

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	R5	R6
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。		・北区の季節の風景をテーマにしたInstagramフォトコンテストの実施及び受賞作品を活用したカレンダーの作成・発信 ・北区の魅力発信をPRするポップやチランなどの作成 ・ふとん太鼓の魅力を深掘する動画の作成・発信		北区Instagramフォロワー数	1,490 (R5.3.31時点)	2,765 (R6.3.31時点)	3,512 (R7.3.31時点)
				ふとん太鼓動画の再生回数			1,806 (R7.3.31時点 ※公開後8日間)
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、Web環境がない方向けの媒体の活用により、北区の魅力情報を拡散する当事業は、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拡散している。また、月見祭でふとん太鼓を奉納する9町の協力を得てふとん太鼓の魅力を迫る動画を作成した。	○	フォトコンテストでは受賞作品の発表だけでなく、受賞作品でカレンダーを編集し、ホームページで自由にダウンロードできるようにすることで北区の魅力情報の更なる拡散を図った。また、北区の魅力発信PRポップでは、人気イラストレーターが描き下ろしたゆるくかわいいオリジナルキャラクターをデザインすることで、ターゲット層である若年層へ訴求を図った。ふとん太鼓の動画では、運行する当事者から提供を受けた臨場感あふれる映像素材や当事者へのインタビューによりふとん太鼓の魅力を深掘りした作品が完成した。	○	区民などから提供を受けた北区の魅力情報を基に制作した作品や情報を、多様な媒体でそれぞれの特性を活かした発信を行い、Web環境がない方も含めて北区の魅力情報の拡散が効率的に行えた。
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はフォロワー数の拡大に伴い、北区の魅力を伝える投稿が活性化しており、区民による自発的な魅力発掘・発信・創出につながる。	○	事業実施によりInstagramフォロワー数及び投稿数、投稿者が増加し、北区の魅力情報の発信力と収集力が上がり、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。また、北区の地域愛の象徴の1つであるふとん太鼓の魅力を広く発信することで、北区の魅力をPRすることができた。				
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強化することで北区域一体となった発信を行う。また、区民参加型のイベントや講座の実施により、魅力発信の協働の輪をさらに広げる。						