

広島県福山市 えつと福山



広島県福山市 えつと福山 @fukuyama.city

- ホーム
- ページ情報
- 写真
- レビュー
- イベント
- 動画
- 投稿
- コミュニティ
- お知らせと広告

「福」が見つかる街

えつと福山

いいね! フォローする シェア

このページの投稿を検索

広島県

広島県福山市 えつと福山

19時間前

#遺跡 #歴史 #博物館

【註のペールに包まれた福山市】

今日は、福山がもっと大好きな日です。

みなさんは「専断」を知っていますか？

現在、多くの自治体が、SNS (Social Networking Service) を情報発信ツールとして積極的に活用している。しかし、その特性を生かした運用までに至っていないのが現状である。その中であつて、「情報発信」をまちづくり戦略の柱とし、さまざまなSNSをコミュニケーションツールとして利活用した結果、短期間で、市民への情報提供や国内外へのPRに成功しているのが広島県福山市である。この取り組みを通して、自治体における有効なSNS活用手法のヒントを探ってみた。

# #で広げる地域の魅力

広島県福山市

ハッシュタグ

～効果的な SNS 活用で住民満足度 UP!!～



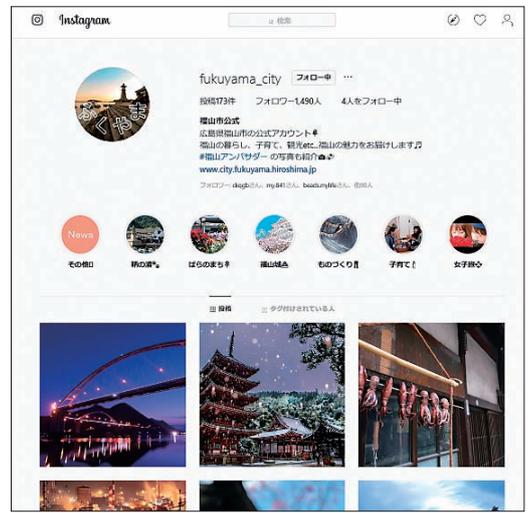
# #(ハッシュタグ)で 広げる地域の魅力

## ◎「福山アンバサダー」の活躍

Instagramで「#福山アンバサダー」と検索すると、一瞬にして福山市の美しい写真が目飛び込んできた。Twitterには季節の花々やイベントなど、地域のリアルな情報が満載。居ながらにして福山を楽しめる。これらの多くは福山市が認定した「福山アンバサダー」からの投稿である。

2017年、市は、国内外に福山の魅力を発信してもらおうと、市の情報発信に意欲のある人を募集して「福山アンバサダー」に認定した。2017年10月～2019年9月(第1期)、2020年3月～2022年1月(第2期)を合わせた登録者は974人(2021年11月現在)、「#福山アンバサダー」をつけた投稿は約5万、フォロワー数は226万人に達した。

「2017年に行った首都圏での認知度調査では、70%の人が、福山市について『特に思いつかない』と回答しました。一方、多くの若い女性たちは福山のことを知ると『行ってみたい』と回答したことから、若い女性層に情報を届けようと、SNSを活用しました。すると、2019年10月の調査では58.2%に改善し、福山市の認知度が上がったのです」と話してくれたのは、市長公室情報発信課都市ブランド担当の江田鮎美さん。月1,500件にも及ぶアンバサダーの投稿を確認し、紹介したい写真を選んで市の公式InstagramやFacebookで発信している。写真の掲載にはアンバサダーからの同意を得ており、報酬も発生せず、情報発信に予算はかかっていない。投稿の



### 公式 Instagram

「自治体の情報には客観性や公平性が求められますが、アンバサダーからの紹介ということにすれば、自由に福山の魅力を伝えることができ、情報の幅が広がりました。情報を受け取る皆さんが、『きらきらしてるな』と感じられるような発信をしたいと思います」(担当の江田さん)

確認には時間がかかるが、「私自身が知らない情報も多く、見るのはとても楽しいですね。おいしいお店の情報は、休日に活用させてもらっています」と白い歯をのぞかせた。

アンバサダーのうち市民が6割、その他4割。市は週1回、アンバサダー向けにメールマガジンを送り、市外でも行政情報や話題にアクセスできるよう情報を提供している。また、活動を活性化するため、定期的にミーティングを開き、互いに情報交換を行う場を設けている。アンバサダーの中には、カメラマンやアーティスト、マス

**福山市** 人口463,908人、世帯数212,600戸(令和3年10月末現在) 瀬戸内海沿岸部の中央に位置し、温暖な気候と山海の幸に恵まれた地域で、朝鮮通信使から「日東第一形勝」とその景観を称賛された鞆の浦は、歴史情緒をたたえた街並みを残している。高度成長期に軽工業から重工業中心の都市へと変貌を遂げ、1998年4月には中四国地方で2番目の中核市に指定された。繊維・機械・電子工業など高い技術力をもつオンリーワン・ナンバーワン企業が集積しており、国内有数のものづくりのまちとして発展を続けている。



1



2



3

福山アンバサダーが投稿する写真には、景色、季節、グルメ、情報、歴史、人物、動物、あらゆる福山の資源が魅力的なアングルで紹介される 1 c\_fujimoto 内海大橋 2 moe\_matsui 阿伏兎観音 3 jugoinoge いろは丸 4 kazuhito.tachibori0907 新幹線と福山城冬 5 takata35 ばら公園



4



5

コミ関係者もおり、ネットラジオでコーナーを開設して情報発信するなど、アンバサダー持ち前の特技や職業を生かした情報発信の手法は大きく広がりを見せている。

### ●市民に情報を届ける

福山市のSNSによる情報発信の背景には、2016年に就任した枝広直幹福山市長が市政の柱の一つに据えた「情報発信力の強化」がある。その実施拠点として2017年に情報発信課を新設、「広報」、「情報発信戦略」、「都市ブランド」の担当が設置され、2018年には「福山市情報発信戦略基本方針」が策定された。

「基本方針策定の前提として行った市内での認知度調査では、ネットを活用する若年層は広報紙を読まず、市政情報が届いていないことがわかりました。そこで、市政情報のネット発信が検討されることとなりました」と話すのは、情報発信戦略担当の橘高剛次長。

市民への情報発信は「お知らせ」的なものが多いことからLINE、Twitter、YouTubeといった媒体に着目し、効果的な市政情報発信を目指した。

「2020年3月に、情報発信戦略担当でLINEを開設しました。当初は週1回程度の発信を考えていたのですが、4月に市内で初めて新型コロナウイルス感染者が確認されたことから、連日コロナ情報の発信を続けると口コミで広がり、2021年8月には“友だち”が10万人になりました」と橘高

さん。市民の5人に1人が登録していることになる。「若手職員10人が当番制で土日に関係なく、市民が知りたい情報をわかりやすい言葉で発信した結果だと思います」。

広報紙、LINE、Facebook、Twitterの担当が、情報発信戦略の担当者とともに情報発信課というワンストップ組織としてまとまっていることも強みといえよう。2021年4月からは、広報紙の特集記事のアニメ動画配信を開始した。広報紙になじみのない世代に市の施策をわかりやすく届ける取り組みで、全国の自治体で初の試みであった。記事は2〜3分程度のアニメになり、市の公式YouTube、LINE、Twitter、Facebookで毎月配信されて好評を博している。

一方、市で運用している個別事業のSNSのフォロワー数が伸び悩んでいる現実もある。情報発信戦略担当では、市の担当や関係団体の事業等で実施しているSNSに対してもフォロワー数を増やすためのノウハウの指導を計画し、効果的な情報発信の戦略を練っている。



公式 Facebook「えっと福山」 「えっと」は、「えつ」という驚きとお国言葉の「えつと(たくさん)」の意味を込めた。ここにもアンバサダーの情報が取り込まれている。



6 広報紙の特集記事をアニメーション化しLINE・Twitter・YouTube・Facebookで配信。1本(2〜3分程度)の制作費用は5万円。低コストで広報媒体の強化が実現できた。7 福山アンバサダーの投稿を取り上げて公式Instagram(前ページ上の写真)で紹介。8〜10アンバサダーの活動を活性化するため定期的に「福山アンバサダーミーティング」を開催(8 2021年3月は初のオンライン開催、9 は2018年の大阪会場、10は2019年の東京会場)。2017年10月〜2021年10月での福山アンバサダーの投稿数はFacebook・Twitter・Instagram 合計で45,850件に上る。



**1** 投稿から生まれた企画「モザイクアートキャンペーン」。投稿写真をモザイク状に並べて鞆の浦の情景を表現。背景の写真は実景の鞆の浦 (oceancrew0210 常夜燈)。鞆の浦は2018年に日本遺産に認定された。

**2** 投稿への反応がほしいという声を受け「しろふくまん」が登場。2017年の福山市子ども議会で中学生から提案のあったキャラクターで、福山市の魅力を狙っている怪盗。「いただいたまん」、「かわいいまん」と語尾の口調に「まん」がつくのが特徴で、アンバサダー事務局からの発信を担当している。

## ●「何を」「誰に」「どうやって」伝えるか

LINEやTwitterでは市政情報やイベント告知、FacebookやInstagramでは都市ブランド力をアップするために福山の魅力を国内外に発信する。こうしたSNSの特性を生かした福山市の情報発信戦略は大きな効果を上げ、2021年11月の第16回マニフェスト大賞で「優秀コミュニケーション戦略賞」を受賞するなど、高く評価されている。

自治体が発する情報の受け手の多くは住民であり、いかにわかりやすく伝えるかがポイントになるが、自治体発の情報といえば「お役所言葉」

が並びがち。ところが、福山市のSNSから堅苦しさは感じられず、若い職員の新鮮な感性と工夫が生かされている。

SNSでの発信やホームページの更新にあたって、担当者が作成した文章が管理監督者の決裁を経ると

いうプロセスは、福山市も他の自治体と同じである。上司のチェックが入ると、手直しされるのでは

ないかとの懸念を向けると、橘高さんは首を横に振り、こう話す。「市の情報発信戦略基本方針では、職員が情報発信する際の考え方、注意すべき点を明確にしました。さらに、一般職員だけでなく、副市長、局部長、課長、次長など、管理監督者に向けた研修会を積極的に重ねた結果、文章をチェックする上司が『どう発信すれば市民に伝わるか』を考えてくれるようになったのだと思います。情報は相手に伝わってこそ意味がありますからね」。

また、LINEの場合は「テスト配信」機能を使って、見え方なども確認しながら配信している。「配信ボタンを押したら、一瞬にして10万人以上の目に触れます。ボタンを押すときには、みんな緊張しますよ(笑)」と橘高さん。今後もSNSを有効に活用して市政情報を市民に的確に届けるとともに、福山市の魅力を国内外に発信し続け、市民の満足度を高めたい。そのためにも、まだまだ職員の意識の向上は必要だという。

「情報を伝える」ことそのものは、決して難しいことではないかもしれない。しかし、情報が、伝えたい人にわかりやすく正確に伝わっているか。そこを意識して取り組まなければ、情報発信を行っているとはいえない。そこにこだわり、情報発信の手法に磨きをかけ、職員の意識改革に徹底して取り組んだ先に、福山市の今がある。サクセスストーリーの次章からも目が離せない。  
【取材・写真協力 福山市市長公室情報発信課】



**2** しろふくまん

@shirofukuman

福山市（広島県）の魅力を狙っている怪盗。日々、SNSで福山の魅力がないか探し回り、発見すると、いいねを付ける。

福山アンバサダー事務局  
11月12日 18:51

福山アンバサダーの皆さま、福山アンバサダー事務局の「怪盗しろふくまん」だまん。今週もたくさん「#福山アンバサダー」の投稿ありがとうございます。今日、11月12日に「マニフェスト大賞」の授賞式があり、福山アンバサダーの取組が「優秀コミュニケーション戦略賞」を受賞して表彰状をもらいました。アンバサダーのみなさんの活動が評価してもらえてうれいしまん！... もっと見る