

1 全国都市緑化かわさきフェアについて

(1) 目的

- フェアの将来像は、「みどりでつなげる、暮らしやすく住み続けたいまち」。
- これの実現に向けて、「みどりが持つポテンシャルを効果的に活用し、これまで培ってきた川崎の強みや各地域の特色を活かし、多様な主体がつながり重なり合うことで、行動するきっかけとしての市民総参加型のフェアとなるよう、取組を展開していきます。

(2) 幹事会

- 役割 専門的な見地からの事業の企画、調整、実施等に係る審議助言
- 構成 各分野に精通した団体・専門家から選出
- 開催状況 令和4年9月30日 第1回幹事会（会場計画、協働、共創の取組等）  
令和5年1月10日 個別ヒアリング（開催期間、会場計画等）  
1月18日 個別ヒアリング（市民総参加、広報等）  
2月27日 第2回幹事会（進捗状況の報告等）



(3) 各種事業計画の対応状況

| 事業計画        | 第1回幹事会 主な論点・意見等  | 個別ヒアリングにおける主な意見等  | 2/27時点での対応状況  |
|-------------|--|---|---|
| 基本的事項       | ●開催期間の具体的な日にちの決定<br>・花き調達や地域資源の見せ方等を考慮して検討するとよい。   | ・4月1週目は、入学式があるなど動きにくい時期。春の会期を何日か伸ばしてもいいのでは。   | ・花の栽培時期や見頃、各局区におけるイベント等の開催状況、富士見公園の再編整備スケジュール、後催都市の開催日程等を考慮し、具体的な日程を設定しました。   |
| 1 協働推進      | ●(仮称)ボランティアの活用項目と募集方法<br>●フェア終了後も継続できる協働推進の仕組みづくり<br>・大きなイベントだと大人中心になりがちだが、ぜひ、子どもたちに参加してほしい<br>・企業等にこちからの働きかけが必要。                          | ・フェアを通じて、ガーデナーのような人たちが育っていくといい。<br>・キーパーソンを中心にコミュニティを上げていけたらいい。<br>・地域活動に積極的な方を巻き込むためには、学校単位や商店街単位など、様々な単位で呼びかけていく必要がある。<br>・ガイド、案内等目的・さまざまなメニューをつくれたらいい。   | ・ボランティアの項目については、それぞれの知識・経験等に応じて多様な参加メニューを用意していきたいと考えており、内容を整理しました。<br>・フェア期間前～期間中に実施する協働推進の取組をもとに、「フェア開催以降」に残したい仕組みについて整理しました。  |
| 2-1 会場計画    | ●主要駅からコア会場間の資源の活かし方（会場ごとの地域特性に応じて検討）<br>・各エリアで進行中の事業や政策の中に、どう伝えられるかを探りながら、3エリアの図に組み合わせとして示していくとよい。<br>・開催期間中に各会場周辺の既存のイベント等とも積極的に連携していくべき。 | ・多様性×みどりということを、空間を通して見せていくべき。<br>・緑化フェア単体ではなく、Colors, future Actinsなどと紐づけて会場に落としていくことが大事。<br>・グリーンインフラについて、レインガーデンだけではなく、市民団体や企業、今までみどりと関係がなかったような様々な方がつながり、これからのインフラになっていくというように、広くスタンスを構えて考えることが重要。<br>・3会場それぞれの会場の特徴をしっかりと出していい。 | ・川崎のみどりを知り、活かし取組を全所的に展開することなど、会場計画の基本的な考え方を整理しました。また、エリア、コア会場、協賛・連携会場、それぞれの会場構成の考え方をまとめました。<br>・秋に仕込んだ内容が春に芽吹く等のつながりを意識し、秋開催と春開催の各種取組の展開について考え方を整理しました。<br>・3会場・エリアについて、それぞれの特徴を踏まえたコンセプト及びゾーニング図を作成しました。 |
| 2-2 出展展示    | ●開催時期、各エリアのコンセプトに応じた展示内容<br>・秋から春にかけて間が空くが、10月に仕込んだものが3月に花開くような、つながりができるとよい。   | ・制作段階だけではなく、どうやって維持管理していくか、フェア後にどう残していくかを考えてやっていく必要がある。<br>・秋から春の中断期間に、市民や企業に入ってもらい、その間も一緒に関わる仕組みができたらいいい。秋に仕込んだものが春に現れるような工夫も必要。<br>・単に会場を装飾するのではなく、中断期間やフェア後に地域に残るようなつながりを仕組みとしてデザインできるといい。                                       | ・出展・展示は市民や企業と連携し、本市の魅力や強みを発信する取組を展開することとし、各コア会場における展示や出展の取組の概要を整理しました。<br>・フェア前後及び中断期間においても市民参加の取組を展開していくことを念頭に、それぞれ取組時期を整理したところであり、今後各取組の具体化を進めます。   |
| 2-3 植物調達・管理 | ●地域と連携した効率的かつ効果的な花卉調達の手法<br>●無駄にならない花卉等のリサイクル方法  | ・開催時期において、どれくらいの種類や量の花や植物が集まるのかが心配。<br>・開催時期で市内産の花卉が提供できるかどうか、生産者等から確認がとれるといい。  | ・教育機関や生産者等との意見交換を踏まえ、市民協働による花苗づくりや花卉植物の調達の基本的な考え方について整理しました。<br>・市民がみどりと関わるきっかけづくりとなるよう、市民による花苗育成の展示及びフェア後の活用等、花卉・植物の調達、管理の検討を進めています。また、秋から春まで展開する花卉の選択や維持管理の仕組み等について考え方を整理しました。                          |
| 2-4 飲食・物販   | ●市制100周年記念事業との連携した飲食物販<br>・かわさき育ちの収穫できる量が限られている。地元のものを使用するにも生産量の問題もでてくるので、早い段階から調整が必要。   | ・かわさきそだちの食材を活用できるとよい。 Ex) のらぼう菜・かわさきの酒<br>・既存コンテンツとのコラボできるとよい。<br>・インパクトのある企画があるとよい。 Ex) カレーフェスタ、キッチンカーのスペシャルメニュー   | ・飲食・物販に参加する事業者等にも、緑化フェアのコンセプトに共感し、一緒につくりあげていく主体として、川崎ならではの魅力ある飲食・物販サービスの提供やSDGsの視点、川崎ならではの魅力等を踏まえた取組を展開していく考え方を整理しました。  |
| 3 会場運営・交通輸送 | ●交通輸送のあり方<br>・アクセスについて、シャトルバス輸送やマイカー対策等を検討し、警察等ともよく調整したほうがいい。  | ・会場内の駐車場を利用する場合は、高齢者や障害者に限った運用を適切に広報することでマイカーの抑制につながると思う。<br>・環境に配慮している電気自動車等に限った運用もマイカーの抑制に効果的だと思う。<br>・区ごとに交通安全協会の交通指導員が10名～20名いるので、緑化フェアの交通誘導にも協力できる可能性があると思う。   | ・会場運営の体制や配置案をとりまとめることにも、市民・既存団体や指定管理者等との今後解決すべき課題等について整理しました。<br>・公共交通機関の利用を前提とし、来場者の誰もが安心、安全、快適に最寄駅からコア会場へ移動できるよう交通誘導や体制を整えることとします。また公共交通を補完する交通サービスや会場内での移動をサポートするサービスを検討すること、これら課題を整理しました。             |
| 4 広報宣伝・行催事  | ●市制100周年記念事業との連携、市内と市外でターゲットや媒体を精査した、効果的な広報・PR・行催事<br>・参加する方の感情をどう持っていくとおもしろいイベントとなるのかしっかり考えていく必要。   | ・ボランティアなど、様々な人に呼びかけ、集めていくには、SNS等を活用して早期発信したほうがいい。<br>・インパクトのあるイベントや、かわさきのコンテンツを盛り込んだプログラムなど、仕組みで目玉づくりが必要ではないか。  | ・魅力的なコンテンツ等の周知と広報を一体的に行い、関わるきっかけとする市制100周年記念事業全体の考えに基づき、知って、関わってもらうための広報の考え方を整理しました。<br>・より多くの人にとって関わってもらうため、みどりに関わるの有無などを踏まえて、ターゲットを分類するとともに、ライフスタイルやステージに応じた個々の関心に注目してアプローチする考え方を整理しました。                |

(4) 基本的事項

- 名称 第41回 全国都市緑化かわさきフェア
- 主催者等 主催者：川崎市、公益財団法人都市緑化機構  
実施主体：川崎市市制100周年記念事業・全国都市緑化かわさきフェア実行委員会
- 開催期間 地域資源を活かした個性的な取組を全所的に展開していくため、木や花の見頃などを踏まえて、次のとおり、秋、春の季節ごとに開催期間を設定。

令和6年10月中旬～11月上旬(20日間程度)  
令和7年 3月上旬～ 3月下旬(30日間程度)

▶(案)

令和6年10月19日(土)～11月17日(日) (30日間)  
令和7年 3月22日(土)～ 4月13日(日) (23日間)



第1回幹事会での意見等を踏まえて開催期間を遅らせず

- 会場 コア会場：富士見公園、等々力緑地、生田緑地  
協賛・連携会場等：駅、商業施設、民有空地、公園緑地、緑化推進重点地区、パーチャル会場 等
- 統一主題 「みどりで、つなげる。みんなが、つながる。」
- 愛称 「Green For All KAWASAKI 2024」
- シボルマーク みどりをツールに、人と人、人と暮らしが緩やかにつながっていく様子を、区の数である7枚の葉を重ね、市民の活動(アクション)がさらに広がって、いくイメージを、多彩な色でロゴ全体を花に見たてて表現しました。
- 入場者規模、概算事業費 基本・実施計画において決定します。



Green For All  
KAWASAKI  
2024

## 2 各種事業計画

### 1 協働推進

#### (1) 目的と目標

**目的** **市民総参加型のフェアの実現**  
市民の誰もが参加でき、多様な関わり方を互いに尊重しながら、自分にとってのみどりと関係性を見直し、つくる**“きっかけ”の提供**。多種多様な仕組みづくりにより、一過性ではない持続可能な取組につなげていきます。

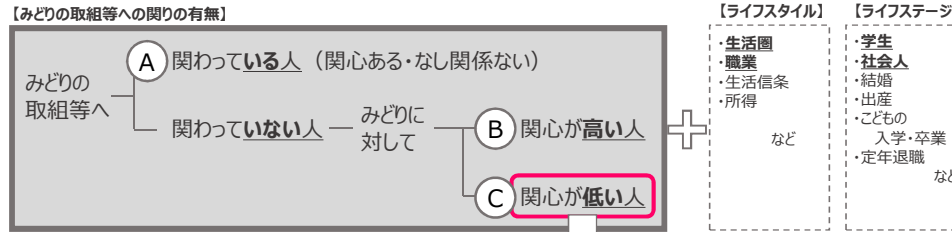
**目標** **市民154万人に「知って、関わってもらおう！」**  
(延べ人数)

- 例) A: 花壇づくり等の**ボランティア**  
身近な公園の花壇の植栽 (まちの彩り・賑わいづくり)  
B: **コア会場への来場、各種体験イベントへの参加**  
C: 自宅のみどりを**SNSに投稿** 等

⇒来場者数、イベント参加者数、SNS投稿者数等でカウント

#### (3) ターゲット層の設定 [誰に?]

より多くの人々を『みどりでつなげる』ためには、**各自にとっての関心事からアプローチすることが有効**であることから、現状のみどりの取組等への関りの分類に加えて、**ライフスタイルやライフステージ等に応じたターゲット層を整理**します。



A・Bの参加の一層の拡大に繋がる取組について着実な推進を図るとともに、特に、**Cに対するアプローチ(絡めとる仕掛け)に力点**を置きます。

#### (4) アプローチの方法 [魅力的なコンテンツを生む動機付け・きっかけづくり]

ターゲット層ごとに、**各自の動機付け(関わることの価値)**を意識し、きめ細やかな**アプローチの方法を設定**します。

【ターゲット層ごとの 主な動機付けイメージ】

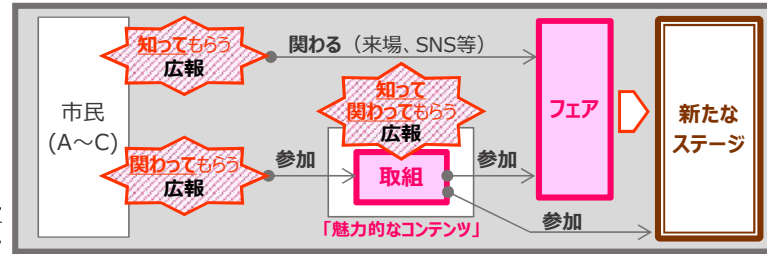
| 関心        | 主なターゲット層 (現状)                 | 主な活動の場                                       | 主な動機付け (関わることの価値)                 |
|-----------|-------------------------------|--|-----------------------------------|
| A 関心している人 | ●60代後半～ (男女比イメージ=2:8)<br>●町内会 | ●公園・道路等での花植え<br>●樹林地・里山管理 等                  | ●地域貢献、健康、人望 等                     |
| B 関心が高い人  | ●学生                           | ●大学サークル 等                                    | ●社会貢献、人脈、経験 等                     |
| 関心していない人  | ●児童・生徒                        | ●学校 (小・中・高校)<br>●自宅                          | ●経験、話題、人脈、知識、喜び 等                 |
|           | ●親子連れ (乳幼児)                   | ●幼稚園、保育園、小学校<br>●自宅<br>●公園、広場<br>●商業施設 ●公共施設 | ●乳幼児等: 経験、知識 等<br>●親: 人脈、話題 等     |
|           | ●定年退職者 (間近を含む)                | ●自宅<br>●公園<br>●公共施設                          | ●充実したセカンドライフ、人脈、地域貢献、健康、チャンス、喜び 等 |
| C 関心が低い人  | ●社会人                          | ●駅<br>●オフィス<br>●飲食店                          | ●ストレス緩和、収入、生産性、人望、企業拡大、話題 等       |

※「主なターゲット層」は、これまでの市の施策からアプローチしやすいターゲットとして仮設定しています。今後、マーケット戦略等を参考に整理していきます。

#### (2) かわさきフェアにおける事業方針

- より多くの人に知って、関わってもらうため、**既存イベントや取組等を活用するとともに、魅力的なコンテンツや会場における体験・体感を通じて、フェアの開催前から意識醸成を図っていきます。**
- また、**魅力的なコンテンツ等の周知と広報を一体的に行うこと**で、**取組を知り、関わるきっかけとなるよう積極的に情報発信**していきます。

【広報と取組の一体的な仕掛け】



【動機付け (関わることの価値)】※多くあるほど良い

【UP要素】

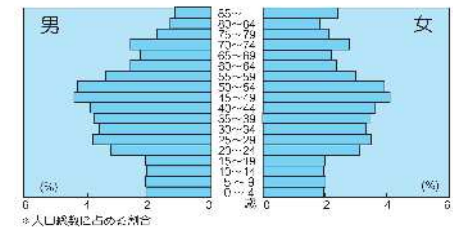
知名度、イメージ、**話題**、人脈、体調・健康、業績・収入、ブランド、**趣味・誇り・喜び**、地位・立場、美、パワー、諸能力、知識・知恵、社会貢献、性格・人格、生産性、チャンス、企業拡大、人望・名声 等

【DOWN要素】

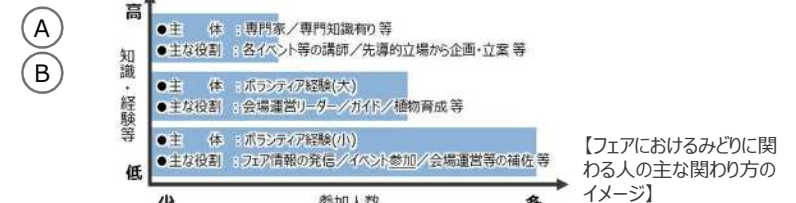
悩み、ストレス、体重・肥満、コスト、リスク 等

[出典]「新版 広報・PRの基本 p.54」日本実業出版社

【参考】一年齢 (5歳階級) 別人口ピラミッド (令和3年)



- 広報 | 関わってもらおうことを意識した**周知・広報と取組を戦略的に展開**
- 取組 | 思わず関わりたくなるような、**多様なメニューを設定**  
・参加者の**興味や都合、知識や経験に応じて自ら選択**できる仕組み  
・場所・時間・人を選ばずに気軽に参加できる仕組み  
・気が付けば参加していたという仕組み



- 広報 | 何よりもまず、**知ってもらおうことを意識した周知・広報の徹底**
- 取組 | **知らないうちに 又は いつの間にか関わっている状況を作ります**  
(ナッジ理論の活用)
- 取組 | **話題、趣味、誇り・喜び**など、みどりと別の「動機付け (関わる価値)」を入口とするコンテンツを用意  
例) スポーツ、音楽、健康などの王道の他、マンガ・アニメ、男女の出会い、ポイ活など広く検討





## 2-1 会場計画

### (1) 会場計画の基本的な考え方



- フェア開催意義等を踏まえ、会場計画に必要な視点として、**5つのキーワード**を整理し、**コア会場ではこれらすべてを、協賛連携会場では少なくとも1つを取り入れます。**
- あらゆる市民や来場者が楽しめる会場づくりを行っています。
- 生物多様性に配慮した出展・展示、修景等を行っています。
- かわさきフェアをきっかけとして、**川崎のみどりを知り、活かす取組を全市的に展開**していきます。

会場計画における5つのキーワード

- ・持続可能 … 未来につながる取組
- ・すべての人 … 市民総参加型のフェア
- ・みどりでつなげる … 人とみどり、人と人とのつながりを感じる
- ・多彩なみどり … 街なかの緑地、多摩川、樹林地等を感じる
- ・多様な効果 … 様々なみどりの効果を感じる

### (2) 会場構成の考え方

○かわさきフェアにおいては、みどりの効果等を感じさせる会場を、**大きく次の3つに分けて展開**していきます。

**エリア (コア会場周辺)**

- ・駅からコア会場までの主要動線付近にある協賛・連携会場などを、**各エリアのコンセプトを具現化して市内外からの集客を見込む**エリアとして設定。
- ・多様な主体と連携し、オープンスペースや地域資源を活かし、**みどりの効果を感じながら、安全かつ歩いて楽しめる空間づくりを展開。**

**コア会場 (富士見公園・等々力緑地・生田緑地)**

- ・南部・中部・北部に位置し、それぞれの地域性や特色ある総合公園を会場とし、各エリアのコンセプトを定め、**川崎らしい都市の中のみどりの価値を発信。**
- ・フェアの主要な行事等(公式行事、出展展示等)を実施するとともに、周辺の地域資源や特色を活かし、**多様な主体との協働・共創による様々な取組のショーケースとなる空間を創出し、市内外から来場者呼び込む仕掛けを展開。**
- ・**グリーンインフラの効果やみどりの新しい価値等を効果的に発信。**
- ・各公園の指定管理者と連携を図り、出展展示や行事を実施。

**協賛・連携会場**

- ・市内の様々なみどりとオープンスペースを活用し、**日常の活動や取組をフェアを通じて発信**し、市内全域でフェアを盛り上げる一体感を醸成していきます。また、デジタル技術を活用し、誰もがかわさきフェアを体感し、参加できる仕掛けを取り入れます。



- ・各種取組やコンテンツ作成等を通じ、多くの市民、企業、団体が、**みどりに関わる機会を創出。**
- ・フェア開催中、**コア会場及びエリアごとに、主要動線周辺の協賛・連携会場と一体となって、各エリア内の回遊を促す仕掛けを展開。**
- ※コア会場を繋ぎ1日で巡る形とせず、**会場周辺も含めみどりを**感じ歩いて楽しめる会場づくりを実施。
- ・多くの人が行き交う主要駅及び周辺の協賛・連携会場について、多様な主体と連携し、フェアを通じて取組やその成果を発信。

### 【2期開催による事業構成の考え方】

- 各会場における**地域資源や特色を捉え**、効果的なみどりのみせ方や既存イベントとの連携により、秋と春それぞれの**季節を感じさせる取組を展開**します。
- 中断期間を有効活用し、**秋に仕込んだ内容が春に芽吹くような、各種取組を展開**します。
- 秋開催に使用する一部花材やコンテナ等は、適切な管理を行い、中断期間や春開催時にも活用します。



#### 秋開催

- ①みどりに関わる「**きっかけづくり**」としての**出展・展示・催事**を実施していきます。  
例) ワークショップへの参加・体験等
- ②各種イベントが集中する期間であることを活かし、**連携したコンテンツを展開**します。  
例) 区民祭等の既存イベントや関係団体による企画・催事との連携等
- ③**季節にあった地域のみどり**をみせていきます。  
例) 秋ばら、紅葉等

#### 春開催

- ①みどりに関わり、学んだ取組の「**発表の場**」としての**出展・展示・催事**を実施します。  
例) 秋に学んだ経験を活かし、会場装飾への参加や各活動の発表会の実施等
- ②次の100年や、市民それぞれの**新しい環境に向けたみどりの活用**を提案します。  
例) myグリーンづくり、お気に入りのスポット・使い方紹介等
- ③**季節にあった地域のみどり**をみせていきます。  
例) 桜、地域の桜まつり等

### (3) 各エリアのコンセプト等を踏まえた各会場構成の考え方



各会場の構成

**【富士見エリア】**

- エリアコンセプト「**多様性×みどり**」  
協働・共創による、川崎の多様な魅力・文化・技術を反映した、みどりとオープンスペースの利活用を展開し、あらゆる人々が、みどりの価値に触れ、実感できる空間の創出。
- 会場展開のイメージ  
再編整備された公園のお披露目の場とし、都市のライフスタイルに合ったみどりの活用や多様なみどりの見せ方、使い方を発信。

P. 6

**【等々力エリア】**

- エリアコンセプト「**体験・体感×みどり**」  
地域のみどりや水辺等を活用し、スポーツやアクティビティを中心とした様々な体験・体感の場を創出し、地域のコミュニティの核となる魅力的なみどりとオープンスペースの活用につながる取組を展開。
- 会場展開のイメージ  
再編整備を見据え、緑やスポーツの拠点としての役割をさらに高めるとともに、身近なみどりの活用の可能性を様々な市民団体や企業等と発信。

P. 7

**【生田エリア】**

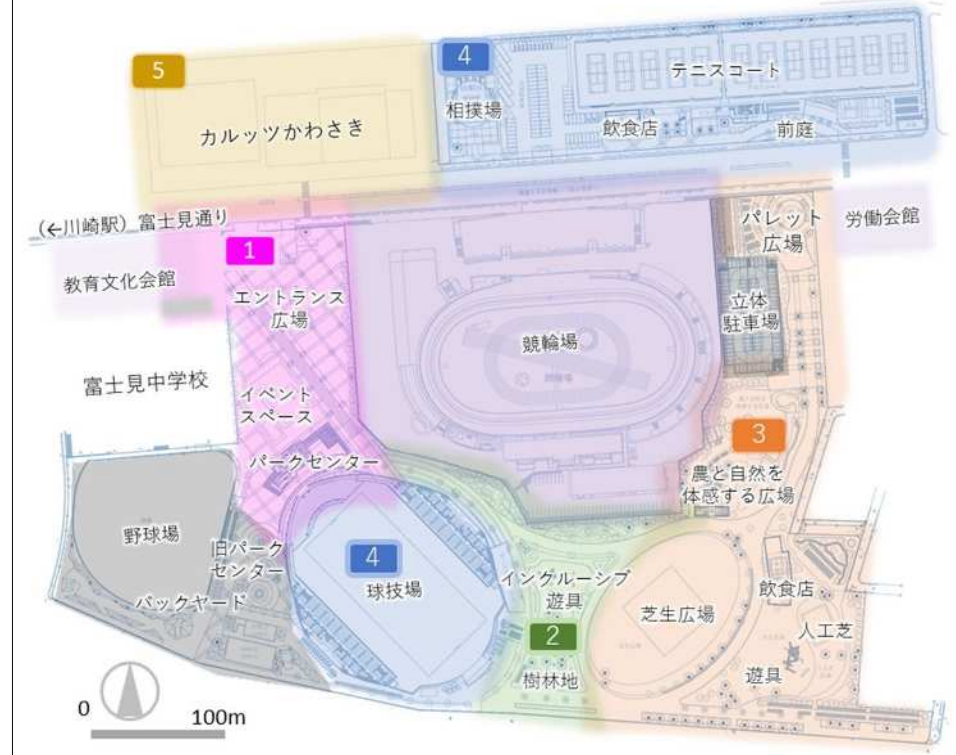
- エリアコンセプト「**文化・歴史×みどり**」  
これまで培ってきた協働の取組を活かし、歴史・文化を楽しみながら学ぶ様々な取組を展開。人と自然とのつながりの中で、自然を感じ、楽しむことのできる機会を提供し、新たな協働の担い手の確保や「緑地の存在効用(保全)と利用効用(利用)の調整により、両者が好循環するしくみ」につながる取組を展開。
- 会場展開のイメージ  
生田緑地の協働のプラットフォームに参加するボランティア団体による取組の発信と持続可能性を見据えた新たな取組の展開及び各文化施設と連携した生田緑地の魅力の発信。

P. 8

2-1 会場計画 (3) ①富士見公園

コンセプト：「多様性」×みどり

協働・共創による、川崎の多様な魅力・文化・技術を反映した、みどりとオープンスペースの利活用を展開し、あらゆる人々が、みどりの価値に触れ、実感できる空間を創出します。



- 最寄り駅から会場を結ぶ主な取組内容
- **川崎駅前の空間を活用した取組**
    - ・フェアを契機に、駅前空間を活用した取組を拡大し、「日常」をさらなる賑わいある空間に創出
    - ・地域や企業・各局区との取組と連携し、まちを訪れるあらゆる人が、憩い、楽しむことで、街中に人があふれる仕掛けを展開
    - ・川崎の多様な魅力・文化が、まち全体にあふれ出す仕掛けとして、フェア開催期間中において、まち全体とみどりを掛け合わせ「特別な日」を演出
  - **駅から会場までのアプローチを活用した取組**
    - ・フェアへの期待感を高める、川崎駅からコア会場までのオープンスペースの活用
    - ・みどりを感じながら歩いて楽しめる空間の創出
- ※本取組を契機として、憩いやにぎわいの創出に向けた道路空間活用を推進  
 ※富士見通りの既存植栽帯でフェアに向けた試験植栽を実施（10月中旬～11月末）  
 日陰環境での生育状況の確認

|           |                    |  |
|-----------|--------------------|--|
| ゾーニングの考え方 | 1 エントランスゾーン        | かわさきフェアのはじまりにふさわしいおもてなしとコンセプトの発信を展開              |
|           | 2 グリーンインフラゾーン      | 川崎を支えてきた産業の歴史と持続可能で豊かな未来をつなげる新たな都会のみどりを発信        |
|           | 3 ライフスタイルゾーン       | 都市の生活の中にみどりをとりいれた空間活用を発信                         |
|           | 4 みどり豊かなスポーツ・活動ゾーン | 様々な世代が楽しめるスポーツやみどりの魅力に触れ、訪れる人々の交流を育む取組を展開        |
|           | 5 屋内コンテンツゾーン       | 緑化祭等をはじめとした公式行事やみどりに係る講習会・シンポジウムなど屋内空間を活用した取組を展開 |

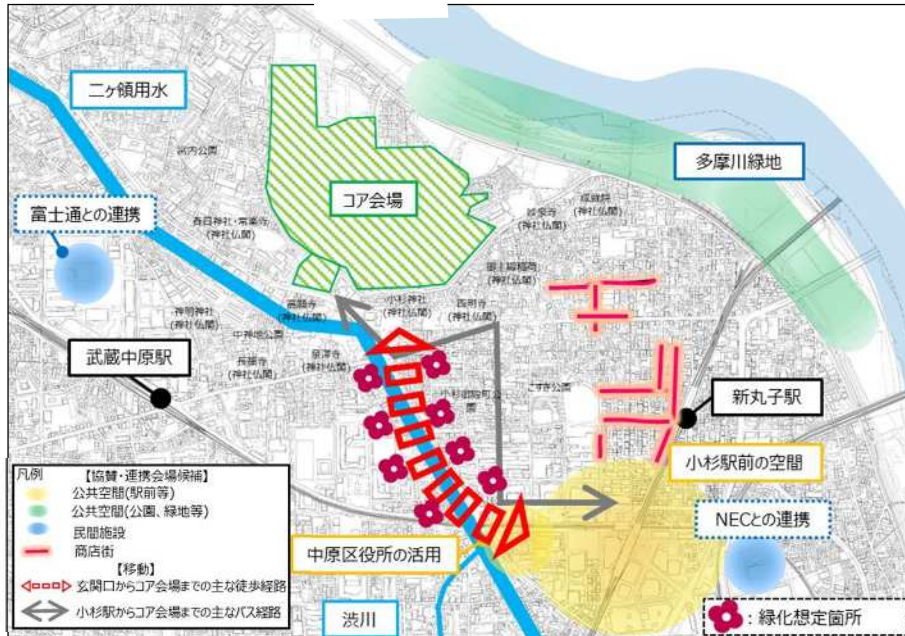
- CHECK! 取組の具体化に向けた必要事項
- ・市民や企業、商店街等との連携に向けた、関係者への説明、協議調整の実施
  - ・道路空間等の活用にあたっての関係者協議

- CHECK! 取組の具体化に向けた必要事項
- ・再編事業者と会場内コンテンツ及び会場運営等に関する調整
  - ・エントランスゾーンの市民参加の取組内容や展示デザイン等の検討、調整
  - ・コンテストをはじめとした出展・展示のテーマ設定及び出展者等の募集に向けた調整

2-1 会場計画 (3) ② 等々力緑地

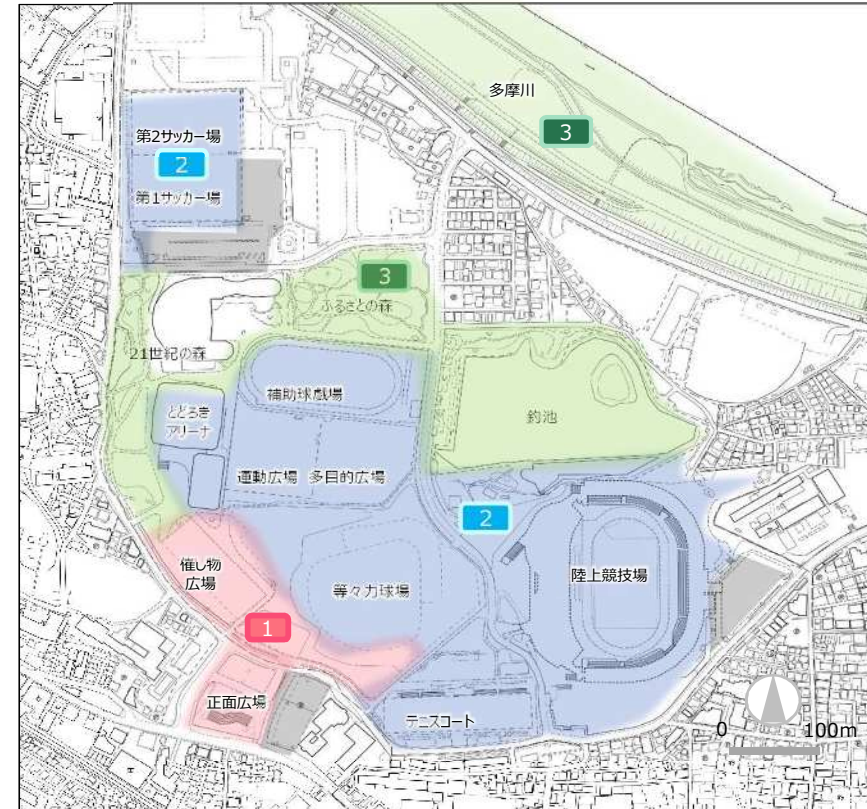
コンセプト：「体験・体感」×みどり

地域の様々なみどりや水辺等を活用し、みどりを身近に感じ、リラックスしながら自由な時間が過ごせる空間を創出し、スポーツやアクティビティを中心とした様々な体験・体感の場を創出し、地域のコミュニティの核となる魅力的なみどりとオープンスペースの活用につながる取組を展開



最寄り駅から会場を結ぶ主な取組内容

- **小杉駅前の空間を活用した取組**
  - ・市民、地域団体、企業等と連携し、駅前広場や駅周辺の民間空地、公園緑地、道路空間など、駅周辺の様々な空間において、フェア後の地域のつながりを生み出す魅力的なオープンスペースの活用につながる様々な取組を展開
- **駅から会場までのアプローチ空間を活かした取組**
  - ・二ヶ領用水をはじめ、身近な公園緑地、水辺空間や神社仏閣、商店街等の地域資源とともに、地域の身近なみどりの魅力にふれ楽しむことで、地域とのつながりを生み出す様々な仕掛けを展開
- **多摩川を活かした取組**
  - ・多摩川の豊かな水資源や水辺環境を活かした遊び・交流の空間の創出により、様々な体験・体感を通じて水やみどりとふれあい、楽しむ取組を展開



|           |                    |   |
|-----------|--------------------|---|
| ゾーニングの考え方 | 1 体験・体感コアゾーン       | オープンスペースを活用した、多彩なみどりの体験・体感を集中的に展開                   |
|           | 2 スポーツコラボレーションゾーン  | スポーツ団体等との連携により、みどりに囲まれた空間で、スポーツやアクティビティを楽しむコンテンツを展開 |
|           | 3 ネイチャーコラボレーションゾーン | みどりの活動団体等との連携により、みどりや水辺等の環境を活かした取組を展開               |



- 取組の具体化に向けた必要事項
- ・二ヶ領用水沿い等の地域資源を活かした取組の実施に向けた地域活動団体との調整
  - ・駅周辺における地域団体や商店街等と協働した連携イベントの具体化に向けた協議調整
  - ・多摩川の水辺環境での既存イベントや活動団体との連携に向けた調整

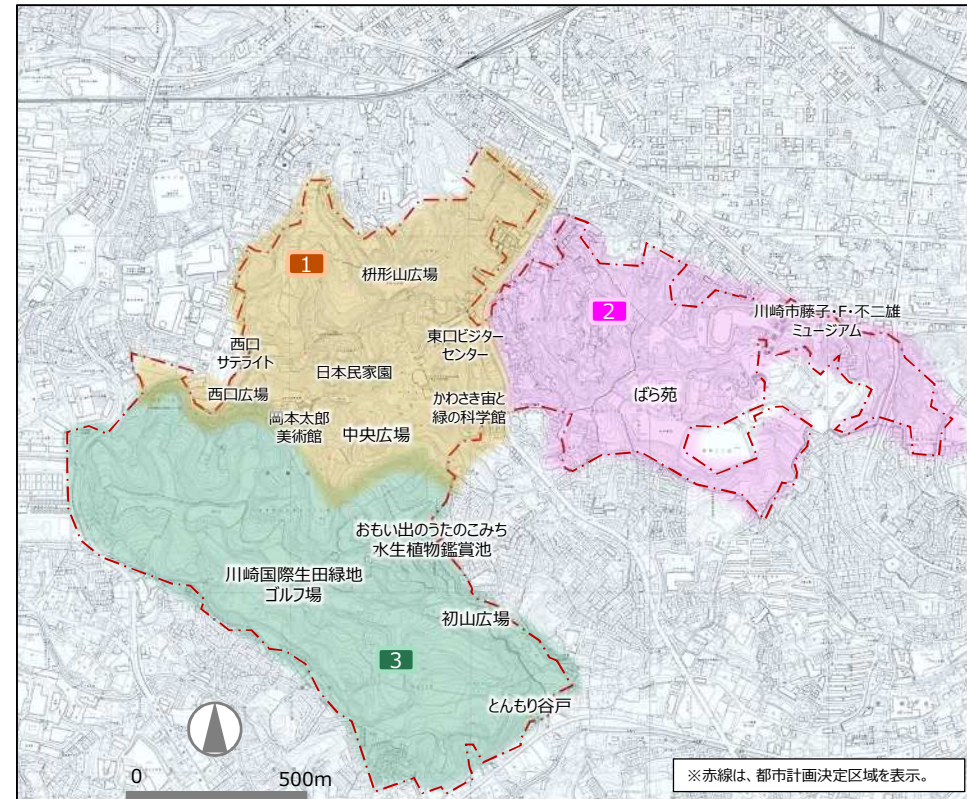
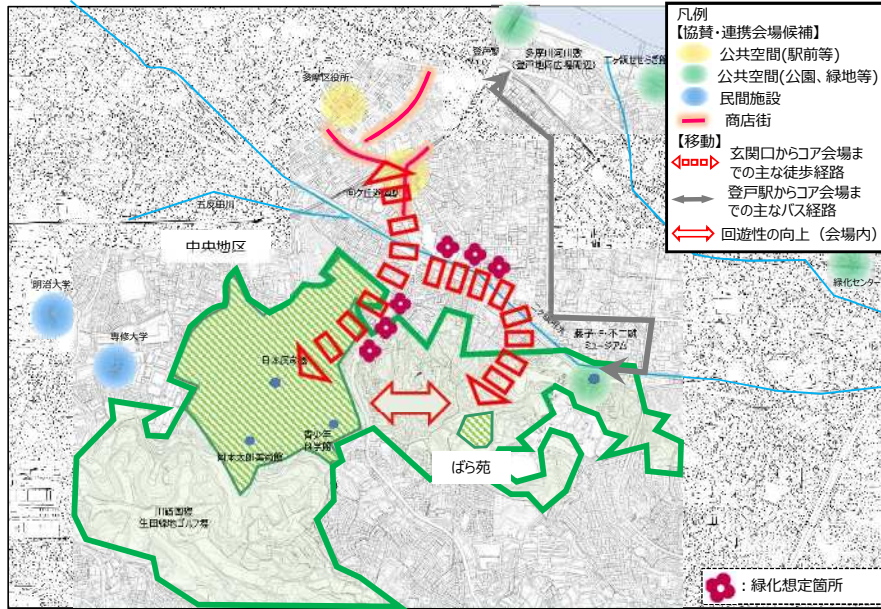


- 取組の具体化に向けた必要事項
- ・新たな指定管理者との会場コンテンツ及び会場運営等に関する調整
  - ・多彩なみどりの体験・体感を発信する展示やイベントに関する企画を関係者と共に企画、作り上げていく仕組みづくり

2-1 会場計画 (3) ③ 生田緑地

コンセプト：「文化・歴史」×みどり

協働のプラットフォームである生田緑地マネジメント会議と連携し、これまで培ってきた協働の取組を活かして、歴史・文化を楽しみながら学ぶ様々な取組を展開  
人と自然とのつながりの中で、自然を感じ、楽しむことのできる機会を提供し、新たな協働の担い手の確保や「緑地の存在効用（保全）と利用効用（利用）」の調整により、両者が好循環するしくみにつながる取組を展開



最寄り駅から会場を結ぶ主な取組内容

- **駅前及び会場までのアクセス路を楽しむ取組**
  - 市民協働によるばら苑アクセスロードや道路沿いの花壇などの取組を盛り上げ、歩いて楽しめるまちとみどりの魅力発信にむけて、周辺の地元町会や活動団体、文化施設等と連携し、花壇づくりやレスト空間の創出、回遊を促す取組を展開
  - 地域等による道路空間を活用した既存イベントとともに、さらなる賑わいの相乗効果を生み出せるよう、地元商店街等との連携した取組を展開
- **周辺等と連携した取組**
  - 自然にふれあい、楽しみながら知り、学ぶ場の創出に向けて、川崎国際生田緑地ゴルフ場やコア会場周辺施設等と連携し、体験型プログラムを展開
- **誰もが楽しめる散策機会の提供**
  - 生田緑地内やエリア全体の地形や距離等による移動の負担を軽減することにより、回遊性向上を図り、誰もが楽しめる仕掛けとして、既存の路線バス等の活用に加え、新たなモビリティを導入

|           |                           |  |
|-----------|---------------------------|--|
| ゾーニングの考え方 | <b>1 緑の保全・文化・利用ゾーン</b>    | 多様な主体との協働による生田緑地の自然の保全と利用の取組を発信するとともに、各文化施設と連携したコンテンツを展開 |
|           | <b>2 花と緑の憩い・賑わい・交流ゾーン</b> | ばら苑を中心に、市民のアイデアを取り入れた新たな魅力づくりに向け、憩いや賑わいを創出               |
|           | <b>3 里山・レジャー体験ゾーン</b>     | 人と自然とのつながりの中で学びや遊び（原体験）、レジャー等のコンテンツを展開                   |



- 取組の具体化に向けた必要事項
- ・地域のみどりを活用した各取組の具体化に向けた関係者への説明、協議調整の実施
  - ・周辺施設等との連携の具体化に向けた協議調整
  - ・エリア内（駅、中央地区、ばら苑）の移動をサポートする取組の具体化及び関係者調整



- 取組の具体化に向けた必要事項
- ・指定管理者との会場コンテンツ及び会場運営等に関する調整
  - ・ボランティア団体による取組の発信及び持続可能性を見据えた新たな取組の試行に向けた協議調整
  - ・生田緑地で行われている既存イベントや各文化施設との連携に関する、関係者との協議調整
  - ・緑地内の移動をサポートする取組の具体化及び関係者との協議調整



## 2-1 会場計画 (4) 協賛・連携会場

### ① 基本的な考え方

- 市内の様々なみどりやオープンスペースを活用し、日常の活動や取組をフェアを通じて発信し、市内全域でフェアを盛り上げる一体感を醸成します。
  - 市民一人ひとりが、それぞれの暮らしの中で、みどりと関わりを持ち、みどりに親しみ、その効果を実感できる取組を展開します。
- <参考：各区の主な特色など>

| 区  | 主な特色  | 主な協賛・連携会場イメージ  |
|----|---|--|
| 川崎 | ・富士見公園を拠点としたまちの賑わい創出に寄与するまちづくり<br>・臨海部の魅力的なロケーションを活用した交流と賑わいの創出                             | 川崎駅周辺、<br>臨海部（キングスカイフロントなど） 他                            |
| 幸  | ・御幸公園における梅香事業の推進による地域の魅力創出<br>・夢見ヶ崎公園を活用した賑わいの創出、地域コミュニティ形成                                 | 新川崎・鹿島田駅周辺、川崎駅西口、<br>御幸公園、夢見ヶ崎公園 他                       |
| 中原 | ・小杉駅周辺の公共空間を活用した居心地がよく住みやすいまちづくり<br>・等々力緑地におけるパークマネジメントの推進によるまちの賑わい創出                       | 小杉駅周辺、多摩川緑地、<br>特色ある商店街（ブレーメン通り） 他                       |
| 高津 | ・多摩川や二ヶ領用水、橋樹官衙遺跡群など、緑、水辺と一体となった魅力的なまちづくり<br>・地域資源を活用した持続可能な地域社会(エコシティかたつ)の形成               | 溝の口駅周辺、多摩川緑地、<br>二ヶ領用水、橋樹官衙遺跡群 他                         |
| 宮前 | ・生田緑地を拠点とした豊かな自然と歴史・文化・芸術の魅力を活かしたまちづくり<br>・歴史的遺産や農といった地域資源を活用し、緑、水と一体となった魅力的なまちづくり          | 宮前平・鷺沼駅周辺、菅生緑地、野<br>川・有馬などの植木の里、平瀬川 他                    |
| 多摩 | ・生田緑地を拠点とした豊かな自然と歴史・文化・芸術の魅力を活かしたまちづくり<br>・里地里山の保全や豊かな自然資源を活用した交流、賑わいの創出                    | 登戸・向ヶ丘遊園駅周辺、多摩川緑地、<br>緑化センター 他                           |
| 麻生 | ・保全緑地における保全と利活用取組による子どもたちののびのびと自然にふれあい成長できる空間づくり<br>・農ある風景の保全と農家・市民と連携した地域農業の振興による魅力的なまちづくり | 新百合ヶ丘駅周辺、王禅寺ふるさと公園、<br>王禅寺四ツ田緑地、黒川・早野・<br>岡上などの里地里山・農地 他 |

[出典：「全国都市緑化かわさきフェア基本計画骨子」p.24]

### [先進技術の活用による会場展開]

#### 基本的な考え方

- 先進技術を活用したバーチャル空間の構築や5G、IoTによる各会場とデジタル空間の接続など、誰もがかわさきフェアを体感し、参加できる仕掛けづくりを行います。

- A 知ってもらう（市内の各コア会場等の取組や魅力の発信、フェア自体のPRや取組、成果を発信）  
例）高精度PR動画配信によるPR等
  - B 体感してもらう（タイミングや場所に捉われず「参加できる機会」を提供）  
例）360°カメラによるVR会場等を配信
  - C より効果的に感じてもらう（会場等で最先端の技術を活用し効果的にみどりを感じる場を提供）  
例）仮想空間によるコンテンツ化、コア会場周辺や協賛連携会場等での体感型のデジタル活用場の取組の方向性
- 市制100周年記念事業や実行委員会参加企業等との多様な主体との連携する仕組みづくりを進めます。

### ② 「市民総参加の実現に向けた考え方」を踏まえた協賛及び連携会場の考え方

- 令和5年度から魅力的なコンテンツ等の周知と広報を一体的に行い、取組を知り、関わるきっかけとなるよう積極的に取組を進めていくため、大きく協賛・連携会場の枠組みを整理します。※分かりやすい名称を引き続き検討します。

|                          | 協賛会場  | 連携会場   |
|--------------------------|---|--|
| 定義                       | ○かわさきフェアの開催期間に限らず、フェアの趣旨に賛同して、 <b>盛り上げる取組</b> を実施する場所<br><br>[主に <b>市民</b> 向けの取組]                                 | ○フェアの開催期間中に、 <b>実行委員会主催又は共催事業</b> として取組を実施する場所<br>○会場計画の次のキーワードのうち、いずれか1つの考え方を盛り込んだ会場<br><br>・持続可能 …… 未来につながる取組<br>・すべての人 …… 市民総参加型のフェア<br>・みどりでつなげる …… 人とみどり、人と人とのつながりを感じる<br>・多彩なみどり …… 街なかの緑地、多摩川、樹林地等を感じる<br>・多様な効果 …… 様々なみどりの効果を感じる<br><br>[ <b>市民及び市外からの来場者</b> 向けの取組] |
| 取組イメージ                   | ○身近な公園や商業施設等を活用した、花やみどりを体験・体感できる取組。<br>○道路沿いや公園の花壇等での花植え活動。等  | ○多様な主体との協働・共創による、エリア全体でフェアを感じられる取組。<br>○多くの人が集まる駅や公共空間を活用した、コア会場へとつながる期待感等を醸成する取組。等  |
| みどりのオープンスペース<br>(公園緑地河川) | <br>まちなかの花壇や身近な公園など            | <br>河川敷や道路空間など  |
| 駅周辺・商業施設                 | <br>駅前広場のオープンスペースなど           | <br>駅前広場のオープンスペースなど  |
| 民間施設                     | <br>企業等によるコミュニティガーデンや事業者緑化など | <br>商業施設や商店街など  |

### ③ 今後の課題

- 仮称・協賛会場については、市民総参加型のフェアに向けて、**身近なところでフェアを感じられるスポットを増やすため、広く公募**をかけていくことを検討しています。
- 仮称・連携会場については、骨子作成時に整理した「**主な協賛・連携会場イメージ**」の候補会場について、**各区と調整の上、会場を決定**していきたいと考えています。

## 2-2 出展・展示計画

### (1) 出展・展示の定義

○かわさきフェアにおける展示、出展は、以下のとおりに定義します。

| 区分 | 定義  |
|----|---|
| 展示 | かわさきフェアの開催意義や理念等を具体的に提示する作品等で、主催者（かわさきフェア実行委員会）が制作するもの。                       |
| 出展 | かわさきフェアの開催意義や理念等をふまえ、かわさきフェア実行委員会が定めたルール等に則り、自治体、企業・団体、個人等が、会場を構成する作品を制作するもの。 |

### (2) 出展展示の基本的な考え方



- 多様なみどりを活用し、様々な分野の取組と連携して、先進技術等の手法も駆使しながら、**本市の魅力や強みを発信する取組を展開**
- みどりの活動団体等の取組成果や発表の場となる出展展示を企画
- 秋の取組内容が春に芽吹く、つながるような組立を図る**ことでフェア前後及び中間期においても市民参加の取組を展開
- 出展・展示に加え催事も含め、夜間の取組やいわゆるインスタ映えスポットの設置など、**魅力ある企画を展開**

### (3) 展示

○各会場のコンセプトに合わせた展示とし、フェア開催前や中間期の協働の取組と一体的な取組を行います。

○指定管理者と協議調整し、運用や中間期の取り扱いなどについて、検討していきます。



- ①富士見公園【多様性×みどり】（秋・春実施）**
    - ・「みどりで、つなげる。みんなが、つながる。」取組として、**花苗育成や装飾等を多くの市民が参加し、創り上げていく展示。**
    - ・公害の歴史を乗り越え、新たなみどりの文化を醸成していく「これからの100年」へとつながる展示。  
例）市民協働で制作するテーマガーデン、川崎の歴史を振り返る屋内展示
  - ②等々力緑地【体験・体感×みどり】（秋・春実施）**
    - ・「みどりを体験・体感する」取組として、造園・園芸分野に限定せず、**様々な企業アイデアを結集させて制作する新しいみどり空間の創出。**
    - 例）企業協働で制作するテーマガーデン
  - ③生田緑地【歴史・文化×みどり】**
    - ・**自然を保全し、活用してきた協働の取組経過や市民団体等の新たな取組を発信（秋・春実施）**
    - ・ボランティアとともにばら苑の魅力を様々な工夫により発信（秋のみ）  
例）市民団体や文化施設と連携したみどりの展示、ばら苑における多年草等の活用
- ※規模や設置場所については秋・春共通とし、**季節に応じた見せ方について検討を進めていきます。**



子供達の植物育成、市民参加植付事例



企業や市民による花の協働演出事例



多年草とバラを組み合わせた演出事例

## 4. 出展



○秋春共通で実施できるものが多い展示と異なり、**出展は秋に行う緑化祭等に合わせ、コンテスト等を実施する計画としていることから、春開催については、催事等の充実も含め工夫が必要**になっています。

| 出展メニュー(案)                 | 概要   | 展示区分・規模           | 時期     | 会場         |
|---------------------------|--|-------------------|--------|------------|
| 出展コンテスト(屋外)               | ・新たなみどりの価値の発信に向け、市内企業等が持つ造園技術や環境技術に関する出展し、新たなみどりの価値・魅力を発信します。※コンテスト対象            | 10~20㎡<br>25~35区画 | 秋      | 富士見等々力     |
| ハンギングバスケット(屋外)            | ・ハンギングバスケットの出展※コンテスト対象<br>・ワークショップの開催。市民協働による装飾の展開。                              | 50作品              | 秋      | 富士見        |
| 全国造園デザインコンクール(屋外)         | (一社)日本造園建設業協会が実施する全国造園デザインコンクール「緑のひろば」の優秀賞作品のデザインした庭園を設置します。                     | 20㎡×1区画           | 秋      | 富士見        |
| 企業・団体等による出展(屋内外)          | 環境技術を有する企業やスポーツ団体、学生等多様な主体によるブース等の設置。<br>例) みどりを取り入れたスポーツの取組<br>大学生による自然アート作品の展示 | -                 | 秋<br>春 | 各会場        |
| 緑の活動団体等による出展&ワークショップ(屋内外) | みどりの活動団体等によるPRや花や緑への興味関心を高める作品出展およびワークショップの展開。                                   | -                 | 秋<br>春 | 各会場        |
| 自治体出展等(屋外)                | パブリック空間での新しい緑化の在り方を提案する全国の自治体による出展花壇。  | 20㎡×20区画          | 秋      | 富士見<br>エリア |
|                           | 自治体出展で整備された植栽帯を継承し、市内の緑化団体や近隣企業等と協働し、花壇管理を行っていく。※自治体出展場所の春時期の活用。                 | 20㎡×20区画          | 春      |            |



2020ひろしまフェア出展事例  
(生物多様性や環境負荷軽減、  
快適性創出をテーマ)



2020北海道フェア出展事例  
(ハンギングバスケット出展作  
品)



緑のワークショップ  
(2018やまぐちフェア事例)



2017よこはまフェア  
自治体出展事例  
(川崎市出展花壇)

## 2-3 植物調達・施工・管理計画

### (1) 基本的な考え方

- かわさきフェアの会場修景、行催事、出展展示等において使用する花き・植物について、数量、品種も多量となることが予想されることから、市内生産団体等と連携・協力して、**市場への影響にも考慮した植物調達体制を構築**します。
- 地域で生産されている花き・植物を積極的に活用することで、認知度とブランド力を高め、**かわさきフェア終了後も需要が続く取組**を検討します。
- かわさきフェア開催期間の前後も含め、**かわさきの花（7区）の活用や既存の地域資源（サクラ等）をみせる仕掛け**を行います。
- 市民や市内企業等と連携し、植物施工・管理を行います。**
- フェアで使用した植物が、一過性で終わらない取組を展開していきます。

### (2) 植物調達

#### 【調達する種類の考え方】

- 市場への影響を考慮し、**フェアの開催期間に通常流通している種類の植物調達**を基本とします。
- 秋と春の中断期間を含めて見せていく装飾を想定し、**秋から春まで開花し続ける品種**を調達します
- 室内空間における装飾を想定し、**市内生産の枝物（ハナモモ・サクラ等）や切花**を調達します。
- フェア以降も継続的に見せていく緑化地の装飾を想定し、**多年草や樹木の調達**を行います。

#### 【調達先の考え方】

##### ○市内農家からの調達

- ・市内農家の生産時期や生産量に配慮した上で、調達を実施
- ※市内農家の生産時期をフェア開催に合わせて行うことが困難な状況もあり、大量に調達することは難しい状況になっています。
- ※一方、市内で多く生産されている**パンジー・ピオラについては10月末以降ならば調達できる可能性があるため、寄せ植えイベントなどの協働催事において市内花卉・植物のPRを併せた活用を検討**します。

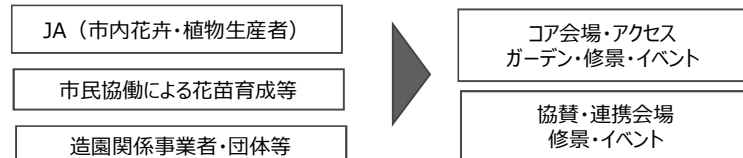
##### ○市民協働による花苗づくり

- ・富士見公園の**メインガーデン等において、市民の作った花苗の使用**を検討します。
- ※現時点では、教育委員会を通じて、市内小中学校・高校・支援学校と調整を進めています。市民総参加に向けて、多様な市民を巻き込んでいけるように検討を進めています。

##### ○市場からの調達（市内⇒県内⇒県外生産の順番）

- ・上記で賅えない花卉・植物について、**市内産、県内産、県外産の順で調達**を検討します。

#### ○植物調達先とフェアにおける花卉の使用先のイメージ

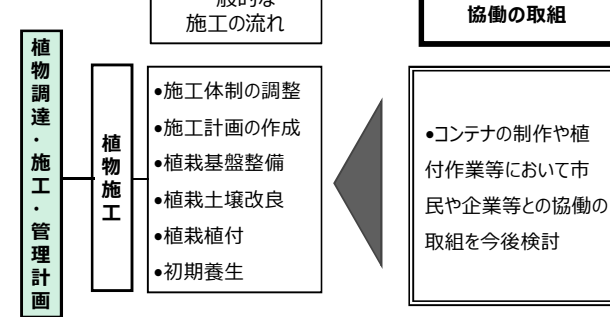


※課題：市内の出荷数量及び開催時期との課題に対応するため、市外生産の植物も含め植物流通市場からの調達も行います。

### (3) 植物施工・管理

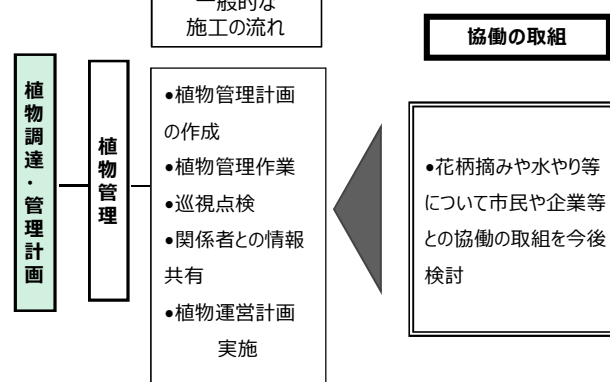
- 植物施工、管理・運営について、協働した体制づくりの検討を行います。季節に合わせた様々な花卉植物を使用するため、専門性の高い造園組合やみどりの活動団体と連携して行う必要があります。
- パンジー・ピオラ等は、春まで開花し続けるよう市民協働を踏まえた管理体制を整えます。
- フェアで使用した一年草も、たい肥化したり、各地に展開したりするなど工夫していきます。

#### 【植物施工】



協働による球根植付の事例  
(仙台フェア)

#### 【植物管理】



植物ボランティア管理事例  
(おかもフェア)



植物ボランティア管理事例  
(ぐんまフェア)

### (4) 今後の課題・スケジュール

- 基本・実施計画策定に向け、施工体制及び管理・運営体制の構築に向けた整理を行います。
- かわさきの花（7区）や開催時期と開花期が合わない市内生産の花卉植物について、フェア開催外における活用手法について、市内農家等と協議を行っています。
- 他のボランティア同様に植物管理等のボランティアについても、フェア開催1年前までに、募集を開始します。

2-4 飲食・物販計画 ※フェア開催中を対象としますが、フェア開催前及び秋と春の中間期についても検討します。

(1) 飲食・物販の基本的な考え方 

- ・市民総参加の視点から、みどりに関心の低い人にも足を延ばしてもらい、オープンスペースで楽しんでもらうためのきっかけとして、既存の取組とも連携しながら魅力的な飲食・物販を展開します。
- ・飲食・物販に参加する事業者等にも、緑化フェアのコンセプトに共感し、一緒に創り上げていく主体として、次に示すような取組への協力を促します。

- ① 生産者や飲食店等と連携・協力して、地域の農産物や特産品等の販売や、ご当地グルメの提供等、川崎ならではの魅力ある飲食・物販サービスを提供します。
- ② フードロスの削減や、リサイクル材を使った食器の活用など、SDGsの要素を取り込んだ衛生面や環境面に配慮したサービスを提供します。
- ③ 来場者にみどりを生活に取り入れてもらうための飲食・物販サービスを提供します。
- ④ 市民が様々な形で参加できる仕組みを構築します。

・コア会場に限らず、協賛・連携会場等における飲食・物販についても本考え方を基本とします。

・公園緑地等の公共空間においては、グリーンコミュニティの形成につながる柔軟なオープンスペースの活用に向けて、各種届出や占用許可等の許認可（例えば、キッチンカーによる販売など）についての考え方も整理していきます。

(2) 飲食

① 川崎ならではの魅力あるサービス

地産地消を意識した飲食メニューとして、かわさきそだちや地元農産物を用いた飲食や、地元飲食店の飲食ブースを展開。また、商店街等と連携し、地域の飲食店を紹介し、地域へと足を運んでもらえる方法を検討する。川崎市と関係のある都市の参加についても積極的に取り入れていきます。



例：川崎市内で生産される農産物を多くの方に知ってもらうために作られた「かわさきそだち」ブランド

② SDGsの要素を取り込んだサービス

SDGsの要素を取り込んだサービスを推進するため、プラスチックごみの削減に貢献するリサイクル食器等の活用や、フードロスの削減につながる取組を推進します。

③ みどりを生活に取り入れてもらうためのサービス

エディブルフラワーを使用した飲食や、ハーブ類の寄せ植えと飲食を併せた体験型飲食など、みどりを知って、関わってもらうためのサービスを展開します。



例：竹材をリサイクルしたカップ（中原区企業制作）

④ 市民が様々な形で参加できる仕組み

市内業者や実行委員会参加者が参加できる仕組みをつくと共に、例えば、市内産の野菜を活用したカレーフェスタや、本市がおにぎりの発祥であることに因んだ「おにぎりコンテスト」の開催など、集客を見込める市民参加型の飲食イベントを展開します。

(3) 物販

① 川崎ならではの魅力あるサービス

「Buyかわさきキャンペーン」等の取組と連携し、市内の優れた名産品を広く市内外に紹介・PRし、地元での調達、買物、消費拡大へとつなげていく。フェア各会期の旬な野菜・花卉等を販売し、農体験やワークショップなどのイベントとの相乗効果で広報・PRしていく。川崎市と関係のある都市の参加についても積極的に取り入れます。



例：Buyかわさきフェスティバル（川崎ならではの商品等の展示即売会を実施）

② SDGsの要素を取り込んだサービス

公園等で発生する剪定枝や伐採材の活用、プラスチックごみの削減に貢献するため、会場内でエコバックの販売や、紙袋の使用などの取組を推進します。

③ みどりを生活に取り入れてもらうためのサービス

フェアのオフィシャルグッズの販売や園芸用品、自然素材を使用した製品など、生活にみどりを取り入れることをイメージし、展開します。



例：植物素材を活かした化粧品等（生活の木HPより引用）

みどりに関連する商品をフェア会場にてギフトとして販売。発送するなど検討します。

④ 市民が様々な形で参加できる仕組み

市内業者や実行委員会参加者が参加できる仕組みをつくと共に、市内の障害者団体が制作したものを販売する等、多様な市民が参加できる方法を検討していきます。

(5) スケジュール

| 項目     | 令和5（2023）年度・開催前年度 |    |    |    |                  |    |     |     |     |    |    |    | 令和6（2024）年度・開催年度（秋・春） |    |    |    |        |    |     |     |          |    |    |    | 令和7（2025）年度・開催年（春） |    |    |     |      |  |  |  |
|--------|-------------------|----|----|----|------------------|----|-----|-----|-----|----|----|----|-----------------------|----|----|----|--------|----|-----|-----|----------|----|----|----|--------------------|----|----|-----|------|--|--|--|
|        | 4月                | 5月 | 6月 | 7月 | 8月               | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月                    | 5月 | 6月 | 7月 | 8月     | 9月 | 10月 | 11月 | 12月      | 1月 | 2月 | 3月 | 4月                 | 5月 | 6月 | 7月～ |      |  |  |  |
| 全体計画策定 | 基本・実施計画策定         |    |    |    | 実施設計・各レギュレーション策定 |    |     |     |     |    |    |    | 各実施準備、実施調整、実施、運営、撤去   |    |    |    |        |    |     |     |          |    |    |    | 秋：開催               |    |    |     | 春：開催 |  |  |  |
| 営業出店   | 連携先・出店者選定         |    |    |    |                  |    |     |     |     |    |    |    | 出店公募開始                |    |    |    | 出店説明会  |    |     |     |          |    |    |    |                    |    |    |     |      |  |  |  |
|        | 連携・取組準備           |    |    |    | 連携・取組開始          |    |     |     |     |    |    |    | 取組実施                  |    |    |    | フェアの取組 |    |     |     | 取組実施     |    |    |    | フェアの取組 撤去          |    |    |     |      |  |  |  |
|        | 出店者・団体調整          |    |    |    |                  |    |     |     |     |    |    |    |                       |    |    |    | 出店     |    |     |     | 出店者・団体調整 |    |    |    | 出店 撤去              |    |    |     |      |  |  |  |
|        |                   |    |    |    |                  |    |     |     |     |    |    |    |                       |    |    |    |        |    |     |     |          |    |    |    |                    |    |    |     |      |  |  |  |

フェアをきっかけにした「新しいステージ」に向けた取組の継続実施

フェアをきっかけにした「新しいステージ」に向けた取組の継続実施

3-1 会場運営計画・交通輸送計画-1

(1) 会場運営及び交通輸送の基本的な考え方

※現在、両分野における各種サービスや施設の関係性などを整理したところであることから、本資料では両分野をまとめて掲載しています。実施計画のとりまとめにあたっては、会場運営計画と交通輸送計画をそれぞれ整理して記載する予定です。

会場運営

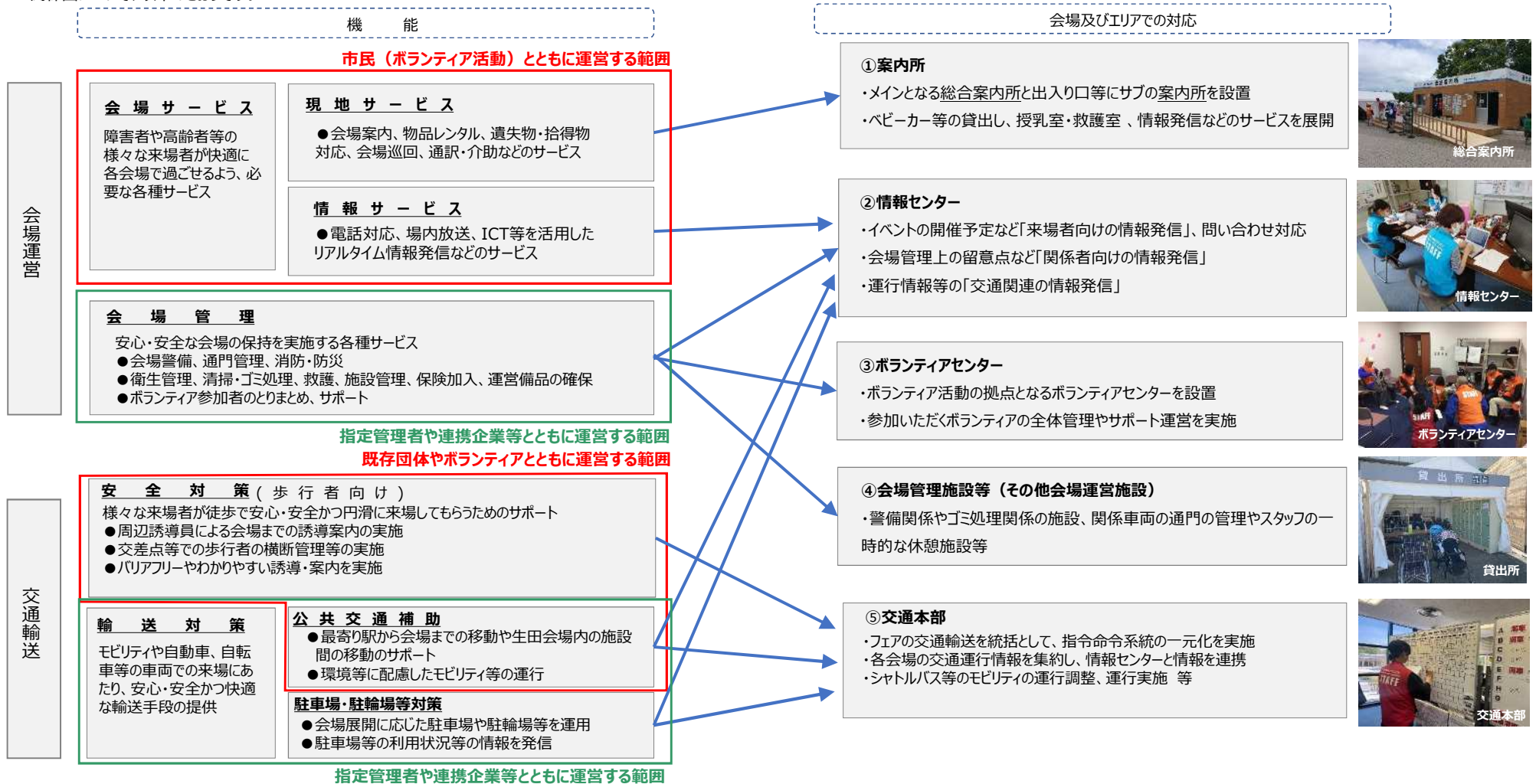
- 市民、地域の活動団体、NPO、学校、企業等の多様な主体と連携・協働した会場運営の手法を導入し、環境や安全面に配慮するとともに、誰もが快適に参加できるような適切な会場運営を行います。
- 既存イベントにおける会場運営の手法を参考にしつつ、市民等が広く「かわさきフェア」に参加できるボランティア活動等の仕組みを構築し、様々な運営に関わってもらう機会を創出します。
- 様々な技術やノウハウを有する企業や公園施設の指定管理者等と連携し効率的な会場運営、環境面に配慮した取組を推進します。

交通輸送

- 公共交通機関の利用を前提とし、来場者の誰もが、安心、安全、快適に最寄駅からコア会場へ移動できるよう、交通誘導や輸送体制を整えます。
- 南部、中部、北部に分かれるコア会場は、3会場を巡ると2時間半程度の所要時間を要することから、3つのコア会場を1日で移動するための輸送手段は設定せず、コア会場周辺を含め、それぞれの地域の資源を見てもらうことを想定し、最寄駅から会場までの道のりにおいて、みどりを感じながら、歩いて楽しめるよう体制を整えます。
- 地域特性や交通事情、環境への配慮を踏まえつつ、既存の公共交通機関や公共交通を補完する交通サービスや会場内での移動をサポートする交通サービスを展開します。

(2) 各種サービスの機能と会場・エリアにおける対応

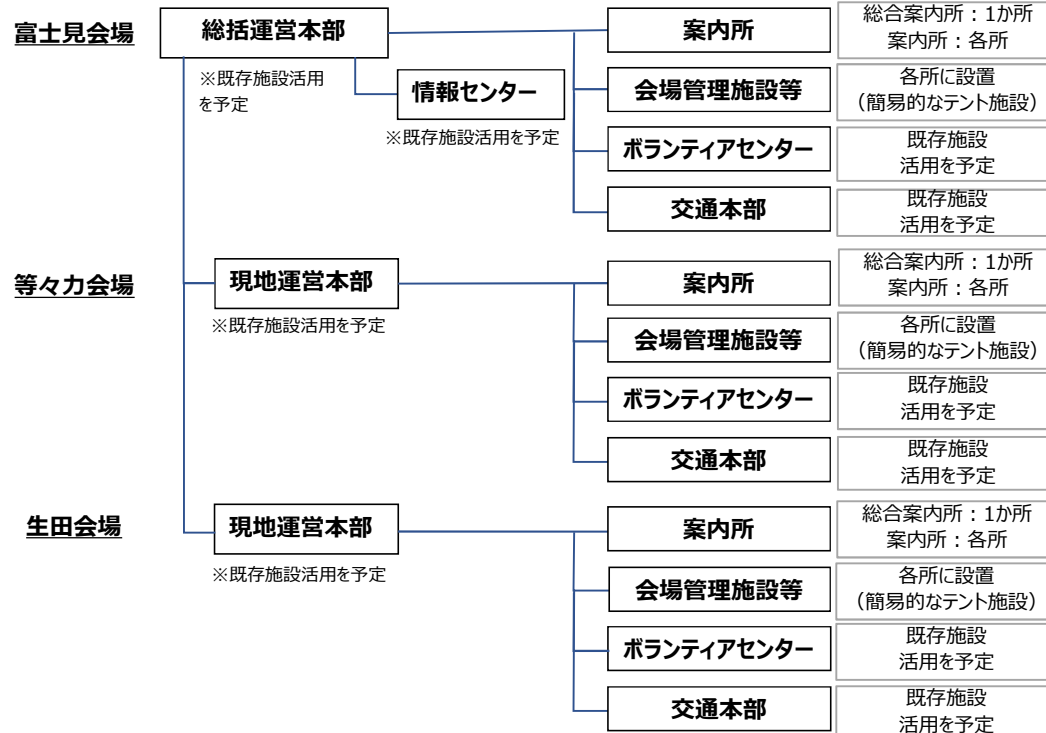
○会場運営及び交通輸送に関する会場・エリアで展開する各種サービス等の機能と各サービス・管理施設等との関係図について、以下のとおりです。



3-1 会場運営計画・交通輸送計画-2

(3) 運営体制及び会場内配置イメージ

○体制案及び施設の配置案については下記のとおり整理しています。



(4) 運営計画の具体化に向けた今後の課題

- CHECK!** ○市民、既存団体との調整
- ・市民とともに会場の運営を行っていくため、ボランティアの活動内容、必要な人員数を整理し、募集に向けた取り組みを進めます。**みどりの活動団体や既存のボランティア団体と連携し、運営に幅広く関わっていただく仕掛けや連携体制づくりを進めます。**
- 指定管理者や再編事業者との調整
- ・フェア期間中、通常の公園利用者も多くいることから、**会場の管理や運営**（トイレ清掃、ごみ収集、駐車場の運用）が円滑に図られるよう、**指定管理者等との連携について協議調整を進めます。**（他都市の運営例：公園施設一括借上げ、管理等の分担方式 等）
- 企業との調整
- ・先端技術等の活用による**効果的な会場運営、環境面に配慮した取組を図るため、実行委員会参加企業等との連携を進めます。**

(5) 交通輸送計画の具現化に向けた今後の課題

○徒歩での安心・安全に会場してもらうための体制づくり

・最寄駅から徒歩で安心・安全かつ円滑に会場してもらうため、**地域の協力や既存団体等と連携した実施体制等の検討を進めます。**

○最寄り駅からの交通サービスや会場内での移動のサポートの検討

・各会場とも最寄駅から路線バスやタクシー等の公共交通が確保されていますが、路線バスの運行頻度や土日等ピーク時の来場者数等を考慮しながら、**公共交通を補完する交通サービスの手法を検討します。**

※路線バスの運行頻度【日中・平日】 富士見 約20本/1h、等々力 約10本/1h、生田 約2本/1h  
【日中・休日】 約15本/1h 約10本/1h 約2本/1h  
(遊園南口～緑地入口間)

・生田会場は、施設間が離れていることや会場内に高低差があることから、**緑地内の移動をサポートする取組の具体化、及び関係者調整を進めます。**

※R5.2に緑地内（東口ビジターセンター～西口ビジターセンター間）におけるグリーンスローモビリティの試走を実施。体験者から「上りが楽。快適に移動できる。」などの感想があった。（関係局による生田緑地周辺の既存交通への影響調査を目的とした試験走行に併せて実施）

○駐車場、駐輪場対策

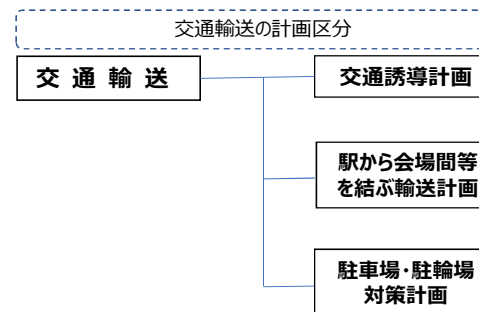
・3会場ともに既存のイベント時には、自転車による来場者が多く、既存の駐輪場だけで収容できず、臨時駐輪場を設け対応していることから、フェアにおいても**駐輪場対策**の検討が必要になっています。

・生田会場の既存駐車場については、休日に満車となる傾向が多くみられることから、指定管理者と調整を図りつつ、**自家用車による来場抑制策**などの検討を進めます。

各会場イベント来場者  
例) 中原区民祭 (来場者数:約2.1万人)  
多摩区民祭 (来場者数:約6.8万人)



イベント時の駐輪事例



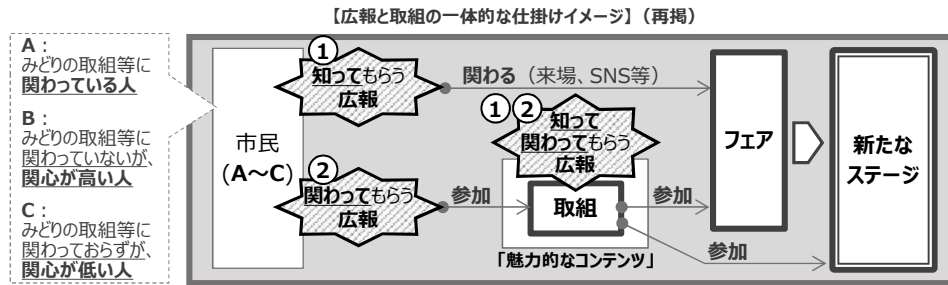
**CHECK!** 今後の調整の方向性

- ・歩行者の誘導等における、**地域の協力や既存団体等と連携した実施体制等の検討を進めます。**
- ・路線バスの運行本数の少ない時間帯等における**公共交通を補完する交通サービスの手法や会場内での移動をサポートする取組の具体案を検討し、関係者調整を進めます。**
- ・**駐車場及び駐輪場について、指定管理者等と調整し、必要な対策を講じます。**
- ・**自動車の来場抑制について、対策を講じます。**

## 4-1 広報宣伝

### (1) 効果的な広報宣伝の考え方

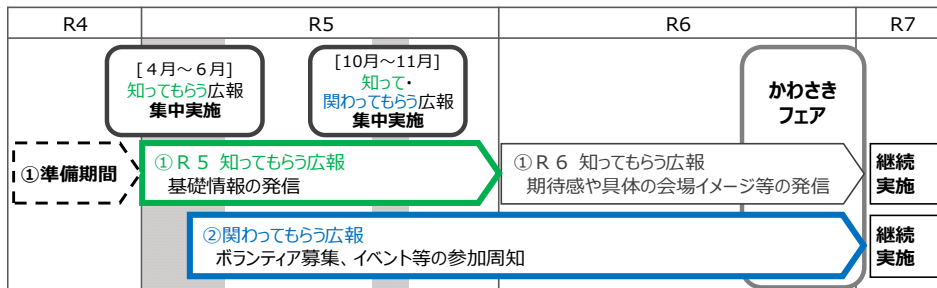
- 魅力的なコンテンツ等の周知と広報を一体的に行うことで、その取組を知り、関わるきっかけとする市制100周年記念事業全体の考え方を前提として、**フェアの開催前から積極的な情報発信により、気運醸成**を図っていきます。
- より多くの人々に知って、関わってもらうため、**現状のみどりの取組等への関わり**の分類に加えて、**ライフスタイルやライフステージ**等に応じたターゲット層を整理し、ターゲット層ごとに効果的な広報展開していきます。



### (2) 広報宣伝の展開

- 令和5年1~3月は、来年度から本格スタートするための準備期間として、**ポスター・チラシを作成し、既存イベントや企業・団体周り等への情報発信をできるところから行っていく**とともに、各局区の魅力的なコンテンツを市内外へ情報発信するために**4月から立ち上げる“かわさきフェア専用HP”を準備**します。
- R5は、国の都市緑化月間や市民イベントが多く行われる**4月と10月を集中期間として広報・PR**を行います。
- 「①知ってもらう広報」については、**段階的に意識醸成**を図るため**年度ごとに目的を明確**するとともに、**100周年記念事業の象徴的的事业として、取組を知り、関わるきっかけとしても積極的に情報発信**します。
- 「①R5知ってもらう広報」については、A・Bのターゲット層に向けて、改めて**フェアの開催に向けて実感を持ってもらえるよう、既存イベントや企業・団体周り等の機会を捉えて、出来るところから情報発信**を行っています。
- またCのターゲット層に向けて、**何よりもまずかわさきフェア自体知ってもらうため、様々な年齢層ごとに関心の高そうな話題、趣味**など、みどりと**別の動機付けを入口とするコンテンツを用意した上で、広報・PR**します。
- 「②関わってもらう広報」については、A・Bのターゲット層に向けて、**思わず関わりたくなるような多様なメニューを設定し、広報・PRと取り組みを戦略的に展開**します。

【広報宣伝の展開イメージ】



### (3) 各広報のポスター・チラシのデザイン等の考え方

#### ①知ってもらう広報

- R5** ● フェア認知度向上のため、**開期、会場等の基礎情報やロゴ・テーマ、都市の中の川崎のみどりの価値等の伝えたいメッセージを発信**します。
- 作成したポスター・チラシを活用して、**既存イベントや取組、企業・団体周り等で情報発信するとともに、ウェブサイトやデジタルサイネージ等におけるデジタル媒体にも反映**していきます。
- 先行して、情報をフェアの基礎情報や伝えたいメッセージに絞った「**通常版**」を作成し、**早急に周知拡大**を行い、その後、協賛企業ロゴ入り版を作成します。
- R6** ● フェアへの期待感を促進するため、**パーズや写真等を用いて具体的な会場イメージを分かりやすく発信**します。

#### ②関わってもらう広報

- **企業共創や市民協働等の取組と伝えたいメッセージを掛け合わせることで情報発信**します。
- チラシ等へ**QRコードを掲載**するなど、**気軽に情報を取得し、参加を促すような仕掛け**を入れます。
- **かわさきフェア公式サイト**においては、**各局区における既存のイベントや地域活動をPR**することで、**コア会場以外においても多くの人に関わってもらえるよう取組を推進**します。

| 種類         | ターゲット層       | 主な活用イメージ  | 種類                 | 其他媒体   |
|------------|--------------|---|--------------------|--|
| ①知ってもらう広報  | A・B・C (特に注力) | ポスター 駅、商業施設、公共空間等の <b>不特定多数が集まる場所</b> や水族館等のみどりの <b>効果と親和性のある場所</b><br>-チラシ 新聞折込、学校配布 等 | ・通常版<br>・協賛企業ロゴ入り版 | ・かわさきフェア専用HP<br>・各種SNS<br>・デジタルサイネージ<br>・新聞・雑誌 |
| ②関わってもらう広報 | A・B          | -チラシ 各種イベント・学校等での配布、団体・企業回り時の案内 等<br>(ポスターはボランティア募集など内容により作成)                           | ・協賛企業ロゴ入り版         | ・QRコード記載のショップカード 等                             |

### (4) 気運醸成に向けた取組

- 各局区のイベント等の機会を捉えて、約300人から、市内のおすすめの花やみどりのスポットをヒアリングを実施。写真等はHP等への掲載するなど、活用を検討していきます。



- 各局区のイベント等と連携して、みどりを体験・体感する企画を実施



めざせ! みどりマスター@SDGsランド

コケ玉づくり体験@カワバ

- 各区と連携した普及啓発グッズの制作



宮前区の風景をデザインした紙袋

ポストカード



4-2 行催事計画 ※フェア開催中を対象としますが、フェア開催前及び秋と春の中間期についても検討します。

(1) 行催事の基本的な考え方

- 既存の催事や地域の取組と連携した市民発信型の行催事をかわさきフェア開催前から展開していきます。
- 川崎の特色ある自然の魅力など、多様なみどりを知り、体感できる取組を推進していきます。
- これまでの100年で培ってきた川崎の魅力や強みを発信する取組を行います。
- 市制100周年に合わせた記念事業などと連携し、かわさきの魅力を活かした取組を推進します。
- 新たなみどりの価値や、みどりを活かしたライフスタイル提案などを行い、「川崎らしさ」を「市民総参加」で推進します。

(2) 行催事の区分と定義

| 区分    | 主催者行催事                 |                        | 協働催事                      |
|-------|------------------------|------------------------|---------------------------|
| 名称    | 公式行事                   | 主催者催事                  | 協働催事                      |
| 定義    | 実行委員会が主体となり実施する公式行事や催事 | みどりの普及や市民参加を目指して実施する催事 | 実行委員会が認めた企業・団体・行政等が実施する催事 |
| 運営主体  | 実行委員会                  |                        | 実行委員会以外（一部共催も想定）          |
| 事業費負担 | 実行委員会                  |                        | 事業者（一部を実行委員会が負担するケースも想定）  |

(3) 行催事の構成

| 区分     | 名称           | 会場               | 内容（実施予定日）   |
|--------|--------------|------------------|---|
| 主催者行催事 | 内覧会          | 富士見              | 秋・春の会期直前にマスメディア等を対象とした内覧会を実施（秋・春の開催日の2、3日前に実施予定）  |
|        | 総合開閉会式       | 富士見              | 秋の開会及び春の閉会を記念とした式典を実施（開会式：R6.10/19、閉会式：R7.4/13）   |
|        | セレモニー        | 各コア会場            | ・秋・春の会期開始時及び終了時にセレモニーを実施<br>・1年前イベント等の実施や、来場者人数等の達成を記念して実施  |
|        | 全国都市緑化祭      | 富士見              | 皇室をお招きして開催する全国都市緑化フェアの中心的行事<br>・庭園出展コンテスト及びみどりの社会貢献賞の表彰、記念植樹など  |
| 主催者催事  | シンポジウム・フォーラム | 未定               | みどりの普及や市民参加を目指したシンポジウム・フォーラムを実施<br>例：・2022年日本造園学会全国大会シンポジウム兼第39回全国都市緑化普及啓発シンポジウム<br>・くまもと花博シンポジウム<br>～緑の魅力の再発見と新たな緑のまちづくりの展開を目指して～  |
|        | その他催事        | 各コア会場            | 各コア会場の目的やコンセプトに即した催事を実施<br>例：・ナイトマーケット等の夜間催事（富士見公園）<br>・花いけバトルやフラワーワークショップ等の体験催事<br>・パークヨガ・パラスポーツ等のアクティビティ<br>・自然を満喫するアウトドアコンテンツ  |
| 協働催事   |              | 各コア会場・エリア・協賛連携会場 | ●各局区や企業等と実行委員会が連携した催事<br>例：・公園の夜間の活用につながる夜の催事（ナイトマーケット、プロジェクトマップ等）<br>・コア会場で実施する既存催事（環境技術展、市民まつり等）<br>・コア会場へ向かう駅周辺を活用した催事（ミモザフェスタ・優しい木の広場等）<br>・公募により会場の一部を企業等に企画してもらった催事<br>●各局区や企業等が主催し、実行委員会がPR等の面で応援して開催する催事<br>例：協賛・連携会場等にて行われている既存催事（区民祭、夢見ヶ崎動物公園まつり、わんぱくの森等） |

(4) 全国都市緑化祭

全国都市緑化祭は、国土交通省、都道府県（警察含む）、公益財団法人都市緑化機構、開催市により別途構成する緑化祭実行委員会により実施

全国都市緑化祭は、皇室をお招きして開催する全国都市緑化フェアの中心的行事であり、皇室からの「おことば」、子どもたちによる「緑化宣言」、「みどりの社会貢献賞」の授与、「庭園コンテスト」の表彰、皇室による「記念植樹」等が行われ、都市緑化の重要性を強く訴えかけるとともに、緑化祭に招待される地元の緑化活動関係者等の方々にとって大きな励みとなっています。

【主催】 国土交通省、神奈川県、川崎市、公益財団法人都市緑化機構

【実施場所】 式典会場：カルッツかわさき（予定） 視察：富士見公園（予定）

詳細な内容は、令和5年度に緑化祭実行委員会で検討

第39回 北海道フェア  
（皇室による記念植樹）

【出典：全国都市緑化祭報告書】



(5) スケジュール

| 区分    | R4       | R5                       |   | R6              |                |         | R7                                       |
|-------|----------|--------------------------|---|-----------------|----------------|---------|--|
|       |          | 4月～9月                    | 10月～3月                                      | 4月～6月           | 7月～9月          | 10月～12月 | 1月～3月                                    |
| 公式行事  | → 委託発注準備 | → 調査・検討                  | ● 実施計画策定（～R5.8）<br>→ 実施調整                   | → 実施調整、マニュアル作成  |                |         | ● 内覧会<br>● オープニングセレモニー<br>● 閉会式          |
| 主催者催事 | → 委託発注準備 | → 調査・検討                  | ● 実施計画策定（～R5.8）<br>● シンポジウム又はフォーラムの実施（R5秋頃） | → 催事実施          |                |         | ● シンポジウム又はフォーラムの実施<br>● シンポジウム又はフォーラムの実施 |
| 協働催事  | → 委託発注準備 | → 調整・募集方法等とりまとめ          | ● 実施計画策定（～R5.8）<br>→ 各局区・企業等参加募集            | → 催事実施          |                |         |  |
| 緑化祭   | → 関係者調整  | ● 実行委員会設立<br>→ 委託発注、内容検討 |   | ● 実施計画策定（～R6.3） | → 実施調整、マニュアル作成 |         | ● 緑化祭                                    |