

## 地域活性化を目指したソーシャルメディアの 活用状況に関するアンケート調査

畑 耕治郎\*

**あらまし**：地方自治体では Facebook や Twitter、LINE などのソーシャル・ネットワーキング・サービスを活用する自治体が増えてきている。本研究では、地域 SNS が地域活性化に与える効果について評価することを目的に全国1,742の地方自治体を対象にソーシャル・ネットワーキング・サービスの活用に関するアンケート調査を実施した。調査結果からは、地域 SNS の衰退の要因が窺える回答が見られた。また、地域 SNS と Facebook や Twitter などの新たなソーシャル・ネットワーキング・サービスでは、期待している効果などに違いが見られるなどの知見を得ることができた。

**キーワード**：地域 SNS ソーシャル・ネットワーキング・サービス 地域情報化 地方自治体

### 1 はじめに

昨今の情報通信技術（ICT）の普及は目を見張るものがあり、我々の生活や産業を含めたあらゆる社会活動においてこの利活用は不可欠なものとなっている。これは地方自治体においても同様であり、高度情報通信ネットワーク社会基本法のもとに「電子自治体」構築の努力が行われてきた。一方、少子高齢化対策・社会福祉の充実・地域の活性化など地域に根ざす多様な課題に対しては、地域を構成する様々な主体が連携して対応することが求められ、そのためには地域を構成する主体間の活発なコミュニケーションが重要であり、地方自治体による地域 SNS（Social Network Systems）を始めとする様々な地域情報化施策が行われてきた。

地方自治体における地域情報化施策としての SNS 活用の取り組みは、2006年度に総務省が実施した「ICTを活用した地域社会への住民参画のあり方に関する研究会」において、「地域 SNS」と称して本格的に提唱された。2006年には、財団法人地方自治情報センター（LASDEC）が国の補助を受け、「平成18・19・20年度 e-コミュニティ形成支援事業」を実施し、これを機に地方自治体は LASDEC から提供された SNS システムを活用するなどして地域 SNS を開設してきた。2010年頃には、日本国内に約500サイトを超越する地域 SNS が存在していたが、近年は Facebook や Twitter、LINE など世界規模で展開されている SNS の台頭を受け、地域 SNS は減少の傾向にあり、変わって Facebook や Twitter などの民間のサービスを利用する自治体が見られるようになって

---

編集部注\* 大手前大学

てきている。

本研究では、これまで地域 SNS が地域活性化に与える効果について評価することを目的に、地方自治体に対し地域 SNS の活用状況に関するアンケート調査とヒアリング調査を実施してきた。本報告では、2013年に全国1,724の地方自治体に対して実施したSNS活用状況アンケート調査について概要を報告する。

## 2 アンケート調査

### 2-1. 調査概要

調査は全国1,742の地方自治体の情報システム担当者に対して、SNS の活用状況の実態調査を目的とする設問用紙を郵送し、アンケートを実施した。アンケート調査の概要は以下のとおりである。

表1 アンケート調査概要

調査期間	2013年6月7日～7月5日
送付先	全国1,742市区町村 情報システム担当者宛て
調査方法	郵送式アンケート調査
回収数	696（回収率40.0%）

### 2-2. 設問項目

本アンケートでは、地方自治体においてこれまでに構築された地域 SNS の「地域活性化」に対する評価をおこなうとともに、Twitter や Facebook などの新しいソーシャルメディアが今後どのように活用されていくのかも把握するために設問は3つの大項目から構成した。

1. ソーシャルメディア導入状況
2. 地域 SNS の導入状況
3. 今後のソーシャルメディア導入意向

## 3 アンケート結果

### 3-1. 「ソーシャルメディアの導入状況について」項目

設問1：「貴団体では、地域 SNS や「新しいソーシャルメディア」と呼ばれる Twitter、Facebook、LINE などを導入していますか、あるいはこれまでに導入したことはありますか。（複数回答可）」

地域 SNS は、回答696自治体のうち44自治体が「導入している」あるいは「導入したことがある」

と回答した。一方、Twitter や Facebook といったいわゆる「新しいソーシャルメディア」を導入している自治体は回答自治体の3割を超えている。LINEを導入している自治体は調査時点では11自治体であった。また「その他」の回答には、動画投稿サイト「YouTube」やネット動画中継サイト「ustream」、それに一般的なブログサイト等が含まれていた。

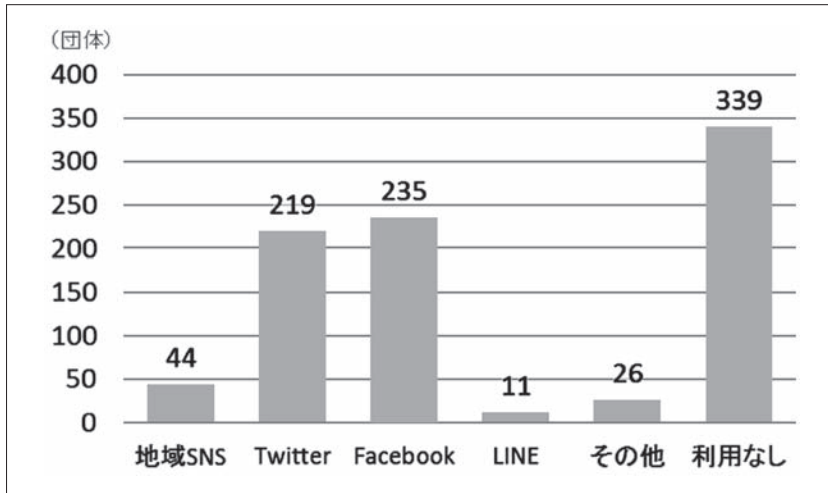


図1 地域 SNS 導入自治体

また、地域 SNS を廃止または運用停止した理由についての回答では、地域 SNS を「以前導入していたが廃止（運用停止）した」との回答を12自治体から得られた。その理由は大きく「①利用の低迷」、「②誹謗中傷等の問題やそれに対する管理の手間」、「③ Twitter や Facebook など民間サービスの台頭により独自 SNS の意義が薄れた」の3点に大別することができた。「②誹謗中傷等の問題やそれに対する管理の手間」については、設問6および設問7の回答で多くの地域 SNS の管理運営が「自治体自らが運営」となっていることを見ても、行政職員がサイト管理者となり日々の対応を行う必要があることを意味している。一方、「③ Twitter や Facebook など民間サービスの台頭により独自 SNS の意義が薄れた」については、地域 SNS がこれまで担ってきた役割を Facebook や Twitter など新しいソーシャルメディアが代替したということが窺える。

設問2：「貴団体が既に導入している（過去に導入したことがある）ソーシャルメディアについて、その導入目的をお教えてください。（複数回答可）」

ソーシャルメディアの導入目的については、地域 SNS では「住民同士の情報交流促進手段の充実」が37件と一番回答数が多かった。一方で Twitter や Facebook については、「地域住民に対する情報提供・情報発信手段の充実」「災害時の緊急連絡網として活用」「地域外住民（観光客等）に対する情報提供・情報発信手段の充実」が他のサービスと比べて多い結果となった。

表2 ソーシャルメディアの導入目的

	地域 SNS	Twitter	Facebook	LINE	その他
「導入している（していた）」と回答した自治体数	44	219	235	11	26
(a) 住民同士の情報交流促進手段の充実	37	15	40	0	2
(b) 住民からの地域情報発信手段の充実	26	7	21	0	2
(c) 地域住民に対する情報提供・情報発信手段の充実	27	193	197	10	17
(d) 災害時の緊急連絡網として活用	10	117	85	8	9
(e) 住民から行政への意見収集手段の充実	8	18	40	0	2
(f) 地域外住民(観光客等)に対する情報提供・情報発信手段の充実	11	153	200	6	17
(g) 実際の(リアルの)コミュニティ活動の活性化や実経済活動への波及効果を期待	19	25	46	2	6
(h) 庁内のコミュニケーションツール	4	0	4	0	2
(i) 職員の意識改革	0	4	14	0	2
(j) その他	0	7	5	0	1

設問3：「先に「導入している」とお答えいただいたメディアについて、それぞれを所管する部署をご記入ください。複数部署がある場合は列挙してください。」

ソーシャルメディアの所管部署としては、地域 SNS では情報政策部門や企画部門、Twitter や Facebook では広報広聴や観光、企画部門が多かった。なお、本分類は集計の時点で部署名等により判断したもので、各自治体の業務分掌を厳密に反映したものではない。また自治体によっては複数の部署においてソーシャルメディアを管理・運用しているところもあり、表3に示す件数の合計は回答自治体数に一致しない。

表3 ソーシャルメディアの所轄部署

分類	地域 SNS	Twitter	Facebook	LINE	その他
総務	2	14	20		2
企画	7	32	40	3	1
広報広聴	5	88	82	4	12
秘書		3	4		
情報システム	4	1	4	1	1
情報政策	10	20	14		3
市民協働	5	8	7		2
子育て支援	3	2	2		
保健	1	4	2		1
文化	1	6	16	2	2
産業振興	2	11	27		1
環境		2	4		
観光	1	22	36	1	1
まちづくり		10	14		
都市計画	1	1	4		
危機管理	2	17	3		3
議会		2		1	1

### 3-2. 「地域 SNS の導入状況について」項目

設問 4：貴団体が実施している地域 SNS の名称(愛称)及びアクセス URL をご記入ください。

本稿では本回答についての解説は省略する。

設問 5：「地域 SNS のサービス提供時期をご記入ください。」

地域 SNS を導入していると回答した44自治体に対し、その導入年次をたずねたところ、2010年が最も多かった。

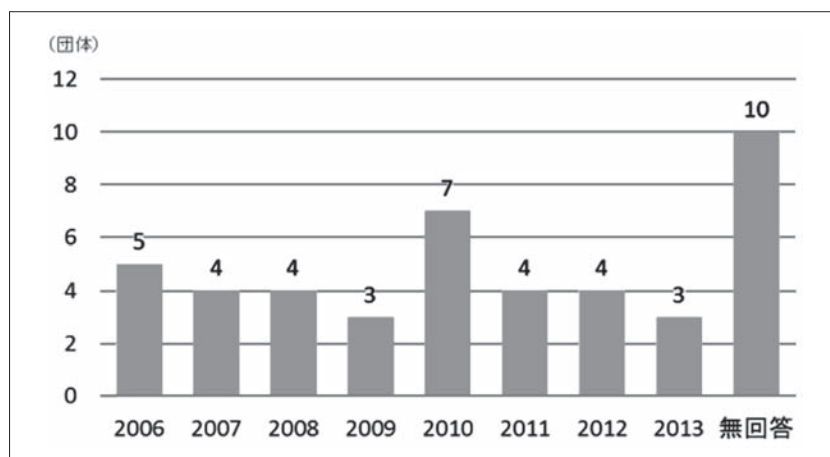


図2 地域 SNS 導入時期

設問 6：「地域 SNS の導入形態について、①導入当初と②現在の状況についてお答えください。」

地域 SNS の導入形態は、「①導入当初」、「②現在」とも「自治体自らが運営(直営)している」と回答した自治体が最も多かった。

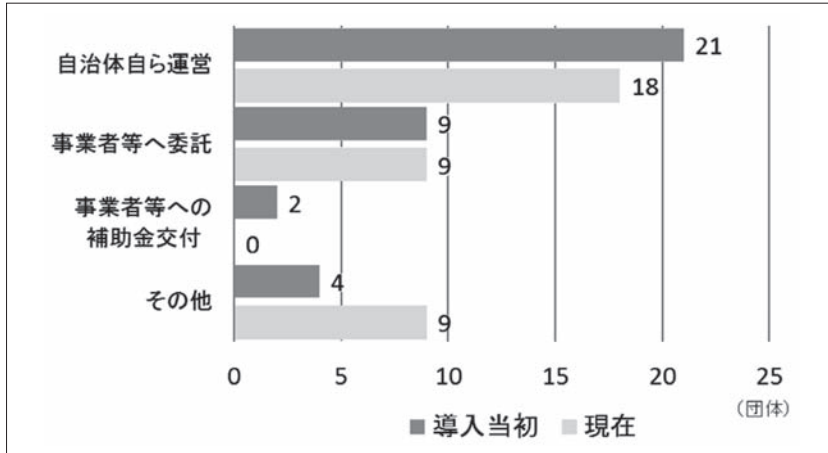


図3 地域 SNS 導入形態

設問7：「地域 SNS を実際に運営している組織についてお答えください。」

「行政自身（行政が運営委員会等を構成している場合も含む）」と回答した自治体が最も多く、次いで「民間企業」となった。「その他」回答は複数自治体による協議会形式の運営組織である。

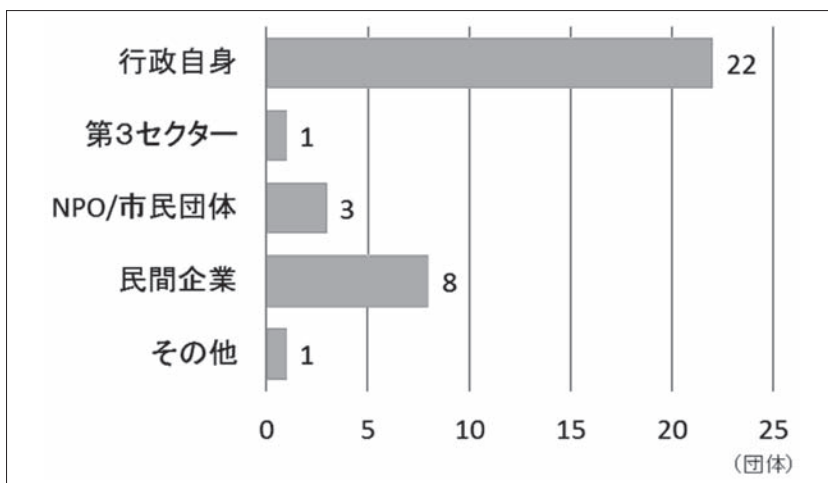


図4 地域 SNS 運営組織

設問8：地域 SNS の構築・運営にあたる経費について、イニシャルコストならびに年間ランニングコストをそれぞれご記入ください。（単位：千円）  
また国や都道府県等からの補助金の有無についてもお教えてください。

得られた回答の中には、ソーシャルメディアの運用以外の費用もシステム運用費一式で記載されるなど評価が困難であったため本稿では解説を省略する。

設問9：地域 SNS の開設にあたり、目標とした参加（利用登録）人数及び登録コミュニティ数をご記入ください。

自治体毎に100名から3,000名までと回答には幅が見られた。目標値を設定していない地域もある一方で15歳から64歳の人口の1%を目標値にしていると具体的に計画している自治体もあった。

設問10：平成25年5月1日（4月30日）時点における、地域 SNS の参加（利用登録）人数、アクティブユーザ数、登録コミュニティ数をご記入ください。5月1日時点の数字が不明であれば、最近の状況をご記入ください。

回答があった40自治体の参加者数分布は表4に示すとおりであった。なお、最少は23名、最大は55,130名であった。

表4 SNS 参加者数分布

参加者数	自治体数
100名未満	4
101～200名	4
201～500名	9
501～1000名	11
1001～2000名	5
2001～5000名	5
5001名以上	2

### 3-3. 「地域 SNS に対する評価」項目

設問11：「地域 SNS の導入により、当初の目的は達成されたとお考えですか。ご記入者個人の主観でかまいません。」

地域 SNS 導入に対する評価としては、約半数が「当初の目的を下回った」と回答した。当初目的を達成した、あるいは目的を上回る成果が得られたと回答した自治体は約4分の1であった。

目的が達成されたと回答した自治体からは、「本市関連情報に興味のあるユーザーが多く、投稿ごとのリーチ数も増加傾向にあり、情報発信力のある媒体となりつつあるため」、「登録者数も着々と伸びており、団体や自治会等から情報発信ができる体制ができつつあるため」、「災害に関する情報を発信し高い関心があった」などの SNS 運用の足場が固まってきたことが窺えるコメント

トが見られた。一方、目標に達成できていないと回答のあった自治体からは、「住民から行政への意見収集手段としての利用ができていない」、「地域住民同士の交流意欲が少ない」、「地域活性化につながっていない」、「TwitterやFacebookといった世界的なツールがあり、地域SNSの意義は薄れており、活用状況も低迷しているため」など有効な利用ができていないことが窺えるコメントが複数見られた。

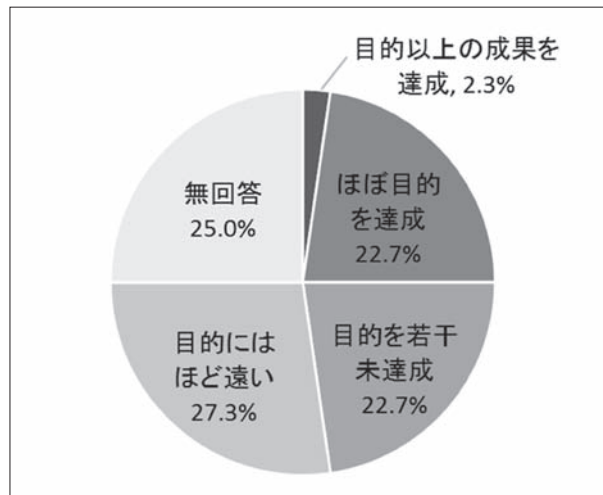


図5 地域SNSに対する評価

設問12：「地域SNS導入が域内での地域経済活性化や実際の（リアルの）コミュニティ活動活発化など、地域活性化に寄与したとお考えですか。」

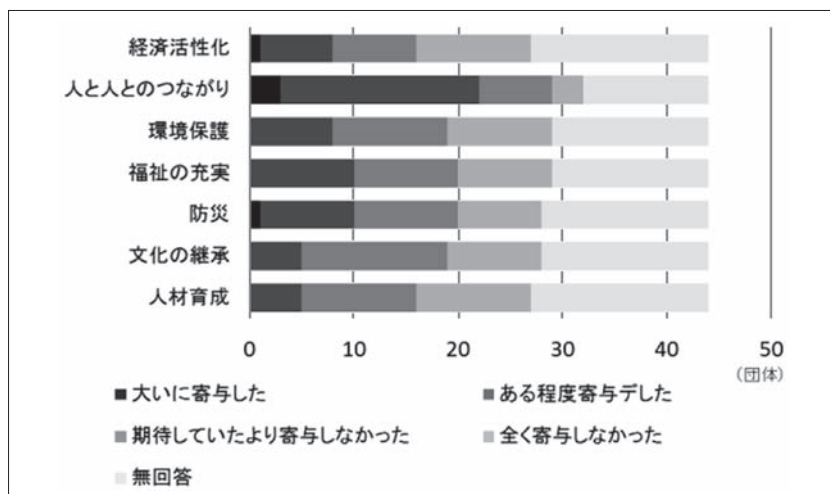


図6 地域SNSの地域活性化への寄与について



地域 SNS 導入が地域活性化やリアルな地域コミュニティ活性化につながったかどうか、またどういった点で活性化につながったかという設問については、多くの自治体で「期待していたよりは寄与しなかった」「全く寄与しなかった」との回答が多く見られた。その中で唯一「人と人とのつながり」の面においては半数近くの自治体が効果を認める回答であった。具体的には「市主催イベントへの参加者の増加した」、「オフ会を通してリアルな交流につながった」、「交流館の活用方法や利用団体を SNS で紹介することにより交流が生まれている。」など成果の一端が見られるコメントがあった。

設問13：「地域 SNS ではメンバー間のコミュニケーションを活発にする人がおられると思います。貴団体の地域 SNS を盛り上げている「人物」はどのような方ですか。（複数回答可）」

地域 SNS 上でのディスカッションやオフ会等の盛り上げ役としては、「アクティブユーザー」と「行政職員」という回答が多かった。その他の回答の中には PTA 役員や教育機関などの回答が見られた。

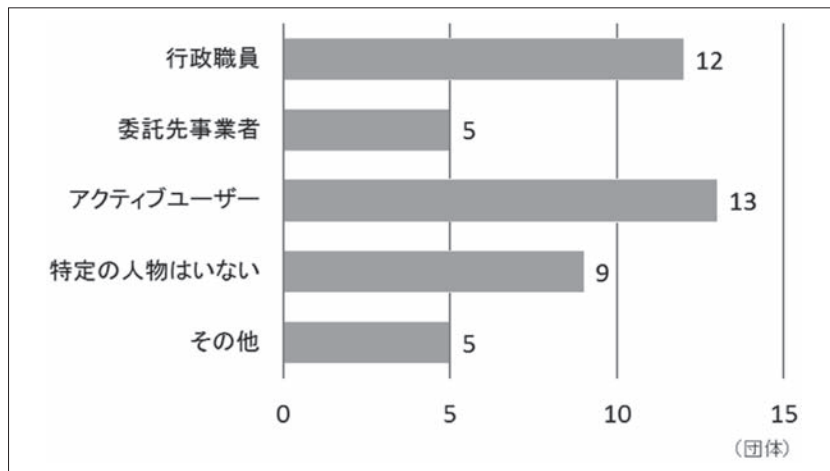


図7 地域 SNS を盛り上げている「人物」

#### 3-4. 「今後のソーシャルメディア導入意向」項目

設問14：「貴団体が今後導入したいと考えているソーシャルメディアがありますか。あればその導入目的をお教えてください。（複数回答可）」

今後のソーシャルメディアの活用意向については、全体の傾向としては Twitter や Facebook の

活用を考えている自治体が多かった。Facebookでは、「地域住民に対する情報提供・情報発信手段の充実」と「地域外住民（観光客等）に対する情報提供・情報発信手段の充実」の項目で回答が多く、Twitterでは、「災害時に緊急連絡網として活用」の項目で回答が多かった。一方、LINEについては少数の回答であった。地域SNSにおいては、TwitterやFacebookに比べると回答数は少なかったが、地域SNSへは「地域住民に対する情報提供・情報発信手段の充実」と「災害時の緊急連絡網として活用」に対する期待が高いことがわかった。

### 3-5. 「地域活性化に向けた地域情報化施策」項目

設問15：「今後、地域の活性化を目的とした情報化関連施策について、効果を高める上で重要だと思われる取り組みや事業、施策があればお書きください。」

26自治会から回答が得られ、それらの回答は「インフラ整備」「人材育成」「防災」「医療・福祉」「住民参加」で分類される内容であった。以下に主なコメントを示す。

- 通信回線、ネットワーク、電源確保の災害対応性
- 全世界への情報機器の充実と地域情報インフラの整備（第4世代通信網、無線LAN、Wi-Fi整備等）
- 職員のスキルアップ（SNSリテラシの向上）と新しいメディアに触れられる環境
- 地域の情報を発信し、コミュニティ活動の促進をコーディネートする人材
- 福祉・医療に活用できるICT事業
- 若い人たちが積極的に参加できるような施策
- マスメディアを含めたメディア連携やクロスメディア戦略

## 4 まとめ

本研究では、全国1,724の地方自治体に対してSNS活用状況調査を実施した。本調査では、少なからず地域SNSが地域活性化に寄与していると思われる地域があることが明らかとなった。地域SNSが順調に運用されている自治体では交流を促進する人物が存在し、なかには行政職員自らがその役を担っている自治体も見られた。一方で地域SNSを導入した多く自治体が利用者確保に苦労している状況にあることも明らかとなった。さらに行政職員自らが誹謗中傷等の対応も含めたサイト運用を行い、それが負担になってサービスを停止した自治体も少なくないことから、地域SNSの行政主体の運営には限界がみられるなど課題も明らかとなった。

また、今後のソーシャルメディアの活用については、地域SNS、Facebook、Twitterでそれぞれ期待している効果や導入目的に違いがあることが明らかとなった。

総務省の「e-コミュニティ形成支援事業」は、「地域SNSの導入による地域の活性化を目的」

としたものであったが、システムを導入しただけで十分な成果が出せないまま失敗に終わった事例も少なくない。今後、システムの形態は地域 SNS から Facebook や Twitter、もしくは全く新しいシステムに変わっていくと思われるが ICT を活用した地域活性化施策を国策として実施する際には、システムやサービスが地域の活性化を生み出すロジックを明確に示し、利活用するアイデアや方法等についても省などが中心となって指導することも検討すべきである。また、SNS などの ICT を導入する自治体としても、地域活性に向けた活用の方法を具体的に考え、明確な成果目標を持って事業を推進することが必要である。その際には民間の団体や組織、そして市民の協力が不可欠である。

## 付記

本研究は平成24・25・26年度学術研究助成基金助成金・基盤研究（C）「地域主権時代における現代版井戸端会議導入によるコミュニティマネジメントの実証研究」（課題番号：24530439）の助成を受けたものである。

## 参考文献

- [1] 石橋裕基・藤田昌弘，“地域活性を目的とした地方自治体の構築する地域SNSに関する評価”，『地域活性研究』1，地域活性学会，pp.249～256，2010
- [2] 石橋裕基・藤田昌弘，“地方自治体が関与する地域SNSの現状と地域活性への寄与～SNS運営団体へのヒアリング調査から～”，地域活性学会第4回研究大会論文集，地域活性学会，pp.239～242，2012