

## 重要取組シート

南区役所 企画総務課

取組項目		南区ブランド戦略の推進	
現状・課題		<p>○南区は、歴史・文化、自然環境、良好な住環境といった多様な地域資源を有し、令和6年1月に実施した南区ウェルビーイングアンケート調査では、「自然」に関する満足度や影響度において高い結果が出ている。一方で、生産年齢人口の中心である子育て世代の流入が少ないこともあり、南区の高齢化率は35.7%と市内で最も高い状況である。また前計画の最終目標（KGI）であった「南区人口の社会増」や「南区合計特殊出生率」は未達成となっており、地域の魅力が十分に伝わらなかったことが要因の一つであると考える。</p> <p>○令和8年3月に策定した堺市南区基本計画の将来像「みどりとともにかなえる豊かなくらし～区民のウェルビーイング向上をめざして～」の実現のため、南区ブランド価値の向上を図り都市魅力を高め、若年層をはじめとした人口の流入・定着を促す。</p>	
取組の内容		<p>○南区が持つ多様な地域資源「南区の魅力」を表した南区ブランドのロゴマーク「M&amp;GREENs」について、南区 Instagram や YouTube、X、堺市 LINE 等の SNS や HP、広報誌、イベント開催等による発信を行うことで、認知度の向上をめざす。</p> <p>○区内の認定こども園・幼稚園などのこどもを対象とした自然体験事業である「みなみ・みどりのわくわく教室」を通じて、幼児期における学びと生きる力の向上を図り、南区の「みどり」への愛着を育む。</p> <p>○区民参加型の南区魅力発信事業を実施する。</p>	
スケジュール	前期 (～9月)	<input type="checkbox"/> 南区 Instagram や YouTube、X、堺市 LINE 等の SNS による魅力発信（通年） <input type="checkbox"/> ロゴマーク「M&GREENs」の掲示を拡充（通年） <input type="checkbox"/> 「みなみ・みどりのわくわく教室」事業の開始（5月～） <input type="checkbox"/> 区民参加型事業の開始（7月～）	
	後期 (～3月)	<input type="checkbox"/> 南区 Instagram や YouTube、X、堺市 LINE 等の SNS による魅力発信（通年） <input type="checkbox"/> ロゴマーク「M&GREENs」の掲示を拡充（通年） <input type="checkbox"/> 「みなみ・みどりのわくわく教室」事業の継続（～3月） <input type="checkbox"/> 区民参加型事業の継続（～3月）	
	次年度以降	<input type="checkbox"/> 南区 Instagram や YouTube、X、堺市 LINE 等の SNS による魅力発信 <input type="checkbox"/> 「みなみ・みどりのわくわく教室」参加園の拡充	
進捗の状況	前期 (～9月)		
	後期 (～3月)		
2030 堺市基本計画	該当する 施策	4 - (4) 泉北ニュータウンの新たな価値の創造	
	寄与する KPI	泉北ニュータウン全人口に対する39歳以下人口の割合	目標値（2030年度） 26.8

(様式 4)

未来都市計画 堺市SDGs	最も貢献する SDGsのゴール	ゴール番号	陸の豊かさを守ろう	
		15		
	寄与する KPI	緑地保全・緑化推進に関する活動を行った団体数		目標値 (2030 年度)
				121 団体