

行政監査結果報告書

—ソーシャルメディアの利活用状況等について—



令和5年3月
愛媛県監査委員

目 次

第1 監査の概要	1
1 監査の基準	1
2 監査のテーマ	1
3 監査の目的	1
4 監査の主な着眼点	1
5 監査の対象機関	2
6 監査実施期間及び監査実施方法	2
第2 監査の結果	3
1 ソーシャルメディアの活用状況（事前調査の結果）	3
(1) 活用状況（令和3年8月31日現在）	3
(2) 活用しているソーシャルメディアの種類	4
(3) 公式アカウントの運用主体	4
2 実地調査の結果	5
(1) ソーシャルメディアの運用状況	6
ア 県ガイドラインの認知	6
イ ソーシャルメディアの活用開始時期	6
ウ 公式アカウント開設時における広報広聴課との協議状況	7
エ 公式アカウント「利用方針」の作成状況	7
オ 公式アカウント「運用マニュアル」の作成状況	7
カ アカウント運用ポリシーの策定・開示状況	8
キ 情報発信の頻度	8
(2) 公式アカウントの管理状況	9
ア パスワードの管理	9
イ 情報発信内容の承認	9
ウ モニタリングの実施状況	10
エ トラブルの発生状況	10
(3) 公式アカウントの運用を委託する場合の契約書等の記載内容の状況	11
ア 愛媛県情報セキュリティポリシー及び県ガイドラインの遵守に関する事	11
イ 記事等の著作権の取扱いに関する事	11
ウ 事業終了後のログインIDの取扱いに関する事	11
(4) 県ガイドラインに関する指導や研修の実施状況、トラブルへの対応状況等	12
ア 県ガイドラインの周知	12
イ 運用状況の確認	12
ウ ソーシャルメディアに関する研修の実施状況	12
エ ソーシャルメディアに関するトラブル対応の状況	12

第3 監査意見	13
1 県ガイドラインの遵守について	13
(1) 公式アカウントの利用方針及び運用マニュアル作成の徹底について	13
(2) 担当者の判断による投稿に係る事前承認について	13
(3) アカウント運用ポリシーの策定と開示について	13
(4) 公式アカウントの運用管理の徹底について	13
(5) 公式アカウントの運用を委託する場合の取決めについて	14
2 県ガイドラインの見直しについて	14
3 ソーシャルメディアの有効活用について	14
(1) 適時かつ効果的な情報発信について	14
(2) ソーシャルメディアに関する研修等の充実について	14
※【資料】愛媛県ソーシャルメディア利用ガイドライン	16

第1 監査の概要

地方自治法(昭和22年法律第67号)第199条第2項の規定に基づき、次のとおり行政監査を実施した。

1 監査の基準

愛媛県監査委員監査基準(令和2年4月1日付 愛媛県監査委員告示第1号)に準拠した。

2 監査のテーマ

ソーシャルメディアの利活用状況等について

3 監査の目的

近年、FacebookやTwitterなど、双方向性を持った情報発信媒体であるソーシャルメディアが急速に普及している。ソーシャルメディアは、瞬時・広域の情報拡散が可能であること、低コストでの情報発信が可能であること、利用者のコメントなどの意思表示を通じて受け手の考えや情報の収集が可能であることなど、多くの利点を有している。このため、行政においても、有用な情報を適時かつ迅速に住民に発信することなどを目的に、これらを活用した情報発信が一般化している。

このように、ソーシャルメディアは情報発信媒体として有効である一方、その手軽さゆえに熟考せずに情報を発信してしまうおそれがあること、一度発信すれば情報が急速に拡散し消去や訂正が困難となること、アカウントが乗っ取られる「なりすまし」等のトラブルが発生する可能性があること等のリスクも有しており、利用に際しては細心の注意が必要である。

そこで、愛媛県におけるソーシャルメディアを活用した情報発信について、利用開始にあたっての手続は適正に行われているか、ルールに基づいた運用がなされているか、適時適切に情報が発信されているか等、活用の状況を明らかにし、今後の適切な運営管理に資することを目的に監査を実施した。

4 監査の主な着眼点

今回の行政監査については、ソーシャルメディアの公式アカウントに関し、「適切な運用管理と情報発信」「有効な活用」に着眼し、愛媛県ソーシャルメディア利用ガイドライン(平成26年1月21日 策定、25情第666号通知。以下「県ガイドライン」という。)に基づく運用状況等について調査を行った。

(1) 公式アカウントの開設

- ア 利用方針及び運用マニュアルは作成されているか。
- イ アカウント運用ポリシーは策定されているか。
- ウ 運用を委託する場合、適切な手続きは取られているか。
- エ 公式アカウントとして明示が必要な情報は開示されているか。

(2) 公式アカウントの運営管理

- ア ログインID・パスワードの管理は適切に行われているか。
- イ 情報の定期的な発信はされているか。
- ウ 発信情報の掲載時のチェックは適切に行われているか。
- エ 監視(モニタリング)は適切に行われているか。

(3) ソーシャルメディアに関する研修

- ソーシャルメディアに関する研修は適切に実施されているか。

5 監査の対象機関

全機関(公の施設を含む。以下同じ。)のうちソーシャルメディア公式アカウント(以下「公式アカウント」という。)を活用する機関及び県ガイドライン等所管機関(県ガイドラインを所管している企画振興部広報広聴課及びスマート行政推進課、ソーシャルメディアの活用に関する研修を担当している同部デジタルシフト推進課)

※アカウント……………利用するソーシャルメディアのサービスにログインするための権利又は利用時に必要となるIDのこと。

6 監査実施期間及び監査実施方法

(1) 監査実施期間

令和3年10月から令和4年9月まで

(2) 監査実施方法

ア 公式アカウントを活用する機関

(ア) 事前調査

全機関に対し、公式アカウントの活用状況を調査した。

(イ) 実地調査

事前調査により公式アカウントを活用していると回答があった機関(県立学校を除く)に対し、運用状況について実地調査を行った。また、事前調査後に新規開設したもの等についても対象とした。なお、複数の公式アカウントを有する機関については、1アカウントを抽出して実施した。

(ウ) 関係人調査

事前調査により公式アカウントを活用していると回答があった公の施設について、当該施設の指定管理者を抽出し、運用状況を調査した。

イ 県ガイドライン等所管機関(広報広聴課・スマート行政推進課・デジタルシフト推進課)

公式アカウントの活用実態(開設・運用・トラブル発生等)の把握状況、管理方針、活用推進のための研修の状況等について実地調査を行った。

第2 監査の結果

1 ソーシャルメディアの活用状況（事前調査の結果）

(1) 活用状況(令和3年8月31日現在)

書面により事前調査を実施したところ、全機関 283 機関のうち 105 機関(37.1%)において、253 の公式アカウントが開設され、ソーシャルメディアが情報発信媒体として活用されていた。

その内訳は、公の施設を除く県の機関 263 のうち 94 機関(35.7%)、公の施設(指定管理者制度導入施設)20 機関のうち 11 機関(55.0%)である。

表1 ソーシャルメディアの活用状況

区分	部 局	全機関数	利用 機関数	アカウント 数	
知事部局	本庁	総務部	7	0	0
		企画振興部	7	3	20
		観光スポーツ文化部	6	5	29
		県民環境部	9	6	14
		保健福祉部	9	2	12
		経済労働部	6	4	9
		農林水産部	11	6	20
		土木部	10	5	5
		出納局	1	0	0
	東予地方局	27	4	15	
	中予地方局	14	2	6	
	南予地方局	30	6	11	
	地方機関	34	4	7	
教育委員会(県立学校含む)		62	43	62	
公安委員会(警察本部・警察署)		17	2	5	
公営企業管理局		9	1	3	
諸局(人事委員会・議会・監査・労働委員会)		4	1	3	
小 計		263	94	221	
公の施設(指定管理者制度導入施設)		20	11	32	
総 計		283	105	253	

(2) 活用しているソーシャルメディアの種類

公式アカウントの総計 253 のうち、Facebook が 74(29.2%)で最も多く、51 機関(実利用機関(105 機関)の 48.6%)で活用されていた。

次は YouTube で、アカウント数は 68(26.9%)、56 機関(同 53.3%)で活用されていた。

表 2 活用しているソーシャルメディアの種類

種別	アカウント数	割合	利用機関数	実利用機関のうちの活用割合
Facebook	74	29.2%	51	48.6%
YouTube	68	26.9%	56	53.3%
Instagram	49	19.4%	38	36.2%
Twitter	45	17.8%	34	32.4%
LINE	15	5.9%	12	11.4%
その他	2	0.8%	2	1.9%
計	253	100%	(実利用機関) 105	—

〔 表中の数字は、四捨五入による端数を調整していないため、内訳と計が一致しない場合がある。〕
〔 以下の表についても同じ。〕

※利用機関数……1つの機関が、複数のソーシャルメディアを活用している場合は、活用しているすべてのソーシャルメディアに計上している。

(3) 公式アカウントの運用主体

活用している 253 の公式アカウントのうち、県の機関が直接運用しているものが 153(60.5%)、業務委託により運用しているものが 51(20.2%)、県が事務局を務める団体が運用しているものが 17(6.7%)、指定管理者が運用しているものが 32(12.6%)となっていた。

表 3 公式アカウントの運用主体

種別	アカウント数	運用主体別			
		県	業務委託	団体 (実行委員会等)	指定管理
Facebook	74	40	14	9	11
YouTube	68	55	6	2	5
Instagram	49	27	13	4	5
Twitter	45	26	12	1	6
LINE	15	3	6	1	5
その他	2	2	0	0	0
計	253	153	51	17	32
割合	100%	60.5%	20.2%	6.7%	12.6%

2 実地調査の結果

前述(第1の6(2)ア(イ)、(ウ)及びイ)のとおり、実地調査を実施した。

(実施機関数:公式アカウントを活用する機関 63、県ガイドライン等所管機関 3)

表4 実地調査実施機関

区分	番号	機関名	区分	番号	機関名
知事部局(本庁)	1	愛のくに えひめ営業本部	知事部局(地方局・地方機関)	34	東京事務所
	2	市町振興課		35	大阪事務所
	3	地域政策課		36	東予地方局地域政策課
	4	広報広聴課		37	東予地方局商工観光課
	5	デジタルシフト推進課		38	東予地方局建設部
	6	地域スポーツ課		39	今治支局総務県民室
	7	競技スポーツ課		40	中予地方局地域政策課
	8	文化振興課		41	中予地方局商工観光課
	9	観光国際課		42	南予地方局地域政策課
	10	自転車新文化推進課		43	南予地方局商工観光課
	11	人権対策課		44	南予地方局農業振興課
	12	防災危機管理課		45	南予地方局建設部
	13	消防防災安全課		46	八幡浜支局商工観光室
	14	環境政策課		47	八幡浜支局八幡浜土木事務所
	15	循環型社会推進課		48	美術館
	16	自然保護課		49	消防学校
	17	健康増進課		50	消費生活センター
	18	子育て支援課		51	衛生環境研究所
	19	ねんりんピック推進課	公営企業	52	中央病院
	20	産業創出課	諸局	53	人事委員会事務局
	21	産業人材課	教委	54	文化財保護課
	22	経営支援課		55	義務教育課
	23	農政課	公委	56	警察本部 広報県民課
	24	ブランド戦略課		57	警察本部 人身安全対策・少年課
	25	畜産課	指定管理施設	58	武道館 (所管:地域スポーツ課)
	26	林業政策課		59	総合科学博物館(所管:まなび推進課)
	27	森林整備課		60	生涯学習センター(所管:まなび推進課)
	28	漁政課		61	男女共同参画センター (所管:男女参画・県民協働課)
	29	土木管理課		62	在宅介護研修センター (所管:長寿介護課)
	30	河川課		63	総合運動公園 (所管:都市整備課)
	31	道路建設課		県ガイドライン等 所管機関	1
	32	都市整備課	2		スマート行政推進課
	33	建築住宅課	3		デジタルシフト推進課

※事前調査後、新規開設したもの等を含めたため、事前調査の対象とは一致しない。

(1) ソーシャルメディアの運用状況

ア 県ガイドラインの認知

県ガイドラインは、愛媛県職員が日常業務やプライベートにおいて、安全にソーシャルメディアを利用するための指針として、広報広聴課が平成26年1月に策定している。

具体的には、ソーシャルメディアを利用する際の基本的な遵守事項、公式アカウント開設の方針、開設までの手続き、情報発信のガイドライン、運用管理等、ソーシャルメディアを利用するための基本的な考え方や留意すべき事項などが定められている。

県立学校及び警察本部においては、県ガイドラインに準じた取組を行っている。

県ガイドラインは、ソーシャルメディアを安全に利用するために必要な内容等を定めたものであり、策定から9年が経過しているが、今回の調査では、3機関(4.8%)において認知されていなかった。

また、県ガイドラインの内容に関しては、ソーシャルメディア側で定められているルールにより、リンク数が制限され、ガイドラインで求められている県ホームページへのリンクが困難となるなど、実情にそぐわない事例が見受けられた。

表5 県ガイドラインの認知状況

区分	機関数	割合
知っている	58	92.1%
知らない	3	4.8%
その他(独自対応のため対象外)	2	3.2%
合計	63	100%

イ ソーシャルメディアの活用開始時期

ソーシャルメディアの活用開始時期について確認したところ、平成21年度から開設されるなど、比較的早い時期から活用しているものもあったが、28機関(44.4%)は令和2年度以降の開設となっており、新型コロナウイルス感染症拡大を踏まえた対応として、活用を開始した事例もあった。

表6 活用開始時期

区分	H21年度 ～ H25年度	H26年度 ～ H27年度	H28年度 ～ H29年度	H30年度 ～ R1年度	R2	R3	合計
機関数	8	7	8	12	15	13	63
割合	12.7%	11.1%	12.7%	19.0%	23.8%	20.6%	100%

ウ 公式アカウント開設時における広報広聴課との協議状況

公式アカウントの開設に当たっては、広報広聴課と事前協議を行うこととされている。(県ガイドライン第2の3(3))

実地調査を行った63機関から、県ガイドライン策定前から活用しているなどの9機関を除いた54機関のうち、事前協議済は49機関(90.7%)、事前協議を行っていないものが5機関(9.3%)となっていた。

表7 開設時における広報広聴課との協議状況

区分	機関数	割合
協議している	49	90.7%
協議していない	5	9.3%
小計	54	100%
その他(ガイドライン策定前のため対象外 等)	9	—
合計	63	—

エ 公式アカウント「利用方針」の作成状況

利用方針は、公式アカウントを開設する際の基本的な事項を取りまとめたもので、情報発信を行う目的、利用するソーシャルメディアの種類、情報発信の対象者や内容、運用体制や目標等を内容とするものである。(県ガイドライン第2の3(1)ア)

これについては、50機関(79.4%)で作成済である一方、県ガイドライン策定前から活用している5機関を含む13機関(20.6%)では作成されていなかった。

表8 利用方針の作成状況

区分	機関数	割合
作成している	50	79.4%
作成していない	13	20.6%
合計	63	100%

オ 公式アカウント「運用マニュアル」の作成状況

運用マニュアルは、ソーシャルメディアの運用時に対応すべき事項を定めたもので、情報発信の手順、情報セキュリティの確保の方法等を内容とするものである。(県ガイドライン第2の3(1)イ)

これについては、51機関(81.0%)において作成済である一方、県ガイドライン策定前から活用している5機関を含む12機関(19.0%)では作成されていなかった。

表9 運用マニュアルの作成状況

区分	機関数	割合
作成している	51	81.0%
作成していない	12	19.0%
合計	63	100%

カ アカウント運用ポリシーの策定・開示状況

アカウント運用ポリシーは、ソーシャルメディアの利用に際し、アカウント毎にその内容等を定め、対外的に開示するもので、アカウントの開設目的、掲載内容、運用管理者、コメント等への回答、禁止事項、個人情報の取扱い等を掲載することとなっている。(県ガイドライン第2の4)

これについては、54機関(85.7%)で策定されていたが、このうち、8機関(12.7%)では、開示されていなかった。また、9機関(14.3%)については、策定されていなかった。

表 10 アカウント運用ポリシーの策定・開示状況

策定状況	機関数	割合	開示状況	
			開示	未開示
策定あり	54	85.7%	46	8
策定なし	9	14.3%	-	9
計	63	100%	46	17

キ 情報発信の頻度

情報発信の頻度については、毎日発信しているものが5機関(7.9%)ある一方、周知したい事項がある場合のみ随時発信するなど不定期に発信しているものが38機関(60.3%)となっており、5機関(7.9%)については、発信していないとのことであった。

なお、情報発信していない5機関のうち、事業終了などにより、新たに発信すべき情報がなく、更新されていない状態となっていた2機関については、後日廃止が確認された。

表11 情報発信の頻度

区分	機関数	割合
1日に2回以上	1	1.6%
毎日	4	6.3%
週1回	10	15.9%
月1回	5	7.9%
不定期	38	60.3%
発信していない	5	7.9%
計	63	100%

(2) 公式アカウントの管理状況

ア パスワードの管理

県ガイドラインでは、管理用パスワードは、ソーシャルメディアの制約がない限り、セキュリティ対策上8桁以上の英字(大文字、小文字)、数字、記号を混在させ、年に1回以上変更することとされている。(県ガイドライン第2の7(1))

56機関(88.9%)では県ガイドラインに沿った管理用パスワードとしており、このうち41機関は年1回以上の変更を実施していた。一方、県ガイドラインで求める管理用パスワードが設定されていない機関が7機関(11.1%)あり、このうち6機関は年1回の変更もなされていなかった。

表 12 パスワードの管理状況

パスワードの構成 (8桁以上の英字、 数字、記号が混在)	機関数	割合	年1回の変更	
			あり	なし
混在している	56	88.9%	41	15
混在していない	7	11.1%	1	6
計	63	100%	42	21

イ 情報発信内容の承認

県ガイドラインでは、タイムリーな情報発信を求める一方、不適切な情報発信の防止等の対策として、発信する情報は原則として事前に所属長の了解を得ることとされており、47機関(74.6%)では、これに則り運用していた。(県ガイドライン第2の5(3)イ)

また、ソーシャルメディアの即時性を考慮し、事前に承認を受けた内容については、担当者の判断で情報発信できることとされており、10機関(15.9%)ではこれにより運用されていたが、6機関(9.5%)はいずれの承認も得ずに情報発信していた。(県ガイドライン第2の7(3)ウ)

表 13 情報発信内容の承認・事前承認状況

区分	意思決定あり			意思決定なし	合計
	承認あり	事前承認あり	小計		
機関数	47	10	57	6	63
割合	74.6%	15.9%	90.5%	9.5%	100%

ウ モニタリングの実施状況

公式アカウントのログインIDやパスワードの「乗っ取り」、偽アカウントにより活動される「なりすまし」等のトラブルを迅速に把握するため、発信した情報を含め、公式アカウントに対するモニタリング(監視)を行う必要がある。この点に関し、県ガイドラインでは、運用、発信情報の管理は所属長の責任において行うこととされている。(県ガイドライン第2の7(3)ア)

モニタリングの実施状況について確認したところ、実施している機関は46機関(73.0%)で、このうち定期的に行っているのは21機関(33.3%)となっており、25機関(39.7%)は情報の更新の機会に行うなど不定期での実施となっていた。また、17機関(27.0%)は、モニタリングを実施していなかった。

表14 モニタリングの実施状況

区分	モニタリングを行っている					行っていない	合計
	定期			不定期	小計		
	毎日	週1回	月1回				
機関数	10	4	7	25	46	17	63
割合	15.9%	6.3%	11.1%	39.7%	73.0%	27.0%	100%

エ トラブルの発生状況

「なりすまし」や不適切な書込み等のトラブルが4機関(6.3%)で発生したが、県民への速やかな情報提供や注意喚起、トラブルの解消等に適切に努めた結果、炎上等の大きな問題に繋がったものはなかった。

表15 問題の発生状況

区分	機関数	割合
問題発生あり	4	6.3%
問題発生なし	59	93.7%
合計	63	100%

(3) 公式アカウントの運用を委託する場合の契約書等の記載内容の状況

ア 愛媛県情報セキュリティポリシー及び県ガイドラインの遵守に関すること

県ガイドラインでは、運用の委託等を行う場合、契約書等において、愛媛県情報セキュリティポリシー及び県ガイドラインを遵守することを盛り込むよう求めている。(県ガイドライン第2の3(2)ア)

運用の委託等を行っている20機関(実地調査実施機関(63機関)の31.7%)のうち、14機関(70.0%)は契約書等に愛媛県情報セキュリティポリシーや県ガイドラインの遵守に関する記載がなかった。

表16 愛媛県情報セキュリティポリシー等の記載状況

区分	委託事業	指定管理	合計	割合
記載あり	6	0	6	30.0%
記載なし	8	6	14	70.0%
合計	14	6	20	100%

イ 記事等の著作権の取扱いに関すること

県ガイドラインでは、運用の委託等を行う場合、記事や写真の著作権は、原則として県に帰属することを契約書等に明記するよう求めている。(県ガイドライン第2の3(2)ウ)

運用の委託等を行っている20機関のうち8機関(40.0%)は契約書等に著作権に関する記載がなかった。

表17 著作権等の取扱いに関する記載状況

区分	委託事業	指定管理	合計	割合
記載あり	12	0	12	60.0%
記載なし	2	6	8	40.0%
合計	14	6	20	100%

ウ 事業終了後のログインIDの取扱いに関すること

県ガイドラインでは、運用の委託等を行う場合、ログインIDの取扱いについて、契約書等に明記するよう求めている。(県ガイドライン第2の3(2)エ)

事業終了後のログインIDの取扱いに関する記載について調査を行ったところ、運用の委託等を行っている20機関のうち17機関(85.0%)は記載がなかった。

表18 事業終了後のログインIDの取扱いに関する記載状況

区分	委託事業	指定管理	合計	割合
記載あり	2	1	3	15.0%
記載なし	12	5	17	85.0%
合計	14	6	20	100%

(4) 県ガイドラインに関する指導や研修の実施状況、トラブルへの対応状況等

各機関における実地調査の結果を踏まえ、県ガイドラインを所管している広報広聴課及びスマート行政推進課、ソーシャルメディアの活用に関する研修を担当しているデジタルシフト推進課に対し、公式アカウントの運用に関する指導や研修の実施状況、トラブルへの対応状況等について聴取した結果は次のとおりであった。

ア 県ガイドラインの周知

県ガイドラインについては、平成 26 年1月の制定時の周知に加え、各機関において運用担当者の変更が見込まれる年度替りや、ソーシャルメディアのルール変更等があった際には、全庁掲示板を活用し、改めて周知を行っている。また、常時確認を行うことができるよう、庁内 LAN ポータル画面から閲覧できる環境を整えている。

イ 運用状況の確認

公式アカウントは、所属長の責任において運用管理することとなっている。このため、各所属に対し、ガイドラインを周知することにより、定期的な投稿や内容確認、活用見込みのないアカウントの廃止など、効果的な情報発信やリスク管理のための適切な運用管理を行うよう注意喚起を行っている。

ウ ソーシャルメディアに関する研修の実施状況

ソーシャルメディアをはじめとするデジタルメディアの活用に関し、職員の能力向上を図るため、令和元年度から公式アカウントの運用担当者等を対象に、外部講師による「デジタルマーケティングセミナー」を開催している。当該セミナーは、公式アカウントの閲覧件数の向上、配信ターゲットに関する分析方法等、デジタルマーケティングを中心とした内容となっている。これに加え、職員がソーシャルメディアを効果的に活用するための相談窓口も設けている。

また、ソーシャルメディアの利用に係るセキュリティに関する研修については、各所属に配するデジタルシフト推進員を対象に実施しており、同研修後、各デジタルシフト推進員が所属の全職員に対し、情報セキュリティに関する研修に併せて行っている。

エ ソーシャルメディアに関するトラブル対応の状況

トラブルが発生した機関から連絡があった場合には、県で実施可能な措置を検討し、該当機関に対し技術的な助言を行うとともに、県民に対する適切な情報提供や注意喚起を指導し、併せてトラブル回避・再発防止に関する助言も行うことにより、迅速な問題解決や再発の防止に向けた措置を講じている。

第3 監査意見

ソーシャルメディアの利活用状況等について、公式アカウントを運用している機関及び県ガイドライン等所管機関に対する監査を実施したところ、おおむね良好であった。

しかしながら、リスク管理や適切かつ有効な情報発信などの観点から、更なる対応が求められる事例等が散見されたことを踏まえ、検討が必要と思料される点について以下のとおり意見を述べる。

1 県ガイドラインの遵守について

(1) 公式アカウントの利用方針及び運用マニュアル作成の徹底について

県ガイドラインで求められている公式アカウントの利用方針や運用マニュアルが作成されていない事例が見受けられた。その中には、県ガイドライン策定前に公式アカウントの運用を開始しているものも含まれるが、利用方針と運用マニュアルの作成は、ソーシャルメディアを活用し情報を発信するに際し、最初に取り組むべきことであり、組織における運用体制の明確化をはじめ、適時適切な情報発信や情報セキュリティの確保、また、有事の際の速やかな対処にも繋がることから、作成を徹底されたい。

(2) 担当者の判断による投稿に係る事前承認について

明確な運用体制のもと、適切な情報発信が求められることは言うまでもないが、ソーシャルメディアの特性を活かすために、適時の情報発信にも配慮する必要がある。この点に関し県ガイドラインでは、担当者の判断で投稿できるものとする場合はその範囲等を利用方針に記載することとされており、担当者による一定の対応が認められている。しかしながら、今回、予め範囲等を決めることなく、また意思決定を受けることなく、担当者の判断で情報を発信している事例が見受けられたので、事前承認の徹底を図り、リスク対策と効果的な情報発信に努められたい。

(3) アカウント運用ポリシーの策定と開示について

県ガイドラインでは、愛媛県の公式なアカウントとして運用していることを県ホームページに掲載するとともに、開設したページのアカウント運用ポリシー内からも県ホームページの「Facebook・Twitter等 愛媛県公式アカウント」一覧にリンク付けすることを求めている。

今回、アカウント運用ポリシーを策定していない公式アカウントや、策定はしているものの開示していない公式アカウントが見受けられたので、県の公式な情報であることが確実に確認できるよう、アカウント運用ポリシーの策定と開示を適切に行われたい。

(4) 公式アカウントの運用管理の徹底について

公式アカウントの開設は、「乗っ取り」や「なりすまし」等のリスクを伴うことになる。パスワードの適正な管理は、リスク対策に有効であるため、県ガイドラインに定められた取扱いについて徹底を図られたい。

また、トラブルの早期発見や迅速な対応のためには定期的なモニタリングが必要となるが、十分とは言えない機関が見受けられた。モニタリングは、危機管理だけでなく、効果的な情報発信に向けたPDCAにも活用できることから、定期的に実施し公式アカウントの適切な運用管理に努められたい。

(5) 公式アカウントの運用を委託する場合の取決めについて

公式アカウントの運用を委託する場合、県ガイドラインでは、契約書等に、愛媛県情報セキュリティポリシー及び県ガイドラインを遵守することを盛り込むこと、事業終了後も含めたログインIDの取扱いについても明記することなどを求めているが、必要な内容を契約書等に記載していないものが多数見受けられたので、県ガイドラインに基づく対応を徹底されたい。

指定管理施設についても、公の施設であることを踏まえ、指定管理者がソーシャルメディアを活用する場合には、県所管課はガイドラインに準じた適切な取扱いとなるよう指定管理者に周知するとともに、運用状況を定期的にモニタリングするなど、施設の設置者として管理の適正を期されたい。また、公式アカウントの取扱いにおいて、必要な事項については基本協定書等へ記載するよう検討されたい。

2 県ガイドラインの見直しについて

県ガイドラインは、平成 26 年 1 月に策定後、組織改正に伴う規定の改正を除き、これまで内容の見直しは行われていない。この間、ソーシャルメディアの利用環境に関しては、新たなサービスの開始や行政における DX の推進など、様々な変化が生じている。策定から 9 年が経過した県ガイドラインについては、これらの状況が反映されていない部分が見受けられることから、内容の更新について検討されたい。また、DX が推進されることにより、今後もソーシャルメディアを活用した情報発信に取り組む機関が増加することが見込まれることから、県ガイドラインの一層の周知を図られたい。

3 ソーシャルメディアの有効活用について

(1) 適時かつ効果的な情報発信について

ソーシャルメディアの特性の一つに、適時かつ迅速な情報発信が可能であることがあげられる。この点について、各アカウントにおける情報の発信状況を確認したところ、開設当初は頻繁に行われていたものの、発信すべき情報が少ないことなどから、近年は滞っているものや、頻度が低下しているものが見受けられた。

各アカウントにおける発信頻度については、開設目的や発信する情報の内容等により異なるものと考えられるが、ソーシャルメディアを活用した情報発信の意義を踏まえ、頻度を高めるなど、効果的な活用を努められたい。また、開設によるリスクを十分認識するとともに、ソーシャルメディアを活用した情報発信の事業効果も検証したうえで、継続や廃止についての検討も行われたい。

(2) ソーシャルメディアに関する研修等の充実について

ソーシャルメディアを有効に活用し、情報を発信していくためには、目標の設定、効果的な情報の発信、効果の検証と対応策の検討等を的確に実施することに加え、危機管理に関する知識と備え等も必要となる。

現在、ソーシャルメディアはデジタルマーケティングの重要なツールとして位置付けられていることから、県では、デジタルマーケティングに関するセミナーの開催や相談窓口の開設などを通じて、ソーシャルメディアの積極的な活用や、より効果的な情報発信と結果分析の方法等に関する職員のスキルアップに取り組んでおり、今後も引き続き職員の資質向上と各機関における PDCA サイクルを推進されたい。

一方で、活用拡大に伴うトラブル発生リスク増加も懸念されることから、危機管理やトラブル発生時の対応方法等に関する研修について一層の充実を図られたい。また、トラブル発生時の対応マニュアルの整備や、発生したトラブルとその対応についての情報共有等についても検討されたい。

本県におけるソーシャルメディアを活用した情報発信は、ここ数年で大きく拡大している。また、「愛媛県デジタル総合戦略」(令和3年3月策定、令和4年3月改定)においては、行政のDXの取組みとして「県民本位の情報発信・共有と行政サービスの共創」、また、暮らしのDXの取組みとして「アプリ・SNS等を活用した安全・安心情報の把握と提供」が示されており、この中には、県民にとって分かりやすい情報の発信と共有や、災害時における情報把握と発信機能の強化にSNSを活用することが掲げられている。これらのことから、本県におけるソーシャルメディアの活用は今後ますます増加し、その役割は広範かつ重要になるものと考えられる。

そのような中、今回はソーシャルメディアの利活用状況等について監査を行った。この結果が今後の効果的な情報発信と、適切なリスク対策等に活かされるよう期待するものである。

【資料】

愛媛県ソーシャルメディア利用ガイドライン

第1 ソーシャルメディア利用ガイドラインの策定目的と基本原則

1 当ガイドラインの目的

近年、Facebook や Twitter、ブログ等のソーシャルメディアが普及し、特色ある双方向性を生かした情報伝達媒体として社会に大きな影響力をもつようになってきている。愛媛県においても県内の観光情報やイベント情報など、県政情報の発信強化の広報ツールとして利用されてきており、県民サービスの向上や県民との協働の手段として、今後も更なる利用の増加が見込まれる。

しかし、情報発信に有効なツールである一方、不適切な発言や意図しない非公開情報の発信が一旦なされると、情報は拡散し完全な消去が不可能なことや、サイバー犯罪によるアカウントの乗っ取りなどにより、自治体の信用失墜が生じるリスクがある。このため、日常業務だけでなく、個人アカウントによるプライベートにおいても安全にソーシャルメディアを利用するための指針として策定するものである。

2 定義

(1) ソーシャルメディア

Facebook、Twitter、ブログ等インターネット上の民間サービスを利用して、双方向で情報のやりとりが可能な情報発信媒体をいう。

(2) ソーシャルメディアへの情報発信

記事の投稿やコメントへの回答など、ソーシャルメディアへ情報を登録し、発信すること。

例：「投稿」、「コメント」、「ツイート」等

(3) つながり

ソーシャルメディア内での、個人や組織間の関係性や結びつきを表すもの。つながりにより、情報の拡散や双方向のコミュニケーションが生じるため、つながりが増えることで高い情報発信効果が期待できる。

例：Facebook の「友だち」、「いいね!」、「シェア」や Twitter の「フォロワー」、「リツイート」等

3 ソーシャルメディアの特性

ソーシャルメディアは人と人とのつながりを促進・サポートするインターネットサービスであり、次に掲げる特性を十分に理解した上で利用すること。

(1) メリット

ア 【リアルタイム性】インターネット環境があれば、いつでも手軽に情報発信及び受信が可能である。

イ 【双方向性】発信情報に対し、利用者が気軽にコメントなどの意思表示が可能である。また、利用者の属性情報（プロフィール、交流関係）や興味のある分野等を把握しやすく、効果測定や検証がしやすい。

ウ 【拡散性】発信情報を利用者が他の利用者と共有していくことで情報が広がっていく。

エ 【低コストでの利用】無償のサービスにより、時間とコストをかけず利用が可能である。

また、既に多数のユーザが集まっているため、集客の必要がない。

(2) リスク

- ア 【不適切な情報発信】手軽であるため、熟考せず発信してしまうおそれや、不適切な設定により情報が意図せず公開され、情報漏洩に繋がるおそれがある。
- イ 【炎上】匿名で利用するサービスと比較し、人間関係にまつわるトラブルが生じやすく、トラブルのもととなる情報を発信してしまった場合、批判や苦情が殺到し收拾がつかなくなる危険性がある。また、匿名利用においても、複数の情報を組み合わせることで発信者が特定される可能性がある。
- ウ 【信用失墜】誤った情報や個人情報などの非公開情報を発信してしまった場合、急速に拡散し完全に消去することが不可能であるため、情報の訂正が難しい。また、転載や引用により発言の一部が切り取られ意図しない伝播をするおそれがある。
- エ 【サービス停止】個別契約によるサービス継続の担保がなく、提供者側の都合によりサービスの停止や変更が行われることがある。また、サービスの利用規約等違反によりアカウントが削除されることがある。
- オ 【想定外の業務量増】発信情報に対する意見、質問への対応に多大な労力を要する可能性がある。

4 適用範囲

(1) 公的利用

ソーシャルメディアを利用し「観光PR」、「地域活性化」、「防災」等の公開を前提とした広報業務として運用する所属（運用を業者に委託している所属を含む。以下同じ。）及び、職員（再任用職員、臨時職員、日々雇用職員、派遣職員、嘱託職員を含む。以下同じ。）の情報発信に対して適用する。

(2) 私的利用

個人アカウントによる私的利用については、個人の自覚と責任において自由に行えることは言うまでもないが、匿名利用においても、発信者が特定されるおそれがあることを十分に認識し、誤解やトラブルを招くことのないよう、当ガイドラインの趣旨を踏まえて、適切な利用に努めること。

5 基本的な遵守事項

- (1) 地方公務員法をはじめとする関係法令及び職員の服務に関する規定等を遵守し、職員としての自覚と責任を持った情報発信を行うこと。特に、地方公務員法に規定する守秘義務、信用失墜行為の禁止や政治的行為の制限に違反する発信を行わないこと。
- (2) 愛媛県情報セキュリティポリシー、当ガイドライン、他に定める規定等を遵守すること。
- (3) 利用するソーシャルメディアの利用規約を遵守すること。
- (4) 著作権、肖像権、プライバシー権等の他者の権利を侵害しないこと。
- (5) 職務上知り得た秘密や公表してはいけない個人情報を扱わないこと。

第2 公式アカウントの運用ガイドライン

1 公式アカウントの開設・公開

(1) 公式アカウントの開設

ソーシャルメディアの利用を希望する所属は、発信する情報が特定の分野において充実し、かつ利用者のニーズが多い分野である場合には、広報広聴課との協議を経て、当該組織の責任において公式アカウントを開設することができる。

(2) 公式アカウントの公開

公式アカウントは、県ホームページに一覧を掲載し、公開するものとする。

2 公式アカウント開設の方針

無用に多くの公式アカウントを開設することはせず、情報発信効果の高いものを整備するため、開設を準備する前に以下の必要性を十分に検討すること。

(1) ソーシャルメディアで情報発信を行う必要性

ソーシャルメディアは、利用者からのコメントや反応を見る双方向性を効果的に活用すべきものであり、発信する情報が月に数回程度で、閲覧状況の把握や利用者からの投稿を期待しないのであれば、多くの利用者が抵抗なくアクセス可能である県ホームページ等、従来のWebサイトで情報発信を行うこと。

(2) 新規アカウントを作成する必要性

既設アカウントでの対応が可能かどうか検討し、不必要なアカウントが乱立しないよう注意すること。

3 開設までの手続き

公式アカウントの開設を予定する所属は、次の手順によること。

(1) 公式アカウントの利用方針及び運用マニュアルの作成

公式アカウントを開設しようとする所属は、あらかじめ次の事項を明確にした利用方針及び運用マニュアルを作成すること。なお、ソーシャルメディアの選定に当たっては、その特性を十分に把握し、理解した上で選定すること。

ア 利用方針

(ア) ソーシャルメディアを利用した情報発信を行う目的

(イ) 利用するソーシャルメディアの種類

(ウ) 情報発信の対象者（どのような属性を持つ人にアプローチするのか）

(エ) 情報発信の内容（目的達成のためにどのような情報を発信するか）

(オ) 利用者のメリット（提供する価値、利用する動機付けは何か）

(カ) 発信の頻度、タイミング、発信方法、利用者からのコメントへの対応、などの利用方法

(キ) 運用管理責任者、運用担当者、決裁フローなどの運用体制（担当者の判断で投稿できるものとする場合はその範囲等を記載）

(ク) 目標（目的の達成度合い、利用者数などの数値目標、継続・撤退ライン等）

イ 運用マニュアル

(ア) 情報発信手順（記事の作成・投稿・削除方法等）

- (イ) 情報セキュリティ確保の方法（パスワードの管理等）
 - (ウ) その他、利用するソーシャルメディア特有の事項への対応方法
- (2) 運用を委託する場合における契約上の取り決め
- ア 契約書等に、愛媛県情報セキュリティポリシー及び当ガイドラインを遵守することを盛り込むこと。
 - イ 委託業者における記事投稿担当者及び操作端末の情報について、契約後、業務計画書と併せて提出させること。
 - ウ 記事や写真の著作権の取り扱いについては、原則として県に帰属するものとし、契約書等で明記すること。
 - エ 県用ログインIDと委託業者用ログインIDの取り扱いについて明記すること。また、委託業者用については、別のサイトの更新には利用しないこと。さらに、事業終了後の取り扱いについても明記すること。
 - オ 投稿記事が県として発信される内容については、県の事前確認が必要である旨を明記すること。
- (3) 広報広聴課との事前協議
- ソーシャルメディアの利用を検討している所属は、利用方針をもとにアカウント運用ポリシー案を作成し、ホームページ管理者（広報広聴課）に事前協議書（様式1）とともに提出すること。なお、協議を受けた広報広聴課は、スマート行政推進課と協議を行い、開設に問題がないと判断した場合、その旨を所属に回答し、開設後県ホームページに公式アカウントの一つとして掲載すること。
- (4) アカウントの取得、運用者の明示、及びアカウント運用ポリシーの開示
- 事前協議において開設が認められた所属は、アカウントの取得等を行うこと。
- ア 所属の責任において組織としてのアカウントを取得すること。ただし、登録上アカウント管理者を個人名で登録する必要がある場合は、所属異動時に必ずアカウント管理者の変更を行うこと。
 - イ 愛媛県の公式アカウントとして運用していることを利用者に明示するため、県ホームページに掲載するとともに、開設したページのアカウント運用ポリシー内からも県ホームページの公式アカウント一覧にリンク付けをし、県の真正な情報発信である旨を明らかにすること。
なお、真正な公式アカウントであることを証明するサービスや機能がある場合は、積極的に利用すること。（例：Twitterの認証済みバッジによる証明シール）
 - ウ 具体的なアカウント運用ポリシーを明らかにすること。
- (5) 新たなソーシャルメディアの検討
- 本県で利用実績のない新たなソーシャルメディアの利用については、利用主体となる所属と広報広聴課及びスマート行政推進課の3者で総合的に検討すること。
- #### 4 アカウント運用ポリシーの策定
- ソーシャルメディアを利用する際には、次に示す項目を掲載したアカウント運用ポリシーをアカウントごとに定め、アカウントトップページの基本情報欄や自由記述欄など利用者の目につく箇所に掲載すること。なお、特に重要な事項については、情報発信の都度周知すること。

- (1) タイトル名 「《アカウント名》《ソーシャルメディア名》アカウント運用ポリシー」
(2) 前書き 開設することとなった経緯、目的を記述。 ※記述参考例は次のとおり

《組織名》では、《発信情報》に関する情報を提供するとともに、ソーシャルネットワークを生かしてリアルタイムに情報発信することにより、一層の《目的を羅列》を目的として《ソーシャルメディア名》のアカウントを取得しました。つきましては、利用者の皆様に誤解や混乱を生じさせることがないように、当アカウントの運用方針を次のとおり定めます。

- (3) 対象のアカウント

ア アカウント名
イ URL

- (4) 掲載内容 簡潔に

- (5) 運用管理者 開設し運用する所属（もしくは協議会等の組織名、構成する各市町等）

- (6) 投稿時間 ※記述参考例は次のとおり

原則、執務時間内（土曜日、日曜日、祝祭日を除く〇時〇分～〇時〇分）において不定期に投稿します。

- (7) コメント等への回答

ア コメントに対して回答を行う場合は、誠意をもって対応すること。

イ 返答することが確実でない場合はその旨を記述すること。

例)「当アカウントに頂いたコメント等に対し、返答できない場合があります。」

ウ 利用者間の情報交流を目的とし、返答をしない場合にはその旨を明確に記述すること。

例)「当アカウントの投稿については、利用者間の情報交流を目的としており、運用管理者からコメントはいたしません。」

エ 返答する場合であっても、ソーシャルメディアによる業務の目的と異なる内容のコメントに対しては、返答の対象外となる旨を記述すること。例えば、観光PRのページに、行政手続き等の意見や質問を投稿しても返答しないなど。

- (8) 禁止事項 ※記述参考例は次のとおり

当ページを御利用いただく際は、以下のような内容の投稿は御遠慮下さい。内容が下記事項に該当すると判断した場合は、投稿者に断りなく、投稿内容の全部又は一部を削除することがあります。

○特定の個人、企業、国、地方公共団体及び各種団体などを誹謗中傷する内容

○他者になりすますなど、虚偽や事実と異なる内容

○著作権、商標権、肖像権などの県または第三者の知的財産権を侵害するおそれのある内容

○法律、法令等に違反している内容、または違反するおそれがある内容

○公の秩序または善良の風俗に反する内容

○本人の承諾なく個人情報を特定・開示・漏えいするなど、個人のプライバシーに関わる内容

○有害なプログラム

○わいせつな表現などを含む不適切な内容

○その他、当ページの運営上、他人に不利益を与えるなど、不適切と判断した内容

- (9) 知的財産権 ※記述参考例は次のとおり

○当ページに掲載している個々の情報（文章、写真、イラストなど）に関する知的財産権（商

標権、著作権等の全ての権利)は、《組織名》あるいは《組織名》以外の原作者等に帰属します。

○当ページの内容について、「私的使用のための複製」や「引用」など著作権法上認められた場合を除き、無断で複製・転用することはできません。

(10) 免責事項 ※記述参考例は次のとおり

1 《組織名》は、利用者が当ページの掲載情報を利用または信用したことにより、利用者または第三者が被った損害について、いかなる場合でも一切の責任を負いません。

2 《組織名》は、利用者により投稿されたコンテンツについて一切の責任を負いません。

3 《組織名》は、上記1～2の他、当ページに関連する事項に起因または関連して生じたいかなる損害について、一切の責任を負いません。

4 《組織名》は、当アカウント運用ポリシーを、予告なく変更する場合があります。

(11) 個人情報 ※記述参考例は次のとおり

○当ページでの個人情報の収集・利用・管理について、愛媛県ホームページ「プライバシーポリシー」のとおり、愛媛県個人情報保護条例にもとづき、次のとおり適切に取り扱います。

○個人情報とは、個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるものをいいます。

○当ページを通じて《組織名》が個人情報を収集するときは、利用者の意思による情報の提供を原則とします。個人情報の収集にあたってはあらかじめ個人情報取扱事務の目的を明確にし、その目的を達成するために必要な範囲内で、適法かつ公正な手段により収集します。

○個人情報は、本人の同意がある場合など愛媛県個人情報保護条例で定める一定の場合を除き、明示した利用目的以外で利用・提供することはありません。

○収集した個人情報については、《組織名》が厳重に管理し、漏えい、不正流用、改ざん等の防止に適切な対策を講じます。また、利用目的に関し保存の必要のなくなった個人情報については、確実に、かつ、速やかに消去します。

(12) 問い合わせ先

電話、電子メール等のソーシャルメディア以外の問い合わせ先を記載する。

(13) その他 必要に応じ項目を追加すること。

5 情報発信ガイドライン

(1) 情報発信の基本事項

ア 「愛媛県広報広聴戦略プラン」に沿って、新たな広報媒体を活用した情報発信にも的確に対応すること。

イ アカウント毎の利用目的に沿った情報を発信すること。

ウ 取り扱う情報は信頼性を確保し、正確な情報発信を行うこと。

エ 発信はタイムリーであること。

オ 5W1Hの配慮や専門用語の多用を避け、分かりやすい平易な言葉で丁寧に発信することや、使用する画像等により、発信側の意図がすばやく、明確に、正確に伝わるものになるよう工夫すること。特に、誤解を受けるような表現は避けるよう細心の注意を払うこと。

カ 「愛媛県ホームページにおけるアクセシブルなコンテンツの作成方法に関する指針」を参

考としてアクセシビリティに配慮すること。特に機種依存文字等を使用しないこと。

(2) 効果的な情報発信

ア ソーシャルメディア内のつながりの強化

情報の拡散範囲の拡大や利用者とのコミュニケーションを活性化するため、ソーシャルメディア内のつながりを強化するよう、次に示す項目を常に意識し、工夫を凝らすこと。

- (ア) ソーシャルメディアでの情報発信を始めたことを告知する。
- (イ) 最初に目に触れる表紙の写真やバナーを魅力あるものとする。(笑顔、明るい色等)
- (ウ) 活発・多頻度で投稿する。
- (エ) 積極的にフォローを行う。
- (オ) 反応が良い発信内容(写真の活用)や発信時間帯を工夫する。
- (カ) 写真や動画を掲載する場合は、快適に閲覧ができるよう適切な解像度、ファイル容量にするよう工夫すること。

イ 県ホームページ等との連携

多量で複雑な情報は、ソーシャルメディアでの発信が効果的でない場合があるため、県ホームページ等へ詳細情報を掲載し、リンク等で案内するなどの工夫をすること。

また、ソーシャルメディア利用者以外への情報発信の観点からも、県ホームページを含めた其他媒体での情報発信を併用・連携し、アクセス数向上などの相乗効果を高めること。

(3) リスク対策

ア 自身の役割や立場と責任の理解

自身の所属組織や役割を自覚し、業務や専門分野等に合った内容で、責任を持って情報発信すること。

イ 情報発信の際の意思決定

発信する情報については、原則として事前に所属長の了解を得ること。

ウ 利用者(住民等)とのコミュニケーションのあり方

- (ア) 冷静かつ誠実な対応を心がけ、感情的な対応や、敵対的な言動をしないこと。
- (イ) 反対意見を述べる場合は、十分に注意を払うこと。
- (ウ) 傾聴の姿勢を忘れず、利用者の声に耳を傾けること。

エ 発信してはいけない情報

(ア) 業務上知り得た個人情報や機密情報(プレスリリース等の未発表の情報を含む。)、愛媛県の情報セキュリティを脅かすおそれのある情報を発信してはいけない。

(イ) 利用者とのトラブルや愛媛県の信用失墜等を避けるため、次に掲げる不適切な情報を発信してはいけない。

- ①職務の公正性又は中立性に疑義を生じさせるおそれのある情報
- ②他人や組織を誹謗中傷する内容や他人に不快又は嫌悪の念を起こさせるような情報
- ③人種、思想、信条等の差別、又は差別を助長させる情報
- ④著作権等知的財産権の侵害などの違法行為、又は違法行為をおおる情報
- ⑤出所が不確かな信頼できない単なる噂や噂を助長させる情報
- ⑥わいせつな内容及びその内容を含むホームページへのリンク
- ⑦その他公序良俗に反する一切の情報

オ 情報発信内容における「リンク」の取り扱い

(ア) 他のWebサイト等へのリンクを掲載する場合、外部サイトについては一律に県が提供しているサイトと誤認されることを認識して、リンク先が外部サイトであることを明記するなど、慎重に取り扱うこと。

(イ) URL短縮サービスは、本来のURLが分からず、利用者に不安を与えるおそれがあるため、原則として利用しない。

カ 写真掲載への配慮

(ア) 人物写真

人物写真を撮影・掲載する場合は、肖像権やプライバシー保護の観点から、本人に掲載する旨の承諾を得てから掲載すること。

(イ) 商業施設や飲食店内における撮影

商業施設や飲食店内で撮影する場合は、事前に許可を得た上で撮影すること。記事及び写真の掲載についても、あらかじめ相手方の了解を得ること。

(ウ) 県主催以外のイベントなどの撮影

コンサートやプロスポーツなどの場合、写真撮影及びブログへの掲載に許可が必要な場合があるため、主催者に確認のうえ撮影・掲載すること。

6 トラブル対応

発信した情報により、意図せず利用者を傷つけたり誤解を生じさせた場合は、誠実に対応するとともに、正しく理解されるよう努めなくてはならない。

批判や非難のコメントなどが殺到する状態の「炎上」や偽アカウントやアカウントが乗っ取られる「なりすまし」が発生した場合は、速やかに所属長に報告し次のとおり対応するとともに、広報広聴課及びスマート行政推進課へ報告すること。なお、これらの事象が発生し、当該状態が収束しない、又は社会に与える悪影響が大きいと判断される場合は、状況に応じて県ホームページへの掲載や信頼できる機関、メディアを通じて注意喚起を行うこと。

(1) 炎上

炎上が発生した場合は、反論や抗弁は控え、冷静に対応し、発信情報に問題があった場合は修正し謝罪すること。なお、対応に時間を要する場合はその旨の説明をし、無視しているなどと誤解されるような事態を招かないように誠実に対応すること。

ただし、明らかに悪質と判断される利用者からの投稿が継続的に行われた場合は、非表示や削除する等のソーシャルメディアの機能を利用した対応も検討すること。

(2) なりすまし

公式アカウントのユーザIDやパスワードを乗っ取られたり、偽アカウントを取得して活動される「なりすまし」の被害にあった場合は、県ホームページ公式アカウントや、信用できる機関、メディアを通じてなりすましアカウントが存在することの注意喚起を行うこと。

(3) その他

公式アカウントへの不正アクセス、脅迫や詐欺の疑いのある書き込み等、犯罪被害又はそのおそれが発生した場合は、広報広聴課・スマート行政推進課等の関係部署や、警察等の関係機関に速やかに連絡、相談するとともに、事態の收拾に向け最善を尽くすこと。

7 運用管理

(1) 管理用パスワード

ア ソーシャルメディアの制約がない限り、セキュリティ対策上8桁以上の英字（大文字、小文字）、数字、記号を混在させること。

イ 年に1回以上変更すること。また、秘匿を徹底すること。

(2) アカウントの機能設定

ソーシャルメディアの機能については、開設時はもちろん運用後に機能が追加・変更される場合があるため、設定を定期的を確認し、必要に応じて変更すること。

(3) 管理責任

ア 運用、発信情報の管理は、所属長の責任において行うこと。

イ 他自治体や民間との共同運営、又は運営を委託する場合において、県に帰属する情報については、県が責任を問われることを前提に、所属長の責任において運用及び発信情報の管理を行うこと。

ウ 担当者の判断で情報発信できる範囲を事前に設定する場合は、第2の3(1)アの「利用方針」にある決裁フローなどにその旨を記載し、所属長の承認を得て運用すること。なお、担当者の判断で情報発信できるとしている内容については、可能な限り複数の職員で確認を行ってから情報発信し、所属長は定期的に投稿の内容を確認すること。

(4) PDCA

ソーシャルメディアの運用において、PDCA（「Plan(計画)」-「Do(運用)」-「Check(検証・解析)」-「Action(改善・見直し)」）は重要であり、各作業を継続的に繰り返すことで、効果的な広報活動を維持しなければならない。特に以下の項目等を日頃から検証し運用していくこと。

ア 効果的な広報がなされ利用者の反応は良いか。（共有された数、クリック数、コメント内容等）

イ 継続的な情報発信がなされているか。

ウ 総合評価（当初の目的をどれだけ達成できているか。）

なお、事業の縮小等により情報発信する間隔が空き、利用者の反応がほとんどない状態が継続し、改善の見通しが立たない場合は、一時休止や廃止も検討すること。

8 継続と廃止

公式アカウント運営の継続と廃止の判断は、運営主体である所属が行う。なお、広報広聴課は、必要と認める場合、運営主体である所属に改善や廃止等を助言することができる。

(1) 判断基準

以下の状況が発生した場合は、公式アカウント運営自体の廃止を検討すること。

ア 当初の目的を達成したとき。（登録者を他の目的に活用できる場合はこの限りではない）

イ 目標の達成や、情報発信の効果の見込みが立たないと判断されるとき。

ウ セキュリティ上の脅威など、アカウントを継続することで、利用者又は県にとって著しい不利益が生じる事態や可能性が認められたとき。

エ 県の公式アカウントとしての品質が担保できず、利用者の信頼を損なうことに繋がるおそれが高いとき。

(2) 廃止方法

公式アカウントを廃止する場合は、以下の手順で行うこと。ただし、アカウントを継続することで、利用者又は県にとって著しい不利益が生じる事態が認められた場合は、直ちにアカウントを削除することができる。

ア 公式アカウントを廃止する場合は、廃止報告書（様式2）をホームページ管理者（広報広聴課）へ提出し、報告を受けた広報広聴課は、県ホームページの公式アカウント一覧から削除すること。

イ 削除に当たっては、必要と認められる期間、公式アカウント内や県ホームページにおいてアカウントを停止した旨の周知を図った後にアカウントを削除すること。

第3 個人アカウントの私的利用における留意点

個人アカウントでの私的利用においては、自らが公務員であることを自覚し、地方公務員法並びに関係法令を遵守するとともに、県の信用を損ねることがないように、次の事項に特に留意すること。

- (1) 出張中の移動時間や超過勤務時間を含め、勤務時間中の私的利用は行わないこと。
- (2) 業務上支給されている端末を用いた私的利用は行わないこと。
- (3) 思想信条や宗教等、衝突を招きやすく、細心の注意を払う必要のある事柄を話題とする場合には、特に慎重な発信を心がけること。
- (4) 職務に関連する内容については、県政に対する不信を招くおそれがあることを十分理解した上で、情報発信の可否も含め慎重に取り扱うこと。
- (5) 身分を明らかにして情報発信する場合には、その内容が組織の公式見解ではない旨を明示するなど特に注意すること。
- (6) 匿名利用においても、発信者が特定されるおそれがあることを十分に認識し、上記各号の趣旨を踏まえて適切な利用に努めること。

附 則

当ガイドラインは、平成26年1月21日から施行する。

附 則

当ガイドラインは、令和2年4月1日から施行する。

附 則

当ガイドラインは、令和3年4月1日から施行する。