

# 高校生との意見交換会

## - 実施報告書 -



### 1.開催概要

日 時： 令和6年2月1日(木) 13時30分～14時20分

場 所： 奈良県立香芝高等学校北館3階 LC 教室

形 式： 授業参画型

テ ー マ： 香芝市のシティプロモーション

参 加 者： 市長、企画部長、産業振興局長、農林課長、文化財課長

奈良県立香芝高等学校表現探究コース3期生(2年8組)のみなさん

## 2.市長あいさつ

みなさん、こんにちは。香芝市長の福岡です。

本日は、香芝市のシティプロモーションについてのご提案をいただけると聞いています。

次世代を担うみなさんの声をまちづくりに取り入れ、まちのにぎわい・活性化につなげたいと考えています。

いただいたご意見やアイデアは事業を進める際の参考にしたいと思いますので、どうぞよろしくお願ひします。

## 3.意見交換

### 提案①（歴史I班）「香芝市民が魅力を感じる神社を目指して」

#### ◎課題

- ①市ホームページに神社へのリンクがない、PV(CM)に神社を取り上げていない
- ②市民の要望(写真映えする季節の花を置いてほしい、お守りの種類<sup>UP</sup>、子供が喜ぶイベントをしてほしい)にこたえられていない

#### ◎提案の根拠

他市の神社を調べてみると、各種イベントや多くの種類のお守り、大鳥居などのシンボル、ライトアップ&効果的な広告などにより、多くの参拝客が訪れていることが分かった

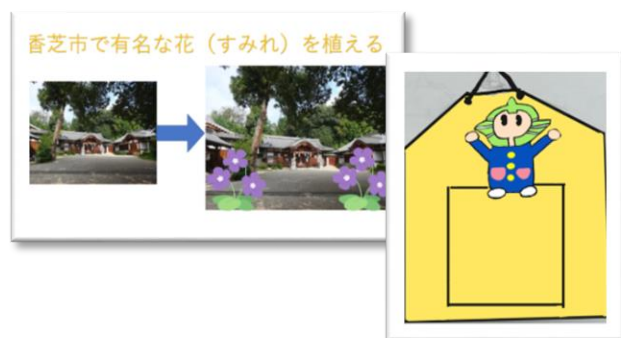
- 例) 素戔鳴神社:奈良県最大のイチヨウの木
- 安倍文珠院:多くの種類のお守り
- 大神神社:子供たちに大人気の大きな鳥居
- 春日大社、室生寺:ライトアップ



## ◎提案

華やかに見せる、写真映えする、人が集まる  
神社にするためには・・・

- ①香芝市で有名な花(すみれ)を植える
- ②カッシーをモチーフにしたグッズを作って、  
パンフレットなどで宣伝する



## ◎講評

ご提案、ありがとうございます。

いただいた貴重なご提案を参考に、今後も神社の魅力を高める取り組みを進めていきたいと考えています。簡単ではありますが、この場をお借りして香芝市の取組をいくつか紹介させていただきます。

2017年に公開され、女優の小芝風花さんが主役の映画「天使のいる図書館」では、香芝市内の大坂山口神社と杵築(きづき)神社をロケ地として使用しました。この映画は、香芝市を含めた葛城地域の5市町のシネマプロジェクトで制作したものです。今後も、PV(CM)等により、神社の魅力を感じていただける機会を増やしていきたいと考えています。

また、秋、冬の恒例イベントにおいても、取り組みを進めています。

香芝市では、毎年秋に市内の観光スポットを歩いてまわるイベント「香芝ウォーク」を開催しており、大人から子供まで、多くのみなさまに参加いただいています。昨年10月15日に開催しました「香芝ウォーク2023」では、杵築神社と二上山の近くにある春日神社に「立ち寄りスポット」としてご協力いただきました。今年の香芝ウォークでも神社やお寺をスポットに入れる予定です。冬の恒例イベント「冬彩」をご存じてでしょうか？このなかで参加されたかた、おられますか？はい、ありがとうございます。このイベントでは市内各所をライトアップしています。一昨年、2021年の「冬彩」では近鉄下田駅近くの鹿島神社の境内を和紙玉でライトアップしました。当日は、子どもから大人まで多くの来場者で賑わいました。

次に、市内の文化財・観光スポットを巡る観光アプリ「かしば文化財観光ナビ」です。説明と地図機能が付いた無料かつ便利なアプリなので、ぜひ皆さまもダウンロードしていただき、香芝市内の寺社や遺跡をめぐり、まちの魅力を感じるとともに、新たな魅力を発見いただければと思います。

今後も、いただいたご提案を参考に、神社を含め観光スポットの魅力を高める取り組みを進めていきたいと考えていますので、またご意見などありましたら市役所まで届けてください。

ありがとうございました。

## 提案②（食産業2班）「ふれあい朝市・香芝の活性化」

### ◎課題

- ①関連イベントのチラシの写真が小さい、的が絞れていないなど、うまく宣伝できていない
- ②商品を置く場所に工夫が必要  
地域ブランド“カシバプラス”に認定されている「かしば香るみそ」の置き場所を例に見てみると、目にとまりづらい場所に置かれており、うまくアピール出来ていないと感じた

### ◎まちの声

Q1. 香芝市の名物だと思う食べ物はあるか？

A1. 扇屋の団子、ステラリュヌのタムーロール

Q2. どのような食べ物が香芝市の名物になればいい？

A2. 柿のソフトクリーム、香芝の特産品が材料のスイーツ

⇒アンケート結果から、香芝市ではスイーツの人気が高く、ふれあい朝市で販売すれば人気が高まると感じた

### ◎提案

ふれあい朝市・香芝をより多くの人に知ってもらう、人気を高めるためには・・・

#### ①効果的なチラシを配布する

- ⇒イベントごとにターゲットを絞る
- ⇒アピールポイントは大きく、分かりやすく

#### ②見る人が惹かれるようなスイーツなどを販売する



### ◎講評

ご提案、ありがとうございます。

地域ニーズを捉え、チラシのイラストやデザイン、商品レイアウトに工夫を凝らすことは、ご提案のとおり非常に重要であると考えています。目に止まる、手に取っていただけるよう、宣伝の仕方や商品レイアウトにつき、研究を進めていきたいと考えています。

ふれあい朝市・香芝での、スイーツや加工品の独自生産・販売につきましては、各種許可や調理室の設置、施設のリフォームなどが必要となり、週4日午前中のみ経営を行う「朝市」ではリスクが高いため、現在まで見送られてきました。しかしながら、各種イベント会場における、農家ならではの旬のお餅の販売や旬の野菜を使った味噌汁の振る舞い等も行われています。昨年の「香芝ウォーク」、先月21日の「香芝市マラソン大会」においても、ゴール地点で味噌汁を振る舞い、多くのかたに喜んでいただくことができました。ちなみに、味噌汁の材料となっている「かしば香るみそ」は、ふれあい市場で特に人気の商品で、旬の野菜と共に保育所から中学校までの学校給食でも採用されており、地域ブランド「Kashiba+」にも認定されています。スイーツにつきましては、ふれあい市場での独自の生産・販売は出来ていないものの、人気商品であるイチゴの「古都華」や「奈乃香」を使ったステラリュヌとのコラボ商品が誕生し、販売されています。

今後もイベントや特別販売、市内有名店とのコラボを通じて、「味を覚えていただく」活動を続けるとともに、いただいたご提案を参考に、ふれあい市場活性化に向けた取り組みを進めていきたいと考えています。ありがとうございました。

### 提案③（食産業3班）「魅せる広告・生み出す食欲」

#### ◎課題

『カシバプラス』の認知度が低い

2年間学校に通っているが、シティプロモーションの探究を始めるまで、カシバプラスのことを知らなかった

#### ◎提案

カシバプラスの認知度を高めるためには・・・

##### ①QRコード広告の活用

QRコードのみの掲示板なら

⇒インパクトが強い（気になる、目を引く）、  
デザインコスト削減（作りやすい）

⇒QRコード読み取りで、すぐにカシバプラスの  
サイトに誘導できる



ただし、ここで大事なのが・・・

QRコード読み取り後に表示される最初のページ ← 一発目の印象が大事!!

⇒サイトに誘導できれば、地域のスイーツや特産品はネット販売へ!!

<メリット> 幅広く集客できる、店舗まで行かなくていい

<デメリット> 商品に限られる、送料がかかる

☆メリットの方が大きい

## ②駅の掲示板の利用

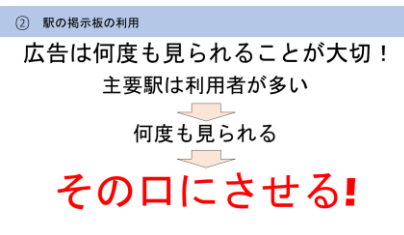
広告は何度も見られることが大切!

主要駅は利用者が多い

⇒何度も見られる

⇒仕事帰りの疲れたカラダには甘いものが必要

⇒その口にさせる!



## ③コンビニ、地域店に特産物の設置

地域活性化包括連携協定の活用を検討してみても

⇒活用例として、セブンイレブンでは奈良県産あすカルビーを使った

「いちごぷにゃ」を販売

⇒ステラリュヌとのコラボ商品を販売してみてもどうか

アンケートでは、「スイーツ・デザートを週1回以上食べる」と答えた人は

男性70%、女性80%で、主な購入先はコンビニとなっている

⇒コンビニでのスイーツ販売は効果的!

参考) 地域活性化包括連携協定の提携店

セブンイレブン、ファミリーマート、ローソン、AEON、奈良コープ

## ◎講評

ご提案、ありがとうございます。

QRコード広告につきましては、現在、商工観光課を中心に広告等の戦略を練っており、そのなかで研究を進めているところです。

香芝市としましても、まずは地域ブランド「Kashiba+」(カシバプラス)に認定された商品を香芝市民、奈良県民の皆さまに知っていただくため、2023年3月にPR動画を制作し、ユーチューブやテレビ、イオンモール高の原やエコールマミにあるディスプレイ広告を通じて、県内を中心に広く宣伝しています。タブレッ



ト内にある資料④がその動画ですので、ぜひご覧ください。今後もいただいたご提案を参考に、興味を引ける広告となるよう、研究を進めていきたいと考えています。

コンビニや地域店への特産品設置につきましては、現在、既に「ふれあい朝市香芝」の生産者（農家）の方たちが、セブンイレブンとローソンにおいて、特設棚で農産物を販売されています。しかし、スイーツや生ものなど、配送や管理に調整を要する特産品は、設置に至っていません。コストやリスク管理などを考慮しつつ、今後も継続的に検討する必要があると考えています。

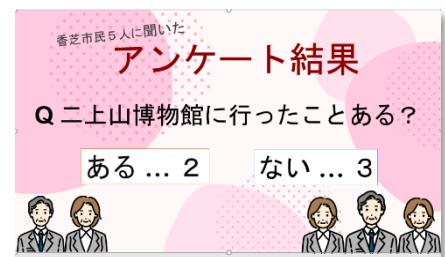
今後も、日頃から頑張り、輝いている生産者や販売・加工業者さんと話す機会を増やし、一つでも多くの食欲や購買欲を生み出せるよう、又、それらの情報を魅せる広告を通じて発信できるよう、取り組みを進めていきたいと考えています。

ありがとうございました。

## 提案④ 「二上山博物館のさらなるSNSの活用」(歴史2班)

### ◎アンケート結果

香芝市民5人に「二上山博物館に行ったことある？」  
とのアンケートを行なったところ・・・  
ある・・・2人(校外学習などで行った)  
ない・・・3人(ただし、3人とも存在は知っている)



### ◎課題

- ①博物館の存在は知っているが、自発的に足を運んでいない
- ②SNSを通して宣伝を行っているものの、うまく利用できていない  
⇒Xやインスタを使って写真を投稿しているが、ハッシュタグが少なく写真の画質も粗い  
⇒博物館に足を運んでもらうには、“面白そう”や“楽しそう”、“行ってみたい”など、興味を持ってもらうことが一番重要

### ◎提案

SNSを有効活用すれば、博物館の注目度も上がる

**①写真にひと手間を加えて、質のいい写真を意識!**

「解像度」、「撮り方（角度など）」、「明るさや彩度」

この3つを改善するだけで見やすく、質の良い写真になる!

**②注目度が上がるような写真を投稿する**



**◎講評**

ご提案、ありがとうございます。

このたびは、SNSの有効活用ということで、とくに Instagram についてのご提案をいただきました。

SNSの全国的な利用年齢層の統計をみますと、Instagram は10代・20代の利用が圧倒的に多く、年齢層が上がるにつれて極端に減少します。Instagram では、映える写真の投稿で周知を図ることで、10代・20代の若者層には非常に有効であることがわかっています。

当館の Instagram は、イベントなどの事後報告の写真や告知のためのチラシなど、イベント系がほとんどで、「行ってみたい!」と思わせるような、撮り方を工夫した館内の写真などがありませんでした。ご提案いただきました改善案からそういった点が抜けていることに気づかされました。当館の利用層が少ない高校生・大学生に対する周知には Instagram を積極的に活用して、十分その効果が期待できるものになりたいと思います。また他のSNSについても通りいっぺんの告知ではなく、利用・年齢層などに応じた告知を工夫することも検討していきたいと思います。

なお、その起爆剤として、見学の際にもお話ししましたが、現在当館では実物資料とデジタル技術を融合したデジタルミュージアム実現に向けて取り組んでいます。2月からは一部試験運用も始めていますが、こうしたデジタル技術によって制作した見せる映像・画像を工夫して注目度が上がるようなSNSにしていきたいと思っています。

また機会がありましたら、ぜひ新装となった二上山博物館にお越しください。お待ちしております。

ありがとうございました。

**提案⑤ 「『うちのこうえん』の規模拡大と宣伝」(子育て2班)**

**◎課題**

入所保留の子ども達に対する支援が行われていない  
<市民の声> 入所保留の子が多い、幼稚園が少ない

子育てのしやすい  
市をつくる



## ◎提案の根拠

他市の状況を調べてみると、規模を拡大し、宣伝したことにより利用者が増加していることが分かった

## ◎提案

子育てのしやすい市をつくるためには・・

### ①『うちのこうえん』の規模を拡大して、

#### 一時預かり体制をつくる

⇒スペースの拡大に加え、本やおもちゃの充実も必要

⇒本やおもちゃは、市民に寄附を呼びかけてみては

### ②ポスターで宣伝する

⇒ポスターには、“パッと見てわかる”、“字がみやすい”など、

見た人の記憶に残るような工夫が必要



## ◎講評

ご提案、ありがとうございます。

学生さんの視点で子育て支援を調査・研究いただくことは、香芝市にとってもプラスになると考えます。

現状、香芝市では、うちのこうえんをはじめ、他4箇所のつどいの広場において、ファミリー・サポート・センター事業でマッチングした場合のみ、サポート会員がこどもの預かりを実施しています。ご提案いただいた、マッチングせずとも一時預かりができる体制の構築につきましては、市民の皆さまのご意見を聞きながら、研究していきたいと考えています。

香芝市では、子育て支援に力を入れています。

お財布に優しい取り組みである「第2子以降の保育料無償化」をはじめ、家庭訪問や親子が集える場所の提供など、子育てを頑張っておられるかたに寄り添い、切れ目ない支援ができるよう、取り組みを進めています。また、より多くのかたに自分にあった支援メニューを選択いただけるよう、ホームページやInstagram、商業施設のディスプレイ広告を用いて、積極的に情報を発信しています。親子のふれあいスペースである「つどいの広場」では、専門の知識を持った職員による育児相談や体重測定などを行い、子育て期の不安や困り事を聞いた上で、支援の必要な家庭に対しては家庭訪問や支援メニューの提案をしています。

今後も「子育てするなら香芝」といってもらえるよう、安心して子育てができるまちづくりを進めていきたいと考えています。

ありがとうございました。

## 4.総評

### ◎市長コメント(市長総評)

みなさん、ありがとうございました。

神社からふれあい朝市・香芝、広告、博物館、子育てまで、幅広い分野において香芝市の魅力向上に向けた貴重なご提案をいただくことができました。香芝市のマスコットキャラクター“カッシー”をデザインしたお守りやQRコードだけの広告は、若いみなさんならではの斬新で大胆なアイデアだと思います。普段なかなか聞くことができない若い世代のみなさんの声を直に聞くことができて、本当に良かったと思います。

これからのまちづくりの主役はみなさんです。

『意見を発表した今日、この日から新しい香芝が始まる』とってください。

私はまちづくりの責任者として、次世代を担うみなさんの声に耳を傾け、取り入れながら、みなさんと一緒にまちづくりを進めていきたいと考えています。

今後も提案募集中ですので、何かあれば市役所まで届けていただきたいと思います。

本日はありがとうございました。