

「令和8年度『横浜で記念日』プラン造成ワークショップ」を開催しました ～横浜・波止場会館にて15社22名が参加～

(公財)横浜市観光協会は6月3日、「令和8年度『横浜で記念日』プラン造成ワークショップ」を開催し、15社22名の事業者様にご参加いただきました。

本ワークショップは、3年目を迎えたアニバーサリー事業「YOKOHAMA PRECIOUS FLOWERS『横浜で記念日』」のさらなる発展を目的として実施したものです。本事業は株式会社リクルートに委託しており、当日は「じゃらんnet」における販売実績の傾向や今年度の施策について共有するとともに、魅力的なプラン造成に向けたグループワークを行いました。

これまでの取り組みと販売実績の共有

はじめに、株式会社リクルートより、これまでの「横浜で記念日」プランの販売実績をもとに、売れ筋のプランについて説明しました。特に宿泊分野では、以下のような記念日のニーズを紹介しました。

- ✓ 平日でも記念日当日にお祝いしたい
- ✓ 夕朝食付きやレイトチェックアウトなど、ゆったりと滞在したい
- ✓ 夜景や港の眺望など、横浜ならではの魅力を体感したい

これらのニーズを通じて、平日需要の創出や宿泊単価の向上、横浜の地域資源を活用したプラン造成の重要性を共有しました。



令和8年度の施策について

続いて、今年度の取り組みについて説明を行いました。現在展開中の「じゃらんnet」特集ページについては、夏季および秋季に一部リニューアルを予定しており、季節ごとの旬な情報を発信していく予定です。また、「横浜で記念日」プランで利用できる電子クーポンの配布など、オウンドメディアを活用したプロモーション施策を紹介しました。さらに、今年度ブランディング事業を委託しているスターツ出版株式会社からは、自社メディア「読者インフルエンサー組織 オズレポーターズ」を活用し、横浜の記念日コンテンツを実際に体験したうえで、Instagramを通じてリアルな魅力を発信していく取り組みを紹介しました。

今年度は従来のカップル・夫婦層に加え、新たなターゲットとして子育て世帯への訴求を強化し、家族向けプランの展開を進めることで、「何度でも訪れたくなる特別な場所」としての横浜の魅力向上を目指していく方針を、参加者の皆さまと共有しました。

プラン造成に向けたワークショップを実施

ワークショップでは、プラン造成および販売促進のポイントについて学んだ後、具体的なプラン造成の検討を行いました。参加者は、アニバーサリー層、プロポーズ検討層、結婚式検討層、子育て世帯層などのターゲットごとにニーズや提供価値を整理し、グループ内で発表しました。その後、各グループでアイデアや改善提案を共有し合い、より魅力的で実現性の高いプランへとブラッシュアップを図り、今後の販売に繋げていただきます。



最後に、参加事業者同士の交流を深めるために各社の自己紹介の時間を設け、盛況のうちに終了しました。荒天の中ご参加いただいた皆さまに、心より感謝申し上げます。