



第15-15号

2015年7月3日

観光客数4,000万人の“江の鎌”の魅力を広域に発信

江ノ電で、会いにゆく。

プロモーションキャンペーンを始動します

小田急電鉄株式会社（本社：東京都新宿区 社長：山木 利満）は、江ノ電を運行する小田急グループの江ノ島電鉄株式会社（本社：神奈川県藤沢市 社長：天野 泉）と連携し、2015年7月6日（月）から、江の島・鎌倉エリア（以下、江の鎌）への更なる来訪促進を目的に新しいプロモーションキャンペーン「江ノ電で、会いにゆく。」を展開します。

江ノ電の沿線である江の鎌は、武家の古都鎌倉や、日本百景の地でもある景勝地江の島など魅力あふれるエリアで、年間で、江の島エリアをもつ藤沢市が約1,770万人（※1）、鎌倉市が約2,200万人（※2）、合計で約4,000万人の観光客が訪れる人気の観光エリアです。

当社グループでは、本プロモーションキャンペーンを通じて、より多くのお客さまにご来訪いただけるよう、江の鎌の魅力を広く発信してまいります。

（※1 藤沢市 平成26年 観光客数統計 ※2 鎌倉市 平成26年 延入込観光客数）

◆ 江ノ電で、会いにゆく。

新しいプロモーションキャンペーンのスローガンは「江ノ電で、会いにゆく。」です。“見て回る”だけの観光ではなく、江の鎌にある「モノ」「コト」「ヒト」などに触れて楽しんでいただく、旅の体験を提案していきます。

◆ 江の鎌の旅の楽しみ方を提案する動画「ENODEN SOUND TRIP」

江の鎌の『音』を探しにゆく」をテーマに、江の鎌の旅を提案する動画「ENODEN SOUND TRIP」を制作し、公開します。歴史、文化、食など魅力あふれる江の鎌で、何気ない休日を女性が一人で贅沢に過ごし、慌ただしい都会では気づかなかった、さまざまな「音」や魅力に気づいていく様子を描きました。

◆ 観光情報サイト「江の鎌ナビ」や江の鎌ナビ公式Facebookページで情報発信

新しいプロモーションキャンペーンは、江の鎌の楽しみ方を提案する観光情報サイト「江の鎌ナビ」(<https://enokama.jp/>)をはじめ、江の鎌ナビ公式Facebookページや、駅冊子「江ノ電まちナビ（江ノ電発行）」、駅ポスター、車内広告など、さまざまな媒体で発信します。



駅ポスター（イメージ）



WEB動画イメージ

江の鎌の新しいプロモーションキャンペーン「江ノ電で、会いにゆく。」の概要は以下のとおりです。

記

1. キャンペーンスローガン **江ノ電で、会いにゆく。**

2. 概 要 江の鎌への来訪促進に加え、江の鎌内での移動促進を目的とするプロモーションを実施します。

3. 期 間 2015年7月6日(月)～

4. 主な宣伝展開

(1) WEB動画

①タイトル

「ENODEN SOUND TRIP」

②概 要

江の鎌の「『音』を探しにゆく」をテーマに、江の鎌の旅を提案する動画

③ストーリー

歴史、文化、食など魅力あふれる江の鎌で何気ない休日を女性が一人で贅沢に過ごし、忙しい都会では気づけなかった、さまざまな「音」や魅力に気づいていく様子を描きました。

④公 開

・「江の鎌ナビ」ホームページ (<https://enokama.jp/campaign>)

・「江の鎌ナビ」公式Facebookページ

(<https://www.facebook.com/enokama.navi>)

・YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=4y4IPTSGahE>)

※ 7月6日(月) 10時公開予定

・小田急線 車内液晶ディスプレイ「小田急TV」

※ 7月中旬以降、放映予定

(2) B1ポスター

①概 要

「江ノ電で、会いにゆく。」プロモーションキャンペーンのスローガンポスターを通年で掲出するほか、魅力的なスポットを紹介するポスターを年4回、季節ごとにテーマを変えて展開します。

②掲出場所

小田急線各駅、江ノ島電鉄各駅

(3) B3ポスター

①概 要

江の鎌の魅力的なスポットを紹介するポスターを年4回に分け、季節ごとにテーマを変えて展開します。

②掲出場所

小田急線 通勤車両内

「江ノ電で、会いにゆく。」プロモーションキャンペーンの詳細はホームページもご覧ください。

<https://enokama.jp/campaign>