

南区ブランド戦略（案）

◎ブランド戦略創造の目的

人口減少・高齢化が進展する南区の課題解決に向け、若年層をはじめとした人口定着・流入につなげる

◎ブランド戦略案

上記目的達成に向け、南区の緑を活用した豊かなライフスタイルをストーリー化

◎方向性

- ・緑空間や自然が持つエネルギー・効果等に着目し、各ライフイベントにおいて緑空間の中で実現する豊かな暮らしのストーリー化（包括的なブランド化）
- ・単発イベントではなく、暮らしに根差した仕組みの構築（点ではなく「緑」という面での展開）
- ・大阪万博やスマートシティ（スマート区役所）を視野に入れたブランド化の検討
- ・行政だけではなく、大学や医療機関、民間企業等、地域における重要な各主体との連携検討

◎ご議論いただきたい内容

各ライフイベントにおいて緑空間の中で実現する豊かな暮らしのストーリー化に向け具体的内容を議論

① 緑空間で実現できる豊かなライフスタイル例

- ・緑×子育て・教育（×スマートシティ）
- ・緑×健康・福祉（×スマートシティ）
- ・緑×産業・仕事（×スマートシティ）
- ・緑×安全安心・コミュニティ（×スマートシティ）
- ・緑×歴史文化（×スマートシティ）

② 上記ライフスタイル実現する南区におけるシンボリックな緑空間の具体的場所