

**公益財団法人横浜市観光協会
令和5年度事業報告**

目次

- まちづくり;選ばれる観光 MICE 都市を目指して

- ひとづくり;地域づくり産業の担い手を目指して

- しくみづくり;デジタルツールの活用や財源の自立化を目指して

- 誘客・誘致のためのプロモーション

- 賛助会員事業

【まちづくり;選ばれる観光 MICE 都市を目指して】

豊富な街の資源を効果的に活用するために、地域の連携を高めるワークショップ等を通じて市内事業者の意見を引き出し、令和 6 年度実施事業の方向性を事業者と共に検討しました。様々な事業者と連携し、横浜の魅力や活力を高めるためのコンテンツ造成、プロモーション等を行い、都市ブランドの形成に繋がりました。

また、MICE 関連事業者を対象とした商談会を開催し、ビジネスチャンス拡大の機会を提供しました。

1 横浜の観光課題解決につながる事業連携の推進

フォーラム及びワークショップを開催し、多様なステークホルダーに向けて横浜の観光課題を共有し、課題解決につながる意見や提案を引き出す場づくりを行いました。財団がデータ分析した市内観光地点における滞在傾向や来訪者属性等について情報共有を図り、具体的な観光データの利活用やデータから読み解く観光需要などを参加した事業者とともに検討しました。今年度の成果として、次年度財団が取り組む「アニバーサリー事業」に向けたターゲットとコンテンツ案の抽出を行いました。

- ・横浜観光 MICE フォーラムの開催(2 回) [10 月 17 日、令和 6 年 3 月 21 日]
- ・横浜観光 MICE ワークショップの開催(4 回)

[7 月 24 日、9 月 21 日、12 月 14 日、令和 6 年 2 月 2 日]
《資料 1 DMO 推進関連フォーラム・ワークショップ開催実績》



2 強み資源を活用したにぎわい創出

(1) 水際線の魅力の最大化

港町ならではのウォーターフロントの景観を活かして夜も朝も楽しめるコンテンツを拡充し、飲食店、商業施設、宿泊施設との連携強化により賑わいを都心臨海部全体に広げました。臨海部で開催されるイベントをまとめた特集ページを制作し、来訪意欲を喚起すべく横浜の魅力を発信しました。

また、MICE のアクティビティでも水際線の強みを活かし、来訪者を増やすためのコンテンツとしてウォーターフロントで楽しめるアクティビティを MICE 主催者等向けに企画実施しました。

《特集ページ実績例》

- ・PV 数:7,024PV [9 月 14 日~10 月 31 日]
- ・ユーザ数:4,486 ユーザ



(2) 開港の地の歴史を活かした高付加価値の創出

国費を活用した高付加価値コンテンツ商品の販売実現に向けた実証実験を行いました。

《三溪園での宿泊体験》

事業名:『国指定名勝「三溪園」の貸切、重要文化財・市指定有形文化財での宿泊体験』×
『横浜大発展の礎「吉田新田等」の水辺空間を舞台にした「クルージング・イマーシブシアター」で楽しむ歴史・文化体験』高付加価値化事業

内容:

- ・横浜の水辺空間への新たな魅力付けの企画(クルージング・イマーシブシアター)
参加者:168名 [10月13日~14日]
- ・歴史的観光資源である「三溪園」の活用可能性を検証する企画(富裕層向け宿泊体験)を実施
参加者:1組3名 [令和6年1月15日~16日]



《三溪園での開園前貸切座禅体験》

[11月13日~14日]

事業名:渋谷・横浜連携「世界が尊敬する日本人100人」の枡野俊明氏がマインドセットを
説くビジネス客をターゲットとした“ZEN” ツーリズム

内容:

- ・日本画の専門美術館 山種美術館(渋谷区・広尾)の貸切館内ツアー
 - ・老舗・重慶飯店 本館特別開発 食から東洋医学に触れる薬膳ディナー
 - ・禅(ZEN)の第一人者・枡野俊明師による講座&坐禅体験
 - ・懐石料理&禅の世界から派生したお抹茶体験
- 参加者:20名



また、開港の地ならではの歴史、文化を継承する施設等を舞台に、高い付加価値を提供できるコンテンツによる商品を販売するため、「国内観光客向け高付加価値を促進する横浜市内の文化財を活用した旅行商品造成支援事業」として助成金制度を設けました。他の地域と大きく差別化でき、訴求力のある旅行商品の企画・造成を募集しましたが、商品化に至りませんでした。

(3) 「Music City Yokohama」の実現に向けた取組

9月29日に開業したKアリーナのほか、ぴあアリーナMM、ライブハウスなど複数のホール系施設が集積するみなとみらい21地区を中心に開催される興行系イベントと連携し、公式キャラクターを使用したフォトスポットの設置やポスター、デジタルサイネージの掲出

を行うことにより、イベント来訪者のイベント前後での市内回遊及び滞在時間延長に繋がりました。また、限定ノベルティの獲得や横浜デジタル MAP を活用したプレゼント企画への応募のために、市内飲食店等と連携し消費拡大に繋がりました。

その他、市内事業者が興行系イベントの開催を自社のビジネスに繋がっていただくために、市内主要施設でのイベント開催状況をまとめ、情報発信を行いました。

- ・連携したイベント:6件(9月:1件、11月:2件、1月:1件、3月:2件)
- ・横浜デジタル MAP を活用した回遊促進策:2回実施(10月:1回、12月:1回)
- ・モビリティによる回遊促進策:4種類
- ・イベント終了後の消費促進策:1種類
- ・情報発信回数:10回(9月～令和6年2月)

《資料2 「Music City Yokohama」の実現に向けた実績》

(4) 横浜《食の多様性》の認知度アップ

観光に必須のコンテンツであり旅の目的となる「食」に焦点を当てた来訪促進プロモーション事業「食べて！遊んで！ハマって！ハマ旅」として、着地型ツアー及び宿泊プランを造成・販売しました。横浜でしか味わえない開港の地のグルメや、食の満足度を引き立てる滞在環境など、横浜ならではのコンテンツを磨き上げ、横浜観光の魅力を訴求しました。

〈着地型ツアー〉

市内の観光施設や交通機関等を組み合わせた着地型旅行商品を造成・販売し、何度でも訪れたいくなる横浜の魅力を発信するとともに横浜への来訪を促進しました。

- ・販売商品数:118コース
- ・利用実績:9,432人

〈宿泊プラン〉

食と宿泊を組み合わせたプランを造成・販売し、横浜に来訪してこそ楽しむことができる街の魅力として発信しました。

- ・販売商品数:233本
- ・利用実績:2,906人



(5) 横浜の夜の魅力資源の活用

ナイトタイムエコノミーの活性化・定着を目指し、夜間時間帯に開催されるイベント等と連携し、夜景や花火、イルミネーションなどを楽しめる取り組みにより来街者の滞在時間を延ばし、回遊性向上、宿泊の促進を図り、さらなる賑わいの創出や経済活性化を目指しました。

・横浜スパークリングトワイライト 2023

打ち上げ回数:12回・9日間

実施日:7月15日/10月8日/12月9日

12月23日、24日/令和6年1月1日

2月10日、24日/3月14日

会場:大さん橋、新港ふ頭(開催日により異なる)



主な連携イベント:4 件(ワールドフェスタ・ヨコハマ 2023、BAY WALK MARKET 2023、ヨルノヨ 2023、横浜春節祭 2024)

(6) スポーツの魅力を活かした交流創出

ワールドトライアスロンシリーズ横浜大会の開催に合わせて会場内でブースを出展し、来場者に観光地としての魅力を訴求しました。また、横浜マラソンは観戦者の回遊範囲の拡大を目指し、コース沿道以外のエリアへの来訪を促すデジタルスタンプラリーを企画・実施しました。

- ・ワールドトライアスロンシリーズ横浜大会
[5月13日~14日]
- ・横浜マラソン 2023
デジタルスタンプラリー:参加者 1,877 人
[10月19日~29日]



(7) 2027年国際園芸博覧会/ GREEN×EXPO 2027 開催に向けた気運醸成

[10月26日~29日]

2027年に開催される国際園芸博覧会の認知度向上のため、大阪で開催された「ツーリズム EXPO ジャパン 2023」に出展し、来場者に対してチラシを配布し、機運醸成に繋がりました。

- ・ツーリズム EXPO ジャパン 2023
場所:インテックス大阪
ブース来場者数:738 名

3 MICE 関連事業者との共創

(1) YOKOHAMA MICE SHOWCASE の企画運営 [令和6年2月28日]

国内外の MICE 主催者等を対象に「MICE 都市横浜」の最新の魅力を体感できる機会を提供し、市内事業者のビジネスチャンスの拡大のため、新しいコンテンツやサービスを体験できるモニターツアーやプレゼンテーションの実施のほか、商談会を併催しました。

メイン会場:パシフィコ横浜

当日来場者数:70 名、出展者数:30 社(うち1社は YCVB)

モニターツアー:

- ・フードループでサステナブルを体感!横浜テクニカルビジットコース(参加 16 名)
- ・横浜中華街で心身共に健康に!ウェルネス&開運コース(参加 12 名)
- ・横浜で「ZEN」を体験する、曹洞宗大本山總持寺参禅ツアー(参加 16 名)

商談会:29 社 57 名

交流会:THE WHARF HOUSE YAMASHITA KOEN(ユニークベニュー)にて開催

カーボン・オフセット:YOKOHAMA MICE SHOWCASE 2024 内で排出される CO2 をオフセットし、環境に配慮した MICE を開催。



(2) MICE におけるビジネスマッチング

[7月10日～14日]

市内で開催される国際会議の機会を活用し、市内事業者のビジネスチャンスを創出するため、会議に併設される展示会に「横浜市内企業共同出展」ブースを設置し、事業者と連携して共同出展しました。

- ・IFAC World Congress2023
(第22回国際自動制御連盟世界大会)
会場:パシフィコ横浜
共同出展:Nekotronic 株式会社、
株式会社アサイエンジニアリング
Avinton ジャパン株式会社



(3) MICE 受入環境の充実

MICE の経済波及効果等の最大化を図るため、市内の様々な資源を活かしながら、現地参加者数の増加と市内回遊促進につながる取組を強化しました。

ア 現地参加者の増加と市内回遊促進に繋がる参加者向け体験プログラムの開発:8本



《資料3 MICE参加者向け体験プログラム》

イ 「食」に焦点をあてた、市内回遊促進キャンペーンを実施:2回

- ・会議名:第61回日本癌治療学会学術集会

[10月16日～26日]

- ・会議名:国際原子炉会議 (SMiRT 27)

[令和6年3月1日～8日]

参加者数:合計132人

ウ 参加者の市内周遊性を高めるため、アフターコンベンション向けの飲食店情報の発信

- ・「横浜美食のレストラン2023」冊子の発行
(B5変形サイズ、32ページ、1万部)
- ・冊子の情報をオンラインにて閲覧・店舗検索が出来るように食べログ内に特集ページを開設
紹介店舗:34店舗/土産16商品
配布先:13学会



《資料4 アフターコンベンション向けの飲食店情報冊子 配布先(学会)》

(4) 横浜コンベンション開催支援助成金

[通年]

コンベンション主催者支援及び市内中小企業のビジネスチャンスの創出、受注増加を促進するため、横浜で開催されるコンベンションを対象に新しい助成金制度を運営しました。

開催にかかる経費のうち、市内調達にかかる経費の一部を助成しました。

- ・助成対象者：国際機関・国際学術団体または国家機関・国内学術団体
- ・助成対象経費：市内事業者から調達したMICE開催経費
(会場備品・機材費、市内宿泊費、ノベルティ・ギブアウェイ制作費、貸切バス・タクシー手配費、サステナビリティを考慮した取り組み費、アトラクション手配費)
- ・助成率・助成額：助成金予算の範囲内において全額補助

横浜コンベンション開催支援助成金実績

MICE 規模	申請件数	助成金額
国際コンベンション A (現地参加者 300 名以上、3 か国以上、1日以上)	8	8,000,000 円
国際コンベンション B (現地参加者 50 名以上、3か国以上、1日以上)	14	6,750,000 円
国内コンベンション (現地参加者 50 名以上、全国規模、連続する2日以上、など)	10	4,750,000 円
合計	32	19,500,000 円

海外ミーティング&インセンティブ開催応援プラン実績

支援対象	申請件数	助成金額
海外企業又はグローバル企業が主催し、来日する参加者の横浜市内宿泊が 50 人泊以上	1	492,480 円
合計	1	492,480 円

【ひとつづくり;地域づくり産業の担い手を目指して】

質の高い横浜の観光サービスを実現するため、多分野のスペシャリストと連携し、市内の観光 MICE 関連事業者を対象とした MICE ビジネス実践講座やユニバーサルツーリズムセミナー等を開講しました。実践的な知識の習得を促し、感動体験を提供できる人材の育成に努めました。

また、教育機関と市内事業者との産官学連携等により市民の観光 MICE への理解を深め、シビックプライドの醸成や、地域の観光 MICE 産業を担う人材の育成・支援を行いました。

1 横浜観光 MICE のプロフェッショナル人材の育成

(1) 観光 MICE 人材育成プログラム(MICE ビジネス実践講座)

最新テクノロジーやサステナビリティ等実務に即したテーマを取り上げ、主催者や会議運営会社のニーズに合った講座を企画・運営しました。

開講 3 年目となる今年度は初級編に加え、中・上級編も開催し、国際会議主催者に対応できる人材を育成するとともに、講座参加者同士のネットワーキングを図りました。

[7月～12月]



MICE ビジネス実践講座

名称	実施日	内容	参加者
MICE ビジネス実践講座 初級編	7月26日 8月30日 12月8日 (全3回)	・MICE とは何か？ ・コンベンションの基礎知識 ・コンベンションのリアルなお金の流れ ・MICE 最新トレンド ・コンベンションの視察	26名
MICE ビジネス実践講座 中・上級編	10月11日 11月8日 11月27日 (全3回)	・国際コンベンションのトレンド ・国際的な商取引 ・海外に向けたプレゼンテーション	25名

(2) 産官学連携による観光人材の育成

[通年]

神奈川大学及び市内民間事業者との産官学連携として、横浜の観光マーケティングと地域の観光人材育成に取り組みました。神奈川大学経営工学部の教授や学生を中心に、観光データを分析するダッシュボードの構築と、作成したダッシュボードを活用した市場分析を行い、観光資源の活用や新たな魅力の創出等をテーマとした研究を支援しました。

(3) ユニバーサルツーリズム(UT)の推進

[7月3日]

横浜のユニバーサルツーリズムに関するポータルサイトの役割を担う『横浜観光バリアフリー情報』ページの英語サイトを制作しました。

また、市内事業者と連携し心のバリアフリーを推進するためユニバーサルツーリズムアドバイザーの淵山知弘氏を講師とするセミナーを企画実施し、ユニバーサルツーリズムの最新情報を提供しました。

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
ユニバーサル ツーリズムセミナー	7月3日	・ユニバーサルツーリズムの座学と体験研修 講師； 湊山 知弘 氏 (株式会社プランニングネットワーク ユニバーサルツーリズムアドバイザー)	15名
横浜見学会	11月9日	・市内施設の見学及び参加者同士の交流会 [視察場所] ホテルニューグランド、The Wharf HOUSE、 横浜ハンマーヘッド、横浜赤レンガ倉庫などを 訪問。ベイサイドブルー、シーバスを利用して移動。	7名

2 市民の観光 MICE の理解促進

(1) 横浜観光応援団による発信

[通年]

横浜を愛する方々に横浜の魅力を SNS や 口コミ など で発信してもらい「横浜好き」の輪を広げることを目的として立ち上げた「横浜観光応援団」を活用し、横浜の魅力発信に取り組みました。さらに、登録者向けにモニターツアーや観光アンケートなどを行い、令和5年度については 10 件実施しました。

【主な活動内容】

- ・応援団考案のモデルコースが「@YOKOHAMA(アットヨコハマ)WEB」に掲載
- ・有料イベントに無料で参加できるモニターツアーや観光アンケートを 10 件実施
《イベント例》
- ・スパイストラベラー presents マサラーフェス 2024
- ・5 つのホテルから選べる！レンタル袴でアフタヌーンティー

(2) 来訪者と市民との交流機会創出

MICE 主催者に対して、市民向け公開講座や次世代育成事業の開催を働きかけ、開催に関する広報に協力することで、住民が MICE に参加し、交流する機会の提供に努めました。

市民ボランティアの協力を得て、中大型国際会議会期中に会場内に横浜インフォメーションデスクを設置し、会議参加者と市民ボランティアとの交流を促進しました。

横浜インフォメーションデスク設置実績

会議名	デスク設置日程	会議参加者数
IAGG (第 12 回アジア/オセアニア国際老年学会)	6月12日-14日	1,573名 (海外参加者 709名)
IGCC(第 15 回国際胃癌学会)	6月14日-16日	1,194名 (海外参加者 756名)
IFAC(第 22 回国際自動制御連盟総会)	7月10日-14日	3,206名 (海外参加者 2,358名)
SMiRT(第 27 回国際原子炉構造会議)	令和 6 年 3月4日-8日	600名

【しくみづくり;デジタルツールの活用や財源の自立化を目指して】

様々なデジタルツールの活用により DMO 機能を強化し、観光マーケティングの強化や街の周遊促進につながる観光サービスの創出を図りました。人流を把握するセンサーの市内設置や、ウェブアンケート調査などによる財団独自のデータ収集によって横浜の現状把握の精度を上げました。

また、デジタルマップの活用によって市内開催イベントとの連携による回遊促進を図るなどで、従来アプローチができなかった領域へ事業を拡大することができました。

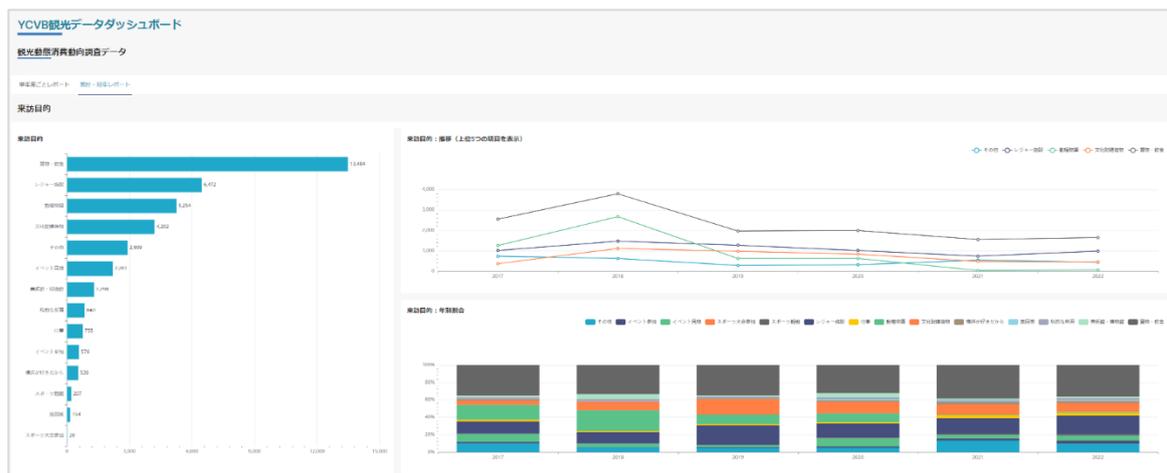
1 独自収集データによる横浜の観光市場分析

横浜市内の主要観光地点に設置した人流センサー(Wi-Fi センサー)や、アンケート調査による横浜への来訪意欲調査などを行い、財団独自の観光データの収集拡大を図りました。

これらデータを分析し、フォーラムやワークショップで結果の共有をする他、データ等をよりわかりやすく可視化するため、ダッシュボードの構築に着手しました。これにより、賛助会員が自らデータ分析を行えるようにし、観光の現状を共有することを目指しました。

《実施実績》

- ・人流センサー(Wi-Fi センサー):市内 30 か所の設置 [通年]
- ・横浜への来訪意欲調査:年 2 回実施(毎回 1 都 6 県の 7,000 サンプルを対象に実施)
[9 月、令和 6 年 3 月]



2 横浜デジタル MAP を活用したプロモーション

令和 4 年度に導入・試行を開始したデジタルマップ(ボールドライト社製のプラチナマップ)を活用し、観光情報の発信・提供手段のデジタル化を推進するとともに、デジタルプラットフォーム『横浜デジタル MAP』を管理・運営し、従来の印刷物の観光地図に代替するデジタルマップの導入やスタンプラリー等の回遊施策に対応したプロモーションを展開しました。

《『横浜デジタル MAP』を活用したデジタルスタンプラリーの実施(10 回)》

- ・花咲く Rally [3 月 19 日～6 月 11 日]
- ・ハマフェスラリー [5 月 8 日～28 日]
- ・恐竜クイズラリー [8 月 1 日～13 日]
- ・MTV VMAJ RISING STAR ラリー [10 月 1 日～29 日]
- ・BAYWALK ラリー [10 月 7 日、8 日]
- ・横浜マラソン [10 月 19 日～29 日]
- ・ヨルノヨ 2023 [11 月 27 日～令和 6 年 1 月 4 日]

- ・マサラーフェス・カレーラリー [12月1日～12月25日]
- ・春節ラリー2024 [令和6年2月1日～24日]
- ・横浜をめぐる！とくとくラリー [令和6年3月15日～31日]

《デジタルクーポンを活用した回遊実施策(2回)》

- ・ハマフェスクーポン [5月8日～6月30日]
- ・春節クーポン [令和6年2月1日～3月31日]

3 観光戦略の具体化のための財源の確保

(1) DMO を対象とした国費の活用

観光庁を始めとした公募案件を活用し、国費を獲得することで、当財団の事業計画の拡充または民間事業者アイデアによる新規事業に繋がりました。

- ・採択事業 10 件

上記のうち、先進的な DMO の視察や国内 DMO 間におけるネットワーキングに参加し、財団における中核人材の育成を図りました。

<DMO 機能強化>

- ・京都を事例とする持続可能な観光地域づくり研修(職員 2 名参加) [令和 6 年 3 月]
- ・豊岡を事例とする観光 DX 研修(職員 2 名参加) [令和 6 年 3 月]

《資料 5 DMO を対象とした国費の活用》

(2) 財団運営のための財源獲得

横浜デジタル MAP の活用拡大、観光公式サイト「横浜観光情報」内での広告掲出や観光案内所におけるチケット販売・手荷物預かりサービス等、財源確保に努めました。

【誘客・誘致のためのプロモーション】

1 観光誘客

(1) インバウンドの回復を目指した戦略的取組

インバウンドの回復期を逃さず確実に横浜への誘客に繋げるために、訪日リピーターの多いアジア市場及びビジネス客の来訪が多い米国市場に対し、OTAを活用した販売プロモーションを行いました。また、商談会への参加や現地旅行会社等の視察の受け入れを通じて、今後の横浜への来訪促進を図りました。

《資料6 海外誘客 OTA等を活用した戦略的デジタルプロモーション実績》

《資料7 海外誘客 商談会・セミナー等参加実績》

《資料8 海外誘客 視察案件受入実績》

(2) クルーズ船客の前泊・後泊誘致プロモーション

横浜港を発着するクルーズ客船の乗船前後に市内観光・宿泊を楽しんでいただけるよう、船社やクルーズ商品を販売する旅行会社に対してプロモーションを行い、乗船客への観光案内を行いました。当財団と観光連携協定を締結している、世界一周クルーズを実施している株式会社ジャパングレイスにおいては、乗船客に前泊・後泊の案内を乗船前に送付し予約を受け付けることによって、乗船前後の市内滞在に繋がりました。また、横浜港に定期的に入港していたMSCベリッシマに乗船し、船内で乗船客へ直接、横浜市内ツアーのプロモーション・販売を行いました。

2 MICE 誘致

(1) マーケティング

国際会議等のリサーチをはじめとするマーケティングを強化しました。MICE 業界団体の活動を通じて、最新動向の把握、ノウハウやスキルの獲得、人的ネットワークの構築も拡充しました。また、市内での開催実績を把握するため、施設や大学等の協力のもと情報収集を行いました。

- ・2023 年横浜市内開催国際会議統計調査
- ・国際会議参加者アンケート調査(3 回実施:6 月 IAGG-AOR/IGCC、7 月 IFAC)
- ・国際会議協会(ICCA)総会参加(於:タイ・バンコク) [11 月 12 日~15 日]

(2) セールス&プロモーション

国際会議等の開催件数増加と「MICE 都市横浜」の認知度向上のため、国内外で開催される商談会・トレードショーへの出展や大学・研究機関等を対象としたセールスを実施すると同時に、国内外の主催者等に向けて WEB サイトや SNS での情報発信を行いました。

(ア) 商談会等でのセールス

日本:第 33 回国際 MICE エキスポ(IME2024/商談件数 15 件)
[令和 6 年 2 月 15 日]

海外:IMEX(於:フランクフルト/商談件数 18 件)
[5 月 23 日~25 日]

iBTM World(於:バルセロナ/商談件数 29 件)
[11 月 28 日~11 月 30 日]

(イ) 大学・研究機関等を対象としたセールス

- ・キーパーソンとのネットワーク強化
- ・市内主要大学での誘致支援サービス説明会開催(横浜国立大学、関東学院大学)



(ウ) 主催者向け横浜 MICE の最新情報の発信

《海外 MICE 専門誌出稿》

- ・Be Part of the Legacy of Yokohama: Japan’s Enduring Hub of Cultural Exchange(AMI)

《プレスリリース》

- ・YCVB curates conferences with a lasting legacy - IFAC World Congress 2023
- ・Eight new sustainability-themed experiences -exclusive to Yokohama- for convention participants
- ・The reopening of the Yokohama Museum of Art adds another innovative and distinctive venue for events in Yokohama



(I) 現地参加者の増加を目指した横浜 MICE の最新情報の発信

- ・横浜 MICE 専用サイト「コンベンション情報」の改修
- ・LinkedIn 等オンライン広告を活用した広告配信

(オ) サステナビリティに関する情報発信

- ・「Zero Carbon Yokohama 会議・イベント主催者のための脱炭素型開催における実践的アプローチ」デジタル冊子制作



【参考】令和 5 年度誘致実績 主な案件(1,000 名以上)

- ・工学系国際会議 令和 8 年/1,000 名規模
- ・医学系国際会議 令和 9 年/2,000 名規模

3 横浜の魅力の発信

横浜を来訪の目的地にするために、多様なメディアとのネットワークを通じてパブリシティを強化するとともに、ウェブサイト、SNS、印刷物、観光案内所など既存の情報発信手段をそれぞれの特質と強みを生かした形で有機的に連携させ、時代の変化に即した効果的な情報発信を実施しました。

- ・ウェブサイト、SNS による情報発信の充実

《資料 9 ウェブサイトアクセス実績》

《資料 10 SNS を活用した情報発信実績》

- ・PR TIMES を活用したリリース配信やメディアへの露出

《資料 11 メディアリレーション実績》

- ・観光案内所の運営(横浜駅、桜木町駅、新横浜駅)

《資料 12 観光案内所利用実績》

【賛助会員事業】

1 賛助会員交流機会の充実

【参考】会員数 598 事業者(令和6年3月 31 日)

会合種別	開催時期	具体的内容
令和 5 年度事業概要発表会 及び 賛助会員交流会	4 月 28 日	財団の令和 5 年度の事業計画、 重点取組等の説明会及び交流会 参加者数:182 名
若手・新入職員向け 横浜観光研修[再掲]	10 月 4 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、チームビルディング等 参加者数:22 名
新規賛助会員向け 事業説明会・交流会	第1回 9月 15 日 第2回 令和 6 年3月5日	新規入会賛助会員による自社 PR、既 存会員との交流会 第1回 31 名参加 (うち新規会員 17 名) 第2回 42 名参加 (うち新規会員 19 名)
会員の集い; 講演会、優良従事者表彰 及び 賛助会員交流会	11 月 30 日	賛助会員への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講演会、交流会 ・講演:横浜の本質的な価値を再考す る～住民と来訪者が幸せになる「観光 の力」～ 講師:半藤 将代氏 (カナダ観光局日本地区代表) 参加者数:213 名
横浜観光 MICE フォーラム [再掲]	第1回 10月 17 日 第2回 3月 21 日	財団事業と連動した観光 MICE に関 するテーマでのフォーラム または賛 助会員のビジネスチャンスにつながる 情報提供機会
横浜観光 MICE ワークシ ョップ [再掲]	第 1 回 7 月 24 日 第 2 回 9 月 21 日 第 3 回 12 月 14 日 第 4 回 令和 6 年 2 月 2 日	賛助会員をはじめとする事業者から 寄せられる意見やアイデアを基に横浜 の観光 MICE 事業を共に検討する為 のワークショップ 参加者数: 第 1 回:23 名 第 2 回:23 名 第 3 回:31 名 第 4 回:32 名

公益財団法人横浜市観光協会
令和5年度事業報告《資料編》

資料 No.	タイトル	頁
資料1	DMO推進関連フォーラム・ワークショップ開催実績	18・19頁
資料2	「Music City Yokohama」の実現に向けた実績.....	19・20頁
資料3	MICE参加者向け体験プログラム.....	21頁
資料4	アフターコンベンション向けの飲食店情報冊子 配布先(学会)	21頁
資料5	DMOを対象とした国費の活用	22頁
資料6	海外誘客 OTA等を活用した戦略的デジタルプロモーション実績.....	23頁
資料7	海外誘客 商談会・セミナー等参加実績	23頁
資料8	海外誘客 視察案件受入実績.....	23頁
資料9	ウェブサイトアクセス実績	23頁
資料10	SNSを活用した情報発信実績	24頁
資料11	メディアリレーション実績	24頁
資料12	観光案内所利用実績	25頁

資料1 DMO推進関連フォーラム・ワークショップ開催実績

・横浜観光MICEフォーラム

開催名 [開催日時]	具体的取組
第一回 横浜観光 MICE フォーラム [10月17日]	テーマ「YCVB の分析による横浜の観光 MICE 最新動向」 第一部 マーケティング分析による観光市場動向 第二部 横浜における国際会議開催動向 第三部 YCVB が行う各種実施事業の共有 第四部 トークセッション 「観光における横浜のブランド力と目指すべきポジションについて」 ファシリテーター: INNOVEDIA 内田裕子氏 [パネリスト] 京浜急行電鉄株式会社新しい価値共創室 部長 島由紀子氏 株式会社ゼットン執行役員 公園再生事業室 室長 野尻徳也氏 株式会社横浜アリーナ常務取締役 竹内晃治氏 横浜市にぎわいスポーツ文化局観光 MICE 振興部長 梶晃三氏 YCVB 経営企画部 課長 青木思生 会場: ワークピア横浜及びオンライン配信 参加者: 73 名(うち会場 32 名、オンライン 41 名)
第二回 横浜観光 MICE フォーラム [3月21日]	テーマ「YCVB による横浜のデータ活用について」 第一部 (前半)YCVB の産官学連携事業(観光データダッシュボードにおける連携) (後半)観光データの具体的な利活用法について 第二部 トークセッション 「まちづくりやイベント時におけるデータ活用方法について」 ファシリテーター: YCVB 経営企画部 課長 青木思生 YCVB 経営企画部 河東宗平 [パネリスト] Avinton ジャパン株式会社 稲川裕樹氏 三菱地所プロパティマネジメント株式会社 菊田徳昭氏 株式会社 DeNA 長野資正氏 西川貴子氏 会場: TKP ガーデンシティ PREMIUM みなとみらい 及びオンライン配信 参加者: 61 名(うち会場 24 名、オンライン 37 名)

・横浜観光MICEワークショップ

開催名 [開催日時]	具体的取組
第一回 横浜観光 MICE ワークショップ [7月24日]	テーマ「横浜の観光ブランディングについて」 内容 ・YCVB からの情報共有(横浜の観光イメージに関する分析) ・グループワーク「横浜の観光ブランディングの在り方」 会場: 波止場会館 参加者: 23 名
第二回 横浜観光 MICE ワークショップ [9月21日]	テーマ「観光プロモーションにおける地域連携について」 内容 ・前回のワークショップの振り返り ・グループワーク「観光 PR における事業連携のアイデア」 会場: 波止場会館 参加者: 23 名

<p>第三回 横浜観光 MICE ワークショップ [12月14日]</p>	<p>テーマ「記念日に訪れたい横浜のブランディングについて(1回目)」</p> <p>内容 ・YCVB が考える「記念日に訪れたい横浜」について ・グループワーク「記念日に訪れたい横浜のコンテンツ案」</p> <p>会場:波止場会館 参加者:31名</p>
<p>第四回 横浜観光 MICE ワークショップ [2月2日]</p>	<p>テーマ「記念日に訪れたい横浜のブランディングについて(2回目)」</p> <p>内容 ・グループワーク「記念日に訪れたい横浜のプロモーション」 ・有識者によるトークセッション ファシリテーター: YCVB 経営企画部 課長 青木思生 YCVB 事業部 カラザーズ ブランドン [パネリスト] Bytedance 株式会社(Tiktok) 笠原一英氏 アソビュー株式会社 柳瀬正大氏 株式会社リクルートじゃらんリサーチセンター 櫻井有希恵氏</p> <p>会場:ワークピア横浜 参加者:32名</p>

資料2 「Music City Yokohama」の実現に向けた実績

	名称	実施日	内容	実績
連携イベント	YUZU SPECIAL LIVE 2023 HIBIKI in K-Arena Yokohama	9月29日～10月1日	<ul style="list-style-type: none"> 「ゆず×横浜」限定ノベルティ(ステッカー・ポストカード)のプレゼント企画を実施。 ポスターやデジタルサイネージの広報物制作。 	<ul style="list-style-type: none"> ステッカー制作: 2,048枚 ポストカード制作: 4,119枚 B2ポスター制作: 150枚 B3ポスター制作: 150枚 デジタルサイネージ用データ制作: 3種類
	YUZU SPECIAL LIVE 2023 HIBIKI in K-Arena Yokohama BEAUTIFUL never give up	11月18日～19日	ゆずの公式マスコットキャラクター「ゆず太郎」を使い、市内にフォトスポットを設置。	設置箇所 9か所
	YUZU LIVE 2024 AGAIN AGAIN in 横浜 BUNTAI	令和6年3月1日～31日	<ul style="list-style-type: none"> 「ゆず」デザインによる「ウェルカムゲート」を関内駅北口に作成。 関内駅北口から「横浜BUNTAI」までの道に「ゆず太郎」の隠れフォトスポットを設置。 	設置箇所 ・関内駅北口: 3か所 ・関内駅北口～「横浜BUNTAI」: 9か所
	日向坂46 「5回目のひな祭り」	令和6年3月1日～31日	レシート掲示で限定プレゼント(ステッカー)がもらえるコラボレーションキャンペーンを実施。	ステッカー制作: 8,515枚

横浜デジタルMAPを活用した回遊促進策	横浜が選ぶ！ MTV VMAJ RISING STAR ラリー	10月1日～ 29日	飲食や買い物をしてスタンプとポイントを集め、アーティストに投票することができるスタンプラリーを実施。	・エントリーユーザー数:1,171人 ・参加者:452人 ・応募総数: 892件
	マサラーフェス・カレー ラリー	12月1日～ 25日	「マサラーフェス」とのコラボレーション企画として、カレー専門店やカレーが評判の飲食店22店舗をスポットにしたスタンプラリーを実施。	・エントリーユーザー数:918人 ・参加者:421人 ・応募総数: 148件
モビリティによる回遊促進策	YOKOHAMA AIR CABIN	令和6年 1月20日～ 21日	「マサラーフェス 2024」の来場者に、桜木町駅発・運河パーク着の片道乗車チケットを配布。 (2日間合計 1,500枚)	乗車人数: 360人
	LIVE バス	令和6年 1月20日	「マサラーフェス 2024」の来場者向けに栗原治久さんによるDJ音楽を楽しめるLIVEバスを2便運行。(ルート:ぴあアリーナ⇒パシフィコ⇒ハンマーヘッド⇒赤レンガ⇒象の鼻パーク⇒市庁舎前⇒ランドマーク前⇒ぴあアリーナ)	乗車人数: 24人
	オープントップバス	令和6年 1月20日	「マサラーフェス 2024」の来場者に、観光案内付きのオープントップバスを2便運行。(ルート:ぴあアリーナ⇒パシフィコ⇒ハンマーヘッド⇒赤レンガ⇒象の鼻パーク⇒市庁舎前⇒ランドマーク前⇒ぴあアリーナ)	乗車人数: 25人
	FCバス(燃料電池バス)	令和6年 1月20日	「マサラーフェス 2024」の来場者に、ぴあアリーナから赤レンガ倉庫までの直行バス(片道)を2便運行。	乗車人数: 10人
イベント終了後の消費促進策	「すぐトル横浜」の活用	《MTV VMAJ 2023》 ・11月22日 《マサラーフェス2024》 ・令和6年 1月20日 ～21日	飲食店の当日空席予約サイト「すぐトル横浜」の告知や、連動したキャンペーンを実施。	ユニークユーザー数 ・MTV VMAJ 2023: 1,287UU ・マサラーフェス 2024: 1,200UU/当 日予約3件 (1/20:1件、 1/21:2件)

資料3 MICE参加者向け体験プログラム

メニュー名	内容	実証実験先	参加人数
みなとみらいの今とそのルーツを辿るシティーツアー	今は国際交流拠点として商業施設やR&D施設などが集結するみなとみらい。街づくりの背景を、街歩きをしながらガイディングします	IFAC2023(The 22nd World Congress of the International Federation of Automatic Control)	7名
野毛BARホッピングツアー	居酒屋が軒を連ね「はしご酒」が楽しめる人気スポットで、初めて訪れる方でも安心して楽しめるようにガイドがお店を案内します		20名
古都・鎌倉の寺巡りツアー	鎌倉大仏をはじめ、歴史あるお寺を巡ります。「和食」や、お抹茶の体験を通し、日本ならではの文化や伝統を楽しむプログラム。	第61回日本癌治療学会学術集会	17名
BAYWALK YOKOHAMA ウォーキングイベント	早朝散歩やジョギングを楽しむ人々に交じって、水際沿いのプロムナードをウォーキングします	・第61回日本癌治療学会学術集会 ・The 3rd International Congress of the Asian Oncology Society	29名
横浜中華街 ウェルネス&開運ツアー	横浜中華街で太極拳を体験！人気店で朝粥、食後は横濱媽祖廟でお参りと占い、最後は点心楽しむウェルネス&開運ツアー	YOKOHAMA MICE SHOWCASE 2024	12名
横浜でZEN体験 曹洞宗大本山總持寺参禅ツアー	「ZEN」で心身の健康に繋がるとともに、總持寺の修行僧が作る「精進料理」をお召し上がりいただく日本文化体験プログラム		16名
横浜中華街ガイド付きフードツアー	食の中華街に精通したガイドの案内と共に様々な中華料理をお楽しみいただくツアー		
ゆかた de 三溪園！セルフフォトプログラム	三溪園で歴史的建造物を見学し、庭園を背景に伝統的な和装で、記念となる特別な写真撮影を楽しんでいただくプログラム		

資料4 アフターコンベンション向けの飲食店情報冊子 配布先(学会)

会議名	会期	規模
第27回日本心不全学会学術集会	10月6日-8日	2,000名
第61回日本癌治療学会学術集会	10月19日-21日	7,000名
第10回成人発達障害支援学会横浜大会	10月21日-22日	500名
第64回日本脈管学会学術総会	10月26日-28日	1,200名
日本地震学会2023年度秋季大会	10月31日-11月2日	600名
第67回日本新生児生育医学会・学術集会	11月2日-4日	900名
第9回東アジア環境社会学国際シンポジウム	11月3日-6日	150名
第39回日本ペストロジー学会神奈川大会	11月9日-10日	300名
第62回日本網膜硝子体学会総会	11月9日-10日	1,800名
日本放射線腫瘍学会第36回学術集会	11月30日-12月2日	2,000名
第51回日本頭痛学会総会	12月1日-2日	900名
第36回日本内視鏡外科学会総会	12月7-9日	6,000名
国際原子炉構造工学会議 (SMIRT27)	令和6年3月3日-8日	600名

資料5 DMOを対象とした国費の活用

申請案件	件名	活動内容	時期
インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業	ガストロノミーパターン複数創出事業	・企業間連携推進	6月～12月
	「世界が尊敬する日本人100人」の柘野俊明師が説く“ZEN”ツーリズム	・広報協力 ・企業間連携推進	11月13日～14日
観光再始動事業	「音」でつなげるYOKOHAMA～「音」体験による新たな観光体験育成事業～	・広報協力	9月～2月
	国指定名勝「三溪園」の貸切、重要文化財・市指定有形文化財での宿泊体験』×『横浜大発展の礎「吉田新田等」の水辺空間を舞台にした「クルージング・イマーシブシアター」で楽しむ歴史・文化体験』高付加価値化事業	(1)水辺空間を活用した船上の体験型演劇「クルージング・イマーシブシアター」の実施 (2)文化財を活用した特別体験「三溪園での宿泊」	(1) 10月13日～14日 (2) 1月15日～16日
	KABUTO Budo et Mode 開国の地横浜にて 一武道・文化・ファッションの融合ー	WEBページ制作等のプロモーションを実施	12月
訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業	先進事業の整備事業 (AIチャットBot)	新たな観光案内DXシステムとして、他言語による観光案内が可能な「AIさくらさん」を新横浜駅観光案内所に導入	8月～2月
ポストコロナに向けた国際会議誘致競争力向上事業	横浜国際舞台芸術ミーティング2023 (YPAM2023)	UV活用(レセプション会場に總持寺を利用)、地域参加プログラムの実施を通し、現地参加者数増加、経済効果拡大、レガシー創出を図る	12月
JLOXライブエンタメ産業の基盤強化支援補助金	ビルボードライブ横浜3周年事業	・広報協力 ・回遊企画協力	9月
訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金(観光地域づくり法人の体制強化)	・DMOの現地研修:京都市観光協会 ・DMOの現地研修:豊岡観光イノベーション	・京都市の地域資源の高付加価値化の先進事例や、京都市観光協会が取り組むデータに基づく課題解決や事業者支援について学び ・豊岡市のDMO成り立ちと観光DX事業の先進事例(宿泊データの活用手法や観光地CRMの取り組み)を学ぶ	2月

資料6 海外誘客 OTA等を活用した戦略的デジタルプロモーション実績

対象市場	OTA	プロモーション期間	実績
台湾、香港、タイ	KLOOK	10月～11月、 令和6年1月～2月	・ウェブサイト インプレッション数:4,670万回 ・消費額:約4,510万円 ・予約件数:5,457件 ・新規商品造成数:16商品
米国	Expedia	9月23日～ 令和6年1月31日	・ウェブサイト インプレッション数:764万回 ・消費額:約263万米ドル (≒3億9,400万円、1ドル150円換算) ・販売宿泊数:17,597部屋

資料7 海外誘客 商談会・セミナー等参加実績

種別	商談会・セミナー	開催期日	会場	商談数
国内 セ ー ル ス	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22日	東京	5社
	神奈川県観光商談会	9月7日	東京	4社
	台湾訪日教育旅行意見交換会	10月17日	東京	6校
	VISIT JAPAN トラベル& MICE マート 2023	10月26日～28日	大阪	29社

資料8 海外誘客 視察案件受入実績

国/地域	具体的取組
米国	・現地旅行会社、航空会社 4社4名 [4月4日]
マレーシア	・現地旅行会社 4社4名 [9月29日]
韓国	・京畿道西部圏文化観光協議会 21名 [11月8日]
韓国	・未来教育施設学会 19名 [令和6年2月20日-21日]

資料9 ウェブサイトアクセス実績

区分	アクセス実績(件)		前年度比	
	令和5年度	令和4年度	差異	割合(%)
総ページビュー (PV)数	15,380,957	16,239,905	-859,019	94.71%
総ユニークユー ザー数	7,034,961	6,927,879	107,082	101.55%
日本(PV)	13,595,967	15,383,070	-1,787,103	88.38%
英語(PV)	1,080,517	618,877	461,640	174.57%
繁体(PV)	367,217	103,972	263,245	353.19%
簡体(PV)	59,419	26,749	32,670	222.14%
韓国(PV)	152,756	68,566	84,190	222.79%
タイ語(PV)	46,315	16,928	29,387	273.60%
フランス語 (PV)	30,411	8,872	21,539	342.78%
スペイン語 (PV)	29,854	8,037	21,817	371.46%
インドネシア 語(PV)	18,501	4,834	13,667	382.73%

資料10 SNSを活用した情報発信実績

※令和6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
		82,198	34,164	2,396	6,655
	フォロワー数				中国語簡体字
					72,531
	フォロワー数				中国語簡体字
					1,851
	フォロワー数	日本語			
		25,754			
	フォロワー数	日本語			
		25,314			

資料11 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	7件	3件	475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
5月12日	TV	LIVE NEWS	JCOM(株)	開港月間の紹介
6月26日	TV	LIVE NEWS	JCOM(株)	スパークリングトワイライトの紹介
12月14日	TV	めざましテレビ	(株)フジテレビジョン	ハマ旅クリスマス特集
12月16日	TV	めざましどようび	(株)フジテレビジョン	ハマ旅クリスマス特集
6月10日	ラジオ	はまりポ放送部	(株)横浜マリンエフエム	応援団の紹介
7月30日	ラジオ	Yokohama My Choice!	横浜エフエム放送(株)	ハマ旅の紹介
11月16,17日	ラジオ	ホッと横浜	(株)アール・エフ・ラジオ日本	紅葉特集の紹介
7月29日	新聞	日本経済新聞	株)日本経済新聞社	ハマ旅の紹介
7月31日	新聞	産経新聞(神奈川)	(株)産業経済新聞社	地元のキーパーソン
12月18日	新聞	観光経済新聞	(株)観光経済新聞社	ハマ旅の紹介
7月28日	WEB	PR Times 転載 35件		「ハマ旅」キャンペーン開始
8月7日	WEB	PR Times 転載 41件		「横浜×『金色のゴルダ スターライトオーケストラ』キャンペーン
8月14日	WEB	PR Times 転載 37件		観光案内所スタッフと巡る「横浜まち歩きガイドツアー」
令和6年 1月23日	WEB	PR Times 転載 36件		“いちごづくしのヨコハマ”を食べて 遊んで ハマって「ハマ旅」
令和6年 1月31日	WEB	PR Times 転載 40件		お得に観光を楽しめる「ハマ旅」期間は残りわずか!

資料12 観光案内所利用実績

所在地	利用者実績		前年度比	
	令和5年度	令和4年度	差異	割合(%)
横浜駅	73,448人	66,389人	7,059人	110.6%
新横浜駅	29,251人	30,173人	-922人	96.9%
桜木町駅	187,503人	124,641人	62,862人	150.4%
合計	290,202人	221,203人	68,999人	131.2%
うち外国人	21,945人	5,742人	16,203人	382.2%

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)	
	令和5年度	令和4年度	令和5年度	令和4年度
観光施設	22件	22件	-	-
文化施設	10件	10件	-	-
宿泊施設	32件	33件	12件	12件
商業施設	14件	14件	2件	2件
交通機関	23件	23件	-	-
インフォメーション	5件	5件	17件	17件
その他	9件	8件	4件	4件
合計	115件	115件	35件	35件