

地方自治法（昭和22年法律第67号）第199条第2項の規定による監査を実施したので、同条第9項の規定に基づき、その監査の結果に関する報告を次のとおり公表する。

令和2年3月24日

秋田県監査委員	小	松	隆	明
秋田県監査委員	三	浦	茂	人
秋田県監査委員	高	橋	洋	樹
秋田県監査委員	川	村	和	夫

令和元年度

# 行政監査の結果に関する報告書

「ソーシャルメディアの利用状況等について」

令和2年3月

秋田県監査委員



# 目 次

## 第 1 監査の概要

1	監査のテーマ	1
2	選定理由	1
3	監査対象機関	1
4	監査の着眼点	2
5	監査の実施期間	2
6	監査の実施方法	2

## 第 2 監査の結果

1	ソーシャルメディアの利用状況	2
(1)	ソーシャルメディアの種類別利用状況	2
(2)	ソーシャルメディアの利用目的	2
(3)	ソーシャルメディアの情報発信内容	3
(4)	フォロワー数	3
(5)	利用開始時期	4
(6)	情報発信の頻度	4
(7)	アカウントの運用ポリシーの策定・公開状況	5
(8)	県ホームページ上でのアカウントの掲載状況	5
(9)	ソーシャルメディアの利用の効果	6
(10)	効果的な情報発信のために工夫していること	6
(11)	閲覧者の反応分析状況	7
(12)	閲覧者からのコメントの確認状況	7
2	リスク管理状況	7
(1)	情報発信端末の状況	7
(2)	管理者用パスワードの更新	8
(3)	情報発信内容の確認	8
(4)	トラブルの発生状況	9
3	各機関における管理状況	9
(1)	リスク管理対策の実施状況	9
(2)	モニタリング（監視）の実施状況	9
(4)	緊急時対応マニュアルの策定状況	10
(5)	ソーシャルメディアに関する研修の受講状況	10
(6)	課題、要望等	10

### 第3 意見

1 効果的な活用について	12
（1）効果的な情報発信	12
（2）情報発信の工夫	12
（3）運用ポリシーの策定及び公開	12
2 リスク管理について	12
（1）情報発信端末のセキュリティの確保	12
（2）運用体制の整備	12
（3）モニタリングの実施	13
（4）緊急時における対応マニュアルの整備	13
3 ガイドラインの策定について	13
4 利用担当者の研修等について	13

#### (参考資料)

県が利用するソーシャルメディアの一覧	14
--------------------	----

# 令和元年度行政監査報告書

## 第1 監査の概要

### 1 監査のテーマ

ソーシャルメディアの利用状況等について

### 2 選定理由

近年、フェイスブックやツイッター等のソーシャルメディアの普及に伴い、国や地方公共団体等の公共機関においても、情報発信等の強化のため、これらのサービスの利用が増えてきており、本県においても、行政情報や観光情報等の発信にソーシャルメディアが利用されている。

一方、ソーシャルメディアによる情報発信は、内容の誤りや不適切な表現等により、不測の事態を招くというリスクを抱えている。

こうしたことを踏まえ、本県のソーシャルメディアの利用状況やリスク管理等について監査を実施し、今後の適正な運用に資することとした。

### 3 監査対象機関

監査を実施するに当たり、知事部局ほか計294機関について、ソーシャルメディアの利用状況に関する事前調査を実施したところ、表1のとおり、53機関において、138のソーシャルメディアのアカウントを保有していることが判明した。

この調査結果に基づき、ソーシャルメディアを利用している全ての機関を監査対象として選定した。

表1 ソーシャルメディアの利用状況（令和元年10月1日現在）

区 分		監査対象機関数	利用機関数	アカウント数
知事部局	本 庁	74	20	78
	地方機関	76	15	30
	小 計	150	35	108
議会及び 各委員会 事務局	議会事務局	1	0	0
	委員会事務局	3	0	0
	小 計	4	0	0
教 育 庁	本 庁	15	1	4
	地方機関	19	7	10
	学 校	60	7	11
	小 計	94	15	25
警 察 本 部	本 庁	26	3	5
	地方機関	20	0	0
	小 計	46	3	5
合 計		294	53	138

注) 1 県が他の機関・団体と共同でソーシャルメディアを利用しているケースについては、その業務を担当している機関を利用機関とした。

2 業務委託により、委託先がソーシャルメディアを利用しているケースについては、委託元の機関を利用機関とした。

3 指定管理者がソーシャルメディアを利用しているケースについては、所管している機関を利用機関とした。

#### 4 監査の着眼点

- (1) ソーシャルメディアの利用状況について
- (2) リスク管理の状況について

#### 5 監査の実施期間

令和元年10月9日から令和元年12月24日まで

#### 6 監査の実施方法

事務局職員による予備監査（実地）を行い、その結果に基づき、監査委員による書面監査を実施した。

## 第2 監査の結果

### 1 ソーシャルメディアの利用状況

#### (1) ソーシャルメディアの種類別利用状況

ソーシャルメディアの種類別利用状況については、表2のとおりである。

県の業務上利用されているソーシャルメディアは、フェイスブックが63アカウントと最も多く、次いでツイッターが38アカウント、インスタグラム及びユーチューブが14アカウント、ライン及びブログ3アカウントであった。

なお、「その他」は、「Weibo」、「WeChat」、「Yahoo!防災速報アプリ」である。

表2 ソーシャルメディアの種類別利用状況

種 別	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
フェイスブック	63	42	3	11	7
ツイッター	38	24	2	6	6
インスタグラム	14	5	1	3	5
ユーチューブ	14	11	1	0	2
ライン	3	1	0	1	1
ブログ	3	1	0	2	0
その他	3	3	0	0	0
計	138	87	7	23	21

#### (2) ソーシャルメディアの利用目的

ソーシャルメディアを利用した情報発信の主な利用目的については、表3のとおりである。

最も多い利用目的は、「ホームページより情報を拡散できる」ことであり、「健康寿命日本一への挑戦」など県の重要施策では、事業内容の周知を図るため、業務委託等により、ソーシャルメディアを積極的に利用していた。

次に多い利用目的は、「素早く情報伝達できる」ことであり、指定管理者は、この利用目的が3分の2を占めていた。

なお、「その他」の利用目的は、「若い世代にアプローチすること」、「認知度を向上させる」こと、「希望者に確実に情報伝達ができる」ことなどであった。

表3 ソーシャルメディアの主な利用目的

種 別	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
HPより情報を拡散できる	68	37	6	20	5
素早く情報伝達できる	43	27	1	1	14
動画を配信できる	8	7	0	0	1
状況把握、データ収集	3	3	0	0	0
その他	16	13	0	2	1
計	138	87	7	23	21

※ 最も適すると思われる項目一つを選択

(3) ソーシャルメディアの情報発信内容

ソーシャルメディアの情報発信内容については、表4のとおりである。

主な内容としては、「観光・レジャー関係」が全体の約32%に当たる44アカウントと最も多く、県の機関以外の運用主体では、過半数を占めていた。

次に多い情報発信内容は、「イベント関係」であり、以下、「産業・労働関係」、「学校関係」、「暮らし生活関係」及び「学術・文化・スポーツ関係」、「農林関係」、「健康・保健関係」の順となっている。

なお、「その他」の情報発信内容は、「職員採用関係」、「選挙関係」、「防犯関係」などであった。

表4 情報発信内容

種 別	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
観光・レジャー関係情報	44	15	4	10	15
イベント関係情報	36	21	3	6	6
産業・労働関係情報	11	10		1	
学校関係情報	11	11			
暮らし生活関係情報	9	9			
学術・文化・スポーツ関係情報	6	5		1	
農林関係情報	6	6			
健康・保健関係情報	4			4	
その他	11	10		1	
計	138	87	7	23	21

(4) フォロワー数

フォロワー数上位のアカウントについては、表5のとおりである。

観光戦略課及び観光振興課で保有するアカウントが上位を占めており、その他では、広報広聴課の「秋田県庁（ツイッター）」、近代美術館の「秋田県立近代美術館（ツイ



ッター)」が上位となっている。

一方、フォロワー数が2桁以下のアカウントが全体の2割強を占めており、ソーシャルメディアの「情報を拡散できる」強みを活かしてきれてないケースが散見された。

表5 フォロワー数上位のアカウント

種別	アカウント名	機関名	フォロワー数
フェイスブック	あきたびじょん	観光戦略課	56,522
フェイスブック	秋田趴趴走	観光振興課	43,187
フェイスブック	Akita Japan	観光振興課	31,876
ツイッター	秋田県庁	広報広聴課	16,114
ツイッター	あきたびじょん	観光戦略課	15,464
インスタグラム	あきたびじょん	観光戦略課	14,933
フェイスブック	秋田県観光総合ガイドあきたファン・ドット・コム	観光振興課	12,432
微博「Weibo」	日本秋田県観光局	観光振興課	11,832
ツイッター	秋田県立近代美術館	近代美術館	5,661
ツイッター	秋田県観光総合ガイドあきたファン・ドット・コム	観光振興課	5,429

#### (5) 利用開始時期

ソーシャルメディアの種類別利用開始時期については、表6のとおりである。

ソーシャルメディアの利用は、平成21年、秋田ふるさと村において、指定管理者がユーチューブの利用を開始したのが始まりであり、県の機関では、平成22年に観光振興課で初めてツイッターの利用を開始した。

ソーシャルメディアについては、平成21年以降毎年アカウントが開設されており、平成30年には、最多の27アカウントが開設された。

表6 ソーシャルメディアの種類別利用開始時期

区分	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	計
フェイスブック			5	7	10	4	6	10	3	10	8	63
ツイッター		3	4	2	3	1	1	4	4	8	8	38
インスタグラム				1			1	3	3	3	3	14
ユーチューブ	1	1	2		2			3	3	1	1	14
ライン										2	1	3
ブログ					1		1		1			3
その他										3		3
計	1	4	11	10	16	5	9	20	14	27	21	138

※ R1には、H31の6アカウントを含む。

#### (6) 情報発信の頻度

ソーシャルメディアの情報発信の頻度については、表7のとおりである。

全体の約38%に当たる53アカウントでは、週1回以上情報を発信しており、県の機関では、過半数が週1回以上情報発信していた。

また、「イベント関係」や「動画」情報を発信をしているアカウントでは、不定期に情報発信をしているケースが多かった。

なお、9つのアカウントは、本年度情報発信されておらず、休止状態となっていた。

表7 情報発信の頻度

区 分	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
ほぼ毎日	15	12		1	2
週に2～3回	24	12	2	2	8
週に1回	14	8		5	1
月に2～3回	23	16	2	3	2
月に1回	5	4	1		
不定期	42	24	1	9	8
その他	15	11	1	3	
（うち本年度未発信）	(9)	(7)	(1)	(1)	
計	138	87	7	23	21

## (7) アカウントの運用ポリシーの策定・公開状況

アカウントの運用ポリシー（以下、「運用ポリシー」という。）の策定・公開状況については、表8のとおりである。

運用ポリシーを策定しているのは、全体の約46%に当たる64アカウントであり、公開しているものは全体の2割に満たなかった。

なお、策定していないアカウントについては、「必要性を感じていない」こと、「策定内容がわからない」ことなどを主な理由としていた。

表8 アカウントの運用ポリシーの策定・公開状況

区 分	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
策定している	64	45	3	14	2
(内訳)	公開あり	(27)	(20)	(7)	
	公開なし	(37)	(25)	(7)	(2)
策定していない	74	42	4	9	19
計	138	87	7	23	21

## (8) 県ホームページ上でのアカウントの掲載状況

県ホームページ上でのアカウントの掲載状況については、表9のとおりである。

県ホームページ上に掲載しているのは、全体の約59%に当たる82アカウントであり、県の機関では、約70%のアカウントで掲載していた。

なお、掲載していないアカウントについては、「美の国あきたネットのライセンスがない」こと、「施設のホームページにリンクを掲載している」こと、「必要性がない」ことなどを主な理由としていた。

表9 県ホームページ上でのアカウントの掲載状況

区 分	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
掲載している	82	61	3	18	
掲載していない	56	27	4	5	21
計	138	87	7	23	21

(9) ソーシャルメディアの利用の効果

ソーシャルメディアの利用の効果に関する回答の結果は、表10のとおりである。

「効果がある」との回答があったのは、全体の約88%に当たる122アカウントであり、主な効果としては、「県ホームページより情報の拡散性が高い」こと、「迅速に情報を拡散できる」こと、「集客に効果があった」ことなどであった。

なお、「効果がない」との回答があったアカウントについては、「フォロワー数があまり伸びず、情報の広がりがない」こと、「効果が測定できない」こと、「休止状態である」ことなどを主な理由としていた。

表10 ソーシャルメディアの利用の効果

区 分	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
効果がある	122	77	7	23	15
効果がない	16	10			6
計	138	87	7	23	21

(10) 効果的な情報発信のために工夫していること

ソーシャルメディアの効果的な情報発信のため、各機関で工夫している主な事例は、表11のとおりである。

表11 効果的な情報発信のため工夫している事例

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 興味を引く写真や画像を掲載する</li> <li>○ タイムリーな情報を提供する</li> <li>○ 情報発信の頻度を高める</li> <li>○ 閲覧者目線で文章を作成する</li> <li>○ 読みやすい内容、文体で記載する</li> <li>○ ハッシュタグを活用する</li> <li>○ 動画を活用する</li> <li>○ ホームページにリンクを貼り付ける</li> </ul>
---

(11) 閲覧者の反応分析状況

閲覧者の反応分析状況については、表12のとおりである。

分析を行っているのは、全体の約38%に当たる53アカウントであり、主な分析内容は、「リーチ数やいいねの数」、「閲覧者のコメントの内容」、「いいねの数の多い掲載文の傾向」などであった。

なお、分析を行っていないアカウントについては、「分析方法がわからない」こと、「情報発信を主としている」こと、「コメントが少ない」ことなどを主な理由としていた。

表12 閲覧者の反応分析状況

区 分	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
分析を行っている	53	42	2	9	
分析を行っていない	85	45	5	14	21
計	138	87	7	23	21

(12) 閲覧者からのコメントの確認状況

閲覧者からのコメントの確認状況については、表13のとおりである。

ほぼ毎日確認しているのは、全体の約31%に当たる43アカウントであり、週1回以上確認しているアカウントは、全体の約63%であった。

なお、「その他」は、「コメントを確認していない」、「コメントがない」、「情報発信していない」などであった。

表13 閲覧者からのコメントの確認状況

区 分	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
ほぼ毎日	43	26	1	11	5
週に2～3回	25	11	1	8	5
週に1回	19	19			
月に2～3回	9	5		2	2
月に1回	14	8	4		2
不定期	17	9	1		7
その他	11	9		2	
計	138	87	7	23	21

## 2 リスク管理状況

(1) 情報発信端末の状況

情報発信端末の状況については、表14のとおりである。

全体の62%に当たる93アカウントでは、一人一台又は共用により県配付パソコンを使用していた。

なお、職員個人の携帯端末を使用しているアカウントは全体の約13%を占めていたが、「本県では、インターネット接続において仮想環境を使用するなどの制限が設けられており、公用のパソコンによる情報発信ができない」こと、「イベント等の現場でタイムリーな情報発信をするためには、公用のパソコンを使用できない」ことを主な理由としていた。

表14 情報発信端末の状況

区 分		アカウント数	割合(%)
県配付PC等		93	62.0
(内訳)	一人一台PC	(75)	(50.0)
	共用PC(セキュリティ対策済)	(18)	(12.0)
職員個人の端末		19	12.7
委託業者所有PC等		19	12.7
指定管理業者所有PC等		19	12.7
計		150	100.0

※ 重複して使用している機関があるため、アカウント計とは合わない。

### (2) 管理者用パスワードの更新

管理者用パスワードの更新状況については、表15のとおりである。

アカウントの乗っ取りを防止するためには、定期的にパスワードを変更することが有効と考えられるが、定期又は不定期に更新しているアカウントは、全体の約45%に止まっていた。

なお、更新していないアカウントについては、「引継時のミスを防ぐ」こと、「パスワードを忘れる恐れがある」こと、「委託業者又は指定管理者に任せている」こと、「特に必要性を感じない」ことなどを主な理由としていた。

表15 管理者用パスワードの更新状況

区 分	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
定期的に更新	6	3		3	
不定期ではあるが更新	56	31		13	12
更新していない	76	53	7	7	9
計	138	87	7	23	21

### (3) 情報発信内容の確認

情報発信の際の内容の確認状況は、表16のとおりである。

文書決裁又は口頭等により所属長等の確認を得ていたのは、全体の約49%に当たる67アカウントであった。

なお、担当者以外の確認をせずに情報発信しているアカウントについては、「情報発信のスピードを重視している」ことを理由としているケースがほとんどであった。

表16 情報発信内容の確認状況

区 分	アカウント数	運用主体別			
		県の機関が運用しているもの	他の機関・団体と共同利用しているもの	業務委託により運用しているもの	指定管理者が運用しているもの
所属長等による確認	67	58	1	8	
(内訳)	文書決裁	(51)	(42)	(1)	(8)
	口頭等確認	(16)	(16)		
担当者による確認	71	29	6	15	21
計	138	87	7	23	21

※ この表の所属長とは、県の機関の所属長のことをいう

(4) トラブルの発生状況

過去3年間（平成29年4月1日以降）では、いずれの機関でも「成りすまし」や「乗っ取り」、「炎上」、「デマの書き込み」などのトラブルの発生はなかった。

3 各機関における管理状況

(1) リスク管理対策の実施状況

リスク管理対策の実施状況については、表17のとおりである。

リスク管理対策を実施しているのは、全体の約75%に当たる40機関であった。

なお、実施していない機関については、「ソーシャルメディアを始めたばかりで体制が整っていない」こと、「これまでトラブルが発生していない」こと、「必要性を感じていない」ことなどを主な理由としていた。

表17 リスク管理対策の実施状況

区 分	利用機関数	割合(%)
実施している	40	75.5
実施していない	13	24.5
計	53	100.0

(2) モニタリング（監視）の実施状況

モニタリングの実施状況については、表19のとおりである。

運用ポリシー等でルールを定めたいうえでモニタリングを実施している機関は、全体の約13%に当たる7機関であった。

なお、「実施していない」と回答のあった機関についても、ほとんどが閲覧状況やコメントの書き込み状況などを定期又は不定期で確認していた。

表19 モニタリングの実施状況

区 分	利用機関数	割合(%)
実施している	7	13.2
実施していない	46	86.8
計	53	100.0

(3) 緊急時対応マニュアルの策定状況

トラブル等が発生した場合における緊急時対応マニュアルの策定状況については、表20のとおりである。

緊急時対応マニュアルを策定しているのは、全体の約15%に当たる8機関であった。

なお、策定していない機関では、「マニュアル策定のためのスキルが不足している」こと、「必要性を感じていない」こと、「現在検討中又は準備中である」ことなどを主な理由としていた。

表20 緊急時対応マニュアルの策定状況

区 分	利用機関数	割合(%)
策定している	8	15.1
策定していない	45	84.9
計	53	100.0

(5) ソーシャルメディアに関する研修の受講状況

ソーシャルメディアの利用等に関する研修の受講状況については、表21のとおりである。

「研修を受講したことがある」との回答があったのは、全体の約38%に当たる20機関であった。

受講したことがない機関については、「日程や予算の都合がつかなかった」こと、「研修案内や受講に関する情報がなかった」こと、「受講する機会が少ない」こと、「受講会場が遠い」ことなどを主な理由としていた。

表21 ソーシャルメディアに関する研修の受講状況

区 分	利用機関数	割合(%)
受講したことがある	20	37.7
受講したことがない	33	62.3
計	53	100.0

(6) 課題、要望等

ソーシャルメディアを利用するにあたっての主な課題及び要望については、表22のとおりである。

表22 ソーシャルメディアを利用するにあたっての課題及び要望

○ 投稿するにあたって所属長の決裁を得ることになっているが、決裁が下りるまでに時間がかかる。
○ 1人1台パソコンはユーチューブにアクセスできないなど、県のネットワーク制限の中では、ソーシャルメディアが持つ、より発信性の高い機能を有効活用することが難しい。
○ ソーシャルメディアの運用にあたっては、特定の職員（発信担当者）の負担が大きい。

- 経費をかけなくてもアカウントを開設、運用できるのがソーシャルメディアの強みだが、しっかりとした運用のためには、専任者を置くか、複数人での運用体制の構築が必要である。
- 投稿内容に「面白さ」がないといけない。行政としてできる範囲の中で「面白さ」を出すためには、担当者の力量と承認者の柔軟性が必要である。しかし、「投稿のうまさ」は担当者次第となっているとともに、「せっかくキャッチーな投稿を考えても起案すると修正される」といった声も聞かれることから、決裁者の理解も同時に深める必要がある。
- 年に1回程度の研修だけではなく、掲示板やキャビネット等で情報共有を行うなど、日頃からSNSを運用する上での課題や効果的な方法を全庁レベルで共有し、ノウハウを培うことが必要である。
- 県で統一化されたガイドラインが現時点でないため、本庁所管課等で全庁的に統一された「ソーシャルメディアの運用に関するガイドライン」を策定して、各機関に示してほしい。
- 「アカウントの運用ポリシー」及び「緊急時対応マニュアル」等を作成するに当たって、本庁所管課等に参考とすべき「ひな形」を示してもらいたい。ただし、投稿を行うプロセス等が煩雑になり、タイムリーな情報を発信できる利点を失う内容とならないようにしていただきたい。
- 担当者のソーシャルメディアに関する知識やリスク管理に関する知識を身につける機会を増やして欲しい。
- ソーシャルメディアの種類も増え、効果的な情報発信の媒体も変わってきているため、時代に合わせた研修等を開催してほしい。
- ソーシャルメディアの利用等に関する研修について、開催会場を増やすとともにその情報を周知してほしい。
- ソーシャルメディアを活用できる人材を育成し、職場に担当者チーム（複数担当者）を配置すべきである。具体的には、ユーザーから関心を持ってもらえるような工夫についての講習や安全運用面を重視したトラブル対策や適切な対応の仕方についての研修を希望する。また、充実した運用を継続するためにも後任の主担当者が不安を抱かないような環境やスキルアップ対策も検討していただきたい。
- SNSを使った情報発信力向上セミナーや、画像・動画の編集方法を学ぶセミナーを県主催で開催するか、民間主催のセミナー等に関する情報を提供してほしい。
- 県公式SNSへの投稿依頼等、利用できるものの存在自体を知らないことがあるので、周知方法を工夫していただきたい。
- パソコンによる投稿のアップは時間がかかり不便なため、タブレットなどの端末を導入してほしい。



### 第3 意見

今回の行政監査では、「ソーシャルメディアの利用状況等について」をテーマとして監査を実施した。

その結果、いずれの機関においてもトラブルの発生はなかったが、「効果的な活用」及び「リスク管理」の観点から一部改善を要する事項が認められたので、意見を述べる。

今後、この報告書をもとに見直しを必要とする事項については速やかに改善を図り、ソーシャルメディアを利用した効果的な情報の発信及び適切なリスク管理に努められたい。

#### 1 効果的な活用について

##### (1) 効果的な情報発信

長期間にわたり情報が未発信のアカウントが一部で見受けられたので、改めてソーシャルメディアの利用の必要性について検討し、必要と認められる場合には、効果的な情報発信に努めるとともに、必要性がなくなったと判断される場合はアカウントを削除するなどの対応をされたい。

##### (2) 情報発信の工夫

「情報の拡散」を利用目的としながら、フォロワー数が低水準に止まっているアカウントが散見されたので、閲覧者の反応やコメントなどを把握のうえ、より多くの人に閲覧してもらえよう工夫して情報発信に努められたい。

##### (3) 運用ポリシーの策定及び公開

運用ポリシーを策定しているアカウントは、全体の半分に満たなかったが、広報広聴課で作成している「広報・広聴マニュアル」では、「ソーシャルメディアの情報発信に当たって、設置目的、運用方針等をあらかじめ定めて開設すること」とされているので、マニュアルに沿った対応をされたい。また、情報発信のルール等について、閲覧者に正しく情報が伝わるよう、運用ポリシーは公開されたい。

#### 2 リスク管理について

##### (1) 情報発信端末のセキュリティの確保

ソーシャルメディアの情報発信に当たって、職員個人の携帯端末を使用しているアカウントが約1割強見受けられたが、職員個人の携帯端末ではセキュリティ確保が困難と思われることから、スマートフォンを使用しなければならない場合は、公用のスマートフォン等を導入するなどの対策を検討されたい。

##### (2) 運用体制の整備

ソーシャルメディアの利用に当たり、担当者のみ確認により情報発信しているアカウントが過半数を占めていたので、発信内容の誤り等を防ぐため、複数人によりチェックを行う等、運用体制の整備に努められたい。

### (3) モニタリングの実施

運用ポリシー等でモニタリングのルールを定めていないアカウントが多数見受けられたが、「成りすまし」や「乗っ取り」などのトラブル発生防止又は早期発見のためには、一定のルールに基づき定期的にモニタリングを実施することが重要であるので、適切に対応されたい。

### (4) 緊急時における対応マニュアルの整備

今回の監査では、いずれの機関においてもトラブルの発生事例はなかったが、緊急時における対応マニュアルを整備していない機関が多数見受けられたので、リスクに対する意識を高めるとともに、トラブルが発生した場合に速やかに対応できるよう、緊急時対応マニュアルや連絡体制等の整備に努められたい。

## 3 ガイドラインの策定について

ソーシャルメディアによる情報発信について、広報広聴課で作成している「広報・広聴マニュアル」では、開設時の対応等に係る記述はあるものの、リスク管理に関する具体的な手法については記載されていなかった。

今回の監査の結果、上記のとおり、一部改善を要する事項が認められたが、これらの理由として、「対応の仕方がわからない」ことを挙げるケースが多数見受けられた。

また、監査対象機関から、ソーシャルメディアの利用に当たって、「県として統一したガイドラインを作成してほしい」、「アカウントの運用ポリシーや緊急時対応マニュアルなどのひな形を示してほしい」などの要望があった。

ソーシャルメディアによる情報発信について、現状では、各機関の責任において運用することとされているが、一部の機関でトラブルが発生すれば、県全体の信用失墜につながることから、不測の危機等への対応も念頭に置いて、県全体で統一したガイドラインを策定されたい。

## 4 利用担当者の研修等について

ソーシャルメディアに関する研修について、受講したことがない機関が6割強を占めていたが、これらのうち大半の機関では、日程や予算、受講会場などの課題が解消されれば研修に参加したいとの意向を示していた。

また、情報発信力を向上させるためには、人材育成が不可欠であることから、これらの知識を習得するための機会を提供してほしいとの要望もあった。

各機関からの要望を踏まえ、ソーシャルメディアに関する研修の機会を設けられるよう検討されたい。

## 県が利用するソーシャルメディアの一覧

部局等名	番号	課(局・センター・室・所)名	アカウント数	種類	アカウント名	県以外の運用主体
総務部	1	総務課	1	フェイスブック	全国あきた県人会	
				ツイッター	秋田県庁	
	2	広報広聴課	3	フェイスブック	秋田県庁	
				ユーチューブ	WebTVあきた	
3	東京事務所	1	フェイスブック	あきた充だみ隊 首都圏営業本部(秋田県東京事務所)		
4	公文書館	1	ツイッター	秋田県公文書館(@Akita_Archives)		
企画振興部	5	総合政策課	2	ツイッター	あきたブックネット	
				ユーチューブ	あきたブックネット	
6	市町村課	2	ツイッター	秋田県選挙管理委員会事務局		
			フェイスブック	秋田県選挙管理委員会事務局		
あきた 未来創造部	7	移住・定住促進課	7	ユーチューブ	秋田県移住・定住促進課	
				ツイッター	こっちゃけ【秋田県就活情報サイト】	
				フェイスブック	秋田県就活情報サイト【Kocchake! (こっちゃけ)】	
				ツイッター	AKITAライフサークル	委託業者
				フェイスブック	AKITAライフサークル	委託業者
				ツイッター	“秋田暮らし”ははじめの一步	
				フェイスブック	秋田暮らし はじめの一步	
	8	次世代・女性活躍支援課	5	ユーチューブ	秋田県次世代・女性活躍支援課	
				フェイスブック	Cheer Akita	委託業者
				フェイスブック	あきた子育て情報いっしょにねっと	
	9	地域づくり推進課	4	フェイスブック	あきた女性の活躍応援ネット	
				フェイスブック	あきた女性の活躍応援ネット	
				ユーチューブ	あきた女性の活躍応援ネット	
				フェイスブック	関係人口会議	委託業者
観光文化 スポーツ部	10	観光戦略課	25	ツイッター	北部市民活動サポートセンター	委託業者
				フェイスブック	あきた元気ムラ!	
				フェイスブック	あきた元気ムラ	
				ツイッター	あきたたびじょん	
				フェイスブック	あきたたびじょん	
				インスタグラム	あきたたびじょん	
				ユーチューブ	あきたたびじょん	
				ツイッター	あきたたびじょんlive!	委託業者
				ツイッター	なんも大学	委託業者
				フェイスブック	なんも大学	委託業者
				インスタグラム	なんも大学	委託業者
				インスタグラム	秋田ふるさと村	指定管理者
				ツイッター	秋田ふるさと村(ノブくんツイッター)	指定管理者
				フェイスブック	秋田ふるさと村	指定管理者
				ユーチューブ	秋田ふるさと村	指定管理者
				フェイスブック	スバ&リゾートホテル秋の宮山荘	指定管理者
				フェイスブック	田沢湖スキー場	指定管理者
	インスタグラム	田沢湖スキー場	指定管理者			
	ツイッター	田沢湖スキー場	指定管理者			
	フェイスブック	フォレスト鳥海	指定管理者			
	ツイッター	フォレスト鳥海	指定管理者			
	ライン	フォレスト鳥海	指定管理者			
	フェイスブック	男鹿水族館GAO	指定管理者			
	ユーチューブ	男鹿水族館GAO(ogaaquariumGAO)	指定管理者			
	インスタグラム	男鹿水族館GAO(ogaaquariumGAO)	指定管理者			
	インスタグラム	十和田ホテル	指定管理者			
	ツイッター	十和田ホテル	指定管理者			
	フェイスブック	十和田ホテル	指定管理者			
	11	観光振興課	8	フェイスブック	秋田県観光総合ガイド あきたファン・ドット・コム	委託業者
				フェイスブック	Discover Akita	委託業者
ツイッター				秋田県観光総合ガイド あきたファン・ドット・コム		
フェイスブック				秋田凱走		
フェイスブック				이키타현 (秋田県)	委託業者	
フェイスブック				Akita Japan	委託業者	
Weibo	日本秋田県観光局	委託業者				
Wechat	日本秋田県観光局	委託業者				
12	秋田うまいもの販売課	1	フェイスブック	本日あきた発酵中。		
13	文化振興課	1	フェイスブック	国民文化祭・あきた2014		
14	スポーツ振興課	1	フェイスブック	秋田県スポーツ情報ステーション		
健康福祉部	15	健康づくり推進課	4	ツイッター	秋田健 - ここから始める健康寿命日本一	委託業者
				フェイスブック	秋田健 - ここから始める健康寿命日本一	委託業者
				ライン	秋田県健康づくり県民運動推進協議会	委託業者
				インスタグラム	秋田健 - ここから始める健康寿命日本一	委託業者
生活環境部	16	動物愛護センター	3	ツイッター	ワンニャンピアあきた	
				フェイスブック	ワンニャンピアあきた	
				インスタグラム	ワンニャンピアあきた	

部局等名	番号	課(局・センター・室・所)名	アカウント数	種類	アカウント名	県以外の運用主体
農林水産部	17	農林政策課	2	ユーチューブ	秋田県農林政策課 スマート農業動画チャンネル	
				ユーチューブ	ウェルカム秋田！移住就業応援公式チャンネル	
	18	農山村振興課	3	ツイッター	(特非)秋田花まるっグリーンツーリズム協議会	他の機関・団体
				フェイスブック	(特非)秋田花まるっグリーンツーリズム協議会	他の機関・団体
				ユーチューブ	(特非)秋田花まるっグリーンツーリズム協議会	他の機関・団体
	19	畜産振興課	1	フェイスブック	秋田牛研	
	20	農業研修センター	1	フェイスブック	次世代農業経営者ビジネス塾	
21	農業試験場	1	フェイスブック	秋田農試フロンティア研修		
22	林業研究研修センター	1	フェイスブック	秋田林業大学校(@akitarindai)		
産業労働部	23	産業政策課	1	ツイッター	がんばつけさん【秋田県公式】	
	24	商業貿易課	2	フェイスブック	秋田県商業コミュニティ本部	
				フェイスブック	動き出す、商店街プロジェクト	委託業者
	25	雇用労働政策課	3	ツイッター	SHE project AKITA	委託業者
				フェイスブック	SHE project AKITA	委託業者
				インスタグラム	SHE project AKITA	委託業者
	26	鷹巣技術専門校	1	フェイスブック	秋田県立鷹巣技術専門校	
	27	秋田技術専門校	2	ツイッター	秋田県立秋田技術専門校	
フェイスブック				秋田県立秋田技術専門校		
28	大曲技術専門校	2	フェイスブック	秋田県立大曲技術専門校		
			ユーチューブ	大曲技術専門校		
建設部	29	建設政策課	2	ツイッター	秋田県建設担い手センター	
				フェイスブック	あきた建設女性ネットワークローバー	
地域振興局	30	鹿角地域振興局 総務企画部	2	フェイスブック	十和田八幡平『のんびり探検隊3』	
				ブログ	十和田八幡平『のんびり探検隊3』	
	31	山本地域振興局 総務企画部	3	ツイッター	あきた白神たびネット	他の機関・団体
				フェイスブック	あきた白神たびネット	他の機関・団体
				インスタグラム	あきた白神たびネット	他の機関・団体
	32	秋田地域振興局 総務企画部	4	ツイッター	日本国花苑フォトコンテスト	
				フェイスブック	日本国花苑フォトコンテスト	
				インスタグラム	日本国花苑フォトコンテスト	
	33	由利地域振興局 総務企画部	2	フェイスブック	あきたどまんなか宣伝局	
				ツイッター	まるつとくん	
34	仙北地域振興局 総務企画部	4	ユーチューブ	ゆり〜んツーリズムチャンネル		
			ツイッター	観光戦隊仙北調査員		
			フェイスブック	秋田県仙北地域振興局ー秋田こまち路〜大仙・角館・田沢湖・美郷〜		
			インスタグラム	tourism_semboku		
35	雄勝地域振興局 総務企画部	2	アメーバブログ	秋田こまち路ブログ		
			アメーバブログ	湯沢雄勝観光ブログ「こ・ま・ち」		
教育庁	36	生涯学習課	4	フェイスブック	湯沢雄勝広域観光推進機構	他の機関・団体
				ツイッター	秋田県立美術館	指定管理者
				フェイスブック	秋田県立美術館	指定管理者
				ツイッター	あきた白神体験センター	指定管理者
	37	図書館	3	インスタグラム	あきた白神体験センター	指定管理者
				フェイスブック	秋田県立図書館	
				ツイッター	あきた文学資料館	
	38	大館少年自然の家	1	フェイスブック	あきた文学資料館	
				フェイスブック	秋田県立大館少年自然の家	
	39	保呂羽山少年自然の家	1	フェイスブック	秋田県立保呂羽山少年自然の家	
	40	近代美術館	2	ツイッター	秋田県立近代美術館	
	41	博物館	1	フェイスブック	秋田県立近代美術館	
	42	農業科学館	1	フェイスブック	秋田県立博物館	
43	埋蔵文化財センター	1	フェイスブック	秋田県立農業科学館		
県立学校	44	十和田高校	4	フェイスブック	あきた 埋文	
				ツイッター	秋田県立十和田高等学校野球部[公式]	
				フェイスブック	秋田県立十和田高等学校野球部	
				インスタグラム	秋田県立十和田高等学校野球部[公式]	
	45	秋田明德館高校	2	ツイッター	十和田高校食物部	
				フェイスブック	秋田明德館高等学校	
	46	矢島高校	1	フェイスブック	秋田県立秋田明德館高等学校	
47	大曲高校	1	フェイスブック	矢島高校 やしまブランドイングプロジェクト		
48	大曲農業高校	1	ツイッター	@omagari_koukou		
49	平成高校	1	フェイスブック	秋田県立大曲農業高等学校太田分校		
50	大曲支援学校	1	ツイッター	秋田県立平成高等学校		
警察本部	51	警務部警務課	3	フェイスブック	秋田県立大曲支援学校せんぼく校	
				ライン	秋田県警察採用ページ	
	ユーチューブ	秋田県警察採用係				
52	警務部広報広聴課	1	フェイスブック	秋田県警察採用チャンネル		
53	生活安全部 生活安全企画課	1	ツイッター	秋田県警察本部(@akita_mamorai)		
Yahoo!防災速報	秋田県警察本部					
合計	53	機関	138	アカウント		