～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月の開幕に合わせてホテル連携のコラボスイーツ、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誘致し、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、「ガーデンベア」の露出にも努め、キャラクター認知拡大も図りました。

■テレビ、ラジオ

中継（ミヤネ屋、グッドモーニング等）だけでなく、バラエティ番組（ちぃたん☆と手越祐也のホンキでいきます（仮））での露出もあり、より幅広い層へ向けて本イベントについて多くの視聴者にPRしました。さらに、ラジオ番組(FMヨコハマ「Lovely Day」街角リポート)でも花の見頃と合わせたイベント情報の発信も行いました。

3月17日「イッツコム地モトNEWS」（イッツコミュニケーションズ）

4月15日「新井恵理那のWeather ニュースキャスター」（TBSテレビ）

5月3日「FNN Live News Days」（フジテレビ）

5月7日「サンデーLIVE!!」（テレビ朝日）

5月9日「グッド!モーニング」（テレビ朝日）

5月11日「情報ライブ ミヤネ屋」（読売テレビ/日本テレビ系列）

5月26日、6月2日「ちぃたん☆と手越祐也のホンキでいきます（仮）」（テレビ埼玉）

■新聞、雑誌、WEB

4月13日「神奈川新聞」

4月30日「ノジュール」

6月10日「MATCHA」
https://matcha-jp.com/en/12089

■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。
①女性誌「OZmagazine」および「Ozmallニュース記事」
　→広報画像を使用し、花の見どころと今年の注目ポイントについて掲載。
②女性誌「Hanako」のWEB媒体「Hanako.tokyo」とSNSのリール動画
　→元アナウンサーで現在、フラワーアーティストとして活躍する前田有紀さんを起用したタイアップを実施。媒体のメインターゲットである首都圏で働く20～30代女性を中心に本イベントの魅力を花と食で訴求しました。

【OZmagazine誌面タイアップ】

【OZmall WEBタイアップ】
https://www.ozmall.co.jp/especial/travel/34123/

【タイアップ結果】
発行部数 52,765部
PV:11,047PV

【Hanako.tokyoWEBタイアップ】
https://hanako.tokyo/travel/374888/

【タイアップ結果】
PV:13,492PV

【Hanako公式インスタグラム リール動画】

	再生回数	いいね数	保存数	リーチ数
今回実績	27,279	227	25	26,643 (内フォロワー外 6,129)