

## 平成 25 年度第 3 回観光資源開発部会 議事メモ

平成 25 年 10 月 31 日 10:00~11:30

於：産業貿易センター 702 会議室

### 1 事務局より挨拶

### 2 各幹事より挨拶

横浜大さん橋国際客船ターミナル 金木氏  
東日本旅客鉄道株式会社 横浜支社 蓮見氏  
ホテル JAL シティ 関内 横浜 池田氏

### 3 YCVB からの報告

#### (1) 平成 25 年度上期 各種実績報告 (相川)

##### ・観光案内所実績の報告

4 月からみなとみらい駅・横浜人形の家案内所、移転により新規オープン。  
観光案内所における案内実績は震災前の水準に戻った。(震災時は約 3 割減。)

##### ・拠点民間観光案内所

横浜伊勢佐木町ワシントンホテル、岩崎ミュージアム、China Town 80 の 3 か所に新たにお問い合わせし、現在合計 8 か所。

##### ・横浜市観光公式サイト「横浜観光情報」のアクセス実績 (細野)

上期の PV については、対前年比 135% となり好調に推移。  
GW、花火、ビアガーデンなど、直近のイベント情報を見る人が多い。  
特筆すべき点としては、初めてモバイルユーザーが PC ユーザーを逆転した点。  
外国語サイト (英・韓・繁体字) も順調に推移。

#### (2) 冬の横浜クリスマス・夜景特集 特設ページ 情報提供のお願い (細野)

・冬の横浜特設サイト 12 月 1 日正式オープン。クリスマス、夜景特集で 1 月 6 日まで開設している。情報は随時募集しているので、何かあれば連絡いただきたい。

### 4 横浜市からのお知らせ

#### (1) 「2014 年東アジア文化都市」について

(横浜市文化観光局創造都市推進課 東アジア文化都市担当南野係長)

文化庁の新しい事業。日中韓 3 カ国から世界に向けて文化を発信し、お互いの理解を深めていこう、という趣旨。欧州文化都市の事業をモデルとしている。2014 年が開催初年。3 カ国それぞれ 1 都市が選ばれ、3 カ国 3 都市で行われる。中国は泉州、韓国

は光州広域市。15年以後は中国・韓国・日本と順番に回る。

10月4日実行委員会が開催され、その下の企画部会で今後実際の事業を決めていく。

期間は来年1年間。オープニング式典を2月下旬開催で準備中。をヨコハマトリエンナーレ2014を核に、9月、10月をコア期間とする。東アジアからお客様に来てもらいたいと考えている。今年度中にロゴの発表、親善大使の任命、専用のウェブ等の告知を行う。パートナー事業として関連する企画にしていただければ、冠をつけることができ、事業として広報できる。

質疑応答：【質問】横浜が選ばれた理由は？

【回答】先駆的な取組をしていた。トリエンナーレも行っていた。もともと持っている新しいものを取り入れる気風、前に向かって進んでいく姿勢が良かったのでは。

【質問】3年に1度、横浜が東アジア文化都市となるか？

【回答】いいえ。基本的には2017年には日本の別の都市。

(2) オープンデータの実施検証について（横浜市政策局政策課 関口係長）

横浜市はオープンデータの先進的なモデル都市であり、この度、国の実証実験を引き受けることになった。

オープンデータとは、行政が持っている情報を民間と共有しオープンにしていこうという取り組み。政策課題を市民と協働で解決していくことが目的。

地方自治体が持っているデータを公開・活用するためにどのようなルール・技術が必要かを今回の実証実験では検討していく。公開して活用していくデータは主に防災情報・地理空間情報など。

旧東海道の歴史観光資源を活用してすぐろくのようなアプリができた。今後、ウォーキングイベントにアプリを活用する。横浜市全体の観光振興にどのように活かせばよいか検証していく。民間事業者の方と意見交換をさせていただきたい。

質疑応答【質問】簡単に要約すると、観光情報・防災情報などオープンにするから使ってください、そのルールを検討します、ということか。

【回答】その通りです。

【質問】意見のやり取りの場は設けられるのか？

【回答】直接意見をいただいても構わない。今後ヒアリングの場を持つ予定。その際にはお知らせする。

## 5 着地型観光事業関連の取組の紹介とご参画のご案内

### (1) (株)ティー・ゲートと連携した「オススメ体験プラン」ページ 横浜市観光情報公式サイト内での展開について (大嶋)

- ・9月から着地型旅行商品、体験プランの予約ができるシステムを横浜市観光情報公式サイト内で展開開始。(株)ティー・ゲートと提携し、(株)ティー・ゲートの持つ商品データベースを利用し構築した。
- ・神奈川県全域の着地型観光情報をカテゴリーで検索できる。現在 100 メニューあり横浜のメニューはそのうち 35 メニュー。
- ・事業者が(株)ティー・ゲートと契約すると、事業者自らが商品を造成し、インターネットを介して商品情報を入力することができ、「旅の発見」「YCVBサイト」他 6 か所に掲載される。
- ・商品造成、在庫管理もインターネット上の管理画面で簡単に管理でき、商品造成のトライアルの場としても活用していただける。
- ・横浜ではクルーズのメニューが多い。他に、肉まんづくり体験、万葉倶楽部各種プランなど
- ・今後も商品造成していきたいので、興味のある方は大嶋まで。

### (2) 横浜型ニューツーリズム (高木)

- ・リクルートライフスタイルとの共同実施事業。12月10日から2月16日まで、500円を1単位とした6枚つづり 3,000円、10枚つづり 5,000円の『この冬限定！秘密の思い出チケット (仮)』と題した体験チケットを販売する。横浜らしさを持つプレミアム体験をしてもらうことが目的。今年度は、来年度の商品化を見据えた実験的要素の強い事業である。
- ・リクルートライフスタイル、高澤氏から説明及び協力をお願い
  - ① コンテンツメニューの提供 バックヤードツアー等、通常の観光では体験できない何か“特別感のある”プランのお願い。
  - ② チケット販売協力をお願い 店頭や受付窓口で体験チケットの販売あるいは引き換えのご協力をお願いしたい。(販売手数料として全体売上の5%をお支払い)
  - ③ 本事業PRポスター及びチラシの設置のお願い
  - ④ 景品の協賛 利用者アンケートの景品として活用する。5個程度。各事業者様のPRを兼ねてご提供いただきたい。
- ・事業者向けモニターツアーを12月3日午前中に開催する。定価よりお得な価格で参加、体験していただける。具体的な内容については後日、会員メルマガで告知。

## 6 事業者からのお知らせ

### (1) スマートフォンアプリを活用した誘客対策について

(頓知ドット株式会社 佐藤部長)

- ・“tab”は60万人を超えるユーザーにお出かけを楽しくするアプリとして活用されている。(スマホに記録した情報について、近くに来ると教えてくれる機能。)
- ・来店を促すツールとして300を超える店舗が活用している。
- ・tabの新しい機能・事例  
アイビーコン：自動来店検知システム。お客さんがお店に来たか検知する。来店件数も分かる。渋谷地域で9月から進めている。カウンターから半径10メートル以内でビーコンが検知する。“ご来店ありがとうございます。”というプッシュ通知ができる。
- ・tab法人向け機能12月までに営業開始したい。実来店した人の属性(性別・年齢・来店回数)が分かるため、客層を分析するためのサンプリングとなる。

### (2) 紹興酒を使った「酔仙麺」によるキャンペーンの実施について

(キリンビールマーケティング株式会社 笹部部長)

- ・酔仙麺は紹興酒を入れて練り上げた麺。中華街の店舗で酔仙麺料理を提供いただくキャンペーンを11月1日から12月末まで行っている。
- ・保存が効きにくい麺なので、冬場の限定で、横浜中華街だけのオリジナルの企画。
- ・広くご案内いただければありがたい。チラシ設置にご協力いただける施設はご連絡いただきたい。

※ 第4回目の観光資源開発部会は2月頃開催予定。