

# LINEを活用した情報発信事業（令和7年度実施）

**事業概要**

本市は、情報発信はプル型（市民が検索して情報を得る）が中心で、突発的な災害や生活様式の変化で行政ニーズが多様になる中、住民へ必要なときに必要な情報を届けるプッシュ型が求められている。「LINE」で迅速かつ効果的なプッシュ型発信を行うとともに、誘導先の市公式HPをスマホで見やすいレイアウトに変更することで、デジタルを活用した双方向のコミュニケーションを実現し、窓口や電話によらずとも情報が届く環境を整備する。

- 具体サービス**
- LINE公式アカウントの機能を強化
    - ① セグメント配信機能  
（受信設定によるセグメントに応じたメッセージ）  
※セグメント  
居住地域・年齢・ニーズ（くらし・防災・気象・議会・観光・子育て）
    - ② チャットボットによる自動応答機能  
（住民からの質問にチャットボットで自動対応）
    - ③ プラットフォームの視認性向上  
（使いやすくわかりやすい統一感のあるデザイン）
    - ④ 属性（地域、興味）に応じてリッチメニューを変化  
（市外を設定した登録者に観光情報に特化したリッチメニューを表示）
  - 公式ホームページの機能を強化
    - ⑤ 視認性の高いレイアウトへ変更

防府市LINE公式アカウント

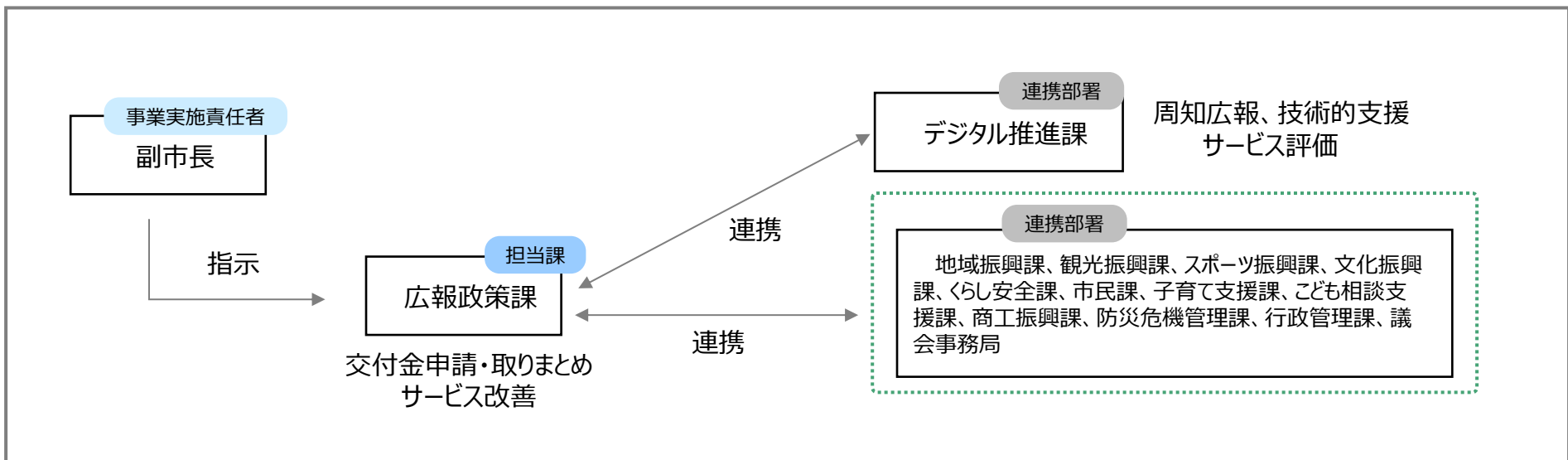
The screenshot shows the LINE official account interface for Fuyuki City. It features a header with the city name and a search icon. Below the header, there are several messages and a rich menu. Callouts point to various features: '情報の迅速な配信' (Rapid information delivery) points to a message about evacuation shelters; '各サービスへスムーズな誘導' (Smooth guidance to various services) points to the rich menu; '視認性の高いデザイン' (Highly visible design) points to the overall layout; '地域年齢別の配信' (Targeted distribution by region and age) points to a message about a summer festival; '各種質問に自動応答' (Automatic response to various questions) points to a chatbot icon; '市外への情報発信' (Information delivery to outside the city) points to a message about a festival; '防府市公式HP' (Fuyuki City Official HP) points to a link in the rich menu; and 'レイアウト変更' (Layout change) points to the bottom navigation bar.

# 具体的使途（経費内訳）

交付対象事業費（円）	2,277,000円		
項目	金額 (単位：円)	実施相手 (委託先、補助金・負担金の対象者、施工業者等)	支出方法 (委託、補助金・負担金、工事請負)
LINEシステム構築委託料	924,000	トランス・コスモス株式会社	委託
LINEシステム利用料	528,000	トランス・コスモス株式会社	委託
ホームページ改修委託料	825,000	福泉株式会社	委託

# 実施体制

## ■ 庁内の推進体制

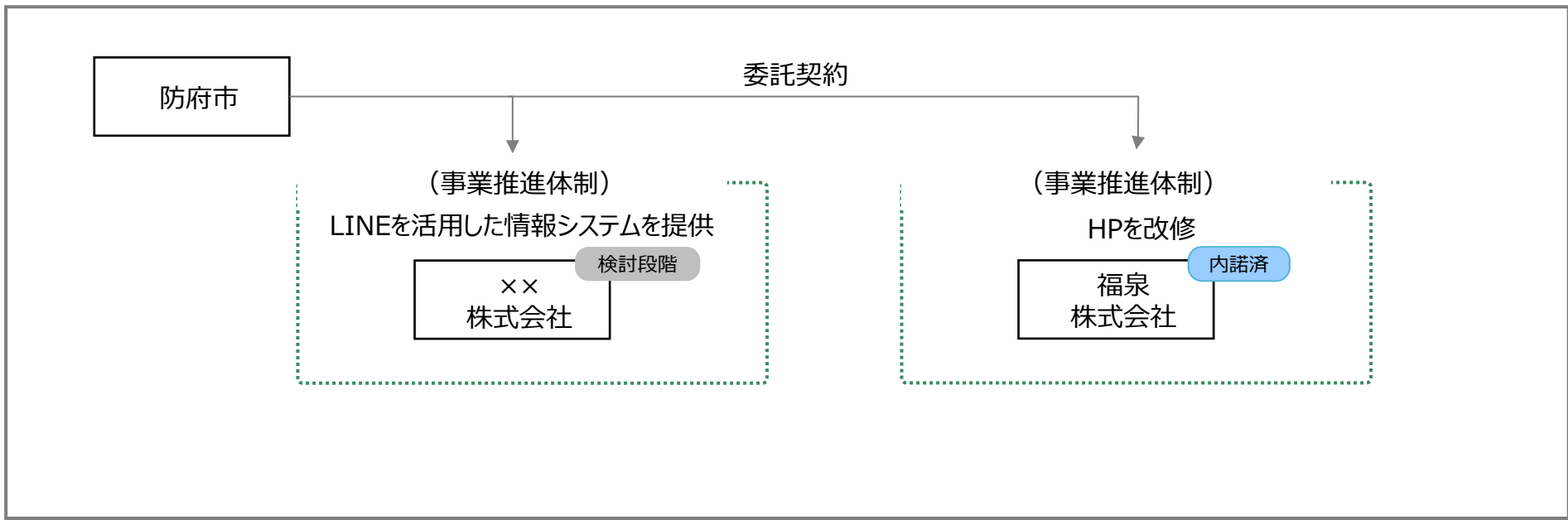


### 【各課室の役割】

名称	名称	役割
事業実施責任者	副市長	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業全体のマネージメント・進捗管理</li> </ul>
事業担当課	広報政策課	<ul style="list-style-type: none"> <li>システムの調達、関連部署との調整、業務フローの検討、周知広報</li> </ul>
連携部署	デジタル推進課	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術的支援、スマホ教室等で周知広報、サービス評価</li> </ul>
連携部署	地域振興課、観光振興課、スポーツ振興課、文化振興課、くらし安全課、市民課、子育て支援課、こども相談支援課、商工振興課、防災危機管理課、行政管理課、議会事務局	<ul style="list-style-type: none"> <li>発信する情報の提供</li> </ul>

# 実施体制

## ■ 事業推進体制



名称	役割
防府市	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業計画の立案</li> <li>報告書作成をはじめとする事業全般の管理・統括業務内諾済</li> </ul>
トランス・コスモス株式会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>LINE情報システムサービスの提供</li> </ul>
福泉株式会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>HPを改修</li> </ul>

名称	役割

# 検証効果の結果 (1/3)

## アウトプット指標 (活動指標)

KPI①	防府市LINE公式アカウントの登録者数	種別	アウトプット	単位	登録数
KPIの概要、測定方法	防府市LINE公式アカウントを友だち追加した利用者数。 LINE公式アカウントの管理画面にて確認し測定する。登録者数4,447人（令和7年1月17日時点）				
事業成果等の計測に適する理由	LINEで情報を受け取るには、登録する必要があるため。 また、LINE公式アカウントは本事業でのみ使用しているため、本事業の成果測定に適している。				
2025年度末【目標値】 (年度変更不可)	7000	2026年度末【目標値】 (年度変更不可)	15,000	2027年度末【目標値】 (年度変更不可)	30,000
2025年度末【実績値】	7578	2026年度末【実績値】		2027年度末【実績値】	
直近のKPIについて 【KPI「達成」の場合】達成のための取組み内容や工夫及び次年度達成に向けた取組 【KPI「未達成又は未計測」の場合】達成（計測）できなかった理由及び次年度達成に向けた取組	市内各所でのチラシ設置、市主催の各種デジタル関連講座での機能説明、市内外イベントでのブース出展による登録勧奨等を行った。また、リッチメニューデザインや配信項目、内容など、より見やすく利用しやすい運用ができるよう随時見直した。 イベントでのブース出展による登録勧奨など、引き続きPR活動を行い周知に努める。また、リッチメニューや配信内容は、登録者のニーズに沿ったものになるよう、常に更新し、利用しやすいアカウントになるよう改善を重ねていく。				

KPI②	公式ホームページの閲覧者数	種別	アウトプット	単位	人
KPIの概要、測定方法	1年間のアクティブユーザー数をgoogleアナリティクスで特定する。アクティブユーザー数90万人（令和6年）				
事業成果等の計測に適する理由	ホームページを閲覧する人数が増えることで、LINEからホームページへの誘導が行われ、スマホやPCで情報を受け取っていると判断できるため。				
2025年度末【目標値】 (年度変更不可)	1,000,000	2026年度末【目標値】 (年度変更不可)	1,100,000	2027年度末【目標値】 (年度変更不可)	1,250,000
2025年度末【実績値】	818,116	2026年度末【実績値】		2027年度末【実績値】	
直近のKPIについて 【KPI「達成」の場合】達成のための取組み内容や工夫及び次年度達成に向けた取組 【KPI「未達成又は未計測」の場合】達成（計測）できなかった理由及び次年度達成に向けた取組	ホームページへ誘導する配信を適切な頻度で行っているが、主な配信が「イベント」であり、市主催ではない行事（市ではなく主催者のホームページへ誘導）も多かった。「イベント」以外の市からのお知らせの配信が足りなかった。 「イベント」以外のカテゴリ（「子育て」「くらし」「健康」「お知らせ」「市外向け」）の配信頻度を増やし、市公式ホームページへの誘導機会を増やす。併せて、市が行う各種事業について、市公式ホームページへの掲載を徹底する。				

# 検証効果の結果 (2/3)

## アウトカム指標 (成果指標)

KPI①	防府市LINE公式アカウント利用者の満足度	種別	アウトカム	単位	ポイント
KPIの概要、測定方法	防府市LINE公式アカウント利用者の5段階評価満足度（5段階）の平均値。アンケート機能を活用し、利用者に入力してもらうことで測定する。				
事業成果等の計測に適する理由	防府市LINE公式アカウントを利用し満足した人数が多ければ多いほど、情報発信に効果があると考えられるため。また、アンケート画面にて、任意で不満な点を記入してもらうことで、サービスの改善を図る。				
2025年度末【目標値】 (年度変更不可)		2026年度末【目標値】 (年度変更不可)		2027年度末【目標値】 (年度変更不可)	
2.8		3.5		4.2	
2025年度末【実績値】		2026年度末【実績値】		2027年度末【実績値】	
3.8					
直近のKPIについて 【KPI「達成」の場合】達成のための取組み内容や工夫及び次年度達成に向けた取組 【KPI「未達成又は未計測」の場合】達成（計測）できなかった理由及び次年度達成に向けた取組	複数の他自治体アカウントの運用を参考に、配信項目と配信手段（カラーセル等）、配信画像のデザイン、配信のタイミングがより良いものになるよう工夫した。また、固定ボタン（リッチメニュー）も、一次的でもニーズが高いものがあれば都度リニューアルした。 メールサービスの自動連携による配信は、文字数が多く見づらい、という課題があるため、LINEでも配信することを考慮した構成になるよう工夫する。また、セグメント配信ができるメリットを生かし、より多くのトピックスを配信する。				

KPI②	防府市LINE公式アカウントのブロック率	種別	アウトカム	単位	パーセント
KPIの概要、測定方法	防府市からのLINEのトークを受信できなくなるブロック率。ブロック率5.8%（令和7年1月17日時点）システムの管理画面を確認し測定する。配信数の増加によるブロック率上昇を勘案して目標値を設定。LINE公式アカウントの平均ブロック率は20～30%。				
事業成果等の計測に適する理由	住民一人ひとりのニーズに応じたプッシュ型の情報発信（セグメント配信）が最適に実施できているかの判断材料になり、配信する情報の改善を図る。				
2025年度末【目標値】 (年度変更不可)		2026年度末【目標値】 (年度変更不可)		2027年度末【目標値】 (年度変更不可)	
5		4		3	
2025年度末【実績値】		2026年度末【実績値】		2027年度末【実績値】	
8.3					
直近のKPIについて 【KPI「達成」の場合】達成のための取組み内容や工夫及び次年度達成に向けた取組 【KPI「未達成又は未計測」の場合】達成（計測）できなかった理由及び次年度達成に向けた取組	登録勧奨キャンペーン（回答者に抽選で景品が当たるアンケート調査）など、短期間での登録者増加をねらった取組の直後にブロック率が急激に上がる傾向にある。本アカウントでの配信内容などを理解されずに登録され、すぐに不要となったためと思われる。 登録勧奨をする際には、配信内容などを理解していただいた上で登録してもらえるようにする。アカウントの特徴がより伝わるよう、チラシのデザインなどを工夫し、イベント等により対面でPRできる機会では、口頭でも丁寧に説明する。				

# 検証効果の結果 (3/3)

KPI⑥	電話、窓口対応件数削減割合	種別	アウトカム	単位	パーセント
KPIの概要、測定方法	庁内の市政相談担当（くらし安全課市政相談係）への電話や来庁による対応件数の削減率を測定する。2024年度比で率を算出する。				
事業成果等の計測に適する理由	対応件数の削減は、LINEのセグメント配信やチャットボットによる自動応答機能、LINEから誘導された市ホームページにおいて適切に常行が提供できているかの指標となるため。				
2025年度末【目標値】 (年度変更不可)	2026年度末【目標値】 (年度変更不可)	2027年度末【目標値】 (年度変更不可)			
10	15	20			
2025年度末【実績値】	2026年度末【実績値】	2027年度末【実績値】			
-2					
直近のKPIについて 【KPI「達成」の場合】達成のための取組み内容や工夫及び次年度達成に向けた取組 【KPI「未達成又は未計測」の場合】達成（計測）できなかった理由及び次年度達成に向けた取組	<p>ホームページへ誘導する配信を適切な頻度で行っているが、主な配信が「イベント」であり、「イベント」以外の市からのお知らせの配信が足りなかった。チャットボットによる自動応答機能は、「ごみ分別検索」に絞っており、市の業務全般をカバーするには至っていない。</p> <p>「イベント」以外のカテゴリ（「子育て」「くらし」「健康」「お知らせ」「市外向け」）の配信頻度を増やし、市公式ホームページへの誘導機会を増やす。チャットボットやリッチメニューについては、関心度が高い項目を追加するなど適宜見直しを図る。</p>				