

相模原市監査委員公表第6号

地方自治法(昭和22年法律第67号)第199条第2項の規定に基づき「ソーシャルメディアを活用した情報発信について」の行政監査を行ったので、同条第9項の規定により、その結果を次のとおり公表する。

令和6年2月16日

相模原市監査委員 高 梨 邦 彦

同 橋 本 慎 一

同 阿 部 善 博

同 森 繁 之

## 1 監査の種類

地方自治法第199条第2項の規定に基づく監査

## 2 監査の実施日程

令和5年10月4日から令和6年2月15日まで

## 3 監査のテーマ

ソーシャルメディアを活用した情報発信について

## 4 監査の目的

インターネットやスマートフォンの普及により、ソーシャルメディア<sup>1</sup>は行政において情報を迅速かつ効果的に発信するためのツールとして重要な役割を担うようになっている。

本市では、相模原市総合計画の施策45「市民と行政のコミュニケーションの充実」の取組の方向の一つとして情報発信の充実を掲げ、総合計画推進プログラム(令和5年度～令和7年度)における政策的基幹事業として、多様なメディアを活用した情報発信体制の充実及び市民への迅速かつ効果的な情報提供を行うとし、Facebook、X(旧 Twitter)、YouTube、LINE、Instagram 等のソーシャルメディアを利用して情報を発信しているところである。一方、ソーシャルメディアには発信した情報に起因して予期せぬトラブルが発生しやすい特性もあることから、その特性を十分に理解した上で、適切に利用していく必要がある。

そこで、本市がソーシャルメディア上に作成している各アカウントについて、適切な推進体制の下に利用されているか、ルール等に従い適正に利用されているか、効果的に情報発信されているか等を確認することにより、今後の適正かつ効率的な行政運営に資することを目的として監査を実施した。

## 5 監査の対象

相模原市ソーシャルメディア活用ガイドライン(令和5年11月1日改訂。以下「ガイドライン」という。)を所管している市長公室広聴広報課、SNS運用

<sup>1</sup> ソーシャルメディアとは、情報を発信し、又は、双方向のコミュニケーションができるツールとして活用するインターネット上のサービスをいう。(相模原市ソーシャルメディア活用ガイドライン(令和5年11月1日改訂))

マニュアル(令和5年4月運用開始)及びSNSの活性化に向けた方針(令和5年4月運用開始)を所管している市長公室総合メディア戦略推進課並びにソーシャルメディアのアカウントを作成し、利用している各課・機関を対象とした。

## 6 監査の対象年度

令和4年度及び令和5年度

## 7 監査の着眼点

監査の実施に当たり、想定されるリスクを踏まえ、相模原市監査基準(平成29年相模原市監査委員訓令第1号。以下「監査基準」という。)第11条第6項第4号の規定に基づき、次のとおり主な着眼点を定めて監査を行った。

リスク	主な着眼点
(1) ソーシャルメディアを利用した情報管理が適切に行われないうりリスク	ア 事務は運用方針等に従って適正に行われているか。 イ アカウント及び発信する情報の管理は適切に行われているか。
(2) ソーシャルメディアの利活用が適切に行われないうりリスク	ウ 効果の把握、分析、フォローは行われているか。
(3) 情報発信が効果的に行われないうりリスク	エ 緊急事態に対して迅速に対応できる体制をとっているか。 オ 運用に関する職員への周知・研修・訓練は十分に行われているか。 カ ソーシャルメディアの活用を促進する体制が構築されているか。 キ 情報発信が効果的に行われているかを確認、検証する体制が構築されているか。

## 8 監査の主な実施手続き

監査基準第14条及び第15条の規定に基づき、次の方法を用いて調査を実施した。

- (1) 一次調査(調査票による調査)

市公式ホームページのソーシャルメディア一覧に掲載されているアカウントを保有している各課・機関に対し、調査票の回答を依頼し、各アカウントの運用状況を把握した。

#### (2) 二次調査(実態調査)

一次調査における調査票の回答内容を踏まえ、対象とするアカウントを抽出し、ソーシャルメディアの利活用が適切に行われているか、情報発信が効果的に行われているかなどを投稿等の閲覧により確認した。また、市公式ホームページのソーシャルメディア一覧の掲載が適切な内容であるかについて確認した。

#### (3) 聞き取り調査

一次調査及び二次調査を補足するため、必要に応じて聞き取り調査を実施した。

#### (4) ヒアリング

一次調査及び二次調査の結果を踏まえ、広聴広報課及び総合メディア戦略推進課の所属長等に対してヒアリングを実施し、見解等を聴取した。

## 9 ガイドライン等について

### (1) ガイドライン

本市において適切に情報を受発信するため、ソーシャルメディアを活用する場合の基本原則や運用に当たったのし、運用時の留意事項等を定めている。

### (2) SNS運用マニュアル

アカウントの作成から投稿後の振り返りまでの一連の流れを工程順に紹介しており、運用時に発生し得る問題や疑問についてもケースごとに対応策をまとめている。

### (3) SNSの活性化に向けた方針

本市のソーシャルメディア運用の現状把握、他自治体との比較等から課題を整理し、本市が目指す運用方針を「アカウントの活性化」と定め、各課・機関における目的やターゲット等に沿った自発的かつ活発なアカウントの運用を促している。

## 10 調査結果

### (1) 一次調査

市公式ホームページのソーシャルメディア一覧に記載のある各課・機関に対し、アカウントの運用状況について調査したところ、116件の回答があった。主な調査結果は次のとおりである。なお、調査結果の詳細については、巻末資料のとおりである。

#### ア 投稿担当者数と投稿頻度

ガイドラインにおいてソーシャルメディアの運用に当たり、担当職員を複数名選任し、1日1回以上確認することができるような体制の検討が示されていることから、担当者数について確認したところ、1名で担当しているという回答が42件であった。これらの各課・機関からの意見においては、事務負担が大きく投稿頻度を増やせないといった意見があった。

概して、担当者数が多いほど頻繁に投稿している状況が見られた。

#### イ 投稿に当たっての許可

ガイドラインにおいて原則として所属長の許可を得た上で情報発信をすることとしていることから、所属長の許可について確認したところ、決裁者の不在時や、イベント開催時等において即時に投稿する必要がある際には事後報告としている回答があった。また、コメントへの返信の際には投稿時に比べ事後報告としている回答が多くなっていた。

#### ウ 記録の管理

ガイドラインにおいて発信した内容や設定情報等の記録を残すよう示されていることについて確認したところ、17件のアカウントで記録していないという回答があった。

#### エ 不要な情報の削除

ガイドラインにおいて不要となった情報は速やかに削除するよう示されていることについて確認したところ、53件のアカウントで削除していないという回答があった。

#### オ コメントの返信

SNS運用マニュアルにおいてコメントへの返信を活用するよう示されていることについて確認したところ、22件のアカウントが返信している状況が見られた。また、その内の14件のアカウントにおいて、業務時間

外に返信作業が発生しているという状況が見られた。

(2) 二次調査

ア 投稿等の状況

各課・機関で利用しているアカウントのうち、実際の投稿の閲覧が困難なLINE等を除いた104件について投稿状況、内容等を確認した。

主な結果は、次のとおりである。

(ア) 投稿頻度について

SNSの活性化に向けた方針に「アカウントの活性化」の点検項目として示されている投稿頻度について確認したところ、更新が1年以上行われていないアカウントが21件あった。

(令和5年12月11日時点)

アカウント名	最終更新日	担当課	メディア名
相模原市民ギャラリー	令和4年2月14日	相模原市民ギャラリー	Facebook
相模原市 疾病対策課 難病対策班	投稿なし	疾病対策課	YouTube
【相模原市公式】健康増進課	令和4年11月1日	健康増進課	YouTube
【公式】相模原市緑区	令和3年10月1日	緑区役所地域振興課	Instagram
津久井生涯学習センター	令和2年8月19日	津久井生涯学習センター	Facebook
相模原市立図書館公式チャンネル	令和4年7月15日	図書館	YouTube
相模原市立大沢公民館	令和4年7月1日	大沢公民館	YouTube
相模原市立上溝公民館	平成31年1月6日	上溝公民館	X
相模原市立相原公民館	令和4年9月25日	相原公民館	X
相原公民館チャンネル	令和3年12月3日	相原公民館	YouTube
相模原市立小山公民館	令和4年11月15日	小山公民館	Instagram
大野南公民館	令和4年3月16日	大野南公民館	YouTube
相模原市立新磯公民館	令和4年2月20日	新磯公民館	YouTube
相模原市立大野中公民館	令和4年9月21日	大野中公民館	YouTube
相模原市立星が丘公民館	令和4年7月19日	星が丘公民館	YouTube
相模原市立清新公民館	令和3年8月18日	清新公民館	YouTube
相模原市立東林公民館	令和3年3月17日	東林公民館	YouTube
相模原市立横山公民館	令和3年9月3日	横山公民館	YouTube

相模原市立大野台公民館	令和 3 年 12 月 26 日	大野台公民館	X
相模原市立大野台公民館	令和 4 年 4 月 7 日	大野台公民館	YouTube
相模原市立津久井中央公民館	令和 4 年 9 月 29 日	津久井中央公民館	YouTube

(イ) アカウムの信頼性確保の状況

ガイドラインに市が運用していることを証明し、利用者に周知することが望ましいとされている認証アカウントの取得等の状況について確認したところ、次のとおりであった。

具体的な取組	実施	未実施
認証アカウントの取得	3 件	1 0 1 件
市公式ホームページへのリンクの掲載	7 7 件	2 7 件
市が運用していることの明記	5 9 件	4 5 件

認証アカウントについては、有料であるため取得していない、チャンネル登録者数が条件に達していない等の理由から取得できないという状況を確認した。

(ウ) 他アカウントのフォロー<sup>2</sup>の状況

ガイドライン等には特段の規定はないが、業務と関連がないと思われるアカウントをフォローしている事例を数件確認した。

イ ソーシャルメディアを効果的に活用している事例

(ア) 相模原市立図書館(X、Facebook)

市立図書館(相武台分館及び視聴覚ライブラリーを含む。)、相模大野図書館及び橋本図書館は、1つのアカウントを共有し、共通のお知らせと各図書館個別のお知らせ(本の紹介、展示の更新、おはなし会等のお知らせ、今日のウェルカムボード等)を発信している。閲覧者にとって情報を得やすく、アカウントの発信者にとっても複数の担当者により効率的に安定した頻度の投稿が可能となっている。

<sup>2</sup> フォローとは、ソーシャルメディアにおいて特定のアカウントの活動を追うことをいう。(Weblio.jpより引用)  
他アカウントをフォローすることで、そのアカウントが発信する情報を受け取れる状態になるほか、双方でフォローし合うことでダイレクトメールなどを送ることができるようになる。また、市のアカウントが他アカウントをフォローしている場合、市が当該アカウントを信頼性があると認めていると第三者の利用者から受け止められる可能性もある。

< 共通のお知らせの事例 >



< 個別のお知らせの事例 >



(イ) 観光・シティプロモーション課(X)

様々な話題についてタイムリーに投稿し、コメントに対しても積極的に返信するなどソーシャルメディアの双方向性を活用して、好意的認知度向上や来訪者増加につなげている。

ソーシャルメディアを通じた交流から関係性を構築していった結果、漫画家とのつながりをきっかけに、複数の描き下ろしイラスト等の提供を受け、展示するコラボレーション企画に発展した事例もあった。

その他にもソーシャルメディアの拡散性を活用した事業を多数実施している。

< タイムリーな投稿の事例 >



< コメントへの返信の事例 >





#### (ウ) 南区役所地域振興課の事業

南区役所地域振興課で実施した令和5年度相模大野ステーションピアノ事業は、相模大野ステーションスクエアの3階アトリウム広場にグラウンドピアノを設置して、様々な人に演奏してもらうことで文化芸術活動の促進やにぎわい創出を図るものであるが、チャンネル登録者数の多いユーチューバーの協力を得ることで、動画投稿本数57本、再生回数合計約79万回(令和6年1月12日時点)など効果的に情報が拡散された。

ソーシャルメディアの拡散性を活用することで、参加者の増加や市の魅力発信につなげた。

#### ウ ソーシャルメディア一覧の掲載情報について

各課・機関が運用するソーシャルメディアの情報を掲載している市公式ホームページのソーシャルメディア一覧について調査したところ、担当課名の変更が反映されていない事例や既に廃止されているアカウントが掲載されていた事例など、情報更新が滞っている状況が見られた。

市公式ホームページの管理に当たっては、相模原市ホームページ管理運用に関する要綱(令和5年2月20日施行)及び相模原市公式ホームページ掲載情報に関する基準(令和5年2月20日施行)において、「コンテンツを作成し市公式ホームページへ情報を掲載した実施機関は、常に最新の情報を掲載するとともに、不要になった情報は随時整理すること」とされているが、令和4年4月の組織改編により廃止となったアカウントが掲載されており、情報管理が徹底されているとは言い難い状況が見られた。

### 1.1 監査の結果

監査基準及び令和5年度行政監査(単独実施)実施計画に基づき監査した限りにおいて、結果は次のとおりである。

#### (1) 検討すべき事項

市公式ホームページのソーシャルメディア一覧について、常に最新の情報が掲載されている状況となるよう、運用している各課・機関においては、掲載時のみならず、掲載情報に変更があった際などには適宜修正を行うよう注意する。

なお、市公式ホームページ全体の管理を所管している広聴広報課において

は、より一層の注意喚起や周知等の対策を講じられたい。

(2) 今回の行政監査におけるその他の事務の執行については、おおむね良好と認められた。

## 12 意見

(1) ソーシャルメディアの活用を推進する体制について

ア ガイドラインについて

ガイドラインはソーシャルメディアの運用に当たっての基本原則等を記載しており、ソーシャルメディアを運用するための指針となるものであることから、各課・機関が正しく理解し、適切に運用できるよう、記録を管理することの目的や不要となった情報を削除する際の具体例を記載するなど、より分かり易いものに更新するよう検討されたい。

イ 現行アカウントの運用について

二次調査では1年以上更新されていないアカウントを長期間稼働していない事例として示したところであるが、所管している各課・機関においては、SNSの活性化に向けた方針等を参考に、アカウントの活性化に向けた取組について検討し、今後活性化を図ることが困難な場合には統合や廃止を検討されたい。

ウ アカウントの信頼性の確保について

市公式ホームページへのリンクの掲載や市が運用していることを記載していないアカウントについては、市からの情報発信であることの信頼性を高めるため、早期に対応されたい。

エ ソーシャルメディアの特性を活用した運用について

SNS運用マニュアルでは、ソーシャルメディアの双方向性を活用した運用方法としてコメントへの返信等も活用していくよう示しているが、コメントを受け付けているアカウントは67件(59%)、そのうちコメントに返信しているアカウントは22件に留まっている。コメントを受け付けていない、また、コメントに対して返信を行っていないアカウントについては、SNSの活性化の面から必要に応じて再検討されたい。

また、ソーシャルメディアの双方向性を活用した運用方法である他アカウントのフォローについては、ガイドライン等において考え方や取扱いに

ついでの記事が確認できなかった。ソーシャルメディアを活用した効果的な情報発信に当たっては、他アカウントのフォローについても適切に活用していくことが求められることから、ガイドラインを所管している広報課、SNS運用マニュアル及びSNSの活性化に向けた方針を所管している総合メディア戦略推進課の両課においては、記事について検討されたい。

## (2) 総括(全体を通して)

ソーシャルメディアは、広報紙やホームページ等と同様に市から情報発信を行うための有効な手段であるとともに、ニーズに合った情報を迅速かつ効果的に届けるためのツールとして重要な役割を担っている。

しかしながら、今回監査を行った結果、一部においてソーシャルメディアの特性が十分に活かされていない事例を確認した。ソーシャルメディアの活性化のためには職員の知識やスキルが大きく影響するものと考えられることから、先に述べたガイドラインの更新等を行うとともに、研修を充実させるなど、職員の発信力向上に努められたい。

こうした取組を通じて、庁内におけるソーシャルメディアの活用が充実、拡大し、本市の情報発信が効率的、効果的に展開されるよう要望する。

## 巻末資料 1

対象としたソーシャルメディアアカウント：116件

	アカウント名	メディア名	担当課
市長公室(15件)			
1	えすでいーちーずくん(SDGs×相模原市)	X(旧 Twitter)	みんなのSDGs推進課
2	えすでいーちーず君(SDGs×相模原市)	Instagram	みんなのSDGs推進課
3	えすでいーちーず君(SDGs×相模原市)	Facebook	みんなのSDGs推進課
4	相模原 SDGs	YouTube	みんなのSDGs推進課
5	さがみん	X(旧 Twitter)	観光・シティプロモーション課
6	相模原市シティプロモーション	X(旧 Twitter)	観光・シティプロモーション課
7	【公式】相模原市シティプロモーション	Instagram	観光・シティプロモーション課
8	相模原市シティプロモーション	Facebook	観光・シティプロモーション課
9	相模原市シティプロモーション	note	観光・シティプロモーション課
10	ちょっとおしらせ相模原(さがみはら)	Facebook	広聴広報課
11	相模原市	LINE	広聴広報課
12	CityOffice Sagamihara	YouTube	広聴広報課
13	相模原市シティプロモーション	X(旧 Twitter)	総合メディア戦略推進課
14	【公式】相模原市シティプロモーション	Instagram	総合メディア戦略推進課
15	相模原市シティプロモーション	Facebook	総合メディア戦略推進課
危機管理局(1件)			
16	相模原市災害情報	X(旧 Twitter)	緊急対策課
市民局(11件)			
17	【相模原市公式】マイナンバーカード申請サポート出張窓口	X(旧 Twitter)	マイナンバーカード普及促進室
18	【相模原市公式】マイナンバーカード申請サポート出張窓口	Instagram	マイナンバーカード普及促進室
19	相模原市マイナンバーカード申請サポート	LINE	マイナンバーカード普及促進室
20	相模原市交通・地域安全課	X(旧 Twitter)	交通・地域安全課
21	さがみはら国際交流ラウンジ【外国人向け情報】	Facebook	さがみはら国際交流ラウンジ
22	スポーツさがみはら   スポさが	X(旧 Twitter)	スポーツ推進課

23	【相模原市公式】相模原市文化振興課	X(旧 Twitter)	文化振興課
24	【相模原市公式】文化芸術のひろば	YouTube	文化振興課
25	相模原市民ギャラリー	Facebook	相模原市民ギャラリー
26	アートラボはしもと	Instagram	アートラボはしもと
27	アートラボはしもと	Facebook	アートラボはしもと
健康福祉局(5件)			
28	相模原市精神保健福祉センター	YouTube	精神保健福祉センター
29	相模原市 疾病対策課 難病対策班	YouTube	疾病対策課
30	【公式】相模原市保健所生活衛生課(動物愛護管理担当)	Instagram	生活衛生課
31	健活さがみはら	Facebook	健康増進課
32	【相模原市公式】健康増進課	YouTube	健康増進課
こども・若者未来局(5件)			
33	相模原市はたちのつどい公式チャンネル	YouTube	こども・若者支援課
34	相模原市大学生等未来応援事業	Instagram	青少年学習センター
35	相模原市立青少年学習センター	Instagram	青少年学習センター
36	相模原市立青少年学習センター	LINE	青少年学習センター
37	相模原市立青少年学習センター	YouTube	青少年学習センター
環境経済局(3件)			
38	つきのき(さがみはら津久井産材利用拡大協議会)	X(旧 Twitter)	森林政策課
39	分別戦隊シゲンジャー銀河(相模原市)	X(旧 Twitter)	資源循環推進課
40	分別戦隊シゲンジャー銀河	LINE	資源循環推進課
都市建設局(2件)			
41	GO!GO!相模線【公式】	X(旧 Twitter)	交通政策課
42	【公式】相模原市下水道	Instagram	下水道経営課
緑区役所(4件)			
43	ミウル	X(旧 Twitter)	緑区役所地域振興課
44	【公式】相模原市緑区	Instagram	緑区役所地域振興課
45	ミウル	Facebook	緑区役所地域振興課

46	ミウル	LINE	緑区役所地域振興課
中央区役所(2件)			
47	【公式】相模原市中央区	Instagram	中央区役所区政策課
48	相模原市中央区	Facebook	中央区役所区政策課
南区役所(3件)			
49	【公式】相模原市南区	Instagram	南区役所区政策課
50	相模原市南区区民会議	Facebook	南区役所区政策課
51	南区私のイチ押し写真	Instagram	南区役所地域振興課
議会局(2件)			
52	相模原市議会議会局	Instagram	政策調査課
53	相模原市議会議会局	Facebook	政策調査課
教育局(57件)			
54	相模原市教員採用情報～教員を目指す方へ～	Facebook	教職員人事課
55	津久井生涯学習センター	Facebook	津久井生涯学習センター
56	相模原市教育委員会文化財保護課	Instagram	文化財保護課
57	相模原市立図書館	X(旧 Twitter)	図書館
58	相模原市立図書館	Facebook	図書館
59	相模原市立図書館公式チャンネル	YouTube	図書館
60	相模原市立博物館	X(旧 Twitter)	博物館
61	【公式】相模原市立博物館	Instagram	博物館
62	相模原市立博物館公式チャンネル	YouTube	博物館
63	相模原市立大沢公民館	X(旧 Twitter)	大沢公民館
64	相模原市立大沢公民館	YouTube	大沢公民館
65	相模原市立上溝公民館	X(旧 Twitter)	上溝公民館
66	相模原市立上溝公民館	Facebook	上溝公民館
67	相模原市立橋本公民館	X(旧 Twitter)	橋本公民館
68	相模原市立相原公民館	X(旧 Twitter)	相原公民館
69	相原公民館チャンネル	YouTube	相原公民館

70	相模原市立小山公民館	X(旧 Twitter)	小山公民館
71	相模原市立小山公民館	Instagram	小山公民館
72	相模原市立小山公民館	YouTube	小山公民館
73	相模原市立大野南公民館	X(旧 Twitter)	大野南公民館
74	大野南公民館	YouTube	大野南公民館
75	相模原市立新磯公民館	Facebook	新磯公民館
76	相模原市立新磯公民館	YouTube	新磯公民館
77	相模原市立麻溝公民館	Instagram	麻溝公民館
78	相模原市立麻溝公民館	Facebook	麻溝公民館
79	麻溝公民館チャンネル	YouTube	麻溝公民館
80	相模原市立田名公民館	YouTube	田名公民館
81	相模原市立大野北公民館	Facebook	大野北公民館
82	大野中公民館	X(旧 Twitter)	大野中公民館
83	相模原市立大野中公民館	YouTube	大野中公民館
84	相模原市立星が丘公民館	X(旧 Twitter)	星が丘公民館
85	[公式]相模原市立星が丘公民館	Instagram	星が丘公民館
86	相模原市立星が丘公民館	YouTube	星が丘公民館
87	相模原市立清新公民館	X(旧 Twitter)	清新公民館
88	相模原市立清新公民館	Instagram	清新公民館
89	相模原市立清新公民館	Facebook	清新公民館
90	相模原市立清新公民館	YouTube	清新公民館
91	相模原市立中央公民館	X(旧 Twitter)	中央公民館
92	相模原市立相模台公民館	X(旧 Twitter)	相模台公民館
93	相模原市立相武台公民館	Facebook	相武台公民館
94	相模原市立東林公民館	X(旧 Twitter)	東林公民館
95	相模原市立東林公民館	YouTube	東林公民館
96	相模原市立横山公民館	X(旧 Twitter)	横山公民館
97	相模原市立横山公民館	YouTube	横山公民館

98	相模原市立光が丘公民館	X(旧 Twitter)	光が丘公民館
99	相模原市立光が丘公民館	LINE	光が丘公民館
100	相模原市立大沼公民館	X(旧 Twitter)	大沼公民館
101	相模原市立上鶴間公民館	X(旧 Twitter)	上鶴間公民館
102	相模原市立上鶴間公民館	YouTube	上鶴間公民館
103	相模原市立大野台公民館	X(旧 Twitter)	大野台公民館
104	相模原市立大野台公民館	LINE	大野台公民館
105	相模原市立大野台公民館	YouTube	大野台公民館
106	相模原市公式陽光台公民館	X(旧 Twitter)	陽光台公民館
107	相模原市公式陽光台公民館	YouTube	陽光台公民館
108	相模原市立城山公民館	Instagram	城山公民館
109	相模原市立津久井中央公民館	YouTube	津久井中央公民館
110	相模湖公民館 & 千木良公民館	Facebook	相模湖公民館
行政委員会事務局(3件)			
111	[アップくん]相模原市選挙啓発キャラクター	X(旧 Twitter)	選挙課
112	相模原市人事委員会	X(旧 Twitter)	任用調査課
113	相模原市人事委員会	YouTube	任用調査課
消防局(3件)			
114	相模原市火災・救助情報	X(旧 Twitter)	消防総務課及び指令課
115	[公式]相模原市消防局	Instagram	消防総務課
116	相模原市消防局	Facebook	消防総務課

注： のあるアカウントは2次調査の対象外



## 巻末資料 2

ソーシャルメディアを活用した情報発信について  
一次調査(調査票による調査)の結果の概要

## 一次調査(調査票による調査)の結果の概要

Q 1 : 回答課名、担当者氏名、連絡先を入力してください。

Q 2 : 現在運用している SNS の名称(アカウント名)を記入してください。

Q 3 : 使用しているメディアは何か、次の中から一つ選択してください。

1	X(旧 Twitter)	37件(32%)
2	Instagram	22件(19%)
3	Facebook	22件(19%)
4	LINE	7件(6%)
5	YouTube	27件(23%)
6	その他(note)	1件(1%)

Q 4 以降は、アカウントの更新を行っていない2件を除く114件の回答を基に作成

Q 4 : 運用を開始した理由(目的)について、記入してください。

主に以下の回答を確認した。

- ・事業の周知・広報のため(最も多い回答)
- ・シビックプライド向上のため(観光・シティプロモーション課のアカウント全般)
- ・新型コロナウイルス感染症拡大下において、おはなし会の動画などの新たな情報発信を行うため(図書館 YouTube「相模原市立図書館公式チャンネル」)
- ・コロナ禍による休館中に、自宅で公民館活動を知ってもらうため(大沢公民館 YouTube「相模原市立大沢公民館」)

事業の周知・広報のために運用している課・機関が多くあるとともに、コロナ禍における活動の一つとして運用を開始したとの回答があった。

### < 運用体制及び職員の業務負担に関する調査 >

Q 5 : 投稿頻度について、次の中から一つ選択してください。

1	毎日	6件(5%)
2	週に2, 3回程度	10件(9%)
3	週に1回	10件(9%)
4	月に1, 2回程度	13件(11%)
5	事業の実施に合わせて不定期	75件(66%)

「毎日」と回答したアカウントは、以下の6件である。

- ・政策調査課 Instagram「相模原市議会議会局」
- ・政策調査課 Facebook「相模原市議会議会局」
- ・選挙課 X「[アップくん] 相模原市選挙啓発キャラクター」
- ・博物館 X「相模原市立博物館」
- ・博物館 Instagram「【公式】相模原市立博物館」
- ・消防総務課及び指令課 X「相模原市火災・救助情報」

メディア別の投稿頻度は、次のとおりである。

メディア 投稿頻度	X (旧 Twitter)	Instagram	Facebook	LINE	YouTube	その他	計
毎日	3	2	1	0	0	0	6
週に2,3回	4	2	3	1	0	0	10
週に1回	4	3	3	0	0	0	10
月に1,2回程度	2	4	3	1	3	0	13
不定期	23	11	12	5	23	1	75
計	36	22	22	7	26	1	114

Q6-1：投稿者について、次のどちらかを選択してください。

1 職員が投稿している。	109件(96%)
2 外部に委託し、投稿してもらっている。	5件(4%)
<「2 外部に委託し、投稿してもらっている。」と回答したアカウント>	
・マイナンバーカード普及促進室が保有するアカウント3件	
X、Instagram「【相模原市公式】マイナンバーカード申請サポート出張窓口」	
LINE「相模原市マイナンバーカード申請サポート」	
・広聴広報課 Facebook「ちょっとおしらせ相模原(さがみはら)」	
・南区役所地域振興課 Instagram「南区私のイチ押し写真」	

Q6-2：投稿担当者数を入力してください(実際に投稿している人数を記入し、確認等を行っている職員は含めないでください。)

6-1を「1 職員が投稿している。」とした場合に回答を求めた。(全109件)

1人	42件(39%)
2人	28件(26%)
3人	20件(18%)
4人	8件(7%)
5人	3件(3%)
6人以上	8件(7%)

1人との回答が42件と最も多く、次いで2人が28人、3人が20人となっており、3人以下で投稿を担当している課・機関が8割以上を占めている。

担当者数別の投稿頻度は次のとおりである。

担当者数 投稿頻度	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上	計
毎日	0	1	1	0	0	4	6
週に2,3回	1	6	1	0	1	0	9
週に1回	4	1	4	1	0	0	10
月に1,2回程度	3	4	5	1	0	0	13
不定期	34	16	9	6	2	4	71
計	42	28	20	8	3	8	109

投稿頻度「毎日」と回答している5件の内、投稿担当者数「6人以上」との回答が4件とな

っていた。該当のアカウントは、以下の4アカウントである。

- ・政策調査課 Facebook、Instagram「相模原市議会議会局」
- ・博物館 X「相模原市立博物館」
- ・博物館 Instagram「【公式】相模原市立博物館」

Q 6 - 3 : 投稿担当者が2人以上いる場合は、どのように分担しているか、次の中から一つ選択してください。

Q 6 - 1を「1 職員が投稿している。」とし、Q 6 - 2を2人以上とした場合に回答を求めた。(全67件)

1 業務担当ごとに分けて投稿している。	44件(66%)
2 曜日や週ごとに分けて投稿している。	2件(3%)
3 特に分担を決めず、手が空いている職員が投稿している。	21件(31%)

Q 6 - 4 : 投稿に際して使用している機器について、次の中から選択してください。【複数回答可】

Q 6 - 1を「1 職員が投稿している。」とした場合に回答を求めた。(全117件)  
複数回答があるため合計が117件となっている。

1 職員のPC	22件(20%)
2 投稿のために用意した専用の機器	82件(75%)
3 職員の私物機器	13件(12%)

Q 6 - 5 : 投稿する際(コメントへの返信は除く。)に意思決定の手続きを行っているか(所属長の決裁等承認を得ているか)、次の中から一つ選択してください。

Q 6 - 1を「1 職員が投稿している。」とした場合に回答を求めた。(全109件)

1 常に行っている。	102件(93%)
2 行うときと行わない時がある。	4件(4%)
3 行っていない。	3件(3%)

参考：ガイドラインP3

ウ 情報発信・返信の手順の決定

情報の発信や返信を行う場合の手順や、情報発信媒体、決裁方法について、利用目的を踏まえ、あらかじめ実施機関内で決定しておくこと。また、所属長の許可を得た上での情報発信・返信を原則とするが、次に掲げる情報については、あらかじめ所属長の許可を得た範囲で担当者による発信・返信ができるものとする。

- (ア)すでに相模原市公式ホームページ等で公表している情報
- (イ)イベントや競技会の結果など、既成事実に関する情報
- (ウ)法令等で定められている手続きに関する情報
- (エ)災害時など、一刻を争う状況下での情報

Q 6 - 6 : 意思決定の方法について、次の中から一つ選択してください。

Q 6 - 5を「1 常に行っている。」または「2 行うときと行わない時がある。」とした場合に回答を求めた。(全106件)

1 所属長等の決裁	73件(69%)
2 決裁はないが、所属長等上司の確認・承認を得ている。	33件(31%)
3 決裁はないが、他の職員に確認してもらっている。	0件(0%)

Q6-7：意思決定を行わない時はどのような時か、記入してください。

Q6-5を「2 行うときと行わない時がある。」とした場合に回答を求めた。(全4件)

- ・決裁者不在時やイベント時等、リアルタイムで発信したい時  
(緑区役所地域振興課 LINE「ミウル」)
- ・ライブ配信を行うとき  
(大野中公民館 YOUTUBE「相模原市立大野中公民館」)
- ・イベント等の現地からの投稿など、リアルタイムに投稿を行う場合  
(資源循環推進課 X「分別戦隊シゲンジャー銀河」(相模原市))
- ・決裁者不在時やイベント時等、リアルタイムで発信したい時  
(森林政策課 X「つくいのき」(さがみはら津久井産材利用拡大協議会))

いずれの課・機関においても、意思決定を行わずに投稿した場合は、投稿後上司に報告している。

Q6-8：意思決定を行っていない理由を記入してください。

Q6-5を「3 行っていない。」とした場合に回答を求めた。(全3件)

- ・報道提供、ホームページに公開している範疇のため。  
(アトラボはしもと Facebook、Instagram「アトラボはしもと」、相模原市民ギャラリー-Facebook「相模原市民ギャラリー」)

いずれの機関においても、投稿後上司に報告している。

#### < 「適切な運用がなされているか」に関する調査項目 >

Q7：投稿した内容を記録していますか。

1 はい	97件(85%)
2 いいえ	17件(15%)

参考：ガイドラインP8

##### (1) 記録の管理

発信・返信をした内容(画像・動画・文章など)については、記録を残すこと。また、設定情報等のデータについても定期的に記録として残すこと。

Q8-1：古くなった情報、不要になった情報を削除していますか。

1 はい	61件(54%)
2 いいえ	53件(46%)

参考：ガイドラインP8

##### (2) 不要な情報の削除

随時、情報を整理し、不要となった情報については速やかに削除すること。

Q 8 - 2 : 古くなった情報、不要になった情報があるかの確認は、どのくらいの頻度で行っていますか。

Q 8 - 1を「1 はい」とした場合に回答を求めた。(全61件)

1 週に1回程度	2件(3%)
2 月に1回程度	5件(8%)
3 予め削除日を決定しておくため、確認はしていない。	6件(10%)
4 定期的な確認は行わず、気づいたときに削除している。	38件(62%)
5 その他	10件(17%)

「5 その他」を選択した場合、その詳細を入力してください。

<「その他」の詳細>

- ・1年に1回程度
- ・掲載期間を定めて削除
- ・新たな投稿をした際等、適宜

「定期的な確認は行わず、気づいたときに削除している。」が36件で最も多かった。

Q 9 - 1 : パスワードの変更を定期的に行っていますか。

1 行っている。	79件(69%)
2 行っていない。	35件(31%)

定期的パスワードを変更していないとの回答が約3割を占めた。

参考：ガイドラインP 8

(6) パスワード等の管理

ア アカウントやパスワードを取り扱う者を最小限にすること。

イ パスワードは、原則英数混在8桁以上とし、他者に知られないように管理すること。

ウ IDとパスワードは、登録、変更、抹消等の情報管理を適切に行い、その記録を残しておくこと。特に人事異動等により担当者が変更になるときは、速やかに変更を行うこと。

Q 9 - 2 : 定期的に変更している場合、その頻度を次の中から一つ選択してください。

Q 9 - 1を「1 行っている。」とした場合に回答を求めた。(全79件)

1 1か月に1回程度	5件(6%)
2 3か月に1回程度	18件(23%)
3 1年に1回程度	43件(54%)
4 その他	13件(17%)

「4 その他」を選択した場合、その詳細を入力してください。

<「その他」の詳細>

- ・担当職員が変わったとき

Q 1 0 - 1 : なりすましがいないか、定期的の確認していますか。

1 確認している。	92件(81%)
2 確認していない。	22件(19%)

参考：ガイドラインP8

(3) いわゆる「なりすまし」への対応

偽アカウントを作成するなどして、他人になりすまし、インターネット上のサービスを利用する、いわゆる「なりすまし」による被害を防止するため、類似のアカウント名が使用されていないかなど、日ごろからこまめに確認すること。

また、「なりすまし」を発見した場合は、速やかに当該ソーシャルメディアの運営者に対して削除依頼を行うとともに、市ホームページなどで「なりすまし」アカウントが存在することの注意喚起を図ること。

なお、「なりすまし」を防止するためにもアカウント名に「相模原市公式」と冠することが望ましい。

Q10-2：確認している場合、その頻度を次の中から一つ選択してください。

Q10-1を「1 確認している。」とした場合に回答を求めた。(全92件)

1	1か月に1回程度	46件(50%)
2	3か月に1回程度	33件(36%)
3	1年に1回程度	8件(9%)
4	その他	5件(5%)

「4 その他」を選択した場合、その詳細を入力してください。

<その他の詳細>

- ・週に数回程度
- ・投稿時など随時

<「効果的な運用が行えているか」に関する調査項目>

Q11-1：SNSを用いて情報発信した効果の確認をしていますか。

1	確認している。	79件(69%)
2	確認していない。	35件(31%)

Q11-2：「1 確認している。」を選択した場合、どのようなことをしているのか、その詳細を入力してください。

Q11-1を「1 確認している。」とした場合に回答を求めた。(全79件)

- ・イベント時のアンケートで「どこでイベントを知ったか」の回答項目に「SNS」を入れている。  
(さがみはら国際交流ラウンジ Facebook「さがみはら国際交流ラウンジ【外国人向け情報】」ほか多数)
- ・委託事業者から年次報告の際に月別リーチ数の報告をもらっている。  
(広聴広報課 Facebook「ちょっとおしらせ相模原(さがみはら)」)
- ・閲覧数、いいね数の確認をしている。(健康増進課 Facebook「健活さがみはら」)

Q12-1：コメントの確認を行っていますか。

1	確認している。	59件(52%)
2	確認していない。	8件(7%)
3	コメントを受け付けていない。	47件(41%)

使用機器別のコメントの確認状況は、次のとおりである。

使用機器 コメントの確認	職場の PC	SNS 専用機器	職員の私物	計
確認している	10	43	12	65
確認していない	3	2	1	6
コメントを受け付けていない	9	37	0	46
計	22	82	13	117

コメントを「確認している」と回答したアカウントのうち、12件で私物機器を使用しているとの回答であった。なお、私物機器を使用し、コメントを「確認している」と回答した12件の全てのアカウントにおいて、Q12-5にてコメントに対して「返信している」と回答している。

使用機器において複数回答があるため合計が117件となっている。

Q12-2：コメントを確認していない理由を教えてください。

Q12-1を「2 確認していない。」とした場合に回答を求めた。(全8件)

- ・市民への周知を目的とし、コメント等への返信を行っていないため。  
(生活衛生課 Instagram「相模原市保健所生活衛生課(動物愛護管理担当)」ほか)

Q12-3：コメントを受け付けていない理由を教えてください。

Q12-1を「3 コメントを受け付けていない。」とした場合に回答を求めた。  
(全47件)

- ・コメントを求めるような内容の投稿ではないため。  
(健康増進課 YouTube「【相模原市公式】健康増進課」)
- ・「市へのご意見・ご質問は「私の提案」等をご利用ください」としているため  
(上溝公民館 Facebook「相模原市立上溝公民館」ほか多数)

Q12-4：コメントを確認する頻度について、次の中から一つ選択してください。

Q12-1を「1 確認している。」とした場合に回答を求めた。(全59件)

- |           |          |
|-----------|----------|
| 1 毎日      | 15件(25%) |
| 2 週に2, 3回 | 18件(31%) |
| 3 週に1回    | 5件(9%)   |
| 4 月に1回    | 6件(10%)  |
| 5 その他     | 15件(25%) |

「5 その他」を選択した場合、その詳細を入力してください。

<その他の詳細>

- ・コメントの通知が届く都度確認している。
- ・次の投稿を行う際にコメントを確認している。
- ・投稿後1～2日後

Q12-5：コメントに対して返信していますか。

Q12-1を「1 確認している。」とした場合に回答を求めた。(全59件)

- |            |          |
|------------|----------|
| 1 返信している。  | 22件(37%) |
| 2 返信していない。 | 37件(63%) |



コメントの返信を行っているのは、全114アカウントのうち2割程度だった。  
メディア別のコメントへの返信の有無は、次のとおりである。

メディア 投稿頻度	X (旧 Twitter)	Instagram	Facebook	LINE	YouTube	その他	計
返信している	7	7	5	1	1	1	22
返信していない	12	8	9	2	6	0	37
計	19	15	14	3	7	1	59

Q12-6：返信するタイミングについて、次のどちらかを選択してください。

Q12-5を「1 返信している。」とした場合に回答を求めた。(全22件)

- |                           |          |
|---------------------------|----------|
| 1 業務時間(開庁時間)内のみ返信している。    | 8件(36%)  |
| 2 業務時間(開庁時間)外にも返信する場合がある。 | 14件(64%) |

返信しているアカウントにおいては業務時間外にも返信しているとの回答が多く、このうち10件が私物機器を使用していることを確認した。

参考：SNS運用マニュアルP67

返信する際の注意点(抜粋)

- ・業務としてアカウントを運用しているため、緊急時以外は日中の勤務時間内にコメントを返すようにしてください。

Q12-7：返信の際に意思決定の手続を行っているか(所属長の決裁等承認を得ているか)、次の中から一つ選択してください。

Q12-5を「1 返信している。」とした場合に回答を求めた。(全22件)

- |                  |          |
|------------------|----------|
| 1 常に行っている。       | 12件(55%) |
| 2 行うときと行わない時がある。 | 9件(41%)  |
| 3 行っていない。        | 1件(4%)   |

投稿時と比べて、意思決定を行う時と行わない時があるとの回答が増加している。

(参考)

<投稿時(Q6-5)>

- ・(意思決定を)行うときと行わない時がある。 4件(3%)

<コメントへの返信時(Q12-7)>

- ・(意思決定を)行うときと行わない時がある。 9件(41%)

参考：ガイドラインP3(再掲)

ウ 情報発信・返信の手順の決定

情報の発信や返信を行う場合の手順や、情報発信媒体、決裁方法について、利用目的を踏まえ、あらかじめ実施機関内で決定しておくこと。また、所属長の許可を得た上での情報発信・返信を原則とするが、次に掲げる情報については、あらかじめ所属長の許可を得た範囲で担当者による発信・返信ができるものとする。

(ア)すでに相模原市公式ホームページ等で公表している情報

(イ)イベントや競技会の結果など、既成事実に関する情報

(ウ)法令等で定められている手続きに関する情報

(エ)災害時など、一刻を争う状況下での情報

Q12-8：意思決定の方法について、次の中から一つ選択してください。

Q12-7を「1 常に行っている。」または「2 行うときと行わない時がある。」とした場合に回答を求めた。(全21件)

1 所属長等の決裁	6件(29%)
2 決裁はないが、所属長等上司の確認・承認を得ている。	15件(71%)
3 決裁はないが、他の職員に確認してもらっている。	0件(0%)

投稿時と比べて、決裁を経ず、上司の確認・承認に留めているとの回答の割合が増加している。

(参考)

<投稿時(Q6-6)>

・決裁はないが、所属長等上司の確認・承認を得ている。 33件(31%)

<コメントへの返信時(Q12-8)>

・決裁はないが、所属長等上司の確認・承認を得ている。 15件(71%)

Q12-9：意思決定を行わない時はどのような時か、記入してください。

Q12-7を「2 行うときと行わない時がある。」とした場合に回答を求めた。(全9件)

- ・パターン化した返信や予め課内で裁量を与えられた返信の範囲内の時。  
観光・シティプロモーション課への聞き取り調査によると、「パターン化した返信」とはあいさつやお礼などであり、「裁量を与えられた返信の範囲」とは「個人のエピソードや事実が明らかな内容」とのこと。  
(観光・シティプロモーション課及び総合メディア戦略推進課が運用するアカウントの回答8件。)
- ・決裁者不在時やイベント時等、リアルタイムで返信したい時(森林政策課 X「つくいのき」)

Q12-10：意思決定を行っていない理由を記入してください。

Q12-7を「3 行っていない。」とした場合に回答を求めた。(全1件)

- ・事業者に運営を委託しているため。  
(広聴広報課 Facebook「ちょっとおしらせ相模原(さがみはら)」)

Q12-11：返信していない理由を教えてください。

Q12-5を「2 返信していない。」とした場合に回答を求めた。(全37件)

- ・コメントへの対応が困難と判断したため、運用ポリシーで原則返信を行わないこととした。(図書館 Facebook「相模原市立図書館」)
- ・情報発信のみを行うための利用であるため。ただし、例外的に市の機関やJAXAの公式アカウントからのコメントに返信する場合がある。  
(博物館 X「相模原市立博物館」)
- ・コメント内容によって返信する・しないが混在してしまうため、統一して返信をしない。  
(中央区役所区政策課 Instagram、Facebook「【公式】相模原市中央区」)
- ・公平性の観点から運用ポリシー上「原則返信しない」旨を記載している。なお、

令和5年11月に運用ポリシーを改訂し、返信を可能とした。  
 (資源循環推進課 X「分別戦隊シゲンジャー銀河」(相模原市))

Q13-1: ソーシャルメディアを運用するに際して、令和4年度中に何らかの支出が発生しましたか。

1	発生している。	11件(10%)
2	発生していない。	103件(90%)
<「1 発生している。」と回答したアカウント>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マイナンバーカード普及促進室が保有するアカウント3件</li> <li>・広聴広報課 Facebook「ちょっとおしらせ相模原(さがみはら)」</li> <li>・広聴広報課 LINE「相模原市」</li> <li>・総合メディア戦略推進課 X、Facebook「相模原市シティプロモーション」</li> <li>・総合メディア戦略推進課 Instagram「【公式】相模原市シティプロモーション」</li> <li>・南区役所区政策課 Facebook「相模原市南区区民会議」</li> <li>・南区役所区政策課 Instagram「【公式】相模原市南区」</li> <li>・南区役所地域振興課 Instagram「南区私のイチ押し写真」</li> </ul>		

Q13-2: 発生している場合、どのような支出が記入してください。

Q13-1を「1 発生している。」とした場合に回答を求めた。(全11件)

Q13-3: 発生している場合、令和4年度中の支出の合計額を記入してください。

Q13-1を「1 発生している。」とした場合に回答を求めた。(全11件)

Q13-2及びQ13-3の回答を確認した結果、以下のとおりであった。

アカウント名	支出理由 (Q13-2)	支出金額 (Q13-3)
マイナンバーカード普及促進室 X、Instagram 「【相模原市公式】マイナンバーカード申請サポート出張窓口」 LINE 「相模原市マイナンバーカード申請サポート」	委託料 SNS広告費、SNS投稿などの運用管理業務 (マイナンバーカード申請サポート業務委託の一部)	101,129,600 円
広聴広報課 LINE「相模原市」	委託料 LINE メッセージングサービス提供業務	1,584,000 円
広聴広報課 Facebook 「ちょっとおしらせ相模原(さがみはら)」	委託料 (相模原市コールセンター運営業務委託の一部)	114,799,872 円 Facebook 運営業務のみの金額 算出はしていないため全体額
総合メディア戦略推進課 X、Facebook 「相模原市シティプロモーション」 Instagram 「【公式】相模原市シティプロモーション」	委託料 拡散を狙った企画の実施等 (ソーシャルメディア運用マネジメント業務委託の一部)	8,481,000 円

南区役所区政策課 Facebook「相模原市南区区民会議」 Instagram「【公式】相模原市南区」	電話料	77,338 円
南区役所地域振興課 Instagram 「南区私のイチ押し写真」	委託料	60,000 円

Q14：自由意見：ソーシャルメディアを運用する際に苦労していることや、課題、問題点などがあれば教えてください。

各課・機関が挙げた課題・問題点は、概ね次のとおりである。

<ul style="list-style-type: none"> <li>・投稿に係る事務負担が大きい</li> <li>・投稿に時間がかかり、更新頻度を増やせない</li> <li>・定期的な更新の必要性を感じている</li> <li>・フォロワー数や登録者数が伸び悩んでいる</li> <li>・決裁に時間を要するため、即時に投稿できない</li> <li>・決裁方法に関して見直しが必要である</li> <li>・コメントへの返信対応等が業務時間外に発生してしまう</li> <li>・投稿内容が固定化している</li> <li>・投稿内容・話題を考えるのに苦労している</li> <li>・効果性の分析に時間を十分に割けていない</li> <li>・ソーシャルメディア側の仕様変更への対応が大変である</li> <li>・動画を編集する知識、スキルがある職員がいない</li> <li>・一方的な情報発信ツールとして利用している</li> <li>・投稿や返信(リプライ)に伴う時間外勤務や上司の決裁の運用など、今後の市の広報、プロモーションのあり方に合致した制度の見直しが必要と感じる</li> </ul>
--

以上