

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

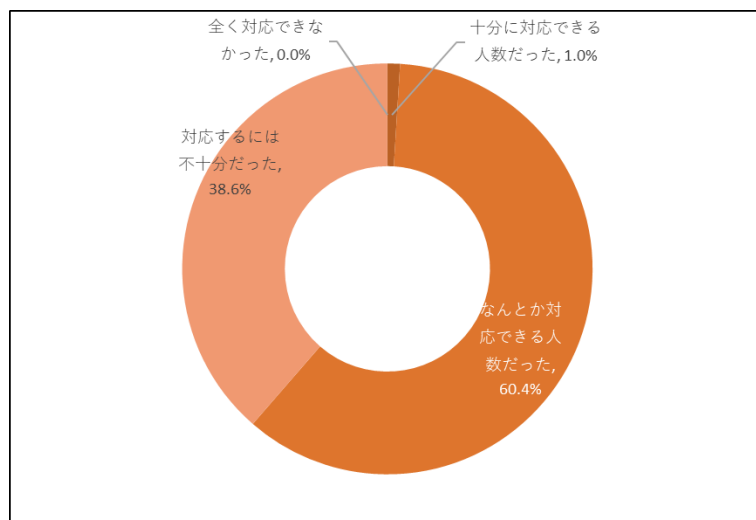
調査対象：民放地上テレビ放送事業者の報道責任者
調査時期：2021年8月23日～9月13日
調査方法：WEB上のアンケートフォームによるアンケート調査（マクロミル社「Questant」を利用）
集計社数：101社

(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)



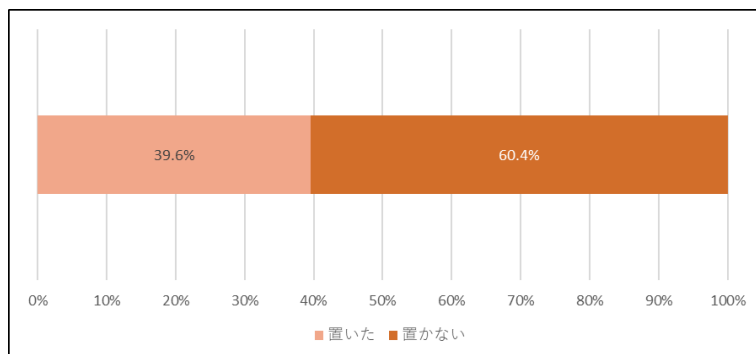
最も多かったのが「なんとか対応できる人数だった」で61社（60・4%）、次いで「対応するには不十分だった」が39社（38・6%）。「十分対応できる人数だった」は1社（1%）で、「全く対応できなかった」と回答した社はなかった。

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】

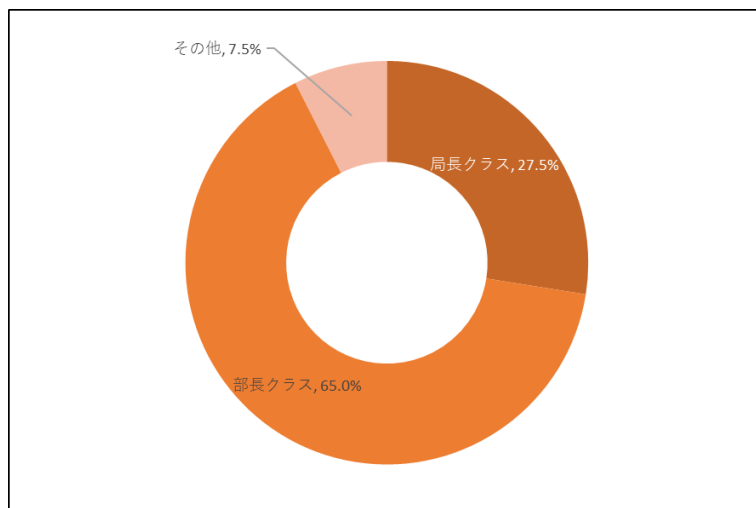
図表3-1-2. コロナ対応の責任者の設置 (n=101)



● 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)

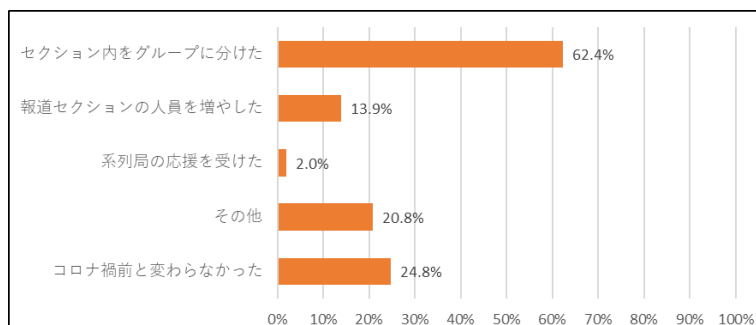


「局長クラス」と回答したのが11社 (27.5%)、「部長クラス」と答えたのが26社 (65.0%)、「その他」が3社 (7.5%) で、内訳は「副部長クラス」が1社、「局次長クラス」が2社だった。

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。

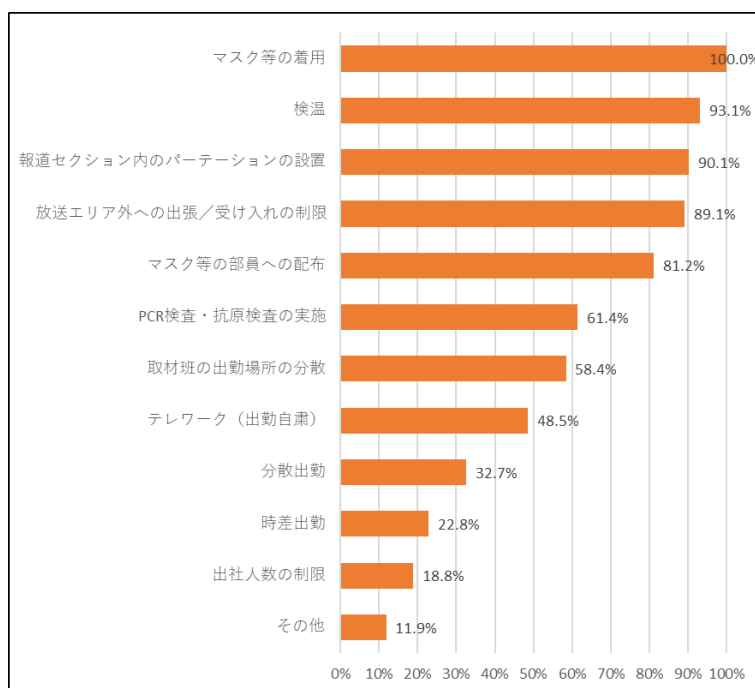
- ・物理的に記者やカメラマンの一部を分室に分けた。
- ・2020年3月～5月の期間は厳格にスタッフを2班に分けて感染防止を強化した。
- ・2班体制を組んだ。

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

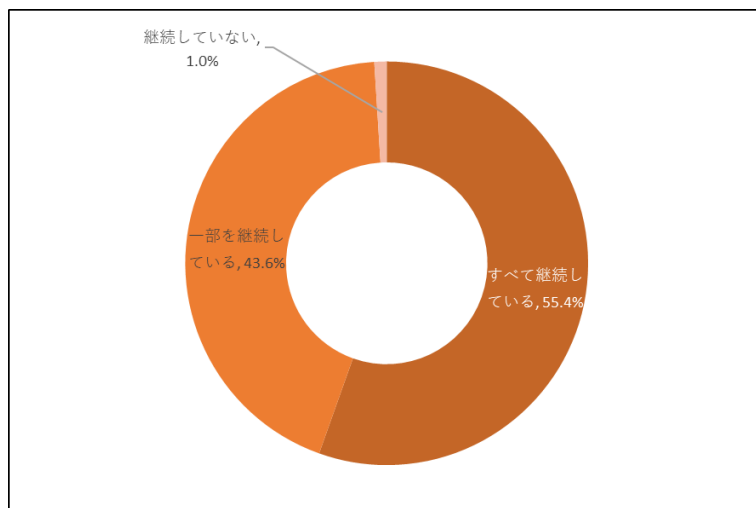
を変えるなど濃厚接触者で共倒れにならないようにした。

- ・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

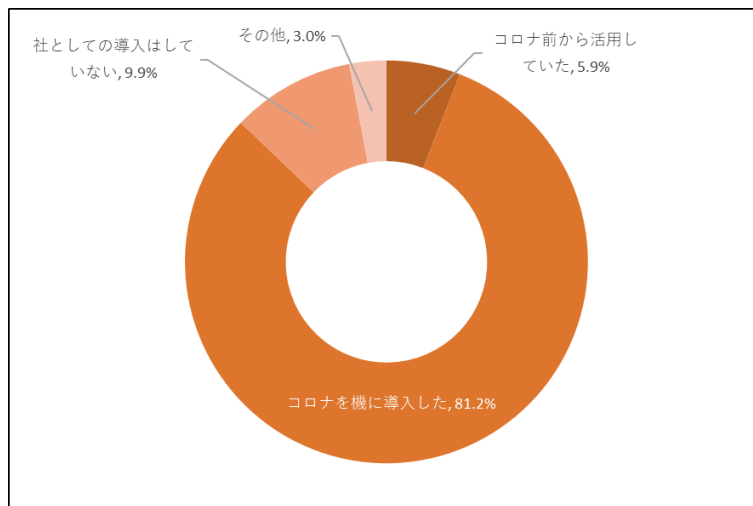
- ◇PCR 検査・抗原検査の実施：24 社
- ◇テレワーク（出勤自粛）：16 社
- ◇取材班の出勤場所の分散：14 社
- ◇その他：12 社
- ◇マスク等の部員への配布：11 社
- ◇分散出勤：10 社
- ◇時差出勤：9 社
- ◇出社人数の制限：7 社

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）



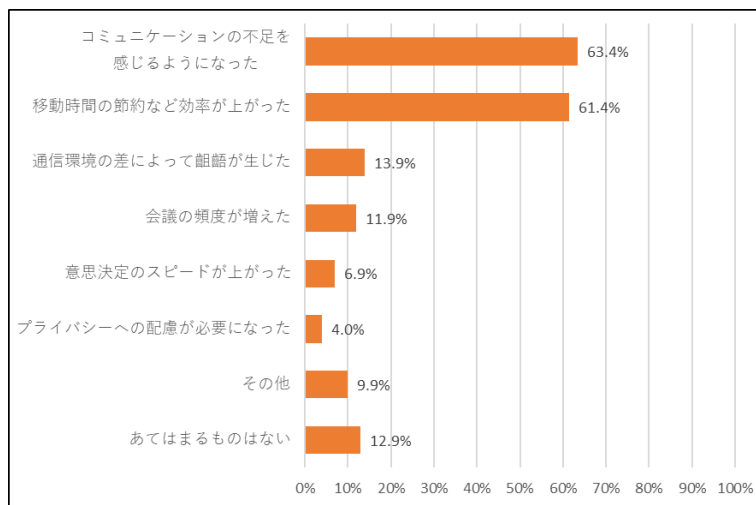
最も多かったのが「コロナを機に導入した」社で82社（81.2%）。「実態として利用しているが、社としての導入はしていない」との回答が10社（9.9%）、「コロナ前から活用していた」のは6社（5.9%）だった。

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。

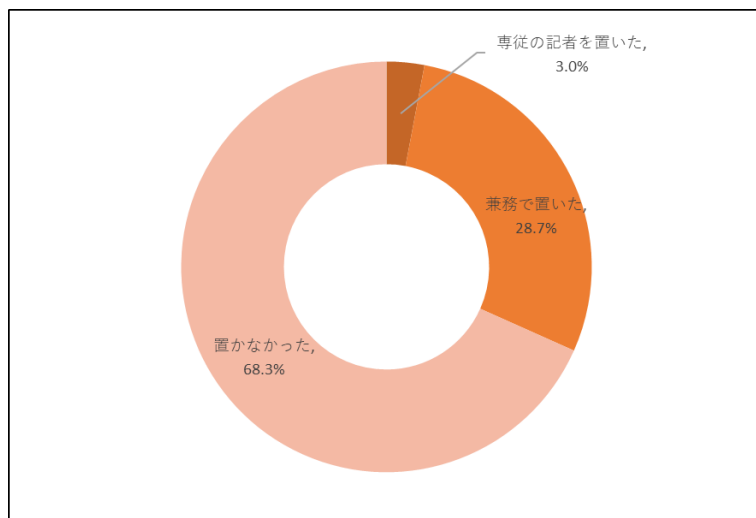
など「マイナス」の意見もあった。このほか、「大人数ではないため報道セクション内での使用はなく、主に社外関係者との会議に使用」「部内ではZoomなどのオンラインツールは未使用。社外会議打ち合わせ、取材のみ」など、使用していないことに関する意見が5件あった。

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)

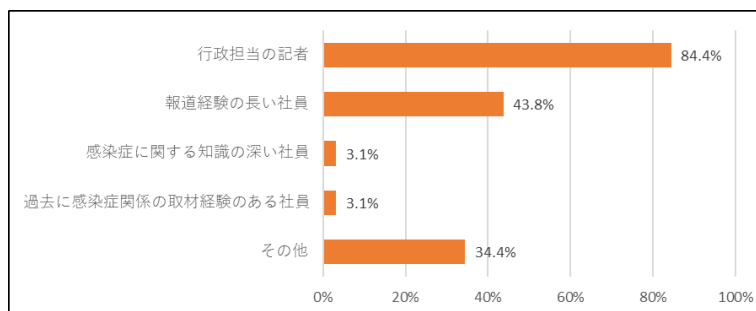


「置かなかった」との回答が最も多く69社（68.3%）。「専従の記者を置いた」のは3社（3.0%）、「兼務で置いた」のが29社（28.7%）だった。

● 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

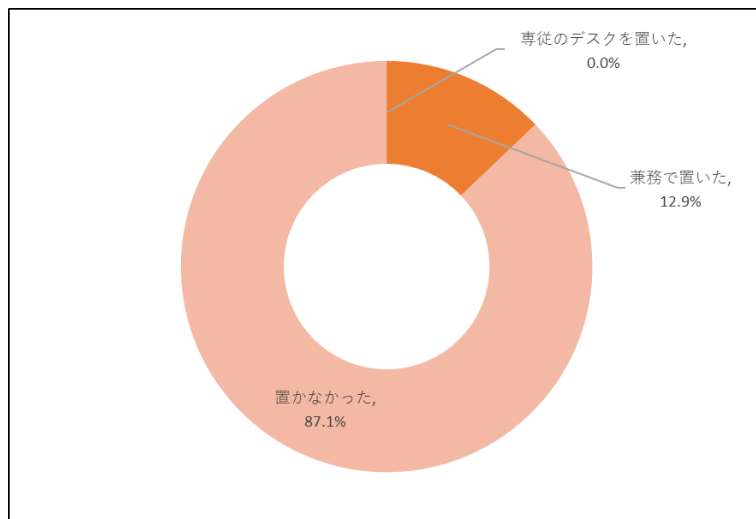
◇2020年10月までに置いた社：5社

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)

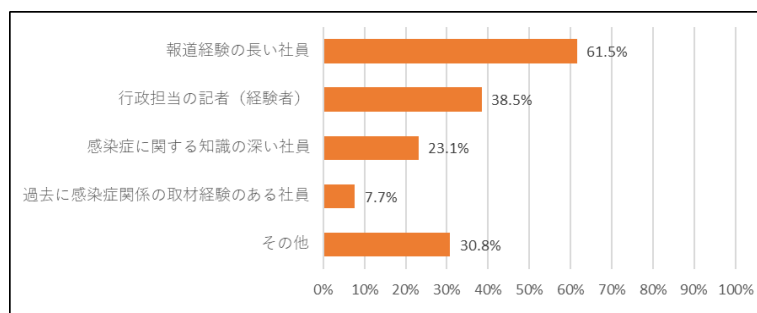


「置かなかった」との回答が最も多く88社（87.1%）。「兼務で置いた」のは13社（12.9%）で、「専従のデスクを置いた」社はなかった。

● 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

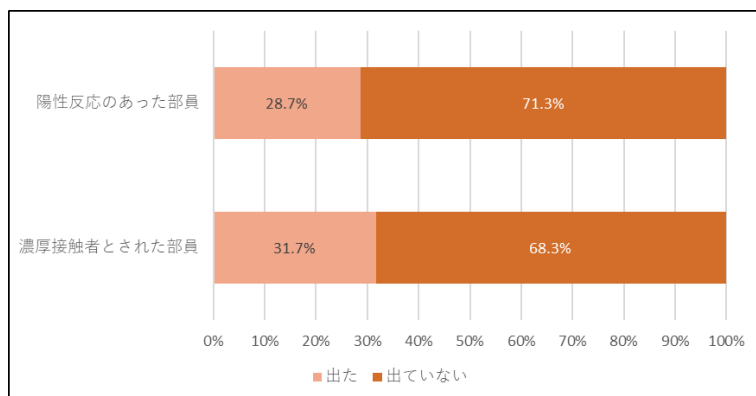
◇2020年10月まで置いた社：5社

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。

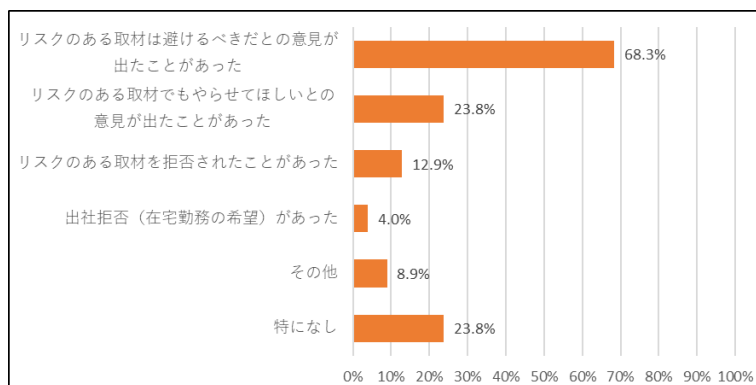
記述のあった社（66 社）のうち、およそ 4 割が自社のニュースなどで報じた旨を記述している。報道内容は「本社勤務の社員が感染・感染経路・社内及び取材活動などにおける社外の濃厚接触者なし」「県内ではきょう新たに 20 人の感染の確認が発表されました。そのうち〇人は《当社》の報道部に勤務するスタッフです。《当社》は本日中に専門業者による社内の消毒を行うとともに、関係各所と連携し保健所の指導の下、感染拡大防止につとめてまいります」など。なお「当初の陽性反応者 4～5 人まではニュースでの発表を行っていた（放送していた）が、昨年末ごろからはホームページでの発表にしている」「社外へは、第 1 号の発生の際にニュースで 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。

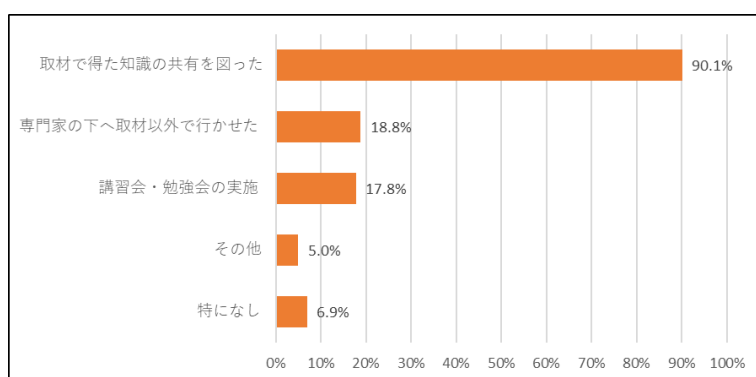
回答のあった 36 社のうち、「特になし」との記述を除いた意見を見ると、「職場に陽性者が出た場合の対応や、取材・放送の継続方法、濃厚接触者の認定基準などについて情報交換」との記述に代表されるように、感染者が出た場合の対応、感染対策・ルールの共有が図られている。なお、独立局同士も情報交換が行われていたようだ。

(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。

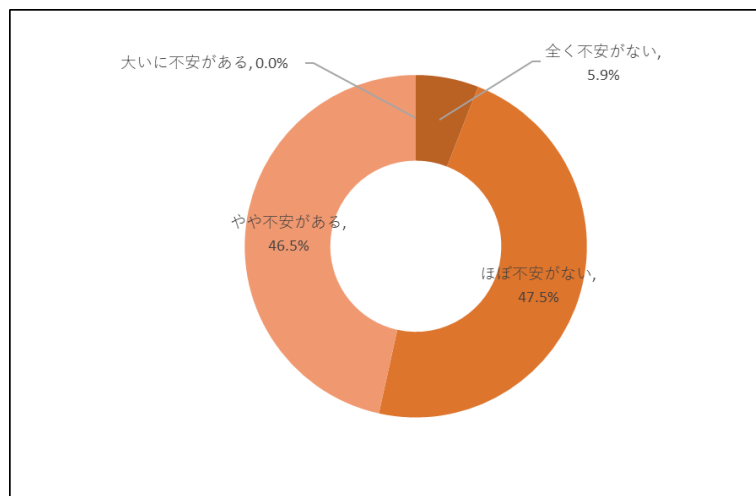
「その他」(5 社、5.0%) で寄せられた記述は以下のとおり。

- ・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)



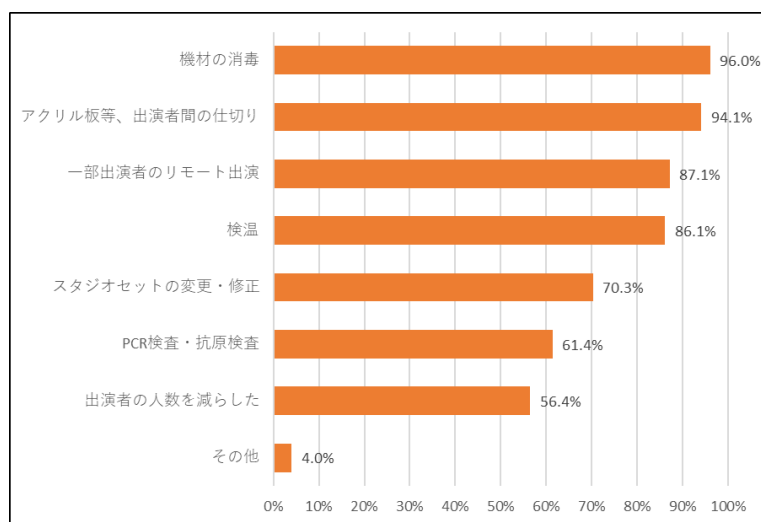
「ほぼ不安がない」(48社、47.5%)が最も多く、「全く不安がない」(6社、5.9%)と合わせると5割を超えた(53.4%)。「やや不安がある」と答えた社は47社(46.5%)。「大いに不安がある」との回答はなかった。

(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。

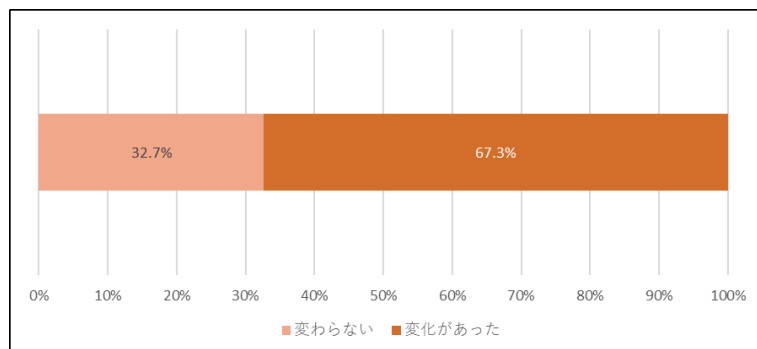
- ・飛沫対策としてスタジオでマイク等の音声担当の技術スタッフはマスク以外に加えてフェイスシールドや手袋を着用。制作スタッフもマスク以外にフェイスシールドを常備。報道セクションの入り口には会社出入り口とは別に検温器と消毒液を二重に設置した。
- ・リモートインタビューの多用。
- ・セットの変更はしていないが、ディスタンスは保つようにした。
- ・ヘアメイク場所の変更。

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】

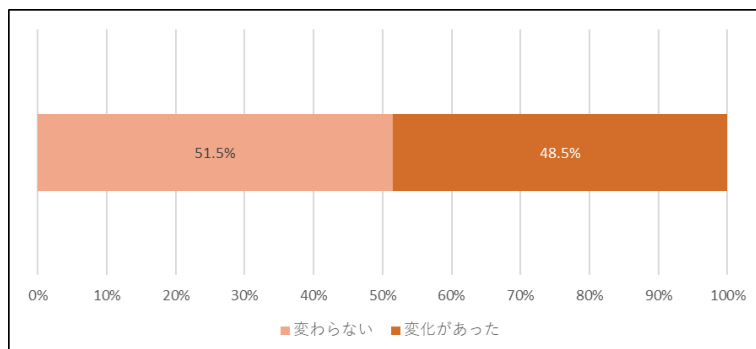
図表3-1-18. 取材についての変化 (n=101)



「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)

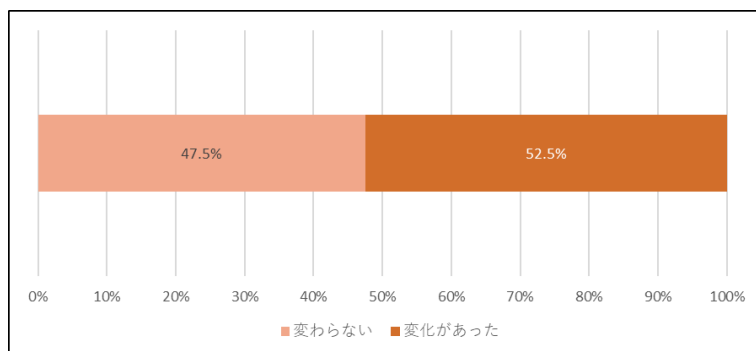


「変化があった」こと具体例は、取材した記者の編集への立ち合いをなくす、最小限の人数で行うなど、行動面、作業面での変化に関する記述が多く、また「編集室を2カ所に増やした」「編集室のドアはあけたままにする」といった変化や感染対策も目立った。

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)

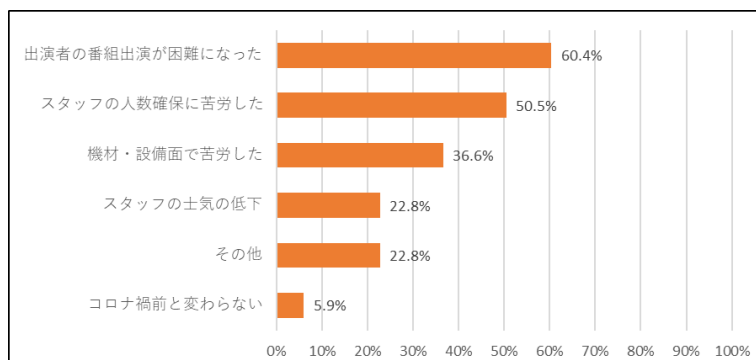


「変化があった」こと具体例は、ゲストをリモート出演にする、サブの人数を減らす、など人数制限に関する記述。また、アクリル板を入れるといったスタジオ内の変化に関する記述も目立つ。

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)



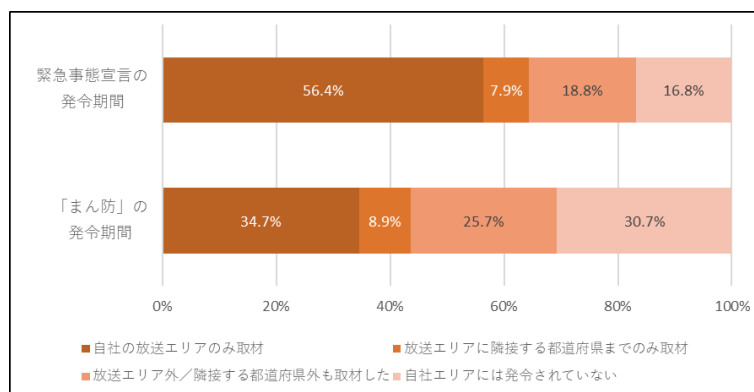
最も多かったのが「出演者の番組出演が困難になった」で61社（60.4%）が回答。「スタッフの人数確保に苦労した」（51社、50.5%）、「機材・設備面で苦労した」（37社、36.6%）、「スタッフの士気の低下」（23社、22.8%）と続いた。

「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。

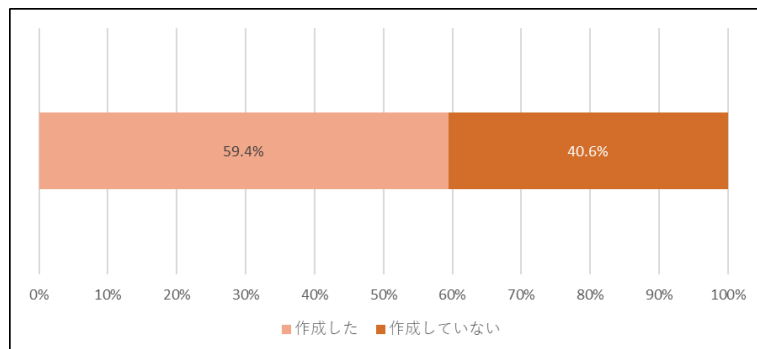
「まん防」の発令期間においては、緊急事態宣言の発令期間と同様、「自社の放送エリ

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。

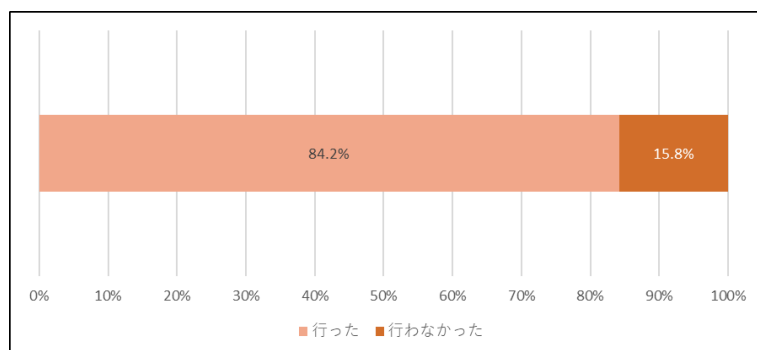
「作成した」60 社に作成日を尋ねたところ、最も早い社で 2020 年 1 月初旬に作成。2020 年中に 54 社が取りまとめている。そして、

- ◇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。

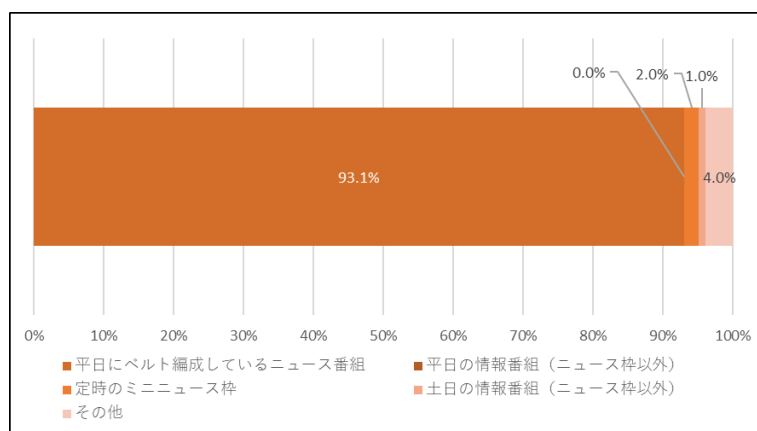
機材をめぐる記述では「リモートで編集できるシステムがなかった。また、生中継に耐えられるリモート会議システムがない」などの意見が寄せられている。

(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

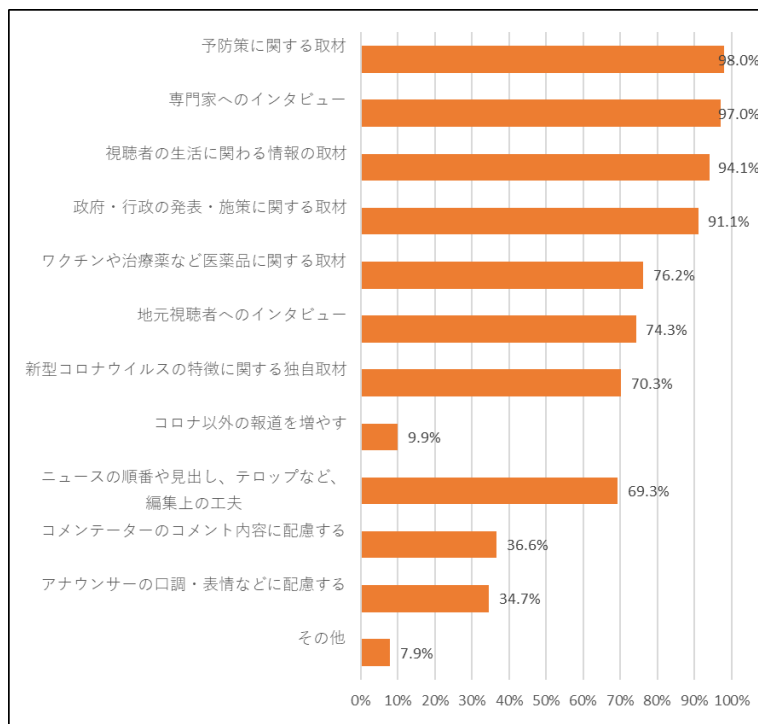
自社制作の報道番組で視聴者の不安を解消するために実施したことであてはまるものを選択肢からすべて選んでもらった。【図表 3-1-26】

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。

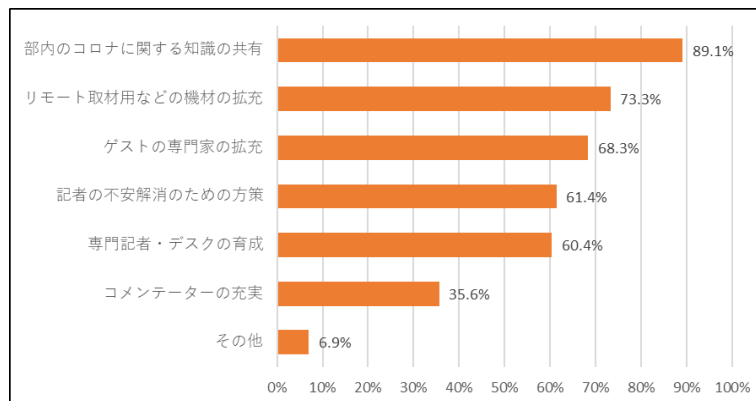
- ・いたずらに感染者数の多寡だけを伝えるのではなく、行政から発表される情報を基に、病床の状況、症状、年代を伝えることで、視聴者に現状を正しく理解してもらうことを心がけている。
- ・いつものキャスターが画面に出ることで不安感を解消することが大切であり、番組継続を第一に考えた。
- ・コロナ以外のニュースや情報コーナーでは気持ちが和らぐような報道を心掛けた。
- ・スポーツニュースの充実・季節感のあるニュース(映像)も意識して伝える。誹謗中傷の撲滅に向けた啓発。
- ・啓発(感染予防)スポットの放送/花や自然などの話題もこまめに取材した。
- ・短いものだが、コロナ感染の特徴を伝えるための啓蒙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

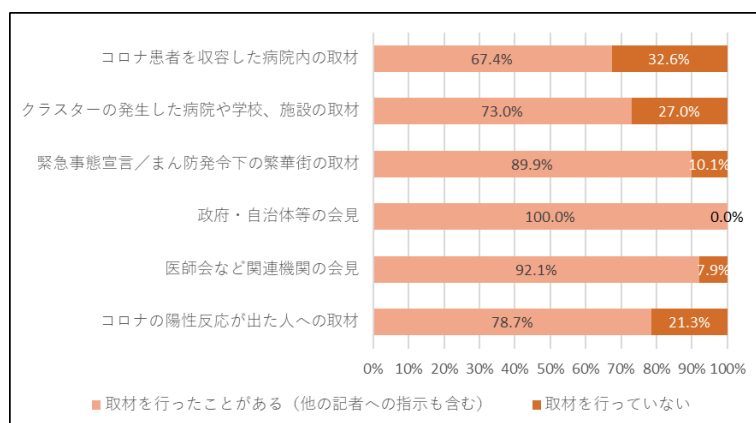
調査対象：民放地上テレビ放送事業者の報道デスク
調査時期：2021年8月23日～9月13日
調査方法：WEB上のアンケートフォームによるアンケート調査（マクロミル社「Questant」を利用）
集計社数：89社

(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)

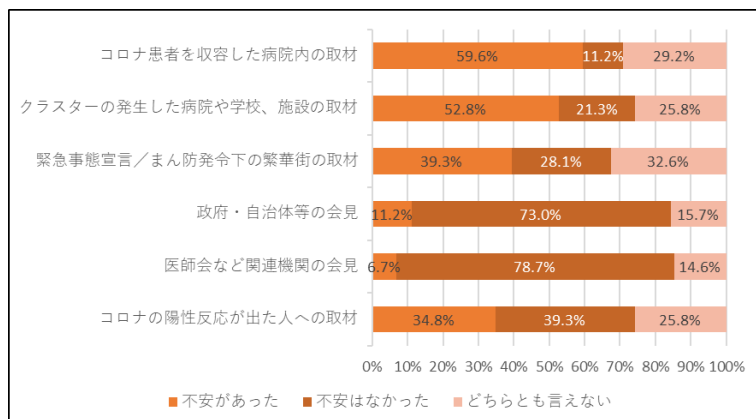


「コロナ患者を収容した病院内の取材」は 60 社（67.4%）、「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」は 65 社（73.0%）、「緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」は 80 社（89.9%）が「取材を行ったことがある」と回答。最も多かったのは「政府・自治体等の会見」で、全 89 社（100.0%）が取材したとしている。「医師会など関連機関の会見」も取材した社が多く 82 社と 9 割（92.1%）が回答した。「コロナの陽性反応が出た人への取材」は 70 社（78.7%）が行っている。

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。

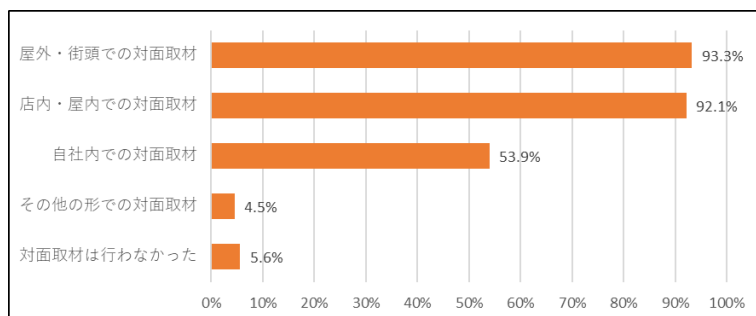
「緊急事態宣言/まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」は35社（39.3%）が「不安があった」、29社（32.6%）が「どちらとも言えない」と回答。「コロナの陽性反応が出た人（職場等へ復帰した人を含む）への取材」は31社（34.8%）が「不安があった」、35社（39.3%）が「不安はなかった」としている。

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)



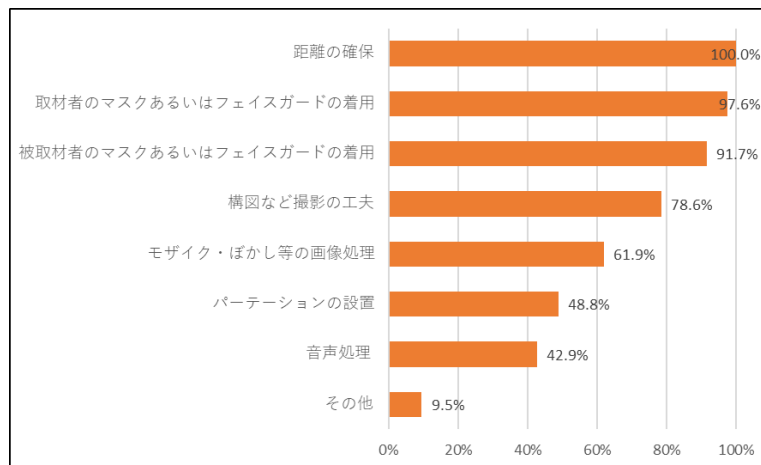
「屋外・街頭での対面取材」は83社（93.3%）、「店内・屋内での対面取材」は82社（92.1%）が選択。「自社内での対面取材」は48社（53.9%）。「その他の形での対面取材」

(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。

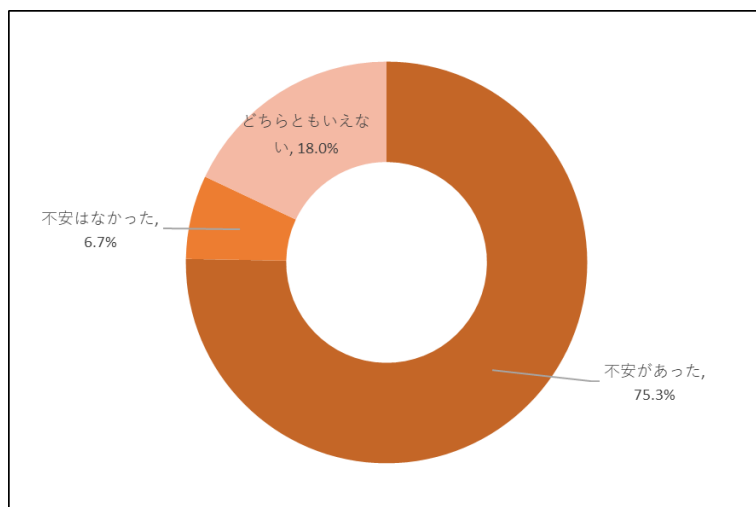
「構図など撮影の工夫(特定されないための撮影)」は66社(78.6%)、「モザイク・ぼかし等の画像処理」は52社(61.9%)が実施。他方、「パーテーションの設置」は41社(48.8%)、「音声処理」は36社(42.9%)が行っている。

「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。

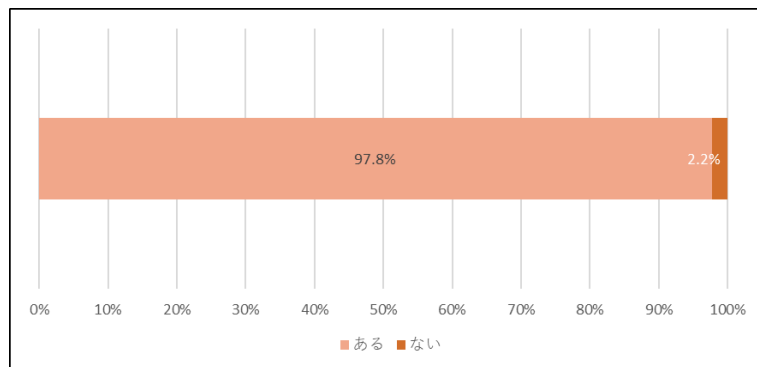
「どちらともいえない」と回答した社からは「同じ対面であっても『街頭での不特定多数』と『東京五輪出場を控えるアスリート』では感染リスクは大きく異なるように思う。不安＝感染リスクととらえれば複数の対策でリスクは下げられるが、ゼロにはできないから不安もゼロにはならない」「コロナ禍に限らず報道取材には、常にある程度のリスクが伴うものと考える」「感染対策を徹底して取材しているが、感染のリスクが『ない』とは言いきれない。『不安はない』と気を抜かないようリスクは意識しておく必要がある」

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。

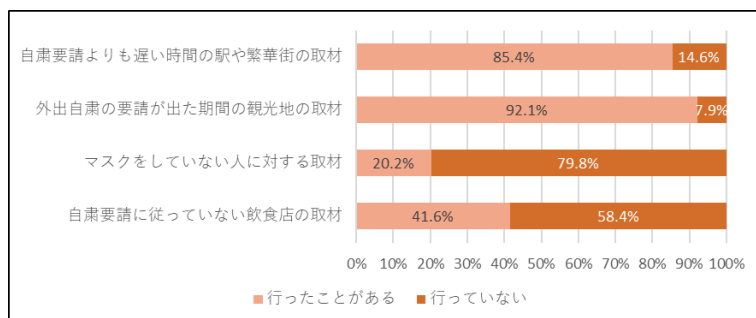
一方、デメリットとしては、画質や映像面、タイムラグなど通信環境面のほか、取材相手の本音や機微がとらえにくい、人間関係の構築が難しい、映像上の演出に制限があるといった意見がみられている。

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

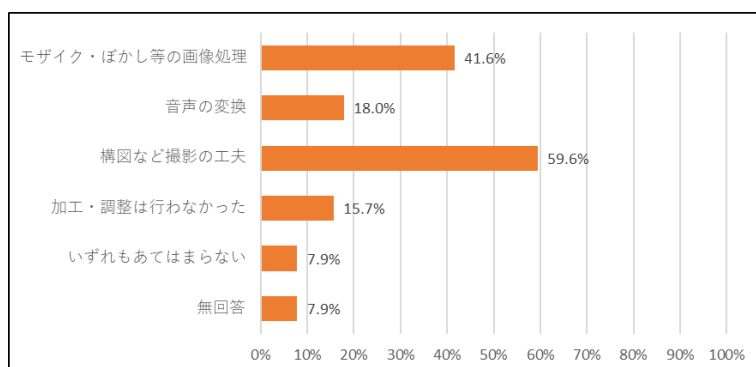
前の設問で尋ねた取材対象をオンエアするために施したことについて、「モザイク・ぼかし等の画像処理」「音声の変換」「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」「加工・調整は行わなかった」であてはまるものすべて、および「(指示も含め、取材をしていないため) いずれもあてはまらない」の選択肢から選んでもらった。

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。

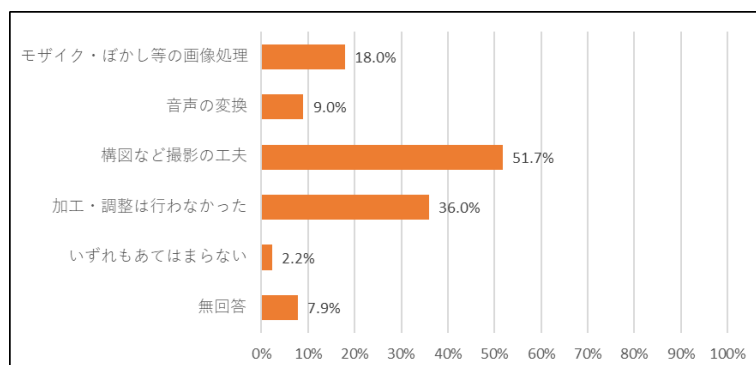
【図表 3-2-8】

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)



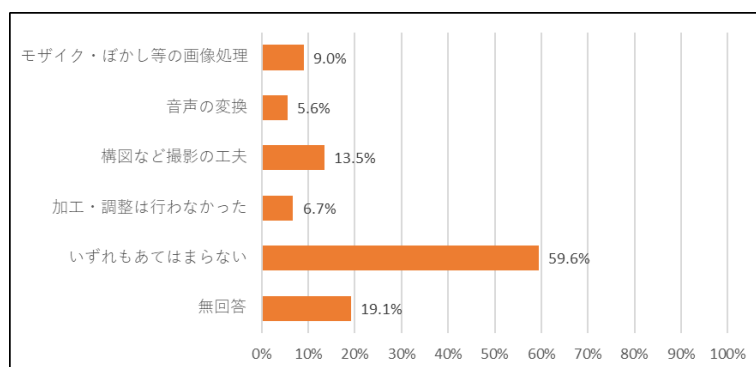
「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」のオンエアも、「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」(46 社、51.7%) が最も多いが、次に多かったのは「加工・調整は行わなかった」(32 社、36.0%) だった。【図表 3-2-9】

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)



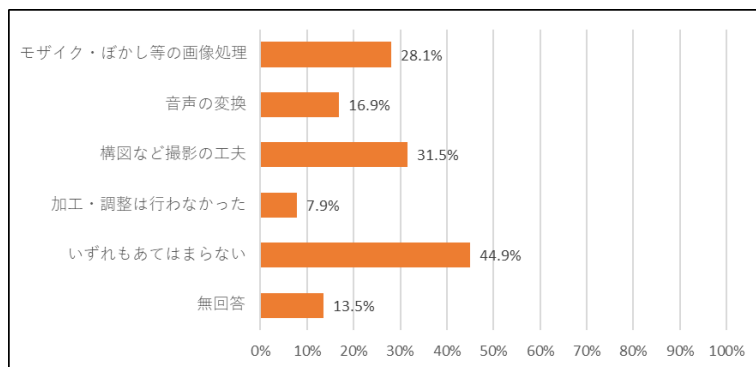
「マスクをしていない人に対する取材」のオンエアに関しては、「(指示も含め、取材をしていないため) いずれもあてはまらない」の割合が大きい (53 社、59.6%) が、それ以外のオンエアした社においては、「構図など撮影の工夫 (特定されないための撮影)」が 12 社 (13.5%)、「モザイク・ぼかし等の画像処理」が 8 社 (9.0%) で施されている。【図表 3-2-10】

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 自粛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」などの回答が挙げられた。

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を行った社からは「要請の効果を見るには、自粛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」「自粛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。

外出自粛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粛要請なので、撮らないでと言われない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。

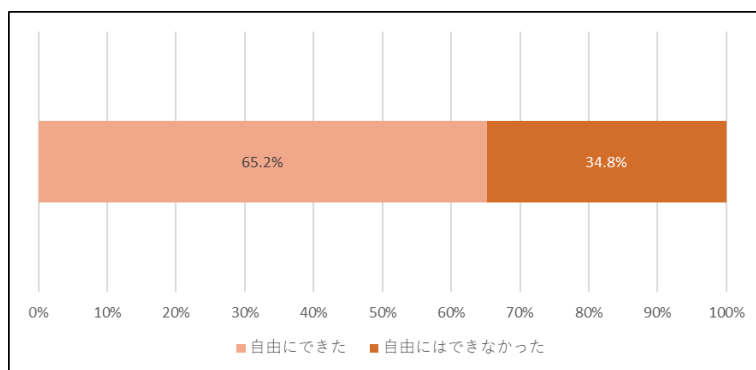
自粛要請に従っていない飲食店の取材には「従わないのには理由があるはず。その理由を放送しなかったため」「緊急事態宣言が繰り返されるにつれ慣れや自粛疲れによって人流抑制の効果が薄れつつある実情を、要請に従わない飲食店や市民側の事情も含めて報じることで、感染対策の限界や効果的な対策とは何かを提示するために上記取材を実施した」といった意見が寄せられている。

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)

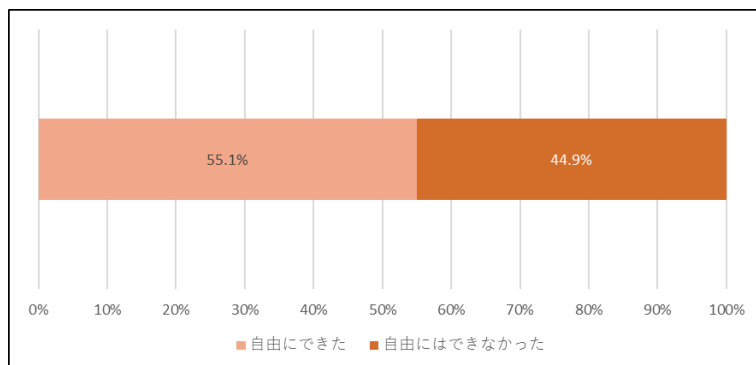


「自由にできた」が 58 社 (65.2%)、「自由にはできなかった」が 31 社 (34.8%) で、自由にできなかった事例として、代表撮影が増えていることや、人数制限が行われたことなどが多く挙げられている。また、ぶら下がり取材や撮影で制約があったとの記述もみられた。

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)

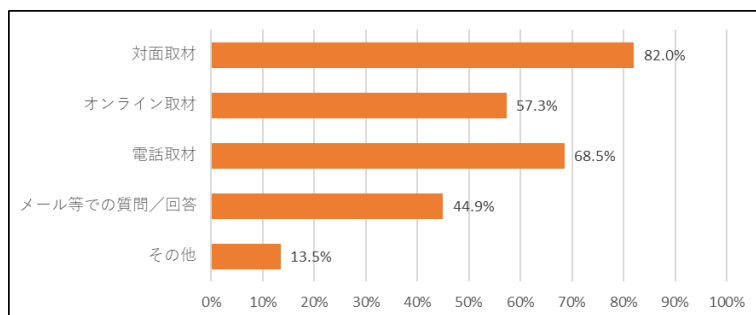


「自由にできた」と回答したのが 49 社 (55.1%)、「自由にはできなかった」が 40 社 (44.9%) で「ワクチン接種、保健所などの取材を多忙を理由に断られることがある」など取材を拒まれたケースや「感染防止の観点から、執務室内への立ち入りを断られたりしたため。インタビューには廊下などの比較的広い場所に対応してもらった」「感染対策を理由とした立ち入り制限」など、制限を課せられたといった事例が挙げられている。

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。

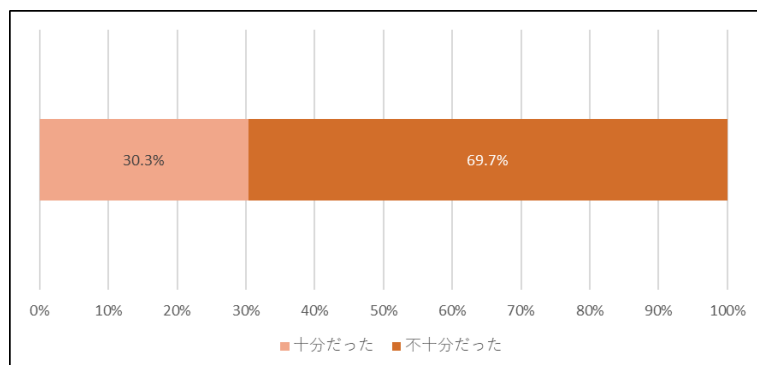
⑬ 行政の情報公開

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。

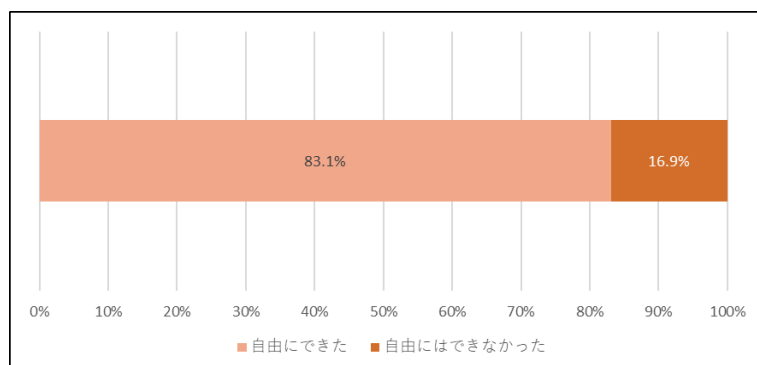
図表 3-2-15. 行政の情報公開 (n=89)



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

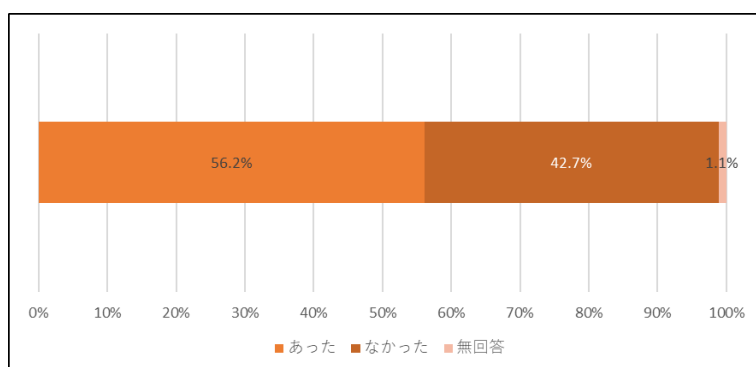
う、ハンドマイクをブームに取り付けるといった、取材相手との距離を保つ工夫も多くみられた。このほか「リスクが高い時は街頭インタビューを中止」「アポなしでの突撃取材などは原則行わないように注意した」といった意見もあった。

(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)

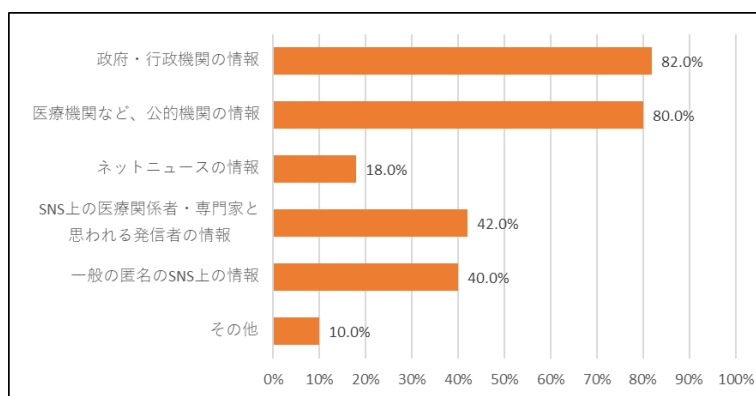


「あった」と答えた社が 50 社 (56.2%)、「なかった」が 38 社 (42.7%) だった (無回答 1 社、1.1%)。

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。

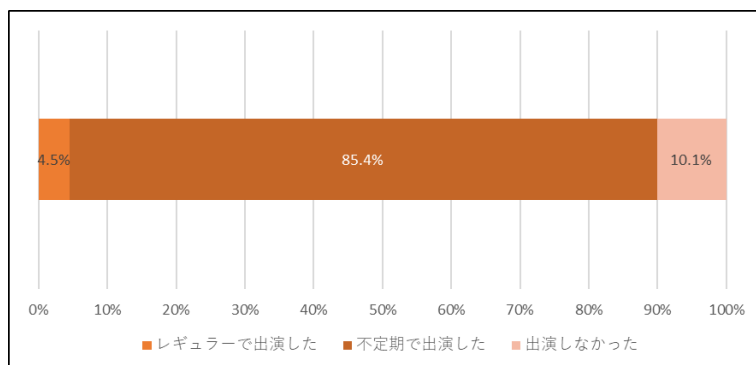
- ・若者のワクチン接種に対する認識について専門家に話を聞き放送。
- ・例えばワクチンをうったら妊娠しないといった内容は、専門家の見解を併せて報じた。
- ・「デマ」によって被害を受けた飲食店や感染者の取材を行った。また、ワクチンに関する「デマ」が広がっていることを受けて、ワクチンへの疑問を専門家に聞く特集も放送した。
- ・デマの被害を受けた人たちを取材し放送した。県の相談機関を紹介した。
- ・スーパーの社長が感染したとのうわさで売り上げが落ちた店に取材交渉し、それがデマであることを明らかにしたうえで、行為を注意する内容の放送をした。
- ・1年ほど前にトイレトペーパーがなくなった時など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）

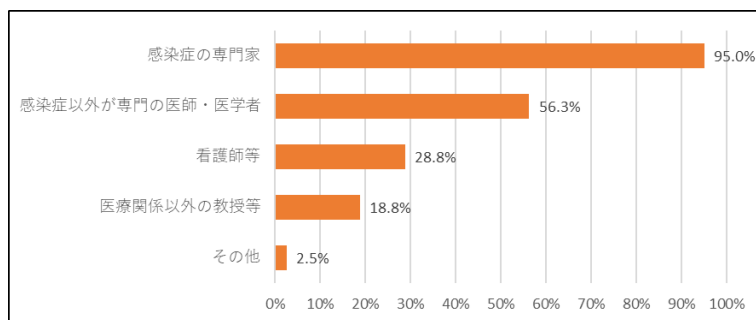


「不定期で出演した」が最も多く 76 社（85.4%）、「自社番組では出演しなかった」が 9 社（10.1%）。「レギュラーで出演した」が 4 社（4.5%）だった。

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）



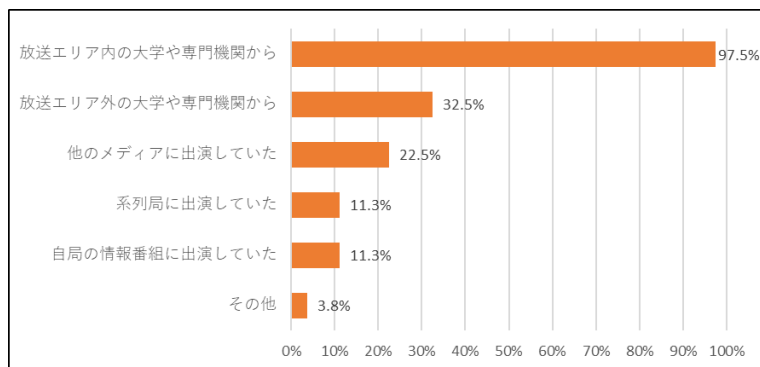
「感染症の専門家」が最も多く、76 社（95.0%）が回答。「感染症以外が専門の医師・医学者」との回答が 45 社（56.3%）、「看護師等（経験者も含む）」が 23 社（28.8%）から、「医療関係以外の教授等」が 15 社（18.8%）からあった。

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)



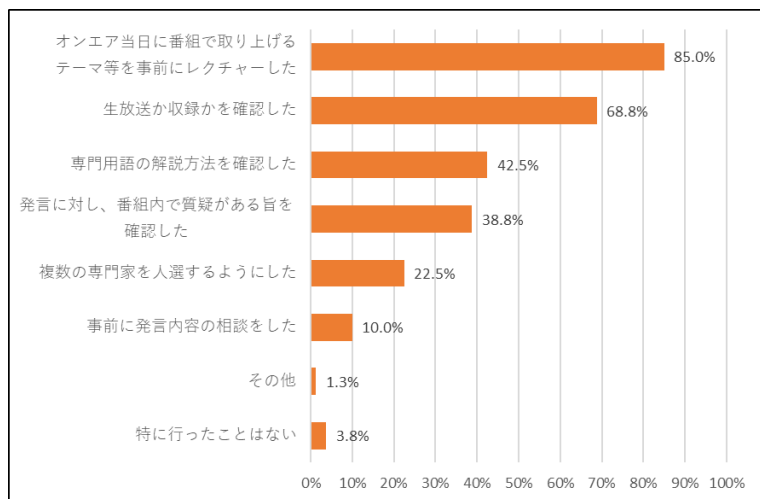
最も多かったのが「放送エリア内の大学や専門機関から」で 78 社 (97.5%) が回答。次は「放送エリア外の大学や専門機関から」で 26 社 (32.5%) が選んだ。このほか「他のメディアに出演していた」が 18 社 (22.5%)、「自局の情報番組に出演していた」と「系列局に出演していた」がそれぞれ 9 社 (11.3%)、などとなっている。

「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。

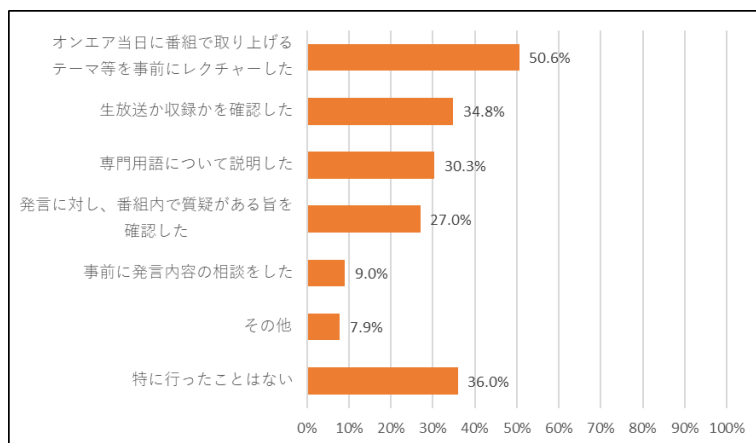
- ・我々が用意した質問に対し、専門家が知っていることなのか、答えられることなのかを確認したり、打ち合わせの際に出た様々な話に関して、オフレコなのか、番組で聞いてよいのかどうかを確認した。
- ・質問内容を相手方に伝えて、視聴者がわかりやすい内容になるよう調整した。
- ・番組内のコーナーの進行については事前打ち合わせを実施。
- ・要点を絞り事前収録にてインタビューを行った。
- ・過度な不安を与えないためにどのような伝え方をするのが良いかなどを相談した。
- ・当日扱うテーマを事前に入念な打ち合わせの上オンエアした。
- ・こちらが聞きたい質問内容を伝え、それに回答できるか確認する際に発言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

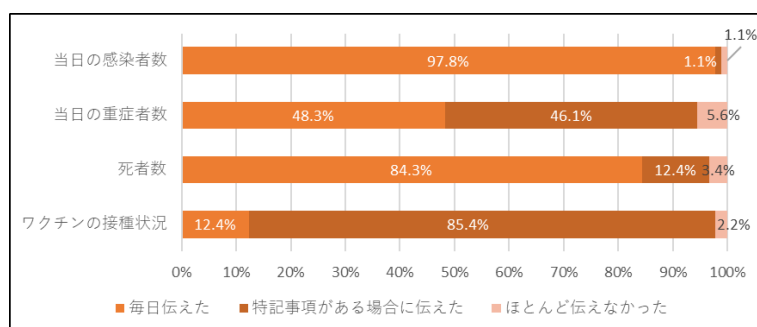
なお、「その他」（7社、7.9%）は、いずれもコメントーターの出演がない旨の意見だった。

(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、

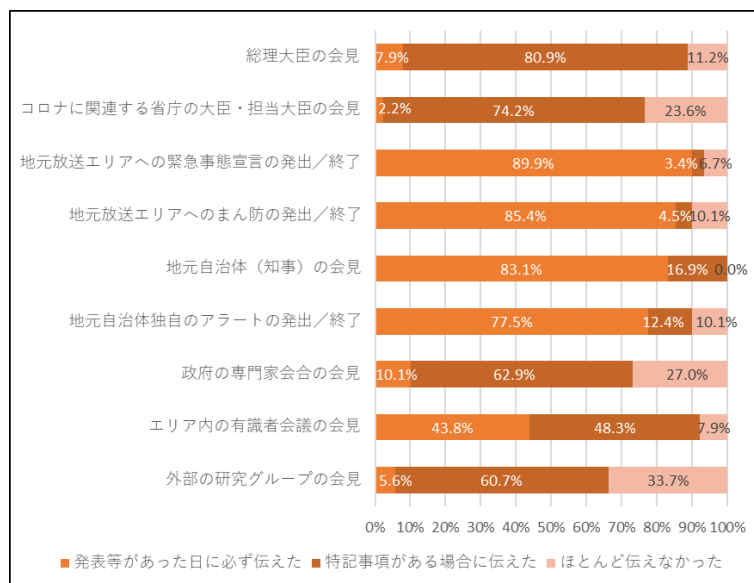
政府関連：「総理大臣の会見」「コロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見」

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

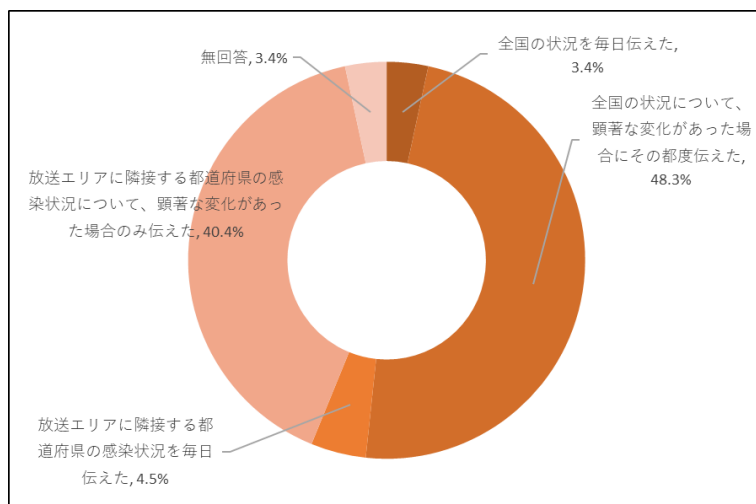
(77.5%)。次いで「特記事項がある場合に伝えた」11社(12.4%)、「ほとんど伝えなかった」9社(10.1%)の順だった。各社において、地元エリアに関する会見や発令については必ず伝えていることがうかがえる。

「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。「全国について、顕著な変化があった場合にその都度伝えた」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

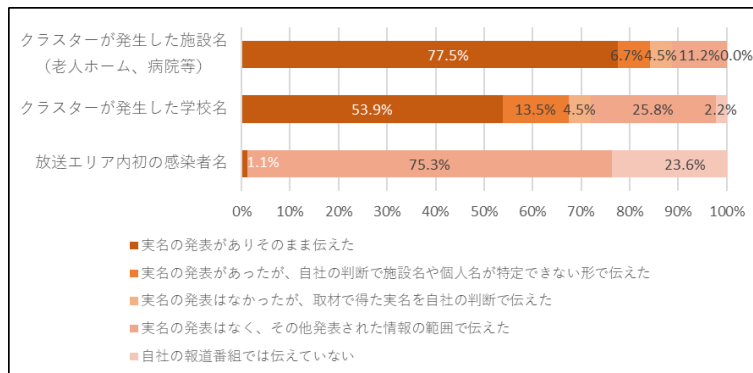
クラスターが発生した施設名（老人ホーム、病院等）

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。

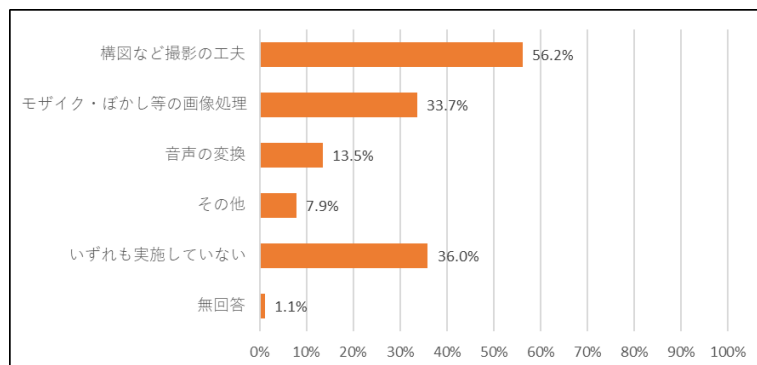
「放送エリア内初の感染者名」は、「実名の発表はなく、その他発表された情報の範囲で伝えた」が最も多く、67 社 (75.3%) が回答。次に多かったのが「自社の報道番組では伝えていない」だった (21 社、23.6%)。「実名の発表がありそのまま伝えた」は 1 社 (1.1%)。「実名の発表があったが、自社の判断で施設名や個人名が特定できない形で伝えた」または「実名の発表はなかったが、取材で得た実名を自社の判断で伝えた」と回答した社はなかった。このように、エリア内初の感染者名は発表されず、また、伝えない判断をした社が多かったようだ。

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。

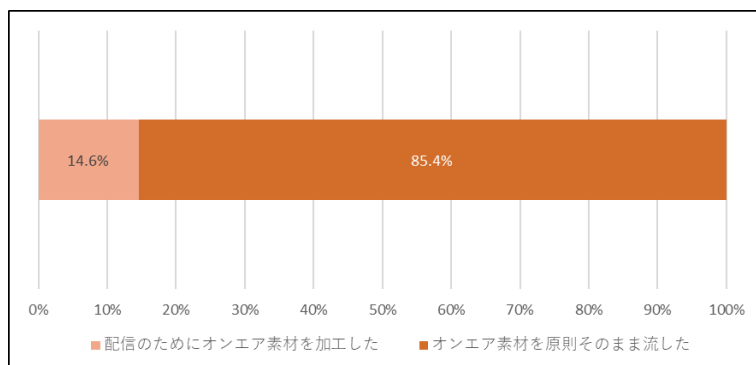
その他（7 社、7.9%）の意見は以下のとおり。

- ・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

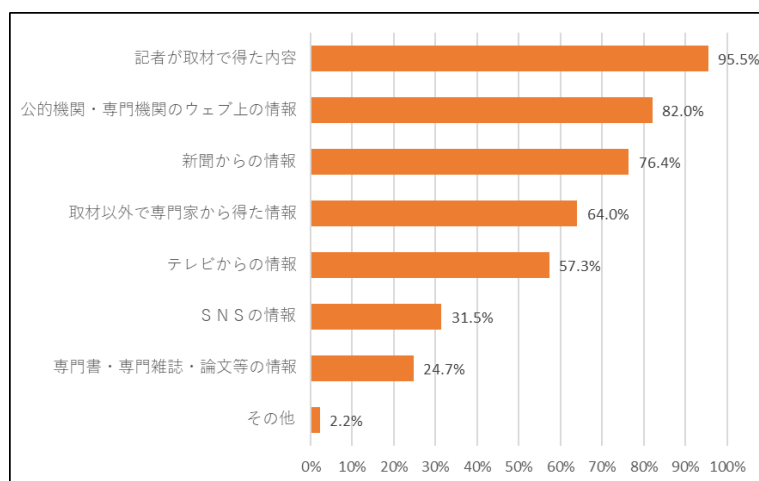
① コロナ関連の知識を得るために共有したもの

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。

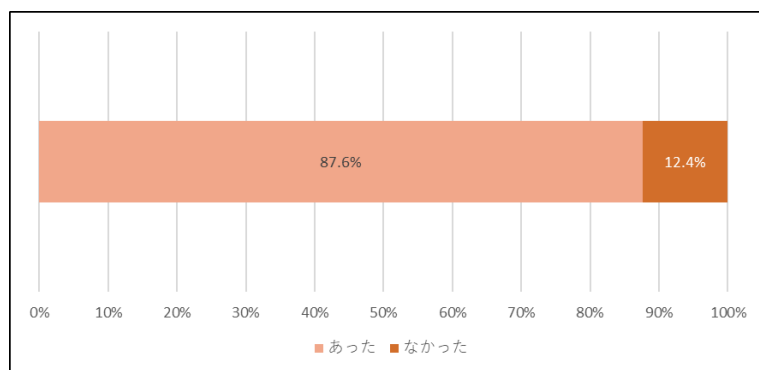
図表 3-2-30. コロナ関連の知識を得るために共有したもの (n=89)



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)

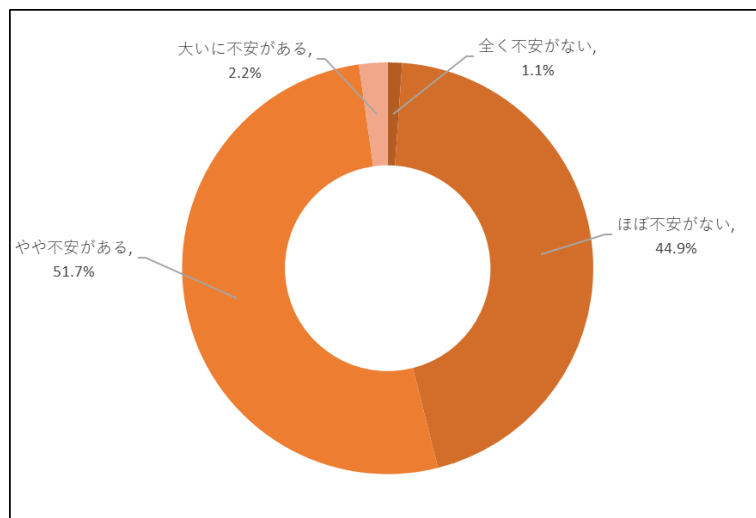


「あった」が78社(87.6%)、「なかった」が11社(12.4%)だった。

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)

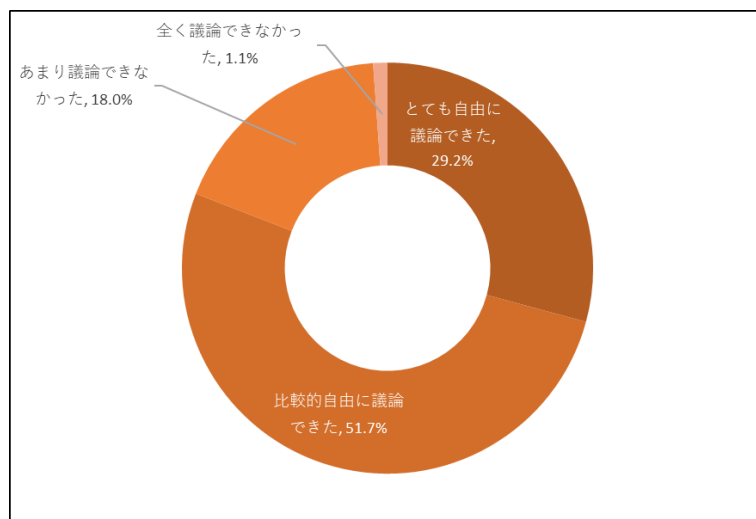


「やや不安がある」が最も多く 46 社 (51.7%) が回答。次いで「ほぼ不安がない」が 40 社 (44.9%)。「全く不安がない」は 1 社 (1.1%)、「大いに不安がある」は 2 社 (2.2%) だった。

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匿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と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。
- ・ 毎日行っる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がっている。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がった。

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

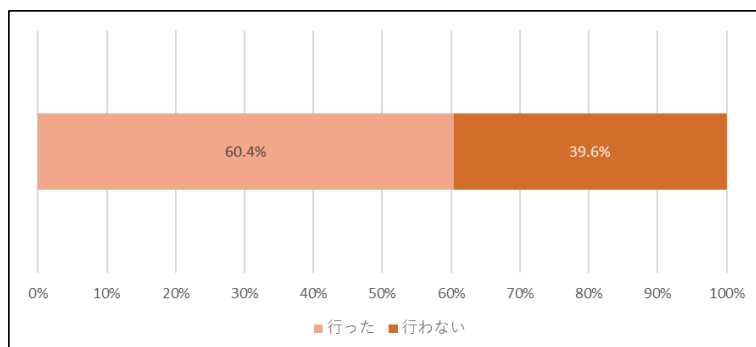
なお、同調査においては、同一社の異なる番組の担当者から回答があったため、「番組」を単位としている。

(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】

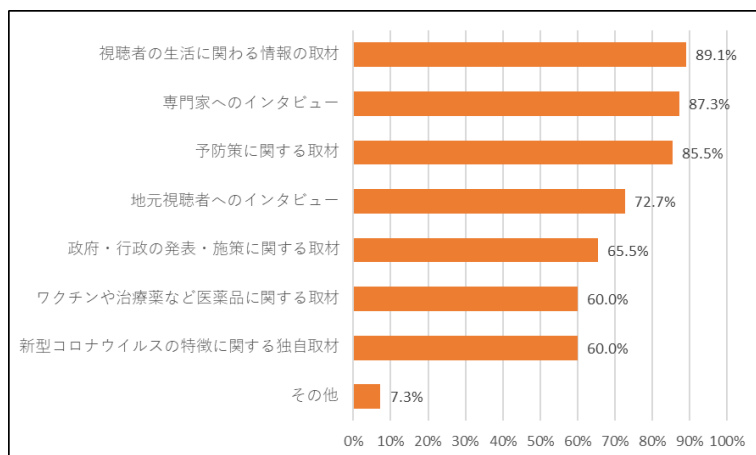
図表 3-3-1. 情報番組のスタッフによるコロナ関連の独自取材（n=91）



● 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」

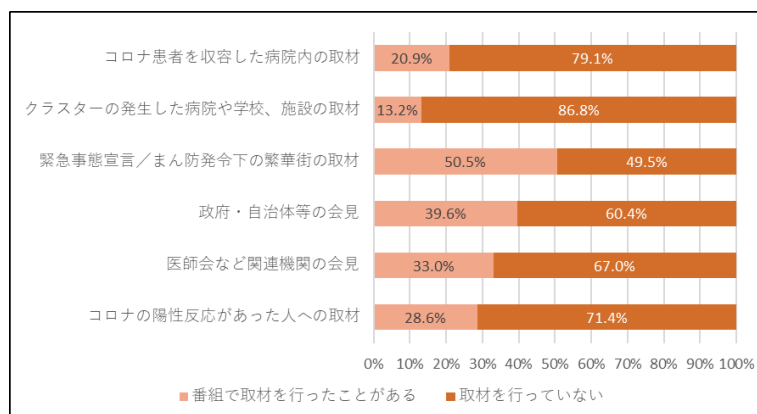
(49 番組、89.1%) だった。また「専門家（医師・学者）へのインタビュー」（48 番組、87.3%）、「予防策（マスクの着用や手洗い、3 密回避の奨励など）に関する取材」（47 番組、85.5%）がこれに続き、いずれも独自取材を行った番組の 9 割近くが取り組んでいる。また、「地元視聴者へのインタビュー」（40 番組、72.7%）、「政府・行政の発表・施策に関する取材」（36 番組、65.5%）も実施した割合が高く、「新型コロナウイルスの特徴（変異ウイルスなど）に関する独自取材」「ワクチンや治療薬など医薬品に関する取材」も 33 番組と、独自取材を行った番組の 6 割が挙げている。

「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）



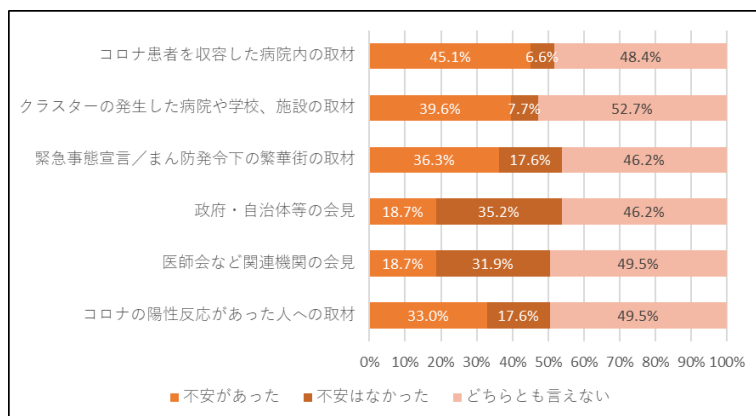
「番組で取材を行ったことがある」が最も多かったのは「緊急事態宣言／まん延防止等重点措置発令下の繁華街の取材」で、46 番組（50.5%）が行っていた。このほか、「政府・自治体等の会見」は 36 番組（39.6%）、「医師会など関連機関の会見」は 30 番組（33.0%）が行ったと回答しているが、いずれも「取材を行っていない」のほうが多い。

「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。

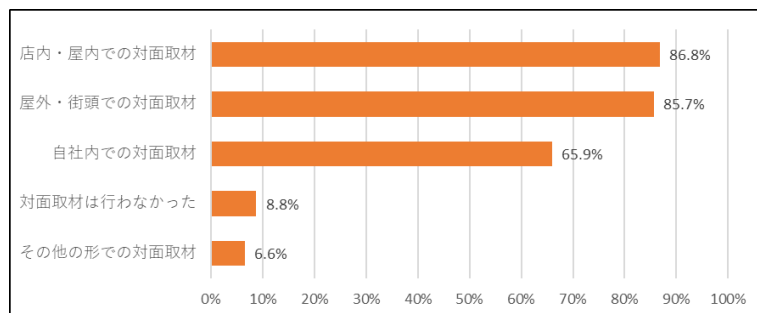
他方、「政府・自治体等の会見」と「医師会など関連機関の会見」で「不安があった」と答えたのはそれぞれ17番組（18.7%）で、「政府・自治体等の会見」は32番組（35.2%）、「医師会など関連機関の会見」は29番組（31.9%）が「不安はなかった」と答えている。なおこれらはいずれも「どちらとも言えない」が半数近くあり、また、取材を行ってない番組のほうが多いことを勘案する必要がある。

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。

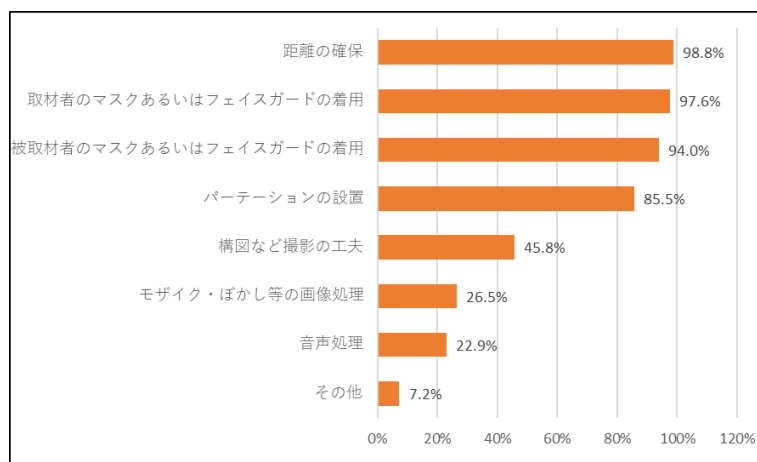
図表 3-3-5. 緊急事態宣言等が発令された期間の対面取材で行ったことがあるもの (n=91)



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。

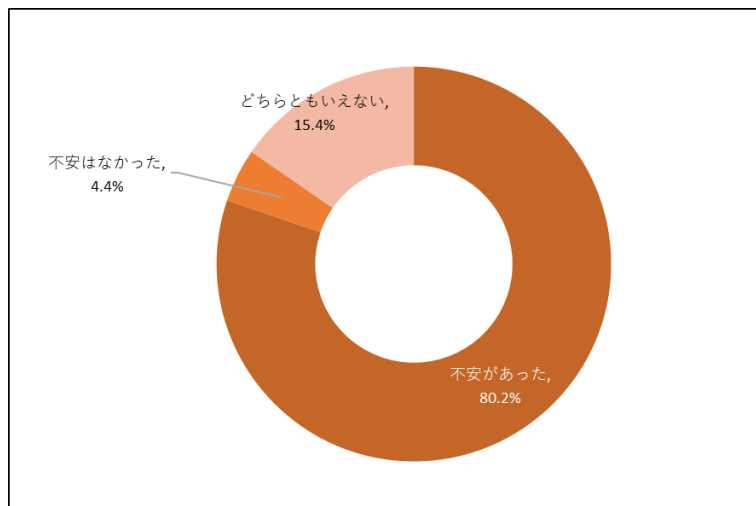
「その他」(6 番組、7.2%) には以下の記述があった。

- ・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。

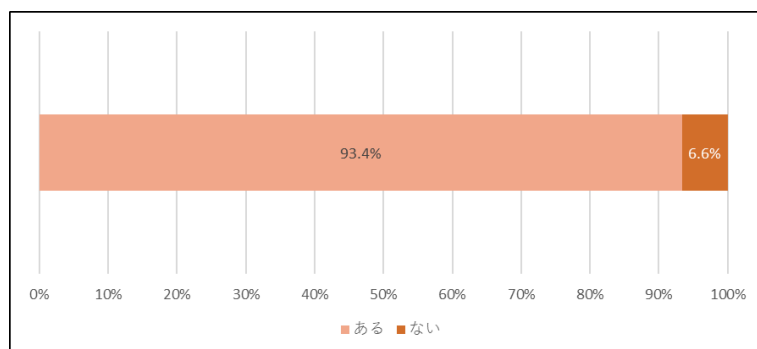
「どちらともいえない」と回答した番組からは「接触機会をできるだけ減らし徐々に感染症対策の知見も深まってきたため取材のノウハウも増え、やみくもに怖がっているだけの状態から脱してきた。一方変異株の発生などにより従来の対応では不十分と思える事例も出てきたため、つねに取材方法や知識のアップデートが必要と感じる」「取材者及び被取材者いずれも健康状態は良好である前提で取材は行ったわけだが、思いもよらぬところからの影響を受ける場合も有り得るので、不安は完全には拭えなかった」「不安が完全に拭える状況が作れるとは考えにくい。その一方で、取材をしなければ、放送出来るものは無

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。

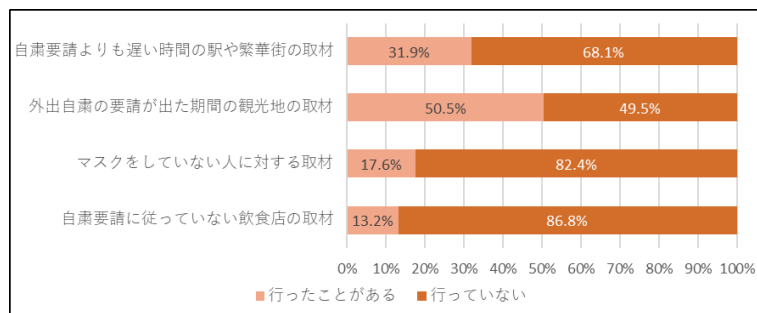
オンライン取材のメリットとしては感染リスクの低減、感染の心配が不要になること、費用の軽減、時間や空間的な制約がなくなるなどが挙げられている。

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。

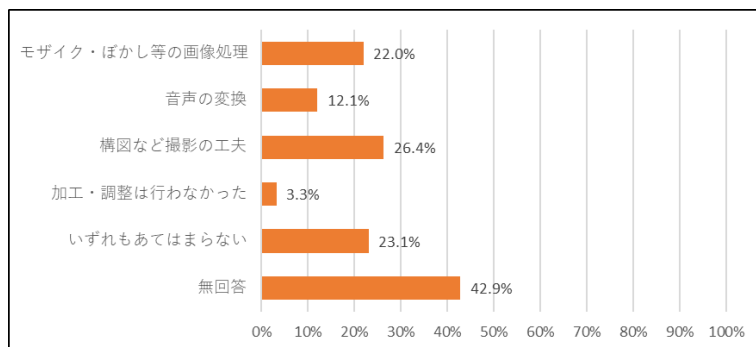
⑨ オンエアのために行ったこと

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。

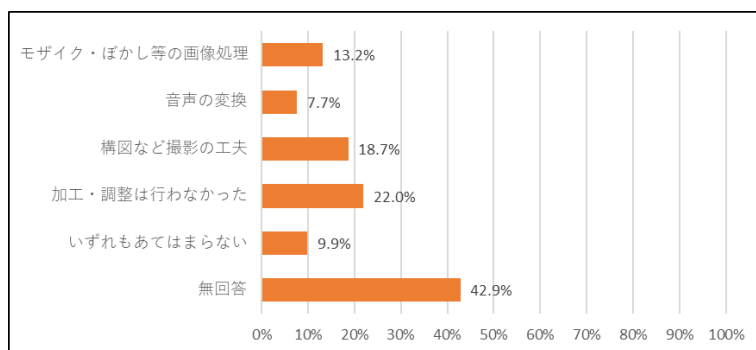
「政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材」に関しオンエアのために最も行われたのは、「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」で、91 番組中 24 番組（26.4%）が実施。「モザイク・ぼかし等の画像処理」を 20 番組（22.0%）が行っている。【図表 3-3-10】

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）



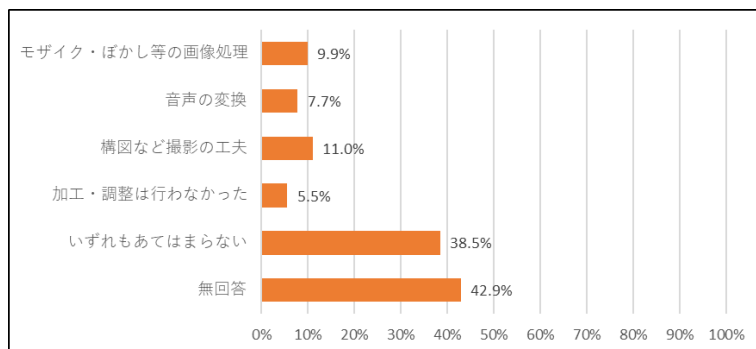
「外出自粛の要請が出た期間の自局エリアの観光地の取材」のオンエアは、「加工・調整は行わなかった」が最も多く 20 番組（22.0%）。「構図など撮影の工夫（特定されないための撮影）」（17 番組、18.7%）がこれに次ぐ。【図表 3-3-11】

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】

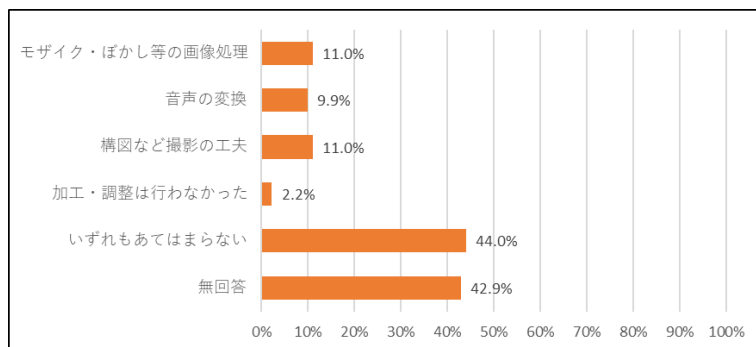
図表 3-3-12. オンエアのために行ったこと マスクをしていない人に対する取材 (n=91)



「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」などの解答が挙げられた。

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。

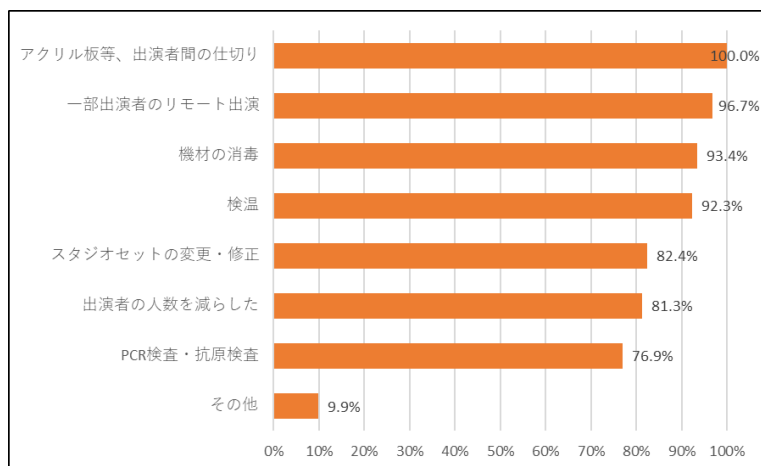
一方、これらの取材を「取材しなかった」との回答を見ると、「マスクをしていない、自粛飲食店への取材を行わなかったのは、スタッフの感染防止のため」などリスクを懸念する声や番組のテイストに合わないといった意見、さらには「ニュースと異なりバラエティ・情報系番組の場合、『なぜ従わないのか』など負の情報を示す重要性は低い」との見方も寄せられている。このほか「政府や自治体、マスクをしていない人などのコロナに関連したニュース取材は報道部に一任し、情報部では類似する取材は行わず、ニュース映像・原稿をそのまま情報番組で使用」との回答もあった。

(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。

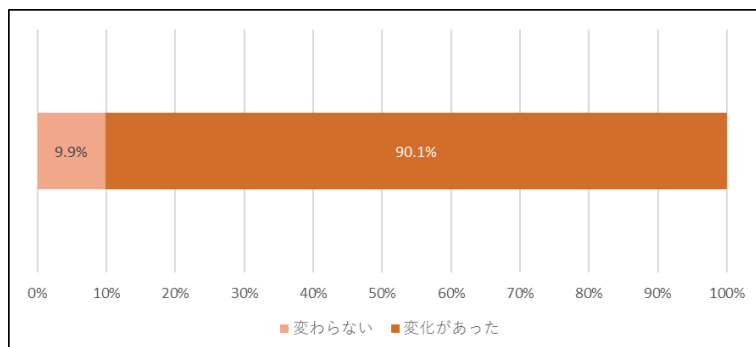
- ・スタジオ・控室等の定期的な換気。
- ・スタジオ内にサーキュレーターを設置し、より空気を循環させるようにした。
- ・大型の換気設備等を活用。
- ・サブなども人数を減らしアクリル板で間仕切りをするなど放送や取材体制もコロナ対応した。
- ・スタジオスタッフを減らす。ミーティングの縮小。
- ・会議はリモート中心にした。
- ・キャスターや番組スタッフをグループにわけての隔離作業。
- ・一般のゲスト (人気店の店長など) はスタジオに呼ばず、ロケ (TVR) 中心にしている。
- ・過去 1 週間行動歴の確認や体調についてのアンケートを実施。

② 取材から収録までの作業で変わったこと

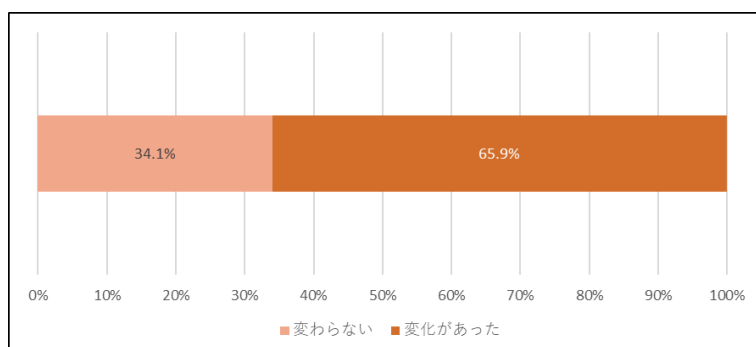
取材から編集、オンエアまでの作業について、それぞれコロナ禍前から変化があったかどうかを尋ねた。

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】

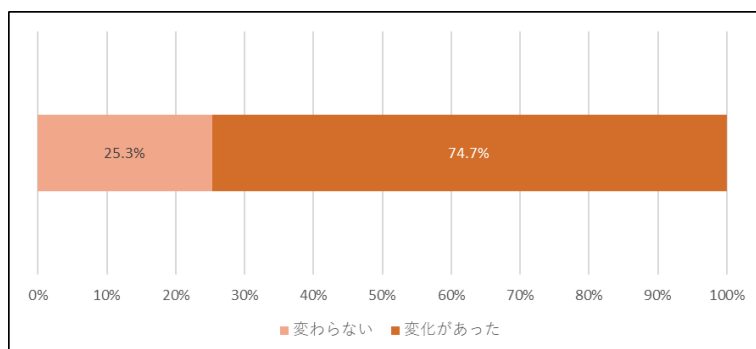
図表 3-3-15. 取材についての変化 (n=91)



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。

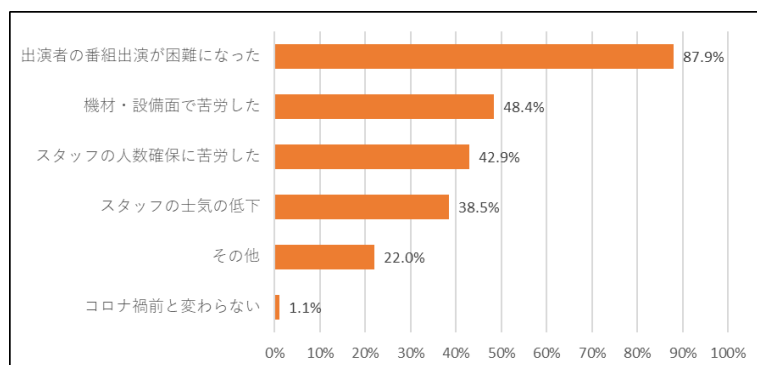
編集で「変化があった」こと具体例としては、演出面に関する記述が多い。「リモート出演をする場合、現地の映像と組み合わせるのに苦労した。また、取材に行けず、総集編で対応する放送回が複数回あった」「食レポなどのマスクなしの場面についてインサート映像を入れるなど感染対策に配慮」「ディスタンスや取材時期の明記など」「店内に入る際の消毒のシーンなどをあえて使うために編集のテンポを変えた」などその対応は多岐にわたっている。さらに「出演予定者が濃厚接触などの理由で急遽変更になる場合があり、変更に伴うVTRの再編集などもあった」といった記述もみられた。このほかにも作業面の変化や編集室のドアを開放するなど、物理的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

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。

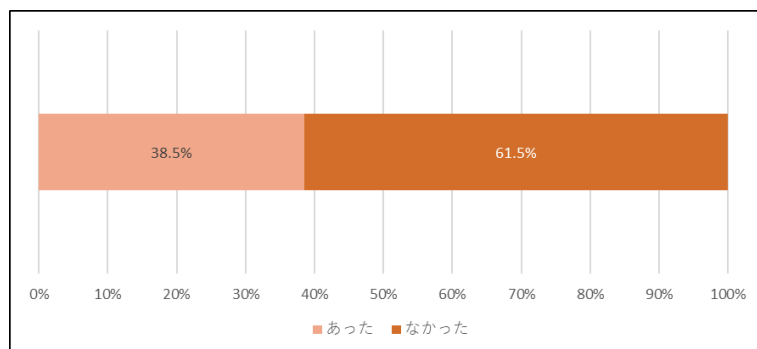
「その他」（20 番組、22.0%）では、「県の自粛要請のレベルに合わせて内容や表現を臨機応変に変更する。取材予定のイベントや自社イベントも感染状況によって内容が変わったり中止になることが多く、時間のないなか対応を迫られた」「緊急事態宣言化での取材先の確保、放送の在り方、見せ方など、視聴者にも『コロナ警察』が多かったのですべてのシーンの撮影方法や、取材先の選定など、常に『コロナ』を頭に浮かべて制作した」といった内容面に関する記述などが寄せられている。

(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)

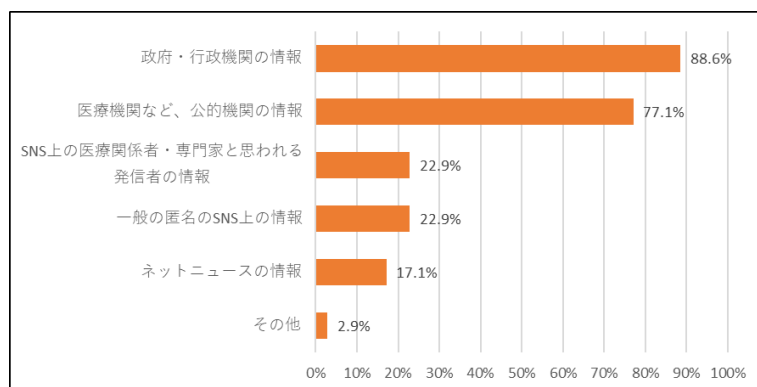


「あった」と答えたのは 35 番組（38.5%）、「なかった」は 56 番組（61.5%）だった。

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。

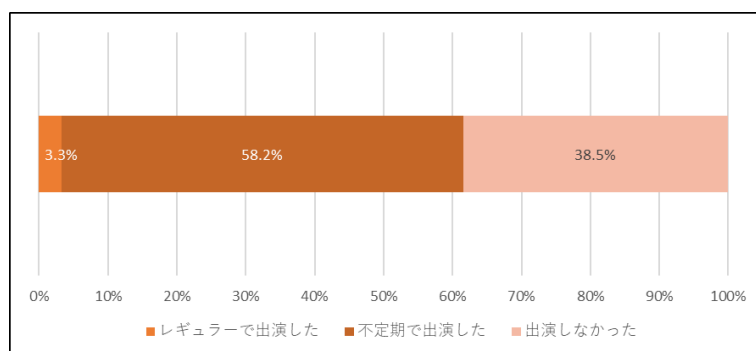
- ・視聴者から寄せられた意見や質問に専門家が答えたり、解説するという形で正しい情報を伝えた。
- ・デマの被害にあった人へのインタビュー取材を行った。
- ・コロナワクチンをめぐるデマについて具体的に取り上げ、一つ一つ信頼できる専門家に解釈、反証してもらった。河野大臣出演の際に疑問点をぶつけて、回答を得た。不安は認めた上で、どこまでが事実とされていて、どこからがわからないところか冷静に伝えることを試みた。
- ・ネットの情報を扱うのではなく行政や専門家を意見をもとに展開するように常に努めている。
- ・科学的データを示すなどした。
- ・専門家を呼んで Q&A 方式で解説した。
- ・専門家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）

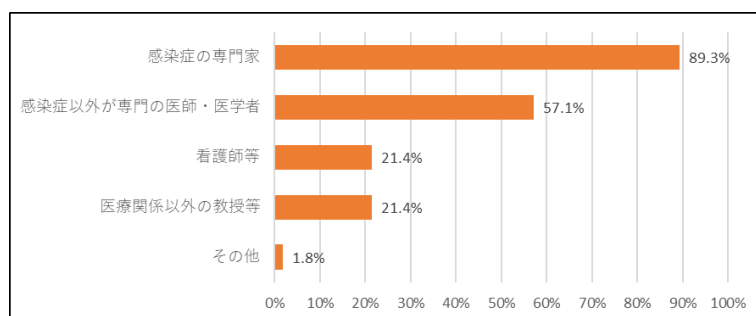


「不定期で出演した」が最も多く、53 番組（58.2%）、「出演しなかった」が 35 番組（38.5%）。「レギュラーで出演した」が 3 番組（3.3%）だった。

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）



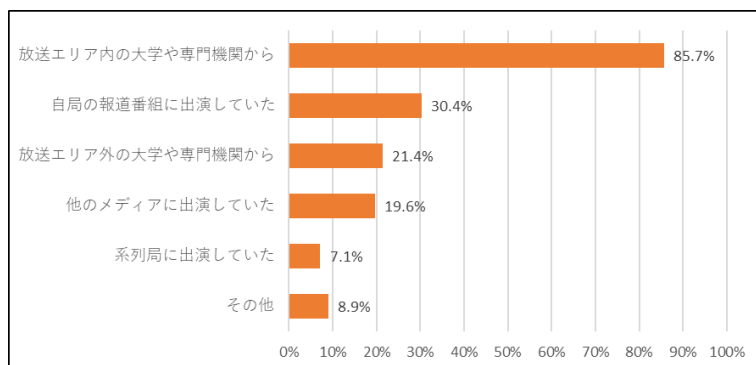
「感染症の専門家」が最も多く、50 番組（89.3%）が回答。「感染症以外が専門の医師・医学者」との回答が 32 番組（57.1%）、「看護師等（経験者も含む）」「医療関係以外の教授等」との回答がそれぞれ 12 番組（21.4%）からあった。

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)



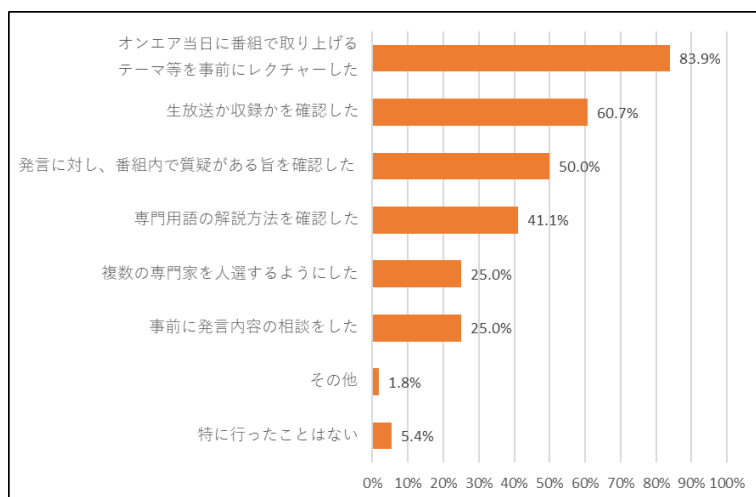
最も多かったのが「放送エリア内の大学や専門機関から」で 48 番組 (85.7%) が選択。このほか「自局の報道番組に出演していた」を選択したのが 17 番組 (30.4%)、「放送エリア外の大学や専門機関から」が 12 番組 (21.4%)、「他のメディアに出演していた」が 11 番組 (19.6%) などとなっている。

「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。

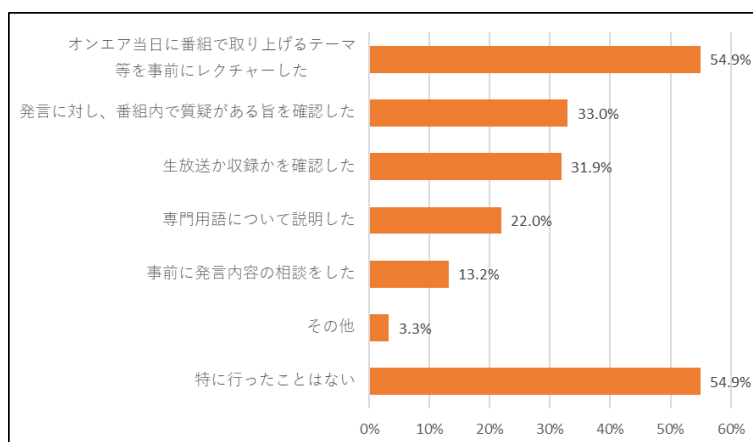
- ・コロナの特徴・ワクチンの効果など視聴者が疑問に思うだろうことについての事前打ち合わせを実施。
- ・収録なので台本を作成し、あらかじめ内容をチェックしてもらった。
- ・特に実証やエビデンスの無い内容に関しての発言には留意した。
- ・事前に質問状を送り、大まかな回答の内容を確認。不明な点は確認し、趣旨が正しく伝わるようにした。
- ・事前に番組側からの質問等を準備し、ご出演いただくようにした。
- ・県の対応ステージを踏まえた県民へのメッセージなど。
- ・ワクチン接種に対する不安の声を上げる際、どのような言葉でそれを和らげるのかなど。
- ・ワクチン接種の副反応について、製剤メーカー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

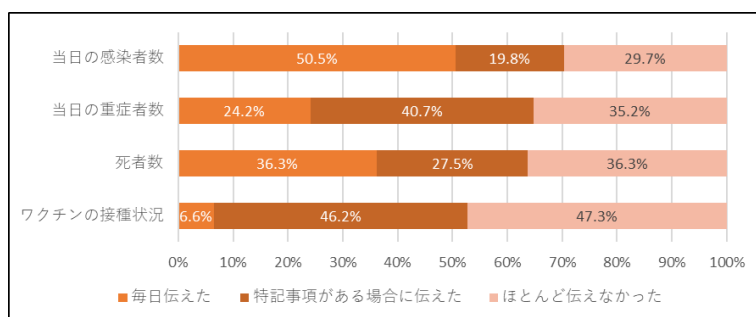
- ・台本を作成し、話の大筋を決めていた。
 - ・特に実証やエビデンスの無い内容に関しての発言には留意した。
 - ・全国のご当地グルメを紹介するコーナーにおけるコメントをする際、「現地に行って食べましょう！」という呼びかけをしないようお願いした。
 - ・事前に客観的事実を共有。
 - ・専門家が説明する内容を伝えたくて、疑問点などを聞いた。その疑問を専門家に伝えた。
 - ・番組外部関係者にコロナ陽性者が出た際の発言内容について説明した。
 - ・あらかじめ用意した質問事項を確認した程度。
 - ・ワクチン接種について中立であること、など偏らない発言の確認。
 - ・ワクチンを打つべきか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

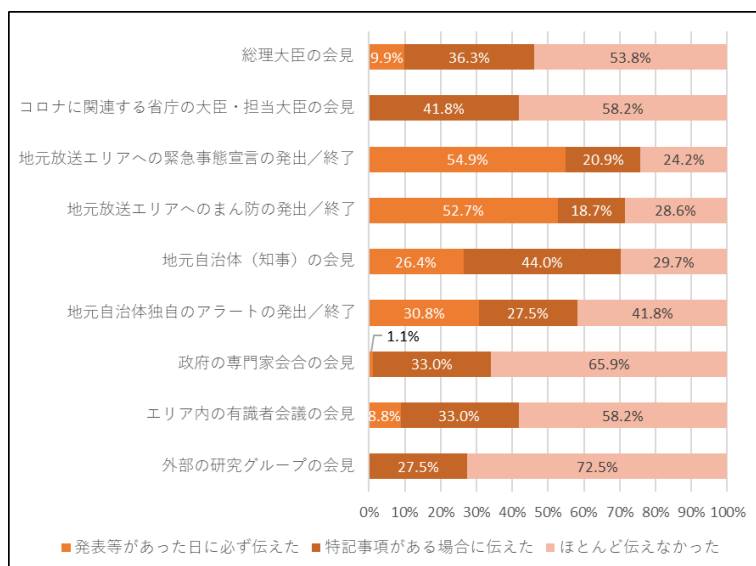
政府関連：「総理大臣の会見」「コロナに関連する省庁の大臣・担当大臣の会見」

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。

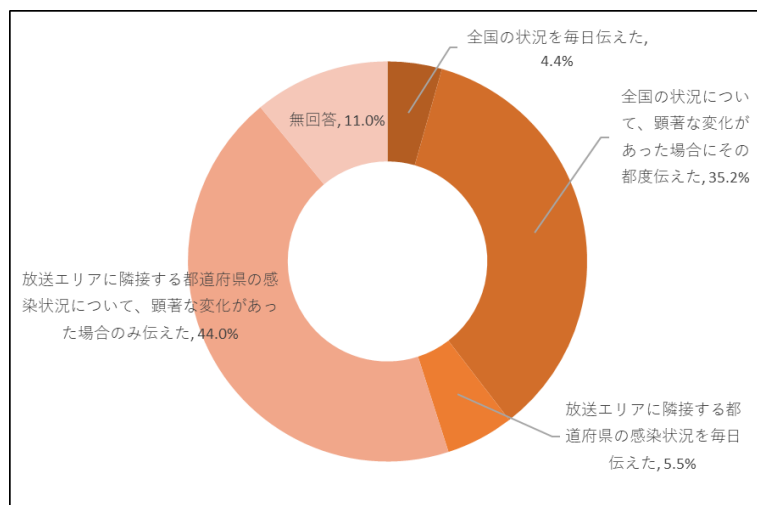
「地元自治体(知事)の会見」は、「特記事項がある場合に伝えた」が最も多く(40番組、44.0%)、次いで「ほとんど伝えなかった」(27番組、29.7%)で、「発表等があった日に必ず伝えた」は24番組(26.4%)。このように会見は、緊急事態宣言やまん防ほどは扱われていないことがうかがえる。なお『東京アラート』など、地元自治体独自のアラートの発出/終了は、「ほとんど伝えなかった」が最も多く(38番組、41.8%)、次いで「発表等があった日に必ず伝えた」(28番組、30.8%)、「特記事項がある場合に伝えた」(25番組、27.5%)の順だった。

「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

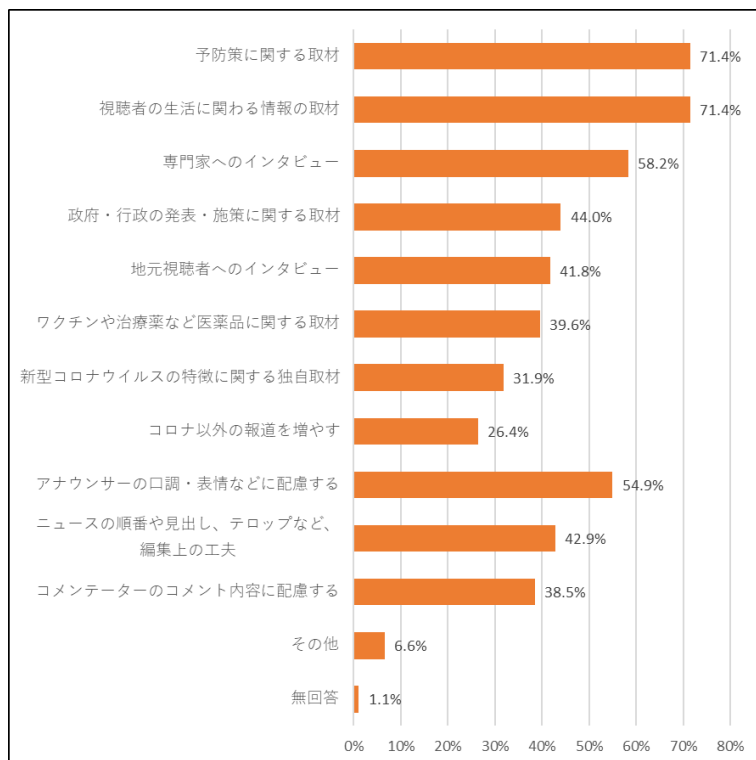
コロナ禍によって伝えられなかった、あるいは報道量が減った事項を自由記述で記述してもらった。(回答 71 番組)。

「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。

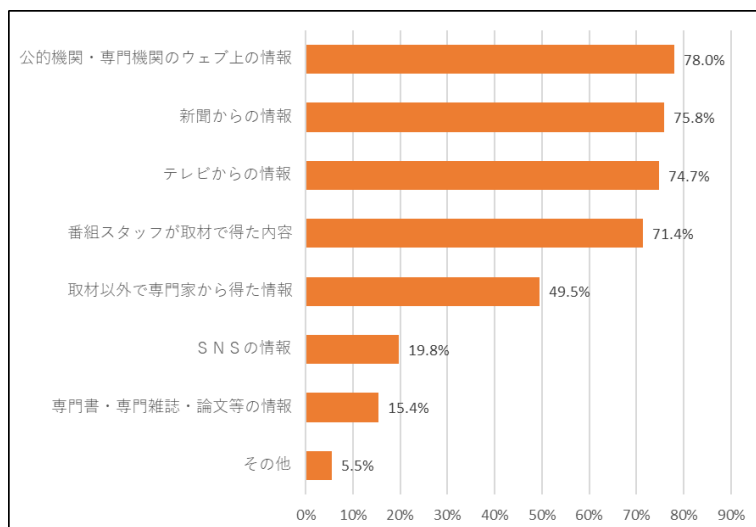
さらに「地元の観光地やお店を応援したいがどのようなスタンスで紹介したらよいか常に悩む。特に取材時期と放送時期の短期間に大きく感染状況が悪化すると放送を延期、中止したり、内容を変更したりと手探りで対応した」「感染拡大の状況にあり視聴者に行動自粛を促す一方で、実際のところどこまでの自粛が必要なのか？東京五輪の競技結果を伝えながら、感染拡大の危機的状況も伝える、報道姿勢のバランスのとり方で日々迷った。今もその迷いと葛藤している」など、企画や取り上げ方に関する悩みも多く寄せられた。

(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。

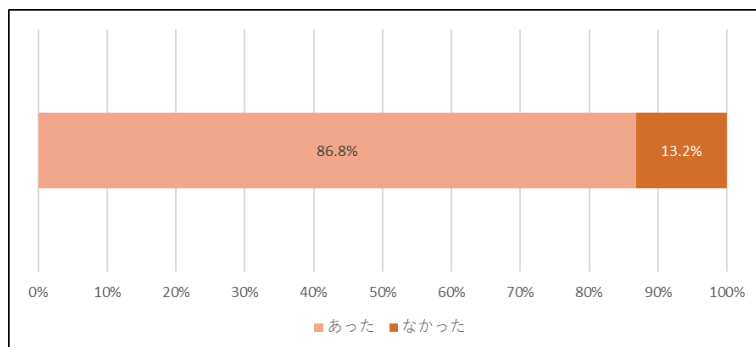
- ・ 社内の報道部門の対策マニュアルや、系列局の対策方法を参考にルールをつくり共有した。
- ・ 取材で得た情報。ネット局からの情報。
- ・ 社内のアナウンス、系列局の取材ルールなど。
- ・ 会社から発信してくる情報。
- ・ 報道部からの情報。

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。

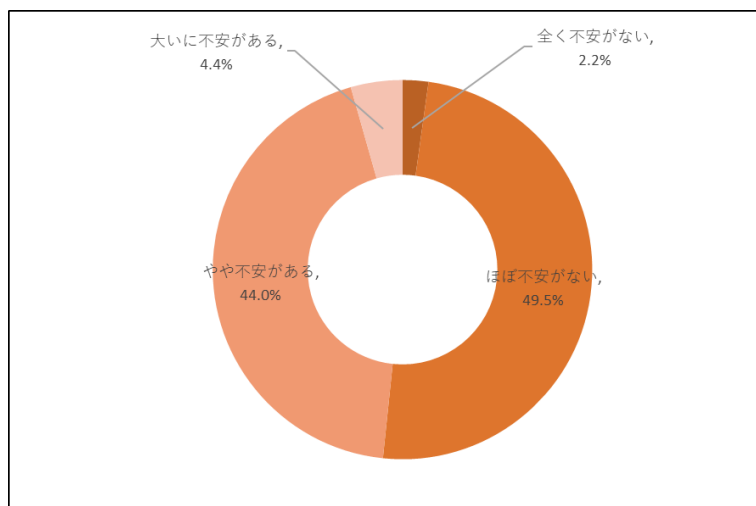
図表 3-3-31. コロナに関する知識についての相談 (n=91)



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ときに行ったことでは、「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。こちらにも緊急事態宣言／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った。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ったかどうかや、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

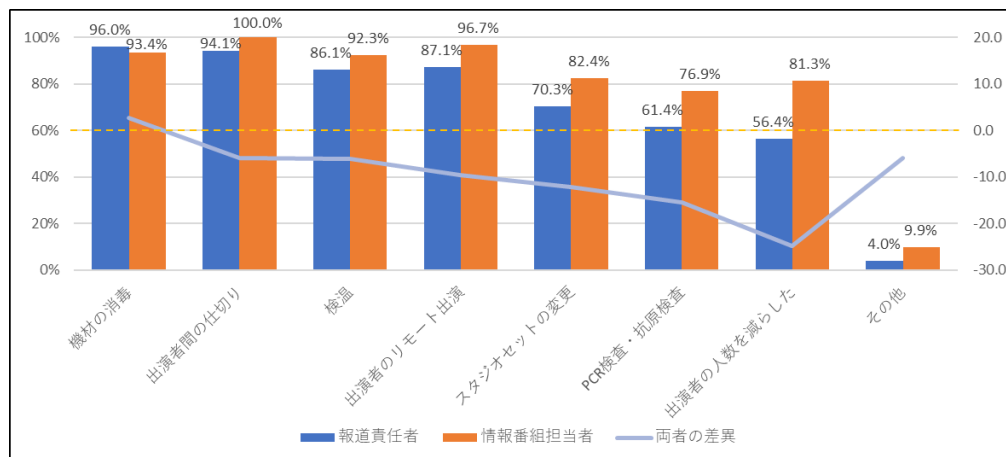
報道責任者と情報番組責任者には、①報道番組および情報番組内で導入したもの、②取材から収録までの作業で変わったこと、③番組の制作上、苦勞したこと、および④視聴者の不安を解消するために実施したこと——を尋ねている。

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割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】

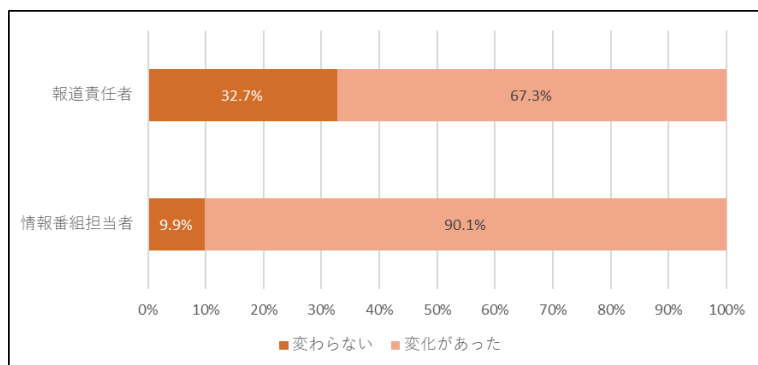
図表3-5-1. 番組内で導入したもの



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】

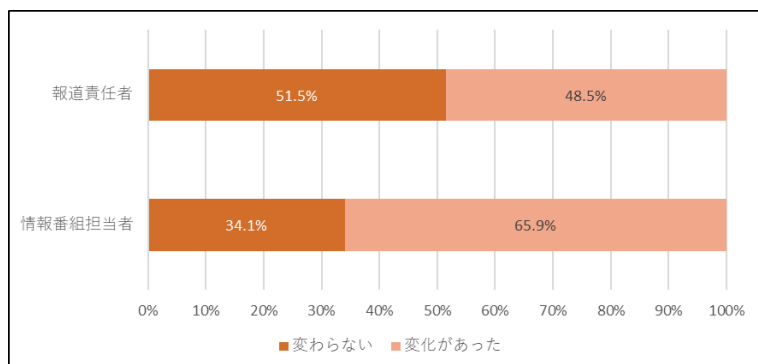
図表3-5-2. 取材についての変化



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】

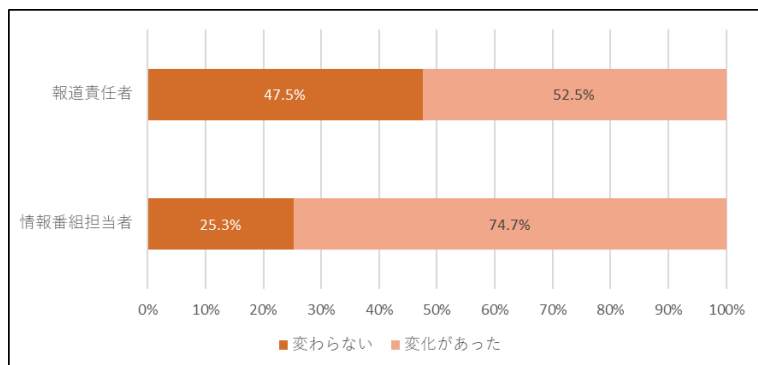
図表3-5-3. 編集についての変化



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



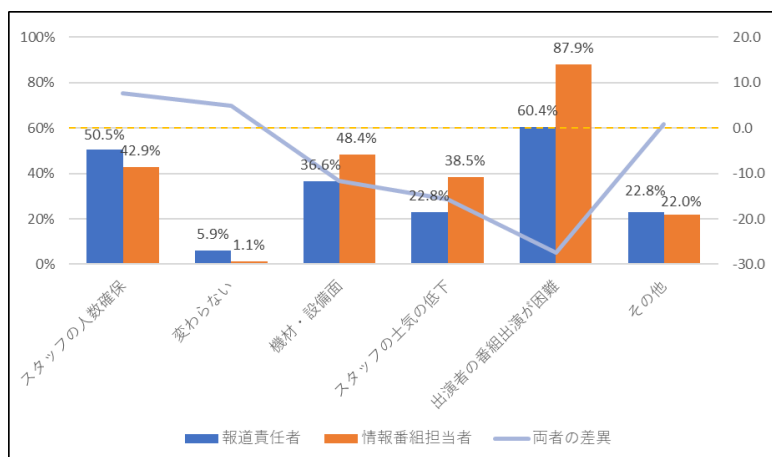
こちらの具体例は、いずれも人数制限に関する記述が目立っているが、番組で導入した事例をみると、情報番組のほうが「出演者の人数を減らす」ことを行っており、そうした点の違いが表れていると考えられる。

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



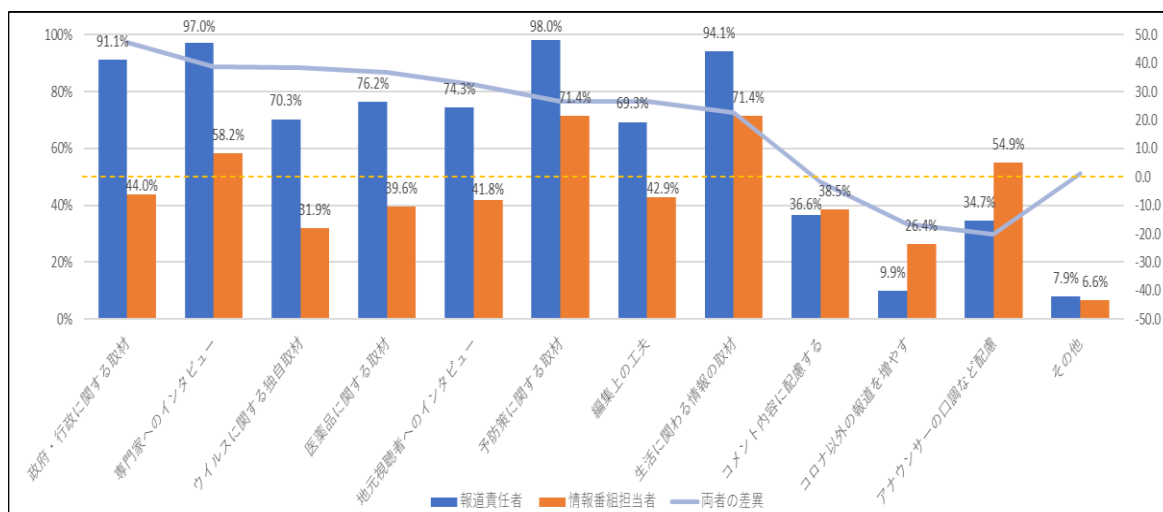
報道責任者においては「スタッフの人数確保に苦勞した」が情報番組担当者より多いのに対し、情報番組担当者は「出演者の番組出演が困難になった」を9割近くが挙げており、このことがコロナ禍における番組収録の変化に影響していると考えられる。また「スタッフの士気の低下」「機材・設備面で苦勞した」の割合も、情報番組担当者のほうが高くなっている。

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

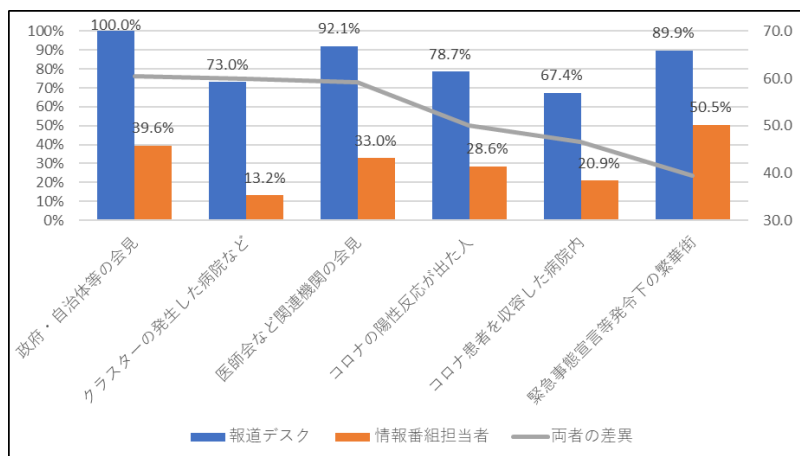
アンケートは、報道デスクに自社の報道番組、情報番組担当者には自身が担当する情報番組について、それぞれ①コロナ禍における取材、②番組における専門家やコメンテーターの出演、③報道内容、およびスタッフ間で④コロナ関連の知識に関して共有したもの——を尋ねている。

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】

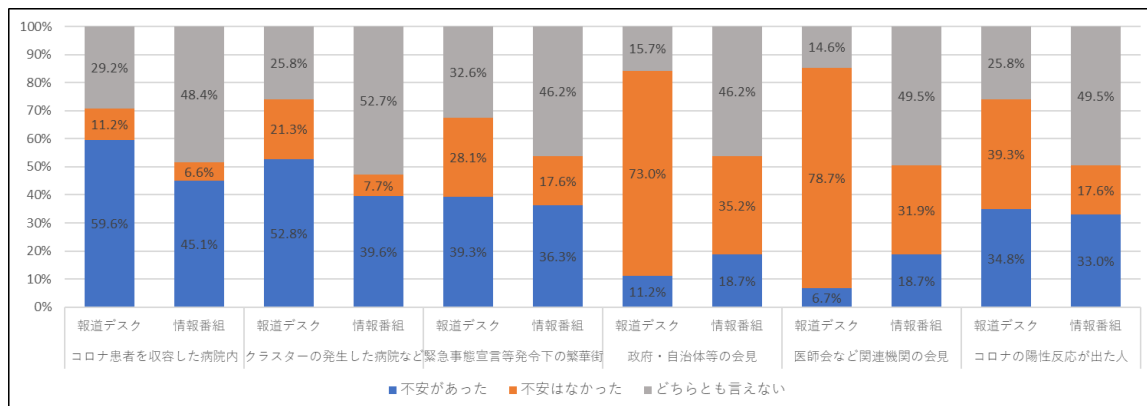
図表3-5-7. コロナ禍における取材対象：取材を行ったことがあるもの



これをみると、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



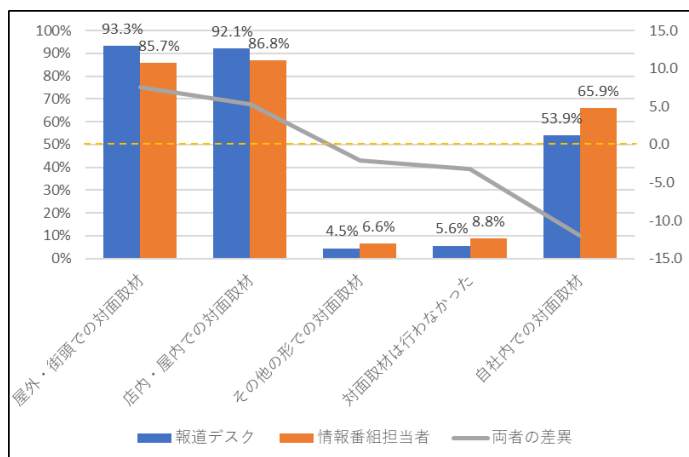
「コロナ患者を収容した病院内の取材」「クラスターの発生した病院や学校、施設の取材」は、いずれも報道番組のほうが取材を行っているが、「不安があった」の割合は 50%を超え、不安を抱えた中の取材であったことがうかがえる。一方「コロナの陽性反応が出た人の取材」は、報道番組のほうが取材を行っているにもかかわらず、「不安がなかった」の割合が情報番組より多い。

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

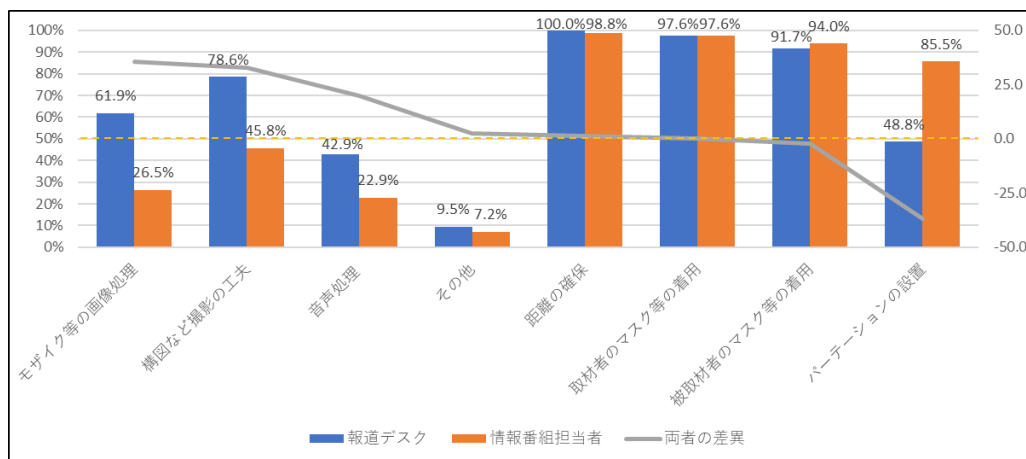
コロナ禍の対面取材について尋ねた。報道番組のほうが屋外や店の中など、放送局の「外」で取材を行っている割合が比較的高いことが、情報番組においてはより自社内で取材が行われていたことがそれぞれ分かる。【図表 3-5-9】

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



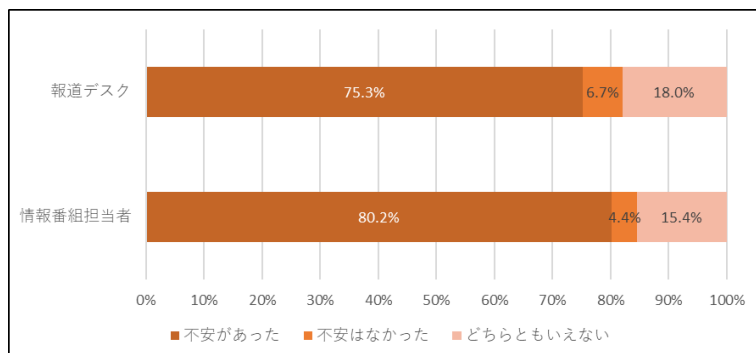
対面取材における取材相手への配慮を比較すると、情報番組のほうが「パーティションの設置」の割合が高く、報道番組においては「モザイク・ぼかし等の画像処理」や「構図など撮影の工夫」「音声処理」の割合が高くなっている。このことから、報道番組は放送局の「外」で、情報番組においては放送局内で行われていた様子がうかがえる。【図表 3-5-10】

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



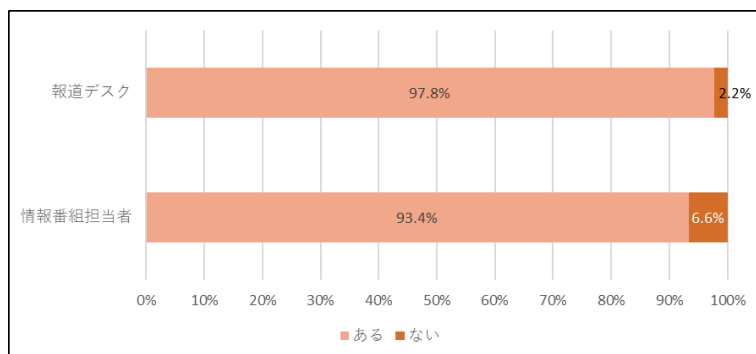
これら対面取材に関しては、報道番組はおよそ7割5分、情報番組も約8割が「不安があった」としており、いずれもコロナ禍における対面取材は不安を抱えつつ行われていたことが分かる。【図表 3-5-11】

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】

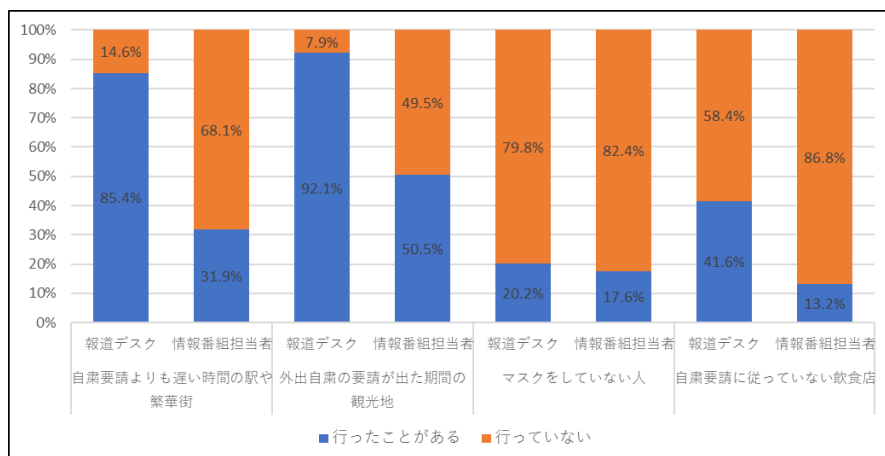
図表3-5-12. 2020年1月以降のオンライン取材の実施



● 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

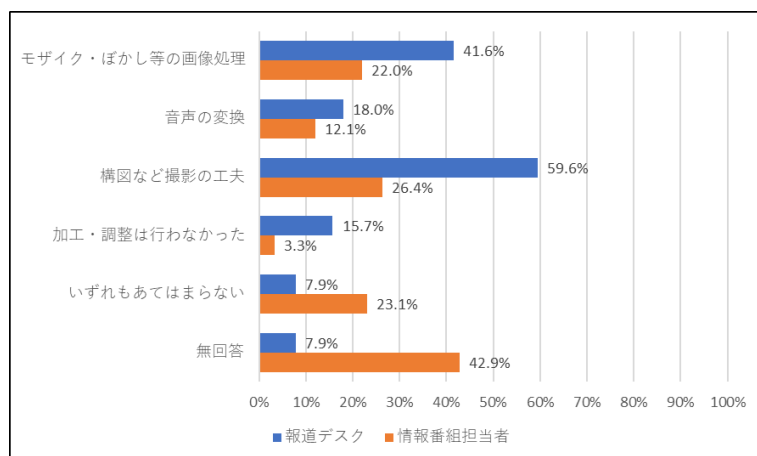


これを両者で比較すると、いずれも報道番組のほうが取材をしている割合が高く、情報番組において比較的行われている「外出自粛の要請が出た期間の観光地」の取材でも5割と、9割強が行っている報道番組の半分近くの割合となり、さらに「自粛要請に従って

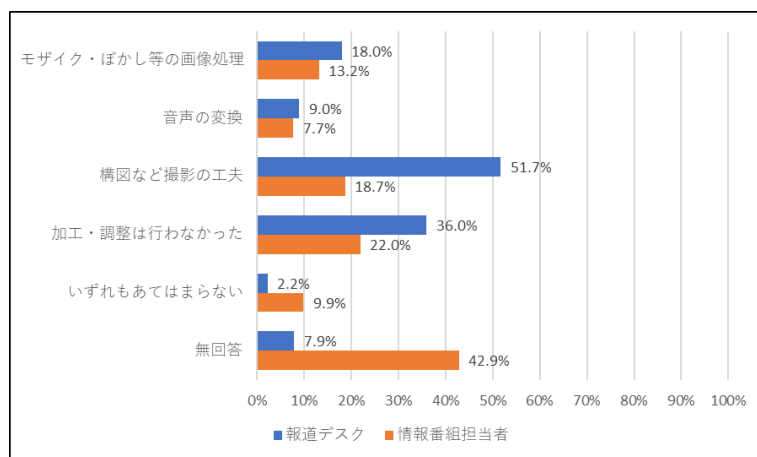
ない飲食店」の取材は報道番組では約4割が行っているのに対し、情報番組では1割強にとどまっている。一方、「マスクをしていない人」の取材はいずれも2割程度となっている。

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】

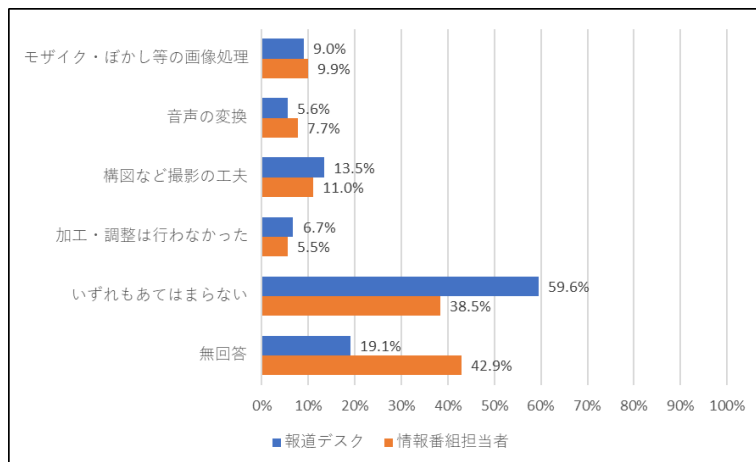
図表3-5-14. オンエアのために行ったこと 政府や自治体の自粛要請よりも遅い時間の駅や繁華街の取材



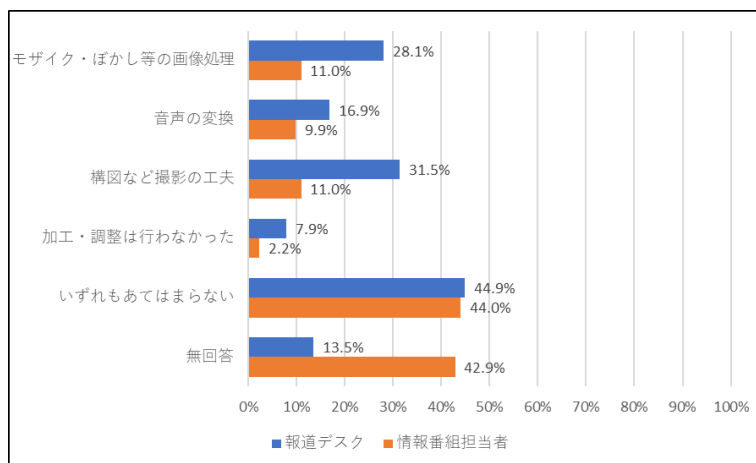
図表3-5-15. オンエアのために行ったこと 外出自粛の要請が出た期間の観光地の取材



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



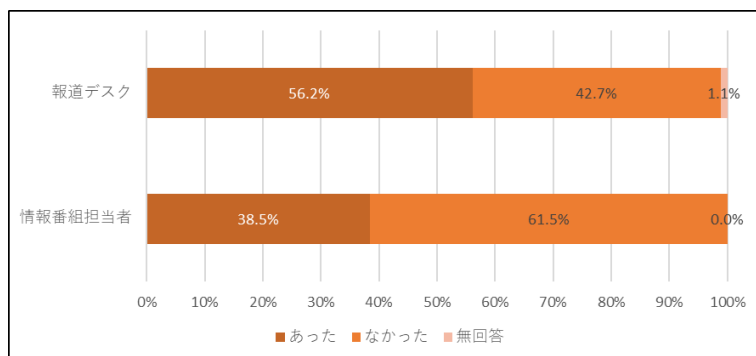
図表3-5-17. オンエアのために行ったこと 自粛要請に従っていない飲食店の取材



● ネットから得た情報を扱ったこと

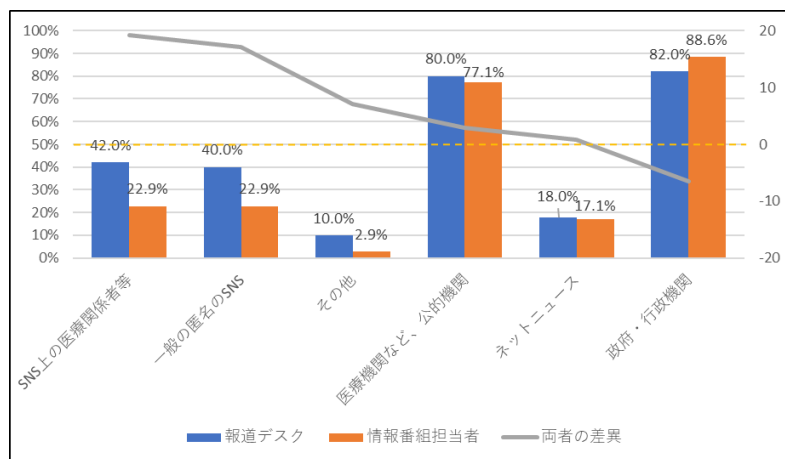
アンケートでは、ネットから得た情報を番組で扱ったことがあるかどうかを尋ねている。これを比較すると、報道番組のほうが扱ったことのある割合が高い。【図表 3-5-18】

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。

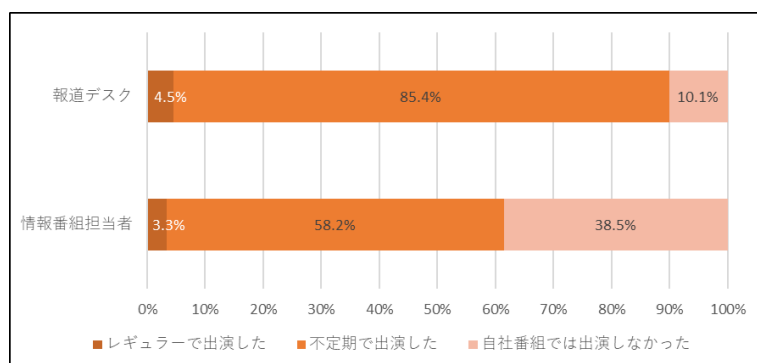
② コロナ関連の専門家・コメンテーターの出演

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

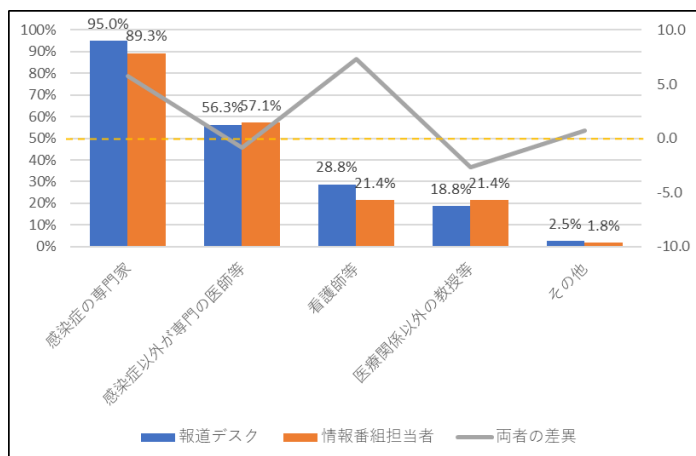
まず、コロナ関連の専門家の出演について。両者を比べると、「レギュラーで出演した」「不定期で出演した」の合計で報道番組が約9割になるのに対し、情報番組は6割強となり、報道番組のほうがコロナ関連の専門家が出演していることが分かる。【図表 3-5-20】

図表3-5-20. コロナ関連の専門家の出演



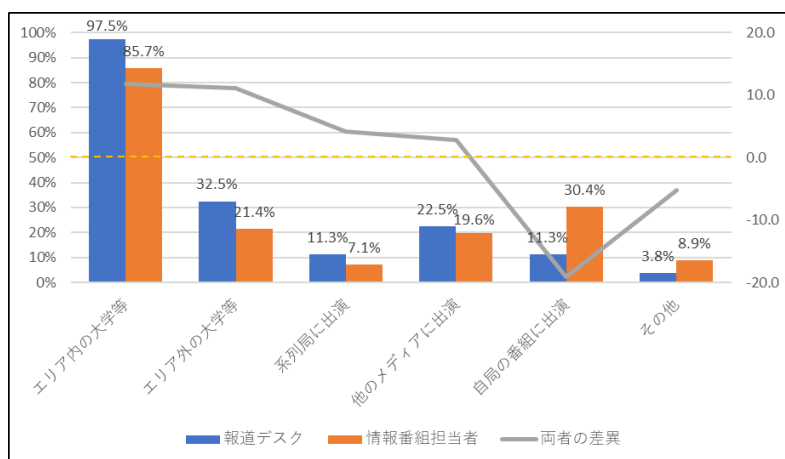
出演した専門家の属性を比べると、しいて言えば「医療関係以外の教授等」が情報番組のほうが若干高い程度で、ほぼ同じような傾向となっている。【図表 3-5-21】

図表3-5-21. 出演した専門家



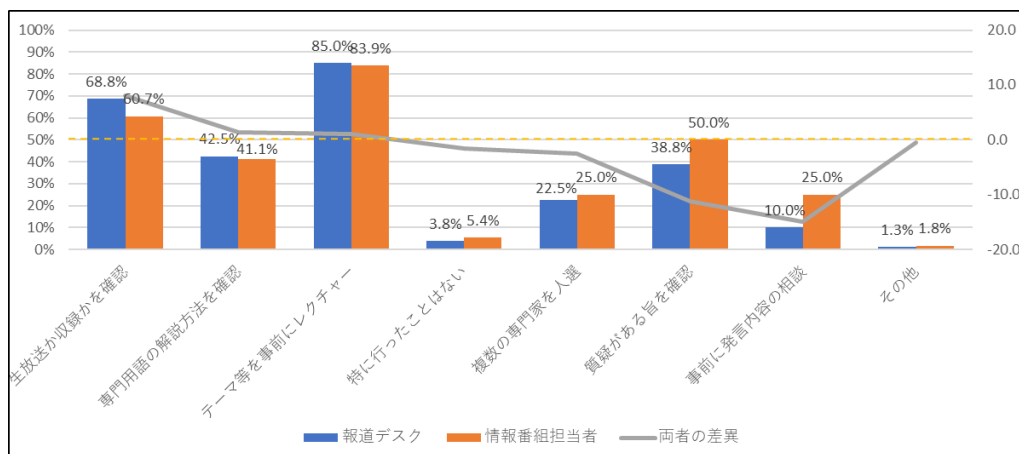
その人選等について比べると、報道番組、情報番組のいずれも「放送エリア内の大学や専門機関から」が多いが、一方で情報番組のほうが自局の番組に出演していたとの回答が3割と高い。【図表 3-5-22】

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】

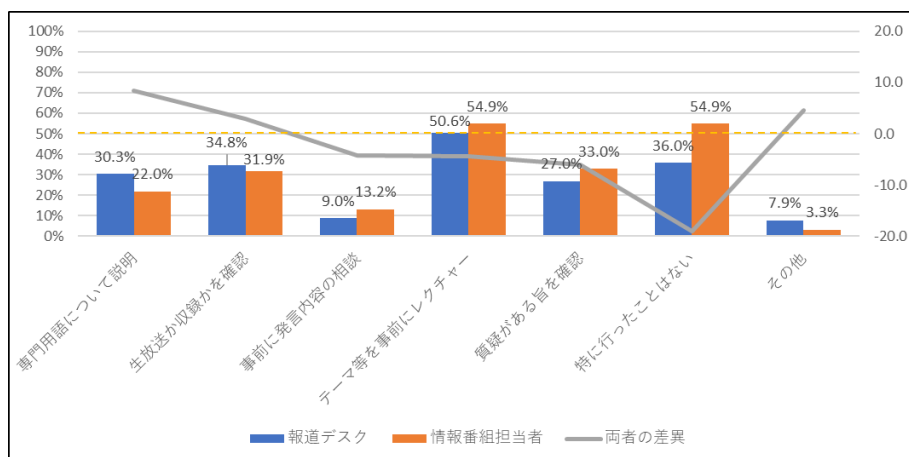
図表3-5-23. 専門家の発言等に関して配慮した点



● 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



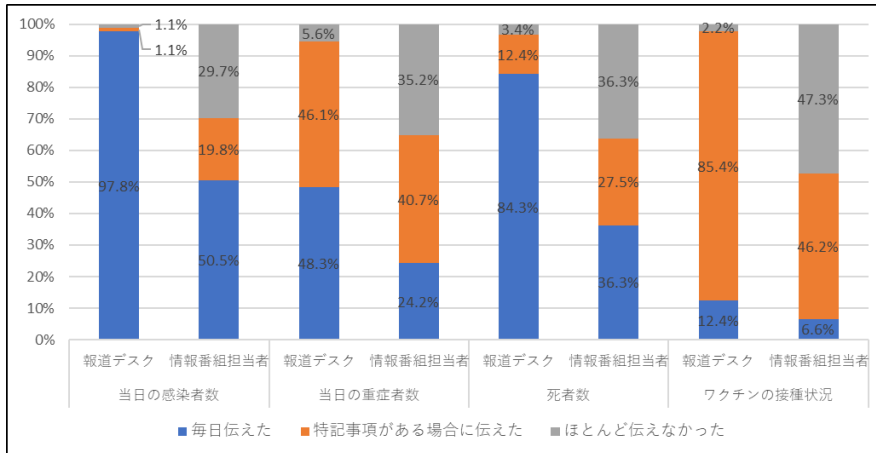
③ 報道内容

● 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

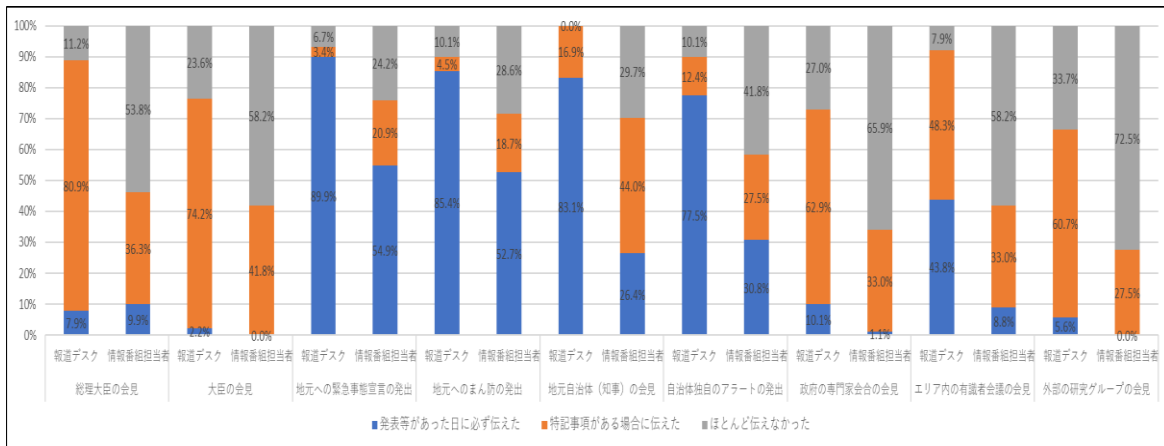


● 会見や緊急事態宣言の発令等 伝えた頻度

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】

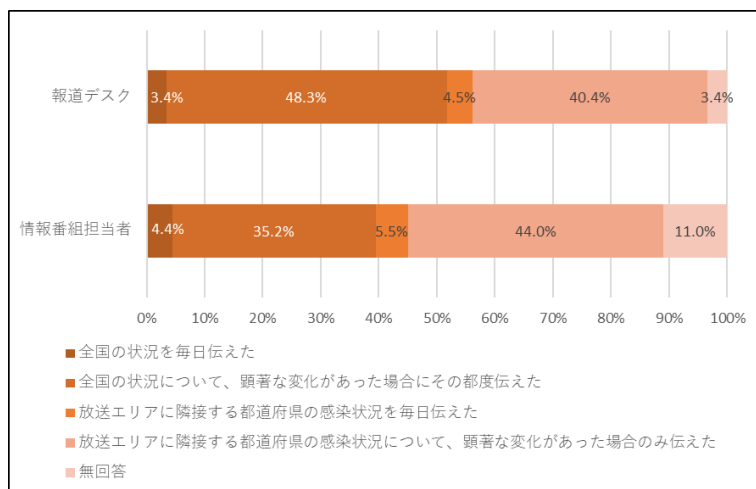
図表3-5-26. 会見や緊急事態宣言の発令等、伝えた頻度



● 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

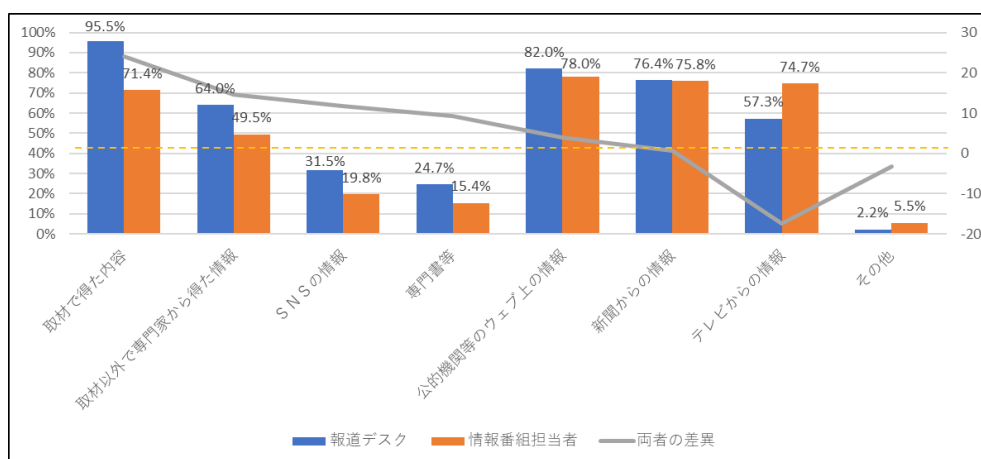


④ コロナ関連の知識に関して共有したもの

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。

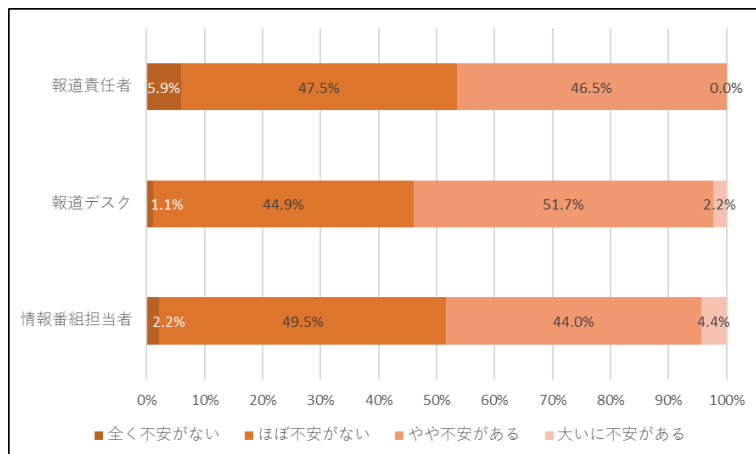
(3) 3者の比較

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 地域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。