

Title

# 日本の都道府県におけるソーシャルメディアポリシーの比較分析

Name

Jin Wen

## 抄録

本稿は、日本の都道府県におけるソーシャルメディアポリシーの策定実態とその内容を実証的に分析したものである。分析の結果、地方自治体の多くは、ソーシャルメディアを運用する際、情報セキュリティの確保や組織的リスク回避といった規制的枠組みを優先する傾向にあることが明らかとなった。すなわち、ソーシャルメディアが本来的に持つコミュニケーション特性、とりわけ双方向性が制度的に抑制される構造が浮き彫りとなった。

具体的に、46 都道府県のソーシャルメディアポリシー文書を対象に、「運用目的」「利用者との応答方針」「法的・倫理的配慮」の3つの主要要素に着目した比較分析を行った。その結果、情報発信という手段が目的化されていること、「原則として返信しない」とする一方向的な運用方針の一般化、そして法的・倫理的配慮における記述内容にばらつきがあることなどが確認できた。そのなかでも特に、知的財産や個人情報の取り扱いに関する対応の記述に都道府県間で顕著な差異が見られた。こうしたポリシーの記述上の特徴は、ソーシャルメディアの運用をめぐって、組織内部に根付いたリスク回避や規制の志向性といった行政上の価値観や制度の特徴、ならびにその程度の差の反映として理解できるというのが本稿の主張である。

急速な技術革新が進む現代社会において、技術革新に対する規制、政策の遅れが倫理的、規制的課題への対応を困難にすることが知られているが、地方自治体においても、それらの課題に適切に対応するためのソーシャルメディアポリシーの体系的構築が喫緊の課題であることが明らかになった。

キーワード：ソーシャルメディアポリシー、地方自治体、情報セキュリティ、リスク回避、規制的枠組み

Title

## **A Comparative Analysis of Social Media Policies in Japanese Prefectural Governments**

Name

**Jin Wen**

### **Abstract**

This paper presents an empirical analysis of the formulation and content of social media policies implemented by Japan's prefectural governments. It reveals that many local governments tend to prioritize regulatory frameworks when operating social media accounts, such as ensuring information security and avoiding organizational risks. Moreover, the findings highlight an institutional structure, in which the communicative characteristics inherent to social media are constrained.

The study examines social policy documents from 46 prefectures, focusing on three key elements: (1) purpose of operation, (2) policies for responding to users, and (3) legal and ethical considerations. Our analysis firstly indicates that the local governments tend to unconsciously declare the information dissemination as the purpose of operation. Furthermore, they normalize the one-way communication policies, such as the principle of "no replies in general". Lastly, there is a significant variation in the content of legal and ethical considerations. Notably, differences were observed in approaches to handling intellectual property rights and personal information. Overall, these three core elements manifest in the administrative values and institutional characteristics such as risk avoidance and regulatory orientation. The observed variation can be understood as the differences in how these values and characteristics are embedded within governmental organizations.

Amid rapid technological advancement and the difficulties in addressing ethical and regulatory challenges without up-to-date policy development, it is an urgent task for local governments to systematically establish social media policies that can adequately respond to these emerging issues.

Keyword: Social media policy, Local government, Information security, Risk avoidance, Regulatory framework

## 1 はじめに

本稿の問題意識は二点にある。第一に、新型コロナウイルス感染症において、都道府県による X（旧 Twitter）を用いた情報発信に、質と量に顕著な地域差が見られた点である（Jin, 2024）。第二に、コロナ禍で差別や誹謗中傷への対応において、非規制的アプローチ 1 としての情報発信が、都道府県全体で低調であった点にある（Jin, 2023）。有事の情報発信において、都道府県が果たす役割は大きい。日本でも、情報接触の中心がネットに移りつつある。それにもかかわらず、こうした地域差と発信の低調さは憂慮すべきといえよう。この現状の背景には、組織文化や行政広報の情報発信体制に加え、災害時や感染症パンデミック時の危機管理体制など、複合的な要素が影響していると考えられる。

本稿は、都道府県が策定するソーシャルメディアポリシーに着目し、その策定実態と内容を比較分析することで、情報発信に影響を及ぼす構造的要素を明らかにすることを目的とする。各都道府県が定めるソーシャルメディアポリシーは、公的組織における情報発信の原則と実践を制度的に規定する政策資料である。地方自治体にとって、ソーシャルメディアを通じた情報発信は、住民への迅速な周知、災害時の危機対応、市民参加の促進など、多岐にわたる機能を担う。そのため、ポリシーの内容は行政と市民との関係性に影響を与える。

本稿ではまず、行政広報におけるソーシャルメディアの活用、および行政によるソーシャルメディアポリシーの分析に関する先行研究を検討し、本稿の着眼点と分析枠組みを明確にする。次に、行政機関全般のソーシャルメディアポリシーの策定背景を考察したうえで、都道府県レベルにおけるポリシーの策定実態と内容を比較分析する。最後に、ポリシーに内在する行政上の価値観や制度の特徴について、先行研究の知見を踏まえて検討する。

## 2 先行研究の検討と本研究の着眼点

### 2-1 行政広報におけるソーシャルメディアの活用

行政機関のソーシャルメディア利用は、行政広報と密接に関連している。1960 年代以降、日本では高度経済成長期にパブリック・リレーションズ（PR）という概念が導入された。組織と社会のより良い関係構築を視野に、「広報」という概念は、実は企業よりも行政機関において先行して定着することになった（関谷, 2022, p.16）。しかし、行政広報には、法令上の明確な制度的枠組みが必ずしも整備されることなく時間が経過した。行政広報は、日本国憲法 15 条 2 項に基づいて、行政組織と公務員が「全体の奉仕者」としての役割を遂行するうえで、民主主義にとって不可欠な要素と受け止められたのである（縣, 2006, p.194）。

行政は多様なメディアを通じて情報を発信してきたが、その手法は時代とともに変化している。長く、行政広報の主要媒体は広報紙だった。インターネットの普及に伴い、1996 年頃から各省庁や自治体は徐々にウェブサイト을構築し、ホームページを活用したプル型のネット媒体を中心に行政業務や情報発信を行うようになった（山口ほか, 2004, p.160）。さらに、2010 年代前後には、Twitter（現 X）や Facebook などのソーシャルメディアが普及した。2011 年に発生した東日本大震災では、ソーシャルメディアが情報伝達手段として有効に機能したことが認められた。地方自治体は新たな情報発信手段を確保し、コミュニケーションの特性を活かしての行政の説明責任を高めるために、行政広報の媒体としてソーシャルメディアを導入しはじめた（有馬, 2014, p.73）。金井（2015）は、

広報手法の多様化により、行政と住民を結ぶ情報チャネルが着実に増加し、提供される情報の品質向上に繋がる可能性がある」と述べている（p.88）。一方、行政によるソーシャルメディアを通じた情報発信の影響力は、行政広報の非営利性や中立性に基づく一定の制約を受けるという見解もある（関谷，2022，p.255）。

双方向のコミュニケーションが期待されるはずのソーシャルメディアを活用した行政の情報化だが、現実には双方向性が欠如しているという指摘や課題もなされている。Regina & Andrea (2018) は、政府や行政機関がソーシャルメディアを使用しない主な理由として、知識や時間の不足、実施の模範の欠如、そして柔軟性に欠けた旧態依然の組織文化をあげる。そして、この懸念を軽減する方法として、ソーシャルメディアに関するガイドラインやポリシーの策定を提案している（p.350）。日本における行政広報に関して、西田（2013）は双方向の正統性の根源となる適切なソーシャルメディアポリシーやガバナンスが定められていないことを指摘している（p.155）。

他方、Kronski (2009) は、ソーシャルメディアがその本質として社会的かつ公共的な性格を有する一方で、潜在的なリスクを内包すると指摘している。こうしたリスクの存在は、職員を指導するとともに、組織をリスクから保護するという二重の目的を持つソーシャルメディアポリシー（Ansaldo, 2012）の策定を正当化する根拠となりうる。また、ソーシャルメディア利用時の使用基準を明確に設定することで、職員に対し、市民との関与を実践するための基盤を提供する点において、ソーシャルメディアポリシーの価値を見出している（Cadell, 2013, p.10）。

日本におけるソーシャルメディアポリシーそのものを対象とした実証的分析は、依然として限られている。鈴木（2015）は、地方自治体が双方向的な情報発信を実施しない要因として、内閣官房・総務省・経済産業省（2011）の指針（後述）が、ソーシャルメディアの活用を単なる一方向的な情報の「パブリケーション」ととどめる利用方法として提示した点を指摘している（p.214）。ただし、同研究はポリシーの具体的内容に踏み込んだ分析を行っていない。

本稿は、地方自治体におけるソーシャルメディアポリシーを都道府県レベルで横断的に分析し、既存研究の限界を補完し、これらのポリシーに内在する行政上の価値観を明らかにすることで、行政広報をはじめとする公共コミュニケーション研究に実証的貢献を試み、行政によるソーシャルメディア利用の実態を対象とした既存研究（河井，2013；中野，2014；大倉・海後，2017；上野，2022）に対し、新たな視点を提供できるものと考えている。

## 2-2 行政によるソーシャルメディアポリシーへの分析

行政によるソーシャルメディアポリシーに関連する実証的研究は近年限定的である。ソーシャルメディアの黎明期にあたる 2010 年前後には、行政が市民との新たな関係性を構築するツールとしてソーシャルメディアへの参入を実務的に求められた。その背景のもと、当時は中央政府、行政機構、地方政府を対象としたソーシャルメディアポリシーに関する研究が一定程度行われていた。

もっとも、Cadell (2013) は応用倫理 2 という概念に依拠し、ソーシャルメディアポリシーを「人々が交流や対話を行うオンライン上のチャンネル、空間、あるいは環境に関する行動原則と実践を規定する規範」と定義している。そして、ポリシーが技術的運用を超えて倫理的枠組みとしての性格を有すると指摘している（p.4）。

Klang & Nolin (2011) は、スウェーデンの基礎自治体による 26 件のソーシャルメディアポリシーを分析した。彼らは、行政がソーシャルメディアを活用する過程で、しばしば市民との対話よりも透明性を重視する従来の規制的枠組みに取り組む傾向を指摘している。分析の結果、多くのポリシーが明確な目的と手続きを詳細に規定し、ソーシャルメディアの運用を統制的な枠組みに厳格に従わせていることが明らかとなった。結果として、市民との相互作用や参加といったデジタルメディア本来の利点が排除されていた（p.16）。また、Bennett & Manoharan (2016)

は、アメリカの156都市のソーシャルメディアポリシーの内容を分析した。彼らは、これらのポリシーが管理と説明責任に重点を置く一方で、市民とのエンゲージメントを促進する戦略的活用への配慮が不十分と指摘している（p.325）。すなわち、ソーシャルメディアは市民やステークホルダーとの外部的コミュニケーション手段としてではなく、組織内部の管理と情報伝達的手段として位置づけられることが明らかとなった。Köseoglu & Tuncer (2016) も、ソーシャルメディアポリシーを政府の規制機能の一部を担う政策ツールとして位置づけている（p.34）。

一方、ソーシャルメディアポリシーの内容に関する実務的ニーズの観点からの研究も行われた。Hrdinová ら (2010) は、アメリカ政府機関による26件のソーシャルメディアポリシー文書を分析し、さらに32名の政府関係者にインタビュー調査を行った。その結果、ソーシャルメディアポリシーの中核的構成要素を8項目に整理した。すなわち、① 職員のアクセス規定（employee access）、② アカウントの管理体制（account management）、③ 許容される利用方法（acceptable use）、④ 職員の行動規範（employee conduct）、⑤ コンテンツの作成・管理（content）、⑥ 情報セキュリティの確保（security）、⑦ 法的課題への対応（legal issues）、⑧ 市民の利用ガイドライン（citizen conduct）である。また、同研究は、ソーシャルメディアポリシーの文書形式には、「ガイドライン」と「ポリシー」の2種類が存在することを指摘している。一般的に、ガイドラインは、市民参加の促進や効果的な情報発信など、目標を達成するためにソーシャルメディアをいかに効果的に活用すべきかに関する助言的内容を含む。これに対し、ポリシーは、政府機関における職員のソーシャルメディア利用を統制する公式な立場を示し、許容される利用範囲などの行動規範を明示的に定める（p.3）。

これらの先行研究は、行政によるソーシャルメディア活用が既存の規制的枠組みによって制約を受けやすい点を明らかにしている。すなわち、ソーシャルメディアポリシーは、職員の行動規範を明示し、組織の統制とリスク回避の機能を強調する傾向にある。とりわけ公共機関においては、情報公開や説明責任を優先する制度的環境が、ソーシャルメディアの参加性や対話性の発揮を困難にしている。一方で、「職員の関与」という観点から、ソーシャルメディアポリシーを必ずしも抑制的なものと見なさず、むしろソーシャルメディア本来の理念である「関与」に忠実なものと肯定的に捉える立場もある（Cadell, 2013, p.12）。しかし、こうした理念的可能性が実際の運用においてどの程度実現されているかについては、検討の余地がある。

このように、2010年代初頭の欧米諸国の事例を主たる分析対象とした先行研究は、日本の地方自治体によるソーシャルメディアポリシーの分析においても応用可能な示唆を含んでいる。しかし、日本では地方自治体のソーシャルメディアポリシーの策定状況が体系的に明らかにされておらず、その内容を比較・実証的に分析した研究も限られている。本稿は、これらの先行研究の知見と課題を踏まえ、日本の47都道府県を対象に、ソーシャルメディアポリシーの策定実態および内容を比較分析する。

### 3 研究目的と分析手法

本稿は、都道府県によるソーシャルメディアポリシーの策定実態と内容を比較分析し、ポリシーを構成する外在的主要要素を明らかにすることで、そこに内在する行政上の価値観や制度の特徴を明らかにすることを目的とする。分析手法としては、文献調査と比較事例分析を組み合わせた定性的研究手法を用いる。分析の焦点を明確化するため、以下のリサーチクエスチョンを設定した。



RQ：都道府県のソーシャルメディアポリシーには、どのような主要要素が含まれているか。また、それらの構成要素にはどのような相違が見られるか。

この問いを検討するにあたり、まず行政機関全般におけるソーシャルメディアポリシーの策定背景を、文献調査を通じて明らかにする。次に、47 都道府県の公式ホームページ上で公開されているソーシャルメディアポリシーを収集し、比較事例分析を行う。2025 年 5 月 17 日、データ収集の結果、唯一佐賀県ではポリシー文書を確認できなかったため、分析対象は 46 件のポリシー文書となった。

分析枠組みとしては、Hrdinová ら（2010, p.2）が提示したソーシャルメディアポリシーの構成要素（前述 2.2）を参照する。そのうえで、日本の都道府県のポリシー文書の実態に即した探索的カテゴリー化を併用し、帰納的内容分析を行う。

さらに、Klang & Nolin（2011）が示す「均質（homogeneous）型」と「異質（heterogeneous）型」アプローチの相違にも着目する。均質型は、すべてのソーシャルメディアに共通のポリシーを適用するものである。効率的である一方で、媒体特性の多様性を十分に考慮しにくい。異質型は、ソーシャルメディアごとに個別のポリシーを策定するものである。柔軟性に優れるが、制度設計が複雑化する傾向をもつ（p.8）。本稿では、異質型アプローチに基づいてポリシーを策定している都道府県のうち、X（旧 Twitter）に関するポリシーを分析対象とする。この選定は、X の導入が東日本大震災以降に進展し、2020 年のコロナ禍に至って全都道府県が公式アカウントを開設したという実態に基づくものである（Jin, 2024, p.261）。分析にあたって、観察された主要要素をもとに都道府県間の相違を比較分析する。

## 4 ソーシャルメディアポリシーの策定背景とその考察

鈴木（2015）は、地方自治体においてアカウントポリシーが策定されるようになった背景として、2011 年 4 月 5 日に公表された「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」（内閣官房情報セキュリティセンター、内閣官房情報通信技術（IT）担当室、総務省、経済産業省連名）の存在を指摘している（p.214）。この指針では、「アカウント運用ポリシーを策定してください」と明記されており、地方自治体におけるソーシャルメディア活用の制度的枠組み形成に一定の契機を与えたと考えられる。

同指針は、東日本大震災発生から 1 ヶ月以内に策定された。国および地方自治体がソーシャルメディアを活用する際の共通的な留意点を示す目的とした。特に、災害時の迅速な情報共有の必要性を背景に、公式情報発信の原則を明示し、「成りすまし等の防止」と「アカウント運用ポリシーの策定と明示」の 2 点を主要項目としてあげた。前者では、公認アカウントの取得や自己管理 Web サイトへのリンク掲載など、情報の信頼性を確保する手法を推奨した。後者では、他機関の運用例を参考にしつつ、各公共機関が独自にポリシーを策定することを求めた。適用事例として、「公共機関において Twitter を活用する際の留意点」（総務省・経済産業省，2011）は参考として提示された。

2013 年には、米国の通信社の公式 Twitter アカウントが乗っ取られ、虚偽情報が発信される事案が発生した。この事案を契機に、ソーシャルメディアを狙った攻撃の顕在化が懸念されるようになった（内閣官房情報セキュリティセンター，2013, p.1）。これを受け、内閣官房情報セキュリティセンター（2013）は、2011 年の指針を基礎に、

情報セキュリティの確保の観点から、ソーシャルメディア利用に関する新たな留意事項を追加した。ただし、これらの留意事項は「各府省庁」を対象とした注意喚起であり、地方自治体が含まれるかどうかは明示されていない。

新たな留意事項の第1項目は「ソーシャルメディアの特性を踏まえた利用」を題とされ、そのなかで、①「ソーシャルメディアを情報公開の主たる手段として利用しない」、②「組織が管理するアカウントでの運用」、③「意図しないコミュニケーションが発生することを前提とした利用」の3つの方針が示された。これらの方針からは、政府や行政機構によるソーシャルメディア利用が、あくまで補助的な手段として位置づけられており、組織的・統制的な運用や炎上リスクの回避を重視する姿勢であることが読み取れる。こうした一方向的な情報発信にとどまり、市民とのエンゲージメントを制度的に促進する体制が整っていない点は、欧米の先行研究においても共通して指摘されている課題と一致する。

その他の項目である「なりすましの防止」「アカウント乗っ取りの防止」「なりすましや不正アクセスを確認した場合の対処」「発信又は公開する情報に関する留意事項」「情報発信を円滑に行うための利用者への配慮」のいずれも、ソーシャルメディア利用に伴うリスク対応と、情報セキュリティの強化を主眼としていることがうかがえる。

すなわち、国と地方自治体によるソーシャルメディアポリシーの策定は、当初から情報セキュリティの確保とリスク回避の観点を強く反映して明文化された側面が強い。公共機関におけるソーシャルメディアの運用は、単なる情報発信手段にとどまらず、組織のリスク管理の一環として位置づけられてきた。

このように、日本では東日本大震災を契機に、従来の行政広報では対応しきれなかった情報ニーズが顕在化し、ソーシャルメディアの有用性が広く認識されるようになった（河井・藤代，2013；鳥海，2018）。震災対応を通じて、国主導によるソーシャルメディアポリシーの策定が進み、地方自治体においても公式アカウントの開設が相次いだ（内閣官房・総務省・経済産業省，2011）。これらのポリシーは、情報の信頼性確保とセキュリティ強化のための規範として機能している。しかし、その法的根拠は必ずしも明確ではない。各組織には広範な裁量が与えられており、ポリシーの策定と適用には一定の柔軟性が存在する。その結果、地方自治体間でポリシー内容に差異が生じると考えられる。

以上を踏まえ、次章では都道府県を対象に、ソーシャルメディアポリシーの策定実態と内容を比較分析し、その相違点と特徴を明らかにする。

## 5 都道府県のソーシャルメディアポリシーの比較分析

### 5-1 ポリシーの策定実態

収集した46件のポリシー文書は、PDF形式の添付ファイル、あるいはHTMLページとして直接閲覧できる形式に分かれる。一部の都道府県では、公式アカウントの案内ページに運用ポリシーを併記しているが、「ソーシャルメディアポリシー」などのキーワードで検索しなければアクセスできないケースも複数存在し、情報へのアクセシビリティ3には自治体間で差が見られた。以下では、策定実態を比較分析する。

第一に、ポリシー文書の名称に注目すると、「運用ポリシー」が最も多く、これを含む「ポリシー」という語を用いた都道府県は25件と全体の半数を超える。そのほか、「利用ガイドライン」が13件、「運用方針」が5件、「利用方針」「利用指針」「利用規約」がそれぞれ1件ずつであった。本稿では、これらを広義の「ソーシャルメディア

ポリシー」として扱う。

Hrdinová ら (2010, p.3) が示す「ガイドライン」と「ポリシー」の違いに基づけば、「ポリシー」を採用する自治体は運用ルールの明確化に重きを置いている可能性が高い。一方、「ガイドライン」や「方針」などの表現を用いる自治体は、運用に一定の柔軟性を残していると考えられる。以降の比較分析では、この「ガイドライン」と「ポリシー」の差異も考慮して分析を進める。

第二に、ポリシーに記載されたソーシャルメディアの運営主体をみると、46 件のうち 39 件において、「広報課」が公式アカウントの運用を担当している。広報課の組織的位置づけにおいても差異が見られ、知事直属の知事室に設置されている場合もあれば、総務部内の広報広聴課に所属する場合もある。一方、残りの 7 都道府県では広報部門以外が運用を担当している。たとえば、岩手県は地域振興室、茨城県は営業企画課、栃木県と新潟県は ICT 推進課、群馬県はメディアプロモーション課、愛知県は情報政策課、徳島県は知事戦略局がポリシーの策定・運用を担当している。

これらの事例は、ソーシャルメディアを単なる広報手段ではなく、地域振興やデジタル戦略、ブランディングの一環として位置づけていることを示す。ただし、情報セキュリティや法的・倫理的配慮など専門性を要する項目において、広報課がどの程度の実質的な知見や判断能力を有しているかは今後の検討課題である。多くの地方自治体では、他の行政機関や先行する自治体の策定事例を参照することで内容を整える可能性も否定できない。

第三に、ポリシーが対象とするプラットフォームの範囲は、均質型アプローチと異質型アプローチの 2 つに大別できる。均質型に該当するのは 20 件、X、Facebook、Instagram、YouTube など複数のプラットフォームに同一の運用ポリシーを適用している。一方、異質型アプローチを採用した都道府県では、プラットフォームごとに異なる特性を踏まえて個別にポリシーを策定している。たとえば、X のみを対象としたポリシーを採用する都道府県は 18 件存在した。異質型アプローチは必ずしも限定的ではなく、むしろ各プラットフォームの特性や利用者層に応じた運営方針の工夫を反映しているといえる。

以上の分析から、都道府県のソーシャルメディアポリシーの策定実態には、①ポリシーの文書形式と名称、②策定と運用を担う組織的配置、③均質型と異質型という 2 つのアプローチという 3 点に明確な差異が確認できた。これらの差異は、地方自治体によるソーシャルメディア運用のあり方が画一的ではなく、各自自治体が自らの行政広報戦略や組織体制に応じて柔軟に設計していることを示す。次節では、こうした策定実態の差異を踏まえ、ポリシーの内容に焦点を当て、その構成要素を比較分析する。

## 5-2 ポリシーの構成要素

本節では、Hrdinová ら (2010, p.2) が提示したソーシャルメディアポリシーの 8 つの構成要素を参照し、都道府県のポリシー文書を対象に内容分析を行った。都道府県によって、ポリシーに記載される項目数には大きな差があり、5 項目のみを挙げる自治体もあれば、14 項目を詳細に規定する自治体も存在した。探索的分析の結果、本稿は、都道府県のポリシーにおいて広く共通して見られる「運用目的」「利用者との応答方針」「法的・倫理的配慮」という 3 つの主要要素に着目する。

### 5-2-1 運用目的

ソーシャルメディアポリシーにおける「目的」あるいは「趣旨」「主旨」は、必ずしも明確に独立した項目とし



て記載されているとは限らない。そこで本稿では、各ポリシー文書を精読し、「～ために／目的として策定した～」  
「～利用するに当たり～定めた～」といった目的文脈を含む記述も抽出し、分析対象とした。

分析の結果、ポリシー文書において目的に関する記載が確認できなかった都道府県は11件であった。該当するのは、宮城、茨城、東京、岐阜、静岡、兵庫、和歌山、愛媛、高知、福岡、鹿児島である。これらはいずれも、「ポリシー」という文書名称を採用している。これに対し、目的を独立項目として明示したものは20件、文書中に目的の文脈を含む記述がみられたものは15件であり、全体の約76%で何らかの目的記述が確認できた。

内容の特徴に基づいて分類すると、目的記述は大きく2つの類型に大別できる(表1)。第一に、ソーシャルメディアの運用事項を定めることを目的とするタイプである(19件)。このタイプは、ソーシャルメディアの運用に際し、職員が留意すべき事項や遵守すべき基本ルールなど、行動規範の明確化を重視する。具体的には、運用主体、発信する情報、リプライ等へ対応、フォロー等の基準、知的財産権、禁止事項、免責事項などの運用基準を定める記述が多い。第二に、アカウントの開設目的、すなわち情報発信・提供を目的とするタイプである(16件)。このタイプは、ソーシャルメディアを活用した地域の魅力発信や県政情報の周知、住民との関係構築や認知促進を重視する。情報発信がポリシーの主目的として明示されている点が特徴である。

表1 ソーシャルメディアポリシーに記載する目的類型(太字は筆者による)

目的類型	記述の例	都道府県(地方別)
運用事項を定めること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アカウントの運用に関する事項について定める</li> <li>・職員が、職務上ソーシャルメディアを利用する際に、基本的な考え方や留意すべき事項を定めたものである</li> </ul>	北海道 東北：山形 関東：千葉、神奈川 中部：新潟 <b>近畿：三重、滋賀、京都、大阪、奈良</b> 中国：島根、岡山、山口 四国：徳島 <b>九州：長崎、熊本、大分、鹿児島</b> <b>沖縄</b>
情報発信・提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・魅力に関する情報発信を行うことを目的として開設する</li> <li>・周知・理解浸透を図るために情報提供を行うことを目的としている</li> </ul>	<b>東北：青森、岩手、秋田、福島</b> 関東：栃木、群馬、埼玉 <b>中部：富山、石川、福井、山梨、長野、愛知</b> 中国：鳥取、広島 四国：香川

出典：筆者作成

目的類型には、地理的な傾向も一定程度観察された。目的記載のない都道府県を除くと、たとえば、近畿地方および九州・沖縄地方のすべての都道府県は、運用事項を定めることを目的としている。一方、中部地方では新潟県を除くすべての都道府県が、情報発信・提供を目的としている。また、東北地方では山形県を除き、運用事項を定めることを目的としている。これらの傾向は、ポリシーを策定する際、同一地方圏内での政策模倣の結果として形成された可能性がある。そのほか、関東地方、中国地方、四国地方では、両類型が混在し、特定の傾向がみられなかった。

さらに、地理的に隣接する個別の都道府県間で、目的記述の文言に一定の類似性も確認された。たとえば、中部地方の富山、石川、福井、山梨の各県はいずれも「情報発信の目的」という独立項目を設けている。その具体的な内容には、「身近に感じてもらうこと」「新しい動きと魅力を広く発信していくこと」「画像や映像とともに、タイムリーにお知らせすること」「災害に強い情報伝達手段体制の構築を図ること」など、各県の情報発信の目的と戦略的重点の違いが反映されていた。一方で、宮崎県と沖縄県のポリシーにおいて、目的記述がほぼ同一であり、ポリシー策定

時に何らかの文書参照が行われたと考えられる。

このように、ポリシーにおける「目的」の記述は、単なる形式的な要素ではなく、各都道府県における情報発信戦略や組織的ガバナンス方針を反映するものであるといえる。しかしながら、本来ソーシャルメディアポリシーの目的は、組織としての運用事項を定めることに置かれるべきであり、情報発信・提供はその手段である。それにもかかわらず、分析対象の約半数では、情報発信・提供そのものをポリシーの主目的として掲げている。この手段が目的化されている背景には、ソーシャルメディアの導入拡大に対し、制度的枠組みの整備が追いついていない点があると考えられる。また、助言的性格をもつ「ガイドライン」と、規範や遵守義務を伴う「ポリシー」との区別が、実務上において混同されている可能性もある。

## 5-2-2 利用者との応答方針

本稿でいう「利用者との応答方針」とは、都道府県がソーシャルメディアを運営する際、利用者からのコメントや書き込みに対して、組織としてどのような返信あるいは対応方針を定めるかを指す。これは単なる運用方法にとどまらず、説明責任や市民参加のあり方など、行政ガバナンス上の原則を反映する要素と捉えられる。

表2に示す通り、分析対象の46都道府県のうち、22件は「返信しない」、または「原則として返信しない」と明記しており、ソーシャルメディアの一方的な情報発信方針を明示している。これらの自治体は、誤解の回避や炎上リスクの低減といった行政的合理性を重視し、SNSの対話性よりも情報伝達手段としての機能を優先しているといえる。例えば、和歌山県は、「専ら情報発信を行う運用といたします」と記し、熊本県は「本SNSは、情報発信のみを行う」と明確に情報発信に限定する立場を示している。

表2 返信方針の類型

返信方針	都道府県〔数〕
(原則として) 返信しない	北海道、岩手、宮城、福島、茨城、埼玉、神奈川、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、兵庫、和歌山、香川、愛媛、高知、福岡、熊本、大分、鹿児島 [22]
原則として返信しないが、必要に応じて返信	山形、群馬、千葉、東京、愛知、大阪 [6]
必ず返信する必要はないが、配慮した対応を行う	三重、京都、奈良、山口、宮崎、沖縄 [6]
返信方針の明確化の策定を担当主体に委ねる	秋田、栃木、新潟、島根、岡山、長崎、徳島 [7]
明示的記載なし	青森、滋賀 [2]
その他	静岡、鳥取、広島 [3]

出典：筆者作成

これに対し、6件（山形、群馬、千葉、東京、愛知、大阪）は「原則として返信しないが、必要に応じて」との条件を付しており、状況に応じた応答可能性を保持している。例えば、群馬、千葉、愛知の3県では、公的機関の公式アカウントへの返信を可能としつつ、一般利用者からの投稿を原則として返信対象外としている。このように、「返信しない」22件と「条件付きで返信しない」6件をあわせた28件が、全体の過半数を占め、実質的には返信

を行わない方針を採用している。

さらに、「必ず返信する必要はないが、状況に応じて配慮した対応を行う」とする都道府県は6件があり、双方向性の潜在性を内包する方針といえる。三重県と奈良県は、「利用者がどのように受けとめるかという視点での十分配慮した対応」を求めている。京都、山口、宮崎、沖縄は、「人（ファン）を増やす」「県政への関心を高める」「緊急時や災害発生時には対応する」などの記述を設け、柔軟な対応方針を示している。特に非常時を想定する視点は、新型コロナウイルス感染症を契機に、平時と有事の対応方針を区別する必要性が制度的に認識され始めたことを示唆する。

一方、秋田、栃木、新潟、島根、岡山、徳島、長崎の7県は、返信方針の明確化を各アカウント運用主体に委ねており、ポリシー文書上には返信方針そのものを規定していない。これは、現場の判断に一定の裁量を与える構造であり、柔軟性を重視する方針と理解できる。また、これら7県のうち島根県を除く6県は、ポリシー文書名称に「ガイドライン」、島根県は「利用指針」を用いており、いずれも「ポリシー」を採用していない。前節で述べた通り、ガイドラインや指針は一般に望ましい行動様式を助言的に提示する性格を持つため、運用の統制よりも、柔軟な対応や現場の判断を重視する方針の下に策定された可能性があると考えられる。

さらに、明確な返信方針を記載していない青森県は、返信方針の明文化こそないものの、「住民との関係構築のための重要な手段」として肯定的にソーシャルメディアを位置づけており、現場の判断により応答を行っている可能性がある。また、静岡、広島、鳥取の3県は、「その他」に分類される。静岡県は「ユーザーからの投稿に対して、運営者はその全てに返信することはいたしかねます」、広島県は「利用者からのコメント等に対する回答は、必要に応じて行うことがあります」、鳥取県は「なるべく回答しますが、すべてに回答することはお約束できません」と記載している。これらの表現は、双方向性のコミュニケーション意図と制限的な運用方針が併存する中間地帯を示している。

返信方針のほか、ほとんどの都道府県は、ダイレクトメッセージ(DM)への対応は行わないと明記している。また、「いいね」や「フォロー」などの非言語的関与についても、「賛意や支持を意味するものではない」と注釈を付し、行政の公式見解としての中立性を強調している。

総じて、都道府県のソーシャルメディアポリシーにおける「利用者との応答方針」は、「原則として返信しない」という一方向的な姿勢が多数を占める。しかし、多くの自治体は「ただし」「必要に応じて」などの例外規定を設け、双方向的な対応の可能性を完全に排除しているわけではない。ところが、「必要」の判断基準を明示していない場合が多く、実際の運用においては現場の担当者に裁量と判断責任が委ねられていると考えられる。今後は、「必要に応じた返信」が地方自治体の広報戦略においてどのような機能的位置を占めるのか、また平時と緊急時における対応方針の差異をどのように明文化するかという観点から、さらなる検討が求められる。

### 5-2-3 法的・倫理的配慮

地方自治体によるソーシャルメディアポリシーにおける「法的・倫理的配慮」は、情報発信に関する行政組織の基本的責任とリスクマネジメントの中核として位置づけられる。本稿でいう「法的・倫理的配慮」とは、職員または組織がソーシャルメディアを運用する際に遵守すべき法令に加え、公共機関としての中立性・透明性・公共性を担保するための倫理基準を含む。

多くの都道府県は、ポリシー文書に「禁止事項(コメントの削除基準)」「免責事項」「知的財産権(もしくは著作権)」「個人情報の取扱い」を明示している。以下、この4項目に絞って比較分析する。

前節で論じた「ガイドライン」と「ポリシー」という文書形式の違いは、法的・倫理的配慮に関する記述にも影響を及ぼしている。とりわけ「ガイドライン」（または「利用指針」）を採用する14都道府県においては、記述構成に定型的なパターンが観察された。具体的には、「ソーシャルメディア利用に当たっての基本原則」「ソーシャルメディアを利用する場合の留意事項」「トラブルへの対応」の3つの項目が中核を成しており、いずれも職員への助言的役割を担う。

「ソーシャルメディア利用に当たっての基本原則」では、「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程等を遵守すること」「肖像権、著作権、商標権等に関して十分留意すること」などの文言が共通して言及されているものの、著作権侵害を回避するための具体的運用指針は示さない場合が多い。このことは、ガイドラインが行動の大枠を示す性質によると考えられる。一方で、「ソーシャルメディアを利用する場合の留意事項」では、アカウント管理や投稿方法を具体化している。「トラブルへの対応」では、なりすましや炎上、アカウントの乗っ取りの防止や、発生時の初動対応を記載している。

ガイドライン形式は助言的でありつつも、一定の実務的有用性を持つことがうかがえる。実際、ガイドラインにおいては、この3項目が主要要素として位置づけられ、文書全体の骨格を構成している。それ以外の構成項目は、「ソーシャルメディアの定義」にとどまる例が多い。結果として「法的・倫理的配慮」が、ガイドラインにおいて中心的役割を担っているといえる。

以下の分析は、より明示的な規範を含む「ポリシー」名称のソーシャルメディアポリシー文書に限定する。「ガイドライン」および島根県の「利用指針」を採用する14都道府県を除外する。さらに、埼玉（「利用規約」）、山梨（「運用方針」）、鳥取（「利用方針」）の3県は、「禁止事項（コメントの削除基準）」「免責事項」「知的財産権（もしくは著作権）」「個人情報の取扱い」の4項目すべての該当記述が確認できなかったため、本節の比較分析からも除外する。最終的に、分析対象は29件に限定した。以下、「法的・倫理的配慮」の4項目の記述内容と策定状況を比較分析する（表3）。

表 3 「法的・倫理的配慮」に該当する項目の策定状況

都道府県	禁止事項 (コメントの削除基準)	免責事項	知的財産権 (著作権◎)	個人情報の取扱い	合計
北海道	○			○	2
青森	○		○	○	3
岩手	○	○	○		3
宮城	○	○			2
山形	○	○			2
福島	○	○	○	○	4
茨城	○	○			2
群馬		○			1
千葉	○	○	○		3
東京	○	○			2
神奈川	○				1
富山	○	○	○		3
石川	○	○	◎		3
福井	○				1
長野	○	○	○		3
岐阜	○	○	○		3
静岡	○	○	◎	○	4
愛知	○	○	○	○	4
大阪	○	○	○		3
兵庫					0
和歌山	○	○	○		3
広島	○	○	○		3
香川	○	○	○		3
愛媛	○	○	○	○	4
高知	○	○	◎		3
福岡	○	○	○		3
熊本	○	○	◎	○	4
大分	○	○	◎	○	4
鹿児島					0
合計	26	23	19	8	

出典：筆者作成

第一に、「禁止事項」は、利用者による投稿・コメントに対して削除・ブロック等の制限対象となる行為を事前に明示する規定である。主な禁止行為は、誹謗中傷・名誉毀損、差別的表現、知的財産権・肖像権の侵害、違法行為の助長、公序良俗違反、営利目的の広告、個人情報の漏洩などである。複数の都道府県で内容が共通し、一定の標準化が進んでいる。一方、禁止事項の記述が簡潔にとどまり、違反時の対応基準を特定できない自治体もあり、その場合は、担当者の裁量に委ねられる可能性が高い。

第二に、「免責事項」は、情報発信に関する法的責任の限定や、トラブル発生時の対応方針を明記する条項である。



多くの都道府県は、情報の正確性を保証しない旨や、利用者間のトラブルに関与しない姿勢を明示し、情報提供主体としての責任回避とリスク最小化を図っている。

第三に、「知的財産権」もしくは「著作権」は、掲載情報の著作権が都道府県または原作者に帰属すること、私的使用・引用の範囲外での無断使用禁止、投稿コンテンツの使用許諾取得などを定める。たとえば、静岡県と和歌山県は、利用者投稿コンテンツの広報利用を前提に著作権不行使を明示し、戦略的利用と著作権侵害のリスク回避の両立を図る。一方、高知県と熊本県は、「無断転載禁止」などの禁止表現で、利用者の不正行為を明確に規制する。

第四に、「個人情報」は、一部の都道府県において「氏名、生年月日等により個人を特定できる情報」と定義し、取得目的の明示、目的外利用の禁止、保存不要時の速やかな削除など、個人情報保護条例または関係法令に準拠した管理を示す。福島、愛知、愛媛、熊本、大分の5県は、ソーシャルメディアポリシーとウェブサイトのプライバシーポリシーの整合性が確保されている点が特徴である。

これらの「法的・倫理的配慮」に関連する項目群の分析を踏まえ、次は都道府県の当該項目群の策定状況の比較を行う。

分析対象の29都道府県のうち、「禁止事項」は26県が明記し、策定率が最も高い。次いで「免責事項」は23県、「知的財産権（もしくは著作権）」は19県、「個人情報の取扱い」は8県にとどまる。これらの数値から明らかなように、誹謗中傷や不適切投稿の制御、情報の正確性に対する免責を通じたリスク管理には一定の共通理解が存在し、多くの都道府県が何らかの言及を行っている。それに対し、知的財産権と個人情報に関する対応の記述にばらつきがある。特に「個人情報」は、公開性の高いソーシャルメディア上での情報発信において不可欠な論点であるにもかかわらず、記載のない都道府県が多数であり、利用者のプライバシー保護の観点から看過できない課題である。

4項目をすべて網羅的に記載したのは、福島、静岡、愛知、愛媛、熊本、大分の6県のみであった。これに対し、兵庫県と鹿児島県はいずれの項目も明記せず、群馬県は「免責事項」のみ、神奈川県と福井県は「禁止事項」のみであった。この結果は、ソーシャルメディア運用におけるリスク認識や管理方針に関して、都道府県間での対応水準に大きな差が存在していることが明らかとなった。

近年、ソーシャルメディア利用の拡大に伴い、偽・誤情報の拡散、炎上、権利侵害など、さまざまな新たなリスクが顕在化している。特に、急速な技術革新がもたらす倫理的・規制的課題が一層複雑化するなか、これらの課題は政策的対応を要する段階に至っている。他方で、地方自治体が策定したソーシャルメディアポリシーは、策定後に改訂されないまま、最終更新日が10年以上前にとどまる事例も散見される。これは、多くのポリシーが短期的かつ反応的に整備された後、制度的な更新が継続的に行われていない実態を示す。その結果、技術やメディア環境の急速な変化に対し、制度的対応が後手に回っている可能性がある。政策の整備が技術の進展に追いつかない現状においては、法的・倫理的配慮の体系的な構築と実装を、地方自治体レベルにおいても早急に進める必要がある。

## 6 おわりに

### 6-1 結論

本稿は、日本の都道府県におけるソーシャルメディアポリシーを分析対象とし、行政機関によるソーシャルメディアポリシーの策定背景、ポリシー内容にみられる主要構成要素、および都道府県間の差異を明らかにした。以下では、

分析結果を整理したうえで、それらに内在する構造的要素と課題を抽出し、今後の研究に資する知見を整理する。

まず、行政機関全般のソーシャルメディアポリシーは、策定当初から、住民との関係構築や市民参加の促進など、ソーシャルメディア本来の機能を活用することを目的としたものではなく、むしろ情報セキュリティの確保や組織的リスクの回避といった管理的、防御的観点を主軸として策定された点に大きな特徴がある。国による指針ではセキュリティ対策や補助的運用の原則を強調したことが、各地方自治体のソーシャルメディアの導入と運用の方向性に制度的影響を与えたと考えられる。この結果、ポリシー文書は形式的には市民に開かれたものでありながら、実質的には行政自身を防御する規制的ガバナンスの装置として機能する。これは、行政のソーシャルメディア運用が既存の規制的枠組みによって制約を受けやすいという、欧米における先行研究が指摘した制度の特徴とも一致することがわかった。

次に、ソーシャルメディアポリシーの主要要素として、本稿は、多くの都道府県に共通して見られる「運用目的」「利用者との応答方針」「法的・倫理的配慮」の3点に着目し、その内容を比較分析した。これらを通じて、Hrdinováら（2010, p.2）が示す中核的構成要素、すなわち、アカウントの管理体制、職員の行動規範、情報セキュリティの確保、法的課題への対応、市民利用のガイドライン、の含意を概ね内包していることを明らかにした。

分析の結果、第一に、多くのポリシーにおいて、本来「手段」であるべき情報発信が「目的」そのものとして記述され、目的が手段化されている構造が明らかになった。第二に、利用者との応答方針では、「原則として返信しない」と明記する自治体が過半数を占め、双方向的な関与よりも一方向的な情報伝達に特化した運用が制度的に定着している実態が確認できた。ソーシャルメディアが本来有する参加性や対話性は、ポリシーによって一定程度抑制されており、戦略的な活用への配慮が十分とはいえない。第三に、法的・倫理的配慮に関する記述にばらつきが見られた。とりわけ、免責事項、知的財産権、個人情報の取扱いといった項目に対する対応の記述の濃淡は、各都道府県のリスク認識やガバナンス意識の差異を反映している。これらの主要要素に内在する含意は、地方自治体がソーシャルメディアを「情報リスクを管理する対象」として制度的に捉えているという先行研究の指摘と整合的であり、情報発信に対するリスク回避的な行政上の価値観の存在を裏付けるものである。

さらに、上述の3つの主要要素に加え、文書形式（ポリシー／ガイドライン）の違い、構成要素の網羅性、担当組織の配置、ポリシーの策定アプローチ（均質性／異質性）などの側面においても、顕著な差異が確認できた。都道府県間でポリシー文言や構成が類似している事例も多く、政策模倣の存在が示唆された。他方で、こうした多様性は必ずしも組織の柔軟性や創意工夫の表れとは限らず、むしろ共通の制度的基盤が欠如していることに起因する可能性もある。とりわけ、返信方針や法的・倫理的配慮に関する記述の曖昧さは、職員の裁量の幅と責任の所在を不明確にし、ガバナンス上の課題として看過できない。

このように、各都道府県のポリシー構成の主要要素およびその差異は、ソーシャルメディア運用における組織内部に根付いたリスク回避や規制の志向性といった行政上の価値観と制度の特徴、ならびにその程度の差の反映として理解できる。すなわち、ソーシャルメディアポリシーは、情報発信に関する規範を定めると同時に、ガバナンスの一部を支える規範的装置として機能している。

## 6-2 今後の課題と展望

本稿の限界として、以下の3点があげられる。第一に、分析対象を各都道府県の公開済みのポリシー文書に限定したため、内部規定や非公開ポリシー文書が存在する場合、それらを含む全体像を十分に把握できなかった。第二に、ポリシーに記述された内容と、ソーシャルメディアを通じた実際の情報発信との整合性を、動態的な検証には

至っておらず、今後はポリシーと実践との関係性を明らかにする必要がある。第三に、観察された記述の差異や政策模倣の背景については、文献調査のみでは限界があり、担当部署への聞き取り調査などを通じた精緻な検証が求められる。

本研究は、これまで十分に検討されてこなかった都道府県のソーシャルメディアポリシーを対象に、その策定背景と構造的特性を実証的な比較分析により明らかにした点に意義がある。その結果、日本における行政の情報発信ガバナンスの一端を可視化するとともに、組織のソーシャルメディアポリシーを分析対象とする実証研究の発展に寄与するものである。

## 付記

本論文は、2025年6月に筆者が The 3rd International Conference on Management Innovation and Economy Development において口頭発表した内容をさらに拡張・深化したものである。

## 参考文献

## 【英語文献】

- Ansaldo, M. (2012). "5 Components of a Social media Governance Model," PC World, Retrieved October 9, 2025. [https://www.pcworld.com/article/468288/4\\_components\\_of\\_a\\_social\\_media\\_governance\\_model.html](https://www.pcworld.com/article/468288/4_components_of_a_social_media_governance_model.html).
- Bennett, L. V. & Manoharan, A. P. (2016). "The Use of Social Media Policies by US Municipalities," *International Journal of Public Administration*, 40(4), 317-328.
- Cadell, L. (2013). "Socially Practical or Practically Unsociable? A Study into Social Media Policy Experiences in Queensland Cultural Heritage Institutions," *Australian Academic & Research Libraries*, 44(1), 3-13.
- Hrdinová, J., Helbig, N. & Peters, C. S. (2010). "Designing Social Media Policy for Government: Eight Essential Elements," Center for Technology in Government, University at Albany, Retrieved October 9, 2025. [https://www.ctg.albany.edu/publications/social\\_media\\_policy/](https://www.ctg.albany.edu/publications/social_media_policy/).
- Jin, W. (2025). "An Analysis of Social Media Operation Policies in Japanese Prefectural Governments," *Proceedings of the 2025 3rd International Academic Conference on Management Innovation and Economic Development* (MIED 2025), 523-534.
- Klang, M. & Nolin, J. (2011). "Disciplining Social Media: An Analysis of Social Media Policies in 26 Swedish Municipalities," *First Monday*, 16(8), 1-18.
- Kronski, E. (2009). "Should Your Library Have a Social Media Policy?" *School Library Journal*, Retrieved October 9, 2025. <https://www.slj.com/story/should-your-library-have-a-social-media-policy>.
- Köseoğlu, Ö. & Tuncer, A. (2016). "Designing Social Media Policy for Local Governments: Opportunities and Challenges," *Social Media and Local Governments: Theory and Practice*, 15, 23-36.
- Regina, E. L. & Andrea, H. M. (2018). *Risk Communication: A Handbook for Communicating Environmental, Safety, and Health Risks* (6th edition), Wiley-IEEE Press.
- Silverstone, R. (2004). "Regulation, Media Literacy and Media Civics," *Media, Culture & Society*, 26(3), 440-449.

## 【日本語文献】

- 縣幸雄（2006）「行政機関が行う広聴活動の憲法問題」『大妻女子大学紀要 文系』第 38 号、294-276 頁。
- 有馬昌宏（2014）「自治体のソーシャルメディアによる情報発信と住民による情報入手の現状と課題」『経営情報学会 2014 年秋季全国研究発表大会要旨集』、73-76 頁。
- 上野亮（2022）「公共機関の Twitter アカウント活用状況の変遷に関する一考察」『社会情報学会大会研究発表論文集』31-135 頁。
- 大倉沙江・海後宗男（2017）「地方自治体による SNS 利活用の状況とその課題——つくば市民活動のひろばを事例として——」『国際日本研究』第 9 号、31-42 頁。
- 金井茂樹（2015）「行政広報広聴の基礎的枠組みに関する一考察」『公共政策志林』第 3 巻、79-92 頁。
- 河井孝仁・藤代裕之（2013）「東日本大震災における Twitter の利用分析」『広報研究』第 17 号、118-128 頁。
- 河井孝仁（2013）「地方自治体によるソーシャルメディアの活用について」『社会情報学会大会研究発表論文集』123-126 頁。
- Jin, Wen（2023）「コロナ対策と関連したオンラインの誹謗中傷対策とその現状に関する研究——政府と都道府県を中心に——」『国際公共経済研究』第 34 号、105-114 頁。
- Jin, Wen（2024）「X（旧 Twitter）を用いた自治体の COVID-19 情報発信の分析——インフォデミック管理の視点から——」『社会情報学会大会研究発表論文集』259-264 頁。
- 鈴木新之介（2015）「電子自治体におけるソーシャルメディアの役割」『社会情報学会大会研究発表論文集』210-215 頁。
- 関谷直也・菌部靖史・北見幸一・伊吹勇亮・川北真紀子（2022）『広報・PR 論（改訂版）：パブリック・リレーションズの理論と実際』有斐閣ブックス。
- 総務省・経済産業省（2011）「公共機関において Twitter を活用する際の留意点」, (2025 年 10 月 9 日取得, <https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/3196221/smp.openlabs.go.jp/%E5%85%AC%E5%85%B1%E6%A9%9F%E9%96%A2%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%84%E3%81%A6twitter%E3%82%92%E6%B4%BB%E7%94%A8%E3%81%99%E3%82%8B%E9%9A%9B%E3%81%AE%E7%95%99%E6%84%8F%E7%82%B9/>)。
- 島海不二夫（2018）「ソーシャルメディアにおける災害情報」『災害情報』第 16 巻第 2 号、139-142 頁。
- 内閣官房情報セキュリティセンター（2013）「政府機関におけるソーシャルメディアの利用に係る情報セキュリティ対策等について（注意喚起）」(2025 年 10 月 9 日取得, <https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/8230786/www.nisc.go.jp/active/general/chuukanki.html>)。
- 中野邦彦（2014）「地域 SNS への地方自治体職員の関与実態に関する考察」『社会情報学』2(3): 1-14 頁。
- 西田亮介（2013）『ネット選挙とデジタル・デモクラシー』NHK 出版。
- 山口直人・草瀬美緒・松井啓之（2004）「電子自治体窓口としての自治体ホームページの方向性に関する基礎的研究～自治体の情報化事業とホームページの歴史的変遷から～」『社会情報学会大会研究発表論文集』159-162 頁。

内閣官房・総務省・経済産業省（2011）「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」（2025 年 10 月 9 日取得，<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/3196221/smp.openlabs.go.jp/%e5%9b%bd%e3%80%81%e5%9c%b0%e6%96%b9%e5%85%ac%e5%85%b1%e5%9b%a3%e4%bd%93%e7%ad%89%e5%85%ac%e5%85%b1%e6%a9%9f%e9%96%a2%e3%81%ab%e3%81%8a%e3%81%91%e3%82%8b%e6%b0%91%e9%96%93%e3%82%bd%e3%83%bc%e3%82%b7>）。

<sup>1</sup> 政策には、罰則によって担保される規制的アプローチと、経済的インセンティブを与えたり、人々は一定の行動をとるような情報を積極的に提供したりする非規制的アプローチで構成されている（Jin, 2023, p.4）。

<sup>2</sup> 応用倫理とは、実践に対して道徳的判断に基づく指針や禁止事項を提示する枠組みでありながらも、その多くの規範は既存の前提として受け入れられ、十分に問い直されていないものである（Silverstone, 2004, p.441）。

<sup>3</sup> 情報アクセシビリティとは、年齢や障害の有無に関わらず、誰でも必要な情報に簡単にたどり着け、利用できることをいう（総務省情報アクセシビリティポータルサイトによる定義）。