

方針区分	ブランド戦略	取組方針	南区の魅力向上			成果指標（KPI）	堺市は魅力や愛着を感じる都市 だと思うと答えた者の割合		
所 属	企画総務課	関連部署		予算 区分	既存	目標値	73.1	達成率	
取組・事業名	南区ブランド魅力化計画 （魅力発展戦略）					実績値			
①事業概要（目的） ※「〇〇を目的として、△△を実施する」で記載。									
シビックプライドの向上や関係人口の創出を目的として、地域イベントへの参加や交流機会の創出を行う。									
②前年度実績・課題									
・南区ブランド「M&GREENs」研修の実施									
・みどりのつどいや、南区ふれあいまつり等でブース出店									
③主な実施内容 ※回数・対象・数量など、具体的に記載					③-1 期待される効果 ※「〇〇の向上／促進／改善」				
・デジタルマップを活用した南区の魅力発展					・若年層に向けた情報発信の強化				
・みなみ・みどりのわくわく教室					・南区ブランド「M&GREENs」への共感の醸成と魅力の再発見				
・南区ブランド「M&GREENs」普及イベントの計画・実施等					・南区ブランド「M&GREENs」の認知度向上や関係人口の創出				
・団体等が参画しやすい企画の検討									
④成果・効果検証 ※KPIにどのように影響するかを意識して記載する									
⑤改善対応・次年度方針									

個別シート

方針区分	ブランド戦略	取組方針	南区の魅力を広め、地域の誇りの育み			成果指標（KPI）	南区ブランドロゴマークの南区民の認知度		
所 属	企画総務課	関連部署		予算区分	既存	目標値	30%	達成率	
取組・事業名	南区ブランド魅力化計画 （魅力発信戦略）					実績値			
①事業概要（目的） ※「○○を目的として、△△を実施する」で記載。									
南区の豊かな自然や、安心して暮らせる環境等、日々の暮らしの中にある南区らしさや南区イメージの明確化を目的として、分かりやすく区民に伝わるように戦略的なSNS等の発信を行う。									
②前年度実績・課題									
・南区内の企業や団体等によるロゴマークの掲出									
・南区役所正面玄関や公用車でのロゴマーク掲載									
・南区魅力MAPの作成や南区ブランド「M&GREENs」ネックストラップ等のグッズ作成									
・Instagramでの発信 ※風景写真のみのものが多く、南区の魅力が限定的にしか伝わっていない。									
③主な実施内容 ※回数・対象・数量など、具体的に記載					③-1 期待される効果 ※「○○の向上／促進／改善」				
・HPの内容充実（魅力発信記事等の定期的な発信）					・継続的な情報発信による関心および理解の向上				
・Instagramを活用した暮らしのイメージができる食（グルメ）、					・暮らしのイメージの共有による南区ブランドの魅力度の向上				
人（イベント・活動）、体験（観光・文化）やストーリーを					・南区への関心の向上および来訪・参画の促進				
中心とした写真、ショート動画の投稿等									
④成果・効果検証 ※KPIにどのように影響するかを意識して記載する									
⑤改善対応・次年度方針									