



県章

# 滋賀県公報

令和5年(2023年)  
4月21日  
号外(1)  
金曜日

毎週火・金曜 2回発行

## 目次

### ○ 監査委員公告

監査の結果に関する報告の公表公告..... 1

## 監査委員公告

### 監査の結果に関する報告の公表公告

地方自治法(昭和22年法律第67号)第199条第9項および第10項の規定により次のとおり公表する。

令和5年4月21日

滋賀県監査委員 成田 政 隆  
" 奥 博  
" 村尾 慎 哉

滋賀県監査基準(令和2年滋賀県監査委員告示第5号)に準拠し監査を実施したので、その結果を下記のとおり報告する。

#### 1 監査等の種類

地方自治法第199条第2項に規定する事務の執行に関する監査(行政監査)

#### 2 監査等の対象

##### (1) 監査のテーマ

ソーシャルメディアの利用状況等について

##### (2) 趣旨・目的

ソーシャルメディアの普及に伴い、国や地方公共団体等の公共機関においてこれらのサービス利用が増えており、本県においても、ソーシャルメディアを活用した情報発信については、即時性のある情報発信や情報の拡散に有効な手段であることから、積極的に活用されている。

しかし、ソーシャルメディアによる情報発信は即時性のある情報を手軽に発信できる一方で、利便性が高いがゆえに、誤った情報や不正確な情報が瞬時に広まる、不適切な表現により不測の事態を招く等のリスクも抱えている。

そこで、本県におけるソーシャルメディアの利用状況やリスク管理等について検証を行い、今後の適正かつ効果的な運用に資することを目的として監査を実施した。

##### (3) 対象機関および事務

ソーシャルメディアの利用状況は、表1のとおりである。知事部局、各行政委員会、警察本部、企業庁および病院事業庁(268機関)に対し、令和4年10月1日を基準日として実施したソーシャルメディアの利用状況等に関する事前調査を踏まえ、ソーシャルメディアを利用する全78機関、全211アカウントに係る事務を対象とした。(別表1)

表1 ソーシャルメディアの利用状況(令和4年10月1日現在)

区 分		機関数	利用機関数	アカウント数
知事部局	本庁	69	38	132
	地方機関	66	22	52
	小計	135	60	184
	議会事務局	1	1	1

議会および各委員(会)事務局	委員(会)事務局	7	2	4
	小計	8	3	5
企業庁および病院事業庁	企業庁	1	0	0
	病院事業庁	4	1	2
	小計	5	1	2
教育委員会	本庁	8	3	5
	地方機関	3	3	3
	学校	65	2	2
	小計	76	8	10
警察本部	本庁	32	6	10
	地方機関	12	0	0
	小計	44	6	10
計		268	78	211

※1 業務委託により委託事業の受託者が当該事業にソーシャルメディアを利用している場合は、委託元の機関を利用機関とした。

※2 指定管理者が管理する公の施設においてソーシャルメディアを利用している場合は、当該施設を所管する機関を利用機関とした。

### 3 監査等の着眼点

ソーシャルメディアの利用に係る事務について、事務の執行が法令に適合し、正確で、最少の経費で最大の効果を挙げるようにし、その組織および運営の合理化に努めているかを基本に、主に次の着眼点により監査を行った。

- (1) ソーシャルメディア利用に関する基準等が定められ、遵守されているか。
- (2) 不正確あるいは不適切な情報発信やトラブルの発生を防止するための取組が適切に行われているか。
- (3) 効果的な情報発信につながる取組が適切に行われているか。

### 4 監査等の実施内容

監査対象機関から提出された行政重点監査調書および関係書類等に基づき、事務局職員が予備調査を実施し、予備調査の結果をもとに書面による委員監査を実施した。

なお、予備調査および委員監査の実施期間は、次のとおりである。

- (1) 予備調査 令和4年12月7日から令和5年3月3日まで
- (2) 委員監査 令和5年3月15日から令和5年3月31日まで

### 5 その他

藤本武司監査委員は、令和5年4月1日に任期満了により退任した。

### 6 監査等の結果および意見

#### (1) 監査結果

1から4までの記載事項のとおり監査した限り、重要な点において、監査の対象となった事務が法令に適合し、正確に行われ、最少の経費で最大の効果を挙げるようにし、その組織および運営の合理化に努めていることが認められた。

なお、重要な点において適正を欠く事実は認められなかったものの、一部において今後の事務の改善に向け検討を要すると考えられる事項も見受けられたため、次項以下にその概要を示す(予備調査後速やかに改善等が行われ、本報告の提出時点において既に改善されている、または改善を行う旨の報告を監査対象機関より受けているものを含む)。

#### (2) ソーシャルメディアの利用概要

##### ① ソーシャルメディアの種類とアカウントの運用主体

利用するソーシャルメディアの種類とアカウントの運用主体は、表2のとおりである。種類別では、YouTubeが53アカウントと最も多く利用されていたが、県が直接運用するアカウントではYouTubeが多い、業務委託で運用するアカウントではInstagramが多い等、利用するソーシャルメディアの種類が多寡は運用主体により異なっていた。なお、「その他」として、ブログ、cookpad、Vimeo、ピリ

カが利用されていた。

運用主体別では、県が運用するアカウントが全体の66.8%にあたる141アカウント、業務委託により運用するアカウントが全体の12.3%にあたる26アカウント、県立施設において指定管理者が運用するアカウントは全体の20.9%にあたる44アカウントであった。

表2 ソーシャルメディアの種類とアカウントの運用主体

種別	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
YouTube	53	42	5	6
Facebook	50	36	2	12
Instagram	46	26	8	12
Twitter	41	28	3	10
LINE	15	6	7	2
その他	6	3	1	2
計	211	141	26	44

② 利用目的

ソーシャルメディアを利用する目的は、表3のとおりである。「幅広く情報を拡散できる」が114アカウントで最も多く、次いで「動画を配信できる」が44アカウント、「素早く情報を伝達できる」が38アカウントであった。

なお、「その他」は、「若年層を対象とした相談事業の実施」等であった。利用目的が「県民の意見や興味・関心を把握できる」を選択したものは1アカウントで、全体的にソーシャルメディアの持つ双方向性よりも拡散性や即時性が重視されていた。

表3 利用目的

種別	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
幅広く情報を拡散できる	114	74	15	25
動画を配信できる	44	34	4	6
素早く情報を伝達できる	38	25	4	9
情報発信に要する経費が少ない	5	2	1	2
県民の意見や興味・関心を把握できる	1	0	0	1
その他	9	6	2	1
計	211	141	26	44

※ 目的のうち、最も適すると思われるものを1つ選択。

③ 利用分野

行政分野ごとのソーシャルメディアの利用状況は、表4のとおりである。最も多く利用されている分野は「文化」の31アカウントで、そのうちの約6割は、文化施設において指定管理者が運用するものであった。次いで多く利用されている分野は「農林水産」の25アカウントで、そのほとんどは県が直接運用するものであった。農政水産部においては、約8割の機関でソーシャルメディアを利用した情報発信を行っていた。

表4 利用分野

種別	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
文化	31	10	2	19
農林水産	25	24	1	0
しごと・産業	20	13	3	4
環境・自然	19	17	0	2
健康・医療・福祉	17	12	5	0
スポーツ	15	6	0	9
くらし(消費生活・防犯・交通安全・税金・人権・協働等)	13	13	0	0
教育	13	11	2	0

観光	11	3	6	2
募集・採用	7	7	0	0
防災・危機管理	5	4	1	0
子育て	3	0	3	0
県土整備	3	3	0	0
その他	29	18	3	8
計	211	141	26	44

## ④ 利用開始時期

ソーシャルメディアの利用開始時期は、表5のとおりである。ソーシャルメディアの利用は、平成22年4月に文化産業交流会館において指定管理者がブログの利用を開始したのが最初であり、県の機関では平成22年9月に広報課が初めてYouTubeの利用を開始した。

平成29年度以降は、毎年度20アカウント以上が開設されており、全体の約77.3%にあたる163アカウントは、平成29年度以降に利用が開始されたものである。また、平成28年度からはInstagram、平成30年度からはLINEの利用が開始されており、利用するソーシャルメディアの種類も多様化している。

表5 利用開始時期

区分	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	計
Twitter	2	3	2	0	0	1	1	6	8	3	4	7	4	41
Facebook	0	0	2	4	3	4	10	10	4	2	3	5	3	50
YouTube	1	2	1	0	4	0	2	5	3	3	13	13	6	53
Instagram	0	0	0	0	0	0	1	4	7	7	8	10	9	46
LINE	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5	6	2	0	15
その他	2	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	6
計	5	6	5	4	7	6	15	25	24	20	34	38	22	211

※ 年度毎の集計値。令和4年度は、10月1日時点での集計値。

## ⑤ フォロワー数の状況

フォロワー数(YouTubeはチャンネル登録者数)別アカウント数は、表6のとおりである。全体の3.8%にあたる8アカウントで、フォロワー数が10,000人以上であった。一方、26.5%にあたる56アカウントで、フォロワー数が100人未満であった。なお、フォロワー数上位のアカウントについては、表7のとおりである。

表6 フォロワー数別アカウント数

区分	アカウント数
10,000人以上	8
1,000人以上10,000人未満	43
100人以上1,000人未満	97
100人未満	56
その他	7
計	211

※ その他は、ブログ等でフォロワー数を把握する機能がない。

表7 フォロワー数上位のアカウント

種別	アカウント名	機関名	フォロワー数(人)
LINE	滋賀県-新型コロナ対策パーソナルサポート	DX推進課	250,104
Twitter	BOAT RACEびわこ	事業課	55,716
LINE	滋賀県	DX推進課	51,399
Twitter	うおーたん(滋賀県公式)	広報課	40,750
YouTube	ボートレースびわこ【公式メインチャンネル】	事業課	36,380
YouTube	滋賀県公式YouTubeチャンネル(shigakoho)	広報課	12,700
YouTube	ボートレースびわこ公式VTubeチャンネル	事業課	11,017
Instagram	滋賀写真部	広報課	10,140
Twitter	滋賀県立美術館(SMOA)	美術館	7,773

Facebook	滋賀県	広報課	7,370
----------	-----	-----	-------

(3) 監査の着眼点ごとの結果および意見

以下、「3 監査等の着眼点」を踏まえて設定した具体的な項目ごとに、調査結果を記載した上で、監査の対象とした機関に対して、今後の事務の改善に向け検討が必要と考えられる事項等を意見として付す。

① ソーシャルメディア利用に関する指針等

本県では、各機関がソーシャルメディアを利用する際の指針として、「ソーシャルメディアサービスの利用届出と利用するための条件について(通知)」(令和4年1月27日付け滋情政第79号)(以下「県通知」という。)を総合企画部情報政策課長(当時)から各所属長宛てに通知し、各機関がソーシャルメディアを利用して情報発信する際の条件や留意点を示している。本通知の適用範囲は、知事部局(本庁および地方機関)、各行政委員会、企業庁および病院事業庁の各機関で、業務委託の場合も対象としている。なお、指定管理者制度導入施設(以下「指定管理者施設」という。)については適用対象外である。

また、警察本部では、「滋賀県警察情報システム等及び管理対象情報の取扱いに関する実施細目」(令和4年3月23日付け滋情管乙発第S0406号別添)(以下「県警実施細目」という。)において、ソーシャルメディアによる情報発信の取扱いについて定め、適切な運用を図ることとしている。

② 指定管理者施設における運用

指定管理者施設における運用状況は、表8のとおりである。8機関が所管する18施設において、44アカウントが運用されていた。

指定管理者施設におけるソーシャルメディアに関する規程等の整備状況は、表9、表10のとおりである。指定管理者は、県と指定管理者が締結する施設の管理運営に関する協定(基本協定)で、「情報セキュリティ遵守事項」(ソーシャルメディアサービスのセキュリティ対策に関する規定を含む。以下「遵守事項」という。)を定めることとしている。また、「指定管理者情報セキュリティ遵守事項の策定について(通知)」(平成29年3月28日付け滋IT企第13号)において、施設所管課は、指定管理者に対し、協議の上、遵守事項を定めるよう求めることとされているが、1施設で基本協定に定める遵守事項を定めていなかった。

また、指定管理者施設は県通知の適用対象外であることから、各施設で運用の考え方や留意点をまとめた利用ガイドラインを県に準じて作成することが望ましいが、38.9%にあたる7施設で作成していなかった。

表8 指定管理者施設における運用状況

所管機関数	施設数	アカウント数
8	18	44

表9 情報セキュリティ遵守事項

区分	施設数
定めている	17
定めていない	1
計	18

表10 利用ガイドラインの作成

区分	施設数
作成している	11
作成していない	7
計	18

【意見】

県と指定管理者との基本協定に基づく遵守事項を定めていない指定管理者施設については、当該施設の指定管理者が遵守事項を定めるよう、所管機関において速やかに対応されたい。

発信する情報は、アカウントの運用主体に関わらず、県が発信する情報として受け取られることから、利用ガイドラインを作成していない指定管理者施設の所管機関は、各施設において作成が進められるよう努められたい。

③ 利用届

利用届の提出状況は、表11のとおりである。県通知や県警実施細目では、各機関がソーシャルメディアを利用する際には、「ソーシャルメディアサービス利用届」(警察本部では「外部サービス取扱申請書」)を提出することとしており、そのうち89.2%にあたる149アカウントで利用届が提出されていたが、10.8%にあたる18アカウントで利用届が提出されていなかった。なお、提出されていないアカウントのうち、約9割は業務委託により運用するものであった。

表11 利用届の状況

区分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
提出している	149	139	10	—
提出していない	18	2	16	—
不要	44	—	—	44
計	211	141	26	44

※ 指定管理者が運用するアカウントは、利用届等不要として整理している。

## 【意見】

ソーシャルメディアの利用に当たり、利用届を提出していないアカウントについては、速やかに利用届を提出されたい。

## ④ アカウント運用ポリシーの策定等

アカウントの対外的な運用方針である運用ポリシーについて、策定状況は表12、アカウント内での掲載状況は表13のとおりである。県通知、県警実施細目および遵守事項（以下「県通知等」という。）では、ソーシャルメディアを利用する際には、運用ポリシーを策定し、自組織が管理するウェブサイト（以下「公式ウェブサイト」という。）上等に掲載することとしている。また、運用ポリシーを公式ウェブサイト上に掲載した場合、アカウントの自由記述欄に当該ページへのリンクを掲載する等の方法により、閲覧者がアカウント内で運用ポリシーを参照できるようにする必要がある。

全体の80.1%にあたる169アカウントで運用ポリシーが策定されていたが、19.9%にあたる42アカウントで運用ポリシーが策定されていなかった。また、運用ポリシーを策定している169アカウントのうち、13.0%にあたる22アカウントで策定した運用ポリシーを公式ウェブサイト上等に掲載しておらず、47.3%にあたる80アカウントで運用ポリシーを公式ウェブサイト上に掲載していたものの、アカウント内に当該ページへのリンクを掲載していなかった。

表12 運用ポリシーの策定

区分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
策定している	169	130	18	21
策定していない	42	11	8	23
計	211	141	26	44

表13 運用ポリシーの掲載

区分	アカウント数	運用主体			
		県が運用	業務委託	指定管理者	
アカウント内に掲載している	67	53	9	5	
アカウント内に掲載していない	102	77	9	16	
(内訳)	公式ウェブサイト上に掲載している	(80)	(71)	(9)	(0)
	公式ウェブサイト上に掲載していない	(22)	(6)	(0)	(16)
計	169	130	18	21	

## 【意見】

運用ポリシーを策定していないアカウントについては、速やかに運用ポリシーを策定されたい。また、運用ポリシーを公式ウェブサイト上等に掲載していないアカウントについては、速やかに掲載されたい。

運用ポリシーを公式ウェブサイト上に掲載しているが、アカウント内に掲載していない場合は、自由記述欄に当該ページへのリンクを掲載する等の方法により、閲覧者がアカウント内で参照できるよう対応されたい。

## ⑤ アカウントの運用体制

情報発信に係る運用体制は表14、表15、表16のとおりである。ソーシャルメディアに一度掲載された情報は、インターネット上から完全に削除することが難しい。情報発信の即時性を重視するあまり、チェックが十分に行われないことで、誤った情報等が拡散するおそれもあることから、情報発信時には、情報の正確性や表現、肖像権や著作権等に注意するとともに、チェックを含めた運用体制を整備する必要がある。

アカウントの管理責任者は、全体の92.4%にあたる195アカウントで指定されていたが、7.6%にあたる16アカウントで指定されていなかった。ほとんどの機関で、管理責任者には所属長が指定されていた。

全体の61.1%にあたる129アカウントで管理責任者等の承認を得て情報発信が行われていた。一方、全体の38.9%にあたる82アカウントで即時性を重視する等の理由により、管理責任者等の承認を得ることなく情報発信が行われており、そのうちの26アカウントでは複数人での確認をすることなく、投稿者の確認のみで情報発信が行われていた。ただし、そのうちの16アカウントは定型文の自動発信等、アカウントの性質上やむを得ないものであった。

表14 管理責任者の指定

区分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
指定している	195	136	22	37
指定していない	16	5	4	7
計	211	141	26	44

表15 管理責任者等の承認

区分	アカウント数	運用主体			
		県が運用	業務委託	指定管理者	
得ている	129	92	12	25	
得ていない	82	49	14	19	
(内訳)	毎回得ていない	(56)	(43)	(5)	(8)
	得ている場合と得ていない場合がある	(26)	(6)	(9)	(11)
計	211	141	26	44	

表16 (管理責任者等の承認を得ていない場合の)複数人による確認

区分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
確認をしている	56	43	5	8
確認をしていない	26	6	9	11
計	82	49	14	19

【意見】

県あるいは業務委託による運用で、管理責任者を指定していないアカウントについては、管理責任者を指定されたい。また、担当者のみでの確認により情報発信をしているアカウントについては複数人で確認する等、運用体制を整備されたい。

指定管理者による運用で上記と同様の状況にあるアカウントについて、施設の所管機関は、各施設において県の取扱いに準じて運用体制の整備が進められるよう努められたい。

⑥ なりすまし対策

なりすまし対策の状況は表17、表18のとおりである。県通知等では、なりすまし対策として、アカウントによる情報発信が自組織によるものであることを明らかにするため、公式ウェブサイト上に運用アカウントへのリンクを掲載するとともに、アカウントの自由記述欄等に運用組織を明示することとしている。

全体の95.3%にあたる201アカウントで公式ウェブサイト上にアカウントへのリンクが掲載されていたが、4.7%にあたる10アカウントでリンクが掲載されていなかった。また、全体の3.3%にあたる7アカウントで運用組織が明示されていなかった。(運用組織の記載が旧組織名であるものを含む。)

表17 公式ウェブサイト上におけるアカウントへのリンク掲載

区分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
掲載している	201	139	25	37
掲載していない	10	2	1	7
計	211	141	26	44

表18 運用組織の明示

区分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
明示している	204	135	25	44
明示していない	7	6	1	0
計	211	141	26	44

## 【意見】

公式ウェブサイト上に運用アカウントへのリンクを掲載していないアカウントについては、速やかに掲載されたい。

また、運用組織を明示していないアカウントについては、自由記述欄等に速やかに明示されたい。

## ⑦ パスワードの更新

パスワードの更新状況は、表19のとおりである。アカウントの不正利用を防止するため、パスワードの取扱いには十分注意する必要がある。全体の32.2%にあたる68アカウントでパスワードを更新していたが、67.8%にあたる143アカウントで更新していなかった。

表19 パスワードの更新状況

区分	アカウント数	運用主体			
		県が運用	業務委託	指定管理者	
更新している	68	51	11	6	
(内訳)	3か月に1回	(6)	(5)	(1)	(0)
	半年に1回	(3)	(3)	(0)	(0)
	1年に1回	(32)	(20)	(7)	(5)
	担当者の人事異動時	(18)	(16)	(1)	(1)
	その他	(9)	(7)	(2)	(0)
更新していない	143	90	15	38	
計	211	141	26	44	

## 【意見】

アカウントのパスワードについては、異動等で取扱担当者が変更となった際には更新すること、十分な長さや複雑さを持たせた容易に推測されないものを設定することや使い回しをしないこと等、管理に留意するとともに、二段階認証等のアカウント認証の強化策が提供されている場合には、可能な限り利用するよう努められたい。

## ⑧ 情報発信に使用する端末

ソーシャルメディアの情報発信に使用する端末は、表20のとおりである。滋賀県情報セキュリティ対策基準、県警実施細目、遵守事項では、情報発信に使用する端末について、私有端末は所属長等が業務上必要であると承認した場合を除き、業務に用いることができないとしている。

情報発信に使用する機器を確認したところ、26アカウントで各機関や施設が所有する端末と併用して、私有端末を使用していた。そのうちの1アカウントは、所属長に使用許可を得ていない私有端末(スマートフォン)を使用していた。なお、私有端末を使用して情報発信を行う主な理由は、「出張先やイベント会場、現場からタイムリーな情報を発信するため」、「写真撮影や写真投稿を円滑に行うため」等であった。

表20 情報発信に使用する端末

区分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
公用のパソコン等	145	137	8	0
委託業者所有のパソコン等	23	2	21	0
指定管理施設所有のパソコン等	44	0	0	44
所属長に使用許可を得た私有端末	25	16	0	9
所属長に使用許可を得ていない私有端末	1	0	0	1
その他	1	1	0	0
計	239	156	29	54

※ 複数の端末を重複利用する機関があるため、アカウント合計数と一致しない。

【意見】

所定の手続きを経ることなく、情報発信に私有端末を使用しているアカウントについては、所定の手続きを経た上で使用されたい。

情報発信に私有端末を頻繁に使用する場合は、業務用スマートフォン等の導入に努められたい。

⑨ トラブルの発生状況

乗っ取り等のトラブルの発生状況は、表21のとおりである。アカウント開設から調査時点までの間にトラブルが発生したことがあるアカウントは、全体の3.3%にあたる7アカウントであった。発生したトラブルの内容は、乗っ取り、配慮を欠いた表現による情報発信、不適切コメントの書き込み、配信動画の無断転載等であったが、いずれも適切に対応されていた。

表21 トラブルの発生状況

区 分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
発生したことがある	7	5	0	2
発生したことはない	204	136	26	42
計	211	141	26	44

⑩ モニタリング(監視)の実施

モニタリングの実施状況は、表22のとおりである。乗っ取りや炎上等のトラブルの発生防止や早期発見のためには、アカウントに対するモニタリングが重要である。全体の69.7%にあたる147アカウントでモニタリングが実施されていたが、30.3%にあたる64アカウントでは実施されていなかった。

表22 モニタリングの実施

区 分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
実施している	147	99	19	29
実施していない	64	42	7	15
計	211	141	26	44

【意見】

アカウントのモニタリングについては、乗っ取りや炎上等のトラブルの発生防止や早期発見のため、情報発信の頻度に関わらず、休止中のアカウントであっても、定期的の実施するよう努められたい。

⑪ 情報発信の頻度

情報発信の頻度は、表23のとおりである。全体の63%にあたる133アカウントで、頻度は異なるものの、定期的に更新を行っていた。一方、37%にあたる78アカウントで定期的に更新を行っておらず、「不定期更新」、「イベント開催に合わせて更新」、「休止中」等の状況であった。なお、定期的に更新を行っていない78アカウントのうち、約半数(40アカウント)はYouTubeアカウントで、掲載動画を随時視聴できるようにしていた。

県通知では、ソーシャルメディアの特性を踏まえ、定期的な情報発信に努め、原則6か月以上更新が滞っている場合は、アカウントを廃止することとしている。情報発信が6か月以上滞っているアカウント(Youtubeアカウントはその性質上除く)は12アカウントあり、そのうちの6アカウントは廃止予定であったが、6アカウントは今後も利用する可能性があるとの理由で継続予定であった。

表23 運用主体別情報発信の頻度

区 分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
ほぼ毎日	26	15	5	6
週に2~3回	33	17	3	13
週に1回	17	15	0	2
月に2~3回	35	24	6	5
月に1回	22	16	5	1
その他	78	54	7	17
(6か月以上情報発信を行っていないアカウント)	(12)	(6)	(1)	(5)

計	211	141	26	44
---	-----	-----	----	----

## 【意見】

県あるいは業務委託による運用で、情報発信が6か月以上滞っているアカウントについては、原則アカウントの廃止を告知の上、廃止されたい。

指定管理者による運用で上記と同様の状況にあるアカウントについて、施設の所管機関は、各施設において県の取扱いに準じて必要性の検討や見直しが進められるよう努められたい。

## ⑫ 質問やコメントに対する対応

アカウントに寄せられた質問やコメントに対する対応方針は、表24のとおりである。全体の33.2%にあたる70アカウントは、閲覧者からアカウントに寄せられた質問等に対応する方針であった。一方、全体の66.8%にあたる141アカウントは専ら情報発信に用い、質問等には対応しない方針であったが、そのうちの約半数にあたる72アカウントはその旨を明示していなかった。

表24 質問やコメントに対する対応

区 分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
対応する	70	44	14	12
対応しない	141	97	12	32
(内訳)	対応しない旨を明示している	(69)	(51)	(12)
	対応しない旨を明示していない	(72)	(46)	(20)
計	211	141	26	44

## 【意見】

アカウントに寄せられた質問等に対応しない方針であるにも関わらず、その旨を明示していないアカウントについては、質問等を送信して回答がないことで、閲覧者の混乱や不信感を招く可能性もあるため、方針を明示するよう努められたい。

## ⑬ 閲覧者の反応分析

閲覧者の反応分析の状況は、表25のとおりである。ソーシャルメディアの効果的な利用のために、閲覧者の反応や情報発信の効果を分析することが重要である。全体の66.4%にあたる140アカウントで反応の分析を行っている。主な分析内容は、「いいね数が多い投稿の把握」、「リツイートやシェアをされることが多い投稿の把握」、「コメント内容の把握」、「フォロワー数の把握」、「閲覧数の把握」等であった。また、ソーシャルメディアの分析機能を活用し、より詳細な分析を行っているアカウントもあった。一方、33.6%にあたる71アカウントでは、反応の分析を行っていないかった。

表25 閲覧者の反応分析

区 分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
分析している	140	90	18	32
分析していない	71	51	8	12
計	211	141	26	44

## 【意見】

ソーシャルメディアの持つ情報の拡散性や双方向性を十分に活かすため、情報発信に対する反応分析を適宜行い、効果的な情報発信に反映させるよう努められたい。

## ⑭ 利用の効果および効果的発信のための工夫

ソーシャルメディアを利用したことによる効果の有無は、表26のとおりである。全体の93.4%にあたる197アカウントで利用の効果があったとしたが、6.6%にあたる14アカウントで効果はなかったとした。効果があったとした内容は、「事業や施設の認知度が高まった」、「イベントの参加者が増えた」、「閲覧数等から関心の度合いを把握できた」等であった。また、各機関が効果的な情報発信のために工夫している主な事例は、表27のとおりである。

表26 利用の効果

区 分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者

効果があった	197	132	26	39
効果はなかった	14	9	0	5
計	211	141	26	44

表27 効果的な情報発信のために工夫している事例

<p>共通</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 親しみやすく、分かりやすい言葉で発信している。</li> <li>・ 簡潔で分かりやすい表現にしている。</li> <li>・ 興味を引くような写真を多く掲載している。</li> <li>・ ハッシュタグを活用している。</li> </ul> <p>I n s t a g r a m</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ターゲット層に響くような写真の掲載に努めている。</li> <li>・ 見る(フォローする)価値があると思わせるようなアカウントづくりを目指し、統一感のある投稿(写真のトーンと投稿の方向性)となるようにしている。</li> <li>・ 1投稿は、2~3行程度の簡潔な文章としている。</li> </ul> <p>Y o u T u b e</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 興味を引くようなサムネイルを設定している。</li> <li>・ 専門家でなくても分かりやすく楽しめる内容にしている。</li> <li>・ 海外の方にも視聴してもらえるよう、外国語の字幕をつけるなどの工夫を行っている。</li> </ul> <p>L I N E</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高頻度に投稿するとブロック数が増えるため、投稿頻度を工夫している。</li> </ul>
--

【意見】

ソーシャルメディアを効果的に活用するため、工夫して運用するアカウントがある一方、情報発信の頻度が低い、フォロワー数が少ない等、ソーシャルメディアの利点を十分に活かしていないアカウントも見受けられた。については、費用対効果も意識し、類似のアカウントを一本化する、必要性が低いアカウントを廃止する等の見直しを行うとともに、継続する場合は他のアカウントの好事例を取り入れる等、より効果的かつ継続的な運用ができるよう努められたい。

⑮ 広告収入の取得に係る検討

ソーシャルメディアの運用による広告収入の取得に係る検討状況は、表28のとおりである。Y o u T u b e を運用するアカウントについては、利用規約の変更により、収益を得ていない場合でも自動的に広告が再生される仕組みとなり、一定の要件を満たすアカウントは、申請により広告収入を得ることが可能となった。現在、Y o u T u b e の運用により収入を得ているアカウントはないが、1アカウントが収入を得ることを検討中、5アカウントが今後検討予定であった。

表28 広告収入の取得に係る検討

区 分	アカウント数	運用主体		
		県が運用	業務委託	指定管理者
検討中	1	1	0	0
今後検討予定	5	3	2	0
検討していない	4	3	0	1
計	10	7	2	1

※ チャンネル登録者数が1,000人を超えるY o u T u b eアカウントのみ対象。

⑯ 研修の受講状況および受講希望

各機関におけるソーシャルメディアに関する研修の受講状況は、表29のとおりである。これまでに24.4%にあたる19機関が研修を受講していた。一方、研修の受講希望は、表30のとおりである。65.4%にあたる51機関が研修の受講を希望していた。

希望する研修内容は、「ソーシャルメディア運用の基本的なマナーや操作方法」、「効果的なソーシャルメディアの活用方法や事例紹介」、「運用上のトラブルへの対応方法」、「著作権や肖像権に関する研修」「データを活用した分析方法」、「動画の作成・編集方法」等であった。担当職員のソーシャルメディアに関する知識や経験はそれぞれ異なると考えられることから、必要とされる研修も多岐にわたった。

表29 研修の受講状況

区分	機関数
受講したことがある	19
受講したことはない	59
計	78

表30 研修の受講希望

区分	機関数
受講を希望する	51
受講を希望しない	27
計	78

## (4) 総括的意見

監査の結果、県機関におけるソーシャルメディアの利用数は、ここ数年で急激に増加しており、利用するサービスの種類や形態も多岐にわたることが判明した。

各機関におけるソーシャルメディアの利用については、重要な点において適正を欠く事実は認められなかったものの、一部改善が必要な事項が見受けられたことから、上記(3)監査の着眼点ごとの結果および意見のとおり個別に課題等を述べたところである。これら個別の課題等については、第一次的には各機関が対応するものであるが、リスク管理、効果的な活用の観点から、県全体として取り組む必要のある課題も認められたことから、今後の事務の改善に資するため、次に掲げる事項について検討し取り組まれるよう、総括して意見を述べる。

## ① リスク管理について

ソーシャルメディアによる情報発信は利便性が高いがゆえに、誤った情報や不正確な情報が瞬時に広まる、不適切な表現により不測の事態を招く等のリスクを抱えており、ひとたびトラブルが発生すれば県全体の信用失墜につながるおそれがある。

DX推進課においては、ソーシャルメディアを利用する際の条件（以下「利用条件」という。）を定め、全庁に通知するとともに、遵守状況の確認として、長期間情報発信が行われていないアカウントの把握を行う等の対応がとられていた。しかしながら、監査の結果、各機関で利用条件を遵守していない事項が見受けられ、特に業務委託で散見されたことから、各機関において利用条件の適用範囲や内容が十分に認識されているとは言い難い状況にあった。これは、DX推進課による周知や遵守状況の確認が十分でないことも一因として考えられることから、利用条件の周知や遵守状況の確認が実効性のあるものとなるよう取り組まれない。

また、トラブル事例を把握して庁内で共有するとともに、把握した事例や新たなセキュリティリスク等を踏まえ、利用条件を適宜見直すことが重要であると考えられるが、これまでトラブル事例の積極的な把握は行われておらず、利用条件の見直しはされていたものの、十分とは言えない状況であった。については、全庁的にトラブル事例の把握、原因分析や情報共有に努めるとともに、それらも踏まえて、各機関においてソーシャルメディアの適切な利用が図られるよう、利用条件の見直しを検討されたい。

【DX推進課】

## ② 効果的な活用について

ソーシャルメディアを利用した情報発信を効果的かつ継続的に行うためには、各機関においてソーシャルメディアを活用できる人材を育成し、広報力の底上げを図ること、さらに、関係機関の情報発信をうまく連携させることで、県全体の発信力強化につながることを重要である。

広報課においては、ソーシャルメディアの活用について、広報研修動画（SNSの活用）の提供等の取組を行っているところであるが、研修の受講を希望する機関の割合は高く、多くの機関で人材の育成を課題とされていた。これは、ソーシャルメディアの活用について、情報発信に必要な知識や技術が多岐にわたること、魅力的なコンテンツ作成や効果的な発信を行うためのノウハウが十分でないこと等が要因として考えられる。については、DX推進課とも連携して、各機関が希望する内容等も踏まえた研修の実施や教材の提供等について検討されたい。

また、発信するコンテンツの魅力を高め、効果的な情報発信を行うためには、担当職員への個別支援も有効であると考えられることから、併せて専門人材による相談支援が受けられる方策についても検討されたい。

さらに、庁内連携による県の発信力強化については、広報課において、庁内会議等を活用した取組が検討されているところであるが、ソーシャルメディアを利用した情報発信についても、広報課が中心となって、関係機関の職員による情報交換会や研究会を開催する等、取組を推進し、ソーシャルメディアの特性を生かした情報発信が相乗効果によりさらに充実するよう努められたい。

【広報課、DX推進課】

別表1 監査対象機関および監査対象事務の一覧

番号	監査対象機関		監査対象事務	
	所属名	種類	アカウント名	運用主体
1	広報課	T w i t t e r	うおーたん(滋賀県公式)	直営
2	広報課	F a c e b o o k	滋賀県	直営
3	広報課	I n s t a g r a m	うおーたん(滋賀県公式)	直営
4	広報課	I n s t a g r a m	滋賀写真部	直営
5	広報課	Y o u T u b e	滋賀県公式Y o u T u b eチャンネル (shigakoho)	直営
6	防災危機管理局	F a c e b o o k	滋賀県防災危機管理局(しが防災ベース)	直営
7	企画調整課	T w i t t e r	滋賀県 サステナブル滋賀×SDGs	直営
8	企画調整課	F a c e b o o k	滋賀県企画調整課 サステナブル滋賀×SDGs	直営
9	企画調整課	Y o u T u b e	shiseikonwakai	直営
10	国際課	I n s t a g r a m	滋賀県国際課【公式】	直営
11	国際課	Y o u T u b e	滋賀県国際課【公式】	直営
12	県民活動生活課	T w i t t e r	協働ネットしが【滋賀県公式】	直営
13	県民活動生活課	F a c e b o o k	協働ネットしが	直営
14	CO <sub>2</sub> ネットゼロ推進課	F a c e b o o k	しがCO <sub>2</sub> ネットゼロムーブメント	直営
15	CO <sub>2</sub> ネットゼロ推進課	Y o u T u b e	しがCO <sub>2</sub> ネットゼロムーブメント	直営
16	DX推進課	L I N E	滋賀県—新型コロナ対策パーソナルサポート	直営
17	DX推進課	L I N E	しがSNS安心安全ガイド	直営
18	DX推進課	L I N E	しらしが	委託
19	DX推進課	L I N E	滋賀県	直営
20	統計課	F a c e b o o k	滋賀県統計課	直営
21	税政課	Y o u T u b e	滋賀県税制審議会	直営
22	市町振興課	F a c e b o o k	滋賀ぐらし～滋賀移住ポータルサイト～	直営
23	市町振興課	I n s t a g r a m	滋賀ぐらし～滋賀移住ポータルサイト～	直営
24	事業課	T w i t t e r	BOAT RACEびわこ	直営
25	事業課	F a c e b o o k	ボートレースびわこ	直営
26	事業課	I n s t a g r a m	ボートレースびわこ	直営
27	事業課	Y o u T u b e	ボートレースびわこ【公式メインチャンネル】	委託
28	事業課	Y o u T u b e	ボートレースびわこ【公式サブチャンネル】	直営
29	事業課	Y o u T u b e	ボートレースびわこ公式V T u b e rチャンネル	委託
30	文化芸術振興課	F a c e b o o k	「美の滋賀」づくりプロジェクト	直営
31	文化芸術振興課	Y o u T u b e	滋賀県新生美術館整備室	直営
32	文化芸術振興課	I n s t a g r a m	滋賀のめぐみフォトコンテスト【公式】	委託
33	文化芸術振興課	F a c e b o o k	滋賀で人と社会と文化芸術をつなぐプロジェクト”SANPOh”	委託
34	文化芸術振興課	T w i t t e r	滋賀県希望が丘文化公園	指定管理
35	文化芸術振興課	F a c e b o o k	滋賀県希望が丘文化公園	指定管理

36	文化芸術振興課	T w i t t e r	びわ湖ホール	指定管理
37	文化芸術振興課	T w i t t e r	びわ湖の春 音楽祭	指定管理
38	文化芸術振興課	T w i t t e r	びわ湖ホール舞台技術研修	指定管理
39	文化芸術振興課	F a c e b o o k	びわ湖ホール	指定管理
40	文化芸術振興課	I n s t a g r a m	びわ湖ホール	指定管理
41	文化芸術振興課	Y o u T u b e	びわ湖ホール	指定管理
42	文化芸術振興課	T w i t t e r	文産会館(滋賀県立文化産業交流会館)	指定管理
43	文化芸術振興課	F a c e b o o k	滋賀県立文化産業交流会館	指定管理
44	文化芸術振興課	Y o u T u b e	滋賀県立文化産業交流会館	指定管理
45	文化芸術振興課	その他	滋賀県立文化産業交流会館	指定管理
46	文化芸術振興課	T w i t t e r	びわ湖芸術文化財団 地域創造部	指定管理
47	文化芸術振興課	T w i t t e r	びわ湖・アーティスト・みんぐる	指定管理
48	文化芸術振興課	I n s t a g r a m	びわ湖・アーティスト・みんぐる	指定管理
49	文化芸術振興課	Y o u T u b e	びわこアーツ	指定管理
50	文化財保護課	Y o u T u b e	滋賀県文化財保護課	直営
51	文化財保護課	F a c e b o o k	滋賀県立安土城考古博物館	指定管理
52	文化財保護課	I n s t a g r a m	a z u c h i h a k u 滋賀県立安土城考古博物館	指定管理
53	文化財保護課	Y o u T u b e	滋賀県立安土城考古博物館	指定管理
54	文化財保護課	L I N E	滋賀県立安土城考古博物館	指定管理
55	文化財保護課	その他	安土城考古博物館長のつぶやき	指定管理
56	スポーツ課	T w i t t e r	しがスポーツナビ!	直営
57	スポーツ課	F a c e b o o k	しがスポーツナビ!	直営
58	スポーツ課	I n s t a g r a m	しがスポーツナビ!	直営
59	スポーツ課	T w i t t e r	滋賀県立アイスアリーナ	指定管理
60	スポーツ課	I n s t a g r a m	滋賀県立アイスアリーナ【公式】	指定管理
61	スポーツ課	I n s t a g r a m	滋賀県立スポーツ会館【公式】	指定管理
62	スポーツ課	I n s t a g r a m	滋賀県立栗東体育館【公式】 r g y m . s h i g a	指定管理
63	スポーツ課	F a c e b o o k	ウカルちゃんアリーナ(滋賀県立体育館)	指定管理
64	スポーツ課	F a c e b o o k	滋賀県立武道館	指定管理
65	スポーツ課	I n s t a g r a m	滋賀県立体育館・武道館管理センター【公式】	指定管理
66	スポーツ課	F a c e b o o k	滋賀県立琵琶湖漕艇場	指定管理
67	スポーツ課	L I N E	長浜ドーム	指定管理
68	国スポ・障スポ大会局	T w i t t e r	2025年滋賀県で国スポ・障スポ開催!	直営
69	国スポ・障スポ大会局	I n s t a g r a m	2025年滋賀県で国スポ・障スポ開催!	直営
70	国スポ・障スポ大会局	Y o u T u b e	2025年滋賀県で国スポ・障スポ開催!	直営
71	環境政策課	I n s t a g r a m	b i w a k a t s u _ _ s h i g a	直営
72	循環社会推進課	Y o u T u b e	三方よし!!でフードエコ・プロジェクト滋賀県	直営
73	循環社会推進課	その他	滋賀県循環社会推進課	直営
74	下水道課	I n s t a g r a m	g e s u i _ _ s h i g a	直営
75	下水道課	Y o u T u b e	滋賀県下水道課	直営
76	下水道課	F a c e b o o k	矢橋帰帆島公園	指定管理
77	下水道課	I n s t a g r a m	矢橋帰帆島公園	指定管理

78	森林政策課	F a c e b o o k	やまの健康推進プロジェクト	直営
79	森林政策課	F a c e b o o k	第50回全国林業後継者大会しが2022	直営
80	森林政策課	F a c e b o o k	滋賀県森林政策課普及指導 林業普及センター	直営
81	森林政策課	I n s t a g r a m	y a m a _ _ s a t o _ _ m a c h i	直営
82	森林政策課	Y o u T u b e	やまの健康	直営
83	健康福祉政策課	Y o u T u b e	滋賀県戦没者追悼式	直営
84	健康福祉政策課	Y o u T u b e	滋賀県福祉のまちづくりちゃんねる	直営
85	健康寿命推進課	L I N E	健康しが	直営
86	医療福祉推進課	I n s t a g r a m	s h i g a c a r e _ _ g i r l s し がけあガールズ	委託
87	障害福祉課	L I N E	こころのサポートしが	委託
88	子ども・青少年局	Y o u T u b e	滋賀県_結婚応援	直営
89	子ども・青少年局	T w i t t e r	滋賀で一緒に保育しよ!滋賀県保育士・保育所支援センター	委託
90	子ども・青少年局	T w i t t e r	つながり若者センター☆地域養護推進協議会	委託
91	子ども・青少年局	I n s t a g r a m	滋賀で一緒に保育しよ!滋賀県保育士・保育所支援センター	委託
92	子ども・青少年局	I n s t a g r a m	つながり若者センター☆地域養護推進協議会	委託
93	子ども・青少年局	Y o u T u b e	滋賀で一緒に保育しよ!滋賀県保育士・保育所支援センター	委託
94	子ども・青少年局	L I N E	自立支援センター	委託
95	子ども・青少年局	L I N E	滋賀県ひとり親家庭総合サポートセンター	委託
96	中小企業支援課	I n s t a g r a m	キラリ輝く滋賀のちいさな企業	委託
97	中小企業支援課	T w i t t e r	滋賀県立草津SOHOビジネスオフィス	指定管理
98	中小企業支援課	F a c e b o o k	滋賀県立草津s o h oビジネスオフィス	指定管理
99	中小企業支援課	I n s t a g r a m	滋賀県立草津SOHOビジネスオフィス	指定管理
100	中小企業支援課	Y o u T u b e	滋賀県起業支援チャンネル	指定管理
101	モノづくり振興課	F a c e b o o k	滋賀発成長産業発掘・育成コンソーシアム(滋賀テックプラント)	直営
102	モノづくり振興課	Y o u T u b e	滋賀県モノづくり振興課	直営
103	モノづくり振興課	T w i t t e r	滋賀県立陶芸の森	指定管理
104	モノづくり振興課	F a c e b o o k	滋賀県立陶芸の森	指定管理
105	モノづくり振興課	I n s t a g r a m	滋賀県立陶芸の森	指定管理
106	モノづくり振興課	Y o u T u b e	滋賀県立陶芸の森公式チャンネル	指定管理
107	労働雇用政策課	T w i t t e r	働くなら滋賀	直営
108	女性活躍推進課	Y o u T u b e	滋賀県女性活躍推進課	直営
109	女性活躍推進課	L I N E	滋賀マザーズジョブステーション	委託
110	農政課	F a c e b o o k	滋賀県農政課企画・世界農業遺産係	直営
111	農政課	I n s t a g r a m	世界農業遺産琵琶湖システム	直営
112	みらいの農業振興課	T w i t t e r	おいしが うれしが【公式】	直営
113	みらいの農業振興課	F a c e b o o k	滋賀県食のブランド推進課	直営
114	みらいの農業振興課	F a c e b o o k	おいしが うれしが	直営

115	みらいの農業振興課	I n s t a g r a m	おいしが うれしが【公式】	直営
116	みらいの農業振興課	I n s t a g r a m	「おいしい滋賀野菜」特設アカウント【滋賀県公式】	直営
117	みらいの農業振興課	Y o u T u b e	おいしが うれしが【滋賀県公式】	直営
118	みらいの農業振興課	その他	滋賀県のキッチン	直営
119	みらいの農業振興課	I n s t a g r a m	滋賀県農村女性事業	委託
120	畜産課	F a c e b o o k	滋賀県畜産課(旧The Premium Culinary Tour with Omi Beef)	直営
121	畜産課	Y o u T u b e	滋賀県畜産課	直営
122	水産課	F a c e b o o k	滋賀県水産課	直営
123	水産課	F a c e b o o k	滋賀県醒井養鱒場	指定管理
124	水産課	I n s t a g r a m	醒井養鱒場【公式】	指定管理
125	農村振興課	F a c e b o o k	しがの農業農村	直営
126	農村振興課	I n s t a g r a m	しがの農業農村	直営
127	技術管理課	Y o u T u b e	いなずま どぼっく(滋賀の建設業の魅力発信チャンネル)	直営
128	道路保全課	T w i t t e r	滋賀県 道路保全課	直営
129	都市計画課	F a c e b o o k	びわこ文化公園(瀬田文化ゾーン)	指定管理
130	都市計画課	I n s t a g r a m	b i w a k o - c h i k y u - s h i m i n - m o r i	指定管理
131	流域政策局	Y o u T u b e	滋賀県流域治水(chissui 2019)	直営
132	消費生活センター	T w i t t e r	滋賀県消費生活センター	直営
133	消費生活センター	Y o u T u b e	滋賀県消費生活センター	直営
134	東近江環境事務所	Y o u T u b e	東近江環境保全ネットワーク	直営
135	精神保健福祉センター	T w i t t e r	滋賀県立精神保健福祉センター	直営
136	精神保健福祉センター	T w i t t e r	滋賀県ひきこもり支援センター	直営
137	精神保健福祉センター	Y o u T u b e	滋賀県立精神保健福祉センター	直営
138	大津・南部農業農村振興事務所	F a c e b o o k	F a c e t oアグリ大津・南部	直営
139	甲賀農業農村振興事務所	F a c e b o o k	アグリウィンド こうか	直営
140	甲賀農業農村振興事務所	I n s t a g r a m	アグリウィンド こうか	直営
141	東近江農業農村振興事務所	F a c e b o o k	ふきゅーとる東近江	直営
142	湖東農業農村振興事務所	F a c e b o o k	湖東普及だより	直営
143	湖北農業農村振興事務所	F a c e b o o k	らくのうる湖北(楽農る)	直営
144	湖北農業農村振興事務所	I n s t a g r a m	らくのうる(楽農る)湖北	直営
145	高島農業農村振興事務所	F a c e b o o k	キラリ高島農業	直営
146	東京本部	F a c e b o o k	滋賀県東京本部	直営
147	東京本部	I n s t a g r a m	s h i g a t o k y o 滋賀区~首都圏で滋賀を旅する~	直営
148	東京本部	L I N E	C o n n e c t - S h i g a	委託
149	公文書館	T w i t t e r	滋賀県立公文書館	直営
150	美術館	T w i t t e r	滋賀県立美術館(SMOA)	直営
151	美術館	I n s t a g r a m	滋賀県立美術館 SMOA	直営
152	美術館	Y o u T u b e	滋賀県立美術館	直営
153	美術館	その他	滋賀県立美術館(SMOA)	直営
154	琵琶湖環境科学研究センター	Y o u T u b e	L B E R I_滋賀県琵琶湖環境科学研究センター	直営
155	琵琶湖博物館	T w i t t e r	滋賀県立琵琶湖博物館【公式】	直営

156	琵琶湖博物館	Twitter	ecoloshiga琵琶湖博物館環境学習センター【公式】	直営
157	琵琶湖博物館	Facebook	滋賀県立琵琶湖博物館	直営
158	琵琶湖博物館	Facebook	琵琶湖博物館環境学習センター	直営
159	琵琶湖博物館	Instagram	滋賀県立琵琶湖博物館	直営
160	琵琶湖博物館	Instagram	ecoloshiga琵琶湖博物館環境学習センター【公式】	直営
161	琵琶湖博物館	YouTube	びわこのちからチャンネル【琵琶湖博物館公式】	直営
162	平和祈念館	YouTube	滋賀県平和祈念館	直営
163	総合保健専門学校	Twitter	滋賀県立総合保健専門学校	直営
164	総合保健専門学校	Instagram	shigasouho滋賀県立総合保健専門学校	直営
165	総合保健専門学校	YouTube	滋賀県総合保健専門学校	直営
166	リハビリテーションセンター	Twitter	滋賀県立リハビリテーションセンター	直営
167	リハビリテーションセンター	Facebook	滋賀県立リハビリテーションセンター	直営
168	リハビリテーションセンター	YouTube	滋賀県立リハビリテーションセンター	直営
169	工業技術総合センター	YouTube	滋賀県工業技術総合センター	直営
170	東北部工業技術センター	YouTube	滋賀県東北部工業技術センター	直営
171	高等技術専門校	Facebook	滋賀県立高等技術専門校草津校舎(テクノカレッジ草津)	直営
172	高等技術専門校	Facebook	滋賀県立高等技術専門校米原校舎(テクノカレッジ米原)	直営
173	高等技術専門校	Instagram	テクノカレッジ草津(滋賀県立高等技術専門校)	直営
174	高等技術専門校	Instagram	テクノカレッジ米原 建築系訓練科	直営
175	高等技術専門校	Instagram	テクノカレッジ米原 制御・電気系訓練科	直営
176	高等技術専門校	Instagram	テクノカレッジ米原 ものづくり系訓練科	直営
177	男女共同参画センター	YouTube	shiga gnet	直営
178	ここ滋賀	Twitter	ここ滋賀日本橋【滋賀県アンテナショップ】	委託
179	ここ滋賀	Facebook	ここ滋賀	委託
180	ここ滋賀	Instagram	cocoshiba滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」	委託
181	ここ滋賀	Instagram	morishima_coco 近江牛毛利志満【日本橋ここ滋賀】	委託
182	ここ滋賀	YouTube	ここ滋賀チャンネル	委託
183	ここ滋賀	LINE	ここしが	委託
184	農業技術振興センター	Facebook	滋賀県農業技術振興センター	直営
185	総合病院	Facebook	滋賀県立総合病院・レジデント(臨床研修)センター	直営
186	総合病院	YouTube	滋賀県立総合病院	直営
187	議会事務局	Twitter	滋賀県議会	直営
188	高校教育課	YouTube	滋賀県立中学・高等学校紹介動画	直営
189	高校教育課	LINE	滋賀県英語トレーニング	直営
190	幼小中教育課	YouTube	滋賀県教育委員会幼小中教育課	直営
191	生涯学習課	YouTube	滋賀県生涯学習課におねっと	委託

192	生涯学習課	その他	におねっとレポート	委託
193	総合教育センター	YouTube	しが「読み解く力」チャンネル	直営
194	びわ湖フローティングスクール	YouTube	滋賀県立びわ湖フローティングスクール	直営
195	図書館	Twitter	滋賀県立図書館	直営
196	信楽高等学校	YouTube	信楽高等学校 (shigarakihigh)	直営
197	伊吹高等学校	YouTube	伊吹高校公式チャンネル	直営
198	選挙管理委員会事務局	Twitter	滋賀県選挙管理委員会	直営
199	人事委員会事務局	Twitter	滋賀県職員採用(人事委員会事務局)	直営
200	人事委員会事務局	Facebook	滋賀県人事委員会事務局	直営
201	人事委員会事務局	YouTube	滋賀県人事委員会事務局	直営
202	警察本部総務課	Twitter	滋賀県警察	直営
203	警察本部総務課	Facebook	滋賀県警察	直営
204	警察本部総務課	YouTube	滋賀県警察公式チャンネル	直営
205	警察本部警務課	Twitter	滋賀県警察採用	直営
206	警察本部警務課	Instagram	滋賀県警察採用係	直営
207	警察本部警務課	LINE	滋賀県警察採用	直営
208	警察本部犯罪被害者支援室	Twitter	滋賀県警察犯罪被害者支援室	直営
209	警察本部生活安全企画課	Twitter	滋賀県警察本部生活安全企画課	直営
210	警察本部少年課	Twitter	滋賀県警察本部少年課	直営
211	警察本部交通規制課	Twitter	滋賀県警察交通管制センター	直営