

# 「災害時のソーシャルメディアの活用および分かりやすい情報提供の在り方に関する研究」

- ①研究成果を踏まえたSNSの活用
- ②エリアワンセグの活用

香川大学危機管理研究センター

# 研究成果からのSNSメリット、デメリット

|               | メリット   | デメリット  |
|---------------|--|--|
| <b>利便性</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>リアルタイム，速報性，拡散性が高い</li><li>時間・場所をとわない</li><li>広範囲に情報を発信することができる</li><li>文字・画像・音声等を組み合わせて発信できる</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>確実に受け手に届くかどうかわからない</li><li>全員がインターネットを使えるわけではない</li><li>誤った情報が流れる懸念がある</li></ul>           |
| <b>導入の実現性</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>県庁職員の内20代～40代を中心に32%が個人的にSNSを利用しており，利用頻度もほぼ毎日が半数いる</li><li>殆どの職員が仕事以外でインターネットを利用している</li></ul>         | <ul style="list-style-type: none"><li>職制上位者になればなるほどSNSを利用していない</li><li>東日本大震災時のSNS活用者は少ないものの，日常から利用頻度の高いものは災害時にも利用していた</li></ul> |
| <b>操作性</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>若手職員を中心にSNSを運用している組織がある</li><li>公的には利用していないものの，情報収集手段として利用している実態あり</li></ul>                           | <ul style="list-style-type: none"><li>少ない人員と災害時の情報収集・報告業務の煩雑さから，あらたに情報発信ツールを増やすのは抵抗がある</li></ul>                                 |

## アンケート調査とヒアリング調査から得られた課題（抜粋）

---

- ▶ リアルタイムの情報発信と情報収集。
- ▶ 検索性の向上が必要。
- ▶ 情報の信頼性の確保（不安の解消とデマ防止）。
- ▶ 災害時の業務の負担増加につながらないシステムの構築。日ごろ使用していないシステムは不可。
- ▶ 防災関係機関同士のリアルタイムな情報共有としての活用
- ▶ 信頼性の高いインフルエンサー（影響力のある人・組織）の養成
- ▶ 自治会、自主防災組織単位での活用
- ▶ 観光客・外国人への情報提供手段としての活用

# 防災情報の伝達に求められる性質

---

## ▶ 情報内容の信頼性

- ▶ 発信者の顔が見える情報
- ▶ 画像情報の付加

## ▶ リアルタイム性

- ▶ 災害警戒期, 初動期, 応急復旧期, 復興期等の時系列  
ユーザーニーズ変化に対応

## ▶ 有用性

- ▶ ユーザー現在地のローカル情報

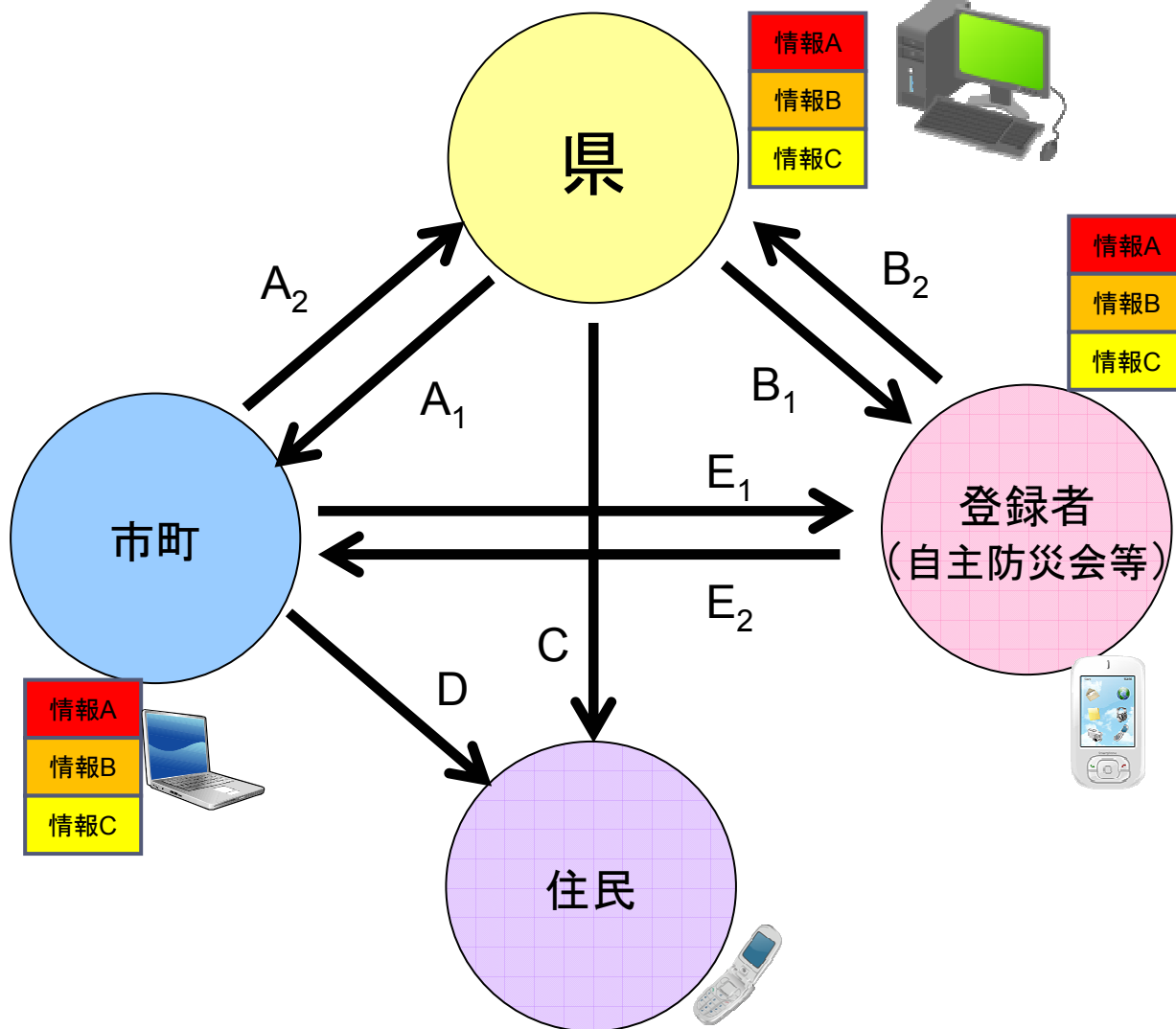
多様な情報提供手段により途絶えることなく発信し続けることが必要

## ▶ システムの操作の簡易性

- ▶ 各機関のシステム間の情報共通性
-

# 防災情報の伝達におけるSNSの活用

記述方式の統一



| 経路             | メディア                          |
|----------------|-------------------------------|
| A <sub>1</sub> | エリアメール<br>Facebook<br>Twitter |
| A <sub>2</sub> | Facebook<br>Twitter           |
| B <sub>1</sub> | エリアメール<br>Facebook<br>Twitter |
| B <sub>2</sub> | Facebook<br>Twitter           |
| C              | Twitter                       |
| D              | Twitter                       |
| E <sub>1</sub> | Facebook<br>Twitter           |
| E <sub>2</sub> | Facebook<br>Twitter           |

## 多様な情報提供手段の例①

---

### ▶ エリアワンセグの特徴

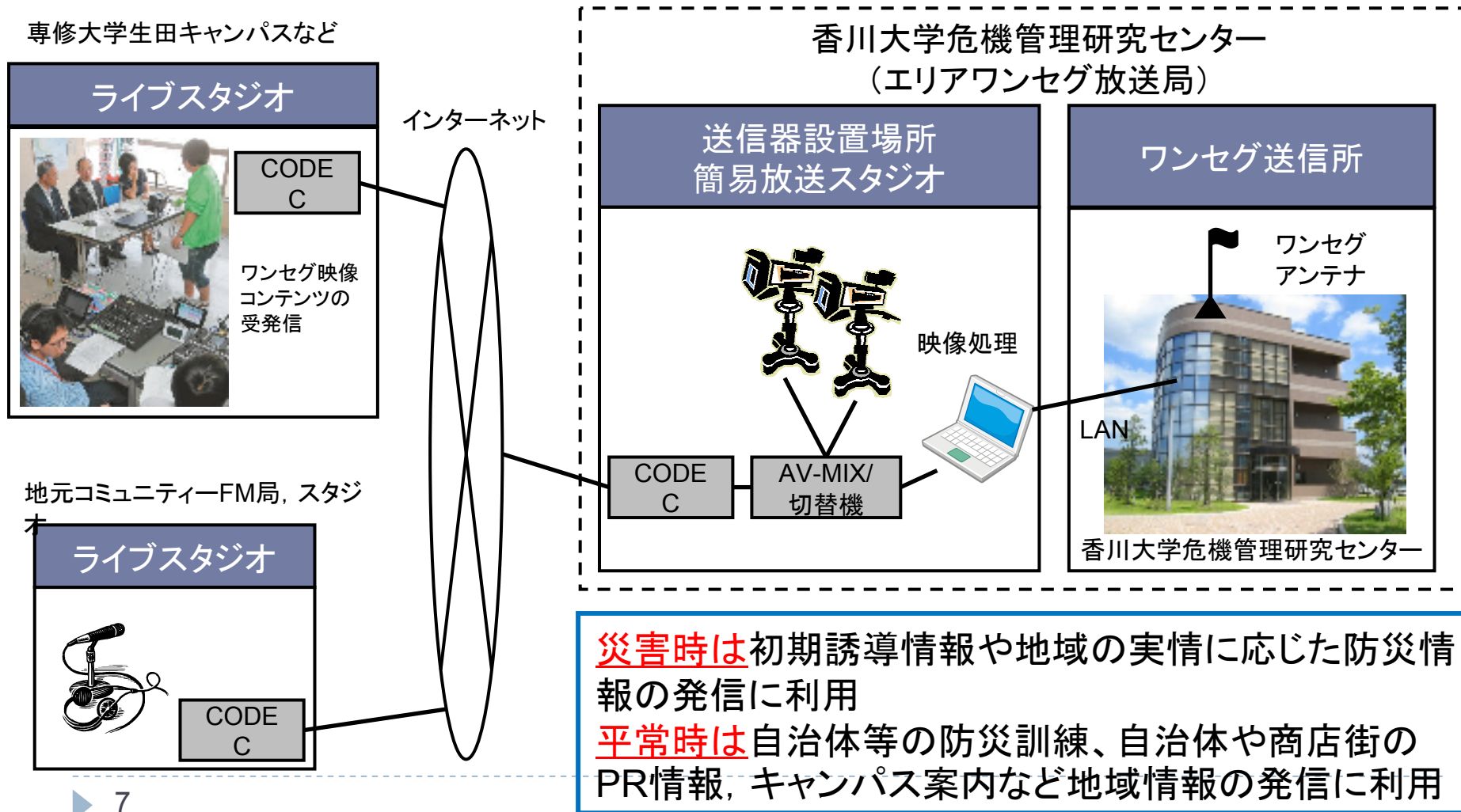
- ▶ 携帯電話などを対象とした地上デジタル放送
- ▶ テレビ放送とは異なり、狭いエリアに限定して独自の映像やデータを配信

### ▶ 導入事例

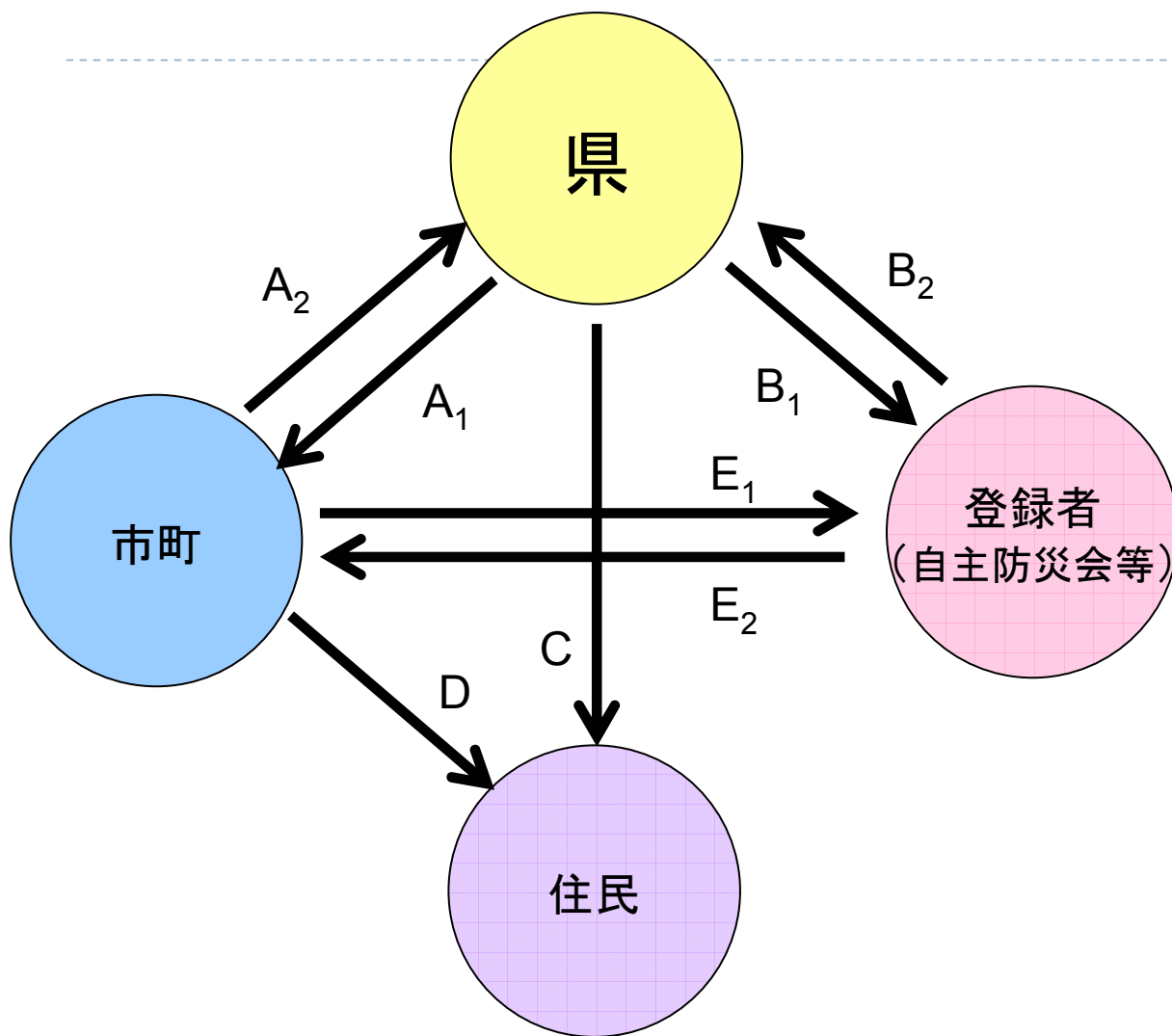
- ▶ かわさき放送局(専修大学)
  - ▶ 専修大学はホワイトスペース特区として2011年4月に総務省より選出
  - ▶ 川崎市多摩区周辺でのワンセグ実験放送を開始
  - ▶ 川崎市のイベント情報やキャンパス情報の発信, スポーツや防災訓練の中継

# 多様な情報提供手段の例②

## ▶ 香大危機管理研究センターでの実証実験



# 防災情報の伝達におけるSNSの活用



| 経路             | メディア                                     |
|----------------|--|
| A <sub>1</sub> | エリアメール<br>Facebook<br>Twitter<br>エリアワンセグ |
| A <sub>2</sub> | Facebook<br>Twitter<br>エリアワンセグ           |
| B <sub>1</sub> | エリアメール<br>Facebook<br>Twitter<br>エリアワンセグ |
| B <sub>2</sub> | Facebook<br>Twitter<br>(エリアワンセグ)         |
| C              | Twitter<br>エリアワンセグ                       |
| D              | Twitter<br>エリアワンセグ                       |
| E <sub>1</sub> | Facebook<br>Twitter<br>エリアワンセグ           |
| E <sub>2</sub> | Facebook<br>Twitter<br>(エリアワンセグ)         |

エリアワンセグでの運用等ノウハウ  
をコミュニティFM放送局へ活用