



ガーデンネックレス横浜
Garden Necklace
YOKOHAMA



**ガーデン・ツーリズム登録制度
令和4年度 登録計画事業実施報告**

ガーデンネックレス横浜実行委員会

令和5年3月



ガーデンツーリズム

ガーデンネックレス横浜が2019年「ガーデンツーリズム登録制度※」に
第1号で登録されました。



※国による、花や緑が見どころの施設が連携し、魅力ある庭園めぐりをすすめるための制度

横浜の構成庭園: 山下公園、港の見える丘公園、横浜公園、日本大通り、新港中央広場、
横浜イングリッシュガーデン、横浜山手西洋館、里山ガーデン、八景島の9箇所

ガーデンネックレス横浜2022 開催概要

項目	内容
事業目的	ガーデンネックレス横浜は、2017年に開催した全国都市緑化よこはまフェアの成果を継承し、花と緑にあふれる「ガーデンシティ横浜」を推進するリーディングプロジェクトです。花や緑による美しい街並みや公園、自然豊かな里山など、横浜ならではの魅力を発信し、市民・企業・団体の花や緑に対する関心を高めるとともに、横浜のブランド向上につなげます。また、2027年国際園芸博覧会の開催に向けて機運を醸成していきます。
主催	横浜市
運営主体	ガーデンネックレス横浜実行委員会
期間	<春> 2022年3月26日(土)～6月12日(日) <秋> 2022年9月17日(土)～10月16日(日) ※全市は通年の取組
会場	みなとエリア(山下公園、横浜公園、港の見える丘公園、新港中央広場他) 里山ガーデン 全市(18区)

ガーデンネックレス横浜2022において、ガーデンネックレス横浜実行委員会が主催する行催事として「里山ガーデンフェスタ」および「横浜ローズウィーク」を開催した。

■里山ガーデンフェスタ 開催概要

会場：里山ガーデン

開催期間：<春> 2022年3月26日(土)～5月8日(日)
<秋> 2022年9月17日(土)～10月16日(日)

来場者数：<春> 44日間 164,233人
<秋> 28日間 84,852人

■横浜ローズウィーク 開催概要

会場：山下公園、港の見える丘公園、日本大通り、大さん橋ホール、

横浜山手西洋館、横浜イングリッシュガーデン、八景島、その他市内各所

開催期間：2022年5月3日(月・祝)～6月12日(日)

主なイベント：ローズフェアwith趣味の園芸(5月12日～16日 市役所アトリウム)



© ITOON/GN

ガーデンネックレス横浜
Garden Necklace
YOKOHAMA 2022

ガーデンネックレス横浜2022 開催実績

■ 動画配信 (YouTube)

ご自宅で楽しめる美しい花の動画を全10本制作し、「ガーデンネックレス横浜」公式YouTubeチャンネルで公開しました。アンバサダーを務める三上真史さんによる「山手イタリア山庭園ガイドツアー」を実施し、みなとエリアの満開の花をご紹介します。



【公式】みなとエリア2022
春 花風景「サクラ」



【公式】みなとエリア2022春
花風景「バラ」港の見える...



【公式】山手イタリア山庭園
アンバサダー三上真史...



【春の里山ガーデンガイドツ
アー】豪華な花々の共演を...

・コラボ動画 (YouTube)

アンバサダー三上真史さんのYouTubeチャンネル「三上真史の趣味は園芸ちゃんねる」とのコラボ企画として、春の里山ガーデンガイドツアーを実施。「豪華な花々の共演をお楽しみください」と題し、三上真史さんがデザイン監修をしているウェルカムガーデンの様子もご覧いただき、好評を得ることができました。

■ 8箇所のフォトスポットを巡る「ガーデンベア」デジタルスタンプラリー/開催期間：3/26(土)～6/12(日)

(株)セガ エックスディーのアプリ制作協力により、コロナ禍でも安心して花の見所めぐりをお楽しみいただけるスマートフォンを使った非接触のデジタルスタンプラリーを実施。スタンプポイントごとに、もれなく「動くARガーデンベア」をプレゼント。また、巡ったポイント数に応じて花の種、ガーデンベアノベルティ、ファンケルリサイクル植木鉢、キタムラ製オリジナルエコバックなどプレゼントし、多くの参加者から好評を得ました。また、現地でも来場者に参加方法などの説明をしてサポートし、合計8,496名の参加がありました。



景品交換の様子
(山下公園インフォメーションセンター)



現地での参加方法説明
(港の見える丘公園)



フォトスポットのリニューアル
(山下公園)

■ SNS配信

3/16(水)の運用開始から、毎日投稿し、花好きの方や横浜に興味のある方への訴求を行いました。本年はプロカメラマン・ライターにより投稿の作成を行いました。これにより質の高い投稿・写真の統一感を作ることができ、Instagramフォロワーが飛躍的に増加しました。

実際の投稿(Instagram)



実際の投稿(Twitter)



● Instagram 統計

フォロワー数：4,315→**6,344** (6/20時点)

フィード投稿回数：102回

総いいね数：74,494

投稿総リーチ数：131,211

ストーリー投稿数：78回

投稿へのコメント (一例)

・以前に友人達と伺いましたが、とにかくバラの数が多く、素晴らしい存在感なので圧倒されましたね

帰りに中華街でランチをして、船に乗って最高なひと時が過ごせました

● Twitter 統計

フォロワー数：2,082→**3,393** (6/20時点)

投稿回数：167回

総いいね数：23,955

総リツイート数：3,313

投稿へのコメント (一例)

・来週行きます！早く行きたいな～

・天気は荒れ予報だけど、花が持ち堪えてくれますように。

■ Instagramライブ配信 (SNSプロモーション)

SNSを活用したガーデンネックレス横浜のPR施策として、女性誌「Hanako」とコラボレーションしたInstagramライブ配信を実施しました。スペシャルパートナーとして、横浜出身でフラワーアーティストとして活躍する前田有紀さんに出演いただき、見ごろのお花やイベント開催中に楽しむことのできるフードメニュー、前田さんによる、おうちで簡単にできる春のお花アレンジを紹介しました。

『前田有紀さんと花を感じる横浜春さんぽ inガーデンネックレス横浜2022』



■ Instagramリポスト

新たな取り組みとして、「#myガーデンネックレス横浜」をつけて投稿してくれたユーザーの投稿をリポストし、紹介しました。質の高い写真が多く、フォロワーからいいねも多く頂きました。リポストを毎日行うことで、アクティブなアカウントとして春の会期終了後もフォロワーが増えています。 ※いいねが1,500を超えるリポスト投稿もあります。

実際にリポストした投稿(Instagram)



・配信日時：2022年3月27日 (日)

■360°ツアー

360°ツアーは、自宅に居ながらガーデンネックレス横浜の会場で見られる花の数々を時期に限る事なく、体感していただけるものです。遠方で足を運ぶことが難しいお客様にも、花や緑の魅力をお届けする事が出来ました。
 【撮影箇所】 さくら通り、自動車道、元町公園、赤レンガ倉庫、横浜市役所、日本大通り、横浜公園、
 山下公園、港の見える丘公園
 【合計アクセス数】 13,965 (6/17時点)



※さくら：自動車道



※バラ：港の見える丘公園 バラとカスケードの庭

■花のあるおうち時間キャンペーン

ご自宅でも花や緑を通じて潤いのある暮らしにつながるよう、当キャンペーンを企画しました。応募者プレゼントには、ガーデンベアのノベルティと、ご協賛社様よりいただいた種を活用しました。

～キャンペーン内容～

おうちでガーデンネックレス横浜を楽しんでいただける、花の種セットが当たるプレゼントキャンペーンを2回実施。応募フォームからの申込みで、第1弾は3/26～4/8で296名様、第2弾は4/25～5/8の期間で1,104名様、計1,400名様にプレゼントを実施。さらに、「花のあるおうち時間」にまつわる写真をInstagram・Twitterにて **#ガーデンネックレス横浜 #花のあるおうち時間キャンペーン** をつけて投稿して頂いた方の中から、抽選で30名様に豪華ガーデンベアグッズがもらえる「SNS投稿キャンペーン」を実施しました。

応募期間：第1弾 2022年3月26日(土)10:00～4月8日(金)15:00まで

第2弾 2022年4月25日(月)10:00～5月8日(日)15:00まで

SNS投稿キャンペーン 2022年6月30日(木)まで

参加人数：第1弾296名様、第2弾1,104名様、SNS投稿キャンペーン30名様(582件の投稿より抽選)

合計：1,430名様



第1弾キャンペーン(WEBバナー)



第2弾キャンペーン(A5チラシ)



SNS投稿キャンペーン(WEBバナー)

●SNS投稿キャンペーンにて投稿された内容



■各所と連携したPR

各所連携として、ホテル、施設等でのガーデンベアぬいぐるみと花の装飾、フォトスポット設置、ガイドブックスタンド設置、ガーデンベア焼印入りコラボパンの販売協力(一部ホテル)をして頂きました。

【連携ホテル】ザ・カハラ・ホテル&リゾート横浜、横浜ベイホテル東急、ローズホテル横浜、ホテルニューグランド 横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ、ヨコハマグランドインターコンチネンタルホテル、横浜ロイヤルパークホテル



ホテルニューグランドでの装飾
ガイドブックスタンド設置



ホテルニューグランド「コーヒーハウス ザ・カフェ」でのガーデンベア焼印入りパンの販売



山下公園内キッチンカーでのガーデンベア焼印入りホットサンド販売



横浜ベイサイドマリーナ
(フォトスポットの設置)



インフォメーション・センター
「China Town80」
(ガーデンベアモニュメントの設置)



横浜ハンマーヘッド
(ガイドブックスタンドの設置)

■ロスフラワーの活用

ガーデンネックレス横浜開催期間中、イベント・近隣ホテル・山下公園で使用し廃棄する花をロスフラワーとしてインフォメーションセンターや中学校、イベントでの展示にて再利用しました。

●山下公園レストハウスインフォメーションセンターでの展示



ヨコハマ グランドインターコンチネンタル
ホテルのロスフラワー



山下公園内のロスフラワー



ロスフラワーを使用したフラワーアトリウム
(Hikaru Seinoさん制作)

●ローズフェアwith趣味の園芸で使用したロスフラワーの中学校への配布 配布した中学校：本郷、富岡東、豊田、日野南、みたけ台、上白根

●イベントでの展示 (みなとみらいガーデンライフ)



富岡東中学校の生徒一同
(花苗を植えている様子)



富岡東中学校の生徒一同
(集合写真)



フラワーアトリウムで使用した
ロスフラワーをドライフラワーにした装飾

■ 広告

・デジタル広告(グノシー)

スマートフォン利用を主とする若年層(20代)への訴求方法の一環として、デジタル広告(グノシー)の運用を実施しました。3/25～5/25の期間中に、75万回再生×2回(種)を行い、ガーデンネックレス横浜公式HP、公式Instagramへの誘導を実施する事ができました。視聴者属性は、男女共に25歳～39歳のユーザーが約50%程度を占める結果となり、若年層への訴求のほか、デジタル広告の可能性を示唆する結果となりました。



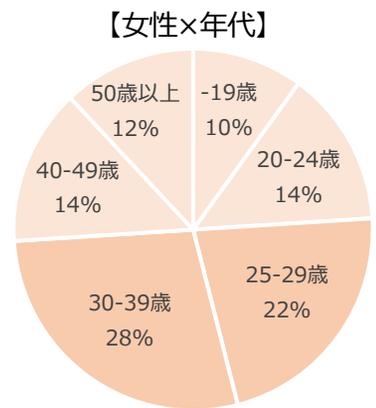
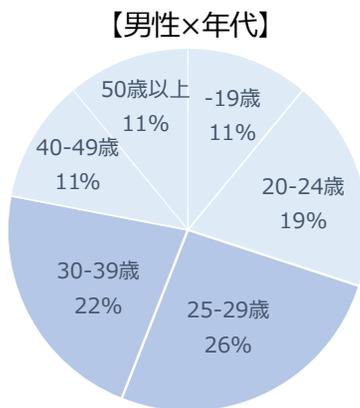
表示画面(グノシー)

期間中のクリック数は、グノシー管理画面計測上 37,379Clickの数値を記録。ガーデンネックレス横浜公式HP及び公式Instagramへの送客数(クリック数)に関しても、CPC(※①)50円と他リスティング広告や運用型広告と比較し、低単価での送客を実現することができました。

※①：1クリックあたりにかかった費用

【実施期間】

1回目：3/25～4/24/2回目：4/25～5/25



・編集タイアップ(女性誌、タウン情報誌)

ガーデンネックレス横浜のPR施策として、雑誌媒体での編集タイアップ企画を実施しました。女性誌「OZmagazine」(6万部)、タウン情報誌「港北NT Style book Garden」(3万部)、「子どもタウンニュース」(約20万部)にて花の見ごろやイベント情報等を紹介しました。また、「OZmagazine」では誌面のほかにWEBサイト「OZmall」での掲載や横浜情報の抜き刷り冊子(3万部)も展開し、多くの読者にイベントの魅力を訴求しました。



3月12日発行「OZmagazine」



3月26日発行「港北NT Style book Garden 2022 春」



「OZmagazine」
横浜情報の
抜き刷り冊子



4月11日発行「子どもタウンニュース」

～メディア露出～

開幕前の告知記事から始まり、開幕時、会期中と継続してメディア露出を獲得。3月の桜＆開幕、4月のチューリップ、5月のバラ、とテーマフラワーに合わせて途切れることなくコンスタントに取材を入れ込み、記事/放映を見た読者・視聴者にガーデンネックレス横浜の魅力を訴求しました。加えて、花グルメやローズカクテルの露出にも努め、花とグルメを楽しむイベントとしての認知拡大も図りました。

■テレビ、ラジオ

中継（おはよう日本、グッドモーニング等）だけでなく、特集や街歩き番組（news every、めざましテレビ、ZIP！、有吉くんの正直さんぽ等）での露出もあり、『春の横浜と花』のイメージを多くの視聴者にPRしました。さらに、ラジオ番組(YOKOHAMA My Choice！等)でのイベント情報の発信も行いました。



4月1日「news every.」（日本テレビ）



4月2日「ハマナビ」（tvk）



4月16日「おはよう日本」（NHK）



5月3日「めざましテレビ」（フジテレビ）



5月3日「ZIP!」（日本テレビ）



5月16日「ヒルナンデス!」（日本テレビ）



6月2日「ニュースLIVE!ゆう5時」（NHK）



※花味絵図撮影協力店舗

- ①プレミアムピクニックバスケット(ホテルニューグランド)、②フラワーソフト(横浜イングリッシュガーデン「YEG Original CAFE」)、③ザ・ローズ(ローズホテル横浜「プラスリーミラー・フォーレ」)、④ローズシフォン、⑤薔薇の香るスイートロールケーキ(えの木てい本店)、⑥ローズカクテル(日本バーテンダー協会 神奈川支部)

■新聞、雑誌、WEB

開幕や見ごろを迎えた花とともに訪れた方々がガーデンネックレス横浜を楽しむ様子を報じる内容の記事露出を獲得しました。また、花味絵図メニューをピックアップした記事露出も獲得し、花グルメの魅力も訴求しました。



3月27日「朝日新聞（神奈川）」



4月12日「毎日新聞（神奈川）」



4月22日「おとなの週末web」

■ 広告換算

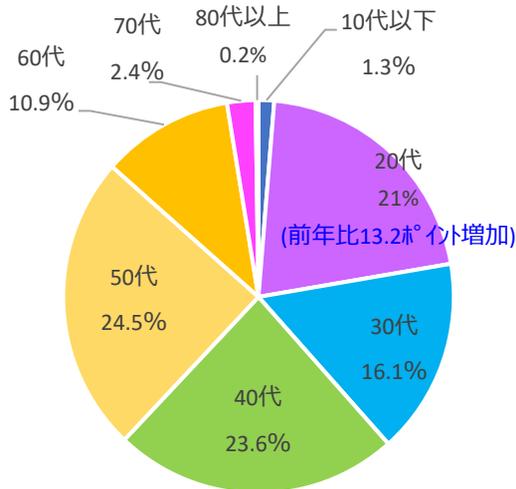
【ガーデンネックレス横浜2022 露出】

総露出：608件 広告換算(仮)：約14.8億円

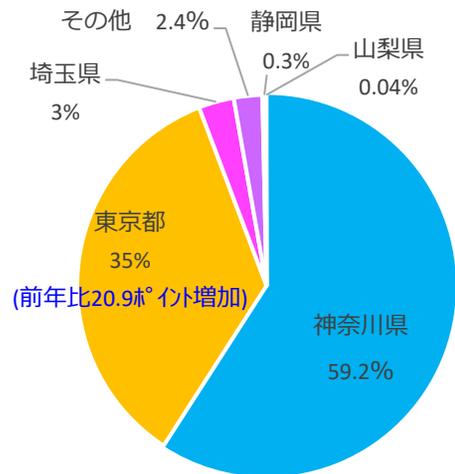
(明細：TV 17件 約13.5億円、新聞 45件 約3千万円、雑誌 10件 約7百万円、WEB 534件 約9.5千万円、ラジオ 2件)

■ WEBアンケート実施結果／総票数：2,551件

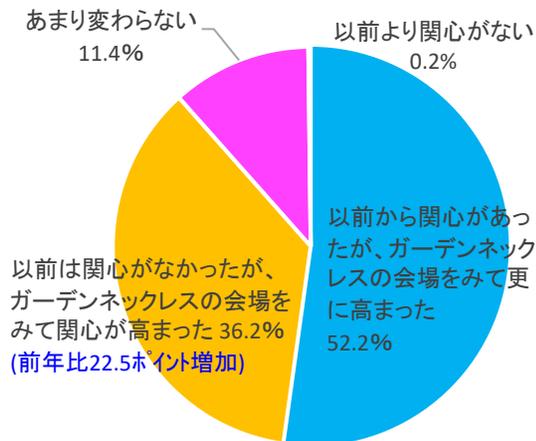
【年代】



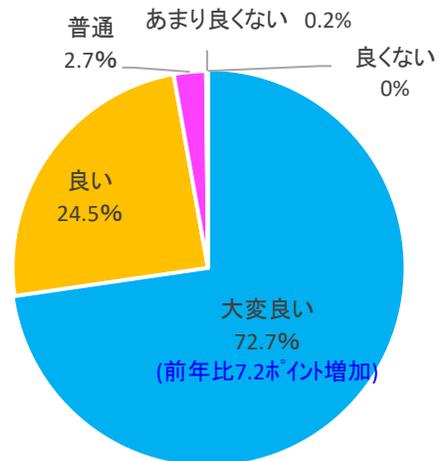
【お住まい】



【花・緑への関心】



【みなとエリアの印象】



協賛

