

出雲市監査委員告示 第2号

地方自治法（昭和22年法律第67号）第199条第2項の規定に基づく行政監査を実施しましたので、同条第9項の規定により、その結果報告書を別紙のとおり公表します。

令和8年（2026）3月26日

出雲市監査委員 神 門 三千夫

出雲市監査委員 射 場 かよ子

出雲市監査委員 湯 浅 啓 史

監 査 第 1 9 8 号

令和8年(2026)3月26日

出 雲 市 議 会 議 長 様

出 雲 市 長 様

出雲市選挙管理委員会委員長 様

出雲市教育委員会教育長 様

出雲市監査委員 神 門 三千夫

出雲市監査委員 射 場 かよ子

出雲市監査委員 湯 浅 啓 史

令和7年度(2025)出雲市行政監査の結果について(報告)

地方自治法第199条第2項の規定に基づく行政監査を実施しましたので、同条第9項の規定により、その結果を報告します。

令和7年度（2025）出雲市行政監査結果報告書

市の刊行物とソーシャルメディアの活用状況について

令和8年（2026）3月

出雲市監査委員

第1 監査の概要

1 監査の種類

行政監査（地方自治法第199条第2項）

2 監査の対象

（1）市の刊行物について

令和6年度に市民等への情報提供等を目的として発行した刊行物のうち市内の入札参加資格登録業者（印刷業者）に発注したもの

ただし、以下のものは対象外とする。

- ・ 保育園、幼稚園、小中学校により作成されたもの
- ・ 申請書等の様式、封筒、ステッカー等の広報物品
- ・ 特定の個人や法人に送付した通知書、督促状等
- ・ 指定管理者が作成したもの
- ・ 企業会計で支出したもの

（2）ソーシャルメディアの活用状況について

令和6年度末時点で市民等への情報提供等を目的として市が運用を行っているソーシャルメディアアカウント

3 監査の目的

本市では、制度周知やイベント告知などの行政情報提供のため、冊子、パンフレット等の紙媒体である刊行物と、低コストで広範な情報発信が可能なソーシャルメディアを多角的に活用している。インターネット普及に伴う迅速かつ効果的な情報発信が期待される一方、インターネットを利用しない市民への情報提供の配慮や、ソーシャルメディア特有の予期せぬトラブルへの適切な対応が不可欠である。また、刊行物、ソーシャルメディアともに、その作成や運用には費用が伴うことから、必要性、有効性、経済性が常に問われる。

そこで、本市の刊行物及びソーシャルメディアを通じた情報発信が、市民ニーズに適切に対応し、効果的かつ効率的、さらに経済的に実施されているかを確認することで、今後の情報提供活動のより一層の充実に資することを目的に監査を実施した。

4 監査の着眼点

- （1）情報を手に入れやすく、扱いやすくしているか。
- （2）コスト意識を持っているか。
- （3）発行部数や配布先は適切か。

- (4) ソーシャルメディアの運用は、運用方針等に従って適正に行われているか。
- (5) アカウントや発信した情報の管理は適切に行われているか。
- (6) 効果の把握、分析は行われているか。
- (7) その他監査委員が必要と認める事項等

5 監査対象部局

全部局（出先機関、公営企業を含む。）

6 監査の主な実施内容

出雲市監査基準に準拠したうえで、監査の着眼点に基づき、監査対象部局に対し監査調書及び関係書類の提出を求め、事務調査及び実地監査を行い、関係職員からの事情聴取を行った。

7 監査の実施場所及び日程

- (1) 実施場所 監査委員事務局
- (2) 日 程 令和7年11月28日から令和8年3月26日まで

8 監査を執行した監査委員名

出雲市識見監査委員 神 門 三千夫
出雲市識見監査委員 射 場 かよ子
出雲市議選監査委員 湯 浅 啓 史

(注)

- 1 文中及び表中の比率は、原則として表示単位の小数点以下第2位を四捨五入している。したがって、内訳の計と総数が合わない場合がある。

第2 監査対象の概要

1 市の刊行物について

(1) 刊行物の作成状況

本市が令和6年度に市内の入札参加資格登録業者（印刷業者）に発注して作成をした刊行物は、101件であった。なお、部署別における刊行物の作成状況は、次のとおりである。

刊行物は、次のとおり区分した。

- ・冊子：背表紙のある印刷物又はホチキス止めや中綴じ製本された表紙のある印刷物でパンフレット及び地図以外のもの
- ・パンフレット：ホチキスや糸で綴じられた3～4枚程度の印刷物、及びホチキス等で綴じないもので複数枚を二つに折りたたんだ印刷物
- ・リーフレット：一枚刷りで折りたたまれた印刷物
- ・チラシ：一枚刷りの印刷物
- ・ポスター：屋外・屋内を問わず壁面や柱などに掲示するために制作した印刷物

①行政監査対象刊行物一覧表

【対象】

- ①市民全般 ②子ども（中学生以下）及び保護者
- ③対象を限定した市民、関係者 ④高齢者（主に65歳以上） ⑤外国人
- ⑥その他

【種類】

- A. 冊子 B. パンフレット C. リーフレット D. チラシ E. ポスター

【発行頻度】

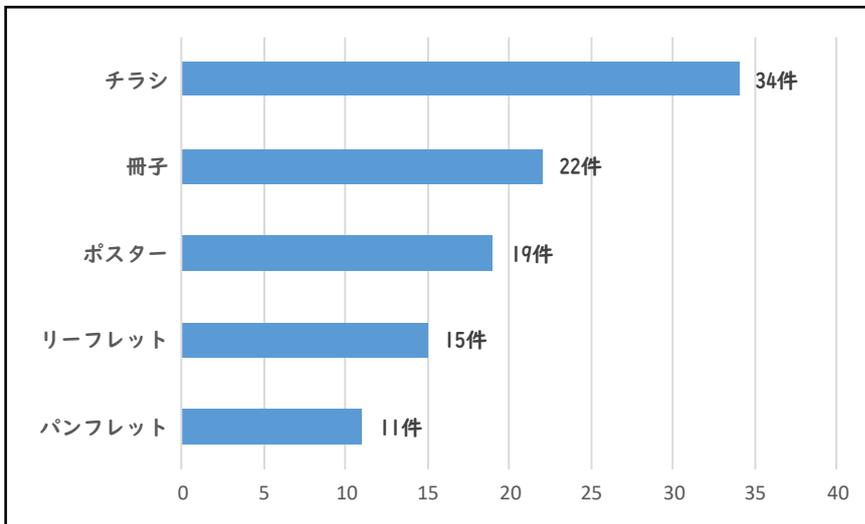
- ア. 定期的に年複数回発行 イ. 定期的に年1回 ウ. 事業実施に合わせて単発で発行
- エ. 在庫に応じて発行 オ. その他

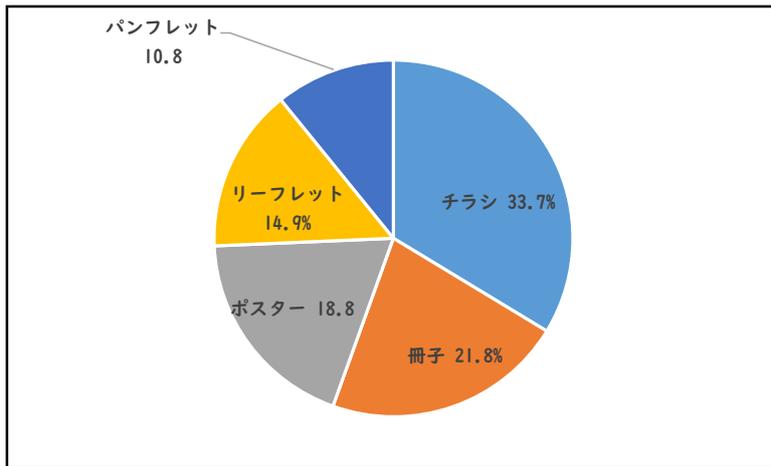
No	部	所属名	刊行物の名称	対象	種類	発行頻度	令和6年度 印刷部数 (部)	令和6年度 作成費用 (円)
1	総合政策部	政策企画課	出雲市総合振興計画「出雲新話2030」(ダイジェスト版)	①	B	エ	2,000	110,000
2	総合政策部	広報課	令和6年度「広報いずも」	①	A	ア	552,000	24,806,144
3	総合政策部	交通政策課	「おしごと体験ツアー」チラシ	⑥	D	ウ	300	22,000
4	総合政策部	自治振興課	地域おこし協力隊(ローカルSNSドライバー)募集チラシ	⑥	D	ウ	500	13,200
5	総合政策部	縁結び定住課	出雲ご縁フェア(日比谷イベント)チラシ	⑥	D	ウ	1,000	109,450
6	総合政策部	縁結び定住課	令和6年度「日本の心のふるさと出雲」応援寄附パンフレット	⑥	A	イ	8,000	799,700
7	総合政策部	縁結び定住課	令和6年度「日本の心のふるさと出雲」応援寄附パンフレット(別冊)	⑥	A	イ	8,000	330,000
8	総合政策部	縁結び定住課	「神在月 出雲」ポスター(B1サイズ)	⑥	E	イ	215	143,550
9	総合政策部	縁結び定住課	「神在月 出雲」ポスター(B2サイズ)	⑥	E	イ	320	193,248
10	総合政策部	縁結び定住課	「神在月 出雲」リーフレット	⑥	C	イ	26,000	328,900
11	総務部	人権同和政策課	人権パンフレット第1集「こころつないで」	⑥	A	イ	2,000	308,000
12	防災安全部	防災安全課	原子力防災に係る地区別広域避難パンフレット増刷	①	B	エ	60	199,650
13	防災安全部	防災安全課	令和6年度交通安全協力店パンフレット	①	B	イ	8,000	255,200
14	防災安全部	防災安全課	原子力防災に係る地区別広域避難パンフレット増刷	①	B	エ	16	70,400
15	防災安全部	防災安全課	防災ハザードマップ(平田地域西部)増刷	①	A	エ	200	107,800
16	財政部	財政課	令和5年度(2023)一般会計・特別会計事業別決算説明書	③	A	イ	215	389,986
17	財政部	財政課	令和6年度(2024)出雲市一般会計・特別会計補正予算書	③	A	ア	850	199,957
18	財政部	財政課	令和7年度(2025)一般会計・特別会計事業別予算説明書	③	A	イ	145	247,288
19	財政部	財政課	令和7年度(2025)出雲市一般会計・特別会計予算書	③	A	イ	90	168,953
20	財政部	財政課	出雲市財政計画に係る広報リーフレット	①	C	オ	44,800	591,360
21	財政部	市民税課	令和6年度特別徴収のしおり	⑥	A	イ	7,000	364,210
22	財政部	市民税課	令和6年度(2024)「出雲市税だより」(第2回)	①	B	ア	45,500	677,950
23	健康福祉部	高齢者福祉課	介護保険パンフレット	④	B	オ	54,000	867,240
24	健康福祉部	高齢者福祉課	「介護予防・日常生活支援総合事業」パンフレット	④	C	エ	1,000	105,600
25	健康福祉部	高齢者福祉課	説明用パンフレット「要介護(要支援)認定を受けるには」	④	D	エ	8,000	98,560
26	健康福祉部	医療介護連携課	令和6年度あんしんノート本体	①	A	イ	2,500	280,500
27	健康福祉部	医療介護連携課	令和6年度あんしんノート告知チラシ	①	D	イ	3,000	36,300
28	健康福祉部	医療介護連携課	認知症ケア・フォーラムチラシ	①	D	ウ	2,300	45,540
29	健康福祉部	健康増進課	不妊治療費助成制度パンフレット	③	C	オ	1,000	55,000
30	健康福祉部	健康増進課	高齢者肺炎球菌ワクチン予防接種推進ポスター	④	E	イ	125	63,800
31	健康福祉部	健康増進課	高齢者インフルエンザワクチン予防接種推進ポスター	④	E	イ	130	62,920
32	健康福祉部	健康増進課	高齢者新型コロナワクチン接種推進ポスター	④	E	イ	120	62,370
33	健康福祉部	健康増進課	平田地域の休日ががん検診のお知らせチラシ	①	D	ウ	7,500	30,000
34	健康福祉部	健康増進課	HPVワクチン接種奨励用資材	③	D	ウ	13,950	160,347
35	健康福祉部	保険年金課	国民健康保険・高齢者医療だより(第26号)	①	C	イ	50,000	421,300
36	子ども未来部	子ども政策課	虐待通告チラシ	③	D	イ	15,000	47,470
37	子ども未来部	子ども政策課	いずもファミリーサポートセンター手引き	③	A	オ	500	74,800
38	子ども未来部	子ども政策課	いずもファミリーサポートセンターリーフレット	③	C	オ	1,000	30,800
39	子ども未来部	保育幼稚園課	令和6年度病児・病後児保育室利用案内パンフレット	⑥	B	イ	13,000	118,690
40	子ども未来部	保育幼稚園課	令和6年度病児・病後児保育室利用案内ポスター	⑥	E	イ	300	79,860
41	子ども未来部	保育幼稚園課	病児・病後児保育室利用ブック	③	A	エ	500	89,100
42	市民文化部	市民活動支援課	出雲市子ども・若者支援協議会講演会チラシ	①	D	ウ	3,000	59,400
43	市民文化部	市民活動支援課	子ども・若者支援センターパンフレット	①	C	エ	700	53,900
44	市民文化部	市民活動支援課	禁酒・禁煙啓発冊子(小学生版)	②	A	イ	2,000	286,000
45	市民文化部	出雲中央図書館	親子読書啓発リーフレット「おうち読書のすすめ」	②	C	イ	3,900	80,968
46	市民文化部	出雲中央図書館	出雲中央図書館講演会チラシ	①	D	ウ	200	15,400
47	市民文化部	出雲中央図書館	出雲中央図書館講演会ポスター	①	E	ウ	10	2,750
48	市民文化部	文化財課	2023(令和5)年度 出雲弥生の森博物館年報	③	A	イ	300	171,600
49	市民文化部	文化財課	弥生の森博物館だより	①	A	ア	8,000	189,200
50	市民文化部	文化財課	出雲弥生の森まつり2024 広報チラシ	①	D	ウ	5,000	88,000

No	部	所属名	刊物の名称	対象	種類	発行頻度	令和6年度 印刷部数 (部)	令和6年度 作成費用 (円)
51	市民文化部	文化財課	西谷墳墓群史跡パンフレット	③	B	エ	4,500	289,800
52	市民文化部	文化財課	大社基地関連施設群調査・活用事業に係るギャラリー展チラシ	①	D	イ	5,000	41,800
53	市民文化部	文化財課	大社基地関連施設群調査・活用事業に係るギャラリー展パンフレット	③	B	イ	1,500	148,500
54	市民文化部	文化財課	旧大社駅保存修理事業 現場見学会案内チラシ	①	D	ウ	3,000	37,180
55	市民文化部	文化財課	博物館リーフレット(日本語版)	③	C	エ	10,000	110,000
56	市民文化部	文化財課	旧大社駅保存修理事業 事業紹介パンフレット	①	B	ウ	1,200	186,120
57	市民文化部	文化財課	令和6年度秋季企画展ポスター	①	E	ア	250	65,000
58	商工振興部	産業政策課	いずも学生登録 高校生版 チラシ	⑥	D	イ	4,500	64,350
59	商工振興部	産業政策課	出雲おしごとMeet Up～学生×若手社員交流会～in大阪 チラシ	⑥	D	ウ	1,300	42,900
60	商工振興部	産業政策課	「高校生企業見学会」チラシ	⑥	D	ウ	4,500	80,190
61	商工振興部	産業政策課	出雲おしごとMeet Up～学生×若手社員交流会～&企業見学会 チラシ	⑥	D	ウ	3,500	53,900
62	商工振興部	産業政策課	「ジョブ・ナビ I Z U M O フェア」PRチラシ	⑥	D	ウ	6,000	85,800
63	商工振興部	商工振興課	出雲ブランド商品ポスター	①	E	イ	200	163,900
64	商工振興部	商工振興課	「いずもアイデア塾」チラシ	①	D	ウ	3,000	63,800
65	商工振興部	商工振興課	医工連携セミナーチラシ	①	D	ウ	1,000	41,800
66	観光交流部	観光課	出雲市着地用観光パンフレット	⑥	A	エ	38,000	994,840
67	観光交流部	観光課	神話のふるさと出雲・A4発地用	⑥	C	エ	16,000	198,000
68	観光交流部	観光課	出雲市周遊促進マップ	⑥	C	エ	40,000	814,000
69	観光交流部	観光課	須佐バス路線延伸告知チラシ	⑥	D	ウ	1,000	27,500
70	観光交流部	インバウンド推進課	外国語パンフレット(英語版)	⑤	B	エ	3,000	120,450
71	環境エネルギー部	環境政策課	脱炭素セミナー チラシ	③	D	ウ	5,000	72,050
72	環境エネルギー部	環境政策課	出雲市環境レポート 令和5年度(2023)のまとめ	①	A	イ	250	130,900
73	環境エネルギー部	環境施設課	「出雲市ごみの分け方・出し方ガイドブック」	①	A	エ	20,000	799,920
74	農林水産部	農業振興課	「バックヤード体験ツアー」及び「トキ近似種エサやり体験」周知用チラシ	②	D	イ	4,000	52,800
75	農林水産部	農業振興課	出雲市トキ公開施設周知用ポスター	①	E	イ	100	49,500
76	農林水産部	農業振興課	出雲市トキ公開施設普及啓発用リーフレット増刷	①	C	エ	1,000	22,000
77	農林水産部	水産振興課	出雲の海魅力発信事業情報発信ツール(オリジナルノート)	①	A	エ	1,000	198,000
78	都市建設部	建築住宅課	いずも空き家バンクチラシ	③	D	オ	100	28,600
79	会計管理者	出納室	令和5年度(2023)一般会計・特別会計決算書	⑥	A	イ	155	138,923
80	議会	議会事務局	令和6年度(2024)「出雲市議会だより」	①	A	ア	186,000	5,131,368
81	議会	議会事務局	「出雲市議会だより速報」	①	D	ア	20,000	299,200
82	選挙管理委員会	選挙管理委員会事務局	衆議院議員総選挙及び最高裁判所裁判官国民審査の啓発ちらし	①	D	ウ	81,000	347,490
83	教育委員会	教育政策課	令和6年度出雲市中学生職場体験学習PRポスター	③	E	ウ	816	64,985
84	教育委員会	学校教育課	令和6年度出雲市中学生サミットに係るポスター	⑥	E	イ	98	27,489
85	教育委員会	学校教育課	第3期出雲市保幼小連携推進基本計画ダイジェスト版リーフレット	②	C	イ	1,900	93,500
86	教育委員会	児童生徒支援課	出雲市フレンドシップ宣言ポスター	⑥	E	イ	210	41,000
87	教育委員会	児童生徒支援課	出雲市フレンドシップ宣言チラシ	⑥	D	イ	15,200	41,000
88	教育委員会	学校給食課	いずも給食だより	②	D	ア	45,000	207,900
89	教育委員会	出雲科学館	夏休み科学研究の進め方教室 チラシ	②	D	ウ	7,030	62,700
90	教育委員会	出雲科学館	企画展「科学で解明!ふわふわの不思議」ポスター	①	E	ウ	125	61,600
91	教育委員会	出雲科学館	宮坂カ氏講演会「ペロブスカイト太陽電池の発明とエネルギーSDGsへの貢献」ポスター	①	E	ウ	125	61,600
92	教育委員会	出雲科学館	令和6年度 出雲科学館イベントチラシ	①	C	ア	16,500	1,488,300
93	教育委員会	出雲科学館	令和6年度子ども科学学園チラシ	②	D	ウ	8,900	79,200
94	教育委員会	出雲科学館	企画展「世界の甲虫展2024」ポスター	①	E	ウ	125	61,600
95	教育委員会	出雲科学館	「花火展 夜空に広がる科学の華」ポスター	①	E	ウ	125	61,600
96	教育委員会	出雲科学館	新春!科学で初遊び2025ポスター	①	E	ウ	125	61,600
97	教育委員会	出雲科学館	「生活の中のふしぎ展」ポスター	①	E	ウ	125	61,600
98	消防本部	消防総務課	令和6年度消防広報「ひまわり」	①	D	ア	80,600	595,795
99	消防本部	消防総務課	署見学用リーフレット	③	C	イ	1,000	29,700
100	消防本部	警防課	消防団員募集チラシ	③	D	エ	1,000	22,000
101	消防本部	警防課	出雲市消防団 広報まとい第36号	①	D	ア	40,188	168,300

②種類別内訳

部署名 \ 種類	チラシ	冊子	ポスター	リーフレット	パンフレット	合計(件)
総合政策部	3	3	2	1	1	10
総務部		1				1
防災安全部		1			3	4
財政部		5		1	1	7
健康福祉部	5	1	3	3	1	13
子ども未来部	1	2	1	1	1	6
市民文化部	5	3	2	3	3	16
商工振興部	7		1			8
観光交流部	1	1		2	1	5
環境エネルギー部	1	2				3
農林水産部	1	1	1	1		4
都市建設部	1					1
会計管理者		1				1
議会	1	1				2
選挙管理委員会	1					1
教育委員会	4		9	2		15
消防本部	3			1		4
合計(件)	34	22	19	15	11	101
構成比(%)	33.7	21.8	18.8	14.9	10.8	100.0



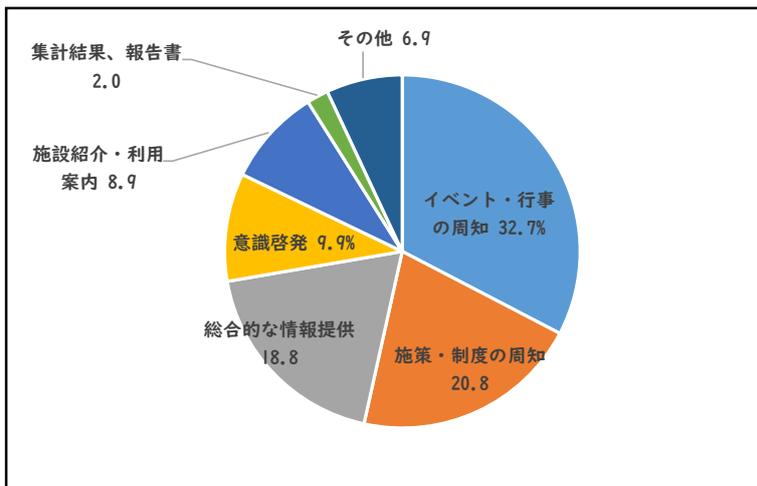
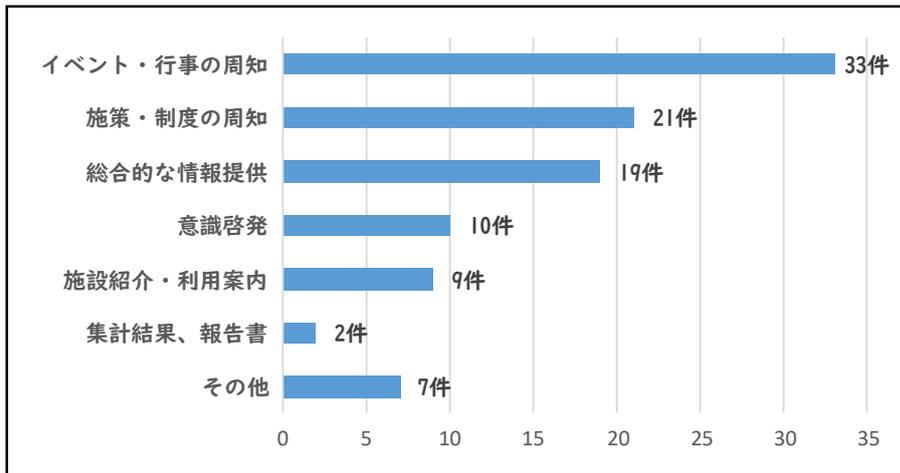


刊行物の種類別の作成状況は、「チラシ」が34件（33.7%）と全体の約3分の1を占め、最も多く作成されていた。イベントの告知や短期的な情報共有において、手軽さと即時性が重視されているのがうかがえる。次いで「冊子」が22件（21.8%）、「ポスター」が19件（18.8%）と続き、重要な情報や長期的な掲示を目的とした刊行物も一定数作成されていた。

部署別では、市民文化部が16件、教育委員会が15件、健康福祉部が13件と上位を占めていた。これらの部署は、市民向けのイベントや講座、学校・健康関連の広報活動が活発であり、多様な紙媒体を活用して情報発信を行っていると考えられる。

③発行目的別内訳

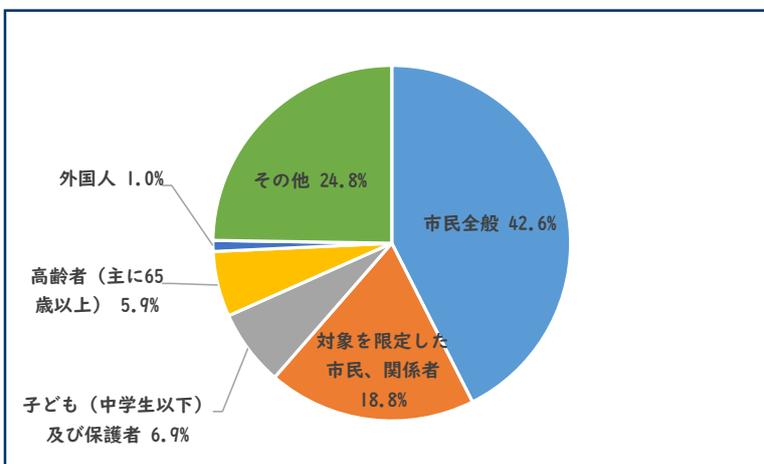
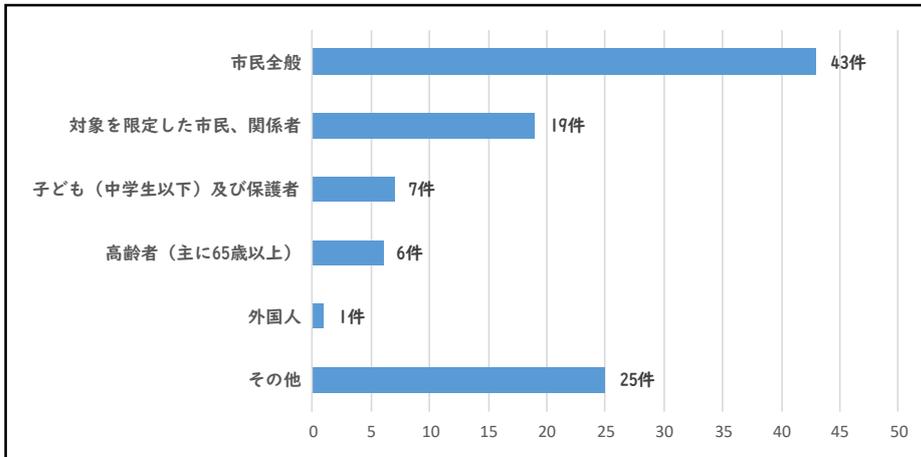
発行目的 部署名	イベント・行事の周知	施策・制度の周知	総合的な情報提供	意識啓発	施設紹介・利用案内	集計結果、報告書	その他	合計(件)
総合政策部	5	3	1				1	10
総務部				1				1
防災安全部		3					1	4
財政部		1	6					7
健康福祉部	2	7	3	1				13
子ども未来部		1		1	3		1	6
市民文化部	7		2	2	3	2		16
商工振興部	6	2						8
観光交流部		1	4					5
環境エネルギー部	1	1	1					3
農林水産部	1			1	2			4
都市建設部		1						1
会計管理者							1	1
議会							2	2
選挙管理委員会	1							1
教育委員会	10	1		4				15
消防本部			2		1		1	4
合計(件)	33	21	19	10	9	2	7	101
構成比(%)	32.7	20.8	18.8	9.9	8.9	2.0	6.9	100.0



刊行物の発行目的については、「イベント・行事の周知」が33件（32.7%）で最も多く、地域活動の活発さや市民参加を促すための広報に力が入られている実態がうかがえる。これは、前述の「チラシ」が最も多く作成されている種類の傾向とも整合性が見られる。続いて、「施策・制度の周知」が21件（20.8%）、「総合的な情報提供」が19件（18.8%）となっており、基本的な行政情報の周知・提供も依然として重要な目的となっていた。「その他」の7件には「職員募集」や「法令に基づく周知」など、特定の目的で作成された刊行物も含まれており、行政活動の多様な側面が表れていた。

④対象者別内訳

部署名	対象者						合計(件)
	市民全般	対象を限定した市民、関係者	子ども(中学生以下)及び保護者	高齢者(主に65歳以上)	外国人	その他	
総合政策部	2					8	10
総務部						1	1
防災安全部	4						4
財政部	2	4				1	7
健康福祉部	5	2		6			13
子ども未来部		4				2	6
市民文化部	10	4	2				16
商工振興部	3					5	8
観光交流部					1	4	5
環境エネルギー部	2	1					3
農林水産部	3		1				4
都市建設部		1					1
会計管理者						1	1
議会	2						2
選挙管理委員会	1						1
教育委員会	7	1	4			3	15
消防本部	2	2					4
合計(件)	43	19	7	6	1	25	101
構成比(%)	42.6	18.8	6.9	5.9	1.0	24.8	100.0

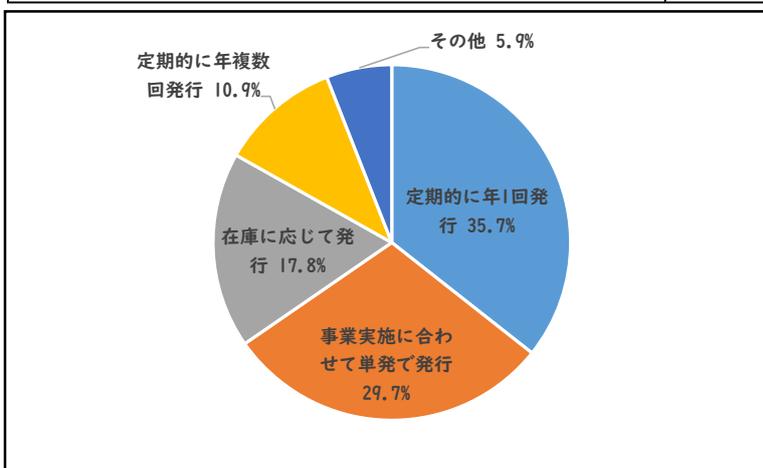


刊行物の対象者別の作成状況では、「市民全般」向けが43件（42.6%）と約半数を占めており、市全体への広範な情報提供が重視されていた。一方で、「その他」が25件（24.8%）、「対象を限定した市民、関係者」が19件（18.8%）と、特定のターゲット層への情報発信も高い割合を占めていた。特に「その他」の内訳には、「U・Iターン希望者」、「観光客」、「県外在住者」などが含まれており、移住促進や観光振興といった市外の層へのアプローチにも紙媒体が活用されていた。

なお、「子ども（中学生以下）及び保護者」向けは7件（6.9%）と比較的少ないが、これは今回の監査の対象外としている「保育園、幼稚園、小中学校により作成されたもの」が多いためと考えられる。

⑤発行頻度

発行頻度	件数(件)	構成比率(%)
定期的に年1回発行	36	35.7
事業実施に合わせて単発で発行	30	29.7
在庫に応じて発行	18	17.8
定期的に年複数回発行	11	10.9
その他	6	5.9
合 計	101	100.0



発行頻度については、「定期的に年1回発行」36件（35.7%）が最も多く、次いで「事業実施に合わせて単発で発行」30件（29.7%）であった。これは、年間計画に基づいた定型的な広報活動と、イベントの告知や特定の施策の実施に合わせて臨時に発行される情報発信の両方が、市の刊行物作成の主要な柱となっていることを示している。また、「定期的に年複数回発行」が11件（10.9%）あることから、継続的な情報提供のニーズも一定数存在する。さらに、「在庫に応じて発行」18件（17.8%）の刊行物は、常時配布が必要なパンフレットや案内図など、需要に応じた発行が行われていると推測される。

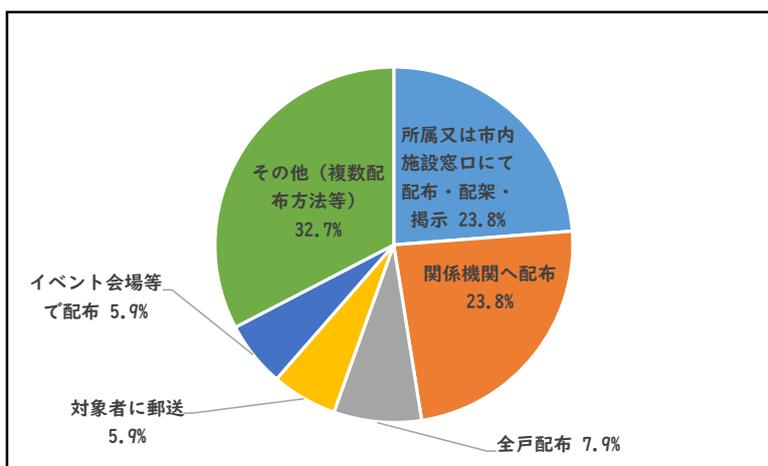
⑥刊行物の種類別の印刷部数、作成費用および平均単価

刊行物の種類	印刷部数(部)	作成費用(円)	平均 / 単価(円)
冊子	837,705	36,207,189	429.70
チラシ	400,568	3,194,452	28.85
パンフレット	250,226	2,820,860	742.26
リーフレット	214,800	4,423,328	37.22
ポスター	3,644	1,389,972	442.82
合計	1,706,943	48,035,801	272.98

種類別の作成費用は、総作成費用4,804万円のうち「冊子」が3,621万円(約75.4%)と圧倒的な割合を占めていた。一方で、平均単価は「パンフレット」が742.26円と最も高かった。これは、パンフレットが複数ページの構成や特殊な加工を施すことで、1部あたりの制作コストが高くなっているためと考えられる。また、配布対象が限定的であることも単価上昇の要因と推測される。対照的に、「チラシ」が28.85円、「リーフレット」が37.22円と、単価が非常に低く抑えられていた。

(2) 配布方法

配布方法	件数(件)	構成比率(%)
所属又は市内施設窓口にて配布・配架・掲示	24	23.8
関係機関へ配布	24	23.8
全戸配布	8	7.9
対象者に郵送	6	5.9
イベント会場等で配布	6	5.9
その他(複数配布方法等)	33	32.7
合計	101	100.0



配布方法については、「所属又は市内施設窓口にて配布・配架・掲示」と「関係機関へ配布」が、それぞれ24件(23.8%)となり最も多かった。「その他」33件(32.7%)は、複数の配布方法を組合せている、利用者へ直接配布などであった。

「所属又は市内施設窓口にて配布・配架・掲示」や「関係機関へ配布」が上位を占めていることから、市の施設や関係団体等のネットワークを活用して、効率的な配布体制を構築していることがうかがえる。

(3) 配布方法に対する課題

① 配布方法に対する課題の有無

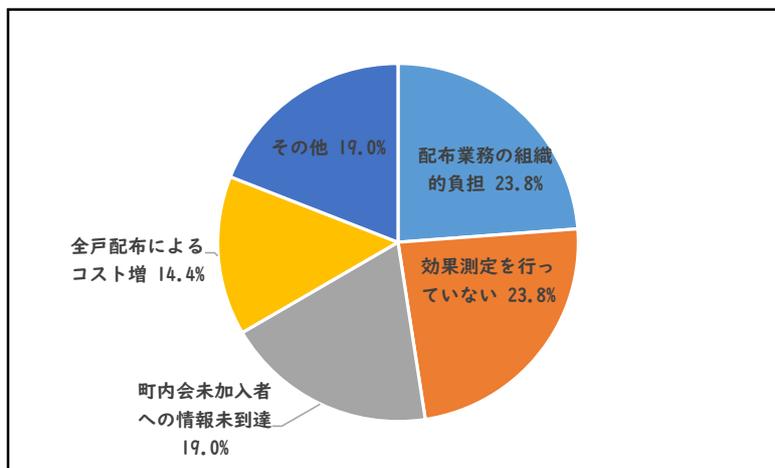
配布方法に対して課題があるか	件数(件)	構成比率(%)
はい	14	13.9
いいえ	87	86.1
合計	101	100.0

配布方法に対して課題があるかという質問に対して、「はい」と回答したのは、14件(13.9%)、「いいえ」と回答したのは87件(86.1%)であった。

「はい」と回答した14件のうち、具体的な課題の内容については、以下の表のとおりである。

② 配布方法に関する具体的な課題の内訳(複数回答)

課題の内容	件数(件)	構成比率(%)
配布業務の組織的負担	5	23.8
効果測定を行っていない	5	23.8
町内会未加入者への情報未到達	4	19.0
全戸配布によるコスト増	3	14.4
その他	4	19.0
合計	21	100.0



配布方法に関する具体的な課題については、「配布業務の組織的負担」、「効果測定を行っていない」の5件（23.8%）が最も多かった。

「その他」の4件は、周知が限定される、若い世代に読まれていないなどであった。

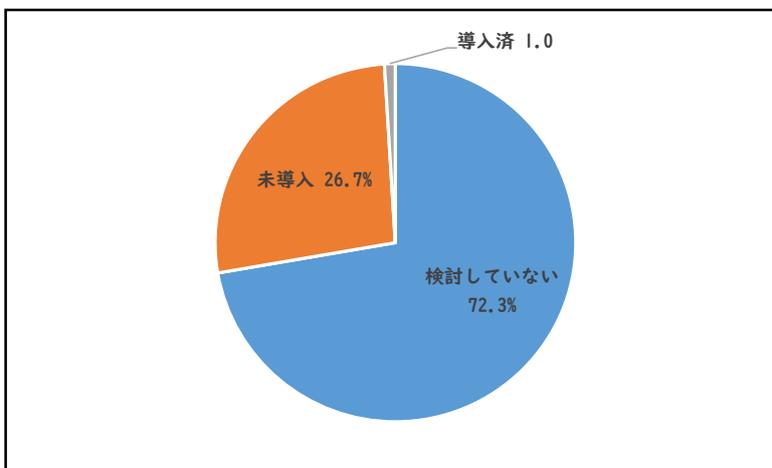
③配布方法と課題内容のクロス集計（複数回答）

配布方法	配布方法の課題 配布業務の組織的負担	効果測定を行っていない	町内会未加入者への情報未到達	全戸配布によるコスト増	デジタル媒体との連携不備	その他	合計
全戸配布	1	2	1	1	0	2	7
所属又は市内施設窓口にて配布・配架・掲示	0	0	0	0	0	0	0
関係機関へ配布	2	2	0	0	0	0	4
対象者に郵送	0	0	0	0	0	0	0
イベント会場等で配布	0	0	0	0	0	0	0
その他	2	1	3	2	0	2	10
合計	5	5	4	3	0	4	21

クロス集計表を確認すると、「配布業務の組織的負担」については、「関係機関へ配布」と「その他」でそれぞれ2件、「全戸配布」で1件認識されていた。「効果測定を行っていない」については、「全戸配布」と「関係機関へ配布」でそれぞれ2件、「その他」で1件認識されており、これらの配布方法において情報伝達の効果が不明確である可能性がある。また、「町内会未加入者への情報未到達」については、「その他」の配布方法で3件、「全戸配布」で1件認識されていた。「所属又は市内施設窓口にて配布・配架・掲示」、「対象者に郵送」、「イベント会場等で配布」の各配布方法では、課題は認識されていなかった。

（4）有料広告の導入について

有料広告の導入	件数(件)	構成比率(%)
導入済	1	1.0
未導入	27	26.7
検討していない	73	72.3
合計	101	100.0



有料広告の導入について、最も多かったのは「検討していない」が73件(72.3%)、次いで「未実施」が27件(26.7%)、「導入済」は1件(1.0%)だった。

実際に広告を導入している例は、わずか1件しかなく、有料広告の導入については、多くの刊行物で検討すらされていないのが現状だということが見て取れる。

(5) 高齢者に配慮した工夫はしているか

高齢者に配慮した工夫はしているか	件数(件)	構成比率(%)
はい	15	14.9
いいえ	86	85.1
合計	101	100.0

高齢者に配慮した工夫はしているかという質問に対して、「はい」と回答したのは15件(14.9%)だった。一方で「いいえ」と回答したのは、86件(85.1%)であった

配慮をしている刊行物では、「文字を大きくしたり、読みやすい書体を使う」、「レイアウトを工夫する」、「わかりやすい言葉を使う」などを行っていた。

(6) 視覚障がいのある方への情報提供の工夫

視覚障がいのある方への情報提供の工夫はしているか	件数(件)	構成比率(%)
はい	4	4.0
いいえ	97	96.0
合計	101	100.0

視覚障がいのある方への情報提供は工夫をしているかという質問に対して、「はい」と回答したのはわずか4件(4.0%)だった。一方で「いいえ」と回答したのは、97件(96.0%)であった。視覚障がいのある方への情報提供に関する工夫は、ほとんど行われていないのが現状として見られた。

工夫をしている刊行物では、「声の広報」、「テキストデータをホームページに公開」、「色覚障がいのある方に配慮した標準配色を利用」などを行っていた。

(7) 外国人にも分かりやすい情報提供の工夫

外国人にも分かりやすい情報提供の工夫はしているか	件数(件)	構成比率(%)
はい	12	11.9
いいえ	89	88.1
合計	101	100.0

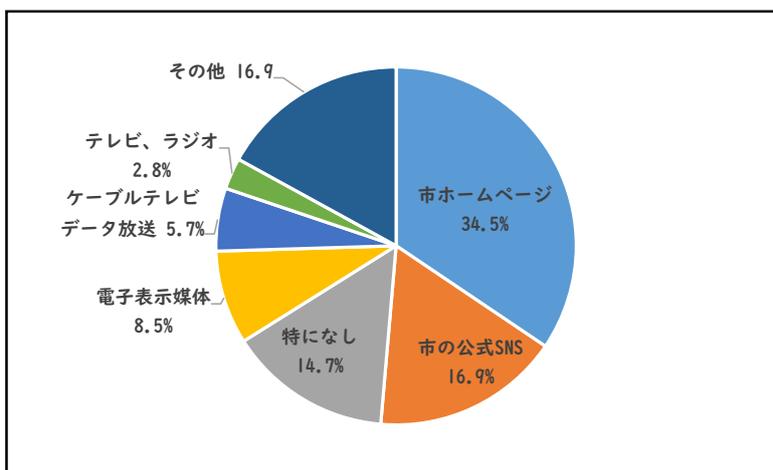
外国人にも分かりやすい情報提供の工夫をしているかという質問に対して、「はい」と回答したのは12件(11.9%)であった。一方で「いいえ」と回答したのは、89件(88.1%)だった。

外国人住民が増えている今、多文化共生社会における情報提供は重要な課題である。しかし、現状では約 88%の刊行物で外国人向けの配慮がなされていなかった。

工夫をしている刊行物では、「外国語の刊行物を作成」、「翻訳方法をホームページに掲載」などを行っていた。

(8) 他の広報媒体の併用状況（複数回答）

他の広報媒体の併用状況	件数(件)	構成比率(%)
市ホームページ	61	34.5
市の公式SNS	30	16.9
特になし	26	14.7
電子表示媒体	15	8.5
ケーブルテレビデータ放送	10	5.7
テレビ、ラジオ	5	2.8
その他	30	16.9
合 計	177	100.0



他の広報媒体の併用状況を見ると、最も多かったのが「市のホームページ」で 61 件(34.5%)であった。次いで「市の公式 SNS」、「その他」がそれぞれ 30 件(16.9%)だった。「その他」には、「広報紙」、「協議会のウェブサイト」、「防災行政無線」などが含まれていた。

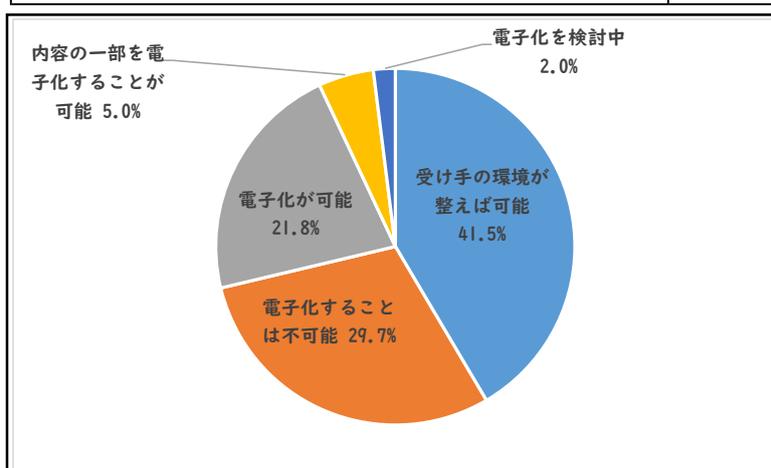
多くの刊行物が他の広報媒体を組合せて使っていることが分かる。また、「市の公式 SNS」も一定の割合で使われており、若い人を含む様々な市民に情報を広げようとしていることがうかがえる。

一方で「特になし」が 26 件(14.7%)となっており、情報を効果的に伝えられていない可能性がある。

(9) 紙媒体から電子化への可能性

①電子化による情報提供（配信）の意向

紙媒体から電子化への可能性	件数(件)	構成比率(%)
受け手の環境が整えば可能	42	41.5
電子化することは不可能	30	29.7
電子化が可能	22	21.8
内容の一部を電子化することが可能	5	5.0
電子化を検討中	2	2.0
合 計	101	100.0



紙媒体から電子化への可能性については、最も多いのが「受け手の環境が整えば可能」が42件(41.5%)であった。次いで「電子化することは不可能」が30件(29.7%)、「電子化が可能」が22件(21.8%)となっている。全体の約4割が「デジタル機器を持っていたり、インターネットに接続できる環境にあれば」と回答していた。これは、市民側のデジタル化への取組が進めば、電子化への移行が進む可能性を示している。

一方で、約3割が「電子化することは不可能」と回答していた。その理由として、「学校への確実な配布」や「高齢者への配慮」など、紙媒体ならではの特性やメリットが挙げられていた。

②発行目的と電子化の可能性のクロス集計表

発行目的	電子化の可能性	受け手の環境が整えば可能	電子化が可能	内容の一部を電子化することが可能	電子化を検討中	電子化することは不可能	合計
イベント・行事の周知		17	4	4	0	8	33
施策・制度の周知		7	6	0	0	8	21
総合的な情報提供		11	4	1	1	2	19
意識啓発		4	1	0	0	5	10
施設紹介・利用案内		2	1	0	0	6	9
集計結果、報告書		1	1	0	0	0	2
その他		0	5	0	1	1	7
合 計		42	22	5	2	30	101

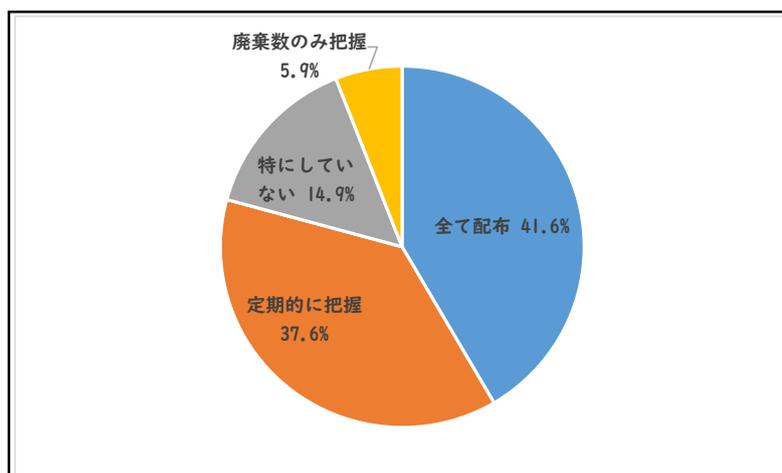
発行目的と電子化の可能性のクロス集計表を見ると、「イベント・行事の周知(33件)」が発行目的の刊行物では、「受け手の環境が整えば可能」が17件と最も多く、次いで「電

子化することは不可能」が8件であった。「施策・制度の周知(21件)」では、「受け手の環境を整えば可能」が7件と最も多く、次いで「電子化することは不可能」が8件であった。「総合的な情報提供(19件)」では、「受け手の環境を整えば可能」が11件と最も多く、次いで「電子化が可能」が4件だった。「意識啓発(10件)」では、「電子化することは不可能」が5件と最も多く、次いで「受け手の環境を整えば可能」が4件であった。「施設紹介・利用案内(9件)」では、「電子化することは不可能」が6件と最も多かった。「集計結果、報告書(2件)」では、「電子化が可能」が1件、「受け手の環境を整えば可能」が1件となっており、「電子化することは不可能」という回答はなかった。「その他(7件)」は、「電子化が可能」が5件と最も多かった。

全体として、「受け手の環境を整えば可能」と「電子化することは不可能」という回答が多く、市民側のデジタル環境や情報の性質によって、電子化の進展に課題があることが示されていた。

(10) 在庫管理の方法について

在庫管理の方法について	件数(件)	構成比率(%)
全て配布	42	41.6
定期的に把握	38	37.6
特にしていない	15	14.9
廃棄数のみ把握	6	5.9
合 計	101	100.0



刊行物の在庫管理の方法については、「全て配布する」が42件(41.6%)と最も多く、次いで「定期的に把握する」が38件(37.6%)であった。85%の刊行物では、全部配布したり、定期的に在庫を確認したりと、在庫管理が一定程度行われていることが分かった。一方、約15%の刊行物では在庫管理が行われていなかった。

(11) 発行目的の効果検証について

発行目的の効果検証	件数(件)	構成比率(%)
実施している	31	30.7
実施していない	70	69.3
合 計	101	100.0

発行目的の効果検証を「実施している」刊行物は31件(30.7%)であった。一方で、「実施していない」と回答した刊行物は70件(69.3%)だった。

効果検証を行っている場合の方法は、「市民満足度調査の結果を使用」、アンケートを実施、「イベントの参加者数の把握」などであった。

2 ソーシャルメディアの活用状況

(1) ソーシャルメディアの運用状況

令和6年度末時点で市民等への情報提供等を目的として市が運用を行っているソーシャルメディアアカウントは、58件であった。

ソーシャルメディア一覧

フォロワー数は令和7年3月31日現在

	アカウント名	SNSの種類	フォロワー数	担当課
総合政策部				
1	出雲市20周年プロジェクト!!	インスタグラム	413	政策企画課
2	Hello Izumo (ポルトガル語・英語)	フェイスブック	466	政策企画課
3	Japani Izumosta kasin (フィンランド語)	フェイスブック	78	政策企画課
4	じゃあ!フィンランド (日本語)	フェイスブック	106	政策企画課
5	Descubra Izumo	フェイスブック	182	政策企画課
6	Hello Izumo (ポルトガル語・英語)	インスタグラム	163	政策企画課
7	Japani Izumosta kasin (フィンランド語)	インスタグラム	91	政策企画課
8	じゃあ!フィンランド (日本語)	インスタグラム	167	政策企画課
9	Descubra Izumo	インスタグラム	154	政策企画課
10	縁結びのまち出雲 (公式)	フェイスブック	7,170	広報課
11	出雲市公式	X	5,969	広報課
12	出雲市公式	Youtube	4,990	広報課
13	出雲市公式	LINE	34,086	広報課
14	出雲縁結びプロジェクト	フェイスブック	537	縁結び定住課
15	大好き出雲倶楽部	インスタグラム	2,160	縁結び定住課
健康福祉部				
16	医療介護連携チームルピナス	LINE	614	医療介護連携課
市民文化部				
17	出雲市総合ボランティアセンター	フェイスブック	764	市民活動支援課
18	出雲弥生の森博物館	フェイスブック	2,101	文化財課
19	出雲弥生の森博物館	インスタグラム	713	文化財課
20	日が沈む聖地出雲フォトコンテスト	インスタグラム	434	文化財課
商工振興部				
21	出雲人 IZUMOZINE	フェイスブック	1,186	産業政策課
22	日御碕サテライトオフィス	X	98	産業政策課
23	出雲市学生就職支援窓口LINE	LINE	246	産業政策課
24	出雲市 伝統工芸	インスタグラム	36	商工振興課

観光交流部				
25	出雲そば旅	フェイスブック	453	観光課
26	冬の出雲グルメキャンペーン	フェイスブック	74	観光課
27	出雲そばと美食の旅	フェイスブック	47	観光課
28	出雲食戦略会議	フェイスブック	25	観光課
29	出雲そば旅	X	19	観光課
30	冬の出雲グルメキャンペーン	X	9	観光課
31	出雲食戦略会議	X	記録なし	観光課
32	出雲神話まつり実行委員会	Youtube	22	観光課
33	冬の出雲グルメキャンペーン	Youtube	49	観光課
34	出雲食戦略会議	Youtube	記録なし	観光課
35	出雲そばと美食の旅	Youtube	15	観光課
36	出雲そば旅	インスタグラム	976	観光課
37	冬の出雲グルメキャンペーン	インスタグラム	1,168	観光課
38	出雲そばと美食の旅	インスタグラム	1,974	観光課
39	出雲食戦略会議	インスタグラム	214	観光課
40	出雲ファンクラブ	LINE	3,926	観光課
41	Ancient Japan, IZUMO(英語)	フェイスブック	12,714	インバウンド推進課
42	Ancient Japan, IZUMO_Fr(仏語)	フェイスブック	5,069	インバウンド推進課
43	Ancient Japan, IZUMO_Tw(中国語・繁体字)	フェイスブック	5,124	インバウンド推進課
44	Izumo JAPAN	Youtube	9,273	インバウンド推進課
45	Ancient Japan, IZUMO(英語)	インスタグラム	2,621	インバウンド推進課
46	Ancient Japan, IZUMO(仏語)	インスタグラム	1,960	インバウンド推進課
47	Ancient Japan, IZUMO(中国語)	インスタグラム	1,289	インバウンド推進課
環境エネルギー部				
48	神話の國出雲さんさん倶楽部 事務局	LINE	63	環境政策課
農林水産部				
49	出雲市トキ分散飼育センター	インスタグラム	96	農業振興課
議会事務局				
50	出雲市議会	Youtube	268	議会事務局

51	出雲市議会	LINE	876	議会事務局
教育部				
52	出雲科学館	フェイスブック	569	出雲科学館
53	出雲科学館	インスタグラム	437	出雲科学館
消防本部				
54	出雲消防 QQ【公式】	インスタグラム	211	警防課
上下水道局				
55	出雲市上下水道局	フェイスブック	48	営業総務課
56	出雲市上下水道局	X	24	営業総務課
57	出雲市上下水道局	Youtube	128	営業総務課
総合医療センター				
58	出雲市立総合医療センター	フェイスブック	398	病院総務課

(2) SNSの種類

	件数 (件)	構成比率 (%)
インスタグラム	19	32.8%
フェイスブック	19	32.8%
YouTube	8	13.8%
LINE	6	10.3%
X	6	10.3%
合計	58	100%

使用している SNS は、「インスタグラム」と「フェイスブック」が 19 件 (32.8%)、「YouTube」が 8 件 (13.8%)、「LINE」と「X」が 6 件 (10.3%) であった。

(3) 投稿頻度

	件数 (件)	構成比率 (%)
毎日	3	5.2%
週に 2、3 回程度	4	6.9%
週に 1 回	14	24.1%
月に 1、2 回程度	5	8.6%
事業の実施等に合わせて不定期	30	51.7%
未回答	2	3.4%
合計	58	100%

投稿頻度は、「事業の実施等に合わせて不定期」が 30 件 (51.7%) と最も多く、次いで「週に 1 回」が 14 件 (24.1%) であった。

(4) 令和6年度中の投稿回数

	件数 (件)	構成比率 (%)
0回	12	20.7%
1～10回	6	10.3%
11～50回	13	22.4%
51～100回	14	24.1%
101～500回	10	17.2%
501回以上	0	0.0%
未回答	3	5.2%
合計	58	100%

令和6年度中の投稿回数は、「51～100回」が14件(24.1%)、「11～50回」が13件(22.4%)であった一方、「0回」とするアカウントが12件(20.7%)存在した。

投稿回数上位3アカウント

縁結びのまち出雲 (公式)	フェイスブック	450
出雲市公式	X	401
出雲市公式	LINE	208

(5) 令和7年11月1日時点における最終投稿日

	件数 (件)	構成比率 (%)
当日(=令和7年11月1日)	8	13.8%
1週間以内	21	36.2%
1か月以内	6	10.3%
1か月超～半年以内	4	6.9%
半年超～1年以内	2	3.4%
1年以上前	17	29.3%
合計	58	100%

令和7年11月1日時点における最終投稿日は、「1週間以内」が21件(36.2%)と最も多く、「1年以上前」とするアカウントも17件(29.3%)あった。

(6) 投稿者について

	件数 (件)	構成比率 (%)
職員が投稿	43	74.1%
外部に委託	13	22.4%
未回答	2	3.4%
合計	58	100%

投稿者について、「職員が投稿」しているものは43件(74.1%)、「外部に委託」しているものは13件(22.4%)あった。

(7) 投稿している職員数

	件数 (件)	構成比率 (%)
1人	32	74.4%
2人	1	2.3%
3人	7	16.3%
4人	1	2.3%
5人以上	2	4.7%
合計	43	100%

投稿している職員数について、職員が投稿している43件のうち、「1人」で行っているものが32件(74.4%)であった。

(8) 投稿に使用する機器

	件数 (件)	構成比率 (%)
職員のPC	29	67.4%
専用の機器	12	27.9%
職員の私物機器	1	2.3%
未回答	1	2.3%
合計	43	100%

投稿に使用する機器は、「職員のPC」が29件(67.4%)、「専用の機器」が12件(27.9%)であった。

(9) 投稿する際意思決定手続

	件数 (件)	構成比率 (%)
常に所属長の承認	42	97.7%
行っていない	1	2.3%
合計	43	100%

投稿する際の意味決定手続について、職員が投稿している 43 件のうち、「常に所属長の承認」を得ていたのは 42 件（97.7%）だった。

なお、「行っていない」1 件について、投稿が外部運営委員会と協働で行う事業の一環であり、投稿に係る意思決定は運営委員会の事務局を担うセンター職員に一任しており、投稿内容は職員間でチェックが行われているとのことであった。

（10）意思決定（決裁）の方法

	件数（件）	構成比率（%）
所属長等の決裁	26	60.5%
上司の承認を得ている	14	32.6%
他職員が確認している	2	4.7%
未回答	1	2.3%
合計	43	100%

意思決定（決裁）の方法について、「所属長等の決裁」を得ているものが 26 件（60.5%）、「上司の承認」を得ているものが 14 件（32.6%）であった。

（11）公式アカウントの説明である旨の説明

	件数（件）	構成比率（%）
説明している	23	39.7%
説明していない	33	56.9%
未回答	2	3.4%
合計	58	100%

公式アカウントの説明である旨の説明の有無について、公式アカウントである旨を「説明している」が 23 件（39.7%）、「説明していない」が 33 件（56.9%）であった。

なお、「出雲市ソーシャルメディア利用方針」において「自己アカウントページ内に、出雲市が公式に運用している旨の説明を記載します。」としている。

（12）公式ホームページとの相互リンク

	件数（件）	構成比率（%）
設定している	10	17.2%
設定していない	46	79.3%
未回答	2	3.4%
合計	58	100%

公式ホームページとの相互リンクの設定について、「設定している」が 10 件（17.2%）、「設定していない」が 46 件（79.3%）であった。

なお、「出雲市ソーシャルメディア利用方針」において「公式ホームページとの相互リンクを設定します。」としている。

(13) 古くなった情報、不要となった情報を削除しているか

	件数 (件)	構成比率 (%)
削除していない	54	93.1%
削除している	2	3.4%
未回答	2	3.4%
合計	58	100%

古くなった情報、不要となった情報について、「削除していない」が54件(93.1%)、「削除している」が2件(3.4%)であった。

(14) なりすまし確認

	件数 (件)	構成比率 (%)
確認している	9	15.5%
確認していない	47	81.0%
未回答	2	3.4%
合計	58	100%

なりすまし確認について、「確認している」が9件(15.5%)、「確認していない」が47件(81.0%)であった。

なりすまし確認の頻度

	件数 (件)
1か月に1回程度	4
3か月に1回程度	1
その他	4
合計	9

なりすまし確認について、「確認している」もののうち、その頻度について、「1か月に1回程度」が4件、「3か月に1回程度」が1件、「その他」が4件であった。

(15) 情報発信効果の確認（閲覧数、フォロワー数等）

	件数（件）	構成比率（％）
確認している	51	87.9%
確認していない	5	8.6%
未回答	2	3.4%
合計	58	100%

情報発信効果の確認（閲覧数、フォロワー数等）について、「確認している」が51件（87.9%）であり、「確認していない」が5件（8.6%）であった。

情報発信の効果が認められたか

	件数（件）
効果が認められた	45
効果が認められなかった	6

情報発信効果の確認について「確認している」もののうち、「効果が認められた」とするものが45件、「効果が認められなかった」とするものが6件であった。

なお、「効果が認められた」とするもので具体例は以下のとおりであった。

- ・外国人観光客数の増加（インバウンド推進課）
- ・来館者及び教室、イベントの参加者数の増（出雲科学館）
- ・フォロワー数や閲覧数が増加しており、より多くの人に向けて情報発信ができるようになった（文化財課）
- ・市民や報道から好評。他市議会や県市議会からも多数の問合せをいただくなど様々な反響（議会事務局）
- ・医師確保等採用活動への好影響（病院総務課）

(16) コメントの確認

	件数（件）	構成比率（％）
確認している	36	62.1%
コメントを受け付けていない	11	19.0%
確認していない	9	15.5%
未回答	2	3.4%
合計	58	100.0%

コメントの確認について、「確認している」が36件（62.1%）、「コメントを受け付けていない」が11件（19.0%）、「確認していない」が9件（15.5%）であった。

なお、「出雲市ソーシャルメディア利用方針」において「原則として情報発信のみに限定し、他者からの返信は禁止するか、または許可しなければ公開できない設定」として

いる。

(17) SNS を運用するにあたって、支出が発生したか

	件数 (件)	構成比率 (%)
発生している	7	12.1%
発生していない	49	84.5%
未回答	2	3.4%
合計	58	100.0%

SNS を運用するにあたっての支出は、「発生している」が7件 (12.1%)、「発生していない」が49件 (84.5%) であった。

支出の内容としては、投稿の委託料やアカウント利用料であった。

支出額

	件数 (件)
50,000 円～100,000 円	1
100,001 円～500,000 円	4
500,001 円～1,000,000 円	1
未回答	1

【参考 自由意見】

- 集客施設の場合は、イベントへの興味関心を引くための投稿技術の向上が必要である。
 - 「SNSを見て来た」という来館者が増えており、その宣伝効果は大きく、来館者及び教室・イベントの参加者が増えており、施設の活性化と魅力向上につながっている。
 - 市内の医療介護関係団体独自で開催する研修会等を広く周知できるため、それらの参加者数が増加し、地域全体の専門職の質向上につながっている。
 - 手軽に取組（施設見学や研修等）を発信することができ、情報発信における重要なプラットフォームだと感じている。一方、フォロワーの大多数が職員という現状もあり、より多くの人に見てもらえるよう工夫する努力はあると感じている。（現在、広報課による相談サポートも活用中）
 - これまでYouTubeには注力していなかったが、広報課による相談サポートの助言により、今後はYouTubeへの投稿に注力し、フォロワー獲得を目指す。
 - 特に災害時に情報発信することで市民や団体、機関等との支援活動の幅が広がった。
 - 投稿内容の確認や投稿手続きにかかる時間が多くなっている。投稿数を増やそうとすれば、その数だけ投稿までの作業時間が増えてしまう。
 - 文字数制限があるため、要約しすぎない内容にすることに苦労している。
 - ブロック（出雲市からの情報を受け取らないようにする設定）をする人数が増えている。ブロック人数を増やさないようにはどのようにすればよいか課題である。
 - 単に画像を投稿するだけでなく、リール動画など様々な投稿方法を活用したことで、効果的な情報発信を行うことができたと感じている。
- その一方で、「一回きりのイベント」をテーマに運用していたため、現在は情報発信しておらず、今後のアカウント運用について整理が必要である。
- 多言語・文化発信における発信力の強化という課題を抱えつつも、外国人住民の安心・参加の支援と、対外的な認知度・相互理解の向上を図っている。
 - その週にあった会議や委員会を配信したり、次週の予定などタイムリーに情報発信ができるため、常に新しい情報を届けることができる。

第3 監査の結果及び監査意見

今回の監査の範囲において、市の刊行物とソーシャルメディアの活用状況についてはおおむね適正に実施されていたが、一部に改善、検討が必要と考えられる事案が見受けられたので、以下のとおり、監査の結果に基づく意見を付すこととする。

市の刊行物について

1 誰もが取扱いやすい情報の提供について

市の刊行物は市民への重要な情報伝達手段である。しかし、今回の監査では、高齢者、視覚障がい者、外国人などの特定の市民層への配慮が不足していることが分かった。また、本市では、自治会に委託して刊行物の配布を行っているが、自治会未加入者が年々増加しており、市民への情報提供のあり方についても課題となっている。

多様な利用者の特性に合わせた誰もが取扱いやすい情報提供の方法については、現在広報課において作成中である情報提供のガイドラインを職員に周知・研修を通じて、実効性のあるものにしていただきたい。

自治会未加入者への情報提供については、市が広報紙の拠点配布により一定の効果を認めていること、また、デジタル回覧板も開始して間もないながら一定のアクセスがあることなど、現時点でのニーズに合致した取組が見られた。すべての市民が必要な情報に等しくアクセスできるよう、デジタル情報の所在（二次元コード等）を記載したチラシを全ての世帯に届けるなどの周知策を検討していただきたい。

2 デジタル媒体の特性を活かした情報提供について

デジタル媒体の特性を活かした情報提供は重要である。デジタル媒体は情報の更新が容易で動画や音声、リンクなど、紙媒体では表現が難しい情報を提供できる。今回の監査では、これらの利点を活かしたデジタル化への取組が十分に行われていない結果であった。しかし、令和7年10月からのデジタル回覧板の開始や、若年層への情報提供におけるデジタル媒体の有効性を市が認識し、SNS活用強化を検討していることは、デジタル化への前向きな姿勢として評価できる。今後は、特に「電子化は不可能」と判断された刊行物についても、デジタルデバインド対策（例：簡易な操作で情報にアクセスできる環境整備、デジタル活用支援の充実）を強化し、デジタル媒体の特性を最大限に活かせるよう検討していただきたい。

3 むすび

市の刊行物は市民生活に欠かせない重要な情報源であり、情報の所在にたどり着けない市民への配慮が不足すれば、情報格差を助長する可能性がある。

市はデジタル回覧板の導入やSNS活用強化の検討など、デジタル媒体を活用した情報提供に積極的に取り組んでいる。

これらの取組は始まったばかりであり、その効果を継続的に検証しつつ、すべての市民に適切かつ確実に情報を届けられる体制を構築されることを期待する。

ソーシャルメディアの活用状況について

1 ソーシャルメディア利用方針の遵守状況について

「出雲市ソーシャルメディア利用方針」で定められているにもかかわらず、市が公式に運用している旨の説明をしていないアカウントが33件(56.9%)あり、市公式ホームページとの相互リンクを設定していないアカウントが46件(79.3%)あった。

市からの情報発信であることを明確に示すため、改めて利用方針の周知徹底が必要である。

2 アカウントの活動状況について

最終投稿から1年以上経過しているアカウントが17件(29.3%)あり、令和6年度中の投稿回数が0回のアカウントは12件(20.7%)あった。アカウント運用の目的を再確認し、活動実態のないアカウントについては速やかに統廃合を検討されたい。

3 運用ルールの整備について

情報を発信する際は、広報課が策定した「出雲市職員のソーシャルメディア利用に関するガイドライン」において、担当者に対し管理者の承認を得た上で公開するよう求められているが、古くなった情報や不要となった情報の取扱いや削除の方針については明記されていない。

現状の「出雲市ソーシャルメディア利用方針」や「出雲市職員のソーシャルメディア利用に関するガイドライン」は、あくまで内部的な手順を定めた内容に留まるものであり、管理者の決裁権限、情報の保存期間や削除基準といった、組織としての責任を伴うプロセスが正式なルールとして確立していない。また、トラブル発生時における具体的な対応方法なども明文化が必要である。

そのため、担当者個人の判断に依存することのないよう、組織としての意思決定・責任体制を明確化し、運用の根拠となるような統一的なルールの整備が求められる。

4 効果的な発信に向けて

各課の担当者から、「より魅力的な発信をするための技術を身につける必要がある」という声や「投稿案の作成や内容確認に多くの時間がかかってしまう」という声があがっていた。

情報発信の効果測定については、現在も多くの部署で閲覧数やフォロワー数の推移を確認しているが、今後はさらに一歩すすんだ分析を行い、改善につなげる必要がある。具体的には以下のような取組が考えられる。

- ・「反応」に注目する：単なる閲覧数だけではなく、「いいね」や「シェア」などの反応が多かった投稿を振り返り、受け手が何に関心を持っているかを知る。
- ・「行動」を確認する：投稿に専用の二次元コードやURLを載せ、そこからどれだけの人がイベントの申し込みやホームページ閲覧に至ったかを数字で確認する。
- ・「タイミング」を工夫する：どの曜日やどんな時間帯に発信したときに最も閲覧されたかを比較し、次の発信に活かす。

こうした工夫を形にするため、研修により職員のスキルアップを推進するとともに、発信した情報がどれだけ受け手に届いたかを分析し、次の発信に活かすPDCAサイクルを確立させ、効果的な情報発信に努めていただきたい。

5 むすび

58件のソーシャルメディアアカウントを対象に運用状況を監査したところ、基本的なルールはおおむね遵守されていることが確認された一方で、一部において運用の形がいか化や体制の未整備といった課題も見受けられた。

今後は、現時点で明確化されていない事項を「出雲市ソーシャルメディア利用方針」や「出雲市職員のソーシャルメディア利用に関するガイドライン」に盛り込むことでソーシャルメディアの管理体制を強化するとともに、単にアカウントを維持するだけでなく、市が発信する情報の到達度や受け手の反応を高めるため、質の高い情報を効率よく発信することを目指していただきたい。