

Garden Necklace YOKOHAMA 2021 実施計画 (案)

事業目的

<目的>

ガーデンネックレス横浜は、「ガーデンシティ横浜※」を推進するリーディングプロジェクトとして、花や緑による美しい街並みや公園、自然豊かな里山など、横浜ならではの魅力を発信し、市民等の花や緑に対する関心を高めるとともに、横浜のブランド力向上につなげる取組です

※横浜市は、全国都市緑化よこはまフェアの成果を継承し、市民や企業等の参加により横浜らしい花・緑・農・水のある豊かな自然環境を創り上げ、まちづくりや賑わい創出、観光・MICEの取組などにより「ガーデンシティ横浜」を推進しています。

マスコットキャラクター・アンバサダー

GARDEN BEAR (ガーデンベア)



©ITOON/GN
マスコットキャラクター
「ガーデンベア」

グリーンのに満開の「天然」花アフロヘアが自慢の元気いっぱいなクマ。英語の「BEAR」には、「クマ」のほかに「花をつける／実を結ぶ」という意味があり、『GARDEN BEAR』は緑花を推進するマスコットキャラクターとして活躍します。



アンバサダー 三上真史さん

NHK Eテレの人気番組「趣味の園芸」でメインナビゲーターを務める、花を愛する園芸男子。里山ガーデン」の植栽デザインも手掛けています。

ガーデンネックレス横浜2021

■ガーデンネックレス横浜2021春・秋の開催

市内の花の見所の多い時期にガーデンネックレス横浜2021として、集中的な広報PRをおこなうとともに、花や緑に関するイベントや魅力づくりを協働により行います。

<開催概要>

- 主催 : 横浜市
- 事務局 : ガーデンネックレス横浜実行委員会
- 期間 : 春 令和3年3月27日(土)～令和3年6月6日(日) 予定
秋 令和3年9月中旬～10月中旬予定
- 会場 : 春 みなとエリア、里山ガーデンをメイン会場とする
秋 里山ガーデンをメイン会場とする

1 行催事

- ア 多様な主体と連携し「横浜ローズウィーク」を実施する。
- イ 花や緑への関心を高めるイベント・動画制作を実施する。

2 会場演出

- ア ガーデンネックレス横浜の周知、魅力向上のための仮設演出(フォトスポット等)を行う。

3 広報宣伝

- ア ポスター、チラシ等をはじめ、テレビ、ラジオ、新聞、ホームページ、SNS等、様々な媒体を活用して情報発信を行う。
- イ マスコットキャラクター「ガーデンベア」ライセンスを活用した事業を行う。
- ウ 全市・地域における花や緑に関する取組の情報発信を行う。
- エ ガーデンネックレス横浜に関する案内、問い合わせ対応を行う。

■通年での取組

- (1) 全市の花の見所を発信
- (2) 花や緑への関心を高めるための「花育」の実施

Garden Necklace YOKOHAMA 2021

●里山ガーデン



●みなとエリア



●全市での展開



Garden Necklace YOKOHAMA 2021

ガーデンネックレス横浜2021の主な取組

1. 行催事

ア. 横浜ローズウィークの開催（5月上旬～6月上旬）

市の花である「バラ」を中心としたイベントを多様な主体と連携し実施し、バラの街横浜の認知を高めるとともに、市内外からの誘客を図ります。

- ・バラ園（山下公園、港の見える丘公園）
- ・バラ等の物販
- ・バラに関する講習・講演会の実施



屋内展示



山下公園



港の見える丘公園

イ. イベント・花や緑に関する動画制作

ガーデンネックレス横浜のPR及び、市民の緑花意識を高めるため、多様な主体と連携したイベントの実施や、動画作成及び公開。

- ・花育イベントの実施
- ・家庭での花や緑に関する取組支援コンテンツ実施
- ・市内産花卉のPR ・植物の販売
- ・花や緑に関する動画制作、公開
- ・ガーデンヘアの着ぐるみによるグリーティング 等



花育イベント



市内産花卉のPR



花のあるおうち時間キャンペーン

2. 会場演出

ア. 会場演出（春）

会場が分散しているみなとエリアにおいて、会場間を花でつなぐとともに、会場の魅力を高める装飾をおこなうことで、ガーデンネックレス横浜の魅力を高めます。

フोटスポット、サクラコンテナ、ハンギングバスケット、プランター等による装飾を実施

- ・みなとみらいエリア～新港中央広場～赤レンガ倉庫
- ・横浜公園～日本大通り～象の鼻パーク
- ・山下公園～港の見える丘公園
- ・横浜駅西口、東口
- ・新横浜駅周辺

以下の写真については過去のガーデンネックレス横浜での実施事例

＊みなとみらいエリア～新港中央広場～赤レンガ倉庫



フोटスポット



サクラコンテナ



花壇

＊横浜公園～日本大通り～象の鼻パーク



フラワータワー



ハンギングバスケット



プランター

＊山下公園～港の見える丘公園



フラワータワー



ブーケ



フोटスポット

3. 広報宣伝

ア. ガーデンネックレス横浜春・秋の情報発信（春・秋）

多様な主体が係わり推進するガーデンネックレス横浜の認知度を高め、市域をこえた誘客を図るとともに、ガーデンネックレス横浜の認知度を高めます。

- ・ポスター、チラシによる広報PR
- ・メディアリリースによる情報発信
- ・交通広告
- ・HP、SNSによる情報発信



ポスター



メディアリリース



交通広告



SNSによる発信

ウ. 全市・地域における花や緑の情報発信（通年）

年間を通じた全市・地域の花の見所や花にちなんだ飲食等も含めた魅力をPRし、全市での盛り上げを図ります。

- ・飲食等と連携した魅力づくり
- ・HP、SNSによる情報発信



SNSによる情報発信



飲食との連携

イ. 「ガーデンベア」ライセンス（通年）の運用

ガーデンベアの露出を増やし、認知度を高めるとともに、ライセンス収益をガーデンネックレス横浜に活用します。

- ・事業者募集
- ・ライセンス管理



ガーデンベアを用いた商品



LINEスタンプ

エ. 案内（春）

市民からの問合せ等に対応するため、開催期間中にコールセンターを設け、花の見頃を適切に案内するとともに、会場が分散しているみなとエリアではスタッフによる案内やサインにより円滑な会場誘導をおこないます。

- ・コールセンターの設置
- ・サインの設置
- ・スタッフによる案内



サイン



案内スタッフ