

## 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				
堺区マスコットキャラクター関係		堺区役所企画総務課				
事業目的	事業効果	活動指標	R2	R3	R4	
堺区マスコットキャラクター「サカエル&みそさかい」の着ぐるみが、イベントなどに幅広く参加したり、イラストをチラシやポスターに使用することで、堺区への親しみを持ってもらうとともに、堺区の魅力を市内外へ発信する。	着ぐるみやイラストを利用して堺区の魅力をPRし、幅広い世代の方々に区への愛着や関心を持ってもらうことが可能となる。 各行事やイベント、発表の場に、マスコットが参加したり、グッズを景品として活用することで、堺区のPR及びイメージアップを図るとともに、区への愛着や関心を持ってもらうことが可能となり、地域の交流にも役立つものである。	着ぐるみ貸出件数	4	17	31	
		グッズ配布・販売数(個)	2,860	1,312	1,830	
①妥当性	②協働の視点	③インパクト	④効率性			
○	キャラクターのイメージを保ちながら、区内外へPRしていく必要があることから、区が実施主体として携わることが妥当である。	○	動画撮影やイベントへの参加により、昨年度より増加傾向にある。今後も着ぐるみの貸し出しにより、区民協働で区のPRに取り組んでいく。	○	「サカエル&みそさかい」を使ったキャラクターグッズのラインナップを増やし、幅広い世代への認知度の向上につながった。	
○	区のInstagram事業の景品や堺区成人式で新成人への記念品としてグッズを活用することで、効率的に魅力を発信することができた。 区で作成するチラシやポスター等に区民の目に留まる印刷物にキャラクターを幅広く使用することで、効率的にイメージアップを図ることができている。					
⑤自立発展性	総合評価					
—	着ぐるみの維持管理やグッズ作成は、キャラクターを所有する区が行うのが適当である。	○	新型コロナウイルス感染拡大の影響で中止となっていたイベントが復活し、追加でもう一体の着ぐるみを新調した。イベントや動画撮影の貸出の機会も増え、着ぐるみの貸出件数も徐々に増加しつつある。 また、全国放送のテレビ番組への出演や、ツイッター・InstagramなどのSNS、YouTubeによる動画配信、パンフレットやチラシ、HPなど多方面で写真やカットイラストが利用されており、認知度も向上している。 新しく2種類のグッズを作成し、販売数も大きく増加した。			
今後の方向性(課題、改善提案等)						
拡充 継続 見直し 廃止	今後も区のPR・イメージアップを図っていくため、新型コロナウイルス感染予防対策を行いながら、着ぐるみを貸し出す機会を増やし、活動の場を広げていく。 新たなキャラクターグッズの作成など、より効果的な活用手法を検討する。					