

## 感染症や地震による風評被害の実態とその対策

(その2)

2010年2月

### HEADLINES

1. 地震による風評被害の実態
2. 地震による風評被害の対策  
対策の好事例  
必要な対策事項
3. まとめ

本稿は、2009年度、国土交通省観光庁「感染症発生時における観光関連産業リスクマネジメント調査」を参考に当社において取りまとめたものです。

観光産業だけでなく、小売業や飲食店等のサービス業における風評被害対策にも参考となる内容です。

本稿(その1)では、以下の定義に基づき感染症による風評被害について述べた。本稿(その2)では、地震による風評被害の実態とその対策について報告する。

< 本稿における風評被害の定義 >

ある地域で感染症や地震が発生し、メディアなどから発せられる情報に接した多くの一般消費者が、その地域や周辺地域を訪れることを著しく危険であるかのように認識し、訪問を手控えることで、発生当地及びその周辺地域の観光産業が損失をもたらすこと。

## 1. 地震による風評被害の実態

下表によると、これまでに地震による風評被害は数多く発生している。地震により甚大な被害が発生した現場が繰り返り報道され、風評被害につながった事例、地震により有害物質が施設外へ流出し、風評被害を長期化させた事例、さらには物的被害がほとんどないにもかかわらず、余震が継続することで風評被害につながった事例もある。これらの事例の共通点は、実際に物的被害があった地域を大きく超えて風評被害が発生したことである。

< 過去の地震による風評被害の事例 >

地震名	発生日時	最大震度	直接被害地区	風評被害地区	風評被害額等
大分県中部地震	1975年 4月21日	5	大分県湯布院町のごく一部	由布院温泉など湯布院町全体	・ 50億円
鳥取県西部地震	2000年 10月6日	6強	鳥取県境港市付近	鳥根県出雲市 <sup>1</sup> など	・ 宿泊キャンセル件数8,245件、被害額1億数千円
新潟県中越地震	2004年 10月23日	7	新潟県中越地方	佐渡島などの離島を含む新潟県全域	・ 県全域で200億円以上
福岡県西方沖地震	2005年 3月20日	6強	福岡県玄界島	能古島 (玄界島と同一視)	・ 能古島の観光客が例年の8割減
能登半島地震	2007年 3月25日	6強	石川県七尾市付近	能登半島全域	・ 不明
新潟県中越沖地震	2007年 7月16日	6強	新潟県柏崎市、長岡市、刈羽村など	新潟県全域	・ 県全域で500億円以上 (内大半が海水浴客の減少による <sup>2</sup> )
岩手・宮城内陸地震	2008年 6月14日	6強	岩手県奥州市、宮城県栗原市	岩手県全域 宮城県全域	・ 岩手・宮城両県で70億円以上
岩手県沿岸北部地震	2008年 7月24日	6弱	岩手県野田村など	岩手県全域 (同様の地震が継続して発生する可能性あり危険)	
静岡沖地震	2009年 8月11日	6弱	静岡県御前崎市、牧之原市など	遠州灘・駿河湾沿岸、伊豆半島など	・ 不明
伊豆半島東方沖群発地震	2009年 12月17日 から同月 末頃迄	5弱	特になし	駿河湾沿岸全域 (余震が長期に渡って継続する可能性があり危険)	・ 不明

出典 立教大学アミューズメント・リサーチセンター、「能登半島地震による風評被害に関する一考察」に当社が加筆・修正

<sup>1</sup> 震源地である鳥取県境港市の「出雲大社上道教会」の拝殿の倒壊が新聞やテレビで報道され、これを多くの人が約50km離れた鳥根県出雲市の出雲大社そのものと勘違いし、非被災地である出雲市の観光産業に風評被害が及んだ。

<sup>2</sup> 地震の影響で柏崎刈羽原子力発電所から日本海へ放射性物質が流出した。この放射性物質は人体に影響のないごく微量であったにもかかわらず、海水浴を目的とする旅行者が激減した。

## 2. 地震による風評被害の対策

### 対策の好事例

地震による風評被害対策の好事例として、岩手・宮城内陸地震（2008年6月）/岩手県北部沿岸地震（同年7月）による風評被害を経験した岩手県の観光産業の事例を紹介する。

#### < 岩手県観光協会の対策事例 >

##### 事例概要

- ・2008年6月に発生した岩手・宮城内陸地震では、倒壊した建物はごくわずかであったにも関わらず、大規模な山体崩壊や土砂崩れ、橋脚の崩壊などが栗駒山周辺をはじめとした山間部で多く発生し、マスコミはこれらを繰り返し報道した。
- ・被害は局所的であったにもかかわらず、震源から80km以上離れた物的被害のない盛岡市近郊の温泉街でも、地震発生後数日間にわたり宿泊予約キャンセルを求める電話が続くなどの風評被害が発生した。
- ・例年8月、10月、11月が旅行者数のピークである。岩手・宮城内陸地震発生後は、8月の避暑目的の旅行者を呼び込むことが最大の課題と考えられたが、余震の継続に加え、1ヵ月後に2度目の大規模地震が発生したことで、8月に向けた積極的な誘客活動ができなかった。
- ・この状況下において、直近の誘客事業を見送る代替策として次の観光シーズンである10月、11月に焦点を当て、全国メディアに取り上げられるような話題性のある誘客事業をじっくりと検討する必要があった。
- ・岩手県観光協会は、岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合と誘客事業を共同で立案した。

##### 対策の詳細

#### 1. 対策組織の立ち上げ

- ・担当者3名で、県、旅館組合等と連携する対策組織を立ち上げた。

#### 2. 情報の収集

- ・テレビ、新聞等から事態に関する報道の状況について常に気を配ったほか、岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合から会員のキャンセル数など、正確な情報収集に努めた。
- ・岩手県の災害対策本部がまとめた、人身被害や建物被害、被害区域等の情報を収集した。

#### 3. 情報の発信

- ・非被災地域の正確な情報を伝えるため、道路の開通状況や営業している宿泊施設の状況をホームページ上で発信し適宜更新した。
- ・被害を被った協会会員も存在したので、安全宣言等は発信できなかった。
- ・地震発生数日後に横浜市で行われた大イベント「旅フェア2008」（6月20日～22日）では、「いわておかみ会」が岩手の安全性（物的被害は局所的であり、県内のほとんどの観光施設は通常通り営業を継続していること）をPRした。
- ・一般からの問い合わせについては、岩手は安全で大多数の観光施設は通常通り営業を継続していることを強調し、適宜ホームページで施設の情報を更新することを伝えた。

#### 4. 誘客事業の実施

##### < 事業の戦略 >

- ・2度目の地震により風評被害が長期化したため、旅行者やマスコミの注目集めるための大掛かりな事業が有効と考え、抽選で岩手県への旅行者1万人に総額1億円分の割引をプレゼントする事業『総額1億円1万人プロジェクト』を企画した。
- ・県の主要な観光客である首都圏及び東北圏からの旅行者をターゲットとした。

< 国との連携 >

- ・ 首相や国土交通大臣に対する要望を行い、政府広報に取り上げてもらった。

< 県との連携 >

- ・ 県と旅館で宿泊料の割引分を半分ずつ負担したが、宣伝費やパンフレットの印刷費などは県が全額負担した。

< メディアとの連携 >

- ・ 全国紙の首都圏版（朝日、読売、毎日）に広告を掲載した。その際、地震風評被害に関する広告であることを伝え、広告料金の大幅割引が適用された。

< 事業の結果 >

- ・ 狙いどおり首都圏及び東北圏から 87,056 人の応募があった。また、当選者 1 万人のほとんどが岩手県を訪問した。

### 必要な対策事項

上記の事例を参考に、必要な風評被害対策を整理する。

#### 対策組織の立ち上げ

地震発生後、速やかに風評被害対策組織を立ち上げる。  
必要に応じて、自治体や観光協会、他の事業者の対策組織と連携する。

#### 情報の収集

< 地震(本震)の情報 >

気象庁のホームページなどから、地震の規模(マグニチュード)、最大震度、震源の位置などを収集する。

< 被災地の情報 >

被害状況について、自治体やマスコミの情報を収集する。

(例) 倒壊した建物数、電気・ガス・水道などの被害、死傷者、土砂災害、原子力発電所等の影響

< 非被災地の情報 >

非被災地の被害状況について自治体の災害対策本部等の開示情報を基に、(マスコミ報道に左右されず)収集する。

(例) 道路状況、交通機関の運行状況、電気・ガス・水道などの被害、土砂災害の有無など

< 地震(余震)の情報 >

余震の継続期間などに関する専門家の見解をまとめる。

特に、大きな余震は発生しない、あるいは、余震の継続期間は短いといったポジティブな情報を積極的に収集する。

#### 情報の発信

上記の収集した情報をとりまとめ発信する。

##### < 発信先 >

主要な旅行者層向けの情報発信を行う。

(例) 修学旅行者、近隣の団体客、東京・名古屋・大阪などの大都市の個人客  
日ごろより取引のある旅行会社に情報発信を行う。

##### < 発信媒体 >

自社ホームページ、旅行情報サイト、メールマガジン、タウン誌(フリーペーパーなど)、  
新聞広告、電車の中吊り広告など、ターゲット層に応じて媒体を選択する。

#### 誘客事業の実施

周辺の交通、観光施設、宿泊施設の安全性が確保され次第、積極的なプロモーションに  
加え、通常料金の割引やプレゼントを行うなどの魅力的な誘客事業を実施する。

#### まとめ

近年の大規模地震においては、必ずといっていいほど風評被害が発生している。したがって、  
いつどこで地震が起きてもおかしくない我が国の観光産業にとって風評被害対策は重要である。

2 回に渡って、感染症や地震による風評被害の実態とその対策について述べた。感染症及び地  
震発生時における風評被害対策の共通のポイントは、正確な情報を可能な限り迅速に発信するこ  
と、及び国や自治体、他の観光産業、メディアと連携した誘客事業を展開することである。これ  
らの対策は平時より関係者間で協議し、万一の場合に備えておくことが何よりも重要である。

(本稿のご質問や具体的な対策支援に関する説明のご依頼については下記へお問い合わせください)

〈お問い合わせ先〉

株式会社 損保ジャパン・リスクマネジメント BCM 事業本部

電話: 03-3349-4225 / 担当: 石井 糸岡