

# 沖縄県ソーシャルメディア利活用ガイドライン

## 1 沖縄県ソーシャルメディア利活用ガイドラインについて

ソーシャルネットワーキングサービス（注1）やブログなどのソーシャルメディアは、近年様々なサービスが展開され、社会的に大きな影響力を持つようになってきている。沖縄県においても、県政情報や県の魅力の発信手段としてはもちろん、県政の理解促進や県民との情報共有手段として県政運営の推進を図る上で重要な手段であると認識している。

一方で、ソーシャルメディアの利用については、発信した情報が不正確であったり、法令や公序良俗に反したり、さらには意図せず特定又は不特定の人たちの感情を害したりするケースがたびたび発生しており、利用方法によっては、発信者のみならず県政に対して想定しない悪影響を及ぼすことも考えられる。

従って、ソーシャルメディアを効果的に事業に利活用するには、所属等の利用者がソーシャルメディアの特性やリスクなどを十分理解した上で、その有用性を十分に活用できるよう適切に運用する必要がある。また、市場・県民等の動向確認の場としてソーシャルメディアを閲覧する場合においても、意図しない誤情報に対応しなければならない場合もありうる。

そこで、沖縄県職員（以下「職員」という。）が、職務上ソーシャルメディアを利活用する際の基本的な考え方や留意事項等を明らかにする「沖縄県ソーシャルメディア利活用ガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）を定めるものとする。

## 2 定義

ソーシャルメディアとは、X(旧 Twitter) やFacebook、Instagram、LINE などのソーシャルネットワーキングサービス、ブログ、動画配信など、インターネット上で提供されるサービスを利用して、ユーザーが情報を発信、あるいは相互に情報のやりとりを行うことができる情報伝達媒体をいう。

## 3 サービス開設の考え方

### (1) 目的に合致したサービスの選択

情報発信の場としてソーシャルメディアを活用するに当たっては、情報を届けるターゲットとその属性、ターゲットに対して発信する情報（テキスト・画像・動画等）の種類、どのようなタイミングで届けることが望ましいか、などをあらかじめ想定し、別表1として例示するサービス毎の特性と、利活用の目的や運用想定が合致したサービスを選択する必要がある。

## (2) 公式アカウントの使用

ソーシャルメディアの活用にあたっては、原則として、公式アカウント(注2)を用いることとし、アカウントを保有する所属等の判断と責任により情報発信等を行うものとする。

また、パスワードの強化と管理を適切に行い、アカウントに紐づくメールアドレス・電話番号については私用のものを避けるなど、アカウントの乗っ取りを防ぐ対策を行う。

## (3) ポリシーに基づく運用

ソーシャルメディアによる情報発信については、所属等は運用するサービスのアカウントごとに、あらかじめ以下の点等を明確にした運用ポリシーを作成し、庁内外に公表するとともに、同ポリシーに基づき運用する。

- ・ ページ名
- ・ ページの URL
- ・ 管理者(部・課名等)
- ・ 情報発信等を行う目的
- ・ 情報発信等の内容
- ・ 意見・提案や質問への対応方針
- ・ 禁止・制限事項
- ・ その他適切な運用を行う上で必要と認められる事項

## (4) 効果の確認

開設後は、投稿数をはじめ、アカウントに対するフォロワー数、別アカウントへのフォロー数、投稿に対するインプレッション数、動画の視聴数などサービス毎に確認可能な指標を分析するなどして、ソーシャルメディアの利活用目的に沿った効果をあげているかを確認し、投稿の内容・タイミング等を改善する PDCA サイクルを回すよう努める。

## 4 情報発信の基本原則

### (1) 職員としての自覚と責任

職員としての自覚と責任を持って情報発信を行う。自分の発信が自分自身だけでなく、沖縄県としての発言となり得ることを十分認識する。

### (2) 法令等の遵守

地方公務員法その他の関係法令並びに職員の服務及び情報の取扱いに関する規程等を遵守する。

### (3) 個人情報やプライバシーへの配慮

他の利用者の権利を侵害することがないように十分留意し、基本的人権、肖像権、プライバシー権、著作権、個人情報保護など関連法令等を遵守する。また、第三者のコンテンツを使用し、また発言内容・記事等を引用する必要がある場合は、投稿の中で、コンテンツ権利所有者やその出所及び引用部分を明示する。

#### (4) 情報の正確性と信頼性の確保

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ぬよう信頼性の確保に十分留意する。一度インターネット上に公開された情報は、記録として恒久的に残る可能性があることを理解しておく必要があり、また、グローバルに広がり、影響を与える可能性があることを認識する。

第三者の投稿の引用や、第三者が管理又は運用するページへのリンクを掲載することは、当該投稿やページの内容を信頼性のあるものとして認めるものと受け取られることも考慮した上で、慎重に対応する。

#### (5) 誠実で責任ある対応

自らが発信した情報により、意図せず他者を傷つけたり、誤解を与えたりした場合には誠実に対応するよう努める。また、自らが発信した情報に関し攻撃的な反応があった場合には、冷静に対応し無用な議論となることは避けるよう努める。

#### (6) 所属長の責務

ア 発信する情報については、原則として所属等の長の承認を得るものとする。ただし、次に掲げる場合は、ソーシャルメディアの特性や発信の即時性を考慮し、その範囲内で、職員の判断により発信を行うことができる。

- ・ 既に一般に周知されている事項について再度正しい情報として発信する場合
- ・ イベント・競技会等の現況や結果など、既成の事実について発信する場合
- ・ 法令等で定められている内容を発信する場合
- ・ 緊急性があると認められる場合（この場合、所属等の長に対して、情報発信を行った旨を事後報告し、了承を得るものとする。）
- ・ その他あらかじめ所属等の長が必要と認めた事項について発信する場合

イ 所属長は、運用する職員に対し、本ガイドラインを周知し、不適切な言動・行為が行われないよう注意喚起するとともに、運用状況を管理すること。

ウ 所属長は、公式アカウント作成後は、目的を達するよう継続的に運用・改善を図ること。特に、担当職員の異動に伴い運用が停止することのないよう留意すること

## 5 情報発信禁止事項

ソーシャルメディアによる情報発信等に関し禁止する情報は次に掲げるとおりとする。

- ・ 他者を侮辱する言い方、発言を含む情報
- ・ 人種、思想、信条等について差別する発言又は差別を助長させる発言を含む情報

- ・ 違法若しくは不当な情報又はそれらの行為をあおるような発言を含む情報
- ・ 信憑性が確保できない情報（噂や流説又はその助長をするもの。）
- ・ 閲覧者に損害を与えようとするサイト及びわいせつな内容を含むサイトに関する情報
- ・ 守秘義務に関する情報
- ・ 個人情報保護法において情報提供が禁止されている個人情報
- ・ 沖縄県及び他者の権利を侵害する情報
- ・ 特定の商品・サービス等の営業活動（職務上必要と認められる商品・サービス等の紹介を除く。）
- ・ 政治的活動、宗教的活動その他営利を目的として発信する情報
- ・ 故意にネットワーク上の善意の情報交換を妨げようとする情報
- ・ 沖縄県のセキュリティを脅かすおそれのある情報
- ・ 沖縄県の施策の意思形成過程における情報（沖縄県が積極的に意見等を求める場合を除く。）
- ・ 職員の個人的な状況や感情、それらに基づく意見等の情報（返信への共感等、事業推進に当たり目的に合致した戦略的な運用を行うなど、職務上必要な場合を除く。）
- ・ 生成 AI 等により作成された画像や文章等のうち、事実と異なる内容を含み利用者に誤認を与えるおそれのある情報
  - ※「沖縄県文書生成 AI 利活用ガイドライン」（企画部情報基盤整備課）を参照すること
- ・ その他公序良俗に反するなど情報発信することが適当でないと認められる情報

## 6 留意事項

### (1) 意見等への対応

発信した情報に対する意見・提案や質問に対して、必ずしも返信するものではないが、アカウントの持つ性格をふまえ、沖縄県及び県政に関心を持つ人を増やす視点、地域経済活性化に資する視点、災害発生時などの緊急の安全・安心への対応を図る視点等から、必要に応じて返信するなどの対応を検討する。

### (2) わかりやすい表現の使用

発信する情報を身近に感じてもらい、しっかりと理解していただくため、専門用語を多用せず、利用者の立場に立って平易な言葉でわかりやすい表現での発信を心がける。

### (3) 他の広報媒体との関係

記者発表や各種広報媒体（紙媒体、県ホームページ等）で発信している情報との整合性（配布時期、公表時間等）、バランス（情報量、配信頻度等）を考慮し、ソーシャルメディアによる情報発信等との効果的な組み合わせを十分検討する。

#### (4) 担当業務以外の情報発信

自らは直接職務上関わらない事項であっても、本県行政に関する情報を発信する場合にあつては、読み手は発信者を関係者として理解すると考えられるので、その情報が不正確な場合には県政に重大な影響を与えるおそれがあることについて十分留意する。

## 7 トラブルへの対応

### (1) なりすまし等の防止対策

なりすまし（注3）等の防止対策として、県ホームページにおいて、広報課は各所属等が利用するソーシャルメディアのサービス名及びそのサービスにおけるアカウント名若しくは当該アカウントページのURL（注4）を明記するページを設けることとする。

加えて、所属等は、利用しているソーシャルメディアのアカウント設定の自由記述欄などに広報課が作成した公式アカウントを紹介している県ホームページのURLを明記する。

### (2) なりすまし発生時の対応

なりすましが発生していることを発見した場合は、県ホームページ等において情報を発信するほか、必要に応じて報道機関に資料提供を行うなど、なりすましアカウントが存在することへの注意喚起を行うこととする。

### (3) 炎上対策

#### ア 予防

(ア) 投稿前に、「4 (4) 情報の正確性と信頼性の確保」はされているか、「5 情報発信禁止事項」に該当しないか、「4 (6) ア 所属長の責務」における承認または職員による判断事項の確認が行われているか、再度確認して投稿を行う。

(イ) 「3 (3) 運用ポリシーに基づく運用」のうち、「意見・提案や質問への対応方針」において、当該サービス内での議論が展開されないよう、別途、意見・問い合わせ窓口（課の窓口等）を案内・掲載しておくことを検討する。

#### イ 初動

(ア) 炎上の検知・初動のため、投稿後においては動向を注視する。特に休日前の投稿にあつては、休日中に炎上する場合もありうることに留意する。

(イ) 炎上状態となった場合は、反論や抗弁は控え、客観的に相手方の発言意図を考えるとともに、事実の確認を行う。（県側の発信に誤りはないか、一部集団の反応なのか一般に広がっているか、相手方の発信の真偽、相手方のアカウントの信性など）

(ウ) 内容に応じ、所属長等への報告を行い、対応を調整する。

#### ウ 対応

- (ア) 県側の発信が誤りである場合の削除・修正や謝罪、問い合わせへの対応を広く周知する必要がある場合には、その重要性を検討のうえ、ホームページ等への文書リリース、記者への情報提供など他の手段による発信を併せて行うことを検討する。単に削除のみを行うことは、不要な詮索による再炎上を生むことに留意する。
- (イ) ソーシャルメディア上での、相手方の意図的な扇動には原則として反応しない。さらなる炎上を招く可能性があると同時に、冷静に対応することが肝要である。
- (ウ) 一方で、意図的な誤情報拡散の企図、県政運営への明らかな妨害などにより、事業執行に重大・相当な損害が見込まれる場合等に当たっては、弁護士相談等の上で法的措置（注6）を検討する余地もある。ただし、ソーシャルメディアの特性上、その効果は限定的であることに留意する必要がある。誤情報への対応としては、前ウ(ア)に記載のとおり別のメディアにより公式情報を掲載・公表等することが考えられる。

#### (4) 偽情報・誤情報への対応

##### ア 検知・報告

沖縄県や県政に関連する偽情報・誤情報（ディープフェイク等の偽造コンテンツを含む）が発信・拡散されていることを発見した場合は、速やかに所属等の長及び広報課へ報告する。

##### イ 対応

災害等の緊急事態の発生により、県民生活に重大な影響を及ぼす恐れがあると判断される場合は、県ホームページによる公式発信を通じて速やかに「正しい情報」を提示し、注意喚起を行う。

なお、上記(4)アについて当該ソーシャルメディア上での発信を検討する際は、個別投稿に対する直接反論の炎上可能性も考慮し、発信前に広報課と十分に調整した後に行うこと。

## 8 その他

関係法令、県関係条例、当該ガイドライン、アカウントの運用ポリシー等に照らし、重大な利用違反や不正利用等が判明した場合、所属等の長は当該運用アカウントを閉鎖する等の措置をとるものとする。このガイドラインに定めるもののほか、必要な事項については、知事公室広報課長が別に定める。

## 9 相談窓口

知事公室広報課 広報広聴班 098-866-2020

## 用語の説明

### (注1) ソーシャルネットワーキングサービス

参加者同士のつながりを促進・サポートするコミュニティ型のウェブサイトのことをいう。

### (注2) アカウント

アカウントとは、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。なお、ここでは各所属長等の承認を得て取得したアカウントのことを公式アカウントと定義する。

### (注3) 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。

### (注4) URL

ウェブサイトのアドレスのこと。

### (注5) 炎上

自分の投稿に対し批判や苦情が殺到し、収集がつかなくなる状態。

### (注6) 法的措置

特定電気通信による情報の流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律（いわゆる情報流通プラットフォーム対処法：令和7年4月1日施行）に基づくソーシャルメディア運営事業者への発信情報開示請求及び削除要請、民法第709条に基づく損害賠償請求など

## 附則

このガイドラインは、平成25年12月5日から施行する。

## 附則

このガイドラインは、令和6年3月26日から施行する。

## 附則

このガイドラインは、令和8年3月26日から施行する。

別表 1

媒体名	主な利用者層・メディアの特徴	適している内容例	運用上の特性・注意点
X(旧Twitter)	【10代～40代・速報性と拡散力】リアルタイムな情報収集・発信に優れる。匿名性が高く、リポスト機能により情報が爆発的に拡散する可能性がある。	【災害時・緊急時の速報】 ・災害発生時のリアルタイムな状況発信 ・気象警報、交通規制、不審者情報の速報 ・イベントの直前告知や実況中継	【特性】オープン・フロー（流れる）型情報がタイムラインをどんどん流れていく。 【注意点】重要な情報は複数回投稿する必要がある。拡散しやすい反面、炎上リスクへの対策（運用ガイドラインの整備）が不可欠。
Facebook	【30代～60代・実名制の信頼感】実名登録が基本のため信頼性が高い。ビジネス層や中高年層へのリーチに強く、長文での説明もしやすい。	【コミュニティ連携・詳細情報提供】 ・県政情報報告、政策の詳細な解説 ・イベントの事後レポート ・移住検討者向けの深い情報提供	【特性】オープン・コミュニティ型実社会の人間関係がベース。 【注意点】若年層へのリーチは弱い。一方的な発信では表示されにくいいため、「いいね」やコメントなどのエンゲージメント（反応）を促す工夫が必要。
Instagram	【10代～40代・視覚的訴求】写真や動画が中心。「映え」や世界観の構築が重要で、地域のブランディングに適している。女性比率がやや高め。	【観光PR・地域の魅力「可視化」】 ・観光スポット、グルメ、絶景の発信 ・移住促進に向けた「現地の暮らし」の紹介 ・ふるさと納税の返礼品紹介・若年層向けイベントの告知（ストーリーズ活用）	【特性】ビジュアル重視・ストック型投稿がプロフィール画面に蓄積される。 【注意点】質の高い写真・動画素材が必須。テキストだけのお知らせには不向き。ハッシュタグ検索からの流入が多いため、タグ選定が重要。
LINE	【全世代・生活インフラ】国内月間利用者数が最も多い。メールに代わる連絡手段として定着しており、到達率・開封率が非常に高い。	【プッシュ型の確実な情報伝達】 ・防災・緊急情報の配信（最も重要） ・生活・福祉の申請の定期通知 ・事業・資格に関する定期更新	【特性】クローズド・プッシュ型友達登録した人に直接届く。 【注意点】配信頻度が高すぎるとブロックされる。利用者の属性に合わせたセグメント（振り分け）配信が運用の鍵。