

ぐんまフラワーパークリニューアル基本計画



目次

| | | |
|---|--------------------|-------|
| 1 | はじめに | 03 |
| 2 | 施設概要 | 04～05 |
| 3 | 現状と課題 | 06～09 |
| 4 | 社会的背景 | 10 |
| 5 | 群馬県の目指す方向 | 11～12 |
| 6 | リニューアル基本方針 | 13～34 |
| | (1) リニューアルに至った経緯 | |
| | (2) リニューアル基本方針 | |
| | (3) コンセプト | |
| | (4) 管理運営計画 | |
| | (5) ブランド戦略 | |
| | (6) 整備方針 | |
| | (7) ソフト対策 | |
| 7 | 果たすべき役割等 | 35～40 |
| | ・花き振興の強化 | |
| | ・花育や木育などの学習機能 | |
| | ・赤城エリアの活性化・他施設との連携 | |

1 はじめに

ぐんまフラワーパークは、県民に花と緑の憩いの場及び花と緑の学習の場を提供するとともに、花き産業の発展と地域振興を目的に、平成4年4月23日に開園し、県内外からの入園者数は、1,000万人を超えている。

一方、開園当初の入園者は年間約89万人であったが、現在では約19万人まで落ち込んでいる。また、開園から30年が経過し、施設の老朽化が著しく進んでいる。さらに、県有施設として年間約1億7千万円の指定管理料を支出して運営を行っている。

このことから、令和3年3月に公表された「県有施設のあり方見直し最終報告」において、今後のフラワーパークのあり方として、県有施設としての必要性や見直しの方向性が示された。

この見直し方針に基づき、広く民間事業者から事業アイデアを収集するためのサウンディング型市場調査を実施し、同年10月にその調査結果を取りまとめ、事業の実現可能性等の検証を行い、今後のフラワーパークの方向性の検討を行ってきた。

本リニューアル基本計画は、サウンディング型市場調査結果等を踏まえ、民間のアイデアを活用したリブランディングによる改修により、集客力と収益性を高め、独立採算による持続可能な施設運営を行うためのリニューアル基本方針等をまとめたものである。

2 施設概要

概要

所在地：群馬県前橋市柏倉町2471番地7

敷地面積：フラワーパーク 182,260.14㎡

花と緑の学習館 32,994.80㎡

開園日：平成4年4月23日

建設費等：約72億円（設置当初）

【施設等のリニューアル】

H15 夜間照明施設設置、イングリッシュガーデン整備

H29 農産物直売所の設置

運営方式：平成4～平成17年度 管理委託制度

財団法人群馬県フラワー協会

平成18～令和4年度 指定管理者制度

株式会社ぐんまフラワー管理



正面ゲート



ぐんまの池



フラトピア花壇、パークタワー



中央エリア全景



フラワーホール



イングリッシュガーデン



日本庭園



温室



わんぱく広場

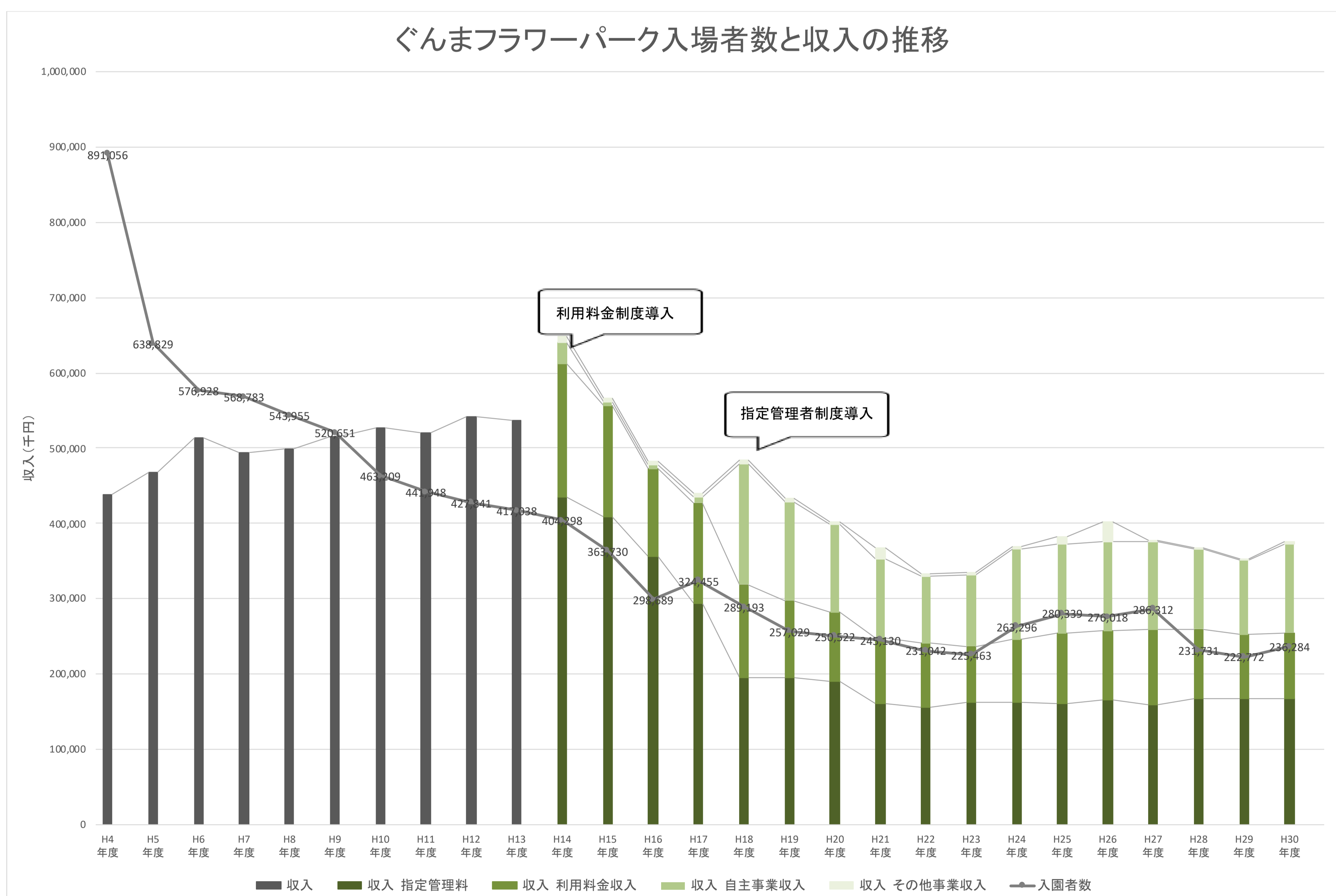
3 現状と課題

入園者数の減少

競合施設や新たな花の見所が増加したことにより、開園以降、入園者数の減少傾向が続いている。平成18年度から指定管理者制度を導入し、民間事業者による管理運営を行っているが、入園者数の増加にはつながらず、指定管理者制度導入以降、25万人前後で横ばいとなっている。さらに、令和2年度以降はコロナの影響もあるが、更に減少傾向となっている。

現状のままでは、将来的に入園者数は更に減少していくことが予想される。

入園者数の推移：H4 89万人 → H11 44万人 → R3 19万人



月別の入園者数

春（4～5月）にチューリップやバラが見頃となり、年間の入園者数の3～4割あり、この時期がフラワーパークの繁忙期となる。

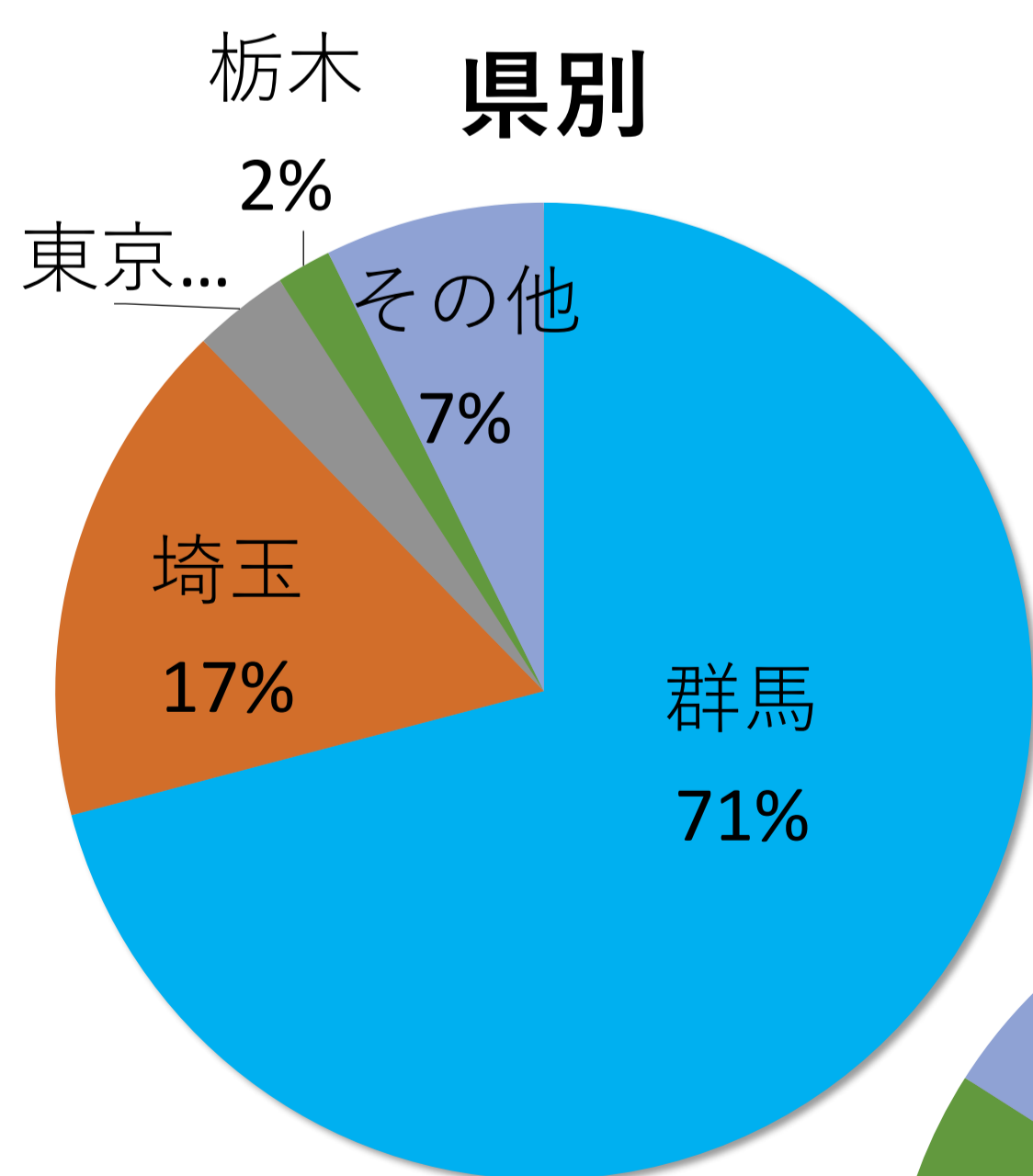
秋（10～11月）は秋バラが見頃となり、冬のイルミネーション（11月～1月上旬）が開催されるため、春に続いて入園者数が多くなる時期となる。

夏（7～8月）と冬（2～3月）は、見頃となる花がなく、屋外施設ということもあり、閑散期ができてしまっている。

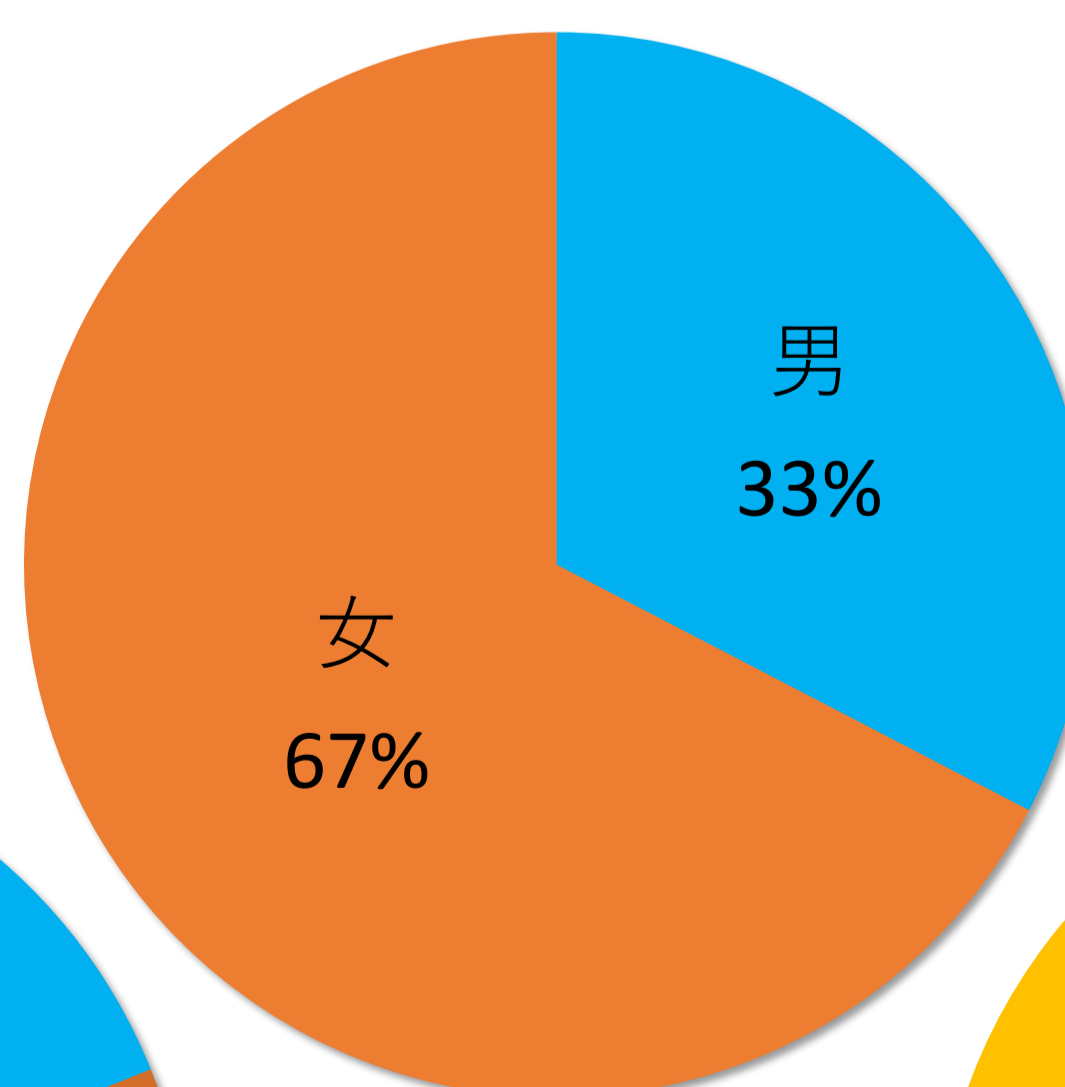


利用者内訳

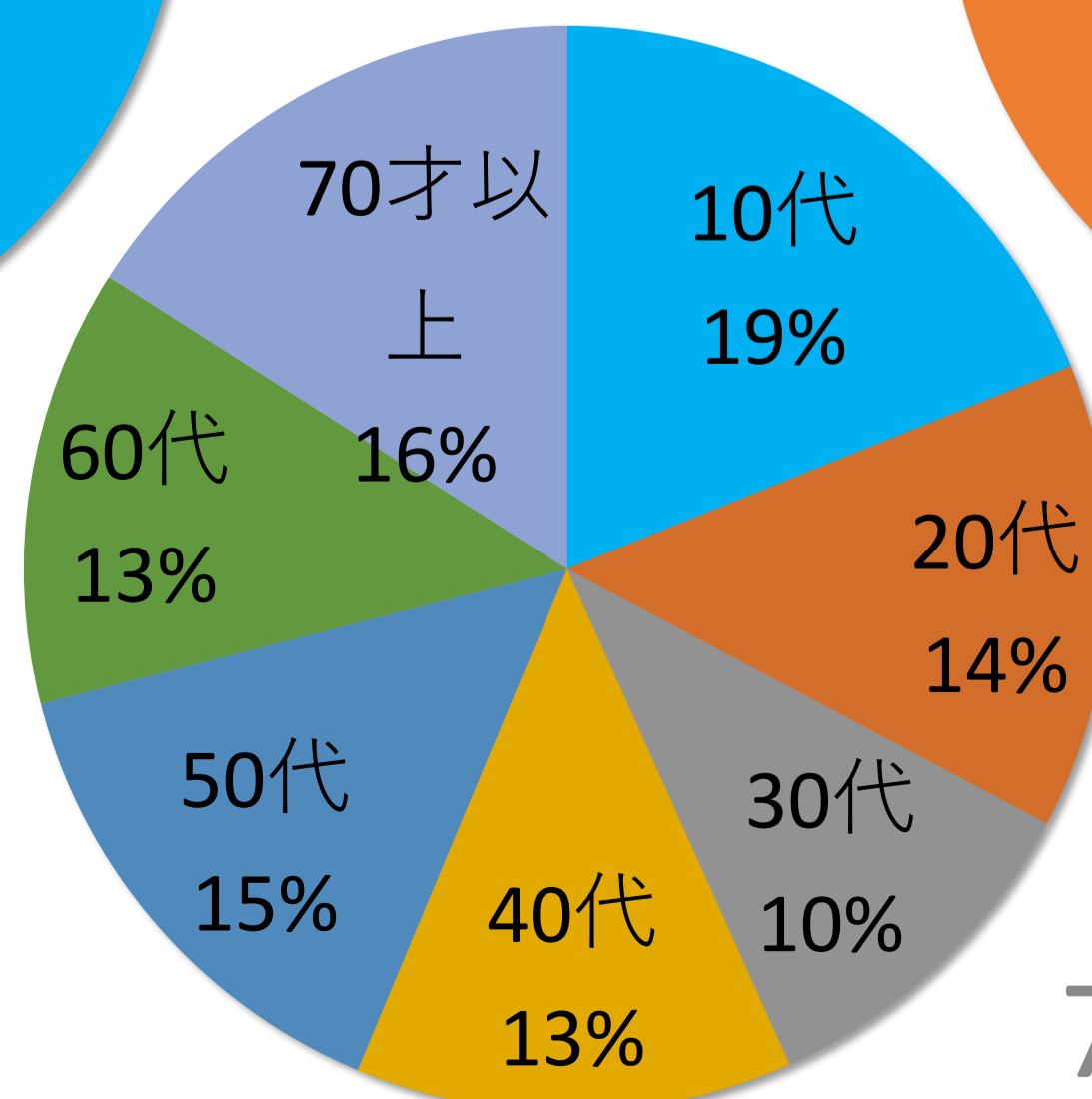
(令和2年度アンケートより)



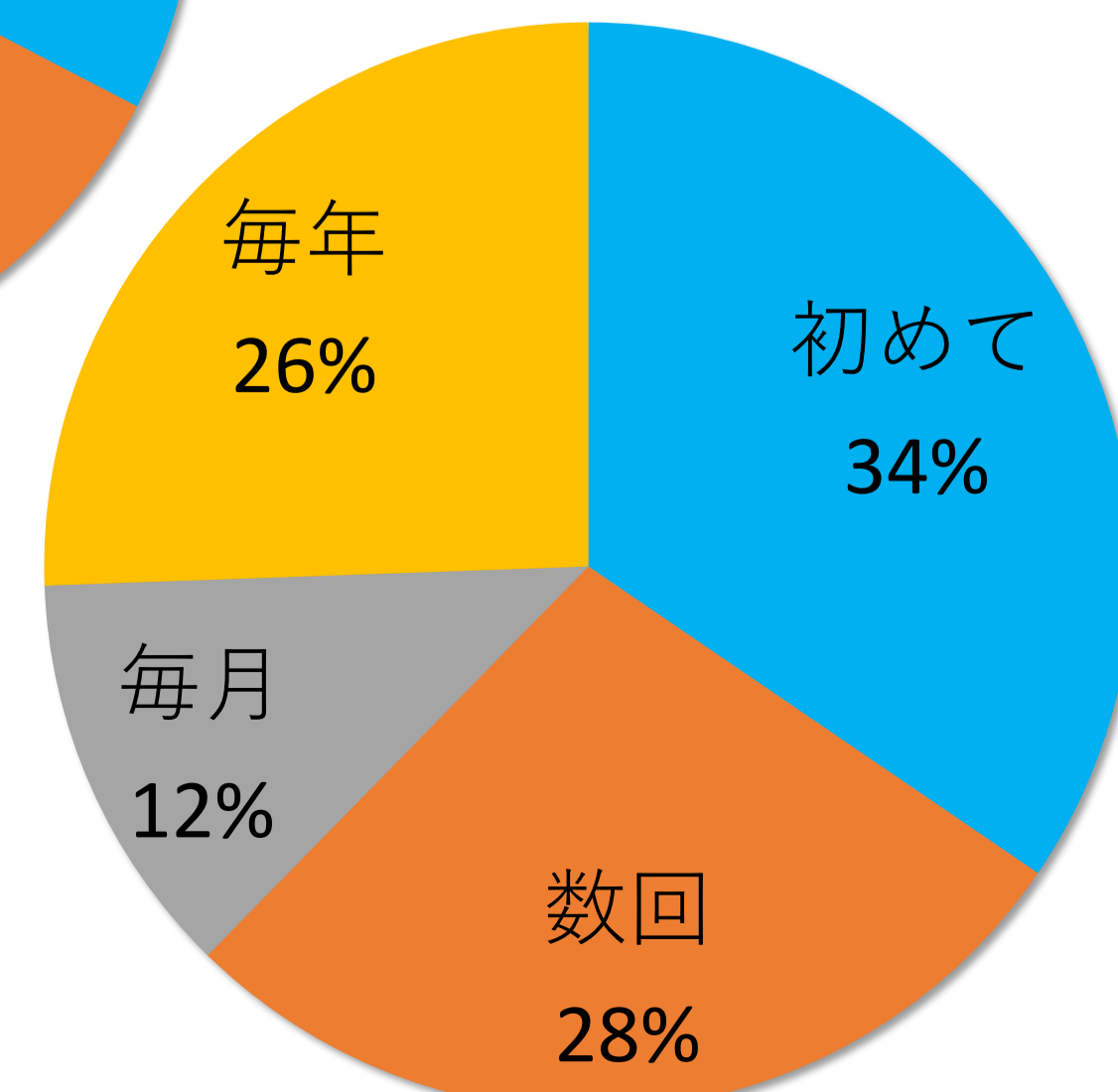
男女比率



年代



来園回数



収支の状況

- 県の指定管理料約1億7千万円が収入の約5割を占める。
- 入園者数の減少に伴い、入園料収入やレストラン、売店等の自主事業収入も減少傾向にある。
- 物販、レストラン等の客単価が低く、売店での販売物やレストランのメニュー等について、改善・工夫の余地がある。

| | 令和元年度 | 平成30年度 | 平成29年度 | 平成28年度 | 平成27年度 |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 収入① | 360,737,004 | 376,137,239 | 352,914,815 | 367,435,845 | 377,586,711 |
| 指定管理料 | 168,838,981 | 167,290,000 | 167,290,000 | 167,290,000 | 159,428,571 |
| 利用料金収入 | 83,427,275 | 87,488,040 | 84,778,620 | 92,033,750 | 99,367,090 |
| その他 (園芸教室等) | 1,880,811 | 2,914,260 | 1,167,106 | 1,988,449 | 2,318,569 |
| 自主事業収入 | 106,589,937 | 118,444,939 | 99,679,089 | 106,123,646 | 116,472,481 |
| 支出② | 350,890,248 | 375,784,534 | 367,196,889 | 364,087,665 | 372,886,137 |
| 飾花経費 | 72,129,619 | 74,357,486 | 78,894,069 | 80,396,460 | 77,722,910 |
| 展示経費 | 1,796,385 | 1,165,403 | 1,126,084 | 1,380,616 | 1,233,346 |
| 花と緑の学習館経費 | 13,283,293 | 14,047,037 | 11,706,060 | 12,653,035 | 11,006,481 |
| イベント経費 | 21,241,634 | 22,738,643 | 19,931,147 | 20,216,069 | 24,526,382 |
| 広報誘客経費 | 24,501,290 | 27,678,885 | 28,555,657 | 32,570,758 | 29,581,737 |
| 植物管理経費 | 7,474,936 | 9,220,093 | 10,146,855 | 12,027,640 | 9,864,592 |
| 施設管理経費 | 24,674,646 | 23,766,852 | 27,814,639 | 24,232,923 | 27,644,718 |
| 管理・人件費 | 78,695,392 | 84,604,598 | 81,575,838 | 75,110,207 | 73,907,838 |
| その他経費 | 241,458 | 233,920 | 639,177 | 1,045,269 | 1,242,938 |
| 自主事業費 (レストラン・売店等) | 106,851,595 | 117,971,617 | 106,807,363 | 104,454,688 | 116,155,195 |
| 収入①－支出② | 9,846,756 | 352,705 | -14,282,074 | 3,348,180 | 4,700,574 |

施設課題

過去のぐんまフラワーパーク評価委員会、入園者アンケート及びサウンディング型市場調査の指摘事項等

ア 全般

- 様々なエリアがあり、1年を通じて四季の花が楽しめるというメリットがある反面、テーマやコンセプトが不明瞭。
- 花の体感やインパクトが弱い。
- 回遊性をつくる工夫が弱く、ゆっくり過ごせる場所・コンテンツが不足している。
- 夏や冬など閑散期が発生している。
- 開園当初からの革新が少ない（ハード面、ソフト面）。
- ローカル性・独自性が弱い。
- 自動車以外のアクセスが弱い。

イ ハード

- 施設の老朽化
開園から30年が経過し、老朽化が著しい。
景観を乱しているものや機能性に劣るものがある。
- コンクリートの建築物・園路など人工物の面積が多い。
- 夏場は、日陰で休める場所が少ない。

ウ ソフト

- 「花を見る」以外の体験型コンテンツが不足している。
- レストラン・売店等のメニューに地産地消の観点弱い。

エ 管理運営

- レストラン・売店など自主事業の収益性が低い。

4 社会的背景

(1) 近年の社会経済状況の変化

少子高齢化、人口減少、環境問題、グローバルな都市間競争の激化、社会資本の老朽化、財政面・人員面の制約の深刻化、国民の価値観の多様化など、大きな社会状況の変化が起こっている。

また、新型コロナウイルス感染症を踏まえたニューノーマル社会への対応、地球環境問題の新たな潮流、デジタル・トランスフォーメーションの進展など、近年も大きな社会経済状況の変化が起こっている。

(2) ライフスタイル・社会環境の変化

ア 生き方、暮らし方の変化

- Well-being（心身ともに健康な生き方）
- Sustainable（地球環境や自然と共生する暮らし方）
- Green&Relax（自然と共生することで知的生産性を向上）

イ 社会環境

- ニューノーマルへの対応
- 働き方改革（テレワーク、ワーケーション）
- デジタル・トランスフォーメーション

(3) 観光・旅行のトレンド

コト消費・トキ消費を背景に、型にハマった観光地巡りから、旅行先での非日常体験やオリジナルのストーリーを楽しむフリースタイルへの旅が定着し、個人旅行が主流となっている。

コロナ禍や自然志向などを背景にし、様々な旅行スタイルが登場している。近年の旅行スタイルでは、都市を離れた山村や田園地帯、高原など、自然環境豊かな場所でゆったり、思い思いに過ごすスタイルが注目されている。

【群馬県の観光施策の方向性】

- ニューノーマルに対応した観光地づくり
- 新しい価値や魅力を創造・発信
- ウィズコロナ時代の「変化」に柔軟に対応

5 群馬県の目指す方向

【新・群馬県総合計画】

目指すは「快疎」な群馬県

ビジョンでは、2040年に目指す姿として、「誰一人取り残されることがない」こと、「幸福を実感できる」こと、そして「自立分散型の社会」であることを描いている。

ニューノーマルでは空間的に広く、密ではない地域へのニーズが高まった。ゆとりのある生活空間が安全・安心のベースとなり、他にはない価値を持ち、安定した地域だけが人々を惹きつける求心力を持ち、勝ち残る。群馬県が目指すのは、人々を惹きつける「快疎」と定義した。

近未来構想である「リトリートの聖地」「クリエイティブの発信源」「レジリエンスの拠点」に向け、新しい群馬県を切り開き、未来へ投資するためのさまざまな取組を進めていく。

群馬県のビジョンを踏まえ、フラワーパークが持つ「快疎な空間」を活かして、都市にはない新たな価値や魅力を生み出す場とする。

目指す姿 群馬県が目指す2040年の姿

年齢や性別、国籍、障害の有無等にかかわらず、
すべての県民が、誰一人取り残されことなく、自ら思い描く人生を生き、
幸福を実感できる自立分散型の社会





目指すは「快疎」な群馬県

ニューノーマルでは空間的に広く、密ではない地域へのニーズが高まりました。これは地方にとって長年の課題でもった人口減少が「東京よりも魅力的」な要素となる可能性が高まったことを意味します。ゆとりのある生活空間が安全・安心のベースとなり、他にはない価値を持ち、安定した地域だけが、人々を惹きつける求心力を持ち、勝ち残る。群馬県が目指すのは、人々を惹きつけられる「快疎」と定義しました。

3つの幸福の実現が「快疎」をつくる

ビジョンでは、2040年に目指す姿として、「誰一人取り残されることがない」こと、「幸福を実感できる」こと、そして「自立分散型の社会」であることを描いています。幸福とは、人によって異なります。そこでビジョンでは、群馬県が目指す社会の幸福とはどのようなものなのかを、誰にとっての幸福なのかという視点で考え、「一人ひとりの幸福」、「社会全体の幸福」、「将来世代の幸福」という3つの幸福を目指すとしました。2040年の群馬県はこの3つの幸福が調和した社会を目指します。

| | 一人ひとりの幸福 | 社会全体の幸福 (県民の共生) | 将来世代の幸福 (持続可能性) |
|----------|--|--|---|
| 実現のための取組 | <ul style="list-style-type: none"> 誰か安心した「幸福」 多様な働き方・暮らし 標準的な家族の形 | <ul style="list-style-type: none"> 多様な「県民」 県民⇄関係者・出身者 | <ul style="list-style-type: none"> この時代の「県民」 いまを切り取った成長・配分の最大化 |
| 目指す幸福 | <ul style="list-style-type: none"> 多様な「幸福」 多様な経済指標のあり方に伴った幸福 | <ul style="list-style-type: none"> 多様な「幸福」 多様化する地域社会の増加 変化の激しい時代の目標 | <ul style="list-style-type: none"> 多様な「幸福」 多様な「県民」 県民⇄関係者・外国人・新たなマイノリティ 未来を占めた「県民」 「リーマン経済学」による持続的成長 |

前橋市との連携

スローシティ×デジタルグリーンシティを掲げ、
共助型未来都市を目指す前橋市と連携し、赤城エリアの活性化を図る。

赤城を中心としたスローシティやエコツーリズムの推進、
めぶくID導入などのデジタル基盤整備によるスマートシティ等、
前橋市の施策と連動させる。



前橋・赤城スローシティ

×



図2. 前橋市のデジタルグリーンシティイメージ

ぐんまフラワーパークのあり方検討に係る県・前橋市ワーキンググループ

「県都前橋の活性化と群馬県の発展を考えるプロジェクトチーム」で具体的な連携を模索する。

- スローシティ地域づくり、赤城山ツーリズム
 - ・グリーンツーリズム・エコツーリズム・農泊、マルシェの開催等
- デジタル
 - ・めぶくID（マイナンバーカードをトラストアンカーとして使用した個人認証サービス）
- 交通手段
 - ・MaeMaas（一人一人の移動ニーズに対応して、複数のモビリティサービスをシームレスかつ最適に組み合わせ一括提供するサービス）
 - ・あかぎCogbe（クロスバイク型回生電動アシスト自転車のシェアサイクル）
- 地域資源の魅力発信
 - ・特産品や文化財等の地域資源の利活用



6 リニューアル基本方針

(1) リニューアルに至った経緯

●見直し対象施設の選定（令和元年11月～令和2年2月）

県有施設91施設のうち、ぐんまフラワーパークを含む10施設が見直しの対象となった。見直しの対象施設は、県の支出超過が大きいもの、近い将来に多額の改修費が見込まれるもの、民間活力の活用等が見込まれるもの、利用者数が低迷しているものといった視点から選定された。



●中間報告の公表（令和2年10月）

県議会行財政改革特別委員会で公表

県有施設としての必要性：維持する必要性は低い

（集客施設としての役割が中心、民間等で運営した方がより効果的な運営が可能）

見直しの方向性：民間への移管等を検討



●県議会「『県有施設のあり方見直し中間報告』に関する決議」

（令和2年12月）

民間への移管は、経済性が優先され、赤字になれば廃止も考えられることから、運営方法について、前橋市及び関係団体等との協議を綿密に行い、県有施設としてのあり方を検討すること。



●県有施設のあり方見直し最終報告（令和3年3月）

ぐんまフラワーパークについては、入園者数の減少、リニューアルのための多額の改修費等が課題であり、更なる民間活力の活用が可能であるため、下記の検討の方向性が示された。

- 県有施設としての必要性

「県の関与が大きいまま、施設を維持する必要性は低い」

- 見直しの方向性

「前橋市と連携し、コンセッション方式による運営又は民間売却に向けた手続を進める」



●サウンディング型市場調査の実施（令和3年6月～10月）

民間の自由な発想に基づく幅広い事業アイデアを収集し、民間事業者の参入条件等を把握

新たな魅力創出や集客力向上に寄与する事業を展開し、収益性を飛躍的に向上させる施設運営案を全国から募集

【事業アイデアの募集内容】

- コンセプトと集客ターゲットを明確化した戦略
- 新たな魅力創出、ブランド力向上による収益性の向上

指定管理料に頼らないビジネスモデルを確立

【対話結果】

○個別対話参加者数

3社

○対話の概要

①事業アイデア

- 花を「見る」だけでなく、「体感」できる施設へ
- 既存の機能（花と緑に親しむ憩いの場、花と緑に関する学習の場の提供）に加え、新たな体験メニューを追加
- 観光の拠点、地域コミュニティの場などHUBとしての機能
- 体験型テーマパークとして、新たなアトラクションや体験型コンテンツを設置
- キャンプ・グランピングなど泊まれる機能の追加
- 入場料制の廃止

②事業方式

- 事業方式は、コンセッション方式又は指定管理者制度（事業期間は投資が回収できる程度の期間が必要）
- 公共による初期投資を行えば、独立採算での事業実施も可能
さらに、民間投資による収益施設の設置等の可能性もある。



●県による見直しの方向性の整理（令和3年11月～令和4年3月）

サウンディング型市場調査の結果を踏まえ、事業の実現可能性の検証等を実施

- 既存建物の調査
- リニューアルアイデアの検討、概算の改修工事費
- 事業の実現性の検証（収益性及び運営収支の見通し）
- 事業手法の検討



●見直し方針の決定（令和4年3月）

- 民間のアイデアを活用したリニューアル改修により、独立採算によるサステイナブルな施設運営が可能と判断
- 県有施設（フラワーパーク）として存続の方向で検討

リニューアルに当たっての視点①

【ライフスタイルの変化からの視点】

- ライフスタイルの変化を踏まえ、利用者がどのような生き方、暮らし方を志向しているのかを踏まえてリニューアルが求められる。
 - Well-beingの向上
 - ワーケーションなど働く場所となる選択肢
- フラワーパークには美しい花・豊かな自然がある。
 - 「コト消費／トキ消費」「健康」「癒し」
「生きがい・趣味」などの要素を絡めた事業展開

【観光・旅行のトレンドからの視点】

- 花と緑をテーマとするフラワーパークには、近年の旅行スタイルに応えられるポテンシャルを持っている。
 - 単に花を見る公園ではなく、来場者自身が楽しみ方、過ごし方を選択できる体験型コンテンツの充実
 - ここにしかない、ここでしか体験できないコンテンツを提供

リニューアルに当たっての視点②

【群馬県の目指す方向性からの視点】

■リトリート

- 花や自然をフラワーパークで体感することにより、忙しい日々から離れ、疲れた心とカラダをリセットする。
→ 群馬県に来て元気になってもらう。
- 温泉地との連携や高付加価値のサービス体験との組み合わせにより、長期滞在型の観光とする。

【食で心とカラダを満たす】

- こだわりを持って生産された農産物（有機栽培野菜や農家手作りの加工品）など地球環境や健康に配慮した食品を販売・提供する。

【カラダで癒しの時間】

- ヨガやツリークライミング等を開催し、心とカラダを癒やす。

■多文化共生・共創社会の実現

国籍・民族の異なる人々が、花を通して出会い、つながり、新たな価値を創造し、地域に活力をもたらす場とする。

リニューアルに当たっての視点③

【官民連携・持続可能な公園管理からの視点】

- 民間事業者のアイデア・ノウハウを最大限に活用し、**ブランド戦略を再構築した上で改修**を行う。
- 新たな価値・魅力を創出し、集客力と収益性を高めることにより、**独立採算での持続可能な公園管理・運営の実現**を目指す。
- 持続可能な公園管理の実現に当たっては、県の制約をなるべく設けず、民間事業者の自由な発想・アイデアが発揮される事業手法とする。



(2) リニューアル基本方針

- 目指すべき姿 -

群馬県の良さを体感できるフラワーパークとして、
群馬県民が愛着と誇りの持てる施設

花はもちろん、魅力的な体験コンテンツがあり、
何度も訪れ、長く滞在したくなる施設

北関東圏に観光・旅行したい人の選択肢となり、
更には国内外から県内への誘客を促進する施設

- リニューアルの基本方針 -

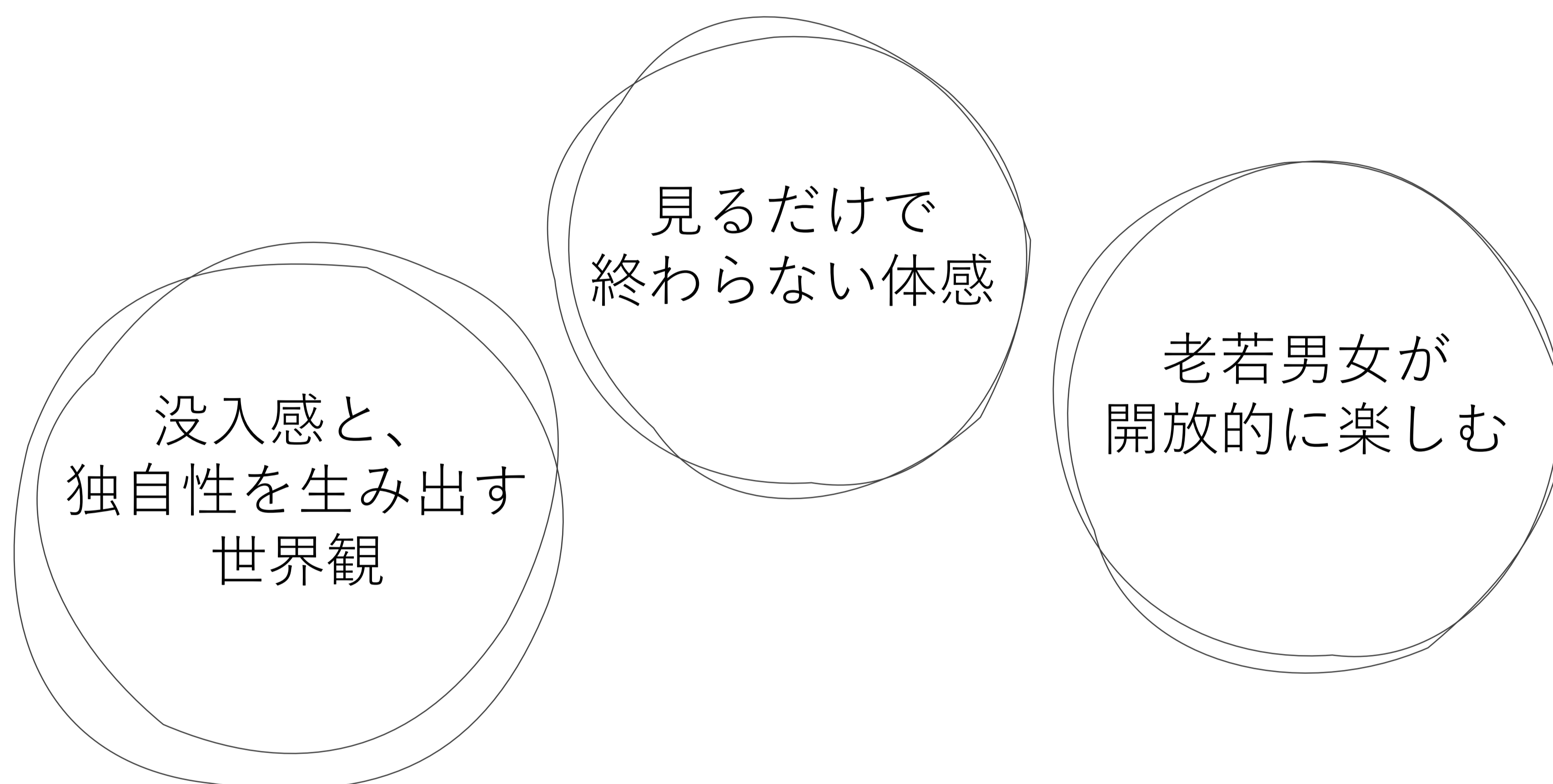
- ① 集客力・収益性を向上させ、独立採算で運営
- ② 既存のポテンシャルを最大限に活用した施設の有効活用
 - ・ 建築物のリノベーション
 - ・ エリアの特色を活かした施設の有効活用
- ③ 花を「見る」だけでなく、「体感」できる機能を強化
(食やアクティビティなど五感を通して楽しめる仕掛け)
- ④ ワークーションなど新たな機能の追加
- ⑤ 花き振興、観光ハブ拠点としての機能強化

(3) コンセプト

ENJOY

花と遊ぶフラワーパーク

花を「見る」だけでなく、花の素晴らしさを「体感」し、
来場者自身が楽しみ方・過ごし方を選択できる場所



(4) 管理運営計画 (目標)

- 民間事業者のアイデア・ノウハウを最大限活用し、新たな魅力を創出することにより、集客力と収益性を飛躍的に向上させる。
- 集客力・収益性の向上により、独立採算制[※]を目指す。

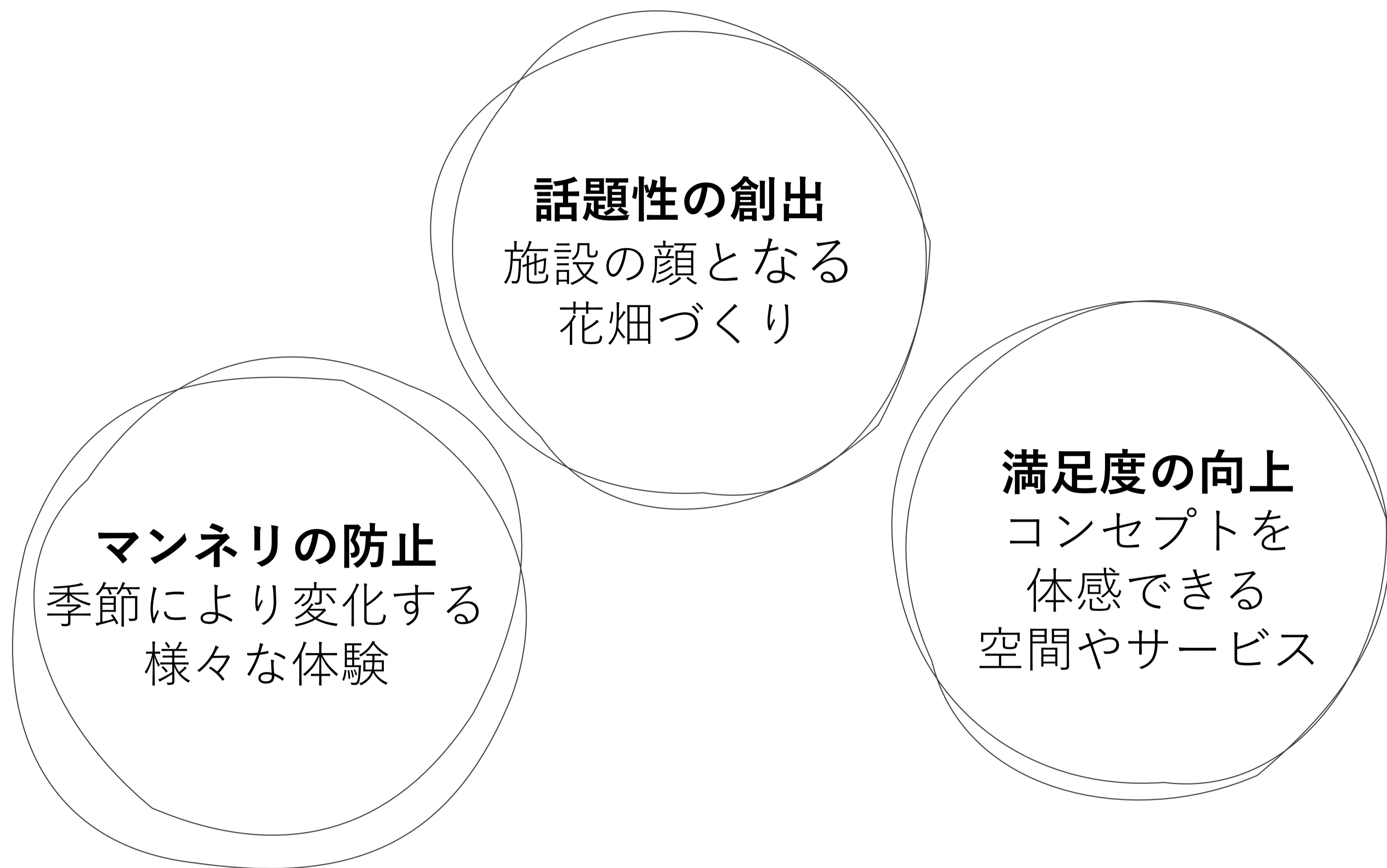
※リニューアル後の管理運営にかかる県負担0円



(5) ブランド戦略

ブランディング方針

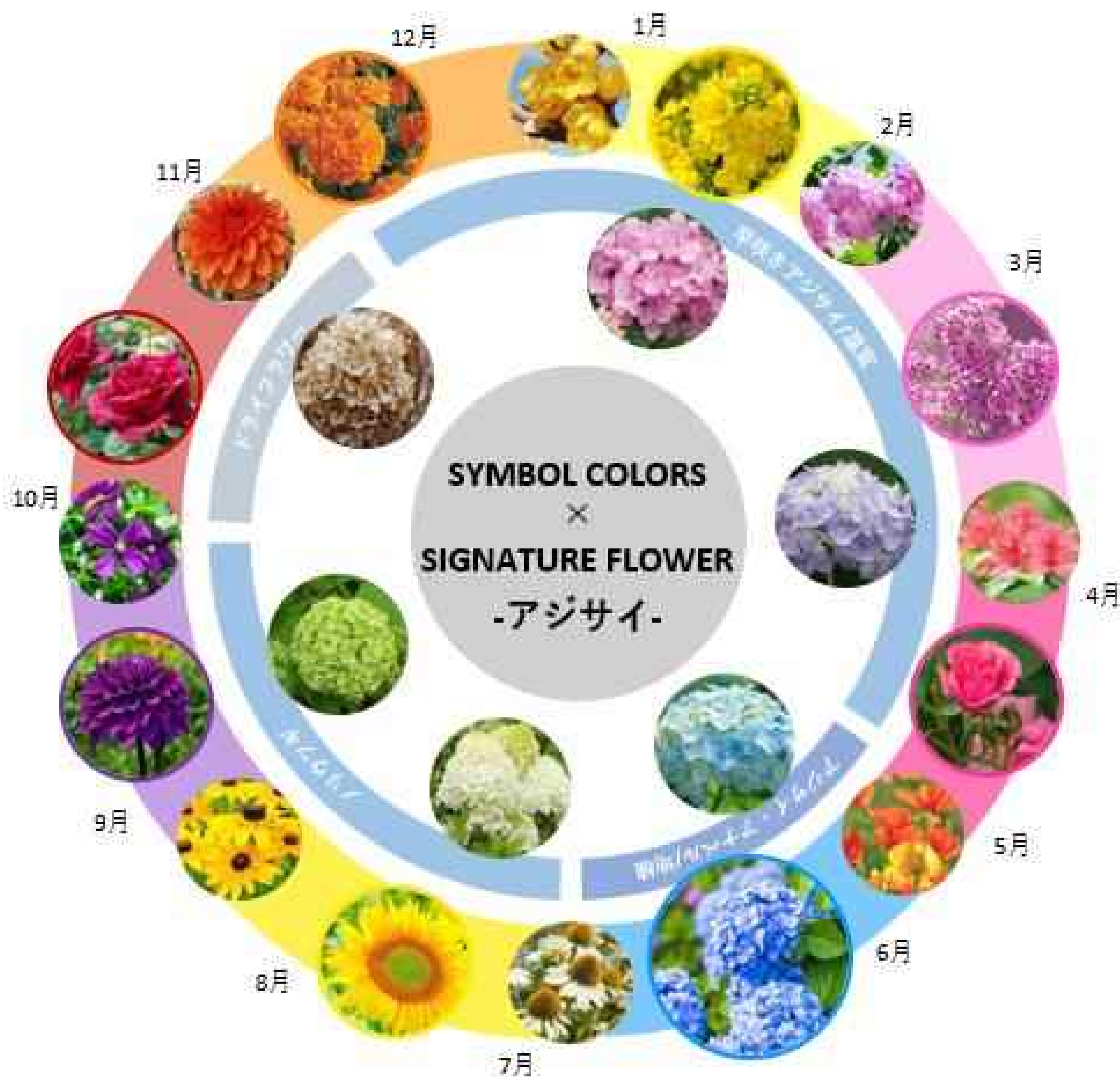
ぐんまフラワーパークの保有する既存の多様な施設に、
統一感のあるデザインにより魅力を付加し、
話題を呼び、何度も訪れ、長く滞在したくなる施設を目指す



イメージ戦略

SYMBOL COLORS × **SIGNATURE FLOWER**
(季節の特別感／目的化) (施設としての印象づくり／らしさの演出)

季節毎に象徴となる「花」と「花の色」を設定することで、
ぐんまフラワーパークの独自のブランドイメージを浸透させる



(6) 整備方針

■ランドスケープ

これまでのエリアの特色を活かしつつ、新たな魅力を付加する。

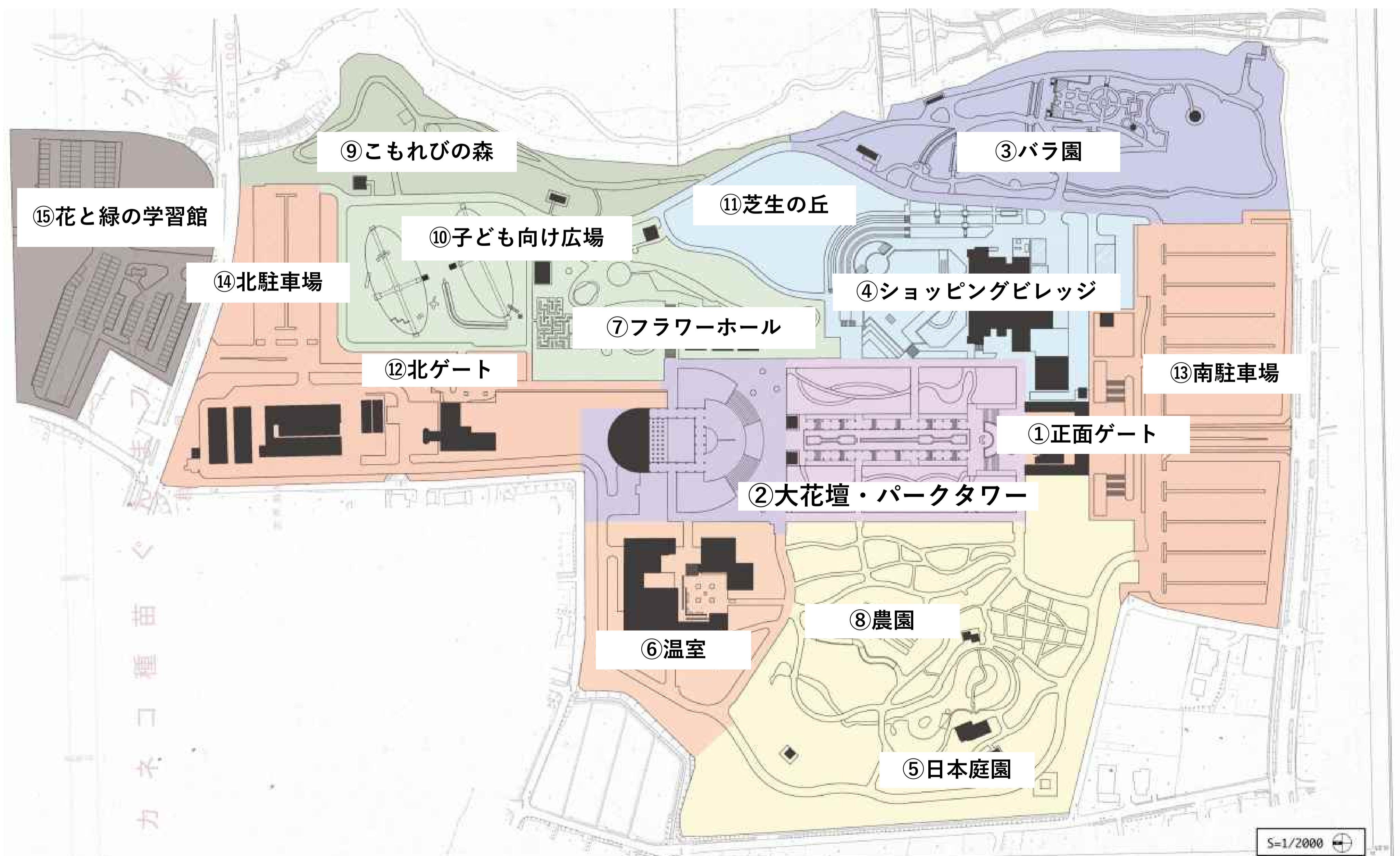
- 話題となる花畑づくり
- 花の体感度を向上させる仕掛け

■建築物

既存の建築物を最大限活用し、リノベーションする。

- 花やグリーンによる室内装飾
(室内でも花の体感度を向上させる仕掛け)
- 統一されたデザイン
- 施設整備への地域資源の活用 (県産木材の使用等)

全体配置図



エリア別の整備方針

① 正面ゲート・売店

ワクワク感やエントランスでの賑わいを創出するよう、ゲート周辺を一体的に改修する。

正面ゲート、農産物直売所の既存建物を活用し、リノベーションする。

② 大花壇・パークタワー（展望棟）

■大花壇

花畑に高低差・奥行きなど立体感を持たせることにより、花との距離を縮め、花に没入できる空間を造る。

SYMBOL COLORS、SIGNATURE FLOWERを設定することで、風景としてのインパクトを演出する。

■パーク・タワー（展望棟）

登はん性のツタ植物で覆うなど、人工物の印象をやわらげる工夫を行う。

ブリッジの既存手すり、ブリッジ床については腐食が進んでいるため、新設を検討する。



③ バラ園

現在、400品種1,700株あるバラを3倍の約5,000株程度に増やす。
既存アーチを撤去し、新たに整備する。
舗装が劣化しているため、舗装を整備し直す。



④ ショッピングビレッジ（レストラン・売店）

レストラン・売店においては、室内にもグリーンや花の装飾を加え、
フラワーパークとしての体感度を向上させる。

既存建物を活用し、リノベーションする（現況調査に基づき、屋根の
防水・補修工事を行う）。



⑤ 日本庭園

甘味処「さくら」の既存建物を活用し、和モダンのカフェヘリノベーションする。



⑥ 温室

カウンターやテーブルを配置し、飲食やテレワークが可能な空間とする。屋根等の清掃・修繕を行う。



⑦ フラワーホール

既存建物を活用し、イベント展示スペースからワークショップやカフェ機能を持つ施設へリノベーションする。

植栽を植え替えるとともに、テラス席を設ける。



⑧ 農園（現在：四季のエリア）

花畑から野菜の収穫体験等ができる農園へ変更する。



⑨ こもれびの森

現状あまり活用されていないエリアとなっているため、DIY・自然体験（ワークショップ）ができるエリアとする。



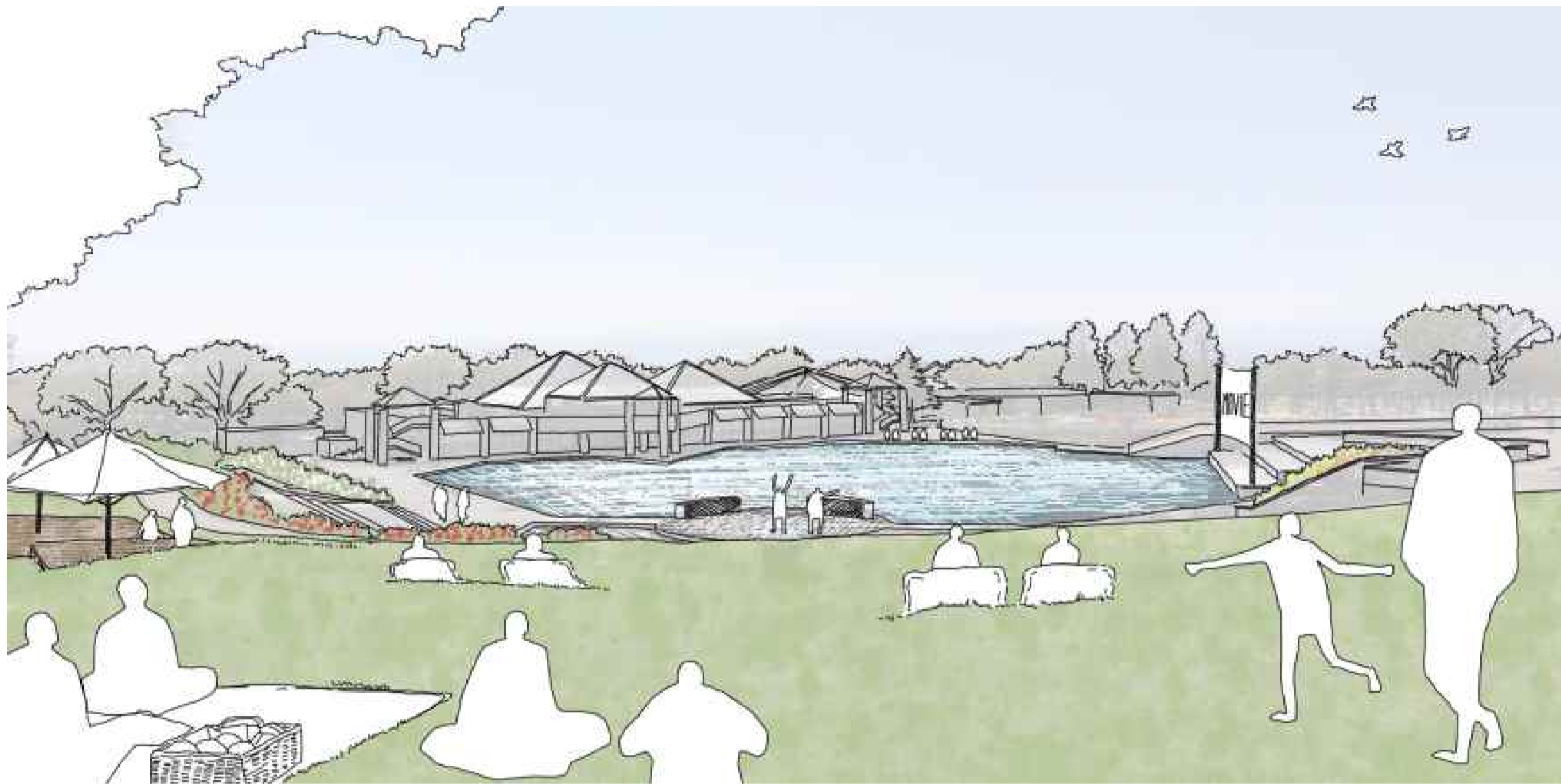
⑩ 子ども向け広場

遊具の新設等を実施するとともに、花や自然を子どもに感じさせる工夫を行う。



⑪ 芝生の丘

ラウンジテラスを設置するなど、長く滞在したくなる仕掛けづくりを行う。



⑫ 北ゲート

チケット売場付近の改修を実施する。

⑬ 南駐車場

木を伐採するなどして、駐車場の台数を増加させる。
また、将来的には次世代モビリティの活用を検討する。

⑭ 北駐車場

駐車場のライン引き直し等を実施する。

⑮ 花と緑の学習館

駐車場のライン引き直し等を実施する。

整備方針（設備（ランドスケープ））

■ 園路整備

各ゾーンの整備計画や劣化具合に応じて改修・修繕を行う。

■ 照明

既存照明の劣化具合に応じて修繕を行う。

（冬季のイルミネーションも想定）

■ サイン

園内全てのエリアにおいて、サイン計画を行う。

（メインサイン、園内マップ、ルートサイン、ピクトサイン、グラフィックサイン）

■ サービス施設

現状園内各所にベンチなどが点在しているが、劣化しているものが多いため、既存のものは撤去し、新しいものを設置する（ゾーンのテーマ設定などに合わせて、意匠、素材感の検討を行う）。

整備方針（設備（建築））

■ 電気

電気計画や劣化状況に応じて修繕・新設を行う。

ワーケーションを想定し、各所にWi-Fiやモバイルバッテリーステーションを設置する。

■ 給排水設備、厨房設備、空調設備、消防設備

整備計画や劣化具合に応じて改修や修繕を行う。

■ トイレ

内装を刷新し個室ブースを広げ、清潔感の感じられる居心地の良いトイレとし、園全体のアメニティ向上につなげる。

■ 東屋

既存建物を活用しつつ、劣化や破損の生じている部分を修復する。

「立ち寄りたい場所」「写真を撮りたい場所」「ワーケーション」として機能する場とする。

(7) ソフト対策

以下のソフト対策を行うことにより、**四季を通じた賑わいを創出**する。

ア 年間を通じた多彩なワークショップ等の開催

○園内の花のワークショップ

- 花の摘み取り体験
- フラワーアレンジメント、リース、スワッグ、オーナメント作り
- アロマミスト作り など

○地元の作家やアーティストを活用したワークショップの開催

- DIY・工芸品の制作 など

○自然体験

- 火起こし体験、ツリークライミング など



イ 食を通じた体験

- 野菜の収穫体験
- 県産農畜産物を活用したオリジナルメニューの提供



ウ ワークーション

花や緑あふれる環境で、自然に囲まれながら仕事ができる、ワークプレイスを構築。

※園内全体でワークーションができるよう、Wi-Fiの環境整備を行うとともに、モバイルバッテリーステーションも園内にくまなく配置。



エ デジタル化

- 園内アプリの開発
- チケット購入等の電子化
- プロジェクションマッピング 等

7 果たすべき役割等

花き振興の強化

ぐんまフラワーパークを“花き振興の拠点”と位置づけ、花に興味を持ってもらうきっかけとなり、幅広い世代へ花き需要を喚起する。

花と自然の魅力を伝え、日常に「花」のある文化を根付かせる



【具体的な取組案】

(1) 花壇に県産花きを使用

花壇苗、アジサイ、クレマチスなど県産花きを花壇で使用



(2) 園内での県産花きを使用したアレンジメント作りなど

県産花きを使用したフラワーアレンジメント、リース、スワッグ、オーナメント作り



(3) 園内における県産花きの販売の強化

園内での花の体感度の向上により花への関心を高めるとともに、県産花きの販売を充実させることにより、園内における花き販売額の向上を行う。

(4) 県内花き生産者との連携

切り花マルシェ販売や産地見学・花農家収穫体験ツアーの開催

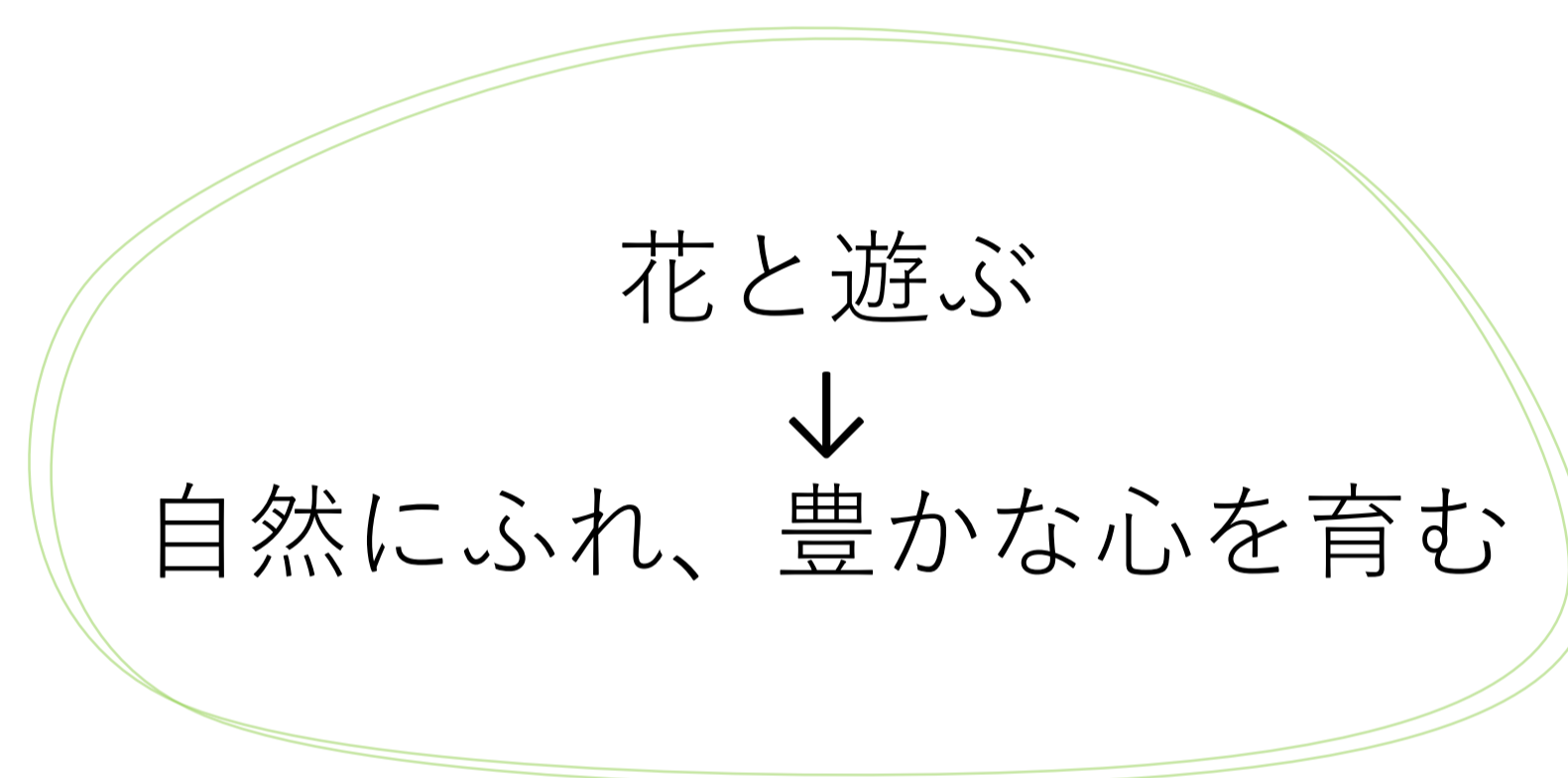


(5) 園内植物説明の充実

園内植物の説明を充実させるとともに、デジタルを活用した花の情報発信等も検討を行う。

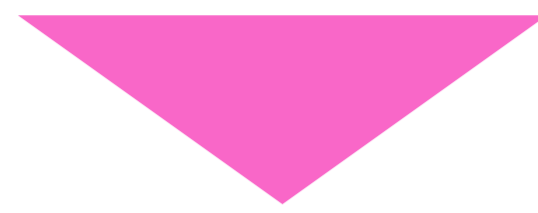
花育や木育などの学習機能

- コンセプトである“ENJOY-花と遊ぶ”を体現したコンテンツが花育や木育といった環境教育の一助となることを目指す。
- 花や緑を中心とした自然の要素にふれあう様々な体験をつくることで直接的な知識や経験だけでなく五感で感じる生の感覚や気づき、発見、が訪れる人々の心を育む機会となる。
- また、地域で生産されている花や野菜を象徴的に入れていくことで、文化の再発見や土地への愛着のきっかけづくりの場とする。



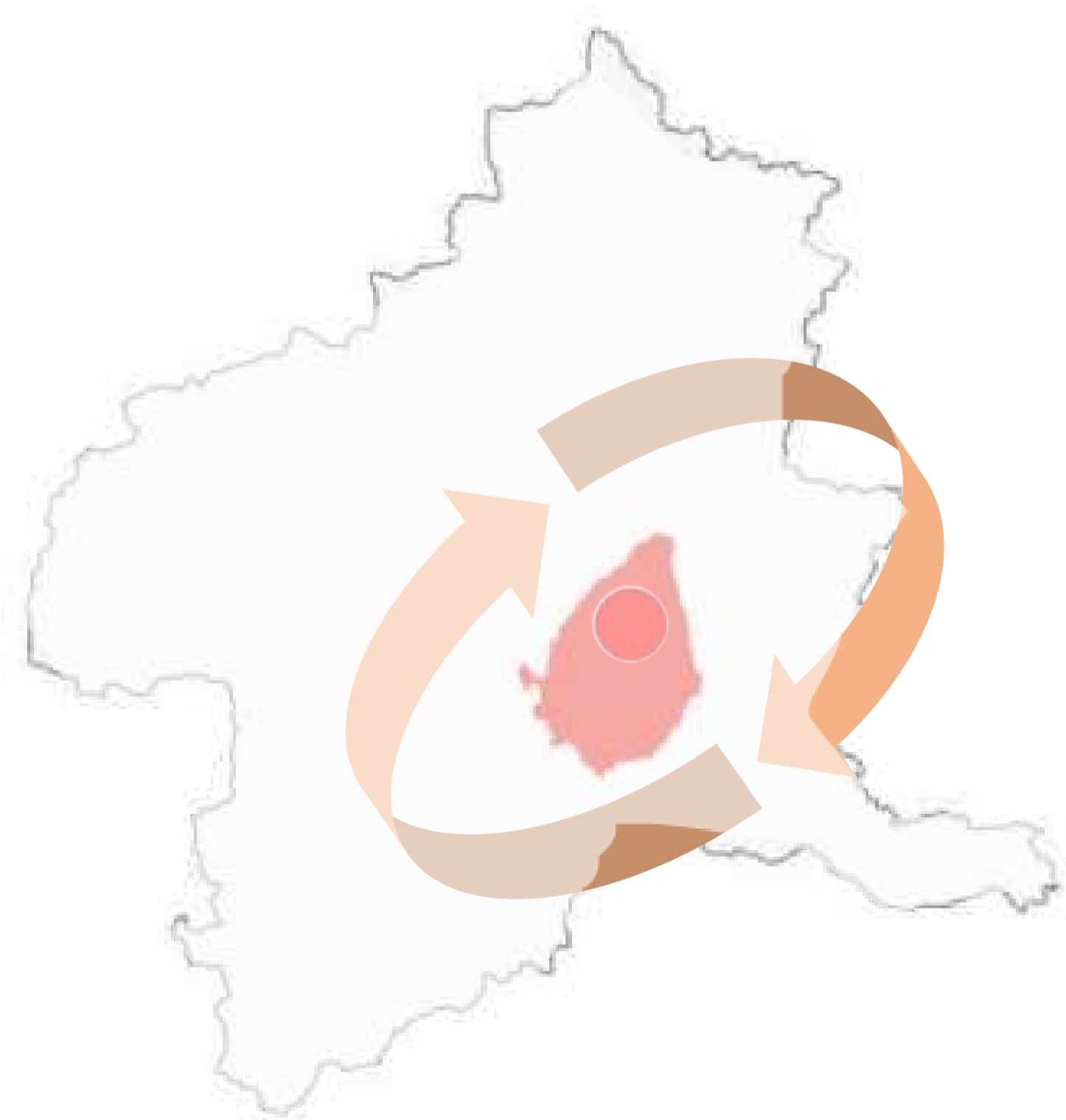
赤城エリアの活性化・他施設との連携

赤城山周辺は、公園、観光農園、道の駅、飲食施設、公共施設などが多数存在するが、集客の核となる施設がない。



ぐんまフラワーパークが集客の核・HUB拠点となり、赤城エリア活性化の好循環を創出

- 群馬県、赤城エリアへの観光・旅行を牽引する施設
(目的地となるための魅力化、交流人口の増加)
- 周辺施設との連携強化やエリアブランディングによる観光エリア構築を検討
(周遊を促す過ごし方の提案、滞在時間の延伸)



花を通して
人が出会い、繋がっていく場所。

HUB=拠点として、
地域の人々、ここにしかない
土地の魅力が集まり、
コミュニティが広がっていき、
新しい価値をめぶかせる場所。

周辺施設との連携

・ 道の駅（まえばし赤城）

新しい道の駅「まえばし赤城」が令和5年3月にオープン予定である。道の駅では、農畜産物の直売所地元産メニューを活用したレストランが出店し、温浴施設やキャンプ体験施設、観光案内所も備える。

年間80～100万人の来場者を見込み、赤城山観光の新たな玄関口として期待されており、当該道の駅との連携を検討していく。



・ 県立赤城公園

県立赤城公園の活性化に向けた基本構想を策定。

赤城エリアが持つ自然環境やアウトドア資源等を活用し、アウトドアフィールドや体験型交流拠点施設の整備が進められている。

赤城エリアであり、自然・環境といった共通点があるため、赤城の山頂とも連携し、相互の観光客の増加を目指していく。



・ ぐんま昆虫の森

全国的にもユニークな「昆虫」をテーマにした体験型教育施設であり、昆虫を間近で観察することができる。

ぐんまフラワーパークから距離的にも近く、自然・生き物といった共通点もあるため、連携の強化を図る。



北関東フラワーパークラインとの連携

群馬県、栃木県、茨城県の花の施設と連携し、高速道路網を活用した広域的な周遊ネットワークを形成し、インバウンド需要により、訪日外国人観光客の増加を図る。

構成庭園：あしかがフラワーパーク、国営ひたち海浜公園など

