HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	行政広報におけるチャンネル最適化戦略に関する研究 ： 自治体協働意識と住民意識への影響と効果について［論文内容及び審査の要旨］
Author(s)	三井, 祐介
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(学術)
Dissertation Number	甲第14859号
Issue Date	2022-03-24
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/85193
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Type	doctoral thesis
File Information	Yusuke_Mitsui_abstract.pdf, 論文内容の要旨

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

学位論文内容の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（学術）　　氏名：三井　祐介

学位論文題名

行政広報におけるチャンネル最適化戦略に関する研究
自治体協働意識と住民意識への影響と効果について

本博士論文は、自治体行政広報の広報チャンネルに着目し、市民意識に対する影響について分析することで、広報チャンネルの最適化について考察されている。地方自治においては、近年、住民参加の機会拡充や地域住民の意思を反映させる取組が活発となり、自治基本条例の制定など市民参加のための制度整備が進められ(杉山, 2014)、現代の行政においては市民参加や協働による地方自治が求められている。また、地域における協働を実現するため市民とのコミュニケーションに基づく行政運営が必要であり、その重要な役割を果たすのが行政広報である(上野, 2003)。しかし、地方自治体が積極的かつ適切な情報提供をすすめるべく、さまざまな広報チャンネルを通じて広報活動を行っている一方で、ライフスタイルの多様化に伴い、個別化した市民課題に対応することが難しくなっている(岩井, 2014)。また科学技術の発展により多様化する広報チャンネルは、印刷物からマスメディア、現代ではインターネットサイトやSNSなどの通信メディアの活用へと拡充しており、人々のメディア認識の枠組みの変遷とも関連していると考えられる。これらメディアの多様化に伴い、複数のメディアチャンネルから選択し、組み合わせ、行政広報の最適化を行うことは大きな課題となっている。こうしたことから行政広報を論じるにあたり広報チャンネルの最適化性に着目することは、現代の広報活動にとって重要な視点である。特に、より効果的で効率的な行政広報の実現のためには、これらの影響や関係性を実証的に明らかにし、最適な広報チャンネルの活用について論じる必要がある。本論文ではこれらの背景について第1章で概説されている。

第2章では先行研究を掘り下げることで行政広報の実態が明らかにされている。広報研究における行政広報の位置付けを踏まえ、Liu & Horsley (2007)が言及した企業広報と行政広報の比較による公共部門の環境特性の独自性と行政広報モデルから行政広報に特化した独自の戦略的な意思決定モデルの必要性が示唆されている。また、日本における行政体の構造である、国、都道府県、市町村という三重構造を踏まえて、上野(2003)が整理した行政広報の扱う内容についての分類をもとに、地域広報、公共サービス広報、政策広報の三つの分類区分を扱う政令指定都市の行政広報を対象に検討が進められている。

第3章では、行政の役割の変化について、Osborne (2010)による公共管理、公共経営、新公共ガバナンスの三つの公共政策の変遷を踏まえて行政学的な視点により整理され、社会変化にともなう市民参加と行政との関係性について社会学的な視点も踏まえて検討され、行政広報の現代的な目的について協働意識を高めることとして本論文では位置付けられている。

第 4 章ではコミュニティと興味について検討されている。コミュニティの概念については、Sarason (1974)の言及したコミュニティ感覚について世界的な研究状況を整理するとともに、奥田(1993)はコミュニティの定義は社会の変化と無関係ではなく変化しているものであるとしていることから、日本のコミュニティ政策の変遷を踏まえ、コミュニティ意識の構成概念について検討し、日本の地域性を踏まえた石盛他 (2013)のコミュニティ意識尺度短縮版が定量調査の項目として採用されている。また、興味に関しては、Renninger & Hidi (2006)が言及するように興味は他の動機づけ要因とは異なり、感情、認知などに対する明確な性質が存在し、学習効果や自己効力感などの特定の効果があることから、協働意識に影響する質問項目となっている。

第 5 章では、本研究の独立変数である行政広報チャンネルについて、メディア・コミュニケーション論の観点を踏まえて整理し、メディア特性について言及されている。また、日本の政令指定都市で実際に活用されている広報チャンネルの状況について整理するとともに、内容についての共通性と独自性について言及されている。広報チャンネルの特性や活用状況を踏まえて、広報誌やマスメディア、ＳＮＳなどの広報チャンネルが本研究の調査対象となっている。

第 6 章では、第 2 章から第 5 章までの議論を踏まえ、研究課題と仮説が設定され、調査モデルを構築して定量調査が実施され、その概要について説明されている。本定量調査では先行研究に基づく心理尺度による質問項目を用いて、全て五件法による質問紙調査が実施されている。調査対象者はすべて札幌市民で、計 526 人の有効サンプルが回収された。この調査結果について、IBM SPSS Statistics Ver. 28 を使用し、主因子法・プロマックス回転による探索的因子分析により、11 因子が得られている。そして、これらの因子の関係性について検討するため重回帰分析が行なわれている。

第 7 章では前章の分析結果について考察されてる。まず分析結果より、行政広報と協働意識の関係について自己決定感が影響する「コミュニティ意識ルート」と、広報内容についての感情的・認知的な興味による「個人的興味ルート」の 2 ルートによる影響を定量的に検証された。また協働意識への関係は、広報誌やマスメディア、ＳＮＳといった広報チャンネルごとに異なり、性別、年代、居住区といった属性によっても違いが見られたことから、属性に応じた広報チャンネルの選択により最適な影響を与える広報チャンネル最適化戦略の可能性が示唆されている。

本論文では、行政広報と協働意識への二つの影響ルートと、広報チャンネルの属性ごとの影響の違いを定量的に明らかにしたことで、広報実務者が広報チャンネルを選択する際の基準を示すことができ、これをもとに公共部門の環境制約を踏まえて、行政広報の実務的なアプローチを検討するためのモデルを提案した。行政広報は企業広報よりも強く公共性が求められ、対象の性別や年代などを広くカバーするよう多様な広報チャンネルを活用する必要があることから、属性による影響の違いを認識した広報戦略は実務的に意義があるものと考えられる。本論文による知見が、市民の地域生活の質の向上や満足度につながる効果的な行政広報の実現に貢献することが期待されている。