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［全文の要約］
Author(s)	三井, 祐介
Description	この博士論文全文の閲覧方法については、以下のサイトをご参照ください。 https://www.lib.hokudai.ac.jp/dissertations/copy-guides/
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/2115/85212
Type	doctoral thesis
File Information	Yusuke_Mitsui_summary.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

論文内容の要約

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

三井 祐介

背景と目的

本論文は、自治体の行政広報について広報チャンネルに着目し、市民への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するものである。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と考えられる。また、地域における協働を実現するためには、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性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)。そして、どのように複数のチャンネルから選択し、それを組み合わせて行政広報を行うかが課題となっており、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との関係に着目することは、現代的な広報活動にとって重要な視点であり、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について明らかにし、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。以上のような背景から、本論文では、行政広報の協働意識への影響ルートと行政広報チャンネルの影響について検討し、行政広報の新たな視点としてチャンネル選択の最適化が協働意識の向上につながることを明らかにし、市民の地域生活の質の向上や満足度を高める行政広報の実現に貢献することを目的とする。

構成概念の理論的整理

まず研究対象を明確に捉えるために、先行研究を踏まえて行政広報の独自性や広報研究における存在位置、行政広報研究の進展段階について整理する必要がある。

国枝 (2014)は、行政広報史に関する言及の中で、戦前と戦後の広報の実質的な連続性について指摘している。それは第二次大戦後に日本に導入された双方向のコミュニケーションといった方法や良好な関係性の構築といった目的で語られた理論的な「広報」と、実務的な広報活動との間に乖離があることを示唆する。その結果、戦後導入された理論的な広報概念と戦前から続く実際の広報活動に折り合いをつけることが困難であり、日本での研究の停滞の要因の一つとなっていると考えられた。しかし、戦後からの社会環境や価値観の変遷の中で、現代の行政広報では多くの研究者が協働の視点が重要であると論じており、戦後から語られてきたパブリックと組織体との良好な関係性の構築といった広報の理想的な目的が、現代の実務的な行政広報の中でも協働という市民と行政との関係性の形として必要とされる時代となっており、行政広報研究の重要性が増していると言える。

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を進めることとした。

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するとともに、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し、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た。さらに、協働の概念について掘り下げて言及し、本論文で行う定量調査の従属変数として小谷・中道(2006)の自治体協働意識尺度を採用することとした。

さらに、協働意識に関連する意識として、コミュニティと興味について検討した。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関連した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を定量調査の項目として採用することとした。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要素であると仮定し定量調査の質問項目とすることとした。

そして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した。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した。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を本研究の調査対象とすることとした。

行政広報チャンネルと市民の意識に関する定量調査

本調査の目的は、行政の現代的な目的である協働が行政広報チャンネルによってどのような影響を受けているかを分析することである。調査の従属変数として自治体協働意識を設定し、広報チャンネルの自治体協働意識への影響ルートを明らかにし、それとともに広報チャンネルごとの影響の違いについて検討し､チャンネル選択の最適化とその有効性を検討する。こうしたことから、これまでの議論を踏まえて、以下のような研究課題と仮説を設定し、調査モデルを構築して定量調査を実施することとした。

RQ　広報チャンネルと自治体協働意識の関係に関して考察する

H1　コミュニティ意識は自治体協働意識に正の影響を及ぼす

H2　個人的興味は自治体協働意識に正の影響を及ぼす

H3　内容(地域広報、公共サービス広報、政策広報)ごとの個人的興味は自治体協働意識に異なる影響を及ぼす

H4　自治体の公式広報チャンネルはコミュニティ意識、個人的興味に正の影響を及ぼす

H5　マスメディア・インターネット情報サイトは、個人的興味に正の影響を及ぼす

H6　SNS・イベント・口コミは、コミュニティ意識に正の影響を及ぼす

この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を実施した。調査対象者はすべて札幌市民で、計 526 人の有効サンプルを回収した。行政広報の目的は協働の向上であることを踏まえると、従属変数は市民の協働意識となる。協働意識を対象とした研究の実績があることから、小谷・中道 (2006)が用いた自治体協働意識を本調査においても協働意識を測定する尺度として採用した。また、コミュニティに

対する意識を測定する尺度としては、前述の議論を踏まえて、欧米で活用されているコミュニティ概念の尺度であるコミュニティ感覚ではなく、日本型のコミュニティの意識を問う尺度である石盛他 (2013)のコミュニティ意識尺度短縮版を採用した。個人の興味を測定する尺度については、湯・外山 (2016)の研究で個人的興味を測定するのに用いられた興味尺度を採用した。

この調査結果について、平均値や標準偏差、天井効果、フロア効果を確認し、いずれの項目も市民意識を把握する上で重要な内容が含まれていると判断しすべての項目を以降の分析の対象とした。分析には IBM SPSS 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 因子が得られた。各因子の α 係数の全てが 0.7 以上 であり、充分な信頼性があると考えられる。また、因子の収束的妥当性について 「AVE(average variance extracted)≥ 0.5」(Fornell & Larcker, 1981)、信頼性について「CR(composite reliability)≥ 0.6」(Bagozzi & Yi, 1988)に基づいて検討した。AVE については、いくつかの因子についてわずかに 0.50 を下回るものもあったが、CR については、全ての因子において 0.60 以上となったことから、ある程度の妥当性が認められた。さらに、弁別妥当性を検討するため、AVE の平方根と因子間相関を比較する方法を採択した(Fornell & Larcker, 1981)。その結果、全ての因子間で AVE の平方根の方が高く、弁別妥当性も確認できた。以上の信頼性と妥当性の確認とともに、各因子は構成概念の基本的な主旨を内容的にも保っていることから、これらの因子は本研究の仮説検証を進めるために適切であると判断した。

本研究では観測変数の数が多く AVE が低い因子も含まれており、探索的性質も強い研究であることから、SEM ではなく重回帰分析を繰り返すパス解析による分析を行った。独立変数間の相関係数は概ね中程度以下であり、VIF(Variance Inflation Factor)についても全てが概ね 1 点台であったことから、多重共線性の問題はないと考えられる。

全体の重回帰分析の結果はさまざまな属性を背景としている市民の全体の集団としての傾向を示した最大公約数的な関係性が現れたものである。行政広報に独特の特徴である対象者の多様性と、限られた広報チャンネルにより不特定多数に情報発信する必要性があることから、活用可能な広報チャンネルを用いて多くの市民を対象としたコンテンツの場合は、このような概要的な全体モデルでの広報戦略は意義があることと考えられる。

しかし一方で、性別や年代などの個別の属性を対象としたコンテンツの広報については全体モデルでは影響に違いが出ると考えられるため、個別の集団ごとに適合したモデルを検討する必要がある。こうしたことから、つぎに全体モデルを基本として、市民の属性ごとに影響の違いを検討するため、性別、年代、居住区ごとに重回帰分析を行った。

結果と考察

まず、全体の重回帰分析結果をもとに考察を行ったところ、仮説 H1 と仮説 H2 が支持されたことから、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することができた。また仮説 H3 については内容ごとの因子構造のまとまりが得られず、有意な影響が見られなかった。そしてそれぞれの広報チャンネルについては、仮説 H4、H5、H6 について、それぞれ正の有意な影響が見られた。このことから、広報チャンネルの影響の違いが確認され、広報チャンネルの選択によって広報の効果を最適化できることが示唆された。

さらに個人の属性ごとの影響の違いを検討するために、属性ごとの重回帰分析結果をもとに考察を行った。広報チャンネルの影響は、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た。

本研究の学術的での貢献と意義は三つあり、第一に「行政広報と協働意識の関係について大都市で定量的に検証したこと」、第二に行政広報と協働意識の関係についてコミュニティ意識ルートと個人的興味ルートの２ルートによる影響を確認したこと」、第三に「行政広報のチャンネル特性と属性による違いを検証したこと」である。

また、前述の学術的な貢献と意義を踏まえて、本研究が実務に貢献する点を上げると三つある。第一に「属性に適した広報チャンネルを明らかにしたこと」、第二に「広報チャンネルによる効果の違いを明らかにしたこと」、第三に「広報チャンネルの選択についての基準を明らかにしたこと」ことである。

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に教育学や広報学の知見を基にしたモデルを提案した。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に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る。

一方で、研究の限界については、サンプリングの限界、仮説設定（興味）の限界、方法論

的限界の 3 点が考えられる。また、今後の課題としては、自治体協働意識と幸福度の関係、ポストコロナ・ウィズコロナでの幸福度の関係、ポストコロナ・ウィズコロナでのメディアの影響の 3 点が考えられ、コロナ禍での社会変化と情報通信技術の変化に伴うメディアの活用とその影響の関係についてさらに深く分析する必要がある。

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る。