

## =インバウンド強化年=

### 各事業の主な取組

#### 1 新興市場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
- 外国人クルーズ乗船客増加に向けた取組
- 広域的な連携による誘客プロモーションの実施

#### 2 国際コンベンションを核とした MICE の誘致

- MICE 都市の確立を目指した戦略的な国際会議誘致
- 市内大学研究者とのネットワーク強化
- 海外企業インセンティブの誘致

#### 3 横浜の魅力を活かした国内誘客の拡大

- 地域資源の発掘と活用による誘客強化
- 教育旅行を主軸にした横浜のセールス・プロモーション

#### 4 国内外からの来訪者へのおもてなし

- 訪日外国人向け受入環境の整備
- 事業者等との連携による案内機能の強化

#### 5 観光・MICE 都市 横浜の広報

- 来訪意欲を喚起する情報拡散を目指した SNS の活用
- 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
- 外国人のニーズに対応した情報発信
- 「横濱ハイカラ」プロジェクトの推進

## 【海外誘客事業】 =新興市場を含めたアジアからの誘客の拡大=

市場の成熟度（堅調市場、成長市場）別に、アジアからの誘客を主体とした活動を展開します。特に成長市場においては、それぞれの国、地域で訪日送客に力を持つ旅行会社あるいは航空会社と連携したセールスを実施します。新興市場の開拓としては、ベトナムでの認知度向上に注力します。

クルーズ客増加策として、横浜ならでの「和」の体験型コンテンツの開発を進め、旅行会社招聘などのセールスにより、ツアー造成を目指します。

また、横浜プラスαの魅力で外国人来訪者の満足度を創出するため、関東・首都圏での広域連携事業に取り組み、新たな観光ルートづくりを進めます。

### 1 ターゲット市場にあわせたセールス・プロモーション

#### (1) 訪日観光堅調市場 =海外旅行が一般化し、安定的な送客が期待できる地域

国・地域	取組方針	手法	具体的取組
中国	FIT (個人客)のうち富裕層、中間層に向けたプロモーション	(1) 関係者招聘	旅行会社及びメディア(旅行雑誌またはブロッガー)招聘(7社7名) [5月~1月]
		(2) 見本市出展等	<ul style="list-style-type: none"> <li>中国(広東)国際旅遊産業博覧会 開催地 広州 [9月頃]</li> <li>商談会 開催地 上海 [9月頃]</li> <li>※横浜市上海事務所、神奈川県大連事務所との連携</li> </ul>
台湾	FIT のうち若年、ファミリーに向けたプロモーション	(1) 関係者招聘	旅行会社、メディア、ブロッガー等の招聘 [5月~1月]
		(2) 見本市出展等	<ul style="list-style-type: none"> <li>台北国際旅展 開催地 台北世界貿易センター [11月頃]</li> <li>商談会 開催地 台北 [11月頃]</li> <li>セミナー 開催地 台北 [9月頃]</li> </ul>
		(3) 既存メディアの活用	フェイスブック及びウェブサイト(繁体字)での最新情報の発信
韓国	FIT 及び企業インセンティブ旅行への取組を拡大	(1) 関係者招聘	<ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社または企業インセンティブのキーパーソン招聘 [時期調整中]</li> <li>観光庁、日本政府観光局(JNTO)等と連携したメディア受入 [時期調整中]</li> </ul>
		(2) 見本市出展及び現地セールス	<ul style="list-style-type: none"> <li>日韓交流おまつり in Seoul 2017 出展</li> <li>現地旅行会社セールス 開催地 ソウル [10月頃]</li> </ul>
		(3) 既存メディアの活用	フェイスブック及びウェブサイト(韓国語)での最新情報の発信
香港及びシンガポール	FIT 及び SIT (特定目的型旅行)に訴求する体験型素材の情報発信	(1) 関係者招聘	観光庁、JNTO 等と連携したメディア受入 [時期調整中]
		(2) 既存メディアの活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>フェイスブック及びウェブサイト(繁体字、英語)での最新情報の発信</li> <li>外国人目線での動画コンテンツによる魅力発信</li> </ul>

(2) 成長市場 =所得の上昇に伴い市場が拡大しつつある地域

国・地域	取組方針	手法	具体的取組
タイ	FIT 及び企業 インセンティブ 旅行誘致を 目指した プロモーション	(1) 商談会参加 及び現地セールス	・訪日インセンティブ誘致を目的とした現地 商談会(※)への参加 ※三菱東京 UFJ 銀行・アユタヤ銀行合同 主催 ・現地旅行会社セールス 開催地 バンコク [11月頃]
		(2) 既存メディアの活用	ウェブサイト(タイ語)での最新情報の発信
マレー シア	FIT のうち富裕 層、中間層に 向けた プロモーション、 SIT に訴求する 体験型素材の 情報発信	(1) 関係者招聘	旅行会社及びメディア招聘(各1回) [4月～12月]
		(2) 見本市出展 及び現地セールス	・訪日旅行最大手アップルパッケージ& コンベンションズとの連携による FIT 向け プロモーション ・アップルパッケージ観光フェア出展 及び現地セールス 開催地 クアラルンプール [7月]
インド ネシア	FIT のうち富裕 層、ファミリー 及び大都市在住 若年層に向けた プロモーション	(1) 関係者招聘	旅行会社、メディア等招聘 [5月～10月]
		(2) 見本市出展	ガルダ・トラベル・フェア 開催地 ジャカルタ [10月頃または11月頃]
		(3) 印刷物による 露出	ファミリー向け観光施設 PR 用パンフレット の製作、訪日旅行最大手店舗での配布 言語;インドネシア語
	多文化(ムスリム) 対応の促進	(4) 既存メディアの活用	ウェブサイト「ムスリム ツーリスト インフォ メーション」での最新情報の発信

(3) 新興市場

国・地域	取組方針	手法	具体的取組
ベトナム	認知度向上を 目指した プロモーション	(1) 関係者招聘	メディア、ブロガー等の招聘 [時期調整中]
		(2) 見本市出展 及び現地セールス	・エイチ・アイ・エス主催のフィール・ ジャパン in Vietnam2017 出展 ・現地旅行会社セールス 開催地 ホーチミン [7月15日～7月16日]

2 外国人クルーズ乗船客増加に向けた取組

取組方針	手法	具体的取組
クルーズを取扱う 船会社及び旅行会社 向けのプロモーション の強化	(1)コンテンツ開発 及びオプションツ アー造成	・クルーズ乗船客に訴求する和の体験コンテンツ、 体験型素材の開発 ・国内旅行会社等の関係者、キーパーソン招聘 及びセールスの実施 [時期調整中] ・クルーズ取扱旅行会社向けファミトリップの 企画実施及び横浜説明会実施 [11月頃]

	(2) 見本市出展	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米国セミナー(JNTO主催)出展 [時期調整中]</li> <li>・シー・トレード クルーズ アジアパシフィック コン グレス 2017 出展 開催地 上海 [12月頃]</li> <li>・シー・トレード クルーズ グローバル 2018 出展 開催地 米国フロリダ州 [30年3月頃]</li> </ul>
--	-----------	---

### 3 広域的な連携による誘客プロモーションの実施

2019年ラグビーワールドカップ及び2020年オリンピック・パラリンピックを見据え、日本シルクロード等関東広域での連携を活用し、横浜の魅力をアピールできるプロモーションを行います。

事業名	連携先
日本シルクロード(Silk Road Around Tokyo)の認知度向上事業 [2年目] ※ビジット・ジャパン地方連携事業 申請中案件	関東(足利市、川崎市、富岡市、沼田市、飯能市、神奈川県等)
東京のブランド力を活用した訪日誘客事業 (Step into Greater Tokyo)	関東(東京都、埼玉県、栃木県、日光市、益子町等)

### 4 航空会社との連携事業による誘客の推進

取組方針	手法	具体的取組
ガルーダ・インドネシア航空のネットワークや顧客訴求力を活用したプロモーションの実施	(1) 関係者招聘	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガルーダ・インドネシア航空の航空券取扱旅行会社の招聘 [5月～7月]</li> <li>・ガルーダ・インドネシア航空が提携するメディアの招聘 [5月～1月]</li> </ul>
	(2) 見本市出展	ガルーダ・トラベル・フェア出展【再掲】 開催地 ジャカルタ [10月頃]
	(3) 印刷物による露出	ファミリー向け観光施設 PR 用パンフレットの製作【再掲】
	(4) 既存メディアの活用	訴求効果の高いTV番組でのPR

### 5 海外富裕層向け旅行会社等へのプロモーション

海外富裕層向けコンテンツ(宿泊施設、体験コンテンツ、伝統産業品、レストラン等)の開拓とモデルコース造成に取り組めます。

手法	実施内容
見本市出展	富裕層の顧客を持つ旅行会社等への訴求 インターナショナル ラグジュアリー トラベル マーケット(ILTM)出展 開催地 東京 [30年2月頃]

**【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=**

国内外で MICE 施設の新設や拡張計画が相次ぎ、競争が激化する中、横浜の優れたビジネス環境(交通アクセス、企業集積等)の強みを活かした誘致活動を展開します。

2020 年春に開業予定のみなとみらい 20 街区の新施設への誘致に向けて、これまでに蓄積した案件情報を活用し、中大型国際会議のセールスを強化します。国際会議の潜在需要の掘り起しのため、市内の大学・研究機関研究者とのネットワークを強化するとともに、学会・協会等の新規顧客の開拓に努めます。

海外企業インセンティブ誘致では、市内ホテル等関係者との連携のもと、アジア地域を主たるターゲットとし現地セールスを行うほか、旅行会社及び企業関係者を招聘します。

**1 MICE 都市の確立を目指した戦略的な国際会議誘致**

事業項目	具体的取組
誘致可能性案件の情報収集及び分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2020 年以降の開催案件のうち、中大型国際会議案件の情報を収集、分析し、有望案件を抽出</li> <li>・有望案件を精査し、横浜での開催の可能性、キーパーソン(開催決定権者)、対象案件固有のニーズ等を把握、分析し、セールス対象案件を選定</li> </ul>
横浜の強みを活かした個別セールス	セールス対象案件のキーパーソンに対して、20 街区に新設される施設の魅力や空港とのアクセス、市内に集積する企業との連携など、個別ニーズに合わせたセールスを展開 [通年]

**2 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、神奈川大学等)で、財団の誘致・開催支援についての説明会を企画実施 [5~6 回]
大学向け PR の実施	教職員を対象とした学内の媒体や研究者向けの専門誌での広報

**3 海外企業インセンティブの誘致**

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JNTO 主催の海外で開催される商談会への参加 開催地 韓国(ソウル)、台湾(台北) [5 月、6 月]</li> <li>・横浜市上海事務所と連携した現地セールス 開催地 中国本土 [5 月、6 月]</li> <li>・VISIT JAPAN MICE マートへの参加 開催地 東京/東京ビッグサイト [9 月 21 日~23 日]</li> </ul>
	キーパーソン招聘 訪日インセンティブを取り扱う海外の旅行会社及びクライアント(企業)の招聘(2 回程度) [下期]
	ランドオペレーターとのネットワーク強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・アジアインバウンド観光振興会(AISO)への加盟(3 年目)</li> <li>・都内のランドオペレーターへの直接訪問セールス ※40 社程度 [通年]</li> </ul>

#### 4 MICE 誘致活動

事業項目	手法	具体的取組
中大型国際会議 (Convention)の誘致	海外トレードショー への出展	・IMEX2017 への出展 開催地 フランクフルト [5月16日～18日] ・iBTM World への出展 開催地 バルセロナ [11月28日～30日]
国内主催者との 共同セールス	誘致段階案件への 対応	2021年開催予定医学系会議誘致のための職員派遣 開催地 欧州 [6月]
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 プラハ(チェコ) [11月12日～15日]
視察受入、 キーパーソン招聘	(1) 誘致段階案件 への対応	個別コンベンション主催者、コア PCO 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)参加 [30年2月予定]
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) 観光庁/JNTO 事業との連携	MICE アンバサダー制度(※)を誘致活動強化のため に活用 ※MICE の日本への誘致・開催を促進するため、 観光庁が、産業界・学術界から、国際会議開催の ための国際的ネットワークを有する人物を、「日本の 顔」として任命。 現在 39 名、うち横浜関係者 9 名
MICE 誘致のための オール横浜での取 組	(1) エリア MICE の 活動支援	山下地区他エリア毎の MICE への取組を支援
	(2) 市内開催案件 情報の提供	パンフィコ横浜と連携して誘致案件情報を共有し、 開催件数増加につながる活動

#### 5 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や 現場 で必要となる物を提供。新しいメニューを追加し、 選択肢を広げる。 [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 ・交通チケットの提供 ・海外参加者の宿泊費補助 など
ボランティアの活用	市民のスキルや ノウハウを活用した 支援の提供	「神奈川善意通訳者の会」や「よこはま 2002 ワールド カップボランティアの会」との連携 [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

[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 6 回アジア太平洋肝胆膵学会	6 月 7 日～10 日	3,000
第 12 回アジア・オセアニア核医学会	10 月 5 日～7 日	2,000
第 18 回世界肺癌学会	10 月 15 日～18 日	6,000

## 6 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	(1) 既存メディアの活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェブサイト コンベンションページのコンテンツの拡充、最新情報の更新</li> <li>・MICE 関連メディア向け英文プレスリリースの配信</li> </ul>
	(2) 印刷物の発行	横浜ミーティングプランナーズガイド(市内の MICE 施設、宿泊施設を紹介する冊子)の改訂版発行(3,000 部、2 年毎に改訂)
MICE 都市・横浜のブランディング	“Japan’s First Port of Call”の浸透	財団ウェブサイト コンベンションページをはじめ、トレードショー、商談会等さまざまな情報発信機会を活用し、統一イメージとして浸透・定着を促進



財団ブランドロゴ



財団ウェブサイト  
コンベンションページ



PR スタンドバナー

## 【国内誘客事業】=横浜の魅力を活かした国内誘客の拡大=

観光資源開発事業「あうたびに、発見 横浜プラン」の2年目の展開は、市内外事業者との連携を基盤とし、既存の観光資源を磨き上げるとともに、新たな観光素材を発掘、活用し、さらに従来よりも事業展開期間を長くすることで商品造成・販売を強化し、定番観光商品化を目指します。

また、教育旅行の誘致を主体に、団体旅行、個人旅行等の地方セールスに注力し、体験型コンテンツのPRも含め、横浜の魅力を伝えるために、23の地域においてセールスを実施します。特に、教育旅行誘致では、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定着を図ります。

### 1 地域資源の発掘と活用による誘客強化

28年度に引き続き、観光資源開発事業「あうたびに、発見 横浜プラン」を実施します。29年度は、事業展開期間の拡大を図り、観光資源開発のタイミングに合わせ、商品化または専用ウェブサイトでの情報発信を行い、広くプランを浸透させる機会を創り、ブランド浸透、販売強化を図ります。

※事業展開期間 7月から30年3月

事業項目	取組内容等
商品開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内外事業者との連携による、横浜が有する観光資源の掘り起し 郊外区での観光資源の発掘 インフラツーリズム 等</li> <li>・観光資源を活用した商品開発</li> </ul>
商品造成・販売 ブランド浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社のチャネルを活用した商品造成、販売</li> <li>・商品販売による横浜ブランドの発信 旅行商品造成事業者選定 商品造成・販売</li> </ul>

[5月]  
[7月以降随時]

#### 「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(旅)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 教育旅行を主軸にした横浜のセールス・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強化

セールス地域を拡大し 23の地域においてセールスを実施します。関西地区の新規開拓や、首都圏からの日帰り旅行・校外学習等のセールス強化を図ります。

[地方セールス予定]

時期	4月	6月	7月	8月	8月	9月	10月	12月	2月
エリア	岡山 広島	滋賀 奈良	青森 宮城 福島	長崎 福岡 熊本	愛知 岐阜 三重	北海道	富山 石川 福井	千葉 埼玉 神奈川	愛媛 香川 徳島



## (2) キャリア教育(※)プログラムの推進

市内関連事業者と協力し、教育旅行におけるキャリア教育プログラムの造成、認知度拡大を図ります。

※一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通じてキャリア発達を促す教育(出展：中央教育審議会)。代表的プログラムは、生徒の就労体験など。

## (3) 修学旅行誘致

事業項目	手法	取組内容等
修学旅行誘致促進事業助成金制度	助成金制度の一部改正(助成金額変更)	・期間:旅行催行時期 29年4月～30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
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 調査依頼 [5月予定] 集計、分析 [6月予定]

## 3 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。

## 4 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、横浜への来訪者の満足度を高める事業、横浜の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、支援する横浜観光プロモーション認定事業を、継続実施します。

[29年度推奨テーマ]

「横濱ハイカラ」

=開国と近代文化発祥の歴史を持つ街・横浜の新たな魅力発信としての「横濱ハイカラ」をテーマとするプロモーション ※広報事業で再掲



[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 29年4月1日以降実施される事業の認定	29年2月1日～2月28日	29年3月下旬開催
第2回 29年10月1日以降実施される事業の認定	29年8月1日～8月31日	29年9月中旬開催

## 5 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、民間事業者と財団が協働で横浜の観光・MICE 推進します。

29年度は、国内外からの誘客・プロモーションをテーマとした事業に加え、近年増加する外国客船の乗船客を対象に、受入環境の整備及び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
<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外からの誘客/プロモーション事業</li> <li>・外国客船乗船客向け 受入環境の整備</li> <li>・外国客船乗船客向け 市内回遊性促進事業</li> </ul>	29年4月1日～ 5月12日	29年5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、ウェブサイトにて情報提供し、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 2017 [10月29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]	第33回都市緑化よこはまフェア組織委員会 よこはま花と緑の春フェア運営委員会 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 横浜港カッターレース実行委員会 横浜開港祭協議会 ヨコハマトリエンナーレ 2017(アーツフェスティバル実行委員会) Aloha YOKOHAMA 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



ヨコハマトリエンナーレ 2017  
8月4日～11月5日  
イメージビジュアル



第33回全国都市緑化  
よこはまフェア  
3月25日～6月4日

横浜スパークリング  
トワイライト  
7月15日・16日



## 【来訪者支援事業】=国内外からの来訪者へのおもてなし=

2019年ラグビーワールドカップ、2020年オリンピック・パラリンピックを目前に控え、訪日外国人の受入環境整備は横浜における喫緊の課題となります。

多言語対応の強化や多文化受入対応といった基盤整備、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など、これまでの取組の精度を高め、さらに、東京滞在の訪日外国人の来浜促進のため、都内主要観光案内所やホテル等との連携により、タイムリーに横浜の情報を提供します。

また、訪日外国人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提供し、「オール横浜のおもてなし」の推進に注力します。

### 1 訪日外国人向け受入環境の整備

事業項目	具体的取組
多言語対応の強化	外国人おもてなしの便利ツールの改訂 =固有名詞の対訳語拡充、シーン別会話集、「YOKOHAMA 訪日外国人受入対応マニュアル」
	ポケットエマージェンシーガイド(緊急時の避難場所情報等)の提供
	多言語対応出張説明 多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra」 飲食店メニューの多言語対応
	研修、セミナー等の企画実施 ※詳細は【事業者支援・人材開発事業】にて掲載
多文化対応の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食をはじめ文化により対応が異なる事柄や訪日外国人に役立つ情報のリサーチ及びコンテンツの収集</li> <li>・上記リサーチ結果及び収集したコンテンツを掲載する新たなウェブページの開設</li> <li>・研修、セミナー等の企画実施 ムスリムに加え、さまざまな食文化対応等に向けたセミナー</li> </ul>
公共交通パス実験事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実験事業継続のための交通事業者との連携拡充、調整</li> <li>・MICE やイベントにおける試行及び調査</li> </ul> <div style="text-align: right;">[下期]</div>

### 2 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 ※28年度登録92箇所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「横浜トラベルインフォスポット」登録事業者を、案内レベルに応じてカテゴリー分け</li> <li>・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をAカテゴリーとして位置付け、ツール等の提供によるインバウンド対応支援</li> </ul> <div style="text-align: center;">[支援項目]</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ICTを活用し、観光案内に必要な情報を即時に共有</li> <li>・課題共有、改善策検討のための定例ミーティング</li> </ul>
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"> <li>・来訪者が市外で横浜情報を入手できる拠点の開拓</li> <li>・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</li> </ul>

### 3 国内外からの来訪者への観光案内の充実

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・訪日外国人向けサービスの充実(英語リーフレットの作成)</li> </ul>
	(2) 多言語及び広域案内対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新横浜観光案内所の機能強化=JNTO 認定カテゴリ-3(※)への移行</li> <li>※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</li> </ul>

### 4 観光案内資料の制作及び支援

来訪者(観光客)の必要とする情報掲載を優先し、「横浜ビジターズガイドブック」内のグルメ情報や体験メニューなどの情報を拡充。

制作物・種別	言語	観光地図版	ガイドブック版
横浜ビジターズガイド (6言語)	日本語	3万部	1.5万部
	英語	11万部	6万部
	韓国語	2万部	1.5万部
	中国語簡体字	3.5万部	5千部
	中国語繁体字	3.5万部	6千部
	タイ語	2万部	1万部
<b>事業者制作支援・種別 ※いずれも日本語版のみ</b>			
旅うらら;A4判、28ページ冊子	来訪者向け	10万部(予定)	
はまっぷワイド;A3判、裏表1枚	来訪者向け	30万部(予定)	

## 【事業者支援・人材開発事業】

### 1 訪日外国人受入情報の提供による民間事業者、NPO、市民団体等への支援

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"> <li>・訪日外国人対応のためのホスピタリティ研修 [5~6月頃]</li> <li>・横浜見学会(横浜タッチポイント対象) [9月頃]</li> <li>・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</li> <li>・横浜市との連携による、観光事業者など接客現場における英会話入門セミナー [通年]</li> </ul>

### 2 おもてなし人材体制強化のための市民団体等への支援

事業項目	具体的取組
訪日外国人対応の団体への支援	神奈川善意通訳の会(KSGG)、2002 ワールドカップ横浜ボランティアの会(よこはま2002)など、外国語対応により訪日外国人の受入活動を行っている団体との意見交換等

## 【広報事業】=観光・MICE 都市 横浜の広報=

横浜の最新情報を SNS、ウェブサイトを中心に発信強化します。

2019 年ラグビーワールドカップ、2020 年オリンピック・パラリンピックを見据え、ウェブサイトの多言語化や多文化に対応した情報発信を拡充します。来訪者が求める情報は何か、ということ念頭に置き、利用者のニーズと満足度を考慮した情報発信を目指し、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。

特に外国人のニーズへの対応策として、新たに、留学生や在住外国人の視点で横浜の魅力を SNS で発信する仕組みを作るほか、世界最大級の口コミサイトトリップアドバイザーとの連携を継続します。

また、開港の地である横浜ならではの魅力を発信し、「和と洋の絶妙な調和」をコンセプトに『横濱ハイカラ』をテーマとしたプロモーションを展開します。

### 1 来訪意欲を喚起する情報拡散を目指した SNS の活用

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"> <li>・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</li> <li>・「行ってみたい」と思わせる斬新な切り口の情報発信</li> <li>・新たな横浜ファン獲得及びウェブサイトへの誘導</li> </ul> <p>【活用媒体】 フェイスブック(日本語・英語・中国語繁体字・韓国語) Twitter、微博(Weibo)、微信(WeChat)</p>



フェイスブック日本語版



ウェブサイト英語ページ

### 2 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

事業項目	具体的取組
多言語外国語サイトの運営	外国語サイト(英語、中国語繁体字・簡体字、韓国語)における観光基本情報の発信
外国語サイトの対応言語の拡充	訪日外国人向け情報発信拡充を目指し、外国語サイトの対応言語を拡充 ・改訂;タイ語 ・新設;インドネシア語、フランス語、ドイツ語
多文化に対応した情報発信	宗教や多様な嗜好に配慮が必要な方々に役立つ、既存の「ムスリム ツーリスト インフォメーション」ページの拡充等による情報発信
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

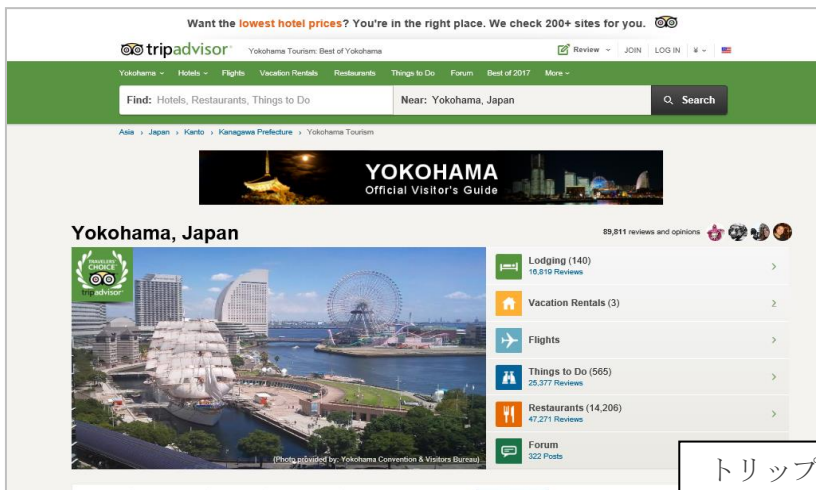


### 3 外国人のニーズに対応した情報発信

事業項目	具体的取組
在住外国人による横浜の魅力発信の仕組みづくり	横浜在住の外国人留学生等に横浜情報を発信してもらい、サポーター制度(仮)を作り、外国人のニーズに合致した情報として本人の SNS で発信。同じ内容を財団ウェブサイト、SNS でも掲載し拡散を図る。
外国人目線での動画コンテンツ拡充	外国人の目から見た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(2~3本)し、YouTube 等で広く発信

### 4 影響力あるサイトとの連携

事業項目	具体的取組
トリップアドバイザーとの連携	旅行先決定に影響を持つ世界最大規模のロコミサイトと連携(※) =トリップアドバイザーサイト内に横浜ページを開設。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、ロコミ人気を促進。 ※27年度から28年度の連携によるロコミの推移 平成27年4月:43,004件 ⇒ 平成29年1月:90,387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

### 5 「横濱ハイカラ」プロジェクトの推進

事業項目	具体的取組
「横濱ハイカラ」プロジェクトの推進	開国と近代文化発祥の歴史を持つ街・横浜の新たな魅力発信としての「横濱ハイカラ」をテーマとするプロモーション =「和と洋の絶妙な調和」をコンセプトとするファッション・グルメ関連のイベントの実施、旅行商品造成等



「横濱ハイカラ」プロジェクト  
プロモーション動画

## 6 パブリシティの推進

事業項目	手法	具体的取組
国内・海外メディアへの情報発信強化	在京メディア向けプレスイベントの実施	「新しさと懐かしさ」、「和と洋」のテイストが絶妙に調和した横浜の街の魅力を発信する在京プレス向けイベントを実施 [下期]

## 7 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【活動対象の拡大】	横浜の PR や集客に繋がるイベントでの MC、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  
イベントでの PR



## 【賛助会員との協働】及び【財団経営】

賛助会員企業をはじめとする民間事業者の方々のニーズに応える事業を展開することで、「頼られる組織」を目指します。特に、2019年ラグビーワールドカップや2020年オリンピック・パラリンピックなど来たる大規模スポーツイベントに向けた事業者の方々の期待や、財団事業に対する要望を継続的に把握し、横浜として、財団として取り組むべき事項の検討と、その対応に注力します。

また、頼られる組織の基盤となる職員の人材育成や、財政状況の改善に向けて自主財源獲得に取り組むなど、持続しうる組織づくりに努めます。

### 1 賛助会員(事業者)との連携

#### (1) 賛助会員交流機会の充実 【参考】会員数 598 事業者 (29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
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	7月、30年2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

#### (2) 事業推進連絡会の運営 【参考】登録者数 164 事業者 282名(29年1月31日現在)

会合種別	開催時期(予定)	具体的内容
賛助会員事業推進連絡会 ※任意登録制の賛助会員相互の 情報交換の場	6月、12月	・財団または横浜市からの観光 MICE 関連最新情報の提供 ・賛助会員相互の情報交換、共有、交流

#### (3) 事業推進連絡会ワーキングの運営

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。

ワーキング区分	活動テーマ	具体的取組(予定)
海外誘客	インバウンド観光資源の開発	新商品開発に結び付ける観光資源の開発、市場別の傾向把握のための勉強会、国内外の商談会共同参加
MICE	MICE 参加者向けメニュー 開発	メニュー公募(4~5月)、発表会(上期)、試行(下期)
来訪者受入環境 整備	受入環境整備の課題検討、 解決策の協働	「横浜ならではのおもてなし」についてあり方検討の場の設置、解決策考案
国内誘客	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
広報	民間事業者と協働したイベント・プロモーション	国内外からの誘客を目的としたイベント・プロモーションの企画実施

#### (4) 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	賛助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



### (5) 観光・MICE 関連情報の提供、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 中期計画に基づく事業推進

### (1) 主な取組

事業別	評価指標	28年度 目標	28年度 見込	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	北海道 北陸 九州、四国	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)	260,000	集計中	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]	14 [7]	10 [8]	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(%)	70	集計中	80
広報;海外広報	海外メディアでの掲載数(件)	1,100	集計中	1,200

#### 【参考】横浜市との協約における主要目標(公益的使命の達成に向けた取組のみ抜粋)

協約項目別	27年度 実績	28年度 見込	29年度目標
市内大学・研究機関での国際会議(※)開催件数 ※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	53	集計中	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)	***	***	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)	583	598	570

### (2) 次期中期計画の策定;計画年度 30 年度から 32 年度を予定

2019 年ラグビーワールドカップ及び 2020 年オリンピック・パラリンピックが終了した後(33 年度以降)の横浜の観光 MICE の将来像を意識した次期中期計画の策定に着手。市内での開発を含めた関連する動向に対する分析を踏まえ、財団の将来像として、中長期に亘り横浜の観光 MICE の先導役として機能する組織になることを目標とする計画を策定。

## 3 組織運営

### (1) 人材の育成

27 年度に改正した人事評価制度の浸透を図り、研修や職員向け説明機会を通し財団の現況への理解を深化させ、賛助会員をはじめとする事業者ニーズに対応できる意欲ある職員を育成。

また、財団の持続可能な運営を目指した職員採用・登用計画を策定し推進。

### (2) 財政状況の改善

財政状況の改善、安定化のため、事業収益の増加に取り組むと共に、経費削減策を推進。

【事業収益項目】・国、他団体や所管課以外からの助成金や補助金獲得

・ウェブサイトや印刷物の広告料など事業収入の増加

【経費削減項目】・財団事務所管理費(清掃委託費、印刷代、消耗備品費等)の縮減