

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	R3	R4	R5
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。	<ul style="list-style-type: none"> ・区民協働で作成した魅力ガイドマップ「ふらつど北区」の発行と特設ホームページの開設 ・大阪メトロと連携し地下通路を活用した北区魅力ポスター展 ・地域行事と連動したInstagramフォトコンテストの実施 ・地域SNSピアザで北区内子育て支援施設のマップを作成 ・北区の防災+ママの防災啓発活動取材し各媒体で 	北区Instagramフォロワー数	320 (R4.3.31時点)	1490 (R5.3.31時点)	2765 (R6.3.31時点)
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、区民などの取組の取材情報で作成した魅力ガイドマップを大阪メトロ地下通路などにポスター展示することで民間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・周知効果の高い地下鉄駅通路での掲出や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				
○ 北区の魅力を発掘・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フォロワー数は昨年度の大幅増加より更に増加し、投稿数も大幅に増加することで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げることができた。				
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での魅力情報の発信や収集した魅力情報の活用をとおして区民協働の北区の魅力発掘・発信・創出を推進する。 来年度は、民間企業・団体などとの連携をより図り、街一体となった発信をすることで、Instagramなどでの魅力発信の更なる充実、フォロワー数の増加をめざしていく。				