資料3

議題３　公式ＬＩＮＥの受信設定について（みよし市提出）

市　名	回答		
	（1）公式LINEの導入状況	（1）で「導入している」場合 （２）セグメント配信の導入・活用状況	（2）で「導入・活用している」場合 （３）友だち登録者数に対する受信設定者数の割合、受信設定者数を増やす工夫
名古屋市	導入している	導入・活用している	（セグメント登録状況） 防災気象情報：32,534　感染症（コロナ等）：18,286　観光・イベント：29,006　市政情報：17,026 子育て・教育：21,422　職員採用情報：6,203　スポーツ：5,379　各区からのお知らせ：38,217 【令和8年4月1日時点】 友だち数：166,128 ・定期的にLINEの友だちに対して、受信設定を促す配信を実施している ・LINEのリサーチ機能を使用したアンケートを配信し、本市のLINE配信に関する意見を伺い、受信設定や配信内容のニーズを調査した
豊橋市	導入していない		
岡崎市	導入している	導入・活用している	友だち登録者：27,423人（令和８年4月21日現在） セグメント設定者：18,877人 セグメント設定者割合：69％ セグメント設定者数を増やす工夫 ・LINEの友だち登録時に自動メッセージでセグメント設定を案内 ・リッチメニューで常に受信設定を表示 参考 ・セグメント未設定者に対しては全ての情報を配信
一宮市	導入している	導入・活用していない	
瀬戸市	導入している	導入・活用している	【友達登録者数】（4月21日時点） 14,160人 【カテゴリ別】（4月21日時点） 市政　1,131人 求人　　991人 くらし　2,343人 防災安全　3,230人 福祉　　1,901人 健康　2,126人 環境・ごみ　3,093人 イベント　3,099人 子ども　2,723人 議会　772人 事業者向け　418人 ※複数選択可能なため、合計は友達登録者数と相違 【工夫】 ・統計情報より、ブロック数が増えないよう配信回数を調整している（2回/週） ・広報紙でLINEでも情報発信していることを周知
半田市	導入している	導入・活用している	友達登録者数：23,513人　受信設定者数：11,619人（4月21日時点） 毎月1日に、受信設定していない方に対して、設定を促すメッセージを配信しています。 また、友達登録をした際に、受信設定を促すウェルカムメッセージを配信しています。
春日井市	導入している	導入・活用している	友だち登録者数：34,518人（令和８年３月31日時点） 受信設定者数：13,832人（割合：40.1％） ▼受信設定者数を増やす工夫・効果的な情報発信の手法 「広報紙発行のお知らせ」など、全市民に関わる情報の一斉配信 当市では、令和８年１月からの広報紙全戸配布に伴い、「友だち登録者全員」に広報紙発行のお知らせや非常時には災害情報を配信することとしている。 これは受信設定率を向上させる直接的な対応ではないものの、既にセグメントを設定している人を始め、セグメントを未設定の人にも等しく関係する重要な市政情報であるため、あえてセグメント配信を使用せず、確実に届く「全員配信」を活用することも、情報到達数を補う効果的な情報発信の手法の一つと考えている。

市　名	回答		
	（1）公式LINEの導入状況	（1）で「導入している」場合 （2）セグメント配信の導入・活用状況	（2）で「導入・活用している」場合 （３）友だち登録者数に対する受信設定者数の割合、受信設定者数を増やす工夫
豊 川 市	導入している	導入・活用している	本市の友だち登録者数に対する受信設定者数は35.1％です。 受信設定者数を増やす工夫として、友達登録をした際に必ず、受信設定を促すアンケートを表示させています。 それ以外にも、定期的に友達登録者全員に対し、受信設定をお願いするメッセージを発信しています。 効果的な情報発信の手法については、なるべく文章を減らしてフレックスメッセージや画像を使うことで、情報の受け手側に鬱陶しさを感じさせない発信になるようにしています。 また、受信設定を利用して発信するメッセージについては、すべて当課で内容確認をしており、文章や画像が相手に伝わりやすくするアドバイスを担当課に対して行い、市役所全体の情報発信の質の向上に取り組んでいます。
津 島 市	導入している	導入・活用している	【友だち登録者数】 4,577人（R8.4.28現在） 【受信設定者数】 3,462人（R8.4.28現在）　友だち登録者数の76％ 【受信設定者数を増やす工夫】 市広報紙、市公式ホームページでの周知ほか、ちらしの作成・配架、はたちの集い（成人式）や地域コミュニティ集会等の機会に配布を行い周知を図っている。また、ちらしに受信設定方法を図示している。 【効果的な情報発信について】 ・運用方針を制定し、発信する情報に一定のルールを設けている。 ・各部署からの配信情報の時刻を、広報主管課で一括で管理している。
碧 南 市	導入している	導入・活用している	①友だち登録者数に対する受信設定者数 　友達登録者数：54,135人（ブロック者数4,338人）　うち、受信設定者数：27,717人 ②受信設定者数を増やす工夫 　ワクワクーポンや碧南市の公共施設（水族館や美術館）の無料チケットの配布に加えて、各種イベント、健診情報、狂犬病の予防接種情報、廃食油の回収など市民に関係する配信を多数行っております
刈 谷 市	導入している	導入・活用している	【友だち登録者数に対する受信設定者数の割合】 23.2%(令和8年4月23日時点) 【受信設定者数を増やす工夫】 「全配信は原則禁止。セグメント（情報の分類）の設定が必須」や「１日の配信件数が多くなりすぎないようにタイミングを調整」などの効果的な発信のためのメッセージ配信ルールを作成し運用しています。 また、友だち登録者へのクーポンの発行や受信設定者へのプレゼントキャンペーンを開催するなどの工夫をしていますが、貴市と同様に実際の情報到達数については苦慮しています。
豊 田 市	導入している	導入・活用している	■友だち登録者数に対する受信設定者数が分かる場合はその割合 18.7％（令和 8年4月22日時点） 　友達登録者数：111,817人 　受信設定者数：20,928人 　※受信設定者数は、「欲しい情報に関する設定」と「子どもの成長に合わせた受診設定」の重複を除く実人数 　（延べ人数は、欲しい情報に関する設定：17,977人、子どもの成長に合わせた受信設定：5,110人、計23,087人） ■受信設定者数を増やす工夫など、効果的な情報発信の手法について ・子育て世代に対し、子育てに関する予約について、LINEで手続き可能とした。 　（母子健康手帳交付、子育てイベント予約など） ・加えて、子どもの成長に合わせた情報を配信 　（健診や予防接種、相談窓口の案内など） ・受信設定を見直しをお願いするメッセージを年１，２回配信
安 城 市	導入している	導入・活用している	友達登録者数20万5366人 以下の８つセグメントを設定している。各セグメントの登録者数と割合は以下の通り（令和８年４月２８日時点） ①募集　8725人　4.2％ ②イベント・講座　2万1271人　10．3％ ③文化・スポーツ　1万6193人　7．9％ ④健康・福祉　1万4140人　6．9％ ⑤子育て・青少年　8532人　4．2％ ⑥環境・産業　1万1770人　5．7％ ⑦くらし・防災　１万7480人　8．5％ ⑧市政情報　9656人　4．7％ 受信設定者数の増加につきましては、本市としても課題として認識しております。 配信方法にはフレックスメッセージを採用しており、配信件数は1日あたり5件程度を目安としております。

市　名	回答		
	（1）公式LINEの導入状況	（1）で「導入している」場合 （2）セグメント配信の導入・活用状況	（2）で「導入・活用している」場合 （３）友だち登録者数に対する受信設定者数の割合、受信設定者数を増やす工夫
西　尾　市	導入している	導入・活用している	１．友だち登録者数に対する受信設定者数 受信設定者数ではなく、アクティブユーザの受信設定登録割合を回答させていただきます。 受信設定登録割合：約52%　※令和8年4月23日時点 ２．受信設定数を増やす方法 以下のとおりです。 ・新規登録者 新規登録時に受信設定の勧奨通知を自動配信するとともに、受信設定をすると最新の「まーちゃカレンダー」が貰える旨を案内。また、市民課窓口にて転入者に「まーちゃカレンダー」のチラシを配布。 【参考】まーちゃカレンダーについて 西尾市観光協会のマスコットキャラクター「まーちゃ」を使用したカレンダー（2026年1月から毎月配信） ※カレンダーのデザインは職員が作成 ・既存登録者（受信設定未設定者） 月に２回、受信設定の勧奨通知を配信。 ・共通 利用者が配信内容を確認できるよう、リッチメニューの受信設定ボタンから、各項目の配信内容が確認できるページへのリンクを掲載。 ・その他 登録者10万人達成記念でプレゼンキャンペーンを実施した際、プレゼント応募のためのアンケート内に受信設定の回答項目を設定（アンケートに回答すると受信設定が完了する）。
蒲　郡　市	導入している	導入・活用している	友だち登録者数：35,791人（ブロック数を除いた人数　30,010人） 受信設定者数：15,416人 受信設定者数の割合：51.4%（より実態にあった割合とするため、ブロック数を除いた人数から算出しております） （令和8年5月1日現在） 受信設定数を増やす工夫としては、友だち登録いただいた際に、受信設定の案内が表示される設定をしている。また、広報誌において毎年度公式LINEの友だち登録の周知啓発の際に、受信設定の案内も同時に行っている。 受信設定は生年月日、性別、住んでいる地域、受信したいジャンルの設定ができるようになっており、属性やジャンルによって配信をできるようにしている。また、受信ジャンルも「緊急情報」「子育て・教育」「健康・医療・福祉」「イベント・観光」「市の土地などの売却情報」「事業者向け情報」「移住支援・空き家情報」「市の求人情報」「市政情報」の9個のジャンルを設定しており、ユーザーにとって本当に受け取りたい情報だけを受け取れる体制を整えている。その他一部、「対象者が多く、属性や友だち登録者の興味に関わらず広く周知すべき情報」や「市民の利益になる情報であって、セグメント配信にしたことにより公平性を欠く恐れがあるもの」などは全体配信という形で、友だち登録者全員に配信されるようにしている。
犬　山　市	導入している	導入・活用していない	
常　滑　市	導入している	導入・活用している	受信設定数は6,439件で、友だち登録者数に対する割合は31.4%です。 受信設定者数を増やす工夫については、友だち登録時に受信設定の実施を促す程度です。
江　南　市	導入している	導入・活用している	現状は、市内や市外といったお住まいの地域の区別や、イベントや子育て、健康などの情報のジャンルを区別し、情報過多とならないよう、配信時間、配信数に制限を設け配信を行っています。 効果的な情報発信の手法は、この議題の回答から当市も参考にさせていただきたいと思います。 LINE登録者を増やすため、イベント、広報での周知はしていますが、受信設定者を増やす取り組みは現状行っていません。
小　牧　市	導入している	導入・活用している	友だち登録者数（71,417人）に対し、セグメント登録者数（19,424人）の割合は27.2%です。 セグメント配信について、広報紙やホームページ、SNSで周知するのはもちろんのこと、過去に３回、セグメント登録者を増やすためのキャンペーンを実施し、登録者の増加に努めています。 なかなか思うように登録者が増えないこと、キャンペーンによる増加は一過性で、後にブロック数の増加につながる恐れがあるなど、本市としても苦慮しているところであり、効果的な方法等を研究しているところです。
稲　沢　市	導入している	導入・活用していない	
新　城　市	導入している	導入・活用していない	
東　海　市	導入している	導入・活用している	①受信設定数 　友だち登録者数16,286人に対して、受信設定設定者は7,619人であり、約47%の方が設定している。 ②受信設定者数を増やす工夫 　毎月15日に、受信設定がお済みでない方への定期配信を行い、受信設定をするよう促している。 ③効果的な情報発信の手法 　・受信者が読もうと思える文章量を意識する（目安は１画面におさまるくらい） 　・リッチメッセージを活用し、文章でなく画像を使用し、インパクトを与えて興味を持ってもらえるようにする

市　名	回答		
	（1）公式LINEの導入状況	（1）で「導入している」場合 （２）セグメント配信の導入・活用状況	（2）で「導入・活用している」場合 （３）友だち登録者数に対する受信設定者数の割合、受信設定者数を増やす工夫
大府市	導入している	導入・活用している	友だち登録者数：12,300人（2026年4月現在） 受信設定者数：3,300人 受信設定者数を増やす工夫：LINE友達追加した際に受信設定の案内通知を自動送付する。また、定期的に受信設定を勧奨するメッセージを送付する。 効果的な情報発信の手法：イベントなどで公式LINEを友達追加の案内カードなどを配布している。
知多市	導入している	導入・活用している	〈友だち登録者数に対する受信設定者数とその割合〉R8.5.8現在 友だち登録者数　18,379人（ターゲットリーチ　14,970人） 受信設定者数　　3,610人　　友だち登録者数に対する割合　19.64％ 〈受信設定者数を増やす工夫〉 ・月に1回、子どもの健診や産婦歯科検診、1歳児のすこやか教室、歯の健康教室、虫歯予防教室、予防接種について公式LINE内で通知・受付を行っている。妊婦や赤ちゃん・幼児のいる保護者は、受信設定をうことによって、子どもの年齢に合った通知が受け取れるため、受信設定を促進する一因となっている。
知立市	導入している	導入・活用している	友だち登録者数96,781人　（ブロック数23,874人）、受信設定者35,073人（約36％） 定期的に友だち登録者全員へ、受信設定を促す案内を配信しています。また、効果的な情報発信につなげるため、庁内に対しては、文字だけでなく写真、イラストを積極的に活用することや、視認性に配慮して文字を大きくすることなど、伝わりやすい配信となるよう周知しています。
尾張旭市	導入している	導入・活用している	１．友だち登録者数に対する受信設定者数について 市公式LINE友だち登録者数：７，５４８人（R８．４．２８時点）※ブロック数を含まない。 市からのお知らせ：５，８４５人 防災、防犯：４，０４９人 健康・医療：３，０７１人 くらし・手続き・相談：３，０２４人 消防・救急：２，８９１人 環境・ごみ：２，６１６人 観光・文化・魅力：２，４３１人 子育て・教育：１，９８８人 スポーツ・生涯学習：２，０２５人 高齢者向け：１，９６７人 まちづくり：１，６７７人 障がい・福祉：１，２８３人 求人・採用：１，１０４人 妊娠・出産：６３２人 移住・定住：４９９人 事業者向け：５５１人 ２．効果的な情報発信の手法について ・友だち登録の初期画面で、興味のあるセグメントを選択していただき、ブロック率を低減させている。 ・過去の配信状況から、配信画像やカルーセルによる配信手法を中心に配信し、反応率を意識した投稿を心がけている。
高浜市	導入している	導入・活用している	＜友だち登録者数に対する受信設定者数の割合＞ 25.6%（R8.4.26現在） ＜受信設定者数を増やす工夫など、効果的な情報発信の手法＞ ・高浜市LINE公式アカウント受信設定キャンペーンの実施（R5～年1回実施） →期間中に市LINE公式アカウントを友だち追加、受信設定をし、キャンペーンに応募した方に抽選で商品をプレゼント ・市LINEを活用したデジタルクーポンの発行（R6実施） →国の物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金を活用したデジタルクーポンの発行 （発行前の登録者数8,503人 →発行後35,383人（26,880人の増））
岩倉市	導入している	導入・活用している	友だち登録者数9,320人のうち受信設定者数2,957人 岩倉市でもセグメント配信導入時に受信設定が必要となり、その際にタイミングを分けて３回受信設定のお願いを配信したが、受信設定をしない人が多数となった。 昨年度、広報紙でLINEの受信設定を促す記事を掲載した時には、一定数増加したが、効果的な方法は実施できていない。
豊明市	導入している	導入・活用している	R7.10月より、公式LINEをリニューアルし、受信設定、セグメント配信を始めたところです。 R8.4月現在、友だち登録者数のうち受信設定者数の割合は４３％。 受信設定をされていない方に対して、月２に回、受信設定をお願いするメッセージと受信設定フォームを送信していますが、思うようには受信設定者数は増えていません。他市の工夫等参考にさせていただきたいと思います。
日進市	導入している	導入・活用している	受信設定jで最も選択率の高い「防災・防犯」カテゴリで、約25%。 受信設定を促す通知を定期的に実施予定。また、受信設定をしないとトップメニューが表示されず、受信設定を促すバナーが表示されるような設定を、今後実施する予定。

市　名	回答		
	（1）公式LINEの導入状況	（1）で「導入している」場合 （2）セグメント配信の導入・活用状況	（2）で「導入・活用している」場合 （３）友だち登録者数に対する受信設定者数の割合、受信設定者数を増やす工夫
田 原 市	導入している	導入・活用していない	
愛 西 市	導入している	導入・活用していない	
清 須 市	導入している	導入・活用していない	
北名古屋市	導入している	導入・活用していない	
弥 富 市	導入している	導入・活用していない	
みよし市	導入している	導入・活用している	【割合】 41.1%（2026.4.1時点：受信設定者数30,426 ÷ 友だち登録者数74,001） 【工夫】 ・オリジナル壁紙画像やカレンダー画像を定期的に配布し、その条件を「受信設定した人限定」としている ・ポスターやデジタルサイネージなど、さまざまな媒体で受信設定のメリットを呼びかけている
あ ま 市	導入している	導入・活用している	【友だち登録者数に対する受信設定者数の割合】 79.8% 【受信設定者数を増やす工夫など、効果的な情報発信の手法について】 新規友だち登録時に、トーク画面下部に、受信設定を促す画面を大きめに表示させるようにしています。 情報発信については、親しみやすさを出すために適度に絵文字を使用したり、画像を用いて一目で内容が伝わるようにしたり、市公式ウェブサイトへ遷移して詳細をご覧いただくようにリッチメッセージを活用するなどしています。
長久手市	導入している	導入・活用している	１　友だち登録者数に対する受信設定者数の割合 　　約４３％　　5,550人／13,000人　（R8年4月） ２　受信設定者数を増やす工夫など、効果的な情報発信の手法 　友だち登録のみで、その後、利用規約の同意や情報カテゴリーの選択をされていないケースがあるため、広報紙にて、登録方法を案内しています。また、友だち登録されている方に、月1回程度、登録完了の促進を図るためのメッセージを送信しています。 　令和５年４月に公式LINEの運用を開始しましたが、情報発信数が多すぎるとブロックされることもあり、公式LINEの登録者数の増加、効果的な情報発信について、課題と捉えています。