

# 地域価値を高める“まちづくり”

コロナ後における新しい観光立都市を目指して

2020年11月2日(月)

横浜DMC(YDMS株式会社)

山村哲郎

# 山村哲郎です。

2002年 株式会社JTB 入社

- ・茅ヶ崎市 宝探し集客回遊事業
- ・ご当地温泉化粧品事業（箱根大涌谷・北海道十勝川 など）

2011年 株式会社JTB 退社

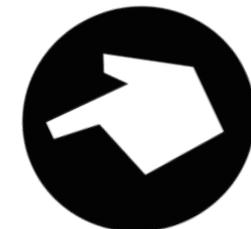
同年 株式会社T&C 設立  
（旅行及びコンサルティング会社）

2014年 株式会社AD COMMUNICATIONS 設立  
（広告 及び ウェブマーケティング）

## 主な関連事業実績

- ・横浜中華街：スマートフォン用アプリケーション
- ・横浜関内関外地区活性化協議会：ホームページ制作
- ・横浜観光コンベンションビューロー：2015年度 事業者連携企画創出事業
- ・横浜観光コンベンションビューロー：Google自動翻訳導入支援事業
- ・横浜観光コンベンションビューロー：2016年度 事業者連携企画創出事業  
\* 360度動画による横浜PR
- ・「mon横濱」（フリーペーパー/アプリ等）
- ・野毛ポータルサイト「野毛.nom」
- ・JTBスポーツ ツイッター

2017年 5月 横浜DMC（YDMS株式会社）設立



# DMC

**Destination Management Company**

## **観光地経営会社**

**地域の資源を生かした観光地経営を主導し、  
データ分析や戦略づくり、旅行商品の開発や販売を行う**

# 国際会議

横浜の観光 2 本柱

# クルーズ船

# パシフィコ横浜は 国際会議開催件数国内 1位

順位	開催件数 (件)		参加者総数 (人)		外国人参加者数 (人)	
	1	パシフィコ横浜	104	パシフィコ横浜	201,512	国立京都国際会館
2	大阪府立国際会議場	49	神戸国際会議場	133,956	パシフィコ横浜	13,307
3	北九州国際会議場	45	大阪府立国際会議場	124,841	神戸国際会議場	6,257
4	国立京都国際会館	41	国立京都国際会館	83,575	東京ビッグサイト	5,766
5	神戸国際会議場	39	神戸国際展示場	80,031	北九州国際会議場	4,726

出典「日本政府観光局(JNTO)2018年国際会議統計 (第1章 日本で開催された国際会議の動向:会場別 国際会議の開催状況)」より抜粋

**20万人の来場者はどこへ・・・**

**1万3千人の外国人参加者はどこへ・・・**

# クルーズ船客向けツアー一覧

横浜

4月26日 (金)

入港/出港 (07:00/停泊)

MSCスプレンドイダ

7:00 8:00 9:00 10:00 11:00 12:00 13:00 14:00 15:00 16:00 17:00

号数	コース	バス会社	乗車人数	乗車時間	乗車料金												
1	西東京	40	独	森	45	8:00											
2	YOK07 西東京	39	英	高橋	45	8:00											
3	西東京	16	私	高橋	45	8:00											
4	YOK06 中日商船	31	英	高橋	45	8:00											
5	YOK06 中日商船	12	私	高橋	45	8:00											
6	中日商船	38	独	小澤	45	8:00											
7	彩京	30	独	荒井	45	8:15											
8	彩京	30	独	杉原	45	8:15											
9	彩京	28	独	下野	45	8:15											
10	YOK01 彩京	29	独	金森	45	8:15											
11	YOK01 彩京	31	独	田中	45	8:15											
12	中日商船	42	英	杉岡	45	8:30											
13	中日商船	40	独	伊城山	45	8:30											
14	YOK02 彩京	40	独	田中	45	8:45											
15	YOK02 彩京	37	独	角田	45	8:45											
16	YOK02 彩京	21	英	石渡	45	8:45											
17	YOK02 彩京	27	英	石渡	45	8:45											
18	YOK02 彩京	14	西	竹内	45	8:45											
19	YOK02 彩京	27	英	石渡	45	8:45											
20	YOK05 中日商船	36	独	上羽	45	9:00											
21	YOK05 中日商船	14	英	北村	45	9:00											
22	YOK05 中日商船	24	独	花々本	45	9:00											
23	YOK04 中日商船	17	私	高田	45	9:00											
24	YOK04 中日商船	21	西	和泉社	45	9:00											
25	YOK04 中日商船	34	独	大野	45	9:15											
26	YOK04 中日商船	16	英	三枝	45	9:15											
27	YOK04 中日商船	14	西	和泉社	45	9:15											

富士山・箱根

浅草

東京タワー

浅草・秋葉原

鎌倉

原宿

YOKOHAMA

**「横浜での国際会議」**

**「横浜港への寄港」**

**にも関わらず、**

**消費効果が他県に流失している現状**

# 【野毛手形】

2018年6月より横浜屈指の人気飲み屋街「野毛」の共通飲食券（日英）を発行。  
 国際会議の参加者にもローカルな魅力を体験していただける人気のツール。  
 2018年6月末には200名を対象とした飲み歩きイベント「横浜おもてなしナイト」を  
 パシフィコ横浜と実施し各種メディアに取り上げられました。（2019年に終了）



# 【日本国際歯科大会】

野毛・吉田町・伊勢佐木町などで夜を楽しむ

2018年10月5日から開催された「日本国際歯科大会」に際し、参加者及び関係者向けに野毛・吉田町・関内・馬車道・伊勢佐木町の約120店舗で専用の参加証提示によるサービスを集約し、専用誌と専用WEBサイトで告知。多くの参加者、関係者が町を訪れました。町には専用の外国人コンシェルジュがウェルカムボードを持ってお迎え、店舗ではウェルカムカードを入口に掲示。まち全体での「ウェルカム感」を創出。





# 【クルーズ客 等の市内回遊促進プログラム】

\* 横浜市文化観光局から受託

横浜市文化観光局と連携して、クルーズ客の市内回遊サービスの「クルーズフレンドリー」を市内事業者と連携して制作。

※こういった取り組みは既に欧米等ではスタンダードな観光施策。飲食店や観光施設でのローカルコンテンツを提供。

クルーズ船の来航時には同じロゴを店頭に掲げて外国人旅行客にも分かりやすく提示



# そして2020年、本来であれば・・



インバウンド観光客の増加  
クルーズ船寄港の増加



パシフィコノースのオープン



ぴあアリーナMMの開業



ハイグレードホテルの開業

# コロナ以前の観光業

## ■世界

国際観光客数 = 14億6100万人 (2019年度)

市場規模 = 800兆円

“世界の10人に1人”が観光産業で働いている

## ■日本

国内延べ旅行者数(日本人) = 5億8666人

国内旅行消費額(日本人) = 1兆9114億円

インバウンド = 3,000万人を突破

## ■横浜市 (2019年度)

観光客数 = 3,420万人

観光消費額 = 3,633億円

パシフィコ横浜 (MIC) 経済効果 = 2,400億円

果たして需要は戻るのか??

# 観光業のこれからのキーワードは・・・

# DX

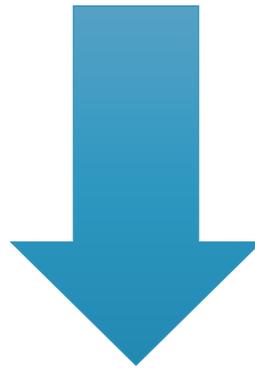
【デジタルトランスフォーメーション】

バーチャルツアー

ハイブリット会議

ライブコマース

オンライン見本市



本当に行きたいところにだけ  
行きたい人だけが行く時代

# Q

**みなさんは  
旅行に何を期待しますか？**



# A

## その地域でしか 体験できないコト

# 横浜の魅力とは？

**西洋文化発祥の地**

**開港の歴史と文化**

**特徴的な町並み（商店街）**

**アクセス**

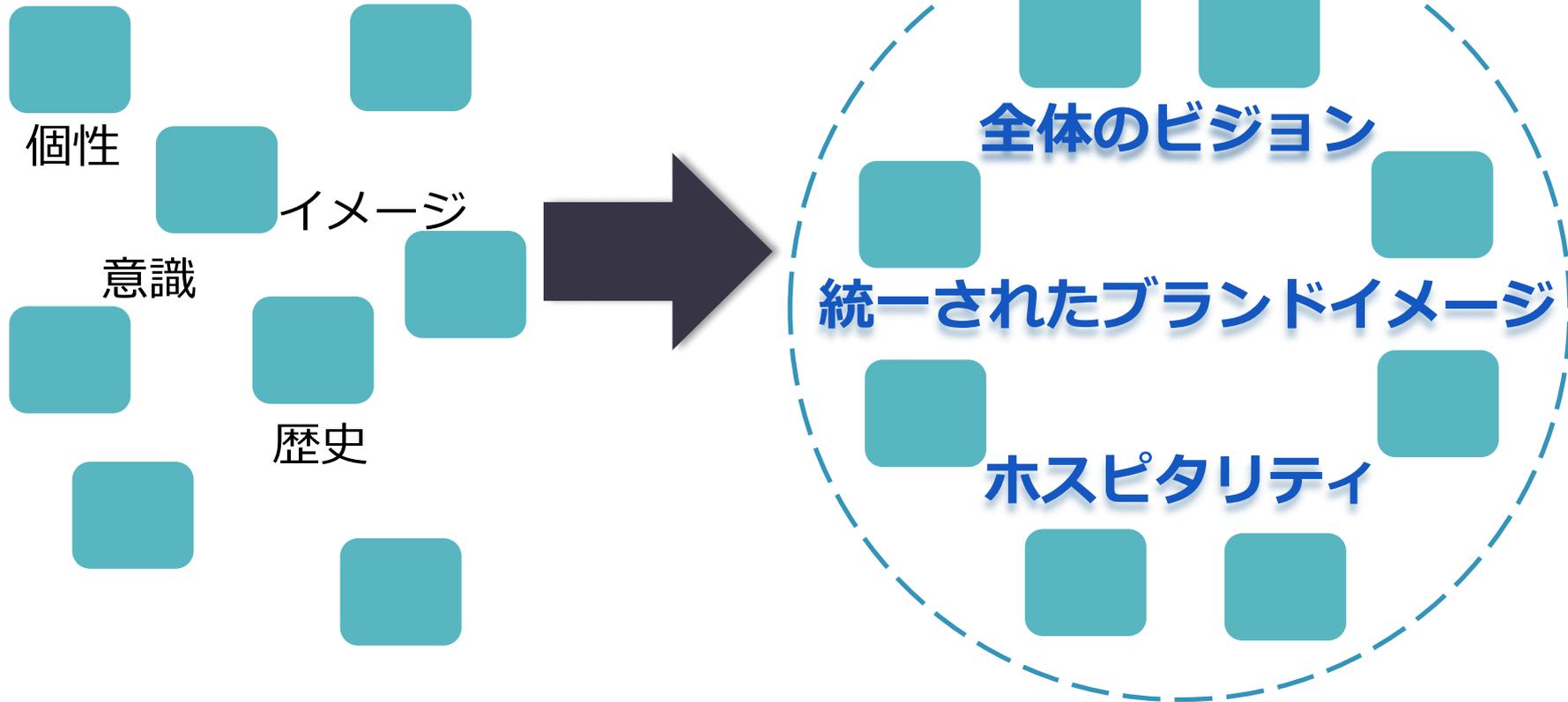
**先進的なイメージ**

**コンパクトシティ**

# その魅力を伝えるには？

バラバラな点から

ゆるやかな集合体に！



他の都市では出来ない複合的な統一感



Courtesy  
(礼儀正しさ)



# 皆様ご存知の テーマパークの基本理念です

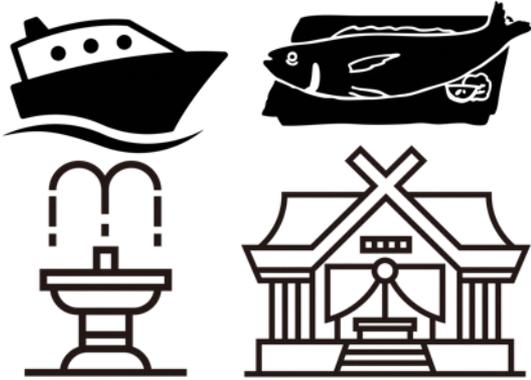


Efficient  
(効率)



# 観光客が買うのは素材ではなく完成品

さまざまな地域資源



“その土地にある”だけ  
ガイドブックを開けば  
載っている情報

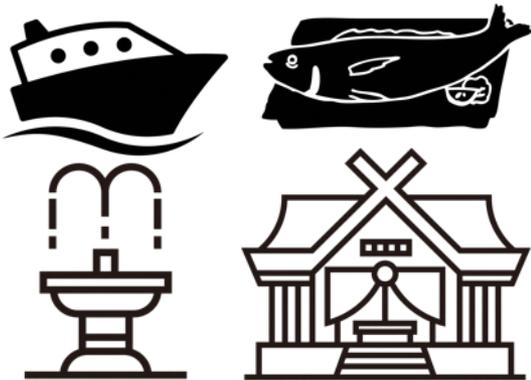


## 観光客



そのままでは  
消費につながらない

さまざまな地域資源



意味づけ・ストーリー  
体験・付加価値  
オペレーション  
現地の人々の笑顔 など



## 観光客



初めて  
消費(体験)に繋がる

# 現在進行中のプロジェクト

2020年度 横浜観光コンベンション・ビューロー認定事業



2020年秋頃  
スタート  
横浜ソーシャルギフト  
**はまポン**

## 横浜ソーシャルギフト「はまポン」とは…

横浜ソーシャルギフトWebサイト(yokohamagift.com 制作中)で決済し購入、横浜の飲食店や観光施設、お土産店、交通(移動)等で利用出来る電子型のギフト券です。  
加盟店で利用できる「回数券型スタンプギフト」と「貴店専用オリジナル商品券」の2種類をご用意いたしました。

初期費用 月々の利用料

**0円 0円**

登録数  
300店舗  
限定

※貴店専用オリジナルギフトは専用Webページ作成費用が20,000円からです。



## 1 横浜応援! ENJOYギフト “はまポン”

加盟店で利用できる1つ1000円の「回数券型スタンプギフト」

お客様のスマホに「ポン」で簡単決済!

横浜市内  
最大300店舗の  
お店で利用できます!

3000円・5000円・  
10000円の  
3種類から選べます!

TOP イメージ

スタンプ イメージ

## 2 貴店専用オリジナル商品券

お店独自の商品券・回数券・ギフト券がお客様のスマホで!

お店独自の  
電子型ギフト券を  
発行できます!

お客様より  
おひねり(+300円)を  
いただける機能も!

お客様の  
購入日翌週に  
入金されます!

お客様の未使用分も  
返金負担は  
ありません。

使用例

使用例1  
回数券として発行

5回分の回数券に設定し販売金額を4900円とお得感を演出。

使用例2  
スペシャルギフト券として発行

販売金額3000円の限定メニューを設定し特別感を演出。

使用例3  
独自のメンバーズカードとして発行  
(2021年導入予定)

現在使用しているお店のショップカードをデジタル化。さらにお客様へのメルマガ配信機能も実現。加盟店スタッフも楽が出来ます。



- Q&A**
- Q ギフトの購入をする時の決済手段はありますか? A クレジットカードでの決済のみです。(JCB、VISA、MASTER)
  - Q 購入時に何か準備や用意することはありますか? A 加盟店にはこちらから電子スタンプをレンタルします。専用WEBページから貴社の店舗情報を入力していただけます。
  - Q 専用電子スタンプを紛失した場合はどうなりますか? A 再制作費用をご負担いただけます。
  - Q 売上報告は毎日必要ですか? A 電子スタンプを押したと同時にデータ化され、自動的に送信されますので貴社から別途来店数や利用者数の報告は必要ありません。

**各種条件**

	はまポン共通スタンプギフト	貴店専用デジタルギフト
手数料	販売額の10%(カード手数料込み)	販売額の10%(カード手数料別) 発行元は貴社となります。
加盟料 (専用電子スタンプ・管理画面提供)	参加初期費用 無料 (2021年4月以降の加盟店は5,000円)	初期ギフト制作費 20,000円 (はまポンサイト内専用Webページ作成)
精算	利用日の翌月5日(予定)までに 指定口座へお振込み。	購入日の翌週金曜日(予定)までに 指定口座へお振込み。
販売期間	通年販売	
有効期限	発行(購入日)より6か月以内	発行(購入日)より1年間以内

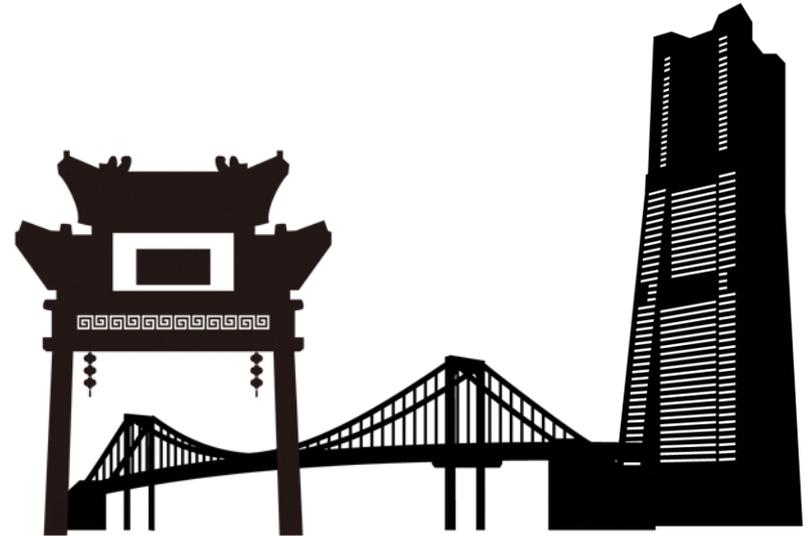
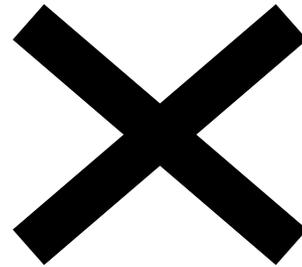
お問い合わせ **横浜DMC (YDMS株式会社)**  
**TEL: 045-662-5568** 担当: 阿部・白石  
**E-MAIL: info@yokohamadmc.com**  
 運営: 横浜DMC (YDMS株式会社) 協力: 横浜観光コンベンション・ビューロー、横浜市都市整備局、関内・関外地区活性化協議会 他

お申込みはこちらから!!

<http://www.yokohamagift.com/>

ビジョン

ホスピタリティ



ALL横浜！で  
横浜を“選ばれるまち”へ進化させる