

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		南区役所区政企画室			
事業目的	事業内容	活動指標	R3	R4	R5
南区イメージキャラクター「みみちゃん」や南区公式X(旧Twitter)、Instagram等各種情報媒体の活用、また南区役所1階の魅力発信コーナーの充実を行い、南区の魅力を積極的に発信することで、より多くの方々に南区に対する愛着や親しみを抱いていただくことを目的とする。	<ul style="list-style-type: none"> ・「みみちゃん」の着ぐるみ及びイラストデータの活用 ・「みみちゃん」グッズの作成及び配布 ・子育てひろば「みみちゃんルーム」の集客に向けた「みみちゃん」の活用 ・南区役所1階魅力発信コーナーのリニューアル ・SNSを活用した情報発信 ・泉北ニュータウンを中心に活動する市民と活動団体等が参加するイベント「みどりのつどい」や「みなみ緑道ウォーキング」にて南区の魅力をPR ・南区ブランド戦略周知に向けたロゴマークの活用事例や運用方法等データ収集 	「みみちゃん」着ぐるみ貸出回数	6	8	10
		X(旧Twitter)フォロワー数	1021	1208	1384
		Instagramフォロワー数	-	234	503
①妥当性	②協働の視点	③インパクト	④効率性		
◎ 南区への来訪者の増加や、南区への関心を高めるためには、イメージキャラクター「みみちゃん」の活用やSNSをはじめとする各種情報媒体を活用し、積極的な区の魅力発信が必要である。	○ みどりのつどいは、市内外の多数の市民団体や企業がブースを出展しているため、市民や団体同士のつながりを促進し、様々な協働づくりの場となっている。	◎ 子育てひろば「みみちゃんルーム」の窓に南区イメージキャラクター「みみちゃん」で装飾を行ったことにより、子どもをきっかけに広い世代へ南区の魅力発信を行うことができた。	○ みどりのつどいやみなみ緑道ウォーキングなど、多くの方が集まるイベントに魅力発信ブースを出展し、また当室発行の刊行物を配架することで効率的に南区の魅力発信を図ることができた。加えて、SNSを活用した区の積極的な情報発信によっても効率的に魅力発信を行うことができた。		
⑤自立発展性	総合評価				
○ みみちゃんの活用やSNS等を用いた情報発信から、多くの方に南区のことを知っていただく機会を創出することができており、区の情報発信をきっかけとした市民相互の情報共有も見られた。また、各種情報媒体のフォロワー数も増加傾向にある。	◎ SNSによる情報発信の強化、みどりのつどいやみなみ緑道ウォーキングでの魅力発信ブースの出展及び子育てひろば「みみちゃんルーム」の窓への装飾を行い、多様な手段にて南区の魅力発信を行うことができた。 また、これらの活動を実施したことで、より多くの方々に南区の魅力に触れていただく機会を創出することができ、南区に対する愛着や親しみの醸成につなげることができた。				
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5,000人以上(令和5年度実績)が訪れるイベントであり、南区役所ブースへの来場者も増加傾向にあることから、今後も引き続きブースを出展し南区のPRを行う。また、様々なイベントの機会を活用した南区の魅力発信の機会拡大にも取り組んでいく。 SNSについては定期的な更新を行ったことによりフォロワー数が増加していることから、引き続き、より波及力の高い情報発信に取り組んでいく。 その他、南区役所1階魅力発信コーナーのリニューアルなど、来庁者が南区の魅力をより一層感じることができるよう情報発信にも取り組んでいく。				