

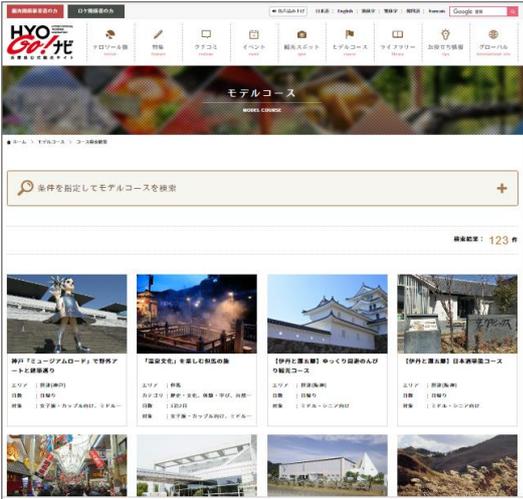
持続可能な中区の活性化に向けた魅力発信強化について

Q1.区外の方（まずは、大阪府下や堺市の中区以外の区民）に中区の魅力を知らせていただくために、あなたはどのような区の魅力を発信していくべきだと思いますか？

伊藤 久美子	<p>堺市の中区の魅力を他の区民に知ってもらうためには、以下のようなポイントを発信していくと良いと思います。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 史跡や遺跡：中区には多くの歴史的な遺跡や史跡が存在します。特に、古墳群や古代の遺跡を紹介し、その歴史的背景や文化的な重要性を伝えることが大切です。 2 伝統行事や祭り：地元で行われる伝統的な祭りや行事を紹介し、地域の文化や風習を伝えることで興味を引きます。 3 自然環境：公園や自然スポット：中区には美しい公園や自然豊かなスポットがたくさんあります。季節ごとの風景や自然観察のポイントなどを紹介し、自然を楽しむ場としての魅力を伝えます。 4 グルメと特産品：中区ならではのグルメや特産品を紹介します。地元のレストランやカフェ、特産品の購入スポットなどを取り上げることで、訪れたいような情報を提供します。 5 レジャーとスポーツ：中区にはさまざまなスポーツ施設やレジャー施設があります。これらの施設の魅力や利用方法を紹介し、アクティブに楽しむ場としての魅力を伝えます。 6 コミュニティと生活の質：中区の安全で住みやすい環境や、教育施設、医療施設など生活に必要なインフラの充実度を伝えます。 7 地域活動：地域のコミュニティ活動やボランティア活動の紹介を通じて、住民同士の絆や温かみのあるコミュニティをアピールします。 8 アクセスの良さ：中区へのアクセスの良さを強調します。鉄道やバスの利便性、主要な観光地や商業エリアへのアクセス方法を紹介します。
今西 千晶	<ul style="list-style-type: none"> ● やまつ辻田の人気を使っていけたら良いなと感じました。百貨店でやまつ辻田のイベントがあるときはいつも、買いにくるお客さん多いです。おいしさもピカイチなので、中区の魅力でおしていきたいです。 ● 新たな区の魅力としては、おいしいもののイベント（長居公園でやっている肉フェスなど）を公園で定期的に行ってみてはどうでしょうか。定期的に行ったほうが（半年に一度など）集客は定着するのではないのでしょうか。 ● ロピアなど人気のスーパーを招致するのも良いと思います。 ● 定期的に音楽コンサートを開催するのも人が集まると思います。

<p>太田 佳世</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 注染の手ぬぐいについてもっと発信していくべき。 ● 今回の資料で鷹の爪がなにわの伝統野菜だと初めて知った。この鷹の爪を使った商品を開発して販売していく。 ● 中区には高校が多いので、高校とも連携して情報発信をして若い世代に区の魅力を知ってもらおう。 ● 区外、市外の人にはだんじりに興味を持っている人が多いと思うので、だんじりの魅力を発信し、中区について知ってもらおう。
<p>金澤 正巳</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存の資源を活用して人を呼ぶにしても、現状そのままでは厳しいと感じている。例えば土塔と土塔町公園なども雑草が生い茂っていて人を呼びたい・見に来てほしいと思っているようには見えない状態のときもある。きちんと整備しないといけない。 ● 老若男女全ての人たちが集まって交流できるような場所があれば魅力として推し出すことができ、よいと思う。 <ul style="list-style-type: none"> ・原池公園などで生涯スポーツをする。 ・ソフィア堺などで昔の遊び（ベーゴマ、メンコ、竹とんぼ、竹馬、ビー玉、折り紙など）を高齢者が子どもたちに教えて一緒に遊ぶ。 ・水賀池公園もそういう場所になってほしいと期待している。 ● 菰池などの池をきちんと整備し釣りができる場所にすれば釣り好きが来てくれるのではないか。 ● 中区の歴史に関わらず、堺市全体の歴史的な魅力（信長・家康など人気の高い武将に関する話や市章の由来、堺の会合衆など）を中区の施設で推していってもよいのではないか。 ● 休耕地を活用して市民農園のような形で農業体験を推し出していく。 ● 公立大学に何かモニュメント的な目を引く、わざわざ見に来るものがないか。
<p>澤本 美奈子</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 調べてみましたが、あまり注染の浴衣をレンタルできる場所が見つからなかったので、役所が仲介をして、注染工場の見学をした後、浴衣をレンタルして着付けして出かけて食事や花火を楽しむことができるようになれば（決まったお店では浴衣を着ていくと10%OFFなど）よいのではと思います。 ● 浴衣のレンタルがあると利用して盆踊りや中区以外にも出かけ、注染の良さを多くの方に理解してもらえるのではと思います。

<p>静 又三</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 原池公園は中区を代表する魅力の一つであるものの、指定管理者が運営しているため利用料金が高く、意外と遠い存在になっている。普段使いできるような料金設定にしてもらえたら、みなさんにとって身近な存在となり、区民にとっても誇れる中区の魅力になると思っている。 ● 現在、開発計画が進んでいる水賀池の開発にあたっては、区民が利用しやすいものとなって中区の魅力と呼べるようなものになることを期待している。また、そのためにはごみ等に関するルール作りも大切だと思っている。 ● 市内各所にシェアサイクルが導入され、中区役所の前にもポートがある。中区内においても自転車で色々と回れることに魅力を感じるが、地域のみなさんからは利用の仕方がわからないといった声を聞く。せっかくの魅力なのに、情報の周知が地域に届いていないことを実感し、残念に思っている。何らかの周知方法を検討し、区民にも区外の人にも広く知ってもらうことが必要だと思っている。
<p>竹井 進</p>	<p>自治体・観光事業・商店街等地域活性化や町おこしに効果的なのはデジタルスタンプラリーだと考えます。スタンプポイント、観光情報、マップなどを搭載したシステムを導入すれば利用データなどを分析し、今後の対策の検討も可能かと思えます。</p>
<p>田重田 勝一郎</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 中区に長く住んでいましたが、浪華本染めは全く知りませんでした。伝統工芸品があるのであれば、後世に残すためにも中区の魅力として積極的に情報発信するのが良いのではないかと思います。 ● また、中区といえばだんじり祭りも魅力的ですが、残念ながら岸和田のような知名度もエンターテインメント性もなく、外から人を呼び込むために発信するコンテンツとしては弱い気がします。ただし、だんじり祭りに参加している地域住民の方はとても祭りを愛していて、それが地域への愛着にも繋がっているのではないかと感じています。中区から引っ越して随分経ちますが、だんじりの季節になるとやはりソワソワします。中区民に愛着を感じてもらえるまちづくりとしての情報発信であればだんじり祭りが一番良いと思います。

<p>巽 真理子</p>	<p>施設の1つ1つを紹介するのではなく、「スポーツ」「●●時代の歴史」など、その分野に興味をもっている人が検索してくれそうなテーマに沿って、紹介する。</p> <p>https://www.hyogo-tourism.jp/course/result/?course-terms=course-terms1</p>  <p>(参考) 兵庫県公式観光サイト</p>
<p>谷村 修</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●【現在の魅力】 原池公園を中心とした、くら寿司スタジアム、スケートボードパーク、MATOI（BBQ）は、幅広い年代が楽しめるスポットとして、魅力があると思いますので、特に発信していくべきだと思います。 ●【今後の新たな魅力】 まず水賀池公園整備が挙げられると思います。オープンに向けて、これから発信していくことで、堺市中区のPRにもつながると思います。 今あるもので、新たな取り組みをしてみてもいいと思います。例えば、手ぬぐい（注染）のデザインを堺出身のコブクロさんとコラボする。堺市中区にある神社を含め、堺市内の神社を西国三十三所のように巡る堺〇〇所をつくる。史跡土塔のある公園で、キッチンカーを呼ぶなどイベントを行う。堺市中区の歴史や伝統産業などをボランティアガイドさんと回るバスツアーなど。
<p>仲氏 昌平</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 堺市中区しかないことを重点的に発信していくことが堺市の他の区との選別にもなる。具体的に堺くら寿司スタジアム（原池公園野球場）は中区しかないので球場を使用したイベントの開催や原池公園との連動性を考えると花火大会の開催などもその一つになると思います。 ● 水賀池公園の令和9年度の開園に向けてのPRを定期的に発信していく。

<p>中辻 さつ子</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 住んでいる者にとっては、中区には祭りも伝統産業もあっていいところだと思うが、区外や市外の方からどれだけの認知度や人気があるのか難しいものがある。他区や他市の方に魅力的に感じるような物や場所をコストをかけて作らないことには魅力発信もできないのではないか。 ● 注染製品は、マスコミにも取り上げられ一定の知名度もあり、毛穴では染め体験もできる。体験してみたいと思うが、なかなか毛穴まで出かけて行こうとまではならない。深井駅や人が集まる場所、それこそ水賀池公園の開発地に注染製品の販売所や染め体験所があれば、気軽に立ち寄ることができる。また、それは注染に限らず、堺の特産品を集めたアンテナショップであっても良いと思う。 ● 中区には、ふとん太鼓とだんじりといった種類の違う祭が存在する。それらを一堂に集結させた祭典のようなものが水賀池の開発地であったら、府内の祭り好きの人がたくさん集まり活気ができるし、そこに中区のアンテナショップがあれば、魅力発信にもなるのではないかと思う。
<p>森田 裕之</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 土塔とその周囲の土塔町公園については、自分も行ったことがあり、散歩などを近隣の方がするにはよいが、解説などが随時受けられるわけではなく、現状何度も見に来たい訪れたいとなるような歴史文化資源スポットとまでは言えないと思うので、人を呼ぶためには何か工夫が必要。 ● 注染については、自分の家でもタオルに変えて使用しており、いいと思う。P18の注染・和晒を購入したことがある人の割合が他の区と比べて高いとはいえ、22.66%(R5)のため、もっと気軽に購入し、普段から多くの人を使うようになればと思う。

梶原 愛未	<ul style="list-style-type: none"> ● 資料内で紹介されている魅力資源については、「土塔の価値」や「やまつ辻田の堺鷹の爪」について、力を入れて発信していくのが良いのではないかと考えます。土塔については、身近に感じている人は多いものの、その価値について深く知る人はあまり多くないのではないかとと思うので、その価値も発信していくことで、魅力を改めて知ってもらえると良いと考えます。 ● やまつ辻田の堺鷹の爪については、ホームページの紹介やテレビ放送以外ではあまり触れる機会がないことから、もっと触れる機会を増やしていけないかと考えます。 ● 令和5年度の市民意識調査において、堺の伝統産業としての認知度が刃物や自転車と比べて低くなっている注染・和晒については、今後も継続して発信していくべきものだと考えます。 ● 区内で市民活動をしている人や、区内のおすすめの飲食店などについての情報も発信することで、新たな魅力の創出にもつながるのではないのでしょうか。
小西 響	<ul style="list-style-type: none"> ● 私は、大学に入学して初めて堺市に住みました。そして最初は、中区に何があるかを全く知りませんでした。この政策会議をきっかけに知った土塔などは、このようなカタチの史跡もあるのだと思い、さまざまな種類の史跡や古墳などがあることを知るきっかけになりました。そのような特徴的な点を示せると良いなと思います。 ● 注染などはジーンズロードみたいに、注染ロードなどあればいいのかと思いました。観光スポットとして外部に魅力を発信していくには目玉、シンボルが必要になりますが一帯を盛り上げることで来訪者が増えるのではないかと思います。 ● だんじりは岸和田のイメージが強くありましたが、深井でも行われていることを、宣伝できないかと考えております。
堤 朋子	<ul style="list-style-type: none"> ● 中区の魅力は何かわかりやすく特徴的なシンボルがあるわけではないので、観光資源として何かを全面的に押し出すよりも、一人一人の興味に合わせたものを紹介することができるのではないかと考えました。 ● 大学生がよく出かけるときに参考にするのは、ご飯屋さんや趣味の場所の情報を知りたいと私は考えました。それぞれに特化した一覧表などがあれば、それらを巡って楽しむことができると感じます。 ● 親子連れには途中で休める場所があるのかがわかると、訪れてみようと思うように考えるので、子供が楽しめることとセットで、子供が休める場所も載せているのではないかと考えます。

<p>山口 睦季</p>	<p>① 水賀池公園の周知 親子やペットが楽しみやすい空間として、大きな魅力だと思います。「万博まであと〇日」「うめきたリニューアルまであと〇日」といったように、情報を受け取った人が自然とその場所の完成を楽しみに思うような、待ち望むようなセンテンスで発信すれば、いざオープンしたときに「中区の魅力」としての存在感がより大きくなるのではないかと思います。また、関西サイクルスポーツセンターで、自分が描いた自転車が実際にセンターの自転車として走るという企画があったように、水賀池公園でも「こんな遊具あったら良いなあ」を募集し、その中の数個を実際に設置するというイベントを企画することで、人々の興味関心やわくわくする気持ちをかき立てるのではないかと思います。</p> <p>② 伝統産業の宣伝 現時点で調べた限り、中区のゆるキャラ？キャラクターはいないように思います。最近キャラクタービジネスという言葉がよく聞こえるように、キャラクターを使った宣伝効果はかなり大きいと感じます。水賀池公園のキャラクターや中区のキャラクターを作ってそれに伝統産業グッズを持たせる、あるいは伝統産業をモチーフにしたキャラクターをつくるなどして、中区の価値ある伝統産業について発信すると良いのではないかと思います。</p> <p>③ だんじりの周知 大阪でだんじりというどうしても岸和田のイメージがありますが、大阪市内からそう遠くない堺市中区でもだんじり文化に触れることができるというのは、中区の大きな魅力かと思います。岸和田で行われているだんじり体験が人気だという話を聞いたことがありますので、仮に中区でもだんじり体験ができるとなれば、人々が中区を訪れるきっかけになると思います。</p>
<p>桂 恵輔</p>	<p>だんじりや注染WEEKといったお祭りやイベントの魅力を発信すべきだと考える。イベントでは、普段関わることでできないような、地域の人々との交流やおもてなしがある。また、今しか体験できないという特別感や話題性がある。これらにより、地域の魅力を伝え、区外の方々に来ていただける絶好の機会となる。そのため、イベントの魅力を発信することでより広く深く中区の魅力を知っていただけると考えられる。</p>
<p>真栄田 愛花</p>	<p>歴史や伝統産業に力を入れて発信すべきだと考える。具体的には注染を中心に、改めて堺市、中区の歴史的なものを発信することが有効であると考え。最近、「オーバーツーリズム問題」が発生しており、関西の歴史的な有名観光地で観光をすることは、以前よりも経済的・環境的にハードルが高くなっていると考える。この機会を契機として、歴史や伝統産業に力を入れた情報発信を行うことで、老若男女問わず堺、そして中区を訪れてくれる可能性は高まるのではないかと考える。</p>

Q2 どのような方法で情報を発信すれば、区外の方に対して区の魅力を効果的に伝えることができますか。

<p>伊藤 久美子</p>	<p>【若者への発信には】 SNSを活用する： Instagram: 写真や短い動画を通じて、中区の美しい風景や魅力的なスポットを視覚的に伝える。また、ハッシュタグを活用してより多くの人に見てもらおう。 Facebook: 地域のイベント情報やニュースを共有するプラットフォームとして利用し、コメントやシェアを促してコミュニティを広げる。 X（旧Twitter）：リアルタイムでの情報発信に適していて、短いメッセージと写真を組み合わせて迅速に情報を広めることができるので、若い世代にはこのSNSがより効果的だと思う。</p> <p>【区外の市民や市外の方への発信には】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● インターネットやSNS 公式サイト（区HP）：中区の公式サイトを充実させるなどして、観光情報、イベント情報、歴史文化の紹介などをより詳細に掲載する。 ブログなど：中区の魅力を中区にいるブロガーさんや地域ボランティアさんにも協力してもらいながら、詳しい紹介記事や訪問記を投稿してもらい、たくさんの情報を日頃から発信する。 YouTube: 中区の紹介動画を作成し、観光スポット、イベント、グルメなどを動画で紹介。視覚的に魅力を伝えることができる。 TikTok: 短い動画で中区のハイライトを紹介し、若年層にもアピールする。 ● コラボ インフルエンサー：地元や観光に詳しいインフルエンサーと協力し、中区の魅力を彼らのフォロワーに紹介してもらおう。 地元メディア：地元の新聞やテレビ番組と提携して、中区の特集を組んでもらおう。 ● イベントやフェスティバル 観光イベント：中区の魅力を体験できるイベントやフェスティバルを増やし、他の区からも多くの人を呼び込む。 ワークショップ：歴史や文化、グルメに関するワークショップを定期的に行い、参加者に中区の魅力を直接体験させる。 ● パンフレットやチラシ 観光案内所や駅：中区の魅力をまとめたパンフレットやチラシを観光案内所や主要な駅に設置し、多くの人々の目に触れるようにする。 郵送キャンペーン：特定のターゲット層に向けて、魅力的なパンフレットを郵送する。
<p>今西 千晶</p>	<p>インスタやXが有効かと思います 堺市や大阪府がやっているLINEのポータルサイトも見やすいです。 中区のLINEポータルサイトを作ってみるのはどうでしょうか</p>

太田 佳世	<ul style="list-style-type: none"> ● 今の若い世代の人たちにはインスタでの発信やTikTokが一番伝わると思う。 ● インスタなどのSNSによる発信では、イベントや物販の情報に一番目が行くことが多い。
金澤 正巳	<ul style="list-style-type: none"> ● 動画で紹介する、プロジェクションマッピングを活用するといった手段が有効だと思う。 ● 地域も行政側で魅力あるスポット等を整備してもらえたらその発信に協力していく。
澤本 美奈子	<ul style="list-style-type: none"> ● 他の区役所にチラシを置いたり、バスや電車の吊り広告に載せることで、区外の人にも中区のことを知ってもらいやすくなると思います。 ● 区でやっているイベントに加え、より多くの方が集まる堺市全体のイベントで中区の情報をどんどん発信していけばよいと思います。
静 又三	<p>堺市近隣にはあるものの堺市内には無いが、「道の駅」があれば情報発信場所として最適だと思っている。府内にあるどこの「道の駅」も集客力が高く、人が集まっている。人が集まるということは人目につくということである。そういうところで情報を発信するのが良いと思う。</p> <p>また、市内では農作物や線香、酢などたくさんのもが生産されているにも関わらず、それらをまとめて売っている場所が無く、市民の多くは休日に市外の「道の駅」に出かけお金を使っている。区内に「道の駅」があれば、そこ自体が魅力スポットとなるとともに、市や区の魅力を効果的に発信することができると思う。</p>
竹井 進	<p>YouTubeで映像により地域の魅力発信を行うことが有効だと思います。</p> <p>具体的に発信する魅力は中区の観光スポットや、グルメ、交流イベント、祭り、スポーツなどが良いと思います。</p>

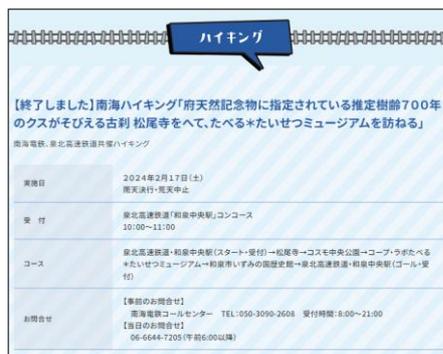
田重田 勝一郎

- 水賀池公園に新たにできる商業施設にアンテナショップをつくり、浪華本染めのグッズなどを売る。
- 若者向けには、アニメやゲームとのコラボができると一時的にでも知名度があがり、知ってもらえるきっかけにはなる。
- 成人式で新成人に配る記念品に浪華本染めの手拭いを贈る
- J:COMやばど、泉北コミュニティ（深井は配布対象外ですが・・・）などのローカルメディアでの発信が一番住民には届きやすいと思います。
- 特設Webサイトを作る場合は、作っただけではアクセスがないので、SNSや他の媒体かを活用してアクセスするきっかけづくりが重要だと思います。
<https://sakai-openfactory.jp/category/eria/nakaku/>
（このサイト（堺商工会議所/ものの始まりなんでも堺）もとても良いと思います。）



巽 真理子

- 南海電鉄や泉北高速鉄道と共催で、ハイキング開催。テーマを決めて、コースを設定する。その際、中区にこだわらず、周辺の区と組んで、「堺市の魅力」として打ち出すのもよい。
（例）南海ハイキング（泉北高速共催）「府天然記念物に指定されている推定樹齢700年のクスがそびえる古刹 松尾寺をへて、たべる*たいせつミュージアムを訪ねる」
<https://www.semboku.jp/fun/hiking/23123/>
「堺観光ガイド」などに掲載する。
- <https://www.sakai-tcb.or.jp/model-course/>



<p>谷村 修</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 資料から、20代30代に対する発信は、堺市中区公式YouTubeや、TikTokがいいかと思います。こまめに発信していくことや、YouTuberとのコラボなどがいいかと思います。 ● 区外の市民への発信は、泉北高速鉄道（南海高野線）の電車内広告がいいかと思います。深井駅を通り、多くの方の目につくかと思います。
<p>仲氏 昌平</p>	<p>若者への発信や区外の市民・市外の人にはSNSが有効。</p>
<p>中辻 さつ子</p>	<p>情報発信の手段も大事ではあるが、人に関心をもってもらうためには、まず、中区の魅力の目玉となるものを作ることから始める必要があると思う。</p>
<p>森田 裕之</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 注染などは実際に使用してみないとその良さはわからない。まず区民が注染を使ってみることができる機会や良さを実感できる機会を増やし、それが外の人に広がっていくような形がよいのではないか。 ● 注染WEEKのアンケート結果を見ると、アスマイルでイベントを知った人の数が群を抜いて多いことが見て取れる。イベントはまず来てもらうことが大事なので、アスマイルのポイントのように何らかの特典が得られるような仕組みを活用していくことが効果的であると考えられる。

梶原 愛未	<ul style="list-style-type: none"> ● 市外の方については、SNSでの発信と併せて、イベントを活用した魅力発信が効果的ではないかと考えます。例えば、蜂田神社での風鈴祭りとあわせて、注染の浴衣をレンタルし、まちを散策するツアー・ルートSNSで発信したり、中区の歴史文化についてクイズや謎解きをしながら、自転車で周遊することのできるイベントを実施したりすることにより、魅力発信するのはどうでしょうか？ ● 時折SNSでも話題になるハニワ部長を活用した発信は、区外・市外の方に対しても一定の効果を持つものではないかと思うので、中区に限定はしませんが、「堺市の魅力を知ろう！ハニワ部長のクイズ大会」といったイベントなども、魅力が伝わるものになるのではないのでしょうか。 ● やまつ辻田の堺鷹の爪については、SNSや広報誌で、収穫時期の頃におすすめの食べ方を掲載するなどして、認知度向上に取り組んでいくのはどうかと考えます。 ● 区内で市民活動をしている人や、おすすめの飲食店などについては、市として発信できる範囲が難しい部分もあると思うので、例えば、大学生ボランティアや地域の方が協力し、「市民広報部」として、SNSを活用して魅力発信していくのも良いのではないかと。
小西 響	<ul style="list-style-type: none"> ● 私は、観光する際には建築や歴史的なスポットに赴くことを目的に観光をするのですが、その際に観光協会のスポット一覧等を利用して周辺の観光スポットを探しています。歴史的な遺構や建築は、SNS (instagram、Twitter)や他の旅行系サイトには詳細な記載や、そもそも掲載されていないこともあり、観光協会のサイトはそういった情報がまとめて掲載されているため、有用であると感じています。 ● そもそも魅力が伝わっていないから観光客が来ないのか、魅力がないから観光客が来ないのか今の状態でははっきりわからない。魅力がうまく伝わっていないのであれば、コアな層に刺さるような紹介方法が必要だと思う。今の魅力発信でうまく行っていないのであれば、中区に訪れる“きっかけ”を作ることが重要であると思う。資料にあった、注染weekと健康アプリの組み合わせや、最近電鉄会社が企画している電車を利用した謎解きというように何かとコラボレーションすることで、新たな層を獲得できると思う。そういった情報発信をする際にはTwitterなどの趣味発信の場となっているようなアプリが有用であると思う。
堤 朋子	<p>中区の魅力はそもそも区外の人に届けてきてもらうにはイベントの規模や盛り上がりが小さいと感じます。そのため、まずは区内や近隣の堺市の人に届けることが大事ではないかと思えます。</p> <p>また、区のホームページやデジタルサイネージ、広報のみどり、ピアッツァなどはわざわざ興味をもってアクセスする人は少ないと感じるので、利用する人が何かにおいて特化していたり、中区に限らず他の人が利用する媒体を使って、無意識のうちにアクセスするような媒体を用いる必要があると感じます。趣味のための場所を載せていたり、まとめサイトなどもあったりするのでそれを利用して広報するのも、一つの手だと考えました。</p>

<p>山口 睦季</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 区長が発信するSNS (X) について、拝見したところ、ハッシュタグ機能を使えばより充実したコンテンツになるかと思いました。 例えば、「# 区長へのお願い」というタグを作れば、人々が区長にかなえて欲しいことを簡単に届けることができる、区長は「# 区長へのお願い」と検索すれば人々の声をまとめて見ることができる、といった具合です。今ある障壁を取り除いて魅力を生み出したり、魅力を上手く発信したりするためには、人々の実際の声を参考にすることが最も重要で近道かなと思いました。 また、「# 中区の魅力」というタグを作り、区役所、住民、来訪者などそれぞれが思う中区の魅力について、「# 中区の魅力」というタグを付けて投稿する方法もあるかと思いました。「# 中区の魅力」と検索するだけでいろんな目線からの中区の情報が手に入るようになり、それが区外の人にとっては「これを検索すれば魅力が分かる」というコンテンツになるので、「魅力発信」という点に置いて効果が期待できるのではないかと思いました。(投稿数を増やすために、「# 中区の魅力」のタグを付けて投稿した人の中から〇名様に景品をプレゼント、という企画をするのも一つの手かと思います。) ● その他、区役所サイドの声を発信する一方通行の媒体にするのではなく、住民や来訪者の声を取り上げるような交流の媒体としての要素を加えられるかと思いました。例えば、グラウンドゴルフリニューアルオープンのポストを拝見しましたが、「オープンした」という事実を区役所として投稿するだけで無く、「使ってみてどうだった」という住民・来訪者のポストをリポストする、といった具合です。住民や訪問者の実際の声分かるような媒体の方が、親近感を持って見ることができるのかなと思います。
<p>桂 恵輔</p>	<p>区外の施設や企画、人たちとコラボレーションすることで、それらに参加している区外の方々に「堺市の中区ってこんな施設やイベントがあるんだ」ということを知っていただけるのではないかと思います。</p>
<p>真栄田 愛花</p>	<ol style="list-style-type: none"> ① 若者への発信はSNSが有効(ショート動画)だと考える。なぜなら、若者への情報が行きわたりやすいからである。最近では、ショート動画は「おすすめ」として、ユーザーにとって興味・関心が薄いジャンルの動画でも、ユーザーに届けられる仕様に変化しているので、より若者へ情報を発信しやすい状況になっていると考えている。また、文字や画像情報だけよりも、短時間で集中的に視覚・聴覚を刺激するコンテンツのため、目に入りやすい。そして、ショート動画は一般的な動画コンテンツよりも時間が短い分、編集にも多大なコストはかからないのではないかと。 ② 区外の堺市民への発信には、広報紙やチラシが有効ではないか。 ③ 中区内の飲食店と連携をして、区長がXを通して飲食店の紹介を行い、それを飲食店のSNSで共有をすれば、幅広い年齢層の人に情報をキャッチしてもらえる可能性が高まるのではないかと考える。