

平成23年10月13日(木)

横浜観光プロモーション認定事業 平成23年度10月認定事業として、9件の事業を認定！

横浜への集客力を高める事業を、オール横浜でサポートする「横浜観光プロモーション認定事業」。この度、平成23年10月認定事業として、新たに9件を認定しました。

ニューツーリズムとしての取り組みでの「健康増進」「スポーツ」をテーマにした集客事業や、東日本大震災後回復が切望されているアジアインバウンドマーケットの活性化に貢献が期待できる事業などを中心に、平成23年度下期の集客強化を目指します。

認定された事業の一部をご紹介します。



スポーツツーリズム「ウォーキングの街よこはま」実現に向けた事業

健康志向の今、ウォーキングイベントは各地で開催され盛況ですが、横浜をウォーキングの街としてブランディングする試みがスタートします。既存のウォーキングイベントには無い体験型メニューを提供する施設を組み込み、健康づくりに欠かせない「食の重要性」を学べるコースで、1月～3月に掛けて4回のウォーキングイベントを実施します。3月恒例の、《よこはまシティウォーク》の参加者増加も期待できます。



株式会社JTB法人東京

走る男F 駅前バスマラソン・横浜特別編

tvkの「走る男F」は、タレント森脇健児が走ることの楽しさを伝え、全国述べ110万世帯余りが視聴する人気番組です。その特別編を制作し、走るコースで横浜の見どころを凝縮、コアな情報も含め横浜の魅力を紹介します。10月～12月の間に2回放映、さらにウェブでも発信し、「横浜で走ろう」をメッセージとして伝え、12月に開催される《横浜マラソン》の観戦者を増やし、集客効果も狙います。



株式会社テレビ神奈川

よこはま・インバウンド及び国内観光促進事業

外国人来訪者、特に中国人マーケットをメインターゲットとした戦略を採る(株)ドン・キホーテ。横浜の集客力に期待し「外国語対応音声ペン」を初めて導入。ホテル、観光施設、飲食店などでの外国人観光客の受入れをサポートします。また、災害時対応にも活用できるため、誰もが安心して観光できる環境整備にも役立ちます。



株式会社ドン・キホーテ

ANAで行く「美の横浜」プロモーション企画～集客を生み出す仕組みづくり～

海外からの個人観光客を横浜に誘客するため、ANAと提携する中国・台湾・香港の主要旅行会社[目標32社]のサイト内に、横浜の“美”に関わる素材を中心に掲載する専用コンテンツを作成します。合わせて市内宿泊施設の情報も発信、ANAのフライトとの組合せにより、アジアからのインバウンド客の増加を目指します。



ANAセールス株式会社

認定事業の概要など、詳しくは財団ホームページ(<http://www.welcome.city.yokohama.jp/ja/ycvb/promo/index.html>)をご覧ください。

お問い合わせ先

財団法人 横浜観光コンベンション・ビューロー 事業部 中村 淳 TEL:045-221-2111
*本日は19:00まで在席しております。

平成23年度 横浜観光プロモーション認定事業 実績

1 応募件数、認定件数、総事業費、助成金の交付予定額 一覧 各項目いずれも 上段=10月認定実績、下段=年度累計

	申請数	認定数	総事業費 (千円)	助成金交付予定額 (千円)
旅行商品部門	0	0	0	0
	4	4	195,130	2,500
情報発信部門	4	4	57,604	2,500
	14	13	119,364	4,750
オール横浜 プロモーション部門	5	5	36,020	3,000
	19	19	271,278	18,000
合計	9	9	93,624	5,500
	37	36	585,772	25,250

2 平成23年度 横浜観光プロモーション認定事業助成金 予算執行状況

年度予算総額 (千円)	4月認定 (千円)	需要喚起 (千円)	7月認定 (千円)	10月認定 (千円)
26,000	6,450	3,500	9,800	5,500

横浜観光プロモーション認定事業 平成23年度10月認定事業

認定事業名	事業者名	事業概要	事業計画数値	
1	よこはま・インバウンド及び国内観光促進事業	株式会社ドン・キホーテ	ドン・キホーテが導入を進めている外国語対応音声ペンを市内ホテルや観光施設、飲食店などに設置し、外国人観光客の受け入れをサポートします。接客の際のコミュニケーションだけでなく、災害時の対応も設定されており、安心して観光していただける環境を整備いたします。	集客目標: 30,000人 PR目標: (パンフレット・チラシ類) 90,000部/号(内訳: 繁体字韓国語版3万部、簡体字英語版3万部、日本語版3万部) インターネット総ページビュー 18万PV/年(3万PV/月×6ヶ月) (メールマガジン配信) 18,000通/年(内訳: 3千通×6ヶ月) (その他、各メディアでの放送など) 3回/年
2	「走る男F 駅前バスラソン・横浜特別編」	株式会社テレビ神奈川	2008年から放送を開始し、日本縦断を成し遂げた走る男・森脇健児が、横浜の見どころを凝縮したコースを走りながら、横浜の魅力を余すところなく紹介する30分番組。全国10局の地上波テレビとBS局(1局)で延べ110万世帯余りが視聴する人気番組での放送と、番組を二次使用してweb上で一定期間公開して、情報を発信します。	PR目標: (パンフレット・チラシ類) 部/年(内訳: 部発行×回) (インターネット総ページビュー) 10,500,000 PV/年(内訳: 1,750,000PV/月×6ヶ月) (メールマガジン配信) 通/年(内訳: 通×ヶ月) (その他、各メディアでの放送など) 回/年 その他: 全国延べ110万世帯
3	訪日中国人観光客向けフリーマガジン「GOOD LUCK TRIP日本楽酷遊」を媒体とした横浜プロモーション	レインポーバブリッシング株式会社	海外旅行ガイドブックの老舗「地球の歩き方」の発行元: 株式会社「ビッグ」社が「地球の歩き方」編集ノウハウを活かし、本年1月に創刊した訪日中国人観光客向けフリーマガジン「GOOD LUCK TRIP日本楽酷遊」。中国からの団体及び個人旅行者をターゲットに年3回刊で10万部/号発行。旧正月直前の発行号で横浜の魅力を伝える横浜頁を作成し、横浜及び横浜ベースの広域観光情報を発信し、今後リーダーになりうるであろう中国人観光客の横浜への誘客を図る。	集客目標: 11,500人 PR目標: (パンフレット・チラシ類) 100,000部/号 スマートフォンアプリ配信 20,000ダウンロード/号 その他: 上記部数を中国の広州、上海、北京の大手旅行代理店18社で40,000部/号、高級旅行情報誌「世界」の付録として、定期購読者6,000人に同梱で送付。国内の観光案内所、大型ホテル等で50,000/号配布し、特に海外配布に関しては、確実に東京へ来る方へ直接配布することにより配布ロス排除。また、WEB上でデジタルブックとしての閲覧も。
4	がんばろう横浜with旅行博士	株式会社デリー・インフォメーション	年間35万の訪日実績を出している旅行博士のWEBサイトを起点とし、ネットに関しては最も優れた技術を持つ韓国への「横浜魅力発信」をしていくためには必須不可欠のブログ攻略。旅行会社ブログと一般人ブログの年間計画による同時多発攻略(B2C、B2B、P2P)は今までのなかった広告とトラベルの融合によるアプローチで横浜の魅力をもっと発信していく。また異国情緒あふれる街並みの横浜魅力を「海」と「港」をテーマとして発信し、国際観光都市の横浜だからこそできる「横浜MICE」をMECE専門WEBSITEにてコンサルティングをしていく。	PR目標: (パンフレット・チラシ類) 12,000部/年(内訳: 部発行×回) (インターネット総ページビュー) 30,300,000PV/半年(内訳: 5,050,000PV/月×6ヶ月) (メールマガジン配信) 4,200,000通/半年(内訳: 700,000通×6ヶ月)
5	横浜でお散歩パンしよう	横浜エフエム放送株式会社	横浜は散歩コースの宝庫。そんな横浜で、お散歩しながら、街角のパン屋さんへ寄り、公園の一角でパンを食べる、そんな新たなライフスタイルを提唱するプロジェクトを、ラジオ放送、イベント運動で約半年間に渡り展開	集客目標: 900万人 PR目標: (パンフレット・チラシ類) 31,000部/年(内訳: 部発行×回) PV/月×(インターネット総ページビュー) 20,000PV/年(内訳: ヶ月) (メールマガジン配信) 1(回)通/年(内訳: 通×ヶ月) (その他、各メディアでの放送など) 20回/年
6	OPEN Toilet Project～誰もが安心して観光を楽しめる横浜を目指して～	NPO法人Check、株式会社大川印刷	2009年、10年の横浜観光プロモーションフォーラム認定事業の一環で、横浜観光トイレマップを制作したNPO法人Checkと2010年APECで食料ビクトグラムを推進した株式会社大川印刷が協働で、横浜への観光客が安心して観光を楽しめるよう、多機能トイレや一般のトイレの情報発信に取り組めます。高齢者や障害者を含む横浜への観光客に、インターネットサイト「Check a toilet」や店舗入り口のステッカーを通して、トイレを貸し出している情報を発信し、トイレを気にせず、安心して観光を楽しめるエリアを作り出す事業「OPEN Toilet Project」を実施します。	PR目標: (パンフレット・チラシ類) 10,000部/年(内訳: 10,000部発行×1回) (インターネット総ページビュー) 3百万PV/年(内訳: 50万PV/月×6ヶ月) (メールマガジン配信) 通/年(内訳: 通×ヶ月) (その他、各メディアでの放送など) 20回/年
7	横浜北部エリア市民参加型シティブロモーション事業	NPO法人横浜コミュニティデザイン・ラボ、NPO法人I Loveつづき、港北経済新聞、ヨコハマ経済新聞	横浜の北部エリア(港北区・都筑区・青葉区・緑区など)の魅力を見直し、このエリアの認知度向上、来訪者の増加のため、ウェブサイトでのロケ地情報の収集と公開、スマートフォンを利用したロケ地歩きアプリ(まち歩きアプリ)の開発、ロケ地ツアーの開催(修学旅行生向けのツアー含む)を行い、培ったデータを使い横浜北部エリアにおけるロケーションサービス事業展開を目指す。このエリアは多くのドラマ・映画などのロケ地として使われていることから、この事業ではそのことを北部エリアの魅力として捉え、活用するための施策を行う。これから立ち上げるWEBサイト「横浜北部ドラマロケ地情報サイト(仮称)」上で、市民を巻き込んだ、事業を展開。この事業を通して、ロケ地として使用されていた場所が新たな観光地となり、横浜のアピールポイントの一つとなる。	集客目標: 100人(モニターツアー実施) PR目標: (パンフレット・チラシ類) 1万3千部/年(内訳: 3千部×1回、1万部×1回) (インターネット総ページビュー) 20万PV/年(内訳: 4万PV/月×5ヶ月) (その他、各メディアでの放送など) 10回/年 その他: (WEBサイトへの情報投稿者数)月に100人×5カ月=500人
8	ANAで行く「美の横浜」プロモーション企画～集客を生み出す仕組みづくり～	ANAセールス株式会社	中国、台湾、香港(韓国、東南アジアも視野に)欧米へも推進していくからの個人旅行者を横浜に誘導するため、横浜の美にまつわる観光素材、宿泊素材を盛り起し、主に当社フライトを中心に組み合わせた専用コンテンツを作成し、各国の現地旅行会社に素材及びユニットを提供し、商品造成に繋げる。当コンテンツを通して、横浜市内の観光施設や宿泊施設との関係性を強化し、横浜エリア全体へのインバウンドの取り込みに貢献する。	PR目標: (パンフレット・チラシ類) 中国 12,000部/年 (インターネット総ページビュー) 320,000PV/年(内訳: 80,000PV/月×4ヶ月) (その他、各メディアでの放送など) その他: ・ANA SKY WEBへのツアー掲載 香港・台湾 ・台湾旅行業界雑誌「旅奇」への掲載依頼
9	スポーツツーリズム「ウォーキングの街 よこはま」実現に向けた事業	株式会社JTB法人東京	「地域振興」をキーワードに「ウォーキングのメッカ(セイチ)よこはま」として定着させることが狙いの事業です。地元の企業や観光施設と連携して、新たなウォーキングイベントを実施することで、横浜の着地型旅行が体験できます。	集客目標: 6,700人 PR目標: (パンフレット・チラシ類) 10万部/年(内訳: 10万部発行×1回) (インターネット総ページビュー) 7万5千PV/年(内訳: 15,000PV/月×5ヶ月) (メールマガジン配信) 60万通/年(内訳: 30万通×2ヶ月) (その他、各メディアでの放送など) 3回/年