

公益財団法人 横浜観光コンベンション・ビューロー 平成 30 年度 事業計画

近年、観光・MICE を取り巻く環境の変化は目まぐるしく、かつ、その内容も多岐にわたり、これまで関わりの無かった業種・業態が、独自の視点で観光に参入してきています。環境変化の際たるものは、デジタル環境の変化、ICT の革新であり、観光におけるモバイルや SNS などの ICT の浸透は、単なる情報発信・コミュニケーションツールとしての機能にとどまらず、民泊に代表されるシェアリングエコノミーなどの新たな事業領域を創出しています。

このような動向と連動し観光におけるビジネスモデルも進化し、従来の B to B、B to C に加え、C to C という新しい形態が生まれています。関わる事業者が多様化する傾向の中、当財団も観光・MICE を振興する組織として、環境の変化に対応できる柔軟性を備える必要に迫られています。

平成 30(2018)年度、当財団は新たな中期計画のスタートを切ります。これまでの観光・MICE の取組における成果と課題を検証し、あらためて果たすべき役割を明確にし、かつ、今後に向けて更に機能を高めていかななくてはなりません。

具体的には、ラグビーワールドカップ 2019[™]、東京 2020 オリンピック・パラリンピックを迎える中で、ターゲット層を意識した、国内外に向けての横浜観光情報の発信や誘客活動、多様な文化・慣習の方々をお迎えするうえでの受入体制の強化、さらに横浜の強みである MICE 参加者や客船利用者等の外国人旅行者向けの市内の回遊性や滞在時間延長等の拡充に計画的に取り組めます。

これらの事業を推進する基盤として、データ分析や現況を把握する等マーケティング機能を強化し、戦略の立案と具体的戦術を着実に実行して参ります。

当財団は横浜の観光・MICE の振興において、賛助会員をはじめとする関連する事業者の皆様に対して、推進役を果たしていくことが求められています。事業者の方々と共に創り出していく事業やさまざまな取組が、直接的あるいは間接的な地域の利益を生み出すことがゴールであると考えております。

行政はもとより賛助会員、地域の皆様との今まで以上の連携を力に、「横浜の観光・MICE の振興の中核」を担っていく決意です。

～マーケティング機能強化元年～

各事業の主な取組

1 【海外誘客事業】

マーケティングの強化によるアジア及び欧州等からの誘客の拡大

- ラグビーワールドカップ 2019™を契機とするプロモーション
- 東アジア・東南アジアからの誘客
- 外国人クルーズ旅客の横浜滞在・観光促進

2 【MICE 誘致・開催支援事業】

中大型コンベンションを核とした MICE の誘致及び開催支援

- 国際会議誘致の強化に向けたサステナビリティ等の推進
- 海外企業インセンティブツアーの誘致強化
- 市内事業者の MICE 対応力の強化

3 【国内誘客事業】

横浜のあらたな魅力創出による国内誘客の拡大

- 観光資源の発掘と活用による誘客強化
- 教育旅行を主軸としたセールス・プロモーション
- 個人旅行者を対象とした新規プロモーションの実施及びデータ収集

4 【来訪者支援事業】

国内外からの来訪者へのおもてなし及び受入機能の強化

- 市内及び首都圏における事業者等との連携による案内機能の強化
- ユニバーサルツーリズムの推進
- 国内外からの来訪者への観光案内機能の強化

5 【広報事業】

デジタルマーケティングの強化を見据えた広報プロモーション

- ウェブサイト9言語運営による、横浜の魅力発信
- 来訪意欲を喚起する SNS の効果的な活用
- 訪日旅行者の意向を意識した情報発信

【海外誘客事業】

マーケティングの強化によるアジア及び欧州等からの誘客の拡大

ラグビーワールドカップ 2019™、東京 2020 オリンピック・パラリンピックを契機とし、訪日旅行者を対象としたセールス・プロモーションを積極的に展開します。

アジアからの誘客は、引き続き東アジア・東南アジアを主要ターゲットとし、データ収集、分析等のマーケティングによる取組の向上を目指すと同時に、近隣の自治体等と連携したセールス活動を実施します。

増加するクルーズ乗船客等の市内滞在・観光促進策として、ツアー造成のため、船会社・旅行会社へのセールスを強化するとともに、資源の開発も進めていきます。

1 ラグビーワールドカップ 2019™を契機とするプロモーション【新規】

(1) 広域連携による観光プロモーション

出場国等からの訪日旅行者の誘客促進のため、関東圏で試合開催地となっている自治体等と連携し、観光プロモーションを行います。

会場周辺の観光案内ツールの作成、海外でのプロモーション、メディア等を活用した情報発信等を実施します。

事業名	連携先(予定)
ラグビーワールドカップ 2019™出場国からの訪日客誘客促進のための関東域内観光プロモーション事業 ※ビジット・ジャパン地方連携事業【申請中案件】	埼玉県、熊谷市、東京都、(公財)東京観光財団、神奈川県、横浜市

(2) 観光資源発掘

訪日旅行者の市内滞在・観光促進のための観光資源(ナイトライフ、体験型プログラム、モデル周遊ルート等)の開発と、そのPRを行います。

2 東アジア・東南アジアからの誘客

(1) 東アジア

国・地域	対象	手法	具体的取組
中国	FIT(個人客)及び 団体客;ファミリー	(1) 招請及び商談会	・旅行会社招請 ・商談会 開催地 横浜
		(2) 旅行博出展	中国国際旅遊交易会 開催地 上海 [11月予定]
	企業インセンティブ	(3) 現地セールス	JNTO(日本政府観光局)インセンティブ セミナー 開催地 未定

国・地域	対象	手法	具体的取組
台湾	FIT 及び 企業インセンティブ	(1) 招請	旅行会社等の招請(2社4名程度)
		(2) 現地セールス	・オンライン旅行会社等への個別訪問、 現地商談会参加 ・JNTO インセンティブセミナー 開催地 台北
韓国	FIT 及び 企業インセンティブ	現地セールス	JNTO インセンティブセミナー 開催地 ソウル

(2) 東南アジア

国・地域	対象	手法	具体的取組
マレー シア	FIT;高所得者層、 中間層	(1) 招請	旅行会社またはメディア招請 (2社4名程度)
		(2) 旅行博出展	マレーシア旅行博(MATTA Fair) 開催地 クアラルンプール [9月7日～9日]
インド ネシア	FIT;高所得者層、 ファミリー及び 大都市在住の 若年層	(1) 招請	旅行会社またはメディア招請 (2社4名程度)
		(2) 旅行博出展	Japan Travel Fair 2018 開催地 ジャカルタ [8月予定]
タイ	企業インセンティブ	現地セールス	JNTO インセンティブセミナー 開催地 バンコク
ベトナム	団体客	旅行博出展	フィール・ジャパン in ベトナム 2018 開催地 ホーチミン [7月予定]

3 外国人クルーズ旅客の横浜滞在・観光促進

取組方針	手法	具体的取組
船会社及び クルーズ商品取扱 旅行会社向けのプロ モーション	(1) 招請及び視察 見学会	・船会社のキーパーソン招請 ・船内販売のツアー商品取扱旅行会社を対象とした 視察見学会 [12月予定] ・乗船客及びクルー向けモニターツアーの実施
	(2) 見本市出展	・JNTO 米国クルーズセミナー 開催地 未定 [時期未定] ・シートレード・クルーズ・アジアパシフィック 2018 開催地 上海 [11月予定]

4 国内での商談会

事業名	内容
VISIT JAPAN トラベル&MICE マート(VJTM)2018	開催地 東京 [9月20～22日]
VISIT JAPAN ASEAN+INDIA Travel Mart	開催地 未定

5 多文化(ムスリム等)対応の推進

- ・国内ランドオペレーター、ガイド等を対象にした視察見学会
- ・在日外国人ネットワークを活用したプロモーション

【MICE 誘致・開催支援事業】

中大型コンベンションを核とした MICE の誘致

MICE 誘致においては、国際競争力の向上が喫緊の課題です。環境に配慮した MICE 開催等、MICE 都市としてのサステナビリティ(持続可能性)を高める取組への事業者理解を深め、先進的な取組に対応する MICE 都市としての認知を浸透させることで、国際競争力の向上を目指します。

インセンティブツアーについては、事業者の協力を基に、中小規模案件の誘致・受入に注力します。

MICE 都市として不可欠な、市内事業者の対応力や協力態勢を推進するため、MICE への理解促進を目的に、経済波及効果を測定しその結果を関係者と共有し、受入態勢の整備に取り組みます。

なお、誘致活動においては、「横浜国際コンベンションセンター；パシフィコ横浜 ノース(通称)」や大型アリーナ等の新設を見据えて、2020年以降に開催される中大型案件の誘致に向け、引き続き、学協会や大学・研究機関等の研究者とのネットワーク強化を図ります。

1 国際会議誘致の強化に向けたサステナビリティ等の推進

環境に配慮した MICE 開催など、サステナビリティの推進に着手します。

- ・MICE 都市のサステナビリティについての理解促進の取組
；マニュアル作成及びセミナー等の企画、実施
- ・市内施設で実施しているサステナビリティ向上の取組に対する支援

2 海外企業インセンティブツアーの誘致強化

事業項目	具体的取組
アジア、国内で開催されるインセンティブ商談会、セミナーへの参加	・JNTO 主催の海外で開催される商談会への参加 開催地 韓国、台湾、中国、タイ ・Visit Japan MICEマート 2018 への参加 開催地 未定 [9月20～22日]
ランドオペレーターとのネットワーク強化	・ランドオペレーター等を中心とする業界組織である アジアインバウンド観光振興会(AISO)への継続加入、加入者とのネットワーク強化 ・AISO 総会時に開催される商談会への参加 [6月]

3 市内事業者の MICE 対応力の強化

市内事業者の対応力の向上や協力態勢整備を目指し、MICE への理解促進を進めると共にアフターコンベンションメニュー、ユニークメニュー等の開発に取り組みます。また、会議テーマに関連する技術あるいは情報等を提供できる視察先を開拓し、市内で開催される国際会議のテクニカルビジット受入へ向けて協力体制の強化を図ります。

- ・横浜での MICE 開催の経済波及効果調査の実施、結果の共有
- ・受入態勢強化に必要な各メニューの開発
- ・市内関係機関との連携によるテクニカルビジット受入施設の開拓

4 MICE 誘致活動

事業項目	手法	具体的取組
中大型国際会議の誘致	海外トレードショーへの出展	<ul style="list-style-type: none"> ・IMEX2018 への出展 開催地 フランクフルト [5月15日～17日] ・ibtm World への出展 開催地 バルセロナ [11月27日～29日]
視察受入、キーパーソン招請	(1) 誘致段階案件への対応	会議主催者、国内学協会及びPCO(会議運営専門会社)への視察機会の提供
	(2) JNTO 事業への参加	国際会議キーパーソン招請事業(Meet Japan)商談会参加 [31年3月予定]
国内主催者との協働事業	誘致段階案件への対応	会議誘致のための支援
海外ネットワークの拡充	MICE 業界団体との交流	ICCA 国際会議協会総会参加 開催地 ドバイ [11月11日～14日]
国内におけるセールス活動	(1) 国内関係者向け訪問セールス	主要大学研究者、学協会関係者へのセールス
	(2) ユニークベニューの開拓	和風建築物など、主催者から要望の多いユニークな会場の開拓
	(3) 観光庁/JNTO 事業との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・MICE アンバサダーの活用 ・国際 MICE エキスポ(IME)2019 への出展 [31年2月予定]
	(4) 会議主催者及び関連団体等への横浜最新情報の提供	横浜 MICE 説明会(会議主催者、PCO 等を対象とした MICE に関わる横浜の最新情報提供の機会)の企画、実施 [秋予定]
会議案件情報の収集及び分析	(1) 会議開催実績等のヒアリング	市内の会議施設や大学での会議開催予定と実績及び関連情報の収集 [通年]
	(2) 会議案件の収集	2020年以降の中大型国際会議誘致のための案件調査 [通年]
市内事業者の MICE 振興の取組への支援	(1) エリア MICE の活動支援	山下地区、関内・関外地区などエリア毎の MICE への取組を支援
	(2) 市内開催件数の増加支援	パシフィコ横浜と連携し、誘致案件情報を共有。開催件数増加につながる、市内ホテル、会議施設等の誘致活動を支援。 [通年]

5 市内大学研究者とのネットワーク強化

事業項目	具体的取組
大学別説明会開催	市内大学のうち、具体的にコンベンション主催実績または可能性のある研究者の在籍する大学(横浜国立大学、横浜市立大学、慶應義塾大学、神奈川大学、関東学院大学等)で、財団の MICE 誘致・開催支援についての説明会を企画、実施 [年4回程度]
大学向け PR の実施	教職員を対象としたセールスツールの改訂・更新

6 MICE 開催支援の取組

事業項目	手法	具体的取組
横浜 MICE 開催 応援プランの 企画運営	市内で MICE を開催しやすく するための支援サービスの 提供	MICE 全カテゴリーの主催者を対象に、開 催規模等に応じ、主催者負担を軽減する ためのサービス(会議機材費補助等)や 会場配布の備品(コンgresバッグ等)を提 供
市内ボランティア団体 との連携	市民のスキルやノウハウを活 用した支援	[派遣例] ・会場内インフォメーションデスクへの派遣 ・日本文化紹介プログラムへの協力 など

[インフォメーションデスクへのボランティア派遣予定コンベンション]

会 議 名 称	会 期	規模(名)
第 64 回国際ゾンタ世界大会	6 月 29 日～7 月 3 日	2,000
分子生物学と進化の国際学会 (SMBE)	7 月 8 日～7 月 12 日	1,000
国際ソロプチミスト アメリカ連盟大会	7 月 30 日～8 月 2 日	3,000
The 8th Tokyo Conference on Advanced Catalytic Science and Technology (TOCAT8)	8 月 5 日～8 月 10 日	1,200

7 MICE 誘致のための継続的な情報発信

取組方針	手法	具体的取組
MICE 開催都市・横浜 の最新情報の発信	財団ウェブサイト コンベンションページ のリニューアル	コンベンションページのリニューアル及びコンテ ンツの拡充

【国内誘客事業】

横浜のあらたな魅力の創出による国内誘客の拡大

観光資源開発事業「あうたびに、発見 横浜プラン」においては、市内外事業者との連携を基盤とし、宿泊を誘発する新たな観光資源の開発し、旅行商品としての定着化を目指します。

教育旅行誘致では、引き続きキャリア教育プログラムの開発を進め、横浜の新たな資源として認知度を高め、横浜の魅力を伝えていきます。

従来 of 教育旅行を主軸とした誘客活動に加え、新たな取組として、個人旅行者を対象とした SNS 利用による観光情報の発信により、横浜の認知度を上げ誘客につなげます。

1 観光資源の開発と活用による誘客強化

観光資源開発事業「あうたびに、発見 横浜プラン」を継続実施します。日帰り旅行の他、宿泊旅行を充実させた商品造成や専用ウェブサイトでの情報発信等を行い、広くプランを浸透させる機会を創り、誘客に努めます。

※事業展開期間 7月から31年3月

事業項目	・取組内容等
商品開発	・市内外事業者との連携による、新たな観光資源の開発 歴史や文化を背景とした資源の開発 宿泊や夜の活性化につながる資源の開発 [通年]
商品造成・販売 情報発信	・旅行会社を活用した商品造成、販売 ・商品販売による横浜ブランドの浸透、発信 旅行商品造成事業者選定 [5月] 商品造成・販売 [7月以降随時] ・専用ウェブサイトの開設、運営 [7月以降]

「あうたびに、発見 横浜プラン」コンセプト

横浜で「ひと」「もの」「こと」「じかん」にあうたび(度)に、
観光するたびに、
横浜の魅力を
来訪者に実感「発見」「再発見」してもらいたい。



2 教育旅行を主軸としたセールス・プロモーション

(1) ターゲット地域での教育旅行、団体旅行、個人旅行のセールスを実施

- ・地方都市 13 の地域においてセールスを実施
重点地区は北海道、北陸(富山)、東海三県
- ・首都圏、関東地区からの日帰り旅行、校外学習等のセールス実施

[地方セールス予定] (※会員事業者と共同でセールスを予定)

時期	4月	6月	7月	8月	11月	31年2月
エリア	北海道	東海	北海道 ※ (商談会開催)	東北	北陸 ※	四国

(2) キャリア教育プログラムの開発

市内関連事業者と協力し、キャリア教育プログラムの開発及び情報発信を行い、教育旅行誘致のための観光資源としての定着を図ります。

(3) 教育旅行誘致促進事業

事業項目	手法	取組内容等
「修学旅行誘致推進事業助成金制度」	旅行会社を申請対象とした助成金制度の運営	<ul style="list-style-type: none"> ・期間:旅行催行時期 30年4月～31年3月 ・助成対象要件: 中学校または高等学校の修学旅行延べ120人(泊)以上の宿泊を伴うもの 鉄道、航空機、またはバスを利用するもの 市内宿泊1泊以上かつ市内見学2か所以上のもの ・助成金額:30,000円 [受付開始 30年2月1日、受付期間 通年]
修学旅行マーケットの横浜での受入実態の把握	修学旅行横浜宿泊校数、宿泊人数調査の実施	市内ホテルでの受入件数等実績調査 <ul style="list-style-type: none"> ・調査依頼 [5月予定] ・集計、分析 [6月予定]

3 個人旅行者を対象とした新規プロモーションの実施及びデータ収集

- ・集客実績が高く、アクセスの良いエリアに的を絞り、情報発信等を行うことにより誘客につなげます。また、今後の施策に向けたマーケティングデータの収集を行います。
- ・対象エリア;名古屋を中心とする東海地方
- ・手法;SNS 利用による期間限定キャンペーン

4 横浜旅行商品造成事業による旅行商品の造成支援

旅行会社を対象として、横浜への送客を期待できる新たな旅行商品の開発を促進する事業に対して、資金の助成及び広報協力を行います。

5 横浜観光プロモーション認定事業

横浜の集客力を高め宿泊や周遊を促進する事業や、来訪者の満足度を高める事業、都市ブランドを向上させる事業の提案を募集し、大きな効果が期待できる事業を認定、支援します。

- ・30年度推奨テーマ;「夜の観光」、「歴史、文化」、「スポーツ」



[認定に関するスケジュール案]

回数及び認定対象	募集期間	審査会予定
第1回 30年4月1日以降実施される事業の認定	30年2月1日～2月28日	30年3月19日開催
第2回 30年10月1日以降実施される事業の認定	30年8月1日～8月31日	30年9月中旬開催

6 イベントを活用した集客の推進

事業項目	具体的取組
イベントを核とする回遊性強化の取組	市内外から多くの来訪者が見込まれるイベントに合わせ、観光施設、飲食施設、宿泊施設等が企画する特典等を取りまとめ、ウェブサイトで情報提供し、来訪者の回遊性促進を図ります。 [実施予定イベント] 横浜マラソン 2018 [10月28日]
集客イベントを活用した地域の賑わいづくり	年間を通じて数多く開催されるイベントの実行委員会等に参画、またはウェブサイトでの情報発信を主体とした広報協力を行い、各イベントの集客促進を図ります。
[実行委員会等の運営]	横浜スパークリングトワイライト実行委員会
[実行委員会等への参画]	よこはま花と緑の春フェスティバル運営委員会 横浜開港記念みなと祭 国際仮装行列実行委員会 トライアスロン世界選手権シリーズ横浜大会組織委員会 Dance Dance Dance @ YOKOHAMA 2018 (アーツフェスティバル実行委員会) 横浜港カッターレース実行委員会 横浜セントラルタウンフェスティバル Y159 実行委員会 横浜開港祭協議会 横浜開港記念バザー実行委員会 ワールドフェスタ・ヨコハマ実行委員会 横浜 JAZZ PROMENADE 実行委員会 横浜マラソン組織委員会 ほか



横濱ジャズプロムナード 2018
10月13日・14日 ©YJP



ガーデンネックレス
横浜 2018
3月24日～6月3日



横浜スパークリング
トワイライト
7月14日・15日



【来訪者支援事業】

国内外からの来訪者へのおもてなし及び受入機能の強化

ラグビーワールドカップ 2019™、東京 2020 オリンピック・パラリンピックを目前に控え、訪日旅行者の受入環境整備の推進が喫緊の課題となっています。

直営案内所の運営を補完する民間活力による案内機能の強化、東京滞在の訪日旅行者の来浜促進のため、都内主要観光案内所やホテル等との連携により、タイムリーに横浜情報を提供できる体制を整えます。

また、高齢者や障害者等をはじめ、横浜を訪れる方々が快適に市内観光を楽しめるよう、受入環境整備の理解促進を基盤としたソフト面でのユニバーサルツーリズムを推進するなど、新たな取組にも着手します。

多言語対応の強化や多様な文化・慣習を持つ外国人の受入といった訪日旅行者対応における様々な課題をテーマとしたセミナーを企画・実施し、観光・交通・宿泊施設をはじめとする関連事業者の方々に広く機会を提供し、「オール横浜のおもてなし」の推進に注力します。

1 市内及び首都圏における事業者等との連携による案内機能の強化

事業項目	具体的取組
民間事業者と連携した市内観光案内体制「横浜トラベルインフォスポット」の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・直営案内所(新横浜駅、横浜駅、桜木町駅)を補完するレベルの案内業務が可能な施設にツール等の提供によるインバウンド対応支援【支援項目】 ・ICTを活用し、観光案内に必要な情報を即時に共有 ・課題共有、改善策検討のための定例ミーティング ・「横浜トラベルインフォスポット」の認知度拡大を目的とした支援ツールの制作 ・「おもてなしマニュアル」の改訂
都内での外国人向け横浜情報の発信「横浜タッチポイント」の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者が市外で横浜情報を入手できる拠点の開拓 ・主要観光案内所やホテル等都内重点エリア(6 エリア:新宿、銀座、浅草、渋谷、東京駅周辺、品川)における横浜情報の提供スポットの拡大 ・都内における横浜プロモーション・マーケティング調査【新規】 ・訪日旅行者向けモデルコース紹介ツールの制作 ・横浜タッチポイントを対象とした「横浜見学会」の実施

2 ユニバーサルツーリズムの推進【新規】

事業項目	具体的取組
バリア及びバリアフリー情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者や障害者等を対象としたモデルコースの策定 ・観光事業者向け研修による受入機能の強化

3 国内外からの来訪者への観光案内機能の強化

事業項目	手法	具体的取組
観光案内所サービスの機能強化	(1) 手ぶら観光の推進	・手荷物一時預かり、市内宿泊施設等への当日配送による利用促進
	(2) 多言語及び広域案内対応	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜駅及び桜木町駅観光案内所の機能強化=JNTO認定カテゴリー3(※)への移行 ※認定要件;英語以外の2言語対応、国内主要観光地の案内対応等

4 外国人来訪者受入のためのツール制作・情報整備【新規】

事業項目	具体的取組
多様な文化・慣習を持つ訪日旅行者の受入や滞在を促進する観光資源の開発・情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行者の多様な文化・慣習に対応するため、横浜のナイトライフや多彩な食文化など、外国人目線の観光資源を開発 ・外国人向けのフリーペーパーやウェブサイト、SNS 等を利用した情報発信の強化

5 観光案内資料の制作及び支援

制作物・種別	言語	観光地図版 部数	ガイドブック版 部数
横浜ビジターズガイド (6言語)	日本語	1万部	1万部
	英語	6万部	3万部
	韓国語	1.5万部	5千部
	中国語簡体字	2.5万部	1千部
	中国語繁体字	2.5万部	1千部
	タイ語	1万部	5千部
事業者制作支援・種別	言語	部数	
旅うらら;A4判、28ページ冊子	日本語のみ	3.6万部(予定)	
はまっふワイド;A3判、裏表1枚	日本語のみ	28万部(予定)	

6 事業者支援・人材開発事業

事業項目	具体的取組
研修、セミナー等の企画実施	<ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行者対応のためのホスピタリティ研修 [9月頃] ・多様な文化・慣習を持つ訪日旅行者受入のためのセミナー [12月頃] ・観光案内等における多言語対応等スキルアップセミナー [2月頃]

7 事業者連携企画創出事業

賛助会員同士が連携して取り組む事業に、資金の助成及び事業支援を行います。30年度は、増加する外国客船の乗船客等を対象に、受入環境の整備または市内回遊性を促進する事業を対象とします。

[認定に関するスケジュール案]

認定対象	募集期間	審査会予定
・外国客船 乗船客向け 受入環境の整備または市内回遊性促進事業	平成30年3月 または4月	6月頃

【広報事業】

デジタルマーケティングの強化を見据えた広報プロモーション

横浜市公式ウェブサイト「横浜観光情報」を9言語で展開し、新たな観光・MICE による来訪者の獲得を図ります。また、クチコミでの情報拡散力を重視し、トリップアドバイザーと引き続き連携するとともに、FacebookやTwitterなどの SNS を多言語で展開します。

ラグビーワールドカップ 2019™、東京 2020 オリンピック・パラリンピックを見据え、海外に向けて動画や魅力的な写真を使った、横浜の具体的な魅力の訴求を行います。多言語サイトのレスポンス対応やスポーツコンテンツを意識したページを展開します。

さらに、ウェブサイトや SNS で取得できるマーケティングデータを活用し、利用者の情報ニーズを分析し、満足度を考慮した情報発信を目指すとともに、国内外からの集客につながるプロモーションを展開します。

1 ウェブサイト9言語運営による、横浜の魅力発信

事業項目	具体的取組
多言語サイトの運営	外国語サイト(英語、中国語繁体字・簡体字、韓国語、タイ語、フランス語、スペイン語、インドネシア語)における観光情報の発信
ウェブサイトの機能強化	SEO (Search Engine Optimization 検索エンジン最適化) 対策やレスポンス対応できていない韓国語サイトの全面改修を実施
横浜の隠れた魅力コンテンツの拡充	国内からの誘客促進のため、一般的に知られていない楽しみ方・過ごし方を提案する読み物ページ「横浜大人スタイル」にコンテンツを追加
最新情報の発信	賛助会員事業者の企画事業・イベントの紹介や、季節に合わせた特集ページ等による旬で話題性の高い情報発信
デジタルマーケティングツールとしての活用	月間 200 万 PV で得られる閲覧記録を元に、属性や検索ワードなどの利用者ニーズを分析し、活用

2 来訪意欲を喚起する SNS の効果的な活用

事業項目	具体的取組
SNS の持つ情報拡散力を活かした発信強化	<ul style="list-style-type: none"> 増加する国内外の個人旅行者等に向けたタイムリーな情報発信 「行ってみたい」と思わせる斬新な切り口の情報発信 新たな横浜ファン獲得及びウェブサイトへの誘導 <p>【活用媒体】 Facebook (日本語・英語・中国語繁体字・韓国語) Twitter、微博(Weibo)、微信(WeChat)</p>
デジタルマーケティングツールとしての活用	SNS 利用者属性を分析し、情報拡散が狙えるキャンペーンや広告出稿など、情報発信のみだけでなくプロモーション手法として活用



WeChat (中国語簡体字)



ウェブサイト英語ページ

3 訪日旅行者の意向を意識した情報発信

事業項目	具体的取組
外国人目線での動画コンテンツ拡充	外国人目線で横浜の魅力を伝える、季節感が感じられるコンテンツを追加し、YouTube 等で広く発信
トリップアドバイザーとの連携	旅行先決定に影響力を持つ世界最大規模のクチコミサイト「トリップアドバイザー」と連携(※)。同サイトの 11 か国・地域内に横浜特集ページを開設。最新イベント情報や季節に合わせた写真や動画の更新を実施し、クチコミ人気を促進 ※27 年度から 29 年度の連携によるクチコミ件数の推移 平成 27 年 4 月:43,004 件 ⇒ 平成 30 年 1 月:113,911 件



登録施設貼付用
横浜オリジナルステッカー



トリップアドバイザー
横浜ページ

4 横浜 PR パーソンによる魅力発信

事業項目	具体的取組	
横浜観光親善大使による PR	(1)民間事業者の個別企画・イベント等での PR 協力	横浜の PR や集客に繋がるイベントでの司会進行、新商品発表会のプレゼンターなど、民間事業者の企画での横浜の魅力発信
	(2) パブリシティ対応 = 各種メディアでの出演	テレビ、ラジオ、新聞等各種メディアでの出演機会を増やし、横浜の PR を推進
	(3) 開港五都市交流イベント等、市内外での情報発信	長崎[4 月下旬]、神戸[5 月下旬]、函館及び新潟[8 月上旬]の開港記念イベントや地域の催事に合わせた PR



観光親善大使活動風景

【賛助会員との連携】及び【組織運営】

29年度に実施した賛助会員満足度調査の結果を踏まえ、既存の会員特典を見直し、賛助会員企業をはじめとする民間事業者の方々の顧客満足度を上げ、共に活動する事業者を増やすことを目指します。

財団を支える人材の育成に努め、職員の意識改革を図るための研修等を拡充すると共に、財政状況の改善に向け、自主財源獲得に取り組みます。

また、ラグビーワールドカップ 2019™及び東京 2020 オリンピック・パラリンピックが終了した後(2021年度以降)の横浜の観光・MICEの将来像を意識し策定した、中期計画2018-2021に基づく事業を推進します。

1 賛助会員(事業者)との連携

(1) 賛助会員交流機会等の充実 【参考】会員数 602 事業者 (30年3月31日見込)

会合種別	開催時期(予定)	具体的内容
事業概要発表会 賛助会員交流会	4月17日	財団の事業計画、重点課題や横浜市所管課の年度計画等の説明会及び交流会
賛助会員の集い 優良従事者表彰、交流会	11月中下旬	賛助会員に対する謝意を表す機会として、永年に亘り観光及びコンベンションの振興に功績のある方の表彰及び交流会
新規賛助会員向け 事業説明会・名刺交換会	8月、31年3月	新規入会賛助会員向けの財団事業の説明、参加者相互及び財団職員との名刺交換会
事業報告会(仮称)	7月、31年1月	財団の事業報告、次年度計画の方向性等の説明会

(2) テーマ別ワーキングの運営

財団と事業者の連携による課題解決の取組として、テーマ別ワーキングを設置。

活動テーマ(案)	具体的取組(予定)
事業部門を横断するテーマを設定し実施 アフターコンベンション メニューの開発	(例)クルーズ、ラグビー、マーケティング メニュー募集期間(4~5月) 企画案検討・発表(上期)、試行(下期)
観光資源の開発、商品化	観光資源の開発及び活用に関わる意見交換、 現地視察
修学旅行誘致の活性化	教育旅行誘致推進協議会として、修学旅行等 の誘致に関わる情報共有

(3) 会員事業者の人材育成支援

会合種別	開催時期(予定)	具体的内容
若手・新入職員向け 横浜観光研修	5月中下旬	会員企業の職員を対象とした市内施設視察、グループディスカッション、交流会

(4) 観光・MICE 関連情報の提供、会員事業活動の共有

国や市の観光施策、賛助会員の事業活動や観光・MICE関連の市内動向等の情報を収集し、財団ウェブサイト会員ページや会員向けメールマガジン等により提供。

2 組織運営

(1) 財政状況の改善

財務の自立性の高めるため、自主財源獲得のための取組を展開。
ウェブサイトや SNS、印刷物の広告枠等を活用した事業収入、会員数の増加による会費収入の増加など。

(2) 人材の育成

PDCA サイクルに則り人事評価制度を見直し、職員のチャレンジを促す仕組への改善に取り組み、観光 MICE のプロフェッショナルである自覚と責任を持った職員の育成を図ります。
あわせて、職員一人一人の対応力を高めるため、段階に応じた研修等学びの機会を創出します。

(3) マーケティング機能強化

事業を推進する基盤として、データ分析や現況を把握する等マーケティング機能を強化し、事業者の信頼に応えられる事業を展開します。

3 中期計画に基づく事業推進

施策	目標[2021 年度]
海外誘客； 横浜を訪れる外国人来訪者数を伸ばすと同時に、急速に増加する個人旅行客の取込みを強化します。	外国人延べ宿泊者数 または観光消費額； 市の目標と連動(予定)
国内誘客； 少子高齢化が社会の基調となっている状況を受け、次世代に加えて、消費購買層として注目度の高まるシニア層もターゲットとし、観光資源の開発、セールス・プロモーションに注力し、横浜の魅力・資源を活かした誘客拡大を図ります。	修学旅行宿泊人泊数； 70,000 人泊 シニアマーケット向けの 資源開発
MICE 振興； 中大型コンベンション及びインセンティブを主なターゲットとし、市内の MICE 開催の増加を目指します。また、持続可能な MICE 都市横浜の実現に向け、ハード以外での都市の魅力や受入の対応力を高めるため、市内の MICE 関連産業事業者の受入態勢を整備し、MICE 開催による経済波及効果の地域内での循環促進を図ります。	開催件数； 600 件
来訪者受入； ラグビーワールドカップ 2019™、2020 東京オリンピック・パラリンピックを契機に増加が見込まれる外国人来訪者の受入環境の整備に注力すると共に、2020 年以降の誘客を見据え、外国人、高齢者をはじめとする多様な来訪者の誰もが不自由を感じない観光地を目指し、現況把握と共に改善に取り組みます。また、都内主要観光案内所やホテル等との連携を強化し、東京滞在の外国人来訪者の横浜への誘客増加を支援します。	財団所管の観光案内所 における外国人取扱割合の 向上； 4%アップ
広報； 横浜の観光・MICE 情報のゲートウェイ(出入り口)機能を担うため、急激に変化し続けるデジタル技術やトレンドに適応し、信頼度の高い情報を発信し続けます。また、ウェブマーケティングの特性を活かし、ウェブや SNS を通して集積したデータを財団事業に利活用するためのプラットフォーム化を目指します。	ウェブサイトの(ユニーク)訪問者数； 前年比 110%