

南区 区域まちづくり事業 効果検証シート

事業名称		実施主体			
南区魅力発信事業		南区役所企画総務課			
事業目的	事業内容	活動指標	H29	H30	R1
泉北ニュータウンを中心に、堺市とその周辺市で活動している市民や活動団体など、約80団体が参加する大規模なイベントである「みどりのつどい」へ参加する事で、泉北ニュータウン及びその周辺で活動する市民団体や南区民と交流し、南区役所のPRを行い、イメージアップを図る。また、各種イベントにおいて、南区PRボードや泉北ニュータウン航空写真パネルを活用することで効率よく南区の魅力発信を行う。	・みどりのつどいへの参加 ・各種イベントにおける南区PRボード及び泉北ニュータウン航空写真パネルの活用	みどりのつどい 南区ブースへの来場者数	526人	673人	706人
		/	/	/	/
①妥当性	②協働の視点	③インパクト	④効率性		
○	南区への関心を高め、来訪者の増加を図るためには、イベントへのブース出展、PRツールの活用等により、魅力を積極的に発信する必要がある。	○	みどりのつどいには、例年約80団体が参加し、約12,000人が来場する。同イベントにブースを出展し南区の魅力発信を行うことは、多くの方の南区への関心を高めることにつながる。	○	イベントへの出展に際し、PRボード等を活用することで、効率的にPRを行っている。みどりのつどいにおいては、南区イメージキャラクター「みみちゃん」のぬり絵の実施、みみちゃん風船のプレゼントを実施したことで、子どもから大人までより効率的に南区のPRを行うことができた。また、平成30年度より運用を開始したtwitterを活用し、コストをかけずに効率的に情報発信できる取り組みを行っている。
⑤自立発展性	総合評価				
-	南区が主体となって実施する魅力発信事業である。	○	みどりのつどいへの参加やPRボードの活用等を行った。また、南区イメージキャラクター「みみちゃん」の活用により、子どもをきっかけに大人への魅力発信を行うことができたため、より広い世代へ南区の魅力発信を行うことができた。		
今後の方向性(課題、改善提案等)					
拡充 継続 見直し 廃止	みどりのつどいは例年約12,000人が訪れるイベントであり、今後も引き続きブースを出展し、南区のPRを行っていく。また、PRボード等を活用し、様々なイベントの機会でも南区の魅力発信を行っていく。みどりのつどいにおける南区役所ブースへの来場者も増加傾向にあるため、継続して実施することでより多くの方に南区の魅力発信を行うことができる。令和2年度は、他区、他市の方を含めて南区の魅力を知っていただくことを目的に、堺市内唯一の国宝である櫻井神社拝殿などの南区の歴史文化資源を散策するコースマップや、南区の主要施設等の情報を掲載したガイドマップを作成する予定であるため、当該マップをはじめ、twitterを利用した情報発信についても引き続き行うことで、情報発信力の強化を図り、区内外に南区の魅力のPRを行っていく。				