

|                  |                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Title            | 自治体の政策推進のための広報力の研究：マイナンバーカード普及のための広報を例として                                                                                                                                                                         |
| Sub Title        | Research on public relations for the advancement of municipal policies : using public relations for the popularization of the My Number Card as an example                                                        |
| Author           | 二宮, 恵司(Ninomiya, Keiji)<br>猪熊, 浩子(Inokuma, Hiroko)                                                                                                                                                                |
| Publisher        | 慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科                                                                                                                                                                                       |
| Publication year | 2024                                                                                                                                                                                                              |
| Jtitle           |                                                                                                                                                                                                                   |
| JaLC DOI         |                                                                                                                                                                                                                   |
| Abstract         |                                                                                                                                                                                                                   |
| Notes            | 修士学位論文. 2024年度システムデザイン・マネジメント学 第607号                                                                                                                                                                              |
| Genre            | Thesis or Dissertation                                                                                                                                                                                            |
| URL              | <a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002024-0050">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002024-0050</a> |

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文

2024 年度

# 自治体の政策推進のための 広報力の研究

： マイナンバーカード普及のための広報を例として

二宮 恵司

(学籍番号：82333432)

指導教員 教授 猪熊 浩子

2025 年 3 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科  
システムデザイン・マネジメント専攻

# 論 文 要 旨

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |          |     |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----|-------|
| 学籍番号                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 82333432 | 氏 名 | 二宮 恵司 |
| 論 文 題 目：自治体の政策推進のための広報力の研究<br>： マイナンバーカード普及のための広報を例として                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |     |       |
| <p>(内容の要旨)</p> <p>日本社会では、人口減少や財政上の困難により、持続可能性が危ぶまれる基礎自治体が増加している。こうした自治体が地域社会の活力を維持・向上するためには、住民の理解と協力を得る広報活動が重要な鍵となる。しかし、自治体ごとに広報力にはばらつきがあり、特に政策達成においては、その差が成果に大きく影響すると考えられる。そこで本研究は、こうした広報力と施策成果との関連を明らかにするため、例としてマイナンバーカード普及に着目し、基礎自治体による広報力を「量」「質」の観点から調査した。マイナンバーカードの普及は、行政効率化や事務コスト削減など多面的な利点を有する国の重要施策である。その普及の成否が基礎自治体の取り組みに大きく左右されるため、自治体ごとの広報力の差が交付率にどのように反映されるかを分析しやすい題材である。さらに、総務省が毎月交付率を公表していることも、全国規模での比較検証を可能にし、広報活動の効果を客観的に評価する上で大きな利点となっている。</p> <p>分析対象として、東京 23 区や政令指定都市といった「大都市型自治体」を 39 個、人口 20 万人以上の中核市や旧特例市に該当する「中都市型自治体」を 79 個、それ以外の「非都市型自治体」をランダムに 100 個選定した。自治体の広報力を測定する素材としては、まず全国の自治体が毎月全戸配布し、公式 HP にファイルを置いている「広報紙」に着目した。分析対象となる 218 自治体が、総務省が自治体の交付率を公表し始めた 2017 年から 2023 年までの 7 年間に発行した広報紙は、約 22,000 部に及ぶ。これらの電子ファイルを各自治体の公式ホームページからダウンロードし、マイナンバーカード普及に関する特集記事の掲載枠面積を「PDF ものさしツール」で測定した。また各基礎自治体の HP から、SNS・YouTube 活用状況も調査した。その上で、マイナンバーカードの交付率を被説明変数とし、各広報紙に占めるマイナンバーカード特集記事掲載枠面積の比率、国勢調査人口、財政力指数、首長の属性、SNS の活用状況などを説明変数とした重回帰分析を行った。</p> <p>その結果、マイナンバーカード特集記事掲載枠が大きい自治体ほど、交付率が高まることが確認された。これにより、広報活動量が政策推進に大きな役割を果たしていることが示された。さらに重回帰式の予測より交付率が高い自治体と低い自治体について、定性的な比較を行った。前者では、住民の日常生活やニーズに密着したメッセージを戦略的に設計し、担当各部門が横断的に協力して情報提供を行うなどの工夫などが見られた。さらに職員による出張申請の受付や個別訪問、地区公民館でのサポートといった「人海戦術」も効果的に機能しており、そのための広報も充実していた。他方で後者にはこのような工夫が乏しく、マイナンバーカード取得に関する情報を単に掲出するだけ、のような「手抜き」が感じられ、その他特筆すべき取り組みも確認されなかった。</p> <p>以上の結果から、広報活動における「量」「質」が政策推進の成否を左右する可能性が分かった。まず、「量」の観点では、広報紙におけるマイナンバーカード特集記事の掲載枠が大きいほど交付率が高まるという定量分析の結果が示され、住民に届く情報の物量が政策成果に直接的な影響を与えることが確認された。次に、「質」の観点では、成功例として挙げられた自治体に共通して見られる住民目線の工夫やビジュアル要素の活用が、住民の共感と行動を促進したことが定性的分析から浮き彫りになった。</p> <p>本研究は、広報の「量」「質」を組み合わせる戦略が、政策推進の効果を最大化するための鍵であることを提案するものである。</p> |          |     |       |
| キーワード (5 語)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |     |       |
| 広報、自治体広報、情報伝達、地域住民、広報紙                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |     |       |

## SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |          |      |                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------|----------------|
| Student Identification Number                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 82333432 | Name | Keiji Ninomiya |
| <b>Title</b><br>Research on Public Relations for the Advancement of Municipal Policies : Using Public Relations for the Popularization of the My Number Card as an Example                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |      |                |
| <b>Abstract</b><br><p>In Japan, population decline and financial difficulties are threatening the sustainability of many local governments. To maintain community vitality, effective public relations (PR) that gain residents' understanding and cooperation is essential. However, PR capabilities vary among municipalities, significantly impacting policy outcomes. This study examines the relationship between PR efforts and policy success, focusing on My Number Card dissemination as a case study. PR capabilities were analyzed from both "quantity" and "quality" perspectives.</p> <p>The promotion of My Number Cards is a key national policy aimed at improving administrative efficiency and reducing costs. Since its success largely depends on local government efforts, it serves as an ideal subject for analysis. Additionally, the Ministry of Internal Affairs and Communications publishes monthly issuance rates, allowing for objective comparisons nationwide.</p> <p>For analysis, 218 municipalities were selected, categorized as large urban, medium-sized urban, and non-urban. Public relations papers, distributed to all households and available on official websites, were analyzed. Approximately 22,000 editions published between 2017 and 2023 were examined, measuring the space allocated to My Number Card articles using a "PDF measuring tool." The use of social media and YouTube by municipalities was also investigated.</p> <p>A multiple regression analysis was conducted with the My Number Card issuance rate as the dependent variable and factors such as PR paper space allocation, census population, financial strength, mayoral attributes, and social media usage as independent variables.</p> <p>The results showed that municipalities dedicating more space to My Number Card articles had higher issuance rates, confirming that PR efforts significantly impact policy implementation. A qualitative comparison revealed that high-performing municipalities employed strategic messaging, cross-departmental collaboration, and outreach efforts such as home visits and local support centers. In contrast, low-performing municipalities merely posted information with minimal engagement, leading to weaker results.</p> <p>These findings indicate that both the "quantity" and "quality" of PR activities influence policy success. Larger space allocations in PR papers correlated with higher issuance rates, demonstrating that information volume directly impacts outcomes. Additionally, effective messaging and visual communication played a key role in resident engagement.</p> <p>This study highlights the importance of combining PR "quantity" and "quality" to maximize policy effectiveness.</p> |          |      |                |
| <b>Keywords (5 words)</b><br>Public relations, municipal PR, information dissemination, local residents, municipal newsletters                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |      |                |

## 目次

|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| <b>第1章 はじめに</b> .....                        | <b>1</b>  |
| 1.1 研究の背景.....                               | 1         |
| 1.2 用語の定義.....                               | 2         |
| 1.3 研究の目的・意義（新規性・問題解決）.....                  | 4         |
| 1.4 手順.....                                  | 5         |
| 1.5 構成.....                                  | 6         |
| <b>第2章 自治体広報、広報紙、マイナンバーカードの概要・先行研究</b> ..... | <b>8</b>  |
| 2.1 自治体広報の基礎概念と現状.....                       | 8         |
| 2.2 自治体広報に関する先行研究.....                       | 9         |
| 2.2.1 政策推進のための広報力に関する先行研究.....               | 9         |
| 2.2.2 自治体広報の現状に関する先行研究.....                  | 10        |
| 2.2.3 自治体広報に関する先行研究まとめ.....                  | 10        |
| 2.3 広報紙の概要と現状.....                           | 11        |
| 2.3.1 広報紙の概要.....                            | 11        |
| 2.3.2 広報紙の現状.....                            | 12        |
| 2.4 広報紙に関する先行研究.....                         | 19        |
| 2.5 マイナンバーカード導入の背景.....                      | 19        |
| 2.6 マイナンバーカードの普及に関する先行研究.....                | 21        |
| 2.7 交付状況.....                                | 23        |
| 2.8 本研究の位置づけ.....                            | 26        |
| <b>第3章 予備検証</b> .....                        | <b>28</b> |
| 3.1 調査の概要と目的.....                            | 28        |
| 3.1.1 対象の選定と目的（総務省、厚生労働省、デジタル庁、八王子市）.....    | 28        |
| 3.1.2 質問項目の設計とインタビュー実施の方法.....               | 28        |
| 3.2 広報実態.....                                | 29        |
| 3.2.1 総務省.....                               | 29        |
| 3.2.2 厚生労働省.....                             | 30        |
| 3.2.3 デジタル庁.....                             | 31        |
| 3.2.4 東京都八王子市.....                           | 32        |
| 3.2.5 結果の考察.....                             | 36        |
| <b>第4章 本研究の枠組み</b> .....                     | <b>38</b> |
| 4.1 本研究の対象.....                              | 38        |
| 4.2 データ収集.....                               | 39        |
| 4.2.1 広報紙の収集.....                            | 39        |
| 4.2.2 SNS および YouTube の情報収集.....             | 60        |
| 4.2.3 追加データの収集.....                          | 64        |
| 4.2.4 被説明変数と説明変数.....                        | 68        |
| 4.3 分析方法.....                                | 70        |
| 4.3.1 定量的分析：重回帰分析.....                       | 70        |
| 4.3.2 定性的分析：重回帰式.....                        | 72        |
| <b>第5章 結果</b> .....                          | <b>75</b> |
| 5.1 重回帰分析の概要説明.....                          | 75        |
| 5.2 分析結果.....                                | 75        |
| 5.3 重回帰式の作成・結果・分析.....                       | 79        |
| 5.3.1 重回帰式作成.....                            | 79        |
| 5.3.2 結果・分析.....                             | 79        |
| <b>第6章 外部評価</b> .....                        | <b>89</b> |
| 6.1 方法.....                                  | 89        |
| 6.2 外部評価の結果.....                             | 89        |
| 6.3 考察.....                                  | 92        |
| <b>第7章 結論</b> .....                          | <b>94</b> |
| 7.1 本研究のまとめ.....                             | 94        |
| 7.2 本研究の課題.....                              | 95        |
| 7.3 今後の展望.....                               | 96        |
| 謝辞.....                                      | 98        |
| 参考文献.....                                    | 100       |
| 付録.....                                      | 103       |

## 図番号一覧

|      |                                    |    |
|------|------------------------------------|----|
| 図 1  | 本研究が対象とする自治体広報                     | 3  |
| 図 2  | マイナンバーカードの見本                       | 3  |
| 図 3  | 本研究が対象とするトピック・目的                   | 5  |
| 図 4  | 調査対象・方法                            | 6  |
| 図 5  | 自治体広報を取り巻く相互関係                     | 8  |
| 図 6  | 広報紙                                | 12 |
| 図 7  | 市民情報を得るために利用したことがある広報媒体            | 13 |
| 図 8  | マイナンバー制度の導入背景                      | 21 |
| 図 9  | マイナンバーカード取得促進キャンペーン取り組み状況・予定       | 22 |
| 図 10 | マイナンバーカード交付率の推移と変遷                 | 24 |
| 図 11 | 広報紙の比較                             | 26 |
| 図 12 | マイナンバーカード普及促進強化月間中の取り組み会場          | 32 |
| 図 13 | 大学での申請サポートの様子                      | 33 |
| 図 14 | 申請サポート会場の様子                        | 34 |
| 図 15 | 町会会館で出張申請                          | 34 |
| 図 16 | 八王子市公式 YouTube チャンネルのマイナンバーカード啓蒙動画 | 35 |
| 図 17 | 小中学生向け啓発リーフレット                     | 36 |
| 図 18 | 本研究の目的・意義・内容                       | 39 |
| 図 19 | 対象自治体一覧表                           | 40 |
| 図 20 | 広報紙掲載枠の調査画面                        | 40 |
| 図 21 | 携帯ショップでの申請啓蒙ページ                    | 44 |
| 図 22 | 確定申告会場での申請啓蒙ページ                    | 49 |
| 図 23 | インセンティブによる申請啓蒙ページ                  | 52 |
| 図 24 | マイナンバーカードの健康保険証利用ページ               | 55 |
| 図 25 | マイナンバーカード特集号                       | 59 |
| 図 26 | YouTube を活用した市民リポーターによる啓蒙活動        | 62 |
| 図 27 | X による取得啓蒙活動                        | 63 |
| 図 28 | Facebook を活用した取得啓蒙活動               | 64 |
| 図 29 | 調査データ                              | 68 |
| 図 30 | 被説明変数と説明変数                         | 69 |
| 図 31 | 記述統計量                              | 69 |
| 図 32 | 重回帰分析の概要                           | 70 |
| 図 33 | 重回帰式の概要                            | 73 |
| 図 34 | 重回帰モデルの予測値と実測値                     | 77 |

|      |                             |    |
|------|-----------------------------|----|
| 図 35 | 重回帰式の作成 .....               | 79 |
| 図 36 | 確定申告の発信でマイナンバーカード取得啓蒙 ..... | 81 |
| 図 37 | メリットや QA の掲載 .....          | 81 |
| 図 38 | ワースト 5 の広報紙の例 .....         | 83 |
| 図 39 | 1 人からでも出張する広報の例 .....       | 86 |
| 図 40 | 個別申請サポートの広報例 .....          | 87 |
| 図 41 | 職場への出張申請の広報例 .....          | 87 |

## 表番号一覧

|      |                                         |    |
|------|-----------------------------------------|----|
| 表 1  | 広報紙発行の推移 .....                          | 14 |
| 表 2  | 伴型の推移 .....                             | 15 |
| 表 3  | 通常版の基本ページ数の推移 .....                     | 16 |
| 表 4  | 配布方法の推移 .....                           | 18 |
| 表 5  | 交付率の比較：2023 年 3 月時点.....                | 25 |
| 表 6  | 各自治体の SNS・YouTube のアカウント開設・マイナカード取得啓蒙状況 | 62 |
| 表 7  | 重回帰分析の概要：結果の見方 .....                    | 72 |
| 表 8  | 重回帰分析結果 .....                           | 76 |
| 表 9  | 重回帰分析結果（高齢化率と広報紙掲載量の交互作用項） .....        | 78 |
| 表 10 | 重回帰式の予測を上回ったトップ 5.....                  | 80 |
| 表 11 | 重回帰式の予測を下回ったワースト 5.....                 | 82 |
| 表 12 | 重回帰式の結果：トップ・ワースト 20 の人口の差 .....         | 84 |
| 表 13 | 人口規模別の交付率比較：2023 年 3 月時点.....           | 85 |
| 表 14 | 重回帰式の結果：トップ・ワースト 20 の出張申請の実施有無 .....    | 85 |
| 表 15 | 外部評価一覧表 .....                           | 92 |

# 第1章 はじめに

## 1.1 研究の背景

現在、日本社会では人口の減少や財政上の困難により、持続可能性が危ぶまれる基礎自治体が増加している（増田，2014）。これらの問題は、基礎自治体が地域社会の持続可能性を確保する上で大きな障壁となり、公共サービスの縮小や地域社会の活力低下をもたらす危険性をはらんでいる。とりわけ人口減少は、自治体が提供できる住民サービスの規模や質を直接的に制限する要因であり、財政難によって限られたリソースをいかに効率的かつ効果的に活用するかが、自治体にとって喫緊の課題となっている。

こうした状況下で、行政の効率化を図る方策として注目されているのがマイナンバーカードである。マイナンバーカードの普及は、行政手続の迅速化や事務コストの削減をはじめ、多角的なメリットをもたらす国の重要施策である。しかし、その普及は基礎自治体の努力に依存する部分が大きく、住民に向けた情報発信や周知啓発といった「広報」の取り組みが交付率向上の鍵を握っている。自治体が住民との信頼関係を築きながら地域社会の持続可能性を保つためには、広報が単なる情報伝達にとどまらず、住民の理解や共感を得るための重要なコミュニケーション手段となる（野口，2016）。さらに、広報活動が量・質の観点から住民に与える影響を検証することは、限られたリソースを効率的に活用するためにも重要である。広報の量は、住民への情報伝達の幅広さを担保し、質は信頼性と説得力を高め、住民層に適した情報提供を可能にする。

本研究では、このような社会背景を踏まえつつ、全国的にデータ収集や分析が可能であり、広報活動の影響を具体的に検証しやすい事例としてマイナンバーカードを取り上げた。全国一斉に開始された施策であることから、基礎自治体ごとに異なる広報の方策が交付率にどのような違いをもたらすのかを比較検討するには格好の事例である。また、各自治体の交付率が毎月公表されているため、自治体間の差異を定量的に把握し、その要因を探る意義は大きいと考える。

次に、広報の重要性を裏づける先行研究を確認することで、本研究の位置づけを明確にしたい。Flynn et al. (2008) は、広報が単なる情報提供のみならず、双方向コミュニケーションを通じて住民と自治体の相互理解を深める重要な手段であると指摘している。また、伊吹ほか (2014) は、住民との信頼関係の構築こそが政策成功の要因であり、広報はその架け橋として大きな役割を果たすことを強調している。さらに、Ledingham (2001) は、自治体が住民のニーズに応える姿勢を示し、公共の利益を最優先することで地域社会全体の支持を獲得できると論じている。これらの研究から、広報は地域社会の結束を促進し、政策の実効性を高めるための戦略的ツールであ

るといえよう。

本研究は、基礎自治体ごとのマイナンバーカード交付率の差異を広報的視点から分析し、その差異が政策効果に及ぼす影響を具体的に検証することを目的としている。特に、本研究では広報活動を「量」「質」の観点から捉え、交付率向上への寄与を検証する枠組みを構築している。

まず、「量」の観点では、広報紙の掲載量や SNS の投稿数などが住民の認知度や行動にどのような影響を与えるかを評価する。

次に、「質」の観点では、広報内容の分かりやすさが住民の理解や共感を得る上でどのように寄与しているかを検討する。具体的には、政策の重要性やメリットを適切に伝える言葉選びやデザイン、住民にとって有益な情報の提供方法などが焦点となる。

本研究は、これらの視点を統合的に分析し、基礎自治体ごとの交付率の違いがどのような広報活動によって生じているのかを明らかにすることを目指している。その成果を踏まえ、地方自治体における広報戦略の最適化に向けた具体的な実践的指針を提案する。人口減少や財政難への対応が急務となる中で、広報を活用した住民との協働体制の構築こそが政策を効果的に推進する鍵となる。本研究を通じて、マイナンバーカードの普及促進を超え、広報活動の量・質が行政運営全体に与える影響を実証的に示し、持続可能な自治体運営の実現に貢献することを目指している。

## 1.2 用語の定義

### 【広報】

組織や個人が、目的達成や課題解決のために、多様なステークホルダーとの双方向コミュニケーションによって、社会的に望ましい関係を構築・維持する経営機能である（日本広報学会，2023）。この広報の定義は、相互理解を促進し、組織の目標達成と公共の利益への貢献を重視するものであり、現代社会における重要なコミュニケーション手法と位置付けられる。

### 【自治体広報】

地方自治体が住民に向けて行う広報活動を指し、正しい情報を伝え、主に政策情報の提供や住民の理解・協力の促進を目的とするものである[図 1]。河井（2013）は、自治体広報を「市民および地域のステークホルダーに対して、行政サービスに関する情報を提供する活動」と定義しており、住民と双方向の関係構築に広報が果たす役割の重要性を指摘している。

## 本研究が対象とする自治体広報

顧客としての市民及び地域のステークホルダーに対して行う行政サービスについての情報提供。（河合,2010）

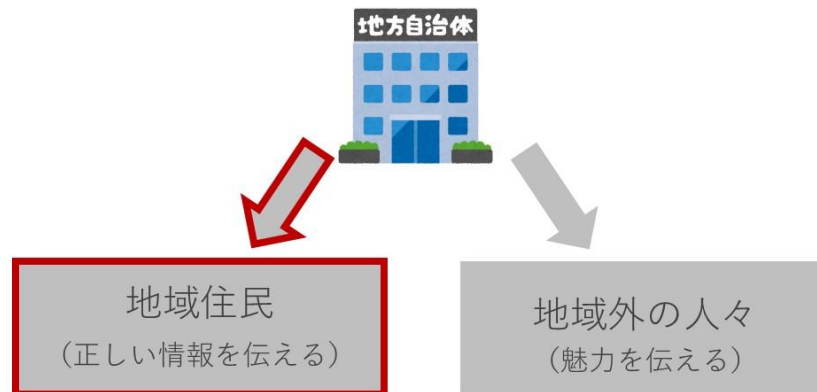


図 1 本研究が対象とする自治体広報  
(筆者作成)

### 【マイナンバーカード】

日本政府が行政手続きの効率化を目的として導入した IC チップ付きのプラスチックカードである。このカードには個人番号（マイナンバー）、顔写真、氏名、住所、生年月日、性別などの情報が記載され、国民一人ひとりに割り当てられている（総務省）。マイナンバーカードの普及は、行政サービスの利便性向上やデジタル社会の基盤強化を目指した国家プロジェクトの一環として進められており、自治体がその普及業務を担っている点で、本研究における重要な分析対象となる。



図 2 マイナンバーカードの見本

（引用：デジタル庁ホームページ イラストレーション・アイコン素材）

### 【広報紙】

本研究では、自治体広報を指す用語として「広報紙」を採用し、企業広報が発行する「広報誌」とは区別して論じる。広報紙は、ほぼ全ての基礎自治体が住民向けに定期的（主に月刊）に発行しており、その特徴として「全戸配布」を基本とする点が挙

げられる。具体的には、自治会・町内会などの地域ネットワークや郵送などを通じ、自治体内のほぼすべての世帯へ紙媒体として配布されるケースが一般的である。また、多様な情報ニーズに応えるため、自治体の公式ホームページ上に PDF ファイルなどの形で同内容を公開している。

### 【DX（デジタル・トランスフォーメーション）】

デジタル技術を活用して行政の効率化や住民サービスの向上を図る取り組み。広報活動においては、SNS やオンラインフォーラムを活用した情報発信や住民参加の促進が含まれる。

## 1.3 研究の目的・意義（新規性・問題解決）

本研究は人口減少や財政上の困難に直面する基礎自治体において、行政の効率化を目指す上での広報の重要性を明らかにすることを目的としている。行政効率化の象徴的な取り組みであるマイナンバーカードは、住民の利便性向上や行政サービスのデジタル化に寄与するものである。しかしながら、その交付状況には大きな自治体間に差が見られ、その背景には自治体ごとの広報活動の違いが深く関与していると考えられる。広報を通じた情報発信が住民の関心や理解を高め、ひいては交付率向上の鍵となる可能性が大きく、本研究ではこの点を検証する。

また、基礎自治体が直面する課題の中で、住民に正確で魅力的な情報を届ける広報活動は、単なる情報提供にとどまらず、政策推進の成否を左右する重要な役割を担っている。特に、人口減少や予算削減という制約の中で、限られた資源を最大限に活用して効果を上げる広報戦略の必要性が高まっている。本研究では、広報紙やデジタルメディアを含む様々な手法が交付率に及ぼす影響を多角的に分析し、交付率の高い自治体の広報活動から成功要因を抽出する。

さらに、マイナンバーカードを例として取り上げる本研究の新規性は、広報活動が行政改革や住民サービスの効率化にどのように寄与するかを、定量的に明らかにする点にある。従来の研究では、広報は住民意識や態度変容といった主観的な観点で評価されることが多かったが、本研究は政策成果という具体的な指標に基づき、広報の効果を測定する。また、これにより得られた知見を基に、自治体が抱える課題を解決するための新たな気づきを提示し、他の政策分野への応用可能性も示唆する。

本研究の意義は、広報活動が行政効率化や住民サービス向上に果たす役割を実証的に明らかにすることにより、自治体が直面する困難を克服するための知見を提供する点にある。特に、限られたリソースの中で高い効果を生み出す戦略の具体例を示すことで、自治体間格差の是正や住民との信頼関係の構築を支援する枠組みを提案する。本研究の成果は、人口減少や財政難が進む中で、持続可能な行政運営に向けた重要な

示唆を与えるものである。

## 本研究が対象とするトピック・目的

### <トピック>

#### ・マイナンバーカード



### <マイナンバーカードを選んだ理由>

- ・国が普及業務を基礎自治体に任せ全国で一斉に始まった施策であり、各自治体の毎月の交付率が公表されデータ分析が可能である。また、自治体ごとに交付率の差が大きく要因解明の価値がある。

### <本研究の目的>

- ・マイナンバーカードの普及を例として、自治体広報力を調査、分析
- ・政策推進にとって有効な自治体広報のあり方を提案する

図 3 本研究が対象とするトピック・目的  
(筆者作成)

## 1.4 手順

自治体広報活動が政策推進に与える影響を明らかにするため、定量的分析と定性的分析を組み合わせた研究手法を採用した。これにより、広報活動の現状を多角的に評価し、政策推進に有効な広報戦略の要素を抽出することを目指す。

まず、定量的分析として、全国の基礎自治体 218 を対象に、2017 年 1 月から 2023 年 12 月までの約 22,000 部の広報紙を収集した。これらの広報紙は、自治体公式ホームページからダウンロードし、PDF 計測ツールを用いて特集記事の掲載枠面積を測定した。

## 調査対象・方法

### <対象>

全218自治体(2017年1月～2023年12月の7年間分 約22,000部)

- ・大都市(東京23区、政令指定都市)39件
- ・中都市(人口20万人以上＝中核市・旧特例市)79件
- ・非都市(それより小さい人口規模の市町村)100件(ランダムに選定)

### <方法>

広報紙を自治体のHPからダウンロード  
PDFものさしツールで「マイナカード普及文脈」  
に関する枠の大きさを測定

また、国勢調査データ、各自治体の首長属性  
SNSの運用状況を手作業で情報収集



図 4 調査対象・方法  
(筆者作成)

この測定結果を基に、広報紙を通じた情報提供量を定量化し、広報活動の影響を分析した。さらに、国勢調査データや財政力指数、首長の属性（年齢、経歴など）、SNSやYouTubeの活用状況といったデータも収集し、これらを説明変数として設定した。これにより、広報紙に限らず多様な要因が政策推進に与える影響を重回帰分析を通じて検証した。被説明変数としては、総務省が公表する2023年3月時点のマイナンバーカード交付率を採用した（マイナポイントは2023年2月末までにマイナンバーカードを申請した方が対象になるため、前月からの伸び率が最も高かったこの時点とした）。

一方、定性的分析として、各自治体の広報紙のデザインや掲載内容の工夫を調査した。これにより、広報活動における質的な要因や、住民への訴求力を高めるための実践的な取り組みが、政策推進にどのように寄与しているかを検討した。

以上の調査結果を統合し、量的分析と質的分析の双方から自治体広報の実態とその政策推進への影響を多面的に評価した。本研究は、これらの分析結果を基に、地域特性や広報リソースに応じた効果的な広報戦略の要素を明らかにし、自治体広報の質的向上と政策推進力の強化に向けた実践的な指針を提供することを目的としている。

## 1.5 構成

基礎自治体の広報活動が政策推進に与える影響を明らかにするための実証的研究として、以下の構成で展開する。

第1章では、研究の背景、目的、意義、用語の定義、および研究の手順を提示する。地方自治体が直面する人口減少や財政的制約などの課題と、それに対処するための広報の重要性を論じるとともに、本研究が採用するアプローチと具体的な分析手法を概説する。また、マイナンバーカード普及を対象とした理由や、広報活動を政策推進の文脈で捉える意義について説明する。

第2章では、先行研究をレビューし、自治体広報・広報紙・マイナンバーカード普及に関する既存の知見を整理する。まず、自治体広報の基礎概念とその現状について概観し、広報活動が住民との信頼構築や政策の受容性向上にどのように寄与するかを示す。次に、マイナンバーカードの制度概要および普及状況について詳細に説明し、政策推進における課題と広報の役割を明確化する。さらに、これらを踏まえ、広報活動と政策推進の関連性に焦点を当てた研究の位置づけを明らかにする。

第3章では、予備検証として実施した総務省・厚生労働省への質問状送付による文書回答、およびデジタル庁・東京都八王子市へのインタビュー調査の結果を報告する。ここでは、中央省庁・基礎自治体それぞれが実施する広報施策の事例を取り上げ、現場での具体的取り組みや課題を明らかにする。

第4章では、定量的分析の方法と結果を提示する。この章では、全国の基礎自治体218を対象に広報紙やSNS活用のデータを収集し、重回帰分析を用いて政策交付率に与える影響を検証する。具体的には、広報紙の掲載枠面積や財政力指数、人口構成比、SNS活用状況など、複数の説明変数を設定し、これらがマイナンバーカード交付率に及ぼす影響を分析する。また、分析結果を基に、広報施策の量的側面と質的側面が政策効果に与える相対的な影響について議論する。

第5章では、定量的および定性的な分析結果を統合し、広報活動の実効性を総合的に評価する。特に、広報紙の掲載枠が多い自治体で交付率が高まる要因や、地域特性が広報戦略に与える影響を詳細に分析する。また、交付率が予測より高い自治体における成功事例や、交付率が低い自治体の課題について考察し、広報活動の改善に向けた具体的な提言を行う。

第6章では、本研究の結論を総括し、実務的および学術的な意義を示す。また、本研究が有する限界と、それを踏まえた今後の展望についても述べる。本研究の結果が、自治体の広報戦略の質的向上や、地域社会の持続可能な発展に向けた政策推進の参考となることを示唆する。

第7章では、本研究の全体を総括し、そこで得られた知見をもとに広報活動の最適化に向けた提言を示す。また、研究上の課題や限界についても整理し、今後の研究における展望を提示することで、自治体広報が抱える課題とその解決策の可能性をさらに深める。

以上の構成により、本研究は自治体広報の現状と課題を解明し、政策推進力の強化に資する知見を提供することを目指す。

## 第2章 自治体広報、広報紙、マイナンバーカードの概要・先行研究

### 2.1 自治体広報の基礎概念と現状

自治体広報は、住民だけでなく、社会全体に向けた情報の発信と受信のハブとして機能している。その役割は、単に情報を届けるだけでなく、多様な情報源との相互作用を通じて、地域社会の課題解決や政策推進を支援することにある。この多層的な役割を視覚化したのが以下の[図 5]である。自治体広報は、政治情報、経済情報、生活情報、教育・文化・福祉、環境・都市・交通、衣・食・住など、多岐にわたる分野の情報を媒介し、それぞれの情報が住民の生活や行政活動にどのように影響を及ぼすかを体系的に整理している。

さらに、自治体広報は、メディア情報やネット情報といった外部情報源とも深く関連しながら、その役割を果たしている。例えば、新聞やテレビといったマスメディアを活用することで、地域内外に広がる情報伝達網を形成し、信頼性の高い情報を迅速に提供する。一方で、SNS やウェブサイトといったネット情報を活用することで、住民と双方向のコミュニケーションを図ることが可能となり、特に若年層や多忙な現役世代への情報提供を強化する役割も担っている。

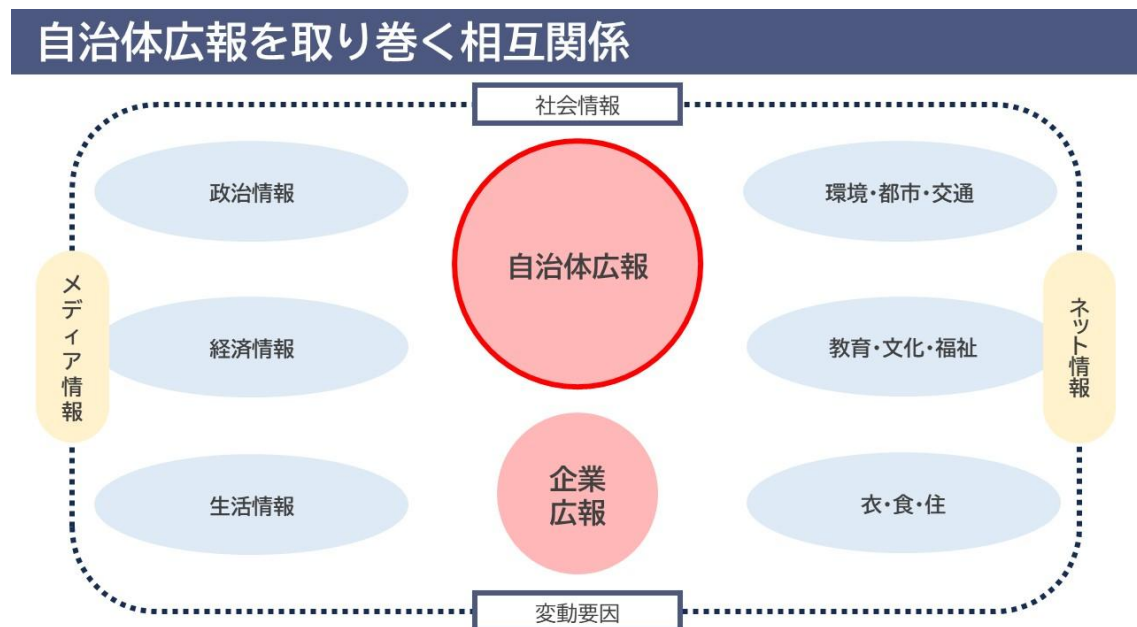


図 5 自治体広報を取り巻く相互関係

(月間事業構想「自治体広報の革新と展望」を基に筆者作成)

[図 5]が示すように、自治体広報は単なる一方向的な情報提供にとどまらず、複数の情報源や社会的要素と相互作用を持つことで、広報の価値を高めている。この相互作用の中で、広報活動は住民に正確でタイムリーな情報を届けるだけでなく、政策や事業への理解を促進し、住民の積極的な参加を引き出すという役割も果たしている。また、自治体広報の質や実効性は、政策推進の成否に直結し、自治体が社会の多様なニーズに対応するための重要な要素となっている。特に、人口減少や財政難といった課題が顕著になる中で、自治体広報は限られたリソースを最大限に活用し、住民との信頼関係を築く役割を果たしている。そのため、単なる情報伝達手段としての広報から、住民と行政が双方向で関わり合い、共に自治体の未来を創造するための重要な基盤として位置づけられるべきである。本研究は、こうした広報の多面的な役割に着目し、より効果的な広報活動の在り方を追求するものである。

## 2.2 自治体広報に関する先行研究

### 2.2.1 政策推進のための広報力に関する先行研究

自治体広報は、基礎自治体が地域社会や住民に向けて行う広報活動を指し、政策情報を提供し、住民の理解と協力を促進することを目的としている。河井（2010）は、自治体広報を「顧客としての市民及び地域のステークホルダーに対して行う行政サービスについての情報提供」と定義しており、これが行政の重要な役割の一つであると述べている。また、日本広報学会（2023）は、広報を「組織や個人が、目的達成や課題解決のために、多様なステークホルダーとの双方向コミュニケーションによって、社会的に望ましい関係を構築・維持する経営機能である」と定義しており、自治体広報はこの定義に基づき、地域社会と住民の信頼構築を目指す重要な活動である。

Flynn, Gregory, Valin（2008）は、広報全般を「組織とその多様な公衆との間で双方向のコミュニケーションを通じて、相互理解を達成し、組織の目標を実現し、公共の利益に奉仕する戦略的な関係管理」と定義している。この定義は自治体広報にも適用され、特に住民との信頼関係を構築し、政策推進を支える重要な機能を果たしていると考えられる。

また、Mehmet Akif Özer（2013）は、地方自治体が住民のニーズを正確に把握し、それに対応することが、住民の期待に応えるための基本的な広報活動の役割であると指摘している。自治体広報は、住民との直接的なコミュニケーションを通じて、政策への理解と協力を得ることができるため、政策推進の成功に直結する重要な要素といえる。日本においても、伊吹ほか（2014）は、住民との関係性を築くことが政策の成功に直結すると指摘し、広報の戦略的活用が地域社会の発展に寄与する重要な要素であると述べている。

### 2.2.2 自治体広報の現状に関する先行研究

Ledingham (2001) は、地方自治体が公共の利益を優先して資源を投入し、住民との信頼関係を築くことで、地域社会全体からの支持を得られることを示している。この視点は、政策推進における自治体広報の重要性を強調している。特に、広報活動を通じて住民に一貫したメッセージを提供することが、政策推進の信頼性を向上させる要因として挙げられる。Mengü (2003) は、一貫性のあるメッセージ設計が広報活動の成功に不可欠であり、適切に設計されたメッセージが住民との信頼構築に寄与する重要な要素であると述べている。この視点は日本の自治体広報にも通じる部分が多く、政策情報の正確性や透明性を確保することが、住民の信頼を高めるための鍵となる。さらに、野口 (2016) は、住民に政策の利点を効果的に伝える広報活動が政策の受容性を高めると指摘しており、自治体広報の現状と課題を浮き彫りにしている。

田邊 (2023) は、自治体広報における「量・質」の観点から、その効果と課題を具体的に示している。量の面では、自治体が広報紙、SNS、ケーブルテレビなど多様な媒体を運用している実態を明らかにし、地域特性に応じた適切な配分が求められることを指摘している。質の面では、自治体広報が単に情報を提供するだけでなく、住民の生活に定着し、信頼を築くための「定着化」の重要性を強調している。特に、ケーブルテレビの活用やロコミを通じた情報共有が、住民間の信頼関係を深める役割を果たしている点が注目される。

このように、自治体広報の量・質は、住民に情報を届けるだけでなく、信頼を構築し政策推進を支える基盤として機能している。

### 2.2.3 自治体広報に関する先行研究まとめ

自治体広報は、単なる政策情報の提供にとどまらず、住民との信頼関係を築くための戦略的な活動であり、その成否が自治体の持続可能性や政策推進に大きな影響を及ぼすものである。先行研究においては、自治体広報の役割と重要性に加え、具体的なメッセージ設計やコミュニケーション戦略の必要性が強調されている。特に、住民のニーズを的確に把握し、それに応じた情報発信を行うことで、政策推進における信頼と協力を得ることが可能となることが示されている。また、公共の利益を重視し、住民に一貫性のあるメッセージを提供することが広報活動の成功につながるという知見も多い。さらに、自治体広報の量・質を効果的に活用することで、情報の定着化や政策情報の受容性を高められることが指摘されている。これらの知見は、本研究において、マイナンバーカード普及を事例に自治体広報の質と効果を分析するための重要な枠組みとなる。

## 2.3 広報紙の概要と現状

### 2.3.1 広報紙の概要

広報紙は、基礎自治体が住民に向けて政策情報を伝えるための主要な媒体であり、自治体広報活動において中核的な役割を果たしている。広報紙の歴史を辿ると、その起源は戦後の日本におけるパブリック・リレーションズ（以下 PR）概念の導入にまで遡る。1940 年代後半、連合国軍総司令部（GHQ）の指導により地方自治体が広報紙の発行を開始し、これが現在の広報紙の基盤となった（野口，2023）。当時の日本は、地方紙が未発達で、地方行政が住民と直接的にコミュニケーションを取る媒体が必要であったため、広報紙が行政広報の中核を担うようになった（三樹，1959）。

公益社団法人日本広報協会によれば、新聞形式の広報媒体を「広報紙」、雑誌形式のものを「広報誌」と呼ぶが、自治体が発行する媒体はどちらの形式であっても「広報紙」と表記されることが多い。この背景には、歴史的に自治体の広報媒体が新聞形式を採用してきたことがある。しかし、近年では雑誌形式が増加しており、形式の変化が進む中でも「広報紙」という呼称が一般的に用いられている。

広報紙の役割については、樋上（1952）が「政府なり地方公共団体の施策を、国民のすべてに知らせることを目的とする定期刊行物」と定義しており、その重要性を強調している。また、小山（1975）は、広報紙が行政と住民を直接結びつけ、信頼感や連帯意識を醸成する役割を果たしてきた点を指摘している。広報紙は行政が独自に所有する媒体であり、住民全戸への配布を前提とした「プッシュ型メディア」としての特性を有している（野口，2023）。井出（1967）は、自治体広報において「PR 活動イコール広報紙活動」とされる状況を指摘しており、その背景として日本人の高い識字率や、当時の地方紙の弱さを挙げている。これにより、広報紙は地方自治体の情報発信の中核となり、住民との直接的なコミュニケーションを実現してきた。また、企業広報との違いとして、自治体広報が住民を「納税者」かつ「主権者」として位置づけ、公益性を前提にした情報提供を行う点が挙げられる（野口，2017）。

現代においては、基礎自治体もデジタルメディアを活用し始めているが、これらは広報紙を補完する存在に留まっている。デジタルメディアは文量や内容の包括性では優れるものの、全住民にひとしく情報を届ける仕組みが未整備であるため、広報紙のような全戸配布型のメディアの重要性は依然として高い（野口，2023）。そのため、広報紙は DX 時代においても地方自治体の広報活動の中心的な役割を担っている。



図 6 広報紙

(引用：東京都八王子市 2023 年 3 月号)

### 2.3.2 広報紙の現状

広報紙は、基礎自治体が住民に向けて情報を伝達する主要なメディアとして、現在も多く自治体で重要な役割を果たしている。福岡市（2023）の調査によれば、市政情報を得るための情報媒体として広報紙を利用している市民は全体の 84.9% にのぼり、広報紙が市民生活に密接に関わっていることが明らかになった。

## 市政情報を得るために利用したことがある広報媒体

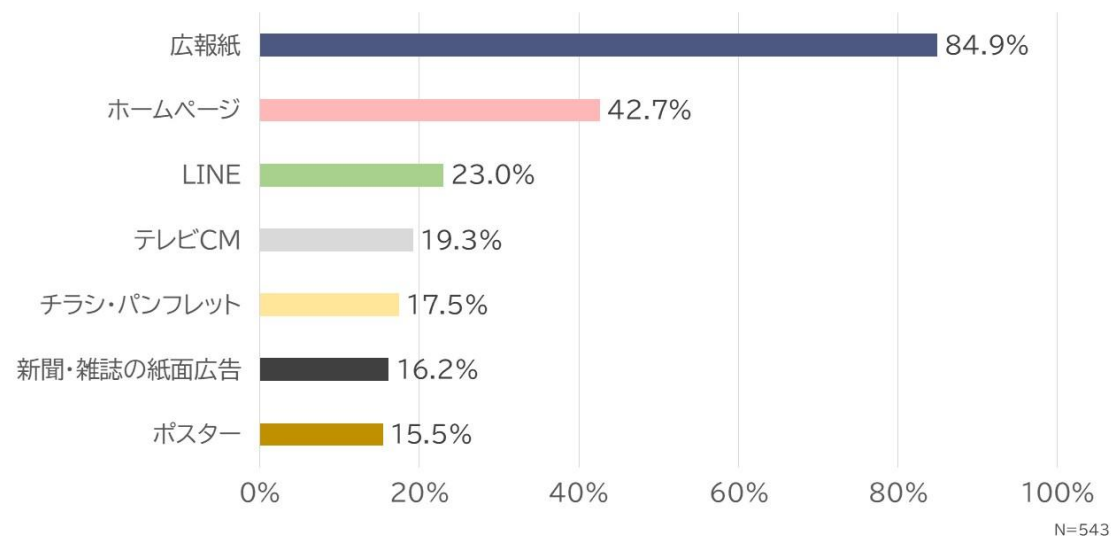


図 7 市民情報を得るために利用したことがある広報媒体

(福岡市 令和5年度 市政アンケート調査第3回結果報告概要版より筆者作成)

続いて、公益社団法人日本広報協会（2023）の調査結果では、広報紙の発行回数において「年12回」が82.5%と最も多く、月刊誌形式が主流となっていることが分かった。過去20年間にわたるデータからも、広報紙の発行頻度が安定的に高い水準で推移しており、自治体が月次で住民に情報を届けることを重視している様子が伺える。

## 発行回数の推移

|     | 2003年度 | 2007年度 | 2012年度 | 2015年度 | 2018年度 | 2021年度 | 2023年度 |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 4回  | 69     | 27     | 26     | 26     | 23     | 15     | 15     |
|     | 2.2%   | 1.5%   | 1.5%   | 1.5%   | 1.3%   | 0.9%   | 0.9%   |
| 6回  | 110    | 51     | 38     | 35     | 34     | 27     | 28     |
|     | 3.5%   | 2.9%   | 2.3%   | 2.0%   | 2.0%   | 1.6%   | 1.7%   |
| 12回 | 2377   | 1209   | 1185   | 1262   | 1302   | 1329   | 1324   |
|     | 76.3%  | 68.2%  | 70.6%  | 73.6%  | 75.6%  | 80.1%  | 82.5%  |
| 24回 | 492    | 419    | 391    | 359    | 333    | 258    | 219    |
|     | 15.8%  | 23.6%  | 23.3%  | 20.9%  | 19.3%  | 15.5%  | 13.6%  |
| 36回 | 36     | 23     | 23     | 27     | 22     | 19     | 16     |
|     | 1.2%   | 1.3%   | 1.4%   | 1.6%   | 1.3%   | 1.1%   | 1.0%   |
| 48回 | 8      | 4      | 6      | 4      | 6      | 8      | 3      |
|     | 0.3%   | 0.2%   | 0.4%   | 0.2%   | 0.3%   | 0.5%   | 0.2%   |
| 総数  | 3116   | 1772   | 1678   | 1714   | 1723   | 1660   | 1605   |

表 1 広報紙発行の推移

(公益社団法人 日本広報協会：市区町村広報広聴活動調査結果 2023 年度より筆者作成)

また、広報紙の判型では「A4 判」が 91.7%と圧倒的な割合を占めており、住民にとって閲覧しやすく、情報をコンパクトにまとめることができるサイズが選ばれている。この標準化された判型は、配布効率の向上やコスト削減にも寄与していると考えられる。

## 判型の推移

|        | 2007年度 | 2008年度 | 2009年度 | 2013年度 | 2016年度 | 2023年度 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| タブロイド判 | 143    | 145    | 141    | 150    | 143    | 128    |
|        | 8.1%   | 8.3%   | 8.0%   | 8.8%   | 8.4%   | 8.0%   |
| A4判    | 1560   | 1571   | 1588   | 1533   | 1561   | 1472   |
|        | 88.0%  | 89.6%  | 90.0%  | 90.1%  | 91.2%  | 91.7%  |
| B5判    | 0      | 2      | 1      | 2      | 2      | 0      |
|        | 0.0%   | 0.1%   | 0.1%   | 0.1%   | 0.1%   | 0.0%   |
| その他    | 13     | 18     | 12     | 16     | 12     | 5      |
|        | 0.7%   | 1.0%   | 0.7%   | 0.9%   | 0.7%   | 0.3%   |
| 総数     | 1772   | 1754   | 1764   | 1701   | 1712   | 1605   |

表 2 判型の推移

(公益社団法人 日本広報協会：市区町村広報広聴活動調査結果 2023 年度より筆者作成)

さらに、通常版の基本ページ数については、24 ページが最も多く、全体の 20.5%を占めている。次いで 20 ページ (18.9%) や 28 ページ (15.3%) が多く、広報紙が適度な情報量を持つ媒体として設計されていることが分かる。これにより、地域住民住民に必要な情報を網羅的に伝える一方で、情報量が過剰になることを防ぎ、効率的な情報提供を実現している。

## 通常版の基本ページ数の推移

|      | 2007年度 | 2012年度 | 2015年度 | 2018年度 | 2023年度 |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 4p以下 | 30     | 16     | 11     | 9      | 7      |
|      | 1.70%  | 1.00%  | 0.60%  | 0.50%  | 0.40%  |
| 8p   | 155    | 136    | 125    | 106    | 71     |
|      | 8.70%  | 8.10%  | 7.30%  | 6.20%  | 4.40%  |
| 12p  | 232    | 195    | 162    | 140    | 110    |
|      | 13.10% | 11.60% | 9.50%  | 8.10%  | 6.90%  |
| 16p  | 437    | 345    | 299    | 284    | 227    |
|      | 24.70% | 20.60% | 17.40% | 16.50% | 14.10% |
| 20p  | 411    | 388    | 377    | 352    | 303    |
|      | 23.20% | 23.10% | 22.00% | 20.40% | 18.90% |
| 24p  | 290    | 307    | 345    | 363    | 329    |
|      | 16.40% | 18.30% | 20.10% | 21.10% | 20.50% |
| 28p  | 123    | 181    | 197    | 252    | 245    |
|      | 6.90%  | 10.80% | 11.50% | 14.60% | 15.30% |
| 32p  | 65     | 104    | 152    | 172    | 192    |
|      | 3.70%  | 6.20%  | 8.90%  | 10.00% | 12.00% |
| 36p  | 23     | 50     | 46     | 62     | 67     |
|      | 1.30%  | 3.00%  | 2.70%  | 3.60%  | 4.20%  |
| 40p  | 12     | 19     | 28     | 35     | 23     |
|      | 0.70%  | 1.10%  | 1.60%  | 2.00%  | 1.40%  |
| 総数   | 1772   | 1678   | 1714   | 1723   | 1605   |

表 3 通常版の基本ページ数の推移

(公益社団法人 日本広報協会：市区町村広報広聴活動調査結果 2023 年度より筆者作成)

配布方法についても多様化が進んでいるが、「自治会・町内会」を通じた配布が 73.0%で最も多い。これに加えて、「公共施設設置」(77.8%)や「郵送」(65.2%)が補完的な手段として活用されており、住民への確実な情報提供を目指す取り組みが進められている。自治体が住民に情報を伝達する際に、全戸配布を前提としたプッシュ型のメディアとして広報紙が引き続き活用されていることが分かる。また、福岡市の調査結果や日本広報協会のデータは、広報紙が住民の生活に密着したメディアとして利用されている現状を示している。特に、高齢者層への高い到達率や定期的な情報提供の仕組みは、自治体が広報紙を通じて住民の生活情報を支え、政策

の周知を行う上での効果的な手段であることを示唆している。これらの要素を組み合わせることで、広報紙は住民に包括的な情報を届ける媒体として引き続き活用されている。

## 配布方法の推移

|                                            | 2010年度 | 2013年度 | 2016年度 | 2021年度 |       | 2023年度   |               |
|--------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|----------|---------------|
| 自治会・町内会<br>(区長等も含む)                        | 1326   | 1263   | 1279   | 主      | 1185  | 主        | 1171          |
|                                            | 77.5%  | 74.3%  | 74.7%  |        | 71.4% |          | 73.0%         |
|                                            |        |        |        | 補完     | 41    | 補完       | 77            |
|                                            |        |        |        |        | 2.5%  |          | 4.8%          |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 367<br>22.9%  |
| シルバー<br>人材センター                             | 288    | 326    | 336    | 主      | 179   | 主        | 231           |
|                                            | 16.8%  | 19.2%  | 19.6%  |        | 10.8% |          | 14.4%         |
|                                            |        |        |        | 補完     | 97    | 補完       | 144           |
|                                            |        |        |        |        | 5.8%  |          | 9.0%          |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 1228<br>76.5% |
| 新聞折り込み                                     | 144    | 130    | 128    | 主      | 117   | 主        | 112           |
|                                            | 8.4%   | 7.6%   | 7.5%   |        | 7.0%  |          | 7.0%          |
|                                            |        |        |        | 補完     | 6     | 補完       | 11            |
|                                            |        |        |        |        | 0.4%  |          | 0.7%          |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 1482<br>92.3% |
| 広報配布委員                                     | 195    | 229    | 224    | 主      | 167   | 主        | 185           |
|                                            | 11.4%  | 13.5%  | 13.1%  |        | 10.1% |          | 11.5%         |
| (行政連絡員・<br>行政協力員等<br>も含む)                  |        |        |        | 補完     | 11    | 補完       | 39            |
|                                            |        |        |        |        | 0.7%  |          | 2.4%          |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 1381<br>86.0% |
| 発送業者<br>(ポスティング等<br>も含む)                   | 223    | 191    | 205    | 主      | 146   | 主        | 200           |
|                                            | 13.0%  | 11.2%  | 12.0%  |        | 8.8%  |          | 12.5%         |
|                                            |        |        |        | 補完     | 70    | 補完       | 145           |
|                                            |        |        |        |        | 4.20% |          | 9.0%          |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 1260<br>78.5% |
| 郵送                                         | 712    | 777    | 736    | 主      | 119   | 主        | 119           |
|                                            | 41.6%  | 45.7%  | 43.0%  |        | 7.2%  |          | 7.4%          |
|                                            |        |        |        | 補完     | 446   | 補完       | 1047          |
|                                            |        |        |        |        | 26.9% |          | 65.2%         |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 440<br>27.4%  |
| 職員                                         | 258    | 271    | 287    | 主      | 91    | 主        | 143           |
|                                            | 15.1%  | 15.9%  | 16.8%  |        | 5.5%  |          | 8.9%          |
|                                            |        |        |        | 補完     | 110   | 補完       | 452           |
|                                            |        |        |        |        | 6.6%  |          | 28.2%         |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 1010<br>62.9% |
| 公共施設設置<br>(公民館等も含<br>む)                    | 839    | 926    | 977    | 主      | 149   | 主        | 159           |
|                                            | 49.1%  | 54.4%  | 57.1%  |        | 9.0%  |          | 9.9%          |
|                                            |        |        |        | 補完     | 617   | 補完       | 1248          |
|                                            |        |        |        |        | 37.2% |          | 77.8%         |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 198<br>12.3%  |
| 店頭設置<br>(駅、郵便局、金<br>融機関、金<br>コンビニ等を<br>含む) | 459    | 561    | 650    | 主      | 107   | 主        | 85            |
|                                            | 26.8%  | 33.0%  | 38.0%  |        | 6.4%  |          | 5.3%          |
|                                            |        |        |        | 補完     | 470   | 補完       | 858           |
|                                            |        |        |        |        | 28.3% |          | 53.5%         |
|                                            |        |        |        |        |       | 利用<br>なし | 662<br>41.2%  |
| 総数                                         | 1710   | 1701   | 1712   |        | 1660  |          | 1605          |

表 4 配布方法の推移

(公益社団法人 日本広報協会：市区町村広報広聴活動調査結果 2023 年度より筆者作成)

## 2.4 広報紙に関する先行研究

広報紙は全国のほぼ全ての自治体が発行しており（日本広報協会，2017）、地方自治体の広報活動における中核的な媒体として広く認識されている。その役割や意義、課題については、従来の研究において多岐にわたる視点から論じられてきた。本節では、広報紙の包括性、公平性、予算面に関する議論を整理し、それらを支える理論的背景や実務的課題を掘り下げて考察する。

まず、広報紙の包括性に関する議論を見てみると、藤本（2017）は「広報紙には、読み手が意図しない情報を発見する特性がある」と指摘し、この特性が広報紙の持つセレンディピティ（偶然の発見）を象徴していると述べている。この点をさらに発展させた三井（2022）は、広報紙が行政と住民の間に「対象的包括性」と「内容的包括性」をもたらすと考察した。対象的包括性とは、広報紙が自治体の全住民を対象として情報を提供する特性を指し、全戸配布という形式を通じてその役割を担っている。一方、内容的包括性は、自治体が住民に提供する全施策や政策情報を広報紙に網羅的に掲載することで実現される。これらの包括性が、広報紙を地方自治体の主要メディアたらしめている根幹であり、地方自治法に基づく行政の公平性や透明性の実現に寄与しているとされる。

次に、広報紙の公平性に関する議論である。関谷（2022）は「行政広報において特定の意図や対象を持った広報活動は許されない」と指摘し、行政広報の本質として公平性が極めて重要であることを強調している。これに関連して、三井（2022）は政令指定都市の広報紙におけるコロナ禍の情報発信状況を分析し、広報紙が全住民に対して公平に情報を提供する媒体として機能している点を明らかにした。

しかしながら、広報紙の包括性や公平性が評価される一方で、「お知らせ広報」や「アリバイ広報」といった批判も根強く存在している（白石，2005；築地，2009；宮田，2009）。これらの批判は、広報紙が単に行政の実績を示すための情報提供にとどまり、住民の関心を引きつける内容に欠ける場合に生じるものである。これらの先行研究の事例を踏まえると、広報紙は基礎自治体の政策情報を包括的かつ公平に伝えるための重要な媒体であり続ける一方で、住民の関心を引き出し、情報を行動につなげる工夫が求められる。本研究では、広報紙が持つこれらの特徴や課題に着目し、具体的な施策やデータを基にその効果を検証することで、より効果的な広報モデルの構築に寄与することを目指す。

## 2.5 マイナンバーカード導入の背景

マイナンバーカード制度は、公平・公正な社会の実現、行政の効率化、国民の利

便性向上を目的として導入された国家プロジェクトであり（総務省）、これまで日本の行政では国や地方自治体がそれぞれ独自に個人情報管理していたため横断的な情報共有が難しく、そうした分断された情報管理を統合して行政業務を効率的に進める必要があったとされる。

第一に、基礎自治体の多くが財政難に直面して公務員の削減や予算縮小を余儀なくされ、しかも高齢化の進行によって福祉や医療関連のサービスが急増・多元化しているため、限られた人員と財源をいかに効率的に活用しながら住民のニーズに対応していくかが大きな課題となっているが、総務省やデジタル庁の資料でも指摘されるように、国がシステム化を推進することでマイナンバーカードを通じて利用可能なオンラインサービスが増えれば、従来は各部署で個別に行っていた照合や転記などの事務作業が大幅に簡素化され、結果として地方自治体の負担が軽減されるという魅力があるとされ、例えば住民票や税務関連手続の自動化・一元管理が進めば、窓口対応の回数や書類作成の手間を削減できるだけでなく、同じ人員でより多くの業務をこなせるようになるため、財政的に厳しい基礎自治体でも高齢化社会に求められる福祉や医療サービスを維持・拡充しやすくなると考えられており、このようにマイナンバーカードがもたらす行政効率化のメリットは地方自治体にとって極めて大きいと、システムの安全性や個人情報保護への懸念がくすぶる中でも、あえて普及を進めることに現実的な意義があると認識されている。

第二に、国民の利便性向上という面では、市区町村役場や税務署など複数の窓口を行き来していた手続きが大幅に簡略化され、マイナポータルを介してオンライン上で年金記録や医療費控除情報を一括管理できるようになったほか、今後さらに行政手続が電子化されることで役所へ出向く回数や書類の郵送が一層減らせるようになるという期待が示されている。

第三に、公的機関が国民の所得や資産状況をより正確に把握しやすくなることで、不正受給や脱税を防止しつつ、税負担の公平性を高めて社会保障サービスの適切かつ迅速な提供を可能とする狙いがあり、とりわけ少子高齢社会における財源の有効分配や行政の透明性向上に寄与すると考えられている。一方で、個人情報が公的機関に集約されることへの懐疑論や技術的な安全性への不安、プライバシー保護の問題などが依然根強く指摘されているものの、こうした課題を抱えつつも限られた財源や人員で増大する住民ニーズに対応するために、マイナンバーカードの普及は事務負担の軽減と国民の利便性向上を同時に追求できる最も現実的な選択肢と見なされ、国やデジタル庁の方針でもシステム面の信頼性向上を図りながら今後も普及推進が続けられる見通しである。

## マイナンバー制度の導入背景

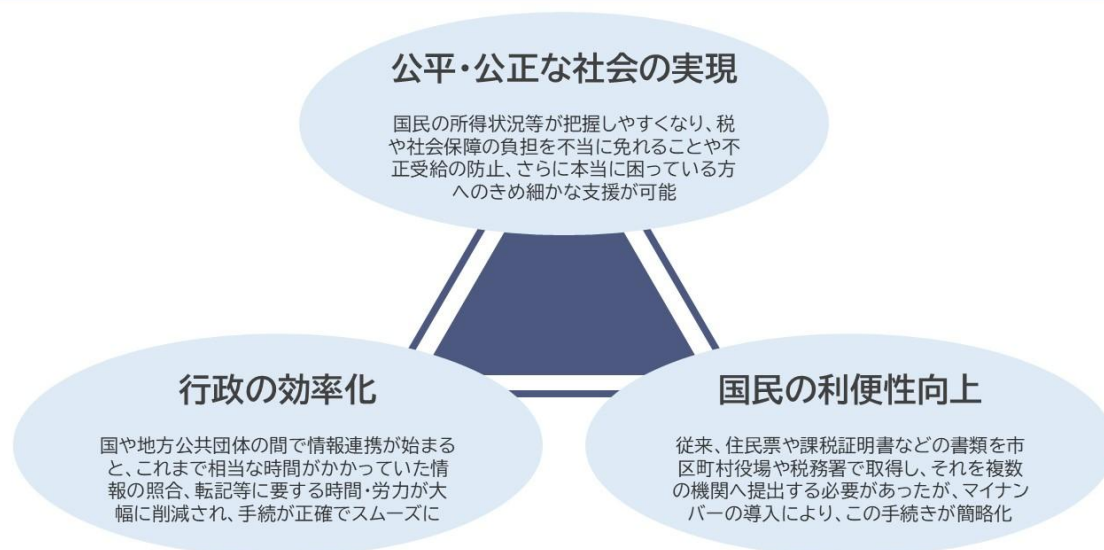


図 8 マイナンバー制度の導入背景  
(総務省「マイナンバー制度」を基に筆者作成)

マイナンバー制度は、2015 年 10 月から通知カードの配布が開始され、2016 年 1 月に本格運用が開始された。

さらに、近年では、健康保険証機能の付加やマイナポイント事業を通じた経済的インセンティブが交付を後押ししている。特に、運転免許証との一体化を目指した取組が進められており、今後の普及拡大に向けた新たな展開が期待されている（総務省）。このように、マイナンバーカードは行政の効率化と国民生活の利便性向上を目的とした現代日本を代表するデジタル社会の基盤制度である。

### 2.6 マイナンバーカードの普及に関する先行研究

マイナンバーカードの普及における政策推進や広報活動に関して小川・赤井（2021）は、市区町村によるコンビニ交付サービスの導入や、その他の交付促進政策がカードの交付を促進していることを明らかにした。コンビニ交付サービスは、窓口時間外の行政手続きの需要を満たし、手数料の低減が市民にとっての私的便益として認識されている。これにより、カード交付率が向上することが示され、交付促進政策全般の費用対効果を再評価する必要性が提起されている。

同研究では、総務省の調査「マイナンバーカード取得促進キャンペーン取り組み状況・予定（2017 年 10 月末）」でまとめられた 13 種類の交付促進政策について分

析が行われ、「福祉部局との連携」「警察署や免許センターとの連携」「企業・団体等の一括申請」が特に効果的であることが示された。これらの施策は、新たに交付されるカード枚数を30%以上増加させる可能性があり、心理的ハードルを下げる職員のサポートや、土日を利用した申請受付のような柔軟な対応が有効であることが分かっている。また、窓口業務以外の場での申請受付が、交付率の伸びに寄与する重要な要素であることも指摘されている。

## マイナンバーカード取得促進キャンペーン取り組み状況・予定

- ① 共催・連携
- ② 無料写真撮影
- ③ オンライン申請等の補助
- ④ 土日や平日夜間の開庁時間延長
- ⑤ 福祉部局と連携した取り組み
- ⑥ 税部局や税務署と連携した取り組み
- ⑦ 警察署や免許センターと連携した取り組み
- ⑧ がん検診や特定健診等における申請受付
- ⑨ その他官民イベントにおける申請受付
- ⑩ 「マイナちゃん」「マイキーくん」の利用
- ⑪ 企業・団体等一括申請
- ⑫ 独自のキャンペーン
- ⑬ マイナンバーカード交付申請書用封筒の周知・利用促進

図 9 マイナンバーカード取得促進キャンペーン取り組み状況・予定  
(総務省「マイナンバーカード取得促進キャンペーン取り組み状況・予定 2017 年 10 月末」リストを基に筆者作成)

広報活動における戦略的要素については、渡邊（2014）が、広報が制度普及に果たす役割に注目し、マイナンバーカードの直接的・間接的メリットに関する情報提供の不足が、市民の不安を助長している点を指摘している。同研究は、市民が制度のメリットを正確に理解できるよう、情報提供の充実と広報メッセージの質的改善が求められることを提案している。また、庄司（2022）は、イノベーター理論を用いて、特別定額給付金の申請手続きやキャッシュレス決済を活用した「マイナポイント事業」が、マイナンバーカード交付率を大幅に向上させた要因を分析した。特に、金銭的インセンティブやキャンペーンによる直接的な利益提供が、普及の初期段階でキャズム（普及の壁）を越える要因となったことを示している。

また、庄司（2022）は、地域別および性別・年齢別の交付率の差異を分析し、地

域特有の事情や広報活動の違いが交付率に影響を及ぼしていることを指摘した。特別区（東京 23 区）の交付率が高い一方で、地方部では交付率が低迷しており、これは人員不足や窓口の利便性、広報活動の不十分さが要因として挙げられる。同時に、普及の後期段階に位置する層に対しては、市民のリスクや不安を解消し、制度の信頼性を強調する広報戦略が必要であると述べている。

さらに、広報戦略と制度普及の関連性については、マイナンバーカードの普及促進における信頼性の重要性が強調されている。特に、政策に対する市民の信頼を高めるためには、正確かつ明確な情報提供が重要であり、市民との信頼構築を目指した広報活動が重要である。広報活動が制度普及の成功において果たす役割は、広報メッセージの質的向上や効果的な情報提供の戦略が制度の受容性を高める上での鍵となる。

これらの先行研究は、マイナンバーカードの普及における広報戦略の重要性を多角的に示しており、基礎自治体が政策推進を成功させるための指針として活用できる。政策効果を最大限に引き出すためには、広報活動の計画的な展開が重要であり、引き続き実証的な研究が求められる。

## 2.7 交付状況

マイナンバーカードの交付状況は、制度導入後の数年間で徐々に進展を見せる一方、当初は期待されるほどの成果が上がりなかった。2016 年 1 月の交付開始直後は全国的に低調なスタートとなり、2019 年 11 月時点での交付率はわずか 14.3%にとどまった。これは、カード取得に対する市民の理解不足や、手続きの煩雑さがその普及を妨げる要因となっていたためである。

しかし、2020 年に始まった「マイナポイント事業」が転機となり、交付率は劇的に改善した。この事業は、マイナンバーカードを取得した消費者に対して電子決済サービスなどからポイント還元を行うインセンティブ制度である。特に、2020 年 7 月に開始された第一弾に続き、2022 年 1 月に始まった第二弾では、申請期限が 2023 年 9 月末まで延長される中で、交付率は年平均 15%以上の増加を記録した。この結果、2023 年 12 月時点での全国平均交付率は 73%に達し、多くの基礎自治体で目覚ましい伸びを見せた。

## マイナンバーカード交付率の推移と変遷

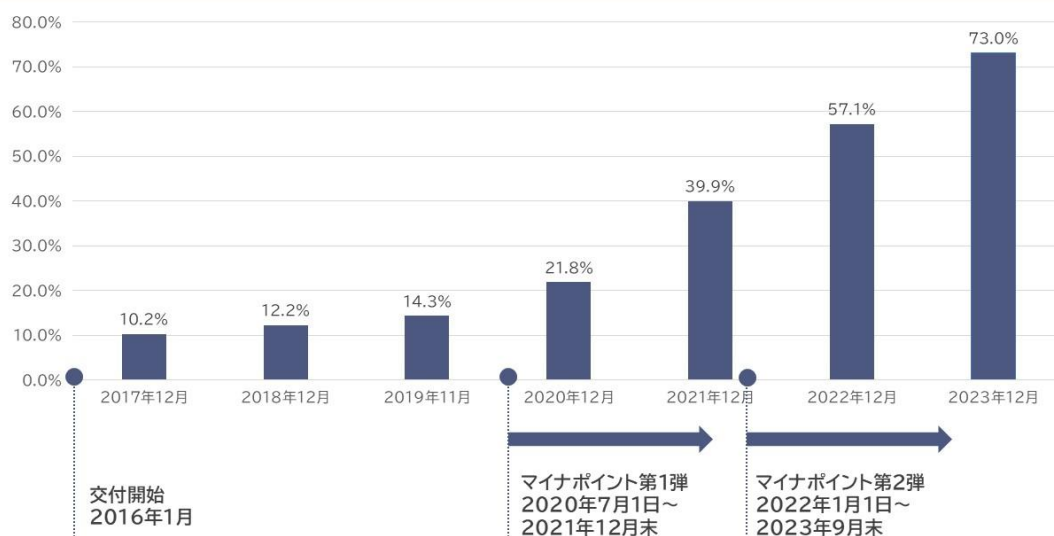


図 10 マイナンバーカード交付率の推移と変遷  
 (総務省「マイナンバーカード交付状況について」を基に筆者作成)

交付率の上昇には基礎自治体の努力が欠かせない。特に基礎自治体に普及業務が任されている点に注目すると、各自治体が独自の広報施策を展開し、市民への周知と利便性向上に尽力したことがわかる。たとえば、ショッピングセンターやイベント会場での出張申請受付、広報紙やSNSによる情報発信など、多角的な取り組みが行われた。このような活動が、交付率向上の原動力となっただろう。

また、2023年3月時点での交付率において、自治体間の格差が顕著に見られる[表5]。全国における上位10自治体では、新潟県粟島浦村が99.1%、大分県姫島村が98.3%と、ほぼ全住民にカードが行き渡っている。一方、沖縄県多良間村が40.1%、名護市46.4%などの下位10自治体では40～50%前後にとどまる。この差は、自治体ごとの広報力や住民の意識、カード利用の利便性の周知状況に起因すると考えられる。

## 全基礎自治体の交付率比較 2023年3月時点

| 上位10  |       |                | 下位10 |      |       |
|-------|-------|----------------|------|------|-------|
| 都道府県名 | 市区町村名 | 交付率<br>2023年3月 |      |      |       |
| 新潟県   | 粟島浦村  | 99.1%          | 沖縄県  | 西原町  | 51.4% |
| 大分県   | 姫島村   | 98.3%          | 沖縄県  | 那覇市  | 51.4% |
| 宮崎県   | 都城市   | 93.8%          | 沖縄県  | 今帰仁村 | 51.2% |
| 兵庫県   | 養父市   | 93.0%          | 沖縄県  | 北中城村 | 51.0% |
| 鹿児島県  | 十島村   | 92.7%          | 宮城県  | 登米市  | 49.7% |
| 長野県   | 南牧村   | 90.4%          | 沖縄県  | 宮古島市 | 48.9% |
| 北海道   | 壮瞥町   | 89.7%          | 沖縄県  | 金武町  | 48.3% |
| 群馬県   | 長野原町  | 89.4%          | 沖縄県  | 本部町  | 47.3% |
| 鹿児島県  | 中種子町  | 88.2%          | 沖縄県  | 名護市  | 46.4% |
| 山形県   | 西川町   | 86.8%          | 沖縄県  | 多良間村 | 40.1% |

表 5 交付率の比較：2023 年 3 月時点  
(総務省「マイナンバーカード交付状況について」を基に筆者作成)

さらに、広報紙を比較することで、自治体ごとの広報実施状況をより具体的に把握できる。[図 11]が示すように、広報紙は地域住民への情報伝達や自治体広報の質を象徴する重要な媒体であるが、たとえば今回対象としている 218 自治体の 2021 年 12 月（マイナポイント第一弾終了月）時点において交付率トップの宮崎県都城市ではマイナンバーカードの交付率が 71.1%と全国平均を大きく上回る一方、ワーストの高知県越知町では 20.0%にとどまっており、両自治体の広報紙を見比べると「枠のサイズ」や「内容の充実度」に大きな差異があることが確認できる。こうした違いは、地域住民への情報伝達がどの程度効果的に行われているか、また自治体が広報活動にどれだけ積極的に取り組んでいるかを測定する上で重要な指標となるため、広報紙の分析を通じて政策推進や住民参加の実態を評価する意義は大きいといえる。

## 広報紙の比較

### 広報紙を比較(2021年12月広報紙比較)

交付率トップとワーストでは「広報紙の枠のサイズ」「コンテンツの中身」に違いがある



都城市(交付率:71.1%)



越知町(交付率:20.0%)

図 11 広報紙の比較  
(筆者作成)

このように、マイナポイント事業のインセンティブが交付率向上を後押しする一方、自治体が独自に展開する広報施策の工夫や実行力によって地域ごとの成果に差が生じていることが示唆されるため、本研究では、それぞれの自治体が行ってきた広報活動のあり方を多角的に分析・検証し、広報施策が交付率へ与える影響をより明確にするとともに、今後の政策推進に資する実践的な知見を提供することを目指す。

## 2.8 本研究の位置づけ

先行研究を総合すると、政策推進において基礎自治体の広報活動が極めて重要であることが明らかになった。河井 (2013) や Flynn, Gregory, Valin (2008) の定義が示すように、広報は単なる情報提供を超え、住民との双方向の信頼関係を構築し、政策実現の基盤となる戦略的な活動である。また、Mehmet Akif Özer (2013) や伊吹ほか (2014) が指摘するように、住民のニーズを正確に把握し、それに応じたメッセージを提供することが政策の成功に直結する要因となっている。さらに、Ledingham (2001) や Mengü (2003) の研究は、一貫性のあるメッセージ設計や公共の利益を重視した情報発信が、住民の信頼を得るための鍵であることを強調している。特に、広報活動が政策の利点を効果的に伝え、住民の理解と協力を得る重要な

手段であることは、渡邊（2014）の分析でも確認されている。このような理論的枠組みは、マイナンバーカード普及における広報戦略の役割を理解する上で重要である。

実際のマイナンバーカード普及の事例においても、小川・赤井（2021）は、コンビニ交付サービスや13種類の交付促進政策が交付率向上に寄与したことを示し、市民の利便性や心理的ハードルの低減に大きく貢献したと分析している。一方で、庄司（2022）は、マイナポイント事業が金銭的インセンティブやキャンペーンを通じて市民の行動変容を促し、普及初期の課題を克服する重要な施策であったと指摘している。また、自治体別や年齢・性別ごとの交付率の差異が広報活動の違いに起因することも示唆されており、自治体特性に応じた広報施策の必要性が浮き彫りとなっている。

これらの研究から、広報活動が政策推進に果たす役割の重要性が改めて確認される一方で、全国的なデータを基に広報施策の効果を包括的に検証した研究はまだ少ない。本研究は、マイナンバーカードの普及を事例に、広報活動の質的・量的側面が政策効果に与える影響を実証的に分析することを目的とする。特に、自治体間の広報施策の違いが交付率に与える影響を多角的に検討し、広報活動が政策推進を成功に導く具体的な要因を解明することを目指す。

## 第3章 予備検証

### 3.1 調査の概要と目的

#### 3.1.1 対象の選定と目的（総務省、厚生労働省、デジタル庁、八王子市）

本研究では、マイナンバーカード普及における広報活動が政策推進に与える影響を明らかにするため、総務省と厚生労働省に対して文書による質問を行い、あわせてデジタル庁および東京都八王子市へのインタビュー調査を実施した。これらの機関を選定した理由は、それぞれが異なる視点や役割を担っており、制度設計から実務運用までを多角的に検証する上で不可欠だからである。

まず、総務省はマイナンバー制度の普及全般に関与し、その施策設計や目標設定のプロセスについて広範な知見を有する立場にある。

一方で、厚生労働省はマイナンバーカードを健康保険証として利用する制度を推進しており、医療・福祉分野における実用性に焦点を当てた情報を得る上で重要な情報源となる。

続いて、デジタル庁は全国規模でマイナンバーカード施策を推進し、自治体への支援や広報活動の方向性を決定する役割を担っているため、中央省庁としての俯瞰的な視点が得られると期待される。

最後に、八王子市は都市部と山間部を併せ持つ地域特性から「日本の縮図」とも称される基礎自治体であり、ショッピングセンターでの出張申請や市バス広告、YouTube 活用など、多様な広報手法を試みる事例として極めて価値が高い。

こうした調査対象の組み合わせにより、基礎自治体から中央省庁までの連携や広報施策の実態を包括的に理解し、マイナンバーカード普及における広報活動の課題と可能性をより立体的に把握することが可能となる。

#### 3.1.2 質問項目の設計とインタビュー実施の方法

本研究で本研究では、広報活動の目標、メッセージ設計、効果測定、課題克服、今後の展望といった多角的な視点から広報の実態を捉えるために体系的な質問項目を設計し、各機関へ調査を行った。具体的には、施策の背景や意図、広報手法の詳細、普及活動における課題、これまでに得られた知見や成功例・失敗例、さらに今後の改善策について掘り下げて尋ねることで、広報活動の現状と課題を明確化し、政策推進における広報の役割を包括的に理解することを目指した。

質問項目の設計にあたっては、調査対象となる機関ごとの特性と役割を考慮し、より実務的で具体的な内容を盛り込んだ。まず、総務省と厚生労働省については、マイナンバーカード制度の普及状況や政策評価の観点からの文書回答を依頼した。

これにより、それぞれの省庁が全国規模でどのような目標設定や支援策を講じているか、さらに高齢者対応や健康保険証機能との連携など、施策全体の背景や進捗状況を確認することができた。

一方、デジタル庁においては、全国的な施策を統一的に展開する立場から、その広報戦略や自治体支援体制、さらに広報ツールの設計プロセスなどについて詳しく尋ねた。戦略・組織グループの広報戦略チーム担当者に対する対面形式のインタビューでは、全国各地の自治体との連携の具体事例や、広報施策におけるデザイン活用の方針など、有益な情報を得ることができた。

また、基礎自治体としての広報活動の実態を把握するため、八王子市にもインタビューを実施した。市民部市民課、総合経営部経営計画課、デジタル推進室、健康医療部成人検診課の4部門から計5名の担当者に対面形式で話を伺い、ショッピングセンターでの出張申請受付や市バス広告の活用など独自の取り組み事例、直面している課題、さらに成功要因などを詳細に収集した。こうした事例は、広報戦略の具体的工夫が交付率にどう寄与するかを検討する上で大いに参考となった。

なお、総務省および厚生労働省への調査については文書回答を採用したが、これは両省庁の施策が全国的かつ幅広い領域にわたるため、細部の数値や取り組み内容を正確に確認する必要があったためであり、公式文書を通じて得られる信頼性の高い情報によって、政策目標や進捗状況、今後の課題や改善策の見通しを多面的に把握することが可能となった。

## 3.2 広報実態

### 3.2.1 総務省

総務省では、マイナンバーカードの普及促進を政策の一環として推進しており、そのための目標設定、具体的施策の実施、進捗状況の管理、課題への対応といった広範な取り組みを展開してきた。

まず、目標設定については、令和2年9月25日に開催された「マイナンバー制度及び国と地方のデジタル基盤抜本改善ワーキンググループ」において、当時の菅総理から「令和4年度末には、ほぼ全国民にマイナンバーカードを行き渡らせる」という目標が掲げられた。この方針は、令和3年6月18日に閣議決定された「デジタル社会の実現に向けた重点計画」や「経済財政運営と改革の基本方針2021 日本未来を拓く4つの原動力～グリーン、デジタル、活力ある地方創り、少子化対策～」にも明記されている。ただし、この「ほぼ全国民」という目標は理念的なものであり、目標設定に基づく具体的なデータや基準が存在していないことが特徴である。このような目標設定は、政策推進において柔軟性を持たせる意図があると考えられる。

次に、交付率拡大に向けた具体的施策については、以下の4つの主要な取り組みが挙げられる。まず、市町村による申請促進や交付体制の強化を補助金で支援している。これには、申請時来庁方式や出張申請受付方式の推進支援、専門センターの設置支援、さらには未受取住民への受取勧奨のための広報経費支援が含まれる。次に、政府自らが交付申請書の記入支援や写真撮影等の申請サポートを全国各地で展開する事業に対して補助金を交付し、広報やイベントの実施も積極的に行っている。また、地方公共団体情報システム機構（J-LIS）に設置されたマイナンバーカードコールセンターの体制強化も行われており、住民からの問い合わせ対応力を向上させている。さらに、マイナポイントを活用した取得促進も大きな柱の一つである。進捗状況の追跡に関しては、総務省の公式ウェブサイト

([https://www.soumu.go.jp/kojinbango\\_card/kofujokyo.html](https://www.soumu.go.jp/kojinbango_card/kofujokyo.html))で最新の交付枚数や普及状況が公開されており、全国的な目標達成に向けた進行状況を可視化している。このようなマイルストーンの設定と情報公開は、政策の透明性を高めるだけでなく、自治体や関係者間での進捗共有にも寄与している。

一方で、現在の主要な課題として挙げられるのは、取得困難者への対応である。特に、高齢者や福祉施設入所者、国外転出者といった特殊な状況にある住民への普及が課題となっている。この問題に対処するため、代理交付の要件を明確化し、国外転出者への国外でのカード引き渡しを可能にする仕組みを令和6年5月27日から開始した。また、高齢者施設や福祉施設での取得促進対策のために、具体的なマニュアルを作成し、現場での対応力を強化している。

### 3.2.2 厚生労働省

厚生労働省では、マイナ保険証および公金受取口座の紐づけに関する交付率の停滞が大きな課題となっている。マイナンバーカードの普及枚数が約9,200万枚に達する一方で、マイナ保険証の利用申し込み件数は約7,400万件にとどまり、人口比で約61%の利用率に留まっている（2024年3月31日時点）。この停滞の主な原因は、申し込み件数が80%を超えた段階で増加率が緩やかになっていることにあると考えられる。

これに対して厚生労働省は、普及促進のために以下の具体的な対策を展開している。2024年5月から7月にかけて、「マイナ保険証利用促進集中取組月間」を実施。この期間中には、医療機関に対して一時金を支給することで普及活動を支援し、医療機関や薬局の窓口で共通ポスターを掲示するとともに、来院患者に対して直接声掛けを行い、マイナ保険証の利用を促すチラシの配布を徹底した。

厚生労働省の取り組みは、単に普及を促進するだけでなく、マイナ保険証の利便性を住民に効果的に伝えることを重視している。例えば、保険証利用がもたらす手

続きの効率化や、医療機関での手続きの円滑化といった具体的なメリットを周知することにより、住民の関心を引き、利用を促進することが狙いである。また、医療機関との連携を強化し、現場での普及活動を支援することで、利用者にとって手続きが簡便であると感じられるような環境を整備している。

### 3.2.3 デジタル庁

デジタル庁では、マイナンバーカードの普及促進を目的として、多岐にわたる広報施策を展開してきた。広報活動の一環として、キャラクター「マイナちゃん」を制作し、動画や着ぐるみを活用したイベントを全国のショッピングセンターで開催するなど、認知度向上を狙った施策を実施してきた。最近では、広報の重点をマイナンバーカードの普及自体から、確定申告時の利便性や保険証機能の認知向上へと移し、利用促進に寄与する方向へと進化させている。また、デジタル庁の広報活動には広報担当チームだけでなく、庁内デザインチームも関与しており、質の高いビジュアルコンテンツの制作を可能にしている。デジタル庁「広報資料」ページやマイナンバー制度に関係する各省庁や地方公共団体、システム開発事業者の担当者が情報共有できるようデジタル庁が開設したコミュニケーションツールサイト「デジタル PMO」を通じて広報資料のデータを提供し、自治体広報を支援する仕組みも整備している。

さらに、ターゲット層の属性とニーズの分析にも注力しており、一例としては令和4年度に若年層およびその親世代をターゲットとした広報活動を展開。具体的には、マイナンバーカードの交付率が低い傾向にあった若年層や、その親世代に当たる層をターゲットに、人気アニメを起用したテレビCMの展開や、渋谷でのイベント開催などにより、マイナンバーカードの取得等を呼びかける取組を実施。これにより、若年層やその親世代のマイナンバーカード交付率に寄与できたという。

さらに、広報メッセージの設計においては、具体的なメリットを訴求する内容を重視しており、たとえば公金受取口座の登録による児童手当のスムーズな支給といった具体例を挙げた動画を制作した。このようなメッセージの設計プロセスでは、ターゲットのニーズを明確に捉えることに重点を置き、視覚的にも親しみやすく、分かりやすい内容に仕上げている。

また、広報ツールの選定についても慎重に計画されており、デジタル広告（YouTube 広告など）、テレビCM、屋外広告を組み合わせる形で、異なる世代や地域にアプローチしている。特に令和5年度に展開したマイナンバーカードの利便性を紹介する3D動画では、親しみやすい「マイナちゃん」の活用や、ターゲット層に適した広告配信設定が功を奏し、YouTube上で高い再生回数や視聴完了率を記録した。これにより、オンライン広告の有効性が確認された。

今後はマイナンバーカード広報担当が実施するアド広告や、報道担当が実施する

メディア向け勉強会、オウンドメディア担当が実施するオウンドメディアでの広報など、連携した取り組みが必要であり他の政策や施策に応用できるかどうかは、今後研究が必要としている。

### 3.2.4 東京都八王子市

令和4年4月時点で、多摩26市中17位と低迷していた八王子市の申請率は、同年12月には75.4%に達しトップとなった。これは、戦略的かつ市民目線での取り組みが奏功した結果である。八王子市では、令和4年6月を「マイナンバーカード普及促進強化月間」と位置づけ、市民の利便性に配慮した施策を集中的に実施し、交付率向上を目指した。

#### マイナンバーカード普及促進強化月間中の取り組み会場

|        |                            |       |                    |       |                     |
|--------|----------------------------|-------|--------------------|-------|---------------------|
| 6/1(水) | JR 八王子駅                    | 13(月) | 創価大学               | 22(水) | 南大沢駅                |
| 4(土)   | 道の駅八王子滝山、川口やまゆり館           | 14(火) | 創価大学               | 23(木) | 東京工科大学、日本工学院八王子専門学校 |
| 5(日)   | 道の駅八王子滝山、川口やまゆり館、環境フェスティバル | 15(水) | 大横保健福祉センター(3才児健診)  | 24(金) | JR 八王子駅             |
| 6(月)   | 東浅川保健福祉センター(3才児健診)         | 16(木) | 中央大学               | 25(土) | 川口やまゆり館、こども科学館      |
| 7(火)   | JR 八王子駅                    | 17(金) | 南大沢保健福祉センター、南大沢駅   | 26(日) | 川口やまゆり館             |
| 9(木)   | 南大沢保健福祉センター、南大沢駅           | 18(土) | 川口やまゆり館、こども科学館     | 27(月) | 東京工科大学、日本工学院八王子専門学校 |
| 10(金)  | 中央大学                       | 19(日) | 川口やまゆり館            | 28(火) | 南大沢駅                |
| 11(土)  | 道の駅八王子滝山、川口やまゆり館           | 20(月) | 大横保健福祉センター(3才児健診)  | 30(木) | JR 八王子駅             |
| 12(日)  | 道の駅八王子滝山、川口やまゆり館           | 21(火) | 東浅川保健福祉センター(3才児健診) |       |                     |

図 12 マイナンバーカード普及促進強化月間中の取り組み会場  
(八王子市マイナンバーカード普及率 70%までの軌跡を基に筆者作成)

この期間中には、大学生や子ども・親世代を中心とした出張申請、往來の多い場所での広報活動など、多岐にわたる取り組みが展開された。市内に21の大学を有する学園都市としての特色を活かし、大学コンソーシアム八王子を通じて3つの大学と1つの専門学校で申請サポートを実施した。これらの会場は学生の通行が多い場所に設置され、ポスター掲示やポータルサイト、電子メールを通じて周知が行われた。また、学生寮にはリーフレットを配布し、夜間の寮内で申請を受付ける取り組みも行われ、多くの学生が申請手続きを完了し、若年層の申請率向上に寄与した。



図 13 大学での申請サポートの様子  
(同市 市民課提供)

一方、0～30歳のマイナンバーカード保有率が低調である背景を鑑み、子どもや親世代を対象とした取り組みとして、乳幼児健診が行われる市内3か所の保健福祉センターや親子連れが多く訪れるこども科学館で申請支援を行い、特定のターゲット層にフォーカスすることで、申請機会を効果的に提供した。また、八王子駅や南大沢駅のショッピングセンター、環境フェスティバルや食育フェスティバルといった市民イベント会場では、職員がのぼりを掲げた目立つスタイルで広報活動を展開し、ユニフォームを着用してリーフレットやポケットティッシュを配布しながら直接声をかけることで、市民の関心を引きつける工夫がされた。

さらに、「申請手続きが煩雑」「方法が認知されていない」といった課題に対応するため、申請機会を幅広く拡充する施策も展開された。通りすがりでも手軽に申請できる環境を整えるため、市内のショッピングセンターに申請サポート会場を設置し、平日・土日を問わず実施されるこれらの会場では、申請に必要な書類を持参する必要がない「手ぶらで申請」を可能にするシステムが導入された。



図 14 申請サポート会場の様子  
(同市 市民課提供)

また、八王子商工会議所と連携し、市内中小企業を対象にした出張申請も実施し、従業員が簡単に申請できるようスマートフォンからアクセス可能な申請フォームを提供した。住民を対象とした申請支援として、市民センターや町会会館での出張申請も展開し、高齢者や忙しい住民が利用しやすい仕組みを整えた。さらに、市役所窓口では証明写真撮影サービスを無料で提供し、スマートフォンの操作に不慣れな市民に対応するサポート体制を強化した。



図 15 町会会館で出張申請  
(同市 市民課提供)

広報活動においては、特に若年層をターゲットとしたインターネット戦略が強化され、YouTube ではナレーション付きの動画広告を配信し、八王子市在住の 18 歳以上にターゲットを絞ることで、期間中の再生数は 100 万回を超え、的確かつ効果的な情報発信を実現した。また、X（旧 Twitter）や LINE などの SNS と市のホームページを連動させ、申請サポート会場や最新情報をタイムリーに発信した。



図 16 八王子市公式 YouTube チャンネルのマイナンバーカード啓蒙動画

（引用：八王子市公式 YouTube チャンネル）

マイナンバーカードの利便性を訴求するため、証明書発行手数料を 10 円に引き下げる施策や、八王子独自のマイナポイント付与キャンペーンも実施された。これにより、カード取得の動機づけが強化された。さらに、全戸配布される広報紙でマイナンバーカードの特集号を発行し、カードの利便性や安全性について詳述した。また小中学生向けのリーフレットも作成し、夏休み期間中に家族の申請のきっかけとなるように、夏休み前に配布した。



図 17 小中学生向け啓発リーフレット

(引用：八王子市マイナンバーカード普及率 70%までの軌跡)

この成功は、申請機会の拡充と広報活動を組み合わせた包括的な取り組みの成果である。担当者の意見によれば、カードに対するネガティブなイメージは広報活動の改善によって大きく緩和され、顔写真付き身分証明書としての価値が認識され始めているという。一方で頭打ちになっている交付率をさらに引き上げるためには利便性だけでは訴求が不十分であり、カード取得の緊急性や必要性を伝えることも重要であると指摘された。特に、マイナポイント第二弾終了後の急な申請減少を受け、インセンティブに匹敵するさらなる施策の工夫が求められている。また、カード未申請者の中には、介護施設等で暮らす高齢者や幼い子どもなどの層が含まれており、訪問申請支援など、個別対応の強化も進められている。八王子市におけるマイナンバーカード普及促進活動は、多様な手法を組み合わせた包括的な取り組みであり、これにより市民の幅広い層に対応し、短期間で顕著な成果を上げた。

### 3.2.5 結果の考察

本研究におけるインタビュー調査の結果、総務省、厚生労働省、デジタル庁、そ

して東京都八王子市という多様な主体が、それぞれ異なる役割や視点から広報活動に取り組んでいることが明らかになった。

総務省においては、政策目標の設定から具体的施策の実施、進捗状況の管理に至るまで、幅広い取り組みが行われており、特に補助金を活用した市町村支援やマイナポイントを活用した普及促進策は、自治体レベルでの取り組みを大きく後押ししている。しかし、「取得困難者」への対応は依然として課題であり、代理交付や国外でのカード引き渡しといった新たな施策が導入されつつも、交付率のさらなる向上には長期的な取り組みが求められると考えられる。

厚生労働省では、マイナ保険証や公金受取口座との紐づけを促進することを重点目標として掲げているが、利用率が伸び悩む現状に直面している。特に、住民が手続きの煩雑さや仕組みを十分に理解していないことが普及の障壁となっていると推察されるため、ポスター掲示やチラシ配布、医療機関での直接的な声掛けなどを通じて、現場レベルでの広報強化を進めている状況である。

デジタル庁においては、全国規模で統一的な戦略を展開する点が特徴であり、キャラクター「マイナちゃん」を活用した認知度向上施策や、保険証機能の利便性を訴求する動画コンテンツなどが一定の成果を挙げている。とりわけ若年層やその親世代をターゲットにした広報活動に顕著な効果が見られ、高度なデザイン能力や専門サイト「デジタル PMO」を活用した自治体支援体制は、全国的な広報の質を底上げし、自治体間の情報共有を促進する重要な仕組みとなっている。

最後に、東京都八王子市の事例をみると、令和4年4月時点で多摩26市中17位だったマイナンバーカードの申請率を、同年12月には75.4%と地域トップにまで引き上げており、ショッピングセンターや大学、乳幼児健診会場での申請支援など、住民の利便性を徹底的に考慮した施策が成功の要因といえる。YouTube 広告や SNS、広報紙特集号、小中学生向けリーフレットを活用した多角的な広報展開に加え、証明書発行手数料の引き下げや独自ポイント付与キャンペーンなどによって申請の動機づけを行ったことも交付率向上に貢献したが、一方でカード取得の必要性を改めて強く訴える広報や、高齢者など申請困難層への支援に課題が残る点も示唆されており、こうした成功・課題の両面は他自治体にとっても学ぶべき事例である。

以上のように、各主体の取り組みにおいては全国規模の施策と地域特有の事情をいかに調和させるかが大きなテーマであり、次章ではこれらの知見を踏まえつつ、さらに詳細な調査概要を提示し、本研究が目指す検証や分析の方向性について具体的に検討することとする。

## 第4章 本研究の枠組み

### 4.1 本研究の対象

前章の予備調査の結果を踏まえて、本調査を進める。まず調査対象について説明する。本研究の対象は、全国の基礎自治体における広報活動が政策推進に与える影響を解明することを目的として選定した、全国 218 の自治体である。本研究では、自治体が住民に向けて毎月発行する「広報紙」を主要なデータ源として活用し、その内容と効果を多面的に検証する。広報紙は、基礎自治体が住民に対して政策情報や行政サービスの詳細を伝えるために用いられる重要な媒体であり、自治体広報活動の根幹をなすものである。これに加え、近年重要性が増している SNS を含むデジタルメディアの活用実態についても調査を行い、広報手段全般が政策推進に与える影響を包括的に分析することを試みる。本研究では、広報紙のマイナンバーカード交付文脈の掲載割合のデータを収集・分析する。また、SNS を利用した情報発信の現状についても調査し、投稿数、フォロワー数、といった指標を通じて、自治体ごとの程度双方向性を重視した情報発信を行っているかを評価する。これらのデータは、政策推進における広報活動の質と量の関係性を検証するために活用される。さらに、本研究では、自治体が推進する政策の成果指標として、特に住民に直接的な影響を及ぼす政策である「マイナンバーカード交付率」を採用している。これは、全国的に推進されている政策の中でも自治体間での取り組み状況や成果に大きなばらつきが見られるためであり、広報活動が政策達成に与える影響を測定するのに適していると考えられる。この成果指標を基に、自治体ごとの広報活動の特徴（例：情報発信における重点分野、住民参加型広報の有無など）と政策成果の関係を分析することで、広報活動が果たす役割をより具体的に明らかにする。

さらに、分析対象となる 218 自治体は、人口規模により選定されている。この多様性に基づき、広報活動と政策推進の関係性を検証することで、単なる全国的な傾向だけでなく、自治体の規模や特性に応じた広報の在り方についても具体的な知見を得ることが可能となる。

本研究は、これらの成果を通じて、広報力が自治体の政策推進にどのような影響を及ぼすかを全国的なスケールで明確化し、政策の実効性を高めるための広報戦略の構築に貢献することを目指している。また、研究結果は、自治体の広報活動の現状を体系的に理解するための基盤データを提供するだけでなく、持続可能な社会の発展に向けた具体的な広報改善策を提案する一助となることが期待される。

## 本研究の目的・意義・内容

### 意義・目的

研究意義：政策推進にとって有効な自治体広報のあり方を見出す

研究目的：マイナンバーカードの普及を例として、**自治体広報力を調査・分析**

複数の要因が交付率にどれだけ影響を与えているかを数値で示す

### 内容

政策の中身だけではなく、広報力の有効性を分析するために「**重回帰分析**」を用いる。そして**重回帰式から予測時と実際の取得率との差異を分析**。

図 18 本研究の目的・意義・内容  
(筆者作成)

## 4.2 データ収集

### 4.2.1 広報紙の収集

本研究では、調査対象となる広報紙として、2017年1月から2023年12月までの7年間にわたりほぼ毎月発行された約22,000部を収集した。このデータは、全国の218にわたる基礎自治体の公式ホームページからダウンロードしたものであり、基礎自治体ごとの広報活動の特徴や自治体特性を正確に反映するための工夫がなされている。収集した広報紙は、大都市、中都市、非都市の3つのカテゴリーに分類した。具体的には、大都市として政令指定都市および23区に該当する39自治体、中都市として人口20万人以上の中核市や旧特例市に該当する79自治体、そして非都市としてランダムに選定した100の小規模市町村を含む。ちなみに、本研究では、大都市および中都市の自治体において、広報紙がダウンロードできなかった自治体については分析対象から除外した。このような分類に基づき、自治体の規模や自治体特性が広報活動に与える影響を詳細に分析することで、広報紙の内容、掲載頻度、情報伝達の方法が政策推進に与える影響を立体的に捉えることを目指している。



[図 20]に示すように、広報紙の調査画面を通じて、各自治体がどのように紙面の枠を活用して政策情報を伝達しているかを視覚的に比較した。この図は、PDF ものさしツールを用いて掲載枠の大きさを計測する様子である。

さらに計測と同時に各自治体の特色ある施策も記録した。以下は各自治体の主な取り組みである。

## 広報紙に掲載のあった各自治体の取り組み一覧

### 1. 窓口対応の多様化と利便性の向上

近年、多忙な現代人のライフスタイルや多様化する働き方に対応するため、行政サービスの提供体制を拡充し、市民がより利用しやすい環境を整備しようとする取り組みが各地で進んでいる。広報紙においても、こうした新たな試みを積極的に紹介・周知することで、市民が手続きをスムーズに行えるよう配慮がなされている。特にマイナンバーカードは申請から受け取りまでのプロセスが存在するため、受け取り専用窓口や臨時窓口、あるいは他の施設との連携など、利便性を高める取り組みがさまざまな形で展開されている。以下では、広報紙を通じて周知されている具体的な施策の事例をいくつか挙げ、どのように市民目線での利便性向上が図られているかを詳しく見ていく。

#### 【休日・夜間対応の拡充】

平日の日中に市役所へ行くことが難しい住民、特にフルタイムで働く人や子育て中の世帯、学生などのニーズに応えるべく、休日や夜間に役所の窓口を開設する取り組みが多く自治体で導入されている。広報紙では、このような特別対応を実施する日時や場所、手続き可能な内容などが詳しく案内されており、住民が計画的に利用しやすいようスケジュール情報を事前に提示しているのが特徴である。

- **休日窓口の開設**

土日や祝日の窓口開設は、普段は平日しか動けない市民にとって非常にありがたい存在となっている。例えば、毎月第2土曜日や月1回の日曜日に限って開庁し、マイナンバーカード関連手続きや住民票の発行などのサービスを提供する自治体も増えている。広報紙では、こうした定期的な休日開庁日を一覧表にまとめるなど、見やすい形で周知を行うことで利便性を高めている。

- **夜間延長窓口の実施**

仕事帰りなどに行政手続きをしたい市民の要望に応え、平日の夜間にも通常より遅くまで窓口を開設する自治体が増加傾向にある。具体的には、閉庁時間

を19時や20時まで延長し、カードの受け取りや発行手続きに対応できる体制を整えている。広報紙では、この夜間延長の実施期間や時間帯、対応可能な業務範囲を丁寧に案内することで、市民が無駄足にならないよう留意点を紹介している。

こうした休日・夜間対応は、実際に利用した市民から「平日休みが取れなくても手続きができる」「家族がそろって行けるので助かる」といった好意的な声が寄せられており、自治体全体のサービス向上に寄与している。

### 【臨時窓口の設置】

マイナンバーカードの交付や申請は年度末やマイナポイント付与期間の締切前などに利用が集中する傾向があり、その時期には窓口が非常に混雑する。そのため、多くの自治体では混雑を緩和し、市民がスムーズに手続きを行えるよう臨時窓口を設置している。広報紙は、こうした時期をあらかじめ見越して計画的に情報を掲載する役割を果たし、市民への周知と誘導を行っている。

- **ショッピングモール内の特設会場**

例えば、市役所から距離のあるショッピングモールや駅前商業施設など、人が集まりやすい場所に期間限定の臨時窓口を設ける自治体もある。広報紙では設置期間、開催場所、受付時間などを大きく目立つ形で掲載し、周辺住民が買い物ついでや休日の外出時に立ち寄りやすいよう案内している。

- **市役所庁舎外部の特設ブース**

庁舎内部だけでなく、庁舎正面玄関や敷地内のテントブースなど、随時手続きができる場所を拡充するケースもある。混雑しがちな通常窓口と分離することで、マイナンバーカード関連の手続きが円滑に進むよう工夫されている。

これらの臨時窓口情報は、広報紙に加えて自治体の公式 SNS やウェブサイトでも広く告知されており、より多くの市民が自分の生活リズムに合わせて手続きを行えるよう配慮が行き届いている。

### 【特設センターの設置】

一部の自治体では、マイナンバーカード専用の交付・申請センターを新設し、通常の窓口業務とは分離して対応する仕組みを整えている。これは、住民票の発行や印鑑登録などの他の手続きとマイナンバーカード関連手続きを切り離すことで、混雑を軽減し、利用者の待ち時間を短縮する狙いがある。

- **専用センターのメリット**

専門スタッフが常駐するため、カードの受け取りから申請に関する疑問点の解消、写真撮影の補助などを一括して行うことができる。また、必要書類の不備があった場合でもスムーズに再手続きを案内する体制が確立されており、市民にとっては手続きのストレスが軽減される利点がある。広報紙にはセンター開設の背景や運営時間、予約方法などが詳細に載っており、利用方法をわかりやすく発信している。

- **利用者の声と今後の展望**

専用センターの導入によって、交付待ちの行列が緩和されたり、職員との相談時間が十分確保できたりといったメリットが感じられるようになった。広報紙では利用者からの声の特集することもあり、「予想以上にスピーディーだった」「疑問点をすぐに解決できて助かった」など、実際に足を運んだ市民の生の意見が紹介されている。今後はカード以外の関連サービスも同センター内で行えるよう拡充を検討している自治体もあるとされ、さらなる利便性向上が期待されている。

### **【携帯ショップや公共施設の活用】**

行政サービスをより身近に感じてもらうために、携帯電話ショップや基礎自治体の公民館、図書館など、さまざまな公共施設と連携して申請受付を行うケースが増えている。広報紙はこれらの連携先施設の所在地やアクセス方法、受付時間を詳しく案内し、「市民が普段から立ち寄る場所で手続きができる」というメリットを強調している。

- **携帯ショップでの申請サポート**

携帯電話ショップは、スマートフォンの販売や各種サービス手続きで多くの人が日常的に訪れる場所であるため、マイナンバーカードの申請や写真撮影のサポートなどが行われると、大変便利である。広報紙では、どの携帯キャリアが申請受付を行っているのかを整理し、市民が自分の利用環境に合わせて選択できるよう情報提供を行っている。

- **公民館や図書館での出張受付**

公民館や図書館といった公共施設は、地域のコミュニティ活動や学習の拠点として機能しており、高齢者や子ども連れの家族でも気軽に訪れやすい。こうした施設で出張窓口を開設することで、交通面のハードルが低くなり、行政サービスを「ついでに」受けられる環境が整う。広報紙では施設ごとの受付日時や担当者の配置状況などを細かく紹介しており、市民が誤った日時に訪れてしまわないよう注意喚起もしっかり行っている。

このような施設との連携による出張受付は、地域コミュニティの活性化にも繋がる  
と期待されており、今後ますます拡大していく傾向が見られる。広報紙を通じて得ら  
れる最新情報をチェックすることで、市民は自分に最も適した場所とタイミングで手  
続きを進められるようになり、利便性のさらなる向上が実現している。

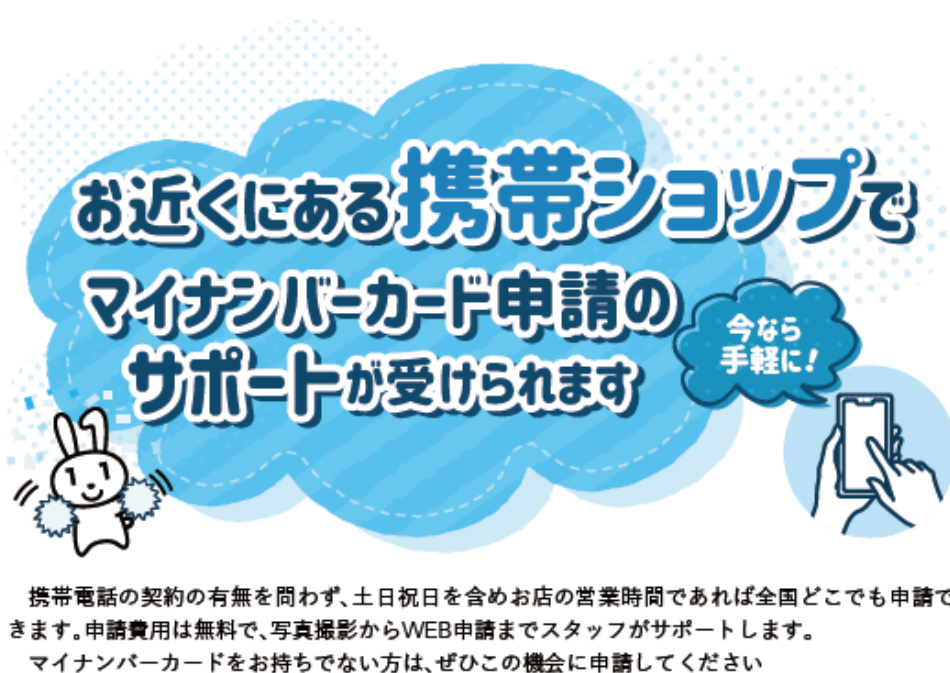


図 21 携帯ショップでの申請啓蒙ページ  
(引用：2022 年 10 月山梨県西桂町広報紙)

総じて、広報紙に掲載される様々な施策は、「忙しくて平日に役所へ行けない」「混雑を避けたい」「できるだけ身近な場所で手続きを済ませたい」という市民のリアルなニーズに応える形で展開されている。休日・夜間対応の拡充、臨時窓口や特設センターの設置、携帯ショップや公共施設との連携など、各自治体は広報紙を通じて多角的な情報発信を行うことで、より多くの人々がマイナンバーカード申請・受け取りをスムーズに行える環境を整備しつつあると言える。これらの取り組みは今後も継続・拡大する見込みが高く、市民にとって一層身近で利用しやすい行政サービスの実現が期待されるところである。

## 2. 出張申請サービスによる接触機会の拡大

近年、マイナンバーカードの普及促進に向けて、自治体が積極的に行っている取り組みの一つが「出張申請サービス」である。このサービスは、市役所や区役所などの固定した窓口に来庁しづらい住民や、忙しい日々を送る社会人・子育て世帯など、多様なライフスタイルを持つ人々を支援し、マイナンバーカードの申請・交付手続きへのハードルを下げるために有効とされている。広報紙においても、このような出張申請の活用事例やスケジュール、利用方法が繰り返し周知されており、住民との直接的な接点を増やし、行政サービスのさらなる身近化を実現するための重要な施策として位置づけられている。以下では、出張申請サービスの具体的な取り組み内容と、その効果について詳しく見ていく。

### 【企業や団体への出張申請】

日中に役所へ足を運ぶのが難しい社会人が多い職場や地域団体を対象に、自治体職員が直接出向き、マイナンバーカードの申請を受け付ける仕組みが多数導入されている。一般的には、5～10名以上のグループが対象となるケースが多いが、中には1名からでも訪問可能とする柔軟な対応を打ち出している自治体もある。

#### ・ 企業での実施例

大規模なオフィスビルや工場、医療機関などで、昼休みや就業時間後に会議室などのスペースを借りて出張窓口を設置する。職員がマイナンバーカードの必要書類や記入方法を説明したり、その場で顔写真撮影を行ったりすることで、従業員が手間なく申請できる体制を整える。広報紙では「今回の訪問は〇〇日に実施される予定です」といった事前告知を行い、従業員からの予約や問い合わせにも対応している。

#### ・ 地域団体や自治会での実施例

自治会館やコミュニティセンターなどに出張し、住民数名から数十名単位の申し込みをまとめて受け付ける事例も多い。特に高齢者世帯や自家用車を持たない世帯にとっては、「わざわざ役所まで行かなくても、地元の集会所で申請が完了する」というメリットが大きい。広報紙では、「団体やサークルの代表の方は、出張申請をぜひご検討ください」と呼びかけ、申込み方法や問い合わせ先、必要書類をわかりやすく案内している。

このような企業や団体への出張サービスは、住民にとって移動や待ち時間の負担を大幅に軽減するだけでなく、実際の申請率の向上にも寄与している。さらに、従業員同士や団体メンバー同士が互いに呼びかけ合うことで、より多くの人が申請に踏み切りやすくなるという相乗効果が生まれている。

### 【地域イベントとの連携】

成人式や地域祭り、健康診断会場など、多くの住民が集まる機会に合わせて申請窓口を開設する取り組みも広く実施されている。こうしたイベントは、幅広い年代が一堂に集まる特性があるため、申請をまだ行っていない若年層や高齢者などに向けて効率よく PR できるチャンスとなる。

- **成人式での申請受け付け**

成人式の会場ロビーや控え室などに臨時窓口を設置して、晴れ着姿の新成人に対してその場でマイナンバーカードの申し込みができるように工夫している自治体もある。広報紙では事前に「成人式会場で申請できます」と告知し、必要書類や本人確認の手順についてリマインドを行うことで、新成人の利用を促進している。

- **地域祭りや健康診断会場**

夏祭りや秋祭り、または公民館などで行われる集団健康診断の会場に申し込み窓口を併設する例も増えている。特に健康診断会場は、受診後の待ち時間を活用して申請が行えるため、効率的な取り組みと評価が高い。広報紙では当日の流れやブースの場所を案内する地図などを掲載し、混乱なくスムーズに手続きを進められるよう配慮している。

こうしたイベントとの連携は、「イベント参加のついでに申請を済ませられる」という利点を強調することで、住民に「手軽さ」や「お得感」を実感してもらいやすい。実際に利用した住民からも、「思いがけず申請機会を得られて助かった」「手続きが簡単だった」といったポジティブな声が寄せられている。

### 【郵便局やショッピングモールでの申請】

郵便局やショッピングモールといった、日常的に多くの住民が利用する施設で出張申請窓口を開設する事例も広報紙上で頻繁に取り上げられている。これらの場所は、生活動線の中に自然と組み込まれているため、特に用事がない場合でも「ついでに申請しよう」と思いやすいという大きなメリットがある。

- **郵便局での受付**

郵便局は生活に欠かせない年金や郵便の手続きなどで多くの人が訪れる拠点であるため、出張窓口を設けることでより幅広い年代の利用が期待できる。広報紙では「〇月〇日の何時から何時まで、どの郵便局で受付を行うか」を掲載し、必要書類のリストや受付時間を丁寧に紹介することで来局者への認知度を高めている。

- **ショッピングモールでのブース出店**

週末を中心に、家族連れや若年層が多数集まるショッピングモールは絶好のPR・申請受付スポットとされる。食料品や衣類などの買い出しついでにマイナンバーカードを申請できるため、忙しい世帯からも非常に好評である。広報紙では、モール内のどのエリアにブースがあるのかをわかりやすい地図付きで案内し、多くの人が迷わず手続きにたどり着けるよう配慮されている。

これらの試みは、住民が普段から足を運ぶ場所に行政サービスを出張させることで、わざわざ役所に行く負担を軽減し、申請手続きを「当たり前の行動」に変えていく効果があるといえる。

### **【高齢者・障がい者向けの訪問サービス】**

体調や身体的な事情、交通手段の不足などで外出が難しい住民に対しては、自宅訪問による申請支援が重要な役割を果たしている。自治体が専用のチームを編成し、職員やボランティアスタッフが対象者の家を訪問して、顔写真の撮影や申請書の記入、本人確認などを手伝う仕組みが整備されつつある。

- **訪問サービスの内容**

職員が申請用写真を撮影し、必要事項をヒアリングしながら書類を作成してくれるため、高齢者や障がいのある方でも安心して手続きを進められる。広報紙では、「訪問サービスを希望される場合はまず電話や申請フォームで相談を」という連絡先情報を大きく掲載し、申し込みのハードルを下げている。さらに、利用可能な時間帯や対象地域、必要な準備物などを詳しく案内することで、スムーズにサービスを受けられるようサポートを強化している。

- **周囲の協力による周知**

地域の民生委員やケアマネージャーなどが、高齢者宅の現状を把握し、本人や家族に訪問サービスを案内する仕組みが機能している自治体もある。広報紙に加えて、地域の回覧板や医療機関の待合室にポスターを掲示するなど、多角的な周知により対象者へ情報が届くよう工夫されている。

訪問サービスはまさに「誰一人取り残さない」行政の取り組みを象徴するものであり、住民からも「助かった」「身体が不自由でも申請を諦めなくて良かった」と好意的に受け止められている。

### **【確定申告会場での申請サポート】**

毎年2～3月にかけて行われる確定申告の時期は、多くの住民が税務署や自治体の申告会場に集まる機会となる。このタイミングを活用し、確定申告会場にマイナンバー

カードの申請ブースを併設する自治体が増えている。

- **申告ついでのワンストップ手続き**

住民は申告手続きと同じ場所でカード申請もできるため、時間や手間を大幅に節約できる。広報紙では、この併設ブースの利用時間や必要書類、顔写真の有無などのチェックリストをしっかりと告知し、「申告が終わったらカードも申請しよう」と呼びかけている。

- **職員の対応と案内**

会場には専用のスタッフが待機し、申告手続きが終わった人々に声掛けを行う仕組みが用意されている。これにより、申請を後回しにしていた住民もその場で具体的な説明を受けることができ、思い立ったタイミングですぐに手続きに移れる。一度に二つの要件を済ませられることで、住民からは「効率的だ」「まとまった休みが取れない自分にぴったり」などの評価が得られている。

確定申告の繁忙期はマイナンバーカードの利用場面（e-Tax など）とも直接関係が深いため、申告会場を利用する住民の「カードがないと不便を感じるかもしれない」という気持ちが申請動機を後押しする側面もある。このようにカード取得のメリットを実感しやすい場所に出張サービスを導入することは、効率面でも効果面でも大きな意義を持つと言える。

**各種確定申告相談** 【税務署が開設する申告相談会場】

| 官報税務署                 | 場 所                                                              | 地震などで家屋や家財などに被害を受けた方の申告相談         | 平成30年分<br>確定申告相談                                                 | 税理士会による<br>無料相談     |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------|
| 熊本西税務署<br>(中央・西・南・北区) | 熊本地方合同庁舎B棟2階<br>(西区春日2-10-1)<br>※駐車場に限りがありますので、公共交通機関を利用ください。    | 2月4日(月)～<br>15日(金)<br>(土・日、祝日を除く) | 2月18日(月)～<br>3月15日(金)<br>※土・日を除く。<br>ただし2月24日(日)、<br>3月3日(日)は開設。 | 2月12日(火)～<br>15日(金) |
| 熊本東税務署<br>(東区)        | 火の国ハイツ2階<br>(東区石原2-2-28)<br>※2月4日～3月15日は熊本東税務署内では<br>申告相談を行いません。 |                                   |                                                                  |                     |

時 間 受付:午前9時～午後4時  
持参物 熊本国税局ホームページをご覧ください、最寄りの税務署へお尋ねください  
熊本西税務署 ☎096-355-1181  
熊本東税務署 ☎096-369-5566  
※音声ガイダンスに従い番号を選択してください。



**確定申告の作成は国税庁ホームページで**  
国税庁ホームページ「確定申告作成コーナー」で申告書などが作成できます。  
作成した申告書は、電子申告(e-Tax)や郵送で提出できます。申告相談会場は大変混雑するので、国税庁ホームページからが大変便利です。

**確定申告会場でマイナンバーカード申請ができます**  
写真をその場で無料撮影し、そのままカードの申請までできます。  
期 間 2月18日(月)～3月15日(金) ※土・日を除く。  
時 間 午前10時～午後4時 ※正午～午後1時を除く。  
場 所 西税務署、東税務署(火の国ハイツ)  
持参物 マイナンバー通知カード  
(地域政策課 ☎096-328-2067)



図 22 確定申告会場での申請啓蒙ページ  
(引用：2019 年 1 月熊本県熊本市広報紙)

出張申請サービスは、住民の生活動線やイベントの機会、あるいは身体的な状況に合わせて柔軟に対応し、行政サービスの認知度・利用率を高める要となっている。広報紙を中心とした情報発信によって、各種施策のスケジュールや利用方法が多方面に周知されることで、より多くの人が「手軽に」「身近に」「安心して」マイナンバーカードを申請できる環境が整備されつつある。今後も自治体の工夫によってサービス形態がさらに発展していくと考えられ、住民との接点が一層広がっていくことが期待されている。

### 3. 金銭的インセンティブを活用した施策

基礎自治体の広報紙には、マイナンバーカードの申請や交付が完了した住民に対して、さまざまな形で金銭的インセンティブを提供し、市民のモチベーションを高める取り組みがしばしば紹介されている。このようなインセンティブ政策は、カード取得のメリットを「手続きや利便性」だけでなく「実質的な金銭的リターン」と結びつけることで、交付率の向上を目指すものとして注目を集めている。特に、住民への直接的な特典は行政サービスを「身近な恩恵」として体感してもらう効果が高いため、短

期間でのカード交付率アップに大きく寄与している。以下では、広報紙に掲載される典型的な金銭的インセンティブの手法を具体的に解説する。

### 【商品券やポイントの配布】

行政が主体となり、カードを申請・交付した住民に対して商品券や電子ポイントを提供する事例が目立っている。特に、地元商店街やスーパーなどで使用できる地域限定の商品券が配布されるケースは、申請者にとって金銭的なメリットを感じやすいだけでなく、地域経済の活性化にもつながるとして好評を博している。

- **地域限定商品券の特性**

一般的には、1人あたり数百円から数千円程度の商品券が交付されることが多い。これにより、市民は交付された商品券を使うために地元商店を訪れ、商店街や地元企業の売り上げに貢献することができる。広報紙では、どの店舗で商品券が利用できるかという「加盟店一覧」や使用期限、利用上の注意点などを詳しく案内し、住民がスムーズに活用できるよう配慮している。

- **電子ポイントの配布**

近年では、キャッシュレス決済やQRコード決済が普及した背景から、電子ポイントの形でインセンティブを付与する自治体も増えている。たとえば、地元で利用できる電子マネーやオンラインモールポイントを交付することで、市民がスマートフォン等を使って利便性高く還元を受けられる。広報紙上では、発行方法や電子ポイントの利用ガイドが掲載され、デジタルに不慣れな世代にも安心して使えるよう手順を解説している。

こうした施策は、「カードを作ると実際に得をする」というわかりやすいメリットを提供するため、広報紙を通じて広く周知することで、多くの住民が「いざ行動しよう」と思えるきっかけを与えている。

### 【抽選での特産品プレゼント】

一部の基礎自治体では、申請期間内にマイナンバーカードを取得した住民を対象とし、地元特産品を抽選でプレゼントするキャンペーンを企画・実施している。金銭的メリットに加えて、地域独自の文化や製品のPRにもつながることから、地元の魅力を多面的に発信できるメリットがある。

- **地元特産品の事例**

名産の果物・野菜、特産のお菓子、地元醸造所の酒類や工芸品など、自治体によってバリエーションはさまざまである。広報紙では、プレゼント内容を写真付きで紹介し、「こんな地元の逸品が当たります！」という魅力をアピール

する。応募方法や当選発表時期なども合わせて丁寧に記載されるため、住民は「カード申請して地元を応援しよう」という気持ちになりやすい。

- **抽選方式の効果**

抽選制を採用することで、特に高額・高級品や数量限定の希少特産物を景品に設定しやすい点が特徴である。「当たるかもしれない」という期待感が、住民の申請意欲を大いにかき立てる。広報紙上で「先月の当選者の声」などを掲載し、実際に当選した人の喜びのコメントを紹介することで、より多くの住民にアピールする効果も高い。

抽選キャンペーンは短期的な交付率のアップだけでなく、地域ブランドの認知度向上といった長期的な効果も見込まれている。

### **【特定層への限定特典】**

マイナンバーカードの普及施策は、必ずしも「一律同じ特典」だけではない。子育て世帯や高齢者層など、特定の対象グループに対して限定的なインセンティブを用意する自治体もある。これは、グループごとに異なる生活課題やニーズをくみ取ったうえで、より実用的な特典を提供することで、申請を後押ししようという狙いがある。

- **子育て世帯へのインセンティブ**

乳幼児や小さなお子さんを育てる家庭にとっては、子ども向けのキャラクターグッズや子育て施設の無料券・割引券などが喜ばれる。広報紙では、「お子さんのマイナンバーカード申請も同時に行うとグッズをプレゼント」といった企画を告知することで、「家族全員のカード申請」をスピーディーに済ませやすくしている。

- **高齢者層へのインセンティブ**

外出が難しい高齢者や車を持たない方には、タクシーチケットやバス共通乗車券が配布される事例も見受けられる。特に遠方から役所へ行く負担を軽減できるため、申請時だけでなく、その後の行政手続きや買い物などにも有効活用しやすい点が魅力だ。広報紙では利用条件や対象年齢を明確に記載し、誤解や混乱を防ぐ工夫がなされている。

このように、ライフステージや生活環境を考慮した特典を提供することで、当事者にとって実際に役立つ特典となり、カード申請への後押し効果も高まっている。

**今年度限り！**

さらに！  
追加で！

## マイナンバーカードを所有している人に 2冊目(合計4万円分)を交付!!



- 申請の際は必ずマイナンバーカードをご持参ください。
- まだ所有していない人も **12月28日** までにマイナンバーカードを取得することで、2冊目交付の対象となります。  
この機会にぜひマイナンバーカードを申請ください。

図 23 インセンティブによる申請啓蒙ページ  
(引用：2023 年 4 月鹿児島県南さつま市広報紙)

金銭的インセンティブを含む各種施策は、マイナンバーカードの取得を「やらなきゃいけない」ではなく「やった方が得をする」「楽しい」と感じてもらう方向へと導く大きな要因として機能している。広報紙を通じて具体的な内容や申請方法、利用上の注意点が繰り返し案内されることで、市民にとってメリットを明確にイメージしやすい環境が整う。さらに、自治体・商店街・企業間の連携によって地域経済の波及効果も期待できるなど、単なる「交付率アップ」を超えた社会的意義があるといえる。

今後も基礎自治体の独自カラーを生かしたさまざまなインセンティブ施策が展開されることが予想され、広報紙はその詳細や最新情報をキャッチする重要な情報源としての役割を担い続けるだろう。結果として、より多くの住民がマイナンバーカードを取得し、行政手続きの円滑化と地域活性化の双方にメリットをもたらす好循環が期待されている。

#### 4. デジタル社会への移行を強調した利便性の訴求

マイナンバーカードの普及促進にあたっては、「取得の義務感」だけでなく、「取得によって得られる具体的メリット」を周知することが重要である。広報紙では、住民が日常生活でマイナンバーカードを活用できるシーンや、カードのデジタル機能を通じて得られる利便性について積極的に情報発信を行っている。これらの施策は、急速に進むデジタル社会への移行を背景に、「カードがあることで行政手続きや医療手続きがどのように変わるのか」をより分かりやすい形で伝えるものとなっており、多

くの住民が具体的なイメージを持つ手助けとなっている。以下では、広報紙上で特に大きく取り上げられている利便性を三つの側面から詳しく解説する。

### 【行政手続きのオンライン化】

従来、住民票や印鑑証明の発行といった手続きは、平日の役所窓口でしか対応できないケースがほとんどだった。しかし、マイナンバーカードの普及に伴い、これらの行政サービスがオンラインで完結できるようになる自治体が増えている。広報紙では「スマートフォンやパソコンから簡単に証明書を請求し、コンビニエンスストアで24時間いつでも受け取れる」といった仕組みを重点的に紹介し、住民の意識改革を促している。

- **オンライン発行のメリット**

仕事や家事などで平日に役所を訪れるのが困難な住民にとって、オンラインで手続きを完結できるメリットは非常に大きい。例えば、住民票や税証明書の取得を家や職場から申請できるようになり、必要書類の受け取りを最寄りのコンビニで済ませられる。広報紙では、スマホやPCを使った申請手続きの流れや必要なアプリ・機器などを丁寧に解説し、誰でも簡単に始められるようにアシストしている。

- **確定申告手続きの簡略化**

e-Tax（電子申告）へのマイナンバーカード対応をはじめ、確定申告や所得証明の提出などが大幅に効率化される点も大きく取り上げられている。カードをリーダーにかざして本人認証が可能になるため、これまで別途準備が必要だった電子証明書を省略でき、手続き時間の短縮や入力ミスの削減が期待される。広報紙では実際にe-Taxを利用した住民の声や、ステップバイステップの利用ガイドなどを掲載し、カードを活用する価値をわかりやすく伝えている。

これらのオンライン化・電子化の進展は、自治体の窓口負担を減らすだけでなく、住民の生活スタイルに合わせた柔軟な行政利用を実現するうえで重要なステップとなっている。

### 【引越しワンストップサービス】

広報紙が強調する利便性の中でも、引越し手続きがワンストップで完了するというメリットは特に多くの住民、なかでも若年層や転居が多い社会人にとって大きな訴求力を持つ。

- **引越し手続きの一括申請**

従来、引越しの際には、転出届・転入届・転居届など複数の手続きを別々に行う必要があった。しかし、マイナンバーカードを所持していると、専用ウェブサイトやアプリから一度の申請で必要な手続きがまとめて完了できるサービスが整備されつつある。広報紙では「引越し準備の一環として、一度の手続きで複数の自治体サービスを済ませられる」という具体的事例を取り上げ、住民にとっての負担軽減を大きくアピールしている。

- **若年層への働きかけ**

就職や進学、転勤など、ライフステージの変化に伴い引越しが多い20～30代の利用を見込んだキャンペーン情報なども盛りだくさんに紹介される。広報紙では「忙しい人こそカードを持つと便利」といったキャッチコピーを用い、スマホひとつで完結できる引越し手続きの将来的な展望を示すことで、まだカードを取得していない層へ強いインパクトを与えている。

このように、ワンストップサービスの導入は、引越し手続きを煩雑な作業からシンプルなプロセスへと変える大きな変革であり、「実際に役に立つデジタルツール」としてのマイナンバーカードの価値を際立たせる一因となっている。

## **【健康保険証としての活用】**

マイナンバーカードを健康保険証として利用できる仕組みが順次拡大している点も、広報紙でしばしば紹介される重要なテーマである。特に高齢者や慢性疾患を持つ方など、病院や薬局を頻繁に利用する層にとっては、「保険証の切り替えや紛失時のトラブルを減らせる」というメリットが大きい。

- **医療機関での利用方法**

実際にどの病院や薬局がカード対応しているかは自治体ごとに異なるが、広報紙では対応施設の一覧を特集したり、「対応マークがある医療機関で使えます」といった案内をしたり、詳細に報じている。また、受付時にカードを端末にかざす手順や、オンライン資格確認のメリット（最新の保険情報がすぐ反映される、医療費控除の明細が確認しやすいなど）も具体的に説明されることで、住民が「カードを使えば通院がもっと楽になる」と実感しやすいよう工夫が凝らされている。

- **紛失・更新手続きの負担軽減**

従来の紙の保険証は、転職や結婚などのライフイベント、保険切り替えなどに合わせて逐一発行し直す手間が必要だった。マイナンバーカードを保険証として利用する場合、このような更新手続きの多くがデジタル上で完結し、カー

ド自体の更新も一元管理できるメリットがある。広報紙では、さまざまなケーススタディを交えながら利用者事例を取り上げ、住民にとっての利便性をわかりやすく訴求している。

こうした医療との連携強化は、将来的に健康管理アプリやデジタル診療記録との連携など、さらなる発展可能性を秘めているとして注目されている。

**3月から順次開始！**

**マイナンバーカードの健康保険証利用が始まります**



**健康保険証利用のメリット**

- ・就職や転職、引っ越しをしても健康保険証の切り替えが必要ない
- ※保険者への加入・喪失の届出は引き続き必要
- ・オンラインによる資格の確認により、高齢受給者証や限度額認定証などの書類が不要
- ・令和3年分所得税確定申告から、マイナンバーカードを利用した医療費控除手続きで、医療費情報の自動入力が可能になる予定

**事前申し込みに必要なものなど**

- ① マイナンバーカードと4桁の暗証番号
- ② マイナンバーカード読み取り対応のスマートフォン（またはパソコン・ICカードリーダー）
- ③ マイナンバーカードアプリをインストール

※スマートフォンなどを持っていない人は、保険年金課窓口（黄色窓口）で、申し込みを補助します

**トピック**

**出張申請や窓口順番待ちアプリ利用で混雑解消！**

職場やサークルなど、マイナンバーカード交付申請を希望する5人以上のグループについて、市の職員が職場などに出向き、マイナンバーカードの申請補助から交付までを行います。

また、市では「密」を避けるため、LINE順番待ちシステムを導入。3月はマイナンバーカードの申請・交付窓口が大変込み合いますが、ミニアプリを利用することで、混雑状況が確認できます。さらに、市役所正面駐車場などから、窓口順番の予約や車中で順番待ちが可能です。（市役所から半径約300m以内）



〔7〕 Miyakonojo City Public Relations 2021.3

図 24 マイナンバーカードの健康保険証利用ページ  
（引用：2021年3月宮崎県都城市広報紙）

マイナンバーカードのデジタル機能を活かした各種施策は、「行政手続きのオンライン化」「引越しワンストップサービス」「健康保険証としての活用」など、住民が日常生活やライフイベントのさまざまな場面で利便さを実感できるよう計画・運営されている。広報紙は、これらの具体的事例を分かりやすい言葉や写真・図解などで紹介、「カードを作ることによって得られる利点」を多角的にアピールしている。デジタル社会への移行が進む中で、マイナンバーカードが住民にとって重要なツールとなる日も近づいており、広報紙を通じた丁寧な情報発信は、その理解と普及を後押しする大きな力となっている。

## 5. 広報紙による情報の多角的な発信

マイナンバーカードの普及に向けては、実際の施策内容や申請手続きの方法をただ周知するだけでなく、いかに住民に「自分も取得してみよう」と思わせるかが重要なカギとなる。そのため各自治体では、広報紙の構成や特集記事の組み方、視覚的なデザインに至るまで、さまざまな工夫を凝らしながら「多角的な情報発信」を展開している。紙媒体というアナログなツールを最大限に活用しつつ、デジタル機能との連携を図ることで、幅広い世代と属性の住民に対して「わかりやすい・利用しやすい・魅力的」と感じてもらうよう取り組まれているのだ。以下では、広報紙を通じた情報発信の工夫を三つのポイントに分けて解説する。

### 【住民の成功事例の紹介】

マイナンバーカードを実際に取得した住民の声や活用事例を紹介する記事は、最も説得力のある広報手法の一つとされている。行政が一方的にメリットを語るだけでなく、身近な同世代や近隣地域の人たちが「こんな場面で役立った」「作ってよかった」と実体験を語ることで、読者はより親近感を持ちながら情報を受け止めることができる。

#### ・ インタビュー形式の事例紹介

広報紙では、各世代やライフステージを代表する住民を取り上げることが多い。例えば、子育て中の親御さん、高齢の方、転職や転勤で引越し手続きが多い社会人など、それぞれがどのようにカードを活用しているのか具体的にインタビューし、成功ポイントをまとめている。「平日の仕事帰りにコンビニで住民票が取れた」「健康保険証代わりに使えたので手続きがラクだった」など、生きた声を届けることでカードのメリットが伝わりやすくなる。

#### ・ 写真付きのビフォーアフター

記事には実際にカードを使っているシーンの写真が載せられ、作成前後の違いを分かりやすく比較する場合もある。これによって読者は「こんなに便利になるなら、自分も申し込んでみようかな」と身近なイメージを得やすい。成功事例の紹介は、単なる制度説明とは異なるリアルな声として、心理的ハードルを下げるうえでも大きな効果を発揮する。

## 【ビジュアルの工夫】

広報紙での情報提供は文章だけではなく、いかに視覚的に分かりやすく伝えられるかがポイントとなる。特にマイナンバーカードのような複数ステップにわたる申請・交付手続きを解説する場合、図解やイラスト、QRコードなどのビジュアル要素が欠かせない。

- **QRコードを用いたデジタル連携**

カード申請に必要なサイトや予約フォームへのアクセス用として、紙面にQRコードを大きく掲載するケースが増えている。スマートフォンのカメラをかざすだけで申し込みページや関連動画に移動できるため、「広報紙を見た瞬間に具体的なアクションに移せる」というメリットがある。特にコロナ禍以降、オンライン手続きの利用促進が進むなかで、この導線はより重宝されるようになった。広報紙では「ここを読み取って、すぐに申し込み開始！」など、シンプルでわかりやすい誘導を工夫する。

- **大きな文字と図解によるわかりやすさ**

高齢者やパソコン・スマートフォンに慣れていない方への配慮として、文字を大きくし、イラストを多用した紙面レイアウトを採用する自治体も多い。複雑な手順や必要書類を簡潔なフローチャートやアイコンで示すことで、「どこで何が必要なのか」を直感的に理解しやすくする。また、記事のカラーページを増やし、「ステップ1」「ステップ2」「ステップ3」のように手順を区切って伝えることで、読者が記事を読みながら同時に自分の状況をチェックできるようになっている。

## 【特集記事や連載コーナー】

マイナンバーカードの普及にかかわる情報は、一度広報紙に掲載すれば終わりというものではない。申請時期や住民のライフイベント、制度改正のタイミングなどに合わせて、継続的かつ段階的に情報を発信することが求められる。そのために、自治体では特集号や定期連載という形で繰り返し訴求を行っている。

- **「マイナンバーカード特集号」**

毎月または数か月おきに、マイナンバーカードに焦点を当てた特別号を発行する自治体もある。この特集号では、カード申請の基本から最新のキャンペーン情報、住民の声、申請窓口の場所とスケジュール、Q&Aなどを一括してまとめる。広報紙のトップページを大きく飾ることで目に留まりやすく、「興味なかった人もついつい読んでしまう」紙面づくりが意識されている。

- **定期連載でのフォローアップ**

月刊や隔月刊の広報紙内に「マイナンバー通信」「教えて！マイナちゃん」などのコーナーを設け、都度新しい情報や注意点を提供する取り組みも多い。例えば「オンライン手続きワンポイントレッスン」「カードを受け取った後にすべきこと」など、ステップバイステップで情報を更新していく。定期的に情報を追うことで、住民は制度変更やキャンペーンの開始時期を逃さず把握できる。

独自コーナーでは実際に市民から寄せられた質問（「写真はスマホで撮影してもいいの？」「保険証として使うにはどうすれば？」など）を紹介し、専門部署やコールセンターが回答する形式をとることで、より身近な紙面づくりを進めている。



図 25 マイナンバーカード特集号

(引用：2022 年 5 月東京都八王子市 マイナンバーカード特集号)

6. 宮崎県都城市の取組みの紹介（広報紙と愛媛県主催「行革甲子園 2020：宮崎県都城市 多様な官民連携が生んだ日本一のマイナンバーカード普及促進」から記載）

交付率トップを走る宮崎県都城市は、マイナンバーカードの普及促進に向けて、広報活動や地域連携、申請サポート体制の強化など多岐にわたる施策を展開してい

る。広報活動では、広報紙の「広報紙に寄せられたお便り」コーナーにマイナンバーカード関連の市民の声を定期的に掲載し、デジタル庁へのインタビュー企画を紹介することで、カード取得に関する安全性や Q&A を含む情報発信を行っている。また、YouTube ではマイナポイント説明動画を配信し、市民にわかりやすい情報提供を実現している。

取得促進のためのインセンティブとしては、カード取得者に 7000 円分の地域通貨ポイントを付与するほか、取得感謝券として 5000 円分を発行している。また、デジタル活用相談会に 3 回連続で参加した市民には、追加で 2000 円分のマイナポイントを付与する取り組みを実施している。

地域経済との連携も進めており、地元信用金庫との協力で定期預金金利をアップする特典を提供するほか、地元銀行と連携して若者向けの子育て応援ローンの金利を引き下げる施策を実施。また、第三セクターが運営する温泉施設ではスタンプカードの押印を通常の 2 倍とする特典を設けている。さらに、電子母子手帳アプリを活用し、飲食店と連携してお子様ランチの無料クーポンを発行するなど、子育て世帯への支援にも力を入れている。

申請サポート体制の強化にも注力しており、全国初となるタブレット端末を活用した申請支援（都城方式）を導入している。さらに、公共施設や商業施設（イオン、ドンキホーテ、au ショップなど 99 施設）での申請支援を実施しているほか、介護施設（10 施設）や教育機関（51 校）においても同様のサポートを行っている。また、地元の各種企業（金融機関、病院、運送会社など 70 社）では従業員向けの申請支援を実施し、宅建業協会の総会（6 件）でも同様の支援を展開している。加えて、税務署の確定申告会場やハローワークの雇用受給説明会といった官公庁との連携事例もあり、さらに宮崎県警察と協力して運転免許センターでの申請支援も実施している。

民間企業や教育機関との連携も進められており、PayPay 株式会社との包括連携協定を締結し、商店でのカード取得促進を図る取り組みを行っている。また、都城商業高校とデジタル関連事業に関する連携協定を結び、若年層に向けたマイナンバーカードの普及活動を展開している。

これらの包括的な施策を通じて、都城市は全体でマイナンバーカードの取得促進に取り組んでおり、多様な層へのアプローチによって普及活動を積極的に推進している。

#### 4.2.2 SNS および YouTube の情報収集

広報紙に加え、SNS や YouTube における自治体の情報発信も調査対象に含めており、広報活動の多様な手段が政策推進に及ぼす影響を総合的に分析する。これにより、従来の広報紙に加えて、デジタルメディアを活用した広報の有効性を評価する

ことが可能である。

本研究では、全国 218 自治体を対象に SNS および YouTube の利用状況を調査した。その結果、LINE は 194 自治体（89%）、YouTube は 202 自治体（93%）、X（旧 Twitter）は 169 自治体（78%）、Facebook は 174 自治体（80%）が活用していることが確認された。さらに、それぞれのメディアでマイナンバーカード交付啓蒙に関する発信を行った自治体数は、YouTube が 56 自治体（26%）、X が 55 自治体（25%）、Facebook が 127 自治体（58%）であった。

調査対象には、自治体全体として 1 つの公式アカウントを保有している場合をアカウント対象とした。一方、部署ごとに独立したアカウントを持つ自治体において、マイナンバーカード関連の情報発信を行うアカウントが確認できない場合はアカウントに含めていない。この基準を設けることで、自治体としての統一的な情報発信の状況を把握し、分析の比較性を確保している。また、LINE については、発信履歴をすべて遡って確認することが技術的に難しいため、各自治体のアカウント開設の有無のみを確認し、発信内容や頻度の詳細な分析は対象外としている。この点を踏まえ、LINE の利用状況は主にアカウントの普及度を示す指標として扱っている。

大都市、中都市、非都市に分類して SNS の活用状況を分析した結果、それぞれの特徴が明らかとなった。大都市では、LINE と YouTube の活用率が 100%と非常に高く、すべての基礎自治体が両メディアを利用している。一方で、YouTube を使ったマイナンバーカード啓蒙発信を行ったのは 33%にとどまっており、X の利用率は 95%で啓蒙発信率は 36%であった。また、Facebook についても高い利用率 92%を示しているが、啓蒙発信を行ったのは 74%である。中都市では、LINE の利用率が 97%、YouTube は 100%と大都市と同様に広く活用されている。YouTube を利用した啓蒙発信率は 42%であり、大都市に比べて啓蒙率が高い結果となった。また、X と Facebook の利用率もそれぞれ 94%、91%と非常に高く、特に Facebook を通じた啓蒙発信率は 76%に達していることがわかった。

非都市においては、LINE の利用率が 78%、YouTube は 84%と中都市や大都市に比べてやや低い傾向が見られる。YouTube を活用した啓蒙発信率は 10%にとどまり、他自治体と比べて活用が限定的である。一方で、X の利用率は 58%、啓蒙発信率は 19%であり、Facebook の利用率は 66%、啓蒙発信率は 38%という結果であった。これらの結果から、非都市におけるデジタルメディア活用の課題が浮き彫りになった。

以上の結果から、大都市では、LINE や YouTube などデジタルメディアの利用率が非常に高いものの、マイナンバーカード交付啓蒙に関する発信率は中都市より低い傾向が見られる。一方、中都市では、デジタルメディアの活用率が大都市に匹敵し、特に啓蒙発信率においては全体的に大都市を上回る結果が示された。非都市では、デジタルメディアの利用率および啓蒙発信率が他の自治体区分に比べて低く、デジタル広報の活用に課題があることが明らかとなった。

## 各自治体のSNS・YouTubeのアカウント開設・マイナカード取得啓蒙状況

|                | LINE      | YouTube   | YouTube<br>による啓蒙 | X        | X<br>による啓蒙 | Facebook | Facebook<br>による啓蒙 |
|----------------|-----------|-----------|------------------|----------|------------|----------|-------------------|
| 大都市<br>全39自治体  | 39 (100%) | 39 (100%) | 13 (33%)         | 37 (95%) | 14 (36%)   | 36 (92%) | 29 (74%)          |
| 中都市<br>全79自治体  | 77 (97%)  | 79 (100%) | 33 (42%)         | 74 (94%) | 22 (28%)   | 72 (91%) | 60 (76%)          |
| 非都市<br>全100自治体 | 78 (78%)  | 84 (84%)  | 10 (10%)         | 58 (58%) | 19 (19%)   | 66 (66%) | 38 (38%)          |
| 合計<br>全218自治体  | 194(89%)  | 202(93%)  | 56(26%)          | 169(78%) | 55(25%)    | 174(80%) | 127(58%)          |

表 6 各自治体の SNS・YouTube のアカウント開設・マイナカード取得啓蒙状況  
(筆者作成)

さらに、具体例として以下の取り組みが挙げられる。秋田市では、公式 YouTube チャンネルにおいて市民リポーターが登場し、スマートフォンを使ったマイナンバーカード申請方法や市民課による申請サポートの取り組みを紹介している。このような視覚的で具体的な情報提供は、市民に親しみやすく、幅広い層への情報浸透が期待できる。



図 26 YouTube を活用した市民リポーターによる啓蒙活動

(引用：秋田市公式 YouTube)

また、春日部市では公式 X を活用し、休日開庁に関する広報を行っている。これにより、平日に来庁できない市民の利便性を向上させる取り組みが実施されている。この柔軟な広報手段は、特定の市民ニーズに応じた施策として有効である。

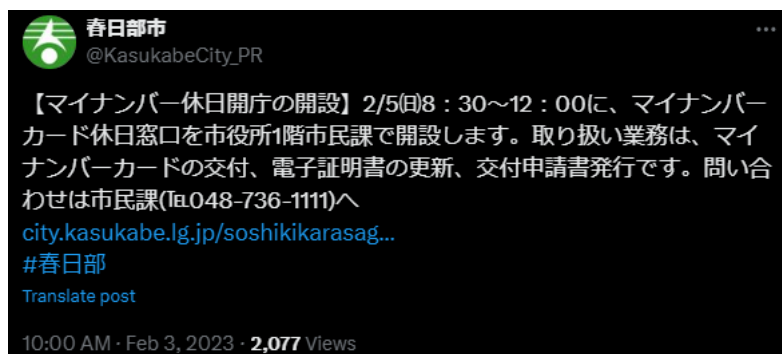


図 27 X による取得啓蒙活動

(引用：埼玉県春日部市公式 X)

さらに、都城市では公式 Facebook を活用し、職員が直接現地に赴いてマイナンバーカード申請をサポートする「出張申請補助」サービスを紹介している。この取り組みは、地理的制約や時間的な制限を克服し、申請のハードルを下げる具体的な方策である。

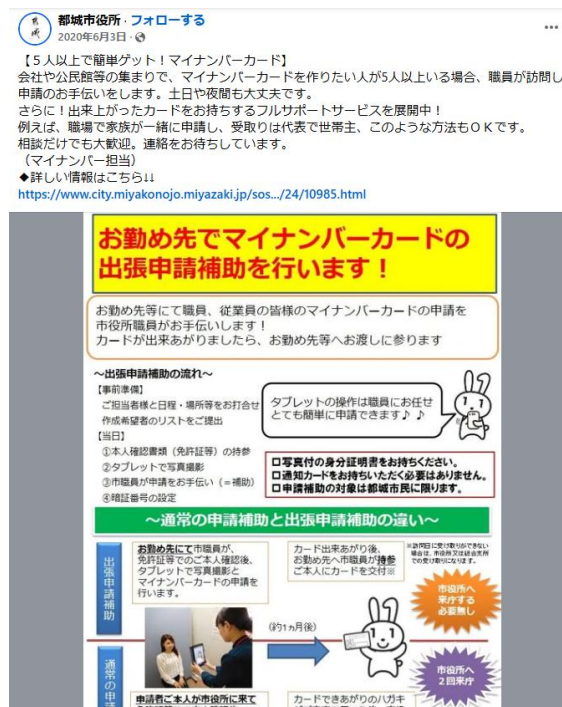


図 28 Facebook を活用した取得啓蒙活動  
(引用：宮崎県都城市公式 Facebook)

これらの結果から、デジタルメディアは自治体による広報活動の多様化において重要な役割を果たしていることが明らかとなった。しかし、啓蒙発信に関しては、自治体やメディアによって活用状況にばらつきがあり、特に非都市ではデジタルメディアのさらなる活用が課題となっている。

#### 4.2.3 追加データの収集

マイナンバーカード交付率に影響を与える要因を多角的に分析するため、全国の基礎自治体を対象に詳細なデータを収集し、説明変数として設定した。まず、総人口と人口密度を収集し、これらの指標を通じて自治体規模や地域特性が広報活動や政策推進に与える影響を評価した。人口規模の大きな自治体では情報伝達の範囲が広がり、政策推進のためのリソースが充実していると考えられる一方、人口密度が低い地方部では住民間の緊密なコミュニケーションが政策浸透に寄与する可能性がある。こうした要素は、広報活動の効率や政策推進の成果を理解するための重要な基盤を提供するものである。なお、地方自治体の広報・コミュニケーションは、行政サイドの組織体制や方針によって大きく左右されることが指摘されており

(Killingsworth, 2009)、地域特性を踏まえたチャンネル選択が重要だと考えられる。

また、財政力指数は、自治体の広報活動に充てられるリソースを反映する指標として収集した。小川・赤井（2021）の研究によれば、財政的に豊かな自治体は広報施策を充実させる傾向があり、この指数が交付率に与える影響を明らかにすることが重要である。具体的には、広報紙やデジタルメディアを活用した情報発信の質や量が財政力指数によってどの程度左右されるのかを評価し、財政力と政策推進との因果関係を解明することを目指している。さらに、65歳以上の人口構成比を収集し、高齢者層の需要が政策推進に与える影響を分析した。特に、マイナンバーカードが身分証明書として利用されるケースが増えている高齢者層において、その効果を評価することが必要である。高齢者層の情報アクセス手段や広報内容に対する感受性を考慮した分析が、今後の政策設計において重要な示唆をもたらすと考えられる。

加えて、納税者一人当たりの所得を説明変数に含めた。所得水準が高い地域では、税務手続きやキャッシュレス決済への関心が高まり、政策推進が進む傾向がある（小川・赤井，2021）。所得水準が広報活動の内容やアプローチにどのように影響を与えるのかを検討し、経済的要因が政策受容性を左右するメカニズムを解明することを目的としている。同時に、教育水準の影響を評価するために、最終学歴人口（大学・大学院進学率）も収集し、金（2012）、村瀬ら（2008）の指摘するように、教育水準が住民の政策理解や広報への反応性にどのように寄与するかを検証する。教育水準が高い地域では、政策に対する関心や理解度が高まる可能性があり、その結果として交付率が上昇することが期待される。

さらに、首長の属性として就任時の平均年齢を収集し、リーダーシップや政策推進力が広報活動に与える影響を分析した（藤澤，2004）。首長の年齢や経験が、自治体全体の広報戦略にどのような影響を及ぼすのかを明らかにすることを目的としている。加えて、首長のバックグラウンド（民間企業出身か、公務員出身か）も補足的に考慮し、多様なリーダーシップスタイルが政策推進に与える影響を検証する予定である。この際、政府と住民の信頼関係をどう築くかという視点も見逃せない。Heise（1985）が提示した「confidence gap」の概念が示すように、政策推進の成否は住民との対話・信頼構築の質に大きく左右される。こうした行政コミュニケーションの在り方を踏まえ、人口、財政、教育、高齢化、リーダーシップといった多面的な要因を総合的に検討することで、効果的な政策推進モデルの構築を目指している。

| 都道府県名 | 市区町村名 | 交付率_2022<br>年6月 | 交付率_2022<br>年7月 | 交付率_2022<br>年8月 | 交付率_2022<br>年9月 | 交付率_2022<br>年10月 | 交付率_2022<br>年11月 | 交付率_2022<br>年12月 | 交付率_2023<br>年1月 | 交付率_2023<br>年2月 | 交付率_2023<br>年3月 |
|-------|-------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 東京都   | 八王子市  | 0.4580          | 0.4660          | 0.4770          | 0.4900          | 0.5120           | 0.5400           | 0.5770           | 0.6070          | 0.6550          | 0.6810          |
| 東京都   | 武蔵村山市 | 0.4240          | 0.4290          | 0.4410          | 0.4590          | 0.4850           | 0.5130           | 0.5430           | 0.5730          | 0.6050          | 0.6410          |
| 東京都   | 大島町   | 0.3290          | 0.3340          | 0.3600          | 0.3890          | 0.4250           | 0.4540           | 0.4820           | 0.5280          | 0.5580          | 0.5950          |
| 神奈川県  | 横浜市   | 0.4980          | 0.5050          | 0.5170          | 0.5310          | 0.5510           | 0.5740           | 0.5990           | 0.6210          | 0.6460          | 0.6730          |
| 神奈川県  | 川崎市   | 0.5020          | 0.5080          | 0.5170          | 0.5270          | 0.5400           | 0.5570           | 0.5800           | 0.5990          | 0.6210          | 0.6440          |
| 神奈川県  | 相模原市  | 0.4890          | 0.4960          | 0.5070          | 0.5210          | 0.5380           | 0.5590           | 0.5820           | 0.6050          | 0.6280          | 0.6580          |
| 神奈川県  | 横須賀市  | 0.4710          | 0.4780          | 0.4930          | 0.5080          | 0.5280           | 0.5520           | 0.5850           | 0.6090          | 0.6390          | 0.6660          |
| 神奈川県  | 平塚市   | 0.4870          | 0.4930          | 0.5070          | 0.5240          | 0.5410           | 0.5650           | 0.5960           | 0.6200          | 0.6500          | 0.6810          |
| 神奈川県  | 小田原市  | 0.4740          | 0.4790          | 0.4910          | 0.5010          | 0.5170           | 0.5350           | 0.5550           | 0.5840          | 0.6160          | 0.6510          |
| 神奈川県  | 茅ヶ崎市  | 0.4870          | 0.4940          | 0.5040          | 0.5220          | 0.5400           | 0.5610           | 0.5880           | 0.6110          | 0.6410          | 0.6680          |
| 神奈川県  | 厚木市   | 0.4610          | 0.4690          | 0.4850          | 0.5030          | 0.5220           | 0.5470           | 0.5800           | 0.6100          | 0.6430          | 0.6730          |
| 神奈川県  | 大和市   | 0.4730          | 0.4800          | 0.4870          | 0.5000          | 0.5150           | 0.5310           | 0.5540           | 0.5740          | 0.5980          | 0.6250          |
| 神奈川県  | 中井町   | 0.4460          | 0.4510          | 0.4690          | 0.4820          | 0.4950           | 0.5220           | 0.5550           | 0.5840          | 0.6200          | 0.6590          |
| 新潟県   | 新潟市   | 0.3810          | 0.3870          | 0.4000          | 0.4110          | 0.4270           | 0.4510           | 0.4800           | 0.5180          | 0.5600          | 0.6050          |
| 新潟県   | 長岡市   | 0.3910          | 0.3980          | 0.4150          | 0.4340          | 0.4640           | 0.5020           | 0.5440           | 0.5910          | 0.6440          | 0.6910          |
| 新潟県   | 上越市   | 0.3950          | 0.4020          | 0.4190          | 0.4320          | 0.4590           | 0.5000           | 0.5490           | 0.5880          | 0.6440          | 0.6980          |
| 富山県   | 富山市   | 0.4400          | 0.4460          | 0.4620          | 0.4760          | 0.5000           | 0.5300           | 0.5650           | 0.5930          | 0.6320          | 0.6660          |
| 富山県   | 射水市   | 0.4680          | 0.4750          | 0.4900          | 0.5100          | 0.5350           | 0.5710           | 0.6110           | 0.6360          | 0.6810          | 0.7300          |
| 石川県   | 金沢市   | 0.4230          | 0.4280          | 0.4380          | 0.4480          | 0.4650           | 0.4910           | 0.5240           | 0.5590          | 0.5980          | 0.6390          |
| 福井県   | 福井市   | 0.4560          | 0.4630          | 0.4750          | 0.4850          | 0.5000           | 0.5250           | 0.5640           | 0.5980          | 0.6420          | 0.6770          |
| 山梨県   | 甲府市   | 0.4220          | 0.4290          | 0.4440          | 0.4630          | 0.4870           | 0.5150           | 0.5440           | 0.5770          | 0.6130          | 0.6450          |
| 山梨県   | 日川町   | 0.4510          | 0.4510          | 0.4620          | 0.5050          | 0.5100           | 0.5150           | 0.5680           | 0.5860          | 0.6370          | 0.7050          |

|                | 自治体   | その他   |                                                                                                                                |                                                     |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|----------------|-------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 規模<br>調査対<br>象 | 都道府県名 | 市区町村名 | 施策                                                                                                                             |                                                     | 2022年10月         | 2022年11月         | 2022年12月         | 2023年1月          | 2023年2月          | 2023年3月          | 2023年4月          |
| 中都市            | 東京都   | 八王子市  | ①ショッピングセンターで申請（イトーヨーカドー&アクロスモール 3月中のみ）<br>②土・日曜日に申請窓口解説<br>③市民センターや事務所など4か所を特別<br>④マイナカード特集号を発行 4ページ分<br>⑤2022年12月から八王子市独自のマイナ | 表紙掲載（1→有、0→無）<br>枠の大きさ（小数第四位まで）<br>内容（メモ程度で構いません）   | 0<br>0.2<br>0    | 0<br>0.8<br>0    | 0<br>0.1<br>0    | 1<br>0.6<br>0    | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      | 0<br>0.5<br>0    |
| 非都市            | 東京都   | 武蔵村山市 | ①日曜日窓口<br>②イオンで写真撮影&サポート<br>③マイナ専用カウンター                                                                                        | 表紙掲載（1→有、0→無）<br>枠の大きさ（小数第四位まで）<br>内容（メモ程度で構いません）   | 0<br>0.0718<br>0 | 1<br>0.2903<br>0 | 0<br>0.1685<br>0 | 0<br>0.2203<br>0 | 1<br>0.2875<br>0 | 0<br>0.258<br>0  | 0<br>0.1331<br>0 |
| 非都市            | 東京都   | 大島町   | ①休日受付                                                                                                                          | 表紙掲載（1→有、0→無）<br>特集枠の大きさ（小数第四位まで）<br>内容（メモ程度で構いません） | 0<br>0.5444<br>0 | 0<br>0<br>0      | 0<br>0.1397<br>0 | 0<br>0<br>0      | 0<br>1<br>0      | 0<br>0.1838<br>0 | 0<br>0.2479<br>0 |
| 大都市            | 神奈川県  | 横浜市   | ①横浜ファーストビルに臨時申請窓口開設<br>②特設センター開設                                                                                               | 表紙掲載（1→有、0→無）<br>特集枠の大きさ（小数第四位まで）<br>内容（メモ程度で構いません） | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      | 0<br>0.1926<br>0 | 0<br>0.06<br>0   | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      |
| 大都市            | 神奈川県  | 川崎市   | ①夜間、土日、祝日もカードを受け取れるセンター開設                                                                                                      | 表紙掲載（1→有、0→無）<br>特集枠の大きさ（小数第四位まで）<br>内容（メモ程度で構いません） | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      | 0<br>0<br>0      |
| 大都市            | 神奈川県  | 相模原市  | ①自治会活動などの公益性の高い活動に対してマイナカードを活用した地域<br>②指定会場に出張申請                                                                               | 表紙掲載（1→有、0→無）                                       | 0<br>0           | 1<br>0           | 0<br>0           | 0<br>0           | 0<br>0           | 0<br>0           | 0<br>0           |

| 都道府県名 | 市区町村名 | LINE_登録者数 | YT_登録者数 | YT_視聴総回数 | YT_動画本数 | YT_マイケ関連発信数 | X_フォロワー数 | X_発信回数 | X_マイケ関連発信数 | FB_フォロワー数 | FB_マイケ関連発信数 |
|-------|-------|-----------|---------|----------|---------|-------------|----------|--------|------------|-----------|-------------|
| 東京都   | 八王子市  | 33278     | 5920    | 1671007  | 436     | 1           | 18000    | 4622   | 0          | 4947      | 36          |
| 東京都   | 武蔵村山市 | 15454     | 604     | 80086    | 42      | 1           | 5106     | 5987   | 1          | 1130      | 2           |
| 東京都   | 大島町   | 0         | 75      | 234084   | 4       | 0           | 5258     | 1300   | 0          | 0         | 0           |
| 神奈川県  | 横浜市   | 832017    | 42700   | 35198323 | 4568    | 2           | 177500   | 15600  | 12         | 24000     | 0           |
| 神奈川県  | 川崎市   | 55201     | 11700   | 5685921  | 759     | 3           | 49500    | 19000  | 2          | 0         | 0           |
| 神奈川県  | 相模原市  | 50053     | 8840    | 4073784  | 1352    | 0           | 20700    | 26200  | 0          | 5937      | 0           |
| 神奈川県  | 横須賀市  | 162176    | 18000   | 5701883  | 765     | 0           | 37700    | 16100  | 0          | 0         | 0           |
| 神奈川県  | 平塚市   | 24546     | 2770    | 861174   | 211     | 0           | 5536     | 3556   | 0          | 4078      | 0           |
| 神奈川県  | 小田原市  | 5411      | 4700    | 2903015  | 1141    | 0           | 15400    | 13900  | 0          | 1207      | 3           |
| 神奈川県  | 茅ヶ崎市  | 54447     | 101     | 0        | 0       | 0           | 25100    | 3620   | 0          | 2830      | 1           |
| 神奈川県  | 厚木市   | 28018     | 3290    | 718329   | 734     | 0           | 10100    | 5223   | 0          | 672       | 0           |
| 神奈川県  | 大和市   | 36478     | 8910    | 4332803  | 226     | 0           | 8819     | 7262   | 0          | 0         | 0           |
| 神奈川県  | 中井町   | 1988      | 219     | 46072    | 47      | 0           | 1101     | 2945   | 0          | 718       | 0           |
| 新潟県   | 新潟市   | 145017    | 7330    | 5383544  | 1023    | 8           |          |        |            | 3679      | 3           |
| 新潟県   | 長岡市   | 90640     | 5780    | 2341165  | 944     | 2           |          |        |            | 6641      | 13          |
| 新潟県   | 上越市   | 25235     | 950     | 115766   | 164     | 0           | 6296     | 3926   | 0          | 0         | 0           |
| 富山県   | 富山市   | 43674     | 2570    | 639833   | 105     | 0           | 45600    | 5222   | 0          | 0         | 0           |
| 富山県   | 射水市   | 76265     | 1200    | 542200   | 1270    | 0           | 5879     | 3441   | 0          | 174       | 0           |
| 石川県   | 金沢市   | 220720    | 17500   | 220720   | 780     | 4           | 20200    | 29100  | 0          | 18000     | 3           |
| 福井県   | 福井市   | 15702     | 3630    | 1611199  | 1189    | 2           | 4392     | 8950   | 0          | 1408      | 7           |
| 山梨県   | 甲府市   | 19106     | 1190    | 364142   | 453     | 0           | 7807     | 18000  | 25         | 1817      | 46          |

| 都道府県名 | 市区町村名 | 首長_学歴平均 | 首長_就任時年齢平均 | 首長_民間経験平均 | 首長_期数平均 | 首長1_学歴 | 首長1_就任時年齢 | 首長1_民間経験 | 首長1_期数 | 首長2_学歴 | 首長2_就任時年齢 |
|-------|-------|---------|------------|-----------|---------|--------|-----------|----------|--------|--------|-----------|
| 東京都   | 八王子市  | 1.00    | 55         | 1.00      | 3.00    | 1      | 55        | 1        | 3      |        |           |
| 東京都   | 武蔵村山市 | 0.50    | 65.5       | 0.00      | 2.00    | 0      | 63        | 0        | 3      | 1      | 68        |
| 東京都   | 大島町   |         | 67         | 0.50      | 1.50    |        | 59        | 0        | 2      | 0      | 75        |
| 神奈川県  | 横浜市   | 0.50    | 56         | 1.00      | 2.00    | 0      | 63        | 1        | 3      | 1      | 49        |
| 神奈川県  | 川崎市   | 1.00    | 41         | 0.00      | 3.00    | 1      | 41        | 0        | 3      |        |           |
| 神奈川県  | 相模原市  | 1.00    | 55.5       | 0.00      | 2.50    | 1      | 62        | 0        | 3      | 1      | 49        |
| 神奈川県  | 横須賀市  | 1.00    | 48.5       | 0.50      | 2.00    | 1      | 34        | 1        | 2      | 1      | 63        |
| 神奈川県  | 平塚市   | 1.00    | 54         | 0.00      | 3.00    | 1      | 54        | 0        | 3      |        |           |
| 神奈川県  | 小田原市  | 1.00    | 49         | 0.50      | 3.00    | 1      | 44        | 1        | 4      | 1      | 54        |
| 神奈川県  | 茅ヶ崎市  | 0.50    | 45.5       | 0.50      | 3.00    | 0      | 42        | 1        | 4      | 1      | 49        |
| 神奈川県  | 厚木市   | 1.00    | 54         | 0.50      | 2.50    | 1      | 58        | 0        | 4      | 1      | 50        |
| 神奈川県  | 大和市   | 0.50    | 57         | 1.00      | 2.50    | 0      | 59        | 1        | 4      | 1      | 55        |
| 神奈川県  | 中井町   |         | 57         | 0.50      | 1.50    |        | 60        | 0        | 2      | 1      | 54        |
| 新潟県   | 新潟市   | 1.00    | 56.5       | 0.50      | 3.00    | 1      | 54        | 1        | 4      | 1      | 59        |
| 新潟県   | 長岡市   | 1.00    | 65         | 0.00      | 3.00    | 1      | 65        | 0        | 3      |        |           |
| 新潟県   | 上越市   | 1.00    | 53.5       | 0.50      | 2.00    | 1      | 61        | 0        | 3      | 1      | 46        |
| 富山県   | 富山市   | 1.00    | 54.5       | 0.00      | 3.00    | 1      | 50        | 0        | 5      | 1      | 59        |
| 富山県   | 射水市   | 1.00    | 37         | 1.00      | 4.00    | 1      | 37        | 1        | 4      |        |           |
| 石川県   | 金沢市   | 1.00    | 49         | 0.50      | 2.50    | 1      | 48        | 1        | 4      | 1      | 50        |
| 福井県   | 福井市   | 1.00    | 55         | 0.00      | 4.00    | 1      | 55        | 0        | 4      |        |           |
| 山梨県   | 甲府市   | 1.00    | 56         | 1.00      | 3.00    | 1      | 56        | 1        | 3      |        |           |

| 都道府県名 | 市区町村名 | 財政力指数 | 最終学歴人口_大学・大学院_人 | 最終学歴人口_大学・大学院_% | 最終学歴人口_短大・高等_人 | 最終学歴人口_短大・高等_% | 最終学歴人口_高校・旧中_人 | 最終学歴人口_高校・旧中_% | 最終学歴人口_小学校・中学校_人 | 最終学歴人口_小学校・中学校_% |
|-------|-------|-------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| 東京都   | 八王子市  | 0.94  | 119052          | 0.2055          | 63573          | 0.1097         | 136385         | 0.2354         | 35426            | 0.0611           |
| 東京都   | 武蔵村山市 | 0.82  | 7543            | 0.1065          | 6386           | 0.0902         | 18743          | 0.2646         | 6460             | 0.0912           |
| 東京都   | 大島町   | 0.32  | 996             | 0.1402          | 739            | 0.1041         | 2725           | 0.3837         | 1234             | 0.1738           |
| 神奈川県  | 横浜市   | 0.97  | 959277          | 0.2539          | 451280         | 0.1195         | 839166         | 0.2221         | 196310           | 0.0520           |
| 神奈川県  | 川崎市   | 1.03  | 405730          | 0.2638          | 173515         | 0.1128         | 299213         | 0.1945         | 75989            | 0.0494           |
| 神奈川県  | 相模原市  | 0.88  | 139656          | 0.1925          | 86778          | 0.1196         | 186525         | 0.2571         | 50844            | 0.0701           |
| 神奈川県  | 横浜賀市  | 0.81  | 60495           | 0.1559          | 44286          | 0.1141         | 133250         | 0.3434         | 36140            | 0.0931           |
| 神奈川県  | 平塚市   | 0.98  | 43759           | 0.1693          | 29426          | 0.1139         | 72487          | 0.2805         | 20329            | 0.0787           |
| 神奈川県  | 小田原市  | 0.96  | 33118           | 0.1754          | 23075          | 0.1222         | 57943          | 0.3068         | 15344            | 0.0812           |
| 神奈川県  | 茅ヶ崎市  | 0.96  | 54417           | 0.2245          | 32464          | 0.1339         | 58497          | 0.2413         | 12310            | 0.0508           |
| 神奈川県  | 厚木市   | 1.26  | 41146           | 0.1839          | 27192          | 0.1216         | 63203          | 0.2825         | 19091            | 0.0853           |
| 神奈川県  | 大和市   | 0.97  | 45648           | 0.1909          | 27132          | 0.1134         | 56472          | 0.2361         | 14481            | 0.0605           |
| 神奈川県  | 中井町   | 1.00  | 1309            | 0.1408          | 1191           | 0.1281         | 3592           | 0.3862         | 1117             | 0.1201           |
| 新潟県   | 新潟市   | 0.69  | 119819          | 0.1518          | 93439          | 0.1184         | 261118         | 0.3308         | 89511            | 0.1134           |
| 新潟県   | 長岡市   | 0.62  | 32489           | 0.1217          | 29843          | 0.1118         | 103314         | 0.3870         | 40100            | 0.1502           |
| 新潟県   | 上越市   | 0.62  | 20673           | 0.1099          | 19452          | 0.1034         | 79353          | 0.4220         | 23524            | 0.1251           |
| 富山県   | 富山市   | 0.83  | 74117           | 0.1791          | 53070          | 0.1282         | 135081         | 0.3263         | 38594            | 0.0932           |
| 富山県   | 射水市   | 0.66  | 14632           | 0.1612          | 12900          | 0.1422         | 31664          | 0.3489         | 10119            | 0.1115           |
| 石川県   | 金沢市   | 0.89  | 87093           | 0.1880          | 55311          | 0.1194         | 126821         | 0.2738         | 34733            | 0.0750           |
| 福井県   | 福井市   | 0.83  | 47909           | 0.1826          | 27656          | 0.1054         | 83272          | 0.3174         | 27772            | 0.1059           |
| 山梨県   | 甲府市   | 0.76  | 34955           | 0.1844          | 23475          | 0.1238         | 53032          | 0.2797         | 13504            | 0.0712           |
| 山梨県   | 早川町   | 0.21  | 180             | 0.1638          | 95             | 0.0865         | 408            | 0.3716         | 706              | 0.2787           |

図 29 調査データ

(総務省「マイナンバーカード交付状況について」「地方公共団体の主要財政指標一覧」、e-Stat「国勢調査データ」、各自治体のホームページの掲載資料・SNS・YouTube ページを基に筆者作成)

#### 4.2.4 被説明変数と説明変数

被説明変数としては、総務省が発表する 2023 年 3 月時点のマイナンバーカード交付率を採用し、政策推進の成果を評価した。これらの説明変数を基に、各自治体の広報活動や地域特性がマイナンバーカードの交付率に与える影響を多角的に分析し、効果的な政策推進のための知見を得ることを目指す。

## 被説明変数（結果）と説明変数（要因）

### 被説明変数

**交付率:**前月からの伸び率が最も高かった2023年3月とする

### 説明変数

**総人口:**自治体規模を示す基本的指標

**人口密度:**情報伝達効率や地域特性を測る指標

**財政力指数:**自治体の財政力を鑑みる指標

**65歳以上人口構成比:**高齢者層の需要を反映する指標

**納税者一人当たりの所得:**経済的背景と政策普及の関連性を示す指標

**大学進学率:**教育水準が政策理解に与える影響を評価

**首長の就任時平均年齢:**政策推進力や広報活動への影響を測る指標

**SNS発信回数:**デジタル広報の有効性を評価

**広報紙掲載枠合計(2017~2023年):**広報紙の枠の大きさに影響があるか

図 30 被説明変数と説明変数  
(筆者作成)

## 記述統計量

| 項目                       | 度数  | 最小値         | 最大値         | 平均値         | 標準偏差        |
|--------------------------|-----|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 交付率 2023年3月              | 218 | 0.473       | 0.938       | 0.672       | 0.057       |
| 総人口                      | 218 | 1098        | 3777491     | 284636.570  | 439160.596  |
| 人口密度(人/km <sup>2</sup> ) | 218 | 3.0         | 23182.100   | 3282.970    | 5418.746    |
| 財政力指数                    | 218 | 0.140       | 1.400       | 0.649       | 0.281       |
| 65歳以上人口<br>構成比(%)        | 218 | 0.146       | 0.587       | 0.309       | 0.075       |
| 納税者一人当たりの<br>所得(円)       | 218 | 1085206.402 | 11215200.35 | 3032326.173 | 1073000.078 |
| 最終学歴人口<br>大学・大学院(%)      | 218 | 0.047       | 0.363       | 0.155       | 0.063       |
| 首長 就任時年齢平均               | 216 | 29.0        | 72/0        | 54.449      | 8.0798      |
| X 発信回数                   | 169 | 0           | 132200      | 8226.740    | 14021.061   |
| 掲載枠合計<br>2017年から2023年    | 218 | 0           | 30.638      | 7.599       | 6.235       |

図 31 記述統計量  
(筆者作成)

## 4.3 分析方法

### 4.3.1 定量的分析：重回帰分析

本研究では重回帰分析を使用する。重回帰分析とは、ある特定の変数（被説明変数）と、それに影響を与える複数の他の変数（説明変数）との関係を直線の式で表現することが可能な分析手法である（大塚, 2023）。この手法の特徴は、複数の要因が結果に及ぼす影響を同時に評価できる点にあり、各説明変数が被説明変数に与える影響の大きさや方向性を数値化することで、それぞれの要因がどの程度重要であるのかを明らかにできるという点にある。この分析手法は、目的変数が量的尺度であり、正規分布を仮定できる場合に適用されることが原則とされている。また、説明変数についても量的尺度であることが望ましいとされ、これらの条件が満たされる場合、目的変数と説明変数との関係を線形の式で記述することができる。このような特性を持つ重回帰分析は、経済、社会科学、マーケティング、政策研究など、多岐にわたる分野で広く活用されている。以下の[図 32]は、重回帰分析の概要を説明したものである。この図では、企業の顧客満足度を被説明変数として設定し、その満足度に影響を与えると考えられる「製品の品質」「価格」「納期」の3つの要因を説明変数として設定している。この例を通じて、どの説明変数が被説明変数である顧客満足度に強い影響を持つのかを分析することができる。

### 重回帰分析の概要

**用途:** 複数の要因が結果に及ぼす影響を同時に調べ、どの要因がどれだけ重要かを評価するために使われる。経済、社会科学、マーケティングなど幅広い分野で利用される。

**概要:** 被説明変数と複数の説明変数の関係を数式で表し、各説明変数が被説明変数に与える影響の強さを数値で示す。

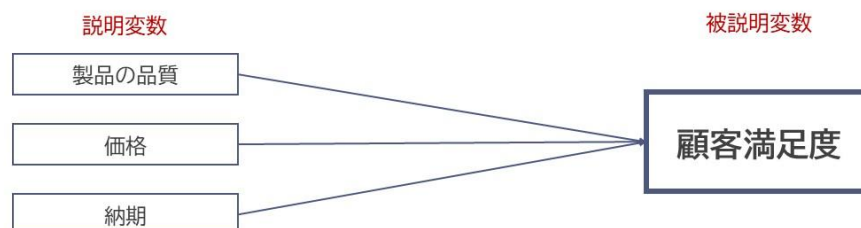


図 32 重回帰分析の概要  
(筆者作成)

以下の[表 7]に基づき、重回帰分析の結果を詳細に解説する。本分析では、説明変数として設定された「製品の品質」「価格」「納期」が、被説明変数である「顧客満足度」にどのような影響を与えるのかを明らかにしている。まず、p 値の結果について触れると、「製品の品質」の p 値は 0.03、「価格」の p 値は $<0.001$ とされており、これらの変数が顧客満足度に対して統計的に有意な影響を持つことが示されている。一方、「納期」に関しては p 値が 0.15 であり、統計的に有意な影響が確認されなかった。これにより、「製品の品質」と「価格」は顧客満足度の決定要因として注目される一方で、「納期」の影響は今回の分析では限定的であることが分かる。

次に、非標準化係数 (B) の値を検討する。「製品の品質」の B 値は 0.05 であり、品質が 1 単位向上するごとに顧客満足度が 0.05 ポイント増加することを示している。これは、製品の品質が高まることが顧客満足度を向上させる重要な要素であることを意味する。一方、「価格」の B 値は-0.27 であり、価格が 1 単位上昇するごとに顧客満足度が 0.27 ポイント低下することを示している。これにより、価格が高いことが顧客満足度に負の影響を与えることが確認された。「納期」の B 値は-0.11 であったが、p 値の結果から統計的に有意でないため、この結果は顧客満足度への影響が実際に存在するとは言い切れない。

さらに、標準化係数 ( $\beta$ ) については、各説明変数の影響の強さを比較するために有用である。「製品の品質」の  $\beta$  値は 0.38、「価格」の  $\beta$  値は-0.49、「納期」の  $\beta$  値は-0.26 と算出されており、これらの値から「価格」の影響が最も強いことが分かる。具体的には、価格が顧客満足度に対して与える負の影響が非常に大きく、次いで「製品の品質」の正の影響が確認される。「納期」の  $\beta$  値は他の 2 変数に比べて小さいため、顧客満足度への影響は限定的であると解釈される。

最後に、t 値に注目すると、「製品の品質」の t 値は 2.12、「価格」の t 値は-4.42 であり、これらはいずれも統計的に有意な影響を示している。一方、「納期」の t 値は-1.43 であり、統計的有意性を持たない結果となっている。この t 値の結果も、「製品の品質」と「価格」が顧客満足度において重要な要因であることを補強している。

総括すると、本研究の重回帰分析の結果から、「製品の品質」は顧客満足度を向上させるための重要な正の要因であり、「価格」は満足度を低下させる主な負の要因であることが明らかとなった。一方、「納期」は顧客満足度に対する影響が確認されず、満足度を向上させるための優先的な要因ではないことが示唆された。この結果を踏まえ、企業においては特に製品の品質を向上させ、価格設定について慎重に検討することが顧客満足度向上の鍵となると考えられる。

## 重回帰分析の概要：結果の見方

| 項目    | 非標準化係数 (B) | 標準誤差  | t 値   | 有意確率 (p 値) |
|-------|------------|-------|-------|------------|
| (定数)  | 0.80       | 0.036 | 22.56 | < 0.001    |
| 製品の品質 | 0.05       | 0.014 | 2.12  | 0.03       |
| 価格    | -0.27      | 0.063 | -4.42 | < 0.001    |
| 納期    | -0.11      | 0.076 | -1.43 | 0.15       |

a:被説明変数 顧客満足度

**製品の品質:満足度に有意な正の影響あり(品質が高いほど満足度が上がる)**

**価 格:満足度に有意な負の影響あり(価格が高いほど満足度が下がる)**

表 7 重回帰分析の概要：結果の見方  
(筆者作成)

### 4.3.2 定性的分析：重回帰式

以下の[図 33]を例にして重回帰式について整理したい。重回帰式とは、複数の説明変数が被説明変数に与える影響を定量的に捉えるための数式であり、各説明変数の影響力を具体的に示すことができる手法である。この式の中では、被説明変数（目的とする変数）の変動がいかに説明変数（影響を与える要因）によって説明されるかが示される。この手法を活用することで、複数の要因が絡み合った結果を正確に解明し、さらに将来的な予測にもつなげることが可能である。

## 重回帰分析の概要：重回帰式

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \epsilon$$

- Y は被説明変数(例：顧客満足度)の値を示す。
- a は切片で、説明変数がすべてゼロのときの被説明変数の値を表す。
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, …, b<sub>n</sub> は各説明変数 X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, …, X<sub>n</sub> の回帰係数で、各説明変数が被説明変数にどの程度影響するかを示している。
- X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, …, X<sub>n</sub> は説明変数で、被説明変数に影響を与える要素を表す。
- ε は誤差項であり、説明変数によって説明しきれない部分を示している。

当てはめると以下の式になる

$$\text{顧客満足度} = 0.80 + 0.05 \times \text{製品の品質} - 0.27 \times \text{価格} - 0.11 \times \text{納期} + \epsilon$$

図 33 重回帰式の概要  
(筆者作成)

たとえば、図に示されている式では、Yは被説明変数（ここでは顧客満足度）を表し、aは切片、b<sub>1</sub>、b<sub>2</sub>、b<sub>3</sub>は説明変数の回帰係数を表している。この回帰係数は、それぞれの説明変数が被説明変数にどの程度の影響を及ぼすかを示す数値である。具体的には、「製品の品質」の係数が0.05である場合、品質が1単位向上するごとに顧客満足度が0.05ポイント増加することを意味している。一方、「価格」の係数が-0.27である場合、価格が1単位上昇するごとに顧客満足度が0.27ポイント減少することを示している。同様に、「納期」の係数が-0.11である場合は、納期の遅れが満足度にマイナスの影響を与えることを意味しているが、この影響は他の要因と比較してやや小さいと解釈される。

また、このような重回帰式を用いることの意義は、各説明変数が被説明変数にどのように寄与しているのかを明確化できる点にある。本研究では、顧客満足度を被説明変数とし、「製品の品質」「価格」「納期」を説明変数とする重回帰式を構築することにより、これらの要因が顧客満足度を与える影響の大きさや方向性を具体的に示すことができた。この手法を適用することで、たとえば製品の品質を向上させれば顧客満足度が向上し、逆に価格が上がると満足度が低下する、といった傾向を数値として明らかにすることが可能である。

さらに、この重回帰式を用いることによって、どの要因が最も重要であり、どの要因の影響が小さいかを判断することができる。たとえば、回帰係数の値が大きい「価格」は、顧客満足度への影響が特に強い要因であるため、価格戦略の見直しが

満足度向上の優先課題となる可能性が高い。一方で、「納期」の影響が限定的である場合には、納期改善に割くリソースを他の要因に振り向けることが合理的である。このように、重回帰式の分析結果は、具体的な施策の立案に直結する実用的な情報を提供するものである。

## 第5章 結果

### 5.1 重回帰分析の概要説明

本研究では、SPSS の重回帰分析機能を用いて全体的な分析を行った。説明変数の投入には「強制投入法」を採用し、各変数が被説明変数に与える影響を独立して評価する枠組みを設けた。また、分析においては「統計量」の設定で回帰係数の推定値と 95%信頼区間を確認する項目を選択した。欠損値は「リストごとに除外」の設定を適用し、分析の精度を確保した。これらの設定に基づき、分析では各説明変数が被説明変数である交付率に与える影響の有意性を評価した。t 値や p 値を用いて有意性を確認し、説明変数が交付率に統計的に意味のある影響を持つかどうかを検証した。

### 5.2 分析結果

今回の重回帰分析では、広報紙の掲載枠合計（2017 年から 2023 年）が特に重要な変数であることが統計的に明らかになった。この分析結果は、掲載枠合計の非標準化係数が 0.002 であり、t 値が 2.891、さらに有意確率が 0.004 と 0.05 未満であることから、広報紙の掲載枠が統計的に有意な正の影響を持つことを示している。このことは、広報紙に割かれる掲載スペースが多ければ多いほど、マイナンバーカードの交付率が向上する傾向があることを示している。今回の結果は、広報活動がマイナンバーカードの普及において重要な役割を果たしていることを裏付けるものであり、特に広報紙が住民に直接訴求する媒体として効果を持つことを示している。

また、分析では総人口、人口密度、財政力指数、65 歳以上人口構成比、納税者一人当たりの所得、最終学歴人口（大学・大学院進学率）、首長の就任時平均年齢、そして X 発信回数といった他の説明変数も検討された。しかし、これらの変数に関しては、人口密度を除いて有意確率が 0.05 を超えており、統計的に有意な影響を示していないことが分かった。具体的には、総人口の非標準化係数は 0.000000006236 であり、有意確率は 0.491 であった。この結果は、自治体の人口規模がマイナンバーカード交付率に直接的な影響を持たない可能性を示唆している。さらに、人口密度については非標準化係数が -0.000003394、有意確率が 0.005 と、唯一統計的に有意な負の影響を示している。このことは、人口が密集している自治体では、情報伝達が逆に分散し、交付率が下がる可能性を示唆している。

一方、財政力指数の非標準化係数は -0.027 で、有意確率は 0.216 であった。この結果は、自治体の財政力がマイナンバーカード交付率に統計的に有意な影響を与え

ていないことを示している。同様に、65歳以上人口構成比の有意確率は0.557、納税者一人当たりの所得の有意確率は0.404であり、これらの変数も交付率への影響を示すことはできなかった。最終学歴人口（大学・大学院進学率）の場合、非標準化係数は0.195で、有意確率が0.115と、一定の影響が見られるものの統計的に有意ではない結果となった。

これらの結果を踏まえると、広報紙の掲載枠がマイナンバーカード交付率の向上において重要な役割を果たしていることが浮き彫りとなる。特に、広報紙は住民に直接的にアプローチできる媒体であり、その掲載スペースを効果的に活用することが政策推進の鍵となることが示された。本研究の結果は、今後の政策推進において、広報活動の戦略的強化が重要であることを強調している。

係数  
被説明変数「2023年3月のマイナンバーカード交付率」

| モデル                           | 非標準化係数       |              | 標準化係数        | t 値          | 有意確率         |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                               | B            | 標準誤差         | ベータ          |              |              |
| (定数)                          | 0.675        | 0.058        |              | 11.707       | 0.000        |
| 総人口                           | 0.000        | 0.000        | 0.06         | 0.691        | 0.491        |
| 人口密度(人/km <sup>2</sup> )      | 0.000        | 0.000        | -0.404       | -2.874       | 0.005        |
| 財政力指数                         | -0.027       | 0.022        | -0.148       | -1.242       | 0.216        |
| 65歳以上人口構成比(%)                 | -0.059       | 0.101        | -0.084       | -0.589       | 0.557        |
| 納税者一人当たりの所得(円)                | 0.000        | 0.000        | 0.106        | 0.837        | 0.404        |
| 最終学歴人口<br>大学・大学院(%)           | 0.195        | 0.123        | 0.248        | 1.585        | 0.115        |
| 首長 就任時年齢平均                    | 0.000        | 0.000        | -0.065       | -0.834       | 0.406        |
| X 発信回数                        | 0.000        | 0.000        | -0.085       | -1.064       | 0.289        |
| <b>掲載枠合計<br/>2017年から2023年</b> | <b>0.002</b> | <b>0.001</b> | <b>0.232</b> | <b>2.891</b> | <b>0.004</b> |

調整済みR<sup>2</sup>:0.065  
分散分析の有意確率:0.019<sup>b</sup>  
サンプル数:168

表 8 重回帰分析結果  
(筆者作成)

次に、重回帰モデルの予測値と実測値[図 34]について分析すると、一部の観測値が対角線からやや乖離しているものの、全体として右肩上がりの傾向が確認できる。こ

れは、モデルが一定の予測精度を持ち、傾向を捉えられていることを示している。調整済み R 二乗はやや低いものの、さらなるモデルの改良によって精度向上が期待できる。

## 重回帰モデルの予測値と実測値

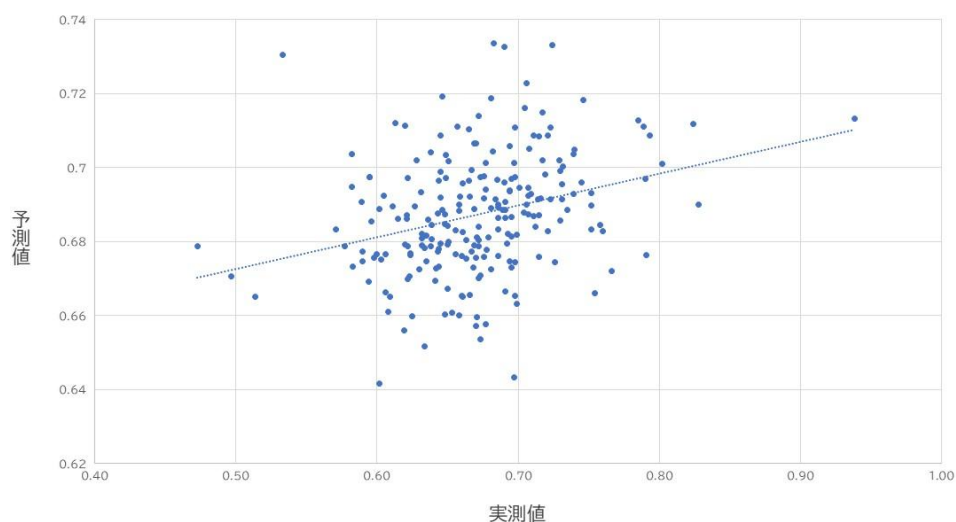


図 34 重回帰モデルの予測値と実測値  
(筆者作成)

さらに、65 歳以上人口構成比と広報紙掲載枠の交互作用項も説明変数として分析した[表 9]。その結果、交互作用項の非標準化係数は 0.026、有意確率は 0.012 であり、統計的に有意な正の影響が確認された。これは、65 歳以上人口の割合が高い自治体ほど、広報紙の掲載枠の影響が大きくなることを示している。すなわち、高齢者の多い自治体では、広報紙を通じた情報伝達が特に有効である可能性が示唆される。この結果は、デジタルメディアよりも紙媒体に対する高齢者の親和性の高さが影響している可能性を示唆しており、広報戦略を考える上で重要な示唆を与えるものになるであろう。

係数  
被説明変数「2023年3月のマイナンバーカード交付率」

| モデル                                         | 非標準化係数 |       | 標準化係数  | t 値    | 有意確率  |
|---------------------------------------------|--------|-------|--------|--------|-------|
|                                             | B      | 標準誤差  | ベータ    |        |       |
| (定数)                                        | 0.772  | 0.068 |        | 11.322 | <.001 |
| 総人口                                         | 0.000  | 0.000 | 0.047  | 0.559  | 0.577 |
| 人口密度(人/km <sup>2</sup> )                    | 0.000  | 0.000 | -0.432 | -3.117 | 0.002 |
| 財政力指数                                       | -0.028 | 0.021 | -0.155 | -1.323 | 0.188 |
| 65歳以上人口構成比(%)                               | -0.327 | 0.144 | -0.461 | -2.266 | 0.025 |
| 納税者一人当たりの所得(円)                              | 0.000  | 0.000 | 0.119  | 0.954  | 0.342 |
| 最終学歴人口<br>大学・大学院(%)                         | 0.118  | 0.124 | 0.151  | 0.952  | 0.343 |
| 首長 就任時年齢平均                                  | 0.000  | 0.000 | -0.074 | -0.968 | 0.335 |
| X 発信回数                                      | 0.000  | 0.000 | -0.092 | -1.178 | 0.241 |
| 掲載枠合計<br>2017年から2023年                       | -0.006 | 0.003 | -0.703 | -1.875 | 0.063 |
| 65歳以上人口構成比(%)<br>×<br>掲載枠合計<br>2017年から2023年 | 0.026  | 0.01  | 1.061  | 2.549  | 0.012 |

調整済みR<sup>2</sup>:0.097  
分散分析の有意確率:0.003<sup>b</sup>  
サンプル数:168

表 9 重回帰分析結果（高齢化率と広報紙掲載量の交互作用項）  
（筆者作成）

## 5.3 重回帰式の作成・結果・分析

### 5.3.1 重回帰式作成

続いてマイナンバーカード交付率に影響を与える要因を分析するため、従属変数に2023年3月時点の交付率を設定し、説明変数として総人口、人口密度、財政力指数、65歳以上人口構成比、納税者一人当たりの所得、最終学歴が大学または大学院卒業である人口の割合、首長の就任時年齢の平均、Xにおける発信回数、広報紙の掲載枠合計（2017年から2023年までの累計値）を採用し、「交付率 = 0.675 + (総人口 × 0.000000006236) + (人口密度 × -0.00000339) + (財政力指数 × -0.027) + ...」という回帰式を構築し、このモデルによって各変数が交付率に与える影響を定量的に把握することを目的とした。

### 重回帰式の作成

普及率=定数+b 1 ×掲載枠合計+b 2 ×総人口+...+b n ×掲載枠合計

| モデル                      | 係数     |       | 標準化係数<br>ベータ | t 値    | 有意確率  |
|--------------------------|--------|-------|--------------|--------|-------|
|                          | B      | 標準誤差  |              |        |       |
| (定数)                     | 0.675  | 0.058 |              | 11.707 | 0.000 |
| 総人口                      | 0.000  | 0.000 | 0.06         | 0.691  | 0.491 |
| 人口密度(人/km <sup>2</sup> ) | 0.000  | 0.000 | -0.404       | -2.874 | 0.005 |
| 財政力指数                    | -0.027 | 0.022 | -0.148       | -1.242 | 0.216 |
| 65歳以上人口構成比(%)            | -0.059 | 0.101 | -0.084       | -0.589 | 0.557 |
| 納税者一人当たりの所得(円)           | 0.000  | 0.000 | 0.106        | 0.837  | 0.404 |
| 最終学歴人口大学・大学院(%)          | 0.195  | 0.123 | 0.248        | 1.585  | 0.115 |
| 首長 就任時年齢平均               | 0.000  | 0.000 | -0.065       | -0.834 | 0.406 |
| X 発信回数                   | 0.000  | 0.000 | -0.085       | -1.064 | 0.289 |
| 掲載枠合計<br>2017年から2023年    | 0.002  | 0.001 | 0.232        | 2.891  | 0.004 |

調整済みR<sup>2</sup>:0.065  
分散分析の有意確率:0.019<sup>a</sup>  
サンプル数:218

予測より交付率が**高い**地域：  
特別な取り組みや努力が成功している

予測より交付率が**低い**地域：  
何かが不足、もしくは改善の余地がある

図 35 重回帰式の作成  
(筆者作成)

### 5.3.2 結果・分析

重回帰分析の結果に基づき、交付率の実際の値と予測値との差分を算出したところ、トップ5[表 10]およびワースト5[表 11]の基礎自治体が明らかとなった。トップ5に位置する自治体は、実際の交付率が予測値を大きく上回っており、宮崎県都城市（差分 22.5%）、熊本県多良木町（差分 13.8%）、宮崎県三股町（差分 11.5%）、山形県飯豊町（差分 11.2%）、佐賀県嬉野市（差分 10.1%）であった。

一方、ワースト5に位置する自治体は、実際の交付率が予測値を大きく下回っており、大阪府東大阪市（差分-12.2%）、沖縄県那覇市（差分-15.1%）、宮城県登米市（差分-17.4%）、沖縄県北谷町（差分-19.8%）、沖縄県本部町（差分-20.6%）であった。

これらの結果から、トップ5に位置する自治体は何らかの特別な取り組みや努力が成功し、予測を超える交付率を実現している可能性が示唆される。一方、ワースト5に位置する自治体は、取り組みや支援が十分でない、もしくは改善の余地がある状況であることが推察される。

## 重回帰式の予測を上回ったトップ5

トップ5は、住民が登場することで「自分事」感を演出させるなど、広報紙が充実

| トップ5 | 市区町村名 | 交付率<br>2023年3月 | 計算結果<br>(予測値) | 差分    |
|------|-------|----------------|---------------|-------|
|      | 都城市   | 93.8%          | 71.3%         | 22.5% |
|      | 多良木町  | 82.8%          | 69.0%         | 13.8% |
|      | 三股町   | 79.1%          | 67.6%         | 11.5% |
|      | 飯豊町   | 82.4%          | 71.2%         | 11.2% |
|      | 嬉野市   | 80.2%          | 70.1%         | 10.1% |

都城市 広報紙:2021年12月

表 10 重回帰式の予測を上回ったトップ5  
(筆者作成)

続いて、これらの基礎自治体における取り組みの違いや背景要因を詳細に分析する。まず、[表 10]にあるようにトップ5の自治体では、部署の横断的な連携が強く、全ての部署が一体となって普及施策に取り組んでいる点が特徴的である（4/5の自治体が部署の横断連携による発信を実施）。例えば、確定申告の発信においてもマイナンバーカードの取得啓蒙やメリットを記載するなど部門の壁を越えて連携して広報紙や活用し分かりやすく伝える情報発信が行われている。他にもカード取得のメリットやQA 市民目線の独自企画が掲載され、市民が具体的な活用イメージを持てるよう工夫されている。これらの取り組みが住民の理解と共感を生み出し、予測値を上回る高い交付率につながっていると考えられる。

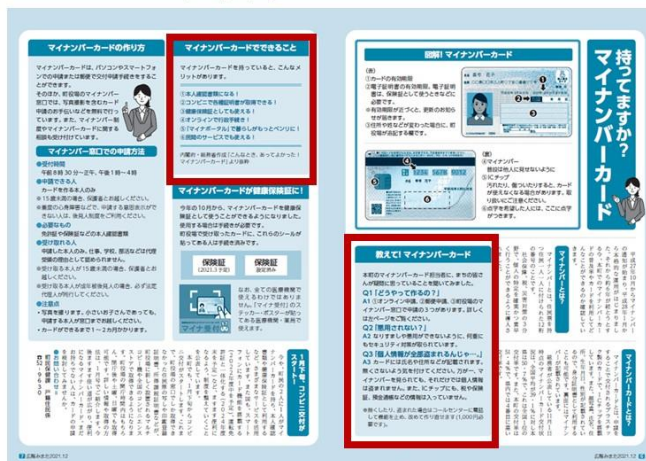
## トップ5：確定申告の発信で取得啓蒙



図 36 確定申告の発信でマイナンバーカード取得啓蒙  
(引用：2021 年 4 月 熊本県多良木町広報紙)

## トップ5：メリットやQAの掲載

### メリット



### QA

図 37 メリットやQAの掲載  
(引用：2021 年 12 月 宮崎県三股町広報紙)

税務課の発信において、確定申告に関する情報提供だけでなく、本来は他部署が担うべき業務であるマイナンバーカードの取得方法や基本的なメリットについても記載している。

マイナンバーカード取得のメリットやQAによる不安解消を紙面上で展開する。

一方、ワースト5[表 11]の基礎自治体では、部門連携が不足しているためか他部門との協力体制が確認できない。広報紙におけるマイナンバーカード普及に関する情報掲載も限定的で、カード取得のメリットやQA（よくある質問）の記載が特段見られなかった。こうした情報提供の不足が、市民の理解を妨げ、予測値を下回る低い交付率に影響を及ぼしていると考えられる。

## 重回帰式の予測を下回ったワースト5

ワースト5はマイナポイント第一弾終了月にも関わらず、広報紙に力を入れていない

| ワースト5 | 市区町村名 | 交付率<br>2023年3月 | 計算結果<br>(予測値) | 差分     |
|-------|-------|----------------|---------------|--------|
|       | 東大阪市  | 58.2%          | 70.4%         | -12.2% |
|       | 那覇市   | 51.4%          | 66.5%         | -15.1% |
|       | 登米市   | 49.7%          | 67.1%         | -17.4% |
|       | 北谷町   | 53.3%          | 73.1%         | -19.8% |
|       | 本部町   | 47.3%          | 67.9%         | -20.6% |

**マイナンバーカードの  
受け取りはお早めに**

令和3年4月末までにマイ  
ナンバーカードの申請をした  
人を対象としたマイナポイン  
ト事業の期間は、12月末まで  
です。またカードを受け取って  
いない人は、早めに受け取り  
ください。受け取りは各自治体支  
所への事前予約が必要です。

**【問い合わせ】**市民生活部市民  
生活課（戸籍係）  
☎0220（58）2118

登米市 広報紙:2021年12月

表 11 重回帰式の予測を下回ったワースト5  
(筆者作成)

## ワースト5：広報紙の例



こちらも2021年12月掲載分。  
マイナンバーカードの説明はわずかでメリットも乏しく、QAや他部署との連携も見られない。

図 38 ワースト5の広報紙の例  
(引用：2021年12月 大阪府東大阪市広報紙)

したがって、トップ5の自治体に共通する特徴として、部門の横断的な連携体制と、カード取得のメリットやQAを含む広報紙を活用した積極的な情報発信が挙げられる。一方、ワースト5の自治体では、これらの要素が欠如していることが交付率の低迷に直結している可能性が高い。この分析から、他部署との連携の必要性や、広報紙を活用した具体的かつ住民に寄り添った情報提供の重要性が改めて浮き彫りとなった。

さらに重回帰分析の結果からは、小規模自治体が上位に多く並んだことが明らかになった。データのばらつきを考慮して母数を増やし、トップ20とワースト20の自治体を総人口で比較したが、トップ20の平均人口は65,965人、ワースト20の平均人口は205,729人であり、その差は139,764人であり、結果としてトップ20には人口の少ない自治体が目立つ形となっている。

## 重回帰式の結果：トップ・ワースト20の人口の差

トップ20は小規模自治体が多く、平均人口も少ない

| トップ20 |       |       |       |         | ワースト20 |       |       |        |         |
|-------|-------|-------|-------|---------|--------|-------|-------|--------|---------|
| 順位    | 都道府県名 | 市区町村名 | 差分    | 総人口     | 順位     | 都道府県名 | 市区町村名 | 差分     | 総人口     |
| 1     | 宮崎県   | 都城市   | 22.5% | 160,640 | 199    | 埼玉県   | 加須市   | -7.9%  | 111,623 |
| 2     | 熊本県   | 多良木町  | 13.8% | 9,076   | 200    | 大阪府   | 寝屋川市  | -8.5%  | 229,733 |
| 3     | 宮崎県   | 三股町   | 11.5% | 25,591  | 201    | 北海道   | 日高町   | -8.7%  | 11,279  |
| 4     | 山形県   | 飯豊町   | 11.2% | 6,613   | 202    | 徳島県   | 美波町   | -8.7%  | 6,222   |
| 5     | 佐賀県   | 嬉野市   | 10.1% | 25,848  | 203    | 新潟県   | 新潟市   | -8.7%  | 789,275 |
| 6     | 高知県   | 北川村   | 9.4%  | 1,146   | 204    | 岡山県   | 総社市   | -8.9%  | 69,030  |
| 7     | 香川県   | さぬき市  | 9.3%  | 47,003  | 205    | 東京都   | 葛飾区   | -9.0%  | 453,093 |
| 8     | 鹿児島県  | 枕崎市   | 8.8%  | 20,033  | 206    | 三重県   | 四日市市  | -9.1%  | 305,424 |
| 9     | 宮崎県   | 宮崎市   | 8.4%  | 401,339 | 207    | 栃木県   | 宇都宮市  | -9.9%  | 518,757 |
| 10    | 福島県   | 三春町   | 7.8%  | 17,018  | 208    | 群馬県   | 太田市   | -10.2% | 223,014 |
| 11    | 愛媛県   | 伊方町   | 7.7%  | 8,397   | 209    | 埼玉県   | 桶川市   | -10.2% | 74,748  |
| 12    | 愛媛県   | 西予市   | 7.3%  | 35,388  | 210    | 東京都   | 大島町   | -10.2% | 7,102   |
| 13    | 奈良県   | 大川村   | 7.2%  | 1,176   | 211    | 長野県   | 長野市   | -10.2% | 372,760 |
| 14    | 北海道   | 千歳市   | 6.9%  | 97,950  | 212    | 高知県   | 越知町   | -11.2% | 5,187   |
| 15    | 香川県   | 小豆島町  | 6.2%  | 13,870  | 213    | 長野県   | 飯島町   | -11.3% | 9,004   |
| 16    | 山口県   | 光市    | 5.9%  | 49,798  | 214    | 大阪府   | 東大阪市  | -12.2% | 493,940 |
| 17    | 東京都   | 台東区   | 5.4%  | 211,444 | 215    | 沖縄県   | 那覇市   | -15.1% | 317,625 |
| 18    | 静岡県   | 伊豆市   | 5.2%  | 28,190  | 216    | 宮城県   | 登米市   | -17.4% | 76,037  |
| 19    | 滋賀県   | 長浜市   | 4.9%  | 113,636 | 217    | 沖縄県   | 北谷町   | -19.7% | 28,201  |
| 20    | 千葉県   | 館山市   | 4.6%  | 45,153  | 218    | 沖縄県   | 本部町   | -20.6% | 12,530  |

平均人口:65,965人

差:139,764人

平均人口:205,729人

表 12 重回帰式の結果：トップ・ワースト20の人口の差  
(筆者作成)

さらに、この傾向は[表 13]大都市・中都市・非都市の人口規模別の平均交付率データでも確認できる。具体的には、大都市よりも中都市、そして非都市の方が平均交付率が高く、人口規模の小さい基礎自治体ほど交付率が上昇するという結果が示されている。背景として考えられるのは、自治体職員による直接的なアプローチが挙げられる。小規模な自治体ほど、職員が「人海戦術」によって住民一人ひとりにきめ細かく対応しやすく、密接なコミュニケーションが可能となるためだ。

## 人口規模別の交付率比較：2023年3月時点

人口規模が小さくなるにつれて、交付率が上昇

| カテゴリー                               | 交付率平均 2023年3月 |
|-------------------------------------|---------------|
| 大都市<br>(政令指定都市+東京23区)<br>39自治体      | 61.7%         |
| 中都市<br>(人口20万人以上の中核市・旧特例市)<br>79自治体 | 65.8%         |
| 非都市<br>(それより小さい人口規模の市町村)<br>100自治体  | 68.3%         |

表 13 人口規模別の交付率比較：2023年3月時点  
(筆者作成)

実際、トップに入った自治体の施策として、自宅や指定場所への訪問による出張申請の受付に関する掲載が多く確認されている[表 14]。

## 重回帰式の結果：トップ・ワースト20の出張申請の実施有無

トップ20は人海戦術により職員が出張申請のサポート

| トップ20 |       |       |       |         |      | ワースト20 |       |       |        |         |      |
|-------|-------|-------|-------|---------|------|--------|-------|-------|--------|---------|------|
| 順位    | 都道府県名 | 市区町村名 | 差分    | 総人口     | 出張申請 | 順位     | 都道府県名 | 市区町村名 | 差分     | 総人口     | 出張申請 |
| 1     | 宮崎県   | 都城市   | 22.5% | 160,640 | ○    | 199    | 埼玉県   | 加須市   | -7.9%  | 111,623 |      |
| 2     | 熊本県   | 多良木町  | 13.8% | 9,076   |      | 200    | 大阪府   | 寝屋川市  | -8.5%  | 229,733 | ○    |
| 3     | 宮崎県   | 三股町   | 11.5% | 25,591  | ○    | 201    | 北海道   | 日高町   | -8.7%  | 11,279  |      |
| 4     | 山形県   | 飯豊町   | 11.2% | 6,613   | ○    | 202    | 徳島県   | 美波町   | -8.7%  | 6,222   |      |
| 5     | 佐賀県   | 嬉野市   | 10.1% | 25,848  | ○    | 203    | 新潟県   | 新潟市   | -8.7%  | 789,275 |      |
| 6     | 高知県   | 北川村   | 9.4%  | 1,146   |      | 204    | 岡山県   | 総社市   | -8.9%  | 69,030  |      |
| 7     | 香川県   | さぬき市  | 9.3%  | 47,003  | ○    | 205    | 東京都   | 葛飾区   | -9.0%  | 453,093 | ○    |
| 8     | 鹿児島県  | 枕崎市   | 8.8%  | 20,033  |      | 206    | 三重県   | 四日市市  | -9.1%  | 305,424 | ○    |
| 9     | 宮崎県   | 宮崎市   | 8.4%  | 401,339 | ○    | 207    | 栃木県   | 宇都宮市  | -9.9%  | 518,757 | ○    |
| 10    | 福島県   | 三春町   | 7.8%  | 17,018  | ○    | 208    | 群馬県   | 太田市   | -10.2% | 223,014 |      |
| 11    | 愛媛県   | 伊方町   | 7.7%  | 8,397   |      | 209    | 埼玉県   | 桶川市   | -10.2% | 74,748  |      |
| 12    | 愛媛県   | 西予市   | 7.3%  | 35,388  | ○    | 210    | 東京都   | 大島町   | -10.2% | 7,102   |      |
| 13    | 奈良県   | 天川村   | 7.2%  | 1,176   | ○    | 211    | 長野県   | 長野市   | -10.2% | 372,760 | ○    |
| 14    | 北海道   | 千歳市   | 6.9%  | 97,950  | ○    | 212    | 高知県   | 越知町   | -11.2% | 5,187   |      |
| 15    | 香川県   | 小豆島町  | 6.2%  | 13,870  | ○    | 213    | 長野県   | 飯島町   | -11.3% | 9,004   | ○    |
| 16    | 山口県   | 光市    | 5.9%  | 49,798  | ○    | 214    | 大阪府   | 東大阪市  | -12.2% | 493,940 |      |
| 17    | 東京都   | 台東区   | 5.4%  | 211,444 |      | 215    | 沖縄県   | 那覇市   | -15.1% | 317,625 |      |
| 18    | 静岡県   | 伊豆市   | 5.2%  | 28,190  | ○    | 216    | 宮城県   | 登米市   | -17.4% | 76,037  |      |
| 19    | 滋賀県   | 長浜市   | 4.9%  | 113,636 | ○    | 217    | 沖縄県   | 北谷町   | -19.7% | 28,201  |      |
| 20    | 千葉県   | 館山市   | 4.6%  | 45,153  | ○    | 218    | 沖縄県   | 本部町   | -20.6% | 12,530  | ○    |

15

7

「出張申請」：住民からの要請に基づいて職員が行う出張申請を指す。なお、自治体側が指定した場所への出張は対象外。期間は2017年1月～2023年12月

表 14 重回帰式の結果：トップ・ワースト20の出張申請の実施有無  
(筆者作成)

ただし、こうした取り組みも住民に十分に知らせなければ、いくら優れた施策でも効果は限定的である。そこで自治体が発行する広報紙などを活用し、全世帯に向けて丁寧に情報を伝えていることが重要なポイントとなる。住民に寄り添った周知で、施策理解と行動変容を促し、結果として高い交付率を実現しているとみられる事例が多く見受けられる。

**マイナちゃんカー利用手順**

①出張予約  
申し込みフォーム（市ホームページ）または電話で予約

②申請  
予約した日時に市職員が自宅または高齢者施設まで出張します。顔写真を撮影し、申請書を記入すると申請は完了です。

●対象 マイナバーカードを初めて申請する市民  
※1人からでも出張可能

●出張日時 平日および第1・3土曜日、第2・4日曜日  
9時30分～16時30分

③受け取り  
申請から約1カ月～1カ月半後に、カード完成のお知らせ（はがき）が届きます。確認後、電話で連絡ください。

**1人からでも出張します！  
マイナちゃんカー**

市では、マイナバーカードを初めて申請する全ての人を対象にマイナちゃんカーで訪問し、申請のサポートをしています。自宅や高齢者施設にいなから、申請から受け取りまで完了できます。ぜひ利用ください。

●問い合わせ マイナバーカードサポートセンター ☎23-2778



**Topic** **マイナポイントの申し込みはお済みですか**

マイナポイントの申し込み期限は9月30日(土)までです。マイナバーカードの受け取りがまだの人は、早めにカードの受け取りをお願いします。

●対象 令和5年2月末までにマイナバーカードの申請をした人

図 39 1人からでも出張する広報の例  
(引用：2023年8月 宮崎県都城市広報紙)

**マイナンバーカードの申請を  
お手伝いします！**



「申請方法が分からない」「写真を準備するのが面倒だ」また「役場に向くのが困難」という方などに職員が個別で申請のサポートをします。  
お気軽にご相談ください！



★まずは役場住民課にお電話にてご連絡ください。  
役場 住民課 電話番号：63-0321  
詳しい申請方法などご連絡いただいた際にご説明いたします。

★申請に必要なもの

- ・本人確認書類（運転免許証、健康保険証 等）
- ・通知カード  
(平成27年に国民全員に配られたマイナンバーを通知する薄緑色の紙カード)  
※紛失の場合も申請可
- ・住民基本台帳カード（お持ちの方のみ）



上記のものが申請の際に必要になります。お手元にあるかどうか確認をお願いします。

職員と共に手続きするため  
申請はカンタン!





6

図 40 個別申請サポートの広報例  
(引用：2021 年 12 月 奈良県天川村広報紙)



**職場等でマイナンバーカードの  
出張申請受付を行います**

6 月から希望に応じ、町職員が職場や地域集会所等に伺ってマイナンバーカードの申請を受け付けます。カードは後日、本人限定受取郵便で自宅へ郵送するため、役場へ出向くことなくカードを受け取ることができます。

手続きは一人当たり10分程度で顔写真の無料撮影も行いますので、希望する事業所・団体は、お申し込みください。

※今申請される方に、粗品をお渡ししています。（なくなり次第終了）

**対象団体**

- ・町内に住所を置く企業・事業所
- ・町内の地域団体（町内会、サークルなど）

※おおむね5人以上のグループを対象とします。

**実施日時**  
火曜日から金曜日の  
9時30分～16時  
※ただし、12月20日～1月

15日、3月15日～4月15日を除く  
**出張申請の申込条件**

- ① 申請者本人が会場に来ることができること
- ② 申請日から2か月以内に小豆島町外へ転出の予定がないこと
- ③ 15歳未満の方や成年被後見人の方は、法定代理人の方が同伴すること

※申請時に必要な書類や注意事項は、町ホームページをご覧ください。申し込みの際にお問い合わせいただき、必ず事前に確認してください。



必要書類等の確認はこちらから

**申し込み・問い合わせ先**  
住民生活課 戸籍住民係  
☎ 82-70004

図 41 職場へのお出張申請の広報例  
(引用：2022 年 6 月 香川県小豆島町広報紙)

以上の結果を総合すると、自治体内部における横断的な連携体制の構築と、カード取得のメリットやよくある質問（QA）を具体的かつ分かりやすく掲載するような住民一人ひとりへの直接的かつきめ細かなアプローチが、マイナンバーカードの交付率向上において極めて重要な要因であることが示唆された。

一方で、ワースト5に位置した自治体では、広報紙における部門間の連携不足や情報提供の限定的な状況が顕著であり、これが住民の理解不足やカード取得への関心低下につながっていると考えられる。特に、広報紙における他部門との協力体制が整っていないことや、情報掲載の不十分さが予測値を下回る一因として考えられる。

さらに、自治体の人口規模も交付率に大きく影響していることが示された。トップ20にランクインした自治体の平均人口が小規模である一方、ワースト20の自治体は比較的大規模であることから、小規模自治体ほど住民一人ひとりに対するきめ細かな対応が可能であり、結果として高い交付率を達成しやすいとみられる傾向が確認された。

以上の結果から、今後のマイナンバーカード普及のみならず、他の政策推進においても自治体内部での部門横断的な連携体制を強化し、統一されたメッセージを住民に届けることが求められる。また、小規模自治体が有効に活用しているような直接的な住民対応策、例えば出張対応や戸別訪問の実施を適応することで、住民の理解と関心を高めることが期待できると考えられる。

## 第6章 外部評価

### 6.1 方法

本研究の妥当性を検証するため、行政や関連分野での実務経験や知見を有する6名を対象に、文書形式でのヒアリングを実施した。まず、研究内容を分かりやすくまとめた資料を作成し、対象者に事前送付した。その後、この資料を基に対象者から意見や見解を文書で回答いただく形式を採用した。この方法により、各分野の専門知識や経験に基づく客観的な評価を得るとともに、本研究の成果や課題点について多角的かつ実務的なフィードバックを収集した。

#### 【ヒアリング先】

1. 国の中央省庁担当者 A
2. 国の中央省庁担当者 B
3. 基礎自治体職員 A
4. 基礎自治体職員 B
5. 基礎自治体職員 C
6. 自治体コンサルティング担当者 A

### 6.2 外部評価の結果

#### 1. 国の中央省庁担当者 A

- 本研究は、マイナンバーカードの普及広報という、これまであまり注目されてこなかったテーマに着目しており、その先見性が高く評価される。
- 広報紙の充実度とマイナンバーカード交付率の関係性を明らかにするという視点は非常に興味深く、新たな知見を提供している。
- 国や自治体が行う広報活動は、地味な存在として目の目を見にくいですが、このように体系的に研究していただけたことは、公務員として大変ありがたく感じている。
- 本研究の成果は、国や自治体を実施しているさまざまな広報活動に応用可能であり、その価値は非常に高いと考える。また、広報紙に焦点を絞ったさらなる研究も、興味深い展開を見せる可能性があると感じる。

#### 2. 国の中央省庁担当者 B

- 広報紙が有する広報力の可能性に言及し、コスト面やネット普及による情報発信のデジタル化が進む中でも、広報紙発行の意義を再確認している点が評価できる。
- 行政のコスト削減や効率化が進むなかで、広報紙の効果や利活用について実証的に研究されているため、研究としての価値が高い。
- 広報内容によって受け手が感じるインセンティブが異なる可能性がある（補助金・支援制度などの直接的なメリット vs マイナンバーや選挙などの間接的なメリット）ため、それぞれの要因をさらに検討できる余地がある。
- 自治体による広報活動は、高齢者などネット環境が利用しにくい層に対して有効な紙媒体（回覧板・リーフレット・チラシなど）を継続的に活用できる意義が大きい。
- 買い物弱者や社会福祉施設など情報を必要とする世帯・団体への重点的な配布・配架に広報紙を組み合わせることで、行政サービスの充実や施策のPRにさらに活かせる可能性がある。

### 3. 基礎自治体職員 A

- 国と地方自治体が共通の行政課題に対応するためには、協力して一体的に取り組むことが効果的であり、本研究が国ではなく地方自治体の広報の差を取り上げた分析は有意義である。
- 行政情報を得るツールとしての広報紙に着目した点が評価できる。HPなどのオンライン情報が増加している一方、市政世論調査では依然として広報紙が主要な情報源となっており、特に子育てや介護といったライフイベントにおいて広報へのニーズが高まっていることを示している。
- 行政職員として感覚的に捉えられている広報紙の効果について、数値的に調査・分析されたことが効果の確認に繋がり、実務にも活用可能である。
- マイナ保険証やそれに紐づく各種医療証（障がい・子ども・難病など）の情報連携は、市民サービスの向上が期待される分野であり、さらなる広報強化が望まれる。
- マイナ保険証への評価が低かったのは慣れ親しんだ保険証を変えたくないという心理的抵抗によるものであり、情報連携による具体的なサービス向上を実感させる広報が必要である。
- 今後は施策展開やサービス設計にデザイン思想を取り入れた上で、より戦略的な広報活動を行いたい。

### 4. 基礎自治体職員 B

- 本研究は広域の基礎自治体を対象に網羅的な調査を実施しており、その視点の広さとデータの多様性が大きな特徴となっている。
- 得られた分析結果は、今後の広報作成において実務的かつ具体的な指針として活用できる有用性を持っている。

## 5. 基礎自治体職員 C

- マイナンバーカードの交付率を数値的な根拠に基づいて示しており、基礎自治体にとって広報紙が情報発信ツールとして重要であることを裏付ける貴重な研究である。
- 掲載枠による交付率の変化についての分析が興味深く、具体的な知見を提供している点が評価できる。
- マイナンバーカードの利活用について、国の一律的な取り組みに加え、基礎自治体ごとの独自の事例をさらに掘り下げる余地がある。
- 基礎自治体の規模が小さいほど影響が大きいと考えられるため、交付率の背景にあるこうした自治体規模の要因も考慮すると、より包括的な分析になると考えられる。
- 本研究の調査結果で示されている「広報紙の読む頻度における年代別の傾向」や「市の情報を得るための広報媒体」などを踏まえると、情報発信の方法を一律型から個別型にシフトさせる可能性が示唆される。
- 行政が重点を置く施策や取り組みを、広報紙の掲載枠、発信回数、異なる媒体を駆使して効果的に伝えることで、行政サービスの質を高め、施策推進につなげる可能性があることが明らかになった。

## 6. 自治体コンサルティング担当者 A

- 予測値が高いのに交付率が低い自治体は、ポテンシャルを活かしきれていないため、今後中央省庁でも利活用ができるデータである。
- マイナンバーの所管外の部署との連携が鍵を握っている点のデータも説得力がある。
- カード取得者へのアンケートで、広報がどの程度取得のきっかけになっているかを把握する試みも有用と考えられる。
- 「今作らないと損」といった損失回避を打ち出すナッジ理論的な広報アプローチに、一定の効果が期待できるかもしれない。
- 交付率と予測値の差分を公表することで自治体の危機感を高められ、各自治体の独自施策が参考となる可能性がある。

## 外部評価一覧表

| 担当者             | 長所                                                                                                                                            | 改善点                                                                                                                                       | 展望                                                                                |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 国の中央省庁担当者A      | ・マイナンバーカードの普及広報という新規性の高いテーマに着目しておりその先見性が評価されている。<br>・広報紙の充実度と交付率との関係を明らかにする視点が興味深く、新たな知見を提供できている。<br>・国や自治体の広報活動を体系的に研究している点が、公務員として非常にありがたい。 | 特に言及なし                                                                                                                                    | ・研究成果は多様な広報活動に応用可能で、価値が高い。<br>・広報紙に焦点を絞ったさらなる研究に興味深い展開が期待。                        |
| 国の中央省庁担当者B      | ・コスト面やネット普及が進む中でも広報紙の意義を再確認している点を評価。<br>・広報紙の効果や利活用を実証的に示しており、研究としての価値が高い。                                                                    | ・広報内容(直接メリット vs 間接メリット)による効果の違いをさらに検討できるとよい。                                                                                              | ・高齢者などネット環境が不十分な層への有効な紙媒体としての活用意義あり。<br>・買い物弱者や社会福祉施設などへの重点配布・配架で施策PRに活かせる可能性がある。 |
| 基礎自治体職員A        | ・国ではなく地方自治体の広報の差に着目した分析は有意義。<br>・広報紙を行政情報を得るツールとして再認識させた点が評価される。<br>・感覚的に捉えられていた広報紙の効果を数値化し、実務へ応用可能にした。                                       | ・保険証を変えたくない心理的抵抗への広報も必要。                                                                                                                  | ・マイナ保険証などの情報連携強化に活用できる。<br>・デザイン思想を取り入れた戦略的広報活動の推進が重要。                            |
| 基礎自治体職員B        | ・広域の自治体を対象に網羅的調査を実施し、視点の広さとデータ多様性が特徴である。                                                                                                      | 特に言及なし                                                                                                                                    | ・分析結果は今後の広報作成において実務的・具体的な指針として有用。                                                 |
| 基礎自治体職員C        | ・マイナンバーカードの交付率を数値的に示し、広報紙が重要な情報発信ツールであることを裏付けてきている。<br>・掲載枠による交付率の変化についての具体的な分析が興味深い。                                                         | ・マイナンバーカードの利活用について、国の一律的な取り組みに加え、自治体ごとの独自の事例をさらに掘り下げる余地がある。<br>・自治体の規模が小さいほど影響が大きいと考えられるため、交付率の背景にあるこうした自治体規模の要因も考慮すると、より包括的な分析になると考えられる。 | ・読む頻度や媒体別の情報取得傾向を踏まえ、一律型から個別型へのシフトを検討可能。<br>・異なる媒体を駆使することで行政サービス向上・施策推進につながる可能性。  |
| 自治体コンサルティング担当者A | ・予測値が高いのに交付率が低い自治体はポテンシャルを活かしきれていないことが可視化できる。<br>・マイナンバー所管外との連携の重要性を説得力あるデータで示している。                                                           | ・取得者へのアンケート調査で、広報が取得に与える影響を把握する提案が有用。                                                                                                     | ・「今作らないと損」という損失回避のナッジ理論的広報が有効かもしれない。<br>・交付率と予測値の差分公表で自治体の危機感を高め、独自施策の参考になる可能性。   |

表 15 外部評価一覧表  
(筆者作成)

## 6.3 考察

本研究では、マイナンバーカードの普及広報に焦点を当て、特に基礎自治体の広報紙と交付率の関連を分析したが、外部からの意見を総合すると、まず「広報紙の有用性を数値として説明できた点」が高く評価されている。国や自治体が行う広報活動は地味な存在として扱われがちだが、実際には市民への情報伝達に大きな役割を果たしており、その効果を実証的に示した点は研究としての価値が高いと認識されている。

一方で、自治体の広報紙が高齢者やネット環境に限られる層への情報源として依然として重要である一方、デジタル化による情報発信との併用を含め、どのように紙媒体を活用していくかが課題だという指摘も多い。特に、大規模自治体から小規模自治体まで広く調査を行ったことで得られたデータを踏まえれば、自治体ごとの特性や住民構成に応じて広報の役割が変化することが示唆されており、今後は「どんな広報内容がどんな層に響くのか」をより精緻に分析することが求められる。

また、マイナンバーカードがあくまで手段であり、「何のために必要か」を明確に示

すことが交付率向上の鍵だという意見が繰り返し出されている。たとえば保険証との連携や医療の情報共有など、具体的なメリットをアピールする広報が重要だという認識は共通しており、心理的抵抗の背景には「慣れ親しんだ保険証を変えたくない」という抵抗感のほか、「カードを作らないと損をする」といったナッジ的な手法の有効性も示唆されている。

さらに、実務への活用については、予測値と実際の交付率の差分分析が「ポテンシャルを活かしきれていない自治体」を特定する上で有用だという指摘があった。この可視化された情報は、国が施策を重点的に展開する際や、基礎自治体同士が成功事例を共有する際の指標として役立つと考えられる。また、広報活動そのものの効果を把握するため、カード取得者に対し「広報がどの程度きっかけになったか」をアンケートなどで定量的に測る試みも重要とされており、紙媒体をどのように最適化すればよいか考える材料となるだろう。

総じて、自治体ごとの特性や住民の心理、広報内容の違いなど、多角的に検討すべき論点が明らかになっている。広報紙そのものをより戦略的に活用する工夫、あるいはデジタル媒体と紙媒体を組み合わせたハイブリッド型の広報が今後の方向性となりそうである。本研究はマイナンバーカード交付率を切り口に広報紙の有用性を示したが、さらなる検証を積み重ねることで、基礎自治体による効果的な広報手法の構築に一層貢献できる可能性が高いといえる。

## 第7章 結論

### 7.1 本研究のまとめ

本研究では、基礎自治体が政策推進を図る上での広報活動がどのように展開され、その成果にどの程度寄与しているかを、質・量の観点から明らかにするため、マイナンバーカード交付率を事例として多角的な分析を行った。分析対象として、東京 23 区や政令指定都市といった「大都市型自治体」を 39 個、人口 20 万人以上の中核市や旧特例市に該当する「中都市型自治体」を 79 個、それ以外の「非都市型自治体」をランダムに 100 個選定した。自治体の広報力を測定する素材としては、まず全国の自治体が毎月全戸配布し、公式 HP にファイルを置いている「広報紙」に着目した。分析対象となる 218 自治体が、総務省が自治体の交付率を公表し始めた 2017 年から 2023 年までの 7 年間に発行した広報紙は、約 22,000 部に及ぶ。これらの電子ファイルを各自治体の公式ホームページからダウンロードし、マイナンバーカード普及に関する特集記事の掲載枠面積を「PDF ものさしツール」で測定した。また各基礎自治体の HP から、SNS・YouTube 活用状況も調査した。その上で、マイナンバーカードの交付率を被説明変数とし、各広報紙に占めるマイナンバーカード特集記事掲載枠面積の比率、国勢調査人口、財政力指数、首長の属性、SNS の活用状況を説明変数とした重回帰分析を行った。

その結果、量的側面では、広報紙への情報掲載量を増やすことが交付率の向上に有意な影響を与えることが示された。具体的には、広報紙の枠の大きさが大きい自治体ほど、マイナンバーカード交付率が高い傾向が見られた。

一方、質的側面においては、住民の日常生活やニーズに密着したメッセージを戦略的に設計し、担当各部門が横断的に協力して情報提供を行う自治体ほど交付率が向上していること、また自治体職員による人海戦術的アプローチも有効であることが示唆された。例えば税務課では住民税の支払いや控除手続きとの関連を、保険課ではマイナ保険証をはじめ医療費控除や健康管理との関連を、福祉課では福祉サービス申請の簡便化を、といった形でカード取得の利点を独自の視点でアピールすることで、住民自身が「なぜ自分がカードを持つ必要があるのか」を具体的に理解しやすくなる。

また、マイナンバーカードの取得後に住民がどのような利活用を行えるかを明確に示し、そのメリットを共に共有する姿勢が、政策推進に大きく寄与することも示唆された。たとえばカードを健康保険証として利用できる利便性や、公金受取口座の登録による給付金の迅速化、確定申告時の電子手続き簡略化など、「持っていてよかった」と感じさせる活用シーンを具体的に提示することで、カードを単なる行政の都合とみなすのではなく、住民にとって生活の質を高めるツールだと位置づけ

られる。このように、取得後のサービス拡充や利活用事例を自治体が丁寧に周知すると、住民にとっては将来的な利便性が鮮明にイメージでき、結果としてカード取得率や利用意欲の向上につながる。

さらに、規模の大きくない自治体が実施していた、職員による出張申請の受付や個別訪問、地区公民館でのサポートといった「人海戦術」が効果的に機能しており、住民との密接なコミュニケーションが高い交付率を実現する一因となっている。

本研究ではマイナンバーカードを事例に取り上げたが、これらの知見は他の政策推進分野にも十分応用できる。たとえば、防災・減災や子育て支援、ごみ分別など、住民との協働が求められる政策領域においても、担当部署を超えた連携や、具体的メリットを繰り返し周知する広報戦略を行えば、住民の主体的な参加や持続的な行動変容が得られる可能性は高い。要するに、広報紙の特集枠や SNS 等を最大限に活用し、住民の日常場面に即した利活用イメージを織り交ぜながら、複数の部署が横断的に情報発信を展開していくという手法は、マイナンバーカードの普及を超えて、自治体が抱える様々な行政課題の解決にも寄与するだろう。

以上の結果から、広報活動における「量」「質」が政策推進の成否を左右する可能性が分かった。

まず、「量」の観点では、広報紙におけるマイナンバーカード特集記事の掲載枠が大きいほど交付率が高まるという定量分析の結果が示す通り、住民に届く情報の物量が政策成果に直接的な影響を与えることが確認された。

次に、「質」の観点では、成功例として挙げられた自治体に共通して見られる住民目線の工夫やビジュアル要素の活用が、住民の共感と行動を促進したことが定性的分析から浮き彫りになった。

以上のことから本研究は、広報の「量」「質」を組み合わせる戦略が、政策推進の効果を最大化するための鍵であることを提案するものである。

## 7.2 本研究の課題

本研究にはいくつかの課題が存在する。

第一に、定量分析で用いた説明変数は限定的であり、広報活動以外の外的要因（例えば、住民の政治参加意識や、社会的信頼度）を十分に反映できていない可能性がある。これらの要因は、政策推進に与える影響をさらに詳細に検証するための今後の課題といえる。

第二に、独自施策の具体的な効果を定量的に評価するには限界があった。本研究では、成功事例と失敗事例の比較から一定の示唆を得たが、特定の施策が交付率に与える直接的な影響を定量的に測定することは困難であった。今後は、個別施策の

効果を定量化し、その成功要因をより詳細に分析する必要がある。

第三に、広報紙以外のデジタルメディア（SNS や YouTube）の役割を本研究では補足的にしか取り扱わなかった点も課題として挙げられる。現代の情報伝達手段として、これらのメディアが広報活動全体において果たす役割を明確化するための追加的な調査が必要である。

第四に、広報紙における掲載枠の大きさと交付率の関係に関する課題が存在する。本研究では、広報紙における掲載枠が大きい自治体ほど交付率が高い傾向が見られた。しかし、この結果は単に掲載枠の大きさが交付率を直接的に向上させているという因果関係を示すものではない可能性がある。具体的には、マイナンバーカードの交付促進に積極的な自治体ほど、広報紙に多くのスペースを割り当てる傾向があると考えられる。つまり、掲載枠の大きさ自体が交付率の向上を引き起こすのではなく、広報活動に積極的な自治体の姿勢が両者に影響を与えている可能性もある。両者の関連性をより正確に理解するためには、自治体の広報活動全体の積極性や他の支援施策との関連性を考慮したさらなる分析が必要である。

### 7.3 今後の展望

今後の展望として、広報活動の多様化による政策推進への活用が挙げられる。本研究で得られた知見は、マイナンバーカードの普及に限らず、他の政策分野にも応用可能であると考えられる。例えば、環境政策や防災対策など、住民の行動変容が求められる分野において、広報活動を効果的に活用することで、住民の理解と協力を得られる可能性が高まる。このように、広報活動が政策推進の中核を担う役割を果たすことが期待されるため、政策分野ごとに広報手法を適応させる取り組みが必要となる。

また、部署間連携モデルの確立とその展開も重要な課題である。本研究で明らかになった成功事例では、マイナンバーカード担当部門が中心となり、複数の部署が連携して広報活動を展開する体制が整っていた。このような横断的な連携体制を他自治体にも展開するためには、広報部門がリーダーシップを発揮し、各部署間で情報を共有し、連携を深める仕組みを構築することが求められる。また、自治体全体として統一された戦略のもとで情報発信を行うことが、住民に対して一貫したメッセージを届けるために重要である。

さらに、独自施策の効果測定を行い、成功した取り組みをベストプラクティスとして他自治体と共有することが必要である。これにより、自治体間での広報活動の質的向上が促進され、政策推進の成功率が高まる可能性がある。また、失敗事例についてもその原因を詳細に分析し、リスクを回避するための知見を提供することで、他自治体の参考となる情報を生み出すことができる。これらの取り組みを通じ

て、広報活動が政策推進において持続可能な役割を果たし、地方自治体の課題解決に向けた新たな指針を示すことが期待される。

以上の展望を実現するためには、基礎自治体ごとの特性に応じた柔軟な広報戦略を構築し、それを継続的に改善する仕組みを整える必要がある。広報活動の質を高める取り組みが、基礎自治体の政策推進力を強化し、地域社会の持続可能な発展に寄与することを期待したい。

## 謝辞

本研究を遂行するにあたり、多くの方々のご支援とご協力をいただきました。この場を借りて、心より感謝申し上げます。

まず、指導教員の谷口尚子教授には、入学当初から多大なるご指導を賜りました。統計分析について何も分からなかった私に対し、一から丁寧に教えてくださり、そのおかげでデータを用いた分析を通じて研究結果を導き出すまで成長することができました。研究の方向性が迷走した際にも、適切な助言をいただき、何度も立ち止まることなく前進することができました。また、ゼミでの発表や個人面談では、研究の細部にわたるまでご指摘いただき、常に私の視野を広げ、深めてくださいました。その忍耐強く温かいご指導に、心より感謝いたします。

もう一人の指導教員である猪熊浩子教授には、2年次に急遽ゼミ異動があったにもかかわらず、温かく新たなゼミ生として受け入れていただきました。毎週のゼミ活動では、専門的かつ多角的な視点から示唆に富むご意見をいただき、研究をより深化させる上で大変参考になりました。さらに、本研究の主旨指導教員の考え方を尊重しつつも、私の研究スタイルや立場を考慮した助言を下さったことを大変ありがたく思っております。お忙しい中、細やかな配慮をもって接してくださり、心より御礼申し上げます。

副査を務めてくださった前野隆司教授には、本研究のユニークさをどう高めるか、研究としての価値をどのように向上させるかという観点から多様なアイデアをいただきました。自由な発想を尊重していただいたことで、新たな可能性に挑戦する原動力となり、研究の幅を広げることができました。ありがとうございました。

本研究では、東京都八王子市役所の皆様に多大なご協力をいただきました。ご多忙の中、ヒアリングの時間を設けてくださり、実際の現場での取り組みや課題感を詳細に教えていただきました。また、貴重な資料も丁寧に準備していただき、特に市民目線を重視した広報活動の具体的な事例について深く学ぶことができました。さらに、各担当者の方々からお伺いした内容は、本研究の分析や考察を進める上で大きな糧となりました。この場を借りて、心より御礼申し上げます。

デジタル庁のご担当者様には、本研究のためにヒアリングにご協力いただきました。特に、政策推進におけるデジタル活用の重要性や、全国的な取り組みの方向性について大局的な視点で貴重なお話を伺うことができました。さらに、総務省や厚生労働省のご担当者との調整を行っていただき、広報政策や市民サービスの現状について詳細な情報をいただけたことに深く感謝しております。こうした協力体制のおかげで、実際の行政の取り組みを本研究に反映させることができました。また、ヒアリングを通じて教えていただいた現場の課題感や実務的な視点は、研究の結論に直結する大きな学びとなりました。

慶應義塾大学谷口ゼミの学生の皆様には、広報紙調査の際に多大なご協力をいただきました。一人で行うには膨大な作業量だった調査を、皆様の迅速かつ正確なご支援によりスムーズに進めることができました。その献身的な姿勢に感謝の念が尽きません。

谷口研究室および猪熊研究室の皆様には、研究発表や合宿、日々の議論を通じて、多くの示唆や励ましをいただきました。同じ研究に打ち込む仲間とともに、疑問点を共有し、乗り越えていく経験は何物にも代えがたいものでした。

また、SDM16 期の皆様には、研究上の相談のみならず、リフレッシュや気晴らしに付き合っていただく機会も数多くありました。研究活動において適度な息抜きは欠かせず、そのおかげで最後まで集中力を維持し、研究を完走することができたと感じております。本当にありがとうございました。

ここには書ききれませんが、その他にも多くの方々の励ましやアドバイスをいただきました。皆様のお力添えがなければ、本論文を完成させることは難しかったと思います。この場を借りて、改めて厚く御礼申し上げます。

今後は、本研究で得られた知見を活かし、地方自治体の政策推進を広報の観点から支援していけるよう努めてまいります。これまで多大なるご支援をいただいたすべての皆様に、改めて深く感謝申し上げます。

## 参考文献

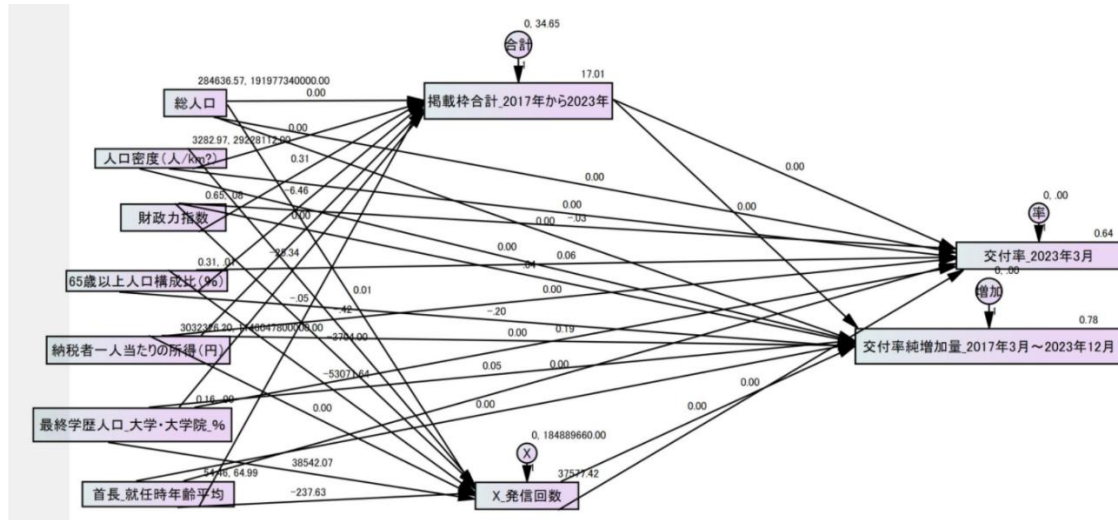
1. 増田寛也：地方消滅-東京一極集中が招く人口減少-, (2014) .
2. 野口将輝：市民協働の観点からの行政広報評価：行政広報と地域運営に参加する市民の意識, 公共コミュニケーション研究, vol. 1, No. 1, pp. 14-21 (2016).
3. Flynn, T., Fran Gregory, and Jean Valin: "Defining Public Relations," Public Relations in Canada, (2008).
4. 伊吹勇亮, 川北真紀子, 北見幸一, 関谷直也, 菌部靖史: 広報・PR 論：パブリック・リレーションズの理論と実際, 有斐閣, (2014).
5. Ledingham, John A.: "Government-community relationships: Extending the relational theory of public relations," Public Relations Review, Vol. 27, No. 3, pp. 285-295, (2001).
6. 日本広報学会：広報概念の定義, 日本広報学会（オンライン）, 入手先, <https://www.jsccs.jp/concept/>（参照 2024-11-19）.
7. 事業構想 PROJECT DESIGN ONLINE：自治体広報の革新と展望, 上野征洋(オンライン), 入手先, <https://www.projectdesign.jp/200004/communication/004137.php>（参照 2024-11-19）.
8. 河合克義：行政広報とインターネット, 全国市町村国際文化研修所, vol. 69, pp. 4-21 (2010).
9. Özer, Mehmet Akif: "Yerel Yönetimlerin Varlık Nedeni Olarak Halkla İlişkiler," Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Vol. 4, No. 5, (2013).
10. Mengü, Seda Ç.: "Halkla İlişkilerde Tutarlı İzlenim Yaratımı," Halkla İlişkiler Kitabı, (2003).
11. 田邊直人：自治体広報が地域住民に定着するまでの伝播経路に関する研究：高齢者世代における口コミ効果と情報格差解消への施策提言, vol. 27, pp. 49-64 (2023) .
12. 野口将輝：地方自治体における広報紙の現代的な位置づけ, vol. 8, No. 1, pp. 31-44 (2023).
13. 三樹精吉：市町村広報紙について, 新聞学評論, vol. 9, pp. 82-92 (1959).
14. 樋上亮一：自治体広報の理論と技術, 世界書院, (1952) .
15. 小山栄三：行政広報入門, ぎょうせい, (1975) .
16. 井出嘉憲：行政広報論, 勁草書房, (1967) .
17. 野口将輝：行政広報の独自性に関する研究, 公共コミュニケーション研究, vol. 2, No. 1, pp. 16-21 (2017).

18. 福岡市：令和５年度 市政アンケート調査第３回結果報告(概要版)，福岡市（オンライン），入手先  
 〈[https://www.city.fukuoka.lg.jp/shicho/kocho/opinion/siseianke-to/reiwa05siseianke-totyousakekkahoukoku\\_5.html](https://www.city.fukuoka.lg.jp/shicho/kocho/opinion/siseianke-to/reiwa05siseianke-totyousakekkahoukoku_5.html)〉（参照 2024-12-15）.
19. 公益社団法人 日本広報協会：市区町村広報広聴活動調査結果（2023 年度）－ 広報紙，日本広報協会（オンライン），入手先  
 〈<https://www.koho.or.jp/useful/research/2023/publication.html>〉（参照 2024-12-01）.
20. 藤本勝也（公益社団法人 日本広報協会 調査・企画部次長）：自治体の広報活動調査から見た自治体広報紙の必要性，新情報センター，（2017）.
21. 藤本勝也：自治体の広報活動調査から見た自治体広報紙の必要性，新情報，No. 104，pp. 30-40（2017）.
22. 三井祐介：行政広報チャンネルの特徴と広報誌の活用状況について，Vol. 7，No. 1，pp. 7-30（2022）.
23. 関谷直也：「行政広報」，関谷直也・菌部靖史・北見幸一・伊吹勇亮・川北眞紀子（著）『広報・PR 論 パブリック・リレーションズの理論と実際（改訂版）』有斐閣，pp. 253-269，（2022）.
24. 千葉県総合企画部報道広報課：令和３年度 市町村広報広聴活動に関する調査結果，千葉県総合企画部報道広報課（オンライン），入手先  
 〈<https://www.pref.chiba.lg.jp/kouhou/gyouseishiryoku/r3-kekka.html>〉（参照 2024-11-19）.
25. 白石陽子：歴史にみる行政パブリック・リレーションズ概念の形成，政策科学，Vol. 13，No. 1，pp. 69-82（2005）.
26. 築地達郎：住民参画型社会における自治体広報改革：滋賀県高島市の事例にもとづく一考察，龍谷大学社会学部紀要，vol. 35，pp. 25-39（2009）.
27. 宮田穰：行政広報の未来，相模女子大学紀要 C 社会系，vol. 73，pp. 33-46（2009）.
28. 総務省：マイナンバー制度，総務省（オンライン），入手先  
 〈[https://www.soumu.go.jp/kojinbango\\_card/01.html](https://www.soumu.go.jp/kojinbango_card/01.html)〉（参照 2024-11-19）.
29. 総務省：マイナンバーカード交付状況について，総務省（オンライン），入手先  
 〈[https://www.soumu.go.jp/kojinbango\\_card/kofujokyo.html](https://www.soumu.go.jp/kojinbango_card/kofujokyo.html)〉（参照 2024-11-19）.
30. 小川顕正，赤井伸郎：マイナンバーカード交付率の要因分析：促進政策効果の検証，日本地方財政学会研究叢書，vol. 28，pp. 15-37（2021）.
31. 総務省：マイナンバーカード取得促進キャンペーン取り組み状況・予定（2017 年 10 月末），総務省，（2017）.

32. 渡邊真治：マイナンバー制度の成功要因とは：利用者の満足度要因を用いた分析，大阪府立大学紀要，vol.10，pp.67-86（2014）.
33. 庄司昌彦：連携報告2「オープンデータ・オープンガバメント」マイナンバーカードの今後の普及策についての考察，社会情報学会大会研究発表論文集，pp.39-42，（主催：一般社団法人 社会情報学会）.
34. 川久保正太：マイナンバーカード交付率70%までの軌跡——暮らしをスマート化するために——，まちづくり研究 はちおうじ，2023年第18号，東京都八王子市，（2023）.
35. 宮崎県都城市：多様な官民連携が生んだ日本一のマイナンバーカード普及促進，行革甲子園2020（オンライン），入手先  
〈<https://www.pref.ehime.jp/page/11859.html>〉.
36. Killingsworth, Colleen: "Municipal Government Communications: The Case of Local Government Communications," The McMaster Journal of Communication, Vol. 6, No. 1, (2009).
37. 金兌希：日本における政治的有効性感覚指標の再検討:指標の妥当性と政治参加への影響力との観点から, 法学政治学論究, vol. 100, p. 121-154（2014）.
38. 村瀬洋一・高選圭・李鎮遠：政治意識と社会構造の国際比較:韓国と日本における政治的有効性感覚の規定因, 応用社会学研究, vol. 50, p. 53-70. (2008).
39. 藤澤昌利：地方自治体における政権交代と財政規律：「権腐十年」の実証分析，vol. 42, pp. 20-33（2004）.
40. Heise, J. A.: "Toward closing the confidence gap: An alternative approach to communication between public and government," Public Affairs Quarterly, Vol. 9, No. 2, pp. 196-217, (1985).
41. 独立行政法人統計センター：e-Stat, 国勢調査データ，入手先 〈<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200521>〉（参照 2023-11-18）.
42. 総務省：地方公共団体の主要財政指標一覧, 令和2年度地方公共団体の主要財政指標一覧, 総務省（オンライン），入手先  
〈[https://www.soumu.go.jp/iken/shihyo\\_ichiran.html](https://www.soumu.go.jp/iken/shihyo_ichiran.html)〉（参照 2024-11-19）.
43. 大塚芳嵩：緑化学における統計学の利用：中級の統計解析（4）～重回帰分析～，日本緑化工学会誌，vol. 48, No. 4, pp. 613-618（2023）.

# 付録

## Amos によるパス解析



### 1. 掲載枠合計\_2017年から2023年への影響

1. 総人口: 係数が負 (-2.737) であり、有意に影響している ( $p = .006$ )。これは、総人口が多いほど、掲載枠合計が減少
2. 最終学歴人口\_大学・大学院\_%: 係数が負 (-4.004) であり、非常に有意である ( $p < .001$ )。大学・大学院卒業者の割合が高いほど、掲載枠合計が減少

### 考察

総人口が多い地域では、発信回数が増加する一方で、広報紙の掲載枠合計は減少する傾向がある。この結果は、人口が多い地域では、多様な情報発信が必要とされ、紙媒体以外のデジタル媒体や直接的な住民参加イベントなどにリソースが割かれている可能性を示唆する。特に都市部では、情報収集手段が多様であるため、紙媒体に依存しないコミュニケーションの強化が求められる。

高学歴な住民が多い地域では、掲載枠が減少する一方で、発信回数や交付率が上昇する。このことから、高学歴層は広報紙に限定されない幅広い情報手段にアクセス可能であるが、一方で、提供された情報を迅速に理解し、行動につなげやすい特性を持つと考えられる。

### 2. X\_発信回数への影響

1. 総人口: 係数が正 (2.822) であり、有意な影響がある ( $p = .005$ )。総人口が多いほど、X\_発信回数が増加

2. **人口密度**：係数が負（-2.194）であり、有意に影響している（ $p = .028$ ）。人口密度が高い地域では、 $X_{\text{発信回数}}$ が減少
3. **65歳以上人口構成比（％）**：係数が負（-3.845）であり、非常に有意である（ $p < .001$ ）。65歳以上の人口割合が高いほど、 $X_{\text{発信回数}}$ が減少
4. **最終学歴人口\_大学・大学院\_％**：係数が正（2.343）であり、有意な影響がある（ $p = .019$ ）。大学・大学院卒業者の割合が高いほど、 $X_{\text{発信回数}}$ が増加

### 考察

高齢化率が高い地域では、広報活動（発信回数や掲載枠）が減少し、交付率の増加も抑制される結果が見られた。これは、高齢者層に対する情報伝達手段が十分に機能していない可能性を示唆している。また、高齢者は新しい制度や施策への理解が遅れることがあり、これが交付率の低下や増加の停滞につながると考えられる。高齢者向けには、よりわかりやすい紙媒体の活用や、地域での説明会の実施、訪問型のコミュニケーション強化が必要である。また、デジタル情報が主流となる中で、高齢者に対するデジタルリテラシーの向上支援も重要である。

### 3. 交付率\_2023年3月への影響

1. **掲載枠合計\_2017年から2023年**：係数が正（3.463）であり、非常に有意である（ $p < .001$ ）。掲載枠が多いほど、交付率が上昇
2.  **$X_{\text{発信回数}}$** ：係数が負（-2.845）であり、有意な影響がある（ $p = .004$ ）。 $X_{\text{発信回数}}$ が多いほど、交付率が低下
3. **人口密度**：係数が負（-4.896）であり、非常に有意である（ $p < .001$ ）。人口密度が高い地域では、交付率が低下
4. **財政力指数**：係数が負（-2.385）であり、有意な影響がある（ $p = .017$ ）。財政力指数が高い地域では、交付率が低下
5. **最終学歴人口\_大学・大学院\_％**：係数が正（3.215）であり、有意な影響がある（ $p = .001$ ）。大学・大学院卒業者の割合が高いほど、交付率が上昇

### 考察

財政力指数が高い地域では、交付率や交付率純増加量が低い傾向が見られた。これは、財政的に豊かな地域では、住民が行政サービスに対する依存度が低く、情報提供や制度利用の必要性が相対的に低下している可能性がある。財政力の高い地域では、特定の層（若年層や移住者など）にターゲットを絞った施策を打ち出し、情報伝達の効果を最大化することが重要である。

### 4. 交付率純増加量\_2017年3月～2023年12月への影響

1. **人口密度**：係数が負（-10.709）であり、非常に有意である（ $p < .001$ ）。人口密度が高い地域では、交付率純増加量が減少
2. **財政力指数**：係数が負（-3.975）であり、非常に有意である（ $p < .001$ ）。財政力指数が高い地域では、交付率純増加量が減少
3. **65歳以上人口構成比（％）**：係数が負（-5.843）であり、非常に有意である（ $p < .001$ ）。65歳以上の人口割合が高い地域では、交付率純増加量が減少
4. **納税者一人当たりの所得（円）**：係数が負（-3.423）であり、非常に有意である（ $p < .001$ ）。所得が高い地域では、交付率純増加量が減少

## 考察

人口密度が高い地域では、発信回数や交付率が減少する傾向が見られる。これは、都市部では紙媒体や従来型の広報手段の効果が薄れ、SNSやウェブサイトなどのデジタル手段が主流となっていることを反映している可能性がある。また、人口が集中する地域では、多様な価値観やニーズに対応する必要があり、広報が断片化しやすい課題も考えられる。デジタル情報手段を最大限に活用しつつ、ターゲットごとのカスタマイズされた情報発信が必要である。特に、若者層や働き盛りの世代に焦点を当てることが効果的であろう。

## 全体的な提言

### 1. 多様な地域特性に応じた広報戦略

地域ごとに特性が異なるため、「一律的な広報」ではなく、地域ごとに最適化された広報戦略を設計する必要がある。人口が多い地域や高学歴層が多い地域ではデジタル化を推進し、高齢化率が高い地域では伝統的な広報手段を強化するなど、柔軟な対応が求められる。

### 2. デジタルと紙媒体のハイブリッド活用

都市部を中心にデジタル情報が広がる中、特に高齢者層やデジタルリテラシーが低い層には紙媒体の重要性が残る。デジタルと紙媒体を補完的に活用することで、情報の到達率を高められる。

### 3. 住民への参加意識の醸成

広報活動だけでなく、住民が政策に関与し、自発的に行動する意識を育てる仕組みが必要である。これには、説明会やワークショップなどの住民参加型イベントの実施が効果的である。

## Amosによる分析結果

|                          |                    | 推定値        | 標準誤差      | 検定統計量   | 確率   |
|--------------------------|--------------------|------------|-----------|---------|------|
| 掲載枠合計 2017年から2023年       | 総人口                | .000       | .000      | -2.737  | .006 |
| 掲載枠合計 2017年から2023年       | v1                 | .000       | .000      | -.097   | .923 |
| 掲載枠合計 2017年から2023年       | 財政力指数              | .306       | 1.425     | .215    | .830 |
| 掲載枠合計 2017年から2023年       | @65歳以上人口構成比(%)     | -6.456     | 5.311     | -1.216  | .224 |
| 掲載枠合計 2017年から2023年       | 納税者一人当たりの所得(円)     | .000       | .000      | -.372   | .710 |
| 掲載枠合計 2017年から2023年       | 最終学歴人口 大学・大学院 %    | -25.338    | 6.328     | -4.004  | ***  |
| 掲載枠合計 2017年から2023年       | 首長 就任時年齢平均         | -.046      | .050      | -.931   | .352 |
| X 発信回数                   | 総人口                | .007       | .002      | 2.822   | .005 |
| X 発信回数                   | v1                 | -.422      | .192      | -2.194  | .028 |
| X 発信回数                   | 財政力指数              | -3704.002  | 3703.137  | -1.000  | .317 |
| X 発信回数                   | @65歳以上人口構成比(%)     | -53071.638 | 13804.485 | -3.845  | ***  |
| X 発信回数                   | 納税者一人当たりの所得(円)     | -.002      | .001      | -1.844  | .065 |
| X 発信回数                   | 最終学歴人口 大学・大学院 %    | 38542.071  | 16448.893 | 2.343   | .019 |
| X 発信回数                   | 首長 就任時年齢平均         | -237.629   | 129.198   | -1.839  | .066 |
| 交付率 2023年3月              | 掲載枠合計 2017年から2023年 | .002       | .001      | 3.463   | ***  |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | 掲載枠合計 2017年から2023年 | .001       | .000      | 1.818   | .069 |
| 交付率 2023年3月              | X 発信回数             | .000       | .000      | -2.845  | .004 |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | X 発信回数             | .000       | .000      | -2.756  | .006 |
| 交付率 2023年3月              | 総人口                | .000       | .000      | 1.164   | .244 |
| 交付率 2023年3月              | v1                 | .000       | .000      | -4.896  | ***  |
| 交付率 2023年3月              | 財政力指数              | -.030      | .013      | -2.385  | .017 |
| 交付率 2023年3月              | @65歳以上人口構成比(%)     | .065       | .050      | 1.305   | .192 |
| 交付率 2023年3月              | 納税者一人当たりの所得(円)     | .000       | .000      | 1.829   | .067 |
| 交付率 2023年3月              | 最終学歴人口 大学・大学院 %    | .190       | .059      | 3.215   | .001 |
| 交付率 2023年3月              | 首長 就任時年齢平均         | .000       | .000      | -.699   | .484 |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | 総人口                | .000       | .000      | 1.311   | .190 |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | v1                 | .000       | .000      | -10.709 | ***  |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | 財政力指数              | -.035      | .009      | -3.975  | ***  |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | @65歳以上人口構成比(%)     | -.202      | .035      | -5.843  | ***  |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | 納税者一人当たりの所得(円)     | .000       | .000      | -3.423  | ***  |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | 最終学歴人口 大学・大学院 %    | .053       | .041      | 1.299   | .194 |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | 首長 就任時年齢平均         | .000       | .000      | -1.220  | .222 |

## 1. 総人口の影響

総人口が多いと、**掲載枠合計**が減少する一方で、**X\_発信回数**は増加する傾向がある。人口が多い地域ほど、情報発信に力を入れる傾向が見られるが、逆に掲載枠としてのスペースは限られている可能性がある。これは、人口が多い自治体では効率的に情報を伝える手法が求められており、限られたスペースで最大限の効果を目指していることを示唆している。

## 2. 人口密度の影響

人口密度が高い地域では、**X\_発信回数**や**交付率**が減少し、**交付率純増加量**も低下する傾向がある。密集した地域では、情報の受け手が多様であるため、全体的な交付率やその増加量を高めるのが難しい可能性がある。また、人口密度の高さにより、地域の特徴やニーズが多様化し、情報発信の効果が一律でないことが考えられる。

## 3. 65歳以上人口構成比の影響

65歳以上の高齢者割合が高い地域では、**X\_発信回数**が減少し、**交付率純増加量**も低下する傾向がある。高齢者が多い地域では、デジタル媒体や発信に対する関心や利用率が低く、情報伝達に限界がある可能性がある。これにより、情報発信が少なくなり、交付率の増加も伸び悩む傾向が見られる。

## 4. 最終学歴人口\_大学・大学院\_%の影響

大学・大学院卒業者の割合が高い地域では、**X\_発信回数**や**交付率**が増加し、逆に**掲載枠合計**は減少する傾向がある。高学歴層が多い地域では、情報発信に対して積極的に受け取る姿勢がある一方で、紙媒体の掲載スペースが少ないため、デジタルや他の効率的な手段が活用されている可能性がある。これは、高学歴層のデジタルリテラシーが高いことにより、情報のオンライン配信がより効果的であることを示唆している。

## 5. 財政力指数の影響

財政力指数が高い地域では、**交付率**や**交付率純増加量**が低下する傾向がある。これは、財政が豊かな自治体では、住民の関心が交付に向きにくい可能性がある。また、情報提供においても、必ずしも紙媒体や従来型の方法に頼らず、多様な手法を採用しているため、交付率の増加が他の地域と比べて緩やかになる可能性がある。

## 6. 納税者一人当たりの所得の影響

納税者一人当たりの所得が高い地域では、**交付率純増加量**が減少する傾向がある。所得が高い層は、行政サービスに対する依存度が低い傾向があるため、交付率の向上に関心が薄いと考えられる。この結果から、所得水準が高い地域では、交付の普及を図るために、特別なアプローチが必要であることが示唆される。

## 総合的な考察

基礎自治体の特性によって情報発信や交付率に対するアプローチが異なる必要があることを示唆している。高人口・高密度地域では、効率的な情報伝達手段が求められ、一方で高齢化が進んでいる地域では、デジタルよりも従来の方が効果的であるかもしれない。また、財政力や所得水準によっても住民の関心度が異なるため、ターゲットに応じた多様な情報発信戦略が必要であると考えられる。これにより、交付率の向上や地域の特性に応じた施策が効果的に実施される可能性が高まるといえる。

## クラスタ分析 (K-means 法)

### クラスタ分析

|                          | クラスタ1   | クラスタ2   | クラスタ3   | クラスタ4   | クラスタ5   | クラスタ6   |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 総人口                      | 2352661 | 409418  | 185542  | 26740   | 405412  | 1362408 |
| 人口密度(人/km <sup>2</sup> ) | 7039.5  | 13279   | 1009    | 141.7   | 4711.7  | 6281.9  |
| 財政力指数                    | 0.89    | 0.7223  | 0.6913  | 0.3497  | 0.854   | 0.9575  |
| 65歳以上人口構成比(%)            | 0.2628  | 0.219   | 0.3092  | 0.3958  | 0.27    | 0.2314  |
| 納税者一人当たりの所得(円)           | 3389183 | 4123787 | 2781399 | 2192881 | 3279960 | 3748925 |
| 最終学歴人口 大学・大学院 %          | 0.1813  | 0.2596  | 0.1393  | 0.0926  | 0.1854  | 0.2325  |
| 首長 就任時年齢平均               | 55.67   | 56.08   | 55.14   | 54.43   | 52.12   | 40.88   |
| X 発信回数                   | 5972    | 7730    | 6524    | 3160    | 10566   | 43708   |
| 掲載総合計 2017年から2023年       | 1.6176  | 4.237   | 7.5757  | 10.3709 | 6.7446  | 2.949   |
| 交付率 2023年3月              | 0.6567  | 0.6659  | 0.6656  | 0.6809  | 0.6537  | 0.6738  |
| 交付率純増加量 2017年3月～2023年12月 | 0.6213  | 0.6118  | 0.6551  | 0.6604  | 0.6386  | 0.6405  |

### クラスタ 1: 「都市密集型高人口クラスタ」

1. **総人口**: 2,352,661 (非常に多い)
2. **人口密度**: 7,039.5 人/km<sup>2</sup> (高密度)
3. **財政力指数**: 0.89 (比較的高い)
4. **65歳以上人口構成比**: 26.28% (高齢化の傾向)

5. 納税者一人当たりの所得：約 3,389,183 円（中程度）
6. 最終学歴人口\_大学・大学院：18.13%（平均的）
7. X\_発信回数：5,972（控えめ）
8. 掲載枠合計：1.62（低い）
9. 交付率\_2023 年 3 月：65.67%（やや低い）

#### 該当自治体

札幌市、名古屋市、大阪市

#### クラスタ 2：「高教育水準と高所得が際立つ中規模都市クラスタ」

1. 総人口：409,418（中程度）
2. 人口密度：13,279 人/km<sup>2</sup>（非常に高密度）
3. 財政力指数：0.72（平均的）
4. 65 歳以上人口構成比：21.90%（若年層も多い）
5. 納税者一人当たりの所得：約 4,123,787 円（高い）
6. 最終学歴人口\_大学・大学院：25.96%（高水準）
7. X\_発信回数：7,730（中程度）
8. 掲載枠合計：4.24（高め）
9. 交付率\_2023 年 3 月：66.59%（平均的）

#### 該当自治体

つくば市、台東区、墨田区、江東区、大田区、中野区、杉並区、豊島区、練馬区、みよし市、豊中市、吹田市、西宮市

#### クラスタ 3：「地方型高齢化と所得水準が低い小規模地域クラスタ」

1. 総人口：185,542（少ない）
2. 人口密度：1,009 人/km<sup>2</sup>（低密度）
3. 財政力指数：0.69（平均的）
4. 65 歳以上人口構成比：30.92%（高齢化）
5. 納税者一人当たりの所得：約 2,781,398 円（低い）
6. 最終学歴人口\_大学・大学院：13.93%（低水準）
7. X\_発信回数：6,524（中程度）
8. 掲載枠合計：7.58（多い）
9. 交付率\_2023 年 3 月：66.56%（平均的）

### 該当自治体

函館市、旭川市、千歳市、日高町、大樹町、弟子屈町、羅臼町、青森市、八戸市、盛岡市、大和町、秋田市、福島市、いわき市、那珂市、阿見町、伊勢崎市、太田市、熊谷市、加須市、春日部市、桶川市、鳩山町、武蔵村山市、大島町、中井町、上越市、富山市、射水市、福井市、甲府市、長野市、伊那市、関市、沼津市、富士市、藤枝市、長浜市、城陽市、岸和田市、寝屋川市、加古川市、有田市、鳥取市、総社市、呉市、福山市、下関市、粕屋町、佐賀市、佐世保市、大分市、宮崎市、鹿児島市

### クラスタ 4: 「過疎化が進む超小規模地域クラスタ」

1. 総人口: 26,740 (非常に少ない)
2. 人口密度: 141.7 人/km<sup>2</sup> (非常に低密度)
3. 財政力指数: 0.35 (低い)
4. 65 歳以上人口構成比: 39.58% (極めて高齢化)
5. 納税者一人当たりの所得: 約 2,192,881 円 (低い)
6. 最終学歴人口\_大学・大学院: 9.26% (低水準)
7. X\_発信回数: 3,160 (低め)
8. 掲載枠合計: 10.37 (非常に多い)
9. 交付率\_2023 年 3 月: 68.09% (高い)

### 該当自治体

夕張市、喜茂別町、比布町、登米市、湯沢市、潟上市、美郷町、二本松市、大玉村、石川町、那須烏山市、みなかみ町、館山市、立科町、飯島町、喬木村、伊豆市、天川村、安芸高田市、美波町、西予市、伊方町、越知町、上峰町、島原市、山鹿市、国東市、都城市、瀬戸内町

### クラスタ 5: 「高密度都市型、高発信回数の中規模地域クラスタ」

1. 総人口: 405,412 (中程度)
2. 人口密度: 4,711.7 人/km<sup>2</sup> (高密度)
3. 財政力指数: 0.85 (比較的高い)
4. 65 歳以上人口構成比: 26.99% (高齢化の傾向)
5. 納税者一人当たりの所得: 約 3,279,960 円 (中程度)
6. 最終学歴人口\_大学・大学院: 18.54% (平均的)
7. X\_発信回数: 10,566 (非常に多い)
8. 掲載枠合計: 6.74 (高め)
9. 交付率\_2023 年 3 月: 65.37% (やや低い)

### 該当自治体

水戸市、東海村、宇都宮市、前橋市、高崎市、川越市、川口市、所沢市、草加市、越谷市、三芳町、船橋市、柏市、北区、荒川区、板橋区、足立区、葛飾区、江戸川区、八王子市、相模原市、横須賀市、平塚市、小田原市、茅ヶ崎市、厚木市、大和市、金沢市、松本市、岐阜市、静岡市、豊橋市、岡崎市、一宮市、春日井市、豊田市、四日市市、大津市、守山市、堺市、高槻市、枚方市、茨木市、八尾市、東大阪市、姫路市、尼崎市、明石市、奈良市、香芝市、和歌山市、岡山市、高松市、北九州市、熊本市

クラスタ 6: 「高所得・高教育水準、若い首長の存在する大規模都市クラスタ」

1. 総人口: 1,362,408 (多い)
2. 人口密度: 6,281.9 人/km<sup>2</sup> (高密度)
3. 財政力指数: 0.96 (非常に高い)
4. 65 歳以上人口構成比: 23.14% (高齢化傾向が少ない)
5. 納税者一人当たりの所得: 約 3,748,925 円 (高い)
6. 最終学歴人口\_大学・大学院: 23.25% (高水準)
7. X\_発信回数: 43,708 (極めて多い)
8. 掲載枠合計: 2.95 (低め)
9. 交付率\_2023 年 3 月: 67.38% (平均的)

### 該当自治体

さいたま市、千葉市、川崎市、福岡市