

公益財団法人 横浜市観光協会
令和 7 年度事業計画

目次

取組方針	P3
------	----

令和7年度重点取組	P4
-----------	----

【重点1】 観光 MICE 都市横浜のブランディング

【重点2】 エリア間連携による回遊促進

【重点3】 戦略的セールスプロモーション

【重点4】 観光マーケティングの活用促進

令和7年度事業

1. ブランディング事業	P5
--------------	----

2. 観光振興事業	P5・6
-----------	------

3. MICE 振興事業	P6・7
--------------	------

4. 観光 MICE 人材育成事業	P8
-------------------	----

5. マーケティング・プロモーション事業	P8・9
----------------------	------

6. 賛助会員事業	P9・10
-----------	-------

取組方針

横浜市観光協会が登録DMOとなって3年目を迎えます。この間、関係者の皆様とともに横浜観光の盛り上げや新たな魅力づくりに取り組んできました。

誘客事業では、特別な記念日を横浜で過ごしていただくことを目的に、アニバーサリーと花をテーマにした「YOKOHAMA(ヨコハマ) PRECIOUS(プレシャス) FLOWERS(フラワーズ)」事業を開始しました。専用ウェブサイト・SNS による情報発信、ホテルや施設のアニバーサリープランの紹介などを実施しています。

MICE 振興事業では、パシフィコ横浜で開催されたロボット工学の会議『ICRA(イクラ)2024』において、7,000 名が参加した会議の開催支援を行うとともに、展示会に市内企業と共同出展し、ビジネス機会の創出に繋げました。

マーケティングでは、観光データを閲覧できる YCVB 観光データダッシュボードでの情報提供や人流データ分析の個別提供も開始しています。

昨年、大いに話題となった横浜 DeNA ベイスターズの日本一優勝では、パレードに合わせて地域の皆様と一体となってキャンペーンを推進し、市内回遊や消費活動の促進に努めました。ご協力いただいた皆様の横浜への愛着と情熱、そして横浜のポテンシャルを改めて実感した出来事となりました。

令和7年度は、横浜 DMO 推進計画2023—2025の最終年度として、目標達成に向けた総仕上げとなる年です。2年後に開催される「2027 年国際園芸博覧会(GREEN×EXPO 2027)」も見据え、市内宿泊や回遊を促進するため、都心臨海部の魅力を「花の港」をキーワードにブランディングを推進します。

昨年の日本におけるインバウンドは約 3,700 万人にのぼり、横浜においてもインバウンド需要を確実に観光消費に繋げていくために、横浜ならではの体験価値の提供、観光資源の磨き上げやターゲットに合わせた戦略的なプロモーションを強化します。

横浜が初めて日本新三大夜景都市に選出されたことをはじめ、「第9回アフリカ開発会議(TICAD)横浜」の開催や「BASEGATE 横浜関内」の新規開業など、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機会が一層充実します。

この機会を捉え、約 600 の賛助会員や、事業者・地域の皆様との連携強化を基盤に、DMO として地域の魅力と活力を高める観光地域づくりを力強く進めていきます。

令和7年度 重点取組

【重点1】 観光 MICE 都市横浜のブランディング

「GREEN×EXPO 2027」を見据え、横浜の「花」をテーマとした様々な取組と都心臨海部の象徴である「港」を掛け合わせ、「花の港」をテーマに統一感のある演出を展開し、観光 MICE 都市としての認知度向上や来訪促進を目的にブランディングによる観光まちづくりを推進します。

- (1)「花の港」ブランディング事業……………P4
- (2)横浜アニバーサリー事業「YOKOHAMA PRECIOUS FLOWERS」の推進……P4
- (3)横浜の夜を彩る花火「YOKOHAMA NIGHT FLOWERS」の推進……………P4

【重点2】 エリア間連携による回遊促進

大型集客施設等の集積や、港と街が近接する都心臨海部の魅力を活用し、集客力が高いコンサート、エンターテインメント等のイベントおよび経済波及効果の高い MICE 等の来訪者の市内回遊性の向上や消費活動を促進します。

都心臨海部をはじめとするエリア間のつながりを深め、回遊性を高める仕掛けづくりに取り組みます。

- (1)市内イベント等を活用した回遊・宿泊促進……………P4
- (2)大型観光キャンペーンの推進……………P4
- (3)市内回遊を促進するアフターコンベンションの取組強化……………P6

【重点3】 戦略的セールスプロモーション

マーケティングに基づいた市場分析や集積データを活用し、国内外に向けて横浜の魅力を発信する戦略的プロモーションを推進します。ターゲットに合わせた訴求力の高い情報を発信することで、宿泊回遊を促進し、観光消費額拡大を目指します。

MICE におけるサステナビリティの取組を強化することで、開催地としての価値を高め、国際会議の誘致に繋がります。

- (1)インバウンド獲得に向けたセールスプロモーションの推進……………P5
- (2)MICE におけるサステナビリティの取組・情報発信強化……………P6

【重点4】 観光マーケティングの活用促進

地域の旗振り役である DMO として、観光データ収集や分析により、幅広いステークホルダーが活用できる「YCVB 観光データダッシュボード」の拡充を目指します。

また、分析結果を共有するセミナーやワークショップを開催することで、連携事業の創出や地域の課題解決に取り組みます。

- (1)観光MICEのデータ収集及び分析機能の強化……………P7
- (2)横浜の観光 MICE 活性化に向けた理解促進……………P7

令和7年度事業

1. ブランディング事業

(1)「花の港」ブランディング事業【新規・重点1】

横浜の「花」をテーマとした様々な取組と都心臨海部の象徴である「港」を掛け合わせ、「花の港」をテーマに統一感のある演出を展開し、観光 MICE 都市としての認知度向上や来訪促進を目的にブランディングによる観光まちづくりを推進します。令和6年度から着手した「YOKOHAMA PRECIOUS FLOWERS」と横浜の夜を彩る花火「YOKOHAMA NIGHT FLOWERS」を含めた一体的なプロモーションを推進します。

周遊モビリティ(移動手段)等への花のインスタレーションや、花で彩られた移動式観光案内所等の仕掛けづくりに取り組みます。

(2)横浜アニバーサリー事業「YOKOHAMA PRECIOUS FLOWERS」の推進【重点1】

「記念日に訪れたい街・横浜」のイメージ浸透を目指し、横浜への来訪意欲が高い夫婦やカップル等をメインターゲットとし、横浜での特別な日の過ごし方を提案する、「花」を活用した体験コンテンツ等や宿泊プランを企画造成します。

(3)横浜の夜を彩る花火「YOKOHAMA NIGHT FLOWERS」の推進【重点1】

横浜港の夜を彩る 5 分間花火の名称を「YOKOHAMA NIGHT FLOWERS」と変更し、都心臨海部のイベントとして定着を図ります。首都圏最大規模の打ち上げ日数(27日程度)を計画し、市内イベントの開催等に合わせて打ち上げることで来訪者の滞在時間の延長、宿泊促進を図り、更なる賑わいの創出やナイトタイムエコノミーの活性化を目指します。

2. 観光振興事業

(1)市内イベント等を活用した回遊・宿泊促進【重点2】

コンサート、エンターテインメント等の多くの来訪者が集まるイベント等を活用し、イベント主催者や商業施設等と連携することで回遊や宿泊促進につながる企画を実施します。街を挙げて来訪者の満足度を高める新たな魅力づくりに注力し、横浜デジタル MAP 等を活用しながら地域と一体となった取組を推進します。

(2)大型観光キャンペーンの推進【重点2】

民間事業者と地域(都道府県単位)が共同で実施する大型観光キャンペーンに向け、推進組織の設置、観光資源の開発及びプロモーション素材の制作等を神奈川県と共に進め、「GREEN×EXPO 2027」や都心臨海部を拠点とした、広域的な回遊性向上に繋がります。

(3)インバウンド獲得に向けたセールスプロモーションの推進【重点3】

横浜への来訪者数の多いアジア市場(中国、台湾、韓国)及び米国市場を重点市場とし、個人旅行者向けには OTA(オンライン旅行会社)や、横浜の公式観光サイト「横浜観光情報」及び SNS を活用したデジタルプロモーションを行います。

旅行会社等に向けては、重点市場で開催される商談会等への参加を通じて、「GREEN×EXPO 2027」の開催情報を始めとした最新情報を提供するとともに、市内事業者との共同出展の機会も設け、地域一体となって横浜への来訪促進を図ります。

(4)国内誘客プロモーションの推進

「YOKOHAMA PRECIOUS FLOWERS」や「YOKOHAMA NIGHT FLOWERS」を含めた「花の港ブランディング事業」や「日本新三大夜景都市」に選出された夜景コンテンツ等を旅行会社、メディア、個人旅行者等に訴求することで横浜への来訪を促します。プロモーションの一環として、「ツーリズム EXPO ジャパン 2025」に出展します。

また、「GREEN×EXPO 2027」の開催を契機とした教育旅行の誘致に向けセールス活動及び情報発信を行います。

(5)受入環境整備/観光案内所の運営

横浜を訪れる全ての来訪者が快適に滞在できるよう、市内観光案内所を運営します。横浜駅と桜木町駅の観光案内所ではニーズに合った情報を提供することで、国内外からの来訪者の利便性、滞在中の満足度の向上に繋がります。新横浜駅においては DX を活用した観光案内 AI チャットボットを運営します。

「横浜ビジターズガイド」のデータを更新し、日本語、英語、中国語(簡体字、繁体字)、韓国語版を配布するとともに、民間事業者製作の観光資料等も活用し、来訪者の多様なニーズに合わせた情報提供を行います。

また、更なる利便性向上と環境への配慮のため、資料のデジタル化に向けた取組を推進します。

3. MICE 振興事業

(1)MICE 誘致に向けた国内外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・トレードショーに出展します。大学・研究機関や学会・協会への個別セールスを実施し、キーパーソンとのネットワーク構築を図ります。

また、公式ウェブサイトや SNS 等を通して横浜で MICE を開催する優位性や魅力を発信します。

(2)国内外キーパーソンの視察受入や招請、海外ネットワークの拡充

会議主催者や PCO(会議運営会社)等の視察受入に対応します。また、誘致のためのノウハウを主要 MICE 都市の成功事例から学ぶとともに、人的ネットワーク構築に向け、MICE 業界の交流や技術向上を目指して活動する国際会議協会(ICC)A)関連の会合に参加します。

(3)キーパーソンを対象とした会議誘致・開催支援制度【新規】

横浜へコンベンションの誘致・開催を計画している学会や主催者等のキーパーソンを対象に誘致活動や会議開催を支援する制度を新設します。キーパーソンとのネットワークを強化することで、より戦略的にコンベンション誘致を推進します。

(4)横浜市内開催会議統計調査

日本政府観光局(JNTO)やICCAが発表する国際会議統計は、MICE 都市の実力を評価するひとつの指標となっています。市内での開催実態をより正確に把握するため、MICE 関連事業者や団体と協力し情報を収集します。

また、財団が保有する調査データ等と併せて分析し、その調査結果を公表することでMICE 開催意義の理解促進を図ります。

(5)MICE 開催支援

市内事業者のビジネス機会の創出、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助成金制度を運営します。また、海外事業者主催のミーティング及びインセンティブへの支援サービスも実施します。市内ボランティア団体と連携し、大型国際会議に観光案内デスクを設置・運営します。(年 4 回程度)

(6)企業と連携したビジネスマッチングの場の創出

MICE 主催者等を対象に、横浜らしいコンテンツやサービス等を紹介し、市内事業者との商談会を実施するイベント『YOKOHAMA MICE SHOWCASE 2026』を企画・運営します。

また、パシフィコ横浜で開催される大型国際会議に併設される展示会に、横浜ブースを設置し研究分野で親和性の高い市内事業者と共同出展を行うことで、ビジネスイノベーションの創出を目指します。

(7)市内回遊を促進するアフターコンベンションの取組強化【重点 2】

コンベンション開催による域内経済波及効果の最大化を図るため、現地参加者数の増加と市内回遊促進の取組を強化します。横浜でのコンベンション参加前および会期中に横浜の観光情報等に触れる機会を増やし、参加者の消費額拡大に繋がります。

また、参加者向け体験プログラムやツアーの拡充を図ります。

(8)MICE におけるサステナビリティの取組・情報発信強化【重点 3】

主催者が開催都市を選定する際、都市のサステナビリティへの取組を重視する傾向がみられます。MICE 開催地として選ばれるため、横浜の現状を把握・分析したうえで、市内事業者と連携しながら、サステナビリティに配慮したサービスや商品の開発を進めていきます。同時に、これらの取組についての情報発信を強化します。

4. 観光 MICE 人材育成事業

(1)観光 MICE ビジネス講座の企画運営

MICE ビジネスの裾野拡大及び人材育成・実践的なノウハウの習得を目指し、市内事業者を対象に「MICE ビジネス講座」を開催します。MICE ビジネスの基礎から最新テクノロジーやサステナビリティ、海外との商取引に関する知識や英語プレゼン能力等、実務に即したテーマを幅広く取り上げ、会議主催者のニーズに合った提案能力向上を支援します。

(2)横浜の観光 MICE における産官学連携の推進

市内大学の高度な観光研究や大学人材を活用し、マーケティングや観光コンテンツ創出等、横浜の観光まちづくりに繋がる施策を検討します。これらを通じて民間事業者との事業連携の創出や、地域の課題解決に向けた取組を推進します。

(3)受入環境整備のための人材育成の推進

全ての来訪者が横浜観光を楽しめるよう、受入環境整備に取り組みます。観光関連事業者向けにユニバーサルツーリズム推進セミナー等を実施し、来訪者の受入に不可欠な関連知識の習得や、快適な横浜滞在をサポートする人材の育成を支援します。

5. マーケティング・プロモーション事業

(1)観光MICEのデータ収集及び分析機能の強化【重点 4】

観光データ収集やデータ分析の充実を図り、幅広いステークホルダーが活用できる「YCVB 観光データダッシュボード」の拡充を目指します。人流データやアンケート調査結果等、観光データを一元化し、分析レポートを共有することで地域一体となって観光 MICE 施策を推進します。

(2)横浜の観光 MICE 活性化に向けた理解促進(セミナー、ワークショップの開催)【重点 4】

DMO として観光 MICE の方向性を共有するため、データの分析および観光市場のトレンドに関するセミナーや、事業者間連携を目指すワークショップを開催します。様々なテーマで議論を展開し、ステークホルダーの理解促進と合意形成を図ります。

(3)DMO におけるマーケティング人材の育成

デジタルプロモーションやデータマーケティング等、観光 DX を軸に職員のスキル向上を図るため、より実践的なデジタル技術やデータの活用に向けた研修を実施します。

(4)公式サイト「横浜観光情報」の運営による横浜の魅力発信

公式サイト「横浜観光情報」において、観光スポット、イベント、飲食、宿泊、交通アクセス等、観光に必要な情報を日本語および多言語(8言語)で発信します。

季節の特集や最新イベント等、賛助会員をはじめとする関連事業者からの情報を基に、横浜への来訪意欲喚起、認知度や回遊性の向上に繋がります。

また、「日本新三大夜景都市」に選出されたことを契機とし、特集ページや夜景スポット情報等を拡充します。旅マエ、旅ナカで活用できる有益なオウンドメディアとして更なるサイト価値の向上および発信を強化します。

(5) SNS 公式アカウントの運営

横浜の公式観光アカウントであるX(旧 Twitter)、Facebook(日本語・英語・繁体字)、Instagram、Weibo(簡体字)、Wechat(簡体字)、LinkedIn(英語)の8アカウントを運営します。各国のターゲットに合わせて、鮮度の高い情報発信を通じて、来訪意欲喚起ならびに横浜ファンの獲得に繋がります。

「GREEN×EXPO 2027」の開催を見据え、中国市場への発信を強化すべく、急速に影響力が拡大している「小紅書(RED)」のアカウントを新たに開設します。

(6) メディアリレーションの強化

新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ワイヤーサービス、通信社、ウェブ媒体等多様化するメディアとの関係性を構築し、情報発信チャネルを強化します。

オンラインのプレスリリース配信を活用するほか、新たに財団広報誌「YCVB NEWS」を直接メディア担当者に発信します。メディアを通じた情報発信の頻度をあげることで更なる観光地としての横浜の魅力や財団の取組について認知度向上、露出拡大を目指します。

6. 賛助会員事業

(1) 賛助会員交流機会の提供

会員交流を目的とした会合やイベント等を開催します。各会合においてビジネスチャンスの創出に繋がる情報提供や階層別の交流を促進します。

(2) 賛助会員向け情報の発信

会員ニーズに対応した情報提供機会の創出のため、観光・MICE 関連情報を提供する従来の会員向けメールマガジンに加え、広報誌を年2回発行します。

DMO の実績を主体とする財団の活動報告や会員事業の PR を通じ、賛助会員との連携に取り組みます。

(3) 賛助会員アンケート(仮称)の実施

会員の動向及びニーズの把握、今後のDMOとしての在り方や次年度以降の事業計画を検討するため、アンケートを実施します。財団への期待や課題を把握することにより質の高い会員サービスを提供し、DMOに対する評価・意見をもとに地域の旗振り役としての役割を発揮することを目指します。

【賛助会員向け事業一覧(予定)】

【参考】会員数 611 事業者(令和7年 2 月 28 日時点)

会合種別	開催時期(予定)	具体的内容
令和 7 年度事業概要発表会 及び 賛助会員交流会	4 月 24 日	財団の令和 7 年度の事業計画、重点取組等の 説明会及び交流会
観光 MICE ワークショップ	年2回 7月、12 月	観光 MICE に関わるデータを活用し、連携創 出を目指すワークショップ
若手・新入職員向け横浜観光 研修	9～10 月	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
新規賛助会員向け事業説明 会・交流会	年 2 回 9 月、R8 年 3 月	新規入会賛助会員による自社 PR、既存会員と の交流会
観光 MICE ミーティング	年 2 回 10 月、 R8 年 2 月	財団事業と連動した観光 MICE に関するセミ ナーや賛助会員のビジネスチャンスにつながる 情報提供機会
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 25 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