

災害対応時のSNS活用 ～令和3年2月の福島県沖地震時の投稿の 考察と今後の展望～

○鈴木 南智¹・小野 雅志¹・山谷 瑞希¹・古賀 博久¹

¹東北地方整備局 企画部 企画課 (〒980-8602 宮城県仙台市青葉区本町3-3-1)

行政側の情報発信手段は様々ある。近年普及しているSNSもそのひとつである。既に、東北地方整備局においても、SNSを利用した情報発信を行っているが、なかなか多くのひとの目に触れる機会が得られていなかった。SNSを通じて、様々な情報を発信しても、多くのひとの目に留まらなければ、SNSを活用する意味が希薄になる。本報告は、令和3年2月に発生した福島県沖地震の際のSNS、特にTwitterを活用した情報発信の好事例から、どういった点が多くの方々の反応や関心に繋がったのかを考察し、今後のTwitterでの情報発信において、工夫すべき点を考えるものである。

キーワード 情報発信手段、SNS、広報戦略、防災意識の向上

1. はじめに

行政側の情報発信手段は様々あり、東北地方整備局においても、SNSを利用した情報発信を行っている。

(図-1)．中でも、Twitterについては、簡単に始めることができ、リアルタイムな情報、且つ自分に興味のある情報を簡単に投稿・閲覧でき、また、匿名でも始めることが出来ることから、数多くの方が利用しており、東北地方整備局においてもアカウントを作成し、情報発信に努めている。

東北地方整備局では、直近1年間(2021.2.1～2021.2.16)までの東北地方整備局のツイート数は、約90件ある。このうち、「いいね」もしくは「リツイート」の数が50件以上のツイートは、わずか8%である。この状況を踏まえると、投稿者側は、多数、情報発信をしているものの、多くの方の目に留まっていないと言える。

また、図-1のように、投稿した内容を交通情報、イベント情報、防災関係、TEC-FORCE、その他の5項目に分類した結果、一番投稿している防災関係であっても、「いいね」もしくは「リツイート」の数が50件以上のツイートは、わずか1件のみであった。このことから、投稿頻度の高い防災関係の投稿について、令和3年2月の福島県沖地震時に工夫した点をもとに、分析を行うこととした。

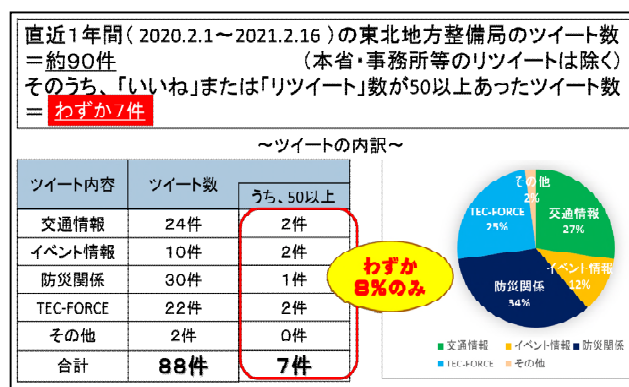


図-1 東北地方整備局の直近1年間のツイート状況

2. これまでの傾向と福島県沖地震での対応

図-2のように、投稿した内容に対して閲覧者の反応を分析すると、人々の記憶に強く残っている東日本大震災の復興に関係するツイートは「いいね」や「リツイート」数が大幅に上昇しているが、その他のツイートについては、軒並み100件未満と低い状況にある。また、「いいね」や「リツイート」数50件未満のツイートは、会議などの開催報告、交通情報など、事務的な情報発信が主である。

これらに対し、福島県沖地震の対応のツイートでは、

全6件のうち、「いいね」数が400件を超えるツイートが3件、うち1件は「いいね」数600件を超えている。
また、この3件のツイートの「リツイート」数はいずれも150件を超え最大で約300件となっている。

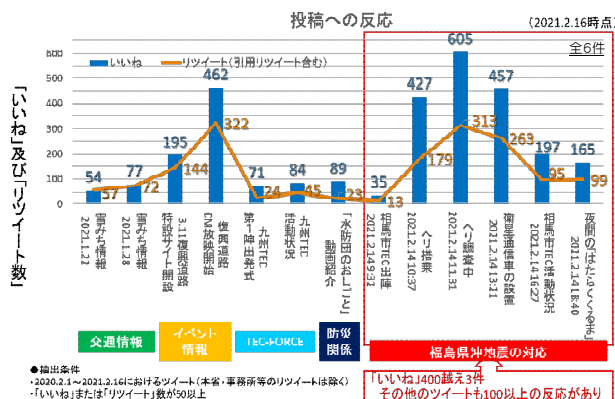


図2 直近1年間の「いいね」または「リツイート」数の結果

3. 福島県沖地震で投稿した内容

ここで、福島県沖地震時に実際に投稿した内容と工夫した点を以降に示す。



出典：国土交通省東北地方整備局 Twitter に投稿時間を追記して掲載

図3 実際のツイート

(1) トレンドについて

Twitterでは、現在、Twitter上で多く利用されているキーワードを見つけることができる“トレンド”という機能がある。このトレンドに挙がっているキーワードを検索することにより、共通のキーワードを利用した投稿を連続で表示することが可能となる。すなわち、この機能を使うことによって、利用者は、自身と同じ興味を持った投稿を検索・共有することが可能となる。

令和3年2月に発生した福島県沖地震では、マグニチュード7.3を観測し、広範囲での地震発生であったことや深夜の発生だったため、全国各地の方々が地震に係る投稿をされていた。

揺れの大きかった地域の方々の無事を伝える報告やその他の地域の方が揺れの大きかった地域の心配など数多く投稿されていた。前述のTwitter上で多く利用されているキーワードを表す“トレンド”は、地震発生直後から『地震大丈夫』『震度6強』などのキーワードが上位を占めていた。今回は、このトレンド機能を踏まえて、投稿が検索・共有されるよう“タグ付け”を行うこととした。

発災から約12時間後のトレンドでは、『地震の被害』が一番多く投稿されているキーワードとなっており、実際に『地震の被害』を用いて防災ヘリコプター（みちのく号）によるヘリ調査実施中の投稿は、最も多い「いいね」を獲得することとなった。



図4 トレンドの変化と実際の投稿内容

しかし、図4に示すとおり、トレンドは、数時間で著しく変化する。地震発生から約10時間後のトレンドは、『地震大丈夫』『震度6強』等、地震に係るキーワードであったが、当日はバレンタインデーということもあり、地震発生から約12時間以降では、『ハッピーバレンタイン』や『チョコレート』がトレンドに入っていた。

以上から、トレンドを活用する場合は、人々の関心が薄れる前に逐一トレンドの変化を意識したリアルタイムでの投稿やタグ付けをしていくことが必要である。

(2) 題材について

東北地方整備局としての災害対応は、本局災害対策室での対応のほか、現地のTEC-FORCE派遣や防災ヘリコプターによる被災状況調査を行った。また、NEXCO東日本管内で発生した土砂崩れ箇所の復旧作業への支援として、衛星通信車などの災害対策用機械の派遣、など様々な対応がとられていた。

今回の投稿の題材として、初稿で従来通り派遣したTEC-FORCE（ひと）をメインで取り上げた投稿を行った。その後、第二稿から新たに防災ヘリコプターや災害対策用機械（もの）に着目し、一般の方々が普段見られない内容の提供をコンセプトにひと・もの（機械等）をセットに投稿した。



図-5 実際の投稿写真（防災ヘリコプター）

(3) 写真の選定

Twitterの特徴として、文章の投稿のみならず、画像や動画、紹介したいURLの添付等が容易にできる利点がある。文章のみでは、伝わりづらい投稿も画像や動画が添付されていることでより躍動感が伝わる。

東北地方整備局では、従来からTwitterに投稿する際は、文章のみではなく、極力画像を付けるように意識した投稿をしていたが、今回の災害では、写真の題材についても注目し、選定を行った。

防災ヘリコプター調査中の投稿では、防災ヘリコプターに搭乗して上空から調査している写真と防災ヘリコプターより伝送された映像を確認している災害対策室の写真と同時に投稿し、我々の仕事をより臨場感を出してPRを行った。

また、昼夜問わず、現場で復旧作業を担当している建設業界へもスポットが当たるような写真を選定した。

平成23年3月に発生した東日本大震災では、人命救助を行っていた自衛隊や救助隊の方々の活動は、メディアでも多く取り上げられ、広く周知されていた。

しかし、その対応以前に、発災直後から自身の家族の安否も確認が取れないなか、救助を待つ地元の方々のために、昼夜を問わず、寸断された避難路や物資運搬経路の啓開作業にあたった建設業者の方々は、あまり報道されていない。このような経験も踏まえ、建設業全体のPRとなるよう留意した。



図-6 実際の投稿写真（防災ヘリコプター内と災害対策室）

4. 結果と考察

(1) 結果

福島県沖地震でのツイートは、図-2に示したように、「いいね」及び「リツイート」数が過去のツイートに比較して大幅に伸びており、中でも、防災ヘリで現地を調査している様子のツイートが最も注目を集めていた。

また、閲覧者の反応として、感謝・応援のコメントやご意見・ご提案のコメントをいただいております。その他、防災ヘリコプターや建設機械などの種類に関するマニアックなコメントなども寄せられました。

頂いた主なコメントは、以下のとおりである。

(感謝・応援のコメント)

●感謝しかない

指令センターを含めた機動力は大変上手く運用されているんですね

この仕組みは設計思想、チームの動かし方、お金の使い方などの経験を別分野にも展開させることは難しくないと思うんですね

●がんばれ国交省 ありがとう NEXCO

(ご意見・ご提案)

● 今はもう実装かわからないけど、そろそろ夜中でも撮影できる高解像度赤外線カメラや真っ暗なのに昼間のように見えるカメラとソフトも行政に導入してほしいかも。

予算次第なのか技術的なものなのかはわからないけど。

(マニアの方からのコメント)

●東北地整のヘリはピューマだろ？カンジキ履いてるし北海道開発局のヘリか？

●日本にも、ボルボのパワーショベルがいるとは思いませんでした！！(誤字修正)

(2)考察

今回のツイートでは「いいね」や「リツイート」数の推移から、過去に比べて多くのひとの目に留まり、様々なコメントをいただくに至った。

「いいね」や「リツイート」数が伸びた要因については、トレンドを踏まえたタグを付けたことで、ツイートが検索・共有されやすかったことや、リアルタイムで情報を発信することで、対応の即時性が伝わったこと、防災ヘリや災害対策用機械を題材にすることで、非日常感を提供することができ、より多くのひとの目に留まったものと考えられる。

その他、今回のツイートにおいては、本省及び他の事務所がリツイートしており、このことによって、拡散されたことも要因の一つではないかと思われる。また、対応中は継続的に情報発信を行っていたことから、最新のツイートを閲覧した人が遡って他のツイートも閲覧していた可能性も考えられる。

5. 今後の展望

今回のSNSの活用事例では、確かに過去と比較して大きな反応があったが、他の省庁などと比較すれば、その反応は小さく、認知度は低い。

迅速な情報発信が求められる有事の際においては、今回の事例のように、トレンドを踏まえたタグ付けやリアルタイムでの情報発信、非日常感のある題材の選定などの工夫を引き続き継続していく。ただし、その

際、被害者の感情には十分配慮して投稿する必要がある。

加えて、閲覧者やフォロワーが多い陸上自衛隊の投稿のような短時間の動画の掲載やUAVで撮影した映像を掲載することも検討する。

また、普段の様々な情報・コンテンツを投稿・発信するにあたって、日々の工事進捗や維持管理などの日常業務、季節感ある話題、東北地方整備局管内での出来事などを積極的に投稿し、一般の方が知り得ない情報の発信を行っていききたい。

今後は、これらの取り組みを本局のみならず、各事務所へも展開し、引き続き取り組んでいく。

6. 最後に

管内業務発表会後、本局から各事務所へ、これまでの活用状況や好事例をもとに、積極的な活用を促すよう周知を行った。

その後、令和3年8月に発生した温帯低気圧に伴う大雨により、青森県で土砂災害や国道279号小赤川橋の崩落などの被害があった。その際にも同様にTEC-FORCEを派遣し、UAVを用いた現地調査や権限代行で仮橋設置を行った。青森河川国道事務所では、夜間作業での状況や仮橋設置工事の作業進捗、設置完了後には、開通状況の動画を掲載するなど多数工夫して投稿した。

結果、国交省としての災害時の迅速な対応や短期間施工での技術力の高さ等について、多くの反響があった。

また、今回の福島県沖地震時における6件の投稿の追加調査をした結果、エンゲージメント(投稿の総閲覧数)が一番多いもので、約10万人であった。

今回の災害対応時のSNS活用では、Twitterでの投稿におけるトレンドの把握・タグ付けや、写真の選定など行ったことを踏まえ、普段のイベント情報などの投稿時にも一手間加える必要があることを痛感した。

投稿するうえで、投稿者側が一方的に伝えたい情報を発信するだけでなく、閲覧者がどのような視点で情報を求めているのか、我々投稿者が伝えたい情報をどのように発信することによって、より多くの人々の目に留まるのか思慮しながら投稿することが重要である。

以上を通じて、SNSを活用した情報発信から、東北地方整備局や建設業界に対する一般の方々からの共感・理解を得るとともに、防災意識の向上にも繋げていきたい。