

## 秦野市「山の日」イベント ハダ恋山恋キャンペーン実施要領

### 1 「山の日」とは

「山の日」とは、今年から「山に親しむ機会を得て、山の恩恵に感謝する日」として、8月11日に定められた国民の祝日です。

### 2 目的

秦野市は、丹沢の豊かな自然のもと、森林に育まれる豊富な地下水と清々しい空気に恵まれ、山の恩恵を受けつつ発展し続けてきました。

そんな秦野市にとって、「山の日」はまちの魅力を発信する絶好の機会であることから、市民総ぐるみで山に対する感謝の気持ちを発信し、秦野市の魅力を市内外に広く伝えるべく、山の日記念イベント「ハダ恋山恋キャンペーン」を実施するものです。

### 3 テーマ

「お帰りなさい、秦野へ　～丹沢は私たちの宝物～」

### 4 コンセプト

#### (1) 秦野がふるさとのみなさんへ「お帰りなさい」

市制施行から60年を経過し、先住の市民に加え、多くの市民が第2の故郷として居を構え、発展してきた秦野は、都会の便利さを享受しながら、いまなお、懐かしい里山の原風景を残しています。

#### (2) 秦野を再び訪れるみなさんへ「お帰りなさい」

登山、スポーツ、レクリエーション等で多くの来訪者が訪れる丹沢と首都圏をつなぐ玄関口として多くの人の思い出に刻まれています。

#### (3) 秦野を初めて訪れるみなさんをふるさとのように迎える「お帰りなさい」

訪れる者に故郷への郷愁を抱かせる、そんな秦野のまちの魅力は、秦野盆地湧水群の名水とその名水をはぐくむ丹沢の山々、そしてそれを維持する市民の力です。

### 5 キャンペーン期間

7月20日から8月31日まで

### 6 期間中の主要イベント

#### (1) 市主催の核となる「山の日」記念事業の予定

- ア 名水講演会（環境保全課） 調整中
- イ ハイキング・登山など

#### (2) 市民団体等による事業

市民団体等が通常実施する事業に「山」の要素を加えて実施する事業



例) 里山団体による里山保全活動、山守隊（やまもりたい）による清掃活動や見守りパトロール、釣りサークルによる渓流の清掃活動、読み聞かせサークルによる山にちなんだ絵本の読み聞かせ会

### (3) 市民・企業による事業

市民の創意工夫により、独創性に富んだ「山」にちなんだ事業

例) 飲食店による山の幸の特別メニューの提供（地場産品等）、小売店による山にちなんだセール（木工製品、水、山岳用品等）、市内商業者による山盛りイベント（じばさんずにおける山盛り市場、そば店による山盛りそば、飲食店による山盛りかき氷、山の日特設コーナー設置等）、山を眺めながら水無川沿いを散歩する「夕涼みウォーク」

## 7 期待する効果

### (1) 昨年度の検証

昨年度のハダ恋山恋キャンペーンでは、官民一丸となり市内を盛り上げようと「山」にちなんだ86事業が開催され、多くのメディア（日刊紙8回、テレビ・ラジオ9回、地域紙4回、雑誌・WEBサイト5回）で取り上げられ、本市の知名度向上が図られました。

また、この事業効果を検証するため、イベント参加者と市民400人へWEBアンケート調査を実施したところ、「良かった」「継続したい」という回答が全体の7割ありました。特に参加した商業者アンケートでは、来客数及び売り上げで、「やや増加」「かなり増加」の回答が、全体の3割を超え、新規顧客の誘致に繋がったと回答が得られました。このことから、イベントによる地域経済の活性化が図られたと考えられます。

### (2) 今年度のキャンペーンで期待する効果

- 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来訪者増
- 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

## 8 事業の実施日

実施日は、キャンペーン期間中、「山の日」である8月11日を中心に主催者が任意で設定するものとします。※一定期間を設定し、効果を挙げる工夫をお願いします。

## 9 広報宣伝(プロモーション)等

### (1) ハダ恋山恋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、参加者がSNS(ツイッター)で発信した情報をサイト内で取り上げることで、情報の拡散を狙います。

### (2) 小田急電鉄提供の車内動画広告(OTV)の活用

小田急車両の246両(全体の約26.7%)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、ハダ恋桜イベント特設サイトへの誘導を図り、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。

### (3) 小田急ロマンスカー車内フリーマガジンへの広告掲載

ロマンスカーのシートポケットにて配布されている「るるぶFREEロマンスカー 夏号」に丹沢の山々に抱かれ、丹沢が育む湧水に恵まれた秦野を紹介する記事を掲載します。

## 10 事業実施に向けたスケジュール

時期	実施者	市の担当課	広報課
5月15日			広報5月15日号企画募集
5月15日以降	← キャンペーン案内		
6月5日			定例記者会見
6月末日	事業内容の報告 → ※関係機関等調整		
7月17日以降			のぼり旗配布
7月20日	キャンペーン開始		定例記者会見
随時	事業実施・PR		マスコミ対応
8月11日	山の日当日		当日取材
8月31日	キャンペーン終了		

## 11 事業展開イメージ

秦野市 「山の日」イベント ハダ恋山恋キャンペーン  
「お帰りなさい、秦野へ ～丹沢は私たちの宝物～」

### 市主催の核となる事業

市民団体、農商工業者等が通常行う事業活動に

#### 山の要素を加えた事業

山・水の保全活動、集中登山

天然の水がめ、秦野名水のPR

木工製品、農産物等の地場産品や山岳用品の販売・展示

山の日特別メニューや山盛りセール等の実施

山のスケッチ会、撮影会等の開催

↓ 集約した情報を発信

ホームページ、広報紙等

広告、宣伝番組等

新聞各社、テレビ各局

↑ 参加

↓ 情報の発信・拡散

市民・観光客等