

Q YouTubeが定めている収益化の条件について。

A **総合企画部長** YouTube公式によると、広告収入を得るには、「ガイドラインに準拠したコンテンツを作成している」等の要件を満たしたうえで、チャンネル登録者数が1千人以上、公開されている動画の過去365日間における総再生時間が4千時間以上、またはショート動画の過去90日間の視聴回数が1千回以上であることが条件とされています。収益化のためには、これらの条件をいずれも満たした上で、収益化する旨、運営者側に申請し、承認される必要があるとのこと。

Q 収益化の条件に該当する県の公式YouTubeチャンネルについて。

A **総合企画部長** 令和5年12月6日現在、登録者数および再生時間の条件を満たしているものは5件、そのうち審査を通過して収益化が決定したのは4件です。

【承認されたチャンネル】

●ポータルズびわこ公式メインチャンネル：登録者数4万1,377人、ライブ配信1,182本、動画本数(ショート含む)450本、再生回数5,380万7,800回、総再生時間903.7万時間。
●ポータルズびわこ公式YouTubeチャンネル：登録者数1万5,796人、ライブ配信6,960本、動画本数(ショート含む)1,623本、再生回数289.5万回、総再生時間30.3万時間。

●滋賀県公式YouTubeチャンネル：登録者数1万4,365人、ライブ配信206本、動画本数(ショート含む)2,197本、再生回数1,105万回、総再生時間25万6千時間。
●いなぎまごぼく：滋賀の建設業の魅力発信チャンネル：登録者数1,532人、動画本数(ショート含む)40本、再生回数74万回、総再生時間2.5万時間。



Q 収益化に向けた取り組み状況について。

A **総合企画部長** 4件のチャンネルいずれも広告収入の受け取りに向け、現在申請者の情報確認などの手続きを行っています。

Q 他の都道府県や県内自治体における収益化の取り組み状況について。

A **総合企画部長** 令和5年12月5日現在、本県以外では2自治体、県内の市町では1自治体を取り組んでいます。

Q 各チャンネルの収益の見込み額について。

A **総合企画部長** 直近1年間の再生状況をもとに、年間の収入見込みをチャンネルごとに試算したところ、ポータルズで30万円程度、その他のチャンネルで2万円〜3万円程度と見込んでいます。

Q 県公式YouTubeの各チャンネルも、もう少し有効的に活用できるのではと考えるが、滋賀県広報戦略の取り組み状況について。

A **知事公室長** SNSを活用した広報は、それぞれの媒体の特性を踏まえて有効に活用できるよう、県庁全体でスキルの底上げを図ることが重要であると認識しています。「いなぎまごぼく」などの好事例を広報戦略会議において共有し、令和5年8月には自治体広報におけるSNSの効果的な活用についてテーマにした研修会を開催しています。また随時、専門的な知識を有する広報アドバイザーによる個別の相談にも対応しているとのこと。

Q ソーシャルメディアの長所を生かし、県民に情報をしっかりと届ける工夫を講じることが重要と考えるが。

A **知事公室長** 企画段階から「届けること」を意識して、受け手や発信のタイミング、ならいを明確にして、「コンテンツを制作することが重要である」と考えています。また、広報戦略において「コンテンツの制

作だけではなく、対象者に届けるための取り組みにも重点を置くこととしており、SNSを活用した広報を行う際のノウハウや困りごとを相談者間で共有し、受け手に伝わる情報発信の実現を目指します。

デジタル地域コミュニティ通貨 まちのコインについて



Q 改めてデジタル地域コミュニティ通貨まちのコインについて、このようにものか。

A **総務部長** 「まちのコイン」というスマートフォン・タブレット端末向けのアプリで利用できる滋賀県の地域コミュニティ通貨です。発行主体は県と関係市町、大学で構成する協議会で、換金性もなく発行コストもかからず、有効期限は90日間です。体験を提供する地域の加盟店舗等、体験の利用者が「まちのコイン」をやりとりする中で、地域内の人だけでなく、地域外の人も関係人口として新たに、そして継続的に地域に関わることで「まちのこざわいづくり」につなげようとするものです。

Q 現在のまちのコイン「ビワコ」の状況について。

A **総務部長** サービス開始から約1年4か月が経ち、約600の企業・団体・個人が、体験を提供する「スポット」として参加しています。また、これまで2千を超える体験が登録されています。「ユーザー登録は、既に1万人を超え、直近12週間の総流通量は約2千万「ビワコ」という状況です。

Q 他の自治体におけるまちのコインの状況について。

A **総務部長** 「まちのコイン」は、全国で25地域で導入をされており、本県以外では、神奈川県鎌倉市や大阪府八尾市など、個々の市区町村単位で運用されています。

特に鎌倉市では、「竹林の保全活動につながるだけの「掘り体験」や「建長寺をめぐるスタンラリー」などの体験がユーザーによって利用され、地域からもたくさんのお店やイベント、人とのつながりができ、様々なエピソードが生まれたといった声が上がっており、それ以外の地域でも、「まちのコイン」が地域の活性化につながっているとのこと。

Q 県が実施する様々な事業にも連携していくべきと考えるが、これまでの県の事業等での取り組み状況について。

A **総務部長** SMOU・まちのコインの運用により、県内の地域資源を活用したイベント等を県内外の方々に体験してもらうことで、協定で掲げる「関係人口の拡大」や「地域活性化の実現」に一定つながっているほか、人材育成の点でも、デジタル技術を使った魅力発信スキルが地域において養成されています。また、企業版ふるさと納税を活用して、イベントの企画や広報に長けた人材を受け入れ、県職員にはない視点も取り入れながら事業を推進するといったことができており、先進的な取り組みとして今年度、全国知事会の優秀政策に選定されたり、多くの視察の依頼がくるなど、全国から注目されていると受け止めているところです。

Q まちのコイン「ビワコ」の展開にあたって、モデル地域にそれぞれエリアコーディネーターが配置されているが、その役割について。

A **総務部長** 地域での普及に向けて、事業の趣旨や利用方法に関する説明会の開催のほか、独自の広報ツールの作成やスポットの開拓など、多岐にわたって活動しています。

Q なかなか浸透していかないという現実があるが、まちのコイン「ビワコ」の課題について。

A **総務部長** 「ビワコ」は、まちのコイン導入自治体の中でもスポット数で1位、ユーザー数や流通量でも3位と高い利用状況ですが、今後さらに地域の活性化に有効に活用していくためには、ユーザーが「ビワコ」を継続的に利用できる仕組みづくりが課題になってきます。

Q 「しが割」や「しが旅」、「もしサポ」滋賀の参加事業者や協力事業者に呼びかけをしてはどうか。まちのコイン「ビワコ」による中小事業者支援の可能性について。

A **知事** 事業者にとっては、広告料なしでユーザーに宣伝ができるほか、工夫次第では、ユーザーにお店の顔なじみや常連など、新たなつながりを構築できるメリットがあります。県としては、積極的に事業者の参画を促すことで、「ビワコ」を使う体験の充実につなげるとともに、事業者にとっても、宣伝効果が向上するという好循環を生み出していきたいと考えており、これまでに県の施策に参加された方も含め、「ビワコ」のメリットを分かりやすくPRしていきます。

Q 2025年に開催する国スポ・障スポでのまちのコイン「ビワコ」の活用可能性について。

A **知事** 2025年の「わたSA GA 輝く国スポ・障スポ」での活用を視野に入れて、県内の事業者が「ビワコ」の活用を呼びかけることは、両大会の機運醸成にもつなげられる可能性があるかと認識しています。

具体的な活用方法は今後検討を重ねる必要がありますが、ご提案いただいたように、関係者の協力を得ながら、来県された選手やボランティアに「ビワコ」を利用してもらえる体験を準備し、県内のお店等を訪問してもらってきつかけとするなど、あらゆる可能性を探っていきたく思います。先ほども指摘いただいた、YouTubeの登録者や動画の再生回数が増加なども含めて連動させて取り組んでいける可能性があると思います。

11/2 土木交通・警察・企業常任委員会



国営「海の中道海浜公園」(福岡県福岡市)を訪問し、Park-PFI等による新たな都市公園の魅力づくりについて調査しました。

11/1 土木交通・警察・企業常任委員会



平成筑豊鉄道株式会社(福岡県田川郡福智町)を訪問し、「地方鉄道活性化に向けた取組について」調査しました。

10/31 土木交通・警察・企業常任委員会



広島県尾道市の特定非営利活動法人尾道空き家再生プロジェクトを訪問し、「空き家再生の活動について」話を伺いました。

広島県広島市の株式会社水みらい広島を訪問し、今後の委員会審議の参考とするため、「民間主体の水道事業の取組について」伺いました。

田中松太郎の日々の活動はSNS等で配信しています！

公式ホームページ
Facebook
Instagram

検索 田中松太郎
<http://matsutaro.jp/>