

子育て世代に向けた
横浜市の魅力PRウェブサイト構成案

第1部

魅力整理・コンテンツ関連資料

1. 背景

- ① 解決したい課題
- ② ウェブサイトの目的/ゴール

2. ターゲット

- ③ 背景（ターゲティング）
- ④ 期待するアクション

3. 魅力整理及びコンセプト

- ⑤ コンセプト
- ⑥ 市内魅力調査結果
- ⑦ サイトネーム

4. コンテンツ及びサイトデザイン案

- ⑧ サイトデザイン方針
- ⑨ コンテンツの考え方

1. 背景

現在横浜市では、子育てにまつわる横浜市の魅力が伝わっておらず、 子育て世代の市外近隣エリアへの転出者の割合が多いという課題がある

— 認知における課題 —

令和5年度横浜市民意識調査結果では、横浜市へのニーズとして
子育てに関する意識関心が高まっているものの、

横浜市の魅力や強みは市内の子育て世代に意外と知られていない

○子育て情報誌「あんふあん」「ぎゅって」 子育て特集広告への読者アンケート結果

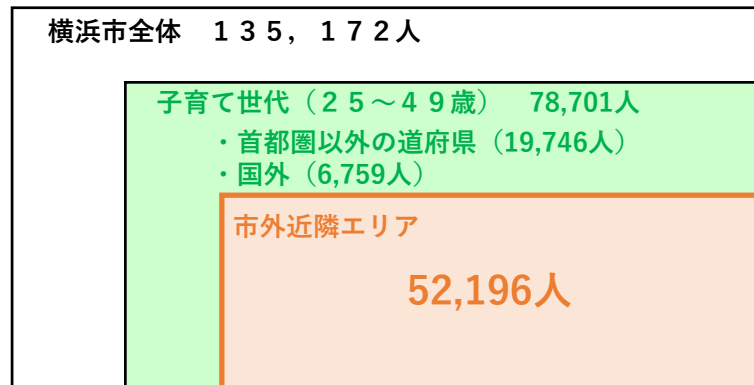
- ・小児医療費や中学校給食の問題、待機児童の問題など
横浜市は課題が色々多いと感じていましたが、
少しずつ改善されていることが紙面でよくわかりました。
これからの横浜市に期待したいです。
(市内 36歳 女性)
- ・横浜市に住んでいるが、自分の知らない魅力的な場所が
たくさんあるのだと再認識した。
(市内 42歳 女性)

— 転出の課題 —

子育て世代の転出者78,701人のうち、
首都圏以外の道府県（19,746人）国外（6,759人）を除く、

市外近隣エリアへの転出は**52,196**人（R4年中の人口移動）

○市外転出者数のイメージ



目的

横浜市の子育てに関する魅力を効果的に伝えることで、
市内外子育て世代の“興味関心”と“シビックプライド”の更なる醸成をおこなう



- ✓ 「子育てサイト・アプリ（仮称）」及び「横浜市移住サイト」と連携/差別化を図った情報を発信
- ✓ 横浜市で子育てする際の**実用的かつ利便性**を訴求

市内子育て世帯



市内の子育て施策や魅力を**簡潔かつ情緒的に**知る

市外子育て世帯



市内の子育て施策や魅力を**具体的かつ直感的に**知る

ゴール

上記の目的を達成することで、
横浜市内/外における子育て世帯の**長期的定住**及び**新規流入**を促進する

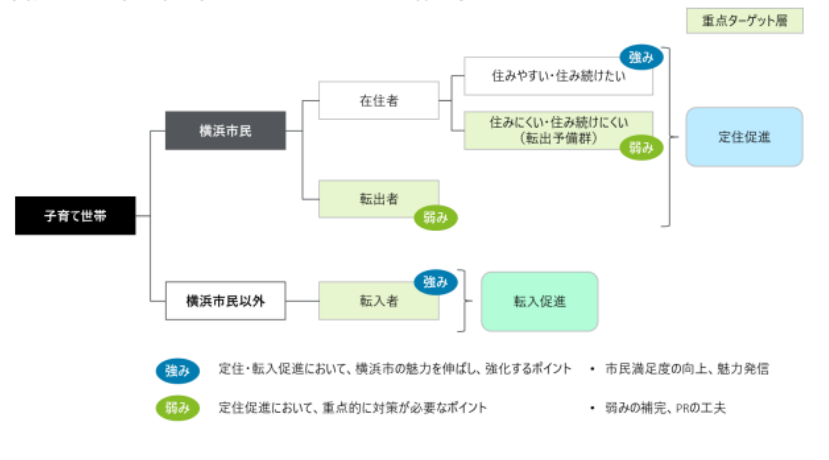
2. ターゲット

市内のメインターゲットに関しては、従来の子育て世帯の転出予備/検討層に対し、横浜市の強みや転出要因が払拭できるような魅力が訴求できるように設定

— ターゲットの考え方 —

下記調査のターゲット分析を基に、市内に関しては転出者及び転出予備群を重点ターゲットとして設置。
転出要因となる要素に対し、横浜市が持つ具体的な魅力（強み）を伝えられるよう、転出者のニーズを反映。

図表 87 定住・転入促進におけるターゲット層の考え方



— 転出者の属性 —

令和4年度「横浜市転出者・転入者意識調査」における子育て世帯における転出者の特徴から、

- ①世帯年収⇒700万未満/就学児を持つ世帯
- ②居住地は横浜市北部
- ③住宅購入を検討 という世帯属性を策定

図表 42 子育て世帯における転出者の特徴

【属性の特徴】
<ul style="list-style-type: none"> 就学児のいる世帯で、世帯年収300~700万円未満で回答者はフルタイム勤務 転出先は、神奈川県内の他市が多い 転出前の居住地は、横浜市北部もしくは南部が多い
【転出後の住まいの特徴】
<ul style="list-style-type: none"> 持ち家と比較して賃貸の方が割合は多い 持ち家の場合、新築戸建て、新築集合住宅、中古戸建てを選ぶ傾向にある
【転出のきっかけ・理由等】
<ul style="list-style-type: none"> 転出のきっかけは、就職・転勤などの仕事のためが最も多いが、子育て世帯に特徴的なきっかけとしては、住宅購入、親や親族との近居・同居があがっている 転出先の選択理由は、交通・生活の利便性や家賃・住宅価格の手ごろ感を選択した人が最も多いが、子育て世帯に特徴的な選択理由としては、親や子、親族等が近くにいる、自然環境が身近、まちなみや景観の良さがあがっている

市外のサブターゲットに関しては、転入者のニーズを基に、訴求効果の高い本市の強みを存分に活用できるように設定

—— 転出者の属性 ——

—— 移住サイトペルソナとの共通点 ——

令和4年度「横浜市転出者・転入者意識調査」における子育て世帯における転出者の特徴から、

- ①世帯年収⇒700万以上
- ②居住地は東京都
- ③住宅購入を検討 という世帯属性を策定

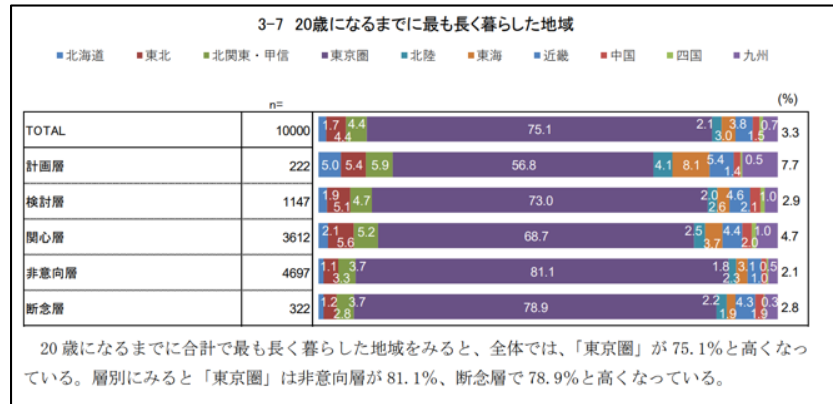
20歳までに最も長く暮らした地域が東京圏の人は、地方移住に対し「非意向層」「断念層」の割合が多い。本データを基に、

「新居を持つことを考えているが、都市環境から離れたくない」といった要素を組み込んだ。

図表 28 子育て世帯における転入者の特徴

【属性の特徴】	
・ 未就学児のいる世帯で、世帯年収700万円以上、回答者はフルタイム勤務	
・ 横浜市転入前は、神奈川県もしくは東京都に住んでいた	
・ 転入先は、横浜市内の南部もしくは北部が多い	
【転入後の住まいの特徴】	
・ 持ち家、賃貸は同等の割合である	
・ 持ち家の場合、新築戸建て、新築集合住宅、中古戸建てを選ぶ傾向にある	
【転入のきっかけ・理由等】	
・ 転入のきっかけは、就職・転勤などの仕事のためが多いが、子育て世帯に特徴的なきっかけとしては、住宅購入や住まいが手狭になったため等住宅に関することがあっている	
・ 転入先の選択理由は、交通・生活の利便性、家賃・住宅価格の手ごろ感が上位にあがってきているが、子育て世帯に特徴的な選択理由としては、親や子、親族等が近くにいる、自然環境が身近にあるがあがってきている	
【横浜市に対する評価】	
・ 前に住んでいた自治体より横浜市の方が良いと思う点について、交通・生活の利便性を選んだ人が最も多く、子育て世帯は、家賃・住宅価格の手ごろ感、親や子、親族などが近くにいる、自然環境が身近を評価する傾向がある	

※1



※2

出典：

- ※1 横浜市「子育て世帯に優しい施策の検討に向けた調査等業務委託 最終報告書」
- ※2 内閣府「令和2年 移住等の増加に向けた広報戦略の立案・実施のための調査」

下記データから横浜市内在住者及び市外在住者（関東）の興味を分析。 それぞれの割合から特徴的な地域ごとの興味を反映

—— 市内在住者 ——

最も高い興味ジャンル

子育てサポート施策

比較的高い興味ジャンル

子育てサポート施策
住みたい街ランキング

—— 市外在住者 ——

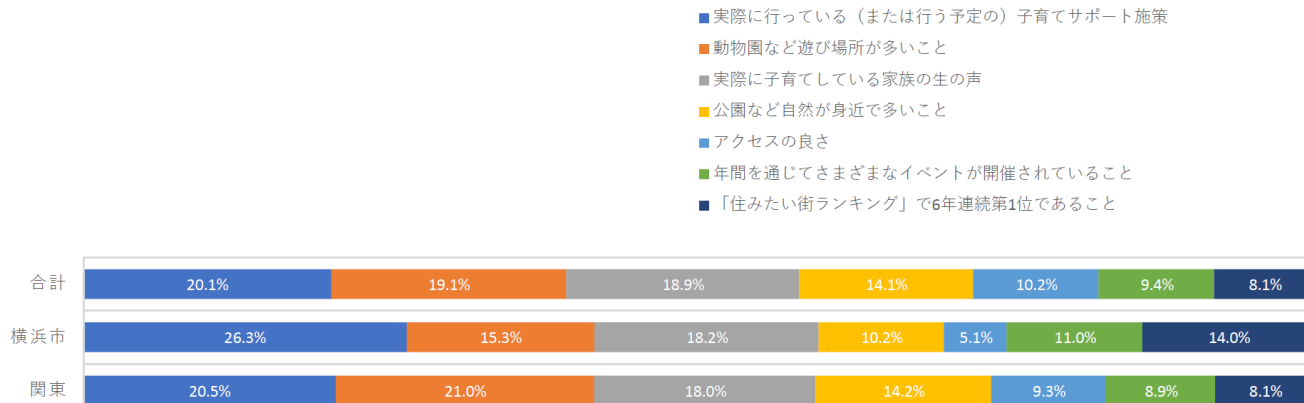
最も高い興味ジャンル

遊び場所が多いこと

比較的高い興味ジャンル

遊び場所が多いこと
公園など自然が身近
アクセスのよさ

記事の中で興味を持った横浜市のことについて内容を教えてください。(n1205)



市内外の子育て世帯に対し、市内の魅力を中心に、“強みを活かす”ことができ、印象として抱かれる傾向にある“弱みを補完する”ことが出来るようニーズを策定

強みと弱みの整理

- ✓ 子育て環境 強みの活用：**子育てが支援施設等の行政サポート** 弱みの補完：**費用面の助成や保育環境の充実**
- ✓ 教育環境 強みの活用：**教育施設及び多様な学習機会の充実** 弱みの補完：**学校教育機関のハード及びソフト面双方の魅力**
- ✓ 住環境 強みの活用：**通勤や通学における交通利便性** 弱みの補完：**住宅購入における支援制度や独自の魅力**
- ✓ 生活環境 強みの活用：**自然環境の充実やレジャー・商業施設の充実** 弱みの補完：**交通インフラや授乳室等の施設情報**

図表 89 横浜市の強み・弱みの整理を踏まえた施策・取組案の方向性

		強み	弱み	施策・取組案の方向性
子ども・子育て関連施策の展開	子育て支援 保育環境	【子育て支援】 ・子育て支援施設は充実しており、妊娠・出産・子育て中に、気軽に立ち寄れる場所や相談できる場がある	【子育て支援への要望】 ・妊娠・出産・子育てに関して、行政の手厚いサポートが必要とされている ・子どもの送迎、家事サポートが必要とされている ・出産費用・補助・お祝い（他都道府県・地域との比較）への要望がある ・医療費の無償化や所得制限に対する要望 【保育環境への要望】 ・待機児童が発生している ・体調不良児の受け入れ先が限られている ・保育料が負担になっている	【強みを活かす】 ・子育て支援施設の充実や相談できる場所があることは評価されているため、転入者や本市在住希望の世帯、転入学児の世帯など、転入学希望が低い層に対して、相談場所や行政サポートに係る周知を強化していく 【弱みを補完する】 ・出産等にかかる費用の助成、小児医療費の完全無償化等、経済的負担が軽減できると良い ・保育が必要な子どもの受け入れが可能ようにハード・ソフトの整備を進めていくと良い
	教育環境	【教育環境】 ・幼稚園、小学校、中学校の施設に関して県内他都市と比較して遜色ない ・幼稚園、小学校、中学校が近く、まとまっているため通いやすいと評価されている ・学習塾や習い事の選択数が多いことが評価されている ・身近に自然に触れられる環境に恵まれており、学校以外で様々な体験の場があることが評価されている 【その他】 ・図書館数、博物館数は県内他都市と比較して遜色ない	【教育環境にかかわる要望】 ・中学校給食の提供が他都市と異なっており、改善要望がある	【強みを活かす】 ・教育環境は、教育施設数の多さや通学利便性、学習塾や習い事などの学校教育以外の学習機会の選択数が多いことや、身近に自然があり、博物館等の体験の場があることを市の魅力として積極的に発信できると良い 【弱みを補完する】 ・すべての生徒が満足できる中学校給食の実現を目指していくと良い

		強み	弱み	施策・取組案の方向性
子育て世帯のライフスタイルやニーズに応える展開	住環境	【住環境】 ・持ち家所有率が高く、最寄り駅まで2km圏内の住宅が多く、通勤利便性が良い住環境である ・横浜市の延べ床面積1㎡当たり家賃（専用住宅の借家）は県内他都市（川崎市、藤沢市、茅ヶ崎市）と比較して高すぎるわけではない	【住環境への要望】 ・住宅にかかる諸経費の低減が重要視されている ・子どもの就学、親の就職・転職等、ライフスタイルの変化に合わせ転居もしくは住み替えたい希望がある 【住まいで重要視すること】 ・持ち家、新築、立地の良さ、十分な間取りや広さ、駐車場付きを重要視している ・親世帯と同居できる、もしくは近距離で暮らせることを重要視している	【強みを活かす】 ・通勤利便性の良い住環境は強みの一つであり、魅力発信していけると良い 【弱みを補完する】 ・住宅にかかる諸経費が経済的負担となっているため、軽減策が検討できると良い ・また、親や親族との同居・近居が重要視されているため、市内の親や親族が子育て世帯を呼び寄せやすくなる施策が検討できると良い（転入者と呼寄せ家族双方にメリットのあるインセンティブ制度など）
	生活環境	【生活環境】 ・公園の設置数及び面積は県内他都市と比較して遜色ない ・公園・緑・触れられる自然が身近にあることが評価されている ・子どもと一緒に出かけられる商業施設やレジャー施設があることが評価されている ・地域住民が温かく、コミュニティ活動が活発であることが評価されている	【生活環境への要望】 ・道幅や歩道が狭く、ベビーカーの移動が大変という声がある。また、自転車移動しにくく、危険であるという声があり、道路整備への要望がある ・授乳室等が整備済みの場所が多数あることへの要望がある	【強みを活かす】 ・生活環境において、自然が身近にあり、子どもと一緒に出かけられる商業施設やレジャー施設があることが横浜市の魅力でもあるため、生活環境の良さをPRするとともに、子育て世帯が横浜市に居住した際の生活をイメージできる情報発信をしていくと良い 【弱みを補完する】 ・公園周辺や通学路等、子どもや保護者が多く行き交う道路を優先的に整備し、移動の安全が確保できると良い

子育て応援サイト・アプリ（仮称）及び横浜市移住サイトと連携し、 市内外子育て世帯それぞれの意識変容が達成されるような導線を作成する

市内子育て世代（メインターゲット）

訴求以前

1 事前ステータス：新たな転居先を検討中



- 子どものことも考えて、新たに広い家に引っ越したい...
- 現環境にそこまで不満はないけど、いい環境はないだろうか...

子育てPR

2 興味/関心：市内の“知らなかった魅力”に触れる



- 他の区にはこんな体験ができる施設やサービスがあったのか！
⇒ **魅力紹介記事/取材記事**
- 私たちの子育て体験も発信しよう！
⇒ **コミュニケーションコンテンツ**

訴求後

3 再検討：市内での新たな転居先を優先的に検討



- 今の住まいを移動するにせよ、横浜市に住み続けたい
⇒ **定住意欲の醸成**
- 今後は制度/施設を活用しよう
⇒ **市内施設の循環/情報発信の喚起**

市外子育て世代（サブターゲット）

1 事前ステータス：他地域への移住に興味



- 横浜市にはよく観光に行くけれど、家族で暮らすとなるとどうだろう...
- 市内の子育て世帯は、実際どんな暮らしをしてるんだろ...

2 興味関心：横浜市の“暮らしの魅力”に触れる



- 沢山のの子育ての魅力があるんだ！
⇒ **紹介記事**
- 市内の子育て世帯はこんな魅力的な生活をしているんだ！
⇒ **取材記事/コミュニケーションコンテンツ**

3 居住意欲の醸成：横浜市への転居を検討



- 横浜市は、観光だけでなく、暮らしもこんなに充実しているんだ
⇒ **居住意欲の醸成**

3. 魅力整理及びコンセプト

キーメッセージ

横浜で見つけた、 みんなの“いいね！”

1

横浜市の日常の魅力が
より伝わる

2

子どもと横浜市の
“将来”の魅力がわかる

3

“子育て世帯視点”を
重視した魅力の発信

横浜市の暮らしの魅力がより伝わる

市内の施設や生活環境の魅力をピンポイントに集約し、
市内子育て世代の“新たな発見”につながるコンテンツを制作

Step1

市内の子育てに関する魅力を
多角的に集約/リスト化

・ **子育てに関する施策やサービスの魅力**
横浜市の充実した子育て支援策や子育てに関連する事業や取組を集約。具体的な支援策の紹介にとどまらず、支援を受けることによるメリットが伝わるコンテンツにしていく



・ **施設や生活環境の魅力**
市内の生活上での魅力（子育て世帯向けレジャー施設や交通利便性等）を集約。特に横浜市ならではの魅力を集約するとともに、より深い魅力を抽出し、訴求力のある魅力をコンテンツ化していく



Step2

ビジュアルベースで閲覧者が“直感的”に
魅力を感じるコンテンツに

コンテンツ
イメージ



子どもの未来の可能性が広がる街・横浜の親子向け体験施設とは？

子どもたちに、どんな学びの機会を提供できるのかというのは、親世代にとっての大きな課題のひとつです。将来に向けてたくさんの体験をさせてあげたいけれど、身近なところでそういう場所が無かったり、訪問をけれられなかったり、いろいろ悩ましい事も……

でも安心です。横浜は「子どもの未来の可能性が広がる街」。文明開化の頃から新しいチャレンジに前向きなので、「新しい価値観を学ぶ」チャンスがいっぱいあります。

魅力に合わせたビジュアルをメインにし、閲覧者が負担なく魅力を感じる事が出来る

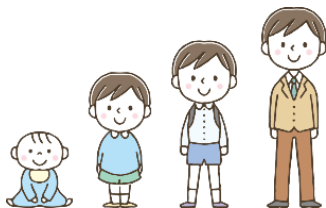
各コンテンツに対し、紹介文を簡潔に。多くのコンテンツに対しユーザーが気軽に触れられるようにする

出産段階～学齢期まで、網羅的に子育て世代への魅力をコンテンツ化。
横浜市の今後できる施策やスポットを紹介し、将来の魅力を発信

point1

子どもの成長段階別でわかる横浜市の魅力

未就学児～中学生まで、子どもの年齢に分けて
魅力を整理。閲覧者それぞれの子供の年齢に合わせ
子どもの将来の魅力がわかる導線



※整理方法については「⑨コンテンツの伝え方」を参照ください

point2

横浜市の将来の魅力

2027年開催予定の「横浜国際園芸博覧会」や
今後市内で生まれる予定のスポットや施策を記事に。
本市に将来的な展望を抱けるようコンテンツを制作。



今後の魅力を市内外に発信することで、
「横浜市ではこれからも魅力的な生活が送れる」という
中長期的な定住/居留意欲を醸成

“子育て世帯視点”を重視した魅力の発信

市内の子育て世帯の投稿を基としたコンテンツを制作することで、
市内の子育て世帯の視点からの情報/魅力の発信を行っていく

— みんなの“いいね！”応募フォームの設置 —

1 市内子育て世帯の魅力を募集

市内子育て世帯が、住んでいるからこそ知っている
市内の魅力や、個人的に感じている推しスポットを
投稿できる応募フォームを制作。

2 季節ごとのテーマ設置で時期に合わせた投稿を促進

上記のアンケート調査を基に、
“横浜市の子育て世帯が思う魅力”を
コンテンツ記事として制作。
リアルな知見から市内の魅力を伝えていく



— コンテンツの選定/編集⇒サイト反映 —

1 応募されたコンテンツからコンテンツを抽出

応募された投稿から、ウェブサイトに反映する
コンテンツを選定する。



2 リライトした記事をサイトコンテンツとして反映

①にて選定した投稿文をもとに
サイト内にコンテンツとして反映。
また、特設コンテンツとすることで、
ユーザーが身近にとらえられるよう
な導線設計をおこなう。



令和5年度の委託事業の一環で実施した市内子育て世帯へのアンケート調査から、以下の通り、本サイトで狙うべきターゲット/コンセプトをブラッシュアップ。

■「横浜市に住んでよかったこと・力を入れた方がいいところ」に関する設問の回答を居住年数ごとに比較すると、ギャップが大きかったものは「子育て・教育」

5年以上住んでいる人は「子育て・教育」10年以上住んでいる人は「交通・利便性」に良さを感じている※1一方、5年未満の人は全体的に良さを感じられていない様子で特に「子育て・教育」「住環境」に不満を感じている。※2
また5年以上住んでいる人の中には「子育て・環境」に不満がある人も一定数いるため、二極化が見られる。

⇒居住年数が低い層をメインに市内全体の魅力発信が必要

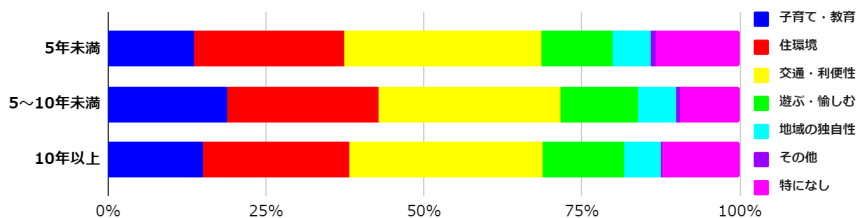
■オスズメスポットのフリーアンサーの回答がバラエティに富んでいてとても豊富であることから横浜市への愛着や、貢献に向けた思いは強い

スポットなどに関するフリーアンサーはさらに細かい精査が必要だが、市民の声を存分にサイトに反映させることができると効果的になると思われる。

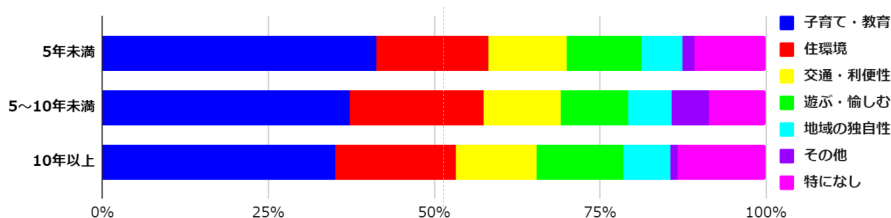
一案としては、主に在住期間が短い人からの質問に長く住んでいる人が情報を教えるなど、2WAY的な仕組みが作れるとより利用頻度が深まり、また、再訪のきっかけにもつながると思われる。

⇒市民の方々を巻き込んだ訴求方法

※1「居住年数ごとのよかったと感じたポイント」の割合



※2「居住年数ごとの力が入る必要がある、不十分だと感じたポイント」の割合



サイトの鍵となるコンセプトを表すキーマッセージを、

「“市民視点”で伝えていくこと」、「ユーザーにとって印象的に伝わること」、

「このサイトはどんなことを体験として提供することができるのか」

という3つの観点から制作。

■全体

・アンケート調査でのスポット回収数からわかる通り、市内の方々が「横浜市民」としての愛着を持っている傾向が高いことから、市民の方々を巻き込んだ形でのPR方針はデータから見ても良いと考えられる

⇒市民視点での魅力発信/市民の声を重要視したコンセプトに

■メッセージについて

・サイト訪問者がこのサイトの役割やコンテンツのイメージを、より機能的/具体的にイメージが出来た方が良い

⇒本サイトで紹介している、市内の魅力が、ユーザーにとって印象的に伝わるような単語に

⇒本サイトの“機能性”をイメージできるように

What（本サイトで伝える内容方針）

情報の深堀と拡充（子育て応援サイト・アプリ（仮称）と横浜移住サイトでは載せきれない内容）

- ・横浜市独自の施策（他都市よりも充実・魅力的なもの）
- ・独自施策ではないが、工夫により、事業効果を高めているもの
- ・市内のおすすめポイント、トリビア的な話題、横浜市民ならではの「あるある」

⇒住んでいる人も知らないような、横浜市のミクロな魅力/体験ベースでの魅力を伝える

■キーワード

“みんな”

⇒Point:市民視点での魅力発信/市民の声を重要視
⇒「市内子育て世帯」というワードに対して、
行政側からの発信イメージをなくし、シンプルかつ柔らかい印象で言い換え

“いいね！”

⇒②本サイトの“機能性”をイメージできるように変更
⇒魅力を【発信者⇒ユーザー】ではなく、ユーザーの本サイトで得られる体験から表現

「いいね！」の背景

- ・サイトに掲載する市内シーズの表現方法が、シンプルかつコンパクトに伝えていくものであることから、ユーザーがコンテンツから得られる体験も、時間をかけず即時に関心を得ることが想定される
- ・SNSでよくみられる、お気に入りボタンの名称から、現代的に「コンパクトに良いものを表現する」ワードとして普段から使用されているワードとして上記ワードを選定。

横浜で見つけた、 みんなの“いいね！”



サイトネーム策定における方針

① サイトの役割/コンセプトに沿ったネーミングに

⇒サイトネームから、このサイトのコンセプトが感覚的に伝わるように、
「横浜にまつわるサイトであること」「暮らしていく中での魅力が伝わる」
「家族や子育てに関するサイトであること」という3つの側面からサイトネームを作成。
※サイトネームロゴに際しては、ボリュームを鑑み上記メッセージを短縮して表現する

② シンプルかつポジティブなワードで、“行政っぽさ”が出ない様なネーミングに

⇒①伝えるべき内容をコンパクトにした英単語でまとめる

②ポジティブなワードを使用

上記の点からシンプルかつ“温かさ”や“柔らかみ”を伝えられるようなネーミングを作成

4. サイトデザイン及びコンテンツ

サイトデザイン方針

1 温かみのあるデザイン

2 親しみやすいデザイン

3 すっきりしていて、わかりやすいデザイン

興味/関心：市内の“知らなかった魅力”に触れる



- 他の区にはこんな体験ができる施設やサービスがあったのか！
⇒ **魅力紹介記事/取材記事**
- 私たちの子育て体験も発信しよう！
⇒ **コミュニケーションコンテンツ**

興味関心：横浜市の暮らしの魅力に触れる



- 沢山の子育ての魅力があるんだ！
⇒ **紹介記事**
- 市内の子育て世帯はこんな魅力的な生活をしているんだ！
⇒ **取材記事/コミュニケーションコンテンツ**

本体験をもたらすために必要なこと

これまで住んでいる土地だからこそ、
一般的な市内の魅力はもう知っている...

世帯の境遇や興味に沿った**ピンポイントな魅力**を知る

コンテンツの見せ方に関する工夫①

子どもの年齢やエリアといった、
ユーザーの興味関心に沿った形で魅力を伝える

条件選択機能の導入

観光でよく行くスポットは知っているけれど
暮らすとなると、どんなメリットがあるんだろう...

サイトの訪問に目的はなくても、
市内の**生活の魅力**に出会うことができる**デザイン**

コンテンツの見せ方に関する工夫②

目的なくサイトを見ても、
偶然的な横浜市の魅力に触れることができる

動的なデザインの導入

ユーザーが自身が抱えている、ピンポイントな「知りたい」というニーズに合わせ、魅力的にコンテンツに誘導する条件選択機能を本サイトに実装することで、**ユーザー自身の興味や関心が深まっていく体験を実現**することができる。

—— 案：エリアマップやカテゴリからの選択 ——

エリアのマップやキーワードから、ユーザーの属性や興味に合わせたコンテンツを提示

参考イメージ

①



参照サイト

①長野「Suuhaa」
<https://suu-haa.jp/>

②「ずらし旅」
<https://recommend.jp-central.co.jp/zurashi-tabi/newtravel/>

②



—— 案：子どもの年齢からの選択 ——

子どもの年齢に沿ったイラストを配置し、タップ/クリックすることでその時々に沿った魅力コンテンツが伝わるような仕組み



パララックス機能をデザインに反映していくことで、各コンテンツがユーザーの目に留まりやすいような動きを持たせる。また、コンテンツやサイト全体に動きをもたらすことで、**ユーザーが偶然的に横浜の魅力について触れることが出来る**ような設計に。

—— サイト全体パララックス ——

サイト全体に対して動きをもたらすことで、ユーザーがサイトで行動をしなくても、サイト自体に面白みをもたらすことが出来るような設計にする。



参考
岩手県岩手町
「きこえるいわて」
<https://iwatetownsds.jp/>
コンテンツに沿ったキーワードが常時横に流れていくような動き

本ウェブサイトへの反映例

- ・ローディング中にアニメーションを提示
⇒haruta : <https://www.haruta-shoes.co.jp/catalog/girl2024/>
- ・サイト上にてコンテンツや写真が常時動くような仕様に
⇒奈良県御所市 : <https://gosenone.com/>
社会福祉法人優和会 やまのみ : <https://yamanomi-hoiku.com/>

—— コンテンツに合わせたパララックス ——

コンテンツにユーザーがアクション（クリックやスクロール等）したときに動きを持たせることで、ユーザーに感覚的な体験を付与する。



参考
兵庫県「兵庫の日常へ旅しよう」
<https://expo2025-hyogo-fieldpavilion.jp/travelogue/>

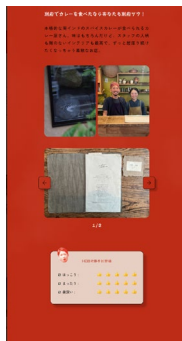
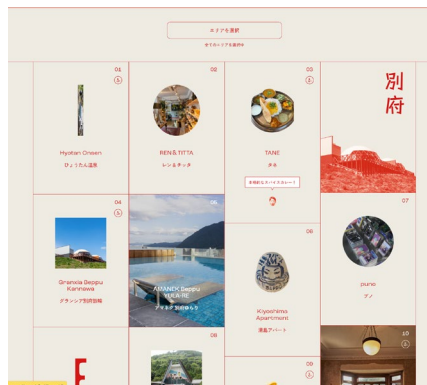
本ウェブサイトへの反映例

- ・魅力紹介記事にカーソルがあった/タップした際、星やハート等のオブジェクトが出現
⇒JR : <https://recommend.jr-central.co.jp/zurashi-tabi/newtravel>
- ・スクロールに合わせてテキストや画像が出現
⇒haruta : <https://www.haruta-shoes.co.jp/catalog/girl2024/>

市の施策や魅力などを紹介する記事に関しては、200字程度のミニコラム記事を想定。
ユーザーに対してコンパクトに情報が伝わるよう、デザイン&ライティングの工夫を施す。

簡潔な動きで
“ポップ”な記事に遷移

導線は記事をタップするだけでその場にポップとして記事に遷移するような形式とし、簡易的にユーザーが見れるような設計（ポップアップ等）にするとともに、記事構成も写真とテキスト・イラストを中心に遊び心があるレイアウトにする。



タイトルをキャッチーな言葉で表現

100コンテンツの掲載を想定していることから、一つ一つのコンテンツが埋もれない様、ユーザーが簡潔かつ負担なく情報取得が出来るようなタイトルでコンテンツを制作する。また、それぞれに対してハッシュタグを挿入することで、単語起点でコンテンツの紹介内容を把握することが出来る&索引できる仕様に。

1. 世界を揺るがすアートに出会う。

ミュージアム みなとみらい

横浜美術館
みなとみらいにある横浜を代表する美術館。丹下健三の設計による美しい建築はそれ自体が見どころで、3年に一度開催される現代アートの国際展『横浜トリエンナーレ』の主会場の一つとしても有名である。企画展は、印象派から現代アーティストの奈良美智まで幅広い。特に写真コレクションは、量もさることながら質も高く必見だ。

Photo: Kaasagi Yasuyuki

詳細情報

参考
timeout「横浜でしかできない50のこと」
<https://www.timeout.jp/to-kyo/ja/things-to-do/things-to-do-in-yokohama>

参考

BEAMS 「ニュー・ベップ・シティ・ガイド」
https://www.beams.co.jp/special/happyoutside_beppu_cityguide/

下記サイトを中心に、参考先となるサイトのギミック及び評価をヒアリング。
 これらの内容のギミックを参考として、本サイトのコンセプトに沿ったサイトギミックを
 デザインに合わせて反映していく。

サイト名	参照ギミック	ギミック評価	URL
尾瀬やまもり	リンク配置	リンク先が画面上部にあり、サイトの構成をイメージしやすい	http://katashina.info/
harmonies with KUMON	メニュー表示	スマホでのメニューの表示が分かりやすく、記事も探しやすい	https://harmonies.kumon.ne.jp/
ずらし旅	コンテンツ配置	写真の上にタイトル YouTubeのサムネイルでよくみられる手法 注目してほしいところにハイライト	https://recommend.jr-central.co.jp/zurashi-tabi/newtravel/
DIVE! 広島	コンテンツ配置	偶然性 記事自体が流れる ローディングのロゴのアニメーションで飽きさせない遊び心◎	https://dive-hiroshima.com/
きこえるいわて	コンテンツ配置 サイトテキスト	偶然性 見慣れない擬音など目を引くテキストが流れる	https://iwatetown-sdgs.jp/
いいけん島根県	スクロール デザイン (SP)	スクロールすると表示方法が変わる 動きのダイナミックさ◎	https://www.kurashimanet.jp/iikenshimaneken/
クラモア	スクロールデザイン (SP)	読んでいくと自動で記事にインラインが引かれる	https://kuramore.jp/

第2部

R5横浜市子育てPRウェブサイトサイト構成資料

概要

プロジェクト名称	市内の子育て世代向けプロモーションサイトの作成
WEBサイトのURL	https://〇〇.city.yokohama.lg.jp/
目的・概要	横浜市の「子育て応援サイト・アプリ（仮称）」（※令和6年6月末リリース予定）や「横浜移住サイト」（ https://iju-sumu.city.yokohama.lg.jp/ ）と連携しながら、横浜に住む子育て世代に横浜への愛着醸成及び定住促進を図るウェブサイトを構築する
ターゲット	市内子育て世代（サブターゲット：市外子育て世代）
WEBサイト公開日	・令和7年1月予定 ※WEBサイトを一定期間運用することで、効果測定のための数値を取得する期間を確保します。

サイト制作基本情報

言語	日本語
アクセス解析	<ul style="list-style-type: none">① Google Analyticsのタグ設置・設定<ul style="list-style-type: none">・ Webサイトのアクセス解析ができるツール導入② Google search console 設置・設定<ul style="list-style-type: none">・ Google検索でのWebサイトのパフォーマンス分析ができるツール導入
プライバシーポリシー	<ul style="list-style-type: none">・ 「横浜市ウェブサイトにおける個人情報の取り扱い」に遷移 →https://www.city.yokohama.lg.jp/aboutweb/privacy-policy.html
制作ガイドライン	<ul style="list-style-type: none">・ 総務省「みんなの公共サイト運用ガイドライン」・ WAIC の「ウェブアクセシビリティ方針策定ガイドライン」に基づき、アクセシビリティJIS 規格（JIS X 83431-3:2016）のレベルAA に準拠

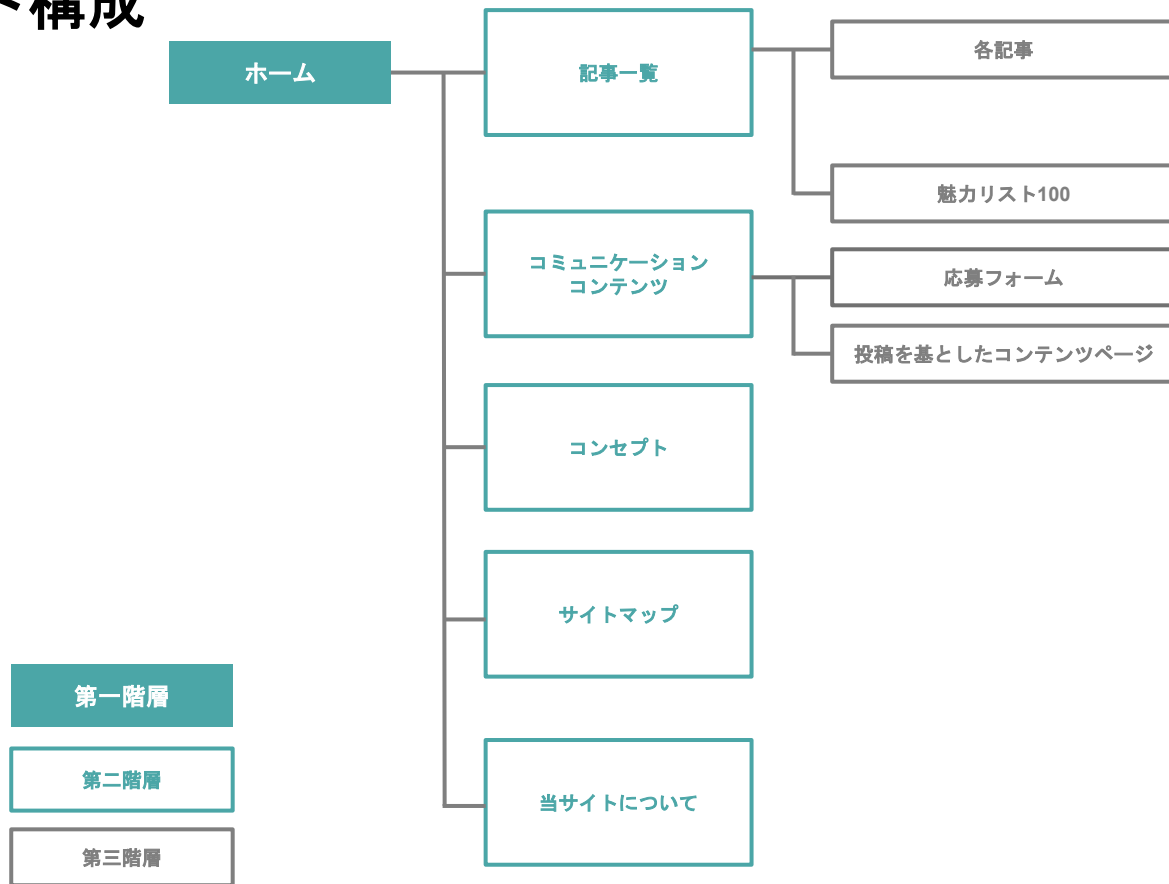
サイト推奨環境

推奨端末	<ul style="list-style-type: none">▪ <u>レスポンスWeb デザイン採用します。</u>▪ スマートフォン▪ PC▪ タブレット	
推奨画面サイズ	<ul style="list-style-type: none">▪ iPhone SE (第1世代) (論理ピクセル数320×568)▪ iPhone SE (第2世代) (論理ピクセル数375×667)▪ iPad (9.7インチモデル) 縦持ち (論理ピクセル数768×1024)▪ iPad (9.7インチモデル) 横持ち (論理ピクセル数1024×768)▪ SXGA ディスプレイ接続PC、スケーリング100% (論理ピクセル数1280×1024)▪ WXGA ディスプレイ内蔵PC、スケーリング100% (論理ピクセル数1366×768)	
推奨OS・ブラウザ	Windows	<ul style="list-style-type: none">▪ Google Chrome、Microsoft Edge、Mozilla Firefox 最新版
	MAC	<ul style="list-style-type: none">▪ Google Chrome、Safari
	iOS	<ul style="list-style-type: none">▪ 最新版
	Android	<ul style="list-style-type: none">▪ 最新版

制作項目一覧

種別	内容	本数
取材記事	・ 公開段階で掲載する取材記事	3～4
	・ サイト公開後に掲載を行う取材記事	3～4
紹介記事	・ 市内の魅力紹介記事	100
WEB掲載情報 その他	「取材記事・紹介記事」以外の、その他PRコンテンツ	未定
コミュニケーション コンテンツ	市内の子育て世帯との双方向性のあるコンテンツの制作 ※インスタ等SNSコンテンツは想定していない	未定

サイト構成



ディレクトリマップ

No.	第1階層	第2階層	第3階層	階層名	URL	備考
1	ホーム			/		
2		記事一覧		/tips		
3			紹介記事			魅力リスト100
4			取材記事			
5		コミュニケーションコンテンツ		/form		コミュニケーションコンテンツの概要、フォームの設置、投稿コンテンツページ
6		コンセプト		/concept		当サイトの目的などを掲載予定
7		サイトマップ		/sitemap		
8		当サイトについて		/about		プライバシーポリシー・アクセシビリティなどを掲載 ▼ページイメージ https://jju-sumu.city.yokohama.lg.jp/about/

構成イメージ

※レイアウトや機能は現時点のイメージであり、より効果的なワイヤーフレームを提案してください。ただし、以下の機能は必須とします。

【必須機能】

サイト訪問者の興味・関心、子どもの年齢、住所等に応じたフィルター機能

おすすめの記事が表示されるレコメンド機能



SEO対策案

内部施策

■マシンリーダブルの実施

Google Analytics、Google Search Consoleのタグを設置を行い、検索エンジンに正しく情報認識をさせます。
また、新しくページができた際にはGoogleに通知することも出来るため、いち早くGoogleに認知されるページとなります。

正しく情報認識させることで、Google検索にヒットしやすくなり、サイトに関心が高いユーザーがサイトへ難なくたどり着くことができます。さらに、Google検索での表示回数・掲載順位を知ることが出来るため、今後の運用に役立つ情報を蓄積できますので、ユーザーがGoogle検索をしてたどり着くほど気にかけている情報をいち早く知ることができ、それに見合ったサイトのメンテナンス・内容の拡充や新規記事の作成等を実施することで更に順位を上げていくことが可能です。

Google Analytics、Google Search Consoleを活用することで、ウェブサイト上で発生した重要な問題やエラーを察知することも可能ですので、早急な問題解決のためにも各ツールを活用して運用していきます。

Google Search Console画面(例)

(<https://search.google.com/search-console/about?hl=ja>)



SEO対策案

内部施策

■適切なソースコード・文字の設置

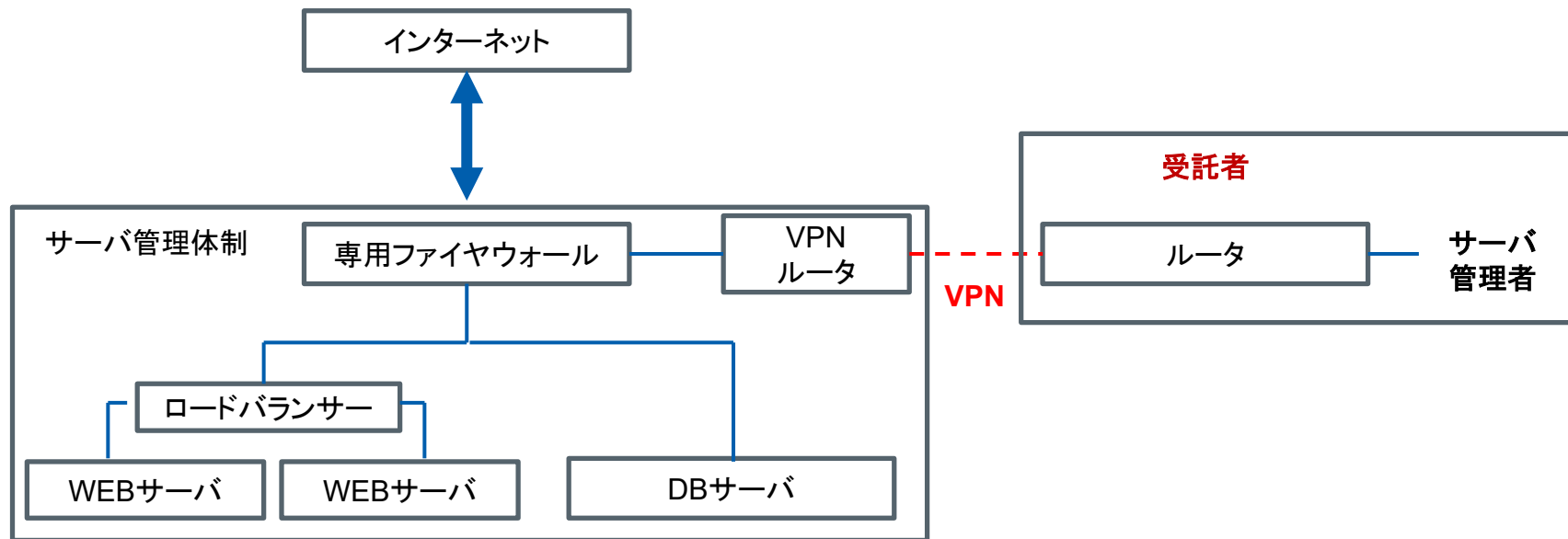
Googleに対してページのリンクをたどることが出来るようSEOに最適なソースコードを設置します。

デザインの観点から文字を画像でレイアウトすることがありますが、画像の中に入っている文字は検索対象に原則としてはなりませんので、出来る限りテキストで表現させます。ただし、デザインの都合上を重視する際には画像を多用する場合がございますので、もし画像として記述する箇所にはalt属性を付与させてGoogleに対して内容を明示的に示します。

■サイト内の回遊性を高めるレイアウトをデザインする

下層ページへのリンクをただ促すだけのインターフェースはユーザーのみならず、Googleからの認識も難しくなる場合がございます。類似の情報を階層化してまとめ、情報のまとまりをGoogleが認識しやすくなり、かつ1ページあたりのリンクの数を減らすことができます。さらに同時に水平方向のリンクを用意することでこれにより更にクローリングが容易になります。

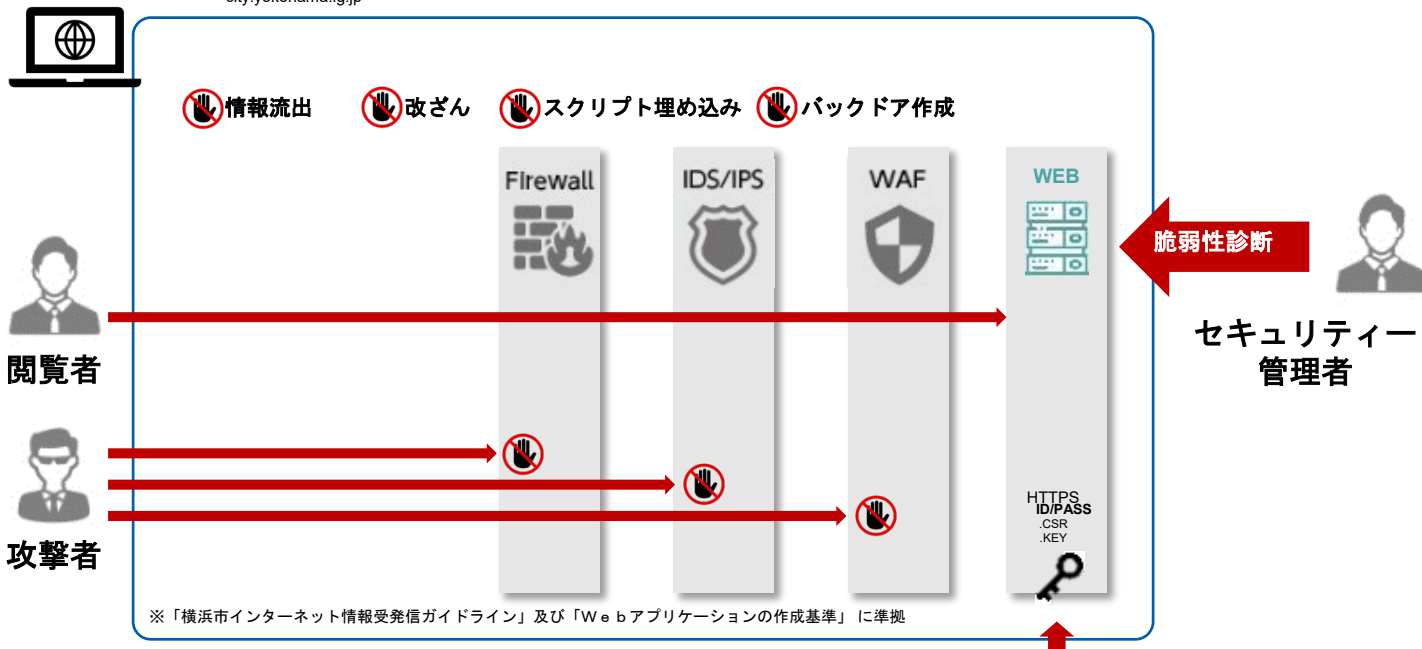
想定サーバ構成図



- ・構築したウェブサイトの設計書を提出します。
- ・サーバ環境を構築する場合、本ウェブサーバの構成要素を一覧化して提出します。
(公開画面と管理画面を別のサーバで管理する場合、それぞれについて提出)
- ・構築したウェブサイトは、リンクチェック、アクセシビリティチェック (画像の代替テキストのチェックを含む)、HTML エラーチェック、ブラウザチェックを行い、検証結果一式の資料を提出の上、公開前に必ず委託者の了解を得ます。
- ・委託者等による更新作業は想定しない。

想定セキュリティ対策

~city.yokohama.lg.jp



※「横浜市インターネット情報受信ガイドライン」及び「Webアプリケーションの作成基準」に準拠

ログ解析

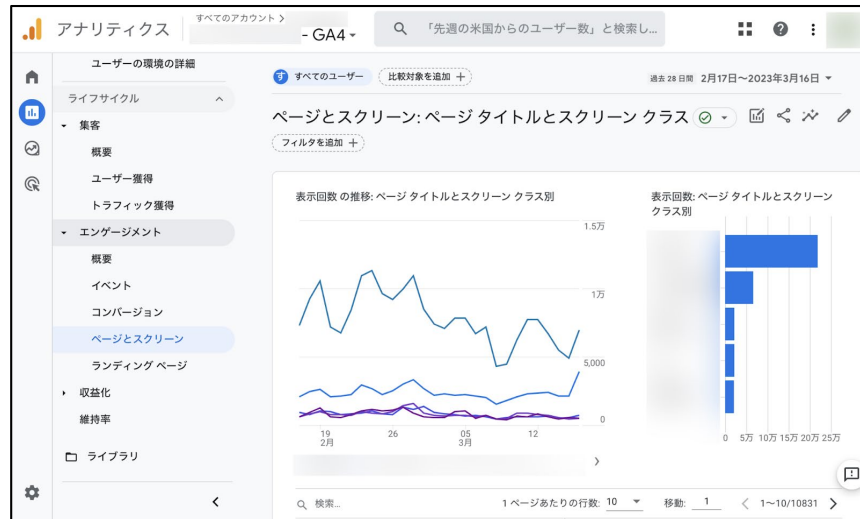
情報発信による効果（表示回数・クリック率・ページ流入数・インプレッションシェア）を数値として可視化するなどして、測定したうえで、次年度以降の示唆につながるような分析とレポート作成を行う

想定使用ツール

: Google Analytics

(<https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?hl=ja&pli=1#/provision>)

Google Analyticsを利用し、表示回数（ページビュー数）、ユーザー数の他、ユーザー属性などを取得して解析を行う。それ以外にも関心の高いページの上位を確認することも出来るため、ユーザーが興味のある記事・内容を分析してユーザーに対して有益なサイト運営が可能となる。



上記の項目での分析を行い、次年度以降のKPI、ターゲティング（ペルソナ）、広告運用等に活用

記事コンテンツ構成案

※全体に関すること 記事を前編、後編に分けて、配信回数を増やす

記事形式	連載企画名	企画ポイント	「子育て・横浜」魅力整理	コンテンツ企画案（タイトル）	記事のポイント	取材対象者候補	掲載適性時期（月）
密着取材形式	子育てリアルレポート！ 横浜パパ・ママの1日スケジュール	起床から就寝までの横浜で子育てする家族の1日を取材。パパの送り迎え等の動向をタイムスケジュールで追い、実は通勤の利便性が高い、保育園も充実していること等が分かるように。パパ・ママ二人の時間を大切にできる余裕があることも浮かび上がらせる。休日にも応用できれば。	<ul style="list-style-type: none"> ・各種の交通網が整備 ・生活利便性の良さ ・子育て支援の充実 	子育てリアルレポート) 通勤も楽！寄り道も楽しい！ 横浜共働きパパ・ママの平日スケジュール	都心に通勤するパパママに密着し、 交通の利便性と保育施設など子育て支援の充実を中心に取り上げる 記事。バス・地下鉄の乗り継ぎで通勤ストレスは少なく、駅周辺には商業施設も充実し、買い物にも便利であること。また、スタイリッシュなカフェや個人的な商店街など帰宅途中での 寄り道の楽しさ もレポートできれば。	・横浜市営地下鉄沿線に住む、都内通勤の子育てカップル（パパママどちらかでも。密着する夫婦に応じてフレキシブルに対応※以下同）	通勤習慣の定着した初夏 5月、6月
			<ul style="list-style-type: none"> ・図書館が全18区にあり使いやすい ・バラエティに富む公園 ・子育てに優しい環境整備 ・都市景観の素晴らしさ ・活気のある商店街 	子育てリアルレポート) 近場でゆっくり！ 横浜パパ・ママの休日スケジュール	休日を自宅近くでゆっくり楽しむ家族の1日をレポートし、 遠出せずとも充実した休日をお子と過ごせる好環境を伝える 。例えば、全区にある図書館でのイベント参加、各種公園での昼食、取材対象の居住地にもよるが、活気ある商店街での夕飯の買い出しなどの様子に密着。徒歩分離が徹底されていて子連れでも安心など、 環境整備面にも触れる 。	・未就学児を持つパパママ ・各種公園 ・各図書館イベント（例：中央図書館では傍の野毛山動物園と連動した「野毛山アニマルずかん展」でより動物が身近に。港南図書館では「わらべうたと絵本を親子で楽しもう！」で地域の童歌を知るなど） ・商店街（横浜橋通商店街、洪福寺松原商店街、六角橋商店街）	気候の良い春または秋 4月、10月
			<ul style="list-style-type: none"> ・各種の交通網の整備 ・大型商業施設、エンターテインメント施設の充実 	子育てリアルレポート) まち全体がエンターテインメント！ 横浜パパママの休日に密着！！	横浜中心部は観光、ショッピング、アミューズメントスポットが多数あり、一日いても飽きない。この素晴らしさを家族の周遊を通してレポート。市庁舎に車を止めて、直結する馬車道からみなどみらいバスケットを使ってめぐる一日。エレベーターなどもスムーズに使える	・未就学～小学校低学年児童を持つパパママ ・みなどみらい～元町・中華街までショッピング&散歩	夏休みシーズン 7月、8月
			<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツに触れやすい環境 	子育てリアルレポート) 子どもと運動！応援！！ スポーツ好き横浜パパママに密着！！	子どもの発育、可能性を広げる上でも欠かせないスポーツに注目 。チームのファンであるアクティブな親子に密着し、この親子を軸に、横浜市には13ものプロチームがあり、各種イベントが開催されているなど、スポーツに触れやすい環境であることを伝える。	・スポーツ好き、横浜にあるチームのファンである親子。 ・各プロスポーツチーム	スポーツが盛んな秋冬 10月、11月、12月頃 ※密着するスポーツによって可変
			<ul style="list-style-type: none"> ・情報感度の高さ ・国際的なコミュニティー 	子育てリアルレポート) 横浜はパパが元気！ 「パパ友」交流に密着！	おやじの会、ヨコハマタディ、各種SNS等、横浜はパパ同士の情報交換、交流が盛ん。 子供を交えたパパ同士の(仕事を越えた)新たな繋がりを取材 する。また、歴史的に外国人との交流が盛んなのも横浜の特長。取材を通して、中華街はもちろん、ドイツ、ベトナム、インド、ブラジルなどの 国際的な交流まで浮かび上がらせる ことができれば。	・おやじの会 ・ヨコハマタディ利用者	通年で可能。 上4本とのバランスで2月、3月頃が適当か
講座形式	ホントの悩みを解消しよう！ 横浜子育てホネ座談会	子育てカップル2～3組の気になっていることを聞き出し、子育て部門の専門家・有識者などの第三者がレクチャーする講座形式の座談会を記事に。横浜市の切れ目のない子育て支援について詳しく知らない居住者（移住希望者）も多く、政策を知ること、悩みの解消につながる内容に。 (有識者同士の座談会形式も可) (有識者が語る横浜の魅力10の理由という講義形式も可) 2～3組にこだわる必要はない	<ul style="list-style-type: none"> ・公的支援制度の充実 ・移住助成制度 ・子育て支援制度の充実 ・交通の利便性 ・自然豊かな住環境 	横浜が「子育て世代」にフィットする10の理由 (移住検討者を含む全般向け基礎講座)	横浜のイメージは何となくあるが、具体的にどんな施策があり、他市と比べて制度面、環境面で何が優れているのか分からない方に向けた総合講座。 補助金、助成金、医療費の助成・援助といった制度面や保育施設等のサービスの充実度に加え、交通の利便性や豊かな住環境など環境面も 包括して10テーマでレクチャー。	・横浜情報誌元編集長 ・対象の親子像：移住検討層、転居したばかりの幼児を持つパパママ	通年で可能。 他記事とのバランスで、引越越しを想定した夏頃か、年度が替わる1-2月頃か。
			<ul style="list-style-type: none"> ・子育て支援制度の充実 	これで安心！育児のお悩み解消講座 （主に出産前～幼児の持つパパママ向け）	実際の保育園現場で起きた事例に基づき展開。主に 出産前のカップル、未就学児を持つ親世代向けの講座 。基本的な市の子育て支援制度や窓口の紹介から、「ハマハグ」「子育てサポートシステム」などの支援、区別の特徴的な制度など、育児に特化した講座。子育て世代からの質問に答える形式などで、各種の悩みを解消していく流れに。	・保育園NPO法人の代表 ・対象の親子像：出産前、幼児を持つパパママ	新生活スタート前の2月頃
			<ul style="list-style-type: none"> ・切れ目のない教育支援 ・公立、私立とも先進的な学びの実践 	知っておきたい、横浜の教育「今と未来」 (主に就学前の児童を持つパパママ向け講座)	公立私立問わず進学が気になる層へ、実際に塾や私立校に取材。 小中高への進学を控えた親世代向け講座 。セーフティネットを備えた支援制度の詳細、キャリア教育の推進のほか、サイエンスフロンティア中高で理系教育、本町小でのメタバース教育、大岡小のアクティブラーニングなど事例も交えて。	・横浜市内の小学校の担当者、学習塾 ・対象の親子像：主に就学前の自動を持つ親世代	進学準備の塾等が始まる2月を見据えた 12月、1月頃
			<ul style="list-style-type: none"> ・課外学習の機会、環境が整っている ・異文化と触れる機会が多い環境 ・外国人コミュニティが溶け込んでいる国際性 	親子で一緒に！「学べる&遊べる」課外活動のススメ (主に未就学児を持つパパママ向け)	具体的にエンタメや国際交流に力を入れている施設・学校に取材。 課外活動を支援する講座。学校や塾だけでなく幅広い「学び」の機会があることをレクチャー 。国際色豊かな土地柄、居住者に協力いただいで楽しく学べる語学、ミュージアムや音楽ホールで定期的に開催される体験会、地域の児童館などでも様々な企画が開催されていることを伝える。	・横浜YMCAや横浜中華学院の方 ・横浜美術館、みなどみらいホール、能楽堂 ・外国人コミュニティなど ・対象の親子像：学校・塾以外の学びの機会を増やしたい親世代全般、国際的な交流も求める親世代	夏休みシーズン 7月、8月頃
			<ul style="list-style-type: none"> ・豊かな緑環境 ・バラエティに富む公園 ・各種の交通網が整備 	知らなかった魅力いっぱい！ヨコハマ外遊びのすべて (主に未就学児を持つパパママ向け／課外・屋外講座)	市内に数多いアスレチックや運動公園に話を聞きつつ、 緑環境の豊かさ、公園施設等の充実をアピールする講座 。交通網が整備され、アクセルも良い市内にバラエティ豊かな公園があることを整理・網羅して伝えることで、 一度聞けば今後の身近な外遊びに活かせる内容 に。テーマに合わせて 屋外での講座 なども検討。	・アスレチック施設の運営者 ・横浜ウォーキングポイントの担当 ・対象の親子像：低年齢キッズの親世代	屋外での可能性も考慮して気候の良い春、秋 4月、10月頃
			<ul style="list-style-type: none"> ・都市としての防災機能の強化、啓発を行っている 	動画やアニメもあってわかりやすい 「はまっ子防災プロジェクト」で学ぼう	中学生向けの防災啓発PJである「はまっ子防災プロジェクト」を紹介。大人にも分かりやすく、アニメや動画、オリジナルグッズもあり、横浜における防災の基本部分をピックアップしてゆく	・はまっ子防災プロジェクトの担当者 ・横浜市消防局&教育委員会の担当者	防災の日がある9月

記事形式	連載企画名	企画ポイント	「子育て・横浜」 魅力整理	コンテンツ企画案（タイトル）	記事のポイント	取材対象者候補	掲載適性時期（月）
体験ルポ形式	「見て、触れて」育む子供の創造力 横浜子育てワクワク体験レポート	横浜には、多くの企業ミュージアムのほか、スポーツ施設、動物園、約2,700か所もの公園まで、横浜にはパパママが子供と一緒に過ごせるスポットが点在。家族の体験レポートを通して、学校教育とは違った形で子供の創造性や興味を育むことができる街であることをアピールする。	・都市型農園が充実	美味しい横浜産を作ろう&食べよう	横浜産の農作物は野菜を中心に数多くあり、農業を経験できたり週末菜園なども存在する。街と生産地が近いからこそ地元で獲れた作物を地元で！ マルシェなども紹介。	・永島農園（横浜でキノコ狩り） ・北仲マルシェ（市役所そばで人気） ・横浜あさひブルーベリーの森（収穫体験） ・サカタのタネ	秋口が良いが体験によって適宜 10月、11月 ・永島農園（10月～春開催） ・横浜あさひブルーベリーの森（7月～9月開催）
			・動物と触れ合えるスポットが多彩	ハマの生き物ふれあいスポットに行こう	3つの動物園や水族館をはじめ数多くのふれあいスポットがあり、学びの機会になることを紹介。自然公園での野鳥観察、小学校付属の海水水族館など、バラエティに富んだ横浜市の特長を伝える。	・動物園（ズーラシア、金沢動物園、野毛山動物園） ・水族館（まかどシーマリンパーク） ・横浜自然観察の森	夏休みシーズン 7月、8月
			・横浜発祥の物事が多い	「横浜はじめて」を知っていますか？	教科書でも学ぶように、横浜発祥の文化が多く、今もそれに触れる事が出来る。パン、アイス、新聞、公園、ガス灯、西洋理髪など。歴史に興味を持つと共に、シビックプライドの醸成にもなる内容に。	・ウチキパン ・ニュースパーク（日本新聞博物館） ・山下公園 ・横浜・山手 テニス発祥記念館	各施設に行きやすい秋 10月、11月
			・企業型教育施設の多様性	ハマで学ぶ！企業ミュージアムで新体験	大人も子供も楽しめる体験型施設がいっぱい。特に企業型ミュージアムは実践的な学びにも。子供の新しい可能性を広げる各施設を深掘りして紹介する。	・ムラーボ！（村田製作所） ・カップヌードルミュージアム（日清食品） ・モリウム（森永製菓） ・ユメサキギャラリー（L G）	屋内でも楽しめるため冬休みシーズン 12月、1月
			・スポーツチームが数多い	横浜ジモトチームと健康作り	野球、サッカー、ラグビー、バスケットといった人気スポーツから、アイスホッケー、駅伝まで地元で根差すチームが多いのが横浜市の特長。それぞれの親子体験教室などを取材し、地域と触れ合い、健康作りに貢献している模様を伝える。	・横浜DeNAベイスターズ ・横浜Fマリノス ・横浜キャノンイーグルス ・横浜ビー・コルセアーズ	スポーツのオフシーズン 野球：12月 サッカー：1月 ラグビー：6月 など
			・動物と触れ合えるスポットが多彩	3つの市立動物園で体験できる「ふれあい体験」	市に3つの動物園があるのは全国最多。身近な野毛山、お散歩感覚が楽しい金沢、日本最大級のズーラシアとそれぞれ個性的。どんなふれあい体験ができるのか、それを通じどんな学習に繋がるのかを飼育担当者が紹介する。	・野毛山動物園の担当者 ・金沢動物園の担当者 ・ズーラシアの担当者 ・獣医、教授など動物の専門家	赤ちゃん動物が外に出る春
事業の紹介	体験！実感！ 子育てサポート	横浜市の事業を紹介し、利用を後押しする 利用者（利用者がごどもの場合は保護者も）の声を取り上げて、利用のハードルを下げる 使った感想をリアルに伝える	・出産・子育て応援金（ギフト化） （乳児の保護者向け）	磯子区在住パパAさん 「はじめてベビーの必需品に役立ちました」	市からサポートされる「出産応援金」（妊婦1人5万円）、子育て応援金（新生児1人5万円）を実際どのように使ったかなど具体的な商品紹介も含めて展開。	・磯子区在住のサービスを利用したパパ ・横浜市/磯子区の子育て福祉担当者	通年対応
			・「はじめてのおあずかり券」 ・「子サポdeあずかりおためし券」利用体験談 （未就学児の保護者向け）	瀬谷区在住ママAさん 「web完結なので気軽にあずかりのお試しが出来た」	Webで申し込みが完了しeチケットで使用できる「おあずかり券」を使ってみての感想。市の制度なのでその安心感と利便性が両立している様子を紹介する。	・瀬谷区在住のサービス初経験のママ ・横浜市/瀬谷区の子育て施策担当者 ・現役の保育士	通年対応
			・妊産婦・こどもの健康医療相談の体験談 （未就学児の保護者向け）	鶴見区在住ママCさん 「体調を崩しやすい子どもだから相談できるのはありがたい」	助産師による訪問アドバイスや「こんにちは赤ちゃん訪問員」による相談など地域としてのサポートを紹介。また中学生まで所得制限ナシでの医療費無料などの施策も。	・鶴見区在住のサービスを利用したママ ・横浜市/鶴見区の健康医療担当者 ・現役の助産婦や保健師	通年対応
			・ログハウス、地区センターのプレイルームの充実 （未就学児の保護者向け）	港南区在住パパDさん 「ログハウスは子どもも僕もテンション上がります」	例えば港南台北公園の子どもログハウスなどはパパママと一緒に楽しめる施設。市内の同様の施設などをピックアップしながら地区センターのプレイルームなども使い方を合わせて紹介	・港南区在住の施設を利用したパパ ・横浜市/港南区の地域施設担当者 ・どんぶりハウス担当者	通年対応
			・夏休みの昼食提供や朝の預かり （小学生の保護者向け）	都筑区在住ママEさん 「夏休みの食事の世話も委ねられる安心感」	学校の長期休みの際の共働き世帯で孤立しがちな子どもに預かりや食事・おやつなどの提供も。アレルギー対応などの気になる点も取り上げる	・都筑区の小学生の子を持つワーキングママ ・横浜市/都筑区の健康教育・食育担当者 ・食育が得意な栄養士	通年対応