

項目	①情報発信・情報共有について	
ご意見	◆イベント参加者に対してアンケートを実施しているのか。アンケートの結果を活用することで、参加者がどの媒体を通じてイベント情報を得たかを分析することが可能となる。 ◆SNSによる広報の強化は重要だが、高齢者層に対しては、従来の紙媒体による情報提供も有効なので、対象層に応じた媒体の使い分けが求められる。	
担当	総務企画課	
対応	◆若い世代への情報発信を強化するため、令和7年8月からInstagramに南区役所の公式アカウントを開設し、運用を開始した。（記事の例：イベント情報（防災バスツアー、人生会議など） ◆高齢者層を含む幅広い世代への情報提供を考慮し、紙媒体による広報も継続して活用している。多様な媒体を組み合わせることで、より効果的な情報発信を目指している。 ◆各イベント実施時にアンケートを実施し、「イベントを知ったきっかけ」などの項目を設けて参加者の情報収集を行っている。その結果を分析し、ターゲット層に応じた効果的な広報手段の検討に活用している。	
備考	（広報媒体の主なターゲット層） ・紙媒体：高齢者層、全世帯 ・LINE：子育て世代、中高年層 ・Facebook：中高年層、地域活動層 ・Instagram：若年層、子育て世代	 

項目	②まちづくり推進事業について（地域資源活用事業）	
ご意見	◆参加者は南区に絞らず、他区からの参加者も募ることで、南区の農業や特産品の良さを広めてほしい。 ◆南区で農業が盛んなことや、南区の特産品についてまだまだ認知度が低いので、どんどんアピールしてほしい。	
担当	総務企画課	
対応	◆6/15に第1回おいしい南区体験事業を開催した。 53組135名の申し込みがあり、抽選の結果、13組31名が参加した。 ※申込者の内訳（南：22組、中央：12組、東：12組、西：3組、北：4組）南区以外からの申込も多く、13組（31名）のうち9組（22名）が他区からの参加者であった。（中央：3、東：4、西：1、北：1） ◆イベントの様子は熊日新聞やJ:COM（ケーブルテレビ）の番組で紹介されたほか、南区Facebook、Instagram、YouTubeなどのSNSでも記事や動画を通じて発信している。また、参加者にも当日の写真などを自身のSNSで発信してもらうよう依頼し、情報の拡散を図っている。 ◆今後は南区の特産品に関する情報を、Instagramなどで発信していき、認知度向上に努める。	
備考		イベント当日の様子 （熊本市公式YouTube）