

令和7年度
第2回 国営沖縄記念公園（海洋博地区）魅力向上推進協議会

日時：令和8年1月14日（木） 10：00～12：00

場所：国営沖縄記念公園事務所3階 第1会議室

議 事 次 第

1. 開会

- ・協議会成立の報告
- ・配付資料の確認
- ・開会挨拶

2. 構成員から提案議事等

○（一財）沖縄美ら島財団

- ・熱帯ドリームセンター愛称・キャッチコピー選考

○本部町

- ・「もとぶの食と文化フェスタ」の実施報告と次回計画について
- ・「トヨタラリーチャレンジ」の実施について

○国営沖縄記念公園事務所

- ・国営沖縄記念公園持込イベント手数料徴収について

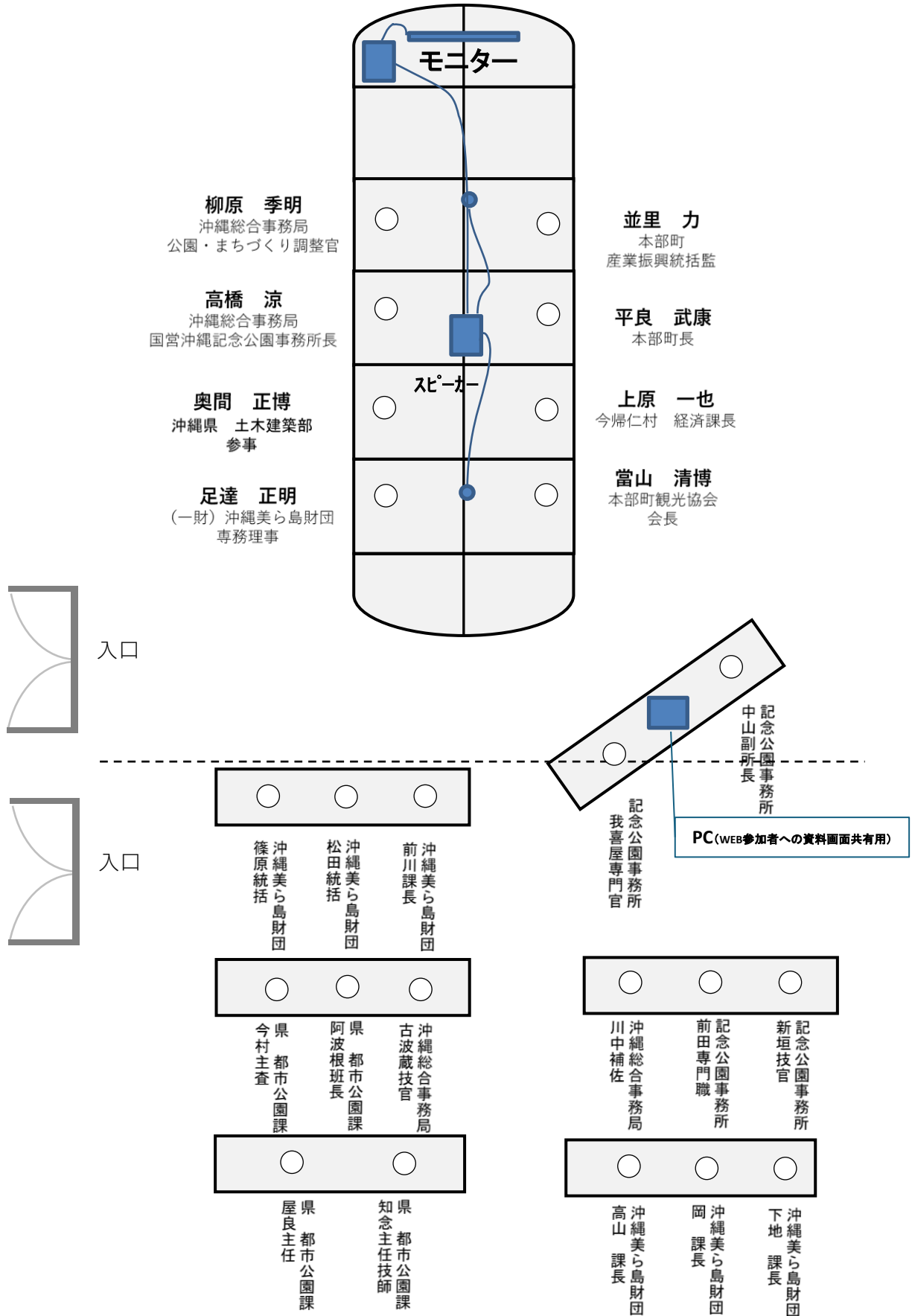
4. 意見交換

5. 閉会

配席図

日時：令和8年1月14日
10:00~12:00

会場：国営沖縄記念公園事務所
3階 会議室



令和7年度 第2回 国営沖縄記念公園（海洋博覧会地区）魅力向上推進協議会 参加者名簿

令和8年1月14日

	所 属	役 職	氏 名	備 考
園内関係機関	沖縄県 土木建築部	参 事	奥 間 正 博	代理
	沖縄県 土木建築部 都市公園課	班 長	阿波根 美枝子	随 行
		主 査	今 村 桃 子	随 行
		主 任 技 師	知 念 光	随 行
		主 任	屋 良 記 咲	随 行
	(一財) 沖縄美ら島財団	専 務 理 事	足 達 正 明	代理
		経 営 戦 略 統 括	篠 原 礼 乃	随 行
		海洋博公園管理センター統括	松 田 啓	随 行
		海洋博公園管理センター参事兼植物課長	下 地 俊 充	随 行
		海洋博公園管理センター企画運営課長	前 川 剛	随 行
		水族館管理センター海獣課長	高 山 朝 邦	随 行
観光関係機関	本部町観光協会	会 長	當 山 清 博	出 席
		事 務 局 長	饒 波 正 仁	欠 席
地方自治体	本部町	町 長	平 良 武 康	出 席
		産 業 振 興 統 括 監	並 里 力	随 行
	今帰仁村	経 済 課 長	上 原 一 也	代理
公園管理者	沖縄総合事務局 開発建設部	公園・まちづくり調整官	柳 原 季 明	出 席
		建設産業地方整備課課長補佐	川 中 留 美	随 行
		建設産業地方整備課	古 波 蔵 優 空	随 行
	沖縄総合事務局 国営沖縄記念公園事務所	事 務 所 長	高 橋 涼	出 席
		副 所 長	中 山 弘	出 席
		建 設 専 門 官	我 喜 屋 靖	出 席
		専 門 職	前 田 満 男	出 席
		建 築 設 備 係	新 垣 綸 香	出 席

熱帯ドリームセンター
愛称・キャッチコピー
選考資料

令和8年1月14日

沖縄美ら島財団
海洋博公園管理センター

1. 熱帯ドリームセンターの概念

熱帯ドリームとは、遠い南海の楽園を想起させる、日常では容易に体験できない非日常的な空間を創造する概念である。

この非日常的なドリーム空間を身近に体験できる場として具現化するため、

1. 熱帯を感じさせること
2. ドリーム性をもたせること
3. 世界有数を感じさせる演出

を基本方針に、ブレインストーミングを通じて多様なイメージやアイデアが整理され、熱帯ドリームセンター全体の計画と基本イメージが構築された。

空間演出は、美しい熱帯植物や花木、ラン、海や空、太陽、夕日、音や香りといった自然要素に加え、意外性と変化に富み、計画地の自然と調和・融合した個性的な建築演出によって構成される。これらが一体となり、幻想的でファンタスティックな、非日常の熱帯ドリーム空間を体験できる場を創出することを目指している。



2. 募集概要

1. 主旨

熱帯ドリームセンターは「太陽と花と海」をテーマとする海洋博公園の「花」を象徴する施設です。昭和61年2月に開館、令和8年2月には40年目を迎えます。この節年を迎えるにあたり、県民の皆様はもとより沖縄県に観光で訪れる県外や海外の方々にもより親しみやすい施設となるように熱帯ドリームセンターの愛称とキャッチコピーを募集します。

2. 熱帯ドリームセンターの概要

熱帯・亜熱帯の美しい花々が咲き乱れる非日常的なドリーム空間を体験する場として、熱帯植物の中から美しいランや花木などの鑑賞価値の高い植物を選定し、一年中花の絶えない熱帯の楽園として設置された、世界に類のない夢の殿堂です。

3. 募集内容

県民の皆様はもとより沖縄県に観光で訪れる県外や海外の方々にもより親しみやすいとともに、熱帯の花と果実が楽しめる「植物園」ということが連想できる愛称及びキャッチコピーとします。

4. 募集期間

令和7年9月4日（木）から11月30日（日） 計88日間

3. 応募状況・選考概要①

1. 応募状況

	人数	点数
愛称	526名	848点
キャッチコピー	515名	846点

県内外より3歳～90歳まで幅広い方々にご応募いただいた。

2. 事務局選考概要

①スクリーニング（適格審査） 愛称844点、キャッチコピー845点に絞り込み

既存施設、商標登録済などを選考基準に該当しないものを排除。

排除：愛称4点・・・TDC、沖縄TDC、NDC（2件）

キャッチコピー1点・・・NDCに熱中！夢中！開園中！

②一次選考 愛称102点（86点）、キャッチコピー105点に絞り込み

海洋博公園管理センター内若手職員を中心とした21名で以下の採点基準で選考。

【愛称採点基準】

評価項目	配点
国内外から親しまれる	5点
植物園を連想させる	5点
バランスや語感、発音	5点

【キャッチコピー採点基準】

評価項目	配点
メッセージの明確さ	5点
インパクト、記憶性	5点
ブランド適合性	5点

3. 選考概要②

③二次選考

沖縄美ら島財団役職者及び海洋博公園管理センター全職員72名で以下の基準で1人10票の投票により選考。

*沖縄にある植物園であることを意識させるものであること

*国内外から親しまれるものであること

*熱帯ドリームセンターの魅力や独自性をアピールできているか

④三次選考 愛称・キャッチコピー各4案に絞り込み

コピーライターやマスコミ関係者などの専門家からの意見徴収による選考。

【専門家一覧】

- ・藤田 七星 (株) 宣伝 クリエイティブディレクター・CMプランナー
- ・鶴田 光介 (株) ワンダーリ्यूキュー 代表取締役社長・コピーライター
- ・吉田 央 (株) 沖縄タイムス社 営業局長
- ・新城 博之 琉球朝日放送 (株) 編成局長
- ・福地 敬 (一財) 沖縄美ら島財団 事務局長



4. 選考結果【事務局提案・愛称】

事務局選考の結果、次の愛称・キャッチコピーを事務局案として提案したい。

事務局案：美ら島植物園（ちゅらしましよくぶつえん）

<p>応募者 コメント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「美ら（美しい）＋「夢」＋「植物館」という熱帯ドリームセンターのイメージを継承したブランドイメージ ・「美ら海水族館」の認知度・ブランド力を直截的に有効活用（対外的なブランドレバレッジにフォーカス） ・「美ら島＝沖縄」という意味的合理性の活用（対外的なブランドレバレッジ） ・愛称の素早い認知獲得（投資効果の高さ、納得感の高さ、メディアが取り上げやすい、広報のみで十分・広告不要） ・世界的にユニークな水族館と植物園を姉妹ブランド化することでのシナジー効果（イノベーション志向） ・商標戦略上の法的優位性（リスクマネジメント） 	<p>本部町 女性 67歳</p>
<p>専門家 コメント</p>	<p>主な評価（良い点）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「<u>植物園</u>」と入ることで内容が直感的に伝わる（“熱帯ドリームセンター”では植物が想起されにくい課題への対策）。 ・「<u>美ら（＝沖縄イメージ）</u>」が入ることで検索・発見性が上がる、水族館来訪者が“ついでに行く”導線を作りやすい。 ・<u>沖縄美ら海水族館との連動（シナジー）を活かしたセット訴求</u>ができる、というマーケティング観点の支持。 ・専門家3名が選んだ案として有力候補との整理がなされた。 <p>懸念点・補足</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「<u>沖縄</u>」を付ける／付けないは二段階で検討してもよい（沖縄ブランド発信の利点 vs 「美ら」で十分という見方）。 ・水族館ブランドが強すぎるため、「<u>引っ張られ過ぎ</u>」の懸念があり得る、という留意点も共有。 	

4. 選考結果【事務局提案・キャッチコピー】

事務局案：360° トロピカル体験

応募者コメント	なし	茨城県 男性 45歳
専門家コメント	主な評価（良い点） <ul style="list-style-type: none">・ <u>イメージが湧きやすく、インパクトが強い。</u>・ <u>数字の具体性があり、媒体（新聞・テレビ等）で強い、伝えやすい。</u>・ 「トロピカル体験」が施設趣旨に合う、という一致。 懸念点・補足 <ul style="list-style-type: none">・ 大きな反対は見られず、“強さ・分かりやすさ”が推し理由としてまとまっている。	

愛称とキャッチコピーの組み合わせ

美ら島植物園 × 360° トロピカル体験

- ✓ 分かりやすさと体験性が両立。
- ✓ 初見の来園者・観光客・海外客に対し「何の施設で、何が体験できるか」が一瞬で伝わる。
- ✓ 水族館の強いブランド力を“競合”ではなく導線・相乗効果として活用できる。
- ✓ 常設コピーとしても、10年後・20年後も陳腐化しにくい。

4. 選考結果【その他案・愛称】

TIDA Garden（ていだがーでん）

応募者 コメント	「ていだ（太陽）」や「うちなー（沖縄）」など地域の言葉を取り入れつつ、熱帯の花や果実の豊かさ、そして「動かない命」が持つ生命の力を表現しています。また、美ら海水族館で過ごした時間の「つづき」として、恋人や家族など訪れる人の体験を想像しながら、考案しました。	神奈川県 男性 36歳
専門家 コメント	主な評価（良い点） <ul style="list-style-type: none">・ <u>短くてシンプル／語感がよい。</u>音の面白さで「気になる」「行ってみたい」を喚起できる。・ 愛称はニックネームなので、<u>多少抽象的でも想像が膨らむ方向性</u>はあり得る。・ 「愛称＋（正式名称）熱帯ドリームセンター」と併記する前提なら、前半は短くても成立し得る。 懸念点・補足 <ul style="list-style-type: none">・ <u>“TIDA”の意味が県外・海外・観光客に伝わりにくい</u>（通でないと分からない可能性、8割は分からないのでは、という趣旨）。・ <u>表記（大文字・小文字、カタカナ表記など）を再検討すべき</u>という指摘。現状の表記だと「名称（正式名）のように見える」懸念。・ インバウンド拡大を見据えると、<u>直訳・理解のしやすさの観点で不利</u>になり得る。	

4. 選考結果【その他案・愛称】

美ら海植物園（ちゅうらうみしょくぶつえん）

	<p>沖縄の美しい海を見られる海洋博公園とドリームセンターのテーマである「植物園」を掛け合わせました。</p> <p>沖縄の代表的な観光地である美ら海水族館と「美ら海」を掛け合わせることで、2つの施設がセットであるイメージを持たせ、ドリームセンターの認知度向上にもつながると考える。</p>	<p>埼玉県 男性 22歳</p>
<p>応募者 コメント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「美ら（美しい）＋「夢」＋「植物館」という熱帯ドリームセンターのイメージを継承したブランドイメージ ・「美ら海水族館」の認知度・ブランド力を直截的に有効活用（対外的なブランドレバレッジにフォーカス） ・「美ら島＝沖縄」という意味的合理性の活用（対外的なブランドレバレッジ） ・愛称の素早い認知獲得（投資効果の高さ、納得感の高さ、メディアが取り上げやすい、広報のみで十分・広告不要） ・世界的にユニークな水族館と植物園を姉妹ブランド化することでのシナジー効果（イノベーション志向） ・商標戦略上の法的優位性（リスクマネジメント） 	<p>本部町 女性 67歳</p>
	<p>美ら海水族館はあまりにも有名で、その対比として命名</p>	<p>本部町 男性 48歳</p>

<p>専門家 コメント</p>	<p>主な評価（良い点）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水族館ブランドに寄せることでヒット（検索）しやすい／セット化しやすいという考え方。 ・“水族館＋植物園”を一体で楽しむ流れを作る、という目的に合致し得る。 <p>懸念点・補足</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「丸かぶり」「寄せすぎ」という指摘があり、海がメインなのか植物がメインなのか混同される恐れ。 ・一方で、「目的を“まず来てもらう”に割り切るなら成立」という趣旨もあり、戦略の取り方次第という扱い。
---------------------	---

4. 選考結果【その他案・愛称】

夢見る南の植物園（ゆめみるみなみのしょくぶつえん）

応募者 コメント	熱帯や植物園、花や夢など、聞いただけでイメージが広がるような強調したいワードで愛称を考えました。	大阪府 女性 41歳
専門家 コメント	<p>主な評価（良い点）</p> <ul style="list-style-type: none">・ <u>ストーリー性があり印象に残る。</u>「面白そう」「想像が膨らむ」という“引っかかり”を作れる。・ 観光客が行き先を比較検討する場面で、<u>候補に上がりやすいネーミング</u>という期待。・ 施設は実際に楽しくビジュアルも良いので、<u>魅力を前に出して目に留めてもらう方向性</u>として支持。・ 「植物園」と明示しており、<u>分かりやすさも担保</u>されている。 <p>懸念点・補足</p> <ul style="list-style-type: none">・ 抽象度が上がる分、必要に応じて<u>キャッチコピー側で具体性を補う</u>のが良い、という補足。	

- 12 -

4. 選考結果【その他案・キャッチコピー】

地上に咲いた、異世界庭園

応募者コメント	まるで異世界に迷い込んだような、幻想的でファンタジー要素を感じるような素敵な場所で、かつ花とみどりがたくさんの庭園という意味を込めました	福岡市 女性 46歳
専門家コメント	<p>主な評価（良い点）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「<u>異世界庭園</u>」という言葉が刺さる／“キャッチする”機能が強い。 ・建築（塔のような構造、バベルの塔的）・空間体験と親和性が高い。 ・異世界（アニメ・ゲーム等）の流行とも相性がよく、<u>フォトスポット訴求・ビジュアル訴求</u>で展開しやすい。 <p>懸念点・補足</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「<u>地上に咲いた</u>」はなくてもよい／“<u>異世界庭園</u>”だけで成立という意見（より短く強くできる可能性）。 	

五感を潤す熱帯の楽園

応募者コメント	「五感を潤す」というキャッチコピーで、熱帯の楽園であるドリームセンターの良さを引き出す効果があると思います。	大阪府 男性 67歳
専門家コメント	<p>主な評価（良い点）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水族館と違い香りも含めて体験できる点など、<u>施設の魅力（五感・体験性）</u>を表している。 ・オーソドックスで、“<u>長期的に使いやすい（10年後も通用しそう）</u>”という方向性に合う。 <p>懸念点・補足</p> <ul style="list-style-type: none"> ・早い段階で「<u>楽園</u>」語は水族館側コピー「<u>ようこそ、光輝く楽園へ</u>」と被りを避けたいという趣旨の発言があった（“楽園”を含まない案を選んだ、という意見）。 → 最終案に残す場合は、既存コピーとの差別化（見せ方・文脈）を意識する必要がある。 	

4. 選考結果【その他案・キャッチコピー】

絶対、熱帯

応募者 コメント	熱帯ドリームセンターに行ったら”絶対楽しい！”という想いを込め、耳に残るリズムで「絶対」「熱帯」と、「ツタイ」で揃えました。	東京都 男性 50歳
専門家 コメント	<p>主な評価（良い点）</p> <ul style="list-style-type: none">・ <u>短くて強い／語感が良い。</u>見出し・活字で大きく出したときに強そう。・ ポスター展開などで<u>良いビジュアルが作れそう、</u>という期待。・ 開館当初の広告（「あいたい、ネツタイ」等）の話題も出ており、熱帯ワードは“遊び心”と相性が良いという空気感。 <p>懸念点・補足</p> <ul style="list-style-type: none">・ トーンが強めで遊び心のある表現なので、<u>広報の文脈（媒体・ターゲット）を選ぶ可能性はある</u>（ただし否定ではなく、使い方次第という扱い）。	

5. 発表セレモニー①

【愛称及びキャッチコピー発表セレモニー】

日時：令和8年2月8日（日）11：00（予定）

場所：海洋博公園 熱帯ドリームセンター 入口

次第：1. 開会 司会

2. 主催者挨拶 国営沖縄記念公園事務所長

3. 運営者挨拶 一般財団法人沖縄美ら島財団理事長

4. 除幕式 魅力向上推進協議会 各機関代表者＋受賞者

①国営沖縄記念公園事務所長

②沖縄総合事務局 公園・まちづくり調整官

③沖縄県 土木建築部 参事

④本部町長

⑤今帰仁村長

⑥本部町観光協会長

⑦一般財団法人沖縄美ら島財団理事長

⑧愛称最優秀賞受賞者

⑨キャッチコピー最優秀賞受賞者

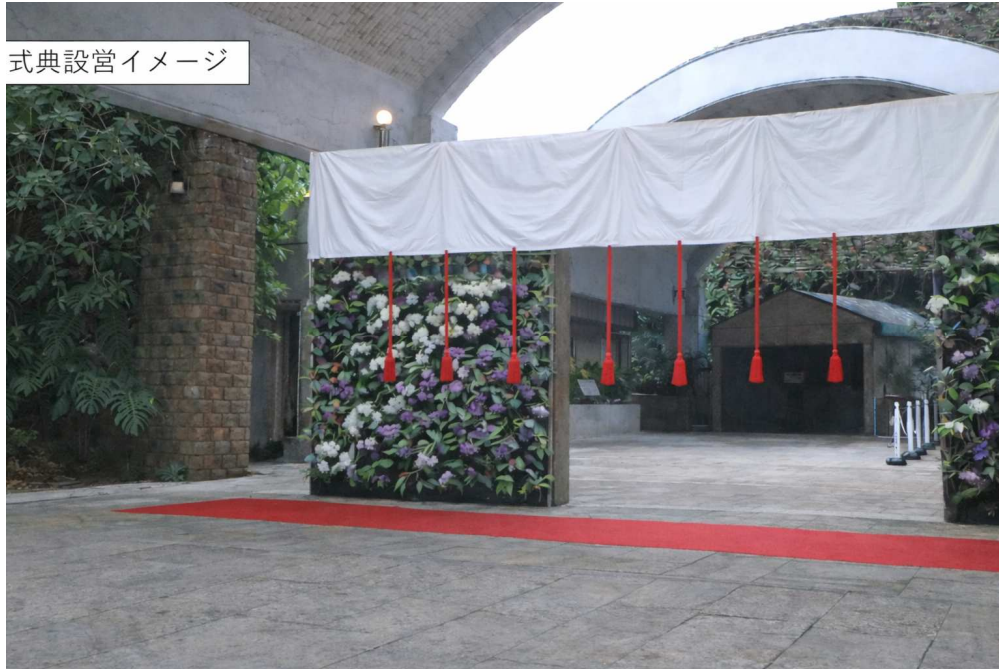
5. 授賞式 ①国営沖縄記念公園事務所長から愛称最優秀賞者へ

②沖縄美ら島財団理事長からキャッチコピー最優秀賞者へ

6. 閉会 司会

5. 発表セレモニー②

式典設営イメージ



式典受賞式イメージ



令和8年1月14日
本部町

第2回 もとぶの食と文化フェスタ in 海洋博公園 実績報告書

イベント名：もとぶの食と文化フェスタ in 海洋博公園

主催：もとぶの食と文化フェスタ実行委員会

開催日：令和7年11月22日（土）、23日（日）

内容：ステージイベント

22日（土）いなぐんぐわ民謡ライブ

23日（日）新城清広民謡研究所

飲食・物販ブース

- ・やぎ汁
- ・熟成麺そば
- ・田芋天ぷら
- ・ブルーシールアイスクリーム（カーブチー） 等

体験コーナー

22日（土）いなぐんぐわ三板体験（参加者数：8名）

23日（日）植物を使ったおもちゃづくり体験（参加者数：32名）

22日・23日 さとうきび搾り体験（参加者数：200名）

※11月22日・23日には伝統芸能ステージ「本部町のシニグ」も同日開催された。

来場者数：22日（土）228名

23日（日）329名

売上： 22日（土） 72,750

23日（日） 117,720

合計 190,470

広報：イベントチラシ、町役場・観光協会HP掲載、NR

イベント実施画像



さとうきび搾り体験



飲食物販ブース



植物をつかったおもちづくり体験



三板体験



ステージイベント



伝統芸能ステージ「本部町のシニグ」

令和8年1月14日

本部町

もとぶの食と文化フェスタ in 海洋博公園 実施計画書

1. 名称：もとぶの食と文化フェスタ in 海洋博公園
2. 目的：本部町が大事にしてきた地域住民、観光客との連携を強化する目的として海洋博公園内施設を最大限活用し、伝統芸能、食文化体験を通して深化、新しい観光地づくりを目指す。
3. 実施体制
主催：もとぶの食と文化フェスタ実行委員会
(本部町観光協会、本部町商工会、もとぶ産直株式会社、本部町)
4. 日時：令和8年3月14日(土)、15日(日) 11:00~15:00
5. 場所：おきなわ郷土村
6. 実施内容：
 - ① 本部町内業者による飲食ブースの出店
同日開催予定のイベントとの連携し、本部町内の飲食業者を中心に出店をおこない、飲食体験の充実を図る。
※出店業者は調整中
7. 参加人数
600名(2日間)
8. 参加費(参加料)
無料(各飲食店は有料)
9. 広報計画
 - ・海洋博公園内でのチラシ配布等のPR活動
 - ・HPやSNS等の活用(本部町役場HP、本部町観光協会HP、海洋博公園HP等)
 - ・近隣ホテルや行政区への周知



ラリーチャレンジ2026沖縄大会 企画概要

ラリーチャレンジ2026沖縄大会 概要

【競技】大会概要



大会名称	TOYOTA GAZOO Racing ラリーチャレンジ2026 Rd.1 沖縄
開催日程	2026年3月14日（土）、15日（日）
主催	TOYOTA GAZOO Racing
開催形式	単独戦
運営	福岡モータースポーツクラブ（FMSC）
参加見込み	50台



場所：海洋博公園
P2,3駐車場
海洋文化館
エメラルドビーチ 他

TGRラリーチャレンジ2026年シーズン第1戦

【イベント】開催概要



イベント名称	TGRP in TOYOTA GAZOO Racing ラリーチャレンジ2026 Rd.1 沖縄
開催日 実施時間	<ul style="list-style-type: none"> ■設営 2026年3月12日（木）～14日（土） ■本番 2026年3月15日（日） ■撤去 2026年3月15日（日）終了後～翌日
主催	トヨタ自動車 GRモータースポーツ事業部 沖縄トヨタ自動車株式会社
後援	沖縄県本部町、今帰仁村
運営	株式会社宣伝
開催場所	本部町 海洋博公園
来場見込み	5,000名



場所：海洋博公園
噴水広場付近

クルマをテーマにした様々な体験コンテンツを
子供から大人まで楽しめるイベント

競技コースイメージ



イベント会場イメージ



スケジュールイメージ

■ 競技スケジュール案

TGRRC2026 タイスケ案

3月14日(土)

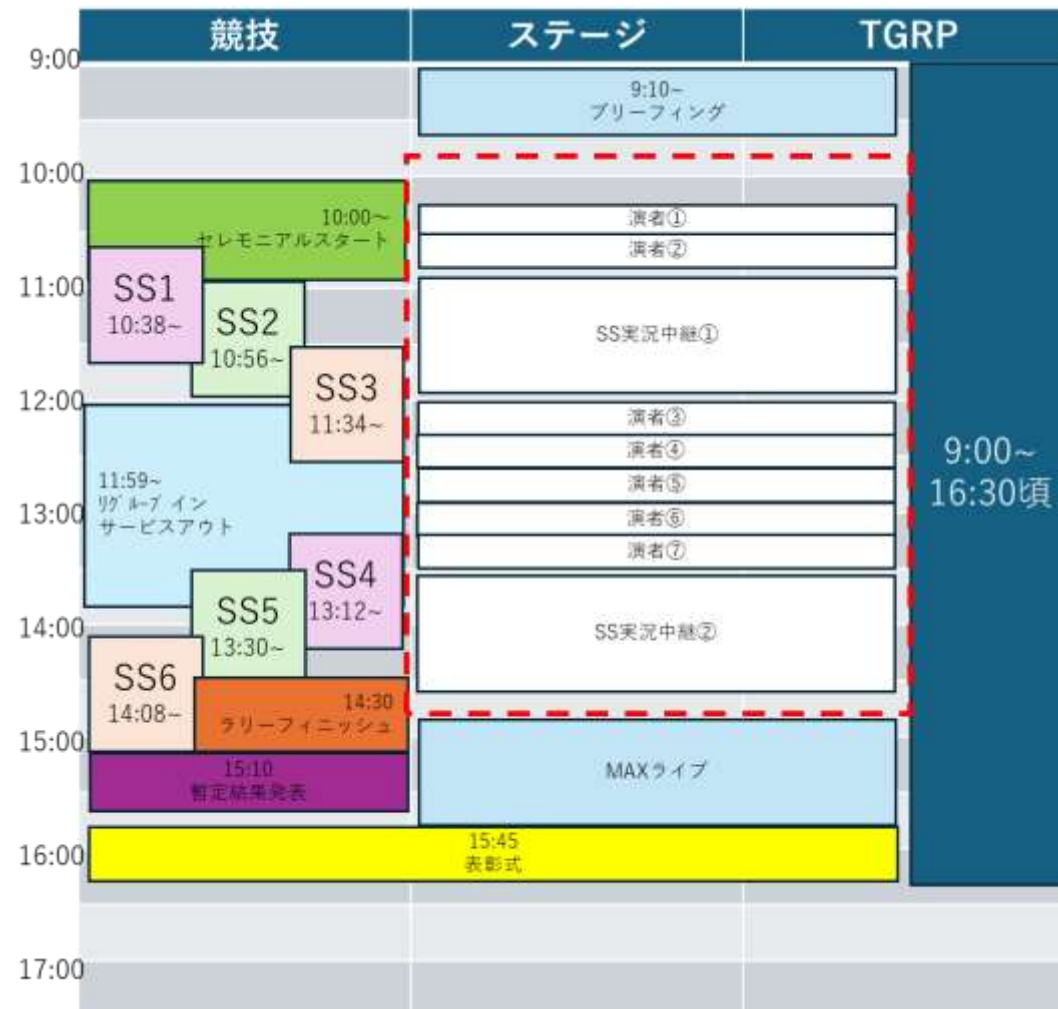
サービスパークオープン	11:30 ~ 18:00	海洋博公園第2駐車場
HQ 開設	12:30 ~ 17:00	海洋文化館多目的室
ラリーマナー講習	12:30 ~ 13:00	海洋文化館多目的室
レッキ受付	13:00 ~ 13:30	海洋文化館多目的室
ロードブック発行	13:00 ~	海洋文化館多目的室
レッキブリーフィング	13:40	
レッキ	14:00	
参加確認受付	15:30~16:30	海洋文化館多目的室
公式車両検査	16:00~17:30	サービスパーク

3月15日(日)

サービスパークオープン	11:30 ~ 17:00	海洋博公園第2駐車場
HQ 開設	7:00 ~ 18:00	海洋文化館多目的室
出走確認	7:30 ~ 8:30	海洋文化館多目的室
第1回審査委員会	8:50 ~ 9:00	海洋文化館多目的室
スタートリスト公示	9:10	公式掲示板
ドライバーズブリーフィング	9:10 ~	海洋文化館多目的室
ラリースタート	10:00 (予定) 先頭車	海洋博公園第2駐車場
ラリーフィニッシュ	14:30 (予定) 先頭車	海洋博公園第2駐車場
暫定結果発表	15:10 (予定)	公式掲示板
表彰式	15:45 (予定)	

セレモニアルスタート TC0 先頭車 10:00 エメラルドゲート

■ イベント、ステージスケジュール案



**国営沖縄記念公園
第三者による大型イベント等の開催に係る手数料徴収（案）**

1. 検討の背景

国営沖縄記念公園における第三者による大型イベントや開園時間外イベントの受入れに当たっては、通常の運営維持管理業務に加え、夜間立会い等の安全対策やイベント規模に応じた企画助言等の特別な運営対応が必要となる場合がある。この場合、運営維持管理業務受託者に相応の負担増が生じるため、積極的なイベント受け入れの支障となっている。

持込イベント経費の内容	費用負担	備考
都市公園法第12条(行為許可)に関する調整 (日時、規模、内容、使用料等の確認)	委託費 (通常業務)	現委託業務個別仕様書(企画運営業務)第11条
法定料金 (使用料)	申請者	都市公園法第6条に基づく使用料(占用料)



大型イベントや開園時間外イベントにおいては、以下の運営対応が発生。

開園時間外等の対応 (通常業務以外の警備・設備・光熱費等)	受託者負担
ノウハウ提供 (イベント企画助言、内容監修、出店者調整、特別ガイド・解説等の役務提供)	



業務以外の運営対応
(受託者の負担増)



大型イベントや時間外イベントの受入れにおいて、負担増となっている運営対応については、新たに「手数料」として申請者より徴収できるように設定し、公園利用者サービスの向上及び運営維持管理業務受注者の負担の軽減を図る。

2. イベント手数料の運用方針（案）

- 第三者による大型イベント、開園時間外イベント時に発生する「開園時間外の対応」や「ノウハウ提供」を手数料の対象とする。
- 手数料の額は、イベント規模や時間等に応じた実費相当額を設定する。
- 手数料徴収による利益が出た場合は、本公園の運営管理に還元する。
- 地方自治体や観光協会等が開催する公益性・公共性が高いイベントは、手数料を免除する。
- 詳細は、事業者からの提案を踏まえて今後検討する。

【手数料の内訳】

対象項目	内容	設定金額
開園時間外等の対応	通常業務以外の警備・設備・光熱費等の実費相当分	イベント規模に応じた料金を設定
ノウハウの提供	イベント企画助言、内容監修、出店者調整、特別ガイド・解説等の役務提供等	イベント規模に応じた料金を設定