

—みんなで育む みどり豊かな美しい街 横浜—

横浜みどりアップ計画の評価・提案

骨子案

横浜みどりアップ計画市民推進会議 2020 年度報告書

横浜みどりアップ計画市民推進会議

2021 年 ○月

目 次

1	はじめに	1
2	横浜みどリアップ計画と市民推進会議	2
	(1) 横浜みどリアップ計画	
	(2) 横浜みどリアップ計画市民推進会議	
3	市民推進会議 2020 年度の活動実績	5
	(1) 2020 年度の活動の概要	
	(2) 活動の詳細内容	
	①市民推進会議（全体会議）	
	②施策別専門部会	
	③広報・見える化部会	
	④調査部会（現地調査）	
4	施策ごとの評価・提案	14
	◆計画の体系	
	◆各計画の柱のハイライト	
	◆評価・提案の概要	
	(1) 計画の柱 1 市民とともに次世代につなぐ森を育む	19
	施策 1 樹林地の確実な保全の推進	
	施策 2 良好な森を育成する取組の推進	
	施策 3 森と市民とをつなげる取組の推進	
	(2) 計画の柱 2 市民が身近に農を感じる場をつくる	28
	施策 1 農に親しむ取組の推進	
	施策 2 地産地消の推進	
	(3) 計画の柱 3 市民が実感できる緑や花をつくる	37
	施策 1 市民が実感できる緑をつくり、育む取組の推進	
	施策 2 緑や花に親しむ取組の推進	
	(4) 効果的な広報の展開	45
	市民の理解を広げる広報の展開	
5	市民推進会議委員名簿	50
6	市民推進会議委員からのコメント	53
7	市民推進会議広報誌「Yokohama みどリアップ Action」(2020 年度発行分) ...	54

(イ) 「計画の柱2 市民が身近に農を感じる場をつくる」について
第13回「農を感じる」施策を検討する部会(2020年10月14日)

- ・「農を感じる」施策の評価・提案について



(ウ) 「計画の柱3 市民が実感できる緑や花をつくる」について
第13回「緑をつくる」施策を検討する部会(2020年10月20日)

- ・部会長の選任について
- ・「緑をつくる」施策の評価・提案について



③ 広報・見える化部会

2014年度からは「広報部会」、「見える化部会」を合わせ、「広報・見える化部会」を設置しているため、施策別専門部会としてみどりアップ計画の広報について評価・提案を行うとともに、みどりアップ計画やみどり税についての情報提供のあり方の検討や広報誌の編集を行っています。

広報誌「YokohamaみどりアップAction」では、みどりアップ計画の取組が進んでいる現場を取材した上で、緑の魅力をいかに伝え、「行ってみよう」「見つけてみよう」と思えるような内容とするために毎号議論を重ね、市民目線の現場レポートを作り上げています。2020年度は第3～4号を発行しました。駅及び主要な公共施設のPRボックスや、各区役所・土木事務所・公園緑地事務所等の公共施設で配布するとともに、市のホームページでも公開しています。

第45回広報・見える化部会(2020年9月2日)

- ・「効果的な広報の展開」事業の評価・提案について
- ・みどりアップ Action 第3号、第4号について
- ・見える化企画案について



みどりアップ Action 第3号取材(2020年9月16日)

- ・テーマ：オープンガーデン（港北区 園芸ボランティアみらい）

第46回広報・見える化部会(2020年11月18日)

- ・みどリアップ Action 第3号原稿案について
- ・みどリアップ Action 第4号記事内容について



みどリアップ Action 第4号取材(2020年11月18日)

- ・テーマ：市民の森（緑区 長津田宿(ながつたしゆく)市民の森)

2020年度に発行した「Yokohama みどリアップ Action」

○ YokohamaみどリアップAction 第3号

《発行月》 2021年2月

《発行部数》 21,000部

《テーマ》 オープンガーデン

(港北区 園芸ボランティアみらい)



「緑」と「花」でつながる仲間の絆！

「新吉田地域ケアプラザ」で18年もの長い年月に渡り活動を続けてきた「園芸ボランティアみらい」の皆さん。花のお手入れを通じて大人の仲間づくりを楽しむ、そんな皆さんの笑顔溢れる素敵なお庭に訪れてみませんか。

《委員コメント》

〇〇

○ YokohamaみどリアップAction 第4号

《発行月》 2021年3月

《発行部数》 21,000部

《テーマ》 市民の森

(緑区 ながつたしゆく 長津田宿 市民の森)



「市民の森」、聞いたことはありますか？

どこかで聞いたことがあるような、ないような。今号では市民の森を簡単・コンパクトにご紹介します。Action4号を片手に、森の楽しみ方を見つけに行ってみませんか？

《委員コメント》

〇〇

※報告書末尾に「Yokohama みどリアップ Action」を添付しています。

4 施策ごとの評価・提案

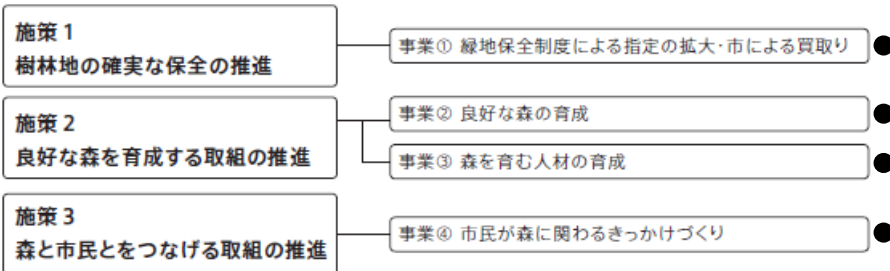
市民推進会議では、みどりアップ計画の「市民とともに次世代につなぐ森を育む(「森を育む」)」、「市民が身近に農を感じる場をつくる(「農を感じる」)」、「市民が実感できる緑や花をつくる(「緑をつくる」)」の施策と、みどりアップ計画を市民の皆さまに周知するための「広報・PR」について、現地調査で市民や活動団体などからいただいた意見等を踏まえて、評価・提案を行いました。

なお、みどりアップ計画で進めている事業・取組には、横浜みどり税の導入時に定めた用途に沿って横浜みどり税を充当している事業・取組と、横浜みどり税を充当せずに進めている事業・取組がありますが、市民推進会議では市民の皆さまが負担している横浜みどり税を充当している事業・取組を中心に評価・提案を行いました。

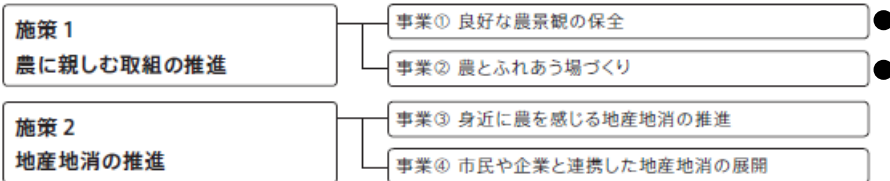
◆計画の体系

●：横浜みどり税を充当している事業・取組

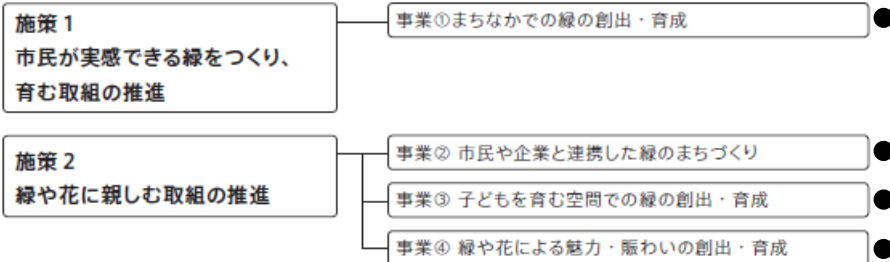
計画の柱1 市民とともに次世代につなぐ森を育む



計画の柱2 市民が身近に農を感じる場をつくる



計画の柱3 市民が実感できる緑や花をつくる



効果的な広報の展開

事業① 市民の理解を広げる広報の展開

◆評価・提案の概要(たたき)

「計画の柱1:市民とともに次世代につなぐ森を育む」については、…

「計画の柱2:市民が身近に農を感じる場をつくる」については、…

「計画の柱3:市民が実感できる緑や花をつくる」については、…

「効果的な広報の展開」については、市庁舎アトリウムのPR動画や市営地下鉄車内での動画広告による映像を活用した取組が推進されたことを評価します。

新型コロナウイルスによるイベント中止により、PRの機会が縮小されたものの、広報よこはまへの取組実績掲載や実績リーフレット作成といった取組により、市民に広くみどりアップ計画を周知・広報したことを評価します。引き続き市民の皆さんの理解を深める広報が推進されることを期待します。

(4)効果的な広報の展開

事業① 市民の理解を広げる広報の展開

●事業概要(計画書から抜粋)

取組の内容や実績について、より多くの市民・事業者理解されるとともに、緑を楽しみ、緑に関わる活動に参加していただけるよう、戦略的な広報を展開します。

●実績

2020 年度	
目標	実績
広報よこはま等の広報紙への記事掲載	市版:3件(9月号、11月号、3月号) 区版:11件(中区版5・6月号、旭区版5月号、磯子区版5月号、緑区版5・6・1月号、栄区版2月号、泉区版4月号、瀬谷区版4・5月号)
実績リーフレット作成、自治会・町内会への説明や回覧	・市連会、区連会での実績報告(10月) ・実績リーフレット等の単位自治会・町内会長配布(10月) ・実績リーフレット等の区役所やPRボックスでの配架(10月)
広告、動画等の各種メディアを活用したPR	・交通広告の掲載:1件(10月) ・公用車等でマグネットシートによるPR ・横浜市営地下鉄「YS-VISION」放映(3月) ・横浜市役所アトリウム及び市庁舎デジタルサイネージ動画放映 ・YouTube 動画掲載:2件
ホームページの充実	・実績報告書の掲載(10月)
メールマガジンやソーシャルメディア等による情報発信	・「横浜みどりアップ計画メールマガジン」の発行(毎月) ・twitterの発信(横浜環境情報 @yokohama_kankyo)
緑に関するイベントでのPR	・秋の里山ガーデンフェスタ(9~10月) ・農と緑の感謝デー(11月) ・春の里山ガーデンフェスタ(3月) など
取組に基づいて実施したことを示す現地表示(プレート)	・事業実施場所での現地表示(特別緑地保全地区、ガーデンネックレス横浜、市民の森案内板、各区での取組、工事現場等)

※市民推進会議による広報企画としては、広報誌「Yokohama みどりアップ Action」を2号編集・発行。(詳細は P.7「③広報・見える化部会」参照)



広報よこはまへの取組実績の記事掲載
(市版 11月号)



PR動画を活用した広報
(横浜市役所アトリウム)



市営地下鉄車内での動画広告



緑に関するイベントでのPR
(環境活動支援センター)



線路沿いでの現地表示看板の設置
(保土ケ谷区権太坂)

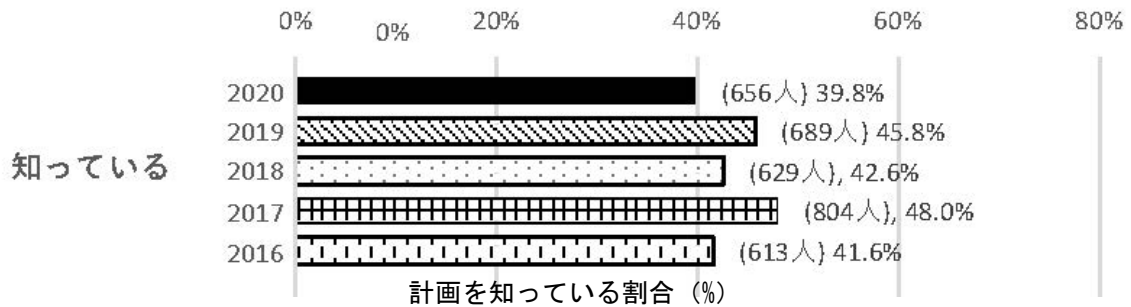


ガーデンネックレス横浜での現地表示
(みなとエリアの花壇)

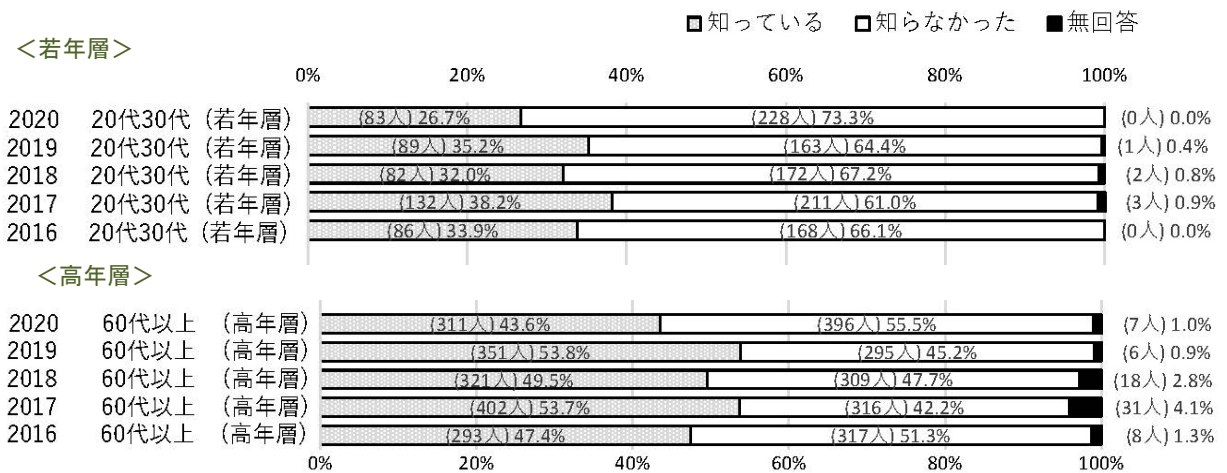
Q.「横浜みどりアップ計画」をご存知ですか？

計画を知っている割合は4割台で推移。

2020年度は、39.8%が知っていると回答



計画を知っている割合は、高年層で高く、若年層で低い傾向が続いている。



※「知っている」は、「取り組み内容を知っている」、「あることを知っている」、「名称を見たことや聞いたことがある」の計

『「横浜みどりアップ計画」や「横浜みどり税」の広報に関する調査』等の調査結果より

市担当者からのコメント(環境創造局みどりアップ推進課)

- みどりアップ計画の実績については、リーフレットを作成し市連会・区連会での説明を行うほか、広報よこはま市版に記事掲載を行い広く市民へ実績が伝わるよう努めました。
- また、2020年度にオープンした新市庁舎の玄関口「アトリウム」で、緑や花が美しく育っているイメージ動画を大型ビジョンで放映したほか、庁舎内のデジタルサイネージ、電車内広告でも放映を行い、みどりアップの取組成果をPRしました。
- 新型コロナウイルス対策によりイベントが中止されるなどPR機会が縮小となりましたが、一方、身近な花や緑が見直され、市民の森や公園が多くの方に利用されました。この機をとらえ、みどりアップ計画の取組がより多くの方の目に留まるよう、現地表示やホームページ、動画PRなどを強化し、より充実した広報を進めていきたいです。

◆施策についての評価・提案(たたき)

- コロナ禍において、身近な緑の必要性が再認識されており、みどりアップ計画の取組をより多くの市民に理解してもらうことが重要となっています。そのため、様々な広報媒体を活用した広報発信の役割はさらに進めていく必要があります。
- 広報よこはまは、多くの市民が行政の情報を入手するツールとして利用している広報媒体であるため、定期的な記事掲載等は効果的と考えます。また、実績リーフレットは自治会町内会を通じた身近な広報となっており、ともに継続的な取組を進めてください。
- 新しい市庁舎アトリウムでのPR上映や電車内での広告は多くの市民の目に留まることが期待できます。映像による広報は子どもにも興味を持ってもらえるとともに、若い世代にも直感的に成果を伝えられる効果があります。
- 若年層の認知が低くなっており、日常生活でみどりアップ計画を知る機会が増えれば認知も上昇すると考えられます。
- 事業実施場所での現地表示看板は、計画の成果を直接的に実感できる広報であり大変重要です。特に、線路沿いに設置された現地表示看板は周辺市民だけでなく、乗車客へのアピールにもつながり、効果的な広報となっています。引き続き積極的に取り組むことを期待します。
- 市民の皆さんの理解を深めるために、広報は継続した取組が重要です。現在の取組を継続するだけでなく、効果的な広報方法・手段を検討するとともに様々な機会をとらえた途切れのない広報への工夫を積み重ねるよう努めてください。特に新型コロナウイルスの影響によりイベントの開催が難しいため、この状況に適した、広報ツールや情報発信を進めることは重要です。

広報・見える化部会 部会長コメント

〇〇。

高田 房枝



6 市民推進会議委員からのコメント

市民推進会議の委員を務めてきた中で感じたことや、生活の中で、緑について日ごろ各委員が感じたことについて、部会長以外の委員の皆さまからもコメントをいただきました。