

図表 4 6 参加型イベントの実現 Society5.0



図表 4 7 誘導マップ Society5.0

**情報発信の方法4
誘導マップ Society5.0**

データマイニングやIoT技術を用いて利用者を周辺部に誘う。

- オープンガーデン情報
- 庭園・公園等の情報
- 花屋さん、ガーデンカフェ情報
- 農産物等生産拠点情報
- 多言語対応店舗の情報
- トイレなどバリアフリー情報

14

図表 4 8 ポイントマップのイメージ



15

図表 4 9 素材としての公園の例



図表 5 0 素材としての公園の例



図表 5 1 「日本文化と花・緑」のプロゼンテーション

情報発信の方法5 「日本文化と花・緑」のプレゼンテーション

花・緑、横浜に残る「食」を含めた日本文化を紹介することで、会場周辺部への観光客のスプロールを狙う。

- 生け花展示や生け花教室、アレンジフラワー教室、盆栽教室等を各商店街や「まち」で開催する。
- 住民参加型 小さいイベント
- これらをコンテンツとするweb発信
- 桜の花見、藤棚、盆栽展、菊人形などの展示と解説、等。



二本松市観光連盟HPより 18

図表 5 2 世界の花・緑の歌と物語のプレゼン Society5.0



情報発信の方法6

世界の花・緑の歌と物語の プレゼン Society 5.0

世界各地に伝わる「花・緑」の歌と、「花と緑」にまつわる物語を集約し、SNSによって紹介する。

- 世界の人が参加。AIによって整理DB化
- 日本で歌われている童謡など、世界各地で歌われている「花と緑」の歌を集める。
- 同様に「花と緑」にまつわる文学、物語などを集約する。
- これらを素材として、FM放送とsnsで順次紹介する。

図表 5 3 機運醸成方策

機運醸成方策

図表 5 4 国際園芸博と親しみづくり

国際園芸博と親しみづくり



(1) 国際園芸博大楽（機運醸成）

住民にとって身近なテーマである花・緑・環境、人生観、哲学、健康、運動、教育などとの関係について、研究者が一人の生活者として地域の人と交流することにより、国際園芸博への親しみを醸成していくコミュニケーション事業

21

図表 5 5 国際園芸博と親しみづくり

国際園芸博と親しみづくり

Scheme

- 1) 地域と国際園芸博が同じ土俵で相互理解する場、相互利用する場として、国際園芸博コア地区でしか味わえない交流の場としての『国際園芸博大楽』（年間12回開催：1開催2講座：1講座2時間）の定期開催
- 2) 地域にとっては縁の薄い農業・花卉栽培の専門家や、地域にいる名人達人の講師起用
- 3) 地域の企業研究者や郷土史家などが取り組んでいる研究や業績について発表する場づくり、産官学協働の機会作り



←



22

図表 5 6 国際園芸博と親しみづくり

国際園芸博と親しみづくり

Scheme

- 4) 地域の紹介に役立つ国際園芸博の研究ガイドブック、地域の名人達人紹介マップの作成、配布
- 5) ケーブルテレビや、WEB等を用いた講座内容の情報配信



図表 5 7 国際園芸博コア地域の理解促進

国際園芸博コア地域の理解促進



(2) 国際園芸博コア地域ガイドツアープラン

国際園芸博をコア地域の観光資源として活用し、地域内外住民に臨場感と楽しさを感じてもらいながら、国際園芸博の魅力を理解してもらうコミュニケーション事業

図表 5 8 国際園芸博コア地域の理解促進

国際園芸博コア地域の理解促進

Scheme

- 1) 地域の子供たちを対象にした、国際園芸博を身近に感じてもらうガイドツアー
(土日開催：2 時間)
- 2) 国際園芸博に興味のない住民、興味があっても近づきにくさを感じている人たちを対象にした、国際園芸博を身近に感じてもらうバスガイドツアー
(土日開催：2 時間)

国内各地でのオープンガーデンを通じて花博を応援
オープンガーデンネットワーク



25

図表 5 9 国際園芸博コア地域の理解促進

国際園芸博コア地域の理解促進

Scheme

- 3) 横浜出身の役者や作家をガイド育成インストラクターとして採用した、楽しませる、笑わせる仕掛けがあるエンターテインメントの提供
- 4) インストラクターと留学生のツアーガイド起用による、国際園芸博と地域とのコミュニケーション作り
- 5) 外国人観光客を対象にした、インストラクターと留学生のツアーガイド起用による国際交流と語学研修の場作り



26