

## 狛江市ソーシャルメディア活用ガイドライン

令和4年5月26日

### 1 ガイドライン策定の目的

狛江市では、「ともに創る 文化育むまち ～水と緑の狛江～」を市の将来都市像に定め、市民がまちづくりの主体となって、議会及び行政、その他狛江市を支えるすべての団体、企業などが一体となってまちづくりを進めていくこととしています。

そして、市民と行政が情報や課題を共有することが大切であるとの考え方に立ち、これを伝える手段として、行政においてもソーシャルメディアを活用した情報発信をしていくこととします。

また、インターネット上のさまざまなソーシャルメディアの普及に伴い、ソーシャルメディアを情報発信や情報収集のツールとして私的に利用する機会が増えています。その中で公務員が守秘義務に違反し、業務上知り得た情報を発信したり、他の利用者とトラブルを引き起こすといった好ましくない事態も想定されます。ソーシャルメディアを活用するには、その利用者がソーシャルメディアの特性や自らに関わる社会的規範などを十分理解する必要があります。

このような状況を踏まえ、ソーシャルメディアを効果的、効率的、かつ、安全に活用するために「狛江市ソーシャルメディア活用ガイドライン」を定めます。

### 2 ソーシャルメディアの定義

「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性のメディアであり、代表的なサービス例としてツイッターやフェイスブック、LINE 等があります。

### 3 ソーシャルメディアの特性

#### (1) 匿名性の低さ

ソーシャルメディアは、登録者が実名で利用していることも多く、匿名による運用を行っていても、生活や業務に密着した投稿内容やフォロー・フォロワーといった交流関係などから比較的容易に投稿者を特定することができる場合があります。

#### (2) 利用者の思いにより広まる情報

ソーシャルメディア利用において、情報は、利用者による情報共有の仕組み(シェアやフォロー、リツイート等)を介して広まっていきます。肯定的、否定的な書き込み等を問わず、情報は、ネットワークを介して瞬く間に拡散されます。特に気持ちに響く情報やネガティブ情報は、圧倒的に速く拡散していく反面、送り手側がどれほど重要だと思える情報でも、利用者の気持ちに響かなければ、広まっていくことはありません。

また、利用者の気持ちや意見などが付加され、情報がどのように共有されるかには、情報のそのものの内容に加え、タイミングや文章など「伝え方」も大きな影響を及ぼします。

#### (3) 情報共有の仕組みを介した情報伝達

情報共有の仕組みを介した情報伝達は、口コミの様に一人ひとりの関与が薄く、情報に対する責任感も乏しくなるため、気軽に情報をリツイートしたり、シェア・フォローしたりすることにより情報が広く伝達されていきます。一方で、特定の投稿をリツイート等することで、その内容に賛同して情報発信したものとみなされることがあり、その責任を問われることがあります。

#### (4) 発信した情報が長期間ネット上に残る

情報の共有は、当該情報のコピーや転送などの方法によってなされるため、情報の拡散は制御不能で、削除することは事実上不可能となり、長い期間ネット上に残るという特性があります。また、削除することによって、却って当該情報の内容をインターネット上にアーカイブされることもあり、削除時の対応には注意が必要です。

#### (5) 常に変化するメディア

新たなサービスの登場、技術革新、利用者の嗜好の変化などにより、ソーシャルメディアは、その形を大きく変えながら進化しています。また、その利用者数は、拡大傾向にあるため、ソーシャルメディアは、将来的に私たちの生活に今まで以上の大きな影響を与えるメディアとなる可能性があると考えられます。

## 4 運用

### (1) 適用範囲

このガイドラインは、広報業務のために公式アカウントを取得し、ソーシャルメディアを利用する課(業務としてその運用を委託された業者も含む。)等に対して適用します。

また、狛江市の職員としての身分を有する者(会計年度任用職員を含む。)が私的にソーシャルメディアを利用する場合も、この規定を十分留意しなければなりません。

### (2) 公式アカウントの作成手続

#### ア 既存ソーシャルメディアの活用の検討

ソーシャルメディアを新規で利用する際には、同様の内容が複数の市公式ソーシャルメディアから市民に提供されることにより、市民が情報過多に陥らないよう、以下の事項を踏まえた上で、すでに運用されている市の公式ソーシャルメディアを活用した情報の発信について検討しなければなりません。

(ア) 特定の分野・業務に特化した情報発信が、既存のソーシャルメディアでの情報集約になじむかどうか。

(イ) 特定の分野・業務に特化したことで、情報発信の内容が軽微となっている場合、既存のソーシャルメディアでの情報発信になじむかどうか。

(ウ) 情報発信の回数が、既存のソーシャルメディアでの情報発信を阻害することが無いか。

#### イ 運営主体・運営ポリシーの作成

既存ソーシャルメディアの活用の検討をした上で、新規にソーシャルメディアを利用する必要がある課の長は、公式アカウント作成時において、あらかじめ狛江市電子計算組織管理運営規則(昭和63年規則第13号)第15条の2の規定に基づき電子計算組織処理計画書(第4号様式)により情報化計画の提出を行わなければなりません。その際、運用に関するポリシーを作成し管理者を定め、アカウントの目的、投稿内容、表現の硬軟度合い、決裁の要・不要などを確認し、プロフィール欄などで運営主体と目的を明らかにすることとします。ただし、行政情報化推進委員会委員長が特に必要で

あると認めるときは、この手続によらず、新規にソーシャルメディアを利用することができます。

#### ウ 行政情報化推進委員会による承認

行政情報化推進委員会は提出された電子計算組織計画書（第4号様式）及び運用に関するポリシー等を確認した上で、新規ソーシャルメディアの利用について承認します。ただし、行政情報化推進委員会委員長が特に必要と認めるときは、この手続によらず、新規にソーシャルメディアを利用することができます。

### （3）遵守事項

#### ア 運営主体・運営ポリシーの周知

ソーシャルメディアを利用する課の長は、公式アカウント作成時において、運用に関するポリシーに基づき管理者を定め、アカウントの目的、投稿内容、表現の硬軟度合い、決裁の要・不要などを確認し、プロフィール欄などで運営主体と目的を明らかにすること。なお、管理者は、定期的に発言内容を確認すること。

#### イ 常に誠実で良識ある言動を心掛ける

公式アカウントにおける情報発信では、狛江市の代表である自覚と責任を持ち、社会的な常識やマナーをわきまえた言動をするよう心掛けること。

また、個人としてソーシャルメディアの利用に当たっては、業務や仕事に関する内容を書き込まない等、義務と責任を自覚し、狛江市職員に相応しい言動をするよう心掛けること。特にソーシャルメディア上で自身の身元を明らかにして情報を発信する場合は、発した情報はすべて一個人の意見であったとしても、情報の受け手からは狛江市職員としての発言と看做されることから、より慎重な情報発信を心掛けること。

#### ウ 寄せられたコメントへの対応

ソーシャルメディア上での議論に耳を傾け、真摯に受け止めること。コメントへの対応については、細心の注意を払うこと。

#### エ 法令・規定・守秘義務の遵守

地方公務員法（昭和25年法律第261号）、狛江市職員服務規程（平成7年規程第2号）及び狛江市情報セキュリティポリシーをはじめとする関係法令及び職員の服務や情報の取り扱いに関する規定等を遵守すること。

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、企業等に了解を得る等、基本的人権、肖像権、プライバシー権、著作権等に十分留意すること。

#### オ 狛江市に関する重要な記述の報告

業務に直接関わりがなくても、狛江市に関する重要な記述をソーシャルメディア上で見つけた場合、管理者は所属長に、所属長は統括情報セキュリティ責任者に速やかに連絡すること。

また、ネガティブな評判を見つけ、その中に事実誤認が含まれていたとしても、個人やその場の判断で否定や反論をすることは避けること。

#### カ なりすまし・乗っ取りへの対応

公式アカウントに心当たりのない情報が掲載された場合は、情報の内容を確認し、管理者は速やかに所属長に、所属長は統括情報セキュリティ責任者に連絡するとともに、画面を保存するなど記録を残した上で、当該情報を削除し、当該アカウントのパスワードを変更すること。

また、投稿作業を行っていた端末機やアカウントにソーシャルメディアとの連携機能を有するサードパーティー製のアプリケーションやサービスが設定されていた場合、設定した連携機能を解除すること。

なりすまし・乗っ取りによる不都合な情報発信の拡散を防ぐため、管理するアカウントについては常時監視を行うこと。

### (4) 禁止事項

#### ア 市の公式見解でない情報及び秘密情報の発信

市の公式見解でないもの（意思形成過程にある政策や事業内容等）は、発信しないこと。

情報の取扱いについては細心の注意を払い、勝手な言及や憶測含みの発言は厳に慎むこと。噂や未発表の事柄について尋ねられた場合も同様の対応をすること。

また、業務上知り得た個人情報や機密情報、狛江市のセキュリティを脅かす恐れのある情報などを発信しないこと。

#### イ 誤解を招く発信

発信する情報は正確を期すとともに、その内容について誤解を招かないよう留意すること。伏せ字を使う等要らぬ詮索を招くような記述も避けること。

また、同じ内容を何度も繰り返し投稿することは、スパム行為と見られ忌避されるため行わないこと。

#### ウ けんかの売り買い

発信した情報に関し攻撃的な反応があった場合は、冷静に対応し、無用な議論となることを避けること。

また、次に掲げる情報に関しては、争いの火種となりやすいため、発言をしないこと。

- ・人種、思想、信条、性別等による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助長させる情報
- ・単なる噂や噂を助長させる情報
- ・わいせつな内容を含む情報
- ・その他公序良俗に反する一切の情報

#### エ 業務時間中の利用

職員には「守秘義務」や「職務専念義務」が課されているということをしっかり自覚し、業務として利用する場合を除き、就業時間中の利用は厳に慎むこと。

#### オ 関係の強要

ソーシャルメディアにおいては、仕事とプライベートとのけじめをしっかりつけ、相手との距離感を正しく認識するよう努めること。特に職場の上司や同僚であることを理由に、登録を強制したり、返信・コメントを強要することなどは行わないこと。

### (5) 公式アカウントの運用停止

#### ア 運用中の公式アカウントの効果測定

公式アカウントを運用している課は、その運用の効果と独自性を担保するため、毎年度末において、「4 運用」の「(2) 公式アカウントの作成手続」における(ア)～(ウ)の事項を踏まえ、運用状況を確認しなければなりません。確認の上で運用の効果と独自性が担保できない場合は、該当の公式アカウントの運用を停止し、市広報アカウントに情報集約することについて検討しなければなりません。

#### イ 停止による影響度の確認

公式アカウントの運用を停止する際には、該当ソーシャルメディアの登録者(フォ

ロワー等)等に鑑み、停止の際の影響度を確認しなければなりません。

#### ウ 事前周知と市広報アカウントへの誘導

公式アカウントの運用の停止の際の影響度に応じて、該当ソーシャルメディアにおいて一定期間の事前周知を行うとともに、今後の情報提供元となる市広報アカウントへの誘導を行わなければなりません。

#### エ アカウント・ドメインの保全

公式アカウントの運用の停止にあたり、アカウントやドメインを削除することで、他者によるアカウント等の使用によるなりすましが可能となることから、該当ソーシャルメディアのサービス終了までアカウント等については削除してはなりません。また、運用の停止後も該当アカウントの状態を一定期間ごとに確認しなければなりません。

<用語の解説>

- 1 ツイッター ツイッター社(Twitter Inc.)が運営するインターネット上のサービスで利用者が「ツイート」とよばれるつぶやきを投稿し、双方向のやりとりを行うものをいう。
- 2 フェイスブック フェイスブック社(Facebook Inc.)が運営するインターネット上のサービス。多くの利用者が実名登録をし、日記機能やメッセージ機能を利用して双方向のやりとりを行うものをいう。
- 3 ブログ 特定の話題について書き綴った文章や感想、画像などを時系列順に配置した日記的なウェブサイトのこと。
- 4 シェア ソーシャルメディアにおける利用者の投稿を別の利用者が転載できる仕組みのこと。
- 5 ツイート 「ツイッター」で、書き込みを投稿すること、及び、投稿された書き込みのこと。
- 6 リツイート 「ツイッター」において、他のユーザーのツイート(つぶやき)を引用形式で自分のアカウントから発信すること。
- 7 URL ウェブサイトのアドレス
- 8 アカウント 利用するサービスにログインするための利用者権限のことをいう。
- 9 書き込み等 ソーシャルメディアを通じて、その利用者に対し投稿、情報の転載その他の情報を提供する行為
- 10 なりすまし 他の利用者のふりをして、インターネット上のサービスを利用すること。
- 11 伏せ字 明記を避けるために、その部分を空白にしたり、○や×で表したりすること。
- 12 スпам行為 他のユーザーの迷惑になる行為のこと。
- 13 サードパーティー 「第三者」という意味の英単語。ある事柄について、その直接の当事者(サービス開発元企業と、利用者である市)ではない関係者(企業)のこと。
- 14 連携機能 外部のサービスやアプリケーションと機能上のつながりを持つアプリケーションのこと。機能上のつながりが可能になることで、データ解析やログ取得、代理投稿等の便利な機能が使えるものもある。一方で、連携アプリであることを分かりにくくしたうえで連携機能を許可させ、意図しない投稿が行われ、問題となることがある。
- 15 アーカイブ インターネットにおけるアーカイブは、ウェブサイト等の全体、もしくはその一部を記録し保存すること。



## 狛江市〇〇課ツイッターアカウント運用ポリシー（見本）

令和4年 月 日

### （目的）

第1条 このポリシーは、狛江市〇〇課がツイッターを市民等への情報提供媒体として運用するために、必要な事項を定めることを目的とする。

### （用語の定義）

第2条 このポリシーにおいて、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) ツイッター ツイッター社（Twitter Inc.）が運営するインターネット上のサービスで利用者が「ツイート」とよばれるつぶやきを投稿し、双方向のやりとりを行うものをいう。
- (2) 狛江市〇〇課ツイッター 市が発信主体となり、「狛江市ソーシャルメディア活用ガイドライン（令和4年5月26日策定。以下「ガイドライン」という。）の規定に基づき、〇〇部△△課が運用するツイッターをいう。
- (3) アカウント 利用するサービスにログインするための利用者権限のことをいう。
- (4) アカウント運用ポリシー アカウントの運用方針や取決めをいう。
- (5) 前各号に規定するもののほか、このポリシーにおいて使用する用語の意義は、ガイドラインの例による。

### （運用・管理主体）

第3条 狛江市〇〇課ツイッターの運用主体は△△部〇〇課とし、アカウントの登録、情報発信、情報管理等を行い、また、運用の適切な管理運営を行うため、管理者として△△部〇〇課長を置く。

### （アカウント）

第4条 狛江市〇〇課ツイッターのアカウント登録内容は、次の各号に掲げるとおりとする。

- (1) ユーザー名 （例）komae\*\*\*\_tokyo
- (2) 登録メールアドレス \*\*\*\*@city.komae.lg.jp
- (3) その他の事項については、△△部〇〇課長が別に定める。
- (4) パスワードは、他のソーシャルメディアのパスワードと同一又は類似しないものとする。

### （発信する内容）

第5条 狛江市〇〇課ツイッターは、次の各号に掲げる情報を発信する。

- (1) 市のイベント情報や新たな施策等、市政一般情報

(2) 市民の生命・安全に影響を及ぼすおそれのある災害等に関する情報

(3) その他△△部〇〇課長が適当と認める情報

2 情報発信した内容に誤りがあった場合は、直ちに発信した内容を削除するとともに、訂正した内容を改めて発信する。

(制限事項)

第6条 狛江市〇〇課ツイッターを運用していくうえでの制限事項は、次の各号に掲げるとおりとする。

(1) 投稿者の投稿表示（フォロー）を行うこと。ただし、他課が運用する市公式アカウントやその他の公共機関等が運用する公式アカウントで、フォローすることにより市民への有益な情報提供に有効であると△△部〇〇課長が認めた場合は、この限りでない。

(2) 投稿者に対し、返信（リプライ）を行うこと。

(3) 特定の事業者・個人に対する連絡手段として使用すること。

(なりすまし等の防止)

第7条 第三者によるなりすまし等を防止するため、狛江市〇〇課ツイッターのアカウント情報を市公式ホームページに常時掲載し、公式アカウントであることを明示する。

2 なりすまし等を発見した場合は、ただちに市公式ホームページ等において、なりすまし等が存在することへの注意喚起を行う。

3 なりすまし等を防止するため、公式アカウントの認証取得申請を行う。

(アカウントの停止)

第8条 ツイッターのシステム上の問題や運用に支障を来す事態が発生する等狛江市〇〇課ツイッターを継続して運用することが困難となった場合は、市公式ホームページにおいてその理由を明示し、アカウントを停止することができる。

(遵守事項)

第9条 狛江市〇〇課ツイッターの運用にあたっては、市が別に定めるガイドラインを遵守する。

(その他)

第10条 このポリシーに定めるもののほか、必要な事項は別に定める。