

原発広告のデータベース公開：プロジェクト報告

学習院大学法学部教授 庄 司 香
 学習院大学法学部教授 遠 藤 薫

<プロジェクトの背景>

本プロジェクトの学外協力者である本間龍氏は、著書『原発広告』（亜紀書房、2013年）、『原発広告と地方紙』（亜紀書房、2014年）、『原発プロパガンダ』（岩波新書、2016年）の執筆にあたり、過去約40年分の新聞・雑誌に掲載された1万点以上の「原発広告」及び原発関連記事を収集してきた。「原発広告」とは、原子力発電を推進する目的で制作された広告類を指し、それらは1960年代後半から2011年3月11日の東京電力福島第一原発事故発生までの約40年間、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの媒体を中心に掲載・露出され、その広告費の総額は2兆4千億円以上に上ると言われている（朝日新聞社調べ）。それを可能にしたのは、電力会社が総括原価方式によって集めた電力料金と、国民の税金であった。国及び電力会社はこの潤沢な資金を活用し、「原子力は安全かつクリーンなエネルギーである」というイメージを国民に植え付け、反対派の動きを封じながら原子力発電を推進してきた。本間氏はこれを、国策と位置付けられた原子力発電を推進するために行われた「国家的プロパガンダ」と定義し、証拠である「原発広告」や原発推進記事がいつ、誰（スポンサー）によって、どのような媒体に、どういった表現方法と内容で展開されたのかを検証してきた。

「原発プロパガンダ」とは原発推進側からのメディア各社に対する広告（つまり賄賂）戦略である、との主張を調査研究に基づき展開しているのは、現在までのところ本間氏くらいである。プロパガンダの重要手段のひとつとして「広告」が重要な役目を果たしているが、広告制作・放映・掲載・媒体料金などの詳細を知るには広告業界の専門知識が必要である。本間氏は大手広告代理店「博報堂」の営業職を18年間勤め、広告制作から放映・掲載プロセス、媒体料金に精通し、広告金額の巨大さがメディアに与える圧力を熟知していたため、311以前から展開されていた原発推進側のメディア戦略を見抜ける立場にあった。311直後は原発広告は一時的に完全に消えたが、2013年頃から再び復活したため、本間氏は現在もその収集と報告を継続している。

<プロジェクトの目的>

データベース構築を目的とする本プロジェクトは、庄司が中心となり、本間氏がこれまで収集してきた新聞資料を整理し、検索可能なものにするすることで、広く一般にその活用を可能とすることを目指すものであった。さらに、これまで本間氏がボランティアの力も借

りながら収集した資料がカバーしきれなかった時期・媒体をより網羅的に補完することで、質の高いデータベースへと仕上げることを目的とした。最終目標としては、原発に関する広告や記事を丹念に収集することで、過去 50 年以上にわたって展開された情報操作の全容解明を目指すと同時に、これを用いた分析・考察を進めるだけでなく、この貴重な歴史的証拠をデジタルにアーカイブ化することで、他の研究者や市民団体による活用に寄与することを設定した。2015 年に学習院大学の助成を受けてデータベース構築作業に着手したが、年度末の時点で未調査の年代が多々残り、完全なデータベース完成と公開までにはまだ相当な時間と労力がかかる見通しであったため、2016 年度も引き続き助成を申請し取り組んだ。

<調査の手法>

本プロジェクトの調査手法は、2015 年度に引き続き、以下のようなものである。主に国会図書館収蔵の新聞（全国紙・地方紙）や雑誌資料の当該年度のマイクロフィルムを、全ページ目視で精査して原発広告と原発に関する記事を抜き出す。こうした記事をすべてプリントアウトし、本文を精読してコーディングし順次データベースに落とし込んでいく。

記事については全国紙ならデータベース化されている場合もあるが、地方紙はほぼない。また、広告は全国紙でもデータベース化されていないので、検索して探すことはできない。そのため、過去の全紙面をひたすら確認して探す作業をどの新聞についても行った。これは膨大な時間を要する作業であり、ある程度習熟しても 1 日 6～8 時間かけて約 2 ヶ月分の紙面をチェックするのが精一杯である。2015 年に引き続き、2016 年もこうした作業に人件費の大半を費やした。

データベースのコーディング項目は 20 以上あり、内容カテゴリーの分類など個人によって判断基準がぶれる可能性のある項目については、調査参加者で協議を重ね、一貫性を担保できるよう試行錯誤を繰り返した。末尾にそのコーディング表（簡略版）を掲載する。

<調査研究のねらい>

データベース構築が完成したあかつきには、以下のような分析を行うことを計画していた。新聞紙面に掲載された広告の段数と回数を計算すれば、その新聞や雑誌に幾らの広告費が投下されたかを知ることが出来る。さらに、実際に掲載された広告や記事の内容を検証し、これをその新聞媒体が受取っている広告費の多寡と照合すれば、広告出稿がそのメディアの傾向（論調）に影響を及ぼしていたかどうかをある程度推測することができる。最終的に目指すべき最も野心的な分析枠組は、全国の原発所在地 13 県の地元新聞の原発記事・原発広告を分析することにより、地元メディアが原発にどう向き合ってきたかを検証するというものであろう。

<2016年度プロジェクト実績>

2015年と2016年に、各100万円の助成を受けた。2016年はその助成金で、本間氏がまだ調べていなかった年代の原発広告・記事(福島民報1987年、2000～2008年、福島民友2003～2008年)の広告・記事収集(アルバイト人件費・コピー代)及びインターネット上に開設するデータベース本体の制作を行った。最終的に2016年度は、データベース構築に予算の7割近くを費やし、残りを国会図書館でのデータ収集作業費(人件費、コピー費)にあてた。

作業としては、まず既に収集済みの広告・記事データ約1万点を統一フォーマット上に整理・データ化し、これによって明らかになった空白区間を埋めていくこととした。データベースの制作は専門業者に委託しており、2016年度末までに最低限の検索が可能なレベルまでは完成した。しかし、現在データベースに投入できているのは約1万点の資料のうち3分の1程度であり、さらにコーディング作業が必要な状態である。他方で、約40年間全ての期間における原発広告・記事の掲載を網羅することを最終的な目標だとすれば、膨大な未調査期間が残されており、今後も継続的な資料収集が必要である。

なお、データベース構築には2015年から少しずつ取り組んで来たが、2016年度の改善点としては、以下のような機能を追加し、423件の簡易データベース検索システムとして機能するようになったことである。

- ・フリーワード検索の検索対象を拡大できる機能を追加
- ・広告データのPDFアップ機能を追加
- ・検索画面の見映えを修正

<今後の展望>

新聞広告・記事収集のために今後も必要となる追加作業については、国会図書館でのマイクロフィルム視認による調査を軸とせざるをえないが、他のデータベースが使用可能な場合は随時それを活用することで効率化を図ることも検討している。データベースのウェブサイトは現状まだ公開するのに十分なほど整っていないが、データの件数を順次追加できるようになっており、検索機能についてもプルダウンや計算機能などを(予算が確保できれば)順次追加していける仕様になっている。

重大な課題としては、貴重な広告画像データ(PDF)をどのように公開あるいは共有していくかということがある。福島における原発事故以降、原発推進広告を出していた、あるいは原発推進広告に出ていたということは企業やタレントなどにとってセンシティブな「過去」になっており、こうした広告画像の記録をウェブ上でそのまま広く公開することについては著作権保護の観点から争われるリスクがないとはいえない。そのため、データベースと広告画像を紐付けて無制限に公開することはハードルが高く、画像資料については研究目的に限定して個々に共有していくなど、その公開・共有の方法が制限される可能性がある。仮にデータベースそのものを学内の研究施設のみで使用可能なサーバに置くとしても、データベースと広告画像を紐付けて、検索時にそのまま画像も見られるように

するためには、登録データのチェックも含め、莫大な時間がかかると考えられる。

データベースの完成と公開までまだかなりの作業が必要ではあるが、多くの市民が参加して構築するデータベース・プロジェクトに発展させていくことも視野に入れている。本助成金を得られたことは、その重要な足がかりを作ることを可能にしたという点で非常に大きな意義があり、改めて感謝する次第である。

付録：原発広告コーディング表

- (a) 県名
- (b) 新聞名
- (c) 掲載日
- (d) 原発広告：1 原発広告／2 企業広告／3 その他／4 名刺／5 公告
- (e) 段数
- (f) 面数
- (g) 広告主：0 不明／1 東電／2 東北電力／3 政府公報／4 福島原子力広報協会／5 福島県／6 福島原子力懇談会／7 経済産業省・資源エネルギー庁・科学技術庁・他官庁／8 東電・東北電力／9 東北原子力懇談会／10 その他／11 NUMO
- (h) タイトル・見出し
- (i) シリーズ名
- (j) 記事風広告：0 該当せず／1 該当
- (k) 著名人起用：0 なし／1 タレント／2 研究者／3 知識人／4 その他／5 電力業界／6 地元名士／7 政治家
- (l) 対談形式：0 なし／1 著名人同士／2 著名人VS経営陣／3 その他
- (m) インタビュー形式：0 なし／1 あり
- (n) 企画：0 特になし／1 原発内見学／2 連載企画
- (o) 写真使用：0 なし／1 赤ちゃん／2 子供／3 母親、女性／4 家族／5 労働者／6 原発の中／7 原発外観／8 その他
- (p) マンガ・アニメ使用：0 なし／1 作家A-キャラ1／2 作家A-キャラ2／3 作家B-キャラ1（以下同様）
- (q) イラスト使用：0 なし／1 あり（作家名なし）／2 あり（作家名あり）
- (r) 協賛社広告：0 なし／1 あり
- (s) 内容カテゴリ：0 不明

原発のメリット

1 安全性強調／2 安さ（コストパフォーマンス強調）／3 環境への適合（クリーン・エネルギー）／4 安定供給

地元への貢献

5 地元との共生（連携）をアピール（cf. 地域と共に…）／6 地域の伝統文化賛美／7

開発促進・地域発展がのぞめる（明るい未来像）／8 地元雇用を促進／9 経済効果（地元経済に不可欠）／10 電源三法交付金

現状分析

11 エネルギーベストミックス（エネルギー資源の構成）／12 資源不足（石油枯渇の展望）／13 温暖化／14 海外事情／15 世論調査

啓発

16 原発PRセンター／17 放射線解説／18 原発の仕組み・技術／19 「10月26日は原子力の日」／20 講演会・イベント告知・参加者募集

使用済み核燃料の扱い・説明

21 使用済み核燃料・放射性廃棄物／22 地層処分／23 核燃サイクル／24 プルサーマル・MOX燃料

その他

25 高速増殖炉／26 資源リサイクル（核燃以外）／27 省エネ／28 勤労労働者／29 公告／30 水力・火力・天然ガス／31 再生可能エネルギー（太陽光発電・風力発電等）／32 反対派・反対運動・原発懐疑／33 事故・故障／34 教科書（掲載）／35 原発増設／36 選挙

(t) 出演者・出席者・登壇者