 出演した専門家（n=80）



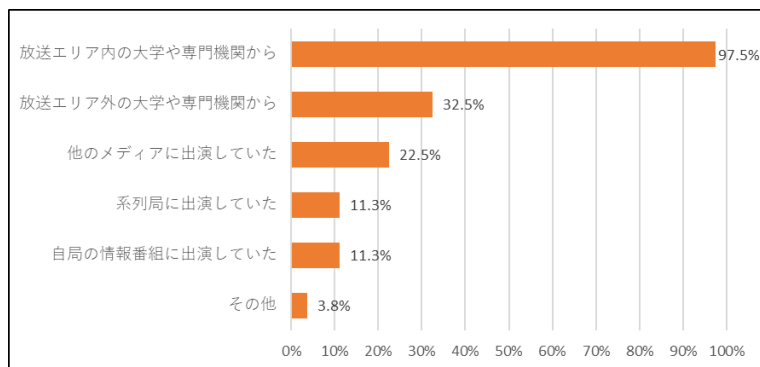
「感染症の専門家」が最も多く、76 社（95.0%）が回答。「感染症以外が専門の医師・医学者」との回答が 45 社（56.3%）、「看護師等（経験者も含む）」が 23 社（28.8%）から、「医療関係以外の教授等」が 15 社（18.8%）からあった。

その他 2 社（2.5%）からは「保健所の所長」「県知事」との記述があった。

③ 専門家を人選したきっかけ等

前の設問と同じ 80 社のデスクに専門家を人選したきっかけ等を選択肢の中からすべて選んでもらった。【図表 3-2-21】

図表 3-2-21. 専門家を人選したきっかけ等 (n=80)



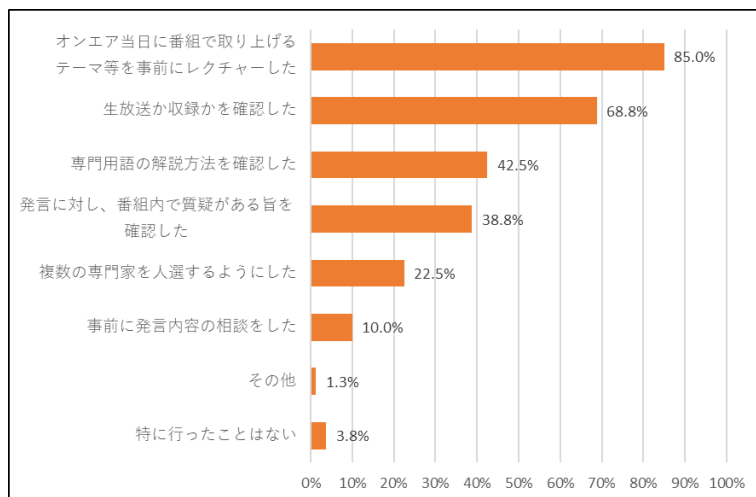
最も多かったのが「放送エリア内の大学や専門機関から」で 78 社 (97.5%) が回答。次は「放送エリア外の大学や専門機関から」で 26 社 (32.5%) が選んだ。このほか「他のメディアに出演していた」が 18 社 (22.5%)、「自局の情報番組に出演していた」と「系列局に出演していた」がそれぞれ 9 社 (11.3%)、などとなっている。

「その他」(3 社、3.8%) として、「県の感染症対策本部の委員である専門家だった」「行政の『専門家委員会』等のメンバーだった」「自治体の感染症対策の委員である方をお願いした」との記述があった。

④ 専門家の発言等に関して配慮した点

専門家が出演した 80 社に専門家の発言の際に配慮した点などを選択肢からすべて選んでもらった。【図表 3-2-22】

図表 3-2-22. 専門家の発言等に関して配慮した点 (n=80)



最も多かったのが「オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした」で 68 社 (85.0%) が挙げた。また、「生放送か収録かを確認した」を 55 社 (68.8%) が挙げている。

「専門用語の解説方法を確認した」は 34 社 (42.5%) が、「発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した」は 31 社 (38.8%) が選択している。「複数の専門家を人選するように

した」は18社(22.5%)だった。

「事前に発言内容の相談をした」は8社(10.0%)で、主な相談内容は以下のとおり。

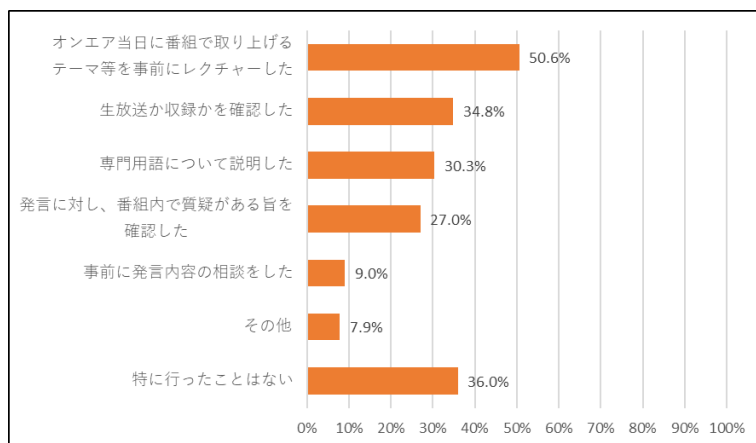
- ・我々が用意した質問に対し、専門家が知っていることなのか、答えられることなのかを確認したり、打ち合わせの際に出た様々な話に関して、オフレコなのか、番組で聞いてよいのかどうかを確認した。
- ・質問内容を相手方に伝えて、視聴者がわかりやすい内容になるよう調整した。
- ・番組内のコーナーの進行については事前打ち合わせを実施。
- ・要点を絞り事前収録にてインタビューを行った。
- ・過度な不安を与えないためにどのような伝え方をするのが良いかなどを相談した。
- ・当日扱うテーマを事前に入念な打ち合わせの上オンエアした。
- ・こちらが聞きたい質問内容を伝え、それに回答できるか確認する際に発言する内容も聞くことになる。具体例としては感染状況の受け止めや分析、視聴者への呼びかけの内容など。

「その他」(1社、1.3%)として「必ず当日出演する専門家との打ち合わせを行い、放送したい内容と専門家が話題としたい内容をすり合わせ、当日の放送内容を決める」との意見があった。

⑤ コメンテーターにコロナ関連の発言を求める際に行ったこと

自社制作の報道番組に出演するコメンテーターに対し、コロナ関連の発言を求める際に行ったことではまるものをすべて選択肢から選んでもらった。【図表 3-2-23】

図表 3-2-23. コメンテーターにコロナ関連の発言を求める際に行ったこと (n=89)



「オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした」が最も多く、45社(50.6%)が選択。次に多かったのが「特に行ったことはない」(32社、36.0%)で、「生放送か収録かを確認した」(31社、34.8%)がこれに次いだ。このほか「発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した」が24社(27.0%)などとなっている。

「事前に発言内容の相談をした」8社(9.0%)の主な相談内容は以下のとおり。

- ・打ち合わせやリハーサルで毎回確認している。

- ・コメントーターのコメント内容の確認と、かけあいトークの着地点について相談した。
- ・過度な不安を与えないためにどのような伝え方をするのが良いかなどを相談した。
- ・新型コロナウイルスについて、新型コロナワクチンについてなど、多数相談した。
- ・コメントを求めたい内容について知識や関心があるか確認する際に発言できる内容を聞いた。例としては子供のワクチン接種の是非など。

このほか、前の設問の専門家への相談内容と同じ回答もみられた。

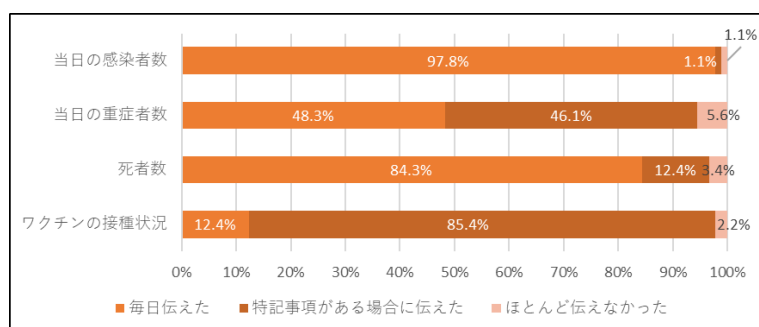
なお、「その他」（7社、7.9%）は、いずれもコメントーターの出演がない旨の意見だった。

(4) 報道内容

① 地元エリアのコロナに関する事項 伝えた頻度

自社制作の報道番組で、地元エリアの都道府県のコロナに関する以下の事項について、どれくらいの頻度で伝えたか、「毎日伝えた」「特記事項がある場合に伝えた」「ほとんど伝えなかった」の3段階で尋ねた。【図表 3-2-24】

図表 3-2-24. 地元エリアのコロナに関する事項 伝えた頻度 (n=89)



当日の感染者数は「毎日伝えた」が最も多く 87 社（97.8%）が回答。

当日の重症者数は「毎日伝えた」が最も多く、43 社（48.3%）、次が「特記事項がある場合に伝えた」41 社（46.1%）、「ほとんど伝えなかった」5 社（5.6%）の順。

死者数（当日発表の人数）も同じ順番で、「毎日伝えた」75 社（84.3%）、「特記事項がある場合に伝えた」11 社（12.4%）、「ほとんど伝えなかった」3 社（3.4%）だった。

地元放送エリアでの開始以降のワクチンの接種状況は、「特記事項がある場合に伝えた」が最も多く 76 社（85.4%）、次いで「毎日伝えた」で 11 社（12.4%）、「ほとんど伝えなかった」は 2 社（2.2%）となっている。

② 会見や緊急事態宣言の発令等 伝えた頻度

自社制作の報道番組において、総理大臣の会見などをそれぞれどれくらいの頻度で伝えたかを「発表等があった日に必ず伝えた」「特記事項がある場合に伝えた」「ほとんど伝えなかった」の3段階で尋ねた。

尋ねたのは、

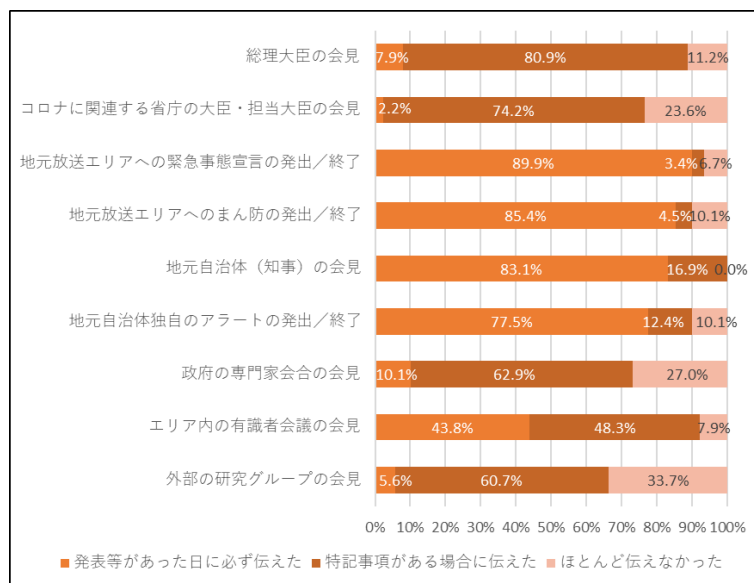
政府関連：「総理大臣の会見」「コロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見」

自治体関連：「地元放送エリアの都道府県に対する緊急事態宣言の発出／終了」「地元放送エリアに対するまん延防止等重点措置の発出／終了」「地元自治体（知事）の会見」「『東京アラート』など、地元自治体独自のアラートの発出／終了」

その他：「政府の専門家会合の会見」「エリア内の都道府県の有識者会議の会見」「外部の研究グループの会見」

について。【図表 3-2-25】

図表 3-2-25. 会見や緊急事態宣言の発令等 伝えた頻度 (n=89)



「総理大臣の会見」は、「特記事項がある場合に伝えた」が最も多く 72 社 (80.9%)、次が「ほとんど伝えなかった」で 10 社 (11.2%)。「発表等があった日に必ず伝えた」と回答したのは 7 社 (7.9%) だった。「コロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見」も「特記事項がある場合に伝えた」が最も多く 66 社 (74.2%) で、「ほとんど伝えなかった」は 21 社 (23.6%)、「発表等があった日に必ず伝えた」は 2 社 (2.2%) だった。このように、政府の会見に関しては特記事項がある場合に伝えていたことがうかがえる。

「地元放送エリアの都道府県に対する緊急事態宣言の発出／終了」は、「発表等があった日に必ず伝えた」が最も多く 80 社 (89.9%)。「ほとんど伝えなかった」が 6 社 (6.7%)、「特記事項がある場合に伝えた」が 3 社 (3.4%) となっている。「地元放送エリアに対するまん延防止等重点措置の発出／終了」も同様に「発表等があった日に必ず伝えた」が 76 社 (85.4%)、「ほとんど伝えなかった」が 9 社 (10.1%)、「特記事項がある場合に伝えた」が 4 社 (4.5%)。「地元自治体（知事）の会見」は「発表等があった日に必ず伝えた」が 74 社 (83.1%)、「特記事項がある場合に伝えた」が 15 社 (16.9%) で、「ほとんど伝えなかった」と答えた社はなかった。「『東京アラート』など、地元自治体独自のアラートの発出／終了」は、「発表等があった日に必ず伝えた」が最も多く 69 社

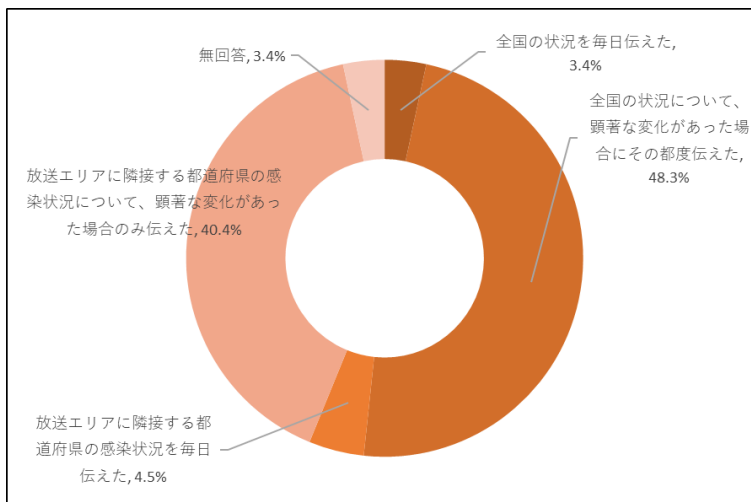
(77.5%)。次いで「特記事項がある場合に伝えた」11社(12.4%)、「ほとんど伝えなかった」9社(10.1%)の順だった。各社において、地元エリアに関する会見や発令については必ず伝えていることがうかがえる。

「政府の専門家会合の会見」は、「特記事項がある場合に伝えた」が最も多く56社(62.9%)、「ほとんど伝えなかった」が24社(27.0%)で、「発表等があった日に必ず伝えた」は9社(10.1%)だった。「エリア内の都道府県の有識者会議の会見」は「特記事項がある場合に伝えた」が最も多く43社(48.3%)、次いで「発表等があった日に必ず伝えた」が39社(43.8%)、「ほとんど伝えなかった」7社(7.9%)。「外部の研究グループの会見」は「特記事項がある場合に伝えた」54社(60.7%)、「ほとんど伝えなかった」30社(33.7%)、「発表等があった日に必ず伝えた」5社(5.6%)の順だった。医療の専門家等の会見に関しては、政府や直接地元と関係のない研究グループに関しては都度伝えたのに対し、地元にかかわる有識者会議は、伝える頻度が高まっている。

③ 放送エリア外のコロナの感染状況

放送エリア外のコロナの感染状況について、自社制作の報道番組でどのように伝えたかを選択肢から選んでもらった。【図表 3-2-26】

図表 3-2-26. 放送エリア外のコロナの感染状況 (n=89)



最も多かったのが「全国について、顕著な変化があった場合にその都度伝えた」で、43社(48.3%)が回答。「放送エリアに隣接する都道府県の感染状況について、顕著な変化があった場合のみ伝えた」(36社、40.4%)がこれに次いだ。「全国の状況を毎日伝えた」のは3社(3.4%)、「放送エリアに隣接する都道府県の感染状況を毎日伝えた」は4社(4.5%)だった。

④ 情報の実名・匿名

クラスターが発生した施設名などを報じる際の実名・匿名の判断に関し、「実名の発表がありそのまま伝えた」「実名の発表があったが、自社の判断で施設名や個人名が特定できない形で伝えた」「実名の発表はなかったが、取材で得た実名を自社の判断で伝えた」

「実名の発表はなく、その他発表された情報の範囲で伝えた」「自社の報道番組では伝えていない」のいずれかあてはまるものを選んでもらった。

尋ねたのは

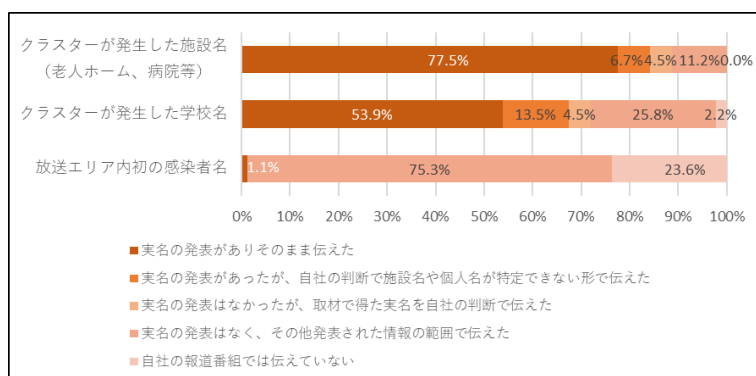
クラスターが発生した施設名（老人ホーム、病院等）

クラスターが発生した学校名

放送エリア内初の感染者名

について。【図表 3-2-27】

図表 3-2-27. 情報の実名・匿名 (n=89)



「クラスターが発生した施設名」は、「実名の発表がありそのまま伝えた」が最も多く 69 社 (77.5%)。次に多かったのが「実名の発表はなく、その他発表された情報の範囲で伝えた」で 10 社 (11.2%) だった。「実名の発表があったが、自社の判断で施設名や個人名が特定できない形で伝えた」が 6 社 (6.7%)、「実名の発表はなかったが、取材で得た実名を自社の判断で伝えた」が 4 社 (4.5%)。「自社の報道番組では伝えていない」社はなかった。

「クラスターが発生した学校名」も判断の傾向は同様だったが、やや慎重に報じられている。「実名の発表がありそのまま伝えた」が 48 社 (53.9%)、「実名の発表はなく、その他発表された情報の範囲で伝えた」が 23 社 (25.8%)。「実名の発表があったが、自社の判断で施設名や個人名が特定できない形で伝えた」は 12 社 (13.5%)、「実名の発表はなかったが、取材で得た実名を自社の判断で伝えた」が 4 社 (4.5%)。「自社の報道番組では伝えていない」は 2 社 (2.2%) となっている。

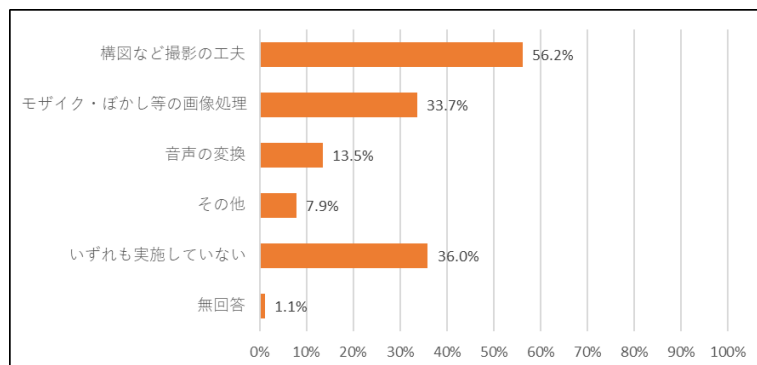
「放送エリア内初の感染者名」は、「実名の発表はなく、その他発表された情報の範囲で伝えた」が最も多く、67 社 (75.3%) が回答。次に多かったのが「自社の報道番組では伝えていない」だった (21 社、23.6%)。「実名の発表がありそのまま伝えた」は 1 社 (1.1%)。「実名の発表があったが、自社の判断で施設名や個人名が特定できない形で伝えた」または「実名の発表はなかったが、取材で得た実名を自社の判断で伝えた」と回答した社はなかった。このように、エリア内初の感染者名は発表されず、また、伝えない判断をした社が多かったようだ。

⑤ クラスターが発生した施設等の報道で実施したこと

クラスターが発生した施設等の報道に関し、実施したことをすべて選んでもらった。

【図表 3-2-28】

図表 3-2-28. クラスターが発生した施設等の報道で実施したこと (n=89)



「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」が最も多く 50 社（56.2%）が実施。次に多かったのは「いずれも実施していない」で 32 社（36.0%）。このほか「モザイク・ぼかし等の画像処理」が 30 社（33.7%）、「音声の変換」12 社（13.5%）となっている。

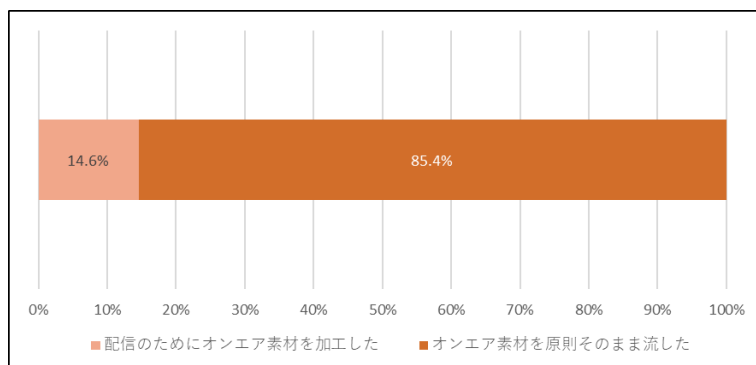
その他（7 社、7.9%）の意見は以下のとおり。

- ・クラスターの発生時は原則、実名で伝えているが、以降の続報段階では実名を控えている（学校や福祉施設など）。病院などはその限りにあらず。
- ・施設名を出した場合は通常通りの撮影。施設名を出していない場合は構図など工夫した。
- ・実名の発表があった場合はそのまま放送し、発表が匿名の場合や配慮する必要があった場合は特定されないよう配慮した。
- ・周知の必要がある場合、施設名を含め、対象が分かる形で放送した。
- ・隣接店舗へ配慮した。
- ・クラスターが発生した店が雑居ビルだった場合、該当店以外の看板やビル外観にぼかし処理をした。
- ・映像を使わず、県立高校、市内の病院などと文字で表現。

⑥ コロナ関連のニュース 配信のための加工等

自社で制作したコロナ関連のニュースの自社ウェブサイトや外部のポータルサイトへの配信に関し、尺の調整や配信向けのフォーマットの変更などを除き、配信のためにオンエア素材の一部削除や加工を行ったかどうかを尋ねた。【図表 3-2-29】

図表 3-2-29. コロナ関連のニュース 配信のための加工等 (n=89)



「オンエア素材を原則そのまま流した」が76社(85.4%)で、「配信のためにオンエア素材を加工した」が13社(14.6%)。

加工した社に理由を挙げてもらったところ、ネット上に挙げるうえでの権利処理の問題などのほか、

- ・緊急事態宣言が出ている首都圏から県内を訪れている観光客が写っている場合などは、ネットニュースには動画を上げなかった。
- ・動画配信と画像配信、原稿のみ配信で対応。ネットニュースの許可が取れていない取材対象者については原稿のみなどの対応。
- ・原則は放送原稿・放送映像のまま配信する。ただし放送と違い時間が経過しても記事が残るため、配慮が必要と判断した場合は映像や記事内容をリライトして配信するケースもある。
- ・学校でクラスターが発生したケースなどにおいて、県民にとっては「どこの学校で発生したのか」ということが重要な情報になってくるが、県外向けであれば「どこ」という情報はあまり必要なく、不特定多数による誹謗中傷も懸念されるため。

などの記述があった。

⑦ チーム内で課題や問題になったこと

コロナ禍の取材・報道において、自身のチーム内で課題や問題になったことを自由記述で答えてもらった。

回答のあった81社の意見を見ると多かったのは伝え方に関する記述。「報道が『不安をあおっている』との批判を受けないよう原稿や映像の表現に腐心した」「当初、保健所の管轄によって発表の仕方や表記など統一感がなく苦労した」「映像をどこまで露出するのか、かといってモザイクをかけてでも使う映像が本当に正しいのか、日々悩んでいる」「最新情報や会見が放送直前の夕方や夜になることが多かった」など多岐にわたった。また感染者数についても「日ごとの新規感染者数の多さをクローズアップする現在の報道の在り方の是非」「取材報道面では感染人数を伝えることは重要だが、それだけに追われている感が大きい」といった声が寄せられている。

取材対象に関する課題も目立つ。「ご家庭を取材する際の取材チームの人数や感染対策をどうするのか。また、取材をぜひしてほしいという取材対象者に対し、こちらが躊躇することによる相手への向き合いは難しいと感じた」「感染者取材について。原則『オンライン取材』としているが、その方が1カ月も2カ月も前に感染した方であっても、現在では『オンライン取材』としている。どれくらい期間を置けば対面取材が出来るのか？などは今も答えが出ていない」「医療、救急従事者への取材時の対応。取材意欲と感染防止のバランス。感染しないことが大前提の意識確認」「外出自粛が言われている中で、限られた範囲内では取材・報道ができないこと。感染リスクという見えないものと闘っていること」といった切実な声が届いている。

また、スタッフの感染対策に関する意見や、部内に感染者が出た場合の維持継続、記者同士が接触しないための人員配置、テレワークが難しいなど、人員面をめぐる課題も目立った。

⑧ コロナ禍の取材・報道における悩み・苦労したこと

コロナ禍の取材・報道における悩みや、自身が最も苦労したことを自由記述で答えてもらった。

回答のあった77社の意見を見ると目立ったのは報道内容に関する記述。「生活で自粛が求められる中で、コロナ以外のニュース（食べ物 観光地系の話）をどう伝えるか。自粛に敏感な視聴者から批判を受けることある」「コロナ禍でコロナ以外の取材ネタが少なくなり、ニュースの構成が難しくなった」「コロナのニュースでは客観的に多角的に伝えることを重要視しているが、どうしても不安をあおるような内容になってしまうことも多い。そのバランスをどう取るか毎回考えながらニュースを送り出している」「数字に頼るデータが多くなる中、その情報をいかにして見ている方に自分事として捉えてもらうかを今も苦労している」「コロナ感染が『悪いこと』のように扱われる風潮が続いていることに対し、危機感を持っている」「次にどのような展開になるのかを読むことがとても難しいと感じている。感染者数ベースで警戒の度合いを示すことが正しいのか。重症病床数の話をもっと盛り込むべきなのか。その時その時で扱う情報の優位性がかわってくるので、どの情報を選択していいのか見極めに苦労している」といった悩みが寄せられた。同じように多かったのが、取材体制について。また、前の設問と同様に取材対象に関する悩みも多く寄せられている。

(5) 新型コロナウイルスに関する知識・理解

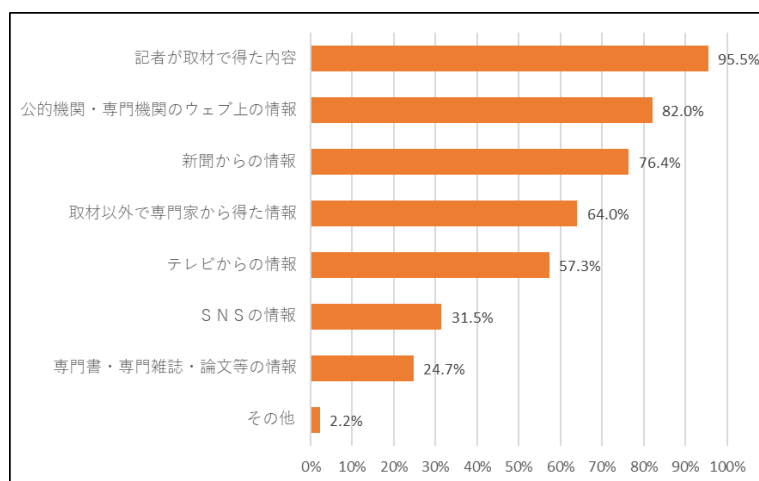
① コロナ関連の知識を得るために共有したもの

チーム内でコロナ関連の知識を得るために共有したものを選択肢の中からすべて選んでもらった。【図表 3-2-30】

最も多かったのが「記者が取材で得た内容」で85社（95.5%）が選んだ。これに「公

的機関・専門機関のウェブ上の情報」(73社、82.0%)、「新聞からの情報」(68社、76.4%)、「取材以外で専門家から得た情報」(57社、64.0%)「テレビからの情報」(51社、57.3%)と続く。「SNSの情報」は28社(31.5%)が選択。「専門書・専門雑誌・論文等の情報」は22社(24.7%)が選んでいる。「その他」(2社、2.2%)からは「自社のコロナ対応や考え方」「キー局からの資料」との記述があった。

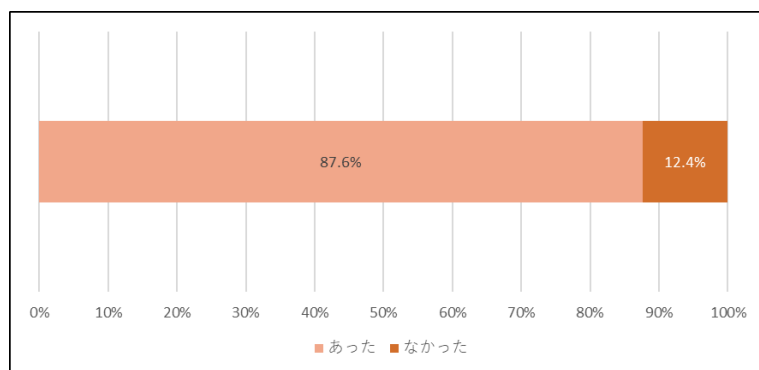
図表 3-2-30. コロナ関連の知識を得るために共有したもの (n=89)



② コロナに関する知識についての相談

チーム内でコロナに関する知識について、相談があったかどうかを尋ねた。【図表 3-2-31】

図表 3-2-31. コロナに関する知識についての相談 (n=89)

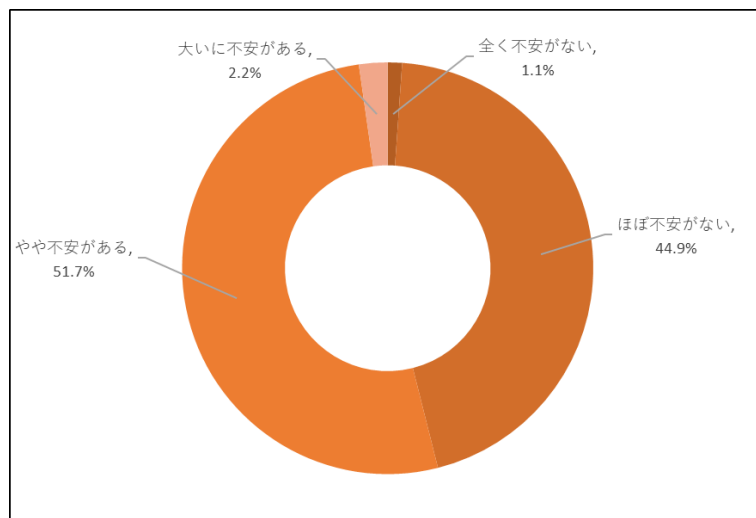


「あった」が78社(87.6%)、「なかった」が11社(12.4%)だった。

③ チーム内のコロナの知識・理解

チーム内のコロナの知識・理解について、「全く不安がない」「ほぼ不安がない」「やや不安がある」「大いに不安がある」の4段階で尋ねた。【図表 3-2-32】

図表 3-2-32. チーム内のコロナの知識・理解 (n=89)

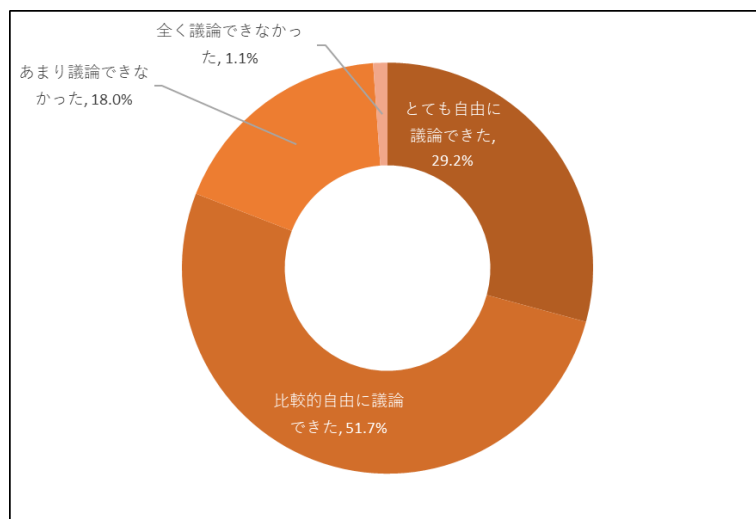


「やや不安がある」が最も多く 46 社 (51.7%) が回答。次いで「ほぼ不安がない」が 40 社 (44.9%)。「全く不安がない」は 1 社 (1.1%)、「大いに不安がある」は 2 社 (2.2%) だった。

④ コロナの取材・報道内容に関する社内での議論

コロナの取材・報道内容に関する社内での議論について、いずれかあてはまるものを選んでもらうとともに、その理由に沿って、具体例を書いてもらった。【図表 3-2-33】

図表 3-2-33. コロナの取材・報道内容に関する社内での議論 (n=89)



最も多かったのが、「比較的自由に議論できた」で 46 社 (51.7%) が回答。

- ・該当施設などを撮影する際、敷地外からの撮影を徹底することについてその線引き等について議論した。
- ・ひっ迫する「医療の現場」を伝えることは報道の役目と考えるが、一方で、感染者がいる場所に記者を送りこむことのリスク、さらに外から取材クルーを院内に入れるこ

とのへのリスク等については何度も議論している。

- ・ 部員が少ない会社なのでコロナ専門記者は設けておらず、誰が担当しても良いよう取材前後の情報共有に務めた。
- ・ クラスタ発生施設の实名を出すか出さないか、部内でも意見が分かれたが、意見を出し合い部内での基準を作ることができた。
- ・ 会社は例えばタクシーで、前の席と後ろの席との間にパーテーションがあるものに乗るよう指示しているが、実際パーテーションがあるタクシーは後ろの席が灼熱で、カメラマンがいやがる、といった本音と建て前の部分があるので、そういう部分は強く言えなかったが、基本的には自由に話げできた。
- ・ 手探りの状態だったがチーム内は比較的、おかしいと思ったことは口に出せる雰囲気はあったので、課題が出てから都度、話し合って対応を協議した。
- ・ 取材については記者の安全管理などについて本人と議論した。内容についてはファクトをしっかり示したうえでそこからどのような推論があるのかということを示すなど都度議論しながら行っている。ただ、日々刻々と変化していく状況の中では疎かになることもあった。
- ・ デスクの意向が大きく反映されるため、記者サイドから積極的議論はあまりなかったが、相談などがある場合は、きちんと議論できた。
- ・ 自由に議論はしたが、ウイルスやワクチン接種に対する考え方、信条の違いを抱えた人がチーム内にもいるケースを考え、抑制した面もあった。

などの意見があった。

次に多かったのが「とても自由に議論できた」で26社(29.2%)が回答。

- ・ 放送後の打ち合わせ等で、連日、情報の過不足や放送内容について意見を交わした。必要に応じて担当者同士での相談等もできていた。
- ・ 社内で定期的に責任者の会議があり会社の方針がスムーズに決まったのでそれに従っている。
- ・ 毎日行う報道部内の反省会の中で自由に発言してもらっていた。不安な部分やどのような取材対応が適切かをその都度議論。社としてのコロナ対応の指針もその都度示されていたので、県境をまたぐ取材や緊急事態宣言発令中の自治体への取材を自粛することなどほぼ徹底出来ていた。必要がある場合や取材先に求められたPCR検査は社として速やかに対応するなどスタッフの安心・安全を最優先に実施して取材活動を継続できたと考える。
- ・ 言葉の意味合いや言い回しなどはその都度議論している。意味・ニュアンスを正しく伝えるためには議論は必要と考える。
- ・ 自治体や専門家などの情報をどうわかりやすく伝えるか、プライバシーへの配慮について、必ず記者・デスクと話し合った。

- ・コロナニュースを中心に番組を構成していたので、デスクや担当で毎日どんな報道をしていくか議論できた。デスクが毎日議論する姿を見せることで、若手記者からも病院内や救急隊の密着取材等のネタも出てきた。
- ・気づいたことは都度意見交換したり、映像の取り扱いについての注意などは一斉メールで伝えるなどの機会があった。
- ・コロナ下での取材は常に大きなリスクが付きまとうので、風通しの悪さ、コミュニケーション不足によるトラブルは、完全に排除するよう意識統一している。
- ・感染を防ぐために会社としても在宅勤務を推奨しており、議論しやすい環境が整っていると感じた。
- ・部内全体のウイルスや感染症に対する関心、理解度が高く、偏った外部からの意見、苦情等に惑わされることなく、県や地元自治体、医療機関等の動向について是非を含め議論、取材、放送できた。

などの意見があった。

「あまり議論できなかった」は16社（18.0%）が回答。

- ・時間に余裕がなく、あまり議論していない。
- ・事前に議論した上で取材にあたったが、コロナ禍で次々と状況が変わり、日々のニュースに放送する中で、しっかり議論出来ていたかと振り返ると、決して充分だったとは思っていない。
- ・集まる機会が減少したことが大きい。
- ・専門知識を持ったものがない。
- ・例えば数値の表現など報道の方法について賛否両論の意見もあったが、議論までに至らず結果的には管理職の判断で統一した。
- ・感染が拡大している時期にその程度のまでの取材が許容されるのかなどマニュアルはあったものの、個々の取材者、デスク間でブレがあり画一的な対応が取り切れていない気がする。
- ・観光地の雑感映像などにモザイクをかけるべきかケースバイケースで判断しないといけない場合もあり、その都度議論ができていない。
- ・社内での接触機会自体、ほとんど持てない状況。メールやラインワークスなどを活用して情報共有している

などの意見があった。なお「全く議論できなかった」は1社（1.1%）が回答している。

(6) 小括

① 取材

報道番組において、政府・自治体などの会見の取材は、回答した全社が行っていた。コロナ患者を収容した病院内は 67.4%、クラスターの発生した病院等の取材は 73.0%の社

が取材。一方で、コロナ患者を収容した病院内の取材は 59.6%、クラスターの発生した病院等の取材は 52.8%の社が「不安があった」と回答しており、不安を抱えながらの取材であったことがわかる。

さらに対面取材は、緊急事態宣言等が発令された期間に 9 割以上の社が実施する中、75.3%の社が「不安があった」と回答。自由記述からも感染することへの不安、さらには取材相手に感染させてしまうことへの懸念の声があがっており、コロナ禍の対面取材の不安が大きかったことがわかる。

人々の行動に関する取材をみると「外出自粛の要請が出た期間の観光地の取材」は 92.1%、「自粛要請よりも遅い時間帯の駅や繁華街の取材」は 85.4%の社が実施。一方、「マスクをしていない人」に取材した社は 20.2%、「自粛要請に従っていない飲食店」に取材したのは 41.6%で、前者は感染リスクの面から行っていない旨の意見もあった。

政府や関係省庁、地元自治体の会見の取材は 65.2%が「自由にできた」が、行政の情報公開は、69.7%が不十分だったと回答しており、問題点が浮き彫りになった。

こうした中、進んだのはオンライン取材だ。2020 年 1 月以降、97.8%の社が行っていると回答。コロナ禍の取材で工夫した／変えたことへの意見でもリモート取材に関する工夫が多く挙げられている。感染リスクの低減に加え、遠方の取材や最前線の医師などへの取材ができること、時間の節約やコスト面などからメリットに挙げる意見が多い。一方で、通信環境を整える必要があること、機微が捉えにくいことや人間関係の難しさなどの課題も挙げられた。

② 出演者

自社制作の報道番組で、コロナ関連の専門家は不定期で出演した社が多い（85.4%）。出演した社で最も多かったのは感染症の専門家（95.0%が回答）で、専門家の人選は、放送エリア内の大学や専門機関からが多く（出演した社の 97.5%が回答）、地元のリソースが活かされた。ただし、配慮事項として、複数の専門家を人選するようにした社は 22.5%にとどまっている。

③ 報道

報道番組で地元放送エリアの当日の感染者数と死者数（当日発表の人数）は「毎日伝えた」が最も多く、感染者数は 97.8%、死者数は 84.3%の社が伝えていた。一方、ワクチンの接種状況は「特記事項がある場合に伝えた」が最も多かった（85.4%）。また、地元放送エリアへの緊急事態宣言およびまん延防止等重点措置の発出／終了や地元自治体（知事）の会見は、8 割以上の社が「発表等があった日に必ず伝えた」と回答しており、地域の情報としてきちんと伝えている状況が裏打ちされている。一方、放送エリア外のコロナの感染状況は「全国の状況について、顕著な変化があった場合にその都度伝えた」が最も多く（48.3%）、この点からも地域の感染状況が各社の報道の核になっていたと考えられる。

このほか、クラスターが発生した施設名は実名の発表がありそのまま伝えた社が多い（77.5%の社が回答）が、クラスターが発生した学校名はそれより慎重で（「実名の発表がありそのまま伝えた」社は 53.9%）、さらに放送エリア内初の感染者名は、実名の発表がない中、発表された情報の範囲で伝えた社が多く（75.3%）、対象に応じた報道がなされた。

④ 新型コロナウイルスに関する知識・理解

コロナ関連の知識を得るために「記者が取材で得た内容」を共有した社が多く（95.5%）、報道責任者へのアンケートと同傾向の結果となった。チーム内のコロナの知識・理解は「やや不安がある」社が最も多かった（51.7%）。

なお、コロナの取材・報道内容に関する社内での議論は、「比較的自由に議論できた」社が最も多く（51.7%）、「とても自由議論できた」（29.2%）と合わせ、8割以上の社で議論ができていたと考えられる。

3.3 情報番組担当者への調査

調査対象：民放地上テレビ放送事業者の情報番組担当者
調査時期：2021年8月23日～9月13日
調査方法：WEB上のアンケートフォームによるアンケート調査（マクロミル社「Questant」を利用）
集計社数：90社、91番組

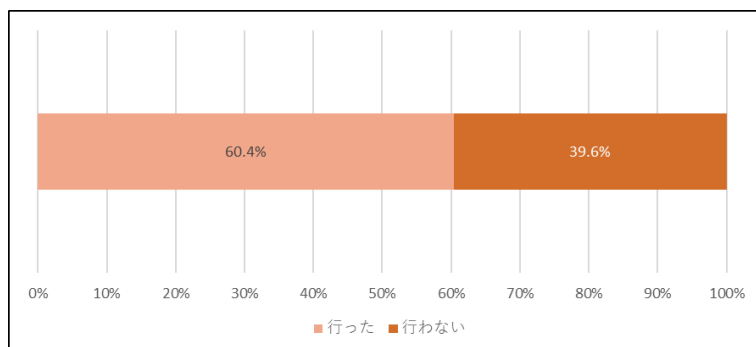
なお、同調査においては、同一社の異なる番組の担当者から回答があったため、「番組」を単位としている。

(1) 情報番組における取材について

① 情報番組のスタッフによるコロナ関連の独自取材

回答者が担当する情報番組のスタッフでコロナ関連の独自取材を行ったかどうかを尋ねたところ、55番組（60.4%）が「行った」と回答している。【図表3-3-1】

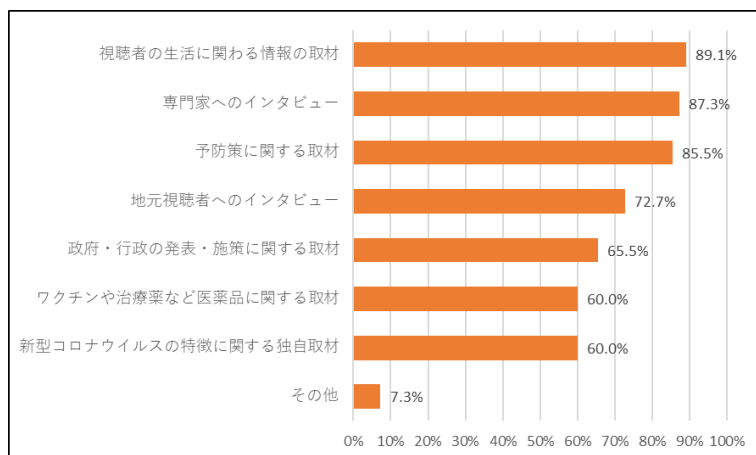
図表3-3-1. 情報番組のスタッフによるコロナ関連の独自取材（n=91）



● 独自取材で実施したもの

前の設問でコロナ関連の独自取材を「行った」と回答した55番組に対し、あてはまるものをすべて選択肢から選んでもらった。【図表3-3-2】

図表3-3-2. 独自取材で実施したもの（n=55）



最も多かったのが「視聴者の生活に関わる情報（物流や休業・時短営業など）の取材」

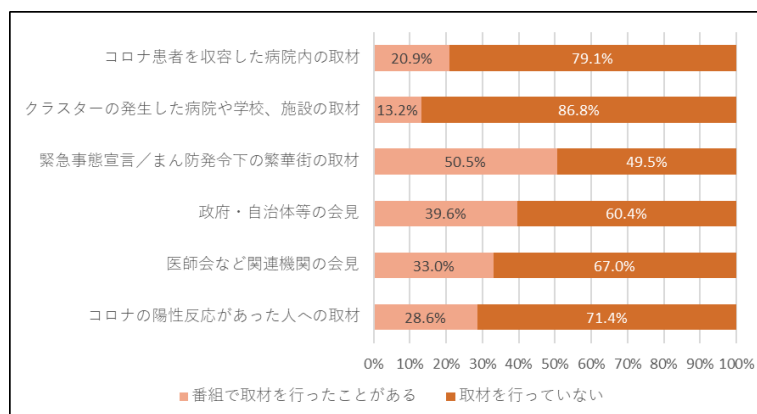
(49 番組、89.1%) だった。また「専門家（医師・学者）へのインタビュー」（48 番組、87.3%）、「予防策（マスクの着用や手洗い、3 密回避の奨励など）に関する取材」（47 番組、85.5%）がこれに続き、いずれも独自取材を行った番組の 9 割近くが取り組んでいる。また、「地元視聴者へのインタビュー」（40 番組、72.7%）、「政府・行政の発表・施策に関する取材」（36 番組、65.5%）も実施した割合が高く、「新型コロナウイルスの特徴（変異ウイルスなど）に関する独自取材」「ワクチンや治療薬など医薬品に関する取材」も 33 番組と、独自取材を行った番組の 6 割が挙げている。

「その他」（4 番組、7.3%）は「元感染者インタビュー」「医療現場や介護施設に関する取材」「感染患者へのオンラインインタビュー」「視聴者の質問を募集」が挙げられている。

② コロナ禍における取材対象

コロナ禍における取材対象に関し、担当する情報番組において「コロナ患者を収容した病院内の取材」「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」「緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」「政府・自治体等の会見」「医師会など関連機関の会見」「コロナの陽性反応があった人（職場等へ復帰した人を含む）への取材」をそれぞれ「番組で取材を行ったことがある」かどうか尋ねた。【図表 3-3-3】

図表 3-3-3. コロナ禍における取材対象 (n=91)



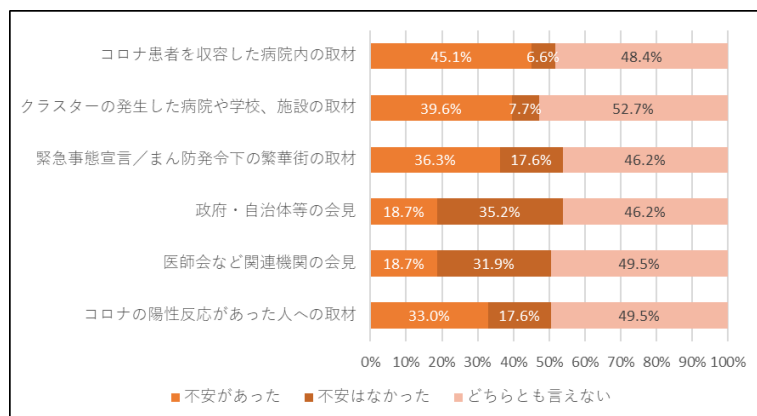
「番組で取材を行ったことがある」が最も多かったのは「緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」で、46 番組（50.5%）が行っていた。このほか、「政府・自治体等の会見」は 36 番組（39.6%）、「医師会など関連機関の会見」は 30 番組（33.0%）が行ったと回答しているが、いずれも「取材を行っていない」のほうが多い。

「コロナ患者を収容した病院内の取材」を行ったことがあるのは 19 番組（20.9%）、「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」は 12 番組（13.2%）で、これらの「取材を行っていない」のは「コロナ患者を収容した病院内の取材」が 72 番組（79.1%）、「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」が 79 番組（86.8%）と、およそ 8 割から 9 割にのぼった。「コロナの陽性反応があった人への取材」も行ったことがあるのは 26 番組（28.6%）と、取材した番組のほうが少ない。

③ コロナ禍の取材対象 感染への不安

前の設問で尋ねた取材に対する感染への不安について、「不安があった」「不安はなかった」「どちらとも言えない」の3段階で尋ねた。【図表 3-3-4】

図表 3-3-4. コロナ禍の取材対象 感染への不安 (n=91)



「不安があった」が最も多かったのは、「コロナ患者を収容した病院内の取材」で、41番組（45.1%）が回答。「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」は36番組（39.6%）、「緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」は33番組（36.3%）、「コロナの陽性反応があった人への取材」も30番組（33.0%）がそれぞれ「不安があった」と答えている。ただしいずれも「どちらとも言えない」が5割前後となっている。

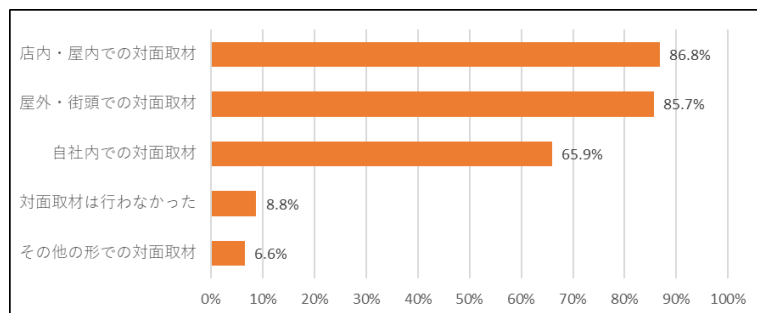
他方、「政府・自治体等の会見」と「医師会など関連機関の会見」で「不安があった」と答えたのはそれぞれ17番組（18.7%）で、「政府・自治体等の会見」は32番組（35.2%）、「医師会など関連機関の会見」は29番組（31.9%）が「不安はなかった」と答えている。なおこれらはいずれも「どちらとも言えない」が半数近くあり、また、取材を行ってない番組のほうが多いことを勘案する必要がある。

④ 緊急事態宣言等が発令された期間の対面取材で行ったことがあるもの

各社の放送エリアに緊急事態宣言、または「まん延防止等重点措置」（まん防）が発令された期間の対面取材（リモートを除く）について、他のスタッフへの指示を含め、行ったことがあるものをすべて選択肢から選んでもらった。【図表 3-3-5】

最も多かったのが「店内・屋内での対面取材」で79番組（86.8%）が実施。「屋外・街頭での対面取材」は78番組（85.7%）、「自社内での対面取材」も60番組（65.9%）が行っている。「その他の形での対面取材」（6番組、6.6%）は、「コロナ以外のテーマに関する対象者自宅など屋内での対面取材」などの記述があった。一方、「緊急事態宣言やまん防の発令下、いずれの形でも対面取材は行わなかった」が8番組（8.8%）あった。

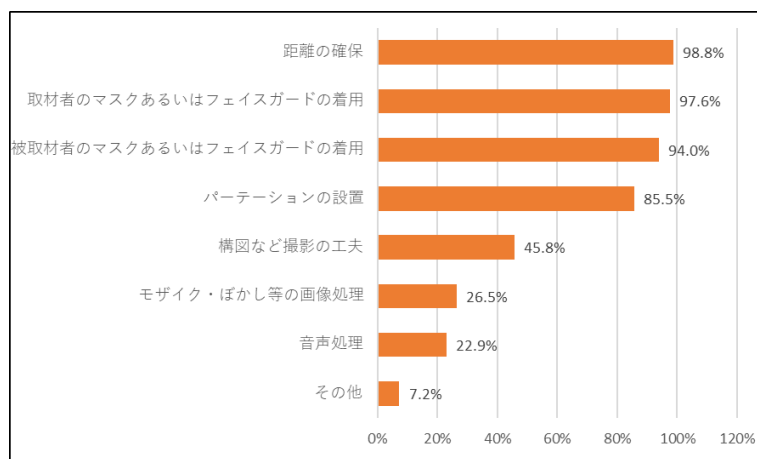
図表 3-3-5. 緊急事態宣言等が発令された期間の対面取材で行ったことがあるもの（n=91）



⑤ 「対面取材」を実施した際、取材相手に配慮した事項

前の設問でいずれかの「対面取材」を実施したと答えた 83 番組に対し、取材相手に配慮した事項を選択肢からすべて選んでもらった。【図表 3-3-6】

図表 3-3-6. 「対面取材」を実施した際、取材相手に配慮した事項（n=83）



最も多かったのが「距離の確保」で 82 番組（98.8%）が実施。「取材者のマスクあるいはフェイスガードの着用」も 81 番組（97.6%）、「被取材者のマスクあるいはフェイスガードの着用」も 78 番組（94.0%）と、いずれもほとんどの番組で行っている。「パーテーションの設置」を行った番組も 71 番組（85.5%）と多い。このほか、「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」は 38 番組（45.8%）、「モザイク・ぼかし等の画像処理」は 22 番組（26.5%）、「音声処理」は 19 番組（22.9%）が行っている。

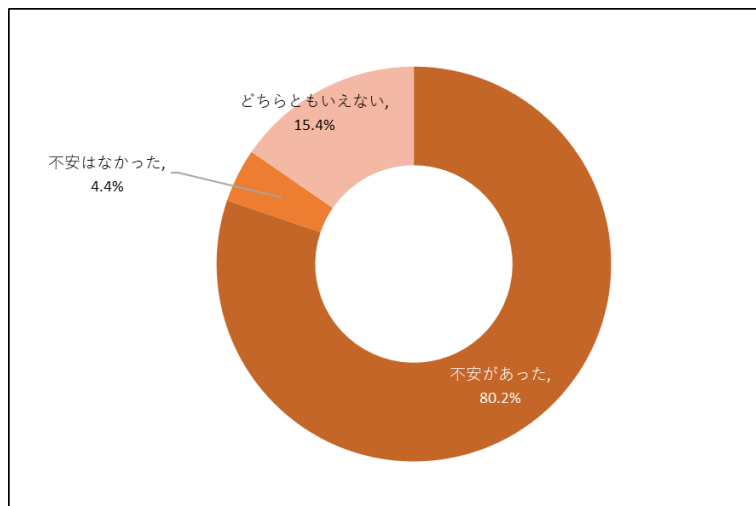
「その他」（6 番組、7.2%）には以下の記述があった。

- ・取材者が画面に映らないように配慮。
- ・雑踏の映像でも非マスク着用者は批判の対象になる恐れがあるため顔に加工を施した。
- ・取材前に被写体との話し合いの徹底。
- ・介護施設や五輪選手など、厳格な感染防止が必要な相手を取材する際は事前に PCR 検査を行った。
- ・ロケ中の手洗い、消毒の徹底。移動車内の人数制限（通常 1 台…を 2 台に分乗など）など。

⑥ コロナ禍における対面取材

コロナ禍における対面取材（リモートを除く）について「不安があった」「不安はなかった」「どちらともいえない」の3段階で尋ねた。【図表 3-3-7】

図表 3-3-7. コロナ禍における対面取材（n=91）



「不安があった」と回答したのが73番組（80.2%）と8割にのぼった。「不安はなかった」が4番組（4.4%）、「どちらともいえない」が14番組（15.4%）だった。

このうち、「不安があった」と回答した理由を聞くと、「取材先にかかわらずスタッフがいつどこで感染するかわからないリスクがある一方で、どこまで対策をすれば取材対象者やスタッフの安全を守れるか悩みつつ、対面でしか聞けなかったり、対面だからこそ取材できる声もあり、内容や状況を見て相談しながら取材を進めている」「スタッフの健康チェック、マスクの着用、手指の消毒などマニュアル通りの対策を講じても、スタッフの発熱や陽性判定が取材後の場合もあり、相手方にご迷惑をおかけするリスクや不安が常にあった」など、感染リスクや感染対策に関する不安や、「相手にうつすのもうつされるのも避けなければならないため」など、感染の可能性／感染させてしまう可能性をめぐる不安が目立った。

他方、「不安はなかった」と回答した番組からは「お互いに不織布マスクを着用し、決して密にならず一定の距離を確保していれば大丈夫という認識があるから」といった意見のほか「実施していないので不安はない」との記述もあった。

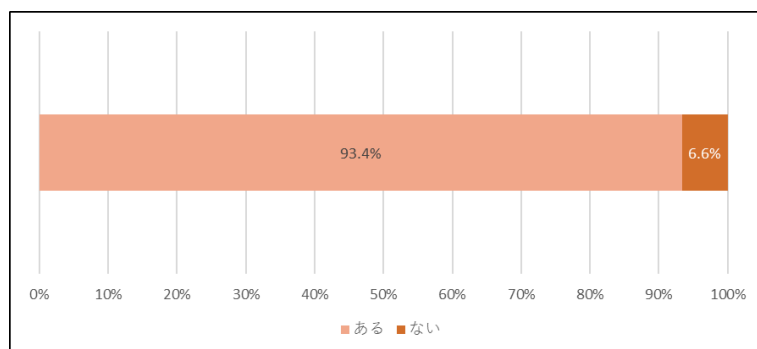
「どちらともいえない」と回答した番組からは「接触機会をできるだけ減らし徐々に感染症対策の知見も深まってきたため取材のノウハウも増え、やみくもに怖がっているだけの状態から脱してきた。一方変異株の発生などにより従来の対応では不十分と思える事例も出てきたため、つねに取材方法や知識のアップデートが必要と感じる」「取材者及び被取材者いずれも健康状態は良好である前提で取材は行ったわけだが、思いもよらぬところからの影響を受ける場合も有り得るので、不安は完全には拭えなかった」「不安が完全に拭える状況が作れるとは考えにくい。その一方で、取材をしなければ、放送出来るものは無

く、ひいては県民に共有できる有益な情報が枯渇し、地域メディアの一員としての存在価値を損なってしまう」などの意見が寄せられている。

⑦ 2020年1月以降のオンライン取材の実施

2020年1月以降、自身の情報番組でオンライン取材を行ったことがあるかどうかを尋ねた。【図表 3-3-8】

図表 3-3-8. 2020年1月以降のオンライン取材の実施 (n=91)



「ある」と答えたのが 85 番組 (93.4%)、「ない」との回答が 6 番組 (6.6%) だった。使用ツールは、「ある」と答えた担当者から最も挙げたのは Zoom で、記載のあったうち 8 割近くが使用ツールに挙げた。このほか、Skype が 2 割強、Microsoft Teams と FaceTime がそれぞれ 1 割近くとなっている。

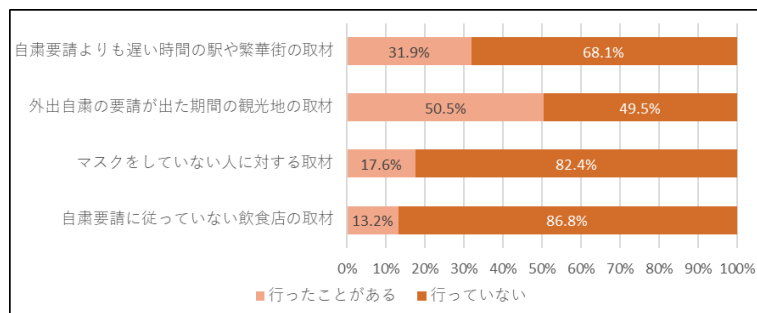
オンライン取材のメリットとしては感染リスクの低減、感染の心配が不要になること、費用の軽減、時間や空間的な制約がなくなることなどが挙げられている。

一方、デメリットとしては、画像が乱れるといった映像や音声の問題、掛け合いが難しいなど、コミュニケーションの問題、回線やネット環境の問題が挙げられている。

⑧ コロナ禍の人々の行動に関する取材

コロナ禍において、「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」「マスクをしていない人に対する取材」「自粛要請に従っていない飲食店の取材」をスタッフへの指示も含め行ったことがあったかどうかを尋ねた。【図表 3-3-9】

図表 3-3-9. コロナ禍の人々の行動に関する取材 (n=91)



最も行われたのは「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」で、46

番組（50.5%）が行っている。

一方「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」は 29 番組（31.9%）が実施。また「マスクをしていない人に対する取材」は 16 番組（17.6%）、
「自粛要請に従っていない飲食店の取材」は 12 番組（13.2%）が「行ったことがある」と回答しているが、いずれも「行っていない」番組のほうが多い。

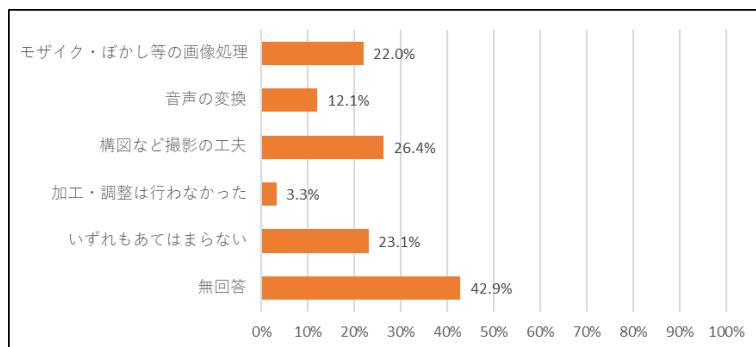
⑨ オンエアのために行ったこと

前の設問で尋ねた取材対象をオンエアするために施したことについて、「モザイク・ぼかし等の画像処理」「音声の変換」「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」「加工・調整は行わなかった」および「（指示も含め、取材をしていないため）いずれもあてはまらない」の各選択肢から選んでもらった。

なおアンケートの際は、前の設問で挙げたいずれかの取材を行ったことを条件としたが、報道セクションが取材した画像を使ってオンエアした番組などからも回答があったため、回答のあった全 91 番組からパーセンテージを出している。取材をすべて「行っていない」39 番組は「無回答」に加算した。

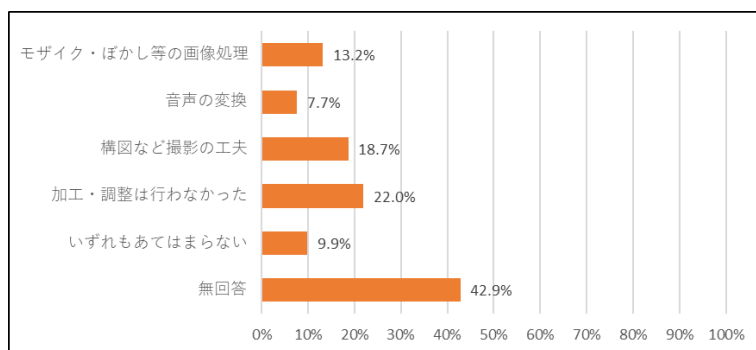
「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」に関しオンエアのために最も行われたのは、「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」で、91 番組中 24 番組（26.4%）が実施。「モザイク・ぼかし等の画像処理」を 20 番組（22.0%）が行っている。【図表 3-3-10】

図表 3-3-10. オンエアのために行ったこと 政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材（n=91）



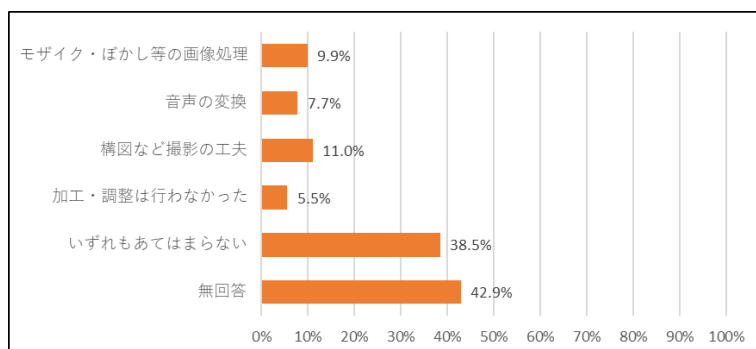
「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」のオンエアは、「加工・調整は行わなかった」が最も多く 20 番組（22.0%）。「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」（17 番組、18.7%）がこれに次ぐ。【図表 3-3-11】

図表 3-3-11. オンエアのために行ったこと 外出自粛の要請が出た期間の観光地の取材 (n=91)



「マスクをしていない人に対する取材」のオンエアに関しては、「(指示も含め、取材をしていないため) いずれもあてはまらない」の割合が大きい (35 番組、38.5%) が、それ以外は、「構図など撮影の工夫 (特定されないための撮影)」が 10 番組 (11.0%)、「モザイク・ぼかし等の画像処理」が 9 番組 (9.9%) で施されている。【図表 3-3-12】

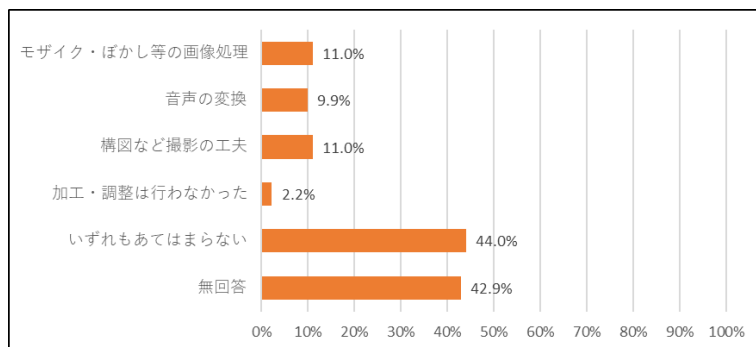
図表 3-3-12. オンエアのために行ったこと マスクをしていない人に対する取材 (n=91)



「自粛要請に従っていない飲食店の取材」についても「(指示も含め、取材をしていないため) いずれもあてはまらない」の割合が大きい (40 番組、44.0%) が、それ以外は「モザイク・ぼかし等の画像処理」が 10 番組 (11.0%)、「音声の変換」が 9 番組 (9.9%)、「構図など撮影の工夫 (特定されないための撮影)」が 10 番組 (11.0%) となっている。

【図表 3-3-13】

図表 3-3-13. オンエアのために行ったこと 自粛要請に従っていない飲食店の取材 (n=91)



このように、オンエアのための対応は、取材対象によって変えていることがうかがえる。

⑩ 取材を行った／行わなかった理由

「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」「マスクをしていない人に対する取材」「自粛要請に従っていない飲食店の取材」をスタッフへの指示も含め「行った理由」「行わなかった理由」をそれぞれ自由記述で答えてもらった。

いずれも取材をした番組からは、「情報番組として、現状を伝える必要はあるので取材を行った。マスク無しや自粛要請に従わない店舗に関しては一部例外もあったが、被取材者からの要望や不利益が生じないかの判断で加工処理を行った」「緊急事態宣言下やまん延防止措置における人々の行動の変化や実態を伝えるためには、必要な取材だと考え行った」などの解答が挙がった。

また、政府や自治体の自粛要請より遅い時間帯の駅や繁華街の取材、外出自粛要請が出た期間の観光地の取材を行った番組からは「自治体の要請の効果等現状を伝えるために行った。観光地はインタビュー相手は顔を外したり等取材相手の希望によって行った」「例えば、時短の場合は、午後8時以降の灯りが消えた様子を伝える必要がある。県のバーベキュー施設が使用禁止にもかかわらず利用していた県民の実態を伝えるため」などの記述があった。

マスクをしていない人に対する取材に関しては、「現状を含め、今を伝える仕事だから。視聴者の代表として『見たい』『知りたい』『聞きたい』に答えるための取材だから」「屋外で感染のリスクが低い環境だったので、ノーマスクの人を取材した」などの意見が、自粛要請に従っていない飲食店の取材に関しては「コロナ禍における様々な立場の人の状況を伝えるため」などの意見がそれぞれ寄せられている。

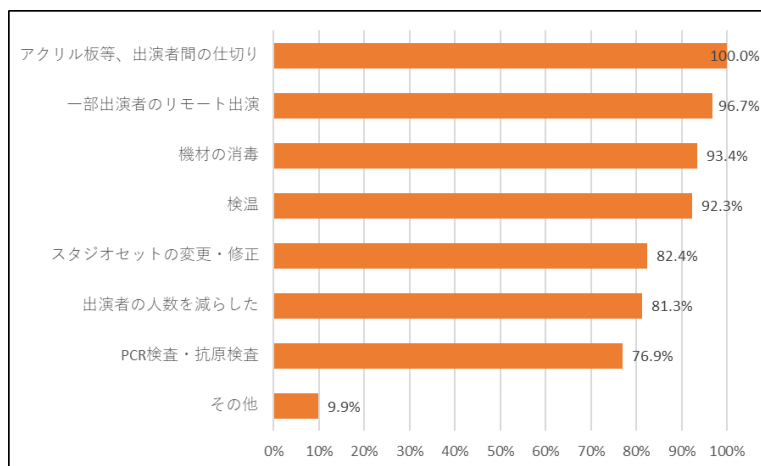
一方、これらの取材を「取材しなかった」との回答を見ると、「マスクをしていない、自粛飲食店への取材を行わなかったのは、スタッフの感染防止のため」などリスクを懸念する声や番組のテイストに合わないといった意見、さらには「ニュースと異なりバラエティ・情報系番組の場合、『なぜ従わないのか』など負の情報を示す重要性は低い」との見方も寄せられている。このほか「政府や自治体、マスクをしていない人などのコロナに関連したニュース取材は報道部に一任し、情報部では類似する取材は行わず、ニュース映像・原稿をそのまま情報番組で使用」との回答もあった。

(2) 取材・番組制作

① 情報番組内で導入したもの

担当する情報番組内で導入したものについて、選択肢からすべて選んでもらった。【図表 3-3-14】

図表 3-3-14. 情報番組内で導入したもの (n=91)



「アクリル板等、出演者間の仕切り」は全 91 番組が導入 (100.0%)。「一部出演者のリモート出演」(88 番組、96.7%)、「機材の消毒」(85 番組、93.4%)、「検温」(84 番組、92.3%) も 9 割以上の番組で、「ソーシャルディスタンスを保つためのスタジオセットの変更・修正」(75 番組、82.4%)、「出演者の人数を減らした」(74 番組、81.3%) も 8 割以上の番組で導入している。「その他」(9 番組、9.9%) は以下の記述があった。

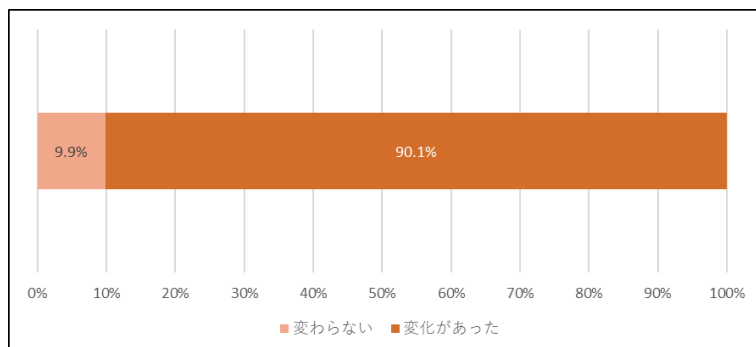
- ・スタジオ・控室等の定期的な換気。
- ・スタジオ内にサーキュレーターを設置し、より空気を循環させるようにした。
- ・大型の換気設備等を活用。
- ・サブなども人数を減らしアクリル板で間仕切りをするなど放送や取材体制もコロナ対応した。
- ・スタジオスタッフを減らす。ミーティングの縮小。
- ・会議はリモート中心にした。
- ・キャスターや番組スタッフをグループにわけての隔離作業。
- ・一般のゲスト (人気店の店長など) はスタジオに呼ばず、ロケ (TVR) 中心にしている。
- ・過去 1 週間行動歴の確認や体調についてのアンケートを実施。

② 取材から収録までの作業で変わったこと

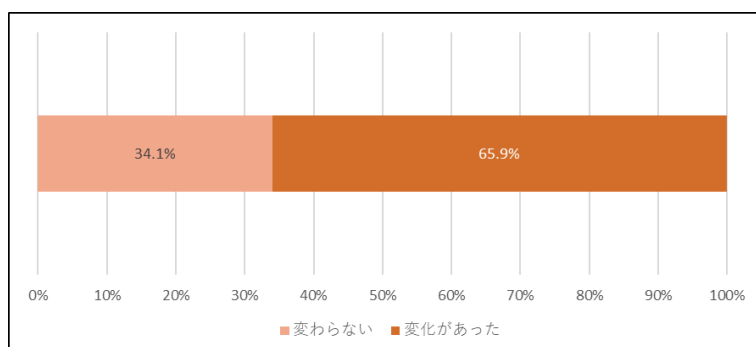
取材から編集、オンエアまでの作業について、それぞれコロナ禍前から変化があったかどうかを尋ねた。

取材、編集、番組送出および収録のいずれも、「変化があった」と答えた担当者のほうが多く、取材は、82 番組 (90.1%) が、編集は 60 番組 (65.9%)、番組送出および収録は 68 番組 (74.7%) が「変化があった」と答えている。【図表 3-3-15、3-3-16、3-3-17】

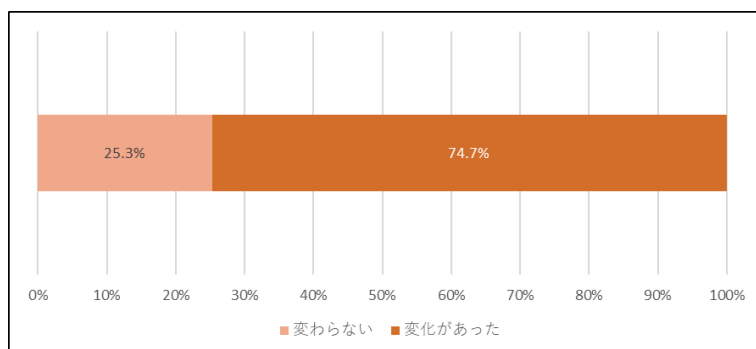
図表 3-3-15. 取材についての変化 (n=91)



図表 3-3-16. 編集についての変化 (n=91)



図表 3-3-17. 番組送出および収録についての変化 (n=91)



取材で「変化があった」との具体例が多かったのはコロナによる弊害を挙げる声。「取材対象が狭くなった。特に中継が難しい。誘客を呼び掛けるのではなくあくまで情報として取り上げる事が多くなった。一般取材対象者とのからみが厳しくなった。中継先での食リポが難しくなった」「感染状況次第で、東京から離れた遠方へ取材に行くことが難しくなった。事件に関する聞き込みなど、不特定多数の人に声かけをする取材が憚られるようになった。リモートでの取材で代用できるものはするようになった。ディレクターがいなくても、カメラクルーのみに取材をお願いすることも増えてきた。地方のリポーターやディレクターに委託するケースも増えた」「取材数が圧倒的に減った。マスコミ＝色々な人を取材しているので保菌していると誤解されてNGも多かった。これまでの取材対象であった飲食店・観光業も休業が増え、番組内でも『お出かけください!』という外出を促すことができなくなったのも取材減の要因」など意見があった。

また「例えばグルメものなど出演者を伴う取材を減らし、最小限の人数で取材する努力をした。撮影も静止画で可能なものは使用し、取材機会を減らし、スタジオでの試食などを行なった」など取材者の行動の変化や、取材相手との距離を保つための工夫をめぐる記述も目立つ。

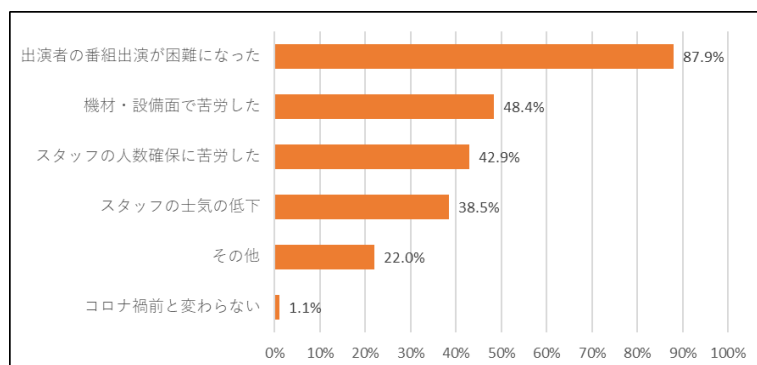
編集で「変化があった」こと具体例としては、演出面に関する記述が多い。「リモート出演をする場合、現地の映像と組み合わせるのに苦労した。また、取材に行けず、総集編で対応する放送回が複数回あった」「食レポなどのマスクなしの場面についてインサート映像を入れるなど感染対策に配慮」「ディスタンスや取材時期の明記など」「店内に入る際の消毒のシーンなどをあえて使うために編集のテンポを変えた」などその対応は多岐にわたっている。さらに「出演予定者が濃厚接触などの理由で急遽変更になる場合があり、変更に伴うVTRの再編集などもあった」といった記述もみられた。このほかにも作業面の変化や編集室のドアを開放するなど、物理的な変化も目立つ。

番組送出および収録で「変化があった」こと具体例は、スタジオ等の人数制限に関する変化を挙げる意見が多い。「スタジオが密にならないようスタッフ人数を絞った。カメラアシスタントが音声アシスタントを兼ねる。カメラ台数を減らす。また、外部スタッフを減らし内部スタッフで回すようにした」などの対応や「スタジオの人数を減らしたり別スタジオからリモート出演したりしているためスタジオの温かい雰囲気を出すことが難しくなった」といった弊害もあったようだ。また、情報番組においても3密回避やアクリル板の設置などが行われている。このほか「従来は音漏れを避けるため、スタジオは密閉していたが、換気のため扉を全開にして若干の音漏れは許容することにした」「放送時間の短縮やコーナーの差替えなど行った」「打合せなどはインカムやスピーカーなどで行い、反省会も気になる点のみメールで伝えるなど」といった記述もみられている。

③ 情報番組の制作上、苦労したこと

コロナ禍において担当する情報番組の制作上、苦労したことを選択肢からあてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-3-18】

図表 3-3-18. 情報番組の制作上、苦労したこと (n=91)



最も多かったのが「出演者の番組出演が困難になった」で 80 番組 (87.9%) が回答。

これ以外は「機材・設備面で苦労した」が 44 番組（48.4%）、「スタッフの人数確保に苦労した」39 番組（42.9%）「スタッフの士気の低下」35 番組（38.5%）となっている。

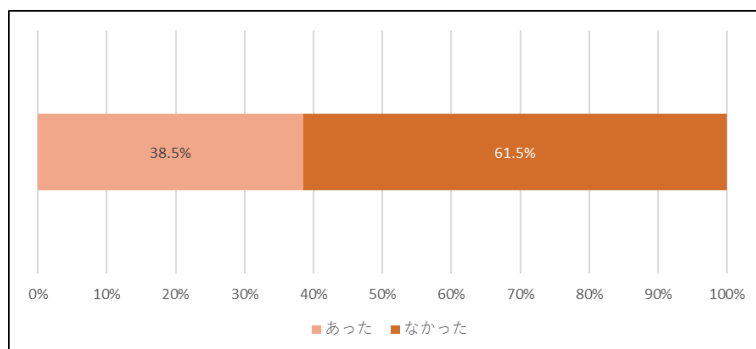
「その他」（20 番組、22.0%）では、「県の自粛要請のレベルに合わせて内容や表現を臨機応変に変更する。取材予定のイベントや自社イベントも感染状況によって内容が変わったり中止になることが多く、時間のないなか対応を迫られた」「緊急事態宣言化での取材先の確保、放送の在り方、見せ方など、視聴者にも『コロナ警察』が多かったのですべてのシーンの撮影方法や、取材先の選定など、常に『コロナ』を頭に浮かべて制作した」といった内容面に関する記述などが寄せられている。

(3) 情報源・情報の利用・デマ対策

① ネットから得た情報を情報番組で扱ったこと

ネットから得た情報を担当する情報番組で扱ったことがあるかどうかを尋ねた。【図表 3-3-19】

図表 3-3-19. ネットから得た情報を情報番組で扱ったこと (n=91)

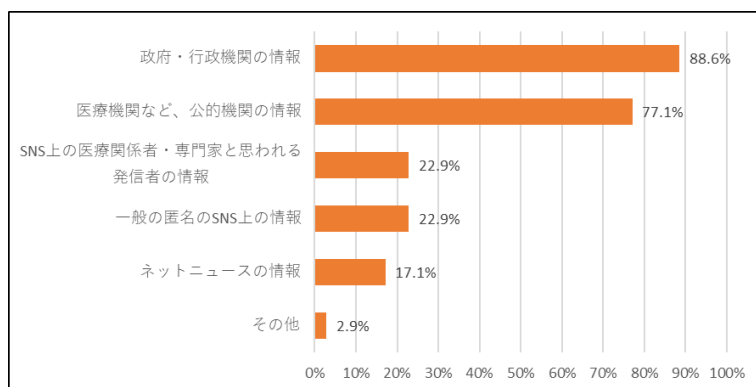


「あった」と答えたのは 35 番組（38.5%）、「なかった」は 56 番組（61.5%）だった。

② ネット上の扱ったことのある情報

ネット上のコロナ関連の情報を扱ったことが「あった」と回答した 35 番組に、どのような情報を扱ったのか、あてはまるものをすべて選んでもらった。【図表 3-3-20】

図表 3-3-20. ネット上の扱ったことのある情報 (n=35)



最も多かったのが「政府・行政機関の情報」で 31 番組（88.6%）が回答。「医療機関な

ど、「公的機関の情報」が 27 番組（77.1%）で、「ネットニュースの情報」は 6 番組（17.1%）、「SNS 上の医療関係者・専門家と思われる発信者の情報」「一般の匿名の SNS 上の情報」はいずれも 8 番組（22.9%）に留まった。

「その他」（1 番組、2.9%）からは、「自社のアプリで視聴者からコロナに関する質問を募集した」との記述があった。

● 正確性の担保

ネット上のコロナ関連の情報の扱いに関し、正確性を担保するために実施したことを記述してもらった（回答 35 番組）。

「感染症に詳しい医師に内容を確認した」「記者会見での直接確認」「いくつかのサイトを確認し、正確性を確認した」「当該機関・施設への電話確認。および、報道部との連携」「ネット上のみの情報をそのまま紹介することは避け『必ず当事者に独自に当たる』『専門家の意見を聞き真実性を担保する』などの作業を経た上で紹介する方針に則った」など、確認作業や裏どりが行われている。公的機関の情報のみ扱うといった意見も目立った。

③ 「デマ」や間違った情報を正すために番組で行ったこと

コロナ関連の情報をめぐり、ネット上をはじめとする「デマ」や間違った情報を正すために番組で行ったことを記述してもらった。回答のあった 43 番組で「特に行っていない」などを除く、主な取り組みは以下のとおり。

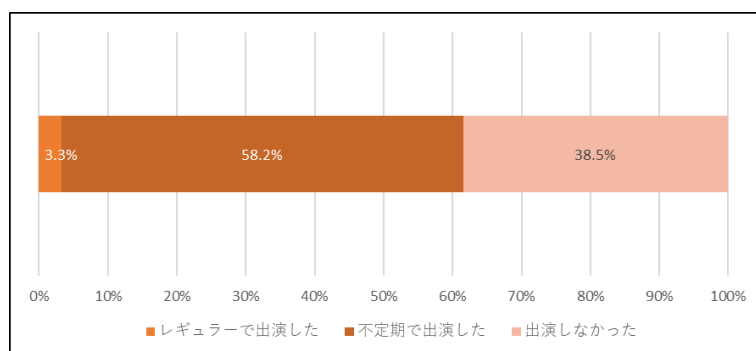
- ・視聴者から寄せられた意見や質問に専門家が答えたり、解説するという形で正しい情報を伝えた。
- ・デマの被害にあった人へのインタビュー取材を行った。
- ・コロナワクチンをめぐるデマについて具体的に取り上げ、一つ一つ信頼できる専門家に解釈、反証してもらった。河野大臣出演の際に疑問点をぶつけて、回答を得た。不安は認めた上で、どこまでが事実とされていて、どこからがわからないところか冷静に伝えることを試みた。
- ・ネットの情報を扱うのではなく行政や専門家を意見をもとに展開するように常に努めている。
- ・科学的データを示すなどした。
- ・専門家を呼んで Q&A 方式で解説した。
- ・専門家が見解を述べた際に MC がネットのデマや間違った情報に流されないよう視聴者への注意喚起を促した。
- ・コロナ専門の医師に出演してもらい、デマにはデマ…とはっきり言っていただくなどした。
- ・「デマ」や間違った情報を真に受けないように注意喚起はした。

(4) 情報番組の出演者

① コロナ関連の専門家の出演

担当する情報番組における、コロナ関連の専門家の出演（リモートを含む）を「レギュラーで出演した」「不定期で出演した」「出演しなかった」から選んでもらった。【図表 3-3-21】

図表 3-3-21. コロナ関連の専門家の出演（n=91）

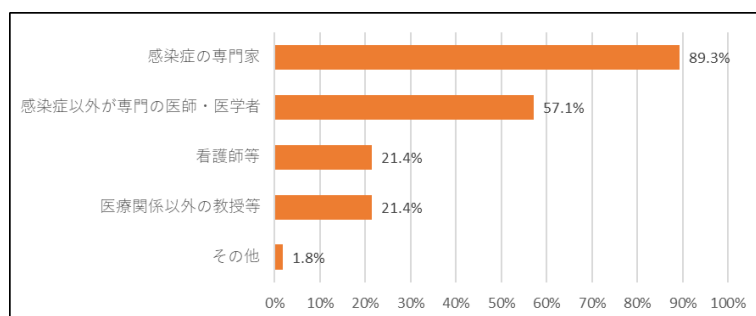


「不定期で出演した」が最も多く、53 番組（58.2%）、「出演しなかった」が 35 番組（38.5%）。「レギュラーで出演した」が 3 番組（3.3%）だった。

② 出演した専門家

担当する情報番組にコロナ関連の専門家が「レギュラーで出演した」「不定期で出演した」と答えた 56 番組の担当者に、出演した専門家について選択肢の中からすべて選んでもらった。【図表 3-3-22】

図表 3-3-22. 出演した専門家（n=56）



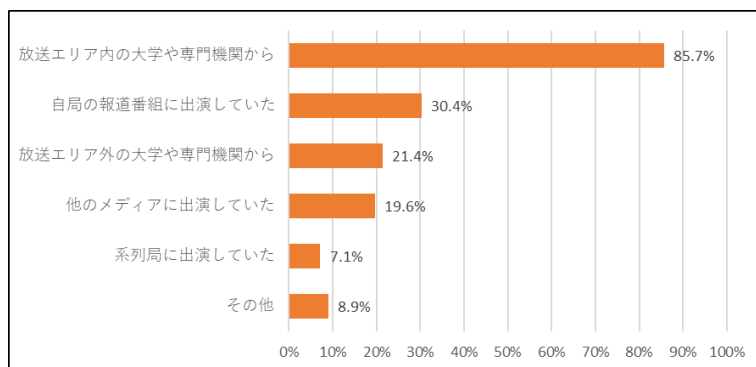
「感染症の専門家」が最も多く、50 番組（89.3%）が回答。「感染症以外が専門の医師・医学者」との回答が 32 番組（57.1%）、「看護師等（経験者も含む）」「医療関係以外の教授等」との回答がそれぞれ 12 番組（21.4%）からあった。

その他 1 番組（1.8%）からは「感染症に詳しい医師」との記述があった。

③ 専門家を人選したきっかけ等

前の設問と同じ 56 番組の担当者に専門家を人選したきっかけ等を選択肢の中からすべて選んでもらった。【図表 3-3-23】

図表 3-3-23. 専門家を人選したきっかけ等 (n=56)



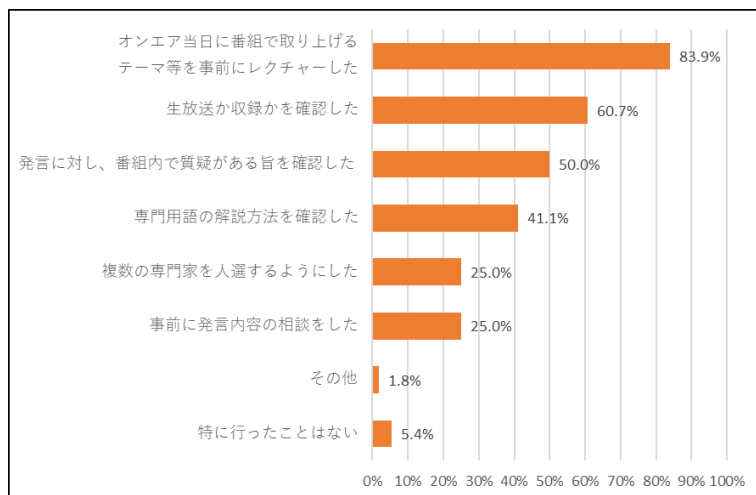
最も多かったのが「放送エリア内の大学や専門機関から」で 48 番組 (85.7%) が選択。このほか「自局の報道番組に出演していた」を選択したのが 17 番組 (30.4%)、「放送エリア外の大学や専門機関から」が 12 番組 (21.4%)、「他のメディアに出演していた」が 11 番組 (19.6%) などとなっている。

「その他」(5 番組、8.9%) には「自社の医療情報番組に出演していた」「所属機関の公式 HP 等を参照した上でオファー」「県医師会の紹介」「県の感染症対策委員会の委員長であるため」「もともと不定期で出演していた医療関係者」との記述があった。

④ 専門家の発言等に関して配慮した点

専門家が出演した 56 番組の担当者に専門家の発言の際に配慮した点などを選択肢からすべて選んでもらった。【図表 3-3-24】

図表 3-3-24. 専門家の発言等に関して配慮した点 (n=56)



最も多かったのが「オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした」で 47 番組 (83.9%)。また、「生放送か収録かを確認した」を 34 番組 (60.7%) が、「発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した」を 28 番組 (50.0%) が挙げた。このほか「専門用語の解説方法を確認した」が 23 番組 (41.1%) などとなっている。なお「複数の専門家を人選するようにした」のは 14 番組 (25.0%) だった。

「事前に発言内容の相談をした」は14番組（25.0%）。主な相談内容等は以下のとおり。

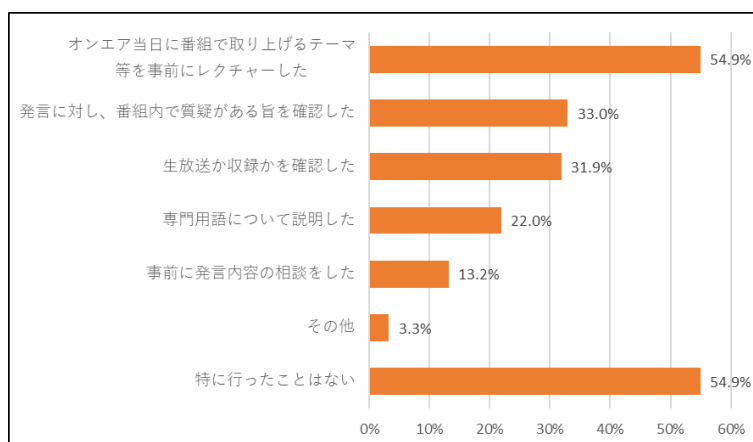
- ・ コロナの特徴・ワクチンの効果など視聴者が疑問に思うだろうことについての事前打ち合わせを実施。
- ・ 収録なので台本を作成し、あらかじめ内容をチェックしてもらった。
- ・ 特に実証やエビデンスの無い内容に関しての発言には留意した。
- ・ 事前に質問状を送り、大まかな回答の内容を確認。不明な点は確認し、趣旨が正しく伝わるようにした。
- ・ 事前に番組側からの質問等を準備し、ご出演いただくようにした。
- ・ 県の対応ステージを踏まえた県民へのメッセージなど。
- ・ ワクチン接種に対する不安の声を上げる際、どのような言葉でそれを和らげるのかなど。
- ・ ワクチン接種の副反応について、製剤メーカーによるワクチン効果について。
- ・ 感染予防法など。
- ・ ウイルスの特性、正しい感染対策、ワクチンの種類や副反応について。
- ・ ワクチン接種の問題について。

このほか「その他」（1番組、1.8%）は「ボード展開する際のイラストや文言を放送前に確認した」との記述があった。

⑤ コメンテーターにコロナ関連の発言を求める際に行ったこと

担当する情報番組に出演するコメンテーターに対し、コロナ関連の発言を求める際に行ったことではまるものを選択肢からすべて選んでもらった。【図表 3-3-25】

図表 3-3-25. コメンテーターにコロナ関連の発言を求める際に行ったこと（n=91）



「オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした」と「特に行ったことはない」が最も多くいずれも50番組（54.9%）が選択。「発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した」が30番組（33.0%）、「生放送か収録かを確認した」が29番組（31.9%）、「専門用語について説明した」が20番組（22.0%）。なお、「事前に発言内容の相談をした」12番組（13.2%）の主な相談内容は以下のとおり。

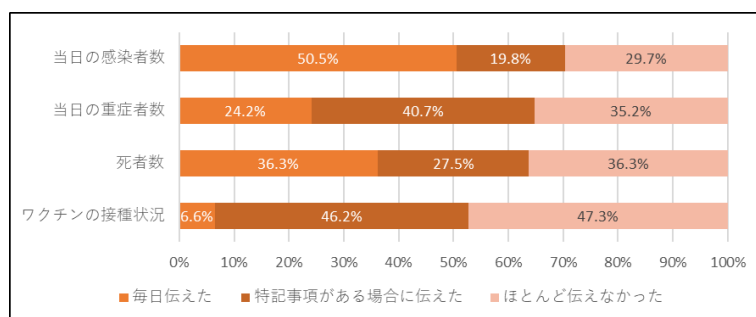
- ・台本を作成し、話の大筋を決めていた。
 - ・特に実証やエビデンスの無い内容に関しての発言には留意した。
 - ・全国のご当地グルメを紹介するコーナーにおけるコメントをする際、「現地に行って食べましょう！」という呼びかけをしないようお願いした。
 - ・事前に客観的事実を共有。
 - ・専門家が説明する内容を伝えたくて、疑問点などを聞いた。その疑問を専門家に伝えた。
 - ・番組外部関係者にコロナ陽性者が出た際の発言内容について説明した。
 - ・あらかじめ用意した質問事項を確認した程度。
 - ・ワクチン接種について中立であること、など偏らない発言の確認。
 - ・ワクチンを打つべきかどうかなど。
- 「その他」（3番組、3.3%）はいずれもコメンテーターの出演がない旨の回答だった。

(5) 報道内容

① 地元エリアのコロナに関する事項 伝えた頻度

担当する情報番組で、地元エリアの都道府県のコロナに関する以下の事項について、番組内のニュース枠を除き、どれくらいの頻度で伝えたか、「毎日伝えた」「特記事項がある場合に伝えた」「ほとんど伝えなかった」の3段階で尋ねた。【図表 3-3-26】

図表 3-3-26. 地元エリアのコロナに関する事項 伝えた頻度 (n=91)



当日の感染者数は「毎日伝えた」が最も多く 46 番組 (50.5%) が回答。「特記事項がある場合に伝えた」は 18 番組 (19.8%) 「ほとんど伝えなかった」が 27 番組 (29.7%) だった。

当日の重症者数は、「特記事項がある場合に伝えた」が最も多く 37 番組 (40.7%)、次いで「ほとんど伝えなかった」が 32 番組 (35.2%)。「毎日伝えた」は 22 番組 (24.2%) だった。

死者数 (当日発表の人数) は「毎日伝えた」と「ほとんど伝えなかった」がいずれも 33 番組 (36.3%)、「特記事項がある場合に伝えた」は 25 番組 (27.5%) だった。

地元放送エリアでの開始以降のワクチンの接種状況は、「ほとんど伝えなかった」が最

も多い（43 番組、47.3%）。次が「特記事項がある場合に伝えた」で 42 番組（46.2%）。「毎日伝えた」は 6 番組（6.6%）となっている。

② 会見や緊急事態宣言の発令等 伝えた頻度

担当する情報番組において、総理大臣の会見などをそれぞれどれくらいの頻度で伝えたかを「発表等があった日に必ず伝えた」「特記事項がある場合に伝えた」「ほとんど伝えなかった」の 3 段階で尋ねた（番組内のニュース枠を除く）。

尋ねたのは、

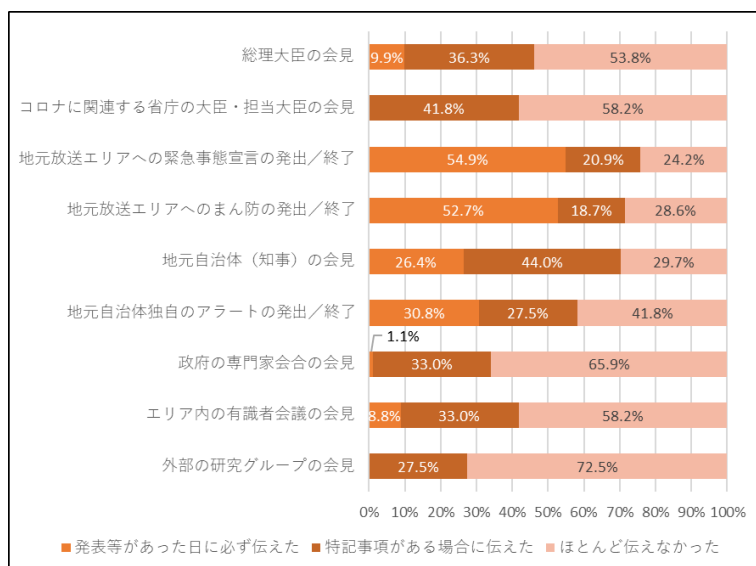
政府関連：「総理大臣の会見」「コロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見」

自治体関連：「地元放送エリアの都道府県に対する緊急事態宣言の発出／終了」「地元放送エリアに対するまん延防止等重点措置の発出／終了」「地元自治体（知事）の会見」「『東京アラート』など、地元自治体独自のアラートの発出／終了」

その他：「政府の専門家会合の会見」「エリア内の都道府県の有識者会議の会見」「外部の研究グループの会見」

について。【図表 3-3-27】

図表 3-3-27. 会見や緊急事態宣言の発令等 伝えた頻度（n=91）



「総理大臣の会見」は「ほとんど伝えなかった」が最も多く（49 番組、53.8%）、次いで「特記事項がある場合に伝えた」（33 番組、36.3%）。「発表等があった日に必ず伝えた」は 9 番組（9.9%）だった。「コロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見」も「ほとんど伝えなかった」が最も多く 53 番組（58.2%）で、「特記事項がある場合に伝えた」は 38 番組（41.8%）。「発表等があった日に必ず伝えた」の番組はなかった。いずれも政府の会見は情報番組ではあまり扱っていないことがうかがえる。

「地元放送エリアの都道府県に対する緊急事態宣言の発出／終了」は「発表等があった日に必ず伝えた」が最も多く 50 番組（54.9%）。「ほとんど伝えなかった」が 22 番組

(24.2%)、「特記事項がある場合に伝えた」が19番組(20.9%)となっている。「地元放送エリアに対するまん延防止等重点措置の発出/終了」も同様に「発表等があった日に必ず伝えた」が48番組(52.7%)、「ほとんど伝えなかった」が26番組(28.6%)、「特記事項がある場合に伝えた」が17番組(18.7%)。このように地元の視聴者の行動にかかわる情報は半数以上の番組が発表時に必ず伝えているようだ。

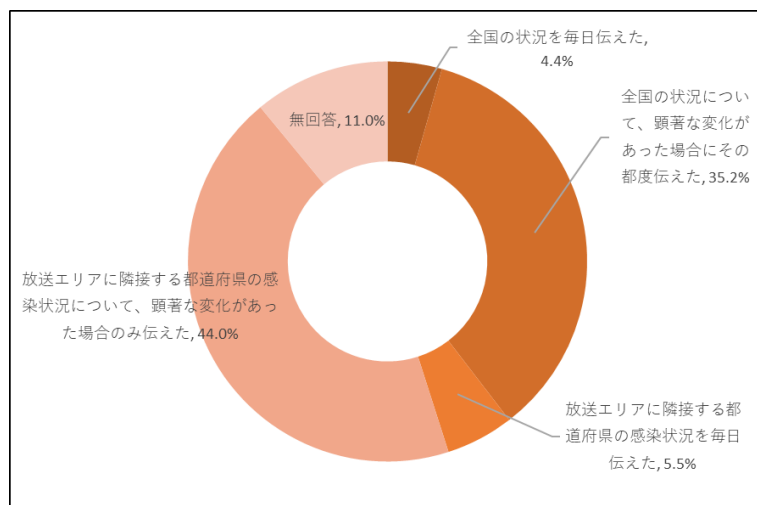
「地元自治体(知事)の会見」は、「特記事項がある場合に伝えた」が最も多く(40番組、44.0%)、次いで「ほとんど伝えなかった」(27番組、29.7%)で、「発表等があった日に必ず伝えた」は24番組(26.4%)。このように会見は、緊急事態宣言やまん防ほどは扱われていないことがうかがえる。なお『東京アラート』など、地元自治体独自のアラートの発出/終了は、「ほとんど伝えなかった」が最も多く(38番組、41.8%)、次いで「発表等があった日に必ず伝えた」(28番組、30.8%)、「特記事項がある場合に伝えた」(25番組、27.5%)の順だった。

「政府の専門家会合の会見」は「ほとんど伝えなかった」が最も多く(60番組、65.9%)、「特記事項がある場合に伝えた」は30番組(33.0%)で、「発表等があった日に必ず伝えた」は1番組(1.1%)だった。「エリア内の都道府県の有識者会議の会見」も同様に、「ほとんど伝えなかった」が53番組(58.2%)「特記事項がある場合に伝えた」が30番組(33.0%)、「発表等があった日に必ず伝えた」が8番組(8.8%)。「外部の研究グループの会見」も「ほとんど伝えなかった」が66番組(72.5%)、「特記事項がある場合に伝えた」が25番組(27.5%)で、「発表等があった日に必ず伝えた」番組はなかった。このように情報番組で専門家の会合はあまり優先順位が高くなかったことがうかがえる。

③ 放送エリア外のコロナの感染状況

担当する情報番組で番組内のニュース枠を除き、放送エリア外のコロナの感染状況はどのように伝えたかを尋ねた。【図表 3-3-28】

図表 3-3-28. 放送エリア外のコロナの感染状況 (n=91)



最も多かったのが「放送エリアに隣接する都道府県の感染状況について、顕著な変化が

あった場合のみ伝えた」で 40 番組 (44.0%)。「全国の状況について、顕著な変化があった場合にその都度伝えた」(32 番組、35.2%) がこれに次いだ。「放送エリアに隣接する都道府県の感染状況を毎日伝えた」は 5 番組 (5.5%)、「全国の状況を毎日伝えた」は 4 番組 (4.4%) だった。

④ 「わかりやすさ」の観点で注力したこと

コロナ禍の報道に関し「わかりやすさ」の観点で特に注力したことを自由記述で挙げてもらった (回答 79 番組)。

「特になし」を除く 67 の記述を見ると、「状況の図式化などビジュアルで理解できる形を意識」「感染者数の推移グラフなどを見やすくなるようにデザインした」「テロップやイラストなどを使用し、視聴者に視覚的に伝わるよう感染防止対策などを伝えた」などビジュアル面の工夫や、「専門用語を多発しない一方で、理解に不可欠な『新たな専門用語』について、分かりやすく解説する」「原稿の基本は『中学 2 年生が理解できるレベル』として、専門用語はかならず『言い換え』を行った」など専門用語の平易化が目立つ。「新規感染者数をカレンダー形式でパターンにし、毎日数字を書き込んだ。感染対策について常にパターンを用意」といった工夫も。さらに「東京発の情報はあふれているので、県内での感染状況・ワクチンの接種状況について力を注いだ」「県のステージや市のステージが変わった際は情報番組で伝えた。県や市が会見をするので、その内容を軸に今後どのような対策を講じるのか (時短営業、県外への移動自粛等) を中心に紹介。感染者数が増える⇒県や市が会見をする⇒ステージが変わる⇒情報番組で紹介するという流れ」「同じ時間帯に、当日の感染者速報をオンエアするよう調整した」などの取り組みも行われている。

⑤ コロナ禍によって伝えられなかった、報道量が減った事項

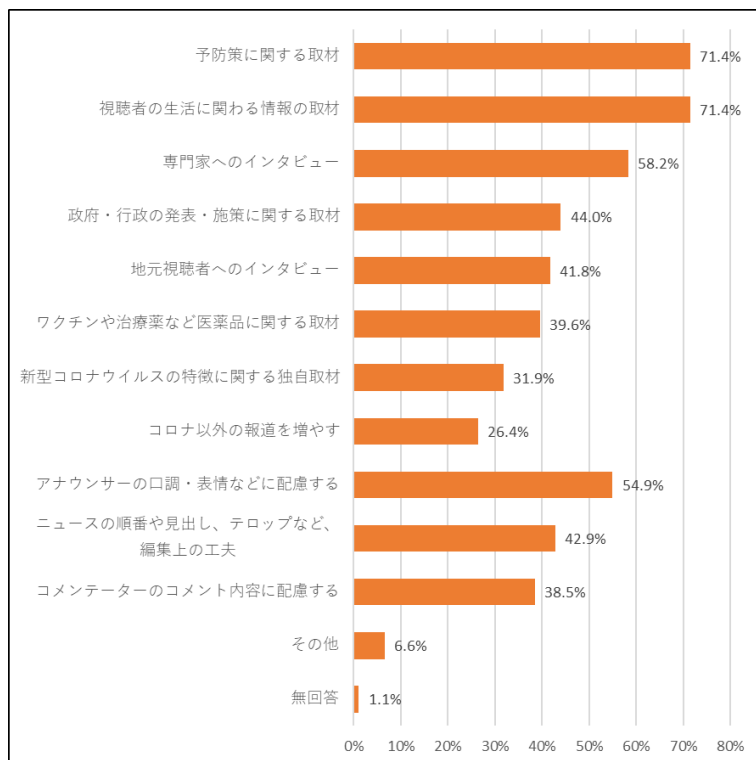
コロナ禍によって伝えられなかった、あるいは報道量が減った事項を自由記述で記述してもらった。(回答 71 番組)。

「特になかった」を除く 54 の記述を見ると、これまで担当する情報番組で扱っていたさまざまな情報が伝えられなかったことがうかがえた。中でも飲食店やグルメに関する情報、行楽や観光に関する情報などが目立つ。「長時間の密着取材が必要なもの。観光情報。一般の方と触れ合う街頭インタビューやぶらり旅企画」などの事例や「相対的に明るいニュースの量が減った。社会の中で出回るニュースのうち、コロナ関連情報に割かれた分が単純に減っている実感がある」といった意見が寄せられている。

⑥ 情報番組で視聴者の不安を解消するために実施したこと

自身の情報番組で視聴者の不安を解消するために実施したことであてはまるものを選択肢からすべて選んでもらった。【図表 3-3-29】

図表 3-3-29. 情報番組で視聴者の不安を解消するために実施したこと (n=91)



取材、報道面は、「予防策（マスクの着用や手洗い、3密回避の奨励など）に関する取材」と「視聴者の生活に関わる情報（物流や休業・時短営業など）の取材」をいずれも65番組（71.4%）が挙げている。これに「専門家（医師・学者）へのインタビュー」（53番組、58.2%）が次いだ。このほか、「政府・行政の発表・施策に関する取材」（40番組、44.0%）、「地元視聴者へのインタビュー」（38番組、41.8%）、「ワクチンや治療薬など医薬品に関する取材」（36番組、39.6%）をそれぞれ約4割の番組が挙げている。「コロナ以外の報道を増やす」は24番組（26.4%）だった。

編集・演出面での不安解消策は「アナウンサーの口調・表情などに配慮する」を50番組（54.9%）が挙げた。このほか「ニュースの順番や見出し、テロップなど、編集上の工夫」（39番組、42.9%）、「コメンテーターのコメント内容に配慮する」（35番組、38.5%）をおよそ4割の番組が挙げている。

「その他」（6番組、6.6%）の記述は以下のとおり。なお、「番組ではコロナの情報を扱わない」との回答もあった。

- ・取材は主に電話による情報収集やうら取り。ニュースの扱いはコロナ優先。水族館や動物園、旅行などのオンライン配信を紹介することが少しでもおうち時間を楽しめる機会になれば、を心がけてきた。
- ・ゲストに、医師免許を持った芸人がいるので、その人が出演する場合は、新型コロナウイルスの情報をわかりやすく説明することを心掛けた。
- ・視聴者からの質問（を取り上げた）。

・コロナ禍でがんばる飲食店など元気の出る話題を取り上げた。

⑦ コロナ禍の取材・報道における悩み・苦労したこと

コロナ禍の取材・報道における悩みや、自身が最も苦労したことを自由記述で答えてもらった。

回答のあった79の意見を見ると、多かったのはスタッフをめぐる記述。「スタッフや出演者が感染すると、予防的措置で関連のスタッフを自宅待機にせざるを得なくなり、番組運営が非常に苦しくなったこと」「出演者やスタッフが感染した場合、その周辺も濃厚接触者に該当し自宅待機となってしまうため、少数で番組を制作するローカル局にとって人（出演者・スタッフ）の確保が一番の問題。取材時の移動も車内の密を避けるためロケ車を1台から2台することによってコスト面でも負担が大きい」など感染対策をめぐる苦労のほか、「ソーシャルディスタンスやマスクの着用ルールなど、ほうっておくとゆるくなっていきがちの中で、スタッフ出演者が感染防止を最優先し取材する意識作り」「スタッフの健康管理と士気の低下」といった意見もみられた。

また、「取材について対象者との合意形成について、従来に増して丁寧に説明をする必要が生じた」「取材対象者に直接面会して取材するのが基本だが、直接会うことが難しいこと。明るい情報を伝えようとしても逡巡してしまうこと」「取材を断られることが多くなった。そして取材ができるようになった時の感染対策。取材対象者にはマスクをしてもらうのはマスト（フェイスシールドなど不可）。距離の確保、換気できる場所など、取材場所での制約を確保するのが困難な時が多々あった。また、時短要請が出ている時の、地元飲食店の紹介方法なども困難だった」など取材に関する困難も吐露されている。

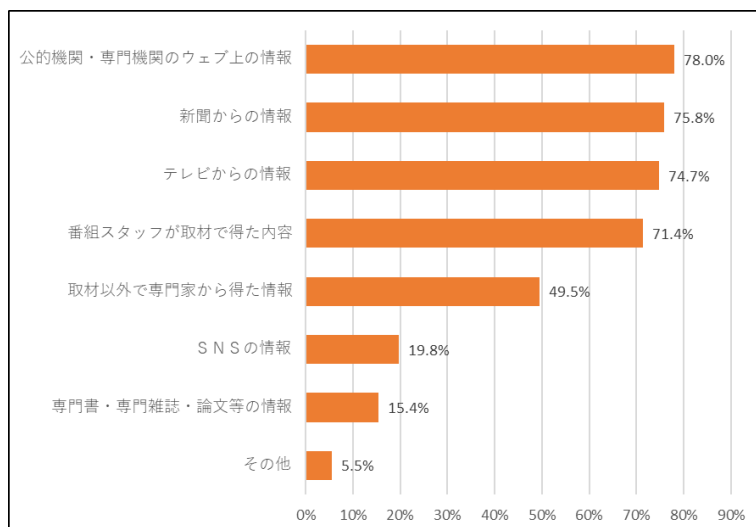
さらに「地元の観光地やお店を応援したいがどのようなスタンスで紹介したらよいか常に悩む。特に取材時期と放送時期の短期間に大きく感染状況が悪化すると放送を延期、中止したり、内容を変更したりと手探りで対応した」「感染拡大の状況にあり視聴者に行動自粛を促す一方で、実際のところどこまでの自粛が必要なのか？東京五輪の競技結果を伝えながら、感染拡大の危機的状況も伝える、報道姿勢のバランスのとり方で日々迷った。今もその迷いと葛藤している」など、企画や取り上げ方に関する悩みも多く寄せられた。

(6) 新型コロナウイルスに関する知識・理解

① コロナ関連の知識に関して共有したもの

担当する情報番組のスタッフ間で、コロナ関連の知識に関して共有したものを選択肢の中からすべて挙げてもらった。【図表 3-3-30】

図表 3-3-30. コロナ関連の知識に関して共有したもの (n=91)



最も多かったのが「公的機関・専門機関のウェブ上の情報」で 71 番組 (78.0%) が選択。これに「新聞からの情報」69 番組 (75.8%)、テレビからの情報」68 番組 (74.7%)、「番組スタッフが取材で得た内容」65 番組 (71.4%) と続いた。「取材以外で専門家から得た情報」は 45 番組 (49.5%)、「SNS の情報」は 18 番組 (19.8%)、「専門書・専門雑誌・論文等の情報」は 14 番組 (15.4%) だった。「その他」(5 番組、5.5%) の記述は以下のとおり。

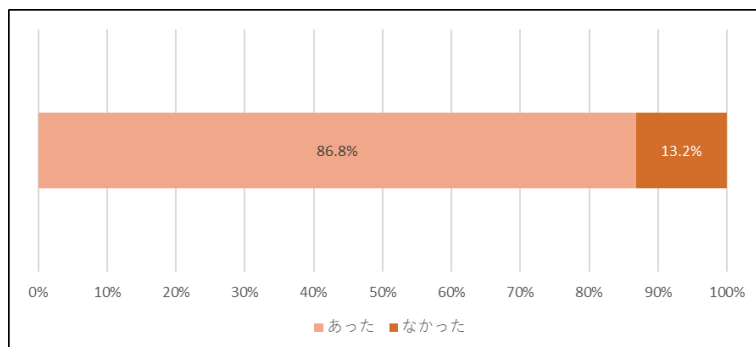
- ・ 社内の報道部門の対策マニュアルや、系列局の対策方法を参考にルールをつくり共有した。
- ・ 取材で得た情報。ネット局からの情報。
- ・ 社内のアナウンス、系列局の取材ルールなど。
- ・ 会社から発信してくる情報。
- ・ 報道部からの情報。

② コロナに関する知識についての相談

番組スタッフ間でコロナに関する知識について、相談があったかどうかを尋ねた。【図表 3-3-31】

「あった」が 79 番組 (86.8%)、「なかった」が 12 番組 (13.2%) だった。

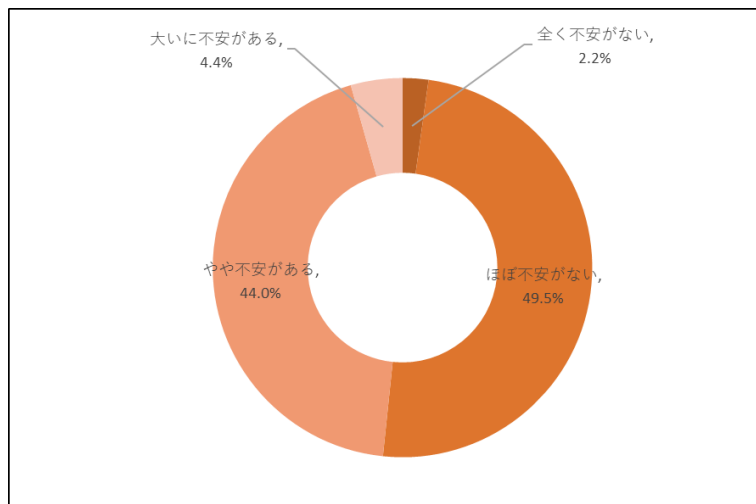
図表 3-3-31. コロナに関する知識についての相談 (n=91)



③ スタッフのコロナの知識・理解について

スタッフのコロナの知識・理解について、「全く不安がない」「ほぼ不安がない」「やや不安がある」「大いに不安がある」の4段階で尋ねた。【図表 3-3-32】

図表 3-3-32. スタッフのコロナの知識・理解について (n=91)



「ほぼ不安がない」が最も多く 45 番組 (49.5%) が回答。「全く不安がない」は 2 番組 (2.2%) と合わせると 5 割を超えた (51.7%)。「やや不安がある」は 40 番組 (44.0%) で、「大いに不安がある」は 4 番組 (4.4%) が回答した。

(7) 小括

① 取材・番組制作

情報番組もコロナ関連の独自取材に取り組んでおり、60.4%の番組が実施していた。この中では「視聴者の生活に関わる情報の取材」を行った番組が最も多い(行った社の89.1%が選択)。他方、コロナ患者を収容した病院内を取材した番組は2割、クラスターの発生した病院等を取材した番組は1割程度など、現場の取材は報道番組に比べると実施した割合は低い(両者の比較は後述の「3.5」で詳報)。

対面取材は、緊急事態宣言等が発令された期間に8割以上の番組が対面取材を実施。一方で、対面取材を80.2%の番組が「不安があった」としており、コロナ禍の対面取材の

不安が大きかったことがここからもわかる。

人々の行動に関する取材は「外出自粛の要請が出た期間の観光地の取材」が 50.5%の番組で実施された以外は、「自粛要請よりも遅い時間帯の駅や繁華街の取材」は 31.9%、「マスクをしていない人」に取材したのは 17.6%、「自粛要請に従っていない飲食店」への取材は 13.2%と、実施していない割合が高い結果となった。

報道番組同様にオンライン取材が進展。2020 年 1 月以降、93.4%の番組が行っていると回答している。感染リスクの低減、時間や空間的な制約がなくなることがメリットに挙がる一方で、映像が乱れるといった映像や音声の問題、コミュニケーションの問題などが課題となった。

取材から収録までの作業で変わったことについて、取材は 90.1%、編集は 65.9%、番組送出および収録は 74.7%の番組が「変化があった」と答えており、いずれも変化が多かったことがうかがえる。番組の制作上、苦労したことは「出演者の番組出演が困難になった」が最も多い (87.9%)。

こうした中、情報番組でも感染対策に取り組まれており、アクリル板など出演者間の仕切りは 100%の番組、一部出演者のリモート出演、機材の消毒、検温もおよそ 9 割以上の番組が導入している。

② 出演者

自社制作の情報番組で、コロナ関連の専門家は不定期で出演した番組が最も多い (58.2%) が、「出演しなかった」も 38.5%あった。出演が最も多かったのは感染症の専門家 (出演のあった番組の 89.3%が回答) で、人選は放送エリア内の大学や専門機関からが最も多い (出演のあった番組の 85.7%が回答) が、「自局の報道番組に出演していた」も出演のあった番組の 30.4%が選択している。

専門家の発言等に関して、「オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした」番組が多く、出演のあった番組の 83.9%が回答。複数の専門家を人選するようにした番組は 25.0%だった

コメンテーターにコロナ関連の発言を求める際に行ったことでは、「オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした」と「特に行ったことはない」が最も多く、いずれも半数以上の番組 (54.9%) が選択しており、対応が分かれている。

③ 報道

当日の感染者数は「毎日伝えた」(50.5%)、当日の重症者数は「特記事項がある場合に伝えた」(40.7%)、死者数は「毎日伝えた」と「ほとんど伝えなかった」(36.3%)、ワクチンの接種状況は「ほとんど伝えなかった」(47.3%) がそれぞれ最も多い。

放送エリア以外のコロナの感染状況は、「放送エリアに隣接する都道府県の感染状況について、顕著な変化があった場合のみ伝えた」番組が最も多い (44.0%)。

視聴者の不安を解消するために、予防策や視聴者の生活にかかわる情報の取材に 7 割の

番組が取り組んだ。一方、アナウンサーの口調・表情に配慮したと答えた番組が 54.9%。編集上の工夫やコメンテーターのコメント内容に配慮した番組は 4 割程度。

④ 新型コロナウイルスに関する知識・理解

コロナ関連の知識に関して共有したもので最も多かったのが「公的機関・専門機関のウェブ上の情報」(78.0%)。

スタッフのコロナの知識・理解については「ほぼ不安がない」が最も多く (49.5%) 「全く不安がない」(2.2%) と合わせると 5 割を超えた (51.7%)。

3.4 クロス集計

地元放送エリアの都道府県における感染者数の多寡や緊急事態宣言／まん延防止等重点措置（まん防）の発令期間の長短は、各社の報道の現場や取材活動、伝え方にどのような影響を及ぼしているのだろうか——そこで、各社を感染者数別および緊急事態宣言／まん防の発令期間（以下、発令レベル）別に分けるとともに、キー局・準キー局およびローカル局などにカテゴライズしたうえで、それぞれクロス集計を行った。この結果を報告する。

(1) クロス集計の項目および調査した質問項目

クロス集計を行うにあたり、まず、各社を①キー局、準キー局および在名広域局（以下、「東名阪局」）、②いわゆる“基幹局”（本調査では、北海道、宮城、広島、福岡の4地区。以下、札幌広福局）、③ローカル・ネットワーク系列局（以下、ローカル・ネットワーク局）、④独立局——にカテゴライズした（以下「キー局／ローカル局」）。

次に、厚生労働省が2021年9月1日に発表した「国内における都道府県別のPCR検査陽性者数：2021年9月1日掲載分」データおよび総務省がまとめた2021年1月1日現在の「【総計】令和3年住民基本台帳人口・世帯数、令和2年人口動態（都道府県別）」基に、各都道府県の9月1日時点の人口10万人当たりの累計感染者数を算出。各都道府県を

- 1：人口10万人当たり500人未満（以下「感染少」）
- 2：人口10万人当たり500人以上1000人未満（以下「感染中」）
- 3：人口10万人当たり1000人以上（以下「感染多」）

に分けた（以下「感染者数別」）。

さらに、内閣官房が2021年10月8日に発表した「新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言の実施状況に関する報告」と政府の新型コロナウイルス感染症対策本部長が発出する「新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置に関する公示」および鳥取県がまとめ、同県のウェブサイトで発表している「まん延防止等重点措置まとめ」を基に、2021年9月30日までの各都道府県の緊急事態宣言とまん防の発令期間をプロット。

- A：1回目の緊急事態宣言のみ（以下「1回のみ」）
- B：緊急事態宣言とまん防が発令された期間が合わせて100日未満（以下「100日未満」）
- C：緊急事態宣言とまん防の発令期間が合わせて100日以上（以下「100日以上」）
- D：緊急事態宣言発令期間100日以上で、かつ、まん防発令期間と合わせて150日以上（以下「150日以上」）

に分けた（以下「発令レベル別」）。

なお、在京キー5社は「東京」、在名社は「愛知」、在阪社は「大阪」に分類した。ちなみに感染者が最も少ない「感染少」の県には新潟や長野のように2022年1月に初めて「まん防」が発令されたエリアや、愛媛や熊本など本調査の対象とした2021年10月までにすでに「まん防」が発令されたエリアもある。

この3分類と、以下の設問とでクロス集計を行った。

報道責任者アンケート：▽マンパワー▽コロナ対応の責任者の設置▽責任者の役職▽感染拡大防止策の継続状況▽コロナ取材を担当する記者の設置▽コロナの取材・ニュースを担当するデスクの設置▽部員のコロナに対する知識・理解▽取材から収録までの作業で変わったこと（取材、編集、番組送出および収録）

報道デスクアンケート：▽コロナ禍における対面取材▽ネットから得た情報▽コロナ関連の専門家の出演▽放送エリア外のコロナの感染状況▽チーム内のコロナの知識・理解▽コロナの取材・報道内容に関する社内での議論

情報番組担当者アンケート：▽情報番組スタッフによるコロナ関連の独自取材▽コロナ禍における対面取材▽取材から収録までの作業で変わったこと（取材、編集、番組送出および収録）▽ネットから得た情報▽コロナ関連の専門家の出演▽放送エリア外のコロナの感染状況▽スタッフのコロナに対する知識・理解

また、報道責任者においては、上記3分類とのクロス集計とは別に、

- ・マンパワー×部員のコロナに対する知識・理解
- ・コロナ取材を担当する記者の設置×コロナの取材・ニュースを担当するデスクの設置でのクロス集計も行った。

これらのクロス集計結果を「IBM SPSS Statistics27」でPearsonのカイ2乗検定を行った。上記クロス集計のうち統計学的に有意のある「有意水準5%未満」を満たし、相関がみられたものを報告する。

(2) 分析結果

① 報道責任者アンケート

まず、相関がみられたのは「キー局／ローカル局別」の区分とコロナ対応の責任者の設置に関してであった。【図表3-4-1】

図表3-4-1. 「キー局／ローカル局別」×コロナ対応の責任者の設置

	責任者を置いた	置かない
東名阪 (12)	75.0%	25.0%
札仙広福 (15)	33.3%	66.7%
ローカル・ネットワーク局 (61)	39.3%	60.7%
独立 (13)	15.4%	84.6%
全体 (n=101)	39.6%	60.4%

$t < 0.021$

また、「責任者を置いた」40社においても、東名阪、札仙広福局や独立局においては、局長クラスの責任者は置かず、部長クラスが中心だったのに対し、ローカル・ネットワーク局では45.8%の社が局長クラスの責任者を置いている。【図表3-4-2】

図表3-4-2. 「キー局／ローカル局別」×責任者の役職

	局長クラス	部長クラス	その他
東名阪 (9)	0.0%	77.8%	22.2%
札仙広福 (5)	0.0%	80.0%	20.0%
ローカル・ネットワーク局 (24)	45.8%	54.2%	0.0%
独立 (2)	0.0%	100.0%	0.0%
全体 (n=40)	27.5%	65.0%	7.5%

t<0.028

コロナ取材を担当する記者の設置をみると、「専従の記者を置いた」のは東名阪局のみ。また兼務で置いた割合が、ローカル・ネットワーク局のほうが札仙広福局および独立局よりも高くなっている【図表3-4-3】

図表3-4-3. 「キー局／ローカル局別」×コロナ取材を担当する記者の設置

	専従の記者を置いた	兼務で置いた	置かなかった
東名阪 (12)	25.0%	25.0%	50.0%
札仙広福 (15)	0.0%	26.7%	73.3%
ローカル・ネットワーク局 (61)	0.0%	32.8%	67.2%
独立 (13)	0.0%	15.4%	84.6%
全体 (n=101)	3.0%	28.7%	68.3%

t<0.000

一方で、コロナの取材・ニュースを担当するデスクの設置については、統計学的に有意な相関はみられなかった。

したがってコロナ対応の責任者の設置とその役職、コロナ担当の記者の設置は、いずれもキー局・準キー局か、いわゆる基幹局か、あるいはローカル・ネットワーク局か、独立局かどうかによるものであり、地元放送エリアの感染者数の多寡や緊急事態宣言／まん防の発令期間によって各社が対応したものではない、ということが分かる。

このほか、相関があったものについて報告する。

まず、各社の「マンパワー」に対する評価と、部員のコロナに対する知識・理解との相関をみると、「なんとか対応できる人数」で「ほぼ不安がなかった」社の割合が高い。「なんとか対応できる人数」で「やや不安だった」社がこれに次ぐが、一方で「対応するには不十分」で「やや不安だった」社も多かったことが分かる。【図表3-4-4】

図表3-4-4. マンパワー×部員のコロナに対する知識・理解について

		部員のコロナに対する知識・理解			合計 (n=101)
		全く不安が なかった	ほぼ不安が なかった	やや不安 だった	
マン パ ワ ー	十分に対応できる人数だった	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%
	なんとか対応できる人数だった	2.0%	33.7%	24.8%	60.4%
	対応するには不十分だった	3.0%	13.9%	21.8%	38.6%
	全く対応できなかった	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計 (n=101)		5.9%	47.5%	46.5%	100.0%

t<0.001

次に、コロナ取材を担当する記者の設置とコロナの取材・ニュースを担当するデスクの設置との関係を見ると、両方とも置かなかった社が最も多いこと、置いたとしても兼務の担当記者であったこと、そして両者を置いた社でもそれぞれ兼務だったことが分かる。

【図表3-4-5】

図表3-4-5. コロナ取材を担当する記者×コロナの取材・ニュースを担当するデスクの設置

		デスク			合計 (n=101)
		専従で置いた	兼務で置いた	置かなかった	
記 者	専従で置いた	0.0%	2.0%	1.0%	3.0%
	兼務で置いた	0.0%	9.9%	18.8%	28.7%
	置かなかった	0.0%	1.0%	67.3%	68.3%
合計 (n=101)		0.0%	12.9%	87.1%	100.0%

t<0.000

② 報道デスク・情報番組担当者アンケート

報道番組や情報番組の取り組みにおいては、感染者数や緊急事態宣言／まん防の発令期間と、番組で実施したこととで相関があるものがみられた。

● コロナ関連の専門家の出演

<報道番組>

まず、コロナ関連の専門家の出演に関しては、報道番組においては「キー局／ローカル局別」「感染者数別」「発令レベル別」のいずれにおいても、情報番組でも「キー局／ローカル局別」「感染者数別」において、それぞれ相関があることが分かった。

報道番組におけるコロナの専門家の出演は、やはり東名阪局のほうが「レギュラーで出演」の割合が高く、ローカル・ネットワーク局になるとレギュラーで出演した割合は小さ

くなり、「出演しなかった」もみられる。また、独立局では「不定期で出演」のみとなっている。【図表 3-4-6】

図表3-4-6. 「キー局／ローカル局別」×報道番組へのコロナ関連の専門家の出演

	レギュラー で出演	不定期で 出演	出演 しなかった
東名阪 (10)	20.0%	80.0%	0.0%
札仙広福 (14)	7.1%	92.9%	0.0%
ローカル・ネットワーク局 (54)	1.9%	81.5%	16.7%
独立 (11)	0.0%	100.0%	0.0%
全体 (n=89)	4.5%	85.4%	10.1%

$t < 0.040$

次に、地元放送エリアの感染の多寡との相関をみると、感染者の多かった都道府県の報道番組で「レギュラーで出演」が多いのが目立つ。この分類には東京や大阪など大都市圏が含まれるため、そのことと関連すると考えられる。そして、いずれの形にせよ「出演した」割合は、感染の多寡と比例する形となり、感染者が少なかったエリアでは「出演しなかった」の割合が高くなっている。【図表 3-4-7】

図表3-4-7. 「感染者数別」×報道番組へのコロナ関連の専門家の出演

	レギュラー で出演	不定期で 出演	出演 しなかった
感染少 (33)	3.0%	72.7%	24.2%
感染中 (32)	0.0%	96.9%	3.1%
感染多 (24)	12.5%	87.5%	0.0%
全体 (n=89)	4.5%	85.4%	10.1%

$t < 0.001$

さらに地元放送エリアに発令された緊急事態宣言／まん防の「発令レベル」に関しても発令期間の最も長かったエリアの報道番組において「レギュラーで出演」が多いのが目立つ。発令期間の長かったエリアには東京や大阪など大都市圏が含まれるが、一方で、発令期間が 2020 年春の 1 回のみであったエリアにおいても専門家のレギュラー出演がみられた。総じて発令期間が長いエリアの報道番組ほど、なんらかの形で専門家が出演する割合が増えることが分かる。【図表 3-4-8】

図表3-4-8. 「発令レベル別」×報道番組へのコロナ関連の専門家の出演

	レギュラー で出演	不定期で 出演	出演 しなかった
1回のみ (23)	4.3%	65.2%	30.4%
100日未満 (23)	0.0%	91.3%	8.7%
100日以上 (18)	0.0%	100.0%	0.0%
150日以上 (25)	12.0%	88.0%	0.0%
全体 (n=89)	4.5%	85.4%	10.1%

t<0.002

<情報番組>

情報番組におけるコロナの専門家の出演は、札幌放送局の番組において「レギュラーで出演」を含めた「出演」の割合が高いのが目を引く。これらの地区はいわゆるローカルワイドが盛んでもあり、そのこととも関連すると考えられる。一方で、ローカル・ネットワーク局になると出演した割合が低くなり、独立局はより出演しなかった割合が高くなっている。【図表 3-4-9】

図表3-4-9. 「キー局／ローカル局別」×情報番組へのコロナ関連の専門家の出演

	レギュラー で出演	不定期で 出演	出演 しなかった
東名阪 (10)	10.0%	80.0%	10.0%
札幌放送局 (12)	16.7%	58.3%	25.0%
ローカル・ネットワーク局 (58)	0.0%	58.6%	41.4%
独立 (11)	0.0%	36.4%	63.6%
全体 (n=91)	3.3%	58.2%	38.5%

t<0.011

情報番組におけるコロナの専門家の出演は、地元放送エリアの感染者数の多寡でも相関がみられた。報道番組と同じように感染者の多かったエリアの情報番組でレギュラー出演の割合が高く、「出演しなかった」のは感染者の少なかったエリアの番組が多い。【図表 3-4-10】

図表3-4-10. 「感染者数別」 × 情報番組へのコロナ関連の専門家の出演

	レギュラーで 出演	不定期で 出演	出演 しなかった
感染少 (34)	0.0%	52.9%	47.1%
感染中 (34)	0.0%	67.6%	32.4%
感染多 (23)	13.0%	52.2%	34.8%
全体 (n=91)	3.3%	58.2%	38.5%

t<0.029

● ネットから得た情報の扱い

ネットから得た情報の扱いに関しては、報道番組においては、「キー局／ローカル局別」と「感染者数別」、情報番組においては「キー局／ローカル局別」「感染者数別」「発令レベル別」で、それぞれ相関があることが分かった。

<報道番組>

ネット上の情報を扱ったことのある報道番組が最も多かったのは、札幌広福局であった。他方、「なかった」の割合は独立局、ローカル・ネットワーク局の順に高くなっている。

【図表 3-4-11】

図表3-4-11. 「キー局／ローカル局別」 × 報道番組でネットから得た情報を扱ったこと

	あった	なかった	無回答
東名阪 (10)	80.0%	20.0%	0.0%
札幌広福 (14)	85.7%	7.1%	7.1%
ローカル・ネットワーク局 (54)	48.1%	51.9%	0.0%
独立 (11)	36.4%	63.6%	0.0%
全体 (n=89)	56.2%	42.7%	1.1%

t<0.006

一方、感染者の多寡に関しては、感染者が多かったエリアの報道番組ほど扱ったことの「あった」割合が増え、比例関係になっている。【図表 3-4-12】

図表3-4-12. 「感染者数別」 × 報道番組でネットから得た情報を扱ったこと

	あった	なかった	無回答
感染少 (33)	39.4%	60.6%	0.0%
感染中 (32)	65.6%	34.4%	0.0%
感染多 (24)	66.7%	29.2%	4.2%
全体 (n=89)	56.2%	42.7%	1.1%

t<0.037

<情報番組>

情報番組は、報道番組よりもさらに相関のみられる事象が多かった。まず、「キー局／ローカル局別」で見ると、東名阪の情報番組ほどネットから得た情報を扱い、ローカル・ネットワーク局ほど扱っていない割合が増えており、相反する結果となっている。【図表3-4-13】

図表3-4-13. 「キー局／ローカル局別」×情報番組でネットから得た情報を扱ったこと

	あった	なかった	無回答
東名阪 (10)	90.0%	10.0%	0.0%
札仙広福 (12)	33.3%	66.7%	0.0%
ローカル・ネットワーク局 (58)	31.0%	69.0%	0.0%
独立 (11)	36.4%	63.6%	0.0%
全体 (n=91)	38.5%	61.5%	0.0%

t<0.005

「感染者数別」において、ネット上の情報を番組で最も扱っていたのは感染者の多かったエリアの情報番組であった。このほかのエリアの情報番組では「なかった」の割合が大きく、したがって「感染者が多いエリア」の番組とそれ以外のエリアの番組で扱いが異なっている、と言えるのではないか。【図表3-4-14】

図表3-4-14. 「感染者数別」×情報番組でネットから得た情報を扱ったこと

	あった	なかった	無回答
感染少 (34)	35.3%	64.7%	0.0%
感染中 (34)	23.5%	76.5%	0.0%
感染多 (23)	65.2%	34.8%	0.0%
全体 (n=91)	38.5%	61.5%	0.0%

t<0.006

それでは、発令レベルの違いとの相関はどうだろうか。こちらも緊急事態宣言／まん防が150日以上発令されたエリアの情報番組とそうでないエリアの番組とで分かれている。すなわち、150日以上発令されたエリアの番組ほど扱っており、それ以下のエリアの社の番組と扱ったことがある／なかったの割合がほぼ逆転している。【図表3-4-15】

図表3-4-15. 「発令レベル別」×情報番組でネットから得た情報を扱ったこと

	あった	なかった	無回答
1回のみ (23)	34.8%	65.2%	0.0%
100日未満 (27)	25.9%	74.1%	0.0%
100日以上 (17)	29.4%	70.6%	0.0%
150日以上 (24)	62.5%	37.5%	0.0%
全体 (n=91)	38.5%	61.5%	0.0%

t<0.039

● 放送エリア外のコロナの感染状況の報道

放送エリア外のコロナの感染状況をどのような頻度で伝えたのか。その傾向は報道番組、情報番組いずれにおいても「キー局／ローカル局別」で、相関があることが分かった。

<報道番組>

報道番組における放送エリア外のコロナの感染状況の報道は、東名阪の番組は全国の状況を毎日伝えており、いわゆる基幹局の場合、全国の状況を顕著な変化があった日に伝え、さらにローカル・ネットワーク局においては、隣接エリアの状況を顕著な変化があった時に伝えるという、相反的な傾向がみられた。独立局はより一層、地元放送エリアに近い情報を伝える傾向が強いといえる。【図表 3-4-16】

図表3-4-16. 「キー局／ローカル局別」×報道番組 放送エリア外のコロナ感染状況の報道

	全国の状況	全国の状況	隣接エリア	隣接エリア	無回答
	毎日	顕著な日	毎日	顕著な日	
東名阪 (10)	30.0%	70.0%	0.0%	0.0%	0.0%
札仙広福 (14)	0.0%	64.3%	7.1%	28.6%	0.0%
ローカル・ネットワーク局 (54)	0.0%	44.4%	3.7%	46.3%	5.6%
独立 (11)	0.0%	27.3%	9.1%	63.6%	0.0%
全体 (n=89)	3.4%	48.3%	4.5%	40.4%	3.4%

t<0.000

<情報番組>

情報番組における放送エリア外のコロナの感染状況の報道も、報道番組とほぼ同じ傾向がみられた。すなわち東名阪の番組のほうが全国の状況を伝え、基幹局～ローカル・ネットワーク局になるにつれ、隣接エリアの状況を顕著な変化があった時に伝えるという傾向である。独立局は無回答が多いため単純な比較はできないが、隣接エリアの状況を顕著な変化があった時に伝える番組が最も多いのは報道番組と同様であった。【図表 3-4-17】

図表3-4-17. 「キー局／ローカル局別」×情報番組 放送エリア外のコロナ感染状況の報道

	全国の状況	全国の状況	隣接エリア	隣エリア	無回答
	毎日	顕著な日	毎日	顕著な日	
東名阪 (10)	10.0%	70.0%	10.0%	10.0%	0.0%
札幌広福 (12)	8.3%	66.7%	8.3%	16.7%	0.0%
ローカル・ネットワーク局 (58)	3.4%	25.9%	5.2%	56.9%	8.6%
独立 (11)	0.0%	18.2%	0.0%	36.4%	45.5%
全体 (n=91)	4.4%	35.2%	5.5%	44.0%	11.0%

t<0.001

(3) 小括

報道責任者アンケートにおいて相関がみられたのは、

- ・「キー局／ローカル局別」×コロナ対応の責任者の設置
- ・「キー局／ローカル局別」×責任者の役職
- ・「キー局／ローカル局別」×コロナ取材を担当する記者の設置
- ・マンパワー×部員のコロナに対する知識・理解について
- ・コロナ取材を担当する記者の設置×コロナの取材・ニュースを担当するデスクの設置の各クロス集計であった。

すなわちコロナに関する責任者を設置するかどうか、あるいはコロナ取材を担当する記者を置いたかどうかは、「キー局／ローカル局別」など会社の規模的なことと相関がみられるが、地域の感染者数の多寡や緊急事態宣言／まん防の発令期間が長かったかどうか＝発令レベルとは統計学的には相関がみられなかったということになる。

さらに、部員のコロナに対する知識・理解への評価や、取材から収録までの作業に変化があったかどうかは、規模的なことも、地域の感染者数の多寡や緊急事態宣言／まん防の発令期間の長短にも関係がなかったと言える。

また、報道デスクと情報番組担当者へのアンケートから、報道番組と情報番組の

- ・コロナ関連の専門家の出演
- ・ネットから得た情報の扱い
- ・放送エリア外のコロナの感染状況の報道

でそれぞれ、「キー局／ローカル局別」や「感染者数別」「発令レベル別」との相関がみられるものがあつた。ただし、感染者数が多かったエリア、緊急事態宣言等の発令期間が長かったエリアは、大都市圏が多く、すなわちキー局などが多く所在しているので、その点は留意する必要がある。

一方で、地域の感染状況と、対面取材に不安があつたかどうかや、チーム内のコロナの知識・理解、報道内容に関する社内の議論への評価とは相関関係はなかったと言える。

3.5 報道責任者・報道デスク・情報番組担当者 調査結果の比較

本アンケート調査においては、報道責任者と情報番組担当者、報道デスクと情報番組担当者、およびこの3者に対し、同一の質問を行っている。本項はこれらを比較した結果を報告する。

(1) 報道責任者と情報番組担当者の比較

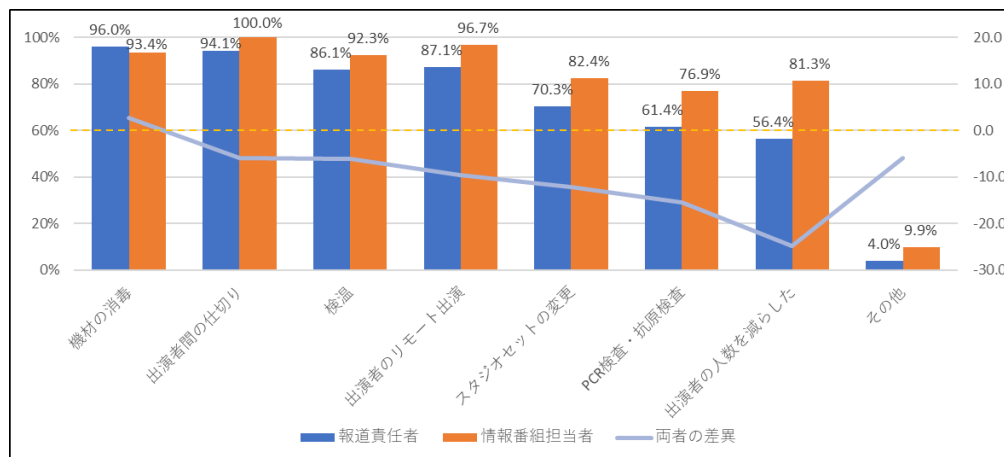
報道責任者と情報番組責任者には、①報道番組および情報番組内で導入したもの、②取材から収録までの作業で変わったこと、③番組の制作上、苦勞したこと、および④視聴者の不安を解消するために実施したこと——を尋ねている。

① 番組内で導入したもの

出演者間の仕切りやスタジオセットなどの変更など、番組内で導入したものに関し、「機材の消毒」「アクリル板等、出演者間の仕切り」は、いずれも9割以上の報道番組および情報番組が導入し、大きな差はない。また「検温」や「一部出演者のリモート出演」も報道番組で9割近く、情報番組で9割以上とやや情報番組での導入が多い程度である。

両者で10%以上の差が出たのは、「出演者の人数を減らした」と「PCR検査・抗原検査」「スタジオセットの変更・修正」で、いずれも情報番組はおよそ8割が導入しており、一般的にタレントなど外部の出演者の多い情報番組の実態がうかがえる。【図表3-5-1】

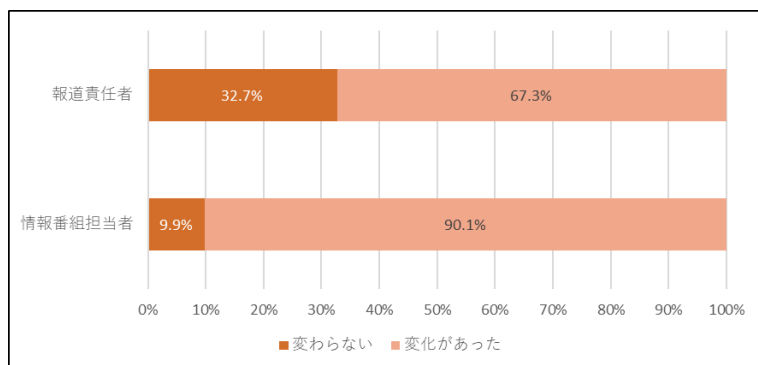
図表3-5-1. 番組内で導入したもの



② 取材から収録までの作業で変わったこと

次に取材から収録までの作業で変わったことについて。まず、取材の変化は、報道責任者、情報番組担当者のいずれも「変化があった」のほうが多いが、情報番組担当者は9割にも達している。【図表 3-5-2】

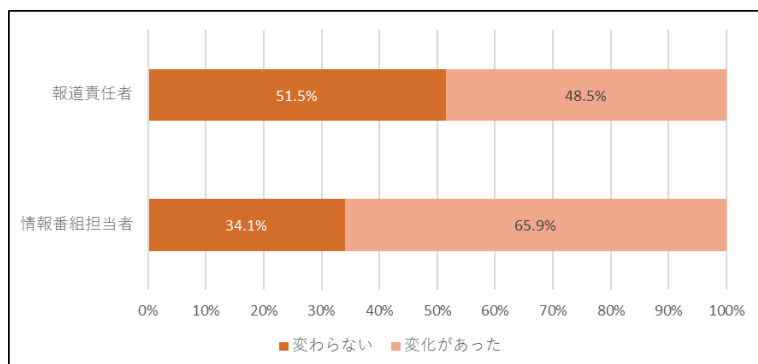
図表3-5-2. 取材についての変化



具体例として、報道責任者からは取材相手との距離を保つ工夫や取材時の行動に関する記述が目立ったのに対して、情報番組担当者においては、取材対象者とのからみが厳しくなった、あるいは食リポが難しくなったなど、より内容に直結する部分で変化があったとの記述が目立っており、その差が表れていると考えられる。

編集の変化については、報道責任者は「変わらない」が多く、情報番組担当者のほうが「変化があった」が多いという、対照的な結果となった。【図表 3-5-3】

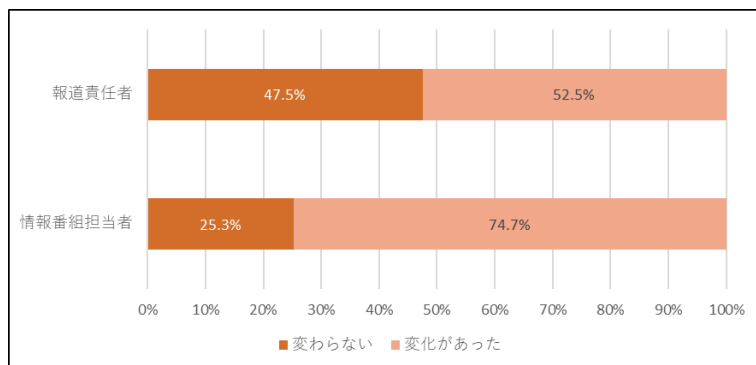
図表3-5-3. 編集についての変化



これも寄せられた具体例をみると、報道責任者は行動面、作業面の変化に関する記述や編集室のドアを開けたままにするといった物理的な対応の変化が目立ったのに対し、情報番組担当者は映像の組み合わせなど、演出面の変化を挙げていることが多く、その差が表れている。

さらに番組送出および収録の変化についても、情報番組担当者のほうが「変化があった」の割合が大きい。【図表 3-5-4】

図表3-5-4. 番組送出および収録についての変化



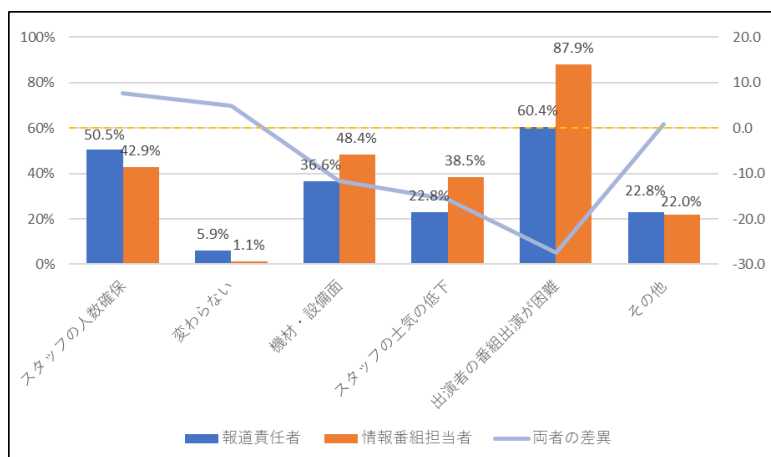
こちらの具体例は、いずれも人数制限に関する記述が目立っているが、番組で導入した事例をみると、情報番組のほうが「出演者の人数を減らす」ことを行っており、そうした点の違いが表れていると考えられる。

③ 番組制作上、苦勞したこと

収録の変化の差は、この「番組制作上、苦勞したこと」において顕著に表れている。

【図表 3-5-5】

図表3-5-5. 番組の制作上、苦勞したこと



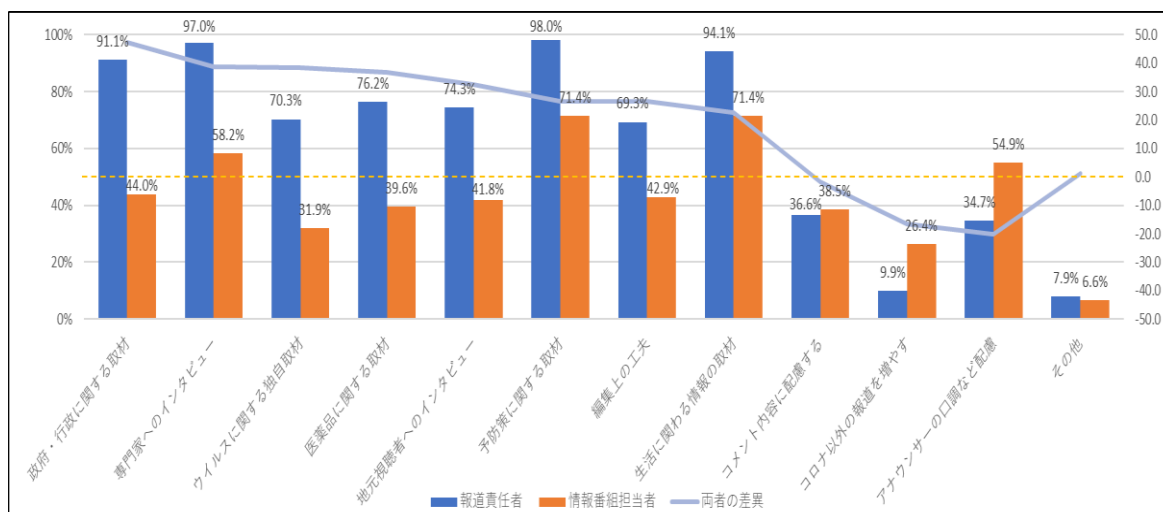
報道責任者においては「スタッフの人数確保に苦勞した」が情報番組担当者より多いのに対し、情報番組担当者は「出演者の番組出演が困難になった」を9割近くが挙げており、このことがコロナ禍における番組収録の変化に影響していると考えられる。また「スタッフの士気の低下」「機材・設備面で苦勞した」の割合も、情報番組担当者のほうが高くなっている。

④ 視聴者の不安を解消するために実施したこと

報道番組、情報番組において視聴者の不安を解消するために実施したことを比較した。

【図表 3-5-6】

図表3-5-6. 番組で視聴者の不安を解消するために実施したこと



これをみると、報道番組のほうが「政府・行政の発表・施策に関する取材」や専門家へのインタビューに取り組んでいたことが如実に表れている。

一方で、情報番組においては、その割合は半数近くであるものの「アナウンサーの口調・表情に配慮する」といったことや、割合は26.4%だが「コロナ以外の報道を増やす」など、報道とは違った視点で不安解消に取り組んだことがうかがえる。

なお、本アンケートは、報道の際に「わかりやすさ」の観点で注力したことについて、両者に自由記述で尋ねている。両者ともビジュアル面等の工夫が挙げられているほか、報道番組においてはデータの出し方や伝え方、専門家を登場させるといった工夫、情報番組においては専門用語の平易化などの取り組みがなされている。このほか「コロナによって伝えられなかったこと、報道量が減った事項」についても自由記述で尋ねており、いずれも第3章「3.1」「3.3」を参照されたい。

(2) 報道デスクと情報番組担当者の比較

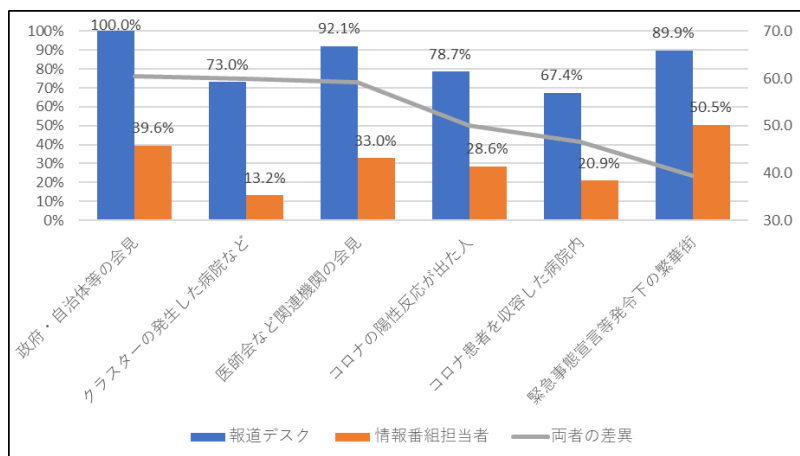
アンケートは、報道デスクに自社の報道番組、情報番組担当者には自身が担当する情報番組について、それぞれ①コロナ禍における取材、②番組における専門家やコメンテーターの出演、③報道内容、およびスタッフ間で④コロナ関連の知識に関して共有したもの——を尋ねている。

① コロナ禍における取材

● コロナ禍における取材と不安

コロナ禍で患者を収容した病院内の取材や、政府・自治体の会見の取材などの実施状況を比較した。【図表 3-5-7】

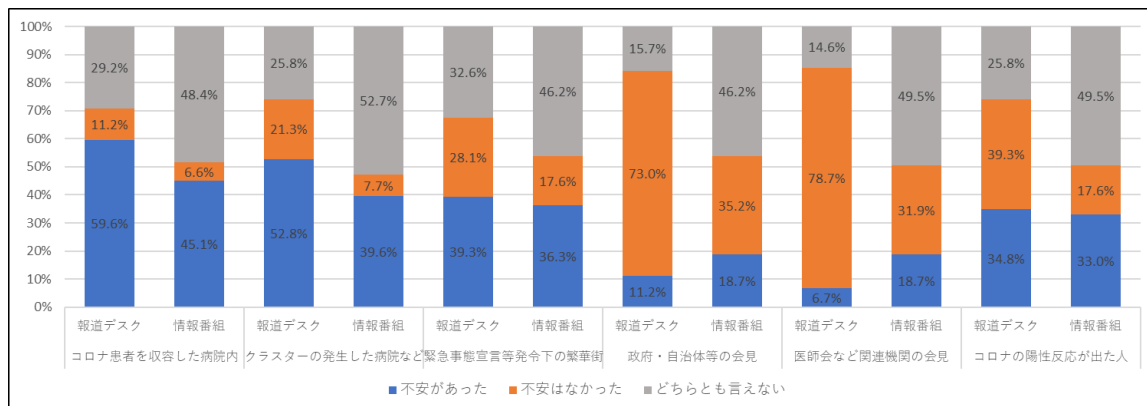
図表3-5-7. コロナ禍における取材対象：取材を行ったことがあるもの



これを見ると、報道デスクの回答から、報道番組のほうがいずれの取材を行っている割合が高く、60 割から 40 割近い差がある。特に「政府・自治体等の会見」は報道番組は 100%が取材しているが、情報番組では約 4 割となっているほか、「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」も、報道番組の 7 割強が行っているのに対し、情報番組では 1 割強となっている。一方、「緊急事態宣言／まん防発令下の繁華街の取材」は、情報番組でも比較的多く行われている。

これらの取材について、感染への不安を尋ねた。【図表 3-5-8】

図表3-5-8. コロナ禍の取材対象 感染への不安



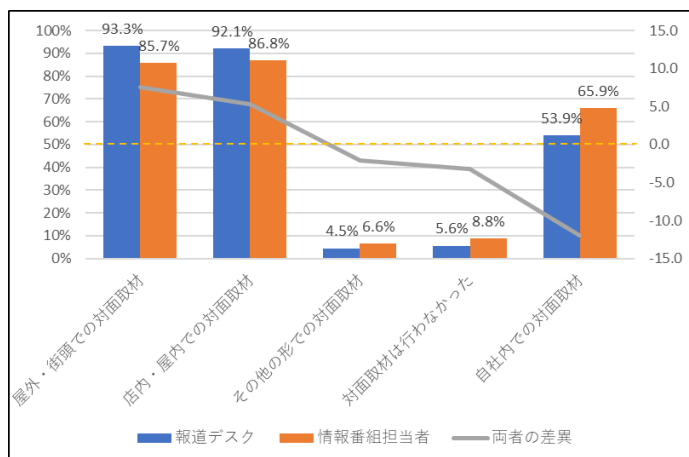
「コロナ患者を収容した病院内の取材」「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」は、いずれも報道番組のほうが取材を行っているが、「不安があった」の割合は 50%を超え、不安を抱えた中の取材であったことがうかがえる。一方「コロナの陽性反応が出た人の取材」は、報道番組のほうが取材を行っているにもかかわらず、「不安がなかった」の割合が情報番組より多い。

また、情報番組においては報道番組と比べて「政府・自治体等の会見」「医師会など関連会館の会見」の取材においても感染への不安が多かったことがうかがえる。

● 緊急事態宣言等が発令された期間の対面取材

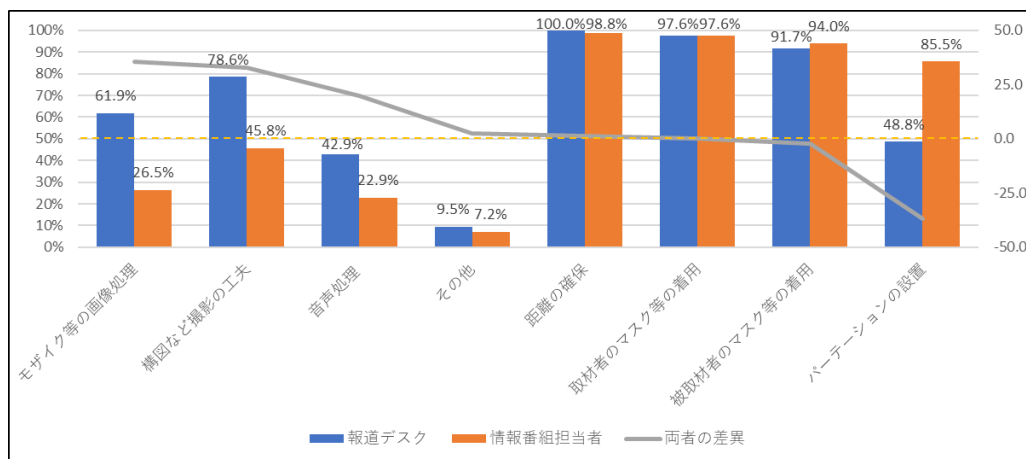
コロナ禍の対面取材について尋ねた。報道番組のほうが屋外や店の中など、放送局の「外」で取材を行っている割合が比較的高いことが、情報番組においてはより自社内で取材が行われていたことがそれぞれ分かる。【図表 3-5-9】

図表3-5-9. 緊急事態宣言等が発令された期間の対面取材で行ったことがあるもの



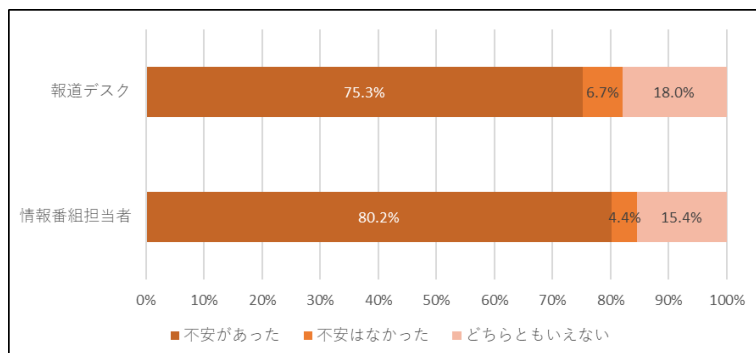
対面取材における取材相手への配慮を比較すると、情報番組のほうが「パーティションの設置」の割合が高く、報道番組においては「モザイク・ぼかし等の画像処理」や「構図など撮影の工夫」「音声処理」の割合が高くなっている。このことから、報道番組は放送局の「外」で、情報番組においては放送局内で行われていた様子がうかがえる。【図表 3-5-10】

図表3-5-10. 「対面取材」を実施した際、取材相手に配慮した事項



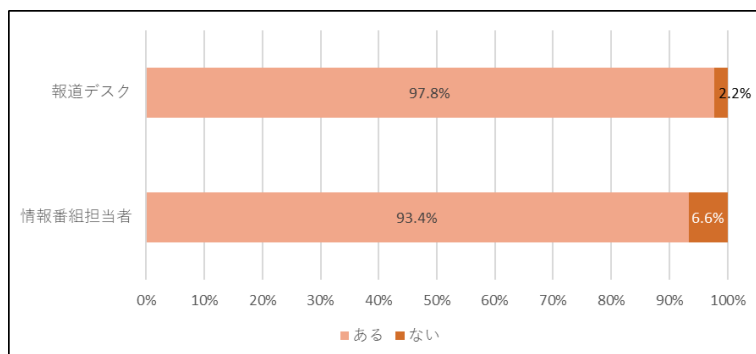
これら対面取材に関しては、報道番組はおよそ7割5分、情報番組も約8割が「不安があった」としており、いずれもコロナ禍における対面取材は不安を抱えつつ行われていたことが分かる。【図表 3-5-11】

図表3-5-11. コロナ禍における対面取材



こうした中、コロナ禍において進展したのがオンラインによる取材だ。報道番組、情報番組いずれも9割以上がオンライン取材を行っている。【図表 3-5-12】

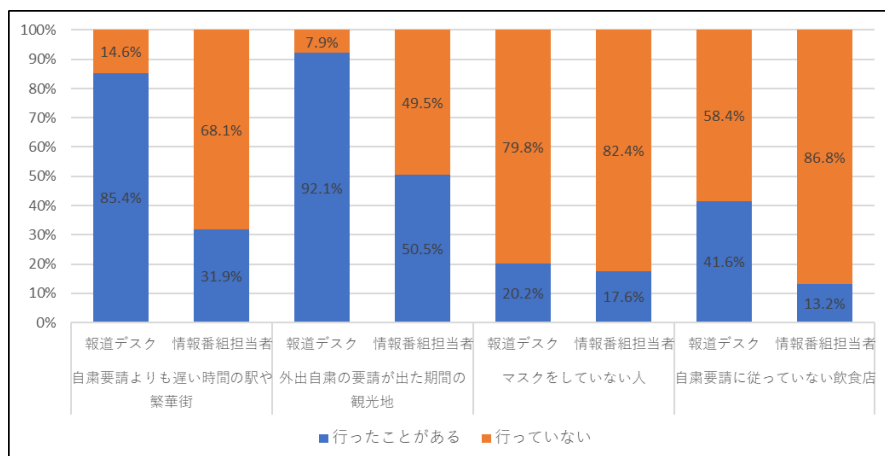
図表3-5-12. 2020年1月以降のオンライン取材の実施



● コロナ禍の人々の行動に関する取材

アンケートでは、報道番組と情報番組でそれぞれ、「自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街」「外出自粛の要請が出た期間の観光地」「マスクをしていない人」「自粛要請に従っていない飲食店」への取材を行ったかどうかを尋ねている。【図表 3-5-13】

図表3-5-13. コロナ禍の人々の行動に関する取材

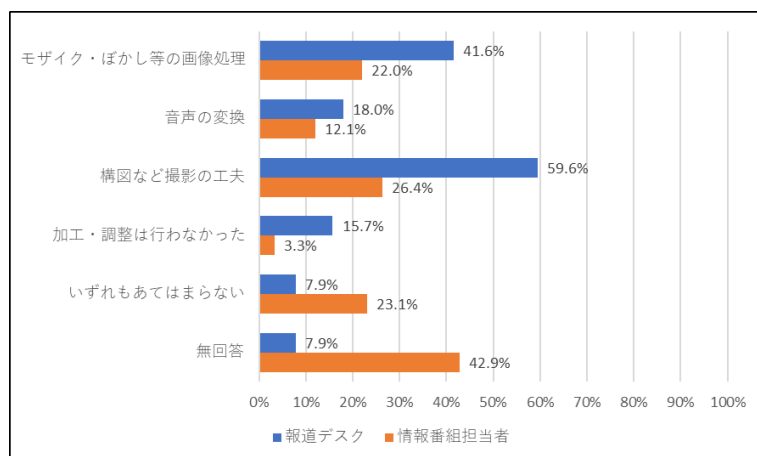


これを両者で比較すると、いずれも報道番組のほうが取材をしている割合が高く、情報番組において比較的行われている「外出自粛の要請が出た期間の観光地」の取材でも5割と、9割強が行っている報道番組の半分近くの割合となり、さらに「自粛要請に従って

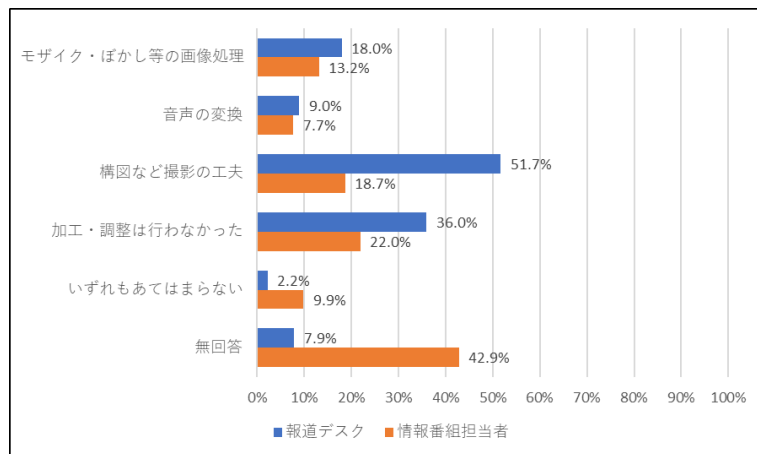
ない飲食店」の取材は報道番組では約4割が行っているのに対し、情報番組では1割強にとどまっている。一方、「マスクをしていない人」の取材はいずれも2割程度となっている。

これらの取材結果をオンエアするうえで施したことを比較すると、情報番組のほうが取材を行っている割合が少ない中、報道番組のほうが「構図など撮影の工夫」を施す場面が多いことがうかがえる。【図表3-5-14、3-5-15、3-5-16、3-5-17】

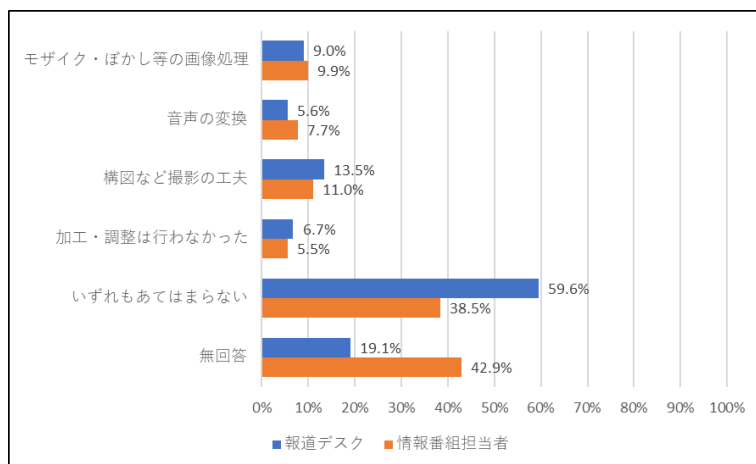
図表3-5-14. オンエアのために行ったこと 政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材



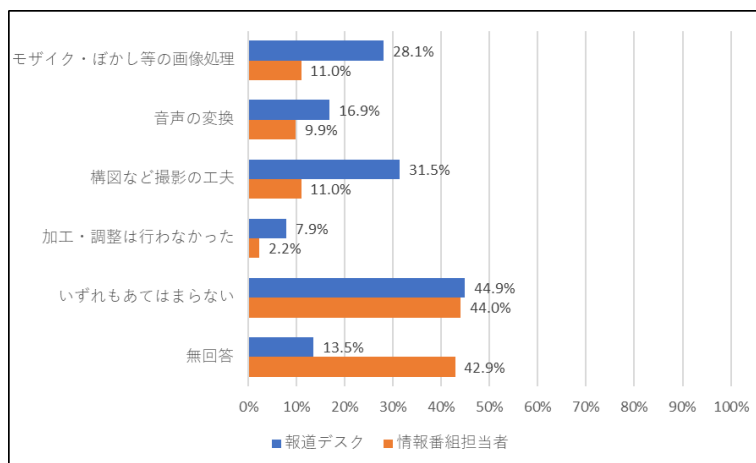
図表3-5-15. オンエアのために行ったこと 外出自粛の要請が出た期間の観光地の取材



図表3-5-16. オンエアのために行ったこと マスクをしていない人に対する取材



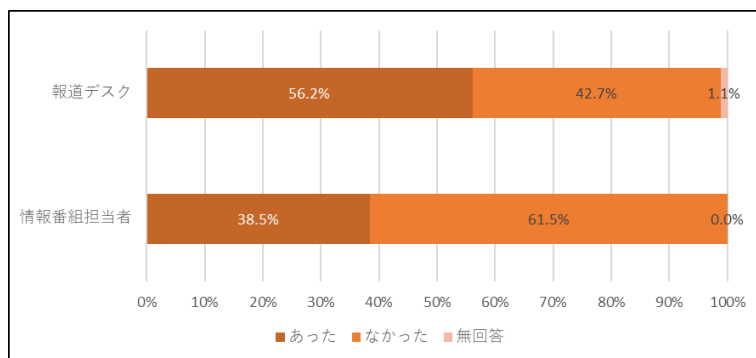
図表3-5-17. オンエアのために行ったこと 自粛要請に従っていない飲食店の取材



● ネットから得た情報を扱ったこと

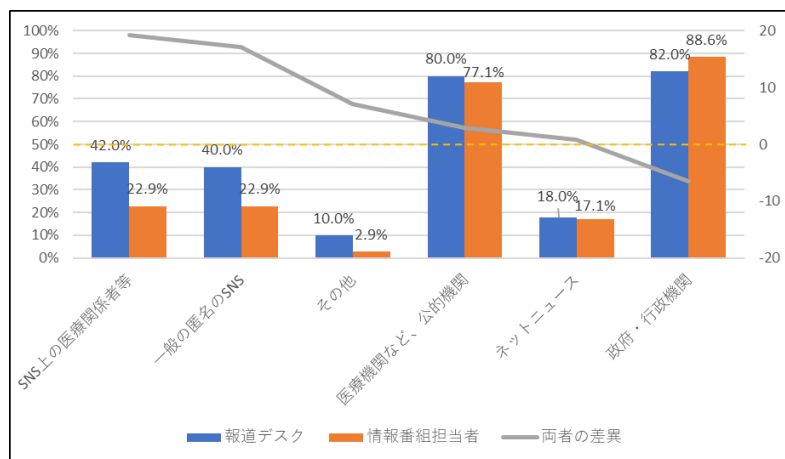
アンケートでは、ネットから得た情報を番組で扱ったことがあるかどうかを尋ねている。これを比較すると、報道番組のほうが扱ったことのある割合が高い。【図表 3-5-18】

図表3-5-18. ネットから得た情報を報道で扱ったこと



そのうえで、扱ったことが「あった」の回答で比較すると、報道番組のほうがSNS上の情報を扱っている割合が情報番組よりも高いのに対し、情報番組のほうが政府や行政機関の情報を扱っている割合が高い結果となっている。【図表 3-5-19】

図表3-5-19. ネット上の扱ったことのある情報



これに関連し、両者には自由記述で「正確性の担保」について尋ねており、これを見ると報道番組ではSNS上の書き込み例などを紹介する報道などがあったようだ。

なお、アンケートでは、ネット上の「デマ」や間違った情報を正すために番組で行ったことも尋ねている。詳細は第3章「3.2」「3.3」を参照されたい。

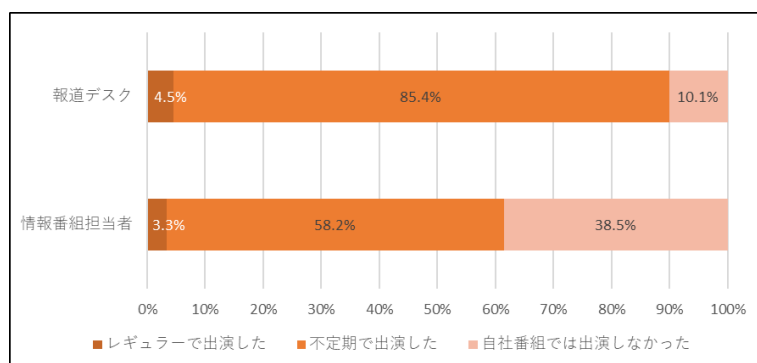
② コロナ関連の専門家・コメンテーターの出演

ここでは、報道番組と情報番組に出演した専門家やコメンテーターについて比較する。

● コロナ関連の専門家の出演

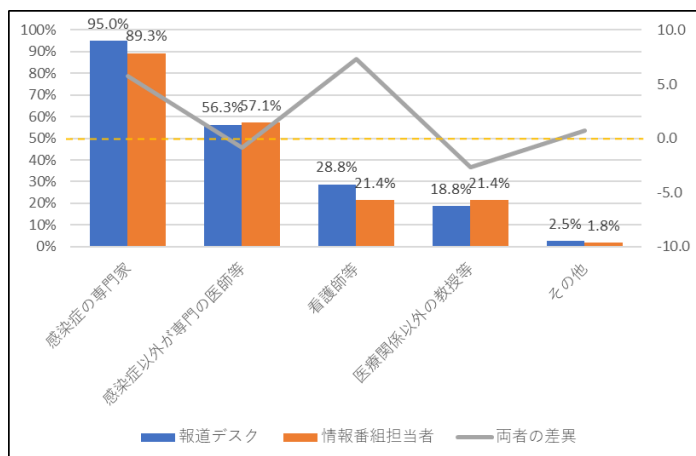
まず、コロナ関連の専門家の出演について。両者を比べると、「レギュラーで出演した」「不定期で出演した」の合計で報道番組が約9割になるのに対し、情報番組は6割強となり、報道番組のほうがコロナ関連の専門家が出演していることが分かる。【図表 3-5-20】

図表3-5-20. コロナ関連の専門家の出演



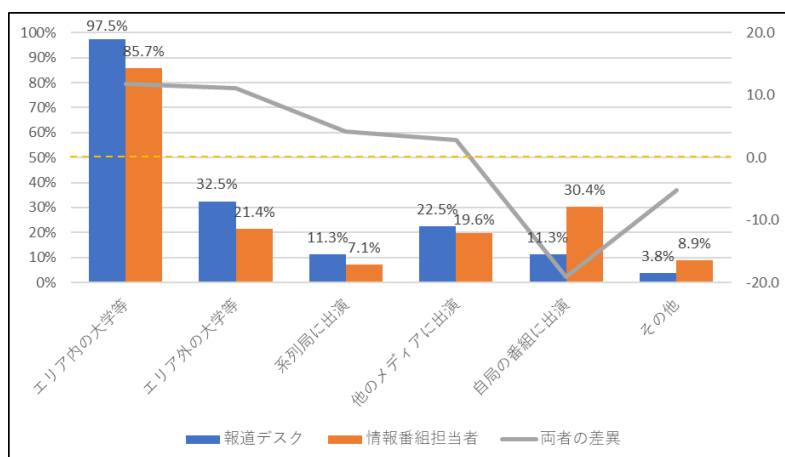
出演した専門家の属性を比べると、しいて言えば「医療関係以外の教授等」が情報番組のほうが若干高い程度で、ほぼ同じような傾向となっている。【図表 3-5-21】

図表3-5-21. 出演した専門家



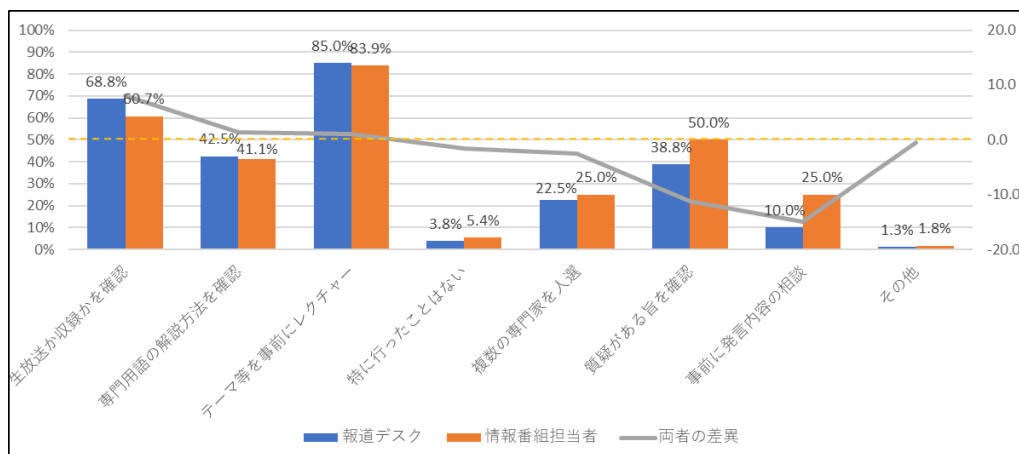
その人選等について比べると、報道番組、情報番組のいずれも「放送エリア内の大学や専門機関から」が多いが、一方で情報番組のほうが自局の番組に出演していたとの回答が3割と高い。【図表 3-5-22】

図表3-5-22. 専門家を人選したきっかけ等



コロナ関連の専門家が発言する際に、報道番組、情報番組それぞれどのような配慮が行われたのだろうか。両者を比較すると、「オンエア当日番組に取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした」「専門用語の解説方法を確認した」といった事項は同じような割合となっているが、「発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した」「事前に発言内容を相談した」に関しては、情報番組のほうがその割合が多い結果となっている。また「複数の専門家を人選するようにした」に関しては、いずれも2割強となっている。【図表 3-5-23】

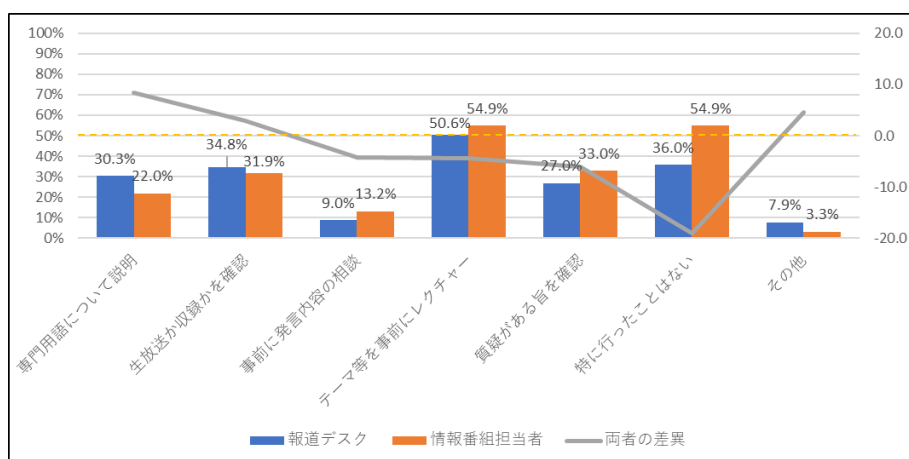
図表3-5-23. 専門家の発言等に関して配慮した点



● コメンテーターにコロナ関連の発言を求める際に行ったこと

同様の質問をコメンテーターに関しても尋ねているが、これに関しては、両者ともコロナ関連の専門家への配慮のために行ったことに比べてその割合が低い。「特に行ったことはない」に至っては、情報番組は5割強が選んでいる。【図表 3-5-24】

図表3-5-24. コメンテーターにコロナ関連の発言を求める際に行ったこと



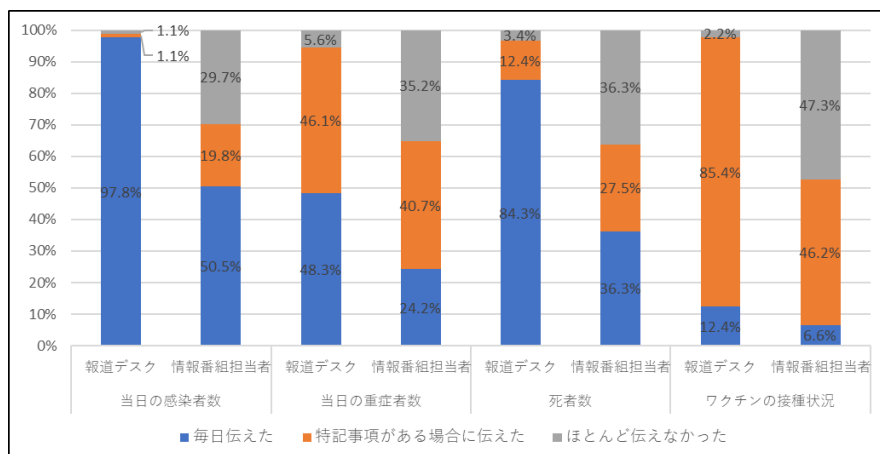
③ 報道内容

● 地元エリアのコロナに関する事項

コロナ禍においては、地元の自治体からの当日の感染者数や重症者数の発表は重要な情報となった。これを報道番組と情報番組でどれほど伝えていたのだろうか。

両者を比較すると、やはり報道番組のほうが「当日の感染者数」や「死者数（当日発表の人数）」を連日のように報じていたことが分かる。また、「当日の重症者数」についても報じる頻度が報道番組のほうが高い。「ワクチンの接種状況（地元放送エリアでの開始以降）」に関しては、報道番組では「特記事項がある場合に伝えた」が8割以上になっているのに対し、情報番組では「ほとんど伝えなかった」の割合が5割近くとなり、両者の役割分担が分かる結果となった。【図表 3-5-25】

図表3-5-25. 地元エリアのコロナに関する事項 伝えた頻度

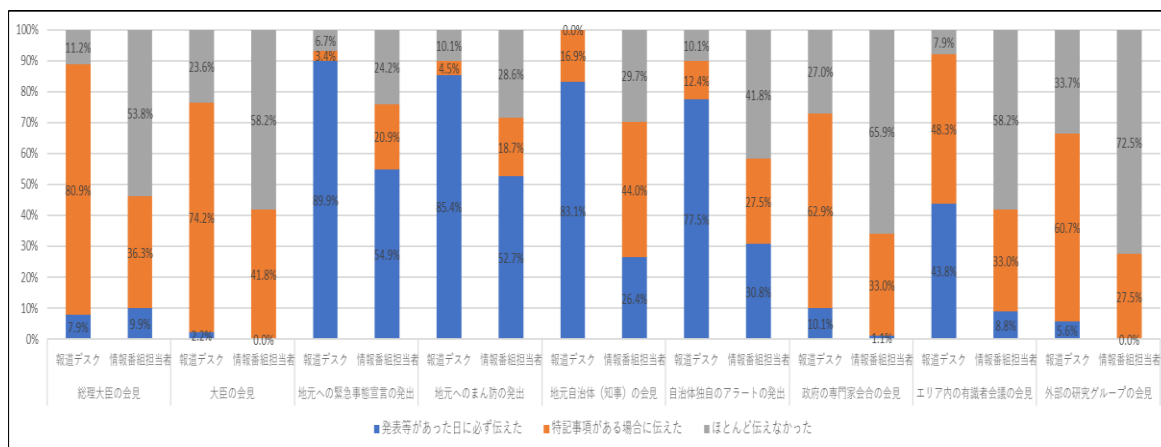


● 会見や緊急事態宣言の発令等 伝えた頻度

両者の役割の違いは、地元放送の都道府県への緊急事態宣言やまん防の発出／終了および知事の会見の報道で顕著だった。報道番組はいずれも8割から9割近くが「発表等があった日に必ず伝えた」のに対し、情報番組が発表等があった当日に扱う割合は、緊急事態宣言やまん防については5割強、地元自治体の会見は26%程度となっている。

総理大臣やコロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見に至っては、情報番組は5割強から6割近くが「ほとんど伝えなかった」となっている。さらに専門家や有識者会議、外部の研究グループの会見も6割～7割程度が「ほとんど伝えなかった」となっており、報道番組との役割の違いがはっきりしている。【図表 3-5-26】

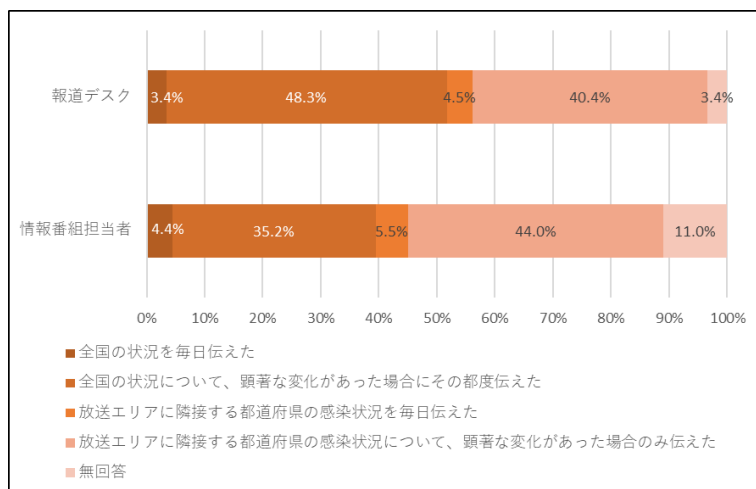
図表3-5-26. 会見や緊急事態宣言の発令等、伝えた頻度



● 放送エリア外のコロナの感染状況

放送エリア外のコロナの感染状況の伝え方を比較すると、報道番組のほうが「全国状況について、顕著な変化があった場合にその都度伝えた」の割合が多い。【図表 3-5-27】

図表 3-5-27. 放送エリア外のコロナの感染状況

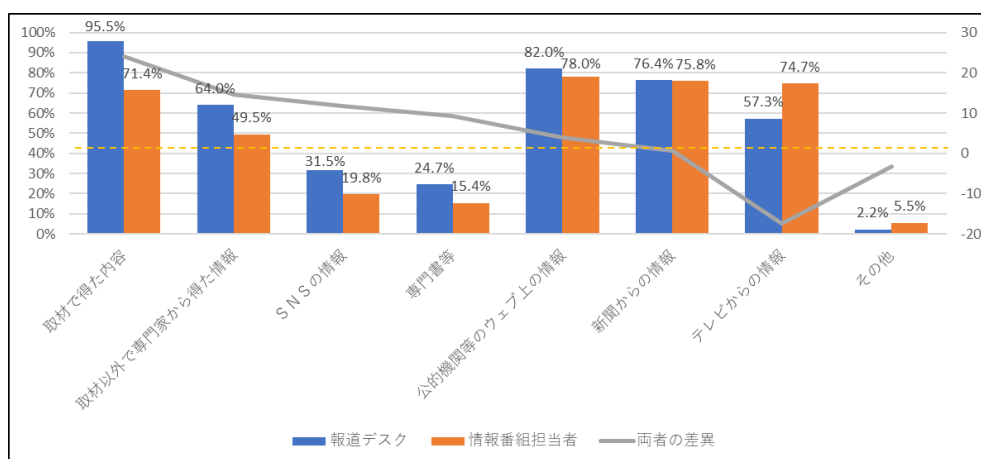


④ コロナ関連の知識に関して共有したもの

報道番組と情報番組のスタッフで、コロナ関連の知識に関して共有したものを比較した。

【図表 3-5-28】

図表 3-5-28. コロナ関連の知識を得るために共有したもの



これをみると、報道のスタッフにおいては「取材で得た内容」や「取材以外で専門家から得た情報」の割合が高いのに対し、情報番組のスタッフにおいては「テレビからの情報」の割合が高くなっている。

このほか、アンケートではコロナの知識に関する相談があったかどうか、報道デスクと情報番組の担当者に尋ねているが、いずれも9割近くが相談があったとしている。

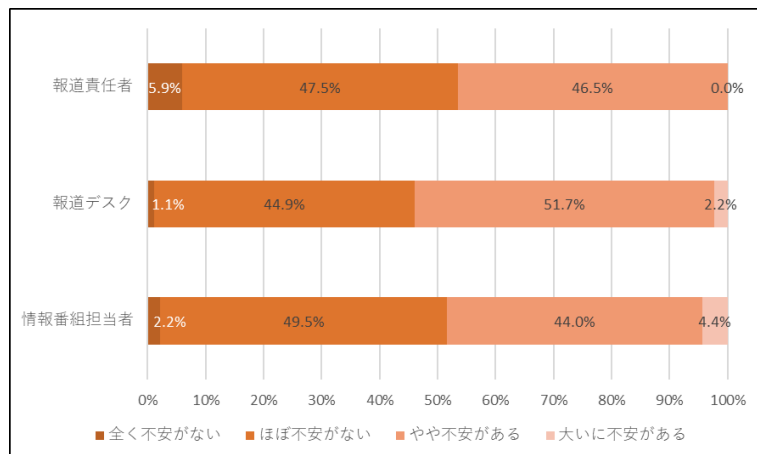
(3) 3者の比較

① コロナの知識・理解

スタッフのコロナに関する知識・理解について報道責任者、報道デスク、情報番組担当者はそれぞれどのように感じているのだろうか。これを比較すると大きな差はないものの、3者の中で「不安がない」の割合が最も高いのは情報番組担当者、「不安がある」の割合

が最も高いのが報道デスクだった。また、報道責任者においては「全く不安がない」の割合が3者の中で最も高く、かつ「大いに不安がある」がゼロとなっている。【図表 3-5-29】

図表 3-5-29. 部員（スタッフ）のコロナの知識・理解について



アンケート調査では3者それぞれにコロナ禍の取材・報道における悩みや苦勞したことを自由記述で尋ねている。報道責任者および情報番組担当者においてはスタッフをめぐる記述や取材に関する悩み、報道デスクにおいては報道内容や取材体制について、それぞれ率直な意見が述べられている。いずれも第3章の「3.1」「3.2」「3.3」を参照されたい。

(4) 小括

報道番組と情報番組の取材から収録までの変化は、情報番組のほうが報道番組よりも「変化があった」の割合が大きかった。そして、番組制作上、苦勞したことは「出演者の番組出演が困難になった」が情報番組においてより顕著であった。

視聴者の不安解消策として、報道番組は政府・行政の発表・施策に対する取材や専門家へのインタビューなどに取り組み、情報番組は報道番組よりもアナウンサーの口調などにも配慮する傾向にあった。

対面取材は報道番組・情報番組の両方で行われているが、いずれもおよそ8割が不安があったとしている。

取材対象に関しては、自肅要請よりも遅い時間帯の駅や繁華街、外出自肅の要請が出た機関の観光地などは報道番組のほうが取材しているが、マスクをしていない人への取材は報道番組、情報番組のいずれも2割程度となっている。

ネット上の情報は報道番組のほうが扱っていた。そして扱ったことが「あった」の回答で比較すると、報道番組のほうがSNS上の情報を扱っている割合が情報番組よりも高いのに対し、情報番組のほうが政府や行政機関の情報を扱っている割合が高い。ただし、自由記述で「正確性の担保」について尋ねたところ、報道番組はSNS上の書き込み例などを紹介する報道などがあったことから、扱い方の違いだったと言える。

コロナ関連の専門家は報道番組のほうが出演した割合が高かった。出演の際には、質疑がある旨の確認や、事前に発言内容の相談をした割合は情報番組のほうが高い。一方で、コメンテーターの発言の際に行ったことは、専門家と比べ、報道番組、情報番組ともその割合は低い結果となった。

地元エリアのコロナに関する事項を伝えた頻度、会見や緊急事態宣言の発令等を伝えた頻度は報道番組と情報番組に差があり、役割分担がうかがえる。放送エリア外のコロナの感染状況は、報道番組のほうが「全国の状況について、顕著な変化があった場合にその都度伝えた」割合が高い。

スタッフのコロナ関連の知識に関して共有したものは、両者で比べると、「取材で得た内容」は報道番組が、「テレビからの情報」は情報番組がそれぞれ高い傾向にあった。

スタッフのコロナの知識・理解について、報道責任者・報道デスク・情報番組担当者で大きな差はないものの、「不安がない」が最も高いのは情報番組担当者、「不安がある」が最も高いのは報道デスクだった。

3.6 本章のまとめ

今回のアンケートの結果は、各項の「小括」でまとめたとおりである。そのうえで、あらためて、特に顕著だった点を概括する。

① 感染対策が進展

まず、報道セクションの感染対策は、各社ともマスクの着用や検温、パーテーションの設置など物理的な対策に取り組んだことが分かった。これに比べ、テレワークを導入した社は5割程度（48.5%）、取材・報道を継続するためセクション内をグループ分けした社も6割程度（62.4%）となっており、物理的な対策と同じようにはいかなかったことがうかがえる。

コロナ対応の責任者を設置した社は4割程度（39.6%）、さらに、コロナ取材を担当する記者は専従ないしは兼務で置いた社がおよそ3割、コロナの取材・ニュースを担当するデスクは、専任で置いた社はなく兼務で置いた社が12.9%と、人事面で対応の難しさも顕在化した。

スタジオや制作面での感染対策は、アクリル板など出演者間の仕切りや、一部出演者のリモート出演、機材の消毒など報道番組、情報番組とも積極的に取り組んでいることも明らかになった。

② オンラインの活用も進展

今回のアンケートで特に明確になったのは、オンラインの活用が進んだことである。

小括でも触れたように、報道セクションでオンライン会議システムの導入が進展（81.2%の社がコロナを機に導入）。特に進んだのは取材での利用だ。2020年1月以降、報道番組も情報番組も9割以上の番組が行っていると答えている。感染リスクの低減に加え、遠方の取材や最前線の医師などへの取材ができるといったといった空間的な制約がなくなること、時間の節約やコスト面などが報道番組／情報番組の双方からメリットとして挙げられているのも先の記したとおりである。一方で、通信環境の整備、映像が乱れるといった映像や音声の問題、コミュニケーションの問題などの課題も双方から挙げられている。

③ 対面取材への不安が顕著

コロナ禍において、取材から収録までの作業で最も変化があったのは、取材活動だったといえる。報道番組、情報番組のいずれも「変化があった」の割合が高い。また、取材で変化があったこと具体例に取材相手との距離を保つ工夫などが挙げられていること、緊急事態宣言／まん延防止等重点措置下の取材エリアは、緊急事態宣言発令期間は56.4%の社が「自社の放送エリアのみ取材」であったこと、他社との共同取材を84.2%が実施したことなども、これを裏付けていると言える。さらに報道セクション内で起きたことでも7割近い（68.3%）社が「現場から、リスクのある取材は避けるべきだとの意見が出たことがあった」と答えており、これらからも取材に変化があったことがうかがえる。

一方で、対面取材への不安も顕在化した。コロナ禍において、報道番組、情報番組とも

対面取材をおこなったものの、いずれもおよそ8割が「不安があった」と回答していることも先に記したとおりである。

④ コロナ関連の専門家は地元から

コロナ関連の専門家は、報道番組、情報番組とも、感染症の専門家を放送エリア内の大学や専門機関から人選していることが分かった。ただし、複数の専門家を人選する配慮には至っていないことも明らかになっている。

⑤ 地元エリアの感染状況を連日伝えたのは、報道番組が中心

地元エリアの当日の感染者数はほとんどの報道番組において毎日伝えられていた。また、死者数（当日発表の人数）も8割以上の報道番組が毎日伝えている。情報番組もこれらの情報を伝えているが「毎日伝えた」の割合は報道番組に比べて低く、感染者数などの伝達の本線は報道番組だったと言える。

また、地元放送エリアへの緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発出／終了や、地元自治体（知事）の会見などは、報道番組において発表等があった日に必ず伝えられており、地域に根差した報道が各社で行われていたことが浮かび上がった。

⑥ 視聴者の不安解消に取り組む

視聴者の不安解消には報道番組、情報番組とも取り組んでいる。その際、報道番組は政府・行政の発表・施策に対する取材や専門家へのインタビュー、情報番組は報道番組よりもアナウンサーの口調などにも配慮する傾向にあるなど、それぞれの違いもあらわれている。

⑦ スタッフの知識・理解向上が課題

スタッフのコロナの知識・理解の向上は、特に報道セクションにおいては、取材で得た内容の共有で図られているものの、報道責任者、報道デスク、情報番組担当者の各立場で、自身のスタッフの知識・理解については不安がある／ないが相半ばしており、また、報道責任者からは今後必要になるものとして「部内のコロナに関する知識の共有」が9割近く上がっていることから、課題であるとの認識にあると考えられる。

⑧ 地元の感染状況の影響は限定的

コロナに関する責任者の設置や、コロナ取材を担当する記者を置くかどうかは、キー局かどうかといった規模的なことに依拠。地域の感染者の多寡＝感染者数や、緊急事態宣言／まん延防止等重点措置の発出期間が長かったかどうか＝発令レベルとは相関はなかった。また、取材から収録までの作業に変化があったかどうかとも相関は見られない。

報道番組や情報番組へのコロナ関連の専門家の出演は、「キー局／ローカル局別」や「感染者数別」「発令レベル」との相関は見られた。ただしキー局などのある大都市圏は感染者数が多く、また緊急事態宣言などの発令期間も長く、その点は留意が必要である。

一方、地域の感染状況と対面取材への不安や報道番組／情報番組のチーム内のコロナの知識・理解への評価は、相関関係は見られなかった。

すなわち、地域の感染状況が報道セクション・情報番組に与える影響は限定的と言える。

第4章 報道デスクへのインタビュー調査

本章は、テレビ社の報道デスクを対象に行ったインタビュー調査の結果を報告する。インタビューを実施した社名・担当者名は図表4-1-1のとおり。

図表4-1-1. 本調査のインタビュー先

社名	名前	所属・肩書	実施日
北海道テレビ放送	海野祐至	報道部副部長	2021/10/21
IBC岩手放送	瀬谷佳子	報道部副部長	2021/11/12
秋田テレビ	黒沢賛	報道制作センター 報道デスク	2021/11/10
フジテレビジョン	山口吉博	社会部デスク	2021/11/9
千葉テレビ放送	福永修久	報道部長	2021/10/6
テレビ新潟放送網	倉島実	報道部副部長	2021/11/18
テレビ金沢	岡本達生	報道部長	2021/11/11
名古屋テレビ放送	石川智通	報道情報局報道センター編集長	2021/11/15
京都放送	野村大輔	報道部長	2021/11/17
読売テレビ	川上幸治	報道局デスク	2021/11/26
RKB毎日放送	櫛山道太	報道部 担当部長	2021/10/7
琉球放送	野沢周平	報道制作部 報道デスク	2021/10/5

(肩書はインタビュー時。敬称略)

調査は2021年10月5日から11月26日の期間に実施。「Microsoft Teams」を使い、オンラインでインタビューを行った。なお、本インタビュー調査を実施した2021年10月から11月にかけては、感染者数も減り、9月30日には緊急事態宣言が全国で解除、政府「新型コロナウイルス感染症対策分科会」が11月8日に感染状況を評価する新しい指標を決め、従来の新規感染者数を重視した4つのステージから、医療の逼迫の状況に応じて5つのレベルに分けるなど、感染の状況が落ち着いていた時期であったことを付記する（文末の（多）は感染者の多かったエリア、（少）は感染者の少なかったエリアの社）。

(1) 取材活動で悩んだこと

① 取材時のスタッフの感染への不安

コロナの感染拡大が始まった初期の段階での不安や葛藤に関する意見が多く聞かれた。家庭の事情もあり取材を拒む記者や臆病になる記者がいたことも吐露されている。また繁華街などへの取材に懸念があったこと、会見などの取材に行かせないと判断したとの意見もみられた。この点においては、放送エリアにおける感染者数の多寡で違いはみられない。

他方、事件現場と同じであり、きちんと距離を取ることで対処した、あるいはリスクを負うことにある程度のコンセンサスがあった、取材すべきものは取材するとのスタンスで臨んだ、といった意見もあった。

<初期の取材に不安>

普通に取材をしている分にはマスクを外すこともなく、取材対象者と密になることはあまりないので、通常の取材の中での感染の不安はそこまでなかった。ただし、初期の段階では得体の知れないもので、空気感染なのかどうか分からない中、高齢者と一緒に住んでいるので、できれば取材に出たくないという記者もいたので困った。

(少)

初期のころは不安を抱えつつの取材だった。ガンマイクを使って距離を置く、インタビューの時もドアを開けて換気を行う状況を作り、それができなければ外に出る、当初はできなかったがオンラインのインタビューを推奨するなど、切り替えていった。(多)

はじめての経験で手探りの状況。どこまでやれるのかという部分の線引きで、臆病になったのは事実。同時にニュースバリューは高く、やらなければならない。一方で感染を防ぐという、相反する部分があった。当然、記者の中でも「かまわない、行きます」という記者もいれば、臆病になる記者もいたが、その点は尊重した。逆に言うと、行こうと思う記者に対して「(そこまで) やらなくていいじゃないか」と歯止めをかけたこともある。そのさじ加減や線引きを事案ごとに判断する難しさを感じた。

例えば空港で目の前にいる外国人に対し、話を聞くのか。当時はどこまで寄ると感染リスクが高まるのかといったことも分からなかった。当然ながら無理はさせない。撮れる範囲で撮ればいいと言ったが、どこまでやれるか難しい判断だった。(多)

<取材に行かせることに懸念・葛藤>

距離を取る、マスクを着用するなど十分注意をして行ったが、目に見えないものがあり、感染の恐れが絶対がないという確証は持てなかった。また、先方からぜひ取材をして欲しい、われわれも取材をしたいと考えている対象にどこまで取材して良いのか悩むことはあった。(多)

繁華街や感染者が出た場所へ取材に行かせることに懸念。ただし時期によっても変化しており、気を付けながらも外に出した。(少)

カメラマンや記者、外部の制作スタッフが日々取材活動で外に出ており、いろいろな人と接触する。ソーシャルディスタンスを取っているとはいえ、万が一感染者との接触が確認された場合は、2日にさかのぼって接触履歴を調べなければならない。そういうことを配慮すると、今までやってきた通常の活動をそのまま行ってしまうと感染リスクが下がらない。市町村の会見においても、場合によっては、紙資料で担当課に問い

合わせ、それで可能な場合は記者を行かせないなどの慎重な対応を取っていた。

記者からすると足りないと思う部分もあっただろうが、納得するまで担当課に電話取材させていた。(多)

<従来スタンスで取材に臨む>

ウイルスに対する知識もほぼないまま病院等の取材に行っていた。会社としての対応は後手に回った感じがあった。ある程度意識はしていたが、当時としては普通の災害や事件・事故現場に行くような感覚だった。

基本的には取材機会あれば行かないことはないが、マスク着用や、最少人数に限る、対面のインタビューはガンマイクを使い、距離を取って行うなど対処した。(多)

取材者の感染リスクに関し、火事の現場や事件・事故現場など、われわれはいつもある程度危険を伴うリスクを負っている。そのことで取材者とのコンセンサスは一定程度あると思う。(多)

当初は感染する可能性があると思っていた。一方で初期のころ、コロナは若い人は重症化しないなどと言われていた。現場は若い記者が多いので、かかっても重症化しないのかなというところからスタートし、取材すべきものは取材するというスタンスで臨んでいた。(多)

② 感染の媒介になることへの不安

取材班が取材に行くことに対し、来ないでほしいと言われたなどの事例が明かされた。これも感染者が多いエリア、少ないエリアのテレビ社いずれからも聞かれた。取材時に来ないでほしいと言われることも想定した結果、取材機会を逸することもあったという。そうした中、記者の不安に対する心のケアを共有するように心がけたといった意見もあった。

取材者が感染している可能性もあるとして、取材の不安を払しょくするため、取材相手との距離を取る、必要に応じてPCR検査を受ける、など対策がこの観点からも取られている。一方で、公共施設はそもそも取材を受けてくれなかった、といった話も聞かれた。また配慮し、取材に行かないこととしたが「先方から残念がられ、なんとも苦しい思いをしたこともあった」といった声も。

<取材先からの拒否>

感染源や感染の仲介になってはならないと配慮した。肌感覚の恐怖は記者やカメラマンら現場のほうが強かったと思う。そこはなるべく共有し不安の解消に努めた。

自社の放送エリアは感染者がなかなか出なかった。現在も多くはない。県民の意識は高く、それゆえ矢面に立つことが多い。「あなたたちが動いているからいけない」「取材しているあなたたちの気が知れない」などという人に遭遇する記者やカメラマンが多かったので、心のケアができるように心がけた。必要のない現場には行かせないというスタンスだった。(少)

正直「来ないでくれ」と、相当言われた。自社の放送エリアで感染が広がっている状況で地方に取材で行くと風当たりが強かった。どこで誰が感染しているのか分からない状況下、われわれがどこかに行くのを嫌がる部分は増えた。

取材にあたってPCR検査を求められ、検査で陰性が分かっただけで取材を受けてもらえる、あるいは地方にお邪魔するケースもあった。その点はお互いさまで、われわれが行くことで感染させてしまうことも怖かった。

極力、感染などのリスクを避けていた時期があった。(多)

本社のある中心都市から田舎へ取材に行っても「来たから怖い」と言われることはまずなかった。(少)

取材で「来るな」と言われることは必ずあると思っていたので、悩みとまではいなかったが、それによって取材機会を逸することはあった。(多)

<距離を保って取材>

取材に関しては、一般の方をはじめ、相手方がナーバスになることはあまりなかった。マイクを棒の先に付けて距離を取るなどの対策を取っていた。「来ないでくれ」と言われたのは、個別一般の取材ではなかった。他方、学校など公共の場所では、そもそも取材を受け付けていないと言われたことはあった。(多)

スタッフも症状が出ていないだけで、実は感染している可能性もあったので、街頭インタビューの際もマイクを通常より3倍長い棒の先に付けて行った。また、緊急事態宣言中は飲食店自体の取材をしないと決めた。

感染しない、させないが判断基準。メディアとして密にならないことや人同士が近づかないことを報じていたこともあり、その一方で近づいてインタビューしてきたことが問題になりかねなかったので、取材の場合も一定の距離を取った。(多)

この情勢下、テレビに対する世間の見方を考えると、コロナウイルスに取材者が感染するリスクよりも、取材時に問題が起きた際にいらぬ憶測や批判、不安のもとになることを恐れ、気を付けるようにした。

そこでマスクの着用等の対策や必要に応じてPCR検査を行い、相手の理解を得たうえで取材を行った。(多)

2020年4月の初めに出演者から陽性者が出て、看板番組である午後のワイドが休止する事態となった。そのあたりから危機感が出てきた。感染して自分たちが苦しむ、というよりは、それだけの強い影響力を番組や視聴者に及ぼしてしまうことが会社として大きかった。

取材相手に一番してはならないのがウイルスを持ち込むこととなり、だからこそ、会う時は距離の取り方や装備、マスクの着用など、かなり厳しく言っていた。(多)

放送エリア外への取材は基本的に控えた。特に緊急事態宣言中は原則禁止で、行く

場合はPCR検査を受けてから行くことを徹底した。

離れたところへの取材で、直接的に忌避されるような反応はなかったが、不要不急の渡航を避けることが求められ、われわれ自身もそれを呼びかけていたので、災害などがない限りは行かないことにしていた。他方、台風の時期に、PCR検査を受けてから行くので時間差が生まれ、思うように現地に入れなかった事例があった。(多)

<取材相手との意識の差>

コロナと関係ない取材で、「ぜひ取材してほしい」と言われて対象者の家に行ったが、高齢者がいる時に「全然気にしていない」と言われても、ワクチンも接種していない中、万が一自分たちがコロナに感染していたことで、高齢者にうつしてしまうことを懸念し止めたこともあった。先方から残念がられ、なんとも苦しい思いをした。

緊急事態宣言が発令されている間は、よほどの大事件でない限り、本社のある地域以外に行かないようにした。行くと嫌がられる例もあった。(多)

③ 視聴者への見え方に配慮

取材時の映像が画面にどう映るか、すなわち視聴者への見え方に関する懸念が多く聞かれている。このために、あえてインタビューの際に距離を取っている旨のワンカットを使ったなどの意見があった。また、レポートの際にアナウンサーの顔出しレポートは止める、観光施設のレポートの際、マスクを外すシーンを止める、食リポを止めて、局内に持ち込んで食べる、帰省客等の取材の際に顔を特定する撮り方は止めるといった意見も多い。さらに、配信は止めるなど対応している社もあった。

<取材時の配慮をオンエアで見せる>

安全面以外にも、感染のリスクをできるだけ軽減しながら取材しているというポーズで、見られた形を気にしていた。きちんとマスクをし、取材対象にもマスクをしてもらうといったことや、食べるシーンなど撮影上のルールを決めて制作していた。

画面上で映ってどう思われるかが一番の心配で、そこを重視していたように思う。他社のニュースのオンエアも見ながら対応していた。(多)

インタビューの際は離れて撮っているが、放送においてもインタビューの前に距離を取っている旨のワンカットを使った。また、必ずカメラ位置が分かるよう、取材対象者と近づいていないことを示すカットを必要に応じて入れたり、そうした映像を必ず使うといった配慮をしていた。(多)

毎日、夕方になると視聴者センターからメールが回ってくる。初期のころは、その中にマスクを付けることや、さらには取材すること自体どうなのか、といった意見が山ほど寄せられた。映さないとこちらの恰好や、相手にどう接しているかが見えない。そこでマイクのブームを伸ばした形で録っていることや、フェイスシールドを付けてることなどのカットをあえて入れた。いままも接近したカットは撮っていないし、

そういうシーンにはパーテーションを置いている。

インタビューもリモートで、と言われたらそうしている。ただし、リモート取材は、切り取られた画面の中しか使えず、周りの風景や雰囲気などが伝わりづらいこともあり、「画が足りない」という苦労があった。(多)

インタビューの際、毎回ではないが、距離を取っていることを見せるカットを1つ入れるようにした。

スタジオの演出においても、キャスター間の距離を取る、ゲスト、専門家に話を聞く際はZoomなどを使って遠隔で行う、どうしても入れる場合は、パネルを立てて、距離を取るなど工夫した。そうした中でカメラ割りなどの苦労はあり、そのバランス・兼ね合いを考えた。(多)

<取材時に配慮>

テレビで一番多い取材は、町の人々の声を聞く街録で、何かがあれば取材することが多いが、そもそも論として距離感は大丈夫なのか、マスクをして入れればOKなのか。視聴者からは、街に出るなど言いながら、人に話を聞いているのではないかといった意見があった。それに対し、マスクやマイクを棒の先に付けるなどの見え方も含め、どう解消するのか悩みながら行った。画角によっては、距離は取っていても寄って見えるなど使いづらいことがあった。

放送エリアは、都市部と地方で人口に差があり、かつ距離がある。人が少なく感染も起きていないエリアの町のイベントを取材すると子どもたちがマスクをせずに大会に参加しているが、マスクしてくださいとも言えない。その点は悩んだ。その映像を使うことで、全く関係ない地域から非難もあるだろう。われわれの中でも「止めたほうがいいのでは」「いや、感染も起きてない」などと議論。難しい判断を迫られた。(多)

地元自治体の中心都市で感染者が増えている中で、顔の知られているアナウンサーが各地に顔出ししながら出向くのはどうなのか、と部内で話があり、なるべく顔出しのレポートは取らないようにするなど配慮した。

感染者が増え、移動を控えている時期なのにアナウンサーが見えると、視聴者から「テレビだけいろいろなところに行っている」と思われるのはうまくない、との判断からだった。(少)

東京オリンピック・パラリンピックの際に空港から選手が続々と入ってきた時、各社は飛行機を下りてゲートまで入って取材を行っていたが、当社はそこまで突っ込むのは止めようと判断し、行かなかった。理由は見せ方と、感染リスクのため。

また、見え方に関しては、アナウンサーが観光施設のレポートの際、周りが畑などでも必ずマスクを着け、マスクを外すシーンをあえてなくした。リポーターの食リポ

も止めて、メニューを局に持ってきて食べるような見せ方にした。(多)

一番悩んだのは、マスクしていない人を撮るかどうか、レポートの時にマスクをするかどうか。広い範囲の中で、農家の方がたたずんでいる時はいいのではないか、などの意見があった。

オリンピックのメダリストの出演もほぼオンラインとし、生放送でも別室でスタジオに来ない形にするなど、配慮し過ぎかもしれないがそこまでやった。対策はできる限りしたほうがいいとの考えからだった。(少)

放送エリアは南北に長く、最初のころは感染者が出ていない地域もあった。県外のナンバーには懸念の声もあったが、取材車は県内ナンバーなので問題にならなかった。

お盆や規制の時期などに観光客や帰省客の取材も行ったが、顔を出す／出さないは、本人がよくても家族が迷惑な時もある。そこでお盆の時期は顔が特定できる撮り方は止めるルールにした。

取材した人から、全国ニュースは止めてと言われることもあった。そこでエリア内の放送にとどめ、配信は止めるなどの対応を取った。(少)

④ 病院や施設の取材に苦慮

コロナ患者を収容した病院やクラスターの発生した病院・施設、コロナの陽性反応が出た人の取材を行った社にその詳細を尋ねた。インタビューからは、外観のみを撮影した、内部は関係者に機材を渡して撮影してもらった、内部も撮影してよい／いけないの線引きがあった、などの実態が浮かび上がった。病院等の内部を取材した社からは、緊急事態宣言が収まった後、消毒され、患者との接触機会のないグリーンゾーンに限って認められた、患者のいない、稼働したばかりの施設を取材した、といった具体例が挙げられた。また、無理やりに見える取材は避ける、取材者の意思・状況を尊重したとの声も聞かれた。一方で、マニュアルに従えば感染するリスクはない、ふだんの事件現場の取材と同レベル、との意見もあった。このほか、コロナの陽性反応のあった人への取材もPCR検査で陰性が確認された後や回復してから取材した、などの話が聞けた。

取材をしなかった、あるいはできなかった社の意見として、系列のマニュアルでNGになっていた、会社として緊急事態宣言下では病院の中は取材しないと決めていた、放送の影響を勘案した、取材する中で治療の最前線にあたっている人に迷惑をかけない、との配慮から控えた、などの意見があった。

<外観のみ取材／機材を渡して取材>

クラスターが発生した学校や病院、高齢者施設など施設は遠めの外観だけで、クラスターが発生したニュースとして放送した。施設を遠目から外観を撮る分には感染の心配はない。病院などは中の取材はできなかったが、収束した後に院長のインタビュー

一を行った。基本は、病院で感染者が出て休館になっている、といった生活情報の一つとして外観を見せる、という意味合いだった。

最初は施設名も出していたが、公の地域の総合病院でない限りは、ある程度日数が立ち、濃厚接触者が増えても施設名を出さなかった。

学校で感染者が増え、クラスターになり、休校になると、保護者からクレームが来る。「なんで出すのだ」と。発表しているから出しているんだといっても視聴者はきかない。ただただ差別が生まれると電話が来る。地元の地元紙が学校名を出さない。「新聞では出していない、なんでテレビでは出すのか」と強めのクレームが来る。そこで特に学校に関してはとても気を使っている。昨日も休校のリリースが来た。クラスターは発生していないので、学校名は出さずに〇〇市内の学校、とした。視聴者がピリピリしており自分の子どものいる学校名を出すことをすごく嫌う。(少)

コロナ患者を収容した病院は、医療の逼迫度合を取材。コロナ病棟内への立ち入りは無く、内部映像は医療関係者に家庭用カメラで撮影していただき、その動画をSDカードやファイル便でもらうなどの形を取っていた。中の人間に直接会うことはなかった。

クラスターの発生した施設は、障がい者施設で100人規模のクラスターが発生したため取材。規模が大きかったので報道の使命を勘案した。当社単独ではなく他社も来ていた。施設の外に代表が来て、距離を取ったうえで合同取材を行った。基本は外での取材だった。施設の中に立ち入ったことはなく玄関や入り口で運ばれていくところを取材した。内部に立ち入るのは、行政もお断りだった。

コロナの陽性反応が出た人は、ホテル療養等の状況を取材するために行った。報道の使命・重要性を考えた。ただし、極力オンラインを活用した。(多)

感染者を収容した病院の取材が一番悩んだ。地元のある病院を取材したが、感染対策を徹底しており、そのことをPRしていた。一方、当社は感染者を受け入れている病院はオンライン取材で、との指針だった。病院は「看護師が一番差別を受けていた。感染対策をしているのに受け入れてくれない」と主張。向こうが対面取材OKなので悩んだ。結局われわれがウイルスを持ち込む可能性があるので、感染病棟に従事している看護師等はオンライン、院長は対面取材にした。病院側がOKならば行きたいがそのもどかしさがあった。

2021年に入り、カメラで撮ることを受け入れる病院もあったが、搬入時や治療時の映像までビデオで撮らせてもらえる病院はなかった。(少)

病院はかなり注意を払って取材した。施設の関係者にカメラを渡し取材してもらったこともあった。県内の病院でクラスター発生がいくつかあり、敷地外からの取材を指示した。建物内の関係者との接触はためらわれた (少)

コロナ患者を収容した病院は医師立会いの下取材した。感染対策の装備や対策を施すとともに場所を考え、陰圧室の外で行った。病院の中は医師から撮影した映像をもらった。エリアを分けて感染対策をしたので不安はなかった。

陽性になった人の取材は、個別のケースとして、感染した場合にどのような症状が出たのかを伝えようと取材した。PCR検査で陰性反応が出て、取材がOKになったことを確認。取材時は、換気を行い距離を取ったので気にしなかった。(多)

<病院内部等を取材>

コロナ患者を収容した病院やクラスターが発生した施設も取材したが、相当ケアをした。病院の中でもここまで撮っていい、いけないの線引きがあった。

記者が取材に行く前に取材のスタンスや方針を持ってきたのに対し、ここまでならいい、ここまでしなくていいという判断をした。病院側も感染させたくないの、この先は入らないで下さい、というところもあった。まったく近寄らないことはなかった。ただし、患者等に接するところまではなかったように思う。(多)

緊急事態宣言が納まり、地元自治体が独自の基準で警戒している時期があった。一般の活動は戻りつつあるが、厳しい状況に置かれている病院の取材がしたかった。緊急事態宣言下ではないので取材を許可した。病院はグリーンゾーン、レッドゾーンに分かれていた。グリーンゾーンは消毒等がなされ、患者との接触機会もない。そのグリーンゾーンの取材に限って認めた。病院がいかに大変な状況か十分伝えることができた。当社としては病院内の取材は許可するが、極力患者と接しないところまでに止めるとの判断をした。ただし地元社の判断は分かれ、レッドゾーンでの取材を行っているところもあった。

会社としては極力そうしたところには行かない、という大方針があった。そのうえで現場の判断に拠った。病院のひっ迫状況にも拠っており、多くの患者が運び込まれているところは行かないようにした。この病院ならばきちんとゾーン分けされているなど、病院ごとに判断。そのうえで現場にOKを出した。取材した記者は感染のリスクがあったので、一日休んでもらい、体調の変化をみた。(多)

病院、医療関連施設は、使用していない段階の設備や患者が中にいなかったり、設置したばかり、稼働したばかりの施設は中も取材した。患者がいる施設は、関係者にビデオを渡して撮影してもらうなどして対応した。

陽性が出た人は、回復してから取材した。(多)

新型コロナの正しい情報を視聴者に伝えるために、取材と報道自体は実施すべきだと考えていた。ただ、実際に取材するかどうかの判断にあたっては相手先が対応できる状態にあるかが大きく、“無理矢理”の取材、あるいは視聴者からそうみられかねない取材は避けるようにしていた。

県境をまたいだ移動は避けてほしいなど、相手先から求められた場合は従うようにした。中には防護服の着用まで求められるようなケースもあったようだ。

陽性反応が出た人の取材に関しては、その後のPCR検査で陰性に転じた人のみを対面取材の対象にし、それ以外はリモート取材とした。

取材者個人が基礎疾患などを抱えており行きたくないとする場合や、仮に本人がOKでも家族がNGと考える場合などもあり、そこは無理強いせず尊重していた。

(多)

クラスターが発生した施設やコロナの陽性反応が出た人への取材は、なにが感染対策につながるのかに気を付けたうえで取材にあたっていた。マニュアルに則って取材すれば、まずは感染するリスクはないだろうと考えた。感染リスクを完全にゼロにはできないが、われわれがふだん行っている火事や事件、事故の現場の取材といわば同レベル。記者として現場に行く以上、そうしたリスクを知ったうえで、国民からの知る権利の負託に応えるのはもちろんのこと。そうした意味での不安はなかった。

クラスターが発生した施設等の取材は、ふだんの取材のリスクと同レベルにある中、むしろ国民の知る権利に応えたいとの考えの下、対策を立てていた。(多)

<取材しなかった／できなかった事例>

クラスターが発生した病院への取材は、病院内には地元放送エリアではどの社も入っていない。病院の外観の撮影や関係者への取材は行ったが、現場に行くことはしなかった。(少)

感染病棟の中を見せてくれる病院もあったが、厳しい状況の病院は、交渉不足もあり、取材できなかった。(少)

コロナ患者を収容した病院の取材は、系列のマニュアルでは基本NGになっていた。ある程度キー局の動きも参考にした。コロナ感染の最初期はNGだった。今は一律ダメではない。(少)

スタッフが感染しないことが一番の基準としてあった。緊急事態宣言中は病院の中の取材はそもそもしないことを会社として決めた。

行政機関によってどこがクラスターかどうかをはっきりいわないところがあり、それが一つ大きな問題だった。取材の過程でどこがクラスターかを周辺に聞くことで、間違った風評被害が出てしまう恐れがあった。明確にここから出たというところは、撮影したこともあったが、中に入って関係者の取材をすることはなかった。(多)

患者が入っているところを取材するのは、医療関係者もおおり、万が一トラブルが起きた場合に影響が非常に大きい。取材する中で治療の最前線にあたっている人に影響や迷惑をかけたくない、との配慮があった。感染のリスクというよりも病院への迷惑を踏まえた判断だった。(多)

クラスターの発生した施設は取材の必要性を感じなかった。カラオケや老人ホームのほうが感染リスクがあった。(多)

⑤ チーム内での意見・意識の違い

チーム内の意見や意識の違い関しても多くの意見が上がった。例えばコミュニケーションでロスがあったこと。あるいは撮影した映像の使用で議論になった、など。取材先がOKなのにと記者に食い下がられたこともあったようだ。

一方で、ミーティングにおいてカメラマンの意見を吸い上げた、記者の意思を尊重した、現場の判断を尊重した、などの話も聞かれた。取材に行きたくない、といったことは特になかった、記者との間で大きく意見が変わることはなかった、との発言も多い。

<意見の違いで議論>

コミュニケーションを取る部分で、対面取材でこういうところが面白いなどと会話ができない場面があり、いろいろな意味でロスがあった。(多)

飲食店において、黙食が推奨されていた。ただし、営業再開の時にインタビューをすると、どうしてもマスクを外して答えてしまう。ディレクターによると、この人は食べている最中に対応していたので問題ないとのことだったが、放送を見るとマスクをはずしてしゃべっているということになってしまう。撮った映像をどう使うかで議論になったことがあった。われわれが使ってもいいと判断しても、視聴者が見ることで、当人に不利益が生じる可能性があるのも、そのあたりまで考えて映像を使わなくてはならない、ということ話を話した。

ディレクターによっては病院のレッドゾーンに入らなければ生の映像が取れないという人もいた。そこは社の方針を説明し、理解してもらうことが何度かあった。

系列局のキャスターが感染したこともあり、他系列よりも厳格化して取材した面があった。そのために「なぜ当社はダメか」という意見が現場からあった。(多)

東京に向かう人を取材したが、感染者リスクが高いとの意見もあり、そこまでやらなくなったり、不特定多数の大人数の取材が難しい時期もあった。担当記者から「向こうがOKなのに」と、かなり食い下がられたことがあった。(少)

<コミュニケーション、現場を尊重>

どちらかという正しく怖がっていた人間が多いと受けて止めている。沿岸部に一人で記者とカメラを兼ねる人間がいるが、その人からは、大きな不安を感じるとの意見がたびたびあった。テレビ局が来ると大ごとになり、それがどのように映されるかが大きい。また、カメラマンからインタビューの際の距離感に恐怖を感じているとの意見があり、ミーティングの時に吸い上げ、その対応策をきちんと取った。(少)

拒否など、記者の意思は尊重した。表立って絶対取材したくない、という激しいものはなかったと思うが、取材に対してネガティブな反応を持つ者に無理はさせなかつ

た。

カメラマンからどこまでやっていいのか、どこまで近づいていいのか分からないとの声があった。少しでもリスクを主張してきたカメラマンに対しては、無理をしなくていいと説明した。

われわれは本社にいて、現場には現場の意見もあるので、もしも現場に違和感や他社に比べて突出している部分がある場合は、デスクの指示を待たずに現場で引いてもらって構わないと話すなど、現場の意見を尊重した。

それによって取材で出遅れる部分もあったと思うが、それについては問題ないとして、コミュニケーションしてきた。(多)

2020年2月から取材班をA、Bの2班に分けて運用した。接触率を下げる意味では部員の意識が共有できた。感染者が片方から出ても生き残り、影響なく動ける。そうした動きに向けての意思統一はできていた。(多)

考え方がそれぞれ違い、取材に行く、行かないで二の足を踏むスタッフもいた。その部分の調整はだいぶあった。強制しないのが原則だった。

感染が広がると、取材先から来ないでくれ、と言われることが増えてきた。それを現場が受け止める。一方で指示する側は「行けないの？」となり、現場と本社にいる人間で齟齬ができる場面があり難しかった。基本的には現場の判断を尊重した。(多)

<対立・齟齬はなかった>

チーム内で「取材に行きたくない」といったことは特にはなかった。感染の不安があるような場所の取材はなかなかないため、部内でそこには行きたくない、そこに行くべきではないとはならなかった。一方で感染のリスクを考え、感染者を収容した病院などは外観などを取る形とし、基本的にあまり近づかないこととした。(少)

チーム内の対立はなかった。感染拡大が収まりつつある時は、ちゃんと取材しなければならぬね、という意見も出た。また、病院の密着取材も敢行し、ローカルでも取り上げた。その際は取材前の抗原検査が定番になっている。費用負担も発生するが対応している。(少)

取材の記者の反応について、当社の場合はそれほどオーバーに気にする記者もおらず、可能な範囲で取材しようと進め、大きく意見が変わることはなかった。(多)

今、視聴者が知りたいこと、例えば医療の現場で何が起きているかをできる範囲で取材するしかないという雰囲気だった。そこでの齟齬はなかった。

ただし、感染対策はこれまでの取材方法を引きずった面があり、映像を見るとマスクをしない状況で聞く、距離が近いなど、感覚的にできていないこともあった。ストレートニュースよりも特集や企画もの、コロナと関係ないもので徹底されていなかった。こういうことは止めようと継続的に注意を呼びかけていた。(多)

時代というか、一昔前ならば報道機関であるという、取材の制限を飛び越え、もっと突っ込んだ取材をするべきとの議論があったかと思うが、今は、映像において無理な画面構成が見えてしまうと視聴者が敏感に反応してしまう。そのことをデスクや現場の記者も十分分かっている。そうした危険を冒し「あなたたちが現場に入ったことで感染リスクを広げているのではないか」という見え方への恐れはコンセンサスとしてあった。そこを踏み越えて、メディア、ジャーナリズムだから行くべきだ、という議論については、今もそうした話にはならなかった。

腹を割って話せば不安を抱えた記者もいるかもしれないが、危なくて行きたくない、ということもあまりなかった。(多)

⑥ 人員不足等による取材活動の難しさ

コロナ禍の人員面について話を聞いた。各社とも2班に分けたことにより、コミュニケーションなどに齟齬や苦慮があったようだが、少ないなりに効率的に取材を進めた様子が伺えた。また、リモート取材を活用した社も目立った。さらに、取材の優先順位を厳しく決める、取材対象の減少によりニュース枠の縮小を検討した、などの意見も。他方、地元自治体の記者会見に毎日行く必要があり、長時間労働を強いられたとの意見と人員面で困ったことはないとの意見の両論があり、いずれも地域の感染者数や会社規模とは関連性はみられなかった。

<2班体制で腐心>

キー局と違い、人数がいるわけではないので、壊滅的な被害を受けて放送できなくなることも想定した。すべての番組でそうならないようにしたが、こと報道は止めるわけにはいかない。グループを2班に完全に分け、デスクも記者もディレクターも週で半分に割って放送体制を整えた。その間は本社にいないチームが直行直帰で取材を行い、自宅で仕込みや調べ物をした。どうしても最初は慣れなくて、コミュニケーションが電話等になった。

外に行くと余計に頑張ってしまう、放送尺がないなどさじ加減に苦勞した。慣れてくればそれなりに機能したと思う。(多)

2020年2月からA、B班の2班に分けて運用。緊急事態宣言中に片方の班は自宅待機となった。したがって実働は半分になる。一日交替で勤務し、実働部隊となる片方の班のバックアップを別の班が電話で行う形でのいだ。

自宅待機で電話取材だけをしている担当には、どうしても無理なことがある。「会見にカメラを持っていきたい」「ほかの班との接触はないから、記者会見に行っていっか」などと言われ、ハンドリングが難しかった。そこまで求めていないから、ここは一步引いて行くのは止めようと抑える時もあったが、“他のスタッフとの接触はなく撮影だけ”など都度判断もあり、そこは難しかった。(多)

<リモートを活用>

一回だけ保健所から連絡があり、(スタッフが)濃厚接触者に当たるので、検査を受けてください、ということがあった。アナウンサーとカメラマンがその対象となり急きょ休みに。人繰りがいきなり苦しくなったが、少ない中でうまく回していた。逆にリモートインタビューを撮っても違和感がなくなったので、それを活用した。(少)

かなり大変だった。2020年の春に2班に分けた。難しかったのは意思疎通。1班は社内、1班は外という中で片方の班にVTRを託すというスタイルだったが、確認作業が煩雑になり、取材相手の顔出しなどでトラブルがあった。

一方で、取材の効率化に関し、リモートでできる部分の発見があった。コロナに教えられたプラスの面だ。

人繰りがきつい時にローカルの枠を縮小し、全国ニュースに乗ったこともあった。2020年の春から夏はそれで乗り切った。(少)

他社の意見も聞きながら取材していた。他社では2班に分けて班同士が接触しないよう交互に取材活動をしていたが、当社はできなかったもので、単純に外での取材を減らすのが一番、ということになった。ニュースの枠を減らすことはなかった。外には行かずリモートでつないで取材やインタビューをするなど可能な限り対応し、人数のカバーをした。(多)

<できることを模索>

報道スタッフの中に同居家族が感染したり、濃厚接触の疑いが出たことなどが相次いだ時期があった。ニュース番組は作らなければならない。その場合、VTR制作が一番負担がかかるので、スタジオのコメンテーターのトークの面積を増やすなど、少人数でも回していける形で対応した。

必要な取材には行ったが、ふだんよりもよりその優先順位を厳しく決めた。どうしても手が回らない、ということにはなかった。ただし、これはやっておけばよかったということはあった。(多)

取材先からあまり来ないでくれと言われてたり、イベントも激減すると結果的に取材項目も減る。どうやって枠を埋めようかと、枠を縮小することも含め検討した時期もあった。感染流行の第1波を通じてある程度方法論ができた。夏に一度、第1波が収まったところで整理した。(多)

<その他>

放送エリアの自治体内でコロナの感染者が出ると、その発表を受けて報道するが、1日の集計が終わった後、感染者が出た場合に発表は夕刻になる。当初は会見が22時、23時などになることが続いた。それまでデスクが連絡を待ち、夜の会見の指示を出すことが放送エリア内で初の感染確認が出て以降しばらくあり、長時間労働を強い

られた。

毎日、地元自治体が時間を割いてブリーフィングを行う。カメラの制限もかけられたので、放送エリア内のテレビ局で会見をプールし、映像をスルーで送るようにしたので、カメラマンは回せた。ただし、記者は毎日会見に行ったので、そこに人員を投入しなければならない。他の取材は記者とカメラを兼ねてもらったりなど、きちんとクルーが組めない時があった。(少)

報道の人員は充実している、感染者が1人出たくらいで濃厚接触者も関係者のみ。人員不足は参院選の時期よりは問題なかった。

感染対策として2チーム体制を(このインタビューの)2週間前まで取っていた。そのわずらわしさや特別な感じはあった。(少)

直接的な人員不足で取材しにくかったり、取材できないことはなかった。

取材時の感染対策マニュアルをしっかり持っており、日常生活と同じレベルの感染リスクの範囲内で取材をしていたので、それを恐れて取材をしないとすると、われわれの職業が成り立たないことを記者個人は理解し、日々業務に励んでいるはずなので、この現場は怖いから行きたくないという話はなかった。

感染拡大がピークだった時は、社内でA班、B班を作り、出勤日を分けたが、接触しないようにすることまでは行っていなかった。代わりに報道フロアと違う場所に待機場所を作った。(多)

テレビの報道には、朝出社して会話を交わし、昼や夕方はこのニュースを作っていこう、というところや、ここまでにこういうものを撮りたい、という面がある。当然予定どおり撮れない時もある。さらに本来ならもう少し落ち着いた取材をしたほうがいい時、今日の放送に向けてある程度取材を進めていく時もある。そういう面でこの取材を今日すべきだったのかどうか、といった反省はあったかもしれない。

当時は日々、状況が変わっていった。ニュースバリューや視聴者が知りたいことを取材をするとの認識のもとで進めてきたが、そこに安全や感染防止という観点があったかどうか、われわれとしても考えていかなければならない。(多)

⑦ コロナに関する知識のアップデート

コロナ禍において「デルタ株」をはじめ、新しい情報や用語が登場し、日々の活動の中で知識をアップデートする難しさがあった。各社がその知識を得るためのよすがとなったのは、地元のウイルス・感染症学の専門家や、自治体・行政機関のブリーフィングなど。

また、新しい用語などに関しては系列のルールなども機能している。一方、部員がそれぞれ勉強する、コロナの取材を担当する記者が他の記者に伝える、記者の情報を共有するなど、記者間の情報共有の事例も多く聞かれている。

<地元の専門家から>

未知のウイルスであり、軽々なことが言えない。幸い地元放送エリアにウイルスの専門家の先生がいて、夕方のベルト番組でほぼ毎日出演を依頼していた。その2人に都合をつけてもらい、解説していただいたり、分からないことを聞いていた。われわれが提示するVTRや原稿も先生に意見を聞くこともでき、その点はありがたく、専門家が身近にいることは大きかった。(多)

地元で感染学の先生が何人もいて、新しい情報が出れば、その都度先生に聞いたりした。

最初、当社の系列はデルタ株を「インド株」と使っていた。インドという地名を使い続けていいのかという議論があり、専門家の意見を聞いた。その後、当社の系列はデルタ株に統一されていった。そうした点も含め、随時専門家にどう取り上げたいか、この数値は報道としてどう説明すればいいか、節目ごとに聞いてはいた。(多)

用語もそうだが、聞く先生によって意見が異なる部分が多々あった。記者の自分の判断ではなく、難しいところは専門家のインタビューを取るようにと指示した。いろいろな先生にあたって、どの先生が分かりやすく、正確な形で伝えてくれるか、かなり試行錯誤があった。(多)

<自治体や行政機関の情報>

不勉強の部分は怖い。厚労省のアドバイザリーレポートや、政府の専門家会議後のブリーフィング、勉強会的な機会など公的なものは、ふだん放送するうえで見てきたし、勉強もした。それと同時にオフのブリーフィングなど専門家と話す機会もあった。現状の見通しもさることながら、今後の見通しやどうした点に注意するのか、最初のころならば実効再生産数などどういった点に注目すべきか、専門家から話を聞き理解していった。付け焼刃だったかもしれないが、報道するうえで気にしていた。(多)

地元自治体が毎日のようにレクを開いており、記者会見を通じて知見や知識を得ていた。それらを共有し、地元自治体のリリースを信じながら取材を行っていた。

オンラインでのデスク会議などで担当デスクの考え方が共有できていた。(少)

<系列からの情報>

知見や用語の使い方は基本的に系列のキー局に従った。病気の内容やリスク、原稿上の表現を組織で共有。新たな知見をあらためて組織内で意識的に勉強することはなかった。

それでも足りず、補足が必要な場合に地元のウイルスや感染症の専門家に取材したことはあった。(多)

インド株とするかデルタ株とするかなどは、系列から統一した呼び方や表記、字幕にする際のルールがすぐ出てきたので部員と共有。混乱をきたすことはなかった。視

聴者に少し戸惑いがあったのは、政府が職域接種を、と言っていたのを当社系列は「職場接種」と表記、アナウンスすることになっていた点。なぜ職場なの、という問い合わせがあったが、系列のルールに則った。

地元自治体の発表の伝え方、特に言葉の使い方で当初から細かい注意喚起をした。誤解や中傷につながることを避けるためだ。マスコミには影響力があるので、1つ1つの用語にナーバスになるようにと、部員に浸透させるべく、口を酸っぱくして言った。陽性者と感染者の使い分けや正しくない区分など、誤解を招くような言い方、受けとられ方を避けようとの意味があった。原稿をチェックして直し、1つ1つ部員に説明していった。今はすべての部員に浸透している。(少)

用語・呼び方については、キー局から「デルタ株」などはこうしてください、という情報が早めにアップデートされてくるので、それをニュース終わりにスタッフが集まる会でその都度話し、デスク間で必ず共有。言葉に気を付けていた。(少)

新しい用語はキー局から「こういう表現をする」との通知が来た。(少)

<記者が得た情報を共有>

基本は各部員個人が各メディアの情報を読んで勉強してください、というところだった。当社は通信社に加盟しており、例えばインド株を「デルタ株」とするなど、ある程度書き方の説明があり、それに準じていた。医療関係の言葉は、医療部や医療担当、科学担当がいないので、通信社の書き方をベースにして対応していた。(多)

(インタビューの) 数カ月前までコロナの担当をしていた記者がいて、その記者が専門的に新しい情報を積み重ね、その情報を他の記者にも伝える形を取っていた。

その記者はもともと行政担当で、地元自治体の動きを追いながら、専門家会議など行政の動きをチェックしていくなかで自然にそうになっていき、有識者などの人脈もつなげ、取材を組み立てていった。チームとして動けておらず、その記者に頼り切ってしまった。そこがこれからの課題だ。(多)

正直難しかった。デスクとしても言葉についていけない。その使い方や認識が合っているのか不安を抱えながら業務を行っていた。

そうした中でも数字の比較や、過去何番目の数なのか、厚生労働関係の当局はどういう概念でいるのかなどは、記者から上がった情報を共有し、そのためのシステムを作っていた。ある程度、何かあったときに確認するよりどころはできていた。

また、キー局にも言葉の使い方などを確認していた。

地元の医師会や感染症の専門家が定期的にレクチャーを開いてくれた。取材はできないが、医療の現場も含めて参加してくださいと呼びかけがあり、今の状況や認識をレクチャーしてくれた。そうした場に出席することで、アップデートすることができた。(多)

(2) 報道に関して悩んだこと

① 社会不安をあおらないために

各社とも社会不安をあおらないような報道に腐心していた。その基本となるのが事実を伝えるということ。自らが自粛警察的に感じる報道は止める、差別が起きていればその解消に努める、断定的な表現を避けた、などの意見があった。一方で、明るいニュースが出しにくかった、日々の起こることを伝えるので精いっぱいだったなど、率直な意見も聞かれた。

また、感染者数などをめぐる意見も多かった。発表の速さを競う流れに疑問を感じた、センセーショナルな数字は止める、数字を伝えるだけにとどめたなど、その伝え方に苦心した様子がかがえた。

<バランスに腐心>

不安をあおるようなもの、そうした声はインターネットなどで当然聞こえていたが、事実だけをしっかり伝え、自粛警察的にわれわれを感じるような報道は止めようと話していた。

例えば、(自治体が自粛を要請するより前の) 時間内に居酒屋を取材し「混んでますね」というのは悪いことではない。われわれが正義の鉄拳を振りかざすようなりポート取材は落としたり、そもそも止めよう、という話はした記憶がある。

事実は伝えなければならないが、人間なので気が滅入っていく。コロナの報道はしなければならないが、コロナ禍だけど温かい取り組みも始まっていた。例えばお弁当屋が頑張っている、家族でこんなことが楽しめるなど、明るい気持ちになれるニュースも入れるよという話をしていたし、意図的に伝えていた。その根本はスタッフとの会話で、「気が滅入っちゃうよね」といった話があった。また、家族からも「コロナばかりで見たくないよ、暗くなるよ」と言われ、出演者と「コロナしかない」などと会話をしている中で「こんないい話もあるね」といった意見も挙がった。

餃子のチェーン店が廃棄するものを医療機関に届けるといふ、心温まる企画を上げる記者やディレクターが出てきて、方針としてもこうした話題を入れたいと伝えた。誰が決めたとか、その基準を設けたり、必ず1日1本入れる、ということでもなく、なるべくこうした話題を入れていこうという合意形成ができていった。(多)

いたずらに不安をあおりたくないと言いたいが、一方で事実は事実として伝えたいという思いもある。当社のエリアは地元自治体がしっかり対策したほうだと思う。そこで地元自治体のやり方を参考に、差別が起きているという発信があれば、それをどうなくすかという取材に切り替えたり、自粛すべきとなれば、そうした論調にした。感染はある程度抑えられていたので、信じてよかったと思う。(少)

コロナの情報は、特に事実関係を重視して報道していた。何かあおるような取材は

ほとんどしなかった。例えば自粛要請に従っていない店を紹介してもそれに対する声を出すことなどはしない。視聴者からの反響も特になかった。

クラスターの発生に関しては、何人が感染しクラスターの恐れがあると機関が発表した、という内容を口頭で報じた。(多)

コロナの問題には色々な意見がある。どちらが間違っているとも言えないし、完全に正しいとも言えない。どうバランスを取るのか、一方に偏りすぎないことを常に頭の中に置いていた。

例えば、原稿の末尾を断定しない、こういう意見もある、こういう考え方もある、といった言葉を原稿の中で多用した。(多)

そこまでヒステリックで過剰な反応が寄せられることはなかった。

見え方で心理的に引っ張らないよう、ミスリードしない映像作りを意識していた。

例えばワクチンに黒いゴム片が混入した問題が発覚したが、当社の放送エリアでも早い段階で見つかった。その時に回収対象となったワクチンを接種した患者がいて、亡くなったという報道があった。それを報じるかどうか。明確に関係しているとは言えないと専門家も言っていた。報じてしまうと関係があると見えてしまう。ワクチン接種の初期の段階だったので、結果的には出さなかった。十分伝えるには情報があまりにも少なく、検討の末に判断した結果だった。(多)

本当は多様なニュースを出したいと思っているが、コロナに関する報道が増えると明るいニュースが出しづらく、専門家もいつ頃解消するかの見解を出しにくい。地元ではコロナからの復帰を願い、各所でイベントが企画されていたが、クレームを寄せてくる視聴者もいる。自粛期間はクレームがとても多かった。視聴者との温度感をどう同じにするかに一番苦労した。

系列のコメンテーターの発言に関し、同じチャンネルで見ている中、オリンピックの報道などで「手のひら返しではないか」といった意見もあるようだ。系列に激しめの発言をするコメンテーターを使った番組があったようで、当社の夕方の番組に意見が寄せられてはいた。それに対しては、自分たちの番組ではこうだ、と取材結果を愚直に出していくしかないと考え、地道に伝えていった。

オリンピックの伝え方も難しかった。アスリートにはオリンピックにかける熱意がある。単純にオリンピックというイベントではなく、われわれはそうしたアスリートの熱意を前面に出してオリンピック報道に入っていた。実際難しかったが。(多)

過去の経験や知識が全く参考にならない全く新しい病気だったので、日々起こることを取材し、伝えることで精いっぱいだった。振り返ってもどれが行き過ぎで、行き過ぎでなかったのかどうか。自粛警察などの報道もあったかもしれないが、今、どこが難しかったかは一言では言えない。(多)

<感染者数・感染者の伝え方>

地元のメディアは特に、当日の感染者数の公表の速さを競うところがあった。数字だけ出しても地元視聴者に何の意味があるのかという思いがあり、意味がないのではないかと感じながらも、社内では速さを求めてくる人もいたので、考え方に苦労した。報道として、感染者〇人というネットニュースの一行に意味があるのか。いまだに悩んでいる。

従業員が感染するとウェブサイトで公表する会社があった。その代表に後日インタビュー取材して、意図を聞いたが、隠すよりも公表したほうがより従業員を守れるという話だった。地元の自治体は狭いので、名前を出さないことでかえって誰が感染したなどうわさが広まる。その特集を組んだ時は反響があった。当社の営業からも好感触だった。感染が悪ではなく、誹謗中傷を守る意味で公表という手段があるということニュースで紹介できたのは、よかったと思う。感染者数は東京のようにはならず、多くても二十数人で、100人になることはない。地元にいるとどこの誰という話が漏れ伝わり、うそのうわさが生まれ、その学校の生徒が退学になるなど、悪い方向に広がることがあった。そういう意味でも先の企業の代表へのインタビューはやってよかったと思う。(少)

冷静に対処しよう、数字だけに踊らされるようなセンセーショナルな報道は止めていこう、となった。感染者数が倍々ゲームになるようなところもあったが、あまりあおったりしないようにし、感染者が減っていき、好転していく部分はしっかり報じた。少しでも前向きになってほしいという面もあり、いい情報はしっかり伝えていこうという話をした。(多)

携帯電話を使った流動人口データにより、人出が増えた／減った、という情報を当社も放送しているが、数字だけを正直に伝えることに止めた。これに関するインタビューでも「これだけ普通に感染者が減っているのだから街に出た」「出てきたがすぐに家に帰ろう思っている」という両方の意見を伝え、バランスを取るよう配慮した。

田舎でクラスターが発生したことを報道すると、視聴者から「地域全体が不安に陥るがどうなのでしょう」といった意見が1、2件あった。行政のほうで施設名を発表する／しないがあり、施設名が出せない時もあったが、地元自治体の発表に準じている。(多)

地元の感染者がゼロであると大きく報道することは地元メディアはしなかった。なぜ感染者がいらないのか、という観点で取材する局があり、代わりに取材しなければならないこともあったが、われわれはゼロであることが続いていることを神格化や、クローズアップする報道はしなかった。街で声を聞くと「他県から人が来ると怖い」「県外ナンバーを見ると避けてしまう」など、受け入れたくないという心情が高まっているのを感じていた。しかしそれが差別につながると思った。それを報道することで、

差別を生む危険性もはらんでいたもので、ことさらそこを強調する取材は避けようと考えた。(少)

あおらないようには心がけた。ただし、感染者数など数字を伝える報道に偏りつつあったことは反省。今でも新規感染者に一喜一憂している。ただ、人数は視聴者の関心事なので出していた。(少)

② プライバシー／被取材者が差別の対象になること、感染者に対する誹謗への配慮

感染者や取材対象のプライバシーへの配慮を行ったうえで、どこまで報道するかのジレンマに悩んだ様子が見えられた。そのうえで、伝えるべきものを伝える、困っている人を伝える、などの考え方やそのための取り組みも吐露されている。他方、自治体などから感染者の個人名が出なかったり、その情報が有用でない例、特に感染者の少なく、人口も少ない放送エリアにおいて、行動履歴を出すことで対象者が判明してしまう、あるいは、学校名の公表に気を使った、などの事例が見られた。

インタビューでは、帰省などで都市部から人が入ってきた場合や、観光地などを抱える地元で観光客が入ってくることにしても尋ねた。取材相手とコミュニケーションを取る、来た目的や事情をしっかりと伝える、などの意見があった一方で、他県ナンバーの車を映さない、観光客をアップで取らないなど配慮した場合もあったようだ。

<感染者や当人への配慮>

基本的に感染した人は報じていない。本人が主張したいことについて、取材に応じた場合はそれを伝えたが、一般人で感染者やかつて発症した人は匿名とし、顔も出さないなどプライバシーにかなり配慮して放送した。(多)

個人的にはモザイクをかけたくないが、第5波のときは、できるだけ顔を放送しないようにすると決めた。2021年に入ってからでは時短営業内でもそうしている。悪くない話だからいいという考えもあったが、変な見られ方をするのもよくないとして、当人への配慮からそうするようになった。(少)

コロナに感染した人の差別はあってはならない。感染した人のインタビューを撮る際、先方から顔を隠し、声を変えてほしいとの要望があり、その形で流すと、メディア自身が差別を認めたようなものだという意識があり、やりながら難しさを感じた。

緊急事態宣言時は、県をまたぐ移動も止めようとのことだったが、行楽地でインタビューをすると県外の人もおおり、そのインタビューは極力使わないようにした。

緊急事態宣言が解かれたとはいえ、人が集まるような場所や観光地に出ていて密になっている映像は出しづらかった。また、マスクをせずに町中を歩く人も出しにくい。そうした映像をどこまで出すかは毎回議論していた。街中で込み合っている状況の映像はマスクをしているほうが使いやすい。屋外においてマスクを外してもいい距離を国が示している。国の基準以外に当社の独自基準は作りづらい。何か言われた時

の理由付けは必要だと感じていた。(多)

感染初期にスポーツクラブでの感染が増えたが、そこに通っている人からスポーツクラブばかりが悪いととらえているとの匿名の意見があった。(多)

放送エリアでも病院などでクラスターが発生。その起きたところで、名前を出すかどうか悩みはしたが、他社が出していたということもあるし、そこで起きていること自体、場所を出す意味があると考えた。地域の人分かっている。そのバランスを考え、名前は特に医療機関だとしっかり出した。なぜそれが起きているかを検証することが必要だ。病院側も隠したりや、そうした要請もなかった。その判断の際の対抗材料はなかった。(多)

地元エリアは感染者の数がどっと増え、あっという間に広がり、なかなか感染者が出ないような事態ではなく、ある程度出たら(状況に)慣れていくというところがあった。初期のころ、かかってしまうのは仕方がない、誰でもかかることがありうるということを原稿に必ず入れていた。(多)

今、何を伝えるべきかを抽出するのに苦労した。自宅療養者が増えている時に現状を取材したり、実際に家を回って治療している医師に密着するなど、時々に応じて、困っている人を見えるようにするにはどうしたらいいかを考えた。なるべくビビットに伝えなければと、対象を探し取材した。

どうしても継続取材ができていない部分もあったし、感染の後遺症に苦しんでいる人もいる。困っている人の声でもっと伝えるべきものがあるのではないかと個人的には思っている。(多)

<公表された情報に苦慮>

基本的に行政はすべて匿名でしか発表せず、つかみようがなかった。当初は今より厳しく、男女を言わないところから始まった。

施設に関しては市町村が発表していなくても学校等が自分たちで発表するなど、考え方に違いがあった。見え方がバラバラになるので、途中で行政の発表に基づくほうがいいとし、公表していれば公表することとした。当事者が出していても、出さない時もある。今もそうだ。

行政の情報公開について、最初は情報になっていなかった。会見でもマスコミとやり取りがあった。特にガードが固い自治体があったが、この辺までは出していいと徐々に慣れてきて、さじ加減が分かってきたようだ。毎日扱うからこそ、ここまで出さないと記事にならないなどと線引きができた。現在は困っていない。最初は性別や年代、国籍などの公表もなく、お互いに苦労した。

一方で、情報として意味があるのかというのがある。放送エリアではクラスターなどの発生に関し、地方ごとに発表されるが、広い区域となり、その中でクラスターが

起きたと伝えても気をつけようがない。広い地域がゆえに分からない情報を提供がどこまで有用なのか、悩んだこともあった。(多)

個人が特定されないように気を付けたが、エリアによっては人口の少ない自治体もある。性別や年齢とともに行動履歴も発表され、それを報じるので、おのずとそのエリアでは（感染者が）分かってしまい、ジレンマがあった。1人の感染者からさらに広がることを避けるためにはやむを得ないというところもあり、実名報道はしていないものの、行動履歴を報じることは当事者にとっては苦痛だったと思う。

クラスターが発生した飲食店は、感染拡大の可能性をはらんでおり、影響が大きいことから店舗や店主を取材をした。利用客が多かった飲食店も地元自治体に従い店名を公表し店舗も撮影した。影響力の大きいところは公表した。

田舎ならではの困ったこともあった。ある理容店で感染例を地元自治体が公表したが、あまりにもエリアが小さく、個人が営む店舗なので、誹謗中傷がひどかったという。親族からなぜ公表したのかとの抗議があり私が受けただけで2件あった。学校に行けなくなったなどの抗議や、生活できないなどの苦情を受け、心労にもなった。

地元自治体内でも都市部と地方都市で温度差や差別があった。中心部からはお断りなどとは何度も言われた。

地元自治体や保険所がクラスター発生と公表しても、実名を報道するか否かは、慎重にジャッジした。判断するうえで関係する人数が多く、疫学的に公表する必要性があるところは公表したが、エリア内の感染が拡大してからは、事業所などがホームページなどで自ら公表していたので、そこにかぶせる必要がないと判断した。私たちが伝えるべきは、さらに感染を広めないということへの注意喚起だと考え、クローズアップすることは避けた。(少)

学校名の公表に関し、父兄は気にしていて、会社まで文句を言いに来た人もいた。病院名などは自分たちもウェブサイトですぐに公表するが、学校だけが特別で大変気を使っている。

患者のインタビューについては、顔や名前は出してほしくないという本人の意向があったので、それは避け、音声も変えた。提供してもらった宿泊療養施設の写真を活用しながら、感染した時の症状や、宿泊療養施設での生活などを中心にインタビューした。(少)

<観光地を抱えたエリアの対応>

サーフィンが盛んなエリアに県外ナンバーの車が止まっているのを取材する際、記者も相手の反応を気にした。コミュニケーションを取ったうえで、あなたが悪いわけではないと説明し、取材交渉した。断られたことはあまりなかった。確認し、顔までいいよとなれば映し、放送はいいがネットは止めてくれ、というときは当方も煩雑に

なるので、最初から首から下にするなど対応した。(多)

地元で観光地を抱えており、感染が収まったところから観光客が増えている。取材をして伝えているが、放送エリア外から来ていることに対する問い合わせはなかった。お店の人にインタビューしても「一気に来て怖い」という声はあるが、経済活動を成り立たせなければいけないというところもあり、合理的にとらえているなどは思う。観光地の状況などは、フラットに伝えるべきものではないか。(少)

観光地の取材で、この状況下においても来ている人のインタビューをしていた。時間が経つにつれて、差別的な反応が示されるようなところもあった。途中からは「観光地の人通りが少なくなった、影響を受けた」旨の取材は行っていたが、他の自治体のナンバーの車を映さない、観光している人をアップで撮らないなどの対応をした。

内容も観光地で仕事をしている人の声や、受け入れる側の悩みなどにシフトさせた。(多)

東京から来た観光客に対する攻撃的な意見などがあつたかもしれない。明確に否定しなくても、観光客が来るから感染者が増えている、との声があつた。直接的に掘り下げたことはなかったが、観光客が増えている時は例年通り伝えた。許可を得てない時は足元だけにして、インタビューも顔を出さないなど映像に配慮した。取材がOKな人も自粛要請もあつたので、遊びに来たことを声高に言っている映像ではなく、チケットを取ってしまったからなど、目的や事情が伝わるようにした。(多)

③ 感染者数の報道について

地元自治体が発表する感染者数を報じることについて、考え方を尋ねた。感染者数が最大の材料であり、感染拡大の抑止力になったとの意見や、一番の指標になり、増えれば警鐘につながったなど、伝えることの意味を強調する意見が目立った。一方で伝えることのジレンマを吐露する声もあつた。

インタビューは感染者数が収まってきた時期に当たっていたこともあり、今後も感染者数を伝え続けるかを尋ねた。これに対しては検討を始めている、あるいは迷っているとの声も多かつた。一方で、「推移としては分かりやすい数字なので続ける」「いろいろな所に波及するデータなので当面は出さざるを得ない」といった意見も根強かつた。

<必要だった>

感染確認の数は、少なくともそれが報じる最大の材料だった。地元は病院のひっ迫ではなく、病床使用率なども伝えていたが、感染確認の人数がすべてのベースになっていた。発表どおり、毎日地元自治体が出す数字をもとに構築。感染拡大の抑止力になった気がする。

数字を出さないことへの問い合わせ、関心はある。どこのエリア、市町村、保健所の管内なのか、発表がないと逆に不安をあおる現象も起きている。(少)

毎日の感染者数は一番の指標になる。増えれば警鐘につながるのではないかと信じ、毎日伝えていた。これからどういったニュースを伝えるかの指標にするためにも毎日の感染者数の増減には一番注目していた。(多)

<あおっていた/その他>

人に直あたりし、人を描くことが難しかった。そのために、日々の発表や数字に頼った部分があったのではないかと、ということは日々考えている。感染者数をこれまで通り伝え続けるのか。国が示す基準にするのか、施策を取る地元自治体や地元政令市の基準を使うのか。時期によって変わり、地元自治体が独自の警報を出すことがある中、何を出すかは日々変わっていった。(多)

病床数も死亡者数も毎日全部出しており、(視聴者からの)「隠しているのでは」という意見は解消している。(少)

東京の感染者数を地元各社が速報で出していたが、当社でも意味があるのか、という議論があった。新規感染者数に加え、重症者数、病床のひっ迫率やステージなど、情報量が多いものの毎日出すようにしていた。(多)

ジレンマがあった。病床の状況や療養者の数、その推移や地元自治体が定めた警戒レベルのどのステージにあるのか、変化しているのかなどの情報を盛り込むようにした。そこで大きな変化があった場合は、それを原稿の前のほうに持ってきて、ここがニュースなんだということを強調するようにした。(多)

感染者の数自体が欧米と比べて桁が違う中で、その数字を日々出すことで不安をあおっていたのではないかと、ということは今振り返ればあったかと思う。批判がある一方、数字を日々出すことで視聴者一人ひとりが日常の生活で気を付けるうえでの注意喚起にはなっていたと思う。(多)

<感染者数の報道 継続の考え>

今後、医療の状況をしっかり伝えたい。感染が再拡大した場合は、病床のひっ迫状況などが判断材料になるので、そのことの重要度がより増すと思う。現状はまだ、医療もひっ迫していないが、この段階で切り替えることは、今の段階ではない。(多)

エリア内で感染者数ゼロ人が続いていることを出すのは悩ましいが、安心情報という意味では、出さないという考えはない。議論はあるが、推移としては分かりやすい数字なので、続ける。(少)

感染が収まり、現在は新規感染者数に絞っているが、視聴者の需要はあると感じている。切り替えのタイミングは難しい。新規感染者数は直近の広がり具合が一番分かり、いろいろなところに波及するデータだと思うので、当面は出さざるを得ない。(多)

切り替えのタイミングは難しい。感染者数の報道を止めるという議論も出ていな

い。そのまま続けると思う。(多)

<止める／迷い・検討中>

感染が落ち着いてからは、東京および地元の感染者数を毎日必ず出すことをルーティーンにはしなくなっている。(多)

減ってきたからやらなくていいわけでもないし、減ってきたからこそ何ができるのか、日々模索している。これから年末年始に向けて、解除になってもこういうことに注意しなければならない、ということの報道はできるが、それ以上で何ができるのか。後遺症や、ワクチンの3回目の接種など、第6波に向けた準備がどこまで進んでいるか、伝えていかなければいけないと思う。

ピークの時期に比べ、目に見えた動きがあるわけではないので、苦勞しながらやっているが、報道する面積が減るのは如何ともしがたく、その中で感染者数の話は難しい。視聴者の日々の会話で中心となっており、伝えないわけにはいかない部分がある。(多)

視聴者から問い合わせが来るくらい日常になっており、いつ止めるのか、どうすればいいのか正直分からない。(少)

地元自治体内の感染者数が減ってきており、最初はトップニュースで伝えていたが、ここ1カ月はトップではなくなり、感染者がゼロになったというニュースを一応続けているが、止められない。ゼロならば必要ないのではないか、という議論はしている。(少)

新規感染者数がベースになっているが、今後についてまさに議論しているところ。その数が減ってきている中、死者の数をメインで伝えたほうがいいのか、議論している。例えば3日に一度にするなど、簡素化してもいいと思う。地元自治体のレク自体も開かれず、クラスターも1日1件あるかないかのレベル。視聴者からは市町村ごとの感染者数を伝えてほしいという意見がいまだにある。(多)

(感染者数を伝え続けるのかという) 具体の議論はない。地元自治体は感染者数ゼロ人が続いた。このことは、この状況では伝えるべきこととして伝えた。(少)

④ 政府・自治体の対応の伝え方・政策批判とのバランス

報道する上での政府や行政への批判と報道バランスについて尋ねた。

「政治的な意味があるのかどうかではなく、感染対策上必要な情報であるかどうかを考えた」といった考えが示されている。政府の対応について、首長にインタビューを行うなどの取り組みがなされている。一方、知事の軽率な発言などが話題となったが、切り取らず伝えたなどの事例が聞かれた。

一方、行政の施策に関し、批判的な声を伝えることも必要、視聴者の目線を入れる、といった声も。行政の情報公開に関しては、不満を訴える意見もあった。

<知事の発言等について>

地元自治体が独自の対策を打ち出していたが、政治的な意味があるのかどうかではなく、感染対策上必要な情報であるかどうかを考えた。例えば地元で医療施設を作るという話が出た時には、病床ひっ迫の中でその対策は有用だと判断。知事の発言をそのまま出した。他方、政府や与野党の批判など、政争の具となることに利用されないよう意識したうえで放送していた。(多)

地元政令指定都市の市長と知事の折り合いが悪いが、知事にはより素早く対応することがどの局面でも求められる。国が緊急事態宣言を出す中どう考えているのか、個別のインタビューを申し込んだこともあった。(多)

地元知事が早めの対応を打ち出していた。評価する声もあり、国に対してもっと働きかけたほうがいいのではないかと、といった質問もでき、他の自治体に先んじて手を打っていることを伝えることができた。付度やバランスという部分では選挙もなかったもので、あまり苦労しなかったし、意図的に持ち上げる必要も、貶める必要もなかった。いい意味でのフラットな関係があった。

一方でヒーロー的に扱う番組や救世主、スター選手のように持ち上げる企画が流れることがあり、苦虫をかむこともあった。(多)

地元の知事が軽率な発言をしたことがあったが、切り取って伝えても始まらない。新聞やワイドショーのネタになったが、まったく取り上げないわけにもいかず、問題を淡々と伝えなければならない。知事の言い分を切らずに伝えた。地元では観光が基幹産業なので、そこを憂慮しての発言ではあった。(少)

知事のキャラクターもあり、脇が甘く、不穏当発言もあったが、(感染状況に関する)数字自体で恣意的に何かしているという雰囲気はなかった。ただし、出している数字が十分でなく、数字で語られるものが自治体から出てこないことがあった。その場合は感染症の医師に話を聞き、現状の変化をどう見るかなどを入れたり、特集を組んでフォローし、数字だけにしないよう心掛けた。数字だけ見ていると一喜一憂になってしまう。人工心肺装置＝ECMOを使っている患者がいる、病床が足りなくて工事を増やした、といった情報を入れると、医療のひっ迫を出せる。また、折に触れて現場の映像を出すようにしていた。(多)

<政府や自治体の政策の伝え方など>

自宅療養で亡くなった人がいた。そうした方々も医療を公平に受ける権利があった。不公平感を抱いている人や行政への批判はあると思うので、そうした声も伝えるべきだと思う。休業した飲食店も補助金がたらないところ、もらったほうが得するところがあった。そうした不公平感を伝えないと気が付かない部分もある。伝える必要はあったのではないかと。(多)

<p>国の対応よりも地元自治体・市町村の対応をきちんと考えて伝えていた。地元視聴者が迷うようなものはそうした目線を原稿に取り入れるようにした。単純な発表ではない、どういった意味合いを持つのかとの視点を入れて放送していた。(多)</p>
<p>地元自治体は、前日の検査結果を翌日の16時過ぎに発表するので、いつも遅いと思っていた。また、感染者がワクチン接種を行っているのかどうかを絶対に教えてくれず、ブレークスルー感染なのかどうかを伝えたいが、協力してもらえなかった。ワクチン接種の有無に関し「教えてもらえないのか」と尋ねたが「そこまで手が回らない」と言われた。地元の視聴者が知りたいのはそこだといっても聞く耳は持たない。(少)</p>
<p>情報公開の点では、自治体によってクラスターを発表する／しないがあった。夕方ニュースは小さい子どもの視聴者が多い。しかし自治体によって学級閉鎖も発表する／しないがあり、なぜ発表しないのか、ということは取材過程で聞いたことはあった。(多)</p>
<p>地元自治体は出すべき情報は出していた。ただし、独自の事情だが、政令市それぞれが独自に出す情報と県が出す情報との兼ね合いを考えた。意見の対立はなく、連携は取れていたが、県と市の対応が異なり、どちらも見なければならなかった。(多)</p>
<p>(批判的でないと)とらえられてもおかしくないくらい地元自治体を信用している。担当部長や委員らを取材し、いろいろな立場の人がいることもあり、方向性が間違っていないと判断した。(少)</p>
<p>地元自治体の行政対応の不備は目立っていない。政令指定都市とその上の地方公共団体でそれぞれ対策室を持っていたが、行き過ぎた施策などなく、地元経済界や観光業界からも政策・行政に対する批判は聞かれていない。(多)</p>
<p>地元放送エリアは初期に感染が早く広がり、知事が独自に緊急事態宣言を出したこともあった。ナーバスにはならざるを得なかったが、ロックダウンしたり、日常が一切止まったわけではない。しかし、地元の状況に関する素材を自社外から求められ、その対応のほうが大変だった。(多)</p>

⑤ 対象やネタの減少

コロナ禍での取材対象やネタが減ったのかどうかを尋ねた。地方局を中心にお祭りやグルメ情報、取材機会が減り、苦労しているとの声が聞かれた反面、コロナに関する情報を長めに伝える、コロナの影響を受けていないものを伝えるといった対応で乗り切ったようだ。一方で「コロナ禍だからこそ始まったことを取り上げた」「イベントがなくなったことが大きなネタだった」など困らなかった旨の意見も目立つ。また、結果的にコロナのニュースに頼っていた、といった声も聞かれた。

このほか、「違うものにも目を向けようとした」「取材対象を開拓する点ではいい経験になった」など、ポジティブな意見もあった。

<苦勞した>

地元の祭りや、花火大会が中止になったこと自体も大きなニュースになる。そのことに加え、業者や観光業、宿泊業の人に話を聞いて尺を長くすることはあった。

スポーツ大会が中止になり、当事者の中高生の思いに迫りたいが、視聴率に反映されないのは困った。

コロナに影響しないような地域のほっとするようなネタ、明るいネタを日々探して、尺をねん出すことはあった。取材自体が減ってきたので、そこは大変苦勞した。最近は戻ってきている。(少)

夕方ニュースで出していたグルメや旅物の情報がすべて難しくなった。コロナの話題だけでは展開できない。そのために自宅で楽しめることなど、テレビ的にいろいろな画を出すよう腐心した。また、暗くなりがちな世の中を明るくしようといった趣旨で、コロナ禍においても頑張っている人を少しでも多く紹介したいという思いがあった。(多)

取材機会が確実に減り、ニュース構成が難しかった。日常の取材もなくなって苦勞した。そのために大きなことはしていない。コロナの話題を長めに伝えるなどして乗り切っていた。(多)

地元自治体内で緊急事態宣言が複数回発令され、放送局を見る目も厳しくなる中、それまでやっていた取材や放送をセーブするかどうかなど、都度話をしてきた。緊急事態宣言が出ると、人が集まるようなイベントの取材自体を扱っていいのか、悩みは増えた。(多)

イベント自体がストップしたり、施設の閉館で取材できないなど、構成上の影響がとてもあった。感染対策もあり、集まることを呼びかける中継を控えた。世の中がストップする中で、どう取材をしていくか。オンラインで撮影しても映像が成立しない。なるべくコロナ関連の話題にしたうえで、柔らかいネタ、影響を受けてないものを出した。(多)

<コロナ関連のネタで対応>

(地元) 専門家の先生がおり、コロナである程度大きく展開できた。難しい言葉など未知なものも多く、解説時間がたっぷり取れた。

地元放送エリア、特に本社のある市は全国的にもいち早く感染拡大および収束し、コロナの影響が大きかった。題材はコロナに集中したが、ニュースが構成できない苦勞はなかった。地方のイベントは減ったが、コロナへの関心が高く、バリューがあった。(多)

一時期イベントもなくなったものの、最近またイベントなどが少しずつ動き出しているためネタがない状況はない。観光地や商業施設のコロナ対応など、コロナだから

こそ始めたことを拾っていたので、ニュースの時間が埋まる分はあった。(多)

イベントに頼っている地元自治体ではあったと思うが、イベントがなくなったことが大きなネタだった。コロナによってネタで困ったことはなかった。(少)

地元自治体が常に情報を発信していたので忙しかった。むしろコロナが収まり、世間が落ち着いた時期にネタ探しで困ったこともあった。(多)

<その他>

この期間に“発生もの”の報道も行っている。コロナ一辺倒では飽きてしまうのではないか、という話があったので、人間臭い事案を細かく放送し、取り上げた面もあった。同じものばかりにしないようにしよう、違いものにも目を向けようと内部で判断し、放送した。(多)

取材対象を探し開拓する点ではいい経験になった。祭りなど中止になった点を逆手に取る形で、地元に行ってこれまで支えてくれた人にインタビューするなど声を拾って伝えた。部活動についても自宅でトレーニングしている人を取材した。やれなくて苦労している人を伝える、という考えで対応していた。(少)

(3) デマの解消に向けて行ったこと

ほとんどの社がデマ解消に取り組んでいることがうかがえた。「一番大きなテーマがデマ」と、地元で苦しんでいる人を助けるような報道に取り組んだとの声も聞かれた。デマ解消のための報道にあたり各社が重視したのは専門家の知見。「専門家が地元にいたのが大きい」「複数の専門家に聞き、同じことを言えば間違いないと判断した」といった意見が聞かれた。

また、確証のない情報は扱わない、風評やSNSに振り回されないようにする、さらには「確証のないものは取り上げないほうが広まらない」「品切れなどのニュースは余計に不安をあおるので、なるべくやらない形になった」といった見方も。

このほか、デマをただすことまでには至らなかったとしながらも、ネットでバズるネタには距離を置いた、専門家のメッセージをそのまま紹介した、などの対応がなされていた。

デマの類が起きているといったことについて、うまく取り除き、しっかり知ってもらいたいと番組担当とも話した。

マスクが足りない時は現象を取材。ワクチンの影響については、専門家の客観的な意見を聞いて放送したきたつもり。特別に知ってほしい材料として放送した。

若者の中にはワクチンにネガティブな印象を持っている人もいたが、無視せずに放送で取り上げた。例えばワクチンを若者が摂取したとされないと言われてきたが、打つ場所やタイミングがないことが分かったので大きく取り上げた。若者は打たないのではなくタイミングないということを、若者の声とともに知ってもらおうとした。(多)

一番大きなテーマにデマがあった。SNS上に感染者が立ち寄った地元飲食店に対するデマや、感染者に対するデマで苦しんでいる人がおり、できるだけ正した。ワクチン接種に関しては、専門家や地元自治体を信じるしかなかった。メリットのほうが大きいと思っていたので、呼びかけを中心に報じていた。インターネットに上げると批判めいたコメントはあったが、局に抗議の電話等はなかった。あまり気にせず専門家や病院の先生を信じて報道していた。(多)

ワクチンを打ったら妊娠ができない、というデマが流れていた。地元で専門家が2人いるので確認。海外の研究も目を通してあるので、それを基に海外でも確認されていないと説明した。明らかに人々を不安に陥れるようなデマでこのような報道を行った。

ファクトチェックの部分では、ベテラン記者でも今までみたことない病気で、取材したこともないので、専門家の意見を聞いたことがある。感染予防のスペシャリストが地元でいたことが大きい。(多)

コロナで分からないことが多かったので、とにかく複数の専門家に聞き、同じことを言えば間違いない、という判断をしていた。デマでは地元自治体内で詐欺案件が増えたので、積極的に紹介した。デマに関する情報はキー局からのほか、社内でもSNSで話題になっていることを調べる担当がいた。そこから専門家に尋ね、解消する報道などを組んだ。(多)

地元知事に誤った認識に基づく発言があった。専門家の知見として有用であるとの確証が取れなかったため、報道で扱わなかった。デマに関する情報は、報じるうえで専門家への取材を行っていた。また、本当に感染対策として有用かどうか、専門家のコメントを添えて放送するようにしていた。(多)

いろいろな情報が出回り、それに基づく事象が出たときはそれが正しいかどうか常に検証しなければならない。そのために専門家に話を聞いた。聞けば答えてくれる専門家との関係も確立していた。(多)

地元エリアでのデマはそれほどひどくない。混乱をきたすこともあまりないが、小さな自治体、町の噂のレベルで記者が入手してくるものはあった。

正確性のないものはニュースとして取り上げない。例えばマスクがなくなった、トイレットペーパーがなくなる等のうわさが流れた時は混乱したが、なくなることはないことを示すべく、製紙工場や流通の取材をして、皆さんの手元に届く、という安心報道はした。

混乱をきたしたのは感染拡大の最初のころ。繁華街でクラスターが起きて、経済のダメージでのデマやうわさが尾を引いたことはあったが、意味のない、裏付けのない安心報道は難しいし無責任だ。正確性のないものは、取り上げないほうが広まらない

<p>というスタンスだった。(少)</p>
<p>最初のころはマスクがない、などというニュースをやってしまったが、それが余計に不安をあおることにつながるの、なるべくニュースにしなかった。感染者が出たというデマが流れた企業があったが、取材をして、実際にどういう被害があったのか、なぜデマが出たのかの心当たりを話してもらい、特集を組んだ。感染者について、最初のころは犯人捜しのような勢いだった。田舎で1人感染者が出ると、どこの誰かとすぐに分かってしまうようだ。(少)</p>
<p>ふだんから、風評やSNSに振り回されないように、日々のリテラシーとして取り組んでいる。また、事実確認は必ず行うようにしている。専門家のインタビューを長めに取って、SNS上などで言われていることへの正確な情報提供を実施。地元の大学などの専門家を頼りに、正確な情報を流すことに取り組んだ。(少)</p>
<p>ニュースのネタとして、デマに関する報道は触れていない。医療機関のひっ迫状況やコロナ病床の状況などにとどめている。</p> <p>部内の情報共有においては、ネットに出てバズるコロナの話題には距離を置いて、冷静に見よう、ということを2020年2月から徹底している。ある種の風邪薬が危険、といった情報は鵜呑みにせず、必ず医療機関の専門家に聞き、裏付けがないと難しいと内部で伝えた。(多)</p>
<p>デマを正すために情報を出すところにはまでは至らなかった。専門家会議や行政が発信する、権威のある学者のメッセージをそのまま紹介した。</p> <p>ワクチン接種をめぐり、誤解のない情報発信のため、識者のメッセージを紹介するようなことに会社全体で取り組んだ。(多)</p>

(4) ウィズコロナ時代の取材・報道への提言

ウィズコロナ時代の取材・報道で必要なことや求められること、展望などを聞いた。視聴者に向けては、世の中が明るく、前向きになるような報道に取り組みたい、とのポジティブなメッセージが聞かれた。

また、「何のために放送するのか、自分自身の中で明確な理論を」「きめ細かい情報を伝え続ける」「正しい情報を出し、信頼関係を作る」「本当に大事な取材は何かを見つめ直す」など、報道のあり方を問う声も多い。

さらに、リモート取材などに可能性を見出す意見も聞かれた。一方で、コロナ禍でオンラインのインタビューが増える中、記者の足腰を再点検する必要があるとの声や、直接取材が難しい中、あらためて取材先に足を運ぶことの重要性を説く意見も聞かれた。

<明るく、前向きな話題を>

都心から移住し、リモートワークで働くことを地元自治体が推奨し、支援している

が、こういうネタを増やし、地元に戻ってきた人へのインタビューなどを行っている。コロナを逆手に取って頑張っている人など、生き残りの道を探るネタも増やしている。コロナで暗くなるのではなく、明るくなるようなネタを今後も見つけては出したいと考えている。

コロナ禍でもリモートでいろいろな取材でき、現場に行かなくてもインタビューをして、映像を提供してもらえればネタが成立することが増えている。それでニュースの幅も広がるとプラスにとらえている。(少)

放送を通じて前を向いていただけるような報道をしたい。ネガティブな内容を伝えることもあるが、われわれの社会活動を止めず、視聴者が前向きに生きることに関心したい。

他方で、いろいろ止まってしまったことを何とかしなければならない。ウィズコロナ時代にはそうしたことにも取り組みたい。コロナから逃げられない以上、うまく付き合い、気を付けながら、やれることをやる。そのことと放送が結びつけられたら。

チームとしては継続的で、行き当たりばったりにならないような取材をしていきたい。コロナを一生懸命取材してきた記者もいる。その成果を記者として作り上げてもらいたい。(多)

<リモート取材の可能性>

マスメディアとして、正しい情報を出し、信頼感を築くのが一番重要ではないか。今は、ネットメディアに速報性などで劣っている。ただ、ネットには正しくない情報もある。本当に正しい情報は何かきちんと検証していくことがテレビには求められているのではないかとあらためて思った。

個別の取材では、リモート取材・オンライン取材が一般的になってきている。われわれとしては、これまで地元の専門家や病院にしか取材してこなかったが、オンラインだと日本中誰もが取材対象になりえる。オンラインの取材が定着したことで、より取材の範囲が広がったととらえ、今後、自由な取材をしていけないかと考えている。(多)

正直なところ、現時点では取材体制を維持するだけの状況で、ウィズコロナで新しいことや、今後を考える段階には至っていない。

リモート取材が浸透している。それは今までなかったことだ。地元の市町村すべての首長にリモートでインタビューする企画を行った。行政の担当者にもリモート取材の方法を覚えてもらい、これを機に災害時にも生かしていけるような体制を作ることにもつながった。こうしたことを今後も生かしたい。

できることをきちんと行い、体制は維持したうえで、リモートなども工夫をしていく。(多)

リモートで出演することや、インタビューすることへのハードルが下がった。これまでではあり得ないと思っていた手段で遠隔地の人でもアプローチできるようになったと前向きにとらえたいと思っている。一方で、直に行けるならば行きたい。どちらにするかで悩むことになるだろう。

これだけ感染の波を繰り返すと、これが日常になっていくのだろうとの思いもある。緊急事態宣言が解けたが、日々の取材や報道の仕方が緩んだかというところもなく、変わっていない。

テレビの信頼性について、これまでは人が入れないところにテレビだから行ける面があり、それが役割だった。しかし、ことコロナの問題になると特別ではなくなり、特別扱いされること自体良くないのではないかとの風潮が垣間見える。一般の市民と同じ感覚で、取材・報道をしていかなければならないと痛感している。

上から目線やわれわれは知っている、という感じではなく、輪の中に一緒に入り、話していただくといったスタンスに変わってきている気がする。(多)

<報道を見つめ直す機会に>

コロナの問題では、アクセルのかけ方ブレーキの踏み方がものすごく難しい。放送エリアは観光で成り立っている部分が多い地域で、もろ手を挙げて来てもらおうと第3波、4波のようになり、他方、観光を止めると経済が止まる。

楽しむべきことは楽しむべきだし、ただ、決められたルールをしっかりと守ろう、という報道をしていくしかないのではないか。制限や過剰な恐怖、過剰なあおり、一方で過剰な開放へのあおりには気を付け、どこか逆手の目を持っていなければならないと思う。

Go Toキャンペーンで、一斉に食事や旅行に行こう、と伝えるけれど、こういうところに十分気を付けよう、など一言添える。逆に感染やクラスターが起きた場合でも、こういうことを守って旅行を楽しむのは悪いことではないなど、逆の視点や補完というものを必ずつけて、情報番組も含めて報道することが大事ではないか。

今だけではなく、この先がどうかということ、誰のため、何のためにこの放送していくのか、自分の中で明確な理論を持ち、説明できるようにしないと、ことコロナに関しては不用意なことにつながりかねないのではないか。(多)

正直なところ、いつまで続くのか、いつまでやればいいのかが見いだせていない。コロナがあってから入ってきた報道記者は、コロナありきで物事が動いている。日々の報道のベースとなる部分に触れずに来てしまっている。コロナが発生してから交通事故が極端に減り事件・事故も激減した。いいことだが報道部に新しく入った若手記者がそれらに触れる機会が減っている。コロナが落ち着いて、ウィズコロナ・アフターコロナの時にきちんと踏み出せるのか、心配は日々感じている。

報道の難しさでいえば、どこまで踏み込み、個人の権利をどこまで守り、どこまで公にするかの判断ができるのかどうか。SNSが活発に活用される中、放送局として公平性を保ちながら記者活動をする目を養えるか、耳を養えるかは大きな課題になるだろうし、今、経験している人にとっては今後役に立つのではないか。（少）

コロナは直接取材に行けなくなったことに大きな影響があった。人脈形成が難しい。本来の多くの人と接するところが阻害された。リモート取材やSNSの活用で便利になっている面もあり、うまく活用していくが、直接取材で相手の信頼や広がりを得ることは重要。コロナがいつまで続くか先が見えない中、取材先に足を運び、心と心で向き合うことが重要ではないか。

警察担当記者などが夜回り取材で幹部と顔を合すことがなくなり、警察からも署内に来るな、などと言われる。人脈を築くことができるのかが厳しい。

一方で、ゼロベースから取材を組み上げるいい経験になった。本来取材とはそういうものだと感じた。ものを言いたい人のニーズをつかむことは大事だ。（少）

われわれの中でウィズコロナの時代にライフスタイルを提案するほどの提言能力があるのか、あるいは私たちにそれが求められているのかどうか。考えるのは視聴者1人1人であり、新たな生活様式を見つけた人がいるのであれば紹介し「こういう生き方がある」ということを誠実に取材し伝えていく。これを愚直に行っていくことが視聴者に一番求められているのではないか。

コロナを理由に行政が説明責任から逃れることが今後あると思う。そこには気を付けていかなければならない。

取材方法について、オンラインのインタビューでしか情報が取れないと、コロナ以前の方法がすたれ、取材の足腰が弱っていくかもしれない。そこをもう一度点検していかなければならない。（多）

コロナ禍でどういう取材をしていくのかを一度考えたことがある。無駄とは思っていなかったが、なくてもできることがあるのが分かった。コロナがずっと残るのであれば、取捨選択を行い、何が本当に大事な取材かを見つめ直し、これまで他に振り向けていた分を掘り下げることにつなげていければと考えている。テレビ報道のやり方を変えていくことにつなげる契機にしてもいいのではないか。

限られた時間でものごとを伝えているので、街録一つ取っても「こういうことを言わせよう」など、落とすところを考えることが多い。見方によっては差別の対象になりかねないこともある。行って撮れたものを「考えてみたら、こういった使い方をするのが実態に合っている」など恣意的に思い込まないようにする。あるいは両論を出したり、思っているものと違うものが撮れても素直に出すようにしなければならないのではないか。これが現実に撮れたこと、という出し方をすれば「ちゃんと切り取っ

た」ことになる。

コロナはよい契機とは言えないが、伝え方を見つめ直すきっかけにはなったと思う。(多)

<その他>

今の状況が2年間近く続いている。第6波も警戒しようというスタンスで報道を続けている。現在も今の2班体制の状態を続け、冬に備える形を取っている。いきなり緩めるのは怖い。

コロナに関する感染者の状況は逐一変わっていくので、報道としてそのアンテナを敏感にしていかなければならない。

感染者が減る中、経済活動がどのように再始動しているのかなどは極力扱うようにしている。(多)

放送エリア内の感染者が抑え込めたのは、デマにも負けず、どれが真実か、ローカルメディアが真実を伝え続けたからという自負がある。それがローカルの力だ。地縁で情報を知ることもあった。正しい方向に導く、ローカルだからできるきめ細やかな情報を伝え続けたい。(少)

(5) まとめ

① 取材

取材時のスタッフの感染への不安について、コロナの感染拡大初期の段階での不安や葛藤に関する意見が多い。他方、事件現場と同じ、取材すべきものは取材するとのスタンスで臨んだとの意見もあった。

取材者が感染の媒介になることへの不安に関し、取材先に来ないでほしいといわれたことなどの事例が明かされた。

さらに、取材時の映像が画面にどう映るかに配慮したとの声も多かった。

コロナ患者を収容した病院の取材について尋ねたところ、外観のみ、あるいは内部は関係者に機材を渡して取材したなどの実態が浮かび上がった。

チーム内での意見や意識の違いに関しては、コミュニケーションでロスがあったことなどが浮かび上がった一方、記者の意思を尊重したなどの声が聞かれた。

また、人員不足の中で効率よく取材を進めたこと、スタッフの知識のアップデートに関しても地元の専門家をよすがにしたことなどもうかがえた。

② 報道

各社とも社会不安をあおらないような報道に腐心。感染者数をめぐっては、発表の速さを競う流れに疑問を感じたなどの意見もあった。

感染者や取材対象のプライバシーに関し、配慮を行ったうえで、どこまで報道するかのジレンマに悩んだ様子がかがえた。

感染者数の報道については、伝えることの意味を強調する意見が目立った。

③ デマの解消

ほとんどの社が取り組んでおり、その際にも専門家の意見を重視している。

④ ウィズコロナ時代の取材・報道への提言

ウィズコロナ時代の取材・報道に関し、視聴者に向けて世の中が明るく、前向きになるような報道に取り組みたい、といったポジティブなメッセージが聞かれた。

また、報道のあり方を問う意見、リモート取材に可能性を見出す意見とともに、直接取材が難しくなる中、あらためて取材先に足を運ぶことの重要性を説く意見もみられた。

第5章 ラジオ社の編成制作責任者へのインタビュー調査

本章はラジオ社の編成制作責任者を対象に行ったインタビュー調査の結果を報告する。
インタビューを実施した社名・担当者名は図表5-1-1のとおり。

図表5-1-1. 本調査のインタビュー先

社名	名前	所属・肩書	実施日
北海道放送	田村隆行	編成制作部長	2021/9/15
S T Vラジオ	平山大策	編成制作部長	2021/9/14
エフエム北海道	藤枝英樹	編成制作部長	2021/9/28
エフエムノースウェーブ	竹島智之	編成部長	2021/9/24
アイビーシー岩手放送	中村好子	ラジオ放送部長	2021/9/10
エフエム岩手	中村睦明	放送部長	2021/9/6
秋田放送	三瓶晃司	取締役編成局長	2021/10/14
T B Sラジオ	萩原慶太郎	UXプランニング部長	2021/8/31
文化放送	白石仁司 村田武之	コミュニケーションデザイン局次長 コミュニケーションデザイン部長	2021/8/30
ニッポン放送	瀬尾伊知郎	取締役コンテンツプランニング局長	2021/9/17
エフエム東京	内藤博志 増山麗央	執行役員編成制作局長 報道情報センターチーフプロデューサー	2021/9/16
J-WAVE	森田太	コンテンツプロデュース局長兼編成部長	2021/10/6
新潟放送	吉井秀之	ラジオ放送部長	2021/9/13
エフエムラジオ新潟	平尾亮人	執行役員放送本部長	2021/9/14
MBSラジオ	有貞直明	コンテンツデザイン局長	2021/9/27
朝日放送ラジオ	嶋田一弥 田結荘斎治	編成統括本部長 編成部長	2021/8/27
大阪放送	城康博 赤松加枝子	放送ビジネス本部長 編成部長	2021/9/2
エフエム大阪	須田淳	取締役編成局長	2021/10/6
和歌山放送	柘植義信	報道制作局長	2021/9/24
山陰放送	宇田川修一	制作局ラジオ担当局長	2021/9/7
琉球放送	多和田真梨奈	編成制作部長	2021/9/15
エフエム沖縄	東風平朝成	放送制作部編成担当部長	2021/8/30

(肩書はインタビュー時。敬称略)

調査は2021年8月27日から10月14日の期間に実施。「Microsoft Teams」を使い、オンラ

インでインタビューを行った（文末の（多）は感染者の多かったエリア、（少）は感染者の少なかったエリアの社）。

(1) 編成制作セクションの体制

① 放送継続のために行ったこと

放送継続のために行ったことを尋ねた。セクション内のグループ分けについてはグループ分けができなかった社のほうが多く、少人数であることや、体制に余裕がなかったことなどが理由に挙がっている。一方、グループ分けできた社でも感染者数が比較的少なかったエリアの社において「2020年の最初の緊急事態宣言中の4-5月の間は徹底。それ以降は緩やかに解除していった」との意見もみられた。また勤務場所の分離を行った社も多かった。

また「編成権をだれに譲るかを設定」など、カバー体制を構築・検討した社も。このほか「編集ができるソフトが使えるノートパソコンを全スタッフに配布」「部屋の中で一人あたり30立法メートルを確保できるようにするなど、気を付けていた」などの意見もあった。

<グループ分けをした>

ワンフロアとなっているが、午前帯の生ワイド班と、午後帯の生ワイド班の大きく2班に分け、1つの班を別の階の会議室に移し、完全に2つの班が接触しないようにして万が一の事態に備えた。

社員プロデューサーも少ないので、互いに濃厚接触にならないよう、テレワークや時差出勤で出勤勤務時間が重ならない形にシフトした。(AM多)

セクションをAグループ、Bグループに極力分けた。Aが来ている時はBはいないという発想。現在はワクチンの接種が進み、編成部門では98%が接種しているので、グループ分けをしていない。(AM多)

2020年4月の全国一斉の緊急事態宣言時は、編成スタッフ6人を2グループに分けて出社3人、自宅勤務3人の2班体制で運営。

現在、制作スタッフは12、3人がワンフロアにいるが、なるべく密にならないようにと、当日オンエアがあるスタッフは別室で勤務するようにした。オンエアがない人は今まで通り大部屋で準備等を行う。当日オンエアがあると出入りが多く、外部との接触もあるので、なるべく行ったり来たりしないように離れた部屋で朝から打ち合わせや番組の準備ができるようにした。

これらの運営は、2020年の最初の緊急事態宣言中の4-5月の間は徹底。それ以降は緩やかに解除していった。(AM少)

編成および制作は2020年6月から8月（2020年上期）の一時期だけ、2グループに

各セクションを分けた。時差出勤等ではなく、完全に2班に分けて接触しないようにする体制を2か月ほど取った。編成、制作の2つのセクションがあり、ふだん2カ所にいるスタッフを4か所に分けた形。

番組で誰かから感染者が出た時にそのグループ、Aから出た場合はAをストップさせて、Bだけで運用するという体制だった。(AM少)

<グループ分けせず>

グループ分けを検討したが、そこまでの陣容がない。現実的には完全なグループ分けまでは行かなかった。現在もしていない。何かがあった時のカバー体制は考えた。私も含めて、チーフディレクター、プロデューサーがどのようにヘルプに入るかを想定し、順番を決めたところまで。(AM多)

少人数なのでグループ分けはしていない。ただし時差通勤などは行った。編成制作の現場レベルで動けるのが6人で、この人数は変えずに実施した。

編成制作部内にアナウンサーが2人。その他は生番組の担当の形で付いている。アナウンサーはニュースなどがあるのでほぼ出勤せざるを得ない。(FM多)

A、Bに分けるなどチーム分けはしていない。最初は編成部員の一部が在宅勤務をしていたが、今はそこまで厳密ではない。

編成のスタッフとDJは基本的に出社している。外部の人を入れないことをある程度徹底している。制作セクションも同様。

あまりできなかった要因は人数的なこと。分けたところでフリーのディレクターが大半で、複数の番組を掛け持ちをしているので正直、厳密に分けられない。コントロールは難しかった。特に生放送はそうだった。(FM多)

グループ分けに対処できず、他社のように第1班、2班のような体制は取れなかった。会社から検討するようには言われている。(FM少)

6人で月一金の午前/午後ワイド、月金の夜、録音番組などを担当。そのメンバーで2班体制は難しかった。さらに6人中1人は2020年4月からの採用で新人教育をやらなければならなかった。(AM少)

編成は各担当がそれぞれ、テレワーク・在宅勤務も行ったが、2班体制など取っていない。編成セクションのグループ分けはない。

テレワークを導入。頻度等は業務にもよるが、半日のテレワークなども含めると、週に1、2回、あるいは2、3回リアルな出勤とテレワークを組み合わせている。なるべく出勤を控える、込み合う時間をさけて出勤するなど対応した。

制作セクションは、2班体制を取り、放送が途切れることがないよう対応した。(AM多)

編成セクションの中で交互に出社することはあったが、会社としての明確なルール

はなく、それぞれの部で行っていた部分はある。報道はもともとシフト制になっている。その中で関わらないようにした。

部屋の中で一人あたり30立法メートルを確保できるようにするなど気を付けていた。(FM多)

編成セクションは人数が少ないので、特にグループ分けなどはしていない。主に時差出勤のみ。全社的には体制を作ったところもあった。

放送継続の点では、当社は競馬を放送しているが、チームが感染すると継続できない。放送席が狭く感染リスクが高いので、ふだんは全員競馬場の放送席から放送しているのを2チームにし、本社スタジオと放送席とに分けて放送した。

制作と編成は同等の対応。(AM多)

班分け等を行っていない。そもそも人数を減らして班分けできる人数がいらない。デスクの位置は変えていない。全員が着席することもあるが、しゃべる場合は別の場所にした。違う部屋での作業など仕事をしやすい場所で行っている。(AM少)

<その他>

編成と制作はチーム分けするほど体制に余裕がなかった。部長は皆勤で、そのほうが捺印や相談のほか判断が回る。代わりに部員がテレワークができる環境を保てるようにした。編成は部長以外は常に入れ替わりで、半分くらいずつ出てくる体制を取った。

制作はそこまでできない。そこでもしも自分が倒れた場合、誰に代わるかというシミュレーションやサポート体制の構築を各番組で行うよう、制作のセンター長から依頼した。生放送の帯番組はサポート要員は考えやすかった。難題は少人数の収録番組。出演者とコミュニケーションやスポンサーとの段取りなどその人間だけが分かっていることも多々ある。他の番組の担当者にどうお願いするか、調整の難しいところがあった。

技術は編成の中に技術担当がいるが、マスターは2020年4月からA班、B班に分けた。無理をしながらこの9月末までは継続した。(AM多)

2021年4月に機構改革があり、以前は隣の島に別の部署があったのが別フロアに移ったので、島が1つ空いた。使えるエリアが倍になり、分室になっていたのを戻している。(AM少)

編成部長の立場に関し、編成権を誰に譲るかを設定。編成部長⇒局長⇒制作部長⇒編成経験者の順番で対応することとした。

万が一、出演者やスタッフが“全滅”しても放送継続できるように、録音番組を用意。穴埋めする準備をした。

制作セクションでは、感染対策のルールを作成した。あくまで“放送継続”のための処置ではあるのでその意味では編成も制作も一緒の施策。(AM 多)

収録や生放送がない社員は出勤しない体制は取った。出来る限りの範囲でシフトを組んで、なるべく合わないようにしたが、完全にはできていない。

社外スタッフは制作フロアは限界があり、別の階に会議室を解放して制作スペースにした。

地方局の悩みでスタッフが少なく替えがきかない。クラスターになると機能が停止してしまうので、そうならないように対策した。(FM 少)

24時間の放送もしながら、番組プロデューサーとして番組制作のコーディネートを行っている。プロデューサー1人1人が兼務。特にローテーションを組むことはない。会社全体としてはできるだけリモートワークを推奨していたができ切れず、あくまで工夫を行った程度。(FM 多)

編成業務班は時短の作業、時差出勤をさせた。パーテーションで仕切り、フロアの配置も1つずつ席を空ける形にした。次は時短と時差。さらに編成業務やCM進行表の作業もすべて在宅でできるように整備。過渡期にはA班、B班の交互の出勤体制を取った。

制作もフロアの人数を50%に減らしたかったが、どうしても機械の都合上できなかったのでもまずはできるだけ時短をすることにした。編集のできるソフトが使えるノートパソコンを全てのスタッフに配布し、在宅で台本や音声などの編集を行い、納品をオンラインでできるようにした。

当社は編集室は設けずに、自席で編集できるシステムをとっていた。ノートパソコンに変更したことで、かなり素早く在宅で編集作業ができるようになった。元々入っていたのが良かった。(AM 多)

オフィスを完全に3つに分けた。3～4人に分散。

一人が濃厚接触の疑いで休んだ時に、録音番組をバックアップで作れるように、レシピの形にして、データ上で共有した。

これらのルールは第1波から。放送エリア内の感染状況が全くよくなるので、分散体制のままとなっている。(FM 多)

② 感染防止策で実施したこと

マスクの着用・配布、検温の実施、オフィスフロアにおけるパーテーションの設置などを尋ねた。

● マスクの着用・配布、検温

マスクは、ほとんどの社で着用を決めている。「不織布のマスクを義務化している」といった意見もあった。一方後述するが、「しゃべり手はしゃべっている最中は外しても放送している」との意見もあった。

<マスクの着用：主な意見>

徹底している。スタジオに入っても、1人で入る分はいいが、2人以上ブースに入る時はマスク着用を義務付け。サブも複数の場合はマスク着用。(AM多)
当社は雑居ビルの最上階で、スタジオを含めてそのワンフロアの半分を使っている。そこで社員、出演者、外部制作者はマスク着用を絶対条件にしていた。2020年2月に指示を出し、今日まで続けている。2020年に地元の知事が独自の緊急事態宣言を出すまではマスクもパラパラだったが、関係者やスポンサーから感染者が出ると、全員がマスクを付けるようになった。(FM多)
社内では着用。最新版の指針では不織布のマイクを義務化している。(FM多)
全員着用。スタッフは着用して作業をしているが、しゃべり手はしゃべっている最中は外して放送している。(AM多)

マスクの足りない時期には、多くの社でスタッフへの配布を行っている。「スタッフやパーソナリティが大量に手作りの布マスクを送ってくれて、それも活用して乗り切った」といったエピソードも。さらに現在も総務部にて配布、あるいは「来局した人にも必要に応じて配布している」社もあった。

<マスクの配布：主な意見>

グループのテレビ社と協力しながら対応。ラジオ単体ではそろわなかったのがテレビ社の総務が動き、グループも含めて用意してくれた。今は個人で用意。(AM多)
インフルエンザが流行った時に大量に購入し、会社の備品として持っていた。足りない人に配布、全員にいきわたっていた。(FM多)
パーソナリティから夏場に冷感マスクでないスタジオ内は暑いと申し出があり、冷感マスクを買った。社員も社外のパーソナリティも使える。今は供給が十分にあるが、当時はなかった。(AM少)
来局した人はすべてマスク着用を義務化したので、来局した人にも必要に応じて配布している。(FM多)
ある程度保健室にストックがあったので、手に入らなかった2020年の3、4月に各部へ100枚くらい配布した。それでは足りず、2週間で底をついた。それ以降手に入った。(AM少)
当初はマスクが手に入らない時期もあり、総務部がマスクを確保し使えるようにしていた時期もあった。ある程度、欠品等の状態がなくなった現在は配布していない。 消毒液も総務部が配置し、なくなったら補充。これは現在も行っている。(AM多)
会社で確保し、1人2枚ずつ配布。ラジオ局でも入手し、配布を何回か行った。また、スタッフやパーソナリティが大量に手作りの布マスクを送ってくれて、それも活用して乗り切った。(AM多)

検温は、ほとんど社で実施している。多くの社は社屋の玄関での検温だが、「会社として出社前に必ず検温することになっている。対策本部の指示にある」（AM 多）などの意見があった。また、感染者の少ないエリアの社からは「チェックや提出義務はないが、日常的に自分の体調は管理しようと、検温をそれぞれで行う体制をとった」（AM 少）、「その後、検温できる機械を設置できたが、当初は手に入らない状況だったので自宅で確認、自己申請で37度以上の人は連絡をもらうことにした」（FM 多）などの意見も。

このほかアプリ等で体温を記録するところもあった。感染者の多いエリアの中波では「出社した人間は検温表に体温を記載することを義務付け。自分の欄に日付と体温を記入する」（AM 多）、「2020年から自主的に好きなアプリで記録しておくようにと全社員に通達があった。必ず提出せよという義務化はないが、必ず体温を計るようにした」（AM 多）との意見、感染者の少ないエリアの中波でも「会社の指示で決まっている。毎日専用のアプリへスマホから打ち込み、会社の人事部に報告する形。2020年の5月から継続している」（AM 少）との話があった。

● セクション内のパーテーションの設置

インタビューを行った半分近くの社において編成制作セクションのオフィスフロアにパーテーションを導入していた。社員が手作りしたり、ビニールシートを使ったところも。一方、感染者の多寡にかかわらず導入していないところもあった。「デスク自体が口元の高さ以上のつい立てで仕切られていた」「オフィスフロアはマスク着用を義務化し、パーテーションは用意しなかった」などの理由だった。

<設置した：主な意見>

放送、営業、総務が同じフロアで、編成・制作が一緒。机の間に手作りでビニールの簡単なパーテーションを付け、飛沫が飛ばないようにした。今も付けている。全国で緊急事態宣言が発令された2020年4月から。ワクチンもなく恐怖があったので、できることからやろうと作った。（FM 少）

アクリル板を品薄になる前に大量購入し、2020年の2月～3月にスタジオとサブから、2020年5月、6月にはオフィス全体に入れた。（AM 多）

編成部の席を細かくハチの巣のようにアクリル板や段ボール板で作った板で仕切っている。会議室などもすべてで、制作部も同様。（AM 多）

オフィスフロアとスタジオの中にパーテーションを設置した。前任の担当局長が作った。本格的に導入したのは2020年の秋口以降から。（AM 少）

<設置しなかった：主な意見>

そもそも、デスク自体が口元以上の高さのつい立てで仕切られていた。セクションごとにはアクリル板を置かなかったが、打合せスペースにはアクリル板の仕切りを設置した。（FM 多）

<p>スタジオの中はしゃべり手との間にパーテーションを付けている。オフィスはそこまではしていない。(FM 多)</p>
<p>オフィスフロアはマスク着用を義務化し、パーテーションは用意しなかった。(AM 多)</p>
<p>パーテーションをスタジオは設置したが、業務フロアはアナウンス部にパーテーションを付けた以外は仕切っていない。制作セクションも編成セクションと同様、業務フロアのパーテーションはない。(AM 多)</p>
<p>会議用のテーブルにはパーテーションはあるが、デスクの隣同士で、できるところ、できないところがある。近いところは圧迫感があり取り付けていない。隣に人がいないように、打合せスペースで仕事するなど分散して座るようにしている。(FM 多)</p>
<p>パーテーションは、今回特別に設置していない。もともと自席の前にパーテーションがあり、これを高くすることなどもしていない。(AM 多)</p>
<p>立てていない。パーテーションよりは換気。窓を開け、サーキュレーター代わりに扇風機を回して空気の流れを作っている。(FM 多)</p>

● PCR 検査・抗原検査

スタッフがやむを得ない事情で放送エリア外に出張した際に PCR 検査を実施した社が半数近くあった。また、濃厚接触者が出た際に検査を行ったとの意見も多い。

<出張などの際に検査を実施>

<p>放送エリアも最初から感染者が多いので、圏域を超えるのは NG。ただし野球中継があるのでどうしても行くことがあり、戻ってきた時に PCR 検査を必ず行うことになっている。放送エリア外に行く出張は少ないが、規定では対外的に来る人には確認をしていた。(AM 多)</p>
<p>放送エリア外へ出張した場合は基本的に実施。野球の中継で放送エリア外に行ったスタッフは PCR 検査を受け、陰性を確認してからの出社を義務付けている。東京の出張に言った時も PCR 検査を受けさせている。(AM 多)</p>
<p>緊急事態宣言が出ているタイミングとまん防の期間は、本社のある市の外に出るのもよろしくないこともあり、どうしても出なければならぬ時は、簡易キットでの PCR 検査を義務付けていた。(FM 多)</p>
<p>やむを得ない事情で放送エリア外の感染拡大地域に行ったスタッフに実施。陽性者はスタッフから出ていないが、インタビューした相手が後で陽性と分かり、保健所から連絡があった際に検査した。</p> <p>毎月 1 回東京に通院しているパーソナリティがいて、戻るたびに PCR 検査を行っていた。(AM 少)</p>
<p>社員は放送エリア外への出張が基本禁止。営業関係の出演者は、PCR 検査で陰性を確</p>

認してから来てもらう形にした。現在も続けている。

社内で抗原検査のキットを購入。現時点では希望者がいれば使用できるようになっている。(AM 少)

出張は原則控えているが、どうしても出張しなければならない時は、相手先を考えて PCR 検査を事前に実施したことが何度かあった。放送エリア外は当たり前で、それ以外でも VIP が集まる場合やオンラインライブの会場など人数が集まる時に基本的に行うこととなっていた。(FM 多)

最も厳しい指針の時は、PCR 検査を出張の前後に実施するなど特に厳密にしていた。(FM 多)

東京から毎週来てワイド番組を担当している人間がいるが、毎回 PCR 検査を受けさせている。抗原検査は、例えば業務上で音楽イベントの視察に行った場合は、必ず受けて陰性を確認したうえで出社させていた。(FM 少)

特に事前には検査はしていない。感染者や濃厚接触者の可能性が出た時に PCR 検査を行っている。日ごろの放送では行っていないが、大規模なイベントを実施する時にスタッフ、出演者全員に PCR 検査を行った。アリーナ規模の会場の場合は、スタッフだけでも 300 人規模になるが、PCR 検査用のキットを用意し、リハーサルや本番などの日に検査を行った。(FM 多)

出張に出かける、もしくは緊急事態宣言やまん防が出ている地区への行き来がある場合に実施することはあるが、定期的には行っていない。

緊急事態宣言が発令されているエリアから出演者にどうしても来ていただく場合は PCR 検査を受けてもらうのが大前提。(AM 少)

2021 年に入ってから、プロ野球や子どもの運動会などの取材に行く際などは、先方から PCR 検査のオーダーが来るようになったので検査を受けていた。(AM 多)

<濃厚接触者が出た際などに実施>

コロナの感染の疑いが出た場合は、とにかく PCR 検査を受けるよう連絡を統一。受ける場所、連絡先などを共有した。感染や濃厚接触の疑いがあった場合も PCR 検査をすぐに受けに行くことで一本化していた。当初は保健所から連絡が来て、濃厚接触者などと言われるまでに時間がかかった。その間に会社に来られて濃厚接触者や陽性だと他の人に被害が及ぶかもしれない、そのため、濃厚接触者かもしれない段階で PCR 検査を受けさせるようにした。(FM 多)

グループ全体として PCR 検査を受けられる体制を整えた。疑いのある場合は誰でも受けられる。その体制ができたのは 2020 年の秋。(AM 多)

体調不良のある人は検査を行い、陰性を証明することを実践している。出演者の PCR 検査は体調不良や熱が出た人に実施。レギュラー出演者に必ずではない。(AM 多)

タレントで濃厚接触者と触れた場合は、PCR検査を積極的に行い、陰性／陽性で判断している。(AM多)
社内の運用では、発熱した段階で検査することとしている。(AM多)
感染者が出ない限りは定期的、積極的に検査を行っていたわけではない。(AM多)
濃厚接触になった場合のみ。それ以外で受けることはなかった。(AM多)
密になるようなところや放送エリア外への出張は現時点ではないので、PCR検査は行っていない。スタッフで、そのような状況になる社員はいない。ゆくゆくは簡易キットを用意しようとは思っている。(AM少)

● 時差出勤、テレワーク、分散出勤、出社人数の制限

テレワークや時差出勤、時短勤務、出社人数の制限や分散化などを行ったかどうかを尋ねた。

テレワークは半数近くの社で何らかの形で実施しているようで、ある程度できた、あるいは途中までできた社を入れるとテレワークについて言及のあった社のうち7割近くが実施したようだ。ただし、その実施には濃淡があり、「できる人間はしてくださいぐらいの緩いテレワーク体制を取った」といった意見や、「編成と制作のセクションは、放送が止められない面もあり、他部署に比べると出社率は上がる」「(制作セクションは)放送がある以上、スタジオでの作業は必要なので編成セクションより取りづらい環境」などの意見も。一方で、在宅ワークをしやすい環境を整えた社もあった。また、時差出勤を行った社も目立つ。出社人数の制限に関しては、業務の終了した人から速やかに帰宅させるなどで同じ時間に多くの人々が固まらないようにする、といった意見もあった。

制作セクションは番組が休みの人をリモートにして適宜、最小限の人数で行うよう指示をした。
編成セクションは週の半分をリモートにした。勤務シフトを2つに分け、それぞれが合わないようにし、どちらかが感染しても対応できるようにした。
リモートワークの環境が偶然にも整っていた。それを活用し、早い段階で導入することが可能だった。(AM多)
同じ担当番組に複数名いるところは、交互に出社する形をとった。例えば番組宣伝PRの担当者がいて、その下に派遣がいる場合、その人たちは交互に出勤する。また、トラフィックを行っている人間を1つのグループと見なして、1人が出勤すれば、他の人間がテレワークする、ということをした。番組前後の打合せの時間短縮にも努めた。
時差出勤においては、担当が誰もいない時間を作らないようにした。出勤場所の制限については、必要でない時はあまりスタジオエリアへ行かないようにし、出演者と必要のないところで接触しないようにしている。(AM多)

時差出勤は、通勤を混まない時間にするなど行った。

テレワークは、はじめはシステムの導入が遅れがちだったが最近になって進んだ。コロナでパソコン等の環境が進んだ。

制作部はもともと放送時間で出勤がまちまちなので、特にコロナによる時差出勤はなかったと思う。

出勤場所を分けることは、スペースの問題もあるので行っていない。各自のデスクにアクリル板があり、前と横が遮断できた。会議室やデスクの状況などはすべて、制作部も編成部も同様。(AM 多)

在宅ワークを推奨した。ただし、みんなも慣れてきたのか、飽きてきたのか、基本的に少人数で作っているのも忙しいこともありできなくなってきている。結局入社しないとどうにもならないところが番組制作にはある。在宅は減ってきているが、これまでと違って、原稿書きと連絡事項だけの場合も入社しなければならないようなハードルは下がった。2時間在宅など言いやすくなっている。

事務処理はグループウェア「サイボウズ」で外からでも見られるので何ら問題がない(FM 多)

本社の制作・編成セクションで時差出勤、テレワーク、分散出勤は現在行っていない。東京などの営業の支社は広告会社がテレワークを行っている関係でテレワークや入社人数の制限などの措置を一時期取った。現在は解除中。(AM 少)

時差出勤やテレワークをできるだけ実行した。2020年4月に全国で緊急事態宣言が出た時のみで2020年6月ぐらいまで。あとは普通に出勤している。テレワークができるのは編成セクションだけだったと思う。会社に来ないとできないのが見て取れた。日々の作業に支障をきたすので仕方がない。

東京支社に1人いるが、1回目の緊急事態宣言時の2、3か月間は出勤せずにリモートで作業を行った。今は普通に出ている。(FM 少)

制作部門は、プロデューサーレベルはテレワークを行うようにし、なるべく顔を合わせないようにしている。50%以上は行っている気がする。

各番組の担当者は日々の放送があるので、その半分を他のフロアに移動。なるべく合わないようにしている。スタジオも午前・午後で分け、何かあっても濃厚接触にならないように管理していた。今は、遠隔操作で指示ができ、必ずしもサブにいる必要もない。

入社人数の制限や出勤場所の制限に関しては、番組で作業する時間が違うので、終わった人から速やかに帰宅。なるべく同じ時間に多くの人数が固まらないようにした。

社員プロデューサーも少ないので、互いに濃厚接触にならないよう、テレワークや時差出勤で出勤勤務時間が重ならないようにした。(AM 多)

編成は担当番組の時間帯がまちまちなのでそれに伴って時差出勤となった。今も状況に合わせて時差出勤をしている。ミーティングはほぼ中止。テレワークはできる人間はしてくださいぐらいの緩い体制を取った。分散出勤は行っていない。

出社人数や出勤場所の制限は、具体的な数値を決めてではなく、おのおのできる範囲の中で行っていた。

大部屋に全出演者、制作があり、番組の打ち合わせは今まで大部屋で行っていたのをすべて別室で行うことにした。リモートで参加できる者はリモートで。

会議スペースが4部屋あり、分散するようにした。(FM 多)

編成セクションは、人数制限はしていないが、全体で一定数以上のテレワークが増えるような配慮はしている。

制作セクションも時差出勤、テレワークをできる限り行っていたが、放送がある以上、スタジオでの作業は必要なので編成セクションよりとりづらい環境ではあった。

(AM 多)

2020年の緊急事態宣言下である程度は努力したものの、営業セクションはできたが、制作セクションは完全にはできていなかった。(FM 少)

基本的に会社全体の出勤率を30%に近づけようと取り組んでいる。とはいえ、編成と制作のセクションは放送が止められない面もあり、他部署に比べると出勤率は上がる。編成が管轄のところでは、月水金、火木土など1日ずらしで出勤/リモートワークを分ける体制にした。(FM 多)

番組制作は出社せざるを得ないことが多いので、ほとんど出社していた。ただし打ち合わせはリモート会議で行っていた。

生放送は、しゃべる人はリモートもあったが、誰かが送出しなければならない。制作現場はテレワークできない業種。チームで動いているので、スタッフがワイドで15~20人いるが、一人でも感染者がいると濃厚接触者になるので1年半以上、原則的に会議はZoomで行っている。

出社人数の制限に関し、放送の場合は誰か必ず出社しなければならないが、会議しかない時は出社せず、放送の時間だけ来るようにしている。

出勤場所の制限はスタジオが顕著。例えば生放送のスタジオはA、Bの番組をテレコで使い、Aのスタッフはこちらに来ない、クロスしないなど場所を分けていた。スタジオを分散することは今でも行っている。(FM 多)

アナウンサー、しゃべり手は特に注意を払った。今まではスタンバイのため出社してもらうことがあったが、スタンバイは家で、出番がある時のみ会社に来てもらう工夫をした。

時差出勤・テレワーク・分散出勤をいずれも実施した。可能な人はテレワークを推

奨。もともと放送局には時差出勤の部分がある。人が多くないオフピークを推奨してきた。その部分は日常に戻りつつある。ワクチンを打ち終わった後はそうだった。

スタッフの居場所を変えていない。(AM 多)

会社全体としてはできるだけリモートワークを推奨していたが、番組制作面はリモートができ切れない。あくまで工夫を行った程度。

時差出勤・テレワーク・分散出勤は、会社全体では推奨していて、緊急事態宣言下は出社7割と言われていた。営業や総務、営業の内勤はリモートワークを徹底していた。

出社人数や出勤場所の制限に関し、社内に出勤しているものの、会議体、プロデューサーの全体会議や編成制作の会議がある時は1カ所に集まらず、リモート参加を可としていた。1カ所に集中しないことは今も続けている。(FM 多)

テレワークは厳密には行っていない。推奨はしているが、なかなか進まない、作業と目的が合致しない。現実的には出社せざるを得ない。

出社人数の制限について、編成は在宅でカバーできる部分は進んでいたが、制作はなかなかそこまでできなかった。

出勤場所の制限はなくそのままだった。(AM 多)

もともと人数が少ないので、残業をできるだけしないようにした。在宅も試みたが限界があり、人数を1日の中で減らすのは難しかった。その代わりにデスク配置を分散化。人数を密にならないような配置をした。2020年の春先に行った。人数が少なく、やれることに限りがあるので、行ったのは出勤場所の制限だけだった。(AM 少)

時差出勤を30分、1時間、半日などなるべくするように推奨。テレワークも放送に関わる機材などリモートで触れないものもあるので限界はあるが、極力、家でできることはやろうと推奨。分散出勤は、勤務のエリアを分けるほどスペースの余裕はなかった。(AM 多)

制作現場のリモートワークはほとんど実施せず。ただ、単発番組の減少などにより、スタッフの有給休暇取得などをすすめ、職場の密対策とした。(AM 少)

時短勤務を行った。放送の準備と終了後の片付けなどを踏まえ、生放送の担当は6時間以内で帰宅する体制にした。帰ってからも在宅勤務を行い、Qシートの作成や出演者との打ち合わせ、リサーチなどは自宅で行うようにした。

編成部門は部員が4人。営放システムと結びついており、在宅勤務だけではできない。こちらも予定した業務が終わったら帰るようにしていたが、実質的には時短にもならずかなり厳しかった。ラジオの場合は生放送の時間が長いので、人数も減らせない、時間も短くできなかったのが実感。

同じフロアに在席している半分はスタジオや編集作業に就いていた。デスクを減らしたりはしなかったが、毎日デスクにいるのは実質的に2、3人だった。(AM 少)

● 放送エリア外への出張／受け入れの制限など

放送エリア外への出張や部員／エリア外禁止について尋ねた。

出張に関しては、エリア外を原則禁止にしているところが多いが、出張を控えることを推奨した結果、出張を行っていない社が多い。中には本社のある市の外への出張を禁じている社もあった。また、前述のとおり、出張の前後に社員にPCR検査を受けさせる社もあった。さらに出張に関し役員会等での承認を行った社も目立った。このほか、外部からの受け入れを禁止した社も多い。

<p>現在放送エリア外への出張は行っていない。どうしても必要という判断の場合は、所属長および社長も含めて相談した上で行くことはある。ゲストやパブリシティなどの受け入れは、基本的に感染拡大地域からはリモートを推奨。どうしても希望がある場合は、PCR もしくは抗原検査を受けていただく。会社で情報を共有し、受け入れていいかどうか幹部が判断。場合によってはマスクをしたまま出演いただく。(FM 少)</p>
<p>原則、緊急事態宣言中の出張は禁止。どうしても外部に直接影響が及ぶ場合は、役員会で承認したうえで出張させることを徹底していた。今もそうしている。</p> <p>放送局への受け入れ制限について、放送に携わるゲストやアーティスト関連のゲストは、緊急事態宣言下は圏域のみの移動を伴うゲストは可能。東京からなどは禁止とし、リモート出演を取っていた。(FM 多)</p>
<p>社員の放送エリア外への出張は、どうしてもの場合、局長判断で行くか行かないかを決めている。ただし放送エリア外に行った例はない。</p> <p>基本的にリスナーを社内に入れていない。社内見学も受け付けていない。(AM 少)</p>
<p>出張取材、社外レポート、近郊のロケは運営上、どうしても行う必要がある場合は事前にコロナ対策委員会にて内容や環境を十分に検討し、承諾のうえ実施。</p> <p>出張は原則禁止。出張による取材が必要なものは違う企画に置き換えている。クライアントの要望があるものや旅の企画など、番組の構成上必要なものは、対策委員会にて承認を得たうえで実施している。(FM 多)</p>
<p>基本的に放送エリア外から来る人はオフィス内に入れていない。当社から放送エリア外に出ることも禁止。どうしてもミーティングをしなければならない場合は、コワーキングスペースで担当者と打ち合わせを行い、社内に入れないようにしている。検査してOKにするのではなく、原則入れないことで統一している。(FM 多)</p>
<p>放送エリア外への出張は基本していない。受け入れも、一番厳しい時は(今もそうだが)PCR検査をしてから入っていただいている。(AM 少)</p>
<p>編成セクションは、放送エリアにかかわらず業務上の出張・取材は原則禁止。社のマニュアル上も禁止している。</p> <p>客の来館に関しても一部制限。プロモーターや営業活動での来館も控えていただい</p>

<p>いる。</p> <p>制作セクションも出張は原則禁止。やむを得ない時は上長に許可を取る形だった。 (AM 多)</p>
<p>会社全体で放送エリア外には出ないようにしようとなった。(FM 少)</p>
<p>出張はグループ全体で指示が出ており、不要不急のものは禁止。</p> <p>東京在住のタレントがレギュラー出演している番組はリモートに切り替えた時期も。今は、通常通り来ている。東京からのゲストなどかなりの頻度で来ているが、これも制限した。今は状況に応じて対応している。(AM 多)</p>
<p>受け入れは、放送エリア外はもちろん、緊急事態宣言中など、放送エリア内の移動が禁止されている時は基本的には受け付けない。本社のある地区の外で自粛要請があった時は、そこからの移動も認めない。自治体や国の要請に則った形で対応。(AM 多)</p>
<p>出張に行く前後はできるだけ検査を受けるようにしているが、それをしなければならぬのは、取締役などのみ。そのほかはエリア外の出張は控えるスタンスだった。</p> <p>放送エリア外からは、2020 年に入館制限がかかっている時点ではすべて NG にしていた。ルールが緩和された時も独自のルールで、緊急事態宣言が出ている地域からは断るルールを敷いていた。2021 年に入ってから認めている。(AM 多)</p>
<p>原則、放送エリア外からのゲストや営業関係の来社はお断りしていた。こちらからも不要不急でない限り、出張は原則 NG とし、リモートで対応している。どうしても出張したのは野球中継。たまたま沖縄などへの出張があり、自社制作もあったので、放送継続のために必要な部分で出張させた。(AM 多)</p>
<p>放送エリア外への出張はこの2年間で1、2人だった。基本的に移動していない。放送エリア外からのゲストインをすべてお断りしている。(FM 多)</p>
<p>2020 年の感染拡大の激しい時期は、出張は控えた。不要不急の外出は基本させていない。緊急事態が解除された時は、適宜判断して出張等を行った。(AM 多)</p>
<p>基本的に出張は積極的には推奨しない。当然、どうしても出張はあるが、最小限のスタッフでまかなえるものにしており、そういう意味で出張は減っている。(AM 多)</p>
<p>外部から出演者は来るが、レコード会社のプロモーターや広告会社は、事前のアポがないと入局できないルールを作り、お知らせをした。(FM 多)</p>
<p>野球中継で出張があった。</p> <p>東京のタレントが出演し、東京のスタジオで収録している深夜の番組がある。その番組は本社のスタッフが出張して収録しているが、代わりを立てるのが難しかったので、出張をやむなく行った。それ以外の出張は全面禁止。(AM 多)</p>
<p>よほどのことがない限り、外部への出張を控えるようにしている。番組制作以外の行き来、受け入れ、出かけることはできるだけしないことを継続。(AM 少)</p>

ゲストは放送エリア内に限った。東京からのゲスト、緊急事態宣言下の地域からのゲストは基本 NG。緊急事態宣言が出ているエリアからの往来は基本していない。現在も同じ対応。(AM 少)

東京からの出演者は来られない場面が多かった。その場合は完全リモートで収録。(AM 多)

このほか、

- ・感染者数が増えてから、共有スペースでの飲食は禁止にした。
- ・参考にするために系列や在京者の対応を尋ねた。
- ・紫外線照射の機械やオゾン発生器など、コロナ対策に効果のある機械を入れた。
- ・保健所よりも厳しい濃厚接触者認定のルールを作った。
- ・サーキュレーターを随所に置いた。
- ・大会議室に制作の半分のデスクを持っていった。

などの対策が行われている。

● 2021年8月1日以降の継続

このインタビュー調査を行った時点では、感染者数が減りつつある段階ではあったが、感染者の多いエリア/少ないエリアを問わず、何らかの対策を継続している社が大半を占めた。ただし、一部緩和を行った社もみられた。

<一部緩和した社の意見>

テレワークは 2021 年 10 月 4 日より週 2 日までとなった。出張については変わらない。(AM 多)

今は編成セクション、制作セクションにてリモート等は行っていない。ただし、制作の人間は、打ち合わせはマスクをしたままで距離を取っており、食事も広いところで、しゃべりながらは取らない。アクリル板も付けたまま。(AM 少)

何もかも厳格にする時期から、ゲストなどは緩和している。とはいえすべて自由ではない。こちらの運用ルールは守ってもらっている。(AM 多)

9月中旬にスタッフ全員の2回目のワクチン接種が終わる。放送エリア内の状況がレベル3より下に戻ったら、部屋を戻そうという話をしているが、まだ無理だろう。(FM 多)

③ 体制面で苦労したことや、編成セクション内で起きたこと

入館制限の解除や出勤再開の判断などルールをめぐる難しさや、濃厚接触者のルールを厳しくしたことによる弊害、バックアップやシフト制など体制面、外部スタッフや出演者への対応、さらに営業案件をめぐる対応などで意見が聞かれた。

一方で、感染対策への認識が高まった、社内の協力体制ができた、営業との連携など、うまく言った点を上げた社も目立った。

<「ルール」をめぐる難しさ>

全関係者に入室はできないと案内をしたことがあったが、いつになったら解除になるのか聞かれた。緊急事態宣言が明けた際、一度段階的に解除したが、そのタイミングで入って来た人がコロナになるなど判断が難しかった。番組制作上は来てもらったほうがいいが、感染リスクが高まってしまう。これを繰り返したのが心苦しかった。

営業的にも今は理解してもらっているが、スタジオに出演できず電話になる、中継には行けないとなった時、それでも局の判断としてやらないと打ち出していくのかどうか。中継するDJにも感染の恐れがあるし、振り回された。(FM多)

マニュアルで、濃厚接触者と接触した人と接触した場合は禁止していないなど、不安がある場合のルールは決めていなかった。

テレワークに慣れ、不慣れがあり、その姿勢に個人差があった。(AM多)

厳しい独自のルールを設けたことで、1人感染者・発熱者が出ると、濃厚接触者の数が増え、番組制作体制が崩壊する直前までいくことがあった。

そのおかげで、次の陽性者が出なかったのはすごいことだったと思う。また、出演者も独自の濃厚接触者認定により、自宅からリモートで放送する時期も続いたが、その自宅の音をいかに良くするなどのノウハウがたまっていった。

スタッフ確保のために、待機者がたくさん出た場合は別部署の放送経験者が助っ人に入るなど対応していった。みんなで協力し合い、社が一丸となって放送を継続し、絆が深まった。よいコミュニケーションが積み重なった1年半だった。

社員もスタッフもゲストも感染したが、その都度代理を考え、あえて復活してきた人に頼むなどした。そうすることで偏見がなくなっていく。(FM多)

2班体制になったが、もともと番組ごとにコミュニケーションをとっており、大きな混乱はなかった。機材面が当初は追いついていなかったのも、大変だったかもしれない。

まだ初期段階で濃厚接触者かどうか判断がつかなかった時、スタッフ1人を2週間以上自宅待機にした。他のスタッフで回したが、出社再開の判断などに苦慮した。

職域接種でワクチンを打った翌日に、7割くらいが発熱。ワクチンを打った翌日に仕事が入り、発熱のために急きょ代わりを立てたことが2、3回あった。(AM少)

レコード会社やプロダクションの関係者は放送に関係ない場合、立ち入り禁止となり、一時期は仮設の応接室までとなった。

営業面では出演生コマーシャルに影響しクライアントが立ち会うのが制限された。営業的に主力商品だったがダメージがあった。(AM多)

<体制面・想定の難しさなど>

一番は、代えがきかないこと。その中で感染があった場合にどう広げないようにするか。少ない人数で回しているのも完全な分業制、シフト制はしづらい。(FM少)

番組に関わっている社員ではない外部のスタッフは、当社以外でも仕事をしている。ほかの局で仕事をした直後に感染が分かったフリーのスタッフが何人かいた。その場合に当社の人間は濃厚接触者に当たるのか。また、どういう人員の補充をするか、その苦労は多かった。(FM 多)

幸いなことにラジオ部門で陽性者は出ていない。結果論として済んだ部分があると思っている。ラジオは人員面で通常時から苦しい状態でやっており、グループ分けできるような体制ではなかったため、バックアップ体制の想定ぐらいまでしかできなかった。(AM 多)

アナウンサーが並んだ席順になっていて、誰かが感染の疑いがあると大変なことになる。席順を隣に移すなどの検討したがそれで終わった。本来ならばアナウンサーだけでも離れたかった。それをしないまま現在に至っている。

緊急事態宣言が出た時、まだワクチンの体制ができていない 2020 年などは、スポンサーから来ないでくれと断られることも多かった。(FM 少)

<うまくいったこと>

日々状況が変わるので、常に現場と会社で情報共有を密にすることが大変だった。現場は担当セクションの部長が中心となり、会社の対応に関する情報を部長経由で部員に伝え共有した。

新社屋へ移転し、放送に関わる現場、部門が同じフロアに揃った。それがゆえに、1人でも感染者が出れば、大変なことになるとの認識が社員の中にあり、余計に厳しく感染対策を行った。クラスターが出たら放送が止まる可能性がある。番組が作れなかった場合の対応まで話し合った。(AM 少)

テレワークなどの啓蒙・周知を編成が旗を振り徹底的に行った。苦労もあったが、最終的に2カ月で理解してもらうことができた。(AM 多)

良かった点はラジオカーでレポートで外に行く際、営業もワンフロアに在籍しているので、安全面について温度感を共有できたこと。スポンサーも安全面にナーバスになっており、営業から確認してもらい、電話に切り替えるなど対応できた。

スタッフに安全面の情報を伝え、意識を高めたことで、外に行くことを拒否されるよりむしろ、安全かどうかの相談を受けるようになった。現場確認の手間は増えたが、困ることはなかった。(AM 多)

④ 体制面で工夫したこと

総務を中心に対策本部を置いた、役員クラスなどで対策室を置いたなどの意見が目立つ。一方で部長クラスが連絡や陣頭指揮をおこなった、との意見も多い。対策の組織体で指針等を作り、スタッフへの連絡・共有が図られ、このためにチャットツールを使っているといった意見も目立った。このほか、人員のカバー体制を整えたなどの意見があった。

<対策本部・対策委員会などの設置>

<p>総務部門に対策本部が設置され、そこが一元的に管理している。濃厚接触者の可能性などがある場合の対応などで指示を仰いだ。また、対策マニュアルが対策本部で作られ、これに沿って判断した。(AM多)</p>
<p>2020年4月に総務部主体で対策本部が作られた。緊急事態宣言や年末・年始にそこから方向性や指示が出る。それに則って進めた。(AM少)</p>
<p>総務を中心に会社でコロナ対策の組織を作った。社長含めた役員3人と、営業部長、放送部長、総務の責任者で構成し、常務が責任者。地元自治体から出るコロナの状況や国の動きなどに合わせて都度対策を練り、啓発をしている。(FM少)</p>
<p>「コロナ対策会議」を設置した。総務局が主催。その連絡事項がスムーズに伝わるように、デジタル系のチャットツールで即時情報共有できるようにした。24時間365日、全員が同じ情報を共有できる。(AM多)</p>
<p>全社的な組織「新型コロナウイルス対策本部」がある。</p> <p>状況を取りまとめながら、こまめに対策を一斉メールした。2021年9月30日に緊急事態宣言が解除された時点で今後どうするかなどが共有される。</p> <p>必要な対策や関連資料は、対策本部のホームページがあり、社員は確認できる。</p> <p>対策本部はグループ会社の人事労政・総務が核になっている。ラジオの人間は直接入っていないが、指示を受ける立場となっている。(AM多)</p>
<p>社内の局長クラスによる新型コロナウイルス対策本部を作り、常に情報共有し、都度新しい情報を出すようにしている。ほぼ毎月、現時点での対応を社内に出している。</p> <p>対策本部発の文書をオンライン上の掲示板に張り付けて共有した。細かい部分は、部長とメンバーで話し合い、細部を部員に伝える形になっていた。</p> <p>同本部で指針を都度策定。例えば県が感染警戒レベルを上げた／下げた時や、2020年に全国で緊急事態宣言が出た時など、社員が迷わないように指針を出した。</p> <p>一番難しいのは解除。緊急事態宣言が解除された時も、現場からこのまますぐにゲストを呼んできていいのか、などといった話が出てきた。</p> <p>対策本部でPCR検査の対象者が出た場合のフローチャートも策定している。(AM少)</p>
<p>社長を中心に総務担当の役員を含めた本部を作り、そこに全社内の情報を集約。編成部門は出演者や出演関係者、制作会社で陽性反応者や濃厚接触者など出た時に速やかに情報が入る仕組みを作った。</p> <p>情報を不用意にスタッフに流すと混乱を与える可能性がある。すべてケースバイケースで、アラートしなければならない人間に絞り、メールやLINE等で連絡を取り合っている。(AM多)</p>
<p>コロナ対策委員会を設置した。会長が対策本部長となり、LINEのグループメールで、誰が感染したかなどをすぐに伝える仕組みがある。</p>

<p>編成制作には担当者が濃厚接触者を洗い出し、発熱した人の行動を取材して取りまとめ、LINE で送る仕組みもある。さらに、現場のプロデューサー、ディレクターでLINE のグループ作り、ノウハウなどで連携していた。(FM 多)</p>
<p>経営の役員と局長クラスによる経営会議が週に1回開かれ、その冒頭を「コロナ対策委員会」として開いている。出張に関し、場所、日数、内容、人数などをここで共有し、承諾されたものだけが出張に行ける形にした。(FM 多)</p>
<p>感染症対策委員会を設け必要事項を共有。必要に応じ指示を仰ぐ。委員長は常勤の役員が務め、営業関係の役員や編成関係の役員など責任の長が入る。(FM 多)</p>
<p>会社の経営側にコロナ対策室を設置。今後の大方針を決めている。(AM 少)</p>

<情報の共有の仕組みを構築>

<p>各プロデューサーでコロナ対策の情報を共有できるようにし、何かあればすぐに対応できるようにした。</p> <p>出勤やスタジオ面のルールは、編成セクションでプロデューサーと相談して素案を作った。中継は営業の考えもあり、試食をどうするかや立ち合いの客などもいるので、それを管理職会議にかけた。最終的に社長が決裁し、発信した。全社的に決めている部分もある。グループ会社とも歩調を合わせている。(AM 多)</p>
<p>統一的な責任者がいたわけではないが、役員間で今の状況に対してどう対応するか、役員で決めていた。制作スタッフと番組制作にかかわる部分の情報発信は編成セクションの部長が担当。営業の広告会社やクライアントへの情報発信は、営業の担当役員が行うなど役割分担をしていた。(FM 多)</p>
<p>業務本部長が指揮を執り、対策などを代表と情報共有し次の対策を決める。スピーディーで、それが対応の早さに表れている。(FM 少)</p>
<p>責任者は本部長ら2人で、グループ・HD との連絡しながら情報を集約。もともと編成、制作、技術も含めて責任者をこの2人が担っていた。(AM 多)</p>
<p>編成部長と制作部長がそれぞれ責任者として現場を仕切り、マニュアルの浸透などを行った。(AM 多)</p>
<p>労働組合からの指摘を踏まえ、報道制作の局長が責任者として現場を指示する、という指針を出した。指針は総務局主導で作った。(AM 少)</p>

<バックアップ体制>

<p>2020年4、5月ごろは直ちにPCR検査が受けられず、濃厚接触者の定義もはっきりしていなかったため、不安だからとりあえず休ませよう、ということがあった。これが2、3例あると大変だろうと思い、バックアップの体制を考えた。具体的には外部のフリーのディレクターに万が一の時のサポートを打診した。結局お願いすることはなかった。(AM 少)</p>
--

生放送の番組ディレクターを3、4年前から2名体制にしていたので、在宅や時短勤務、家族で濃厚接触者が出ても柔軟にカバーできやすくなっていた。

Google のシステムを使うことを進め、ディレクター、業務などのチャットグループがあり、出演者の変更などの情報が共有しやすくなっている。(AM 多)

⑤ オンライン会議等の活用

積極的に活用する社、そうでない社の両方があった。規模の大きい、大都市の社は積極的に活用しているところが多い。一方、ラジオ局は人数が少ないため、会議室で済ませているとの意見も目立つ。また、積極的に活用している社ではリアルな会議を短縮化しているとの意見もあった。

<積極的に活用>

Microsoft Teams をかなり活用した。編成制作のセクション内のチャットと管理職のチャット、ラジオ社全体で情報共有できるものの3つをセクション内とプロデューサー、社員全員で活用している。

オンラインでやるとどうしても報告がメインになってしまう。人数も部内はプロデューサーを合わせても6人くらいしかないので、緊急事態宣言が出ていない時は、広めの会議室で週1回、顔合わせで短時間集まることもあった。(AM 多)

システムを2020年4月に導入。Google Meet をベースにしている。苦労はなくスムーズにできた。(AM 多)

Microsoft Teams、Zoom、Google Meet などを積極的に活用している。完全オンラインのミーティングもあれば、ハイブリッドのものもある。

当初は慣れないところもあったが、続けていくうちに慣れていくこともある。

対外的な折衝も、積極的にオンラインツールを使っている。

導入のタイミングはコロナがきっかけ。課題は慣れていない人がまだいること。また、いろいろなツールを統一していないことの良さもあるが、使い方が違うので、戸惑うところもある。

コミュニケーションの不足分をSlackなど他のツールで補っている。一般的に言えることだが、オンラインだけになると本題だけになってしまう。いわゆる遊びの部分、雑談の部分が減りがちなので、その点を意図的に補っている。

制作セクションも全社的にリアル会議を控えるよう指示があった。番組会議もリモートやメールなどでの対応となった。(AM 多)

部内の会議はオンラインで行っている。2、3人の時は集まってアクリル板越しにマスクして打ち合わせることもあるが、人数が10人近くなるものはみんなリモートにしている。

もともと準備はしていなかった。Zoomを初めて使ったのは2020年4月。そろそろ本

<p>当にまずいのではないかととなり、皆が1日で覚えた。1回目の緊急事態宣言があり、社内で陽性者が出て、Zoomを使っていてよかったとなった。(FM多)</p>
<p>大人数での会議を避け、WEB会議システムを積極的に活用し、濃厚接触を避けている。リアルな会議は短縮化・効率化している。30分を超える場合は必ず休憩をはさんで換気。会議室への入室は、1席ずつ間隔を空けて着席し、ソーシャルディスタンスを確保できる人数までとしている。番組会議は原則ウェブ会議のみ。(FM多)</p>
<p>外部での打合せはほぼなくなり、8割がリモートのミーティングに。</p> <p>内部の打ち合わせはオンラインではない。公開用のラジオスタジオを持っており、そこがラジオの持ち物で自由になるので、距離を取ってミーティングを行った。(AM少)</p>
<p>オンラインを活用。基本的にGoogle Meetを使っている。出演者のリモート出演に関してもZoom、Google Meetを使用。</p> <p>社内会議も3密を避けるために基本全てオンライン。対策本部の指針で4人以上の会議は直接集まるのは止めることとなっている。(AM多)</p>
<p>コロナとタイミングを同期する形でグループ・HDでオンライン会議を進めるムードがあり、コロナで加速した。インフラやシステムの整備はHDで行っている。</p> <p>メインは、Google Meet。社用のメールはすべてGmailになっている。Zoom、Microsoft Teamsも使えるようになっている。</p> <p>ラジオ制作の現場はざっくばらんに話すことが多い。オンライン会議は現場にはなじんでいない面もあるが致し方ない。個人的な感想だが、対面でいろいろしゃべれるほうが本当はいろいろな意見が出るのではないか。(AM多)</p>
<p>オンライン会議は2020年3月ごろからで、はじめは慣れなかった。Zoomを使うことが多い。社内会議も人数が増える場合は会議室を分けて行うようになった。</p> <p>各社との共同企画・情報交換はだいたいオンライン。時間の融通が利き、助かっている。(AM多)</p>
<p>社外・社内の会議でかなり活用している。SkypeやFaceTimeを使った会議がコロナ前も年に1、2回はあったが、コロナ禍で加速した。</p> <p>使用システムは圧倒的にZoomが多いが、外部の打ち合わせは先方が指定するツールで対応している。(FM多)</p>
<p>会議はすべてオンライン。在宅勤務者もディレクター会議などがあり、勤務時間のシフトもあるが、自宅から参加しても構わない。入社しても集まらないようにしており、自席からのオンライン会議にしている。</p> <p>コロナが始まる前からすべてGoogleになるなど、情報共有はデジタルに移行していた。(AM多)</p>

会議がオンライン化した。当初は Skype、今は Zoom を使っている。

オンライン会議は雑談がしにくく報告事項で終わっている。みんなで課題を考えるのには向かない。発言のタイミングが取りにくく、困っている。

海外と調査事業を行った際 Skype を使っていたが、きわめて有効だったので、その体験から、オンラインの会議をやろうと呼び掛けていた矢先にコロナになった。放送エリア内の危機感も高まったので、2020年6月くらいからオンラインに切り替えた。

今月全員ワクチンの2回目の接種が終わるので、部会を対面に戻すことを考えている。隔週にして、集まる回数を減らす。(FM 多)

<リアルな会議と併用>

大人数ではないので、ラジオ局としてのオンライン会議はなかった。東京や大阪支社との会議はリモートでとなるが、本社勤務の中では、部署を超えた時はオンライン・リモート会議もあるものの、スペースやディスタンスが確保できれば、必要以上にNGにすることはなかった。(AM 多)

支社や系列各局、契約者などの会議は Zoom で行い、出張もなくなった。ただし社内会議は Zoom では行っていない。なお定例の会議はほぼ書面開催になった。

オンライン会議だとブレストができない。そこは甘いかもしれないが、会議については、今でも大会議室で換気をしたうえで集まっている。ただし、長くだらだらしゃべることはなくなった。大人数での雑談はなくなり、もの足りないかもしれない。(AM 少)

社員同士のオンライン会議は、活用するまでもなかった。東京支社との営業的なやり取りはほとんど内線電話やメールで済んでいた。

夕方の番組は週1回、ミーティングを行っているが、半分以上フリーの方で、2020年4月の緊急事態宣言で出勤制限をかけた時に、Slack を使ったグループトークを行った。(FM 少)

遠隔地などとはオンラインを活用したこともあったが、メインはメールや電話のやり取りだった。(AM 少)

社内のミーティングはまだリアルが多い。オンライン会議は社外とのもの、例えば系列で全国から集まるものはすべてオンライン行っている。(FM 多)

オンライン会議は、編成部としてはそれほど増えていない。

新人のアーティストがデビューするタイミングでライブを行い、それを FM の編成に見せる機会があった。いつもは東京に行っていたが、オンラインになることが多くなった。ただし生で音楽を感じるものと画面上で見るとは違う。いいような気もするがよく分からない。(FM 多)

支社とはオンラインで会議を行っているが、本社内では特に使っていない。会議室

を広く使えるので、距離を保って開催。2020年5月ごろは、管理職会議（30～35人）は開催自体を中止し、必要事項があればメールや掲示板などで共有するようにしていた。（AM少）

具体的な基準は設けていないが、10名以上の会議はなくなった。全部オンラインになった。最大で数名までがリアル会議。

外の人とはケースバイケース。リアルのほうがいい面もあるので、ハイブリッド型でやっている。支社、特に営業部門の大型会議はすべてリモート。（AM多）

社内会議はオンラインになっていない。週1回の全体会議があるがスペースを広く取るようにし、大声出さなくていいように1人ひとりにマイクを割り当てている。東京等との打ち合わせはすべてオンライン。（FM少）

東京などに出かけていく会議をすべてオンラインにしているが、社内で設備を整える動きはない。各支社では活用している。（AM少）

(2) スタッフのコロナへの知識・理解向上のために対処した事項

スタッフのコロナへの知識や理解向上のための行ったことを尋ねた。

まず上がったのは、オンライン上での情報共有。Microsoft Teamsで気を付けなければならないことを共有する、情報を上げるサイトを作る、メールで発信するなど方法はさまざまだった。

ルールや指針、マニュアルで知識を伝えるとの意見も多かった。中には指針を策定するたびに説明会を開き、出られなかった人に動画を送るなど、徹底している社もあった。

一方で「社内の接触者の経験を共有する」など社の置かれた状況が意識醸成に寄与した旨も明かされた。

<オンラインで共有>

兼営社なので、ニュースソースは報道部が一番早い。自分自身が報道ともつながっていたので、私が見て部内に発信した。グループラインを使った。（AM多）

ラジオ全体のグループのMicrosoft Teamsがあるが、そこで社長も含め、感じたことやコロナで気を付けなければならないことを共有し、放送に役立たせた。（AM多）

2020年4月にコロナ関連の情報を載せるウェブサイトを作成（今は閉鎖）。そこに最新の官公庁の情報などをまとめていた。営業や制作なども活用。リスナーにも活用してもらおうと、一般の人も見られるサイトだった。（FM多）

地元自治体が出した情報などをメールで事細かに発信している。

最低限の理解も含め意識共有はできている。田舎で感染者が少ないゆえに、一般の方の偏見・差別がどうしてもぬぐえない。放送でワクチンを受けたほうがいいのかなどは言わないようにしよう、などといった情報も発信している。（FM少）

対策本部から一斉メールがかなりの頻度で発信されている。また、対策本部のサイトに必要な情報が整備され、常に確認できる。積極的に見て知識をアップデートしていくようにと常々言っている。

当社は役員がコロナで亡くなった。制作スタッフが衝撃を受け、そこからコロナのことが他人ごとではない自分事になった。(AM多)

HD から発信される情報を全社メールで連絡。外部スタッフは制作プロデューサーから伝えた。

ラジオは関係者が多岐にわたっている。他社で仕事をしている人もいて、完璧に周知させるのは難しいと感じた。その都度判断し、部長から担当を通じて伝えていた。

(AM多)

<指針等を策定>

局内で指針を 2020 年 9 月に初策定。緊急事態宣言やまん防、その解除など、警戒レベルに合わせて細かく定期的にアップデートしている。

指針は紙でアップデートのたびに配布し、半年に 1 回、制作者全員を集めて説明会を開催。説明会に出られなかった人には説明会の動画を送り、見ていない人がいないようにチェックもしている。(FM多)

コロナについての知識は、社内マニュアルを共有することで対応。外部スタッフ向けの簡易版も作って配布し、理解してもらっている。マニュアルはデータで送られてくる。あとは印刷しても、データ配布でもよい。(AM多)

<その他>

会社がワンフロアなので、一人がかかるとまずいということを社員に徹底させた。総務の担当者が自ら作ったポスターや張り紙などを張った。(FM少)

個別は思い出せないが、専門家として番組審議会の先生に入っただき、その方のアドバイスを共有・啓蒙した。(AM多)

歯の磨き方などやるべきことについて、いたるところに張り紙があった。全員の顔と名前が一致している組織で、気を付けたほうがいいことやエビデンスがあるものがそれぞれのチームで情報共有できていた。(FM多)

社内に衛生委員会があり、月に 1 回、産業医の先生が来るが、その先生からさまざまなことを教わった。特に勉強会を開いたわけではない。(AM少)

特に勉強会は開かなかった。感染者が出た際の消毒体制をすぐに整え、消毒の講習会を開いた。(AM少)

講習会は行っていない。ラジオ社なので、いろいろな人が出入りし、ゲスト等が話をしているところには耳を傾けるし、私自身も専門家に聞いたこともあった。全社として研修などは特にやっておらずこまめな情報共有だけ。(AM多)

<p>番組の生放送に医療関係の方を年に何回かお迎えし、リスナーからの質問を受け付ける形でリスナーに正しい知識を届けることは年間に数回行った。そうした放送をスタッフが同時に聞き、勉強する形をとった。今も続けている。(FM 多)</p>
<p>スタッフが感染者数などをニュースサイトにアップしている。それで情報共有しているし、ニュースのデスクのところに来れば資料を紐解いて説明もしている。地元自治体が事例研究や検証を常時行っている。そうした資料もあるので、必要があれば見せたり、知識が足りない人には声をかけて指導も行ってた。(AM 少)</p>
<p>2020年の早い時期に看板アナが濃厚接触者になり、彼が学んだことを番組に落とし込むことがあった。その情報をスタッフも自分が濃厚接触者になったら、と理解し、社内で共有できた。そこから間を空けないうちに、アナウンサーが陽性になり、なおかつ肺炎の症状が出た。彼の経験を放送で伝え、正しく恐れなければならないということを早い時点で共有できた。(AM 多)</p>
<p>県内の医師がフェイスブックで積極的に発信している。その話が的確で、わかりやすい。それを積極的にみるよう周知した。(FM 多)</p>
<p>特にない。勉強会なども開くべきという話もありつつ、放送エリアはあまりコロナがまん延していないこともあり、さほど対策や知識を得るということではない。</p> <p>スタッフのコロナに対する知識・理解はかなり不足しているのは反省点。情報収集に食欲ではないところが一番の課題だ。(AM 少)</p>

(3) 局内やスタッフに陽性反応者が出た時の対応

スタッフや出演者に感染者（陽性者）や濃厚接触者が出た際の対応やリリース、放送での扱いを尋ねた。

陽性者が出た場合は、いずれも保健所の指示に従う、PCR 検査を受ける、濃厚接触者を出社停止／自宅待機にするなど、館内の消毒など必要な措置が取られている。そうした中、感染者が少ないエリアの社からは社内で陽性者が出たことを受けラジオカーを当面休止したとの発言もあった。

対応が分かれたのはリリースについて。出演するタレントの場合は所属事務所の対応に従うとの意見が多かった。感染者が多く出たエリアにおいても、当初とその後とでリリースを出す／出さないを変えた社や、社内の感染が拡大しなかったことからプレスリリースを出さないと判断した社があった。また、放送エリア内の放送局の対応に合わせた、などの意見があった。なお、社内で感染者が出ていない社においても、ホームページでの告知やプレスリリースを用意しているなどの意見があった。

放送対応についてもプレスリリースと同様にタレントの所属事務所の判断に拠る、といった意見が多い。また「正確に伝える」「体調不良などとする」など放送内容で考え方が分かれている。「公表しないで、後でどこかからうわさが出るのが一番嫌だと考えた。感

染者が出る前の最初の段階から、感染者が出たら何らかの形で広報し、普通の扱いでニュースもやろうと話をしていた」との意見も。

●対応全般

<スタッフおよび出演者から陽性者が出た社の例>

グループとしての対応方法を総務が出していた。グループ内で早い段階から出演者に感染者が出たため、そこからケーススタディを作った。

その後、コロナルール作成し徹底。そのタイミングは相当早くできたと思う。陽性者が出た時の対応マニュアルが早々にできた。(AM多)

出演者で陽性者が出たことが多々あった。

陽性者が出た時点で、社内の規定で濃厚接触者リストを出す。陽性者は保健所の認定があればそれに従う。実際に社員に陽性反応者が出た際も、社内で状況を聞き取り、その中で濃厚接触者を認定。濃厚接触者は入社停止にした。(AM多)

インタビューを取ったスタッフが濃厚接触者に当たるかどうか、グレーの判断があった。その時はPCR検査を受けたが、保健所的にはマスクとアクリル板があれば、濃厚接触ではないとし、判定も緩やかになっている。したがってゲストによる濃厚接触判定は発生していない。

レギュラー出演者が濃厚接触判定。3週間休んだ。(AM多)

2020年8月にアナウンサーが濃厚接触者に。2020年9月にもタレントとアナウンサーが同じタイミングで陽性となった。

2021年にタレントが1人、ラジオに出演した後に発症。ホテル療養できる施設も足りないで自宅での観察となっていた。

陽性者が出た場合は、都度、会社で手配して消毒している。最近では館内で発生していないが、2020年は業者が入って消毒し、保健所が濃厚接触者の追跡調査を行った。

(AM多)

陽性者は主に出演者。番組スタッフもフリーのスタッフが何人か感染した。陽性者に対する保健所の指導を受けた。(FM多)

<出演者から陽性者が出た社の例>

出演タレントが陽性者となった。病院・保健所の指示を仰がせ自宅待機。濃厚接触者は陰性確認できるまで3日間休ませた。

結局そのタレントは1カ月休んだ。担当する日曜の番組は4週連続でピンチヒッターを立てた。(AM多)

出演者の陽性者は一度あり、規定どおり休んでいただいた。

出演者もスタッフも、マニュアルに基づいて、その人のレベルに応じて対応。濃厚接触の疑いがあるかもしれないだけで、来るのを止めてもらい、保健所の判断を待つ

と同時に、PCR 検査を受けたうえで、保健所の結果を待ち、2 週間休んでもらうかどうかなどの判断をしていった。(AM 多)

タレントに濃厚接触者が出た。社員には感染者は出ていない。タレントから濃厚接触者が出た時、その一報が入ったのは前日で、そこで出勤を止めた。2 週にわたって休演となり、その手配が大変だった。(AM 少)

パーソナリティを務めていたタレントが感染。スタッフが濃厚接触者に当たるかもしれない状況になり、当該者を自宅待機。ただし、結果として濃厚接触者と認定された人はいない。(AM 多)

番組のアーティストが 2 人ほど陽性になった。2 週間はスタジオに来ずに、リモートで収録を行った。

濃厚接触者の基準には該当しなかった。一応番組を担当するスタッフや、スタジオで何日か前に接触した人は全員 PCR 検査を行った。いずれも陽性ではなかった。(FM 多)

<スタッフから陽性者が出た社の例>

契約社員のドライバーが感染。社内接触は限られた人数しかおらず、濃厚接触は 3 人。すべて検査を行い陰性だった。

対策本部が 2020 年 4 月の段階で策定していた対象者が出た場合のフローチャートを適用した。フローチャートは現状の保健所の指示に従っている。

社内から陽性者が出たので、毎日行っていたラジオカーを当面休止する措置を取った。報道もしており、ラジオカーが来ると「大丈夫か」と言われるので。(AM 少)

番組担当者から感染者が出た。たまたま社内に濃厚接触者は発生しなかったし、明らかに社内スタッフへの影響がないことが保健所の判断上もできた。

濃厚接触者の情報が入り、その可能性が発生した場合は、該当スタッフは即、出勤停止あるいはすぐ帰宅の指示。会社に出て症状が出た場合もすぐに帰宅の指示。ただちに検査をしてもらい、経路をたどり、万が一、陽性が確認されれば社内消毒もするし、保健所の指示に従って、濃厚接触者は聞き取り調査、PCR 検査も受けることになる。本人が発熱した場合および同居者(家族)が発熱した場合は 3 日間出勤停止。(FM 少)

陽性者が何人か出た。かなり初期段階だったので、消毒を徹底し、濃厚接触者も調べた。その後、基準も変わった。

基本は全館を管理している HD が判断する形で、その都度指示を仰ぐ。(AM 多)

<陽性者は出ていない>

PCR 検査で家族に陽性が出た社員がおり(本人は陰性)、家族内で 2 週間くらいの自宅待機をしてもらったことがあった。(FM 少)

総務部を中心にリリースを含め、消毒や感染経路の調査・聞き取りの手順など取りまとめていた。(AM少)

●プレスリリース等の対応

<社として出した/出す予定>

社員で陽性者が出た場合は、プレスリリースを出そうと取り決めをしていた。マスコミのグループ会社であるため、グループ全体でそうしようとなっていた。

濃厚接触者は出たが、陽性者ではないためプレスリリースは出していない。今も変わらない。親会社・グループ会社には状況を報告することになっている。

出演者の感染等については、タレント事務所の対応に従う。2020年9月に出演者が陽性になった時は、プレスリリースは出さなかった。(FM多)

社内の対策本部で取りまとめるプレスリリースの方法に従う。(AM少)

出演者で陽性者が出た際は事務所と連携しながら情報の発表を行った。

最近社員から陽性者が出たので、その時はホームページに掲出した。社のマニュアルがあり、それにしたがって陽性者の発表している。

社員以外のスタッフは個人情報もあり、勝手に発表するわけにはいかないので、タレントと同じように当該事務所と協議して対応している。(AM多)

もしも出た場合は、当たり前のように発表。速やかにホームページ上で告知する。(AM多)

2020年4月に社員から陽性者が2人出た時はプレスリリースを出した。2021年の時はホームページ掲載とした。

タレントの場合は、事務所が出すか出さないかによる。当社が決められることではないのでお任せした。(FM多)

まだ陽性者は出ていないが、PCR検査後の結果が出るまでに対外的な広報リリースを作成。上場しているので、リリース等は早めに出さなければならないとの考え。すぐにリリースが出せる形は取っている。(AM少)

外部への周知について、ラジオから独自に発信することはない。HDで一本化して、中で働く人から感染者が出たと発表した。当初から2020年末までは、スタッフの陽性反応者でも広報していたが、最近では出演者、もしくは放送に影響の出る人の関係だけリリースする方式になっている。(AM多)

濃厚接触者の認定が出たところで、当社のホームページで情報を発信。例えば「当社の出演者1名が○月○日に陽性と認定された、保健所指導に基づいて対応、調査の結果、濃厚接触者に当たるものは今回いなかった。感染症対策を徹底的に行った」などの文言をホームページに毎回出していた。その方針は変わっていない。

プレスリリースを送ることはないが、ホームページに必ず毎回出すようにしてい

る。フリーのスタッフの場合も同様に出している。実名は出さずに、「番組スタッフ1名が」といった言い方で出している。

タレントは事務所の見解もあるので、そこに合わせて表現を統一した。タレント事務所が「〇月〇日に当社の〇〇が感染したので」ということであればそのような形にした（FM多）

仮に陽性者が出た場合は、番組を通じて、及びHPで発表するつもり。幸いまだそこまで出ていない。濃厚接触の疑いの場合、不安をあおる懸念があったのでプレスリリースや放送対応は止めた。（AM少）

2020年の早い時期に出た際は、放送エリア内に緊急事態宣言が出ていないところで、感染者数も少ない時期だった。放送エリア内の各社がリリースを出していたこともあり、会社のリリースとして発表。その後は陽性者が出て件数が多いので、リリースはどの企業も出していない。2020年と2021年で変わっている。2021年にタレントが1名、ラジオに出演した後に発症したが、この時もリリースは出していない。（AM多）

2021年に入ってからにはコロナの濃厚接触などと正確に伝えた。2020年後半の段階ではコロナにかかるのが悪だというムードがあったので、体調不良で、とぼやかした。濃厚接触の疑いがある人で、結果が出るまで在宅勤務だった時も体調不良とぼやかした。（FM多）

<事務所の対応に準拠>

パーソナリティを務めていたタレントが感染。当社からリリースを出すのではなく、その事務所からリリースを出したことがあった。当社のアナウンサーが感染した等もなかったのでプレスリリース云々はなかった。（AM多）

（陽性者）2人は外部の事務所の所属なので、その事務所がどういう方針なのか、事務所が出せばそれに合わせた。そのうえで情報共有を行った。（AM多）

アーティストなので、本人の事務所、本人のホームページで発表。当社では出したことは1回もない。

当初から社員やスタッフから出た時に発表する準備をしていたが出すことはなかった。今後、社内で出たら発表するのかわりか、当初と変わってきていて、今は出ても発表しない社もあるので、都度検討しようと思っている。（FM多）

出演者については、プレスリリースや放送対応、広報対応は適宜行う。ただし基本的にはタレントの場合はプロダクションが発表する。

番組スタッフで一部感染者は出たが公表はしていない。そもそも「社内に感染者が出ました」とリリースをするのは妥当かというところからわからない。（AM多）

出演者に関しては、本人および事務所の意向で発表する／しない、が分かれる。ただし、当社が入っているビルには必ず報告する決まりで、施設が感染についてウェブ

<p>サイトに公表している。</p> <p>規模を問わず、クラスターに近くなれば、公表すべき、従業員が多くかかれば、公表すべきとの判断もあるだろうが、当社は従業員が全く罹患しておらず、出演者も罹患したことがあるが、それ以上広がっていない。それによって感染が拡大した話もないので特段、局としてプレスリリースを出すことにはなっていない。(FM 多)</p>
<p>ディレクターやプロデューサーレベルの感染者は 2021 年 8 月に初めて出た。その時もプレスリリースは出していない。5 月の時点では世間もクラスターレベルじゃないとリリースしていなかった。</p> <p>出演タレントの発症に関しては、所属プロダクションからの発表となる。(AM 多)</p>
<p>出演者で陽性者が出た際は所属事務所が対外的な対応。(AM 多)</p>

<発表しない／しなかった>

<p>番組内でどう周知するか、ということになったが広報発表はしなかった。</p> <p>外部への広報発表のルールはまだ社内ではできていないが、一方、放送エリア内の放送局では広報発表しないという方向性が出ており、リリースは出していないだろうと考えている。(FM 少)</p>
<p>広報に関し、コロナ対策の要綱を見たが、社内が出た場合の放送対応は書かれていない。社内でもクラスターが出た場合は対応が変わるだろうが、会社全体で 1 人出たが、濃厚接触に当たる人がいない形で終わったので何もしなかったと判断している。部長が感染した場合にラジオの番組をどうするか、発表をどうするのか、休んだという理由をどう言うのか、などの決め事はない。(AM 少)</p>

●放送対応について

<p>代役の出演者が説明した。(AM 多)</p>
<p>放送では正直に陽性になり、保健所の指示で療養中と伝えた。濃厚接触の疑いも状況を説明し、陰性が分かるまで自宅待機、と伝えた。(AM 多)</p>
<p>2021 年 5 月に感染者が出た際は、テレビ・ラジオのニュースで弊社の契約社員が陽性になった旨を伝えホームページにも掲載した。表現は「契約スタッフが」とした。外部への問い合わせ対応を取ったほか、営業からスポンサーへの説明を行った。</p> <p>ラジオのスタッフは直接接していないが、念のためにラジオカーの中継はしばらくお休みしますと、毎日伝えた。</p> <p>公表しないで、後でどこかからうわさが出るのが一番嫌だと考えた。感染者が出る前の最初の段階から、感染者が出たら何らかの形で広報し、普通の扱いでニュースもやろうと話をしていた。(AM 少)</p>
<p>2020 年 4 月に出演者が感染した際は、事務所が発表し、放送でも伝えた。タレントの対応は事務所による。発表せずに休みとしたことや、何も言わずに代演ということ</p>

<p>もあった。局の判断というよりも事務所の判断。(FM 多)</p>
<p>放送上でアナウンサーが休んでいるとリスナーが疑問を抱くので、現在は放送で伝えている。当該のラジオの出演者が感染した時は番組でも伝えている。(AM 多)</p>
<p>当社のホームページでは実名は出さないが、タレントが出演しているレギュラー番組では、そのタレント事務所の発表と同じ文言で伝えた。(FM 多)</p>
<p>本人の希望もあり、コロナの陽性になったので番組を休むと番組から公表した。(FM 多)</p>
<p>番組内では、公表しないとされた人は特段理由なく「体調不良で」としたが、公表してもいい人は、コロナ罹患で代役を立てた、などと伝えた。本人らの意向に沿って伝えている。(FM 多)</p>
<p>放送上は、レベルによっては念のため、コロナとは言わずに、「大事を取って」などの言い方でお休みとした。聞いているほうはだいたい分かる。(AM 多)</p>
<p>感染の場合は伝えようと考えたが、濃厚接触だったので「今日はお休みです」とだけ伝えた。どうしようかと考えたが、変に不安をあおってもいけない。その方が感染したわけではなかったので、説明が難しかった。念のためにお休みいただいただけだったし、発熱などもない。仮に感染者が出ていたら、説明をしようとした。(AM 少)</p>

●その他

<p>感染等の可能性があれば部長に連絡。対策本部とすり合わせ、指示する。(AM 多)</p>
<p>当社も人数が少ないので、1人、2人が欠けただけでも大変。感染すると2週間出勤できないなど、期限が分からない。感染者が出ると業務を回すのが大変だと思っている。(AM 少)</p>
<p>編成セクションとして社内、社外含めて番組制作に関わる人に対するマニュアルを策定。スタジオの使用規定や体調が悪い時、陽性反応が出た時、濃厚接触と判断された時などの対応を記し、番組制作会社・制作担当者や出演者に掲出している。(AM 多)</p>

(4) 番組制作

① 変えたこと

コロナ禍における番組制作の対応全般及び生放送番組への対応について尋ねた。

リモートの活用が進み、可能な限りのリモート出演が行われた。スタジオ使用も工夫され、出演者が入るスタジオを分けたり、生放送でA、Bのスタジオを交互に使う、といったことがなされている。また、ゲストの人数を制限したとの意見も多い。

一方、生放送と収録番組で対応を変えていないという意見も目立った。

なお、感染者が多かったエリアでも10月1日以降は規制を緩和した社もあった。

<リモートを活用>

収録／生放送を問わず、スタジオのブースにはアクリル板を入れ、収録が終われば消毒。マイクも消毒。マイクの風防は使い捨てとしていた。

生放送でもリモートを使う場面があった。東京から来られない、などのケースがある。レギュラーの出演者で東京外に来ることをNGにしているケースがあった。リモートでも対応できるよう、パソコンにつながるマイクを部内で購入し、東京のレギュラー出演者に事前に送るなどの対応を行ったケースがあった。

アーティスト関連をはじめとするゲストについて、緊急事態宣言下は圏域のみの移動の場合はゲストを受け入れ、東京などからは禁止とし、リモート出演にした。

生放送を2つのスタジオで対応しており、Aのスタジオを使った後は、Bのスタジオとなる。空気の入替えや消毒する時間は十分あり、そのためのイレギュラーな対応は特にはなかった。(FM多)

リモート出演かどうかは出演者のプロダクション、レコード会社の取り決めによった。これは収録、生放送で変わらない。リモート出演は最近減ったが、2020年は多かった。2021年はごく一部の事務所に限られている。

大阪在住の出演者は関西支社を活用し、行き来をなくした。(AM多)

ロケや不特定多数への取材を制限。なるべく人と接触しないようにした。生放送も一緒。

出演者、ゲストはオンラインを積極活用。2020年は、出演者も在宅で、そこからの生放送や収録も多々あった。ゲストを招く時もオンラインでと案内をした。

現在の状況が長期化し、感染対策をしっかりと行っていることもあり、レギュラーでオンラインによる生放送を続けている番組はなくなっている。ゲストをオンラインで収録しているものはある。(AM多)

生放送も収録番組も同じ対応。生放送には曜日ごとのレギュラー出演者がいるが、緊急事態宣言やその類似状態になったら可能な限りリモート出演。今もほぼリモートで出ている。

<p>社員がしゃべる番組がわりと多く、コンビを組むタレントで毎日来ている人はスタジオに入れている。週に1回しか来ない人が問題で、その人たちへのリスクが高い。</p> <p>(FM 多)</p>
<p>収録番組と生放送番組で対応は変えていない。</p> <p>長時間のスタジオ利用に関し、スタジオは密室になるので、最少人数にするように徹底した。一番激しいルールの際は、ゲストがスタジオ入らないようにした。</p> <p>人数制限、換気を行い、番組ごとの判断のうえ、マスク着用を実施した。</p> <p>外部の営業系の立ち合いをシャットアウト。ゲストのリモート出演を積極的に勧めた。それでも入りたい人はいたので、どうしてもという場合に入れた。(AM 多)</p>
<p>電話ゲストが増えた。その場合、音声レベルが下がるので、できるだけ対面のゲストが好ましかったが、最近は電話でも十分いけるとなり、ハードルが下がっている。</p> <p>反面、いいゲストに出てもらえるようになった。番組によっては、いつもならば出してもらえないようなゲストを電話でそろえる期間を作ることもできた。この間、ゲストがエリア外から来ることはなかった。また、ゲスト以外の出演者もリモートが増えた。(AM 多)</p>
<p>生放送番組はブース分けやリモートなどをしばらくのうちは積極的に活用した。不織布のマスクを付けて、ある程度のディスタンスを取れば、濃厚接触に当たらないなどの情報がはっきりするようになり、ある程度緩和していった。(AM 多)</p>
<p>当初からゲストは基本お断りで、スタジオに入れないこととし、すべて電話やリモートに切り替えた。エリア外からのゲストは現在もお断りしている。10月1日以降、生番組でエリア内からのゲストは、ワクチンを2回接種し、1週間以上経過した方の場合はスタジオ来ていただけるようにする。マスク着用は変えず。(FM 多)</p>
<p>生放送の場合、ゲストはリモート。2020年4～6月などは全部リモートの時も。すべてがわからなかったのが、かなり慎重にやった。</p> <p>スタジオ内はアクリル板を立てており、マスクをしていないことが多い。本人に任せている。マスクをするとしゃべりにくいという人が多いので。構成作家はマスクをしている。</p> <p>現在は、出演者の希望に沿う形とし、われわれからリモートの推奨はしていない。スタジオで収録したい人のほうが圧倒的に多い。9割方がそうだ。ノリやコミュニケーションの面でやりにくい。グッドバイブスを出すには同じ空間が大事だと改めて感じた。(FM 多)</p>
<p>コロナの感染拡大が激しい時期はゲストもすべてリモートにし、現場にいなくても可能なスタッフはリモートで参加するなど切り替えた。(FM 多)</p>

<スタジオを工夫>

<p>番組の切り替えができるよう、もともと使っていたスタジオを変えてもらったことはあった。連続使用にならず消毒できるようにした。(AM多)</p>
<p>厳しい時期、ゲストはすべて会議室を使った簡易スタジオに入ることを徹底。その簡易スタジオ内に入ることもやめて、全員リモートにはしていない。先方の都合からリモート出演にさせてほしいというケースは多かった。</p> <p>もともと2つのスタジオを交互に使用している。片方の使用が始まった段階でもう片方の消毒をじっくり行うことが可能。心配な点はなかった。(AM多)</p>
<p>入れ替えや消毒などがあるので、A、Bのスタジオをテレコで使った。(FM多)</p>
<p>他社に比べて番組の数が少なく、スタジオの使用はゆったりしている。スタジオを出た後には必ずエンジニアが消毒するレギュレーション。あわただしくする必要はない。(FM多)</p>
<p>アーティストが生で歌うことが売りの音楽番組は、同じフロアで感染者が出たこともあるので自粛する形をとった。その番組は生放送で、パーソナリティと同じスタジオ内に歌うスペースがあったが、それを中止している。どうしても成立しない場合は、別のところで一人で歌い、放送のスタジオとつないでいる。</p> <p>一時期は東京在住の出演者は本社に来ずにリモートにしたり、高齢のパーソナリティの通勤が危ないので、自宅から放送した時期もあった。機材も数が限られている。新たに購入するのも高額なので、タブレットなどを利用した。(AM多)</p>
<p>生放送のできるスタジオ2つと社内にあるホールを活用。年末に長時間の番組も放送したが、大きなホールを使い、寒くても通気を良くした。(AM少)</p>
<p>密になる場合はスタジオの代わりに会議室を使う。音は悪くなるかもしれないが、違う場所で録音したり音源を別建てで録って挿入したことなどがあった。(AM少)</p>

<その他>

<p>原則的に常駐のスタッフ以外は来社を禁止している。アーティストのゲストや営業のゲストもスタジオには出演せず、電話出演が原則。</p> <p>生番組は変わらず。いつものメンバーでDJ、ディレクター、ADがスタジオに入り、放送している。</p> <p>生放送の掛け合いは主に電話で、とても増えている。しかし会話がうまく回りだすのに時間がかかる。伝わり切らないまま終わるところがあるかもしれない。(FM多)</p>
<p>サテライトスタジオを別に持っている。空調を改修し、換気機能を4倍にしたうえで、2021年7月まで運用していた。現在、本社のある市による特別警報が出ており、感染者が増えているので運用を取りやめた。</p> <p>基本は2人でしゃべるものが多いが、どちらかが発熱した場合は1人体制で放送。(FM少)</p>

スタジオにパーソナリティが複数いるが、ゲスト席とあわせ、間にアクリル板を立てている。2020年6月くらいから2021年春までの一時期、ゲスト席を1人に限った。今は複数ゲストもOKとしており、アクリル板以外は通常運用となっている。(AM少)

生放送番組はレギュラー出演者のみで、ゲストは生出演を遠慮していただいた。2021年8月から人数制限の敷居を高くしている。2020年6月から2021年7月までは解除していた。

対面式でパネルを置いているが、パーソナリティとニュースを読む人が同じスタジオ内にあることがあったので、スタジオを分けた。今でも続けている。(FM少) ”

公開放送は生番組、収録番組とも事前公募制で人数を制限。住所・氏名などの個人情報管理し、万が一の事態に備える。放送エリア内の感染状況が落ち着いているところを見定め、2020年3月以降、5回ほど実施した。

緊急事態宣言中は、使用するスタジオを広いところに変更し、パーソナリティの距離を保つ。また、ゲストの生出演を基本禁止にした。(AM少) ”

生中継に関しては休止した、あるいはスタジオに切り替えたとの意見が多かった。

<生中継について：主な意見>

生中継のコーナーを緊急事態宣言、まん防の時はNGとしている。安全性を第一に、企画があった場合は電話対応や、スタジオでできることを行うようにした。状況に並び、自治体の要請に合わせた。(AM多)

ラジオカーのレポートを行っていたが、2020年4月の段階で、先方から来て大丈夫なのかという話をもらったので、スタジオ対応/休止になった。ネタを仕込んである場合は、電話でつないで対応した。(AM少)

外で高齢者が中継を行うものは、早々にスタジオに切り替えた。(AM多)

緊急事態宣言発令中は、ラジオカーは移動を避ける意味で最小限に絞り、出張的なインタビューを避けた。

ラジオカーは走らせているが、緊急事態宣言中の現状ではよほど事件がない限り放送局のある自治体内に走行範囲を絞っている。(AM多)

コロナ前はラジオ中継に必ず出ていたが、中継に行けなくなった。人が集まるし、お店に行くのはばかれる。(AM多)

収録のために「出かけてはけない」ということはマニュアルにはなかったが、現場でも「困るので、来ないでくれ」というところも多く、常識的にも行けない形だったので実施していない。(AM多)

収録番組についての意見をみると、リモート収録に切り替えたとの意見が多かった。アーティスト同士の交流がなくなった、公開収録がなくなったなども弊害も出たようだ。また、2本録りを3本録りにするなど、収録方法の変更に関する意見も出ている。

<収録番組について：主な意見>

<p>東京在住の方に出演をお願いしている番組が数個あり、それらは録音機を送ったり、iPhone やスマホで声を送ってもらいその音声を編集。あとはリモートで、人の行き来なく録っていた。(FM 多)</p>
<p>アーティストの番組がいくつかあり、東京在住の方が月に1回来て生放送を行い、収録を何本か行うというスタイルが多かったが、コロナになってからはリモート収録に切り替わった。本来ならばスタッフとの交流や、他番組にも出てアーティスト同士で交流するなど、それがだいご味だったが、収録して放送するという残念な状況になっている。(FM 多)</p>
<p>公開収録がなくなり、今も行っていない。街角インタビューもできなくなった。(AM 多)</p>
<p>収録番組は、その時々感染者数や緊急事態宣言の発令の有無で変えた。2020年の4～6月は、収録番組は基本的にリモートで録音した。その際にいろいろな技を編み出した。Zoom 同士だと音がよくないので、それぞれの家に収録の機材を送り、Zoom で顔を見ながら収録し、音だけ送ってもらう、iPhone の voice 機能を使うなど、ノウハウをためた。(FM 多)</p>
<p>収録番組でも出演者の意向を聞いて呼ぶかどうかを判断している。 放送エリアは広く、本社に来るのに時間がかかる地域もあるので、コロナ如何にかかわらず、電話でのやりとりも頻繁にある。(AM 少)</p>
<p>収録ものは東京の演者もいる。感染が拡大しているとの判断される場合は、LINE などによりリモートで収録している。(FM 少)</p>
<p>緊急事態宣言および類似した状況になった際、ゲストは完全リモート対応とし、放送エリア内外問わず、例外を認めないようにした。状況がずっとひどいので東京から来る人も全部アウトにした。東京で収録し声だけ送ってもらった。(FM 多)</p>
<p>できるだけリモートにし、出演者を本社のスタジオにいる人と、そうでないところにいる方とでやり取りができるようにする体制を取った。2021年春からは通常に戻している。(AM 少)</p>
<p>収録番組では通常2本録りしているものを3本録りにして、出演者が来る回数やスタッフが集まる回数を減らすよう工夫した。3週間先のものを録るなど、中身の鮮度が落ちがちだが、収録の予定そのものをスリム化する工夫をした。(AM 多)</p>
<p>収録番組は、スタジオのドアを解放した状態で空気の入れ替えを行い、スポンサーや広告会社など、スタジオに滞在する人数を少なくするなど調整。1本録ったら換気の休憩時間を設け、空気の入れ替えを行っていた。(FM 多)</p>

その他、特番などでゲストに中継機材を送った、ゲスト出演の際には部長に申請した、

取材ものを自粛した、などの意見があった。

<その他>

特番などで人数が増える場合は、音質確保のために中継機材を東京のゲストの自宅に送り、操作してもらうこともあった。電話だと音質が悪くなるため。(AM多)

スタジオにゲスト出演が必要な場合は、プロデューサーから部長に相談・申請。申請の理由が明確でないと入れない。人流を抑えるため、カレンダーに書き込み、重なった場合はずらす。(FM多)

緊急事態宣言中及び類似状態の時は相手も心配するので取材ものは自粛。(FM多)

● スタジオに導入したこと

各社に確認したのは、アクリル板などの設置や、マスクの着用、スタジオ内の人数制限、その他導入したものについて。

アクリル板など出演者間の仕切りは、ほとんどの社が導入。「高齢の出演者が心配されていたので、制作部長が早い段階から手作りで大量に作成した」(AM多)などの意見もあった。

マスクの着用については、多くの社でパーソナリティやゲストら出演者に着用をお願いしているが、感染者の多寡を問わず「外している」といった意見もあった。

<マスク着用を緩めた社の意見>

マスクはするケースもあれば、しないケースもある。しゃべり手の意向に沿っている。(AM多)

レギュラーのパーソナリティは2020夏以降、マスクを外してもOKとした。パーティーションを付けたこともあり、暑いとの意見があったため。(AM少)

アナウンサーはマスクの着用は必ず、出演者も付けてくださいと伝えている。クオリティを多少下げても感染対策をすとの認識のもとで行っている。ただし、くぐもって聞きづらいなどあり、本人の了承があれば外すこともある。(AM多)

スタジオ内のマスクは推奨とし、条件にはしていない。長時間の番組は呼吸に負荷をかけるので。(AM多)

出演者にもよるが、アクリル板を置いてもマスクを着用する出演者もいた。アクリル板があるからマスクを外す場合もあるし、両方している場合もある。ゲストが増える時はそのままマスクをして、写真を撮る時だけ外すなど、かなり慎重にやっている。(AM多)

収録、生放送を含め、放送時はマスクを外している。打ち合わせの時はマスクをしていることも多い。検温、消毒のうえ来社し、アクリル板や消毒などをしているので収録中はマスクを外していた。

ただし、ゲストの方がマスクをしたまま放送する場合は、マナーとしてDJもマスク

をすることがあった。(FM 多)

換気の悪いスタジオの場合、マスクを着けているメンバーもいるが、アクリル板を設置し、12畳に2人のところもあるので基本的にはマスクをしてない。(AM 少)

強要はしていない。最初はマスクをしたまましゃべるパーソナリティもいたが、やはり苦しい。アクリル板もあるので、マスクをしたままのアナウンサー、パーソナリティはいなくなった。ゲストにも強要はしていない。(AM 少)

マスクを義務にはしていない。声がこもる。現場から「マスクはいいんじゃないんですか」となっている。その他のスタッフやミキサーなどはマスク着用。(FM 多)

このほか、「2人以上になる時はマスク着用を義務付けた」(FM 多)、「1人の場合はしている人としてない人がいる。そこは厳密にせず、どちらでもいいとしている」(FM 多)などの意見があった。

スタジオの人数制限は、設けている社が多い。

<人数制限：主な意見>

スタジオはブースに原則1人。2人の場合はブースを分ける。お互いの顔が見えないので、技術担当がスタジオにノートパソコンなどを入れ、オーディオインターフェイスでつなぐ形を取り、タブレットで互いの顔を見えるようにした。

ゲスト出演は、最大でも2人までとしている。どうしても来たい場合もすべてリモートや電話で対応。皆さんに理解してもらっている。(AM 多)

ゲストの人数を制限していた。出演者が濃厚接触者(陽性者)にならないよう、極力接触を減らす企図。少し前までは同じ部屋で15分間、マスクをしていない状況で一緒にいると濃厚接触者になるとの規定に準じていたが、マスクしていても感染した人と10分同じ部屋にいると濃厚接触者にされるとの情報があり、ルールを組み直さなければならなくなったので、それからはより厳しくした。社員以外はお断りしている。(FM 多)

2021年8月20日から、前年に行った人数制限などを行っている。スタジオに入るのはミキサーやディレクターと、レギュラー出演者のみ。広告会社など関係者は別室で待っていただく。ゲスト出演者もできるだけ電話で対応できないか、お願いしている。今のところスポンサーからも了解を得ている。(FM 少)

ある実験結果などを踏まえ、空間当たりの人数を制限。ブースに入れる人数をスタジオの広さによって決めている。4人組のグループが入れないことがあった。4人出たい場合、2人はリモートなどとしている。

クライアントが立ち合う箱番組も多々あったが、スタジオに入れる人数を決め、立ち合いなしや1人までなど、広さと空間に合わせた人数制限を行っている。断るのは心苦しい。(FM 多)

このほか、「人数制限は、今はゲストが入ってきていないので行っていない」(FM多)、「ゲストの人数制限は現在、解除している」(AM少)などの意見もあった。

スタジオの換気・消毒もほとんどの社で実施。このほかの取り組みとして、

- ・試食は一切しない。必要な場合は事前に済ます。(AM多)
- ・空気清浄機を買い足した。(FM多)
- ・マイクのカバーを付けて使い終わったら捨てることにしている。当初はマイクのカバーを消毒していたが、大変な作業で値段も高いので、安いカバーを探した。(FM多)
- ・紫外線照射装置を生放送で使っているスタジオ2つに設置した。サブにオゾン発生器を設置したほか、スタジオとサブに噴霧式の特殊な抗菌加工を施した。(AM多)
- ・サーキュレーターを回し、扉を開けたまま放送している。また、CO2測定器を設置した。(AM多)

など事例も挙がった。

● 設備面での工夫、変化したこと

リモート収録が進展。各社は音質を良くするべく工夫を凝らした。一方、出演者のところへ機材を持っていった経験のある社も多い。

iPhoneのFaceTimeを中心に使った。直接放送に乗せることもあった。顔を見たいという人間のためにZoom也使った。

機材を持っていき、出社しないで済むようにしたこともあった。(AM多)

生放送のできる2つのスタジオにオーディオインターフェイスを設置した。

生放送のワイドで、通院中で出社に懸念のあったアナウンサーの家へ技術が中継機材を持っていき、ベランダにアンテナ立てて対応したこともあった。Zoomの画面を使い、スタジオのアナと家のアナ、卓についているディレクターが会議システムのように画面を見ながらやり取りした。この形で2週間放送した。一人スタッフを取られ、大変だとなった。技術の人はあくまでいいよとは言っていたが。(AM少)

リモート用の機材として、パケット編集ができる録音機材を使っている。録音システムは標準で、今の世代に近いもの。録ったものはすべて各自のパソコンで編集。それをセットすれば、放送用に使えるようになる。

中心人物以外のゲスト・レポーターなどがそのリモートの機材を使った。デジタル対応の機材で録音し、データを制作者のパソコンへ送ってもらった。

1、2回ほど、外のゲストに機材を送って録ったことがあった。

コロナになってから設備を新しく用意したことはなかった。もともと持っていた収録できる機材を貸与。あとは個人で録ったものをパソコンで送ってもらう形で済んでいた。(FM少)

自社でオンラインの収録ツールを開発した。Zoom等を使って収録したものもある

<p>が、自社で音声の良いものを作った。</p> <p>生放送やメインパーソナリティには事前にマイクを送り、それを利用して放送した。通信環境が安定しない、音声が悪いなど問題もあったので、なるべくスタジオのものに近づけるためだった。(AM 多)</p>
<p>「Opal(オパール)」を使って音声をやり取りしている。リモート出演用の機材で、従来の電話中継のような手軽さを持ちながら、高音質な音声伝送が可能。(AM 多)</p>
<p>最初は LINE 電話を使っていたが、今はほとんど使っていない。代わりにオパールを使うケースが多い。</p> <p>2020 年に機材を家まで持ってきてほしいという出演者がいた。自分でセッティングし、終わったら機材を家の前に置いてもらった。(AM 多)</p>
<p>オーディオインターフェイスを導入した。</p> <p>レギュラーの収録番組の担当者にマイクとレコーダーを一式送ったことがあった。そのほうが音がいいだろうとの判断から。収録はレコーダーにしてもらい、LINE 電話で画面越しに指示したが、機材の取り扱いに慣れていないし、手軽さもない。タイムリーさも損なわれる。</p> <p>LINE が一番音声が良いため、それを使って音声をやり取りする方向に変わった。音声を送ってもらい、オーディオインターフェイスで抜き出した。電話をつなぐよりも音がよく、Zoom は容量が重いので、LINE を使っている。(FM 少)</p>
<p>顔が見たいため、タブレットを使った。タブレットはコロナ禍で新たに購入したものあるし、他の用途に使っていたタブレットを転用したりもした。スタジオ用にノート PC を追加購入した。</p> <p>中継用の機材を出演者に送ったが、新たに購入はしていない。中継に行けなくなった分の機材を転用した (AM 多)</p>
<p>リモートに対応したマイクを購入し、音質をよくする工夫をした。収録ものでポータブルの機材を送り、それで録ってもらい、素材のデータを送ってもらったこともあった。(FM 多)</p>
<p>電話のほか LINE 電話や Zoom などを使用。iPhone などを音声卓でつないで実施している。LINE 電話は電話より音声がいい。(AM 多)</p>
<p>リモート収録は、ほぼ全員 Zoom などで行った。スタジオに機材を常設。ゲストもパソコンを持っている。最初はスマホの人もいたが、この 1 年でほぼアーティストサイドも収録できる環境が整っている。</p> <p>通販番組など放送が途切れてはいけないものはすべて電話を使った。</p> <p>LINE 電話、FaceTime など試したが、映像なしの LINE 電話が最も音質をキープできる気がする。</p>

<p>昼のワイドはストリーミングサービスで見られる。スタジオの様子がすべてネット上に配信され、絵的なものがないと厳しいので、ゲストの顔が映りこめるように大きなパソコンを置き、見せるやり方を取っている。(FM 多)</p>
<p>Zoom でつないでディレクションを行い、パソコン経由で録った音声データを送ってもらう。慣れたアーティストだとQシートを見て分数分のトークを録音し、それを送ってくる人もいた。</p> <p>アーティストなので、自分で録音機材を持っている。マイクを買ったアーティストもいた。こちらで買って送ることはなかった。(FM 多)</p>
<p>リモート収録用の機材を生放送用のスタジオ2つに付けた。配信用のPC、カメラ、MCが見られるモニター、オーディオインターフェイスを新規購入。配信の相手に音声を返す(N-1を送る)ことができるようになっている。</p> <p>海外の方に出演してもらった時があった。通常ならば、電話でやるところをリモートで顔を見ながらできて、プラスな感じでできた。システムは、Microsoft Teamsを使用。(AM 少)</p>
<p>技術スタッフが試行錯誤し、最初はZoomなどさまざまなソリューションを行ったが、今はGoogle ハングアウトでまかなえている。</p> <p>FM 波を使った中継も活用した。先方の芸能事務所に放送できる仕組みを作る、出演者の自宅に設置するなどの対応を行った。生放送のスタジオが3つあるが、録音用のスタジオでも生放送ができるよう設備を増強にした。(AM 多)</p>
<p>パーソナリティの家で、ホールのような音になってしまう時、ベッドルームに移動すると布団が音を吸収する。そこで布団を置いてもらうなど、みんなでどういう音がいいかを話し合った。放送に適しているアプリをインストールしてもらうなど、細かな努力をした。このほかマンションのWi-FiよりもLANケーブルがいい、4Gがいい、など細かく行った印象がある。(FM 多)</p>
<p>YAMAHA NET DUETTO や FaceTime など、音が比較的良好、スタジオのマイクと変わらない音質の機材を導入した。(FM 多)</p>
<p>リモート会議システム (Zoom) を導入。音響卓で使えるようにし、顔が見えてコミュニケーションがとりやすく、音声もクリアだが、タイムラグが多少あるので基本は電話だった。Zoom を使うのはゲストの意向のほか、何人もゲストが出るような場合。(AM 少)</p>
<p>朝ワイドのパーソナリティが高齢なので、一時期リモート出演してもらった。長時間の番組で、看板番組でもあり、音質的にも万全を期したいと考え、ISDN の回線工事を行い、回線を家に引き込んで、カフやマイクなど放送局に近いものを持ち込み、スタッフも毎朝行き、横について放送した。</p>

2021年10月の改編で、東京からゲストが入った。最初はISDNにすることを考えたが、工事の条件や間取りの確認などが必要。別の手段がないかと考えたところ、VoLTE（ボルテ、ドコモの強いLTEネットワークが実現する、新たな音声通話サービス）という高音質の携帯（回線は4G）端末があった。これを使えば東京からゲストを呼ぶ必要もない。今後、このボルテを積極的に導入したい。（AM多）

Zoom等の機能を使ってリモート収録できる体制を組んだ。（AM少）

クロストークが必要なものはSkypeで録音。一人のしゃべりでいい番組は、スマホで録り、そのデータ音声を送ってもらっているものもある。

Google Meetsで録画し、そこから音声だけ抽出した番組もあった。ディレクターの腕にもよるところがある。個人個人で実験しているところ。

高齢のパーソナリティは、基本掛け合いは電話つなぎで収録している。（AM多）

出演者はFaceTimeが多い。Zoomよりも音質が良い。2人までくらいまでだと音質の劣化もない。FaceTimeは音質を優先してくれる。（FM多）

② 番組制作で苦労したこと、不足したこと

多く挙げたのは、感染対策やスタッフや出演者で感染者が出た際の苦労について。

また、リモート制作が増える中、顔が見えない、直接会えないなどによる弊害や、機材面の問題などを挙げる意見、コミュニケーションの不足などを挙げる意見も目立つ。

<感染対策などで苦労>

レギュラーのパーソナリティで、時々東京で仕事のある人がいた。1度行ったら、戻ってきてから2週間は出演を控えるようにした。（AM少）

レギュラーのパーソナリティに高齢者が多いので、その人たちが放送局に来るリスクをいかに減らすかに苦心した。（AM多）

まだ初期段階、濃厚接触者かどうか判断がつかなかった時、スタッフ1人を2週間以上自宅待機にした。他のスタッフのカバーで回したが、出社再開の判断などに苦慮した。（AM少）

放送エリアの感染が拡大していないので、逆に人々の意識が厳しい。「来ないでくれ」とか、離れた場所の場合「検査してからきてくれ」など。

しゃべり手が感染。休ませなければならない時に、普通に「お休み」と東京ならば言えるが、家族がいじめにあうので言わないでくれとなった。その時は意思を尊重し今週はお休みです、だけにしたが、コロナ差別は東京よりも地方のほうがあろう。感染者が少ないからこそある差別だ。（FM少）

一番は出演者の突然の休演。濃厚接触者になったかかどうかわからない時点で、念のためという判断に迷う時があり、前夜の対応にもなった。それが一番苦労した。

放送上、説明をどこまで言うかの判断も難しい。家族のことなど、個人的な情報を

どこまで言うか。今のところは念のため、大事を取って、などと伝え、代役を立てている。各所に連絡するかどうかの判断も難しく迷った。(AM多)

タレントが感染を持ち込む不安が払しょくしきれない。彼らが悪いわけではないが、どうしても外部で仕事するとその他の人との接触があり、リスクの可能性が高まる。(FM多)

<番組内容をめぐる苦労>

密にならない形で今も公開放送を行っているが、みなさんぜひお越しくださいという一言が心から言えない。

パーソナリティ2人でやっている番組で、片方だけ Zoom で結び、自宅から放送した。ただし、キューや事務的な連絡がやりにくく、LINE を使ってもやり取りのタイミングが難しかった。

ラジオショッピングで Zoom など使ったが、商品名や電話番号、値段など、肝心なところが途切れる場合があった。あまりにリスクイなので電話に戻した。(AM少)

スタジオの使用に制限をかけているので、番組作りやゲスト選びで苦労している様子があり、いつになったら制限解除されるの、というメールはあった。何とか工夫して、と言っている。(FM少)

会って話すのが一番よく、それに近づけ、いい雰囲気放送に望んでもらえるように努力した。

オープンスタジオを持っていたが、人が来ると困るから封鎖した。スポンサー契約があり、本当はそこからやらなければならなかったが。(FM多)

<リモート制作をめぐる苦労>

リモートが多くなる中、顔を見てないとだめだという人もいた。きちんと打ち合わせしないと嫌というディレクター、出演者もいて、そのあたりは一般論では済まない。会社の方針とはいえ、納得する人間、納得しない人がいた。(AM多)

直接会えないことによる不具合が大きく、出演者もゲストもリモート、スタジオ内に誰もいない、構成作家もリモートとなると、スタジオ内はミキサーのみとなることも。どうしても本来生まれるであろうグルーブ感が生まれなかったりした。

回線の事情によるトラブルや、Wi-Fi の事情で途切れたり、音質が悪くなることには苦労した。生放送でつなぎ直すことなどが発生してしまった。先方の Wi-Fi にも左右された。そうしたことが起きないようにするための事前チェックに現場は相当苦労した。(FM多)

東京から週一でレギュラー出演するタレントがいたが、移動が制限され、急きょリモート出演になったこともあった。また、人が集まる放送局に来るのが怖い、感染のリスクがあるのでリモート出演をさせてくれ、という希望があり、その人にリモート

出演の機材を貸し出した。これらに都度対応するのが大変だった。(AM 多)

リモートや電話でしゃべるのが一番大変だったのは対談番組。ふだんならば面と向かって顔色をみながらテンポよくインタビューをしたり、話を進められるが電話やリモートではテンポが作れない。音で勝負するラジオでは作りにくい部分があった。今でも、来てもらわないで作るとなると、後から編集が難しいとスタッフに言われる。

ラジオカーで街の声を拾う番組で、新規のお店に出かけるようなパブリシティものがなくなった。(AM 少)

<コミュニケーション面の苦勞>

2021年4月に大きな改編を行い、新しいパーソナリティが入った。コミュニケーションの部分でブースを2つに分けるのには勇気がいり、制作陣も不安もあったろうし、パーソナリティ自身もやりづらかっただろう。ブース分けは新しい組み合わせの場合は特に気を遣わなければならない。(AM 多)

音楽を軸に番組を作っている。アーティストが新曲を出し、局に来てプロモーションすることなどで番組が構成されていた。また、ライブをDJが観に行き、感想をフィードバックするなど、音楽を通じたコミュニケーションが主だったが、それが一切合切なくなったので、構成が難しくなった。

DJたちのモチベーションが低下した。ライブ行った後はテンションが高かったが、それがなくなったので、平たんになった。(FM 多)

(5) 編成・放送

① 地元エリアのコロナに関する情報において、メインになった番組

コロナに関する情報について、中波は各ワイドで随時、FMでは定時のニュース枠で伝えるとの意見が中心。そうした中、感染者の多いエリアのFMから「2020年度は、昼～午後の音楽・情報番組に月一木でコーナーを設置し、毎日コロナに関する情報をまとめて出していた」(FM 多)、「音楽、ニュース、スポーツ・天気・交通情報を伝える朝の番組で毎日、コロナ情報を入れていた」(FM 多)などの事例が挙げられた。また、感染者の少ないエリアのFMからも「ワイド内でも特にコーナーを切るわけではないが、感染者数陽性者数が発表された時などは都度入れるようにしてきたし、新しい動き、例えば知事の声明があれば生番組ですぐに差し込む体制はとっていた」(FM 少)との意見があった。

感染者の多いエリアの中波からは「月1で報道が作っている番組があり、特集や企画としてコロナの最新状況や今後の予測など取り上げた。週末朝に放送している災害関連の番組でも、災害時に避難した際の避難所でのコロナ対策や、コロナ禍の豪雨災害に関するケーススタディを取り上げた」(AM 多)などの事例が挙げられている。

② コロナに関する情報の取材源など

コロナに関する情報源は、中波の場合は兼営社の場合も含め、報道セクションから、FM

の場合は通信社や地元新聞社などからの配信が中心だった。

そうした中、FMにおいても

- ・制作スタッフが新しい情報があるかどうか確認。公式な情報は地元自治体のウェブサイトであり、何か宣言が出て詳しく説明されている時は確認していた。(FM 多)
- ・県政記者クラブに加入している。毎日、ぶら下がりの報告があるので、そこで入った情報はなるべく伝えるようにしていた。(FM 少)
- ・コロナに罹患したスタッフがいたので、その入院先の先生など新型コロナウイルスの専門家を取材源にしていた。自身が感染、入院したので自らノウハウがあり、取材相手には困らなかった。陽性者同士のつながりもあった (FM 多)
- ・記者クラブに所属しており、知事の会見が開かれれば、取材に行く。(FM 少)

などの意見があった。

また、感染者が少ないエリアの中波からは、

- ・風評が営業活動で分かることもある。例えばクラスターが発生すると「うちのお客さんだよ」となったことなどがあり、分かる範囲で紹介することもあった。(AM 少)

といった意見もあった。

● ネット上の情報の利用

ネット上の情報に関しては「真偽が定かではないと、結果的に正しくない情報を拡散してしまうリスクがある。基本的には全く触らないようにした」(AM 多)、「特にコロナだから、というわけではないが、当社の番組は不確かかどうか分からない情報でしゃべることはこれまでもしていない」(AM 多)といった意見が目立った。

また、利用した社においては、

- ・公的機関の情報など、情報の正確さやリソースといった出所がしっかりしているものは番組で素材として使うことはあった。インターネットの書き込みなどは、フリートークなどで話が出たこともあるが、それを元に特集を組むようなことはない。(FM 多)
- ・ツイッターにこれがトレンドになっているという使い方はしたが、ネットの記事をそのまま使うことはあまりない。(FM 多)
- ・ネット情報をそのまま取り上げることはしない。それをそのまま流すことが危険だという認識はスタッフに徹底している。(AM 多)
- ・ネットの情報の活用に関し、コロナに限らず、医療・健康に関する情報は慎重に取り扱わなければならない。裏取りや厚労省など信用できる情報を扱い、ネットの情報をそのまま扱うことはいい。(AM 多)

などの意見があった。

④ 編成面で変わったこと、変えたこと

編成面では、ふだんどおりの番組編成を心掛けた、といった趣旨の意見が多い。

<主な意見>

<p>編成面で気を遣って変えたことはない。逆に誰かが陽性者が出たことによって、急遽ピンチヒッターを探すことについては気を遣い、苦労した。</p> <p>編成面においては、逆にタイムテーブルをいかに変えないようにしようということでのいだと思う。(AM多)</p>
<p>コロナ関連の情報がテレビや新聞で多く、気が滅入るので、ラジオではいつもと変わらない放送、笑えるにぎやかな番組作りをしたかった。(FM多)</p>
<p>ふだんのレギュラー番組を普通にやること。迫りくる不安に対して、ふだん通りの放送を心掛けている。コロナに対する不安や、ちょっとした差別めいた発言もうまく中和して、正常なバイアスに持っていくことが無意識にでもやれたと思う。(AM少)</p>
<p>あまりコロナ、コロナと一日中聞かされるとどんなものか、という話は部内で出た。いいバランスで、リスナーにもラジオなりのちょうどいい塩梅でコロナに対する心がけを呼びかけること。大災害時もあったが、あまり暗くなるのもよくないし、お互い暗いのはわかっているから、少しでもリラックスしたり、少しでも気持ちを緩くするような話題作りをするなど、毎日パーソナリティが工夫しながら放送している。(FM少)</p>
<p>ふだんのラジオを伝えるというところはあったと思う。あまりコロナ、コロナと騒ぎ過ぎないことにした。ふだん通りやるのが一番だと思う。直接変わったことはなかった。(AM少)</p>
<p>基本的にはない。緊急事態宣言時だからこそ、いつもの放送に努力。適切に情報を入れることに意識した。(AM多)</p>
<p>あまり変えなかった。編成的な変更をしない中で、リモートを増やし、3密を避けるためにどういうことができるかを考えた。(AM多)</p>
<p>こうした中、コロナに関する情報を入れる番組を編成した社、コロナ禍のリスナーのライフスタイルに合わせた番組をスタートさせた社があった。また、スタジオの消毒時間を確保するために、ステブレの時間を長くしたという社もあった。</p>
<p>平日にウイルスワクチン接種情報に関する2つのベルト番組を置いた。「自治体がセンターを作った」「何月分の受付を始めた」といった情報を届けており「助かっている」などの声が多い。(AM多)</p>
<p>今までは19時以降は生番組をやっていなかったが、19時以降に飲みに行けない、クラブイベントもできないなど、リスナーの生活スタイルが変わったと判断し、2020年から19時以降に生番組を編成した。リスナーからも好評。(FM少)</p>
<p>編成面では、全体の傾向としてバカ騒ぎをするよりも、リスナーが必要とする日常の情報として、コロナの情報が多くなる傾向にあった。</p>

<p>感染拡大初期のころ、日替わりで音楽特番を毎日2時間放送していた。暗く沈みがちになる世の中、少しでも明るい気持ちになってもらいたかった。(AM多)</p>
<p>ステブレの時間に清掃するが、入れ替わりの時間があまりないので、ステブレの時間を60秒から120秒にした。エンディング前から清掃に入り、エンディング後120秒で清掃している。スタッフも少ないが、前と後の番組のADに加え、ミキサーも手伝い、演者を誘導し、清掃することを毎日行っている。(AM多)</p>
<p>また、コロナ禍による人流抑制などの影響で番組終了を余儀なくされた、プロ野球の開幕延期による影響が出たなどの意見があった。</p>
<p>今までは市町村をはじめイベントの情報や、外に出かけていく情報、外向きの発信などで構成し、自社でもイベントも組んでいたのが、それが全部だめになった。おうち時間を楽しむ方向性に世の中がなっているので、編成上もうちで過ごす時間を充実させるようなものになっている。(FM多)</p>
<p>1年半前、週末に繁華街から届ける番組が始まった。オープンエリアにあるカフェから放送するはずだったが、カフェそのものが閉鎖された。番組本来の目的が果たせないまま、一度畳むことになった。(FM多)</p>
<p>編成面はできるだけ変えず、リスナーに日常を感じてもらおう方針だった。ただし、プロ野球の開幕がコロナの影響で遅れ、そこを特別編成にせざるをえなかった。(AM多)</p>
<p>県内のホテルがクライアントだった番組が減り、提供で続けているのが1社のみとなった。(FM多)</p>

⑤ キャンペーン・スポットの実施

インタビューを行った社のうちおよそ半数の社からコロナに関するキャンペーンを行った、あるいはスポットを打った、との話が聞けた。

キャンペーンの内容は、コロナ禍で出かけられない中、明るく過ごしてもらおうことやおうち時間・ステイホームを楽しんでもらうもの、音楽がもたらす魅力を伝え活力にしてもらうもの、医療従事者や苦境にある地元飲食店などを応援するもの、などが挙げられている。また、エリアのラジオ社でキャンペーンなども行われている。

スポットでは、地元出身の俳優や自社のマスコット、パーソナリティらが手洗いなどを呼び掛けるもの、三密をどう防ぐためにはどうすればいいかといった情報を伝えるものなどが挙げられている。

⑥ レギュラー番組でのコロナ企画・コーナーの設置

レギュラー番組におけるコロナ関連の企画やコーナーを設置したかどうかを尋ねたところ、定常的に設置した社は少なく、第1回目の緊急事態宣言時に設置した、あるいはスポット的、不定期でゲストを呼んだ、などの意見が多かった。

<コーナーを設置・用意>

<p>ワイド番組内で、毎週月曜日に海外在住の医師をゲストに招き、ワクチンや今後のコロナの対策を語っていただいた。(AM 多)</p>
<p>1回目の緊急事態宣言時に、朝のワイド番組内で地元の応援企画を組んだ。営業を中心にネタを集めて、活動している人に電話インタビューした。(AM 少)</p>
<p>2020年4月段階で、ワイド番組にスポーツニュースのコーナーがあったがスポーツ自体が軒並み中止になり組めない。その枠でコロナへの注意喚起を行った。</p> <p>2020年6月には観光地に人が来ていない事態が起きたため、道の駅の情報を毎日伝えた。(AM 少)</p>
<p>最初の緊急事態宣言時は学校も始まっていなかったため、絵本の朗読の枠を毎日朝の番組で行った。(AM 多)</p>

<不定期で実施>

<p>緊急事態宣言下で感染が厳しい状況の中、1週間のうち3日間、各専門家をゲストに呼んで放送したことはあった。(AM 多)</p>
<p>知事が出演している枠があり、そこで随時コロナに関する情報を発信していった。コロナ前からある番組。(FM 少)</p>
<p>特別に常設のレギュラーのコーナーを設置したことはない。都度、必要に応じて専門家を呼んだことはあった。(AM 多)</p>
<p>番組としてコロナの企画やコーナーを設けていたわけではない。医学博士らをゲストに招き、リスナーの質問に答える企画などを特定の番組ではなく、ゲストに来てもらえる日にち・時間に応じて実施した。(FM 多)</p>
<p>比較的ニュースを伝えているワイドで定期的に専門家の意見を聞いている。もともとコロナになる前から出演していた人で、この先生に頼もうということを決めていた。(AM 多)</p>
<p>番組内で20年ほど前から健康に関するコーナーを設けており、そこで医師からコロナに関する見解を述べてもらった。(AM 少)</p>

<その他>

<p>1回目の緊急事態宣言の時、コロナ関連の5分枠を3ベルトほど作った。レギュラーではない。(AM 多)</p>
<p>経営者の立場で、コロナ禍の企業への支援策などを共に考える番組を1カ月半実施した。(FM 多)</p>

⑦ 音楽番組やエンタメ番組、若者向け番組で変化したこと

音楽番組や若者向け番組でコロナ禍に変化や実施したことなどを尋ねた。音楽番組でも番組内でコロナの話題に触れたといった事例や、若者のワクチン接種への懸念を払しょくする取り組みなどが挙げられている。

<p>音楽番組でも、日常会話として情報を届ける中で、感染者数など一般的に気になる情報はDJが伝えた。内容は一般的な情報と呼びかけなど。(FM多)</p>
<p>あまりないが、話題に触れたり、コロナ禍でも頑張ろうなど勇気づけ、若者に対する働きかけなどは紹介した。</p> <p>また、音楽番組では「頑張ろう」といったメッセージをできるだけ出すようなことはした。(AM少)</p>
<p>パーソナリティ、番組ディレクターも含め、作り手でワクチン接種に対し、拒否しないようなメッセージを伝えようと意識を共有。積極的にワクチンを受けよう、という温度感になっている。(AM多)</p>
<p>また、若者やエンタメ業界、コロナを機に活動を始めた若者を応援する番組や企画、さらには、番組発のオンラインイベントなども実施されている。</p>
<p>若年層向けの番組で、コロナで影響を受けた学生に、今何に困っているかなどを掘り下げるようなことを電話でつなぎ、尋ねることを毎週行っていた。(FM多)</p>
<p>高校生が参加する様々な大会がなくなってしまったので、応援企画として、高校生が参加する大会を実施。放送部に声がけして、作品を送ってもらい、レギュラー番組で紹介した。(AM少)</p>
<p>若者向け番組で2020年の緊急事態宣言時に9月入学についての大規模アンケートを実施。</p> <p>2020年11月にオンライン上でイベントを開き、無料で配信した。このほか、全国から応募のあった生徒と、ソーシャルディスタンスを取ったうえで歌を歌い、メイキングとともに配信するイベントを行った。(FM多)</p>
<p>ウィズコロナ時代に地元と東京をつなごうと、2020年5月の緊急事態宣言下に発足した地元出身の20代コミュニティを応援する番組をスタートさせた。(AM少)</p>
<p>地元局でパーソナリティを出し、エンタメ界を応援する共同特番を2021年3月に放送した。</p> <p>また、エンタメ界を支える人々の話をする番組をスタート。現在のコロナ禍の音楽業界の状況も話題になる。(AM多)</p>
<p>2020年の記念日に、ライブができる日が来るようにとの思いを込め、朝から晩までライブ音源だけをかけた。エンタメが早く戻りますように、コロナを乗り越えましょうとメッセージを入れ、ライブができる日を待ちましょうという感じでライブ音源を入れた。(FM多)</p>

⑧ パーソナリティ・出演者への対応

時宜に応じた配慮についてパーソナリティと意識を共有した旨の意見が聞かれた。また、ワクチン接種をめぐっては賛否を言わない、職域接種で受けたことを声高に言わない、と

いった配慮も。さらにパーソナリティの不安を聞き取ったり、ワクチンで副反応が出た際には無理をさせない、といった意見もあった。

<パーソナリティと意識を共有>

自分の主義・主張はそれぞれあると思うが、それをリスナーに押し付けることをしないようにした。例えばワクチンは打ちたい人、打ちたくない人がいる。ワクチンを打とうよといった発言は差し控える。そこはリスナー自身の判断だ。

緊急事態宣言が繰り返されリスナーもストレスを感じているので、聞いている人が不快にならないようなトークにした。もともとラジオを聞いて癒されるようなことを心掛けていたが、その点を一層心掛けている。リスナーのことを思って番組を作ること意識している。(FM多)

大型のロックフェスがやり玉にあがった。世の中に音楽イベントを悪者にする心ない人々がいて、出演アーティストが被害者になった。そういうものに対して、能天気にも何も考えずにロックフェスに対する喝采を上げないようにすることは徹底した。

毎日変わる世の中の状況の一つ一つ把握したうえで、バランスを見ながら適切な情報を伝えることを各番組で徹底した。

あくまで公平な立場で、公平性を保って、どちらかによらず、主義主張が片寄らないよう、フラットな立場で正確な情報を伝えていった。(FM多)

2020年の緊急事態宣言時に番組出演・感染予防策への不安や要望をパーソナリティから個別に聴取。このまま放送を続けることに不安はないかの聞き取りを行った。幸いフリーの方は他のイベントも減っている時期だったので、レギュラーがあるだけありがたいとおっしゃる方がほとんどで、出演を考えたという人はいなかった。

ワクチン接種などリスナーに対してハラスメントなどにつながらないような放送を求めた。

また、例えばパーソナリティがお盆前に帰省すると話した時、今の時期、安全な地域だとしても声高に話す必要はないよね、と伝えた。ワクチンを受けたとは話さなくていいという話もした。ワクチンハラスメントもあるし、職域接種ができるのは特別な事情がある。打つことへのPRになればいいが、バランスを取るよう注意した。(AM少)

しんどいけどお互い励ましあいましょう、というような、リスナーからのメッセージを積極的に紹介した。

ふだんからどの番組もリスナーと交流を活発にしているが、結果的にコロナがらみの励ましが多かった。(AM多)

もともとテレビのように演出面であるような情報は、ラジオは行わない。パーソナリティによっては多少意見が違っても知れないが、専門家でも極端な話をする人は

スタッフは選んでいない。冷静に皆さんが判断できる材料を与えるような情報を提供した。編成から特に行ったわけではないが、日ごろからそういうトーンになっている面もある。

制作プロデューサーが集まる場所では、その都度、他社の事例を報告している。問題意識は共有しているが、もともとことさら不安をあおるのもだめだし、ことさら安心・安全をいうのも違うと思う。感覚的にそのことは制作も意識している。あまり個別に言ったことはない。

ワクチンに関して、打つ、打たないは、ある程度個人の自由に任されている。スタッフも打つ人打たない人がいる。会社としても打てる体制を取り、HDとして職域接種を行ったが、打たないことが悪いというトーンにはならないようにした。(AM多)

日ごろのリスナーからの疑問でどうしても聞きたいことがあれば、専門家を呼び、答えてもらうという対応を取っていた。

コロナに限らず軽々しい発言をしないことを徹底している。それで問題になったり、炎上したことはなかった。(FM多)

これからは変わるかもしれないが、現状、われわれもワクチンを接種もしている。その接種をしている／していませんという話は、今は自分のことは言わないようにしている。接種することに賛成／反対に触れたくない。接種にまだ否定的な人がいる可能性がある。

ワクチンを接種して副反応があった場合は休みを取り、理由は言わずに代替りの人間を、となっている。ただし、この曜日のこの時間にこの人の声が聞こえるということで、ある意味で時計代わりになっているので、しんどくても休む人はいないと思う。(AM少)

軽んじないような発言を意識。

ワクチンを受けなければならないと(自分の考えを)否定されると聞かれなくなる。受けたほうがいいんじゃないか、と言っている。

パーソナリティも副反応が出た時には休みにしており、そのことを積極的にパーソナリティ、アナウンサーが伝え、普通のトークの話題の中で言える雰囲気作りをしている。(AM多)

健康管理に気を付け、体調に異変を感じた時は申し出て、ということ以外はお願いしていない。発言も時事問題、政治問題を扱う番組は少なく、積極的にいう人もいないので心配していない。(FM多)

また、パーソナリティに感染者などが出た際の配慮に関する意見も聞かれた。

< “感染” をめぐって >

出演者が休む時には、体調には問題ないと、必ずエキスキューズを徹底した。(AM

少)

パーソナリティから感染者が出たが、彼らがラジオの番組内で話した経験談がニュースになったことが結構あった。そうした意味ではパーソナリティの対応自体が世間の役に立つという現象が起きたのも事実。

コメント・発言に関しては、いい加減な情報を流さないように徹底した。各番組ともちゃんとできたのではないか。(AM 多)

アナウンサーが隣接する放送エリア外から来ているが、リスナーから気持ち悪がられた。その人の話題には気を付けた。(AM 少)

<その他、主な意見>

パーソナリティの発言には影響力があり、軽々に言えることではない。ニュース、新聞で出たものをそのまま自分の意見を入れることもないだろうが、淡々と伝えること。パーソナリティも意思を持っている。極端な発言もなかった。日々、本人たちも勉強しようとしている。今のところ苦情や意見はなかった。(AM 多)

(ラジオは) 取ってつけた正論を言うメディアではない。すぐばれてしまう。その人が本当に思ったことをいう。こういうことを注意してほしい、と局側から伝えたことはない。

パーソナリティが気遣いを見せたのは、2020年にテレワーク応援企画をやった時。テレワークができない人もいて、「テレワーク応援」とすると受け皿にならないので「出社している人はお疲れさま」と頭に付けるなど、パーソナリティ自身が気遣いを見せることもあった。

ラジオは気遣い合戦。気遣いできる人に適性があり、そういう人しかパーソナリティになっておらず、いいバランスでできている。全パーソナリティがいろいろな立場の人に寄り添うしゃべりを自然に行っている。(FM 多)

出演者はよく心掛けており、いつも通りの明るく楽しいトークでほぐす・共有することに長けている。逆に言えば毒もない。地域性があるのかもしれない。(AM 多)

⑨ デマ・差別の解消に向けて

デマの解消に向けた取り組みは聞かれなかったが、差別解消の取り組みを聞くことができた。都市部と地方で感染者数に差があるエリアや、地元の感染者が少ないエリアで、エリア外から来た人への差別などを解消する試みがなされている。

都市部のナンバーの車が問題視されるのを避けようとした。

折に触れて気を使っていたのが差別のこと。そこだけは絶対ないように言った記憶がある。初期のころは感染すると、来るな、近寄るな、みたいな雰囲気があったが、感染した人の気持ちになれるようにそういう意識は絶対に持たないようにした。全出演者も理解していたと思う。(FM 多)

県外者に対する誹謗中傷はいけないと取り組み、そうした風評被害は起こしてはいけないと、気を付けていた。(AM少)

差別・区別はよくない、といった情報は出すようにしており、例えば県外ナンバーの車が攻撃されてしまう事態が起きた時、それはお互いさまじゃないか、というメッセージを発信するようになった。

地元エリアで行われたイベントに関し、開かれたという事実は伝え、そこに余計な私見は言わないようにした。2020年はそのイベントのCMが流れた際、クレームがあったが2021年はなかった。

また、差別を助長しないように、コロナに限らずあらためて制作スタッフ内で勉強会を行った。情報や認識の統一をしつつ、リスナーからのメッセージや問い合わせなどで「これは違うんじゃないか」というものがあれば、都度、各関係機関にすぐ確認し、それにきちんと答えていく姿勢を取った。そのままにしておかないのが一番だ。

(FM少)

⑩ リスナーの不安解消に向けて

リスナーに対する不安解消策などを尋ねた。目立ったのは「いつも通りの放送を実施することが一番の安心材料」といった、ふだんの放送を届けることが安心につながるとの意見。また、「パーソナリティの言葉が大事」「できるだけ楽しく、リラックスして聞いてもらうような番組作りをふだんより意識した」といった声も目立つ。さらに公平な番組作りを心掛ける、との意見や、情報を詳しく伝えることで「いろんな人に伝わり、共通の財産になるのではないか」といった指摘もあった。

ワクチン接種は受けたほうがいいという人もいるし、受けたくない人もいる。ラジオなのでいろいろなリスナーからの情報があるが、裏どりできていない部分もあるので、ニュースの情報も得て、間違ったことはむやみに言わないことで中立・公平な報道を心がけている。

コロナ報道を嫌がる人がラジオに来ている感覚もある。情報は伝えるが、コロナ一辺倒ではなく、リスナーに楽しんでもらえる、心が和らぐような話題作りで放送している。(AM多)

土曜日夕方の番組には本音のお便りが届く。初の陽性者が出た時や、お盆に県外ナンバーの車が多いといった不安を明かすお便りも紹介しつつ、バランスを正していくような放送はした。1人目の感染者が県内に出た時は誹謗中傷もあったので、それは違うんじゃないの、と意見をまとめるような役割を果たしてくれた。ラジオなのでみんなぎっくばらんにお便りを寄せてくれるし、在宅で便りが増える中、正直に皆さん書いてくれたと思う。(AM少)

いつもの放送を実施することが一番の安心材料と思う。テレビとは違う形で対応し

<p>た。(AM多)</p> <p>リスナーが安心するのは、パーソナリティの言葉だと思う。ラジオのツールの特性だと思うが、他のネットメディアとは違い「声」で届けている。</p> <p>こうした状況下でもリスナーは生活をしなければならない。ラジオは生活者に近いメディアでもあるので、ただ不安をあおるだけではなく、日常生活のささやかな楽しみ、喜び、生活の潤い、などを意識して、話す以前からそうだが特にそれが強くなった。(AM多)</p>
<p>正確な情報を伝えることに重きを置いている。日々のテレホン人生相談などで、コロナ禍の不安に関しては相談を受け付けている。</p> <p>災害報道、地震の時も安心報道を掲げている。不安をあおらないことに関しては都度制作サイドに指示している。(AM多)</p>
<p>不安になるのも分かるよと共感を示していた。</p> <p>テレワークで仕事しながら聴いている人が増え、家で仕事をしながら聴いている人を意識する放送を心掛けるようになった。</p> <p>ラジオは、パーソナリティが一人に向かって話しかける媒体。話しかける時に悪口は使いにくいメディアだ。政権の悪口などは押しつけがましく聞こえ、耳をふさぎたくなる。</p> <p>一方的なコメントではなく、寄り添っていくことが多いメディアだ。HSP(ハイリー・センシティブ・パーソン)のニーズをつかんだという感覚が、体感としてある。ラジオで発する言葉は、優しい言葉が似合う。(FM多)</p>
<p>極端な意見を言うことで、リスナーが不安になったり、安心しすぎたりしないようにした。コロナ前からそういうことは常に心掛けていて、同じ意識で制作してもらっている。(AM多)</p>
<p>いつも通りのいつもの声が、いつもの時間に流れていることを大事にしている。不安解消といえ、キャンペーンにおいてリスナーの声を届けたほか、地域の企業を取り上げたこともあった。そのような取り組みがリスナーの不安解消に向けて行ったことだと考える。(AM多)</p>
<p>放送に乗せる際に、クラスターが発生した場所・施設名などは地元自治体の公表に従い、詳しく原稿を書くように指示した。</p> <p>例えば、「8人が8時間カラオケをした」といった具体的なことを伝え、そういうことは危ないと理解してもらえればと考えた。不用意にあおらないようにも言っている。その内容はネットにも出している。</p> <p>放送を地元エリアの全員が聞いているわけではないが、そんなことをラジオが言っている。書いていると伝え続けていけば共通の財産になるのではないか。(AM少)</p>

番組は生放送であり、ラジオなので必要な情報として深刻な話をしなければならないことも当然あるが、それ一色に染まらず、できるだけ楽しく、リラックスして聞いてもらうような番組作りをふだんより意識した。(AM少)

当社は報道的なことが何もできないに等しいが、ラジオを聞く人が増えた。メッセージが増え、ラジコの数字も上がった。通常運行がリスナーに安心感を与えたようだ。コロナのことに関心はあるが、テレビを見てればさんざん報じている。一方、ラジオは普通のことをやってくれる、そういうことだと思う。(FM多)

(6) ウィズコロナ時代に向けて

① コロナ禍における悩み、自身が最も苦労したこと

スタッフに関する悩みが多く吐露された。特に感染者が出た場合の放送対応の難しさや、オーバーワーク、またストレスや健康への心配の声も多い。一方で、感染者が少ないエリアの社からは、社内の感染対策のゆるみを心配する声も聞かれた。

放送内容に関することでは、ラジオの活動をどう再開するかや「コロナから回復する中どのようなムードで放送するのか」といった悩みも聞かれた。

今後のラジオの未来について、あらためて考える機会になった旨を語った担当者もおり、コロナはラジオを見直す機会にもなっている。

<スタッフ等に対する悩み・不安>

体制づくりに尽きる。放送し続けるためにはどうすればいいのかが管理している側としてはすごく大きい。良い放送、楽しい放送とは次元の違う問題になっている部分はある。(AM多)

感染者数が減っているが、これから寒くなる中で、その数は増えるのかなと思う。スタッフは2人陽性者が出ただけでも番組に影響した。ラジオの制作スタッフは少ないので、感染者が出れば、いつ放送ができなくなるか、という危機感に悩まされる。

パーソナリティのリモート出演も、いつまで続くのか。これが続く現状をどう捉えるかに悩んでいる。(AM多)

人手のことが悩み。もともとラジオのスタッフが少なく、1人欠けると打撃が大きい。感染者を出さないようにとても慎重になっている。(AM少)

社屋をコンパクトにしたことで、放送現場が同じフロアに集約され、クラスターが発生したら放送できなくなるため、そのことを意識して感染対策に取り組んだ。

アナウンサーが感染し、クラスターになるといけないので、2カ所に分散させるなどの対策をしながら、感染者を出さないで頑張れるかを続けていきたい。(AM少)

過去に事例がなかった案件ゆえに、誰にも判断が付かず、学びながらスピード感をもって対応することに苦慮した。

オンエアにおいて、メインパーソナリティとアシスタントの両方がリモートで出演することもあった。ただし、トラブルが生じた際の対策もしなければならない。その場合、アナウンサーを生スタジオに控えさせるなど、緊急対応をしなければならないのは、いつもまでたっても変わらない。(AM 多)

ラジオは人が作るものであり、人がいない状態の中、今後も難しい場面になるだろうと思う。2020年の4、5月は最悪のパターンで、シミュレーションを3つ作り、最悪の場合は曲を流すしかないということまで考えた。放送はお店みたいに閉められないので、こういうことが続くだろう。

やさしさや温かみを発するためには、スタッフが心も体も元気でなければならない。過重労働や心を病まないようにフォローし、支えあうチーム作りが大事。全部放送にそれが出てしまう。仲の良いチームの番組は数字もよい。チームワークの良い組織を作っておくのが一番のコロナ対策だ。(FM 多)

密になれず、会食なども制限され、コミュニケーションに課題がある。収録が終われば打ち上げを行い、これから先のアイデアや反省点を共有する機会になっていたが、それが奪われ、番組のクオリティを保つのが難しい。

感染が疑われる人が出た時のスタッフ間の情報共有の方法も課題。プライバシーの問題があるが隠すと疑心暗鬼になるのではないかな。

コロナで休んだ人のカバーでそれ以外のスタッフのオーバーワークになってしまう問題もある。人が少ない中で番組作りをしていると、直接影響していないスタッフも体を痛めてしまう。

自分自身は、極力テレワークをしないようしている。部下が物理的にテレワークできるようにするにはベストと考えた。ただし、ほかの人がこうならないように、できるなら回せるようにしたい。(AM 多)

スタッフや社員のコロナに対する受け止め方に個人差がある。感染が進む中、その平準化まで手が及んでいない。

どういうムードで放送するのか。本来は楽しい放送を届け、楽しんでもらうのが一番だが、世の中のムードとかけ離れるのもやりづらい。苦しんでいる方も含め、応援するような放送になればと思うが、どの温度でやればいいのか、制作者はもちろん、会社としても悩んでいる。(AM 多)

放送を途切れさせるわけにはいかない。何かが起きた時の代役の問題や、クルーを完全に分離し、班分けするなどできればいいが、現状できない。今後同じことが繰り返されていくのであれば考えなければならないが、そこがうまくできない。

スタッフもストレスが溜まっているのは間違いない。好きなことを言い合えるシーンがなく、飲みに行けないとみんな言っている。発散できないのがつらい。

コミュニケーションがとりたくても取れないのが難しい。AD が毎日がんばっているが、その疲弊に対して慰労会をやりたいができない。(AM 多)

感染者や濃厚接触者に当たる人が出た時、少ない人数の中でどういった対応や補充、カバーをしたらいいか、事例が少なく、とりわけ初期は判断にとっても苦労した。

スタッフや出演者がみんな健康であってほしいと思った。自宅に帰ると、明日もみんなちゃんと仕事できるのかな、など、ふと周りのことで心配になることが多かった。(FM 多)

他のエリアよりも感染者が少ないので、とても緩んでいる気がする。先日も人事・経営から、各部屋の前に置いてあるアルコール消毒液が減らなくなっていると指摘があった。移動の際にマスクを外すこともある。地元エリアでは、コロナ禍であることを意識するのが難しくなっている。そうしたゆるみに対し、放送局は信用が大切で、社内で感染者が増えたとは一番言いたくないが、緩みが目に付くのが心配だ。

われわれもラジオで自分が新しく体験したことや、新しく入ってきた情報をダイレクトに出したいと思う。週末に出かけたことなどの情報を流したいが、いいのかな。地元エリアのように感染者が少なくてもそう思っている。ただし、ウィズコロナになって、ずっと家にこもったまま生活ということは成り立たない。感染を防ぐための対策をしたうえで、できるだけ楽しみましようね、という方向にもっていきたいとは思っている。

いろいろな価値観を持つ人がいる中で、すべてゴーか、あるいはすべてストップとは言えない。その線引きをどこにもっていくのか日々悩んでいる。(AM 少)

スタジオフロアに出入りしている出演者から1人でも感染者が出ると、幅広く濃厚接触者に指定されないかという不安がどうしても払しょくできない。ワクチンを打ち、重症化しにくいといっても、濃厚接触者になれば、強制的に一時職場から外され、小さい会社だと影響が大きい。

リスナーがスタジオをガラス越しにのぞくことができ、楽しみにしていた人もいたが、第1波から閉鎖し、再開のめども立っていない。営業のサンプリングにも使っていたので痛手だ。(FM 多)

<その他、制作面・ラジオの将来など>

リスクは常にある、誰がいつ何時罹患するかわからない状況下、危機管理・備えをしなければならぬ。そのうえで新しい形を模索しなければならぬ。

リモート収録が併用される中、AM は高齢のリスナーや出演者が多く、パソコンなど得意ではない人がおり、苦労した。ゲストを何人も呼び、わいわいやるのが AM の特徴でもあるので、人数が増えるほど機械でつなぐ難しさがある。その点は改善しなければならぬ。

トーク番組はタイミングが重要。リモートだとその空気感、感覚が読み切れない。これからのラジオ作りを考えなければならない。

本来ならば雑談がすごく大事で、雑談からアイデアが生まれる。どうしてもオンラインだと冗談を言うような機会が少なくなる。便利である反面、このマイナス面を排除しなければならない。テレワークが進む中、どうしてもいい質問もそばにいれば軽く聞けるが、これが悪い方向に影響していかなければ。まだまだすごく過渡期だが放送局が変わっていく中で課題だと思う。(AM多)

ミュージックステーションなので、音楽業界の宣伝担当などとも助け合って作ってきたが、なかなか直接会えず、ドア越しにしか会えない状況が続いている。音楽業界も状況が悪化してきている。例えば支社が閉鎖され、イベントをしていた人がいなくなる。それが心苦しいし、心配だ。コロナが終わったら周りに誰もいなくなるようになることがあればまずい。(FM多)

2020年の2月から4月が一番大変で、対策に悩んだが、今は仮に関係者が罹患しても手の打ちようはあると思っている。

ワクチンも2021年夏のうちに接種できた。手は打ちつつあるが、引き続き打てる手は何なのか、専門家のアドバイスを受けて進めていきたい。(AM多)

1年半が経ち、「飲み会や公開放送を解除しても」という声や「まだまだこの状態を続けたほうがいい」などコロナウイルスへのスタッフの考え方に温度差がある。今は明確な基準があり、統制が取れているが、ワクチンパスポートなどが進む中、ラジオの活動を再開していいのか。放送局は民間より一段高いところを求められるので、どの程度気を付けなければならないのか、民間と全く同じこととしていいか、スタッフも同じ考えなのかなど、これから難しくなると思う。(AM少)

コロナ禍にデジタルトランスフォーメーションが一気に加速した。そこを考えると、地上波がどう生き残っていくべきか。視聴者が高齢化する中、その次の世代の中にどう入っていくかということのを常に考えなければならない。音声メディアが注目されているが、「Clubhouse」はそれほど広がらなかったという状況がある。そのことを判断して、どうコンテンツをどう打ち出していくかを考えていかないと、地上波の生きていく道は細っていく。いわゆる電波媒体の苦しい状況がコロナで加速した。今後、電波媒体がどのようにトランスフォーメーションしていくか考えなければならないし、考えても答えは出ないので、何もかも試さなくてはならない。そこは常に悩みだ。(FM少)

② 今後、必要となること

リモートを生かした企画の開発やリモートを使った新たなチャレンジ、番組上の工夫など、リモート制作の可能性を広げる旨の意見が目立った。

また、コロナ禍のリスナーに寄り添うこと、リスナーのライフスタイルやニーズの把握

など、リスナー対応を挙げる意見も多い。さらにコロナ禍で聴取者やラジコのユーザーが増える中、どう収入に結びつけるかや「ラジオが電波媒体としてどこまで有効かを伝えていかなければならない」といった声も挙がった。

オンラインという手段が有効であるし、今までだったら会えなかった人も直接話すことができた。せっかく手に入れたこのノウハウはこのあともずっと生きるだろう。

つらい目にあっている人や後遺症が出た人がいて、彼らの救いになるような放送をしていかなければならない。2023 年にもなれば「あんなことあったよね」となっているはず。ここで得たいろいろなよかったことも含めて残していきたい。

ラジオの役割をもう一度これからも続けていくことが大事。

得意先の状況が大きく変わり、提案内容などを変えていかなければならない。今までの取引先との付き合い方も変わるだろう。

売上額は下がったが、利益が出ている。コロナに対応して経費の削減や、ビジネスの仕方を変えたことが寄与している。当社はコロナの影響が少なかった。時代の変化への対応をこれからもしていかなければならない。(FM 多)

コロナで聴いている人のライフスタイルや生活リズムが変わったので、それを把握すること。それに合わせた番組作りを心掛けること。今までのあたり前をあたり前としないことを考えるきっかけになり、いいチャンスだ。

ラジオとラジコで聞いている割合もおおよそわかった。現状を把握をし、生活に合った放送を再構築することに取り組んでいる。

放送局のウェブサイトへの誘導の仕方、例えば“放送局名で検索して”と言うと検索数が伸びる。リスナーに寄り添ったことをするだけで、番組にもっと参加しやすくなり、聴いているだけ以上の楽しみも増えると思う。そうしたファンを増やす取り組みがウィズコロナでは大事になるのではないか。(FM 多)

幸いにも社内から陽性者がまだ出ていないが、いずれは出てくるだろう。そうした時に平常心でできるかどうか。(AM 少)

2020 年に周年を迎え、1 年前から公開イベントを練っていたが、すべてなくなった。リスナーと触れ合いたかったが、できない状態が続いている。コロナが過ぎ去る日が来ると願って、その時までリスナーと協力し合い、その時が来たら来たらお祭りしよう、それまでみんなでがんばろうと、関係を続けていきたい。(FM 少)

リモートをうまく番組に生かせるような企画、番組開発が必要だと思っている。

公開収録が無観客になってしまったが、そうした場合に YouTube で配信するのも今の時代の新たな形ではないか。(AM 少)

わざわざスタジオに来なくても、Zoom やハンアウトを使えば、誰でも離れたところから番組に出演できる時代になった。そういった意味では放送業界の働き方改革が

推進されているのではないかと思う。

これまでの、ADらがスタジオや放送局に長時間残って作業をしている状況から、リモートワークを活用して家の中から仕事ができるようになった。リモートワークは放送業界でも例外ではなくなるのではないか。(AM多)

まだまだ状況が見えず、陽性者が増える中、放送を存続できる体制を構築しなければならない。従来やってきたことを違う形でできないか、内容、作り方、演出も含めて総合的に判断しなければならない。新しいことを積極的に試したり、取り入れなければならない。

コロナに関していえば、人々の意識の差が大きい。そうした人に向けて啓蒙・啓発していくことは大事。番組に関わる人にもいろいろな種類・考え方の人がいるが、そこはブランドとしてしっかりやりたい。

ラジオには、リスナーに生活の楽しみや潤いを届ける役割がある。そのことを考えたい。(AM多)

コロナの時代を迎え、リスナーの意識やラジオ番組へのニーズがどう変わったのかを把握し、ニーズが変わっているのならば、それに応える番組作り・編成をしていかなければならない。ただし、そこまで至っていないので研究中だ。

疲弊した業界を応援する企画も必要だと思うし、医療従事者に関する啓蒙活動や感謝の気持ちなども引き続き訴えるべきではないか。

ワクチンを接種した人は公開放送に来ていいのかなど、再開の目安・タイミングも考えなければならない。(AM多)

音質をより改善していくことが必要だと考えている。一律にスタジオかリモートかわからないくらいの高音質の環境となることがウィズコロナ時代には必要だ。

番組作りでは、世の中が貧富の格差などがコロナで出る中、ラジオは弱者に向けて、暖かい目線で語り掛けるメディアでありたいと常に思っている。

コロナでコミュニケーションが取りにくくなった人がいる中、言葉の重要性が感じられる時代になったと思う。また、ソーシャルディスタンスなどで孤独を感じる人が増えた。そうした人に、どういう会話だと心が安らげるのかはラジオの人が一番知っている。そこはどんな業界の人にも負けない。伝わる話し方や心に届くコミュニケーションを大事にしていくのが、われわれが生き延びる道でもあるし、それは絶対に必要とされるので、どんなにメディアが増えても生き残っていけるのではないか。(FM多)

リモート放送ができ、それによってラジオは番組が成立することがはっきり分かった。時間と空間に制限がなくなった分、企画性に幅が出たことは大きなプラスの産物。こういう大変な時代に生まれた発明を生かし、ウィズコロナ時代はこれまででき

なかったニューノーマルにチャレンジしたいと思っている。

また、働き方の効率化も早まった。コロナによって進展したのもプラスの産物だ。

一方で音楽放送局は音楽を中心に据え、熱狂を生み出し、それを着火点にビジネスにつなげるところがある。オンラインなどテクノロジーもあるが、人々と集まり、大声を出して熱狂を共有する空間を早く取り戻すのが今後の夢だ。(FM 多)

ステイホームの浸透により、ラジオが改めて見直されたと思う。リスナーは確実に増えているが、それをいかに収入へと結びつけていくかが課題。

収入自体、特にスポット CM は減っていて、何もしなくてもお金が入る時代ではない。ラジオが生き残るためには番組の個性や、パーソナリティの力を前面に打ち出していくしかない。ここでつかんだリスナーを離さず、収益にもつなげなければならない。(AM 少)

コロナという一つの大きな問題がある中、もともとラジオは苦しい状況にあり、必然的にスタッフの数などに反映されてきている。コロナがあろうとなかろうと、この業界として今後どうあるべきかを考えていかなければならない。そのことをさらに早めて突き付けられている印象がある。(AM 多)

デジタル化の中で、著作権の問題をどう解決していくか。また、どういう武器でデジタルのコンテンツと戦っていくかを考えなければならない。

ラジコのユーザー数が伸びる中、電波で商売するというビジネスモデルが変われば本末転倒になる可能性はゼロではない。放送局が健全に生きるうえで、ラジオがコンテンツクリエイターになってしまっているのかどうか、常に考えなければならない。ラジコのメリットもあるが、ラジオが電波媒体としてどこまで有効かを伝えていかなければならない。(FM 少)

コロナの状況が厳しい中でも収録のために東京へ移動しなければならないスタッフがいた。今後はスタッフ体制をある程度整備することが課題になってくる。

機動的かつ良い音で、手軽にコストかけず、トラブルなくリモートで出演できる機材を整えることも今後必要だ。(AM 多)

放送は同じ空間でしゃべるのが理想だが、それができない時は遠隔・リモートでやることにある程度慣れてきた。できるところは行い、やれない時は別の方法を考えるのがいいと思う。新しくチャレンジすることや、今までに代わることを考えなければならない。

新しいコンテンツを作れば新たな収入源にもなる。これまでラジオは無料でやってきたが、感染対策などを考えるとリスナーにもある程度、負担してもらう時代が来たと思う。一方でオンライン上のは技術的なリテラシーが必要だ。高齢のリスナーが多い中、そこを使えるようになってもらう必要があるのではないかな。

一番困っているのは、イベントがなかなかできないこと。リスナーと直接触れられない。リスナーも楽しみにしていたので、現時点でも悩んでいる。(AM多)

さらにリモート制作に慣れることが大事。ノウハウを蓄積してきたが、番組にとってさらにプラスになるように工夫できたら。

大変なのは出演者の休演。社員、スタッフなどに感染者は出ていないが、少ない人数のラジオ局で出た時は大変だ。発生した時のマニュアルは作っているが、対応がどこまでできるかが一番不安だ。対策はまだまだ不十分と考えている。放送の現場はスタッフの意識がかなり高く、うまくいっているが、会社としての対応・対策をまだまだこれからしなければならぬ。(AM多)

感染症予防対策はこれからも続くと思う。一方で、コロナだから何かをしない、止めること、さらには音楽やエンタメを止めるような判断は簡単だが、コロナの対策をしながら動きを止めずにやっていける方法を考えたい。日常の中の音楽や放送の楽しみ、エンターテインメントの楽しみはみんなが欲していると思う。世の中に沿ってその時々で判断し、やれる方法を考えていくことの大切さを感じている。(FM多)

スタッフにはこれで勉強したことを踏まえ、さらに工夫してもらいたい。そして気を付ける点などは後の世代につなぎたい。オンラインでもいいものができたし、これを工夫し次のいいことができないかと模索している。

コロナで気持ちが沈みがちの人がいる。そうした人に寄り添う番組や、コミュニケーションを高めることにつながる番組を作りたい。また、コロナで心身が痛めつけられている人に対する働きかけをしていきたい。コロナは放送界にとってピンチだが、チャンスでもある。今までラジオは相手にされなかったかもしれないが、ラジオが寄り添うことは大事なので、それを実践したい。(AM少)

ラジオの役割として、辛い気持ちに共感し、寄り添いたい。ただし、その情報だけではつまらないので、違う側面の明るい話題やいいことも共有し、担えるようにしたい。ウソや不正確な情報は伝えてはならないというスタンスは変えずに、人と寄り添いバカ騒ぎもできる、その両軸を持ちながら、ラジオの役割を果たしていきたい。

若い世代はネットに慣れてしまっているので、その人たちとの付き合い方が大事。コロナは考え直す転換点になった。(AM多)

(7) まとめ

① 感染対策

グループ分けは、少人数などを理由にできなかった社が多い。

感染防止策については、マスクはほとんどの社で着用を決めている。検温もほとんどの社で実施。セクション内のパーティションは半数近くの社で導入している。PCR 検査は、濃厚接触者が出た時のほか、スタッフがやむを得ない事情で放送エリア外に出張した際などに実施している。テレワークなどは半数近くの社が何らかの形で取り入れているが、内容には濃淡。出張はエリア外を原則禁止にした社が多い。

② 新型コロナへの知識・理解向上

スタッフのコロナの知識や理解向上のために、オンライン上で情報共有を図った社が目立つ。

③ 局内やスタッフに陽性反応者が出た時の対応

各社とも陽性者が出た際は、保健所の指示に従うなど対応。リリースや放送対応は、出演するタレントの場合は事務所の対応に準拠したうえで、自社で発表するかどうか、さらには放送で伝えるかどうかの判断は分かれている。

④ 番組制作

リモートの活用が進展。また、スタジオ使用の工夫に関する意見も多く上がった。

スタジオには多くの社がアクリル板などを導入。出演者のオンエア中のマスクは地元エリアの感染者数の多寡を問わず「外している」との意見もあった。

番組制作で苦労・不足したことに関し、感染対策やスタッフや出演者から感染者が出た時の対応、およびリモート制作をめぐる苦労に関する意見が多い。

⑤ 編成・放送

編成面ではふだんどおりの番組編成を心掛けた旨の意見が多い。他方で、コロナ禍による人流抑制の影響で、番組終了を余儀なくされたといった意見もあった。

こうした中、リスナーにステイホームを楽しんでもらうものや、医療従事者や地元飲食店を応援するキャンペーンなどが組まれている。

レギュラー枠のコロナ関連企画はスポット的なものが多い。

⑥ ウィズコロナ時代に向けて

コロナ禍における悩み、自身が最も苦労したことでは、オーバーワークやストレス、健康への心配などスタッフに関する悩みが多く吐露された。一方で、ラジオの未来をあらためて考える機会になったとの意見も目立つ。

第6章 考察と課題

本研究は、第1章で掲げたとおり、アンケート調査およびインタビュー調査を通じ、民放テレビ・ラジオのコロナ禍における体制面および取材・番組制作の実態を記録するとともに、各エリアにおける緊急事態宣言の発令状況などからの比較も試み、今後、未経験の事態が起きた際の各社の対応に寄与できることを企図した。本章はこの観点から、民放テレビ・ラジオの取材・報道活動や番組制作で進展したことを考察するとともに、本研究が示唆する現場の課題、本研究で残された課題について報告する。

(1) 考察～進展したこと

① オンラインの活用

コロナ禍に進展したことでまず挙げられるのは、取材・報道活動および番組制作におけるオンラインの活用だ。テレビ社へのアンケート（第3章）で、オンライン取材の実施が報道番組、情報番組のいずれにおいても9割を超えた。また、同アンケートで報道デスクにコロナ禍の取材で工夫したことを尋ねたが、最も目立ったのはオンライン取材や投稿の活用といった記述で、その利点を挙げる声も多かった。さらに報道デスクへのインタビュー（第4章）でもリモート取材に可能性を見出す意見が多かったことから、リモート取材の進展、ひいてはその可能性が見えたといえよう。

ラジオにおいても、編成制作責任者へのインタビュー（第5章）で、リモート出演やリモート収録が進んだ旨の意見が相次いだ。その際、オーディオインターフェイスの導入や「Opal」などといった機材の導入、さらにはリモートに対応したマイクの購入など、リモート収録においてより良い音声を追求する姿勢がみられており、また、テレビと同様にエリアや国を超えた収録などに可能性が見出されている。このほか、制作時のコミュニケーションを円滑にするため、タブレットを使うなどの工夫も見られており、やはりオンラインの活用が進展したと言える。

この傾向は、先行研究でも示されたとおりだが、今回の調査で、より多くの社の意見・回答から確証を得ることができた。

本研究からは、テレビの報道やラジオの編成制作のセクション内でのオンラインの活用が進んだことも明らかになった。第3章のアンケートによると、オンライン会議システムを81.2%の社が「コロナを機に導入」している。また、ラジオの編成制作責任者へのインタビュー（第5章）でも、スタッフのコロナの知識や理解向上のために、オンライン上で情報共有を図ったとの意見が目立っている。

② 感染対策

取材・報道活動ならびに番組制作において、感染対策にテレビ・ラジオの各社が取り組んできたことも、繰り返し記してきたとおりである。

マスクの着用や検温などは、テレビ、ラジオの両方の現場に浸透し、放送エリア外への出張の制限なども行われている。テレワークは、テレビ、ラジオとも進められてはいるが、報道機関である性格上、特にテレビの報道セクションやラジオの編成制作セクションで完璧に行うことは難しいことも分かった。営業や管理部門などと比べて実施が徹底できない点は否めない。そしてこのことと、自社放送エリアの感染者数の多寡などはあまり関係がない。

なお、セクション内のグループ分けに関しては、テレビの報道セクションは6割の社で実施できていたが、インタビュー調査での聞き取りによるものではあるものの、ラジオの編成制作セクションにおいてはグループ分けが難しい状況が吐露されるなど、両者の違いが浮き彫りになっている。

感染対策は、取材対象や番組出演者にも及んでいる。テレビの報道番組・情報番組それぞれで、アクリル板等、出演者間の仕切りや一部出演者のリモート出演、機材の消毒、検温などが行われたことはこれまで記してきたとおりで、テレビの取材においては、取材相手との距離を保つ、ブームの先にマイクをつけて取材を行う、といった工夫が各社から挙げられている。

ラジオにおいてもスタジオやブース内での感染対策、さらには繰り返しになるが、リモート収録などの活用で、感染対策が行われた。

一方で、報道セクションのグループ分けや、ラジオのブース分けなどで、コミュニケーションのロスなどが生じ、困難が伴ったことは否めない。報道デスクへのインタビューでも2班体制に腐心した旨が語られている。

本研究によって、こうしたテレビの報道セクションやラジオの編成制作セクションの感染対策の実態を可視化することができた。

③ 地域に根差した報道・番組制作

「地域に根差した放送」は民放の役割を説く際のキーワードの一つであろう。これが進んだことがコロナ禍のテレビ・ラジオの取り組みで浮き彫りになった。

地元エリアの当日の感染者数はほとんどのテレビの報道番組において毎日伝えられている。また、死者数（当日発表の人数）も8割以上の報道番組で毎日伝えられている。地元放送エリアへの緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発出／終了や、地元自治体（知事）の会見などは、報道番組において発表等があった日に必ず伝えられていたことも、3章で記したとおりである。さらにコロナ関連の専門家は、報道番組、情報番組とも、感染症の専門家を主に放送エリア内の大学や専門機関から人選していることも本研究で明らかになっている。

地域への配慮は、報道デスクへのインタビュー（第4章）からうかがい知ることができた。例えば、放送エリアの病院などでクラスターが発生した際に、その施設の名前を出すかどうか悩んだことなどもその一端と言えるのではないか。こうした中「放送エリア内の

感染者が抑え込めたのは、デマにも負けず、どれが真実か、ローカルメディアが真実を伝え続けたからという自負がある。それがローカルの力だ。地縁で情報を知ることもあった。正しい方向に導く、ローカルだからできるきめ細やかな情報を伝え続けたい」との力強い意見も得られている。

また、ラジオの編成制作責任者へのインタビュー（第5章）で「ワイド内でも特にコーナーを切るわけではないが、感染者数陽性者数が発表された時などは都度入れるようにしてきたし、新しい動き、例えば知事の声明があれば生番組ですぐに差し込む体制はとっていた」といった意見や、地元の飲食店を応援するキャンペーンの事例などが挙がっており、こうしたことから地域の情報を逐次伝え、地域を応援するラジオの姿が見えている。

一方で、取材対象の縮小にテレビ・ラジオとも直面した。

第3章のアンケートで、テレビの報道セクションにおいては、緊急事態宣言／まん延防止等重点措置下の取材エリアは、緊急事態宣言発令期間は56.4%の社が「自社の放送エリアのみ取材」となった。さらにコロナ禍によって伝えられなかった、あるいは報道量が減った事項は、報道番組においてはイベント、スポーツ、観光・レジャーなど、情報番組でも飲食店やグルメに関する情報、行楽や観光に関する情報、さらには「長時間の密着取材が必要なもの。観光情報。一般の方と触れ合う街頭インタビューやぶらり旅企画」などの事例が挙がっており、地域情報で伝える内容が減っていることが示唆されている。

報道デスクへのインタビュー（第4章）では、取材機会が減り、苦勞しているとの声が聞かれた反面、コロナに関する情報を長めに伝える、コロナの影響を受けていないものを伝えるといった対応で乗り切る、あるいは「コロナ禍だからこそ始まったことを取り上げた」「イベントがなくなったことが大きなネタだった」など困らなかった旨の意見、さらには結果的にコロナのニュースに頼っていた、といった声も聞かれるなど、コロナをキーワードに乗り切ったことがさまざまな事例で可視化された。

ラジオにおいては、ラジオカーを休止したなどの事例が挙がっており（第5章）、次項でも記すが、「リアル」への回帰が課題になると考えられる。

④ 視聴者／リスナーを意識した取材・報道・番組制作

本研究ではテレビ、ラジオとも非常に視聴者／リスナーを意識して取材・報道や番組制作を行っていることが分かった。

特に顕著だったのは、テレビの報道セクションの取材活動だ。第4章の報道デスクへのインタビューで、取材時の映像が画面にどう映るか、すなわち視聴者への見え方に関する懸念が多く聞かれている。このために、あえてインタビューの際に距離を取っている旨のワンカットを使ったなどの意見があったこと、リポートの際にアナウンサーの顔出しリポートは止める、観光施設のリポートの際、マスクを外すシーンを止める、食リポを止めて、局内に持ち込んで食べる、帰省客等の取材の際に顔を特定する撮り方は止めるといった意見が多かったことも、先に記したとおりである。こうした中、今後の取り組みとして「放

送を通じて前を向いていただけるような報道をしたい」と言った意見が報道デスクから出ていることは、放送の役割を考えるうえでも示唆に富んでいると言える。

また、第3章のアンケートでは、視聴者の不安解消のため、報道番組においては、予防策に関する取材、専門家へのインタビュー、視聴者の生活にかかわる情報の取材、政府・行政の発表・施策に関する取材に9割以上の社が取り組み、情報番組でも視聴者の不安を解消するために、予防策や視聴者の生活にかかわる情報の取材に7割の番組が取り組んでおり、こうしたことも視聴者目線での報道と言えるのではないかと。

さらに、感染の不安がある中、「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」「マスクをしていない人に対する取材」「自粛要請に従っていない飲食店の取材」などを「コロナ禍の実態を伝えるため。度重なる自粛要請に対する飲食店や客の思いを伝えるため」「緊急事態・まん防下のリアルな現状を取材するため」「取材・報道する意義も義務も社会的責務もあると考える」「観光地の苦しさを伝えるため」「観光地の今と店の苦悩などの現状を視聴者に伝えるため」——などの理由から報じる（以上、第3章）、さらにデマ解消のため「ネット上の『デマ』に対する視聴者からの疑問に対して、専門家に尋ねるQ&Aコーナーを設けた」（同）など、その事例は枚挙にいとまがない。

こうした視点は、第5章のラジオの編成制作の責任者へのインタビューでも顕著である。リスナーの不安解消のために、「いつも通りの放送を実施することが一番の安心材料」に代表される意見が相次いだのはその一例だ。また、コロナ禍のリスナーのライフスタイルに合わせた編成の実施、緊急事態宣言下で家の中で過ごすことを余儀なくされたリスナーが豊かにするための番組やキャンペーンなどもこの流れにある。さらにワクチンを番組でどう伝えるかなど、さまざまな事例が挙げられた。今後必要なこととして、コロナ禍のリスナーに寄り添うこと、リスナーのライフスタイルやニーズの把握など、リスナー対応を挙げる意見も多かったことから、ラジオの編成制作の担当者がリスナーを大事に考えているかが分かる。

⑤ 地元エリアの感染状況が取材・報道・番組制作に与える影響は限定的

こちらも繰り返しになるが、第3章で明らかになったのは、部員のコロナに対する知識・理解への評価やコロナの知識に不安があったどうか、取材から収録までの作業の変化、対面取材に不安があったかどうかは、地域の感染者数の多寡や緊急事態宣言／まん防の発令期間の長短には相関がなかったことだ。

同様のことは報道デスクへのインタビュー（第4章）でもみられた。すなわち、各デスクの意見とその地元エリアの感染者数の多寡で関連性が見られる事項は少なかった。みられたのは、人口も少ない放送エリアにおいて、行動履歴を出すことで対象者が判明してしまう、あるいは学校名の公表に気を使った、などの事例などである。

さらにラジオの編成制作責任者へのインタビュー（第5章）でも、感染対策や番組制作、

編成・放送で大きな違いは見られなかった。感染者が少ないエリアの社から、社内の感染対策のゆるみを心配する声も聞かれたほかは「ただし田舎で感染者が少ないゆえに、一般の方の偏見・差別がどうしてもぬぐえない」「コロナ差別は東京よりも地方のほうがあるだろう。感染者が少ないからこそある差別だ」といった意見が出た程度である。

すなわち、コロナへの対応は、違いが見られる場合、地域の感染状況ではなく、放送局の規模的なことに依拠している部分大きいと言える。

(2) 本研究が示唆する現場の課題

本研究によって、上記のようなコロナ禍の民放の取材・報道・番組制作におけるさまざまな進展が明らかになったが、ここでは、本研究が示唆する現場の課題をまとめた。

① スタッフへのケア・専門性の拡充

本研究が明らかにしたように、コロナに関する知識・理解に関し、テレビの報道セクションでは取材内容の共有、情報番組においても公共機関などのウェブ上の情報の共有が図られた。一方、スタッフの知識・理解については、エリアの感染状況に関係なく、テレビの報道責任者、報道デスク、情報番組担当者のいずれも「不安があった／不安がなかった」がほぼ均衡状態にあり、また報道責任者の課題に「部内のコロナに関する知識の共有」が上がっていることから、各社において、より一層のコロナに関する知識・理解の向上が必要との認識があると考えられる。ラジオにおいてもオンライン上での情報共有などが図られたものの、インタビュー（第5章）の意見から、テレビ社と同様の状態だと言える。

また、テレビ、ラジオに共通して課題となっているのが、スタッフの感染対策および感染した後の対策である。第3章のアンケートで、テレビの報道責任者からはスタッフの感染対策への不安や苦勞したことが数多く寄せられたほか、報道デスクへのインタビューでも取材時の不安の声が目立った。また、ラジオにおいてもスタッフから感染者が出た時の対策を不安視する意見が多く出ており、感染対策は進んでいるものの、コロナ禍の終えんが見えない中、メンタルケアやスタッフ間のコミュニケーションの活性化も含め、さらなる取り組みが必要であることは各社の共通認識と言える。

さらに、スタッフ間のコミュニケーションも第3章のアンケート、第4章、第5章のインタビューでそれぞれの立場から意見が上がっており、コロナ禍で直接会ってのコミュニケーションが難しくなる中、課題だと言える。なお、ラジオ社において、スタッフ間のオンライン会議は、今後の進展の余地があると考えられる。

このほか、コロナ禍においては、コロナ取材を担当する記者や専従のデスクの設置が特にローカル局ではままならなかったことが明らかになった。今後必要になるものとして「専門記者・デスクの育成」を60.4%の社が挙げている（第3章）ほか、報道デスクへのインタビュー（第4章）でも、コロナの担当をしていた記者が専門的に新しい情報を積み重ね、その情報を他の記者にも伝える形を取っていたが「チームとして動けておらず、

その記者に頼り切ってしまった。そこがこれからの課題」との意見や「デスクとしても言葉についていけない。その使い方や認識が合っているのか不安を抱えながら業務を行っていた」といった悩みも吐露されている。これらから、コロナの終えんが見えづらい中、コロナに関する専門性の高い人材をどうセクション内で育成するかが今後の課題になると考えられる。

② 「リアル」への回帰

コロナ禍では、オンラインの活用が進んだ反面、直接取材、あるいは人と人が直接会って番組を作る機会が減っている。

第3章のアンケートでは「取材対象者に直接面会して取材するのが基本だが、直接会うことが難しい」こと、さらには「感染者取材について。原則『オンライン取材』としているが、その方が1カ月も2カ月も前に感染した方であっても、現在では『オンライン取材』としている。どれくらい期間を置けば対面取材が出来るのか？などは今も答えが出ていない」といった意見が挙がっている。

直接取材ができないことへの懸念が顕著に表れたのは報道デスクへのインタビュー（第4章）であった。リモート取材への可能性が見いだされる一方、「コロナは直接取材に行けなくなったことに大きな影響があった。人脈形成が難しい。本来の多くの人と接するところが阻害された。リモート取材やSNSの活用で便利になっている面もあり、うまく活用していくが、直接取材で相手の信頼や広がりを得ることは重要。コロナがいつまで続くか先が見えない中、取材先に足を運び、心と心で向き合うことが重要ではないか」との意見があったことは注目に値する。

さらにラジオにおいても（第5章）、入館制限をめぐる「全関係者に入室はできないと案内をしたことがあったが、いつになったら解除になるのか聞かれた」といった事例、さらには、番組制作で苦勞したことに関し、リモート制作が増える中、「密にならない形で今も公開放送を行っているが、みなさんぜひお越しく下さいという一言が心から言えない」「スタジオの使用に制限をかけているので、番組作りやゲスト選びで苦勞している様子があり、いつになったら制限解除されるの、というメールはあった」「直接会えないことによる不具合が大きく、出演者もゲストもリモート、スタジオ内に誰もいない、構成作家もリモートとなると、スタジオ内はミキサーのみとなることも。どうしても本来生まれるであろうグルーブ感が生まれなかったりした」といった意見が出ている。このほか、レコード会社の担当者やアーティストと直接会えないことやイベントが行えないこと、リスナーと直接会えないことの弊害が多く聞かれている。

この問題は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発令状況や、感染対策にもよるところはあるものの、この2年余りに失われてしまったものをどう取り戻すかは、今後の課題になると考えられる。

③ 感染者数をどう伝えるか

先に記したとおり、テレビの報道番組は、そのほとんどが地元エリアで当日発表された感染者数を毎日伝えていた。この感染者数の報道には第1章で挙げたとおり批判もある。また報道セクション内部からも「日ごとの新規感染者数の多さをクローズアップする現在の報道の在り方の是非」と問う意見、「取材報道面では感染人数を伝えることは重要だが、それだけに追われている感が大きい」といった声が寄せられている（第3章）。

この点を報道デスクに特に尋ねたが（第4章）、感染者数が最大の材料であり、感染拡大の抑止力になったとの意見や、一番の指標になり、増えれば警鐘につながったなど、伝えることの意味を強調する意見が目立った反面、伝えることのジレンマを吐露する声もあった。また、2021年10月から11月にかけてという、感染者数が収まってきた時期にインタビューが当たっていたこともあり、今後も感染者数を伝え続けるかについては、検討を始めている、あるいは迷っているとの声も多かった。一方で、「推移としては分かりやすい数字なので続ける」「いろいろな所に波及するデータなので当面は出さざるを得ない」といった意見も根強く、各社とも悩んでいる様子が浮かび上がっている。2022年に入り、欧米でマスク着用をはじめ、さまざま制限が解除される中、今後、日本国内の感染者をどう伝えていくのかは、感染再拡大への懸念もあるものの、課題になるのではないかと。

(3) 残された研究課題

最後に、本研究で残された課題について報告する。

① 調査の継続

本研究において、調査の期間をどこで区切るかに苦心した。第3章のアンケートを実施したのは、緊急事態宣言の延長が対象地域にて行われていた時期であった。一方、ラジオの編成制作責任者へのインタビュー（第5章）中に緊急事態宣言が全国で解除され、報道デスクへのインタビュー（第4章）の頃は感染状況も落ち着いた時期であった。アンケートやインタビューの回答がこうした感染状況を反映したものであったことは否めない。これを解消するには、継続的な調査が必要だと考えられる。

本研究の一連の調査が終わったのち、2022年に入ってから、オミクロン株などがまん延。感染が再拡大し、いわゆる「第6波」の状況となった。2022年3月6日、それまで31の都道府県に適用されていたまん延防止等重点措置が13の県で解除されたが、東京、大阪、愛知など18の都道府県では延長された（3月21日に全面解除）。一方で、感染者数の「下げ止まり」などの意見が専門家などからも出ており、コロナ対応がどうなるかは予測しづらい。こうした中、放送局の実態を把握するにはどうすればいいのか。情報共有の観点からも何らかの方策の検討が肝要だと考えられる。

② 放送人の思いを外部にどう伝えるか

今回の調査を通し、民放テレビ・ラジオの取材・報道、制作に携わっている人々が、不安を抱えながら日々の活動を行っていることが分かった。しかしながら、その実態があま

り顕在化しないまま、ことテレビ報道への批判が起こっている。

一方、民放の放送人がさまざまな悩みを抱えつつ取材・報道、番組制作に日々取り組んでいること、そして何よりも、この困難にあっても「前を向いていただけるような報道をしたい」「辛い気持ちに共感し、寄り添いたい」といった、放送を通じて届けたいメッセージがあることが、視聴者・リスナーに届いているのだろうか。知る権利の一端を担う放送として、自らの活動や考えを明確にすることも大事なのではないか。

調査全般を通じ、テレビとラジオの今後のあり方を考える機会となったという意見が多かったのは、コロナ禍における福音と言えよう。禍を転じて福と為すではないが、この現状がテレビ・ラジオの新たな価値を見出す契機につながることを期待したい。そのためにも本研究が課題解決の一助となることを願ってやまない。

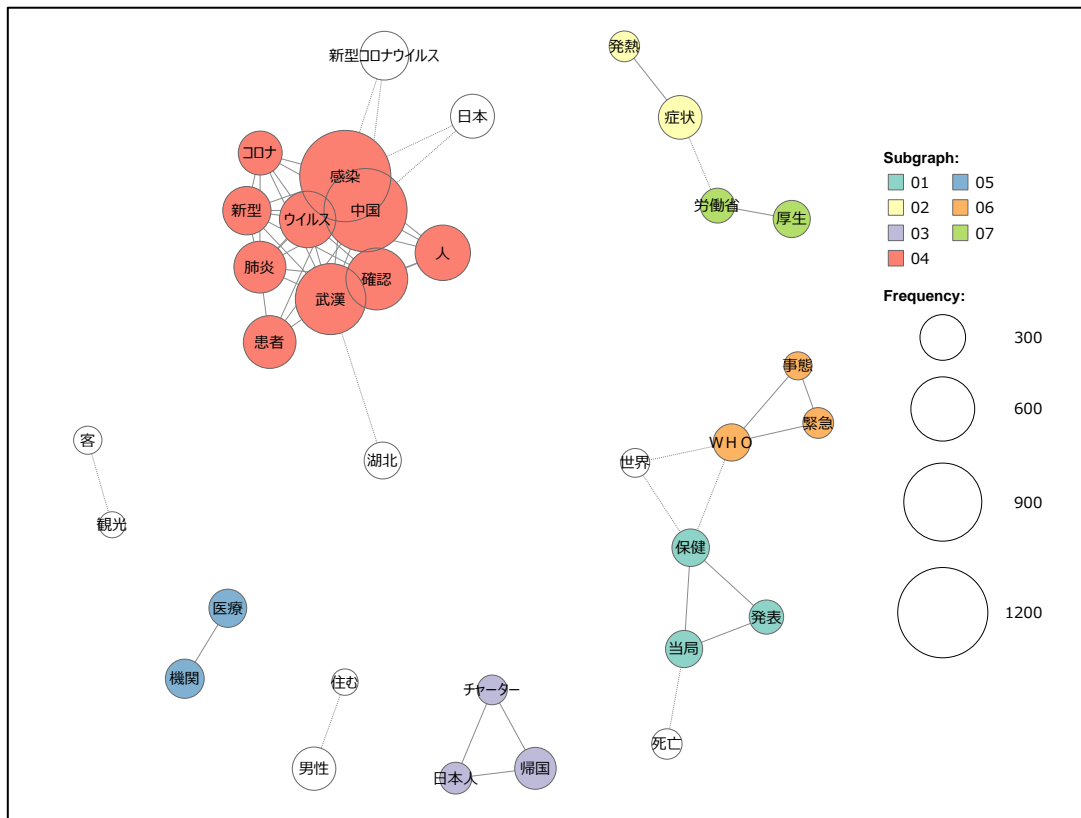
<引用・参考文献>

久能弘道（2021）「新型コロナウイルス騒動を考える」『学校臨床心理学研究：北海道教育
大学大学院教育学研究科学校臨床心理学専攻研究紀要』（18），p.11-27

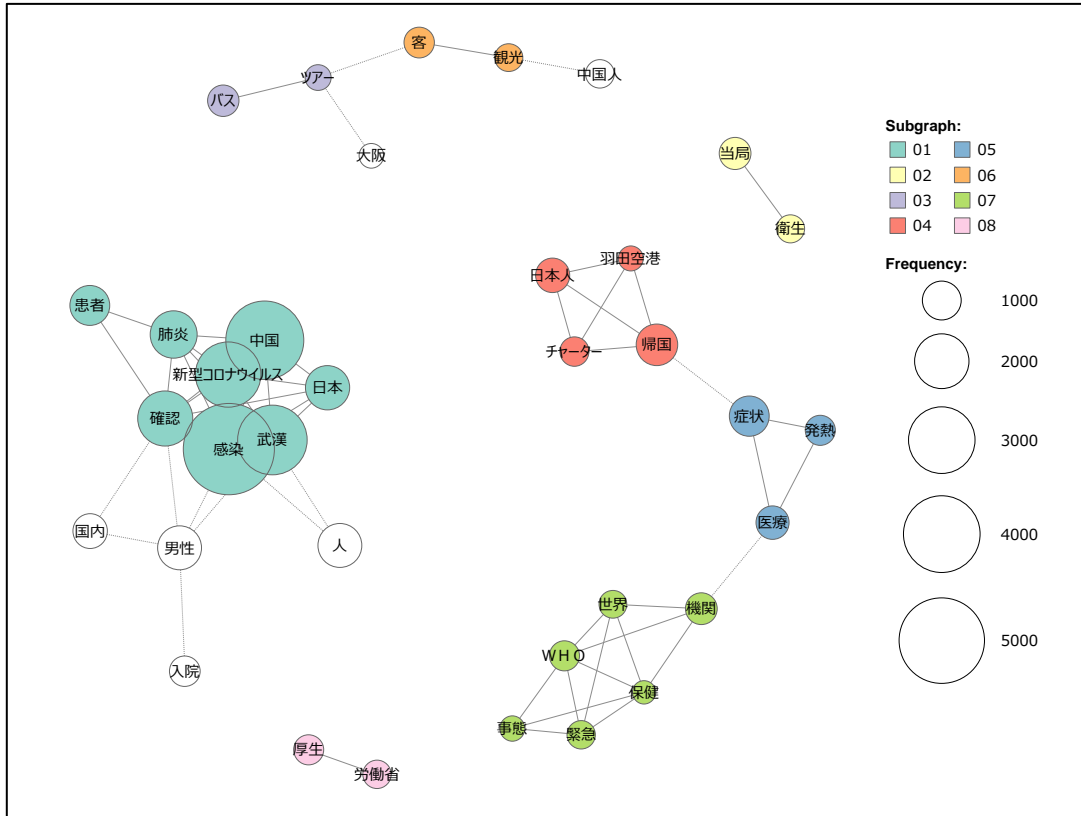
金平茂紀（2020）「放送 コロナの時代のテレビの役割とは 変容する現場と報道崩壊の危
機感」朝日新聞社ジャーナリスト学校『Journalism』（362），p.100-106

資料編

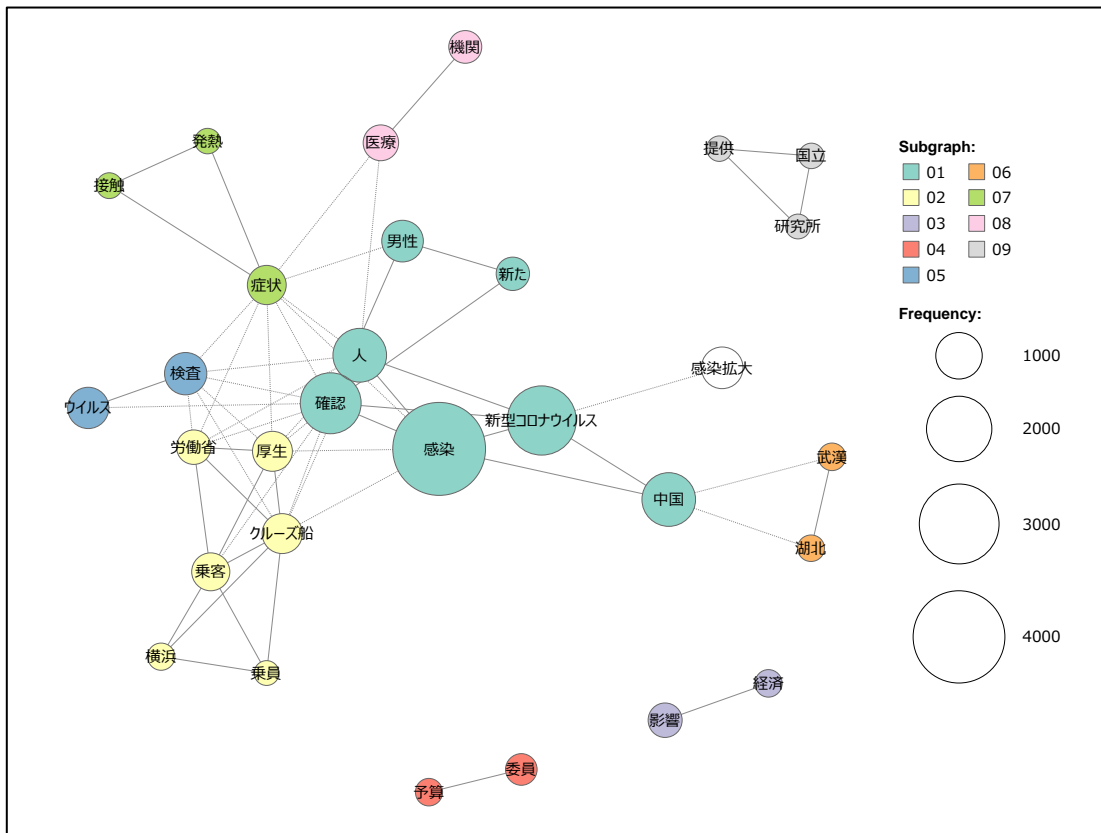
1. NHK・民放 共起ネットワーク図



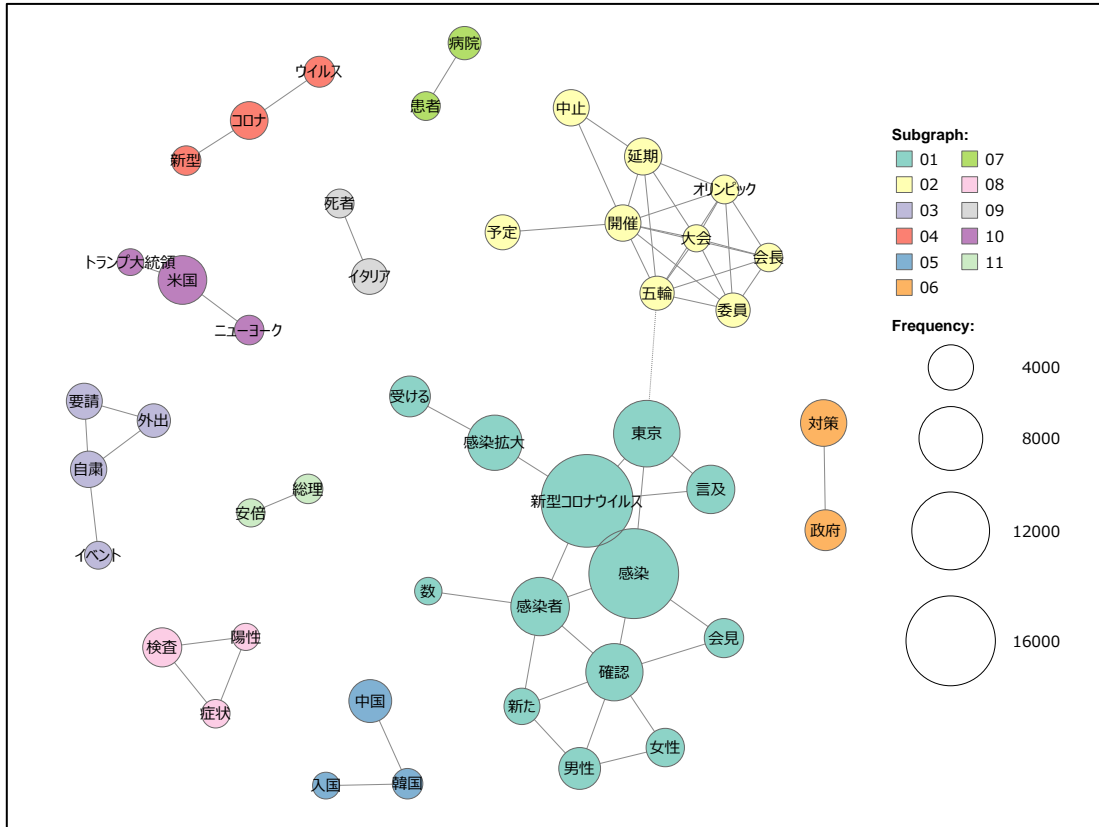
NHK 2020年1月



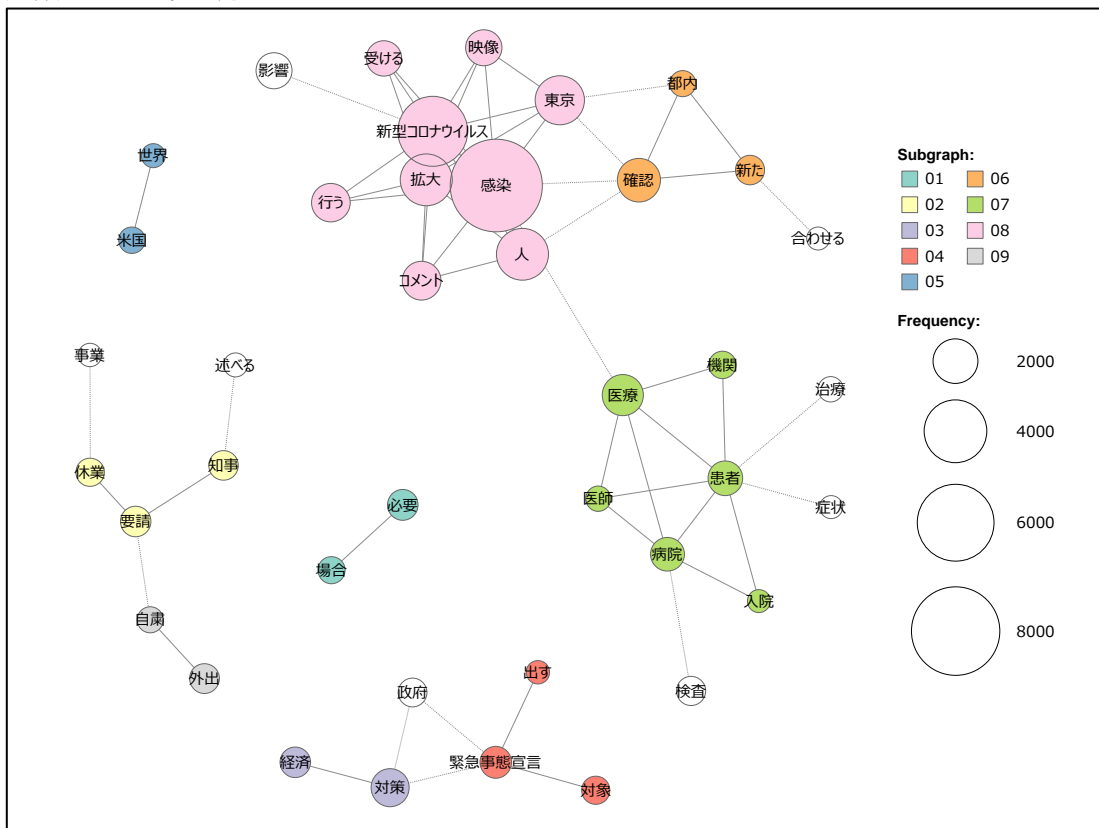
民放 2020年1月



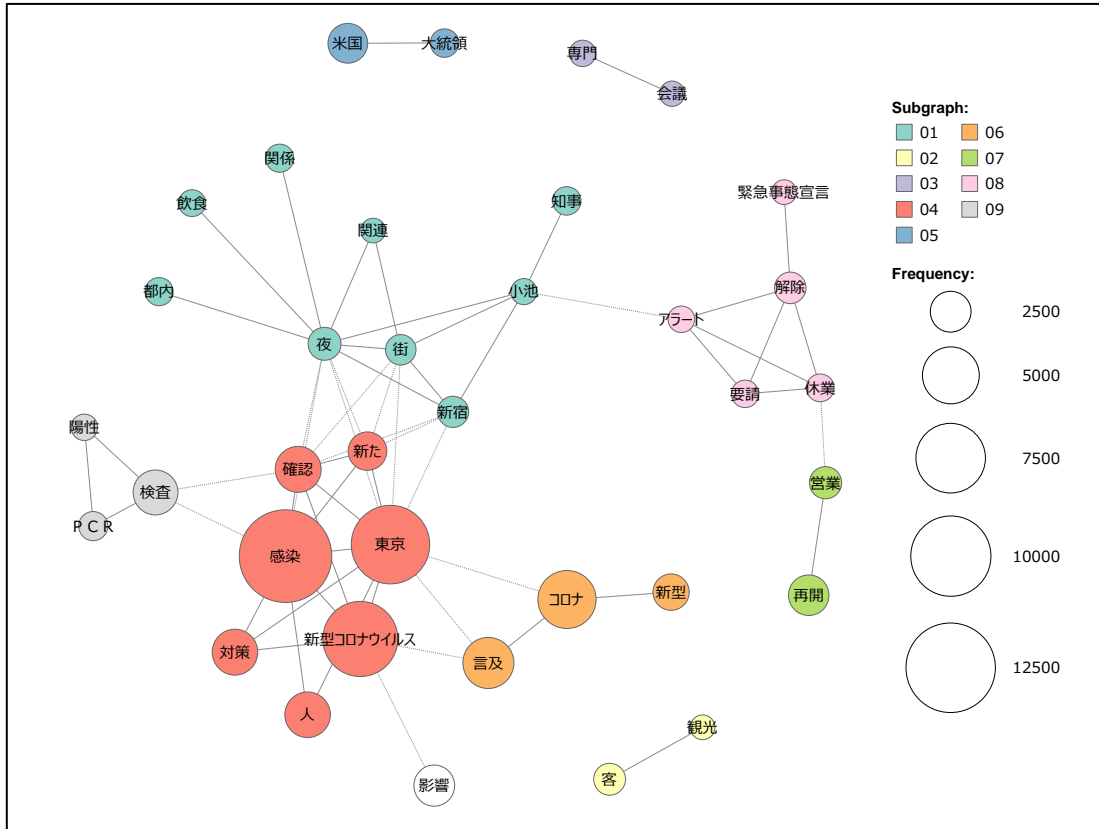
NHK 2020年2月



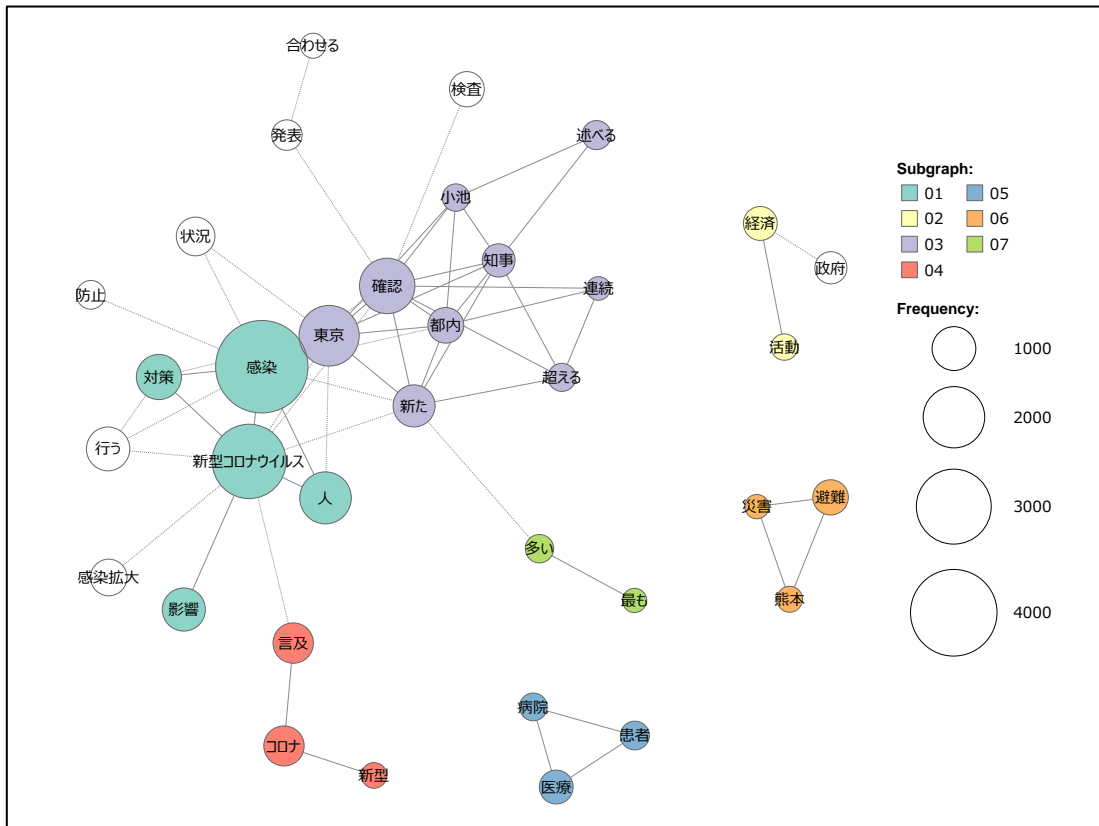
民放 2020年3月



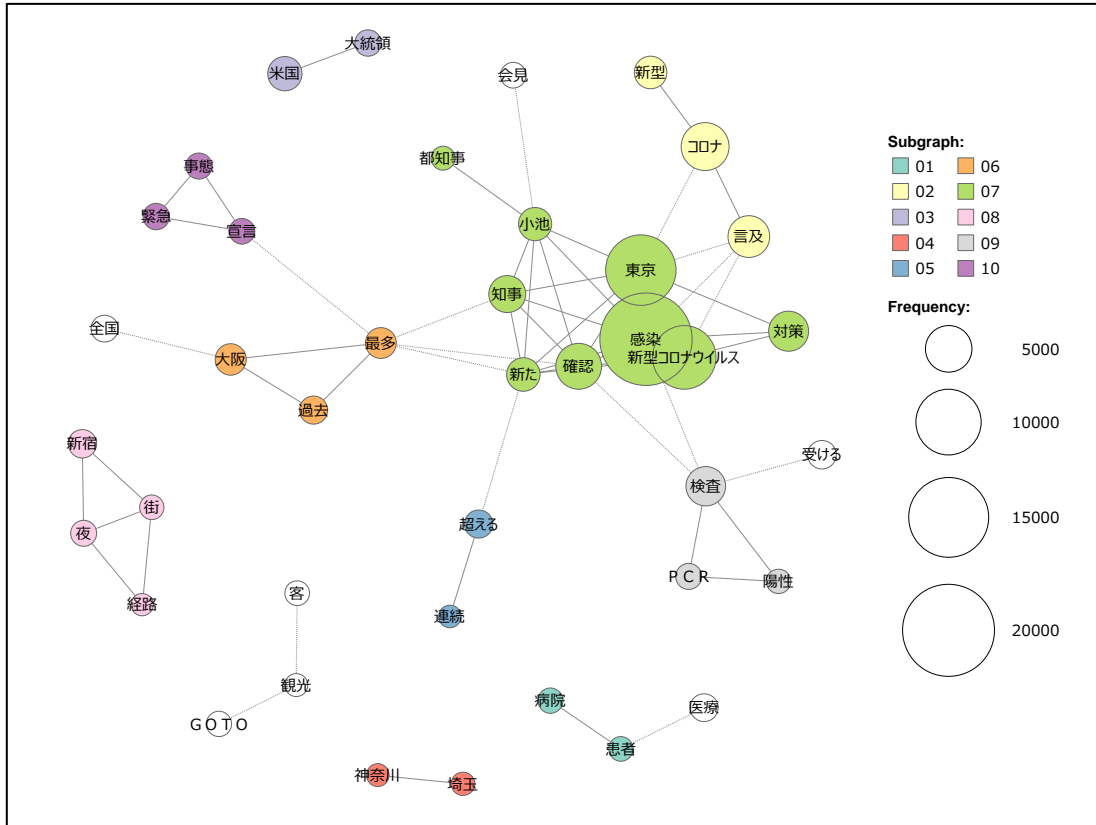
NHK 2020年4月



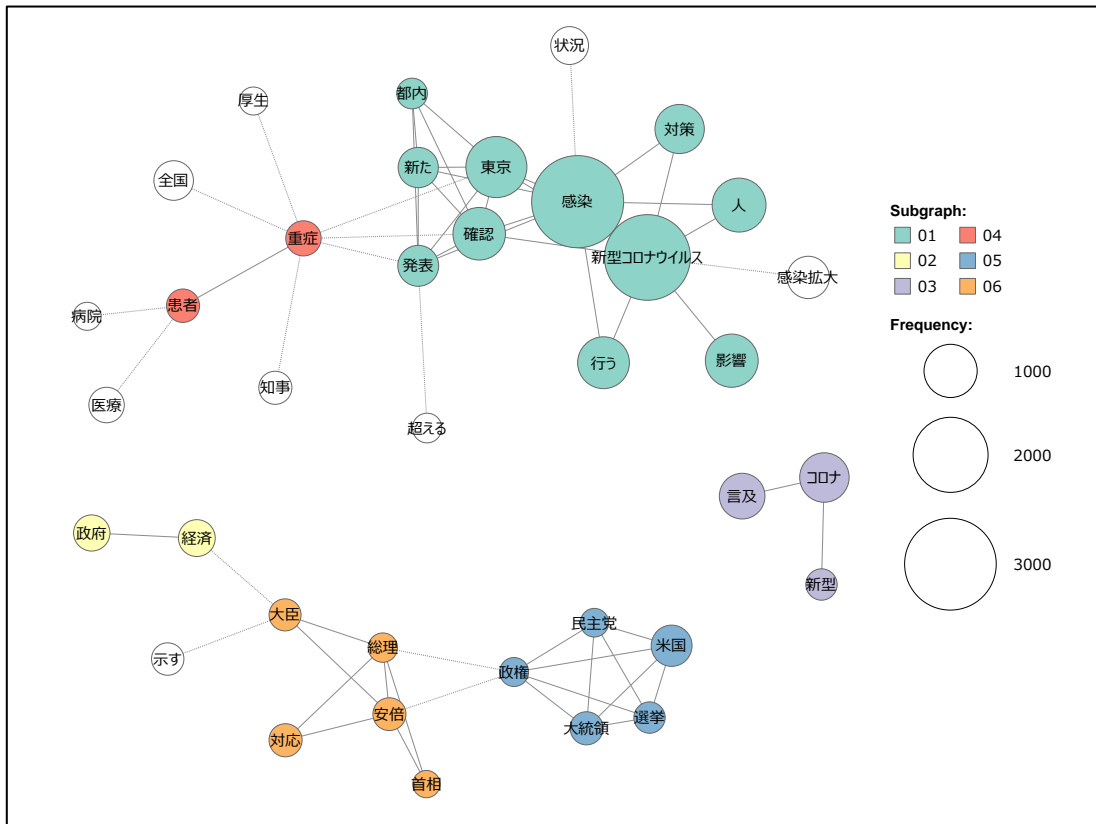
民放 2020年6月



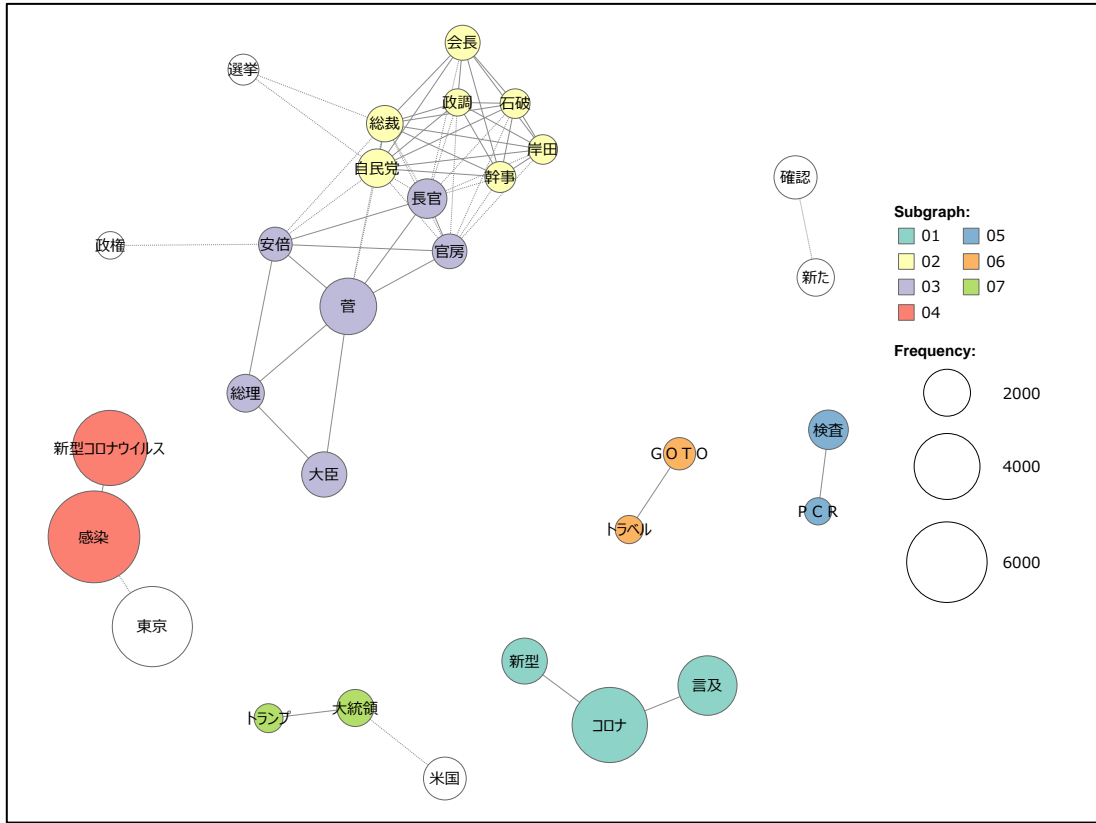
NHK 2020年7月



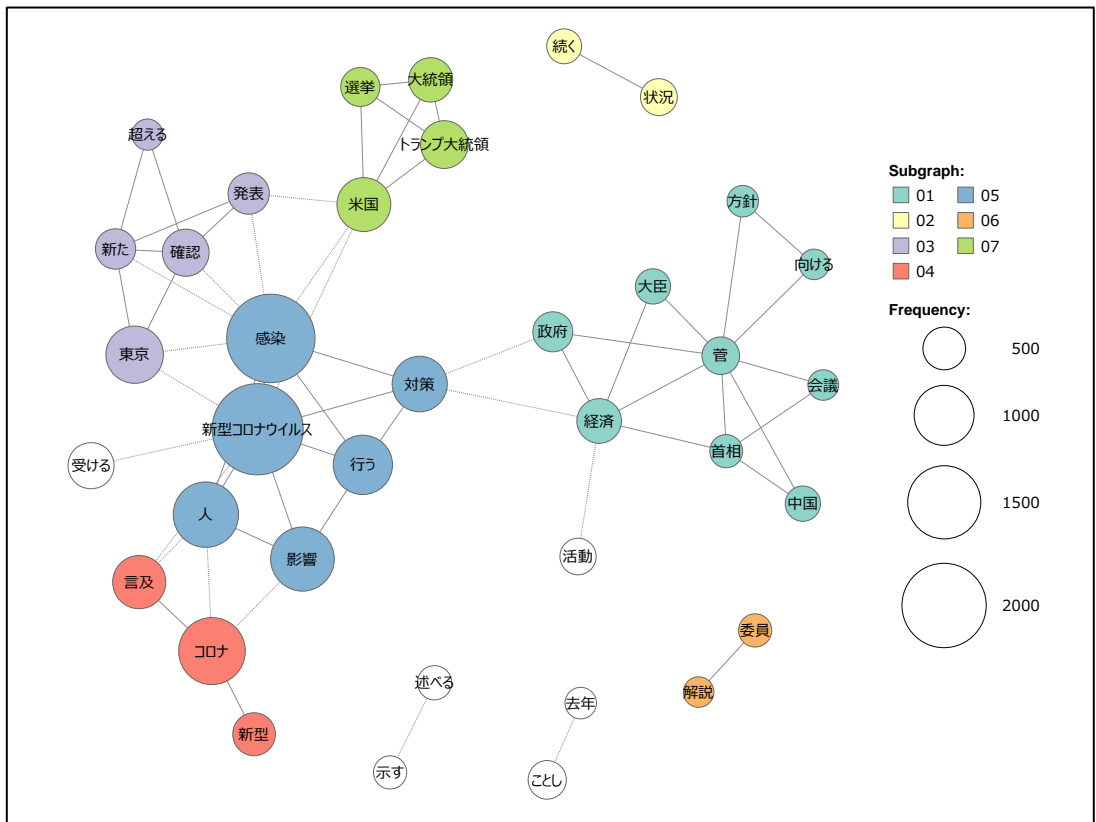
民放 2020年7月



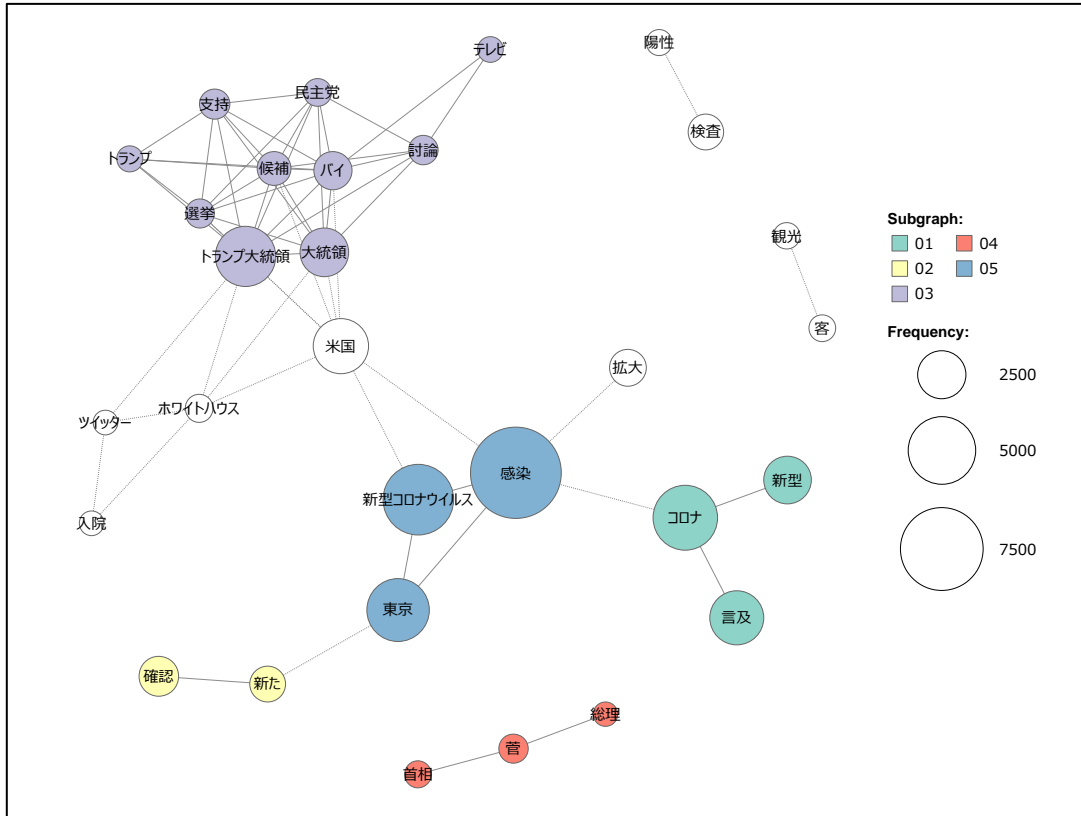
NHK 2020年8月



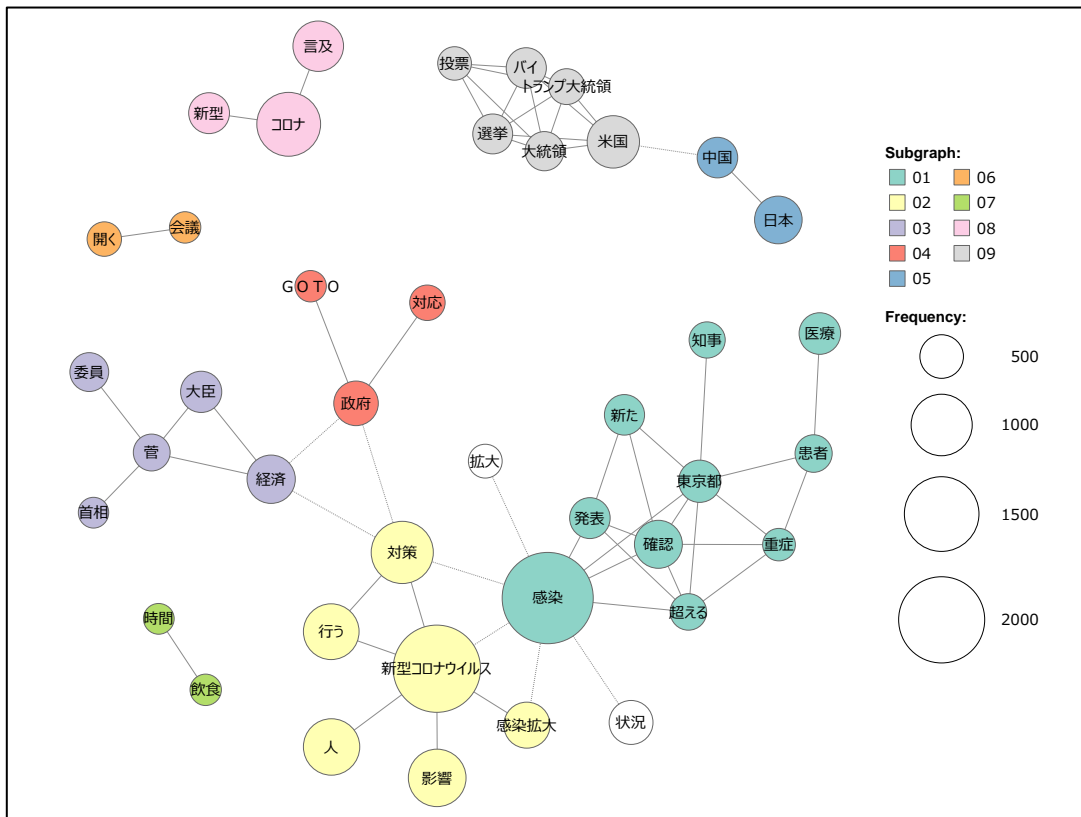
民放 2020年9月



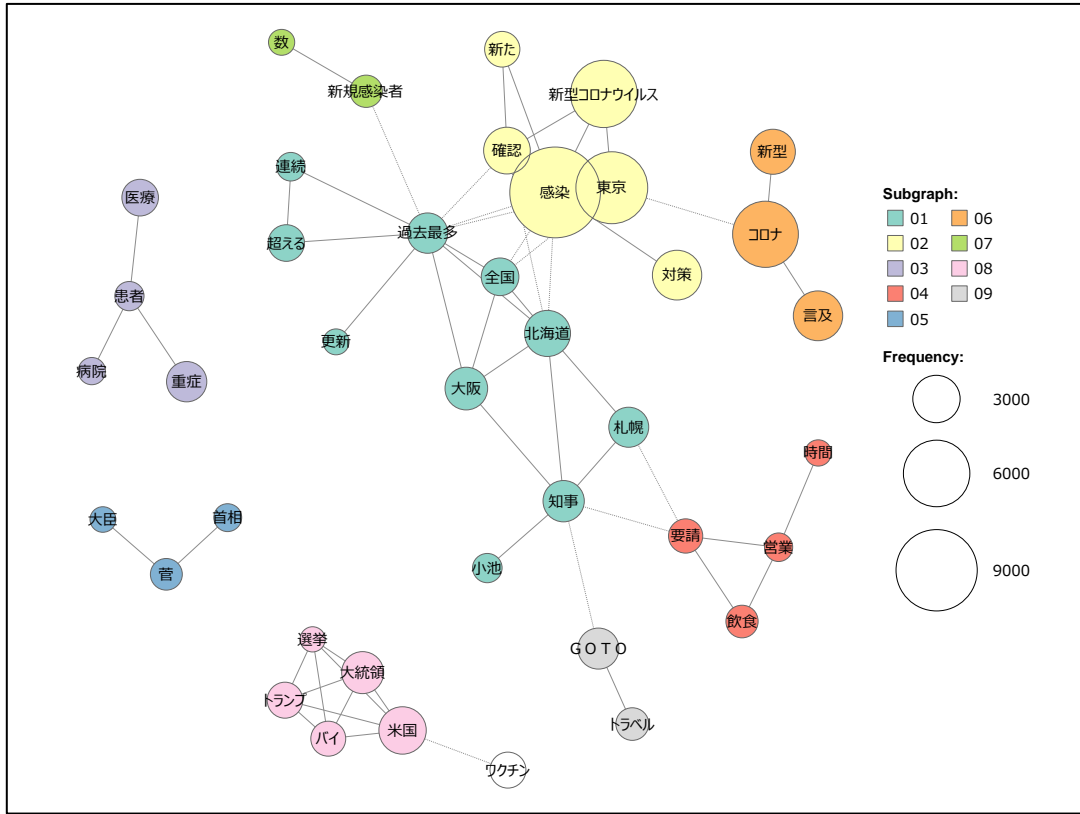
NHK 2020年10月



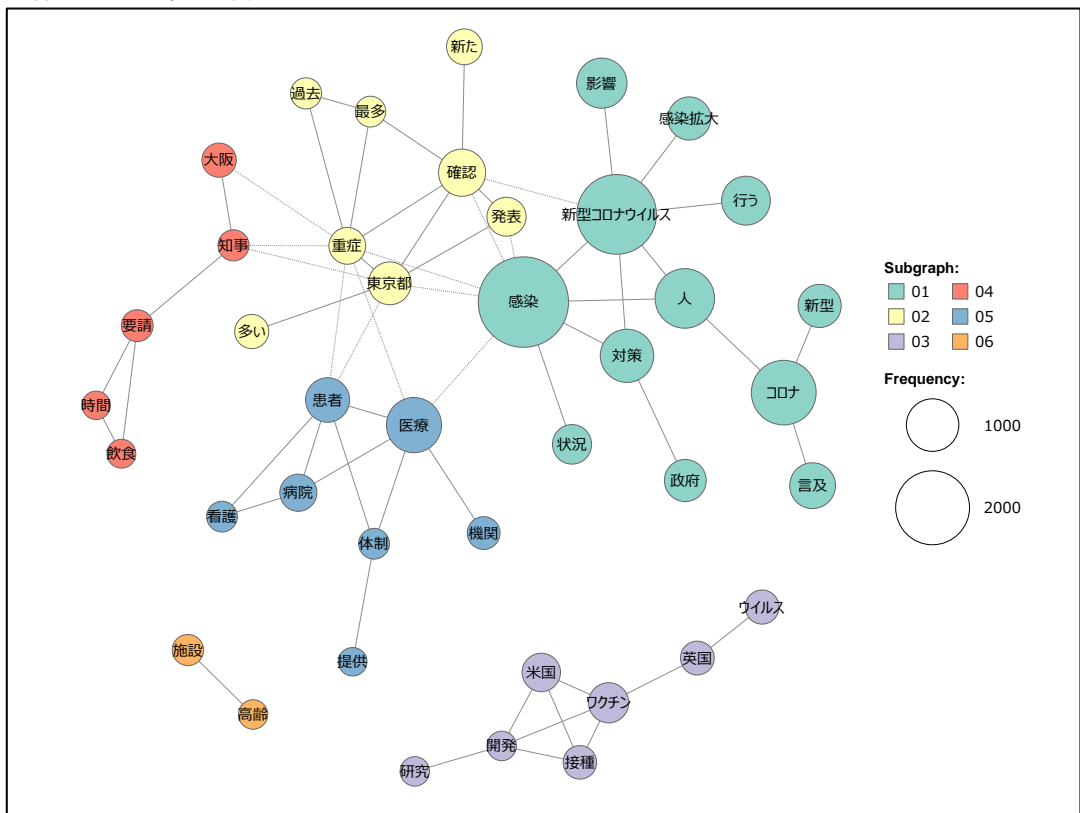
民放 2020年10月



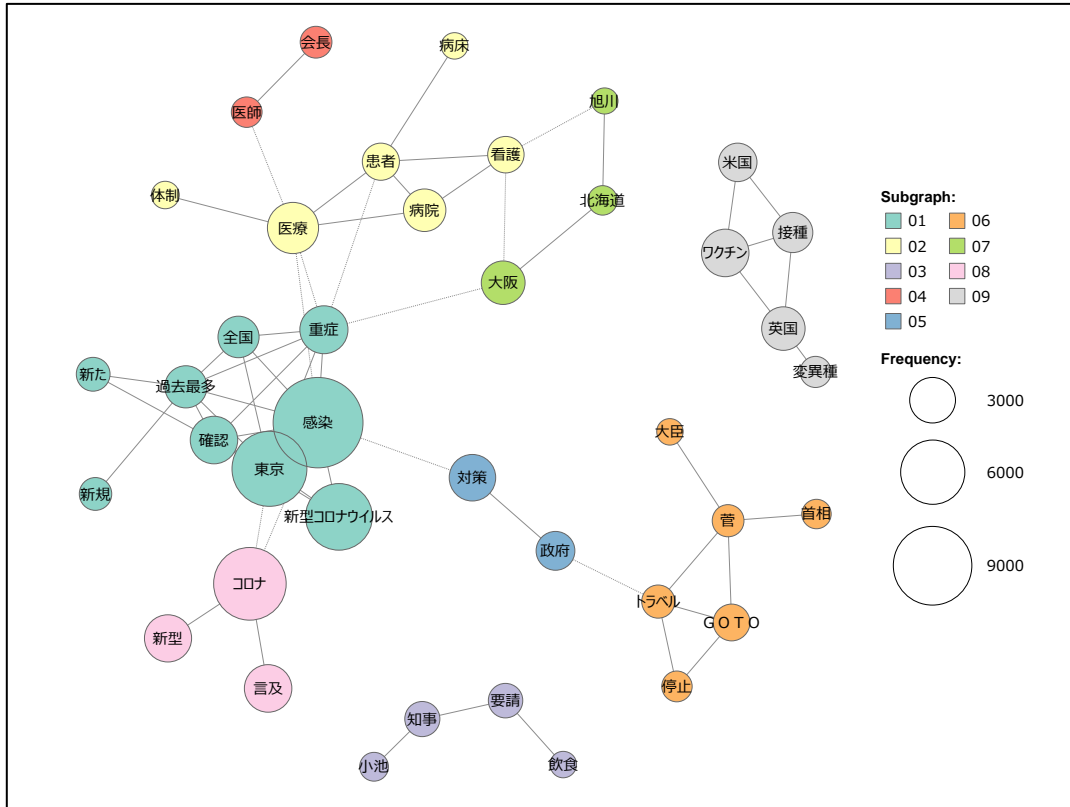
NHK 2020年11月



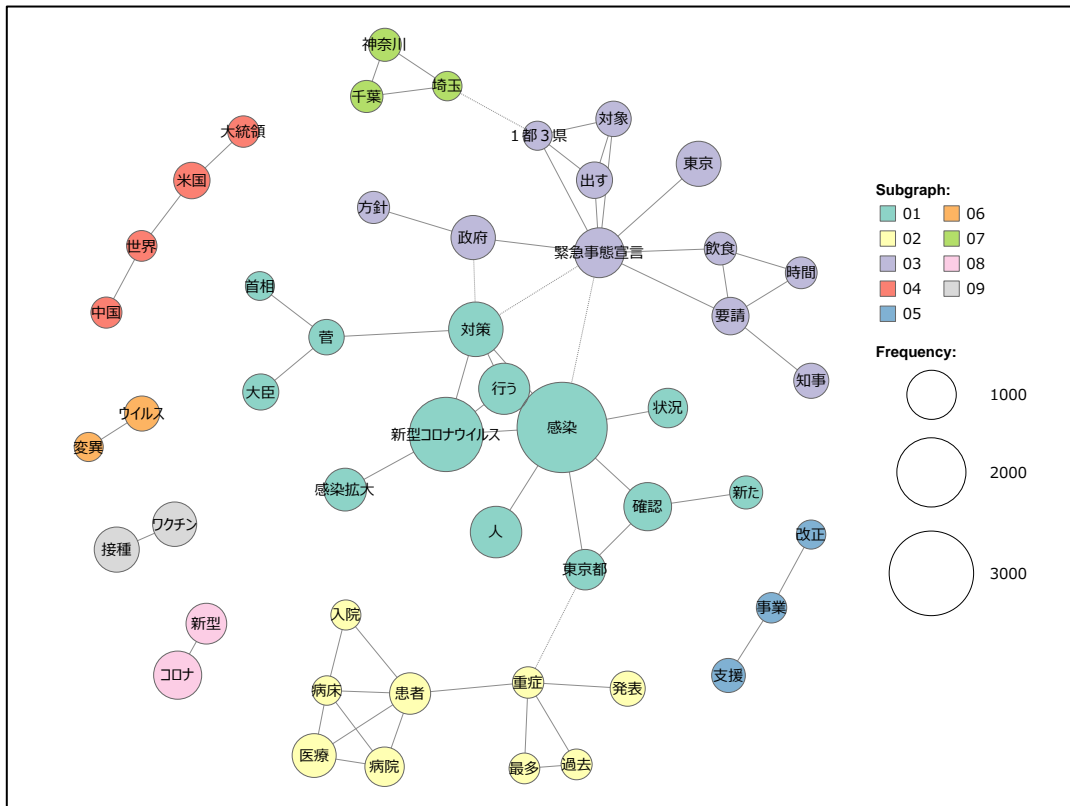
民放 2020年11月



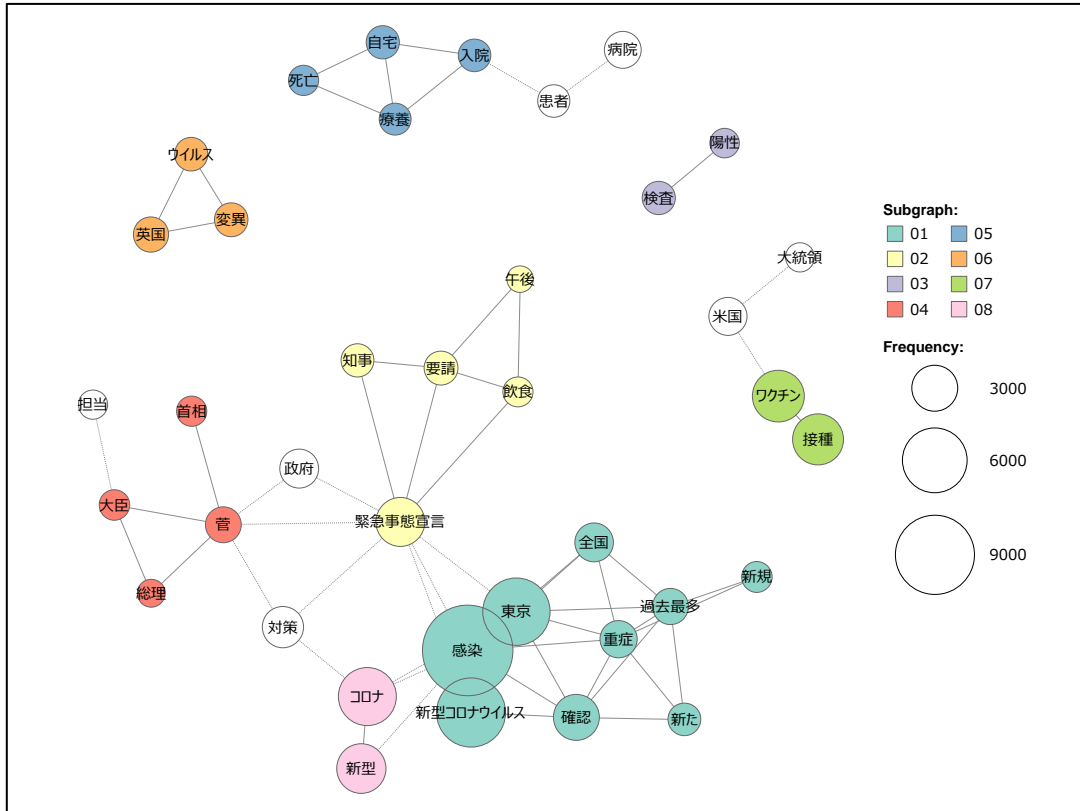
NHK 2020年12月



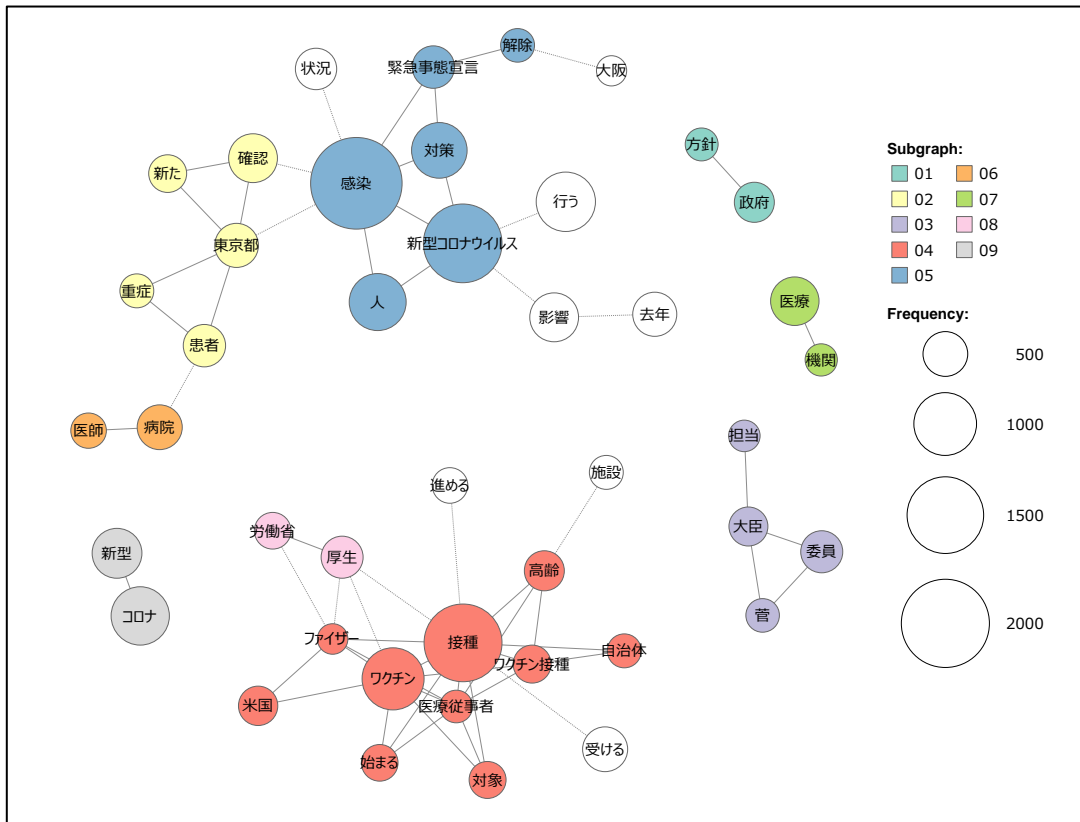
民放 2020年12月



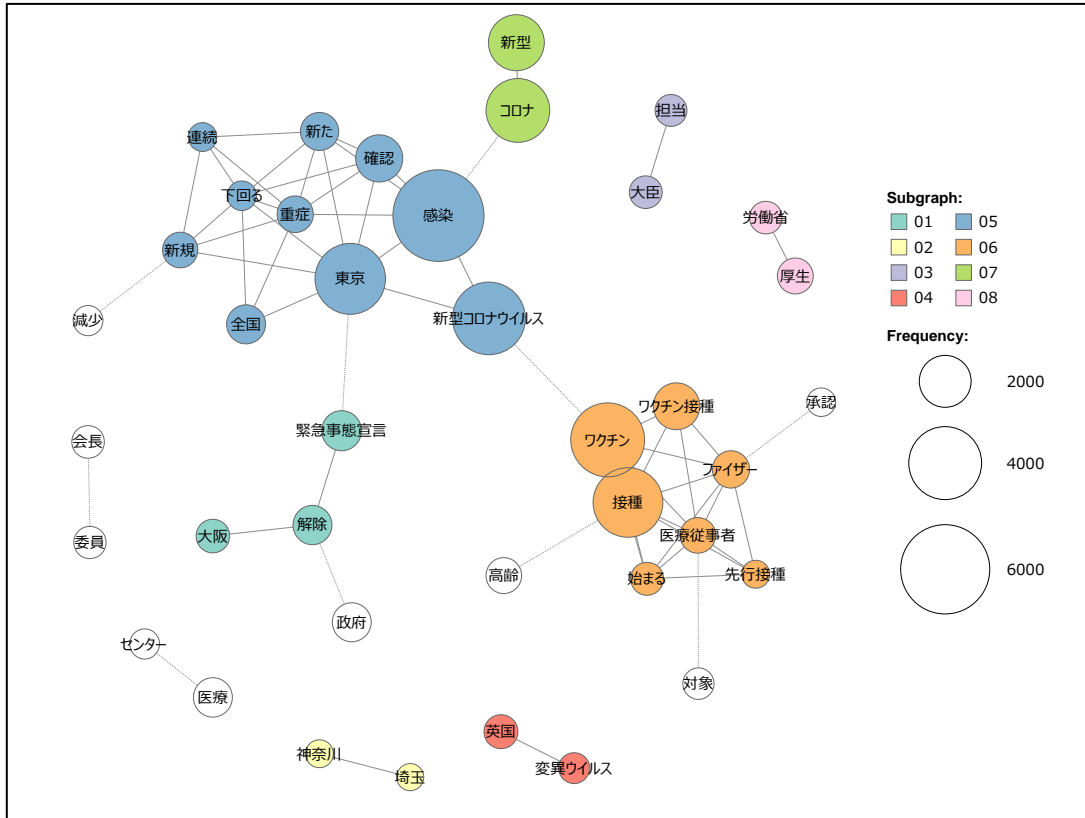
NHK 2021年1月



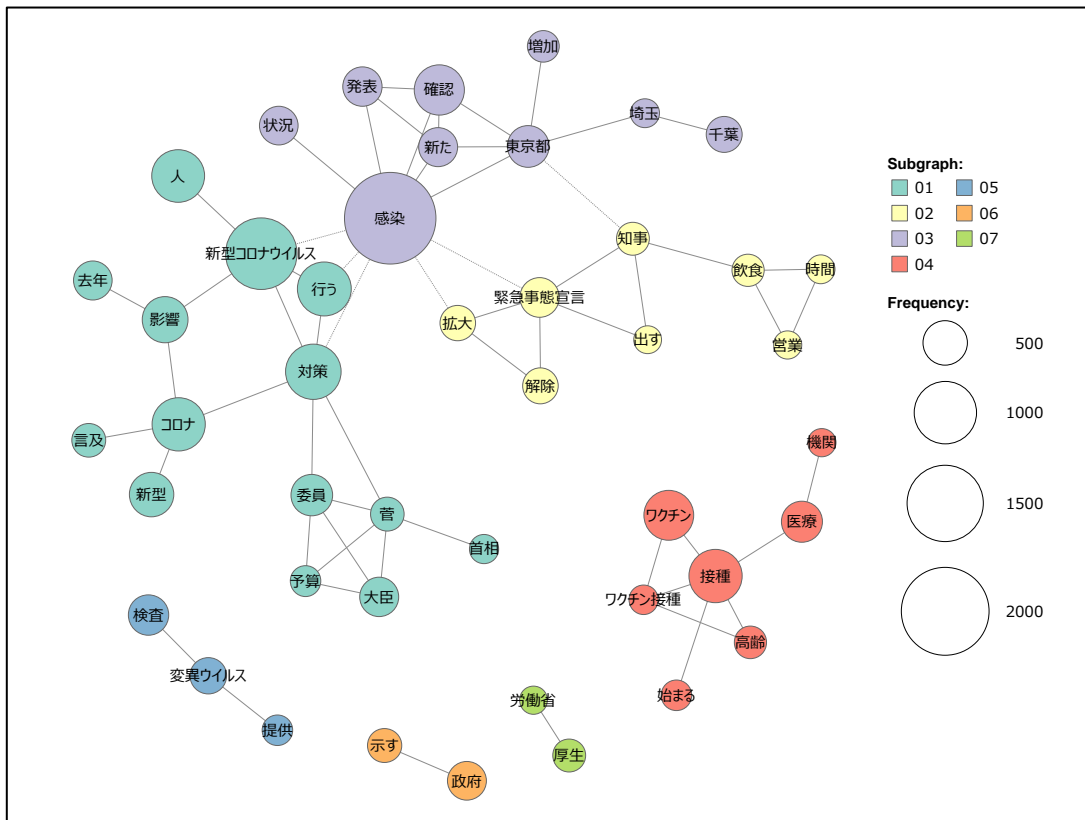
民放 2021年1月



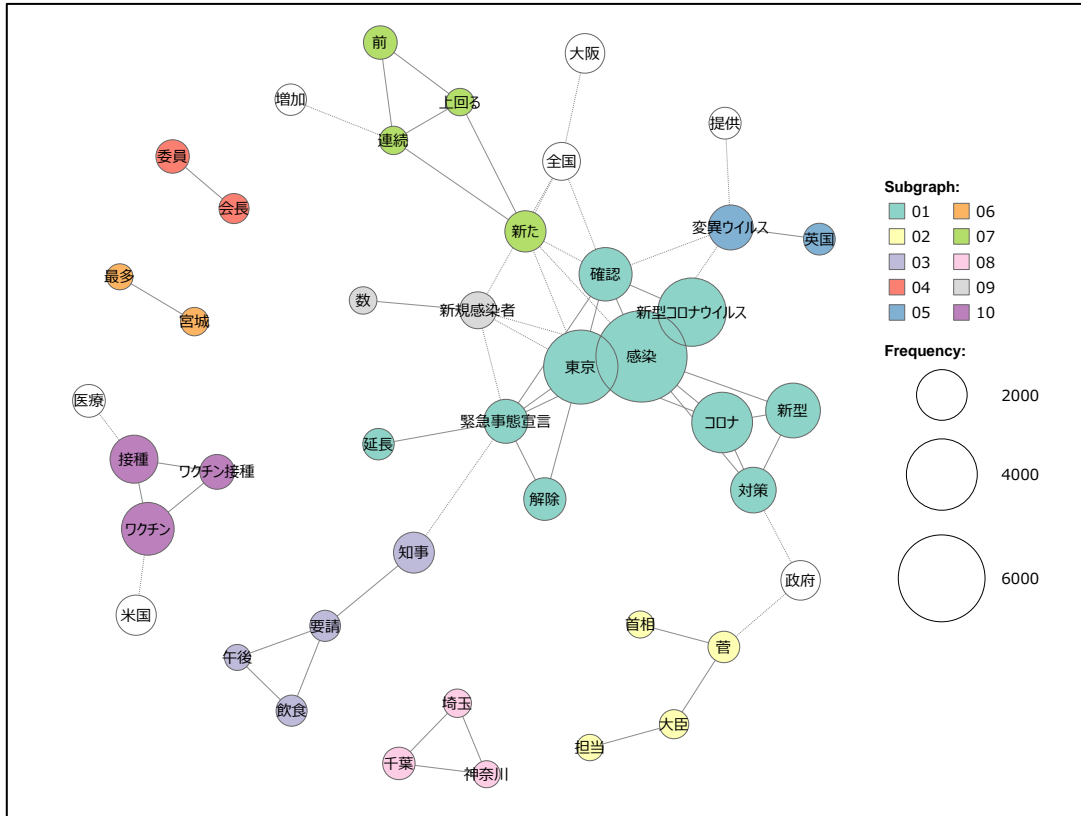
NHK 2021年2月



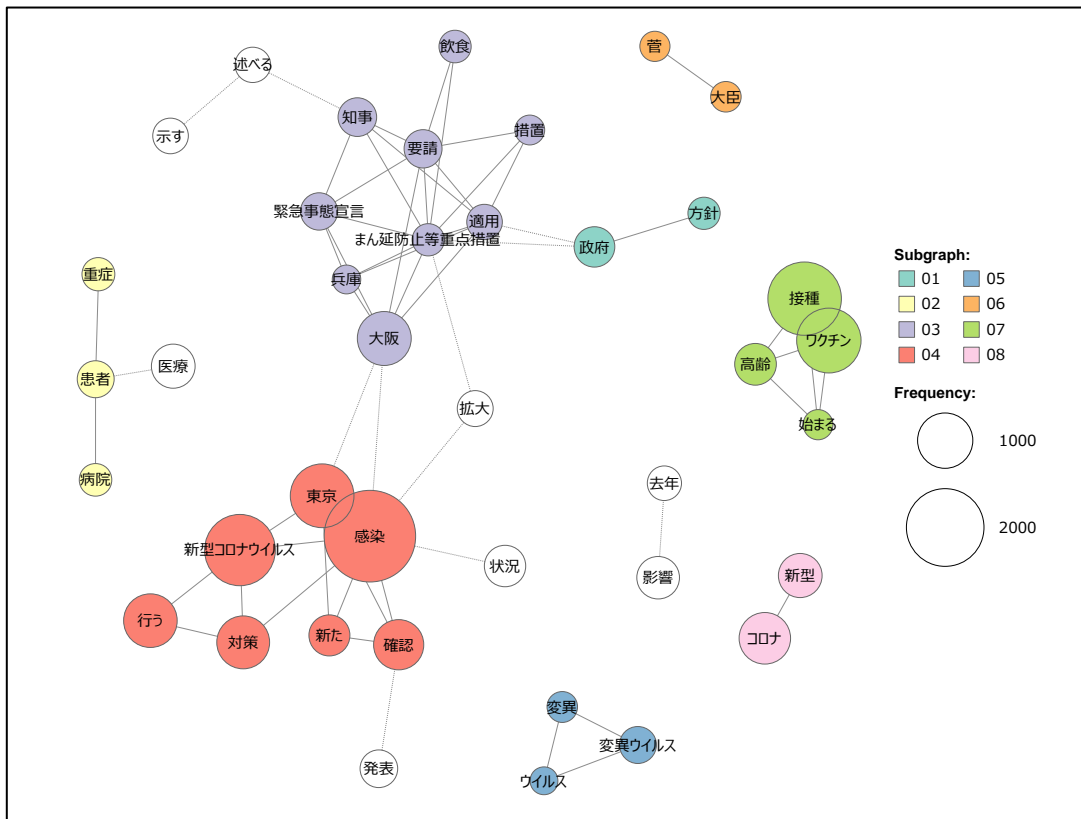
民放 2021年2月



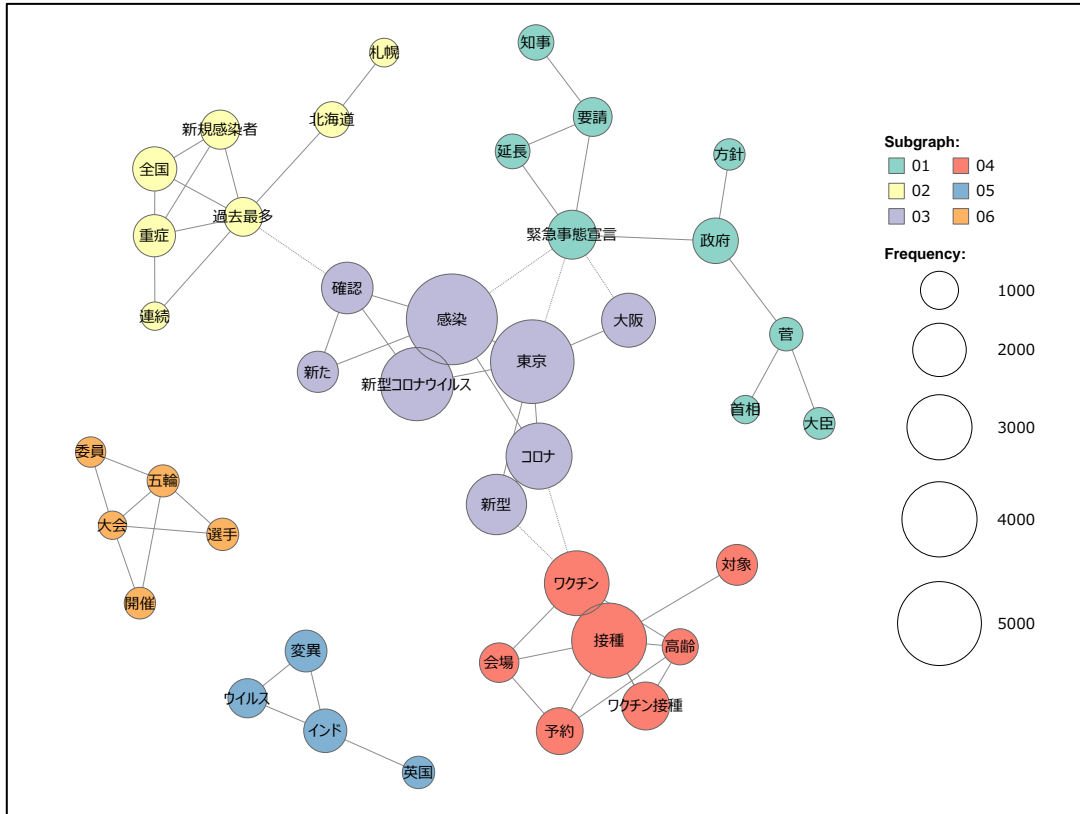
NHK 2021年3月



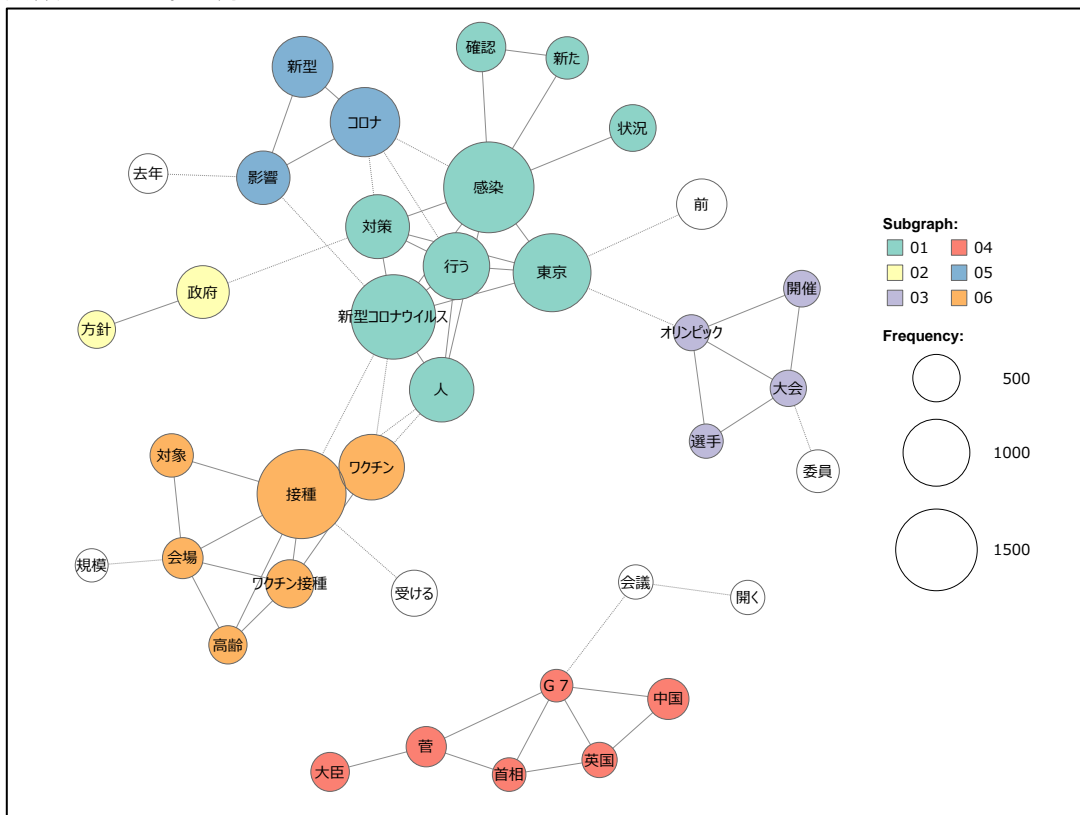
民放 2021年3月



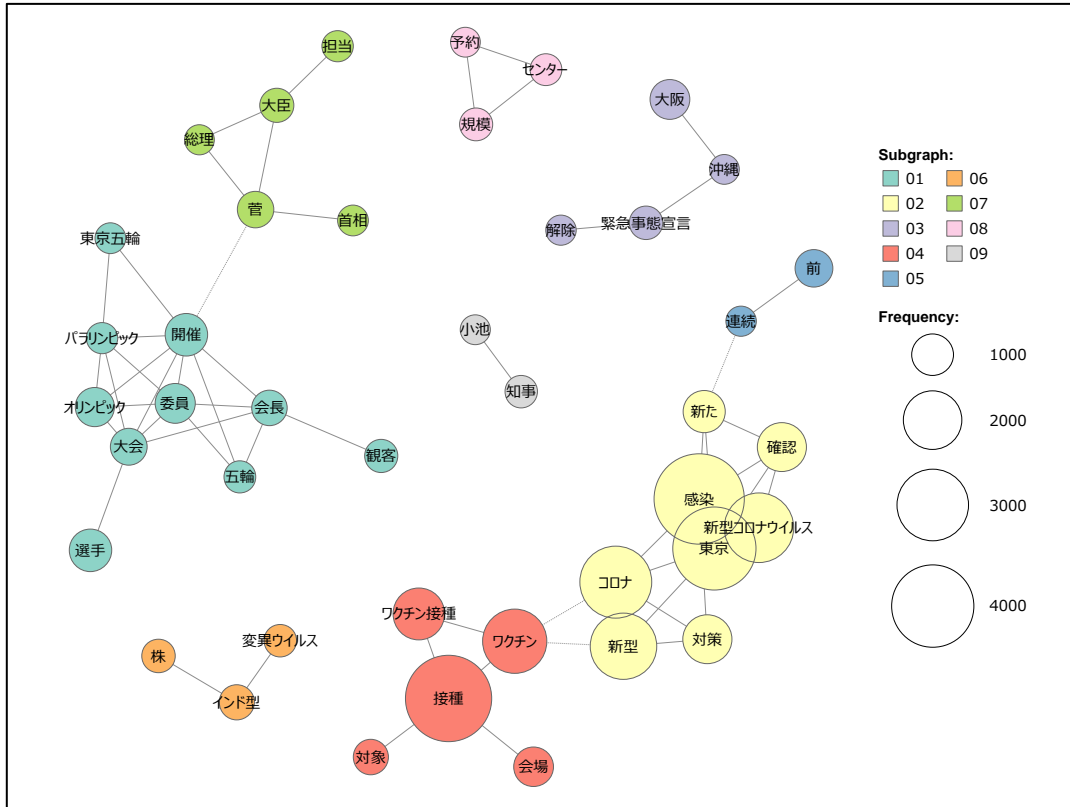
NHK 2021年4月



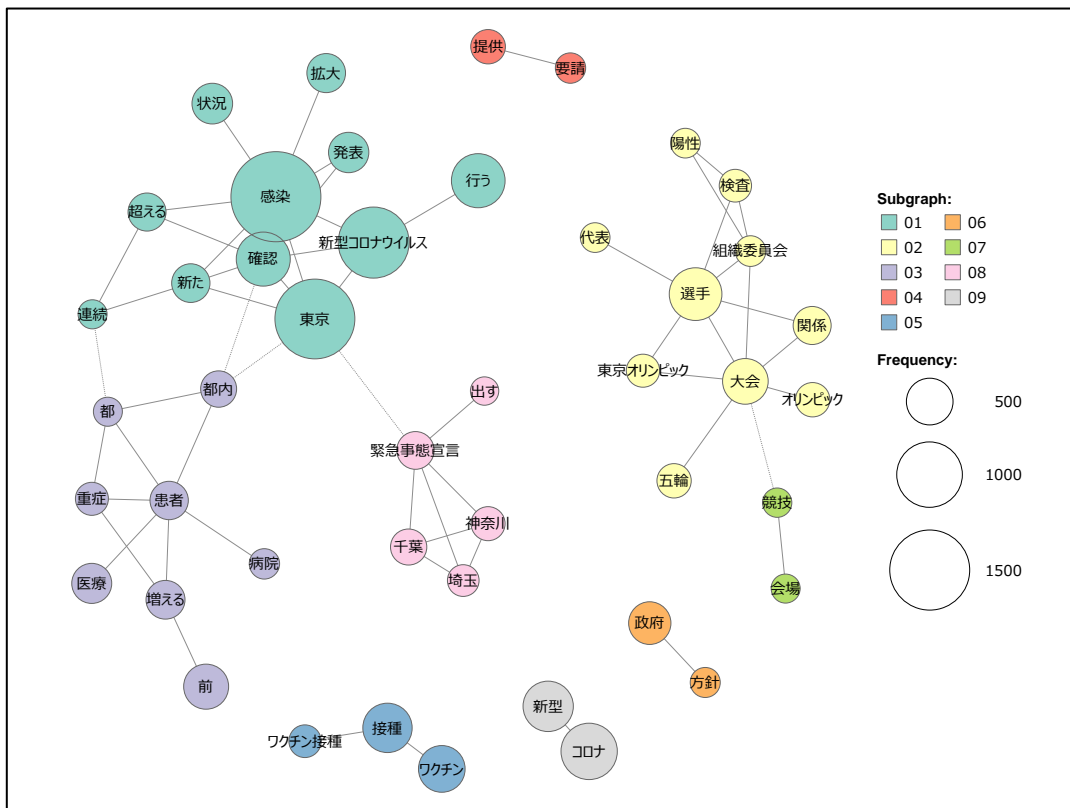
民放 2021年5月



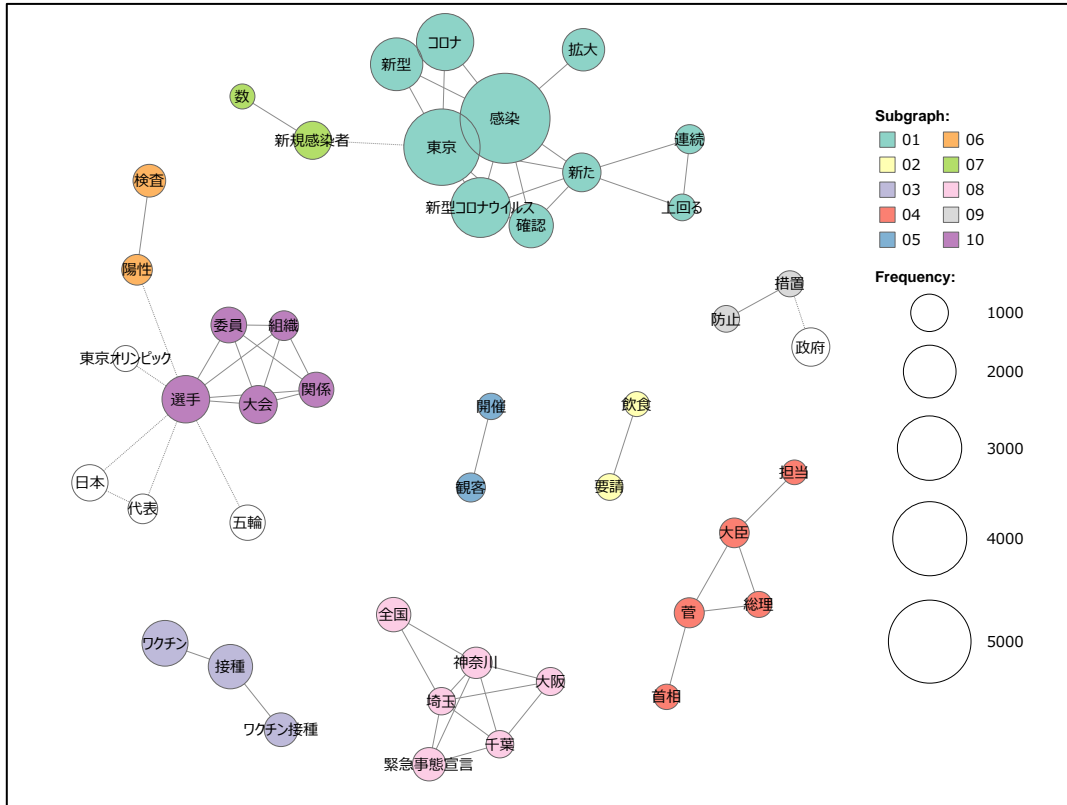
NHK 2021年6月



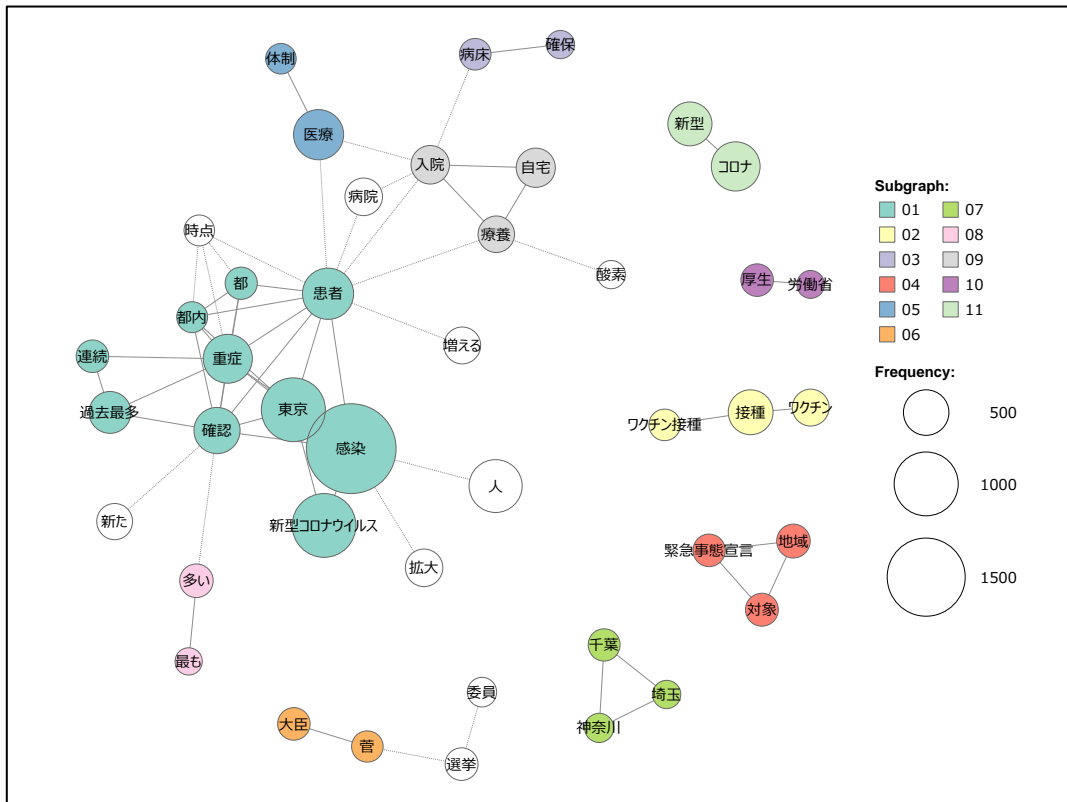
民放 2021年6月



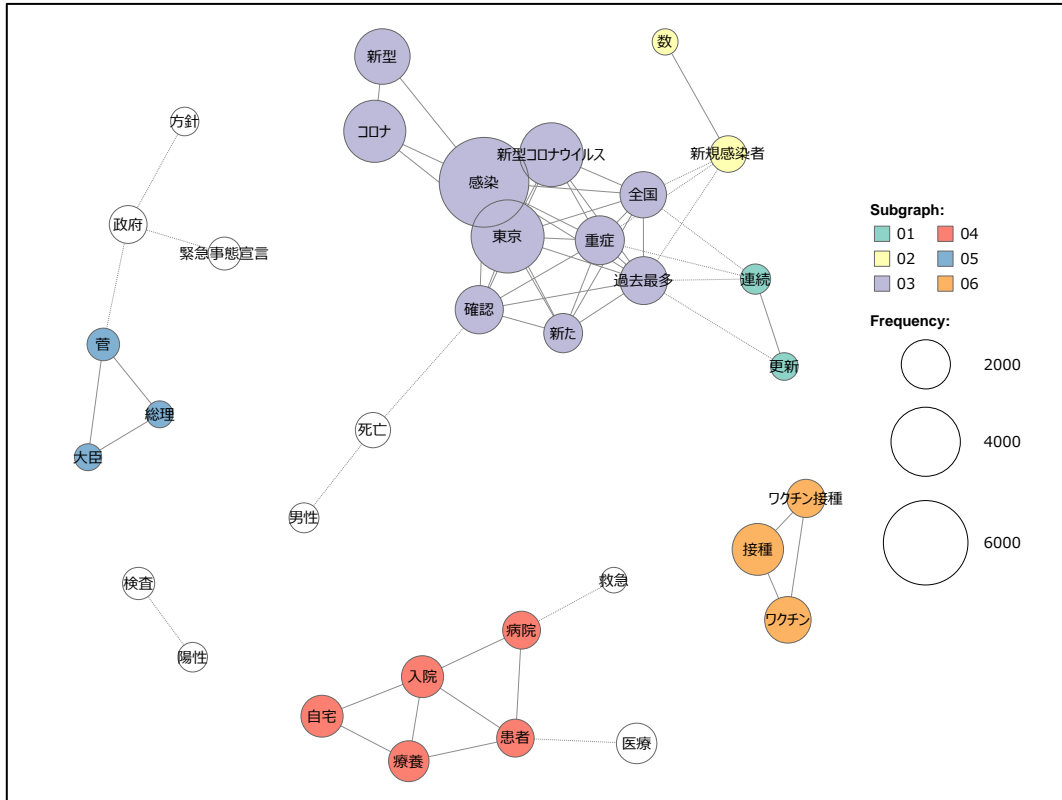
NHK 2021年7月



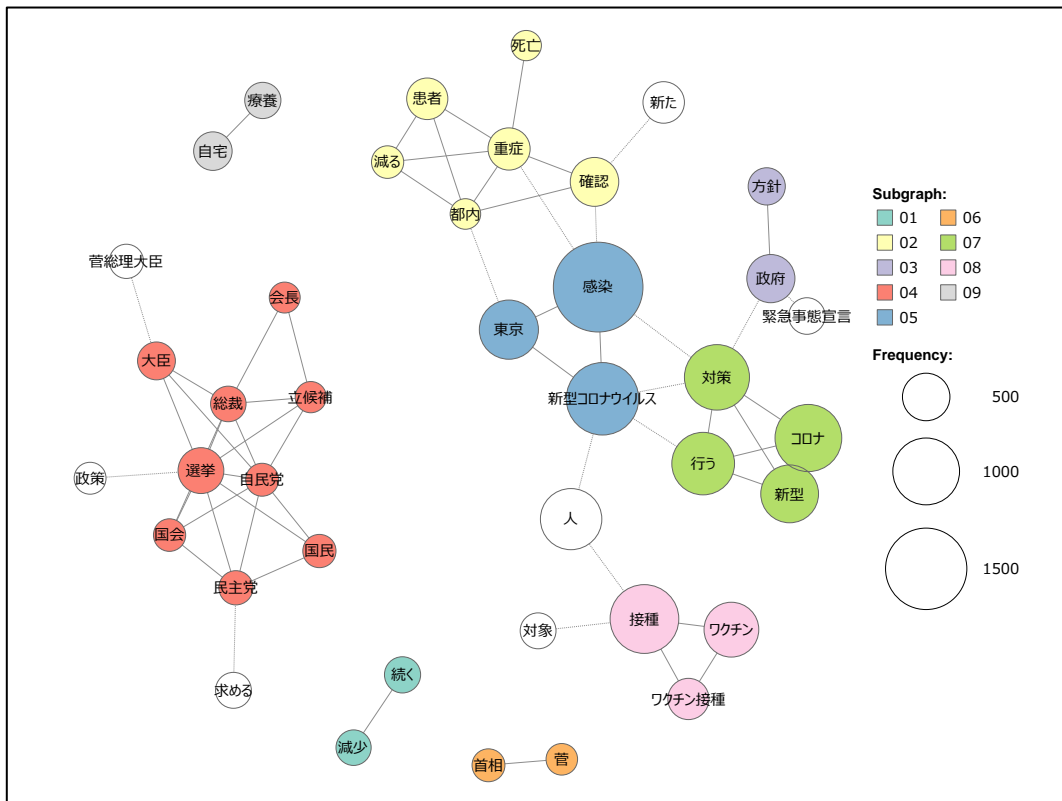
民放 2021年7月



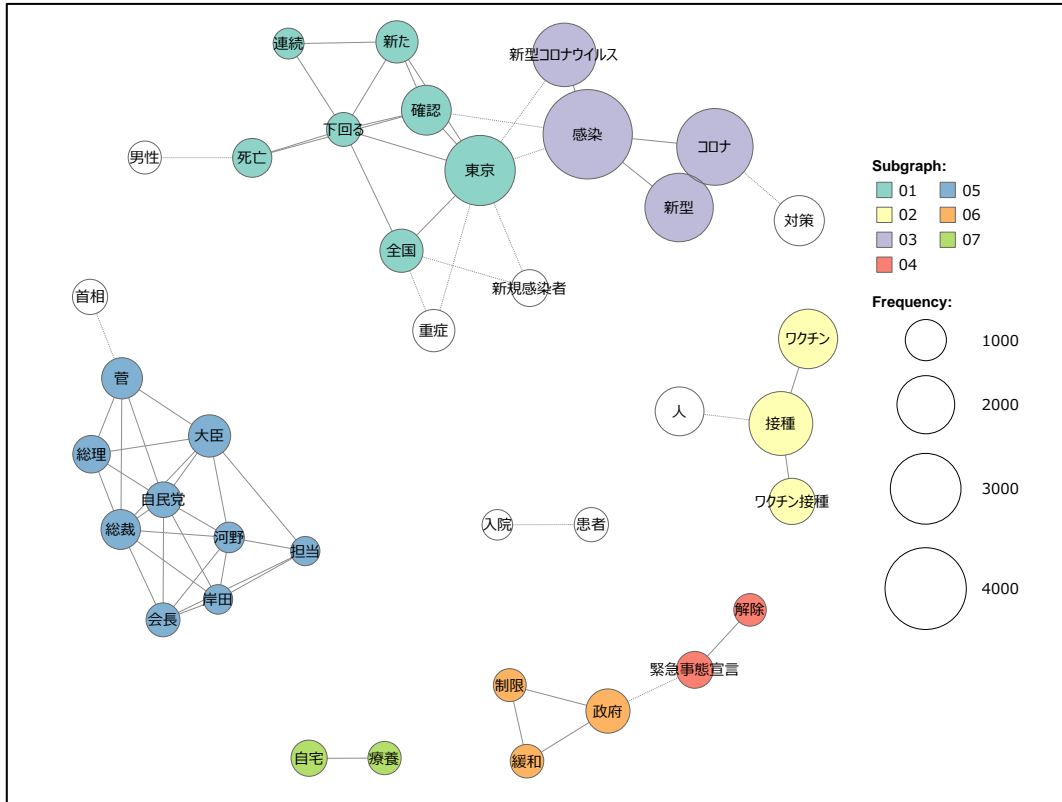
NHK 2021年8月



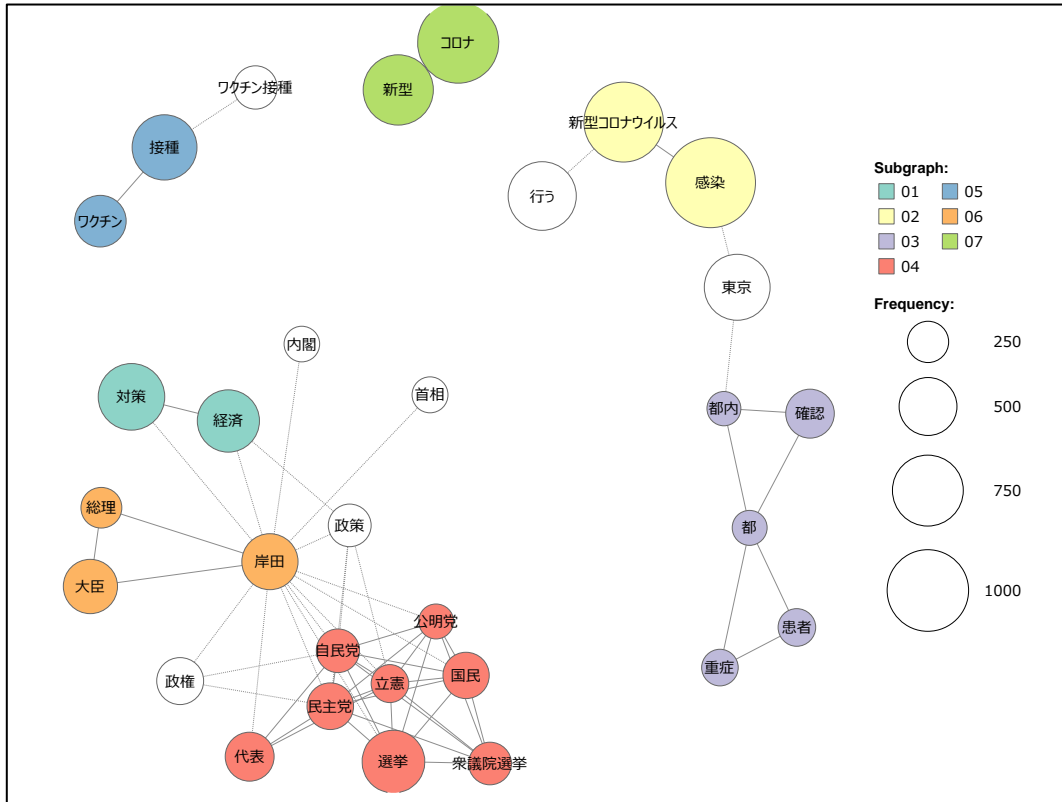
民放 2021年8月



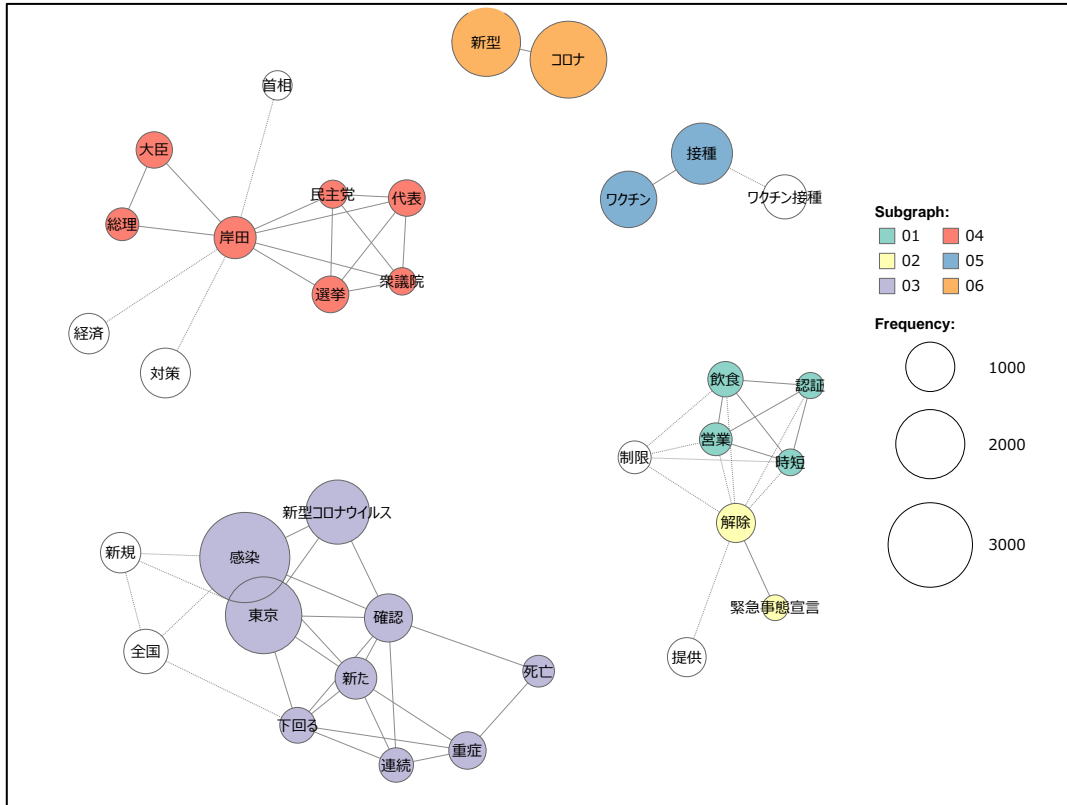
NHK 2021年9月



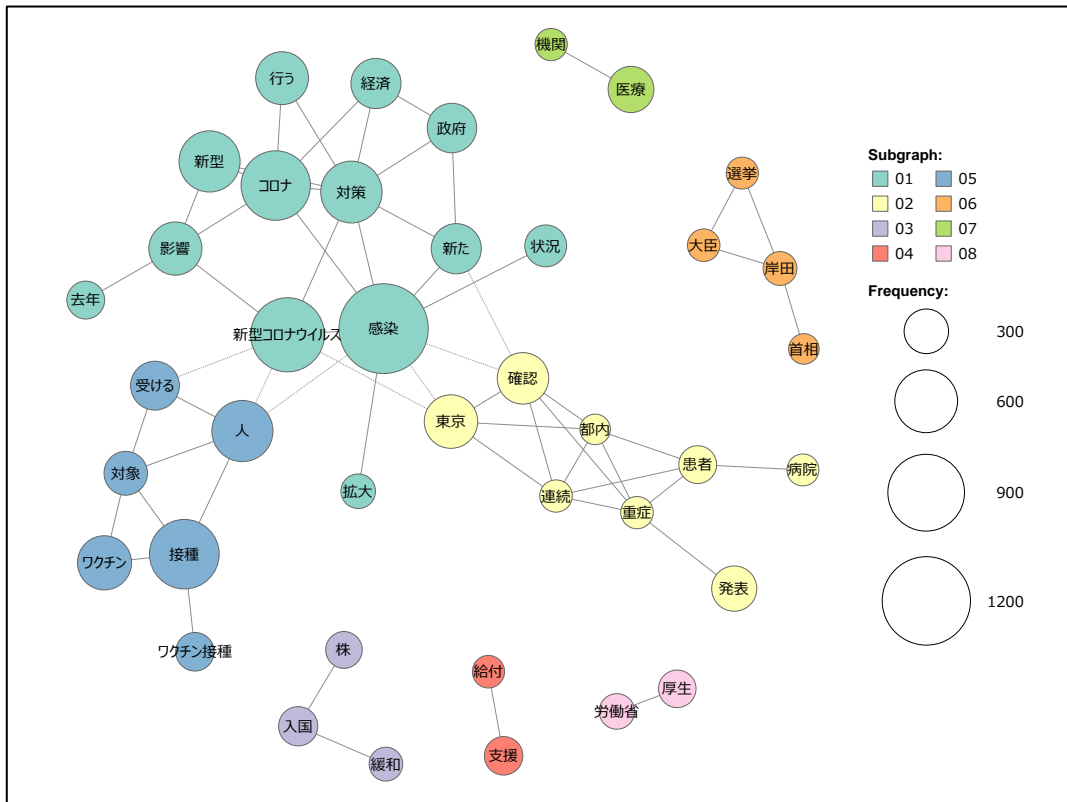
民放 2021年9月



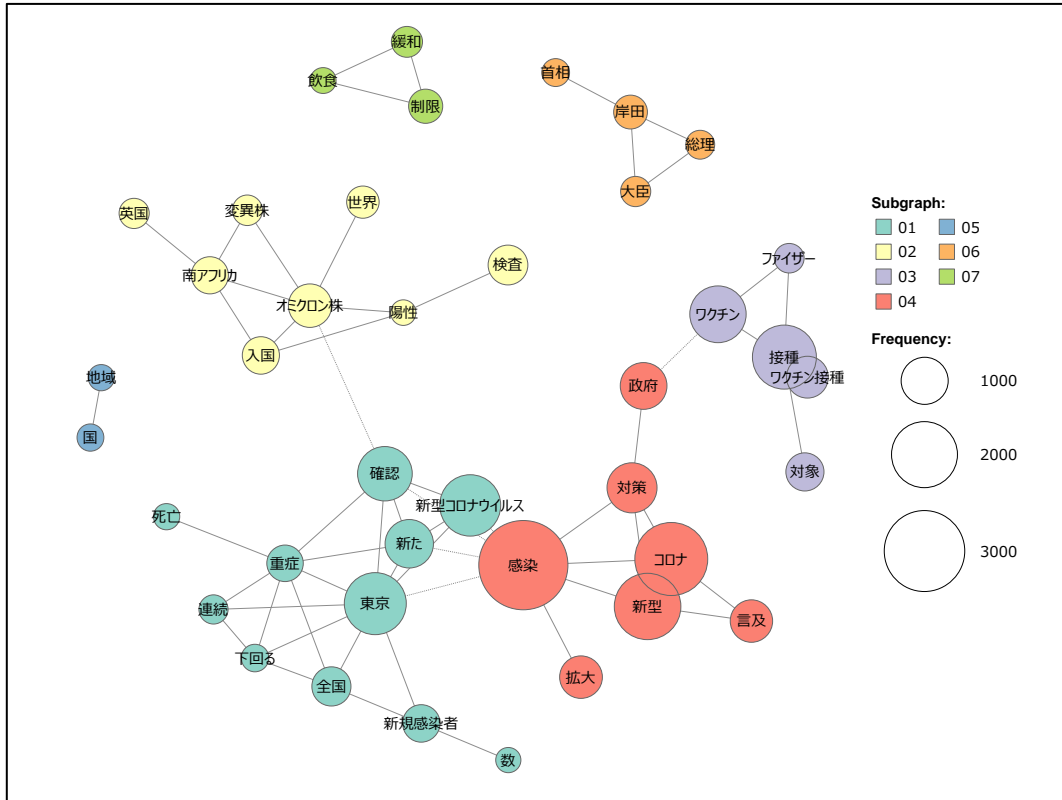
NHK 2021年10月



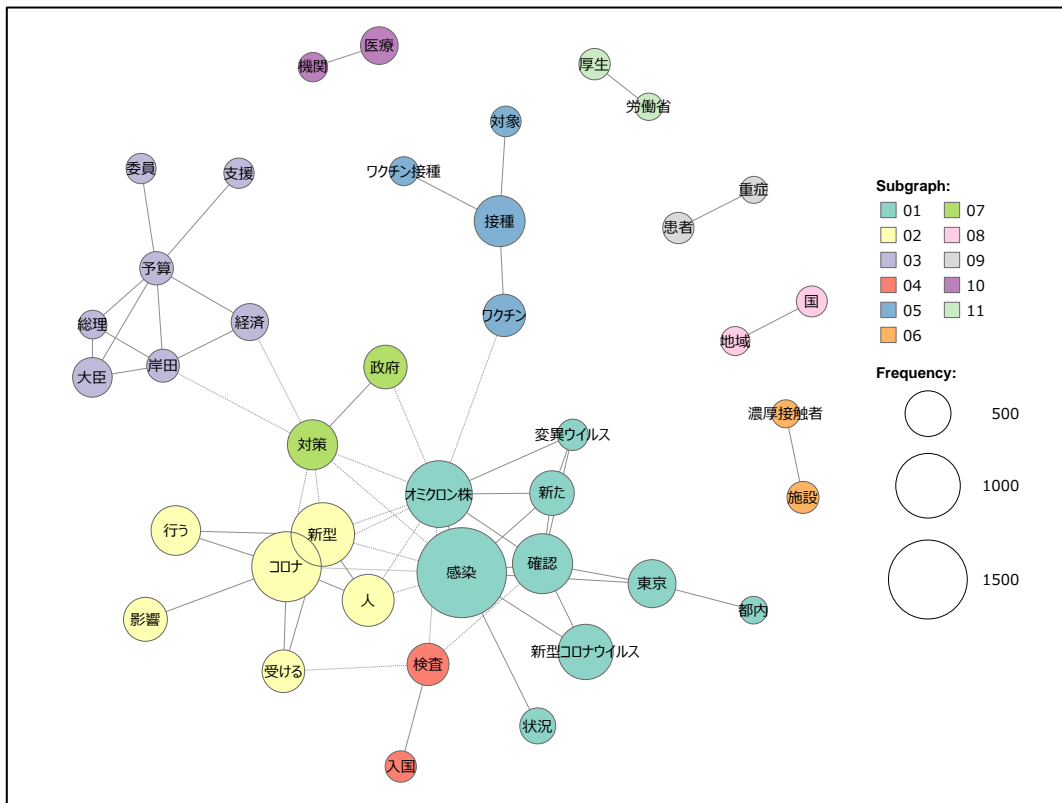
民放 2021年10月



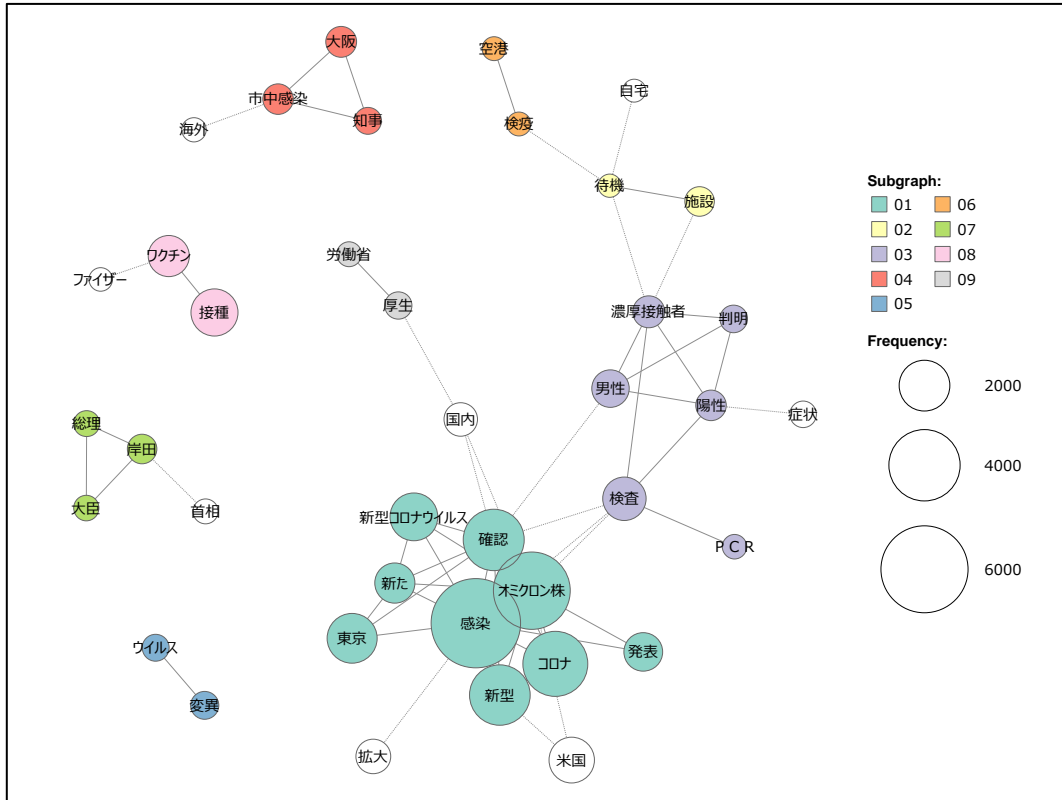
NHK 2021年11月



民放 2021年11月



NHK 2021年12月



民放 2021年12月

2. 「コロナ時代の民放報道」アンケート調査集計

なお、FA（自由記述）の回答は、大量かつ社の特定などにもつながるため、掲載を省略した。

(1) 報道責任者アンケート

① 貴社報道セクションの体制についてお伺いします。

Q1 報道セクションの記者・デスクの人数をそれぞれ教えてください（2021年7月1日現在）。				
回答数:101	平均	中央値	最大	最小
デスク	5.6	4	62	2
記者（本社）	12.4	9	85	3
記者（支社）	3.5	3	20	0

Q2. コロナ禍における貴社報道セクションのマンパワーについて、いずれかあてはまるものを選択して下さい。	
回答数	101
①十分に対応できる人数だった	1
②なんとか対応できる人数だった	61
③対応するには不十分だった	39
④全く対応できなかった	0

Q3. 報道セクション内で、コロナ対応の責任者（現場の記者を除く）を置きましたか。	
回答数	101
①置いた	40
②置かない	61

Q4. Q3 で①「置いた」とお答えになった社につきまして、どなたが責任者を務めましたか。	
回答数	40
①局長クラス	11
②部長クラス	26
③その他 [FA は省略]	3

Q5. コロナ禍において、取材・報道を継続するために報道セクション内で取った体制であてはまるものにチェックを付けてください（複数回答可）。	
回答数	101
①報道セクションの人員を増やした	14
②セクション内をグループに分けた	63
③系列局の応援を受けた	2
④その他 [FA は省略]	21
⑤コロナ禍前と変わらなかった	25

Q6. コロナ禍において、報道セクションで行った感染拡大防止対策について、あてはまるものにチェックを付けてください（複数回答可）。	
回答数	101
①マスク等の着用	101
②マスク等の部員への配布	82
③検温	94
④報道セクション内のパーティションの設置	91
⑤PCR 検査・抗原検査の実施	62
⑥時差出勤	23
⑦テレワーク（出勤自粛）	49
⑧分散出勤	33
⑨出社人数の制限	19
⑩取材班の出勤場所の分散	59
⑪放送エリア外への出張／受け入れの制限	90
⑫その他 [FA は省略]	12

Q7. 上記 Q6 の対策は 2021 年 8 月 1 日現在、継続していますか。	
回答数	101
①すべて継続している	56
②一部を継続している：継続しているものをお書きください[FA は省略]	44
③継続していない：その理由をお書きください[FA は省略]	1

Q8. オンライン会議システム（Teams、Zoom、Meet 等）についてお伺いします。導入状況についていずれかあてはまるものを選択してください。	
回答数	101
①コロナ前から活用していた	6
②コロナを機に導入した	82
③実態として利用しているが、社としての導入はしていない	10
④その他 [FA は省略]	3

Q9. 報道セクション内でのオンライン会議について、あてはまるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	101
①移動時間の節約など効率が上がった	62
②意思決定のスピードが上がった	7
③会議の頻度が増えた	12
④コミュニケーションの不足を感じるようになった	64
⑤プライバシーへの配慮が必要になった	4
⑥通信環境の差によって齟齬が生じた	14
⑦その他（具体的にお書きください） [FA は省略]	10
⑧あてはまるものはない	13

Q10. 貴社報道セクション内で、特別にコロナ取材を担当する記者を置きましたか。	
回答数	101
①専従の記者を置いた	3
②兼務で置いた	29
③置かなかった	69

Q11. Q10 で①あるいは②とお答えになった社につきまして、それはどのような方ですか（複数回答可）。	
回答数	32
①感染症に関する知識の深い社員	1
②過去に感染症関係の取材経験のある社員	1
③報道経験の長い社員	14
④行政担当の記者	27
⑤その他 [FA は省略]	11

Q12. 特別にコロナ取材を担当する記者を置いた期間を教えてください。[FA、省略]

Q13. 貴社報道セクション内で、特別にコロナの取材・ニュースを担当するデスクを置きましたか。	
回答数	101
①専従のデスクを置いた	0
②兼務で置いた	13
③置かなかった	88

Q14. Q13 で①あるいは②とお答えになった社につきまして、それはどのような方ですか（複数回答可）。	
回答数	13
①感染症に関する知識の深い社員	3
②過去に感染症関係の取材経験のある社員	1
③報道経験の長い社員	8
④行政担当の記者（経験者）	5
⑤その他 [FA は省略]	4

Q15. 特別にコロナの取材・ニュースを担当するデスクを置いた期間を教えてください。
[FA、省略]

Q16. 報道セクション内のコロナの陽性反応者等について、あてはまるものを選択してください。		
回答数	101	
	陽性反応のあった部員	濃厚接触者とされた部員
①出た	29	32
②出ていない	72	69

Q17. 社内で陽性反応者や濃厚接触者が出た社につきまして、お伺いします。

社内でどのような対応を取りましたか。さしつかえない範囲でお書きください。

【お書きいただきたい事項】▽陽性反応者、濃厚接触者への措置▽消毒や接触履歴の確認など、報道セクション内での対応▽社内外への通知

※自社の報道番組で報じた際は、内容をお書きください。（300 字以内でお書きください）

[FA、省略]

Q18. コロナによって報道セクション内であった事項について、あてはまるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	101
①現場（記者、デスクなど）から、リスクのある取材を拒否されたことがあった	13
②現場からリスクのある取材は避けるべきだとの意見が出たことがあった	69
③現場から、リスクのある取材でもやらせてほしいとの意見が出たことがあった	24
④出社拒否（在宅勤務の希望）があった	4
⑤その他 [FA は省略]	9
⑥特になし	24

Q19. 新型コロナウイルスをめぐる、系列内での情報共有に関し、特記事項がございましたらお書きください。（300字以内でお書きください） [FA、省略]

② 貴社報道セクション内の新型コロナウイルスに関する知識・理解についてお伺いします。

Q20. 報道セクションの部員のコロナに対する知識・理解向上のために対処した事項について、あてはまるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	101
①講習会・勉強会の実施	18
②取材で得た知識の共有を図った	91
③専門家の下へ取材以外で行かせた	19
④その他 [FA は省略]	5
⑤特になし	7

Q21. 報道セクション内の部員のコロナに対する知識・理解について、どのように感じていますか。	
回答数	101
①全く不安がない	6
②ほぼ不安がない	48
③やや不安がある	47
④大いに不安がある	0

③ 取材や番組制作についてお伺いします。

Q22. 貴社報道番組内で導入したものにチェックを付けてください（複数回答可）。	
回答数	101
①アクリル板等、出演者間の仕切り	95
②機材の消毒	97
③検温	87
④PCR 検査・抗原検査	62
⑤一部出演者のリモート出演	88
⑥ソーシャルディスタンスを保つためのスタジオセットの変更・修正	71
⑦出演者の人数を減らした	57
⑧その他 [FA は省略]	4

Q23. 取材から編集、オンエアまでの作業で、コロナ禍前と変わったことについてお伺いします。取材について、変化はありましたか。	
回答数	101
①変わらない	33
②変化があった：具体例 [FA は省略]	68

Q24. Q23 に続いてお伺いします。編集について、変化はありましたか。	
回答数	101
①変わらない	52
②変化があった：具体例 [FA は省略]	49

Q25. Q24 に続いてお伺いします。番組送出および収録について、変化はありましたか。	
回答数	101
①変わらない	48
②変化があった：具体例 [FA は省略]	53

Q26. コロナ禍において報道番組の制作上、苦勞したことを挙げてください（複数回答可）	
回答数	101
①機材・設備面で苦勞した	37
②出演者の番組出演が困難になった	61
③スタッフの人数確保に苦勞した	51
④スタッフの士気の低下	23
⑤その他 [FA は省略]	23
⑥コロナ禍前と変わらない	6

Q27. 貴社放送エリアに緊急事態宣言、または「まん延防止等重点措置」（以下、「まん防」）が発令された期間における取材エリアについて、あてはまるものを選択してください。		
回答数	101	
	緊急事態宣言の発令期間（全国に発令された2020年春も含む）	「まん防」の発令期間
①自社の放送エリアのみ取材	57	35
②放送エリアに隣接する都道府県までのみ取材	8	9
③放送エリア外／隣接する都道府県外も取材した	19	26
④自社エリアには発令されていない	17	31

Q28. 新型コロナウイルスに関する取材用のマニュアルを作成しましたか。	
回答数	101
①作成していない	41
②作成した：作成日 [FA は省略]	60

Q29. コロナ禍において、他社との共同取材は行いましたか。	
回答数	101
①行った	85
②行わなかった	16

Q30. コロナ禍の取材や番組制作において、報道セクション内で機材や人員面で不足していた点があればお書きください。（300字以内でお書きください） [FA, 省略]

④ コロナ禍における報道についてお伺いします。

Q31. 貴社において、地元放送エリアのコロナ関連の情報発信でメインとなった番組を教えてください。

回答数	101
①平日にベルト編成しているニュース番組	94
②平日の情報番組（ニュース枠以外）	0
③定時のミニニュース枠	2
④土日の情報番組（ニュース枠以外）	1
⑤その他 [FA は省略]	4

Q32. コロナ禍の報道に関する以下の事項について、それぞれ 300 字以内でお書きください。

- ・コロナ関連の情報を報道した際に「わかりやすさ」の観点で特に注力したこと（具体例）
- ・コロナ禍によって伝えられなかった、あるいは報道量が減った事項

[FA、省略]

Q33. 自社制作の報道番組で視聴者の不安を解消するために実施したことにすべてチェックを付けてください。

回答数	101
①新型コロナウイルスの特徴（変異ウイルスなど）に関する独自取材	71
②地元視聴者へのインタビュー	75
③専門家（医師・学者）へのインタビュー	98
④政府・行政の発表・施策に関する取材	92
⑤予防策（マスクの着用や手洗い、3密回避の奨励など）に関する取材	99
⑥視聴者の生活に関わる情報（物流や休業・時短営業など）の取材	95
⑦ワクチンや治療薬など医薬品に関する取材	77
⑧コロナ以外の報道を増やす	10
⑨ニュースの順番や見出し、テロップなど、編集上の工夫	70
⑩アナウンサーの口調・表情などに配慮する	35
⑪コメンテーターのコメント内容に配慮する	37
⑫その他 [FA は省略]	8

Q34. ウィズコロナ時代の取材・報道で今後必要になるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	101
①専門記者・デスクの育成	61
②部内のコロナに関する知識の共有	90
③ゲストの専門家の拡充	69
④コメンテーターの充実	36
⑤リモート取材用などの機材の拡充	74
⑥記者の不安解消のための方策	62
⑦その他 [FA は省略]	7

Q35. コロナ禍の取材・報道における悩みや、ご自身が最も苦勞したことをお書きください。
(300字以内でお書きください) [FA、省略]

(2) 報道デスクアンケート

① 貴社の自社制作の報道番組における取材について、お伺いします。

Q1. コロナ禍における取材対象についてお伺いします。以下の事項であてはまるものを選んでください。						
回答数	89					
	① コロナ患者を収容した病院内の取材	② クラスターの発生した病院や学校、施設の取材	③ 緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材	④ 政府・自治体等の会見	⑤ 医師会など関連機関の会見	⑥ コロナの陽性反応が出た人（職場等へ復帰した人を含む）への取材
取材を行ったことがある（他の記者への指示も含む）	60	65	80	89	82	70
取材を行っていない	29	24	9	0	7	19

Q2. Q1 の取材（他の記者への指示も含む）について、感染への不安はありましたか。						
回答数	89					
	① コロナ患者を収容した病院内の取材	② クラスターの発生した病院や学校、施設の取材	③ 緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材	④ 政府・自治体等の会見	⑤ 医師会など関連機関の会見	⑥ コロナの陽性反応が出た人（職場等へ復帰した人を含む）への取材
不安があった	53	47	35	10	6	31
不安はなかった	10	19	25	65	70	35
どちらとも言えない	26	23	29	14	13	23

Q3. 貴社放送エリアに緊急事態宣言、または「まん延防止等重点措置」（以下「まん防」）が発令された期間の対面取材（リモートを除く）についてお伺いします。他の記者への指示を含め、行ったことがあるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	89
① 屋外・街頭での対面取材	83
② 店内・屋内での対面取材	82
③ 自社内での対面取材	48
④ その他の形での対面取材：方法をお書きください[FA は省略]	4
⑤ 緊急事態宣言やまん防の発令下、いずれの形でも対面取材は行わなかった	5

Q4. Q3 で「対面取材」を実施した際、取材相手に配慮した事項にすべてチェックを付けてください。	
回答数	84
①取材者のマスクあるいはフェイスガードの着用	82
②被取材者のマスクあるいはフェイスガードの着用	77
③距離の確保	84
④パーテーションの設置	41
⑤モザイク・ぼかし等の画像処理	52
⑥音声処理	36
⑦構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	66
⑧その他 [FA は省略]	8

Q5. コロナ禍における対面取材（リモートを除く）について、お考えに近いものを選択のうえ、選んだ理由を 300 字以内でお書きください。[FA は省略]	
回答数	89
①不安があった	67
②不安はなかった	6
③どちらともいえない	16

Q6. 2020 年 1 月以降、チーム内の記者がオンライン取材を行ったことはありますか。	
回答数	89
①ない	2
②ある：使用ツールおよびメリット／デメリットを 300 字以内でお書きください[FA は省略]	87

Q7. コロナ禍の人々の行動に関し、次の取材を（他の記者への指示も含め）行ったことがありますか。				
回答数	89			
	政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材	外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材	マスクをしていない人に対する取材	自粛要請に従っていない飲食店の取材
①行ったことがある	76	82	18	37
②行っていない	13	7	71	52

Q8. Q7 で①とお答えした社につきまして、オンエアのために行ったこととお答えください。※注：Q7 すべてに「②行っていない」と回答した場合、本設問は回答できない仕組みとした。	
回答数	86
政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材	
①モザイク・ぼかし等の画像処理	37
②音声の変換	16
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	53
④加工・調整は行わなかった	14
⑤指示も含め、取材をしていないため、いずれもあてはまらない	7
無回答	4
外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材	
①モザイク・ぼかし等の画像処理	16
②音声の変換	8
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	46
④加工・調整は行わなかった	32
⑤指示も含め、取材をしていないため、いずれもあてはまらない	2
無回答	4
マスクをしていない人に対する取材	
①モザイク・ぼかし等の画像処理	8
②音声の変換	5
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	12
④加工・調整は行わなかった	6
⑤指示も含め、取材をしていないため、いずれもあてはまらない	53
無回答	14
自粛要請に従っていない飲食店の取材	
①モザイク・ぼかし等の画像処理	25
②音声の変換	15
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	28
④加工・調整は行わなかった	7
⑤指示も含め、取材をしていないため、いずれもあてはまらない	40
無回答	9

Q9. Q7 のいずれかの取材を(指示も含め)行った理由／行わなかった理由をお書きください。

- ・ 行った理由 (300 字以内でお書きください)
- ・ 行わなかった理由 (300 字以内でお書きください)

[FA、省略]

Q10. コロナ禍における政府・行政の取材（他の記者に指示した取材も含む）についてお伺いします。政府や関係省庁、地元自治体の会見において、取材は自由にできましたか。	
回答数	89
①自由にできた	58
②自由にはできなかった：具体例[FAは省略]	31

Q11. 会見以外の政府や関係省庁、地元自治体への取材（他の記者に指示した取材も含む）は、自由にできましたか。	
回答数	89
①自由にできた	49
②自由にはできなかった：具体例[FAは省略]	40

Q12. Q11 の取材を行った際、取った方法を選択してください（複数回答可）	
回答数	89
①対面取材	73
②オンライン取材	51
③電話取材	61
④メール等での質問／回答	40
⑤その他 [FAは省略]	12

Q13. 行政（関係省庁や地元自治体）の情報公開は十分でしたか。	
回答数	89
①十分だった	27
②不十分だった：具体例[FAは省略]	62

Q14. 地元医師会など関連機関への取材（他の記者に指示した取材も含む）は自由にできましたか。	
回答数	89
①自由にできた	74
②自由にはできなかった：具体例[FAは省略]	15

Q15. コロナ禍の取材で工夫したことや変えたことがあればお書きください。（300字以内でお書きください）[FA、省略]

② 情報源及び情報の利用についてお伺いします。

Q16. ネット上のコロナ関連の情報についてお伺いします。ネットから得た情報を報道で扱ったことはありますか。	
回答数	89
①あった	50
②なかった	38
無回答	1

Q17. Q16 で①「あった」とお答えになった社につきまして、どのような情報を扱いましたか(複数回答可)。	
回答数	50
①政府・行政機関の情報	41
②医療機関など、公的機関の情報	40
③ネットニュースの情報	9
④SNS上の医療関係者・専門家と思われる発信者の情報	21
⑤一般の匿名のSNS上の情報	20
⑥その他 [FAは省略]	5

Q18. Q17でお答えになった情報に関し、正確性を担保するために実施したことをお書きください。（300字以内でお書きください）[FA、省略]

Q19. コロナ関連の情報をめぐり、ネット上をはじめとする「デマ」や間違った情報を正すために番組で行ったことがございましたら、お書きください。（300字以内でお書きください）[FA、省略]

③ 自社制作の報道番組の出演者についてお伺いします。

Q20. コロナ関連の専門家は出演しましたか（リモートを含む）。	
回答数	89
①レギュラーで出演した	4
②不定期で出演した	76
③自社番組では出演しなかった	9

Q21. Q20 で①、②とお答えになった社につきまして、出演した専門家であてはまるものにチェックを付けてください（複数回答可）。	
回答数	80
①感染症の専門家	76
②感染症以外が専門の医師・医学者	45
③看護師等（経験者も含む）	23
④医療関係以外の教授等	15
⑤その他 [FA は省略]	2

Q22. Q20 で①、②とお答えになった社につきまして、専門家を人選したきっかけ等を教えてください（複数回答可）。	
回答数	80
①放送エリア内の大学や専門機関から	78
②放送エリア外の大学や専門機関から	26
③自局の情報番組に出演していた	9
④系列局に出演していた	9
⑤他のメディアに出演していた	18
⑥その他 [FA は省略]	3

Q23. 専門家の発言等に関して配慮した点について、あてはまるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	80
①オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした	68
②専門用語の解説方法を確認した	34
③発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した	31
④生放送か収録かを確認した	55
⑤複数の専門家を人選するようにした	18
⑥事前に発言内容の相談をした：具体例[FAは省略]	8
⑦その他：具体例[FA、省略]	1
⑧特に行ったことはない	3

Q24. 自社制作の報道番組に出演するコメンテーターについてお伺いします。コロナ関連の発言を求める際に行ったことであてはまるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	89
①オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした	45
②専門用語について説明した	27
③発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した	24
④生放送か収録かを確認した	31
⑤事前に発言内容の相談をした：具体例[FAは省略]	8
⑥その他：具体例[FAは省略]	7
⑦特に行ったことはない	32

④ 報道内容についてお伺いします。

Q25. 自社制作の報道番組で、地元エリアの都道府県のコロナに関する以下の事項について、どれくらいの頻度で伝えましたか。				
回答数	89			
	当日の感染者数	当日の重症者数	死者数（当日発表の人数）	ワクチンの接種状況（地元放送エリアでの開始以降）
①毎日伝えた	87	43	75	11
②特記事項がある場合に伝えた	1	41	11	76
③ほとんど伝えなかった	1	5	3	2

Q26. 自社制作の報道番組で、以下の事項をそれぞれどれくらいの頻度で伝えましたか。									
回答数	89								
	総理大臣の会見	コロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見	地元放送エリアの都道府県に対する緊急事態宣言の発出／終了	地元放送エリアに対するまん延防止等重点措置の発出／終了	地元自治体（知事）の会見	「東京アラート」など、地元自治体独自のアラートの発出／終了	政府の専門家会合の会見	エリア内の都道府県の有識者会議の会見	外部の研究グループの会見
①発表等があった日に必ず伝えた	7	2	80	76	74	69	9	39	5
②特記事項がある場合に伝えた	72	66	3	4	15	11	56	43	54
③ほとんど伝えなかった	10	21	6	9	0	9	24	7	30

Q27. 自社制作の報道番組で、放送エリア外のコロナの感染状況はどのように伝えましたか	
回答数	89
①全国の状況を毎日伝えた	3
②全国の状況について、顕著な変化があった場合にその都度伝えた	43
③放送エリアに隣接する都道府県の感染状況を毎日伝えた	4
④放送エリアに隣接する都道府県の感染状況について、顕著な変化があった場合のみ伝えた	36
無回答	3

Q28. 次の情報の実名・匿名に関し、いずれかあてはまるものにチェックを付けてください。			
回答数	89		
	クラスターが発生した施設名（老人ホーム、病院等）	クラスターが発生した学校名	放送エリア内初の感染者名
①実名の発表がありそのまま伝えた	69	48	1
②実名の発表があったが、自社の判断で施設名や個人名が特定できない形で伝えた	6	12	0
③実名の発表はなかったが、取材で得た実名を自社の判断で伝えた	4	4	0
④実名の発表はなく、その他発表された情報の範囲で伝えた	10	23	67
⑤自社の報道番組では伝えていない	0	2	21

Q29. Q28 の報道に関し、実施したことにチェックを付けてください（複数回答可）。	
回答数	89
①モザイク・ぼかし等の画像処理	30
②音声の変換	12
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	50
④その他 [FA は省略]	7
⑤いずれも実施していない	32
無回答	1

Q30. 自社で制作したコロナ関連のニュースの自社ウェブサイトや外部のポータルサイトへの配信についてお伺いします。尺の調整や配信向けのフォーマットの変更などを除き、配信のためにオンエア素材の一部削除や加工を行いましたか。	
回答数	89
①配信のためにオンエア素材を加工した（以下にその理由を 300 字以内でお書きください） [FA は省略]	13
②オンエア素材を原則そのまま流した	76

⑤ 新型コロナウイルスに関する知識・議論についてお伺いします。

Q31. チーム内でコロナ関連の知識を得るために共有したものを教えてください（複数回答可）。	
回答数	89
①専門書・専門雑誌・論文等の情報	22
②取材以外で専門家から得た情報	57
③公的機関・専門機関のウェブ上の情報	73
④SNSの情報	28
⑤記者が取材で得た内容	85
⑥テレビからの情報	51
⑦新聞からの情報	68
⑧その他 [FA は省略]	2

Q32. チーム内でコロナに関する知識について、相談はありましたか。	
回答数	89
①あった	78
②なかった	11

Q33. チーム内のコロナの知識・理解について、どのように感じていますか。	
回答数	89
①全く不安がない	1
②ほぼ不安がない	40
③やや不安がある	46
④大いに不安がある	2

Q34. コロナの取材・報道内容に関する社内での議論について、いずれかあてはまるものにチェックを付けたうえで、選んだ理由に沿って、その具体例を300字以内でお書きください。[FA は省略]	
回答数	89
①とても自由に議論できた	26
②比較的自由に議論できた	46
③あまり議論できなかった	16
④全く議論できなかった	1

Q35. コロナ禍の取材・報道に関する以下の事項について、それぞれ 300 字以内でお書きください。

- ・コロナ禍の取材・報道において、ご自身のチーム内で課題や問題になったこと
- ・コロナ禍の取材・報道における悩みや、ご自身が最も苦勞したこと

[FA、省略]

(3) 情報番組担当者アンケート

① ご自身の情報番組における取材について、お伺いします。

Q1. ご自身の情報番組のスタッフで、コロナ関連の独自取材を行いましたか。	
回答数	91
①行った	55
②行わない	36

Q2. Q1 で①「行った」とお答えになった社につきまして、実施したものにチェックを付けてください（複数回答可）。	
回答数	55
①新型コロナウイルスの特徴（変異ウイルスなど）に関する独自取材	33
②地元視聴者へのインタビュー	40
③専門家（医師・学者）へのインタビュー	48
④政府・行政の発表・施策に関する取材	36
⑤予防策（マスクの着用や手洗い、3密回避の奨励など）に関する取材	47
⑥視聴者の生活に関わる情報（物流や休業・時短営業など）の取材	49
⑦ワクチンや治療薬など医薬品に関する取材	33
⑧その他 [FA は省略]	4

Q3. ご自身の情報番組のコロナ禍における取材対象についてお伺いします。以下の事項であてはまるものを選んでください。						
回答数	91					
	①コロナ患者を収容した病院内の取材	②クラスターの発生した病院や学校、施設の取材	③緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材	④政府・自治体等の会見	⑤医師会など関連機関の会見	⑥コロナの陽性反応が出た人（職場等へ復帰した人を含む）への取材
番組で取材を行ったことがある	19	12	46	36	30	26
取材を行っていない	72	79	45	55	61	65

Q4. Q3 の取材（他のスタッフへの指示も含む）について、感染への不安はありましたか。						
回答数	91					
	①コロナ患者を収容した病院内の取材	②クラスターの発生した病院や学校、施設の取材	③緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材	④政府・自治体等の会見	⑤医師会など関連機関の会見	⑥コロナの陽性反応が出た人（職場等へ復帰した人を含む）への取材
不安があった	41	36	33	17	17	30
不安はなかった	6	7	16	32	29	16
どちらとも言えない	44	48	42	42	45	45

Q5. 貴社放送エリアに緊急事態宣言、または「まん延防止等重点措置」（以下「まん防」）が発令された期間の対面取材（リモートを除く）についてお伺いします。他のスタッフへの指示を含め、行ったことがあるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	91
①屋外・街頭での対面取材	78
②店内・屋内での対面取材	79
③自社内での対面取材	60
④その他の形での対面取材：方法をお書きください[FA は省略]	6
⑤緊急事態宣言やまん防の発令下、いずれの形でも対面取材は行わなかった	8

Q6. Q5 で「対面取材」を実施した際、取材相手に配慮した事項にすべてチェックを付けてください。	
回答数	83
①取材者のマスクあるいはフェイスガードの着用	81
②被取材者のマスクあるいはフェイスガードの着用	78
③距離の確保	82
④パーテーションの設置	71
⑤モザイク・ぼかし等の画像処理	22
⑥音声処理	19
⑦構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	38
⑧その他 [FA は省略]	6

Q7. コロナ禍における対面取材（リモートを除く）について、お考えに近いものを選択のうえ、選んだ理由を 300 字以内でお書きください。[FA は省略]	
回答数	91
①不安があった	73
②不安はなかった	4
③どちらともいえない	14

Q8. 2020 年 1 月以降、ご自身の情報番組でオンライン取材を行ったことはありますか。	
回答数	91
①ない	6
②ある：使用ツールおよびメリット／デメリットを 300 字以内でお書きください[FA は省略]	85

Q9. コロナ禍の人々の行動に関し、次の取材を（スタッフへの指示も含め）行ったことがありますか。				
回答数	91			
	政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材	外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材	マスクをしていない人に対する取材	自粛要請に従っていない飲食店の取材
①行ったことがある	29	46	16	12
②行っていない	62	45	75	79

Q10. Q9 で①とお答えした社につきまして、オンエアのために行ったことをお答えください。 ※注：Q9 すべてに「②行っていない」と回答した場合、本設問は回答できない仕組みとした。	
回答数	52
政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材	
①モザイク・ぼかし等の画像処理	20
②音声の変換	11
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	24
④加工・調整は行わなかった	3
⑤指示も含め、取材をしていないため、いずれもあてはまらない	21
無回答	
外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材	
①モザイク・ぼかし等の画像処理	12
②音声の変換	7
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	17
④加工・調整は行わなかった	20
⑤指示も含め、取材をしていないため、いずれもあてはまらない	9
無回答	
マスクをしていない人に対する取材	
①モザイク・ぼかし等の画像処理	9
②音声の変換	7
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	10
④加工・調整は行わなかった	5
⑤指示も含め、取材をしていないため、いずれもあてはまらない	35
無回答	
自粛要請に従っていない飲食店の取材	
①モザイク・ぼかし等の画像処理	10
②音声の変換	9
③構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）	10
④加工・調整は行わなかった	2
⑤指示も含め、取材をしていないため、いずれもあてはまらない	40
無回答	

Q11. Q9 のいずれかの取材を（指示も含め）行った理由／行わなかった理由をお書きください。

- ・行った理由（300字以内でお書きください）
- ・行わなかった理由（300字以内でお書きください）

[FA、省略]

② 番組制作についてお伺いします。

Q12. ご自身の情報番組内で導入したものにチェックを付けてください（複数回答可）。	
回答数	91
①アクリル板等、出演者間の仕切り	91
②機材の消毒	85
③検温	84
④PCR 検査・抗原検査	70
⑤一部出演者のリモート出演	88
⑥ソーシャルディスタンスを保つためのスタジオセットの変更・修正	75
⑦出演者の人数を減らした	74
⑧その他 [FA は省略]	9

Q13. 取材から編集、オンエアまでの作業で、コロナ禍前と変わったことについてお伺いします。取材について、変化はありましたか。	
回答数	91
①変わらない	9
②変化があった：具体例 [FA は省略]	82

Q14. Q13 に続いてお伺いします。編集について、変化はありましたか	
回答数	91
①変わらない	31
②変化があった：具体例 [FA は省略]	60

Q15. Q14 に続いてお伺いします。番組送出および収録について、変化はありましたか。	
回答数	91
①変わらない	23
②変化があった：具体例 [FA は省略]	68

Q16. コロナ禍においてご自身の情報番組の制作上、苦勞したことを挙げてください（複数回答可）。	
回答数	91
①機材・設備面で苦勞した	44
②出演者の番組出演が困難になった	80
③スタッフの人数確保に苦勞した	39
④スタッフの士気の低下	35
⑤その他 [FA は省略]	20
⑥コロナ禍前と変わらない	1

③ ご自身の情報番組の出演者についてお伺いします。

Q17. コロナ関連の専門家は出演しましたか（リモートを含む）。	
回答数	91
①レギュラーで出演した	3
②不定期で出演した	53
③出演しなかった	35

Q18. Q17 で①、②とお答えになった社につきまして、出演した専門家であてはまるものにチェックを付けてください（複数回答可）。	
回答数	56
①感染症の専門家	50
②感染症以外が専門の医師・医学者	32
③看護師等（経験者も含む）	12
④医療関係以外の教授等	12
⑤その他 [FA は省略]	1

Q19. Q17 で①、②とお答えになった社につきまして、専門家を人選したきっかけ等を教えてください（複数回答可）。	
回答数	56
①放送エリア内の大学や専門機関から	48
②放送エリア外の大学や専門機関から	12
③自局の報道番組に出演していた	17
④系列局に出演していた	4
⑤他のメディアに出演していた	11
⑥その他 [FA は省略]	5

Q20. 専門家の発言等に関して配慮した点について、あてはまるものにすべてチェックを付けてください。	
回答数	56
①オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした	47
②専門用語の解説方法を確認した	23
③発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した	28
④生放送か収録かを確認した	34
⑤複数の専門家を人選するようにした	14
⑥事前に発言内容の相談をした：具体例 [FA は省略]	14
⑦その他：具体例 [FA は省略]	1
⑧特に行ったことはない	3

Q21. ご自身の情報番組に出演するコメンテーターについてお伺いします。コロナ関連の発言を求める際に行ったことであてはまるものすべてにチェックを付けてください	
回答数	91
①オンエア当日に番組で取り上げるテーマ等を事前にレクチャーした	50
②専門用語について説明した	20
③発言に対し、番組内で質疑がある旨を確認した	30
④生放送か収録かを確認した	29
⑤事前に発言内容の相談をした：具体例 [FA は省略]	12
⑥その他：具体例 [FA は省略]	3
⑦特に行ったことはない	50

④ 情報源及び情報の利用についてお伺いします。

Q22. ネット上のコロナ関連の情報についてお伺いします。ネットから得た情報をご自身の情報番組で扱ったことはありますか。	
回答数	91
①あった	35
②なかった	56

Q23. Q22 で①「あった」とお答えになった社につきまして、どのような情報を扱いましたか(複数選択可)。	
回答数	35
①政府・行政機関の情報	31
②医療機関など、公的機関の情報	27
③ネットニュースの情報	6
④SNS 上の医療関係者・専門家と思われる発信者の情報	8
⑤一般の匿名の SNS 上の情報	8
⑥その他 [FA は省略]	1

Q24. Q23 でお答えになった情報に関し、正確性を担保するために実施したことをお書きください。(300 字以内でお書きください) [FA、省略]

Q25. コロナ関連の情報をめぐり、ネット上をはじめとする「デマ」や間違った情報を正すために番組で行ったことがございましたら、お書きください。(300 字以内でお書きください) [FA、省略]

⑤ 報道内容についてお伺いします。

Q26. ご自身の情報番組で、地元エリアの都道府県のコロナに関する以下の事項について、どれくらいの頻度で伝えましたか (番組内のニュース枠を除く)。				
回答数	91			
	当日の感染者数	当日の重症者数	死者数 (当日発表の人数)	ワクチンの接種状況 (地元放送エリアでの開始以降)
①毎日伝えた	46	22	33	6
②特記事項がある場合に伝えた	18	37	25	42
③ほとんど伝えなかった	27	32	33	43

Q27. ご自身の情報番組において、以下の事項をそれぞれどれくらいの頻度で伝えましたか（番組内のニュース枠を除く）。									
回答数	91								
	総理大臣の会見	コロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見	地元放送エリアの都道府県に対する緊急事態宣言の発出／終了	地元放送エリアに対するまん延防止等重点措置の発出／終了	地元自治体（知事）の会見	「東京アラート」など、地元自治体独自のアラートの発出／終了	政府の専門家会合の会見	エリア内の都道府県の有識者会議の会見	外部の研究グループの会見
①発表等があった日に必ず伝えた	9	0	50	48	24	28	1	8	0
②特記事項がある場合に伝えた	33	38	19	17	40	25	30	30	25
③ほとんど伝えなかった	49	53	22	26	27	38	60	53	66

Q28. ご自身の情報番組で放送エリア外のコロナの感染状況はどのように伝えましたか（番組内のニュース枠を除く）。	
回答数	91
①全国の状況を毎日伝えた	4
②全国の状況について、顕著な変化があった場合にその都度伝えた	32
③放送エリアに隣接する都道府県の感染状況を毎日伝えた	5
④放送エリアに隣接する都道府県の感染状況について、顕著な変化があった場合のみ伝えた	40
無回答	10

Q29. ご自身の情報番組における、コロナ禍の報道に関する以下の事項について、それぞれ300字以内でお書きください。

- ・コロナ関連の情報を報道した際に「わかりやすさ」の観点で特に注力したこと（具体例）
- ・コロナ禍によって伝えられなかった、あるいは報道量が減った事項[FA、省略]

Q30. ご自身の情報番組で視聴者の不安を解消するために実施したことにすべてチェックを付けてください。	
回答数	91
①新型コロナウイルスの特徴（変異ウイルスなど）に関する独自取材	29
②地元視聴者へのインタビュー	38
③専門家（医師・学者）へのインタビュー	53
④政府・行政の発表・施策に関する取材	40
⑤予防策（マスクの着用や手洗い、3密回避の奨励など）に関する取材	65
⑥視聴者の生活に関わる情報（物流や休業・時短営業など）の取材	65
⑦ワクチンや治療薬など医薬品に関する取材	36
⑧コロナ以外の報道を増やす	24
⑨ニュースの順番や見出し、テロップなど、編集上の工夫	39
⑩アナウンサーの口調・表情などに配慮する	50
⑪コメンテーターのコメント内容に配慮する	35
⑫その他 [FA は省略]	6
無回答	1

Q31. コロナ禍の取材・報道における悩みや、ご自身が最も苦勞したことをお書きください。
 (300字以内でお書きください) [FA、省略]

⑥ ご自身の情報番組内の新型コロナウイルスに関する知識についてお伺いします。

Q32. ご自身の情報番組のスタッフ間で、コロナ関連の知識に関して共有したものを教えてください（複数回答可）。	
回答数	91
①専門書・専門雑誌・論文等の情報	14
②取材以外で専門家から得た情報	45
③公的機関・専門機関のウェブ上の情報	71
④SNSの情報	18
⑤番組スタッフが取材で得た内容	65
⑥テレビからの情報	68
⑦新聞からの情報	69
⑧その他 [FA は省略]	5

Q33. 番組スタッフ間でコロナに関する知識について、相談はありましたか。	
回答数	91
①あった	79
②なかった	12

Q34. スタッフのコロナの知識・理解について、どのように感じていますか。	
回答数	91
①全く不安がない	2
②ほぼ不安がない	45
③やや不安がある	40
④大いに不安がある	4

3. 新型コロナウイルス関連事項 年表（2020～2021）

朝日新聞デジタル (<https://www.asahi.com/>)

NHK特設サイトコロナウイルス「コロナ関連記事全記録」

(<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/chronology/>)

を基に作成。

2020年	主なできごと
2020/1/9	中国・武漢の肺炎集団感染 新型のコロナウイルスを検出
2020/1/11	武漢の肺炎、61歳が死亡 新型コロナウイルスで初
2020/1/14	WHO、新型コロナウイルスを確認
2020/1/15	日本国内で初めて感染確認 武漢に渡航した中国籍の男性
2020/1/29	武漢の邦人 206人帰国 機内と到着後検査の4人、都内の病院に
2020/1/30	WHO、「国際的な緊急事態」を宣言
2020/2/3	乗客の感染が確認されたクルーズ船、横浜港に入港
2020/2/11	WHO、新型コロナウイルスを「COVID-19」と命名
2020/2/13	国内で初めて感染者死亡 神奈川県に住む80代女性
2020/2/16	厚労省、新型ウイルス 電話相談を24時間態勢に 外来窓口も拡大
2020/2/23	G20開幕 新型ウイルス 世界経済への影響を議論
2020/2/25	政府、感染拡大に備え「基本方針」決定
2020/2/27	安倍首相、全国すべての小中高校に臨時休校要請の考え公表
2020/2/28	北海道知事、独自に「緊急事態宣言」
2020/3/3	「トイレトペーパー在庫十分 落ち着いて行動を」経産相が会見で
2020/3/4	国内感染1000人超す
2020/3/10	政府、新型コロナウイルスに係る事態を「歴史的緊急事態」に初指定
2020/3/11	センバツ高校野球 初の中止決定
2020/3/13	新型コロナで改正特措法成立、緊急事態宣言可能に
2020/3/19	北海道、緊急事態宣言終了 外出自粛は継続
2020/3/23	小池都知事、「都市封鎖（ロックダウン）」に言及
2020/3/24	東京五輪は1年程度延期 安倍首相とIOC会長が合意
2020/3/25	小池都知事、緊急会見「週末は外出控えて」
2020/3/26	政府、特措法に基づく対策本部設置
2020/3/26	首都圏一円「移動自粛」5都県知事が共同要請
2020/3/29	志村けんさん死去 新型コロナウイルスによる肺炎で
2020/3/30	東京五輪、2021年7月23日開幕決定 IOCと組織委合意

2020年	主なできごと
2020/4/7	「新型コロナウイルス感染症緊急経済対策」閣議決定 布製マスクを一住所当たり2枚配布
2020/4/7	7都府県に緊急事態宣言
2020/4/10	小池都知事、休業を要請する業態や施設を公表
2020/4/16	「緊急事態宣言」全国に拡大 13都道府県は「特定警戒都道府県」に
2020/4/18	国内の感染者 1万人を超える（クルーズ船除く）
2020/4/30	20年度補正予算成立 一律10万円給付、中小企業に最大200万円
2020/5/14	政府、緊急事態宣言 39県で解除 8都道府県は継続
2020/5/25	緊急事態の解除宣言 約1カ月半ぶりに全国で解除
2020/6/2	初の「東京アラート」都民に警戒呼びかけ
2020/6/18	4カ国の入国緩和、首相表明
2020/6/19	濃厚接触の疑い通知するアプリ「COCOA」利用開始
2020/6/19	プロ野球、3カ月遅れの開幕 初の無観客
2020/7/6	新型コロナ分科会初会合 専門家会議廃止、新組織に
2020/7/17	「神奈川警戒アラート」県民に警戒呼びかけ
2020/7/22	「Go To トラベル」キャンペーン始まる
2020/8/3	小池都知事、酒提供の飲食店など営業夜10時まで 協力呼びかけ
2020/8/7	コロナ分科会、感染状況6つの指標
2020/8/17	甲子園高校野球交流試合 開幕
2020/8/25	文科省、新型コロナ感染者への差別や中傷で緊急メッセージ
2020/8/28	政府、新型コロナ対策の新たな方針発表
2020/9/2	コロナ抗体調査開始
2020/9/16	菅義偉内閣発足
2020/10/14	フランスが3カ月ぶりに非常事態を宣言 ヨーロッパで感染再拡大
2020/11/1	入国後の14日間待機 短期出張や日本居住外国人 条件付きで免除
2020/11/11	日本医師会長、感染拡大で「第3波」指摘
2020/11/21	政府、Go To トラベル・イートの運用見直しを決定
2020/12/3	大阪府、「医療非常事態宣言」
2020/12/17	東京都「年末年始コロナ特別警報」発出
2020/12/18	米ファイザー、コロナワクチン国内初申請
2020/12/21	日本医師会など医療団体、「医療の緊急事態」を宣言
2020/12/25	コロナ変異種、空港検疫で国内初確認 英から到着の5人
2020/12/28	全世界からの入国緩和、停止
2020/12/28	Go To トラベル全国一斉に運用停止

2021年	主なできごと
2021/1/8	4都県に緊急事態、再宣言
2021/1/13	緊急事態宣言、7府県追加、計11都府県に
2021/1/27	世界の新型コロナウイルス感染者数、1億人を超える。米ジョンズ・ホプキンス大集計
2021/2/12	「基本的対処方針」変更 「まん延防止等重点措置」などに対応
2021/2/13	改正特措法施行
2021/2/14	厚労省、米ファイザー製新型コロナワクチン 国内初の正式承認
2021/2/17	新型コロナウイルスワクチン 国内接種始まる 100病院の医師ら4万人
2021/2/28	緊急事態宣言 首都圏除く6府県解除
2021/3/18	東京都、時短要請に応じない店に特措法に基づく命令 全国初
2021/3/26	21年度予算成立 過去最大106兆円 コロナ対応予備費5兆円
2021/4/5	まん延防止等重点措置 大阪、兵庫、宮城に適用開始
2021/4/7	大阪府、「医療非常事態宣言」病床ひっ迫 医療崩壊のおそれ
2021/4/12	まん延防止等重点措置 東京 京都 沖縄に適用
2021/4/12	高齢者へのコロナワクチン接種始まる
2021/4/14	尾身会長「第4波入り間違いない」 衆院厚生労働委員会で
2021/4/20	まん延防止等重点措置 埼玉 千葉 神奈川 愛知適用
2021/4/24	知事会、国へ緊急提言 移動抑制、呼びかけ求める
2021/4/25	4都府県、酒類提供店に休業要請
2021/4/25	3回目の緊急事態宣言 4都府県が対象
2021/5/5	北海道と札幌市、医療体制危機的状況で「医療非常事態宣言」
2021/5/7	政府、緊急事態宣言 4都府県5月31日まで延長、愛知 福岡追加
2021/5/16	北海道 岡山 広島3道県、緊急事態宣言 計9都道府県に
2021/5/17	ワクチン大規模接種 東京・大阪でネット予約受け付け開始
2021/5/21	厚労省、モデルナとアストラゼネカのワクチン 正式承認
2021/5/21	政府、緊急事態宣言、沖縄の追加を決定
2021/5/24	政府の新型コロナウイルスワクチンの大規模接種センター稼働
2021/5/28	政府、9都道府県の緊急事態宣言 6月20日まで延長を決定
2021/6/1	国内でこれまで確認されていない変異ウイルス 神戸で確認
2021/6/17	政府、7都道府県 緊急事態宣言からまん延防止等重点措置へ移行決定 沖縄は「宣言」延長
2021/7/6	4飲食店に裁判所が全国初の過料 東京都の時短命令に応じず
2021/7/8	政府、東京に4回目の緊急事態宣言決定 沖縄は延長
2021/7/23	東京五輪開幕
2021/7/26	ワクチンパスポート申請受け付け開始

2021年	主なできごと
2021/8/2	緊急事態宣言 6都府県に拡大 5道府県にまん延防止等重点措置
2021/8/5	政府、まん延防止等重点措置 8県を追加決定
2021/8/17	政府、「緊急事態宣言」「重点措置」対象拡大と期限延長を決定
2021/8/22	大阪、アストラゼネカのワクチン接種開始
2021/8/24	東京パラリンピック開幕
2021/8/25	政府、緊急事態宣言 8道県追加 まん延防止等重点措置 4県適用を決定
2021/8/26	モデルナのワクチン 一部に異物混入 約160万回分使用見合わせ
2021/8/27	東京都が若者向けに設置したワクチン接種会場に長蛇の列
2021/9/3	菅首相、総裁選不出馬表明 退任へ「コロナ対策専念」
2021/9/9	政府、緊急事態宣言 19都道府県で延長を決定
2021/9/10	新型コロナ 国内で「イータ株」18人感染 国内で感染判明は初
2021/9/28	政府、緊急事態・重点措置、全て解除、段階的に制限緩和決定
2021/9/30	緊急事態を全国で解除
2021/10/4	岸田内閣発足
2021/10/25	飲食店時短要請、5都府県で解除
2021/10/31	第49回衆議院議員選挙 投開票
2021/11/8	入国時の待機 3日間に短縮 外国人の入国も一部再開
2021/11/8	分科会、新指標決定 医療逼迫度を重視 感染状況5つにレベル分け
2021/11/19	ワクチン接種・陰性証明で制限緩和 コロナ対処方針変更、決定
2021/11/27	WHO、新変異ウイルス「オミクロン株」懸念される変異株に指定
2021/11/30	全世界からの外国人の新規入国を原則停止
2021/11/30	オミクロン株感染者 日本初確認 ナミビアから入国の30代外交官
2021/12/1	国交省、日本到着の国際線の新規予約停止を要請 12月末まで
2021/12/1	コロナワクチン3回目接種、医療従事者対象に開始
2021/12/2	国交省、国際線新規予約の一律停止要請取り下げ 航空会社に通知
2021/12/6	オミクロン株国内の日本人初の感染確認 イタリアに滞在歴
2021/12/16	東京都、全入国者の施設待機を緊急要望 オミクロン株感染受け
2021/12/18	3回目接種 間隔短縮の対象 高齢者施設入所者などに拡大
2021/12/20	21年度補正予算成立 歳出は計142.5兆円 18歳以下への10万円相当給付など
2021/12/20	「新型コロナワクチン接種証明書アプリ」運用開始
2021/12/22	大阪府、オミクロン株の市中感染初確認 渡航歴ない3人

「コロナ時代の民放報道研究」報告書

2022年3月

日本民間放送連盟 研究所

本報告書に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

日本民間放送連盟・研究所

TEL : 03-5213-7727、E-mail : kenkyu-chousa@j-ba.or.jp