

行政機関のSNSにおける情報発信の在り方について

宇都宮大学 地域デザイン科学部 コミュニティデザイン学科
2023 年度 卒業論文

目次

はじめに ～SNS社会における公的機関の情報発信～	3
第1章 私たちの生活になじむSNS	5
第1節 SNSの定義と特徴	5
第2節 国民のSNS利用の現状	6
第3節 SNS利用のメリット	7
第4節 SNS利用のデメリット	8
第2章 行政機関のSNS利用の種類	10
第1節 地域SNSについて	10
第3章 行政機関のSNS利用の現状	12
第1節 行政のSNSでの情報発信の意義	12
第2節 行政のSNSでの情報発信のメリット	13
(1) 情報公開のスピード・透明性・効率性の向上	13
(2) 市民参加や対話の促進	13
(3) 広報効果の向上	14
(4) その他の事例	15
第4章 行政機関のSNSでの情報発信における障害	16
第1節 行政のSNSでの情報発信の課題	16
第5章 行政機関のSNSでの情報発信に関する調査	18
第1節 神奈川県横浜市港南区に対する調査	18
(1) 港南区に対する調査内容	18
(2) 調査から新たに分かったこと	20
第2節 宇都宮市役所職員Yさんへのインタビュー	21
(1) Yさんへのインタビュー内容	21
(2) インタビューから新たに分かったこと	25
第3節 行政機関への調査から考えたこと	28
(1) 2つの調査から気が付いたこと	28
(2) 2つの調査から新たに増えてきた課題点	28

第6章 行政機関のSNSでの情報発信の在り方.....	30
第1節 行政のSNSでの情報発信の課題に対する取り組み方.....	30
第2節 今後の行政機関のSNSでの情報発信の在り方.....	32
おわりに ～行政機関の事業分野としてのSNS～.....	34
参考資料.....	35
謝辞.....	37

はじめに ～SNS 社会における公的機関の情報発信～

2022 年度後期のゼミ活動にて「SNS と政治と私たちの関わり合い方」というテーマの研究を行った。この論文では、イギリスの EU 離脱など SNS と政治が関わった出来事や、宇都宮市議会議員の茂木ゆかりさんに行ったインタビューをもとに、SNS ・政治・私たちの関係性について考察した。その過程において、SNS において政治関連の情報を発信していくことの良い点、気をつけるべき点が明らかになった。この論文を書き進めるにつれ、SNS を利用する様々な媒体の課題は、それぞれ異なり、特徴があるのではないかという疑問が生まれた。さらに、私自身が公的機関で働くことを目指していたことから「行政機関の SNS 活用」について関心を持つに至った。

近年多くの公的機関が公式アカウントを持ち SNS を利用して情報発信をするようになってきている。例えば、「警視庁警備部災害対策課」は X(旧 Twitter)にて、災害時に役立つさまざまな「防災ライフハック」を親しみやすい語り口で発信し、たびたび話題を呼んでいる。実際に、私は「警視庁警備部災害対策課」の X アカウントをフォローしていないが、実際には「警視庁警備部災害対策課」の発信する情報を得ることができた。「警視庁警備部災害対策課」が発信する情報に関心を持った人がフォローや拡散を繰り返すことで、直接「警視庁警備部災害対策課」をフォローしていない人にも情報が行き渡ったと考えられる。このことから、公的機関における SNS での情報発信には、情報を求めている人に対してだけでなく、より多くの人に早く情報を届ける役割があるのではないかと考えた。

一方で、災害時に誤った情報が広まるなど、フェイクニュースがたびたび問題となっている。災害時のフェイクニュースに 18～28 歳の Z 世代 45.6%が騙された経験があるという。また、災害時の情報取得メディアは、全世代ではテレビ利用が最多の 57.5%であるが、Z 世代では X の利用が 51.6%となり、テレビ利用の 36.4%を上回り最多となったという報告がある¹。このような背景からも、公的機関の発信する情報に高い信頼を置く人が多いのではないかと思う。そして、公的機関には、早く正確な情報を、情報を求める人へ、より多くの人へ届けることが求められているのではないかと考えるようになった。

上記の背景から、卒業論文として公的機関が SNS を利用して情報発信していく上での課題を考え、どのような取り組みをしていくべきかを提言したいと思い、テーマに設定した。研究の対象は、公的機関のうち自分にとって身近である行政機関とする。

第 1 章では、SNS の定義とその類型について自分なりに考察した。また、現状国民がどのくらい SNS を利用しているか、SNS 利用のメリット、デメリットについてまとめた。

第 2 章では、行政機関の SNS 利用の種類として、主に地域 SNS について紹介した。X や Instagram などの SNS と地域コミュニティ SNS との違いや、地域 SNS の特色を事例と共に取り上げた。

¹ミドリ安全.com、【2023 年度】災害時の情報取得に関する世代別調査 [press230824.pdf \(midori-anken.com\)](https://www.midori-anken.com/press230824.pdf) (2023 年 9 月 21 日現在)

第3章では、行政機関のSNS利用の現状として、その意義とメリットを考察し、メリットに沿う事例を紹介した。

第4章では、行政のSNSでの情報発信における課題点を考察した。今後、ここで取り上げた課題に対して、どのように取り組んでいけばよいかを考えていくことにつなげる。

第5章では、行政機関がどのようにSNSでの情報発信をしているかの現状や、新たな課題点を見つけ、それに対する対策を考えるために行った2つの調査についてまとめた。

第6章では、1～5章までを振り返り、行政機関のSNSでの情報発信の分野における課題に対して、どのように取り組む必要があるか考察し、提言をした。

第1章 私たちの生活になじむSNS

第1節 SNSの定義と類型

SNSは、ソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service) の略で、登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービスのことを指す²。会員制のほか招待制のサービスも存在する。

多くのSNSでは、自分のホームページを持つことができ、そこに個人のプロフィールや写真を掲載する。写真やイラストなどの画像のほかに、文章、動画、音声などのジャンルがある。多くのSNSでは上記の媒体を使うことができるが、それぞれのSNSで得意とする媒体が異なっており、独自の特徴を生み出している。またSNSの類型として、自身の投稿がフレンドやフォロワーだけでなく、不特定のユーザーも閲覧できるものと、ユーザーが互いに承認した相手とのみ交流できるものにも分けることができる³。さらに、発信したコンテンツが蓄積されていくタイプのSNSと一定時間が経過すると、投稿が自動的に消去されるSNSにも分類できる。

しかし、この分類は理想型であり、実際のSNSはそれぞれの特徴を持ち合わせつつも、独自の特徴を持ち合わせていると言える。図1では縦軸は情報が蓄積するのか消えていくのかを表しており、上に近いほど情報が蓄積するタイプのSNSであり、下に近いほど情報が消滅するタイプのSNSである。横軸ではユーザー同士の交流が開放的であるか閉鎖的であるかを表しており、左に近いほど交流がしやすい開放的なタイプのSNS、右に近いほど限定された人と交流をするタイプのSNSである。

まず、Xは公開を限定することもできるが世界中の人との交流ができるため開放度が高く、投稿は消すこともできるが一度発信した内容は誰かが保存している可能性が高いため蓄積型に近くなっている。次にYouTubeは限定公開やメンバー制度があるため、Xよりも開放度が低いと考え、情報の蓄積の度合いは同程度であると考えた。次にInstagramは、検索からユーザーや情報を探し交流をすることができるが、公開をフォロワー内でも限定することができることや小規模のアカウントを持つ人がいることから、XよりもYouTubeよりも開放度が低いと考えた。また、情報の蓄積度合いはストーリーズという24時間経つと自動で消える投稿やアーカイブの機能があることから中間に位置すると考えた。

次に、Facebookは自分を検索できる人、連絡をとることができる人、投稿を見ることができる人をそれぞれ設定で変えることができる点、実名登録が必要な点で閉鎖的であると考えた。また、情報の蓄積度合いはXと同等であるとした。最後に、LINEはオープンチャ

² 総務省、SNS (ソーシャルネットワーキングサービス) の仕組み

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/security/basic/service/07.html

(2023年6月21日現在)

³ アイミツ、SNSのメリット・デメリット | 功罪とトラブルの事例

<https://imitsu.jp/matome/hp-design/4952481033993542> (2023年6月21日現在)

ットなどの機能があるが、友達に追加した人と連絡をとる手段として使われることが多いため5つのSNSのなかで最も閉鎖的であると考えた。また、やり取りの記録は残るが、メッセージの取り消しやトークの削除、タイムラインなどの投稿を消すことができるため、情報の蓄積度はInstagramと同程度であると考えた。

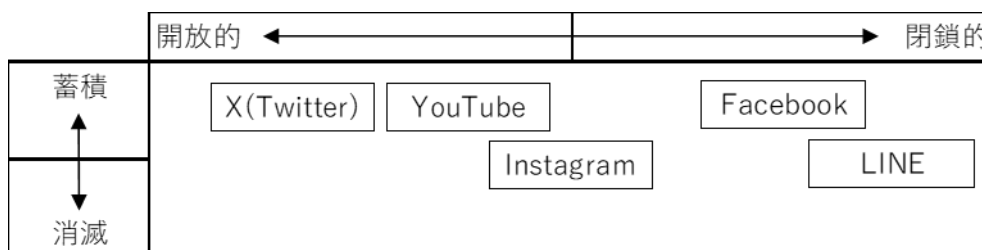


図1 SNSの類型イメージ (筆者作成)

また、行政機関でも多く利用されているX(エックス)(旧Twitter)、Facebook(フェイスブック)、Instagram(インスタグラム)、YouTube(ユーチューブ)、LINE(ライン)について説明を補足する。Xは140字までの文章や画像、動画などを共有できるSNSである。発信力と拡散力の高さが特徴で、匿名でアカウント作成できるほか、複数のアカウントを保持することが可能である。Facebookでは文章や写真で日常生活を公開する。ユーザーは実名登録が原則であるためXと比べると実名性や信頼性が高い。Instagramは写真投稿に特化している。動画の投稿も可能で、グルメやファッションなど写真を投稿するのが主流となっており、2017年には日本で「インスタ映え」という流行語も生まれた⁴。YouTubeは動画投稿型のSNSで、視聴するだけで「チャンネル登録」や「コメント」で参加するユーザーが多い。投稿者には再生回数に応じて広告報酬が支払われるためYouTuberという仕事が生まれた。LINEはユーザー同士の連絡を取るツールとして使われている。無料でメッセージを送ったり、音声通話、ビデオ通話を行ったりすることができる。

第2節 国民のSNS利用の現状

総務省の『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』⁵によると、全年代(13歳から69歳までの男女)で、平日の「インターネット利用」の平均利用時間が「テレビ(リアルタイム)視聴」の平均利用時間を2年連続で超過している。また、平日、休日ともに「動画投稿・共有サービスを見る」が最も長く、調査開始から初めて

⁴ ユーキャンHP、新語・流行語大賞第34回 2017年 授賞語

<https://www.jiyu.co.jp/singo/index.php?eid=00034>(2023年6月21日現在)

⁵ 総務省情報通信政策研究所、『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』

[000887659.pdf \(soumu.go.jp\)](https://www.soumu.go.jp/000887659.pdf) (2023年6月21日現在)

平日は「メールを読む・書く」が「動画投稿・共有サービスを見る」及び「ソーシャルメディアを見る・書く」を下回った。

年代別に見ると、休日の10代の「動画投稿・共有サービスを見る」、休日の20代の「ソーシャルメディアを見る・書く」及び「動画投稿・共有サービスを見る」について、平均利用時間がいずれも100分を超過している。40代から60代でも、行為者率、平均利用時間ともに、「メール利用」が「ソーシャルメディア利用」を上回る傾向が継続している。

各種サービスの利用率は、全年代では、「LINE」の利用率は一貫して増加し、90%を超過している。年代別でも、10代から50代で90%を超過した。「Facebook」の利用率は、10代及び30代を除き増加又は横ばいである。10代では20%を下回り、各年代の中で最も低い利用率となっている。「Instagram」の利用率は、全年代では一貫して増加しており、今回の調査では「X(旧 Twitter)」を上回り、「LINE」に次ぐ高い利用率である。動画共有系では「YouTube」の利用率が高く、10代から40代で90%を超過している。

70代については、他の年代と同様にLINEの利用率が最も高い60%となっている。X(旧 Twitter)、Facebook、Instagramは1桁台の低い利用率であり、YouTubeの利用率も30%にとどまっている。

利用率から、インターネットやSNSが全世代で利用していることが分かり、利用時間からは、メールの読み書きやテレビ視聴に代わりSNSを利用している人が増えていることが分かる。また、各種サービスによって利用している年代が異なっていることが分かる。近年は個人としての利用だけでなく、会社や組織の広報としての利用も増えているが、発信者は利用者層を踏まえて、発信の内容や方法を工夫していくことが必要になると考える。

また、70代のSNSの利用率からは、70歳以上の年代ではSNSの利用が進んでいるとは言えず、SNSによる情報発信による効果は薄いと予測する。

第3節 SNS利用のメリット

SNSの利用にはさまざまなメリットがある。総務省がまとめた「ソーシャルメディア利用のメリット」⁶においては、73.1%がSNSを利用して良かったと思えることがあると回答している。SNSを利用して良かったと思えたことについては、「新しい友人ができた」「相談相手があった」のように「新しいつながりの創出」に関わる項目を回答した人はそれぞれ20%以下である。また、「家族や友人との結びつきが深まった」、「しばらく連絡を取っていなかった人と再び連絡を取ることができるようになった」のような「既存のつながり強化」に関する項目の回答率もそれぞれ20%以下である。

一方、「社会や経済等に関する最新のニュースや情報を得ることができた」、「趣味や身近

⁶総務省 HP、ソーシャルメディア利用のメリット

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142220.html>

(2023年6月25日現在)

な地域の話題など、自分が興味のある情報を得ることができた」のような『情報の収集』に関わる項目、あるいは「暇つぶしができた」（暇つぶし）に対する回答の割合はそれぞれ約30%であった。

以上のことから、SNS 利用のメリットには、①既存のつながりの強化②新しいつながりの創出③情報発信・収集源④暇つぶしがあると考えられる。その中でも、SNS をコミュニケーションツールというよりも、情報の入手や時間を消費するためのツールといった受け身の利用をすることにメリットを見出している人が多いということができると考える。これらの SNS を利用する人が感じるメリットから、行政機関が SNS において情報を発信している意義を汲み取ることができる。

第4節 SNS利用のデメリット

SNSの利用が広がり、個人が他人とのコミュニケーションを容易に取ることができるようになったことで、トラブルが生じる可能性があることに留意する必要がある。

まず、一般人の SNS 利用のデメリットについて、総務省の「ソーシャルメディア利用のメリット」⁷によると、SNSの利用者のうち、何かしらのトラブルを経験した人々の割合は、23.2%である。トラブルの内容別で最も経験者の割合が高かったのは、「自分の発言が自分の意図とは異なる意味で他人に受け取られてしまった（誤解）」であった。2番目に高い「ネット上で他人と言ひ合いになったことがある（けんか）」と3番目に高い「自分は軽い冗談のつもりで書き込んだが、他人を傷つけてしまった」を含む上位3つのトラブルは、いずれも発信者自身の書き込みによるコミュニケーションのすれ違いにより生じたトラブルである。続く、「自分の意思とは関係なく、自分について他人に公開されてしまった（暴露）」、「自分は匿名のつもりで投稿したが、他人から自分の名前等を公開されてしまった（特定）」はいずれも、自分が望まないのに自身がネットで特定されてしまったものである。さらに深刻な問題としては、SNSの利用によって、さまざまな悪意を持つユーザーとのつながりを得てしまい、犯罪などに巻き込まれる可能性があることが挙げられる。特に、SNSは不特定多数の個人によるコミュニケーションを可能にするサービスであるため、その可能性がより高まると考えられる⁸。

以上のことから、SNS利用のデメリットには、①コミュニケーションのすれ違いの発生②炎上や誹謗中傷などを受ける可能性③個人情報流出の危険④犯罪に巻き込まれる可能性

⁷ 総務省 HP、ソーシャルメディア利用のデメリット

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142230.html>

(2023年7月29日現在)

⁸ 総務省 HP、ソーシャルメディア利用のデメリット

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142230.html>

(2023年7月29日現在)

があると考え。これらは、互いの顔の見えない、匿名の場合は相手の背景が見えないインターネット特有のコミュニケーションの難しさが原因となっていると捉えることができる。SNSを利用する際には、インターネット上に情報が公開されているということを念頭に置き、書き込む内容には十分注意をしながら利用することが大切になるだろう。

第2章 行政機関のSNS 利用の種類

第1節 地域SNSについて

行政機関の持つSNSアカウントは、規模、種類ともに多様化している。例えば、さいたま市の行政に関わるアカウントは、10の行政区や各部局のものを合わせると、把握できたものだけでも30近くあることが分かった。また、行政が活用するSNSの種類にはX、Facebook、Instagram、YouTubeなどの他に、「地域SNS」というものがある。「地域SNS」とは地域に根ざしたコミュニティとして地域単位での展開を図るSNSであり⁹、特定の地理的な地域や場所に焦点を当てたソーシャルメディアプラットフォームのことを指す。民間のSNS（X、Facebook、Instagram、YouTubeなど）は、世界中の人々とつながることができるが、地域SNSは特定の地域やコミュニティ内の人々とのつながりを強調したものである。

地域SNSの機能の代表的なものについて説明する。まず、ログイン後最初に表示されるページであるトップページでは、友人の日記や参加しているコミュニティの最新情報が表示される。また、地域SNSの運営者や行政のお知らせなども表示され、利用者は関心のある情報を集約して閲覧することができる。また、日記の機能では、日記を書いたり友人の日記を読んだりすることができる。コメントを付けることもできる。フォトアルバムとして、写真を登録してアルバムを作ることでもでき、日記と同様にコメントでのやり取りが可能である。コミュニティでは参加者同士が気軽に意見交換や情報交換をする。地域SNS参加者ならだれでも、新しくコミュニティを開設することが可能である。また、地図の機能として、日記やフォトアルバム、コミュニティのコメントなどについて、地図上に位置を示すことができる。情報公開の設定については、個人のプロフィールや日記などの公開を友人までに限定するなどの設定が可能である。プロフィールの項目ごとや日記ごとに公開範囲を変えることもできる。これらの機能は民間のSNSとも共通する点が多い¹⁰。

民間のSNSと異なる機能としては、①まちかどレポーター②災害時利用③地域SNS間連携がある。まちかどレポーターは、日常的にはジャンルを絞らずまちの様々な情報を発信する。そして、災害発生時には地域の災害情報などを発信する役割を担っており、公募、研修の上、認定される。また、災害時など地域SNSの運用者が必要と認めた場合には、災害情報提供用の画面に切り替え、行政などからの災害情報を充実して提供する。また、災害用の専用コミュニティを立ち上げ、まちかどレポーターが各地の災害状況などを報告する。信頼できる地域SNS同士を相互につなぎ、安心して利用できるネットワークの場を作る

⁹ 総務省 HP、住民参画システム利用の手引き、SNSと地域SNSの違い

<https://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/introduction/4.html> (2023年9月30日現在)

¹⁰ 総務省 HP、住民参画システム利用の手引き、地域SNSとは

<https://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/introduction/3.html> (2023年11月4日現在)

ことができる¹¹。まちかどレポーターの存在や地図との連携などにより、リアルな地域社会と連動した形をとること、災害時に特化した機能により、情報源が明らかでその地域の人に必要な情報を素早く得ることができること、信頼できる地域 SNS 間をつないで相互に交流することができることが、地域 SNS の特徴である。

総務省の HP では、地域 SNS の実証実験として長岡市と千代田区の事例が示されているが、これは「ICT を活用した地域社会への住民参画のあり方に関する研究会」が 2005 年から 2006 年にかけて行ったものであり、約 20 年前の事例である¹²。また、総務省で地域 SNS の状況や効用について最後に触れられたのは 2010 年の情報通信白書であり、このようなインターネットサイトを使った地域 SNS は、現在盛んに利用されているとは言えない。スマートフォンが普及し、サイトでの SNS からアプリを利用した SNS が普及したことが背景にあると考えられる。

しかし、その後 2018 年の『情報通信白書』¹³にて、地域の人々をつなぐ ICT 利用事例の 1 つとして、東京都江東区と PIAZZA 株式会社の地域 SNS による情報共有が紹介されている。江東区では、住民のニーズが高かった「必要な時に必要な情報が欲しい」への対応や、孤立しがちな子育てへの不安を払拭するための情報提供をするために、SNS を軸としたコミュニティづくりで実績のある PIAZZA 株式会社と包括的な連携協定を締結し、江東区が発信する情報を「ピアZZ」内に配信することで、行政情報を住民に直接配信できるようにした。

また、PIAZZA が開発した「Community Value」という指標は、ユーザー間のつながりの数、ユーザー活動（投稿、コメント、いいねなど）、アクティブユーザー数といったデータに基づき、その時点でのまちのコミュニティを数値化したものである。曖昧であったコミュニティの活動が数値化されることで、行政の施策や事業の管理や改善がしやすくなるというメリットがある。

現在 60 を超える地域、エリアが PIAZZA 株式会社と協定等を締結し、地域 SNS として利用している。行政が運営する HP やサイトの他に、このような民間 SNS をどのように活用していくかを考えていくことが、ITC が発達した情報社会で、正しい情報を必要としている人へ届けるために大切であると思う。

¹¹ 総務省 HP、住民参画システム利用の手引き、SNS と地域 SNS の違い
<https://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/introduction/4.html>(2023 年 9 月 30 日現在)

¹² 総務省 HP、住民参画システム利用の手引き、トップページ
<https://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/index.html> (2023 年 11 月 4 日現在)

¹³ 総務省 HP、平成 30 年版情報通信白書のポイント、第 1 部 人口減少時代の ICT による持続的成長

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd143430.html>
(2023 年 11 月 4 日現在)

第3章 行政機関のSNS利用の現状

第1節 行政のSNSでの情報発信の意義

以上のことを念頭に置き、行政機関がSNSを利用して情報発信や広報活動を行う意義やメリットを、事例を通じて示していく。

まず、行政機関がSNSを利用して情報発信や広報活動を行うようになった背景には、SNS上で情報を得ることに対するニーズが高まっていることが関係すると考える。総務省『令和3年通信利用動向調査の結果』¹⁴によると、インターネット利用率は、13～59歳の各年齢階層で9割を超え、SNSを利用する個人の割合は78.7%に達している(70歳以上の利用率は約54%)。また、目的別にどのようなメディアを利用するかでは、「いち早く世の中のできごとや動きを知る」ため10代から50代では「インターネット」、60代では「テレビ」が最も利用されている¹⁵。このように、インターネット・SNSの普及が進み、情報源として利用する人が増えれば、SNS上に求める情報がないことや情報を入手しにくいことに対する不満が募りやすくなるだろう。行政機関には人々がより情報を入手しやすい媒体に発信をすることが求められていると捉えられる。

また、SNS上の情報の信頼度を高めていく必要性を指摘することもできる。「世の中のできごとや動きについて信頼できる情報を得る」ために利用するメディアは、20代を除く各年代で「テレビ」が最も多くなっている¹⁶。世の中のできごとをいち早く知るために使われるメディアは、インターネットが最も多かったが(10～50代)、信頼できる情報を得るためではテレビが最も多くなり、20代を除く10代、30～50代ではインターネットとテレビの利用率の関係に逆転が起きていることが分かる。

また、「研究背景と問題意識」で示したように、SNS上にフェイクニュースが出回りたびたび混乱を招いている現状がある。これらのことからインターネット上、SNS上で得る情報の信頼度が低いことがうかがえる。行政機関には、SNS上で公式に情報を発信することで、不確実性の高い非公式の情報に対処したり信頼の高い情報を周知させたりすることが求められているのではないかと考える。

以上のように、行政機関はSNSを利用して情報発信を行うようになった背景には、SNSを、情報を得る場として利用する人が増え、SNS上でより正しい情報が求められるよう

¹⁴ 総務省 HP、令和3年通信利用動向調査の結果

[220527_1.pdf \(soumu.go.jp\)](https://www.soumu.go.jp/220527_1.pdf) (2023年10月14日現在)

¹⁵ 総務省情報通信政策研究所、『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』

[000887659.pdf \(soumu.go.jp\)](https://www.soumu.go.jp/000887659.pdf) (2023年10月14日現在)

¹⁶ 総務省情報通信政策研究所、『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』

[000887659.pdf \(soumu.go.jp\)](https://www.soumu.go.jp/000887659.pdf) (2023年10月14日現在)

になったことが関連している。そして、行政機関が SNS 上で情報発信や広報活動を行うことの意義は、より情報を得やすい媒体で、正しい情報を得たいという社会のニーズに応じていくことであるとする。

第2節 行政の SNS での情報発信のメリット

次に、行政が SNS を利用して情報発信するメリットについて述べる。ここでは、行政が SNS を利用して情報発信するメリットは①情報公開のスピード・透明性・信頼性の向上②市民参加や対話の促進③広報効果の向上の3つあると考える。まず、SNS を活用することで、行政機関の情報を迅速に多くの市民に届けることが可能になる。例えば、災害時に行政機関が災害時の状況や救援活動に関する情報をリアルタイムで提供することで、市民はより正確かつ迅速な情報にアクセスできるようになるだろう。行政機関の SNS には誰もがアクセスできるため、情報の透明性を高めることにも繋がると考える。また、情報の公開により、行政機関の信頼性が向上すると共に、市民の不信感を軽減する効果も期待できる。

次に、SNS では双方向のコミュニケーションを可能にし、行政機関と市民との間で対話が生まれる機会を提供することができる。例えば、AI を活用した自動応答サービスを平行して利用し問い合わせに対応したり、市民からの情報収集に活用したりすることで、行政は市民の声を直接反映させることができるようになるだろう。また、SNS の特徴である情報の拡散を利用し、政策やイベント、サービスに関する情報を SNS 上で発信することで、広範な市民に対して効果的に情報を届けることが可能になる。例えば、X 上の機能であるいいね、リポスト、引用はある1人がすることで、伝染するように他の人に情報を拡散することにつながる。

(1) 情報公開のスピード・透明性・効率性の向上

埼玉県和光市では、大規模災害が発生した際に、被災状況に関する情報収集の手段の一つとして X を効率的に活用するため、いわゆるハッシュタグ「#和光市災害」を定めている。市民からの情報収集を容易にしたり、誰でもが市内の災害情報を効率的に収集したりするために役立てられている¹⁷。ホームページにはハッシュタグの検索方法や利用にあたっての注意点、和光市災害用ハッシュタグ運用基準などが示されている。

(2) 市民参加や対話の促進

長野県の場合、2019年10月13日、台風19号の影響で千曲川の堤防が決壊し、広範囲に

¹⁷和光市 HP、災害時におけるツイッターハッシュタグの利用について

https://www.city.wako.lg.jp/home/kurashi/bousai/_19053/_19048/_13853.html

(2023年10月15日現在)

わたって深刻な浸水被害が発生し、多くの方が住宅に取り残された。長野県には防災情報の発信に使う公式の X のアカウントがあったが、当初救助要請の情報を収集するツールとして使うことを想定していなかった。しかし、救助要請に関する情報が多く寄せられたことから県は「#台風19号長野県被害」を付けてポストするように呼びかけ(図3左)、県庁では6人の職員が専属で X での情報収集にあたった。その結果、約50件の投稿が救助につながったという¹⁸。当時 X 上に投稿されていた、長野県の職員と投稿した人とのやり取りの中に、「必ず助ける」という強い言葉で相手を気遣うものが多くみられる(図3右)。X 上には、救助を要請した人だけでなく、情報を拡散した人からも長野県防災の対応や声掛けに感謝や称賛の声が上がっている。助けを必要としている市民の声を正確に受け取り、それに応えることをリアルタイムで行い、迅速に救助活動につなげることができたのは、SNS を活用ならではの結果であると考える。

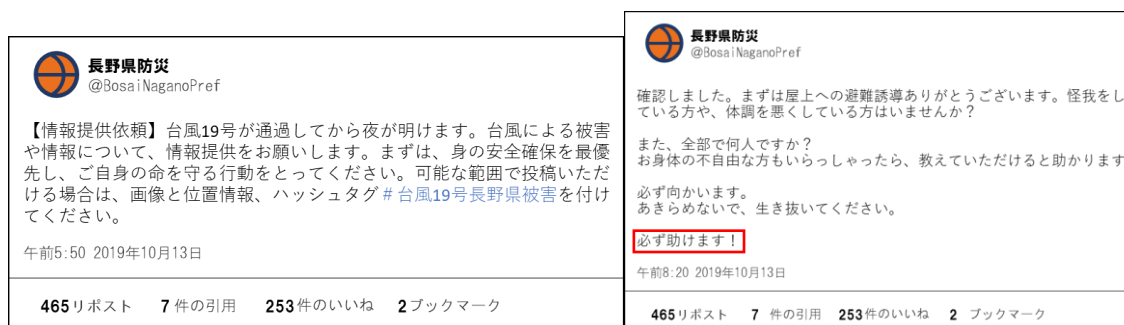


図-2 長野県防災の X における台風19号に関するポスト

出典：長野県防災の X (@BosaiNaganoPref) を参照し筆者作成

(3) 広報効果の向上

大分県別府市では、PR 動画「別府市・湯～園地計画！」には市長が自ら出演して「100万回再生で実現します」と公約した。その結果100万回再生を突破し、公約通り「湯～園地」を作ってYouTubeにて公開した。その後、再生回数は594万回まで上っている。

神奈川県横浜市では、Instagramにてハッシュタグ「#My Yokohama」を用いて横浜市内の観光スポットを紹介している。ほとんどが投稿された画像を用いている。投稿された画像を活用するという方法は、自治体の担当者の負荷軽減にもなる。

岩手県では、インフルエンサーとタイアップして「岩手県満喫の旅」プロモーションを展開した。インフルエンサーは、Instagramのフォロワー数が244万人の「@marutaro」である。影響力を持つインフルエンサーとのコラボレーションにより、情報がより多くの人に届くことを期待できる。

¹⁸ NHK 政治マガジン、『長野県 台風19号でツイッターの救助要請収集 約50件救助に』
<https://www.nhk.or.jp/politics/articles/lastweek/25652.html> (2023年10月14日現在)

(4) その他の事例

埼玉県和光市では、被災状況に関して、市及び市民が情報収集・共有する手段の一つとして、X を効率的に活用するため、災害に関するハッシュタグ『#和光市災害』を定めているが、2017年6月4日和光市の地域防災訓練の際に、X(当時 Twitter)を活用した災害情報収集・共有の訓練が行われた。目的として市民に対する災害時のX活用についての周知、Xによる情報提供の効果の把握、課題点や改善事項の有無の調査があげられている¹⁹。防災訓練の一環として行われているため、情報として『#和光市災害』という取り組みが行われていることを周知するだけでなく、実際に使える知識として市民に伝えることが期待できる。

¹⁹ 和光市 HP、平成 29 年度ツイッター活用訓練の開催のお知らせ

https://www.city.wako.lg.jp/home/kurashi/bousai/_19053/_19047/_17017/_18386.html

(2023 年 10 月 15 日現在)

第4章 行政機関のSNSでの情報発信における障害

第1節 行政のSNSでの情報発信の課題

行政機関がSNSを利用して情報発信や広報活動を行う上で課題となりうることを示す。今回6つの課題を指摘する。また、今後行政機関のSNSを利用した情報発信における障害を乗り越えつつも、発信の効果を高めていくにはどのような工夫が必要かを考えていくことにつなげる。

第1に情報の正確性と信頼性である。一般に行政機関の発する情報には高い信頼がおかれる。ゆえに、行政機関がSNS上で情報を発信する際には、情報の正確性を確保することが非常に重要であると考え。誤った情報や誤解を招く情報を発信すると、信頼性が損なわれ、市民やメディアからの信用を失うだけでなく、大きな混乱を招く可能性がある。また、正しい情報であったとしても、悪意のある切り取られ方をされ、デマとして拡散されるリスクがある。SNSでの発信は広報やHPへの掲載よりも簡単に行うことができるが、このようなリスクがあることを踏まえたうえで正しい情報を届ける体制を整える必要があると考える。

第2にプライバシーとセキュリティの問題である。行政機関がSNSを活用する際には、市民の個人情報や行政機関の機密情報が漏洩するリスクがある。個人情報等を保護するため、行政機関は情報の適切な管理とセキュリティ対策を強化することが必要であると考え。

第3に多様性の考慮に関する問題である。行政機関には公平性が求められる。また、SNS上には様々な立場の利用者がいる。ゆえに、行政機関がSNSにおいて発信をする際には特に、異なる背景や意見を持つ市民や利用者に対する配慮が必要であると考え。特定の政治的な立場や利益に基づいた情報の発信が行われると、公平性或客観性が損なわれる可能性がある。第1の情報の正確性と信頼性と同様に、多様性に配慮した発信を行える体制を整える必要があると考える。

第4に人員と資金の確保である。行政機関がSNSを活用して情報発信をすると、利用者からのコメントや質問がリアルタイムで寄せられることがある。多く寄せられたコメントから、本当に対応が必要なものや重要な情報を選別するには、多くの時間と労力がかかるだろう。実際市民参加や対話の促進の事例で示した長野県防災の事例では、6名の職員が専属で情報収集にあたっている。このように、情報の正確性を保ち、誤解を招くことなく、多様性に配慮をした対応や返信を行うためには、人員を集め、それを可能にする体制を整える必要があるだろう。また、組織づくりや人員確保、第2のセキュリティ対策、外部との連携などを十分に行うためには、十分な資金を確保することも必要になる。

第5にサイバーハラスメントへの対応がある。SNS上では、悪意あるコメントや攻撃が行われることがある。行政機関はガイドラインやポリシーを策定し、市民を保護するための措置を講じる必要があるだろう。

第6に政策効果の検証方法である。SNSを活用して情報発信や広報活動を行うにあた

り、それぞれの行政機関は戦略や目的を持って活動している。私は、行政運営の一環として SNSでの情報発信を行う限り、その活動はより有効的でなければならないと考える。ゆえに、SNSでの情報発信がどのような効果をもたらしているかを検証する必要がある。検証にはPIAZZAが開発した「Community Value」などの数値が活用できる。しかし、正解の検証方法というものはなく、独自で行うのか、企業に委託するのか、ボランティアを募るのか、住民の意見を聴くのか、それぞれの自治体が探り探りに検証をしているのが実態なのではないか。また、有効性を重視しすぎず「公共性」があれば良いのではないかという考え方もあり、行政のSNS利用には確立した方法はなく複数の立場があると考えられる。ゆえに、より良い方法を考えていく余地があると考ええる。

効果の検証を行う場合には、どのような方法で検証をするべきか、何を持って効果があったとするかを考えていく必要がある。

第5章 行政機関のSNSでの情報発信に関する調査

第1節 神奈川県横浜市港南区に対する調査

(1) 港南区に対する調査内容

日時：2023年11月20日（月）～

形式：メール

調査者：笠原花華

被調査者：神奈川県横浜市港南区 区政推進課広報相談係

今回話を伺った神奈川県横浜市港南区では、令和2年6月1日にPIAZZA株式会社と横浜市で初めてとなる連携協定を締結している²⁰。

以下、筆者の筆問と質問に対する横浜市港南区 区政推進課広報相談係の回答の記録である。

筆者「どのような背景があり、PIAZZAと連携を結ぶことになりましたか。」

回答者「令和元年度 港南区区民意識調査結果における30歳代の地域でのつきあい方に関する回答では、『顔もよく知らない人が多く、ほとんどあいさつも交わさない』が4割を越えており、地域でのつきあいが希薄になっている現状がありました。そのような背景の中、既に上大岡エリアで展開がなされていた、PIAZZA株式会社から情報交換・発信における連携について、ご提案をいただき協定を締結するにいたりました。」

筆者「どのような目的のもとピアッザでの発信を行なっていますか。」

回答者「区政情報等の発信と区民同士のコミュニティの活性化を図ることを目的に行っています。「ピアッザ」の利用者の多くは30歳代から40歳代のファミリー層であることから、地域の情報が届きにくい世代に対し必要な情報が届くことが期待しています。」

筆者「前の質問で答えていただいた目的を達成しているかどうかは、どのように判断していますか。」

回答者「区制情報を伝えるだけが目的ではないため、港南区役所のフォロワー数というよりは、港南区エリアの登録者数を見て判断しています。」

筆者「エリアの登録者数を増やすために行っていることはありますか。」

²⁰ 横浜市 HP、【記者発表】横浜市初！港南区とPIAZZA株式会社が連携協定を締結
<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/koho-kocho/press/konan/2020/0602piazza.html>
(2023年11月24日現在)

回答者「区民を対象にPRを行っています。例えば、その他活用しているSNSやHP、広報紙でもお知らせを行っており、区役所でも案内のチラシを設置しています。」

筆者「いいね数やコメントなどの反応、PIAZZA が開発した『Community Value』という指標は利用していますか。」

回答者「随時確認はしていますが、現在事業の評価指標とはしていません。」

筆者「行政機関が情報を発信する媒体としてのピアZZは、XやInstagramなどのSNSと比較して、どんなメリット・デメリットがあると考えますか。」

回答者「メリットとしては、コアターゲットに情報を届けられることが期待できること。運用事業者と直接やり取りができ、運用状況等のフィードバックを実施してもらえていることがあげられます。デメリットは動画配信ができないことと、タグ機能はアプリ運営者のみが設定できるため、ハッシュタグを任意で設定できないことです。」

筆者「ピアZZなどの民間企業と連携して運営するSNSと、XやInstagramなどのSNSでは、どんな違いを意識して発信していますか。」

回答者「媒体によって、情報に差異があると誤解が生じる可能性があるため、原則併用するSNSには同様の情報を発信しています。ただし、災害情報の発信は、ピアZZでは行わず、Xのみとしています。」

筆者「SNSでの発信を行う上でもっとも気をつけていること、工夫していることは何ですか。」

回答者「気を付けていることを発信内容の正確さです。行政機関が発信する情報は住民から高い信頼を置かれています。間違った情報を発信すると、信頼を損なうだけでなく混乱を招く可能性があるからです。工夫していることは文体を統一することです。」

筆者「SNSでの発信を行う上で困ったことや大変なことはありますか。」

回答者「あります。発信するタイミングや頻度の調整が一番大変です。」

筆者「行政機関がSNSを活用するにあたっての課題は何だと考えますか。」

回答者「課題はたくさんありますが、特に問題に感じていることは、配信する内容の精査です。また、ユーザーやフォロワーの増加も課題だと感じています。」

筆者「行政機関がより効果的にSNSを利用していくにあたって必要なことは何だと考えますか。」

回答者「反応の良かった投稿等を検証したり、より求められる情報を随時収集したりするこ

とだと思えます。」

(2) 調査から新たに分かったこと

横浜市港南区に調査を行い、以下のことを新たに学び、考えた。

まず、地域 SNS を利用する目的には、ターゲットを絞って情報発信をすることだけではなく、コミュニティの活性化を図ることがあると分かった。また、ピアZZA の利用者の多くが 30～40 歳代であることから、その世代に対してピンポイントで必要な情報を届けることが期待できると知った。さらに、港南区では 30～40 歳代を地域の情報が届きにくい世代と表現していたが、私は初めこの表現に違和感を覚えた。情報が得ることが難しいのは、インターネットや SNS を使いこなすことを難しく感じる人が多い高齢者であると考えていたからだ。30～40 歳代の人々がデジタル機器を使いこなせていないとは考えにくいだが、この世代は一般に子育て世代に該当する。昔に比べて、三世代で子どもを育てる家庭や近所付き合いが減ったとされており、自ら情報を得ようと動かなければ、必要な情報や有益な情報が子育て世代に届かない可能性があるため、港南区では 30～40 歳代を地域の情報が届きにくい世代としたのではないかと思った。

次に、港南区では SNS での情報発信において、目的を達成しているかどうかを港南区エリアの登録者数を見て判断しているということが分かった。エリアの登録者数を増やすために、区民を対象に PR を行っている。また、いいね数やコメントなどの反応、PIAZZA が開発した「Community Value」という指標を確認しているが、評価指標とはしていないようだ。

「Community Value」は、ユーザー間のつながりの数、ユーザー活動（投稿、コメント、いいねなど）、アクティブユーザー数といったデータに基づき、その時点でのまちのコミュニティを数値化したものであり、曖昧であったコミュニティの活動が数値化されることで、行政の施策や事業の管理や改善がしやすくなるというメリットがある。総務省 2018 年の情報通信白書²¹にはこのような説明があったが、実際にうまく利用ができていない自治体とそうでない自治体に分かれてしまっているのではないかと思った。また、港南区は事業評価の指標をエリアの登録者数としていることや、ピアZZA での情報発信のメリットを、運用事業者と直接やり取りができ運用状況等のフィードバックがもらえることとしていること、行政機関がより効果的に SNS を利用していくにあたって必要なこととして、反応の良かった投稿等を検証したりより求められる情報を随時収集したりすることを挙げている。このことから、港南区は「行政の SNS での情報発信」という分野において、事業の有効性を重視した立場であると捉えられると考えた。

²¹総務省 HP、平成 30 年版情報通信白書のポイント、第 1 部 人口減少時代の ICT による持続的成長

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd143430.html>

(2023 年 11 月 24 日現在)

さらに、港南区ではピアZZと X や Instagram などの併用する SNS には、原則同様の情報を発信していることが分かった。それは、媒体によって情報に差異があると誤解が生じる可能性があるためであるようだ。本稿では、行政機関の SNS 利用の課題となりうることとして、「多様性の考慮」を挙げており、その中で「行政機関には公平性が求められる」と言及しているが、多様性の考慮とは別に「公平性への考慮」が必要であると考えた。私は、SNS 媒体によってユーザー層にも違いがあり、関心もたれやすい情報も異なる為、発信の内容をユーザー層に合わせて変えていると考えていた。しかし、ある SNS を利用している人が、特別ある情報を得やすいという状況は、公平性に欠け誤解を招く恐れがあることを知った。

最後に、港南区が SNS で情報発信をするにあたり気を付けていることは、発信内容の正確さであることが分かった。行政機関が発信する情報は住民から高い信頼を置かれており、間違った情報を発信すると混乱を招く可能性があるという考えは、自分と似ていると気が付いた。また、港南区の行政の SNS 利用の課題には、配信する内容の精査やユーザーやフォロワーの増加があることが分かった。港南区では発信する情報をより良いものにする為に精査を行っているが、情報量が多く時間をとられているため、より効率的な方法を模索中であるという。私は行政機関の SNS 利用の課題となりうることとして、「人員の確保」を挙げていたが、それが現実的でない場合には、業務の効率化を進めていく必要があると考えた。

第2節 宇都宮市役所職員 Y さんへのインタビュー

(1) Y さんへのインタビュー内容

日時：2023年11月27日（月）10:00~11:00
場所：宇都宮市役所3階 広報広聴課
インタビュアー：笠原花華
インタビューイ：宇都宮市 総合政策部 広報広聴課 Y さん

今回話を伺った栃木県宇都宮市では、公式 X アカウントにて情報発信を行っている。
以下、筆者の筆問と質問に対する広報広聴課 Y さんの回答の記録である。

筆者「発信内容の決定などから、実際に SNS で発信するまでの流れを教えてください。」
Y さん「市役所には色々な部署や市民課やスポーツ振興課などの課があります。流れとしては、最初にそれぞれの部署や課から投稿依頼として依頼表（表1参照）を出してもらいます。依頼書の中で、投稿して欲しい日時と内容、画像があるかないか、ハッシュタグの有無などを大まかに示してもらい、広報広聴課でその依頼書の内容や文章を添削し、実際に X の公式アカウントで投稿しています。」

筆者「基本的に広報広聴課では、依頼書の内容を添削して、発信をするまでを担われている

ということですか。」

Yさん「まさにそうですね。依頼があったら、それを添削して発信するという形です。今の話は市の公式Xの話になりますが、その他にも宇都宮市ではミヤカムのように委員会やイベントごとにXのアカウントを持っていたりします。これらはそれぞれ管轄の部署でXアカウントの運営を行っているため、広報広聴課では関わっていません。全て広報広聴課を通して発信するというより、市の代表のアカウントである“宇都宮市役所”で発信する場合には初めに申し上げた流れで行っています。」

筆者「では、広報広聴課だけで完結してSNSにて発信をすることはしないのですか。」

Yさん「はい、ありません。基本的には所管課から依頼が来ないと発信はしないのですが、こちらから呼びかけることはあります。イベント情報をチェックして広報広聴課から情報発信をしないか提案をしたり、先ほど紹介した依頼表で情報をもらえるように促したりします。例えば11月で言うと、餃子祭りや大谷コネクトのオープン記念でのイベント、宇都宮マラソンなどのイベントがあるので、広報広聴課でもいつに開催されるかチェックし、所管課から依頼がない場合には呼びかけをしています。その他に、大きな制度改正や関心度の高い制度が制定された時などにもSNSでの発信を行っており、所管課から依頼がない場合には情報発信をしないかの呼びかけをしています。しかし、基本的には所管課からの依頼で発信することが多いです。」

表1 宇都宮市X投稿の依頼表

X投稿依頼表	
日時	○月○日（曜日）
内容	Xの文字数制限の140字以内で投稿内容を入力 絵文字☺の有無や感嘆符！・疑問符？などの文末表現は 所管課の裁量＋広報広聴課での添削
画像等	投稿の内容に合わせて必要な画像があれば添付 (イベントのチラシのデータ、昨年の写真など)
ハッシュタグの有無	有・無 ハッシュタグの希望等あれば入力
担当部署/担当者名	宇都宮市○○部□□課 担当者△△△△

(インタビュー時に見せていただいた実際の依頼表をもとに筆者作成)

筆者「広報広聴課の中で具体的に何人がSNSの発信に関わっているのですか。」

Yさん「6人です。」

筆者「SNSでの発信や管理に関わる人数として6人は十分だと感じていますか。」

Yさん「基本的には今のところ十分だと考えています。」

筆者「私は災害時など緊急で情報を発信する必要がある場合には人手が足りなくなるのではないかと考えていたのですが、このような時はどのように対応されているのですか。」

Yさん「災害や防災の所管課からの依頼があって広報広聴課で発信することもあります。災害情報などはホームページを更新すると自動的にXでも投稿されるような設定がされています。そのため災害時などの緊急時は、X単独で災害や防災の情報を提供するというよりは、ホームページに載せている市民皆さんが見られる情報や資料をXでも確認できるようにするという方式をとっています。災害に限らず害獣など命や安全に関わる情報の情報は、その所管課でホームページを更新するときに、ダブルチェックとして広報広聴課も関わっています。こうしてホームページにて公開された情報がXの方にも自動的に投稿されています。」

筆者「それぞれ担当者がいたり、自動的に投稿されるシステムを取ったりされているので、広報広聴課だけの負担が大きくなるということはあまりないということですか。」

Yさん「はい、全て広報広聴課で担当しているわけではないので、極端に我々の負担が増えるというわけではないと思います。」

筆者「SNSでの発信を行う上で最も気を付けていることは何でしょうか。」

Yさん「依頼表を通じて各部署から上がってきている情報ではありますが、やはり市として発信する情報であるため、情報の内容に誤りがないかを最も気を付けています。ホームページのリンクが合っているか、日付や曜日に間違いがないかなど、基本的な部分ではありますがダブルチェックをして確認をし、誤りがないようにしています。そして、正しい情報であることを前提に、分かりやすい文章であるか気を付けています。特にXは140字の字数制限があるので、簡潔で分かりやすい文章を意識しています。」

筆者「発信の内容によって、絵文字や感嘆符など表現の方法を変えたり意識したりされているのでしょうか。」

Yさん「そうですね。イベント系の発信は少しでもポップになるように、絵文字を入れたりしています。また、文字だけでは伝わりづらいと思うので、画像を入れるなど興味を引く工夫をしています。」

筆者「SNSでの発信のタイミングや頻度などはどんなことを意識されていますか。」

Yさん「イベントとかであれば、前日や2日前の夕方6時頃に発信することが多いです。日中に発信をしても、働いている人が仕事終わりにタイムラインを見たときに他の情報で埋もれてしまい見られないことがあるので、夕方に発信をするように設定をしたりしています。頻度としては、例えば1週間行うイベントであれば事前の告知の他に、イベントが始まってからも『今やっています、明日までやっているのでぜひお越しください』などを実際の写真と共に発信しています。」

筆者「SNSでの発信を行う上で困ったことや大変なことはありますか。」

Yさん「市役所職員の中でもSNSの利用率や利用頻度に個人差があります。Facebookをよく利用する人やTikTokを日常的に見ている人、Instagramで写真を投稿する人など様々です。中には、アカウントを持っているけれどあまり利用していない人や情報を得るためだけに使っており発信の方法に詳しくない人もいます。このような情報を得るためだけにSNSを利用している人に対して、発信の工夫について話しても言いたいことが伝わりにくくなってしまふことや、そのSNSの利用者層に合わせた発信の工夫などを考えることが難しいところですよ。」

筆者「各SNSで利用者層が異なるというお話がありましたが、それぞれのSNSで違いなどを意識して発信をされていますか。」

Yさん「Xの場合は140字の制限があるため、目を引くように画像などを使うようにしています。Xの投稿からホームページに飛んでもらい、補足や詳細の情報を得てもらうなど情報を得るきっかけになれば良いなと考えています。LINEの場合は、利用者側が自分の欲しい情報だけを選んで受け取ることができることや、文字数制限がないためXよりは情報量が多いなどの違いがあると思います。」

筆者「Xのいいね数や閲覧数などの指標は気にして確認されているのですか。」

Yさん「発信内容によって反応が違うので、いいね数や閲覧数などは見てはいます。気にしないと言うと少し変ですが、まずは市としての情報をちゃんとお出しすることがあるので。Xでは誹謗中傷のようなコメントもあつたりしますが、そのようなコメントはあまり気にしていません。各課からの依頼を受けて発信を行っているため、依頼をした課では確認している可能性はありますが、広報広聴課の方で全体を見て何かするというのはいないです。どうしてもイベントの規模感でいいね数などは変わってきてしまうものだと考えています。」

筆者「少し閲覧数が低かったからこうしようというような動きはあまりないということですか。」

Yさん「研究の材料としては必要なことだとは思いますが、正直仕方がない部分が多いと考えています。例えば、新しく規制ができたという情報と、小さい講座を行うという情報

では反応は違ってくると思います。難しい部分ですね。」

筆者「どのような目的をもってSNSでの情報発信を行っていますか。」

Yさん「前提として、情報を多くの人に知ってもらおうということがあります。この前提を踏まえ、市の情報を得る媒体や知っていただく機会をより増やしていくことを目的としています。宇都宮市では広報誌を出していますが、広報紙も全世帯の人が見られるわけではありません。そのため、SNSでの発信をすることで市からの情報を得る場を増やし、ホームページへ誘導して詳しい情報を知っていただくというイメージです。」

筆者「その目的を達成しているかどうかは、どのように判断されているのですか。」

Yさん「検証というのはあまりしてないですね。内容によって反応が違ってくるのは当然であるというところで、確認はしていますが、基準のようなものはないです。例えば何人見ないとダメみたいな、そういうのはないですね。」

筆者「行政機関の行う事業には、公共性があれば良いという考え方と有効性を求める考え方があると思いますが、SNSで情報発信するという分野はどちらだと考えますか。」

Yさん「公共性があればという立場になると思います。やはり、目的である1人でも多くの人に情報を届けるということをしていくことが前提としてありますので。ホームページであると自分から情報を取りに行かないと見られないと思います。しかしXとかであれば、フォローしている人はもちろん、していない人もおすすめで出てきて見られる可能性もあるので、どちらかというとも公共性を重視しているという感じです。」

(2) インタビューから新たに分かったこと

宇都宮市 総合政策部 広報広聴課のYさんにインタビューを行い、以下のことを新たに学び、考えた。

まず、SNSで発信する内容を決定し投稿するにあたり、宇都宮市役所では「依頼表」を活用していることが分かった。各イベントや制度などの情報を保有している部署や課が依頼表を広報広聴課に送り、広報広聴課が内容を添削し実際にXでの投稿を行う。所管課から送られてきた依頼表に基づき、広報広聴課がSNSでの発信を行うという流れが基本ではあるが、広報広聴課から各所管課に対して情報発信しないかどうかを呼び掛けることもあるという。SNS発信を担当する課で、発信する内容決定から投稿までの全てを担っているというイメージを持っていたが、SNSでの情報発信は横のつながりを持って取り組まれている事業であると新たに知った。また、ウツノミヤテラスにある宇都宮市の移住定住相談窓口であるmiya come (ミヤカム)²²は単独のSNSアカウントを持つ。

²² 宇都宮市 HP、宇都宮市移住定住相談窓口「miya come (ミヤカム)」

<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/machi/1013748/1030381.html>

そして、ミヤカムのような広報広聴課が運営するアカウントから独立したアカウントでの発信には、広報広聴課は関与していないという。これは、宇都宮市公式としていくつかのアカウントがあるが、管轄している部課が異なるという状況である。SNSの利用者からするとアカウントの管轄部署を意識する人は少ないのではないかと。多くの人がひとまとめに宇都宮市としての発信ととらえる場合、ある程度同一性を保つ工夫が必要になると思う。

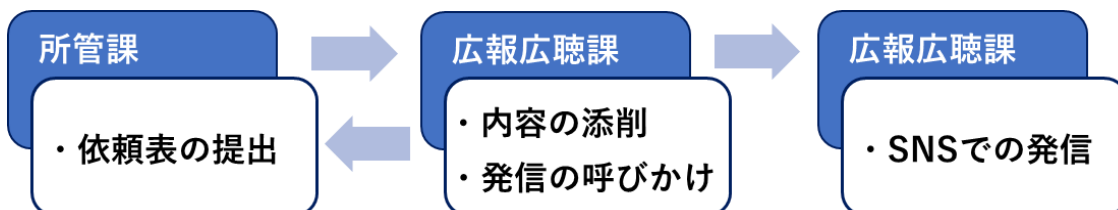


図3 宇都宮市役所のSNS発信の流れ
(インタビューでの話をもとに筆者作成)

次に、宇都宮市役所の広報広聴課ではSNSでの情報発信に常時6名の職員が関わっており、人数不足や広報広聴課の負担がひと際大きいとは感じていないことが分かった。緊急で情報を発信しなければならない時には、ホームページでの発信内容が自動的にXでも投稿されるように設定することで、広報広聴課だけの負担が増えないような仕組みになっている。加えて、投稿時間の予約をすることなども自動化の一種であり、より多くの人に見てもらうための工夫としてだけでなく、業務の効率化にも寄与しており職員の負担を軽減していると考えた。

また、投稿者を広報広聴課の6人にまとめている理由として、セキュリティ対策があるという。広報広聴課が発信する“宇都宮市”のアカウントのパスワードは計6名しか知らず、6名以外は操作ができないようになっている。今までは少人数でSNSでの情報発信の業務を担うことは、1人1人の負担が増え、緊急で情報を発信する必要があるときなどに対応が難しくなるため、望ましくないことであると考えていた。しかし、少人数だけがパスワードを把握していることで、安全性を確保したり、意思疎通を図りやすくしたりするというメリットがあることが分かった。

次に、宇都宮市ではSNSの情報発信において、「市からの情報を得られる場を増やし、多くの人に情報を届ける」という目的を達成しているかどうかの検証はしていないということが分かった。Xでのいいね数や閲覧数、フォロワー数などは見ているが、その数値が少ないから何かするというのではなく、情報の関心度によってこれらの数値が変化することは仕方がないことであると考えているという。どちらかというとなんでも多くの人に情報を届けたり、情報を得る機会を増やしたりすることを重視していることから、宇都宮市は

(2023年11月30日現在)

「行政の SNS での情報発信」という分野において、事業の公共性を重視した立場であると捉えられると考えた。

Y さんも税金を使って行っている以上、どのくらいの人に見てもらっているか、役に立っているかなどを精査する必要はあると考えている。しかし、X や LINE の使用上、利用者がその情報をどのくらいの時間見ているか、投稿からホームページにどのくらいの数誘導できたかなどの数値が分からないため、効果を検証していくことより先に市からの情報に触れてもらう機会を増やすことを大切にしているそうだ。現場の方も「行政の SNS での情報発信」という分野は効果の検証が難しいと感じていることが分かった。しかし、効果や反応が見えづらいという課題の中でも、1 人でも多くの人に情報を届けるためにできる工夫を考え、実行していく必要があると考えた。

次に、地域 SNS について「地域内で完結してしまい情報の波及がない」という考え方があることに気づかされた。Y さんは地域 SNS について、より身近な情報を得ることができるが、地域外へ情報が拡散していかないことや公平性を保つことの難しさがあると言及していた。地域 SNS は地域内での情報共有の場であるため、市の情報についての関心度は相対的には高まり、情報が必要としている人に届きやすいというメリットがある。一方で情報の拡散を地域内でとどめてしまうという捉え方ができると学んだ。また、個人の利用者地域 SNS でお店を紹介することと、市がお店を紹介することでは、情報を得た側の捉え方は異なる。さらに、地域 SNS は地域に寄り添う分利用者との距離が近くなる。ゆえに、地域 SNS での発信には、X などの民間の SNS 以上に公共性への配慮を意識していかなければならないと考えた。

最後に、宇都宮市として SNS を利用して情報発信をしていく上での課題として、行政情報への関心度の低さや、「公正性」の保ち方があることが分かった。Y さんは、一般的に行政が発信する情報は関心を持ちにくいと考えているため、いかに分かりやすく興味を持ってもらえるような発信をするかを意識しているという。硬い内容であっても少しでもイメージが付きやすくなるようにするように、場合によっては絵文字を付けたり、画像を付けたり、ハッシュタグを付けたりなど実践しているとしていた。

宇都宮市では行政情報の関心度が低いため、分かりやすい情報発信になるよう工夫をしている。私は反対に、SNS で分かりやすい発信をしていくことが、行政情報の関心度を高めることに繋がるのではないかと考えた。関心がないから知らないという捉え方もできるが、知らないから関心を持つことができないという捉え方もできるからだ。行政機関として分かりやすい発信を SNS でし続けることは、行政情報が必要とされた時に手に入りやすい状況を作ったり、SNS の持つ拡散力を利用したりして一人でも多くの人に情報を届けたりすることに繋がる。そして、SNS で分かりやすい行政情報を得たことがきっかけで、行政情報に関心を持つ可能性が生まれると考える。

ここでいう公正性とは、SNS の発信を担当する人によって、言葉尻や伝え方などに偏りがないこと、広報広聴課のうち誰が発信しても同じようにできるかどうかということ

指す。Yさんは公正性を保つことの難しさとして、SNSに普段から触れている人と触れていない人との差や、年齢差、市役所内での人事異動を挙げていた。また、公正性を保つために普段からコミュニケーションや、勉強会等で得た情報を共有するようにしているという。私は宇都宮市でいう「宇都宮市役所」という大本のアカウントを運営する、広報広聴課のような課の中だけでなく、その他のアカウントで発信をしている他の部課とも公正性を保つための取り組みをするべきであると考えている。

第3節 行政機関への調査から考えたこと

(1) 2つの調査から気が付いたこと

今回、地域SNSのピアZZを活用している横浜市港南区の区政推進課広報相談係と主にXでの発信を行っている宇都宮市 広報広聴課の2つの行政機関に話を伺った。以下ではこの2つの調査から気が付いたことと、新たに見えてきた行政機関のSNS利用の課題点について述べる。

まず、2つの行政機関で、SNSでの情報発信において気を付けていることが共通していた。両機関とも「情報の正確さ」に気を付けていると回答しており、私たちが行政機関や行政情報に正確な情報を求め、高い信頼を置いていると同時に、行政機関もそのニーズに応えることや、信頼を保つことを意識していることが分かった。

次に、2つの行政機関では、SNSでの情報発信という事業分野において、有効性を重視するか公共性を重視するかの立場に違いがあった。港南区ではSNSでの情報発信の事業評価を行っていたが、宇都宮市では特に検証を行っていない。宇都宮市でも事業評価が必要ないと考えているわけではないが、一人でも多くの人に情報を届けたり、情報を得る機会を増やしたりすることを大切に考えており、どちらかというところ公共性を重視する立場であった。

次に、地域SNSとXなどのSNSの違いについて、調査を通じて新たに見えてきたことがある。地域SNSのメリットとして、エリアの設定によりコアターゲットに情報を届けられることや、運営会社からフィードバックがもらえることがある。宇都宮市で現状SNS利用の事業評価をしていない理由の一つとして、知りたいデータや数値を得ることが難しいことがあるが、この課題点をピアZZはカバーすることができるのではないかと考える。反対に、地域SNSのデメリットとして、情報の波及がエリア内で留まることや公平性の確保が難しいことがある。しかし、港南区のように地域SNSとXやInstagramなどその他のSNSを併用したり、発信内容を基本的に同じにしたりすることで、地域SNSの持つデメリットをカバーすることができるのではないかと考えた。

(2) 2つの調査から新たに見えてきた課題点

以下では、行政のSNSによる情報発信における課題点について、2つの調査から新たに見つかったことや考えたことを示す。

第1に公平性への配慮である。港南区では媒体によって情報に差異があると誤解が生じる可能性があるため、ピアZZとXやInstagramなどの併用するSNSには、原則同様の情報を発信している。あるSNSを利用している人が、特別ある情報を得やすいという状況は、公平性に欠け誤解を招く恐れがある。また、ピアZZなどの地域SNSは地域に密着している分、利用者との距離が近くなり、それが発信内容に影響を与え誤解を招く可能性がある。ゆえに、地域SNSでの発信には、Xなどの民間のSNS以上に公共性への配慮を意識していかなければならないと考える。

第2に公正性の確保である。利用者で行政機関のアカウントの発信者や管轄部署の違いを意識している人は少ないだろう。しかし、実際には行政機関の1つのアカウントで情報を発信するには、実際に投稿をする宇都宮市という広報広聴課の6名の他に、情報を提供する課の人が関わっている。また、行政機関の大本のアカウントから独立したアカウントが存在しており、独立アカウントそれぞれの管轄部課で独自に発信をしている。このように、多くの人が行政のSNSでの情報発信に関わっているため、誰が関わってもある程度同一性を保つための取り組みが必要になると考える。SNSでの発信すべてに広報広聴課が関わっていれば幾分公正性を保ちやすいだろう。しかし、独立したアカウントを持ち独自に発信をする部課があるため、他の部課を巻き込んだ対策が必要になると考える。

第3に人員と資金の確保である。人員については、業務の効率化や自動化を進めていくことで現状の人数で仕事を回したり、一人ひとりの負担を軽減したりすることができると思う。実際に港南区、宇都宮市両方の自治体で、自動化のシステム利用などにより、業務の効率化を図っている。また、人は多い方がいいという先入観があったが、少ない人数でSNSでの情報発信に関わることで、セキュリティ面での安全性を確保したり、意思疎通や情報共有がしやすくなったりと、公正性を保ちやすいというメリットもあるということが分かった。

第4に「公共性と有効性」と「政策効果の検証方法」である。第4章では、公共性を重視する立場と有効性を重視する立場の2つの考え方があると言及した。調査をした2つの行政機関で実際に重視する立場が異なったことから、現実には2つの考え方があると捉えることができた。そして、どちらか一方を重視するのではなく、公共性を保ちつつ有効性を求めるためにはどのようなことをしていくべきかを考えていく必要があると感じた。また、実際にSNSでの情報発信の業務をしている人からも、この分野での政策評価は活用できるデータや数値がなく難しいという意見があった。ゆえに、効果の検証方法について、どのような方法があるか、どんなデータが活用できるかを考えていく必要がある。

第6章 行政機関のSNSでの情報発信の在り方

第4章であげた、行政機関がSNSにおいて情報発信や広報活動を行う上での課題と、第5章での横浜市港南区と宇都宮市に対するインタビューから新たに見えてきた課題に対してどのように取り組んでいくべきか、行政機関のSNSでの情報発信の在り方はどうなっていくべきかについて、自分なりの考えを述べる。

第1節 行政のSNSでの情報発信の課題に対する取り組み方

第1は、情報の正確性と信頼性である。情報の正確さは、SNSでの発信において気を付けていることとして港南区と宇都宮市両方で挙げられた。一般に、行政情報に対して、高い信頼置き正確性を求めている人は多いだろう。このニーズに応えるかのように、行政機関も正確な情報を提供することを意識している。常に正しい情報を発信していくために、宇都宮市の「依頼表」のようにテンプレートを用意して、どの情報の事実確認をするべきかをすぐに分かるようにしていくべきである。バラバラの形式で発信する内容の情報を集めると、どの部分の情報が合っているかを確かめなければならないかを、その都度考えるという手間がかかる。無駄な手順があると、重要な作業を行う際の集中力が相対的に下がり、情報の正確性を保ちにくくなってしまいうだろう。情報を依頼表にまとめると、ダブルチェックすべき場所が分かりやすくなるだけでなく、文章の添削などその他の業務に多く時間をかけることができるようになる。また、文中の誤字脱字のチェックには、インターネット上のサイトやAIを活用し自動化していくことが望ましいと考える。

第2に、公平性への配慮についてである。行政機関は公的機関であり公平性が求められる。ゆえに、SNSを利用している人が、特別ある情報を得やすいという状況は、公平性に欠け誤解を招く恐れがある。港南区では地域SNSのピアZZとXやInstagramなどの併用するSNSには、原則同様の情報を発信している。港南区のように、情報を得られる媒体によって情報の内容に偏りが生まれないようにしていかなければならない。しかし、SNSごとの特色に合わせて、伝え方を工夫することは、分かりやすい情報を提供するという意味で大切である。例えば、文字数制限が140字のXと1万字であるLINEでは、伝えられる情報量に差ができてしまう。そこで宇都宮市のように、Xでの発信では重要な部分のみを文字で伝え、詳細の情報はホームページで確認してもらうように促すということをしている。このように、ただ同じ情報をそれぞれSNSで発信するのではなく、各SNSの特色を理解して発信をしていくことが、行政機関には求められると考える。また、各SNS間での公平性だけでなく、SNSを利用している人とSNSを利用していない人でも情報の得やすさの公平性を保つために、広報紙の発行やホームページの更新などは今まで通りに続けていく必要がある。

第3に、公正性の確保である。公正性とは、SNSの発信を担当する人によって、言葉尻や伝え方などに偏りがなく、広報広聴課のうち誰が発信しても同じようにできるかどうかということを目指す。利用者で行政機関のアカウントの発信者や管轄部署の違いを意識している人は少ないため、誰が関わってもある程度同一性を保つための取り組みが必要

になると考える。宇都宮市で実践されている、職員同士の情報共有やコミュニケーションの他に、公正性を保つために意識すべきことを記したマニュアルのようなものを作成し共有すべきだと考える。文章化したものであれば、1つの課の中だけでなく、他の部課にも共有をすることができるからだ。SNSでの発信すべてにSNSでの発信を担当する課が関わっていれば公正性は保ちやすい。しかし、独立したアカウントを持ち独自に発信をする部課があるため、他の部課を巻き込んだ対策としてマニュアルを作成が適切であると考えた。

第4に、多様性の考慮についてである。SNSは年齢、性別、宗教、職業などが異なる、様々な立場人が利用している。ゆえに、行政機関がSNSにおいて発信をする際には特に、異なる背景や意見を持つ市民や利用者に対する配慮が必要であると考え。特定の政治的な立場や利益に基づいた情報の発信が行われると、公平性や客観性が損なわれる可能性がある。第3で述べた公正性の確保と同様に、多様性に配慮した発信を行える体制を整える必要があり、それをある程度再現性のある方法で行っていくために、マニュアルを作成すべきだと考える。

第5に、サイバーハラスメントへの対応である。SNS上では、悪意あるコメントや攻撃が行われることがある。また、アカウントが乗っ取られ悪用される可能性がある。行政機関のSNSから発信された情報は信頼度が高く、混乱を招く可能性があるため、セキュリティ対策を講じる必要がある。多くの行政機関ではガイドラインやポリシーを策定し、外部に公表をしている。加えて、内部の職員に向けても、セキュリティ対策などサイバーハラスメントへの対応を示したガイドラインを提示するべきである。宇都宮市広報広聴課では、パスワード等を知る人が6人しかおらず、これがセキュリティ対策一環となっている。また、ガイドラインの遵守により内部からの対策をするだけでなく、実際にサイバーハラスメントに合ってしまったときに、対処できるように専門知識がある人や機関との連携を図っていくべきである。

第6に、「公共性と有効性」と「政策効果の検証方法」についてである。行政機関のSNSでの情報発信という分野において、誰かのためになっていけば良いという公共性を重視する立場と、事業の効果を追い求める有効性を重視する立場があることが分かった。ここでは、効果とは範囲と反応のことを想定する。具体的には、どのくらい多くの人にその情報が行き渡ったか、その情報が受け手にとって有益かどうかである。そして、行政機関に対して行った調査を踏まえ、どちらか一方を重視するのではなく、公共性を保ちつつ有効性を求めるための方法を考えるべきだと結論付けた。具体的に行政機関にできることとしては、SNSでの発信のタイミングや頻度、分かりやすい表現などの工夫をしていくことがある。その他に、既存の広報紙やラジオ、チラシなどの情報提供の取り組みをより生かすために、デジタルでのデータ配布を進めていくべきである。茨城県取手市²³などすでに導入している自治

²³ 取手市 HP、広報紙が電子書籍で見られます

体もあるが、紙に印刷を増やすよりも経済的な方法だと考えるため、全国的に進んでいくべき取り組みだと思う。

また、実際にSNSでの情報発信の業務をしている人からも、SNSでの情報発信の分野での政策評価は活用できるデータや数値がなく難しいという意見があった。以下では、効果の検証方法について、具体的にどのような方法があるか、どんなデータが活用できるかの意見を述べる。現状、XやInstagram、Facebook、LINEなどのSNSで仕様として確認できるデータは、フォロワー数、いいね数、コメント、リポスト数、閲覧数などである。一方で現場の方が欲しいと思うデータは、フォロワー数の伸びや閲覧時間、ホームページへのリンクのアクセス数などであり、必要なデータを得ることが難しく、各SNSの機能の改変待ちという状況である。このような現状から、SNSでの情報発信の分野において行政機関が独自で行える事業評価には限界があると感じた。外部への委託やピアッツァのような独自のSNSを運営している企業との連携が効率的であるが、各行政機関のポリシーや資金面で課題が残ると考える。

第7に、人員と資金の確保人員についてである。業務の効率化や自動化を進めていくことで現状の人数で仕事を回したり、一人ひとりの負担を軽減したりすることができると思う。実際に港南区、宇都宮市両方の自治体で、自動化のシステムを利用したり、業務の効率化を図ったりしている。また、人は多い方がいいという先入観があったが、少ない人数でSNSでの情報発信に関わることで、セキュリティ面での安全性を確保したり、意思疎通や情報共有がしやすく公正性を保ちやすかったりというメリットがあるということが分かったため、行政機関ごとに適切だと考える人員を配置していくのがよいだろう。しかし、緊急時に3章2節で紹介した長野県防災のように、リアルタイムでの対話を進めていく場合には、広報を担当する課と防災などを担当する課との連携を普段から強めていく必要があると考える。

資金については制限がある為、使う部分と抑える部分のメリハリをつける必要があると考える。例えば、AIや自動化技術に任せることができる業務の効率化などは、積極的に活用し、経費を抑えていくべきである。そして、第5のサイバーハラスメントへの対応での、専門知識を持つ人や機関との連携など、外部との連携に十分な資金を回す必要がある。

第2節 今後の行政機関のSNSでの情報発信の在り方

3章1節で行政機関がSNSで情報発信をしていくことの意義として、SNSで情報を得ることのニーズが高まっていることと、SNS上の情報の信頼性を高めることを指摘していた。しかし、私はこれまでの調査を踏まえ、行政機関のSNSでの情報発信の意義として

<https://www.city.toride.ibaraki.jp/koho/shise/kohokocho/kohoshi/denshishoseki.html>

(2023年12月10日現在)

「1人でも多くの人が行政情報を知る機会を増やす」ことがあると考えるようになった。情報がありふれる現代社会において、知らないことで不利益を被ることは多く存在する。例えば、どんなに素晴らしい制度であっても、その制度を知らない人は活用することができない場合がある。行政機関には市民に関わる情報を伝える必要があるが、そのきっかけを増やすという意味でもSNSを使った発信が行われていると考える。

また、これまでの調査を踏まえ、行政のSNSでの情報発信は、「公共性があれば良いが、その中でより多くの人に情報を届けるための工夫をしていく」という立場を取るべきであると考えようになった。本稿を書き始めたときには、行政機関のSNSの情報発信の有効性を高める方法について考えていく予定であった。しかし、調査を進めるにあたり、公共性があれば良いという考え方を知り、実際に行政機関の方に話を聞くことで、自分の考えに変化が生まれた。ただ、この分野には正解がないことが難しく、どの行政機関も日々試行錯誤の上で発信を続けていると思う。だからこそ、公共性だけあれば良く、その効果は追い求めなくていいと切り捨てるのではなく、「どのようにしたらより多くの人に情報が届くか」や、「行政情報が分かりやすく必要な情報であると思ってもらえるか」を、考え続けることが大切であると思う。また、調査の中でピアZZなどの地域SNSについて知り、これを活用する横浜市港南区に話を聞くことができた。地域SNSを使っている自治体が良く、使っていない自治体は悪いという訳ではないが、SNSでの情報発信をより良いものにしていくための一つの手段として、各行政機関は地域SNSなどのアプリを運営する企業との連携をすることを検討する価値があると考えた。

おわりに ～行政機関の事業分野としてのSNS～

多くの人に利用されるまでに普及したSNSにおいて、近年公的機関が積極的に情報発信する姿が目立つようになった。本論文では、行政機関がSNSを利用して情報発信を行っていく上での意義や課題について考察し、課題に対してどのように取り組むべきか、行政機関のSNSでの情報発信の在り方について意見を述べた。

研究を始めた当初、行政機関のSNSでの情報発信という分野は、その効果が見えづらいため、どのように効果を検証していくか、多くの人に有益な情報を届けることができるという意味での「効果」を高めるために何ができるかを考えていかなければならないと思っていた。しかし、研究室での活動において、行政機関が行う事業には公共性があれば良いという考えを知り、行政機関に求められることとして公益性があることを見落としていたことに気がついた。その後、実際に行政機関でSNSでの情報発信に関わっている方から話を聞き、本論文で考えていくべきことが定まった。それは、SNSでの情報発信は公共性があれば良く、反応や効果が分かりづらい部分があるため、ただ発信を続けるしかないと諦めるのではなく、SNSという多くの人に情報収集の場として利用されるプラットフォームにおいて、「行政機関として情報を発信し続けることで公共性を確保しつつも、より多くの人に分かりやすい情報を届けるために何ができるか」である。

行政機関がSNSを使い情報発信をしていくという事業分野には、異なる考え方や立場の人がおり、現時点で正解はないと考える。また、本論文の中で述べたように、公共性や公正性、情報の信頼性など様々なことに気を配りながら、発信をしていくことが行政機関には求められる。しかし、「どのようにしたらより多くの人に情報が届くか」や、「行政情報が分かりやすく必要な情報であると思ってもらえるか」を考え続けることが大切であると思う。画像やイラストを追加することで情報を受け入れやすくするなど、小さな工夫でもただ情報を発信し続けることとは異なり、より多くの人に分かりやすく必要な情報を届けることに繋がると考える。また、調査の中でピアッツァなどの地域SNSについて知り、これを活用する横浜市港南区に話を聞くことができた。地域SNSを使っている自治体が良く、使っていない自治体は悪いという訳ではない。しかし、SNSでの情報発信をより良いものにしていくための一つの手段として、地域SNSなどのアプリを運営する企業との連携を検討する価値はあると考えた。

行政機関のSNSでの情報発信は、正解がなく方法が確立されていない事業分野である。しかし、国民から求められている分野でもある。今後、各行政機関が工夫を凝らしていくことで、多くの国民が分かりやすく必要な情報を得ることができる機会が増えていくことを期待する。

参考資料

- ミドリ安全.com、【2023年度】災害時の情報取得に関する世代別調査
[press230824.pdf \(midori-anzen.com\)](#) (2023年9月21日現在)
- 総務省、SNS（ソーシャルネットワークワーキングサービス）の仕組み
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/security/basic/service/07.html
(2023年6月21日現在)
- アイミツ、SNSのメリット・デメリット | 功罪とトラブルの事例
<https://imitsu.jp/matome/hp-design/4952481033993542> (2023年6月21日現在)
- ユーキャンHP、新語・流行語大賞第34回 2017年 授賞語
<https://www.jiyu.co.jp/singo/index.php?eid=00034> (2023年6月21日現在)
- 総務省情報通信政策研究所、『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』
[000887659.pdf \(soumu.go.jp\)](#) (2023年6月21日現在)
- 総務省HP、ソーシャルメディア利用のメリット
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142220.html>
(2023年6月25日現在)
- 総務省HP、ソーシャルメディア利用のデメリット
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142230.html>
(2023年7月29日現在)
- 総務省HP、ソーシャルメディア利用のデメリット
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142230.html>
(2023年7月29日現在)
- 総務省HP、住民参画システム利用の手引き、SNSと地域SNSの違い
<https://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/introduction/4.html> (2023年9月30日現在)
- 総務省HP、住民参画システム利用の手引き、地域SNSとは
<https://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/introduction/3.html> (2023年11月4日現在)
- 総務省HP、住民参画システム利用の手引き、SNSと地域SNSの違い
<https://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/introduction/4.html> (2023年9月30日現在)
- 総務省HP、住民参画システム利用の手引き、トップページ
<https://www.soumu.go.jp/denshijiti/ict/index.html> (2023年11月4日現在)
- ¹総務省HP、平成30年版情報通信白書のポイント、第1部 人口減少時代のICTによる持続的成長
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd143430.html>
(2023年11月4日現在)
- 総務省HP、令和3年通信利用動向調査の結果
[220527_1.pdf \(soumu.go.jp\)](#) (2023年10月14日現在)
- 総務省情報通信政策研究所、『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』
[000887659.pdf \(soumu.go.jp\)](#) (2023年10月14日現在)
- 総務省情報通信政策研究所、『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』
[000887659.pdf \(soumu.go.jp\)](#) (2023年10月14日現在)
- 和光市HP、災害時におけるツイッターハッシュタグの利用について
https://www.city.wako.lg.jp/home/kurashi/bousai/_19053/_19048/_13853.html
(2023年10月15日現在)
- NHK 政治マガジン、『長野県 台風19号でツイッターの救助要請収集 約50件救助に』

<https://www.nhk.or.jp/politics/articles/lastweek/25652.html> (2023年10月14日現在)

和光市 HP、平成 29 年度ツイッター活用訓練の開催のお知らせ

https://www.city.wako.lg.jp/home/kurashi/bousai/_19053/_19047/_17017/_18386.html

(2023年10月15日現在)

横浜市 HP、【記者発表】横浜市初！港南区と PIAZZA 株式会社が連携協定を締結

[https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/koho-](https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/koho-kocho/press/konan/2020/0602piazza.html)

[kocho/press/konan/2020/0602piazza.html](https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/koho-kocho/press/konan/2020/0602piazza.html) (2023年11月24日現在)

総務省 HP、平成 30 年版情報通信白書のポイント、第 1 部 人口減少時代の ICT による持続的成長

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd143430.html>

(2023年11月24日現在)

宇都宮市 HP、宇都宮市移住定住相談窓口「miya come (ミヤカム)」

<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/machi/1013748/1030381.html>

(2023年11月30日現在)

取手市 HP、広報紙が電子書籍で見られます

<https://www.city.toride.ibaraki.jp/koho/shise/kohokocho/kohoshi/denshishoseki.html>

(2023年12月10日現在)

謝辞

本論文を作成するにあたり、最後まで丁寧なご指導、ご助言をしてくださいました中村祐司先生をはじめ、諸先生方に、心より感謝いたします共に、厚くお礼申し上げます。

また、本研究のために調査に協力いただいた横浜市港南区 区政推進課広報相談係の皆様、宇都宮市 広報広聴課の皆様、本当にありがとうございました。心から感謝申し上げます。簡単ではございますが、この書面をお借りして感謝の意を表します。

また、3年次からのゼミ活動、本論文を作成するにあたり、様々な立場の人がいることや様々な考え方があることを実感しました。このような経験をできたのは、先生方や同じ研究室の学生、私の研究に協力してくださった方々に良い影響を受けてきたからです。これからの人生においても研究活動にて培った学びの姿勢を忘れず、自分の考えを持ち続けたいと思います。