

第48回広報・見える化部会 会議録	
日 時	令和3年10月6日(水) 10時00分～12時15分
開 催 場 所	市庁舎18階 共用会議室みなと6
出 席 者	奥井委員、国吉委員、高田部会長、高橋委員、村松委員、望月委員(五十音順)
欠 席 者	
開 催 形 態	公開(傍聴0人)
議 題	<ol style="list-style-type: none"> 1 広報事業の評価・提案について 2 Yokohama みどりアップAction 5号原稿案について 3 見える化企画案について 4 Yokohama みどりアップAction 6号記事内容について 5 その他
議 事	<p>(事務局) ただ今から、市民推進会議第48回の広報見える化部会を開催いたします。</p> <p>まず、本日の会議について報告します。本会議は、要綱の第5条第2項により半数以上の出席ということが成立条件になりますが、本日、出席されている委員の方は、ウェブ参加を含め6名ということで会議が成立することを報告させていただきます。</p> <p>また、本会議ですが、第8条により、公開となっており、会議室内に傍聴席、記者席を設けております。また、本日のこの会議録につきましても公開とさせていただきます。会議録は委員の皆さまに事前にご確認をいただきたいと思っております。なお、会議録には個々の発言者の氏名を記載することとしておりますのでご了承いただきたいと思っております。さらに、本会議中において写真撮影を行い、ホームページおよび広報誌へも掲載させていただくことも併せてご了承願います。</p> <p>事務局からは以上になります。それでは、今後の進行につきましても高田部会長にお願いします。高田部会長、よろしく願いいたします。</p> <p>(高田部会長) 皆様、こんにちは。今日も皆さんの顔を拝見できて、大変うれしく思っております。昨日、地球物理学の真鍋さんが、誇らしくもノーベル賞をいただいて、その延長線上に、みどりアップの計画もあるし、また、この場もそれに続くものと、認識を新たにしているところでございます。また、国吉さんが昨日、朝イチの番組で、園芸家としてレモンについて出演いただき、非常に勉強にもなりましたし、今後のご活躍を期待するところでございます。</p> <p>今日は広報部会の議題が非常にたくさんございますので、皆様のご協力をよろしく願いいたします。</p>

(事務局説明)

(高田部会長) ありがとうございます。それでは、ご説明いただきました、効果的な広報の展開につきまして、委員の皆様から評価・提案についてのご意見ご質問をいただきたいと思えます。私から1つ。先ほどのアンケートなども少し資料としていただけるとよかったなと思えました。

(事務局) この画面の一番うしろですか。

(高田部会長) はい。それと、今回は2020年度についてやるわけですが、そのアンケートというのは、2020年度についてのアンケートとしてされたわけですね。いつ頃実施されたのですか。

(事務局) 横浜みどりアップ計画の認知度調査は毎年度行っております。スライドで映している調査につきましては、市民5千人にアンケートを配っております。令和2年の10月21日から11月11日の間で実施し、1,647票の回答がございました。その結果となっております。

(高田部会長) これを踏まえながら、皆様のご意見をお願いしたいと思えます。

(村松委員) アンケートに関連して、先ほど4つのグラフで層をA、B、C、Dに分けているのがありましたけれど、それぞれ何%くらいいるかということはわかりますか。認知層の人は、全体の10%くらいだったなど。

(事務局) 導入している比率等は、出していません。大体、この辺の層ではないかということで、我々のほうで考えた案になっております。数字で何%、何人など、そこまでは出ておりません。

(村松委員) では、こちらで項目と項目でクロス集計したというものではない。

(事務局) そうではないですね。

(村松委員) 感覚として、どのくらいですかね。集計ですから、データとして分析されているのではないですか。

(事務局) 家族、ファミリー層などと書いてありますが、実際の年齢層として、20～40代の方をファミリー層と括っていますが、その属性まではアンケートの中で確認を取っていません。そのため、これに合った形のクロス集計の数字というのは、求めているというのが現状です。

(村松委員) 私の感覚では、Aが90～80%くらいではないかなという感じがしますけれども。

(事務局)	この調査の結果は、公募していただいた方のうち 40%の方が知っているという回答になっております。
(高田部会長)	こういう結果に沿って、その次の対策を考えるというのは、非常に重要だと思います。工夫すれば、アンケートでできるようになると思いますが。
(事務局)	アンケートで、新たに別の項目を設定すれば認知層がどのくらいかを求めることはできると思いますが、現在はまだやっていないという状況になっております。
(村松委員)	アンケートは公開されていますか。
(事務局)	認知度調査は毎年、ホームページでアップさせていただいています。
(村松委員)	市民意識調査の中ではなくて、みどりアップ計画だけのアンケートですか。
(事務局)	そうです。
(奥井委員)	全体的の数値で、2019年と2020年を比較すると2020年が全体的に下がっているというのは、コロナの影響ですか。
(事務局)	<p>そうだと思います。新聞の記事もほとんどがコロナになったような1年でしたし、そういう中で我々の感覚としては、みどりアップ計画の取組に関心を持つというよりは、コロナに関心を持たれてしまった。ただ、外に出てみると近くにしか行けない状況もあり、身近な花や緑の公園などは大いに賑わったということが実際にありました。</p> <p>普段なら大型イベントを中心に広報をしていました。みどりアップ計画や緑施策関連のイベント、区役所等でも緑と花のイベントでやっていましたが、軒並み中止になっていまして、皆様の目に触れるという機会がかなり少なくなっているとは思っています。</p>
(奥井委員)	実際にコロナの影響で、たとえば食と農の祭典などといったような大々的なイベントが軒並み縮小されてしまったり、中止になったりということで、リアルに参加する機会自体が減ってしまった結果はあるとは思いますが。しかしその反面で、家のガーデニングをされる方が増えたり、公園を散歩される方が増えたりという、身近にある緑に触れる機会は増えているはずなのですが、そこが広報とうまくリンクできたらよかったのかなという感じがします。
(事務局)	コロナもまだ完全に収束したわけではないのですが、今でもやはり身近な緑や花を楽しんでいただく方が増えています。今はコロナの収束というのが一番なのでしょうけれども、これ以降も引き続き「みどりアップ計画でやってきたことで楽しんでいたのだ」というのがわかるようにや

っていきたいと思います。

(奥井委員) そうですね。何か後押しできるといいですね。

(事務局) 今は我々もこのコロナを優先していく中で、みどりアップ計画を広報して、どんどん外に出ていってくださというの、なかなか言いにくいということがございまして、非常に難しい1年でした。

(国吉委員) この表を見ていて、一番目立つ言葉をピックアップしていくと、関心を持ったというところと言うと「森の散策ウォーキング」と「地産の野菜の購入」と考えます。

コロナの影響もあって、大型のイベントというのは、この先1～2年くらいは少し難しいかなと思うのですが、逆に家族単位や友達同士など、個人レベルで動くということは、もうすでに始まりつつあると思うので、そこを後押しするような形の広報ができると、一番効果的かと思います。

たとえば若い人たちは、電車の広告。通勤が少しずつ始まっているのもあって、久しぶりに電車に乗ると、なんとなく画面の映像を見てしまうというのもあるので、動画的な感じで追っていくようなものになると、若い人たちの目を引くだろうと思います。

あとは、市営地下鉄で桜の名所みたいなものを、ずっと追っているのを私も見て「ああ」などと思って。少し関心があって、「こういうところには、こういう桜の木があるんだな」というのを見ていたのですが。あのような形で、たとえばここに来ると野菜が買える。それから、ここに自由に散策するような素敵な場所があるなど。そういうような、少し視点を変えた広告というのを、目につくところに置いていくというようなことも、1つの手なのかなという印象を受けました。

(高田部会長) 高橋さん、ご意見どうですか。

(高橋委員) 先ほどの認知度調査で若年層の認知がまだ低いという件ですが、若年層の認知を高めるために、広報、チラシなどの内容に合ったSDGsのアイコンをつけることを検討していただきたいです。若い人たちは、SDGsについて関心を持っている人たちも多いので、チラシなどにそのアイコンが表示されていれば、目につき、手に取ってもらうチャンスも広がります。是非とも検討していただければと思います。

(高田部会長) コロナ禍は続くと思うので、今までの広報の仕方から、かなり大胆に舵を切った広報を今、求められているのではないかなと思います。

コロナ禍が急に始まったことでしたので、計画からすると、早急には変えられなかったというのはあるかもしれませんが、先程お話があったようにコロナ禍においても「地域の緑には関心を持つようなことがある」にも関わらず「みどり税がいろいろなところで使われていることを知らず、

認知が低い」ということは広報が上手く結びついていないのではないかと個人的には思います。

そこを地域にもこれだけ横浜市が助成や管理している緑があり「そこに皆さん、行ってください」というような流れができる広報が必要なのではないかと思います。そのために、これからどういう方向のどんな広報手段が必要かということを議論していったらいいのかなと思います。

(高橋委員)

2020年度の報告書45ページの「広告動画等の各種メディアを活用したPR」という中で、交通広告の掲載は「1件、10月」だけではなく、「京急・市営地下鉄で10月に実施」など、具体的なことを入れたほうが良いと思います。

また、効果的な広報の展開の「ホームページの充実」という中でも、「ホームページ更新、1件」となっていますが、実績報告書は10月に1件だけでも、それ以外にメルマガを発信した情報など都度更新されているので、表現の仕方をもう少し見直していただければと思います。

(村松委員)

広報横浜は市版が3回、そのほか区版は中区、旭区、磯子区、緑区、栄区、泉区、瀬谷区と7区だけです。その区は結構何回も出ていますが何か意図があるのでしょうか。

(事務局)

主に区版については、各区の広報相談担当というのが区版の編集をしています。その区で編集会議をやって、緑の取組をこの地区に出そうというときに、我々のみどりアップ計画として、少し載せてくれというような形をお願いをしています。どこの区がやるかというのは、基本的に区役所が編集権を持っていますので、我々から「みどりアップ計画の記事を載せてほしい」というのは、なかなかできにくい構造になっています。

この11件のうち誌面上で非常に大きな扱いとして載せてくれた区版もありますので、これが本当に全区18になればベストですが、緑環境を載せている区には、必ずみどりアップが相乗りしてやれるようにしようと努めています。

(高田部会長)

農園付公園が開園するなど、何かあれば、きっと載るのではないかと思います。

(事務局)

そうですね。そういうときに、みどりアップ計画のマークを入れて、「みどりアップ計画をやっているというのを載せてください」というのをお願いしているという形です。

(高田部会長)

この9月に、私たちが管理をしている当会の、みどりのルート1の会で、「ホッと横浜」という、横浜市の広報としてのラジオ番組をラジオ日本が持っていて、それに「出てください」と言われて出演しましたが、そういうのも初めて知りました。市民の皆さんもそういうものがあること自体たぶん知らないですよ。ずっと継続的に番組はされているようで、この度、私もそれに関わったので初めて知

	<p>りましたが、あれは、いろいろな市全体の政策をお知らせしてくれるでしょうから、みどりアップのPRとして市民にもお伝えできたらと思いました。お知らせをどこかでされているのか、それとも気がつかないだけなのか、少しお伺いできますか。</p>
(事務局)	<p>横浜市の市民局広報課がテレビ、ラジオの番組をいくつか持っています。その中で、全庁的に見てトピックがあれば、広報課のほうの采配で各局に取材依頼があって、それで出演するという事は常時おこなっています。</p> <p>おそらく地産地消などは、市民の関心がとても高いので、ことあるごとに取材に応じているという状況は聞いております。こちらから売り込みができるかは、年間の計画も決められているので、なかなか枠を提供していただくのは難しいと思います。</p>
(高田部会長)	<p>もしかして、みどり税のほうの予算ではないからというものもあるのかもしれないですが、それが評価・提案には入らないのはなぜか。そこら辺のすみ分けもよくわからないので、少しお伺いしたいです。</p> <p>ほかの課との連携も必要ではないでしょうか。毎回私も区との連携を言っていますが、結局市民は区であろうと市であろうと、一緒に考えています。上手に連携すべきだと思います。</p>
(事務局)	<p>今の「ホッと横浜」というのは毎週木・金で16時半～16時35分の番組となっています。このラジオはランダムにトピックを発信していると思います。緑も注目されていますので、高田委員に取材が入ったと思います。</p> <p>みどりアップでやっていることというのは裾野が広いので、色々な場面で広報されていると思いますが、我々が捉えきれていない部分があると思います。</p> <p>報告書に掲載しているのは、みどりアップ計画の中で取り組んでいる広報を掲載しているので、今回の報告レベルで挙げられるとなると、実績の表にあることにどうしてもなってしまいます</p>
(高田部会長)	<p>市の政策全体での1つの番組としてたまたま今回は地域緑が取り上げられたということだとは思っていました。</p>
(事務局)	<p>年間通してやっている広報を、どう捕捉できて変えていけるか、今後の課題となります。</p>
(高田部会長)	<p>そうですね。たぶん、先ほどおっしゃった農の関係や、いろいろな広い分野が関わっているわけなので、そこで取り上げられる可能性は大きいのかなと思いました。</p>
(事務局)	<p>ありがとうございます。</p>
(望月委員)	<p>先ほど、このアンケートとみどりアップ推進課の広報のギャップがあるということについて、私も経緯を少し知っ</p>

ています。横浜みどりアップ計画や横浜みどり税の広報に関する調査は、横浜みどりアップ計画そのものをつくると同時に、みどり税を入れるか入れないかという話になりました。これが、大きな政治的なマターになって、そのときに、どうしても市民の皆さんの意向をきちんと聞いて、みどり税が皆さんに受け入れられるかどうかということ、きちんと調査しなければいけないということが、議会側からも求められていました。もちろん行政側も必要性はありましたので、それでこの調査をやりました。2016年からこういう形でデータを取っていますが、このみどり税をやるかやらないかという時に、市民の皆さんにデータを取って驚きました。

市の行政に対する市民の認知度アンケートを取ると、大体20～30%しか知りません。細かい事業には関心を持っていません。私もそうなのですが、横浜市の細かい事業、たとえば土木の事業や河川の事業など、わかりません。

ところが、みどりアップ計画とみどり税のアンケートをとったら、4割の人が関心を持っていました。認知度がほかの事業と比較して倍でした。

特にみどり税に対する関心で、当時データをとって、確か44～45%の人が関心を持っていました。さらに、「みどり税を入れて緑の政策を推進しますか」というアンケートをとると50%を超える人が、「そういう政策を進めるべきだ」というデータが得られました。

横浜のみどりアップ計画をアンケート回答者の4割くらいの人を知っていて、みどり税そのものに対しては5割くらいの人に関心を持っていて、その人たちに「やりますか、やりませんか」と聞いたら、6割くらいの人「やるべきだ」という回答をくれました。行政の皆さんは、現実に対応されているので、こういうデータというのがどういう意味を持っているかということかおわかりになると思いますが、我々のように一般の人は、なかなか理解しにくいところがあります。

逆に言うと、このデータを見て、「みどりアップ計画をご存じですか」というのが4割を切っているというのは、少し心配だと思います。今まで大体40%を維持できていたのですが、これを切ってきたということは広報を行政の皆さんにもう少し頑張ってもらわないといけないと思います。

コロナの問題はあると思いますが、重要な施策として進めているので、市民の皆さんの認知が少し下がっているというのは、ここは少し頑張らないと、と思います。

みどり税に対する認知度というのは、いつも高いです。「知っているか・知っていないか」というと大体50%の人が知っているということです。それだけの認知度を市民が持っている事業ですから、どういうところにそれを使って、どういう計画を進めていくかということは、行政が認知度を高めるように努力をしていかなければいけない。

また、この広報部会はすごく大事です。こういうパンフレットを通して、あるいはアクションを通して、皆さんに

「こういうことやっていますよ」というのを知らせています。私はすごく大事なことだと思っています。評価・提案をするときに、意外にマイナスの面は指摘されるのですが、プラスの面を評価します。もっともっと評価されていいと思っています。

評価のところにもっと市民目線で広報をして、こういう活動を市民の皆さんにお知らせする機会と、それからそれをきちんと評価する機会が与えられているということをもっと評価するべきだし、そのことを、市民の中から選ばれた委員の皆さんが担っているというのは、もう少し評価した文面があってもいいような気がすると思っています。

普通、市の行政に公募市民の皆さんが参加して、こういうアクションみたいなものをつくるというのは、ありません。それをもう少しPRする文章が入っても良いような気がします。「ちゃんとやっている」ということを私はもっと言ってもいいような気がします、いかがですか。

(高田部会長) そうですね。その通りではないかと思います。

(望月委員) すごく評価されるべき活動だと思います。最初にそれが入るような気がします。こういう試みを私たちは一生懸命やっていて、今回こういう形で取りまとめをしましたということは、最初にあっていいような気がします。自慢するところがあってもいいのではないのでしょうか。

(高田部会長) 本当に私たちも関心を高く持っていて、皆さん、かなりいろいろなことを研究されている方たちと、実践されているメンバーで臨ませていただいていると思います。よりよくなるようにということを一途に思っている感じですね。それを冷静な目で、評価というか、今後どうしていったらいいのだろうかということをいろいろ話し合ってきています。そんなところでよろしいのでしょうか。

(国吉委員) 広報で考えると、先ほど申し上げましたけれども、電車の広告に載せるなど。簡単に載せると言っても非常に広告費がかかることだというのはよくわかっていますが、若い人たちが一番目にするのというのは瞬間的に情報を知りたいという人が多くて、「今週末どこ行こうか」というときの情報を欲しがっている人がたくさんいると思います。

前から少し話題になっているようなインスタグラムなど、そういうところで「もうすぐコスモスが満開になりますよ」、「この場所の花が見頃になります」、「今とてもさわやかな緑があります」、「公園がすごく広くてファミリー層でも自由に入れますよ」というような、もう少し軽やかな柔らかな、そういう広報の仕方にシフトしていくのも、これからの時代には必要なのかなという気がします。そのために今、企業などでもそういう専任の広報の部隊をつかって、「こんな固い企業が？」と思うようなところが楽しい情報出していたりなどしています。

人件費をそこに使って、もっと瞬間的な広報ができるよ

うになると、より皆さんに知っていただけるのかなと思います。私たちもハッシュタグに「緑推進委員」など、そういうような形で広報してよければどんどん発信していきたいなというようなイメージではありますよね。

(高田部会長) 本当にこれまでの広報についても、すぐにそれを知って、すぐに行動できる。どこに行ったらいい、何をしたらいいというのがわかるような誌面の作り方をしてきました。その場所だけではなくて、身近な、それを読んだ方がどんな場所においても、市全体としてはこんなところにあるというので俯瞰的な図を、どこにも今は入れていただいていると思うのですけれども。まさにそれが効果的につながってくるのではないかなという思いが強いですよね。リアルタイムで、今、どこへ、すぐ行ける。そこにいかにつながっていくかの情報発信をしていくべきです。それがやはり一番早いとなると、誌面から SNS など、そちらの情報に行くのかなと思っています。

(国吉委員) 二本立ては必要だと思います。じっくり読みながら探していこうかなという、少し期間があっても行けるようなところと、瞬発的に行けるような、そういう情報と。これからは、そういう二本立てにしていっても良い気がします。

(高田部会長) あと、たとえば市民の森などを扱わせていただいたときに、これから少し改善していただきたいと思うのが、少なくとも、どこを見ても同じような伝え方をしてくださるなど。バラバラの情報が一応はあるのですが、その場所によって表現が違ふと見にくいなど。アイコンなども統一したようなパンフレットにしてくださいと、どこのパンフレットを見ても「ああ、これがあるね」というふうに馴染みもできてきますし、わかりやすいのかなという気がします。そして、あるところとないところがあるので、やはりやっているところは全部の。たとえば市民の森は、全部あってもいいのではないかなと。いざ行こうと思ったら、ここはよく書いてあるけれど、ここはないなど、そういうのもあるので、そこを充実したらいいなと思います。

先ほどの区との連携ですが、実は、鶴見区は MACHI 塾というのを市民活動センターというところで区役所がやっています。鶴見区は愛着度が低いということで、どうしたらいいかという対策の1つとして、区で活動しているグループが集まり、情報交換をしている場で区民が発表して「何か皆さんに伝えましょう」というような会議が今度、催されます。

今それに名乗りを挙げて、市民の森をお伝えしようと思っています。1時間半くらい、5人くらい、いろいろな分野の方が出ますが、そういうので少し皆さん、区の情報発信として、今まで教えていただいた内容や、取材した内容を、区民が集まる場、あとはウェブ会議にもなるかと思っていますけれど、そういうので発表していこうと思っています。

区でもお話をよく聞くと、「そういうことがあれば、やりたい、取り組みたい。何をしたらいいかわからない」。いろ

いろな情報が上がってくるので、どれに取り組んだらいいかというのは迷っていらっしゃるので、やはり「なかなか難しいでしょう」ではなくて、流すだけは流していただいて、つなげていただけるといいかなと。ほかによろしいですか。

(高橋委員)

市担当者からの最初のコメントで「みどりアップ計画の実施については、リーフレットを作成し、市連会・区連会」とありますが、市連会・区連会というのは、一般市民の人に伝わりづらいので「自治会・町内会」という言葉を入れたほうが良いと思いました。

(事務局)

先ほど、ツイッターやInstagramというご意見いただいたところで、これから頑張らなくてはいけないなというところではありますが、我々も若手の職員にリードしてもらったほうが良いのかなと思っております。

毎年みどりアップ計画の実績のリーフレットもつくって、これから配布をされる予定ですが、今年少し改良しました。スマホとの連動をもっときちんとやるようにしたほうが良いだろうということで、イベントや人生記念樹の配布など、リーフレットを取った人が、その次の行動につなげられるような情報を二次元コードですぐ手に取れるようにしました。リーフレットには情報量を非常にギュッと絞らなくてはいけないのですが、スマホと連動させることで、より情報を広げて発信することができます。そういうようなところから、我々もよりリアルタイムでの情報発信を、スマホも使ってやっていきたいなと思っております。

(事務局)

今回ご意見いただきました評価につきましては、下案ですので、今日いただいた **SDGs** というのをキーワードにしたかどうかというお話や瞬間的な情報といったところも工夫が必要だというご意見なども踏まえて、この中身を完成させていただきたいと思っております。引き続き、アクションや見える化企画などの議論をおこなっていただきたいと考えております。

(高田部会長)

はい。では、次の議題に行きます。

(事務局)

評価・提案は、事務局のほうで今いただいたご意見や、いただいたものを少し修文させていただいて、部会長にご確認いただくような形の流れでよいでしょうか。

最終的には委員の皆様にご確認をさせていただきます。それでは次の議題に入る前に、広報所管課であるみどりアップ推進課は、こちらで退席させていただきます。

(高田部会長)

はい。ありがとうございます。

(一同)

ありがとうございました。

(高田部会長)

それでは続いて、『みどりアップ Action 第5号』の原稿案になります。事務局からご説明をよろしく願いいたし

	ます。
	(事務局説明)
(高田部会長)	Action 5号についてのご意見、構成等、あと、文面を書いていただいた高橋さんと奥井さん。ご感想やこの表現など、何か思いをよろしくお願いします。
(奥井委員)	大変うまくまとめていただいて、私は申し分ありません。ありがとうございます。自分のところはいいとして、もしご意見があったら頂戴したいと思います。 ふれあい公園の平面図、すごくいいですね。文章で書かれているよりもイラスト入りというか、こういうふうに関面、カラーで描いてあるほうがすごくわかりやすくいいと思いました。
(高橋委員)	本当にうまくきれいに読みやすく編集していただいて、ありがとうございます。特に全体を俯瞰する平面図にうまくコメントを配置していただいたところは、文章記述のみよりすごくいいと思います。
(高田部会長)	あと2人、いかがですか。
(村松委員)	右のほうに初めてハートフル菜園という言葉が出てきますが、これが何かよくわかりません。これの写真があるといいと思います。
(高橋委員)	中央の写真の中に中腰で植えつけしている写真がありますが、これがハートフル菜園の高さのある花壇です。車椅子でも、体が不自由な方でも、簡単に植えつけなどができるようになっています。写真にコメントを入れるといいかもしれないですね。
(村松委員)	この写真が何なのかというのが、少しわかりづらいです。
(高田部会長)	では、車椅子で植えているような写真があると良いですね。この写真がもう少し説明に近いものがあれば、というところでしょうか。
(事務局)	写真にコメントを入れて、「ハートフル菜園の様子」など、「植え付けの位置が高い菜園になっています」くらいのコメントを入れれば、伝わりやすいかなと思います。
(国吉委員)	左の写真もどなたかなという感じがするので。
(高田部会長)	やはり、写真の説明が要りますね。
(村松委員)	地図の中にもハートフル菜園はないですね。具体的に場所はどこでしょうか。
(高橋委員)	園路の途中ですね。

(高田部会長)	それを加えていただくようお願いします。
(国吉委員)	ただの補装のところも、「車椅子でも介入できるような工夫がされていますので、安心して来てください」みたいな、何か誘導につながるような言葉が欲しいです。
(村松委員)	この斜めに上がって行くところの写真などがあればいいと思います。その斜めに上がった途中の真ん中あたりに、ハートフル菜園があったような。
(奥井委員)	あの真ん中ですよ。大きいピーマン。
(高橋委員)	ハートフル菜園はその途中ですね。坂道を上がっていくような感じで園路のそばにありました。あと、車椅子や乳母車というのは、確か書いたと思ったのだけど、文章の中ではありませんでしたか。
(事務局)	バリアフリーと表現していますので、車椅子の方もベビーカーの方も楽しめますと加えます。
(村松委員)	最後のページに、農園付公園の案内があるのですが、募集時期がまちまちなのか、本当に募集する場所があるのかどうか、わかりません。記載できますか。
(事務局)	各公園に指定管理者がいて、2年に一度のサイクルで分区園の募集を行います。公園によって、そのサイクルがずれたりするので、少し募集時期が異なる場合があります。月としては、大体2月頃から一斉的な更新があります。利用者全員がもう1回やり直すというパターン等も含めて、お知らせがあるとは思いますが、ただ、空いていれば、その都度入れるという場合もあります。そういったことを含めて、下のほうに空き状況などは各公園にお問い合わせいただくという形にしました。
(国吉委員)	逃してしまうと1年過ぎてしまいますね。野菜のことを知っている人だと1月あたりかなという狙いを定めて連絡すると思いますが、本当に初めてやりたい方だと、そういうこともよくわからず、春になったら「やりたいな」という気持ちになるので、その前に大体この時期とお伝えできないでしょうか。
(事務局)	たとえば広報よこはまに出る時期みたいな。目処として載せられればということですか。
(国吉委員)	結構ご覧になっている方は多いと思うし、実際に利用されている方は、そこから情報を得て利用していると思います。
(事務局)	少し内部で検討して、表現を考えていきたいと思っています。
(高田部会長)	左ページの「農園付公園で始める野菜づくり」というの

	<p>は、農園がついている公園だなというのわかりますが、この説明が少ないと思います。「そこに行きました」から始まっていますが、「農園付公園は身近な農体験ができる公園としてみどりアップ計画の事業として、整備する公園です」というような内容がどこかに一言入っていると、明確なイメージができるのではないかなと思います。その説明が入れられないのならば、「身近な農体験ができる農園付公園に行ってみました」など、説明をなんらかの形でいただきたいなと思います。</p>
(事務局)	<p>わかりました。農園付公園という言葉自体が一般的にはないので、その下の本文中に少し入れるなど考えます。あとは右側のみどり税のところに加えるなど。補足の仕方をもう少し丁寧に、事業の概要がわかるような感じで表現を工夫したいと思います。タイトルにコメントや注釈をつけると、少し重いというか野暮な感じがしてしまいます。</p>
(高田部会長)	<p>Action の趣旨から言うと、「野菜づくりでここへ見学に行ってきました」の見学文章ではないので、ここで行動を起こしてほしいということですから、それを呼びかけるフレーズが、少し足りないかなというふうに思いました。「農園付公園で野菜づくりを始めませんか」など、Action の言葉をどこかに盛り込みたい。呼びかけというよりは、説明文で終わっているような気がします。</p>
(事務局)	<p>見開きのところは状況を「まず農園づくりを知らないという方がわかるような形でお伝えするようにします。背表紙の文章の結びの「農園付公園に足を運んで、農を感じてみてはいかがでしょう」というところは、やや能動的に出しているところです。</p>
(高田部会長)	<p>まずこれを手にしていただくというところから始まると、そこまで読み切ってくださいの方々は、すごく関心を持っていただいている方だと思います。もっと層を広げる、身近に感じていただくには、やはり惹きつけるような言葉など、「これ、何かしら。ちょっと手に取ってみようかしら」みたいな、「それって何」ということをやっていかないとはいけません。</p>
(事務局)	<p>まずは、手に取ってもらってというところなので、キャッチフレーズが出てくる部分もあると思いますし、そこにもう少し文字を加えるという表現の工夫もあるかなとは思っています。</p>
(奥井委員)	<p>農園付公園は横浜市だけですか。ほかの行政ではない取組ですか。</p>
(事務局)	<p>公園の中に、分けて区画化している手法はありますので、たぶん例はあるとは思いますが。ただ、ここまで集中して取り組んでいるというところは、横浜くらいです。</p>

(奥井委員) では、アピールするようなタイトルを思い切ってつけてしまったほうが、わかりやすいかもしれません。「横浜市独自の」など。そういうタイトルが前にあると、少しわかっていただけるかと思います。

(国吉委員) この大見出しで「農園付公園で始める野菜づくり」という説明文になってしまっているの、部会長が言うように、それを Action でやるのだったら、「農園付公園で野菜づくりを始めましょう」「始めてみませんか」という、その Action の文章に変えれば、部会長が言ったことをクリアできるのではないですか。

あとは、訪問して実際にそういうところに行ってみて「こうでしょう」という話なので、矛盾はないような気がします。「農園付公園で野菜づくりをしてみましょ」など。あるいは「農園付公園で野菜づくりを始めませんか」というような、まさに Action を起こすような見出しにすればいいと思いますので、検討してみてください。

(奥井委員) この主題に行く前の、前回の部会のときに、そもそも貸し農園と農園付公園の違いがわかりませんでした。行く私もわかっていなかったし、一般市民の方は、もっとわからないと思います。

したがって、全部読まなくても、どこかに農園付公園がわかるような文章が入ったほうがいいのかなということと、あと、実際に行ってみて、貸し農園はやはり、ガッツリ野菜をつくりたいという方が行くところで、別に休憩する場所も何もないし、自分で全部持っていかなければいけないから、少しハードルが高いと思います。一方の農園付公園は私たちが取材に行ってみて、公園に行くついでに、ほかの方がやっている野菜を見ることもできて結構楽しいし、これから始めたいという方にとっては、すごくいいです。家族で公園に遊びに行くついでにもなるし、始めようかなという方には、すごくハードルが低くていいなと思いました。そういうところも強調してあげるとより農に触れやすいというか。

文章の中のタイトルもそうですけれども、たとえば、このサブタイトルなども、本当にストレートに「農園付公園に行ってみよう」など、そんな感じでもいいのかなと思いました。

(高田部会長) 公園の中の一部に農園付公園がある場合もあれば、土地の農業が継続できないとなった場合、市が買い取って農園付公園に変わるというのもあります、というご説明だったと思うのですけれど、よろしいですか。

(事務局) 農地を持たれている方がいわゆる認定市民菜園として開放している場合と、法的にそこを買い取って公園として作った農園付公園の2つの手法があります。この「公園として」というところは単に農地があるよりは、スペックは少し上ですが、今まで全然農の経験のなかった方が入れるようなという趣旨で設置しています。

- (高田部会長) ほかにございますか。
- (国吉委員) 実際に行っていないので、この写真などを拝見して、お話をうかがったイメージですが、公園の中に農地があるというイメージで言うと、ガッツリ農作業をするというのではなくて、誰もが散策するように、その公園に来ていいというイメージでいいのでしょうか。
普通だと農地は絶対に入ってはいけないところですが、ここはそういう制約もなく、本当に散歩をするように来ていいという、そういうイメージの言葉が入るといいと思います。
芝生に入ってはいけないというイメージが私たちにあるのと同じように、農地にも入ってはいけないイメージがあります。もう少し「公園に行くような感覚で野菜に触れられる」、「子どもたちにも野菜の生育を見てもらえる」というようなイメージで取り組めるといいかなと思います。
- (事務局) 農園付公園は、利用料金を払って使われている方がいらっしゃると思いますので、利用している方がいらっしゃる時は開いています、たとえば日没後など使われていない時間は、閉めています。残念ながら野菜を盗んでいかれる方などもいらっしゃると思いますので。開園時間中は園路があって入っていただけるので、そういった表現も少し工夫して入れられるようにします。
- (高橋委員) トラブルがあってはいけないと思うので、そのあたりのところもやんわりと入れると、理解しながら使っていただけたと思います。
- (村松委員) 私も行って見て、普通の貸し農園との違いはこの園路でした。本当に誰でも入れる、結構立派な広い園路ですよ。車椅子でも上がっていただける緩やかなスロープで。あれは、ほかの貸し農園と違う、一番の特徴だなと思います。
普通の畑は勝手に畑に入ると「土が固くなる」など言われて、本当に狭いところしか歩いてはいけません。
園路の写真があれば、文章の中になくても「歩いてお楽しみください」など、何か表現を考えていただいて写真に添えていただければ、その辺も通じるかもしれませんね。
- (事務局) 文章になると長くなってしまうので、写真にキャプションをつける形で、わかりやすく工夫していきたいです。
- (奥井委員) 何しろ普段は公園なので、誰でも見に行けるといっても、大きなアピールになるかなと思います。上の段は、梅林などありましたよね。
- (高田部会長) バラ園を見に行くような感じで、畑を見に行けるといって感じですね。
- (高橋委員) 散歩コースのようになっており、散策できるつくりにな

	<p>っています。「オクラの花が見られる」と書いても、発行時期にはもうオクラがないかも。季節も書いたほうがいいかも知れませんね。</p>
(国吉委員)	<p>もしくは、季節で入れ替わるならば。それも入れておいた方がいいかもしれません。</p>
(事務局)	<p>たとえば、園路に名前等があれば、そういったものを入れて、「取材時はオクラの花が咲いている道でした」みたいな形で構成を考えてみます。</p>
(高田部会長)	<p>皆さんが誤解を招かないというか、期待がそがれないような書き方にしていただければと思います。 ほかによろしいですか。</p>
(高田部会長)	<p>では続いて、議題3見える化企画案です。説明をお願いします。</p>
	<p>(事務局説明)</p>
(高田部会長)	<p>ありがとうございました。それでは、皆様のご意見・ご質問等ございましたらよろしくお願いいたします。</p>
(村松委員)	<p>認定カードは、中に書いてありますけど、こんな感じということですか。かなり前面に出してもいいと思います。</p>
(事務局)	<p>もう少し、大きく前面に出したほうが良いですか。</p>
(村松委員)	<p>このカードには、名前などが載るわけではないのですか。こういうようなカードを、ただ渡すという形なのですか。</p>
(事務局)	<p>チラシにあるのが表面で、裏面にご自身で名前を書けるスペースを作っています。</p>
(高田部会長)	<p>自分で書き込むのですか。</p>
(事務局)	<p>はい。個人情報の関係などもありますので、事前に書いてしまうのは難しくなります。</p>
(国吉委員)	<p>「さらに」という一番重要なところと、カードのところが、少し文字と絵がリンクしにくい位置関係にあります。若い人は見えるかもしれませんが、「ボランティア活動」の色だけ違うので少しわかりづらいのかなというふうに思っています。「さらに」が、なんだろうと一瞬思いました。</p>
(事務局)	<p>強調しているつもりで入れていますが、意外と目に入りませんね。</p>
(国吉委員)	<p>スペースが無いのでなかなか難しいと思いますが。この3つ、黒ポチで入っているところの段数を変えて、「技術、知識」で次の段に。そこを詰めてしまって、こっちと2段</p>

	構えにするとか。
(事務局)	たとえば、「この森づくり体験会に参加すると」のところを、もう少し強調というような形にしてはどうでしょうか。
(国吉委員)	そのまま「カードをもらえます」でいいのではないのでしょうか。
(事務局)	ここの「森づくり体験会に参加すると」のところを、「カードをもらえます」にして。「ボランティア活動したことのカードがもらえます」というところを「森づくり体験会に参加するとカードがもらえます」ということにして。「ちなみに森を守る活動ができます」みたいな感じですかね。
(国吉委員)	そうですね。この「さらに」というのが、ぱっと目に入ったので。一番に森づくり体験会があって、さらにカードをもらえますというのを入れておくと、一番大事なところが見てもらえる気がします、いかがでしょうか。
(奥井委員)	下は、活動の内容ということになっているわけですね。
(事務局)	参加すると「森を守る活動ができます。知識が身につきます。交流ができます。」と、学生が興味ありそうな言葉を書いています。一番強調したいのは、「さらに」のところの「カードがもらえます」ということです。順番を逆にして、一番強調したいところを1番目にして、残り3つは、おまけみたいな形にしたほうが伝わりやすいですか。
(高田部会長)	下についてしまっている感じがしますので、森づくり体験会の詳細のほうに、イメージがってしまうかもしれません。
(奥井委員)	私は、流れとしてはこれでいいと思いますが、この「もらえます」が、もっと強調されていればわかりやすいですかね。あと、カードの絵ともう少しリンクしていればいい。
(事務局)	少し離れていますね。たとえば、場合によっては矢印で、これがもらえるということを強調してみるなど。
(高田部会長)	カードが白いので、全体が緑色の背景になっています。
(事務局)	デザインの趣旨は確認していません、見づらいなどこうなっているかもしれません。 森の感じを出すということで、本文を緑にしたのかなとは思いますが、見づらいということでしたら、やはり黒のほうがいいのかとは思いますが。
(高田部会長)	文章が続くよりも目に入ってすぐ理解できないといけません。「読んでください」というのが難しいので、もう少し枠で部分的に囲うなど。見てわかりやすい方がいいと思

	います。
(事務局)	趣旨としては、なんとなくこういう中身で良いでしょうか。あとはレイアウトと強調など、皆さんの意見を反映して修正案を出していただくという感じでしょうか。
(奥井委員)	あとは、どちらの案を採用するかですが。
(村松委員)	前回、表題は体験会のほうが良いという話でしたがいかがですか。
(事務局)	今回のターゲットとなる若年層の人たちが、どっちの言葉に引っかかるかという、そこだけだと思います。ボランティアと言うと、もしかしたら重荷に感じるかもしれないし、体験のほうが入りとしていいかもしれません。
(高田部会長)	望月委員、いかがですか。
(望月委員)	やはり、はっきり言ってボランティアという、無料という話になります。むしろ、きちんと体験会ということにしたほうが良いのではないのでしょうか。学生は、結構ドライですよ。参加を募ってみたいとは思っているますが「ボランティアをしない？」と言うと、「結構です」と即答ですよ。
(高田部会長)	体験会だから学びにつながるみたいなのところがいいのでしょうか。ボランティアでは。
(望月委員)	ボランティアだと「結構です。アルバイトがあります。」という話になります。はっきりしています。これは私のところの経験則ですが。
(村松委員)	このカードがもらえるのは体験会です。体験会に参加した、活動した証明です。
(望月委員)	前回「社会貢献をしたことになるから、就職のときにも何か書けるぞ」という話がありました。「空欄ではないぞ」という。
(高田部会長)	ご意見いかがですか。学生さんに響くような、わかっていただけるとか、忙しい学生さんに参加していただいそうな言葉があれば。
(望月委員)	高橋委員が言っていた通り、二次元コードがくっついていないじゃないですか。これが、ミソですね。学生に言うと、ピッとやります。「すぐ申し込みできるんだ」という話になります。「気が向いたら行ってごらん」という話ができます。
(高田部会長)	「申し込みはこちら」というのは。

(事務局)	<p>現行の森づくり体験会の案内ページにつながります。 今、コロナの関係で募集をしていないので、あまり新たな情報は無い状態ですが、すぐに飛べます。</p>
(高橋委員)	<p>チラシ案1は一般社会人向けという見方でいいかもしれません。</p>
(望月委員)	<p>二次元コードがホームページに行ってしまいますが、申込書の二次元コードというのはつけられますか。</p>
(事務局)	<p>申し込みは委託運営しているところのページに飛びます。 小さく「申し込みはこちら」二次元コードをつけるなどの工夫はできます。入力フォームで申し込みをするので、そこにダイレクトに行けるような形で少し考えたいと思います。</p>
(奥井委員)	<p>このホームページから行くと、申込までのステップが長いです。ここで、もうやめてしまうかもしれません。</p>
(望月)	<p>おっしゃったように、上のほうに「申し込みはこちら」を記載してはいかがでしょうか。</p>
(高田部会長)	<p>それをつくっていただいて、やっていただかないと、このホームページに行っても意味がないかなと思います。</p>
(高橋委員)	<p>しかし体験会が、どこでどんなことをやるのだろうということがわからないと、申し込みようがない。</p>
(高田部会長)	<p>どういう雰囲気かなどというのを、読み始めるということとはまずないと思います。やろうかなと思って、そのまますぐエントリーしようというふうになるには、体験会の中身がわかるのと申し込みが簡単にできないと無理ですよ。ね。</p>
(高橋委員)	<p>森づくりボランティア登録の申し込みは、1回だけやればいいんですよ。</p>
(事務局)	<p>申し込みフォームまでが、飛んでからがだいぶ下にスクロールしないと見られないような形になっています。「入力フォームがあります」といった注意文をつけて、二次元コードをつければいいのかと思います。委託者のホームページのほうを、いろいろ操作する必要があるなどということも絡んでいくと思いますので、どこまでできるか含めて検討させていただきます。</p>
(高田部会長)	<p>二次元コードでやれば、イベントのたびに申込ができます。</p>
(望月委員)	<p>しかし、このぐらいのスクローリングだったらすぐやりますよ。瞬間的に学生はできますよ。</p>

(高田部会長) では、そうしていただくということで。あとは、ご意見ございますか。以上でよろしいでしょうか。ありがとうございました。

(高田部会長) 続いて議題4について事務局からお願いします。

(事務局説明)

(高田部会長) それでは、今回取材していただいた国吉さんと村松さん。コメントを少しいただいてもいいですか。

(村松委員) この花時計の維持管理には今の団体だけでなくいろいろな紆余曲折があつて、まとめ方が難しいですね。いろいろな団体に関わつて、ここまで維持してきて、これからもいろいろな団体に関わつてほしいというようなスタンスでいけばいいかと思ひます。

当初、地域緑のまちづくり事業でまちづくりをしていた団体が続けるのではなく、これを引き継ぐ方たちがいて継続しています。取材した団体は、当所から関連されていたようですが、いろいろな事情があつて、それを引き継いで今、さらに広げようとされていました。もう1か所でも、また連携した場所で、広げようとして、今年度の地域緑のまちづくり事業にエントリーされています。

私は、これからの姿としても、1つのところでつくられたものが、次の方に継承されるという、1つのいい事例だと思ひましたので。そこは文章で、なんらかの形で表現されたらいいのかなと思ひます。いろいろな企業も関わり、保育園や自治体にもだんだん広がっていけばいいと思ひます。花時計の場所がちょうどロープウェイの駅のすぐ前なので、そこの花を維持して皆さんに見ていただいて、交流の場所になっているというのが特徴でした。

(国吉委員) そうですね。なかなか長い経緯の中で、いろいろなことがあつたのだなというのは感じ取れました。文章で残すとしたら、いろいろ市民の方たちが、グループや団体で活動されていると思ひますが、助成金をもらったあとに、どうやって活動を維持していこうかなどを書きたいと思ひます。具体的な苗代、土代、人材などの確保の仕方を、ある意味こちらでは、たとえば企業から寄付をいただいたり、支援をいただいて、バックアップになってもらったりというような企業とのつながりのところを載せたいです。

あとは、みなとみらいという少し特殊な地域性です。観光の場所ではあるので、そこに来る観光客の人たちと一緒に何かしていくというような、そこを載せるのがいいのかなというようなイメージはあります。

(村松委員) この花時計は、最初はY150という開国博、平成21年に市内企業の代表者、並びに社団法人横浜青年会議所が中心となつた花時計プロジェクト実行委員会と、花を贈る日協議会というのが市へプレゼントしたと書いてあります。

それで、Y150 が終わったら撤去の予定だったのですが、撤去を惜しむ声があって、かながわユースボランティアリングファクトリーが財産を引き継ぎました。それが平成21年の話で、平成23年から24年はYMM エリアマネジメント活動助成事業の助成金を活用して維持管理してきていて、25年から27年までは地域緑のまちづくりの助成。このときもまだ、リングファクトリーが維持管理活動を実施していて、その後、28年度からは、今度は今の移動サービス協議会が引き継いだという経過があります。
設置された当時は、30×40メートルという、すごく広い花時計でした。

(高田部会長) 変遷はしていったけれども、残されたものを本当に上手に、一生懸命、地域の方が守り続けてくださっているというのが、この特徴です。

(高橋委員) 企業名を出すのは、Action の場合、問題ないでしょうか。なるべく企業名を入れないように記載したほうがいいのでしょうか。

(事務局) 広告会社など、平たい言い方にさせていただいている部分は一部あります。リスクの問題で、隠したほうがよければ隠すという判断をさせていただきたいなと思います。どうしても、その企業名を出さないと文章が成り立たないなど、そういうものであれば、その部分は出すという判断があります。基本的に内容が伝われば、大まかな表現にさせていただこうかなと思います。

(高橋委員) 維持管理の寄付をいただいたりもしている場合は。

(事務局) たとえば「みなとみらいの企業から寄付を」ということで文面が成り立つならば問題ありません。

(国吉委員) 保管場所をお借りしているところも近隣のホテルからと記載しますか。

(事務局) そういう表現をさせていただく場合もあるかもしれないです。

(国吉委員) 先ほどの経緯というのは、載せたほうがいいのかどうか判断を少し迷っています。

(村松委員) 昨日の夜に書いたもので、今日、送れなかったのですけれど、原稿を書いたことは書きました。時間があればですけどコピーしていただいて、皆様に配りましょうか。

(事務局) それでは事務局のほうで引き取りまして、メールで意見をいただくような形にさせていただきます。

(国吉委員) 突然できたような感じになってもいけないので、歴史があって、その間に関わっている人たちが、「実は自分たち

	<p>がやっていたのに」と思ってもいけないと思うと、どう表現していいのかなというところが、少し迷うところではありました。</p>
(事務局)	<p>今、原稿にあるものを一度事務局にいただいて、先ほどの5号のように、全体構成をバランス取ったもので、皆さんにまた確認をしていただくという流れにさせていただければと思います。</p>
(国吉委員)	<p>分担を、このあと2人で少し話し合っ、それからにします。</p>
(村松委員)	<p>小見出しをどういうふうにするか、何を言いたいようにするか。反対に、「こういうのいいのではないですか」みたいなを出していただいてもいいのかなと思います。</p>
(国吉委員)	<p>一度すり合わせをしてから、事務局へ出して、それで皆さんに流してレイアウトの中に入れて込んでいただく。</p>
(高田部会長)	<p>そういう形で進めては、いかがでしょうか。</p>
(国吉委員)	<p>スケジュールは、どんな感じになりますか。</p>
(事務局)	<p>ラフ案を業者に委託するため、原稿は10月20日頃までに提出いただきたいと思います。</p> <p>最初に写真とレイアウトを組み合わせたたりして、バランスを考えます。文章は後から変えられるので、1回ラフ案を作成し、12月頃に部会を開かせていただきまして、そこで原稿案のチェックと中身の修正をする流れになります。</p>
(高田部会長)	<p>今回のテーマとしては、事業が引き継ぐ形となってどうなっているか、継続するために、いろんな苦労があって、このような形で進めることができているというのが、伝えられると良いと思います。新たなページを設けていただくところについても、花時計が続いているということなので、場所を示すということと同時に、どうしてここが、そういう風に続いているのかというようなことを、要因を書いていただくような表現していただくようなことがあると、「こういう努力をされている」、「こういう問題って、こういう風にクリアされているのだ」というのが、文章になって出てくると、ほかの地域の方などにも参考にもなるので、次の発案される方にも、アイデアというのが効果的ではないかなと思うので、そこの表現をお願いしたいと思いました。</p>
(高橋委員)	<p>花時計のところにみどりアップ計画がわかるような看板を置いていただければと思いました。花時計を維持管理している人も、そういうのがあったほうがいいかなと答えていました。せっかく市民が行くような場所なので。</p>

	<p>(高田部会長) 今は、寄贈者の名前のプレートはあるけれども、活動されている方たちのことは何も説明がなくて、それがどんな形で維持されているかわからないというのが現状だそうなので、是非プレートをお願いします。</p> <p>(高橋委員) みどりアップ計画でやったとわかるように。みどりアップ計画の何かがあると。</p> <p>(事務局) 所管課も含めて、相談させていただきたいと思います。</p> <p>(高田部会長) あれは区役所でいただけるのですか。</p> <p>(事務局) 元を作っているのは、みどりアップ推進課のほうで作り、それを区で配布しています。</p> <p>(高田部会長) 以前は、私が環境創造局に行ったときにいただいたりしましたが、移られたのでしょうか。</p> <p>(事務局) PRないし広報の資材として、本庁のほうで提供するというのもございます。様々なケースがあります。</p> <p>(高田部会長) わかりました。現地の方たちも、「表示、なんとかしなくちゃ」とおっしゃっていたけれども、開国博の記憶が今、無くなってしまっていて、開港 150 年を記念したのだということもわかるようになっていっているといいかなと思います。意見交換については、よいですか。 では、以上で今日の議論は終わりたいと思います。</p> <p>(一同) ありがとうございました。</p>
<p>資 料 ・ 特記事項</p>	<p>・資料 1 横浜みどりアップ計画市民推進会議 2020 年度報告書 (案) 【抜粋】 ・別紙 1 横浜みどりアップ計画 [2019-2023] 2020 年度事業目標及び進捗状 ・資料 2 Yokohama みどりアップAction 5 号原稿案 ・資料 3 見える化企画案 ・資料 4 Yokohama みどりアップAction 6 号レイアウト案</p>