



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3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4年3月

(1) ガーデンネックレス横浜2021 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> 2021年3月27日（土）～6月13日（日） <秋> 2021年9月18日（土）～10月17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2021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。なお、「秋の里山ガーデンフェスタ」は、緊急事態宣言の発令に伴い中止した。

■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> 2021年3月27日（土）～5月9日（日）
<秋> 2021年9月18日（土）～10月17日（日）全期間中止

来場者数：<春> 44日間 171,128人 春として過去最高
<秋> 30日間 中止のため0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：2021年5月3日（月・祝）～6月13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）

(2) 事業の実施状況

1 広報宣伝

コロナ禍における工夫した情報発信、取組

ガーデンネックレス横浜2021に向けたポスター、リーフレットの準備を計画どおり行った。4月以降は、自宅でも花を楽しみ、親しんでいただけるコンテンツとして、動画の配信やご協賛いただいた種を活用したプレゼントキャンペーンを行った。

■ ガイドブック配布：120,000部



裏面

表面

■ ポスター掲出：約7,500部



GNデザイン

RWデザイン

■ GNチラシ配布：約26,000部



表面

裏面

■ RWリーフレット配布：約32,000部



裏面

表面

■ 総合案内看板設置

山下公園（2箇所）、港の見える丘公園、横浜公園、新港中央広場、桜木町駅前、関内駅前（新規）に会場案内や公式ガイドブック配架のため、総合案内看板を設置した。



(2) 事業の実施状況

1 広報宣伝

■ SNS

3/11(木)より運用開始し、毎日投稿し、花好きの人や横浜に興味のある方への訴求を行いました。
#花のあるおうち時間キャンペーン を行ったことにより、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

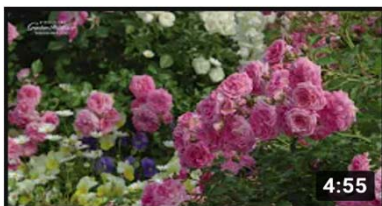
フォロワー数：996→**3765**(6/15時点)
フィード投稿回数：94回
総いいね数：36,315
投稿総リーチ数：180,281
ストーリー投稿数：88回
投稿へのコメント(一例)
・いつもお花の写真に癒されてました。
ありがとうございました。
・ガーデンベアかわいい！
・ガーデンベアのぬいぐるみが欲しい。

● Twitter 統計

フォロワー数：1197→**1893**(6/15時点)
投稿回数：179回
総いいね数：18210
総リツイート数：3773
投稿へのコメント(一例)
・花々に圧倒される素晴らしい体験の数々、ありがとうございました。
コロナによる鬱屈を随分洗い流すことができました。
・大変な時期のなか開催ありがとうございました。花々から元気をもらえました。スタンプラリーやキッチンカーなど楽しませていただきました。
秋の里山ガーデンも楽しみにしています。

■ 動画配信(公式youtube)

美しい花の映像をご自宅で楽しめる動画を制作し、Youtube「ガーデンネックレス横浜」公式チャンネルで公開しました。初めての試みとしてインフォメーションセンターからのライブ配信と配信内容のアーカイブ配信もYoutubeにて行い、好評をいただきました。



【公式】みなとエリア2021
春 花風景「バラ」山下公園



【公式】横浜山手西洋館と季節の花で彩られた館内めぐ...



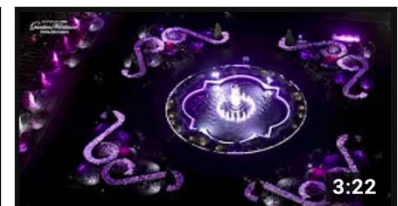
【公式】ガーデンネックレス横浜2021「横浜は今日も...



【公式】みなとエリア2021
春 花風景「サクラ」



【公式】横浜山手西洋館と季節の花で彩られた館内めぐ...



【公式】みなとエリア2021
山下公園中央広場 ナイト...

(2) 事業の実施状況

1 広報宣伝

■ 花のあるおうち時間キャンペーン

緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が発令されるなど、外出自粛が続く中、ご自宅にいらっしゃる皆様へ花や緑を通じて潤いのある暮らしにつなげていただければと当キャンペーンを企画いたしました。応募者プレゼントには、ガーデンベアのノベルティと、ご協賛社よりいただきまし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。9分割した写真の中からガーデンベアを探すクイズ形式で、応募フォーム経由から申込。第1弾は4/15～4/29で500名様、第2弾は4/30～5/14の期間で400名様、計900名様にプレゼントを実施。さらに、ダブルチャンスキャンペーンとして、プレゼント当選で届いた種から花を育てている様子を「#花のあるおうち時間キャンペーン」を付けて投稿した方の中から20名様へ、ノベルティグッズのプレゼントを実施。

応募期間：第1弾 2021年4月15日(日)～29日(木)、第2弾 2021年4月30日(金)～5月14日(金)
※ダブルチャンスキャンペーンは2021年4月30日(金)～7月31日(木)
応募人数：第1弾1,153名様、第2弾872名様 合計：2,025名様



第1弾キャンペーン



第2弾キャンペーン

・プレゼントしたガーデンベア ノベルティグッズ



第1弾・2弾キャンペーン
プレゼント用ノベルティグッズ



ダブルチャンスキャンペーン
プレゼント用ノベルティグッズ

(2) 事業の実施状況

1 広報宣伝

春の期間、テレビを中心としたメディアへの広報活動の結果、ガーデンネックレス横浜の会場の様子が多くの番組で取り上げられた。

■テレビ

3/26 フジテレビ「めざましテレビ」



4/8 テレビ朝日「グッド！モーニング」



4/14 テレビ東京「なないろ日和」



4/24 tvk「ハマナビ」



■新聞

3/22 「神奈川新聞」



4/10 「毎日新聞(神奈川版)」



4/11 「読売新聞(神奈川版)」



【ガーデンネックレス横浜2021 露出】

総露出：907件 広告換算(仮)：約11.6億円

(明細：TV 28件 約11.1億円、新聞 32件 約2千万円、雑誌 4件 約2百万円、WEB 843件 約3千万円)

(2) 事業の実施状況

2 行催事・会場演出

①春の里山ガーデンフェスタを開催し、過去最高の入園者

春の里山ガーデンフェスタでは大花壇の観覧を一方通行にするなど、コロナ対策を徹底し開催した。春としては過去最高の171,128人が来場し、大花壇をお楽しみいただいた。なお、秋の開催については神奈川県における緊急事態宣言の発令に伴い、全期間中止とした。



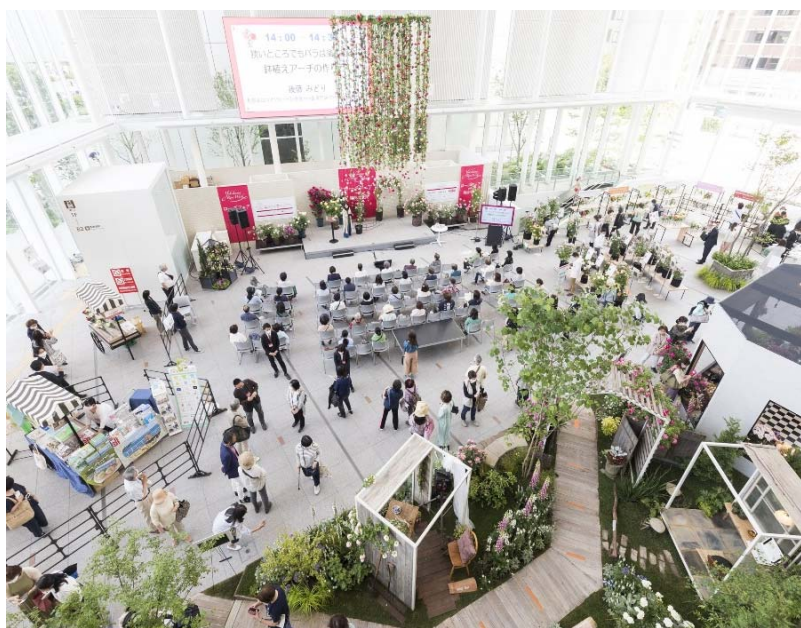
多くの方で賑わう大花壇



スタッフによる手指消毒

②市役所アトリウムで「ローズフェアwith趣味の園芸」を初開催

市の花バラの魅力を伝える「ローズフェアwith趣味の園芸」をバラの見頃に合わせ5日間市役所アトリウムで開催した。バラの最新品種やローズガーデンの展示、趣味の園芸の公開収録や講師陣によるトークショーなどお楽しみいただき、5,550人の来場があった。なお、感染症拡大防止のため、事前申し込み制による入場方法とした。



会場全景



「趣味の園芸」公開収録



バラの盆栽展示

(2) 事業の実施状況

2 行催事・会場演出

③ コロナ禍でも各会場の魅力的なガーデンを整備・管理しました

2021年春は、いつでも会場をお楽しみいただけるよう、里山ガーデンの大花壇をはじめ、みなとエリアのチューリップやバラを楽しめるガーデンを整備・管理しました。

■ サクラ

里山ガーデン

1 haの大花壇とサクラ



■ チューリップ

横浜公園

14万本のチューリップガーデン



新港中央広場

球根ミックスによるナチュラルガーデン



■ バラ

山下公園

未来のバラ園



港の見える丘公園

イングリッシュローズの庭



④ 会場間をつなぎ魅力を高めるための演出を行いました

■ ガーデンベアフォトスポット

象の鼻パーク



■ ハンギングバスケット

日本大通り



(2) 事業の実施状況

2 行催事・会場演出

⑤会場巡りを楽しむフォトスポットの設置、デジタルスタンプラリー

会場としている花の見所にガーデンベアのフォトスポットを設置するとともに、コロナ禍でも街巡りを楽しめるデジタルスタンプラリーを実施した。



各所に設置したガーデンベアのフォトスポット

✓ STEP 1



スマートプレートを
スマートフォンでタッチ!
NFCのタッチ、またはQRコードの
スキャンで参加できます!

✓ STEP 2



スタンプ帳にスタンプが貯まる!
アプリのインストールは不要!
NFCのタッチまたはQRコードスキャンで
すぐに参加できます。

✓ STEP 3



集めたスタンプで商品をGET!
12箇所のうち6個のスタンプを貯めれば
景品を貰うチャンス!
景品は先着5,000名限定です!



デジタルスタンプラリー

(3) 事業の成果、課題と今後の展開

1 事業の成果、課題

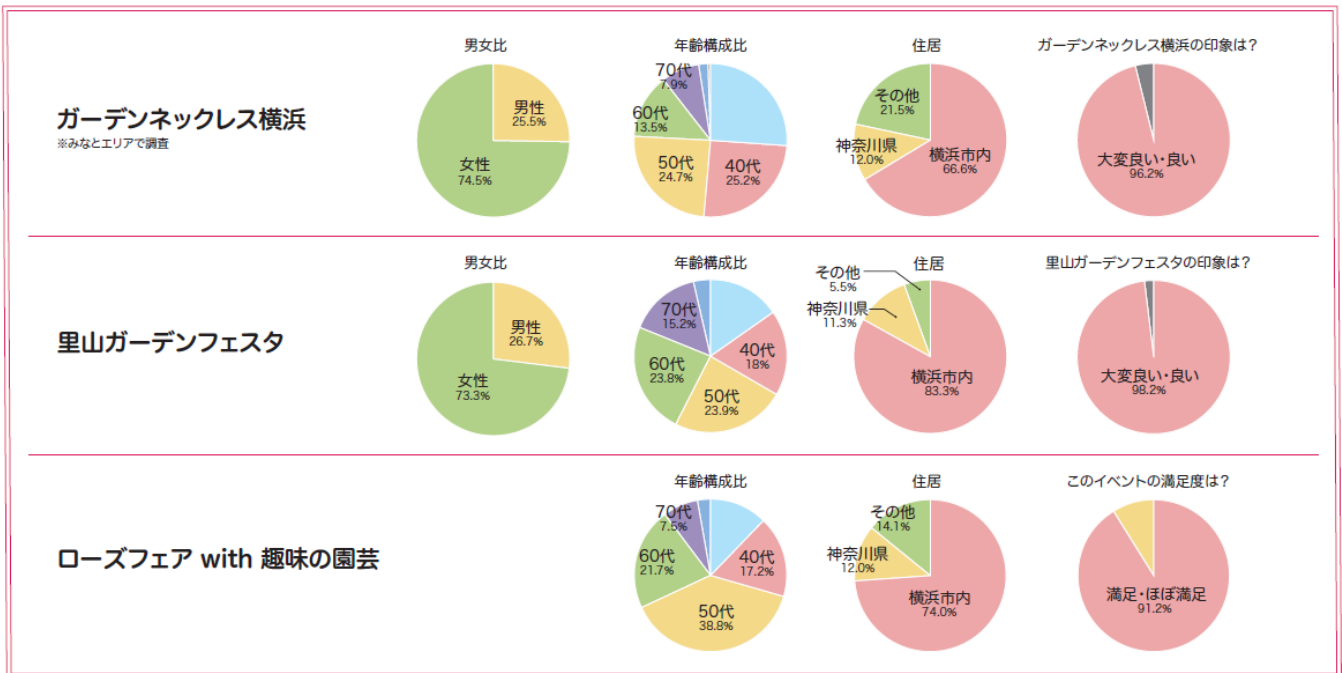
令和3年度のガーデンネックレス横浜は、コロナ禍の影響を受け、「秋の里山ガーデンフェスタ」の中止を余儀なくされましたが、「春の里山ガーデンフェスタ」には、オープンスペースで観賞できる花の見所が再評価されています。

また、2021年に実施したアンケート（下図）から、ガーデンネックレス横浜では、以下の項目が読み取れます。

- ・男女比では、女性が3 / 4を占める。
- ・年齢構成では、みなとエリアで50代以上が半数、里山ガーデンで2 / 3を占める。
- ・市外からの来訪は、みなとエリアで1 / 3、里山ガーデンで1 / 5にとどまる。
- ・満足度は、非常に高い。

その他、里山ガーデンで実施したアンケートでは、「国際園芸博覧会」の認知が低いという結果となりました。

2021年 アンケート結果



2 今後の展開

上記を踏まえ、ガーデンネックレス横浜では今後以下の展開を行う。

- ① コロナ禍において安心して楽しめる花めぐりの広報・PR
- ② 市外からの来場促進や若年層向けの広報・PRの強化
- ③ 2027年の園芸博覧会開催まで5年となる中、ガーデンネックレス横浜の取組を通じたPR、機運醸成を一層強化