

suggestion



わかものへの防災啓発

1 班

田中鴻 滝川愛華 龍田彩 伊藤ひかり



発表の流れ

① 現状課題

② 提案

③ 広告・予算

④ まとめ



発表の流れ

① 現状課題

② 提案

③ 広告・予算

④ まとめ



課題(現状)

1. 学生の**防災意識**が低い **【自助】**
2. 学生と**地域の関わり**が薄い **【共助】**

01

学生の防災意識が低い理由

- 参加するハードルが高い
- 情報がない
- 対価・報酬がない
- 自分が災害に遭うと思っていない



参加しやすく **話題性**のあるもの
得るコト・モノがある

02

学生と地域の関わりが薄い理由

- 関わる機会がない
- 情報がない
- 地域と関わるメリットを感じていない



地域の人と関わる
コミュニティの**一体感**を感じる

発表の流れ

① 現状課題

② 提案

③ 広告・予算

④ まとめ

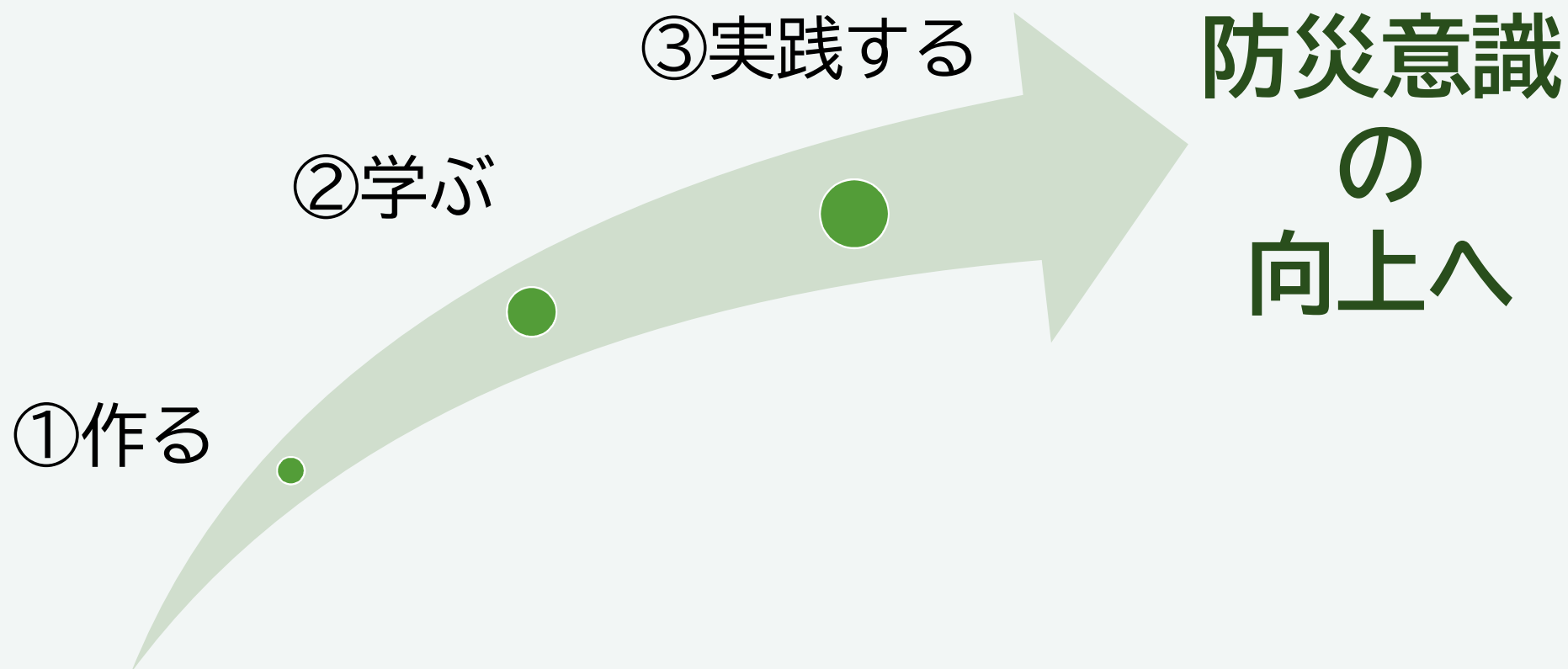


提案

防災啓発 × ギネス記録への挑戦

- ①防災グッズの作成
- ②大学生の参加を促す
- ③防災意識へのきっかけ作り

企画の流れ



前例：

「安全ベストを着て集まった最多人数」 のギネス記録

【実施日】

平成28年10月21日（金曜日）

【場所】

西日本総合展示場 新館
（北九州市小倉北区浅野三丁目8番1号）

【記録】

世界記録 2,136人達成

【目的】

北九州が恐ろしい街というイメージを変えよう

01 作る

ランタンの作り方



水入りペットボトル



懐中電灯



コップ



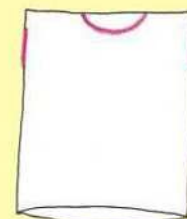
手作りできる防災グッズ 作成

新聞スリッパ
ペットボトルランタン
ビニール袋カップ

01 作る



赤線部分を切る



開口部



穴に頭と腕を通す。



02 学ぶ

- 作ったグッズがどのように活用できるか学ぶ
- 災害の背景について知る時間を設ける



新しい視点の獲得

03 実践する

ギネスに挑戦する

「手作り防災グッズを同時に身につけてた人数が最多」

備蓄といった防災への意識向上
地域とのつながりをより強固に

共助意識の強化

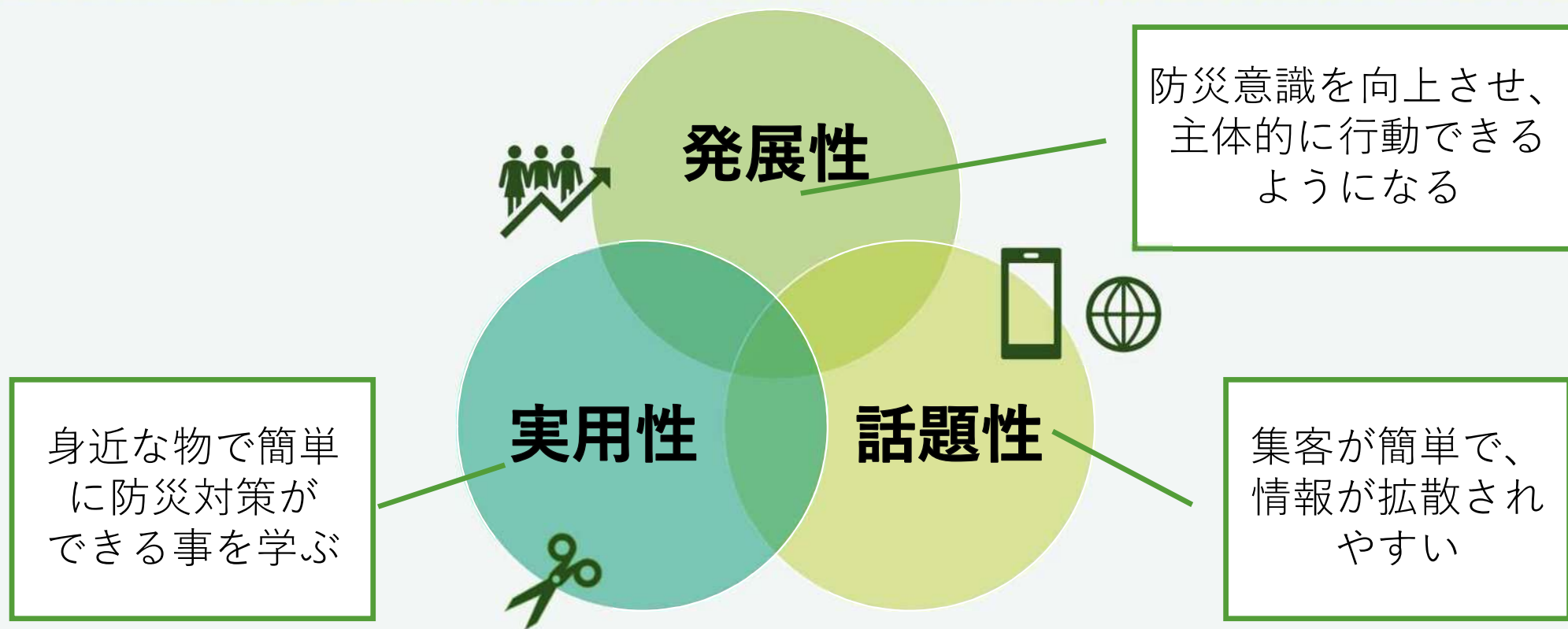
①学生ボランティアで運営

▷ 学生と地域のつながり強化

②達成感をともに味わう

▷ 地域コミュニティ内のつながり強化

見込まれる効果



発表の流れ

① 現状課題

② 提案

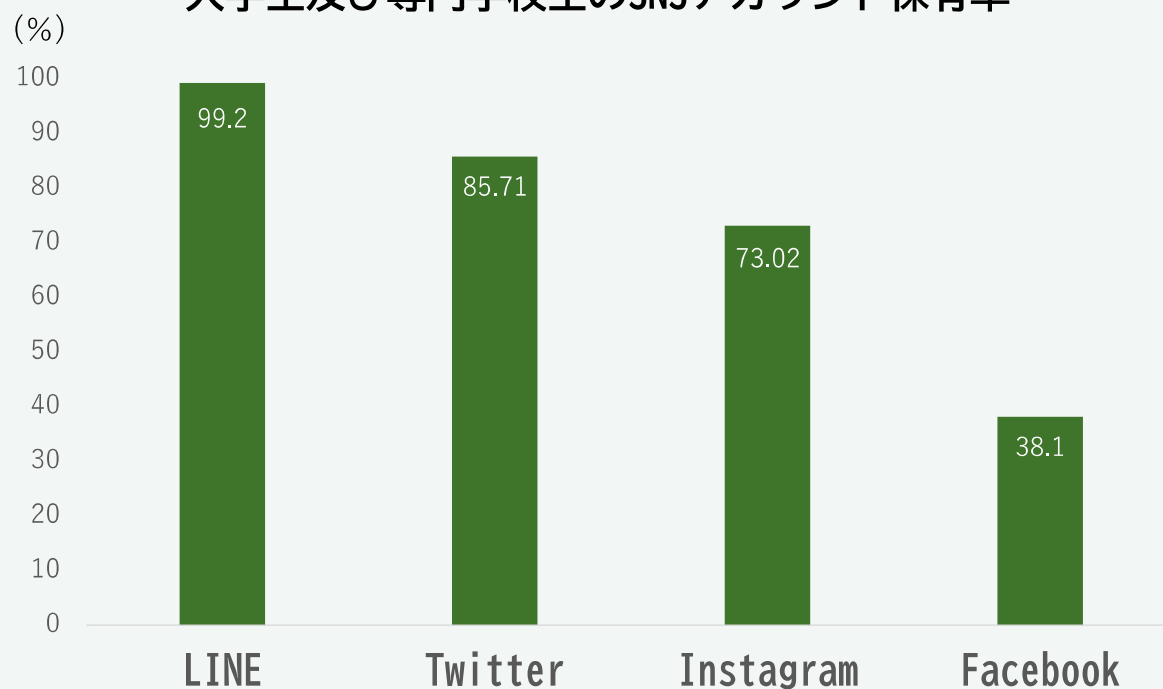
③ 広告・予算

④ まとめ



広告方法

大学生及び専門学校生のSNSアカウント保有率



LINE・Twitter・Instagramの保有率

7割以上



SNSを用いた宣伝の必要性

岡村・多根井(2019)参照

若者に向けたSNS運営

TikTokとインスタのルールで
バズり動画を配信

▷ 若者に情報を届ける



予算

材料費	
新聞紙	ボランティアで集める
段ボール	スーパーにお願いする
懐中電灯	持参してもらう
紙コップ（様々なサイズ）	500円(90枚入り)×5個＝2,500円
ペットボトル	持参してもらう
ガムテープ	100円×20個＝2,000円
ゴミ袋	200円(10枚入り)×40枚＝8,000円
油性マジック	800円(8色入り)×10個＝8,000円
笛	100円×400個＝40,000円
ハサミ・カッター	100円×20個＝2,000円
名札	30円×400個＝12,000円

予算

広告費	
大学生にボランティアを募るチラシ	5円 × 1000枚 = 5,000円
掲示するポスター(大学) (大学の最寄り駅)	400円(A4) × 10枚 = 4,000円 2,800円(B1) × 4枚 = 11,200円
SNS運営費	0円

施設料	
会場（避難所指定されている大学の 体育館）	0円
マイク・スピーカー	0円
ブルーシート	7,000円

予算

人件費	
ギネス世界記録の申請費（新規）	70,000円

材料費	74,500円
広告費	22,000円
施設料	7,000円
人件費	70,000円
合計	173,500円

発表の流れ

① 現状課題

② 提案

③ 広告・予算

④ まとめ



まとめ

【課題】

学生の**防災意識**が低い（自助）

学生と**地域の関わり**が薄い（共助）

▷ **防災啓発 × ギネス記録**への挑戦

防災意識への入り口を提供

自助・共助への理解促進

参考文献

- ・「おうちの日用品で防災グッズを手作り！いざという時使えるアイデア」
kosodate-march.jp/disaster-prevention-goods46946/
- ・「防災グッズを手作りしよう！簡単に作れるアイデアグッズ12選」
<https://www.nafias.jp/column/863/>
- ・「北九州市 ホームページ」
<https://www.city.kitakyushu.lg.jp/contents/14700070.html>
- ・ 岡村季光, 多根井重晴(2019). 「青年期後期のSNSアカウント保有数と自己隠蔽傾向の関連」
- ・ 坂本真樹(2017). 「広告効果の多目的最適化 Multiobjective Optimization of Advertisements」
- ・ <https://webtan.impress.co.jp/n/2023/01/27/44176>

ご清聴ありがとうございました

令和6年 8月29日 インターンシップ「千種区わかもの会議」

千種区地域力推進課に向けた 区内名所の魅力発信政策 提案

グループ2 田宮・西山・森・榊原

今回の流れ

1 魅力発信の5つの現状・課題

2 現状・課題を踏まえて私たちが考えたこと

3 提案

提案① 学生版「み・ちくさ案内人」事業

提案② 「み・ちくさマンホールラリー」事業

提案③ シェアサイクルサービスとの提携

提案④ 「み・ちくさコイン」

4 まとめ

5 おわりに

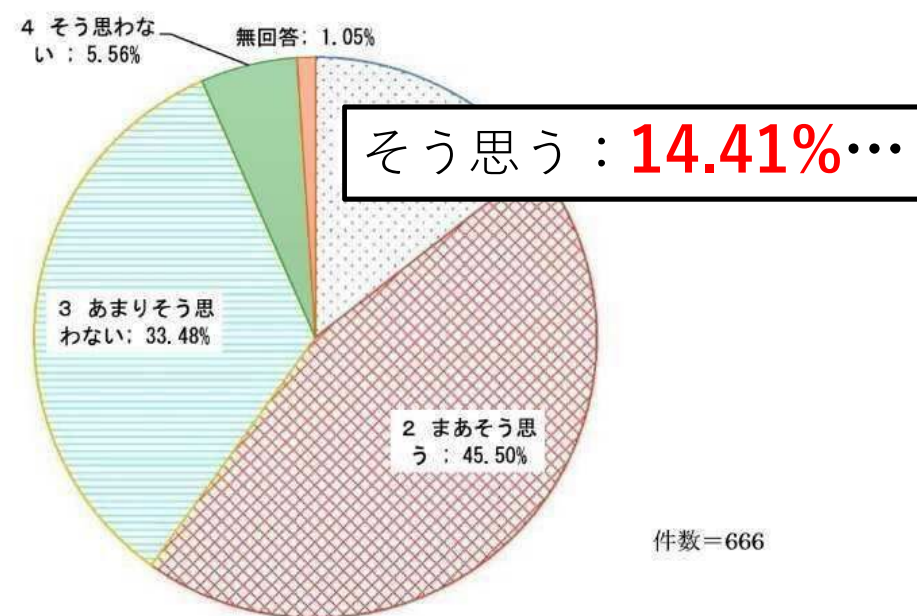
テーマ

「若者の千種愛 醸成」

5つの魅力発信の現状・課題

- ① 区民の方に千種の魅力が
伝わりきっていない
- ② 若者への魅力発信が**不十分**
- ③ **若者のニーズ**が測れていない
- ④ **若者・学生が名古屋一盛ん**
である特徴を**活かせていない**
- ⑤ 現状の施策「みちくさマップ」
が**若者向けでない**

問9 千種区は、まちの魅力が十分に発信されていると思いますか。(○は1つ)

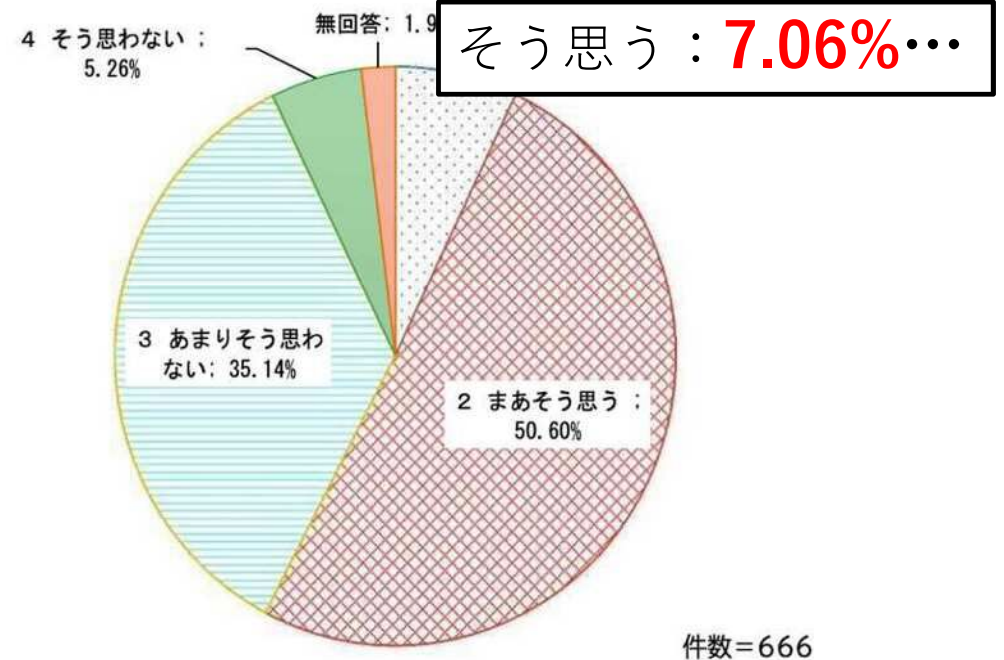


令和5年度千種区民アンケートより

5つの魅力発信の現状・課題

- ① 区民の方に千種の魅力が
伝わりきっていない
- ② 若者への魅力発信が**不十分**
- ③ **若者のニーズ**が測れていない
- ④ **若者・学生が名古屋一盛ん**
である特徴を**活かしていない**
- ⑤ 現状の施策「みちくさマップ」
が**若者向けでない**

問 14 千種区役所は、区民のニーズを把握していると思いますか。(○は1つ)



令和5年度千種区民アンケートより

現状・課題を踏まえて私たちが考えたこと

千種区の**若者に対する**区内魅力発信の促進

が必要ではないか

提案① 学生版「み・ちくさ案内人」事業

【「み・ちくさ」案内人とは】

千種区内を散策案内できる区民を養成する現状の千種区の実業

→**シニア層が多い**…

名古屋一盛んな千種区の**学生**こそ、



千種区HP 「み・ちくさ案内人養成事業」より

「み・ちくさ案内人」にはふさわしいのでは！？

提案① 学生版「み・ちくさ案内人」事業

【千種区の学生が「み・ちくさ案内人」となる意義】

1. 魅力発信先の陰にいた若者世代が**区の魅力を知る**ことができる
2. 区民の若者自身が**まちの魅力を語り伝える**ことができる
3. 若者が地元（千種）への**愛着を持つ**ことができる
➡今後の定住人口へも繋がる
4. 「み・ちくさ案内人」として千種区のイベント・事業にて
若者がまちの**魅力発信の担い手になる**ことができる
➡より千種区政への関心を深め、理解・協力を促進できる

提案① 学生版「み・ちくさ案内人」事業

【学生版「み・ちくさ案内人」の養成方法】

- ・ 千種区内の小中高校にて**教育のカリキュラム**として
区内の魅力を教えることを取り入れる
- ・ 千種区の執り行う事業にて学生の**案内人ボランティア**を募集する
- ・ **ご当地マンホール**のデザインを学生から募集する（！？）
➡詳細は提案②にて――



提案② 「み・ちくさマンホールラリー」 事業

【「み・ちくさマンホール」とは？】

千種区ご当地デザインを施した**マンホール**に、
“QRコード”を導入したもの！！



スマホで読み取ると・・・

- ・ マンホールの周辺にある**魅力スポット情報**
- ・ 周辺の**おいしいお店**の情報
- ・ 「**み・ちくさコイン**」の取得（！？）

→詳細は提案④にて――



提案②み・ちくさマンホールラリー事業

【先進事例】

香川県高松市では、2013年からマンホールのデザインにQRコードを導入している（右図2枚）

【見込める効果】

- ・スタンプラリーのような仕組みから、区民にまちの**周遊を促す**と同時に、**魅力スポットを発信・誘客**することができる

- ・若者を中心にちょっとした**観光スポット化**することもできる



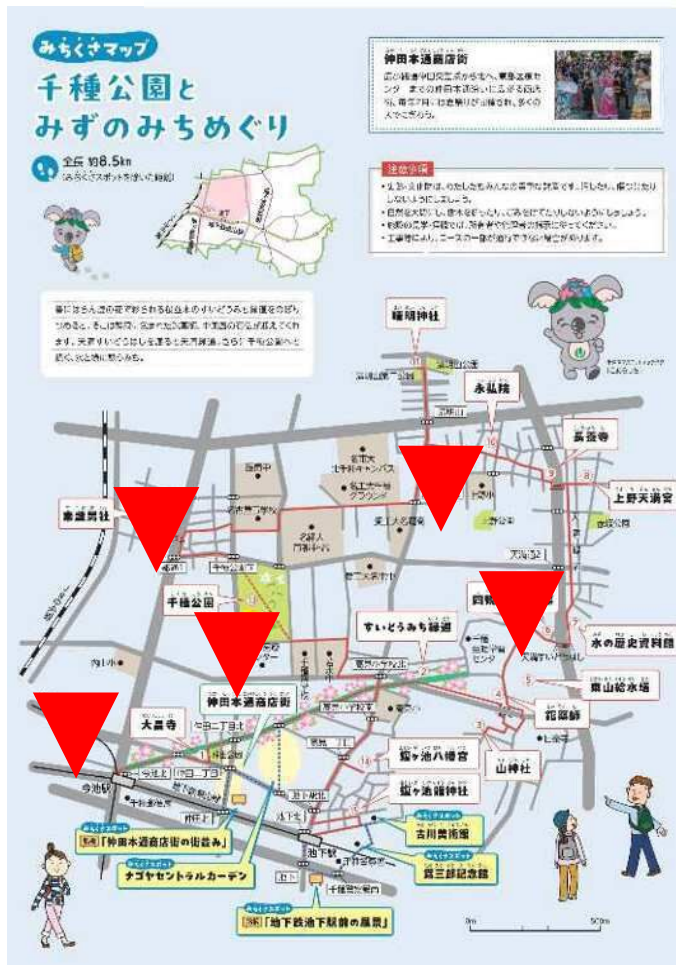
提案② 「み・ちくさマンホールラリー」 事業

【「み・ちくさマップ」への活用】

現在の施策にある周遊コースマップに
「み・ちくさマンホール」の位置を記載する

- ▶ 周遊の目的を付与
- ▶ マンホールの位置も把握しやすくなる

また、周辺スポットに当てた
マンホールデザインは区内学生より募る



提案③シェアサイクルサービスとの提携

【現状】

- みちくさマップに掲載されている名所をそれぞれ回するには長距離を歩く必要があり、特に夏は移動が大変である。

全長約8.5kmを、
全て歩きで回するには
時間がかかる



そこで、シェアサイクルサービスを活用！



提案③シェアサイクルサービスとの提携

【改善案と効果】

- 各名所の近くに**駐輪ポートを設置**。
- シェアサイクルサービスを活用することで、**移動の負担が減り**、若者もより区内の名所を巡りやすくなる。
- 付随効果として、利用者は指定されたポートに自転車を止めるので**放置自転車**の減少にもつながる。



出典;https://life-designs.jp/webmagazine/share-cycle_nagoya/

サイクリングサービス活用例①

揚輝荘といった区内の名所に
シェアサイクルを利用し、めぐる。



指定された近くのポートに自転車を止めることで、入館料等を**割引クーポンを発行**する。



出典:<https://www.nagoya-info.jp/spot/detail/62/>

サイクリングサービス活用例②

- 東山動植物園のチケットをシェアサイクルサービスの**パック料金とセット**で**お得な価格で販売**する。



例えば、12時間パックで販売した場合、区内の他の名所にも足を運んで頂きやすくなる。



提案④「み・ちくさコイン」の導入

「み・ちくさコイン」とは？



千種区独自の新たな地域通貨のこと



提案④「み・ちくさコイン」の入手法



<https://www.nikkei.com/article/DGKDZO55907960W3A600C1EB1000/>

- ① 「み・ちくさマンホール」
のQRコードを読み込む



- ② 「み・ちくさコイン」獲得！

例) 1か所 = ¥50

最大10か所 = ¥500

年2回の獲得期間で
周遊リピーター増進

提案④「み・ちくさコイン」の使用先

【覚王山商店街】

店舗数：約89店舗

アクセス：覚王山駅すぐ

特徴：日泰寺

レトロな雰囲気
多数のイベント



<https://www.kinsyachi.com/street/01006/>



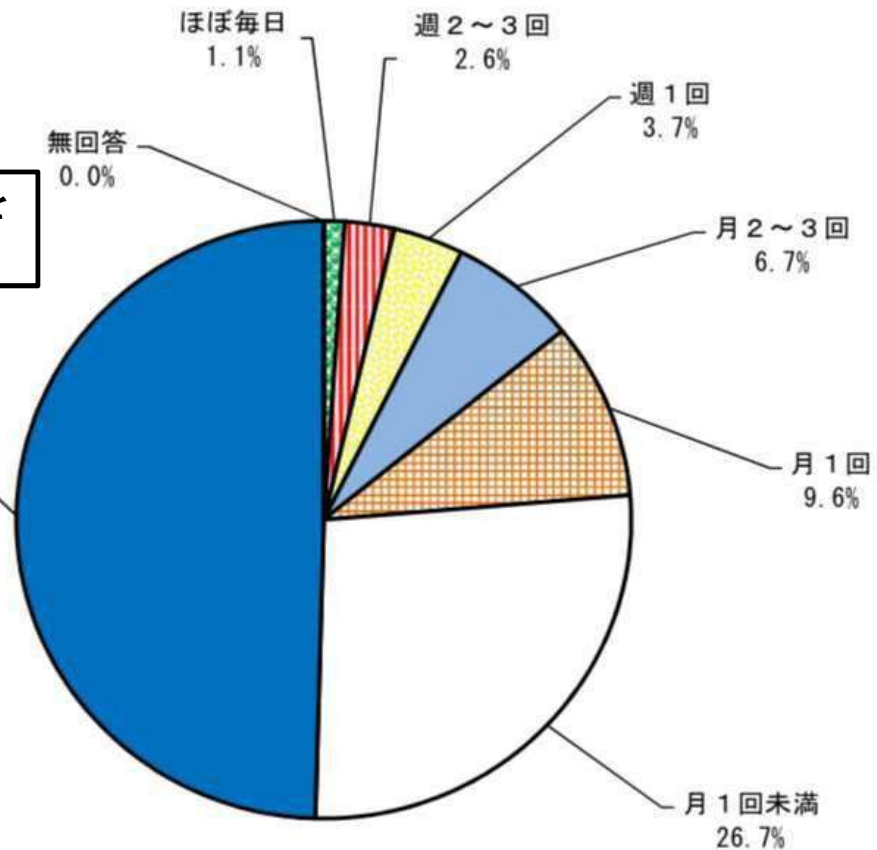
<https://www.nagoya-info.jp/spot/detail/117/>

提案④「み・ちくさコイン」の使用先

アンケート 1

Q1 この1年間でどのくらいの頻度で商店街を利用しましたか。

利用してない：49.6%



提案④「み・ちくさコイン」の使用先

アンケート 2

Q 9 商店街に対するご意見を自由に記載してください。(イメージ、好きな所など)

N=255

- ・ 普段は大型ショッピングモールに行くことが多いがコロナ禍で商店街で買い物をすることが増えた。個人店は新規の際に入りにくい雰囲気があるので、もったいないと思う。クーポンとかあれば入店のきっかけになると思う。

4つの提案を繋げまとめると…

STEP 1

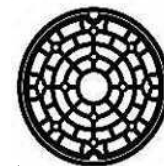
提携した**シェアサイクル**に乗って



STEP 2

「**みちくさマップ**」を使い、

「**み・ちくさ案内人**」がデザインした「**み・ちくさマンホール**」をめぐる



STEP 3

QRコードからゲットした周辺の**魅力スポット**やおいしいお店の情報、
そして「**み・ちくさコイン**」で

STEP 4

若者の知らない**新たな千種区の魅力**をどんどん体験できる！！

おわりに

テーマ「若者の千種愛 醸成」

グローバルな世の中になってきた昨今こそ
失われるのが**地元への関心**

だからこそ今後将来の千種を愛する区民を守るためにも

現代の若者への魅力発信 **「千種愛」** の醸成が求められる

ご清聴ありがとうございました！

グループ2 田宮・西山・森・榊原

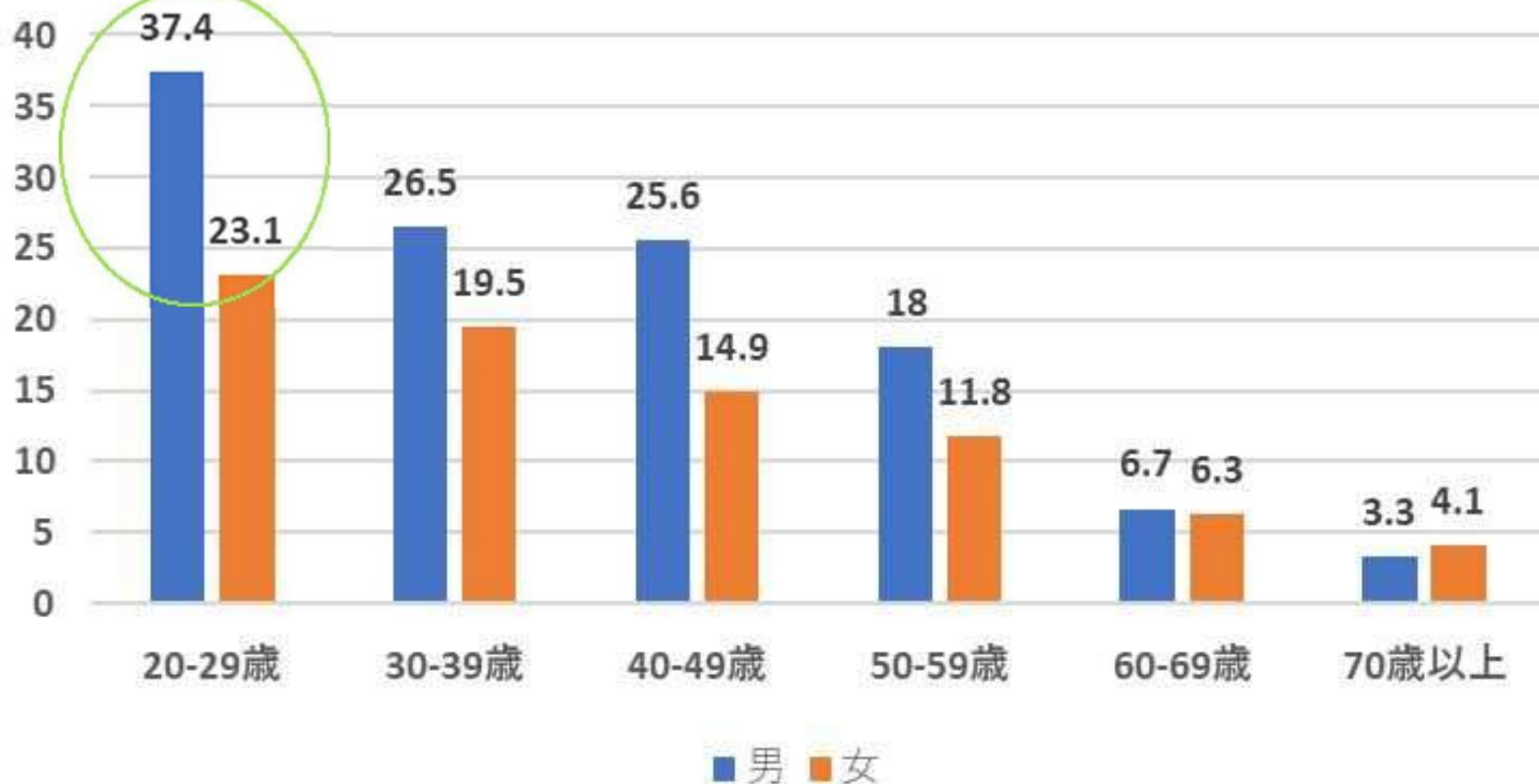
テーマ:若者を対象とした食育の啓発

「若者に食べる楽しさを」



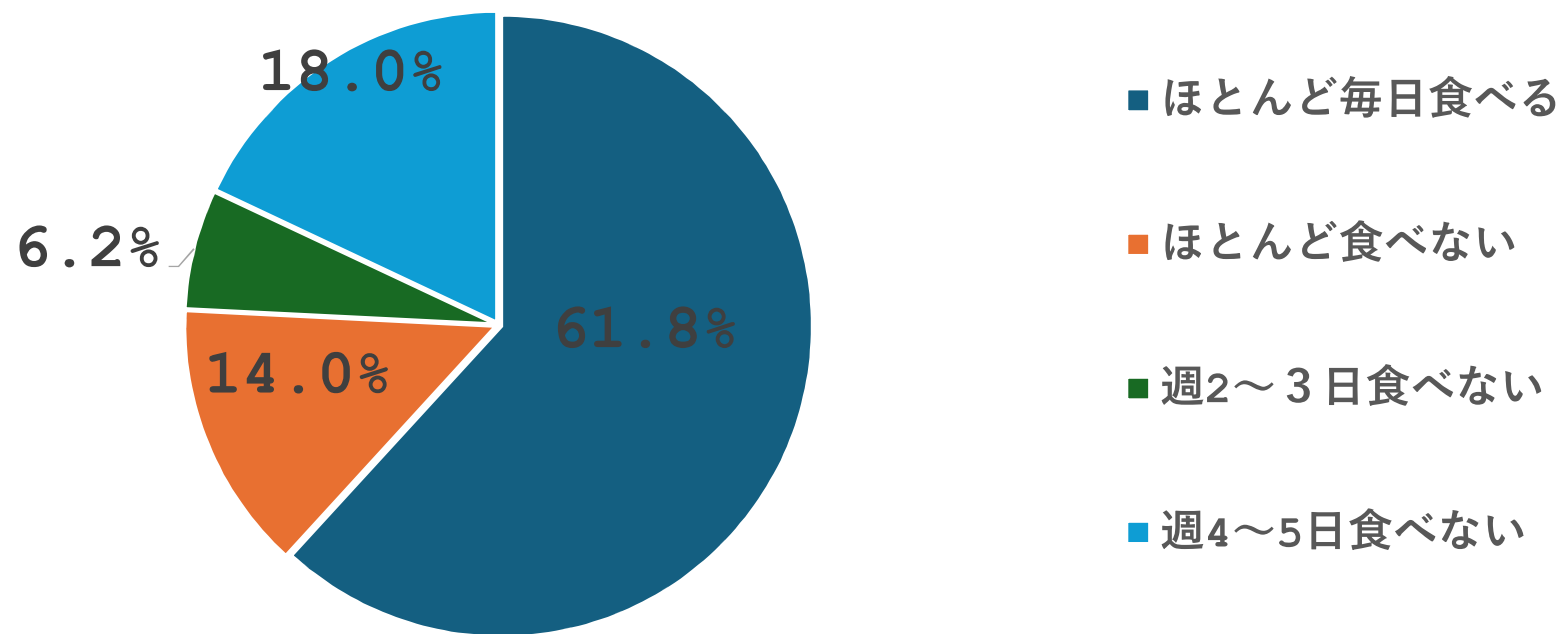
朝食の欠食率(20歳以上、性・年齢階級別)

(%)



【大学生 朝食の頻度】

大学生の朝食の有無



【朝食を食べない理由】

朝食の欠食理由(上位4項目)

時間がないから

67.5

食べなくてはいけない理由がわからないから

56.2

食欲がわからないから

35

身支度などの準備で時間がないから

32.5

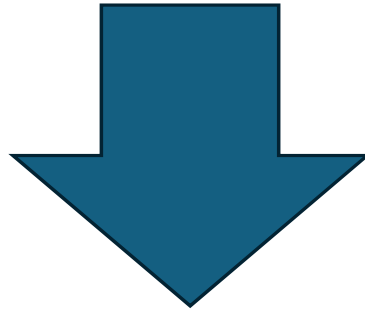
0 10 20 30 40 50 60 70 80

【朝食のメリット】

- ・集中力・記憶力がアップする
- ・朝の体温を上げるため、体を動かしやすくなる
- ・血糖値急上昇と肥満の防止になる etc

【ご提案】

朝食の良さをより多くの人に知ってもらうために. . .



youtubeを活用

【youtubeチャンネル開設!!】

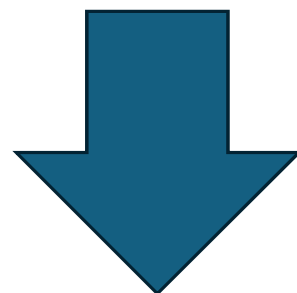
チャンネル名

「ゆっく り朝食特集
(仮)」

【若い男女の興味に関して】

男性：筋肉をつけたい！集中力を上げたい！

女性：痩せたい！美容に特化したメニューを知りたい！



市の栄養士が考案

それぞれの興味関心に合ったレシピを提案

【ゆっくり解説とは】

主に二次元創作キャラクターである
「霊夢」と「魔理沙」を使って一つの
話題について解説していく動画

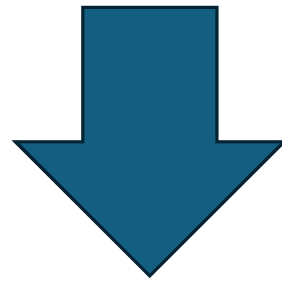
『行政 x ゆっくり』

前代未聞のコラボレーション！！！！



【想定される問題】

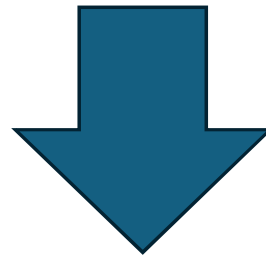
チャンネルを作り、動画を投稿したはいいけど、まったく伸びない．．．



それぞれの興味関心に特化した影響力のある youtuber さんに紹介してもらう

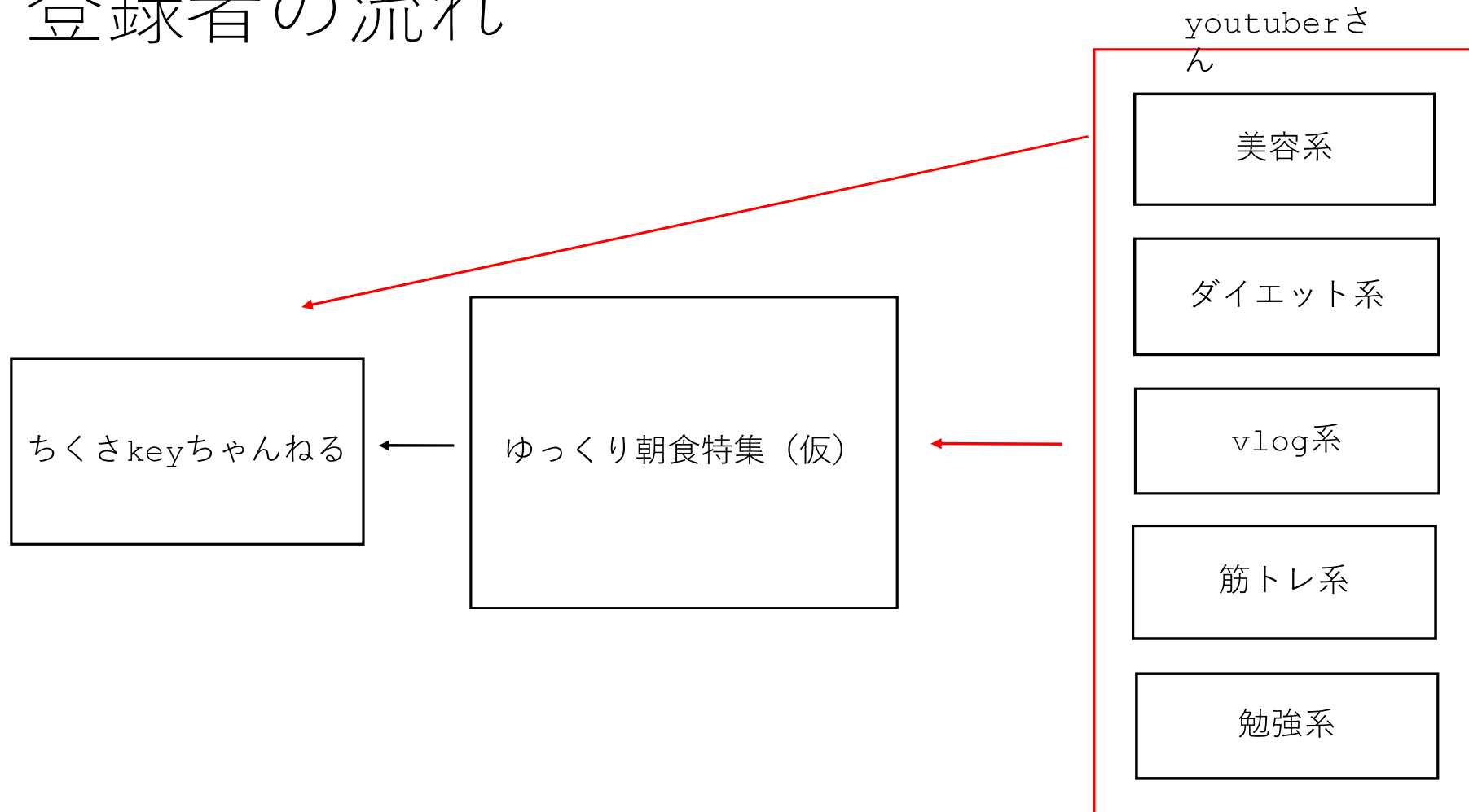
【事業の流れ】

千種区独自で料理レシピチャンネルを開設
(トレンドに沿った朝ごはんのレシピを紹介)
(レシピは市の栄養士が考案)

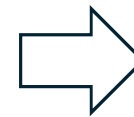


そのレシピを様々なジャンルのyoutuberさんに紹介していただく。

登録者の流れ



ゆっくり朝食特集の動画の内容



ゆっくり朝食特集（仮）

紹介してもらうyoutuberさん

女性向け

→美容系、ダイエット系、vlog系（ななこさん、em iffyさん）



nanakoななこ
@77nanako・チャンネル登録者数192万人
「な」・こんにちははなごです！ 全5期を可
愛くする美容情報発信していきます！ 毎週



em iffy
@emiffy46・チャンネル登録者数71.5万人
live in Japan daily life, cooking, travel, house
work.

男性向け

→筋トレ系、美容系（ザ・きんにくTVさん、みかみさん）



ザ・きんにくTV【The Muscle
TV】
@themuscle29・チャンネル登録者数250万人
ななこさんに助けてもらって、毎日毎日



みかみ。●
@mikami_nakaji・チャンネル登録者数28.1万人
「知」・知恵もてかかるとか、その後の人生を
学ぶチャンネル！「メンタル」・メンタルを

男女向け

→勉強系（とある男が授業してみたさん）



とある男が授業してみた●
@toaruotoko・チャンネル登録者数282万人
動画もご覧下さい。ありがとうございます！ 毎
日で最新の授業をupし続けております。

【活用方法】

大学生の場合>>

- ・SNSで宣伝して、見た人に拡散してもらえるようにする
- ・大学内の掲示板や学務情報システム（課題や業務連絡等）で宣伝

小中高生の場合>>

- ・作った動画を道徳であったり生活の授業などで放映する
- ・SNSや郵便広告で流してもらう（保護者に目に留まるように）
- ・保護者世代の方々に朝食の大事さを伝える

【予算】 インフルエンサーの場合

・案件 (事務所or 個人) × 人数

(相場：フォロワー数 × 単価)

単価：2～6円/1フォロワー

- ・ メリット 効果に直結しやすい
- ・ デメリット 知っている世代が狭い

【予算】 芸能人の場合
数万円から 300万円程度 オファーするタイミングが大事！！

< 参考 >

新人 数万円

中堅 50万円

大御所 200万円から

➡ 得られる成果にも差が??
新人 フレッシュさ
中堅 安定した盛り上がり
大御所 話題性

【芸能人のイベント出演料の相場】

(単位：万円)

ジャンル \ 経験・レベル	若手・売り出し中	中堅・活躍中	有名・一線級
女優・映画俳優	100～150	200～300	250～350
タレント・MC	100～150	200～300	250～350
アスリート	100～150	200～300	250～出演不可
お笑い芸人・パフォーマー	20～50	50～120	200～300
インフルエンサー	20～50	50～120	200～300
知識文化人	20～50	100～150	200～300
モデル（コンパニオン）	3～10	50～120	100～150
アーティスト	200～800		1,000～出演不可

出所 芸能人やアーティストをイベントに呼ぶ
 には？【出演料相場を独自調査！】 | ユウメ
 イキャスティング

農林水産省の食育動画も生かせるとよりよいチャンネルを作ることができるのではないかな？



みんなの食育 (農林水産省)



maffchannel

@maffchannel

チャンネル登録者数 3.87万人・4938本の動画

農林水産省の公式チャンネルです。農林水産大臣記者会見の様相や農林水産省の施策に関する情報、農林水産...

maff.go.jp

チャンネル登録



みんなの食育 (子ども向け) (農林水産省)

JAや農水省、ほかの自治体で食育動画に取り組んでいるのを例にして取り組んでいくのが良いと考える

千種区 若者防災啓発

メンバー

城・水谷・村瀬

条件 & テーマ

- ・対象

千種区の大学生

- ・テーマ

「大学生に防災自助・共助の意識をもってもらおう」

課題① 防災意識の欠如



実体験の不足



関心の無さ



防災教育の遅れ

課題② 市役所の発信の効果が薄い

なぜ効果が薄いのか？

- 知る手段を知らない
→ 市のSNSやHP、掲示板を見ない
- 知る気が無い
→ 学生は災害情報に興味がない

我々の提案

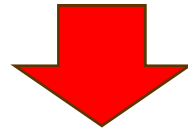
地域貢献サークルとの協力

大学生に参加を義務付ける

防災ブック・HPを改善する

1. 地域貢献サークルとの協力

- ・大学の消防サークルや地域貢献サークルなどと協力し、これらのサークルに災害が起きた時の行動や災害への備えをイベントや学園祭で伝えてもらう。



同じ学生が学校で活動することで
興味がない学生も災害に興味をもってもらう。

2. 大学生に参加を義務付ける



①部活やサークルの活動要件
に防災活動を組みこむ



防災イベントの参加を
待っているのは限界がある



ある程度強制力を持たせて
参加率、意欲の向上

出典: <http://town.ohi.fukui.jp/1002/1006/301/p18683.html>

2. 大学生に参加を義務付ける



②防災に関する授業や体験を
継続的に行う



受動的な活動ではなく能動的
な活動を中心に展開



単発ではなく継続的に行ってい
くことが重要

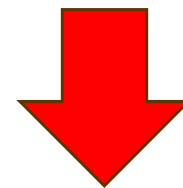
出展 : <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000003007.000003860.html>

大学生の防災活動の具体例

- 避難所運営訓練への参加
- 大学での避難所設営
- 通学途中で被災した場合の避難方法を検討



・避難所運営訓練への
参加



運営には大学生の力が
必要になる

出展: https://www.at-s.com/news/images/n123/1228237/IP230420TAN000050000_O.jpg



・大学での避難所設営



通学している大学の
避難設営

出展: <https://www.city.soka.saitama.jp/cont/s1004/010/103/dokkyou.jpg>

大学生の防災参加を通じて

- ・大学生の自助を確立して共助につなげる
 - 共助に参加するために自分の身を守る ⇒ 自助
 - 自らの安全を確保して避難所設営に参加 ⇒ 共助
- ・「自分が被災したらどうなるか」を考える
 - 自分の防災を考え防災意識の向上を図る

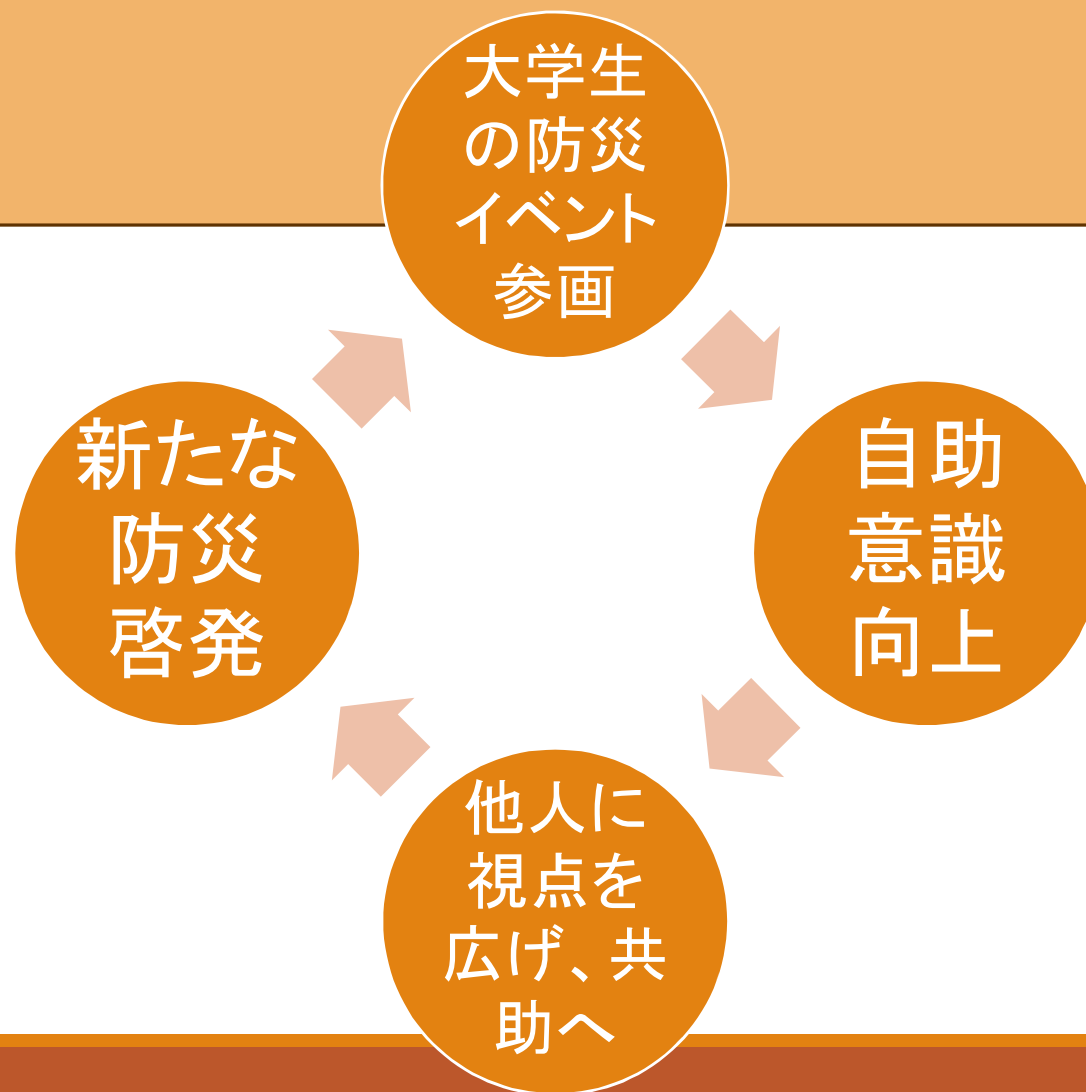
3 防災ブックやHPを見やすくする

- 高齢者から防災ブックが読みにくいという意見がある。また、読む量が多いと読む人がいない

→ 読みやすくする工夫や動画を作成する

→ 市民が本当に知りたいことを書く

結論



ご清聴、ありがとうございました