

報道各位

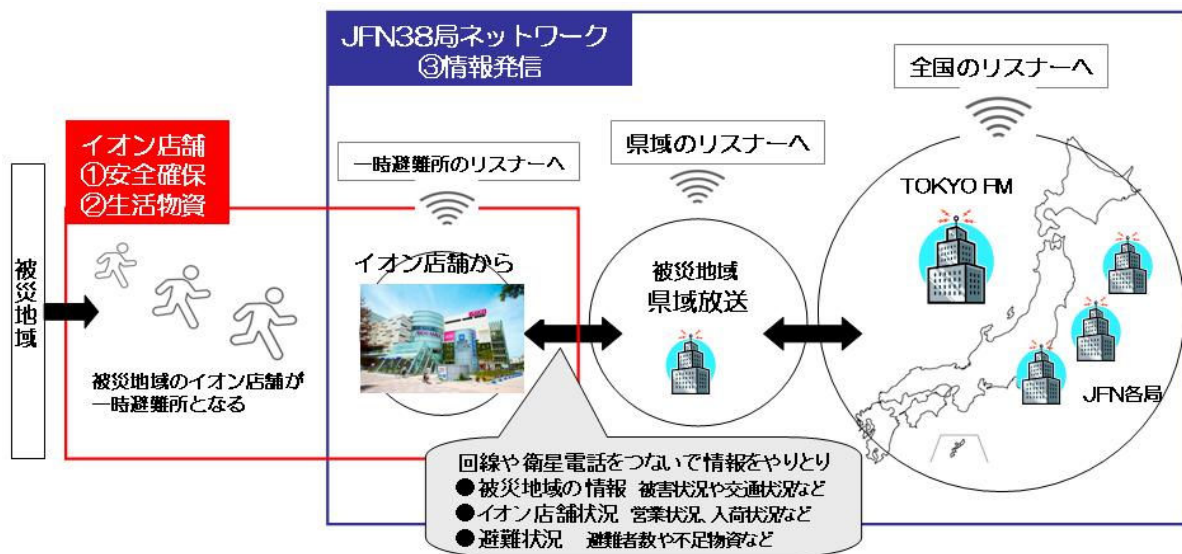
TOKYO FMをはじめとするJFN38局とイオンが防災協定締結 「安全確保」・「生活物資」・「情報」を兼ね備えた 総合防災拠点を構築

株式会社エフエム東京(東京都千代田区、代表取締役社長 千代 勝美/以下「TOKYO FM」)をはじめとする全国FM放送協議会(東京都千代田区、会長 富木田 道臣/以下「JFN」)と、イオン株式会社(千葉県千葉市、取締役兼代表執行役社長 岡田 元也/以下「イオン」)は、2013年11月1日(金)、「災害時における総合防災ネットワーク構築に関する協定」を締結いたします。

◇「災害時における総合防災ネットワーク構築に関する協定」とは

TOKYO FMをはじめとするJFN全国38局のネットワークと、地域のくらしのライフラインとして、防災拠点の役割を担うイオンが連携することで、災害時に必要な「安全確保」・「生活物資」・「情報」を全て兼ね備えた防災拠点を全国に構築していくものです。

具体的には、イオンの店舗と、その所在地にある県域FM局を、回線や衛星電話など状況に応じた手段で結んで情報をやりとり致します。店舗の一時避難者に情報を伝えながら、イオン担当者から、周辺の被害状況、避難所の様子、店舗の営業・サービス情報、物資の供給状況等をFM局に提供し、その情報を、県域放送や全国ネット放送を通じて発信します。将来的には、自治体と連携し、近隣住民の方々に地域情報を発信することを目指します。



◇「安全確保」と「生活物資」と「情報」を兼ね備えた総合防災拠点

東日本大震災当時、イオンでは、東北の3店舗を一時避難所として解放し、住民の「安全確保」と「生活物資」を提供しました。その際、避難住民から最も多かった要望は「タイムリーな情報が欲しい」というものでした。

一方、TOKYO FM/JFNでは、震災発生直後より1週間にわたり全てのCMゾーンを休止し、被災者目線に徹した災害報道に徹しました。中でもFM岩手の要請による釜石支局のサテライトスタジオ開設と、釜石市の要請による臨時災害FM局開設を支援。これにより、知られていなかった釜石市のリアルな被害状況を、FM岩手で県域へ、更にはJFNを通じて全国へ発信。また逆に、最新情報を釜石市の被災者にお伝えしました。

災害時こそ、被災地のリアルな情報を吸い上げ、ネットワークを通じて、地域・県域・全国のリスナーに情報を有機的に組み合わせて発信することが求められます。

イオンとTOKYO FM/JFNでは、日本で初めて「安全確保」「生活物資供給」「情報」を兼ね備えた、総合防災拠点を、イオンの大型店舗を中心に全国に設置していく予定です。

両社は、今後も広範囲にわたり、地域の皆様の利便性を追求して参ります。

<参考資料①> 東日本大震災におけるイオンの取り組みについて

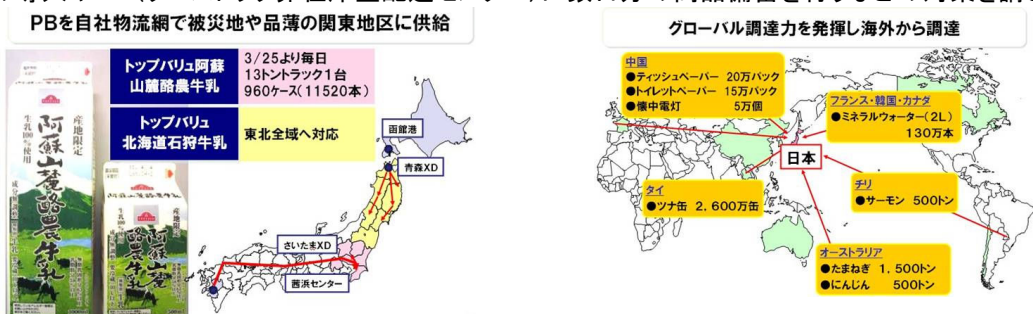
□店舗での活動について

津波の被害を免れたイオン石巻店では、店長判断で被災された地域の方々に避難所として店内を開放、食糧や寝具など必要とされる品々を無償で提供しました。また、従業員も自ら被災しているにもかかわらず、交代で避難された方々のケアや、避難所としての円滑な運営管理に従事、さらに薬剤師による体調を崩された方の介護など、寝食を忘れてサポートに努めました。石巻店では2週間にわたる期間中、最大で2500名の方が避難所生活を送りました。また、首都圏においても、店長判断で東神奈川店や品川シーサイド店では帰宅困難者のために店舗を一時開放、受け入れるなどの対応を行いました。



□商品供給での取り組みについて

商品調達面では80社に上る直取引メーカーへの協力要請や、センターに保管している買取りのランニングストックの調達に加えて、発注量を増やしたことで店舗からの要請に対応しました。また海外からは、フランス、カナダ、韓国からミネラルウォーターを、中国から懐中電灯などを、オーストラリアからは玉ねぎやにんじんなどを調達しています。さらに、関西・関東エリアにおいて非常事態に備えて代替機能を向上させるRDC(在庫型拠点)の新設による2拠点制の導入やXD(クロスドック非在庫型配送センター)に数日分の商品備蓄を行うなどの対策を講じています。



□約23,000店で「がんばろう日本！復興応援特別セール」を実施

2011年4月8日から12日まで、イオングループの総力をあげてショッピングセンター内の専門店を含めた約23,000店で「がんばろう日本！復興応援特別セール」を実施しました。このセールでは、日本全体の元気と被災地の復興に向けて、必要とされる商品をお買い得価格で提供するとともに、期間中復興支援を目的とした「黄色いレシートキャンペーン」を実施し、投函されたレシート合計金額の1%相当額を、震災復興支援金として拠出しました。また、東北6県の名産品の紹介を通じて被災地を応援する「東北を元気に！がんばろう東北応援フェア」を実施しました。



<参考資料②> 東日本大震災における TOKYO FM(JFN38 局)の取り組みについて

■1週間にわたってCMを全面休止、特別報道編成を続ける

東日本大震災発生直後より、TOKYO FM では、「ヒューマンコンシャス～生命を愛し、つながる心」のステーション理念の実践に徹し、被災者目線に立って心情を大切に放送を行うこととしました。

TOKYO FM では在京テレビ・ラジオ局中最長となる、3月11日～3月18日までの1週間、160時間余にわたり全てのCMゾーンと提供クレジットを休止し、特別報道編成を行いました。これに対し、リスナーから共感のメッセージが寄せられました。

<twitter、メール等の一例>

- ・他のメディアは、首都圏の被災していない人に向けて放送している。ラジオは被災地に向けて放送している。
- ・心温まるコメントと選曲をありがとう。テレビよりよっぽど前向きになれる。感極まって泣いてしまった。
- ・アンパンマンの曲、子供は喜ぶ。FMは速報も流してくれる。要らない情報はない。思いを代弁してくれる。
- ・絵本の読み聞かせとか音楽とか、災害情報以外でも本当に工夫され充実している。一番感動したメディア。
- ・運転中だったが、パニックにならずにすんだのはラジオで呼びかけてくれたから。冷静に行動できた。パーソナリティーの皆さんありがとう。

■被災地の子供たちを励ます「アンパンマンのマーチ」が社会現象に

震災翌日、中越地震の被災体験をもつ母親から、当時避難所で子供が怯えていたのを思い出し、被災地の子供向けの曲を放送して欲しいというリクエストに応え、「アンパンマンのマーチ」を放送したところ、人を勇気づける歌詞が大人の心にも響き、全国から絶賛の声が殺到しました。これをきっかけに、子供たちのためのアニメソング特集や絵本の読み聞かせを放送し、大きな評判を呼びました。特に「アンパンマンのマーチ」は「元気が出る」「子供が喜ぶ」と反響が広がり、数多くのメディアで取り上げられ、社会現象となるまでに及びました。

■FM岩手サテライト、釜石臨時災害FMを開設。被災地からのリアルな情報発信をめざす

FM岩手の要請により釜石支局にサテライトスタジオを開設し、さらに釜石市の要請を受けて臨時災害FM局開設を支援しました。これをきっかけに臨時災害FMとFM岩手、そしてJFN38局を連携させ、釜石市のリアルな被害状況や避難所生活の実態を、県域はもちろん全国ネットを通じて伝えたところ、被災地から最も遠いFM沖縄のリスナーから最も早く義捐金が寄せられるなどの反響がありました。また逆に、全国ネットの情報を被災地のコミュニティFMへ伝えるなど、3者を有機的に組み合わせた新しい情報の循環を実現しました。

TOKYO FMをはじめとするJFN38局は、現在もレギュラー番組「LOVE&HOPE」で被災地の情報を伝えているのははじめ、被災地で心と体のケアを行う「ヒューマン・ケア・プロジェクト」を継続しています。今回の協定締結は、去る9月1日の防災の日に関東地区と締結した防災協定に続く第2弾であり、相互に連携しながら今後も、被災地で生活する人々と被災地以外の人々のところをつなげるため、JFN38局のネットワークを生かした災害報道強化に努めて参ります。

被災状況の情報源として
役に立ったものは？
(複数回答)

「東日本大震災時のメディアの役割に
関する総合調査」より
(日本民間放送連盟・研究所)

仮設住宅調査		ネット調査	
<当日>			
1 ラジオ	52.0%	1 ラジオ	73.1%
2 家族・隣人・友人	47.8%	2 テレビ	47.8%
3 自治体・警察・消防等	15.8%	3 家族・隣人・友人	24.9%
4 テレビ	14.6%	4 新聞	12.3%
5 自分の経験と知識	9.6%	5 メール	11.3%
<翌日・翌々日>			
1 ラジオ	61.6%	1 ラジオ	77.5%
2 家族・隣人・友人	58.8%	2 テレビ	49.6%
3 自治体・警察・消防等	22.8%	3 家族・隣人・友人	33.4%
4 テレビ	19.8%	4 新聞	31.2%
5 新聞	15.8%	5 メール	16.9%
<3日後～1週間後>			
1 ラジオ	66.6%	1 ラジオ	71.9%
2 家族・隣人・友人	60.4%	2 テレビ	69.7%
3 新聞	36.8%	3 新聞	45.4%
4 テレビ	32.4%	4 家族・隣人・友人	40.2%
5 自治体・警察・消防等	24.8%	5 メール	30.8%