

地方公共団体における公式 Twitter の活用と課題

—長野県の市町村を事例として—

A Study on the Official Use of Twitter by the Prefectural Government of Nagano

萱津 理佳^{*1}、吉見 彩^{*2}

Rika KAYATSU, Aya YOSHIMI

概要 2011年3月に発生した東日本大震災においては、情報共有と情報発信のプラットフォームとして Twitter 等のソーシャルメディアの役割が注目を集め、これを機に地方公共団体においても公式 Twitter の利用が増加傾向にある。しかしながら、実際に公式 Twitter がどのように活用されているのか等の実態は明らかになっていない。また、利用を開始していない地方公共団体も多いのが現状である。そこで、長野県の全77市町村を対象に「公式 Twitter の利用」に関する調査を実施した。具体的には、既に利用している自治体に対しては運営体制とこれまでの効果や問題点等について、利用していない自治体に対しては利用していない理由や今後の導入予定等を調査した。これらの調査結果より、現在公式 Twitter を利用している市町村は全体の2割で、一部のアカウントは災害時のみに情報発信を限っており、フォロワー数も少ないなどあまり活発に利用されていないことが分かった。また、その内6割のアカウントでは返信機能を利用せず、行政からの一方通行での利用となっている、ガイドラインを作成しているのは3割にとどまっているなどの課題が浮き彫りとなった。一方、利用していない市町村の多くが Twitter を情報発信の手段として有効だと感じているが、運用までのルール作りやトラブルによるリスク等から導入をためらっていることが明らかとなった。

キーワード Twitter、地方公共団体、長野県

1. はじめに

近年、情報化や情報伝達媒体の発達などにより、Twitter や Facebook などのソーシャルメディアが人々のコミュニケーションツールとして身近なものとなっている。地方公共団体においても、ソーシャルメディアが持つ情報の発信力や共有力を活用した取り組みが広がりつつある。2011年3月の東日本大震災の発生以降、震災対応に関する情報発信のためソーシャルメディアの利用が増加した。図1に経済産業省調べによる国・地方公共団体等の Twitter アカウントの推移を示す^[1]。その数は震災前の121件から4月4日には148件となり、5月末では190件以上に達した。こうした状況を受け、内閣官房は総務省、経済産業省と共同で、2011年4月5日に、「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の指針」^[2]を発表した。ここでは、「震災対応のような

時々刻々と状況が変化する情報を迅速に国民に発信していくためには、Web サイトへの情報掲載とともに、ソーシャルメディアも積極的に併用していくことが望まれます。一方で、ソーシャルメディアサービスの利用に当たっては、情報発信者とシステム管理者が異なることや機関ごとに活用方法が異なることから、共通的な留意点を下記のとおり示すこととします。」とし、成りすまし等の防止とアカウント運用ポリシーの策定と明示について示された。

このような政府からの後押しもあり東日本大震災以降、インターネットのインフラが災害に強く、ソーシャルメディアが人との繋がりを活用できるという理由から、広報手段として Twitter を運用する地方公共団体が増加している。しかしながらそれぞれの発信内容をみると、市政情報など地方公共団体から住民への一方的な発信が多く、双方向性を活かした地方公共団体は一部にとどまっている^[3]。また、運用を開始していない地方公共団体も多いのが現状である。地方公共団体の公式 Twitter の活用に関する調査では、上野ら^{[4][5]}が「J ガバメント on ツイナ

*1 長野県短期大学多文化コミュニケーション学科国際地域文化専攻

*2 長野県短期大学多文化コミュニケーション学科国際地域文化専攻 平成24年度卒業生

§ 連絡先 〒380-8525 長野県長野市三輪8-49-7 TEL 026-234-1221 FAX 026-235-0026

ビ」^[6]に登録されている都道府県別カテゴリーに登録されている地方公共団体公式 Twitter を対象とした開設状況やツイート数、フォロー数等の定量調査を行い、コミュニケーションツールとしてよりも情報発信ツールとしての使い方に重きをおいていること、発言回数は一定を維持していること、そして行政機関全般に関する情報を扱うアカウントが多いことなどを明らかにしている。また今後の課題とし

て、公式 Twitter の導入経緯や運営体制などの把握を挙げている。そこで本研究では、対象を長野県に絞って公式 Twitter の利用に関して県内全 77 の市町村にアンケート調査を実施した。これにより、長野県の地方公共団体における Twitter 導入状況や運用形態および課題を明らかにする。なお本研究では、観光協会および県のアカウントは対象とせず、市町村が管理しているアカウントを対象とする。

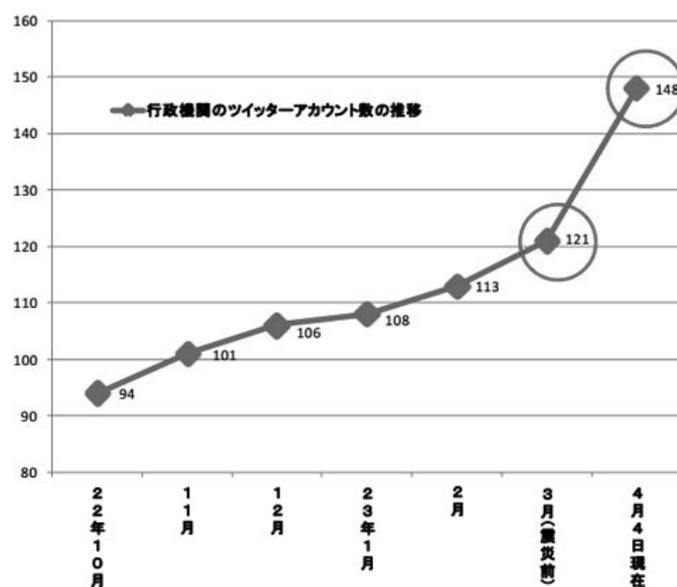


図1 国・地方公共団体等の Twitter アカウント数の推移（経済産業省調べ）

2. 調査概要

Twitter とは、2006 年 7 月に米 Obvious 社（現、Twitter 社）によって開始されたサービスで、140 字以内の短い投稿（ツイート）を入力し、投稿した情報を他の人と共有することのできるサービスである。日本では 2008 年 4 月からデジタルガレージグループによって日本語版のサービスが開始され、2010 年 8 月には利用者ユーザーが 1,000 万人を超え^[7]、2012 年 9 月時点における利用者ユーザーは 1,450 万人^[8]となっている。

本研究では、まず長野県の市町村における公式 Twitter 利用の有無を調査した。経済産業省提供の公的アカウント管理システム^[9]には、観光協会や消防団等のアカウントが含まれ、また登録されていない市町村アカウントも多いため、まず検索エンジンを利用して市町村名のアカウントを抽出した。そして、プロフィールに「公式」と記述のあるアカウント、公式サイトからリンクが貼られているアカウントは公式アカウントとみなし、それ以外のアカウン

トについては、直接市町村へ問い合わせをし、市町村が直接運営をしているアカウントであるかを確認した。

全国の市町村において初めて Twitter を公式アカウントとして導入したのは北海道陸別町および福島県会津若松市で、初ツイートは 2009 年 7 月である。長野県においては、同年 8 月に小諸市が最初に利用を始め、2012 年 12 月までに 16 の市町村が公式アカウントを開設していることが明らかとなった。長野県における年別開設アカウント数および利用市町村の総数を図 2 に示す。全国では東日本大震災以降一気に導入が進んだが、長野県においては震災前に 8 アカウント、震災後に 8 アカウントが開設という状況であり、現在の導入率は 21% にとどまっている。

次に、公式 Twitter を利用している 16 の市町村に対し、導入経緯や運営体制、これまでの効果や問題等についてアンケート調査を行った。さらに、公式 Twitter を利用していない 61 の市町村に対して、利用していない理由、今後の導入予定、自治体が Twitter を利用することについての意見等を調査し

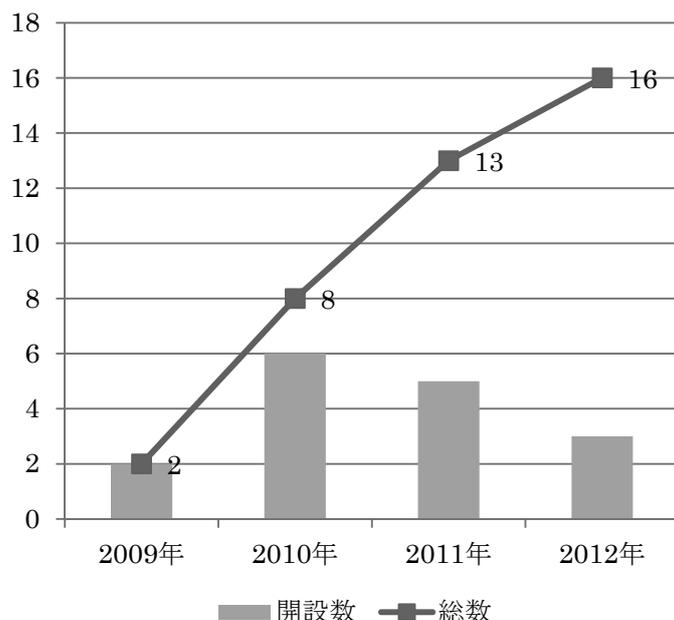


図2 長野県市町村の公式アカウントの開設数および総数

た。なお、本アンケートは2012年12月に実施した。

3. 公式アカウントの利用に関する調査

長野県において公式 Twitter を利用している全16の市町村に電子メールまたはFAXで質問を送り、15の市町村から回答を得た（回収率94%）。

Twitter 導入の主な目的について自由記述で聞いたところ、東日本大震災前から導入している市町村については、リアルタイムでの情報発信、ネット利用者へ広く情報発信するため、公式サイトへの誘導等、新たな情報発信ツールの位置づけとして導入した市町村が多かった。それに対し、震災後に利用を開始した市町村は、災害時の情報発信ツールとしての役割を期待して開始したところが多いことが分かった。しかしながら、利用を災害時のみに特化していたり、機械による自動配信のみであったりなど、ソーシャルメディアとしての機能を有効に活用していない市町村も目立つ。また、観光情報やPR等、住民以外への情報発信を導入目的に挙げている市町村が40%あった。

Twitter の利用の効果に関しては、「Twitter の仕組み等に精通していないため上手に活用することができない」と回答した一つを除き、93%が情報発信に効果を発揮していると感じているとの結果であった。図3に Twitter を導入して効果があったと思う項目について、選択式（複数回答）で調査した結果を示す。これより、経費をかけずに情報提供媒体を増やすことができる、市町村が発した情報を利

用者同士が共有することで情報を広げることができると実感している市町村が多いことがわかった。一方、行政と住民による双方向の情報交換や交流、また、住民同士の情報交換や交流を促すことができたと感じている市町村はそれぞれ3つ（20%）と少数であった。導入のメリットに関して自由記述で聞いたところ、リアルタイム性、コスト面、および手軽さを挙げた市町村が多かった。一方、Twitter の特徴であるインタラクティブ性を挙げた市町村はなかった。主な結果を図4に示す。また、コメントや問い合わせがあった場合に Twitter を利用して返信を行っているのは6市町村で、全体の40%である。これらの結果より、双方向のコミュニケーションツールとしてではなく、情報発信の補完ツールとして活用している市町村が多いことがわかった。また、返信を行っている市町村からは、返信する際の注意として、「Twitter の対応を特別視するのではなく、窓口対応、電話、手紙、FAX、メール等と基本は同じ。140文字で対応が難しいもの、公開が適さないものは電話等で対応している。」などの意見があった。導入のデメリットとしては、仕事量の負担が多く市町村から挙げられたほか、全ての人に情報が届かない、環境によってはリンク先の情報が見られない場合もあることなどから情報発信手段の一つとして導入しているなどの回答があった。

ガイドライン・指針等を作成しているかの間に対し、作成していると回答したのは33%であった。投稿の人数体制を図5に示す。一人または数人の担当者で投稿を行っている市町村が多いことがわかる。

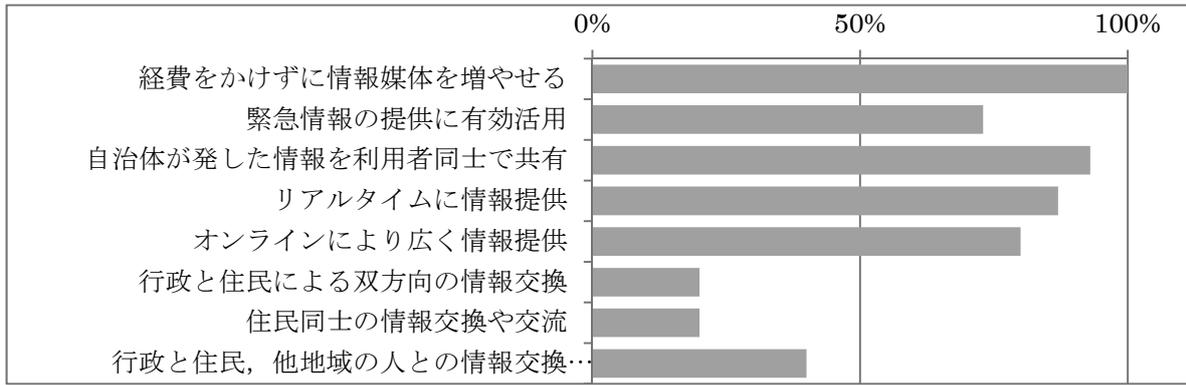


図3 Twitter導入の効果

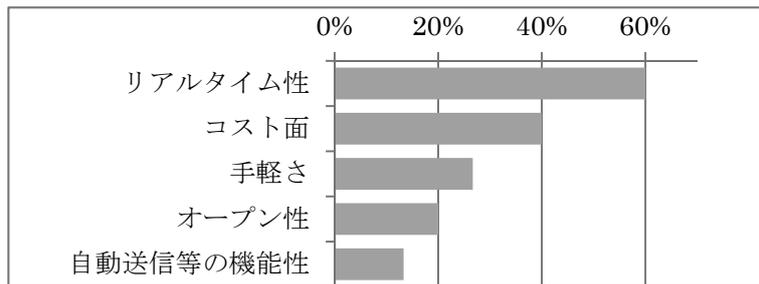


図4 Twitter導入の主なメリット

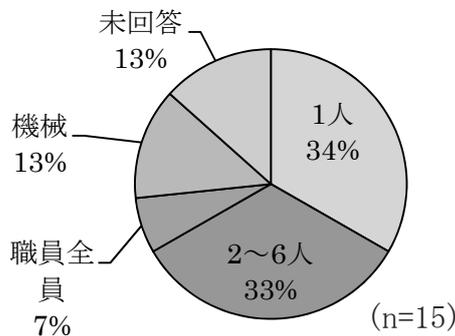


図5 投稿の人数体制

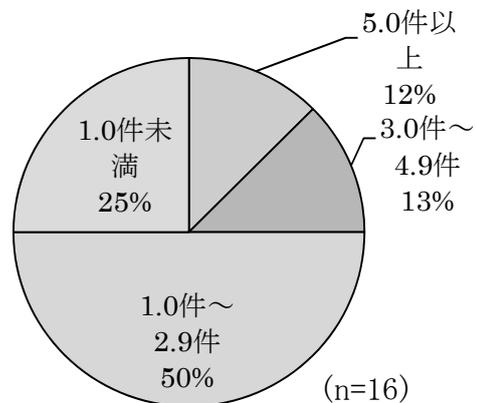


図6 市町村別1日の平均ツイート数

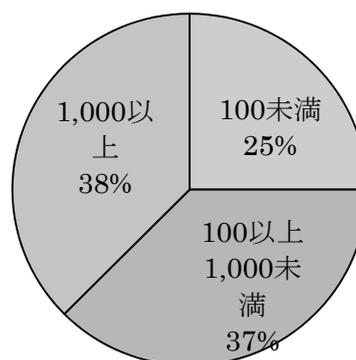
また、ツイート文章の作成者と投稿者が同一か異なるかについて、「非公開」および「ホームページ等の更新情報を自動的に取得するのみで職員がつぶやくことはほとんどない」との回答をした2市町村を除く13の市町村（87%）が同一とのことであった。これらより、ガイドラインを策定せず数人の担当者のみがツイートの内容を作成し、実際に投稿も行っている市町村が多いことが浮き彫りになった。また運営上の問題点として、一人の職員が担当しているために継続性への不安がある、担当者の負担が大きい、フォローする基準があいまいである、決済主義による情報発信のおくれなどが挙げられた。

次に、利用実態を把握するために各アカウントの1日の平均ツイート数（総ツイート数/Twitter歴）

を調査した。市町村別の1日の平均ツイート数を図6に示す。本データはついログ^[10]（2012年10月27日現在）を利用した。これより1日に1~2回ツイートしている市町村が半数と多いことがわかる。1日の平均ツイート数が1.0未満の市町村4つは、実際には平均ツイート数が0.2以下であり、ツイート数が少ない理由を尋ねたところ、人手不足とツイート数については特に意識していないがそれぞれ半数であった。また、これらのツイート数の少ない市町村は、1日の投稿回数を目安は特にない、ガイドラインを定めていないことも共通していた。また、このうち3つの市町村は公式サイトからTwitterへ

のリンクが張られていなかった。1日の投稿回数など目標を決めているかの間に対しては、4つの市町村（27%）が目標回数を定めていると回答しており、このうち3つのアカウントが平均ツイート数の上位4つに入っている。このように投稿を意識的に行うことが定期的なつぶやきにつながり、それがフォロワーを増やすきっかけにもなるなど、有効活用のための方策と思われる。

市町村の情報提供・広報活動して公式アカウントが有効活用されているかの指標の一つとしてフォロワー数が挙げられる。各アカウントのフォロワー数を調査したところ、フォロワー数1,000未満というアカウントが10アカウントと60%を越し、さらにその内フォロワー数100未満というアカウントが4アカウント（25%）であった（図7）。フォロワーを増やすための工夫について、有益な情報をツイートする、柔らかい言葉遣いでツイートする、ツイートの頻度やタイミングなどツイートの工夫を行って



(n=16)

図7 市町村アカウントのフォロワー数
(2012年10月27日現在)

アンケートのご協力お願いします 無料アンケート...

アンケートフォームの自動作成&集計 結果をCSVダウンロード

Mr. アンケート

アンケートを作る ユーザー情報変更 ログアウト

ホーム アンケート一覧 アンケートの作り方 総合案内 ダウンロード 利用規約 お問い合わせ

こんな家に Yahoo! 毎日帰りた

Twitterアンケート

お忙しい中アンケートにご協力いただきありがとうございます！
よろしく申し上げます。

問1. 必須
あなたの自治体が現在Twitterを利用していない理由は何ですか？以下の中からあてはまるものすべてをお選び下さい。

- Twitter利用のためのルール(ガイドライン等)作りなど、Twitter利用開始までの実務作業が大変だから
- 新たな情報発信ツール(Twitter)を利用するための許可をとるなどの申請作業が大変だから
- Twitter利用により見込まれる効果に対して、投稿のための労力の負担が大きいため
- Twitter利用により見込まれる効果に対して人件費などの運営コストがわかりすぎるから
- 職員の失言や炎上等、何か問題が起きたら大変だから
- Twitterで発信する情報(内容)が特になし
- Twitterによる情報発信は必要ないと思うから
- Twitterの良さがわからないから
- その他

問2.
問1でその他と回答された方へ 具体的な内容を教えてください。

問3. 必須
あなたの自治体でTwitterを公式に利用する予定はありますか。

ある

ページが表示されま インターネット | 保護モード: 有効 100%

図8 Twitter を利用していない市町村へのアンケートフォームのイメージ

いるとの回答が4市町村、広報誌やメールの署名等でのアカウント周知を行っているとの回答が3市町村、ゆるキャラの利用が2市町村と半数の市町村がフォロワー数の増加を意識して利用していることがわかった。一方、1日の平均ツイート数が1.0未満であった市町村4つはいずれも「特になし」との回答であった。

利用を開始してから苦情や炎上などの問題があったかの問に対しては、「苦情が数件あった」、「対応の遅れによりフォローを解除された」という市町村があったほかは、全てこれまでに特に問題はないとの回答であった。また、Twitter利用における課題として、他の情報媒体との整合性、ツイートとの量と質の問題、情報発信者の意識レベルの問題、市民フォロワーの増、マイナス情報への対処、相互通信等が挙げられた。

4. 利用していない市町村に対する調査

Twitterを利用していない61の市町村にアンケートを実施し、84%の51市町村より回答を得た。なお本アンケートは、アンケートフォームの自動作

成&集計サービスのサイト「Mr. アンケート」^[11]を利用して実施した。アンケートフォームのイメージを図8に示す。Twitterを利用していない理由を選択肢の中から複数回答で聞いた結果を図9に示す。一番多かったのが「Twitter利用のためのルール（ガイドライン等）作りなど、Twitter利用開始までの実務作業が大変だから」で47%、次に「Twitter利用により見込まれる効果に対して、投稿のための労力の負担が大きいから」と「職員の失言や炎上等、何か問題が起きたら大変だから」が39%と続いた。また、「Twitterによる情報発信は必要ないと思うから」を選択した市町村が12市町村（24%）あった。Twitterを公式に利用する予定があるかの問に対しては、「ある」が1%、「検討中」が33%、「ない」が65%という結果であった。Twitter利用の予定がある、または、検討中の18市町村に対し、Twitterを利用した際に情報発信に活用したい分野を聞いた結果を図10に示す。「イベント・催し情報」および「観光情報」がそれぞれ17市町村（94%）で、イベントや観光等の宣伝効果に期待しているところが多いことがわかった。

自治体がTwitterを情報発信の手段として用い

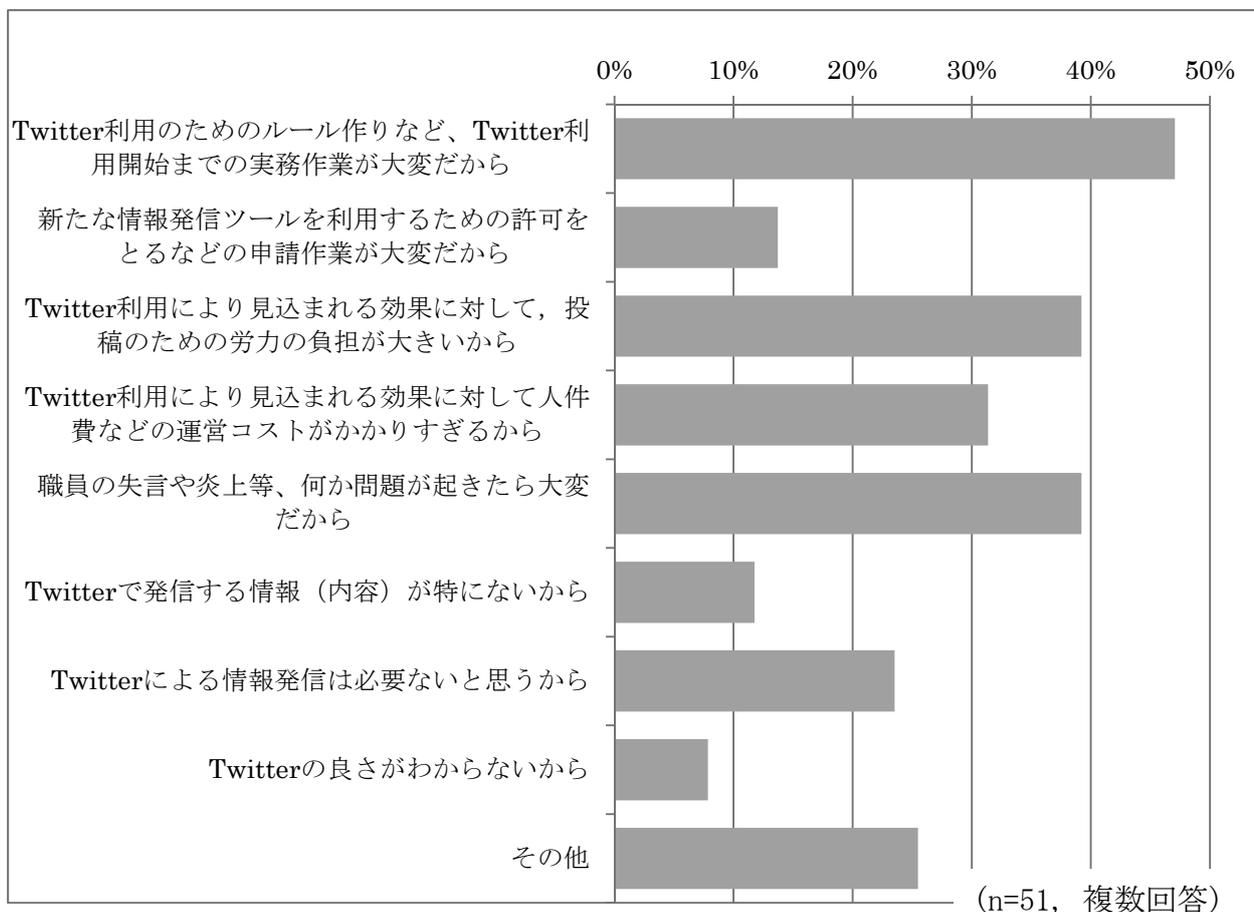


図9 Twitterを利用していない理由

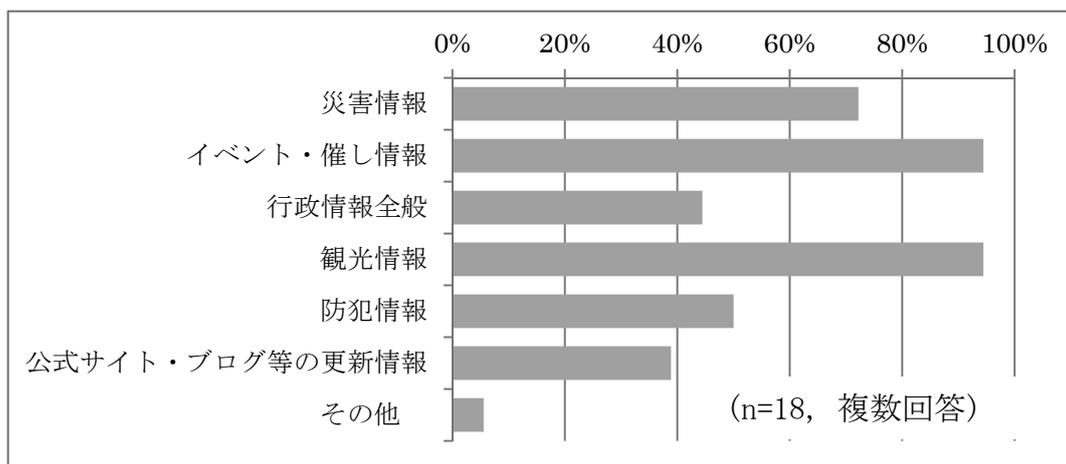


図 10 Twitter を情報発信に活用したい分野 (導入予定の 18 市町村)

ることについて自由記述で聞いたところ、災害時や迅速な情報発信に有効、情報発信ツールの一つとして有効等、情報発信の手段として有効だと感じているとの回答が 35 件あった。一方、不適切な発言や炎上等のトラブルなどのリスク、運用までのルール作り、職員体制などに不安を抱く市町村も多いことがわかった。

5. おわりに

地方公共団体における公式 Twitter の活用状況と課題を明らかにするため、長野県の市町村を対象を絞り、アンケート調査を実施した。長野県における公式 Twitter の導入状況を図 11 に示す。既に公式 Twitter を利用しているのは 16 市町村で、全体の 21% である。また、導入を検討しているのが 18 市町村である。

利用している市町村へのアンケートから、以下の点が明らかとなった。①利用している市町村の半数

は、フォロワー数の増加のためにツイートの内容や表現方法を工夫する、アカウントの周知を行うなど有効活用につとめている。②長野県で公式 Twitter を導入している 16 市町村のうち 4 市町村は、1 日の平均ツイート数が 0.2 以下で、災害時のみの情報発信に限るなど活用度が低い。一方、ゆるキャラを利用して 1 日の平均ツイート数が 200 を超える市町村があるなど、活発に利用されているアカウントと開設しただけの状態になっているアカウントが存在する。③1 日に 1 回以上定期的にツイートを投稿している市町村においても、情報発信の補完ツールとして位置づけ、市町村から住民への一方的な発信を行っているアカウントが多く、双方向性を活かした運用を行っている市町村は少ない。④炎上等のトラブルがおきた市町村はないが、ガイドラインを作成している市町村は 3 割にとどまり、数人の担当者のみがツイートの作成・投稿に関わっており、一部の職員への負担や継続性への課題を感じている市町村がある。これらのことから、既に公式 Twitter を利用している市町村においては、まずガイドラインの作成が望まれる。ガイドラインを定めることにより、リスク対策のみでなく、担当職員の抱える不安や負担の軽減が行えるのではないかと。また、普段使わないツールでは、緊急時にも役に立たないため、通常時から定期的に利用し、住民にも関心をもってもらうことが大切である。

利用していない市町村へのアンケートからは、現在 Twitter を利用していない市町村においても、Twitter での情報発信が必要でないと考えている市町村は少ないことがわかった。そして、Twitter が情報発信の一つのツールとして有効だと感じているが、ガイドライン作りや投稿のための労力の負担感が大きく、また、炎上等のトラブルに対する不安や

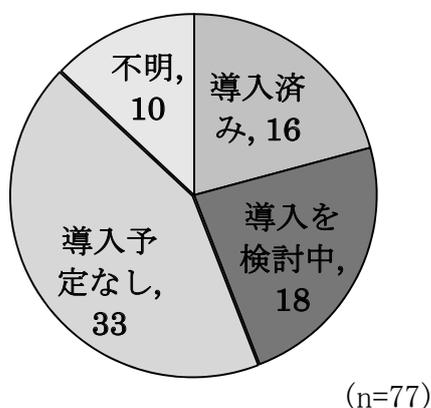


図 11 長野県内市町村の Twitter 導入状況 (2012 年 12 月現在)

リスクから導入をためらっている市町村が多いことが明らかとなった。

2011年に経済産業省が公表した指針^[1]においては、公共機関がソーシャルメディアを利用するにあたりアカウント運用ポリシーの策定と明示の必要性を挙げているが、具体的な内容については「他の公共機関や民間企業が公開しているものを参考に」としか述べられていない。地方公共団体で最初にソーシャルメディア・ポリシーを作成した千葉市では、Webサイト上に「千葉市職員のソーシャルメディアの利用に関するガイドライン」およびガイドラインFAQを掲載している^[12]。Twitter利用のためのルール作りなど利用開始までの実務作業が大変との理由で導入をためらう市町村が多いことから、千葉市などTwitterを先行して活用している市町村のガイドライン等を参考に、まずは利用目的を絞って導入してみることが必要ではないかと考えられる。また、Twitterの利用によって生じるリスクに対して、あらかじめ対策しておくことが重要である^[13]。さらには、実際の利用を通して、それぞれの市町村にあった運用形態を確立していく必要がある。多くの地方公共団体が情報発信手段の一つとして利用を試みることにより、地方公共団体の公式アカウントのより効果的な運用が広がっていくのではないと思う。

今後は、ガイドラインの効果に着目し、ガイドラインに対し実際の運用状況やツイートがどのようになされているか事例分析を行う。また、Twitterだけでなく、FacebookやLINE等のソーシャルメディアを利用する地方公共団体も増えつつあることから、他のソーシャルメディアの利用も含め、双方向の情報発信を効果的に行うための方策について検討したい。

【参考文献】

[1] 経済産業省：公共機関向けのTwitterアカウントの認

- 証スキーム構築について、平成23年4月5日、<<http://www.meti.go.jp/press/2011/04/20110405004/20110405004.pdf>>
- [2] 経済産業省：公共機関ソーシャルメディアポータル、<<http://www.openlabs.go.jp/smp>>
- [3] ソーシャルメディアを活用したまちづくりの可能性～自治体、地域住民の取り組み、常陽地域研究センター、Joyo ARC 44 (511)、16-33、(2012)
- [4] 上野亮ほか：地方自治体におけるTwitter活用状況に関する考察、情報処理学会第74回全国大会講演論文集(2012)。
- [5] 上野亮ほか：地方自治体公式Twitterの運用実態に関する考察、第11回情報科学技術フォーラム、N-018 (2012)。
- [6] (株)CGMマーケティング、Jガバメント on ツイナビ、<<http://twinavi.jp/gov>>
- [7] 総務省：情報通信白書24年版、<<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc123220.html>>
- [8] 野村総合研究所、ソーシャルメディア利用実態、スマートフォン時代における安心・安全な利用環境の在り方に関するWG、2013年1月22日、<http://www.soumu.go.jp/main_content/000208354.pdf>
- [9] 経済産業省、(株)CGMマーケティング：公的アカウント管理システム、<<http://govtter.openlabs.go.jp/>>
- [10] ropross: twilog、<<http://twilog.org/>>
- [11] アンケートシステム『Mr.アンケート』、<<http://www.smaster.jp/Index.aspx>>
- [12] 千葉市、千葉市職員のソーシャルメディアの利用に関するガイドライン <<http://www.city.chiba.jp/somu/joho/kaikaku/socialmediaguideline.html>>
- [13] (株)野村総合研究所、消費財・サービス産業コンサルティング部：自治体のソーシャルメディア活用とその指標～オープンガバメントの促進に向けた民間プラットフォーム活用～、第159回NRIメディアフォーラム、2011年9月6日、<<http://www.nri.co.jp/publicity/mediaforum/2011/pdf/forum159.pdf>>
- (平成25年10月1日受付、平成25年11月19日受理)