

# 『YouTube』で配信中！ 雪害・除雪記録映像を活用した広報展開

畑山 啓\*1      櫻井 直樹\*1

## 1. はじめに

北陸地方整備局北陸技術事務所では、雪害対策・除雪作業等の雪害対策の取り組みを紹介するために、従来のパンフレットやパネル等を用いた広報から、映像・動画を活用した広報に方針転換し、一般利用者にも、わかりやすく雪害対策・除雪作業等について理解してもらう広報を平成26年度より展開している。特に、その広報ツールとして「YouTube」を活用し、北陸技術事務所公式YouTubeチャンネルを開設、動画配信する方法により、誰でも・いつでも・容易に視聴可能となっている。また北陸技術事務所ホームページからもYouTubeにリンクすることが可能なため、北陸技術事務所ホームページ閲覧者からも視聴することが可能である。

本報告は、北陸技術事務所公式YouTubeチャンネル開設から、今まで行ってきた広報の取り組みや、動画コンテンツの充実として、除雪担い手育成や冬期道路利用者への啓発活動動画の作成・掲載等の取り組みについて報告する。

## 2. 北陸技術事務所公式YouTubeチャンネルの開設

北陸技術事務所では動画を活用した広報の手段として、WEBを使用し動画配信することを前提として、動画の即時性、動画の普及性、視聴者の利便性等を考慮し、配信方法について次の3案について検討を行った。

- (1) ホームページへの掲載
- (2) 動画投稿サイトへの掲載
- (3) ホームページと動画投稿サイトへの掲載

検討は動画配信において重要となる課題を、①視聴者の利便性、②多くの方に視聴の機会を与えられる。③配信の経費が莫大にならないこと。に定め検討を行った。結果を表-1に示す。

表-1 ホームページと動画投稿サイトの比較

	(1)ホームページ	(2)動画投稿サイト	(3)ホームページ + 動画投稿サイト
視聴対象	ホームページ 訪問者のみ	世界中誰でも	世界中誰でも
動画対応 のサーバ	必要	不要	不要
ページ の制作	必要	不要	必要
ページの デザイン	自由	定形	自由
必要な 経費	サーバ+ ページ制作	無料	ページ制作

検討の結果、ホームページに動画を掲載した場合、動画の視聴者はホームページの訪問者に限られる。またホームページサーバに動画データをアップロードすることになるため、動画データ保存に対応できる容量への機器交換や増強が必要となり、莫大な費用が必要になってしまう欠点がある。

ホームページに対し、動画投稿サイトに動画を投稿した場合、動画の視聴者はホームページの訪問者ではなく動画投稿サイトの訪問者となるため、世界中の誰もが視聴対象となる。

また、動画投稿サイトは、視聴している動画に関連した動画を表示し、視聴者の好みに合わせた動画を自動的に表示することができるため、北陸技術事務所を知らない多くの方にも視聴の機会が広がる。

費用面でも動画データは動画投稿サイトのサーバにアップロードするため、ホームページサーバのように、サーバに掛かる費用は必要としない。

以上のことから北陸技術事務所では、動画投稿サイトの利点を採用することとし、北陸技術事務所公式YouTubeを平成26年9月に開設した。(図-1)

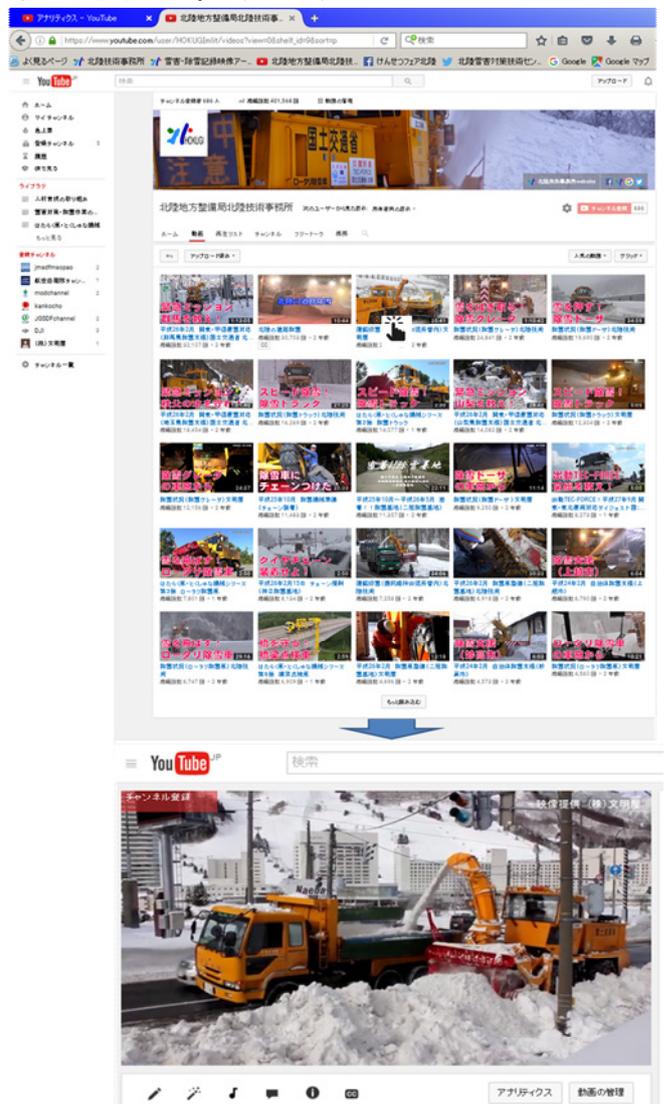


図-1 『北陸技術事務所公式 YouTube チャンネル』

\*1 国土交通省 北陸地方整備局 北陸技術事務所 防災・技術課

なおYouTubeチャンネル開設に併せて、北陸技術事務所ホームページ訪問者に対して、YouTubeチャンネルに容易にリンクし動画を視聴することを可能にするため、ホームページ内にYouTubeの動画リンクを埋め込むことで、更に多くの視聴者が利用できるようホームページにも改良を加えた。(図-2)



図-2 ホームページからYouTubeへのリンク

### 3. YouTubeチャンネルの動画コンテンツ

北陸技術事務所公式YouTubeチャンネルは8つのカテゴリに合計68本(H28.10.25現在)の動画を掲載しており、雪害対策・除雪作業や自治体支援・TEC-FORCE活動、人材育成、はたらく車シリーズ等、豊富な動画を掲載している。次に代表的な動画について紹介する。

#### (1) 広報用動画

一般の方向けに北陸地方整備局が取り組む雪害対策・除雪作業をわかりやすく紹介する動画で道路除雪の歴史～除雪機

械と除雪工法～北陸雪害対策技術センター紹介等、ナレーション付でわかりやすい広報用動画である。(図-3)



図-3 『北陸の道路除雪』動画

#### (2) 雪害対策・除雪作業の流れ

実際の雪害対策・除雪作業の現場を撮影した動画を掲載しており、除雪期前の準備(除雪基地の準備)や道路情報管理室、チェーン規制実施状況、運搬排雪等、普段一般の方が見る機会が少ない内容も多く、視聴者からの人気も高い。(図-4)



図-4 『運搬排雪(湯沢維持出張所管内)』動画

#### (3) 他地方整備局・自治体支援

近年、各地で大雪による交通障害等が生じた際に、北陸地方整備局から他地方整備局や自治体に対し除雪支援を行った動画を掲載している。(図-5)



図-5 『関東・甲信豪雪対応(群馬県除雪支援)』動画

#### (4) 人材育成の取り組み

新人道路管理者や除雪オペレータに対し実施している研修や実技指導等の動画を掲載している。また、除雪機械の安全施工(除雪グレーダ、ロータリ除雪車編)はオペレータの除雪事故防止、周囲への安全確認、機械操作のポイント等、ナレーション付きで詳しく解説された動画となっており、安全教育にも使用できる動画となっている。(図-6)



図-6 『除雪機械の安全施工(除雪グレーダ編)』動画

#### 4. 雪害・除雪記録映像の広報展開

北陸技術事務所公式YouTubeチャンネルを一般の方や除雪作業従事者に周知するため、開設時に記者発表を行ったほか、一般の方が多く集まる様々なイベント等(写真-1、2)を中心に、動画上映やパネル展示、チラシ配布等の広報活動を積極的に行っている。また、パネルやチラシにはQRコード(図-7)を表示し、動画上映を行うことができない会場であっても、来場者がスマートフォンやタブレット等の携帯端末から動画再生が可能となっている。



写真-1 イベント会場の大型モニターで動画上映



写真-2 イベント会場の展示ブース内で動画上映

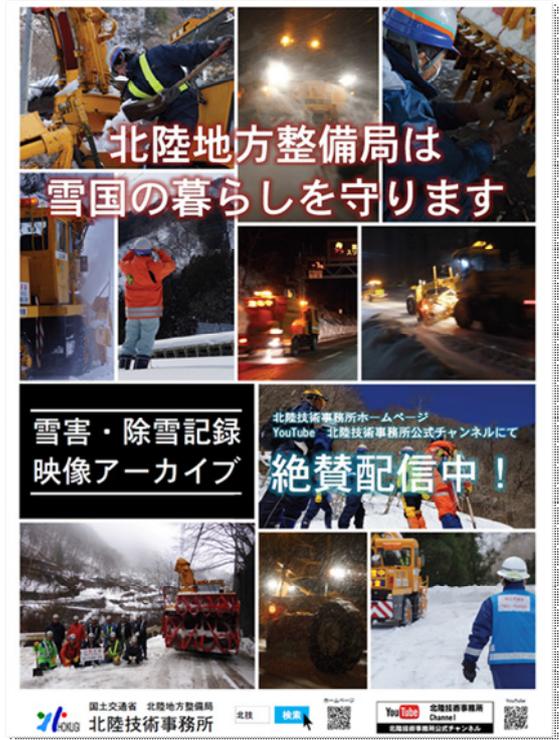


図-7 イベント会場のパネルとQRコード

#### 5. 雪害・除雪記録映像の広報展開の効果

平成26年9月の開設から2年の視聴履歴を分析した結果、動画数68本の累計視聴回数が40万回を越え、最も視聴回数が多い動画は3万回を越える人気となっている。(図-8)

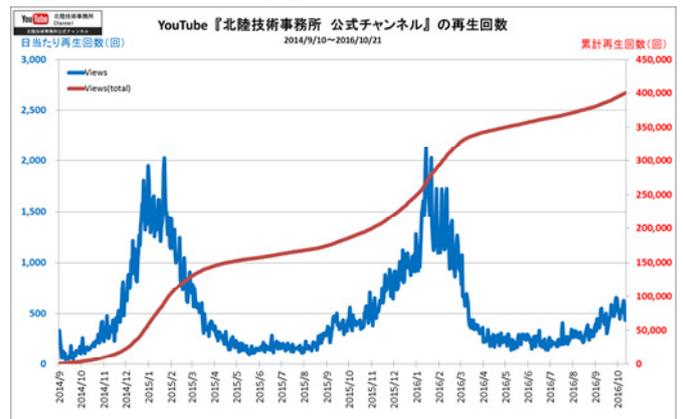


図-8 動画視聴回数グラフ(日回数/累計回数)

H26. 9. 10~H28. 10. 21

動画視聴回数を月別で分析すると、特に12月から2月の降雪期に視聴回数が増える傾向にある。これは、近年、各地での発生する大雪による被害が大きく報道されていることもあり、雪害対策・除雪作業等に対する国民の関心が高いことが読み取れる。

また、図-9に視聴回数が多い上位30動画を示す。

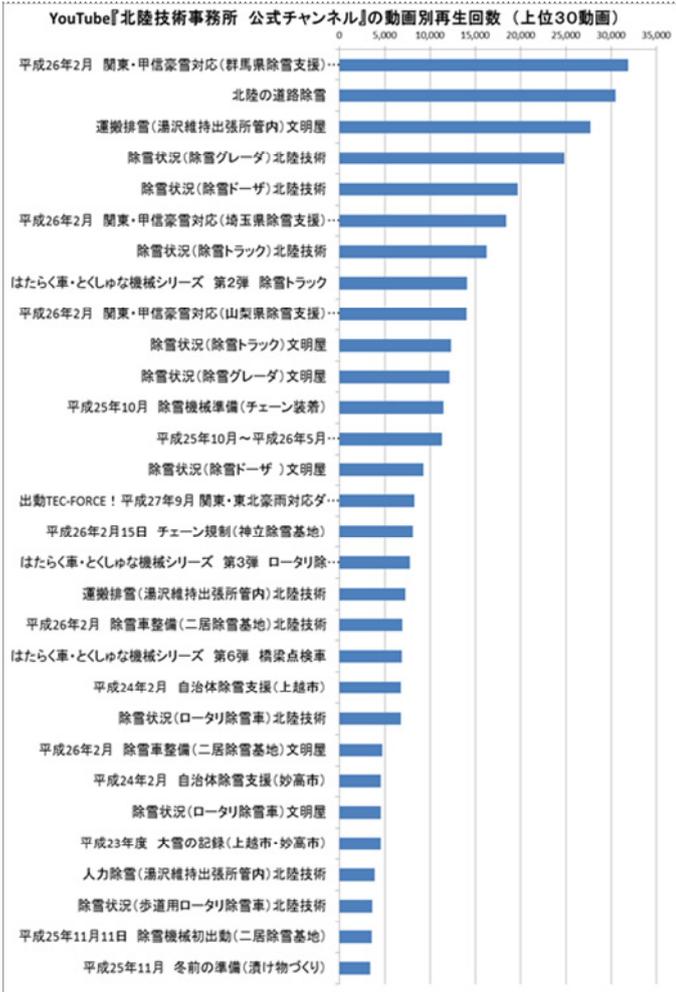


図-9 動画別再生回数(上位30動画)

## 6. さらなる広報展開について

### (1) YouTube動画リンクによる広報展開

現在、国土交通省ホームページ「国土交通省政策チャンネル」(図-10)及び国土交通省公式YouTube(図-11)に北陸技術事務所YouTube動画「北陸の道路除雪」が選定され、リンクを張って頂いている。今回のように視聴数・訪問数が多いホームページや公式YouTubeサイトにリンクを張って頂くことで、さらなる広報効果が高まることが期待できる。そのため今後は、他機関も含め相互リンクなども検討していきたい。



図-10 国土交通省ホームページ「国土交通省政策チャンネル」

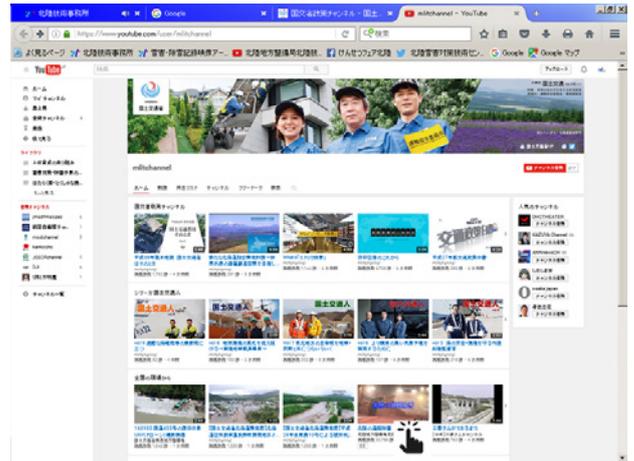


図-11 国土交通省公式YouTubeチャンネル

### (2) 報道機関へのYouTube動画の提供

掲載している動画は著作権は北陸技術事務所が保有するものの、他が動画を使用するための一切の手続きが不用で、放送やインターネット出版物での二次利用を許可している。そのため出典先を明記することで誰でも使用可能となっている。

写真-3は平成28年1月28日放送のNHK クローズアップ現代「増える豪雪被害～温暖化の新たな脅威～」において使用された動画であるが、このように番組制作者にも提供し有効利用され、さらに番組放送を通じ、更に幅広く広報を行うことができると考えている。



写真-3 H28.1.28放送 NHK クローズアップ現代

## 7. 今後の課題

本報告では、冬期の雪害・除雪記録映像の広報展開について報告したが、冬期間だけではなく通年で視聴されるような工夫が必要である。現在、雪害・除雪以外にもTEC-FORCE活動やはたらく車・とくしゅな機械シリーズ動画等を掲載しているが、更に通年を通し充実した動画を配信し、より多くの視聴者から支持される広報活動を継続したいと考える。

## 8. おわりに

北陸技術事務所公式YouTubeチャンネルを通し、多くの方から雪国の暮らしを守るための道路管理について、より理解が深まることを期待する。