

# 福岡県ソーシャルメディア利用ガイドライン

平成 25 年 8 月制定

平成 30 年 12 月改正

令和 4 年 3 月改正

令和 7 年 10 月改正

令和 8 年 5 月改正

政 策 企 画 部 広 報 課

政策企画部デジタル戦略推進課

総務部法務・県民情報課

# 福岡県ソーシャルメディア利用ガイドライン

## 1 目的

ソーシャルメディアは、刻々と変化する情報を幅広く発信する手段として有効であり、広報紙や新聞、テレビ、ホームページ等、既存の広報媒体と組み合わせて活用することで、より効率的、効果的な広報活動が可能となる。

その一方、なりすまし<sup>※1</sup>、乗っ取り<sup>※2</sup>、炎上<sup>※3</sup>などの危険性があるほか、誤って不正確な情報や公序良俗に反するような情報を発信した場合には、情報が瞬時に拡散するという特性から、甚大な損害を生じる恐れがある。さらには、不適切な表現等により意図せず、特定または不特定の人たちの感情を害する恐れもあり、県政に対して想定し得ない影響を及ぼす場合も考えられる。

このガイドラインは、ソーシャルメディアの適切且つ効果的な活用を図るため、基本的な考え方や留意点を取りまとめたものである。

## 2 ソーシャルメディアの定義

ブログ、ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）、動画共有サイトなど、利用者が情報を発信し、形成していくメディアを指す。

## 3 適用範囲

このガイドラインは、知事部局において情報発信や相談対応などの、他の利用者との一方向または双方向のコミュニケーションを目的として、職務でソーシャルメディアを利用する場合に適用する。

ただし、職員が私的にソーシャルメディアを利用する場合であっても、下記4及び5の規定については十分留意しなければならない。

## 4 基本原則

- (1) 県職員としての自覚と責任を持って、地方公務員法その他の関係法令及び職員の服務に関する規程等を遵守しなければならない。
- (2) 基本的人権、肖像権、著作権、商標権、個人情報保護などに関する法令を遵守し、他者の権利を侵害することがないように十分に留意しなければならない。
- (3) 正確な情報の発信に努め、その内容について誤解を招かないよう留意しなければならない。
- (4) 発信した情報により、意図せず他人を傷つけたり、誤解を生じさせたりした場合には、誠実に対応するよう努めなければならない。

- (5) 発信した情報に対し攻撃的な反応があった場合には、冷静に対応するよう努めなければならない。
- (6) 一度ネットワーク上に公開された情報は、完全には削除できないことを理解しておかなければならない。

## 5 禁止事項

次に掲げる内容を含む情報を発信してはならない。

- (1) 法令等に違反し、または違反する恐れのあるもの
- (2) 他者を侮辱または非難するもの
- (3) 人種、信条、性別、社会的身分、門地等について差別し、または差別を助長させるもの
- (4) 虚偽または事実と異なるもの
- (5) 本県または本県と利害関係にある者若しくは団体の秘密に関するもの
- (6) 本県の権利を侵害する情報や、正当な理由なく他者の権利を侵害するもの
- (7) 意思形成過程におけるもの（検討中の素案（県民に広く意見を求める場合を除く。）、それに対する個人的な意見など）
- (8) 本県の信用を失墜させる恐れのあるもの
- (9) その他公序良俗に反するもの

## 6 開始手続き

ソーシャルメディアによる情報発信は以下の開始手続きを経たアカウント<sup>\*4</sup>（以下「公式アカウント」という。）により、所属の責任において行うものとする。

### (1) アカウントの取得

所属長の承認を得て、ソーシャルメディアの運営者が発行するアカウントを取得すること。

利用者の便宜を図るために必要と認められる場合は、一つの所属で複数のアカウントを取得することや、複数の所属に共通するテーマ等を定めた上で一つのアカウントを取得し、運用することも可能とする。

### (2) アカウント運用ポリシー

取得したアカウントは原則として「福岡県庁ソーシャルメディア運用ポリシー」に沿って運用すること。なお、配信する情報や、アカウント利用目的の性質上、同運用ポリシーと異なる運用を行う必要がある場合には、別紙1に定める事項を明確にした運用ポリシーを所属において策定すること。

また、運用ポリシーは所属内で共有するとともに、原則として、当該アカウント内で明示すること。

(3) プロフィール欄への基本情報掲載

公式アカウントの運用開始にあたり、プロフィール欄に次の事項を掲載すること。

- ・ 情報発信の目的・内容
- ・ 意見や質問への対応方法
- ・ 担当所属名
- ・ 担当所属電話番号
- ・ 担当所属メールアドレス
- ・ 運用ポリシーURL
- ・ 当該アカウントを紹介している県ホームページ等の URL

(4) 広報課への届出

所属長は、アカウントを取得した場合、速やかに別紙2「ソーシャルメディア利用届出書」を広報課長に提出すること。

(5) アカウントの明示等

- ① 所属長は、アカウントを取得した場合、県ホームページ等で当該アカウントを紹介するページを作成し、アイコン画像の他、上記(3)でプロフィール欄に掲載することとされている事項を掲載し、なりすまし防止のため、当該アカウントへのリンクを設定すること。
- ② 広報課長は、県ホームページに、各所属が利用するソーシャルメディアのサービス名とアカウント名の一覧を掲載し、所属で作成した上記①のページへのリンクを設定する。

## 7 セキュリティ対策

- (1) 情報発信に用いる端末は、原則として、セキュリティ対策を実施したデジタル戦略推進課が管理する共用パソコンとし、「インターネット利用システム管理運用要領」を遵守すること。
- (2) ソーシャルメディアで提供されるセキュリティ機能の活用や、推測されにくいログインパスワードの設定とその厳重な管理等、セキュリティ対策を講じること。

## 8 廃止手続き

(1) 廃止の判断

以下の状況が発生した場合は、所属長は速やかに公式アカウントを廃止すること。

- ・当初の目的を達成したとき
- ・目的の達成や生産性の担保が困難と判断したとき
- ・セキュリティ上の脅威など、アカウントを継続することで、利用者、県または所属にとって著しい不利益が生じる可能性があるとして判断したとき
- ・県の公式アカウントとしてのクオリティが担保できないなど、利用者の信頼を損なう恐れが高いと判断したとき

(2) 廃止手続き

- ① 所属長は、公式アカウントを廃止する場合、事前に別紙3「ソーシャルメディア廃止届出書」を広報課長に提出すること。併せて、必要と認める期間、公式アカウント内及びアカウントを紹介するホームページ等においてアカウント廃止の旨の周知を行った後にアカウントを廃止すること。

ただし、アカウントを継続することで利用者、県または所属にとって著しい不利益が生じる可能性があるとして判断した場合は、直ちにアカウントを廃止し、その後に別紙3を広報課に提出すること。

- ② 「ソーシャルメディア廃止届出書」が提出された場合、広報課長は、県ホームページから該当する事項を削除する。

9 利用上の留意事項

(1) アカウント取得時

- ① 発信しようとする事業全体の広報計画の中で、ソーシャルメディアでの発信が担う役割を明確にすること。
- ② 年齢・性別・地域性など、情報を届けるべき対象者層の属性や、各ソーシャルメディアの特徴を踏まえ、適切なソーシャルメディアを選定すること。
- ③ 目的や対象者層が重複する他の公式アカウントの有無及び、広報課が所管する公式アカウントでは役割を担うことが難しいことなどを確認し、アカウントを作成する目的及び理由を明確にすること。
- ④ ソーシャルメディアのサービス提供元が、アカウントの認証<sup>\*5</sup>を行っている場合には、その取得に努めること。

(2) アカウント運用時

- ① 発信する内容が分かりやすいアカウント名や、カバー画像、アイコンなどを設定すること。
- ② 発信する情報の管理を適正に行うため、所属長は、情報発信担当者及び情報発信責任者（係長以上の職にある者。）を指定し、情報発信担当

者は、発信する情報について情報発信責任者の承認を得た上で情報発信すること。

- ③ 知事記者会見などでの知事発言内容や、記者発表・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等との整合性を考慮すること。
- ④ 事業計画等を踏まえ、効果的なタイミングでの発信を図ること。
- ⑤ 誤った情報を発信した場合は、直ちに訂正すること。
- ⑥ 公式アカウントにおいて、県以外の者の投稿を引用することや、県以外の者が運用するウェブページのリンクを掲載することは、当該投稿やウェブページの内容が信頼性のあるものとして利用者に受け取られる可能性があるので慎重に行うこと。
- ⑦ 発信内容にウェブページのリンクを掲載する場合は、短縮 URL（例えば「<https://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents...>」を「<https://goo.gl/~>」といった短い URL でもアクセスできるようにするサービス）は利用者にとって本来の URL がわからず、不安を与える恐れがあることから、原則として使用しないこと。
- ⑧ 対象者に当該アカウントを認知させるよう努めること。
- ⑨ 各ソーシャルメディアの分析ツールなどを活用し、リーチ数<sup>\*6</sup>などの目標設定や投稿効果の定期的な分析を行い、ソーシャルメディアの有効活用に努めること。
- ⑩ 特段の理由なく、投稿頻度が低いなど積極的な情報発信が行われていないアカウントは集約・廃止を検討すること。
- ⑪ 公式アカウントのなりすまし・乗っ取りによる不都合な情報発信の拡散を防ぐため、管理するアカウントの定期的な監視（月 1 回程度）を行うこと。

## 10 個人情報の取り扱い

- (1) ソーシャルメディア上で利用者の個人情報（氏名、住所、連絡先等、個人の特定が可能な情報）を収集しないこと。また、必要に応じ、利用者に対しても、個人情報を投稿しないよう注意喚起を行うこと。
- (2) 相談対応等においてソーシャルメディアを使用する場合、相談者や相談内容に関する秘密を保持すること。

## 11 トラブルへの対応

- (1) 公式アカウントのなりすましが発生した場合
  - ① 当該アカウントを運用するソーシャルメディアの管理者に当該なり

すましアカウントの削除依頼を行うとともに、なりすまし事例が発生したことについて広報課長に報告すること。

- ② 所属長または広報課長は、県ホームページへの掲載や報道機関への資料提供など、なりすましが存在することについて必要に応じ注意喚起を行うこと。

(2) 乗っ取りが発生した場合

- ① より安全性の高いパスワードに変更するとともに、発信した覚えのない情報を削除し、乗っ取り事例が発生したことについて広報課長、デジタル戦略推進課長に報告すること。
- ② 所属長または広報課長は、県ホームページへの掲載や報道機関への資料提供など、乗っ取り事例が発生していることについて必要に応じ注意喚起を行うこと。
- ③ デジタル戦略推進課長は、パソコンそのものがウィルスに感染していないか、フルスキャンする。

(3) 炎上した場合

- ① 職員の判断による反論や抗弁は行わず、所属として、必要に応じて説明、訂正、謝罪等の書込み等を行うこと。
- ② 対応に時間を要する場合は、その旨を説明するなどし、利用者の意見等を無視しているといった不要な誤解を招かないようにすること。

(4) デマを書き込まれた場合

正しい情報を発信し、必要に応じて県ホームページに誘導すること。

## 12 委託事業における取り扱い

- (1) 各所属の委託事業において委託事業者がソーシャルメディアを利用した情報発信を行う場合においても、本ガイドラインに準じて適切にソーシャルメディアを運用すること。
- (2) 委託事業者によりアカウントの取得、設定または運用を行う場合は、アカウントの所有者、登録メールアドレス及び委託終了後のアカウントの取り扱いについてあらかじめ定めること。
- (3) 委託事業者に対し、アカウント管理情報（ログインID及びパスワード）が流出することがないよう適切な管理を求めること。
- (4) 委託事業の終了または委託事業者の変更があり、かつ、当該公式アカウントを継続して使用する場合には、速やかにパスワードを変更すること。
- (5) 委託事業者が投稿を行う場合であっても、利用者にとっては発信及び返信は県が行ったものとみなされることから、所属において適切に発信及び返信の内容の確認及び投稿履歴の管理を行うこと。

- (6) 不適切な書き込みや、炎上等のトラブルが発生した場合に、所属においてその状況を速やかに把握し、かつ、対応を指示することができるよう委託事業者との連絡体制を整えること。
- (7) 委託事業者がアカウント情報を使用した端末を紛失する等アカウント情報が漏えいする恐れがある場合や、委託事業者の投稿担当者が異動等の理由により変更された場合には、速やかに報告を受けるとともに当該公式アカウントのパスワードを変更すること。

### 13 県が任意団体において事務局を務めている場合の取り扱い

県が事務局となっている任意団体（協議会、実行委員会等）が広報を行うため、アカウントを取得してソーシャルメディアを利用する場合についても、本ガイドラインの内容に準じた運用を行うこと。

#### 【用語の解説】

- ※1 なりすまし  
他者のふりをして、インターネット上のサービスを利用することをいう。
- ※2 乗っ取り  
他者のアカウントのパスワードを入手するなどして不正にログインすることをいう。
- ※3 炎上  
投稿に対し、批判や苦情が殺到し、収拾がつかなくなる状態をいう。
- ※4 アカウント  
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。
- ※5 認証済みアカウント  
各ソーシャルメディア運営者の審査を通過したアカウントをいう。
- ※6 リーチ数  
ソーシャルメディアにおいては、投稿された記事やアカウントを見た利用者数をいう。