

公益財団法人 横浜観光コンベンション・ビューロー(YCVB) 令和2年度 事業計画

2020(令和2)年度は、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催年であるとともに、都心臨海部における施設の開業や交通インフラの整備などが進み、観光MICE都市・横浜のさらなる飛躍が期待される一年となります。

みなとみらい21中央地区では、4月にはMICE旗艦施設のパシフィコ横浜の機能拡充、ワールドクラスのラグジュアリーホテルのほか宿泊主体型のハイグレードなビジネスホテルなどの多様な宿泊施設やコンサート・イベントなどエンターテインメントの舞台となるアリーナが開業し、北仲通地区においても再開発事業の完了により新たな商業施設・文化施設が出現します。

5月末から6月にかけて横浜駅では駅ビルがリニューアルオープンし、山下ふ頭と横浜駅を結ぶ新たなバスの運行も始まります。さらに9月、10月には、新高島駅周辺で企業の研究開発拠点の集積が進み、にぎわいの形成だけでなく、エリアとして、都市としての新しい価値を産み出し発信する環境が整います。

当財団としては、このような追い風の状況を活用し、横浜の観光MICEにおける課題解決に向けた事業を創出し、その定着を図る取組を進めなければなりません。昨年度に引き続き、従来には無い発想、知見、ノウハウを基盤に課題解決に取り組むべく、民間事業者の皆様のリソースとの連携を趣旨とした『横浜クリエイションスクラム助成事業』を推進いたします。

オリンピック・パラリンピックの開催の好機を逃さず、市内施設で開催されるサッカー、野球、ソフトボールの観戦を目的とする方々をお迎えするだけでなく、東京に滞在する多くの観戦客に向け、『横浜にも行ってみよう』『訪れたい』と感じていただけるプロモーションを展開します。

また、この機会を商機と捉える民間事業者の皆様と共に事業を創り出し、オリンピック・パラリンピックの後にも活かせる事業や仕組にしていけることに注力します。

SDGs(持続可能な開発目標)への視点も必須となります。グローバルスタンダードにおいては、基本的な理解促進から具体的な事業展開が求められるステージに入っています。観光MICE都市としての持続可能性の実現は、市内で活動する事業者の皆様が取組に拠るところが大きく、私どもとしては、さまざまな機会を通して、皆様の活動を支援し、新たな視点での観光MICE都市の形成に尽力いたします。

横浜はどのような観光都市・MICE都市になり得るのか、なるべきなのか、この先さらに変化し続ける環境の中、その時々横浜の課題を事業者の皆様と共有し解決策を提示していくことが私どもの役割であるという認識の下、2020年はこれまで以上にマーケティング機能を発揮し、中長期の視野で横浜のあるべき姿を検討し、観光MICEの振興に取り組んでまいります。

令和2年度 公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー
事業の重点取組

1 戦略的マーケティングの推進
～マーケティングによる観光 MICE 戦略の構築～

2 民間事業者等との連携
～民間発意の事業創出及び定着～

- 横浜クリエイションスクラム助成事業の推進
【対象事業テーマ】 誘客・回遊促進につながる事業
ナイトライフの充実につながる事業

3 国内外からの誘客
～個人旅行市場の開拓～

- 海外誘客： 海外観光レップの設置
体験型観光コンテンツの開発
個人旅行者向けプロモーションの強化
- 国内誘客： 個人旅行者誘致のためのセールス&プロモーションの強化

4 MICE誘致・開催支援
～中大型国際会議を核とした MICE 誘致の強化～

- 誘致セールス： 市場調査による戦略的セールスの実施
大学・研究機関、学協会とのネットワーク強化
- 受入環境整備： MICE 受入環境の整備
[ユニークメニュー開発、テクニカルビジット施設開拓等]
市内事業者育成
[市内開催 MICE 受注支援、SDGs 関連取組の支援等]
- 開催支援： 開催支援メニューの拡充

5 広報・情報発信
～信頼される安定的な情報源としてのウェブサイトの運営～

- 外部サイトとの連携強化
- 訪日旅行者の快適な滞在に役立つ情報発信(災害時対応等)

6 来訪者支援事業
～国内外からの来訪者受入環境の整備～

- 観光案内所及び民間連携による案内機能の強化

【戦略的マーケティングの推進】

財団におけるマーケティング機能を強化し、将来的な市内経済の活性化を目指した事業戦略の立案をサポートします。財団が示す事業活動各分野の方向付けや、事業の成果管理の根拠となるデータ等の精査や分析を行うとともに、横浜の課題解決のための中長期の戦略を構築するため、市場を把握しその結果を民間事業者と共有します。

1 観光 MICE 都市の戦略構築

観光及び MICE の市場を分析し、横浜の置かれている環境を把握しながら、中長期の戦略を構築します。横浜の観光 MICE の課題解決を目指し、専門知識、経験、人脈を有する人材を起用し、財団の事業戦略を支えるマーケティング機能を強化します。

2 市場分析

戦略構築、戦術考案に必要となるデータ収集や調査活動を行います。事業に関連する市場や業界の動向など現況把握に努め、観光 MICE 市場の課題認識、解決に取り組みます。

【民間事業者等との連携】

観光 MICE 都市として横浜が抱える課題解決のため、市内の資源を活用し、民間事業者（観光 MICE に携わる意欲ある企業、各種団体、市民）と協働して事業を創出します。

1 横浜クリエイションスクラム助成事業の推進

民間事業者ならではの発想や知見を活かし、新たな観光資源の開発を促すため、昨年度に引き続き「横浜クリエイションスクラム助成事業」を実施します。令和2年度は、テーマを「①誘客・回遊促進につながる事業」、「②ナイトライフの充実につながる事業」とし、横浜を盛り上げる事業を募集し、支援します。※募集締め切り 4月30日

《募集テーマ》

・誘客・回遊促進につながる事業

市内の様々な資源の魅力を引き出し活用するほか、横浜における新しいコンテンツを使い交流人口の増加、回遊促進、観光資源としての定着につながり、消費促進を図る事業。

・ナイトライフの充実につながる事業

ナイトタイムを中心とした時間帯に横浜を楽しむライフスタイルを創出することで、ターゲットの滞在時間延長及び宿泊増、消費促進を図る事業。

2 興行イベント等に連動した市内回遊・宿泊誘発

コンサートアリーナ等が集積する立地を生かし、イベント事業者等と連携した回遊・宿泊を誘発する事業を実施します。商店街等とも連携し、街をあげてイベント来場者の満足度を高める様々な企画を行い、地域を巻き込んだ観光資源としての定着を目指します。

【国内外からの誘客】

1 海外誘客

訪日外国人旅行者の個人旅行化が急速に進みニーズが多様化する中、デジタルでの情報発信を強化します。中国、台湾、韓国等の訪日リピーターが多いアジア市場に加え、欧米市場への取組を拡充します。

また、外国人延べ宿泊者数(※1)横浜市内での第一位と二位を占める中国とアメリカからの来訪者増加を目指し、新たに中国とアメリカに観光レップ(※2)を設置します。

(※1 出典 観光庁 宿泊旅行統計調査)

(※2 レップ ; representative の略称、現地でのセールス代理人の意)

(1) 海外観光レップの設置【新規】

中国とアメリカ西海岸において、現地事情に精通した事業者を活用し、横浜の魅力のPRやセールス活動を実施します。現地のトレンドやニーズを、各エリアからの誘客の戦略・戦術に反映させます。

《観光レップ業務》 現地メディアや旅行事業者・関連団体への横浜の観光情報の提供
記事掲載や旅行商品造成の働きかけ
訪日旅行市場の動向把握、分析
商談会等への出展

(2) 体験型観光コンテンツの開発【拡充】

訪日外国人旅行者の「コト消費」(※3)志向に対応するため、事業者と連携し、体験プログラム等の着地型商品を開発します。また、商品をオンライントラベルエージェント(Online Travel Agent/ OTA)等での販売ルートにのせることで、誘客につなげます。

(※3 コト消費 ; 商品やサービスから得られる体験＝コトを重視した消費傾向)

(3) 個人旅行者向けプロモーションの強化【拡充】

中華圏向けの情報発信を強化します。特に、中国本土においては、中国大手旅行サイトや口コミサイトを活用し、個人旅行者を対象にデジタルでの発信を行います。

また、台湾、韓国、タイ等のアジアへの情報発信を継続します。

(4) アジアおよび欧米豪での現地セールス

重点市場とするアジア及び欧米での、現地セールスを実施します。

ア アジアでの JNTO 主催インセンティブ商談会への参加

中国、台湾、韓国、インドネシア、シンガポール等

[時期未定]

イ 欧米豪での商談会への参加

・オーストラリア: JNTO 主催 Japan Road Show

[5月、12月]

・米国: JNTO 主催 Japan Showcase やクルーズ会社との共催によるセミナー等

[秋]

・欧州: WTM(英国、ロンドン)

[11月]

(5) 国内商談会

国内で開催される商談会に出展します。10月に、横浜で開催される商談会では、海外の旅行会社やメディアに対し、現地視察等により横浜の魅力を体感できる機会を設けます。

・一般社団法人アジアインバウンド観光振興会(AISO) 商談会 [6月]

・VISIT JAPANトラベル&MICE マート2020 会場;パシフィコ横浜ノース

[10月14日～16日]

2 国内誘客

個人旅行者を対象にデジタルプロモーションを実施し、回遊促進を図るとともに、民間事業者と連携し、既存資源の活用による新たなメニューづくりを進め、教育旅行における若年層だけでなく、幅広い層の誘客にも取り組みます。

また、オリンピック・パラリンピックの開催に向けて情報発信を強化し、ユニバーサルツーリズムの理解促進に努めます。

(1) 個人旅行市場へのデジタルプロモーションの強化

SNS 広告を中心とした、デジタルプロモーションを積極的に展開します。広告への反響が多い地域など、SNS 分析で得られたデータに基づき、セールス活動を実施します。

《対象地域》 北海道(現地での商談会開催を予定)／関西地方／東海地方 [上期]

東北地方／中国地方／北関東など [下期]

(2) 団体旅行の誘致助成制度【拡充】

団体旅行での誘致促進のため、対象を広げた助成金制度を運営します。

ア 教育旅行関連の助成金制度の充実【拡充】

- ・連泊助成金(市内に2泊以上連泊)
- ・特別支援学校対象宿泊助成金
- ・キャリア教育プログラム助成金

イ 団体旅行向け助成金の新設【新規】

- ・団体貸切バス支援助成金

(3) ユニバーサルツーリズムの推進

来訪者の誰もが安心して滞在を楽しめる環境の整備を目指し、ユニバーサルツーリズムを推進し、持続可能(サステナブル)な観光の実現に寄与します。昨年度に実施した市内観光施設の対応状況調査に基づき、事業者の理解促進及び来訪者の滞在支援に取り組みます。

(4) イベントを活用した集客の推進

市内で開催されるイベントによる来訪者獲得、回遊促進を目指し、集客力の高いイベントの実行委員会の運営等を担います。

また、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を行い、各イベントの集客促進を図ります。

(2) 国内外コンベンショントレードショー等でのセールス活動

横浜での開催意向のある主催者等との商談を主体とするトレードショーに出展し、新規案件の開拓、継続案件でのネットワーク強化を図ります。

従来の欧州開催のトレードショーに加え、アジア最大級の商談会にも出展し、アジアパシフィック圏の動向を把握します。

- ・IMEX2020 (於:フランクフルト/メッセ・フランクフルト) [5月12日～14日]
- ・IT&CMA ※新規出展対象
(於:バンコク/センタラ グランド アット セントラルワールド) [9月22日～24日]
- ・ibtm World (於:バルセロナ/フィラ・バルセロナ・グラン・ピア) [12月1日～3日]
- ・第30回国際 MICE エキスポ (於:東京/東京国際フォーラム) [2021年2月予定]

(3) 会議主催者等の視察受入、キーパーソン招請

誘致段階の会議主催者や核となる PCO(会議企画運営会社)等を対象に、要望に応じて、横浜視察の機会を提供します。新規開業施設等の視察も含めた、MICE 都市・横浜の魅力や優位性の理解促進を図る機会として、横浜独自の説明会を企画実施します。

また、JNTO 国際会議キーパーソン招請事業(Meet Japan)に参加し、新規案件の開拓に努めます。

- ・横浜 MICE 説明会 [9月予定]
- ・Meet Japan [12月予定]

(4) 海外ネットワークの拡充

誘致のためのノウハウ、スキルを主要 MICE 都市の成功事例等から学び、かつ人的ネットワークを構築するため、MICE 業界の国際的交流と会員の地位向上を目指して活動する業界団体である『国際会議協会 ICCA』関連の会合に参加します。

- ・ICCA アジア・パシフィックチャプターサミット(調整中) [調整中]
- ・ICCA 総会(於:台湾・高雄) [11月1日～4日]

(5) 大学・研究機関、学協会とのネットワーク強化

大学・研究機関や学会・協会への個別セールスを通じてネットワークを構築します。特に、大学向けには、財団が提供する誘致及び開催支援のサポートメニューに関する説明会を企画・実施します。

また、会議主催に意欲のある研究者に働きかけ、市内大学での MICE 開催促進に取り組みます。

《想定大学》 神奈川大学、関東学院大学、慶應義塾大学、横浜国立大学、横浜市立大学

(6) インセンティブツアー誘致

インセンティブの誘致強化策として、「横浜 MICE 開催応援プラン」の対象のうち、海外の企業や団体が主催するミーティング&インセンティブ(M&I)について、支援の規模を拡大します。アトラクションや参加者への記念品等、横浜での開催を支援するための様々なメニューを提供します。

また、インセンティブ案件の情報収集、セールスの機会として、国内外で開催される商談会等に参加します。

- ・JNTO 主催インセンティブ商談会(中国、台湾、韓国、インドネシア、シンガポール等)
- ・VISIT JAPAN トラベル&MICE マート2020(横浜) [10月14日～16日]

2 受入環境整備 【拡充】

MICE 誘致競争を勝ち抜くには、その開催地ならではの魅力的な支援メニューが求められます。市内での MICE 受入環境を充実させるため、ユニークベニュー会場やテクニカルビジットの訪問先として、横浜でしか体験できない施設や機会を、民間事業者との連携を基盤に開拓します。

受入環境整備のため、市内事業者の MICE への理解を促進し、開催される MICE の経済効果を市域内に誘導し、市内経済の振興と MICE 関連産業全体の活性化につながる取組を推進します。

また、MICE 開催都市決定の重要要素となっている SDGs(持続可能な開発目標)について、事業者の理解促進を図り、個々の事業者ニーズに合わせた事業の具体化を支援し、横浜でのサステナブル MICE の実践を推進します。

- ・市内 MICE 関連産業事業者と連携した受入態勢づくり [通年]
＝ユニークベニュー開拓、テクニカルビジット訪問先としての受入調整等
- ・SDGs(持続可能な開発目標)を意識した民間事業者の取組支援 [通年]

3 開催支援

(1) 誘致決定案件への総合的な支援

横浜開催が決定している会議主催者に対し、開催までの期間に生じる要望に対応します。参加者獲得につながる宣伝素材の提供や広報支援、前開催地での共同 PR などの広報協力のほか、支援対象の会議が成功裏に開催されるために主催者が必要とする情報(レセプション会場やアトラクションの紹介等)を提供し、会議開催の準備や広報等を総合的に支援します。

(2)「横浜 MICE 開催応援プラン」の運営

「横浜 MICE 開催応援プラン」により、機材等備品手配、参加者向けノベルティ製作、広報媒体の確保など、主催者の経費節減になり、かつ市内事業者の受注機会拡大につながる、各種メニューを提供します。

4 MICE 都市・横浜プロモーション

(1) 財団ウェブサイト MICE 専用サイトの運営 [通年]

MICE 専用ウェブサイト「YOKOHAMA JAPAN'S FIRST PORT OF CALL」を運営します。国内外の主催者やミーティングプランナー、PCO に対して、横浜での MICE 開催に必要な情報(会議施設、宿泊施設、アフターコンベンション情報、支援策等)を提供するとともに、横浜で開催される MICE への参加者向けに、開催地・横浜の基本情報や街の魅力を発信します。

【広報・情報発信】

横浜観光情報の公式ウェブサイトとして、横浜の魅力を国内外に向けて発信していくため、イベント情報等、季節を先取りしたコンテンツを提供し、横浜への誘客につなげます。

より多くの人に情報を届けるためには、SNS での動画の活用が欠かせないものであるため、拡散(シェア)されやすい、動画コンテンツを充実させます。

また、観光及び MICE 目的地として必須となる外国人への災害時の情報発信に、迅速にかつ多言語で対応します。

1 ウェブサイト、SNS による情報発信の充実

(1) 日本語サイト; 特集ページの制作、コンテンツ追加

[通年]

- ・季節の特集ページや横浜の魅力を様々な切り口で紹介する企画ページの制作
- ・オンライン広告配信によるサイトへの導線強化
- ・新規動画コンテンツの製作 【新規】

(2) 外国語サイト; ウェブサイト 9 言語運営による横浜の魅力発信

[通年]

- ・多言語サイト(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)の運営
- ・在住外国人目線のコンテンツ拡充
- ・イベント情報および企画ページの多言語展開
- ・世界最大の旅行サイト「トリップアドバイザー」を活用した口コミ情報の発信
- ・影響力の高い、英語圏向け訪日観光情報メディアとの連携 例;japan-guide.com 【拡充】
- ・オンライン広告配信によるサイトへの導線強化
- ・災害時における外国人への多言語情報の発信

(3) SNS ファンの獲得

[通年]

Twitter、Facebook 等の SNS で、横浜に関するタイムリーな情報発信を行い、横浜市公式ウェブサイト「横浜観光情報」へ誘導します。また、SNS アカウント分析で得られたユーザーの反応をマーケティングデータとして活用します。

2 ウェブアクセシビリティ向上

[通年]

高齢者や障害者など、年齢や身体的条件に関わらず、ユーザーの選択に応じて画面を自動的に最適化する視覚障害等対応システムを継続運用します。

3 ワイヤーサービス活用によるパブリシティの強化

[通年]

ワイヤーサービス(プレスリリースをメディアに配信し、さらにサービス事業者のウェブサイトや提携メディアに掲載するサービス)を活用し、横浜からの情報発信回数を増やし、露出拡大を図ります。

4 横浜観光親善大使による広報

「市民を代表する PR パーソン」として、横浜観光親善大使による横浜の魅力や最新情報を市内外に向け発信します。

《 出動機会 》 テレビ・ラジオ、新聞、雑誌等、各種メディアで最新の横浜情報を提供
ウェブサイト専用ページでの横浜の魅力発信

5 東京 2020 オリンピック・パラリンピックを契機とした誘客のための情報発信・受入整備

オリンピック・パラリンピックで、横浜で試合が行われる野球、ソフトボール、サッカーの観戦者をターゲットに横浜への来訪や宿泊を促すため、最新情報や滞在型コンテンツ情報の発信によるプロモーションを行うとともに、期間中の賑わいづくりなど受入に取り組みます。

【来訪者支援事業】

オリンピック・パラリンピックの観戦目的で来訪される方へのおもてなしのため、主要駅での観光案内所の機能を充実させます。特に5月末にリニューアルオープンする横浜駅『JR横浜タワー』に入居する横浜駅観光案内所において、季節に合わせた装飾等で快適な滞在空間を整え、利用者満足度の高い情報提供を目指します。

さらに、民間事業者と連携し、市内外での案内拠点の協力体制を強化することにより、都内近郊から横浜への送客を促すと同時に、市内での回遊性を高める取組を進めます。

1 国内外からの来訪者への観光案内機能の強化

市内3か所(横浜駅、桜木町駅、新横浜駅)の観光案内所では、横浜市内の案内業務にとどまらず、広域の観光案内・情報発信を多言語で行い、国内外の観光客へのサービス向上を図ります。

《横浜駅観光案内所リニューアルオープン》

期日 令和2年5月30日

場所 JR横浜タワー 2階

機能 英語対応スタッフ常駐、日本国内主要観光地を含めた広域情報の提供
利用者個々の要望に応える提案型の観光案内

2 市内外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

「民間観光案内所」(現在95か所)に対して資料や情報提供等の支援を行い、案内機能の充実を図ります。

また、都内での横浜情報の発信拠点「横浜タッチポイント」を拡充し、都内近郊から横浜への送客を促します。

[通年]

3 観光案内資料の製作および支援

・「横浜ビジターズガイドマップ」改訂、多言語版での製作 [2021年2月]

4 事業者支援・人材開発事業

・横浜タッチポイント登録施設事業者等を対象とした横浜最新情報の勉強会 [時期未定]

・テーマ別会員向けセミナー(例;ユニバーサルツーリズム) [時期未定]

【賛助会員事業】

1 賛助会員交流機会の充実

観光 MICE 分野におけるトレンドや会員企業のビジネスに役立つ情報提供として、年間を通じて各種会合・研修会を開催します。また、会合とあわせて交流会を併催することで、参加会員同士の交流促進を図ります。

【参考】会員数 626 事業者(令和 2 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	5 月中下旬	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
若手・新入職員向け 横浜観光研修	6 月中下旬	賛助会員の若手・新入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等
会員の集い 優良従事者表彰、交流会	11 月	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 MICE 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	年 2 回 8 月、3 年 2 月～ 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
賛助会員事業部会 (名称変更予定)	年 3 回程度	財団事業と連動した観光 MICE 分野に関するテーマでのセミナー または賛助会員のビジネスチャンスにつながる情報提供機会

【財団運営】

職員一人ひとりが、能力を最大限に発揮し、事業を展開する事業者の方々の視点・ニーズを意識した行動を通じ、観光 MICE 都市・横浜を次なるステージへと牽引する役割を果たすため、引き続き職員の意識改革を図るための研修等を通じた人材育成を行います。

また、業務効率を向上させるため、デジタル環境を改善します。

一方で、関連する事項の現状把握などマーケティングの重要性を意識し、事業者の信頼に応えられる事業を展開しつつ、次代につながる観光 MICE 都市の実現に向け、事業の成果達成管理に努めます。