

会議録（要点記録）

令和3・4年度 堺市南区政策会議 第4回ブランド戦略推進・魅力創造部会	
開催日時	令和4年10月4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）、 今中委員、神田委員、西委員 檜本委員、藤原委員
事務局 管理職員	堺市 佐小区長 南区役所 植松副区長・谷口副区長・ 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 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 ・配席図 ・資料1 「南区ブランド戦略案」 ・資料2 「南区ブランド戦略「戦略内容」について」 ・参考資料 「堺市南区とわかる表現について」

審議状況	<p style="text-align: center;">開会（午後6時30分）</p> <p>1. 開会</p> <p style="text-align: center;">区政企画室主幹</p> <p>ただいまから、堺市南区政策会議第4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宮本でございます。よろしくお願いいたします。</p> <p>皆様におかれましては、何かとご多用中のところ、ご出席を賜り誠にありがとうございます。なお、本日は、坂本委員がご欠席とのご連絡をいただいております。</p> <p>本会議は公開となっております、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。何とぞご了承ください。</p> <p>次に、配布資料の確認をさせていただきます。</p> <p style="text-align: center;">《資料の確認》</p> <p>それでは、以降の進行につきましては、橋爪部会長にお願いいたします。</p> <p>2. 議題</p> <p style="text-align: center;">橋爪部会長</p> <p>それでは会議に入りたいと思います。</p> <p>議題に入ります前に、前回から少し間が空きましたので、議論の内容を振り返りたいと思います。</p> <p>前回、第3回部会におきましては、南区において「みどりとともにかなえる豊かな暮らし」を意味する「&GREENs」を南区のブランドとすることについて、委員の皆様と共有させていただき、その方向性につきまして合意形成ができたという理解をしております。</p> <p>本日は、前回のご議論を踏まえつつ、区役所よりブラッシュアップいただいた資料1「南区ブランド戦略（案）」と資料2「南区ブランド戦略「戦略内容」について」をお示しいただいております。</p> <p>本日は資料1「南区ブランド戦略（案）」の内容を確定し、案を取りたいということでございます。</p> <p>また、資料2にお示しいただいております戦略内容の具体的な取組につきましては、アイデアあるいはヒントなど、皆様よりご意見をいただければと思っております。</p> <p>この2点に到達することができたら、本日を本部会の最終とできるのではないかと考えておりますので、よろしくお願いいたします。</p> <p>それではまず資料1の説明をお願いいたします。</p> <p style="text-align: center;">区政企画室主査</p> <p>南区区政企画室、長谷川から資料のご説明をさせていただきます。</p> <p>前回の部会において、都市魅力を向上させ、若年層を初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ーティブな南区をめざすことを目的に、南区のブランドを「&GREENs」として位置付けることについて、ご同意いただいたところです。</p> <p>今回の部会では、資料1をもとに、部会としての南区ブランド戦略案を確定いただき、次回の全体会でご報告いただきたいと思いますと考えております。</p> <p>それでは、資料1「南区ブランド戦略（案）」をご覧ください。おおむね前回</p>
------	--

部会でお示しさせていただいた内容となっておりますが、前回部会のご議論を踏まえ、追記した部分を中心にご説明させていただきます。

まず、前回部会でご同意いただきました、南区ブランド「&GREENs」について、「&GREENs」だけでは、堺市南区のブランドということが伝わらないため、堺市南区がわかる表現を入れ、その表現を「&GREENs」とともに、パッケージにして打ち出していきたいと考えております。

今回、皆様にはこの堺市南区のブランドということがわかる表現について、ご提案をいただきたいと考えております。

また、前回の部会では、みどりを自然や緑空間などの環境としてのみどりを意味するものとしてご説明しておりましたが、「&GREENs」の文字の右側、緑色の枠内で記載をさせていただいております、「みどり」の意味合いに本部会以外のほかの2部会のテーマである、安全・安心、健康・癒しも含めることを提案させていただいております。

「安全・安心」は、緑十字と緑色のイメージ、「健康・癒し」は緑色のカラーイメージが一般的に浸透していると考えられていることから、どちらも「みどり」につながるものとして包含させていただき、そういった『みどりとともにかなえる豊かなくらし【LIVE・PLAY・WORK】＝「&GREENs」】を共有事項にさせていただければと考えております。

次の目的及び戦略方針についてですが、こちらは以前の部会でご提示した内容から、変更はございませんのでここでの説明を割愛させていただきます。

そして、前回、「具体的取組」としていた部分、今回は「戦略内容」と変更させていただいております。戦略内容として、『南区ブランド「&GREENs」のストーリー化』と、『南区ブランド「&GREENs」の浸透』の2つの方向性を示しております。この2項目については、前回部会から修正はございません。

『南区ブランド「&GREENs」のストーリー化』と、『南区ブランド「&GREENs」の浸透』のそれぞれに、これまでの部会において、皆様からいただいたご意見をそれぞれ柱として落とし込みました。

まず、『南区ブランド「&GREENs」のストーリー化』は、『「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』の3本の柱にまとめさせていただいております。

そして、『南区ブランド「&GREENs」の浸透』は、『ロゴマーク「&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』の3本の柱にまとめさせていただきました。

構成委員の皆様には、「&GREENs」とともに、パッケージにして打ち出していく堺市南区がわかる表現についてのご意見及びブランド戦略案の確定に向けたご意見をいただきますようお願いいたします。

なお、別紙参考資料「堺市南区がわかる表現について」に例をお示ししておりますので、ご提案いただく表現のイメージとして参考にご覧いただければと思います。

また、戦略内容の具体的な内容につきましては、資料2でご意見をいただければと存じます。

橋爪部会長

本日、この「南区ブランド戦略（案）」を確定し、案を取りたいと思います。ですので、皆様方からご意見をいただければと。

内容全般に関してもそうですが、特にこの「&GREENs」というキャッチコピーの下に、南区ならではの表現を入れたいと、参考資料に案がございます。「どれみふあみなみ」、「どれみなみれど」、「みんなで創るみなみの未来」、

「みんなみなみみらい」、「ゆっくりみなみ」、「まったりみなみ」、「ゆったりみなみ」等々、これは役所の中で大分議論され、いろんな案が出ております。この中のいずれかを推していただくとありがたいのですが、それ以外、もっとこんなのがいいのじゃないかということでご提案があればと思います。

「&GREENs」は、この南区の南というのが出てこないの、サブタイトルといいますか、「&GREENs」と合わせて、一つのコピーとしたいとの、ご相談でございます。

いかがでしょうか。どなたからでも結構ですので、資料1全般及びこのサブタイトルにつきまして、ご意見があればお願いします。

今中委員

「&GREENs」って、すごくすてきなキャッチだなと思って、前回も感嘆していた。今回も、南区と分かる表現についてということで、どれもすごい南区っぽいと思うのですけれども、強いて言えば、「みなみスタイル」かなと思っています。もともと泉北の人にフィーチャーした、泉北ライフ「POTAL SENBOKU」というすてきなサイトがあったかなと思っていて、そういう今まで継続してきている「泉北ライフ」ですか、そういう言葉をここに受け継がせたらどうなのかなと。

でも、そうすると、泉北自体が南区全体を示す言葉じゃないから、難しいのかなとかいろいろ考えながら、拝見してました。できれば、今までのすばらしい遺産を継続して、ちょっとここに乗せれたらいいのかなというふうにも感じております。

橋爪部会長

この中では「みなみスタイル」推しということで、ありがとうございます。ほかの委員から、お願いいたします。

檜本委員

私、以前にも言ったと思いますが、毎月二、三回、泉北あるいは堺、この南大阪の仲間たちと歩いておりました、今年の春なんか115人がぞろぞろと、大体、私のような年齢、60過ぎた方から80ぐらいまでの人が歩いているのですが、3回に1回は必ず泉北のどこかの駅で集まったり、そこで解散したりするんです。堺のほかの区から来た人、あるいは堺以外の人であっても、泉北は緑がいっぱい、特に緑道なんか歩いて駅まで帰ってきたら、皆、緑道だけでも感動してくれるんです。

本当にその緑のことをさして、みんなが「泉北はゆったりしてるな」と旧堺市内の人から、特にそう言われるんです。そういう意味では、ここに「ゆったりみなみ」とあるんですが、いつも、「泉北の人はゆったりできていいね」と言われるのですが、そのとき、私たちの歩いている仲間から、「泉北に住んでいても、ゆったり生活できへん人間もいっぱいおるねんで」という話があるわけですね。

ですから、「ゆったり」に対しては、いろんな意味でちょっとひっかかる。そういう意味で「ゆったり」というのは、僕もちょっと使いにくいなと。

私は自分自身のんびり生きて、そして趣味だけで生きてきた人間としては、「まったりみなみ」、どこかでも使われているかもしれないけれども。本当は、「ゆったり」と使いたいんだけど、堺南区だとわかる表現という意味では、みんなが「まったり」と生きていけたらいいな。本当は「ゆったり」、全部の人がゆったり生きていけばいいんだけど、ちょっと言葉にひっかかる方もおられるみたいなので、「まったりみなみ」がいいかな、これは希望を込めて、そういうふうにあります。

橋爪部会長

「まったりみなみ」推しですね。

西村委員

私は、この泉北に越してきたのがちょうど30年ぐらい前で、この地を選んだのは、本当に豊かな緑があったから。環境が非常によかったというので、選ばせてもらいました。その当時は、子どももいませんでしたので、子育てに便利な例えば幼稚園が近くにある、小学校が近くにある。買い物も、すぐ近くに行けるとか、お医者さんも近くにあるというような場所を選んで、そのときに、「やっぱりここに来てよかった。」要は、「泉北に来てよかった。住んでよかった。」というのが、1つ。

でも、よくよく考えてみると、今でこそ来てよかったねじゃなくて、「住んでよかったね。」「住んでよかったですよ。」っていうことが言えるまちにしてあげたいなと思っているのです。

たまたま、このブランド戦略の目的というところが、「若年層をはじめとした人口の流入・定着を促す」ということで、これはまた違う委員の方のご意見も聞かなきゃいけないと思うんですが、やっぱり若い世代の人たちに響くようなイメージというのが必要だなと思います。「&GREENs」は、非常にこの南区の地域には、非常にぴったりする言葉なんですけれど、あとはそれに対するキャッチをどうするかというところで。単純な発想なんですけど、やっぱり住みやすいまち、住んでよかったまちということであれば、この中で選ぶとすると、私の意見として、1票に入りたいのは「みなみワールド」。

要は、こういう南の世界というのは、「非常に住みやすいまちですよ。」「住んで安心なまちですよ。」ということも踏まえて、そういう自然も踏まえて、こういうキャッチコピーという形で捉まえてはどうかかなということ、私は「みなみワールド」に1票を入れさせていただきたいと思います。

橋爪部会長

票が割れていきます。

神田委員

まず、この中で選ぶということでしたら、やっぱり住んでいる方もいろんな価値観の方がいらっしゃると思うので、あんまり何か固定してしまうような表現がないほうがいいのかなと思っております。その中では、今中委員と一緒にするのですけれども「みなみスタイル」。スタイルって「&GREENs」もそうですけれど、いろいろ考える可能性があるかと思っておりますので、そういうスタイルというのがいいのかなと思っております。

ここにはないのですが、今日の行きの電車の中とか、昨日の夜とか、資料を読んでいる中で、次の戦略内容の部分でも、いろいろ「連携」とか、「通じて」とかという言葉がある中で、SDGsもそうですけれども、この「&GREENs」を中心に、住民の方がつながるとか、世界とつながるとか、歴史がつながるとかということで、例えば、「つながるみなみ」というのはどうかかなと、ちょっと個人的には思っております。1つの案として提案させていただければと思っております。

橋爪部会長

ありがとうございます。「つながるみなみ」。

藤原委員

私も「みなみスタイル」がいいかなと思いました。南区のよさ、魅力というの

を、いろんな方法で確立。神田委員もおっしゃっていたのですけれども、確立した方法だけではなく、いろいろな人それぞれの方法で伝えていくことを踏まえた「みなみスタイル」のほうが、最近の言葉としても定着しやすいですし、伝えていきやすいのかなと思います。

橋爪部会長

西委員、お願いします。

西委員

1つの意見で、ちょっとまとまらない方向に行ってしまうのですが、僕としては、「みなみ」というその言葉、フレーズ自体に、何か魅力を感じないと思うんですよ。僕は「泉北」という言葉、フレーズが好きで、なので「泉北ニューデザイン推進室」って書いてあるのですが、ものすごく斬新で、すごくいいなと、僕はすごく思っているのです。

少し前に、YouTubeで泉北の暮らしを映像にしたのがあって、多分七、八年ぐらい前、きっちりデザインされて映像が撮影されて、そのときに「ニュースタンダード泉北ニュータウン」というのがあったんです。

僕の家族とかを撮影していただいて、今これは多分YouTubeでは見られなくなっていると思うんですけども。僕は「ニュースタンダード」という言葉がすごく印象的で、その暮らしのレベルというか、暮らし方というか、その暮らしが泉北ならではの暮らしということ、多分「&GREENs」というのは言いたいのかなと思っていて。これまでベッドタウンであった泉北ニュータウンが、暮らしとか、遊びとか、仕事とか、全てまとまった中だから、その変化、リノベーション、リノベートされた部分で、今、泉北ニュータウンが恐らく僕らが思っている以上に、全国から注目されているようなまちである。あってほしいと。僕の思いもあるのですけれど。

そういう意味でいくと、何か「みなみ」という言い方よりは、僕は「泉北」っていう言葉を推していきたいなというふうに感じました。

橋爪部会長

ただ、南区は、泉北だけではない。南区という単位なので、南は入れざるを得ない。

西委員

そういう意味があったんですね。

橋爪部会長

そうです。

西委員

わかりました。

橋爪部会長

「ニュースタンダード」というご提案は「みなみスタンダード」という案がありますので、たとえば「みなみニュースタンダード」というのにすれば、「泉北ニュースタンダード」と響き合うことになると思います。

一周りご意見を頂戴しました。意見が割れたので、本件に関しては、私と事務局の協議の上、最終決定ということでよろしいでしょうか。

候補が挙がらなかったのは外して、「まったりみなみ」、「つながるみなみ」、「みなみスタイル」、「みなみワールド」、「みなみスタンダード」、な

いしは「みなみニュースタANDARD」の辺りで、どれかでいければなど思っております。

そのほか、この南区ブランド戦略の案、全般に関して何かご意見がありますでしょうか。資料の下のほうを見ていただくと、ストーリー化のところ、「豊かな育ち」、「豊かな恵み」、「豊かなくらし」と、「豊かな」という言葉を並べておりますけれども、あまり違和感がなければ、この形ですすめたいと思います。

全般に、みどりと公園の暮らしやすさを全面的にアピールしていくということで、表現として、「みどりとともになえる豊かなくらし」というように、「豊かな」というのを使おうということでございますが。

よろしいでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

橋爪部会長

では、特にご異論がないということですので、これで確定させていただきたいと思っております。サブのキャッチコピー以外はご理解いただいたということと、ご助言いただいたということをお願いいたします。

では、次ですが、資料2をご覧ください。『南区ブランド戦略「戦略内容」について』ということで、今後の取組について案がございます。南区役所、説明をお願いいたします。

区政企画室主査

続きまして、戦略内容について、資料2の『南区ブランド戦略「戦略内容」について』における、『南区ブランド「&GREENs」のストーリー化に向けた取組案』についてご説明させていただきます。

先ほど、ご説明させていただきましたとおり、これまでの部会で皆様からいただいたご意見をもとに、南区ブランド「&GREENs」のストーリー化について3つの柱にまとめました。皆様には、これらの3つの柱の各内容についてご意見を頂戴したいと思っております。

それでは、1つ目、『「豊かな育ち」の実現』についてご説明します。

自然環境下での教室や自然体験については、第2回部会でご意見を頂戴したところですが、現在、南区では、自然体験の場の提供として、田植え・農作物収穫体験イベント「田んぼにGO!畑にGO!」を実施しております。これは、上神谷地区・鉢ヶ峯寺の田んぼや畑で、堺市在住の小学校・中学校・支援学校の児童・生徒と、その保護者を対象に実施しているものです。

参加者から、大変好評いただいているイベントなのですが、類似のイベントが、堺市南区にある施設、ハーベストの丘やその他の農園等でも展開されており、自然体験を通じた南区ならではの「豊かな育ち」として、大きな魅力につなげるためには、新たな展開が必要であると考えております。そこで、今後は南区ならではの自然体験を通じた「豊かな育ち」という部分に着目し、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を行うことで、オール南区として、より効果的な情報発信を実施していきたいと考えております。具体的には、今個々で発信されている自然体験施設の情報を、堺市の南区のホームページで集約し発信すること、また、自然体験の様子をYouTubeやInstagram、Twitterなどの南区SNSと通じて、効果的に発信していくことを想定しております。

また、南区における自然体験施設との連携を図ることで、「南区ならではの豊かな育ち」に資する効果的な取組、例えば、保育機関や教育機関などが田植え体験や農作物収穫体験、泥んこ体験、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を展開していくことを想定しております。

続きまして、『「豊かな恵み」の活用』についてですが、現在、農をPRする取組としては、先ほど説明しました、「田んぼにGO!畑にGO!」や、泉北レモンの街ストーリーの一環として、レモン苗木の植樹活動などがございます。泉北レモンの街ストーリーとは、市民が中心となって、「泉北をレモンの街に」、「レモンを泉北の特産品に」を目的に活動する取組で、第2回の部会においてもご意見を頂戴しました。

農は南区として大きな魅力であり、それを「&GREENs」として、より効果的に活用していくため、農業関係者や大学機関と連携し、農空間の活用・魅力発信を検討することについて、今後の方向性として示しております。具体的には、棚田のライトアップやイルミネーション、絶景ポイントでのカフェ・テラスなどの限定開催、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などの配信、また、南区特産品、上神谷米や泉北レモン、以前ご紹介させていただいたアドレモンジャムなど、そして堺のめぐみ等の活用、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などを想定しております。これらは農業関係者や大学機関などと連携の上、それぞれの意見を踏まえ展開していければと考えているところです。

続きまして、2枚目、『「豊かなくらし」の共感』をご覧ください。

現在の取組としては、前回や第2回の部会でもご意見を頂戴しました、Parkrunとリモートワークについて記載させていただいております。

Parkrunは、イベントディレクターとなる市民ボランティアをはじめ、Parkrun Japanや、オフィシャルスポンサー住友生命の協力を得て、毎週土曜日の朝8時から、原山公園と周辺の緑道で行うコミュニティイベントとして、9月3日からスタートしております。

リモートワークについては、泉北ニューデザイン推進室が、泉北ニュータウンを含む泉北地域において、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されており、現在、南区においてリモートワークができる拠点は、その助成において整備した5カ所と、南区役所内のテレワークオフィスを含め6カ所ございます。

今後は、これらの取組を南区SNSやHPを通じて、効果的にPRすることで、南区で実現する『「豊かなくらし」の共感』を図っていきたいと考えております。

また、前回、部会において、今のくらしの背景には歴史があるという認識が非常に重要で、歴史を生かした「&GREENs」がいいのではないかというご意見をいただきました。上神谷地域周辺を中心としたストーリーを作成し、南区SNSを通じて、そのストーリーを効果的にPRすることで、南区のリビングヘリテージ、南区の生きている遺産の価値の共感を図りたいと考えております。

上神谷の地名は、天照大神が鳳凰に化身し舞い降りたという伝説が由来とされています。また、その上神谷の八幡宮といわれ、地域の由緒ある櫻井神社は、堺市唯一の国宝であり、その櫻井神社拝殿に奉納される、雨乞い・五穀豊穡を願い踊る民俗芸能「上神谷のこおどり」は、国選択・府指定無形文化財でもあります。そして、この上神谷は、川の最上流にあるため、その清い水、けがれなききれいな水で育つ上神谷米は、特別に美味しいとも言われております。

こういった、神さびた地域、上神谷地区を神聖な土地として、「はじまりのさと」や「神の庭」などのセンテンスでイメージ付けし、過去から現在につながるこのみどり豊かで歴史ある上神谷地区のPRを、1つの取組として提案しております。

この3つの柱をもとに、「&GREENs」が意味する「みどりとともにかなえる豊かな南区でのくらし」を具体的にイメージできるようなストーリー、一つ一つの点での取組ではなく、これらの取組を通して、LIVE・PLAY・WORKにつながる、くらしとしてイメージできるような物語を作成し、動画などで

配信していくことを考えております。

資料2『南区ブランド「&GREENs」のストーリー化に向けた取組案』の説明は以上です。

以上の3つの柱における各内容について、追加や修正、足りない視点などについて、ご意見をいただきたいと考えております。

どうぞよろしくお願いいたします。

橋爪部会長

資料2は3枚ありますが、前半の2枚分、ストーリー化の話に関しまして、まずはご意見がいただければと思います、いかがでしょうか。

藤原委員

私からは2点あって、1つ目の「豊かな育ち」の表現の中にある今後の方向性の例の1つで、保育・教育機関等での体験、自然体験ができる仕組みの構築というのがあると思うんですけど、自然体験ができる仕組みがあるというのは、とてもいいことだと思って、子どもたちにとってもいい学びにつながるかなと思うのです。

その中の泥んこ体験は、保育園、幼稚園、こども園の外で行うということだと思うのですが、大体の園は、みんな園内で泥んこ体験、泥んこ遊びをします。田植え体験につながる泥んこ遊びを想定して、外で行っているというのであればもちろん大事なことだと思うのですが、幼稚園や保育園に通う子どもたちは、外で泥んこ遊びをすると、泥んこ遊びをした後の子どもたちの着替えやそういったことに対して、保育士の負担が大きくなってきてしまいます。

また、外で遊ぶということになると、子どもたちにとって、危険がかなり多くなります。そういった点でもし対策を行い、泥んこ体験というのを、園の遠足とかそういうので行うのではなく、一般的なイベントとして、保護者の方と一緒に行うと、今度は保護者の方が参加するのをちょっとためらってしまうという可能性があるので、表では水遊びという方向で進めて、展開として砂などを横に配置して、泥遊びを体験できるような仕組みにすれば、泥んこ遊びの中での学び、また、泥んこ遊びから田植え体験につながっていくのじゃないかなと思います。それが1点目です。

2点目は、その下の『「豊かな恵み」の活用』の中にある、今後の方向性の例に、食育連携というのがあると思うのです。この食育連携というと、説明した上で食育につなげるということなのかなと私は思ったのですが、もちろん、どう作られてどういうふうに育ってというふうに伝えることも食育の1つではあると思うのですが、そうするのであれば、1つ上の農作物収穫体験につなげる形で、食育体験を進める。自分たちで採って、それを自分たちで、カレーやシーチューを作って食べるにつなげるほうが、子どもたちにとっても、作物ができる仕組みというのでも学べて、いい食育になるのではないかなと思います。

橋爪部会長

1つ目のほうは、例の書き方を変えたほうがいいですかね。保育教育機関等がという書きぶりになっているのですけれど。

藤原委員

保育機関でいくのももちろんいいと思うのですが、泥んこ遊びというのを園内で行うことが多く、園内で行ったほうが子どもたちにとっても危険というのが少なくなります。

そういうことを踏まえて、外で園を挙げて泥んこ遊びをするというのではなくて、泥んこ遊びを体験するのであれば、市民の人たちが参加できるような1つの

イベントとして開催をして。「泥んこ体験」と表現してしまうと、それは保護者の方が、その後の片付けを考えて拒んでしまうことがあるかなと思いますので、「水遊び」というふうに表示をした上で、水遊びの中で泥遊びが体験できるような展開を作っていくことで、泥んこ遊びが結果的にできるのではないかなと思います。

橋爪部会長

ここを「水遊び」ということですね、ありがとうございました。
あと、食育連携は確かに育ちのほうの上でもあるし、両方またがる話になると思います。

檜本委員

『「豊かなくらし」の共感』、2枚目の下の方に、今後の方向性の中のストーリーの例として、上神谷（にわだに）を中心とするいろんなストーリーの例として書かれているのですが、「けがれ無き」とかという言葉とか、「神」とかという言葉に寄りかかり過ぎると、ちょっとひっかかるなど。これは個人的な感想です。

今、私は10年ほど前から、この堺全体なのですが、昔、堺政府、堺幕府があった、1527年から5年間ですが、その後、信長に先立つ三好長慶が堺を中心に南宗寺を建てて、妙国寺を建てて、そして、その周りを囲む三好がという話で、三好を大河ドラマにと言っておりました。でも、堺市としては千利休を大河ドラマに推しているんですね。

私個人から言いますと、上神谷のところの例を書きただけでしたら、この南区でも蛍がいっぱい見られるところがあるのです。

鉢ヶ峯の公園墓地の下を流れる、あの川なのですが。その坂をずっと登って、法道寺の上に来ますと、何とか戦争を終わらせようとした、小西行長の供養塔というのですか、顕彰碑が、あるのです。そういう意味では、このストーリーの例の中に、蛍の見える、春には桜爛漫の下にある小西行長の顕彰碑のことも書いてほしかったですね。

まだストーリーの例ということで、正式にでき上がったものじゃないのですが、ぜひ、上神谷米もおいしい、そして、蛍も飛んでいる自然がある。そして、歴史的には戦国時代の世の中に、1,500人のらい病の人を囲った戦国武将なんかどこにもいないですね。そんな人の顕彰碑が、この南区にあるんですね。今では、私たち、日本には薬で全員治られて、一人もおられません、しかし、僕たち子どもの時代には、まだ、らい病は怖いものというような、年寄りたちにそういうイメージで聞かされた覚えがある。それを戦国時代の真ただ中に、1,500人もらい病の人を、子どもたちは石つぶて、大人たちは鍬や鎌で、うちの村、うちのまちに来るなどと言って追いかけられた人たちを、小西行長がかばったそういうすごい人の顕彰碑が鉢ヶ峯の公園墓地の一番高いところにあるので、ぜひ書いていただきたいと思います。

もう1つ、今、朝日新聞で8月から南北朝時代の連載小説が始まったのです。そこでは、千早赤阪城あるいは東条という、千早赤阪村の地名が出てくるのですが、それ以外に何回も出てくるのが、和田（みきた）。楠木正成が立ち上がったときに、自分の妻と子どもたちを逃がした地名として、和田（みきた）が、小説の中に何度も出て来ているのです。

この区役所のある西側の谷間が和田と書いて「みきた」と読み、そこに楠木正成の弟が養子に来たとかという伝説、小説の世界かも分かりませんが。そして、本当は南北朝時代には、宮山台の横に和田（わだ）という地名も、それは和田（みきた）から分かれた和田（わだ）という地名なのですが、その和田（みきた）氏のほうが、南北朝時代には武士をたくさん出している。いずれにしても、

この梅・美木多の美木多は、明治になって当て字であんな漢字を付けましたが、明治の初めまでは、和田村と書いて「みきたむら」と読まれた。楠木の古代からの親族として、この上神谷を上神（にわ）氏と並んで、泉北の五大豪族だった和田氏。その和田氏が、南北朝時代で脚光を浴びたこともあります。本当はそれ以前の鎌倉時代に、勢力を持っていた和田氏が、流鏝馬をやっていたんです。鎌倉御家人に連なろうとして、そういう資料が見つかったものですから、10年近く前から、小笠原流の方々に協力を願って、今まで2回、鴨谷野球場あるいは小学校を使ったこともあります。来年の3月にはまた第3回目の流鏝馬をやられます。日曜日、3月26日の予定なのですが、前のときは4,000人余りの方が来られてました。

そういう意味では、上神谷のストーリー例には、上神谷米などのストーリーとともに、この歴史的には、和田と書く「みきた」、現在も大阪で流鏝馬を正式にやっているのは、ここ泉北だけだと思うのです。そういう意味では、今、ストーリー例に書いているところに、また「和田（みきた）」のほうのストーリーも作っていただけたらという提案をいたします。

橋爪部会長

ストーリー例なので、幾つかのほかのストーリーもあればと、蛭とか、和田（みきた）とかをご提案をいただきました。

今中委員

取組の例で、体験関連はすごい充実していて、子育てにやさしい雰囲気が出ていると思っています。

「豊かな育ち」のところでは1点と、「豊かな恵み」で1点、ちょっと要望を申し上げたいのですけれども。農を営む方と、住む人をつなげるという意味で、体験はたくさんいただいているのですけれども。その産直じゃないんですけれども、収益を住民と農を営む方をつなげるということのも1つ大事な支援かなと思ってまして、九度山とかでしたら柿の木オーナーの制度とかがあったりするんです。そんな感じで月々畑で採れたものから収益を生むようなスキームというの、区役所のほうでちょっとサポートしていただけるとうれしなというふうに思いました。

あと、「豊かな恵み」の例の2つ目のドローンのところなのですけれども、結構ドローンを思い切り飛ばしたいけれども、そういう環境がないというような若い子ってたくさんいるかなと思ってまして。区役所、行政として、お金を払ってプロの方に撮ってもらうというのももちろんなのですが、併せてドローン飛ばし放題みたいな感じで、そういう場に飢えている人たちを呼んで来て、映像を撮ってもらって、かつ、その人たちに発信してもらうというの、すごく広がりがあるのかというふうに妄想していました。

最後に、「豊かなくらし」のところなのですけれども、確かに「豊かなくらし」の中で、リモートワーク拠点というのは、すごく大事なのですけれども、やっぱり「&GREENs」という意味では、よりみどりをもっと使い倒すという意味で、前々回かな、西さんがおっしゃっていたと思うのですが、公園といっても、ただ単に遊具を置いておくだけじゃなくて、ちょっとバーベキューとか、あとブルーベリーとかもその辺に植えているやつとかを、ぱっとつまんで食べられるような。何か公園をもっと使いたおせるような。これはいろんな規制があると伺っているのですけれども、まずは特区とか実証事業というような形で、もっと身近にみどりを使えるような環境を整えていきたいな、いけたらいいなというふうに妄想しております。

橋爪部会長

後で区役所に、今のご提案とか聞いてみたいと思います。
先に、ほかに何かありますでしょうか。

西委員

1つの意見として話させていただきます。これは「ブランド」の話なので、ブランドということは、いわゆる差異化、差異って他と区別するという話で、どういことをプレゼンしていくかという話の中で、育ち、恵み、暮らしとあるのですけれども。出てくる項目はイベントが多くて、イベントとか祭りって、そのときにばっと盛り上がるのですけれども、ふだんの生活の中でどうかというときにあんまり魅力を感じないと僕は思ってしまう。結構疲れるんですね、イベントって。

泉北をつむぐまちとわたしプロジェクトってありまして、その中で活動していく中で、結構、大蓮公園を使ってイベント、祭りをやっていく中で、あんまりつながらないというか。

行政主体でいろんな市町村が、そういうイベントを企画しているが、どうしてもその年度年度で終わってしまって、持続化というレベルでいくと、なかなか根付かないんですね。だから、今中さんがおっしゃったように、もうちょっと公園ということ、公園とふだんの暮らし、暮らしの傍らにあるその豊かさというのを何か提案できないかなというふうに考えているんですね。

ニュース何かでも言っているように、どんどん物価が上がって行って、給料はなかなか上がらないということが最近すごく言われている中で、堺市南区に、どういう魅力を持って引っ越ししようかということでも思ってもらえるかという話だと思うんです。そうなったときに、もっと実質化した豊かなくらしというものができる。こんなイベントがあるから、このまちはいいんだよということで、果たしてそれが決め手になるかということ、何か僕は違うと思っているんです。

最近、新聞を読んでいると、出生率が高い市町村ってすごくあるらしいですよ。岡山県の奈義町というところが、物すごい出生率やということ最近読んで、今もネットで調べていたのですけれど、1.4ぐらいの出生率が、2.8ぐらいに上がっている。ここ六、七年の話なんですよ。

これは、何でかといったら、子育て支援とかに対して物すごくバックアップしているんですね。出生といたら個人の人生とかくらしがあって、簡単には扱えない話やと思うのでけれど。ただ、実際こういうところがあるというのは、やっぱりそのまちなに行ったら、それこそ豊かなくらしになるんじゃないかという話できているはずなんですよ。そこに匹敵するとまではいかないけれど、南区ブランド戦略の「&GREENs」という中で、何かそういうところも、やっぱりベースとして重要というか。イベントや祭りじゃなくて、くらしの中でこんな豊かさが手に入るんだよということを何かわかるような、そこが僕は、でも基本で大切だと思っています。

神田委員

私も、今の西委員の意見に非常に賛成でして、私も別のところに住んでいますから、堺市南区に引っ越してこようと思うと、もうちょっとくらしがイメージできるような、イベントではなくて、実際に住んだらどうなのかと。例えば、住んでいる人のストーリーを表現するとか、そういうくらしが伝わりやすいような内容にすればどうかなというふうに思いました。

橋爪部会長

1人当たりの公園が多いとかいうことを対外的に言えるのでしょうか。また後で、区役所に伺います。

西村委員

私も、「豊かな育ち」のところで、実はここで例としてご提案いただいている、先ほど保育とか教育機関の田植え体験とかおっしゃっていたのですが。実際に、校区によっては、中学校の健全育成協議会の活動の1つとして、幼稚園児をこういう田植えであるとか、遊ぶということで田植えとかそういうことを実際にされている校区、実はあるんです。先ほど、おっしゃられたように、泥んこ体験までは確かにやってないなというふうに思っていました。

教育機関の中で、小学校区の中でも、大きな小学校では、実際に田植えをされて、あと秋には収穫して、それを子どもたちにこんなになるのだよと言いながら、ポン菓子というんですかね、あれを作ってみんなに配ってのような、実は小学校もごさいます。ということで、別にこの「豊かな育ち」のというのは、本当に皆さんが、こちらで提案のあったような形で進められてはいかかなというふうに私は思っています。

ただ、あまり限定をせずに、やっぱり校区とか、小学校区とかという、中学校区もそうなのですが、校区によっては実際に既に活動されているというところもあるので、そういう体験事情を1回調査をされて、こういう形でブランド戦略の中に生かしていただければなというふうに思います。

それと、『「豊かなくらし」の共感』というところでは、私も西委員とか今中委員がおっしゃったとおり、せっかく「&GREENs」ということをうたっているのも、特に私も最初に申し上げたとおり、この南区に引っ越した理由というのが、やっぱり豊かな自然というのが第一の条件だったことがあって、できたらやっぱり公園というのを何か活用できないかなと。

確かに、非常にいろいろ行政としては難しいところはあると思うのです。火を使っちゃいけないとか、最近ではすごく厳しくなっちゃって、できないことも多々あるのですけれど、何かそういったところで、本当に皆さんが集まる、大きな公園でなくてもいいと思うのです。それぞれの中学校区でお持ちの公園の中で、みんながちょっと集まって談笑できるような。すなわち、何かというと、そこに住んでらっしゃる方のやっぱり住みやすいまちというのを念頭に置いて、こういうストーリーを作っていただければなというふうに今思っています。

今後の方向性の中で、とはいうものの、本当に住みやすいまちかというところで、このコロナの関係で、劇的にやっぱり大企業の出勤率というのは落ちました。今でも、直接製造業は大変なのですけれど、間接職の方というのは、今でも、まだ30%。大会社の中で、完全に間接職の方になってくると、週1回会社に出勤したらいいよということも出てきています。それが普通の状態になってきているというところで、ライフスタイルそのものがもう変わりだしたというのが、やっぱり現状だと思えます。

私はコンサル業をやってますけれども、実際には家からやるWEB会議がほとんどなのですね。現地に出ていくというのは、あまりないのですけれども。そういった形で、本当に今までの生活習慣が大きく変わってしまったということで、実際に今、リモートワークが事業として成り立っているかどうか、ちょっと私も理解はしてないのですけれど。やっぱりこういったところもできるように。新しい都市ですよ、未来の都市ですよ、というところはやっぱり強調しながら、ブランドの中に落とし込んでいただければなと思っております。

橋爪部会長

一通りご意見をいただきました。「豊かなくらし」のところが、全般にイベント的などころが多いので、もう少し「豊かなくらし」を実感できるような書き方、ないしは事業があればなと思えます。そういうご指摘が多かったと思えます。

あと、1人当たりの公園面積は、南区は23平方メートルであるようです。堺

は平均したら、8平方メートルぐらいしかない中で、南区は多い。これは都道府県でいうと、北海道に継ぐぐらいの水準です。全国的に見ても南区はすごくみどりの多いところだと言えらると思います。

政令市の中で、静岡市とか新潟市など山林の多いところがあるのですが、それは都市公園にはならない。行政区として、公園面積でいくとかなり上位になるとは思うんですね。公園の多さを、どう表現をするのかということが、私はアピールポイントだろうとは思っています。

いろんなご意見がありました。区役所でもし全般にご指摘いただいたところなど何かあればお願いします。

区政企画室長

皆さま、本当に貴重なご意見ありがとうございます。多方面からご意見いただきました。特に私たちがめざしているところというのは、今回ご意見をいただいた、まさにその部分かなと思っております。生活に根差した中で、このみどり豊かなくらしというところを表現していくというのが、今回の一番大事な肝になる部分だと思っております。

これまで、やはり南区では、みどりが多いよ。そして、近くに緑道があるよ。というようなことを、特徴としてPRしてきたところです。

でも、今回めざしているのは、今皆様からご意見をいただいた毎日の生活の中で、こんなに豊かな生活が私たちにできているよ。こんなにすばらしいよ。というところをPRして周りの多くの方から、私もそんなすばらしい、そんな豊かな生活を送ってみたいなど、そういうふうにも思ってもらえる。そこが、まさしく大事どころ、肝だなどというふうにも思っております。

今回、イベントが多くてというところをご指摘をいただいたところなのですが、こういったイベントだけではなくて日常生活の中で、もちろん今公園のお話もありましたように、公園とか、緑道とか、そこをウォーキングをしたりというような、私たちの本当にふだんの生活の中で、みどりの中でどれだけ豊かな生活をできるかというのを打ち出していきたいと思っております。それをストーリー化してPRしていきたい、打ち出して、共感していただけるようなものを作りたいというふうにも思っております。様々なご意見をストーリーを作る中にいかしていきたいと思っております。

橋爪部会長

資料2のもう1枚、南区ブランド「&GREENs」の浸透に向けた取組案、3枚目がございます。この件に関しまして、区役所より説明をお願いいたします。

区政企画室主査

先ほど、ご説明させていただきました、これまでの部会で皆様からいただいたご意見をもとに、南区ブランド「&GREENs」の浸透として、3つの柱をまとめました。皆様には、これらの3つの柱の各内容について、ご意見を頂戴したいと思っております。

資料2の3ページ目、南区ブランド「&GREENs」の浸透に向けた取組案についてご覧ください。

1つ目、『ロゴマーク「&GREENs」によるイメージの確立』についてですが、前回、部会で、「&GREENs」に決まった色を使ったらいいのではないかといったご意見をいただいたことを踏まえ、「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「&GREENs」のロゴマークを作成し発信してはどうかと考えております。

作成のコンセプトとしては、「堺市南区」と伝わるロゴマークであること、先ほど構成員の皆様よりご提案をいただきましたが、そういった堺市南区だとわかる表現を入れて打ち出していくこと、みどりのイメージが伝わるロゴマークであることを掲げております。

また、ロゴマークの活用についてですが、資料1でご説明させていただきましたとおり、みどりの意味をほかの部会のテーマ、安全安心創出・未来共創推進部会であれば、安全・安心、育ち学び充実・健康長寿推進部会であれば、健康や癒しなどに広げることで、堺市南区政策会議連携事業等にも使用していくとともに、一定の基準を満たす場合には、企業や大学、地域等の取組についてもロゴマークの使用を許可するなど、広くロゴマークを展開していければと考えております。

続いて、『南区データサイトによる「みどり」の可視化』についてご説明します。

前回、部会や、先ほどもご意見をいただきましたように、南区の緑被率や公園の面積比率がほかの自治体などと比較して優れているのであれば、強みとしてアピールできるといったご意見がございました。

令和3年度から、南区のホームページ内に、南区に関するデータを集約し、わかりやすく可視化を図ることを目的としたサイト、『データの森「みなみ」』を立ち上げております。まだ、スタートしたばかりで、これから更新を進める段階にあるのですが、Microsoft社のBIツール「Power BI」を活用し、よりデータを視覚的にわかりやすく見せていくことを予定しております。このサイトにおいて、南区のあふれるみどりを視覚的にPRしていければと考えております。可視化するデータにイメージとして、ご意見をいただきました、他地域との比較ができる緑被率のデータや、公園や自然関連施設の遊び場マップ、これも単なる場所を示すものではなく、BIツールの機能を活用し、遊具情報や飲食情報など、その他様々な関連情報を視覚的にアピールするものをイメージしております。また、緑被率や緑視率の高い環境映像とともに確認できるリモートワーク拠点マップや、いきものマップ、いきもの図鑑との連携などを例示させていただいております。

そのほか、資料1でご説明しましたとおり、「&GREENs」におけるみどりは、安全・安心や、健康・癒しも包含することから、それらに関連するデータも視覚化していければと考えております。

最後に、南区SNS活用による魅力発信とありますが、現在南区SNSとして、Instagram、YouTube、twitterがございます。これまで、南区SNSとしてYouTubeやtwitterをご紹介をさせていただいておりましたが、この8月からInstagramを開設しました。前回、部会内でご意見をいただきましたSNSを通じて南区の魅力を伝えていくことの重要性を踏まえ、南区SNSを活用し、南区ブランド「&GREENs」を効果的に発信していきたいと考えております。

資料2、『南区ブランド「&GREENs」のストーリー化に向けた取組案』の説明は以上です。

以上の3つの柱における、各内容について、追加や修正、足りない視点などについてご意見をいただきたいと考えております。

橋爪部会長

では、この件に関しまして、ご意見などをいただければと思います。いかがでしょうか。

やはり、まだ「住んでほしい」ということを強く出すのですかね。ちょっと確認で。

区政企画室主査

若年層の流入というところが目的になっておりますので、南区に住んでいただきたいと思っております。

橋爪部会長

イメージの確立だけではなくて、住んでいただきたいということも、かなりアピールしたいということでございます。ご意見があれば。

檜本委員

ちょっと質問なのですが、みどりが多い南区の環境がいいことは何度も言っているとおりなのですが。先ほど、西委員ですかね、発言されてから、やっぱり何と言っても、毎日の生活が大切で、その中で本当にくらしの中、このみどりも目に入ってこないぐらい苦しい人がいることは事実ですね。

ですから、その辺では、南区に住んで欲しい、堺の特に南区に来てほしい。もう十分過ぎるほど、公園やみどりたっぷり、いいのは誰だってわかっているのだけれど。しかし、これは、質問と言ったらいいのか。私は、この辺りに住んでおられる公務員の方や教職員の方は、堺で仕事をして、他都市に住むことが一番だねということを知ったことがあります。

そこで、僕は質問というのは、今、この堺市の自治体でお仕事されている皆さんは、まだそんな状態なのかちょっとお聞きしたいと思いますね。それが、本当の南区の状態だと思うんです。今はどうでしょうか。

区政企画室長

今ご質問いただきました件なのですけれども、今現在、南区など堺市で仕事をして、そのような他市に住んだらいいという思いは、ここにいる職員は、誰も持っていないと思っています。

この南区ブランド戦略につきましても、この南区をもっとよくしていきたい、多くの方に来ていただきたいという思いの中でやっていることですので、今のご質問につきましては、多分そういう職員は誰もいないというふうにお答えさせていただきますと思います。

西委員

浸透に向けての取組やということで、このロゴマーク、堺市南区と伝わる、「みどり」のイメージが伝わると思うのですけれど。僕は、思ったことがあって、食をテーマにしても面白いなと思ったんです。

僕は『ゆっくりばこ』というコワーキングを自分でやっているのですが、先日、永藤市長に来ていただき、少し話をさせていただく時間があつたのです。ちょっと興味深い話があつて、給食の自給率、すごく頑張っているという話を聞いて、僕らはびっくりしたのです。恐らくこの「豊かな恵み」の活用の中で、給食、その自給率を少しでも頑張りたいということは、ものすごく僕がさっき言った「くらし」ということと、「みどり」を一緒にということと、非常にマッチしているんじゃないかなと思って。自給率とか、自給自足、地産地消という意味でも、今後の地域として、どんなくらしのあり方がそこでできるのかということで、すごく大きな話だと思いました。

橋爪部会長

最後に一点だけ申し上げたい。いろんな媒体で、住みたいまちランキングの類があります。梅田など大阪の都心が住みたいランキング上位になる場合もあれば、千里中央とか、あとは神戸の名谷とか郊外が上位にくることもある。何かのランキングで、堺市で出てくるのは、中百舌鳥が出てきたりするんですけど、泉

北が出てこない。郊外の住宅地の中で、我々はどこがライバルかというのがあるのかどうかちょっと分からないのですけど。できれば、何かのランキングで、泉北が住みたいまちランキング上位に入ったらいいなと思います。そういうベンチマークがあるとわかりやすい指標にもなるなと思います。京阪ホールディングスの社外取締役をしているのですけれど、香里園や樟葉がランキングに入っていると嬉しい。京阪沿線のなかでは、樟葉や香里園はそういうブランドイメージがある。ライバルというか、ベンチマークという言い方もおかしいですけども、南区も考えることができればというふうに思っております。

住みやすいまちランキングだけではなくて、泉北を含めて南区全体が多くの方に選ばれるまちにならねばいけない。日本中、過疎化で空家が多い自治体、人口減少の時代は地方では危機感があって、いかに選ばれるのかということで競い合っています。大都市郊外の我々南区も、多くの方に転居先に選んでいただくという考え方でアピールできればと私は思っております。

では、本日用意いたしました議題、以上でございます。各委員からいただきました意見をもとに、今後、南区ブランド戦略の推進に向けた取組に生かしていただけるように、南区役所として検討いただければと思っております。

冒頭申し上げましたように、当初の目標といいますか、設定いたしました議案は、これで以上でございますので、今回を本部会の最終とさせていただきますと思っておりますが、よろしいでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

橋爪部会長

ご異議ないということで、今回で一旦締めさせていただきますと思います。ありがとうございます。

それでは、本日の議題は以上でございます。南区役所に進行をお返しいたします。

区政企画室長

部会長、ありがとうございます。そして、皆様、本日は長時間にわたりご議論いただき誠にありがとうございました。

今後の予定といたしまして、2点ご連絡させていただきます。まず、10月31日、月曜日に、堺市南区政策会議構成員と堺市南区選出市議会議員との意見交換会を開催する予定としております。本部会からは、橋爪部会長及び職務代理者の西村構成員にご出席をお願いしております。また11月14日、月曜日に第2回全体会を開催する予定です。南区役所会議室におきまして19時から開始予定としております。全体会につきましては、皆様ご出席をどうぞよろしくお願いいたします。

なお、部会につきましては、本日が最終となります。副区長の谷口よりお礼のご挨拶をさせていただきます。

副区長

南区副区長の谷口でございます。

昨年9月より本日まで、計4回にわたり、南区の新たなブランドの創出についてご議論いただきました。

皆様には、大変ご多忙なところお集まりいただき、そして、貴重なご意見をたくさん頂戴いたしました。

本日、南区ブランド「&GREENs」とその戦略が確定いたしました。南区といたしましては、この南区ブランド戦略と、皆様よりいただきましたご意見、本日もいただきました新しい視点、これも踏まえまして、これから南区ブランド

戦略の推進に向けて、「ストーリー化に向けた取組案」を含めた取組を着実に進めてまいります。

「&GREENs」のわかりやすい表現につきましては、今後、橋爪部会長と南区役所で調整をさせていただきますが、これからの具体的な取組としましては、まず、南区ブランドである「&GREENs」のロゴマークの作成に取り掛かります。そして、南区の「&GREENs」のロゴマークが南区、堺市内だけでなく、全国に浸透し、人が集まる、そして住んでいただけるように、私たち南区役所の職員が一丸となって、これからも頑張っております。

今回、部会は最終となりますが、今後また年度末までに、皆様にはご意見を頂戴することもあるかもしれません。その際には、ご協力をお願いしたく存じますので、皆様におかれましては、今後ともどうぞよろしくお願いたします。本当に皆様ありがとうございました。

区政企画室主幹

本日は長時間にわたり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4回ブランド戦略推進・魅力創造部会を終了します。

閉会（午後7時55分）