



今年の2月、首都圏は45年ぶりとなる豪雪に見舞われた。緊急の災害対策が求められていたにもかかわらず、国や自治体の対応はお粗末で、豪雪の被害を拡大してしまった。ツイッターやSNSといったソーシャルメディアは活用されず、我が国の東日本大震災やアメリカのハリケーンサンディの教訓は、生かされなかった。その最大の責任は、行政トップの姿勢にあると見てよい。

政府・自治体による豪雪対応が遅れたのは

2014年2月8～9日と次週の14～16日に東日本を襲った大雪は、首都圏に大きな被害をもたらした。東京都心では45年ぶりの豪雪となり、1週間以上たっても、雪崩や落雪の危険にさらされたり、交通網が遮断され孤立状況に追い込まれた集落も存在したのである。

被害を拡大させた責任は、政府や自治体の災害対策の初動の遅れにある。市町村からの自衛隊出動要請も、県側は人命救助に直接関係ない除雪だけの理由では、当初認めなかった。大雪における防災対策の基準が、不十分だったのである。

自治体による大雪災害情報の遅れと不徹底、国道など主要幹線での交通規制の遅れが、大雪に阻まれたトラックや自動車の渋滞を作り出し、それが除雪を妨げる悪循環が、大きな混乱を引き起こしたと見てよい。

そもそも、首都圏での大雪被害の経験はほとんどなく、政府や自治体にとって豪雪の被害が想定外であったと見てよい。舛添東京都知事の「(大雪は)一日で終わる話ですから」の発言が、これを象徴している。

しかし、豪雪の被害は、各地でツイッターや現地の画像により素早く伝えられていた。たとえば、ITメディア(2014年2月18日)は、「被災した現地の状況は、新聞やテレビなどマスメディアだけでなく、現地に住む人のTwitterやブログからも生々しく伝わって

いるほか、地元紙が記事の一部を無料公開したり、県が被害状況を Web サイトで公開するなどしており、ネット上でもさまざまな情報を確認できる」と伝えている。

ちなみに、「お笑いコンビ・ロンドンブーツ 1 号 2 号の田村淳、麒麟の川島明、タレントのつるの剛士らが、自身のツイッターで、15 日未明から降り続いた大雪のため『陸の孤島』と化した山梨県や、群馬県の現状をツイートするとともに、それぞれの情報画像やサイト情報を掲載し『拡散してください』と呼びかけていた」のである（ソース：ORICON STYLE（オリコンスタイル））。

残念ながら、現地から発信されたツイッターからの情報は、政府・自治体に届かなかつた。言い換えれば、110 番や 119 番のような被災者からの通報を受け入れ、伝達する公的なルートが存在しなかったのである。

防災対策へのソーシャルメディアの活用

我が国での民間でのツイッターや SNS が広がり始めたのは、2006 年頃からとてよい。当時のネット端末の主役は、いまだパソコンが主流であったが、2008 年 7 月に我が国でも発売された iPhone により、ソーシャルメディアの利用もスマホ主導へと変わり始めた。

我が国で自治体による防災への活用は、民間での普及よりは大幅遅れた。防災へのソーシャルメディアの活用に関心が高まったのは、我が国では、2011 年 3 月の東日本大震災の際とてよい。

この年の情報通信白書（平成 23 年版）でも、「震災時における Twitter の活用状況について」が報告されている。政府は 2012 年 4 月に、地方自治体に対して、地域防災計画にツイッターなどの IT 技術の活用を指導している。

さらに、災害対策へのソーシャルメディアの活用で注目されたのが、2012 年 10 月のハリケーンサンディが、アメリカの東海岸を襲った際の、米政府やニューヨーク市の対応であった。ネット上にも沢山の報告が、日本語でなされている。

我が国でも注目を集めた。国土交通省・防災関連学会（土木学会・日本災害情報学会ほか）の合同調査団が現地に派遣され、分厚い報告書（2013 年 7 月）が提出されている。また、各学会ほかからも個別に報告がなされている。

ちなみに、東京都での自治体としてのツイッター利用は、猪瀬前都知事の都知事就任（2012 年 12 月）に始まる。知事が東京都の各部署にツイッター利用を強く指示し、翌年初めには各部署で利用できる状態になっていた。

毎日新聞（2013 年 2 月 7 日）は、「6 日の都内は懸念された積雪がなく、大きな混乱は起きなかったが、都は先月 14 日の大雪を上回る頻度で、降雪予測や交通の情報をツイッターで流した。前回の大雪では猪瀬直樹知事から『せっかく各局がアカウントを持っているのに発信がない』と大目玉を食ったが、半月余りを経て担当職員は『ようやく扱いに慣れてきた』と手応えを感じたようだ」と報じている。

残念ながら、今回の豪雪対策において、東京都によるツイッター利用は、不十分であったと言わざるを得ない。江口晋太郎のブログ（2014年02月16日）によれば、都知事の舛添要一の Facebook ページも、東京都庁広報課の Facebook アカウントにも、何の記載もなかったという。

東京都総合防災部、警視庁警備部災害対策課といった限られた部署での公式 Twititer アカウントでの警戒の呼びかけはあったが、それ以外の部署ではではなされておらず、東京都全体としては警戒や対策はなされていなかったという。

行政トップの姿勢が問われた SNS 活用

本稿が指摘したいのは、SNS やツイッターの利用が当たり前になっている時代に、コミュニケーションの仕組みがそれぞれの一方向であって、双方向になっていなかった点にあるとあってよい。

その最大の責任は、行政トップの姿勢にある。安倍総理大臣や舛添東京都知事は、ツイッターで自らの情報発信をすることには熱心であっても、内部や外部からの情報受信とその対応には、関心がなかったとあってよい。

安倍総理大臣は、2月16日に、赤坂の高級天ぷら料理店「楽亭」で支援者達と食事をしていて、ツイッターによる「国民が大雪で大変なのに、暖かい場所で天ぷら食って平和ボケかいな…」など批判する声が殺到した。

安倍総理大臣は、首相官邸の公式アカウント@kantei を持ち、首相官邸サイトには、「首相官邸では、様々なソーシャルメディアを活用して、より幅広い情報発信に取り組んでいます。ぜひチェックしてみてください」と書いてある。

このサイトの表現に端的に示唆されているように、「ソーシャルメディアを情報発信の道具」としてのみ位置づけている。行政トップに求められているのは、逆に、市民や国民からの苦情を、直接受信できる仕組みである。

安倍総理大臣が、高級料理店で会食していたことはともかく、首相官邸で陣頭指揮をとる体制になかったことが問題とあってよい。舛添都知事も、大雪が降った15日と16日に登庁していなかった。総理大臣が、豪雪非常対策本部を設置し自ら出席したのは、2日後の18日であり、野党が初動の遅れを批判するのは当然とあってよい。

今回の豪雪で、大きく賞賛された人物がいる。佐久市の柳田清二市長である。大雪が積もった15日早朝から、ツイッターで「情報提供願います」「拡散希望・強」などと情報発信し、大雪状況の画像の添付も促し、市民から寄せられる多くの道路情報などが収集し、拡散するのに大きな役割を果たしたのである。 (TadaakiNEMOTO)