

# 第30回全国都市緑化とっとりフェア

## 基本計画

【 観客誘致・広報宣伝計画 】

平成23年8月31日

鳥取県・鳥取市

財団法人 都市緑化機構

## 目次

. 観客誘致・広報宣伝計画.....	1
1 . 観客誘致計画 .....	1
2 . 広報宣伝計画 .....	4
3 . 行催事計画.....	13
4 . 営業参加計画 .....	18

## ・観客誘致・広報宣伝計画

### 1. 観客誘致計画

#### (1) 誘致目標

とっとりフェア会場入場者数30万人以上を誘致目標とする。

#### (2) 基本的な考え方

緑化活動の促進を目的とした全国都市緑化フェアとして、鳥取市を中心に全県で緑化に関する諸活動を実施している市民・県民や花や緑に関心のある市民・県民の来場を促進する。

山陰地方における秋の観光キャンペーンや鳥取自動車道の全線開通に伴う交通網整備と連動を図りつつ、鳥取市、鳥取県と交通至便な地域を主対象に、県外からの誘客を図る。

全国都市緑化フェアの趣旨に沿い、全国的な緑化活動関係者（企業・団体等）等の動員を図る。

入場券（前売券）の販売促進キャンペーンと連動させ、誘客促進を図る。

#### (3) 計画方針

入場者数（30万人）のうち、約3割以上を県外からの観客誘致目標に設定する。

県外からの誘致を促進するため、鳥取自動車道開通に伴い、沿線エリアや接道である中国自動車道の沿線エリア、神戸をはじめとする関西エリアへ、鳥取市や鳥取県の多彩な魅力の情報発信を行う。

また、県東部だけでなく中部、西部の全県をネットワークすることにより県内各地への回遊性をもたせる誘致策を図る。

フェアへの屋外出展参加や協働推進事業参加など、多様な参加形態との連携を図りながら、花と緑の関係者や企業、学校団体、県民・市民などの誘致を積極的に推進する。

観客誘致の推進は、各地で行われるイベント情報のリサーチを定期的を実施し、フレキシブルな対応や連携を常に考えた誘致推進を図る。

県内外の主要駅及びスポット等で前売券販売キャンペーンを実施し、話題性の喚起で入場券販促と誘客に結び付ける活動を展開する。

#### (4) 観客誘致の諸元

主会場における来場者の県内外の比率は、過去のフェアを参考にして次のように設定。

鳥取県内来場者	70%以上（目標 21万人以上）
鳥取県外来場者	30%以上（目標 9万人以上）

( 5 ) 観客誘致計画の展開

観客誘致は、基本となる交通輸送プロモーション、鳥取の多彩な地域資源の活用と鳥取の「人」による観客誘致プロモーションを基本に展開する。

フェアの各事業の計画が一体となり、エリアやターゲット層に対し、きめ細かな実施展開で目標動員30万以上を目指す。

項目	展開イメージ
基本事項の確実な推進	<p>広報宣伝計画との連携・開催地団体の誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観客誘致計画の基本となる広報宣伝計画との連動や開催地団体誘致方策など、観客誘致の基本事項の確実な推進を目指す。</li> </ul> <p>主要交通網への積極的なアプローチ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・交通輸送計画と連動し、高速自動車道や鉄道などを始めとする主要交通拠点において、観客誘致のための積極的なプロモーションを展開する。</li> </ul>
地域資源の活用	<p>地域資源活用による観光プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地として県内外に認知されている「砂丘」、「温泉郷」、「海の幸」等の資源、「じげ料理」に代表される郷土の食文化などの地域資源を活用したプロモーションを展開する。</li> <li>・とくに、県内外の観光関係者とのタイアップで団体や個人旅行の獲得に向けたプロモーションを展開する。</li> </ul>
協働推進との連動	<p>花緑の愛好家と参加体験による草の根誘致活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メインターゲットとして想定される中高年の女性層やそのファミリー層に対して、花緑に関する各種講演会や各種講座などを実施し、観客動員へつなげる展開を実施する。</li> <li>・また、フェア会場内で実施する体験型催事や行催事とも連動させ、幅広い層を獲得するプロモーションを展開する。</li> </ul>
会場整備や運営計画との連動	<p>質の高い会場サービスによるリピーター獲得</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・会場の魅力やサービスの質は、観客動員を大きく左右するポイントと捉え、円滑な会場運営や会場サービスとの連動による「より満足度の高い」フェア会場づくりを行い、リピーター獲得のプロモーションを展開する。</li> </ul>

( 6 ) 観客誘致事業の内容

準備期の告知活動から開催期間中の来場者促進まで各種ツールを利用し、入場券販促活動も含め、継続的なプロモーション展開を実施する。

項目	展開イメージ
地域団体誘致プロモーション	<p>会場周辺エリアの自治会との連携、フェアを体験学習の場として各種学校教育機関との連携、障害施設団体や老人ホームなど幅広い団体や施設等への情報提供と来場促進を図る。</p>
県外の個人・団体客誘致プロモーション	<p>県外の個人客や団体客を対象に、市及び県の観光資源を活用し、旅行会社や観光関係者との連携を図り、入場券販促と来場促進を狙う。</p>
交通輸送プロモーション	<p>フェア会場へのアクセス道路沿いの高速道路 SA・PA や道の駅等においても、各種プロモーションを積極的に展開する。</p> <p>会場周辺道路の渋滞緩和のため、公共交通機関の利用促進を呼びかける交通輸送プロモーションを展開する。</p>

( 7 ) 区分・対象別観客誘致策

区分	対象	内容
共通	来場者	<p>各種広報ツール(ポスター、パンフレット、チラシ等)を有効活用。                      広報宣伝、行催事、出展等と連携し、誘致活動を展開。                      秋の観光キャンペーンと効果的に連携し、観光関係者と一体になった誘致展開を実施。                      フェア会場を組み込んだ旅行会社のツアー企画と連携し、誘致活動を展開。                      「とっとりフェア」のWebサイト等での情報発信で誘致を促進する。</p>
地域別	県内	<p>各種広報ツール(ポスター、パンフレット、チラシ等)の有効活用やクチコミ等で、フェアの周知徹底と来場促進。                      鳥取市・鳥取県、及び周辺市町村等で実施の各種催事と連携し、草の根レベルでの交流を実施、誘致を促進。                      県内各所で実施の各種イベントを通じて、タイムリーなかたちで情報発信し、誘致を展開。                      市民・県民レベルの多様な行催事の受け入れ。</p>
	県外	<p>花と緑に関係する各種団体の研修会や大会、シンポジウム、現地視察等の誘致を図る。                      「全国植樹祭」など同時期に実施する大規模イベント来場者へのフェア情報告知と来場促進の呼びかけ。</p>
世代別等	子供から小中 高等の学生	<p>鳥取市・鳥取県及び周辺市町村の教育委員会、校長会等に協力を依頼、学校行事(校外学習、環境学習)として誘致を図る。                      子供会、各種スポーツクラブ等の団体に対し、情報発信し、誘致を図る。                      子供を対象にした花と緑学習教室や環境学習等の体験催事を実施し、子供及びその家族の集客を図る。</p>
	大人(企業・ 団体)	<p>出展企業・団体をはじめ、花と緑の関連企業の福利厚生活動の一環としての誘致を図る。                      花と緑関係の各種サークル等の出展参加や催事参加等で誘致促進を図る。</p>
	大人(一般個人)	<p>花や緑、ガーデニング愛好者に対し、フェアの魅力を訴求、とくに女性層への誘致促進を展開。                      花と緑の専門雑誌や女性向け雑誌と連携し、花と緑の関心層の誘致を展開。                      県内の花緑の小売店と連携し、フェア開催告知やフェアへの参加意識を高め、来場促進を展開。</p>
	高齢者・障害 者等	<p>老人クラブや各種サークル、障害者施設等への情報発信とグループ単位での誘致を図る。                      会場内で花と緑の相談所等の開設で各種情報を提供、来場者との双方向コミュニケーションでリピーター獲得につなげる。</p>

## 2. 広報宣伝計画

### (1) 計画方針

既存公的広報及び観光キャンペーンとの効果的な連携

効果的な広報宣伝を実施するために、既存の公的広報媒体や県内及び山陰地方の観光キャンペーンと連携した広報を展開する。

世界ジオパークでの初の全国都市緑化フェア開催であることから、県・市のジオパーク推進担当課と連携した効果的な広報を実施する。

県民・市民協働による草の根広報の展開

県民・市民協働によって進める「とっとりフェア」の手法を活用し、参加者にフェア情報を積極的に提供し、ともに行う草の根的広報宣伝活動を推進する。

フェアの開催目的が的確に浸透する継続的な広報活動

フェアの周知や観客誘致に終始するのではなく、フェアの開催理念や目的が的確に浸透するような継続的な広報活動を推進する。

### (2) 展開の方向性

テーマ訴求とメッセージ性に富んだ情報発信

鳥取のもつ「自然・歴史・風土」の再発見・再認識と緑豊かな「まちづくり」の実現に向け、既存の公的広報媒体や観光キャンペーンと連携し、鳥取の資源を最大限活用した効果的かつ強力な情報発信を展開する。

市民・県民協働の草の根的広報宣伝の展開

県・市の都市緑化推進事業やフェアの協働推進事業と連動し、市民・県民協働によるきめ細かな草の根的広報宣伝を展開する。

フェア周知や観客誘致を念頭に置きながら開催理念や目的が明確に浸透するよう継続的な広報活動を推進する。

シンボルマークやキャラクターなどの積極的な展開

「とっとりフェア」の存在感を際立たせるビジュアル・アイデンティティ事業を実施し、シンボルマークや認知度が高く市民・県民に親しまれている既存キャラクターを積極的に活用した各種広報ツールを用いた展開を図る。

早期にロゴマニュアル等の基本整備を行い確実に効果的な広報宣伝を推進する。

#### 時期、エリア及びターゲットごとの戦略的な展開

時期（準備段階、前売券販売開始、会期前、会期中）、集客エリア（市内、県内、県外）、ターゲット（花や緑の愛好者、市内在住者、女性、ファミリーなど）ごとの効果的なマーケティング型広報を推進する。

費用対効果に優れたパブリシティ活動を基本に、時期を見極めた効果的な各種関係機関へのパブリシティやプレゼントパブリシティなどのインセンティブ等、事業費を勘案した広報宣伝を展開する。

前売券販売開始時期など、広報時期の応じたマスメディア計画やキャンペーン計画など効果的且つ戦略的な広報宣伝を展開する。

### ( 3 ) 広報宣伝の事業区分と内容

広報宣伝については、次のような事業区分と内容で行う。

事業区分	内容
ビジュアル・アイデンティティ事業	フェア愛称、シンボルマーク、基本ロゴ等の制作と展開
キャンペーン活動事業	県内外への周知、入場券販促及び集客を目的としたPRキャンペーン、プレイベント等と連携し、市民・県民と一体となった活動。
各種ツール制作事業	統一感とターゲットの明確化、タイムリーな時期に展開する効果的なツール(ポスター、チラシ、パンフレット、PRグッズなど)制作事業。
公的広報事業	鳥取県・鳥取市、及び周辺市町村等の公的広報媒体(広報紙・広報番組など)を活用した広報展開。
マスコミ向け情報発信事業	一般紙からミニコミ等にいたる幅広いメディアへの情報発信事業(パブリシティ活動)。
Web等による情報発信事業	ホームページの立ち上げ、活用やフェアの最新情報の随時更新、情報のネットワーク化を図る事業。
媒体活用事業	マスメディア(新聞・テレビ・ラジオ・雑誌・交通広告など)を活用しての広告宣伝事業の展開。
広告物設置事業	広告塔(残日計)、横断幕、懸垂幕、屋外看板、バナーなどの制作と効果的な場所への設置活動。
公式記録制作事業	「とっとりフェア」の準備から開催に至る公式記録の制作

### ( 4 ) 広報宣伝の展開時期

時期	目的	活用ツール等
< 準備期 > H23/6 ~ 12	関係者周知、ボランティア・出展・催事等の募集準備。	基本ビジュアルの整備。0号ポスター、チラシ、プレスキット、ホームページ、公的広報 など。
< 知名度拡大期 > H24/1 ~ 10	計画内容の発表、認知・理解の形成、ボランティア・出展・行催事等の参加者募集。前売券販売開始、販促キャンペーン展開。	1号ポスター、チラシ、パンフレット、ホームページ、公的広報、PRキャンペーン、ニュースレター、各種広告物、など
< 期待感醸成期 > H24/10 ~ H25/3	計画、出展、行催事など具体的な開催内容を訴求、開催への期待感を醸成。入場券販売促進展開。	2号ポスター、チラシ、パンフレット、ホームページ、公的広報、PRキャンペーン、ニュースレター、各種広告物など
< 来場促進期 > H25/4 ~ 11	開催直前及び開催中においてフェアの見どころや実際の会場ビジュアルで来場促進を図る。	2号ポスター、チラシ、パンフレット、会場案内マップ、ホームページ、PRキャンペーン、ニュースレター、広告宣伝、各種広告物など
< 閉幕後 > H25/11 ~	フェアの開催成果を検証、開催によって得られた意義を継承する。	公式記録、ホームページなど



#### (5) 広報宣伝活動の展開方向

とっとりフェアへの来場者特性や状況変化等を踏まえ、各種事業(協働育成、出展、行催事、観客誘致など)と一体化したエリア戦略やターゲット戦略の構築と、情報発信として効果的なパブリシティ活動を展開する。

##### 集客エリアの想定とエリアごとの情報発信

鳥取市・県はもとより、近隣の兵庫県など日帰りで来場できる圏域と、近畿・中国地方等の一泊以上の滞在が必要な圏域への集客を目指し、それぞれの地域にあった情報発信方法を展開する。

想定エリア		展開イメージ
鳥取市域		開催市として、積極的な来場促進とリピーター来場者を促進するエリアと位置づける。 市民活動やボランティア活動に参加しやすい情報を盛り込んだ広報宣伝を展開する。
鳥取県域		会場に近接する、鳥取市域に次ぐ来場圏域として多くの来場促進を働きかけるとともに、緑やまちづくりの情報を盛り込んだ広報宣伝を展開。
鳥取県外	日帰り圏内 (神戸、岡山等)	キャラバンキャンペーンや参加型イベントなどのPR展開、日帰り可能な距離圏であることを周知徹底する広報宣伝の展開。
	近畿・中国圏内 (1泊以上)	1泊以上の滞在が必要な圏域では、フェア情報とともに県内の観光資源とのパッケージによる広報宣伝を展開する。 交通機関や旅行会社などとの連携も図る。
	東京方面 (鳥取空港利用)	フェア開催情報等を首都圏へのパブリシティによる情報発信で展開、フェア開催時及び以後にもつなげる展開。

##### ヒトメディア型広報の核づくり

先催の緑化フェアの来場者アンケート結果において、クチコミ(友人、知人から)での来場動機が多数あり、有効な広報宣伝のひとつといえ、クチコミ広告の核となる広報ボランティアを市民・県民から広く公募する。

各種広報活動(ニュースレター取材、PRキャンペーンなど)に協働参画してもらうことで、「とっとりフェア」の固定ファン層の獲得を目指すと共に、協働推進事業と連携し、開幕前からのクチコミ広報(ヒトメディア型広報)を展開する。

##### 話題性のあるキャンペーン、各種イベントの実施

観光や鳥取自動車道開通、ポール・スミザー氏の露出など話題性のある各種PRキャンペーンやイベントの実施、関連企業・団体とタイアップした行催事や協働促進イベントなどにより「とっとりフェア」開催を広く周知する。

キャンペーンやイベントを通して、「とっとりフェア」の開催意義や都市緑化(環境問題)へ関心を高めるとともに、「鳥取の歴史や風土を再発見」するきっかけづくりとする。

前売り券販売促進キャンペーンを主要駅頭や旅行代理店等と連携して、販売促進活動を効果的に展開する。

( 6 ) 広報宣伝の事業展開

ビジュアル・アイデンティティ事業

「とっとりフェア」を広く市民・県民に認知理解してもらうために、「フェア愛称」、「シンボルマーク」、「基本ロゴ」などを制作し、各種印刷物、各種広告看板、広報媒体、広報グッズ、PRキャンペーンなどあらゆる広報宣伝の機会で開催、「とっとりフェア」の知名度促進及びイメージ浸透を図る。

事業項目	展開イメージ
フェア愛称	県内外にフェア開催を広く知ってもらうために「とっとりフェア」にふさわしく親しみやすい愛称を検討する。
シンボルマーク	県内外にフェア開催を広く知ってもらうために「とっとりフェア」にふさわしく親しみやすいシンボルマークを検討する。
ロゴマニュアルの作成	ロゴ、シンボルマークを広く使用して頂くため、その使用の手続きや使用方法をまとめた「とっとりフェアロゴマニュアル」を作成する。 ロゴマニュアルでは、公式名称である「第30回全国都市緑化とっとりフェア」や愛称、シンボルマークとの組み合わせなどのグラフィック仕様を設定する。 ロゴマニュアルに沿った印刷物などの広報ツールや広報媒体への利用を積極的に関係自治体や企業・団体に呼び掛ける。
マスコットキャラクターの設定	フェアのマスコットキャラクターを設定し、広報宣伝活動に活用する。 マスコットキャラクターは「トリピー」、「イナバース」など県民・市民に親しまれているキャラクターをとっとりフェア用にデザインをカスタマイズし、使用する。

< ロゴ等の活用事例 >

- ・鳥取市、鳥取県の封筒等への印刷または、シールの貼付。
- ・関係企業や団体が使用する封筒等への印刷または、シールの貼付。
- ・名刺等へのシールの貼付。
- ・広報グッズ等への印刷
- ・公用車やタクシー等へのステッカー貼付
- ・企業や団体等が発行する各種ポスター、パンフレット等への印刷

キャンペーン活動事業

開催前から、会期中に至るまで、市内・県内はもとより関西圏に向け、主要エリア(会場予定地、駅頭、大型SC、各種公共施設、主要観光地など)において、フェア開催告知から認知度アップ、来場促進や前売券販促を目的に、タイムリーな切り口でPRキャンペーンを展開する。

特に、市民・県民と一体となった参加型のイベントを企画展開し、単なる広報宣伝にとどまらず緑化活動の実践を行う。

PRキャラバン隊は、公募した広報ボランティアとともに、集客力のあるキャラクターの着ぐるみも活用して、関係自治体への表敬訪問、鉄道駅、道の駅、高速道路SA、主要観光地等でサンプリング等の活動を展開する。



(鉄道会社と連動してのキャンペーン事例)

## 各種ツール制作事業

「とっとりフェア」のビジュアル・アイデンティティに基づき、時期やターゲットに合わせた各種制作ツールで統一感をもち、強力な情報発信を図る。

主要な制作ツールは下記に示す。

事業項目	展開イメージ
公式ポスター	<p>開催2年前から直前にかけて、3回程度(0,1,2号)を制作する。 ポスターの掲出については、掲出箇所の事前計画をたて、効果的で確実な配布・掲示を行う。 ポスター仕様は、B1, B2サイズを原則とするが、掲出場所によっては、その他サイズ(B3)も検討する。 デザインモチーフは、「とっとりフェア」のシンボルガーデンのナチュラルガーデン、湖山池の修景、鳥取を代表する郷土種など。</p> <p>【第0,1号ポスター】 「とっとりフェア」の認知度を高め、周知するポスター</p> <p>【第2号ポスター】 「とっとりフェア」の魅力をアピールし、来場促進を呼び掛けるポスター</p>
パンフレット リーフレット	<p>出展参加者などの関係者向けから来場者向けに、パンフレット(1号,2号)及びリーフレット(0号,1号,2号)を制作し、フェアの認知度を高め、理解促進、来場促進を図る。 パンフレットは、市内及び県内の主要関係機関、関係企業・団体等に、フェアの開催内容を分かりやすく表現、理解促進と来場促進を呼び掛ける。 リーフレットは、鳥取県内の市町村の公共施設、交通機関、大型商業施設、旅行代理店、観光施設などに設置、より多くの人に配布、周知を行う。また、各種キャンペーンでも活用する。</p>
広報グッズ	<p>企業・団体等に対し各種の参加勧奨の際に使用するほか、PRキャンペーンで使用する広報グッズを制作する。配布対象に応じて、各種の広報グッズを制作する。</p> <p>【広報グッズ例】 花の種、ボールペン、クリアホルダー、ポケットティッシュ、缶バッジなど。</p>
広報ステッカー等	<p>フェアに使用する車両や書類等に貼付出来るステッカーやシール等の制作。</p>
会場ガイド・マップ	<p>会期中の来場者向けの会場案内、催事情報、交通アクセス情報等をはじめ、植栽情報などをコンパクトに分かりやすくまとめた「会場ガイド&amp;マップ」を作成する。 仕様は、ブック型やマップ型があり、「とっとりフェア」の広報宣伝にあった版型を検討する。 発行は開催直前、印刷は、情報修正などを考慮し、2回に刷り分ける。</p>

### 公的広報活動事業

鳥取市及び鳥取県をはじめ、関係市町村の公的広報媒体（広報紙、広報番組など）で、「とっとりフェア」の開催告知から関連イベント、そして開催内容について、会期前から会期中にいたるまで継続的に情報露出が出来るように依頼、展開する。

情報露出内容については、タイムリーな話題を加工し、ニュース素材を常時発信出来る体制の構築、マスコミ向けニュースリリースやニュースレターとの連動を図る。

【公的広報媒体例】「とっとり市報」、「とっとり県政だより」など

### マスコミ向け情報発信事業

「とっとりフェア」の準備段階から会期直前、会期中までの各種トピックスをニュースリリース等にまとめ、タイムリーにマスメディアへ情報発信し、記事掲載及びテレビ等でのニュース放映の露出を図る。

発表方法は、市政クラブ及び県政記者クラブにおける記者会見や資料配布を軸として、個別配布などあらゆる情報発信手段と機会を駆使して展開する。

対象マスコミは、県内メディア（一般紙、テレビ、雑誌、ミニコミ、フリーペーパーなど）をメインに、県外の一般誌、女性誌、情報誌、旅行誌、花卉園芸誌、各種業界専門紙誌、Webサイトなどを広く展開する。（参考資料：マスコミリスト作成）

県外メディア、特に関西圏、首都圏向けのメディアへのアプローチを行うパブリシティ活動にも留意し、パブリシティ切り口としては、例えば、「森ガール」、「山ガール」、「ナチュラルガーデン」と言ったマスコミ受けする特化した情報切り口を開発、アプローチする活動も展開する。

### Web , ニュースレター等での情報発信事業

「とっとりフェア」のホームページを早い時期に立ち上げ、最新情報を随時更新し、情報の共有化とネットワーク化を図る。

コンテンツは、開催基本情報(会場、時期、開催テーマなど)をはじめ、準備状況や募集情報、交通アクセス、周辺ガイド情報、スタッフブログ等を盛り込み、関係者をはじめネットユーザーなどとのネットワーク化を図りクチコミ情報の核とする。

また、携帯電話サイトとの連動を図ることで各種のイベント状況や会期中の諸情報を発信し、参加者の期待感に対応する。

「ニュースレター」は、フェアの進捗情報やタイムリーな話題をまとめ、市・県や出展企業・団体等の関係者をはじめマスコミ等に配布するフェアへの理解促進と一体感を盛り上げる定期刊行物。仕様はA3見開き4P(ニュース量によっては、A4裏表)。このニュースレターの取材記者には広報ボランティアを活用する。

### マスメディア活用事業

マスメディア(新聞、テレビ、ラジオ、雑誌、交通広告他)を活用して、とくに開幕直前期などタイムリーな時期に情報を集中投下、来場促進を図る。

新聞広告は、会期一年前から開幕直前にかけての有効活用。会期直前には、タイアップ方式による新聞紙上での特集記事等の掲載を図る。会期直前の新聞折り込み広告の展開も検討。

テレビCMは、会期直前においてテレビCMの有効活用を図る。番組(情報番組や天気予報など)におけるタイアップ等での露出も図る。「とっとりフェア」のテーマ出展等を対象に番組中継なども働きかける。

ラジオCMは、会期3ヶ月前から会期直前、会期中にかけて有効活用を図る。

交通広告は、鳥取市内及び周辺地域のJR、バス等の公共交通機関の車内吊りやポスター掲出による広告展開を行う。

専門雑誌への展開は、主に花と緑に関する全国的な雑誌を活用し、広告やタイアップ記事等で展開を図る。

地域のミニコミ紙誌への展開は、フェアの情報伝達や各種募集等について、有効活用を図る。



### 広告物設置事業

フェアPR活動の初期段階から、フェアのロゴマークや開催タイトル、開催時期、開催場所等の開催の基本情報を統一感のあるデザインで、各種広告物を設置し、開催告知と開催気運を盛り上げる。

広告塔(残日計)、屋外看板は、主に交通主要箇所、主要観光施設等に設置。とくに、残日計などは、イベントと連動させて展開。

横断幕、懸垂幕は、市及び県などの官公庁舎、大型商業施設、関係団体、横断歩道橋などでの掲出を図る。

バナー(のぼり)は、会場周辺の主要道路や会場の最寄駅等に設置する。また、バナー等の持ち運びが容易なツールは、県内外の各種イベントやブース、キャンペーン等でも活用。



### 公式記録制作事業

「とっとりフェア」の準備状況から開催状況を記録にまとめた公式記録。取材編集にあたっては、地元メディアとの協働による制作も検討。

### 3. 行催事計画

#### (1) 基本方針

緑化推進活動の充実と人材の育成を中心とする今後の全国都市緑化フェアの動向、ジオパークに代表される地域資源の再発見、再認識を踏まえて、とっとりフェアの行催事については、フェアの周知を図る事業、セレモニーとしての事業、緑化や意識の普及を図る事業、緑化活動者の交流を図る事業、地域資源の利活用を図る事業などに特化する。

#### (2) 計画方針

##### フェア開催前

フェアの周知を図る行催事事業として、フェアの開催気運を盛り上げるカウントダウンイベントやプレイベントを観客誘致・広報宣伝事業と連携し、開催する。

話題性のある催事や協働推進事業との連携を視野に県民・市民が参加し、クチコミで広がる催事を展開する。

協働推進を目的として開催される交流会や催事についても連携し、展開する。

##### フェア期間中

フェアの節目で行われる内覧会・開閉会式・全国都市緑化祭等の公式行事や緑化推進に関わるシンポジウム等を広報宣伝事業と連携し、開催する。

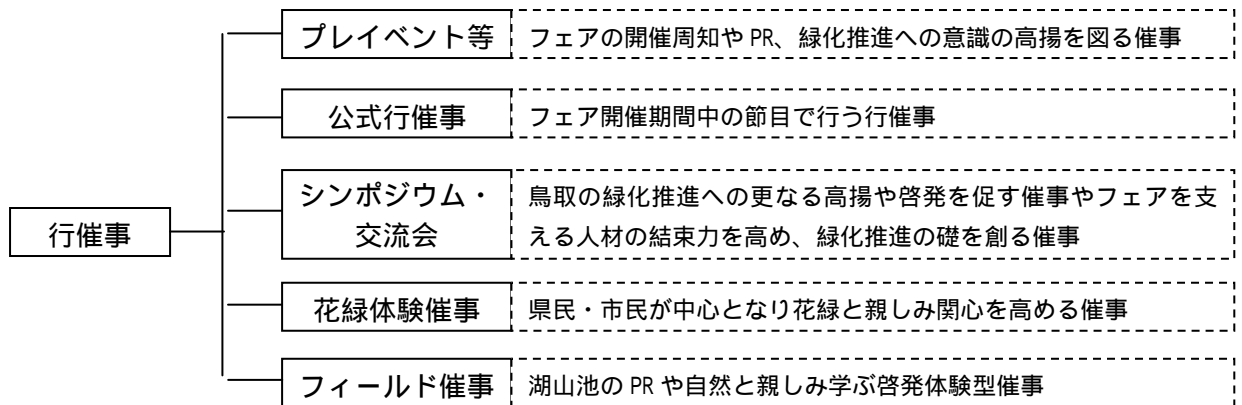
県民・市民が花と緑に関する催事などに積極的に参加できる工夫を行い、期間中の参加体験がフェア後の緑化実践活動につながることを重点目標として花緑体験催事を展開する。

湖山池の良さを広くアピールするための既存の景観資源を活用した催事や湖山池の自然に親しみ、学ぶ事が出来る啓発体験型催事をフィールド催事として位置づけ展開する。

花や緑に関する催しや県内の祭り等の祭事など「鳥取らしさ」を表現する県民・市民主体の催事についてもフィールド催事と位置づけ、積極的にサポートを行う。

#### (3) 行催事の区分

とっとりフェアにおける行催事は、期間や目的によって次のように区分する。



(4) 行催事の展開概要

区分(事業主体)		概要	主な目的
プレイベント等 (主催者)	県民・市民協働の緑化推進プログラム	開催1年前から定期的実施される協働推進事業の協働催事や講習会。	協働推進・PR
	カウントダウンイベント	開催1年前、100日前などフェア開催前の節目イベント	開催周知・盛り上げ・PR
公式行催事 (主催者)	内覧会	会場周辺の市民及び広報関係者等への会場PR。	盛り上げ・PR
	開会式・閉会式	関係者が参加するフェアの式典	
	記念イベント	10万人、20万人、30万人など入場者数の節目に行うイベント	
シンポジウム・交流会 (主催者)	(仮称)未来のとっとりシンポジウム	鳥取流緑化スタイルの持続・継続をテーマとした緑化推進シンポジウム	協働推進・啓発・交流
	花緑交流会	協働推進事業の当初(きっかけ)とフェア閉幕後(振り返り)に開催される緑化推進活動の活性化とネットワークづくりを目的とした交流会	盛り上げ、PR、交流、協働推進
花緑体験催事(主催者・協賛)	花緑楽校	専門家や市民講師による園芸講習会や緑のクラフトなど誰もが楽しみながら花緑を学べる参加体験催事	協働推進・啓発・交流
フィールド催事(主催者・協賛)	フェアフィールド催事	会場の屋外空間に展開される花緑や既存の自然を利用した参加体験型催事や会場の雰囲気盛り上げる県民・市民イベント	盛り上げ・発見・体験
	湖山池PR催事	ジオパークエリアである湖山池の自然や水質、歴史等に触れる市民や団体講師による湖山池を再発見・再認識する協賛型催事	湖山池活性化啓発
全国都市緑化祭(主催者・国)		皇室をお迎えしての式典、記念植樹などを広く各界の参加を得て行うフェアの中心的行事。	緑化推進

(5) プレイベント等

とっとりフェアにおけるプレイベントは、協働推進事業で会期前から実施する協働の「緑化推進プログラム」とフェア開催高揚や周知のための「カウントダウンイベント」等の広報催事に大別する。

県民・市民協働の緑化推進プログラム

名称	場所	内容(例)
みんなで作るとっとりフェアプロジェクト	お花畑会場・講座開催会場他	緑花活動ボランティアが会期中にボランティアが提供する花緑関連のサービスの検討を行う。
花緑楽校	カウントダウンイベント会場	園芸講習会や花緑クラフトなど楽しみながら花緑を学べるプログラムを展開。
花緑コーディネーター養成講座	お花畑会場・講座開催会場他	県内の緑化活動家向けに花緑のまちづくりを推進するための手法を学ぶ全10回のリーダー育成講座。
ナチュラルガーデンクラブ	お花畑会場・コカ・コーラスポーツパーク 他	ポール・スミザー氏の指導で植え付けや管理作業を行う、フェア開催の現地講習会。



### カウントダウンイベント

名称	場所	内容（例）
フェア開催1年前イベント	県庁前・市庁舎前・鳥取駅前等	カウントダウン広告塔の点灯式、パレード、花緑楽校、緑化PRイベントなど。
フェア開催100日前イベント		

### （6）公式行催事

とっとりフェアにおける公式行催事は、フェアの開催周知や広報宣伝を念頭においた開催直前の「内覧会」「開閉会式」「来場者記念イベント」に大別する。

#### 内覧会

名称	場所	内容（例）
第30回全国都市緑化とっとりフェア内覧会	お花畑会場・青島会場	内覧会：実行委員会委員、協賛者、出展者、協力団体、近隣住民などを招待する見学会。 プレスプレビュー：マスコミなどプレスの現地取材 オープニングセレモニー：ナチュラルガーデン、屋内外展示出展などのお披露目 運営予行：スタッフ、ボランティアの現地訓練も兼ねた運営の予行。

#### 開閉会式

名称	場所	内容（例）
第30回全国都市緑化とっとりフェア開会式	開会式典：式典会場 テープカット：お花畑会場	開会式：関係者を招いての開会式典 アトラクション：郷土芸能などの披露など テープカット：地元音楽隊の演奏などセレモニー、テープカット
第30回全国都市緑化とっとりフェア閉会式	閉会式典：式典会場	閉会式：関係者を招いての閉会式典 授賞式：屋外出展コンテスト等の表彰 伝達式：次期開催地へのフェア旗の伝達式

#### 記念イベント

名称	場所	内容（例）
万人来場者記念セレモニー	お花畑会場	10万人目、20万人目、30万人目（目標達成）など節目入場者にインタビューをし、花束、記念品などを授与するPRイベント。

(7) シンポジウム・交流会

鳥取県・市の今後の緑化推進のあり方や推進力の高揚を目的にフェアで目標とする郷土の資源を活かした協働による緑豊かなまちづくりの持続・継続をテーマに緑化シンポジウムの開催を検討する。

名称(案)	場所	内容(例)
未来のっとり シンポジウム 2013	式典会場又は 県庁前・市庁舎 前等の市街地会 場	基調講演：ナチュラルガーデン、協働の芝生化、湖山池の環境など今後の鳥取の緑化推進に関わりのあるテーマの基調講演 パネルディスカッション：「鳥取流緑化スタイル」の持続・継続 活動発表：フェアを通じた緑化活動の成果発表
花緑交流会	県庁前・市庁舎 前等の市街地会 場	基調講演：花緑や緑化に関するまちづくりをテーマとした基調講演 ワークショップ：フェアでの活動や今後の花緑や緑化活動に関するワークショップ 情報交換：参加者が互いの活動内容を発表するなどの情報交換を行う。

(8) 花緑体験催事

お花畑・青島両会場のグリーンスポット(協働スペース)や会場内の広場や花壇等で開催する幅広い来場者を対象とした参加体験型催事。

多彩な専門家や愛好家、市民の講師による園芸講習や花緑の素材を使ったクラフト、自然素材を使用した工作体験など楽しみながら花緑に触れるきっかけとなる催事。

講師や催事主体は、広く協賛を募り、事務局との協賛協働型の催事として展開を図る。

名称	場所	内容(例)	
花緑楽校	お花畑会場・青島会場内の協働スペース内 一部屋外	花緑講習会	寄せ植えやフラワーアレンジメント、ハンギングバスケット、庭づくり、会場の植替え参加等の講習会
		花緑観察会	会場内のテーマガーデンや花緑、自然に関する観察会等のインタープリテーション。
		花緑クラフト	押し花、アロマ、ドライフラワー及び染物などの制作等、花緑を使った工芸体験
		親子自然工作	葉っぱ、木材、竹など会場の自然素材を使った工作体験
		花緑ワークショップ	花緑だけでなく湖山池の環境や自然等を題材とした個人や団体(学校等)向けのワークショップ。

( 9 ) フィールド催事

青島会場の調和のゾーンをフィールドに既存の自然資源を利用したオリエンテーリングやトレッキング、自然遊び等の参加体験型催事を展開する。

お花畑会場の芝生広場や青島会場のステージを活用した県民・市民による会場の雰囲気盛り上げる鳥取ならではの祭りや伝統芸能などの郷土色豊かな「屋外協賛イベント」を展開する。

ジオパークエリアでもある湖山池の自然や環境、歴史等に触れ、日本一の池である湖山池を再発見・再認識する「湖山池PR催事」として展開する。

催事主体は、広く協賛を募り、事務局との協賛協働型の催事として展開を図る。

名称	場所	内容(例)	
フェア フィールド 催事	お花畑会場の芝生広場 青島会場のステージや調和のゾーン	自然観察会	会場内の植生や草花など自然環境に関する観察会等のインタープリテーション。
		青島自然体験	青島の自然を利用したオリエンテーリング、スタンブラリーなどの自然学習
		市民・県民協賛イベント	主会場の屋外空間を使用した県民市民による協賛イベント 県内で行われる祭りや伝統芸能 フェアに参加し盛り上げたい県民市民によるイベント フェアキャラクターによる子供向けイベント等
	湖山池	湖山池 PR 催事	市民や団体講師のガイドによる湖山池の地域資源を再発見・再認識する船を使用した協賛型催事 湖山池ジオツアー・湖山池八景ツアー・湖山池歴史ツアー・湖山池環境ツアー等

( 1 0 ) 全国都市緑化祭

名称	場所	内容(例)
平成 25 年度全国都市緑化祭	お花畑会場 式典会場	フェアの中心的行事として、都市緑化の推進を図り、潤いのあるまちづくりに寄与することを目的とした皇室のご来臨による式典。 都市緑化宣言 屋外出展作品を対象として実施されたコンテストの表彰 記念植樹 会場視察 等

#### 4．営業参加計画

##### (1) 計画方針

鳥取の食文化に触れる機会として、郷土料理やご当地B級グルメなど地元飲食企業、観光物産企業などの協力のもと飲食営業参加を展開する。

屋外で手軽に食べられ、子供からお年寄りまで幅広い層に受け入れられる飲食サービスを展開する。

物販は、鳥取の郷土物産のほか、フェアの植栽が再現できるように会場内で植栽されている草花を花卉業界の協力のもと販売することにより都市緑化の啓発を促す。

参加は、全期間営業参加（固定店舗）と期間限定参加の2つに大別し、多くの営業参加獲得と幅広い出店内容の充実を図る。

利便施設としてコンビニエンスストア等の誘致や鳥取県内のイベントでの実績などを踏まえ、付加価値のある飲食物販の誘致・開発を検討する。

##### (2) 営業参加店舗の考え方

店舗数は、会場の敷地条件を勘案しながら計画店舗数を設定する。

会場内滞在時間や平日と休日の来場者比率等を考慮して、固定的な店舗設置は平日に対応した必要最小限とし、休日等の多客日については、テント等により対応することを検討する。

出店にあたっては、会期全日の出店だけでなく、一定期間のスポット参加など、多様な参加形態に即した営業参加計画の構築を目指す。

営業行為の導入に伴い、それらによって派生する清掃や廃棄物処理等の考え方について公園管理との調整を図る。

(3) 各会場における営業参加計画店舗数

とっとりフェアにおける営業参加エリア及び区分は下表の通り整理される。

会場	ゾーン	内容	計画店舗数
お花畑 会場	出会いの広場 ゾーン	・フェア会場のメインの飲食物販エリアとして 位置づける。 ・固定店舗と期間店舗により幅広い鳥取の食文 化が満喫できるエリア	固定店舗：7 飲食5+物販2 期間店舗：4
	緑花の輪ゾー ン	・ジオパークの景観を取り入れたゆったりとく つろぐカフェエリアとして位置づける。	固定店舗：1 期間店舗：2
青島会場	集いのゾーン	・子供やファミリーをターゲットとした飲食物 販エリア	期間店舗：2

\* 営業参加位置図（案）

出会いの広場ゾーン



緑化の輪ゾーン



集いゾーン

