

1 基本情報

事業名称	堺区魅力発信事業				
事業目的	Instagramを活用し、堺区内のスポット紹介やイベント情報などを発信することにより、堺区の魅力向上と区民の地域愛の醸成につなげる。 また、堺区マスコットキャラクター「サカエル&みそさかい」によるイベント参加やYouTubeの動画により、堺区の魅力発信や区役所各課の手続きの紹介を実施し、堺区への関心を高め、行政サービスの向上を図る。				
事業概要	・堺区公式 YouTube チャンネル（サカエルTV）、堺区Instagram等、SNS を活用した魅力発信を行う。また、区役所各課の手続き紹介やお知らせ等を配信する。 ・「サカエル&みそさかい」がイベント等に参加し、堺区のPRを実施				
実施主体	堺区役所 企画総務課	実施場所	堺区内	実施時期	令和7年4月から令和8年3月まで

2 設定指標

活動指標	Instagramフォロワー数（単位：件）		R4	R5	R6	R7
		目標	—	—	—	3,000
		実績	1,645	1,852	2,155	2,602
成果指標	YouTube登録者数（単位：人）		R4	R5	R6	R7
		目標	—	—	—	450
		実績	105	324	400	495

3 事業評価

決算額 1,338,649 円

①妥当性	○	②費用対効果	○	⑤総合評価	○	評価基準
行政等が主体となり魅力を発信することで、さらなる堺区のイメージ向上や来訪者の増加など見込めるため、妥当性はある。		低コストで発信力の強いSNSを利用し、区民が自ら地域の魅力を発見・発掘することで、地域愛の醸成につながるきっかけとなっているため、費用対効果は高い。		堺区役所の公式SNS(Instagram・区长X・サカエル&みそさかいX・YouTube（サカエルTV）)については、いずれの媒体においてもフォロワー数は増加し、随時堺区の魅力や行政手続きに係る案内を効果的に発信することができたことを考慮すると、区民利益につながり政策効果が高いと言える。		◎：非常に高い水準で達成 ○：十分な水準で達成 △：達成度が限定的 ×：達成されていない －：評価対象外
③庁内・公民等連携	○	④区の計画への寄与度	○			
Instagram・YouTubeでは、学生等に取材を依頼し、協力してもらうことで、大学などと連携できている。また、区局連携により、区内のイベント等をXで紹介している。加えて、区民の視点から見た堺区の魅力を投稿してもらい、それを区で紹介することで区民との連携がとれており、良い相乗効果が生まれている。		堺区チャレンジ（Challenge）プラン2021-2025『基本方針1』の施策において『新たな魅力発信ツールを活用し、誇りに繋げる環境を整備』とあり、Instagramを導入後、当初と比較し約5倍に増加しているなど、計画への寄与度は高い。				

4 課題と対応方針及び今後の方向性

課題	堺区公式SNSの活用については、情報発信の充実を図り、認知度の向上につなげていく必要がある。	今後の方向性	継続
対応方針	堺区公式SNSの投稿内容や表現、発信のタイミングを工夫し、より多くの市民に届く情報発信に努める。また、新たに、LINEでの周知にも努める。		