

# エスニックメディア調査報告

平成18年3月

かながわ自治体の国際政策研究会

## はじめに

現在神奈川県内には、15万7千人を超える外国籍の方が生活しており、その数は、近年ますます増えていく傾向にあります。

外国籍県民が、不当な差別を受けたり不自由な思いをしながら生活することがないように、言葉や宗教や生活習慣の壁を超えて、日本人と共存・共生していけるように、県をはじめ県内自治体では、地域住民やNPO、NGOと協力しながら、さまざまな取り組みを続けています。

かながわ自治体の国際政策研究会では、このような自治体の取り組むべき施策について、調査・研究・研修や情報交換を行っていますが、各自治体共通の悩みは、どのようにしたら地域在住の外国籍住民に、行政が発信する情報を届けることができるのかということでした。

地震、台風などの自然災害や火災、事故、断水、停電など、生命や生活に大きな影響を与えるようなこと、あるいはさまざまな手続きやルールなど知らないことで不利益を被ったり、地域社会と齟齬が生じたりすることを、外国籍住民にいかに早く知ってもらい、いかに正確に理解してもらい、的確な対応に結び付けてもらうかは、県内のすべての自治体の共通の課題であるといえます。

このような課題をふまえて、平成17年度は外国籍住民のコミュニティとそこで流通している情報に注目し、外国籍住民に向けて情報発信しているさまざまなメディア - 「エスニック・メディア」を本研究会の部会の研究対象といたしました。

本報告書は、上記に述べた課題解決の試みとして、初年度としてまずエスニックメディアの実態調査を行い、それをまとめたものです。

エスニックメディア関係者をはじめ、この調査に御協力いただいた皆様に御礼申し上げますとともに、この調査報告書が活用され、次年度さらに研究が深まり、大きな成果が上がることを期待したいと思います。

2006年3月

かながわ自治体の国際政策研究会  
代表幹事 小田原市文化交流課長  
篠原 弘

## 目 次

第1章 調査内容	
1 調査の背景と目的	・・・ 1
2 調査の方法	・・・ 1
3 エスニックメディア調査の内容	・・・ 2
第2章 調査結果	
1 エスニックメディア調査結果の概要	・・・ 4
(1) 言語	
(2) 形態	
(3) 発行頻度	
(4) 発行部数	
(5) 料金	
(6) 発行対象（対象読者）	
(7) 主な発行地域	
(8) ジャンル等	
(9) 読者ニーズの把握の方法	
(10) 編集方針	
(11) 販売（配布）場所	
(12) 行政情報の掲載	
(13) 災害時等の行政情報の掲載	
(14) 行政からの情報提供の有無	
(15) 行政への読者ニーズ情報の提供	
(16) 行政との連携の方法	
(17) 行政への意見	
(18) エスニックメディアの現状と課題	
(19) 他のエスニックメディアの情報	
2 関係団体の調査等	・・・ 8
3 調査結果まとめ	・・・ 9
第3章 今後の方向性	・・・ 9
（参考）	・・・ 10
資料1 外国籍県民かながわ会議及びNGOかながわ国際協力会議から 提出されている情報に係る提言について	・・・ 11
資料2 かながわ国際政策懇話会における調査速報に対する意見	・・・ 12
資料3 調査結果一覧表	・・・ 13
資料4 東京都在住外国人向けメディア連絡会設置要領	・・・ 17

# 平成17年度エスニックメディア（1）調査報告

## 第1章 調査内容

### 1 調査の背景と目的

本県に在住する外国籍県民は、毎年増加し、その定住化が進む中で、日本語を母語としない人も安心して、快適に暮らせる環境づくりが必要となっている。

そういった中で、第3期「外国籍県民かながわ会議」の提言等において、「必要とするところに、必要な情報が届かない」という指摘があった。

これまで、外国籍県民の中（エスニックコミュニティの中）で情報がどのように流通しているのか、また、外国籍県民は現状ではどのようにして情報を得ているのか、という実態を調査したものはなかった。

そこで、エスニックコミュニティにおける情報流通の実態を解明し、より効果的な情報提供のあり方を探るために、神奈川県国際交流協会が主体となり、「エスニックコミュニティ調査」を行うとともに（2）かながわ自治体の国際政策研究会では、「エスニックコミュニティ調査」において、利用しているメディアとして回答のあったメディアを中心に、どのような情報をどのように流通させているのかを調査するという2種類の調査を行うこととした。

かながわ自治体の国際政策研究会では、本調査を通じてこれらの情報流通の実態を調査し、調査結果を踏まえて外国籍県民に必要な情報を届けるにはどのような手だてを講じたら効果的なのか、行政側が講じるべき方策を中心に探ることとし、まず初年度である平成17年度は、エスニックメディア等の実態を調査することとした。

1 エスニックメディアとは、日本に住む外国人向けに発行されている新聞・雑誌・ラジオ・テレビなどのメディアを指す。

2 報告書「多言語生活情報の提供・流通 その2」 発行 財団法人 神奈川県国際交流協会

### 2 調査の方法

これまでの様々な調査等を通じて、国籍や民族性によって情報の伝わり方に特徴のあることが知られている。具体的には、

国籍や民族性によって、教会や店舗が情報拠点になっていたり、キーパーソンが相談役になっていたり、情報の伝わり方に特徴がある。

外国籍県民は、主要な、あるいは補完的な情報源としてエスニックメディアを利用している。

この知り得ている事実を前提に、次の仮説を検証する方法で調査研究を進めた。

(仮説1) エスニックメディアを活用すると、外国籍県民への行政情報の提供がより  
確実になるのではないか。

(仮説2) エスニックメディアが持っている外国籍県民のニーズ情報を、施策や情報提  
供に活用できるのではないか。

「エスニックコミュニティ調査」において、利用しているメディアとして回答のあった  
メディアを中心に、直接出向いてインタビューまたはメール等によるアンケート調査を  
行った。

また、在日外国人情報センターのヒアリング及び東京都在日外国人向けメディア連絡  
会へのオブザーバー出席を行い、関係団体の意見等を聞くことで、側面からも調査を行  
った。

### 3 エスニックメディア調査の内容

#### (1) 調査期間

平成17年12月～1月

#### (2) 方法

インタビューまたはアンケート

#### (3) 調査対象

エスニックコミュニティ調査において、コミュニティのキーパーソンが、利用して  
いると回答のあったメディアを中心に10社(12紙)

#### (4) 作業グループ

自治体の国際政策研究会 エスニックメディア調査部会のメンバー

横浜市：国際課 川崎市：人権・男女共同参画課 横須賀市：国際交流課

平塚市：交流親善課 鎌倉市：文化推進課 小田原市：文化交流課

茅ヶ崎市：文化推進課 厚木市：広域政策課 大和市：広聴相談課

海老名市：市民活動課 愛川町：企画政策課 神奈川県：国際課(事務局)

#### (5) スケジュール

##### (ア) 部会開催

第1回 日時：平成17年11月22日(火) 9:30～11:30

場所：かながわ県民センター406会議室

テーマ：エスニックメディア調査部会の設置について・調査研究事項につ  
いて

第2回 日時：平成18年1月12日(木) 14:30～16:30

場所：かながわ県民センター2階特別会議室

テーマ：エスニックメディア調査の調査結果について

「多言語情報の流通を考える」フォーラムへの参画について

第3回 日時：平成18年3月28日(金) 10:00 - 12:00

場所：かながわ県民センター404会議室

テーマ：エスニックメディア調査の調査結果(まとめ)について

県内エスニックメディア所在調査の結果について

(イ) インタビュー調査

- A 平成17年12月6日(火) (株)インターナショナルプレスジャパン  
「インターナショナルプレス」ポルトガル語・スペイン語/東京都品川区  
参加自治体：小田原市、大和市、神奈川県
- B 平成17年12月7日(水) 中文産業(株)  
「中文導報」中国語/東京都品川区  
参加自治体：平塚市、神奈川県
- C 平成17年12月7日(水) (株)日本新華僑通信社  
「日本新華僑報」中国語/東京都豊島区  
参加自治体：平塚市、神奈川県
- D 平成17年12月9日(金) (株)東方インターナショナル  
「東方時報」中国語/東京都豊島区  
参加自治体：横須賀市、厚木市、神奈川県
- E 平成17年12月14日(水) (株)ニューコム  
「スーマイタイムズ」タイ語・「カイピガン」タガログ語/東京都新宿区  
参加自治体：横浜市、川崎市、愛川町、神奈川県
- F 平成18年1月26日(木) かながわベトナム親善協会  
「タンホー」ベトナム語/横浜市  
参加自治体：神奈川県
- G 平成18年1月29日(日) カンボジア人調整委員会  
「メッセンジャー」カンボジア語/相模原市  
参加自治体：神奈川県

(ウ) アンケート調査

- H (有)東京ノーティスボード  
「トーキョーノーティスボード」英語/東京都港区
- I (株)剛一  
「韓国人的生活情報」韓国・朝鮮語/東京都新宿区
- J (株)韓国シーアンドエス

## 「月刊グルトギ」韓国・朝鮮語 / 東京都新宿区

### (エ) 関係団体調査等

#### 1 在日外国人情報センター (東京都新宿区高田馬場)

(1) 調査日程: 平成18年12月14日(水)

(2) 参加自治体: 愛川町、神奈川県

#### 2 東京都在住外国人向けメディア連絡会 (東京都)

(1) 調査日程: 平成18年1月17日(火) 第4回連絡会

(2) 参加自治体: 神奈川県 (オブザーバー出席)

### (オ) フォーラム開催

日程: 平成18年2月7日(火) 14:00~16:30

場所: あーすプラザ 大・中会議室

参加者数: 74名

テーマ: 多言語情報の流通を考える

内容: 調査概要報告

- ・ 県国際交流協会: 2004~5年度 調査概要

- ・ かながわ自治体の国際政策研究会

事例報告

- ・ 自治体等の多言語情報流通にかかわるしくみ

- ・ 外国籍県民当事者の取り組み

- ・ 相談窓口をめぐる取り組み

パネルディスカッション

## 第2章 調査結果

### 1 エスニックメディア調査結果の概要

#### (1) 言語

中国語(3紙)、ポルトガル語(1紙)、スペイン語(1紙)、タイ語(1紙)、  
タガログ語(1紙)、英語(1紙)、韓国・朝鮮語(2紙)、ベトナム語(1紙)、  
カンボジア語(1紙)

#### (2) 形態

新聞(7紙)、雑誌(3紙)、ニュースレター(2紙)

(3) 発行頻度

週刊(5紙) 月3回刊(1紙) 月刊(4紙) 2ヶ月1回刊(1紙)、年5回刊(1紙)

(4) 発行部数

150 ~ 1,000部(2紙)  
20,000 ~ 29,000部(3紙)  
30,000 ~ 39,000部(2紙)  
40,000 ~ 49,000部(2紙)  
60,000 ~ 100,000部(3紙)

(5) 料金

200円(1紙) 250円(3紙) 300円(2紙) 無料(6紙)

(6) 発行対象(対象読者)

在日外国人、日本人配偶者

(7) 主な発行地域

外国人の集住地域(関東地域)

(8) ジャンル等

ジャンル(複数回答)

政治・経済	12 / 12紙	医療・福祉	11
社会・事件	12	教育・子育て	10
芸能・スポーツ	10	社説	9
文化・歴史	11	生活情報	11
買物・観光	8	行政情報	8
読者の声・投書	9	その他	8

収集方法(複数回答)

独自取材	5 / 12紙	特約記者から	2
読者投稿	5	日本のメディアから	2
インターネット	4	その他	5

紙面割合

政治経済から生活情報まで幅広く掲載しているもの	11 / 12紙
・うち、生活情報に力を入れているもの	5
・うち、求人に関心を入れているもの	2
・うち、行政情報、ビザ情報を掲載しているもの	3

・うち、芸能・スポーツに力を入れているもの	1
無回答	1

( 9 ) 読者ニーズの把握の方法

読者からの投稿以外には、ニュースソースとなる人たちのネットワークを利用する、コミュニティとの関わり合いの中から把握する、教会など対象者が良く集まりそうな場所で収集等の方法がある。また、記者自身が在日外国人であるため記者のニーズが、そのままコミュニティのニーズであるとするメディアもある。

( 10 ) 編集方針

在日外国人の生活をサポートしていく紙面作りを目指すとするメディアが多い。

( 11 ) 販売（配布）場所

それぞれの民族が集まる場所に送付するといったところで特徴が見られる。タガログ語のメディアは教会、タイ語のメディアは食材店を重視し、両言語とも定期購読者が多い。スペイン語・ポルトガル語のメディアは、定期購読が少ない(中南米の人は仕事の関係で引越しが多いため)のも特徴的。

各メディアでは、書店・食材店・飲食店に配布する他、読者へ直送(定期購読)が行われている。また、その他に・大学・図書館に送付しているところも複数ある。

コミュニティ内での手作りであるようなメディアは、発行部数が少ないため、配布方法が、読者への直送のみであったり、読者の集住地域にある施設を有効に活用する等の工夫が見られる。

( 12 ) 行政情報の掲載

掲載する意向はある。

ただし、イベントの告知などは、有料を条件とする場合もある。

( 13 ) 災害時等の行政情報の掲載

掲載する意向。

読者の情報のニーズは高い。

( 14 ) 行政からの情報提供の有無

一部のメディア（東京都在日外国人向けメディア連絡会所属）を除き、行政から積極的に提供されることはない。

( 15 ) 行政への読者ニーズ情報の提供

すべてのメディアが、知り得ている読者の行政ニーズを行政側に提供する意向を持っている。

#### ( 1 6 ) 行政との連携の方法

- ・ 行政情報が整理され、集結されているHPを見てメディアが利用する方法
- ・ 行政とメディアの担当者が直接やり取りする方法
- ・ 在日外国人が集まる場所に情報を提供するとメディアもキャッチしやすい
- ・ 相談センター（情報提供・生活にかかる相談受付機能）の設置
- ・ 定期的な会合を持つ。
- ・ 行政がメディアへ資金的援助を行なう。
- ・ 国際交流ラウンジを通して情報提供されれば、情報を取捨選択しやすい。

#### ( 1 7 ) 行政への意見

- ・ 行政が発信する多言語情報の内容を理解できる人は少ない。連携すれば理解が進むのではないか。
- ・ 民族性に応じた紙面作りも有効。例えば、タイ語は国旗や王の写真、タガログ語はやわらかい感じ、スペイン語は写真を多用したビジュアルな紙面だと好感をもたれる。
- ・ 一般的に、行政情報の問い合わせ先がわからない。
- ・ 外国人相談窓口に関する情報が少ない。
- ・ 外国籍の人に情報を確実に届けるには、自宅への郵送が有効である。
- ・ 行政から情報を提供されても、発行物の締め切りに間に合わないため、情報を掲載できない場合がある。
- ・ エスニックメディアは外国籍の人にとって身近にあるものなので、連携により、情報がより行き渡る効果がある。
- ・ 読者の行政ニーズを行政側に伝えることにより、外国籍県民に対する施策の進展が期待できる面があるので、行政への情報提供を提供できる適切な場が設定されるとよい。
- ・ ボランティアによる手作りで発行していたベトナム語情報紙「タンホー」が廃刊となった一つの要因として、資金面の支援がなかったことや、補助金の申請をするにも、事務所を構えていることが条件だったりしていたため、支援を受けられなかったことがある。このため、コミュニティ内での手作りであるようなメディアが発行し続けられるような方策が必要。

#### ( 1 8 ) エスニックメディアの現状と課題

インターネットの普及により、紙媒体での情報提供の減少を懸念するメディア

がある一方、紙媒体は今後も必要な手段とするメディアもある。

(19) 他のエスニックメディアの情報

メディア同士のつながりはほとんどない。

その他ヒアリング内容

- ・情報提供は人の集まるところがポイントである。役所なら、外国人登録の窓口である。
- ・無料配布のものは、はっきり「無料」とか「持ち帰り自由」という表示を外国語で表示しないと外国人は迷う。

2 関係団体の調査等

(1) 在日外国人情報センター

概要

- ・在日外国人情報センターについて  
「東京都在住外国人向けメディア連絡会」のメディア側の事務局を務め、加盟メディアに対して、行政情報の配信を行なっている。
- ・エスニックメディアに対する情報提供について  
神奈川県・県内市町村の行政情報の提供を受ければ、エスニックメディアに対して情報配信することは可能。
- ・行政側の情報提供の仕方について  
情報は、情報が生じた都度、電子メールで提供してもらって構わない。また、神奈川県・県内市町村の行政情報であれば、一括にとりまとめられた形で提供願いたい。

(2) 東京都在住外国人向けメディア連絡会（東京都）

概要

- ・会議の方法：行政関係者（東京都、東京消防庁、法務省、国際交流協会）から出席メディア6社に対し、情報提供したい情報の説明を担当者から行い、メディアから質問を受け、回答するスタイル。
- ・情報提供の内容：(1)東京都防災（語学）ボランティア研修会への外国人参加者の募集について（東京都生活文化局）  
(2)国際化市民フォーラム in TOKYO ほかの開催について（東京都生活文化局）  
(3)外国人結核患者への治療・服薬支援員の派遣事業の開始について（東京都福祉保健局）  
(4)東京民間救急コールセンターについて（東京消防庁）

- (5)在宅用火災警報器の設置促進について（東京消防庁）
- (6)在住外国人を対象とした事業について（武蔵野市国際交流協会）
- (7)出国命令制度について（法務省入国管理局）

・主な意見等：

- ・ 入国管理制度の変更など、外国人を対象とした法改正などの情報は、日本語だけでなく、多言語化して提供してほしい。何故なら、法令関係の翻訳は、難しいからである。
- ・ メディア側は、制度関係をよく知らない、という前提で資料を作成してほしい。日本人向けに作成した資料を、そのままメディアに提供しても、メディア側は、制度の内容を調べるなどして理解してから掲載することになるために時間がかかり、記事として取り上げにくくなる。
- ・ 月刊誌のことを考慮し、イベント案内などは、もっと早く提供していただきたい。

### 3 調査結果のまとめ

在日外国人にとって、エスニック・メディアは重要な情報源となっている。

新聞、雑誌系のメディアは、発行頻度から、情報の速報性は望めないが、情報を確実に在日外国人に届ける手段としては有効である。

情報提供先（エリア）の広いメディアは、その多くが東京に拠点を置く傾向にあり、神奈川県内にはほとんどない。

読者エリアの広いメディアにとって、ローカルな行政情報は掲載しにくい。

エスニック・メディアは、防災情報等の行政情報の掲載に前向きなところが多い。

エスニック・メディアは、行政からの情報提供やメディア側から読者の行政ニーズの情報提供など、相互の連携を望んでいるとるところが多い。

## 第3章 今後の方向性

以上の結果をもって、次のことを課題・提言として整理した。

在日外国人にとって、エスニック・メディアは重要な情報源となっていることから、今後行政情報の提供を進めるに当たっては、エスニック・メディアとの連携について検討する必要がある。

自治体単位の情報発信を考えていくためには、今後は、ミニコミ誌などローカルなメディアの存在調査・状況調査もきめ細かく行っていくことも必要。

携帯電話など、外国籍県民に浸透している（していくことが予想される）新しい情

報通信技術の進展にも関心を払っていくことが必要。

エスニック・メディアとの連携の方法について、試行的に東京都在日外国人向けメディア連絡会のような取組みを行い、検証する必要がある。

神奈川県という行政区域を越えた他の地域の読者にも求心性を持った情報の選別（例えば、防災ボランティア募集、観光情報、先進情報など）と、共同広報など自治体同士が連携した取組みを検討する必要がある。

エスニックメディアに対して提供する行政情報は予め翻訳して提供することが効果的だとしても、市町村単位に情報を翻訳していくことには限界があるため、連携協働していく方策を検討していく必要がある。

エスニックメディアは、対象読者の属性、情報の伝わり方・受け止められ方のほか、読者の生活ニーズ（行政ニーズを含む）を把握し、情報の伝え方に関する独自のノウハウを積んできている。また、読者層への行政サービス向上の観点から、行政に情報提供することに前向きなところも多い。行政は、外国籍県民ニーズを把握するためのひとつのチャンネルとしてもエスニックメディアとの連携のあり方を検討する必要がある。

（参考）

- 1 外国籍県民かながわ会議及び NGO かながわ国際協力会議から提出されている情報に係る提言について（資料 1）
- 2 かながわ国際政策懇話会における調査速報に対する意見（資料 2）
- 3 調査結果一覧表（資料 3）
- 4 東京都在住外国人向けメディア連絡会設置要領（資料 4）