

岡山市長 大森雅夫様

岡山市監査委員 岸 堅 士
同 土 居 幸 徳
同 小 林 寿 雄
同 小 川 信 幸

平成29年度行政監査の結果について（報告）

地方自治法（昭和22年法律第67号）第199条第2項の規定に基づく監査を実施したので、同条第9項の規定により、その結果を下記のとおり報告します。

記

1 監査を実施した監査委員

岸 堅士，土居 幸徳，小林 寿雄，小川 信幸

2 監査の種類

地方自治法第199条第2項に基づく監査

3 監査の概要

(1) 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

(2) 監査の目的

インターネット上のサービスを利用して双方向で情報の伝達を行うことができるソーシャルメディアは、近年利用者が急増し、社会的に大きな影響力を持つようになっている。

本市においても、ツイッターやフェイスブックをはじめとしたソーシャルメディアは、市政情報の発信手段として、市民との情報共有手段としても重要な役割を果たすものと考えられる。

一方、ソーシャルメディア上で発信される情報に不適切や不正確な内容があった場合、予想外の影響を及ぼすこともあり、利用にあたってはリスクや特性を理解する必要がある。そのため本市では、ソーシャルメディアを利用するにあたっての職員の心構えや、利用における基本事項を定めた「岡山市ソーシャルメディアの運用に関するガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）を策定している。

このような状況の中、本市のソーシャルメディアを活用した情報発信について、適切な運用及びリスク対応などを観点とした監査を実施し、市民サービス向上の一端となることを目的とする。

(3) 監査の対象

全ての課

(4) 監査の実施場所及び期間

監査委員室

平成29年9月1日から平成30年3月30日まで

(5) 監査の着眼点及び実施内容

以下の着眼点を主眼とし、全ての課に対し調査票の提出を求め、岡山市監査基準に準拠して確認及び質問等の手法により監査を実施した。

- ① ガイドラインに従った運用をしているか
- ② リスクを認識し、対応策は整っているか
- ③ 有効に活用されているか
- ④ 適切に管理されているか

4 監査の結果

全課に対して調査した結果は次のとおりである。

(1) 市が運用するソーシャルメディアの状況について

① 基本情報

平成29年11月30日現在、市が主体となって運用しているソーシャルメディアは次のとおりである。

[表1]

部署名		ツイ ター	フェイス ブック	ライン	ユー チューブ	インスタ グラム	アカウント名
市長公室	広 報 広 聴 課		○				岡山市「桃太郎のまち岡山」
		○					岡山市 (@okayama_city)
					○		岡山市公式Youtubeチャンネル 岡山市「桃太郎のまち岡山」
					○	ミコロ ハコロ (岡山市イメージキャラクター) (micoro_hacoro)	
政策局	東 京 事 務 所		○				おかやま白桃パフェDays
市民協働局	市 民 協 働 企 画 総 務 課		○				岡山市に移住・定住するための情報サイト「おかやま生活」
					○		岡山市移住・定住支援室
			○				つながる協働ひろば
					○		denshichounaikaichannel
	E S D 推 進 課		○				岡山esdプロジェクト ※アカウントは保持していない。年間1回利用するのみ。毎年ESDの優良事例を表彰するESD岡山アワードを開催している。そのうち、グローバル賞について、各自の取り組みを紹介する動画をYouTubeにアップして提出することを応募の条件としている。各応募者から送られてきたYouTubeのURLをまとめてリンクを貼り、広く閲覧できるようにする。ESD推進課において直接動画をアップすることはない。
南区役所		○	○			○	岡山市南区 (実り区)
岡山っ子育成局	地 域 子 育 て 支 援 課	○	○				おかやま子育て応援サイト「こそだてぼけっと」
産業観光局	観 光 コ ン ベ ン シ ョ ン 推 進 課	○					ももたろう観光センター
			○				おかやま観光コンベンション協会
	農 林 水 産 課		○				おかやま秋の収穫祭 地産地消マルシェ
都市整備局	庭 園 都 市 推 進 課		○				西川緑道公園・県庁通りイベント情報
		○					西川ハーモニーフェスタ
水道局	水 道 ・ 企 画 総 務 課		○				岡山市水道局 (水道ぼうや スイスくん)
市場事業部		○	○				おかいちちゃん
消防局	消 防 企 画 総 務 課		○				岡山市消防局
教育委員会	教 育 企 画 総 務 課			○			岡山市教育委員会
	中 央 図 書 館	○	○				岡山市立中央図書館
		○					岡山市立幸町図書館
		○	○				西大寺緑花公園緑の図書室
	中 央 公 民 館 (地 区 公 民 館 含 む)		○ (37)				「岡山市立中央図書館」等各公民館名
オ リ エ ン ト 美 術 館		○				岡山市立オリエント美術館	
アカウント数		9	53	1	3	2	

各ソーシャルメディアのアカウント数は、ツイッター (Twitter) 9, フェイスブック (Facebook) 53, ライン (LINE) 1, ユーチューブ (YouTube) 3, インスタグラム (Instagram) 2となっている。

また、それぞれのアカウントごとの開設年月、登録者数 (フォロワー数), フォローして

いる数は次のとおりである。

[表2]

部署名	アカウント名	(注1) 種別	開設年月	登録者数 (フォロワー数)	フォロー している数
広報広聴課	岡山市「桃太郎のまち岡山」	F	H25. 2	9,750	0
	岡山市 (@okayama_city)	T	H24. 12	5,942	49
	岡山市公式Youtubeチャンネル 岡山市「桃太郎のまち岡山」	Y	H29. 1	70	0
	ミコロ ハコロ (岡山市イメージキャラクター) (micoro_hacoro)	I	H29. 3	181	34
東京事務所	おかやま白桃パフェDays	F	H25. 5	753	0
市民協働企画総務課	岡山市に移住・定住するための情報サイト「おかやま生活」	F	H26. 11	2,805	0
	岡山市移住・定住支援室	Y	H26. 11	107	0
	つながる協働ひろば	F	H26. 11	553	0
	denshichounaikaichannel	Y	H27. 1	2	0
ESD推進課	岡山esdプロジェクト	F	H25. 4	1,277	0
南区役所	岡山市南区 (実り区)	T	H27. 8	244	15
	岡山市南区 (実り区)	F	H27. 8	409	20
	岡山市南区 (実り区)	I	H29. 3	28	0
地域子育て支援課	おかやま子育て応援サイト「こそだてぼけっと」	T	H24. 5	472	17
	おかやま子育て応援サイト「こそだてぼけっと」	F	H23. 3	1,531	39
観光コンベンション推進課	ももたろう観光センター	T	H22. 10	3,384	854
	おかやま観光コンベンション協会	F	H24. 12	4,063	0
農林水産課	おかやま秋の収穫祭 地産地消マルシェ	F	H28. 7	433	0
庭園都市推進課	西川緑道公園・県庁通りイベント情報	F	H25. 2	242	0
	西川ハーモニーフェスタ	T	H25. 2	8	0
水道・企画総務課	岡山市水道局 (水道ぼうや スイスくん)	F	H28. 9	130	0
市場事業部	おかいちちゃん	T	H22. 8	596	0
	おかいちちゃん	F	H27. 7	47	0
消防企画総務課	岡山市消防局	F	H29. 5	558	0
教育企画総務課	岡山市教育委員会	L	H27. 3	2,581	1,763
中央図書館	岡山市立中央図書館	T	H26. 3	249	0
	岡山市立中央図書館	F	H26. 3	192	0
	岡山市立幸町図書館	T	H26. 5	82	0
	西大寺緑花公園緑の図書室	T	H26. 4	111	0
	西大寺緑花公園緑の図書室	F	H26. 4	131	0
中央公民館	岡山市立中央公民館 (注2)	F	H26. 6	134	0
オリент美術館	岡山市立オリент美術館	F	H23. 4	671	0

(注1) 種別・・・T: ツイッター, F: フェイスブック, L: ライン, Y: ユーチューブ,

I: インスタグラムを表す。以下の各表も同様とする。

(注2) 中央公民館の数字には地区公民館のものは含まれていない。

フォロワー数が多いアカウントとして、フェイスブックでは「岡山市「桃太郎のまち岡山」」、「おかやま観光コンベンション協会」、「岡山市に移住・定住するための情報サイト「おかやま生活」」が、ツイッターでは「岡山市 (@okayama_city)」、「ももたろう観光センター」が、ラインでは「岡山市教育委員会」が挙げられる。

一方、フォロワー数が少ないアカウントとしては、西川ハーモニーフェスタのツイッター8人や、地区公民館の一部で0人などが認められた。

市のアカウントがフォローしている数はゼロあるいは少数である場合が大部分である。フォローする基準として、各課からの回答では、

- ・決まっていない
- ・フォローしない
- ・他市町村，地域にゆかりの有名人など（広報広聴課 ツイッター）
- ・他市町村，キャラクターのアカウントなど（広報広聴課 インスタグラム）
- ・運用上，行政機関や報道機関またはそれらに準ずると判断できる機関が運営するアカウント（南区役所）
- ・原則として，美術館博物館，文化財，歴史・考古系の機関やグループのページ（オリエント美術館）

などが挙げられた。

また，各アカウントが定めている運用ポリシー内の運用ルールで，「原則として，岡山市アカウント側からのフォローは実施しない。ただし，国及び地方公共団体等の関係アカウントについては，この限りではない。」旨の記載がツイッターに関して認められた。

フェイスブックやインスタグラムなど，他のソーシャルメディアの運用ポリシーにおいては，フォローについての記載は認められなかった。

4区役所中，現在ソーシャルメディアを運用しているのは南区役所のみとなっていた。

このような状況の中，監査期間中に国際課（岡山市国際交流協議会）のフェイスブックと，岡山市消費生活センターのラインが新たに開設された。

各ソーシャルメディアの投稿の内容については次のとおりである。

[表3]

部署名	アカウント名	種別	内容
広報広聴課	岡山市「桃太郎のまち岡山」	F	イベント・観光情報、市政のトピックス、市政広報に関する情報、防災に関する情報など
	岡山市 (@okayama_city)	T	公式HPのトピックスの更新情報 緊急情報 市政に関するお知らせ Facebookの更新情報
	岡山市公式Youtubeチャンネル 岡山市「桃太郎のまち岡山」	Y	市長会見の動画 市の魅力や観光スポットなどをPRする動画 市が実施するイベントをPRする動画 市政広報番組ほか
	ミコロ ハコロ (岡山市イメージキャラクター) (micoro_hacoro)	I	「ミコロ・ハコロ」グッズの活用事例 「ミコロ・ハコロ」に親しみを持ってもらうための記事など
東京事務所	おかやま白桃パフェDays	F	イベント「おかやま白桃パフェDays」の内容紹介、PR
市民協働企画総務課	岡山市に移住・定住するための情報サイト「おかやま生活」	F	情報サイト「おかやま生活」からのお知らせ・更新情報 移住・定住に関するイベント情報 移住・定住に役立つ情報
	岡山市移住・定住支援室	Y	移住者インタビュー動画、岡山市PR動画
	つながる協働ひろば	F	「おかやまNPO・ボランティアサイト つながる協働ひろば」掲載のお知らせ・耳寄り情報、イベント情報等 同サイトの更新情報 区づくり推進事業地域活動部門の事業の取材記事 岡山市の協働推進に関する行事募集や報告等
	denshichounaikaichannel	Y	電子町内会の紹介
ESD推進課	岡山esdプロジェクト	F	イベントや会議のお知らせ
南区総務・地域振興課	岡山市南区(実り区)	T, F, I	南区の地域情報、イベント情報、防災・防犯情報、観光情報など
地域子育て支援課	おかやま子育て応援サイト「こそだてぼけっと」	T, F	本体サイト(こそだてぼけっと)更新情報の発信、イベントの発信
観光コンベンション推進課	ももたろう観光センター、おかやま観光コンベンション協会	T, F	市内のイベント情報、観光地の情報など
農林水産課	おかやま秋の収穫祭 地産地消マルシェ	F	「おかやま秋の収穫祭地産地消マルシェ」に関する情報
庭園都市推進課	西川緑道公園・県庁通りイベント情報	F	イベント情報の発信
	西川ハーモニーフェスタ	T	イベント(花・緑ハーモニーフェスタin西川)の情報発信
水道・企画総務課	岡山市水道局(水道ぼうや スイスくん)	F	イベント情報 水道サービスの紹介 広報紙の発行、メディア出演情報など広報に関するお知らせ 水道防災に関する情報 水道局に親しみを持ってもらうための記事など
中央卸売市場	おかいちちゃん	T, F	市場事業部からのお知らせ 市場事業部が実施する市民イチバデー等のイベントの紹介 市場内の業者で組織する団体が主催するイベントの紹介 市場に入荷する旬の青果物や水産物の紹介
消防企画総務課	岡山市消防局	F	イベント情報、職員募集案内、採用説明会情報、火災予防情報、予防救急、119番適正利用、訓練などの消防広報など
教育企画総務課	岡山市教育委員会	L	家庭教育コラム、学校給食レシピ、教職員紹介等
中央図書館	岡山市立中央図書館、幸町図書館、西大寺緑花公園緑の図書室	T, F	施設、各種事業、イベント、展示棟の情報 所蔵資料に関する情報 その他図書館に関する情報等
中央公民館	岡山市立中央公民館	F	講座の予告、報告、休館日の案内
オリエント美術館	岡山市立オリエント美術館	F	活動の広報、関連情報のシェア

② ガイドラインに沿った運用について

本市では平成24年10月にガイドラインを策定し、平成27年4月に改訂している。これは、職員が職務上ソーシャルメディアを利用するにあたり留意すべき事項などを定め、ソーシャルメディアをより良く活用していくことを目的に策定されたものである。

その内容は、

- 1 ガイドライン策定の主旨
- 2 ソーシャルメディアの定義
- 3 岡山市職員の利用にあたっての心構え
- 4 ソーシャルメディア利用の基本事項
- 5 トラブルの防止と対応
- 6 ソーシャルメディア利用に係る手続き

となっている。

この中で、ソーシャルメディアを運用しようとする所属長は、あらかじめ運用ポリシー及び利用規約をアカウントごとに定め、岡山市公式ホームページのソーシャルメディアのページの「公式アカウント一覧」に掲載することとされている。

運用ポリシーは、運用を行うにあたって周知すべき次の事項である。

- ・運用するソーシャルメディアの種類
- ・アカウント名、URL及びアカウント管理者名
- ・ソーシャルメディアによる情報発信の目的及び内容
- ・ソーシャルメディアの運用方法（運用時間、意見や質問への対応方法など）
- ・個人情報に関する取扱い

利用規約は利用者があらかじめ同意することが必要な次の事項である。

- ・利用上の遵守事項
- ・著作権等の帰属
- ・免責事項

ガイドラインについて、アカウントを保有する部署に認知度を確認したところ、すべての部署で承知していた。

また、ガイドライン中で定められた運用ポリシー及び利用規約について調査したところ、以下の3アカウントについて整備されていないことが認められた。

- ・岡山e s dプロジェクト（フェイスブック）
- ・西川ハーモニーフェスタ（ツイッター）
- ・岡山オリエント美術館（フェイスブック）

このうち西川ハーモニーフェスタのツイッターは、事業を委託している団体はその事業実施期間のみ運用しているものであり、年間を通じてのものではない。

また、「おかやま子育て応援サイト「こそだてほけっと」」では、当初、利用規約がフェイスブックに限定されており、ホームページ上の利用規約へのリンクが誤った名前が表示されていたが、監査期間中にツイッターも含んだソーシャルメディア利用規約に改め

られ、リンク名も修正されている。

なお、南区役所では、平成29年5月11日に、発信する情報の公正性、公益性及び公平性を担保すること並びに発信した情報による「炎上」等のトラブルを未然に防止することを目的とした「南区役所における情報発信の基準」を別途定めている。

③ ソーシャルメディアの運用状況について

各アカウントが、平成29年11月に投稿した件数、「いいね」数及びシェア・リツイート・リポスト（以下「シェア等」という。）された件数並びに平成29年4月から11月までの月平均投稿件数について調査した結果は次のとおりである。

[表4]

部署名	アカウント名	種別	投稿件数	「いいね」数	シェア等された件数	月平均投稿件数
広報広聴課	岡山市「桃太郎のまち岡山」	F	29	7,987	442	34
	岡山市 (@okayama_city)	T	30	810	498	40
	岡山市公式 Youtube チャンネル 岡山市「桃太郎のまち岡山」	Y	6	4	—	5
	ミコロ ハコロ (岡山市イメージキャラクター) (micoro_hacoro)	I	16	790	—	20
東京事務所	おかやま白桃パフェ Days	F	(注1)0	0	0	5.3
市民協働企画総務課	岡山市に移住・定住するための情報サイト「おかやま生活」	F	9	172	4	8.5
	岡山市移住・定住支援室	Y	1	3	—	0.4
	つながる協働ひろば	F	31	306	24	13.8
	denshichounaikaichannel	Y	0	0	0	0
ESD推進課	岡山esdプロジェクト	F	8	139	9	7.4
南区役所	岡山市南区（実り区）	T	12	110	5	9.6
	岡山市南区（実り区）	F	12	110	3	9.6
	岡山市南区（実り区）	I	0	0	0	0.8
地域子育て支援課	おかやま子育て応援サイト「こそだてぼけっと」	T	13	5	1	11
	おかやま子育て応援サイト「こそだてぼけっと」	F	17	178	26	15
観光コンベンション推進課	ももたろう観光センター	T	75	773	463	70
	おかやま観光コンベンション協会	F	31	4,485	342	30
農林水産課	おかやま秋の収穫祭 地産地消マルシェ	F	17	774	44	2.6
庭園都市推進課	西川緑道公園・県庁通りイベント情報	F	0	0	0	8
	西川ハーモニーフェスタ	T	0	0	0	0
水道・企画総務課	岡山市水道局（水道ぼうや スイスイくん）	F	3	62	7	5
市場事業部	おかいちちゃん	T	25	113	13	27
	おかいちちゃん	F	0	0	0	0
消防企画総務課	岡山市消防局	F	4	214	28	6
教育企画総務課	岡山市教育委員会	L	2	25	8	3.6
中央図書館	岡山市立中央図書館	T	50	28	9	34.8
	岡山市立中央図書館	F	22	145	4	16.5
	岡山市立幸町図書館	T	4	5	2	7
	西大寺緑花公園緑の図書室	T	15	6	3	16
	西大寺緑花公園緑の図書室	F	15	59	3	12.5
中央公民館	岡山市立中央公民館	F	11	81	5	16.3
オリент美術館	岡山市立オリент美術館	F	24	189	—	17

(注1) 毎年8月にイベントを開催するので、6月～8月のみの投稿

「いいね」を増やすために行っている工夫等としては、

- ・各SNS間の連動した記事の掲載
- ・広報紙表紙に案内記事，QRコードを掲載
- ・タグの設定
- ・ターゲットとなるユーザーが興味を引きそうな写真やコンテンツの投稿
- ・イベント開催時に案内する
- ・観覧者が多くなる時間帯前に投稿する

などが挙げられた。

更新頻度について調査した結果は次のとおりである。

[表5]

更新頻度	アカウント数	割合 (%)
ほぼ毎日	8	11.8
週に4～5回	4	5.9
週に2～3回	17	25
週に1～2回	10	14.7
月に1回	15	22.1
数か月に1回	6	8.8
4～11月更新なし	6	8.8
その他	2	2.9
計	68	100

(集計には地区公民館も含む)

月に1回以上更新しているアカウントが多数であったが、平成29年4月から11月までに一度も投稿していないアカウントも認められた。

各アカウントの投稿手続きについて調査した結果は次のとおりである。

[表6]

投稿手続き	アカウント数	割合 (%)
決裁後に投稿する	13	19.1
投稿後に決裁をとる	4	5.9
投稿規程に大きく逸脱しなければ決裁不要	5	7.4
記事作成後、別の担当による確認後に投稿	35	51.5
決裁はとっていない	7	10.3
受託業者が投稿（決裁はなし）	3	4.4
その他	1	1.5
計	68	100

（集計には地区公民館も含む）

なお、基本的には決裁をとっているが、イベント当日の状況など、決裁を取るのが難しい場合は担当者の判断で投稿している事例もあった。

教育企画総務課では、「岡山市教育委員会LINE@教育企画総務課内部運用ルール」を作成し、「配信までの手順」、「メッセージ配信・ホーム投稿について」、「ホーム画面への「いいね」コメントについて」、「ホームのカバー画像」について解説している。

中央図書館では、「岡山市立中央図書館ソーシャルメディア投稿規程」において、投稿の内容について例示しており、その用例から大きく逸脱することがなければ決裁は不要としている。

利用者からコメントがついた時の対応について調査したところ、各アカウントの運用ポリシーの定めにより、対応しないあるいはコメントを受け付けない設定となっている。

教育委員会のラインでは、トーク画面で「お友だち」がコメントを書き込んだ場合、岡山の歴史等の情報がランダムに返信されるように設定されている。

オリエント美術館では、運用ポリシーを作成しておらず、コメントへは担当者の判断で対応し、内容によっては館長に事後報告あるいは対応を相談している。

④ リスク管理及びモニタリングについて

パスワードの変更時期について調査した結果は次のとおりである。

[表7]

変更時期	アカウント数	割合 (%)
1か月に1回	4	5.9
3か月に1回	5	7.4
1年に1回	8	11.8
2年に1回	2	2.9
していない	38	55.9
その他	11	16.2
計	68	100

半数以上のアカウントがパスワードの変更をしていないことが認められた。

「いいね」やコメントの有無についてのモニタリングの頻度について調査した結果は次のとおりである。

[表8]

モニタリングの頻度	アカウント数	割合 (%)
ほぼ毎日	21	30.9
2, 3日に1回	8	11.8
週1回	10	14.7
1か月に1～3回	17	25.0
していない	5	7.4
その他	7	10.3
計	68	100

多数のアカウントでモニタリングを実施していたが、していないと回答されたものもあった。また、中央公民館では月に1回、全公民館のモニタリングを行っているとの報告があった。

内容について、評価や検証を行っているかという調査に対する回答は次のとおりである。

- ・「いいね」数、視聴回数、フォロワーの増加数などを確認する
 - ・イベント等への参加動機をチェックする
 - ・フォロワー数の推移や配信内容の効果等を定例会議で検証する
 - ・岡山市情報たから箱事業において年間の事業評価を行い、翌年度の事業に反映させるようにする
 - ・局で独自に定めている広報活動評価基準に基づき評価する
- なお、33のアカウントでは評価や検証を行っていなかった。

ガイドラインでは、トラブル防止とトラブルが発生した際の対応について記載があるが、調査の時点においては、「なりすまし」や「炎上」等といったトラブルは発生していないことが認められた。

⑤ その他

ソーシャルメディアを利用していない市民に対して、同様の情報を提供しているかどうかの調査に対する回答は次のとおりである。

- ・市公式ホームページ等のサイトで同様の内容を発信…13アカウント
- ・パンフレット、チラシ、広報紙等紙媒体での情報発信…42アカウント
- ・ダイレクトメールを発信…1アカウント
- ・説明会等で公開…1アカウント
- ・なにもしていない…13アカウント

(複数回答あり)

なお、ソーシャルメディアはホームページへ誘導する役割も担っており、ホームページでも同様の内容を発信しているという回答もあった。

複数のソーシャルメディアを利用している部署について、ソーシャルメディアの種類によって投稿した内容に差異があるかどうかの調査をしたところ、次のような回答があった。

[表9]

部署名	アカウント名	種別	ソーシャルメディアによる内容の差異
広報広聴課	岡山市「桃太郎のまち岡山」	F	ツイッターと連動した内容で投稿しているが、フェイスブックには文字数制限がないため、具体的な内容での記事掲載を心がけている
	岡山市 (@okayama_city)	T	文字数制限(140字)があるため、内容を短縮し、フェイスブックの更新情報として掲載している
	岡山市公式Youtubeチャンネル 岡山市「桃太郎のまち岡山」	Y	その他のソーシャルメディアは記事掲載コンテンツであるのに対し、ユーチューブは動画による情報発信がメインとなっている
	ミコロ ハコロ (岡山市イメージキャラクター) (micoro_hacoro)	I	インスタグラムは写真に注目を集める内容としており、フェイスブック、ツイッターではインスタグラムでの情報発信を伝える紹介記事を掲載している
市民協働企画総務課	岡山市に移住・定住するための情報サイト「おかやま生活」	F	なし
	岡山市移住・定住支援室	Y	
南区役所	岡山市南区(実り区)	T	目的: フェイスブックページでの情報発信を補完 対象: 汎用(少し若い世代) 更新: フェイスブックページからの連携更新
		F	目的: SNSによる発信のベース 対象: 汎用(年齢層高め) 更新: 単独更新, インスタグラムからの連携更新
		I	目的: 風景や景色などで質の高い画像を発信 対象: 画像で伝える(日本語圏以外も想定) 更新: フェイスブックページを連携更新
地域子育て支援課	おかやま子育て応援サイト「こそだてぼけっと」	T	なし
		F	
観光コンベンション推進課	ももたろう観光センター	T	それぞれのソーシャルメディアの特性をなるべく活かしながら、必要に応じ同じ内容にしたり、変えたりしている
	おかやま観光コンベンション協会	F	
市場事業部	おかいちちゃん	T	写真メイン
		F	動画メイン
中央図書館	岡山市立中央図書館	T	フェイスブックでは関連画像を添付し、図書館の雰囲気(展示、行事の様子)が伝わるようにし、ツイッターではタイムリーな情報(行事等の受付状況、開館時間など)や、時事的な関連図書の紹介などを簡潔に発信している
		F	
	西大寺緑花公園緑の図書室	T	フェイスブックでは関連画像を添付し、図書館の雰囲気(展示、行事の様子)が伝わるようにし、ツイッターではタイムリーな情報(行事等の受付状況、開館時間など)や、時事的な関連図書の紹介などを簡潔に発信している
		F	

南区役所では、インスタグラム→フェイスブック→ツイッターと連携して更新をしていると回答があった。

(2) 市が所管課となっている指定管理者や実行委員会等が運用しているものについて

① 基本情報

市が所管課となっている指定管理者や市が構成員となっている実行委員会等が運用しているソーシャルメディアは次のとおりである。

[表10]

部署名	運営主体	種別	アカウント名	ツイッター	フェイスブック	ライン	ユーチューブ	インスタグラム	その他
市民生活局	区政推進課	指定管理者	岡山市灘崎文化センター	○	○				ブログ
	文化振興課	実行委員会	おかやま国際音楽祭		○				
		指定管理者	岡山シンフォニーホール			○			
		指定管理者	岡山市民会館コンソーシアム			○			
	スポーツ振興課	実行委員会	おかやまマラソン実行委員会事務局			○			
		指定管理者	岡山陽レイスポーツ	岡山市立市民屋内温水プール	○	○	○		○
北区役所	総務・地域振興課	指定管理者	建部町文化センター		○				
岡山っ子育成局	地域子育て支援課	指定管理者	岡山市日応寺自然の森スポーツ広場		○				
	こども福祉課	実行委員会	岡山市オレンジリボンキャンペーン実行委員会 orange_okayama	○	○			○	
産業観光局	観光コンベンション推進課	協議会	Okayama Health Tourism		○				
		実行委員会	高城灯源郷 @ujotogenkyo	○					
		実行委員会	鬼カワイイ岡山市				○		
		協議会	桃太郎的故郷岡山市&倉敷市台湾粉絲團 Visit Okakura Tw			○			
		協議会	☆桃太郎的故郷ー日本岡山市&倉敷市☆						ブログ
都市整備局	交通政策課	運営会社	岡山市コミュニティサイクル運営本部		○				
	庭園都市推進課	実行委員会	ホコテン！道園筋歩行者天国		○			○	
アカウント数				4	13	1	1	3	2

各アカウントについて運用ポリシー及び利用規約の有無を調査した結果は次のとおりである。

[表11]

運用ポリシー等の有無	アカウント数
ある	10
ない	13
その他（構成団体の規定に沿う）	1

② ソーシャルメディアの運用状況について

市が構成員となっている実行委員会が運用するソーシャルメディアについて、誰が投稿しているかを調査した結果は次のとおりである。

[表12]

投稿者の別	アカウント数
市職員	4
実行委員会事務局職員等	3
構成団体職員	1
受託業者	1

指定管理者や実行委員会等の記事の投稿に対し、

- ・ 所管課への事前の相談や報告の有無
- ・ 投稿内容について所管課が評価や検証を行っているか
- ・ 投稿の内容についてどれくらいの頻度で確認しているか
- ・ 投稿した内容について意見を述べたり修正を求めたりしたことがあるか

を調査した結果は次のとおりである。

[表13]

部署名	運営主体	種別	アカウント名	種別	a(注)	b(注)	c(注)	d(注)		
区 政 推 進 課	クラレテクノ (株)ビル管理 サービス事業 部	指定管理者	岡山市灘崎文化セ ンター	T	×	×	月に1回	×		
				F	×	×	月に1回	×		
				ブログ	×	×	月に1回	×		
文 化 振 興 課	おかやま国際 音楽祭	実行委員会	おかやま国際音楽 祭	F	○	○	投稿の都度	×		
	公益財団法人 岡山シンフォ ニーホール	指定管理者	岡山シンフォニー ホール	F	×	×	×	×		
	岡山市民会館 コムソーシア ム	指定管理者	岡山市民会館	F	×	×	×	×		
ス ポ ー ツ 振 興 課	おかやまマラ ソン実行委員 会事務局	実行委員会	おかやまマラソン 実行委員会事務局	F	○	×	×	×		
				株式会社山陽 レイスポーツ	岡山市立市民屋 内温水プール	T	×	×	×	×
						F	×	×	×	×
						L	×	×	×	×
I	×	×	×	×						
北区総務・地域振興課	建部町文化セ ンターコン ソーシアム	指定管理者	建部町文化セ ンター	F	×	×	×	×		
地域子育て支援課	観空産業(株)	指定管理者	岡山市日応寺自然 の森スポーツ広場	F	×	×	月に1回	×		
こ ども 福 祉 課	岡山市オレンジ リボンキャン ペーン実行 委員会	実行委員会	岡山市オレンジリ ボンキャンペーン	T	×	○	随時	×		
				F	×	○	随時	×		
				I	×	×	×	×		
観光コンベンション推進課	岡山型ヘルス ツーリズム連 携協議会	協議会	Okayama Health Tourism	F	○	○	週に1回	○		
	おかやま城下 町物語実行委 員会	実行委員会	烏城灯源郷 @ujotogenkyo	T	×	×	期間中毎日	×		
	岡山ビジット アソシエー ション	実行委員会	鬼カワイイ 岡山 市	Y	○	○	週に1回	×		
	岡山・倉敷観光 推進協議会	協議会	桃太郎の故郷 岡 山市&倉敷市 台 湾粉絲團 Visit Oka Kura Tw	F	○	○	投稿の都度	○		
	岡山・倉敷観光 推進協議会	協議会	☆桃太郎の故郷一 日本岡山市&倉敷 市☆	ブログ	○	○	投稿の都度	○		
交 通 政 策 課	岡山市コミュ ニティサイク ル運営本部	運営会社	岡山市コミュニ ティサイクル も もちやり運営本部	F	×	×	投稿の都度	×		
庭 園 都 市 推 進 課	西川緑道公園 筋歩行者天国 実行委員会	実行委員会	ホコテン！-西川 緑道公園筋歩行者 天国	F	×	×	投稿の都度	×		
				I	×	×	投稿の都度	×		

(注) a : 所管課への事前の相談や報告の有無

b : 投稿内容について所管課が評価や検証を行っているか

c : 投稿の内容についてどれくらいの頻度で確認しているか

d : 投稿した内容について意見を述べたり修正を求めたりしたことがあるか

所管課が行う評価や検証としては、イベント参加者へのアンケートにより、ソーシャルメディアが参加動機につながったかどうかをチェックしているという回答があった。

③ リスク管理について

指定管理者や実行委員会等のソーシャルメディアにおいても、「なりすまし」や「炎上」等のトラブルは発生していないことが認められた。

また、トラブルが発生した場合の対処方法については

- ・関係記事を削除。問題点を整理し今後の対応の改善を図る
- ・「炎上」等の原因となったアカウントを通報する
- ・実行委員会事務局における情報セキュリティ実施手順に準じる

といった回答があったが、対処方法が決まっていない部署も多数認められた。

④ その他

指定管理者や実行委員会等が運用しているソーシャルメディアが市の公式ホームページからリンクされているかどうかの調査に対しては、24アカウント中16アカウントがリンクしていないとの回答があった。

(3) 広報広聴課の状況について

広報広聴課は市の広報活動の中心を担う課であり、ICT推進課、情報システム課とともにガイドラインを策定し、その中で、ソーシャルメディアを利用する課から「ソーシャルメディア利用開始届出書」等の書類を広報広聴課へ提出することを定めている。

広報広聴課における市全体のソーシャルメディアの運用や管理について調査した結果、次のような点が見受けられた。

① ガイドラインについて

市公式ホームページ「岡山市のソーシャルメディア一覧」に掲載されたガイドラインが平成24年度策定当時のものであったところ、監査期間中に平成27年4月改訂のものに更新された。

また、一覧ページにおいては、運用しているにもかかわらず掲載が遅れたものや、現在も掲載されていないものがいくつか認められた。

さらに、ガイドラインで定められた「ソーシャルメディア利用開始届出書」が提出されていないものも認められた。

② モニタリング等について

運用課がガイドラインに沿った運用をしているかどうか、発信の内容、発信状況の確認については、運用課の責任のもとになされていると考えているため、広報広聴課として定期的には行っていないが、不適切なものが発見された場合は、連絡を行い、内容の確認・修正・削除を求めている旨の回答があった。

③ 研修について

ソーシャルメディアの効率的な利用についての研修については、現在のところ行われていないが、ソーシャルメディアによる適切な情報発信の方法などについて随時情報提供を行うとともに、ホームページ研修などの機会を使って周知を行う予定とされた。

なお、監査期間中である平成29年12月に、職員用掲示板へ“知っておきたい広報のこと”(SNS編)として、ソーシャルメディアの違いや特徴についての解説などが新たに掲載された。

5 まとめ

(1) 市が運用するソーシャルメディアについて

① ガイドラインの定めに従った運用について

「ソーシャルメディア利用開始届出書」を提出していない課においては、速やかに提出することとされたい。

運用ポリシー及び利用規約が作成されていない部署が3部署認められた。「なりすまし」や「炎上」等のトラブルを防ぐため、また、万が一そういったトラブルが発生した場合、迅速に対応し、最小限の被害にとどめるためにも、運用ポリシー及び利用規約を未作成の部署においては、速やかに整備されたい。

現在運用中のソーシャルメディアについては、「岡山市のソーシャルメディア一覧」にもれなく掲載されたい。

② 投稿手続きについて

投稿の手続きにおいて、部署内で決裁を行わず、担当者のみで投稿を行っているものがいくつか見受けられた。市が運用するソーシャルメディアでの投稿は、たとえそれが個人としての見解であっても市の公式の発言とみなされるため、発信においてはイベント当日の投稿などの緊急の場合を除き、決裁等の手続きを経られたい。教育委員会のラインの運用ルールや中央図書館の投稿規程のように、投稿内容や手続きにおいて一定のルールを作成することが望ましいと考えられる。

③ パスワードの変更について

パスワードの変更を行っていないアカウントが多数認められた。ガイドラインでは、「パスワードの設定にあたっては、推測されやすいものは避け、第三者に知られることのないように厳重に管理し、定期的に変更するものとする。」としており、アカウントを乗っ取られるリスクや、投稿する職員が人事異動により変わる事情を考慮し、定期的なパスワードの変更をされたい。

④ 定期的なモニタリングについて

「なりすまし」や「炎上」等のトラブルの有無や、「いいね」やコメントの有無などを確認するため、定期的なモニタリングを行われたい。その際、「いいね」の数等で、フォロワーの関心のある話題を調査・検証し、今後の投稿やイベントの内容に反映させることが有効であると考えられる。

⑤ 活用有無の再検討について

フォロワーや「いいね」の数がアカウントごとに大きな差が見受けられた。フォロワー等が少ないアカウントにおいては、ソーシャルメディア間で記事をシェア等するなど連動させたり、広報紙に案内記事やQRコードを掲載する、ハッシュタグを設定するといった工夫をし、フォロワーや「いいね」の数を増加させる努力をされたい。

アカウントの中には投稿数が極めて少ないものや、利用の届が提出されているにもかかわらず、実際には全く運用されていない事例があった。また、複数のソーシャルメディアを運用している部署において、そのうちの一部についてほとんど更新されていない事例が認められた。好みや利便性、年代による違いなどにより、市民が利用するソーシャルメディアに差異が生じることもあり、同じ内容であっても複数のソーシャルメディアを活用することは有用であると考えられるため、有効に活用されたい。また、事情により利用しないソーシャルメディアについては、終了届出書を提出されたい。

⑥ 情報格差への配慮について

ソーシャルメディアを利用していない市民に対しても、必要な情報が損なわれることのないよう、他の手段によっても情報が得られるよう、ケアをされたい。

(2) 指定管理者や実行委員会等が運用するソーシャルメディアについて

① 指定管理者や実行委員会等が運用するソーシャルメディアについて、団体から投稿についての事前の相談・報告が少ないこと、また、所管課においても、投稿に対する評価や検証、投稿内容についての意見や修正依頼も実施が少ないことが認められた。

② 市が構成員になっている実行委員会には、市から補助金・負担金などの財政的援助がされていることも多いうえ、市として団体に名を連ねている以上、無関係とはいえない。

また、指定管理者が管理している施設は市有施設であり、その運営内容についての投稿に対して、適切であるか、効果的であるかというチェックの必要があると考えられる。

③ さらに、これらのソーシャルメディアについて、市のホームページから半数以上がリンクされていないことが認められたが、フォロワー数や「いいね」数の少ないアカウントも見受けられるため、公式ホームページ等からのリンクにより、広く周知されたい。

④ 5まとめ (1)に掲げた6項目を踏まえ、団体への運用の指導を行い、更なる連携に努められたい。

(3) むすび

「岡山市第六次総合計画」の前期中期計画の中で、透明性の高い開かれた市政運営にあたり、ICTの利活用をはじめ、発信内容や伝え方の改善に取り組み、より幅広い市民に向けて、わかりやすく伝わりやすい市政情報を発信するとしている。

「岡山市情報化指針（2017～2021）」では、行政サービスの利便性向上のため、ソーシャルメディアなども活用し、効果的な情報発信に努めるとしている。

また、「岡山市行財政改革推進プラン」においても、市政情報の発信として、モバイル端末やSNS等多様化する情報収集・発信ツールの対応により、幅広い層への情報提供を図る必要があるとされている。

ソーシャルメディアは、経費をかけず手軽に情報を発信できるうえ、発信した内容をフォロワーがシェア等することにより、さらに相乗的に広範囲に拡散することができる便利なツールである。しかしその反面、間違った内容や、「炎上」した投稿も急速に広まるリスクもはらんでいる。

運用課においては、そういったリスクを十分に把握したうえで、投稿内容について検証を行いつつ、それぞれのソーシャルメディアの特色を活かした効率的な活用を、広報広聴課においては、ソーシャルメディア活用への意識向上に向けた研修の実施を望むものである。

現在のところ活用していない課等においても、活用を検討することとし、ソーシャルメディアの特性を活かしたわかりやすく伝わりやすい情報発信によって、広報活動のさらなる発展を期待するものである。

【資料】

用語解説

用語	解説
アカウント	インターネット上の様々なサービスやコンピュータにログインするための権利のこと。
いいね	ユーザーがコメントや写真等に好きという意思表示するもの。
インスタグラム (Instagram)	スマートフォンなどで撮影したデジタル写真に、画像編集を加えて共有する SNS の一つで、原則スマートフォン・タブレット専用。
SNS	Social Networking Service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の略で、インターネット上で構築された、コミュニケーションの場を提供しているサービス。
炎上	自分の投稿に対し、批判や苦情が殺到し、收拾がつかなくなる状態。
シェア	フェイスブック上でユーザーが気に入った投稿を共有する機能。自身の考えも付加できる。
ソーシャルメディア	ブログ、SNS、動画共有サイトなど、利用者が情報を発信し形成していくメディア。利用者同士のつながりを促進する様々なしかけが用意されており、互いの関係を視覚的に把握できるのが特徴。
ツイッター (Twitter)	ツイッター社が運営するインターネット上のサービス。利用者が「ツイート」とよばれるつぶやきを投稿し、双方向のやりとりを行うことができる。文字数が 140 文字に制限されている。
なりすまし	他の利用者のふりをして、インターネット上のサービスを利用すること。
ハッシュタグ	投稿に対するタグとして利用され、「#」のあとにキーワードを付すことによりタグ化され、同じキーワードの投稿を瞬時に検索できる。
フェイスブック (Facebook)	フェイスブック社が運営するインターネット上のサービス。利用者が実名登録をし、日記機能やメッセージ機能を利用して双方向のやりとりを行うことができる。文字数に制限はない。
フォロワー	自分の投稿を見られるよう登録（フォロー）したユーザーのこと。
URL	ウェブサイトのアドレス。
ユーチューブ (YouTube)	ユーチューブ社が運営する無料で利用できる動画共有サービス。
ライン (LINE)	ライン社が運営するスマートフォンを中心にした携帯端末から、個人間またはグループ間でのメッセージ交換サービスや音声通話を利用できるサービス。
リツイート	ツイッター上で他のユーザーがつぶやいた投稿を再投稿すること。自身の考えも付加できる。
リポスト	インスタグラム上で他のユーザーの投稿を再投稿すること。自身の考えも付加できる。