

20120523日本危機管理学総研_議事録

日 時：2012年5月23日（水）19:00－21:00

場 所：東京・竹橋 ちよだプラットフォームスクウェア

テーマ：「大規模災害に備えるためのWEB ロコミ分析の活用（テキストマイニング）

～東日本大震災175万ツイート分析結果～

発表者：渡部秀成氏（LLCつくばリスクマネジメント）

参加者：参加者 14人（発表者除く）

（経済アナリスト、NPO法人理事長、財務コンサルタント、会社経営者、大学教員、
研究員、会社員、地方議員、公務員、行政書士・司法書士など）

理事長から開会挨拶、戦略研／危機研の趣旨。→資料「戦略研概要」。

サマリー：

渡部氏はテキストマイニングの実践的な専門家である。

テキストマイニングを実践的に活用することを提案している。

今回は東日本大震災後の175万ツイートの分析から見えたものを発表し、

首都直下型地震対策を考えるものである。

渡部氏からは結論として、

- ① 全体と部分を考える習慣をつける
- ② 専門家と一般人・リスクコミュニケーションの視点を身につける
- ③ 情報発信力より受信力
- ④ 平時に活躍する人・緊急時に活躍する人

を提示された。

目次：

1. テキストマイニングの具体例
2. 2011年3月11日東日本大震災発生時のツイートの流れ
3. 情報リテラシーを活かした震災対策

1. テキストマイニングの具体例

- ・携帯電話の変換予測機能によっても、その持ち主のクセ、思考過程が見える。
- ・会社の電子メールをテキストマイニングで分析した研究結果。
電子メールを送信した人の「感謝・信頼・肯定」と「批判・不信・否定」の特徴がわかる。
- ・橋本首相以降の歴代首相のスピーチの分析
- ・米国にて、Twitter から読み取れる人の気分変動の研究が行われている。
Twitter と株価の関係も研究が行われている。
- ・東京消防庁管内の放火発生時間帯別件数との相関。
Twitter の書き込みが参考にできるのではないかな？
すなわち、テキストマイニングは防犯・防災対策に使えるのではないかな？

2. 2011年3月11日東日本大震災発生時のツイートの流れの解析

Twitter に人の心、気分、行動が素直に反映されているのではないかな？

目視による解析も行っている。

機械的なフィルタリングによる解析だけだと、ハッピーなテキストがアンハッピーへ振り分けられることもある。

3. 情報リテラシーを活かした震災対策

① 全体と部分を考える習慣をつける

(今自分が置かれている立場は全体で見るとどの辺りにいるのかな？)

(自分が持つ知識は、全体で見るとどの部分に特化しているのか?)

Twitter、facebook のつながりは一点に過ぎない。この理解が必要。

情報の客観視、相対化が必要。

個人でできる対策

- ・ 平常時に Twitter に防災用リストを作成しておく。たとえば、公的機関の情報など。

消防庁と防衛省の双方をフォローしているのは防災意識の高い人といえる。

- ・ 災害発生時には Twitter の位置情報を ON にする。
- ・ 東日本大震災の際の自身の思考、行動の振り返りを行う。

3月11日から3月24日までの大量リツイートされた内容を分類すると、

人々の関心が地震発生時には生命・身体的に関連するが時間が経過するごとに経済的問題へ移行していくのがわかる。

大震災発生直後は安否確認がととても多かった。

大震災発生直後からデマも流布していた。

大震災発生後の2日目

インフラ（道路）、募金、買占め（原発事故が関連。水。ガソリンの買占めがひどかった）へ関心が移る。

デマも流布していた。

ガソリン渋滞が発生していた。フィルタリングしてはどうかと考えた（ナンバーの偶数、奇数にて選別など）。

ただし、事前の周知が必要となる。

全体と部分の視点が必要。

水、ガソリンなどの不足地帯はエビデンスをつけて明確にする。

行動してもらうための工夫が必要（ビジュアル的にわかりやすい、行動に移しやすいもの）。

大震災発生後の6日目ぐらい

個人情報の開示に気を付けようというバランス感覚のある人によるアナウンスが行われる。

- ・振り返りは心理面と行動面で分ける必要がある。

自分の振り返りを手で書いてみる。見える化。緊張状態となったときの自分を知ることができる。

② 専門家と一般人・リスクコミュニケーションの視点を身につける

- ・緊急記者会見比較

トヨタの社長と枝野官房長官

前者。金曜日の夜8時。自動車を土日に使うことが多いことから、この時間を選んだ。

顧客に向かって会見をしている。

目線は顧客。会見内容は行動優先（お客様はどうすれば良いかを伝えている）。

後者。想定、分析が中心。

目線は事故へ。国民への行動指針は示されなかった。

緊急記者会見の段階で信頼を失うとその後信頼の回復はない。

見た目はとても重要。人は論理よりも感情が優先するので。

信号機ですら、青信号にかわるまでの時間がわかるようになっている。ネットショップでいつ買えるかがわかる世の中になっている。

ブラックボックスがない状況になっている。

- ・一部にて心地良いことが全てだと思ってはならない

見える化が大切。

一歩ひいて見ることが大切。

視点の置き方は下記のとおり。

「地理」国際ニュース。世界の中でのどこのことなのか？ということ認識する。

「時系列」時間帯、繁忙期かどうかなどを認識する。

「社会的視点」自分が社会的にどこの層に位置付けられているか？ 国会質問も自分に振り返ってみることができる。

「経済的視点」自分が経済的にどこの層に位置付けられているか？

「細分化・専門化」興味対象が見える化。自分がどういう人につながっているか、あるいは苦手な分野が何かを知る。

自分を客観視できるので、自分の位置がわかり、バランスを取ることができる。

- ・ 特定の人と特定の人とつながっていることがわかる

インフルエンサーをモニタリングする必要がある。

2011年3月11日直後に、情報の結節点となった人たちは、同じ傾向で重なり合っている。
(類は友を呼ぶ)

- ・ 非常時は視野が狭くなる

そうなったときのバランスが重要。見たくない情報も仕入れておく必要がある。

③ 情報発信力より受信力

- ・ まずは受信力。情報を吟味する力を育成することが重要

吟味のポイントは下記のとおり。

全体と部分を分ける

他の人の立場を知る

自分が専門分野か？

専門家の意見をうのみにしていないか？

専門分野か？ 専門分野以外だったときは信頼できるかどうか？

上記を実行して情報発信を行うべき。

- ・ 人はあまり文字を読まなくなっている。映画の字幕も昔は1行14字、今は9字。

Twitter ならば連投してモニター上の面積を大きくとるという方法もある。

- ・拡散されたツイートの特徴

括弧書き【 】で件名がつけてある

立場や肩書きが明示されている

否定形は使わない。何をすべきかが具体的にわかるような内容になっている

リンク先は短縮形を使用している

- ・言葉は人の記憶を書き換える

脳の扁桃体は情動的な激しい言葉に反応する。

したがって、緊急時にアナウンスをする際の言葉遣いには細心の心配りをする。

- ・情報接触時間と影響力

- ・専門用語をわかりやすく言い換える必要性

専門用語は受け手に対して見下されている感じを与える。

知識差を意識する。初めて聞く人が一瞬で意味がとれるようにする。緊急時には正確性より伝わりやすさが大切。

- ・専門家と一般人。英語と日本語を通訳するように、専門的内容を分かりやすく説明するには、

専門家と一般人との間に通訳が必要だと認識してお話する。

義務教育レベルでもわかるようにお話する。

④ 平時に活躍する人・緊急時に活躍する人

- ・平時に活躍する人は必ずしも緊急時に活躍できるわけではない。

- ・状況に応じて活躍する人は異なることを意識する。

日本危機研理学総研理事長よりまとめ。

実践的なテキストマイニングは、脳科学や認知心理学などの知識も含まれており、防災だけでなく、汎用性がとてもあることに気付くことができた。

また、大規模災害時、ある自治体で起こりうることの想定ができれば、その自治体へ対策の提案できるのではないかと。

危機研にて協働できるのではないかと。

以上