

## 北区 区域まちづくり事業 効果検証シート

事業名称		実施主体			
魅力発掘・発信・創出事業		北区役所 企画総務課			
事業目的	事業内容	活動指標	R4	R3	R2
区民や北区にかかわりのある方(関係人口)を中心に、北区への愛着をさらに深めてもらえるよう、これまで魅力を発掘・発信・創出してきたSNSをさらに活用する。 また、北区を知らない転入して間もない方や区外の方に向けても、北区のブランドイメージを高めてもらえるよう、北区の魅力を発信する。	・北区の魅力を発信する魅力ガイドマップの作成 ・Instagram活用講座の開催 ・北区役所公式InstagramPRチラシの作成 ・民間ノウハウを活用したInstagramによる魅力発信 ・魅力動画の制作と街中のデジタルサイネージでの放映	北区Instagramフォロワー数	1490 (R5.3.31時点)	320 (R4.3.31時点)	-
		Instagram活用講座参加者数	30名 (定員30名)	-	-
①妥当性	②協働の視点	③インパクト	④効率性		
◎	◎	○	○		
フォロワーの拡大により北区公式Instagramの発信力と魅力情報の収集力を高めるとともに、デジタルの環境がない方にも届く媒体の活用により、北区の魅力情報を拡散する当事業は、北区の魅力を発掘・発信・創出する目的に照らし妥当性がある。	区民などから北区公式Instagramに投稿のあった写真や情報を基に北区の魅力を各種媒体で広く紹介するとともに、地域や関係機関への取材情報を魅力ガイドマップの作成に反映することで区民協働による事業を実施した。	デザインや手法など民間事業者のノウハウを活かし、受け手に「たのしさ」や「ワクワク」を感じてもらえるビジュアルを重視するとともに、拡散・周知効果の高いなかも駅のデジタルサイネージでの掲出やInstagramの広告投稿などの手法により、訴求力の高い発信を実施した。	事業内容で示した各事業の制作過程で生み出した情報を、その他の事業の素材にも活用することで、事業間で相乗効果のある進め方ができた。 また多様な媒体で各媒体の特性を活かした発信を行い、デジタルの環境がない方も含めて北区の魅力情報の拡散が行えた。		
⑤自立発展性	総合評価				
△	○				
北区の魅力発掘・発信・創出する北区公式Instagramに代わるもの自体の運用を区民に取り組んでもらうことは難しいが、フォロワー数の拡大に伴って、北区の魅力を伝える投稿が活性化することで区民による魅力発掘・発信・創出の自立度が高まると言える。	事業実施後のInstagramフォロワー数は年度当初の4倍以上に増大し、北区の魅力情報の発信力と収集力が高まり、北区への愛着や北区のブランドイメージの更なる醸成につながることができた。				
今後の方向性(課題、改善提案等)					
拡充 継続 見直し 廃止	引き続き、SNSでの継続的な魅力情報の発信や本事業の成果物の活用をとおして北区の魅力発掘・発信・創出を推進する。 来年度は、魅力ガイドマップのデジタル・リアル両媒体からの相互補完的な発信や大阪メトロの地下通路を活用したポスター展示、地域のイベントなどと連動したSNS上の企画、地域SNSピアッツァ上の子育て支援施設マップの作成などにより、Instagram等の公式SNSのさらなる充実、フォロワー数の増加をめざしていく。				