



# 1 オンラインでの情報共有の在り方

資料 1

## (現状・課題)

- ・アンケートのような量的調査以外にも質的調査が必要
- ・市がもつ情報発信媒体としてはほぼ網羅している。
- ・必要な人に必要な情報が届いているか不明
- ・知りたい情報と届けられる情報がミスマッチ

## (方向性)

- ・市民参加、情報伝達の満足度を高めるために、どんな情報がどんな媒体で発信されているか、発信した情報が有効に活用されているか整理が必要
- ・何をどのように活用を勧めるか。

## (意見)

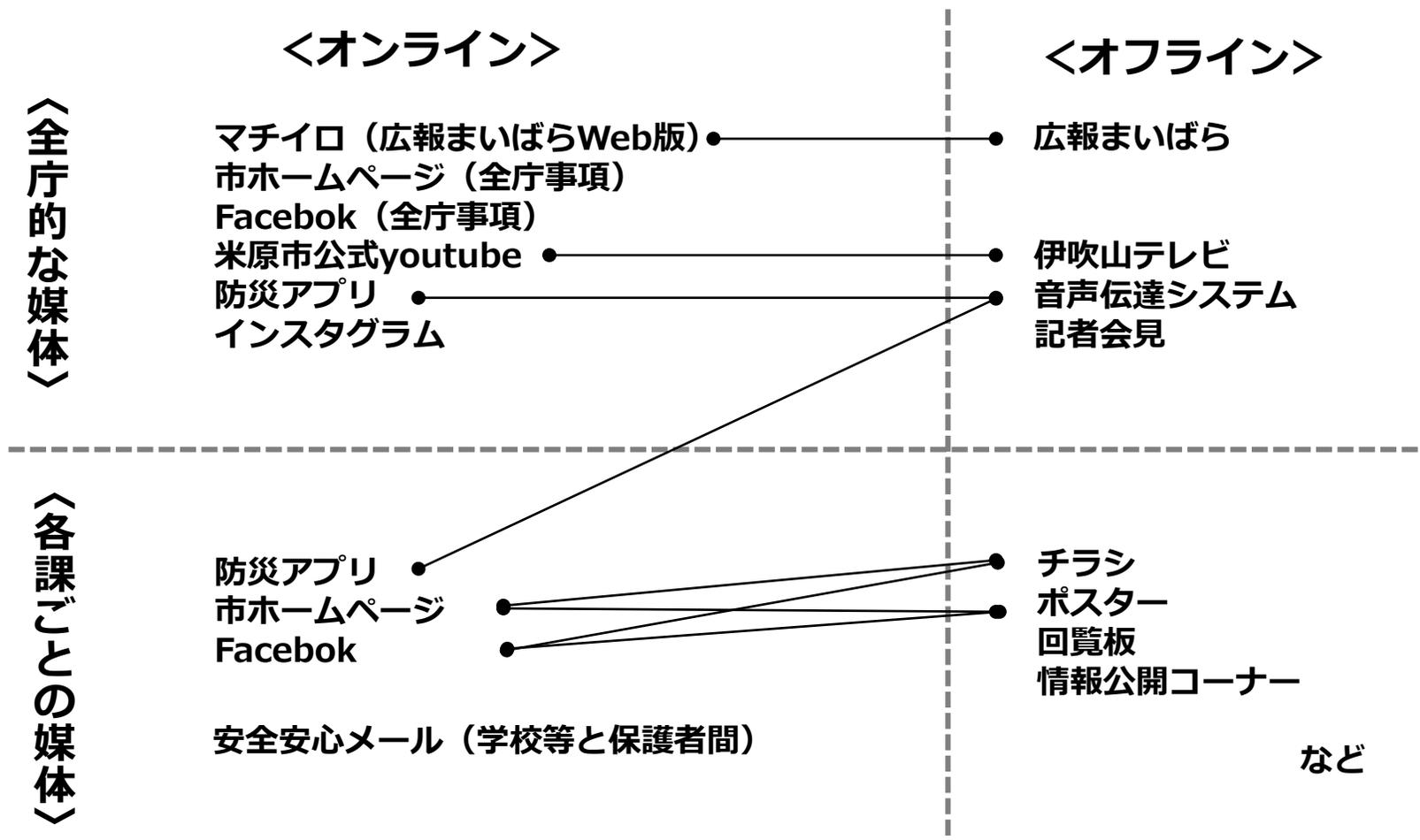
- ・市が発信していることが若い人に刺さってない。
- ・誰が発信するかということも含めた情報発信の機能の在り方を考える必要がある。
- ・市民参加型の情報伝達のあり方や当事者間で交流ができるメディアの利活用の検討が必要。

## (前回の主な意見)

- ・スマホが必要である課題があるが、実感としては、防災アプリの情報が市民に浸透している。
- ・SNSは好みがある。また、一番使われており、若い世代にも届きやすいLINEとツイッターをやっていない現状にある。
- ・情報媒体の数が多いいのいいが、職員が大変
- ・例えば乳幼児健診を活用するなど、市民のニーズを把握する方法を変えてみてはどうか。
- ・スマホの保有やネット環境など、情報を受ける環境についても把握する必要がある。
- ・伊吹山テレビはZTV加入の課題がある。
- ・広報を配布するシステム・組織は、アナログだけどいいところ。
- ・今はオンラインの活用とオフラインをオンラインに徐々に変えていく過渡期にある。
- ・アイキャッチと情報内容を切り分けて考え、アイキャッチから情報内容に興味を持てるよう工夫しては。
- ・情報にはオンライン・オフラインの向き不向きがある。情報の種類やコストで伝達方法を考えてはどうか。
- ・オンラインでの双方向性や情報発信・収集の低コストは魅力。
- ・必要な情報がどこに行けば分かるか、オンライン・オフライン双方で構成していく必要がある。
- ・オンラインができない人をサポートする人材が地域に必要。サポート制度をつくっては。

## ○市の情報発信の現状

市政への関心が低い人、市政に触れる機会の少ない人にも 必要な情報を必要な方に確実に届けるために 様々なツールを活用している。



## ○オンラインの情報発信の現状と課題

### ○米原市公式ウェブサイト（ホームページ）

【現状】 ホームページは、即時に情報発信ができるよう、CMS（コンテンツマネジメントシステム）を活用し、各課ごとにページを作成・更新している。

【課題】 必要な情報がどこにあるか分からない／情報量のばらつき／情報の階層が深い／見せ方の良し悪しの差 など

【解決】 情報発信の基本的なルールの共有

### ○SNS媒体（Facebook、Instagram）

【現状】 Facebookは、市のホームページに誘導するための補完的な媒体として各課ごとにページを作成・更新  
Instagramは、市内外向けに市の魅力を発信するシティプロモーションの一環として関係課が作成・更新

【課題】 フォロワーの獲得／他のSNSの活用／双方向情報ツールの活用

【解決】 情報の質の向上・共感／発信頻度の増加／他のSNSの活用／双方向ツールを活用したコミュニケーション

### ○Youtube

【現状】 伊吹山テレビダイジェスト版や各課が作成した動画をyoutubeに補完的に掲載

【課題】 動画作成にコストがかかる／コンテンツのカテゴリ分けができていない

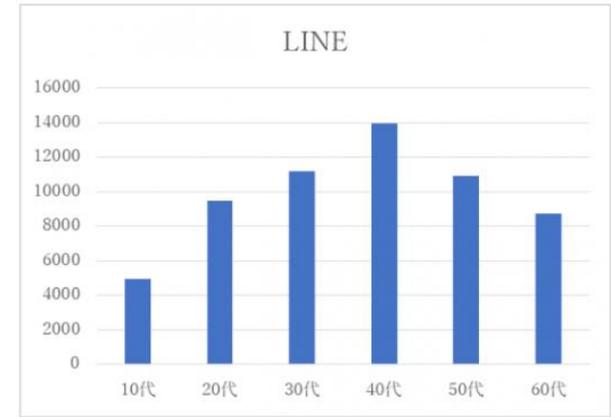
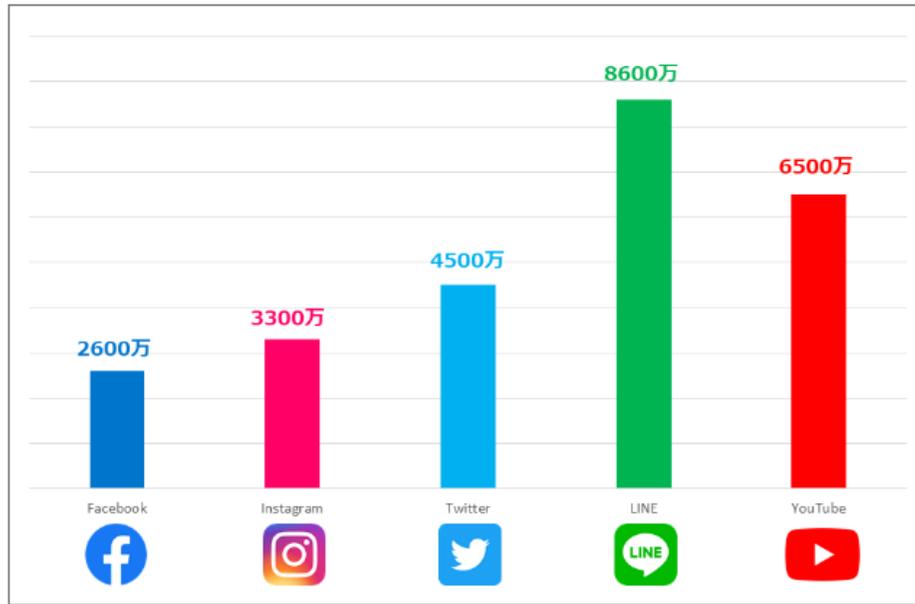
【解決】 情報の質の向上・共感／発信頻度の増加／見やすいカテゴリ分類



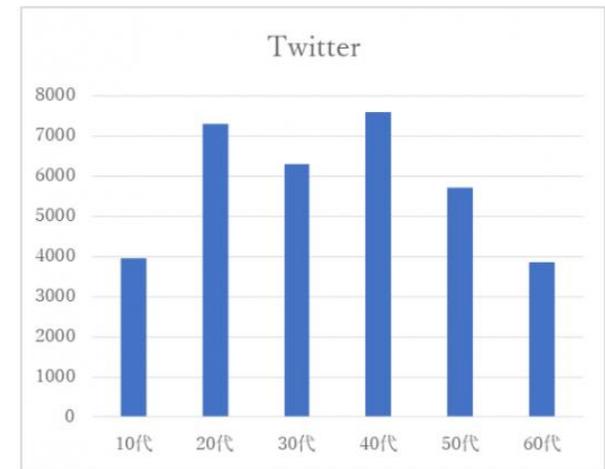
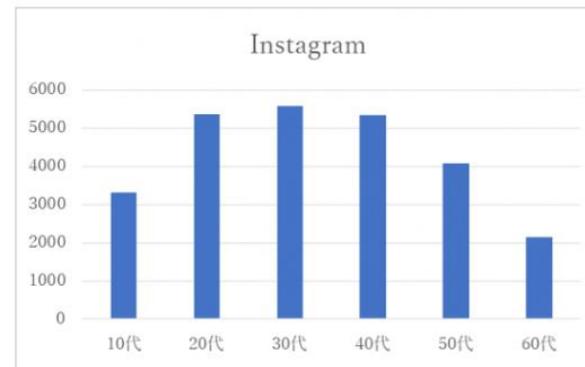
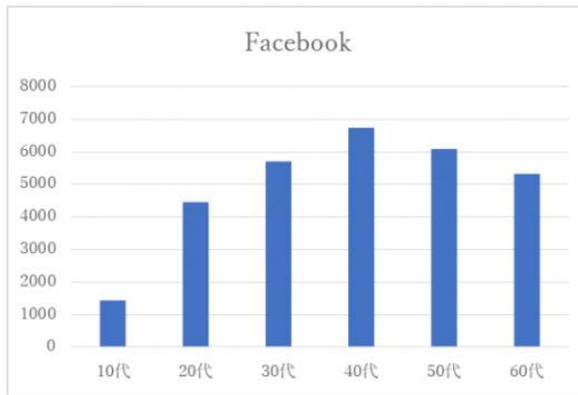
### （課題のまとめ）

- ・対象者やターゲット、タイミングに応じた広報媒体の選択と使いこなしができているか。
- ・情報の受ける市民の目線から情報発信媒体の運用基準やルールを構築し、運用できているか。
- ・時代に合った情報共有媒体を活用できているか。

# ○日本のSNS月間アクティブユーザー数と特徴



- ・他SNSを利用していないユーザー層が多い。
- ・トーク/タイムラインの2軸で訴求ができる。
- ・トークの開封率が他SNSよりも圧倒的に高い。



- ・実名登録制で実生活関連の投稿が多い。
- ・リアルな知り合いとのつながりが多い。
- ・若年層の利用率が低め。

- ・画像や動画でのビジュアル中心のコミュニケーション
- ・若年層へのアプローチに効果的
- ・ハッシュタグフォローなどの機能により情報取得がしやすい

- ・匿名登録制で本音の会話がうまれやすい。
- ・複数アカウントを所有するユーザーが多い。
- ・ニュースやトレンドなどの情報取得ツールとして使われることが多い。



OUTLINE

地域力の強化を目的とした回覧板のような地域に密着した情報に加え、「子育て」「健康」など暮らしに必要な7種類の情報から欲しい情報だけセグメント配信。発災時の連絡ツールとしての活用も視野に入れて運用

アカウント情報

【ACCOUNT】 熊本市  
 【LINE ID】 @kumamotocity  
 【RELEASE】 2018/03/26～



校区単位の地域に密着した情報

熊本市LINE@アカウント



#01 必要情報のセグメント配信(登録画面)

「復興/イベント/子育て/健康/高齢/障がい/しごと」から必要な情報をセグメント配信。校区ごとの細かなエリア設定で回覧板のオンライン版的な役割を目指す。地域担当職員49名で、全92校区の配信を担当。「市民力・地域力を生かした災害に強いまちづくり」に繋がる地域力強化に活用



#02 トーク画面によくある質問リンク集

トーク画面で文字入力をするると問い合わせの多い項目のリンク集を表示。



## ○デジタル活用支援推進事業（国・令和2年度補正予算事業）

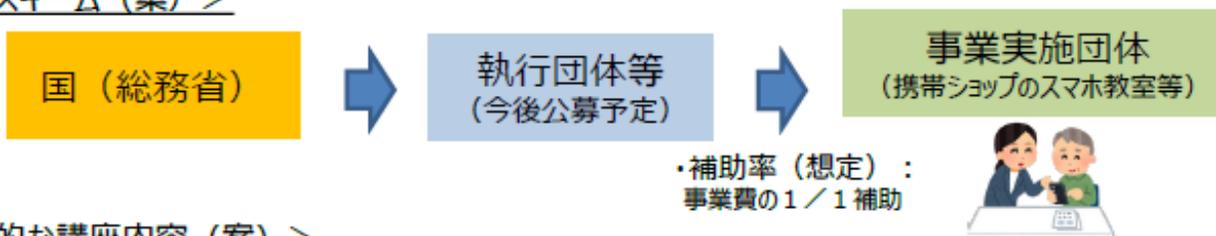
デジタル格差の解消を図るため、LINEや地図アプリなどのスマホの基本操作やマイナンバーカード申請などのスマホによる行政手続について高齢者等の身近な場所で講座を行う場合の費用を国が全額助成。

スマホ教室等の講座を行う実施団体は、地元IT企業や商工会、社会福祉協議会、地域おこし協力隊なども想定されている。

### 国事業の概要

- 高齢者等を対象としてオンラインによる行政手続・サービスの利用方法等に関する講座の実施を行う団体（事業実施団体）に対して補助等を実施することで全国的なデジタル活用支援の実施を推進（令和3年度は携帯ショップ等を中心に全国1,000箇所程度での実施を想定）
- 国事業による高齢者等へのデジタル活用支援は本年6月頃から本格的に実施予定
- 講座内容としては、①スマートフォンの基本的な利用、②スマートフォンによる行政手続等を取扱う予定

### <実施スキーム（案）>



### <具体的な講座内容（案）>

①スマートフォンの基本的な利用	②スマートフォンによる行政手続等
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 電源の入れ方、ボタン操作等</li> <li>・ 電話のかけ方、カメラの使い方</li> <li>・ インターネットの使い方</li> <li>・ メールの使い方</li> <li>・ 地図アプリの使い方</li> <li>・ LINEなどSNSの使い方</li> <li>・ オンラインショッピング、スマホ決済</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マイナンバーカードの申請方法、利用方法</li> <li>・ マイナポータルの活用方法、カードの健康保険証利用</li> <li>・ マイナポイントの申込み方法</li> <li>・ e-TAXの利用方法</li> <li>・ 医療機関におけるオンライン予約・診療</li> </ul>