

第67回(2023年度) 北海道開発技術研究発表会論文

道路情報の効果的な発信についての考察

—X (旧Twitter) を利用した道路情報発信について—

開発建設部 道路計画課 ○大友 大輝
坂 憲浩
大越 健司

2016年より本局及び各開発建設部においてX (旧Twitter) を活用した広報活動を行っている。2023年1月からは、各開発建設部で道路に関する情報発信に特化したアカウントを用い、道路状況を迅速かつ頻繁に発信している。本稿では、各開発建設部の道路情報アカウントを開設する前後における道路に関する情報発信の変化やフォロワーの反応について比較・分析し、道路利用者への効果的な情報発信のあり方について検証するものである。

キーワード：道路情報発信、X (旧Twitter)

1. はじめに

近年のモバイル機器の普及により、道路利用者は、テレビやラジオ・新聞だけではなく、携帯電話やスマートフォンを用いて、SNSなどからも容易に道路情報を得られるようになった。総務省情報通信政策研究所¹⁾の調査結果によると、我が国のスマートフォンの利用率は、2013年(平成25年)では52.8%だったのに対し2022年(令和4年)には97.1%となり、この9年間で大幅に利用者が増加している(図1)。

それに伴い、SNSの普及も著しく、X (旧Twitter) 利用率は、2013年(平成25年)では17.5%だったが、2022年(令和4年)で45.3%と国民の約2人に1人利用するほどに増加している(図2)。また、2022年(令和4年)の20代のX (旧Twitter) 利用率が78.8%となっており、約5人に4人が利用をしている状況となっているほど、若い年代の方が日常生活で情報を収集・発信する1手法となっている(図3)。

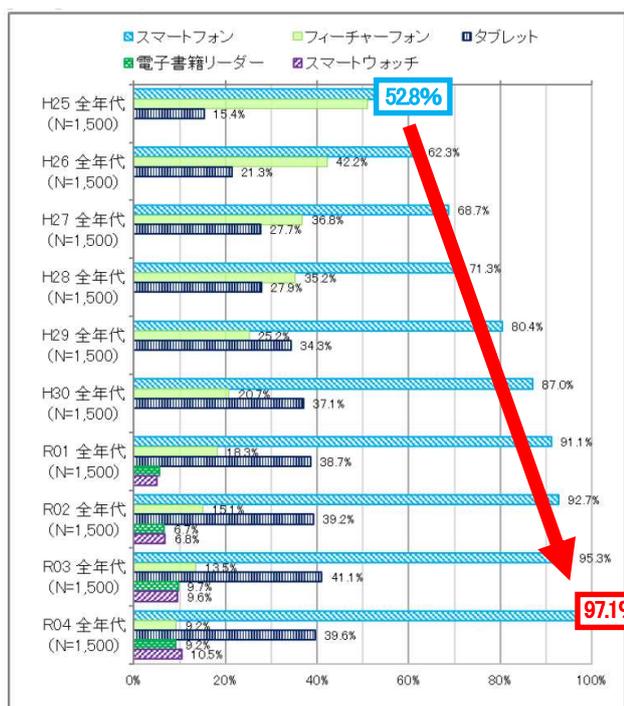


図1 モバイル機器等の利用率
(2023年6月 総務省情報通信政策研究所)



図2 X (旧Twitter) の利用率 H25~R4の比較
(2023年6月 総務省情報通信政策研究所)

2022年（令和4年）

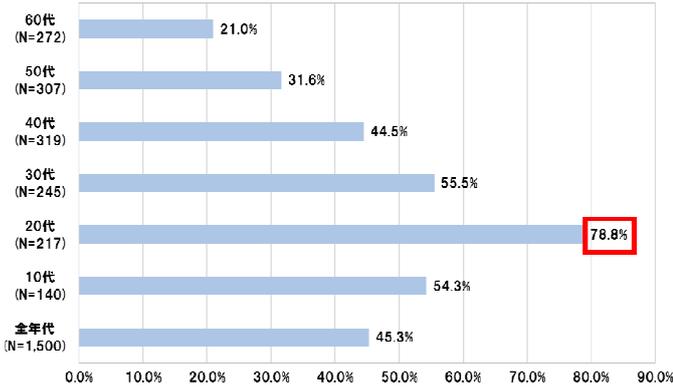


図3 X (旧Twitter) の利用率 年代別の比較 (2023年6月 総務省情報通信政策研究所)

これまで人々が世の中の情報を入手する手段としては、テレビ・ラジオのニュースが主流であり、タイムラグが発生することが避けられなかった。しかし、近年のスマートフォンやSNSの普及により、インターネットから手軽に最新の情報を入手することが可能となった。総務省情報通信政策研究所¹⁾によると「いち早く世の中のできごとや動きを知る」ために最も利用しているメディアの割合が示されており、全年代の60.1%がインターネットを利用している（図4）。

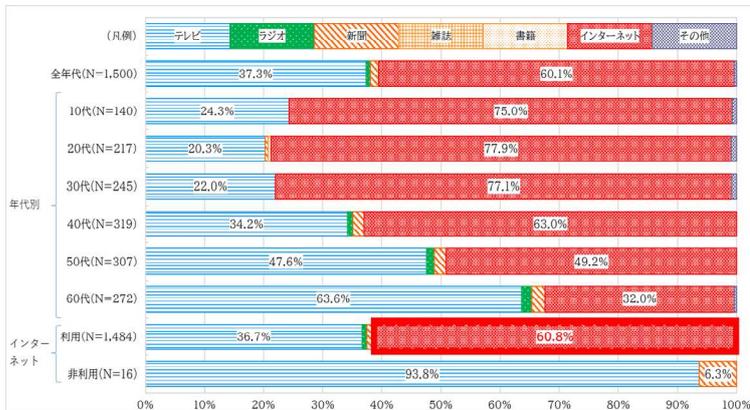


図4 「いち早く世の中のできごとや動きを知る」ために最も利用しているメディアの割合 (2023年6月 総務省情報通信政策研究所)

インターネットからの情報収集が6割を超えていることから、行政機関においてもSNS等から情報発信をすることが求められる時代となっている。

北海道開発局では、X (旧Twitter) にて2016年より各開発建設部の広報官が運営するアカウント（以下、開建アカウント）を開設し、様々な情報発信を行っているが、道路利用者へのサービス向上のため、道路部門においても2023年1月に各開発建設部で道路情報アカウントを新たに作成し、より多くの道路利用者にリアルタイムの道路状況を周知する取り組みを始めた。

Daiki Ootomo, Norihiro Saka, Kenji Ookoshi

本報告は、当局のX (旧Twitter) を用いた道路情報の発信について、道路情報アカウント開設前後で、どのように変化したかを比較、現状における課題と今後の道路利用者への効果的な情報発信のあり方について検証するものである。

2. 道路情報アカウント開設前後の投稿件数 (割合) の変化について

はじめに、道路情報アカウント開設前後の投稿件数がどのように変化したのかを比較する。

(1) 道路情報アカウント開設前の投稿数 (割合)

- ・道路情報アカウント開設前の投稿
2022年4月から2022年11月までの投稿

各開発建設部が道路情報アカウントの開設前は、開建アカウントで全部門の情報発信を行っていた。その中の道路情報の投稿は、全体1,799件のうち806件 (44.8%) あり、全体の約半数が道路情報の投稿であった。また、道路情報の投稿の中で件数が多いのは、「通行規制の投稿」が312件 (17.3%)、次に「通行に関する注意喚起の投稿」が109件 (6.1%) あった（図5）。

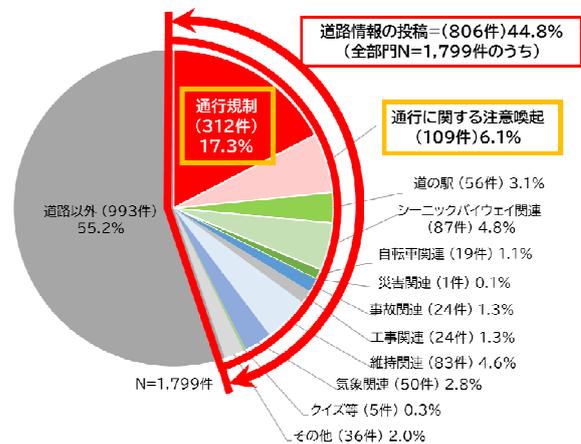


図5 道路情報アカウント開設前の投稿数 (2022年4月～11月)

(2) 道路情報アカウント開設後の投稿件数 (割合)

- ・道路情報アカウント開設後の投稿
2023年4月から2023年11月までの投稿

続いて、道路情報アカウント開設後の投稿件数は、全体で1,267件だった。内容ごとの内訳で特に投稿数が多い

いのは、「通行規制の投稿」が599件（47.3%）、次に「通行に関する注意喚起の投稿」が475件（37.5%）であった。この2項目で道路情報の投稿の84.8%を占めていることが分かった（図6）。

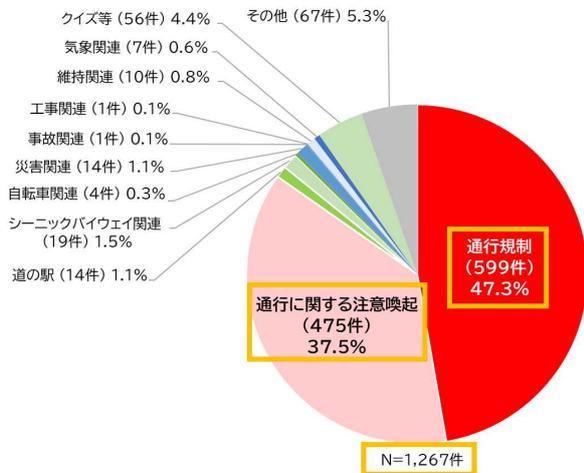


図6 道路情報アカウント開設後の投稿件数
(2023年4月～11月)

(3) 道路情報アカウント開設前後の投稿数の比較

道路情報アカウント開設前後における道路情報の投稿件数を比較すると、道路情報アカウント開設後の投稿件数は、開設前に比べて、461件（1.57倍）増加した。その中でも特に大きく増加した項目は、「通行規制の投稿」が287件（1.92倍）、「通行に関する注意喚起の投稿」が366件（4.36倍）であった（図7）。

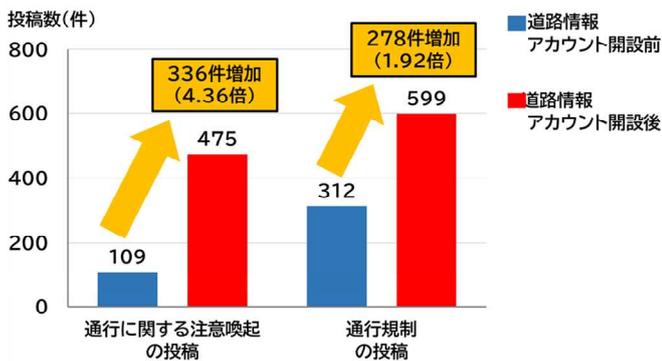


図7 道路情報アカウント開設前後の道路情報の投稿件数の比較

また、「通行規制の投稿」や「通行に関する注意喚起の投稿」は、天候の影響による道路状況の変化を道路利用者に伝えることを目的としており、特に降雨が多くなる8月～10月にかけて、投稿件数が多くなっている（図8）。

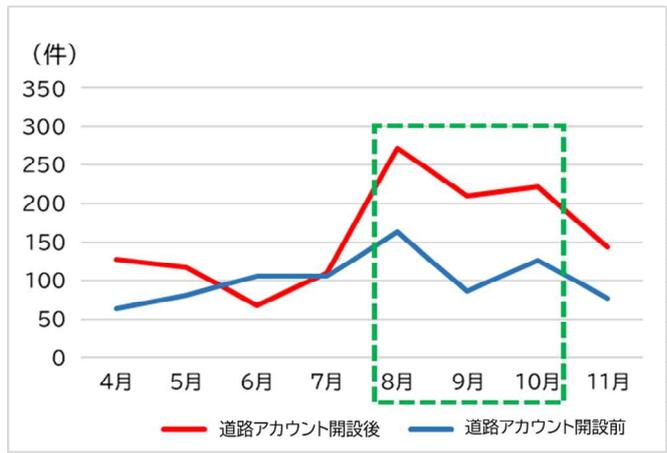


図8 道路情報アカウント開設前後の道路情報の投稿件数の比較

また、道路情報アカウント開設前後の8月～11月通行止め件数について見ると、道路情報アカウント開設前の36件に対して、道路情報アカウント開設後は、22件と約61%程度にもかかわらず、投稿件数は1.92倍になっていることから、こまめな道路情報の発信ができるようになったことが伺える。

3. 道路情報アカウント開設に伴う、情報発信内容の変化について

次は、道路情報アカウントの開設前後ともに投稿件数（割合）が一番大きい「通行規制の投稿」について、情報発信内容がどのように変化したかを分析していく。

まず、道路情報アカウントの開設前後の「通行規制の投稿」を比較するため、下記の事例に対する一連の投稿を分析をしていく。

○「通行規制の投稿」の比較事例

- ・道路情報アカウントの開設前
～2022年8月16日～21日の土砂流入に伴う国道274号日勝峠の通行規制（写真1）
- ・道路情報アカウントの開設後の事例
～2023年10月5日～10日の土砂崩れに伴う国道336号様子町の通行規制（写真2）



写真1 被災状況（2022年8月16日～21日の土砂流入に伴う国道274号日勝峠の通行規制）



写真2 被災状況（2023年10月5日～10日の土砂崩れに伴う国道336号様子町の通行規制）

(1) 道路情報アカウント開設前後の情報発信頻度の変化

災害が要因で通行規制を行う際の一連の投稿を4つの段階に分類した。

- ① 規制開始、規制状況、迂回路を周知する段階
- ② 迂回路、復旧状況を周知する段階
- ③ 規制解除見込み（復旧状況含む）を周知する段階
- ④ 規制解除を周知する段階

次は、道路情報アカウント開設前後の一連の投稿数を①～④分類ごとに分析をする。

道路情報アカウント開設後は、道路情報アカウント開設前に比べて、全体の投稿数は13件から26件に増加した。そのうち「① 規制開始、規制状況、迂回路を周知する段階」の投稿は2件増加、「② 迂回路、復旧状況を周知する段階」の投稿は3件増加、「③ 規制解除見込み（復旧状況含む）を周知する段階」は6件増加、「④ 規制解除を周知する段階」の投稿は2件増加した（表1）。

表1 道路情報アカウント開設前後の通行規制に関する投稿頻度の比較

| | 通行規制日数 | 全体の投稿数 | ① 規制開始、規制状況、迂回路を周知する段階 | ② 迂回路、復旧状況を周知する段階 | ③ 規制解除見込み（復旧状況含む）を周知する段階 | ④ 規制解除を周知する段階 |
|--------------|-----------------------|--------|------------------------|-------------------|--------------------------|---------------|
| 道路情報アカウント開設前 | 6日間 (2022.8.16~21) | 13件 | 5件 | 4件 | 2件 | 2件 |
| 道路情報アカウント開設後 | 4日間 (2023.10.5~8) | 26件 | 7件 | 7件 | 8件 | 4件 |
| 開設前から開設後を比較 | 2日間短い | 13件増加 | 2件増加 | 3件増加 | 6件増加 | 2件増加 |

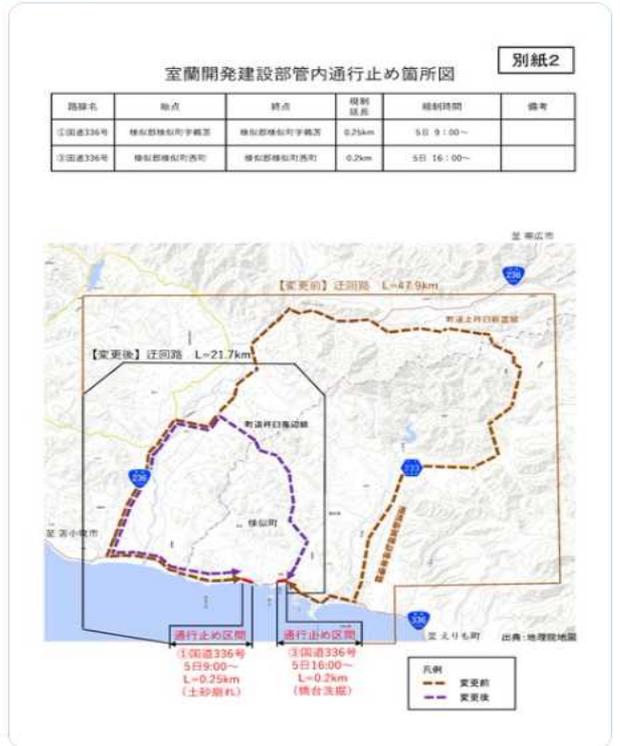
上記の結果から、道路情報アカウント開設後は、開設前に比べて、通行規制日数が2日間短い、全体の投稿が13件増加している。また、①～④段階すべての投稿数が増加していることから、道路アカウント開設前に比べて状況の変化をこまめに道路利用者に発信している。その中でも、ただ迂回路の情報発信をするのではなく、該当路線を通る路線バスの運行情報についても同時に発信をしており、情報提供内容の幅を広げようになっている（図9）。

(2) 道路情報アカウント開設後の道路情報発信に対する、道路利用者の反応について

次は、前項で分類した①～④段階の閲覧数について集計をした（図10）。

「1投稿目：規制が開始された時の投稿」の閲覧数が13,000回と最も多く、続いて「23投稿目：規制が解除さ

国道336号 #様似町の通行止めに伴う7日(土)の#バスの運行予定をお知らせします。
【運行】#高速ベガサス号、#高速ひろおサントラ号、#路線バス様似～広尾方面 【連休】#特急とまも号、#高速えりも号、#路線バス様似～静内方面 #いのちとくらしをまもる防災減災



20:34・2023年10月6日・7,087表示モード

図9 該当路線を通る路線バスの運行情報の投稿（2023年10月8日 室蘭開発建設部道路情報アカウント）

れた時の投稿」が11,000回と2番目に多い結果となった。通行の可否の情報が道路利用者の関心事として最も高い情報であることを示している。次は①～④段階それぞれの閲覧数について考察する。

①段階では、閲覧数が最も多い「1投稿目：規制が開始された時の投稿」に続いて、「7投稿目：迂回路に関する投稿」が7,118回と多い結果となった。これは、規制開始された後その路線を利用しようとしていた人が、次に求めるのは迂回路に関する情報であることを示している。また、「7投稿目：迂回路に関する投稿」は、前項で説明した、「該当路線を通る路線バスの運行情報」が投稿に含まれていた（図11）。

②段階では、「9投稿目：復旧状況に関する投稿」の閲覧数が8,787回と最も多くなった。これは、迂回路を把握し目的地に着くことが出来ると理解した道路利用者が、次は「いつ規制解除されるのか？」という情報への関心が強まるため、復旧状況に関する投稿に注目が集まったと考えられる。

③段階では、規制解除の日時が決定した「22投稿目：規制解除見込みに関する投稿」が7,895回と最も多く、続いて「17・18投稿目：復旧状況に関する投稿」が

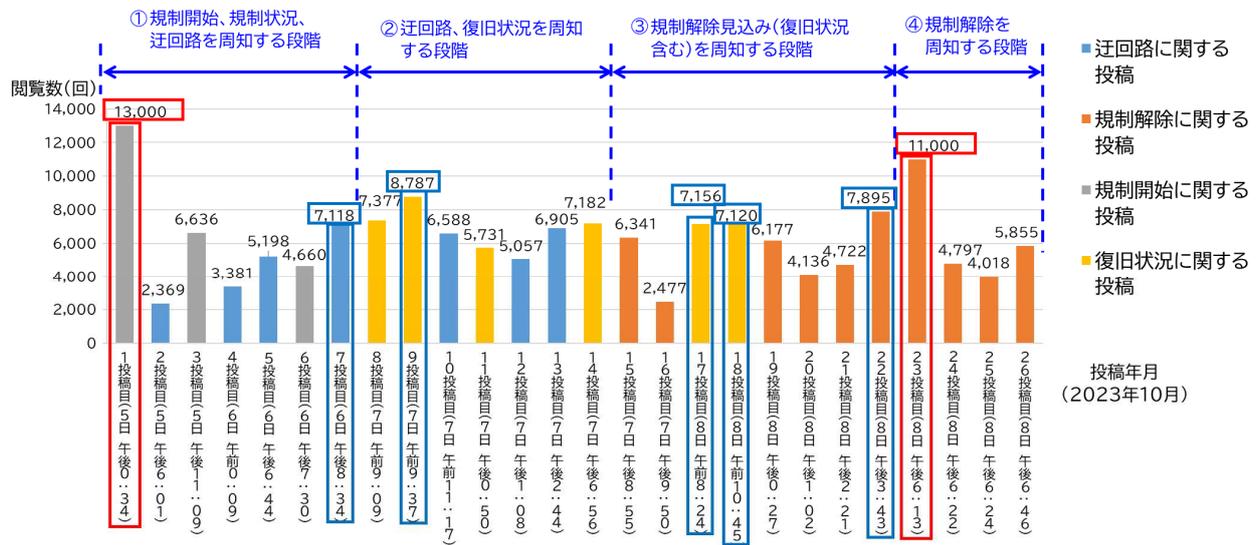


図10 道路情報アカウント開設後の閲覧数
(土砂崩れに伴う国道336号様似町の通行規制に係る一連の投稿 令和5年10月6日～8日)

7,156回・7,120回と閲覧数が多い結果となった。この段でも規制解除の日時と同じくらい、復旧の進捗具合に関心が集まっていることが伺える。

④段階では、規制解除した直後の投稿が11,000回と閲覧数が最も多く、全体でも2番目に高い閲覧数となった。これらの結果から、①～④のそれぞれの段階で的確な内容の投稿することが、道路利用者のサービス向上につながると考えられる。

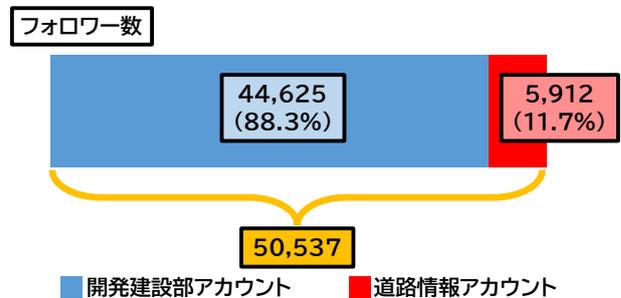


図11 各開発建設部アカウントと各道路情報アカウントのフォロワー数 (2023年12月1日時点)

4. 現状の課題と今後のあり方について

前項で紹介した道路情報をより多くの道路利用者に周知することが必要である。

X (旧Twitter) の性質として、投稿を閲覧したフォロワーがリポストをすることによって、情報が拡散されて行く構造となっている。

現状のフォロワー数については、2023年12月1日時点で、各開発建設部アカウント (10開建分) と各道路情報アカウント (10開建分) の合計フォロワー数は50,537で、内訳は、各開発建設部アカウントが44,625 (88.3%)、各道路情報アカウントが5,912 (11.7%) である

(図11)。このフォロワー数の差は、各開発建設部アカウントが各道路情報アカウントより約7年早く活動を開始したことと、全部門の投稿をする各開発建設部アカウントと比べ、道路情報に特化した情報発信を行っていることが要因と考えられる。フォロワー数に差はあるが、各道路情報アカウントの投稿を各開発建設部アカウントがリポストすることで、各道路情報アカウントのフォロワーにも情報発信ができるため、このリポストを徹底し、アカウント間で連携をすることが今後も求め

られていく。

次に道路情報アカウントの認知度を増やす取り組みをすることで、道路情報アカウント自体のフォロワー数を増やして行く取り組みが重要となる。X (旧Twitter) 以外の媒体からも道路情報アカウントの存在を周知するために、当局のHPにバナーを設けたり、道の駅に配置しているシーニックバイウェイやサイクルツーリズムに関するチラシ等にもQRコードをつけるなどの取組をしていくことが望ましい。

このほか、情報発信内容をわかりやすく的確に道路利用者に伝える工夫が必要になる。通行規制や新規路線の開通に伴う通行方法の変更の投稿では、今まで通れた道が通れなくなり、代わりにどこの道が通れるかを分かりやすく道路利用者に理解してもらうことが非常に重要になる。釧路開発建設部の道路情報アカウントでは、2023年7月20日～21日の道道53号線の夜間通行止めに伴う、国道38号釧路新道の通行方法変更の投稿を行っている。そこでは、道道・国道のそれぞれの通行の可否を矢印で表現する動画を添付して投稿を行った。一般の方があまり見慣れない通行規制図と比べて、動画で動きがつくことで視覚的に通行の可否を確認することができる効果的な投稿の工夫といえる。こういった、道路利用者に伝わ

りやすい投稿の工夫を進めていく（図12）。

各路線ごとの通行の可否を1つずつ動画で説明



図12 動画を活用した通行規制に関する投稿
(2023年7月20日 鋼路開発建設部道路情報アカウント)

5. おわりに

北海道開発局では、X（旧Twitter）の道路情報アカウントを開設したことにより、道路に関する投稿数が道路情報アカウントを開設前と比べて、461件（1.57倍）増加し、頻繁に道路情報を投稿出来るようになった。

また、「通行規制の投稿」の1事例について、一連の投稿内容を考察した。結果から①～④のそれぞれの段階の投稿件数が、道路情報アカウントを開設により増加していた。これらのことから道路情報アカウントを開設したことが、道路状況変化をこまめに道路利用者に発信することにつながったと考えられる。また、図10の結果から①～④のそれぞれの段階での確かな内容の投稿することが閲覧数に影響することから、①段階では「規制開始に関する投稿」「迂回路に関する投稿」、②段階では「復旧状況に関する投稿」、③段階では「規制解除見込みに関する投稿」「復旧状況に関する投稿」、④段階では「規制解除に関する投稿」を入念に発信することが求められる。

今後の道路情報発信については、より多くの道路利用者にわかりやすい内容の投稿を届ける工夫することで、一人でも多くの道路利用者に質の高い情報を届けることが、道路利用の快適性につながるといえる。今後も北海道開発局では、道路利用者により安全により快適に道路を利用していただくために、X（旧Twitter）を活用した道路情報発信の取り組みを推進していく。

参考文献

- 1) 総務省情報通信政策研究所（2023年（令和5年）6月）：
2022年度（令和4年度）情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書