



第2章 自治体情報発信を取り巻く状況

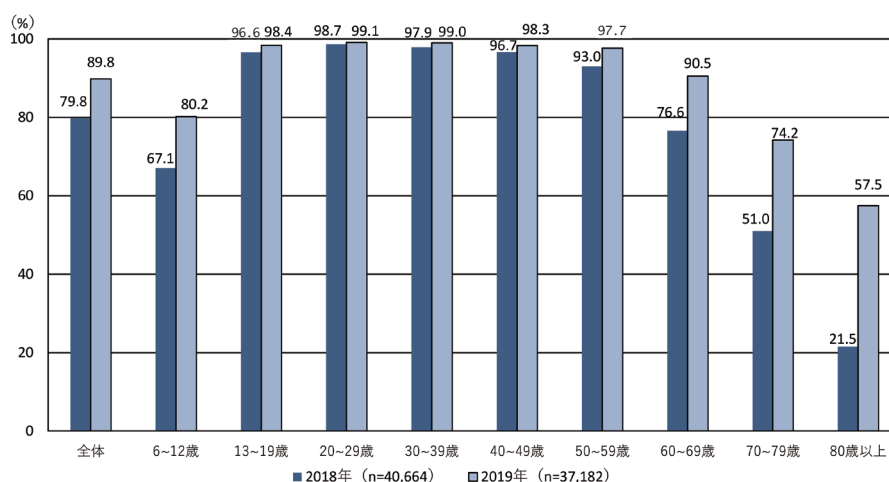
- 1 全国におけるインターネットやスマートフォン等の普及状況
- 2 主要 SNS・アプリ等の利用状況
- 3 全国における自治体広報媒体の状況
- 4 都内における自治体 SNS の活用状況
- 5 多摩・島しょ地域の人口

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

(1) 年齢階層別インターネット利用状況

年齢階層別にみたインターネットの利用状況は、2019年の13歳以上69歳以下で9割を超えている。70歳以上の利用率は低下するものの80歳以上でも57.5%と半数を超えており、2018年調査よりも普及してきている。全体で比較すると、2018年調査よりも10ポイント上昇している。

図表7 年齢階層別インターネットの利用状況

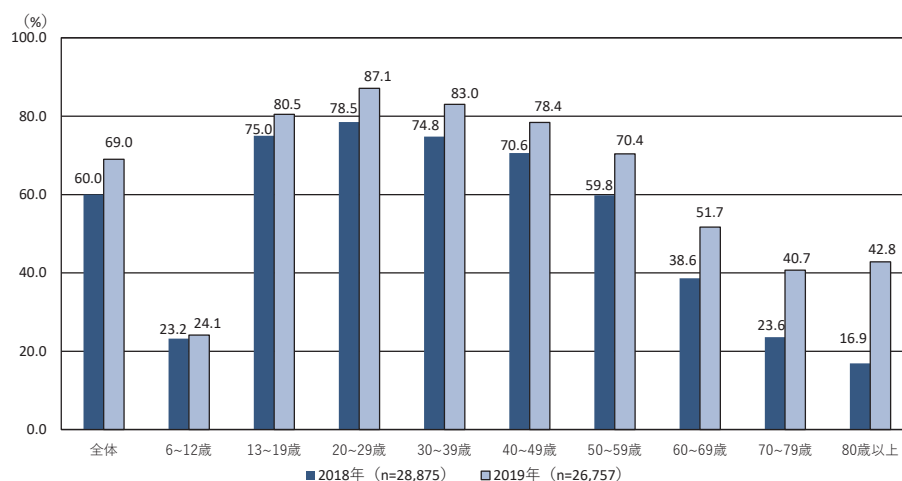


出典：令和元年通信利用動向調査（総務省）

(2) 年齢階層別SNSの利用状況

年齢階層別にみたSNSの普及率は2019年の13歳以上69歳以下の幅広い年齢層において5割を超える利用がみられ、70歳以上においても4割を超える。全体で比較すると2018年調査よりも9.0ポイント上昇している。

図表8 年齢階層別 SNS の利用状況



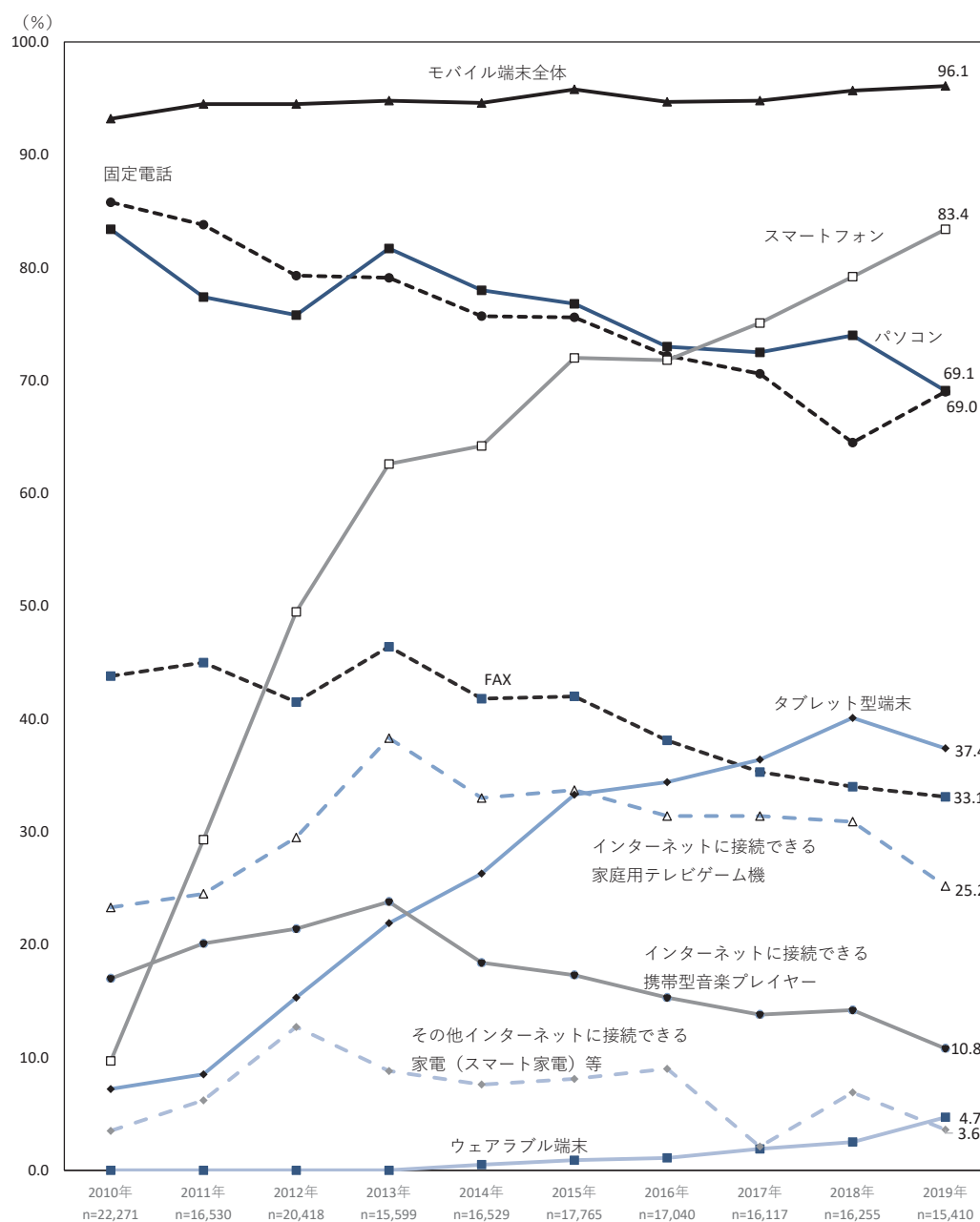
出典：令和元年通信利用動向調査（総務省）

(3) 情報通信機器の世帯保有率の推移

固定電話とパソコンは、年によっては割合が増加に転じた年もあるものの、10年間のトレンドとしては概ね減少傾向にある一方、スマートフォンとタブレット型端末は増加傾向で推移している。中でもスマートフォンは2017年以降固定電話やパソコンを上回り、2019年で83.4%にのぼる。

モバイル端末（携帯電話、PHS及びスマートフォン）全体では9割を超えて高い水準で推移している。

図表9 情報通信機器の世帯保有率の推移



出典：令和元年通信利用動向調査（総務省）

2 主要SNS・アプリ等の利用状況

(1) 主要SNS・アプリ等の国内利用率

全年代のLINEの利用率は86.9%で最も高く、年代別にみても各年代で最も利用率が高い。Twitterの利用率は、10代・20代の若年層で利用率が約7割と高くなっている。同様にInstagramも10代・20代の利用率が6割を超えている。また男女で比べると女性の利用率が10ポイント以上高い。

これに対しFacebookは10代・20代よりも30代の利用率が高い。

YouTubeは全年代で比較すると、LINEに次ぐ利用率の高さで、年代別では10代・20代で9割を超える。

図表10 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

(2) SNS・アプリ等の特徴

SNSは機能や特徴から、いくつかの類型に分類することができる。ひとつは会員同士の投稿の共有が中心のSNSで、FacebookやTwitterなどが該当する。これに対し、会員同士のメッセージのやり取りが中心のものもあり、代表はLINEである。投稿写真によるコミュニケーションを行うものではInstagramなどが該当する。同様に動画によるものがYouTubeなどである。

各SNS・アプリの特徴は以下のとおりである。

図表11 各 SNS・アプリ等の特徴

名称	特徴
LINE	無料で利用できる。メッセージを送信してチャット形式で友達やグループ、職場のチームなどでつながり、やり取りすることができる対話型 SNS。
Twitter	無料で利用できる。ツイート（つぶやき）が 140 文字以内という手軽さからも国内の若年層の利用が多くなっている。著名人の拡散目的の投稿にも活用されていて、個人が複数アカウントを所有し、ビジネスや趣味など目的ごとに使い分けることができる。
Facebook	無料で利用できる。原則実名登録が必要。個人情報の開示と制約の多さから手軽な SNS とは言えず、高い年齢層向けのサービスになりつつある。
Instagram	無料で利用できる。Facebook 傘下のスマホ用写真共有アプリ。
YouTube	無料で利用できる。Google が提供する動画共有サービス。世界最大の動画投稿型 SNS。利用者は、個人から企業、著名人や政治家まで幅広い。

3 全国における自治体広報媒体の状況

(1) 広報紙の配布状況

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割を超える。近年、公共施設設置（公民館等も含む）が割合を伸ばしてきており、2016年度では5割を超えている。同様に店頭設置（駅、郵便局、金融機関、コンビニ等を含む）やシルバー人材センターも概ね割合を伸ばしている。

一方、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。

図表12 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 (区長等も含む)	1,316 (74.3%)	1,322 (75.4%)	1,367 (77.5%)	1,326 (77.5%)	1,263 (74.3%)	1,279 (74.7%)
シルバー人材センター	254 (14.3%)	293 (16.7%)	292 (16.6%)	288 (16.8%)	326 (19.2%)	336 (19.6%)
新聞折り込み	149 (8.4%)	148 (8.4%)	148 (8.4%)	144 (8.4%)	130 (7.6%)	128 (7.5%)
広報配布委員 (行政連絡員・行政協力員等も含む)	90 (5.1%)	84 (4.8%)	85 (4.8%)	195 (11.4%)	229 (13.5%)	224 (13.1%)
発送業者 (ポスティング等も含む)	252 (14.2%)	288 (16.4%)	290 (16.4%)	223 (13.0%)	191 (11.2%)	205 (12.0%)
郵送	458 (25.8%)	538 (30.7%)	623 (35.3%)	712 (41.6%)	777 (45.7%)	736 (43.0%)
職員	217 (12.2%)	272 (15.5%)	283 (16.0%)	258 (15.1%)	271 (15.9%)	287 (16.8%)
公共施設設置 (公民館等も含む)	- (-)	- (-)	619 (35.1%)	839 (49.1%)	926 (54.4%)	977 (57.1%)
店頭設置(駅、郵便局、金融機関、コ ンビニ等を含む)	166 (9.4%)	216 (12.3%)	220 (12.5%)	459 (26.8%)	561 (33.0%)	650 (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）

（注）複数回答、無回答あり。

(2) 全国における自治体SNSの種類別活用状況

一般社団法人日本広報協会の調査によれば、2018年度において、全国の自治体が庁内で活用している（広報課か他の課かを問わない）割合が最も高いSNSはFacebookで81.4%、次いでYouTubeが69.6%、Twitterが53.0%、Instagramが38.2%、LINEが17.6%の順となっている。いずれも活用率は概ね前年度よりも上昇している。

広報課において活用が多いSNSもFacebookで58.1%、次いでYouTubeが50.7%、Twitterが34.7%などの順となっている。

図表13 全国における自治体SNSの種類別活用状況

		2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
Twitter	活用している	441 (24.9%)	561 (33.0%)	616 (35.9%)	710 (41.4%)	760 (44.4%)	825 (48.1%)	913 (53.0%)
	広報課で活用	301 (17.0%)	385 (22.6%)	428 (24.9%)	449 (26.2%)	500 (29.2%)	538 (31.4%)	598 (34.7%)
	他の課で活用	191 (10.8%)	278 (16.3%)	306 (17.8%)	351 (20.5%)	411 (24.0%)	484 (28.2%)	565 (32.8%)
Facebook	活用している	387 (21.9%)	754 (44.3%)	944 (54.9%)	1,150 (67.1%)	1,278 (74.6%)	1,362 (79.4%)	1,403 (81.4%)
	広報課で活用	212 (12.0%)	458 (26.9%)	597 (34.7%)	648 (37.8%)	882 (51.5%)	950 (55.4%)	1,001 (58.1%)
	他の課で活用	206 (11.7%)	425 (25.0%)	548 (31.9%)	740 (43.2%)	719 (42.0%)	812 (47.3%)	906 (52.6%)
LINE	活用している	- (-)	- (-)	103 (6.0%)	203 (11.8%)	178 (10.4%)	228 (13.3%)	304 (17.6%)
	広報課で活用	- (-)	- (-)	59 (3.4%)	73 (4.3%)	92 (5.4%)	113 (6.6%)	170 (9.9%)
	他の課で活用	- (-)	- (-)	50 (2.9%)	69 (4.0%)	91 (5.3%)	131 (7.6%)	167 (9.7%)
YouTube	活用している	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	1,005 (58.7%)	1,128 (65.7%)	1,199 (69.6%)
	広報課で活用	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	741 (43.3%)	813 (47.4%)	874 (50.7%)
	他の課で活用	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	391 (22.8%)	473 (27.6%)	541 (31.4%)
Instagram	活用している	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	183 (10.7%)	412 (24.0%)	658 (38.2%)
	広報課で活用	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	71 (4.1%)	194 (11.3%)	350 (20.4%)
	他の課で活用	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	116 (6.8%)	244 (14.2%)	394 (22.9%)
総数		1,768	1,701	1,718	1,714	1,712	1,716	1,723

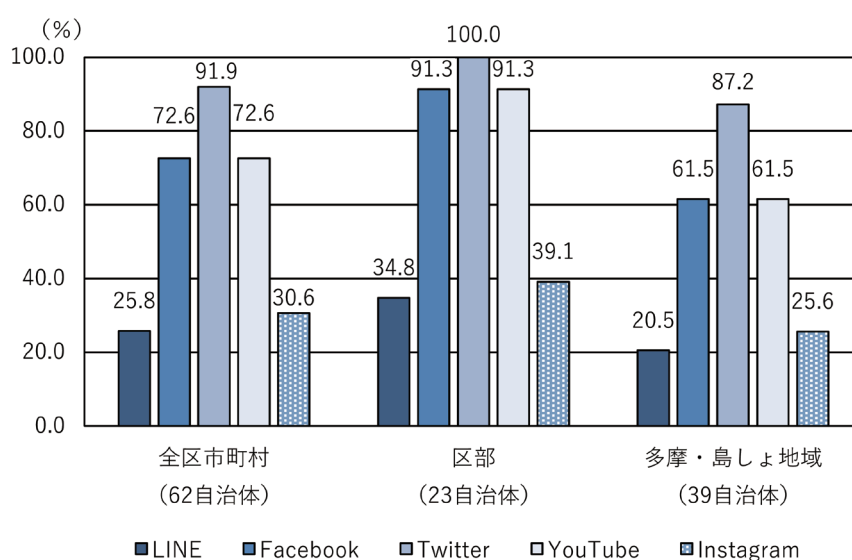
出典：2018年度市区町村広報広聴活動調査（公益社団法人日本広報協会）

4 都内における自治体SNSの活用状況

都内自治体のSNSの活用状況をみると、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%の順となっている。

区部と多摩・島しょ地域を比較すると、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ポイント近く低くなっており、Twitter以外の媒体の活用状況に大きな差がみられる。

図表14 都内自治体別 SNS 活用状況



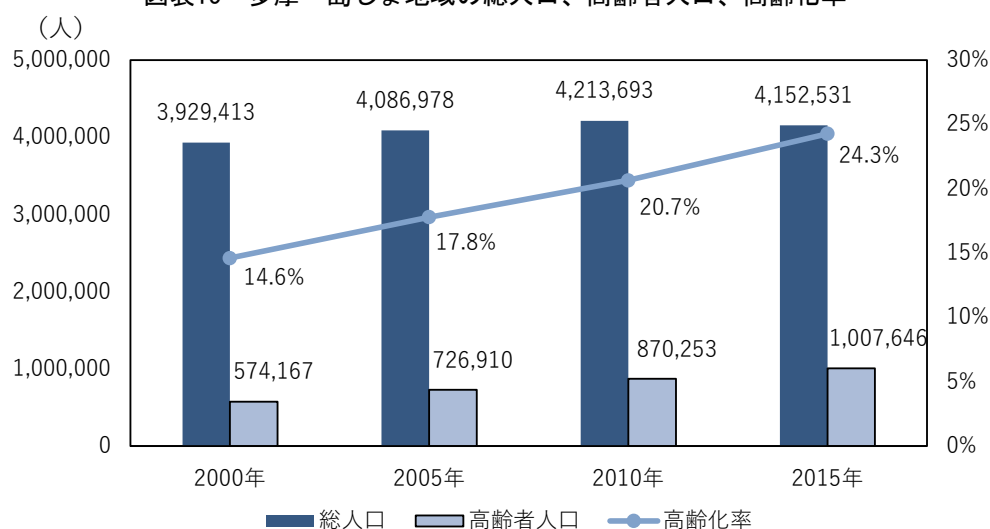
(注) 目視確認 (2020年12月8日現在)

5 多摩・島しょ地域の人口

(1) 総人口と高齢者人口及び高齢化率の推移

多摩・島しょ地域の総人口は2000年から2010年にかけて増加傾向にあったが、2010年から2015年にかけては減少に転じた。一方、65歳以上の高齢者人口は、総人口と異なり2010年以降も増加傾向が続き、高齢化率は2015年で24.3%と、約4人に1人が高齢者となっている。

図表15 多摩・島しょ地域の総人口、高齢者人口、高齢化率

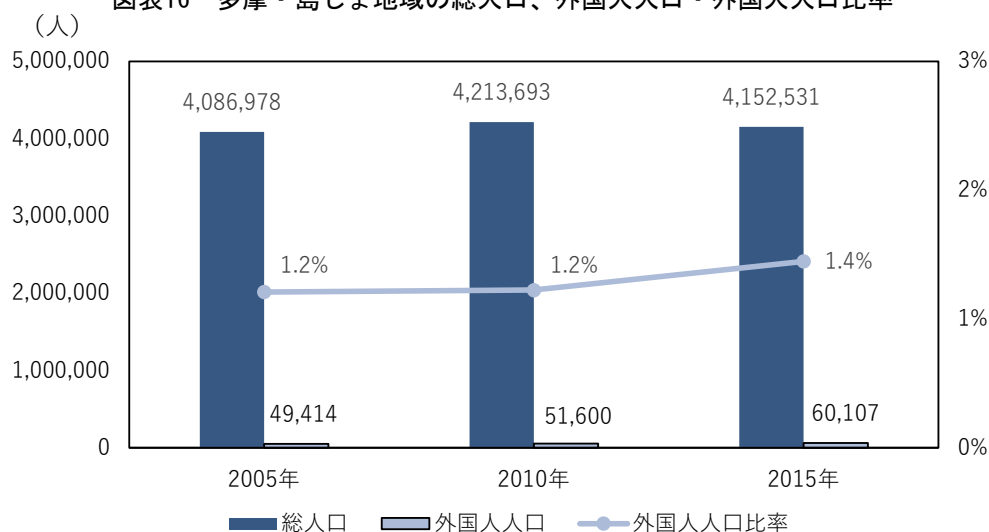


出典：国勢調査（各年10月1日現在）

(2) 外国人人口及び外国人人口比率の推移

外国人人口は2005年から2015年にかけて増加傾向で、総人口に占める外国人人口比率は2015年で1.4%となっている。

図表16 多摩・島しょ地域の総人口、外国人人口・外国人人口比率

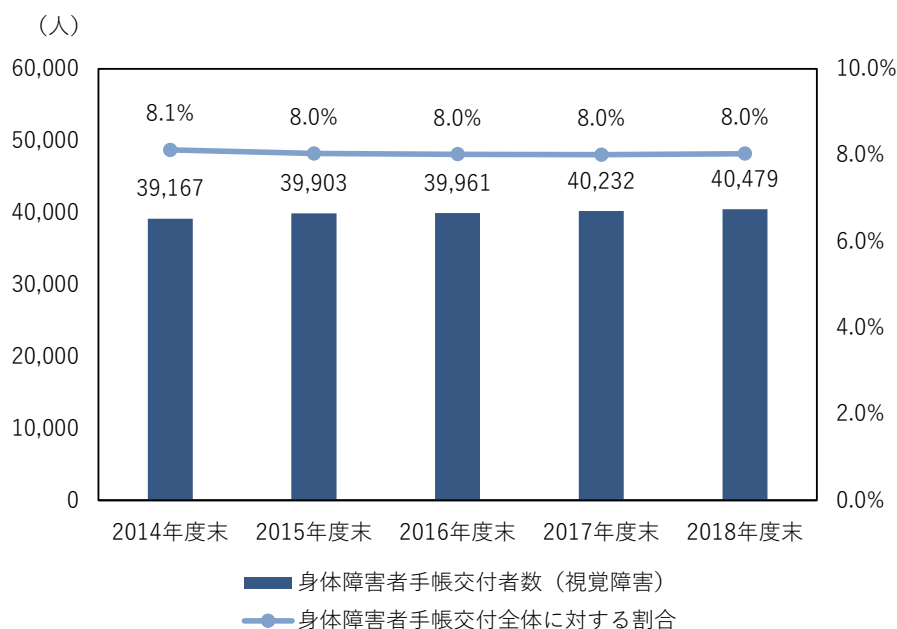


出典：国勢調査（各年10月1日現在）

(3) 視覚障害者数の推移

東京都全体における視覚障害の身体障害者手帳交付者数推計値は約40,000人とみられ、増加傾向にある。身体障害者手帳交付者全体に占める割合は約8.0%と考えられる。

図表17 視覚障害者数の推移（東京都全体）



出典：身体障害者手帳交付台帳登録状況（東京都心身障害者福祉センター・障害者施策推進部施設サービス支援課）

（注）2015年4月1日付八王子市の中核市移行に伴い、身体障害者手帳交付事務が八王子市に移管されたため、八王子市分は障害者施策推進部施設サービス支援課のデータにより全体の値を算出している。