

重要取組シート

西区 政策推進室

取組項目		西区ブランド発信力の強化
現状・課題		<ul style="list-style-type: none"> ○ 人口減少、高齢化が進む中、子育て、学び、暮らし、仕事、地域コミュニティなど区民が地域に愛着をもって活躍できることが、将来にわたり持続可能な地域の発展に欠かせない。 ○ 「住みたい・住み続けたい西区」の実現をめざし、「西区ファン」を拡大するためには、地域の歴史・文化だけでなく、地域に根差した安全・安心に資する取組など西区ならではの良さや魅力を伝え、知っていただく必要がある。 ○ これまで、区政策推進室を中心にイベントを企画し、区の魅力発信に注力してきたが、ブランド発信の継続性の確保が課題であり、より効果的な発信を行うためには、職員の発信力の向上及び区役所全体で連携して取り組む体制が必要である。
取組の内容		<ul style="list-style-type: none"> ○ 職員の意識改革・発信力の強化を図り、区役所全体の連携を強化するため、「(仮称)西区役所ブランド発信推進会議」を設置する。【推進会議】 ○ 若手職員で構成する「ニシブプロプロジェクト(略称ニシブプロ)」を継続し、職員の人材育成を行う。【ニシブプロ】 ○ 地域に愛着を持っていただくため、区域内の歴史や文化、防災・防犯等の様々な地域活動等について、区民の方の興味・関心を高め、参加していただきやすい事業を実施する。【地域魅力発信事業】 ○ 区役所が届けたい情報だけでなく、区民が知りたい情報を把握し、広報さかいや堺市 HP のほか X(旧ツイッター)やインスタグラム、地域コミュニティアプリ「PIAZZA」等の SNS をはじめ、より効果的な媒体を活用し共感される情報を発信する。【情報発信】
スケジュール	前期 (～7月)	<ul style="list-style-type: none"> □ 【推進会議】(仮称)西区ブランド発信推進会議の設置(5月) □ 【ニシブプロ】ニシブプロの選出、テーマ設定等の決定(～6月) □ 【地域魅力発信事業】注染展示販売会の開催(7月) □ 【情報発信】SNS等を活用した魅力情報の発信(随時)
	中期 (～11月)	<ul style="list-style-type: none"> □ 【推進会議】(仮称)西区ブランド発信推進会議の開催(毎月) □ 【ニシブプロ】ニシブプロによる魅力情報の発信(～11月) □ 【地域魅力発信事業】地域と協働したコミュニティ活性化事業の実施(10月) □ 【地域魅力発信事業】西区ふれあいまつりの実施(11月) □ 【情報発信】SNS等を活用した魅力情報の発信(随時)
	後期 (～3月)	<ul style="list-style-type: none"> □ 【推進会議】(仮称)西区ブランド発信推進会議の開催、総括(毎月) □ 【ニシブプロ】ニシブプロによる魅力情報の発信、総括(～3月) □ 【地域魅力発信事業】地域と協働したスポーツイベントの実施(2・3月) □ 【情報発信】SNS等を活用した魅力情報の発信(随時)
	次年度以降	<ul style="list-style-type: none"> □ 継続的に区役所の発信力の強化を進め、地域や関係団体と連携した西区の魅力発信の連鎖を広げる。

進捗の状況	前期 (～7月)		
	中期 (～11月)		
	後期 (～3月)		
2025 堺市基本計画	該当する 施策	1- (3) 類稀な堺の歴史文化資源を活かした戦略的な観光誘客の推進 4- (2) 市政への信頼獲得、ブランド力の向上に向けた戦略的広報の展開	
	寄与する KPI	—	目標値 (2025 年度) —
未来都市計画 堺市SDGs	最も貢献する SDGsのゴール	ゴール番号 11	住み続けられるまちづくりを
	寄与する KPI	—	目標値 (2025 年度) —