

来年度以降の運営方針について

1. 本年度の周知の状況

「みどり香るまちづくり」企画コンテストは、今年度で 15 回目を迎えた。応募総数は減少したが、今年度は新型コロナウイルスのパンデミックもあり、五感を意識した健康増進の視点からの応募があるなど、企画自体のレベルは上がってきているように思われる。

また、本年度は、「環境省からの案内」及び「環境省 HP」により計 12 件の応募があり、本年度の応募総数に占める割合は約 75%を占めている。

本年度は、チラシを作成していないことから、メールでの周知を中心に行った。(都道府県、市区町村含む約 1700 箇所)に周知された見込み)

チラシ(データのコピー)は、農業及び園芸学部・学科のある高等学校・専門学校・大学などの教育施設と、国営公園・都立公園等公園管理団体へ送付した。(約 120 箇所)

例年はチラシの郵送を主に周知していたところ、今年度はメールでの周知が主であった。そのため、メールアドレスを公表していない学校や社会福祉業議会等へ周知することができず、例年に比べ周知箇所が減少した。

例年同様、環境省 Twitter, Facebook による広報や EPO のメールマガジンに記事を掲載いただいた。

全部で 2120 件に周知を行った。

2. 本年度の周知について

「みどり香るまちづくり企画コンテスト」に係わるウェブサイトは、3 件ある。それぞれのアクセス数を調査したところ、募集開始後 2 ヶ月間の動向は、昨年度よりも増加した。

昨年 2019 年度(第 14 回開催)は、募集期間すべてで、特設ウェブサイトアクセス数が計 756 件、環境省 HP が計 1,527 件、報道発表記事が計 1,595 件であったが、それらを大きく上回るアクセス数であった。

アクセス数が増加した要因として、今年度はチラシやポスターを作成せず、主にメール等のデータで周知したことによって、HP やメールマガジンでリンクが掲載される機会が増えたこと、チラシに QR コードをつけたことがアクセス数増加につながったと考える。

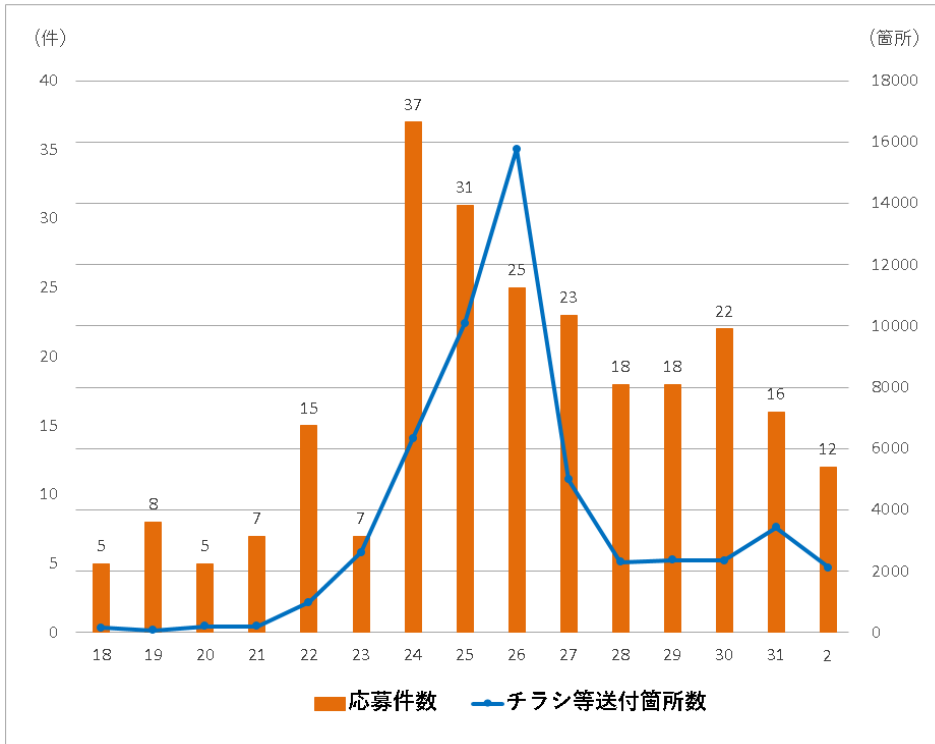


図 1 チラシ等の送付箇所と応募件数（平成 18～令和 2 年度）

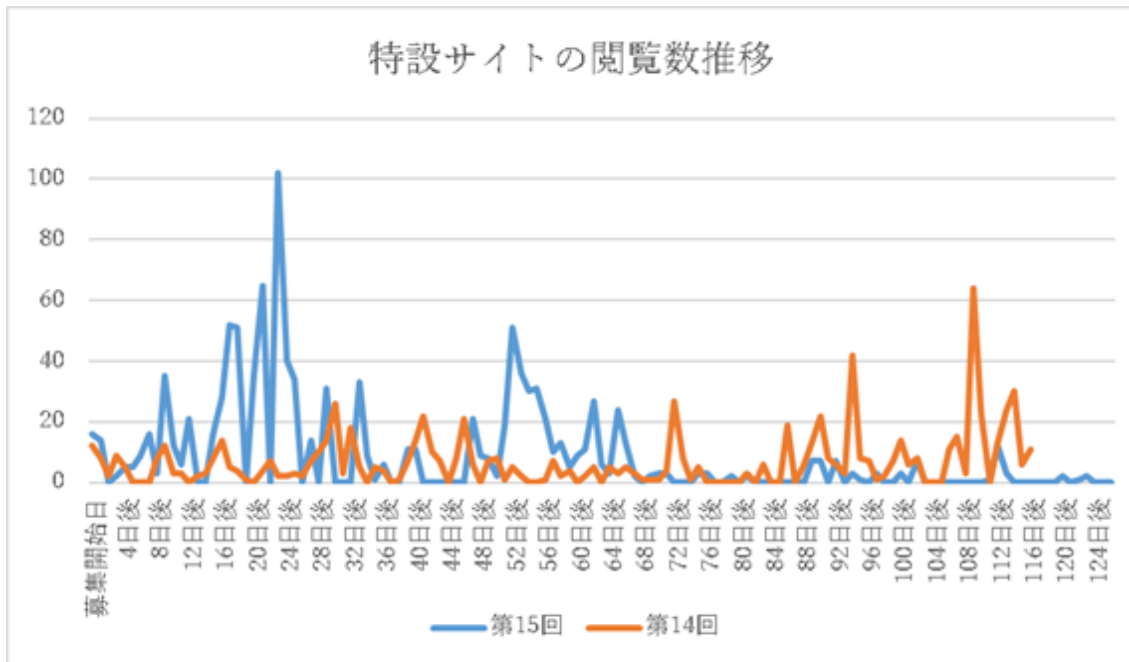


図 2 みどり香るまちづくり企画コンテスト特設ウェブサイトの募集開始から終了までのアクセス数（15回：計 1,941 件、14回：計 796 件）

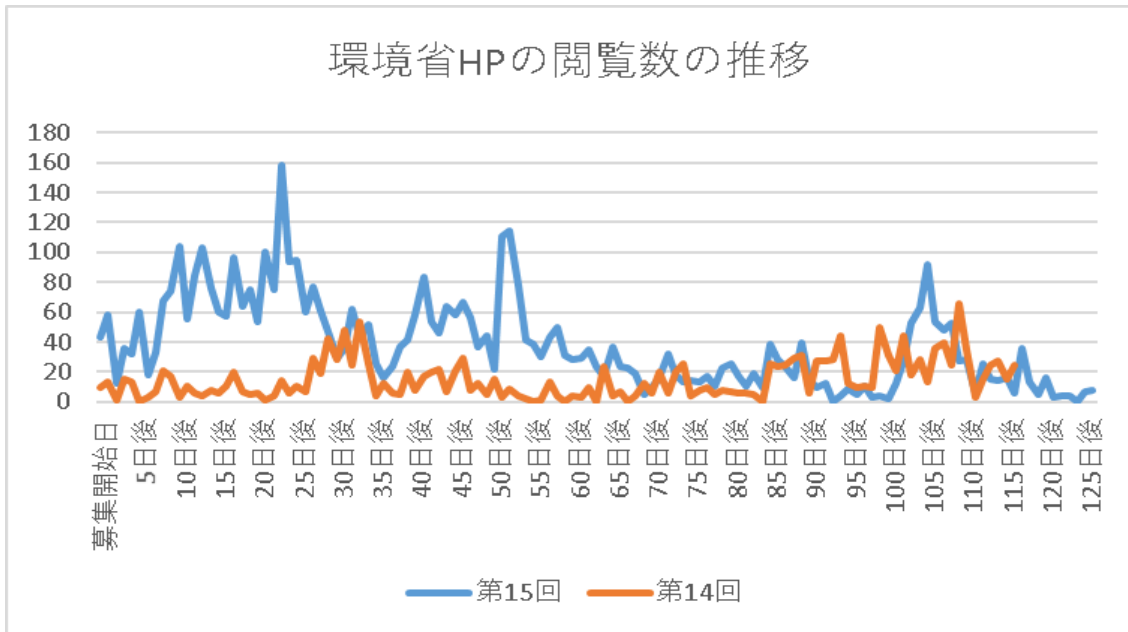


図 3 みどり香るまちづくり企画コンテスト環境省 HP 募集開始から終了までのアクセス数 (15回：計 4,871 件、14回：計 1,780 件)

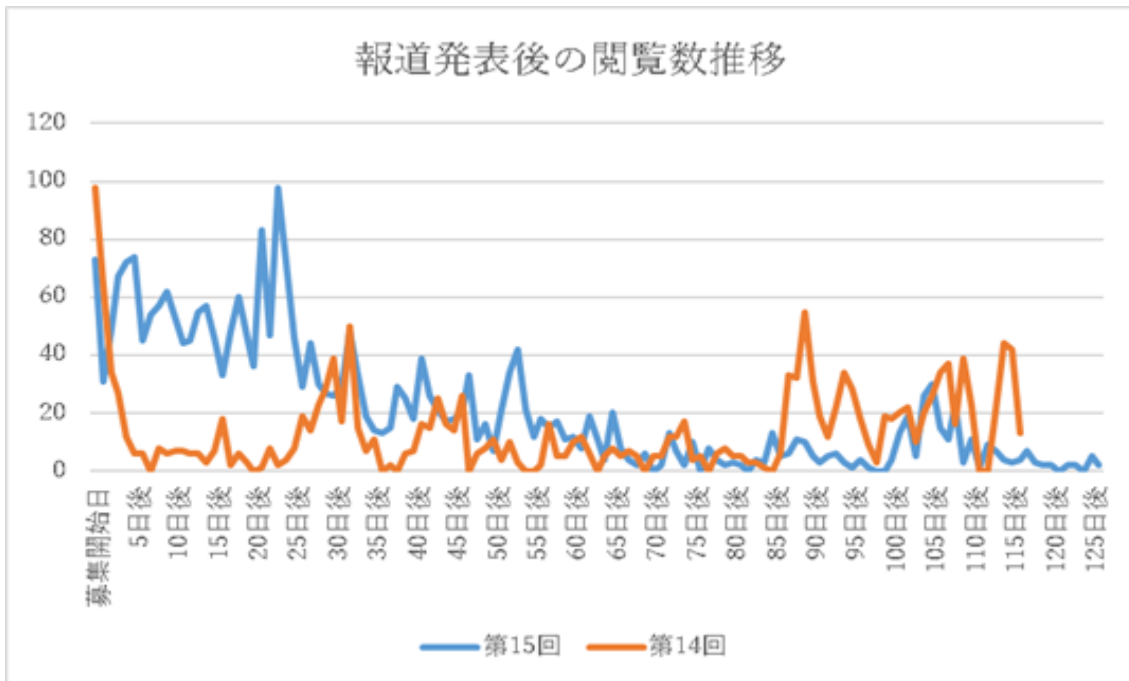


図 4 みどり香るまちづくり企画コンテスト報道発表後から募集終了までのアクセス数 (15回：計 2,692 件、14回：計 1,624 件)

今後の運営方針について

「みどり香るまちづくり」企画コンテストは今年度で終了し、来年度は下記のような「五感を意識した感覚環境の創出」事業を検討している。

五感を意識した感覚環境創出事業<イメージ>

目的

「感覚環境」の創出における、快適な環境作りによる健康増進・生活の質の向上

