

魅力を発見する視点の持ち方と、その魅力を有効に伝える
SNSコンテンツ作りの工夫や注意点を解説

自治体広報SNS活用法

地域の魅力の見つけ方・伝え方

株式会社グローバルリンクジャパン

清水 将之

弁護士 町田 悠生子 弁護士 木田 翔一郎

A5判・176頁 定価：本体2,300円＋税

- 地域の魅力を伝えるため、まず何を魅力として伝えられるかを発見する視点の持ち方と、その魅力を有効に伝えるSNSコンテンツ作りの工夫や注意点、メディア別（Facebook、Twitter、Instagramなど）の特長やエンゲージメント率（共感行動・拡散行動等）の高め方などを、事例をもとに解説。
- 自治体広報が情報を発信するうえでトラブルとならないために、最低限押さえておくべき法的リスクや炎上リスクを、よくあるトラブル事例に基づき解説。
- コンテンツに抜けている視点がないか確認できる、コンテンツ作成・投稿時チェックリスト付。

自治体広報 SNS活用法

地域の魅力の見つけ方・伝え方

How to use SNS for local government institutions



株式会社グローバルリンクジャパン

清水 将之

トラブルとならないために、
最低限押さえておくべき法的・炎上リスク

弁護士 町田 悠生子 弁護士 木田 翔一郎

第一法規

公職選挙法

現在の公職選挙法ではインターネット等を利用した選挙運動のうち一定のものも許されていますが、公職選挙法、関係法令により選挙運動や政治的行為が禁止・制限されています。
SNSの公式アカウントでの投稿が、禁止・制限される選挙運動や政治的行為とならないように注意が必要です。

事例

ある市で行われたお祭りの様子を伝えるため、市の SNS の公式アカウントで写真を投稿したところ、その市の選挙区で、候補者の1名が写り込んでいた。
これに対して、市民から、選挙区中に特定の候補者を支持するような写真を市の公式アカウントに投稿するは問題ではないかとクレームが入りました。

法的リスクの解説

公職選挙法は、選挙の公正、候補者の平等を確保するため、選挙運動期間に行われる文書媒体の頒布・掲示その他の選挙運動について規制を行っています。
そして、「選挙運動」とは一般に「特定の選挙について、特定の候補者の当選を目的として、投票を得るまたは得させるために直接または間接に必要な行為」を意味すると解釈されています。

現在の公職選挙法では、ウェブサイト等を利用した選挙運動も一定の範囲で容認されています（14条の3）。ここでいうウェブサイト等には、ホームページやブログ、SNSの公式アカウント等も含まれます（ただし、電子メールを利用した選挙運動については、公職選挙法で定められていないと解釈されています）。

取材のコツ

インターネット上にさまざまな記事が取り上げられる現代において、いかに「面白い記事を書くか」はファンづくりやそれらのメディアへの注目度を高めるためには大切な要素となります。面白い記事を書くためには最も重要となるのは「取材」です。では、どのような取材をすれば、記事は読み手にとって面白くなるのでしょうか？

取材は下調べがカギとなる

たとえば、特定の人物への取材をするに際しては、事前の下調べが大きなカギとなります。あらかじめ、取材前に出来る限りの記事がどのようなイメージ・テキストにしているのかを調べておきましょう。同じ企業の社長へのインタビューでも、真面目なテキストで「社長が会社の経営について語る系」なのか、社長の人間性やプライベートに迫った「機軸大転換系」なのか、あるいはちょっとイジワリながら笑いを誘うようなものなのかにより取材方法は変わってきます。

さらに、取材対象については可能な範囲で経歴や考え、過去の業績やネット上の記事などを確認し、趣向を凝らしておきましょう。このような下調べをしておくことで、これまでその相手に手について出回っていない情報を引き出すことも可能です。

取材中とにかくその人を好きになり続ける

取材中については、とにかく相手に興味を持って話を聞くことだけに集中すれば良いでしょう。たとえば本業関係なかった内容から話を振っても、その人自身やその人のストーリーを語り下していくことで、面白く話を聞くことができます。特に、意識したいのは、話の中でよくよく疑問を感じた箇所があれば、素直に口に出して聞くことです。すると意外と相手は「そうそう、よく聞いている」と言われることが多いです。このやりとりが「いいね」につながります。興味を持って聞くと、自然と質問も出てくるので、下調べは必要です。

このように、記事を書くための取材のコツは「入念な事前の下調べ」。そして「当日はその人に関心を持って真摯な反応を示すこと」です。ぜひ試してみてください。

ハッシュタグ

正確なところ、Twitter や Instagram の「ハッシュタグ」をどのように活用すればいいかわからない……そんな疑問を抱えている方も多くはないでしょうか。上手に活用することで、より親近感を持ってもらい、フォロワー数の拡大も見込めることができるハッシュタグの活用方法について考えてみましょう。

「トレンド」のハッシュタグをつけて、自治体のアカウントに投稿してもらおう
Twitter のトップ画面で「トレンド」という部分に、リアルタイムで多くの人がつぶやいている内容が表示されているのを見たことがあるかと思いますが、その中には、早速だけでなく、話題になっているハッシュタグが含まれていることも、また、そのシーズンや時期によりブームになっているものも多く含まれています。2018年は「経い」が流行していたら思った以上に反響があった絵やデザイン、経いの世界などが多く使われました。

大まかなような面白い投稿は話題にもなりやすい

トレンド入りしているハッシュタグは、まるで大当たりのように「1つの話題でどれだけ盛り上がるか」という点でも優れています。そのハッシュタグで投稿をし、さまざまなユーザーの投稿をチェックする人は少なくありません。そのため、自治体アカウントでも、よりよくその話題に寄与することで、内容によってはファンやフォロワー数の拡大も見込めることができます。一般的な自治体の投稿とは異なり、かなり「中の人」のセンスが問われます。リアルタイムが重要のため、投稿の度には内容のチェックが必要で、必要に応じて修正も必要かもしれません。とはいえ、上手に使いこなせば反応は期待できるものかもしれません。大まかに自分の方針は、是非チャレンジしてみたいかがでしょうか。

写真のポイント

SNS の投稿写真はスマホで撮影して、写真加工アプリ等で仕上げている方も多く見られます。撮影している写真はワンクッションでいいから、今の加工アプリは、かなり仕上がりに仕上がっていることが多く、元画像がイメージと違っても加工の仕上がりはほぼ完璧です。元画像が綺麗でなくても、加工によって印象は変わるので、やはり加工にも気遣いが必要です。同じ加工でもまったく違う印象を受けるのはカメラの解像度やクニクニの差もあるかもしれませんが、撮影の基本を知っているだけで、他の投稿と差別化することが可能になります。まずは基本的な撮影を確認してみましょう。

三分割 画面を上下左右で3分割した構図になります。撮影対象の中心に、全体的に安定している印象を与えることができます。水平線、地平線等の自然の風景によく使われる構図です。



三分割 画面の縦・横を3分割する構図になります。縦の交点（分点）に被写体等を配置することで全体のバランスが取れる構図になります。



122



第一法規

東京都港区南青山2-11-17 〒107-8560
<https://www.daiichihoki.co.jp>

Tel. 0120-203-694
Fax. 0120-302-640

第1章 自治体広報、メディア戦略

- SNSの基本
- 自治体とSNSの現状
- 自治体とSNSの目的と課題
- 自治体のSNSに求められているもの
- SNSとオウンドメディアの棲み分け
- KPIを設定する
- ソーシャルリスニングとは
- メディア別の禁止事項
- SNS運用のコツ
- 炎上対策
- マンネリ打破のヒント
- インフルエンサー
- インバウンド

第2章 SNS活用、成功例を自分の自治体へ活かすポイント

- 事例集めの注意点
- 「景色」をテーマにしたコンテンツ
【田んぼアート】宮城県 角田市
【ヒマワリの種プレゼント企画】秋田県 横手市
【石部の灯り】静岡県 松崎町
【伊豆キャンドルフェス in 松崎はなばたけ】静岡県 松崎町
【富士山がきれいに見えるカメラポイント】静岡県 松崎町
効果がある景色コンテンツとは
- 「食」をテーマにしたコンテンツ
Twitter人気アカウント紹介：【茨城をたべよう】茨城県
【郷土料理 うずみ】広島県 福山市
効果がある食コンテンツとは
- 「産業・工芸品」をテーマにしたコンテンツ
【デニムの生産量日本一】広島県 福山市
効果がある産業・工芸品コンテンツとは
- 「伝統」をテーマにしたコンテンツ
【なまこ壁】静岡県 松崎町
効果がある伝統コンテンツとは
- 「体験」をテーマにしたコンテンツ
【ねぎまつり】宮城県 角田市
効果がある体験コンテンツとは
- 「歴史」をテーマにしたコンテンツ
【日本一天守が近い！ 駅から見る福山城】広島県 福山市
効果がある歴史コンテンツとは
- 「キャラクター」をテーマにしたコンテンツ
Twitter人気アカウント紹介：【くまモン】熊本県PRキャラクター
SNS人気アカウント紹介：【チーバくん】千葉県マスコットキャラクター
効果があるキャラクターコンテンツとは

- 「取り組み」をテーマにしたコンテンツ
【企業組合であい村 蔵ら 総務大臣賞受賞】静岡県 松崎町
【福山アンバサダー】広島県 福山市
効果がある取り組みコンテンツとは
- 茨城県 Twitterページ 担当者インタビュー
- 横手市 Facebookページ 担当者インタビュー
- 福山市 Facebookページ 担当者インタビュー
- 松崎町 Facebookページ 担当者インタビュー
- 「その他」【楽天チェックで水野勝成を学ぼう！】広島県 福山市

第3章 メディア別ポイント

- Instagram/Facebook/Twitter/TikTok/WeChat/微博 Weibo

第4章 地域の魅力を伝えるコンテンツ作り

- タイトルと見出しの重要性
- クリックされやすいタイトルの作り方
- 表現方法のポイント
- 挿絵の効果的な使い方と、目的別使い分け
- タイムリー記事のストック術
- ピンポイントのテーマを書くコツ
- 記事作りの「足し算」と「引き算」
- アイディアのヒント1 やった方がよいこと
- アイディアのヒント2 やらない方がよいこと
- アイディアのヒント3 ワードだけのメモ
- アイディアのヒント4 逆から考えてみる
- エンゲージメントを高めるコンテンツマップ
- イベントを活かしたコンテンツ
- 対談コンテンツのコツ
- 取材のコツ
- ハッシュタグ
- 写真のポイント

第5章 トラブルとならないために最低限押さえておくべき法的・炎上リスク

- 法的リスク/著作権法/肖像権/商標法/個人情報保護/公職選挙法
- 炎上リスク/実際の炎上例と炎上の種/炎上例/炎上の種/まとめ

コンテンツ作成・投稿時のチェックリスト

詳細・お申し込みはコチラ

<クレジットカードでもお支払いいただけます>



第一法規

検索

CLICK!

キ リ ト リ 線

申込書〈第一法規刊〉

自治体広報SNS活用法 ―地域の魅力のを見つけ方・伝え方―

●定価2,530円(本体2,300円) [コード068551]

*弊社宛直接お申し込みいただく場合、一回のご注文でお届け先が一箇所、お買い上げ合計金額5,000円(税込)以上のご注文は、国内配送料サービスといたします。また、お買い上げ合計金額5,000円(税込)未満のご注文については、国内配送料550円(税込)にてお届けいたします。

*消費税は申込日時の適用税率に依ります。

◎上記のとおり申し込みます。代金については、次に示す方法にて支払います。

*現在、弊社とお取引のないお客様につきましては、代金引換にてお支払いをお願い申し上げます。

(いずれかを✓で選択ください。) ☐ 代金引換により支払います。 ☐ 現品到着後請求書により支払います。

*代金引換手数料について
一回あたりのご購入金額
(商品の税込価格+送料)の合計が

1万円以下の場合、300円+税
3万円以下の場合、400円+税
10万円以下の場合、600円+税

*送料・代引手数料を含む合計金額は、商品のお届け時に配送業者に現金でお支払いください。その際、クレジットカードはご利用いただけません。

年 月 日

〒

ご住所

機関名

部署名

☐ 公用
☐ 私用

フリガナ

ご氏名

TEL

E-mail

@

お客様の個人情報の
取扱いについて

お客様よりお預かりした個人情報は、納品や請求書の発送・アフターサービス、弊社製品・サービスのご案内などの目的のために利用させていただきます。また、お客様の個人情報は、弊社ホームページに掲載のプライバシーポリシーに基づき適切に取り扱います。なお、個人情報についての照会、修正・削除・利用停止を希望される場合、その他お問い合わせにつきましては、お問い合わせフォーム(https://www.daiichihoiki.co.jp/support/contact/contact.php)からフリーダイヤルにてご連絡ください。フリーダイヤル TEL 0120-203-696 FAX 0120-202-974

取扱い

この申込書は、ハガキに貼るか、このままFAXで下記宛お送りください。

■宛先

〒107-8560
東京都港区南青山2-11-17
第一法規株式会社
☎ FAX.0120-302-640

書店印