

会議録（要点記録）

令和3・4年度 堺市南区政策会議 第3回ブランド戦略推進・魅力創造部会	
開催日時	令和4年5月27日(金) 午後6時30分～
開催場所	南区役所 2階 201・202会議室
出席委員	今中委員、神田委員、坂本委員 西委員、西村委員、橋爪委員 檜本委員、藤原委員
事務局 管理職員	堺市 佐小南区長 南区役所 谷口副区長・植松副区長・ 上山参事・西村参事・仲田自治推進課長 牧市民課長 喜多区政企画室長 市長公室 手取政策企画部先進事業担当課長 泉北ニューデザイン推進室 北口事業推進担当課長
議題	1. 開会 2. 議題 南区ブランド戦略について 3. 閉会
配付資料	・次第 ・資料1 「南区ブランド戦略案」 ・資料2 「ブランド戦略推進・魅力創造部会スケジュール（案）」 ・参考資料「「緑×」イラスト」

審議状況	<p style="text-align: center;">開会（午後6時30分）</p> <p>1. 開会</p> <p>区政企画室長 定刻になりました。ただいまから、堺市南区政策会議第3回ブランド戦略推進・魅力創造部会を始めさせていただきます。 私、本日の司会を務めさせていただきます、南区役所区政企画室、喜多でございます。どうぞよろしくお願いいたします。 皆様におかれましては、何かとご多用中のところ、ご出席を賜り誠にありがとうございます。 なお、本会議は公開となっており、会議録を作成するに当たりまして、正確を期するために議事内容の録音を行っております。また、記録のため写真撮影を行います。何とぞご了承いただきますようお願いいたします。 部会を始めるに当たりまして、今回、構成員の変更がございましたので、ご紹介させていただきます。株式会社高島屋泉北店営業推進部政策担当課長、大鴨元委員に代わり、株式会社高島屋泉北店営業推進部部长、神田祐樹委員に就任いただきました。神田委員、一言ご挨拶をお願いいたします。</p> <p>神田委員 《神田委員あいさつ》</p> <p>区政企画室長 神田委員、ありがとうございました。 また、市の人事異動によりまして、今年度新たに加わりました本市管理職をご紹介させていただきます。</p> <p style="text-align: center;">《人事異動に伴う職員紹介》</p> <p>区政企画室長 次に本日の配布資料の確認をさせていただきます。お手元の資料をご確認ください。</p> <p style="text-align: center;">《資料の確認》</p> <p>以降の進行につきまして橋爪部会長にお願いしたいと存じます。どうぞ、よろしくお願いいたします。</p> <p>2. 議題</p> <p>橋爪部会長 橋爪と申します。よろしくお願いいたします。</p> <p>まず、本日の議題に入ります前に、前回から時間が経過していますので、前回の議論の内容の振り返りをしたいと思います。本部会は、これまでに2回開催し、1回目の部会では、スマート区役所の実現について、第2回の部会では南区ブランド戦略の推進を議論の中心としてご意見いただきました。 また前回には現在の区役所の取組を共有いただき、新たなブランド戦略として、緑を活用した豊かなライフスタイルのストーリー化を進めるということについてご意見をいただきました。</p>
------	---

本日は、第2回のご議論を踏まえて、南区ブランド戦略案の具体的な提案について、また、今後のスケジュールについて意見交換をと存じます。まず南区より説明をいただきます。

区政企画室主幹

南区区政企画室、宮本から資料の説明をさせていただきます。

お手元の資料1「南区ブランド戦略案」をご覧ください。前回部会において、緑を活用した豊かなライフスタイルのストーリー化を南区における新たなブランドとし、アピールしていくことについてご同意いただき、方向性について確定いただきました。

一方で、緑豊かなまち、公園のきれいなところは多々ある中で、「いかに南区の独自性を出すことが課題である。」といったご意見もいただきました。そういったご意見も踏まえ、今回はさらに具体的なブランド戦略案について、ご説明をさせていただきます。

まず、前回のご議論において、緑空間というワードが少し固いのではないかと、何か別の表現があればといったご意見をいただきました。

今後、緑を活用した豊かなライフスタイルを南区ブランドとして打ち出していく際に、パワーワードとなるようなセンテンス、キャッチコピーのようなものが必要になると考え、「&GREENs（アンドグリーンズ）」を案としてお示しさせていただきます。「緑空間の中で、緑とともに、」というライフスタイルを「&GREENs」で表し、「s」という形で複数形にしているのは、あふれる緑や様々な豊かなライフスタイルという意味を含めております。「&GREENs」の下の「緑とかなえる豊かなくらしー住む・働く・愉しむーin南区」は、「&GREENs」の意図する内容を説明しているものです。

次に、この戦略の目的についてですが、「“あふれる緑”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定着・流入を促すことで、地域力の強化を図り、未来につながるイノベーティブな南区をめざす」こととしております。

そして、戦略方針の部分、2つの戦略として「シビックプライドの醸成」、「ブランド価値の共創」を掲げております。

前回部会において、ブランド戦略というのは、対外的なブランド発信に加え、その地域に住む人がブランドに対して誇りを持ち魅力を感じていることが大切である。これらは、ブランド戦略推進の両輪であるというご意見を踏まえ「シビックプライドの醸成」を一つ目の戦略に設定いたしました。

また、若年層をはじめとした人口定着・流入をめざすためには、南区ブランドを、いかに心に刺さる、心に届くコンテンツとして示すことができるかが重要だと思っております。そこで、「ブランド価値の共創」を二つ目の戦略として掲げました。

「ブランド価値の共創」について少しご説明させていただきます。従来の公共サービスは、専ら行政が制度などの設計を行い、提供することが中心でしたが、ニーズや社会課題は多様化し、人口減少や財政の逼迫が進み、市民の声に細やかに応えることが容易でなくなっている背景があります。この南区ブランドが、一方的な価値の提供ではなく、共創の観点から、さまざまな人々を巻き込み、その能力を出し合いながら、これまでにない取組や発信を創り出すことで、南区ブランドの魅力を広く届け、共感を呼び、ひいては人口の流入・定着につなげることができるのではないかと考えています。

最後に、「具体的取組」についてご説明いたします。

まず一つ目の取組、「南区ブランド「&GREENs」につながるストーリーの作成」です。ブランド化には「名所・名物・名人」が重要とのご意見を踏ま

え、まずはそれについて把握することを取組としました。前回部会で意見をいただきました「泉ヶ丘公園・大蓮公園・新檜尾公園」のほか、「荒山公園・堺自然ふれあいの森・長峰の田園地区・ハーベストの丘」を名所例に掲げさせていただいております。

名物について資料に記載はしておりませんが、「上神谷米ヒノヒカリ」や前回委員よりご発言いただきました「泉北レモン」等があります。先般、南区にございます大阪府立泉北高等学校では、校内で育てている「泉北レモン」と、滋賀県高島市の特産果実「アドベリー」をコラボさせ、「アドレモンジャム」を商品開発し、学生自らが泉北高島屋様で販売したそうです。こちらがその商品になります。メディアでも取り上げられておりましたので、ご紹介させていただきました。

そして、これらの名所・名物・名人等のコンテンツを活用し、「&GREENs」をイメージできるライフスタイルのストーリー化につながる取組が必要と考えております。前回部会でいただきましたご意見を踏まえ、「幼児等による農業体験」「児童等による南区の生き物図鑑やMAP等の作成」「公園や緑道等を活用したパークランの開催」を取組案として、記載させていただいております。

次に、二つ目の取組として、南区ブランド「&GREENs」の魅力を区内外へしっかりと届け、共感につなげていく、浸透させていくことが重要と考え、「南区ブランド「&GREENs」の浸透」を記載させていただきました。

委員の皆様には、ブランド戦略の方向性など資料1の全般について、また、緑にまつわる南区のコンテンツ、名所・名物・名人等や取組案についてのご提案、そして、自然という分野を地域ブランドとして掲げる自治体は数ある中で、南区独自色を出すための方策等のご提案などについて、ご議論いただきたいと考えております。

次に、お手元の資料2「ブランド創造戦略・魅力創造部会 スケジュール(案)」をご覧ください。

今後の部会の進め方についてですが、今回部会におきまして、南区ブランド戦略における目的や戦略について方向性を確定させ、ライフスタイルのストーリー化等の具体的取組について、議論を深めていただくことを到達点としたいと考えております。

そして9月頃をめどに、次回第4回を開催し、効果的なブランド浸透策などの具体的取組についてご議論いただき、南区ブランド戦略の確定を到達点としたいと考えております。

なお、会議の進捗状況によっては、第5回目についても開催させていただきたいと考えております。

最後に、「南区の緑を活用した豊かなライフスタイル」がイメージしやすいように、緑とSENBOKUスマートシティ構想の取組テーマ「ヘルスケア」「モビリティ」「コミュニティ」「リモートワーク」「エネルギー」をそれぞれ掛け合わせ、ライフスタイルをイメージしたイラストを作成しましたので、参考にご覧いただければと思います。

橋爪部会長

スケジュールにありましたように、本日はこの(案)のままで、次回、9月の会議でこの(案)を外して確定したいという説明であったかと思っております。

ぜひ、この資料1は1枚ものではありますが、より具体的な提案、戦略になることを意識しながら、ご意見等々を頂戴できればと思っております。

今中委員

お疲れ様でございます。今中でございます。

「&GREENs」っていいキャッチやなと思って聞いておりました。特に、こてこて感がなくて、むしろおしゃれな感じで色々この言葉からできることが広がりますし、あと、今日このイラストもすごく南区っぽくていいなと思いながら拝見しました。

これの絵が実際に実現するように、公民で連携して取り組んでいけたらいいなと、単純に思った次第です。

神田委員

私も「&GREENs」は、緑を中心にとというのが非常によく伝わるんじゃないのかなという印象でございます。

具体的取組等々、方策については、今すぐに思い浮かばないので、皆さんの議論も聞きながら考えてまいりたいと思っております。

坂本委員

坂本です。私もこの「&GREENs」っていうのをすごくよいキャッチーなコピーだと思いましたし、これなら「若年層をはじめとした」と目的に書いてますが、何か惹き付けるんじゃないかなとすごく感じました。

例えば南区ブランドの中で住むってということについて、自分が住んでいますので、魅力も伝えられるかなと個人的に思っています。

あと、愉しむもハーベストの丘とか、大蓮公園もバーベキューとかができたり、語れるかなと思うんですけど、働くっていうのが、個人的にかもしれないんですけど、なかなかピンとこない部分があります。

ただ、働き方も変わってきていまして、この南区にもできたサテライトオフィスといいますか、リモートワークが民間でも始まりました。やはり、我々、社員の中でも、例えば一人暮らしやったらいいんですけど、家族と住んでいたり、部屋が狭い、子どもがどうしてもいたりとか、妻がいたりとか、なかなか一人でできない。要は、書斎がないとにくいという意見も社員の中にありましたので、そういった方がこういった南区のサテライトオフィス、今はひよっとしたら南区だけですかね。ほかにも徐々に作られると思うんですけども、そういったところで、おそらくこの働くというところから、「働きやすいですよ」というのもあると思います。

あと、もう一つ、私は通勤をしておるんですけども、結構南海さんのおかげで、泉北ライナーとか、こうやって難波までずっと短時間でいける。通勤、移動も利便性のいい場所であるというようなことも言えると私は考えています。もちろん、ほかのエリアでも便利なところ、例えば大阪市内とかは、もちろん利便性は高いんですけども、こういう緑にも囲まれつつ、通勤や勤務といったものも移動もしやすい。要は、働く。ということもアピールできるんじゃないか。

先ほど、最後に宮本主幹からおっしゃられていた泉北レモンといった商品を南区から生み出しているということも、働くにつながっていると思います。ただ単にサテライトオフィスだけではなくて、もちろん南区でも働ける、南区から移動もしやすい、通勤もしやすい。といったアピールもできるんじゃないかと感じました。

藤原委員

藤原です。お願いします。

「&GREENs」っていう言葉は、とてもいいなと思いました。若年層をはじめとした人口の流入という点なんですけれども、我々世代からすると、写真映えするところっていうのがあったほうがいいかなと思いました。

最近、カメラとか携帯電話の性能が上がっていきまして、各地観光名所などに写真を撮りに行くっていう年齢層の高い方であったり、若い方であったり、子どもたちをうまく撮ろうという家族連れの方も増えています。

私自身も趣味で写真を撮っていますので、そういったところを各地訪れたりしています。ですので、例えばハーベストの丘であれば、コスモスがきれいだと思うんですけども、各公園にはたいてい桜の木っていうのはあると思うんです。春頃は桜や梅、梅雨頃になるとアジサイ、あとネモフィラ、藤の花、夏であればヒマワリ、秋であればモミジ、イチョウなどの紅葉、冬であればイルミネーションなど、こういった写真映えるスポットっていうのが挙げられるかなと思います。堺市南区にないというわけではないんですけども、そういったところを点々と置くことで、若年層の方をはじめとした人たち、写真を趣味にして、写真をそこで撮って、最近でも増えてますのでSNSを通じて南区の良さっていうのを伝えられるんじゃないかなと私は思いました。

西委員

西と申します。よろしくお願ひいたします。

「&GREENs」ということで、ブランド化をしていくという流れだと思うんですけども、僕は思うことが2つありまして、一つが堺市南区独自、独特なものなのかというところがちょっと引っかかりました。

それは、どうしたら南区独特になるのかっていうのは、こういう場でもこれからも考えていったらいいと思うんですけども、やっぱり緑があるからイコール住みやすい。そうなんですけど、それって緑があったら良いのかという話になるんですよ。ではないと思うんですよ。そのどうやって活かしていくかっていうところが一番大切なものであって、緑に対して何をしていくのかっていうところが勝負所かなと考えています。

もう一つは、まちづくりとか、エリアのリノベーションっていうのは、ハードとソフトの両輪でないといけないと僕は考えているんです。私自身は、建築士で、設計、施工もしてまして、家づくりをしているわけです。それぞれの家をリノベーションしたり、新築したりするっていうのは、一つのこれはハードづくりだと思うんです。箱をつくるということで。公園を整備したりすることも、それはもちろんハードなんですよね。今出てきていることってほぼハード的な話なんですよ。ハードとソフトの両輪なんですよ。

ソフトってなんなんやっていうところなんです。そこが、僕は一番重要というか、何をやっていくかっていうところを考えないといけないと考えているんですけど、目に見えないんですよ、ソフトって。それっていうのは、いわゆる僕は人だと思っているんですけど、人と人がそのハードを使って何をできるのか、何をするのか。人が集まってくる仕組みとか、そこの中に住むとか働くとか、遊ぶとかということが初めて出てくるわけで、そこらへんを行政が考えていくというのは非常に難しいことだと思うんですけども、ただやっぱり行政と民間というのがあるとしたら、そこも両輪だと思うんです。そこをうまくソフトにつなげられるような振り方を行政からトス上げてもらって、あとはプレーヤーが民間から集まって、そこでぐるぐる盛り上がるということが、僕は良いのではないかなと。

だから、それ自身がブランドだと思うんです。物があるというのはブランドではないと思っているので、そこをうまく意見を出しあいながら、僕は考えていきたいなと考えております。

西村委員

西村と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

私まずは、「&GREENs」っていうネーミング、私も南区に30年住んでいまして、イメージ的にはすごくよく分かるイメージだなと思って受け入れられるというところがあります。

このイメージ図を見せていただいて、私もふと南区というのを考えたときに、実は各地区、泉ヶ丘地区とか、梅・美木多地区とか、それから光明池地区っていうのは、ある程度自然的に分離されちゃっているんですね。泉ヶ丘地区ってやっぱり商業地区というイメージが大きくて、高島屋さんを中心に人が集まる地区になっているんですね。私の先輩とか元部下なんかも南の方から来る人は難波まで行かないんですね。といって堺東まで行くかというところに行かないんです。泉ヶ丘で買い物をして、泉ヶ丘は高島屋さんもありますし、いろんなお店屋さんがあるんで、そこで買い物をして自宅に帰るといった人が多かったんです。

それはなぜかというのを聞いてみると、まず一つは、南海電車をはじめ、交通網が発達しているということと、駐車場力が非常に大きいので、そこに買い物に来ることが便利だという方が多かったんです。

そういうこともあって、泉ヶ丘地区っていうのは、シェアオフィスではないけど作られている。実際にどうなっているのかは分かりませんが、企業なんかは今回コロナの関係で、先ほどもおっしゃったように自宅で仕事ができない方が、シェアオフィスを使われている場面がある。梅田なんか行くのはちょっと大変だよっていうので、近くにあれば使いたいなっていうこともあって、実際に使われている方を見たこともございます。

そういう意味では、地区によってある程度文化というのが分散されてきている。堺市南区基本計画の中で、KGIに人口が増えたら、それから南海電車の乗降者数がどうこうというのがあったと思うんですけど、そうなってくるとこういうキャッチフレーズをもって、そして活動していったときに本当に人口が増えるのかというところの部分が、紐づきができていないのかなとちょっと疑問を感じるところがあるんです。

たまたまなんですけど、この南区の近くには大きな大学が3つあるんですよ。4年間かもしれないけども、学生さんも下宿しやすいような、若い方を流入していただけるような処置を行政でうまくやっていただければいいのかなと。それと、今は行政の決裁権がどうなっているのかよく分からないんですけども、許認可権、いろんな決裁権をある程度分割というか、区に戻してもらっているような企業の導入や事務所の導入とか、そういうものがあれば簡単にこの梅・美木多地区でそういうオフィスが開けるようなイメージ。光明池地区は人が住めるというイメージ。ある程度、今は分割されてきているんで、それをもっと押し進めていくなから、南区からご提案いただいているこのグリーンの絵に基づいて、ソフトをやっていただければいいのかなと思います。

ちょっと長くなりますけども、非常にいいなと思ったのが、これから車なんかは「緑×エネルギー」の部分で、実際に電気自動車がどんどん普及していくと思います。水素を使った自動車というのは、実はこちらもそうなんですけど、インフラの部分がないんですね。実際は皆さんほとんど見られたことがないと思うんです。

たまたま、田舎の国道沿いを走っていると、道の駅なんかには確かに充電する場所はあるんですけど、1台しかないとか、これは普及してきたらどうなるのということをお願いするくらい、要は電気自動車の給電設備がない。

たまたま、京都市内を歩いていたときにふと見つけたのが、スタンドでやってくださいというところがあって、でもこのチャージする時間が30分、40分かかるんです。隣に飲食店があってそこで休憩しながらチャージされるのを待つというようなイメージ。

だから、スタンドだけあったとしても、皆さん30分、1時間ここで待ちます

かっていう話をすると、多分待てない。緑×エネルギーのところですね。ですから、ここで公園なり、なんだかのところで時間を費やせるようなイメージを重ね合わせてもらえば、いけるのかなと思います。

あと、シェアオフィスで、公園でっていうことについて、正直これは言うておきます。大企業の中で、リモートオフィスをしている企業はあるんですけど、やっぱりこういうところでやろうと思うと会社の許可がいるんです。自宅でやるのは、一応オーケーになっているんですけど、例えばシェアオフィスでやるといって、会社の許可が要る。もちろん、ネットワークの問題もあるんですけど、大企業がオーケーを出すかといったら、多分オーケーを出さないというような状態になっています。これが今の現実的な話になります。

ですから、このところは一工夫されて、個別にボックスを作る。その時だけでもいいんですけど、ボックスを作って確実にセキュリティが保たれるようなことをされたらなんとかなるかなというようなイメージは持っているんです。先ほどソフトとハードの件をお話になった。

確かに、そうだと私も思いますし、今後やっぱりブランド力を上げていくというのは、実際我々がすぐにできることとできないことがあるんですけど、まずできることはきちっとやっていく。

それと、区長がよく言われている情報発信が次のテーマとしてあるんですけど、これをどうしていくかということも、一つ大きな課題だと思います。私も区長の情報発信自体、すぐ見えるようにしてあって、時々いいねってするんですけど、やっぱりその辺のところは皆さんがご存じないから、どれほど皆さんに伝わっているのかというのが課題で、そういう情報発信の方法も踏まえて次のテーマとして、きちっと皆さんの意見を出し合った方がいいのかなと思います。

檜本委員

こんばんは、檜本と申します。

明治時代に南海が淡輪駅を作りまして、そこに土地を売り、住む人も増やそうということで、大阪の連載記事を書いている。あるいは小説を書いている大阪朝日新聞の文化人が淡輪に住み、そこへまた文化人も遊びに行き朝日新聞の一面トップに一般ニュースとして、南海の淡輪が売り出されている。

それで、南区にもそんな人来てもらって、住んでもらって、情報発信してもらえばいいんだけど、すごいところだろうと言われるところはどこだろうと見たら、泉ヶ丘公園、大蓮公園。はっきり言えば、どこの区にも、どこの市にもあります。

そういう意味で、これを見て、目に見える形でこんなにみんなが幸せだったら、みんながこんなふうに健康だったらいいなと思っているふうに見えるんですね。

僕自身、ここに住んで、学生時代以外泉北に住んでいるものとしては、どれもこれも魅力なんだけれども、ほかの区に比べて、ほかの市に比べて、これがナンバーワンだからと言われるものがない。そういう意味では、例えば堺自然ふれあいの森の前に、堺の共同墓地があるんですが、そこには小西行長の顕彰碑がある。ハーベストの丘に行くと、緑や収穫物、そして動物もという意味でいいんだけど、それに似たものは全国にもあるんです。もう少し行きますと、頼光塚（ライコウヅカ）、源頼光の刀を埋めたというところがあるんですね。頼光さんっていう強い侍の刀、強いからあそこに刀を埋めたんやとか、村の人は言っているんですが、本当は人殺しや火付けとかはいややと頼光の息子が言って、隠遁したという話もあるんです。

ストーリー化と言ったら、僕は自分で堺の昔話という形で原稿も書いたことがあるんで言うんですが、高島屋さんでおいしいものを買ったり、きれいなものを

買わしてもらったりとか、南海電車に乗って好きなどころに行ったりできるのは平和だからだと思うんですね。心配もなしにこういう生活できるという意味では、僕はハーベストの丘で動物、あるいは穀物、花々を触ったり、見たりしながら、あるいは急斜面を滑って喜びながら、ちょっと足をのばし頼光塚まで行って、そんな話ができる。そこに深みが出てくるんじゃないか。

僕は浅いと言っているんじゃないんです。本当はこれが一番理想なんです、私たちは常に全世界の人がこんなふうになれるようにと願いながらも、しんどいことが実際にはある。そういうしんどいことを忘れないためには、きれいな公園がほとんど並んでいる、そのきれいな公園の後ろに今のような頼光塚なんてものがあるっていう物語、そこに深みが出てくる。そういう意味では、鉢ヶ峯の小西行長もあの戦国時代にたった一人、今で言ったら停戦のために自分の家老にあたる内藤如安を大都、今の北京まで行かせて、そうやって一時朝鮮へ入っていったのをやめて、いったん帰ってくるんですが、しかしそこで交わした文書が秀吉にばれて、また再び秀吉の軍が行くことになります。小西行長というのは関ヶ原で負けて堺を引き回しにされて殺されたから、もう本当に評価はされていませんが、戦国時代の武将で停戦、平和のために必死で動いた唯一の国際的な意味での停戦条約を結ぼうとした小西行長も、この鉢ヶ峯の共同墓地に顕彰碑がある。私は小西行長と、そして源頼光塚の話。後ろにはめ込むことによって、こんなきれいな景色の後ろに世界の誰にも通じるような話のできる南区というストーリーを作り上げることができるんじゃないか。

一つのご提案です。

橋爪部会長

今までのご意見を受けて、区役所で何かありましたらご発言ください。西村さんから指摘いただいたのは、区として財源も含めて何か新たな事業を進める可能性があるのかということだと思いますが、いかがでしょうか。

南区長

区長の佐小です。皆様、いろいろ貴重なご意見いただきましてありがとうございます。

今、部会長からお尋ねの件でございますが、許認可ということになりますと、法が元の立て付けとしてございまして、その後に条例というのがあります。市民に密着した福祉、健康というような分野は、かなり区に権限はございますけども、産業振興系の部分では、区に丸々許認可が下りてくることは、実はございませんが、決してそれに立ち止まることはありません。堺市南区には誇るべき敷物産業がございます。皇居や国会議事堂にいわゆる絨毯を提供しているところの主要な力になっており、それをぜひ知ってほしいということで1階に展示してございます。そのほか、南区内にも企業がたくさんございまして、そういうような強みとか魅力とかっていうようなところを発信していきたいと考えておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

それと、部会長。今日は政策企画部とニューデザイン推進室の課長も来ております。今の皆さんの貴重なご意見聞いていただきまして、考えるところもあるかと思っておりますので、ぜひその二人からそれぞれ意見をおっしゃっていただきたいなと思っておりますのですが、よろしいでしょうか。

政策企画部先進事業担当課長

政策企画部先進事業担当課長の手取でございます。

皆様のご意見をお伺いさせていただいて、緑というものが、やっぱり泉北の魅力やというところが非常にあるのかなと思えました。我々が課せられている宿題というか、課題というものは、どうやってそれを実現していくのかというところ

るのかなというのを、ひしひしと感じたところでございます。やはり、泉北らしさというか、南区らしさというものをどうPRしていくのか、それがどのような形で施策につながっていくのかというところ。

もう一つは、やはり西委員がおっしゃっていたとおり、ソフトとハードというところで言いますと、どうしても役所ってハードのところが多いのかなと。ソフトと言いましても、例えば、ICTであったりとか、そういうツールもソフトと言いながら、ハードのところがありまして、結局いわゆるものになるのか、ICTというハードになるのかというだけの違いで、実はそこに込められているのはコンテンツであったりとか、やはり人であったりとかやと思っております。

そういった意味で、我々が課せられるのは、見た目のイメージをどう実現するかというのも大切なんですが、そういったイメージに対して、住民の方をどうつなぐのかであったり、例えばですが、ここに書いてあるいろんな魅力もありますし、先ほどのハーベストの丘もそうですし、いろんな活動をされている方、レモンなどを募るプロジェクトもそうですけど、人と人がつながるというところに非常に魅力があるんです。これをどう広げていくかであったりとか、どうさらに発展させていくのか。それを、行政としてつなげたりであったりとか、発信していったりとか。その関わりの部分を行政としてどうできるのかというところが、一番大切なかなと思って聞いておりました。

なので、施策の部分というのも当然しっかり必要なんですが、それ以上に踏み込みと言いますか、皆様のご意見の中で行政がどうかかわって、それをどう位置付けできるのかを考えていながら、実際の施策をしっかりとやっていきたいと考えております。具体的な案ではないんですが、今日も来ていただいている南海さんであるとか、NTTさんと一緒に泉北のスマートシティ構想のコンソーシアムをこの4月12日に発表しまして、6月27日に公と民が皆さん共同でここに書いてあるような世界観をどう実現していくのかというところを議論しながら、実証、実装に続けていこうという取組をしております。

この「&GREENs」で書かせていただいているイメージ図というものを、まさしくどう実現できるのかなと。その実現する先にあるのが、やはり我々のライフスタイルといいますか、人間の幸せやと思っておりますので、スマートライフというもの、ICTだけじゃなくて我々が暮らしていく中で必要な幸せというものを実現できる方策というものを、僕らだけでは当然できませんし、民間さんのいわゆるお金の話だけでもできませんので、そこにつながりというものをどう持たせるかというところと一緒に考えていきたいと思っております。その公民というのは、あくまで民間事業者さんと行政だけではなくて、やはり住民であったり、大学、学生が引っ付いていかないと、これは続きますので、その辺の生身の議論をさせていただきたいと思っております。

加えてにはなりますが、橋爪部会長にも、そういった意味ではスマートシティの戦略アドバイザーにご就任いただくことをお願いさせていただいております。この南区の区政企画会議で議論したことをどう実現できるかということを含めて、我々はやっていきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

泉北ニューデザイン推進室事業推進担当課長

こんばんは。泉北ニューデザイン推進室事業推進担当課長の北口でございます。

ブランド戦略は、私たちの部署でも非常に大きな課題かなと思いつながりながら取り組んでいるところでございます。そして、緑は、やっぱり泉北の大きな魅力の一つだと思っております。そして、これに健康であるとか、働くであるとか組み合わせせて、情報を発信していく。対象者というか、どういった方たちにどう届けるのか。その人たちがどういうふうな行動をとると、南区に注目してもらえるのか、

来てもらえるのか。あるいは、住んでもらえるのか。というようなところを、きっちりと考えながら取り組んでいく必要があるのかなと思っております。

私自身もたまにお休みの日に緑道を自転車で走りに行かせてもらったり、先ほど藤原委員からも四季を感じるような花々が咲いているというようなところで、先日も桜を見に光明池から泉が丘までずっと自転車で走らせていただいたんですけども、非常に魅力がありますし、そして市民の方が集っていたり、写真を撮ったりというようなところもございます。ただ、資源によって、これは市民に対して発信できるものなのか。また、市外の方から堺市南区に関心を持ってもらうためには、どういった資源を活用すべきなのか。また、今あるものを活用するのか、それとももっと発掘していくのかというようなことをやりながら、ブランドを構築していくということが大事なのかなと思っています。

そういったところで皆さんと一緒にこれからもできればと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

橋爪部会長

他の委員の方、追加でもしご発言あればと思いますが、いかがでしょうか。

西委員

先ほど私の意見に、ご意見いただきまして、ありがとうございます。

先ほど私が申し上げたのは、独自のものなのかということと、ハード、ソフトという話をさせてもらったんですけども、実はもう一つ、僕、いつも思っていることがあって、地域活性化って、どうやったらできるんだろうと考えたときに、僕は一番大切なのは地域での循環だと思っています。

もともと、その泉北ニュータウン自体が、50年前に開発されて、いっぱい住居をつくって、それが今、残っているという状況ですね。今、それが、これからはもちろん少子高齢化になって、空き家が増えて、もうハード自体が余ってくる時代になるんだと思っています。今、戸建て住宅を持っておられる方というのは、恐らく70代、もしくは80代の方が結構多くて、今から10年後には、例えば相続問題ですとか、オーナーが入れ替わる時代がすごく出てくるんじゃないかと。またそれが空き家になってという話で、問題が大きくなるかなと思っています。

その50年前に、そんだけハードをつくって、いわゆるベッドタウンだったと思うんです。それが、少子高齢化になって、人口が少なくなって。ニュータウンのあり方としては、ベッドタウンではなくて、地域で循環できるようなまちづくりが非常に重要なかなと考えているんです。大阪とか、難波、本町、梅田まで働きに行かずに、ここの地域で働ける、地域で遊べる、地域で住む。その実現が一番大切だと思っています。

「&GREENs」というグリーンを中心にとということで、そしたら考えられるのは、その緑を中心に住む場所であったりとか、食事する場所、育児する場所、あとショッピング、買い物する場所、遊ぶ場所、働く場所が、その中心に緑があるというふうなイメージが、僕は面白いのかなと思っています。

先ほどのハード、ソフトという話で、どうやったらそのハード、ソフトをつなげるかっていう問題点、非常に行政さんだけでは難しい、民間だけでは難しいという話はあるんですけども。難しいかもしれないんですけども、一つ考えて面白いなと思っているのは、やっぱりサービスの交換。だから、地域通貨というような話も、最近、ぼちぼち地域では盛り上がっているところもあると思うんです。おそらくニュータウンの中で、若い人からお年寄りの方まで、自分ができることってこのを持ってはると思うんですよ。もちろん、その中では、時間がすごくある人もいてるし、バタバタ忙しい人もいてるし、いろんな人がいてはって、そのサービス、自分がこんなことができるよっていうことを。需要と供給の

話で、それを欲しい人ももちろんいると思うんですね。その交換っていうのができたときに、何か循環できへんかなと考えて。プラットフォームってよく言われとるんですけども、いわゆる掲示板ですね。ICTでそういう掲示板の中のやり取りがうまくマッチングというか、そんなことができたなら、何か人と人をつなぎながら、そのICTをうまく使いつつ、その場が緑だというふうなこのイメージ。責任もやっぱり出てくる範囲なんで、難しいとは思いますが、何かそんな地域になったら、どこも行かなくても、もう泉北ニュータウンで完結するよというふうなまちが、何か魅力的なんじゃないかなと考えているんですね。

もう一つ、最近知り合いで、この1カ月以内ぐらいで、大阪府で住みたい街ランキングか何かがあって、結構、堺市が1位か2位かになってるみたいな話を聞いたことあったんです。非常にうれしいなと思いつつ、そのニュースを見てみると、その理由のところ、近くにいいお店があるとか、まちがきれいとか言うてはったんで、南区のことじゃないんやろうかなと思いつつ、もうちょっと南区、頑張りたいなと考えてました。

橋爪部会長

ほか、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。私からも何点か申し上げたいと思います。

1点目として、西さんがおっしゃったこの循環型、つまり地域で完結するという発想がとても大事だと私も思います。またこれからグリーン投資の分野がビジネス上では重要になります。環境に配慮している地域では、志を共にする企業が活動を行うことになるかと思えます。

2点目としては、南区の緑に、人の手が入った緑と自然の緑がつながっているという点を申し上げたい。堺市の緑の基本計画などでは、で南部丘陵の緑と泉北ニュータウンをつくったときの公園や緑地が良く整ってきて、人口の緑と、自然の緑とつながってきているという指摘がある。これはシンボリックな緑であると、堺市の統計や緑の計画でも書かれている。この連続する緑を、我々はきちんと伸ばしていくべきである。南区の緑被率とか公園の面積はどうなのでしょう。ほかの区よりも、あるいは全国の政令市の中でも優れているのであれば強くアピールできる。ほかの区や、ほかのまちを比べて、ベンチマークとなる事例があれば良い。

あと、もう一点、先ほど檜本委員がおっしゃったように、戦争が今ない時代を過ごしているというありがたいことなんですけども、その背景に歴史があるという認識が大事だと私も思います。

全般にこの「&GREENs」というのは、各委員の方からはよいというご意見をいただいたと思いますので、これで進めたいと思うのですが、ただこの「&GREENs」は、最初が「&」なので、本当は「〇〇&GREENs」のように前段を略している。だからたとえば、これまで示してきた「緑×ヘルスケア」ではなくて、「ヘルスケア&GREENs」、あるいは「コミュニティ&GREENs」「モビリティ&GREENs」のような展開があつて良い。また先ほどお話した、「歴史&GREENs」などでも良いかと思えます。また「デジタル&GREENs」、ないしは「スマート社会&GREENs」っていうような考えもあるだろう。このような展開を南区の大きなアピール点とするとよいかと思います。

ネットで調べたんですけど、「&GREENs」というのは、全くヒットしない。「英語圏のネイティブは、「with GREEN (ウィズグリーン)」のほうが正しいのではないかと思いますけれども、「南区&GREENs」とか、「区民&GREENs」のような、そういう展開ができればと思っております。

例えば、二、三年前に、ロンドンが世界初の国立公園都市って名乗ったんですね。これは、ロンドンの市民の方、民間の人たちが提唱した。国立公園いうと大自然の中だが、都市にもすばらしい公園がたくさんある。緑のある都市がある。ロンドンでは、市域面積の4割とかが公園だったと思います。そこに野生動物、どんな種類がいるんだっていうことを、データ並べて、国立公園都市憲章というのをつくって提案した。市民のアイデアに市当局や政府が乗っかり、世界初の国立公園都市ロンドンとしてアピールした。発想が面白い。自分たちのまちの語り方を、自分たちオリジナルのアイデアで沿って語るというところが、とても私は大事だと思います。

さっきからご指摘の、ほかの地域とかに負けない何か、日本一なのか、世界一なのか、日本初なのか、世界初なのか、それを見つけることが重要。さっきご指摘のあった南海の淡輪だと、近傍の愛宕山にツツジを植えて、遊園地ではツツジ人形を名物にした。要は、ほかの遊園地が菊人形を売り物にしたので、うちはツツジでいこうといった発想がそこにあったんだと思います。要は、オンリーワンにするには、意図的に何かつくることが重要。もしくは、語り方で個性を示すことができる。

以前、御堂筋イルミネーションのギネス登録をお手伝いしました。すぐ登録できるかと思ったら、電飾を施した街路樹の多い道というカテゴリーがない。そこで、一つの木に何百個以上、電球のついてる木が何百本あるというカテゴリーをつくって測定したら、これは前例がないので、すぐナンバーワンになりました。結構、南区、我々が緑のすばらしいまちだという言い方を、今日、お話に出ているストーリーなんだと思うんですけど、工夫しないといけない。単に緑被率が多いという意味合いを超えて、何かユニークな、日本一、世界一、何か新しいアイデアが、南区から生まれてくるということ、そして南区の語り方を、ご一緒に工夫し、アイデアがあればなと思っております。

「デジタル&GREENs」、つまりスマートシティとGREENsを掛けることで、イノベーティブな南区を打ち出すことができる。そういうアプローチがあったのかというように。それが新しいチャレンジになると思う。ほかに事例があるかないかは、事務局で精査いただきたい。緑地とデジタル化を掛けあわせることで、先に進んでいるところがあれば、そこをどう超えるのかという戦略になると思います。ぜひ「&GREENs」でいければなと思います。私からの思いはそのあたりでございます。

本日の皆様のご意見をもとに、今日はまだ紙1枚ですが、次回、もうちょっと深めて具体的なものを少し示していただきながら、南区ブランド戦略というものを固めてまいりたい。、次回は（案）を外すというぐらいまで、詰めることができればなと思ってございます。よろしく願いいたします。

檜本委員

「&GREENs」に、必ず決まった色を使ってもらったら。「GREENs」だけでも、どこかをグリーンに。「&GREENs」は、これはこれでいいと思うんですけど。

なぜかといいますと、先ほど何人かの方はおっしゃいましたように、50年前に泉北ニュータウン、新しいまちがニュータウンでしたからね。堺や大阪に、関西から、全国から若い人が就職したら、ヤンタンに住むというのも、住み慣れてくると、この狭い部屋では嫌やとかいうことで、結局、ヤングタウンがなくなったんですね。そのころ、ヤングタウンが取り壊されて、何か寂しいなと思ったころ、そろそろオールドタウンやでって自虐的にみんなが言うようになって、本当に、雰囲気もそんな雰囲気になってきて、金剛団地のほうが時価が高くなったで

とか言われたときに、もう徹底的に泉北ニュータウンが、叩きのめされたような気になったんですね。そういう意味では、ヤングタウンのヤンタン、若い人が、入ってくれて、それに代わる形で、何とか頑張ろうとしてくれてるんですが、そういう意味で、ヤンタンのあるニュータウンに代わる言葉でカラフルなグリーンで気持ちを高めていただけたらと。

本当にヤンタンなき後の、別のものを本当に私たちは見つけ出さないといけないと思うし、もちろん、皆さんが、今までもずっと言ってるように、この緑。堺の旧市内から来た人、特に堺区の方は、ここへ来て、友達の家に来て、1日のんびりしたら、やっぱりニュータウンいいね。ちょっと緑道散歩ただけで、本当にやっぱり住むにはこんないいところないねって。大阪市内の方も、そうおっしゃる人、圧倒的に多いんですね。そういう意味では、その緑、グリーンを軸にして、行政や私たちで、この今のままじゃない、グリーンとか緑のまちとか、プラスアルファ何かみんなでつくり出したり、あるいは見つけ出して、もっと中身の濃いものにしていけたらなと思います。

橋爪部会長

ヤンタン50年ですね。事業開始が1965年で、まち開きが1967年だから、ぼちぼち還暦。2027年で、あと5年で、まち開きから60年ぐらいのイメージなので、体、痛んできますが、次の時代に向けて変えていかなあかんというところを、ご一緒に示してまいればと思っております。

ありがとうございました。本日の会議は、以上とさせていただきます。

各委員からいただきましたご意見を参考に、区役所にて検討いただきますように、よろしく願いをいたします。

3. 閉会

区政企画室長

部会長、そして委員の皆様、本当にありがとうございました。

これをもちまして、堺市南区政策会議第3回ブランド戦略推進・魅力創造部会を終了いたします。

閉会（午後7時47分）