

# 上越市ソーシャルメディアガイドライン (改定版)

平成 28 年 6 月策定

令和 4 年 4 月改定、同年 9 月施行

総務部 行政イノベーション課  
広報対話課  
人事課

## 目次

<b>1</b>	<b>ガイドライン策定の趣旨</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>ソーシャルメディアの定義</b>	<b>1</b>
<b>3</b>	<b>適用範囲</b>	<b>1</b>
<b>4</b>	<b>ソーシャルメディアの効果的な活用に向けて</b>	<b>1</b>
	(1) なぜ <発信すべき理由>	1
	(2) 何を、いつ <受け手のニーズを意識>	2
	(3) 誰に <情報発信のターゲットの明確化>	2
	(4) どのように <伝達手段・方法>	2
<b>5</b>	<b>ソーシャルメディアの利用にあたって遵守すべきこと</b>	<b>3</b>
	(1) 公の発信であることの認識と責任を持つこと	3
	(2) ソーシャルメディアの特徴を認識し、慎重な発言を心掛けること	3
	(3) 法令及び内部規定を遵守すること	3
	(4) 機密情報を保護すること	4
	(5) 不適切な発信を行わないこと	4
	(6) ソーシャルメディアサービスにおけるセキュリティの機密性を踏まえた運用を行うこと	4
<b>6</b>	<b>ソーシャルメディアの利用時の手順</b>	<b>4</b>
	(1) 情報発信等の主な流れ	4
	(2) トラブル等への対応	6
<b>7</b>	<b>私的利用時</b>	<b>7</b>
	(1) 基本姿勢	7
	(2) 禁止事項	7
	(3) トラブル等への対応	7

## 1 ガイドライン策定の趣旨

現在、国では日本全体のDX（デジタル・トランスフォーメーション）を強かに推し進めることとしており、地方自治体に対してもデジタル技術やデータの活用による住民の利便性の向上や、業務の効率化が要請されています。

市からの市政情報の発信においても、現在の国民生活において重要な情報提供及び情報収集の手段の一つとなっているソーシャルメディアの利活用が求められています。

このことから、本ガイドラインでは、必要な情報を、必要なときに、必要な人へ届けることで、その人がその情報を容易に利活用できる環境を構築するため、ソーシャルメディアの有効かつ適切な運用に向けた指針を示します。

また、ソーシャルメディアには、情報伝達の即時性や双方向性、高い情報拡散力などの特長がある一方、不正確、不用意な情報の発信によって予期しない影響や混乱が生じるリスクも存在します。さらに、取扱う情報に応じたセキュリティ対策等が必要になります。

本指針では、これらのリスクやセキュリティ対策等に対する基本的な考え方や留意点も併せて示します。

## 2 ソーシャルメディアの定義

本ガイドラインにおける「ソーシャルメディア」とは、インターネットを利用して誰でも手軽に情報を発信し、相互のやりとりができる双方向のメディアを言います。代表的なものとして、ブログ、Facebook や X（旧 Twitter）等の SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）、YouTube や TikTok 等の動画共有サイト、LINE 等のメッセージングアプリがあります。

## 3 適用範囲

このガイドラインは、下記に対して適用します。

- ・一般職の職員（会計年度任用職員及び併任職員を含む。）
- ・業務として市のソーシャルメディアアカウントの運用を委託された事業者及び市所有施設の指定管理者等

## 4 ソーシャルメディアの効果的な活用に向けて

ソーシャルメディアを用いて、伝えたい情報を伝えたい相手に届けるためには、次のことを踏まえ、系統立った運用計画のもとに発信してください。

### （1）なぜ <発信すべき理由>

事業等の目的に照らし、なぜ情報発信をすべきなのか、また、なぜ情報発信の手段としてソーシャルメディアを選択するのかを整理する。（ソーシャルメディアによる発信のメリ

ットとして、即時性や拡散性のある情報発信ができる一方、情報を受け取る側の ICT リテラシーの差によって、情報格差が生じるおそれもある)

(2) 何を、いつ <受け手のニーズを意識>

受け手の状況(知識・能力・目的など)を考慮し、市が発信したい(すべき)内容を最も適切な内容、タイミングで伝える。

(3) 誰に <情報発信のターゲットの明確化>

年代、家族構成、職業、居住場所、趣味、ライフスタイル、潜在意識(UIターン・転職など)などの人物像を具体的に設定する。

(4) どのように <伝達手段・方法>

**【基本方針】**

市民向けの情報発信については、原則として広報対話課が運用する市公式アカウント(LINE、X(旧Twitter)、YouTube)により行うものとします。市民向けの発信窓口を一本化することで、複数のアカウントを登録する手間を省くなど、受け手側の利便性向上を図ります。また、アカウントを集約することで、市政情報を総合的な判断のもと、戦略的に発信し、市公式アカウントそのものの価値を高めます。

一方で、市外の人向け、または市民向けであってもターゲットを一部の人に限定するような情報発信については、後述の①、②を踏まえ、別途個別にアカウントを設け、発信することとします。

**【個別にアカウントを開設するケース】**

**① ターゲットの属性に応じて適切なサービスを選択**

年代等によって、ウェブサイトやソーシャルメディア等のインターネット上のメディアと、テレビ、ラジオ、新聞等といった従来型メディアの利用状況は異なります。(例：①10代、20代ではインターネット利用時間がテレビを含むその他メディアの利用時間を上回る、②年代が上がるとともに最もテレビの利用時間が長くなる=50代、60代へのインターネットを通じた発信は効果が小さい)

また、ソーシャルメディアの中でも、各サービスによって年代ごとの利用状況が異なります。(例：主な利用者としては、Facebook=30、40代、X(旧Twitter)=10、20代、Instagram=10、20、30代)

(2)で設定したターゲットが利用する割合の高いサービスを確認し、情報が届く可能性が高いものを選択する必要があります。

**② 各ソーシャルメディアの特性を踏まえ適切なサービス・頻度による発信を**

発信内容・運用目的を明確化し、親和性の高いサービスを利用してください。また、発信する事業内容から発信頻度や発信内容を検討し、適切な頻度で発信を行ってください。なお発信頻度は最低でも1アカウントにつき1か月に1回以上とします。

<例>

サービス	特 性	効果的とされる 発信頻度
Facebook	実名制であり、ユーザーに関係が深い情報が優先して表示される。	週 3～5 回程度
X (旧 Twitter)	自分が閲覧した投稿を他者と共有するための「リツイート」機能が活発に利用されており、拡散性が高い。	毎日 1 投稿以上
Instagram	視覚的なアプローチに強みを持ち、写真や動画の質が高いものほど閲覧頻度が高くなる傾向がある。	2～3 日に 1 回
LINE	年齢・性別を問わず広範なユーザー層が利用しており、友だち登録したユーザーにスマートフォンのプッシュ通知でメッセージを送ることができる。	市公式アカウントによるアンケート結果では 1 日 1 回を希望する人が 51.3%

※詳細は資料参照

別紙 1 : 「各ソーシャルメディアの特性」

別紙 2 : 「令和 2 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書

<概要>」(総務省情報通信政策研究所)

## 5 ソーシャルメディアの利用にあたって遵守すべきこと

### 【前提となる考え方】

公務の活動は、公益性、公平・中立性、権力性など民間の活動とは異なる様々な特性をもっています。私企業であれば、例えば信用失墜行為は単にその企業に対する義務違反ですが、公務では市民に対して信頼を裏切ることになり、市全体の信用を損なうこととなります。このため、全体の奉仕者として、「国民のため」、「公共の利益のため」、国民の信託を受けることから、より高度の使命感と廉潔性などが求められます。

#### (1) 公の発信であることの認識と責任を持つこと

市の業務でソーシャルメディアを利用する際は、公としての発信であることから、内容が影響力を持つことを十分に認識した上で、発信内容に責任を持って利用してください。

#### (2) ソーシャルメディアの特徴を認識し、慎重な発言を心掛けること

インターネットへの情報発信は、不特定多数の利用者がアクセス可能であり、公開された情報は完全に削除できないことを常に意識してください。

#### (3) 法令及び内部規定を遵守すること

ソーシャルメディアの利用・情報発信は、上越市情報セキュリティポリシーや関連する法令、社会規範を遵守して行ってください。

また、個人が特定できる写真や映像、文章などを投稿する場合は、事前に本人や所属団体、企業などの了解を得るなど、基本的人権、肖像権、プライバシー権、著作権などに十分留意してください。

#### (4) 機密情報を保護すること

上越市及び上越市と利害関係にある者又は団体の秘密に関する情報発信は一切行ってはいけません。

また、意思形成過程にある政策や事業内容など、市の公式見解でないものは発信せず、取り扱いについては細心の注意を払うこととし、市の業務の遂行に支障を生じさせたり、組織としての信用を失墜させたりするような発信は、厳に慎んでください。

#### (5) 不適切な発信を行わないこと

次に掲げる情報は発信してはなりません。判断に迷う場合は、発信を控えてください。

- 不敬な言い方を含む情報
- 人種、思想、信条等の差別、又は差別を助長させる情報
- 違法行為又は違法行為を煽る情報
- 単なる噂や噂を助長させる情報
- わいせつな内容を含むホームページへのリンク
- その他公序良俗に反する一切の情報

#### (6) ソーシャルメディアサービスにおけるセキュリティの機密性を考慮し運用を行うこと

いわゆる「約款による外部サービス」については、セキュリティ対策やデータの取扱いなどについて市の情報セキュリティポリシーをはじめとした、行政特有の扱いを求めることができないことから、要機密情報を取り扱わせることは原則として禁止されていることに留意してください。

なお、職員個人アカウントを用いたソーシャルメディアの利用は、この代表的な例であることから、要機密情報を含む職員間の業務連絡については、LoGo チャットを使用することとしてください。(詳しくは、別紙3：令和3年7月19日付け情報政策室長通知「政府機関・地方公共団体等における業務でのLINE利用状況調査を踏まえた今後のLINEサービス等の利用の際の考え方(ガイドライン)の順守について(通知)」を参照してください。)

## 6 ソーシャルメディアの利用時の手順

### (1) 情報発信等の主な流れ

#### ① アカウントの開設

アカウントを開設しようとする課等の長は、P.1「4 ソーシャルメディアの効果的な活用に向けて」の事項を十分に検討し、明確にした上で、開設方針を広報対話課へ事前協議してください。開設しようとするアカウントが、真に必要なか、他の発信方法など代替手段の有無を確認します。

その上で開設する場合は、前述の長は別に定める「上越市ソーシャルメディア運用計画書」を作成し、計画書に所属部長の決裁を受け、行政イノベーション課長及び広報対話課長へ合議してください。その後、ソーシャルメディアの運営主体にアカウント開設の申請を行った上で、計画書を広報対話課長に提出します。

なお、アカウントの運用期間は原則として年度単位とします。継続して運用する場合は、年度末に再度計画書を作成し、広報対話課長に提出してください。

#### 留意事項

##### 【運用管理責任者】

各課等の長を運用管理責任者としてください。

##### 【開設者の明示】

当市ホームページ上に、開設したソーシャルメディアのアカウント名及びこのアカウントで表示されるページのアドレスを明記するとともに、作成した「上越市ソーシャルメディア運用計画書」を掲載してください。また、ソーシャルメディアのページには市ホームページのURL及びソーシャルメディアを運用する組織の名称を記載してください。

##### 【パスワード】

アカウントに用いるパスワードは、簡単に推測できるようなものを避け、適切に管理したうえで、定期的に変更してください。また、二段階認証やワンタイムパスワード等、アカウント認証の強化策が提供されている場合は、可能な限り利用してください。

##### 【セキュリティ対策・データの取扱】

要機密情報（公表・公開することを前提とする情報や第三者が知り得ても問題のない情報以外の情報）や住民等の個人情報を取り扱う場合は、これらのデータの管理・保管について、上越市情報セキュリティポリシーの基準を満たすことをソーシャルメディアの運営主体に確認してください。

## ② 情報発信

##### 【時間】

原則として就業時間内に行ってください。

ただし、災害やイベントなど即時性が求められる情報は、夜間・休日など就業時間外も発信することができるものとします。

##### 【ソーシャルメディアへの掲載方法】

原則として運用管理責任者の決裁を受け、運用担当者が行ってください。

なお、ソーシャルメディアの運用を外部の団体に委託する場合（指定管理者がその所管施設について、ソーシャルメディアを利用して情報発信する場合を含む。）は本ガイドラインを遵守させるとともに、発信する情報について、運用管理責任者が責任を持って管理してください。

##### 【コメントへの返信】

原則、返信はしないものとします。

#### 留意事項

- 「URL短縮サービス」の利用は、原則として行わないでください。
- 信頼性のない閲覧者の投稿に掲載されているリンク先の閲覧やつながりの設定をしないでください。
- 第三者アカウントの投稿内容の引用や第三者が管理又は運用するページへのリンクの掲載は、信頼性のあるもの以外行わないでください。

### ③ 撤退

開設したアカウントによる情報発信が計画書どおり行われていない場合、総務部長は、そのアカウントの削除を指示することとします。撤退指示の基準は別途総務部長により定めることとします。

なお、撤退する場合は、直ちに削除するのではなく、必要と認められる期間、アカウント内や市ホームページにおいてアカウントを停止する旨の周知を凶った後に削除してください。ただし、アカウントを継続することで、利用者または市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、直ちに削除することができます。

#### 留意事項

- サービスが終了・停止する場合には、あらかじめ発信内容をバックアップするなど、別のサービスへスムーズに移行できるよう適切な準備を行ってください。

## (2) トラブル等への対応

批判や苦情が殺到し収集がつかない状態、いわゆる「炎上」した場合は、職員の判断による反論や抗弁は控え、運用管理責任者が行政イノベーション課及び広報対話課と協議し、必要に応じて説明・訂正・謝罪等の書き込みを行うこととします。

また、対応に時間を要する場合は、その旨の書き込みを行い、対応がされていない等の批判を招かないようにしてください。

アカウントのなりすましの事例を発見した場合は、運用管理責任者が行政イノベーション課及び広報対話課に報告するとともに、そのソーシャルメディアの運営主体に削除の依頼を行い、市ホームページ上で周知してください。また、報道機関に情報提供するなど、なりすましが存在することの注意喚起を行ってください。

「5 ソーシャルメディアの利用にあたって遵守すべきこと」に抵触する書き込み等を発見した場合は、運用管理責任者が速やかに削除等の措置を行ってください。

## 7 私的利用時

### 【前提となる考え方】

公務員の守るべき服務規律には、勤務時間外の私的な行為に及ぶものもあります。公務員は勤務時間中だけ公務員なのではなく、職場を離れても公務員としての自覚が必要です。例えば、勤務時間外の非行なども、信用失墜行為に該当し、秘密の漏えいの禁止については、職員が退職しても適用されます。

公務員は、「国民全体の奉仕者」であり、「公共の利益のために勤務する」といった立場から、職務の内外を問わず一定の規律が求められていることを忘れてはいけません。

#### (1) 基本姿勢

##### ① 法令等の遵守

地方公務員法をはじめとする関係法令及び上越市情報セキュリティポリシーや、上越市職員倫理規程等を遵守してください。また、基本的人権、肖像権、プライバシー権、著作権等に関して十分留意してください。

##### ② 自覚と責任を持ち良識ある言動を心掛ける

職員がソーシャルメディアを利用する場合には、職員であることの自覚と責任を持ち、情報を発信することが重要です。発信する情報は正確を期するとともに、その内容については発信前に十分に確認を行い、誤解を招かないように注意してください。

一度インターネット上に公開された情報は、完全には削除できません。

#### (2) 禁止事項

##### ① 「5 ソーシャルメディアの利用にあたって遵守すべきこと」に記載する事項に反すること

##### ② 就業時間中の情報発信

職員には、職務専念義務が課されていますので、時間外勤務中を含め、就業時間中に私的な利用をしてはなりません。

#### (3) トラブル等への対応

意図せずして自らが発信した情報により他の利用者を傷つけたり、誤解を生じさせたりした場合には、誠実に対応するとともに、正しく理解されるよう努めなければなりません。

また、自らが発信した情報に関し攻撃的な反応があった場合には、冷静に対応し無用な議論となることを避けなければなりません。

他の利用者との間で、市の業務に関連した発信内容に伴うトラブルが発生した場合は、所属長に報告するとともに、適切な対応に努めてください。