

第1回会議での主なご意見（要旨）

1 北区の魅力の定義・カテゴリー分類（資料1）

【魅力1：社会基盤】

（魅力とは）

- インフラ
- 観光施設
- 交通の利便性
- 交通インフラ
- 活性化している商店街
- 商店
- 美しい街並み、景観、歴史的な町並み
- なかもず駅を中心とした活性化

【魅力2：自然】

（魅力とは）

- 公園
- 緑
- 自然
- 季節ごとの変化

【魅力3：文化】

（魅力とは）

- 古墳、街道や祭りなど歴史的資源
- 歴史資源・文化資源
- 祭り

【魅力4：コミュニティ】

（魅力とは）

- 人の笑顔ややさしさ
- 地域コミュニティ
- 安全・安心
- 様々な活動
- ユニークな教育
- 活発な子育て支援

- 子育て支援センターなどの遊びや交流の場
- 交流
- つながり
- 音楽
- イベント
- 子どもが楽しめるコンテンツ
- 大人が好奇心を満たすコンテンツ
- 人々が自由に集い使えるような場

2 北区の魅力発掘・発信・創出に向けた効果的な事業展開のポイント（資料1）

【ポイント1：北区での「たのしい」魅力がつながる展開】

- 地域の資産を掘り起こし魅力のタネをみつけておくことが大切。
- 北区の「たのしい」では漠然としているので、具体化できるような工夫が必要。
- 堺市北区としてアピールできる内容とするのが大切。
- 街の息遣いが感じられるような内容とすべき。
- 「たのしい」でつながる街にするには、より多くの人に知ってもらい、北区に興味がある人を増やすことが重要。
- 参画者のすそ野を広げる取り組みの検討が必要。
- 魅力資源をめぐる多様な仕組みの検討。

【ポイント2：ターゲットに応じた効果的な事業推進】

- 若者層への普及・アピール・仕掛けが大切。
- 学生に地域愛をはぐくむことが重要。
- 子育て世代をターゲットにした施策を打ち出し、他区との違いを出すと良い。
- 子どもが楽しめる街をめざすことを、内外に発信していくことが重要。
- 将来的に若い方と高齢者との交流、つながり、楽しみが生まれれば良い。
- 区民に還元できるような取り組みとしていくことが必要。
- 地域の愛着につながる大切。
- 北区をよく知らない転入者等のための内容も検討。
- 住民以外の人視点からの魅力発見も検討。

【ポイント3：北区の魅力の情報を更新し継続する事業推進】

- 発信された魅力の共有が新たな魅力を作ることにつながる。
- 情報が常に更新され、一人ひとりで、小さなグループで、大きなグループで共有されることで、地域アイデンティティの醸成につながっていく。
- これらの取組を有益な取組となるよう、続けることが大切。

【ポイント4：無理なくできる主体、手法での事業推進】

- 身近なところから、経費をかけずに、市民主体で取り組んでいくことは有益。
- 実現できることを着実に実施することが大切。
- 無理なくやってみようと思えるような形が良い。

3 北区の魅力発掘・発信・創出について（取組改善）（資料2）

【改善1】

- 街並みや人の活動も掲載すべき。
- 北区をよく知らない人に、写真だけ見せても効果的でない。
- 行きたくなる情報と、行くことができると分かる情報が必要。
- 区役所からイベント、講座等の発信も積極的に行うと良い。

【改善2】

- 周知方法の工夫が必要。
- 周知と市民間の共有が大切なので、PRが必要。

4 北区の魅力発掘・発信・創出について（令和3年度取組）（資料3）

【令和3年度 取組1】

- Instagram、ピアッツァで収集した情報を北区広報紙に掲載すべき。
- 公平性の観点から記事を掲載することが大切。
- 「いいね、してください!」「フォローしてください!」などのコメントを入れるのも良い。
- コンテストを開催した場合などは、結果も掲載すべき。

【令和3年度 取組2】

- 何回か集まり、KJ法でテーマを絞っていくと良い。そこから出てきた傾向を分析し、課題の発見へと進める。
- 参加者だけでなく、より多くの方々に発信できればと思う。
- 写真好きな方から情報が提供されると良い。

【令和3年度 取組3】

- SNS（Instagram・ピアッツァ等）は発信できる対象が限定される。
- 写真とコメントの郵送を受け付けてはどうか。
- 北区の取り組みの現状を伝え、PRとなるようなまとめ方をしてほしい。
- 北区の名所、旧跡の周知が大切。
- 歴史的に有名な場所を積極的にPRすべき。
- Instagramやピアッツァで得た情報をうまく組み合わせて、みんなが興味を持てるような形

で発信していくことが大切。

【令和3年度 取組4】

- 周知と市民間の共有が大切なので、PRが必要。
- インスタグラムやピアッザで得た情報を組み合わせ、みんなが興味を持てるような形で発信していくことが大切。

【令和3年度 取組5】

- 企業・地域の協力でインセンティブを与えるなど、コミュニティに参加してくれるように働きかけることが大切。
- 若い方に使ってもらうためのインセンティブを考えると良い。

5 北区の魅力発掘・発信・創出について（令和4年度取組）（資料4）

【令和4年度 取組①、②】

- オンラインでも期間を設けてテーマを絞った投稿を集めると良い。
- 知らない情報とよく知っている情報を織り交ぜても良い。
- 北区をよく知らない人に、写真だけ見せても効果的でない。

【令和4年度 取組③】

- インスタグラムで紹介した場所に関する見学会や講座の開催が効果的。
- セミの投稿を専門家の解説付きのセミ取りの企画につなげるなど、投稿をテーマにした企画を行ってはどうか。子どもが楽しめる区のイメージの定着にも役立つ。
- 子ども向けのワークショップや講座などのコンテンツを充実させるべき。
- 今後、ICT活用と並行して対面での講座やイベントなどの実施も必要。

【令和4年度 取組④】

- 何回か集まり、KJ法でテーマを絞り、出てきた傾向を分析し、課題の発見へと進める。
- 知らない人との魅力共有やつながりの場ともしていく。
- 「北区・みんなで写真日記」「北区・みんなで魅力図鑑」に、「北区の楽しい魅力」が蓄積・更新されていくことを期待。
- 発信された魅力の共有が新たな魅力を作ることにつながる。
- 観光客などの住民以外の視点からの魅力発見も合わせて実施すべき。
- コミュニティデザイナーに依頼するなど、ケーキ屋特集、北区内の公園に咲く花など、複数のコンテンツを組み合わせた情報発信をすべき。
- 民間のクラブツーリズムはお客様が企画し活動しているが、参考にしてはどうか。
- 個人の投稿のみでなく、市民同士の交流につなげると良い。

【令和4年度 取組⑤】

- 「北区・みんなで写真日記」「北区・みんなで魅力図鑑」を通じた情報の収集、現地取材、新たな情報発信方法としてアンケートの実施も有効。
- 北区の名所、旧跡の周知が大切。
- 仕掛ける側が魅力のタネを見つけておくことが次の動きにつながる。

【令和4年度 取組⑥】

- 収集した写真をパネルに仕立てて催しで展示し、つながり作りに活用すると良い。
- 発信された魅力の共有が新たな魅力を作ることにつながる。
- 子育て世代をターゲットにした施策を打ち出し、他区との違いを出すと良い。
- 北区の名所、旧跡の周知が大切。
- 「北区・みんなで写真日記」「北区・みんなで魅力図鑑」に、「北区の楽しい魅力」が蓄積・更新されていくことを期待。

【令和4年度 取組⑦】

- 北区をより良くするには、様々な方の意見を反映することが必要。
- 「北区・みんなで写真日記」「北区・みんなで魅力図鑑」を通じた情報の収集、現地取材、新たな情報発信方法としてアンケートの実施も有効。

【令和4年度 取組⑧（取組⑨）】

- 地域活動等の紹介も必要。
- 北区の取り組みの現状を伝え、PRとなるようなまとめ方をしてほしい。
- 広報紙では、団体の活動紹介等をもっと取り上げるのが良い。
- 区役所が実施する事業は、広報紙で区民に伝わるように掲載することが大切。
- 北区まちづくりカフェの紙媒体版として活用し、区民の投稿に深い説明をつけてはどうか。