

政令指定都市における行政広報チャンネルが協働意識に及ぼす影響 — 札幌市における住民意識の定量的分析 —

三井祐介

伊藤直哉

(北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院) (北海道大学)

要旨：近年、地方自治体では市民との協働の取組がすすめられ、行政広報が重要な役割を果たしている。本研究では、行政広報による住民意識への影響の定量的な調査をもとに、協働意識を高めるための広報チャンネル選択の最適化について明らかにしようと試みている。この論考により、行政広報はコミュニティに関する意識を通じて協働意識に影響するルートと個人的な興味を通じて影響するルートの2つが確認され、広報チャンネルとの関係性が明らかにされた。コミュニティ意識ルートでは SNS などのソーシャル広報の影響が強く、個人的興味ルートでは公式広報チャンネルの感情的・認知的な興味への影響が強く見られるなどチャンネルによる影響の違いが示された。また、性別による影響の違いについても定量的に明らかとなったことから、属性に応じた最適なチャンネル選択を図ることが有効であることが示唆された。

キーワード：行政広報、広報チャンネル、協働意識、コミュニティ意識、個人的興味

1. はじめに

地方自治においては近年、市民参加や協働によるまちづくりが進められ住民参加の機会拡充、地域住民の意思を反映させる取組が活発となり、自治基本条例の制定など市民参加のための制度整備が進められてきた(杉山, 2014)。そして地域における協働を実現するためには、住民とのコミュニケーションに基づく行政運営が求められ、その重要な役割を果たすのが行政広報である(上野, 2003)。地方自治体が積極的かつ適切な情報提供をすすめるべく様々な広報チャンネルを通じて広報活動を行っている一方で、ライフスタイルの多様性に伴い個別化した市民課題に対応することが難しくなっており(岩井, 2014)、どのように複数のチャンネルを組み合わせ、市民との良好な関係を構築する行政広報を行うかが課題となっている。本研究では、行政広報の協働意識への影響ルートと行政広報チャンネルの影響について検討し、行政広報の新たな視点としてチャンネル選択の最適化が協働意識の向上につながることを明らかにすることで都市の幸福度を高める協働の取組に貢献することを目的とする。

2. 自治体をめぐる状況と行政広報

地方自治体をめぐる現在の状況については、1990年代から始まった一連の地方分権改革により、地方行政の権限が増していくなか、少子高齢化による課題や多様化した住民ニーズなどに対応する幅広い役割が自治体に求められている(真山, 2018)。さらに日本は他の先進国と比べて公務員の数が少なく、対 GDP 比での政府歳出の規模も小さく限られた行政資源で行政運営を進めるためには社会資本を活用する必要がある(坂本, 2016)。こうした行政面での要請とともに、住民自身が自らの生活の満足度を高めるためにも、行政と住民がともに協力して地域課題に対応していく協働という概念が導入され(荒木, 1990)、多くの地方自治体で住民との協働や市民参加を促進している。

こうした状況の中、震災などの自然災害を経て、ボランティア活動や寄付文化が社会的に広がり向社会的行動につながる地域貢献や社会貢献の意識も高まり、現在のコロナ禍のなかでは、事業存続のためのクラウドファンディングの動きが生まれ、件数、資金調達規模ともに増加している(井上, 2020)。こうした活動に参加する動機は地域貢献や応援の意識が多くみられ(玉井, 2019)、協働意識の重要性が

コロナ禍の影響により更に増していることがうかがえる。

社会的な背景から各自治体では協働の取組をすすめるために自治基本条例を制定し、情報共有の条文を設けるなどして住民とのコミュニケーションの必要性を明示し、住民との情報の接点である行政広報が協働にとって重要な役割を担っている。一方で協働は市民に多くの利益をもたらす可能性があるとしており(Levine & Fisher, 1984)、近年においては、協働の5つの効果として、「イノベーションの実現」「個人のより良い幸福と市民のエンパワーメント」「有効性と効率の向上」「リソースの動員」「民主主義の向上」が提示されている(Brix et al., 2020)。また、日本の研究においては、協働の目的は自治の実現で、行政・市民・NPOそれぞれが力を発揮し住みよいまちを作り、ひいては市民が満足し幸せなまちをつくることであるとしている(松下, 2009)。これらのことから、協働の促進は単に行政のリソース不足を補うだけでなく、そこに暮らす個人の幸福にもつながるものと考えられる。

このように協働の重要性はこれまで多くの研究で語られ、協働の視点からどのように行政広報を組み立てていくかが課題であるが行政広報がどのように住民意識に働き、協働意識の醸成につながるかについて定量的な検討は進んでいない。こうしたことから本研究では行政広報の協働意識への影響ルートを定量的に明らかにするとともに、行政広報のチャンネル戦略の有効性について考察したい。以下では、まず行政広報研究の状況や関連する諸概念の研究を紹介し、本研究の課題と仮説を整理する。

3. 先行研究と調査概念

行政広報の研究については、Hiebert (1981)による行政広報の基本的な情報戦略のモデル、Horsley & Barker (2002)による危機管理に特化したモデルなどがある。また、日本では河井 (2014)が行政広報のメディア活用戦略モデルを提起している。しかし、行政広報は公益や法的拘束など企業広報と違う特性がありモデルの構築はそれほど多く行われていない(野口, 2017b)。これは行政広報に求められる役割が時代によって変遷していることから定量的評価の指標設定が難しいことによるものと考えられる。

行政広報の変遷について、国枝(2011)は、アメリカの広報発展史を整理した Grunig & Hunt(1984)のパブリック・リレーションズの4モデルを用いて、日本の行政広報の歴史を4つの段階に整理した。この4つの段階は、行政と住民の関係性の変化に伴うものであり、明治時代の新政府への理解を得るための役割(宣伝モデル)、戦後GHQの要請により正確な情報を広く知らせる役割(広報モデル)、1960年代後半から市民運動の流れを受け意見を取り入れる役割(広聴モデル)、2000年以降は、行政と住民が対等な形で協働による地域運営を図る役割(協働モデル)への変化を示している。また、野口(2016)は現代的な行政広報の一つの共通の目標であるとして自治体協働意識を評価指標として提起している。

以上の先行研究を踏まえ、本研究では従属変数として自治体協働意識を設定し、住民意識への影響について検討する。また、その過程において重要な住民意識としてコミュニティ意識と個人的興味に着目し広報チャンネルが与える影響を定量的に分析する。以下に本研究で扱う概念について整理する。

3-1. 自治体協働意識

協働の概念はアメリカの政治学者 Ostrom(1977)が用いた「Co-Production」の概念をもとに荒木(1990)が「協働」と訳したことで日本語として定着し、2000年代から全国の地方自治体で自治基本条例などの市民参加を進める制度が整備され、自治体のまちづくりにとって重要な視点として捉えられている。協働については、論者によって定義付けが多様な概念であり、住民個人、地縁組織、非営利団体など多様なアクター間の組み合わせによって生じるものである(坂本, 2012)。また、これまでの研究では個別の事例についての検討が多く、その影響についての定量的な分析が求められている。

一方、上野(2003)は、地域における協働の実現を担っているのは広報広聴であるとし、岩井(2014)は、行政と市民で新たな価値を創出していく協働型広報が現代に求められている行政広報であるとし、協働における行政広報の重要性を指摘している。住民の協働意識について、小谷・中道(2006)は、協働意識の下位項目として「住民による看視」「住民の意思伝達」「住民参加」「協調」を挙げ、主成分分析により「自治体協働意識」($\alpha=.78$)としている。協働理論を初めて展開した荒木(1990)は、協働を「地域住民と自治体職員とが、心を合わせ、力を合わせ、助け合って、地域住民の福祉の向上に有用であると自治体政府が住民の意志に基づいて判断した公共的性質を持つ財やサービスを生産し供給してゆく活動体系である」(荒木, 1990, p. 9)としていることから、小谷・中道(2006)の設定した4つの項目は協働意識を捉える指標として内容的にも妥当であると考えられる。以上のことから、本研究において、自治体協働意識として、小谷・中道(2006)の4つの項目を用いることとする。

3-2. コミュニティ意識

本研究が対象とする行政広報は居住地域の自治体の取組であり、住民の地域コミュニティに対する意識に影響するものであることから、コミュニティに関する意識が重要な要因であると考えられる。地域やコミュニティに対する住民の意識については、欧米では Sarason(1974)が提起した「コミュニティ感覚」について議論され、McMillan & Chavis(1986)により、メンバーの所属感やコミットメントなどを挙げて再定義している。コミュニティ感覚の影響については、主観的幸福(Davidson & Cotter, 1991)や地域における政治参加(Davidson & Cotter, 1989)に有意な正の相関を持つことなど様々な意識との関係が明らかにされている。コミュニティ感覚を測定する尺度については、「メンバーシップ」、「影響力」、「統合と要求の達成」、「共有された情緒的結合」という4つの要素から成る Chavis et al. (1986)の Sense of Community Index (SCI)が多く用いられている。

一方、日本では社会学などにおいて「コミュニティ意識」(地域的なコミュニティへの一体感などを示す概念)について研究が行われてきた経緯があり、田中ら(1978)による「積極性—消極性」「協同志向—個別志向」の2因子による尺度が代表的モデルであったが、わずか2因子で複雑なコミュニティ意識を表現することには問題もあった(石盛ほか, 2013)。そこで石盛(2004)は既存の研究蓄積と問題点を踏まえた上でコミュニティ意識を多面的概念として定義し、「連帯・積極性(積極的に協力して地域のために活動するか)」($\alpha=.92$)、「自己決定(地域を良くするためには市民自らが決定権を持つことが重要であると考えるか)」($\alpha=.84$)、「他者依頼(行政や他の熱心な人に地域の問題への取組は任せてよいと考えるか)」($\alpha=.68$)、「愛着(地域への誇りや愛着)」($\alpha=.72$)の4つの下位因子から成るコミュニティ意識尺度を新たに開発した。この尺度は、NPO 会員と一般住民のコミュニティ意識の比較(Ishimori, 2007)、大都市住民のコミュニティ意識の検討(石盛, 2009)などで使われた結果、コミュニティ意識を明確に示している。以上のことから、本研究においても、石盛(2004)の4つの下位因子によるコミュニティ意識尺度を用いることが妥当であると考え、石盛ら(2013)が改善したコミュニティ意識尺度短尺版の12の質問項目を採用した。また、小谷・中道(2006)は、自治体協働意識の形成にコミュニティへの感情との一定量の関係性が見られるとしていることから仮説H1を設定した。

H1 コミュニティ意識は自治体協働意識に正の影響を及ぼす

3-3. 興味

職業選択の研究において、Holland & Gottfredson(1975)は興味が心理的な要因として影響することを指摘し、Nye et al.(2012)により選択の動機付けに影響することが明らかになっている。Renninger &

Hidi(2011)は教育心理学の分野で心理的な個人の興味が、特定の出来事や物事に集中することや活動に向かわせる影響があり、主に動機づけに関連するとしている。社会学の視点による三谷(2013)の研究では、ボランティア活動への参加の要因について、成長期における近隣の大人の参加行動と学校教育などによる社会的態度の形成であるとしている。成長過程で育まれた個人的な興味が自発的なボランティア活動に関わっていると考えられ、住民の主體的な意識要素を含む協働意識への影響がうかがえる。これらのことから本研究において、行政広報が扱う地域や自治体についての情報への住民個人の興味が、地域活動への参加の動機づけに繋がる協働意識に影響する要因として仮説H2を設定した。

H2 個人的興味は自治体協働意識に正の影響を及ぼす

個人的興味を測定した研究は、教育心理学の分野では特定の教科に対する興味についての言及が多く見られ、例えば、生物に対する興味にはトピック・活動・動機の3つの側面があること(Gardner & Tamir, 1989)、物理に対する興味について性別による違い(Hoffmann, 2002)などが検討されている。国内の研究では、田中(2015)が理科に対する興味について、価値の認知を伴う深い興味である価値的興味と、ポジティブな感情による浅い興味である感情的興味を区別した尺度を作成している。学習内容や教科を特定しない尺度としては、Schiefele et al. (1988)が感情、価値、内発志向の3つの側面から個人的興味を測定しているが、Renninger & Hidi (2011)は興味に対する知識は蓄積されていくものであり知識の側面による測定も必要であるとしている。こうしたことから、湯ら(2016)は、従来行われてきた感情と価値の側面に加え、対象関連の知識を測定することでより多角的な測定が可能になるとし、「感情的価値による興味($\alpha=.94$)」「認知的価値による興味($\alpha=.91$)」「興味対象関連の知識($\alpha=.87$)」の3つの下位尺度からなる個人的興味尺度を開発し信頼性と妥当性が確認されている。以上のことから本研究において、行政広報が扱う情報である地域や自治体の活動についての住民の個人的興味を測る尺度として、湯ら(2016)の「感情的価値による興味(4項目)」「認知的価値による興味(4項目)」「興味対象関連の知識(4項目)」の3つの下位尺度から因子負荷量が高い各2項目を選び計6項目を用いる。また、興味分野の違いによる学習効果への異なる影響(Trautwein et al., 2015)、学業のコース選択への影響(Nagy et al., 2006)などが明らかになっており、興味対象の違いによって意識に与える影響も異なる。加えて、地域コミュニティ論の観点からボランティア精神の変化について研究した三好(2003)は、従来の互助的なものから、個人の興味・関心をもとにした自発的なものへと変化してきたとしている。これらのことから、個人の興味の在り方によって協働意識への影響が異なると考え仮説H3を設定した。

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

本研究の対象である行政広報が扱う情報は、自治体の施策に関する情報から地域のイベントに至るまで多岐にわたっており内容の違いにより住民の興味は異なり、それが与える影響も異なるものと考えられる。行政広報の扱う内容については、行政学的に様々な見解が見られるが、河井(2011)は、行政広報を行政サービス広報、政策広報、地域広報という要素に区別し、金井(2015)は公共サービス情報と政策情報に分類している。野口(2017a)はこれらをまとめ行政広報の発信内容による分類として、「地域広報」「公共サービス広報」「政策広報」の3つに整理した。これらの先行研究をもとに、興味の対象となる情報を「地域情報(生活情報、文化情報、イベント情報)」「公共サービス情報(公共サービス、シティプロモーション情報、安全・安心情報)」「政策情報(争点情報、基礎情報、専門情報)」としてそれぞれ個人的興味について測定し、内容の分類ごとの興味の影響について検討する。

3-4. 行政広報チャンネルとチャンネル接触

行政広報の影響を見るために、以下のように行政広報チャンネルを選定し、それらの活用について

質問した。マーケティング分野におけるペイドメディア、オウンドメディア、アードメディアの区別(Stephen & Galak, 2012) をもとに、行政広報において自治体自身でコントロールが可能なオウンドメディアとして、行政の公式広報チャンネルである「広報誌」「市公式ウェブサイト」「市公式 SNS」を選定、トラディショナルなアードメディアとして行政の情報提供により二次的な情報を扱う「マスメディア(テレビ、新聞、ラジオ)」「インターネットのサイト」を選定、ソーシャルなアードメディアとして、個人などが発信する「SNS」「口コミ」、地域などで限定的に発信される「地域情報誌」「イベント」の計9つのチャンネルについて質問項目として選定した。

各メディアの影響については、消費者行動や教育などの分野で様々な検討が行われており、野波ら(1997)は、環境行動への意思決定についてメディアによって異なる影響があるとしており、本研究においてもメディアによる影響の違いを検討することはチャンネル選択にとって重要であると考えられる。そこでメディア特性から、自治体の公式広報チャンネルは住民意識に強く影響すると仮定し、仮説 H4 を設定した。また、Stephen & Galak(2012)は、マーケティングの研究においてマスメディアなどのアードメディアの方が、SNS などの社会的なものよりも売上などへの効果が大きいことを示しており興味を高める影響が考えられ個人的興味を高めるとして仮説 H5 を設定した。一方、SNS などの主に個人間のつながりによるチャンネルは、コミュニティ内での意識に影響すると仮定し仮説 H6 とした。

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

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

H6 SNS・イベント・口コミは、コミュニティ意識に正の影響を及ぼす

メディア接触の効果については、環境に関する知識格差への影響(青柳, 1997)、政治知識・投票行動への影響(平野, 2010)などが示されており、メディア接触によるメディア認知の比較研究を行った後藤(2013)は、仕事や学習に役立つ最新の情報を得るという目的において実際に活用したいと考えるメディアは普段から接触しているメディアであるとしている。こうしたことから、日常的な広報チャンネルとの接触が個人の意識形成に影響すると考えられることから、前述の9つの広報チャンネルについて、普段の生活での情報収集の利用の程度についても質問項目とした。

4. 研究課題と仮説

本研究の目的は協働を促進するために行政広報の協働意識への影響ルートと広報チャンネルごとの影響の違いを明らかにし、広報チャンネル選択とその有効性を検討することである。本研究では以下のように2つの研究課題(RQ)に分け、課題 RQ1 では影響ルートについて、課題 RQ2 では広報チャンネルの影響について課題設定し前述で挙げた6つの仮説について検討する。

RQ1 自治体協働意識を形成する影響について解明する

H1 コミュニティ意識は自治体協働意識に正の影響を及ぼす

H2 個人的興味は自治体協働意識に正の影響を及ぼす

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

RQ2 広報チャンネルによる影響の違いについて解明する

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

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

H6 SNS・イベント・口コミは、コミュニティ意識に正の影響を及ぼす

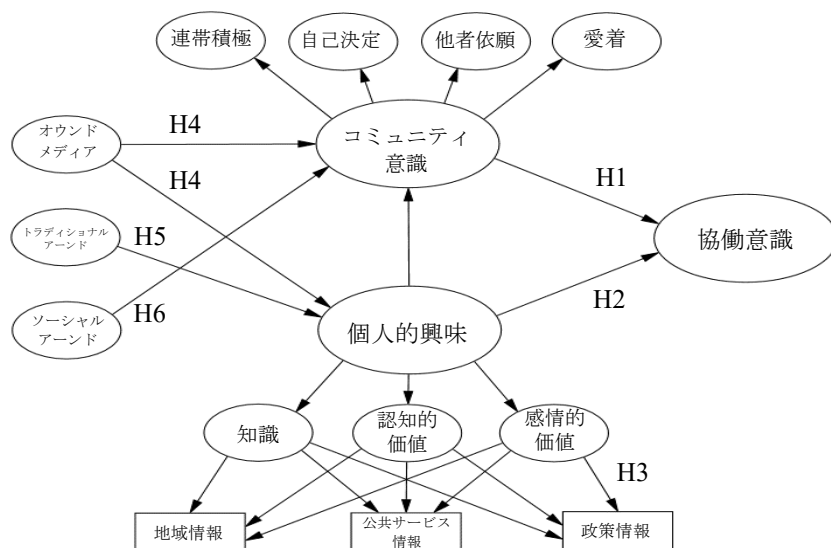


図1 本研究の調査モデル

5. 実証調査

5-1. 調査概要

前節で提唱した仮説の妥当性を検証するため、先行研究の測定項目をもとに、全て5段階のリッカート尺度で68の質問項目を作成した。本研究は人口約197万人の政令指定都市、札幌市を対象として行う。これまで行政広報の効果を定量的に分析した研究は、人口約5万人の佐賀県武雄市(野口・伊藤, 2013; 伊藤, 2014)、人口約13万人の北海道小樽市(野口, 2015)、人口約5千人の北海道ニセコ町(野口, 2016)で行われており、政令指定都市については、除排雪についての情報提供と満足度の研究など(高野 et al., 2000)、個別の取組についてのアンケート調査は行われているが、定量的に広報チャンネルの影響を検討した研究は行われていない。政令指定都市は都道府県から権限の多くを移譲されており一般的な市町村よりも自治体の担う役割が大きい一方で、国や都道府県とは違い直接的な公共サービスの担い手の側面も強いため、行政機能の多くを果たしている。こうした政令指定都市での行政広報の検討は、他都市においても参考となる見解を提示でき意義あるものと考えられる。また、本調査は政令指定都市の中でもひととき協働の取組が求められている札幌市を調査対象とした。札幌市はひと冬の降雪量が約6メートルにもなる世界で最も降雪量が多い大都市であり、住民が求める施策において最もニーズが高いのが除雪であり、それに応えるために雪対策に多くの予算をかけてきめ細かく対応している。しかし、突発的な降雪への対応や間口の除雪などは地域住民同士の協力が必要であり高齢化が進むにつれて除雪作業が困難になるなどの新たな課題が生まれている一方、除排雪を行う建設業の労務費用や燃料費の上昇など財政的な負担も増加しており、これらに対応するためには協働による取組が一層求められている。また、都市の様々な指標による住民の幸福度の評価では、札幌市は20政令指定都市の中で16位となっており、除雪以外の側面においても、協働による住民の幸福度の向上が求められる。さらに、政令指定都市の中でも札幌市はいち早く自治基本条例を制定し協働のまちづくりを進めていることから本研究に適した対象地域であると考えられる。

本調査は、NTT コムオンライン・マーケティング・ソリューション株式会社のリサーチサービス「NTT コム リサーチ」を通じて、2020年9月4日から5日にかけて実施した。調査対象者はすべて札幌市民で、計526人の有効サンプルを回収した。男女構成や年代などの詳細なデモグラフィックデータを表1に示す。また、本調査の実施時期は、新型コロナウイルス感染症の北海道内の感染拡大時期の第2波と第3波の間とみられる9月上旬に行ったことから、いわゆるコロナ禍の影響を受けていると考え

られる。今回の調査票では、新型コロナウイルス感染症についての意識と行政広報チャンネルへの信頼についても問うたが、これらに関する検討は紙幅の都合上ここでは論じない。

表 1 調査対象者のデモグラフィックデータ

項目	頻度	%	項目	頻度	%	
性別	男	262	49.8			
	女	264	50.2			
年代と性別	男性20代	50	9.5	地域分布 中央区	73	13.9
	男性30代	53	10.1	北区	68	12.9
	男性40代	50	9.5	東区	67	12.7
	男性50代	51	9.7	白石区	51	9.7
	男性60代以上	58	11	厚別区	52	9.9
	女性20代	50	9.5	豊平区	74	14.1
	女性30代	50	9.5	清田区	24	4.6
	女性40代	53	10.1	南区	25	4.8
	女性50代	52	9.9	西区	58	11
	女性60代以上	59	11.2	手稲区	34	6.5

5-2. 調査票の分析

調査票の 68 項目について平均値や標準偏差、天井効果、フロア効果を確認し、いずれの項目も住民意識を把握する上で重要な内容が含まれていると判断しすべての項目を以降の分析の対象とした。次に、IBM SPSS Statistics Ver. 26 を使用し、主因子法・プロマックス回転による探索的因子分析を行い、固有値の変化と因子の解釈可能性を考慮し 13 因子構造が妥当であると考え、再度 13 因子を仮定して因子分析を行った結果、十分な因子負荷量を示さなかった 8 項目を分析から除外し、残りの 60 項目に対して再度因子分析を行った。プロマックス回転後の最終的な因子パターンを表 2 に示す。

なお、回転前の 13 因子で 60 項目の全分散を説明する割合は 64.47%であった。また、13 因子のうち、新型コロナウイルスに関する意識(4 項目)と行政広報チャンネルの信頼(6 項目)の 2 因子については紙幅の都合上、別の論文において言及することとし、本論文は 11 因子の関係性について検討する。

第 1 因子は 12 項目で構成されており、行政広報が扱う内容について感情的・認知的な価値の興味を表す項目が高い負荷量を示していたことから「地域情報興味」($\alpha=.96$)と命名した。

第 2 因子は 6 項目で構成されており、行政広報が扱う内容についての知識を持っていることを表す項目が高い負荷量を示していたことから「知識」($\alpha=.95$)と命名した。

第 3 因子、第 5 因子、第 7 因子、第 11 因子は、行政広報が扱う情報(地域情報、公共サービス情報、政策情報)や日常的な情報収集において、どのような広報チャンネルを活用しているかを表す項目である。Stephen & Galak(2012)はマスメディアなど報道機関のメディアをトラディショナルアーンドメディア、オンラインコミュニティの投稿などをソーシャルアーンドメディアとして区別して影響の違いを検討していることから、自治体公式 SNS、一般的な SNS、イベントがまとまった第 3 因子を「ソーシャル広報」($\alpha=.87$)、トラディショナルアーンドメディアとしてのまとまりを見せた第 7 因子(マスメディア、インターネットサイト)は「ニュース」($\alpha=.80$)と命名した。第 5 因子は広報誌、地域情報誌であることから「地域広報」($\alpha=.89$)、第 11 因子は「市のウェブサイト」($\alpha=.83$)と命名した。

第 4 因子は 4 項目で構成されており、自治体への意見表明や協調した課題解決など自治体協働意識に関する内容の項目が高い負荷量を示していたことから「協働意識」($\alpha=.89$)と命名した。

第 6 因子、第 8 因子、第 9 因子、第 10 因子はそれぞれ 3 項目で構成されており、石盛ほか(2013)によって開発されたコミュニティ意識尺度の 4 つの下位尺度と同じまとまりとなり、クロンバック α の値も先行研究とほぼ同様の値となり、コミュニティ意識の下位尺度として「自己決定」($\alpha=.89$)、「他者依頼」($\alpha=.91$)、「連帯積極」($\alpha=.91$)、「愛着」($\alpha=.70$)と命名した。

これらの因子の信頼性を検討するために、各因子について α 係数を算出したところ、全てが 0.7 以

表2 探索的因子分析結果 (Promax 回転後の因子パターン)

	M	SD	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
(個人的興味) 地域情報興味 ($\alpha = .96$, $AVE = .58$, $CR = .94$) 先行研究 = 湯・外山(2016)													
Q3項目2. (地域情報) この分野の内容は興味深い	3.01	0.98	.89	-.11	.03	.04	.02	-.12	-.08	-.01	.10	-.02	.01
Q4項目2. (公共サービス) この分野の内容は興味深い	3.12	0.98	.87	-.08	-.01	-.01	.06	.02	.02	.03	.04	.02	-.07
Q4項目4. (公共サービス) この分野の知識は、重要だと思う	3.33	0.98	.82	-.20	.01	-.04	-.07	.12	.09	-.05	-.01	.08	.02
Q3項目4. (地域) この分野の知識は、重要だと思う	3.17	0.94	.80	-.05	-.04	-.03	-.02	-.02	.07	-.02	.04	.00	.01
Q3項目1. (地域) この分野に関する情報を楽しみにしている	2.98	1.00	.77	.01	-.02	.04	.08	-.07	-.07	.00	.11	-.05	.02
Q4項目1. (公共サービス) この分野に関する情報を楽しみにしている	2.93	0.96	.75	.03	-.08	-.01	.12	-.09	-.03	.00	.13	-.09	-.01
Q5項目2. (政策) この分野の内容は興味深い	2.96	0.99	.75	.20	.05	.05	.05	.09	-.02	.05	-.18	.00	.01
Q3項目3. (地域) この分野の知識は、私の成長に役立つと思う	2.86	0.91	.72	.10	.00	.00	-.11	-.10	.00	-.05	.19	.02	.02
Q5項目4. (政策) この分野の知識は、重要だと思う	3.23	0.99	.71	-.02	.08	.01	.04	.09	.04	.05	-.17	.06	-.01
Q4項目3. (公共サービス) この分野の知識は、私の成長に役立つと思う	2.92	0.90	.70	.14	-.03	-.09	-.05	-.03	.06	-.02	.10	.06	.01
Q5項目3. (政策) この分野の知識は、私の成長に役立つと思う	2.81	0.89	.69	.28	.05	-.03	-.03	.02	.00	.02	-.12	.01	.00
Q5項目1. (政策) この分野に関する情報を楽しみにしている	2.84	0.96	.66	.28	.02	.04	.09	.01	-.11	.05	-.11	-.07	.01
(個人的興味) 知識 ($\alpha = .95$, $AVE = .74$, $CR = .94$) 先行研究 = 湯・外山(2016)													
Q5項目6. (政策) この分野の話題になると、たくさん話せる	2.42	0.96	-.03	.95	.06	.03	.07	.07	-.07	.04	-.13	-.01	-.06
Q5項目5. (政策) この分野について、様々な知識を持っている	2.50	0.92	.05	.95	.06	-.01	.01	.10	-.05	.02	-.14	-.04	-.05
Q4項目6. (公共サービス) この分野の話題になると、たくさん話せる	2.45	0.91	-.02	.88	-.02	.00	-.04	.03	.09	-.05	.03	.04	.02
Q3項目6. (地域) この分野の話題になると、たくさん話せる	2.41	0.92	.04	.80	-.08	.01	-.08	-.06	.02	-.02	.12	.01	.03
Q4項目5. (公共サービス) この分野について、様々な知識を持っている	2.56	0.90	.12	.80	-.02	-.01	-.07	.03	.05	-.03	-.01	.04	.03
Q3項目5. (地域) この分野について、様々な知識を持っている	2.55	0.89	.10	.75	-.07	.02	-.08	-.06	.06	.00	.13	-.02	-.02
(広報チャンネル) ソーシャル広報 ($\alpha = .87$, $AVE = .44$, $CR = .82$)													
(Q6 = 地域・公共・政策情報の収集、Q7 = 普段の生活での利用)													
Q7項目6. ソーシャルメディア (Twitter, Facebook, Instagram等)	2.59	1.13	.10	-.13	.83	-.04	-.14	.03	.29	.04	-.02	-.05	-.10
Q6項目6. ソーシャルメディア (Twitter, Facebook, Instagram等)	2.22	1.18	-.01	.03	.78	.01	-.05	.00	.10	-.07	.04	.01	-.04
Q7項目3. 札幌市公式のソーシャルメディア	2.28	1.02	.04	-.06	.76	-.04	.02	.02	-.06	.00	.03	.01	.09
Q6項目3. 札幌市公式のソーシャルメディア	1.94	1.07	-.05	.11	.68	.03	.08	-.05	-.16	-.06	.08	.05	.11
Q7項目9. イベント (セミナー、講座、ワークショップ、会議等)	2.24	0.91	-.08	.22	.43	-.02	.19	.04	.01	.06	.09	-.04	-.02
Q6項目9. イベント (セミナー、講座、ワークショップ、会議等)	2.02	1.02	-.18	.31	.37	.00	.30	-.16	-.02	.03	.17	.00	-.01
自治体協働意識 ($\alpha = .89$, $AVE = .65$, $CR = .88$) 先行研究 = 小谷・中道 (2006)													
Q1項目2. 住民は、自分たちの意見を自治体に表明するべきである	3.59	0.95	.01	-.07	-.04	.91	.01	.03	.01	.04	-.02	-.01	-.01
Q1項目4. 住民は、要求のみでなく、自治体と協調して問題を解決すべきである	3.66	0.96	.01	-.02	-.06	.84	.01	.01	.00	-.02	-.07	.09	.01
Q1項目1. 住民は、自治体の仕事を看視するべきである	3.44	1.03	.07	.07	.00	.75	-.01	.06	.01	.02	-.12	-.08	.04
Q1項目3. 自治体は、政策案の策定時点から住民参加をさせるべきである	3.38	0.93	-.05	.08	.05	.72	-.07	.05	.02	-.01	.12	-.01	-.06
(広報チャンネル) 地域広報 ($\alpha = .89$, $AVE = .53$, $CR = .82$)													
(Q6 = 地域・公共・政策情報の収集、Q7 = 普段の生活での利用)													
Q6項目1. 札幌市の広報誌	3.04	1.24	.09	-.01	-.06	.00	.76	-.03	-.09	.02	.03	-.04	.12
Q7項目1. 札幌市の広報誌	3.34	1.02	.08	-.08	-.11	-.08	.74	.05	.00	.05	.03	-.08	.20
Q6項目7. 地域の情報誌 (町内会報、フリッパーの他、地域限定の冊子など)	2.89	1.17	.03	-.04	.09	.02	.72	-.02	.06	.04	-.04	-.08	.00
Q7項目7. 地域の情報誌 (町内会報、フリッパーの他、地域限定の冊子など)	3.03	1.06	.04	-.07	.12	.00	.69	.04	.20	-.05	-.03	.07	-.07
(コミュニティ意識) 自己決定 ($\alpha = .89$, $AVE = .47$, $CR = .72$) 先行研究 = 石盛ほか(2013)													
Q2項目5. 地域をよくするためには、住民がすることに行政の側が積極的に協力すべきだ	3.27	0.96	-.01	.08	.01	.06	.02	.73	-.02	-.02	.18	-.04	.06
Q2項目6. 地域をよくするためには、住民みずからが決定することが重要である	3.19	0.90	-.12	.07	-.03	.08	-.01	.72	.01	.01	.17	.01	.02
Q2項目4. 地域での問題の解決には、地域住民と行政が対等な関係を築くことが重要である	3.33	1.01	.11	-.06	-.02	.03	.03	.59	-.01	-.03	.21	.04	.02
(広報チャンネル) ニュース ($\alpha = .80$, $AVE = .41$, $CR = .73$)													
(Q6 = 地域・公共・政策情報の収集、Q7 = 普段の生活での利用)													
Q7項目4. マスメディア (テレビ、新聞、ラジオ、雑誌)	3.40	1.09	-.04	-.04	.01	.02	.16	.04	.80	.04	-.03	-.03	-.11
Q7項目5. インターネットのサイト (ニュースサイト、ポータルサイト等)	3.16	1.16	.03	.03	.18	-.04	-.14	-.01	.72	.07	-.06	-.03	.16
Q6項目4. マスメディア (テレビ、新聞、ラジオ、雑誌)	3.10	1.16	.09	.06	-.08	.05	.29	-.06	.53	-.04	.01	.00	-.07
Q6項目5. インターネットのサイト (ニュースサイト、ポータルサイト等)	2.86	1.21	-.02	.15	.11	.06	-.04	-.06	.47	-.07	.07	.02	.23
(コミュニティ意識) 他者依頼 ($\alpha = .91$, $AVE = .46$, $CR = .71$) 先行研究 = 石盛ほか(2013)													
Q2項目11. 地域をよくするための活動は、熱心な人たちに任せておけばよい	3.03	0.85	-.01	-.05	-.03	.07	-.03	-.11	.02	.81	.16	.06	.02
Q2項目12. 地域での環境整備は、行政に任せておけばよい	2.79	0.86	-.01	-.07	-.01	.01	.03	.19	.05	.65	.03	.00	.04
Q2項目10. 自分の住んでいる地域で住民運動が起きても、できればそれに関わりたくない	3.21	0.90	.05	.13	-.02	-.05	-.02	-.09	.02	.54	.10	.05	-.04
(コミュニティ意識) 連帯積極 ($\alpha = .91$, $AVE = .57$, $CR = .80$) 先行研究 = 石盛ほか(2013)													
Q2項目3. 地域のみならず何かをすることで、自分の生活の豊かさを求めたい	2.72	1.02	-.04	.08	.02	-.03	-.04	.22	.03	.06	.77	.06	-.06
Q2項目2. 住み良い地域づくりのために自分から積極的に活動していきたい	2.67	1.01	.05	-.02	.08	-.02	.02	.19	-.05	.11	.76	-.02	.00
Q2項目1. 地域でのボランティアなどの社会的活動に参加したい	2.58	1.06	.15	-.07	.08	-.03	.02	.15	-.05	.07	.74	-.07	-.05
(コミュニティ意識) 愛着 ($\alpha = .70$, $AVE = .45$, $CR = .70$) 先行研究 = 石盛ほか(2013)													
Q2項目7. いま住んでいる地域に、誇りとか愛着のようなものを感じている	3.17	0.94	.02	.04	.02	-.01	-.02	.14	-.06	-.11	.06	.80	.05
Q2項目8 (逆). この土地にたまたま生活しているが、さして関心や愛着といったものはない	2.72	0.99	.02	-.06	.02	.00	-.01	-.10	-.01	.30	-.18	.72	.01
Q2項目9. 人からこの地域の悪口を言われたら、自分の悪口を言われたような気になる	3.05	0.93	.10	.08	-.11	.00	.10	-.07	.00	-.09	.21	.42	-.06
(広報チャンネル) 市のウェブサイト ($\alpha = .83$, $AVE = .63$, $CR = .77$)													
(Q6 = 地域・公共・政策情報の収集、Q7 = 普段の生活での利用)													
Q7項目2. 札幌市公式のウェブサイト (市の公共施設のサイトを含む)	3.02	1.05	.03	-.10	.00	-.05	.10	.06	.08	.02	-.05	.02	.83
Q6項目2. 札幌市公式のウェブサイト (市の公共施設のサイトを含む)	2.63	1.18	-.02	.06	.05	.04	.16	.02	-.04	.00	-.07	.01	.75

上であり十分な値が得られた。また、因子の収束的妥当性について「AVE(average variance extracted) \geq 0.5」(Fornell & Larcker, 1981)および「CR(composite reliability) \geq 0.6」(Bagozzi & Yi, 1988)に基づいて検討した。AVEについては、いくつかの因子についてわずかに0.50を下回るものもあったが、CRについては、全ての因子において0.60以上となったことから、ある程度の妥当性が認められた。さらに、弁別妥当性を検討するため、AVEの平方根と因子間相関を比較する方法を採択した(Fornell & Larcker,

1981)。その結果、全ての因子間で AVE の平方根の方が高く、弁別妥当性も確認できた。以上の信頼性と妥当性の確認とともに、各因子は構成概念の基本的な主旨を内容的にも保っていることから、これらの因子は本研究の仮説検証を進めるために適切であると判断した。また、星野ら(2005)は構造方程式モデリングでは一般的に因子に対する観測変数の数が増えると適合度指標は下がるとしており、本研究では第 1 因子が 16 項目となり観測変数の数が多く AVE が低い因子も含まれており、探索的性質も強い研究であることから重回帰分析により検討を行った。

次に各因子の相互関係を表 3 に示す。「協働意識」と「ソーシャル広報」以外の間について全て正の有意な相関がみられた一方、男女別の相関では相関のパターンが異なるものが見つかった。

表 3 各因子の相互相関

	地域情報 興味	知識	S 広報	協働意識	地域広報	自己決定	ニュース	他者依頼	連帯積極	愛着	市web
地域情報興味	—	.60 **	.35 **	.33 **	.58 **	.43 **	.43 **	.29 **	.54 **	.43 **	.44 **
知識		—	.50 **	.11 *	.34 **	.19 **	.29 **	.23 **	.48 **	.26 **	.34 **
ソーシャル広報			—	.06	.33 **	.15 **	.39 **	.14 **	.40 **	.10 *	.44 **
協働意識				—	.24 **	.48 **	.22 **	.15 **	.30 **	.19 **	.16 **
地域広報					—	.37 **	.46 **	.19 **	.39 **	.27 **	.48 **
自己決定						—	.25 **	.21 **	.54 **	.33 **	.27 **
ニュース							—	.12 **	.25 **	.20 **	.45 **
他者依頼								—	.39 **	.29 **	.15 **
連帯積極									—	.34 **	.34 **
愛着										—	.17 **
市web											—

* p < .05, ** p < .01

5-3. 重回帰分析

調査票の 11 因子の関係を検討するために、男女別に重回帰分析を行った。独立変数間の相関係数は概ね中程度以下であり、VIF(Variance Inflation Factor)についても概ね 1 点台であり、多重共線性の問題はないと考えられる。まず「協働意識」を従属変数として全因子を投入し重回帰分析を行った。

次に、コミュニティ意識の下位尺度因子として想定していた「連帯積極」「自己決定」「他者依頼」「愛着」についての影響を検討するため、それぞれを従属変数として男女別に重回帰分析を行ったところ、各因子への影響が確認された。また、因子によって男女別に差が見られた。

最後に個人的興味の下位尺度因子である「地域情報興味」「知識」についての広報チャンネルの影響を検討するため、それぞれを従属変数として男女別に重回帰分析を行ったところ、広報チャンネルごとに異なる影響が見られた。また、この分析においても因子によって男女別に差が見られた。以上の分析を踏まえ、全体の流れを把握するために図 1 の調査モデルに有意な標準偏回帰係数を書き込むと図 2 ができあがる。次項では、前述の仮説を検討するとともにその詳細な分析結果を記し、性別による差異についても併せて検討する。

6. 分析結果と仮説の検証

6-1. 仮説 H1 について

コミュニティ意識の自治体協働意識との関係について、コミュニティ意識の下位尺度である「自己決定」について正の有意な影響(男 $\beta=.38$ 、女 $\beta=.39$)が確認されたことから、仮説 H1 は支持された。一方、野口(2016)の研究では「連帯積極」と「自己決定」が 1 つの因子にまとめ「協働意識」への影響が見られている。本研究と異なる結果となっている理由は、野口(2016)の研究対象は人口約 4,000 人のニセコ町であり、本調査は人口約 197 万人の政令指定都市であり、人口規模の違いによるものと考えられる。人口規模が大きくなることにより、住民の政治への有効性の感覚が低下することが検証されており(Lassen & Serritzlew, 2011)、政治との心理的距離が離れていることから生じる政治的無力感に

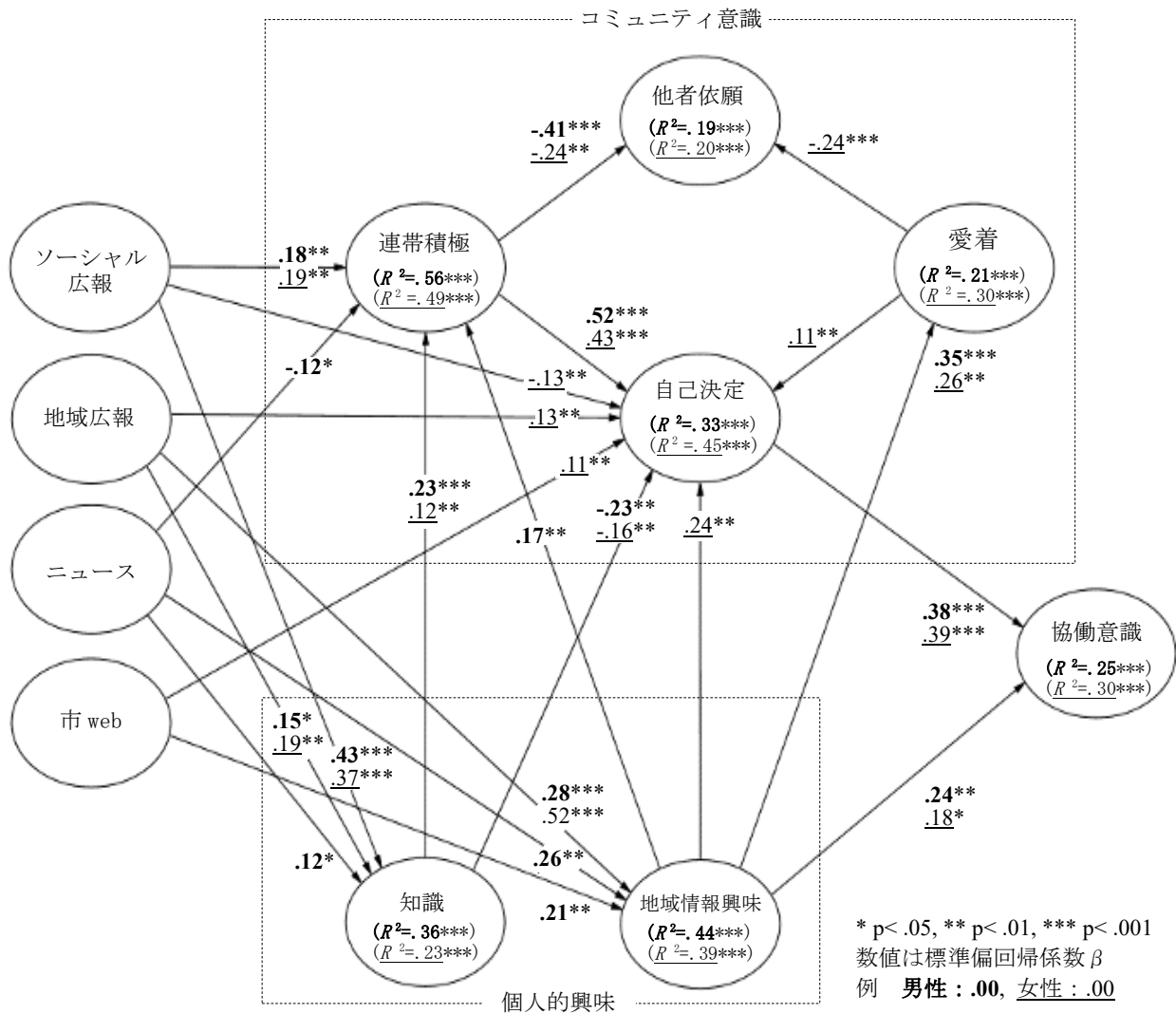


図2 広報チャンネルの協働意識への影響

よるものであり、本研究のように「連帯積極」の意識が高くとも行政への無力感を感じて「協働意識」に直接影響せず、「自己決定」の意識が高くないと「協働意識」につながらないものと考えられる。こうしたことから札幌のような政令指定都市では、住民の「自己決定」が「協働意識」にとって重要であることがわかる。また「連帯積極」は「自己決定」に対して有意な影響(男 $\beta = .52$ 、女 $\beta = .43$)があり二つの因子の関係の強さがうかがえる。

一方、コミュニティ意識の「愛着」については「協働意識」との相関が見られなかった。NPO活動への参加意図についての研究においても「愛着」には有意な相関が見られなかったことから(Ishimori, 2007)、「愛着」はNPO活動や協働のような市民の直接的な活動に影響する要因ではないことが示唆される。しかし、コミュニティ感覚は、住民の主観的幸福感に影響を与えることがわかっていることから(Davidson & Cotter, 1991)、「愛着」は、「協働意識」という直接的な活動につながる意識ではなくとも、住民の幸福や満足などの意識に影響している可能性も考えられる。

6-2. 仮説 H2 について

個人的興味の自治体協働意識との関係については、「地域情報興味」は「協働意識」に対して正の

有意な影響(男 $\beta=.24$ 、女 $\beta=.18$)が確認されたことから、個人的興味が「協働意識」に正の影響を与えると想定した仮説 H2 は支持された。個人的興味は「認知的価値による興味」「感情的価値による興味」「興味対象関連の知識」の3つの側面で質問項目を作成したが(湯・外山, 2016)、因子分析により「認知的価値による興味」「感情的価値による興味」が一つの因子「地域情報興味」を形成した。

6-3. 仮説 H3 について

行政広報の内容による分類ごとに個人的興味に関する質問項目を設定したが、探索的因子分析の結果、因子がまとまらず仮説 H3 は棄却された。このことは先行研究で捉えていた分類と異なり、住民にとって内容の分類には意識的な差がみられないことを示唆している。これも前述した人口規模の違いによる行政との心理的距離との関係に起因し、大都市では行政との心理的距離が遠く、行政が普段の生活に与える影響を小さく感じ、行政が発信する内容についての影響に差がないことが考えられる。こうしたことから協働意識への影響においては、行政学的な内容の分類によらず総体的に「地域情報興味」を高めることの重要性が示唆された。

6-4. 仮説 H4 について

自治体の公式広報チャンネルについて、公式 SNS を含む「ソーシャル広報」は「連帯積極」(男 $\beta=.18$ 、女 $\beta=.19$)と「知識」(男 $\beta=.43$ 、女 $\beta=.37$)に、広報誌を含む「地域広報」は「自己決定」(女 $\beta=.13$)と「地域情報興味」(男 $\beta=.28$ 、女 $\beta=.52$)と「知識」(男 $\beta=.15$ 、女 $\beta=.19$)に、「市ウェブ」は「自己決定」(女 $\beta=.11$)と「地域情報興味」(男 $\beta=.21$)に対して有意な影響がみられることから、コミュニティ意識と個人的興味に正の影響を及ぼすと仮定した仮説 H4 は支持された。男女の相違で特徴的なのは、公式広報チャンネルは女性にのみ「自己決定」に影響が見られ、男性には影響がなかった点と、「市ウェブ」以外は男女ともに個人的興味に対して正の影響が見られた点である。これらのことから、公式広報チャンネルは女性のコミュニティ意識と個人的興味の両方にとって重要な要因になっているといえよう。

6-5. 仮説 H5 について

トラディショナルなアールドメディアである「ニュース」と個人的興味との関係は「地域情報興味」(男 $\beta=.26$)、「知識」(男 $\beta=.12$)に対してともに正の影響が見られたことから、仮説 H5 は支持された。これは男性にのみ有意な正の影響が見られ性別によって特徴的な結果となっており、男性にとって「ニュース」は個人的興味を高める特有な要因である可能性が示唆された。

6-6. 仮説 H6 について

ソーシャルなアールドメディアである SNS とイベントはまとまった因子「ソーシャル広報」を作り、「連帯積極」(男 $\beta=.18$ 、女 $\beta=.19$)に対して男女ともに有意な正の影響が見られたことから仮説 H6 は支持された。さらに個人的興味である「知識」(男 $\beta=.43$ 、女 $\beta=.37$)に対しても男女ともに有意な正の影響がみられ、地域に対する知識醸成にも働くものであることがわかった。

6-7. コミュニティ意識と個人的興味の間の影響について

「知識」は「連帯積極」(男 $\beta=.23$ 、女 $\beta=.12$)に対して正の有意な影響が見られる一方で、「自己決定」(男 $\beta=-.23$ 、女 $\beta=-.16$)に対しては負の有意な影響が見られた。これは、「知識」は、地域住民と連帯して積極的に地域に関わっていく「連帯積極」意識を促す一方で、行政との対等な関係、行政の協

力、住民による決定という「自己決定」意識を抑制する働きがあり、地域や行政に対する情報についての「知識」は、行政との対等な協力関係ではなく、地域住民と協力して自ら積極的に地域を良くしていく自治に対する意識を促すものであることが考えられる。これは「知識」が「協働意識」に有意な影響が見られないことから推察され、行政との協働に関わらず、積極的な自治意識を促進するものと考えられる。また「連帯積極」、「自己決定」のいずれへの影響も男性のほうが強いことから、「知識」が男性のコミュニティ意識の醸成に強く関わる要因であることが伺える。

一方で、「地域情報興味」は「愛着」(男 $\beta=.35$ 、女 $\beta=.26$)に対して男女ともに正の有意な影響が見られることから「地域情報興味」は協働意識だけでなく地域への愛着を高める影響があると考えられる。協働は住民自らがまちづくりに関係することで住みやすさや地域への満足度を高めるものであり、一方で地域への愛着は個人の生活の満足感を示しており、これらは違うアプローチで住民の地域に暮らす幸福感を高めることにつながる。以上のことから、感情的・認知的な地域への興味は、総合的に住民の地域への満足度・幸福度を高めることにつながる重要な要因であることが示唆される。

7. 考察

7-1. 自治体協働意識を形成する影響(RQ1)

仮説 1 及び 2 が支持されたことから、自治体協働意識に強く影響する「コミュニティ意識ルート」と、影響は弱い短期的に働く「個人的興味ルート」の 2 つがあることが確認された。

それぞれについて言及すると、コミュニティ意識ルートでは「自身の行動が地域行政にとって有効である」という自己決定感が重要であり、個人的興味ルートでは、地域や行政の情報が自身にとって価値あるものであると感情的・認知的に捉える意識が重要であることがわかった。また、感情や認知に関係する個人的興味には個人差があり不安定であるが(湯・外山, 2016)、コミュニティ意識は居住地域や生活に関係する安定的な意識であり持続的に機能することから、コミュニティ意識ルートは個人的興味ルートよりも強く影響するといえる。一方、コミュニティ意識の醸成には時間がかかるが、個人的興味は短期的な意識変化が望めてコミュニティ意識にも影響することから、個人的興味ルートによるアプローチは協働意識への短期的な影響とともにコミュニティ意識の醸成、ひいては協働意識への強い影響につながることが期待できる。これらのことから、自治体協働意識を高める方略として、より強く影響するコミュニティ意識ルートと、短期的に働く個人的興味ルートを組み合わせた広報戦略が有効であると考えられる。

7-2. 広報チャンネルの影響(RQ2)

前述の 2 ルートに関する広報チャンネルの影響についてまとめると、コミュニティ意識ルートについては、SNS などのソーシャル広報チャンネルが連帯性・積極性を通して自己決定感に働き、特に女性では公式広報チャンネルが自己決定感に直接影響することがわかった。一方、個人的興味ルートについては、公式広報チャンネルが地域への感情的・認知的な興味に働き、特に男性では、マスメディアが個人的興味に影響することが明らかになった。

広報チャンネル別に細かく言及すると、仮説 H4 が支持されたことから、自治体のオウンドメディアである公式広報チャンネルはコミュニティ意識ルートと個人的興味ルートの双方に影響し、特に女性ではコミュニティ意識ルートへの影響が強いことが示唆された。マスメディアなどのトラディショナルなアードメディアについては、仮説 H5 が支持され、その影響は男性に限られており、男性にのみ個人的興味ルートに有効であると考えられる。SNS などのソーシャルなアードメディアはコミ

ユニティ意識への影響が男女で見られ仮説 H6 が支持された一方で、地域への知識についての影響も見られたことから、SNS などのソーシャルな広報チャンネルは2つのルートのどちらにも働き協働意識を醸成する有用なチャンネルであることが考えられる。

以上のようにチャンネルや性別による協働への影響の違いが定量的に示されたことから、協働の視点に立った行政広報ではチャンネル選択による戦略が人材や財源が限られている現在の自治体において効率的であると考えられる。

8. おわりに

本研究は、広報チャンネルに着目して行政広報の協働意識に対する影響について検討したものである。本研究の学術的な貢献は、第1に行政広報の協働への影響についてコミュニティ意識ルートと個人的興味ルートの2つを確認した点であり、第2にチャンネル特性や性別による特徴的な違いを明らかにしチャンネル選択の最適化による効果的な行政広報の可能性を示すことができた点であり、第3に政令指定都市ではじめてその影響を定量的に検証した点である。本研究の課題は、コロナ禍の状況における調査となった点であり、その影響については今後の社会状況を注視しなくてはならない。また、チャンネル選択のさらなる最適化の検討を進めるためには年代や居住区などの住民の属性についての分析が必要である。

本研究では協働の推進を行政広報の目的としたが、広報によるコミュニケーションにより地域の暮らしやすさや住民の幸福度を高めることが大切である。本研究の知見が、実務的なアプローチや協働意識の促進に貢献し、行政広報研究のさらなる深化につながることを期待したい。

参考文献

- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
- Brix, J., Krogstrup, H. K., & Mortensen, N. M. (2020). Evaluating the outcomes of co-production in local government. *Local Government Studies*, 46(2), 169-185.
- Chavis, D. M., Hogge, J. H., McMillan, D. W., & Wandersman, A. (1986). Sense of community through Brunswik's lens: A first look. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 24-40.
- Davidson, W. B., & Cotter, P. R. (1989). Sense of community and political participation. *Journal of Community Psychology*, 17(2), 119-125.
- Davidson, W. B., & Cotter, P. R. (1991). The relationship between sense of community and subjective well-being: A first look. *Journal of Community Psychology*, 19(3), 246-253.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gardner, P. L., & Tamir, P. (1989). Interest in biology. Part I: A multidimensional construct. *Journal of Research in Science Teaching*, 26(5), 409-423.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Hiebert, E. R. (1981). A model of the government communication process. In L. M. Helm, E. R. Hiebert, R. M. Naver, & K. Rabin (Eds.), *Informing the people: A public affairs handbook* (pp. 3-13). Longman.
- Hoffmann, L. (2002). Promoting girls' interest and achievement in physics classes for beginners. *Learning and Instruction*, 12(4), 447-465.
- Holland, J. L., & Gottfredson, G. D. (1975). Predictive value and psychological meaning of vocational aspirations. *Journal*

- of *Vocational Behavior*, 6(3), 349–363.
- Horsley, J. S., & Barker, R. T. (2002). Toward a synthesis model for crisis communication in the public sector an initial investigation. In *Journal of Business and Technical Communication* (Vol. 16, Issue 4).
- Ishimori, M. (2007). Relationship between Sense of Community and Motivation to Participate in NPO Activities. *The Nonprofit Review*, 7(2), 67–73.
- Lassen, D. D., & Serritzlew, S. (2011). Size and Equal Opportunity in the Democratic Process: The Effect of the Danish Local Government Reform on Inequality in Internal Political Efficacy. *World Political Science*, 7(1).
- Levine, C. H., & Fisher, G. (1984). Citizenship and Service Delivery: The Promise of Coproduction. *Public Administration Review*, 44, 178–189.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6–23.
- Nagy, G., Trautwein, U., Baumert, J., Köller, O., & Garrett, J. (2006). Gender and course selection in upper secondary education: Effects of academic self-concept and intrinsic value. *Educational Research and Evaluation*, 12(4), 323–345.
- Nye, C. D., Su, R., Rounds, J., & Drasgow, F. (2012). Vocational Interests and Performance: A Quantitative Summary of Over 60 Years of Research. *Perspectives on Psychological Science*, 7(4), 384–403.
- Ostrom, V. (1977). Structure and performance. In V. Ostrom & B. Frances (Eds.), *Comparing urban service delivery systems* (Vol. 12, pp. 19–44).
- Renninger, K. A., & Hidi, S. (2011). Revisiting the conceptualization, measurement, and generation of interest. *Educational Psychologist*, 46(3), 168–184.
- Sarason, S. B. (1974). *The psychological sense of community: Prospects for a community psychology*. Jossey-Bass.
- Schiefele, U., Krapp, A., & Winteler, A. (1988). Conceptualization and Measurement of Interest. In *Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association (AERA)*.
- Stephen, A. T., & Galak, J. (2012). The effects of traditional and social earned media on sales: A study of a microlending marketplace. *Journal of Marketing Research*, 49(5), 624–639.
- Trautwein, U., Lüdtke, O., Nagy, N., Lenski, A., Niggli, A., & Schnyder, I. (2015). Using individual interest and conscientiousness to predict academic effort: Additive, synergistic, or compensatory effects? *Journal of Personality and Social Psychology*, 109(1), 142–162.
- 三好達也 (2003). 過疎地域におけるボランティア精神の変化と実態 「結」が果たしてきた役割を中心として. 佛教大学大学院紀要, 31, 159–171.
- 三谷はるよ (2013). Is Civic Participation a Consequence of Learning?: Influence of Socialization on Volunteering. *The Nonprofit Review*, 13(2), 37–46.
- 上野征洋 (2003). 行政広報の変容と展望. 津金澤聡廣編, 広報・広告・プロパガンダ. ミネルヴァ書房.
- 井上徹 (2020). 新型コロナ禍とリワード型クラウドファンディングの新展開: その社会的な価値と理論的課題. 横浜経営研究, 41(1), 25–39.
- 伊藤直哉 (2014). 自治体広報測定をどのように行うべきか. 広報研究, 3(18), 65–77.
- 国枝智樹 (2011). PRの4モデルと日本の行政広報: 明治から平成に至る発展の4段階. コミュニケーション研究, (41), 35–51.
- 坂本治也 (2012). NPO-行政間の協働の規定要因分析: 市区町村データからの検討. 年報政治学, 2012(2), 202–223.
- 坂本治也 (2016). 政府への財政的依存が市民社会のアドボカシーに与える影響—政府の自律性と逆U字型関係に着目した新しい理論枠組み—. *RIETI Discussion Paper Series*, 1–24.
- 小谷良子・中道實 (2006). 自治体との協議・依存関係意識にみる近隣自治的活動の展望: 地域 集団・社会活動

- 団体の中枢活動層を対象に. 奈良女子大学社会学論集, 13(93-113).
- 岩井義和 (2014). 行政広報の現代的課題とコミュニケーション戦略. 政経研究, 50(3), 633-659.
- 平野浩 (2010). メディア接触・政治意識・投票行動 2009年衆院選における実証分析. 選挙研究, 26(2), 60-72.
- 後藤康志 (2013). メディア接触によるメディア認知の比較. 日本教育工学会研究報告集, 2, 133-138.
- 星野崇宏・岡田謙介・前田忠彦 (2005). 構造方程式モデリングにおける適合度指標とモデル改善について: 展望とシミュレーション研究による新たな知見. 行動計量学, 32(2), 209-235.
- 杉山幸一 (2014). 自治基本条例による地方自治の成果と課題. 八戸学院大学紀要, 48, 21-34.
- 松下啓一 (2009). 市民協働の考え方・つくり方. 萌書房.
- 河井孝仁 (2011). 自治体政策形成における行政広報の役割. 地方自治職員研修, 44(14), 150-170.
- 河井孝仁 (2014). 行政情報提供にかかるメディア活用戦略モデルの提案. 東海大学紀要, 102, 23-35.
- 湯立・外山美樹 (2016). 大学生における専攻している分野への興味の変化様態: 大学生用学習分野への興味尺度を作成して. 教育心理学研究, 64(2), 212-227.
- 玉井由樹 (2019). クラウドファンディングへの資金提供動機と課題. 福山市立大学都市経営学部紀要, 12, 43-54.
- 田中国夫・藤本忠明・植村勝彦 (1978). 地域社会への態度の類型化について—その尺度構成と背景要因—. 心理学研究, 49(1), 36-43.
- 田中瑛津子 (2015). 理科に対する興味の分類—意味理解方略と学習行動との関連に着目して. 教育心理学研究, 63(1), 23-36.
- 真山達志 (2018). 地方分権のあゆみとこれからの地方自治. 都市とガバナンス, 29, 1-6.
- 石盛真徳 (2004). 調査研究 コミュニティ意識とまちづくりへの市民参加: コミュニティ意識尺度の開発を通じて. コミュニティ心理学研究, 7(2), 87-98.
- 石盛真徳 (2009). 大都市住民のコミュニティ意識とまちづくり活動への参加 一京都市における調査から一. コミュニティ心理学研究, 13(1), 21-36.
- 石盛真徳・岡本卓也・加藤潤三 (2013). コミュニティ意識尺度 (短縮版) の開発. *The Japanese Journal of Experimental Social Psychology*, 53(1), 22-29.
- 荒木昭次郎 (1990). 参加と協働: 新しい市民=行政関係の創造. ぎょうせい.
- 野口将輝 (2015). 佐賀県武雄市と北海道小樽市のFacebook広報の比較研究. 広報研究, 19, 94-107.
- 野口将輝 (2016). 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, 1(1), 14-21.
- 野口将輝 (2017a). 地方自治体の行政広報評価に関する研究: 自治体協働意識醸成の観点からの行政広報評価モデルの提起. 北海道大学博士論文.
- 野口将輝 (2017b). 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, 2(1), 16-21.
- 野口将輝・伊藤直哉 (2013). 自治体におけるFacebook広報に関するメディア効果測定. 情報文化学会誌, 20(2), 35-42.
- 野波寛・大沼進・杉浦淳吉・山川肇・広瀬幸雄 (1997). 資源リサイクル行動の意志決定における多様なメディアの役割—パス解析モデルを用いた検討—. 心理学研究, 68(4), 264-261.
- 金井茂樹 (2015). 行政広報広聴の基礎的枠組みに関する一考察. 公共政策志林, 3, 79-92.
- 青柳みどり (1997). 環境に関する知識格差に与えるメディアの効果. 環境社会学研究, 196-212.
- 高野信栄・辻明希・森吉昭博 (2000). 除排雪事業における住民満足度と行政情報提供の効果に関する研究. 建設マネジメント研究論文集, 8, 45-52.

【論文履歴】 初稿受理日: 2020年11月29日、掲載確定日: 2021年1月28日

【著者連絡先】 三井祐介: ymitsui31@eis.hokudai.ac.jp

Effect of local Government public relations channels on Co-Production consciousness among residents of ordinance-designated cities

— Quantitative analysis of public awareness in Sapporo —

Yusuke MITSUI

(Graduate School of International Media, Communication and Tourism Studies,
Hokkaido University)

Naoya ITO

(Hokkaido University)

Abstract

Local governments have been promoting Co-Production efforts with residents, and PR have played an important role. In this study, we're trying to clarify the optimization of PR-channel selection to raise the Co-Production consciousness based on the quantitative survey of the influence of PR on the residents' consciousness. This discussion confirmed two routes for PR, one that influences the Co-Production consciousness through community consciousness and the other that influences through personal interests, and clarifies the relationship with the PR-channel. The community consciousness route was influenced by SNS, and the influence of the official PR-channel was seen in the personal interest route.

Key words: Local Government PR, PR Channel, Co-Production, Community Consciousness, Individual Interest