

大規模災害発生後の交通障害その対応に関するSNS投稿特性と受容度

呉工業高等専門学校 渡邊芳樹
重光裕介
神田佑亮

◆ 背景

平成30年7月豪雨により、広域的に道路交通インフラが被災

- 災害時では、交通施策の**早急な展開**が課題
- 被災者の**ニーズ**を把握し、**早急に**応じることが必要



出典：国土交通省中国地方整備局

ニーズをどのように把握するのか
(方法は?)

SNSでは、ニーズが**自発的に発信**されている

SNSの情報特性を分析し、今後同様の災害に**活用**できるのでは?

◆ 目的

平成30年7月豪雨災害にて、

- 交通マネジメントの実践を交通施策の**展開・進展**に応じて評価する
- 「交通サービス」を対象とした**投稿の特性**や**反応**を分析する
- 今後同様の交通被害発生時の**SNS情報の活用可能性**について考察する

◆ SNS収集データについて

□対象SNS

国内利用者数、情報拡散のしやすさ等から「**Twitter**」を対象として分析。

□対象投稿

公共交通確保策に関するキーワードで抽出 **計1831投稿**

「31号線(317件)」 「クリアライン(548件)」 「呉線(451件)」
「代行バス(314件)」 「災害時BRT(157件)」 「緊急輸送バス(44件)」

□データ収集期間

災害発生月から**2ヶ月間の投稿データを収集** **7/1~8/31**

◆ 分析結果

1. カテゴリー分析 どのテーマがどのタイミングで発信されたか

◆ カテゴリー分類フェーズ推移「クリアライン」



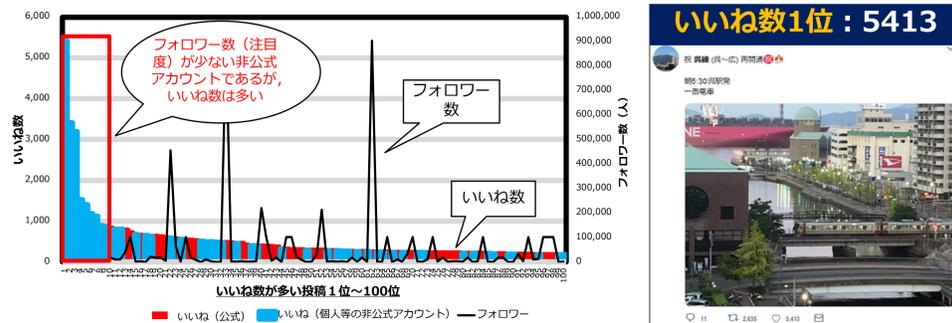
災害時BRTとは…

使える道路空間を柔軟に活用し、渋滞を悪化させず、バス専用の走行空間を確保
呉~広島区間の所要時間が短縮し、安定(発災直後:2~3時間⇒**約1時間**)

フェーズ3の投稿総数増加。クリアラインの復旧が遅いことや渋滞等の為に、**ネガティブ投稿**が多くなったが、「災害時BRT」が開始した日よりそれに関する**時刻表等の投稿**や**運行に対する歓喜の投稿**が多くなった。

2. 情報拡散の要因分析 どのような情報が支持されたか

◆ 「いいね」と「RT(ReTweet:シェア機能)」を指標として



公的な機関の内容について、参照元のURLが明記したり、掲示物の写真を掲載した投稿が上位にランクイン

3. 投稿内容の信憑性分析 SNS投稿の信憑性は?

7月9日 東広島呉道路は明日開通との情報ですが、**クリアラインは年内復旧は難しそう**です

※公的発表と照合し事実に基づかない個人的な推測である

Fact Check: 1件 / 1,831件 と極めて少ないことが明らかに

考えられるメカニズム

1. 事実である情報かどうか**投稿者が判別**して投稿する
2. いいね・RTする人がその瞬間に**自らFact Check**する
 - 仮に悪意ある信憑性の低い情報を流しても、閲覧者により事実確認がされ、発信者に批判が集まる。
3. 発信された情報が事実であるか**検証**され、**拡散**される
 - 交通の情報の場合、行政や交通事業者が随時情報を発信するため情報のソースがはっきりしており、かつ多くの人が知っている。

◆ まとめ

- 交通の状況に応じ**現況**を伝える投稿、**実施された施策**やそれに関する**情報**が多数確認された
- 交通に関して「災害時に役立つ情報」「**信頼性の高い情報**」が発信者の**フォロワーの数**に依存せず拡散されていた
- 信憑性の低い情報はほとんど見られず、災害時のSNS情報発信は**信憑性が高い**ことが示唆された。

比較的顺序が維持されながら**共助の精神**で**情報共有**されていた