
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。

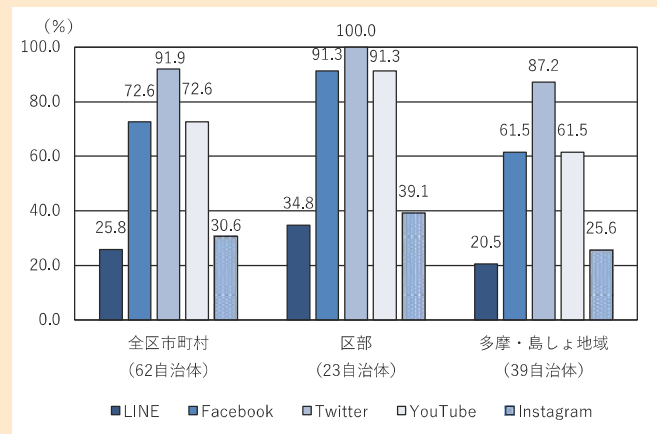
- 全国の自治体広報紙の配布方法は、自治会・町内会(区長等も含む)が最も多く7割超。
一方で、新聞折り込みはわずかながら減少傾向がみられる。これは新聞購読者数の減少が関係していると考えられる。

■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 (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、コンビニ等も含む)	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)

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。

■自治体情報の受信状況（抜粋）

	公式ホームページ	広報紙（電子版）	市町村からのメール配信（メールマガジン含む）	市町村公式LINE	市町村公式Facebook	市町村公式Twitter	市町村公式Instagram	市町村公式専用アプリ	動画配信	その他デジタル媒体で市町村からの情報を見た（聞いた）	広報紙（紙）	回覧板・チラシ	ケーブルテレビ	コミュニティFM（ラジオ）	防災無線（街なかには流れるアナウンス）	合衆した（役場に訪問して問合せした）	情報を見た（聞いた）	最近1年以内に市町村からの情報を見ていない
全体（20,000）	58.8	11.9	14.8	3.2	1.8	5.1	1.0	2.4	1.3	0.2	56.5	18.2	4.6	1.0	18.6	3.3	0.3	12.7

出典：住民アンケート

(2) 新たな媒体の登場に対する庁内広報体制の対応

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。

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、インタビュー動画と連携させている
奈良県生駒市	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も有効に活用し、住民一人ひとりに合った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供のあり方	媒体	段階と活用媒体			その他
	不特定	特定			認識させる	詳しく理解させる	行動させる	
行政一般情報	○		・モバイル機器から見られる ・検索ができる ・紙で受け取れる	広報紙（紙）	○			エスニック・メディアとの連携
				SNS、市町村メール配信	★			
				ケーブルテレビ、コミュニティFM、公式アプリ	○			
				公式ホームページ		○	★	
参加呼びかけ・募集に関する情報		○	・モバイル機器から見られる ・紙で受け取れる ・検索ができる	SNS、市町村メール配信	★		○	民間施設の配置協力、民間媒体との連携
				広報紙（紙）	○			
				回覧板・チラシ	○			
				公式ホームページ		○	★	
手続き・申請に関する情報		○	・お知らせ情報から申込・手続きできる ・モバイル機器から見られる ・検索ができる	広報紙（紙）、通知文（通知書）	○			民間施設の配置協力、民間媒体との連携
				ケーブルテレビ、コミュニティFM、動画配信	○	★		
				SNS、市町村メール配信	★	（○）	（○）	
				公式ホームページ		○	★	
いざというときに備えるための情報	○	○	・モバイル機器から見られる ・リアルタイムで知らせてくれる ・検索ができる	SNS、市町村メール配信	★	○	○	エスニック・メディアとの連携
				広報紙（紙）	○			
				公式ホームページ		○	○	
緊急時にリアルタイムで配信する情報	○	○	・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	防災無線	○			民間媒体との災害協定
				緊急速報エリアメール	○	○		
				SNS、市町村メール配信	★	○	○	
				ケーブルテレビ、コミュニティFM、公式アプリ	○			
				公式ホームページ		○	○	

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。

