

ラグビーワールドカップ 2019™ 期間中の 賑わい創出に向けた主な取組について

文化観光局では、ラグビーワールドカップ 2019™ の開催を、「中期4か年計画」の目標達成への好機と捉え、「海外における横浜の認知向上」「文化芸術による魅力づくり」「訪日外国人旅行者の獲得策」など、様々な取組を行いましたので、その内容について報告します。

1 認知向上に向けた戦略的なシティプロモーションとターゲットに応じた誘客プロモーション

(1) 海外テレビを活用したシティプロモーション		
内 容	実施期間	視聴者数 (推計)
ユーロニュース (世界 157 カ国) での特集番組及びCM放映	特集番組: 10月19日～11月2日 CM: 9月21日～11月2日	約1,541万人 (欧州21か国)
英国地上波「ITV4」試合放映内でのCM放映	10月2日～10月11日	約374万人
(2) 航空機内や空港ターミナル等でのプロモーション		
内 容	実施期間	リーチ数 (推計)
航空機内ビジョンでのCM配信 (ブリティッシュ・エアウェイズ、カンタス航空、ANA)	10月1日～10月31日	延べ約671万人 (3社合計)
羽田空港国際線ターミナル内広告	9月3日～11月2日	約72万人
山手線車内ビジョン	10月14日～11月3日	約67万人
渋谷スクランブル交差点サイネージ	10月14日～11月3日	約25万人
(3) 個人旅行者向けセールスプロモーション		
内 容	実施期間	発行部数等
「トリップアドバイザー」への横浜特設ページの開設と ターゲティング広告による流入促進	平成30年11月～令和元年11月	—
英語ニュースサイトでの情報発信	平成30年9月～令和元年11月	—
体験型観光マップの配布とWEB配信	平成30年9月～令和元年11月	11万部
英字新聞ラグビー特集 (別刷り) への出稿	令和元年9月20日、10月23日	10万部
(4) 法人向けセールスプロモーション		
内 容	実施期間等	
英国等での現地セールス	平成29年5月～令和元年11月 (8回実施)	
旅行会社・メディアの招請、受入	平成29年9月～令和元年10月	
海外メディア向けプレスツアーの実施	令和元年10月30日 (15社17人参加)	
海外メディア向け観光情報等提供デスクの設置	令和元年9月～11月 (横浜国際総合競技場内及び RWC2019 組織委員会併設)	
観光プロモーション用素材映像の海外メディアへの提供	令和元年9月～	



羽田空港国際線ターミナル内広告



英国での現地セールスの様子



案内デスクでの英字新聞の活用

2 昼も夜も滞在を楽しめる魅力づくり

(1) 文化・観光施設における取組

ア 横浜美術館での取組

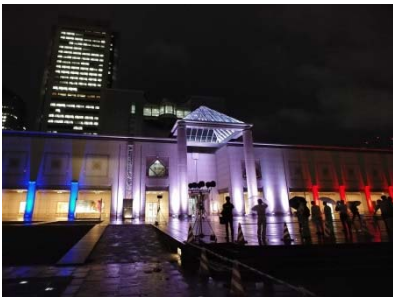
企画展開催中の金曜・土曜に開館時間を 20 時まで延長するとともに、ライトアップを実施（9月20日～休館日を除く毎日、21時まで実施）

イ 「三溪園和音まつり 2019」の開催

- ・ 9月20日～11月1日のうち17日間、19時まで開園を延長し、和楽器等の演奏会を実施
- ・ 夜間来園者数：約1,600人

ウ 横浜能楽堂での取組

海外メディア向けツアーとして、能舞台見学と仕舞鑑賞を実施（10月30日）



横浜美術館のライトアップ



三溪園和音まつり 2019 での和楽器演奏



横浜能楽堂での海外メディア向けツアー

(2) 文化芸術イベント「コンパス ヨコハマ 2019」

- ・ 横浜美術館前（グランモール公園）を会場にパフォーマンスの実施やインスタレーションを展開
- ・ 期間：9月20日～9月29日※ ※台風の影響により9月23日は中止
インスタレーション 9日間、パフォーマンス 6日間
- ・ 来場者数：約26,000人

(3) ナイト シンク ヨコハマ NIGHT SYNC YOKOHAMA（創造的イルミネーション）

- ・ 新港中央広場でのメディアアートや広場と周辺の施設が連携した光と音楽の演出の実施。特設ステージにおいて、横浜能楽堂企画として「仕舞」を披露
- ・ 期間：11月1日※～12月27日（仕舞披露は11月2日・10日）※台風の影響により10月23日より変更



NIGHT SYNC YOKOHAMA



NIGHT SYNC YOKOHAMA×横浜能楽堂

3 滞在環境の向上と近郊都市連携による周遊観光の促進

(1) 臨時シャトルバスの運行

- ・新横浜及びファンゾーンを起点とし、中華街と野毛を降車地とした、都心臨海部への片道シャトルバスを運行
- ・合計 100 便運行（9月20日～11月2日）
- ・乗車人数 合計 2,913 人（定員 4,545 人）



新横浜からシャトルバスに乗る観戦客

(2) 他都市との連携による観光プロモーション

ア 関東圏の開催都市との連携

- ・英国でのセールスや観光プロモーションの実施
- ・メディアの招請、パンフレットの制作・配布、特設ウェブサイトによる観光情報発信

イ 他の開催都市のファンゾーンへのブース出展

- ・東京（有楽町）と大分のファンゾーンにおける横浜への誘客実施

ウ 近隣8市との連携

- ・鎌倉市等の近隣都市と連携して作成した英語観光マップ「Day trip from Yokohama」を羽田空港国際線ターミナル等で配布。作成部数：2万部



「Day trip from Yokohama」

4 RWC2019 期間中の賑わい創出による効果（速報）

(1) 市内主要ホテルの稼働状況

- ・対前年同月比の稼働率は台風等の影響により微減となったものの、10月の宿泊者に占める外国人の比率は約20%と、過去最高水準
- ・宿泊者の国籍は、ニュージーランド、アイルランド、オーストラリア、英国といったRWC2019出場国からの旅行者の増加が顕著

(2) 民間事業者の主な取組

ア 中華街 夜市

- ・横浜での試合開催日に、市場通りを中心に、23時まで営業時間を延長

イ 市内各商店街で様々なイベント実施

- ・野毛、横浜橋・伊勢佐木町、元町など広範囲で、多くの外国人観戦客が来訪



中華街 夜市の様子