

(1) 「コミュニケーション戦略」の策定と 「全国的な誘致推進組織」の設立

- ・2027年の国際園芸博覧会を国内外で盛り上げるため、①広報PR、②機運醸成、③市民協働を柱とした「コミュニケーション戦略」を策定
- ・また、全国的な機運醸成とともに、博覧会の開催組織となる「博覧会協会（仮称）」の設立準備等を行う「全国的な誘致推進組織」を設立予定



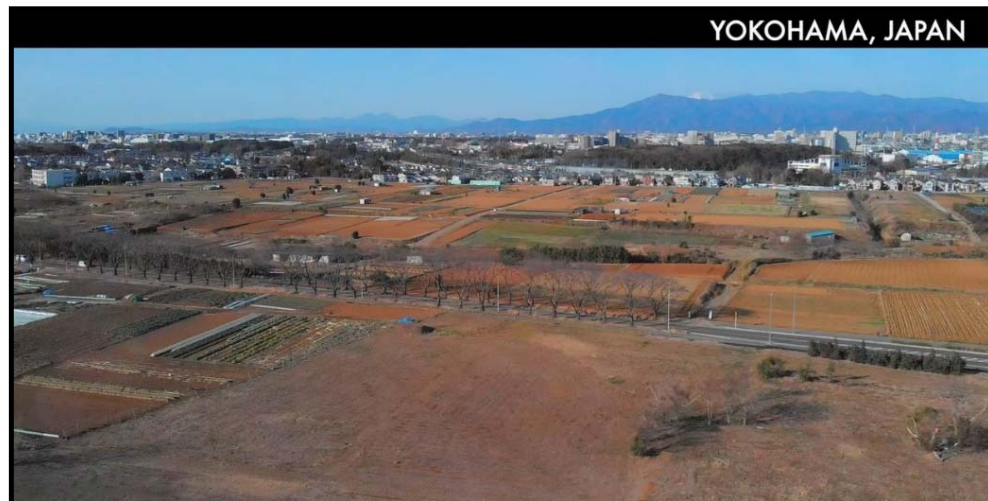
3 (1) コミュニケーション戦略

- 博覧会開催に向けた広報PR・機運醸成だけでなく、閉会後も博覧会のテーマ「幸せを創る明日の風景」の理念やレガシーを次世代に継承
- 「コミュニケーション戦略」の柱は、
 - ① 広報PR、
 - ② 機運醸成、
 - ③ 市民協働



3 (1) コミュニケーション戦略 ① 広報PR (国内)

- これまで、平成31年3月に策定した広報戦略に基づき、広報PRの事業を実施。地元の広報に重点を置き、映像・チラシ等の広報ツールでPR
- 今後、**全国的な広報に重点**を置き、全国の市民・事業者の関心を高める。また、博覧会協会（仮称）設立後は、シンボルマークやマスコット、テーマソング等を**市民・企業等の参加型で制作**することを検討。**SNSや国内外のインフルエンサー等を活用した情報発信・拡散を図る**



映像「横浜市の国際園芸博覧会の招致」



チラシ等の広報ツールでPR

3 (1) コミュニケーション戦略 ① 広報PR (国外)

- これまで、北京国際園芸博覧会の日本国政府出展内やジャパNDER、横浜で開催された第7回アフリカ開発会議等で招致をPR (2019)
- 今後、**横浜市の姉妹・友好・パートナー都市等と連携し、参加招請につなげる。**
また、アフリカは重要なパートナーであり、駐日アフリカ大使館 (38か国) とのネットワーク等、**過去3回のTICAD開催都市**として築いた**アフリカ各国とのこれまでの絆**を活かし、アフリカ各国等が参加したくなる機運の醸成を検討し、参加招請につなげる



AIPH総会 (2019.9)



北京国際園芸博覧会でのPR (2019.9)



第7回アフリカ開発会議 (2019.8)

3 (1) コミュニケーション戦略 ②機運醸成

- これまで、地元の行政機関、経済界等による協議会を設立。地元が協力して誘致活動を実施。旭区の里山ガーデンフェスタでフォトスポットを出展（2019）
- 今後、**全国的な誘致推進組織を設立**し、全国的な機運を醸成。
 - ・国内外の市民・NPO・事業者・大学等、**多くのステークホルダーと双方向でコミュニケーション**し、主体的で多様な関わり方を創出
 - ・数年前から、**市民協働型のイベントを実施**
 - ・**大阪・関西万博と連携**しつつ、異なる魅力を発信し、日本全体で相乗効果を生む



横浜誘致推進協議会 設立総会（2019.5）



里山ガーデンフェスタでフォトスポット出展（2019.9-10）

3 (1) コミュニケーション戦略 ③市民協働

- 横浜市は「**市民協働**」の先進自治体。平成11年に協働の6原則（横浜コード）を定め、平成12年に市民活動推進条例を制定、平成24年には市民協働条例に全部改正（事例：全18区に地域子育て支援拠点を設置。公園愛護会は市内で約2,480団体が活動）
- 平成20年に「**共創**」の取組を開始し、民間企業等との公民連携を推進。民間提案窓口である共創フロントを通じ、これまで350以上の事業を実現（事例：イベント「ピカチュウ大量発生チュウ！」）また、民間との包括連携協定や、広告・ネーミングライツ事業、PFI事業等を実施
- 横浜市には、**基礎自治体として市民協働・共創の精神が根付いている**。市民・企業等との協働による多様なワークショップを開催。様々なステークホルダーが出合って化学反応を起こし、様々な提案や盛り上がり生まれるなど、**市民力・企業力を活かした博覧会**を実現。



NPOと区役所の協働契約に基づき実施している
港北区地域子育て支援拠点「どろっぴ」



公園愛護会の
子ども達による花壇づくり



横浜のロゴマークを生んだ「イマジン・
ヨコハマ」の国内最大級のワールドカフェ

3 (1) コミュニケーション戦略 ③市民協働

- 2017年に600万人以上をお迎えした「**全国都市緑化よこはまフェア**」を継承する取組として、「**ガーデンネックレス横浜**」を市民とともに毎年開催。
- 横浜市には、**国際園芸博覧会を成功させるための市民の経験、機運、ネットワーク力**などのポテンシャルがあり、**ガーデンネックレス横浜の取組を更に発展**させ、博覧会の盛り上がりにつなげる
 - ・ 山下公園等の臨海部エリアや、里山ガーデンに加え、全18区で花・緑に親しむ取組を実施
 - ・ よこはま花と緑のスプリングフェア（山下公園）でのブース出展
 - ・ 日本フラワー&ガーデンショウ（6万人）、ばらフェスタ（1万2千人）でのブース出展
 - ・ ガーデンツーリズム構成庭園、全18区の取組（オープンガーデン、駅前緑化等）でのPR など

ガーデンネックレス
横浜2019チラシ
マスコットキャラクター
「ガーデンベア」

【市民力を活かした取組案】

- ～**球根ミックス花壇づくり**～ 公園愛護会の活動として球根ミックス花壇づくりを支援し、全市展開を推進。園芸博開会まで多くの市民による花壇づくりにつなげる。
- ～**種団子による花壇づくり**～ 子ども達が種、土、肥料等を団子にして蒔いて花壇に育成し、見守る活動を継続し、例えば園芸博で小学校代表校が取組を展示する。
- ～**防災花壇づくり**～ 公園での菜園作りや収穫祭イベントと炊き出し訓練等を通じ、地域コミュニティの醸成と災害時の自助共助につなげる。



3 (1) コミュニケーション戦略 ③市民協働

- 会場の旧上瀬谷通信施設内で**市民協働によるプレイベント**を数年前から開催し機運を醸成
 - ・ 瀬谷区最大のイベントである「瀬谷フェスティバル」・花と緑に関連した市民イベント
 - ・ 花や苗木を市民協働で育て、会場内に植栽など
- 横浜市の進める**文化芸術イベントと連携**し、数年前から花や緑をテーマにした音楽やダンス等のコンテストを開催
- 周辺の**商店街や自治体のイベント等**との連携
- **国の花や緑に関係するイベント**（緑の感謝祭等）との連携
- **東京2020オリンピック・パラリンピック**の関連イベント（ライブサイト等）との連携



球根ミックス花壇づくり



瀬谷フェスティバル (2019.10)