

堺区 区域まちづくり事業 効果検証シート

事業名称		実施主体			
堺区公式インスタグラム		堺区役所企画総務課			
事業目的	事業効果	活動指標	R2	R3	R4
若い世代で流行しているSNSを利用して、区民が撮影した堺区内の写真を紹介したり、堺区での取り組みやイベントを発信したりすることで、若い世代の方々に堺区への関心を持ってもらうことを目的とする。	堺区に興味・関心を持った若い世代の方々が、堺区の魅力を発信したり、積極的に地域で活動したりすることで、イメージの向上や来訪者の増加など堺区の魅力向上と区民の地域愛の醸成につながることを期待できる。	フォロワー数	559	1143	/
		区民からの投稿数	807	2181	/
①妥当性	②協働の視点	③インパクト	④効率性		
○	低コストで発信力の強いSNSを利用し、区民が自ら地域の魅力を発信・発掘することで、地域愛の醸成につながるきっかけとして実施する事業である。	○	区民の視点から見た堺区の魅力を投稿してもらい、それを区が紹介することで、区民と区が協働し、より広く堺区の魅力を発信することができる。	○	堺区に興味・関心を持った若い世代の方々が、堺区の魅力を発信したり、積極的に地域で活動している。また、SNSを利用することで、堺市外の方にも堺区の魅力の発信ができる。
○	区民が撮影した写真が紹介されることで、投稿者の郷土愛醸成につながると同時に、より広く区の魅力を発信することができる。また効率よく区の魅力ある写真を収集することができる。	○	堺区に興味・関心を持った若い世代の方々が、堺区の魅力を発信したり、積極的に地域で活動している。また、SNSを利用することで、堺市外の方にも堺区の魅力の発信ができる。	○	区民が撮影した写真が紹介されることで、投稿者の郷土愛醸成につながると同時に、より広く区の魅力を発信することができる。また効率よく区の魅力ある写真を収集することができる。
⑤自立発展性	総合評価				
—	地域の魅力発信、地域愛の醸成が目的であるため、今後もしばらくは堺区が主体となって実施することが望ましい。	○	堺区の魅力発信や、夏(応募数121)と秋・冬(応募数95)の計2回のフォトコンテストを実施した。 ぬいぐるみを活用した市施設やイベントの紹介や、着ぐるみを活用したYouTubeの動画配信情報など、今年度は500人以上の新規フォロワーの獲得し、堺区への興味・関心を集めることができた。		
今後の方向性(課題、改善提案等)					
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px; display: inline-block;"> 拡充 継続 見直し 廃止 </div>	フォトコンテストの作品数・応募者数をさらに増やす工夫が必要がある。 さらなるフォロワーの獲得に向けた取り組みを考えていく必要がある。				