



花みどりフェアマスコットキャラクター  
ゆめはっち

大阪・関西万博 ～プレイベント～、阪神・淡路大震災30年記念事業

# 淡路花博25周年記念花みどりフェアの事業結果



令和7年8月15日

淡路花博25周年記念花みどりフェア実行委員会

# 事業計画の概要

## 開催趣旨・目的

- ジャパンフローラ2000を契機に育み、蓄積してきた「人と自然の持続的な共生のあり方」を、未来を担う若者・Z世代にもレガシーとして継承・発展
- 大阪・関西万博プレイベント、震災30年記念事業として、景観や食といった自然の恵みに加え、SDGs や自然の脅威への備えを啓発する“体験イベント”が盛り沢山
- フィールドパピリオン・島博と連携し、兵庫・淡路に来訪者を呼び込む起爆剤としての役割を發揮

## 開催テーマ

自然と生きる、いのちをつなぐ淡路島

## 開催概要

名称	淡路花博25周年記念 花みどりフェア (愛称 淡路花みどりフェア2025)
期間	令和7年3月20日(木・祝)~4月27日(日)(39日間)
メイン会場	島内3市 ①淡路会場(淡路夢舞台、国営明石海峡公園) ②洲本会場(洲本市中心市街地) ③南あわじ会場(淡路ファームパーク イングランドの丘)
サブ会場	島内88カ所 (あわじ花さじき、うずの丘大鳴門橋記念館 等)

## マスコットキャラクター



「ゆめはっち」  
今後は、「花みどり大使」  
として活躍予定

## アンバサダー



「HANNA」  
秋元康総合プロデュースアイドル「WHITE SCORPION」の  
センター (兵庫県出身)

# 事業実施結果の概要

## 来場者数

1,901千人

### メイン会場

会場		淡路会場	洲本会場	南あわじ会場	合計
来場者数	A	447,215人	97,983人	138,811人	684,009人
目標来場者数	B	330,000人	80,000人	130,000人	540,000人
対目標数	A/B	135.5%	122.5%	106.8%	126.7%

### サテライト会場

1,217,000人

### 主な会場

#### (花や緑、自然体験施設)

淡路島公園、あわじ花さじき、パルシェ香りの館、ウェルネスパーク五色  
淡路カントリーガーデン、生石公園、大野地区菜の花畑等

#### (淡路の特性を生かした施設)

伊弉諾神宮、野島断層保存館、松帆アンカレイジパーク、淡路人形座  
アクアイグニス淡路島、大鳴門橋記念館、おのころ島神社、諭鶴羽神社等

#### (淡路の豊かな自然の恵みを体感できる施設)

産直淡路島赤い屋根、たこせんべいの里、美菜恋来屋等

## 各イベントの集客数

ロハスフェスタ  
(3/22~3/23 約10,000人来場)



花友フェスタmini  
(3/29~3/30 約10,000人来場)



島くらしフェスタ(島内物産展)  
(4/5~4/6 約20,000人来場)



ひょうごの木フェスタ  
(4/19~4/20 約8,000人来場)



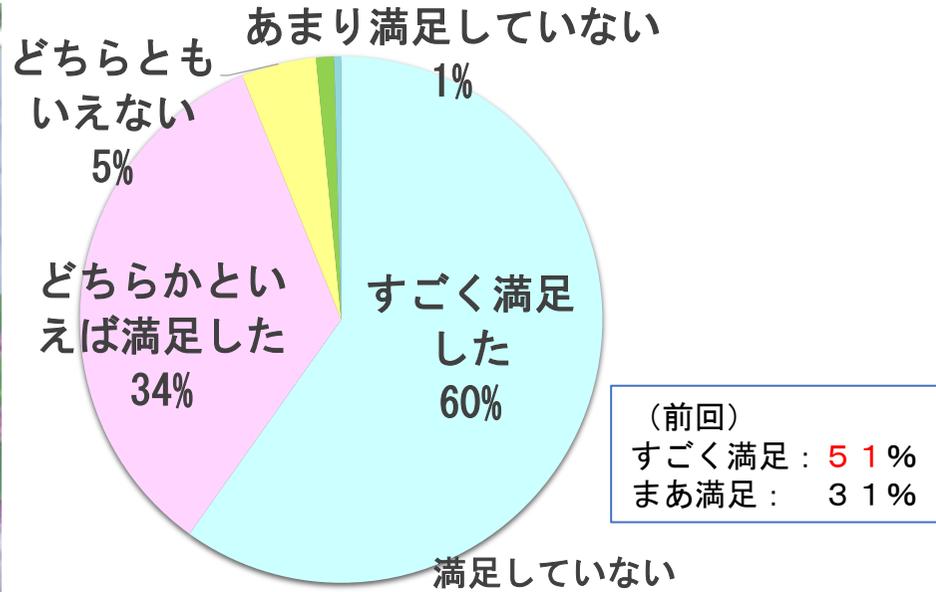
キッズダンスコレクション  
(4/27 約1,900人来場)



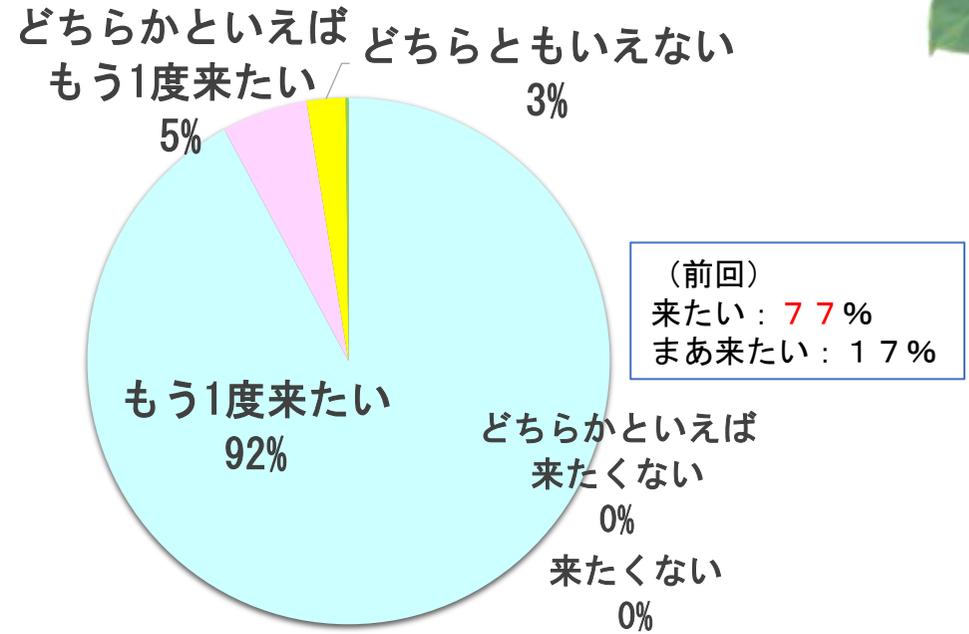
チームラボ  
(通期 約7,500人来場)



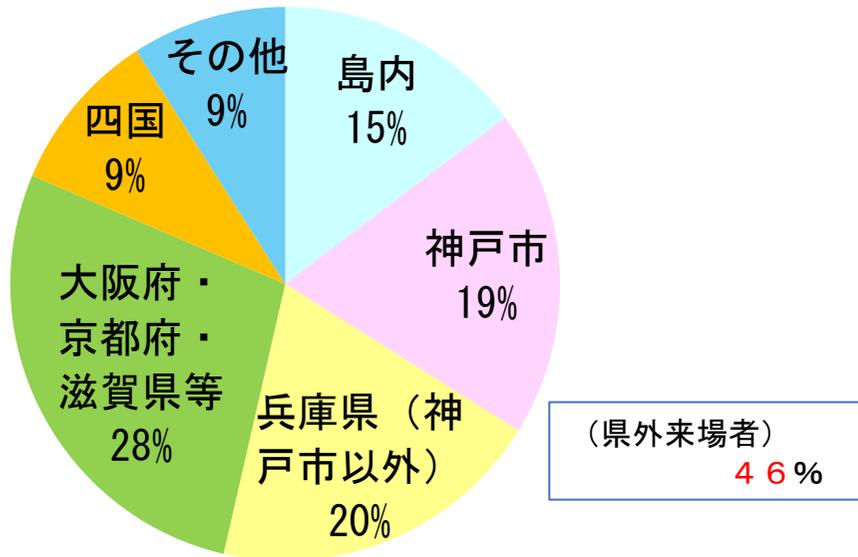
(1) 満足度



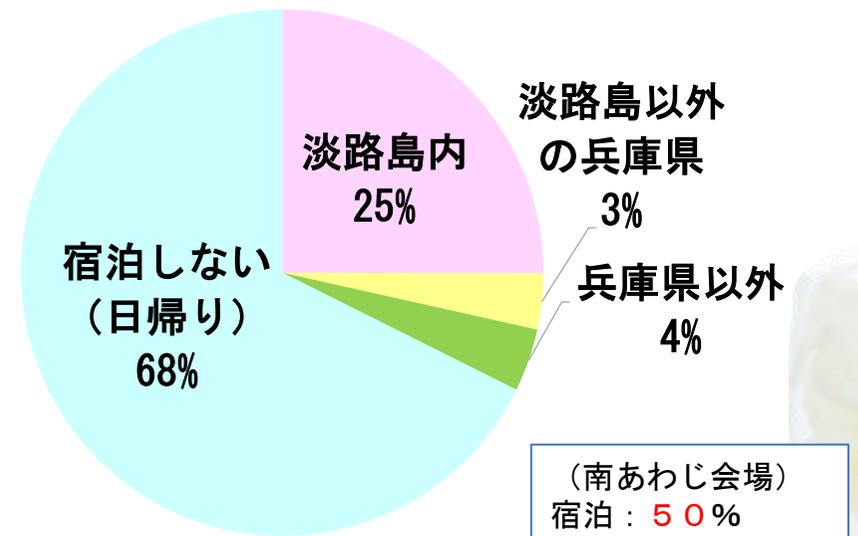
(2) 淡路島にもう一度来たいか



(3) どこから来たか



(4) 宿泊したか



## 経済波及効果

# 100.2億円

項目	全県	うち淡路島	備考
経済波及効果額	<b>100.2億円</b>	<b>70.7億円</b>	生産誘発額（売上額の合計）
直接効果	67.7億円	55.9億円	運営費（3.3億円）＋観光消費額（64.4億円）
第一次間接効果	19.2億円	6.5億円	原材料消費がもたらす誘発効果
第二次間接効果	13.3億円	8.3億円	消費支出による誘発効果

## 就業者誘発数

# 1,206人

項目	全県	うち淡路島	備考
就業者誘発者数	<b>1,206人</b>	<b>1,013人</b>	個人事業主、雇用者等

※ 経済波及効果、就業者誘発数とも、兵庫県地域経済指標研究会（兵庫県立大学ソーシャルデータサイエンス研究所）による算出

# 成果（その1）

ジャパンフローラ2000を契機に育み、蓄積してきた「人と自然の持続的な共生のあり方」を、未来を担う若者・Z世代にもレガシーとして継承・発展

## SDGs時代における新たな取り組み

### 1 新たな視点（自生種・在来種の活用）を提言・普及

- SDGs国際シンポジウム（花壇や築庭への自生種・在来種の活用を提言）

### 2 SDGs（生物多様性）の啓発・実践

- 残したい淡路の自然展
- 三熊山口ゲイニング

### 3 緑資源の新たな活用

- 放置竹林を利用した竹あかりアート
- 淡路島の土で描く巨大アート

### 4 次世代の参画

- 高校生花と緑のガーデン
- 高校生による淡路瓦ウエルカム花壇



## 新たな緑修景を構築

### 1 没入感を創出する緑修景の創出

- 国営明石海峡公園に5,000㎡の大規模花壇を創設
- イングランドの丘に20,000㎡の大規模花壇を創出（羊放牧場を改修）

### 2 新たな価値を付加し、島内外に魅力を発信

- 洲本城のSAKURAライトアップ、市街地にフォトスポットを創出
- イングランドの丘にピーターラビットフラワーガーデンを創設

## 成果（その2）

- 大阪・関西万博プレイベント、震災30年記念事業として、景観や食といった**自然の恵み**に加え、**SDGs**や**自然の脅威への備え**を啓発

### 淡路島ならではの魅力を伝える体験イベントの実施

#### 淡路の魅力を国内外に体験イベントで周知

- 淡路島の花を使ったフラワーアレンジメント体験
- 淡路人形座 特別公演
- 園芸療法講座・体験
- シマコレ（島内物産展）において、線香・吹き戻し制作体験
- 島の魅力的な素材を活用し、著名なパティシエによるケーキ制作・販売

### 震災30周年を機に震災の経験と教訓の発信

#### 1 災害の備えの充実を発信

- 緊急車両等（警察、消防、自衛隊、JICA、南あわじ市トイレカー、大塚製薬等）の展示

#### 2 災害避難生活の疑似体験、備えの啓発

- アウトドアフェスタで避難時に必要な機材等を紹介、体験
- 音楽フェスにキャンプを付加し、野宿を体験



## 成果（その3）

- フィールドパビリオン・島博と連携し、兵庫・淡路に来訪者を呼び込む起爆剤としての役割を發揮

### 島外からの誘客を促進するイベントの実施

全国イベントの実施により来島機会を創出することで、淡路ファンを創出

- 著名演者の出演による音楽フェス（淡路会場2回、洲本会場1回）の開催
- 花友フェスタ（多肉植物展）の開催
- ロハスフェスタの開催
- キッズダンスコレクションを閉会式に合わせて実施
- アンバサダーのパフォーマンスを閉会式に合わせて実施

### 淡路の魅力の磨き上げ

#### 1 県民提案事業の実施による開催機会の拡大、魅力の向上

- 野島断層保存館隣接用地における、民間主導による緑の学び場の整備
- 洲本商店街で、地域住民や高校生と協力したみどりのモニュメント整備
- うず潮講座の実施による、世界遺産登録への理解向上

#### 2 市等による関連事業実施による魅力の磨き上げ

- 竹アスレチック・ブランコ等による映えスポットの創出
- うみぞら映画祭の開催



# 交通輸送対策

## 公共交通機関による来島を促す対策

淡路島内の渋滞緩和を目的に、バスやレンタル自転車等の利便性向上と利用促進対策を実施

### バスの利便性を高める対策

- 1 オープンドア化便の新設（期間中だけで78便、1,202人利用）
  - 三宮・福良間の一部（神戸空港まで延伸）について新たにオープンドア化
- 2 大磯号の臨時増便の実施（期間中だけで201便、3,233人利用）
  - 土日祝日に、高速舞子－淡路夢舞台間の臨時便を実施
- 3 JR三宮駅構内に、行き先別バス誘導看板の設置
  - 三宮駅における、バスへの円滑な乗り換え
- 4 特に集客が多いイベントにおけるシャトルバスの運行
  - 淡路会場音楽フェスでのシャトルバスの運行、JB本四高速による舞子駐車場の協力

### バス・レンタサイクルの利用を促進する対策

- 1 バスをセットにした旅行商品に、バス乗り放題切符を経費補助（期間中328人利用）
  - 旅行商品の乗り放題切符料金を補助（宿泊：全額、日帰り：1／3相当）
- 2 バスに結節するレンタルサイクルに、経費の一部を補助（期間中299人利用）
  - 貸出1回につき、500円を補助

フェア開催にあたり、多大なご支援を  
いただき、ありがとうございました！

