

本編



目 次

第1章 調査研究の背景・目的	1
1 背景・目的	2
2 調査研究概要	5
第2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	12
4 都内における自治体SNSの活用状況	14
5 多摩・島しょ地域の人口	15
第3章 多摩・島しょ地域における自治体情報発信の現状	17
1 アンケート及び関係団体ヒアリング調査の概要	18
2 自治体アンケート	19
3 住民アンケート	43
第4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 有識者ヒアリング調査	91
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 (マーケティングを取り入れた行政広報戦略)	92
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 (全国の広報から見る自治体広報の役割と目指す姿)	94
3 老テク研究会 事務局長 近藤則子氏 (高齢者の情報格差解消に向けて)	96
第6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
おわりに	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。



第1章 調査研究の背景・目的

- 1 背景・目的
- 2 調査研究概要

1 背景・目的

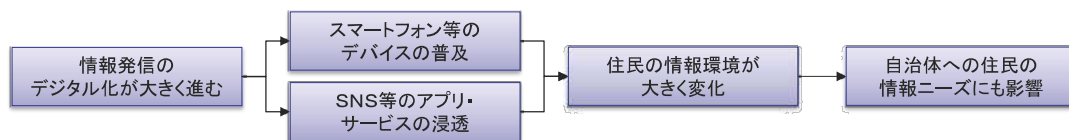
(1) 調査の背景

①自治体の情報発信における外部環境の大きな変化

今日、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んでいる。住民においてはスマートフォン等の通信デバイスが普及し、ソーシャル・ネットワーキングサービス（以下、SNS）等のアプリケーション・サービスの利用が浸透している。

住民をとりまく情報環境の大きな変化は、自治体情報についてのデジタル化やSNS等の利用等といった住民の情報ニーズにも影響を与えられられる。

図表1 自治体の情報発信における外部環境の大きな変化

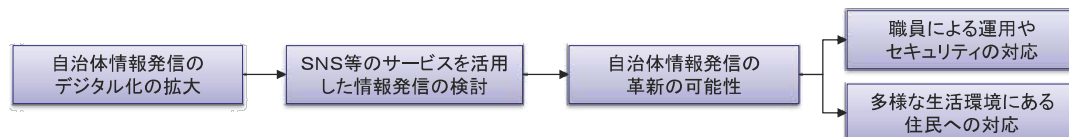


②自治体情報発信のデジタル化の拡大による可能性と課題

こうした外部環境の変化に対応し、自治体における情報発信のデジタル化拡大の検討が必要となっている。多様な情報発信手法の利用が可能となっており、ホームページだけでなく双方向性や即時性の高いSNS、プッシュ型メール等を活用した情報発信により、これまでにない効果が期待され、自治体の情報発信も革新される可能性がある。

一方で、情報発信を運用する職員の対応力やセキュリティ対策、また通信デバイスを使うことが難しい住民等への対応などの課題も考えられる。

図表2 自治体情報発信のデジタル化の拡大による可能性と課題



③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

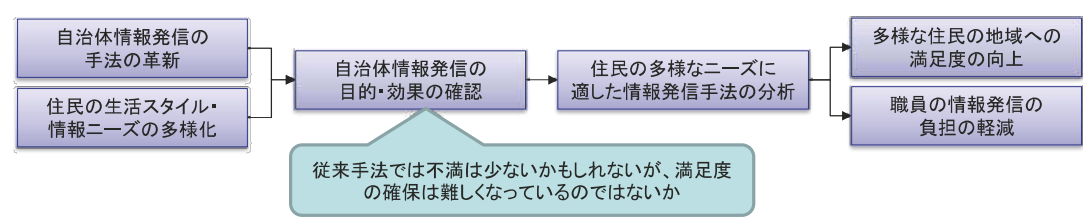
住民は、学生、単身者、夫婦、子育て世帯、シングルマザー・ファーザー、多世代同居、高齢者夫婦、単身高齢者、要介護者、外国人などこれまでになく多様化しており、自治体の情報に対するニーズも併せて多様化している。

一方、自治体の情報発信の手法は、広報紙はポスティングで配布したり、ホームページは広報紙の内容や行政資料の内容をそのまま掲載したりすることが主流である。しかしながら近年急速に普及しているSNSは文字数の制約や、写真や動画を中心とした情報発信が好まれるものなど、それぞれ特性があるため、これまでの情報発信のあり方はそのままに、SNS等の新たな媒体の導入を進めた場合、災害情報を即時伝達できるような効果はあるものの、情報の多くについては効果的に発信するのは難しいと考えられる。

自治体の情報発信は、住民に対して安心・安全や生活利便、困りごとへの支援、教育・文化の充実、産業活性、交流促進、地域の誇り・ロイヤルティ（愛着や信頼）の醸成等を目的としており、それにより住民の満足と幸せを目指している。しかし、住民の生活スタイル・ニーズの多様化が進む中で、従来の手法のままでは、自治体の発信する情報に対して、不満は少ないかもしれないが、地域に対する住民の満足度向上に資することは難しくなっていると考えられる。

そのため、情報発信の手法の革新を考える上では、その目的と効果を改めて見直す必要がある。そして従来の手法を含め、多様な情報発信手法の強みと弱みを整理し、自治体の情報発信の目的と住民ニーズに適した情報発信の手法の組合せを分析することが求められる。こうした一連の棚卸しを行うことにより、多様な住民に対する効果的な自治体の情報発信の可能性を見いだすことができると考えられる。また、先行する事例を研究することで、職員の負担が少なく、より浸透しやすい情報発信方法の発見の可能性もあると考えられる。

図表3 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) 調査の目的

調査の背景に基づき、本調査研究の目的を以下のように考える。

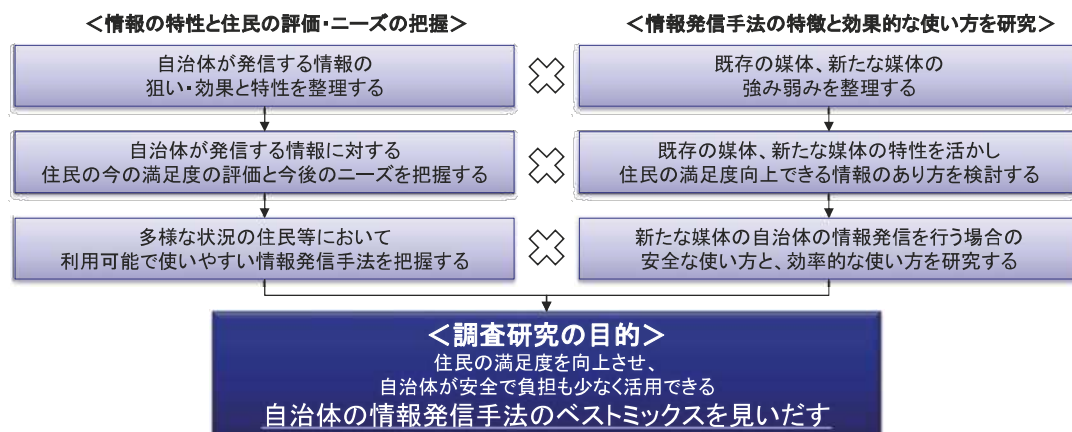
本調査研究は、自治体の情報発信により住民の満足度を高め、自治体にとって安全で負担の少ない情報発信手法として、従来の媒体も新たな媒体も組み合わせた「ベストミックス」を見いだすことを目的とする。なお、ここで指すベストミックスとは、各種媒体の組合せの中で望ましい選択のあり方を意味する。ベストミックスを考えるために、自治体が発信する情報を、ターゲット、情報の種類やその特性（緊急性や一覧性など）について、情報発信する行政側・受信する住民側それぞれの評価をもとに整理する。

住民については、現在の自治体の情報発信に対する満足度評価と今後の満足度向上につながる情報ニーズを把握する。加えて情報リテラシーが多様な住民のそれぞれが、よく使っている、使いやすい情報発信手法についても把握する。

情報発信手法については、既存の媒体と新たな媒体の特性としての強みと弱みを整理する。そして、その特性を活かして住民の満足度の向上に資する情報発信手法を検討する。

さらに新たな媒体を導入する際に懸念される自治体側における安全な使い方に加えて、従来よりも負担の少ない活用方法についても研究する。こうした調査及び検討を踏まえ、本調査研究の目的を達成する。

図表4 調査研究の目的と調査研究方法

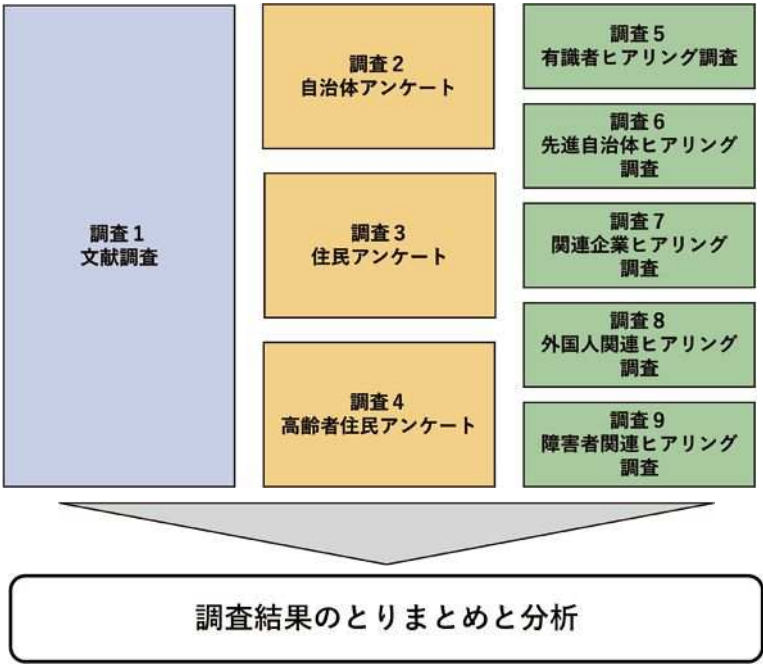


2 調査研究概要

本調査研究は、大きく文献調査、アンケート、ヒアリング調査で構成する。

このうち、住民アンケートはインターネットによる調査方法を主とするが、インターネットの利用に不慣れな高齢者層からの意見が収集できない可能性を勘案し、高齢者向けに郵送によるアンケート調査（調査4）も行った。同様に住民アンケートでは出現率が低く把握することが難しい多摩・島しょ地域在住の外国人や障害者の意見は、ヒアリング調査（調査8・調査9）により補足した。各調査の概要は以下のとおりである。

図表5 調査の枠組み



図表6 各調査の概要

調査1 文献調査	
調査対象	各種論文、寄稿、情報通信白書など
調査2 自治体アンケート	
調査対象	多摩・島しょ地域の39市町村
調査方法	広報担当部署へメールで配付・回収
調査期間	2020年7月13日～7月31日
調査結果	配付数39件 回収数39件

調査3 住民アンケート	
調査対象	多摩・島しょ地域在住者
調査方法	インターネットアンケート。はじめにスクリーニング調査を行い、1年以内に自治体から情報を受け取った方を対象に本調査を実施。
調査期間	スクリーニング調査：2020年8月4日～8月17日 本調査：2020年8月4日～8月18日
調査結果	スクリーニング調査回答者 20,000 件 本調査回答者 3,259 件
調査4 高齢者住民アンケート	
調査対象	65歳以上の多摩地域在住者（男女各30人）
調査方法	インターネット調査によるバイアスを回避するため、紙による調査票を配付回収。一部電話により聞き取り実施。
調査期間	2020年8月28日～8月31日
調査結果	配付数 60 件 回収数 60 件
調査5 有識者ヒアリング調査	
調査対象 及 び 調 査 日	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（2020年9月3日） 公益社団法人日本広報協会 調査企画部部長 藤本勝也氏（2020年9月4日） 老テク研究会 事務局長 近藤則子氏（2020年9月7日）
調査方法	面会によるヒアリング調査
調査6 先進自治体ヒアリング調査	
調査対象 及 び 調 査 日	●広島県呉市 総務部秘書広報課（2020年10月26日） ●奈良県生駒市 市長公室広報広聴課（2020年10月27日） ●千葉県千葉市 総務局情報経営部業務改革推進課（2020年10月26日） ○東京都渋谷区 経営企画部広報コミュニケーション課（2020年9月30日） ○東京都杉並区 総務部広報課（2020年11月25日） ○東京都三鷹市 企画部情報推進課（2020年11月13日）
調査方法	●オンラインによるヒアリング調査 ○面会によるヒアリング調査
調査7 関連企業ヒアリング調査	
調査対象 及 び 調 査 日	●株式会社ホープ（電子版広報紙サービス「マチイロ」の運営会社） （2020年10月6日） ○LINE 株式会社（2020年11月19日）
調査方法	●オンラインによるヒアリング調査 ○面会によるヒアリング調査
調査8 外国人関連ヒアリング調査	
調査対象	国分寺市国際協会、国分寺市人権平和課
調査方法	面会によるヒアリング調査
調 査 日	2020年11月13日
調査9 障害者関連ヒアリング調査	
調査対象	日本盲人社会福祉施設協議会（社会福祉法人東京点字出版所）
調査方法	面会によるヒアリング調査
調 査 日	2020年11月20日



第2章 自治体情報発信を取り巻く状況

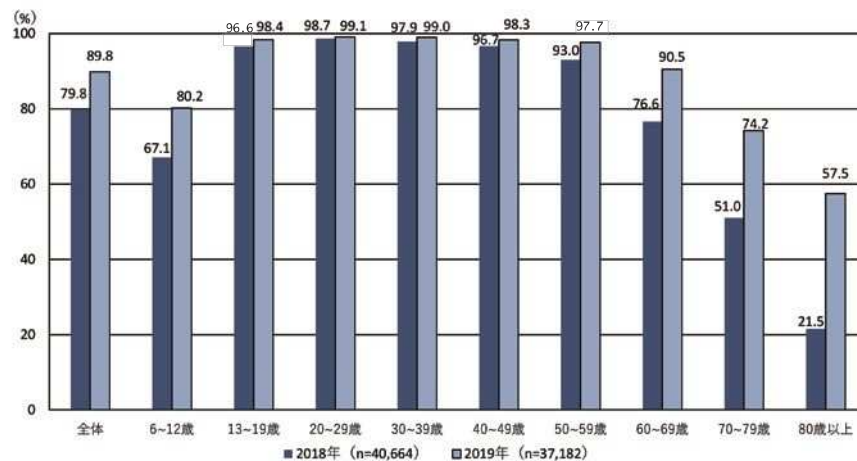
- 1 全国におけるインターネットやスマートフォン等の普及状況
- 2 主要 SNS・アプリ等の利用状況
- 3 全国における自治体広報媒体の状況
- 4 都内における自治体 SNS の活用状況
- 5 多摩・島しょ地域の人口

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

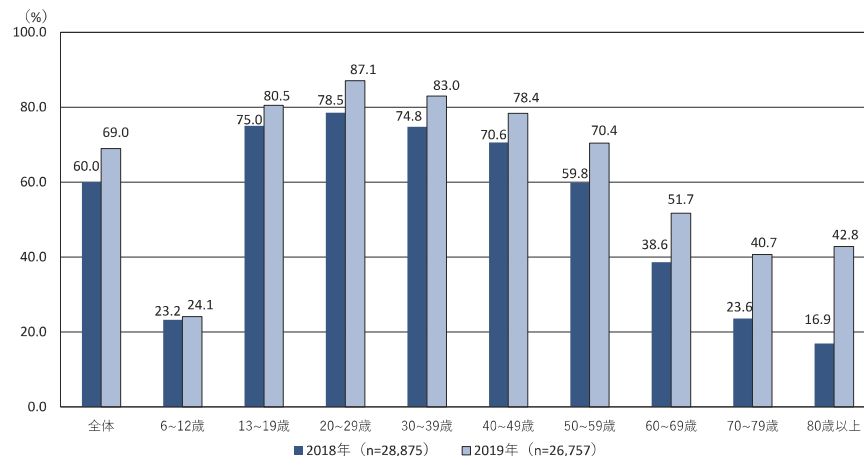


出典：令和元年通信利用動向調査（総務省）

(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



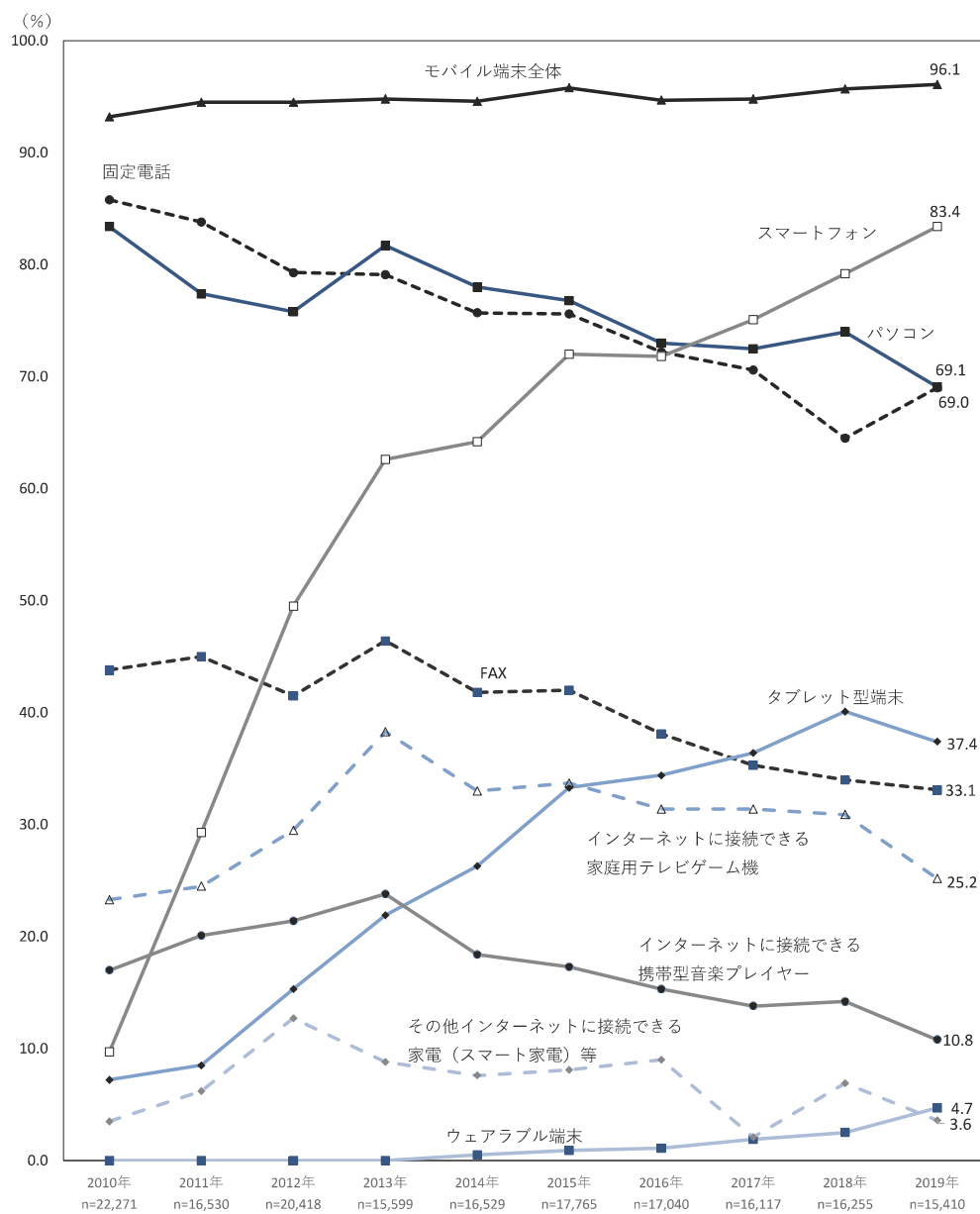
出典：令和元年通信利用動向調査（総務省）

(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

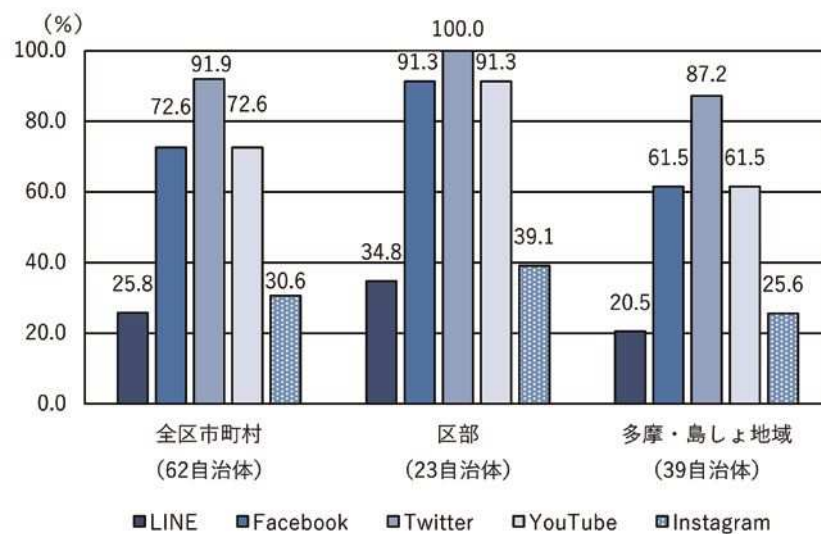
出典：2018年度市区町村広報広聴活動調査（公益社団法人日本広報協会）

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



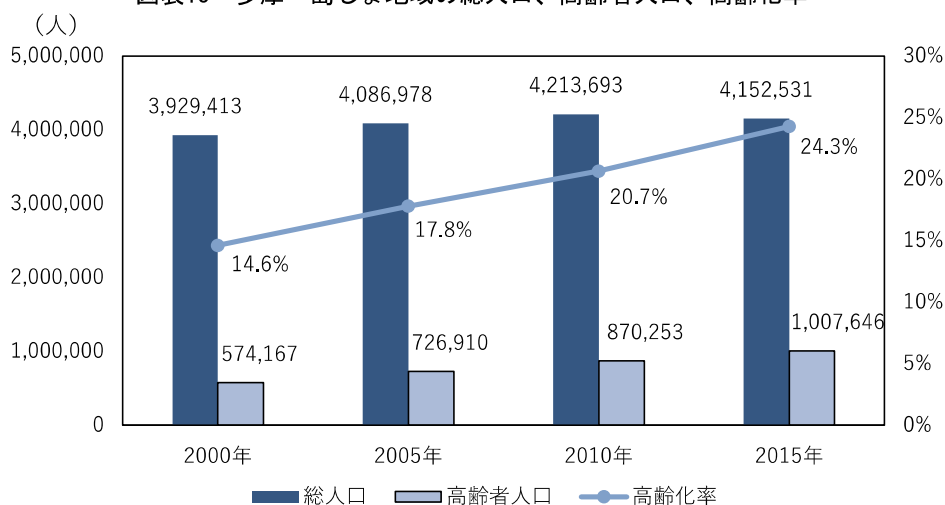
(注) 目視確認 (2020年12月8日現在)

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。

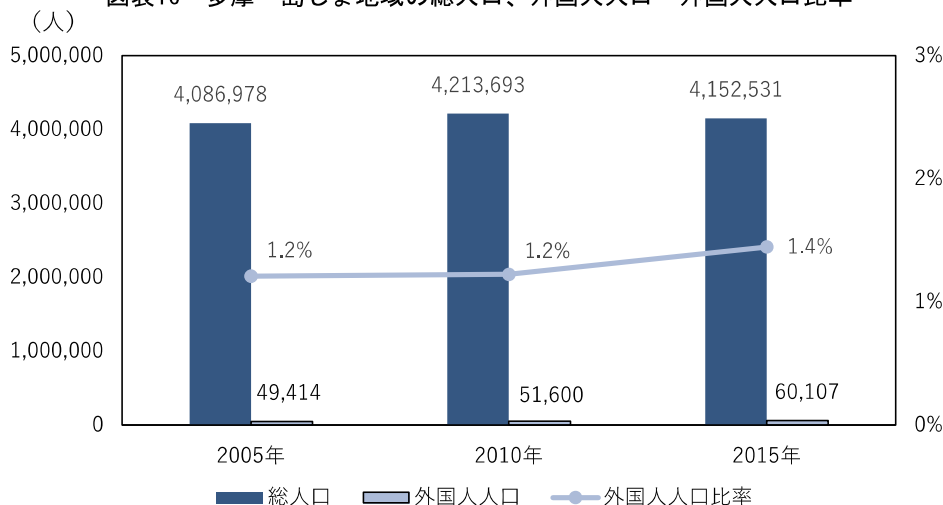
図表15 多摩・島しょ地域の総人口、高齢者人口、高齢化率



(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。

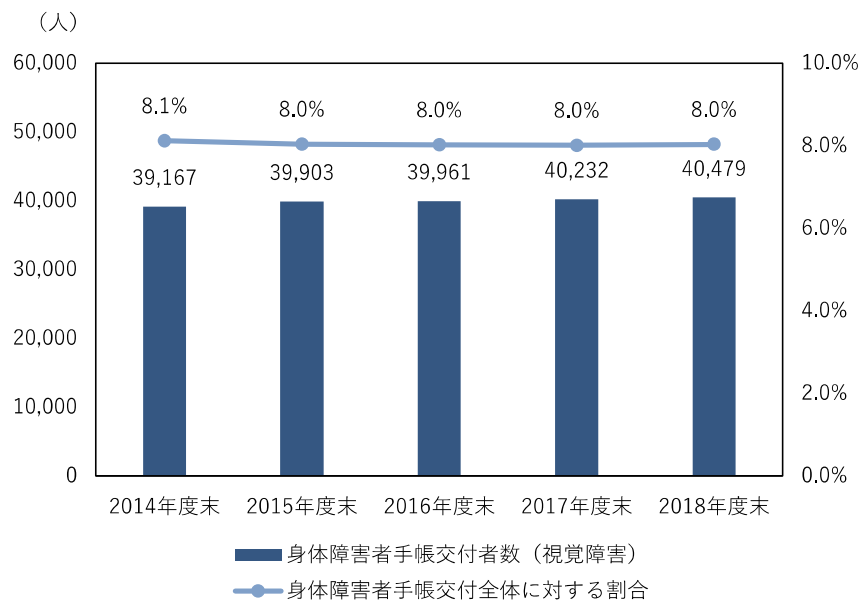
図表16 多摩・島しょ地域の総人口、外国人人口・外国人人口比率



(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。