

宮城県知事選挙における偽情報拡散への対応に関する
ローカルメディアの取り組み
インタビュー調査を中心とした実証研究

樋口喜昭・安藤歩美

Local Media Initiatives to Counter the Spread of Misinformation in the
Miyagi Prefectural Gubernatorial Election
An Empirical Study Based on Interview Data

HIGUCHI Yoshiaki, ANDO Ayumi

Abstract

This study examines how local media outlets responded to the spread of misinformation during the 2025 Miyagi Prefectural Governor Election through interviews with *Kahoku Shimpo* and *Mediage*, both of which implemented fact-checking initiatives. The findings show that fact-checking was initiated only after on-the-ground reporting confirmed that misinformation had begun to exert tangible influence on the electoral process and voters' decision-making. The two outlets adopted different editorial formats—explanatory and rating-based—while sharing a common dilemma between maintaining accuracy and achieving wider dissemination. The study also identifies structural challenges, as fact-checking relied on a limited number of individuals, highlighting the need for more institutionalized, organization-wide approaches and stronger inter-regional collaboration.

1. はじめに

2024 年はメディアと政治を取り巻く環境が大きく変化した節目の年であった。特に東京都知事選（2024 年 7 月 7 日投開票）、兵庫県知事選（2024 年 11 月 17 日投開票）では、SNS 上での情報が有権者の投票行動に影響を与えただけでなく、誤情報・虚偽情報¹の政治的な利用や、それを使ったインプレッション稼ぎによって従来の選挙戦がかき乱され、従来型のマスメディ

アの選挙報道が問い直されることになった。特に、選挙期間中に発信された偽情報に対して、政治的公平性・中立性を理由に沈黙する報道姿勢が適切であったのか議論が生じている。政治姿勢に関わらず偽情報に対してはしっかりと打ち消していく必要があるのではないかという指摘も広がり、選挙報道におけるファクトチェックの役割が改めて注目されるようになった。

ファクトチェックは 2016 年のアメリカ大統領選を契機に国際的に注目を集め、実践として広がってきた（藤代, 2020）。以来、日本でもその重要性が認識され始め、総務省は『令和 5 年情報通信に関する現状報告の概要』において、「インターネット上の真偽不確かな偽・誤情報に対抗するためには、情報の真偽を検証する活動であるファクトチェックを推進することが重要である」と指摘している（総務省, 2023）。国内では、2017 年にファクトチェック・イニシアティブ（FIJ）が設立され、2022 年には日本ファクトチェックセンター（JFC）が発足するなど、ファクトチェックの普及や実践を担う組織も活動を広げている。

こうした動向を受け、先行研究では、日本におけるファクトチェックの実態や効果、限界について分析が行われてきた。西田（2021）は、日本のファクトチェック実施団体の少なさや限定的な影響力を指摘し、政治の情報発信が高度化する中でメディア側の実務的な課題を明らかにしている。藤代（2020）は、沖縄タイムスと琉球新報がファクトチェックに取り組んだ 2018 年の沖縄県知事選挙でのソーシャルメディアの反応を分析し、一部の記事が国際ファクトチェックネットワーク（IFCN）の定めるファクトチェック基準を満たしておらず、ソーシャルメディアの党派的な反応を引き起こしていたことを指摘した。瀬川（2023）は同じく 2018 年の沖縄知事選挙でファクトチェック記事公開前後のソーシャルメディア上の反応を分析し、公開後に偽・誤情報の拡散の抑制効果が確認された一方、個人の認知や行動変容に与える影響は限定的であったことを明らかにした。また藤代（2024）は国内のファクトチェック団体の活動を検証し、調査時点では国内 3 団体によるファクトチェックの効果（偽・誤情報拡散元の投稿やアカウント削除）が限定的であったことを示している。

以上のように国内ではファクトチェックの実践やその効果・限界について研究がなされてきた一方、地方選挙においてローカルメディアが偽情報に対してどのような過程を経て対応策を取ったのか、組織内での意思決定や編集判断、実施までのプロセスを明らかにする研究は限定的である。またこれまでの研究対象はそのほとんどがマスメディアやファクトチェック団体であり、地元 NPO など地域に根ざした小規模なアクターの取り組みや、地域内の媒体や団体同士の連携の可能性については十分な検討はなされてこなかった。

以上を踏まえ、本研究では、偽情報に対するローカルメディアの取り組みの詳細を分析することで、今後熾烈化が避けられない偽情報への地域での対応の可能性を明らかにする。具体的には、2025 年 10 月に行われた宮城県知事選で広まった偽情報に関して、地元紙がどのように対応したのか、そして、何が可能で何が不可能であったのかを、インタビュー調査によって明らかにする。また、今回の選挙で情報発信を行なった地元 NPO についても、どのような態度で何を報じていたのかも明らかにする。

2. 2025年宮城県知事選の偽情報

2-1 宮城県知事選挙の概要

はじめに2025年宮城県知事選(2025年10月9日告示、投票日2025年10月26日)の概要と偽情報の拡散の経緯である。今回の知事選には6選を目指した無所属の村井嘉浩氏、自民党県連顧問のまま参政党の支援を受けた和田政宗・前参院議員、立憲民主党を離党し無所属で出馬した遊佐美由紀・前県議会議員ら5人が立候補した。当初は、村井氏と遊佐氏が競り合うことが予想されたが、告示後から村井氏と和田氏が激しく争う展開となった。そんな中で現職の村井氏をターゲットとした偽情報がSNSで出回り始めた。大きなものとしては次の4つである。1) 移民流入：村井氏は県内で就労する外国人材を推進しており移民が大量に流入する。2) メガソーラー：村井氏は大規模太陽光発電所(メガソーラー)を推進している。3) 土葬墓地：村井氏は土葬墓地を検討している。4) 水道事業の民営化委託問題：民営化して外資に売った。これらは明らかに偽情報であるものも含まれていたがSNSで広く拡散された。特に「売国の宮城県知事村井嘉浩の悪行14選」と題した投稿は、23万回以上閲覧されたという(江川 2025)。また動画投稿サイトYouTubeにおいて宮城県知事選関連する動画の再生数は2350万回を超え(2025年10月9日～10月24日)、地方選挙としては稀な盛り上がりと言える水準(伊藤 2025)であった。それらの動画は参政党に関するものが自民党等を上回り、特に「土葬」「水道」「外国人」をキーワードとしたものが多く拡散された(同 2025)。

参政党が現職の村井氏と対峙することになったのは今回の県知事選が最初ではない。今年7月に行われた参院選宮城選挙区の応援演説において、参政党の神谷宗幣代表は「宮城県は水道事業を外資系企業に売却した」と県を批判(東日本放送 2025)。しかし、県が施設の所有権と最終的な権限を持っていると村井氏が謝罪と訂正を求め、公開討論を求めているが参政党側が拒否していた。この問題が再び宮城県知事選でも議題とされたことになる。

今回の宮城県知事選は、「村井氏の多選」と「村井氏の県政運営の評価」がテーマとなるはずだった。そして、批判はあったが現職の村井氏が有利という予想が持たれていた。しかし、自民党籍を持っている和田氏が市民団体からの要請を受ける形で出馬。公開討論会などを通じて参政党との関係を深め、政策の覚書を締結し、その内容は、「水道の再公営化」「移民反対」「土葬の不許可」であった(河北新報 2025)。選挙戦が始まると参政党による和田氏への応援は激しさを増し、神谷代表が和田氏の応援演説を複数回行った。仙台市内の街頭演説会場には、1000人に近い聴衆が集まるなど、「その熱気には驚きを禁じ得ない」(同 2025)と記者が書くほどの盛り上がりを見せた。一方の村井氏の街頭演説では、「売国奴」「土葬野郎」といった文言や批判が書かれたプラカードを持った一団も現れた。村井氏は、「本当に怖かった」「誹謗中傷やデマへの反論に時間を取られ、肝心の政策の訴えに時間が割けなくなった」とコメントしている。

開票日当日の出口調査では和田氏が優勢(NHK 2025)との見方も出て接戦となり、午後11時25分に当選確実の一報が出て、現職の村井氏が6選を果たした。投票率は、46.50%と前回(56.29%)を下回り、村井氏340,190票、和田氏324,375票の僅差での当選であった。村井氏

は、選挙後のインタビューで、「今まで経験した事の無いような選挙でございました。まるで1つの政党、参政党と戦っているような選挙でございました」と答えている。

2-2 県内メディアの偽情報に対する対応

こうした偽情報の拡散に対し、宮城県内では選挙期間中、複数のローカルメディアが独自の対応を行っていた。なかでも、地元紙である河北新報は、インターネット上で流通する情報の真偽や背景を整理する企画記事「かほ Q チェック」を立ち上げ、選挙期間中に連載形式で無料公開した。

同企画は、2025年10月18日午前6時にオンライン先行で公開された「宮城県知事選挙の期日前投票が開始3日間で前回の31倍 なぜ急増？」を皮切りに、同日午後6時25分には「宮城県知事選挙で再び争点『水道みやぎ』導入の経緯って？」と題した記事が掲載された。翌19日には「宮城県知事選挙で話題『土葬墓地』検討撤回の経緯って？」、22日には「宮城県知事選挙に絡め『宮城県がメガソーラー大歓迎』は事実誤認 これまでの経緯と対策は？」が公開されるなど、SNS上で広く拡散されていた「水道」「土葬」「メガソーラー」といったテーマに関する情報を対象に、制度的背景や事実関係を整理する解説記事が展開された。

県知事選挙期間中に公開された「かほ Q チェック」の記事は計7本にのぼり、選挙戦終盤には表現にも変化が見られた。10月23日には「宮城県知事選挙で誤情報が SNS で拡散中 法令違反に問われる可能性も」、翌24日には「『デマ』あふれる宮城県知事選挙 冷静な投票行動を」と題した記事が掲載され、「誤情報」や「デマ」といった語が見出しに用いられるようになった点が特徴的である。

一方、仙台市内で独自に地域の政治・選挙情報の取材・発信を行っている NPO 法人メディアアージュも、選挙期間中に偽情報への対応を行った。メディアアージュは、2025年10月24日に「【宮城県知事選挙 2025】 SNS や街頭で拡散される情報を検証 | 有権者のための事実確認ガイド」と題する記事を、ブログサービス note 上で公開した。同記事では、SNS 上で拡散された画像情報と、街頭演説の聴衆が掲げていたプラカードの記述を検証対象とし、「メガソーラー」「土葬」「移民」「水道」など複数のテーマを一つの記事内で網羅的に取り上げている点に特徴がある。

さらに、県知事選挙終了後、河北新報は10月の X の関連投稿約5万件を分析した。その結果、選挙期間中（10月9日から25日まで）の投稿の41.6%が参政党の公式 X アカウントのフォロワーによるものであった。また、全投稿の44.0%が関東地方から発信されていたことが判明し、これは宮城県からの発信の2倍を超える数字であった。（河北新報 2025）。

3. インタビュー調査

3-1 本研究の目的

本研究は、2025年宮城県知事選挙において偽情報に対して、ローカルメディア（今回は新聞と、YouTube チャンネル・ブログ等を運営する地域 NPO）がどのように向き合い、どのよう

な編集判断・対応策をとったのかを明らかにする。具体的には、インタビュー調査を行い、どのような情報が「偽情報」と認識され判断されたのか、メディア内でどのように議題化され対応方針が決まったのか、記者・編集部が抱えた課題（人員、取材体制、SNS モニタリング能力）や地域 NPO によるオンラインでの発信が果たした役割、さらに偽情報対策に対して読者の反応はどうであったのかを明らかにする。さらにローカルメディアが行った対応は、ファクトチェックという手法で行われたのか、また偽情報対策について、他のメディアとの協業もあり得るのかも合わせて確認する。

3-2 調査対象と方法

次に調査対象は、宮城県仙台市に拠点を置く新聞社である河北新報社、NPO 法人メディアージである（表 1）。

表 1 インタビュー対象リスト・プロフィール

日時	インタビュー対象
2025 年 12 月 19 日 AM11:00-12:00	河北新報社 編集局編集部 部長 大泉大介
2025 年 12 月 22 日 PM3:30-4:30	NPO 法人メディアージ 常務理事 漆田義孝

※所属・役職名は 2025 年 12 月時点

手法として、事前に質問項目を決めた上で半構造化インタビューを行った。主な質問項目は表 2 である。インタビュー時間は 60 分程度で、河北新報社には 2025 年 12 月 19 日 AM11:00 よりオンライン（zoom）で、メディアージには 12 月 22 日 PM3:30 よりオンライン（Google Meet）でインタビューを実施した。

表 2 インタビュー項目

内容
・誤情報の認識と把握方法
・実際に行った訂正・検証・注意喚起などの取り組み
・選挙報道体制や課題
・行政・他メディアとの連携状況
・今後の誤情報対策・地域ジャーナリズムの課題

3-3 インタビュー結果 1：河北新報

3-3-1 偽情報の認識

（1）宮城県知事選挙前：危機感の共有と備え

宮城県知事選挙を前に、河北新報社内では、選挙期間中に SNS を中心として偽情報や誤情

報が拡散する事態に対する危機感が一定程度共有されていた。こうした認識の背景には、2024年11月に実施された兵庫県知事選挙の経験がある。同選挙を受け、神戸新聞や新聞業界団体において、選挙期間中の偽情報拡散への対応を振り返る勉強会が開催され、河北新報では現場記者のみならず、編集幹部や役員層を含む社員が参加していた。

インタビューにおいて大泉氏は、神戸新聞や業界内で共有された知見を通じて、「偽情報が拡散する局面において、報道機関が沈黙することは結果的に事態を悪化させる」という認識が社内に形成されていったと述べている。従来、選挙報道においては公平性や中立性への配慮から、特定の争点に踏み込むことを避ける傾向があったが、そうした姿勢が、結果として偽情報の拡散を許してしまう可能性があるという問題意識が共有されつつあったことがうかがえる。

こうした危機認識の高まりと並行して、偽情報への具体的対応策としてファクトチェックの取り組みの必要性も認識されるようになった。2025年2月には、日本ファクトチェックセンターの古田大輔氏を招いた社内勉強会が開催され、ファクトチェックの基本的な考え方や実践方法について知見が共有された。同月、河北新報はインターネット上で拡散する情報の真偽や背景を整理する企画として「かほQチェック」を立ち上げ、2月19日には初回記事として『日本で土葬はできない』ってウソ？ホント？ ムスリム対応で物議…ネット情報の真偽を調べる』を公開している。

その後、7月の参議院議員選挙においても同企画は継続され、NHK党によるポスター掲示をめぐる問題を整理した記事や、参政党の神谷代表が宮城県の水道事業を「外資に売った」と批判した件に関し、県の水道事業の事実的背景を整理した記事が掲載された。これらの実践は、選挙期間中に拡散する言説に対し、真偽の断定を前面に出すのではなく、制度や事実関係を提示することで読者に判断材料を提供しようとする試みであったと位置づけられる。

さらに、SNS上での記者への攻撃や誹謗中傷への備えとして、河北新報は2025年6月にSNS対応のガイドラインを策定した。このガイドラインは、神戸新聞からの助言を受けながら作成されたものであり、選挙期間中における記者の安全確保と組織的な対応を主眼としている。また、参院選前の6月には、SNS分析ツール「ソーシャルインサイト」を導入し、選挙期間中のSNS上の言説動向を継続的に把握できる体制を整えていた。

以上のように、宮城県知事選挙以前の段階から、河北新報では試験的ではありながら、ファクトチェックに関する知識の蓄積、ならびにSNS環境への技術的・組織的な備えが段階的に進められていたことが明らかとなった。

(2) 県知事選告示後：オンラインとオフラインでの察知

河北新報における宮城県知事選挙の取材体制は、通常の県政担当記者5名に加え、応援記者2名、さらに選挙後の企画記事を担当する記者1名の計8名で構成されていた。各候補者陣営にはそれぞれ担当記者が配置されていたが、「かほQチェック」の企画立ち上げから記事執筆までをほぼ一人で担当していた横山勲記者については、選挙期間中、特定陣営の担当から外され、SNS上の言説動向を集中的に監視する役割を担っていた。大泉氏はこの体制について、「陣営担当から外し、SNSの監視に専念できるよう自由の駒にしていた」と説明している。

告示後、SNS 上では村井候補を対象とした偽情報や誹謗中傷が次第に目立つようになった。横山記者が選挙後、ファクトチェック・イニシアティブとスローニュースが主催した講演²の場で語った内容によれば、現場記者らがファクトチェック記事の制作・掲載を決断したのは、10月15日の時点であったという。この判断の背景には、宮城県議会議員の X への投稿に対する返信に、「移民に家族を襲撃させたらいい」といった過激なコメントが確認された³ことがあった。横山記者は、こうした状況について現場で取材を行う記者と議論したうえで、「これは看過できない状況である」との認識に至ったとされる。この判断を受け、翌日には「かほ Q チェック」として計7本のファクトチェック記事を出稿する企画案が、選挙担当デスクに提出された。

企画の提案は、SNS 上の言説動向のみを根拠としたものではなく、選挙現場での取材経験とも結びついていた点に特徴がある。実際、街頭演説を取材していた記者らは、村井候補が演説のほとんどの時間を政策や公約の説明ではなく、SNS 上で拡散している偽情報を否定する説明に割いている状況を目の当たりにしていた。大泉氏は、ファクトチェック記事の企画が提案されたタイミングについて、「オンラインで SNS を監視していた記者と、オフラインで現場を取材していた記者の感覚と意見が一致した」と振り返っている。その上で、偽情報がもはや SNS 上の出来事にとどまらず、リアルな選挙戦の進行そのものに大きな影響を及ぼしていると判断し、神戸新聞の事例で示された「沈黙してはならない」という局面に入ったとの認識を示している。

以上のように、河北新報におけるファクトチェック実施の判断は、オンライン空間での言説の過激化と、オフラインの選挙現場における変化という二つの観点が交差する中で形成されていたことが明らかとなった。

3-3-2 選挙報道の体制

宮城県知事選挙に関連する記事は、記者が執筆した原稿を選挙担当デスクが確認し、その後、編集部長である大泉氏が最終チェックを行ったうえでオンラインに送稿されるという編集フローで運用されていた。基本的には記事は入稿当日中か、翌朝にはオンラインで公開される形となっていた。

選挙期間中に公開された「かほ Q チェック」関連の記事は、表3に示す通り計7本である。10月19日から22日にかけて記事の掲載間隔が空いた背景については、選挙期間中に政治・選挙担当デスクの連続勤務が続き、編集体制が逼迫していたことが要因であったといい、人的リソースの制約が記事公開のタイミングに影響を与えていたことがうかがえる。

また、「かほ Q チェック」の連載としてではないものの、23日には「宮城県知事戦でユーチューブ動画氾濫 Xで『虚報』と一緒に拡散中」、24日には「『次、落とすのはこのドクソ野郎』『売国奴宣言ですね』一部宮城県議が SNS で誹謗中傷被害」と題する記事を公開しており、選挙終盤に偽情報や誹謗中傷に対して警鐘を鳴らす内容を発信している。

表3 「かほQチェック」関連記事

オンライン掲載日	見出し
2025年10月18日	宮城県知事選挙の期日前投票が開始3日間で前回の31倍 なぜ急増？
2025年10月18日	宮城県知事選挙で再び争点「水道みやぎ」導入の経緯って？
2025年10月19日	宮城県知事選挙で話題「土葬墓地」検討撤回の経緯って？
2025年10月22日	宮城県知事選挙に絡め「宮城県がメガソーラー大歓迎」は事実誤認 これまでの経緯と対策は？
2025年10月23日	取らぬ狸の皮算用？ 宮城県知事選挙の主要3候補「財政論」を点検
2025年10月23日	宮城県知事選挙で誤情報がSNSで拡散中 法令違反に問われる可能性も
2025年10月24日	「デマ」あふれる宮城県知事選挙 冷静な投票行動を

3-3-3 ファクトチェックのルールと表現

「かほQチェック」の記事はインターネット上に流布する情報の真偽を確かめることを目的としている⁴ものの、「誤り」「正確」などの真偽判定（レーティング）までは踏み込まない方針を採用した。その代わりに、読者に対して判断材料を提供することを重視し、当該情報の背景やこれまでの経緯、関連する制度や事実関係を一から整理・解説する形式を基本としている。

この点について大泉氏は、『河北新報が真偽を判定する・白黒つける』というのではなく、事実を整理したうえで、読者に冷静な議論を促す表現方法とした」と述べている。すなわち、「かほQチェック」は、報道機関自らが結論を提示することよりも、読者自身が判断に至るための前提条件を整えることを主眼とした取り組みであったと位置づけられる。

また、「かほQチェック」の企画設計を担当した横山記者は、前述の講演において、報道機関が裁判官のように情報の真偽を断定することへの懐疑と違和感を示している。横山記者は、記者が結論を示すのではなく、読者が自ら判断するために必要な事実の文脈と基礎的情報を提示することを基本方針とし、その方針に基づいて企画を設計したことを明らかにしている。

こうした編集方針のもと、「かほQチェック」では、以下のような基本的ルールを設定し、記事制作において遵守していた。

- 公的機関のオープン情報、または公的機関や専門家への取材で事実確認ができるものとする
- 情報の入手先や取材相手を明示する。行政機関は実際の名称、人ならば実名。「関係者」は使わない。検証に用いた出典元（リンク元）は明示する
- 取材記者の認知的不協和・確証バイアスを排するため2人1組で取材に当たる

これらのルールは、ファクトチェックを行う際の透明性と検証可能性を確保すると同時に、報道機関自身の判断が前景化することを避けるための編集上の工夫として捉えることができる。

3-3-4 記事の反響

「かほ Q チェック」の記事公開後、河北新報の元には「兵庫の二の舞になるのを避けた」、「河北が宮城の民主主義を守った」など評価する声が寄せられた一方、「河北こそ偏向だ」と批判する内容もあった。いずれにせよ、河北新報が偽情報の拡散に対して沈黙せず、報道機関として明確な対応を示した点は、結果として全国的な注目を集めることとなった。

また、「かほ Q チェック」を含むファクトチェックの取り組みについては、他の報道機関や関連団体からの取材も相次いだ。神戸新聞、NHK、朝日新聞をはじめ、新聞研究や日本記者クラブなどから取材や寄稿の依頼があり、取り組みの内容や編集判断について共有が行われた。大泉氏はこの状況を踏まえ、「業界内でノウハウを共有し、連帯して対応しようとする動きは、これまで以上に強まっていると感じる」と語っている。

3-3-5 今後の課題と対策

(1) 組織体制と記者の育成

ファクトチェック記事を手探りで制作する過程において明らかになった課題の一つは、組織的な制作体制の構築である。「かほ Q チェック」の記事制作および SNS 上の言説監視は、主として横山記者一人に依存する形で行われており、社内においてファクトチェック記事を継続的に執筆できる記者層の育成が課題として浮上した。また、選挙期間中に政治・選挙担当デスクへ業務負担が集中した点についても、今後の体制設計において見直しが必要であるとの認識が示されている。

これらの課題を踏まえ、河北新報では県知事選挙終了後に、SNS 分析ツール「ソーシャルインサイト」に関する社内勉強会を開催している。平時から記者間で知識や技術を共有することで、特定の記者に業務が集中する状況を避け、より多くの記者が偽情報への対応に関与できる体制の構築を目指している。この取り組みは、ファクトチェックを一過性の対応にとどめず、編集部全体のスキルとして定着させようとする試みと位置づけられる。

(2) SNS と紙、公益と営利のジレンマ

今回の「かほ Q チェック」は、すべて無料記事として公開されたが、紙媒体を主たる収益基盤とする新聞社にとって、こうした取り組みが中長期的に持続可能であるかについては、現時点では結論が出ていない。特に、偽情報の多くが YouTube や TikTok といったショート動画プラットフォームを通じて拡散している現状を踏まえ、ファクトチェックも動画形式で行うべきではないかとの意見が寄せられることもあったという。

これに対し大泉氏は、「民主主義を守るという観点からは有効である可能性がある一方で、企業としての収益性という問題も避けて通れない」と述べている。河北新報は宮城県民を主な顧客とする民間企業であり、偽情報が拡散する SNS という舞台に新聞社としてどこまで関与す

べきかについては葛藤が存在している。

3-3-6 他媒体・団体との連携

河北新報は、神戸新聞、西日本新聞、新潟日報、北海道新聞といった、同規模のブロック紙・準ブロック紙との間に、日常的な情報交換や課題共有を行う横断的なネットワークを有している。これらの新聞社とは、平時から取材や編集をめぐる悩みや課題を共有する関係が築かれており、今回の宮城県知事選挙における偽情報への対応においても、そのネットワークが活用された。特に、偽情報への備えや SNS 選挙対応ガイドラインの策定にあたっては、神戸新聞からの情報提供や助言が「大きな支えになった」と大泉氏は述べている。また、今後の選挙対応を見据えた取り組みとして、2027 年に知事選挙を控える北海道新聞との間でも情報交換が始められている。こうした連携は、同規模でありながら商圏が重複しない地方紙同士だからこそ成立している協力関係であるといえる。

一方で、宮城県という同一地域内において、複数のメディアが選挙報道やファクトチェックをめぐって継続的に協力関係を築くことについては、競合関係や役割の違いといった要因から、一定の難しさがあるとの認識も示されている。これに対し、地元の NPO や大学など、非営利組織や研究機関との連携については現実的な選択肢として「大いにあり得る」との認識が示された。

実際に河北新報では、宮城県知事選挙期間中に展開した「かほ Q チェック」の取り組みについて、大学教員や NPO の理事といった第三者の立場から評価を受ける企画記事を誌面上で開始している。このような試みは、報道機関単独で完結するファクトチェックではなく、多様な主体と連携しながら公共性を担保しようとする姿勢を示すものと位置づけられる。

3-4 インタビュー結果 2:メディアージ

特定非営利法人メディアージ⁵は、宮城県内、特に仙台市内で実施される選挙を対象に、独自取材に基づく情報を YouTube 動画および Web 記事として発信している NPO である。少人数体制で運営されており、地域に根差した選挙情報の提供を活動の中心に据えている。

3-4-1 偽情報の認識

メディアージのメンバーは、宮城県知事選挙期間中の偽情報について、情報内容そのものだけでなく、情報が表示・拡散される環境の偏りに強い問題意識を持っていた。具体的には、愛知県在住のメンバーと仙台市在住のメンバーとで、宮城県知事選について「街頭演説」というキーワードで YouTube 上の検索結果を比較した際、表示される動画内容が大きく異なることに気づいたことが、問題意識を喚起する契機となっていた。

また、常務理事の漆田氏は、選挙戦終盤の 10 月 18 日・19 日に実施された村井候補の街頭演説において聴衆が誹謗中傷や偽情報が記載されたプラカードを掲げている様子を目にし、その内容に違和感を覚えたという。これらの経験から、偽情報はオンライン空間に限らず、オフラインの選挙現場にも影響を及ぼしていると認識されていた。

さらに、既存メディアによるファクトチェックの表現方法についても、一定の限界が意識されていた。河北新報の「かほ Q チェック」は、ファクトチェックでありながら解説的色彩が強く、結果として現行の県政を補足する内容として受け取られかねない側面があると感じていたという。このような問題意識のもと、デマ情報の拡散が進む状況において、「できるところから取り組む必要がある」との判断に至った。

3-4-2 選挙報道の体制

メディアージの選挙報道体制は約 10 名で構成され、宮城県知事選告示前後で段階的にコンテンツの制作・発信が進められていた。選挙関連コンテンツとして事前に予定されていたのは、候補者比較のためのポートマッチ、候補者への単独インタビュー、街頭演説の取材、メンバーによる動画の配信である。これらに加えて選挙終盤に「ファクトチェック記事」の制作が加えられることになった。インタビューでは、仮に衆議院議員選挙のような短期決戦であった場合、追加でファクトチェック記事を制作することは困難であった可能性が示唆されている。

記事制作にあたっては、事実関係の調査および書き起こしを漆田氏が担当し、その内容が NPO 法人の発信として適切かどうかや文章表現、チェック内容の妥当性については、理事・監事を含むメンバーおよびボランティアスタッフ全員による確認と修正を経たうえで公開されていた。人数としては約 10 名がチェックに関与しており、複数の視点を通じて正当性を担保しようとする姿勢がうかがえる。

3-4-3 ファクトチェックのルールと表現

ファクトチェック記事の制作にあたっては、漆田氏は国内の既存のファクトチェック記事を参考にしつつも、特定のファクトチェック団体の指針には依拠していなかったとしている。

一方で公平性を担保するため、以下のようなルールに則って制作を進めた：

- 特定候補の応援と受け取られないよう、事実は事実として淡々と記述する
- 各トピックには必ず参照元を明示し、行政の公式資料、宮城県の公式ウェブサイト、過去の新聞記事など、一次情報またはそれに準ずる信頼性の高い資料を用いる。個人の SNS 投稿やブログ記事は基本的に参照対象から除外する。

記事の表現について、当初は「デマか事実か」という二択で各項目を検証する方針を検討していたものの、実際の分析においては判断が困難なケースが多く、「解釈の余地あり」や「誇張表現」といった中間的な判定を導入する必要があると判断された。これは、ファクトチェックの目的を「正義か悪かの断定」ではなく、「有権者に判断材料を提供すること」であると設定した結果であった。表 4 はメディアージが記事中で明示した 6 つの判定基準である。

表4 メディアージの判定基準

【事実】	客観的事実として確認できるもの
【解釈の余地あり】	事実関係は認められるが、評価が分かれるもの
【誇張表現】	一定の事実はあるが、大げさに表現されているもの
【デマ】	事実と正反対の内容
【根拠なし】	主張を裏付ける根拠が示されていないもの
【誹謗中傷】	政策批判を超えた人格攻撃

また、河北新報がテーマ別に記事を発信していたのに対し、メディアージは公平性を担保するためには網羅性が重要であると考え、一つの記事の中で複数の論点を扱う構成を採用した。検証対象についても、SNS上の画像情報と街頭演説で使用されたプラカードの両方を取り上げ、オンラインとオフライン双方の情報を検証する姿勢を示している。表5はメディアージが記事の中で検証対象として取り上げた言説の一覧である。

表5. メディアージが対象とした言説

1. SNS等で拡散されている画像の検証	「メガソーラー大歓迎」 「外国人労働者大量受入促進」「ムスリム定住者大歓迎」「移民の権利を守る！」 「選挙のために土葬撤回」 「竹中平蔵ファースト」 「漁業権も民間企業に解放」 「宮城県警の裏金問題は不問」 「水道事業の運営は外資にお任せ！」 「復興計画は野村総研が全面関与」 「宮城県をザンビアのホームタウンに！」 「農業の民営化推進」「公的資産も民間解放」
2. 街頭演説で掲げられていたプラカードの検証	「日本の恥!!」「国賊!!」「売国奴!」 「メガソーラー反対!!」 「水返せ!!」 「犯罪、レイプ国にするな!!」 「環境破壊するな」 「国民の血税を外国人に使うな!!」

3-4-4 記事の反響

公開されたファクトチェック記事は、メディアージがこれまでに発信してきたコンテンツと比較しても、相対的に大きな反響を得たものとして受け止められている。具体的には、全国放

送の報道番組を含む他媒体から取材依頼が寄せられたほか、読者からも「参考になった」「他の情報よりも公平だと感じた」といった肯定的な評価があったという。その一方で、「村井氏へのデマだけファクトチェックするのか」と記事全体の姿勢を問う意見や執筆者個人に対する否定的なコメントも確認されたが、ファクトチェックの項目設定や検証手法そのものに対する批判は寄せられなかったと、漆田氏は述べている。

3-4-5 今後の課題と対策

(1) 体制面の構築と活動継続のためのリソース

今後の課題として、メディアージでは、記事制作における体制整備の必要性が指摘されている。具体的には、常時複数（2～3名）の視点が入る仕組みを構築し、より安定的に客観性を担保できる体制が求められている。また、今回のファクトチェック記事は選挙の3日前に公開されたが、このタイミングは遅すぎたとの反省も示されており、より早期の対応が課題として挙げられた。一方で選挙情報の発信にはメンバー全員がボランティアで携わっており、直接的な収益につながりにくい活動でもあることから、取り組みを継続するための資金的・人的リソースをいかに確保するかという点も、重要な課題として認識されている。

(2) 権力側に利用される可能性

さらに、メディアによるファクトチェックは、その表現や提示のされ方によっては、現政権の補足説明や権力への追従と受け取られ、かえって逆効果を生む可能性があるとの指摘がなされている。例えば、今回メディアージがファクトチェック記事を公開した際には、県議会議員が SNS 上で当該記事を一斉に共有する現象が生じたが、こうした状況を通じて、記事の公平性や中立性が疑われてしまうのではないかという懸念が生まれたという。

(3) プラットフォームの選択

情報の到達範囲という点では、TikTok などの動画プラットフォームのみを利用する若年層が多く、ファクトチェック記事自体が届いていない現状が課題として認識されている。また、動画プラットフォームの収益モデルが、センセーショナルな投稿を生み出す構造的要因となっている点も問題視されていた。メディアージでは、「全候補者の情報を見よう」という意見広告的な動画を制作したものの、TikTok では「政治的な投稿」としてリジェクトされ、十分な拡散に至らなかった経験が語られている。

3-4-6 他媒体・団体との連携

最後に、地方において選挙や行政に関する情報をいかに有権者へ届けるかという課題に対し、同様の活動を行っている団体やメディアが存在すれば、連携を図りたいとの意向が示された。地方 NPO が単独でこうした取り組みを担うことには限界があるとの認識が共有されている一方で、他地域において同様の活動を展開している NPO や関連団体を見つけること自体が難しいという課題も指摘されている。

4. 考察

4-1 偽情報の検知と初動—オンラインとオフライン

インタビュー調査から明らかになった第一の示唆は、偽情報への初動対応が、SNSでの誹謗中傷や偽情報の拡散といったオンラインの現象のみを基準として判断されたわけではなかったという点である。河北新報およびメディアージの両担当者は、いずれも選挙期間の早い段階からSNSを継続的に監視し、誹謗中傷や偽情報の存在を認識していたものの、それらを確認した時点で直ちにファクトチェック記事の制作に取り掛かったわけではなかった。メディアとして「ファクトチェック」に踏み切る判断がなされた背景には、現場取材を通じて、SNS上の偽情報が現実の選挙過程にも具体的に影響を及ぼしている状況が可視化されていたことがあった。すなわち、偽情報が選挙過程や有権者の判断にどの程度影響を及ぼしているかという点が、初動対応を決定づける重要な要素となっていたといえよう。

以上から、偽情報への対応において重要なのは、オンラインとオフラインの双方の動向を継続的に注意深く監視し、偽情報の影響力を過小評価することなく、選挙過程全体との関係の中で総合的に評価できるような体制を平時から構築しておくことであると示唆される。

4-2 「備え」と体制構築

それでは、偽情報への対応において平時からの「備え」とは具体的に何を指すのか。インタビュー調査からは、ツールの導入やマニュアルの整備、知識の共有のみならず、普段からの「ファクトチェック」の実践の蓄積が重要であることが示唆される。

河北新報では今回の宮城県知事選の前から、ファクトチェックに関する勉強会を実施し、自社の対応方針や記事フォーマットを模索してきた。2025年2月以降は「かほQチェック」として継続的にファクトチェック記事を制作・掲載して実践を重ね、SNS分析ツールを導入してオンラインの動向を探る試行がなされた。また、記者をSNS上の攻撃や誹謗中傷から守るためのSNSのガイドラインを策定し、オンライン空間のリスクへの備えも進めていた。こうした土台があったことにより、宮城県知事選で偽情報の影響力が「看過できない」と判断された段階で、迅速にファクトチェック記事を発信することが可能になったと考えられる。

一方で河北新報・メディアージ両者のインタビューからは、ファクトチェックの取り組みがほぼ一人の特定の担い手に大きく依存している状態も明らかになった。ファクトチェックをどのように属人的な作業から組織的な取り組みへとつなげていくか、その体制構築が共通の課題として浮かび上がってきた。

4-3 ファクトチェックの表現方法

両者は、有権者に客観的な事実に基づく判断材料を提供するという目的で一致していたが、ファクトチェックの記事に用いた表現・編集手法には違いが見られた。河北新報は明確な真偽判定（レーティング）を避け、事実関係や背景、経緯を説明する解説型の記事を連載した。一

方、メディアージはレーティング形式を用いて 16 項目を網羅的に検証する記事を制作し、「事実」と「デマ」との間に、「解釈の余地あり」や「誇張表現」など複数の区分を採用した。

解説型の記事は事実関係を整理し、読者に冷静な判断を促す作用が期待される一方で、メディアージのインタビューでは、こうした表現が読み手によっては現行の行政を補足・正当化する説明として受け取られてしまう危険性も指摘されていた。ファクトチェックとして位置づけられる記事のうち、検証の根拠や資料は提示されているものの、検証結果が明示されていない事例をどのように評価すべきかについては、なお議論の余地が残されている。

また、SNS という舞台において、刺激的な表現によって急速に拡散する偽情報に対し、抑制的な表現を用いた解説記事がどの程度の効力を発揮しうるのかについても、検討の余地がある。実際に、河北新報オンラインが選挙期間中に X で投稿した記事を見ると、「水道」「メガソーラー」「土葬」などの背景を個別に解説した記事のリポスト数は最大でも 40 件弱にとどまっていた。それに対し、「宮城県知事選挙で誤情報が SNS で拡散中 法令違反に問われる可能性も」との見出しで「誤情報」と明示した記事は、リポスト数が 1,739 件に上っている（2025 年 12 月 28 日時点）。投稿の拡散力を決定する要因は複合的に絡み合っているため、表現の差異のみが拡散力の違いを生んだと断定することはできない。しかし、SNS という環境を前提とした場合に、どのような表現や編集が正確性を保ちつつ偽情報への対抗として機能しうるのかについては、今後の重要な研究課題とすべきである。

4-4 公益性と持続可能性のジレンマ

ファクトチェックは公益性の高い活動である一方で、企業や団体の取り組みとしては収益性の観点からジレンマがある。河北新報は宮城県知事選に関する「かほ Q チェック」の記事をすべて無料記事として公開したが、こうした取り組みが中長期的に持続可能であるかについては結論が出ていない。また紙媒体を主たる収益基盤とする新聞社にとって、SNS という舞台にどこまで関与すべきかについては葛藤が存在している。

メディアージにおいても、直接的な収益を生まない選挙情報発信を限られた人的・資金的リソースの中で展開することの難しさが語られた。両者は公益性の観点と必要性からファクトチェックに取り組んだが、今後民間企業・団体としてどのように持続的な活動にしていけるかについては課題が残る。

4-5 ファクトチェック・エコシステムの可能性

今回のインタビュー結果では偽情報に単独で対応することの困難さが明らかになった一方で、地域や媒体の枠を超えた連携の可能性も示唆された。河北新報は同規模の地方紙や大学、NPO との連携に一定の可能性を見出していることを示し、メディアージにおいても地域を超えた他団体との協力へ前向きな姿勢が語られた。

また、同じ地域内でも、媒体や団体の枠を超えた連携の余地があることがうかがえる。今回の事例では河北新報とメディアージがそれぞれ別の手法・表現方法でファクトチェックを行ったが、これはマスメディアと小規模なローカルメディアとがそれぞれの強みや制約をふまえた

発信を行い、相互に補完し合うような関係性を構築しうることを示している。多様なアクターがそれぞれの立場から偽情報への対応を行い、可能な範囲で連携することで、「ファクトチェック・エコシステム」と呼べるようなより強靱な情報環境が地域単位で形成される可能性が示唆される。

5. まとめ

本研究では、2025年宮城県知事選挙における河北新報とメディアージのマスメディア実践を対象に、偽情報への対応過程を検討した。インタビューの結果、両者は選挙初期段階からSNSを継続的に監視していたものの、偽情報の存在そのものよりも、それが現実の選挙過程や有権者の判断に具体的影響を及ぼしているという「オフラインの兆候」を確認した段階で、マスメディアに踏み切っていたことが明らかとなった。そこでは、オンラインとオフラインの双方を総合的に評価できる体制を平時から構築しておくことが、偽情報対応の初動を左右する鍵であるといえる。実際にオフラインへのアクセスは、地元で取材活動を続けているローカルメディアが優位であり、エリア外から大量に流入する真偽不明な情報に対抗するためにはその役割は今後も大きくなるだろう。さらに、両者のインタビューからは、勉強会への参加や記事フォーマットの整備、ツール導入、実践の蓄積など、平時の準備こそが迅速な対応を支える基盤となることが確認された。一方で、マスメディア業務が特定の個人に大きく依存しているという共通課題も浮かび上がり、属人化をいかに組織的な取り組みへ転換していくかが今後の重要な論点となる。

記事表現に関しては、河北新報が解説型記事を選択したのに対し、メディアージはレーティング形式を採用するなど、編集方針に違いがみられた。河北新報がレーティングを行わない判断は、新聞や放送といったレガシーメディアが判定を行うこと自体が、権力側と見なされて批判を招くことにつながりかねない。その反発を避けるという意味では適切であったが、ファクトチェックという形式をどのように、そして、どの程度遵守したのかが今後問われることになる。またSNS上では「誤情報」と見出しに明示した記事が大規模に拡散した現象も確認され、正確性・中立性と拡散性の両立という課題が改めて示された。

マスメディアが公益性の高い行為であるにもかかわらず、現時点では収益化が困難で持続可能性に課題を抱えている点も両者に共通していた。しかし同時に、地方紙、小規模メディア、大学、NPOなど、多様な主体が互いの強みを生かしながら補完し合うことで、地域単位の「マスメディア・エコシステム」を形成しうる可能性も見いだされた。単独での対応が困難な中、こうした連携は現実的かつ有効な方策となり得る。特に日常的な競合関係にある地域内のマスメディア同士での連携は難しいものの、県内のNPOやネットメディアとの連携の可能性が高いこと、県外の同程度の規模の都市にある同業者との連携や手法の共有化は実現性が高いことから、今後、その連携の可能性を探っていく必要がある。

本研究は一つの選挙事例に基づく分析であるが、今後のローカルメディアによる偽情報対策に示唆を与えるものと考えられる。特に、オンラインとオフラインを横断した影響評価、平時から

の備え、表現手法の検討、そして持続性確保に向けた連携体制の構築が重要な課題として提起された。これらを踏まえたさらなる研究と実践の蓄積が求められる。

註

¹ 福長（2019）によれば、誤情報は「誤って伝えられる、事実ではない情報」であり、虚偽情報は「ウソの情報」とし、留意すべき点が異なるとして分けて分析を行なっている。

² 2025年12月22日 FIJ セミナー「メディアは選挙で何ができるのか — 宮城県知事選と河北新報のマスメディア」

³ 2025年10月29日河北新報オンライン「『移民に家族を襲撃させたらいい』SNSに危害示唆する書き込み 宮城県知事選巡り自民県議が脅迫被害を県警に相談」

<https://kahoku.news/articles/20251029khn000021.html> 2025年12月27日閲覧

⁴ 「かほQチェック」の連載説明は以下の通り：「インターネット上では『本当かな?』と首をかしげてしまう情報が『事実』としてあふれています。そのような情報の真偽を河北新報記者が確かめて、読者のみなさんに判断してもらうための記事を配信していきます」（引用元：2025年2月19日河北新報オンライン「『日本で土葬はできない』ってウソ？ホント？ ムスリム対応で物議…ネット情報の真偽を調べる」<https://kahoku.news/articles/20250218khn000032.html>）2025年12月27日閲覧

⁵ 特定非営利法人メディアージ（理事長 大矢中子）は、2011年3月19日に活動開始、2012年8月10日にNPO法人となり、宮城県仙台市を拠点に現在7名の役員で運営されている。

<https://mediage.org/about-us> 2025年12月29日閲覧

引用文献

伊藤由佳莉（2025）「再生数の差は20倍！？大接戦の宮城県知事選で独自YouTube データから見えた内幕とは？」『選挙ドットコム』10月27日 <https://go2senkyo.com/articles/2025/10/27/124208.html> （閲覧日 2025年12月17日 12:00）

江川紹子（2025）「宮城県知事選・ファクトチェックでデマと戦った河北新報・今こそ「まとも」な地方メディアが大事」Yahoo!ニュース, 11月11日 16:29

<https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/6902d88d0e33ca11d739dff7c2382d75d53e445> （閲覧日 2025年12月17日 12:00）

河北新報（2025）「宮城県知事選挙のX関連投稿 参政党フォロワーが4割 発信数は関東地方が宮城の2倍超 河北新報調査」

<https://kahoku.news/articles/20251108khn000036.html> （閲覧日 2025年12月27日 12:00）

瀬川至朗（2023）「実効性ある偽情報・誤情報対応策としてのファクトチェック・システムの構築」科学研究費助成事業研究成果報告書

総務省（2023）『令和5年情報通信に関する現状報告の概要』

西田亮介（2021）「近年の日本における偽情報（フェイクニュース）対策と実務上の論点『情報通信学会誌』39巻1号

東日本放送（2025）「『おかしいよ神谷さん』村井宮城県知事 参政党が神谷代表と村井宮城県知事の公開討論を拒否」『東日本放送ホームページ』<https://www.khb-tv.co.jp/news/159> （閲覧日 2025年12月17日 12:00）

藤代裕之（2020）「選挙におけるファクトチェックの課題とジャーナリズムの役割」『社会情報学』第8巻3号

福長秀彦（2019）「調査研究ノート SNS時代の誤情報・虚偽情報とマスメディアの打ち消し報道」『放送研究と調査』日本放送協会

藤代裕之（2024）「ファクトチェック団体の取り組みを検証する」社会情報学会 学会大会、2024年9月15日

NHK NEWS WEB（2025）「出口調査の結果」（閲覧日 2025年12月17日 12:00）

<https://news.web.nhk/senkyo/database/local/sendai/21261/skh55706.html>