



第一次プロモーション

『点の充実』 キャッフィーの認知

“点”としてのイベントを継続

種目体験を主とした「広報イベント」や「スポレク出前キャンペーン」を展開。小さな点のイベントを数多く充実させます。体験イベントは種目をダイレクトに伝えるため、強く印象に残りますが、一度に伝えられる対象は多くはありません。しかし、キャッフィーを中心とした積極展開を継続させ、地道に認知向上をはかります。

ターゲット: 県民

第二次プロモーション

『面の拡大』 スポレク種目の認知・促進

市町・種目参加者による加速化

市町、種目参加者の積極的な広報参加により“点”同士が有機的につながり“面”としての浸透力を持ちはじめます。目標をスポレク種目の認知へと拡大させ、官民一体となった「広報イベント」や「スポレク出前キャンペーン」の拡大と、柱となる啓発イベントを展開し情報を発信します。

ターゲット: 県民

直前プロモーション

『内から外へ』 参加意欲促進

ユニークさを武器に県内から県外へ

スポレクは、いつでも、どこでも、誰でも参加できるユニークな種目が多く、たいへん個性的な祭典です。そのユニークさを武器として、県内だけでなく、県外においてPRイベントやメディアとの連携イベントを積極展開し、スポレク祭の意義の浸透をはかり、参加促進につなげます。

ターゲット: 県→全国

平成19年度			平成20年度				
4月	7月	10月	1月	4月	7月	10月	
第一次プロモーション			第二次プロモーション			直前プロモーション	
告知期			認知期			浸透期	開催期
「広報イベント」「スポレク健康ウォーキング」「スポレク出前キャンペーン」を中心とした体験イベント展開							
ポスター、チラシ、のぼり等による情報発信							
500日前イベント	グッズ販売開始	幼稚園キャラバン	東京啓発	本祭典へ			
	サポーター会 設立総会	第2回 サポーター会	スポレクあおもり	柱となる啓発イベントの展開			
			一年前イベント	県内、県外においてPRイベントを実施			
				県内でのポスター、チラシ、のぼり等による情報発信			
				県内外を意識し、メディアと連携したイベントを展開			
戦略目的の実現度							