

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%	93%	117%
			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%	
R6年度 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必要がある。		
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。					
構成員の評価						
目標達成に向けた取組に対する評価	評価	(A～Dで評価)	A	B	C	D
	非常に評価できる		評価できる	あまり評価できない	全く評価できない	
	コメント	次ページ参照	64%	36%	-	-

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 構成員コメント

評価	コメント
A	ロゴマークの認知度の向上と活用団体の増加をはかり、継続してブランド力向上に取り組んでいただきたい。
A	未来共創高校生部会から生まれたM&GREEN s ROCK Festival2025は、南区高校生が主体となってライブに出るという目標ができたことは高く評価できると思います。この開催を大人がみとめていけば子どもたちにとって目に見える精神的な居場所となり、価値は高いと思います。また、今回出演のバンド紹介やライブ動画の配信もあればもっと盛り上がると思います。 M&GREEN s Harvest 南区の作物の収穫マップを作り、①旬の野菜・果物の買える場所の紹介②収穫体験のできる場所を年間のにわたって紹介する。 また、南区外へは、手ぶらで土日ビッグアイ宿泊で①②を回るコースをつくりオンデマンドバスを組み合わせる。
A	ロゴマークやH P 等、発信力が高まったことが南区ブランドが浸透につながっていると感じる。今後は「みどり」に関する体験活動のすそ野が広がってくれることに期待する。
A	今後、地域の企業、団体、個人がより当事者として、能動的に参加、ともに形作っていくための仕掛け、働きかけを期待します
A	ロゴマークをみる機会が増えてきて、認知度もこれからますます上がっていくと考えられる。ロゴマークとその他の取り組みの認知度を相互的に挙げていくような工夫があればいいと思った。
A	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は、堺市の重点目標である「子育て世代の流入定住促進」に向けた取り組みとして評価できる 南区ブランド戦略を活かすためには、住環境整備を進めるなどの戦略が必要不可欠と思う
A	「みどり」を活かした南区ブランドの発信と、自然体験を通じた子どもたちの地域への愛着形成が推進され、特に「みなみ・みどりのわくわく教室」では体験園数の増加が顕著で、保護者アンケートからも一定の効果が見られたのは評価できる点であると思います。 今後は、障がいのある子どもや外国人家庭など、多様な背景を持つ住民にも参加してもらえるよう、受け入れ体制や情報提供方法の工夫を図ることが重要だと考えます。そうした「誰も取り残さない」取組を評価指標に加えることで、南区ブランドの持続性と共感性がさらに高まると期待しています。
A	南区ブランドの戦略が進んでいることが数字に表れており大いに評価できる。公営住宅の建て替え等が進み、目に見えてまちの様子がどんどん変わってきていることがわかる一方で、高齢化が加速しており、小学校の児童数は年々減少している。今後もロゴマークを効果的に活用して「子育てするなら南区！」という区のもつ魅力を発信して、南区の活性化を推進していただきたい。
A	ロゴマークを作成し、南区ブランドのPRまで実現したことは評価できる。 また、行政だけでなく、民間の団体でもロゴマークを使用したTシャツを作成するなど、南区ブランドも広がりを見せているのは素晴らしい。
B	「南区＝みどり」のもとロゴマークの活用をしていく事で認知度をあげていくように努めてほしい。
B	新しいロゴにより、「泉北＝みどり」の認知を再認識した住民は多いのではないかな。 みみちゃんを残したことにより、これまでの流れからははずれず好印象である。 ブランドによる印象を損ねないよう、実際のまちづくりにもつなげていただきたい。 土に触れること・自然の中で過ごすことの効果は、短期的には見えにくい。小中高大学生の環境研究の成果発表などにスポットライトをあてることで、内外にさらにブランドイメージが高まるのではないかな。
B	「みなみ、みどりのわくわく教室」のような体験型プログラムは、子どもたちが自然とふれあいながら学べる貴重な機会になると思います。 ロゴマークについては、地域の商店や企業がより積極的に参加できるような支援策があるとより広く浸透するのではないのでしょうか。ホームページの閲覧数を増やす方法を考えて頂いて、今後も地域の事を取り入れながら多くの住民が参加しやすい形で試作を進めていただければと思います。
B	南区のとても大切なブランド戦略であるが取り組み方には専門知識が必要と感じた。達成率が高いが指標となる取り組みと目標数値が低すぎる。
B	「みどり」とともにかなえる豊かなくらしのもと、ロゴマークの活用度の増加、ホームページの活用率の増加は素晴らしい。体験プログラムへの参加率を上げるアイデアが必要ですね。ホームページの活用などが効果的かもしれない。また、プログラムの内容も常に考える必要があるかと思います。
-	ブランディングは1年2年で効果が出るものではなく現時点で評価対象にすべきでないと思いますが、ぜひ外部発信を継続してください。

南区ブランド戦略「みどり」とともになえる豊かなくらし 各事業評価

No.	1				2				3			
事業名	南区ブランドのロゴマーク活用				みなみ・みどりのわくわく教室				南区ブランド専用ホームページの活用			
所管課	南・区政企画室				南・区政企画室				南・区政企画室			
目的	南区ブランドのロゴマークを活用し堺市南区の認知度を向上させることで、南区ブランド「みどり」とともになえる豊かなくらし」の確立をめざす。				区内の認定こども園・幼稚園などの子どもを対象に、農体験や自然観察など、区内の緑空間を活用した自然体験プログラムを提供し、南区の地域資源である「みどり」への愛着を育くむ。				南区のあふれるみどりをはじめ南区ブランド「みどり」とともになえる豊かなくらし」を効果的に発信する。			
事業内容	新たな南区ブランドの文字商標を商標登録したうえで、ロゴマークを作成し、南区役所だけでなく民間企業等と連携してロゴマーク活用を進め、南区の認知度を高める。				区内の認定こども園・幼稚園などの子どもを対象に、イベント形式ではない新たな形で自然体験プログラムを提供する。				南区の「みどり」に関する情報やデータをわかりやすく可視化・集約化させた専用ホームページを作成し、新たな南区ブランドを発信する。			
評価指標①	ロゴマークの認知度（アンケート調査）				「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）				専用ホームページの閲覧数の前年度比増加率			
年度	R4	R5	R6	R7	R4	R5	R6	R7	R4	R5	R6	R7
目標値		-	10%	15%		80%	80%	80%		-	前年度比10%増	前年度比10%増
実績値		-	21%			100%	93%			-	前年度比68%増	
評価指標① 及び目標値 設定理由	【評価指標設定理由】 南区ブランド「みどり」とともになえる豊かなくらし」の浸透を図るため、ロゴマークを作成するもので、ロゴマークの認知度を評価指数とする。 【目標値設定理由】 令和5年度にロゴマークを決定し、令和6年度から活用の開始を行うため、まずは区民の認知度10%をめざし、令和7年度は5%向上させることを目標とする。				【評価指標設定理由】 豊かな育ちの実現をめざしており、取組をととして子どもの変化を評価指数とする。 【目標値設定理由】 毎年度、プログラムに参加した園児の大半が身近な自然への関心が高まることを目標とする。				【評価指標設定理由】 専用ホームページを通じて南区ブランドの認知度を高めていくことを目的に、閲覧数の増加率を評価指数とする。 【目標値設定理由】 ホームページの閲覧数を毎年度10%増加させることをめざす。			
評価指標②	民間でのロゴマークの活用団体数（累計）				自然体験プログラムの体験園数				専用ホームページでの掲載項目数（累計）			
年度	R4	R5	R6	R7	R4	R5	R6	R7	R4	R5	R6	R7
目標値		0	3	6		2	4	6		10	12	14
実績値		0	5			2	4			10	15	
評価指標② 及び目標値 設定理由	【評価指標設定理由】 南区ブランド確立には、民間でのロゴマークの活用が不可欠であることから、活用団体数を指標指数とする。 【目標値設定理由】 令和5年度にロゴマークを決定し、令和6年度は3事業者、令和7年度は令和6年度の事例も周知のうえ、6事業者に増やすことをめざす。				【評価指標設定理由】 南区ブランドの確立のため、区内の認定こども園・幼稚園等の子どもが在園中に自然体験できる環境をめざし（約10園/年）、体験園数を評価指数とする。 【目標値設定理由】 プログラムの種類も充実させながら体験園数を毎年2園ずつ増やすことをめざす。				【評価指標設定理由】 南区ブランドの確立のため、専用ホームページへの掲載内容を充実し発信力強化を図るため、掲載項目数を評価指標とする。 【目標値設定理由】 令和5年度は、区内の緑空間の紹介を中心とした10項目を掲載し、令和6年度以降は、毎年度2項目新たな内容を追加し発信力を高める。			
令和5年度 実施内容	南区ブランドの商標登録を行う。また、ロゴマーク及び活用方針を作成し、活用に向けた準備を整える。				大根の種まきや収穫体験、生育過程や生き物の観察などの自然体験活動に、食育指導を加えた総合プログラムを、園の環境に応じた多様な形態で提供する。令和5年度は2園を対象にモデル実施				南区の「みどり」に関する情報やデータを集約し、専用ホームページを開設する。			
令和6年度 実施内容	ロゴマークの活用を開始 ロゴマークを活用した啓発グッズの作成や、民間企業等によるロゴマーク活用を進めるなど、南区ブランドの発信を行った。				みなみ・みどりのわくわく教室を4園を対象にモデル実施。体験できる野菜の種類を増やし、農家による園でのお話も実施するなど、幼稚園・こども園がより参加しやすいように改善				令和5年度に開設した専用ホームページの項目数を増やし、ページの構成もより見やすいものに改善			