

地方自治体公式 Twitter の運用実態に関する考察

Consideration about actual situation of the use of local government official Twitter

上野 亮†
Ryo Ueno

飯島 泰裕†
Yasuhiro Iijima

1. はじめに

2011 年 3 月に起きた東日本大震災以降、地方自治体が Twitter を運用する事例が増えている。特に、同年 4 月 5 日に、内閣官房情報セキュリティセンター情報通信技術 (IT) 担当室、総務省、経済産業省により「国、地方公共団体等公共機関における民間ソーシャルメディアを活用した情報発信についての指針」が発表され、地方自治体が、ソーシャルメディアを運用していくため、必要となる情報が示された。それ以降は、その開設数を大きく伸ばしている。

しかし、1 日のツイート回数や発信されている情報など、その運用実態に関する調査・研究は、あまり行われていない。そこで本論文では、市町村及び特別区が運用している Twitter を「自治体公式 Twitter」と定義し、その運用実態に関する考察を行った。また、合わせて、自治体公式 Twitter に関する、今後の運用の方向性について考察を行った。

2. 調査概要

調査は、「J ガバメント on ツイナビ」都道府県別カテゴリに登録されている、自治体公式 Twitter を対象とした。なお、調査は、一次調査を 2011 年 10 月、二次調査を 2012 年 4 月の計 2 回、実施した。本論文では、二次調査時点のデータを中心に、一次調査時点のデータとの比較をしながら、分析を行った。

2011 年 10 月に行った一次調査では、10 月 5 日時点において、「J ガバメント on ツイナビ」都道府県別カテゴリに登録されていた、市町村及び特別区、175 団体 209 アカウントを対象とした。データの取得については、同年 10 月 6 日より 10 日の期間に実施した。

一次調査時点より、およそ半年後である 2012 年 4 月に行った二次調査では、4 月 1 日時点において、「J ガバメント on ツイナビ」都道府県別カテゴリに登録されていた、市町村及び特別区、253 団体 321 アカウントを対象に調査した。データの取得については、同年 4 月 2 日より 4 日の期間に実施した。

一次調査と二次調査の比較分析に用いた、両時点において、どちらの時点でも登録されていたデータ数は、市町村及び特別区、170 団体 203 アカウントとなっている。

また、調査データの取得には、ウェブサービス「グラフィカル Twitter 分析 whatwi」を利用した。同サービスでは、アカウント毎の「1 日のツイート回数」「Twitter 歴」「最も活発なツイート時間帯」など、各種定量データを取得ができる。

3. 自治体公式 Twitter における半年間の変化

3.1 フォロワー数・フォロー数の変化

アカウント毎のフォロワー数の変化は、フォロワー数の増減数「0 (変化なし)」が、最も多い 100 アカウント。次いで、フォロワー数増減数「+1~+10」が 40 アカウントとなっている (図 1)。このことから、自治体公式 Twitter は、自ら積極的なフォローをしていない、ということが分かる。また、半年間でのフォロワー数の変化が 0 ということから、自治体公式 Twitter の多くは、コミュニケーションツールとしての使い方より、情報発信ツールとしての使い方に、重きを置いていると考えられる。

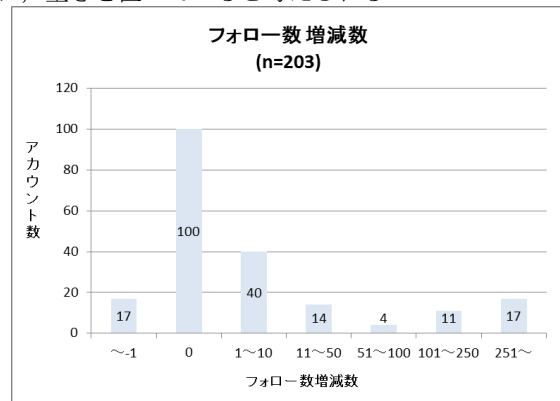


図 1 フォロワー数増減数

アカウント毎のフォロワー数の変化は、フォロワー増減数「+101~+250」が最も多い 60 アカウントとなった。半年間での増減数が「+1,001 以上」というアカウントも 15 アカウント存在した。結果として、フォロワー数は、増減率の大小はあるが、一部例外を除き、基本的には、増加していく傾向にあることが分かった。

しかし、情報発信ツールとしての使い方に重きを置くならば、より多くの人に情報を伝えるため、現状よりも更に、フォロワー数を増やすことが必要となる。そのためには、フォローしてくれたアカウントに対するフォロー返しの実施、ツイート内容に、当該地域に関連した内容が含まれているアカウントへのフォローなど、フォロワー数増加策の実施が必要となる。

3.2 ツイート数の変化

アカウント毎のツイート数増加数は、ツイート数増加数「0~49」が、最も多い 46 アカウントとなった。次いで、「200~399」が、45 アカウントとなっている。調査対象となった全アカウント中、およそ 50%のアカウントが、ツイート数 200 未満の増加となっている (図 2)。

続いて、アカウント毎の 1 日平均発言回数増減数の変化について分析した。なお、1 日平均発言回数とは、調査時点までの総ツイート数を Twitter 歴 (登録日から調査時点までの日数) で、除算した結果のことである。結果を見ると、半年間での平均発言回数増減数の変化は、90%以上

† 青山学院大学大学院社会情報学研究科, Aoyama Gakuin University, Graduate School of Social Informatics

のアカウントが、 $+1.0$ 以内に収まっている。このことから、自治体公式 Twitter の多くが、1日の発言回数を、常に一定に保っていることが分かる (図 3)。

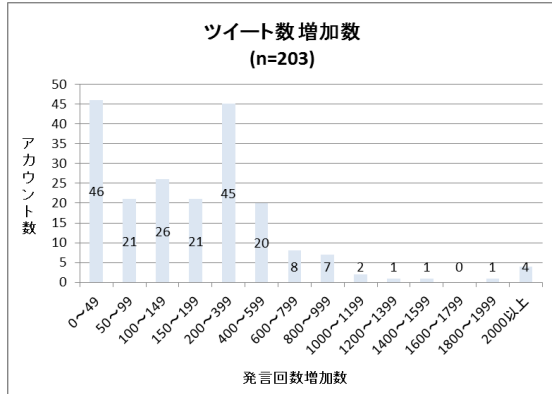


図 2 ツイート数増加数

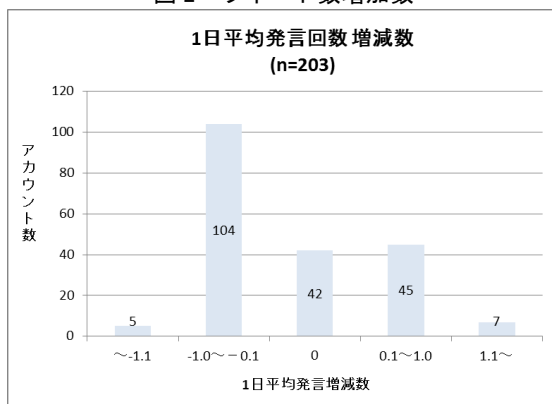


図 3 1日平均発言回数増減数

しているアカウントは、少なかった (図 4)。

続いて、自治体公式 Twitter の発信形態をカテゴリーに分類、その結果を分析した。分類したカテゴリーは、「情報配信 (情報発信することがメイン、他アカウントへのリプライはしない)」「コミュニケーション (情報発信に加え、他アカウントに対し、何らかのコミュニケーションを取る)」「キャラクター (キャラクターが、ツイートをしているという形を取る)」「機械配信 (RSS などの技術を用い、機械的に発信)」の 4 つである。このうち、「機械配信」については、機械的に発信していることを明記している場合のみとし、明記していない場合には、「情報配信」にカウントした。

結果、最も多かったのが「情報配信」の 222 アカウント、次いで、「コミュニケーション」が 80 アカウントの順となった。このことから、現在の自治体公式 Twitter の多くが、一方的に情報を発信していくような、運用の形であることが分かる (図 5)。

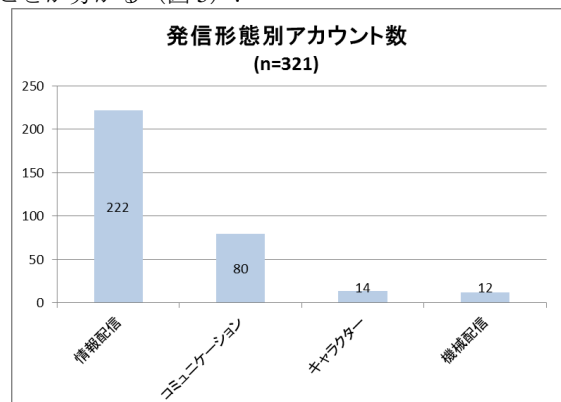


図 5 発信形態別アカウント数

4. 自治体公式 Twitter における発信情報内容

二次調査時点における、調査対象 253 団体 321 アカウントを対象に、発信情報の内容に関して分析した。分析は、2012 年 4 月 19 日の間までに、ツイートされた内容や他アカウントとのコミュニケーションの状況等から、判断した。

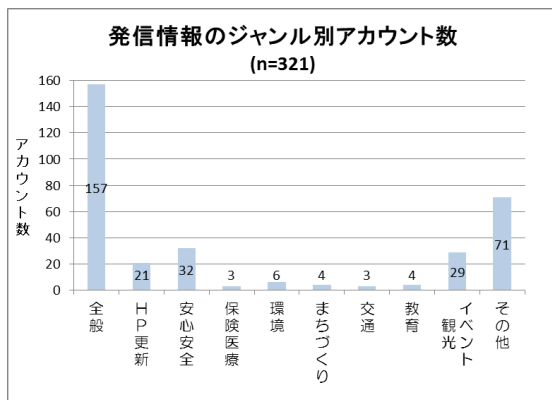


図 4 発信情報のジャンル別アカウント数

結果、自治体 (地域) に関連する情報全般を、発信しているアカウントが、157 アカウントで最も多いことが分かった。次いで、防災情報や災害情報など、「安心安全」に関する情報の発信に、特化しているアカウントが、32 アカウントと多くなっていた。しかし、全体的には、何かしらの特定ジャンルの情報に特化して、情報を発信

5. おわりに

本調査を通じて、自治体公式 Twitter に関して、以下の 3 点が明らかとなった。①半年間でのフォロワー数増減数「0(変化なし)」のアカウントが多く、コミュニケーションツールとしてよりも、情報発信ツールとしての使い方に、重きを置いている。②発言回数は常に一定を維持している。③扱っている情報分野では、ジャンルを特定せずに、当該地域、または、その行政機関全般に関する情報を扱うアカウントが多い。

今後の研究課題としては、以下の 3 点がある。①各自治体における自治体公式 Twitter の導入経緯、運営体制などの把握。②Facebook を始めとした、他ソーシャルメディアとの連携事例の把握。③自治体公式 Twitter における効果的なツイートの把握。今後は、更なる調査研究を進めることで、全国地方自治体における、ソーシャルメディアの導入・活用に資するものとなしたい。

参考文献

- 1) 上野亮, 飯島泰裕 (2012) 地方自治体における Twitter 活用状況に関する考察, 『情報処理学会第 74 回全国大会講演論文集』
- 2) 株式会社 CGM マーケティング: 『J ガバメント on ツイナビ』, <<http://twinavi.jp/gov>>
- 3) 経済産業省: 『公共機関ソーシャルメディアポータル』, <<http://smp.openlabs.go.jp/>>
- 4) Koni: 『whotwi』, <<http://whotwi.com/>>