

もくじ

まえがき 2

第1章

テレビ局出身公務員だからこそ伝えたい！ マインドセット 11

- 1-1 なぜインターネットを活用して広報するのか 12
- 1-2 私が実現したこと、本書を読んでできること
～本書のエッセンス～ 13
- 1-3 発信の基点となるホームページは大事！ 16
- 1-4 とはいえホームページをただ更新していても
注目度は上がらない 17
- 1-5 SNSでの発信でめざすこと 18
- 1-6 SNSの違いを捉えよう 21

第2章

ツイッターを極めよう 23

- 2-1 ツイッターがこんなに使われているのは日本だけ?! 25
- 2-2 ツイートする目的は「ホームページを見てもらうこと」 27
- 2-3 140文字ですべて説明しなくていい 28
- 2-4 文字+ビジュアルで魅せよう 29
- 2-5 同じ内容を何度もつぶやいてOK 30
- 2-6 画像がなくても見られやすくする秘策 31

| | | |
|------|--------------------------|----|
| 2-7 | 「ハッシュタグ」を並べフォロワー以外も巻き込もう | 34 |
| 2-8 | フォロワーを増やすために | 35 |
| 2-9 | アナリティクスで分析しよう | 36 |
| 2-10 | ツイッター×動画で広がる可能性 | 37 |
| 2-11 | 広報誌との相性はバツグン | 38 |
| 2-12 | 見習いたい！ ツイッター活用事例 | 39 |
| 2-13 | 四條畷市で行っている工夫 | 43 |

第3章

Instagramを使いこなそう 47

| | | |
|-----|---------------------------|----|
| 3-1 | 性質はツイッターに似ているが……？ | 49 |
| 3-2 | インスタ映えとは、インスタに取り組む目的は何か | 50 |
| 3-3 | フォロワー外の唯一の流入経路はハッシュタグ | 52 |
| 3-4 | キャンペーンやコンテストでアカウントの認知度アップ | 53 |
| 3-5 | 分析おすすめツール | 54 |
| 3-6 | 見習いたい！ インスタ事例 | 56 |

第4章

LINE公式アカウントをフル活用しよう 59

| | | |
|-----|--------------------------|----|
| 4-1 | LINEでの情報はしっかり見てくれる!? | 61 |
| 4-2 | 拡散されにくいことに注意！ | 62 |
| 4-3 | 他SNSからの流入で友だち追加を増やそう | 63 |
| 4-4 | ブロック数も注視しよう | 64 |
| 4-5 | 公式アカウントの機能を使いこなそう | 65 |
| 4-6 | 発信がどのように伝わった？ 分析機能を活用しよう | 67 |

| | | |
|------|--|----|
| 4-7 | 紙の広報誌との親和性が高い | 68 |
| 4-8 | 他のアプリとの連携拠点に | 69 |
| 4-9 | 広告展開もどんどん可能に | 70 |
| 4-10 | 【コラム】ニュースになって友だち数を増やす！ 四條畷市全国初の取り組み | 71 |

第5章

Facebookの特性を活かそう 75

| | | |
|-----|--------------------------------------|----|
| 5-1 | ブログのように表現自由度の高いSNS | 77 |
| 5-2 | ターゲットはFacebookならではの？ 利用者属性の特徴を活かす | 78 |
| 5-3 | 事前告知なら画像1枚勝負！ | 79 |
| 5-4 | 事前告知よりも事後報告が有用？ | 80 |
| 5-5 | 「いいね！」でつながるからこそ気軽な発信を | 81 |
| 5-6 | 記事をそのまま広告展開できる | 82 |
| 5-7 | Facebook インサイトを使ってしっかりPDCAを回そう | 83 |

第6章

やっぱり大事！ ホームページ 85

| | | |
|-----|-----------------------|----|
| 6-1 | 位置づけは「オンライン上の市役所」 | 87 |
| 6-2 | 「くわしくはWEBへ」と胸を張って言えるか | 88 |
| 6-3 | 分析ツールを活用して発信の「質」向上に | 90 |
| 6-4 | ホームページにおけるKPI設定とは | 93 |
| 6-5 | 自治体のホームページにSEO対策は不要!? | 94 |
| 6-6 | スマートフォンへの対応をぬかりなく | 96 |

第7章

5G時代に対応！ 動画で発信しよう 99

| | | |
|------|---------------------------------|-----|
| 7-1 | YouTubeはインスタに近い？ | 101 |
| 7-2 | 短時間動画はより短く！ | 102 |
| 7-3 | 長時間動画も並べよう | 105 |
| 7-4 | テレビの演出、画面作りに学ぼう | 109 |
| 7-5 | スマートフォン対応を忘れない！ 見られやすくなる工夫とは | 111 |
| 7-6 | 定期的な発信でチャンネル登録者を増やそう | 112 |
| 7-7 | くつろいで見られることを念頭に | 113 |
| 7-8 | 出演者にとっての「晴れ舞台」になる動画発信 | 114 |
| 7-9 | 収益化をめざすなら1000人以上、4000時間以上 | 115 |
| 7-10 | 積極発信するため無料編集ソフトで「パッケージ化」しよう | 116 |
| 7-11 | 短縮版は他SNSでのコンバージョンアップに使える | 118 |
| 7-12 | 外部の動画配信プラットフォームをフル活用しよう | 120 |
| 7-13 | 見習いたい！ 動画発信事例 | 121 |
| 7-14 | 「なわちゃん！」をブランドに！ 四條畷市での動画の挑戦 | 127 |

第8章

今後に活かしたいタクティクス（むすびに） 131

| | | |
|-----|------------------------------|-----|
| 8-1 | これからアカウントを始める人は研究から！ | 132 |
| 8-2 | 原点回帰！ 公式サイトヘルプにはヒントがいっぱい | 133 |
| 8-3 | 挑戦を恐れない！ 前向きマインドを育てよう | 134 |
| 8-4 | 日頃どう学べばいいのか | 135 |
| 8-5 | 次に流行するのはTikTok？ ソーシャルメディアの未来 | 137 |

| | |
|----------|-----|
| あとがき | 141 |
| 参考文献、URL | 143 |