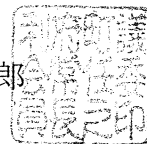




平成29年9月15日

利府町議会議長 櫻井 正 人 殿

総務財務常任委員長 吉 岡 伸二郎



委員会調査報告書

本委員会で調査した事件について、利府町議会会議規則第72条の規定により、別紙のとおり報告します。

総務財務常任委員会調査報告書

1 調査事件

インターネットを活用した情報発信について

2 調査目的

社会環境や情報技術環境の進歩により地域住民が地方自治体の情報化に対し、求めるニーズも大きく変化している。

インターネットによる情報発信の中でも、とりわけSNS（ソーシャルネットワークワーキングサービス）は近年著しく利用者が増加し注目を集めている。多くの企業、団体が様々な活用を試みており、自治体でも活用が広がっている。

ホームページ、広報紙、メールマガジン等の従来の手法では、行政が住民に一方的に情報を発信しており、住民の意向を把握するには、別途調査が必要となる。SNSを活用することによってこれらを一体で行うことができ、効率的な行政運営が可能となる。団塊世代の高齢者が急増するなど地域社会には豊富な人的資源が埋蔵されている。これら人的資源を発掘活用しつつ、行政と住民の「新しい公共」を育てるコミュニケーションツールとして、多々ある双方向通信技術の中で新たな設備投資が殆ど無い、SNSの活用が少子高齢化時代の財政状態の悪化が懸念されている自治体経営において重要と考え、調査・研究することとした。

3 調査経過

平成28年12月	6日	調査項目の協議（会期中）
29年	2月16日	総務課からの聞き取り調査
	3月7日	先進地視察研修について協議・検討（会期中）
	3月27日	先進地視察研修について協議・検討
	4月27日	先進地視察研修について協議・検討
	5月16日	視察調査：埼玉県伊奈町
	5月17日	視察調査：埼玉県三芳町
	6月13日	提言内容について協議・検討
	7月28日	提言内容について協議・検討
	8月17日	委員会調査報告書の協議
	9月8日	委員会調査報告書の協議（会期中）

4 調査結果

「利府町の現状」

■利府町ホームページ

■利府町メールマガジン

■tsumiki（利府町まち・ひと・しごと創造ステーション）が発信している
facebook、twitter、インスタグラム

【利府町ホームページ】

①「利府町ホームページ作成ガイドライン」をもとに作成・公開している。

②「ジャンル」の分け方

- (1) くらし、(2) 健康・福祉、(3) こども・教育、(4) 文化・スポーツ、
- (5) まちづくり・産業、(6) 行政情報、の6ジャンルで情報提供している。

・利府町広報編集委員会（委員長：副町長、委員：課長職）を年1回開催。広報紙及びホームページ等の効果的、効率的な情報提供について委員会で意見を伺っている。

・平成27年度までホームページ担当課（総務課）でのみページを作成（修正）していた。平成28年度からは、各担当課でも作成可能とし、ホームページビルダー（ホームページ作成ソフト）の操作研修会を実施している。

さらには、「利府町ホームページ作成ガイドライン」説明会を開催。タイムリーに情報提供ができるよう、職員のスキルの向上に努めている。

【利府町メールマガジン】

・行政情報、災害・防災情報等を配信。

・緊急的な情報配信は除き、月・水・金曜日の正午に配信。

・サービス登録者数 868人（平成29年8月31日現在）

配信メール一覧（11ジャンル）

配信メール一覧

メールの内容についてのお問い合わせは、配信されるメールの本文に記載の担当課連絡先ご確認ください。

◆災害・防災情報

災害発生情報や避難情報、防災気象情報等の災害に関する情報。

◆利府町からのお知らせ

公共交通、相談業務、統計、休日開庁日、職員採用、臨時・非常勤職員募集、税関係・納期限、夜間納税相談窓口、国民健康保険、介護保険、後期高齢者医療制度、議会、ごみ・環境、ペットの飼い方・保護、クマ出没などの情報

◆公売情報

インターネット公売開催情報

◆健康情報

各種健（検）診、歯科保健、食に関する健康、予防接種、感染症などの情報

◆水道維持管理情報

休日水道業者、水道管凍結防止などの情報

◆子育て支援情報

保育所、子育て支援情報、ファミリーサポートセンターなどの情報

◆図書館情報

おはなし会、開館時間・休館日などの情報

◆スポーツ情報

楽天イーグルス情報、スポーツ交流フェスティバルなどスポーツイベントの情報

◆観光・イベント情報

生涯学習センター・公民館事業、十符の里フェスティバル、浜まつり、梨まつり、国際交流協会イベントなどの情報

◆高齢者支援情報

高齢者福祉サービス・介護保険などの情報

◆交通安全・防犯情報

交通安全運動、防犯、地域安全運動などの情報

※メールの内容についてのお問い合わせは、配信されるメールの本文に記載の担当課連絡先ご確認ください。

【facebook、twitter、インスタグラム】

- ・ tsumiki が発信する、SNS には多くの方々が友達登録（フォロー）

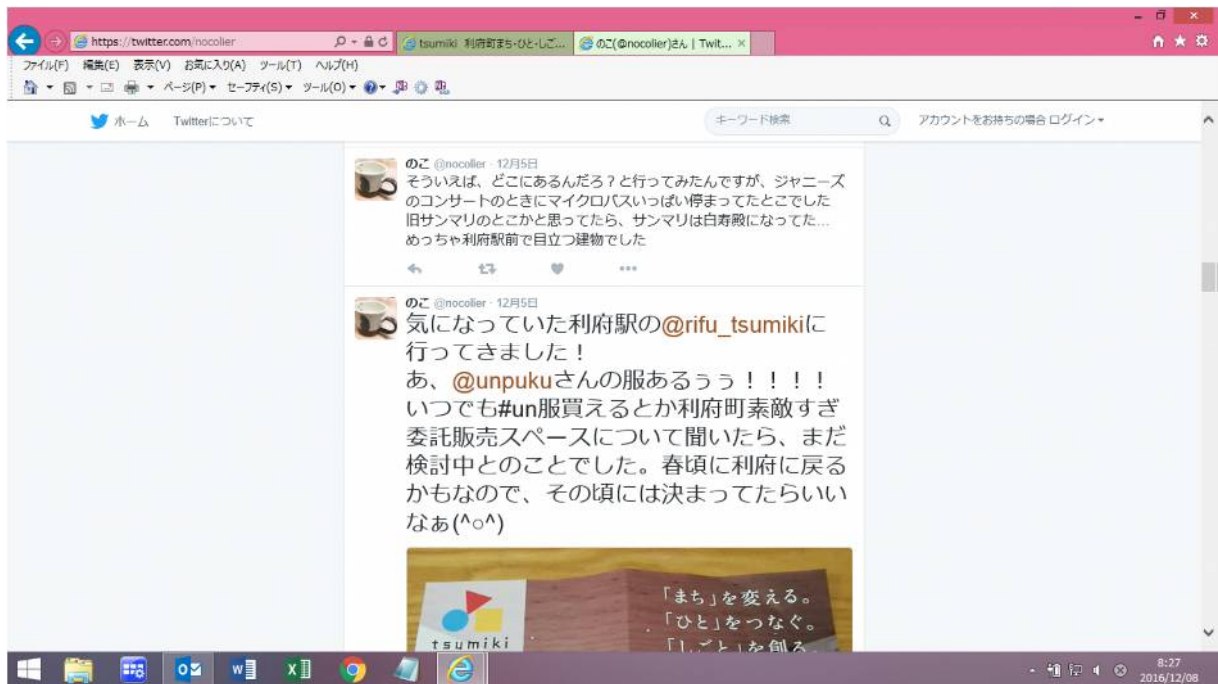
facebook

The image shows two screenshots of a Facebook profile page for 'tsumiki'. The top screenshot shows the login screen with a large white box containing the following text:

Facebookにログインして、まち・ひと・しごと創造ステーションtsumikiのコンテンツをさらにチェック
このページにメッセージを送信して、近日開催予定のイベント情報などをチェックしよう。Facebookアカウントをまだ持っていない場合は、アカウントを今すぐ作成。

The bottom screenshot shows the profile page with a post from 'tsumiki' dated 4 days ago. The post text is: 'tsumiki初のイベント! 「にこまるマーケット」大盛況! ございましたありがとうございます。 http://rifu-tsumiki.jp/topics/archives/167'. The post includes a photo of a market stall with a sign that says 'OPEN 11:00-15:00 にこまるマーケット'. A large white box with the same login encouragement text is overlaid at the bottom of the page.

twitter



■今後の課題■

- ・利府町ホームページの多言語対応、アクセシビリティの推進、リニューアル
- ・観光情報等の積極的発信のための facebook など SNS の有効的な活用

5 「課題」及び「意見」（提言）

（1）情報通信技術環境の変化への対応

「課題」

情報通信技術が急速に進む中、様々なSNS情報発信ツールが増え続けており利用者も急増している。総務省の調査によると、スマートフォンの世帯保有率（図表1 情報通信端末の世帯保有率の推移）は、平成22年10%程度だったのに対し、平成27年には70%を超え固定電話と変わらない保有率となっており住民にとっての有力な情報源となっている。それに伴いSNS利用者数も年々増え続けているという調査結果（図表2 経年 主なソーシャルメディアの利用率（全年代））もある。また他自治体ではSNSを通じて住民の声を拾い、行政に反映するなど、すでに多くの自治体で運用が進んでいる。

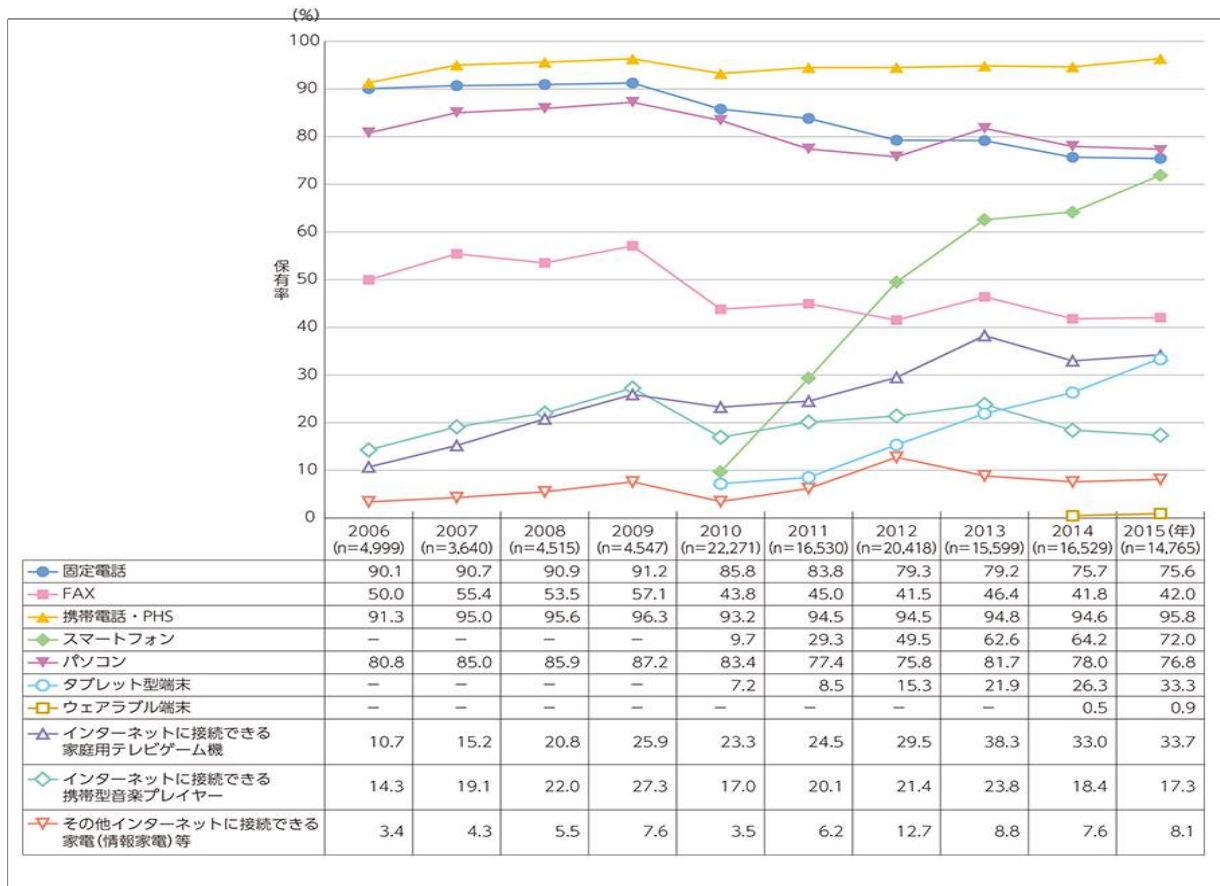
平成23年には、経済産業省より「国、地方公共団体等公共機関における民間ソーシャルメディアを活用した情報発信について」が発表され、SNS活用を自治体に求めているところである。本町のインターネットによる情報発信は、主にホームページ・メールマガジンであり、一方的な発信となっている。SNSの特徴である住民とのコミュニケーションや、リアルタイムでの情報発信が少なく、住民ニーズを的確に捉えることができていない現状である。また tsumiki ではフェイスブック、ツイッター等で発信しているが、イベント情報など tsumiki としての発信内容に留まっている。

「意見（提言）」

SNSを活用し発信する際には特性を理解し、自治体として発信する体制を整える必要がある。他自治体でも情報発信体制を整え発信しているが、「ユーザーからのコメントに返信しない」と定めるなど、SNSの特性であるユーザーとの繋がりを生かしきれていない状況が見られる。SNSの持つ特徴として、拡散性、双方向性、受動性が挙げられるが、それぞれの種類によって、これらの特徴に差があり、運用する際にはその特徴を理解し、住民ニーズを的確に捉え、目的を達成するために最も効果的なSNSを選択することが必要である。

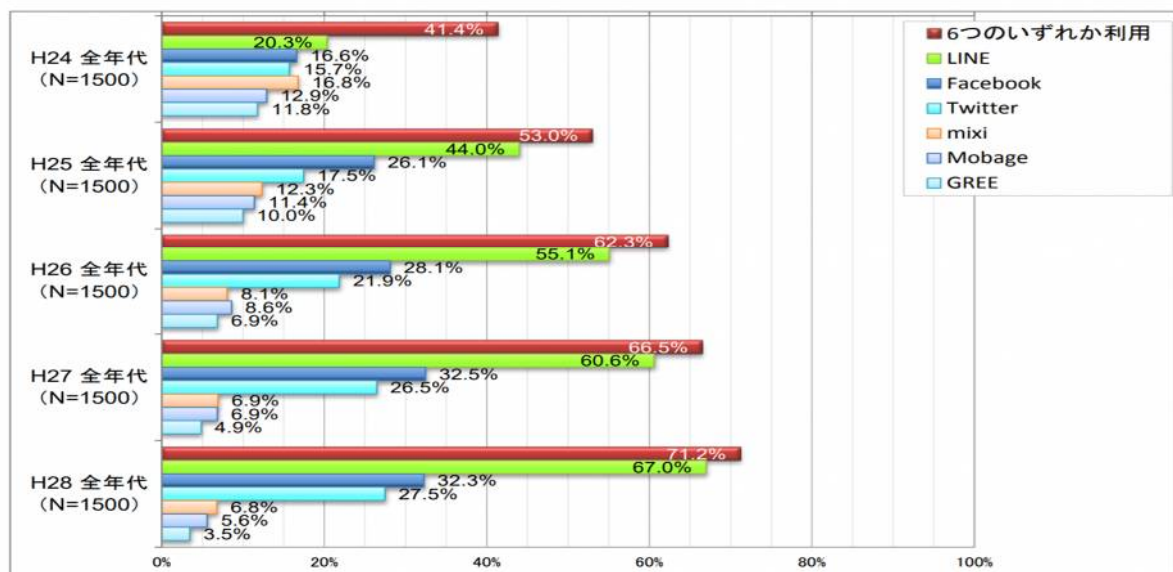
先進自治体では、さまざまなSNSを使い分けて情報を発信している。本町としても町の情報を住民ニーズに合わせた内容で、複数のSNSアカウントを「防災情報」「観光情報」「イベント情報」「子育て情報」等、情報毎に作成し発信できるよう体制整備を進めるべきではないか。またSNSの特性を生かし、ユーザーとの繋がりを意識した本町としての発信体制の方針を明確にした『SNS活用・運用ポリシー』を策定してはどうか。

(図表1) 情報通信端末の世帯保有率の推移



出典：総務省「平成28年版情報通信白書」

(図表2) 経年 主なソーシャルメディアの利用率(全年代)



出典：総務省情報通信政策研究所「平成28年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

(2) 緊急時の情報発信について

「課題」

東日本大震災を契機として、各自治体では、地震・津波等の自然災害をはじめとした緊急時に住民に対し情報をいかに迅速・確実に伝達するかが切実な問題となっている。災害発生時は、混乱等により多くの情報が錯綜し、どの情報の信頼性が高いのか判断できない事態が発生した。また、地方自治体のホームページは、サーバーが容量オーバーなどによりアクセス困難になるなど、被災者が本当に知りたい情報の入手が困難な状況となった。

そのような中、災害発生直後に電話回線がつながりにくい状態になったのに比べ、インターネット回線は機能していた。被害情報を始め、安否確認や避難所情報など自分が欲しい情報を、欲しいタイミングで入手できるという点でSNSを用いた情報収集が有効であったと言われている。その一方でデマ情報が混在して拡散されるなど、混乱を招いた一面もあった。緊急時の情報を迅速かつ適切に伝達するためには、SNSの特性を生かした活用法や、正確な情報を共有・発信するための体制の構築など、災害に強い総合的な情報伝達システムの体制整備が必要である。

「意見（提言）」

東日本大震災の経験からも、情報発信の手段をホームページのみに頼らず複数活用することにより、確実に情報の受発信を行うことができる仕組みを構築する必要がある。平常時から、災害時等の緊急事態が発生した際に備え、情報共有の窓口や協力・連絡体制の整備が必要であることから、官民協働による体制整備を図りたい。

先進自治体ではSNSを用いた防災訓練を行い災害対策に活用している。また、住民に対する適切かつ迅速な情報提供と協力要請を行っている。住民は防災に関する機関から必要な情報を確実に受信し、地域の災害情報等を発信する。この住民が発信した情報は、自治体の災害対応時の判断に役立つ。訓練により、自治体および住民が災害時にTwitterを正しく効果的に用いるための正確な情報を共有するための手法を確認することができる。国は、Twitter Japan 株式会社の「Twitter 防災訓練マニュアル」を公表し呼びかけている。本町としても有効な災害対策となることから、総合的に情報伝達システムを整備し、個々に応じた情報提供の実施を図りたい。

(3) 情報発信体制の構築

「課題」

SNSは利用上、組織的に情報発信内容をチェックする仕組みがない。また、個人の情報発信を前提としているため、組織的に情報発信する仕組みもない。情報発信内容の正確性や組織上の整合性は、SNS操作とは別に規定を設ける必要がある。

さらに、自治体職員が情報を発信する際に、公務員の守秘義務に反し業務上知り得た情報を発信してしまう場合や、他の利用者とのトラブルを引き起こしてしまうといった好ましくない事態も想定される。職員がSNSを適切に発信するため体制整備が必要である。

「意見（提言）」

SNS発信はリアルタイムでの情報発信であり、スピードが求められる。町として情報を発信する際、情報の適正化を検証する作業を迅速に実施できる体制を整備する必要がある。SNS活用に伴い生じる自治体組織内の連絡調整が必要となることから「SNS運営委員会（仮称）」を設置し、体制整備を構築するよう図られたい。

また、職員がSNSを適切に発信できるようにするため、公私に関わらずSNS利用上のリスクを常に念頭に行動する必要があることから、他自治体では『ソーシャルメディア活用ガイドライン』を策定し、プライベートでSNSを利用する際の順守事項も示している。

本町としてもガイドラインを策定し運用するよう図られたい。

視察地 埼玉県伊奈町

1 視察年月日 平成29年5月16日

2 視察目的

インターネットを活用した情報発信について

3 視察地の概況（平成29年4月1日現在）

(1) 人口 44,496人

(2) 世帯数 17,872世帯

(3) 面積 14.79km²

(4) 財政規模 10,890,000千円（平成29年度一般会計予算）

(5) 位置と地勢

さいたま市の北部に位置し、町域はすべて関東平野特有の平坦な地形で、東北新幹線が町内南部を、上越新幹線が中・北部に沿って背骨のように縦貫している。昭和中期ごろまでは梨、ぶどうなどを栽培する典型的な農村であったが、1983年の埼玉新都市交通伊奈線（ニューシャトル）の開通により区画整理が実施され、さいたま市のベッドタウンとして宅地造成が進んでいる。

4 取り組み状況 各情報発信ツール

(1) 町ホームページ <http://www.town.saitama-ina.lg.jp/>

○導入の経緯と運用状況

平成24年度にホームページをリニューアルするにあたり、CMS（コンテンツ マネジメント システム）を採用し運用している。管理・保守・更新は、ホームページ立上げの際、提案競技方式による指名競争入札により選定した「キシステム㈱」と契約している。町ホームページに精通しており、的確な保守・更新が行える他、ホームページ用の専用サーバーの保守等は専門性の高いスキルが必要なため、またサーバが遠隔地に設置されることにより、庁舎の災害時のリスク回避等を勘案し、選定業者での管理運営としている。

記事の更新については、CMSを用いて各課の広報担当者が記事を作成し、随時更新している。

○課題

- ・各課で記事を更新しているが、掲載については各課の裁量となり、その熱意により記事の更新状況に差が出る。
- ・運用開始から4年が経過し、システムと表示・構成がやや古くなってきている。

(2) 地域情報ポータルサイト「いなナビ」 <http://ina-navi.net/>

○導入の経緯と運用状況 平成29年2月～運用

埼玉新都市交通伊奈線（ニューシャトル）を利用した訪問者を増やすことを目的とし、「地方創生加速化交付金」を活用し平成29年2月1日から運用を開始している。平成28年度に町がサイトを立ち上げ、平成29年度以降は、民間業者が広告収入による自主運営をしており、町企画課が監修している。

○課題

- ・広告収入で自主運営するための広告企業の確保と次の運営会社が決まっていない。

(3) フェイスブック <https://www.facebook.com/town.ina/>

○導入の経緯と運用状況 平成26年8月～運用

自治体での SNS 発信の導入が進む中、「積極的に活用すべし」との意見から、「ツイッター」と「フェイスブック」を比較し、第一弾としてフェイスブックを選択した。

秘書広報担当のほか、各課が記事を作成し、広報担当が投稿している。町の行事や出来事を主に投稿し、町の情報を発信するため使用している。投稿に対してのコメントには返信していない。

○課題

- ・更新頻度が落ち、各課からの掲載希望が少なくなっている。
- ・見る側もアカウント登録が必要である。
- ・性質上、情報の拡散には不向きである。

(4) いなナビ公式ツイッター https://twitter.com/Inanavi_Saitama

○導入の経緯と運用状況 平成29年2月～運用

いなナビ公式SNSとして、初めに導入したフェイスブックとは異なるユーザー層を対象に、拡散力に優れたツイッターを導入。官民協働事業ならではの柔らかい視点での情報発信を目的に、いなナビを運営している民間業者、町企画課・秘書広報課で投稿し、コメントは投稿者が返信している。

○課題

- ・フォロワーを確保するためには一定量のツイートが必要。
- ・投稿内容は、読み手が面白いと感じるようなインパクトのある文章を考える必要がある。

(5) インスタグラム https://www.instagram.com/ina_town17/

○導入の経緯と運用状況 平成29年5月～運用

フェイスブックの運用が硬直化する中、新しい情報発信方法を検討した結果、他のSNSに比べ、「きれいなもの」「かわいいもの」「風情があるもの」などを共有する特徴があるインスタグラムを導入した。秘書広報課広報担当が撮影した町内の風景やグルメなど「町の魅力」を投稿している。ユーザー層が比較的若い世代が多いため、行政への関心が低い世代へのアピールともなっている。コメントには投稿者が返信をしている。

今後の展開として、#(ハッシュタグ)「#いな pic」をつけ他のユーザーが投稿したものをリポストし、定期的に掲載する予定としている。これらを利用した写真コンテストも将来的に考えている。

○課題

- ・開始して間もないため、フォロワーをいかに増やすかが課題である。
- ・パソコンから投稿できないため、職員の私用のスマートフォンを使用し投稿している。

5 考 察

伊奈町では、住民が必要とする情報別にSNSを分けアカウントを作成し情報発信をしており、このような住み分けは参考にすべき部分である。フェイスブック・ツイッターとも「炎上するから」との理由でコメントは受け付けておらず、情報発信するだけでは、ホームページと役割は変わらない。SNS最大の特徴である「フォロワーとの繋がり」を生かしきれていないと感じた。

情報を発信する際のスキル・モラル等、発信力向上のために、毎年、職員研修を行っている。職員の熱意次第で記事更新状況に差が出ている部分があった。

視察調査報告（参考資料）

視察地 埼玉県三芳町

1 視察年月日 平成29年5月17日

2 視察目的

インターネットを活用した情報発信について

3 視察地の概況（平成29年3月31日現在）

(1) 人 口 38,330人

(2) 世 帯 数 16,051世帯

(3) 面 積 15.33km²

(4) 財 政 規 模 12,241,635千円（平成29年度一般会計当初予算）

(5) 位置と地勢

三芳町は首都圏30キロメートルに位置し、埼玉県入間郡の南部、武蔵野台地の北東部にあたり、西から東へとゆるやかに下る勾配をもつ、関東ローム層におおわれたおおむね平坦な台地である。東に志木市・富士見市、南東に新座市、南西に所沢市、北にふじみ野市・川越市と隣接している。

4 取り組み状況 各情報発信ツール

(1) 町ホームページ <https://www.town.saitama-miyoshi.lg.jp/>

○導入の経緯と運用状況

平成18年度のホームページリニューアルに伴いCMS（コンテンツマネジメントシステム）を導入し運用している。ホームページデザイン設計業務、CMS導入業務はそれぞれ別業者に業務委託し、サーバーは庁舎外に設置している。

平成29年度からエントランスページに検索機能を設け、目的の情報に早くたどりつくことができるようにしている。各ページごとページビュー数を管理し、町民がどの情報を多く見ているかを把握し、ページ構成・編集に役立てている。高齢者や障がい者へ配慮したぬくもりの感じられるホームページの構築（ウェブアクセシビリティ・ガイドライン三芳町指針に沿った）を目指している。また、担当部署ごとに記事を更新している。

さらに各ページごと情報にあったバナー広告を掲載し、収入を確保している。

○課題

- ・ ページ構成が古くなってきている。
- ・ 担当部署によっては、更新状況にムラがでてしまう。
- ・ アクセス数が伸びない。

(2) フェイスブック

3つのフェイスブックを情報ごとに使い分け運用している。

- ・ いいね！三芳町。

<https://www.facebook.com/miyoshikoho>

秘書広報室担当職員が町の情報、イベント等を発信。

- ・ 観光産業

<https://www.facebook.com/miyoshimachi.kanko>

観光産業課が町の観光情報を発信。

- ・ 三芳町政策研究所

<https://www.facebook.com/seisakukenkyumiyoshi>

「未来創造みよし塾」のメンバーが、町の身近な話題を発信。

(3) ツイッター

2つのツイッターを情報ごとに使い分け運用している。

- ・三芳町公式ツイッター

https://twitter.com/miyoshi_machi

町が主催・共催する行事や行政情報、防犯・災害等緊急情報を発信。

- ・いいね三芳町

https://twitter.com/saitama_miyoshi

秘書広報室の担当職員が町の魅力を発信。

(4) ユーチューブ

https://www.youtube.com/channel/UC4IhxoSsbVfcnW5j_WdsQ6w

町の観光情報を多言語で発信。広報に掲載されているAR（各超現実）の使い方、動画を紹介。

5 考 察

三芳町では、ホームページのページごとのアクセス数が確認できる。ページビュー数から、「町民がどのような情報を必要としているか」、「どのページを充実しなければならないか」も把握しており、非常に大事な部分である。エントランスページに検索機能を設け、目的の情報に素早くたどりつくことができる。高齢者や障がい者へ配慮した温もりが感じられるホームページの構築（ウェブアクセシビリティ・ガイドライン三芳町指針に沿った）を目指している部分は参考になる。また、担当部署ごとに記事を更新している。ページごとに広告を掲載し収入を確保しており、参考にするべき部分である。

さらに、三芳町では職員のスキルアップをはかるため職員研修を毎年開催している。町の広報紙は、全国広報コンクール（日本広報協会）広報紙町村部門で内閣総理大臣賞（第1位）を受賞している。インターネットを活用した情報発信よりも広報媒体での情報発信に力を入れている印象を受けた。担当者の熱意もあり、広報紙全国第1位の受賞につながったともいえるのではないか。このことから、情報発信する側（職員）のスキルアップも大変重要であると感じた。