

広報について

G 空間 EXPO を開催するにあたり、一般来場者（小学生～大人）及び地理空間情報に係る関係者の集客を図るため、費用対効果を勘案し、以下のような来場者向け広報活動を検討している。

- マスメディアの活用
 - ・ 新聞広告掲載（一般紙・地方紙・業界紙・地域情報紙・フリーペーパー）
 - ・ 雑誌広告掲載（専門誌・業界誌）
 - ・ TV、ラジオ、新聞等各種報道機関の取材誘致
- Web サイトの活用
 - ・ 「G 空間 EXPO」公式 Web サイト（最新情報を随時提供）
 - ・ メールマガジン配信
 - ・ ネット広告掲載
- ポスター掲示、パンフレット配布、チラシ配布、ダイレクトメール配布
- 交通媒体広告の活用
 - ・ 会場周辺主要駅、沿線等での広告宣伝
- 政府広報の活用（記者発表、政府広報 TV、Web サイト）
- 関係自治体の協力（横浜市、神奈川県→市町村）
 - ・ 広報誌掲載、ポスター掲示、パンフレット配布、チラシ配布、学校への PR
- EXPO 実行委員会ネットワークの活用、出展者による協力
 - ・ 機関誌掲載、Web サイト掲載、ポスター掲示、パンフレット配布
 - ・ 各種イベント等における宣伝広告
- その他
 - ・ コンテスト等（表彰式）の開催
 - ・ 特集紙面の掲載（新聞社等との編集タイアップ等）
 - ・ 集客性、話題性の高い著名人による講演

来場者動員プロモーション

実行委員会の構成員(産学官)のネットワークを活用した広報活動を展開

- ・機関誌
- ・会議や学会
- ・ホームページ

業界メディアを活用した広報活動を展開

- ・記者発表
- ・専門誌, 業界誌, ビジネス誌
- ・経済新聞, 業界新聞

G空間EXPO ホームページで最新情報を発信

- ・最新のイベント情報
- ・出展者の製品・技術情報の紹介
- ・出展者のバナー広告

ユーザーへ情報を直接的に発信

- ・ダイレクトメール
- ・メールマガジン

出展者に行っていただくプロモーション

- ・ダイレクトメールの配布
- ・出展者のホームページやメールマガジンによる出展告知

来場者のターゲット

測位・地理空間情報基盤の作成・利用・流通… ビジネス来場者

- 測量, 調査設計, 土地家屋調査, 地図
- 建設, 建設コンサルタント, 施設管理
- 環境, 防災 ●農地管理, 森林管理
- 交通, 運輸, 観光, 文化財, 物流, 広告
- 保健, 公衆衛生, 介護, 防犯, 警察, 防衛
- 地理情報システム, 情報提供サービス
- 情報家電, 車載端末, 携帯端末, ゲーム, 映像
- 商圏, マーチャンダイジング, 立地計画
- 官公庁, 自治体, 関連団体 ●教育, 研究

G空間社会に見て, 触れて, 試して納得… 一般来場者

- 学生(小学生~大学生)
- 一般

マスメディアの信用力を活用したアテンションと興味・関心を惹く情報の提供

- ・一般紙
- ・編集タイアップによる参加型イベント展開
- ・TV報道

学校へのアプローチ

- ・横浜市をはじめとする近隣自治体の教育委員会の協力
- ・ポスター掲示
- ・公募コンテスト
- ・チラシ配布

一般のビジネス者に向けた啓発活動

- ・ネット広告
- ・通勤者への交通広告
- ・一般誌

子供に人気の参加型イベント

- ・キャラクターショー
- ・ノベルティ
- ・ゲーム