

<第 39 回地方自治研究全国集会【静岡自治研】>
 ～第 7 分科会(午後の部)
 座長を振り返って～

京都自治総研理事・自治労自治研中央推進委員

榎 田 博 之



- 開催日時
 【全体集会】2022年10月7日(金)【分科会】2022年10月8日(土)
- 開催場所
 【全体集会】【第7分科会】静岡県コンベンションアーツセンター「グランシップ」
- 第7分科会テーマ
 まちおこし ～持続可能な地域づくりの取り組み～
 〔午後〕密着！自治体 SNS ～今日から君もインフルエンサー～
- 講演 「伝わる・広がる、SNSによる広報力アップ術」
 有限会社ユニバーサルワークス 代表取締役 清家 順
- 事例報告① 「Instagramを活用したPR戦略―葉山町の移住定住促進施策―」
 神奈川県本部/葉山町職員労働組合(葉山町・政策課) 安藤久留美
- 事例報告② 「現役公務員が YouTuber となって群馬県玉村町をPRした
 『たまむらチャンネル』の活動について
 群馬県本部/玉村町職員組合 新井章太郎・久保田祐将
- 【座長】自治労京都府本部 執行委員 榎田博之
 【司会】自治労和歌山県本部 書記長 小上智行
 【記録】自治労滋賀県本部 書記次長 亀井直弘

第7分科会の目的

第7分科会のテーマ

「SNSを活用したまちおこし」をテーマに、自治体のSNSは、どうしたら住民の心に届くのか？SNSをどのように活用すれば住民と双方向の情報発信ができるのかを、多くのフォロワーを持つインフルエンサーや広報のプロフェッショナルとともに探求します。

Twitter、Instagram、FacebookなどのSNSを使用して、まちおこし等の情報を発信している自治体が増えていますが、十分な効果を発揮していないと感じる人も多いのではないのでしょうか。どのようにすれば、住民の心に届く情報を発信することができるのか、全国の仲間と、この分科会を通じて学習し、その成果を日々の業務に反映していくことをめざしました。

全国の組合員にむけて、座長のメッセージとして、以下のとおり呼びかけました。

昨年度の情報通信白書によれば、8割以上の世帯にスマートフォンが普及するなど、モバイル端末によるインターネット利用が拡大しています。今後は、生まれたときからインターネットが身近にある「デジタルネイティブ」と呼ばれる人たちが年々増加し、「ネット交流サービス」が、ますます社会に浸透していくことは間違いないでしょう。

このような中、自治体が「まちおこし」や「情報発信」に Twitter や Instagram などを活用していますが、アクセス数やフォロワー人数が伸び悩み、十分な効果を発揮していないと感じている人も多いのではないのでしょうか。

第7分科会では、多くの住民のみなさんの心に届く情報を発信するためには、「どのような工夫が必要なのか」「何に注意しなければならないか」等を、全国の仲間と一緒に考える事を目的としています。SNS を使い 10 年後 20 年後を見据え、新しい行政のかたちを作ろうとしている挑戦者の皆さん、さあ、私たちと一緒に学びましょう。

分科会の概要

自治体を中心に Web 広報の支援を行っている、有限会社ユニバーサルワークスの清家順さんによる講演と、自治体でありながら、Instagram で町の人口よりも多い 3 万 7 千人以上のフォロワーをもつ葉山町の安藤久留美さん、たまむら町の非公式ながら累計 120 万回再生の人気 YouTube チャンネルを作り上げた新井章太郎さんと久保田祐将さんに報告をしてもらいました。

その後、質問時間を設け、自治体で SNS を担当している方やこれから SNS を取り入れていこうと考えている方に積極的に参加していただき、

多くの住民に届く SNS にするにはどのような工夫が必要なのか、また何に注意しなければならないのか、参加者の皆さんと一緒に考えていく分科会を行いました。

講演「伝わる・広がる、

SNS による広報力アップ術」

～住民の心に届く情報を発信を～

分科会のタイトルに「今日から君もインフルエンサー」とありますが、この講演を聞いたからインフルエンサーになれるほど甘くはありません。YouTube を見ても「底辺ユーチューバー」と呼ばれる人がいっぱいいます。タイトルについては、今日からインフルエンサーマインドを持って取り組みませんかという風にとらえています。

テーマにある「住民の心に届く情報を発信」は凄く重要な言葉です。発信する側の都合で情報を発信しても、住民の心には届かないという事を端的に表しています。住民が何を求めているのか、それに対してどう伝えていくかがポイントになります。



有限会社ユニバーサルワークス
代表取締役 清家順さん

SNS の積極的な活用は待ったなし

総務省情報通信政策研究所の調査によると、一般的なイメージのとおり、若い人はテレビより、インターネットをよく見ているという傾向が数字で表されています。インターネットだけに注目すると10代20代はソーシャルメディアを見る・書く、動画投稿・共有サービスを見るが多く、ブログやウェブサイトを見る・書くは非常に少なくなっています。つまり、ウェブサイトで情報発信をしても、若い人には届きません。若い世代に情報を届けるには、SNS が有効で、頼りにしているメディアや情報源についても、10代20代はSNSの割合が最も高くなっています。

SNSによってツールの特長や、ユーザーの関心ジャンルは違います。若い世代の視聴行動からすると、隙間時間を活用してSNS利用しているため、短い時間で情報密度を上げることが有効です。Z世代は、複数のSNSを使い分けています。

SNSの積極的な活用は待ったなしといった状況ですが、セキュリティの問題や悪意のある書き込みに対する対応など、課題も多く、全ての都道府県に加え、ほとんどの市区町村がSNSのアカウントを持っていますが、積極的な活用がされていない自治体もあります。

注目の取り組み事例

【愛媛県東温市公式 Not】非常に実践的で役に立つ記事が多く掲載されています。

【首相官邸のインスタグラム】ポップなフォントを使い、話題の言葉をハッシュタグに取り入れ、お役所仕事感の無いクオリティーとの評価を受けています。

【銚子市のインスタグラム】試行錯誤をしながら、めげずに投稿を重ね、成果を上げています。

住民の心に届かせるには、住民が何を欲しているかを理解して情報を発信する必要があります。

炎上事例から学ぶ

【広島県の Twitter】働く女性応援よくばりハンドブック無料配布中。欲張るは、辞書に「度を越えて欲しがる」とあり、仕事と家事の両立は、度お越した要求なのかという印象をあたえます。一つの言葉によって受ける印象が大きく違う事があります。

【神奈川県黒岩知事の Twitter】謝罪の最後に「私も寝不足です」と謝罪以外の余計な内容を付け加え、さらに炎上を加速させてしまった事例です。

【投稿する時間に注意】民間の事例ですが、3月11日午後2時46分に投稿。東日本大震災が発生した日。なぜこの時間に投稿したのか？内容に問題が無くても炎上要因となります。

【尾瀬ガイド協会ツイート】尾瀬ガイド協会は不適切ツイート後、誠実に対応し称賛の声を得ています。誠実に対応することが大切です。

不適切な投稿をさける(炎上さしすせそ)

さ「災害・差別」し「思想・宗教」す「スパム・スポーツ・スキャンダル」せ「政治・セクシャル」そ「操作ミス(誤投稿)」

投稿時は複数名でダブルチェック。テスト投稿でPCとスマホの両方の見え方を確認しましょう。炎上事例を知っておくことも大切です。

「ぐるる」よりも「タぐる」

インターネット検索に、一般的には Google が多く使われていますが、若い世代はの多くは、初めに「ハッシュタグ」による SNS 検索を行い、さらに詳しい内容を知るために検索ページ(グ

ぐる)で調べるといふ行動をとります。

しかし、ただ単にハッシュタグを使うのでは無く、どのようなハッシュタグが使われているかを調べ、SNSで話題の内容に紐づけて伝えたい情報を発信します。また、ターゲットの生活スタイルに合わせ、投稿する時間も重要となってきます。

SNSはウェブの中でも情報の流れるスピードが非常に速く、頻繁に新しい機能が追加されます。この時は、ユーザーがより興味を示すタイミングなので、適切に対応できるかが重要となります。SNSの世界では、過去の知識がいつまでも通用しないため、単に継続しているだけでなく、常に最新の情報取り入れていかないと効果が出ないといった事が起きやすい世界です。

民間企業のバズった事例

コロナ禍に「感染症対策のため、パインアメを吹いて鳴らそうとすることは暫くの間ご遠慮くださいましたら幸いです。というよりか、元々鳴るように作ってないんですけどね。」

ユーモアのある正しいメッセージがバズるポイント。

地道な取り組みの先に

目的に合わせたツールや機能を活かした複合的な活用が有効ですが、運用負荷の増大に注意が必要です。

世代ごとに違う活用スタイルを理解し、相手に応じた情報濃度と表現スタイルを探求し続けましょう。

効果抜群の「魔法の投稿」はありません。炎上リスクに注意をして、地道な取り組みの先に花が開きます。

事例報告①葉山町インスタグラム

～ Civic Pride (郷土愛)の醸成～

立ち上げから約7年、3万7千人のフォロワー、撮影からキャプションの作成まで、職員一人でおこなっています。アカウントのターゲットは町内外の若者で、コンテンツは町の魅力の発信と発掘です。ターゲットにとって欲しい行動は、葉山町への移住定住であり、町内の若者に対してはCivic Pride (郷土愛)を醸成して、町内の住み続けてもらう事です。町外の若者に対しては憧れの醸成と知名度の向上です。

魅力の発掘を、独自の「#葉山歩き」という独自のハッシュタグ使っています。行政が町の魅力を決めて発信するのでは無く、葉山町が好きな人が見つけた魅力をこのハッシュタグをつけて発信してくれる仕組みです。行政の目線では見えない、リアルな葉山町の日常が発信される事が狙いです。

葉山町の試行錯誤

若い世代はSNSでの検索が進んでいることを肌で感じています。SNSは同世代のリアルな口コミが見られます。

葉山町も初めから成功したわけではありません。試行錯誤の時期が長く続きました。そこで、わからない事はわかる人に聞こうという事になり、オフ会を実施しました。そこで、行政っぽく無いところが好評であったことから、「タメ口投稿」がはじまりました。

親近感を意識したキャプションや「問いかけ投稿」が好評です。

	時期	目的	参加人数
第1回	2015年10月	フォロワー増	30人
第2回	2016年8月	交流と情報交換	30人
第3回	2017年3月	技術向上	46人
第4回	2018年8月	移住促進	40人
第5回	2019年5月	意見交換	37人

SNS で人を動かすには

SNS の特性としてリアルタイムが必須なため、最低限のルールを決めて決裁無しで投稿しています。1 万人を超えるまでは、休日を含め毎日投稿しました。ガイドブックに載っていない、地元の人だからこそ見つけられる場所を投稿や、映える写真を研究、トップページの見栄えを意識しています。

コメント返しは公平性を保つために DM でおこなっています。また、インターネットを使っていない人にも知ってもらうため、投稿された写真でフォトブックを作成しました。



神奈川県本部/葉山町職員労働組合
(葉山町・政策課) 安藤久留美さん

SNS で人を動かすには誰に何を伝えたいか、どんな行動をとってもらいたいかを考えて、ターゲットに合った SNS の選定も大切だと考えています。



清家さんの講評

「行政っぽく無い」というキーワードが何度も出てきました。葉山町のインスタグラムにおけるキャラクターをターゲットの周辺にいる人に寄せていったことが、結果に繋がっています。SNS はノウハウの寿命が非常に短いのですが、葉山町の安藤さんは 3 代目担当者であり、継承・発展が上手くいっている事例です。

報告事例②たまむらチャンネル ～ゼロからのスタート～

2020 年で新型コロナウイルスの影響を受け、

外出自粛となり、空いた時間で何か面白い事をしたいと思い、当時はまったくの素人で、ゼロからたまむらチャンネルをはじめました。

町の魅力発信をテーマに、初めの1年は、週1本の動画を掲載しました。特にターゲットは決めずに、色々な動画をUPしていました。

自治体がUPする動画は、堅苦しいイメージだったので、少しでも楽しく思ってもらえるよう作成した「公務員あるある」という動画がバズり、登録者数が一気に増えました。それから、公務員がYouTubeをやっているという事で、県内のメディアにも取り上げられるようになりました。



群馬県本部/玉村町職員組合
新井章太郎さん(奥)と久保田祐将さん(前)

活動を一年以上続けていると

YouTube 開設当初は、職場で冷たい目で見られていて、反発的な意見もありました。最初に動画を上げた時に上司から、町としては非公式で、個人として活動するよう注意されましたが、動画を公開する前日には、内容を上司に確認していました。平日は業務があるため、撮影は土日におこなっており、非常にタイトなスケジュールでした。

このような活動を一年以上続けていると、職員や町民の方から、「楽しく見えています。」と声をかけられるようになり、町内の飲食店やスポーツ少年団とのコラボも行うようになりました。さらに、たまむら町の広報担当部署に異動となり、交通安全 PR や認知症啓発動画作成や出演を行うようになりました。



外部からの評価はありがたい

たまむらチャンネルも最初の 20 投稿くらいまでは、再生数が 100 回ほどでしたが、継続していく中で、動画がバズり、ファンが増えました。やはり、継続して発信する事が大切です。

しかし、新しい事をすると評価が難しく、役所内からの理解を得るのが難しい。そのため、外部からの評価はありがたいと思っています。

たまむらチャンネルの成果

- ・活動が認められて、町から業務として動画作成を依頼されるようになった。
- ・多くの人に「たまむら町」を知ってもらった。

たまむらチャンネルの反省点

- ・お堅い公務員のイメージを払拭するため、楽しい動画作りをした結果、一部に不快な思いをした人がいた。頑張っている公務員の方を紹介するなど、幅広い公務員の方の気持ちを汲んだ

動画も作れば良かった。

・脚本、撮影、編集と二人でやってきたが、仲間を増やす事ができなかった。たまむら町の若手職員が作っているチャンネルに出来ればよかった。

清家さんの講評

YouTube 向きの動画作成に取り組んできた所が素晴らしい。ムーブメントを作る時の力になってほしいと思います。

参加者との意見交換

質問 1 YouTube を作成するにあたり、習得すれば良いスキルはありますか？

久保田 私たちもスキルゼロからスタートしました。スマートフォンの簡単なソフトでも作成可能です。好きな YouTuber を参考に挑戦して



みてください。

質問 2 内部で否定的な意見があった場合、どのように調整していったのですか？

安藤 一定年齢層より上の方は否定的な考えを持っている人もいましたが、具体的なメリットが有るとわかると、態度が軟化します。Instagram の stories では、impression (表示回数) が表示されるので効果を理解しやすいと思いま

す。

清家 導入時の懸念を打破するのは、メリットを理解してもらう事につきますと思います。自治体にでも成功事例が出始めているので、そこを紹介することが一つの方法です。

質問 3 選挙などのセンシティブな情報発信について、SNS をどのように活用すればよいので



すか？

清家 SNS は万能ではありません。リスクがあれば、やらないという選択もあります。

質問 4 SNS の技術の継承について、どのような工夫をしていますか。

安藤 アカウントの軸を明確化しています。他は最低限のルールとマニュアルがあるだけです。

質問 5 人によって撮影やキャプションの技術・センスが違うと思いますが。

安藤 人によって変わるのは仕方ないと思います。何を伝えたいかさえブレなければ、それぞれの個性やカラーを楽しんでもらえると思います。

質問 6 たまむらチャンネルに出演される時の衣装は何をイメージされているのですか？

久保田 たまむら町のマスコットキャラクターがオーバーオールを着用しているので、僕たちもオーバーオールを着用することにしました。

質問 7 活動を継続投稿する中でモチベーションをどのように保ってきたのですか？

久保田 たまむら町の魅力や公務員の仕事について情報発信するという趣旨に対してブレずに続けることだと思います。

質問 8 ネガティブなコメントに対する対応に

ついてどのように対応したら良いのですか？

清家 ネガティブな反応のあった情報を消して、無かった事にしない事が大切です。内容に落ち度があったのかを検証して、もしあれば、どこに落ち度があったのかと、その対策を示す事が大切です。

安藤 7年間で炎上といった事例はありません。あった場合は、できるだけ誠実に対応しようと思っています。

新井 公務員という部分で批判が多くありましたが、出来るだけ火に油を注がないよう注意しながらコメントを返していました。

座長の感想

～積極的な交流が大切～

近畿地連の仲間と2年間で7回の会議を行い、分科会を作り上げてきました。コロナ禍という事で、打ち合わせが対面からZOOM中心になりました。会議自体はZOOMで問題なく出来てしまいましたが、名刺交換や休憩時間の雑談が、人間関係を円滑にするのだと実感しました。

一つのモノを作り上げるには、チームワークが大切で、何気ない会話から信頼関係を築く事が出来るのではないのでしょうか。私は古いタイプの人間かもしれませんが、個人的には飲食を伴う交流は、数字には表すことの出来ない効果を発揮すると思っています。今振り返ると、もっとチーム内で積極的な交流をすれば良かったと反省しています。

第7分科会について

静岡自治研の分科会は全部で11分科会あり、その中で多くの組合員の注目を集めるため、第7分科会午後の部では、「密着自治体 SNS！今日から君もインフルエンサー！」という、タイ

トルをつけてみました。自分でもかなり刺激的なタイトルだと自覚しており、講師の清家さんとの打ち合わせの中で、「今日からインフルエンサーのマインドを持とうというのがこの分科



会の趣旨である。」と、講演内で補足説明してもらった事にしました。

第7分科会は、午前の部と午後の部で担当が変わるという変則的な分科会です。大胆なタイトルの効果が、どれほどあったのかはわかりませんが、この分科会には150人以上の組合員の方々にお申込み、今回最も多くの参加者に来て頂きました。

午前中は満員の会場で、北海道・東北地連による「地域おこし協力隊の理想と奮闘」というテーマで分科会が行われ、会場は大いに盛り上がりました。しかし、昼食休憩を挟み、私が座長を務めた午後の部になると、少し参加者が減ってしまい、さらに、帰りの新幹線や飛行機の都合なのか、時間を追うごとに、空席が目立つようになりました。どうやら、午前の部の人気が高かったようで、残念ながら刺激的なタイトルの効果は思ったほど無かったのかもしれない。

これからの SNS の活用について

SNS で成功しているといえる自治体は、それほど多くはありません。まだまだ、多くの自治体では担当者が手探りで挑戦しているのが現状ではないでしょうか。

総務省の調査では、今の10代20代の若者の多くがSNSから情報を得ている結果が出ています。数年後には、子育て世代に最も効率的に情報を届ける事ができるのがSNSであると考えるのが妥当です。

このように、SNSは若い世代ほど積極的に活用しているため、20代、30代といった青年部層の組合員が、静岡自治研に多く来てもらえていけば、さらに盛り上がった分科会になったのではと思いました。

自治研集会は組合の幹部役員が中心に参加する事が多いと思いますが、10年、20年先を見据えた取り組みも大切だと思います。何かライフワークを持っているような若い組合員が、参加しやすい集会になればと思います。

日々の業務に追われ、SNS等の新たな業務に挑戦する時間が無い、自治研活動に参加する余裕が無いといった方も、是非これを機会に自治研活動やSNSに興味を持って頂ければと思います。

SNSの世界は特に時代の流れが速く、長年の公務員生活で蓄積した知識と経験だけで、対応するのが難しい世界です。静岡自治研をきっかけに、若手職員は勿論、ベテラン職員も、ぜひともSNS積極的に取り入れて頂きたいと思います。また、自分自身、SNSが苦手といった場合でも、理解を示し、若手職員を中心としたSNSの得意な人たちの活躍を後押しできる存在になって頂ければ幸いです。



自治研の醍醐味

自治研は日頃の業務の中で感じた事からテーマが生まれると思っています。業務上の小さな改善であれば、上司に相談して解決する事ができると思います。しかし、大きなテーマについては、職場内で声を上げるだけではどうにもなりません。やはり自治研等の多くの人に知ってもらう場で、思いを発信していく事が重要になってくると思います。

一つのヒラメキやアイデアを基に研究を進めて、その成果をレポートにまとめて発表し、多くの人々の共感を得て実現に繋げていく。これが自治研の醍醐味の一つでは無いでしょうか。

最後に

静岡自治研第7分科会開催にあたり、ご協力いただきました多くの皆様、特に会場にお越し頂き、意見交換で積極的に発言して、分科会を盛り上げて頂きました、自治労京都の仲間の皆様。本当にありがとうございました。