

堺市南区政策会議 3つの方向性 評価シート

| | | | | | | |
|---------------|--|--|----|---|----------|----------------------|
| 方向性 | 南区ブランド戦略「みどり」とともにかなえる豊かなくらし | | | | | |
| 目標 | 地域力の強化を図り、未来につながるイノベティブな南区の創造 | | | | | |
| 評価指標 | 指標 | 単位 | 年度 | 目標値 | 実績値 | 達成度 (実績値/ 目標値) |
| | ロゴマークの認知度(アンケート調査) | % | R6 | 10% | 21% | 210% |
| | | | R5 | － | － | － |
| | 民間でのロゴマークの活用団体数(累計) | 件 | R6 | 3 | 5 | 167% |
| | | | R5 | 0 | 0 | － |
| | 「自然体験プログラムを通して、子どもの食べ物や生き物への興味や関心が高まったと回答した割合」(保護者対象アンケート) | % | R6 | 80% | 集計中 | － |
| | | | R5 | 80% | 100% | 125% |
| | 自然体験プログラムの体験園数 | 園 | R6 | 4 | 4 | 100% |
| | | | R5 | 2 | 2 | 100% |
| | 専用ホームページの閲覧数の前年度比増加率 | % | R6 | 前年度比10%増 | 前年度比68%増 | 680% |
| | | | R5 | － | － | － |
| | 専用ホームページでの掲載項目数(累計) | 件 | R6 | 12 | 15 | 125% |
| R5 | | | 10 | 10 | 100% | |
| 自己評価 | | | | | | |
| 指標に対する評価 | みなみ・みどりのわくわく教室においては、体験メニューを増やすなど幼稚園等が参加しやすい体制を整えたことにより、幼稚園等からの応募も増え、体験園数の目標値を達成した。 南区ブランド関係においては、ロゴマークの活用や南区ブランドの発信を進めたことにより、ロゴマークの認知度や活用団体数、専用ホームページの閲覧数や掲載項目数に係る目標値を達成した。 | | | | | |
| 指標以外の取組に関する評価 | 南区ブランドに関して、南区の魅力やウェルビーイングに関するワークショップを開催し、南区在住・在勤・在学の方から「若い世代も住み続けたい南区」などについての意見も聞き取ることができた。 ワークショップで出た意見は、今後の南区ブランドの発信に活用する。 | | | | | |
| 多面的評価 | 共創性 | 妥当性 | | 効率性 | | |
| | みなみ・みどりのわくわく教室において、農家、園、大学、行政といった多様な組織が共創して取り組んでいる。また、南区ブランドロゴマークについても民間企業等とともに活用を進めている。 | みなみ・みどりのわくわく教室では、南区の自然を活用してこども達に学びを提供できている。また、南区ブランドロゴマークの活用により南区ブランドが浸透しつつある。 | | みなみ・みどりのわくわく教室の拡充や、南区ブランドロゴマークの利用促進、南区ブランドの周知浸透にあたり、今後も民間企業など多様な組織と共創しながら効率的に進めることが必要である。 | | |
| 総合評価 | みなみ・みどりのわくわく教室については、体験園数の増加に伴い、より多くのこども達に対して南区の地域資源である「みどり」への愛着を育むことができた。今後は、体験園数の更なる増加に向け、受入体制の整備や事業の仕組化を進め、効率性を高めながら事業を継続する。南区ブランドのロゴマークについては、少しずつ認知度が高まってきており、今後も継続して活用事例を増やし効果的に発信していく。専用ホームページについても、閲覧数が上がっており、今後も掲載項目数を増やししながら、南区ブランドのプラットフォームとなるよう整備する。 | | | | | |