

専決処分報告書

全国みどりと花のフェアかつしか実行委員会会則第 21 条及び、全国みどりと花のフェアかつしか実行委員会 契約事務・会計処理・文書取扱規準第 2 条に基づき、次のとおり専決処分をしたので、全国みどりと花のフェアかつしか実行委員会会則第 21 条第 2 項の規定に基づき報告する。

令和 8 年 8 月 25 日

全国みどりと花のフェアかつしか実行委員長 崎田 裕子

1 専決処分事項

全国みどりと花のフェアかつしか公式グッズ製作及び販売運営業務委託契約の変更

2 件名

全国みどりと花のフェアかつしか公式グッズ製作及び販売運営業務委託

3 契約の相手

東京都目黒区東山一丁目 17 番 16 号

TSP 太陽株式会社

代表取締役社長 池澤 嘉悟

4 変更内容

(1) 仕様書

製作数量を次のとおり変更する。

品名	変更前	変更後
コットントートバック	300	800
アクリルキーホルダー	300	800
クリアボトル	300	1,290
クッキー	300	600
ハンドタオル	受注者による提案	800

(2) 内訳明細書

別添内訳明細書のとおり

(3) 変更前契約金額

3,189,587 円

(4) 変更後契約金額

5,302,569 円

5 変更理由

当初の需要予測を大幅に上回る販売状況を踏まえ、フェア開催期間内に製作可能な商品に限り、追加増産を行ったもの

6 専決処分年月日

令和 8 年 5 月 26 日

開催結果概要

1 開催期間

令和8年5月16日(土)～6月14日(日)【30日間】

- ・6月2日(火)～4日(木)までの3日間は、台風接近のため会場運営を中止
- ・6月12日(金)は、雷雲接近のため午後から会場運営を中止

2 エリア

メインエリア	新宿・金町・水元を中心とするエリア
こち亀エリア	亀有・お花茶屋を中心とするエリア
翼エリア	四つ木・立石を中心とするエリア
寅さんエリア	柴又を中心とするエリア
モンチッチエリア	新小岩を中心とするエリア

3 会場

メイン会場	葛飾にいじゅくみらい公園(メインエリア)
サテライト会場	曳舟川親水公園広場ゾーン(こち亀エリア) 新小岩駅周辺(モンチッチエリア)
フラワースポット (※)	金町駅周辺(メインエリア) 亀有駅周辺・曳舟川親水公園(こち亀エリア) 渋谷公園・四つ木つばさ公園等(翼エリア) 柴又公園・柴又帝釈天等(寅さんエリア) 新小岩駅周辺(モンチッチエリア)
まちなか花いっぱい プレイス	区民の花壇 (地域活動団体が手入れしている区内全域に点在する160か所以上の花壇) 区内の花の名所 (奥戸ローズガーデン及び小菅西公園の花時計等)
連携会場	堀切菖蒲園・都立水元公園

(※) フラワースポットとは、銅像や駅周辺における花装飾及び展示等を行う場所

4 来場者数

合計708,790人(内訳・詳細は資料3-1のとおり)

5 協賛・協力金

合計82,913,374円(内訳・詳細は資料2-1のとおり)

6 迷子

1件

7 遺失・拾得物

遺失物8件、拾得物115件

8 救護

救護23件、救急搬送3件(※)、保険適用事案0件
(※)転倒による打撲、眩暈等

(1) 特別協力・協賛結果

1. 特別協力

区と関係の深い企業や、本フェアのエリア構成、会場等に深く関与する企業に対し連携・協力を依頼し、以下の5社と協定を締結した。

■ 企業一覧

企業名	内容	金額換算
株式会社セキグチ	エリア名へのキャラクター名称使用、キャラクター銅像への花装飾、ノベルティへのキャラクターイラスト使用権の無償提供、商品の無償提供	
株式会社 TSUBASA	エリア名へのキャラクター名称使用、キャラクター銅像への花装飾、着ぐるみキャラクターの無償出演	
松竹株式会社	エリア名へのキャラクター名称使用、ノベルティへのキャラクターイラスト使用権の無償提供	
東京理科大学	大学内施設の無償貸与、大学内花装飾の実施、ポスターの掲出	
三菱ガス化学株式会社	専用駐車場として所有地の一部を無償貸与	

合計額：30,132,667 円

2. 協賛

葛飾区に関係のある企業・団体に加え、区内外の企業・団体に広く協賛を依頼した結果、リサイクル業界、金融業界、鉄道業界、印刷業界をはじめとする幅広い分野の企業・団体から協賛を受けた。

- ・アプローチ数：128 社（団体）
- ・申込件数：63 件 48,780,707 円

3. その他（寄附・助成金）

- ・寄附 1 件 2,000,000 円
- ・助成金 1 件 2,000,000 円

※協賛、その他（寄附・助成金）の詳細は次ページのとおり

フェア協賛企業・団体一覧

企業・団体等	協賛金額 (金額換算)	協賛内容
(1)資金協賛		
ゴールドパートナー		
東京ガス(株)東京東支店		資金提供
計		1件
シルバーパートナー		
(株)エナーバンク		資金提供
カインズ(株)		資金提供
葛飾資源リサイクル事業協同組合		資金提供
ガラスリソーシング(株)		資金提供
(株)共和興業		資金提供
京成バス東京(株)		資金提供
公式アンバサダーを応援する有志一同		資金提供
大和ハウス工業(株)		資金提供
(株)ワンズ		資金提供
計		9件
ブロンズパートナー		
亀有信用金庫		資金提供
(株)木内印刷		資金提供
イーアス沖縄豊崎		資金提供
(有)光永ビルサービス		資金提供
タイヨー(株)		資金提供
東栄信用金庫		資金提供
東京聖栄大学		資金提供
パナソニックエレクトリックワークス(株)		資金提供
(株)みずほ銀行		資金提供
(有)ユー・キカク		資金提供
早稲田大学校友会葛飾稲門会		資金提供
(株)キョードーファクトリー		資金提供
(株)システムリバース		資金提供
明治安田生命保険相互会社 千住支社		資金提供
(株)三井住友銀行		資金提供
計		15件

企業・団体等	協賛金額 (金額換算)	協賛内容
サポーター		
個人①		資金提供
個人②		資金提供
個人③		資金提供
個人④		資金提供
計		4件
資金協賛計		29件
(2) 物品等協賛		
スペシャルサプライヤー		
ZeMA / ジーマ		水素自動車・外部給電機の貸出、水素給電に係るコンテンツ提供
NTT東日本(株)		来場者のデータ収集・人流データ分析作業
三菱地所プロパティマネジメント(株)		「MARK IS 葛飾かなまち」でのカウントダウンクロックの設置、商品券1万円分の提供
(一社)テキスタイルサーキュラーネットワーク		スタッフ用ベスト(繊維由来の再生ポリエステル38%混)の提供
(株)ハクサン		花苗(PWラグランジア)の提供、ステージイベントの実施
東金町一丁目西地区市街地再開発組合		工事現場仮囲いへの「サカセみらい」メッセージアートの掲出
TOPPAN(株)		フェア公式リーフレットの印刷
(株)ダイオーズジャパン		ウォーターサーバーの貸出、給水ボトルの提供
(一社)地球環境情報フォーラム		地球環境情報展・サイエンスショーの実施
計		9件
(同)メカリンク		冷風ベストの提供
(株)ハマネツ		屋外授乳室の貸出
三協エアテック(株)		冷風分散ダクト一体型スポットクーラーの貸出
(株)ハルディン		花苗(ダイアンサス)の提供
TSP太陽(株)		フェア公式リーフレットのデザイン
日本たばこ産業(株)		臨時喫煙所資材一式の貸出
木下印刷(株)		フェア協賛ポスターのデザイン、印刷
自然応用科学(株)		壁面緑化用製品(カノバック)の提供
トヨタモビリティ東京(株)		燃料電池自動車からの給電
京成バラ園芸(株)		花苗(つるバラ)の提供
葛飾ヤクルト販売(株)		乾麺(インスタントラーメン)の提供
(株)ジェイコム千葉		J:COMキャラクター(ZAQ)グッズの提供
(有)シン・ネットワーク		熱中症対策キット・マルチホルダーキャップの提供
and now(同)		フェアで使用された花を回収し、アップサイクルにより紙へ再生する循環型資源活用
計		14件
物品等協賛計		23件

企業・団体等	協賛金額 (金額換算)	協賛内容
(3) 広告協賛		
プレミアムメディアパートナー		
京成電鉄(株)		駅貼り・サイネージ広告、中刷り広告
計		1件
スペシャルメディアパートナー		
(株)TUSダイニング		東京理科大学葛飾キャンパス内食堂1階でのサイネージ広告
東京ビジネスサービス(株)		東京理科大学葛飾キャンパス内食堂2階でのサイネージ広告
北総鉄道(株)		駅貼り広告、チラシ配布
京成バス東京(株)		バス車内へのポスター掲出
東武バスセントラル(株)		バス車内へのポスター掲出、窓口・車内ラックへのチラシ設置
計		5件
メディアパートナー		
ヤマト運輸(株)城東主管支店		直営店へのポスター掲示・車両へのステッカー貼付
三菱地所プロパティマネジメント(株)		「MARK IS 葛飾かなまち」でのポスターの掲出、ホームページ掲載
(株)グリーン情報		「グリーン情報」(情報誌)への広告掲載
(株)ジェイコム千葉		J:COMチャンネル内のニュース番組に静止画にて告知
(株)パークフル		イベント情報の掲載、フェア開催前や開催中に取材記事の公開、SNS等で情報発信
計		5件
広告協賛計		11件
協賛総計		63件
(4) その他(寄附・助成金)		
あいおいニッセイ同和損害保険(株)		全国みどりと花のフェアかつしかの資金として、「夢と誇りあるふるさと葛飾基金」に寄附をいただき、「ゴールドランク」の協賛特典を提供している。
特別区全国連携プロジェクト関連事業助成金		京都府内(京都亀岡市)との連携による助成金

(2) ノベルティ・公式グッズ製作・配布結果

1. ノベルティの製作・配布

本フェアの周知啓発、来場促進及び各種参加促進を目的として、アンケート回答者、フォトコンテスト参加者、軒先園芸コンクール投票者、集客イベント参加者等に対し、各種ノベルティを配布した。

また、デジタルスタンプラリーの景品として、フェアのPRにつながる葛飾区ゆかりのキャラクターを使用したオリジナルグッズや環境に配慮した物品を活用した。

特に、クリアファイルには再生率40%以上の再生PP（グリーン購入法適合素材）を使用し、付箋には再生クラフト素材を使用したほか、アップサイクルコースターには衣類をリサイクルして作られた素材を使用するなど、環境配慮型のノベルティを製作した。

■ ノベルティ製作・配布実績

品名	製作数	使用数
ニンジンの種、コスモスの種	4,000	1,564
公式ロゴマークステッカー	3,000	2,547
クリアファイル	1,200	1,110
付箋	1,000	1,000
飲み物（りんごジュース、ぶどうジュース）	2,016	2,016
飲み物（お茶）	2,016	2,016
アップサイクルコースター	1,000	1,000

ニンジンの種・コスモスの種	ステッカー	クリアファイル
		
付箋	アップサイクルコースター	
		

■ スタンプラリー景品の製作・配布実績

品名	製作数	使用数
ECO ポット (4種: なでしこ・アスター・ヘリクリサム・カモミール)	2,000	257
エコバッグ (3色: ネイビー・オリーブ・ベージュ)	2,000	495
モンチッチステッカー	2,000	969
寅チッチステッカー	2,000	1,247
寅さんステッカー	500	383
アニメ「新こちら葛飾区亀有公園前派出所」ステッカー	2,000	936
モンチッチ缶バッジ	1,100	397
寅チッチ缶バッジ	1,100	397

※ステッカー及び缶バッジは、集客イベント参加者やボランティアへの配布分を含む。

ECO ポット	エコバッグ	缶バッジ (各種)	
		 ©Sekiguchi ©松竹 ©Sekiguchi	
ステッカー (各種)			
			
©Sekiguchi	©松竹 ©Sekiguchi	©松竹	©秋本治・アトリエピーだま/集英社・ADK

■ その他

葛飾区郷土と天文の博物館に来館した18歳以下を対象として、葛飾区郷土と天文の博物館のキャラクター「ギョギョシくん」とのコラボノートを500個製作し配布した。

また、フェア公式ロゴマークを使用したピンバッジを400個製作し、オープニングイベント参加者に配布した。

さらに、葛飾菖蒲まつりと連携し、ロゴマークを使用したハンドタオルを製作するとともに、堀切菖蒲園において販売した。

在庫については、今後、「日比谷ガーデニングショー」や「第43回全国都市緑化フェア in 京都丹波」への出展時に活用するほか、「かつしか環境・緑化フェア」をはじめとする環境部主催事業において有効活用していく。

2. 公式グッズの製作・販売

本フェアの開催を記念し、フェアの魅力発信及びPRを目的として、公式グッズを製作・販売した。

デザインには本フェアの公式ロゴマークに加え、葛飾区ゆかりのキャラクターであるモンチッチを採用し、本フェアオリジナルグッズとして展開した。

さらに、開催期間終盤における販売促進を図るため、最終週の6月13日(土)・14日(日)には、公式グッズの販売価格の見直し及びセット販売を実施した。

■ 公式グッズ製作数及び販売価格

品名		製作数	販売価格 5/16～6/12	販売価格 6/13・6/14	販売個数
レジャーシート		300	1,800 円	1,100 円	142
コットントートバッグ		800	1,500 円	1,100 円	537
アクリルキーホルダー		800	900 円	600 円	385
クリアボトル	黒	475	1,200 円	800 円	177
	青	345	1,200 円	800 円	263
	ピンク	470	1,200 円	800 円	248
クッキー	1 枚	600	300 円	200 円	553
	5 枚セット		1,200 円	800 円	
ハンドタオル		800	1,500 円	800 円	256

セット販売 ※6月13日(土)・14(日)のみ

セット名		販売価格 5/16～6/12	販売価格 6/13・6/14
①	お出かけセット (レジャーシート・クリアボトル・ハンドタオル)	4,500 円	2,000 円
②	おみやげセット (アクリルキーホルダー・クッキー2枚・ハンドタオル)	3,000 円	1,800 円
③	タオル3枚セット (ハンドタオル3枚)	4,500 円	2,000 円
④	クリアボトル3本セット (クリアボトル3本※各色1つずつ)	3,600 円	2,000 円

レジャーシート	コットントートバッグ	アクリルキーホルダー
 ©Sekiguchi	 ©Sekiguchi	 ©Sekiguchi
クリアボトル	クッキー	ハンドタオル
 ©Sekiguchi	 ©Sekiguchi	 ©Sekiguchi

■ 会場別販売結果

会場	売上金額	販売期間	備考
葛飾にいじゅくみらい公園	1,242,200 円	5/16～6/14	奥戸ローズガーデン出張販売分含む
新小岩駅周辺	711,000 円	5/16～5/31	
曳舟川親水公園広場ゾーン	431,500 円	5/16～6/14	
【合計】	2,384,700 円		

■ その他

在庫については、「日比谷ガーデニングショー」や「全国都市緑化フェア in 京都丹波」などの関連イベントで販売する予定。今回のフェアに来場できなかった方にも購入の機会を提供するとともに、より多くの方に手に取っていただけるよう有効活用していく。

(3) デジタルスタンプラリー・シャトルバス及びシェアサイクル実施結果

1. デジタルスタンプラリー

フェア期間中、会場内、花装飾、まちなか花いっぱいプレイスや花いっぱいのまちづくり活動団体の花壇などをスポットとして設定し、区内を周遊させる目的でスタンプラリーを実施した。

■ 実績

区分	参加者総数	期間	スポット数
フェアデジタルスタンプラリー	1,679 人	30 日間	51 か所
(参考) 他自治体スタンプラリーA	約 1,300 人	5 か月	100 か所
(参考) 他自治体スタンプラリーB	約 240 人	約 1 か月	47 か所

- ・特典利用率 92.2% (累計獲得数 1,428 件)
- ・その他の項目については 13 ページ以降のとおり

2. シャトルバス

フェア期間中、会場間をつなぐ無料シャトルバスを運行した。利用が多かった大きな要因として、葛飾菖蒲まつり会場である堀切菖蒲園や都立水元公園での乗降が特に多かったことがあげられる。

例年有料で運行していた菖蒲めぐりバスを無料化するとともに運行間隔を 30 分に 1 本から 15 分に 1 本に増便した。その結果、昨年度の菖蒲めぐりバス乗車数と比べて 13,099 人増加し、来場者の移動利便性向上に寄与した。



シャトルバスの様子

(1) 新小岩ルート (往復型)

期 間：5 月 16 日～5 月 31 日の土日のみ

停 留 所：新宿六丁目南（葛飾にいじゅくみらい公園）⇄奥戸ローズガーデン⇄
新小岩駅東北広場

合計乗車数：3,386 人

(2) お花茶屋・菖蒲まつりルート (循環型)

期 間：5 月 30 日～6 月 14 日の土日のみ

停 留 所：金町駅南口→柴又帝釈天→亀有駅南口→お花茶屋駅（曳舟川親水公園広場ゾーン）→堀切菖蒲園→新宿六丁目南（葛飾にいじゅくみらい公園）→し
ばられ地蔵（都立水元公園）→金町駅南口

合計乗車数：16,555 人（参考：令和 7 年度菖蒲めぐりバス乗車数 3,456 人）

3. シェアサイクル

フェア期間中、来場者等の移動利便性の向上を図るため、メイン会場及びサテライト会場付近に臨時のシェアサイクルポートを設置した。

期 間：5月16日～6月14日

設置場所及びラック数：葛飾にいじゅくみらい公園前 27 ラック

新小岩駅東北広場 20 ラック

曳舟川親水公園広場ゾーン前 16 ラック

利用回数：2,815 回

利用者数：1,642 人

行動範囲：板橋区から会場に来場する方や、会場から区外方面（埼玉県三郷市等）へ移動する方も見受けられた。

シェアサイクルポートの様子



〈葛飾にいじゅくみらい公園〉

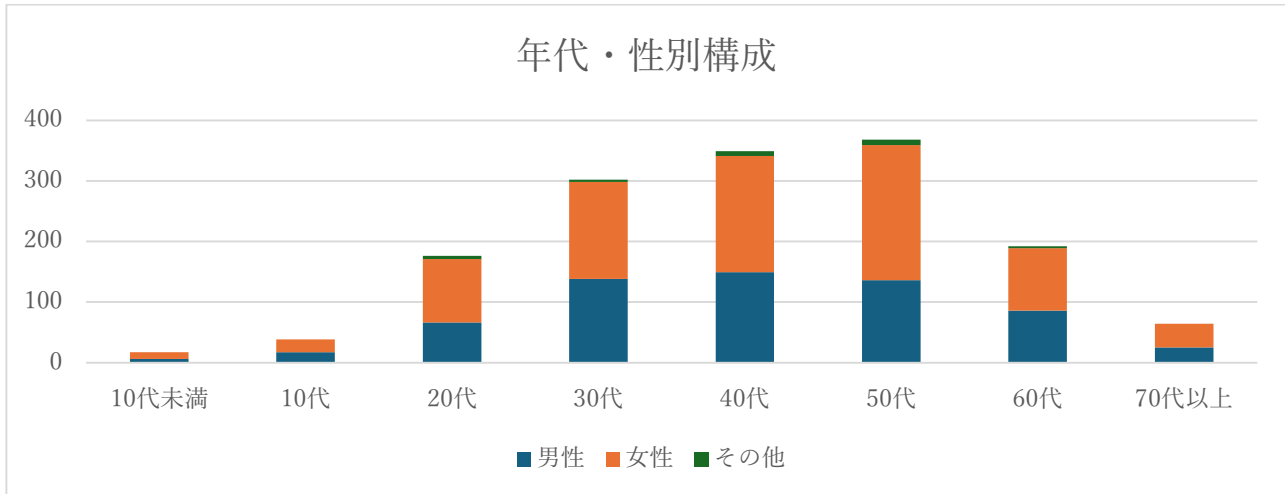


〈曳舟川親水公園広場ゾーン〉

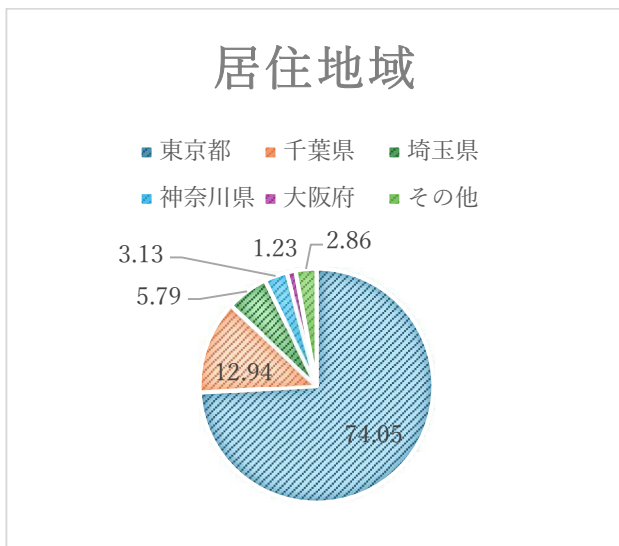
デジタルスタンプラリーレポート

1. 参加者属性

総参加者数：1,679 人



40～50代がピークゾーン。全体的に女性の割合が多いことが分かる。



居住地域については過半数が東京都であった。また、全体の9割が関東圏であった。

2. 特典

特典及び利用数は以下のとおりである。

種類	内容	利用数
S 賞…お花、みどりスタンプそれぞれ 10 個	商品券・旅行券	応募 316 名
A 賞…お花、みどりスタンプそれぞれ 8 個	キャラクターグッズ	応募 393 名
B 賞…お花、みどりスタンプそれぞれ 5 個	ノベルティ等	680 名

※お花スタンプ：お花のスポットで取得するスタンプ

みどりスタンプ：みどりのスポットで取得するスタンプ

S 賞・A 賞は抽選のため応募数を表示

3. スタンプ取得数

累計スタンプ取得数は17,892個であった。また、各会場などの結果は以下のとおりである。

(1) にいじゅくみらい公園（メイン会場）

スポット数：7個

平均スタンプ取得数：625個

スタンプ最多取得スポット：にいじゅくみらい公園 総合案内所 902個

(2) サテライト会場（曳舟川親水公園広場ゾーン・新小岩駅周辺）

スポット数：7個

平均スタンプ取得数：473個

スタンプ最多取得スポット：曳舟川親水公園広場ゾーン ふれあい花壇 594個

(3) 連携会場（都立水元公園・堀切菖蒲園）

都立水元公園：275個

堀切菖蒲園：325個

(4) まちなか花いっぱいプレイス他

スポット数：35個

平均スタンプ取得数：274個

スタンプ最多取得スポット：両津勘吉祭り姿像 519個

4. アンケート結果

S賞、A賞に応募する際にアンケートを取った。結果はそれぞれ以下のとおりである。

(1) S賞アンケート

- ・スタンプラリーの満足度について

満足：71%

やや満足：26.6%

やや不満：1.8%

不満：0.6%

- ・景品のラインナップにおける満足度について

満足：68.4%

やや満足：25.9%

やや不満：5.1%

不満：0.6%

(2) A 賞アンケート

- ・スタンプラリーの満足度について

満足：69%

やや満足：28%

やや不満：3%

不満：0.6%

- ・景品のラインナップにおける満足度について

満足：63%

やや満足：31%

やや不満：5.8%

不満：0.2%

(3) ご意見、ご感想

- ・花に癒やされました。知らなかった葛飾の魅力もおしえてもらえました。
- ・フェアに参加して、とても楽しい時間を過ごすことができました。毎週、子どもと一緒に参加する楽しみができ、親子の良い思い出になりました。また、花や自然と触れ合う中で、今まで知らなかったことを知ることができ、子どもの知育にもつながったと感じています。会場を回ることによって自然と体を動かす機会も増え、親子で健康的に楽しむことができました。さらに、開催場所ごとに雰囲気が異なり、それぞれに魅力があって毎回新鮮な気持ちで参加できたのも良かったです。これからもこのようなイベントが開催されることを楽しみにしています。
- ・アプリが使いやすかったため、参加しやすかったです。
- ・スタンプの取得時間の制限を9時～19時くらいにするなど、もう少し緩和していただけると1日を有効に使えるので、次回以降検討してください。
- ・常磐中学校と東金町中学校の花壇が綺麗でした。
- ・いくつかスタンプは取得できたが、ポイントとなっている花壇がどこにあるのかわかりづらかったのが残念だった。
- ・日時指定があるものはもっと分かりやすく表示して欲しかった。
- ・周遊バスは良かったが、バスが行かないラリーポイントが多くまわりにくい。

(4) 行催事・集客イベント実施結果

1. 開会式

令和8年5月16日(土)、葛飾にいじゅくみらい公園(メイン会場)特設ステージにおいて、全国みどりと花のフェアかつしかの開会式を挙行了。来賓・関係者多数の出席のもと、主催者挨拶、来賓祝辞、公式アンバサダー齋藤飛鳥氏の登壇、テープカット等を行い、フェア開幕を宣言した。また、オープニングイベントでは、共栄学園高等学校及び東京都立農産高等学校による花いけパフォーマンスを実施し、(一社)花いけジャパンプロジェクト代表理事の日向雄一郎氏による実況解説のもと、フェア開幕にふさわしい演出を行った。



©Sekiguchi



©Sekiguchi ©松竹



■ 主な実施内容

- ・公式アンバサダー齋藤飛鳥氏が登壇
- ・テープカット・フォトセッション
- ・地元高校生による花いけパフォーマンスを実施し、若い世代による花とみどりの魅力を発信した。

2. 主催者ステージイベント

フェア期間中、メイン会場である葛飾にいじゅくみらい公園の特設ステージをはじめ、モンチッチエリア(新小岩駅前広場)及びこち亀エリア(曳舟川親水公園広場ゾーン)において、著名人によるトークショー・実演イベント・お笑いライブ・公募ステージ等、多彩なステージイベントを実施した。公募出演者はメインエリア27団体、モンチッチエリア19団体、こち亀エリア10団体の計56団体となった。

(1) メインエリア (葛飾にいじゅくみらい公園)

ステージイベントを計7日間実施し、このうち6日間については主催者イベントを実施した。著名人によるトークショーや実演イベント、お笑いライブを開催したほか、公募出演者によるステージを展開した。

項目	実績
ステージイベント実施日数	7日間 (5/16・17・30・31、6/7・13・14)
└主催者ステージイベント	6日間 (6/7 以外)
└地域連携イベント	花・楽・Café (1日 [6/7])
公募出演団体	27団体



■ 主な実施内容

実施日	内容
5/17 (日)	三上真史氏によるトークショー・本フェアPR動画を制作いただき、同氏のYouTubeチャンネルにて公開
5/30 (土)	大友花恋氏によるトークショー、ゼロングショー
5/31 (日)	藤原雅志氏によるトークショー、内倉真裕美氏によるトークショー
6/13 (土)	森日菜美氏によるトークショー
6/14 (日)	team solo 近江淳氏によるトークショー、しずる・ぼよんぼよんによるお笑いライブ、花壇コンクール及び軒先園芸コンクール表彰式

■ 主な実績

- ・園芸分野の専門家や著名人を活用したステージを実施した。
- ・実演を取り入れたステージ構成により来場促進を図った。
- ・公募出演者27団体による音楽、ダンス、演奏等のステージを実施した。

(2) モンチッチエリア (新小岩駅前広場)

新小岩駅南口駅前広場に特設ステージを設置し、お笑いライブや園芸トークショーを開催した。また、地域団体との連携により、同エリア内で連携イベントを実施した。

項目	実績
主催者ステージイベント	4日間 (5/16・17・23・24)
地域連携イベント	新小岩こどもフェスタ 2026
公募出演団体	19 団体



©Sekiguchi



■ 主な実施内容

実施日	内容
5/16 (土)	バンビーノによるお笑いライブ
5/17 (日)	ゆるふわ園芸やっちゃんねるによるトークショー
5/23 (土)	マテンロウ・キャベツ確認中によるお笑いライブ
5/24 (日)	Cozy Garden ともよの庭しごとによるトークショー
5/30 (土)	ストリートライブ
5/31 (日)	ストリートライブ

■ 主な実績

- ・バンビーノとモンチッチによるコラボ動画が Instagram リールで 22.3 万回再生を記録した。
- ・新小岩こどもフェスタ 2026 との連携により地域の賑わい創出を図った。
- ・モンチッチ銅像前においてストリートライブを実施した。
また、30 日、31 日には、南口ステージにおいても、ストリートライブを実施した。
- ・公募出演者 19 団体によるバンド演奏、ダンス、歌唱等のステージを実施した。

(3) こち亀エリア (曳舟川親水公園広場ゾーン)

既存ステージを活用し、行政連携イベントや主催者ステージイベントを実施した。お笑いライブや園芸トークショー等を開催したほか、公募出演者によるステージを展開した。

項目	実績
主催者ステージイベント	2日間 (6/6・7)
行政連携 (葛飾区生涯スポーツ課)	かつしかシティロゲイニング (5/30)
公募出演団体	10 団体



■ 主な実績内容

実施日	内容
6/6 (土)	やまかなふあーむによるトークショー
6/7 (日)	スカチャンによるお笑いライブ

■ 主な実績

- ・公募出演者 10 団体による演奏、ダンス、ゴスペル、居合道演武等の多様なプログラムを実施した。
- ・葛飾区生涯スポーツ課との連携によりかつしかシティロゲイニングを開催し、チャレンジ RUN 部門 38 チーム 74 人、ファミリー RUN 部門 11 チーム 37 人、合計 49 チーム 111 人が参加した。天候にも恵まれ、参加者からも好評を得るなど、スポーツとまち歩きを通じた地域の魅力発信及び回遊促進につながった。

3. 集客イベント実績

フェア期間中、各会場において体験型コンテンツを中心とした集客イベントを実施し、幅広い世代に向けた交流機会を提供した。台風及び雷雨時には安全を最優先とした運営を行い、事故なく事業を実施した。

(1) メインエリア (葛飾にいじゅくみらい公園)

パターゴルフ、ストラックアウト、トンネルシュート等を実施したほか、多目的広場ではバブルサッカーを開催した。併せて、協賛企業である明治安田生命保険相互会社の協力により、Jリーグ OB 選手によるサッカー教室を実施した。



実施期間	コンテンツ	実績
5/26 (火) ～29 (金)	木と触れ合う遊び	モルック 253 名、コーンホール 218 名
5/30 (土) ・31 (日)	ミニスカイライナー	212 回運行、1,028 名乗車
6/1 (月) ・5 (金)	スポーツコンテンツ	194 名参加
6/6 (土)	バブルサッカー	142 名参加
6/6 (土) 午後	スポーツコンテンツ	302 名
6/7 (日) ～14 (日)	ふわふわ遊具	4,953 名利用

■ 協賛企業連携

実施日	内容	実績
6/6 (土) 10:00～12:00	明治安田生命協力 JリーグOB選手(福西 崇史 他3名)によるサッカー教室	58名参加(定員:80名)

■ 主な実績

- ・ミニスカイライナーは親子連れを中心に人気を集めた。
- ・バブルサッカーには142名が参加し、多目的広場を活用した体験型コンテンツとして好評を得た。
- ・明治安田生命保険相互会社の協力により、JリーグOB選手によるサッカー教室を開催し、58名が参加した。
- ・子どもを中心にスポーツに親しむ機会を提供するとともに、来場者の滞在時間延長につながった。
- ・ふわふわ遊具は期間中4,953名が利用し、フェア期間中最大規模の集客コンテンツとなった。

(2) モンチッチエリア (新小岩駅前広場)

モンチッチとのふれあいイベントや写真撮影会を通じ、来場者の記念となるコンテンツを実施したほか、あいおいニッセイ同和損害保険株式会社の協力により、環境パフォーマーらんま先生による「ecoサイエンスショー」を開催し、環境問題や科学への関心を高める機会を提供した。



©Sekiguchi



■ 協賛企業連携

実施日	内容	実績
5/23 (土) 13:30~15:00	あいおいニッセイ同和損保協力 らんま先生のecoサイエンス ショー	51名参加 (定員:50名程度)

■ 主な実績

- ・モンチッチとの写真撮影会を実施し、多くの来場者に親しまれるコンテンツとして販
わい創出を図った。
- ・あいおいニッセイ同和損害保険株式会社の協力により、環境パフォーマーらんま先生
による「ecoサイエンスショー」を開催し、環境問題や科学への関心を高める機会を
提供した。
- ・新小岩こどもフェスタ 2026 との連携による相乗効果を創出した。

(3) こち亀エリア (曳舟川親水公園広場ゾーン)

コーンホールや輪投げ、アスレチックコンテンツ、リラックスコンテンツ (Yogibo)、
こち亀記念館移動派出所による漫画『こちら葛飾区亀有公園前派出所』の閲覧や昔遊び体
験など、幅広い年齢層が楽しめるコンテンツを展開した。



©秋本治・アトリエビーだま／集英社

■ 実施実績

実施日	コンテンツ	実績
6/6 (土) ・ 7 (日)	コーンホール	1,395名参加
13 (土) ・ 14 (日)	リラックスコンテンツ (Yogibo)	10個設置
6/6 (土) ・ 7 (日)	こち亀記念館移動派出所	漫画閲覧・昔遊び体験
6/13 (土) ・ 14 (日)	輪投げ	693名参加
5/30 (土) ~6/14 (日) ※6/2・3・4を除く	アスレチックコンテンツ (ブランコ、ジャングルジム&すべ り台、シーソー、飛び石、トランポ リン)	設置

■ 主な実績

- ・コーンホールには延べ1,395名、輪投げには693名が参加し、幅広い世代が気軽に楽
しめる体験機会を提供した。
- ・アスレチックコンテンツやYogiboを活用したリラックスコンテンツを設置し、親子
をはじめとする来場者の滞在促進と販わいの創出を図った。

(4) 奥戸ローズガーデン

奥戸ローズガーデンにおいて、来場者を対象としたお菓子の詰め合わせの配布を実施した。ローズガーデンの魅力発信と併せて来場促進を図り、多くの来園者で賑わった。

■ 実施実績

実施日	配布人数
5/23 (土)	100 名
5/24 (日)	180 名 (前日の実績により追加)
5/30 (土)	200 名 (前週の実績により追加)
5/31 (日)	200 名 (前週の実績により追加)
合計	680 名

(5) 連携会場 (都立水元公園)

東京都及び東京都公園協会は、連携会場である都立水元公園において、水元公園のハナショウブの見どころや葛飾区とハナショウブの歴史、東京グリーンビズの取組等を紹介するパネル展示を行ったほか、水元公園の歴史や見どころ、ハナショウブをはじめとする同公園の特色ある植物、小合溜等の豊かな水と緑の魅力等を紹介する「水元公園ガイドツアー」を実施した。6月6日(土)及び7日(日)には、メインプログラムとして、季節の花やリサイクルフラワーを活用した花手水鉢の展示、東京グリーンビズブース及び東京都立農産高等学校ブース等を設置するとともに、子ども向けの花掬い体験等を実施した。



■ 実施実績

実施日	コンテンツ	実績
5/16 (土) ~ 6/14 (日) (荒天時を除く)	パネル展示ブース出展	設置
5/31 (日)	水元公園ガイドツアー	10 名参加 (定員:20 名)
6/14 (日)		7 名参加 (定員:20 名)
6/6 (土) ・ 6/7 (日)	花手水鉢、東京グリーンビズブース、東京都立農産高等学校ブース、水元公園の生き物展示コーナー、キッチンカー	設置
6/6 (土)	子ども向け花掬い体験	142 名参加
6/7 (日)		143 名参加

4. みどりと花の掘り取りフェア実績

フェア会場を彩った花苗等を来場者へ還元し、フェアのレガシー継承及び資源循環の取組を実施した。フェア会期末及びフェア閉会后に、葛飾にいじゅくみらい公園及び曳舟川親水公園広場ゾーンの2会場において掘り取りフェアを開催し、多くの来場者が参加した。



■ 実施実績

会場	実施期間	参加者数
葛飾にいじゅくみらい公園	6/13～17	1,484 人 ※6/13 はボランティア限定
曳舟川親水公園広場ゾーン	6/13～14	1,152 人
合計	－	2,636 人

■ 主な実績

- ・ 2会場合計で2,636人が参加した。フェアを彩った花苗を来場者や学校などへ引き渡すことで、処分する花苗を減らすとともに、参加者の環境意識の向上につなげた。また、フェア終了後も花と緑に親しむ機会を提供し、花いっぱいのまちづくりの推進につなげた。

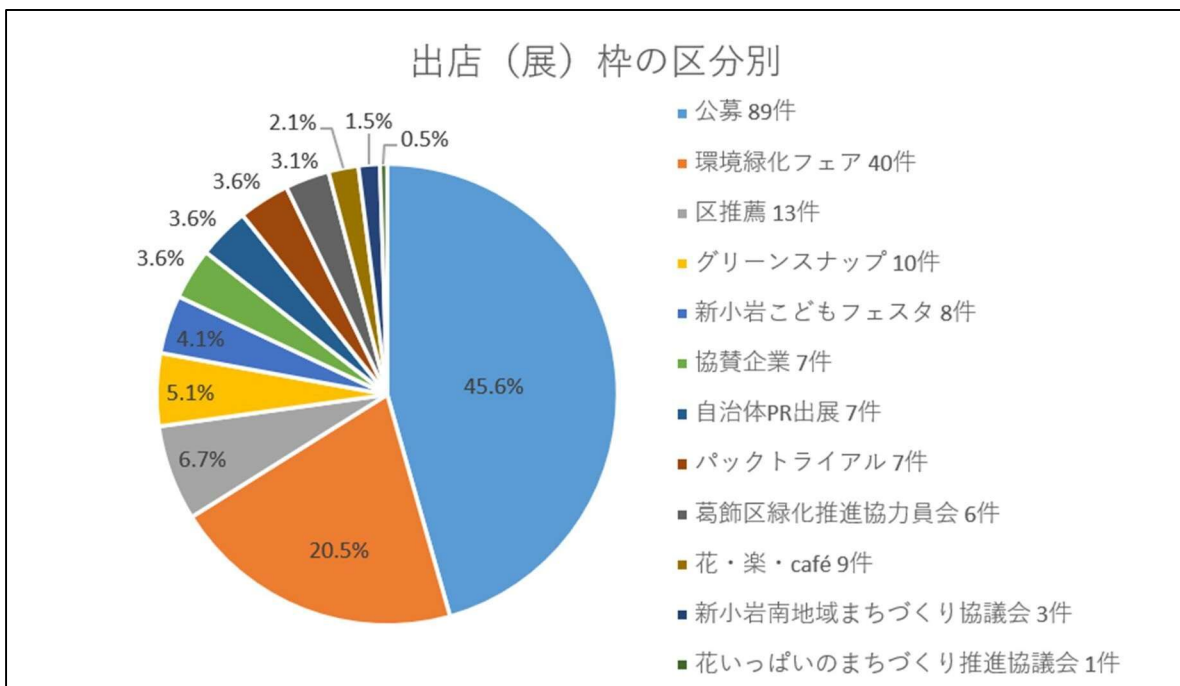
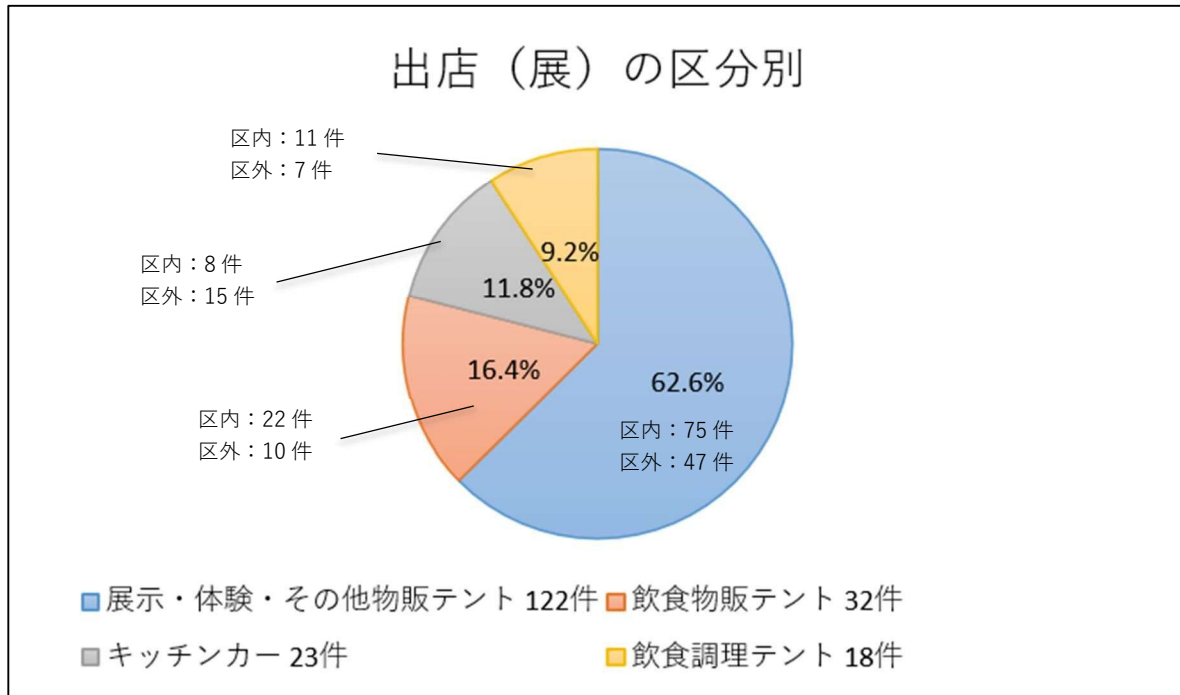
(5) 出店（展）実施結果

1. 実施概要

項目	実績
出店（展）者数	195 件
└区内事業者	116 件(59.5%)
└区外事業者	79 件(40.5%)
総出店日数	633 日
売上額合計（140 店舗）	21,519,348 円
└区内事業者（74 店舗）	10,881,285 円
└区外事業者（66 店舗）	10,638,063 円
出店料合計（52 店舗）	1,284,889 円

2. 出店（展）者の構成

区分別では、展示・体験・その他物販テントが最も多く、次いで飲食テント、キッチンカー、物販テントとなった。出店（展）枠別では、公募を中心に、環境緑化フェア、区推薦、協賛企業、自治体PR出展等の多様な枠により構成した。



※花・楽・café と公募の重複があるため、合計は 200 件となっている。

3. 会場別実績

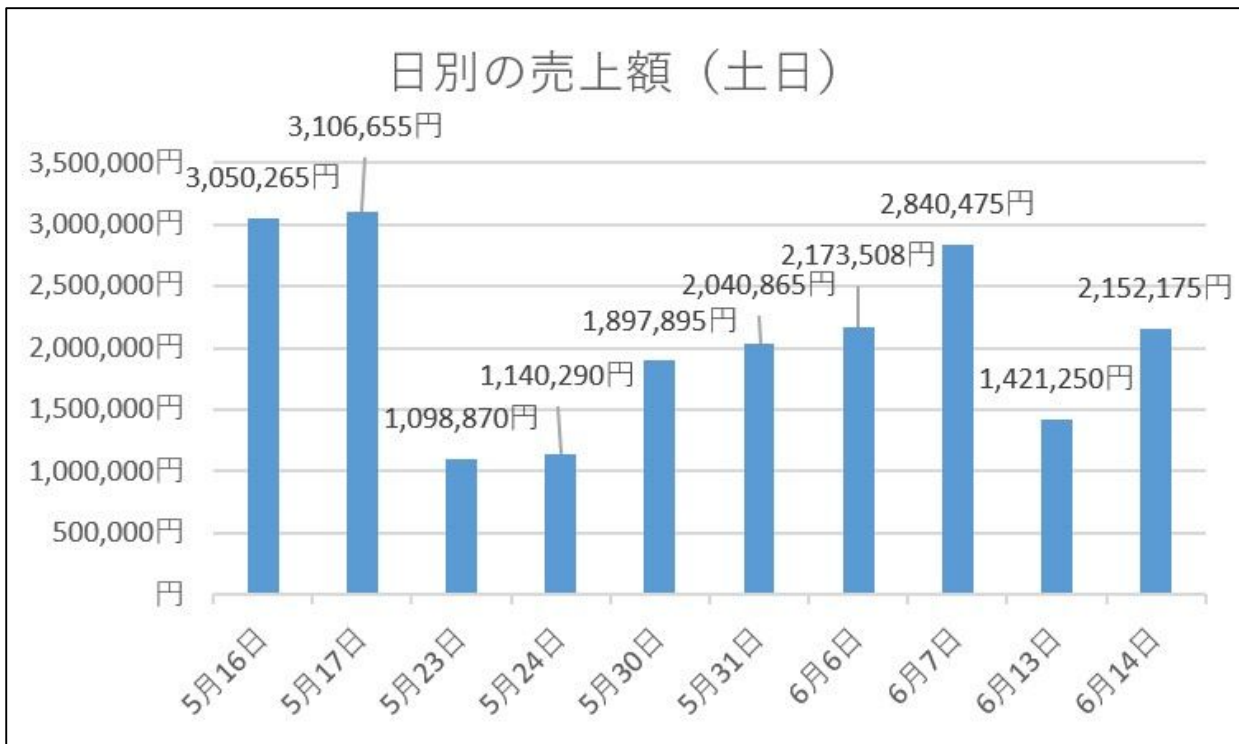
会場別の出店者数、総出店日数及び売上額合計である。メイン会場の葛飾にいじゅくみらい公園では、1会場当たりの出店枠数がサテライト会場に比べて多かったことにより以下の実績となった。

会場	出店者数	総出店日数	売上額合計
葛飾にいじゅくみらい公園	146 件	492 日	12,928,295 円
曳舟川親水公園広場ゾーン	34 件	71 日	4,743,823 円
新小岩駅北口・南口駅前広場 えきにこわ	20 件	70 日	3,847,230 円

※複数会場での出店（展）者がいたため、出店者数の合計は200件となっている。

4. 売上額実績

日別の売上額（土日）は以下のとおりで、開幕直後や会期終盤を中心に高い実績だった。また、「全国「みどりの愛護」のつどい」の開催に伴い、5月19日から24日までの期間は、メイン会場の一部が規制されたことから出店枠数が大幅に減少しており、これが売上減少の要因の一つと考えられる。6月13日は他の日に比べ出店が少なく売上額が減少した。



5. ショーケース展示 実績

5月24日（日）から31日（金）まで東京理科大学葛飾キャンパス図書館3階ホワイエにて、ショーケース展示を開催した。特別協力・協賛企業をはじめ、区内事業者、国や都、葛飾区の各部署等、計31団体が参加し、ミライにつながる最新の取組等を展示した。初日は「全国「みどりの愛護」のつどい」の列席者にも御覧いただくなど、8日間の開催で計1,394人が訪れた。

テーマ	出展者数	出展者
ミライまちづくり	8件	東京理科大学（工学部建築学科、工学部電気工学科）、三菱ガス化学、東京ガス、あいおいニッセイ同和損害保険、NTT東日本、ジーマモビリティ、トライポッドデザイン
「みどりと花」やそれを支える環境の取組	8件	東京理科大学（先進工学部生命システム工学科、創域理工学部生命生物科学科、薬学部薬学科）、地球環境情報フォーラム、久保田絢子、水元ネイチャープロジェクト、国土交通省、東京都建設局公園緑地部
葛飾区の未来に向けた取組	15件	葛飾区（政策企画課、総務課、産業経済課、環境課、リサイクル清掃課、福祉管理課、くらしのまると相談課、児童相談課、かわまちづくり担当課、交通政策課、都市計画課、公園課）、かつしか省エネ再エネ健康住宅普及促進連絡会（葛飾区建築課）、葛飾区地球温暖化対策地域協議会、葛飾区生物多様性推進協議会



(6) ボランティア実施結果

1 募集・実施概要等

区分	主な活動内容	活動期間・時間	待遇等
運営補助ボランティア	会場案内、来場者対応、PR・チラシ配布等	5月16日～6月14日 (土・日) 9:30～12:00/12:30～15:00	・スタッフウェア支給 ・1回につき、500円相当金券 ・保険加入
植物管理ボランティア	花がら摘み、除草等の植物維持管理	5月16日～6月14日 (主に、火・木・土・日) 9:30～12:00/12:30～15:00	同上

2 従事実績

従事者数は合計 105 名、従事回数は合計 417 回。

従事実績について、募集時と比較すると、人数比 42%、回数比 61%である。

項目	募集	申込	従事実績	募集との比較
運営：従事人数	100 名	52 名	50 名	50%
運営：従事回数	330 回	324 回	227 回	69%
植物：従事人数	150 名	56 名	55 名	37%
植物：従事回数	350 回	334 回	190 回	54%
合計：従事人数	250 名	108 名	105 名	42%
合計：従事回数	680 回	658 回	417 回	61%

※申込から従事実績が減少したことについては、天候不良等による中止や申込後取消によるもの

※雨による中止は 4 日間 (20 名×4 日間=80 名)

※ボランティア保険の適用実績はなし。

3 ボランティアの活動内容

(1) 運営補助ボランティア

主に会場案内、来場者対応、チラシ配布等による PR を行った。

※当初予定していた、総合案内やノベルティ配付については、配付物管理・在庫確認等の運営管理上の対応を踏まえ、委託スタッフが担う業務として整理した。



(2) 植物管理ボランティア

主に花がら摘み、除草等の植物の維持管理を行った。フェア期間中 14 日間の実施を予定していたが、天候不良等により 10 日間の実施となった。



4 成果

- ・来場者対応や会場内 PR、植物管理を補完し、フェア運営を支える体制を確保できた。
- ・「かつしか花いっぱいのもちづくり」団体や、区のイベントに協力いただいているボランティア等（※）との連携により、フェア運営を円滑に実施するとともに、今後の地域活動につながるネットワークの強化を図ることができた。

（※）葛飾区スポーツボランティア等の協力による連携体制の強化

- ・ボランティア活動を通じて、多くの区民がフェア運営に参画する機会を創出し、区民協働によるイベント運営の実践につながった。

5 課題・対応

課題	今後の対応案
募集人数・従事回数とも当初想定を下回った。	早期周知、活動内容別の魅力発信、団体向け案内の検討
運営補助ボランティアの活動内容について、安全管理や運営管理上の観点から従事範囲が限定的となった。	ボランティアがより主体的に参画できる活動内容を検討・設定する必要がある。

(7) 花装飾、軒先園芸コンクール、協働推進事業の実施結果

1. 花装飾実施結果

フェアの開催に向け、各会場等に花装飾を行った。

フェア会場全体の使用花苗品種は延べ 398 品種、93,779 株であった。(補植分除く)

(1) 葛飾にいじゅくみらい公園 (メイン会場)



■ 主な実績

会場等	花苗の品種	株数
葛飾にいじゅくみらい公園	ペチュニア、アナベル、ユーフォルビア、ハナショウブ、カキツバタ、アンゲロニアなど 計 183 品種	74,461

(2) 曳舟川親水公園広場ゾーン(サテライト会場)



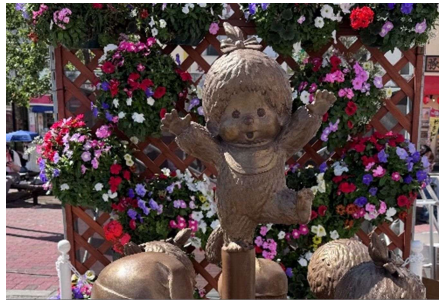
■ 主な実績

会場等	花苗の品種	株数
曳舟川親水公園広場ゾーン	ペチュニア、ジギタリス、ガウラ、スティパ、アキレア、ネペタ など 計 34 品種	11,435

(3) 新小岩駅周辺(サテライト会場)



©Sekiguchi



©Sekiguchi



■ 主な実績

会場等	花苗の品種	株数
モンチッチ像 スカイデッキたつみ	インパチェンス、ゼラニウム、ニチニチソウ、ペチュニア など 計 19 品種	712

(4) 金町駅周辺(フラワースポット)



■ 主な実績

会場等	花苗の品種	株数
金町駅周辺	ゼラニウム、ニチニチソウ、ペチュニア、マリーゴールド など 計 39 品種	1,786

(5) 亀有駅周辺、十三橋交差点、曳舟川親水公園B・Cゾーン(フラワースポット)



©秋本治・アトリエビーだま/集英社



©秋本治・アトリエビーだま/集英社



■ 主な実績

会場等	花苗の品種	株数
亀有駅周辺、 十三橋交差点、 曳舟川親水公園B・Cゾーン	アンゲロニア、ジニア、ゼラニウム、ペチュニア、 フォーチュンベゴニア、バーベナ など 計 49 品種	3,111

(6) 渋江公園、四つ木つばさ公園、
都立南葛飾高等学校大空翼銅像前(フラワースポット)



©高橋陽一



©高橋陽一



©高橋陽一

■ 主な実績

会場等	花苗の品種	株数
渋江公園、 四つ木つばさ公園、 都立南葛飾高等学校大空翼銅像前	ガウラ、ペチュニア、スティパ、アガパンサス、アリウム、イベリス、ダリア、ダイアンサスなど 計 70 品種	1,914

(7) 柴又帝釈天周辺(フラワースポット)



■ 主な実績

会場等	花苗の品種	株数
柴又帝釈天周辺	アジサイ 計4品種	360

2. 軒先園芸コンクールの開催

フェア期間中、メイン会場にて会場装飾部門の出展作品計 11 作品及び軒先装飾部門の出展作品写真パネル計 14 作品を展示し、5 月 16 日から 5 月 31 日まで来場者を対象としたインターネット投票を実施した。フェア最終日の 6 月 14 日にメイン会場ステージにて表彰式を行った。来場者投票数は 179 票であった。

(1) 会場装飾部門

受賞者は以下のとおり

受賞項目	受賞団体
自宅の軒先で再現したいで賞	尚志園（茨城県）
創造性あふれる軒先で賞	東京都立農産高等学校 定時制園芸部（葛飾区）
環境にやさしい軒先で賞	アトリエ green note 空垣内真弓（葛飾区）



自宅の軒先で再現したいで賞



創造性あふれる軒先で賞



環境にやさしい軒先で賞

(2) 軒先装飾部門

受賞者は以下のとおり

受賞項目	受賞団体
自宅の軒先で再現したいで賞	三庭（葛飾区）
創造性あふれる軒先で賞	カフェ aona（葛飾区）
環境にやさしい軒先で賞	魔法使い bibi（葛飾区）



自宅の軒先で再現したいで賞



創造性あふれる軒先で賞



環境にやさしい軒先で賞

3. 協働推進事業の実績

フェア開催までの機運醸成として、区内学校や地域住民、緑化推進協力員会等との協働で、花壇やフラワーメリーゴーランドの植え付け等を実施した。延べ3,021人、延べ56校・13団体の参加を得て、協働による開催機運の醸成を図ることができた。

(1) みんなでつくるフラワーメリーゴーランドの森

葛飾にいじゅくみらい公園に50基設置するフラワーメリーゴーランドのデザインと植え付けを行ったもの

参加学校・団体は以下のとおり

参加学校・団体	参加人数	備考
区内計11校 柴原小、花の木小、原田小、水元小、南奥戸小、 青葉中、一之台中、金町中、上平井中、常盤中、 都立農産高	486人	「デザインのみ」 の学校も含む
地域住民等計4団体 シティタワー金町コミュニティクラブ シティテラス金町自治会 プラウドシティ金町自治会 特別養護老人ホームエトワール	110人	「植え付けのみ」 の団体も含む
緑化推進協力員会	60人	



(2) みんなでつくる植栽花壇

葛飾にいじゅくみらい公園や曳舟川親水公園広場ゾーンなどにおいて、お花の植え付けを行ったもの

実施場所、参加学校・団体は以下のとおり

① 葛飾にいじゅくみらい公園

参加学校・団体	参加人数
区内計3校 北野小、花の木小、金町中	228人
緑化推進協力員会	20人



②曳舟川親水公園広場ゾーン

参加学校・団体	参加人数
区内計2校 白鳥小、大道中	55人
緑化推進協力員会	10人



③亀有駅南口リリオパーク前花壇

参加団体	参加人数
亀有西三自治会	11人



④亀有駅南口ロータリー銅像ベンチ裏花壇

参加団体	参加人数
亀有花風船の会	6人



©秋本治・アトリエビーだま/集英社

⑤金町駅北口駅前広場花壇

参加団体	参加人数
金町みらい協議会	8人



(3) みんなでつくるたねダンゴ®

葛飾にいじゅくみらい公園のサカセみらいトンネル横に植栽するたねダンゴ®の作成及び植え付けを行ったもの

参加学校・団体、人数は以下のとおり

参加学校	参加人数
区内計2校 柴原小、常盤中	130人



①-1: 柴原小作成時



①-2: 柴原小植え付け時



②-1: 常盤中作成時



②-2: 常盤中植え付け時

(4) みんなでつくる「サカセ みらい」メッセージ短冊

風鈴の短冊部分に、自身の将来の夢や希望、目標など、未来のメッセージを記入し、設置するもの

設置場所、参加学校数・枚数は以下のとおり

① 葛飾にいじゅくみらい公園（サカセみらいトンネル・休憩用テント）

参加学校	参加人数/枚数
区内計12校 青戸小、飯塚小、梅田小、金町小、北野小、柴原小、清和小、 中之台小、新宿小、水元小、金町中、常盤中	939人/枚
教育支援施設 ふれあいスクール明石	27人/枚

② 新小岩駅構内

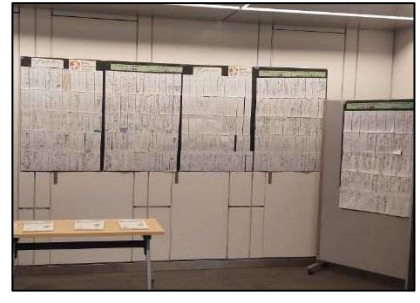
参加学校	参加人数/枚数
区内計5校 奥戸小、上小松小、南奥戸小、上平井中、小松中	253人/枚



①-1:サカセみらいトンネル



①-2:休憩用テント



②新小岩駅構内

(5) みんなでつくる「サカセ みらい」メッセージアート

専用用紙に「サカセ みらい」をテーマとした絵や未来へのメッセージを記入・描画し、設置するもの

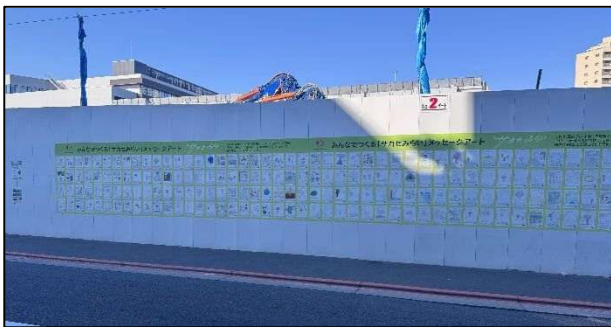
設置場所、参加学校数・枚数は以下のとおり

①理科大通り仮囲い

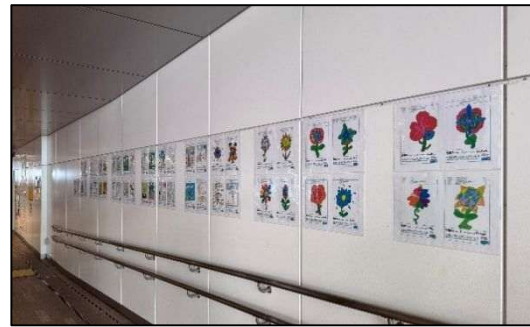
参加学校	参加人数/枚数
区内計 13 校 青戸小、梅田小、金町小、川端小、柴原小、中之台小、原田小、 水元小、道上小、一之台中、金町中、大道中、常盤中	533 人/枚

②新小岩駅南北自由通路

参加学校	参加人数/枚数
区内計 5 校 小松南小、二上小、南奥戸小、上平井中、小松中	112 人/枚



①理科大通り仮囲い



②新小岩駅南北自由通路

(6) その他、仮設物への植え付けなど

花装飾実施場所における仮設物へのお花の植え付けを行った。

実施場所、参加団体・人数は以下のとおり

①金町駅前通り商店会・理科大通り商店会プランター50 基植え付け

参加団体	参加人数
緑化推進協力員会	6 人



②スカイデッキたつみプランター10 基植え付け

参加学校・団体	参加人数
東京聖栄大学	10 人
緑化推進協力員会	7 人



③都立南葛飾高校前フラワーキャンバス植え付け

参加学校	参加人数
都立南葛飾高校	4 人



©高橋陽一

④曳舟川親水公園広場ゾーンフラワードレス 2 基植え付け

参加団体	参加人数
都立農産高校	6 人



(1) 来場者数の算定結果

1 来場者数の算定方針

(1) 基本的な考え方

複数の会場にわたる本フェアの来場者数は、①スマートフォンの位置情報による 3 会場の来場者数の実測値、② 3 会場からの回遊状況、③スマートフォン非保有者数の補正值、④連携会場の来場者数（公式発表値）を組み合わせ、「延べ来場者数」として算出する。

(2) 算定の全体構成

位置情報	位置情報及び 比率による推計	推計による補正	主催者による公式発表
①スマートフォンの位置情報による 3 会場の来場者数 (実測値)	② 3 会場からの 回遊状況	③スマートフォン 非保有者の補正值 ア ファミリー層 イ 高齢者層 ウ 未就学児	④連携会場の来場者数 ・堀切会場 ・水元会場
実測・純人数	推計・延べ人数	推計値	公式発表値

【最終的な延べ来場者数】＝ ① ＋ ② ＋ ③ ＋ ④

2 来場者数の算定結果

事業者の分析結果、来場者アンケート、来訪者年代分析、総務省の通信利用動向調査及び連携会場の報告値を踏まえると、延べ来場者数は以下のとおりとなる。

区分	算定内容	人数	備考
①	スマートフォンの位置情報による 3 会場の来場者数（実測値）	209,865 人	
②	3 会場からの回遊状況（事業者の併用率分析に基づく）	35,302 人	
③	スマートフォン非保有者の補正（ア ファミリー層＋イ 高齢者層＋ウ 未就学児）	76,323 人	子ども等の未把握分を補正
④	連携会場の来場者数（堀切会場・水元会場）	387,300 人	主催者公式発表
合計	延べ来場者数	708,790 人	

3 算定項目別の根拠

(1) ①スマートフォンの位置情報による3会場の来場者数(実測値)

葛飾にいじゅくみらい公園、曳舟川親水公園広場ゾーン及び新小岩駅周辺について、スマートフォン位置情報により把握した来場者数は次のとおりである。

分析地点	来場者数
葛飾にいじゅくみらい公園	66,309 人
新小岩駅周辺	112,970 人
曳舟川親水公園広場ゾーン	30,586 人
合計	209,865 人

(2) ②3会場からの回遊状況

事業者の併用率※分析により、3会場の来場者が他の対象スポットへ移動・滞在した状況を把握する。

起点会場	来場者数	併用率合計の平均	回遊分
葛飾にいじゅくみらい公園	66,309 人	27.0%	17,903 人
新小岩駅周辺	112,970 人	3.92%	4,428 人
曳舟川親水公園広場ゾーン	30,586 人	42.41%	12,971 人

※併用率：起点会場の来場者のうち、同日に他の対象スポットにも来訪した人の割合をいう。

(3) ③スマートフォン非保有者の補正

スマートフォン位置情報では把握できない層について、「ア ファミリー層」、「イ 高齢者層」及び「ウ 未就学児」に分けて補正する。

ア ファミリー層

来場者アンケートにおけるファミリー層の割合及び総務省調査における6～12歳のスマートフォン非保有率を用いて推計する。

項目	数値	根拠・考え方
基礎人数	245,167 人	①3会場の来場者数 209,865 人 +②回遊分 35,302 人
ファミリー層割合	29.1%	「家族と来場(20歳未満の子ども含む)」 (来場者アンケート) 935 件/3,215 件
6～12歳 スマホ非保有率	68.4%	6～12歳スマホ保有率 31.6% (総務省調査) 100%－31.6%で算出
ア 補正值	約 48,800 人	245,167 人×29.1%×68.4%

※同伴人数や子どもの人数を直接把握する設問がないため、ファミリー層割合を用いた推計値として整理する。

イ 高齢者層（60代・70代）

事業者の来訪者年代分析から算出した会場別・年代別構成比と、総務省「令和7年通信利用動向調査」の年齢階層別スマートフォン非保有率を用いて推計する。総務省調査におけるスマートフォン保有率は、60～69歳が88.6%、70～79歳が68.1%であるため、非保有率はそれぞれ11.4%、31.9%とした。

会場	来場者数	年代	年代構成比	スマホ保有率	スマホ非保有率	補正值
葛飾にいじゅくみらい公園	66,309人	60代	14.69%	88.6%	11.4%	1,253人
		70代	20.82%	68.1%	31.9%	6,467人
新小岩駅周辺	112,970人	60代	18.02%	88.6%	11.4%	2,619人
		70代	20.19%	68.1%	31.9%	10,684人
曳舟川親水公園 広場ゾーン	30,586人	60代	26.43%	88.6%	11.4%	1,040人
		70代	17.73%	68.1%	31.9%	2,540人
イ 補正值	—	—	—	—	—	24,603人

ウ 未就学児（3歳～5歳）

期間中の平日には、多くの未就学児が葛飾にいじゅくみらい公園に来場していたことから、近隣保育園の園外活動（散歩）による未就学児（3歳～5歳）の来場人数を以下のとおり算出した。

会場	人数 ※1	回数 ※2	ウ 補正值
葛飾にいじゅくみらい公園	365人	8回	2,920人

※1 葛飾にいじゅくみらい公園を園外活動場所に指定している、または当該公園まで徒歩5分以内の近隣保育園6園の3歳～5歳の定員数の合計

※2 フェア期間中、週に2回の利用があったものとする。

③スマートフォン非保有者補正 合計：ア 48,800人 + イ 24,603人 + ウ 2,920人
= 76,323人

(4) ④連携会場の来場者数

連携会場の来場者数は、主催者から報告のあった2026年葛飾菖蒲まつりの来園者数を公式発表値として計上する。

会場	来場者数	備考
堀切会場	72,000 人	主催者報告値
水元会場	315,300 人	主催者報告値
合計	387,300 人	連携会場分として計上

4 目標値との比較

当初の来場者目標は、フェア本体側 42 万人、連携会場 38 万人を合わせた 80 万人として設定している。目標値と比較すると、以下のとおりである。

区分	目標値	来場者数 (実績)	差引
フェア本体側 (①+②+③)	420,000 人	321,490 人	約▲98,510 人
連携会場 (④)	380,000 人	387,300 人	約+7,300 人
合計	800,000 人	708,790 人	約▲91,210 人
達成率	100.0%	約 88.6%	—

全国みどりと花のフェアかつしか 来場者分析結果サマリ

分析期間：令和8年5月16日～6月14日

分析項目	葛飾にいじゅくみらい公園	新小岩駅周辺	曳舟川親水公園広場ゾーン
来訪者数・滞在者数	・土日の来訪者数が多い ・イベント開始に合わせて来訪者・滞在者が増加 ・来訪者のピークは11時帯	・5月16日～31日は土日の来訪者数が多い ・イベント開始に合わせて来訪者・滞在者が増加 ・来訪者のピークは13時帯	・5月30日～6月14日は土日の来訪者数が多い ・イベント開始に合わせて来訪者・滞在者が増加 ・来訪者のピークは14時帯
性別	・平日は女性がやや多い ・土日は男女がおおむね同程度	・平日・土日とも女性がやや多い	・平日は男性が約6割 ・土日は男女がおおむね同程度
年代	・午前中は30～70代が多い ・午後は10代、30～50代、70代が多い	・午前中は40～70代が多い ・午後は20代、40～70代が多い	・午前中は50～60代が多い ・午後は40～70代が多い
居住地 (都道府県)	・平日は約8割、土日は約9割が東京都内 ・残りは千葉県、埼玉県等の近隣県	・平日・土日とも約8割が東京都内 ・残りは千葉県、神奈川県、埼玉県等の近隣県	・平日は約8割、土日は約9割が東京都内 ・残りは埼玉県、千葉県等の近隣県
居住地 (市区町村)	・平日は約6割、土日は約7割が葛飾区	・平日・土日とも約7割が葛飾区・江戸川区	・平日は約5割、土日は約8割が葛飾区
回遊状況 (併用率)	・都立水元公園、亀有駅周辺との併用率が高い	・亀有駅周辺、葛飾にいじゅくみらい公園との併用率が高い	・亀有駅周辺、堀切菖蒲園との併用率が高い

分析結果のポイント

葛飾にいじゅくみらい公園 中高年層を中心に幅広い年代が来訪し、葛飾区からの来訪が多い。	新小岩駅周辺 中高年層を中心に来訪し、葛飾区・江戸川区からの来訪が多い。	曳舟川親水公園広場ゾーン 中高年層の来訪が多く、葛飾区を中心に埼玉県内からの来訪も確認された。
---	--	---

来場者分析結果の総括

・来場者は40代以上の中高年層を中心であった。 ・来場者の多くは、葛飾区をはじめとする区内及び近隣地域の居住者であった。 ・土日を中心に来場者数が多く、各会場ともイベント開始後に来訪者が増加する傾向が見られた。

※併用率は、起点会場の来訪者のうち、同日に他の対象スポットにも来訪した人の割合をいう。

※本資料は、事業者によるスマートフォン位置情報データの分析結果を基に作成。

(2) アンケート調査・分析

1 来場者へのアンケート調査結果

(1) アンケート実施場所

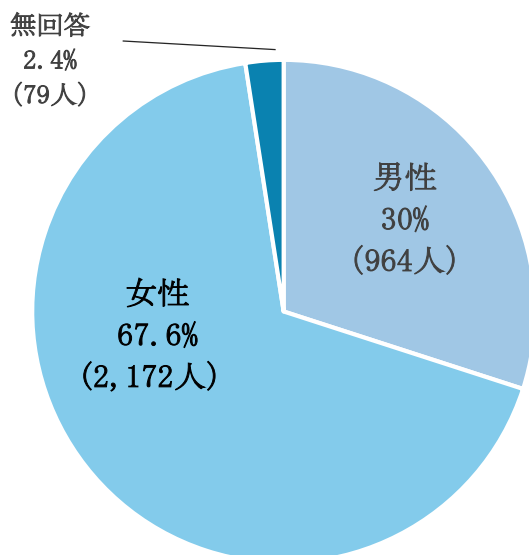
「全国みどりと花のフェアかつしか」(以下「フェア」という。)のメイン会場及びサテライト会場の合計3か所。

(2) アンケート取得数

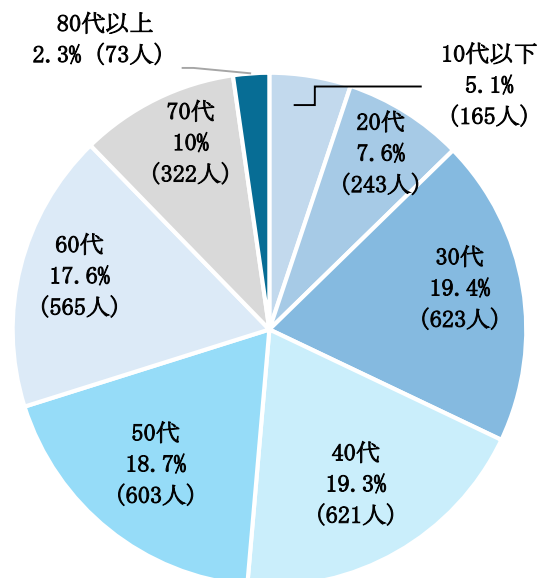
3,215件(フェア全期間、3会場合計)

(3) アンケート結果

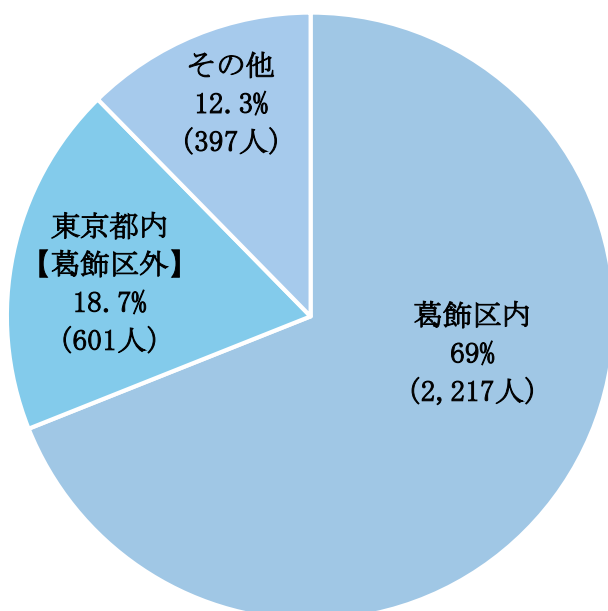
ア 性別



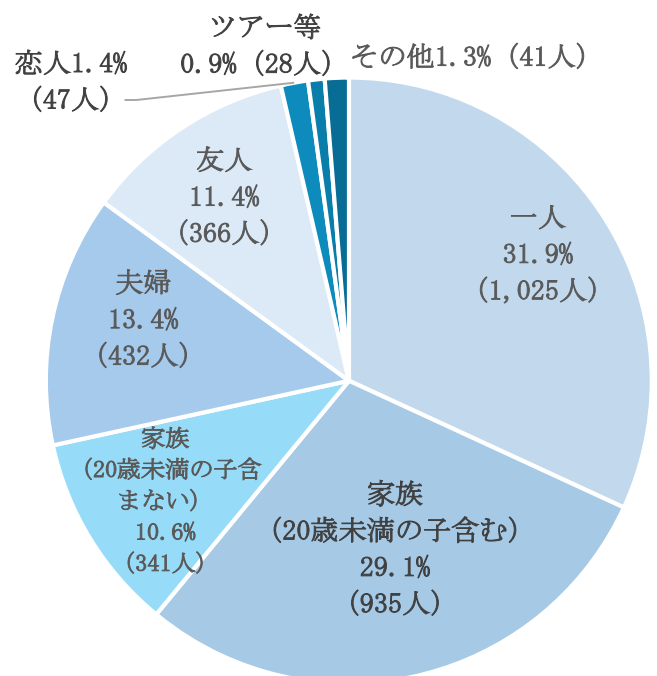
イ 年齢



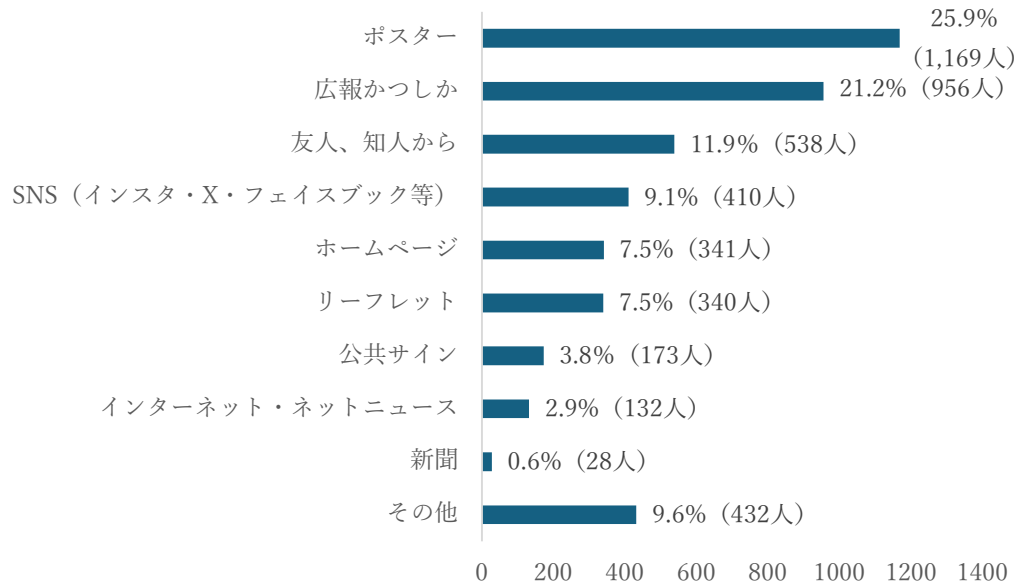
ウ 来場者の居住地



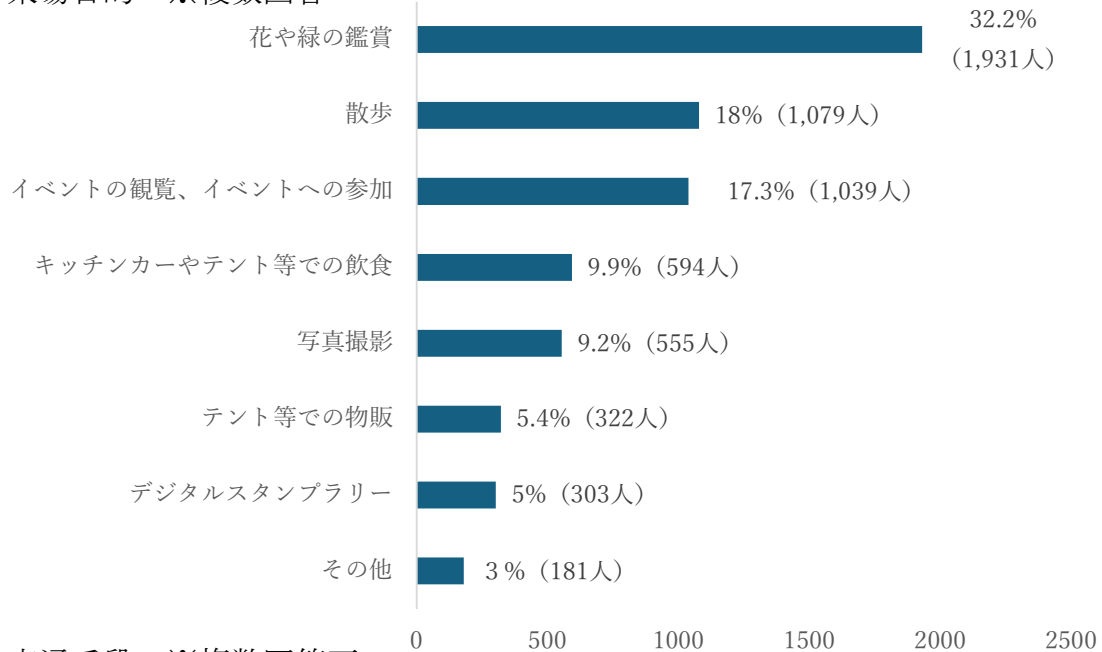
エ 同伴者



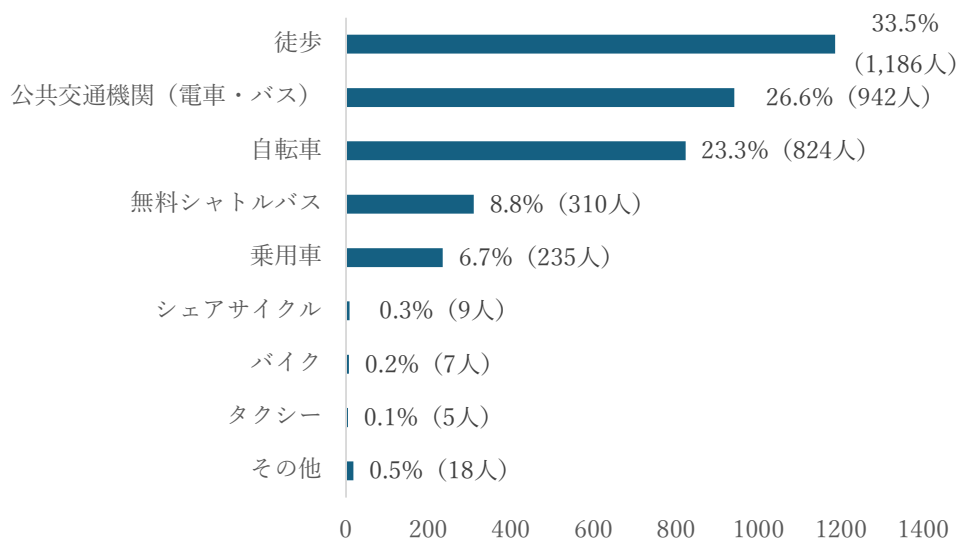
オ フェアを知ったきっかけ ※複数回答可



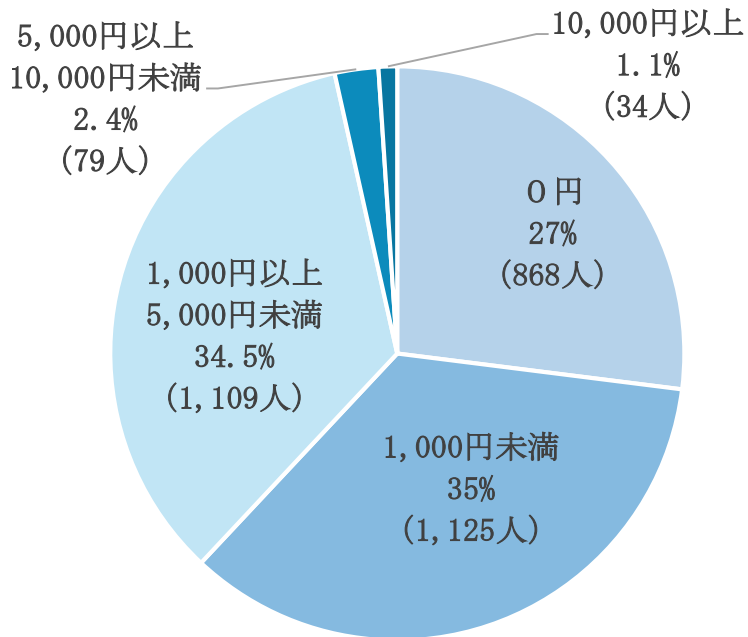
カ 来場目的 ※複数回答



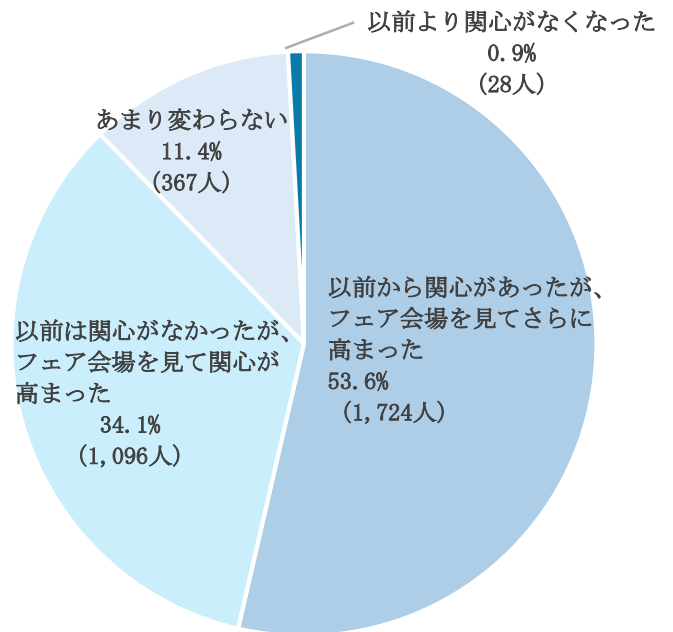
キ 交通手段 ※複数回答可



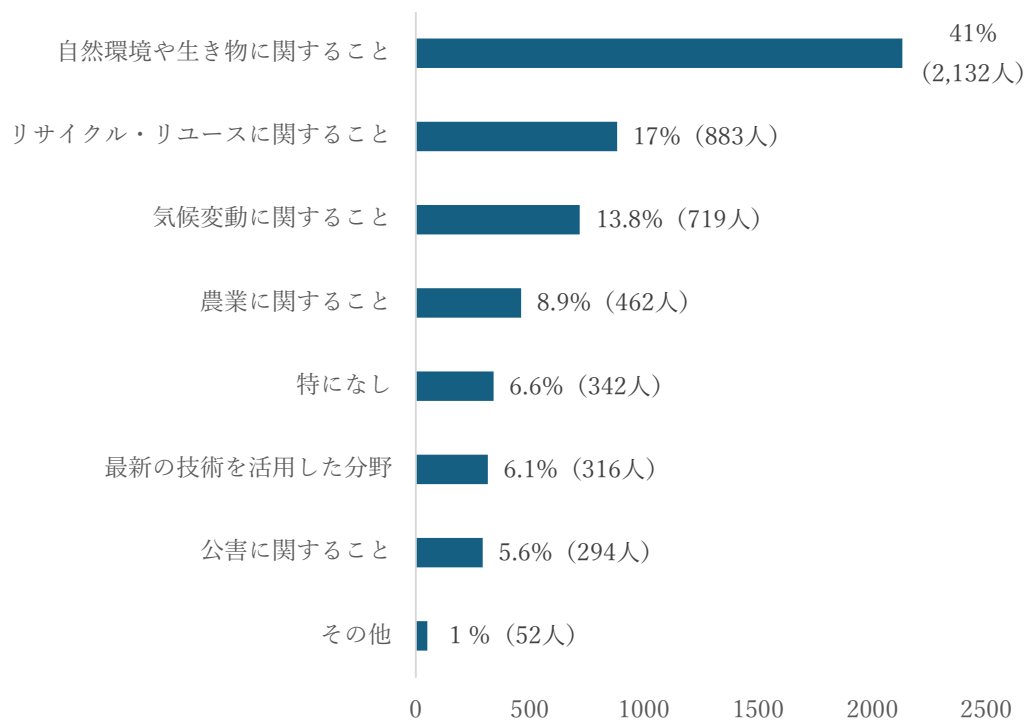
ク フェアでの利用金額（見込み含む）



ケ 「みどりと花」に関する意識

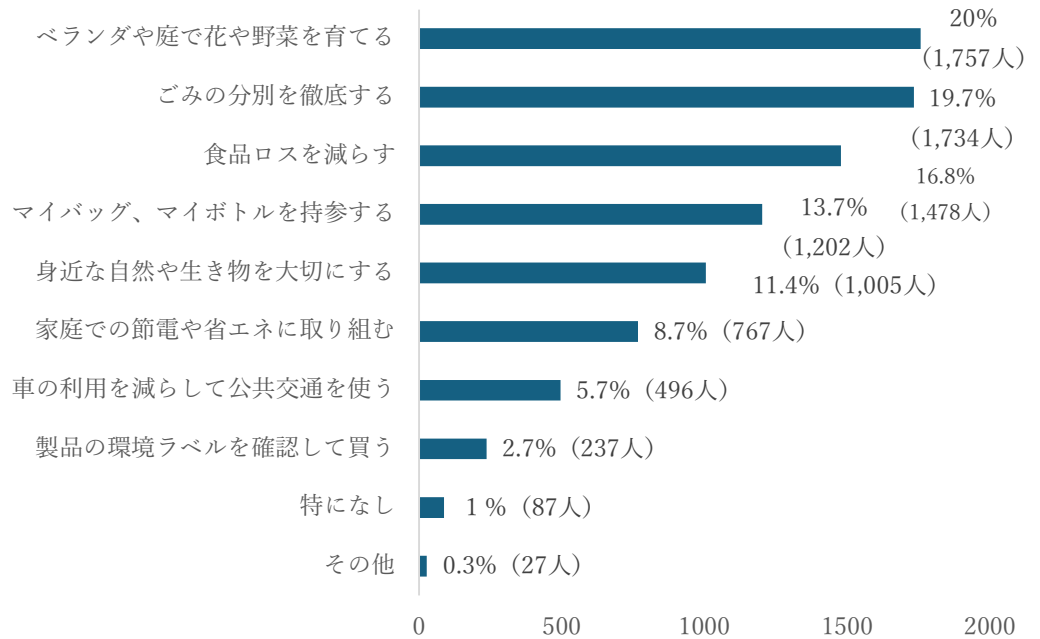


コ 「みどりと花」以外で関心が高まった環境分野 ※複数回答可

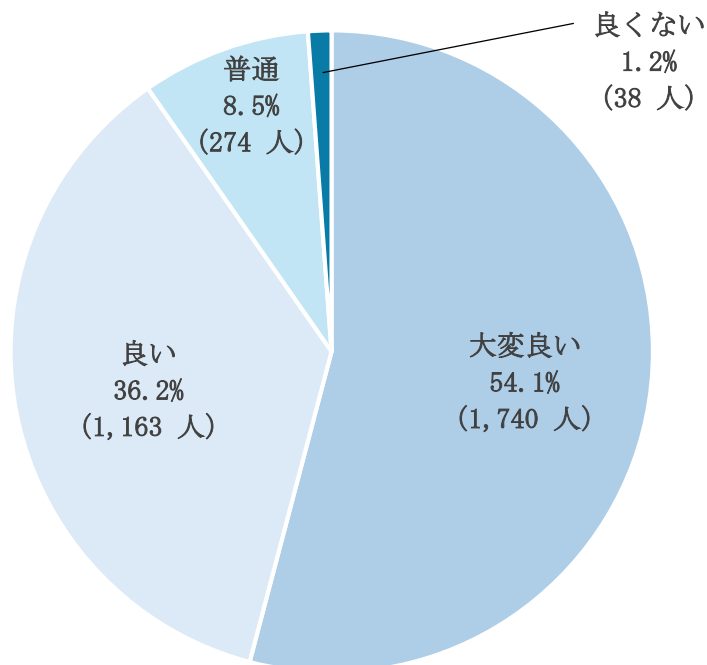


サ 今後、環境のために出来そうなこと

※複数回答可



シ フェア全体の印象



ス 今後の葛飾区に期待すること (自由記載)

- ・花やみどりといった自然を守る活動を続けて欲しい。
- ・緑化を推進するためのイベントや講座を行って欲しい。
- ・「花いっぱいのもちづくり」を継続して行って欲しい。
- ・毎年、今回のフェアのようなイベントを実施して欲しい。

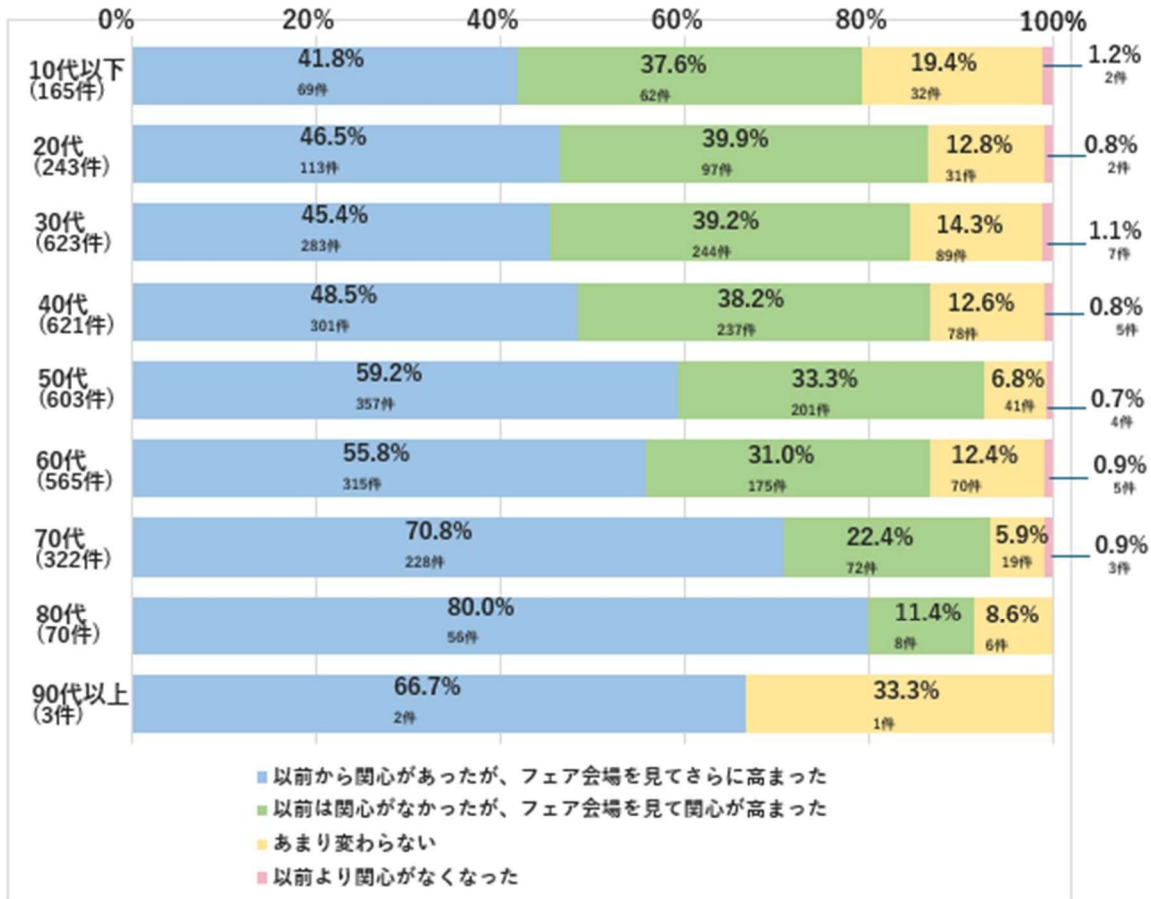
2 来場者アンケートの分析結果

クロス集計を実施し、来場者の属性ごとに、分析を行った。

(1) 来場者分析

・「年代」×「みどりと花への関心」

年代ごとの、みどりと花への関心については、以下のとおり



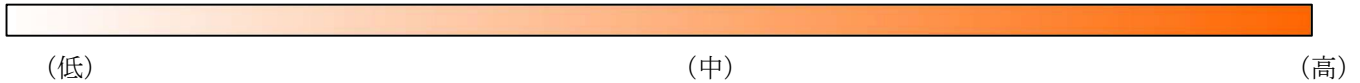
「みどりと花」への関心は全体として高く、中高年層ではもともと関心を有する来場者が多かった。また、若年層においては、「以前は関心がなかったが、フェア会場を見て関心が高まった」と回答した割合が高いことから、本フェアにおける「みどりと花」に関する情報や取組が幅広い世代の関心の高まりに寄与したことがうかがえる。

・「居住地」×「来場目的」

居住地ごとの、来場目的については、以下のとおり

※「来場目的」は、複数選択可能なため、選択率を表示

	花や緑の鑑賞	イベントの観覧、 イベントへの参加	テント等での物販	写真撮影	散歩	キッチンカーやテ ント等での飲食	デジタルスタンプ ラリー	その他	回答者数 (人)
区内	63%	33%	11%	17%	37%	21%	9%	4%	2,217
区外(都内)	52%	30%	8%	16%	25%	14%	10%	8%	601
都外	57%	30%	7%	19%	28%	13%	9%	9%	397
3,215									



いずれの居住地においても「花や緑の鑑賞」を目的とした来場者の割合が高かった。一方で、区内からの来場者は、「散歩」の割合が高いものの、区外及び都外からの来場者については「イベントの観覧・参加」を目的とした来場者の割合が高い。

(2) 広報効果分析

・「年代」×「フェアを知った媒体」

年代ごとの、フェアを知った媒体については、以下のとおり

※「フェアを知った媒体」は、複数選択可能なため、選択率を表示

	ポスター	SNS (インスタ・ X・フェイス ブック等)	広報かつ しか	リーフ レット	ホーム ページ	インター ネット・ ネット ニュース	友人 知人	公共サイ ン	新聞	その他	回答者数 (人)
10代以下	41%	9%	17%	11%	10%	7%	30%	5%	2%	19%	165
20代	30%	20%	15%	9%	8%	3%	21%	6%	0%	16%	243
30代	42%	15%	22%	8%	11%	3%	16%	6%	1%	12%	623
40代	41%	15%	26%	10%	11%	4%	14%	7%	1%	13%	621
50代	35%	16%	34%	12%	12%	6%	13%	5%	1%	14%	603
60代	32%	8%	39%	12%	12%	5%	17%	3%	1%	13%	565
70代	30%	3%	45%	12%	9%	3%	20%	5%	2%	11%	322
80代	30%	6%	31%	13%	6%	1%	20%	9%	3%	11%	70
90代以上	67%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	3
3,215											



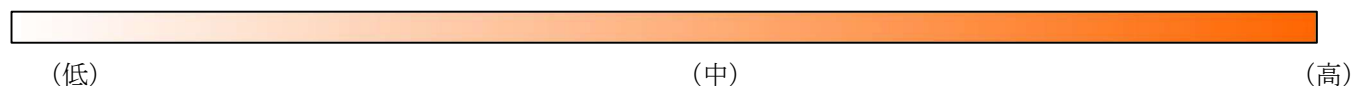
年代別にみるとポスターによる認知の割合が最も高く、広報媒体として広く周知できたことがうかがえる。また、中高年層では「広報かつしか」、若年層ではSNSによる認知が一定程度見られるなど、年代ごとに情報取得手段の違いが確認された。さらに、全世代で「友人・知人」による口コミが認知経路として機能しており、各種広報媒体に加え、来場者間での情報拡散によって周知が広がったものと考えられる。

・「居住地」×「フェアを知った媒体」

居住地ごとの、フェアを知った媒体については、以下のとおり

※「フェアを知った媒体」は、複数選択可能なため、選択率を表示

	ポスター	SNS (インスタ・ X・フェイス ブック等)	広報かつ しか	リーフ レット	ホーム ページ	インター ネット・ ネット ニュース	友人 知人	公共サイ ン	新聞	その他	回答者数 (人)
区内	43%	11%	41%	12%	11%	4%	12%	6%	1%	10%	2,217
区外(都内)	24%	16%	6%	7%	11%	4%	25%	5%	1%	20%	601
都外	18%	18%	5%	8%	10%	7%	29%	4%	1%	22%	397
											3,215

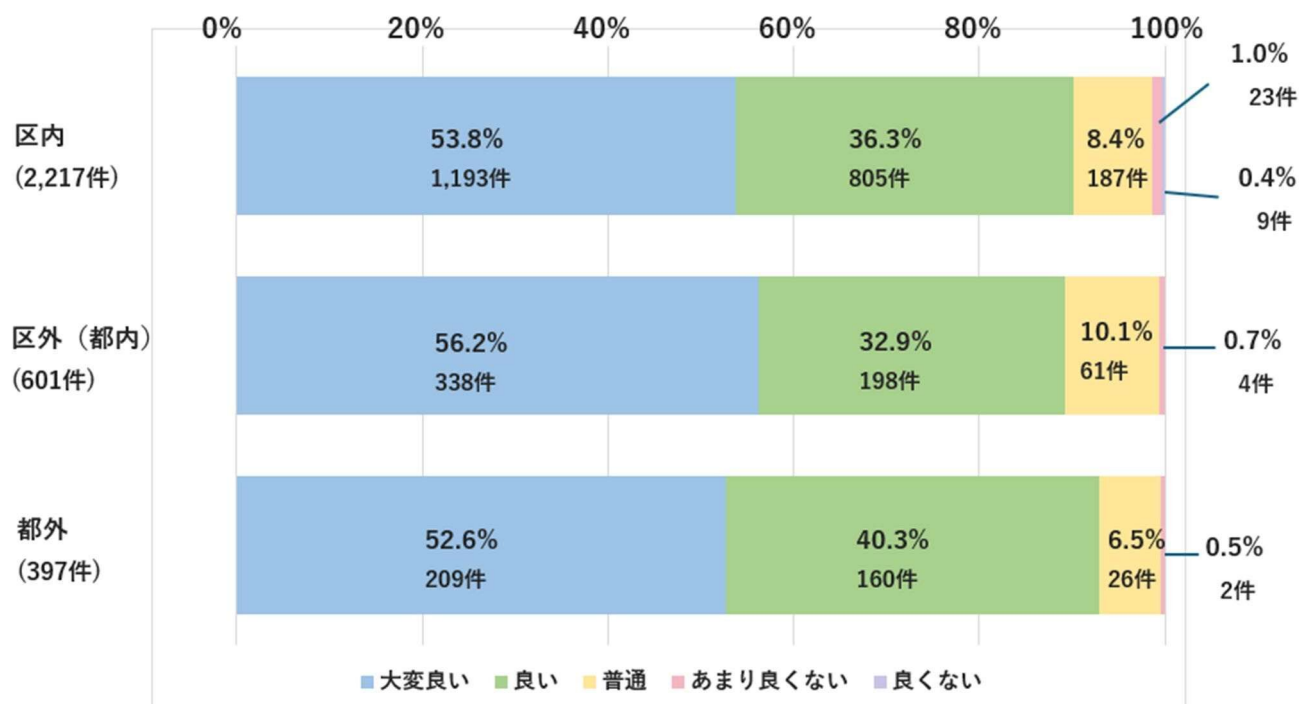


居住地別にみると、区内では「ポスター」による認知の割合が最も高く、「広報かつしか」を上回る結果となった。また、区外・都外の方も一定数認知していることから、区内外に広く掲出した効果が表れている一方、区外在住者では「友人・知人」による口コミの割合が最も高く、次いでSNSによる認知の割合が高かったことから、区外への情報拡散においては、口コミやSNSが有効な周知手段として機能したことがうかがえる。

(3) フェアの効果分析

・「居住地」×「フェアの印象」

居住地ごとの、フェアの印象については、以下のとおり



居住地別に見ると、区内・区外・都外のいずれにおいても好意的な評価が大半を占めており、本フェアが幅広い地域からの来場者に対して高い満足感を提供できたことがうかがえる。また、居住地による評価の大きな差は見られず、地域を問わず一定の評価を得られたことがわかる。

(4) 行動変化分析

・「年代」×「今後の取組」

年代との、今後の取組については、以下のとおり

※「今後の取組」は、複数選択可能なため、選択率を表示

	ベランダ や庭で花 や野菜を 育てる	ごみの分 別を徹底 する	身近な自 然や生き 物を大切 にする	食品ロス を減らす	マイバッ グ、マイ ボトル、 マイカッ プを持参 する	家庭での 節電や省 エネに取 り組む	車の利用 を減らし て徒歩・ 自転車・ 公共交通 を使う	製品の環 境ラベル や企業の 環境方針 を確認し て買う	特になし	その他	回答者数 (人)
10代以下	51%	41%	24%	36%	30%	18%	12%	6%	7%	4%	165
20代	44%	46%	26%	43%	35%	21%	15%	6%	6%	1%	243
30代	49%	50%	29%	44%	34%	21%	13%	6%	4%	0%	623
40代	52%	54%	30%	44%	33%	21%	12%	6%	2%	0%	621
50代	59%	59%	36%	51%	44%	28%	20%	9%	0%	1%	603
60代	57%	58%	33%	49%	42%	28%	18%	9%	3%	1%	565
70代	66%	58%	32%	49%	39%	25%	16%	8%	0%	1%	322
80代	61%	46%	31%	34%	31%	23%	21%	10%	4%	1%	70
90代以上	67%	33%	67%	33%	33%	33%	33%	33%	33%	0%	3

3,215



年代別に見ると、全ての世代で「ベランダや庭で花や野菜を育てる」の割合が非常に高かった。本フェアでは、特に若年層に対して「みどりと花」への関心を高め、次世代の担い手として花いっぱい活動を未来につなげていくことを目的としていたが、若年層においても「ベランダや庭で花や野菜を育てる」と回答した割合が最も高かったことから、フェアが身近な緑化活動への関心や実践意欲の向上に寄与したことがうかがえる。

「ごみの分別を徹底する」や「食品ロスを減らす」、「マイバッグ・マイボトルを持参する」を選択した割合は、年代による大きな差が見られず、いずれの世代においても高い傾向が見られた。本フェアにおいて実施したごみの分別や、マイボトルを活用した給水スポットの設置、エコバッグの配布等の取組が、環境配慮行動への意識を高める契機の一つとなったことも考えられ、資源循環や廃棄物削減に関する環境配慮行動への関心が幅広い世代に共通して見られた。

・「今後葛飾区に期待すること」

アンケートにて、今後葛飾区に期待することについて、以下の意見が寄せられた。

区への要望	件数（件）	割合（％）
イベントを継続し、開催回数・地域を増やす	104	26.3%
花・緑を増やし、維持・整備する	64	16.2%
地域キャラ・観光・商業を活性化する	32	8.1%
イベント内容・出店・運営を充実する	31	7.8%
子育て支援・子ども向け企画を充実する	30	7.6%
税金・予算・行政施策を見直す	26	6.6%
公園・会場設備を整備・改善する	23	5.8%
広報・Web・案内を分かりやすくする	18	4.5%
公共交通・道路・歩行環境を改善する	18	4.5%
誰もが住みやすいまちづくりを進める	12	3.0%
環境・SDGs・リサイクルを推進する	10	2.5%
高齢者・福祉・共生支援を充実する	10	2.5%
治安・清掃・生活環境を改善する	8	2.0%
その他	10	2.5%

イベントの継続・拡充に次いで、花や緑の維持・整備に関する要望が多かった。フェアの継続開催や花と緑に関する取組への期待が高い一方、観光・商業の活性化、子ども向け企画、会場設備、広報、交通環境など、まちづくり全般に関する意見も一定数寄せられた。

3 地域団体へのアンケート結果

(1) 概要

「全国みどりと花のフェアかつしか」の実施後、フェアに関わった地域団体を代表して、以下の団体にアンケート調査を実施した。

- ① 一般社団法人金町みらい協議会
- ② 新小岩北地域まちづくり協議会
- ③ 新小岩南地域まちづくり協議会
- ④ お花茶屋駅前商店会
- ⑤ お花茶屋商栄会

(2) 回答（要旨）

項目	ご意見（抜粋）
フェア全体の満足度	・ 葛飾の魅力を発信する大変意義のある事業であった。 ・ 非常に良かったと思う。結果的にそれぞれの役割が対応できていたため、想定の実績が残せたと思われる。 ・ 各地域での協力イベントが少なかった ・ 複数会場での開催が良かった。 ・ 告知が不十分で非常に残念。
地域への効果・変化	・ 毎週何かしらのイベントをやっている感が根付いたと感じる。にぎやかとの印象が地域の魅力向上にも繋がると思う。 ・ ハンギングバスケットのワークショップを通じ、定期的な開催希望のご意見が多くあった。また、花のまちのイメージ向上に繋がった。 ・ 店舗へは特に影響がないが、地域とのつながりへの影響があった。
地域からの声	・ 会場によって来場者数と出店者数のバランスが十分ではなく、売上が大きく伸び悩み、出店者から厳しい声があった。 ・ 駅前で頻繁に色んな事をやっているね、という声を複数いただいた。また、地域のイベントに出店・出演したいという声も上がってきている。 ・ 一部の地域でしか認識されていなかったなので、残念。
その他	・ イベントは開催自体が目的ではなく、その後も地域に価値を残していくことが重要。 ・ 会場設営や警備を自分たちがやろうとするとパワーやコストが足りず苦勞しているため、フェアが担当してくれたおかげで非常に助かった。 ・ 区への協力について前向きに対応していきたい。

4 まちなか花いっぱいプレイス及び活動団体への意見聴取結果

(1) 概要

「全国みどりと花のフェアかつしか」（以下「フェア」という。）では、区民と区が協働し、駅前広場や沿道等、まちを花や緑で彩る「花いっぱいのまちづくり活動」を行う区内 160 箇所以上の地域花壇をまちなか花いっぱいプレイスとして、来場者をもてなした。

フェアの実施後には、花いっぱいのまちづくり活動団体の代表者及び緑化推進協力員を対象とした意見聴取を実施した。



(2) 回答（要旨）

項目	ご意見（抜粋）
全体の満足度	・区内の至るところで花が咲き、装飾もされており、気持ちの良い期間だった。 ・葛飾の魅力が十分に伝わる期間だったと思う。 ・お花の手入れや種類など、今後の活動に生かせるワークショップなどが体験できてよかった。 ・地域の方々との交流ができて良かった。
団体からの声	・行政主導で進み、地域住民の意見や思いが反映されにくかった。 ・情報発信や広報宣伝が不足し、フェアそのものの認知度が低かった。 ・内容や参加方法が分かりづらく、十分に参加ができなかった。
要望・提案	・地域団体や町会、家庭での活動を尊重し、参加しやすい仕組みづくりを検討してほしい。 ・行政と地域団体などが連携して進める体制を構築してほしい。 ・花いっぱいのまちづくり活動の情報発信を強化し、若い世代や家庭での参加を促すように、口コミやネットを活用してほしい。 ・今後のイベントや活動に地域の意見を反映し、継続的に改善してほしい。

5 植物管理ボランティアアンケート結果

(1) 概要

「全国みどりと花のフェアかつしか」の植物管理ボランティア参加者を対象に、今後のボランティア活動の運営や緑化事業の充実に活かすことを目的としてアンケート調査を実施した。

(2) 回答 (要旨)

項目	ご意見 (抜粋)
全体の満足度	・ 講師から植物の扱いや特色を学ぶことができた。 ・ スタッフの方々の対応をはじめ、道具や休憩体制が確立されており、充実した活動をする事ができた。 ・ 今後の地域活動や緑化活動へ積極的に参加したいと感じることができた。 ・ 活動日程の連絡や調整、当日の作業指示が把握しにくかった。
活動を通じた効果	・ 活動を通じて、花の名前や育て方を知ることができ、みどりと花そのものに関する関心が高まった。 ・ 区内の花壇や公園に目を向けるきっかけとなった。 ・ 参加者同士の交流も含めて、貴重な体験ができた。
要望・提案	・ みどりと花に関するイベントや講習会、維持管理活動など、今後もあると参加したい。 ・ 事前説明や作業分担、当日の指示などの運営面を改善し、専門性のある、より充実した内容になるようにしてほしい。 ・ 花壇活動団体全体や、活動参加につながるような情報発信を積極的に行ってほしい。

広報関係実績

1. 考え方

本フェアの広報にあたっては、実施計画の広報宣伝計画で掲げたとおり、これまで区が実施・展開してきた「花いっぱいまちづくり推進プロジェクト」において、活動者の高齢化や若い世代への継承が課題となっていることを踏まえ、これまでみどりと花に触れる機会があまりなかった若い世代にも、区の出組を身近に感じてもらうことを重視した。

また、情報発信の方針としては、フェアの認知促進→興味喚起→来場促進→体験・共感とつながっていくようなプロセスを想定して展開した。

そのため、区内外における認知度の向上と来場促進を図ることに加え、将来的な活動の担い手づくりにつなげる観点からターゲットを設定し、広報紙やチラシ・ポスター等の紙媒体、ホームページ、SNS、メディア露出等を組み合わせた多面的な情報発信を実施した。特に、開催前から開催期間中にかけて継続的に情報を発信することで、フェアの開催趣旨や各会場の魅力、フェア内容等を幅広い層に周知することに取り組んだ。

2. 実績（令和 8 年 7 月 1 日時点）

(1) チラシ・ポスター

区内の掲示スペース等を活用したほか、広告協賛をいただいた公共交通機関での周知を行った。また、フェア期間中においては会場周辺でのチラシ配布やポスティングを実施し、来場促進につなげた。

ア 広報掲示板・町会掲示板・広報スタンド

令和 7 年度

区分	実施期間	部数
広報掲示板	令和 7 年 3 月 21 日～4 月 20 日	B 3 ポスター 300 部
町会掲示板	令和 7 年 4 月 10 日～	チラシ 3,229 部
広報スタンド	令和 7 年 3 月 21 日～4 月 20 日	チラシ 700 部

令和 8 年度

区分	実施期間	部数
広報掲示板	令和 8 年 5 月 1 日～31 日	B 3 ポスター 300 部
町会掲示板	令和 8 年 3 月 3 日～6 月 14 日	チラシ 3,229 部
広報スタンド	令和 8 年 5 月 1 日～6 月 14 日	チラシ 1,400 部

イ 協賛ポスター掲示

企業	内容	掲載期間	部数	広告換算額
京成電鉄	駅貼り (84 駅)	令和8年4月5日～ 6月14日	B 1 100 部	¥10,780,000
	中吊り (京成線)	令和8年4月27日～ 6月14日	B 3 1,900 部	¥3,349,500
	中吊り (松戸線)	令和8年4月27日～ 6月14日	B 2 500 部	¥1,512,000
北総鉄道	駅貼り (14 駅)	令和8年4月27日～ 6月14日	B 1 20 部	¥1,540,000
京成バス	窓上ポスター	令和8年3月30日～ 6月14日	B 3 210 部	¥408,000
東武バス	中吊り	令和8年5月1日～ 6月14日	B 3 300 部	¥513,000

ウ チラシ配布

実施場所	実施期間	部数
J R 金町駅南北通路付近	令和8年5月22日～6月12日	2,045 部
J R 新小岩駅南北自由通路・ 東北広場付近	令和8年5月17日～30日	6,184 部
お花茶屋駅周辺	令和8年6月5日	83 部
ローズガーデン	令和5月23日・25日・31日	404 部

エ チラシポスティング

実施場所	実施期間	部数
メイン会場周辺 (都営南水元三丁目アパート1号棟 他38棟)	令和8年6月7日～ 12日	4,476 部
曳舟川親水公園広場ゾーン周辺 (白鳥一丁目・二丁目、お花茶屋一～三丁目)	令和8年6月10日	2,127 部

(2) 広報誌

広報かつしかにおいてはコラム記事を連載したほか、開催直前期には2号連続で掲載するなど、区民への周知を図った。

媒体名	掲載号
広報かつしか	令和7年7月25日号、9月25日号、 令和8年1月25日号、4月25日号、5月5日号 ※令和8年5月5日号は特集号
東京と緑	第234号、第236号
ライフアップ23	令和8年1月号
都市公園	第250号
とうきょう自治のかけはし	—

(3) SNS

若い世代への認知度向上や来場促進を図るため、SNSでの発信を積極的に行った。特に、公式ページでの投稿にとどまらず、年代等を指定してプッシュ型でお知らせする広告の活用等にも力を入れることで、一定の閲覧数を獲得することができた。

ア 投稿実績

媒体	フェア公式	公式アンバサダー関係
X	投稿数：328 件 表示回数：193 万回 いいね数：2.5 万件 リポスト数：5,000 件	投稿数：5 件 表示回数：55.4 万回 いいね数：2.3 万件 リポスト数：3,000 件
Instagram	投稿数：299 件 表示回数：282 万回 いいね数：3.5 万回 シェア数：1,600 件	投稿数：2 件 PR動画閲覧数：130 万回 いいね数：17.7 万回 シェア数：109 件
ホームページ	表示回数：68.8 万回	

※契約に基づく投稿とは別に、アンバサダーの自主的な発信として、令和8年6月12日にお花茶屋を訪問した際の様子をXにて投稿され、14万回閲覧された。

イ 広告実績

令和7年度

種別	媒体	配信時期	閲覧回数
バナー広告（会場パース図）	Instagram	令和8年2月23日～ 3月15日	956,624 回
バナー広告（公式アンバサダー）		令和8年3月16日～ 3月29日	408,738 回
バナー広告（モンチッチ）		令和8年3月16日～ 3月29日	716,583 回

令和8年度

種別	媒体	配信時期	閲覧回数
動画広告（30秒・60秒） バナー広告	Instagram	令和8年5月1日～ 25日	695,072 回
パートナーシップ広告 （パワーインフルエンサー）		令和8年5月20日～ 6月14日	628,278 回
パートナーシップ広告 （マイクロインフルエンサー）		令和8年6月1日～ 6月14日	319,457 回

ウ 広報関係業務委託

年度	方向性・目的	契約事業者	金額	実施内容
令和7年度	葛飾区及びフェアの認知度向上	(株) N T T アド	¥11,484,000	投稿 51 件 Instagram 広告
令和8年度	会場への来場促進	ソーシャルワイヤー(株)	¥5,287,700	投稿 11 件 Instagram 広告 及び YouTube 広告

エ その他委託

かつしか観光大使であるフィッシャーズ（UUUMマーケティング（株））にフェアの紹介動画の制作を委託し、YouTube チャンネルに投稿した。動画は令和8年3月27日に公開され、視聴回数は7.7万回であった。

(4) メディア

媒体	主な発信元	件数	広告換算値 (※)
テレビ	NHK「おはよう日本」 テレビ朝日「グッド！モーニング」 フジテレビ「めざましテレビ」など	8 件	¥39,443,600
新聞	読売新聞、朝日新聞、産経新聞など	57 件	¥67,516,027
雑誌	グリーン情報、mono など	5 件	¥825,000
ウェブ	オリコンニュースなど	334 件	¥177,681,776
合計		404 件	¥285,466,403

※広告換算値の算出方法

テレビ：放送時間帯による1秒あたりのスポットレート×露出尺をネット・局ごとに加算した値

新聞：掲載スペース（1段×cm）×基本レート 円（1cm×1段）の値

雑誌：掲載スペース（ページ数）×広告定価（各媒体基準額）

ウェブ：サイトごとのUU数×広告の平均インプレッション単価

※UU（ユニークユーザー）数は、ウェブサイトを訪れたユーザー数を数える指標

(5) その他

区内の既設公共サインの空きスペースを活用し、ポスターデータ等を掲出した。また、視察の受け入れ体制を整えたことにより、多くの視察申し込みをいただいた。

ア 公共サイン

掲載箇所：90 箇所

掲載期間：令和8年3月10日～6月14日

イ 視察対応

団体数：21 団体

延べ人数：273 人

3. 振り返り

広域的な情報発信としては、広告配信を行い、Instagramを中心にターゲットを設定したバナー広告や動画広告を展開した。公式アンバサダーや区ゆかりのキャラクターを活用したバナー広告のほか、インフルエンサーとのパートナーシップ広告を投稿することにより、多くのインプレッションを獲得した。その結果、全国からの来訪があったことから、広域的な情報発信に一定の効果があったといえる。

また、アンバサダーの活用については、プレイベント時の各広報媒体の反応に加え、動画等の閲覧数などを鑑みると、ターゲットとしていたこれまでみどりと花にあまり触れる機会のなかった若い世代への情報発信に効果があったと捉えている。

一方で、区民への周知については、広報誌や掲示板、区内公共施設等を活用し情報発信を行ったが、十分に行き届かなかった面があり、課題が残った。今後のイベント等における広報活動としては、既存の広報媒体を継続的に活用するとともに、自治町会や関係団体と調整しながら口コミで情報伝達がしやすくなる方策を検討・実施し、区民への認知度向上を図っていく必要がある。



Bloom Your Future
Katsushika

全国みどりと花のフェアかつしか

サステナビリティ戦略 実施レポート



サステナビリティ戦略のターゲット



(1) 資源循環型運営の推進

資源の有効活用とリサイクルを促進し、廃棄物削減に寄与する取組を進める。

(2) 脱炭素・省エネルギー運営

省エネルギー技術と再生可能エネルギーを活用し、クリーンな運営体制を構築する。

(3) 環境に配慮した調達

環境負荷の低い資材等を優先的に調達し、持続可能な運営につなげる。

(4) 次世代への環境教育

子ども・学生・来場者に環境教育の機会を提供し、意識向上を目指す。

① ごみ分別ステーションの設置

対象ターゲット

(1) 資源循環

(4) 環境教育



実施内容

会場内に案内サイン付きのごみステーションを設置し、来場者のごみ分別を促しました。

実績

分別回収量
9,570kg

資源回収量
3,950kg

資源回収率
約41%

回収したごみの内訳

		実績量	予測量
ごみ	燃やさないごみ	4,360kg	6,090kg
ごみ	燃やすごみ	1,260kg	967kg
資源	ビン・缶	650kg	460kg
資源	ペットボトル	560kg	812kg
資源	チラン・段ボール等	2,740kg	4,548kg

効果

適切な分別により、リサイクル率の向上と廃棄物削減につなげました。

また、来場者が直接分別を行うことにより、来場者の環境意識向上を図りました。

② 生ごみのリサイクル化

対象ターゲット

(1) 資源循環

(4) 環境教育



実施内容

飲食で発生した生ごみを分別回収し、資源として再活用しました。

実績

生ごみ回収・飼料化量
50kg

- ・実施会場 全会場
- ・期間中に生ごみを合計50kg回収し、すべて養鶏・養豚の飼料となった。

効果

焼却処理を行わず飼料化することで、食品ロスの削減と資源循環への理解促進につなげました。

③ リユース食器の導入

対象ターゲット

(1) 資源循環

(4) 環境教育



実施内容

一部の飲食事業者のご協力のもと、使い捨て容器だけでなくリユース食器も使用しました。

実績

お皿
153枚

スプーン
141本

合計
294個

- ・実施会場 葛飾にいじゅくみらい公園、曳舟川親水公園広場ゾーン
- ・カレーを提供するキッチンカー出店者2店舗、計3日間の協力
- ・お皿153枚、スプーン141本、合計294個のリユース食器を使用

効果

リユース食器を使用することで、使い捨て容器の使用量を削減するとともに、購入者に体験してもらいながら資源循環を伝える機会になりました。

④ フードドライブの実施

対象ターゲット

(1) 資源循環



実施内容

メイン会場にフードドライブブースを設置し、家庭で余っている未利用の食品を受け付けました。

実績

食品回収量
13.5kg

- ・実施会場 葛飾にいじゅくみらい公園
- ・6月6日・7日の2日間で、食品13.5kgを回収
- ・個包装のお菓子、乾麺、缶詰等を回収
- ・回収した食品を、葛飾区リサイクル清掃課から葛飾区社会福祉協議会を通じて、区内の子ども食堂等へ提供

効果

食品ロスを削減すると共に、必要とする方々への支援につなげました。

⑤ マイボトル・エコバッグ持参の呼びかけ

対象ターゲット

(1) 資源循環

(4) 環境教育



実施内容

給水機を設置し、マイボトル利用を促進しました。また、エコバッグもイベントの特典として配布しました。

実績

給水量
2,687L

紙コップ相当量
約1.3万個

エコバッグ配布数
495枚

- ・実施会場 全会場
- ・給水量2,687L、エコバッグ配布数495枚

効果

使い捨てコップの使用を抑制するとともに、利用者の環境配慮行動の促進を図りました。

⑥ フェアで使用した花の配付

対象ターゲット

(1) 資源循環

(4) 環境教育



実施内容

会場で使用した花苗等を、来場者や区内学校・団体等に配付しました。

実績

配付花苗数
46.4%

掘取フェア参加人数
2,636人

- ・実施会場 全会場
- ・会場を彩った花のうち、合計で43,585鉢の花苗を配付しました。
- ・葛飾にいじゅくみらい公園及び曳舟川親水公園広場ゾーンでは、「掘り取りフェア」と称し、参加者により会場内に植えられている花の掘り取りを実施
- ・ハンギングバスケットやプランターは区内学校や団体等に提供
- ・事業者の協力により、会場内の花を紙へ再資源化

効果

会場を彩った花を無駄にせず、来場者や協働相手である学校・団体に配布することで、ごみとなる花を減らすとともに、参加者の緑化活動や環境意識の向上につなげました。

⑦ 環境に配慮した燃料の活用

対象ターゲット

(2) 脱炭素・省エネ



実施内容

協賛企業の提供により、水素自動車による給電を活用しました。
また、一部の発電機にはバイオディーゼル燃料を使用しました。

実績

水素自動車による給電
70kwh

バイオディーゼル燃料による給電
3,328kwh

排出CO2換算量
約1.4 t (※)

- ・実施会場 葛飾にいじゅくみらい公園、曳舟川親水公園広場ゾーン
- ・水素自動車が、一部出展者・給水機・ステージ音響へ給電（13日間稼働）
- ・バイオディーゼル燃料により、スポットクーラー・給水機へ給電（26日間稼働）
- ・水素自動車は給電対象となる一部の出展者の電力需要が比較的小さく、また供給期間もバイオディーゼル燃料発電機と比較して短いこと、またバイオディーゼル燃料発電機では、消費電力の大きいスポットクーラーを開催期間を通じて給電したため、発電量が大きくなった。

(※) 東京電力CO2基礎排出係数 約0.421kg-CO₂/kWh

効果

脱炭素型のエネルギー利用を示し、環境に配慮したエネルギー利用の普及啓発につなげました。

⑧ シェアサイクルの活用

対象ターゲット

(2) 脱炭素・省エネ

(3) 環境配慮調達



実施内容

各会場付近にシェアサイクル場を設置し、区内周遊を促しました。

実績

延べ利用者数
1,642人

利用回数
2,815回

- ・実施会場 全会場
- ・利用者数1,642人 延べ利用回数2,815回

効果・対象ターゲット

環境負荷がかからない移動手段を提供し、電車やバス等の公共交通機関の利用を減らすことでCO2削減に寄与しました。

⑨ 本来廃棄される端材を活用したスタッフユニフォーム

対象ターゲット

(3) 環境配慮調達



実施内容

表生地にポリエステル原料・製品の製造過程で出る端材を再生原料として約38%使用したスタッフユニフォームを導入しました。

実績

端材使用率
約38%

スタッフ着用数
200人

- ・実施会場 全会場
- ・運営スタッフ200人が着用
- ・スタッフウェアの背面には「繊維to繊維」を大きく記載し、再生素材を活用していることを、来場者及び出店者にPR

効果

本来廃棄される端材を有効活用（繊維to繊維）し、資源の有効活用と廃棄物抑制につなげるとともに、環境に配慮した素材の活用について広く周知を図りました。

今後、環境緑化フェアなどの区イベントで着用する予定です。

⑩ 区民との花壇づくりの実施

対象ターゲット

(4) 環境教育



実施内容

フェア開催前に区内学校・団体等と協働し、花壇への植え付けや寄せ植えを実施しました。また、開催期間中も来場者とハンギングバスケットの寄せ植えを行いました。

実績

参加人数
約1,150人

参加学校・団体数
20校・12団体

・実施会場

葛飾にいじゅくみらい公園、曳舟川親水公園広場ゾーン、
新小岩駅北口駅前広場、金町駅北口前広場ほか

・たねダンゴ®づくり約130人、フラワーメリーゴーランドへの植付約650人、
花植え等に約370人が参加

効果・対象ターゲット

地域住民が花や緑に触れる機会を創出し、緑化活動への理解と地域環境への愛着形成につなげました。

サステナビリティ戦略の成果と今後



成果

- ・取組を通じて、イベント運営における環境負荷の低減を実現することができた。
- ・区民や学生、来場者が直接体験・参加する取組を実施したことで、環境に配慮された行動を実践する機会を創出し、環境意識の向上にもつなげた。
- ・学校、地域団体、企業等との連携を通じて、サステナビリティの推進に向けた協働の輪を広げることができた。

今後

- ・本フェアで得られた知見やノウハウは、今後の区主催イベントや地域活動において活用可能なものであるため、効果的で実現性の高い取組を継承しながら、区民・団体・企業との連携をさらに深め、持続可能な地域社会の実現につなげていく。

※本資料はサステナビリティ戦略に関する報告を目的としたものであり、その他の報告事項については、実行委員会第6回総会資料
議案第2号資料2から議案第8号資料8を参照してください。

フォトコンテスト入賞者選定

1. 実施概要

フェアに関する写真を Instagram に投稿してもらい、フェア会場の様子や葛飾区の風景等を通じて、フェアや葛飾区の魅力を全国に発信・拡散するとともに、フェアの認知拡大と機運醸成を図ることを目的として、フォトコンテストを実施した。応募作品については、事務局及び各賞審査員にて審査を行い受賞作品を決定した。

(1) 募集期間 令和 8 年 4 月 1 日から 6 月 14 日まで

(2) 応募テーマ あなたが葛飾区で見つけた“サカセみらい”

(例) 全国みどりと花のフェアかつしかの各会場の様子

みどりと花で彩られた風景

緑化活動や体験等でみどりと花に触れている様子

(3) 応募件数 約 400 件

※「#全国みどりと花のフェアかつしかフォトコンテスト」を付けた投稿数

(4) 各賞・賞品・審査員

賞の名称	選定数	賞品	審査員
最優秀賞	1 点	【近畿ツーリスト】 旅行券 (20,000 円相当)	全国みどりと花のフェアかつしか 実行委員長 崎田 裕子 副委員長 下井 守 沢崎 俊之
優秀賞	2 点	【フェア公式グッズ】 コットントートバッグ／ハンドタオル／ レジャーシート／アクリルキーホルダー ／クリアボトル	同上
奨励賞	3 点	【フェア公式グッズ】 コットントートバッグ／ハンドタオル	同上
フェアアンバサダー 特別賞	1 点	【フェア公式グッズ】 コットントートバッグ／ハンドタオル	フェア公式アンバサダー
葛飾菖蒲まつり 特別賞	2 点	【フェア公式グッズ】 コットントートバッグ／ハンドタオル	事務局

(5) 受賞作品の公表

9 月上旬ごろにフェア公式 SNS 及びホームページにて公表予定

2. 受賞作品

事務局の各審査員による審査の結果、以下のとおり、各賞を決定する。

最優秀賞	優秀賞①
	
応募者：aokun_2020	応募者：mk_suisui
撮影場所：葛飾にいじゅくみらい公園	撮影場所：堀切水辺公園
優秀賞②	奨励賞①
	
応募者：k_camp29	応募者：ima_0605
撮影場所：葛飾にいじゅくみらい公園	撮影場所：葛飾にいじゅくみらい公園
奨励賞②	奨励賞③
	
応募者：tokyo,nincha	応募者：kanoto707
撮影場所：柴又帝釈天	撮影場所：葛飾にいじゅくみらい公園

葛飾菖蒲まつり特別賞①	葛飾菖蒲まつり特別賞②
	
応募者：mizar_iwazaru	応募者：restofmylife2018
撮影場所：水元公園	撮影場所：堀切菖蒲園

フェアアンバサダー特別賞	
	・アンバサダー選定コメント メイン会場である葛飾にいじゅくみらい公園がとても美しく彩られ、生き生きしている空気感がひしひしと伝わってくる写真だと思いました。画面いっぱいこの美しいお花たちを見ると、植えてくださったたくさんの方々のご協力にも改めて感謝の想いが芽生えます。
応募者：horiuchi_minako	
撮影場所：葛飾にいじゅくみらい公園	

フェア全体経費見通し(令和8年7月末時点)

	令和7年度 決算額	令和8年度 見込額	計
区予算	335,730,416	737,513,002	1,073,243,418
実行委員会予算	74,534,510	22,855,749	97,390,259
計	410,264,926	760,368,751	1,170,633,677

令和7年度

(円)

	項目	令和7年度決算額	契約相手方名	区内／区外
区 予 算	報償費 226,000円	226,000	—	—
	消耗品費 64,173,004円	60,009,840	・メイン会場 葛飾エクステリア株式会社	区内
			・サテライト会場 株式会社相川造園	区内
		491,590	株式会社諏訪商会	区外
		497,200	株式会社諏訪商会	区外
		18,700	エビヌマ株式会社	区内
		496,974	有限会社コーヨー	区内
		2,658,700	・ユニフォーム 東京トラヤ株式会社 新小岩支店	区内
			・ゼッケン 株式会社ツクシ製作所	区内
		211,200	有限会社ヒット企画	区内
	修繕料 211,200円			
	通信運搬費 59,872円	59,872	—	—
	手数料 61,200円	61,200	—	—
	委託料 129,316,608円	14,000,000	TSP太陽株式会社	区外
		16,467,000	・メイン会場設営等業務委託 株式会社ボストン	区外
			・看板等製作委託 株式会社ボストン	区外
		1,320,000	サンエス警備保障株式会社 東京本部	区外
		22,000,000	お花がかり株式会社	区外
		57,214,608	・メイン会場 葛飾エクステリア株式会社	区内
			・サテライト会場 株式会社相川造園	区内
		0	・メイン会場 葛飾エクステリア株式会社	区内
			・サテライト会場 株式会社相川造園	区内
		0	・メイン会場 葛飾エクステリア株式会社	区内
			・サテライト会場 株式会社相川造園	区内
		3,531,000	株式会社桂造園	区内
		14,784,000	・広報関係業務委託 株式会社NTTアド	区外
			・プロモーション支援等業務委託 UUUMマーケティング株式会社	区外
	工事請負費 84,922,532円	84,922,532	・メイン会場 葛飾エクステリア株式会社	区内
			・サテライト会場 株式会社相川造園	区内
			・フラワースポット 株式会社緑草園	区内
	備品費 56,760,000円	56,760,000	サンエービルドシステム株式会 社	区内
		335,730,416		
実 行 委 員 会 予 算	負担金 74,534,510円	10,648,000	株式会社NTTアド	区外
		61,812,850	株式会社NTTアド	区外
		1,936,000	株式会社NTTアド	区外
		1,760	—	—
		135,900	—	—
区及び実行委員会の総計		410,264,926		

	令和7年度 決算額	令和8年度 見込額	計
区予算	335,730,416	737,513,002	1,073,243,418
実行委員会予算	74,534,510	22,855,749	97,390,259
計	410,264,926	760,368,751	1,170,633,677

令和8年度(執行見込)

(円)

※未執行のため予算額を入力

	項目	令和8年度見込額	契約相手方名	区内／区外
区 予 算	報償費 752,040円	248,000	—	—
	実行委員会 委員等謝礼※	40,000	—	—
	公認会計士監査業務報償費※	469,040	—	—
	看護師派遣報償費	—	—	—
	消耗品費 37,519,633円	37,234,714	・メイン会場 株式会社緑草園	区内
	【花装飾】植物調達(補植分)	—	・サテライト会場 有限会社エス・ケー・グリーン	区内
	協働事業用消耗品の購入	180,919	エビヌマ株式会社	区内
	京都緑化フェア出展用花苗の購入	104,000	—	—
	印刷製本費 352,000円	352,000	—	—
	公式記録誌の印刷	—	—	—
	光熱水費 17,015円	17,015	—	—
	曳舟川親水公園広場ゾーン電気料金	—	—	—
	通信運搬費 1,223,000円	299,000	—	—
	京都緑化フェア FMG等運搬業務※	199,000	—	—
	デジタルスタンプラリー景品郵送料※	725,000	—	—
	その他通信運搬費※	—	—	—
	保険料 1,951,710円	1,951,710	株式会社ORIGIN	区外
	イベント保険	—	—	—
	委託料 655,384,635円	250,000,000	TSP太陽株式会社	区外
	運営等業務委託【債務負担行為】	78,478,400	・メイン会場設営等業務委託 株式会社ポストン	区外
	会場設営委託【債務負担行為】	—	・サテライト会場設営等業務委託 株式会社ポストン	区外
	警備業務委託【債務負担行為】	97,515,000	サンエス警備保障株式会社 東京本部	区外
	【花装飾】仮設花装飾設置業務委託【債務負担行為】	154,670,000	・メイン会場 葛飾エクステリア株式会社	区内
	【花装飾】維持管理等業務委託【債務負担行為】	59,978,000	・サテライト会場 株式会社相川造園	区内
	【花装飾】維持管理等業務委託【債務負担行為】	—	・メイン会場 葛飾エクステリア株式会社	区内
	【花装飾】維持管理等業務委託【債務負担行為】	—	・サテライト会場 株式会社相川造園	区内
	花菖蒲維持管理委託	1,650,000	株式会社桂造園	区内
	広報関係業務委託	5,287,700	ソーシャルワイヤー株式会社	区外
	廃棄物収集運搬・処分委託	2,713,360	高嶺清掃株式会社	区内
	生ごみ収集運搬及び選別委託	7,975	大谷清運株式会社	区内
	生ごみリサイクル処理委託	2,200	株式会社アルフォ	区外
	ステージイベント実施等運営委託	5,082,000	OKAGE株式会社	区外
	自動車借上料 24,910,999円	24,910,999	株式会社Plants Up	区外
	来場者用巡回バス借上料(交通政策課執行委任)	—	吉本興業株式会社	区外
	会場使用料	86,850	株式会社ハクサン	区外
	リユース食器使用料	27,820	株式会社きやろっと	区外
	特定非営利活動法人ワーカーズコレクティブ風車	—	—	—
	【花装飾】花壇撤去・芝復旧工事(公園課執行委任)	15,282,300	・メイン会場 株式会社緑草園	区内
	【花装飾】花壇撤去・芝復旧工事(公園課執行委任)	—	・サテライト会場 株式会社緑草園	区内
区予算計		737,513,002		
実 行 委 員 会 予 算	負担金 22,855,749円	9,014,500	株式会社NTTアド	区外
	アンバサダー広報戦略及びHP制作等委託	1,224,300	株式会社ワンズ	区外
	デジタルスタンプラリーシステム借上げ	5,302,569	TSP太陽株式会社	区外
	公式グッズ製作及び販売運営業務委託	5,650,700	株式会社NTTアド	区外
	アンバサダー追加活用	1,496,000	佐野税理士事務所	区内
	法人税等の申告書の作成、申告業務委託	5,280	—	—
	手数料(振込)※	162,400	—	—
公課費※		—	—	—
実行委員会負担金計		22,855,749		
区及び実行委員会の総計		760,368,751		

・フェア事業経費における区内事業者の割合

	総額	区内	区外	対象外・区分外	区内割合
令和7年度	410,264,926	265,823,554	143,956,640	484,732	64.8%
令和8年度	760,368,751	289,406,767	468,254,399	2,707,585	38.1%
合計	1,170,633,677	555,230,321	612,211,039	3,192,317	47.4%

・来場者一人当たりのコスト フェア経費見込額 1,170,633,677円 ÷ 来場者数 708,790人 = 約1,652円/人

花いっぱいのもちづくり 発展の方向性

全国みどりと花のフェアかつしか（以下、「フェア」という。）を契機に生まれた「みどりと花の景観」「区民・企業・地域活動団体等との協働」「次世代へつなぐ活動」を今後も継続し、さらなる花いっぱいのもちづくり発展へとつなげる。

1 基本的な考え方

- ・フェアの開催テーマである「未来に向け成長する みどりと花のまち かつしか」の考え方を踏まえ、フェアで整備・実施した取組を一過性で終わらせず、区民参加による花いっぱい活動や地域の魅力向上につなげる。
- ・フェアのレガシーは、ハード面とソフト面に分けて整理する。
- ・現時点で新たな事業やイベントの実施を決定するものではなく、今後の具体的な取組については、関係機関との調整、実施方法の検討、必要な予算措置等を踏まえて整理する。

2 レガシーの主な内容

(1) ハード面

ア 「フラワーメリーゴーランド」

① 区内での設置

全国みどりと花のフェアかつしか開催の際に、フラワーメリーゴーランドの装飾デザインや植え付けを行っていただいた学校をはじめ、区内各所に設置予定。

② 他地域での展示・出展

第 43 回全国都市緑化フェアでの展示

GREEN×EXPO（国際園芸博覧会）での展示

イ 「全国「みどりの愛護」のつどい」の記念植樹

秋篠宮皇嗣同妃両殿下お手植の樹木を含む計 24 本を、区内各所に移植している。銘版を作成し、樹木と共に後世に残すことで、世代を超えて「フェア」や「つどい」を伝える。

ウ 曳舟川親水公園広場ゾーンのふれあい花壇

フェア終了後も地域のふれあいの場となるよう維持管理を行う。

(2) ソフト面

ア 若い世代への参加機会の提供及び活動の拡大、担い手の増加

区内学校との協働として、たねダンゴ®の作成、フラワーメリーゴーランド及びプランターへの植付等を実施した。これにより、葛飾区の将来を担う若い世代に対し、みどりと花に親しむ機会を提供するとともに、活動への関心や理解を高めることで、将来的な担い手の育成を図った。

また、来場者に実施したアンケート（3,215 人回答）では、「みどりと花」に関する意識が高まった来場者が約 9 割を占めており、今後の担い手の増加を期待できる結果となった。

イ 地域魅力の向上

フェアの開催を通じて、区内各地の公園や観光資源、地域キャラクター等を活用したイベントを実施したことで、来場者が葛飾区の多様な魅力に触れる機会を創出するとともに、地域への愛着や誇りの醸成を通じ、地域魅力の向上につなげた。

ウ 環境への意識の高まり

フェアの開催を通じて、ごみの分別、フードドライブ、ショーケース展示等を実施したことで、幅広い環境分野への理解や関心を深める契機とした。これにより、来

場者アンケートでは、「みどりと花」以外で関心が高まった環境分野として、「自然環境や生き物に関すること」が 2,132 件 (41%) と最も多く、次いで「リサイクル・リユースに関すること」が 883 件 (17%)、「気候変動に関すること」が 719 件 (13.8%) (複数回答可) となっており、幅広い環境分野への意識向上につなげた。

エ 区の魅力発信

来場者アンケートでは、区外からの来場者が約 3 割を占めており、フェアを通じて葛飾区の魅力を区外へ広く発信することができた。また、公式 SNS 等を活用し、葛飾区の観光スポット等の魅力に関する情報を継続的に発信したほか、シャトルバスによる区内周遊を実施したことで、区内各地への周遊を促進し、葛飾区の魅力を効果的に発信することにつなげた。

3 今後の方向性

フェアのレガシーを将来にわたり継承していくため、既存の「花いっぱいのもちづくり活動」等と連動した地域活動団体への支援や活動機会の創出を継続するとともに、フェアを通じて形成された企業、学校、地域団体等との連携を活かした持続可能な協働体制の構築を検討する。また、ハード面の維持管理とソフト面における担い手の育成、イベント等を通じた継承を一体的に進めることで、フェアの成果を将来にわたり継承していく。

具体的な取り組み

ア 花いっぱいのもちづくり活動の周知

区イベントで花いっぱいのもちづくり活動やフェアの様子を周知する。

＊フェアを契機として、新たに活動に取り組む団体の創出につながった。

イ 関係団体の活性化

「かつしか花いっぱいのもちづくり推進協議会」(サロン・ド・花いち等)の実施内容の拡充により若い世代が参加しやすい機会を提供し、花いっぱい活動への関心を高めることで、次世代の担い手の増加につなげる。

ウ 個人活動の活性化

団体活動が中心となっている花いっぱいのもちづくり活動に個人で参加しやすい仕組みを検討し、興味・関心のある個人にまで活動のすそ野を広げる。

エ 中間支援組織等との連携

区民、事業者、活動団体といった担い手と区の協働を支援するための中間支援組織等との連携を検討し、更なる活動の活性化につなげる。

オ レガシーイベントの検討

花いっぱいのもちづくりを継続的に発信するための象徴的なイベントとして実施し、フェア後の花いっぱいのもちづくり活動参加の機会を確保する。また、学校、若い世代、地域団体、企業等と連携し、植栽体験、展示、活動発表など区民が参加しやすい企画を検討する。

カ 緑の都市賞受賞に向けた検討

フェア開催の成果を踏まえ、葛飾にいじゅくみらい公園の魅力や取組の評価を進め、「緑の都市賞」受賞を視野に入れた取組を検討する。

キ 環境施策の推進

区民の環境分野への関心の高まりをフェアのレガシーとして捉え、関係部署との調整を図りながら、生物多様性の保全、資源循環及び脱炭素化に係る取組など、区の環境施策をより一層推進する。