

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3回全体会議 議事要旨

令和元年6月7日（金）14:00～15:30
中央合同庁舎4号館12階 全省共用1208特別会議室

【出席者】

株式会社エフエム東京、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、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、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、国土交通省水管理・国土保全局

<オブザーバー>

Facebook Japan株式会社、内閣府（防災担当）、総務省情報流通行政局地域通信振興課、総務省情報流通行政局衛星・地域放送課地域放送推進室、総務省消防庁防災課、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】

- ・プロジェクトメンバーによる取組状況
- ・オブザーバからの情報提供
- ・意見交換

【主な意見】

<プロジェクトロゴについて>

- プロジェクトのロゴを作成した。各社がプロジェクトに関連する取組を行う際に使用していただきたい。使用申請等は不要。

<専門家による解説について>

- 5月に関東地整から専門家に出演、河川情報の解説をしていただいたが、非常に上手で平易な言葉を使っていたが、分かりやすかった。各地域でも広げていただきたい。顔写真をメールで送っていただければ画面に表示することができるので提供いただきたい。顔写真がある・なしで説得力が違う。
- 国交省の専門家による解説について、解説者へのネーミングを検討しているところ、何かアイデアがないか。連携して検討していきたい。
- 火山であれば有珠山のホームドクターなどあったりする。メディアが求めているの

は「この川のことならこの人に聞け」という人に出演していただきたいということであるので、ネーミングがあったとしても実態と異なっていると意味がないという点に留意する必要がある。

- ネーミングをつけることは重要。ラジオは耳だけで聞くメディアであり、顔や字幕スーパーも出せない中で、明確にこの人は何を伝えていて、どういう存在かを一言で伝えるキャッチフレーズは必要と感じている。

<警戒レベルについて>

- 警戒レベルについて、警戒レベル情報と警戒レベル相当情報については区別して伝えているつもりではあるが、一般の方は同じように受け取ってしまうことを危惧している。警戒レベルの表示の運用をスタートすることについてはまだ多くの課題があると考えられるため、まずは試行として行っていくという認識を共有したい。

<WEB 連携について>

- 情報共有プロジェクトの特設 WEB ページを作成した。国土交通省が実施したことだけでなく、全メンバーの取組を掲載したい。簡単なことでもよいので各メンバーの取組についてもフィードバックしていただきたい。
- スマホ版のサイトや各社の防災を扱ったページについて、国土交通省の災害関連のページやプロジェクトの特設ページとの相互リンクの連携を進めていきたい。

<逃げなきゃコールについて>

- ツール面及び PR 面双方でのご協力を引き続きお願いしたい。

<緊急速報メールについて>

- 水害版の緊急速報メールの周知が弱いと前回議論されている。洪水時の緊急速報メールが届いた時点で非常に危険な状況であることを理解いただくために PR をしていかなければならないと考えており、協力をお願いしたい。

<用語・表現改善の進め方について>

- 会議の場だけで気づくのは難しいと思っているので、これからの出水等において気になる表現などは記録しておいていただきたい。出水期明けの会議で議論する場を設けたいと考えている。

<マイ・タイムラインについて>

- マイ・タイムラインの取組について、自分で情報を取りに行き自分で作るというのは作業が多く、意識が高い人はやるかもしれないが、大多数の人は自分では行わないと危惧される。ヤフー防災の防災検定は参加者が多く、勉強になると同時に自分で考える内容である。また、クリックして選択するだけで簡単でもある。このよ

うにネットメディアと連携して「おもしろい」「やってみたい」という仕掛けを検討してはどうか。

- マイ・タイムラインの作成において、スマホ、ネット上で個人だけで完結するのではなく、地域コミュニティの中でマイ・タイムラインがどうつながるという部分も同時に進めていかないといけない。メディアの方々が地域をネットワーク化する部分で協力・連携が必要であると考えている。

<動画映像による情報発信について>

- 災害情報を家の中で受け取る人も多く、切迫感が伝わりにくいことが多いと思っている。例えばプッシュ型の通知の際に近隣の河川の映像が出てくるといような視覚的な訴求要素があれば避難率が上がると考えている。
- 国土交通省から静止画だけでなくリアルタイム動画映像も提供してもらえるとより効果的な情報発信ができる。

以上