

住民自らの行動に結びつく水害・土砂災害ハザード・リスク情報共有プロジェクト
第1回全体会議 議事要旨

平成30年10月4日（木）16:00～18:00
中央合同庁舎3号館 1階 A会議室

【出席者】

株式会社エフエム東京、NPO 法人気象キャスターネットワーク、グーグル合同会社、全国地方新聞社連合会、ソフトバンク株式会社、一般財団法人道路交通情報通信システムセンター、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟、日本放送協会、一般社団法人日本民間放送連盟、一般財団法人マルチメディア振興センター、ヤフー株式会社、KDDI株式会社、LINE 株式会社、株式会社NTT ドコモ、Twitter Japan 株式会社、常総市防災士連絡協議会、新潟県見附市、国土交通省道路局道路交通管理課高度道路交通システム推進室、気象庁予報部業務課

<オブザーバー>

内閣府（防災担当）、総務省情報流通行政局地域通信振興課、総務省消防庁防災課、総務省消防庁防災課防災情報室、国土交通省大臣官房広報課、国土交通省大臣官房技術調査課電気通信室、国土地理院応用地理部、国土技術政策総合研究所

【議題】

- （1）平成30年7月豪雨災害の概要と被害の特徴
- （2）平成30年7月豪雨災害での水害・土砂災害情報の活用状況ふりかえり
- （3）気象庁、国土交通省水管理・国土保全局からの発表
- （4）意見交換

【意見交換】

主な意見は以下のとおり。

（テレビ、ラジオ、新聞関係）

- 西日本豪雨後に実施したアンケートの結果、テレビ、ラジオの情報で避難したのは4.5%と低かったことを受け、ローカル情報の発信を強化している。例えば、最近では地方局がローカル情報を何度も強く呼びかける取り組みを実施している。
- テレビに二次元バーコードを付けて表示し、防災情報や外国人向けサイトなどに誘導する取り組みをしているが、十分とは言えない。
- その地域の人がピンとくる危険情報や地名情報を伝えることが重要。
- 災害情報が多くあり、住民が受け取りきれないため、情報の単純化が必要である。
- それぞれの災害情報に関する解説が必要。
- カメラ映像はリアリティーが伝わるため有効。
- 個別カスタマイズされた情報が必要であるが、テレビは不得手。是非インターネット

トメディアと連携したい。

- 複数の行政機関から様々な情報が出ているため、情報の単純化に向け連携して欲しい。
- 「住民にいかに切迫性を伝えるか」が最も重要な論点。テレビは今起きていることを伝えるのに優れているが、何をすれば良いのかを伝えられないと住民の行動につながらない。
- 災害後にハザードマップを見ていれば良かったと言うが、どのタイミングで見れば良かったのかというとあまり議論がされていない。
- 各メディアが連携することで、ストックの情報を的確な時期に上手く活用できる余地はまだある。
- 国などから情報が多く提供されるが、ラジオでは音声だけで伝えなければならないため、伝える側としてさらにその情報を単純化し、咀嚼して伝えるかに難しさがある。
- ラジオには得意、不得意な分野がある。不得意な分野について、うまく他社と連携してリスナーにより伝わるようにしていきたい。
- 業界内では好事例を共有して、横展開を図っている。他の業界からも好事例を吸収したい。
- 河川の監視カメラ映像を放送していることもあるが、画質が悪くてよく見えなかったとの声も聞く。
- 気象予報士を是非活用していただきたい。
- タイムラインは、作成に時間がかかるのが課題であるが、災害時の情報と取るべき行動を紐づける良い取り組みである。
- 提供される情報が多すぎるため一元化することが重要。例えば、雨量のデータについても、気象庁では観測されてなくても、国交省では観測されているといったこともある。
- 情報の捕捉率を上げようとした結果、空振りも多くなり、避難行動につながらなくなる。情報の精度向上が欠かせない。
- 避難情報の効果的な表現方法や災害弱者を救う取組みが重要。

(地域・行政関係)

- 台風 21 号の約 30 人の避難に対して台風 24 号では約 100 人と 3 倍が避難した。住民に避難のきっかけを聞いたところ、繰り返しテレビ報道されたからとの回答が一番多く、避難所で自分の知人を見て避難したとの回答もあった。
- 高齢者でも視覚的に簡単に情報を入手可能なテレビは有効である。
- 高齢者はまだフィーチャーホンを使っている人も多い。そのため、ショートメールを一斉発信するシステムを導入することによって、スマホを持たない高齢者でも情報が伝わるような取り組みを実施している。
- 住民に情報をいかに伝えるか、国、行政、メディアが一丸となって取り組む必要が

ある。

- ドライバーの安全・安心につながる情報を送ることに注力している。

(携帯電話関係)

- 緊急速報メールは一定の効果はあったと思うが、単一のサービスだけで避難につなげることは難しい。
- 緊急速報メールは、当初想定よりも発信の数が増えている。
- 緊急速報メールは、ユーザー側にどのようなタイミングでどのような情報が配信されるのかを理解されていないことがある。
- 緊急速報メールなど災害時の情報発信は、発信する側も初めてであるなどで災害時にヒューマンエラーによって問題が生じることがある。システムの操作に十分慣れておくことが必要。
- 平成 30 年度は上期だけで昨年度の 3 倍の量の緊急速報メールを配信しており、緊急時に送られるメールも膨大であった。また、中には本当に命に関わるような緊急な内容とは言い切れない情報が発信されることもある。

(インターネットメディア関係)

- 1 人 1 人にいかにして伝えるか。位置情報を活用してピンポイント情報を発信することができないか。
- 緊急速報メールのテキスト情報だけで避難につなげることは難しい。地図や動画につなげるなど、プッシュ型情報をきっかけとして、個々人が必要なプル型情報へと誘導できないか。
- カメラ映像は、テレビだけでなくインターネットでも配信できるようにしてほしい。
- 高齢者にスマホを使ってもらおうという視点も必要。
- 情報の発信に対する課題解決は、一社で対応することは難しいため、連携が必要。
- 自分の住んでいる市町村や市長等から直接の情報発信が防災には効果的である。
- 行政のリーダーからもっと発信してもらいたい。
- 災害の時にどこの省庁の情報を見れば良いかわからない。情報発信経路の一本化を検討して頂きたい。
- アメリカでは FEMA (アメリカ合衆国連邦緊急事態管理庁) が、災害時には「Rumor Control」を立ち上げ、オンラインで不正確な情報の対応をしている。日本においても同様の対応ができないか。
- 情報が多すぎると飽和して、分かった気になってしまい、かえって行動しなくなってしまう。情報はシンプルにすべき。
- インターネットメディアもそれぞれで異なる特徴、強みがあるため、何か連携の道があると考えます。その道のプロが情報を発信、デリバリーすることが最も効果的。
- このプロジェクトでは、何か実行してみるようにすることが重要。

- 各社、得意不得意があるため、本プロジェクトでうまく連携することが必要。
- 避難に関する防災教育などの長期的な啓蒙活動も重要ではないか。
- インバウンドへの対応など、外国の方への情報提供のあり方についても考えるべき。

以上