

公益財団法人 横浜観光コンベンション・ビューロー(YCVB) 平成31年度 事業計画

2019(平成 31)年度は、第 7 回アフリカ開発会議、ラグビーワールドカップ 2019TMの開催年であり、翌年に東京 2020 オリンピック・パラリンピックを控え、国内外から多くの来訪者を迎えます。

注目を集める大型イベントの開催に呼応し、ワールドクラスのホテルのほかビジネスユースに適した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での賑わいを創り出すホールの開業が相次ぎ、さらにクルーズ船寄港に対応する港湾機能の拡充、観光施設のリニューアルや新規開業など、市内各エリアで、国内外から横浜を訪れるお客様に新たな感動やおもてなしを提供できる環境が整います。

また、みなとみらい 21 地区への新規の企業進出や本社機能の移転などのビジネスにおける民間事業者の動きが活発になり、2020 年以降を見据えた新たな街が出現します。

このような状況は、「日帰り客が多く宿泊客が少ない」「来訪者が回遊しない」「インバウンド客が伸びない」といった横浜の観光 MICE における積年の課題解決のための格好の機会でもあります。

2019 年度の喫緊課題は、ラグビーワールドカップ 2019TM 観戦目的の国内外来訪者へのおもてなしの提供ですが、この機会を商機と捉える民間事業者の皆さまと共に事業を創り出し、ラグビーワールドカップ 2019TM やオリンピック・パラリンピックの後にも活かせる事業や仕組とすることが、横浜の未来の力となります。

グローバルスタンダードにおいて、あらゆる事業分野で求められる SDGs(持続可能な開発目標)の重要性への理解も不可欠です。観光 MICE に関わる事業者の皆さまのそれぞれの事業における SDGs を意識した取組を支援し、選ばれる都市としての横浜の可能性を拡げていく必要があります。

一方で、観光地経営への関心やニーズの高まりを受け、大規模なイベントの後に横浜が採るべき戦略を示していかなければなりません。私どもは、横浜が進むべき道は常に民間事業者の皆さまと共にあるべきとの認識のもと、さまざまな課題を解決するための取組を、従来には無い発想、知見、ノウハウを基盤に展開するため、2019 年度、民間事業者の皆さまのリソースとの連携を趣旨としたプラットフォームを構築します。

横浜の観光 MICE を取巻く環境が大きく変わるこの好機に、私どもは「変革」の渦の中に居ることを強く認識し、新たな価値創造に挑戦します。すべての事業において、来訪者だけではなく、共に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してまいります。

2019 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 民間事業者等との連携

～横浜クリエイションスクラム(仮称)事業の創設～

- 横浜クリエイションスクラム(仮称)の仕組
 - 横浜クリエイションスクラム(仮称)事業の具体的取組
- 【2019 年度 重点テーマ】
- ① ナイトタイムエコノミーの推進
 - ② 市内の既存資源の利活用
 - ③ 市域を超えた連携
 - ④ ラグビーワールドカップ 2019™ 対応;継続できる仕組づくり

2 国内外からの誘客

～個人旅行市場の開拓～

- 海外誘客：メディア活用による情報発信の強化、欧州向けプロモーション、クルーズ船客の宿泊・市内回遊促進
- 国内誘客：個人旅行者に対するセールス&プロモーションの強化、ユニバーサルツーリズムの推進、イベント等を活用した集客の推進

3 MICE誘致・開催支援

～大学連携及びインセンティブツアー誘致の強化～

- MICE 誘致：大学・研究機関・学協会とのネットワーク強化、インセンティブツアーセールス
- MICE 開催支援：「横浜 MICE 開催応援プラン」の拡充

4 広報・情報発信

～デジタルプロモーション&マーケティング～

- ウェブサイト、SNS による情報発信の充実
- ウェブサイト事業者向けページの改良
- 観光案内機能の整備

【民間事業者等との連携】

観光 MICE 都市 横浜が抱える課題解決のための事業を創出する仕組みとして、賛助会員を母体とする民間事業者等（観光 MICE に携わる意欲ある企業、各種団体、市民事業者）が参加するプラットフォーム「横浜クリエイションスクラム [略称；スクラム]（仮称）」を新たに創設します。

1 横浜クリエイションスクラム(仮称)の仕組み

民間事業者ならではの発想や知見に基づき、新たな事業を誘発・創出できるよう、事業の統括や方向性の検討等は、プラットフォームに参加する事業者が担います。さまざまな事業者からの提案を複数の参加事業者による審査会を経てスクラム事業として認定し、事業者と財団が協力し実施します。

また、財団は民間事業者に事業創出を働きかけるとともに、スクラム事業の事務局の運営、調整及びスクラム事業への支援を行います。

(1) スクラムボード及びスクラム企画委員会

事業の統括機能を担う「スクラムボード」を設け、スクラム事業を認定します。

課題解決のためのテーマに即した事業者からの提案を、「スクラム企画委員会」で審査します。

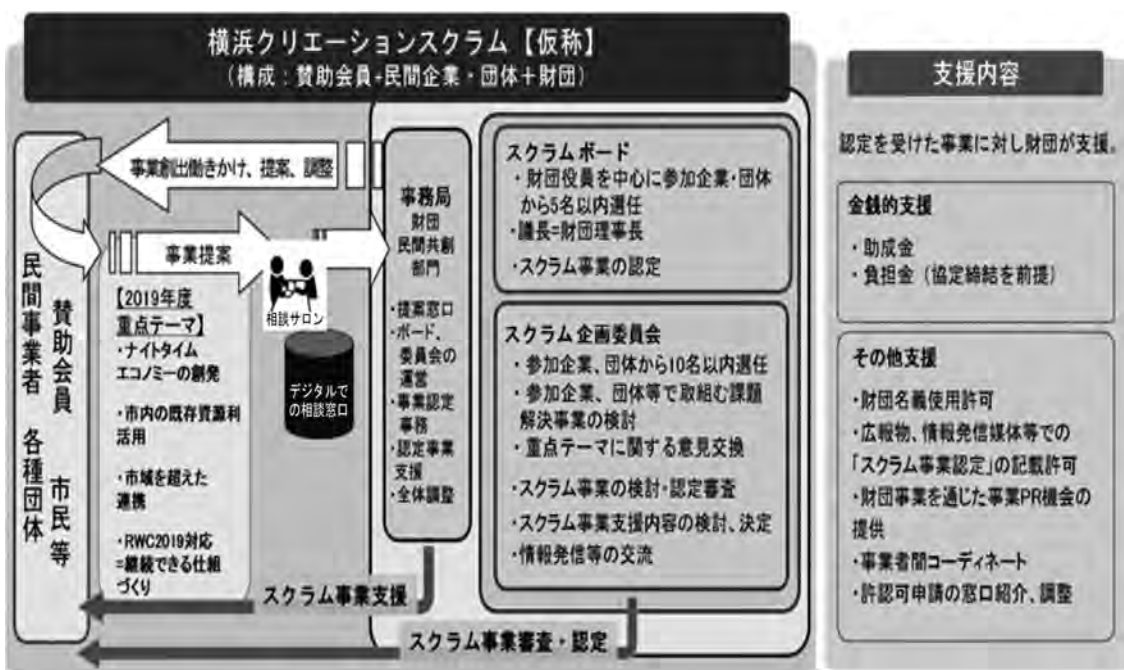
(2) 2019 年度重点テーマ

ア ナイトタイムエコノミーの推進

イ 市内の既存資源利活用

ウ 市域を超えた連携

エ ラグビーワールドカップ 2019™ 対応 継続できる仕組みづくり



2 横浜クリエイションスクラム(仮称)事業の具体的取組

観光 MICE 都市として抱える課題である宿泊増加、回遊促進の実現を目指し、財団と民間事業者が、それぞれが持つリソースを共有し、連携して事業を創出するため、「横浜クリエイションスクラム(仮称)事業」を開始します。

財団の強みである事業者とのコーディネート機能を活かし、裾野が広い観光 MICE 産業に携わる事業者からの提案や依頼に対応し、事業を創出、あるいは事業規模増幅のためのマッチングを行うとともに、関連する産業の人材育成・事業者支援につながる事業も実施します。

初年度は、「ナイトタイムエコノミーの推進」「市内の既存資源利活用」「市域を超えた連携」「ラグビーワールドカップ 2019™ 対応 継続できる仕組づくり」の 4 つのテーマで、課題解決につながる多様な事業を創出します。

横浜クリエイションスクラム事業 [略称；スクラム事業] (仮称)



<2019 年度重点テーマ>

- ナイトタイムエコノミーの推進
- 市内の既存資源利活用
- 市域を超えた連携
- ラグビーワールドカップ 2019™ 対応 継続できる仕組づくり

3 2019年度重点テーマでの事業推進

(1) ナイトタイムエコノミーの推進

横浜の強みである美しい夜景やカクテル・BARのほか、商店街等特色あるエリアの魅力を活かし、新たな夜資源(ナイトタイムコンテンツ)を創出し、集客力の高い事業として活性化します。

ア ナイトタイムコンテンツの創出

魅力的なナイトタイムコンテンツの開発を目指し、現在横浜が持つ資源を活用し、ブランディングの強化を行い、横浜のナイトライフの充実を図ります。

また、話題性の高い新たなナイトタイムコンテンツを開発し、宿泊客増加につなげ、「横浜ナイトエンターテイメントスタイル」として浸透させる取組を展開します。

<ナイトタイムコンテンツの創出で想定される事業例>

- ・三溪園や美術館等の開園時間の延長などによる夜資源の拡充
- ・夜市/ナイトマーケット企画⇒商店街での展開、赤レンガ倉庫などで実施されているイベントの活用等、既存資源の磨き上げ
- ・カクテル&BARの街 横浜の浸透⇒協力体制構築及び共同プロモーション
- ・「横浜夜景」の魅力訴求⇒横浜夜景の新たな魅力開発によるブランディング

イ エンターテイメントイベント等に連動した宿泊誘発

コンサートやアーティストのファン向けのイベントなど、エンターテイメントの関連事業を企画する事業者や、パシフィコ横浜、横浜アリーナ、横浜スタジアムなどコンサート等の会場となる集客施設等と連携し、来場者や参加者の横浜の滞在時間延長を促す企画を実施します。

<想定される事業例>

- ・ゲーム等コンテンツ産業との連携
コーエーテクモゲームス(2020年春 みなとみらいに本社移転)⇒固定ファンを持つゲームのキャラクターの活用による集客イベント等の企画
- ・イベントホール等集客施設との連携
ぴあアリーナMM(1万人収容、2020年春開業予定)⇒コンサート、イベント来場者のイベント終了後の回遊促進策の連携

(2) 市内の既存資源の利活用

市内に点在する観光資源を活用し、来訪者の滞在時間延長、宿泊誘発を目指します。

ア 観光施設、商業施設、企業研究機関等の利活用

(7) 三溪園の魅力再発見・活用

ラグビーワールドカップ2019™を目的に来浜する訪日外国人旅行者向けに、和の魅力あふれる三溪園を会場として、その時その場所でしか体験できない「コト消費」型のコンテンツを提供します。 [10月]

また、MICE参加者、クルーズ乗船客の市内滞在時間延長につながる特別感のあるおもてなし企画を実施します。 [夏以降]

(4) 商店街等の活用

訪日外国人旅行者を受け入れる際の課題を解決するため、日本人の日常を体験できる空間を実証実験の場として活用し、受入体制を整備します。

(ウ) 市内企業の研究機関との連携

みなとみらい地区を中心に立地する、オープンイノベーションの促進を目指す企業の研究機関と連携し、通常関係者以外は入れない場所等を開放し、ラグビーワールドカップ 2019™ 観戦者や MICE 参加者、クルーズ乗船客向けの体験メニューを提供します。

[7月～2020年3月]

< 想定される企業の研究機関 >

資生堂 S/PARK(4月13日開業)、京セラみなとみらいリサーチセンター(仮称)、日本 KFC ホールディングス/日本ケンタッキー・フライド・チキン など

< 一般公開されている企業管理施設 >

日産グローバル本社ギャラリー、麒麟ビール横浜工場 など

イ エンターテイメント周遊パスの検討

宿泊誘発、回遊促進のためのツールとして、市内の美術館、博物館、観光施設、エンターテイメント施設などの入場特典や特別メニューを体験できる共通パス「横浜アンリミテッドアクティビティパス(仮称)」を検討します。

[9月]

(3) 市域を超えた連携

横浜での宿泊誘発のため、他都市や他地域の魅力を活用した連携を図ります。

ア 広域バスルート実施に向けた調査

市郊外部や周辺市の観光コンテンツを活用し、回遊を促す広域バスルートの新設に向け、需要把握、関係者ニーズ、経済波及効果等の調査と関係者調整を行います。 [通年]

(4) ラグビーワールドカップ 2019™ 対応 継続できる仕組づくり

9月20日から11月2日に開催されるラグビーワールドカップ 2019™を契機に増加する来訪者が快適に過ごせる環境を整備し、イベント後も継続して活用できる仕組づくりに取り組みます。

ア 国内外からの来訪者向け回遊促進

来訪者の滞在時間の延長を目指し、会場がある新横浜と観光地が集積する都心臨海部との間のバスサービスを実施すると共に、臨海部の事業者との連携による賑わい創出に取り組みます。あわせて、新横浜エリアでのおもてなしを盛り上げるプロモーションを支援します。

[9月～11月]

イ 海外メディアを活用した横浜露出の拡大

(7) 取材目的で来訪する海外メディアを主な対象とし、和のテイストを訴求できる三溪園を活用したツアーを実施します。観光の魅力だけでなく、横浜の持つさまざまな要素(経済、スポーツ振興、国際交流等の取組)の最新情報を伝え、多様な切り口でのメディア露出の拡大につなげ、海外における横浜の知名度向上に取り組みます。 [9月～10月]

(4) 横浜の取材に活用できる、メディア向けセールスキットを作成します。 [8月]

4 観光地経営のための新たな事業の創出検討

横浜が将来に亘り観光 MICE 都市であり続けるためには、不断の価値創造が不可欠であり、横浜クリエイションスクラム(仮称)事業はその点で真価を問われます。

その対応策として、財団が主体となり、マーケティングに基づく課題解決策を提案し、それに応える民間事業者と共に、解決策の実行可能性を検証し事業化を検討します。

事業化された次の段階としては、その事業が産みだす利益を循環させることで財団の収益源の獲得にもつなげます。

【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、プロモーション手法を見直し、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、欧米市場へのアプローチを拡充します。

民間事業者と連携し都内滞在客の来訪を促進するほか、市域を超えた連携による回遊促進を目指し、テーマ別、季節別の魅力の発信、体験メニュー等のさまざまな訴求コンテンツを充実させ、訪日外国人来訪者の市内滞在促進を図ります。

(1) メディア活用による情報発信の強化

アジア地域(台湾、インドネシア、タイ等)の有力メディアやインフルエンサー等を活用し、個人旅行客を対象としたデジタルでの情報発信を強化します。

(2) アジアでの現地セールス

JNTO のインセンティブ商談会の参加にあわせて、現地セールスを実施します。

- ・インドネシア、マレーシア [7月]
- ・台湾、ベトナム、韓国、中国 [8月]
- ・シンガポール [未定]

(3) 欧州向けプロモーション

英国旅行業協会(ABTA)年次総会の東京開催にあわせ、参加者(旅行会社、メディア)を対象に視察受入を実施します。 [10月]

昨年度に引き続き、英国での商談会に参加し、欧州での横浜の認知拡大を図ります。

- ・World Travel Market(英国、ロンドン)出展 [11月]

(4) クルーズ船客の宿泊(前後泊)・市内回遊促進

クルーズ船の入港数増加や新たなふ頭の整備をふまえ、横浜港からの乗船客の宿泊や寄港船の乗客の市内回遊促進のため、船会社、ツアーを販売する旅行会社へのセールスを実施します。

(5) 東南アジア(ムスリム等)からの誘客強化

マレーシア、インドネシア等ムスリム人口が多い国からの個人旅行客のさらなる誘客のため、現地の主要旅行見本市に出展します。

- ・MATTA Fair 出展(マレーシア、クアラルンプール) [9月]

また、ハラール等に対応できる飲食店舗の情報等のコンテンツを活用し、マレーシアを中心に、現地有力メディアやインフルエンサー等を活用した情報発信を実施します。

(6) 商談会

国内で開催される商談会に出展し、日本のランドオペレーターおよび海外の旅行会社向けのセールスを行います。

- ・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2019(大阪) [10月24日～26日]

(7) 観光資料の製作

- ・来訪者のニーズに合わせたテーマ別資料(英語)の制作 [9月]
- ・「横浜ビジターズガイドマップ」全面改訂、多言語版での製作 [2020年3月]

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、シニア層等への誘客にも取り組みます。

(1) 個人旅行市場へのセールス&プロモーションの強化

ラグビーワールドカップ 2019™の機会をとらえ、これまでの、若年層(教育旅行)の誘致誘客を目的とした地方セールスだけでなく、横浜への来訪が多い地域や SNS 広告における反響が多い地域など、データ分析に基づき重点ターゲットを選定します。

重点ターゲットとする地域における横浜ファンやリピーターを増やすため、民間事業者との連携により、訴求力の高いセールス及び現地プロモーションを実施します。

<ターゲット地域(想定)>

- 北海道／関西地方／東海地方 [上期]
- 東北地方(現地での商談会開催を予定)／中国地方など [下期]

(2) 観光資源の活用による魅力創出

教育旅行のキャリア体験プログラムの開発だけでなく、シニアやファミリーなど、ターゲットとする層に訴求できる魅力づくりのため、三溪園に代表される文化的価値の高い施設、みなとみらいに集積する企業の研究開発拠点などを観光資源として活用し、新たなファンを開拓します。

9月から11月に掛けて開催されるラグビーワールドカップ 2019™のほか、横浜ならではの多彩なイベントに照準を当てた誘客活動を展開します。

また、新たに「横浜の食」の魅力創出にも着手します。

(3) ラグビーワールドカップ 2019™対応；国内外からの来訪者向け回遊促進 ※再掲

来訪者の滞在時間の延長を目指し、会場がある新横浜と観光地が集積する都心臨海部と間のバスサービスを実施すると共に、臨海部の事業者との連携による賑わい創出に取り組みます。 [9月～11月]

(4) エンターテイメントイベント等に連動した宿泊誘発 ※再掲

コンサートやアーティストのファン向けのイベントなど、エンターテイメントの関連事業を企画する事業者や、パシフィコ横浜、横浜アリーナ、横浜スタジアムなどコンサート等の会場となる集客施設等と連携し、来場者や参加者の横浜の滞在時間延長を促す企画を実施します。

(5) 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ます。現況把握、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。

- ・モデルコース(2017 及び 2018 年度作成)の多言語版マップの製作 [8 月]
- ・市内事業者向けユニバーサルツーリズム理解促進のための研修 [9 月]
- ・ユニバーサルツーリズムに関する市内観光施設等の対応状況調査 [12 月]

(6) 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うとともに、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。

ア 横浜スパークリングトワイライト実行委員会の運営

横浜スパークリングトワイライト 2019

会期 7月13日・14日

イ アフリカ月間 2019 の企画運営

2019 年 8 月 28 日から 30 日に開催される「第 7 回アフリカ開発会議」に合わせ、市内各所でアフリカ文化を体験・体感できるさまざまな催事等を、民間事業者との連携により実施する「アフリカ月間 2019」を企画運営します。

会期 8月1日～31日

ウ 主要集客イベントへの支援

ガーデンネックレス実行委員会

よこはま花と緑の春のフェア運営委員会

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

横浜セントラルタウンフェスティバル Y160 実行委員会

横浜開港祭協議会

横浜開港記念バザー実行委員会

ピカチュウ大量発生チュウ！推進協議会

横浜音祭り 2019 (横浜アーツフェスティバル実行委員会)

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

クラシック・ヨコハマ推進委員会

横浜マラソン組織委員会

ほか

【MICE 誘致・開催支援】

MICE 都市としての国際競争力強化、開催地としての魅力向上に向け、市内の MICE 関連産業や大学・研究機関等と連携強化に注力します。

また、MICE 都市としての SDGs(持続可能な開発目標)に対する事業者の理解を促進し、「グローバル MICE 都市・横浜」のブランド構築を進めます。

横浜みなとみらい国際コンベンションセンター(通称 パシフィコ横浜ノース)の開業を 2020 年春に控え、中大型国際会議だけでなく、これまで以上にインセンティブツアーや多様なイベントの誘致に取り組み、市内の民間事業者のビジネス連携につなげます。

1 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・学協会へのセールス活動によりネットワークを構築し、財団が提供する誘致及び開催支援のサポートメニューの理解促進のため、大学を対象とした説明会を企画・実施します。 [通年]

また、会議主催に意欲のある研究者とのネットワークを構築し、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

※組織名五十音順

2 誘致セールス

(1) インセンティブツアーセールス

インセンティブツアーの誘致強化策として、横浜でのインセンティブ開催を支援するメニューの充実を図ります。「横浜 MICE 開催応援プラン」の支援対象のうち、インセンティブツアーについて、開催規模に応じて提供メニューを充実させ、企業等の開催意向に柔軟に応えられるプランとします。

また、インセンティブツアー案件の情報収集、セールスの機会として、国内外で開催されるトレードショー、商談会、セミナーへ積極的に参加します。

- ・JNTO 主催インセンティブ商談会(タイ、マレーシア、台北、韓国、北京、シンガポール等)
- ・VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2019(大阪) [10月24日～26日]
- ・Ibtm World 出展(バルセロナ) [11月19日～21日]

(2) 中大型国際会議誘致のための国内外セールス

ア 国内外見本市等への出展

MICE 都市・横浜をプロモーションし、横浜開催意向のある主催者等との商談、ネットワーク構築を目指し、欧州所在のキーパーソンが参加する海外見本市に出展します。

また、Meet Japan(国際会議海外キーパーソン招聘事業)に参加します。

- ・IMEX2019 出展(フランクフルト) [5月21日～23日]
- ・Ibtm World 出展(バルセロナ) ※再掲 [11月19日～21日]
- ・第29回国際 MICE エキスポ出展 [2020年2月予定]
- ・Meet Japan 参加(東京) [2020年2月予定]

イ 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(コンベンションの企画運営専門会社)等に横浜視察の機会を提供し、人的ネットワークを構築します。 [通年;発生ベース]

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。 [2020年2月予定]

ウ 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ぶとともに、人的ネットワークを構築するため、グローバルスタンダードの業界団体 国際会議協会 ICCA の会合に参加します。

・ICCA 国際会議協会総会参加(ヒューストン) [10月27日～31日]

<2019 年度開催 MICE 誘致実績(主な案件)>

- 国際溶射会議(5月26日～29日 規模1,000人参加者数600人 会場パシフィコ横浜/ヨコハマグランドインターコンチネンタルホテル)
- 第29回国際脳循環代謝学会(7月4日～7日 規模1,000人 海外参加者数700人 会場 パシフィコ横浜)
- 第39回地球科学・リモートセンシング国際シンポジウム(7月28日～8月2日 規模1,400人 海外参加者数1,100人 会場 パシフィコ横浜)

3 MICE 開催支援;「横浜 MICE 開催応援プラン」の拡充

「横浜 MICE 開催応援プラン」の支援メニューを見直し、より主催者に使いやすいものに改善するとともに、市内事業者の受注機会拡大を目指します。特に、大学関係者の会議開催意欲を喚起するため、会議開催の事務負担の軽減につながる支援メニューの充実を図ります。 [通年]

<新規支援メニュー案>

- リアルタイムアンケートシステム(※)の利用費補助 ※参加者意向の把握・分析ツール
- MICE 開催事務等に対応するスタッフ経費の補助 など

また、開催が決定した主催者に対し、必要な情報(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。

4 MICE 機能強化

MICE 開催の経済効果を横浜経済の活性化に結び付けるため、市内 MICE 関連産業事業者の受注機会の拡大を図り、今後の MICE 産業活性化につながる取組を推進します。

また、SDGs(持続可能な開発目標)を意識した取組の重要性への市内事業者の理解を促進し、MICE 都市横浜のブランディングを目指します。

- ・市内 MICE 関連産業事業者の受入体制の強化 [通年]
- ・SDGs(持続可能な開発目標)に配慮した民間事業者の取組への支援 [通年]

5 MICE 都市・横浜プロモーション

(1) 財団ウェブサイト MICE ページの改修 [2020年1月]

- ・レスポンス化(日本語・英語)
- ・国内外の主催者やミーティングプランナーに対して横浜での 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)やツール等の提供

(2) ミーティングプランナーズガイド 2020-2021 版の作成 [2020年3月]

【広報・情報発信】

変化し続けるデジタル技術やトレンドに適応し、横浜観光の魅力を国内外に向けて発信していくため、セキュリティ強化の改修を実施するとともに、新しいコンテンツを拡充し、公式ウェブサイトとしての価値向上を図ります。

メディアや旅行会社などの顧客向けページや MICE ページ、財団紹介ページを改修し、信頼性の高いビジネスページとして刷新します。さらに、最新技術による視覚障害等対応システムを導入し、ウェブアクセシビリティ向上を実施します。

また、来訪者の滞在満足度を向上させ、求める情報を的確に発信、提供するため、主要駅で観光案内所を運営します。あわせて、民間事業者と連携し、市内外での案内拠点の協力体制を構築し、回遊促進、都内からの送客促進に注力します。

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

横浜の滞在時間延長や回遊促進を図るため、来訪者の目的に合わせた新規コンテンツを追加し、具体的に旅や滞在中のイメージが出来るよう来訪者に訴求力のある特集ページを制作します。

- ・ターゲット(顧客)別・専用ページ構築(クルーズ客やスポーツ観戦客、イベント・コンサート客、会議・出張者等特集ページの制作) [通年]
- ・20 歳から 49 歳の女性(F1・F2 層)向け特集ページの制作 [2020 年 2 月]
- ・おやみやげページ制作 [2020 年 1 月]

(2) 外国語サイト；ウェブサイト 8 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
- ・在住外国人目線の新規コンテンツ拡充
- ・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蓄積

(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、インサイトデータからユーザーニーズの高い情報分析を行うなど、マーケティングデータとして活用していきます。

2 ウェブサイト事業者向けページの改良

メディアや旅行会社などに役立つ横浜観光 MICE 情報の窓口として、ビジネスページの充実を図ります。

(1) メディア・旅行会社向けページの充実〈新規〉

- ・旅行会社、メディア等へのセールスキットページ設置 (日本語・英語) [9 月]
- ・フォトライブラリー改修、(システム改修、写真素材の更新) [8 月]

(2) MICE ページ改修 ※再掲 [2020 年 1 月]

- ・レスポンス化(日本語・英語)
- ・国内外の主催者・ミーティングプランナーに対して横浜での 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)やツール等の提供

(3) 財団紹介ページ及び賛助会員ページの改修 [2020 年 1 月]

3 サイトセキュリティの強化

サーバー環境の改善やウェブサイトブラウザの改修を行い、セキュリティ対策を強化します。また、日本語サイトにおける SEO 対策を行い、サイト価値向上やデジタルプロモーションの推進を図ります。

- ・常時 SSL 化対応改修 英語・韓国語[7 月]、日本語[2020 年 1 月]、中国語[2020 年 3 月]
- ・SEO 対策 [通年]

※SSL;インターネット上でのデータの通信を暗号化し盗聴や改ざんを防ぐ仕組み

4 ウェブアクセシビリティ向上 [6 月]

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導入します。

5 観光案内機能の整備

(1) 直営観光案内所の運営

JNTO の「ビジット・ジャパン案内所」の 카테고리 3 に認定されている、市内 3 か所(横浜駅、桜木町駅、新横浜駅)の観光案内所を運営します。来訪者視点での観光・イベント等の情報の収集・共有につとめ、スキルとノウハウのある案内スタッフによる対応で、質の高い案内を目指します。 [通年]

※カテゴリ 3: 全国レベルの観光案内を提供、英語のスタッフが常勤かつ英語以外の 2 言語対応が常時可能等(県内は財団が運営する 3 か所のみ)

(2) 民間事業者の協力による観光案内の充実

「民間観光案内所」(現在 86 か所)に対して資料や情報の提供と案内方法についての支援を行い、情報発信機能の拡充や来訪者の市内回遊の促進を図ります。

また、都内での横浜情報の発信拠点「横浜タッチポイント」を拡充します。 [通年]

6 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」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。

【出勤機会】 初入港船歓迎

日本開港五都市交流

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

【賛助会員事業】

賛助会員交流機会の拡充

年間を通じて、各種会合を開催します。各会合において、観光 MICE 振興に向けたビジネスチャンスの創出を重視した情報提供や会員相互の交流を促進します。

【参考】会員数 610 事業者(2019 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 25 日	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	5 月下旬	賛助会員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等
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 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、2020 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
賛助会員事業部会	年 2 回 7 月、2020 年 1 月	財団事業と連動したテーマでのセミナー及び賛助会員相互の情報交換
ラグビー及びオリンピック・ パラリンピック ビジネス 盛り上げセミナー	年 3 回 原則 4 か月に 1 回	賛助会員のビジネスチャンスにつながることを目指した 大規模スポーツイベントに特化した情報提供

※上記のほか、テーマや賛助会員からの提案による検討会などの開催(随時)

【財団運営】

財団が継続的に横浜の観光 MICE 推進を牽引し、賛助会員をはじめとする民間事業者の信頼に応えるため、より積極的な事業推進を目指し、財団の職員体制を拡充します。

注力事業である「横浜クリエイションスクラム事業(仮称)」の推進に不可欠な、新たな価値創造を強く意識し、率先してその実現を達成するため、民間事業者の意欲や期待を敏感にとらえ、的確に対応できるよう、職員の行動意識の改革にも取り組みます。

事業の基盤にマーケティングを位置付け、関連するデータ・市場動向を収集・分析、具体的な解決策を考案し実行支援する専門人材を起用します。

また、民間事業者のニーズを的確に把握し、行政に対して提案や改善を働きかけ、民間事業者と行政との間に立つ中間組織としてコーディネート機能を強化し、関わる事業者いずれにも価値のある成果を生みだすことに注力します。

さらに、業務効率を向上させるためのデジタル環境を改善するほか、最新デジタル技術を活用した事業の創出により、観光 MICE 振興の活性化を図ります。