

1 テーマ

- ・区政情報が届きにくい無関心層(20～40代のファミリー層を想定)に、練馬区のことを“自分ごと化”してもらう区の魅力・資源の再発見。
- ・区内で一定の知名度がある区公式アニメキャラクター「ねり丸」をプロモーションマスコットとしてアカウントを運用。キャラクター中心の運用で世界観を統一。

2 投稿等の方向性

「ねりまっておもしろい!」となるような多面的な情報発信を行うことで、区への関心や愛着を醸成する。

1 多面的な情報発信

- ・区の魅力を幅広く発信しつつ、行ってみたい、やってみたいに繋がるような投稿を目指す。

2 シビックプライド向上に繋がる人・活動等の発信

- ・区にゆかりのある様々なステークホルダーを発信仲間に

3 その他

- ・練馬まつりなど区のイベント出展を通じて周知を図る。



3 現況

- ・週1回程度投稿。取材月の翌月に投稿を行う。取材1か月前に取材先候補をピックアップし、1取材で4カ所程度を回る。

- ・投稿写真数 223枚（令和8年1月5日時点）
- ・フォロワー数 9,146人（約半数が25～44歳・60％が女性）（令和8年1月5日時点）
- ・エンゲージメント率 1～4％（令和7年4月～9月）
- ・インプレッション数 平均18,536（令和7年4月～9月）※令和6年度10,000

4 年度ごとの取組

R5

Instagram利用者に「#ねりま推し」の投稿を促すため、ホームページ上で「ねりま推しMAP」を作成。

R6

写真投稿キャンペーンの実施、著名人インタビュー企画等の実施。

R7

GCF（ガバメントクラウドファンディング）の周知を目的に、著名人を活用したショート動画3本の制作・公開

5 令和8年度に向けた視点

1 投稿記事の質の担保

- ・各投稿の反応にばらつきがあるため、撮影・投稿方法等、より見てもらうための工夫または仕掛けが必要。
- ・定量的な指標としてエンゲージメントやインプレッションの向上を図りたい。

2 バランスに配慮した取材先の掘り起こし、新たな切り口による投稿企画

- ・区の施設や飲食店の取材のみでなく、人物・活動・スポット共に取材先のジャンルを考慮して、区の魅力となる資源をバランスよく紹介したい。
- ・連続性またはストーリー性を持たせる等、新たな切り口の投稿企画等を実施したい。

3 その他

- ・新しい戦略的広報活動方針に沿った方向性の再構築
- ・区の施策と連動した投稿