### 自治体における効果的な情報発信媒体に 関する調査研究報告書

2021年3月 公益財団法人 東京市町村自治調査会

# 概要版



### 自治体における効果的な情報発信媒体に関する調査研究 概要版

#### 1 自治体の情報発信を取り巻く状況

- 情報通信機器の世帯保有率の構成は近年大きく変化しており、スマートフォンやタブレット端末の保有率は増加傾向で推移。
- インターネットの普及やICTの発展により、日常生活の中で情報発信のデジタル化が大きく進展。

ソーシャルネットワーキングサービス (SNS) 等のアプリケーション・サービスの利用があらゆる世代で浸透。

● 都内自治体のSNSの活用状況は、全区市町村においてはTwitterが最も多く91.9%、次いでFacebookとYouTubeがともに72.6%、Instagramが30.6%、LINEが25.8%。

多摩・島しょ地域ではTwitterの活用率は約9割にのぼる一方、FacebookやYouTubeの活用率においては区部に比べ30ポイント近く低い。

◆ 全国の自治体広報紙の配布方法は、自 治会・町内会(区長等も含む)が最も 多く7割超。

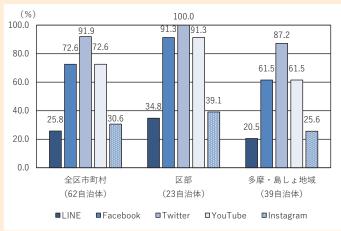
一方で、新聞折り込みはわずかながら 減少傾向がみられる。これは新聞購読 者数の減少が関係していると考えられ る。

#### ■主要 SNS・アプリ等の国内利用率

	全年代 (n=1500)	10代 (n=142)	20代 (n=211)	30代 (n=253)	40代 (n=326)	50代 (n=278)	60代 (n=290)	男性 (n=758)	女性 (n=742)
LINE	86.9%	94.4%	95.7%	94.9%	89.3%	86.3%	67.9%	67.9%	88.8%
Twitter	38.7%	69.0%	69.7%	47.8%	33.4%	28.1%	9.3%	41.8%	35.4%
Facebook	32.7%	28.9%	39.3%	48.2%	35.9%	33.5%	12.1%	33.4%	32.1%
Instagram	37.8%	63.4%	64.0%	48.6%	32.5%	30.9%	9.3%	31.9%	43.8%
YouTube	76.4%	93.7%	91.5%	85.4%	81.3%	75.2%	44.8%	79.7%	73.0%

出典:総務省情報通信政策研究所「令和元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」より抜粋

#### ■都内自治体別 SNS 活用状況



(注) 目視確認 (2020年12月8日現在)

#### ■全国における広報紙の配布方法

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2013年度	2016年度
自治会・町内会	1,316	1,322	1,367	1,326	1,263	1,279
(区長等も含む)	(74.3%)	(75.4%)	(77.5%)	(77.5%)	(74.3%)	(74.7%)
シルバー人材センター	254	293	292	288	326	336
ンルバー人制ビンダー	(14.3%)	(16.7%)	(16.6%)	(16.8%)	(19.2%)	(19.6%)
新聞折り込み	149	148	148	144	130	128
利用がクルー	(8.4%)	(8.4%)	(8.4%)	(8.4%)	(7.6%)	(7.5%)
広報配布委員	90	84	85	195	229	224
(行政連絡員・行政協力員等も含む)	(5.1%)	(4.8%)	(4.8%)	(11.4%)	(13.5%)	(13.1%)
発送業者	252	288	290	223	191	205
(ポスティング等も含む)	(14.2%)	(16.4%)	(16.4%)	(13.0%)	(11.2%)	(12.0%)
郵送	458	538	623	712	777	736
野江	(25.8%)	(30.7%)	(35.3%)	(41.6%)	(45.7%)	(43.0%)
職員	217	272	283	258	271	287
140.貝	(12.2%)	(15.5%)	(16.0%)	(15.1%)	(15.9%)	(16.8%)
公共施設設置	-	-	619	839	926	977
(公民館等も含む)	(-)	(-)	(35.1%)	(49.1%)	(54.4%)	(57.1%)
店頭設置(駅、郵便局、金融機関、コ	166	216	220	459	561	650
ンビニ等を含む)	(9.4%)	(12.3%)	(12.5%)	(26.8%)	(33.0%)	(38.0%)
総数	1,772	1,754	1,764	1,710	1,701	1,712

出典:2016年度市区町村広報広聴活動調査(公益社団法人日本広報協会)

### 状況のまとめ

- ・自治体の情報発信における外部環境の大きな変化
- ・自治体情報発信のデジタル化拡大による可能性と課題
- ・自治体情報発信のあり方の見直しによる、住民に対する多様で効果的な情報発信の可能性

#### 2 多摩・島しょ地域における自治体情報発信の課題

#### (1) 現行の情報発信手段における伝達力の限界

住民側では、若い世代は自治体情報に触れる機会が乏しく、情報が住民の手元までリーチできていない点、また読み手に必要な情報と認識されていない点が課題である。自治体側は、広報紙の配布方法の8割がポスティングだが、費用が高額になることや配布業者の確保の難しさなどに不安がある。

また、SNSで積極的に情報発信しているものの、登録者数の伸び悩みの声も聞かれる。自治体によるTwitterの活用は9割近くにのぼる一方、公式Twitterから情報を受け取った住民は5.1%にとどまる。

#### ス防ン災 合直 せ接 情そ報の の近 報の 対かり 7村公式 村公式 や見た して話 紙 村公 板 電子 (式専用 むら 紙 式 聞グ 聞ル てに が媒た体 が媒た体 かに流れ のお聞住 いまてい )の市町 才 か )内はサンプル数

0.2 56.5 18.2

■自治体情報の受信状況(抜粋)

出典:住民アンケート

0.3 12.7

18.6

#### (2) 新たな媒体の登場に対する庁内広報体制の対応

58.8

全体 (20,000)

デジタルによる情報発信の魅力は即時性と情報拡散性だが、紙媒体を想定した決裁ルールでは、迅速な発信・回答ができない可能性がある。SNS は安価に情報を広められる反面、インターネット上のトラブルのリスクもあり、公的立場の SNS 運用は注意とスキルを要する。

11.9 14.8 3.2 1.8 5.1 1.0 2.4 1.3

また、広報部署の人員不足を感じている自治体が半数を超えており、新しい情報発信媒体の導入は業務負担が増し、積極的にはなりにくい。

#### (3)情報を受け取る側の情報格差や社会インフラ

高齢者の中にはSNSを日常的に使いこなす人もいれば、強い抵抗感をもつ人もおり、情報通信機器に対するリテラシーは二極化している。デジタル化に対し、セキュリティ面の不安を感じている人は少なくない。多くの人は不安を認めつつ利便性が勝っている状態である。

緊急時は即時性に優れるデジタル媒体に期待される反面、情報通信網が寸断された場面では情報発信手段が絶たれるリスクがある。

#### ■デジタル情報のセキュリティ に対する不安



出典:住民アンケート

#### (4) 広報行政が抱える評価方法の難しさ

広報部署が関与できない外部要因が複雑に絡み合い成果に帰結するため、因果関係の説明は難しい。また、厳格な広報事業の評価は作業自体が負担であり、広報活動の妨げになるという声も聞かれるが、目標と現状とのズレを把握する手段を持ち合わせていないと住民不在の広報となり、住民の広報離れの原因となる可能性もある。

取組の 方向性

- ①媒体の長所やターゲットの傾向を理解し目的に適った情報発信をいかに再構築するか
- ②新しい媒体の特性を活かせる運用体制をどのように構築していくか
- ③デジタル化が情報格差を生まないためにどのような対策を講じるか
- ④広報業務を通じたマネジメント体制をどのように構築するか

#### 3 ヒアリング調査

ヒアリング対象団体	ポイント
広島県呉市	広報紙において市内で頑張っている若者を記事に取り上げ、インタ
以母宗夬川	ビュー動画と連携させている
<b>本</b> 白月	地元フリーペーパー、百貨店、薬局など市役所以外の施設等を活用した
奈良県生駒市	情報発信を行っている
千葉県千葉市	自治体が持っている個人情報を有効に活用し、住民一人ひとりに合った
丁朱乐丁朱巾	サービスの通知に取り組んでいる
東京都渋谷区	広報紙、SNS など、アナログ・デジタル問わずさまざまな媒体を活用し
<b>果水即次省区</b>	て住民に情報を発信している
東京都杉並区	広報戦略を策定し、広報専門監とともに全庁で情報発信に取り組んでい
<b>米水即炒业区</b>	る
東京都三鷹市	デジタル社会を見据えたビジョンを策定し、情報のデジタル化に対する
<b>米水即二鳥</b> 巾	取組を検討している
株式会社ホープ	スマートフォンでの閲覧に適した電子版広報紙を掲載するサービスを展
休式去社小一ノ	開している
LINE 株式会社	住民があらかじめ登録した分野の情報を届けることができる自治体向け
LINE 休式云社	アカウントを提供している

#### 4 提言

#### 提言 1 | 広報の目的やターゲットに即した情報発信媒体のベストミックス

#### (1) 各媒体の役割の見直し

増える媒体を同等に扱うのではなく、その媒体で「誰に何を伝えるか」を意識して媒体ごとの運用 ルールを定めれば効率化が可能。

#### (2)対象に適した媒体を選択

対象者の年齢や性別、同居者の状況、デジタル親和性などによって好まれる媒体が異なるため、選択時には考慮する必要がある。

#### (3) 情報の種類に適した媒体を選択

手続きや申請、イベント情報等の平常時の情報や災害情報等の緊急時の情報など、情報の種類によって適した媒体や望ましい発信方法がある。

#### (4) 特性を理解した媒体選択

媒体にはそれぞれ強みと弱みがあり、特性を理解した活用方法が望まれる。即時性に優れたデジタル媒体と誰にでも伝わりやすいアナログ媒体を組み合わせるなども考えられる。

#### (5) 外部の媒体やツールの有効活用

地域のメディアや民間施設など、より住民に届きやすいものであれば、自治体が管理している媒体 以外の活用も視野に入れる。

#### ■ (2) ~ (5) に基づくベストミックスのイメージ

(★は充実が望まれる媒体)

情報カテゴリー	対象の区分		特に望まれる情報提	媒体		段階と活用媒体				
1月報 カテコリー	不特定	特定	供のあり方	%¥1Ф	認識させる	詳しく理解させる	行動させる	その他		
				広報紙 (紙)	0 -			エスニック・メディア		
行政一般情報	0		・モバイル機器から 見られる	SNS、市町村メール配信	* -					
1]以一放旧報			<ul><li>検索ができる</li><li>紙で受け取れる</li></ul>	ケーブルテレビ 、コミュニティFM、公式アブリ	0 -			との連携		
				公式ホームページ		<b>→</b> 0	*			
			- + / + Me DD / - >	SNS、市町村メール配信	* -		0			
参加呼びかけ・募集に		0	・モバイル機器から 見られる	広報紙 (紙)	0 -			民間施設の配置協力、		
関する情報			<ul><li>紙で受け取れる</li><li>検索ができる</li></ul>	回覧板・チラシ	0 -			民間媒体との連携		
				公式ホームページ		<b>→</b> ○	*			
			見られる・検索ができる	広報紙(紙)、通知文(通知書)	0 -			民間施設の配置協力、 民間媒体との連携		
手続き・申請に関する		0		ケーブルテレビ 、コミュニティFM、動画配信	0 -	*				
情報				SNS、市町村メール配信	* -	(())	(())			
				公式ホームページ		<b>→</b> ○	*			
			・モバイル機器から 見られる	SNS、市町村メール配信	* -	0	0			
いざというときに備え るための情報	0	0	・リアルタイムで知 らせてくれる	広報紙 (紙)	0 -			エスニック・メディア との連携		
						<ul><li>検索ができる</li></ul>	公式ホームページ		<b>→</b> ○	0
						防災無線	o <b>–</b>			
緊急時にリアルタイム で配信する情報		0	・リアルタイムで知 らせてくれる ・モバイル機器から 見られる ・検索ができる	緊急速報エリアメール	0 -	0		民間媒体との災害協定		
	0			SNS、市町村メール配信	* -	0	0			
				ケーブルテレビ 、コミュニティFM、公式アプリ	0 -					
				公式ホームページ		<b>→</b> ○	0			

#### 提言2 | 新たな媒体の特性を活かせる庁内体制づくり

(1) デジタル媒体に適した業務フローの見直し

情報発信媒体の変化に合わせて、庁内の確認・決裁の流れについても見直しを図る。

(2) 運用リスク対策としてガイドライン・マニュアルの作成

未整備の自治体は早急に整備し、運用している自治体も定期的に見直し、職員への浸透を図る。

(3) 職員に対する利用可能なメディアの周知浸透

職員が媒体特性や活用方法を理解できていない可能性があるため、最新のフォロワー数などを周知。

#### 提言3 | 情報が伝わりにくい住民へのサポート

(1) デジタルリテラシーが二極化している高齢者に向けた教育・サポート

希望する高齢者に公民館等を利用し、スマートフォン等でのアプリケーションの使用方法を教授。

(2) 障害者の異なるニーズに応じたマルチリソースの確保

視覚障害の場合、点字、拡大文字、音声の3大文字による情報提供ができることが望ましい。

(3) 民間団体と連携した外国人への情報支援

庁内職員で翻訳が難しい場合は、外部の有償ボランティア等の協力を仰ぐ必要がある。

(4) 地域におけるネットワークの確保

非常時に情報を取得しにくい高齢者に情報を伝達してくれるよう、地域のセーフティネットを強化。

#### 提言 4 | 適切な事業評価と改善のマネジメントサイクルによる情報発信の効率化

(1)情報伝達の各段階に着目した効果測定

単に最終的な結果だけに着目するのではなく、各段階の達成状況をモニタリングすることが重要。

(2) SNS等は容易に取得できるデータを活用

デジタル媒体は閲覧数や登録者数、いいねの数などモニタリングできる指標を次の施策に活用。

(3)情報発信業務の標準化及び運用スキルの向上

リスクの回避策として運用マニュアルを整備し、個々の職員の判断に依存しすぎない仕組みが重要。

(4)ニーズに即した情報とわかりやすい情報で問合せの削減と満足度の向上

情報発信の波及効果を幅広く捉えることにより、庁内の業務の効率化に寄与。

# 本編



### 目 次

第1章	章 調査研究の背景・目的
1	背景·目的 ···································
2	調査研究概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
第2章	章 自治体情報発信を取り巻く状況······7
1	全国におけるインターネットやスマートフォン等の普及状況8
2	主要SNS・アプリ等の利用状況 ······ 10
3	全国における自治体広報媒体の状況
4	都内における自治体SNSの活用状況
5	多摩・島しょ地域の人口
第3章	章 多摩・島しょ地域における自治体情報発信の現状
1	アンケート及び関係団体ヒアリング調査の概要
2	自治体アンケート
3	住民アンケート43
第4章	章 先進事例調査分析 71
1	若い世代に読まれる広報紙づくりの取組例(広島県呉市)······72
2	ターゲットに近い民間施設等も利用して効果的に情報発信(奈良県生駒市) 74
3	行政が一人ひとりに合った利用可能なサービスを情報発信(千葉県千葉市) 77
4	紙の広報とSNSの積極活用の取組例(東京都渋谷区) 79
5	広報戦略を策定し広報専門監を中心にスキルアップを図る(東京都杉並区) 81
6	デジタル社会を見据えたビジョン策定(東京都三鷹市) 84
7	マチを好きになるアプリ「マチイロ」の運営(株式会社ホープ) 86
8	自治体向け無料アカウント「地方公共団体プラン」を提供(LINE株式会社) 88
第5章	章 有識者ヒアリング調査
1	東海大学 文化社会学部広報メディア学科教授 河井孝仁氏 92
	(マーケティングを取り入れた行政広報戦略)
2	公益社団法人日本広報協会 調査・企画部部長 藤本勝也氏 94
	(全国の広報から見る自治体広報の役割と目指す姿)
3	老テク研究会 事務局長 近藤則子氏 96
	(高齢者の情報格差解消に向けて)
	章 考察と課題の整理99
1	アンケート調査及びヒアリング調査結果からの考察 100
2	多摩·島しょ地域における自治体情報発信の課題 ····· 105

第7章	自治体情報発信手法の提言	107
提言の	)構成	108
提言 1	広報の目的やターゲットに即した情報発信媒体のベストミックス	109
提言 2	新たな媒体の特性を活かせる庁内体制づくり	124
提言3	情報が伝わりにくい住民へのサポート	126
提言 4	適切な事業評価と改善のマネジメントサイクルによる情報発信の効率化…	128
おわり	) {z	130

#### 報告書表記上の注意点

- ●報告書中の構成比は百分率 (%) で表示している。基数となるべき実数をサンプル 数またはnとして表記し、それを100%として算出した。
- ●報告書中の図表及び文中に表示している百分率は小数第二位を四捨五入しており、 四捨五入の関係で、構成比の合計が100%にならない場合がある。
- ●図表タイトルのSAはシングルアンサー、MAはマルチアンサーの略で、それぞれ単一回答、複数回答を意味している。
- ●回答が複数回答の場合は、構成比の合計が100%を超える場合がある。