

SNS を活用した広報にむけて ～（新）ホットニュース始めます～

水之江 涼¹・企画部広報 PT²

¹九州地方整備局 企画部 企画課 (〒812-0013 福岡県福岡市博多区博多駅東 2-10-7)

²九州地方整備局 企画部 (〒812-0013 福岡県福岡市博多区博多駅東 2-10-7)

近年、広報において SNS の果たす役割は重要性を増してきており、今後は九地整全体で SNS を活用した広報を展開していく必要がある。一方、SNS を運用している事務所はまだ少ない。各事務所による SNS の運用を促していくために、企画部広報 PT として、SNS の分析を行い、SNS 運用におけるマニュアル策定等の体系化を目指している。しかしながら、現状では分析に必要な投稿数には届いていなかった。そこで、投稿数を増やす必要が生じるが、現在の SNS 投稿の仕組みでは投稿数を増やすことは難しい。本稿は、現状の形では難しいという状況の中で、SNS の投稿数を増やしていくための取組について報告する。

キーワード 広報 SNS 土木

1. はじめに

2020 年度九州地方整備局広報戦略（図-1）における「つながる、ひろがる、つたわる」広報をモットーに、様々な活動を行っているところである。



図-1 2020 年度 広報戦略

中でも、SNS は情報発信の手段として効果的であり、九州地方整備局（以下、九地整とする）においても、Facebook・Twitter・Youtube を用いた情報発信が増えつつあるが、依然として、九地整全体での SNS エンゲージメント率（投稿に対する反応率）は低く、浸透していないのが現状である（図-2）。



図-2 Facebook・Twitter・Youtube アカウント

SNS の運用を促進していくために、広報の旗振り役である企画部広報 PT として、SNS 投稿の分析を行い、SNS 運用の体系化を目指しているが、現状では分析に必要な投稿数には届いていない。

本稿では、SNS の投稿数を増やしたいが、SNS の投稿ネタが少ないこと及び広報担当者は多様な業務に携わっており、SNS に費やせる時間は限られていることから、投稿数を増やすことが難しいという状況の中で、SNS の投稿数を増やしていくための取組について報告する。

2. 国内における Facebook, Twitter 利用状況

Facebook, Twitter については、利便性の高さや手軽さといった理由から、実に多くの人々が利用している。2019 年末時点の国内利用人口を見ると、Facebook は約 2,600

万人, Twitter は約 4,500 万人もの人々が利用している。単純計算で, Facebook は約 5 人に 1 人, Twitter は約 3 人に 1 人が利用している。この利用人口の多さに加えて, 利用者の年代が老若男女幅広いという点からも, いかにか SNS を駆使して情報を発信していくかが, 今後の広報を展開していくうえで大きなテーマとなると考えられる (図-3(a). (b)) .

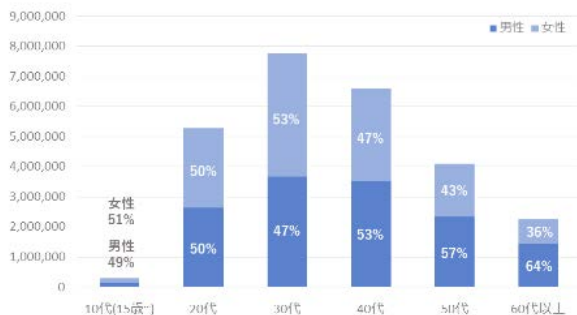


図-3(a) Facebook 国内利用者 (年代・性別内訳)

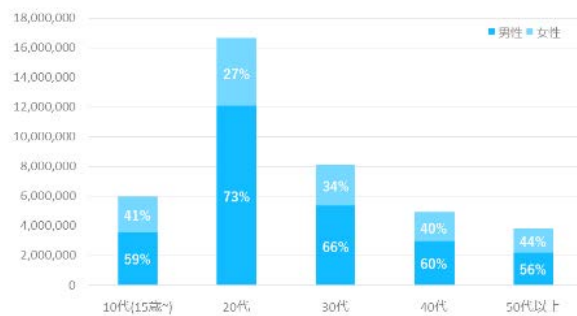


図-3(b) Twitter 国内利用者 (年代・性別内訳)

出典 : <https://find-model.jp/insta-lab/sns-users/>

3. 九地整内 SNS 開設状況

(1) Facebook, Twitter 運用事務所

九地整本局では, 2013 年度に「将来を担う若者世代」をターゲットに Facebook のアカウントを開設。2018 年度に Twitter のアカウントも開設している。2020 年 6 月末現在で Facebook のフォロワーが約 4,200 人, Twitter のフォロワーが約 1,350 人程度という状況である。

また, 九地整においては, 2020 年 6 月末現在で, 全 44 事務所のうち, Facebook を開設しているのは 5 事務所, Twitter は 13 事務所にとどまっており, SNS が普及しているとはいえない現状である (図-4) .

事務所	Twitter	Facebook	Youtube
九州地方整備局 (広報)	Twitter icon	Facebook icon	YouTube icon
九州地方整備局 (採用担当)	Twitter icon		
筑後川河川事務所	Twitter icon		
福岡国道事務所		Facebook icon	
北九州国道事務所	Twitter icon		
武雄河川事務所	Twitter icon		
佐賀国道事務所	Twitter icon		
長崎河川国道事務所	Twitter icon	Facebook icon	
雲仙復興事務所	Twitter icon		
熊本河川国道事務所	Twitter icon		
立野ダム工事事務所	Twitter icon		
大分河川国道事務所	Twitter icon	Facebook icon	
山田河川事務所	Twitter icon		
宮崎河川国道事務所		Facebook icon	
大崎河川国道事務所	Twitter icon		
川内河川事務所	Twitter icon		
鹿児島国道事務所	Twitter icon		
九州技術事務所		Facebook icon	

図-4 Facebook, Twitter 開設事務所一覧

(2) Facebook, Twitter 投稿数

投稿数については, 九地整本局アカウントで Facebook, Twitter ともに昨年 1 年間で約 200 件であった。なお, Twitter 投稿数は 2018 年からであり, 2018 年から 2019 年までの Twitter 投稿数は Facebook 投稿数と同じである (図-5) .

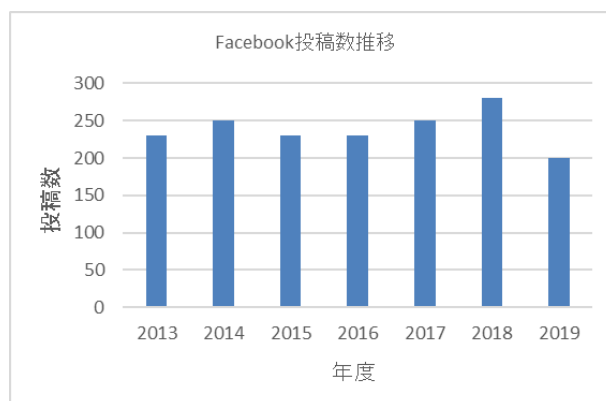


図-5 Facebook 投稿数推移 (本局アカウント)

(3) 投稿ソース

2019 年度を見ると, 投稿ソースは主に記者発表とホットニュースであり, SNS 投稿ソースの 70%にあたる約 140 件がホットニュースによるものである (図-6) .

職員同士の情報交換の場であるホットニュースが, 実は SNS 投稿ソースの多くを占めているのである。

2019年度 SNS投稿ソース

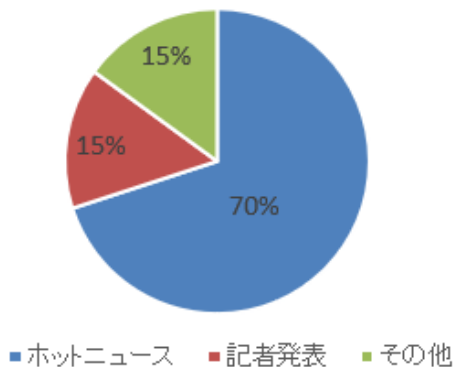


図-6 SNS投稿ソース

4. 企画部広報PTの取り組み

SNSの投稿数を増やすというミッションに対して、投稿ソース全体の約7割をも占めるホットニュースに着目した。

1991年に始まったホットニュースは過去5年間で年間平均約905件もの投稿があり、昨年1年間で年間約725件の投稿があった(図-7)。

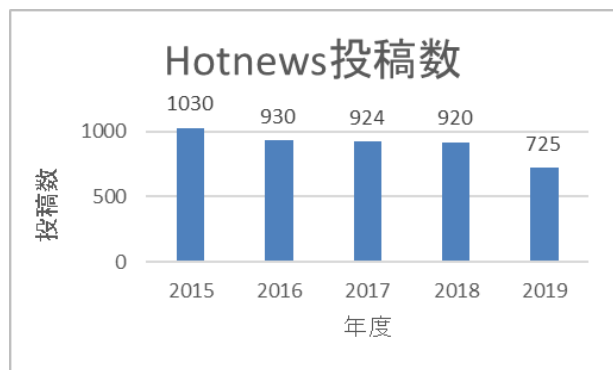


図-7 Hotnews 投稿数

ホットニュースが九地整内でとても浸透している情報発信ツールであり、今なお根強いものであることが分かる。

一方で、企画部広報PT内からは、ホットニュースからSNSへシフトを図り、各事務所がSNSを運用していけば、それまでホットニュース作成にかけていた時間をSNS投稿に充てるができるため、ホットニュースを廃止してはどうかという意見も出ている。

しかしながら、先に見たようにホットニュースは九地整内に浸透しており、いまなお多くの投稿がある。また、内部向けだからこそ良い意味で気軽に・積極的に利用できるという強みがあることも事実である。さらに、若手の情報発信力向上の場としても非常に有効であるという意見も多く寄せられていることから、ホットニュースは

廃止をするのではなく、上手に活かした方が得策との結論に至った。

そこで、ホットニュースを継続しつつ、SNSの投稿数を増やすために、ホットニュースとSNSを連動させる方法を検討し、その結果、「ホットニュースをSNS投稿のフォーマットに合わせる」という新たな枠組みを考えた。以下、この新たな枠組みを「(新)ホットニュース」とする。これにより、(新)ホットニュースに投稿した記事そのままSNSに投稿することが可能となる。

(新)ホットニュースの創設にあたっては、グッド機能やランキング機能など現行のホットニュース機能を最大限維持することにより、投稿モチベーションの維持を図る。

5. 今後の動き

現時点で考えられる一つの手法を以下に示す。但し、実行するにあたっては議論を重ねる必要がある。

(新)ホットニュース創設にあたり、イントラネットに新たなページを作成する予定である。SNSとの連動を前提としていることから、本文の文字数は140字以内とし、詳細は、JPG等で情報を載せるイメージである。基本的には写真を添付することで、見やすさ・伝わりやすさを重視する。イントラネットへの投稿に際しては、従来どおり、記事作成者が企画課代表PCに本文と写真(JPG等)を送付のうえ、企画課担当者にて掲載を行う(図-8)。



図-8 (新)ホットニュースイメージ図

来年4月の運用開始を目標に準備を進めているところであるが、新しい取り組みを始めるにあたり、事務所等関係者への周知期間を十二分にするべきという点については十分理解しており、取り組みへの理解をいただくために、丁寧な説明を心がける。

5. 広報におけるSNSの地位向上にむけて

SNSを活用した広報を促していくために、(新)ホットニュースの構築に併せて、広報大賞における SNS 部門の新設を検討している。広報大賞とは、九地整における優良な広報活動を表彰し、職員の広報意欲の向上と優良事例の横展開を図ることを目的として 2018 年度に創設した制度である。

広報大賞における SNS 部門の新設が今後さらに Facebook, Twitter の開設を促していくうえでの一助になると期待している。

6. おわりに

本稿では、SNS 投稿数を増やしていくための企画部広報 PT の取組について報告した。

SNS 投稿数を増やした先には、SNS の分析を行い、SNS 運用におけるマニュアル策定等の体系化を目指している。体系化が SNS 運用のハードルを下げ、各事務所の SNS 開設の後押しに繋がることを期待している。

最終的に、各事務所が SNS を活用して、地域に根ざした旬な情報をタイムリーに発信することで、九地整全体での SNS を駆使した広報の展開に繋げていきたいと考えている。

謝辞：本稿を取りまとめるにあたり、ご助言・ご協力いただいた企画部広報 PT の皆様に深く感謝申し上げます。