

放送取材現場からみた被災地 J A の震災対応など

川 又 啓 蔵

I 震災発生時からの状況

1. 震災発生当時

- 福島県南相馬市鹿島区にある本社事務棟（鉄筋コンクリート3階建）にいた
- 本社事務棟では、構造体の崩落や落下が多数
- 社内にはいた従業員は無事 → 無事を確認後全員帰宅させた
- 地震の最中に約2分程度の停電
- 水道は通常通り
- 全通信手段喪失（携帯は午後3時台から断続的に復旧、安定化は20時ごろから）
→ ラジオ中継の回線も喪失
- 工場棟の建物事態は軽微な損傷、機器類は一部が損壊、倉庫など倒壊

2. 津波襲来

- 午後3時過ぎ、被害状況の確認のために同社屋の上階と屋上を目指す
- 壁・天井の崩壊・崩落、家具類の転倒が酷い状態
(屋上にたどり着いたのは午後3時半過ぎ)
- 同社屋は海岸から約4kmに位置
- 海岸との間は水田に民家が点在
- 屋上に到着後、暗黒の巨大な壁が海岸の方向から進んでくる様子を目撃
- その壁は、地面を蹴り飛ばすように土ぼこりを巻き上げていた

3. 発生直後の避難

- 津波が川を遡上 → 堤防が決壊する危険
- 強く断続的に発生する余震による社屋倒壊の危険性
- 午後4時半過ぎに高台に避難 → 家族と合流

4. 震災発生から3月14日までの中継体制

- モバイル通信網を利用した中継回線のため、発生から数時間は不安定で断続的な状態
→ 満足な中継ができない
- 午後8時ごろから回線の安定化に伴い本格的に中継開始
- 12日（発生翌日）未明までは、市内の避難所、病院、役場などからの中継
- 12日の日の出とともに津波被災状況の中継
- 12日の日中からは遺体安置所や原発周辺からの避難者の様子などの中継も加わる
- 13日ごろからマスコミの姿が消え始め、ガソリン類の枯渇が目立つようになる
- 14日11時過ぎに津波発生「誤報」と福島第一原発3号機で発生した爆発の情報が重なり、地域全体が一時的にパニック状態になった

- 14日には南相馬からの唯一の中継となる

5. 放送の停波

- 震災発生でテレビの地デジ放送が停波（アナログは視聴可能）
- 津波で送信所が被災し隣県仙台市の東北放送ラジオが事実上の停波（非常用送信機による減力のみ）
- 12日R F Cラジオ福島、NHKラジオ福島第一放送の原町中継局が放送不能に（本局→中継局間の回線が不通のため）
- 放送の聴こえない中での中継
- かくろうじて福島本局や郡山中継局からの放送を受信できる場所を探して中継で紹介

6. 避難

- 14日午前には会社の仮復旧を完了
- 14日までに親類6名の津波による死亡・行方不明を確認
- 14日夜、原発事故の状況について一層深刻化しているとの情報が入ったため、域外避難（脱出）を決断
- 15日未明、先に家族が脱出・避難（猪苗代町のホテル）
- 15日午前5時ごろ、南相馬を出発し、要所要所で中継をしながら西へ向かう
- 15日朝の段階で南相馬市と福島市間の主要道路沿いに設置された避難所は全て満員状態
- 同日以降、避難先を拠点に、会津・中通り地方における浜通り地方からの避難者の様子を各所から中継

Ⅱ 取材を通して見た震災・原発事故被害（特徴的な部分）

1. J A内情報網の被災

- 電話回線（有線）の不通による情報交換手段の喪失
- モバイル回線安定化後は有線の代替手段として利用
- 通信手段の確保が課題

（例えば）

■アナログ回線の留保

コスト面や平常時スペックから光回線への切り替えを進めたが、有事にはアナログ回線のほうが有利。有事対策としてある程度の留保は必要。

■災害時優先電話、防災行政無線などの整備

J Aには公益性・公共性があるため災害時優先電話の取得、防災行政無線端末の配備対象になりえるのではないかと。

■複数のキャリアによる携帯電話の利用

地震や津波の被災状況により、携帯大手3社の通話状況には差が出た。そのため、有事連絡用に複数キャリアの携帯電話を用意。職員の保有状況の把握による活用・補完も視野に。

■管内の通信事情を再検証

携帯電話の設備状況、有線回線のルーティングなどを検証し、「回線リルート」の活用などの可能性を模索。

■既存の資源を見直す

営農部門などで利用している業務無線の活用可能性の模索（伝播状況やスペックを把握した上で）。ただし、合併前の周波数のままなど、支店ごとに互換性が無いというケースもある。また、平時に利用している現金輸送や管内書類運搬（管内メール便）などの利活用も視野に。

2. 秋冬野菜の収穫を直撃

- 気候・地勢を生かした秋冬野菜の振興（福島県浜通り地方）
- 特に、冬の露地ものに商品性があつた
- 津波による圃場流出、警戒区域、放射能汚染により収穫不能

3. 系統事業は機能したのか？（ネガティブな評価）

- J Aそうま管内に限ったことではないが、J A－S Sにおけるガソリン不足の解消が商系に較べて遅かった。
- ある組合員は「何のために常時利用しているのか疑問」と話す。
- J A（その子会社も含む）では立ち上がりは早かったが、モノが来ない。

4. 系統事業は機能したのか？（ポジティブな評価）

- J Aふたばの再起動
 - 避難先での再起動に対する連合会のサポート体制
 - 他J Aによる業務代理体制

■分散した避難者に対応した拠点設置に対するサポート

●地震・津波により被災した農業資材（JAからの購入分）への補償

→商系では有り得ないこと

→この「実績」を翌年度農業資材予約注文に生かしたか？

※JA利用、特に生産資材について、ホームセンター、一本釣り志向の商系、某大手農機メーカーが提示する価格と比較され、「価格が高い」との批判が少なくないが、最終的にJA利用のほうがメリットがあるというアピールが十分なのだろうか？

5. 津波と原発事故に直撃された産地（南相馬市原町区：シュンギク）

●主としてハウス栽培（全販売量の約8割超）

●旧JA原町市管内で『マル太』の春菊」として産地化し市場でも評価を得ていた

●2000年前後をピークに生産は縮小傾向

- ・生産者の高齢化
- ・JA合併後に産地拡大が十分ではなかった
- ・市場のトレンド

●産地が福島第一原発から半径20kmの「警戒区域」の境界線付近に分布

●生産者の被災状況

- ・津波により犠牲：2名
- ・避難：30名（うち警戒区域居住者20人、他は津波により被災）

●圃場の被災状況（119a）

- ・津波による流出や浸水：72a
- ・警戒区域内：47a

※警戒区域内の津波被災圃場は「警戒区域内」に含む

●風評被害により価格が平年比で約半分に下落

- ・（平年）100円/袋 → （今年）50～60円/袋
- ・高値（約200円/袋）が望める「夏場の露地もの」は作付けできず

●廃作を考えている生産者も出ている

- ・多くは「廃作」を通り越し「離農」という選択

●廃作した生産者の圃場（ハウス）の有効活用

- ・被災した農業者の就農斡旋など
- 自分の農地を貸し出すことへの抵抗感

●資料 JAそうま管内におけるシュンギクの生産・販売状況

年度	生産者数 (人)	販売重量 (kg)	販売金額 (千円)	圃場面積 (a)
2008	65	82,198	43,175	329
2009	63	84,819	46,831	315
2010	56	64,407	38,787	285
2011	11	6,000	2,200	70

- ・ J A そうま原町営農センター調べ
- ・ 2011年度の販売重量・販売金額は当該生産者が出荷を再開して以降で、実質11月の1ヶ月間

5. 津波と原発事故に直撃された産地（相馬市磯部：梨）

- リアス式海岸的な地形を利用した梨栽培産地
- 畑は傾斜地、生産者の住居は海岸線付近の平地
- 震災前、生産者は54名、圃場面積は54.4ha
- 津波により生産者が6名犠牲になり、津波被災をきっかけに2名が廃作した
※栽培継続生産者のうち、約5名ほどが圃場縮小予定（居宅が被災したため宅地転用）
- 津波により浸水・流出した圃場は5.4ha、廃作圃場は1.7ha
- 廃作圃場にある梨の木はすべて伐採
 - ・ 放置すると病虫害が蔓延する
- 新規参入の生産者は4名（うち3名は縁故）
 - ・ 非縁故者（1名）は、農業・漁業の兼業者だったが、全てが流出
- 廃作圃場への就農誘導は？
 - ・ J A そうまと隣接 J A（J A ふたば）管内で警戒区域内の梨生産者
 - ・ 発災からしばらく所在確認ができず接触できなかった
→春の手入れに間に合わない
 - ・ 過去に新規就農者が病気を蔓延させた「前科」がある

● 資料 相馬市磯部地区における梨の生産・販売状況

年度	生産者数 (人)	販売重量 (t)	販売金額 (億円)	圃場面積 (ha)
2010	54	950	2.3	54.4
2011	50	860	1.6	47.3

- ・ 例年、香水・豊水がそれぞれ約3万ケース、新高が約3.5万ケース程度出荷
- ・ 今年は、香水が約2.5万ケース、豊水が約3万ケース、新高が約3.1万ケース
- ・ 生産者推移
(前年度) 54 - (廃作) 2 - (死亡) 6 + (新規) 4 = 50人

6. 風評被害対策を視野に入れた報道の取り組み

- 時系列に「継続」してアクションを続けることが重要
 - ・ 季節と旬を追う中継報道姿勢
 - ・ 風化させない
 - ・ 活動の継続性や一貫性を担保する
→ストーリー性をもたせる
(基本的には、ブランド確立戦略における手法と類似)
- 田植えについて
 - ・ 育苗時に中継
 - ・ 田植え時に中継

- ブロッコリー（夏期）について
 - ・収穫時の圃場から生中継
 - ・生産者の「生の声」を「生中継」で行った
 - 生中継ゆえの臨場感と消費者が感じる安心感・信頼感
 - ・水稻早稲品種の出穂期と重なるためその模様も包括した
- 牛肉出荷解禁について
 - ・何を伝えるべきか？
 - 地域やJAの畜産振興戦略に鑑みて（偏向報道ではない）
 - ・A5-12を毎年数頭ずつ出している生産者の牛舎から生産者（JAそうまの部長）とともに生放送
 - ・経営資源の回転が出来ない窮状はさることながら、BSEや口蹄疫を経験して培った防疫ノウハウを織り交ぜアピール
- 梨についてラジオで中継、JA広報紙で紹介（別紙抜刷参照）
 - ・放送ではリスナー向けにプレゼント等を用意
 - ・生産者の「生の声」を「生中継」で行った
 - 生中継ゆえの臨場感と消費者が感じる安心感・信頼感
 - ・目的は3つ
 - ①産地・製品のアピール
 - ②生産者へのはげまし
 - 応援メッセージの募集
 - 以外に多かった「同業者（農家）」からのメッセージ
 - ③地域（管内）の理解と共有
 - 協同・協働の団結を醸成
 - 梨生産と接点の無い組合員からの理解
- 稲刈りについて
 - ・稲刈りの現場から生中継（コンバインと併走しながらレポートなど）
 - ・生産者の「生の声」を「生中継」で行った
 - 生中継ゆえの臨場感と消費者が感じる安心感・信頼感
 - 他の生産者への励み
 - ※今年、作付けを見送る、不可能な状況にある生産者への励まし

7. その他

- キャラバンだらけ？
 - ・埼玉某市内の週末
 - ・市内のスーパー5軒で各産地のキャラバンが開催されていた
 - ・全部回ると、無償配布品だけで「おなかいっぱい」状態に
 - ・意味があるのか？
 - ・消費者に「またやってる」とあきられる
- アピールの相手はだれ？
 - ・市場会社？ 仲買人？

- ・ 末端小売は？ 消費者は？
 - 一歩間違えると「消費者不在」の風評被害対策になる
 - 結果として、消費者の不信感と不安感につながる
 - 不可逆的「風評」の一人歩き
- 騒ぐと逆効果？
 - ・ 先に情報を出して「裸」になることと、後からバレて「裸」にされること
 - 前者の時代
 - まずは「裸」になって「ゼロ」から出発したほうが、ゆるぎない信頼へ。
 - ※言い訳を言い訳で塗り重ねても…
 - ・ 「もっと宣伝・周知」を「逆効果」になると危惧（JA職員） → はたしてそうか？
 - ・ たとえば，JAそうま・相馬市磯部地区の梨などは「津波に負け『梨（なし）』」などと「縁起担ぎ」風に商品アピールしてもよかったのでは？

<発表者プロフィール>



川又啓蔵（かわまた けいぞう）

1972年 福島県生まれ，明治学院大学経済学部卒業。

民放記者，海外財閥勤務を経て，現在，株式会社鹿島印刷所（本社・福島県相馬市）代表取締役，茨城大学大学院人文科学研究科修士課程在学中（専攻は農業経済論研究）。

震災発生までは，経営する会社の営業品目として，地元の放送局でレポーターやイベント司会・運営を行っていた。

東日本大震災発生以降は，ラジオ・テレビで震災と原発事故を軸にレポートや講演を行う。また，今年11月からは，IBS茨城放送でレポーターとしての活動も開始，主な担当は情報生ワイド番組「IT'sきたかん」（日曜13～16時）。