

各議題についての構成員意見

議題① 若者に届く情報発信の方法について

タイトル	内容	理由
南区のいいところ発信	・インスタやティックトックなどで南区のイベントや祭りなどの情報を発信する。 ・南区近辺の学校に南区の魅力などを紹介するパンフレットなどを配りそのパンフレットにインスタの QR コードを張り付けて、フォローしてもらう。	インスタやティックトックは学生のほとんどが使っていると思うので見る機会が増えると思うため。 学校パンフレットなどを配れば、多くの人の目に留まると思うのでインスタの QR コードを貼れば、フォローしてくれる人が増えると思うため。
南区の魅力紹介	・Instagram を使ってリールなどを配信する。	若者は Instagram を使うことが多いため。 堺市南区の Instagram を見たところ綺麗な景色を沢山載せていたが、場所の詳細をハッシュタグだけではなく文章にも載せた方がわかりやすいと思うため。
若者が興味を持つ SNS と街中での情報発信	・TikTok や Instagram など、短くて面白い動画を発信する。 ・例えば、若者 2 人が会話しながら、M&GREENs に関するクイズを出し合う動画などが考えられる。 ・SNS だけではなく、南区の街中にも、若者が興味を持つような看板やポスターを設置する。 ・看板には面白い言葉やさまざまな表情・形のキャラクターなどを取り入れる。 ・看板には、M&GREEN の意味や、私たちが目指していることも分かりやすく書く。	・短くて面白い動画なら、若者が気軽に見ることができ、SNS で拡散される可能性もあるため。 ・面白い看板を街中で何度も見ることで、子どもや若者の興味を引き、M&GREEN という名前も覚えてもらいやすくなるため。 ・ただ名前を覚えてもらうだけではなく、「M&GREEN は何を目指しているのか」という意味も一緒に伝えることが大切だと思うため。
若者に興味を持ってもらう SNS	TikTok には短時間で興味を持ってもらう。驚き・共感・ストーリー性が強い内容。例えばドラマ、おとぎ話のようなことなど。 Instagram には自然や緑が豊かな場所の写真・動画・図解で「保存したい」と思わせる情報がある。	最近、TikTok の広告が流行っており、自分もその方法を利用し、人が徐々に増えるのであろう。特に若者が共感できる物事に関わったりしたら、結構成果が出る。

若者が作る南区紹介 ショート動画	・南区在住の方や南区にある学校に協力してもらい南区の良い所を紹介するショート動画をつくる。 ・最近は高校でも Instagram のアカウントがあるので区役所の Instagram だけでなく各高校の Instagram にも南区の良い所を投稿してもらう。	若い人は自分から情報を取りに行かず、ショート動画で流れてきたものを見る。さらに興味を引くものでないとすぐにスクロールしてしまうのでターゲットと同年代の人がショート動画を作ることで若い人の興味を引くようなショート動画が作れると思うため。 さらに、南区にある学校の Instagram のアカウントに南区の Instagram のアカウントをフォローしてもらうことで、より多くの人に投稿を見て貰えるようになる。
堺市南区がすぐ分かる！毎日投稿チャレンジ！	TikTok に毎日投稿。 高校生や大学生が南区のあらゆるスポットを 10 秒から 30 秒の動画で紹介。	TikTok で毎日投稿することで少しでも多くの若者の目にとまると考えた。高校生や大学生が紹介することで親近感を持ってもらうことができるため。そして南区に来てもらう意欲を引き出すことができるため。
「Gen Z × #GreenHourChallenge」SNS ハッシュタグによる共感・参加型情報発信	「参加型（Challenge）」コンテンツへの転換 ・若者が自ら公園や緑地でアクションを起こしたくなる「#GreenHour Challenge」のような SNS 参加型企画を軸にする。 「Gen Z」のライフスタイル（Healing「ヒーリング」）に寄り添った体験の提供 公園でのヨガ、読書、ランニング、自然観察（昆虫採集・撮影）など、若者が「癒やし」や「内面の自分磨き」として SNS に投稿したくなるアクティビティと連動させる。 Instagram 等をメイン媒体とした「縦型ショート動画・画像」重視の発信 15 秒程度の動画や Instagram Stories 等を活用し、視覚的・直感的にブランド（M&GREENs）の魅力を伝える。 指定ハッシュタグ投稿と連動した民間連携インセンティブの導入 若者が公園等での活動の様子（ショート動画や写真）に、指定のハッシュタグ「#ゆつくりみなみ」「#堺市南区」「#GreenHourChallenge」を付けて SNS へ投稿することや友達招待で、区内のカフェでの割引や限定ノベルテ	・若者の情報消費スタイルの変化とアルゴリズムの仕組 現在の若者（Z 世代）は、Instagram や TikTok などの「視覚的でテンポの良い情報」に日常的に触れている。特に現在の SNS アルゴリズムは、単なる「いいね」だけでなく、「動画の視聴時間・完視聴率」「プロフィールのクリック率」「ハッシュタグやキーワードの検索」といった深いエンゲージメントを評価して拡散するため。 ・健康意識・メンタルケア（神経系調節）への関心の高まりとブランドの「自分事化」 緊張が続く現代社会において、自分の「身体の反応（自律神経）」を整えようとする人が増えています。SNS で広まる「神経系調節」のトレンドと連動させ、「公園で 1 時間過ごす（#GreenHour）」という具体的かつハードルの低いアクションを提示することで、単なるロゴ掲示（21%の認知度）にとどまらない「自分事化」と「共感」を生み出し、ブランド理念（みどりとともにかなえる豊かな暮らし）の定着につなげるため。 ・指定ハッシュタグと拡散条件による効果的な広がり地域経済の活性化 「#ゆつくりみなみ」「#堺市南区」「#GreenHourChallenge」といったハッシュタグに加え、友達のタグ付けや一定のエンゲージメント（いいね数）を条件に組み込むことで、1 人の参加から同世代のフォローワ

	ィ（M&GREENs グッズ）がもらえる仕組みを作り、具体的な行動のきっかけを提供する。	ーへ魅力が伝播する。さらに投稿画面の提示でカフェ等の特典を受けられるモデル（CopenPay モデル）により、SNS 上のバズとリアルな地域経済の活性化（店舗利用）を同時に達成できるため。
M&GREENs って知ってる？学生による知名度調査！	・学生を対象に「M&GREENs を知っていますか？」という取材を行い、撮影。その様子を SNS で発信しつつ、「実はこんな活動をしています！」と M&GREENs を紹介する。 ・また「南区の好きな場所は？」「南区でおすすめしたい場所は？」など、いろいろなテーマで取材を続ける。 ・取材様子の発信だけでなく、集まった意見をランキングにして、「南区の大学生・高校生が選んだおすすめスポット」などとして発信する。	・同年代の学生たちが出演することで M&GREENs を知らない学生に「M&GREENs って何だろう？」と興味を持ってもらえるため。 ・M&GREENs を一方的に紹介するのではなく、若者と一緒に M&GREENs を広めていくことができる。 ・「M&GREENs を知ってもらう」だけでなく、「知る → 参加する → 誰かに伝える」という流れを作ること、若者の間で少しずつ認知を広げていくことができるため。
南区のイベント紹介アカウント開設	・南区のお祭りやイベントだけを紹介するアカウントを Instagram や TikTok に開設。 ・そのイベントの様子やポスターを写真で投稿し、詳細をキャプションに記載する。 ・リール動画でも簡単に紹介 ・若者向けなので、流行りの編集にしたり、簡潔にそのイベントについて分かる投稿にする。	南区でどんなお祭りやイベントが行われているのか知っている若者が少ないと感じたため。 面白いイベントが開催されていることを、大学生や高校生に届けられたいら、もっと参加してもらえし、南区を知ってもらえる機会になると考えたため。
堺市南区での過ごし方 1 日 Vlog	・実際に南区で過ごす様子を Vlog 形式で撮影し SNS で発信する ・南区の施設や店舗を単体で紹介するのではなく、「南区で 1 日過ごす」という視点から、若者が楽しめる場所や過ごし方を紹介する ・「お金をかけずに南区で 1 日過ごしてみた Vlog」、「南区で友だちと 1 日遊んでみた Vlog」などテーマをつけて定期的に発信する。 ・高校生編や大学生編、子育て世代編などシリーズ化して発信する。	若者にとって身近な南区での過ごし方を発信することで南区への興味や関心を高め、南区の魅力を知るきっかけづくりを行うことができるから。また単に施設を紹介するだけでなく発信者が実際に南区を巡って紹介することで観光情報ではなく、自分の生活に置き換えて見ることができる発信が可能になるため。

議題② 若者が参加したくなるイベントについて

タイトル	内容	理由
有名人と行う南区の魅力発信イベント	南区出身の有名人とコラボして南区の魅力を発信するイベントや企画を行う。（野球選手→藤浪晋太郎、北條史也、森友哉 お笑い芸人→馬場園梓 歌手→黒田俊介（コブクロ） YouTuber→スミワタル 俳優→沢口靖子）	有名人が南区でイベントをすることになったら若者だけでなく幅広い年代の人が参加してくれると思う。また有名人が魅力を発信するほうが、影響力があると思うため。
南区ゴミ拾い大会	- 例えば駅周辺などをゴミ拾いして、参加してくれた人にはギフトカードや食料品を選べる景品付。 - 開催は半年に1回。 - 事前にコミュニティなどの情報誌や Instagram を使って知らせる。	南区が綺麗になるのと同時に、参加した人たちの達成感や団結力が計られるため。 またいつ開催されるのかを確認するために SNS を見てくれる人が増えるのではないかと思うため。
みんなで楽しみながら南区をきれいにするイベント	- 夏休みなどに、南区の中高生・大学生などの若者が参加できるイベントを開催する。 - 朝早い時間や夕方など、暑さが比較的少ない時間に、みんなで地域の清掃活動や植樹を行う。 - 植樹では、参加者が自分の好きな花や植物を選び、自分の手で植えることができるようにする。 - 活動が終わった後は、みんなで集まって、歌やダンスなどのイベントを楽しむ。 - 参加者には、記念品やちょっとしたプレゼントを用意する。	- 地域の活動を通して新しい友達を作るきっかけになる。 - 自分で選んだ花や植物を植えることで、「また見に来たい」という気持ちが生まれ、イベントへの参加意欲も高くなると思うため。 - 清掃や植樹だけではなく歌やダンスなどの楽しい活動を組み合わせることで、より多くの若者が参加しやすくなる。 - イベントを通して、M&GREEN の活動や考え方を若者に知ってもらうことができるため。 - SNS でイベントの様子を発信すれば、参加していない若者にも M&GREEN を知ってもらうきっかけになるため。
南区を探索しよう 謎解きもしくはスタンプラリー	- 南区にある施設に協力してもらい謎解きならヒントをスタンプラリーならスタンプを施設に設置する。 - 全て達成できたら区役所に行き景品と交換する。	カードを南区の地図にすることで南区の知らなかった場所を知ることができる。さらに施設にもまた行ってみようと思えるため。 達成時の景品に南区の「M&GREENs」のロゴマークを使用することでロゴマークの認知度も向上するため。

Pop とクラシックの合体	夜で DJ・ライブで高校の軽音部が最近アニメ・カバーを弾き、そして音楽家がクラシックな音楽を演奏させると夜の雰囲気良くなる。	のような若者はあらゆるジャンルの音楽を楽しむが、最近では現代のポップスやロックを好む人が多いようである。とはいえ、クラシック音楽を好む若者もいるので、これら二つのジャンルが同じステージで共演できたら素敵だなと思ったため。
みみちゃんの亚克力キーホルダー作り	参加者が南区のマスコットキャラクターみみちゃんのオリジナルイラストを制作し、そのイラストを亚克力キーホルダーにする。つくったキーホルダーは自分のものになる。	堺市南区のマスコットキャラクターをキーホルダーにすることで若者が好きなアクセサリーにすることができ、みみちゃんの実在も同時に認知してもらえるため。
「CHILL & WELLNESS」のため体験型グリーンポップアップイベント	・五感で「美しさ」と「癒やし」を感じるイベント。例えばオープンエア展示・アート空間など。 ・多文化共生と価値観を広げる「国際交流ポップアップ」外国人留学生や多様なバックグラウンドを持つ人々が集う国際交流ブース、世界の文化やエコを学べるワークショップ、アコースティック音楽ライブなどを開催し、若者の知的好奇心を刺激する。	現在の若者は「環境問題の啓発」といった堅いテーマだけでは動かず、「美しいものを見て感性を磨きたい」「心身を癒やしたい」「新しい価値観や人と出会いたい」という精神的な充足感を求めて集まる傾向があるからだと思うため。 また、Z 世代は日常的に情報過多による脳の疲労を抱えており、SNS 上で「神経系調節」や「デジタルデトックス」への関心が高まっている。公園という緑豊かな空間でヨガや国際交流、アートに触れる体験を提供することが最も強力な参加の動機づけになる。
高校生・大学生がつくる！南区の魅力を発見する「南区フェス」	・高校生や大学生をボランティアとして少数募集し、イベントの企画や運営に参加してもらう。「どんなイベントにしたいか」「何をしたら若者が参加したくなるか」などを話し合っで決める。 ・学生が考えたワークショップ等を出展する学生ブース、グルメ、フォトスポット、ステージ(学生のダンス・音楽・パフォーマンス)、SNS 企画(イベント中に撮った写真を「#M&GREENs」などで投稿)を実施。 ・イベント当日には、当日スタッフもボランティアとして学生を集めて運営に協力してもらう。学生目線でボランティア経験もできるイベントとし、「若者が作るイベント」をめざす。 ・イベント終了後、来場者やボランティアスタッフの感想を発信する。 ・地域のお店や団体などとも協力する。	・ボランティアとして参加することで、普段はあまり関わることのない地域の人と交流できる。 ・「若者のためのイベント」ではなく、「若者がつくるイベント」にすることで、若者の活気が詰まったイベントにできるため。 ・来場者だけでなく運営に参加したボランティアの学生に M&GREENs を知ってもらうことができる。

みんなの青春！給食まつり！	・南区で提供している給食が食べられるイベント。 ・子供たちに人気の給食メニューやご当地メニューなどを提供。 ・できれば昭和・平成・令和の給食を食べ比べ。 ・キッチンカーなどから給食を買ってその場で食べられるように。 ・年に数回開催できたら参加しやすい。	色々な地域から集まる大学生の共通の話題が「給食」であることが多いから。それぞれの給食の思い出や、地域での違いが面白かったりするので、給食が食べられるイベントがあったら、盛り上がるし友達と参加したくなると考えたため。 もし、昭和～令和の給食食べ比べができるのであれば、今給食を食べている世代も、親世代の人たちも、興味を持って参加してもらえるのではないかと思ったため。
南区キャンドルナイト	・以前開催されていたキャンドルナイトの復活。 ・単に並べるのではなく南区ブランドロゴマークで並べているスポットを1つ作る。 ・南区の高校生、大学生の軽音部、合唱部、ダンス部などがステージに立ち、日頃の活動を披露できる場所をつくる。 ・キッチンカーや飲食ブース、ワークショップを設け、どの世代でも1人でも楽しめる空間をつくる。 ・ハッシュタグを設定し、キャンドルナイトの様子やステージの様子をSNSで発信する、してもらう。	以前キャンドルナイトに参加し、他校の学生同士でキャンドルを並べたりイベントを完成させたりしたことが楽しかったから。しかし、ただ楽しむだけでなく南区の魅力を伝えるためにロゴマークでキャンドルを並べることで認知度が上がるのではと思いました。映えを発信することで行ってみたいと思わせるきっかけをSNS上に作ることができると感じたため。

議題③ 若者自身が南区の魅力発信に関わる方法について

タイトル	内容	理由
-	地元の商品パッケージデザインや魅力を発信するパンフレットの制作に学生アイデア取り入れ。	学生のアイデアやデザインを入れることで南区のことも知りながら、制作に関わることが出来るため。
若者と南区の関わり	・南区のおすすめスポットを紹介してくれる人たちを探すために、小・中・高・大学にチラシや SNS を使って呼びかける。 ・協力してくれた人にはギフトカードを渡す。	若者が主体になるし、南区の事をより詳しく知ってもらうことができるため。
若者が発見する南区の魅力を SNS で発信する	・南区に、自然や花を楽しみながら写真を撮れる場所をもっと増やす。 ・若者が「写真を撮りたい」「SNS に投稿したい」と思えるようなフォトスポットを作る。 ・若者自身が南区のきれいな場所やおすすめスポットを動画で紹介し、SNS で発信する。 ・また、「南区のおすすめ」をテーマに、若者一人ひとりが好きな場所、おいしい食べ物、面白いことなどを探して、写真や動画で紹介する。 ・毎月、特に良かった投稿を 1 つ選び、ちょっとした賞品をプレゼントする。	・今の若者は写真や動画を撮って SNS に投稿することが好きなので、SNS を活用することで南区に興味を持ってもらいやすいと思うため。 ・南区に住んでいる若者だけでなく、他の地域に住んでいる人にも南区の魅力を知ってもらうことができるため。 ・若者自身が実際に場所や食べ物を探して紹介することで、公式の宣伝とは違った、リアルで身近な情報を発信できるため。 ・賞品を用意することで、より多くの若者が参加するきっかけになると思うため。
南区紹介の動画作り募集	・コンテストにするのではなく、区の方で確認は必要だが募集したものを区役所の SNS に投稿する。 ・動画作りが好きな人や得意な人はたくさんいると思うのでその人達でサークル的なものを結成し、（各学校でも可）動画を作ってもらい南区の SNS で投稿する。	たくさんの人に色々な動画を作ってもらうことで様々な視点の動画が生まれるので色々な人に動画が届きやすくなると思うため。
高校生や大学生の企画	ポスターに公園での自然を背景にする。 南区の学校の授業で南区の魅力を知る。 地域のお祭りで高校生や大学生が計画していく。	私が以前に堺の南区に住んでおり、一番印象に残ったことがその自然の緑の豊かであった。そして、小学校にいたとき学校の先生に南区の魅力を幾つか教えていただき、自分自身がどういったら自然と関われるかなどを教えていただいた。なので、これからの

		若者が少しでも南区の魅力を知り、愛するようになるのと思う。
堺市南区有名人図鑑	TikTok や Instagram で堺市堺区出身の有名人を図鑑のように紹介する動画を投稿。	この事実が若者に伝わると、「この人って堺市南区出身なんや。どんなとこやろ？」と感じてもらい、そこから市南区についての関心を持ってもらえると考えたため。
Gen Z が主役となる Co-Creation（共創型）魅力発信プロジェクト	・若者による公認発信チーム「Minami Green Ambassadors（アンバサダー）」の結成。 ・自然、緑地空間づくり、持続可能性に関する知識を深めるワークショップの開催。	・「共創」の意識を持たせることで、地域への愛着が高まるため。 ・若者は公式の広告よりも、同世代のリアルな視点や声を信頼するため。 ・若者自身に新たな知識やスキルが身につくというメリットがあるため。
学生による「M&GREENs 学生プロダクション」を作る	・ SNS やインフルエンサーに興味がある学生を集め、学生アンバサダーとして動画や外に出る役割を務める。 ・同時に、出演する人だけでなく、裏方のメンバーも募集する。動画撮影、編集、写真、デザイン、SNS 運用、企画など、それぞれの得意なことを活かして参加する。	・同世代の学生が発信することで、若者が親しみをもちやすくなるため。 ・「SNS に出るのは恥ずかしい」という人も参加でき、自分に合った形で地域に関われる。 ・「学生が M&GREENs を育てていく」仕組みにできるため。
学校の授業で魅力発信	・授業の一貫として、地域の特産品や名物を作り魅力発信を行う。 ・小学生が作った南区のシンボル、中学生が育てた泉北レモン、高校生が運営する SNS など。 ・授業として取り組むことが難しければ、地域の魅力を発信する部活や長期休暇中の特別授業のような形で実施。	若者が自主的に魅力発信に関わるのはハードルが高いと思うので、授業などで半ば強制的に関わり、楽しいと感じてもらうことが大切だと考えたため。 小学校から取り組むことで、地域での思い出になり愛着が生まれ、大きくなってからも地域で何か取り組もうと思ってもらえるきっかけになるのではないかと考えたため。
未来共創若者部会による「南区公式 SNS 乗っ取り DAY」	・現在活動している部会のメンバーが南区の公式 SNS の発信を担当する。 ・メンバーが順番に担当し、それぞれの視点で南区の魅力を発信する。 ・今月は〇〇高校または高校生チーム、次回は大学生チームというようにテーマや視点をかえて発信する。	行政から見る南区の魅力と学生から見る南区の魅力は違う可能性があるため、学生自身が発信することで大学生ならここがおすすめという発信ができるから。毎回発信者を変えることで次はどんな南区が見られるのだろうかという楽しみができると考えたため。