

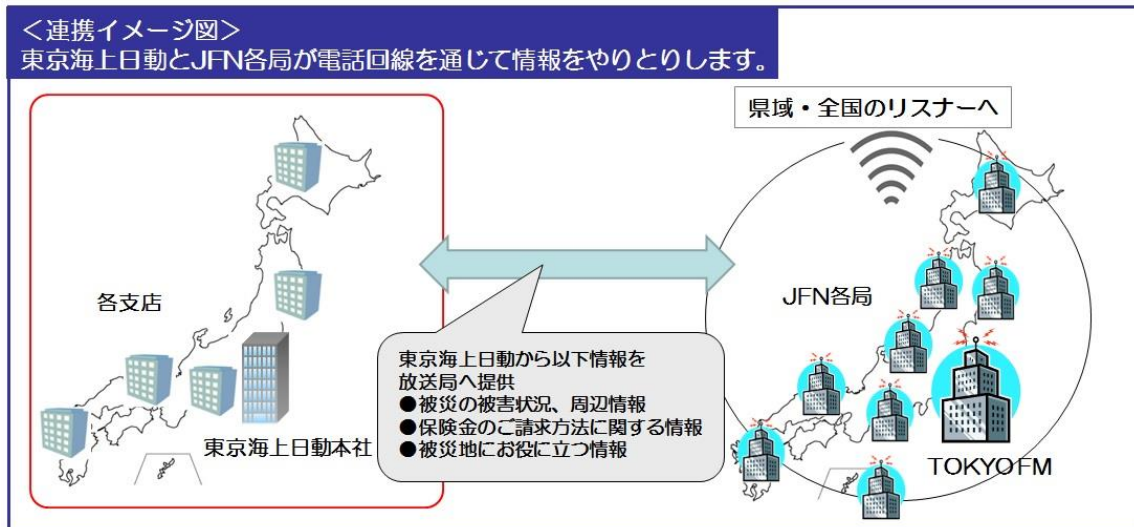
報道各位

TOKYO FMをはじめとするJFN38局と東京海上日動が 「災害時における地域情報ネットワーク」の協定締結 被災地の被害状況や保険金のご請求方法に関する情報等を、 FM放送を通じて、地域・県域・全国へ発信

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、東京海上日動火災保険株式会社(東京都千代田区、代表取締役社長 永野 毅/以下「東京海上日動」)は、2014年8月1日(金)、「災害時における地域情報ネットワーク構築に関する協定」を締結いたします。

◇「災害時における地域情報ネットワーク構築に関する協定」とは

この協定は、TOKYO FMをはじめとするJFN全国38局のネットワークと東京海上日動が、地震などの自然災害時に情報連携するものです。具体的には、東京海上日動とJFNの各FM局が電話回線を通じてやりとりを行い、東京海上日動は、被災地の周辺情報・被害状況や保険金のご請求に関する情報などをFM局に提供。FM局はその情報を、県域から全国ネット放送に至るまで、ネットワークを臨機応変に活用して効果的に発信するものです。



◇被災地のリアルな情報を、県域・全国へ発信

東日本大震災の発生に際し、東京海上日動は震災の当日に災害対策本部を立ち上げ、翌日には現地支援のための先遣隊を被災地に派遣し、現地の社員と連携して情報収集等に当たりました。その後も、延べ約9000名の応援要員を被災各地へ派遣。被災地の社員と共に、被災されたお客様を訪問し被害物件を確認する等、保険金の早期支払いに全力を挙げ、震災発生後の2か月後には、被害物件の確認をほぼ完了させました。

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。FM岩手の要請により釜石支局のサテライトスタジオ開設を支援、さらに釜石市の要請により臨時災害FM局開設を支援しました。これにより、知られていなかった釜石市の被害状況を、FM岩手で県域へ、さらには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。

災害時には、被災地のリアルな情報を吸い上げ、被災地域・全国へ迅速に発信することが求められます。東京海上日動とTOKYO FM/JFNは、本協定の締結によって、被災地の周辺情報・被害状況や、保険金のご請求に関する情報を、被災地の皆様及び、県域・全国へ発信し、地域住民の安全確保や復旧・復興のための支援に役立てることを目指します。

<参考資料①> 東日本大震災における東京海上日動の取り組みについて

東京海上日動は、2011年3月の東日本大震災で被災されたお客様の生活や事業の復旧・復興に向け、代理店と一体となって迅速な保険金のお支払いに努めました。また、被災地の復旧・復興についても、継続的に取り組んでいます。

1. 1日も早いお支払いに向けた対応

■災害対策本部の設置と先遣隊の派遣

東日本大震災発生後、直ちに、社長の隅(2011年3月時点)を本部長とする本店災害対策本部を設置するとともに、現地支援のための先遣隊を派遣し、震災翌々日には、宮城県をはじめとした被災各地に現地災害対策本部を設置しました。

■損害サービス体制の整備

事故の受付

- ・通常の事故受付フリーダイヤルに加え、「地震災害事故受付センター」を設置し、さらに、東京海上日動あんしん110番においても、平時より約270名を増員し、最大時は合計約510名の体制で事故受付や各種ご相談に対応しました。
- ・被災地で、有力な情報源となっていたラジオを中心に事故受付センターをご案内するとともに、テレビ、新聞に加え、避難所等にポスターを提示する等のご案内も実施しました。

被災各地での対応

- ・社員、専門知識・技術を有する鑑定人、アジャスター(損害調査員)等が被災されたお客様を訪問し、被害物件の状況を確認しました。
- ・被害が比較的大きな地域では、被害のご連絡や保険金のご請求をいただいていないお客様に対して、地震保険の内容とご請求の方法をご案内しました。

全社を挙げた支援

- ・全国から社員や鑑定人等を被災地およびバックアップオフィス等に派遣し、被災地に勤務する社員等とあわせて延べ約1万人の体制で対応しました。
- ・東日本大震災に起因しない事故(通常の自動車事故等)についても、全国のネットワークを活用して現地の損害サービスをサポートしました。



2. 被災地を応援する取り組み

■「東日本大震災復興 海岸林再生プロジェクト」への支援

公益財団法人オイスカが進める「東日本大震災復興 海岸林再生プロジェクト(※1)」の支援を行っています。本プロジェクトは、海岸林の再生に加え農地回復や被災地域での雇用創出を通じた地域振興を目的としています。2011年度より毎年1000万円の寄付を行っており、今後は社員等によるボランティア活動等も行っています。

(※1)津波により壊滅状態にある宮城県仙台平野の海岸林の再生に向け、種苗の生産拡大・植栽・育林を推進するとともに、これに伴う被災地域での雇用を創出し、「東北にもう一度白砂青松を取り戻すこと」を目指すプロジェクトです。



■わたりグリーンベルトプロジェクト・ボランティアツアー

一般社団法人ふらっと一ほぐが、宮城県亘理町で進めている防潮林再生と町の復興取組み「わたりグリーンベルトプロジェクト」に、ボランティアを派遣しています。2013年度は、5回のツアーで合計80名のグループ社員・代理店やその家族が参加し、津波で壊滅的な被害を受けた沿岸部の見学をしたり、防潮林となる苗木づくりのお手伝いを行いました。



＜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 では震災発生直後より、これを国難と捉え、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、全国のリスナーから連日多数の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、人を勇気付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をはじめ、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、昨年2013年9月1日に日本郵便株式会社、11月1日にイオン株式会社、2014年1月17日に全国213のコミュニティFM局が加盟する一般社団法人日本コミュニティ放送協会(JCBA)と、それぞれ締結した防災協定に続くものであり、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%