

平成30年度春の秦野 桜キャンペーン実施要領

[趣旨]

本市のブランディング戦略として、市内外に広く「桜のまち秦野」を印象付け、多くの方に市内の魅力を回遊してもらうきっかけを提供するため、オカメ桜が咲き始める3月から、八重桜の見頃の4月までの期間を通じ、商業者を始め、多くの市民に参加を呼び掛ける、統一したプロモーション活動を展開します。

1 キャンペーンの内容

「桜」を「山」と同じく本市が誇る資源として、「山の日」同様に官民が一丸となり、桜鑑賞に來た來訪者をおもてなしする取り組み、桜を愛でる取り組みを行い、一定期間、継続したキャンペーンとします。

2 キャンペーン期間

平成31年3月1日から4月30日まで

3 期間中の主要イベント及び主な桜のコリドー(回廊)

- (1) 桜ライトアップ(弘法山公園やカルチャーパーク周辺)
- (2) はだのさくら道を基軸に回遊するコース
- (3) 秦野丹沢まつり(千村頭高山、水無川、県立戸川公園周辺)
- (4) 鶴巻温泉春まつり(弘法山、大山ハイカー等に人気の鶴巻温泉)

4 期待する効果

(1) 期待する効果

ア 本市の地域資源を生かした官民一体のプロモーションによる來訪者増
イ 一過性のイベントでなく日常的な経済活動の活性化(地域内経済循環)
ウ 秦野愛(郷土愛)の醸成と地域活力の向上

5 市民企画事業の募集

市民の創意工夫により、独創性に富んだ「桜」にちなんだ事業、通常の活動に「桜」の要素を加えて実施する事業を募集します。

例) 地場産品による桜メニューの提供、桜特設コーナー設置、桜型製品等の販売、キャンペーン期間限定割引、お花見給食、桜との撮影会の開催等

6 参加型情報発信等の活用

(1) 春の秦野 桜キャンペーン特設サイト構築

(タウンニュース社提供イベント情報サイトシステムの活用/広報課運用)

イベント情報を紙面と連動のうえ、WEBで発信する情報サイト。

スマートフォンからリアルタイムで地図情報と連動した店舗情報、イベント情報を提供するほか、利用者による操作により開花状況等をリアルタイムに投稿表示することで、情報の拡散を有効活用します。

また、3月に発行を予定している小田急線沿線の世田谷、横浜、川崎地

区に発行されるタウンニュース桜特別号などの紙面でこのキャンペーンを紹介します。

(2) 小田急電鉄提供の車内動画広告（O T V）の活用

小田急車両922両中276両（約30%）に導入されている車内ビジョンを活用。小田急沿線120km区間のみならず、東京メトロ千代田線及びJR常磐線の取手まで乗り入れているため、都心及び千葉県西部での宣伝効果が期待できます。前回の特設サイトへの地区別アクセス数において、横浜、新宿、港区からが多いことからO T Vがキャンペーンの周知に効果があるものと考え、今回も活用し、キャンペーン期間中近郊からの来訪者の増加を目指します。

