

公益財団法人 横浜観光コンベンション・ビューロー(YCVB) 令和2年度 事業報告

令和2年度、地球上の新たな脅威となった新型コロナウイルス感染症の影響により、「新しい生活様式」への適応が求められ、私達の行動様式は一変しました。参集の禁止、移動の制限が常態化し、観光客、あるいは多様な会議やイベントを目的とするMICE参加者・来場者で賑わっていた街が閑散とする事態となり、横浜の観光・MICE関係の事業者は、これまで経験したことのない厳しい状況に置かれました。

当財団としては、先ずこの困難な状況に在る、賛助会員をはじめとする事業者の持続的な活動を支援することを目的に、「横浜観光MICEリバイバルアクション」を展開しました。

横浜市補正予算「くらし・経済対策」を活用した事業として、入手困難な状況にあった衛生用品(マスク)を提供すると共に、経済的な打撃の緩和措置として「市内観光・MICE関連事業者緊急支援助成金制度」を創設しました。

また、『Find Your YOKOHAMA キャンペーン』として、事業者の経済活動への支援・活発化につながる事業を創出しました。MICEにおいては、市内でMICEを開催する主催者を対象に、「安全・安心な横浜MICE開催支援助成金制度」を創設し、開催に伴う経費負担を軽減しました。

一方、財団の事業活動自体、感染拡大の影響で大幅な変更を余儀なくされました。人と人が集うこと、多数を集めることを良しとしない状況において、国内外からの誘客活動やMICE誘致を持続的に行っていくため、さまざまな手段で情報を収集し、その時々財団が出来ること、すべきことを見極め、特に、横浜は安全であり、安心な来訪目的地であることを伝えることの重要性を認識し、ウェブサイト等を通じて迅速に横浜の最新情報の発信に尽力しました。

価値観や既成概念が大きく変化している状況において、観光地でありMICE都市である横浜がどう評価されているかを把握・検証し、既存の観光資源に新たな価値や魅力を付与したプランの開発などに着手し、状況が改善する時期に横浜への誘引力を強める策を講じました。

令和2年度は、横浜だけでなく、観光・MICEに関わるすべての事業者や人にとって未曾有の厳しさを実感した雌伏の日々でした。しかしながら、この貴重な体験を経て、横浜は観光・MICE都市としての新たなステージに飛躍するための仕掛け、仕組みづくりに取り組んだ日々でもありました。苦境にあつてこそ、あらためて財団の活動が常に事業者の皆様と共にあり、多くのサポートにより実現していることに感謝する一年となりました。

横浜観光 MICE リバイバルアクション

5月、6月、9月と矢継ぎ早に承認された横浜市の補正予算を財源とし、当時入手困難となっていたマスクなど衛生用品の提供、経営状況の悪化による事業停滞を阻止するための助成金制度の創設・運営により、観光 MICE に携わる事業者の方々の事業活動を支援しました。

一方で、観光 MICE 産業自体の活性化のため、市内の観光施設や宿泊施設の利用を喚起するための来訪者向けの割引特典を組み込んだ旅行商品の販売や、市内の複数の事業者による観光需要創出のための取組を支援し、財団が持つネットワークを基盤とした、経済活動の活性化につながる事業創出に注力しました。

1 衛生用品の提供

[6月]

賛助会員の感染対策支援の一助として、入手が極めて困難だったマスクを1会員あたり200枚提供しました。

2 市内観光・MICE 関連事業者緊急支援助成金制度

[5月～令和3年3月]

感染症により、経営状況が悪化している市内観光・MICE 関連事業者を対象に、事業継続のために実施する事業や、回復期の誘客促進につながる事業を支援する助成金制度を創設し、事業経費の一部を助成しました。

・助成金額：上限20万円

・支援件数

第1回：203件、第2回：91件

・助成対象事業

第1回：危機的状況に対応するために実施する事業

回復期を見据えた誘客促進、受入環境整備のための事業

第2回：感染症による経営悪化の影響に対応した事業継続・誘客促進・受入環境整備のための事業

3 安全・安心な横浜 MICE 開催支援助成金

[10月～令和3年3月]

市内で MICE を開催する主催者を対象に、「安全・安心な横浜 MICE 開催支援助成金制度」を創設し、開催に伴う経費負担を軽減するための支援（開催経費の一部助成）を行いました。

・助成金額：上限1,000万円

・支援件数：119件

・内訳：ミーティング：53件、インセンティブ：2件、コンベンション：25件
イベント・展示：39件

また、助成金制度の利用促進策を講じました。

・「安全・安心な横浜 MICE ガイドライン」の策定

財団ウェブサイト(日本語、英語)に掲載

・「安全・安心な横浜 MICE 開催のためのセミナー」開催

[10月22日]

参加者数：38名

会場：ワークピア横浜

講師：加藤英明氏（横浜市立大学附属病院 感染制御部/医学部 血液・免疫・感染症内科）

4 Find Your YOKOHAMA キャンペーン

(1) 着地型旅行商品の企画・販売

[8月～12月]

市内の観光施設や商業施設、交通機関等を組み込んだ着地型旅行商品の造成及び販売を実施し、観光需要の回復に繋がるとともに、横浜ならではの体験を通じたリピーターの確保と市内の回遊性促進を図りました。

- ・商品数：78種類
- ・販売数：18,211人
- ・メディア等を利用したプロモーション：

情報誌、新聞、広報よこはま等の紙媒体やウェブ媒体等の計60社以上への販売告知

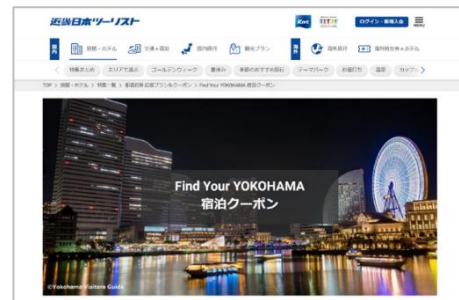


(2) 市内宿泊促進プロモーション

[8月～12月]

ウェブサイト等を活用した宿泊客誘客プロモーション及び市内ホテルを含んだ旅行商品をオンライン販売し、観光需要の回復に繋がりました。

- ・キャンペーンサイト閲覧数：267,439,586PV
- ・宿泊クーポン利用人数：16,326人泊



(3) 市内事業者と連携した集客促進事業

ア よこハマぐるぐる～よこハマのグルメをぐるっと巡ろう！～

(ア) 事業実施団体名：Find your YOKOHAMA“レストラン”プロジェクト

(イ) 代表事業者：NPO法人横浜ガストロノミ協議会
(ほか5事業者)

(ウ) 実施内容

- ・市内飲食店の回遊性を向上させるデジタルスタンプラリー実施（参加飲食店：100店舗、集客数：2,723人）
[11月～令和3年3月]
- ・「YOKOHAMA プレミアムランチボックス」実施 [令和3年3月]
市内3病院へ弁当をデリバリー（合計：1,200食）
- ・人気店の秘伝レシピをYoutubeチャンネルで公開 [11月～令和3年3月]
- ・プロモーション（キャンペーンサイト到達数：14,522人）



イ Go Find YOKOHAMA ラン&ウォークキャンペーン～横浜新発見～

(ア) 事業実施団体名：Go Find YOKOHAMA プロジェクト実行委員会

(イ) 代表事業者：株式会社JTB 横浜支店（ほか2事業者）

(ウ) 実施内容

- ・専用アプリ District を活用し、横浜の観光地の魅力を発掘しながら市内の観光名所をめぐるキャンペーンを実施（集客数：1,908人） [12月～令和3年3月]
- ・プレス発表及び体験イベントの実施 [12月]
- ・プロモーション（キャンペーンサイト到達数：36,429人）



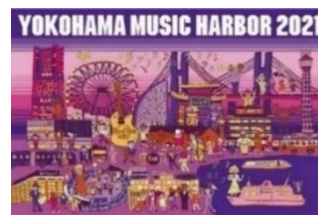
ウ YOKOHAMA MUSIC HARBOR 2021

(ア) 事業実施団体名：YOKOHAMA MUSIC HARBOR 2021 PROJECT

(イ) 代表事業者：ぴあ株式会社（ほか7事業者）

(ウ) 実施内容

- ・エンタメ雑誌「SODA」とのタイアップ（集客数：2,847人）
[令和3年1月]
- ・市内商業施設及び宿泊施設利用者向けライブ
ストーリーミング配信（集客数：3,927人） [令和3年2月]
- ・横浜スタジアムナイト（集客数：220人） [令和3年2月]
- ・YOKOHAMA MUSIC HARBOR 2021 SPECIAL NIGHT LIVE
（集客数：3,557人） [令和3年3月6日～7日]
- ・プロモーション（情報到達数：1,372,911人）



エ YOKOHAMA WOW!! Experience

(ア) 事業実施団体名：YOKOHAMA WOW!! Experience 運営共同事業体

(イ) 代表事業者：株式会社 DMC Greater Yokohama（ほか7事業者）

(ウ) 実施内容

- ・2階建てオープントップレストランバスの特等席で横浜の魅力である《食》を堪能し、観光ルートを巡るツアーを実施予定でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光庁からバス車内での飲食禁止の指示を受け、中止。

(4) Find Your YOKOHAMA キャンペーン統括プロモーション

[8月～令和3年3月]

Find Your YOKOHAMA キャンペーンで実施する各事業の情報を取りまとめた特設サイトを構築し、各事業に関連した動画コンテンツやインフルエンサーによる情報発信、在京テレビ局のタイアップ番組制作などを通じて、横浜への来訪意欲の喚起とコロナ禍での横浜観光の認知度向上を図りました。

- ・特設サイト閲覧数：68,792PV
- ・制作動画（20本）総視聴回数：1,040,869回
- ・SNS広告インプレッション数：17,793,403回
- ・テレビ東京「ハマっ子芸能人イチオシ！横浜おもてなしツアー」
68分番組、視聴率：4.8% [12月6日]
- ・メディアリレーションによる国内メディア露出件数：327件



【マーケティング機能強化】

観光 MICE 戦略を構築するための市場把握

観光・MICE による市内産業の拡大を念頭に、将来的に市内経済の活性化につながる戦略を立案するため、客観的指標となるデータ収集を行いました。

観光 MICE 都市の戦略構築では、マーケティング専門人材を起用し、新たな観光資源開発や観光 MICE 事業の強化に必要なマーケティングのノウハウ、スキルの習得を行い、財団のマーケティング機能を強化しました。

1 市場分析

[10月～令和3年2月]

オンラインマーケティングによる関東圏から横浜への来訪意欲分析

横浜観光に関心を示す国内ターゲットをオンラインアンケート調査やインターネット上の行動データなどから、ターゲット像を正確に把握するための分析を行いました。

- ・委託事業者：株式会社ヴァリユーズ
- ・時期：新型コロナウイルス感染症の自粛緩和期（10月）、自粛期（令和3年2月）
- ・対象：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県の在住者

2 観光 MICE 都市の戦略構築

[5月～令和3年3月]

観光地経営のマーケティングに精通した専門人材を起用し、マーケティングに基づいた横浜の観光 MICE 事業を推進しました。

専門人材の知見や具体的なノウハウを活用し、新たな観光資源開発や観光 MICE 事業の強化に向けた戦略を考案するプロジェクトを運営し、マーケティングのノウハウ、スキルを職員が習得できるよう OJT による人材育成に取り組み、財団全体のマーケティング機能を強化しました。

検討テーマ(グループ別ワーキング)：

- ・三溪園を活用した高付加価値コンテンツの造成
- ・横浜中華街の食をテーマとする回遊促進企画
- ・横浜ブルーカーボン・オフセット制度を活用した MICE 主催者向け SDGs プログラム開発
- ・山下公園レストハウスの利活用

【民間連携推進】

横浜の課題解決を目指した民間事業者との連携

民間事業者ならではの発想や知見を活かし、新たな観光資源の開発を促すため、令和元年度に引き続き「横浜クリエイションスクラム助成事業」を実施しました。

また、横浜の現状分析に基づく課題解決のため、市内事業者と連携し、既存の観光資源に新たな価値・魅力を付加した観光資源の開発に取り組みました。

1 横浜クリエイションスクラム助成事業

[通年]

横浜の観光・MICE に携わる民間事業者等から、「①誘客・回遊促進につながる事業」「②ナイトライフの充実につながる事業」をテーマに、横浜が観光・MICE 都市として抱える課題の解決につながる事業を公募し、7件の事業を認定しました。

新型コロナウイルス感染拡大による事業中止や規模縮小のため、想定していた効果を得られなかった事業もありましたが、各事業、ウイルスが共存する状況で最大限の効果を目指して事業に取り組みました。

事業名及び《助成額》 ※「春節燈花」以外新規案件	事業者	内容	実績
ANA WonderFLY×Frich for Braves“さき支援”・“あとリターン”の横浜 PR 支援事業（クラウドファンディング事業）《300万円》	Frich 株式会社	クラウドファンディングサイトで市内事業者を特集し、事業者支援のプラットフォームを作成。掲載店舗を巡る「周遊キャンペーン」の実施。	参加事業者数：55 店舗
元町・中華街を繋ぐ河川周りのイルミネーション装飾《300万円》	協同組合元町SS会	クリスマス時期の代官橋のライトアップと連携企画による回遊促進、ナイトタイムコンテンツを創出。	代官橋通行人数： 231 人(11月)/264 人(12月)/176 人(1月)
2021 春節燈花《300万円》	横浜中華街発展会 協同組合	市場通り橋のライトアップと、春節、近隣事業者との連携企画による回遊促進、にぎわいを創出。	来場者数： 1,171,080 人
横浜観光資源を活用したイベント事業「YOKOHAMA Night Stream」	株式会社 アカツキライブエンターテインメント	「アソビル」を活用し、国内及びインバウンドを見据えたイベントを定期開催し、新たなナイトタイムコンテンツの創出を図る。 【事業中止】	※令和2年12月22日付「事業中止・廃止承認申請書」の提出をもって事業中止
るるぶ&more. よこはま夜景フォトコンテストにおける地域周遊型電子チケット活用《150万円》	株式会社 JTB パブリッシング	電子チケット「PassMe!」の特約バリューチケット販売と夜景フォトコンテストによるナイトタイムの新たな誘客・回遊の促進	チケット販売数：27 枚 記事リーチ数：588,400 リーチ PV 数：12,771PV フォトコンテスト応募数：460 枚
横浜コンシェルジュサービス&デジタルギフト事業《150万円》	横浜 DMC (YDMS 株式会社)	電子決済対応の「横浜デジタルギフトWeb」を立ち上げ、市内・県内・首都圏からの日帰り観光客を生み出し、回遊性を促進	加盟店数：297 店舗 販売目標：135,000 円(一般市場) 6,433,000 円(企業キャンペーン) 42,400,000 円(企業労働福利厚生)
横浜市内回遊型チームビルディングプログラム開発事業《150万円》	株式会社 DMC Greater Yokohama	次年度以降の販売を見据え、アフターコンベンションのチームビルディング企画を達成。MICE 誘致及び市内回遊と消費の促進を図る。	育成ファシリテーター：8 名 参画ステークホルダー：10 団体 モニタリング体験会参加者：54 名

2 観光資源の開発

[5月～令和3年3月]

横浜の現状分析に基づく課題解決のため、市内資源を活用した新たな価値や魅力を付与した観光資源の開発に取り組みました。設定したテーマに対して、それぞれ市内施設や事業者と連携し、モニターツアーを企画実施、あるいは事業化に向けた検証を行いました。

(1) 高付加価値のある観光資源開発プロジェクト

- ア テーマ 三溪園を活用した高付加価値コンテンツの造成
- イ 期日 令和3年3月7日 16:30～20:20
- ウ 会場 三溪園、ただしツアー集合地はホテルニューグランド
- エ ツアー名 ≪Renaissance de Japonisme ～花暦で巡る三溪園～「春」≫
- オ 参加者 ラグジュアリーホテルコンシェルジュ、航空会社役員
マナー・接客研修専門家、文化振興組織役員
元オークション会社代表、伝統工芸・ものづくり振興組織代表

カ 実施概要

(ア) 閉園後の園内散策

- ・特別仕込のコンシェルジュ(協力 日本航空株式会社地域事業本部)の案内
- ・特別ライトアップ；旧燈明寺三重塔、臥龍梅、聴秋閣

(イ) 伝統文化体験 会場；白雲邸

- ・能楽「弱法師」の鑑賞 シテ；梅若紀彰師
※臥龍梅をモデルに描かれた下村観山の名画「弱法師」に因んだ演目
- ・本格懐石 懐石料理；真砂茶寮
- ・茶 茶席・亭主；松村宗亮氏 (SHUHALLY 庵主)

(ウ) 参加者アンケート、ヒアリングの実施

伝統文化体験
能楽「弱法師」鑑賞



伝統文化体験 本格懐石

伝統文化体験 茶席



(2) 横浜の強みを活かした観光資源開発プロジェクト

- ア テーマ 横浜中華街の食をテーマとした回遊促進企画
※横浜中華街発展会協同組合との連携
- イ 先行事例調査 市外；用賀商店街、府中市、寄居町商工会
市内；横浜ベイクォーター
- ウ 実査(視察)日 市外 令和2年9月10日、9月23日、11月13日
市内 令和2年10月14日
- エ 検討内容 店舗巡りのためのチケット製作の検討
店舗巡りのための設定テーマの検討
課金システムの導入検討

3 イベント等に連動した市内回遊・宿泊誘発

[通年]

コンサート等興行への来場者の回遊促進や宿泊誘引につながる企画を、主催者やプロモーターと共同して実施する事業です。

令和2年度は、複数案件を対象に企画の検討、調整をしましたが、新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言の発令によるコンサートの中止や無観客開催のため、実際の連携事業には至りませんでした。

【国内外からの誘客】

観光需要回復を見据えた取組

新型コロナウイルス感染症の影響により国内外の観光市場が大きく変化する中、横浜観光への関心を維持するため、海外に設置した観光レップ（観光発信拠点）による現地セールスプロモーションや、オンラインによる情報発信を中心に、新たな横浜観光コンテンツや、安全・安心な横浜の滞在環境の発信など、海外の個人旅行市場を開拓しました。

海外渡航が制限される状況を踏まえ、誘客事業の注力領域を海外から国内にシフトし、コロナ禍の需要に合わせた国内教育旅行向け助成金の新設、また先を見据えた仕掛けとして教育旅行における新たなツール制作を行い、教育旅行の需要を継続させる取組を行いました。

1 海外誘客

(1) 観光レップの設置

[通年]

横浜への来訪者数の多い中国及びアメリカをターゲットに、現地の旅行会社やメディア等へのセールスプロモーションを目指し、観光レップ（情報発信拠点）を設置しました。

市場回復後の横浜来訪商品の造成や、横浜観光記事が掲載されるよう働きかけ、同時に各市場における新型コロナウイルス感染症の影響など市場分析を行いました。

《資料1 海外誘客 海外レップ セールスプロモーション・情報発信実績》

(2) 着地型観光コンテンツ造成

新型コロナウイルス感染症の影響により減少した訪日観光の回復を見据え、訪日外国人向け、また国内客にも提供可能な市内着地型観光コンテンツを造成するため、旅行会社によるコンテンツ造成セミナーやワークショップを行いました。

また、旅行会社ウェブ販売ページ内で横浜特集ページを作成し、コロナ禍でも集客できる国内市場向けに販売しました。

ア コンテンツ造成セミナー・ワークショップ

[11月5日、11月17日、11月25日]

実施事業者：株式会社アソビュー

テーマ：体験型旅行コンテンツの開発及び新型コロナウイルス感染症対策

参加者数：6社

イ 着地型観光コンテンツ造成、販売

[12月～令和3年3月]

新規造成プラン件数：9件

販売プラン件数：22件（従来コンテンツ含む）

予約件数：11件



セミナー・ワークショップ



着地型観光コンテンツ販売ページ

(3) 個人旅行者向けプロモーションの強化

[令和3年2月～3月]

JNTO が全世界向けに運営するグローバルウェブサイト「Travel Japan」内に英語表記の横浜専用ページを設置するとともに、JNTO が発行する海外向けウェブマガジン「JAPAN Monthly Web Magazine」で多言語による横浜観光記事を掲載し、横浜の認知度向上と訪日外国人のユーザー傾向の分析を行いました。

《資料2 海外誘客 個人旅行者向けプロモーション実績》

(4) 国内商談会

訪日観光関連の商談会に出展し、日本のランドオペレーター及び海外の旅行会社と商談を行いました。

- ・神奈川県主催オンライン商談会(秋) 対象：ランドオペレーター6社 [10月13日]
- ・訪日ラボ主催オンライン商談会 対象：中国現地旅行会社4社 [10月19日]
- ・神奈川県主催オンライン商談会(冬) 対象：ランドオペレーター6社 [令和3年2月19日]

(5) 横浜港客船誘致に係る横浜市内観光ツアーの造成

[9月～令和3年3月]

横浜市港湾局と連携し、将来的なクルーズ市場の回復を見据え、横浜港発着船の前泊・後泊を狙ったツアー、または一時寄港のクルーズ客をターゲットにした横浜市内観光ツアーを造成し、あわせて国内船会社向けセールスを行いました。

- ・受託事業名：横浜港客船誘致に係る横浜市内観光ツアーの造成業務委託
- ・新規造成プラン件数：11件
- ・セールス件数：2件

郵船クルーズ株式会社

[令和3年2月26日]

クルーズのゆたか倶楽部株式会社

[令和3年3月9日]

2 国内誘客

(1) 教育旅行誘致・支援

ア 教育旅行誘致のための助成金制度

教育旅行誘致を目的とした助成金制度として、修学旅行誘致促進事業助成金制度を設けていましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、宿泊を伴う教育旅行の実施が困難となっている状況となりました。

近隣からの日帰りでの教育旅行の新たな需要に対し、市内観光施設等への来訪を促進することを目的とし、催行にかかる経費の一部を助成する令和2年度日帰り教育旅行特別助成金制度を新設しました。

《資料3 国内誘客 教育旅行助成金実績》

イ セールス

近隣からの日帰りでの教育旅行を誘致するため、令和2年度日帰り教育旅行特別助成金制度の紹介など、神奈川県内の旅行会社にセールスを行いました。

《資料4 国内誘客 セールス活動実績》

ウ 「横浜SDGs探求学習ガイド」の制作

教育旅行セールスにおける横浜への来訪意欲を高めるため、従来のキャリア教育プログラムに加え、旅行代理店や教育現場のニーズの高い、SDGsの探求的な学びやプログラム紹介を掲載したツールを制作しました。

※財団ウェブサイト「横浜観光情報」からダウンロード可能



(2) 国内誘客プロモーション

- ・SNSを活用した動画広告配信

[12月]

※令和3年1月7日より緊急事態宣言が発令されたため、動画制作のみ実施

(3) イベントを活用した集客の推進

ア 実行委員会等への参画

- ・よこはま花と緑のスプリングフェア運営委員会 [開催中止]
- ・横浜開港記念みなと祭 国際仮装行列実行委員会 [開催中止]
- ・トリアスロン世界選手権シリーズ横浜大会組織委員会 [開催中止]
- ・横浜開港祭協議会 [開催中止]
- ・よこはまセントラルタウンフェスティバル実行委員会 [開催中止]
- ・ワールドフェスタ・ヨコハマ実行委員 [開催中止]
- ・横濱 JAZZ PROMENADE 実行委員会

来場者：3,200人、オンラインライブ再生回数：11,500回

イ 横浜スパークリングトワイライト実行委員会の運営

(ア)横浜スパークリングトワイライト 2020 [開催中止]

(イ)横浜スパークリングナイト [10月～令和3年1月]

新型コロナウイルス感染症による影響が多方面に及ぶ中、港ヨコハマから打ち上げる花火を通じて、この難局を乗り越えていこうというメッセージを発信しました。

- ・会期：10月31日～令和3年1月3日（計15日間）
- ・内容：短時間（5分間）での花火打上げを実施

ウ フォト・ヨコハマ実行委員会事務局の運営 [令和3年1月～3月]

- ・来場者：118,000人（オンライン参加を含む）
- ・内容：市内各所において写真に関するイベントを開催

C P+オンライン、高円宮妃殿下写真展と現代根付コレクション展 他

(4) 着地型旅行商品の企画・販売【再掲】

[8月～12月]

市内の観光施設や商業施設、交通機関等を組み込んだ着地型旅行商品の造成及び販売を実施し、観光需要の回復に繋げるとともに、横浜ならではの体験を通じたリピーターの確保と市内の回遊性促進を図りました。

- ・商品数：78種類
- ・販売数：18,211人
- ・メディア等を利用したプロモーション

情報誌、新聞、広報よこはま等の紙媒体やウェブ媒体等の計60社以上への販売告知

(5) 市内宿泊促進プロモーション【再掲】

[8月～12月]

ウェブサイト等を活用した宿泊客誘客プロモーション及び市内ホテルを含んだ旅行商品をオンライン販売し、観光需要の回復に繋げました。

- ・キャンペーンサイト閲覧数：267,439,586 PV
- ・宿泊クーポン利用人数：16,326人泊

【MICE 誘致・開催支援】

「安全・安心な MICE 開催地」の PR と サステナビリティ推進による MICE 都市としての付加価値の創出

国内外で開催されたオンライン商談会に参加し、横浜が安全・安心な MICE 開催地であることの PR を行い、将来開催予定の有望案件獲得のため、誘致活動を継続しました。

新たな形態での MICE 誘致を行うために、オンライン商談会・オンライン視察に対応するための動画制作を行い、誘致力の強化を図りました。

市内での MICE 受入環境の充実に向けて、サステナビリティ推進による MICE 都市としての付加価値の創出するため、サステナビリティに関する理解促進セミナーを開催しました。

1 誘致セールス

(1) 市場調査による戦略的セールスの実施

新型コロナウイルス感染症への対応で、MICE の開催形態が多様化する中（オンサイト方式、オンライン方式、両方を組み合わせたハイブリッド形式など）、今後のセールス活動に向けて、市場調査を 2 件実施しました。

ア ニューノーマル時代の国際会議誘致・開催事例調査

目的：新しい会議運営形態における、主催者ニーズの把握

内容：国内外の MICE 主催者へのヒアリング/国内外の主要 MICE 都市における対応策・支援策

イ 訪日インセンティブ旅行に関するアンケート調査

目的：感染症拡大による観光 MICE 市場への影響や訪日観光への見通しの把握

内容：国内主要旅行会社（4 社）の海外支店における訪日インセンティブ取扱状況

(2) 国内外商談会等でのセールス活動

国内外で開催されたオンライン商談会に参加し、横浜が「安全・安心な MICE 開催地」であることを PR しました。

《資料 5 MICE 商談会の参加実績》

(3) 会議主催者等の視察受入、キーパーソン招請

主催者や会議企画運営会社、ミーティングプランナー等を対象に、事前に視察映像を収録し、商談会にて視察映像を流す形でオンライン視察の機会を提供しました。

・Meet Japan

[令和 3 年 1 月 26 日～2 月 4 日]

(4) 海外ネットワークの拡充

第 59 回 ICCA 総会（台湾・高雄）

[11 月 1 日～4 日]

誘致のためのノウハウやスキルを主要 MICE 都市の事例等から学ぶため、ハイブリッド形式により開催された ICCA（国際会議協会）の総会にオンラインで参加しました。

(5) ビッドペーパー（提案書）の更新

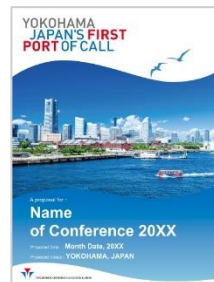
[11月]

誘致提案書のデザインを一新し視覚効果を高め、主催者により横浜を印象づけられるものに改良しました。

テンプレート：提案書用、プレゼンテーション用



和風デザイン



モダンデザイン

2 国際会議の企画運営

第2回 ICCA アジア・パシフィック部会サミット（横浜）

[12月15日～16日]

第2回 ICCA アジア・パシフィック部会サミット（ハイブリッド形式開催）の運営を円滑に遂行するため実行委員会を設立し、事務局として企画運営に携わりました。



セッション風景



3 受入環境整備

市内での MICE 受入環境の充実を図るため、今後の利用促進に向けてユニークベニューの実証実験を行ったほか、サステナビリティ等についての理解促進セミナーを開催しました。

(1) ユニークベニューの実証実験

[12月15日]

第2回 ICCA アジア・パシフィック部会サミットのレセプション開催を支援しました。

- ・ 収容人数：100人
- ・ 会場：日本丸メモリアルパーク

帆船日本丸と横浜みなと博物館の間のスペースにテントを設置し、レセプション会場として活用。



レセプション会場 遠景

(2) サステナビリティの推進

ア 第1回横浜ビジネスミーティング

[令和3年3月17日]

これからの時代あらゆる事業活動において採り入れるべきサステナビリティの取組と、業界全体として大きな価値変換を迫られた MICE 産業における新たな国際会議の在り方の2つに焦点を当て、市内事業者を対象にしたオンラインセミナーを開催しました。

- ・ 参加者数：47人
- ・ 講演（第一部）「今知っておくべきカーボンオフセットのチャンスと事例紹介」
講師：池田陸郎氏（カーボンフリーコンサルティング株式会社 国内事業本部長）
- ・ 講演（第二部）「これからの国際会議・MICE が地域にもたらすビジネスチャンス」
講師：西本恵子氏（一般社団法人 MICE 総研 上席研究員）

- イ 第2回 ICCA アジア・パシフィック部会サミットレセプション
市内和食料理店「きじま」による弁当の提供
持続可能な漁業で獲られた水産物を食材とした料理を、
プラスチックゼロの包材を使用した容器で提供しました。

[12月15日]



- ウ MICE 主催者向け SDGs プログラム開発の検討 [5月～令和3年3月]
国際会議誘致の重要な評価ポイントとなるサステナブルな取組として、横浜ブルーカーボン・オフセット制度を活用したプログラム開発を検討しました。

(3) 第2回横浜グローバル MICE フォーラムの開催 [12月15日]

今後の MICE のあり方について、事業者と共に学び、考えていくため、パシフィコ横浜との共催で、第2回横浜グローバル MICE フォーラムを企画運営しました。

- ・参加者数：75人
- ・会場：パシフィコ横浜ノース
- ・基調講演「都市における MICE 誘致開催の意義と after コロナにおける観光 MICE」
講師：岡村篤氏
(株式会社野村総合研究所 社会システムコンサルティング部 産業インフラグループ
グループマネージャー)
- ・セッション「時代は SDGs ～これからの MICE～」
パネリスト：杵島弘晃氏 (株式会社きじま 事業戦略室 室長)
武内紀子氏 (一般社団法人日本コンベンション協会 副代表理事)
谷口郁美氏 (公益財団法人横浜市スポーツ協会 トライアスロン推進課担当課長)
大川真実氏 (横浜ベイシェラトンホテル&タワーズセールス&マーケティング部セールスマネージャー)
モデレーター：信時正人氏 (ヨコハマ SDGs デザインセンター長)

4 MICE 開催支援

(1) 横浜 MICE 開催応援プラン [8月～9月]

横浜 MICE 開催応援プランの支援メニューに感染症対策用品等を新規追加し、より主催者に使いやすいものに改善しました。また、オンライン形式の会議も支援対象としました。

支援件数：8件

《資料6 MICE 横浜 MICE 開催応援プラン実績》

(2) 安全・安心な横浜 MICE 開催支援助成金【再掲】 [10月～令和3年3月]

市内で MICE を開催する主催者を対象に、「安全・安心な横浜 MICE 開催支援助成金制度」を創設し、開催に伴う経費負担を軽減するための支援（開催経費の一部助成）を行いました。

- ・支援件数：119件
- ・内訳：ミーティング：53件、インセンティブ：2件、コンベンション：25件
イベント・展示：39件

また、助成金制度の利用促進策を講じました。

- ・「安全・安心な横浜 MICE ガイドライン」の策定
日本語、英語の2か国語をウェブサイトに掲載
- ・「安全・安心な横浜 MICE 開催のためのセミナー」開催

[10月22日]

参加者数：38名

会場：ワークピア横浜

講師：加藤英明氏 (横浜市立大学附属病院 感染制御部/医学部 血液・免疫・感染症内科)

5 MICE 都市・横浜プロモーション

(1) プロモーションツールの制作

[令和3年2月]

MICE 都市としての総合的な魅力を伝えるため、MICE 施設、ホテル観光資源等を収録した動画「YOKOHAMA, Japan's meeting destination」を新たに作成しました。

(2) 動画の制作

[11月]

オンライン商談会やオンライン・サイトビジット(視察)対応のためのセールスツールとして3種類の動画を制作しました。

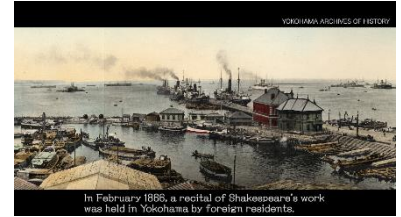
- ・サイトビジット動画;MICE 施設を中心に、市内の視察をオンラインで体験できる動画
- ・360度動画;市内の風景を360度カメラで撮影し、自由に見る角度を変えることが可能な動画
- ・イメージ動画;「温故知新」をテーマに、横浜の歴史と今を味わうことができる動画



国際会議開催都市横浜



360度横浜バーチャルツアー



温故知新

【広報・情報発信】

信頼される安定的な情報源としてのウェブサイト及び SNS の運営

新型コロナウイルス感染症の拡大の状況においても、継続的に横浜観光に関心を持ってもらえるよう、安全安心な横浜の滞在環境や、新型コロナウイルス感染症の拡大によって変化した需要やターゲットに合わせた観光資源の情報などを、ウェブサイトや SNS を通じて国内外に向けて発信しました。

また、外部サイトと連携し、より多くの人に横浜の情報が伝わるよう、アクセシビリティの改善に取り組みました。

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：新たな需要に応えた特集ページの制作

三密を回避した市内観光や取り寄せ可能な横浜土産など、新型コロナウイルスが共存する状況でも楽しむことができる横浜の観光特集ページを制作しました。横浜観光への関心を維持するとともに、新型コロナウイルスの感染拡大により新たに求められるようになった情報（テイクアウト、施設のバーチャル情報等）の発信に注力し、ウェブアクセス数の獲得に努めました。

ア 自宅でも楽しめる横浜観光「おうちでよこはま」の制作

- ・リモートワークなどで活用できる横浜のバーチャル背景配布
- ・観光気分が味わえる市内観光施設動画ページ制作
- ・お取り寄せできる横浜土産の紹介
- ・市内飲食店テイクアウト情報の掲載

イ 新型コロナウイルス感染症流行前の横浜観光画像を募集したキャンペーン

- ・第1回よこはまおもいでフォトキャンペーン [6月～8月]
応募数 Instagram：5,216件 Twitter：588件
- ・第2回よこはまおもいでフォトキャンペーン [令和3年2月～3月]
応募数 Instagram：3,234件 ※Twitterは実施せず

ウ 三密を回避した屋外観光の特集

- ・オープンテラスカフェ特集
- ・イルミネーション特集
- ・秋冬の花スポット特集
- ・春夏の花スポット特集
- ・桜スポット特集

エ 近隣のお出かけ情報特集

- ・アフタヌーンティー特集
- ・いちご特集



《資料7 広報・情報発信 ウェブサイトアクセス実績》

(2) 外国語サイト：海外向けコンテンツの充実化

新型コロナウイルス感染症の影響で減少した訪日観光の関心を維持するために、日本語コンテンツの翻訳や外国人目線で取材した横浜観光の特集などを制作しました。

- ・日本語コンテンツ「大人スタイル」の英語版ページ制作 [令和3年1月]
- ・外国人目線による横浜観光記事ページ「What's Up」制作 [令和3年3月]
- ・多言語による市内施設紹介ページ制作 [令和3年3月]

(3) 外部サイト連携による導線強化

ヤフーニュースや SmartNews など外部サイト及びニュースアプリへの情報配信を通じて横浜観光の情報の拡散、また外部サイトからのアクセス流入強化を行い、RSS 機能を実装しました。

- ・ヤフーニュースへの情報配信 [令和3年1月～]
- ・SmartNews アプリへの情報配信 [令和3年2月～]

(4) 公式 Youtube チャンネル開設によるファンの獲得

[通年]

公式 Youtube チャンネルを開設し、動画での横浜観光情報の発信に注力しました。

《資料 8 広報・情報発信 SNS を活用した情報発信実績》

2 ワイヤサービス活用によるパブリシティの強化

[通年]

ワイヤサービス(プレスリリース配信サービス)を活用し、ウェブサイトの特集ページ開設や、MICE 開催情報、各種助成金の情報などを配信し、国内各メディアでの横浜観光情報の露出拡大を図りました。

3 横浜観光親善大使の広報力の活用

[通年]

「市民を代表する PR パーソン」としての横浜観光親善大使により、メディア出演、プロモーション動画出演等で横浜の魅力を積極的に PR し、最新情報を市内外に向け発信しました。

派遣件数：28 件

派遣機会：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

各種プロモーション動画に出演

ウェブサイト専用ページでの横浜の魅力発信

《資料 9 広報・情報発信 横浜観光親善大使派遣実績》



第 18 代横浜観光親善大使
(横浜駅観光案内所にて)

【来訪者支援・受入機能の強化】

国内外からの来訪者へのおもてなし及び受入機能の強化

来訪者支援では、6月にリニューアルオープンした横浜駅観光案内所において、季節に合わせた装飾や利用者自身で横浜の文化や歴史の魅力に触れるスペースを設けるなど、利用者満足度の高い情報提供を目指しました。

また、市内外での案内拠点の協力体制を強化することにより、都内近郊から横浜への送客を促しました。

さらに、QRコードによるデジタルコンテンツとの連携が行える横浜ビジターズガイドの改訂を行いました。

受入機能の強化では、高齢者や障害者をはじめ、横浜を訪れるすべての方々が快適に市内観光を楽しめるよう、市内事業者へのユニバーサルツーリズムの理解促進を図りました。

1 国内外からの来訪者への観光案内機能の強化

市内3か所（横浜駅、桜木町駅、新横浜駅）の観光案内所では、横浜市内の案内業務にとどまらず、広域の観光案内・情報発信を多言語で行い、国内外の観光客へのサービス向上を図りました。

《横浜駅観光案内所リニューアルオープン》

期日：6月24日

場所：JR横浜タワー 2階

機能：ラウンジー体型スペース、書籍閲覧、
無料Wi-Fi、パソコンカウンター、
モバイルバッテリーレンタルサービス



横浜駅観光案内所

《資料10 来訪者支援・事業者支援 観光案内所利用実績》

2 市内外及び首都圏における事業者との連携による案内機能の強化

[通年]

市内回遊の促進、市外からの来訪促進強化を図るため、民間事業者との連携により展開する民間観光案内所の運営において、連携先の開拓を行いました。

ア 横浜トラベルインフォスポット（民間事業者と連携した市内観光案内拠点）

・情報発信拠点数：123か所、うちAカテゴリー7か所

イ 横浜タッチポイント（市外における横浜情報の発信拠点）

・情報発信拠点数：46か所

《資料11 来訪者支援・事業者支援 情報発信拠点数》

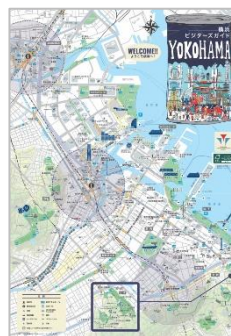
3 観光案内資料の制作及び支援

(1) 横浜ビジターズガイドの改訂 [令和3年3月]

デザインを一新し、表面は都心臨海部の地図に、主要スポットのイラストを収録し、主要エリア名を強調、裏面は各エリアのスポット情報、イベント情報、おすすめコースなど、財団ウェブサイトへリンクするQRコードを掲載したマップを制作しました。

・使用言語：日本語、英語、韓国語、簡体字、繁体字

・制作部数：110,000部



表面



裏面

(2) 観光資料を制作する民間事業者への支援

「はまっぷ」「旅うらら」監修、制作・配布支援
はまっぷ：280,000部
旅うらら：55,000部

(3) 「横浜ビジターズガイド」PRステッカー

[令和3年3月]

新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を鑑み、非接触であるQRコードが掲載されたPRステッカーをタクシーに貼ることで、タクシーに乗車されたお客様に対し、車内で観光情報に触れる機会を創出し、市内回遊を促進することを目的に制作しました。

- ・制作枚数：8,000枚
- ・配布先：神奈川県タクシー協会横浜支部等



4 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の推進として、現況把握、事業者への理解促進及び来訪者の滞在支援に取り組みました。

(1) モデルコースの多言語マップの現地調査及びデータ更新

[令和3年1月]

- ア 新横浜～元町・中華街エリア
- イ 桜木町駅～元町・中華街エリア

(2) 市内施設及びホテルのアクセシビリティ対応状況アンケート調査

市内施設約100か所及びホテル約30か所を対象にアクセシビリティ対応状況に関するアンケート調査を行いました。

[12月～令和3年2月]

(3) ウェブサイトバリアフリー情報ページの更新

- ア ウェブサイト改善に向けてのサウンディング調査
- イ ウェブサイト更新及び改善

[11月～12月]

[令和3年2月～3月]

(4) ユニバーサルツーリズム理解促進セミナー（動画配信）の実施

[令和3年2月～]

- ア 基調講演「観光からSDGsを考える

～訪れるすべての皆さまが安心して快適に楽しめる横浜を目指して～

講師：関裕之氏

(株式会社JTB 個人事業本部 事業統括部 総合企画チーム 全社ユニバーサルツーリズム担当マネージャー)

- イ パネルディスカッション

「横浜へのお出かけが“あたりまえ”になるように～取組事例とバリアフリー情報発信のヒント～」

パネリスト：石井修氏（ハードロックカフェ横浜セールス&マーケティングマネージャー）
田辺紫氏（All About 横浜ガイド）
高木伸氏（横浜バリアフリー研究所）

5 事業者支援・人材開発事業

協力施設・機関に対して、観光資料・最新情報の提供や案内方法の支援等を行う目的の研修を実施しました。

- ・おもてなし英語セミナーの実施
- ・都市デザインとまちづくりセミナーの実施
- ・ユニバーサルツーリズム推進セミナーの動画配信【再掲】

[令和3年1月18日]

[令和3年3月3日]

[令和3年2月～]

【賛助会員事業】

不測の事態に対する支援及び適時適切な交流機会の提供

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、厳しい状況にある賛助会員企業に対し、「今できること」を模索しながら、タイムリーな情報発信や衛生用品提供等のニーズに迅速に対応しました。

また、賛助会員の求める会員同士のネットワーク構築や観光 MICE 分野の情報提供について、移動や接触の制限がある中、徹底した感染対策の下、最適な時期及び開催形態を検討したうえで交流会を伴う会合を開催するなど、可能な限り会員の要望に応える活動を展開しました。

1 新型コロナウイルス感染拡大防止のための支援

(1) メールマガジンの配信

[4月30日～7月31日]

新型コロナウイルス感染拡大への対応策として、国・県・市などが講じた助成金制度等の支援情報を集約し、メールマガジンとして発信、迅速な情報提供に努めました。

「新型コロナウイルス感染症に関する事業者向けメール速報」(21回配信)

(2) 衛生用品の提供【再掲】

[6月]

賛助会員の感染対策支援の一助として、入手が極めて困難だったマスクを1会員あたり200枚提供しました。

2 交流機会の提供

新型コロナウイルス感染拡大の影響に伴い、やむを得ず予定していた各種会合を中止または延期としました。そのような状況下、開催形態をオンラインに変更し実施、あるいは万全な感染対策を講じたうえで、オンサイトでの会員相互の交流を促進しました。

(1) 賛助会員若手・新人職員向け横浜観光研修

[10月7日]

- ・参加者数：36名
- ・ハイアットリージェンシー横浜、ぴあアリーナMM等6施設及び三溪園の視察
- ・グループディスカッション「横浜の観光活性化に繋がる視察施設の活用方法」

(2) 「令和2年度会員の集い」の開催

[12月18日]

- ・会場：横浜ベイホテル東急 地下2階
クイーンズグランドボールルーム
- ・参加者数：146名
- ・講演「攻めのニューノーマルから新たな体験価値創造へ」
講師：川口伸明氏
(アスタミューゼ株式会社テクノロジーインテリジェンス部長)
- ・横浜観光コンベンション事業優良従事者表彰：28名
- ・新規加入会員の紹介
- ・感染対策を徹底した会場での賛助会員相互の情報交換など交流機会の設定



(3) 第1回賛助会員事業部会のオンラインでの開催

[令和3年2月16日]

- ・参加者：50名
- ・講演「横浜の観光産業の今後の方向性」
講師：中村郁博氏（株式会社価値総合研究所 執行役員 経営企画部／事業部 部長）
- ・報告：観光レップ（情報発信拠点）の報告
コロナ禍での国内からの（横浜への）来訪意欲調査分析報告

(4) 第1回横浜ビジネスミーティングの開催【再掲】

[令和3年3月17日]

これからの時代あらゆる事業活動において採り入れるべきサステナビリティの取組と、業界全体として大きな価値変換を迫られた MICE 産業における新たな国際会議の在り方の2つに焦点を当て、市内事業者を対象にしたオンラインセミナーを開催しました。

- ・参加者数：47人
- ・講演（第一部）「今知っておくべきカーボンオフセットのチャンスと事例紹介」
講師：池田陸郎氏（カーボンフリーコンサルティング株式会社 国内事業本部長）
- ・講演（第二部）「これからの国際会議・MICE が地域にもたらすビジネスチャンス」
講師：西本恵子氏（一般社団法人 MICE 総研 上席研究員）

(5) 賛助会員数

622 事業者（特別会員 27、一般会員 595）

[令和3年3月31日現在]

【財団運営】

人材育成及びデジタルトランスフォーメーションによる業務効率化

事業者の視点・ニーズを意識した事業を行い、信頼を得られるよう、財団職員の対応力向上に向けて、人材育成を系統立てて実施すると共に、マーケティング分析を組織内に定着させ、専門人材の指導によるマーケティングプロジェクトを運営し、人材育成に取り組みました。

1 人材育成

(1) 能力向上を目指した研修の企画実施

求められる職員像の理解促進、モチベーション向上、財団職員としての能力・意識向上を目指し、階層別、目的別に研修を実施し、スキルアップ、チームワーク・マネジメントに対する意識を向上させました。

内容	対象	日程			
		12月22日	1月12日	1月26日	2月2日
階層別研修	職員	12月22日	1月12日	1月26日	2月2日
	課長補佐	12月7日	1月18日		2月1日
	課長	12月21日	1月25日		2月8日
	部長	1月14日	1月29日		2月5日
コンプライアンス・ 人権・ハラスメント研修	全員	3月3日			

(2) 観光 MICE 都市の戦略構築のための研修【再掲】

[5月～令和3年3月]

観光地経営のマーケティングに精通した専門人材を起用し、マーケティングに基づいた横浜の観光 MICE 事業を推進しました。

専門人材の知見や具体的なノウハウを活用し、新たな観光資源開発や観光 MICE 事業の強化に向けた戦略を考案するプロジェクトを運営し、マーケティングのノウハウ、スキルを職員が習得できるよう OJT による人材育成に取り組み、財団全体のマーケティング機能を強化しました。

検討テーマ：

- ・三溪園を活用した高付加価値コンテンツの造成
- ・横浜中華街の食をテーマとした回遊促進企画
- ・横浜ブルーカーボン・オフセット制度を活用した MICE 主催者向け SDGs プログラム開発
- ・山下公園レストハウスの利活用の検討

2 デジタルトランスフォーメーションの推進

緊急事態宣言時に求められた接触機会の低減のため、出勤率を抑制することを目的に、在宅勤務環境の整備に取り組みました。

また、職場のデジタル環境を改善し、業務効率の向上につなげました。

- ・リモートアクセスシステム「どこでもコネクト」導入 [4月]
- ・クラウド勤怠管理システム「Touch On Time」の導入 [4月]
- ・ビジネスコミュニケーションツール「LINE WORKS」の導入 [4月]

令和2年度事業報告《資料編》

資料 No.	タイトル	頁
資料1	海外誘客 海外レップ セールスプロモーション・情報発信実績	24
資料2	海外誘客 個人旅行者向けプロモーション実績	24
資料3	国内誘客 教育旅行助成金実績	25
資料4	国内誘客 セールス活動実績	25
資料5	MICE 商談会の参加実績	25
資料6	MICE 横浜MICE開催応援プラン実績	25
資料7	広報・情報発信 ウェブサイトアクセス実績	26
資料8	広報・情報発信 SNSを活用した情報発信実績	26
資料9	広報・情報発信 横浜観光親善大使派遣実績	26
資料10	来訪者支援・事業者支援 観光案内所利用実績	27
資料11	来訪者支援・事業者支援 情報発信拠点数	27

資料1 海外誘客 海外レップ セールスプロモーション・情報発信実績
ア 中国

旅行会社セールス	メディアセールス	微博（ウェイボー）投稿	微信（ウェイシン）投稿
222 件	136 件	88 件	22 件

イ アメリカ

旅行会社セールス	メディアセールス	英語版 Facebook 投稿
131 件	62 件	48 件

資料2 海外誘客 個人旅行者向けプロモーション実績
ア グローバルウェブサイト「Travel Japan」

※令和3年3月31日現在

Yokohama by Night (横浜の夜の楽しみ)		
掲載期間	PV 数	広告インプレッション数
令和3年2月15日から1年間	9,131	1,233,335
Yokohama offers luxury experiences and cultural insights (横浜のくつろぎと文化に触れる旅)		
掲載期間	PV 数	広告インプレッション数
令和3年2月18日から1年間	7,228	993,771
Stay in Yokohama and Explore Further (横浜からはじまる訪日観光)		
掲載期間	PV 数	広告インプレッション数
令和3年3月1日から1年間	5,491	896,312

イ 海外向けウェブマガジン「JAPAN Monthly Web Magazine」

※令和3年3月31日現在

Yokohama: A City of Delicious and Diverse Cuisines			
PV 数			
英語	中国語簡体字	中国語繁体字	韓国語
1,847	154	3,506	1,506
広告インプレッション数			
英語	中国語簡体字	中国語繁体字	韓国語
232,216	60,881	758,741	280,019
Time Travel From the Past to the Present on a Day Trip Exploring the Old and New of Yokohama			
PV 数			
英語	中国語簡体字	中国語繁体字	韓国語
1,982	154	3,650	1,198
広告インプレッション数			
英語	中国語簡体字	中国語繁体字	韓国語
404,832	88,259	912,147	351,724

資料3 国内誘客 教育旅行助成金実績

ア 日帰り教育旅行特別助成金

助成金額	件数	人数	助成金額 合計
500 円/人 (1 催行あたり上限 100,000 円)	49 件	5,610 人	¥2,850,500

※参加生徒数30名以上、市内有料施設1箇所以上見学、1人当たりの旅行代金が1,000円以上

イ 修学旅行誘致促進事業助成金実績

地域	助成金額	件数	助成金額 合計
関東	¥30,000	3 件	¥90,000
北海道・東北・中部	¥30,000	0	0
関西・中国・四国	¥30,000	0	0
九州・沖縄	¥30,000	0	0
		3 件	¥90,000

※修学旅行の発着地から貸切バスを利用する場合

(北海道・九州・沖縄は航空機及び鉄道と貸切バスの併用が可能)

※横浜市内宿泊 40 人泊以上、横浜市内 2 箇所以上見学

資料4 国内誘客 セールス活動実績

対象	実施時期	セールス先、件数
神奈川県内旅行会社	10 月	神奈川県内 (横浜・藤沢・小田原など) : 10 件

資料5 MICE 商談会の参加実績

海外・国内商談会等への参加			
IMEX2020	5 月 12 日～14 日	ドイツ フランクフルト	開催中止
IT&CMA	11 月 16 日～20 日	オンライン	商談 14 件
ibtm WORLD 2020	12 月 1 日～3 日	オンライン	参加見送り
Meet Japan	2021 年 1 月 26 日～2 月 4 日	オンライン	商談 14 件
第 30 回国際 MICE エキスポ (IME2021)	2021 年 2 月 24 日～26 日	オンライン	商談 13 件

資料6 MICE 横浜 MICE 開催応援プラン実績

件数	会議名称	会期
1	第 120 回日本外科学会定期学術集会	8 月 13 日～15 日
2	第 63 回日本腎臓学会学術会総会	8 月 19 日～21 日
3	オンラインシンポジウム「糖の起源と進化～宇宙&深海」	8 月 21 日
4	第 55 回日本脊髄障害医学会	9 月 5 日
5	第 56 回日本眼光学学会総会	9 月 5 日～6 日
6	日本集中医療医学会第 4 回関東甲信越支部学術集会	9 月 6 日
7	2020 年度関弁連定期弁護士大会・シンポジウム	9 月 25 日
8	第 29 回脳神経外科手術と機器学会 第 13 回日本整容脳神経外科学会	9 月 29 日～30 日

資料7 広報・情報発信 ウェブサイトアクセス実績

区分	アクセス実績		前年度比		増減率
	令和2年度	令和元年度	差異	割合(%)	割合(%)
総ページビュー数	8,354,662	24,856,660	△16,501,998	33.6%	△66.4%
総ユニークユーザー数	3,912,256	8,144,691	△4,232,435	48.0%	△52.0%
日本語(PV)	8,100,011	23,468,210	△15,368,199	34.5%	△65.4%
英語(PV)	205,710	889,614	△683,904	23.1%	△76.9%
繁体字(PV)	8,441	243,370	△234,929	3.5%	△96.5%
簡体字(PV)	9,093	126,260	△117,167	7.2%	△92.8%
韓国語(PV)	13,489	68,574	△55,085	19.7%	△80.3%
タイ語(PV)	4,315	20,749	△16,434	20.8%	△79.2%
フランス語(PV)	4,889	16,776	△11,887	29.1%	△70.9%
スペイン語(PV)	5,291	15,506	△10,215	34.1%	△65.9%
インドネシア語(PV)	3,423	7,601	△4,178	45.0%	△55.0%

資料8 広報・情報発信 SNS を活用した情報発信実績

※令和3年3月31日現在登録

SNS	日本語	英語	韓国語	中国語繁体字
	facebook	85,162	24,864	2,512
新浪微博 weibo.com				中国語簡体字
				43,945
twitter	日本語			
	19,775			
Instagram	日本語			
	16,293			

資料9 広報・情報発信 横浜観光親善大使派遣実績

派遣目的	派遣件数及び延人数			
	令和2年度		令和元年度	
他団体派遣事業 (うち客船等歓迎)	7件 (0件)	9人 (0人)	26件 (5件)	30人 (5人)
財団主催事業	18件	34人	13件	20人
メディア出演・取材対応	3件	6人	9件	13人
合計	28件	49人	48件	63人

資料10 来訪者支援・事業者支援 観光案内所利用実績

所在地	利用者実績		前年度比		増減率
	令和2年度	令和元年度	人数	割合(%)	割合(%)
横浜駅	60,475人	193,209人	△132,734人	31.3%	△68.7%
新横浜駅	11,351人	47,427人	△36,076人	23.9%	△76.1%
桜木町駅	50,296人	174,108人	△123,812人	28.9%	△71.1%
合計	122,122人	414,744人	△292,622人	29.4%	△70.6%
うち外国人	1,453人	61,987人	△60,534人	2.3%	△97.7%

資料11 来訪者支援・事業者支援 情報発信拠点数

施設区分	横浜トラベルインフォスポット (市内)		横浜タッチポイント (都内含む市外)	
	令和2年度	令和元年度	令和2年度	令和元年度
観光施設	18件	17件	0	0
文化施設	9件	8件	0	0
宿泊施設	37件	29件	9件	12件
商業施設	11件	10件	2件	0
交通機関	26件	16件	0	0
インフォメーション	5件	4件	17件	14件
その他	17件	11件	18件	16件
合計	123件	95件	46件	42件