

会議録（要点記録）

令和3年度 堺市南区政策会議 第2回ブランド戦略推進・魅力創造部会	
開催日時	令和4年2月1日(火) 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	橋爪委員（部会長）、西村委員（職務代理者） 今中委員、坂本委員、西委員 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 東屋副区長・植松副区長・ 井川参事・仲田自治推進課長・ 牧市民課長 喜多区政企画室長 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 （1）前回部会の意見を踏まえて （2）南区ブランド戦略について 3. 閉会
配付資料	・次第 ・配席図 ・資料1 「堺市南区施策・事業等概要シート」 ・資料2 「南区ブランド戦略に関連する現在の取組」 ・資料3 「南区ブランド戦略（案）」

審議状況	<p style="text-align: center;">開会（午後6時30分）</p> <p>1. 開会</p> <p>区政企画室主幹</p> <p>それでは定刻になりましたので、ただいまから、堺市南区政策会議第2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。</p> <p>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の内山でございます。</p> <p>皆様におかれましては、何かとご多用中のところ、ご出席を賜りまして誠にありがとうございます。</p> <p>本日、大鴨委員につきましてはご欠席のご連絡をいただいておりますので7名の委員の皆様でご議論いただきたいと考えております。</p> <p>なお、本会議につきましては公開とさせていただきます。会議録を作成するに当たりまして、正確を期すために、議事内容を録音させていただきます。また、記録のため写真撮影をさせていただきますので、ご了承のほどよろしくお願いたします。</p> <p>続きまして、配付資料の確認をさせていただきます。</p> <p style="text-align: center;">《 資料確認 》</p> <p>以降の進行につきましては、橋爪部会長にお願いしたいと思います。</p> <p>2. 議題</p> <p>(1) 前回部会の意見を踏まえて</p> <p>橋爪部会長</p> <p>皆様、こんばんは。</p> <p>本日は議題が2件あります。1件目が前回部会の意見を踏まえて、2件目が南区ブランド戦略についてです。議題の1つ目は、前回部会の意見を踏まえてどのように対応いただいたかという点です。後ほど区役所の方から説明いただきますが、私から第1回目の会議の振り返りということで概略を申し上げたいと思います。</p> <p>前回、9月29日に第1回の部会を皆様と一緒に開催させていただきました。第1回の議題は「南区スマート区役所事業（拡充）」の事前評価と、今後検討すべきテーマについてです。</p> <p>まず、一つ目の施策、南区スマート区役所事業の事前評価に関しまして、多くのご意見をいただきました。整理しますと以下の4点かと思っております。</p> <p>1点目、高齢者のデジタルに不慣れな人に配慮して、ICTを導入する際には、コストがかかってもいいのでしっかりとサポートを行い、やさしい区役所を実現してほしいというご意見がありました。このやさしい区役所というのはなかなか聞き慣れないですが、魅力的な言葉だと思います。また、情報を共有する方法も若年者と高齢者とでは異なる。例えばツイッターをアナログで見ることができるサテライトがあってもいい、デジタルとアナログ、サイバーとフィジカルをうまくミックスするようなことが大事であろう、これが1点目です。</p> <p>2つ目としまして、SNSの活用の中では、双方向性というものが重要と</p>
------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

なってくる。市民同士のつながりや子育て家庭との交流にあつて、SNSをどう活用しておくのか。仕掛けが必要であろうというのが2点目です。

3点目としまして、スマート区役所やスマートシティを推進する上で、市民が安心してアクセスできるようセキュリティを確保していくことが大切である。様々なネット社会の中でセキュリティというのは非常に大事であるというご指摘がありました。

4点目といたしまして、民間の取組と速度を合わせ、ロードマップにおける目標年次にこだわらず、臨機応変に前倒しすべきである。民間の事業などが年々新しくなっていく中で、想定されているロードマップよりも早く導入できるものであれば、導入していくべきだというご意見がありました。

整理いたしますと、おおよそ以上、4点のご意見をいただいたかと思えます。

次に2つ目の議題、今後の南区ブランド戦略の推進及び新たなブランドの創出についてということでご意見を頂戴いたしました。こちらに関しましても4点に整理させていただければと思います。

1点目、「Play SENBOKU」というコンセプトは素晴らしい、素敵である、面白い、わくわくする、といった区民、市民の皆様を持つ感情に訴えてブランディングを進めていくべきであるというご意見が1点目です。

2点目としまして、泉北のもともと持っている強みを生かした資源の選択と集中という視点がやや弱い。南区は65歳以上の人口が多く貴重な財産の一つである。この点を強めるべきである。南区としてのオリジナリティを持つためにはどこに注力すべきかを議論するべきである。少子高齢化が議論されておりますが、高齢者の方が多いことを逆に強みだというふうを考えるべきだというのが2点目です。

3点目としまして、人口を増やすということだけではなく、多世代が暮らす地域をめざすことが重要である。先ほどの高齢者が多いということもございしますが、それに加えて若い世代をいかに呼び込むのかと、多世代居住ということが大事な論点であろうというご指摘がありました。

4点目としましては、現状のままということではなく、常に新しいものを生み出していくことが不可欠である。新しいものがどんどん生まれているような状態そのものが南区のブランド力である。こういうのがブランドだというのではなくて、新しいものを生んでいる状態こそ南区のブランドではなかるかというご意見でした。

ほかにも多くのご意見いただいておりますが、おおよそ4点に整理いたしました。

それでは、本日の議論に入りたいと思います。今申し上げましたように、第1回の委員の皆様からいただいたご意見を踏まえて区役所で検討いただきました。どのように南区スマート区役所事業に反映させていくのか。南区役所からご報告お願いいたします。

南区役所参事

それではご説明させていただきます。南区役所参事の井川でございます。今、お話ございましたとおり、私からは前回の部会でご議論いただきましたご意見を踏まえまして、南区スマート区役所事業に反映させていただいた内容についてご説明させていただきます。お手元資料は、資料1「堺市南区施策・事業等概要シート」をご覧くださいと思います。

資料のアンダーラインが引いてある部分が、今回加筆、修正させていただ

いた箇所となっております。今、部会長から第1回の振り返りとしておまとめいただきましたように、前回の部会では、特に高齢者の方などデジタル機器やシステムの利用に不慣れな方への配慮が必要であるというご意見を頂戴いたしました。

また、前回お示しした資料の「スマート区役所ロードマップ」ですが、この中ではデジタルファーストの推進とデジタルデバイドの支援の両軸で進めると示しておきながら、デジタルファーストに関する取組は具体的に計画されている一方で、デジタルデバイドに関する事業についてはあまり明示されていないのではないかとのご指摘も頂戴したところでございます。さらにロードマップにこだわらず臨機に対応すべきだというご意見もございました。

こういったご意見を踏まえまして、スケジュール案の部分でございますが、令和3年度に既に実施した取組を含めまして、今後取り組むべきスケジュール案について、修正部分のご説明をさせていただきます。令和3年度には民間企業と連携し、南区を実施エリアとして高齢者を対象にタブレット端末の利用に親しんでもらうための講座、あるいはスマホ教室の開催を実施いたしました。これを令和3年度に記載しております。また、今後の取組といたしまして、令和4年度においても引き続き民間企業と連携し、デジタルデバイス対応のための講座を実施する予定でございます。そのほかの全ての人にやさしいというキーワードを加え、庁舎環境の創造などの一部修正もしておりますが、このあたりは割愛させていただきます。

以上が前回のご議論、ご意見を踏まえての修正内容となっております。

橋爪部会長

いただいたご意見を反映させるべく加筆いただいています。

ただいまの説明に関しまして、ご意見をいただければと思います。いかがでしょうか。

西委員

今日はよろしく申し上げます。西と申します。

前回南区役所からご提案というか、こういうふうな形で南区役所がやっていきたいという中で、スマート化もしくはデジタル化という言葉が頻発するのですが、これ自体は要望があってこういう形になっているのか、南区役所の中でこういうことをやっていかないといけないと言ってやっているのか、これはどっちなんですか。

南区役所参事

井川のほうから説明させていただきます。

デジタル化にこだわらず、役所をもっと便利にしてくれとか、やさしくしてくれというお声がある中で、その一つ的手段としてデジタル化があるというふうに認識しております。また、スマート区役所、スマートシティの根本的な考え方は、いわゆる2040年問題、働き手がこのままではだんだん減ってしまうところにあります。現在の役所の機能や市民サービスを、この労働力の不足の中で何とかしていかなければならないという課題がまず根本にあって、その上でスマート化、デジタル化という流れがあると思っております。ですから、どちらかと言われると、要望があってということではなくて、必然的に今の世の中の流れとしてこういう進め方をしなければならない

のが、一つの解かなと思っっているところす。

西委員

分かりました。

前回話いただいてからずっと考えていたのですが、こういうふうになっていくとお伺いする中で、スマート化、デジタル化が目標になってしまっていて。あくまでそれは手段だと思うのです。スマート化、デジタル化を経てどうなっていくべきかというところがあまり見えにくい感じがして、そこをもう少し具体的に挙げていったほうが、スマート化、デジタル化は手段であって、別にスマート化、デジタル化でなくてもいいかもしれないわけです。もしくは、世間一般、日本全国的に2040年問題になってくるから、堺市南区独自のスマート化、デジタル化をしようかという話はすごく分かるんです。けれども、堺市南区で、今のブランド戦略とか、魅力創造をやっている中では、もっと独自の話をしていたほうが議論的には面白いのではないかと思ったので。南区だからこそこういうふうにやっという話をしていたほうが、この部会も有意義じゃあないかなというのが僕の感想です。別にこうしないといけないとかではないのですが、そんな感じはすごく思っていました。

橋爪部会長

非常に大事なお指摘で、私も以前よりそう思っていました。泉北ニュータウン地域がスマートシティを推進するアイデアがあって、そのなかで南区役所がスマート区役所をほかの区役所よりも先駆けて進めているかたちになります。南区役所のスマート化を進展させた場合は、ほかの区役所等にも、それをそのまま取り入れてもらったり、課題があればまた見直していくということになっているかと思います。

ただ、ご指摘のように、目標がスマート区役所の実現ということではなく、スマート化は手段であり、最終的にどんな区役所がスマート区役所なのかというところを共有していかないと、目的と手段が同じになるという懸念は、私もご指摘と同感であります。スマート化を通じて「やさしい区役所」をめざすという発想が、大事だなというふうに私は感じているところす。

西委員

スマート区役所というのも目標ではないと思うのです。それはプロセス、手段だと思うのです。スマート区役所をすることによってどうなっていくべきか、そこを話していきたいと思います。

橋爪部会長

今の議論はまた次回にも続けてまいりたいと思います。

今中委員

今中です。

こういう話になると戦術と施策は難しいなと思います。区役所がスマート化をどんどん進めていきますとか、その結果、市民が今までわざわざ窓口に行かなければ書類一つもらえなかったものが、家の中で全部済んでしまうというような世界観をこの泉北から発信するのはすごく素敵なことだと思います。特に働くお母さんとかもそうですけれども、それだけではなくて日中一般

のお勤めの方々にとっても、やっぱり行政処理というのか、行政サービスを受けるのってなかなかハードルが高いと思います。今回はそこまで踏み込んだスマート化はされないということですが、まず、この3年、4年でやっていく分についてはこの辺から始められたらちょうどいいのかなと思いました。

若い世代は大体皆さんスマホを使えるので、こういうサービスがあったらみんな飛びついてくれると思うのですが、前回のお話にあったとおり、35%を超えるシニアの方です。南区でいらっしゃるシニアの方には使えるような教育の場というのが必要かなと思って、そこを今回盛り込んでいただいているのもすごくいいなと思いました。

私たちがシニア向けの企画の中で、スマホのアプリを使ってもらおうというようなことに挑戦しているのですが、僅か30人の方を前にしてもてこずってしまうのです。おまけに一旦ダウンロードしていただいても、自分にどんなメリットがあるのかよく分からない状態では、シニアの方にかかわらず一般にはあまり使われなくなってしまうかなと思います。なので、ここに書いておられる民間と一緒に講座を実施されるとかいう中では、良いか悪いかはさておき、PayPayとかメルカリ、PayPayのキャンペーンに1回応募しましょうとか、メルカリの使い方を覚えて断捨離頑張りましょうとか、目的とかに合わせて何か使い方をご案内したりして、より身近な自分事としてシニアの方にもスマホとか、アプリとかに取り組んでもらえるような機会をぜひつくっていただければうれしいなと思います。

西村委員

西村です。

私も今中委員がおっしゃったように地域とか自治会活動をやっていますと、正直言います今でもスマートフォンを使いこなせない、SNSを使いこなせない方がいらっしゃるのです。こういうコロナ禍になって通信手段は地域の方ですとお手紙を入れていくようなことしかできないのです。例えばいろんなSNSでグループをつくって発信しようと思っても、残念ながらそこまでのスキルをお持ちになっていない。例えばZoomとか、このWebexとか、Teamsで会議をしようとしても残念ながらそこまで、まだ皆さんレベルアップしていないので、やっぱり顔を合わせて会議をしなくてはいけないのですが、こういうまん延防止になってくると会議もろくにできないという事態が今できつつあるのです。

そういう意味では、例えば実際に区役所から情報発信するための使い方であるとか、特に区役所の発信に対してはどういうものが必要なのかというところを教育していただければと思っています。スマートフォン講座の開催というのは非常にいいことだと思います。

そういうことでぜひともここはやっていただきたいということが1点。

それからもう一つは、やっぱりこのスマート区役所事業を立ち上げていくためには、実際に若い人たちも利用できるような情報発信をしていただきたいと思っています。知っている方は知っているのだけど、知らない方は全く知らないで、区役所へ行きますということがやっぱり多いみたいです。情報発信をいかに皆さんに伝えていくか、この伝え方、最初の伝え方が非常に重要になってくると思うので、そういう意味では今お話しているような、いかに区役所としての情報発信をきちっとうまくされるかが、今後の一番の課題になってくるのではないかと考えています。

坂本委員

坂本と申します。よろしくお願いします。

このシートを見てみますと、私はよくできていると思っています。例えば、今議論になっているスマートフォンとかは高齢者が対象になっていますけども、例えばもっと小さい子どもとか、目が見えにくいとか、耳が聞こえにくいとか、要は誰一人取り残さないといいますが、そういったことに対応していくことがここでの趣旨だと思っています。スマートフォンも実は10何年前に遡ると急に出てきて、もう今となっては当たり前のようになっています。デジタルと言えばスマートフォン、タブレットになっていますけども、これが変わったとしても南区役所としてはスマートという文字が当てはまるかは別として、令和4年度以降、デジタルデバイドといった形で誰一人取り残さないという意味が入ったというのは、すごい私としては意義があると思いました。

檜本委員

檜本です。

南区で約35%が65歳以上と言われる中で、でも、その半分はもちろんスマホも使いこなしてSNS、いろんなことに対応されていると思うのです。その35%の半分ぐらいは私のように世の中について行けない人がいます。そういう意味で今、僕は坂本委員が先ほど言われた言葉の中に救いを感じたのです。本当にかゆいところまで手が届くことが本当のやさしい区役所、役所のあり方だと思います。デジタル化を阻止するとかではなくて、一生懸命向上心がありそれについて行こうと努力される方もいっぱいいます。その方には役所を中心に、あるいは民間とも協力し合って、そういう学習会を開いてどんどんデジタル化と共にスマート化を進められるのもいいのですが、世の中の進み具合について行けない立場の人もいるのだということ、そういう立場の人にも手が届くようなことを考えていただける、そういう区政策会議であってほしいと思っています。

橋爪部会長

では、本件に関しましては、おおよそ意見いただいたということで、先に進めてまいりたいと思います。

2. 議題

(2) 南区ブランド戦略について

橋爪部会長

次に、議題の2つ目、南区ブランド戦略についてです。この件に関しましても、前回ご意見いただいたことを踏まえ、区のほうで意見整理しております。よろしくお願いいたします。

資料2でございます。お願いいたします。

区政企画室長

区政企画室長の喜多でございます。南区のブランド戦略につきまして、私からご説明させていただきます。

最初に南区ブランド戦略に関連する現在の取組についてご紹介させていただきます。お手元の資料2「南区ブランド戦略に関連する現在の取組」をご

覧ください。

まず、南区役所1階魅力発信コーナーにおける情報発信でございます。南区には貴重な歴史文化資源が数多くあり、その魅力を多くの方に知っていただくため、資料に記載しましたように南区役所1階ロビーでのタペストリーの設置や、魅力発信コーナーでの須恵器の展示、動画上映等を行っております。

また、堺緞通、堺の絨毯から受け継がれた敷物製造の伝統技術を生かし、区内の企業を中心となり生産している敷物を南区の産業にかかる魅力として、今後発信していきたいと考えております。

そのほかSNSを活用した魅力発信や近隣大学との連携による魅力発信動画の作成、大学生の企画によるイベントの開催を行っております。加えてスマート区役所の取組をはじめとしたスマートシティの推進についても、南区ブランド戦略に関連する取組の一つと捉え、今年度、泉北アバタープロジェクトを実施いたしました。また、南区テレワークオフィスの開設やリモートワーク拠点整備支援を行うなど、区内のリモートワークの推進に取り組んでいるところです。

南区ブランド戦略に関連する現在の取組は以上です。

南区においてこのブランド戦略はスタートしたばかりです。まだまだ不十分な状況でこれからだと思っております。南区のブランド戦略の推進に向け、皆様のお力をお貸しいただきたく存じます。どうぞよろしくお願いいたします。

続きまして、新たな南区ブランド戦略についてご説明いたします。お手元の資料3「南区ブランド戦略(案)」をご覧ください。

こちらは、新たな南区ブランド戦略の一つとしてご提案させていただきました。人口減少、高齢化という南区の課題解決に向け、若年層をはじめとして人口定着・流入につなげるためには、新たなブランドの創造が重要であると考えております。南区にとって緑空間は大きな魅力です。南区のすばらしさや豊かな生活を感じることでできる重要なファクターだと思っております。南区基本計画における将来像や泉北ニューデザインにおける基本方針の中でも豊かな緑空間と多様な都市機能の融合が位置づけられております。南区にとって緑空間の中で得られる潤いのある豊かな暮らしは、南区の課題解決に資する大きな魅力を持つものと考えており、新たなブランド戦略として南区の緑を活用した豊かなライフスタイルのストーリー化を打ち出したいと考えております。

ここで新たなブランド戦略の方向性として4点上げさせていただいております。まず、緑空間や自然が持つエネルギー・効果等に着眼し、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をめざすこと、次に単発イベントではなく、暮らしに根差した仕組みを構築すること、点ではなく面で展開していくこと、そして大阪万博やスマートシティを視野に入れたブランド化を検討すること、最後に、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を検討することです。

そして、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には、具体的にはどういったものかというところをイメージできる形で発信することが重要であると考えております。そしてそのストーリーを多くの人に共感していただくことができればと思っております。まずは、緑空間で実現できる豊かなライフスタイルについての具体的な体験やイメージ、例えば自然環境で実現する豊かな子育てや「緑」の持つ

エネルギーを生かした中でのヘルスケアといった具体例など、資料に提示しましたほかにも、「緑」×「何か」といった生活の様々な支援をイメージし、緑空間の中でこんな豊かな生活が実現できるといったことについてご提案いただければと存じております。

あわせて、そういった豊かな生活、ライフスタイルが実現できる具体的な南区の場所、できれば南区として打ち出すべきシンボリックな緑空間についてご提案いただき、より具体的なイメージにしていいただければと考えております。

説明につきましては以上でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

橋爪部会長

資料3にありますように南区ブランド戦略（案）とあります。これから固めていきたいという原案です。ただ、まだブランド戦略が固まっていないので、現在行っている取組として関連する取組を資料2のほうで幾つか整理していただいていることかと思えます。特に資料3を見ていただきますと、今後のまとめていくブランド戦略の柱となる考え方が「緑」を活用、緑空間が豊かであるということ、南区の魅力としてアピールしていきたいというのが区役所の原案です。この原案に関しまして、ご意見あるいは区役所が求めておられるのは具体的な「緑」の魅力の示し方、「緑」に何を掛け合わせてどのようなことが南区の魅力としてアピールできるのかということや、まとまった「緑」としてどこを売り出すべきかということを求められております。

委員の皆様方、ご意見ありましたらお願いいたします。いかがでしょうか。

今中委員

今中です。どこがいい場所かなと思うと、やっぱり自分が若松台出身なのでどうしても大蓮公園の辺りの緑道とかいいなというふうに思ってしまう。

豊かなライフスタイルというのでいろいろ考えていて、1月28日に総務省が東京都23区初の転出超過というニュースを出していたと思うのですが、逆に転入超過は田舎なのか、郊外なのかとよくよく見てみたら、埼玉、横浜、札幌、大阪市、福岡市という感じで地方都市、地方のメイン都市で、なかなかその他のサテライト的な郊外の住宅にはまだまだ人はおりてきてないのかなというふうに思いました。緑豊かなニュータウンということで、関東のほうの方ともいろいろ話してたら、そういうニュータウンって日本国中星の数ほどあって、みんな老朽化してて、せっかく公園とかがあっても木が大きくなり過ぎて暗くなっていたりとか、縁石が崩れたてたりとか、やや物騒な感じが多いというのは、堺だけではなくて全国的な感じです。

実際、私が大好きな大蓮公園も結構チカン注意の看板がいっぱいあって、逆に気をつけなあかんというような危険エリアの香りがしたりしています。多分、今って公園が幾つあるとか、そういうことではなくて、これから公園の質が問われていくのかなと思っています。公園があるのは日本国中当たり前、そこで何ができるかが重要になってくる。よく言われるバーベキューできますとか、キャンプサイトがある。そういうのも大切だし、テニスコートがあったり、フットサル、今はやっているスケボーができるような場所もあったらいいというのはあるのですけども、多分そこに行かせる仕掛け

くりというソフトの部分が結構重要になってくるのかなと思いました。大蓮公園もL i Pさんですか、定期的にマルシェを開催されているような方々がいるというので、それが定期的に開催されることで、地域の方とか遠くからも来られたりしているようなことも伺っています。主催者がいるようなそういうイベント、今は公園のほうで制限されているということを聞いてますけども、もっと受け入れていったらいいんじゃないかと思います。

公園って、やっぱり人がいて初めて価値ある場所になると思います。

「緑」×「健康」とかで言えば、例えば大東市さんが頑張ってやっておられるパークランという取組があるのです。もともと2004年にロンドンで始まって、2019年に日本にも上陸しているのですが、各地の普通の公園で参加者が5キロの距離をランニングとか、ウォーキングとかで楽しむようなイベントで、有志とボランティアで構成されてて、例えば毎週土曜日にどこそこ集合みたいな感じでゆるく決めて走るようなイベントになっています。こういうのはやはり緑道が整備されている泉北にはぴったりかなと思っています。

イベントだけじゃなくって、豊かなライフスタイルっていうことを考えても、今って、ニュータウンの緑道では、せつかく緑道に面した家を持っていてもそっちに向かってポーチを開けられない。逆に家が後ろ向きになりますから納屋とか、倉庫とか、そういうのが緑道に向いている。それが悲しいなと思います。あとは実になる、実がつくような木も植えられないということがあります。フィンランドの森とか公園は、ベリーが摘み放題とかありますので、泉北レモンを今売り出しておられますけど、将来的にはレモンの木が植わってて、みんなそれぞれ好きなだけでもいい、その日食べる分はそこから収穫するとか、そういう形で使えるような公園、身近にある、暮らしの中にある公園がすごく理想だなと感じました。

檜本委員

このことだけで僕は参加させていただいたぐらいのつもりで、このブランド戦略含めいろんなところで書かれている高齢化、人口が減っていく、若者が少なくなっていく、ちょっと寂しいです。僕は全部悪いことだとは思っていないんです。高齢化だっていい、長生きしたっていい、お年寄りが生きてたっていいわけで、そしてお年寄りがこの泉北を愛して、本当に泉北がいいところだという人も、僕は実際はたくさん見てるわけです。ですから、一般論として老朽化していった泉北ニュータウン、昔はヤングタウンというのもあったけれども、今はオールドタウン、あるいは今はニュータウンではなくてオールドタウンだと自虐的に言う人、あるいはそれが当たり前のように口をついて出ることにに対してはそうでもないよと言いたいのです。

例えばこの区役所のすぐそばに緑の御衣黄（ギョイコウ）があるのです。泉北に住んでいて、あるいは区役所へ来る人でさえ100メートルか、200メートルちょっと歩くだけで、4月の末には緑の桜がたわわに咲いている。その緑の桜は葉っぱだと思って立ち止まらない人もいるのです。そういうことを知らない人がいる。あるいは皆さんは名前だけ聞いたことがあると思うんですが、鉢ヶ峯の公園墓地に春に行きますと桜が満開で、真下に小西行長の顕彰碑、お墓があるのです。400年以上も前のただの戦国武将でなかった人の顕彰碑が泉北にあるだけでもすごいのです。緑の、特に春は桜が真っ白に頭の上で咲いている下に彼の顕彰碑がある。だから私は年に何回かあそこへ、泉ヶ丘から皆さんと一緒に歩いていくのですが、本当はもっと多く知ってもらいたい、そういう泉北のよさがいっぱいあります。

もう一つ言いますと、今回のレジュメの中にもこおどりのこともちょっと触れられてましたが、実は6、7年ぐらい前までは10月の最初の土曜日、日曜日にこの区役所と民間の団体、あるいは観光ボランティア、三社の協力で、私が案内させていただいて、こおどりの内容であるとか、あるいは上神谷地域のだんじりには上だんじりと下だんじり、両方が一挙に見られたのです。岸和田だんじりも一挙には見れないのを、この上神谷だんじりでは見れるという意味ですばらしい文化、あるいは歴史、そして自然の中でそれを見ることができる。そういうことが最近なくなっていくのが、先ほど言ったのですが、言葉どおりのスマートな方向にはどんどん進んでいく。一つ一つの小さいことかもしれないが大事なことがほったらかしにされるのではないかと心配があります。丁寧にそういうものにも目をやるような、さっきも言いましたが障害や高齢者もほっとかない。自然に関して言えば、歴史、文化に関してはここが一番というわけではなくて、泉北にも非常に味わいのあるものがいっぱいある。自然とそれが相まって見れるという意味では、これをもうちょっと皆さんに知っていただく方法ももっと考えないといけないのじゃないか、そんなふうに思います。

橋爪部会長

高齢化を課題というふうを書くのは問題であるというご指摘もあるかと思えます。大事なことは持続可能というか、街の計画が始まって60年ぐらい、人が住み始めて50年少しぐらいでしょうか。人口減少の中で、この街が次の50年続いていくために何をしていくのかというときに、何をアピールしていくのが大事だと思います。

ほかの方ご意見ありましたらお願いいたします。

坂本委員

私は南区に住んでいますので、実体験と「緑」×「こんなこと」があったらいいなというのを端的にご説明します。

光明池の駅前に新檜尾公園がありまして、ここは基本は原っぱというか広場なんですけれども、ここに一つだけ大きな遊具が設置してあります。滑り台だけではなくて滑り台にいろんなものが組み合わさった結構大きい遊具になっています。実は子どもがここを好きで、そこへ行くと必ずほかにも子どもさんがおられて、子どもだけではなくて親御さんであったり、私がよく目にするのはおじいさん、おばあさん、要は孫を連れてきてというのがあります。今中委員も言っていたように集まるからだろうと思うのですが、このお正月のときはたこ揚げを親子でしていました。もし新檜尾公園が何も遊具がなければ、これはたればですけども、こんなに人は集まらないのではないかな。これはただ遊具、デジタルではなくて、アナログなものがあるのですけれども、子どもが集まる、その子どもに連なって親だったり、おじいさん、おばあさん、祖母ですね。高齢者も集まる。少しお話されている人。そういった形で何か「緑」×「遊具」という簡単な話ですけど。言いたかったことは、そういうちょっと仕掛けがあれば集まるのではないかなというのを感じています。

もう少し具体的に言うなれば、例えば泉ヶ丘のビッグバンの中にもいろんな遊具があると思うのです。あれは屋内ということなので、逆に屋外でもう少しあいったものがあれば面白いのじゃないかな。私も全部の公園を見たことはないのですけど。例えば、梅・美木多駅前ですと西原公園、私もランニングしますのでたまに走るのですけれども閑散としている感じも受けます

し、さっきおっしゃった泉ヶ丘であると例えばビックバンの裏側、何公園か忘れましたが、結構土手になっていたりというのがあります。泉ヶ丘の大蓮公園は南海さんがやられていると思うのですがカフェがあったり、結構遊べるような形になっています。こういったことから、公園に「緑」×「何か」が必要なんじゃないかなというのが今実体験で感じています。

そんな中で今後、例えば「緑」×「〇〇教室」というのがいいんじゃないかと感じています。例えばですけど農業とか、アウトドアとか。最近多いのは、テントの設営教室とか、池みたいなのがあるんですけど釣り教室とか、高齢者、子ども、親子、こういった楽しめるちょっとした仕掛けがあれば、この「緑」×「〇〇教室」で、豊かかどうか分からないですけど、違ったライフスタイルが楽しめるんじゃないかと思っています。

さっき西委員もおっしゃったように、デジタルというのは手段でありますので、必ず導入する必要は私もないと思っています。ただどうしても、今の子どもたちはスマホ当たり前となってしまいますので、少し何か取り入れてもっと子どもが楽しめる、親はそこについていけないでも子どもが楽しんでもたらいいかとか、高齢者の人もひょっとしたら、ついていけないかもしれないけど、子どもとか楽しんでいたらいいかという形で、デジタルは、おまけでやればいいと考えています。現状の感じたことと、「緑」×「こういったもの」があったらいいんじゃないかというのをご提案させていただきました。

あと、具体的場所はさっき申し上げました。何か駅前結構魅力があるのではないかと感じています。駅前だけを優遇するつもりはないですけど、公園はやっぱり駅前にあると便利なんじゃないかと思っています。特に泉ヶ丘、大蓮公園、ビックバンのところはたまに行き、すごい便利だと感じます。梅・美木多だと西原公園、光明池だと鴨谷公園、新檜尾公園、泉ヶ丘だと大蓮公園が今できてますので、ビックバンのところ、そういったところがシンボリックな緑空間の具体的な場所になるのではないかと思います。

西村委員

大阪市内からこの泉北に引っ越してきたのが大体30年前、ここの地を選んだのは、実は来たときに一番印象的だった緑が多かったためです。大阪市に住んでいるときは4階に住んでいたのですが、ばい煙で物干しざおをきゅっと触れると真っ黒になっちゃったので、ここに住んでたら多分体壊すねと思って家を探して、たまたま当時の公団に当たったので、住んでいるのですが、本当に住環境がいい。買い物もできる、学校も近くにある、緑の環境もすぐあり、非常にいい場所だなと思ったのが30年前。それから30年間住み続けて、確かに公園という点では住みやすくなったのですがあまり変わっていない。でも地域が変わったのが、要はうちの地域の中には実は特別養護老人ホームが2つ、軽費老人ホームが1つということで、一つのいろんな緑の空間の中であって、福祉の施設が3つ、4つある。お買い物のセンターがあったところがなくなって、今はそういう老人福祉施設になりつつある。ある意味、地域として若者が戻ってきてくれというよりも、逆の発想ですけども、ふるさと化というのも一つの考え方かと思うのです。自治連合会長さんといろいろ話をしていると、ここの地をふるさとにしてほしいというような言葉が出てきました。

先ほどおっしゃられたように、老人が増えたということではなくて逆に開き直ったらという言い方はおかしいですけども、やっぱりその各連合自治会という特色を生かして、ここの地域はそういうふるさと化をめざすところも

必要です。

例えば泉ヶ丘だったら、高島屋へ抜ける1本道路のところの四季を見ているとすごくきれいなんです。緑というよりも本当に四季折々の花が咲きますし、1本道のところで落ち葉がきれいだというのがあるって、確かに公園というキーワードでいくと、何とか公園と出てくるのですが、それ以外にも南区のブランドとして、例えばビックバンの部分というのは非常にスマートシティみたいな形で、非常にきれいな光景が出てくる場所もあるんじゃないかなと思います。

確か南海さんだったか、例のリモートワークのところを開設されていますよね。コロナ禍においてこういう仕事をするときホテルに泊まるのか、家の中ではどうしても仕事ができないのであれば、場所を借りて今の会社に出なくても仕事ができるよというところが、泉ヶ丘は商業地域であるので、充実されたらいいです。梅・美木多地域であれば実際に区役所がありますので、そういったところの許認可、もう少しこれは堺市とも調整してもらわなきゃいけないですけども、許認可事業をもう少し増やしていただいているような企業が入りやすくなってくるといような仕組み。光明池地区は居住空間が多いので、居住者のための空間にしていく。各地区で南区の中でも整理をしていく必要が出てくるだろうし、そういった形で今後いろんな事業が展開され、我々のこのブランド戦略の中で、住みやすい、また皆さんが仕事をしやすいところも設けていかなきゃいけないだろうと思います。

あとKPIの中に出てきている若い人の居住という話になってくると、ここはもう大学の先生方をお願いしなきゃいけないんですけども、今南区の中で、大阪府の建替事業始まっていますけども、ぜひとも、例えば近隣大学の学生さんにお部屋を貸してあげるとか、格安で貸してあげるとか、そういった形でたとえ4年間であったとしても若い人たちが入ってくると、町自体がまたいろいろ変わってくると思うのです。そういったところでいろんなつながりが増えてくると思いますから、もう少しプラスアルファで考えていただきたい。ブランド志向ということも踏まえ考えていただければなと思っております。

檜本委員

南区のある公園に、知ってる人は知っているのですが、カワセミがいるんです。ブルーの鳥が、泉北の中で見れるのはあそこだけなんです。こういう情報を流しているのかどうか本当に悩んでいるところです。先ほど今中委員が泉北でいっぱい公園があるけれども、食べれるものがという話をされましたけども、実は南区のある場所で一度に食べつくせないぐらいの木苺があるのです。

昔、僕は1週間ぐらいで3,000冊売れた南大阪の隠れた名所という本を出したときに、南海沿線沿いにヒメコウゾの道があると書いたら、その翌年にヒメコウゾ折られてしまって全部絶えてしまったのです。あれを書いたためにものすごく人が集まって、ユスラウメよりもおいしいヒメコウゾの実が2、3年のうちになくなりました。だから泉北ニュータウンの木苺やカワセミの話も、みんなに知ってほしいと言いながら、本当はこれらを広げていいのかわからない、悩むところです。

西委員

だんぢりキッチンという活動をしてまして、少し紹介させていただきたいと思います。スマート化とは逆のアナログな路線でかなり走っております。

だんぢりキッチンって何ですかという話ですけど、だんぢりとキッチンが合わさったような話で。だんぢりって泉北ニュータウン内では少なく、だんぢりのいいところは、祭りでわあわあやるのもいいのですが、結局、その地域の横のつながりですとか、縦のつながりをしっかりしているような仕組みだと思っているのです。横はあってもなかなか縦に高齢の方から中堅、子どもたち、そこを何かつなぐものがほしいなと思って始めた取組なんです。

リアカーの後ろにキッチンの用具を積んで、それをみんなで練り歩いて公園まで行って、公園でゲリラ的にキッチンをしてカレーを作ろうというような取組をやっている。実際に堺市で廃校になった小学校から頂いたリアカーがありまして、これを好き好きにペイントしまして、これをだんぢりキッチン号として使っていました。こうやって野菜だとか、キッチン用具を積んで練り歩き、大蓮公園にオープンキッチンを作ってしまうという話です。使う材料も上神谷米ですとか、農に近い泉北ならではの地産地消ということで、その地域の野菜で何かを作りたいという取組をやっています。実際にカレーを作っていると周りから人々が集まってきて、みんな何してるのという話になるのですが、ここでつながりが生まれなかったとやってみました。

それは公園だけじゃなくて、堺市役所前に広場があるのですが、その広場でやったりですとか、各所近隣センターがございます。この近隣センターもどんどんスーパーが撤退して行って老朽化していく中で何か仕組みを持って行って、ソフトを持って行って、そこを盛り上げていかないといけない、そんな思いもあります。

新檜尾公園は、メタセコイアがきれいですけど、ここは多分堺と言わず大阪中、日本国中でも有数の公園かなと僕は考えています。こんなすごくきれいな公園で、先ほど坂本委員がおっしゃった遊具があるんです。何かないと、何もないところではという話があったと思うのですが、そこに吉野杉で作ったテントを作りまして、このテントでさっきはキッチンだったので、今度はオフィス、仕事場をつくってみようかという話です。ここでコワーキングをしたら仕事できるんやろうかという話でやったのです。泉北ニュータウン50周年という記念会がありまして、そこで生まれた企画なんですけども、暮らし、働き、つながりということで、テントがあって、机、椅子があってここで仕事をしてくださいとなると、どうなるか。そう実際に人が集まって公園で仕事をするのです。こんな恵まれた仕事場ってないわけで非常に豊かな経験をみんな得ることができて、この辺がスマート化ではなく実際に行って体験して人に会ってみる。そこに最終は戻ってくるんじゃないかと僕は考えているわけです。仕事をやった横ではコンサートが開かれたり、バイオリンとかを持っていきながら、音楽って人が集まる要素だと思っているのでやっている。絵が好きな人は絵を描いたり、こうやって、先ほど何もなかった新檜尾公園がシートでも敷いてゆっくりしようかというふうな日常、この辺が「緑」×「豊かな暮らし」という部分で、泉北ってこういうところだよというのをしっかりアピールできる場所かと思ってやっています。

橋爪部会長

具体的な事例を紹介いただきました。

およそご意見をいただいたと思います。まとめるわけではありませんが、「緑」を打ち出すということに関してどなたからも反論と言いますか、異論がございませんでしたので、基本的には緑豊かな南区をアピールするんだと

ということで、この部会としても区役所の方向性と同じであると確認できたと思います。ただ、ご指摘があったように緑豊かなまち、公園のきれいなところは日本中、世界中に幾らでもありますので、それに対して南区泉北はどう違うんだということをアピールしていかなければいけないと思います。特にほかでできないこと、規制緩和とかも要るかも分かりませんが、南区泉北ならこんなことができるのだというところを区役所に頑張ってもらいたいと思います。

ご提案があったのは緑道に向けて出入口つくることできないか、いろんな実のなる木をたくさん植えるような公園があったら話題になる、既存のものでは遊具とかをもっとアピールできるのではないかな、だんぢりキッチン等、新しいアイデアのものが公園で展開できる等々あります。こういう公園の新しい使い勝手といいますか、使い方の面白さを考えるなかで、いろんなアイデアが出てくるような気がいたしました。

私、大阪の都心の船場のまちづくりを30年ぐらいやっているのですが、船場地区は児童公園が一つしかないのですが、去年の目玉がその小さい児童公園で花火をしたいということでした。大都市の公園では手持ちの線香花火とか、小さい花火も全部禁止なので、かなり時間をかけて大阪市の中央区役所に働きかけまして何とか1日だけ花火をしてよしという日をもらいました。そのアイデアはもともと近所のマンションにお住まいのお母さんと幼稚園ぐらいのお子さんが、花火をしたいとおっしゃって、お母さんからの提案で我々大人たちが一生懸命頑張って1年かけて、たった一晩だけの小さい花火大会をしました。そういう従来できなかったことをするのにみんなが盛り上がり、コミュニティとして面白いことが生まれていくので、今の南区の公園の事例もまさにそういうことができればと思います。公園でワークショップし放題、そんなイベントを定例でやっていくこともあるかと思いました。

ちょっと打ち出し方を区役所で整理していただきながらアイデア出しできればと思います。そう申し上げるのは、ブランド戦略というのは、対外的にアピールしなければいけないので、南区はそういう魅力的な緑があり、南区に住んでみようかという人が増えていくのが一方ですが、一方で、地域の人全員がブランドを理解していて、我が地域と言えこれだよねということ共有できていないと外に向かってアピールしても全然理解が得られないです。だから南区の皆さんに南区と言えれば緑豊かなまちだと確信を持っていただいて、それが地域で暮らす誇りとなり、お子さんのときからこんな緑の素晴らしいところで私たちは住んでいるんだということを誇らしげに思うような街であれば、それがプライドになります。

ブランドとは基本的に内向きのシビックプライドの醸成と対外的な発信の両方が要ります。地域の皆様、市民のプライド、誇りとして緑豊かだということ訴求する戦略も一方では必要で、対外的にそれをどうアピールするかという戦略。この2本立てが重要だということを私は各地のブランディングで申し上げます。今日は「ふるさと」という新しいキーワードを示していただいたので、緑豊かな南区がふるさとであるということやうまく展開するのが、区民の皆さんも対外的に魅力的な語り方ができるのかというふうに思います。

あとライフスタイルのストーリー化というのは、基本的に名所をつくったり、名物をつくったり、地域の名人、たとえば緑に関わる職人さんとか、西委員みたいに面白いアイデアでイベントをしている人たち、南区にいる魅力的な人物をアピールすることが重要かと。場所であったり、新しい物であっ

たり、新しい魅力的な人であったり、緑の豊かさを掛け合わせうまくアピールできればブランディングができるのかなと思います。あと「緑空間」というとちょっと固いので、ここももう少し柔らかい「緑」という表現の仕方もあるのかと今日は思っておりました。「緑」だけではなくて「花」もあるのだというご指摘もありました。あとカワセミの話は秘密にしといたほうが良いと思います。時々これは秘密なのだがと言いながらお話されるのが良いのかなと。語り方が大事だというのがブランドづくりの肝の肝ですので、ぜひうまくアピールしてまいりたいと思います。

次回までに区役所のほうで整理をいただきながら、このブランド戦略を一緒に充実させてまいりたいと思います。この件に関しましては、次回の部会でも引き続き意見交換をしてまいりたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

以上で議題2は終わりたいと思います。もし委員の方からご意見ありましたらいただければと思いますが、いかがでしょうか。

橋爪部会長

藤原委員、もしありましたら一言お願いいたします。

藤原委員

藤原です。

緑に関してですけれども、子どもたちも何かを見て探すということは結構好きだと思うので、図鑑など各家庭に配ったり、もしくはみんなが使う場所に配付物として置いておくことで、子どもたちもそれを見ながらいろんな地域、公園とかに足を運んで探すことができるのではないかと思います。

その図鑑の中身も一般的な植物、花の名前とか、いっぱいあっていいと思うのですが、先ほどあったカワセミなど珍しいものを端に加えれば、そんなものがあるんだという新しい発見もあると思うので、場所に足を運ぶ回数が増えるのではないかとというのが私の意見です。

橋爪部会長

子どもたちも参加してもらいながら、緑の魅力を再発見していきましようというのなかなかよい提案だと思います。

私、京都の郊外に今住んでいるのですが、うちの住宅地も地元の小学校が学校教育の中で我が街の魅力ある場所はどこかとか、どこにどんな動物とか、昆虫がいるのかを子どもらのアイデアでマップ作って各所の掲示板に張り出したりしているのですよ。学校でされているかも分かりませんが、そういう試みもぜひ検討いただければと思います。そのなかで蛇が出る公園とお子さんたちが記載した。いい事ばかりと違って、ここは危ないよとか、ここは何かならんもんかということもお子さん目線で書いてもらうのもいいのかと。実際にその公園に行くとマムシに注意看板が立っていて、学校で話題になったのだと思うのですが、そういうアイデアぜひともあればと思います。

ほかはいかがでしょう。

では、およそ予定の時間になってまいりました。本日は長時間にわたりご意見、ご議論いただきましてありがとうございます。

では、区役所に進行をお返しいたします。

3. 閉会

区政企画室主幹

部会長、ありがとうございました。

本日は長時間にわたりまして、ご議論いただき誠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2回ブランド戦略推進・魅力創造部会を終了とさせていただきます。

本日は誠にありがとうございました。

閉会（午後7時51分）