議題４：公式インスタグラムの活用について（小牧市提出）

資料４

市名	回答		
	（１）公式インスタグラムの開設について		
	↓「有」と回答	↓「無」と回答	
	（２）開設内容について	（３）開設予定について	
		↓「有」と回答	↓「無」と回答
		（４）開設予定がある理由について	（５）開設予定がない理由について
名古屋市			事業を担当している所属において、インスタグラム等を利用し情報の発信を行っているため。
豊橋市	豊橋ライフスタイルブック「クラストコ」と連動し、豊橋で暮らす人の姿や日常など、市民の顔や暮らしぶりが見えるヒトコマのほか、取材風景や本の中で使い切れなかった面白ネタなどを画像や動画で毎日紹介。		
岡崎市	シティプロモーションインスタグラム 平成27年６月開設 フォロワー数641人（令和元年5月17日現在） 管理は以前はシティプロモーションの委託内で対応していたが、現在は市職員が行っており、必要に応じて委託業者にも更新してもらっている。写真撮影についても同様。 ユーザー層がFacebookやtwitterとは違うため、違う層へ情報を届けることができる。同じ情報を投稿しても反応が違うため、Instagram独自の運用を検討中。 フォロワー数、いいね数の獲得が大きな課題。また、写真投稿キャンペーン等への活用には向いているが、Facebook社が平成30年12月に個人情報の取り扱いを変更した関係でやりにくくなった。		
一宮市			インスタグラムは写真掲載が中心となり、開設した場合、写真撮影に係る人的負担が大きいため。
瀬戸市			シティプロモーション課の事業である「せとまちサポーター」に登録いただいている方（124名）に、自身のインスタグラムから瀬戸市について発信していただいており、本市の魅力発信の役割を果たしていると考えられるため。
半田市	開設時期：平成29年5月 フォロワー数：980（5月15日時点） 撮影投稿：企画課職員による当番制 メリット：インスタグラムフォトコンテストに利用 苦慮：フォロワー数の伸び悩み		
春日井市		平成31年３月に策定した春日井市シティプロモーション戦略において、基本戦略として公式インスタグラムの開設を検討することとしているため。	

市名	回答			
	（１）公式インスタグラムの開設について			
	↓「有」と回答	↓「無」と回答		
	（２）開設内容について	（３）開設予定について		
		↓「有」と回答	↓「無」と回答	
		（４）開設予定がある理由について	（５）開設予定がない理由について	
豊　川　市	開設時期：平成29年4月 フォロワー数：3,182（5月15日現在） 運用方法：秘書課職員が市内のイベント、風景などを撮影し、ipad（秘書課）から、週に3件以上を目処に投稿。 メリット：若い世代への情報発信、情報の拡散 苦慮している点：投稿記事の選定から取材、メッセージへの対応など、年間を通したルーティンワークとなるため、スケジュール管理と運用体制の整理が必要。			
津　島　市		広報紙・ホームページだけでなくSNSを活用することで、広く魅力的な情報を発信するため		
碧　南　市			開設後の投稿等、管理体制を整えることができないため。	
刈　谷　市			現在、市の公式ツイッター、Facebook及び市のマスコットキャラクター「かつなりくん」のツイッター、Facebookをそれぞれ展開しており、当面はこれらの活用、充実をさらに推進していく考えであるため。	
豊　田　市	・開設時期：平成30年4月 ・現在のフォロワー数：2,500人 ・運用方法：市民等のインスタグラムユーザーが共通のハッシュタグ（#こんな豊田市知らなかった等）を付けて投稿したものから、市が選定し、市公式インスタグラムで紹介（週2～3回） ※職員が撮影した写真も投稿することがある。 ・メリット：市政情報の拡散や市の魅力の再発見につながり、交流人口の増加に寄与している。 ・苦慮していること：フォロワー数の伸び悩み			
安　城　市			本市では現在、公式Facebook、ツイッターに加え、昨年度からLINEによる情報提供を行っています。また、市公式ウェブサイトにおいてイベント等の様子を写真で紹介するコーナーを設置しています。インスタグラムは情報提供ツールの１つであると考えますが、上記の現状及び管理、運営上の課題もあることから、これ以上情報提供ツールを増やすことは考えていません。	

市名	回答			
	（１）公式インスタグラムの開設について			
	↓「有」と回答	↓「無」と回答		
	（２）開設内容について	（３）開設予定について		
		↓「有」と回答	↓「無」と回答	
		（４）開設予定がある理由について	（５）開設予定がない理由について	
西　尾　市	市公式インスタグラム「にしおじかん」として、本年度から秘書広報広聴課で運営（H30年度までは、定住促進を目的としたシティプロモーションの一環として企画政策課が運営。平成30年1月から本格運用開始） フォロワー数：約2,000 掲載情報：市内の魅力的な店舗やイベントなど、身近な話題をプライベート的な感覚で選定し、広報担当者が写真を撮影し投稿することで、知名度向上と新たなにしおファンの獲得が見込まれる。一方で、定期的な発信に努めるための情報の確保に苦慮することがある。 また、西尾市に愛着をもってもらうために親しみやすい情報を発信することが必要であるため、今年度から、市民が主体となり、SNSを通じて市の魅力を発信する事業を開始する予定。			
蒲　郡　市	市内で撮影した写真を原則毎日１枚投稿する。紹介するのは、風景・食べ物・特産物・頑張っている人など。場合によっては、イベント告知なども行う。			
犬　山　市			現在犬山市では「Twitter」「Facebook」「LINE」の３つのSNSを運用しており、それぞれの広報効果についても研究を進めている状況です。現在はこの３つのSNSの運用に注力することとし、インスタグラムの開設については予定しておりません。	
常　滑　市	平成28年12月に初投稿。 現在の投稿数は30件。フォロワーは368人。 常滑の魅力発信のため、市内の観光名所や飲食店を紹介している。 今年度は、若手職員によるシティプロモーション推進チームを立ち上げ、若手ならではの視点から常滑の魅力を発信していく。			
江　南　市			開設予定については、検討中である。 現在本市においても、Facebook、Twitterを活用している。それに加え、インスタグラムを開設した場合に、効果的な情報発信ができるのか、運用方法など検討する必要がある。	
小　牧　市			現在、有効な活用方法等を他市町の事例等を参考に、調査・検討中	
稲　沢　市			市公式ＳＮＳは、ある程度のテキストを掲載し周知を図りたいと考えていますので、写真重視であるインスタグラムについては現在開設の予定はありません。	

市名	回答		
	（１）公式インスタグラムの開設について		
	↓「有」と回答	↓「無」と回答	
	（２）開設内容について	（３）開設予定について	
		↓「有」と回答	↓「無」と回答
		（４）開設予定がある理由について	（５）開設予定がない理由について
新　城　市			本市は広報紙、市政番組、ホームページ、記者クラブ、公式ＳＮＳ、広聴事務などの広報広聴業務を少人数で行っているため、インスタグラムの魅力は理解しているが、新たに開設・運営していく人的余裕がありません。 今年度、新城市広報基本戦略の策定を予定しており、その際に、各広報媒体の連携や活用を検討する。
東　海　市			開設する必要性がないため。
大　府　市	開設時期／平成30年11月26日 フォロワー数／258人 運用方法／広報広聴課職員が撮影。課所有のスマホで投稿している。 メリット／取材時に撮影した写真で、広報紙掲載や記者提供に向かないが、写真として面白いものを投稿できる。ハッシュタグをつけて投稿することで、市と関わりのない人がいいねやフォローをしてくれる（情報が届く）。 苦慮している点／インスタグラム用の写真を撮影に行く時間があまりとれないため、どうしても取材時のついでに撮影となり、面白いものが撮影できない。投稿頻度も低くなってしまう。		
知　多　市	①知多市シティプロモーション 平成29年度開設、フォロワー数119、平成29年度に実施した「ちょうどいいまち　知多」Ｉｎｓｔａｇｒａｍ写真コンテストのために開設。その後、活用していません。 ②梅子の部屋 平成29年度開設、フォロワー数510、商工振興課職員が投稿、内容は観光情報などが主。メリット：Facebookとは違う層に情報発信できる点。苦慮している点：ハッシュタグのつけ方。上手につけないと検索に引っかからない。		
知　立　市		庁内の若手職員で構成される「まち・ひと・しごと創生若手職員プロジェクト」の中で、市の効果的なPR方法について検討しており、インスタグラムがＰＲ方法の選択肢の一つとして挙がっているため。	
尾 張 旭 市			facebook、Twitter、LINEを活用しており、今のところインスタグラムの開設は考えていません。（なお、市役所全体としては開設していないが、消防本部が開設しており、訓練の様子など、消防に特化した内容を発信しています。 ）

市名	回答			
	（１）公式インスタグラムの開設について			
	↓「有」と回答	↓「無」と回答		
	（２）開設内容について	（３）開設予定について		
		↓「有」と回答	↓「無」と回答	
		（４）開設予定がある理由について	（５）開設予定がない理由について	
高　浜　市			発信ツールが増えすぎると管理が大変なので、現時点ではインスタグラムの活用は考えていないが、今後、ツイッターやフェイスブックよりインスタグラムの方がより効果的ということになれば、導入を検討していきたいと思います。	
岩　倉　市			開設するかどうかを含めて検討中であるため	
豊　明　市	開設時期：平成29年11月1日 フォロワー数：154（令和元年5月13日現在） 運用方法：広報係で撮影した写真（風景、イベント等）やふるさと納税返礼品の写真等を週1～2回投稿し、イベント告知や事業紹介をしている。 メリット：インフォーマルな媒体として手軽に情報提供できる。利用者の多い若者にも情報を届けやすく、行政を身近に感じてもらえる。 苦慮している点：フォロワー数の伸び悩み			
日　進　市			他媒体（広報紙、ホームページ、広報番組、フェイスブック、YouTube）による広報活動に重点を置いているため。	
田　原　市	開設時期：平成28年7月20日 現在のフォロワー数：10,570（R1.5.15現在） 運用方法（撮影者、投稿方法など）：職員が撮影及び投稿 活用するメリット：費用がかからず、世界中の人に情報発信ができる。 苦慮している点：まもなく開始後３年を迎える中、ほぼ毎日投稿しているため、素材探しに苦慮している。また、一度開設すると、閉鎖がしにくいこと。			
愛　西　市			当市では、Ｆａｃｅｂｏｏｋ、ツイッターを市のマスコットキャラクターの情報発信手段として使用している。そのため、インスタグラムについても公式に開設することは予定していないが、今後、他自治体の動向を注視しつつ検討していく。	
清　須　市			他団体の事例等を参考にしながら研究中であるため。	
北名古屋市			インスタグラムだけでなく、Facebook、ツイッター、LINEなどのSNSの活用全般について、まだ本格的な運用を始めておらず、研究途上のため。	
弥　富　市		すでに稼働しているTwitterでの積極的な情報発信とともに、効率的・効果的な情報発信の手段として期待できるため。		

市名	回答			
	（１）公式インスタグラムの開設について			
	↓「有」と回答	↓「無」と回答		
	（２）開設内容について	（３）開設予定について		
		↓「有」と回答	↓「無」と回答	
		（４）開設予定がある理由について	（５）開設予定がない理由について	
みよし市			開設している市町村の実績を見ても、観光地や優れた景観を有する自治体以外では活発に活用されている事例が少ない。	
あま市	【開設時期】2016年8月10日 【フォロワー数】613 【運用方法】広報広聴係、タブレット使用 【メリット】広報あまり読まない世代にも市の事業を周知することができる。 【苦慮している点】更新頻度			
長久手市			多様なメディアの特性を生かし、必要としている人に効果的に届けるため、SNSの活用等については現在検討中であり、現時点では開設の予定はありません。	