

公益財団法人 横浜観光コンベンション・ビューロー  
平成 27 年度 事業計画

各事業の主な取組 ※本文、二重下線箇所参照

1 横浜の魅力を活かした国内誘客の拡大

- 修学旅行を主軸にした『横浜』のセールス・プロモーション；  
重点地域・北陸地区でのセールス活動(商談会)の実施
- 民間事業者との連携による事業の推進

2 新規対象国を含めたアジアからの誘客の拡大

- ターゲット市場にあわせたセールス・プロモーションの展開
- 航空会社との連携事業による誘客の推進；エアアジア X との連携
- クルーズ乗船の外国人来訪者誘客増加に向けた取組；  
主要ランドオペレーター等を対象とする招待体験ツアーの実施

3 国際コンベンションを核とした MICE の誘致

- 海外企業インセンティブの誘致
- 市内大学研究者とのネットワーク開拓
- 2020 年以降のコンベンション情報収集及び誘致の強化

4 国内外からの来訪者へのおもてなし

- 2020 年に向けた外国人受入環境整備の拡充；  
市内施設の多言語対応の推進、事業者向け研修等の実施 等

5 観光・MICE 都市 横浜の広報

- ウェブサイト・SNS などデジタル広報による発信の強化；  
ウェブサイトのリニューアル、「横浜大人Style(仮称)」特設サイトの制作 等
- 海外での『横浜』の認知度向上を目指した取組の強化；  
英語サイトの新規コンテンツの作成、影響力のある外部サイトとの連携 等
- 海外メディアへの情報発信の強化；  
海外向けプレスリリースの配信、外国特派員向けプレスツアーの実施 等

## 【誘客事業】

### 1 国内誘客セールス =横浜の魅力を活用した国内誘客の拡大=

#### (1) 修学旅行を主軸にした『横浜』のセールス・プロモーション

ア 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強化

#### イ 重点地域・北陸地区でのセールス活動

ターゲット地域の中で、特に3月の北陸新幹線開業を契機とした北陸地区からの誘客促進を図るため、「横浜教育旅行誘致推進協議会」に参加している事業者と連携し、地元旅行代理店等との商談会や観光プロモーション等を実施。

※27年度修学旅行における市内宿泊施設利用延べ人泊数目標 55,000人

時期	4月	6月	7月7・8日 (商談会)	9月	10月	11月	2月	3月
エリア	北海道	石川 富山	石川 富山	青森 福島	北海道	石川 富山	愛媛 徳島	群馬
対象	中学校	中学校	中学校	中学校	中学校	中学校	高校	小学校

#### (2) 修学旅行誘致;賛助会員事業者との連携強化

ア 「修学旅行誘致促進事業助成金制度」の運営

23年度に開始した「修学旅行誘致促進事業助成金制度」を一部改正し、宿泊を伴う修学旅行の誘致を促進。

- |               |  |
|---------------|--|
| (ア) 期間=旅行催行時期 | 27年4月～28年3月  |
| (イ) 助成対象要件    | 中学校または高等学校の修学旅行<br>延べ90人(泊)以上の宿泊を伴うもの<br>鉄道、航空機、またはバスを利用するもの<br>市内宿泊1泊以上かつ市内見学2か所以上のもの |
| (ウ) 助成金額      | 90人泊以上 299人泊未満 30,000円<br>300人泊以上 60,000円  |

イ 修学旅行横浜宿泊校数・宿泊人数調査の実施

修学旅行マーケットの横浜での受入実態の把握を目指し、市内ホテルでの受入件数等実績調査。

調査依頼;27年5月、集計・分析;27年6月(予定)

#### (3) 賛助会員事業推進連絡会ワーキング

27年度は、効果的なプロモーションの具体化や課題解決の協議の場として『国内誘客協議会』を立ち上げ、既存の『横浜教育旅行誘致推進協議会』の活動と合わせ、地方キャンペーンなどのワーキング活動を展開。

#### (4) 市内複数地域の連携企画の推進

市内の複数地域が協力し、相互の魅力や資源を活用した回遊性強化の企画(ツアーバスの運行やクーポンの製作 他)の支援。

[例] 新横浜で開催されるコンサートやスポーツイベントへの来訪者が待ち時間で楽しめる短時間観光の企画 等

**(5) 横浜版着地型観光事業「横浜秘密の思い出プラン」のコンテンツ強化及び魅力発信**



過去2年間の課題を踏まえ、訴求のあるコンテンツ創出に焦点を絞ったプロモーションを行い、冬の横浜の魅力発信による誘客を実施。

また、事業者との連携により、広報面における市内及び首都圏への認知度アップを狙い、プロモーションの定着化を推進。

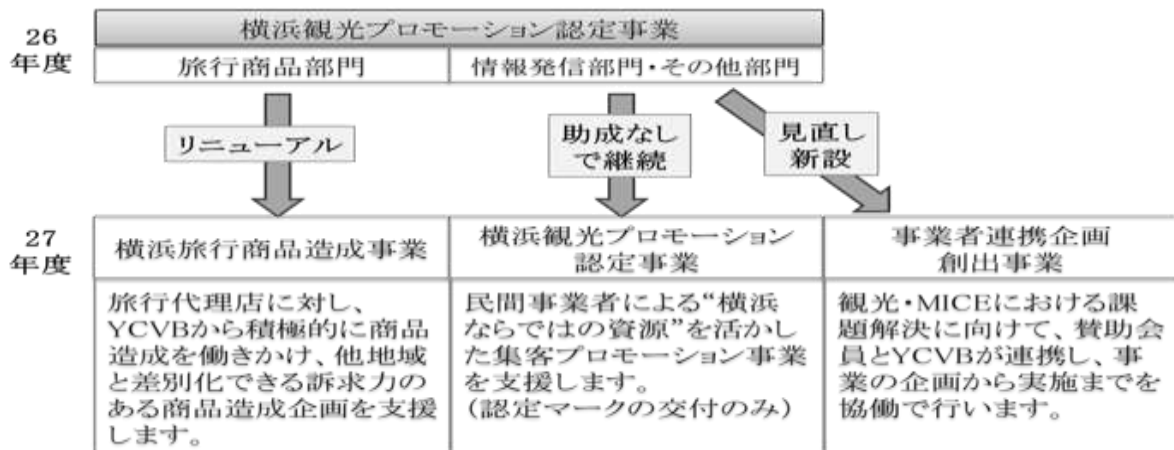
- ア 訴求力のある誘客コンテンツの強化
- イ チャネルの活用による誘客
- ウ 事業者との連携による広報発信の強化

スケジュール案 (予定)

- ・26年度事業報告会 5月
- ・実施計画の作成、共同事業者選定 7月
- ・プラン参画事業者の募集開始 8月
- ・27年度事業の実施 11月～2月

**(6) 民間事業者との連携による事業の推進;横浜観光プロモーション認定事業取組改編**

平成15年より民間事業者との共同事業として実施してきた『横浜観光プロモーション認定事業』を、財団のコーディネート機能を強化し、民間事業者と連携し事業を創りだしていく取組に改編。



**(7) イベントを活用した集客の推進**

ア ウェブサイト等によるイベント関連情報の発信

市内で開催される主要なイベントやさまざまな取組・魅力を季節ごとに整理し、適時適切な情報発信により集客を推進。

イ イベントを核とする回遊性強化の取組

イベントを目的に来訪する観光客の市内滞在時間の延長を促すため、観光施設・飲食施設・宿泊施設等と連携し、回遊性強化につながる事業を実施。

ウ 集客イベントの活性化支援

戦略的にプロモーションを展開するイベントや集客効果が高いイベントへの実行委員会への参画や広報協力等による支援を行い、地域のにぎわいづくりや経済活性化を促進。

- [支援対象案]
- ・横浜スパークリングトワイライト 2015 27年7月18日・19日
  - ・DanceDanceDance@YOKOHAMA 2015 27年8月1日～10月3日
  - ・横浜マラソン 2016 28年3月中旬(予定)

## 2 海外誘客セールス =新規対象国を含めたアジアからの誘客の拡大=

### (1) ターゲット市場にあわせたセールス・プロモーションの展開

国地域	取組方針	具体的取組手法	
		関係者招聘	見本市への出展等
台湾	個人客(FIT)のうち若年・家族層誘致を目指した取組強化	旅行会社及びメディア(ブロッガー)招聘 5月または6月(予定)	高雄国際旅展 KTF(5月) 賛助会員事業者との 共同出展
タイ	FIT 誘致を目指したプロモーションの強化および視察旅行の誘致および受入	航空会社またはメディア 招聘 時期未定	
マレーシア	東南アジアにおいて認知度の高い航空会社とタイアップした認知度向上を目指したプロモーション		
韓国	企業が主体となるインセンティブ旅行誘致に向けた取組を拡大	メディア(ブロッガー)またはインセンティブツアーキーパーソン招聘	
香港	ウェディングやカップル向けのデートスポットなど、成熟市場のFIT に訴求する体験型の素材の情報発信および商品造成	旅行会社またはメディア 招聘 4月または5月(予定)	
シンガポール	東南アジアにおける情報発信ハブであるシンガポールの訪日リピーターに訴求する横浜ならではの素材の情報発信	メディア招聘 6月(予定)	
中国	横浜で開催される国際展示会視察を絡めた訪日ツアーおよび中国発着のクルーズ客船寄港に備えた着地ツアーの造成支援		横浜市上海事務所と連携したプロモーション活動(通年)
インドネシア	マーケティングデータに基づいた認知度向上を目指したセールス・プロモーションへの着手	メディアまたは旅行会社 招聘 時期未定	

### (2) 航空会社との連携事業による誘客の推進〔拡充〕

羽田への直行便を持つマレーシアの格安航空会社エアアジアXと連携し、マレーシアにおける横浜の認知度向上、更にエアアジア便でクアラルンプールを経由して羽田入りをする、その他の国々(インドネシアやベトナム等新興市場も含む)にも波及する広域なプロモーションを実施。

ア 連携先 エアアジアX

イ 実施内容 エアアジアX指定有力旅行会社およびメディア招聘、エアアジアの SNS を活用したオンラインコンテスト実施、現地ライフスタイルマガジンへの横浜情報掲載等実施

### (3) 海外メディア、旅行会社、航空会社、MICE 主催者等キーパーソン招聘事業

ターゲット毎に主なキーパーソンを横浜に招聘し、情報発信や旅行商品造成、MICE 関連催事の誘致を促進。

#### (4) クルーズ乗船の外国人来訪者誘客増加に向けた取組〔新規〕

横浜寄港商品造成を働きかけるため、主要ランドオペレーター等を対象に横浜の魅力を実体験できる招待ツアーを企画・実施。

- ア 招待対象 クルーズ関連旅行会社・メディア等の国内外キーパーソン
- イ 実施時期 27年秋

#### (5) 賛助会員事業推進連絡会ワーキング

26年度にスタートしたワーキングでは、インバウンドの推進に向け包括的に取り組み、「東京に来て外国人をいかに横浜に誘客するか」をテーマに、オール横浜での活動を展開。

また、活動2年目となる台湾ワーキングについては、事業者と共同で現地の旅行見本市に出展するほか、県域主要都市や鉄道事業者等と連携した、広域なセールス・プロモーションを実施。

### 【MICE 誘致・開催支援事業】=国際コンベンションを核とした MICE の誘致=

#### 1 MICE 誘致の取組

##### (1) 海外トレードショーへの出展

IMEX2015(フランクフルト)への出展 5月19日～21日

##### (2) 海外企業インセンティブの誘致〔新規〕

- ア アジア・国内で開催されるインセンティブ商談会・セミナーへの出展  
国内海外合わせて4回程度
- イ インセンティブに特化したセールスツールの製作

##### (3) 視察受入・キーパーソン招聘

- ア 誘致段階コンベンション主催者、コア PCO への視察機会の提供 年2回程度
- イ JNTO 国際会議キーパーソン招請事業(Meet Japan)参加 28年2～3月(予定)

##### (4) 国内主催者と協働した海外誘致及び開催支援活動

誘致段階の国際会議に対して、開催地を決定する機会でのプレゼンテーションや現地での PR 活動・情報収集等を支援。 年2回程度

##### (5) 海外ネットワークの拡充

ICCA 国際会議協会 総会(ブエノスアイレス)参加 10月31日～11月4日

##### (6) 国内におけるセールス活動

- ア 主要大学研究者、学協会関係者への訪問セールス〔拡充〕 通年
- イ 市内大学研究者とのネットワーク開拓〔新規〕
  - (ア) 大学別説明会開催 年5回程度
  - (イ) 大学向け PR の実施:資料配布、広告等
- ウ 国際ミーティングエキスポ(IME;於 東京フォーラム)出展 12月初旬(予定)

## (7) 地域での MICE 振興の取組支援

地域の活性化、受入環境の整備を目指し、山下・横浜駅周辺・新横浜等の各地域での MICE 振興の取組を支援。地域毎の特徴を活かし、国内外から MICE に絡めた誘客を強化。あわせて、市内での誘致案件情報の共有を図り、開催件数増加につながる誘致活動を支援。

## (8) 2020 年以降のコンベンション情報収集及び誘致の強化〔拡充〕

中大型国際会議誘致のための案件調査および市内の会議施設や大学での会議開催実績等の関連情報の収集。

また、インセンティブを含めた MICE の市場把握を行い、MICE 都市としての横浜の位置づけを分析し、2020 年以降案件の誘致活動を強化。

## 2 MICE 開催支援の取組

### (1) 横浜 MICE 開催応援プランの企画運営

企業ミーティング、インセンティブ、国内会議、国際会議、展示会など MICE の全カテゴリーを対象とする、現物あるいはサービスの提供による支援制度を継続して運営。また、応援プランの実施により、市内事業者の利用(受注)を促進。

[支援メニュー例] コングレスバッグの提供、アトラクションの提供、広告掲出 等

### (2) コンベンション・サポーター制度の運営

会場内での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、市民一人ひとりのスキルやノウハウ、ホスピタリティを最大限に活かせる場の提供。

※『神奈川善意通訳者の会』『2002 ワールドカップ横浜ボランティアの会』などの市民団体との協働による運営

[サポーター派遣予定コンベンション]

会議名称	会期	規模(名)
第 12 回アジア栄養学会議(ACN2015)	5 月 14 日～18 日	4,000
第 11 回 ICM アジア太平洋地域会議助産師学術集会	7 月 20 日～22 日	2,000
第 24 回国際冷凍会議(ICR2015)	8 月 16 日～22 日	1,000
第 94 回 IETF 横浜会議	11 月 1 日～6 日	1,200

## 3 MICE 誘致のための継続的な情報発信

MICE 都市としての魅力、サービス等を的確に伝え、かつ、MICE 都市・横浜のブランディング“Japan's First Port of Call”の国内外での浸透を図るため、ウェブサイト等での情報発信を強化。

## 4 賛助会員事業推進連絡会ワーキング

市内ホテル等連携を強化し、インセンティブの受入・誘致を強化。

## 【来訪者支援事業】=国内外からの来訪者へのおもてなし=

### 1 2020 年に向けた外国人受入環境整備の拡充〔新規〕

#### (1) 市内施設の多言語対応の推進=対訳語一覧・ガ充イドラインデータの公開

ア 市内施設の多言語対訳語一覧・ガイドラインの作成・提供 7 月財団サイトに掲載(予定)

イ 飲食・商業施設スタッフ接客支援用文例集の作成 9 月財団サイトに掲載(予定)

## (2) 事業者向け研修等の企画・実施

- ア 受入環境整備のためのケーススタディ研修 7～8月実施(予定)
- イ 外国人来訪者対応の先進事例紹介または視察 11～12月実施(予定)

## (3) 外国人受入環境整備に関わる情報の提供

- ア 外国人来訪者対応マニュアルの作成またはデータの提供 1,000部(予定)
- イ 飲食・商業施設向け対話補助ツール(指差しシート等)の製作・提供 5,000部(予定)
- ウ 外国人来訪者対応に関するニュースレター(メールマガジン)の発行 年4回程度

## (4) 賛助会員事業推進連絡会ワーキング

事業推進連絡会登録メンバーのうち、受入環境整備に興味・関心のある事業者と連携し、アイデアやノウハウを共有し複数事業者が参加できる取組を具体化。

[想定事業例] 多言語翻訳支援サービスシステムの構築・共有  
回遊促進のためのアプリ(音声案内・地図情報付)の開発 等

## 2 国内外からの来訪者への観光案内の充実

### (1) 横浜市観光案内所の運営

- ア 市内3か所(横浜駅、桜木町駅および新横浜駅)の観光案内所の運営
- イ 『手ぶら観光』機能の強化=ヤマト運輸との連携;桜木町駅・新横浜駅観光案内所

### (2) 民間事業者の協力による案内体制の拡充

- ア 拠点民間観光案内所の拡充 27年度末12か所目標
- イ ちょこっとインフォメーション(民間案内所)約190か所への情報提供
- ウ 案内業務支援用基本情報集「おもてなしマニュアル」の改訂・配布
- エ 登録事業者向け研修の企画、実施

## 3 観光案内資料の製作

種別	日本語版	部数	外国語版	部数
横浜ビジターズガイド 製作/印刷時期(年2回)	来訪者支援用	2万部	英語	15万部
	コンベンション用	2万部	韓国語	2万部
			中国語簡体字	3万部
			中国語繁体字	5万部
			タイ語	1万部
ショッピング&レストラン マップ			英語、韓国語、中国語簡体字、繁体字	5万部
路線図・アクセスマップ				5万部
旅うらら; A4判、28ページ冊子	来訪者支援用	10万部 (予定)		
はまっぷワイド; A3判、裏表1枚	来訪者支援用	30万部 (予定)		

## 4 クルーズ客船増加に伴うおもてなし・にぎわいづくり【一部新規】

将来的な横浜寄港商品造成を目指し、クルーズ関連旅行会社・メディア等を対象に、横浜の魅力を実体験できるツアーの企画・実施。

横浜寄港時の市内滞在・回遊促進のため、寄港前段階での横浜情報の発信・提供の強化。

**(1) クルーズ関連事業者(主要ランドオペレーター等)の招待ツアーの実施** 【新規】 ※再掲

- ア 招待対象 クルーズ関連旅行会社・メディア等の国内外キーパーソン  
イ 実施時期 27年秋

**(2) 寄港前・寄港時の乗船客及びクルー向け横浜情報(観光地図等)の提供**

**【事業者支援・人材開発事業】**

**1 おもてなし体制強化のための民間事業者、NPO・市民団体等への支援**

**(1) 事業者向け研修等の企画運営**

- ア 対象組織・団体 民間観光案内所・ちよこつとインフォメーション登録事業者  
NPO ほか市民団体(横浜ボランティアガイド協議会、神奈川 SGG クラブ、  
2002 ワールドカップ横浜ボランティアの会)  
学生ボランティア(フェリスモバイルコンシェルジュ)  
観光関連事業者(タクシー乗務員、ホテルコンシェルジュ) 等  
イ 実施予定 6月以降、年3回程度  
ウ テーマ案 おもてなし、外国人来訪者受入、高齢者・障害者対応等 ほか

**(2) 関連産業事業者・団体の自主事業への支援**

- 各分野の事業者・団体が企画実施する事業への支援として、他の関係機関とのマッチングや、研修への講師派遣、観光情報の提供等を実施。  
ア 客船寄港時の観光案内・ガイド活動(神奈川 SGG クラブ等)への協力  
イ 横浜の主要な土産品の通信販売取組への支援(外国人来訪者対象)  
ウ 事業者施設内での日本文化紹介の取組支援(外国人来訪者対象)  
エ 「かながわ観光タクシードライバー制度」への支援

**【広報事業】 =観光・MICE 都市 横浜の広報=**

**1 ウェブサイト・SNS などデジタル広報による発信の強化**

**(1) 横浜観光情報日本語サイトによる発信**

- ア ウェブサイトのリニューアル 【新規】  
サイト画面のデザイン変更や表示速度の高速化による利便性の向上。  
イ モバイル端末からのアクセス増加に対応する表示内容・機能の更新 【拡充】  
ウェブサイト掲載情報のうちモバイル端末で見られる内容を拡充し、サイトアクセスの半数を超えるスマートフォン利用者への対応を強化。  
ウ 「横浜大人Style(仮称)」特設サイトの制作 【新規】  
新たな顧客・リピーター獲得を目指し、横浜で過ごす大人のスタイル提案という切り口で観光コンテンツを編集し、施設等の紹介を中心とした特設サイトを新規制作。  
エ 影響力のある外部サイトとの連携 【拡充】  
実際の旅行者の評価や旅行に関する多様な情報を掲載するサイト等との連携により、国内旅行意欲を喚起できる情報発信を拡充。  
[想定連携先] トリップアドバイザー(世界最大級の旅行サイト)



オ SNS を活用した情報発信

フェイスブックやツイッターなどの SNS を活用し、横浜への来訪喚起を狙った発信を継続。あわせて、観光関連事業者の PR の場としての浸透を図り、発信を強化。

カ 季節に合わせた「旬」のコンテンツ及びイベント情報等の発信

ゴールデンウィークやクリスマスに向けた特設サイトの開設や季節毎の特集ページの作成など、時季をとらえた情報発信の実施。また、イベント情報や話題性のある取組みをサイト内ページやトピックスとして紹介。

キ 横浜観光情報サイトの収益獲得に向けた取組

ウェブサイトの閲覧による収益獲得策として、アフィリエイト広告やバナー広告を販売。

**(2) 海外での『横浜』の認知度向上を目指した取組の強化**

ア 英語サイトの新規コンテンツの作成 【**拡充**】

外国人視点のストーリー性のある動画や新しい切り口のコンテンツを作成。

イ 影響力のある外部サイトとの連携 【**拡充**】 ※再掲

実際の旅行者の評価や旅行に関する多様な情報を掲載するサイト等との連携により、訪日外国人向けの情報ポータル機能を拡充。

[想定連携先] トリップアドバイザー(世界最大級の旅行サイト)

ウ 中国語サイトのリニューアルに向けたサイト分析 【**新規**】

エ 多文化に対応した情報発信

ムスリム旅行者に向けた情報の更新や、タイ語サイトのコンテンツなど、東南アジアを中心に多文化に対応した情報発信を継続。

オ 海外誘客と連動した SNS 等の拡充

英語、韓国語、繁体字版のフェイスブック、中国ミニブログ「新浪微博」の活用。  
[目標: 言語別サイトへの年間アクセス数] (ページビュー)

	平成 27 年度目標	対前年度比	平成 26 年度見込
日本語	30,000,000	123.0%	24,400,000
英語	1,100,000	115.8%	950,000
韓国語	240,000	113.7%	211,000
繁体字	350,000	116.7%	300,000
簡体字	70,000	116.7%	60,000

**(3) MICE 誘致のための継続的な情報発信** ※再掲

MICE 都市としての魅力、サービス等を的確に伝え、かつ MICE 都市・横浜のブランディング “Japan’s First Port of Call” の国内外での浸透を図るため、ウェブサイトでの情報発信を強化。

**(4) 安定したウェブサイト運営**

急増するサイバー攻撃への対応として、セキュリティ対策強化のための外部診断を実施すると共に、効果的な発信に向けたシステム導入を検討。

## 2 国内外におけるパブリシティ発信に向けた取組

### (1) 海外メディアへの情報発信の強化

#### ア 海外向けプレスリリースの配信

海外メディアへの配信実績のあるニュース配信会社を活用した情報発信 年4回(予定)

#### イ 外国特派員向けプレスツアーの実施

在京外国特派員などのメディアに向けたプレスツアーの企画実施 27年秋(予定)

### (2) 国内メディアへの情報提供の強化

#### ア 観光関連最新情報の記者発表、ニューズレター等による情報提供

発表件数 50件(予定) ※26年度実績見込 45件

#### イ 観光関連雑誌、テレビ番組等への情報提供

### (3) 横浜観光親善大使の広報力の活用

「市民を代表する PR パーソン」である、横浜観光親善大使を活用し、市内外に向け、横浜の魅力や最新情報を発信。

初入港外国客船の歓迎をはじめ、横浜市の公的行事や開港五都市交流等、財団事業と連動した他都市への派遣等で、横浜の魅力を PR。

## 【横浜人形の家】

### 1 運営管理者との連携による集客力の高い企画展・人形劇等の実施

#### (1) 運営管理者・株式会社京王エージェンシーによる企画展の充実

京王エージェンシー(以下、「京王」)が保有するネットワーク等を活用し、収蔵資料以外の人形等を活用した話題性が高い作品を主体とする企画展や、コアなファンを持つ創作人形作家による作品展示を実施。

年7回程度、うち財団主催企画展2回(予定)

企画展名	会期	主催
五月人形展 -日本の甲冑展-	4月～5月	京王
現代創作人形作家 博覧会	6月	京王
マクロスフロンティア フィギュア人形展	7月～8月	京王
Atelier Cozy ドールハウス展	9月	京王
THE PRINCESS -世界のプリンセスミュージアム展-	10月～11月	財団
バンダイ・フィギュア展	12月～1月	京王
ひな人形展 -ひな人形 アレ・コレ-	2月～3月	財団

## (2) 人形劇専門劇団 定期公演

子供の情操教育や児童文化の振興を目指した、質の高い人形劇専門劇団による公演等の実施。

年 4 回程度

劇団員の火、劇団小さいお城

人形劇団クラルテ 等



劇団員の火：ピノッキオの冒険

## 2 施設利用者増加への取組

### (1) 駐車場

旅行会社や交通事業者と連携した修学旅行等の団体バス利用の促進。

### (2) プチギャラリー・劇場

手芸工作、趣味サークルなど一定数の来館を確保できる団体の利用拡大。

## 3 横浜市指定管理者制度導入に向けた協力

横浜市が28年度から導入する指定管理者制度への円滑な移行に向けた協力。

【参考】横浜市による人形の家指定管理者公募開始 27年5月以降

横浜市による人形の家指定管理候補事業者の選定見込 27年秋

## 【財団経営】

### 1 賛助会員(事業者)との連携

#### (1) 賛助会員交流機会の充実

観光・MICEの最新情報の提供及び会員相互の交流促進。

ア 賛助会員数 540 事業者 (27年3月31日見込)

イ 交流機会(主なもの)

(ア) 事業概要発表会・賛助会員交流会

27年4月16日(木)

(イ) 賛助会員「会員の集い」・交流会、横浜観光コンベンション事業優良従事者表彰式

27年11月下旬(予定)

#### (2) 会員との連携強化

賛助会員事業推進連絡会で観光・MICE関連の情報等を共有。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の活動を活性化。

ア 賛助会員事業推進連絡会 登録者数 130社197名(27年1月31日現在)

開催予定 2回;6月、12月

イ ワーキング及び具体的な活動内容 ※再掲

(ア) 国内誘客 『国内誘客協議会』による地方キャンペーン 等

(イ) 海外誘客(インバウンド) 台湾プロモーション(2年目)等事業者連携によるインバウンド推進

(ウ) MICE 市内でのインセンティブ受入・共同誘致

(エ) 来訪者受入環境整備 市内施設多言語対応の整備 等

#### (3) メールマガジン等による観光・MICE関連情報の提供及び会員事業活動の共有

市や国の観光施策、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、会員向けメールマガジン等により提供。

## 2 中期計画に基づく事業推進

2020年の東京オリンピック・パラリンピックにあわせて、MICE誘致をはじめとする横浜への来訪者獲得に向けたさまざまな取組を拡充。

東南アジアからの誘客、来訪者受入環境整備への注力のほか、パシフィコ横浜に隣接するみなとみらい20街区に整備されるMICE施設の開業にあわせた新規顧客の開拓、市内ホテル等で受入可能な規模のインセンティブ誘致などを強化。

### (1) 計画年度 27年度～29年度

### (2) 主な取組

事業別	評価指標	現況	27年度	28年度	29年度
国内誘客; 重点地域を中心とした セールス活動	重点セールス地域の拡大	北海道 北陸 関東近県	北海道 北陸	北海道 北陸 九州	北海道 北陸 九州 四国
海外誘客; 重点地域でのプロモー ション強化	外国人宿泊者数(人泊)	196,000	230,000	260,000	300,000
MICE誘致・開催支援; 中大型MICE(1,000人 以上)誘致強化	1,000人規模案件誘致の開 催提案書提出件数(件) [うち2020年以降開催案件]	12 [2]	12 [4]	14 [7]	16 [10]
来訪者受入;市内観光 施設の多言語対応支援	観光施設の多言語対応率(%)	未集計	60	70	80
広報;海外広報	海外メディアでの掲載数(件)	900	1,000	1,100	1,200

### (3) 参考 横浜市との協約

ア 協約期間 27年度～29年度

イ 主要目標 公益的使命の達成に向けた取組のみ抜粋

協約項目別	25年度	29年度
	実績	目標
市内大学・研究機関での国際会議(※)開催件数 (件数) ※パシフィコ横浜等で開催される中大型国際会議以外の 案件	31	46
インセンティブ誘致成約件数 (件数または合計参加人数)	未集計	20件 または合計参加人数2,000人以上
賛助会員数(事業者数)	528	570

## 3 組織運営

### (1) 財務の改善

自主財源の確保を図るため、ウェブサイトやSNS等を活用した事業収入や会費収入の拡大に向けた取組を実施。

### (2) 人材の育成

人事評価制度等を見直し、賛助会員をはじめとする事業者のニーズに対応できる意欲ある職員を育成。