

南区 区域まちづくり事業 効果検証シート

事業名称		実施主体			
南区魅力発信事業		南区役所区政企画室			
事業目的	事業内容	活動指標	R2	R3	R4
南区イメージキャラクター「みみちゃん」や各種情報媒体の活用、区内大学との連携により、南区の魅力を積極的に発信することで、より多くの方々に南区に対する愛着や親しみを抱いていただくことを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> ・区内大学との連携した魅力発信 ・SNSを活用した情報発信 ・南区役所前郵便ポストのラッピング ・南区役所1階魅力発信コーナーのリニューアル ・「みみちゃん」の着ぐるみ及びイラストデータの活用 ・「みみちゃん」グッズの作成及び配布 	「みみちゃん」着ぐるみ貸出回数	14	6	8
		SNSのフォロワー数(Twitter)	761	1021	1208
		SNSのフォロワー数(Instagram)	-	-	234
①妥当性	②協働の視点	③インパクト	④効率性		
○ 南区への来訪者の増加や、南区への関心を高めるためには、イメージキャラクター「みみちゃん」の活用やSNSをはじめとする各種情報媒体を活用し、積極的な区の魅力発信が必要である。	◎ 南区内の大学と連携した南区魅力発信プロジェクトに取り組み、SNSの投稿や特産品のレシピ作成を行った。また、新たに南区役所前の郵便ポストをラッピングし、郵便局と連携した魅力発信に取り組んだ。	◎ Instagramの開設によって視覚的な魅力発信ができるようになった。また、南区役所前郵便ポストのラッピングについては、インパクトもあり発信力は高い。	○ SNS(Twitter、Instagram、YouTube、地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」)を活用した区の積極的な情報発信など、各媒体の特長を生かし、効率的に魅力発信を行った。		
⑤自立発展性	総合評価				
- 区内大学との連携を強化し、大学が有する専門知識や学生の柔軟な発想を取り入れ、魅力発信に取り組んだ。	◎ Instagramや地域コミュニティアプリ「ピアッツァ」の開設などSNSによる情報発信の強化に取り組み、南区の魅力を積極的に発信することができた。 また、南区役所前の郵便ポストを、堺市南区イメージキャラクターみみちゃんと新たな南区ブランドをコンセプトにしたデザインにラッピングを行い、南区役所を訪れた方が南区の魅力を今まで以上に感じるようになった。 そして、南区内の大学と連携し、南区魅力発信プロジェクトに取り組んだ。				
今後の方向性(課題、改善提案等)					
拡充 継続 見直し 廃止	イベントの機会をとらえた区のPRについては、新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえながら、情報発信の機会を拡大し、強化していく必要がある。 TwitterやInstagramについては、定期的な更新を継続して行ったことによりフォロワーが増加しているものの、YouTubeについては、動画のコンテンツが少なく、発信力が弱い。動画コンテンツの拡充をはじめ、SNSの効果的な発信方法について検討を行い、各媒体の特長を生かした多角的な情報発信に取り組んでいく必要がある。 その他、南区役所前郵便ポストのラッピングや南区役所1階魅力発信コーナーのリニューアルなど、来庁者が南区の魅力をより一層感じることができるよう情報発信に取り組んでいく。				