

令和5～6年度

行政監査報告書

「県政情報の発信におけるソーシャルメディアの活用について」

鹿児島県監査委員

目 次

第 1	行政監査の趣旨	1
第 2	行政監査の概要	1
1	監査のテーマ	1
2	監査の目的	1
3	監査の着眼点	1
4	監査の対象機関	1
5	監査の実施方法	2
第 3	行政監査の結果	8
1	ソーシャルメディアの活用状況	8
(1)	活用機関数及びアカウント数	8
(2)	種類別アカウント数	8
(3)	運用形態別アカウント数	9
(4)	活用状況	9
ア	導入理由	9
イ	ソーシャルメディアと県ホームページの使い分け	11
ウ	県ホームページとの使い分け「有」の場合の発信内容	11
エ	運営形態別のアカウント数	12
	まとめ（ソーシャルメディアの活用について）	13
2	運用ポリシー・運用方針の整備は適正に行われているか	14
(1)	知事部局及び各種委員会	14
(2)	教育庁及び教育機関	16
(3)	県立高校	16
(4)	警察本部	17
	まとめ（運用ポリシー及び運用方針の整備について）	19
3	発信内容の確認やリスク管理が適正に行われているか	21
(1)	情報発信の使用機器	21
(2)	ログインパスワードの管理	22
(3)	投稿担当者の選定	22
(4)	投稿時の承認手続	22
(5)	トラブルの発生防止や早期発見のためのアカウントの監視	23
(6)	アカウントの監視結果の情報共有	23
(7)	サービスを提供している事業者の仕様変更による情報発信への影響	24
	まとめ（発信内容の確認やリスク管理について）	25

4	ソーシャルメディアを活用した情報発信が効果的に行われているか	26
(1)	情報発信の主なターゲット	26
(2)	発信件数	27
(3)	情報発信の対象者に閲覧してもらうための工夫	28
(4)	フォロワー数の状況	29
(5)	古い情報の削除	29
(6)	効果的な情報発信を行うための研修の希望	29
(7)	ソーシャルメディアを利用するにあたっての課題	31
(8)	所要経費	32
	まとめ（効果的な情報発信について）	33
第4	監査意見	34
1	全体の評価	34
2	意見・要望等	34
(1)	ソーシャルメディアの更なる活用について	34
(2)	運用ポリシーや運用方針の整備等について	35
(3)	リスク管理について	35
(4)	ソーシャルメディアによる効果的な情報発信について	35

第1 行政監査の趣旨

行政監査は、地方自治法第199条第2項の規定に基づき、監査委員が行う監査である。

本県においては、平成4年度から毎年度、事務事業の中から特定の対象を選定し、①法令の定めに従って行われているか、②県民の福祉の増進に寄与しているか、③最小の経費で最大の効果をあげているかなどの観点から監査を実施している。

第2 行政監査の概要

1 監査のテーマ

県政情報の発信におけるソーシャルメディアの活用について

2 監査の目的

ソーシャルメディア（Facebook、X（旧ツイッター）等）は、インターネットを利用して誰でも手軽に情報を発信し、相互にやりとりできる双方向のメディアであり、その利用者はスマートフォン等の普及に伴い、大きく増加している。

このような特性を踏まえ、本県においてもソーシャルメディアを活用した事業の取組状況や防災、イベントなどの情報が発信されており、「鹿児島県デジタル推進戦略（令和4年3月策定）」では、行政のデジタル化の取組として、「県ホームページやSNS等を通じた、分かりやすく丁寧な県政情報の発信に努めます。」としている。

他方で、ソーシャルメディアによる情報発信は、誤った情報や内部情報等が瞬時に広まる危険性があり、また、不適切な表現等により不測の事態を招くこともあり得る。

このようなことから、本県におけるソーシャルメディアの活用状況やリスク管理状況等について検証を行い、今後の適正かつ効果的な運用に資することを目的として行政監査を実施することとした。

3 監査の着眼点

着眼点1 運用ポリシー（※1）や運用方針（※2）の整備が適正に行われているか。

着眼点2 発信内容の確認やリスク管理が適正に行われているか。

着眼点3 ソーシャルメディアを活用した情報発信が効果的に行われているか。

（※1）運用ポリシー・・・ 運用目的や方法等を対外的に示すもの

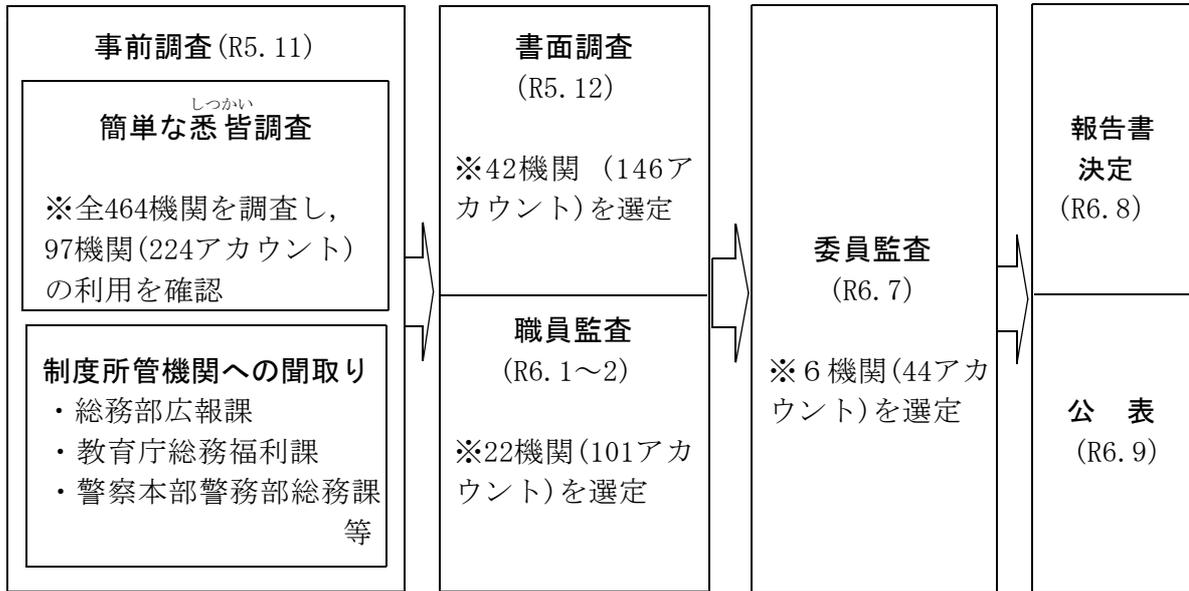
（※2）運用方針・・・ 運用上の基本的な考え方やルールを各機関の職員に示すもの

4 監査の対象機関

令和5年10月31日現在において、ソーシャルメディア（Facebook、X（旧ツイッター）、Instagram、Line、YouTube等）を活用した情報発信を行っている知事部局、教育庁・教育機関（県立高校を含む）、警察本部（警察署を含む）、各種委員会・議会事務局、地方公営企業（県立病院局・工業用水道部）（以下、「県の全て

の機関」という。)

5 監査の実施方法



ア 事前調査（令和5年11月）

- (1) 県の全ての機関464機関を対象とした簡単な悉皆調査を実施し、ソーシャルメディアを活用した情報発信を行っているのは、97機関（224アカウント）であることを確認した。（表1参照）

＜事前（悉皆）調査における確認事項＞

- ・ ソーシャルメディアの活用の有無
- ・ 活用しているソーシャルメディアの種類及びアカウント
- ・ 運用形態（直接運用、業務委託、指定管理者） など

- (2) 各部局等のソーシャルメディアの運用上の取扱いに関して、広報に関する制度所管機関（以下、「制度所管機関」という。）に対し、運用ポリシー・運用方針の整備について聞き取りを実施した。

イ 書面調査（令和5年12月）

ソーシャルメディアを活用している97機関（以下、「県の活用機関」という。）の中から、複数のアカウントを有する機関、運用ポリシーや運用方針が未策定の機関、業務委託や指定管理者による情報発信を行っている機関等を主とし、政策分野のバランス等も考慮して42機関（146アカウント）（表2参照）を選定し、書面調査を実施した。

＜書面調査における確認事項＞

- ソーシャルメディアはどのように活用されているか。

- ・ ソーシャルメディアを導入した理由
- ・ ソーシャルメディアと県ホームページの使い分け

など

- 運用ポリシーや運用方針の整備が適正に行われているか。
 - ・ なりすまし防止対策の実施状況
 - ・ 委託契約書・仕様書，協定書等の取り決め状況 など

- 発信内容の確認やリスク管理が適正に行われているか。
 - ・ ログインパスワードの管理
 - ・ 投稿時の承認手続
 - ・ トラブル発生の防止や早期発見のためのアカウントの監視 など

- ソーシャルメディアを活用した情報発信が効果的に行われているか。
 - ・ 情報発信の主なターゲット
 - ・ 情報発信の対象者に閲覧してもらうための工夫
 - ・ フォロワー数の状況 など

ウ 職員監査（令和6年1月～2月）

書面調査の対象とした42機関（146アカウント）の中から書面調査（回答）の不明な内容，委託契約書や指定管理者との協定書の記載内容等を確認するため，ソーシャルメディアの利用状況や各部局等のバランス等を考慮して，22機関（101アカウント）を選定し，職員監査を実施した。（表2参照）

エ 委員監査（令和6年7月）

職員監査を実施した22機関のうち，アカウント数が多い機関，県の重要施策（「稼ぐ力」，「人材の確保」）を所管する機関及び制度所管機関を対象とすることとし，運用形態や特徴的な取組の内容も踏まえ，6機関（44アカウント）を選定して，ソーシャルメディアの活用に関する課題や今後の考え方等について委員監査を実施した。（表2参照）

【表1】事前調査で把握したソーシャルメディア一覧（令和5年10月31日現在）

部局	機関名	アカウント数	番号	ソーシャルメディア名	アカウント名	運用形態
知事部局（本庁）	1 広報課	6	1	Facebook	鹿児島県庁	直接運用
			2	Facebook	鹿児島県知事	直接運用
			3	X（旧ツイッター）	鹿児島県政情報	直接運用
			4	Instagram	グラフかごしま公式	業務委託
			5	YouTube	鹿児島県公式チャンネル	直接運用
			6	Line	鹿児島県庁	直接運用
	2	1	7	X（旧ツイッター）	FLOWERかごしま	業務委託
	3	1	8	X（旧ツイッター）	鹿児島県消費者行政推進室	直接運用
	4 デジタル推進課	3	9	X（旧ツイッター）	鹿児島県DX情報	業務委託
			10	Instagram	鹿児島県DX情報	業務委託
			11	その他 Discord	鹿児島県DX 交流・相談ルーム	業務委託
	5	1	12	Instagram	鹿児島県地域政策課公式 かごしま景観	直接運用
	6 離島振興課	3	13	Facebook	かごしまの島々	直接運用
			14	X（旧ツイッター）	鹿児島県総合政策部離島振興課	直接運用
			15	Instagram	かごしまの島々	直接運用
	7 PR観光課	16	16	Facebook	PR観光課	直接運用
			17	Instagram	【鹿児島県公式】南の宝箱 鹿児島	直接運用
			18	YouTube	南の宝箱 鹿児島チャンネル	直接運用
			19	Facebook	People of Kagoshima	直接運用
			20	Instagram	People of Kagoshima	直接運用
			21	YouTube	People of Kagoshima	業務委託
			22	Facebook	かごしまPRキャラクター ぐりぶー	業務委託
			23	Facebook	鹿児島県奄美パーク	指定管理者
			24	Facebook	田中一村記念美術館	指定管理者
			25	X（旧ツイッター）	amamipark	指定管理者
			26	X（旧ツイッター）	TANAKAISSON	指定管理者
			27	Instagram	amamipark	指定管理者
			28	Instagram	isson_tanaka	指定管理者
			29	YouTube	amamipark_official	指定管理者
			30	Line	鹿児島県奄美パーク	指定管理者
			31	その他 ブログ	鹿児島県奄美パーク	指定管理者
			8 国際交流課	4	32	Facebook
	33	Facebook			鹿児島県アジア・太平洋農村研修センター	指定管理者
	34	Instagram			鹿児島県アジア・太平洋農村研修センター	指定管理者
	35	Line			鹿児島県アジア・太平洋農村研修センター	指定管理者
	36	Facebook			鹿児島県観光・文化スポーツ部文化振興課	直接運用
	9 文化振興課	12	37	Facebook	宝山ホール（鹿児島県文化センター）	指定管理者
			38	X（旧ツイッター）	宝山ホール【公式】	指定管理者
			39	Instagram	houzanhall_01	指定管理者
			40	YouTube	宝山ホール	指定管理者
			41	Facebook	霧島国際音楽ホールみやまコンセル（@miyamaconseru）	指定管理者
			42	X（旧ツイッター）	（公式）みやまコンセル（@cellomaro）	指定管理者
			43	Instagram	（公式）みやまコンセル（@cellomarofesta）	指定管理者
			44	YouTube	【公式】チェロまるCHANNEL（@CHANNEL-pz4uy）	指定管理者
			45	Facebook	鹿児島県霧島アートの森	指定管理者
			46	X（旧ツイッター）	鹿児島県霧島アートの森	指定管理者
			47	Instagram	kirishima_open_air_museum	指定管理者
			10	1	48	Facebook
	11 スポーツ振興課	4	49	Instagram	鹿児島県スポーツ振興課公式	直接運用
			50	Line	かごしまスポーツ合宿・キャンプガイド	直接運用
			51	Instagram	ジャパンスリートトレーニングセンター大隅	指定管理者
			52	Facebook	鹿児島県スポーツ振興課	直接運用
	12	1	53	Facebook	かごしまの自然と生物多様性	直接運用
	13	1	54	Facebook	世界自然遺産 奄美トレイル	直接運用
	14 かごしま材振興課	2	55	Facebook	ひろがれ！かごしま材の輪	直接運用
			56	Facebook	鹿児島県木育インストラクター	直接運用
	15 森づくり推進課	3	57	Facebook	鹿児島 県民の森	指定管理者
			58	Instagram	kenmin_no_mori	指定管理者
			59	Instagram	照葉樹の森管理事務所	指定管理者
	16 健康増進課	2	60	Facebook	健康かごしま21（鹿児島県健康増進課）	直接運用
			61	Instagram	【公式】県民健康プラザ健康増進センター	指定管理者
	17	1	62	YouTube	鹿児島県薬務課公式チャンネル	直接運用
	18 子ども家庭課	2	63	Line	かぶれホットライン	業務委託
			64	Instagram	かごしま子ども在宅療養ナビ「そよかぜ」	直接運用
	19 子育て支援課	4	65	Facebook	かごしま 出会いサポート	業務委託
			66	Instagram	かごしま 出会いサポート	業務委託
			67	Line	かごしまキュービッド	業務委託
			68	YouTube	OAV	業務委託
	20	1	69	X（旧ツイッター）	鹿児島県高齢者生き生き推進課	直接運用
	21	1	70	Facebook	コワーキングかごしま	直接運用
	22 販路拡大・輸出促進課	10	71	Line	かごしま特産品ねっとかごいろ	業務委託
			72	Facebook	鹿児島県特産品Makuakeプロジェクト	業務委託
			73	Facebook	鹿児島県酒造組合（鹿児島焼酎）	業務委託
			74	Instagram	鹿児島県酒造組合・鹿児島焼酎	業務委託
			75	Instagram	鹿児島ブランドショップ（鹿児島店）	業務委託
			76	Instagram	七緒	業務委託
			77	Facebook	ニッポン手仕事図鑑	業務委託
			78	X（旧ツイッター）	ニッポン手仕事図鑑	業務委託
	79	Instagram	ニッポン手仕事図鑑	業務委託		
	80	Line	ニッポン手仕事図鑑	業務委託		

部局	機関名	アカウント数	番号	ソーシャルメディア名	アカウント名	運用形態
知事部局 (本庁)	23 産業人材確保・移住促進課	3	81	Line	もどってみらんげ?かごしまに!	業務委託
			82	YouTube	かごしま移住ネット	直接運用
			83	Facebook	かごしま移住ネット	直接運用
	24 雇用労政課	2	84	Facebook	鹿児島県立高技専	直接運用
			85	Instagram	鹿児島県立高等技術専門学校・鹿児島障害者職業能力開発校	直接運用
	25 農政課かごしまの食輸出・ブランド戦略室	4	86	Facebook	かごしまの食	業務委託
			87	X(旧ツイッター)	鹿児島県農政部農政課かごしまの食輸出・ブランド戦略室	直接運用
			88	Instagram	kagoshimasyoku	直接運用
			89	YouTube	かごしまの食	業務委託
	26 農産園芸課	2	90	Instagram	fpk_ibusuki	指定管理者
			91	Line	フラワーパークかごしま	指定管理者
	27 道路維持課	1	92	X(旧ツイッター)	鹿児島県道路維持課	直接運用
	28 都市計画課	4	93	Instagram	hokusatsu_park	指定管理者
			94	Instagram	osumi_rejional_parkofficial	指定管理者
			95	Instagram	fukiagehama_kaihin_park	指定管理者
			96	Instagram	ishibashi_park	指定管理者
	29 災害対策課	1	97	X(旧ツイッター)	鹿児島県危機管理防災局	直接運用
	30 原子力安全対策課	2	98	X(旧ツイッター)	鹿児島県原子力防災	直接運用
			99	Line	鹿児島県原子力防災	直接運用
	31 総務企画課	3	100	Facebook	2023燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会	直接運用
			101	X(旧ツイッター)	2023燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会 実行委員会	直接運用
			102	Instagram	燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会 県実行委員会	直接運用
	32 かごしま県民交流センター	5	103	Facebook	鹿児島県共生・協働センター	直接運用
104			Facebook	ココラボ (co.collabo)	業務委託	
105			Instagram	ココラボ (鹿児島県共生・協働センター)	業務委託	
106			YouTube	鹿児島県共生・協働センター	業務委託	
107			Facebook	gender.equality.pref.kagoshima	直接運用	
108			Facebook	Facebook@reimeikan	直接運用	
109			X(旧ツイッター)	X@official_reimei	直接運用	
110	Instagram	Instagram@official_reimei	直接運用			
34 森林技術総合センター	1	111	X(旧ツイッター)	@kpfct_fukyu	直接運用	
35 動物愛護センター	3	112	Facebook	鹿児島県動物愛護センター	直接運用	
		113	Instagram	鹿児島県動物愛護センター	直接運用	
		114	YouTube	鹿児島県動物愛護センター	直接運用	
36 福岡事務所	2	115	Facebook	kagoshima.fukukan	直接運用	
		116	Instagram	fukuokaoffice_kagoshima	直接運用	
37 吹上高等技術専門学校	2	117	Facebook	鹿児島県立高技専	直接運用	
		118	Instagram	鹿児島県立高等技術専門学校・鹿児島障害者職業能力開発校	直接運用	
38 宮之城高等技術専門学校	2	119	Facebook	鹿児島県立高技専	直接運用	
		120	Instagram	鹿児島県立高等技術専門学校・鹿児島障害者職業能力開発校	直接運用	
39 始良高等技術専門学校	2	121	Facebook	鹿児島県立高技専	直接運用	
		122	Instagram	鹿児島県立高等技術専門学校・鹿児島障害者職業能力開発校	直接運用	
40 鹿屋高等技術専門学校	2	123	Facebook	鹿児島県立高技専	直接運用	
		124	Instagram	鹿児島県立高等技術専門学校・鹿児島障害者職業能力開発校	直接運用	
41 鹿児島障害者職業能力開発校	1	125	Instagram	鹿児島県立高等技術専門学校・鹿児島障害者職業能力開発校	直接運用	
42 農業開発総合センター農業大学校	2	126	Instagram	kagonodai	直接運用	
		127	Facebook	Kagoshima Nodai	直接運用	
43 フラワーセンター	1	128	X(旧ツイッター)	kago_fc	直接運用	
44 鹿児島地域振興局 総務企画課	1	129	Facebook	かごしまPRキャラクター かごぶー	直接運用	
45 鹿児島地域振興局 農政普及課	1	130	Instagram	鹿児島地域振興局農林水産部	直接運用	
46 南薩地域振興局 総務企画課	1	131	Facebook	なんさつgo!こちら鹿児島県南薩地域振興局	直接運用	
47 北薩地域振興局 総務企画課	1	132	Facebook	わくわくドキドキ北薩摩	直接運用	
48 北薩地域振興局 農政普及課	1	133	Facebook	ホクホク情報満載!北薩の農林水産業	直接運用	
49 始良・伊佐地域振興局 総務企画課	4	134	Facebook	ぶらり始良・伊佐～始良・伊佐地域振興局ページ～	業務委託	
		135	Facebook	markhisastu	業務委託	
		136	Instagram	@mark_hisatsu	業務委託	
		137	Line	オープンチャット「肥薩線ラボ参加者交流チャット」	業務委託	
50 大隅地域振興局 総務企画課	2	138	Facebook	隅に置けない、大隅半島	直接運用	
		139	Instagram	おおすみ半島	直接運用	
51 熊毛支庁 総務企画課	1	140	Facebook	種子島 屋久島 鹿児島県熊毛支庁ページ	直接運用	
52 大島支庁 総務企画課	2	141	Facebook	奄美amami	直接運用	
		142	Instagram	奄美amami	直接運用	
53 徳之島事務所 農業普及課	1	143	YouTube	徳之島事務所農業普及課公式チャンネル	直接運用	
54 義務教育課	1	144	Facebook	鹿児島県教育庁義務教育課	直接運用	
55 高校教育課	1	145	YouTube	kou-sinkou	直接運用	
56 全国高等学校総合文化祭推進室	3	146	Facebook	2023かごしま総文	直接運用	
		147	X(旧ツイッター)	2023かごしま総文	直接運用	
		148	Instagram	kagoshimasoubun	直接運用	
57 社会教育課	1	149	Facebook	鹿児島県教育庁社会教育課	直接運用	
58 文化財課	4	150	Facebook	鹿児島県上野原縄文の森	指定管理者	
		151	X(旧ツイッター)	鹿児島県上野原縄文の森	指定管理者	
		152	Instagram	uenohara_jomon_no_mori	指定管理者	
		153	YouTube	上野原縄文の森公式チャンネル	指定管理者	
59 鹿児島教育事務所	2	154	X(旧ツイッター)	kagoshimakyoiku	直接運用	
		155	Instagram	kagoshimakyoiku	直接運用	
60 北薩教育事務所	2	156	X(旧ツイッター)	北薩教育事務所(@hokusatsukyoiku)	直接運用	
		157	Instagram	北薩教育事務所(hokusatsukyoiku)	直接運用	
61 大隅教育事務所	1	158	X(旧ツイッター)	鹿児島県教育委員会大隅教育事務所	直接運用	
62 かごしま県民大学中央センター	1	159	YouTube	かごしま県民大学中央センター	直接運用	
63 県総合教育センター	1	160	Facebook	鹿児島県総合教育センター	直接運用	

部局	機関名	アカウント数	番号	ソーシャルメディア名	アカウント名	運用形態
教育庁	64 県立図書館	1	161	Facebook	鹿児島県立図書館	直接運用
	65 県立奄美図書館	2	162	Facebook	kenritsuamamitosyokan	直接運用
			163	Instagram	kenritsuamamitosyokan	直接運用
	66 県立博物館	4	164	Facebook	鹿児島県立博物館	直接運用
			165	X(旧ツイッター)	鹿児島県立博物館	直接運用
			166	Instagram	鹿児島県立博物館	直接運用
			167	YouTube	鹿児島県立博物館	直接運用
			168	Instagram	kagoseisyoken	直接運用
	67 県立青少年研修センター	1	169	Instagram	kagoamasyo	直接運用
	68 県立奄美少年自然の家	1	170	Facebook	鹿児島県総合体育センター	直接運用
	69 県総合体育センター	2	171	YouTube	鹿児島県総合体育センター	直接運用
			172	Facebook	kagoshima-maibun	直接運用
	70 県立埋蔵文化財センター	1	173	Instagram	錦江湾高校SSH	直接運用
	71 錦江湾高等学校	1	174	Instagram	fencing.kgsmnm	直接運用
	72 鹿児島南高等学校	2	175	Instagram	kagoshimaminamikoukou	直接運用
			176	Instagram	kaseda-high	直接運用
	73 加世田高等学校	1	177	Instagram	ijuin.s.h.s	直接運用
	74 伊集院高等学校	2	178	YouTube	ijuin.s.h.s	直接運用
			179	Instagram	ichiki_hs	直接運用
	75 市来農芸高等学校	1	180	Instagram	kushikino_hs	直接運用
	76 串木野高等学校	2	181	YouTube	@user-jz6xj8p12w	直接運用
			182	Facebook	sendaihs	直接運用
	77 川内高等学校	5	183	X(旧ツイッター)	sendaihs	直接運用
			184	Instagram	sendaihs	直接運用
			185	YouTube	sendaihs1897	直接運用
			186	その他 Threads	sendaihs	直接運用
			187	Instagram	@sensatsuseisyukan	直接運用
	78 川薩清修館高等学校	2	188	YouTube	@user-vd8gy9yt8p	直接運用
			189	Facebook	鹿児島県立薩摩中央高等学校	直接運用
	79 薩摩中央高等学校	1	190	Instagram	nJk_kagoshima	直接運用
	80 野田女子高等学校	1	191	Instagram	izumi_highschool	直接運用
	81 出水高等学校	1	192	Instagram	【公式】鹿児島県立蒲生高等学校	直接運用
	82 蒲生高等学校	2	193	YouTube	【公式】鹿児島県立蒲生高等学校	直接運用
194			X(旧ツイッター)	@kagoshima_So_HS	直接運用	
83 曾於高等学校	2	195	YouTube	@user-qc7ud6uile	直接運用	
		196	Facebook	kushisyomaru	直接運用	
84 串良商業高等学校	4	197	X(旧ツイッター)	@kushisyomaru	直接運用	
		198	Instagram	kushirash2018	直接運用	
		199	YouTube	@user-qj5v15dy9x	直接運用	
		200	YouTube	@user-ws9kp2be7o	直接運用	
85 鹿屋農業高等学校	1	201	Instagram	屋久島お助け隊	直接運用	
		202	Instagram	屋久高等学校環境コース(公式)	直接運用	
		203	Instagram	屋久島高等学校生徒会(公式)	直接運用	
86 屋久島高等学校	3	204	YouTube	koukouoshima9827	直接運用	
87 大島高等学校	1	205	Instagram	amami.h.s.amakou	直接運用	
		206	YouTube	amami.h.s.amakou	直接運用	
88 奄美高等学校	2	207	Facebook	鹿児島県立徳之島高等学校	直接運用	
89 徳之島高等学校	1	208	Instagram	oki_shouyou	直接運用	
		209	YouTube	@okierabu_highschool	直接運用	
警察本部	91 警務部警務課	2	210	X(旧ツイッター)	鹿児島県警察本部採用係	直接運用
			211	Line	鹿児島県警察本部採用係	直接運用
	92 警務部総務課	5	212	X(旧ツイッター)	鹿児島県警察本部	直接運用
			213	X(旧ツイッター)	鹿児島県警察音楽隊	直接運用
			214	X(旧ツイッター)	鹿児島県警察本部被害者支援室	直接運用
			215	Instagram	鹿児島県警察本部公式	直接運用
			216	YouTube	鹿児島県警察広報	直接運用
93 生活安全部生活安全企画課	1	217	X(旧ツイッター)	鹿児島県警察本部犯罪抑止対策室	直接運用	
94 生活安全部人身安全・少年課	1	218	X(旧ツイッター)	鹿児島県警察本部少年サポートセンター	直接運用	
95 生活安全部サイバー犯罪対策課	1	219	X(旧ツイッター)	鹿児島県警察本部サイバー犯罪対策課	直接運用	
各種委員会	96 選挙管理委員会事務局	2	220	Facebook	鹿児島県選挙管理委員会	直接運用
			221	X(旧ツイッター)	鹿児島県選挙管理委員会	直接運用
	97 人事委員会事務局	3	222	Facebook	鹿児島県職員採用	直接運用
			223	X(旧ツイッター)	鹿児島県職員採用	直接運用
			224	YouTube	鹿児島県人事委員会事務局	業務委託

【表2】書面調査、職員監査及び委員監査の対象機関

通番	所属(部局)	対象機関名	アカウント数	書面調査	職員監査	委員監査
1	総務部	広報課	6	R5.12	R6.2.15	R6.7.12
2	男女共同参画局	くらし共生協働課(消費者行政推進室を含む)	2	R5.12		
3		かごしま県民交流センター(出先) (男女共同参画推進課、協働活動促進課)	5	R5.12	R6.2.8	
4	総合政策部	デジタル推進課	3	R5.12	R6.2.9	
5		離島振興課	3	R5.12		
6	観光・文化スポーツ部	PR観光課	16	R5.12	R6.2.6	R6.7.12
7		国際交流課	4	R5.12		
8		文化振興課(世界文化遺産室を含む)	13	R5.12	R6.2.9	
9		歴史・美術センター黎明館(出先)	3	R5.12		
10	環境林務部	自然保護課(奄美世界自然遺産室を含む)	2	R5.12	R6.2.5	
11		かごしま材振興課	2	R5.12		
12		森づくり推進課	3	R5.12	R6.2.5	
13	くらし保健福祉部	健康増進課	2	R5.12		
14		子ども家庭課	2	R5.12		
15		子育て支援課	4	R5.12	R6.2.6	
16		動物愛護センター(出先)	3	R5.12	R6.2.2	
17	商工労働水産部	販路拡大・輸出促進課	10	R5.12	R6.2.15	R6.7.12
18		産業人材確保・移住促進課	3	R5.12	R6.2.7	R6.7.12
19		福岡事務所(出先)	2	R5.12		
20	農政部	農政課かごしまの食輸出・ブランド戦略室	4	R5.12	R6.2.7	R6.7.12
21		農産園芸課	2	R5.12	R6.2.7	
22		農業開発総合センター農業大学校(出先)	2	R5.12		
23	土木部	道路維持課	1	R5.12		
24		都市計画課	4	R5.12	R6.2.5	
25	危機管理防災局	災害対策課	1	R5.12	R6.1.31	
26		原子力安全対策課	2	R5.12		
27	鹿児島地域振興局	農政普及課	1	R5.12	R6.1.31	
28	南薩地域振興局	総務企画課	1	R5.12		
29	北薩地域振興局	総務企画課	1	R5.12		
30	始良・伊佐地域振興局	総務企画課	4	R5.12	R6.1.29	
31	大島支庁	総務企画課	2	R5.12		
32	教育庁	高校教育課	1	R5.12	R6.2.13	
33		文化財課	4	R5.12	R6.2.8	
34		県立博物館	4	R5.12	R6.2.2	
35		川内高等学校	5	R5.12		
36		串良商業高等学校	4	R5.12		
37		沖永良部高等学校	2	R5.12		
38	警察本部	警務部 警務課	2	R5.12		
39		警務部 総務課	5	R5.12	R6.2.13	R6.7.12
40		生活安全部 生活安全企画課	1	R5.12		
41	選挙管理委員会事務局	選挙管理委員会事務局	2	R5.12		
42	人事委員会事務局	総務課	3	R5.12	R6.2.8	
合 計				42機関, 146アカウント	22機関, 101アカウント	6機関, 44アカウント

第3 行政監査の結果

1 ソーシャルメディアの活用状況

県の全ての464機関に対して事前調査を行った結果、令和5年10月31日時点で、県政情報の発信にソーシャルメディアを活用している機関は、全体の21%に相当する97機関で、合計224アカウントを取得していることを確認した。

(1) 活用機関数及びアカウント数

224アカウントのうち、知事部局（本庁・出先）が64%，教育庁・教育機関が30%を占めており、残りが警察本部，各種委員会・議会事務局となっている。

【表1(1)】ソーシャルメディアの活用状況【事前調査】

区分	機関数A	活用機関数B(B/A)	アカウント数(構成比)
知事部局（本庁・出先）	283	53（19%）	143（64%）
教育庁・教育機関（県立高校を含む）	107	37（35%）	66（30%）
警察本部（警察署を含む）	57	5（9%）	10（4%）
各種委員会・議会事務局	10	2（20%）	5（2%）
地方公営企業（県立病院局・工業用水道部）	7	0（-）	-
合計	464	97（21%）	224（100%）

(注) アカウントは、利用するサービスにログインするための利用者権限である。

(2) 種類別アカウント数

各種ソーシャルメディアは、主な利用者や投稿内容等に特徴があり、県の活用機関が取得している224アカウントの内訳は、Instagramが72（32%）、Facebookが67（30%）であり、以下、X（旧ツイッター）、YouTube、Lineの順となっている。

ソーシャルメディアの特徴

区分	Instagram	FaceBook	X(旧ツイッター)	YouTube	Line
主な利用者層	10～20代の若年層の女性中心。男性・高齢者の利用も増えている。	30～40代の利用が多い。	10～30代の若年層の利用が多い。	全世代で幅広く利用	全世代で幅広く利用
月間アクティブユーザー数	6,600万人以上 (2023.12月時点)	2,600万人 (2019.7月時点)	6,658万人 (2023時点)	7,120万人以上 (2023.5月時点)	9,700万人 (2023.12月時点)
投稿内容	画像や動画	文章+（画像・動画）	文章+（画像・動画）	動画	文章+（画像・動画）

【表 1 (2)】 ソーシャルメディアの種類別アカウント数【事前調査】

区 分	Instagram	Facebook	X(旧ツイッター)	YouTube	Line	その他	合 計
知事部局 (本庁・出先)	45	51	20	13	12	2	143
教育庁・教育機関 (県立高校含む)	26	14	9	16	0	1	66
警察本部	1	0	7	1	1	0	10
各種委員会	0	2	2	1	0	0	5
アカウント数 (構成率)	72 (32%)	67 (30%)	38 (17%)	31 (14%)	13 (6%)	3 (1%)	224 (100%)

(注) その他は、「Discord」, 「ブログ」, 「Threads」である。

(3) 運用形態別アカウント数

県の活用機関が運用しているソーシャルメディアの形態は、①直接運用、②業務委託、③指定管理者の3つに区分され、その割合は、「直接運用」が69%と最も多く、「指定管理者」が17%、「業務委託」が14%となっている。

<運用形態の3区分>

- ① 直接運用は、県の各活用機関が直接運用しているもの。
- ② 業務委託は、ソーシャルメディアの情報発信を外部に委託しているもの。
- ③ 指定管理者は、県有施設の指定管理者が情報発信しているもの。

【表 1 (3)】 運用形態別アカウント数【事前調査】

区 分	直接運用	業務委託	指定管理者	合 計
知事部局 (本庁・出先)	78	31	34	143
教育庁・教育機関 (県立高校含む)	62	0	4	66
警察本部	10	0	0	10
各種委員会	4	1	0	5
アカウント数 (構成率)	154 (69%)	32 (14%)	38 (17%)	224 (100%)

(4) 活用状況

上記 1 (1)～(3)の結果を踏まえ、前述「第2の5のイ」により選定した42機関、146アカウントを対象に、より詳細な書面調査及び監査を行った。

ア 導入理由

対象の42機関、146アカウントにおけるソーシャルメディアの導入理由は、「幅広い情報の拡散が可能」がほぼ100%、「リアルタイムで素早い情報発信が可能」及び「情報発信の経費が少ない」が約70%となっている。

また、「その他」として、ソーシャルメディアが「情報媒体として身近に利用されている」、「他自治体での活用が増えている」などが挙げられている。

【表 1 (4) ア-①】 導入した理由（複数回答）【書面調査】

区 分	幅広い情報の拡散が可能	リアルタイムで素早い情報発信が可能	情報発信の経費が少ない	県民の意見，興味関心の把握が可能	その他	合 計
知事部局（本庁・出先）	113	79	78	45	7	113
教育庁・教育機関	9	7	9	4	2	9
県立高校	9	9	8	—	6	11
警察本部	8	8	6	—	—	8
各種委員会	5	2	3	—	—	5
アカウント数 （構成率）	144 (99%)	105 (72%)	104 (71%)	49 (34%)	15 (10%)	146 (100%)

ソーシャルメディア別の主な導入理由は、次の【表 1 (4) ア- ②】のとおりである。

【表 1 (4) ア-②】 ソーシャルメディア別の主な導入理由【書面調査】

<p><Instagram></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 写真が主体の「グラフかごしま」との相性がよいことや情報発信の主なターゲット層が20代から30代の若い世代をターゲットとしている。（広報課） ・ 写真や動画の投稿を中心としており，投稿原稿の作成が容易であるため。（鹿児島地域振興局 農政普及課） <p><FaceBook></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ アカウント開設に費用を要さず，字数制限をほとんど気にせず投稿できる。（自然保護課） ・ 写真のほかリンクや記事などの投稿が可能であるため。（かごしま県民交流センター） ・ 実名登録で信頼性が高く，情報が拡散しても悪用される心配が少ない。また，写真や動画，記事，Webサイトなど様々なメディアを共有できるため情報発信が行いやすい。（南薩地域振興局 総務企画課） ・ 中高年の利用者が多く，保護者・同窓生などの年齢層と重なるため。（川内高等学校） <p><X（旧ツイッター）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「リツイート」や「いいね」の機能によりフォロワー以外にも情報が拡散できる。（PR観光課） ・ ゼロ予算で情報発信が可能であり，リツイート機能等で広報情報の拡散が期待できる。（警察本部 総務課） <p><YouTube></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 作成した動画を配信するため。（PR観光課） ・ 動画掲載が非対応の県ホームページにリンクを設定して，動画の閲覧を可能にしている。（動物愛護センター）
--

【表 1 (4) ア-②】 ソーシャルメディア別の主な導入理由【書面調査】(続き)

<p><Line></p> <ul style="list-style-type: none"> 国内で最も利用者が多く、幅広い年齢層で利用されている。また、令和元年5月から基本的なサービスが無償で利用できる地方公共団体プランが提供されている。 (広報課) 情報発信の主な対象者を大学生としており、20代の利用率がSNSの中で最も高いため。(産業人材確保・移住促進課) 	
--	--

イ ソーシャルメディアと県ホームページの使い分け

対象の42機関、146アカウントにおいては、その66% (97アカウント) が県ホームページとの使い分けを行っている。

【表 1 (4) イ】 ソーシャルメディアと県ホームページの使い分け【書面調査】

区 分	有	無	合 計
知事部局 (本庁・出先)	67	46	113
教育庁・教育機関	9	—	9
県立高校	11	—	11
警察本部	8	—	8
各種委員会	2	3	5
アカウント数 (構成率)	97 (66%)	49 (34%)	146 (100%)

ウ 県ホームページとの使い分け「有」の場合の発信内容

県ホームページとの使い分け「有」の97アカウントにおいては、主に「イベント等の一過性の情報」、「速報 (ホットな話題)」、「動画・画像」を発信している。

また、「その他」としては、「授業・部活動の活用報告に利用している」などがある。

【表 1 (4) ウ】 使い分け「有」の場合の発信内容 (複数回答)【書面調査】

区 分	イベント等の一過性の情報	速報 (ホットな話題)	動画・画像	その他	合 計
知事部局 (本庁・出先)	56	52	50	9	67
教育庁・教育機関	3	6	4	—	9
県立高校	7	6	8	3	11
警察本部	7	6	5	—	8
各種委員会	2	—	—	—	2
アカウント数 (構成率)	75 (77%)	70 (72%)	67 (69%)	12 (12%)	97 (100%)

エ 運用形態別のアカウント数

対象の146アカウントを運用形態別に分けると、「直接運用」が53%、「指定管理者」が25%、「業務委託」が22%となっている。

【表 1 (4) エ】 運用形態別のアカウント数【書面調査】

区 分	直接運用	業務委託	指定管理者	合 計
知事部局（本庁・出先）	49	31	33	113
教育庁・教育機関	5	—	4	9
県立高校	11	—	—	11
警察本部	8	—	—	8
各種委員会	4	1	—	5
アカウント数 （構成率）	77 (53%)	32 (22%)	37 (25%)	146 (100%)

まとめ（ソーシャルメディアの活用について）

- ・ ソーシャルメディアは、相手方の操作の手間が少なく、イベント情報や写真・動画を交えて内容を分かりやすく伝えることが可能である。また、閲覧を契機に、関連する情報を掲載した県のホームページ閲覧へつなげることもできるので、県政に関する情報を県民に広く伝える手段として極めて有用である。
- ・ 令和5年10月31日時点で、ソーシャルメディアを活用しているのは、97機関（224アカウント）であり、その導入理由としては、「拡散性」（幅広い情報の拡散が可能）や「速報性」（リアルタイムで素早い情報発信が可能）の割合が高く、「双方向性」（県民の意見や興味、関心の把握が可能）は低くなっている。
現在、ソーシャルメディアを活用している機関においては、その7割近くがソーシャルメディアと県ホームページとの使い分けを行っており、県ホームページには、文字を主体とする県政の詳細な情報を掲載し、ソーシャルメディアにおいては、イベント・速報等の一過性の情報や気軽に視聴できる「動画」や「画像」をメインとした情報発信を行っている。
- ・ 現在、広報課は、各機関からの県政情報の掲載依頼を受けて、これを広報課所管のソーシャルメディアで情報発信している。アカウントを保有していない機関においては、これを積極的に活用することが必要である。

2 運用ポリシー・運用方針の整備は適正に行われているか

アカウントの「運用ポリシー」は、外部の閲覧者に対して運用の目的や方法等を示すものとして、「運用方針」は、各活用機関の職員に運用上の基本的な考え方やルールを示すものとして、トラブル発生の防止や組織として安定的かつ継続的な運用を図るために整備するものである。

事前調査の結果、県の活用機関が取得している224アカウントにおいて、「運用ポリシー」及び「運用方針」の両方を整備しているものが69%ある一方で、いずれかのみの整備が7%、両方とも「無」が24%であった。

「両方無」について、運用形態別にみると「業務委託」と「指定管理者」の割合が高い。

【表2】運用ポリシー及び運用方針の整備状況【事前調査】

区 分	運用ポリシー 及び運用方針 「両方有」	運用ポリシ ーのみ「有」	運用方針 のみ「有」	運用ポリシー 及び運用方針 「両方無」	合 計
直接運用(構成率)	129 (84%)	1 (1%)	4 (2%)	20 (13%)	154 (100%)
業務委託(構成率)	6 (19%)	—	3 (9%)	23 (72%)	32 (100%)
指定管理者(構成率)	20 (53%)	—	7 (18%)	11 (29%)	38 (100%)
アカウント数(構成率)	155 (69%)	1 (1%)	14 (6%)	54 (24%)	224 (100%)

この調査結果を踏まえ、前述「第2の5のイ」により選定した42機関、146アカウントを対象に、より詳細な書面調査及び監査を行った。

なお、「運用ポリシー」及び「運用方針」の整備等の取扱いについては、制度所管機関に聞き取りを行った結果、部局毎に異なることから、「(1) 知事部局及び各種委員会」、「(2) 教育庁・教育機関」、「(3) 県立高校」、「(4) 警察本部」に区分した上で、それぞれ運用形態別に整理している。

(1) 知事部局及び各種委員会

(※ 運営形態は、「直接運用」、「業務委託」、「指定管理者」がある。)

ア 直接運用

知事部局及び各種委員会（以下「知事部局等」という）の機関においては、制度所管機関である広報課の通知により、ソーシャルメディアの導入にあたっては、アカウントの「運用ポリシー」及び「運用方針」を広報課と事前に協議の上、整備することが求められている。

書面調査の結果、直接運用の53アカウントのほぼ全てで、広報課の通知に沿った対応がなされていることを確認した。

【表 2 (1) ア-①】 運用ポリシー及び運用方針の整備状況【書面調査，知事部局等】

区 分	運用ポリシー・運用方針 両方「有」	運用ポリシーのみ「有」	運用方針のみ「有」	運用ポリシー・運用方針 両方「無」	合 計
アカウント数 (構成率)	51 (96%)	—	—	2 (4%)	53 (100%)

広報課においては，活用機関からの申請により，アカウントと運用ポリシーを，ソーシャルメディアの種類毎に分けて県ホームページに掲載している。

「県ホームページへのアカウント掲載」や「アカウント内への県ホームページURLの掲載」は，他者のなりすまし防止につながるものでもあり，これを直接運用の53アカウントのほぼ全てで行っていることを確認した。

【表 2 (1) ア-②】 県ホームページへのアカウントの掲載【書面調査，知事部局等】

区 分	有	無	合 計
アカウント数 (構成率)	51 (96%)	2 (4%)	53 (100%)

【表 2 (1) ア-③】 アカウント内への県ホームページURLの掲載【書面調査，知事部局等】

区 分	有	無	合 計
アカウント数 (構成率)	50 (94%)	3 (6%)	53 (100%)

イ 業務委託

対象の32アカウントについて，運用ポリシー及び運用方針の有無を確認したところ，両方とも整備しているものが6アカウント（19%），いずれか一方のみを整備しているものが3アカウント（9%），両方とも整備していないものが23アカウント（72%）であった。

整備していない理由としては，「契約書や仕様書に運用ポリシーや運用方針を規定する必要があるとの認識がなかった」，「随時，委託業者と協議を行うことしているため」などであった。

ウ 指定管理者

対象の33アカウントについて，運用ポリシー及び運用方針の有無を確認したところ，両方を整備しているものが16アカウント（49%），いずれか一方のみを整備しているものが6アカウント（18%），両方とも整備していないものが11アカウント（33%）であった。

整備していない理由としては，「指定管理者が施設のPR活動のため，独自に始めたものであるため」，「運用ポリシーや運用方針を整備する必要があることを認識していなかったため」などであった。

(2) 教育庁及び教育機関

(※ 運営形態は、「直接運用」と「指定管理者」である。)

ア 直接運用

教育庁及び教育機関の各機関がソーシャルメディアを活用する場合、制度所管機関である総務福利課の通知により、アカウントの「運用ポリシー」及び「運用方針」を総務福利課と事前に協議の上、整備することが求められている。

書面調査において、対象の5アカウントの全てで、総務福利課の通知に沿った対応がなされていることを確認した。

また、なりすまし防止としての「県ホームページへのアカウント及び運用ポリシーの掲載」や「アカウント内への県ホームページURLの掲載」も全てで行われていた。

【表2(2)ア】アカウント別の運用ポリシー及び運用方針の整備状況【書面調査，教育庁等】

区 分	運用ポリシー・運用方針 両方「有」	運用ポリシーのみ「有」	運用方針のみ「有」	運用ポリシー・運用方針 両方「無」	合 計
アカウント数 (構成率)	5 (100%)	—	—	—	5 (100%)

イ 指定管理者

県と指定管理者との協定書には、各種広報媒体を活用した普及啓発事業を展開する旨の記載があり、対象の4アカウントの全てで、指定管理者が運用ポリシー及び運用方針を定めていた。

(3) 県立高校

(※ 運営形態は、「直接運用」のみである。)

県立高校の各機関がソーシャルメディアを活用する場合、高校教育課（制度所管機関）の通知により運用ポリシーを策定することが求められている。また、運用方針については、「県立学校における情報セキュリティに関する手順書」に従うこととなっている。

書面調査においては、対象の11アカウントのほぼ全てで、運用ポリシーが策定されており、同手順に基づいた運用がなされていた。

【表2(3)-①】運用ポリシーの策定【書面調査，県立高校】

区 分	策定している	策定していない	合 計
アカウント数 (構成率)	10 (91%)	1 (9%)	11 (100%)

なりすまし防止に有効な「県ホームページへのアカウントの掲載」や「アカウント内への県ホームページURLの掲載」は、対象の11アカウントの半分以上で実施されている。

なお、制度所管機関（高校教育課）においては、各アカウントの運用ポリシーを県ホームページに掲載しておらず、外部の閲覧者が運用目的や方法等を確認できない状況にある。

【表2(3)-②】 県ホームページへのアカウントの掲載【制度所管機関に確認】

区 分	有	無	合 計
アカウント数 (構成率)	10 (91%)	1 (9%)	11 (100%)

【表2(3)-③】 アカウント内への県ホームページURLの掲載【制度所管機関に確認】

区 分	有	無	合 計
アカウント数 (構成率)	6 (55%)	5 (45%)	11 (100%)

(4) 警察本部

(※ 運営形態は、「直接運用」のみである。)

警察本部の各機関がソーシャルメディアを活用する場合、「情報セキュリティに関する対策基準細目」（情報管理課所管）に基づき、運用ポリシーを整備する必要がある。

書面調査において、対象の8アカウントの全てで、これが実施されていることを確認した。

また、運用方針については、同細目に定めがあり、これに基づいた運用がなされている。

【表2(4)-①】 運用ポリシーの策定【書面調査、警察本部】

区 分	運用ポリシー「有」	運用ポリシー「無」	合 計
アカウント数 (構成率)	8 (100%)	—	8 (100%)

なりすまし防止に有効なアカウントと運用ポリシーの県ホームページへの掲載については、警務部総務課（制度所管機関）が対象の8アカウントの全てを実施していた。

アカウント内への県ホームページURLの掲載については、一部で行っていないものがあつた。

【表 2 (4)-②】 県ホームページへのアカウントの掲載【書面調査, 警察本部】

区 分	有	無	合 計
アカウント数 (構成率)	8 (100%)	—	8 (100%)

【表 2 (4)-③】 アカウント内への県ホームページURLの掲載【書面調査, 警察本部】

区 分	有	無	合 計
アカウント数 (構成率)	6 (75%)	2 (25%)	8 (100%)

まとめ（運用ポリシー及び運用方針の整備について）

<知事部局及び各種委員会>

- ・ アカウントの運用形態は、直接運用，業務委託，指定管理者に区分され，広報課が求める運用ポリシー及び運用方針を整備していないアカウントが複数見受けられた。

ソーシャルメディアの活用機関においては，広報課の通知に沿った対応が必要である。

- ・ 広報課がソーシャルメディアの導入や運営に関する通知を行ったのは平成23年5月で，それ以降，同通知を発出したのは，県が活用するソーシャルメディアを追加した時だけである（参考：Facebook及びX（旧ツイッター）に関する通知（H28.6））。

広報課においては，ソーシャルメディアの運用が適正に行われるよう，各機関に対して運用に関する通知を定期的に発出する必要がある。

また，ソーシャルメディアによる情報発信にあたっては，一部の活用機関で問題が発生すれば，県全体の信用失墜にもつながるおそれがある。このため，県職員がソーシャルメディアを適切に活用できるよう，利用する際の基本的な考え方や，アカウントの開設手続き，情報セキュリティ対策，その他の留意点を示す手引きとして，広報課において，県の情報セキュリティを担当するデジタル推進課とも連携を図りながら，直接運用，業務委託，指定管理者に共通する統一したガイドラインを策定することが求められる。

- ・ 「アカウントへの県ホームページURLの掲載」及び「県ホームページへのアカウント及び運用ポリシーの掲載」は，閲覧者の県ホームページ（又は各アカウント）への誘導にもつながり，また，他者のなりすまし防止にもなるため，全てのアカウントで実施することが望ましい。

<教育庁・教育機関>

- ・ アカウントの運用形態は，直接運用又は指定管理者に区分され，監査対象の全てのアカウントで，総務福利課が求める運用ポリシー及び運用方針の両方が整備されていた。今後，新たにソーシャルメディアを導入する場合も含め，全ての活用機関において総務福利課の通知に沿った対応が必要である。

- ・ 総務福利課がソーシャルメディアの導入や運営に関する通知を行ったのは平成23年5月で，それ以降，同通知を発出したのは，県が活用するソーシャルメディアを追加した時だけである（参考：Facebook及びX（旧ツイッター）に関する通知（H28.6））。

総務福利課においては、ソーシャルメディアの運用が適正に行われるよう、各機関に対して運用に関する通知を定期的に発出する必要がある。

- ・ 「アカウントへの県ホームページURLの掲載」及び「県ホームページへのアカウント及び運用ポリシーの掲載」は、閲覧者の県ホームページ（又は各アカウント）への誘導にもつながり、また、他者のなりすまし防止にもなるため、全てのアカウントで実施することが望ましい。

＜県立高校＞

- ・ 運用形態は、直接運用のみであり、監査対象のアカウントの中には、高校教育課が通知で求めている運用ポリシーを整備していないものが見受けられた。
ソーシャルメディアの活用機関においては、通知に沿った対応が必要である。
- ・ ソーシャルメディアの運用等に関する通知については、平成28年9月に総務福利課（当時の制度所管課）が発出してから、再通知等を行われていない。
高校教育課においては、ソーシャルメディアの運用が適正に行われるよう、各機関に対して運用等に関する通知を定期的に再発出する必要がある。
- ・ 「アカウントへの県ホームページURLの掲載」及び「県ホームページへのアカウント及び運用ポリシーの掲載」は、閲覧者の県ホームページ（又は各アカウント）への誘導にもつながり、また、他者のなりすまし防止にもなるため、全てのアカウントで実施することが望ましい。

＜警察本部＞

- ・ 運用形態は、直接運用のみであり、監査対象のアカウントの全てで、「情報セキュリティに関する対策基準細目」（情報管理課所管）に基づく運用ポリシーの整備が行われていた。今後、新たにソーシャルメディアを導入する場合も含め、全ての活用機関においては、同細目に沿った対応が必要である。
- ・ 制度所管機関においては、情報管理課と連携を図り、同細目を遵守するよう、通知を定期的に発出する必要がある。
- ・ 「アカウントへの県ホームページURLの掲載」及び「県ホームページへのアカウント及び運用ポリシーの掲載」は、閲覧者の県ホームページ（又は各アカウント）への誘導にもつながり、また、他者のなりすまし防止にもなるため、全てのアカウントで実施することが望ましい。

3 発信内容の確認やリスク管理が適正に行われているか

事前調査の結果、県の活用機関が取得している224アカウントにおいて、セキュリティ対策が「有」のものが80%、「無」のものが20%であった。

対策の主なものは、「IDやパスワードが外部に漏れないように管理している」、「定期的なパスワードの変更」、「作業者、使用端末の限定」、「業務端末と切り離れたネット端末を使用」等である。

【表3-①】セキュリティ対策【事前調査】

区 分	有	無	合 計
アカウント数	179	45	224
(構成率)	(80%)	(20%)	(100%)

また、アカウントにおけるトラブル等の発生については、ほぼ全てのアカウントが「無」であった。「有」とした2アカウントにおいては、県ホームページへのリンクができないなどのトラブルであったが、特段の問題は発生していない。

【表3-②】トラブル等の発生【事前調査】

区 分	無	有	合 計
アカウント数	222	2	224
(構成率)	(99%)	(1%)	(100%)

これらの結果等を踏まえ、前述「第2の5のイ」により選定した42機関、146アカウントを対象に、より詳細な書面調査及び監査を行った。

(1) 情報発信の使用機器

対象の146アカウントについて、情報発信の使用機器は、各機関に整備された「共用パソコン」が74%、「個人所有の携帯端末」が17%となっている。

「その他」は、気象等の緊急情報を臨機応変に発信するために、共用パソコンと個人所有の携帯端末を併用しているものである。

【表3(1)】情報発信の使用機器【書面調査】

区 分	共用パソコン	個人所有の 携帯端末	その他	合 計
知事部局（本庁・出先）	83	21	9	113
各種委員会	5	—	—	5
教育庁・教育機関	5	—	4	9
県立高校	7	4	—	11
警察本部	8	—	—	8
アカウント数	108	25	13	146
(構成率)	(74%)	(17%)	(9%)	(100%)

(2) ログインパスワードの管理

対象の146アカウントにおいては、ログインパスワードを知る者を限定しているものが94%、十分な長さや複雑さを持ったログインパスワードの設定が51%、ログインパスワードの定期的な変更が28%であり、知事部局と警察本部以外の機関では、「ログインパスワードの定期的な変更」を行っていない。

ログインパスワードは、情報発信する担当係で共有しているものが多く、その変更の頻度は、担当者の異動時や月1回、数か月に1回程度であった。

【表3(2) ログインパスワードの管理 (複数回答) 【書面調査】】

区 分	知る者の 限定	十分な長さ と複雑さ	定期的な 変更	その他	合 計
知事部局 (本庁・出先)	104	57	36	5	113
各種委員会	5	—	—	—	5
教育庁・教育機関	9	9	—	—	9
県立高校	11	4	—	—	11
警察本部	8	5	5	—	8
アカウント数 (構成率)	137 (94%)	75 (51%)	41 (28%)	5 (3%)	146 (100%)

(注) 「その他」は業務委託先がパスワードを管理しているもの。

(3) 投稿担当者の選定

対象の146アカウントのほぼ全てで、投稿担当者が選定されている。

投稿担当者が「無」となっているのは、現在、情報発信を行っていないもの及び交流型のソーシャルメディアで外部の複数人が投稿するものである。

【表3(3) 投稿担当者の選定 【書面調査】】

区 分	有	無	合 計
知事部局 (本庁・出先)	112	1	113
各種委員会	4	1	5
教育庁・教育機関	9	—	9
県立高校	11	—	11
警察本部	8	—	8
アカウント数 (構成率)	144 (99%)	2 (1%)	146 (100%)

(4) 投稿時の承認手続

対象の146アカウントにおいて、投稿内容について、所属長等による決裁を受けているものが73%、担当者に一任しているものが25%となっている。

なお、担当者に一任しているアカウントの大半が、業務委託や指定管理者により運営されているものである。

【表3(4)】投稿時の承認手続【書面調査】

区 分	所属長等による決裁	担当者に一任	その他	合 計
知事部局(本庁・出先)	79	33	1	113
各種委員会	4	—	1	5
教育庁・教育機関	9	—	—	9
県立高校	7	4	—	11
警察本部	8	—	—	8
アカウント数 (構成率)	107 (73%)	37 (25%)	2 (2%)	146 (100%)

(注)「その他」は、現在情報発信を行っていないもの等である。

(5) **トラブルの発生防止や早期発見のためのアカウントの監視（モニタリング）**

対象の146アカウントのうち、アカウントの監視を「毎日行っているもの」が32%、「週1回以上」が25%、「月1回以上」が21%となっている。

監視の頻度は様々であるが、ほぼ全てのアカウントで監視（モニタリング）が行われている。

アカウントの監視は、主に投稿する際や閲覧者からのコメントの有無を確認する際に行われている。

なお、監視を実施していないアカウントは、長期間、情報発信の更新を行っていないものである。

【表3(5)】アカウントの監視（モニタリング）【書面調査】

区 分	毎日	週1回以上	月1回以上	定期的 (左記以外)	不定期	監視 「無」	合 計
知事部局(本庁・出先)	33	28	24	11	16	1	113
各種委員会	—	—	2	—	2	1	5
教育庁・教育機関	8	1	—	—	—	—	9
県立高校	5	1	4	—	—	1	11
警察本部	—	7	1	—	—	—	8
アカウント数 (構成率)	46 (32%)	37 (25%)	31 (21%)	11 (8%)	18 (12%)	3 (2%)	146 (100%)

(6) **アカウントの監視（モニタリング）結果の情報共有**

対象の146アカウントのうち、監視の結果情報を「問題があった場合のみ」共有するものが76%、「その都度」共有するものが23%であった。共有「無」のものがあるが、その理由は、現在、「情報発信を行っていないため」である。

これまでのところ、相手方からの不適切な書き込み（デマ）等はなく、問題も発生していない。

【表3(6)】アカウントの監視（モニタリング）結果の情報共有【書面調査】

区 分	問題があった 場合のみ	その都度	無	合 計
知事部局（本庁・出先）	88	25	—	113
各種委員会	4	—	1	5
教育庁・教育機関	5	4	—	9
県立高校	6	5	—	11
警察本部	8	—	—	8
アカウント数 （構 成 率）	111 (76%)	34 (23%)	1 (1%)	146 (100%)

(7) サービスを提供している事業者の仕様変更による情報発信への影響

対象の146アカウントのうち、サービスを提供している事業者の仕様変更により、情報発信に影響を受けたものが2アカウントあるが、これは気象警報発令時の自動投稿機能が一時的に使えなくなったものなどである。

【表3(7)】事業者の仕様変更による情報発信への影響【書面調査】

区 分	無	有	合 計
知事部局（本庁・出先）	111	2	113
各種委員会	5	—	5
教育庁・教育機関	9	—	9
県立高校	11	—	11
警察本部	8	—	8
アカウント数 （構 成 率）	144 (99%)	2 (1%)	146 (100%)

4 ソーシャルメディアを活用した情報発信が効果的に行われているか

事前調査の結果、県の活用機関が取得している224アカウントについて、情報更新・発信の頻度が「不定期」のものが50%、「週1回程度」のものが18%、「月1回程度」のものが8%あった。また、更新・発信「無」のものは2%であった。

その他は、イベント開催等に係る情報発信で、発信時期を限定し、週2～3回、月2回、月3回等の頻度で情報発信しているものである。

【表4】情報更新・発信の頻度【事前調査】

区 分	ほぼ毎日	週1回程度	月1回程度	不定期	更新・発信無	その他	合 計
アカウント数 (構成率)	13 (6%)	39 (18%)	19 (8%)	112 (50%)	5 (2%)	36 (16%)	224 (100%)

これらの結果等を踏まえ、前述「第2の5のイ」により選定した42機関、146アカウントを対象に、より詳細な書面調査及び監査を行った。

(1) 情報発信の主なターゲット

対象の146アカウントのうち、情報発信の主なターゲットを「全世代」とするものが66%で、「20代」が20%、「30代」が19%となっている。

【表4(1)】情報発信の主なターゲット（全世代以外の場合、上位2つまで）【書面調査】

区 分	全世代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合 計
知事部局(本庁・出先)	69	9	27	27	11	6	3	113
各種委員会	5	—	—	—	—	—	—	5
教育庁・教育機関	8	1	—	1	—	—	—	9
県立高校	9	1	—	—	—	1	—	11
警察本部	6	2	2	—	—	—	—	8
アカウント数 (構成率)	97 (66%)	13 (9%)	29 (20%)	28 (19%)	11 (8%)	7 (5%)	3 (2%)	146 (100%)

「20代」を主なターゲットにするものには、本県出身の大学生を対象に県内企業の紹介や就活セミナーの案内など、就職関連の情報を発信しているものがあった。

また、「10代」を主なターゲットにするものの中には、進学希望先の高校の様子を分かりやすく伝えるため、県内の中学生や親を対象に、高校生が作成した動画を発信しているものがあった。

○トピックス ～ 活用事例紹介 ～

メディア種類：Instagram

アカウント名：kagoshima_job_training

開設年月：R4年11月

フォロワー数：4,529名（R6年8月末現在）

投稿数：393（R6年8月末現在）



概要：将来の夢にむかって研鑽する，県立高等技術専門校（吹上校，鹿屋校，宮之城校，始良校）と鹿児島障害者職業能力開発校の訓練生の生き生きとした姿を紹介するアカウント

（情報発信の内容と具体的な成果）

県内に4校ある県立高等技術専門校では，自動車工学，情報処理，電気設備など7科，鹿児島障害者職業能力開発校では，情報電子，OA事務など6科を設置。“kagoshima_job_training”では，社会の第一線で活躍できる専門的な資格等を取得したり，障害のある方が働くために必要な知識・技能を習得するための職業訓練の様子を紹介している。

建築工学科（建築大工）と室内造形科（家具・建具職）を設置する宮之城校では，鉋（かんな）削りや基礎小屋組，規矩術など伝統の技の修得に励む訓練生の日々の様子を，指導教官が温かい目線で切り取った動画で，心に刺さる熱い音楽と軽快でセンスあるメッセージに乗せて発信。

令和4年の開設以来，県内外からのアクセスは順調に伸びて，10万回超えの再生動画も複数ある。令和5年7月末に開催したオープンキャンパスでは当初定員を超える応募があり，急遽午後からの部を追加したところ。

(2) 発信件数

令和5年4月から10月まで（7か月）を期間とするアカウント別の発信件数は，対象の146アカウントのうち「10件以上50件未満」が37%で最も多く，以下「10件未満」，「50件以上100件未満」の順となっている。

情報発信は，イベント開催や職員採用試験，気象警報発令時など内容に沿ったタイミングで行われている。

【表4(2)】発信件数（R5.4.1～R5.10.31）【書面調査】

区分	10件未満	10件以上50件未満	50件以上100件未満	100件以上150件未満	150件以上200件未満	200件以上	合計
知事部局(本庁・出先)	34	45	18	8	4	4	113
各種委員会	5	—	—	—	—	—	5
教育庁・教育機関	2	—	4	3	—	—	9
県立高校	4	3	—	—	—	4	11
警察本部	2	6	—	—	—	—	8
アカウント数 (構成率)	47 (32%)	54 (37%)	22 (15%)	11 (8%)	4 (3%)	8 (5%)	146 (100%)

(3) 情報発信の対象者に関覧してもらうための工夫（主なもの）【書面調査】

- ・ 対象者の属性（生まれ年，居住地等）に応じた情報の配信やあらかじめ利用者が設定した分野に関する効果的な情報発信。（広報課）
- ・ 情報誌やセミナー開催案内などにSNSのQRコードを掲載している。
（かごしま県民交流センター）
- ・ 月に4件程度情報発信しているが，投稿頻度が偏らないようにしている。
（離島振興課）
- ・ 目を引く写真を多く投稿する。定期的な投稿を行う。ハッシュタグを活用する。
（PR観光課）
- ・ かごしまPRキャラクター「ぐりぶー」が話しかけるような文章とし，親しみをもってもらえるようにしている。（PR観光課）
- ・ 県ホームページや活用している他のSNSと連携させて幅広い年齢層に情報が届くようにしている。（国際交流課）
- ・ 発信情報の中に歴史上の人物の名前や資料を入れて，興味を持ってもらうようにしている。（黎明館）
- ・ 文章だけではなく，写真や動画を添付して投稿している。（自然保護課）
- ・ チラシ等の画像を添付することで，見やすくしている。（子育て支援課）
- ・ 投稿が閲覧されやすい時間帯（水曜日，16時以降）に投稿している。
（鹿児島地域振興局 農政普及課）
- ・ 県職員採用ホームページにSNSのリンクを掲載し，ホームページ閲覧者がSNSにアクセスしやすいようにしている。（人事委員会事務局）
- ・ メインターゲットである中学生に対して，SNS動画の掲載を周知するためのチラシを作成して中学校経由で配布した。（教育庁高校教育課）
- ・ 短時間（3分以内）で内容を示すことができる動画を配信することを心がけている。
（県立博物館）
- ・ 本校に関する多様な記事と写真を掲載している。（川内高等学校）
- ・ 県ホームページやイベント等のURLを貼り付けたり，画像を添付して，文字のみの投稿にならないようにしている。（警察本部総務課）

(4) フォロワー数の状況

対象の146アカウントにおけるフォロワー数は、「100以上1000未満」が46%で最も多く、以下「1000以上10000未満」、「100未満」の順となっている。

【表4(4)】フォロワー数の状況【書面調査】

区 分	100未満	100以上 1000未満	1000以上 10000未満	10000以上	合 計
知事部局（本庁・出先）	20	50	37	6	113
各種委員会	2	1	2	—	5
教育庁・教育機関	1	5	3	—	9
県立高校	3	7	1	—	11
警察本部	—	4	4	—	8
アカウント数 （構成率）	26 (18%)	67 (46%)	47 (32%)	6 (4%)	146 (100%)

(5) 古い情報の削除

対象の146アカウントのうち、古い情報を削除していないものが88%ある。

削除していない理由は、「過去の履歴を残しておいて、閲覧を機会に、これまでの投稿内容も確認できるようにするため」となっている。

【表4(5)】古い情報の削除【書面調査】

区 分	無	有	合 計
知事部局（本庁・出先）	103	10	113
各種委員会	3	2	5
教育庁・教育機関	9	—	9
県立高校	9	2	11
警察本部	4	4	8
アカウント数 （構成率）	128 (88%)	18 (12%)	146 (100%)

(6) 効果的な情報発信を行うための研修の希望

対象の42機関の中で、18機関がソーシャルメディアの効果的な情報発信や活用方法、各ソーシャルメディアの便利機能、リスク管理等の職員向けの研修を希望している。他方で、投稿の操作手順が分かっており、特に研修の必要性を感じないとするものが24機関あった。

知事部局のPR観光課においては、職員向けに外部講師によるソーシャルメディア等を活用した効果的なPRなどを行うための研修会を開催している。また、他の機関においては、職員にソーシャルメディアの特徴や操作方法、アクセス状況の把握方法等の研修を受講させ、情報発信に役立てているところがある。

【表4(6)】効果的な情報発信を行う研修の希望【書面調査】

区 分	無	有	合 計
知事部局（本庁・出先）	18	13	31
各種委員会	1	1	2
教育庁・教育機関	1	2	3
県立高校	3	—	3
警察本部	1	2	3
機 関 数 (構 成 率)	24 (57%)	18 (43%)	42 (100%)

(7) ソーシャルメディアを利用するにあたっての課題（主なもの）【書面調査】

- ・ フォロワー数の更なる確保。SNSの特性，利用者に応じた広報手法の工夫。
(広報課)
- ・ SNSのサービス事業者の仕様変更への対応，効果的な画像の作成方法。
(デジタル推進課)
- ・ フォロワーを定着させることが困難。(離島振興課)
- ・ 投稿する画像素材が少ない。過去に制作した動画の再生回数が少ない。更新頻度や投稿内容が例年，似通ってしまう。(PR観光課)
- ・ 利用率の高い年齢層にマッチした情報に特化した投稿が必要。(国際交流課)
- ・ 効果がどれくらいあるか，来園者の増加につながっているかを把握することが難しい。(森づくり推進課)
- ・ 視聴回数の伸び悩み。(子育て支援課)
- ・ 情報発信担当者が1人で他の業務と兼務しているため，運営管理に要する時間が限られる。(農政課かごしまの食・輸出ブランド戦略室)
- ・ 多くの方々にフォローされるような情報発信の頻度が課題。公園利用者の関心の把握などにも活用したいが，大まかな把握に留まり分析にまで至っていない。
(都市計画課)
- ・ 日常的に発信できる内容が少なく，投稿内容がワンパターンになっている。
(選挙管理委員会事務局)
- ・ 更新頻度を高くしないと閲覧数が伸びないが，頻繁に更新するためのマンパワーが不足している。(県立博物館)
- ・ 担当者によって更新頻度が変わることがある。(沖永良部高等学校)
- ・ SNSサービス事業者が有料化した場合，アカウントを継続できるかが懸念。
(警察本部総務課)

県の活用機関においては，フォロワー数や再生・視聴回数の伸び悩み，担当者の負担増などを主な課題と捉えている。

また，効果的な情報発信を行うための魅力的なコンテンツの作成や技術的なノウハウを持った人材の育成，スキルアップの必要性を挙げるものもあった。

(8) 所要経費

ア 所要経費の有無

対象の146アカウントのうち、運営等の経費が発生しているものが48%、発生していないものが52%となっている。

【表4(8)ア】所要経費【書面調査】

区 分	有	無	合 計
知事部局(本庁・出先)	64	49	113
各種委員会	1	4	5
教育庁・教育機関	4	5	9
県立高校	—	11	11
警察本部	1	7	8
アカウント数 (構成率)	70 (48%)	76 (52%)	146 (100%)

イ 所要経費「有」の場合の運用形態

所要経費「有」の70アカウントについては、その大部分が「指定管理者」や「業務委託」により運用しているものであり、指定管理業務や各種業務委託の中の一つの業務として、事業者がソーシャルメディアによる情報発信を行っているものであり、当該経費のみを抜き出すことが難しい状況にある。

【表4(8)イ】経費「有」の場合の運用形態【書面調査】

区 分	指定管理者	業務委託	直接運用	合 計
知事部局(本庁・出先)	33	30	1	64
各種委員会	—	1	—	1
教育庁・教育機関	4	—	—	4
警察本部	—	—	1	1
アカウント数 (構成率)	37 (53%)	31 (44%)	2 (3%)	70 (100%)

(注) 直接運用の経費「有」は、ライセンス料等である。

まとめ（効果的な情報発信について）

- ・ 知事部局等のソーシャルメディア活用機関は、広報課の通知により、アカウント取得時に情報発信のタイミングや内容等を定めた発信計画書を作成することが求められている。
発信計画書を作成していない活用機関においては、年度当初に発信計画書を作成するとともに、年度途中においても、必要な内容等の見直しを行いながら、情報発信に取り組む必要がある。
- ・ 書面調査の対象とした42機関においては、フォロワー数の目標値を定めておらず、情報発信の頻度は、大半が「不定期」となっている。
ソーシャルメディアの拡散性、速報性、双方向性等の特性を生かした効果的な情報発信を行うためには、成果指標の設定や検証の結果等を踏まえた内容の見直しなど、より効果的な取組を継続的に行うことが必要である。
なお、現在、長期間に渡って情報発信を行っていないものや発信件数が極端に少ないものについては、アカウントの統合や廃止等を検討する必要がある。
- ・ ソーシャルメディアを利用するにあたっての課題は、フォロワー数の確保や情報発信の頻度、SNSの特性や利用者に応じた広報手法の工夫、写真や文章のセンス、投稿内容のマンネリ化など、様々なものが挙げられている。
このような課題を解決するための方策として、広報課が実施予定の戦略的広報の推進に向けた研修等の中で、担当者に必要な知識や技能などを習得させ、スキルアップを図ることなどが有用と考えられる。
また、フォロワー数の確保を図るために、情報誌やイベント会場等で配布するチラシなどにQRコードを掲載するなど、各活用機関が行っている事例(P28)なども参考になると考える。
- ・ 業務委託や指定管理を受けた者がソーシャルメディアによる情報発信を行う場合、担当機関においては、その情報発信の内容や効果等を的確に把握するとともに、必要に応じて取組内容の見直しや改善等を指示すべきである。

第4 監査意見

1 全体の評価

ソーシャルメディアは、拡散性や速報性、双方向性などの特徴があり、スマートフォンの普及等に伴い、その利用者数は飛躍的に増加している。

本県においても、こうした特性を踏まえたソーシャルメディアの活用が広がっており、今回の監査では、①全 464 機関の2割に相当する 97 機関が 224 アカウントを取得していること、② 97 機関の中には、指定管理者や業務委託を受けた者も含まれること、③ 224 アカウントの内訳は、Instagram が 72 (32%)、FaceBook 67 (30%)、X (旧ツイッター) 38 (17%)、YouTube 31 (14%)、LINE 13 (6%) となっていることなどを確認したところである。

ソーシャルメディアによる発信内容は、本県の観光資源や特産品・農林水産物等のPR、災害関連情報等の伝達、イベントや採用試験等の情報周知などであり、動画配信により定員を大きく上回る応募者の確保につなげた事例、頻度の高い情報発信や閲覧されやすい時間帯の投稿等によりフォロワー数の確保・維持を図っている事例等も見受けられた。

ソーシャルメディアの活用にあたっては、①ソーシャルメディアの運用目的や運用方法等を示した「運用ポリシー」やソーシャルメディアに情報等を登載するルール等を取り決めた「運用方針」を事前に作成し、アカウントを開設しており、②運用開始後は、運用方針に沿った情報更新を行うとともにログインパスワードの適正管理や定期的なモニタリングにより「なりすまし」やトラブルの発生予防等に取り組んでいた。

このように本県においては、各活用機関が政策目的の達成のためにソーシャルメディアを有効に活用しており、また、概ね適正に運営されていることを確認したところであるが、一部留意すべき事項や改善すべき点があることから、これを「2意見・要望等」に取りまとめる。

なお、ソーシャルメディアを利用しない方も考慮して、ソーシャルメディア以外での県政情報の発信等についても、引き続き充実を図ることが必要である。

2 意見・要望等

(1) ソーシャルメディアの更なる活用について

今回の監査において、ソーシャルメディアを活用している県の機関数が、全体の2割程度にとどまっていることを確認した(事前調査を実施した令和5年10月末時点)。

我が国ではソーシャルメディアの利用者数(月間アクティブユーザー数)が9,000万人を超えるものもあり、極めて有効な情報伝達手段になっていることから、現在、ソーシャルメディアを活用していない機関においては、今後、積極的な活用を検討する必要がある。

また、活用にあたっては、①各ソーシャルメディアの特徴や利用者数等を踏まえ、政策目的や情報発信の内容に適したソーシャルメディアを選択すること、②短い動画を掲載する TikTok など利用者数が増加傾向にある新たなメディアの導入を検討する

ことなどにも留意すべきである。

(2) 運用ポリシーや運用方針の整備等について

制度所管機関は、各機関に対して運用ポリシー及び運用方針を整備するとともに、事前に了解を得ること、開設後は当該アカウントを県ホームページに掲載することなどを制度所管機関通知等（以下「通知等」という。）で求めている。

県の活用機関が直接運用するアカウントの約8割、指定管理者の約5割、業務委託先の約2割が通知等に沿った運用を行っているが、残る機関においても、アカウントの適正な運営等のため、速やかに運用ポリシー及び運用方針の整備等を行う必要がある。

また、制度所管機関においては、指定管理者や業務委託先も通知等の対象となることなど、各機関への周知や指導に努める必要がある。

(3) リスク管理について

県の活用機関においては、「なりすまし」や「アカウントの乗っ取り」、「炎上」などのトラブル防止及びその早期発見を図るため、定期的なアカウントの監視やパスワードの変更、情報発信する際のダブルチェックの徹底を行うとともに、トラブル発生時における対応マニュアルをあらかじめ整備しておくことも必要である。

また、情報セキュリティ対策について、制度所管機関は情報セキュリティ所管機関と連携し、活用機関が遵守すべき事項の整理を行い、改めて各機関に周知・徹底を図るべきである。

さらに、制度所管機関においては、ソーシャルメディアを開始・利用する際の留意点などについて、各機関の理解をさらに深めるため、その指針となるガイドラインを作成することも検討すべきである。

(4) ソーシャルメディアによる効果的な情報発信について

ア PDCAサイクルの推進による効果的な情報発信

ソーシャルメディアの特性を十分に活かした情報発信を行うには、①フォロワー数等の目標を設定し、②運用方針等に沿った情報発信とともに様々な手法によるアカウントのPRに取り組み、③その情報毎に閲覧者の年代等の属性、反応などを把握・分析した上で、④その結果を次の発信内容の工夫や見直しにつなげるPDCAサイクルの取組が効果的である。

その中で、関係団体等との連携を図ることや、必要に応じてコメント欄の書き込みへの返信等を行うことなども有効である。

また、目標が十分に達成できない場合には、運用方針等に係る発信方法、情報発信の頻度やタイミング等の見直し、新たなアカウントの開設や別のアカウントへの切替を行い、必要に応じてアカウントの廃止や他のアカウントへの統合なども検討すべきである。

イ 人材の育成・スキルアップのための取組

魅力的なコンテンツの作成や効果的な発信を行うためには、ソーシャルメディア利用者の傾向や効果的な表現方法の学習など、担当職員が必要なノウハウを修得する必要がある。

このため制度所管機関においては、ソーシャルメディアを活用できる人材の育成やスキルアップを図るための研修を開催するとともに、教材の提供や相談体制の整備等に取り組む必要がある。