

# 冬期道路交通ポータルサイトによる 情報発信の取り組みについて

松村 潤<sup>1</sup>・神代 悠介<sup>1</sup>

<sup>1</sup>北陸技術事務所 雪害防災減災課 (〒950-1101 新潟県新潟市西区山田2310番地5)

冬期交通障害の抑制には、道路利用者や地域住民に適切な情報を提供することにより、大雪時の交通障害を防ぐことができると考えられる。冬期道路交通に関する情報は、様々な発信元から提供されている。これらの情報を容易に引き出せるよう、情報を一元化したWEBサイト「おしえて！雪ナビ」を開設した。

本稿では、「おしえて！雪ナビ」について、近年の冬期道路を取り巻く状況を踏まえた運用・更新状況について報告を行う。

キーワード 冬期交通障害、大雪に対する緊急発表、WEBサイト

## 1. はじめに

冬期交通障害は、積雪による登坂不能車、路面凍結、立ち往生、渋滞、交通事故、地吹雪やそれに伴う人的被害など多岐にわたり、特に積雪地域では毎年の問題となっている。(図-1)

しかし多くの問題は、道路利用者や地域住民に適切な情報を提供することにより、大雪時の交通障害を防ぐことができると考えられる。

また、道路利用者や地域住民が求める情報は幅広く、情報提供元も様々であることから、関連情報を横断的に網羅した専門のポータルサイト等の仕組みが必要である。



図-1 2016年1月 新潟県中越地域に寒波襲来

こうした背景から、北陸雪害対策技術センターは、道路管理者、関係機関、民間企業が発信する冬期道路に関する情報が一元化されたWEBサイト「おしえて！雪ナビ」(http://www.hrr.mlit.go.jp/hokugi/yukinavi/)を2016年度冬期に開設した。

そこで「おしえて！雪ナビ」について、多くの情報を容易に閲覧できるように工夫を行ってきた運用・更新状況について報告を行う。(図-2)



図-2 WEBサイト「おしえて！雪ナビ」

## 2. おしえて！雪ナビ

「おしえて！雪ナビ」（以下、「雪ナビ」とする。）は、冬期道路情報を入手しやすいWEBサイトとして道路利用者等が利用することで、冬期交通障害の発生を抑制することを目的としている。

併せて各道路管理者の効率的な道路管理のために必要な情報を集約し活用することで、道路管理の面からも冬期交通障害の発生抑制に寄与することが期待できる。

以上の観点から「雪ナビ」では、全国の地方整備局が発信する冬期道路に関する情報（図-3）や、全国の地方整備局のTwitter、異常降雪時の取り組み、啓発・広報資料などにアクセスすることが可能である（表-1）。

また、2017年冬期には北陸地域の直轄国道の路線単位の情報を集約した「国道雪みち道路情報マップ」を追加し、北陸地域の14路線について休憩施設やライブカメラ、気象情報、距離等をイラストマップ上で確認できるサービスを提供している（図-4、図-5）。

表-1 WEBサイトの掲載情報

情報	主な情報提供元
緊急情報	・ 国道事務所のTOPページ ・ 県の防災ポータルサイト
天気予報	・ 気象庁HP
高速道路	・ 日本道路交通情報センター
雪に関する情報	・ 各地方整備局の集約サイト
ライブカメラ	・ 国道事務所のライブカメラ
規制情報	・ 国道事務所の情報
道路状況	・ 国道事務所の情報
お役立ち情報	・ 各機関の情報を集約



図-3 全国の雪みち情報（地方整備局のリンク）

## 3. 冬期道路を取り巻く状況

### (1) 冬期交通障害発生への対応

2016年1月の新潟県国道8号や2018年2月の福井県国道8号における記録的な大雪など、大規模な車両滞留や長時間の通行止めを引き起こす恐れのある大雪（集中的な大雪）が全国のどこかで毎年のように発生している。

このように、雪の降り方が変化し、厳しい気象状況に対して、道路管理者には、危機管理として道路交通確保の対応が求められている。また、道路利用者に対しては、非常時であることの理解と、不要・不急の道路利用を控えることや出発時間の変更、迂回等について協力を求めるため、適切な情報提供を行う必要がある。

### (2) 道路利用者アンケート調査

北陸雪害対策技術センターでは、広報の認知度に関するアンケート調査を実施している。2018年度から2019年度に開催された「ゆきみらい（ふゆトピア・フェア）」



図-4 国道雪みち道路情報マップ（路線選択画面）



図-5 国道雪みち道路情報マップ（国道157号）

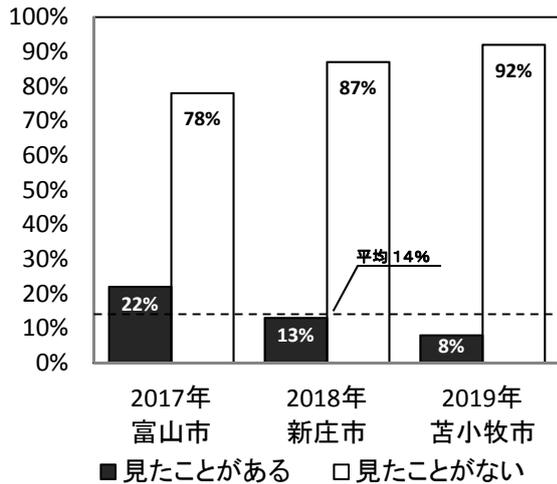


図-6 「おしえて!雪ナビ」の認知度

に訪れた方を対象に「雪ナビ」を見たことがあるかについてアンケートを行った。その結果、北陸地域の認知度は比較的高いものの、富山市で開催した2017年度でも認知度は22%と低かった。(図-6)

また、認知度に関するアンケート調査と同時に冬期の情報提供に対する要望の聴き取りを行っている。有効な情報としてライブカメラ画像との回答が多く、一目でリアルタイムの道路状況を把握できる点が評価されている。また、ライブカメラに関しては今後の改善要望も見られ、「ライブカメラの更新頻度を上げてほしい」や「動画で確認したい」といった意見が挙げられている。

#### 4. 「おしえて!雪ナビ」の改善

近年の冬期道路交通を取り巻く環境の変化や、道路利用者のニーズを踏まえ、「雪ナビ」の改善検討を行った。

##### (1) 緊急情報の対応

気象庁の「大雪に対する緊急発表」発表時、国土交通省と気象庁合同で記者発表を実施するものとなっている。

そこで、記者発表に合わせて「雪ナビ」のトップページに記者発表資料PDFのリンクを表示させ、「大雪に対する緊急発表」の周知を図る(図-7)。

道路利用者に適切な情報提供を行い、非常時であることの理解と、不要・不急の道路利用を控えることや出発時間の変更、迂回等について協力を求めることで、交通障害発生の抑制につながる。

##### (2) ライブカメラ

道路利用者アンケート調査では、ライブカメラが冬期道路の情報収集に有効であるとの意見が多かった。

そこで、現地の大雪による大規模滞留が発生した際などの道路利用者や報道機関に効果的な情報提供を図るた

め、「道路CCTV静止画連続再生システム」のリンクを追加した(図-8)。

「道路CCTV静止画連続再生システム」は、北陸地方整備局管内の冬期における道路状況について、より効果的な利用者への情報提供手段として、道路管理用CCTVの静止画連続再生をweb上で提供するシステムである。



図-7 「大雪に対する緊急発表」掲載イメージ



図-8 道路CCTV静止画連続再生システムのリンクページ(北陸の雪みち情報)

##### 雪に関する写真

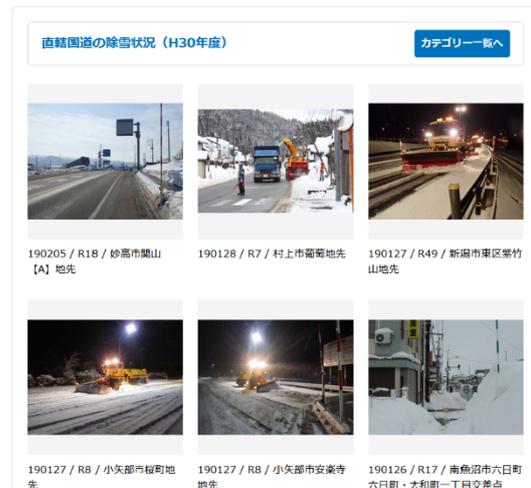


図-9 雪に関する写真

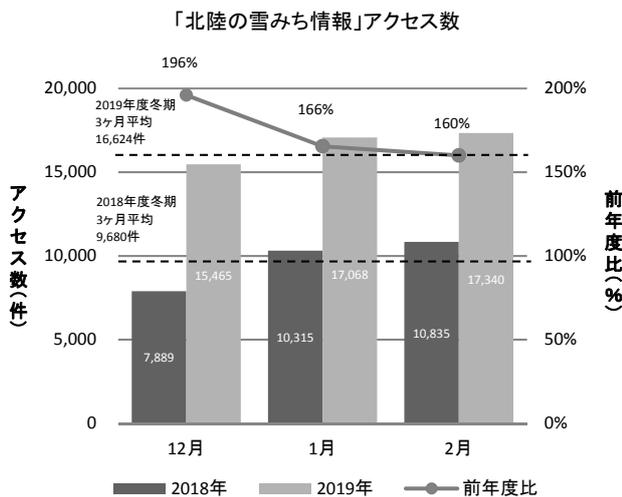


図-10 「北陸の雪みち情報」のアクセス数

### (3) マスコミとの連携

大雪時は利用抑制や迂回、冬道を走行する際の準備など、道路利用者の行動・協力が重要である。そこで、大雪時の道路利用者の行動につながる情報提供の充実を図るため、SNSの活用や各種メディアと連携し、効果的な情報発信を行う必要がある。その一環として、メディアからの「大雪に関する緊急情報」が発令された際の情報提供の要望に応えるため、過去の大雪時の状況の写真を提供するページを作成した(図-9)。

当該ページでは、「除雪作業状況」や「登坂不能車の発生状況」、「渋滞状況」、「雪下ろし」等をの写真を自由にダウンロードすることができる。

### (4) インターネット広告の実施

「雪ナビ」の利用を促進するため、インターネット広告を実施した。インターネット広告は、Yahoo!の検索画面に掲載するテキスト広告の「検索連動型広告」及び、ユーザーの趣味趣向に応じて、Yahoo!ニュース等の間に記事のように掲載する広告の「ディスプレイ広告」を掲載し、広告から「雪ナビ」への誘導を行った。

広告の対象範囲は新潟県及び富山県、石川県としたことから、広告をクリックすると、北陸の雪みち情報のページが表示されるように設定した(図-8)。実施期間は2019年12月11日～2020年2月10日の約2ヶ月間行った。

### a) 実施結果

北陸の雪みち情報のページの広告期間中のアクセス数は、前年比1.6～2倍の1.5万件以上/月に上昇した。また、トップページのアクセス数は、2019年度は前年度の約9,700件/月より微増した。(図-7、図-8)

広告表示数は延べ228万回。クリック数は延べ約2.6万回で、年末年始、センター試験、2月の大雪警報時に上昇した。

「北陸の雪みち情報」のアクセス数のうち、インターネット広告利用者の割合は、約7割であった。

### b) 実施結果から

インターネット広告は、クリックするとそのまま「雪ナビ」に誘導させることができるという点で広報としての親和性が高く、アクセス数の増加し認知度の向上につながったと考えられる。

2019年度は「大雪に対する緊急発表」がなく、アクセス数の増加により、道路利用者の行動変化への影響まで把握することができないが、引き続き、冬期の広報を行いながらアクセス数データを分析し、利用度の高いWEBサイトとして更新を検討する必要がある。

## 5. 今後の展望

「おしえて!雪ナビ」では、冬期道路を取り巻く状況に対応するため、冬期道路に関する情報の拡充を行ってきた。また、インターネット広告の効果により今冬は小雪であったにもかかわらず、「雪ナビ」のアクセス数の向上が図られた。

これらの効果が一時的なものにならないよう、インターネット広告等の広報媒体を使った「雪ナビ」への誘導は冬期に継続して行う必要がある。

それと同時に「雪ナビ」のアクセス数や、コンテンツ別のアクセス数の分析を行い、WEBサイトとしての見やすさや操作環境の改善、道路利用者のニーズに応じたコンテンツの作成を検討することで、冬期道路に特化したポータルサイトとしての役割を強化し、社会全体が主体的に冬期交通障害への対応が図られるよう取り組みを推進していく。