

文教大学情報学部広報学科 社会調査 研究報告

地震がもたらした影響に関する調査

2011年2月

情報学部広報学科3年

宇治 香桜里

目次

第1章 研究の概要

- 1.1 調査研究の目的と背景 2
- 1.2 調査に関連する状況 2
- 1.3 調査研究の方法 5
 - (1) 進歩経緯
 - (2) 調査の概要
- 1.4 成果の概要 6
 - (1) 主な成果
 - (2) その他の成果

第2章 調査研究の成果

- 2.1 調査回答者の概要 8
- 2.2 地震との距離感と行動 8
- 2.3 情報機器の活用方法 10
- 2.4 テレビによる影響 12
- 2.5 娯楽不謹慎に対する認識 14

第3章 まとめと今後の課題 18

参考文献 19

資料1 調査の単純集計結果 20

第1章 調査研究の概要

1.1 調査研究の目的と背景

2011年3月11日14時46分。家電量販店にて、これまでに経験したことのない大きな揺れを体感。棚のものが崩れ落ち、照明コーナーで照明が割れ、物に捕まっていなくて立っていられないほどであった。日本中を震撼させる、「東日本大震災」が発生した。太平洋三陸沖を震源地として、日本国内観測史上最大のマグニチュード9.0、最大震度7を記録。地震に伴い津波も発生。この地震による死者・行方不明者は約2万人とも言われている。その大半は岩手、宮城、福島の本北3県が占める事態となり、甚大な被害をもたらした。いまだに（調査実施時：9月）東北の地に、人々の心に大きな爪痕を残している。

地震がもたらした被害は津波、液状化、建造物崩壊に止まらず、発電施設被害による大規模停電、福島第一原子力発電所の問題、火災にまで及んだ。さらには買い占め行動による品不足やマスコミの報道内容に対する人々の反応の違いなど、人々の心や行動にまで影響を及ぼした。

私自身、地震による直接的な被害は受けていないものの、連日テレビの震災報道を見て、悲惨な映像や人々の悲しむ姿に心が痛くなり涙した。実際に、何らかの形で震災による被害を受けた人は、計り知れない恐怖や絶望感に苛まれているだろうと思っていた。しかし、テレビを通して目にした被災者の姿は、絶望の淵に立たされながらも、生き長らえた命を全うしようとする強い姿であった。直接的な被害の無かった西日本でも、「娯楽は不謹慎ではないか」といって旅行などを自粛する動きがあるなか、「普段通りの生活をして、経済面で復興支援してくれ」といったような被災者の声もあった。自分が予想しなかったこの様な被災者の声を聞き、この地震が人々にどのような影響を与えたのか疑問に思った。

そこで、震災に対する距離感や関心度によってどのような心の影響を受けるのか、普段生活している環境など、その人の属性によって価値観や認識に違いはあるのかどうか、またどのような行動をとる傾向があるのか検証する。

今回は、これからの社会を担っていく大学生が、どのような認識を持っているのかを明らかにする。

1.2 調査に関連する状況

(1) コミュニケーションの取り方・情報機器の活用方法

現代の私たちが手軽に情報を取得するツールには、テレビを含めたマス4媒体、パソコン、携帯電話などがある。特に、Twitter、Facebook、SNSなどの利用者は年々増えており、今やテレビよりも情報を早く取得できるようになっている。

地震発生時、私は家電量販店にいた。揺れが治まってから、店内にいた人達の多くはテレビコ

ーナーに移動して、震源地はどこなのだろう、地震の規模はどれくらいなのだろうと、各々に情報を求めていた。家族や知人の安否確認の連絡を取ろうと、しきりに携帯電話で通話を試みている人もいたが、見ている限り誰も繋がらないようだった。私も SNS にアクセスして何か情報を得ようとしたが、これもなかなか繋がらなかった。

この様な電波の不通状態は地震発生直後だけでなく、東京のオフィス街でも、「地震発生から 5 時間過ぎたが、いまだに通話もインターネットも繋がらないうえに」ようだ。(難民 A、2011)

一方で、帰宅難民となったある人は「携帯電話が使えないのに、通話の面で機能が劣る PHS が通話できるはずはない、そう思い込んで」いたのだが、気まぐれで自宅への通話を試してみたところ、「なんの問題もなくあっさりつながってしまった」という事例もある。(難民 A、2011)

現代人にとって、携帯電話は必要不可欠の身近な情報機器であり、ネットを通じて情報を得ることができる。しかしその情報は膨大で、不確実な物も多い。昔と比べてラジオの利用者は減少しているが、ネットよりも情報の正確性は高いだろう。今回の様な突発的な災害時に人々が使用したツールは、それだけ信用度が高いと言える。中でも、実際に役立つツールは何なのだろうか。また、最も得たかった情報は何なのだろう。普段の情報機器との接触の頻度によって、今回の地震に対する認識にどのような違いがあるのだろうか。

(2) テレビによる影響

地震が発生してから連日、テレビではどのチャンネルを回しても被害状況を伝える緊急報道特番ばかりであった。容赦なく襲い掛かる津波の映像は、目を覆いたくなるほど残酷なものであり「まるで地獄絵図だ」と表現する人もいる。そんな中、地震発生から約 33 時間後にテレビ東京が通常放送に切り替えて、アニメを放送した。それに対して抗議の声が殺到したようだ。テレビ東京の島田社長は 3 月 31 日の定例会見で「地震発生直後から、ノーCM の緊急報道特番を、BS ジャパンもサイマルで 33 時間 1 分放送しました。テレビ東京の災害報道としては、これまでで最長の放送です。3 月 12 日(土) 23 時 55 分までこの緊急特番を放送し、それ以降、順次レギュラー番組を通常放送に戻しました。このような決断をした理由は、現場の緊張感が相当高かったため、取材の長期化に備えて少し余裕を持たせたかったこと。そして、子供たちが楽しみにしているアニメ番組を放送する意味があると考えたことです。(中略)視聴者に日常性を取り戻してほしいという願いを込め、通常のエンターテイメント番組も必要だろうと思う一方、被災者の方々に配慮したうえで放送しています。レギュラー放送に戻した際には、視聴者からお叱りもいただきました。数ではお叱りのほうが多かったと思いますが、一部では有難かったという声もいただきました。そのすべてのご意見を受け、この選択はありだったと。今、私は感じているところで

す。」と話している。実際にレギュラー復活した12日と13日の、電話とメールでの抗議が約600件、普通の日常を待っていた、応援していますという声が約90件だった。一方で、地震が起きた直前まで被災地に居たお笑い芸人のサンドウィッチマンは、「被災者は津波の映像なんてもう見たくない。子供たちが喜ぶアニメなど、普通の番組を放送してくれ」ということを言っていた。

テレビが人々に与える影響は非常に大きい。それだけに、このテレビ東京が決断したアニメ放送についても賛否両論あった。このアニメ放送に対する意見を分けるのには、どのような要因があるのだろうか。また、普段感じるテレビの役立ち具合や視聴時間によって、人々の考え方や行動に違いは出るのだろうか。

(3) 不謹慎に対する認識

地震が発生した時期は、学生にとっては春休みだった。家族や友人と旅行に行く計画をしていた方も多いと思う。桜も芽吹き始め、お花見の季節もやってきた。しかし、「こんな時に遊ぶのは不謹慎ではないか」という意見もあり、自粛ムードが広がった。

スポーツライターの乙武洋匡さんが「お酒を飲みに行きたい」とTwitterでつぶやいたところ、「こんな発言するなんて不謹慎すぎます」と言われたという。しかし、何でもかんでも不謹慎だからといって自粛していたら、日本経済は回らなくなってしまう。むしろ被災地の方達から、「私たちのぶんまで飲んで、食べて、経済を回してほしい」という意見が乙武さんのもとに多く寄せられたそうだ。

かといって、やはり震災直後に飲んで騒いだり、楽しんだりする気分にはなれない人が多いと思う。具体的に何が不謹慎なのか、一体いつからが不謹慎ではなくなるのか。

(4) 被災者支援に対する意識

今回の東日本大震災で、今、私たちに出来ることは何なのかということが連日放送されていた。実際に、あらゆる駅や街頭で学生などが募金活動をする光景が多くみられた。文教大学でも、国際学部を中心とした文教ボランティアズが駅前で募金活動をしたり、現地ボランティアに行ったりしていた。

しかし、現地ボランティアに行くことができる人は限られているし、生半可な覚悟で行くことはできない。長い目でみれば復興にはお金がかかるから、募金が簡単でいい方法なのかもしれない。

学生の募金金額はどれくらいなのか。他に実際に取り組んだ支援にはどのようなものがあるのか。関心の度合いはどの程度なのか。

(5) 震災直後の購買行動

震災後、主に食料の今後の品不足を懸念して消費者が「買いため」行動に出た結果、スーパー

やコンビニなどから商品が消えた。パンやカップラーメンの棚は空っぽになり、道路状況が悪く新しい商品も届かない店舗が数多く見られた。また、首都圏などのガソリンスタンドにはガソリンの供給不足を心配した消費者や営業トラックなどが買いために走り、50台以上が道路脇に並んでいる光景も見られた。

東京などの一部の地域では、水道水から放射性物質が検出され、乳児に限り摂取を控えるようにと呼びかけがあったため、飲料水の「買い占め」も見られた。

私は神奈川に住んでいるし、成人が少し水道水を飲んだところで全く健康に影響はないだろうと、特に心配はしていなかった。しかし私の妹は東京に住んでいるため、母親が心配して実家からミネラルウォーターのペットボトルを買って送っていたようだ。

ガソリンや食料の品不足は、大学生にも影響があったはずである。しかし、果たして大学生も買いため行動を取ったのだろうか。また、そのような行動を取った人は、どのような理由で買いためをしたのか。

1.3 調査研究の方法

(1) 進捗経緯

4～5月	調査テーマ討論
6月	調査テーマ決定・テーマの具体化
7～8月	討論・調査票作成
9月	最終討論
9～10月	調査票完成・調査実施・回収・集計
11月	単純集計結果報告
12月	報告書作成

(2) 調査の概要

a. 調査の意図

- ・震災との距離感によって行動や認識の違いはあるのか
- ・情報機器の利用実態
- ・テレビが与える影響にはどのようなものがあるのか

b. 調査対象層

文教大学湘南キャンパス学生(2～4年生)

c. 調査方法

2つの授業時間内に配布・回収

d. 主な質問項目

- ・震災との距離感（被害程度、被害状況）
- ・地震発生直後に得たかった情報、情報取得手段
- ・不謹慎に関する認識
- ・被災地支援の有無、具体的内容
- ・普段のテレビの利用実態

e. 配布（依頼）回収数

広告表現論 57

コーポレート・コミュニケーション論 60

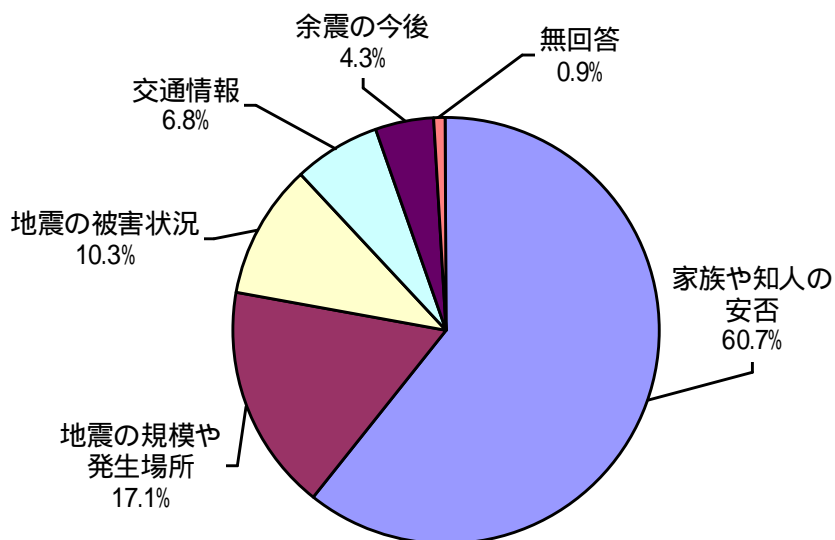
合計数 121 無効票 4

1.4 成果の概要

(1) 主な成果

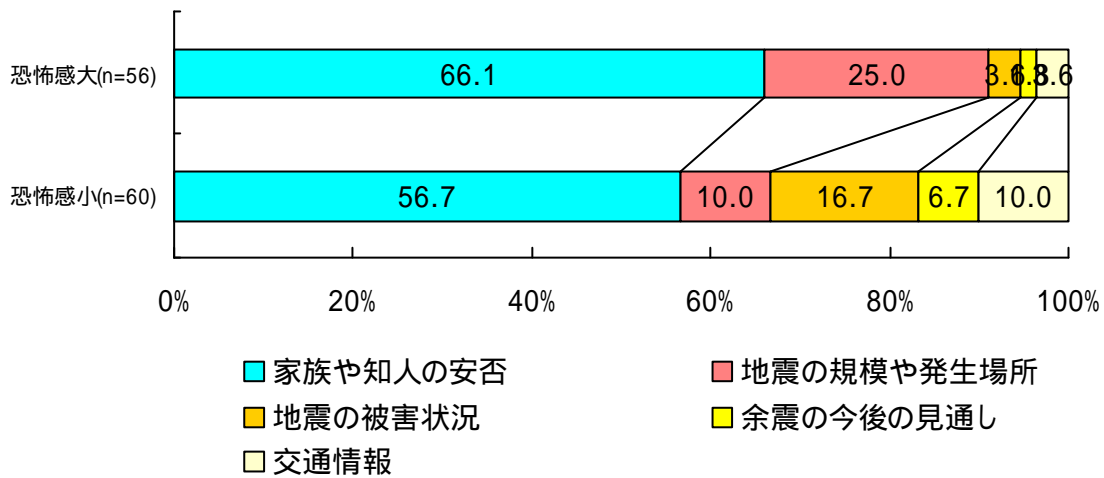
震災直後に最も得たかった情報について聞いた結果を図1-4-1に示す。最も多いのは「家族や知人の安否」、次いで「地震の規模や発生場所」、「被害状況」、「交通情報」、「余震の今後」となっている。

図1-4-1 地震発生直後、最も得たかった情報(n=117)



この初期の必要情報は、震災の影響でどの様になるのかを調べた結果が図1-4-2である。震災の恐怖感を調査し、その回答から「恐怖感大」のグループ（56名）と「恐怖感小」のグループ（60名）を作成し、そのグループ毎に得たかった情報を集計した結果である。

図2 - 3 - 2 揺れの恐怖感と地震直後得たかった情報(2乗:*)



恐怖感によって必要情報がかなり異なることが分かる。恐怖感大のグループでは、「家族や知人の安否」に続いて、「地震の規模や発生場所」であるのに対して、「恐怖感小」のグループでは「家族や知人の安否」に続いて「地震の被害状況」、「地震の規模や発生場所」の順である。大きい差は、「地震の規模や発生場所」は「恐怖感大」のグループがかなり大きく、「地震の被害状況」は「恐怖感小」のグループかなり大きくなっている。震災という切迫状況下での必要情報の差が明らかとなる。

(2) その他の成果

- ・震災発生直後に使ったツールは、テレビ、メール、インターネット、通話、SNS、ツイッターの順だが、役立ち率で見るとツイッター81%、テレビ80%、インターネット65%、SNS57%、メール41%、通話35%の順である。利用度合と役立ち度合は異なる。
- ・テレビを見る時間が長い人は買いための傾向が強い。テレビは買いためを促進する可能性がある。

詳細は次章以降をご覧ください。

第2章 調査研究の成果

2.1 調査回答者の概要

調査は、「広告表現論」「コーポレート・コミュニケーション論」の講義に出席していた2～4年生の協力を得て行った。なお回答標本は無作為抽出で作成してはいたないために、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表2-1-1と表2-1-2で確認しておく。

表2-2-1の学年分布では、2年生43.6%（51人）、3年生48.7%（57人）、4年生7.7%（9人）となっている。母集団と比べると、3年の割合が高く、4年の割合が低い傾向になっている。また、表2-1-2の性別分布では、男子の割合が低く、女子の割合が高い傾向となっている。

これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である。しかしクロス集計やグループの平均等の層化を行った集計では、影響は限定されると考えられる。

表2-1-1 回答者と母集団の比較

	1年	2年	3年	4年	計
回答者	0.0 (0)	43.6 (51)	48.7 (57)	7.7 (9)	100.0 (117)
湘南キャンパス学生	25.0 (853)	27.4 (932)	23.0 (781)	24.6 (837)	100.0 (3403)

表2-1-2 回答者と母集団の比較

	男子	女子	計
回答者	32.5 (38)	67.5 (79)	100.0 (117)
湘南キャンパス学生	51.3 (1747)	48.7 (1656)	100.0 (3403)

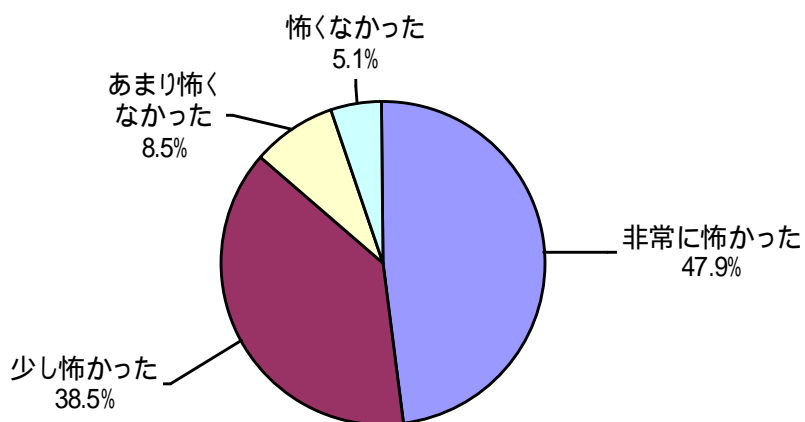
2.2 地震との距離感と行動

(1) 地震の揺れの恐怖感

まず始めに、回答者の東日本大震災との距離感を明らかにする。地震の揺れにより抱いた恐怖感に

ついて調査し、集計した。その結果を図2 - 2 - 1に示す。

図2 - 2 - 1 地震の揺れの恐怖感 (n=117)

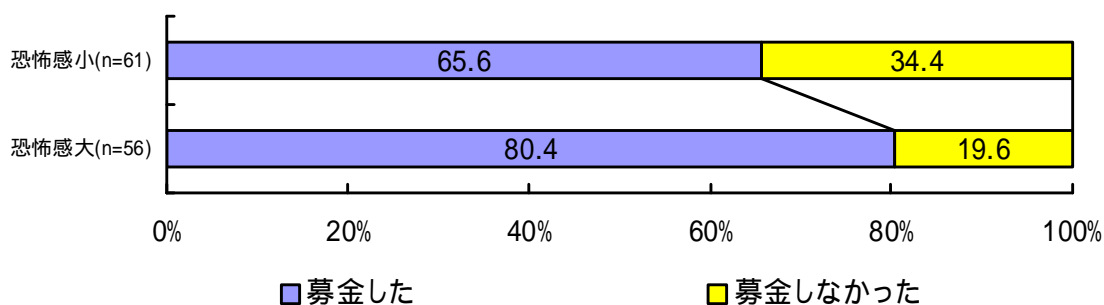


非常に怖かったと回答した人が約48%と一番多く、次に少し怖かったと回答した人が約39%であった。日本史上最大の地震だけあって、かなり多くの人恐怖を感じたということが分かる。

(2) 地震の揺れの恐怖感と行動

恐怖感の差によって、その後の行動に違いはあるのだろうか。地震の揺れによって抱いた恐怖感で「恐怖感大」グループと「恐怖感小」グループに2区分して、募金行動の有無について集計した。結果を図2 - 2 - 2に示す。

図2 - 2 - 2 地震の揺れの恐怖感と募金の有無



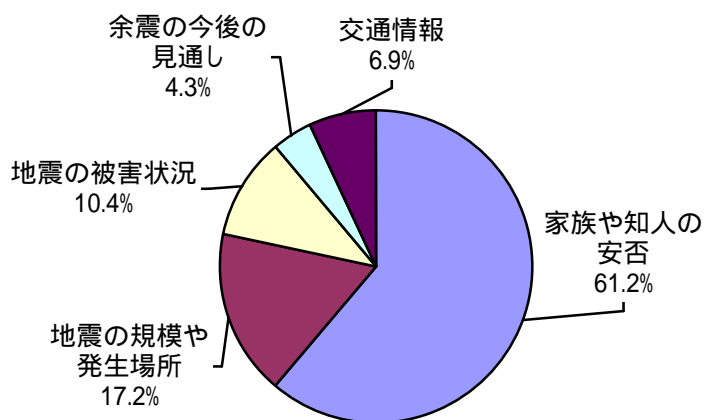
両グループとも募金をした人の方が多いが、恐怖感大グループの方がより多くなっている。やはり、自身が強い恐怖を感じるほど、同じ恐怖を味わった人を助けたいという気持ちが働くため、支援行動を起こすのだと考える。

2.3 情報機器の活用方法

(1) 地震発生直後、最も得たかった情報

まず、地震発生直後に最も得たかった情報は何なのか調査し、集計した。結果を図2-3-1に表す。

図2-3-1 地震発生直後、最も得たかった情報(n=117)



家

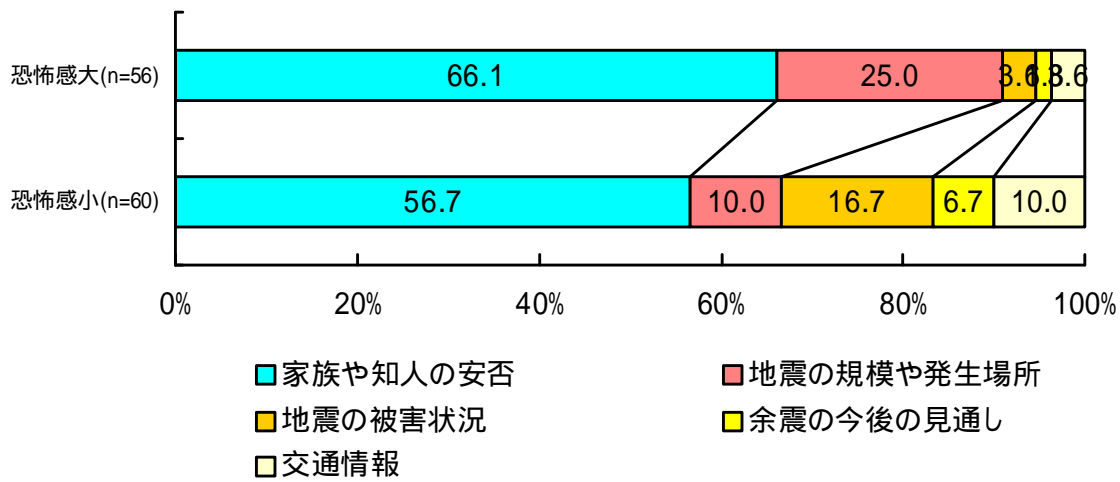
族や知人の安否を確認したかったという回答が最も多く約61%、次いで地震の規模や発生場所の情報を得たかった人が約17%であった。地震発生時に誰といたか調査し単純集計を行った結果、一人でいたという回答が最も多かったので、家族や知人の安否情報を得たかったという回答が最も多くなったのだと考える。

(2) 揺れの恐怖感と地震直後得たかった情報

地震の揺れによって恐怖感大グループと、恐怖感小グループでは、2乗検定での有意確率は0.021であるから、地震発生直後最も得たかった情報には有意差がある。両グループとも家族や知人の安否の情報を得たいという人が最も多かった。次いで、強い恐怖を感じたグループでは、地震の規模や発生場所が約25%、恐怖感小グループでは地震の被害状況が約17%であった。

恐怖感大グループは、やはりその地震の規模や発生場所が気になり、恐怖感小グループは地震の被害状況など、自分以外の情報も気にする余裕があるのではないかと考えられる。

図2 - 3 - 2 揺れの恐怖感と地震直後得たかった情報(2乗:*)

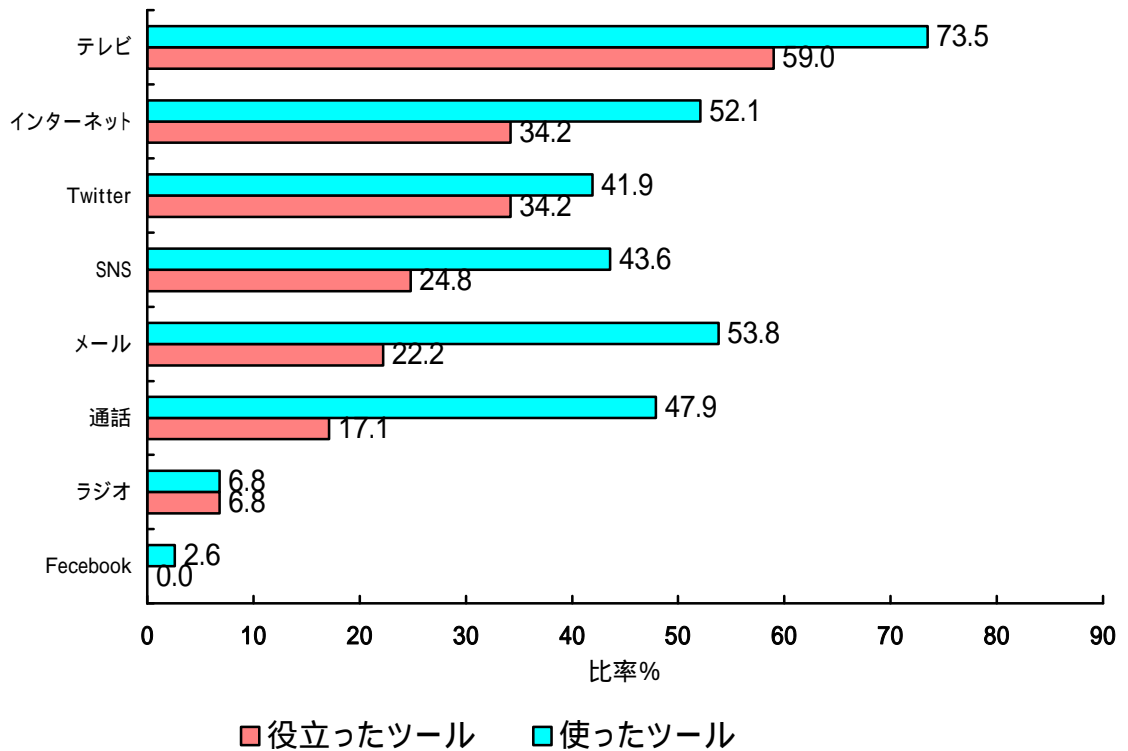


(3) 情報収集ツールの利用と役立ち度合い

地震発生直後、情報収集に使ったツールと、その時に役立ったツールについて調査をし、その結果を比較した。結果を図2 - 3 - 3に表す。実際の役立ち具合が高かったツールを上から順に並べた。

最も多く利用されたのは約 74%でテレビであり、メールが約 54%、インターネットが約 52%と続く。その後も少しずつ少なくなっていくが、ラジオと Facebook 以外は情報収集に多く使われ

図2 - 3 - 3 情報収集ツールと役立ち度合い(n=117)



たツールだと言える。その中で、実際に役立ったものはテレビが一番多く 59%となっている。その次に多いのは、利用者数では下から 3 番目の Twitter で約 34%となっている。

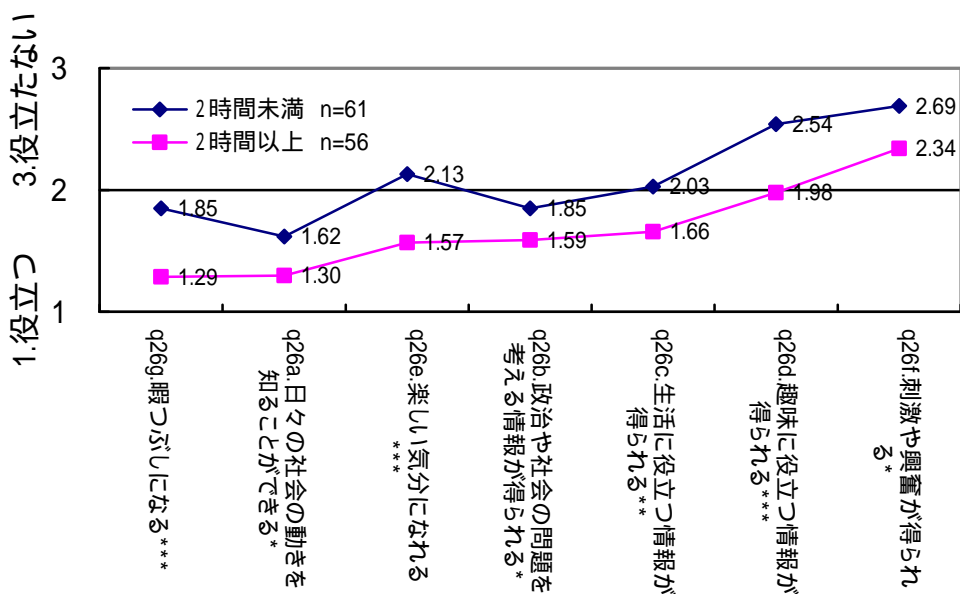
大規模な災害時には、多くの人が携帯電話を使って連絡を取ろうとしたり情報収集をしたりする結果、電話の回線やメールのサーバーが込み合いその機能を果たせなくなる。その点、利用者は少ないがラジオは 100%役立ったという結果が得られた。情報も正確であるし、電波を受信できる環境であれば災害時に最も役立つ情報機器だといえるかもしれない。いざという時のために、一つ持っている価値はあると言えるだろう。

2.4 テレビによる影響

(1) テレビの平均視聴時間と役立ち具合

まず、テレビの役立ち具合について、各項目で「1.当てはまる」～「4.当てはまらない」までの4段階で回答を得て、1日のテレビの平均視聴時間を「2時間以上」と「2時間未満」に2区分し、平均値を求めて比較を行った。結果を図2-4-1に表す。グラフは視聴時間が2時間以上のグループの値が小さい(役立つ)順に左から配列されている。

図2-4-1 テレビの平均視聴時間と役立ち具合(n=117)



視聴時間2時間以上のグループが、すべての項目において下に位置している。特に顕著さがみられたのは、「暇つぶしになる」「楽しい気分になれる」「趣味に役立つ情報が得られる」である。これら3つに関して、視聴時間が2時間以上のグループは特に強く役立ち具合を感じる傾向にあることがわかる。

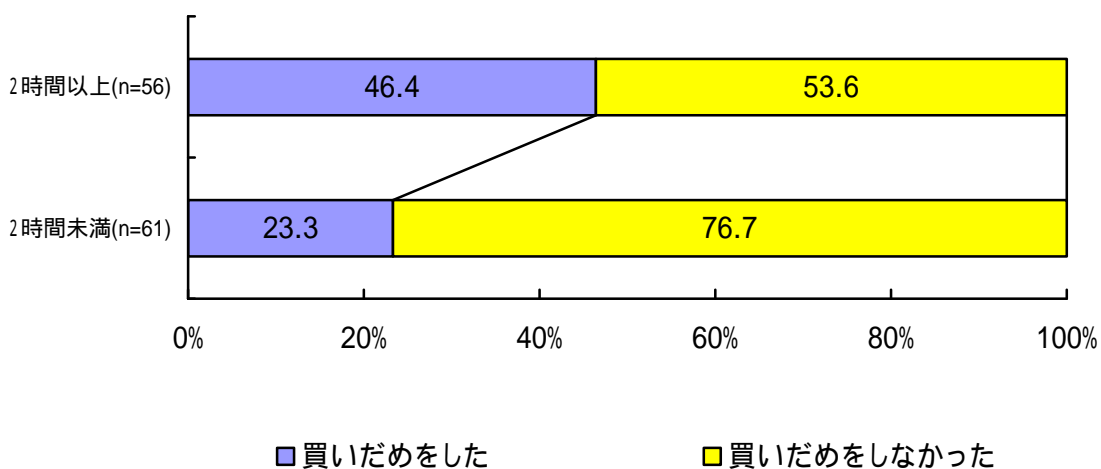
この結果から、長時間視聴者は短時間視聴者よりもテレビに娯楽的な役割を求めているといえる。逆に言えば、短時間視聴者は長時間視聴者よりもテレビを情報収集のツールとして使っているということが分かった。

(2) 視聴時間と震災後の行動の違い

普段のテレビの視聴時間の違いによって、震災後の行動に差があるかどうか調べる。テレビの視聴時間の2区分と買いだめの有無について調査し集計した。結果を図2-4-2に示す。

テレビの視聴時間が2時間以上のグループと、2時間未満のグループでは、2乗検定での有意確率は0.009であるから、買いだめの有無には有意差がある。2時間以上のグループでは、買いだめをした人が約46%である。これは2時間未満のグループの買いだめをした人の割合の約2倍である。テレビでは実際に商品が何もない棚や、ガソリンを求めて道路脇に並ぶ車の映像が放送されていた。それを見て危機感に駆られ、買いだめ行動を起こした人がいたのだと推測する。このことから、テレビの影響力が強いということがいえるのではないかな。

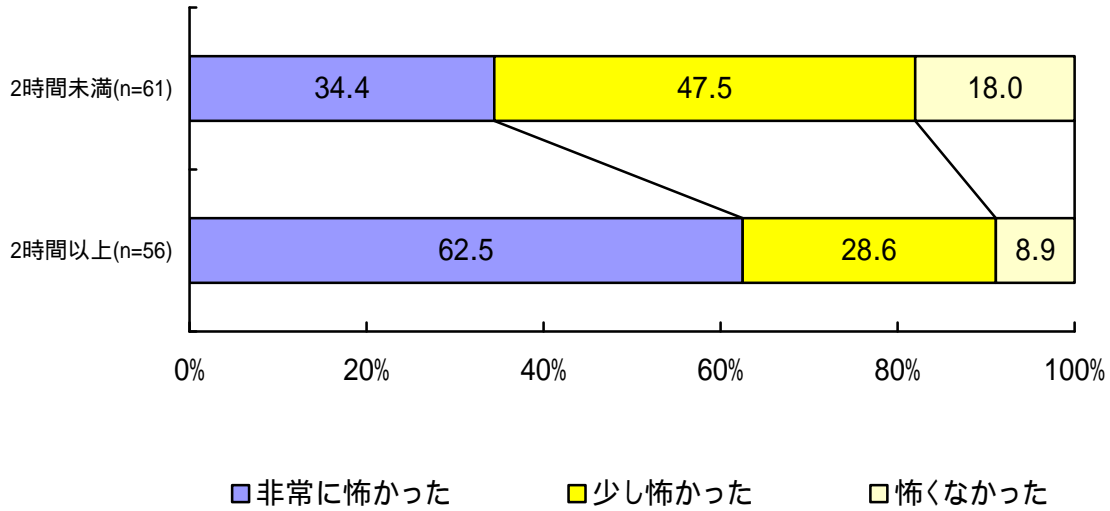
図2-4-2 視聴時間と買いだめの有無(2乗:**)



(3) 視聴時間と地震の揺れの恐怖感

テレビの平均視聴時間と、地震の揺れによって抱いた恐怖感について調査し集計した。結果を図2-4-3に示す。テレビの平均視聴時間で2時間未満のグループと2時間以上のグループでは、2乗検定での有意確率は0.010であるから、地震の揺れの恐怖感には有意差がある。

図2 - 4 - 3 視聴時間と地震の揺れの恐怖感(2乗:**)



視聴時間が2時間未満のグループは、家族や知人の被害を知って少し怖かったと回答した人が最も多く約48%、2時間以上のグループは、非常に怖かったと回答した人が最も多く約63%であった。

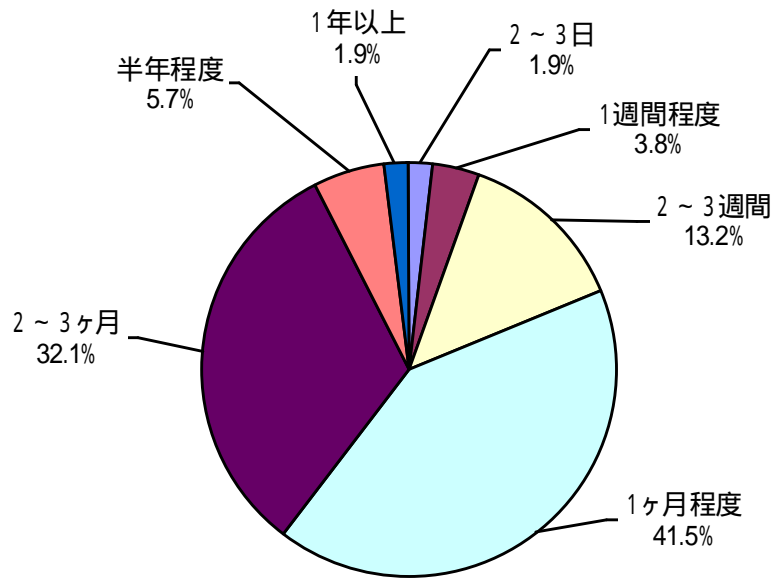
今回の震災では、容赦なく押し寄せる津波やコンビナートの火災の映像など、恐ろしいものがたくさん見受けられた。2時間以上テレビを見るグループでは、テレビからの情報を信用する傾向があると考えられる。そのため、知人の被害を知ってテレビで見た映像と重ね合わせ、より恐怖感情が喚起されたと推測する。

2.5 娯楽不謹慎に対する認識

(1) 娯楽不謹慎に対する時間認知

震災直後には娯楽が不謹慎としても、時間の経過とともに不謹慎感は低下する。この不謹慎でなくなる経過時間について調査し集計した。結果を図2-5-1に示す。最も多いのが1ヶ月程度で約42%、次いで2~3ヶ月で約32%だった。次いで、2~3ヶ月が約32%である。設問内で中間の期間を回答する人が多く、極端に短いものや長いものは回答が少なかった。

図2 - 5 - 1 不謹慎に対する時間認知(n=53)



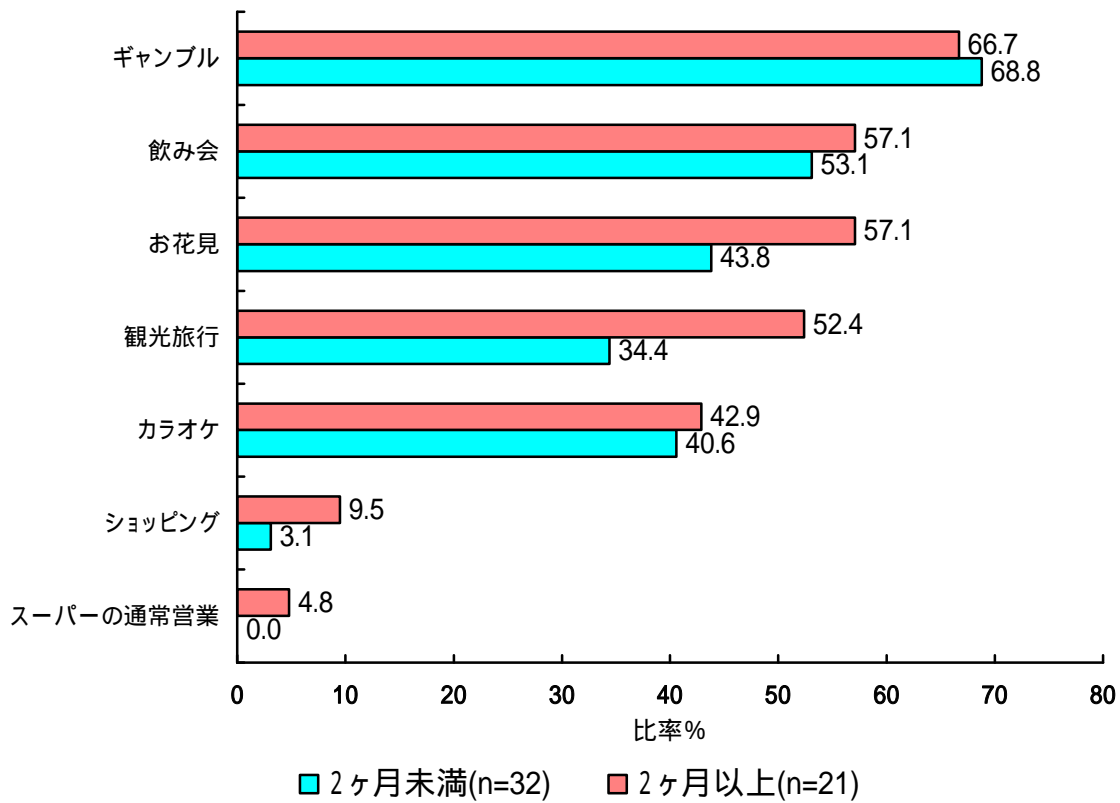
(2) 不謹慎時間と不謹慎行動

図2 - 5 - 1により、2ヶ月未満と2ヶ月以上の2つのグループを作り、グループ毎にどのような活動を震災時には不謹慎と感じるかを調べた結果を図2 - 5 - 2に示す。

2ヶ月未満のグループも、2ヶ月以上のグループも、最も不謹慎だと思われるのはギャンブルでそれぞれ約67%、約69%であった。ほとんどの項目で2ヶ月未満に比べて2ヶ月以上のグループの割合が多いのに対して、ギャンブルだけは2ヶ月未満の方の割合が多くなっている。

両グループで特に差が見られたのは、「お花見」と「観光旅行」であった。この2つの項目は、日常的というよりは一過的なイベントであり、2ヶ月未満のグループは不謹慎認識が弱く、2ヶ月以上のグループは不謹慎認識が強いとの結果である。これは納得の出来る結果であるが、一過的活動に対して差がでたことが注目される。一過的活動は不謹慎感に差が出やすい活動なのである。

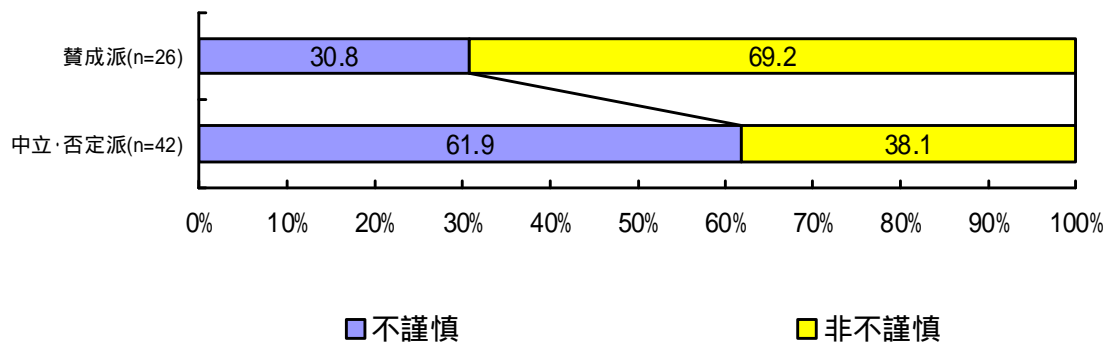
図2 - 6 - 2 不謹慎に対する時間認知と不謹慎だと思うこと



(3) アニメ放送賛否と娯楽不謹慎感

テレビ東京が震災の33時間後からアニメ放送を再開した。このことの賛否を聞いているが、その結果は、賛成と回答した賛成派が38%26人、中立・不賛成と回答した中立・否定派が62%42人であった。この2つのグループ毎に娯楽の不謹慎感を聞いた結果を集計し、図2-5-3に示す。

図2 - 6 - 3 アニメ放送賛否と娯楽不謹慎感(2乗:*)



テレビ東京のアニメ放送に対して肯定派グループと中立・否定派グループでは、2乗検定での有意確率は0.013であるから、娯楽は不謹慎かどうかの判断には有意差がある。

娯楽は不謹慎ではないというグループでは、アニメ放送に対する賛成派は娯楽を不謹慎とする

割合は低く、肯定的な人が半数を超えて約 53%なのに対し、中立・否定派では断然不謹慎とする割合が高い。不謹慎だと思うグループでは約 24%となっている。アニメを見ることも一種の娯楽であるから、娯楽は不謹慎ではないグループはアニメに対しても寛容な判断をしたのだと考える。

第3章 まとめと今後の課題

3.1 調査のまとめ

今回の東日本大震災では、多くの人が恐怖を感じたということが分かった。しかし、回答者自身はあまり被害を受けていなかった。どちらかと言えば、家族や知人の受けた被害を知って抱いた恐怖感の方が多く感じる。

また、携帯電話の普及やインターネットの発達に伴い、それらで情報を得る人が多いと予想していたが、テレビを情報収集に使った人が最も多かった。普段のテレビの役立ち具合は、情報収集というよりは娯楽的な役割を果たしている様だが、人々は意識下で普段から慣れ親しんでいるテレビに頼る傾向があるのかもしれない。それだけに、テレビのもたらす影響は大きいと言える。テレビ東京のアニメ放送に対しては、どちらとも言えないという回答が最も多かったが、不適切というよりは適切という回答の方が多かった。

地震発生後はどのチャンネルを回しても地震の被害状況を伝える報道ばかりであって、特に津波の映像が強烈なインパクトをもたらした。それを見て、必要以上の恐怖感をかきたてられた人も多かったのではないだろうか。果たして全放送局が恐ろしい地震の被害状況を報道する必要があったのだろうか。テレビ東京に寄せられた意見にはアニメ放送に反対のものが多かったかもしれないが、どこか1つの放送局が通常の娯楽のための放送をしてもいいと思う。今回の調査の結果からも、そのことが主張できる。以上の事から私は、テレビ東京の通常のアニメ放送の判断は正しかったのだと思う。

テレビの視聴時間の差によって、家族や知人の被害を知って抱いた恐怖感に違いがみられたのも印象的だった。長時間視聴者の方がテレビの影響を受けやすいと考えられる。

3.2 今後の課題

かなり多くの人が恐怖を感じていたので、恐怖感情を2区分した集計は少し弱い主張になってしまったかもしれない。地震との距離感を測るには、他の方法を考える必要があるようだ。

出身地や出身地の都市化の度合いによっても人々の行動に違いがあるのではないかと仮説をたてたが、有意な差は得られなかった。

テレビ東京のアニメ放送に対する判断の適切度を聞く質問では、その事実を知っている人だけに聞いてしまったが、知らない人の認識も聞くべきだったと思った。

参考文献

論文

東京大学社会情報研究所「災害と情報研究会」(1996)「1995年阪神・淡路大震災調査報告 1」

書籍

林理(2001)「防災の社会心理学 社会を変え政策を変える心理学」川島書店

難民A(2011)「帰宅難民なう。」北辰堂出版

インターネット

博報堂 広報室「東日本大震災後の生活と消費の意識・行動に関する調査」

<http://www.hakuhodo.co.jp/pdf/2011/20110513.pdf>

資料2 . 東日本大震災のもたらした影響に関する調査 単純集計結果

情報学部広報学科 「社会調査」 宇治香桜里

「社会調査」の授業のための調査です。無記名ですので率直にお答えください。

なお、この調査でいう「地震」「震災」とは2011年3月11日に発生した「東日本大震災」の事です。

問1 . この地震の揺れにより、どれくらいの恐怖感を抱きましたか。(1つに) n=117

1 . 非常に怖かった	47.9	2 . 少し怖かった	38.5
3 . あまり怖くなかった	8.5	4 . 怖くなかった	5.1

問2 . この地震により、あなたはどれくらいの被害を受けましたか。(1つに) n=117

1 . 非常に大きい被害を受けた	2.6	2 . やや被害を受けた	29.9
3 . あまり被害を受けなかった	36.8	4 . 全く被害を受けなかった	30.8

問4へ

問3 . それはどのような被害ですか。(当てはまるすべてに) n=81

1 . 大きな怪我	0.0	2 . 軽い怪我	0	3 . 停電・断水	44.4
4 . 揺れにより部屋が散乱した	40.7	5 . 住宅損傷(液状化や火災等)	7.4		
6 . その他	33.3	7 . 無回答	4.9		

問4 . この地震により、家族や親しい人はどれくらいの被害を受けましたか。(1つに) n=117

1 . 非常に大きい被害を受けた	12.0	2 . やや被害を受けた	37.6
3 . あまり被害を受けなかった	22.2	4 . 全く被害を受けなかった	28.2

問7へ

問5 . それはどのような被害ですか。(当てはまるすべてに) n=84

1 . 大きな怪我	2.4	2 . 軽い怪我	6.0	3 . 停電・断水	61.9
4 . 揺れにより部屋が散乱した	47.6	5 . 住宅損傷(液状化や火災等)	29.8		
6 . その他	27.4	7 . 無回答	1.2		

問6 . その人たちの被害を知って、あなたはどれくらいの恐怖感を抱きましたか。(1つに) n=84

1 . 非常に怖かった	41.7	2 . 少し怖かった	45.2		
3 . あまり怖くなかった	9.5	4 . 怖くなかった	2.4	5 . 無回答	1.2

問7 . あなたはこの地震により、どれくらい不安になりましたか。(1つに) n=117

1 . 非常に不安になった	64.1	2 . 少し不安になった	31.6
3 . あまり不安にならなかった	3.4	4 . 全く不安にならなかった	0.9

問8 . あなたは地震発生時に誰といましたか。(1つに) n=117

1 . 家族	23.1	2 . 友人	26.5	3 . 恋人	6.0	4 . 一人	32.5	5 . その他	12.0
--------	------	--------	------	--------	-----	--------	------	---------	------

問9 . 地震発生直後、最も得たかった情報は何か。(1つに) n=117

1 . 地震の規模や発生場所	17.1	2 . 余震の今後の見通し	4.3	3 . 家族や知人の安否	60.7
4 . 地震の被害状況	10.3	5 . 交通情報	6.8	6 . 無回答	0.9

問10 . 地震発生直後、情報収集に使ったツールは何ですか。(当てはまるすべてに) n=117

1 . 通話	47.9	2 . メール	53.8	3 . Twitter	41.9	4 . Facebook	2.6
5 . SNS	43.6	6 . インターネット	52.1	7 . テレビ	73.5	8 . ラジオ	6.8

問11 . その時、実際に役立ったツールは何ですか。(当てはまるすべてに) n=117

1 . 通話	17.1	2 . メール	22.2	3 . Twitter	34.2	4 . Facebook	0.0
5 . SNS	24.8	6 . インターネット	34.2	7 . テレビ	59.0	8 . ラジオ	6.8
7 . 無回答	5.1						

問12 . 各局が震災に関する報道を続ける中、震災発生から約33時間後にテレビ東京がアニメ放送をした事を知っていますか。(1つに) n=117

1 . はい	58.1	2 . いいえ	41.9	問14へ
--------	------	---------	------	------

問13 . その判断に関して、社会的に見てどう思いますか。(1つに) n=68

1 . 適切	17.6	2 . まあ適切	20.6	3 . どちらとも言えない	52.9
4 . あまり適切ではない	5.9	5 . 不適切	2.9		

問14 . 震災発生直後の混乱期に、あなた自身が旅行に行くなどの娯楽は不謹慎だと思いますか。(1つに) n=117

1 . はい	46.2	2 . いいえ	53.8	問17へ
--------	------	---------	------	------

問15 . 具体的にどれが不謹慎だと思いますか。(当てはまるすべてに) n=54

1 . 飲み会	53.7	2 . 観光旅行	40.7	3 . カラオケ	40.7
4 . ショッピング	5.6	5 . お花見	48.1	6 . スーパーの通常営業	1.9
7 . ギャンブル(パチンコ・麻雀等)		66.7		8 . 無回答	1.9

問16 . 震災が起きてから、どのくらい経てば不謹慎ではないと思いますか。(1つに) n=54

1 . 2~3日	1.9	2 . 1週間程度	3.7	3 . 2~3週間	13.0	4 . 1ヶ月程度	40.7
5 . 2~3ヶ月	31.5	6 . 半年程度	5.6	7 . 1年以上	1.9	8 . 無回答	1.9

問17 . あなたは東日本大震災のための募金をしましたか。(1つに) n=117

1 . はい	72.6	2 . いいえ	27.4	問20へ
--------	------	---------	------	------

問18. 1回の募金金額はどれくらいですか。(平均金額を記入) n=76
 平均値 2418.83円 _____円

問19. 東日本大震災のために合計どれくらい募金しましたか。(合計金額を記入) n=74
 平均値 4347.99円 _____円

問20. あなたは被災地支援のために何かしましたか。(1つに) n=117

1. はい	77.8	2. いいえ	22.2	問22へ
-------	------	--------	------	------

問21. 具体的に何をしましたか。(当てはまるすべてに) n=91

1. 募金	74.7	2. 現地ボランティア	13.2	3. 節電	70.3	4. 支援物資の調達・配送	8.8
5. 被災地支援キャンペーンに参加	5.5	6. 被災地関連商品の購入	17.6	7. その他()	2.2	8. 無回答	1.1

問22. あなたは被災地支援に対して関心がありますか。(1つに) n=117

1. 非常にある	33.3	2. 少しある	47.0	3. どちらとも言えない	13.7
4. あまりない	5.1	5. まったくない	0.9		

問23. 震災後、あなたは「買いだめ」をしましたか。(1つに) n=117

1. はい	34.2	2. いいえ	65.0	問26へ	3. 無回答	0.9
-------	------	--------	------	------	--------	-----

問24. 具体的に何を買いましたか。(当てはまるすべてに) n=40

1. パン	32.5	2. カップ麺	62.5	3. 飲料水	67.5	4. 乾電池	32.5	5. 野菜	5.0
6. 肉	7.5	7. お菓子	25.0	8. インスタント食品	30.0	9. その他	7.5		

問25. あなたがその様な行動をとった1番の理由は何ですか。(1つに) n=40

1. マスコミの報道で品不足と知ったから	22.5	2. 友人等から品不足と聞いたから	5.0
3. しばらく外出できなくなるかもしれないから	10.0		
4. みんなが買っているから何となく	5.0		
5. 実際に店頭で商品が少なくなっているのを見て不安に思ったから	32.5		
6. 地震の影響で品不足や価格が上がるのを予測して、備えるため	7.5		
7. その他	17.5		

問26. あなたにとってのテレビの役立ち具合はどれくらいですか。(それぞれ1つに) n=117

	当てはまる	やや 当てはまる	あまり当て はまらない	当てはま らない
a. 日々の社会の動きを知ることができる	62.4	31.6	2.6	3.4
b. 政治や社会の問題を考える情報が得られる	39.3	52.1	5.1	3.4
c. 生活に役立つ情報が得られる	30.8	54.7	12.8	1.7

d.趣味に役立つ情報が得られる	23.1	35.0	33.3	8.5
e.楽しい気分になれる	37.6	41.9	17.1	3.4
f.刺激や興奮が得られる	15.4	32.5	36.8	15.4
g.暇つぶしになる	56.4	34.2	4.3	5.1

問27. あなたの1日のテレビの平均視聴時間はどれくらいですか。(1つに) n=117

1. 1時間未満	17.1	2. 1～2時間未満	35.0	3. 2～4時間未満	36.8
4. 4～6時間未満	7.7	5. 6時間以上	3.4		

F1. 性別(1つに) n=117

1. 男	32.5	2. 女	67.5
------	------	------	------

F2. 出身地(1つに) n=117

1. 北海道	0.9	2. 東北	20.5	3. 中部	26.5	4. 関東	47.9
5. 近畿	0.9	6. 四国・中国	2.6	7. 九州・沖縄	0.9	8. 海外	0.0

F3. 出身地域の都市化の度合い(1つに) n=117

1. 大都市	8.5	2. 中小都市	33.3	3. 田舎	50.4	4. 超田舎	6.8	5. その他	0.9
--------	-----	---------	------	-------	------	--------	-----	--------	-----

F4. 兄弟・姉妹位置(1つに) n=117

1. 一番上	34.2	2. 真ん中	12.0	3. 一番下	41.0	4. 一人っ子	12.8
--------	------	--------	------	--------	------	---------	------

F5. 学年(1つに) n=117

1. 1年生	0.0	2. 2年生	43.6	3. 3年生	48.7	4. 4年生	7.7
--------	-----	--------	------	--------	------	--------	-----

F6. 学科(1つに) n=117

1. 広報	91.5	2. 経営情報	5.1	3. 情報システム	1.7
4. 国際理解	0.0	5. 国際観光	1.7	6. 健康栄養	0.0

F7. 世帯状況(1つに) n=117

1. 実家暮らし	36.8	2. 一人暮らし	55.6	3. ルームシェア	2.6
4. 寮生活	0.9	5. その他	4.3		

調査は以上です。ご協力ありがとうございました。