

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		○ 将来にわたり持続可能な地域の発展には、区民が地域に愛着をもって活躍できる西区であることが欠かせない。 ○ 「住みたい・住み続けたい西区」の実現のためには、地域の歴史・文化をはじめ地域に根差した西区ならではの強みや魅力を伝える必要がある。 ○ 令和 6 年度に「西区ブランド発信推進会議」を設置し、区民が関心を高め、行動変容につながる事業手法や発信内容を西区役所（西図書館・西区社協含む）全体で企画・検討している。それぞれの区民とのタッチポイントを活用して取り組むことで、事業効果が高まり、西区役所全体の発信力及び職員の企画・広報力の向上につながった。 ○ 今後もより効果的に西区の魅力を伝えるためには、「ニッシーズプロジェクト」や地域の多様な主体との連動を図り、更なる事業効果と職員のモチベーション向上を図る必要がある。
取組の内容		○ 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、「西区役所ブランド発信推進会議」を継続開催する。【推進会議】 ○ 若手職員で構成する「ニッシーズプロジェクト（略称ニシプロ）」を実施し、職員の地域愛の醸成・広報力の向上を図る。【ニシプロ】 ○ 西区への愛着を醸成するため、区域内の歴史や文化、防災・防犯をはじめ様々な地域活動等について、区民の方の興味・関心を高め、参加しやすい事業を実施する。2025 年は戦後 80 年の節目にあたり、西区ゆかりの作家・山崎豊子の作品を関連づけた取組を実施する。【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、広報さかいや堺市 HP のほか X（旧ツイッター）やInstagram、地域コミュニティアプリ「PIAZZA」等の SNS をはじめ、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 （～9 月）	□ 【推進会議】西区ブランド発信推進会議の開催（毎月） □ 【ニシプロ】ニシプロの選出、テーマの設定（5 月） □ 【地域魅力発信事業】注染展示販売会の開催（5 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）	□ 【推進会議】西区ブランド発信推進会議の開催（毎月） □ 【ニシプロ】ニシプロによる魅力情報の発信（～3 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） □ 【地域魅力発信事業】山崎豊子関連事業の実施（11～12 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	継続的に区役所の発信力の強化を進め、地域の多様な主体と連携した西区の魅力発信の連鎖を広げる。
進捗状況	前期 （～9 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) —