公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー
令和3年度事業報告

持続可能な観光MICE都市の実現を目指した戦略的取組

　マーケティングの基盤となる関連データ収集のため各種ツールを導入し、財団独自のデータ収集方策を構築すると共に、収集したデータの分析から、現況課題、動向予測等を事業者に共有し、今後の観光戦略の構築を推進しました。

　観光 MICE におけるサステナビリティ推進については、理解促進のためのセミナーを実施する一方、MICE 誘致におけるセールスポイントとなるサステナビリティプログラムの開発に注力しました。

　また、既存資源の磨き上げ等により、富裕層向けコンテンツや回遊・宿泊を促進するコンテンツを開発したほか、さまざまな資源の魅力を活かした事業者と連携企画など、市内経済活性化に向けた事業創出に注力しました。

1　市場の把握と分析に基づく戦略構築

（1）データ収集方策の構築

ア　SNS 分析

　導入ツール；Social Insight　ソーシャルインサイト

　Twitter や Instagram など SNS に上げられる投稿から横浜に関するものを抽出し、内容や量を分析し横浜への関心度を測りました。

イ　Web 検索ログ分析

　導入ツール；DS.Insight　ディーエスインサイト

　YahooJAPAN がサービスを提供する各種アプリや検索エンジンで、各種検索ワードと関連ワードを分析しました。

ウ　人流分析

　導入ツール；Area Marketer　エリアマーケッター

　横浜市を複数エリアにゾーニングし、その範囲内の人流や施設の滞在者数、イベント開催時の回遊性等を分析しました。

（2）データ分析ツールの活用

　データによる比較分析を可視化できるプラットフォームソフトウェア Tableau を導入、観光庁はじめ行政が公開するオープンデータを活用し、観光消費額、観光集客人員などの他都市比較分析を実施しました。

（3）マーケティング分析結果の共有

ア　横浜ビジネスミーティングの企画実施

［6 月 22 日、9 月 17 日、12 月 10 日、令和 4 年 3 月 16 日］

　財団事業を通じて獲得したデータの分析、人流分析や観光統計情報を把握し、観光 MICE の現況を主体とする情報提供のためのセミナーを企画実施し、ビジネスチャンスの拡大を図りました。

《資料1　横浜ビジネスミーティング開催実績》

（4） 産官学連携取組の実装：神奈川大学「KU 観光プラットフォーム」との協働

［12 月～令和 4 年 3 月］

神奈川大学による産官学連携の取り組みに参画し、教員・学生と市内事業者と共に観光におけるデータ分析・調査を行い、定期的なミーティング機会を設け、これからの横浜観光 MICE の課題を抽出しました。

開催回数 6 回

2 サステナビリティを意識した取組の推進

（1）人材育成セミナー ［令和 4 年 3 月 25 日］

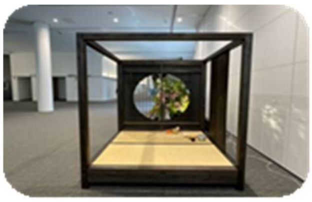
将来に亘り横浜の観光 MICE を担える人材の育成を目的に、今後意識付けが必須となるサステナビリティをテーマとしたセミナーを開催しました。

テーマ；MICE サステナビリティセミナー 「健康」の可能性 （オンライン）
（大川印刷 社会課題解決型スタジオ「with GREEN PRINTING」からライブ配信）
＜第1部＞ コロナ禍でさらに発展するヘルスツーリズム
ゲストスピーカー；JTB 総合研究所主席研究員 兼 ヘルスツーリズム研究所長/髙橋 伸佳 氏

＜第2部＞6 月開業ウェルネス総合ホテル ウェスティンホテル横浜
ゲストスピーカー；

ウェスティンホテル横浜	セールス＆マーケティング ディレクター	佐藤 秀世 氏
同	営業副部長	吉澤 恭輔 氏
同	ウェルネスディレクター	Sofyan Deni 氏

（2）サステナビリティプログラムの開発



観光 MICE 産業の持続的成長に向け、課題解決につながるサステナビリティプログラムを開発し、市内 MICE 企業をマッチングする商談会 YOKOHAMA MICE SHOWCASE に於いて、参加者に体験機会を提供しました。
※《 》内はサステナビリティテーマ。

ア 宮大工モバイル茶室；
《森林保全、伝統技術継承、次世代育成》
1400 年続く建築技術である宮大工の「木組み」技術が詰まった本格茶室。

イ 横濱スカーフ；
《伝統技術継承、地場産業振興》
横浜伝統工芸技術である「手捺染」を用いた地場産業。

ウ 英語落語；
《健康推進》
「笑い」は世界共通の潤滑油。心から笑って、健康を目指すコンテンツ。

エ エクスカーション；
《地元資源の見直し・活用》
市内事業者がワークショップを通じて地元資源の活用につながるツアー案を提案。

３ 民間事業者との連携による事業創出

（1）既存資源の磨き上げと市内に眠る資源の掘り起こし

既存の資源を見直した新たな魅力づくりのほか、アニメやゲームなどの舞台に選ばれる街の魅力の活用、他都市・地区と共通で保有する特性に焦点を当てた連携など、横浜の街の特性を活かして付加価値の高いコンテンツを開発することで、より多くの観光消費を生み出すことを目指しました。

ア 富裕層向けコンテンツ

（ア）富裕層実態把握のための調査　［8 月～9 月］

国内一泊旅行での旅先での消費額 50 万円以上の層を対象にインターネットやヒアリングによる調査を行い、観光消費動向、行動様式、観光におけるニーズ・ウォンツを把握しました。

（イ）富裕層向けコンテンツの開発

実態調査の結果をもとに仮説を打ち出し、国内富裕層向け商品造成のため、2 つの異なるテーマでの高付加価値コンテンツモニターツアー(いずれも 1 泊 2 日)を実施しました。

・第 1 回　プレシャスな日を YOKOHAMA アーバンリゾートで
［令和 4 年 1 月 26 日～27 日］

テーマ;記念日、アーバンリゾート

行程;1 日目

◆横浜山手西洋館・外交官の家(重要文化財)全館貸切
(地産地消の薬膳フレンチランチ、アリア鑑賞、大倉陶園による陶芸絵付け体験)

◆ヘリコプター貸切による横浜港上空夜景遊覧

◆インターコンチネンタル横浜 Pier8 スイートルーム宿泊、鮨処かたばみ貸切ディナー

2 日目

◆プライベートクルーズでのブレックファスト

モニター;　田端 浩 元観光庁長官
いずれも　後藤 貴之 (株)ニューワールドプロダクションズ代表取締役
同伴者 1 名　佐藤 崇嗣 (株)プロトリーフ代表取締役社長

・第 2 回　横濱開港ものがたり　［令和 4 年 2 月 21 日～22 日］

テーマ;開港の歴史、横浜のアントレプレナー原三溪

行程;1 日目

◆横浜開港資料館全館貸切
(ペリー饗応の宴の懐石料理、井伊直弼作の能鑑賞)

◆ホテルニューグランドスイートルーム宿泊、本館ロビーでの横浜開港カクテルの提供、本館フェニックスルーム見学

２日目

◆スターライトグリルでの横濱もののはじめ
ブレックファスト

◆三溪園
(春草盧での呈茶、改修中臨春閣特別拝観、
三溪記念館での所蔵美術品特別展示鑑賞、
鶴翔閣での地産食材を使用したフランス料理ランチ

モニター；山田　理絵　ﾊｲｴﾝﾄﾞ･ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞﾌﾟﾛﾃﾞｭｰｻｰ
増渕　達也　(株)ﾙｰﾄ･ｱﾝﾄﾞ･ﾊﾟｰﾄﾅｰｽﾞ　代表取締役
西園寺　怜　Team Mercuius　地方都市ｺﾝｻｲﾅｰ
川村　一司　(株)ﾊﾟﾚｽﾎﾃﾙ東京ｱｼｽﾀﾝﾄﾁｰﾌｺﾝｼｪﾙｼﾞｭ

イ 来訪者志向に合わせたテーマ別コンテンツの開発

（ア）来訪実績のある層を対象とした観光消費額及び動向の調査　［8月～9月］

観光消費の拡大につながる来訪者の獲得を目指し、直近3年以内の来訪者を対象とし、来訪目的、同伴者、観光消費額、行動志向等の調査を行いました。

（イ）消費額の多い層向けのコンテンツの開発

調査結果から横浜への来訪意欲が高く、消費額の多い2つのターゲットに対し、モニターツアーを企画実施しました。

・第1回　親と子供(中学生以下)向け　［令和4年3月5日］

テーマ；こどもと楽しむ食育モニターツアー
行程；二宮いちご園でのいちご狩り体験
レストラン　ペタル・ド・サクラでの食育ワークショップとランチ
参加者；9人

・第2回　アクティブシニア向け　［令和4年3月9日・10日］

テーマ；専門家とめぐる横浜アール・デコ建築探訪
行程；みなとみらい線馬車道駅、横浜銀行協会、
横浜情報文化センター、神奈川県庁舎、氷川丸
ニューグランド フェニックスルームでのランチ
参加者；7人

ウ 回遊・宿泊につながる着地型コンテンツ　［令和4年2月16日～3月13日］

横浜中華街と協業し、消費回復を目的とした観光促進企画「横浜中華街楽楽　－Fun！Fan！－」を実施しました。

エリア内での回遊から滞在時間の延長と消費単価の拡大を図るため、「食」「茶」「遊」の3つのテーマで構成したメニューを味わえる電子チケットを発行し、チケット利用者の消費行動分析を行いました。

・参加店舗数;68店舗
・販売チケット数;591セット1,773枚

「食」チケット

「茶」チケット

「遊」チケット

エ　交流や相互送客を核とする他地域との連携

一般財団法人渋谷区観光協会・一般社団法人渋谷区 MICE 協会と、三者間での観光連携協定を締結しました。新しいカルチャーの発信地であり、国内外から多くの来訪者が訪れる、横浜と渋谷が連携して、民間企業や観光施設と協力し、両エリアを活性化させる交流促進や相互送客に注力します。

オ　多様な資源の魅力を活かした連携企画の創出

(ｱ) ミュージックシティ横浜の推進

令和 2 年度に実施した「事業者との連携による集客促進企画」のネットワークを基盤に、音楽の魅力を活かした事業の支援を行いました。

・「Music City Yokohama2022 Restart」の作成協力　　　　［令和 4 年 3 月 30 日］

(ｲ)アニメ・ゲーム等の舞台となる街魅力を活かした企画

アニメ・ゲーム・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ゲーム会社と共同して実施しました。

・金色のコルダ　スターライトオーケストラ
事業実施者；
株式会社コーエーテクモゲームス
キャンペーン内容；
発売開始から1周年記念番組
AR キャラも出現するスタンプラリー
店舗とのコラボ Twitter 応援企画
ホテルでのコラボルーム、コラボメニュー

・秦基博 15 周年コンサート
事業実施者；
株式会社オフィスオーガスタ
キャンペーン内容；
秦基博考案の「もっチャーハン」を横浜中華街 30 店舗の料理人がアレンジ
横浜銘菓「ありあけのハーバー」とコラボスイーツ
新横浜プリンスホテルとのコラボメニュー

(2) **横浜クリエーションスクラム助成事業**

観光課題の解決や地域活性化に資する事業の提案を民間から募集する「横浜クリエーションスクラム助成事業」を実施しました。

令和 3 年度は「宿泊増加につながる事業」をテーマに募集し、横浜中華街「春節」に合わせた冬場の回遊促進事業や横浜の地産地消食農体験などの 4 事業者を認定し、協働で事業を展開しました。

件数	事業名	事業者	内容
1	2022 春節燈花 (ランタンオブジェ パビリオン)	横浜中華街 発展会 協同組合	中国・中華圏における旧暦の正月である「春節」の時期に、中華伝統の「ランタンオブジェ」をみなとみらい線主要駅ほか、横浜市内各所に設置し「ランタンオブジェ」を回遊する非接触型のデジタルスタンプラリーを実施しました。さらに中華街周辺ホテルを中心に「みなとみらい線一日乗車券」をセットにした宿泊プランを造成しました。
2	～横浜の地産地消を多方面から楽しむ～ 地産地消の仕事人 椿直樹の横浜・食農体験ツアー	㈱日本旅行 神奈川法人 営業部	「横浜の地産地消」をテーマに、農業体験や参加者が収穫した地場食材を使用したホテルでのお食事や特別感のあるルーフトップバスからの夜景観光等、横浜ならではのコンテンツを取り入れたツアーを造成し、宿泊増に繋げました。
3	新しい横浜ブランド 「クラフトビールの街」 形成事業	㈱横浜ビール	『クラフトビールシティーヨコハマ』、『ビアバイクが日常的に走る横浜』を目指し、ビールにまつわる新しい【横浜ブランド】を創造するため、ビアバイクを活用した宿泊増につながる事業を展開しました。
4	Yokohama City Workation	㈱エイチ・ アイ・エス法人 営業本部第一 エリア営業部	横浜市内のワーケーションの取組みを紹介するオンラインイベントを開催。横浜への誘客としてプロモーションを実施し、宿泊地としての横浜の魅力を紹介することで、将来的な横浜への宿泊増加を促進しました。

(3) イベントを活用した市内回遊・宿泊誘発

ア　横浜スパークリングトワイライト実行委員会事務局の運営

・横浜スパークリングトワイライト 2021　［開催中止］

・横浜スパークリングナイト　［10 月 30 日～1 月 1 日(11 日間延べ 15 会場)］

イ　実行委員会等への参画イベント;主なもの

（ア）よこはま花と緑のスプリングフェア運営委員会
［4 月 9 日～5 月 5 日　来場者　313,000 人］

(イ)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］

(ウ)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　［5 月 3 日　無観客開催］

(エ)横浜開港祭協議会　［6 月 2 日　来場者　2,029 人］

(オ)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］

(カ)ワールドフェスタ・ヨコハマ実行委員会　［開催中止］

(キ)横濱 JAZZ　PROMENADE 実行委員会
［10 月 9 日～10 日　来場者　300 人、オンラインライブ再生回数 9,862 回］

(ク)Dance Dance Dance @ YOKOHAMA2021　横浜アーツフェスティバル実行委員会
［8 月 28 日～10 月 17 日　来場者　75,900 人］

誘客・誘致のためのプロモーション強化

ウェブサイト、SNS、メディアを通じて信頼度の高い情報を提供すると共に、オンラインでの情報訴求に必須となる、居ながらにして横浜を体感できるバーチャル横浜の形成に取り組みました。
また、誘客においては、国内市場への注力を高め、事業者支援につながる宿泊促進、着地型商品の販売を強化しました。一方、インバウンドは海外動向を把握し、オンラインでの商談機会を活用しネットワークの維持強化に努めました。

1 《今伝えるべき横浜》の魅力の発信

（1）MICE 都市情報発信 【拡充】

新型コロナウイルスへの対応で開催形態が多様化するMICEにおいて、ディスティネーション(開催目的地)として選ばれるために、デジタル技術を活用した情報発信に注力しました。

ア デジタルコンテンツ『バーチャル横浜』の構築

国内外の主催者・プランナーに対して、横浜での開催に必要な情報を提供しました。
また、MICE 参加者に対して、都市の魅力や体験メニューなどを分かりやすく紹介する360° 画像など、視覚効果の高い情報提供サイトを構築しました。

イ 横浜ミーティングプランナーズガイド 2022-2023 版の制作

会議施設・宿泊施設を紹介するガイドを改訂（500 部)し、ウェブサイトに掲載しました。

ウ 財団ウェブサイト(MICE ページ)による情報発信 ［通年］

横浜の MICE 関連情報発信サイト「YOKOHAMA JAPAN'S FIRST PORT OF CALL」を運営しました。

エ 専門誌での広報

国際会議の開催地としての横浜を PR するため、海外の MICE 専門誌へ記事広告を掲載しました。

・TTGmice 雑誌デジタル版 5/6 月号掲載
・TTGmice 記事体広告掲載
［6 月1日～30 日掲載］

（2） ウェブサイト、SNS による情報発信の充実　［通年］

横浜の観光資源、文化、イベント等の魅力をより分かりやすく伝え、かつ来訪者の利便性向上を図るため、「横浜市観光公式サイト」を運営しました。

トップページに AI(人工知能)を活用した観光案内用チャットボットサービスを新設し、ユーザーの興味・関心を捉えた適切な情報を提供することで、市内での滞在時間延長や消費喚起を図りました。

《資料 2　ウェブサイトアクセス実績》

《資料 3　SNS を活用した情報発信実績》

（3） 多様なメディアとのネットワークの構築；パブリシティの拡充

ア　メディアリレーションの実施　［通年］

影響力の大きい媒体での横浜情報の露出を目指し、年間を通して PR 会社を活用したメディアリレーションを展開しました。合わせて、財団のメディアプロモーション機能を強化するため、機会を捉えてメディア担当者と直接情報の収集提供ができる関係を構築しました。

《資料 4　メディアリレーション実績》

イ　ターゲットに訴求できる手段の活用　［通年］

ワイヤーサービス(企業・団体のプレスリリースを、あらかじめ登録されたプレスに同報し、同時にウェブサイトに公開するサービス)を活用し、横浜からの情報発信回数を増やし、露出拡大を図りました。

【実績】 PV 数；10,633PV　　転載数；561 件

（4） 横浜観光親善大使による情報発信　※令和 3 年度で事業終了

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し、ウェブサイト専用ページでの横浜の魅力発信しました。

《資料 5　横浜観光親善大使派遣実績》

（5） 観光情報の海外向け発信　［令和 4 年 3 月］

海外向けの JNTO ニューズ等を通じた発信に加え、国内在住外国人向けに横浜の魅力を伝える記事を制作しました。

・在日米国商工会議所の月刊誌「The ACCJ Journal」令和 4 年 3 月号　購読者 5 万人

（6） 海外レップの活用

米国と中国に設置した海外レップを活用して、旅行動向などの情報を収集するとともに、現地メディアや旅行会社に対して横浜観光の魅力を訴求しました。

《資料 6　海外レップ　セールスプロモーション・情報発信実績》

《資料 7　個人向けプロモーション実績》

2 多様なターゲットに向けたセールス活動

市内の観光 MICE 事業者の理解と協力を得ながら、国内からの多様なターゲットに向けた誘客に注力しました。

(1) 国内誘客強化/Find Your YOKOHAMA キャンペーンの継続

ア 宿泊客誘客プロモーション ［10 月～令和 4 年 1 月］

市内ホテルのクーポン付オンライン宿泊商品を販売し、宿泊需要を喚起しました。

キャンペーン専用ウェブサイトや旅行関連メディアを活用した宿泊客誘客プロモーションを行い、市内ホテルの旅行商品の販売につなげました。

・割引クーポン利用枚数;5,058 枚
・宿泊実績;9,354 人

イ 着地型旅行商品の企画・造成 ［10 月～令和 4 年 1 月］

感染症における移動リスク軽減の観点から、市内を含む県内及び近隣県を対象地域とするマイクロツーリズムを推進しました。

横浜との生活圏に近く横浜の認識も一定以上ある地域を対象に、定番スポット以外の資源を掘り起こし、独自の着地型観光コンテンツとして造成及び販売を実施しました。

・販売商品数;90 種類
・利用実績;8,729 人

(2) 次世代誘致のための取組(教育旅行誘致)

教育旅行誘致を図るため、高等学校や中学校の学校関係者や教育旅行を取扱う旅行会社に対して、誘致セールス活動を行いました。

ア 教育旅行助成金

宿泊教育旅行に加えて、日帰りの教育旅行に対する助成金の需要が高まっている近隣エリアからの教育旅行誘致を積極的に行いました。

(ア) 教育旅行宿泊誘致促進事業助成金

1,000 円/人 1 催行 1 泊あたり上限 100,000 円、2 泊の上限 200,000 円

・助成件数 25 件
・対象人数 2,916 人

(イ) 日帰り教育旅行特別助成金

500 円/人 1 催行あたり上限 100,000 円

・助成件数 82 件
・対象人数 9,380 人

イ セールスツールの拡充

教育旅行の目的地として、横浜の情報発信を強化するため、新たに「横浜教育旅行ガイド」を作成しました。

旅行会社、教育関係者が、旅行企画段階で活用しやすいツールとするため、加工可能なデジタルデータをウェブサイトに掲載しました。

《資料 8 教育旅行助成金実績》《資料 9 セールス活動実績》

(3) 海外誘客 セールス

オンラインの商談会や旅行博等への出展など、発信方法を工夫しつつ、将来の来訪につながる情報発信に継続的に取り組みました。

《資料 10 商談会・セミナー等参加実績》

(4) MICE 誘致につなげるための関連市場調査

ア 研究者の国際活動調査

誘致セールス活動の強化を目指し、主に市内の大学・研究機関に所属する研究者について、国際学会での活動実績、研究論文の被引用件数などの調査を行い、横浜での開催可能性をリサーチしました。

【調査対象】市内研究者 約 2,000 名、市外研究者 約 2,300 名

イ コンベンション実態調査

開催地に求められるニーズや参加者のプレ/ポストコンベンション(会期前後)の行動実態を調査するため、主催者及び参加者にヒアリングを実施しました。

【調査実績】主催者ヒアリング 10 件、参加者アンケート 4会議にて実施

ウ 国際会議統計 ［9 月～令和 4 年 2 月］

市内での会議の開催実態をより正確に把握するため、実態調査の方法を見直しました。

【調査実績】

・各ホテル、会議室等の施設への MICE 開催の受入実績調査 ［9 月、12 月］
・ウェブサイトや新聞などを活用した MICE 開催の実績調査 ［9 月～令和 4 年 2 月］
・主催団体に対する開催調査 ［令和 4 年 1 月］

(5) MICE 国内外セールス

ア 国内セールス

市内大学や研究機関とのネットワークを構築するため、感染を理由とする開催中止及び会期延期の対応やハイブリッド開催に向けた開催支援、助成金制度などを説明し、主催者のフォローアップを行いました。

《資料 11 説明会実績》

イ 海外セールス

(ア) 商談会等でのセールス活動

新規案件の開拓を中心に主催者等との商談を主体とするオンラインのトレードショーに出展し、ネットワーク強化を図りました。

IT＆CMA バンコク オンライン商談 21 件 ［9 月 28 日～30 日］
ITB Asia シンガポール オンライン商談 23 件 ［10 月 25 日～29 日］
iBTM WORLD ONLINE バルセロナ オンライン商談 15 件［12 月 14 日～15 日］
第 31 回国際 MICE エキスポ(IME2022) 東京 オンライン商談 13 件 ［令和 4 年 2 月 16 日～17 日］

(イ) 海外ネットワークの拡充

ハイブリッド開催となった ICCA 総会(コロンビア・カルタヘナ)にオンライン参加すると同時に、日本でのハブ会場(ライブ配信での視聴参加会場)の長崎に職員を派遣しました。

ICCA 年次総会 2021 長崎 HUB ［10 月 25 日～27 日］

3 市内開催 MICE の主催者への支援

(1) 安全･安心な横浜 MICE 開催支援助成金への対応による開催支援

［4 月～4 年 3 月］

令和 2 年度から継続する助成金制度の活用により、MICE のリアル開催を促進するとともに、主催者負担の軽減と安全安心な開催・運営を支援しました。

ア 助成対象者	MICE 主催者(団体、企業)
イ 助成対象経費	市内事業者から調達した MICE 開催経費 ;会場費、機材費及びそれに伴う人権費、感染予防対策費、 その他助成対象を認められた MICE に伴う経費
ウ 助成率・助成額	助成率 2 分の 1(上限 300 万円)
エ 実績	助成件数 216 件、助成金額 約 3 億 4,200 万円

《資料 12 安全・安心な横浜 MICE 開催支援助成金実績》

受入環境の整備・関連産業育成支援

国内からの来訪者の満足度を向上させリピーターを増加させるため、質の高い受入環境の整備に注力し、市内経済の振興につながる取組を推進しました。
また、MICE 都市における会議開催への対応力を高めるため、横浜での MICE ビジネスに関わる事業者向けに最新情報提供や主催者とのビジネスマッチングなど、新たなビジネス創出の機会を提供しました。

1 来訪者への案内機能の強化

市内 3 箇所(横浜駅、桜木町駅、新横浜駅)の観光案内所において観光情報の提供を行うとともに、観光客の利便性向上を目指した満足度調査を実施しました。
また、障がい者や高齢者などの観光をサポートする近距離モビリティ「WHILL」貸出対応を桜木町駅観光案内所で開始し、ユニバーサルツーリズムの推進に努めました。
さらに、観光マップ「横浜ビジターズガイド」とフリーペーパー「横浜 LOVE ウォーカー」を作成し最新観光情報を提供しました。

《資料 13 観光案内所実績》

2 市内事業者との協働による受入基盤の整備

(1) 横浜 MICE ビジネスネットワーク

ア 横浜 MICE 人材育成講座 [9 月～令和 4 年 1 月]

事業者に求められるノウハウを提供するための講座を企画運営しました。
業種・業態を限定せず幅広い事業者を対象とした「キックオフシンポジウム」に加え、MICE 関連事業者を対象とした「MICE ビジネス初級編実践型講座」を実施し、主催者や会議運営会社のニーズに合った提案能力のある MICE サプライヤーの育成を目指しました。

《資料 14 横浜 MICE 人材育成講座実績》

イ MICE 受入コンテンツの開発 [通年]

市内にある魅力的な資源を活用し、参加者の回遊性を高めるためのプレ・ポストツアー及び主催者ニーズの高いデジタルソリューションプログラムの開発を検討するワークショップを企画実施しました。

《資料 15 ワークショップ実績》

ウ 市内企業の MICE 対応調査 [令和 4 年 1 月]

市内企業(MICE 関連サプライヤー以外)と市内で開催される MICE とをマッチングし、MICE 開催の地元経済への波及を創出するため、市内企業の MICE への関心・対応状況等を調査しました。
【調査対象】市内事業者 1,159 件

エ YOKOHAMA MICE SHOWCASE の企画運営 [令和4年 2 月 24 日]

主催者を主な対象として、横浜の最新の MICE コンテンツの視察・体験の機会と、合わせて市内関連産業事業者との商談の場を提供する「YOKOHAMA MICE SHOWCASE」を開催しました。

(ア) 会場:パシフィコ横浜ノース
(イ) 参加者数;国内 MICE 主催者及び関係者(バイヤー 30 社・団体 50 名) MICE 関連事業者(サプライヤー22 社・団体 50 名)、

（ウ） テーマ別モニターツアー
・企業視察コース；最新技術に触れる！
・ウェルネス×ユニークベニューコース；
横浜の新たな資源を掘り起こす！
・横浜 OLD&NEW コース；
伝統文化に触れ、横浜の海を体感！

（エ)横浜からのプレゼンテーション
・宮大工モバイル茶室
・横濱スカーフ
・英語落語
・エクスカーション
・デジタルソリューション「はまポン」
・ユニークベニュー

（2） ユニバーサルツーリズムの推進

ユニバーサルツーリズムに関する来訪者への情報提供を行うため、横浜市内、特に宿泊施設や観光施設等のバリアフリー対応の状況調査を実施し、地図、ウェブサイトに掲載しました。

また、市内事業者にユニバーサルツーリズムの最新情報を提供するため、影響力のある一般社団法人 WheeLog 代表理事・織田友理子氏を講師とするセミナーを企画実施しました。

［12 月 8 日］

《資料 16 事業者支援・受入環境整備セミナー実績》

賛助会員事業・財団運営

会員企業の事業活動に役立つ情報提供や、多様な会員が相互に交流できる機会を設けました。情報提供においては今年度から拡充させたマーケティング分析結果の共有をはじめ、賛助会員の事業活動に役立つ情報の提供を心掛けて実施しました。

また、感染状況に配慮しつつ、可能な限りで賛助会員の交流実現を目指し、会場に参集する形式(オンサイト形式)・オンライン形式のいずれかにより交流の機会を継続実施しました。

財団運営においては、財団職員が自らの役割と課題を理解し、各々の能力を高め、民間事業者の信頼を獲得できるよう人材育成に取り組むとともに、将来にわたって横浜の観光 MICE を牽引するため、DMO 登録に向けて財団の観光 MICE 推進体制の強化を目指しました。

1 賛助会員交流機会の充実

【参考】会員数 610 事業者(令和 4 年 3 月 31 日)

会合種別	開催形態	開催時期	具体的内容
令和 3 年度 事業概要発表会	オンライン	4 月 16 日	年度事業計画の共有、例年会議開催と交流会で実施していたものを、感染状況を勘案しオンライン形式での情報発信で対応。 オンデマンド動画配信
若手・新入職員向け 横浜観光研修	オンサイト	9 月 29 日	賛助会員の若手・新入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「コロナ禍での企業戦略や観光の在り方を考える」 参加者数:21 名
新規賛助会員向け 事業説明会 名刺交換会	オンサイト	第 1 回 9 月 8 日 第 2 回 令和 4 年 3 月 1 日	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 第 1 回　53 名参加　うち新規会員 26 名 第 2 回　39 名参加　うち新規会員 19 名
会員の集い 講演、優良従事者 表彰　及び 賛助会員交流会	オンサイト	11 月 29 日	賛助会員に対する謝意を表す機会 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、 講演「都市横浜の活路」講師;藻谷浩介氏(株式会社日本総合研究所　主席研究員) 参加者数;195 名
横浜 ビジネスミーティング 《再掲》	オンライン	第 1 回 6 月 22 日 第 2 回 9 月 17 日 第 3 回 12 月 10 日 第 4 回 令和 4 年 3 月 16 日	財団事業を通じて把握した観光 MICE の最新動向や、ビジネスチャンスにつながる人流分析や観光統計分析の提供に努めました。 第 1 回「データにみるウィズコロナの横浜観光 MICE の現況」 35 名参加 第 2 回「ウィズコロナにおける横浜の観光 MICE プロモーション」 22 名参加 第 3 回「今、横浜が狙うべき国内市場」 74 名参加 第 4 回「横浜観光の特徴～クルーズ最新動向とデータから見る国内観光～」 61 名参加

２ 財団運営

（1） 人材育成

求められる職員像の理解促進、財団職員としての能力・意識向上を目指し、階層別に研修を実施し、チームワーク、リーダーシップ、マネジメント、企画力に対する意識を向上させました。

《資料 17 職員研修実績》

（2） 観光地域づくり法人（DMO）登録

財団における観光 MICE 推進体制の強化を目指して観光地域づくり法人（DMO）の申請を行い、候補 DMO の登録をしました。

財団事業展開の核となるマーケティング機能強化や民間事業者との連携による事業開発等を精度の高い事業とするため、引き続き信頼を獲得できる職員の人材育成に取り組みます。

公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー

令和３年度事業報告《資料編》

資料 No.	タイトル	頁
資料1	横浜ビジネスミーティング開催実績	17頁
資料2	ウェブサイトアクセス実績	17頁
資料3	SNSを活用した情報発信実績	18頁
資料4	メディアリレーション実績	18・19頁
資料5	横浜観光親善大使派遣実績	19頁
資料6	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	19頁
資料7	海外誘客　個人旅行客向けプロモーション実績	19頁
資料8	国内誘客　教育旅行助成金実績	19・20頁
資料9	国内誘客　セールス活動実績	20頁
資料10	海外誘客　商談会・セミナー等参加実績	20頁
資料11	MICE国内セールス説明会実績	20頁
資料12	安全・安心な横浜MICE開催支援助成金実績	21頁
資料13	観光案内所利用実績	21頁
資料14	横浜MICE人材育成講座実績	21頁
資料15	MICEワークショップ実績	21頁
資料16	事業者支援・受入環境整備セミナー実績	22頁
資料17	職員研修実績	22頁

資料１　横浜ビジネスミーティング開催実績　　※いずれもオンライン開催

回数［開催日時］	具体的取組 ※講師記載が無い場合は財団職員対応
第 1 回横浜ビジネスミーティング ［6 月 22 日］	テーマ；「データにみるウィズコロナの横浜観光 MICE の現況」 ・令和 2 年度 FYY キャンペーン実績の分析 ・レップ市場調査からみるインバウンド分析 ・YCVB の事業者連携の事例(三溪園、中華街の事例) ・民間事業者の連携事例;神奈川大学 講師　栗山 茂之氏(神奈川大学社会連携センター) 参加者；35 名
第 2 回横浜ビジネスミーティング ［9 月 17 日］	テーマ；「これからの横浜の観光 MICE プロモーション」 ・Social Insight による SNS 分析 ・これからの観光プロモーション ※職員と有識者の対談 講師 宇塚 司氏(株式会社プラチナム 第 3 コンサルティング局 局長) ・MICE の動向とプロモーション 交流会；オンラインツール oVice 参加者；22 名
第 3 回横浜ビジネスミーティング ［12 月 10 日］	テーマ；「今、横浜が狙うべき国内市場」※職員とゲストとの対談形式 ・横浜の最新宿泊者分析 講師 森戸 香奈子氏(株式会社リクルートじゃらんリサーチセンター 研究員) ・今後求められる観光コンテンツとは 講師 阿南 藍子氏(株式会社ポケットカルチャー 企画営業グループ チームリーダー) ・横浜来訪者の実態～人流データからの分析～ 講師 今田 隆秀氏(株式会社データワイズ 代表取締役社長) 交流会；オンラインツール oVice 参加者；74 名
第 4 回横浜ビジネスミーティング ［令和 4 年 3 月 16 日］	テーマ；「クルーズ最新動向とデータから見る国内観光」 ・米国のクルーズ需要 講師 小林洋子氏(株式会社 IACE トラベル) ・横浜市のクルーズ特徴 講師 荻原 浩二氏(横浜市港湾局みなと賑わい振興部客船事業推進課) ・データから見る国内観光～横浜市来訪意欲調査最新レポート～ 講師 海野 秋生氏(株式会社ヴァリューズ　リサーチャー) 参加者；61 名

資料２　ウェブサイトアクセス実績

	アクセス実績（件）		前年度比		増減率
区分	令和3年度	令和2年度	差異	割合(%)	割合(%)
総ページビュー(PV)数	13,342,032	8,354,662	4,987,370	159.7%	59.7%
総ユニークユーザー数	6,133,719	3,912,256	2,221,463	156.8%	56.8%
日本語(PV)	13,043,425	8,100,011	4,943,414	161.0%	61.0%
英語(PV)	243,005	205,710	37,295	118.1%	18.1%
繁体字(PV)	10,101	8,441	1,660	119.7%	19.7%
簡体字(PV)	14,277	9,093	5,184	157.0%	57.0%
韓国語(PV)	7,241	13,489	△6,248	53.7%	△46.3%
タイ語(PV)	3,961	4,315	△354	91.8%	△8.2%
フランス語(PV)	5,256	4,889	367	107.5%	7.5%
スペイン語(PV)	5,021	5,291	△270	94.9%	△5.1%
インドネシア語(PV)	3,625	3,423	202	105.9%	5.9%

資料３　SNS を活用した情報発信実績　　　　　　　　　　　※令和４年３月 31 日現在登録数

facebook	フォロワー数	日本語	英語	韓国語	中国語繁体字
		82,461	33,897	2,435	6,660
新浪微博 weibo.com	フォロワー数				中国語簡体字
					71,026
twitter	フォロワー数	日本語			
		21,792			
Instagram	フォロワー数	日本語			
		20,946			

資料４　　メディアリレーション実績

媒体種類	TV	ラジオ	新聞・雑誌	WEB
パブリシティ獲得実績	13 件	7 件	32 件	268 件

主な掲載・放送等

掲載日	媒体種類	媒体名	媒体社	掲載内容
10/13	WEB	ヨコハマ経済新聞	みんなの経済新聞ねっとわーく	宿泊クーポン配布
10/13	WEB	日本経済新聞	㈱日本経済新聞社	横浜市の宿泊･観光促進策
12/6	WEB	Yahoo！ニュース Japan	ヤフー㈱	横浜市、県民割事業を隣接都県に拡大
12/6	WEB	TRAICY	㈱トライシージャパン	横浜市の観光助成「Find Your YOKOHAMA」キャンペーン
12/6	WEB	週刊アスキー	角川アスキー総合研究所	Find Your YOKOHAMA キャンペーン対象県を拡大
12/12	WEB	Tokyo chips	㈱エキスプレス	「横浜SDGs 探究学習ガイド」の最新事例の紹介
12/12	WEB	excite.ニュース	エキサイト㈱	「横浜SDGs 探究学習ガイド」の最新事例の紹介
12/22	WEB	PRESSPORTS	株式会社プレスポーツ	横浜で中学生が SDGs…自らの将来を意識しながら学びを深める
12/24	WEB	WorkMaster	株式会社マッシュメディア	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
12/24	WEB	横浜 LOVEwalker	角川アスキー研究所	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
12/25	WEB	はまぴた	個人	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
12/28	WEB	カナロコ	神奈川新聞社	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
12/29	WEB	ORICON NEWS	オリコン㈱	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
12/29	WEB	Yahoo！ニュース	ヤフー㈱	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
2022/1/18	WEB	教育家庭新聞	㈱教育家庭新聞	「横浜SDGs 探究学習ガイド」プログラムを中学生が体験
10/14	新聞	日本経済新聞	㈱日本経済新聞社	独自の宿泊･観光支援策
10/26	新聞	日本経済新聞	㈱日本経済新聞社	観光消費　旅行商品を割引
12/27	新聞	神奈川新聞	神奈川新聞社	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
2022/2/11	新聞	ARIFT 横浜ベイ	㈱Success Holders	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
2022/2/14	新聞	日刊スポーツ	㈱日刊スポーツ新聞社	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
2022/2/15	新聞	日刊スポーツ	㈱日刊スポーツ新聞社	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
2022/2/15	新聞	東京新聞	㈱中日新聞東京本社	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−
2022/2/16	新聞	日本経済新聞	㈱日本経済新聞	横浜中華街　楽楽−Fun！Fan！−

掲載日	媒体種類	媒体名	媒体社	掲載内容
12/8	TV	イッツコム地モト	イッツ・コミュニケーションズ㈱	Find Your YOKOHAMA キャンペーン
12/11	TV	おはよう日本	NHK	Find Your YOKOHAMA キャンペーン
12/11	TV	ニュース645	NHK	割引キャンペーン1都4県に拡大へ
2022/2/16	TV	THE TIME	TBS	横浜中華街 楽楽-Fun！Fan！-
2022/2/17	TV	猫のひたいほどワイド	テレビ神奈川	横浜中華街 楽楽-Fun！Fan！-
2022/2/28	TV	Nスタ	TBS	横浜中華街 楽楽-Fun！Fan！-
2022/2/28	TV	イット！	フジテレビ	横浜中華街 楽楽-Fun！Fan！-
2022/3/12	TV	まるっと!サタデー	TBS	横浜中華街 楽楽-Fun！Fan！-

資料５　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３年度		令和２年度	
他団体派遣事業	8件	12人	7件	9人
財団主催事業	12件	20人	18件	34人
メディア出演・取材対応	3件	3人	3件	6人
合計	23件	35人	28件	49人

資料６　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(ｳｪｲﾎﾞｰ)投稿	微信(ｳｪｲｼﾝ)投稿
206件	109件	96件	24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
60 件	60件	30件

資料７　海外誘客　個人旅行客向けプロモーション実績

実施時期	媒体種類	媒体名	媒体社	掲載内容
令和4年 1月31日～ 3月31日	ウェブ マガジン	Japan Monthly Web Magazine (英・韓・繁・簡)	JNTO	記事1 ユニークな港町・横浜を知る7つの体験。 記事2 横浜中華街vs元町ショッピングストリートあなたがEXPLOREしたいのはどっち?
令和4年3月	月刊誌 ウェブ マガジン	THE JOURNAL	在日米国 商工会議所	The Romance of Ramen (横浜のラーメン文化について)

資料８　国内誘客　教育旅行助成金実績
　ア　教育旅行宿泊誘致促進事業助成金

助成金額	件数	人数	助成金額　合計
1,000円/人 1催行1泊あたり上限100,000円 2泊の上限200,000円	25件	2,916人	2,199,060円

※参加生徒数30名以上、市内宿泊施設利用かつ市内有料施設1箇所以上の利用

イ　日帰り教育旅行特別助成金実績

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	82 件	9,380 人	4,610,230 円

※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

資料９　国内誘客 セールス活動実績

セールス対象地域	実施時期	件数、対象等
地方セールス　(旅行会社:42 件、その他 18 件)		
群馬県セールス	10 月 12 日	旅行会社:6
茨城県セールス	10 月 27 日	旅行会社:5
福島県セールス	11 月 5 日	旅行会社:4
栃木県セールス	11 月 12 日	旅行会社:5
静岡県･愛知県セールス	11 月 15 日、11 月 16 日	旅行会社:9　中学校 16 校 日本修学旅行協会　愛知研究会参加
山梨県セールス	11 月 16 日	旅行会社:4
北海道セールス	12 月 7 日、12 月 8 日	旅行会社:9 北海道、苫小牧教育委員会訪問
首都圏セールス (旅行会社:14 件)		
神奈川県セールス	7 月 9 日、7 月 10 日	旅行会社:5 件　教育旅行担当
東京都セールス	7 月 12 日	旅行会社:4 件　教育旅行担当
千葉県セールス	7 月 16 日	旅行会社:5 件　教育旅行担当

資料１０　海外誘客　商談会・セミナー等参加実績

商談会・セミナー	開催期日	会　場	商談件数
第 1 回神奈川県観光商談会	9 月 9 日	オンライン	商談 7 社
JNTO 主催マレーシア・フィリピン インセンティブ旅行商談会	11 月 9 日	オンライン	商談 10 社
JNTO 主催インドネシア インセンティブ旅行商談会	11 月 17 日	オンライン	商談 8 社
JNTO 主催シンガポール インセンティブ旅行商談会	12 月 7 日	オンライン	商談 7 社
JNTO 主催マレーシア市場 訪日旅行セミナー・商談会	12 月 8 日	オンライン	商談 8 社
JNTO 主催インドネシア市場 訪日商談会	11 月 30 日 12 月 1 日	オンライン	商談 3 社
JNTO 主催フィリピン市場 訪日商談会	令和 4 年 2 月 4 日	オンライン	商談 10 社
第 2 回神奈川県観光商談会	令和 4 年 2 月 17 日	オンライン	商談 6 社
VISIT JAPAN Travel Mart 2021	令和 4 年 3 月 1 日～3 日	オンライン	商談 18 社

資料１１　MICE国内セールス説明会実績　　※いずれもオンライン開催

大学名	実施日	内　容	参加者数
横浜市立大学 医学部	5 月 19 日 11 月 10 日	医学部･医学研究科合同運営会議にて「安心･安全な横浜 MICE 開催支援助成金」の周知	各回共に 約 65 名
横浜国立大学	12 月 6 日	シンポジウム・学会等開催支援サービス説明会 誘致・開催支援サービス、「安全・安心な横浜 MICE 開催支援助成金」の周知	16 名

資料１２　安全・安心な横浜MICE開催支援助成金実績

MICE規模	申請件数	助成金額
大型；2,500㎡以上の会場を有する施設	93	257,774,000円
小型；上記大型施設以外のホテル宴会場、貸し会議施設等	123	84,258,000円
合計	216	342,032,000円

資料１３　観光案内所利用実績

	利用者実績		前年度比		増減率
所在地	令和３年度	令和２年度	人数	割合(%)	割合(%)
横浜駅	62,141人	60,475人	1,666人	102.8%	2.8%
新横浜駅	20,437人	11,351人	9,086人	180.0%	80.0%
桜木町駅	85,856人	50,296人	35,560人	170.7%	70.7%
合計	168,434人	122,122人	46,312人	137.9%	37.9%
うち外国人	1,426人	1,453人	△27人	98.1%	△1.9%

情報発信拠点数	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）	
施設区分	令和３年度	令和２年度	令和３年度	令和２年度
観光施設	22件	18件	-	-
文化施設	10件	9件	-	-
宿泊施設	32件	37件	12件	9件
商業施設	13件	11件	2件	2件
交通機関	23件	26件	-	-
インフォメーション	4件	5件	17件	17件
その他	8件	17件	4件	18件
合計	112件	123件	35件	46件

資料１４　横浜MICE人材育成講座実績

名称	実施日・会場	内容	実績
キックオフシンポジウム	9月30日 ホテルメルパルク横浜	・MICEの概要 ・MICE最新トレンドの理解 ・横浜におけるMICEマーケットの大きな可能性	59名
MICEビジネス初級編実践型講座	10月22日、11月19日 12月17日、令和4年1月14日 横浜市内会場	・国際会議の基礎知識 ・主催者ニーズを徹底解剖 ・国内外の先進事例に学ぶ リアルなMICEのお金の流れ ・徹底議論 横浜らしいMICEとは？	全4回 計78名

資料１５　MICEワークショップ実績　※会場はいずれも産業貿易センター会議室

名称	実施日	目標	実績
デジタルソリューションワークショップ	10月28日、11月10日 12月8日(計3回)	最新の主催者ニーズの情報共有、市内事業者の提案力の向上、MICEにおける市内発注率の増加	5社 5名
プレポストツアー開発ワークショップ	11月8日、11月17日 12月14日(計3回)	ソーシャルプログラム(社交行事)・プレ/ポストツアーの考案、事業者連携によるアイデアやコンテンツの掘り起し	8社 9名

資料１６　事業者支援・受入環境整備セミナー実績

名　称	実施日	内　　容	実績
おもてなしセミナー	10月6日	・テーマ；「マスクをしていても心は伝わる～気持ちの伝わる話し方」 講　師；合田 敏行 氏 (一般財団法人 NHK 放送研修センター 日本語センター　部長)	41名
横浜見学会	11月18日	・市内施設の見学及び参加者同士の交流会 ［視察場所］ 京急ミュージアム、京急 XR バスツアー、 資生堂 S/PARK、YOKOHAMA AIR CABIN、 横浜ハンマーヘッド、 DREAM DOOR YOKOHAMA HAMMERHEAD	17名
ユニバーサル ツーリズムセミナー	12月8日	・ユニバーサルツーリズムについて 講　師；勝野 裕子 氏 (株式会社 JTB 総合研究所 ユニバーサルツーリズム推進担当　主任研究員) ・WheeLog の取組について 講　師: 織田 友理子 氏 (一般社団法人 WheeLog　代表理事)	26名

資料１７　職員研修実績

内　容	対象	実　施　日		
階層別研修	職員	令和4年1月21日	令和4年2月15日	令和4年3月8日
	課長補佐	12月14日	令和4年2月1日	令和4年3月2日
	課長	12月13日	令和4年2月2日	令和4年3月3日
	部長	12月15日	令和4年1月31日	令和4年3月4日
コンプライアンス・ハラスメント防止研修	全員	令和4年2月7日		