

市区町村名	岩手県北上市	担当部署	企画部都市プロモーション課
		電話番号	0197-72-8308
		所属メール	Yuu1680@city.kitakami.iwate.jp

1 取組事例名

妊娠から乳幼児のいる保護者に寄り添う “北上市子育て LINE “

2 取組期間

令和4年6月から現在まで継続中

3 取組概要

「妊娠から乳幼児のいる保護者が、いつでもどこでも行政サービスとつながれる仕組みを創りたい」との思いから、LINE アカウント「北上市子育て LINE」を開設。これらの市民が欲しい情報を育児等の合間に見られる仕組みを創った。あわせて、育児相談等のオンライン予約の入口機能をもたせることで、いつでも面倒なく行政サービスを利用できる仕組みを創った。

4 背景・目的

令和4年当時、市では行政サービス改革の一環として、SNS を用いた情報配信策を検討していた。その過程で、コミュニケーションツールとして普及率が高く、情報をプッシュ型で送信できる LINE の活用を検討した。LINE を選択した最大の理由は、それまでの市公式HP等による情報発信に感じていた次のような問題を解決できるツールと考えたからであった。

【問題に感じていた点】

- 既存ツールである市公式HPや配布冊子の市民ガイドは、多様な市民に対し一律の案内をしており、市民からの問合せを主に平日の日中に、対面又は電話で受けることのみを想定していた。このことが市民にとって不便と認識していた。

しかしながら、既に LINE を使った情報発信を行っている自治体を調査したところ、以下の状況であることが分かった。

- 内容が広報やHPの置き換えになってしまっており、LINE のメリットを活用しきれていない
- ユーザー自身に事前のセグメント（※1）登録を求める機能もあるが、年齢・性別等にあわせて機械的に配信情報が取捨選択されるだけであり、必ずしも利便性が高いとはいえない。
- メッセージ中の文章表現や色使い等のデザインが作成元の担当課によってバラバラであり、情報に一貫性がない。

また検討の過程で、検討メンバーから「妊娠から乳幼児のいる保護者は忙しく、市役所に出向いたり・電話したりする時間がない」との意見がだされた。このため、これら市民に対象セグメントを限定し、彼・彼女らが忙しい時間の合間に、欲しい情報を受け取れ、行政サービスにアクセスできる仕組みを LINE で創ることとした。

※1 セグメント：マーケティングなどの分野で消費者側の年齢・性別・職業などによって行われる区分

5 取組の具体的内容

1. LINE による保護者目線の情報配信

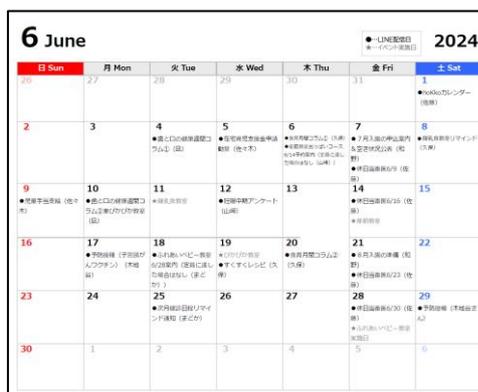
- 妊娠から乳幼児のいる保護者にターゲットを限定したLINEアカウント「北上市子育てLINE」を開設。乳幼児健診や離乳食教室の案内等、妊娠から乳幼児のいる保護者向けの情報配信をスタートした。
- 情報配信を担当課任せにすることによる配信品質の粗悪化を防ぐため、事前に当該アカウントで配信するメッセージの内容・デザイン等を検討・チェックする専門チーム「LINE デザイン会議」を立ち上げる。メンバーは複数の課・係の職員・保健師から構成されており、ターゲットに響くメッセージになるまで複数の目線でブラッシュアップする体制を整えた。

【LINE デザイン会議】

- 課・係の垣根を超えた職員・保健師で構成。配信するメッセージの内容やデザイン、スケジュール等について検討・チェックを行う。
- 月2回の定例会議では配信したメッセージの開封率やクリック率（画像①）を共有。ユーザー意見は常時共有し、次月の配信に反映。
- 会議で各担当の配信スケジュールを統合（画像②）。情報のバランスと、読まれる・ブロックされない配信頻度を維持することで、アカウントの品質を維持。

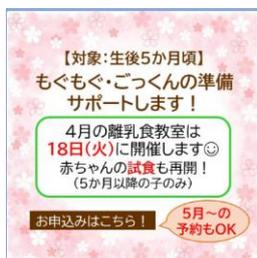
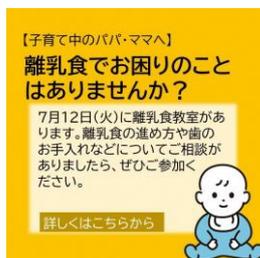


▲画像①



▲画像②

- 以下は実際の会議での配信修正例。



◀画像③ 左が最初のデザイン。市民目線で心地よく申し込みたくなるように、右のように修正。対象月齢を明示し、「お困りのことはありませんか」⇒「サポートします！」と寄り添ったメッセージに修正。

2. 子育て関係サービスのオンライン化

- 子どもの歯磨きや離乳食に関する教室をはじめ、各種相談等への予約申し込みを既存のオンラインツール（Logo フォーム）を用いてオンライン化。これまでは、市役所の営業時間中に電話でしなければならなかった申し込みが、LINE 上に入口のボタンを設けることで、フォームからいつでも簡単にできるようになった（画像④）。



3. 最適な UI/UX の検証

- 上記1・2に共通して最適な UI/UX の検証を行っている。民間ビジネスで一般的となっている、行動のしやすさを考えたユーザーインターフェイス(UI)や、ユーザーエクスペリエンス(UX)を市民向けに取り入れ、配信情報や前述のフォームにつながるボタンデザイン等の UI、タップ後の UX を会議で常に検証している。

6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

1. 対象セグメントの限定

- 自治体が運用する LINE の多くは広報や HP のように対象セグメントが限定されておらず、「広く網羅的な」情報発信が行われている。このため、多くのユーザーにとって他セグメント向けの自分に関係ない情報が頻繁に配信されるアカウントになってしまっている。
- また、ユーザーのセグメントが広範であることから、本来セグメント別に反応傾向が分かる配信情報へのタップ数等のレスポンスを次の配信に活かさないデメリットがある。
- これらの問題を避けるために、当市では予め対象となるセグメントを妊娠から乳幼児のいる保護者に限定した。

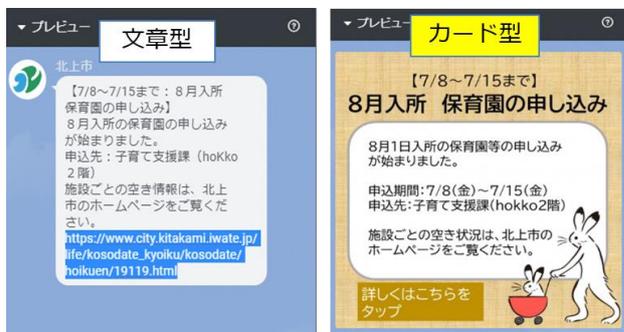
2. 会議体によるアカウント運用と明確な配信ルール

- 配信の品質・頻度を維持する目的から、情報配信を担当課任せにするのではなく「ターゲットへ補足して伝えるべき情報は何か？また、逆に省略すべき情報はないか？」「どのように伝えれば関心を持ってもらえるか？」等を専門のチームで検討するスキームでアカウントを運用している。
- また、「離乳食教室は毎月の開催前に、2回/月の告知を行う（予約状況が満員に近い場合は1回のみ）」「告知記事/カードは、対象者、日程を簡潔に提示する」といった UI/UX を考慮した内部ルールに基づき配信している。

3. 最適な UI/UX の検証

【その1：見て2秒でわかる配信】

情報は文章を発信する「文章型」ではなく、デザイン上の自由度の高い「カード型」で配信。キーとなるメッセージを強調するデザインとタップ先で確認できる詳細情報の削ぎ落としにより、見て2秒でおおよその内容が把握できる配信を実現している。



【その2：動画でのサービス案内】

テキスト・画像よりも動画を用いた方が伝わりやすい情報は、既存の市 SNS チャンネル（YouTube・Instagram）を活用してこれを発信した。



◀乳幼児の身長・体重測定・育児相談等ができる「ほっこ相談室」の利用案内動画（右）と、当該動画に誘導する LINE カード（左）。利用方法のほか利用の様子を動画で示すことによって、利用への心理的なハードルを下げた。動画は YouTube・Instagram アカウントで配信（右画像は YouTube）。

4. 変化に柔軟に対応できる、持続可能なアーキテクチャ

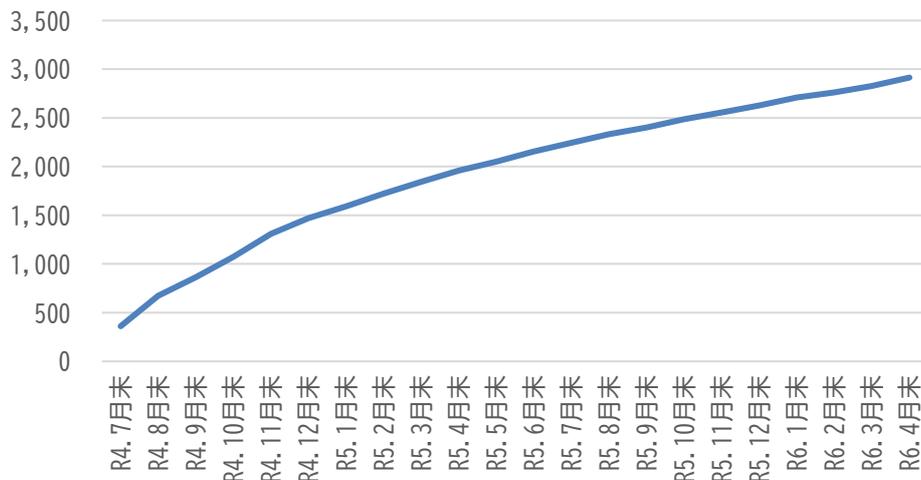
子育て関係サービスのオンライン化に際してはフォームを LINE 社の提供するものと別のサービスで構築した。これにより将来的な業者によるサービスの囲い込み（バンダーロックイン）のリスクを避け、LINE 以外のメディアが主流化した際にも柔軟に移行できる仕組みを整えた。

7 取組の効果・費用

- この取組は LINE の無料版サービスの範囲内で全て実施しており、費用ゼロで達成。
- R4. 7 月のアカウント開設から約 2 年間でフォロワー数は 2,914 人にまで増（グラフ①参照）。ブロック率は 14%（410 人）にとどまる。（R6. 4. 30 現在）
- LINE デザイン会議での取り組みを通じ、相手の関心を喚起し行動を促す伝え方と、そのことを考えるクセが職員に身に付いた。

- また、発信へのタップ数等、ターゲットの反応をチーム全体で定期的に確認することを通して、エビデンスに基づいてサービスが構築・展開されるようになった。

グラフ①：北上市子育てLINE フォロワー数の推移



8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦勞した点）

- 対象セグメントの限定の必要性について庁内・議会の理解を得るのに苦勞した。情報は「広く・網羅的に」発信すべきという旧来的な考え方が多数派であり、こうした考えの何が誤っているのか、それを避けることで何を得られるのかを説明した。

9 今後の予定・構想

- 本LINEアカウントのフォロワーである「妊娠から乳幼児のいる保護者」は常に入れ替わっていることから、過去に配信した情報を遡って定期的に配信する必要がある。このことを考慮に入れ、
 - ①ルーティンとして配信する情報を予め年間スケジュールに盛り込み
 - ②随時発生するニーズやイベントごとに関する情報を都度配信していくこととしたい。
- また、UIのブラッシュアップの内、メッセージ文章の修正作業は、メッセージを障がいのある方にも分かりやすい日本語、外国語訳しやすい日本語に近づける作業であることから、将来的なアクセシビリティの向上につなげていきたい。

10 他団体へのアドバイス

- LINEは無料で運用できるほか、他のメディアにはない即時性や注意を喚起する力のある費用対効果の高い活用を強く勧められる広報ツールです。これまで述べてきたとおり、LINEはセグメントを限定することで本来のメディアとしての効果を発揮します。「広く網羅的に」ではなく「狭く効果的に」情報を配信することで他の自治体でも本市同様の効果をあげることが出来るはずです。
- 一見、セグメントを限定することは、デジタルディバイドを抱える層を疎外しているように見えるかもしれませんが、効果的なデジタルサービスの実施により、従前のアナログ業務が減り、デジタルディバイドのある高齢層へのサービスにリソースを割くことができ、結果的に全世代に恩恵をもたらすことができます。

1 1 取組について記載したホームページ

『こんにちは！「子育て世代向け」北上市公式 LINE です！』（北上市公式 HP）

<https://www.city.kitakami.iwate.jp/life/soshikikarasagasu/toshipromotionka/toshibrandsenrya-kukakari/5/kitakamiLINE/23186.html>

『きたかみ子育て支援サービス等のご案内』（北上市公式 YouTube 再生リスト）

<https://youtu.be/40Fnvqd4VPY?si=LqnfOK6Lvkz2MhDW>