

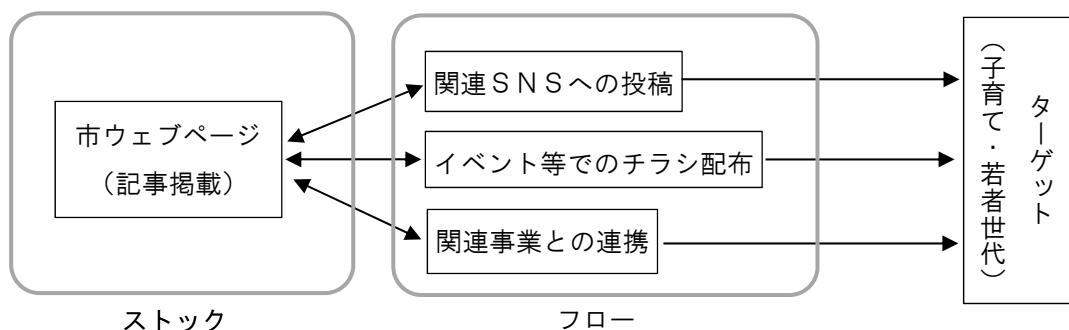
市民目線での情報提供のあり方について

1. 前回の振り返り

- 広報・見える化部会の役割は、市民の方が抱いている横浜みどりアップ計画や横浜みどり税に関する認識と実際とのギャップを、情報を伝えることで埋めていくこと
- 情報提供を通じて、横浜みどりアップ計画や横浜みどり税への認知・理解を深めて、取組に参加していただくことを促す
- ターゲットは、「子育て世代」「若者世代」とする
- 横浜みどりアップ計画の取組を取材し、記事にしてウェブページに掲載する
- 記事をウェブページに掲載して終わるのではなく、情報の流通方法について検討する必要がある

2. 情報提供の全体像

記事を掲載するウェブページは、情報をストックする場とし、情報を届けるためのフロー部分として、横浜みどりアップ計画以外の市事業（学校関連等）を含めた関連媒体・事業との連携を行う



3. 企画案

(1) 子育て世代向けの情報提供

<情報の流通方法>

- 子育て世代向けに作られたプッシュ型のSNS・紙媒体による流通手法を活用しながら発信する
- 広報・見える化部会でウェブページを紹介するチラシを作成し、イベント等で配布する

<発信回数>

- 初年度となる2025（R7）年度は、取材2回と調査部会の計3回
- 2026（R8）年度以降の発信回数については、状況に応じて増やす

＜発信のタイミング＞

- ・ ウェブページ、YOKOHAMA GO GREENへの記事掲載は随時更新
- ・ 情報の流通については、記事をもとに所管部署と調整し、効果的なタイミングを検討

＜取材項目(案)＞

- ・ 市民の森を歩いてみよう（森）
- ・ 森のイベントに参加してみよう（森）
- ・ 収穫体験に行ってみよう（農）
- ・ 横浜産の農畜産物を味わおう（農）
- ・ 近くで行われている緑や花のイベントに参加してみよう（緑）
- ・ お祝いの記念に！人生記念樹をおうちで植えてみよう
- ・ 都心臨海部を彩るバラを見に行ってみよう（緑）

＜チラシの作成＞

- ・ 作成したウェブページの情報を流通させる手段の一つとしてチラシを作成
- ・ 「A4」「A5」「ポストカード」いずれか1枚両面刷り程度を想定
- ・ 本年度中の作成を目指す（横浜みどりアップ計画[2024-2028]期間中の活用を想定）

（2）若者世代向けの情報提供

＜情報の流通方法＞

- ・ 若者向けには、市事業においてSNSによるプッシュ型の流通手法がない
- ・ すでに活動している若者向けのイベント等を通して参加者からの拡散を期待する

＜進め方＞

- ・ 若者とのワークショップを企画する
- ・ ワークショップに向け、横浜みどりアップ計画で取り組んでいる「よこはま森の楽校」で活動している大学への取材・ヒアリングを実施
- ・ 2025(R7)年度に取材・ヒアリング、2026(R8)年度にワークショップの開催する

（3）2つの企画案の進め方

- ・ 6名の市民委員がチームに分かれて作業する
- ・ 「子育て世代向け」を4名、「若者向け」を2名とする

4. 令和7年度 スケジュール案

