

1 基本情報

事業名称	南区ブランド戦略推進事業（南区ブランドプロモーション事業）				
事業目的	あふれるみどりを活用した南区ブランド「みどりとともにかなえる豊かなくらし（＝M&GREENs）」の確立により、都市魅力を向上させ、若年層をはじめとした人口の流入・定着を促すことで、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をめざす。				
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ロゴマークを活用した南区ブランドの周知浸透 ・南区ブランド専用ホームページなど、各種広報媒体を活用した南区ブランドの情報発信 ・南区役所職員へのブランド理解の促進 				
実施主体	南区役所企画総務課	実施場所	南区内	実施時期	令和7年4月～令和8年3月

2 設定指標

活動指標	民間でのロゴマークの活用団体数（累計）		R4	R5	R6	R7
		目標	－	－	3	6
		実績	－	－	5	8
成果指標	南区ブランドロゴマークの認知度（％）		R4	R5	R6	R7
		目標	－	－	10	15
		実績	－	－	21	21

3 事業評価

決算額 708,180 円

①妥当性	○	②費用対効果	△	⑤総合評価	○	評価基準
南区の豊かな自然と暮らしの魅力を分かりやすく発信する本事業は、南区への人口流入の促進に寄与することが期待されることから、区が主体的に実施する妥当性は高い。		ロゴマークを活用した南区ブランドの発信に取り組んできたものの、認知度は横ばいで推移しており、より効果的・効率的な取組への見直しが求められる。		ロゴマークの周知に取り組んだ結果、活用する企業・団体数は増加しており、一定の成果が見られた。一方で、認知度は昨年度比で横ばいであり、区民全体への浸透には課題が残っている。今後は、区内企業・団体等との連携を一層強化し、ロゴマークの活用拡大と認知向上の両面から、南区ブランドの周知浸透を図る必要がある。		◎：非常に高い水準で達成 ○：十分な水準で達成 △：達成度が限定的 ×：達成されていない －：評価対象外
③庁内・公民等連携	◎	④区の計画への寄与度	○			
行政に加え、個人や団体によるロゴマークの活用が広がっており、南区全体で一体的にブランド発信が推進されている。		南区の地域資源である緑空間を活用した本事業は、基本方針3の重点施策である「地域資源を生かしたブランドの創出」にもつながっている。				

4 課題と対応方針及び今後の方向性

課題	ロゴマークの活用は進んでいるものの、区民全体への認知度向上とブランドの浸透が十分に進んでいない。	今後の方向性	継続
対応方針	区内企業・団体等と連携した南区ブランドの周知や情報発信を行い、南区ブランドに触れる機会を増やすことで、認知度向上とブランド浸透を図る。		