資料２－１

第３次新潟市花育推進計画策定の趣旨（案）

策定の趣旨

○平成20年10月に 「花や緑」を大切に育み、 心豊かなまちとなり、名実ともに「食と花の政令市」となることを目指して「新潟市花育推進計画」を策定し、平成27年に、基本理念を継承して「第２次新潟市花育推進計画」を策定した。

○「第３次新潟市花育推進計画」は令和５年度から12年度までの８か年計画として策定し、基本理念を継承しながら、産地ならではの「新潟市らしい花育」を推進し、**市の強みである「花」を市民が知り、楽しみ、交流することを通して、ふるさとへの誇りや愛着がふくらみ、花き産業が持続可能な花開く未来を描ける新潟市**となることを目指して策定する。

第２次計画（H27～R４）

【花育推進の方向性（第１次より）】

- 健全で豊かな心を培う
- 快適でやすらぎのある暮らしを満喫する
- ふるさと新潟の四季が織りなす「花や緑」の自然や歴史、文化を次世代に伝える

【施策方針（第１次より）】

①花育の普及啓発
②家庭、学校、職場等における花育の推進
③市民活動、地域活動としての花育の推進
④「花や緑」あふれる自然や歴史、文化を次世代へ継承する花育の推進
⑤「花や緑」に親しむ場の整備

【第２次からの新たな視点】

○拠点施設を活用した花育の推進
○地域における花や緑を活用した連携の推進
○生産者と消費者との交流推進

現状と課題、新たな視点

【社会情勢の変化】

○人口減少、少子高齢化
○若い世代の東京圏への流出
○気候変動の深刻化、SDGs(持続可能な開発目標)や脱炭素への意識の高まり
○新型コロナウイルス感染症の影響

【新潟市の花きをめぐる現状と課題】

○市の花き産出額（生産者）の大幅減少
○「花の産地新潟市」の認知度の低さ
○「花育」の認知度の低さ
○「(新潟市らしい)花育」の定義づけ

【第３次からの新たな視点】

○花育活動にSDGsの視点を取り入れる
⇒子どもたちが未来に自分たちが住んでいける「持続可能な社会」なのか興味を持つ（子どもの心を動かす）
○花の生産地である特色を生かし「新潟市らしい花育」に幼少期から取り組む
⇒ふるさとへの誇りや愛着の形成
○連携（パートナーシップ）の強化・ネットワークづくり
○デジタル技術・データの活用

第３次計画（案）

【花育により目指す未来の新潟市】

産地として「花」を市民が知り、楽しみ、交流することで、ふるさとへの誇りや愛着がふくらみ、花き産業が持続可能な花開く未来を描ける新潟市

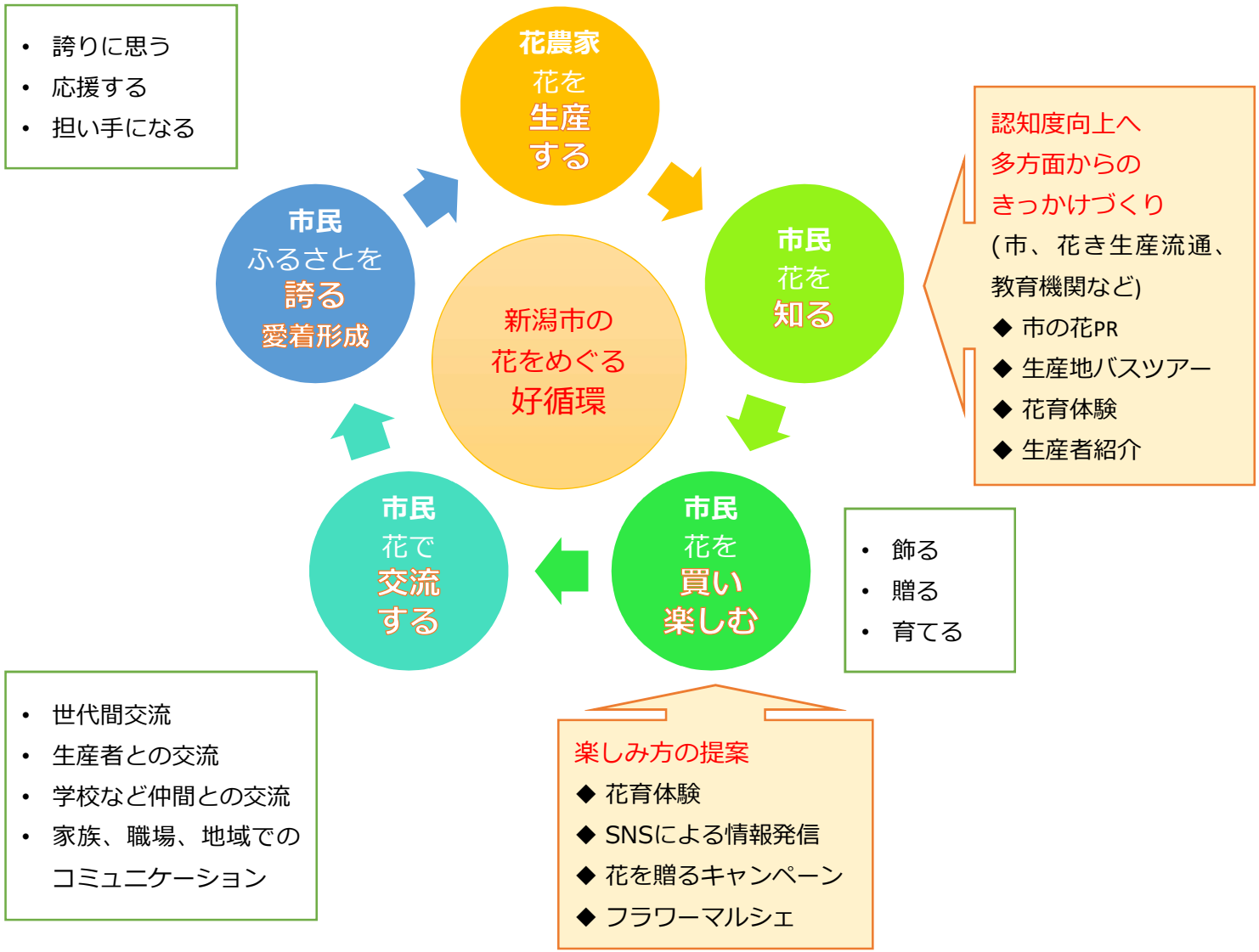
【手段】

○人材を育成し、次の世代につなげる
○様々な主体がそれぞれの花育活動をしながら、手をつなぐことにより、点と点がつながり、網目のように広がって大きくなる
○生産者と消費者の両方に働きかける小さな活動を次々と作り上げ、育てて大きくしていく
⇒“新潟市らしい花育”

【両輪での推進】

⇨消費者［教育面］
花育マスターなど多様な主体が活動し、新潟市らしい花育が多方面で広がる
⇨生産者［経済面］
市の花が認知されてファンが増え、売れることにより産業が振興する

イメージ図


新潟市の
花をめぐる
好循環
花農家
花を
生産
する
市民
花を
知る
認知度向上へ
多方面からの
きっかけづくり
(市、花き生産流通、
教育機関など)
◆ 市の花PR
◆ 生産地バスツアー
◆ 花育体験
◆ 生産者紹介
市民
花を
買い
楽しむ
楽しみ方の提案
◆ 花育体験
◆ SNSによる情報発信
◆ 花を贈るキャンペーン
◆ フラワーマルシェ
・ 飾る
・ 贈る
・ 育てる
市民
花で
交流
する
・ 世代間交流
・ 生産者との交流
・ 学校など仲間との交流
・ 家族、職場、地域での
コミュニケーション
市民
ふるさとを
誇る
愛着形成
・ 誇りに思う
・ 応援する
・ 担い手になる