

# 南区ブランド戦略

## 南区ブランド

さかい・みなみ・くらしのすたいる  
**M&GREENS**

堺市南区で「みどり（※）とともにかなえる  
豊かなくらし」【LIVE・PLAY・WORK】

※安全・安心・健康・癒し・自然・環境などをイメージ化

## 目的

あふれるみどりを活用した南区ブランドの確立により、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。

## 戦略方針

シビックプライドの醸成

ブランド価値の共創

## 戦略内容

### 南区ブランド「M&GREENs」のストーリー化

- 「豊かな育ち」の実現
- 「豊かな恵み」の活用
- 「豊かなくらし」の共感

### 南区ブランド「M&GREENs」の浸透

- ロゴマーク「M&GREENs」によるイメージの確立
- 南区データサイトによる「みどり」の可視化
- 南区SNS活用による魅力発信

## 南区ブランド「M&GREENs」のストーリー化に向けた取組案

### 「豊かな育ち」の実現

#### 【現状】

・例年、南区の上神谷地区・鉢ヶ峯寺の田んぼ・畑で、田植え体験イベント・農作物収穫体験イベント「田んぼにGO！畑にGO！」を実施（現在の対象者は堺市在住の小学校・中学校・支援学校の児童・生徒とその保護者）

#### 【今後の方向性】

・南区ならではの自然体験を通じた「豊かな育ち」に着目し、ハーベストの丘や堺自然ふれあいの森等の自然体験関連施設と連携のうえ、オール南区としてより効果的な情報発信を実施

例：南区HP等（データの森「みなみ」他）における自然体験関連施設の情報の集約・発信

自然体験の様子をYouTubeやInstagram、Twitter等の南区SNS・南区HPを通じ効果的に配信

・ハーベストの丘や堺自然ふれあいの森、JA等関連機関との連携を図り、「南区ならではの豊かな育ち」に資する効果的な取組を実施

例：保育・教育機関等が田植え体験・農作物収穫体験・いきもの探索等の幅広い自然体験ができる仕組みの構築

### 「豊かな恵み」の活用

#### 【現状】

・南区が実施する田んぼ・畑に関する取組は上記「田んぼにGO！畑にGO！」

・魅力発信事業の一つとして、西原公園で「キャンドルロード」を開催

・泉北レモンの街ストーリーにおいてレモン苗木の植樹活動を実施

#### 【今後の方向性】

・農業関係者や大学と連携し、農空間の活用・魅力発信を検討

例：棚田ライトアップ・イルミネーション、絶景ポイントでカフェ・テラス等期間限定開催（食育連携）

ドローンを活用した絶景動画やレモンの植樹活動に関する動画等の配信

南区特産品（上神谷米、泉北レモン（アドレモンジャム））・堺のめぐみ等の食の活用

南区農産物を通じた区内地域間交流の促進 ・スマート農業の効果的なPR等

## 南区ブランド「M&GREENs」のストーリー化に向けた取組案

### 「豊かな暮らし」の共感

#### 【現状】

##### parkrun

・健康増進に向けた取組の一環として、参加者各々が好きなスタイルで歩いたり走ったりするコミュニティイベント「原山公園 parkrun（パークラン）」を開催（主催：一般社団法人 parkrun Japan、オフィシャルスポンサー：住友生命、実施協力：堺市健康福祉局健康部健康推進課）

・第1回 parkrun は令和4年9月3日に開催（以降、地域のボランティアの運営により毎週土曜日に開催予定）

##### リモートワーク・ワーケーション

・泉北ニュータウンを含む南地域において事業者がリモートワーク拠点の整備に必要な経費の一部助成を行う取組を推進

・現在、南区においてリモートワークできる拠点は6か所

（Liefce IZUMIGAOKA / Design Ohasu Days / 泉北ラボ / 槇塚台まち・ひと・しごと創造ステーション HARUKA / ゆっくりばこ / 南区テレワークオフィス（※））

※令和2年11月に新型コロナウイルス感染症の感染予防対策及び「スマート区役所」取組の一環として、南区役所内に「南区テレワークオフィス」を設置

#### 【今後の方向性】

・parkrun やリモートワークなど、南区で実施している魅力的な取組について、Instagram・YouTube・Twitter 等南区 SNS や南区 HP を通じて効果的に PR することで、「南区で実現する豊かな暮らし」の共感を図る。

・地域の歴史や伝承・説話等を中心とした南区のストーリーを作成し、Instagram・YouTube・Twitter 等南区 SNS や南区 HP を通じて効果的に PR することで、「南区リビングヘリテージ（生きている遺産）」の価値の共感を図る。

##### （ストーリー例）

\* 天照大神が鳳凰に化身し舞い降りたという伝説をもつ「上神谷」

\* 上神谷の八幡宮とも称されている「櫻井神社」（堺市唯一の国宝）

\* 雨乞い・五穀豊穡を願い踊る民族芸能「上神谷のこどり」（国選択・府指定無形文化財/櫻井神社拝殿に奉納）

\* 清き水で育った神の庭の米「上神谷米」

\* その他名所旧跡に関するストーリー

等のコンテンツをもとに、南区の地域のストーリーを作成（「はじまりのさと」等の文言でイメージ付け）

## 南区ブランド「M&GREENs」の浸透に向けた取組案

### ロゴマーク「M&GREENs」によるイメージの確立

「堺市南区＝みどり」「みどりの中で豊かなくらしを実現できる堺市南区」のイメージを確立させ、堺市南区の認知度向上を図ることを目的に、南区ブランド「M&GREENs」のロゴマークを作成・発信する

#### 【作成コンセプト】

- ✓ 「堺市南区」と伝わるロゴマークであること
- ✓ 「みどり」イメージが伝わるロゴマークであること

#### 【ロゴマークの活用】

- ✓ 「安全安心創出・未来共創推進部会」及び「育ち学び充実・健康長寿推進部会」における成果事業も含め、堺市南区政策会議連携事業等でも活用
- ✓ 一定の基準を満たす場合、企業・大学・地域等の取組についてもロゴマークを使用可

### 南区データサイトによる「みどり」の可視化

南区に関するデータを集約したサイト『データの森「みなみ」』において、「PowerBI」を活用しながら、南区に関する情報やデータをわかりやすく可視化することで、南区のあふれるみどりを効果的に発信する

※データ可視化イメージ例：

他地域との比較ができる緑被率データ【LIVE】

公園や自然関連施設の遊び場マップ（遊具情報、飲食情報等関連情報を付加）【PLAY】

リモートワーク拠点マップ（緑被率・緑視率の高い環境映像を付加）【PLAY/WORK】

いきものマップ・いきもの図鑑との連携【LIVE/PLAY/WORK】

食に関するデータ【LIVE】等

### 南区SNS活用による魅力発信

Instagram・YouTube・Twitter等の南区SNSを活用し、南区ブランド「M&GREENs」を効果的に発信する

「くらし」としてイメージできるようなストーリーを発信し、「みどりのなかでこんな豊かな生活をかなえたい、実現したい」という共感につなげていく