

—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4か年の評価・提案 案

横浜みどりアップ計画市民推進会議 2022 年度報告書

横浜みどりアップ計画市民推進会議

2023 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	市民推進会議の活動実績	5
	(1) 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	横浜みどリアップ計画 4か年の評価・提案	16
	◆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	22
	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	32
	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	42
	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	50
	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	56
6	市民推進会議委員からのコメント	59
7	市民推進会議広報誌「Yokohama みどリアップ Action」、 「森づくり体験会」の案内チラシ	●

4 施策ごとの評価・提案

市民推進会議では、横浜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、横浜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、現地調査で活動団体などからいただいた意見も踏まえて、評価・提案を行いました。

なお、横浜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



◆各計画の柱のハイライト

2022年度の実施状況について、これまでの実施状況とあわせて振り返ります。

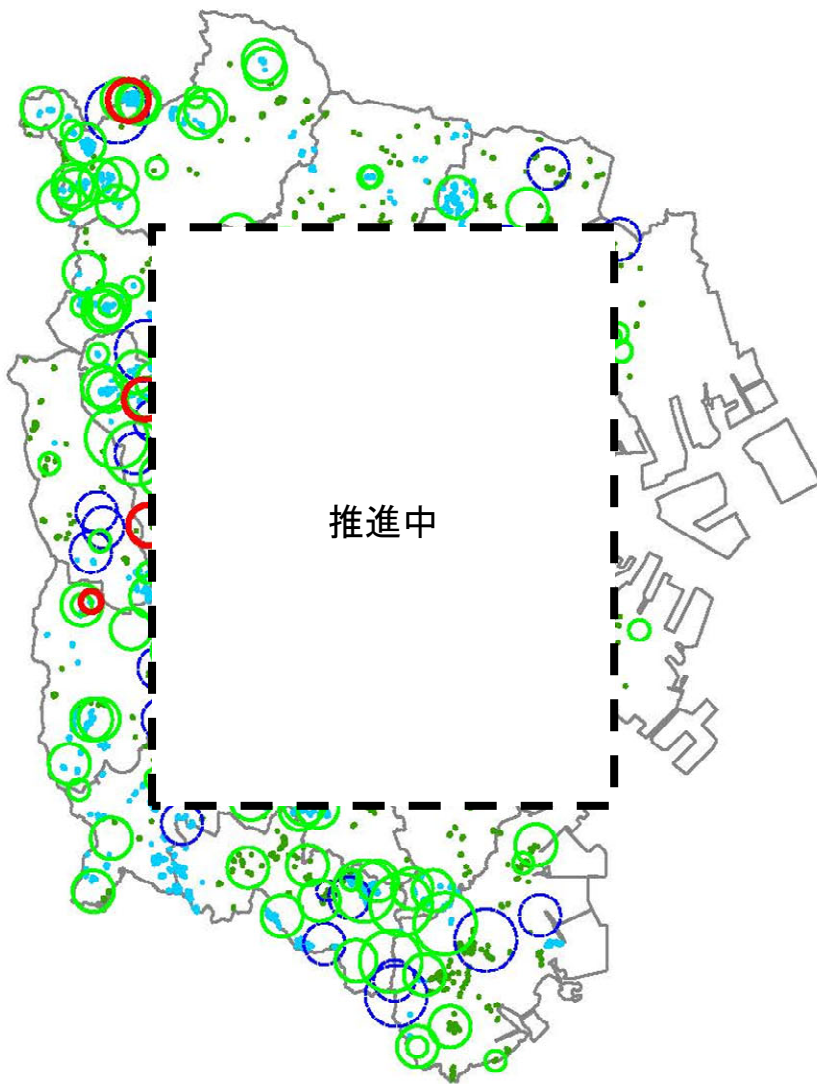


計画の柱1 市民とともに次世代につなぐ森を育む

緑地保全制度による指定の拡大が進んでいます

特別緑地保全地区などの緑地保全制度による指定は、緑のネットワークの核となるまとまりのある樹林地を中心に土地所有者へ働きかけを行い、2009年度から2021年度の13年間で約〇〇〇ha、2022年度は〇〇〇ha指定されました。

<緑地保全制度による指定の状況>



<凡例>

都市緑地法、首都圏近郊緑地保全法に基づく指定地区 (特別緑地保全地区・近郊緑地特別保全地区)			
■ 2008年度以前指定地区			
○ (1ha)	○ (1ha以上 10ha未満)	○ (10ha以上)	
■ 2009～2020年度指定地区			
○ (1ha)	○ (1ha以上 10ha未満)	○ (10ha以上)	みどりアップ 期間中の指定
■ 2021年度指定地区			
○ (1ha)	○ (1ha以上 10ha未満)	○ (10ha以上)	本報告書で 評価対象と なる実績
市の条例に基づく指定地区			
●	緑地保存地区 (市街化区域の身近な樹林地を保全する制度)		
●	源流の森保存地区 (市街化調整区域の良好な樹林地を保全する制度)		

2023年3月末現在



計画の柱2 市民が身近に農を感じる場をつくる

農園の開設が進んでいます

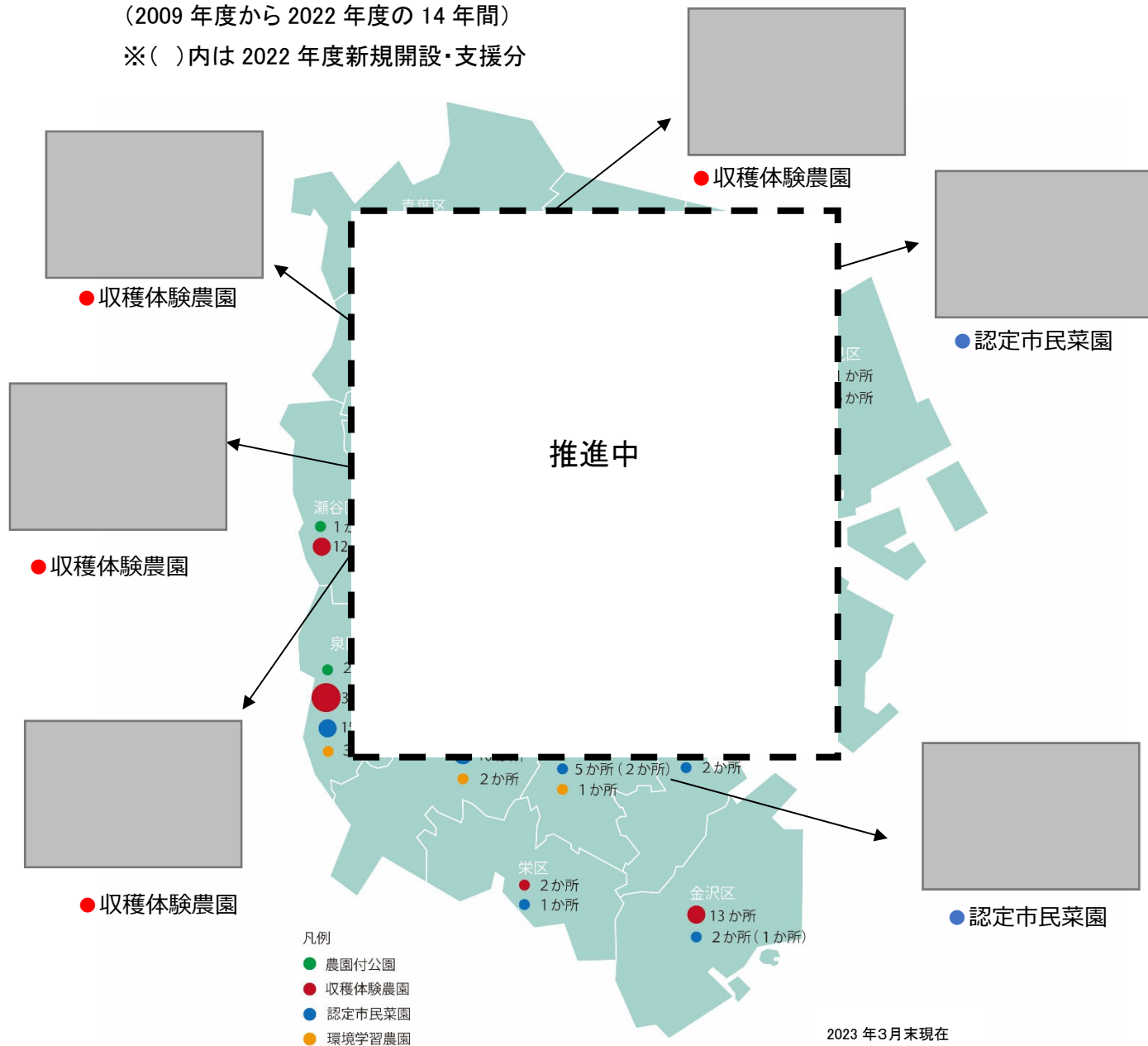
野菜の収穫や果実のもぎとりなどを気軽に体験できる収穫体験農園、区画割りされた農園で本格的な農作業が出来る認定市民菜園や農園付公園など、様々な市民ニーズに合わせた農園の開設が進んでいます。



<農園の開設状況>

(2009年度から2022年度の14年間)

※()内は2022年度新規開設・支援分





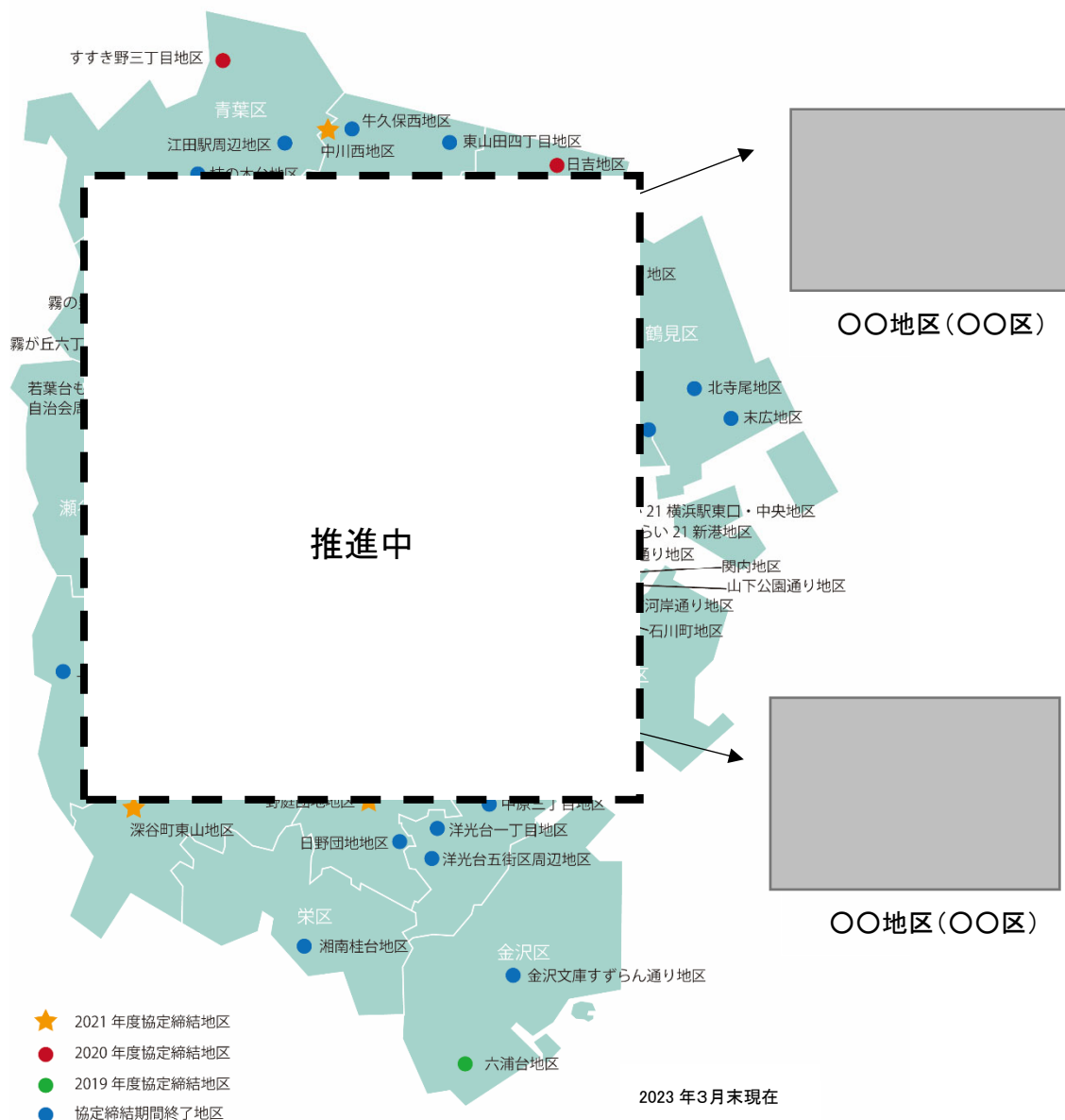
計画の柱3 市民が実感できる緑や花をつくる

緑のまちづくりが進んでいます

市内各地で様々な緑をつくる自主的な活動が行われ、2009 年度から 2021 年度の 13 年間で市内 62 地区において、魅力ある緑のまちづくりが進んでおり、2022 年度は新たに5地区で緑化の取組が進みました。



<地域緑のまちづくり実施地区一覧>



※横浜みどりアップ計画の詳細な実績については、「4か年(2019 年度～2022 年度)の事業・取組の評価・検証」をご覧ください。

https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/machizukuri-kankyo/midori-koen/midoriup/jigyou_houkoku.html

◆評価・提案の概要

「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、〇〇〇〇

「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、〇〇〇〇

「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、〇〇〇〇

「効果的な広報の展開」については、広報よこはまへの記事掲載や子ども向けの広報紙など、市民に情報を届けるための様々なツールを活用した広報を継続してください。

Twitter による情報発信の回数も多く、話題も多種多様であり、繰り返し広報することが効果的と考えますので、引き続き取り組むことを期待します。

若年層が認知しやすい広報ツールを活用するなど、様々な年代にあわせた広報の取組に期待します。

みどりアップ計画の広報の事例や実績は積みあがってきています。今後は、国際園芸博覧会関連イベントなどを利用し、市内外に向けた広報も検討してください。

(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・事業者に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

目標	2022年11月末実績	4か年実績
広報よこはま等の広報紙への記事掲載	<ul style="list-style-type: none"> ・市版:2件(6月、10月号) ・区版:1件(緑区版8月号) ・こどもタウンニュース(11月号) ・リビング横浜(10月28日号) 	<ul style="list-style-type: none"> ・市版:のべ12件 ・区版:のべ27件 ・その他広報紙:のべ11件
実績リーフレット作成、自治会・町内会への説明や回覧	<ul style="list-style-type: none"> ・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) 	<ul style="list-style-type: none"> ・市連会、区連会での実績報告 ・町内会等での回覧 ・実績リーフレット等の単位自治会・町内会長配布 ・実績リーフレット等の区役所やPRボックスでの配架
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	<ul style="list-style-type: none"> ・「横浜みどりアップ計画メールマガジン」の発行(毎月) ・ツイッターの発信(横浜 GO GREEN @yokohama_kankyo で「#みんなでみどりアップ」を使用した投稿 のべ 256 回(2022年11月末時点) ・市公式 LINE アカウントを活用した広報(リッチメッセージの投稿) ・イベント会場での Twitter フォローキャンペーンの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・「横浜みどりアップ計画メールマガジン」の発行 ・ツイッターの発信(横浜 GO GREEN @yokohama_kankyo) ・市公式 LINE アカウントを活用した広報 ・イベント会場での Twitter フォローキャンペーンの実施
広告、動画等の各種メディアを活用したPR	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜市役所アトリウム及び18区役所等で動画放映 ・交通広告の動画放映(6~7月、10月~12月)(JR 横浜線、市営地下鉄(ブルーライン・グリーンライン)、市営バス(3営業所)) ・YouTube 動画配信 ・市営バス・公用車等への PR 用ステッカーの貼付掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜市役所アトリウム及び横浜市役所デジタルサイネージ動画放映 ・18区役所で動画放映 ・交通広告の掲載(市営地下鉄ブルーライン・グリーンライン・JR 横浜線・市営バス3営業所、京浜急行電鉄、東急東横線、相鉄線、みなとみらい線) ・YouTube 動画配信 ・地域情報 web への記事掲載

	<ul style="list-style-type: none"> ・日産スタジアムへの PR 看板の掲出 ・横断幕の掲出(動物園、水再生センター、ウェルカムセンター等) 	<ul style="list-style-type: none"> ・市営バス・公用車等への PR 用ステッカーの貼付掲載 ・日産スタジアムへの PR 看板の掲出 ・横断幕の掲出(動物園、水再生センター、ウェルカムセンター等)
ホームページの充実	<ul style="list-style-type: none"> ・制度やイベントの募集案内(毎月) ・実績報告書掲載(10月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・市ホームページの更新(実績報告書、計画関連動画の掲載等)
緑に関するイベントでのPR	<ul style="list-style-type: none"> ・スプリングフェア(3~4月) ・春の里山ガーデンフェスタ(3~5月) ・秋の里山ガーデン(9~10月) ・農と緑のふれあい祭り(11月) 	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントブース出展:15件
取組に基づいて実施したことを示す現地表示(プレート)	<ul style="list-style-type: none"> ・みどリアップ計画実施箇所への現地表示版の設置を推進 ・工事看板への表示 ・市民・ふれあいの樹林の案内板へのPRロゴの掲示 	<ul style="list-style-type: none"> ・約1,300枚の公園花壇への現地表示プレートの設置 ・みどリアップ計画実施箇所への現地表示版の設置を推進 ・工事看板への表示 ・市民・ふれあいの樹林の案内板へのPRロゴの掲示

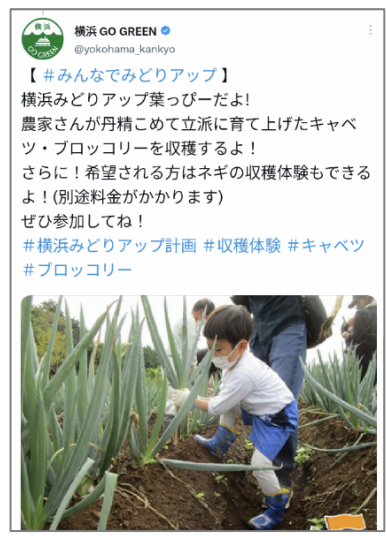
※市民推進会議による広報企画としては、広報誌「Yokohama みどリアップ Action」第7号、第8号及び「森づくり体験会」の案内チラシを発行(詳細は●頁「③広報・見える化部会」参照)



広報よこはまへの取組実績の記事掲載
(市版 10月号)



こどもタウンニュース
(令和4年 11月発行)



Twitter の発信 (#みんなのみどりアップ) のべ 256 回/令和4年 11 月末時点



イベントでの Twitter フォロークャンペーン



LINE を使用した広報(リッチメッセージ)



苗木の配布
(秋の里山ガーデン・令和4年 10月)



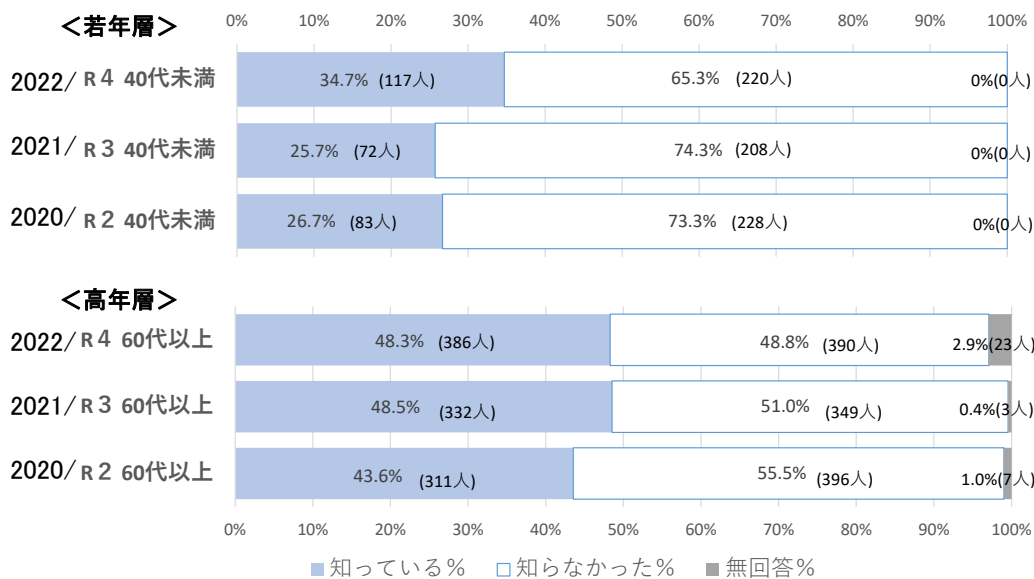
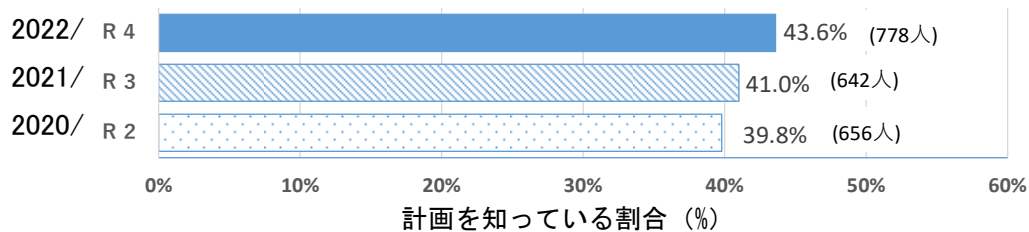
農と緑のふれあい祭り(令和4年 11月)

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40%前後で推移。

令和4年度は、43.6%が知っていると回答

あなたは「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、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、「取組内容を知っている」、「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

「横浜の緑に関する市民意識調査」の調査結果及び「令和3年度横浜みどりアップ計画認知度調査」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)

- 全戸配布される広報よこはま市版の1面にみどりアップをイメージする写真掲載とあわせ、実績や取組を紹介し、広く市民へ横浜みどりアップ計画の成果が伝わるよう努めるとともに、リーフレットを作成し、自治会・町内会の配布や説明を行いました。
- 令和4年5月から環境創造局の公式Twitterアカウント「横浜 GO GREEN」にてマスコットキャラクター「横浜みどりアップ葉っぱー」が、みどりアップのイベントや取組を紹介するTwitterの投稿を開始し、256件の投稿(11月末時点)をしたほか、横浜市の公式LINEアカウントでのメッセージの投稿やイベント会場でのTwitterフォローキャンペーンを行い、SNSによる発信やPRの強化を行いました。
- 緑に関するイベントへブースを出展し、苗木の配布や「横浜みどりアップ葉っぱー」の着ぐるみとの写真撮影会を行うなど、横浜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、多様な手法による広報を進めています。
今後は、取組への理解が広がり参加することにつながられるよう、世代に応じた効果的な広報手法による発信の強化がより必要と考えています。

◆施策についての評価・提案

- 市民の多く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よこはまへ記事掲載は、みどりアップ計画を伝えるうえで効果的です。また、紙面も写真やイラスト、マスコットキャラクターである「横浜みどりアップ葉っぱー」を使うなど、工夫が見られました。
また、子ども向けの広報紙や地域密着型情報紙など、市民に情報を届けるために様々なツールを活用した広報を継続してください。
- Twitterによる情報の発信は、多くの市民に新しい情報をすぐに伝えることができるため、広報に効果的と考えます。また、発信回数も多く、繰り返し広報することによりみどりアップ計画への理解の広がりが見込まれます。
発信内容もイベント情報以外に、公園愛護会による球根ミックス花壇や森づくり体験会など話題も多種多様です。引き続きTwitterによる情報発信の継続を期待します。
- 計画を知っている割合は前年度から伸びており、これまでの広報の成果を感じられます。認知しやすい広報ツールやイベントでの積極的な広報による効果があったと推察されます。引き続き、様々な年代にあわせた広報の取組に期待します。
- みどりアップ計画の広告が市営地下鉄やバスに掲載され、市民にも相当定着してきたと感じます。今後は2027国際園芸博覧会の開催に向けたイベントなどでみどりアップ計画の取組を広報できる機会が期待されます。これまでの取組事例や実績を市内外に向けて広報することも検討してください。

広報・見える化部会 部会長コメント

.....

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なかで感じたことや、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、委員の皆さまからもコメントをいただきました。

委員ごとにコメントをいただきます。