

業務説明資料

1 委託の概要

- (1) 業務名：令和3年度創造的イルミネーション広報プロモーション業務委託
- (2) 履行場所：横浜市内ほか
- (3) 履行期間：契約締結日から令和4年3月31日まで

2 業務目的

本業務は、令和3年11月中旬から12月下旬に実施する創造的イルミネーションイベントの認知度を向上させ、市内外の観光客の誘致など広く集客を図るとともに、観光インバウンドの需要回復につなげることができるよう、効果的な広報プロモーションを行う。

(1) 本イベントへの認知・興味・関心の向上

※イベント概要は、別添資料1-1及び1-2のとおり。

(2) 来場者の増

※(1)(2)については、横浜市内、神奈川県内、東京都内など首都圏での認知の向上や集客に繋がる広報を行うとともに、市内宿泊客の増につながるような遠方からの誘客にも効果的な広報を行うこと。

(3) 本イベントが、文化庁の「令和3年度文化資源活用推進事業」として選定されていることから、 国内観光振興や観光インバウンドの需要回復

※令和3年度文化資源活用推進事業については、次のウェブページを参照のこと

<https://www.shigen.bunka.go.jp/oubo/index2021.html>

(4) 地域で開催されるイルミネーションや店舗等と連携して広報を行うことによる 街の回遊性向上 と、横浜のナイトタイムエコノミーの活性化

(5) 「文化芸術創造都市・横浜」のブランド向上

3 KPI

各目標に対するKPIは次の通りとします。

(1) 来場者アンケートで「本イベントを見るために来た」と回答した率 48%以上 (昨年度実績：46%)

(2) イベント来場者数 87万人以上 (昨年度実績：11/20～12/26の37日間で85万人)

(3) ① 国内観光振興

神奈川県・東京都以外の来場者数の割合 15%以上 (昨年度実績：11%)

来場者のうち市内宿泊者の割合 13%以上 (昨年度実績：11%)

② 観光インバウンドの需要回復

外国人来場者数 5500人以上 (昨年度実績：カウントせず)

海外メディアへの発信件数 130件以上 (昨年度実績：119件) ※Webでの露出含む

公式ホームページ外国語版ページビュー数 合計1,800PV以上 (昨年度実績：1,635PV)

(4) 横浜市内への経済波及効果 55億円以上 (昨年度実績：37日間の来場者数85万人で53億円)

(5) メディア露出広告価値換算値 5億円以上 (昨年度実績：4億9841万円)

4 前提条件

本イベントの実施に当たっては、イベントの統括管理や全体の企画・ディレクション、イルミネーションの実施やイベント運営、実行委員会の事務局業務等を事業者(以下、イベント実施事業者という)に委託しており、広報プロモーション業務のうち、広報展開を行う素材(キービジュアル、ロゴ、PR

動画、イメージパース等)の制作・提供及び公式 Instagram の運営・管理は、イベント実施事業者が行う。

広報物やホームページのデザイン等のクオリティコントロールは、イベント実施事業者が選任するクリエイティブディレクターが行うため、デザインに関する業務については、ディレクターやイベント実施事業者と十分協議をしながら進めること。

また、共催者である横浜市も、市の広報媒体等を活用して、本イベントの広報プロモーションを実施する予定であるため、業務の実施に当たっては、横浜市とも十分協議をしながら進めること。

※広報プロモーション業務の分担の考え方については、別添資料 2 を参照

5 業務内容(提案を求める事項及び必須となる業務)

(1) 広報計画の策定

【提案を求める事項】

- ① 資料 4「広報参考資料(R2、R1 アンケート結果まとめ)」や、「2 業務目的」「3 KPI」を踏まえ、適切にターゲットを設定し、ターゲットに合った広報の方法を提案すること。
- ② 新型コロナウイルス感染症の影響が今後も続くことが想定されることから、市内を含む首都圏からの誘客を第一優先として、効果的な広報の方法や媒体を提案すること。
- ③ 併せて、市内の宿泊者増につながるような遠方からの誘客に効果的な広報の方法や媒体についても提案すること。
- ④ 今後インバウンドが回復した際の誘客に繋げられるよう、海外に向けた広報プロモーションについても提案すること。
- ⑤ イベントと合わせ、来場者に横浜の街を回遊して楽しんでもらえるよう、地域のイルミネーションや店舗の情報などを効果的に発信する方法や媒体について提案すること。

【提案に当たっての注意事項】

- ・露出の核(=メディアでの露出を集中させる時期)となる下記のポイントを踏まえ、どのようにプロモーションを展開するのか、スケジュールを策定すること。

① 横浜市が 10 月中旬頃に予定している市長定例記者会見

※時期等は今後調整

※イベントの詳細に関する情報解禁は、市長定例記者会見と同じタイミングで行う必要があるため、それを踏まえて、計画を策定すること。

② イベント開始前後

メディアへの事前内覧は 11 月 16 日(火)に、イベントのオープニングセレモニーは 11 月 18 日(木)に予定している。メディアへの事前内覧及びオープニングセレモニーの機会を有効に活用し、イベント開始直後に効果的にメディアへの露出が図られるよう、計画を策定すること。

③ イベント開始後、多くの来場が見込まれるクリスマス時期に向け、さらなる集客を図るための広報 PR について、計画に盛り込むこと。

【必須となる業務】

- ・広報計画は、7 月下旬までに策定し、委託者に提案すること。

(2) 日常的なパブリシティ活動業務

【提案を求める事項】

- ①本イベントは2年目の開催となり、取材誘致には一層の工夫が求められる。このため、取材誘致に繋がりやすい切り口(キーワード)やテーマを提案すること。
- ②リリースの配信先・タイミング・回数や、メディアアプローチ先の具体的な媒体名等も提案すること。また、リリースの配信に当たっては、国内だけでなく海外にも広く発信できるよう、プレスリリース配信サービスの活用など、情報を拡散させる方法を具体的に提案すること。

【提案に当たっての注意事項】

- ・共催者である横浜市がリリースを行う場合(10月中旬の1回を想定)は、市が契約するプレスリリース配信サービス(PR TIMES)の利用も可能であるため、それも踏まえて提案を行うこと。
- ・委託者は、メディアアプローチ先として、下記を希望している。これを踏まえ、露出が高く見込め、かつ、獲得が想定される具体的な媒体名を提案すること。

＜アプローチ希望先＞

- ア 首都圏キー局を中心としたテレビ番組(特に情報番組やニュース系の特集)
- イ 5大紙の全国版等、新聞メディア、通信社
- ウ 雑誌、WEB、ラジオ等

【必須となる業務】

- ① メディアリストの作成
- ② プレスリリースの作成・配信

・配信は、日本語でのリリースは5回以上、英語でのリリースは1回以上を行うこと。英語については、ネイティブチェックを受けること。

- ③ 国内のメディアへの掲出・露出依頼

テレビ、新聞、雑誌(フリーぺーパー等を含む)、Web等各種媒体の取材誘致を行い、原稿の作成・入稿、メディアとの調整及び露出を行うこと。

- ④ 報告及び記録作成業務

ア 掲載記事等のクリッピング及びメディア露出リストの作成

- ・メディアアプローチ等を通じて露出された新聞、雑誌、フリーぺーパーの原本（掲載部分のみの切り抜きでも可とする）や映像、音声を保存するとともに、委託者へ提出すること。
- ・併せて、メディア露出状況が分かるリストを作成し、各リリース配信後に報告を行うこと(それ以外の期間については、露出があり次第、隨時共有すること)。
- ・横浜市が認知した露出媒体について、原本と併せて受託者へ連絡する場合は、一覧のメディア露出リストへの追加と原本の保存を行い、一元管理をすること。

イ 報告

- ・令和4年1月20日頃までに、メディア露出の結果を報告するとともに、広告価値換算額を算出し、委託者に報告すること。

(3) 広報ツールの制作及び活用

【提案を求める事項】

- ①認知や集客に繋がる効果的な広報物の活用方法を、必要部数や設置場所も含めて提案すること。
- ②会場等で配布する広報物では、本イベントとパートナーシップ事業を一体的に広報できるよう、適切な広報物の形式(リーフレット、冊子等)を提案すること。
- ③アンケート回答者に配布するノベルティグッズについて、具体的に提案すること
- ④デジタルサイネージについては、無料・有料に関わらず、首都圏在住者と合わせ、遠方からの観光客の誘致や認知向上に効果的と考えられる媒体を提案すること。

【提案に当たっての注意事項】

- ・デジタルサイネージについては、市庁舎や駅、観光案内所等、無料で実施できる範囲での実施を予定しているが、これを踏まえて、無料・有料に関わらず、認知や集客に効果があると考えられる具体的な媒体を、掲示期間も含め提案すること。

【必須となる業務】

- ① 広報物(チラシ、ポスター、会場等で配布する広報物、ノベルティグッズ)の制作等

ア 広報物の制作・印刷

- ・イベント実施事業者が作成するキービジュアル及びロゴを活用し、下記(ア)～(エ)の原稿作成、デザイン・編集・レイアウト、校正、印刷、配達まで一貫して行うこと。
- ・すべての広報物の制作は、委託者及びイベント実施事業者と協議し、了承のうえ進めること

(ア)チラシ

- ・駅や公共施設等で、パンフレットラック等に差して配布することを想定している。

このため、文字の大きさ、ビジュアル等には十分に配慮し、パンフレットラックに差してある状態で目を引き、手に取ってもらえるようなものとすること。

- ・新港中央広場及びビューポイントである大さん橋へのアクセスを説明するための地図を作成すること。

(イ)ポスター

- ・駅や公共施設等での掲示を想定している。このため、文字の大きさやビジュアル等には十分配慮すること。また、デザインは、通行人の印象に残るようなインパクトのあるものとともに、イベントの内容が分かりやすく伝わり、行ってみたいと感じさせるようなものとすること。

(ウ)会場等で配布する広報物

- ・会場や光の演出参加施設等で、パンフレットラック等に差したり、机上に設置して配布することを想定している。このため、文字の大きさ、ビジュアル等には十分に配慮し、パンフレットラックに差してある状態で目を引き、手に取ってもらえるようなものとすること。

- ・本イベントとパートナーシップ事業(地域で実施するイルミネーション等)を一体で広報すること。広報物制作に当たっては、パートナーシップ事業者との調整や原稿作成、編集作業等を行うこと。

- ・広報物を見ながら、街を回遊して楽しめるよう、新港中央広場や大さん橋、光の演出参加施設、光のオブジェの設置場所、パートナーシップ事業の実施場所等が分かる地図を作成し、掲載すること。地図の範囲や記載事項等詳細は、委託者と協議し決定すること。

(エ)ノベルティグッズ

- ・会場で実施する来場者アンケート回答者に配布するノベルティグッズを制作すること(個数は700個程度を想定)。

<R2参考>ノベルティグッズとして、ヨルノヨ オリジナルマスクケースを700個制作

イ 広報物の規格

制作する広報物の種類や枚数は下記を想定しているが、枚数等詳細は、別途、委託者と協議し、決定する。なお、チラシや会場等で配布する広報物等については、多言語ユニバーサル情報発信ツール（「MC Catalog+」等）を活用し、多言語化とともにデジタル化したものを公式ホームページに掲載し、PCのほかスマートフォンやタブレット等からも閲覧できるようにすること。なお、多言語ユニバーサル情報発信ツールの利用料金として約50万円（税込）を本委託料に含めること。

広報物の種類	サイズ、用紙の種類	縦横	印刷面・色	印刷予定期数	主な配布先
チラシ	A4 アト紙 110kg	縦	両面4色	10,000	区役所、観光案内所、市内ホテル、商業施設、市内駅等
ポスター① 帯なし	B1 アト紙 135kg	縦	片面4色	85	駅、横浜駅柱巻き等
ポスター② A 鉄道会社用、下帶有	B1 アト紙 135kg	縦	片面4色	100	駅
ポスター③ B 鉄道会社用、下帶有	B1 アト紙 135kg	縦	片面4色	590	駅
ポスター④ C 鉄道会社用	B1 アト紙 135kg	縦	片面4色	71	駅
ポスター⑤ 下帶あり	B3 アト紙 135kg	横	片面4色	40	駅
バナーフラッグ	大きさ 1500mm ×500mm程度、ターポリン等長期の屋外設置に適した素材を選択すること (資料6参照)	縦	カラー	17	横浜駅西口
会場等で配布する広報物	未定	未定	カラー	15,000	イベント会場、光の演出参加施設等
ノベルティグッズ	会場での配布に適したサイズとすること	-	-	700	アンケート回答者に配布

※駅等にポスターを掲示する際は、鉄道会社指定の下帯を入れる必要があるため、ポスター①のパターン違いのものとしてポスター②③④を制作する予定。

※駅等へのポスター掲示については、今後、鉄道会社との調整のうえ決定するため、枚数等の変更の可能性がある。

ウ 広報物の納品場所・期限

納品場所については、委託者と協議のうえ、決定する。

納品期限については、下記を目安とするが、詳細は、別途、委託者と協議のうえ決定すること。

(ア)チラシ及び(イ)ポスター：納品期限 令和3年10月上旬

(ウ)会場で配布する広報物及び(エ)ノベルティグッズ：納品期限 令和3年11月上旬

エ 広報物の配布

委託者と協議のうえ、配布先リストを作成し、チラシ、ポスター等を市内の観光案内所やホテル、

商業施設、駅、特別演出参加施設等に郵送又は配送すること。配送に係る費用も委託費に含めること。

なお、主な配送件数の想定は下記の通り。

また、会場等で配布する広報物は、イベント期間中、適宜、受託者が補充を行うとともに、市のPRボックスに配架したチラシについては、イベント終了後回収し、廃棄すること。

<配送件数の目安>

(ア)チラシ:郵送 130 件程度、配送(市内)30 件程度

(イ)ポスター:郵送 30 件程度

(ウ)会場等で配布する広報物:郵送 80 件程度

② デジタルサイネージを活用した PR の実施

・原則としてポスターのデザインを活用し、掲出場所ごとに指定されたデータ様式で、静止画のデザイン制作を行うこと(9種類程度のデータ作成を想定)。

・市庁舎や駅、観光案内所等、無料で実施できる範囲での実施を予定しているが、これ以外にも、無料・有料に関わらず、認知や集客に効果がある場所で PR を実施すること。

首都圏在住者と合わせ、遠方からの観光客の誘致に効果的と考えられる媒体についても、提案を行うこと。

・掲出に関する各施設等との技術的な調整、掲出状況の確認、記録写真の撮影、報告、問題が生じた際の対応等は受託者が行うこととする。

③ 読売新聞休刊日チラシの原稿等作成

・読売新聞の定期購読者に新聞休刊日を知らせる「休刊日チラシ」での広告(広告枠は横浜市が確保する)のための原稿作成、デザイン・編集・レイアウト、校正を行うこと。

<読売新聞休刊日チラシ概要>

・他の広告・チラシ等と共に新聞に折り込み

・横浜市内に配布(40 万部)

・チラシ折込予定日:令和 3 年 12 月 12 日(日)

・紙面サイズ:B4(上部 33mm は使用不可)

(4) 広告掲出業務

【提案を求める事項】

①交通広告や、交通広告以外の媒体について、無料・有料に関わらず、首都圏在住者や遠方からの観光客の認知拡大や集客に効果があると考えられる広告媒体を提案すること。

②Web 広告について、ターゲットとするユーザーや、広告を掲出する媒体の種類(Google、Yahoo、Instagram、Twitter 等)、広告の本数、配信のタイミング、想定リーチ数等を具体的に提案すること。

併せて、本イベントに関心のある層に訴求できる方法があれば、提案すること。

③提案がある場合は、インフルエンサーを起用した PR についても、どのようなインフルエンサーを起用するかや投稿のタイミング等について、具体的に提案すること。

【提案に当たっての注意事項】

・交通広告については、別添資料 3 の「有料広告枠予定リスト」のものは必須とし、別添資料 3 の「有料広告枠予定リスト」に掲載されている広告掲出料や梱包作業料、ポスター掲出・撤去料は、当委託費の中で計上すること。

【必須となる業務】

① 各種媒体への広告掲出

・交通広告等実施に当たり、受託者は、鉄道会社各社・施設管理者と、広告物のデザイン調整※、

広告物の配送、取付・撤去(廃棄含む)業務(横浜きた・みなみ通路柱巻きポスター及び横浜駅西口バナーフラッグ)、掲出期間中における維持管理を行うこと。

※鉄道会社による広告物デザイン案の意匠審査、鉄道各社から入手した下帯データと意匠審査済の広告物データを組み合わせた版下作成作業、掲出箇所に合わせた大きさ・解像度にするデータ調整作業のことを指す。下帯データについての多少の修正作業(文言の修正、写真の差し替え程度)も含む。

②Web 広告

- ・Web 広告の原稿は受託者が作成し、配信前に委託者の承認を得ることとする。
- ・令和 4 年 1 月 20 日頃までに、Web 広告の成果(表示回数、クリック数、クリック率等)を報告すること。

(5) ホームページ制作・運営業務

【提案を求める事項】

- ①パソコン、タブレット端末、スマートフォンなど、マルチデバイスでの利用対応や多言語対応をどのように実施するか(例:翻訳者による翻訳、機械翻訳など)を具体的に提案すること。
- ②新規訪問者の獲得やアクセス数維持のための工夫について具体的に提案すること。
また、外国語ページのアクセス数増につながる工夫について提案すること。

【提案に当たっての注意事項】

- ・インバウンド対応のため、英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語に対応する多言語ページを設けること。多言語ページの作成に当たっては、日本語の元原稿により、他の言語に翻訳(翻訳者による翻訳)を行うほか、機械翻訳でも可能とする。なお、いずれも、各言語を母国語とする翻訳者によるネイティブチェックを行い、各言語を母国語とする利用者が違和感を覚えない表現等とすること。

【必須となる業務】

① 基本仕様

ア サーバー等について

当該コンテンツの制作・運用に必要となるサーバー等ハードウェア、ネットワーク及びデータベース等ソフトウェア等については、すべて受託者において準備すること。令和 4 年 3 月 31 日までのサーバー運営費用は、当委託費の中で計上すること。

公式ホームページのサーバーは、アクセスの負荷・セキュリティを考慮した信頼度の高いものとすること。

イ セキュリティ対策について

アに記載したハードウェア・ネットワーク・ソフトウェア等は、委託期間中、情報漏洩や不正な改ざん等が発生しないよう、セキュリティホール等に対する修正・バージョンアップ等を継続して行うこと。

24 時間の連続稼働に対応し、常時システム異常の把握を行うこと。異常または障害時には、必ず委託者への通知を行うとともに、速やかに復旧できる体制・運用を確保すること。

ウ ドメインについて

原則として、令和 2 年度に使用していたドメイン「<https://yorunoyo.yokohama/>」を継続して使用すること。

エ ウェブアクセシビリティへの配慮について

ホームページは、色味のコントラスト、使用フォント、文字サイズ、画像キャプション、UI デザインなど、ウェブアクセシビリティに配慮のうえ、作成すること

オ ページの作成・更新・追加について

コンテンツの作成・編集・更新は、隨時委託者と協議の上、受託者が行うこと。また、日々の軽微な修正対応やメンテナンス、アクセス解析は、隨時受託者が行うこと。

② サイト構成・コンテンツについて

原則として、現行のホームページ(<https://yorunoyo.yokohama/>)のサイト構成やコンテンツを引き継ぐこととし、令和3年度版のビジュアルやテキスト等への更新を行うこと。

ただし、PR展開内容および本事業の進捗状況等により、隨時追加コンテンツが発生する場合がある。

ア コンテンツについて

必須コンテンツは次のとおり。各コンテンツの内容については、委託者と協議の上、原稿作成、編集及び各ページのデザイン、HTMLコーディングを行うこと。

(ア) TOP ページ

(イ) イベントコンセプト、ネーミング

(ウ) NEWS

※NEWS の掲載は 10 件程度を予定(参考:令和2年度は 8 件)

(エ) イルミネーションについて

(オ) 周辺エリアの施設も参加した光と音の一体的演出（時間限定の特別演出）について

(カ) 光のオブジェについて

(キ) 回遊型イベントについて

(ク) イベント概要(イベント会場へのアクセス MAP 等含む)

(ケ) 店舗やホテル等との連携について

(コ) パートナーシップ事業の概要及び募集について

(サ) パートナーシップ事業の各事業の紹介

(シ) 市内のイルミネーション等を巡るナイトウォークラートの紹介

(ス) プレスリリース資料閲覧・ダウンロードページ

(セ) ちらし、リーフレット閲覧ページ

(ソ) 協賛・協力企業一覧

(タ) コロナ対策について

(チ) ヨルノヨ 2020 アーカイブ

③ 公開時期

・第1期サーバアップ：10月中旬 市長定例記者会見実施時

開催概要やパートナーシップ事業の紹介(10月中旬～11月中旬に開催されるイベント 2 件程度)等

・第2期サーバアップ：11月上旬 イベント開始直前

④ バナーの作成について

横浜市のホームページ等から、イベントのホームページにジャンプできるようホームページバナーを作成すること

⑤ 報告

Google Analytics 等を活用し、10月から1月の月末締めで、公式ホームページのアクセス概要(ページビュー数、セッション数等)やユーザー数の分析(居住市区町村、年齢、性別等)、ユーザーの流入経路(どこのサイトからヨルノヨのサイトに訪れたか)等を委託者に報告すること。

また、各国語ページに訪れたユーザーの国名やユーザー数についても報告すること。

⑥ 留意事項

原則として、受託業務終了の際は、ドメイン配下のすべてのページを移行対象としてデータを作成し、次年度以降受託事業者が変更になった場合に十分な引継ぎを行うこと。なお、次年度以降の引継ぎについての費用は、原則、委託者は負担しない。

(6) 公式 Twitter を活用した情報発信

【提案を求める事項】

- ①公式 Twitter では、イベントの開催時間や開催場所など、来場者が必要とする情報を分かりやすく発信するとともに、来場者が街を回遊して楽しむきっかけとなるような、地域のイルミネーションや飲食店の情報等も積極的に発信する予定である。このため、Twitter の拡散力を生かし、フォロワーの獲得やイベントの集客、街の回遊に繋がるような運用方法について提案すること(例:ハッシュタグの工夫やリツイートの活用、画像や動画の活用など)
- ②イベントの集客に効果的なものがあれば、Twitter 以外の SNS についても、種類や活用方法などを提案すること(ただし、公式 Instagram は、イベント実施事業者が運営し、ビジュアルを重視した投稿を行うため、提案からは除外すること)。

【提案に当たっての注意事項】

- ・公式 Twitter やその他 SNS を活用した情報発信については、投稿スケジュールや運用フロー、コミュニケーション方針(リツイートやリプライの考え方など)や炎上時の対応などのガイドラインを策定すること。

【必須となる業務】

① アカウント運用方針(ポリシー)の策定

- ・運用管理責任者や発信者、フォローの有無、リプライ(返信)の有無等を定めること。
- ・Twitter のアカウントは、原則として、令和 2 年度に使用していたものを継続して使用すること。
また、アカウントは、公式 Web サイトと連携させること。

② 公式 Twitter の運用・更新・投稿

ア 投稿内容及び回数

- ・イベント実施前からイベント終了時まで、下記内容で 120 本程度の記事を投稿 すること。
①本イベントに関する内容(時間や開催場所等の詳細な情報、雨天中止等の情報含む)(投稿数 22 本程度を想定)
②パートナーシップ事業の紹介(投稿数 22 本程度を想定)。なお、パートナーシップ事業は、1 事業 1 回以上、紹介すること。
③特別演出を楽しめるビューポイントの紹介(投稿数 10 本程度を想定)
④本イベントと連携している飲食店やホテル、観光施設等の紹介(投稿数 50 本程度を想定)。なお、連携先については、各箇所 1 回以上、可能な限り複数回紹介すること。
⑤メディア掲載情報など(投稿数 10 本程度を想定)
⑥地域の企業等と連携して実施するイベントの紹介など(投稿数 5 本程度を想定)
⑦その他必要な情報

イ 記事の作成等

- ・受託者は、記事の作成に必要な情報収集や調査を行い、原稿(テキスト、写真、動画)を作成し、投稿すること。また、委託者やイベント実施事業者から情報掲載の依頼があった場合は、随時対応すること。

ウ 緊急時の対応

- ・イベント期間中、荒天によりイベントを中止する場合などに、情報を迅速に発信できるよう、体制を整えること。

③ 報告

分析ツール等を活用し、公式 Twitter のフォロワー数の推移や、投稿したツイートへの反応数(インプレッション数やエンゲージメント数、リツイート数等)を令和 4 年 1 月 20 日頃までに委託者に報告すること。

併せて、本イベントに関するハッシュタグの投稿件数等についても、令和 4 年 1 月 20 日頃までに委託者に報告すること。

(7) 街の回遊促進に繋がるプロモーション

【提案を求める事項】

①店舗やホテル等との連携プロモーション

ア 本イベントの認知向上を図るとともに、店舗やホテル、観光施設等への集客を図る仕掛けについて提案すること

(例:本イベントの写真を S N S に投稿すると、店舗やホテル等で特典が受けられるキャンペーンの実施など)。

イ 連携先(店舗やホテル等)を増やす方法についても提案すること(R2 実績:23 か所→R3 目標 50 か所)。

ウ 店舗やホテル等との連携に関する効果的な広報の進め方について、スケジュールや広報の方法(例:専用のチラシを作る等)を提案すること。

②動画等を活用したプロモーション

来場者が本イベントと合わせて、横浜の街を歩いて楽しむことに繋がるよう、地域のイルミネーションや夜景スポットなどの情報を盛り込んだ回遊ルートを作成するとともに、回遊ルートを紹介する動画を作成すること。動画の内容や長さ、本数、作成した動画の活用方法などについて、具体的に提案すること。

【提案に当たっての注意事項】

①店舗やホテル等との連携プロモーション

- ・提案に当たっては、令和 2 年度に実施した店舗等との連携プロモーションについても参考にすること。<参考>ポータルトールト <https://yorunoyo.yokohama/campaign/>
- ・本イベントを観に来た方が、横浜の街で飲食や買い物を楽しんだり、横浜で宿泊することにより、街の回遊性向上やナイトタイムエコノミーの活性化に繋がるよう、連携先(飲食店や商業施設、ホテル、観光施設、乗り物等)や、連携内容等について提案すること。

②動画等を活用したプロモーション

- ・回遊ルートの作成に当たっては、令和 2 年度に作成したナイトウォークルートも参考にすること。<参考>ヨコハマナイトウォークルート <https://yorunoyo.yokohama/yokohamawalk/>
- ・作成した動画上には、動画内容を的確に表現したタイトルや、必要に応じてサブタイトルやキャッチコピーを検討し、配置すること。
- ・将来のインバウンド誘致に繋げるため、動画には、必要に応じて、日英 2 か国語のテロップを挿入し、文字による訴求を行うとともに、素材に合う BGM を使用すること。なお、音楽素材については、すべての仕様に関して著作権をクリアしたものを使用すること。
- ・ナレーターの起用の有無、起用方法については受託者において検討のうえ、必要であれば提案すること。

(8) パートナーシップ事業との連携広報

【提案を求める事項】

- ①パートナーシップ事業との相互誘客を図るため、実行委員会の広報ツール（ホームページ、Twitter、各種広報物、動画等）の効果的な活用方法について提案すること。
- ②パートナーシップ事業主催団体の広報媒体等を活用させて頂きながら、より効果的に相互誘客を実現するためのアイディアを提案すること。
(例:お互いの投稿をリツイートし合い、情報の拡散を狙うなど)

※パートナーシップ事業とは、10月下旬～12月下旬に、横浜都心臨海部で、地域の商店街等が主体的に実施するイルミネーションや光のイベントを募集し、本イベントと広報連携を行う事業をいう（令和2年度は21事業）。

<参考>パートナーシップ事業について <https://yorunoyo.yokohama/partnership/>

【提案に当たっての注意事項】

- ・パートナーシップ事業については、公式ホームページと公式Twitter、会場等で配布する広報物、動画などの紹介を必須とする。これを踏まえ、それぞれの広報ツールを活用しどのように情報発信を行っていくかや、回遊性向上に繋がる広報のアイディアなどを提案すること。

【必須となる業務】

① パートナーシップ事業の募集、申請とりまとめ(9月1日～9月30日頃を予定)

- ・募集要項等は委託者が作成し、受託者が8月末までに実行委員会ホームページに掲載する。
- ・8月末までに、令和2年度の応募団体に対して申請書類をE-mailまたは郵送で送付した上で、9月下旬までに、それぞれの団体につき、申請の意志の有無を確認すること（令和2年度パートナーシップ事業参加団体:21団体）。
- ・9月1日～9月30日まで、パートナーシップ事業を募集するため、受託者は、隨時、電子メールで応募を受け付け、申請書類の確認等を行うこと。不明点等がある場合は、隨時、応募団体への確認を行うこと

② 公式ホームページ及び会場で配布する広報物での紹介

- ・本イベントの来場者がパートナーシップ事業の情報を知り、街を回遊して楽しめるよう、公式ホームページや会場で配布する広報物で、各パートナーシップ事業を紹介すること。下記については、必須とする。

- ア パートナーシップ事業の実施スケジュールを一覧で見ることのできる「イベントスケジュール」を作成し、ホームページに掲載
- イ パートナーシップ事業の概要を公式ホームページに掲載
- ウ パートナーシップ事業の概要と地図が一覧できる「パートナーシップ事業MAP」を作成し、会場で配布する広報物や公式ホームページに掲載

③ 公式Twitterや動画での情報発信(1事業1回以上)

- ・パートナーシップ事業について原稿を作成し、1事業1回以上は公式Twitterでタイムリーにイベント内容等を紹介すること。投稿する際は、主催団体に投稿内容を確認したうえで投稿すること。また、(7)②で作成する動画でも、適宜パートナーシップ事業を紹介すること。

④ パートナーシップ事業の報告書及びアンケートのとりまとめ

- ・1月末を提出締切として、パートナーシップ参加団体に対し、報告書とアンケートの提出を依頼すること（報告書及びアンケートの様式は、委託者が作成する）。
- ・報告書等の内容を確認し、不足等がある場合は、隨時、参加団体への確認を行うこと。

⑤ドキュメントブックのパートナーシップ事業実績に関する原稿作成及び確認

- ・報告書をもとに、下記「(11)④ドキュメントブック」の原稿を作成すること。
- ・ドキュメントブックの原稿につき、各団体に内容確認を行うこと。

(9) オープニングセレモニーの企画・運営

協賛・協力社や関係者の皆様に謝意を表すことを目的としてオープニングセレモニーを開催するとともに、メディアを誘致することを目的として、メディア内覧会を開催する。

【必須となる業務】

①オープニングセレモニーの企画

オープニングセレモニーの概要は、以下の内容を想定しているが、詳細は、委託者や横浜市と協議のうえ、企画を行うこと。

〈オープニングセレモニー概要〉

開催日:令和3年11月18日(木)16時45分～17時35分(予定)

場 所:大さん橋

内 容:ア 開会、登壇者紹介

イ 市長挨拶

ウ 実行委員長挨拶

エ 推進協議会会长挨拶

オ 協賛・協力企業紹介

カ 事業内容紹介

キ 締め、特別演出のご案内

(特別演出鑑賞会場(大さん橋デッキ)に移動)

ク 光の演出鑑賞(5～8分間) ※終了後適宜解散

②司会者の手配、関係者や登壇者との調整

- ・進行を円滑に行うため、司会者を設置し、必要な調整を行うこと。司会者は、地方放送局アナウンサーの経験者など、適切な進行を行える者とし、委託者の承諾を得て決定するものとする。

③招待状の作成、発送

- ・委託者や横浜市と調整し、招待者名簿及び招待状の文案を作成すること。

(招待者は130名程度を想定している。)

- ・招待状を作成・印刷し、発送業務を行うこと(送料を含む)。

④進行台本・会場図・動線図・運営マニュアル等の作成

⑤オープニングセレモニーの設営・進行・管理・片付け等

・式典会場は、招待客を特別演出鑑賞場所(大さん橋デッキ)にスムーズに誘導できる場所を選定すること。VIP控室も含め手配とともに、セレモニー開催に必要な備品(音響、照明設備、演台、机、いす等)を調達すること。会場費及び備品費等の経費は、当委託費に含めること。

・新型コロナウィルス感染予防のため、招待客の検温・消毒や式典会場のソーシャルディスタンス対応などの対策を講じること。

・招待者席として椅子を100名分程度設置すること。

・セレモニー全体のディレクター、音響・照明等の調整者、登壇者の案内者、受付等の必要な人員を十分に確保し、配置すること。また、招待客を式典会場から特別演出鑑賞場所へ案内誘導するために必要な人員も確保すること。

・光の演出は、雨天時も基本的に実施する予定であり、屋外での鑑賞となるため、雨天時の対策も講じること。

⑥メディア内覧会の企画・運営 ((10)の業務と連動)

メディア内覧会の概要は、以下の内容を想定しているが、詳細は、委託者やイベント実施事業者、横浜市と協議のうえ、決定すること。

<メディア内覧会概要>

開催日:11月16日(火)17時~19時30分(予定)

場 所:新港中央広場及び大さん橋等

スケジュール:17:00~17:35 光のドーム内及びドーム周辺取材(場所:新港中央広場)

18:00~18:05 特別演出取材(場所:大さん橋)

18:05~18:15 光のオブジェ取材(場所:大さん橋)

18:30~19:30 水辺を回遊するアートパフォーマンス取材(場所:象の鼻桟橋)

<関連業務>

ア メディアへの案内送付リストの作成

イ メディアへの案内状・リリース資料の作成

ウ プレスキットの作成

エ メディアの誘致・問い合わせ対応

オ 出席者受付及び案内(受付で検温や消毒等、新型コロナの感染拡大防止対策を行うこと)

カ 出席者リスト、記事掲載の確認等、事後フォロー

⑦オープニングセレモニーの写真・映像の撮影 ((11)の業務と連動)

(10) メディア対応窓口の設置

【必須となる業務】

各種メディアからのリクエストに滞りなく対応するために、メディアとのコミュニケーション窓口を設置すること。窓口専用電話番号及びEメールアドレスを開設すること。

窓口業務は主に次の通りとする。

①プレス用画像・映像の管理及び貸出

②取材の受付、立ち会い

③取材コーディネート、取材スケジュール調整、取材に係る各種申請(取材・撮影等)、立会い等

④掲載記事原稿の確認

⑤メディア内覧会(上記⑨⑥参照)に関するメディアからの問い合わせ対応及び出席者管理 等

(11) 記録・報告業務

【必須となる業務】

① 記録写真・映像の撮影

・今後の資料作成や、映像等の広報ツール、ドキュメントブックの作成等に活用するため、記録用の写真・映像を撮影すること。写真・映像の撮影に必要となる撮影場所や人物等への申請、許諾申請等は受託者が行うこと。また、撮影や許諾に係る一切の事務及び費用は受託者が負担すること。

・記録写真については、主に下記の撮影を行うこと。なお、詳細は別途、委託者と協議の上、決定すること。

ア オープニングセレモニー(11/18)の様子

イ 新港中央広場の光のドームやイルミネーションと広場から見た特別演出の様子

ウ 大さん橋から見た特別演出の様子

エ 汽車道、象の鼻パーク、山下臨港線プロムナード、山下公園等、横浜の都心臨海部の様々な場所から見た特別演出の様子

- オ 光の演出に参加する施設(25 施設予定)それぞれのライトアップ等の状況
- カ 光のオブジェの様子
- キ 回遊型イベントの様子 ※実施日未定
- ク 店舗やホテル等との連携の様子
- ・記録映像については、主に下記の撮影を行うこと。なお、詳細は別途、委託者と協議の上、決定すること。
 - イ 新港中央広場のドームやイルミネーションと広場から見た特別演出の様子
 - ウ 大さん橋から見た特別演出の様子
 - エ 汽車道、象の鼻パーク、山下臨港線プロムナード、山下公園等、横浜の都心臨海部の様々な場所から見た特別演出の様子
- オ 光の演出に参加する施設(25 施設予定)それぞれのライトアップ等の状況
- カ 光のオブジェの様子
- キ 回遊型イベントの様子 ※実施日未定
- ケ パートナーシップ事業の様子
- コ 横浜都心臨海部の夜景スポットの様子

② 記録映像の編集

- ・記録映像は、事業報告用資料として活用することを想定している。このため、これらの用途に適した長さで編集した映像を制作すること。詳細は委託者と協議の上、決定すること。

③ ドローン映像の撮影

- ・(一社)神奈川県ドローン協会と連携・調整のうえ、ドローン(マルチコプター)による空撮により、新港中央広場や大さん橋の光の演出の様子を動画で撮影すること。なお、空撮費用として税込 10 万円を見込み、本委託料に含めること。

④ ドキュメントブックの作成

- ・今年度のイベントの事業の記録をまとめたフルカラーのドキュメントブックの原稿作成、編集、校正、製本印刷、配達を行うこと。
- ・ドキュメントブックの構成イメージは次の通りとするが、詳細は委託者と協議の上、決定すること。

<構成イメージ>

- ア 主催者等挨拶
- イ 開催概要、協賛協力企業一覧
- ウ 新港中央広場の光のドームやイルミネーションと広場から見た特別演出の様子
- エ 大さん橋や汽船道、象の鼻パーク、山下臨港線プロムナード、山下公園等、横浜の都心臨海部の様々な場所から見た特別演出の様子
- オ 光の演出参加施設(25 施設予定)の MAP 及びそれぞれのライトアップ等の状況
- カ 光のオブジェの設置場所の MAP 及びそれぞれの設置風景
- キ 回遊型イベントの様子
- ク パートナーシップ事業(21 事業程度)の MAP 及びそれぞれの開催概要
- ケ 店舗やホテル等との連携の様子
- コ 来場者数などイベントの開催実績及びアンケート結果

- ・判型、部数、配送件数等は令和 2 年度と同程度で、ページ数は 30 ページ程度を予定しているが、詳細は、委託者と協議して決定すること。

<参考>令和 2 年度ドキュメントブック

- 判型 B4 サイズ、フルカラー、高精細オフセット印刷、無線綴じ
- 表紙: コート紙 180kgPP 加工、中面: マットコート 135kg

ページ数 24 ページ

部数 300 部

配達件数 60 件程度

(12) 業務打合せ等

【必須となる業務】

委託者とイベント実施事業者との定例打合せを週 1 回以上、横浜市庁舎等において実施する予定であるが、関係者間の情報共有を図るため、受託業務全般を把握している担当者 1 名以上を、定例打合せに出席させること。

(13) その他広報活動を実施するにあたり必要となる業務

6 委託完了後の提出書類

受託者は本業務完了後、速やかに委託業務完了届を提出するとともに、令和 4 年 3 月 31 日までに以下の内容を含む実績報告書を提出すること。

報告書は図表等を用いて、分かりやすく作成すること。

- ① 業務の実施期間及び内容
- ② PR 活動を行ったメディアの活動相手先リスト
- ③ メディア掲載の実績
- ④ メディア露出による広告価値換算値
- ⑤ 作成した最終版の広報物資料の PDF データ
- ⑥ 公式ホームページのアクセス概要(ページビュー数、セッション数等)やユーザー数の分析(居住市区町村、年齢、性別等)、ユーザーの流入経路(どこのサイトからヨルノヨのサイトに訪れたか)、各国語ページに訪れたユーザーの国名やユーザー数等の実績
- ⑦ 公式 Twitter のフォロワー数や発信記事への反応、ユーザーの興味・関心・傾向等の実績
- ⑧ Web 広告の実績(掲載の状況が分かる画像を含む)及び効果、分析、評価等
- ⑨ 記録写真データ
- ⑩ 記録映像を編集したデータ(PC で再生できる形式とすること。DVD-R 等に保存したもの)
- ⑪ ドキュメントブック(300 部(予定))及び最終版の PDF データ

7 納入場所

委託者の指定する場所

8 業務進行上の注意

- (1) 受託者は、委託期間中の業務経過内容全般を把握している担当者を置き、委託者との連絡調整を行うこと。
- (2) 業務の実施に関しては、プロポーザルの内容に関わらず、委託者と協議の上、業務実施計画を策定し、業務実施に当たっての組織体制と併せて提出すること。
- (3) 受託者は委託者及びイベント実施事業者等と十分な協議を行いながら、効率的、効果的に業務を進めること。
- (4) 本件委託の履行に伴い発生する成果物に対する著作権は、すべて委託者に帰属する。ただし、受託者の著作権の行使につき、委託者の承諾または合意を得た場合はこの限りではない。
- (5) 受託者は、本委託業務にかかる著作者人格権を有する場合についても、これを行使しないものとする。

- (6) 委託業務に使用する映像、イラスト、写真、その他資料等について、第三者が権利を有するものを利用する場合には、使用の際、あらかじめ委託者に通知するとともに、第三者の間で発生した著作権その他知的財産権に関する手続や使用権料等の負担と責任は、すべて受託者が負うこと。
- (7) 上記(4)(5)(6)の規定は、第三者に委託した場合においても適用する。受託者は、第三者との間で発生した著作権その他知的財産権に関する手續や使用権料等の負担と責任を負うこと
- (8) その他、著作権等で疑義が生じた場合は別途協議のうえ、決定するものとする。
- (9) 受託者は、本業務(再委託した場合を含む)を通じて知り得た情報を機密情報として扱い、契約の目的以外に利用し、又は第三者に提供しないこと。また、本業務に関して知り得た情報の漏洩、滅失、棄損の防止、その他適正な管理のために必要な措置を講じること。契約終了後もまた同様とする。
- (10) 本業務を処理するための個人情報の取り扱いについては、「横浜市個人情報の保護に関する条例」を遵守すること。
- (11) 本仕様書に定められていない事項や業務内容に疑義を生じた場合、並びに、業務上重要な事項の選定については、あらかじめ委託者と打ち合わせを行い、その指示又は承認を受けること
- (12) 新型コロナウィルス感染症の影響により、イベント開催時もインバウンド誘客が難しい状況が続いている可能性がある。その場合、KPI やターゲットについては適宜見直しを行う。
- (13) 自然災害や新型コロナウィルス感染症等のやむを得ない事由により、予定業務の発注・契約ができない場合や、発注後であってもイベントを中止または延期する場合がある。発注後の場合は、委託者と受託者との協議の上、契約内容を見直し、変更契約等を行う。
- (14) 本仕様書に定める業務に要する経費は、特に記載がない場合、すべて本業務委託料に含むものとする。

創造的イルミネーションイベント開催概要

クリエイティブ・ライト・ヨコハマ実行委員会は、国内外の多くの方に横浜の夜を楽しんでいただき、新しい魅力を体験していただくため、令和元年度から、創造的イルミネーション事業を実施しています。

令和3年度も引き続き、新港中央広場で、横浜ならではの都市型イルミネーションを展開するとともに、広場と周辺エリアで、ダイナミックな光と音楽の演出を時間限定で行うイルミネーションイベントを開催予定です。開催概要は次のとおりです。

(1) 開催時期

令和3年11月18日（木）～12月25日（土） 17時～21時10分（予定）

(2) 会場

新港中央広場と周辺（ビューポイントは、新港中央広場と大さん橋）

(3) 実施内容

ア 横浜ならではの都市型イルミネーション（常時展開）

新港中央広場には、昨年度好評だった光のドームを設置するとともに、来場者の動きに合わせて、刻一刻と変化する光の演出を行います。

イ 街全体で行う光と音楽の特別演出（時間限定の特別演出）

- (1) 今年度は、赤レンガパーク等の水際線のライトアップに新たに取り組みます。また、大さん橋から見た山下公園側の施設のライトアップにも取り組み、演出の一体感を一層高めます(20施設→25施設程度を予定)。
- (2) 国内外の来場者に横浜の港の魅力を感じて頂けるよう、光と音の演出を楽しむビューポイントを新港中央広場と大さん橋の2か所に設けます。
- (3) 街の一体感を醸成できるよう、特別演出を行う5～8分間、街なかの2か所のスピーカーと同期し、新港中央広場と同じ音楽を流すとともに、今年度は、街の様々な場所で音楽とともに光の演出を楽しんで頂けるようスマートフォンの活用などを検討します。

ウ 街の回遊性向上の取組(回遊型イベント等の実施)

- (1) 船に搭載したプロジェクターで、橋脚や護岸の壁などに投影したアート作品や、地域のイルミネーションを鑑賞しながら水辺を回遊するアートプログラムを新たに実施します。
- (2) 横浜都心臨海部の観光スポットなどに、フォトスポットとしても楽しめる光のオブジェを設置します。

エ 街に広がるイルミネーションの実施

令和2年度に引き続き、地域のイルミネーションとの相互広報を行うことで、街の回遊性向上に取り組みます。

オ 街の回遊性向上の取組(地域の店舗やホテル等との連携)

本イベントの認知向上を図るとともに、店舗やホテル、観光施設等への集客を図る取組を行います。

令和3年度 特別演出参加予定施設

【光の演出実施予定施設】

	No.	施設名	壁面ライトアップ等(25施設)	サーライト(4施設)
令和 2年 度参 加施 設	1	ナビオス横浜	○	
	2	横浜ワールドポーターズ	○	○
	3	横浜ハンマーヘッド	○	○
	4	ヨコハマグランドインター・コンチネンタルホテル	○	○
	5	大観覧車コスモクロック21・よこはまコスモワールド	○	
	6	横浜美術館	○	
	7	神奈川県警察本部庁舎	○	
	8	神奈川県庁本庁舎	○	
	9	横浜マリンタワー	○	
	10	横浜市庁舎	○	
	11	アパホテル&リゾート<横浜ベイタワー>	○	
	12	横浜税関	○	
	13	JICA横浜	○	
	14	コレットマーレ	○	
	15	横浜開港記念会館	○	
	16	横浜メディアタワー	○	
	17	みなとみらいグランドセントラルタワー	○	
	18	横浜ランドマークタワー(プラザ)	○	
	19	横浜郵船ビル		○
	20	横浜スタジアム	○	
追加 検討	21	横浜ベイホテル東急	○	
	22	女神橋	○	
	23	赤レンガパークの水際線	○	
	24	大さん橋ふ頭ビル	○	
	25	神奈川県民ホール	○	
	26	ハンマーヘッドクレーン	○	

【音楽の同期実施予定施設】

	No.	施設名
令和 2年 度実 施	1	大さん橋
	2	汽車道

※施設との調整は今後進めるため、変更の可能性があります。

創造的イルミネーション 広報プロモーション業務分担の考え方

広報PR実施事業者	イベント実施事業者	横浜市
①広報計画の策定	①イベント全体の統括管理、全体の演出企画、ディレクション	①市が持っている媒体及び広報協力頂いた媒体でのPR
②日常的なパブリシティ活動業務	②広報展開を行う素材（キービジュアル、ロゴ、イメージバース等）の制作、提供	②市長定例記者会見の実施（今後調整）
③広報ツールの制作及び活用	③広報物やホームページのデザイン等のクリエイティブコントロール	③横浜市としてのリリース作成・配信
④広告掲出業務	④公式Instagramの運営・管理	④広報物の内容確認
⑤ホームページ制作・運営業務	⑤プロモーション動画の作成	
⑥公式Twitterを活用した情報発信	⑥一般からの問い合わせ対応（事務局）	
⑦街の回遊促進に繋がるプロモーション		
⑧パートナーシップ事業との連携広報		
⑨オープニングセレモニーの企画・運営		
⑩メディア対応窓口の設置		
⑪記録・報告業務		

有料広告枠予定リスト

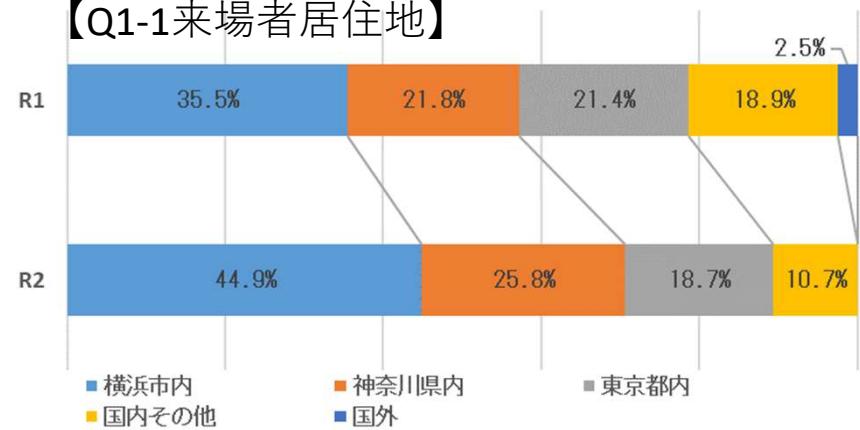
No.	鉄道会社名	掲出予定期間	掲出場所	費用
1	A鉄道会社駅貼りポスター①(行政枠)	1週間 ※詳細な期間は今後協議	東京、神奈川、千葉、埼玉の主要駅121駅	広告掲出料44万円(税込) ※制作費や配送料は含まれていないため、別途委託費の中で計上してください。
2	A鉄道会社駅貼りポスター②(行政枠)	納品日～12/25	首都圏一円主要駅242駅	梱包作業料3万800円(税込)
3	B鉄道会社駅貼りポスター(行政枠)	納品日～12/28 ※火曜日までの掲示	市内32駅	広告掲出料9万9000円(税込) ※制作費や配送料は含まれていないため、別途委託費の中で計上してください。
4	横浜駅きた・みなみ通路柱巻き(行政枠)	きた・みなみ通路とも:11/15(月)～12/26(日)	きた通路 柱8本(B1ポスター16枚)、みなみ通路 柱7本(B1ポスター7枚)	ポスター制作費、掲出・撤去料 ※必要額を計上してください
5	横浜駅西口バナーフラッグ	11/1(月)～12/26(日)	高島屋側11枚、モアーズ側6枚	バナーフラッグ制作費、掲出・撤去料 ※必要額を計上してください

※No.1～3については、実施可否について今後協議するため、変更の可能性があります。

創造的イルミネーションイベント R2・R1来場者アンケート結果

資料4

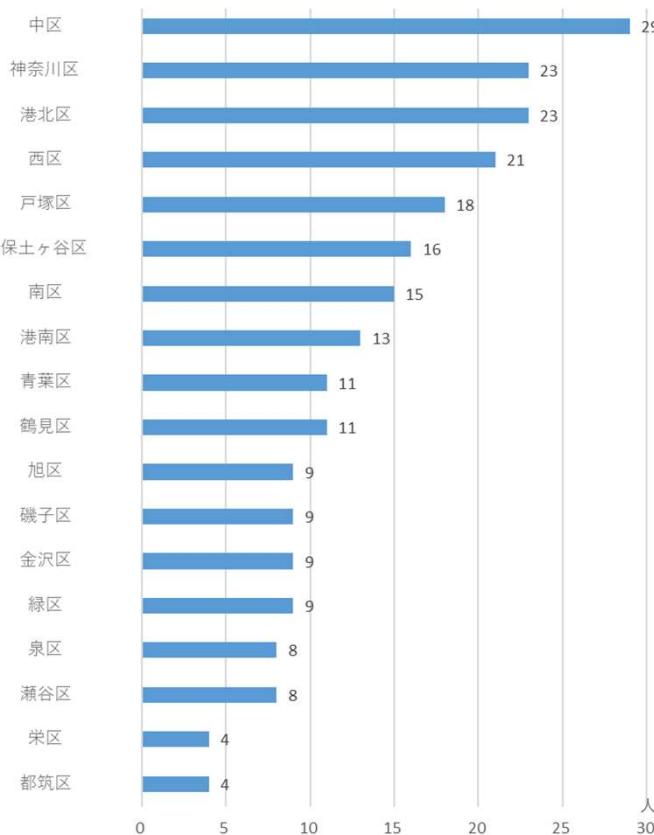
【Q1-1来場者居住地】



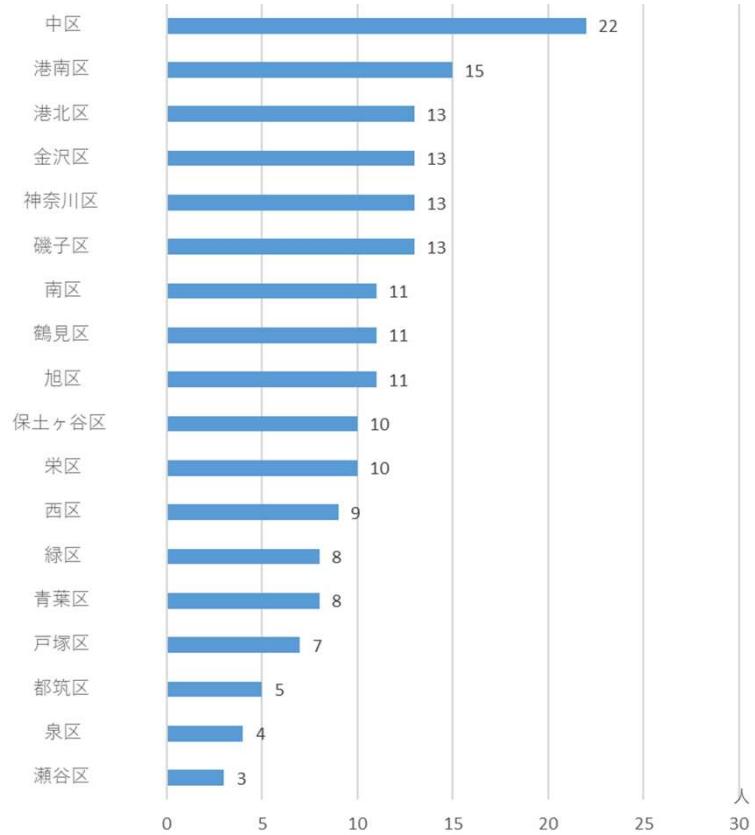
※回答者数 R1:524 R2:535

【市内居住区】

<R2>



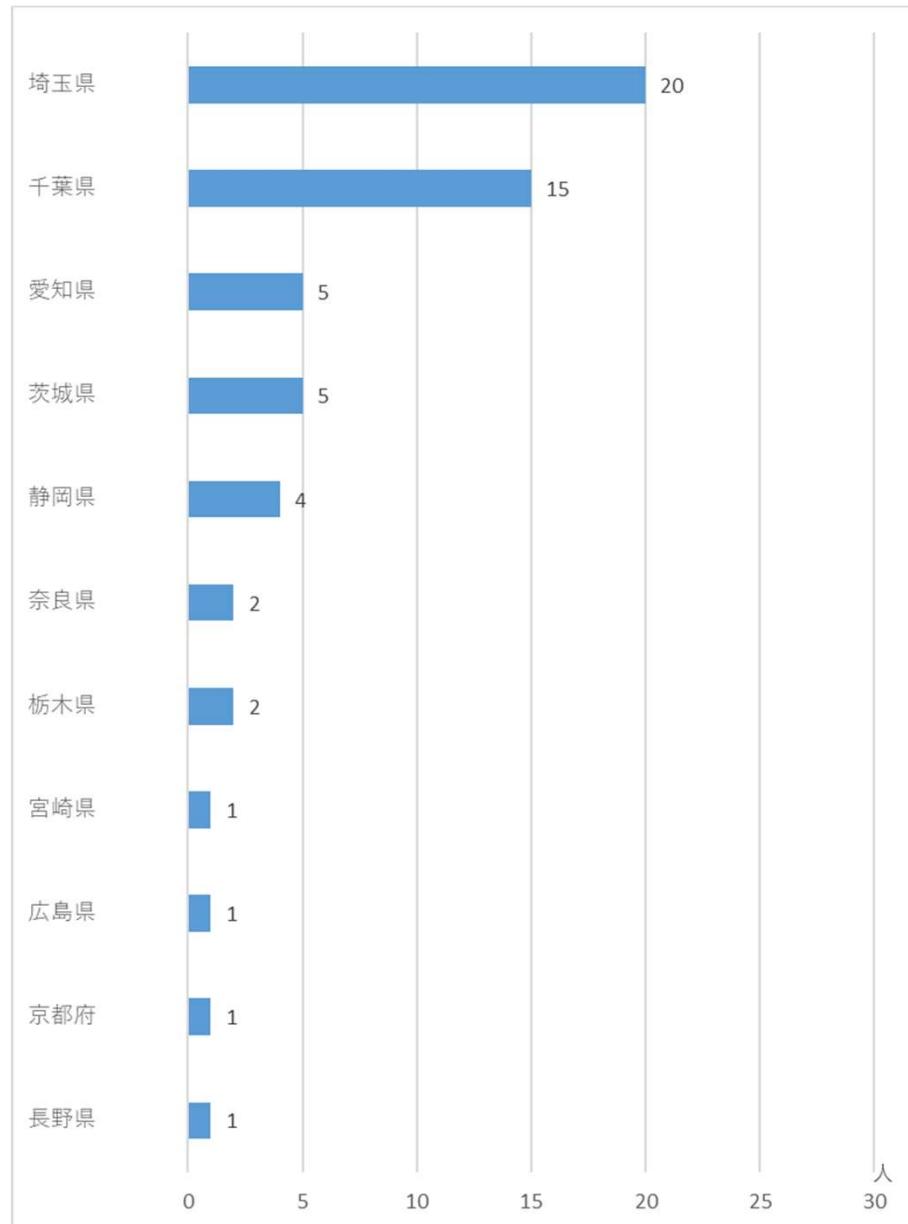
<R1>



創造的イルミネーションイベント R2・R1来場者アンケート結果

【神奈川県、東京都以外の居住地】

<R2>

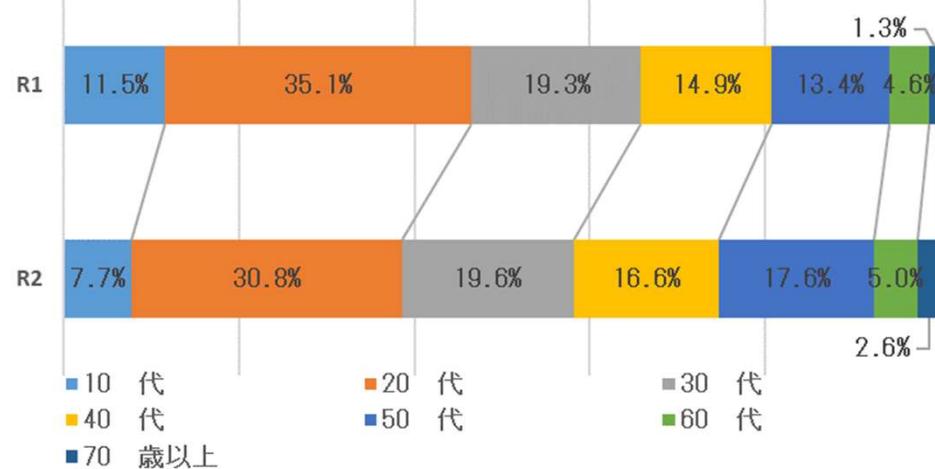


<R1>

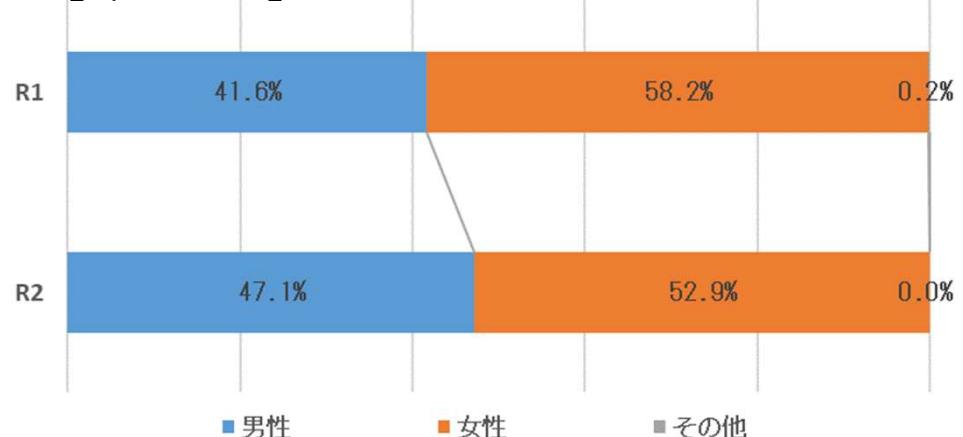


創造的イルミネーションイベント R2・R1来場者アンケート結果

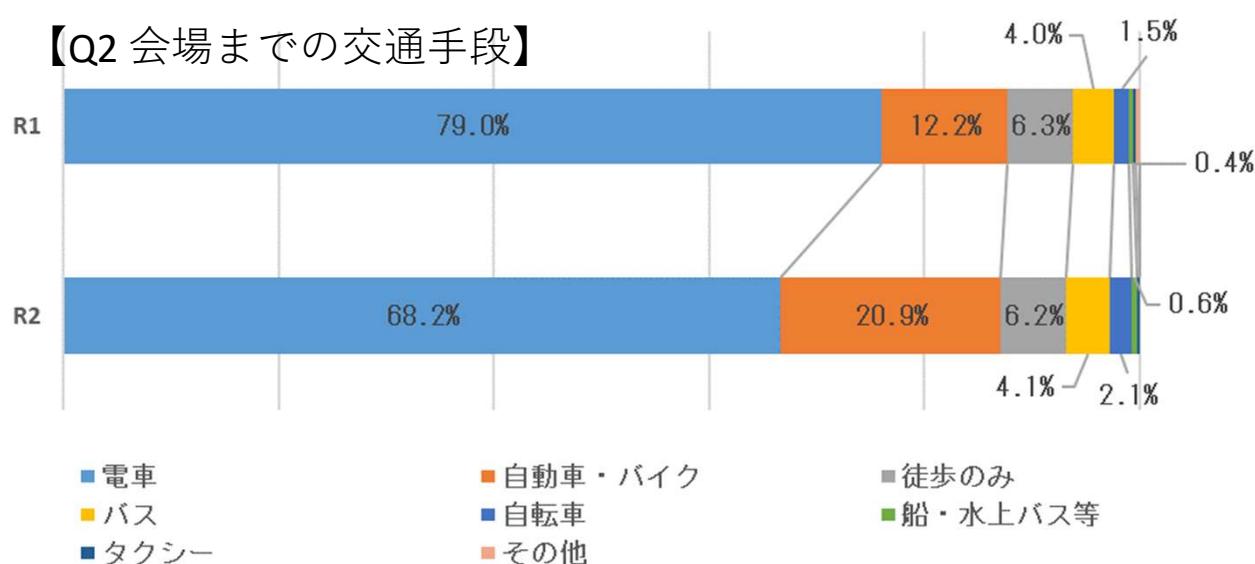
【Q1-2 年代】



【Q1-2 性別】



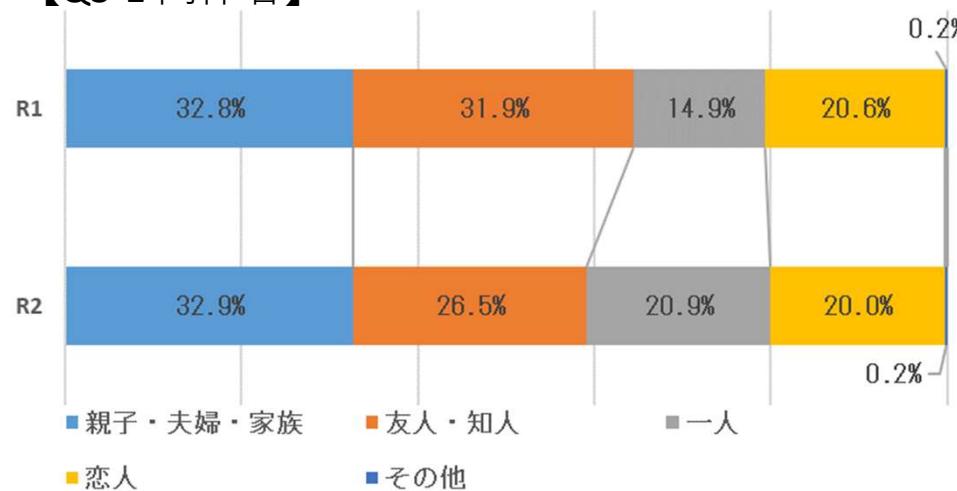
【Q2 会場までの交通手段】



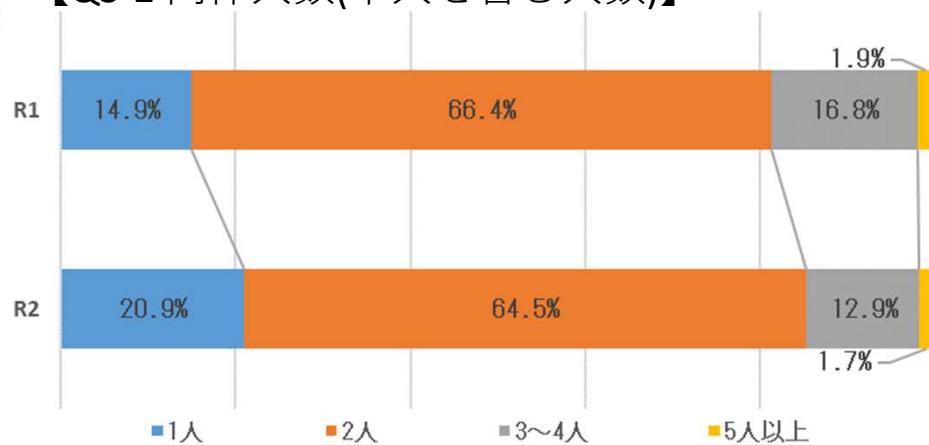
	電車	自動車・バイク	徒歩のみ	バス	自転車	船・水上バス等	タクシー	その他
R1	79.0%	12.2%	6.3%	4.0%	1.5%	0.4%	0.2%	0.4%
R2	68.2%	20.9%	6.2%	4.1%	2.1%	0.6%	0.2%	0.0%

創造的イルミネーションイベント R2・R1来場者アンケート結果

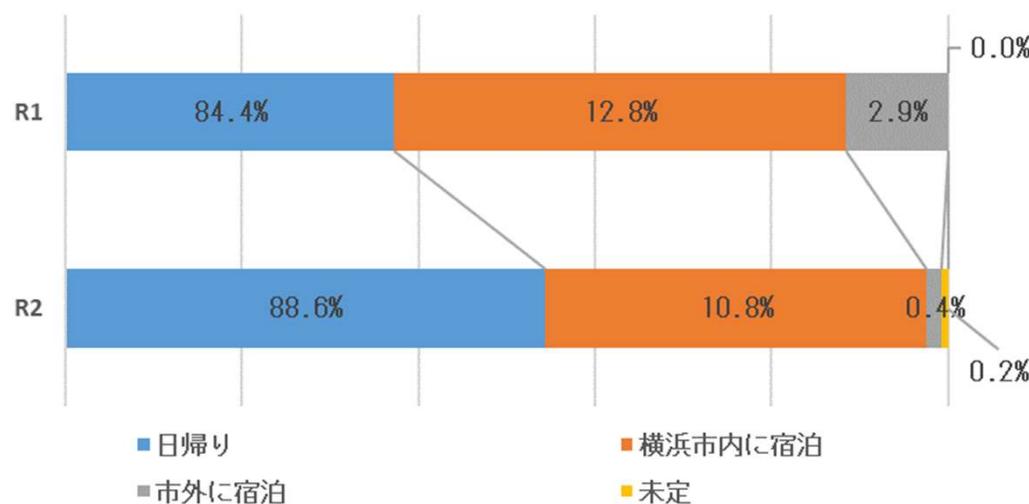
【Q3-1 同伴者】



【Q3-2 同伴人数(本人を含む人数)】

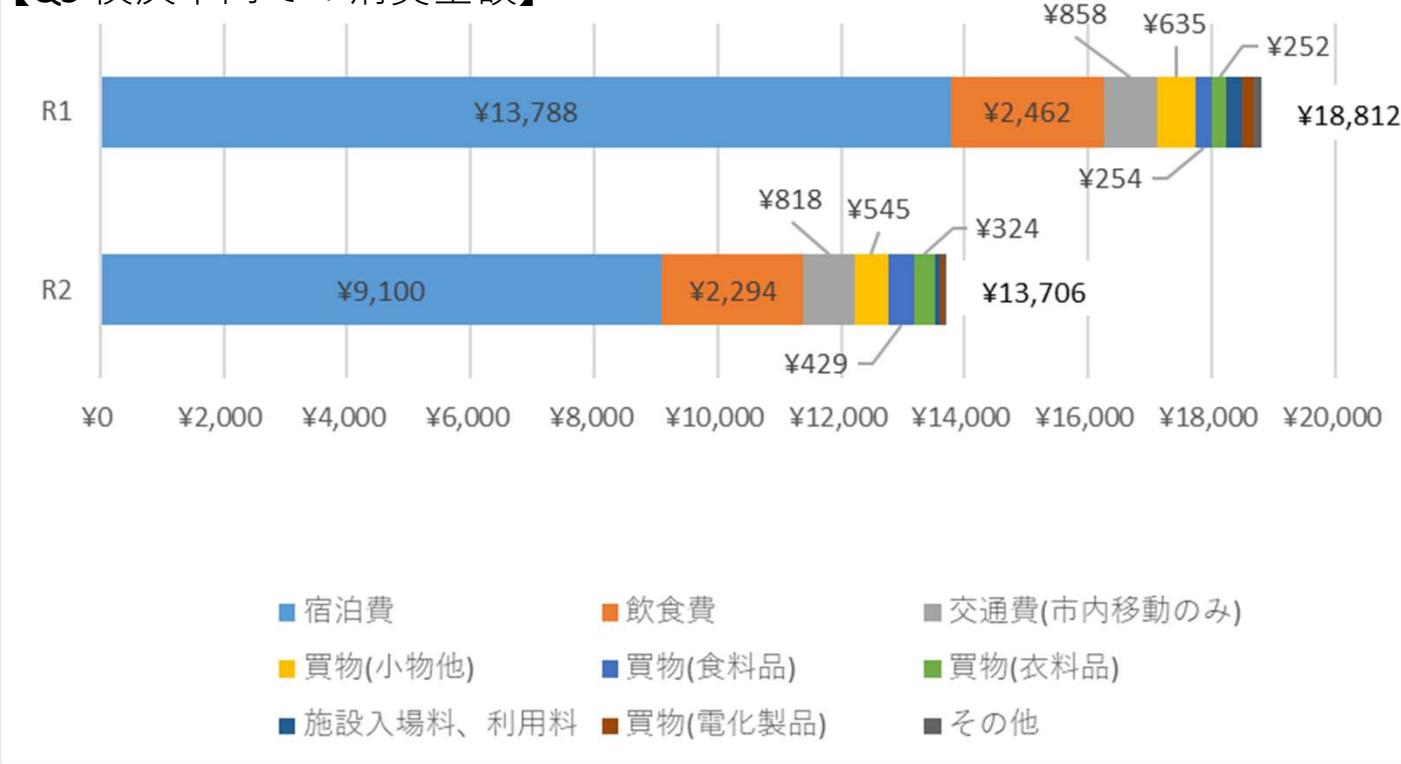


【Q4 日帰り、宿泊の別】



創造的イルミネーションイベント R2・R1来場者アンケート結果

【Q5 横浜市内での消費金額】

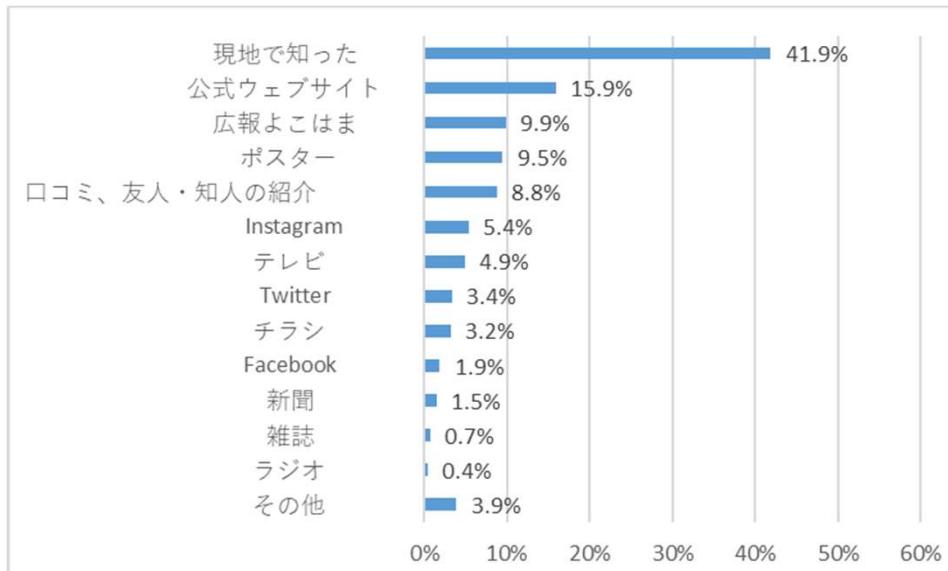


	宿泊費	飲食費	交通費(市内移動のみ)	買物(小物他)	買物(食料品)	買物(衣料品)	施設入場料、利用料	買物(電化製品)	その他	合計
R1	13,788	2,462	858	635	254	252	243	189	131	18,812
R2	9,100	2,294	818	545	429	324	324	94	73	13,706

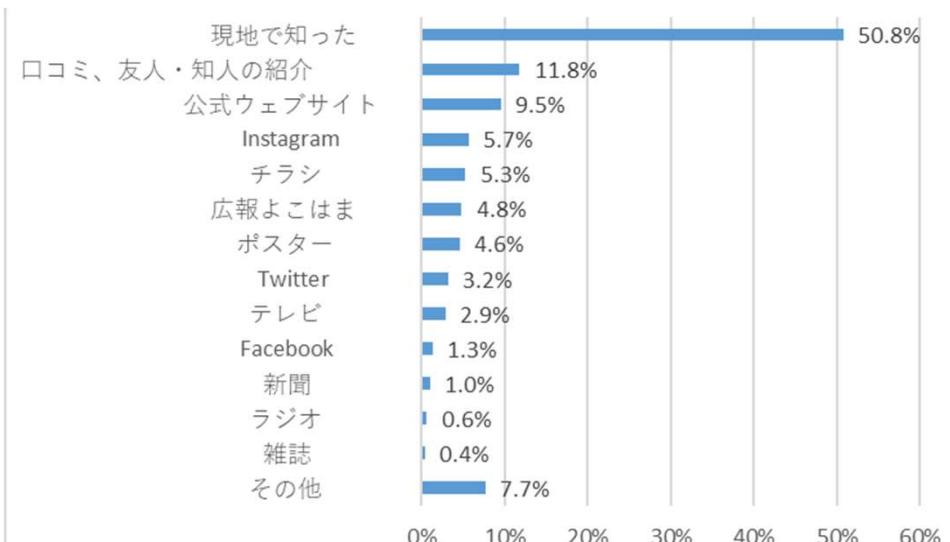
創造的イルミネーションイベント R2・R1来場者アンケート結果

【Q6 ヨルノヨを何で知ったか】

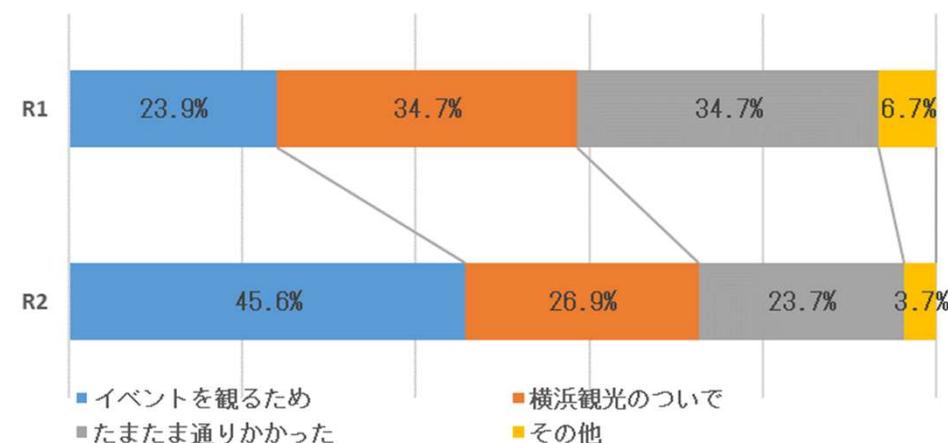
<R2>



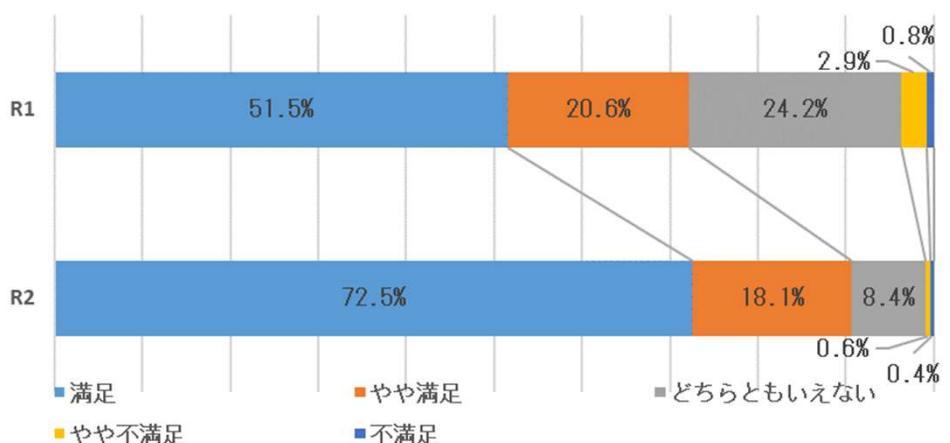
<R1>



【Q7 来場のきっかけ】

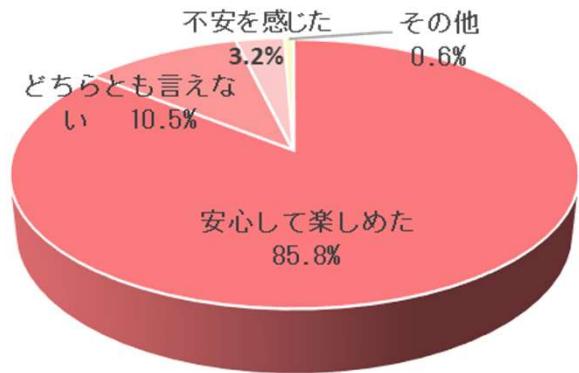


【Q8 イベントの満足度】

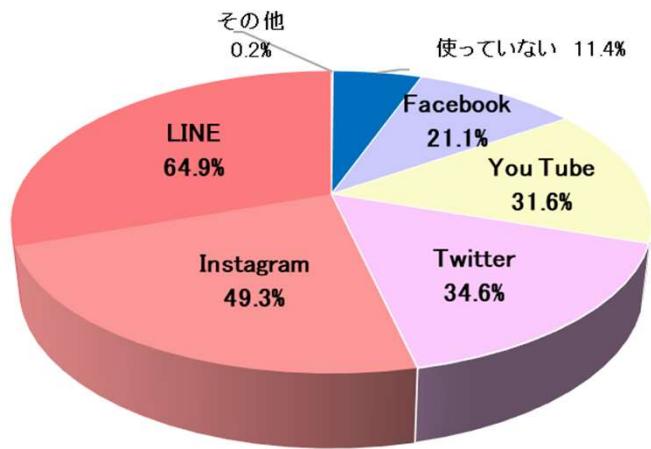


創造的イルミネーションイベント R2・R1来場者アンケート結果

【Q9 コロナ対策を行ったことにより、イベントを楽しめたか(R2のみ)】

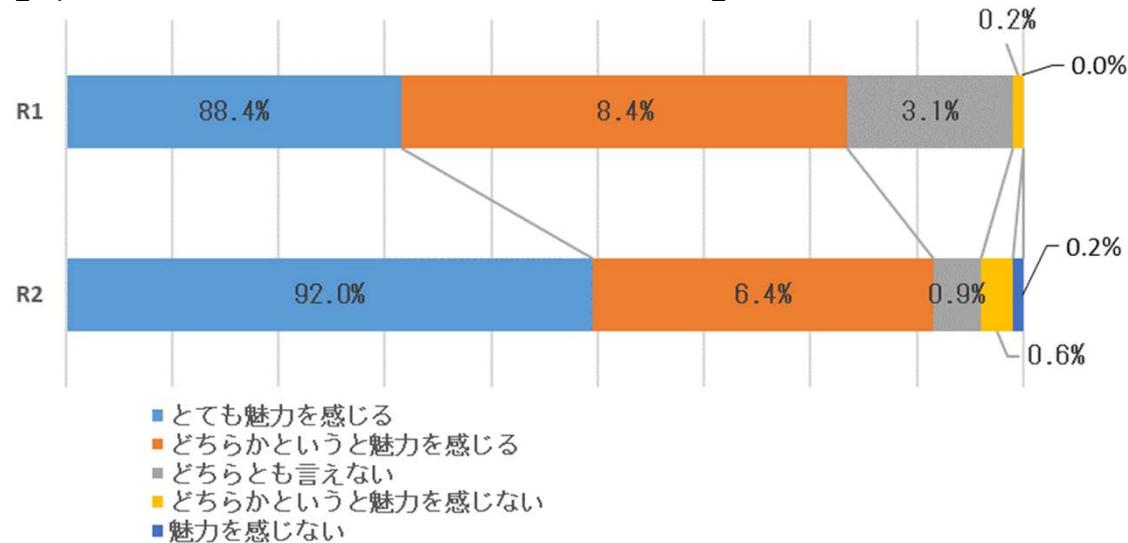


【Q10 日常的にどのような種類のSNSを活用しているか(R2のみ)】

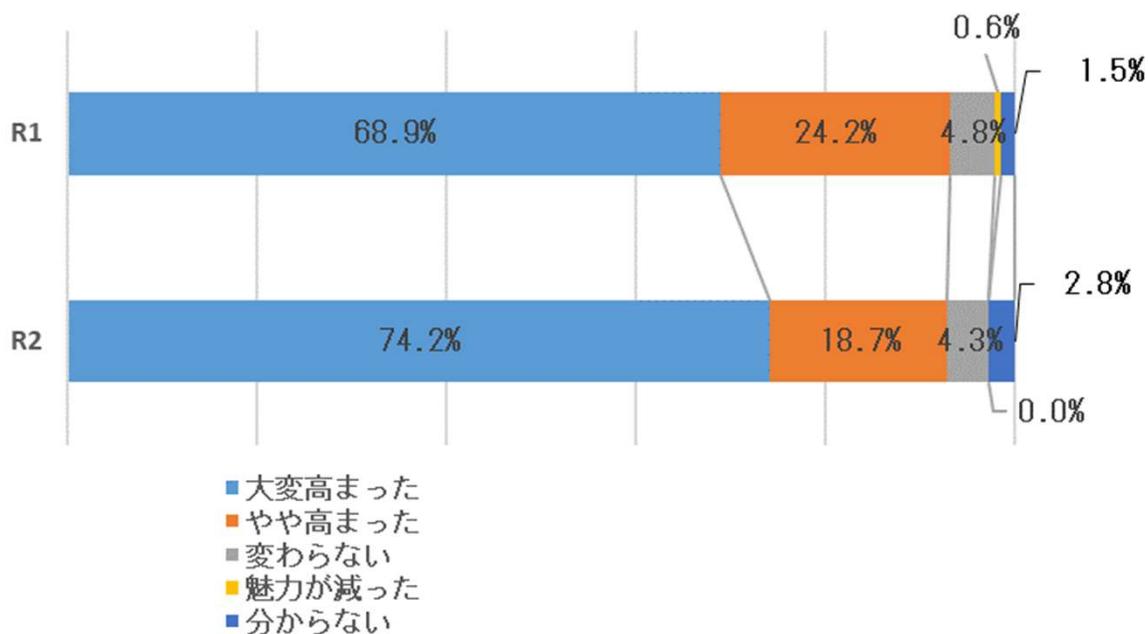


来場者アンケート結果

【Q11 横浜の港の夜景をどう感じるか】

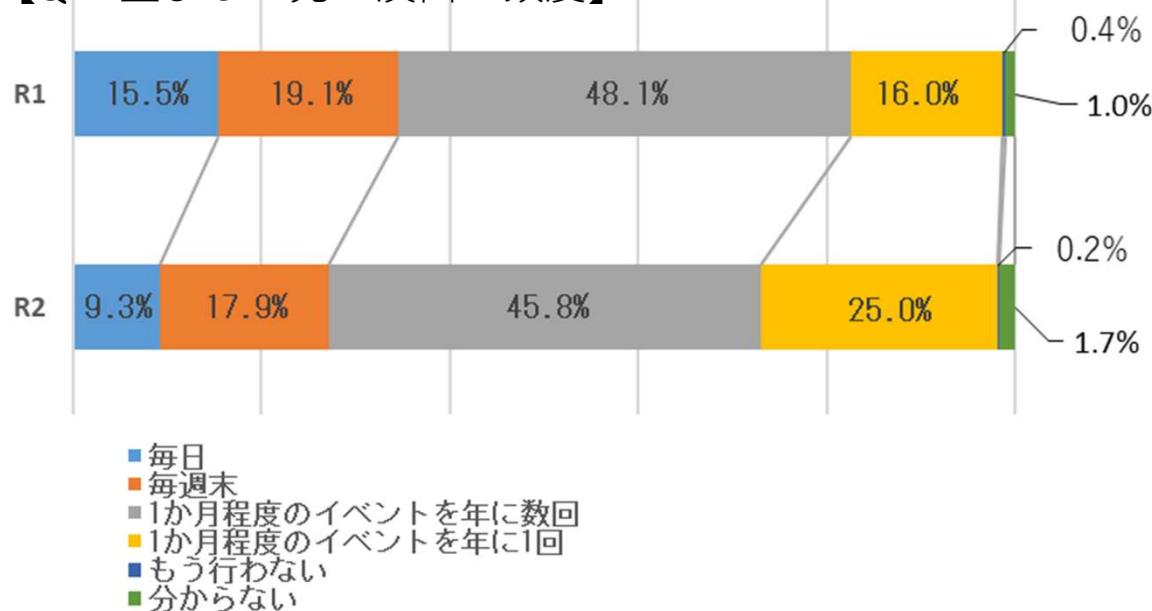


【Q12-1 イベントにより港の夜景の魅力が高まったか】

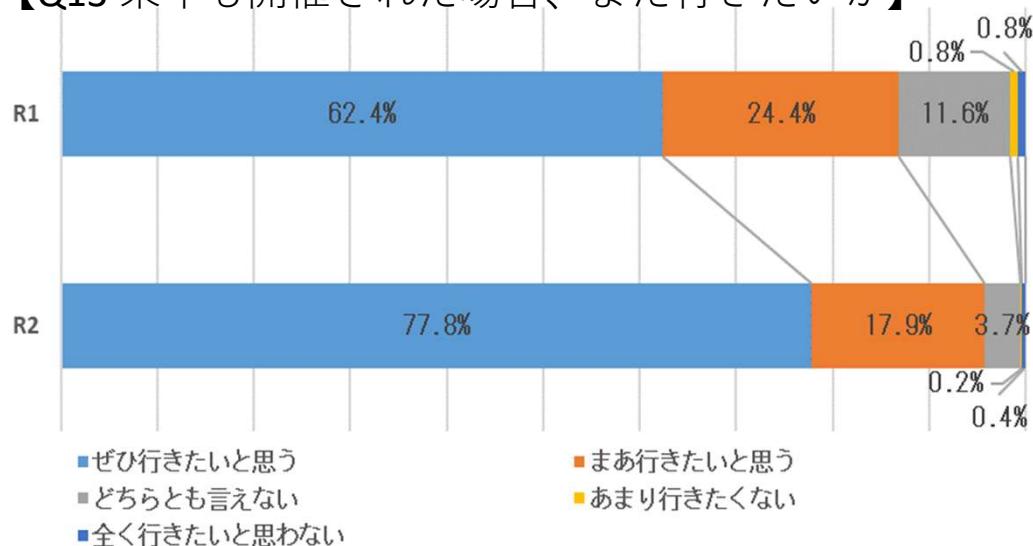


来場者アンケート結果

【Q12 望ましい光の演出の頻度】



【Q13 来年も開催された場合、また行きたいか】



〈令和2年度 来場者アンケート実施概要〉
実施日：令和2年12月12日・18日・19日・23日
実施場所：新港中央広場及び大さん橋
回収数535

1. 広報PR実績

●メディアへの露出件数及び広告価値換算額

	TV	ラジオ	新聞	フリーペーパー・雑誌等	WEB	露出件数計	広告価値換算額
R2	17	10	17	11	625	680	約4億9800万円

【TV】

- ・TBS 2件 「ふるさとの未来」 (11/11, 12/16)
- ・フジテレビ 2件 「めざましテレビ」 (11/20, 12/9)
- ・NHK 2件 「NHKニュース」 (11/21) 「NHKニュース・気象情報」 (11/21)
- ・テレビ東京 2件 「WBS」 (11/20) 、「よじごじDays」 (12/9)
- ・NHK BSプレミアム「ふらっとあの街 旅ラン10キロ」 (12/16) 等

【ラジオ】

- ・ニッポン放送 2件 「サテライトミュージックバトル・天野ひろゆきルート930」 (11/21) 、 「ナイツザ・ラジオショー」 (11/24)
- ・FMヨコハマ 2件 「YOKOHAMA My Choice！」 (11/29) 「PRIME TIME」 (12/21) 等

【新聞】

- ・日本経済新聞 5件、神奈川新聞 4件、東京新聞 2件、読売新聞 2件 等

【フリーペーパー・雑誌等】

- ・季節限定ピア 冬ぴあ／首都圏版、散歩の達人、音楽現代、サイン&ディスプレイ 等

【WEB】

- ・ファッションプレス 計5件 (イベントの詳細紹介や、イルミネーション特集の1枚目として紹介等)
- ・LINE トラベル 主に新港中央広場で楽しめるイルミネーションについて体験レポートの形式で紹介 等

1. 広報PR実績

●海外への発信について

【情報発信実績】

・イベントの概要決定に関する英語版のリリースを10/16に配信

配信先: ①外国人記者クラブ (ウォール・ストリート・ジャーナルやBUSINESS INSIDERなどを含む約500名のジャーナリスト)への配信

②ロイター、ジャパンタイムズ、Newsweekなど、約30媒体へ配信

・在日外国メディア、在日外国大使館への独自の一斉配信システムを備える「フォーリン・プレスセンター」に対し、日英2か国語で、12/1にプレスリリースを配信

・(公財) フォーリン・プレスセンターのホームページにイベント情報を掲載

・「Catch Asia! Media Network」で、ヨルノヨの記事を配信 (Web露出件数: 119件)

・市在住の外国人を対象とした広報番組(インターFM「PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENT」)で5か国語(中、韓、英、スペイン、ポルトガル語)で告知



英語版リリース(10/16発信)



フォーリン・プレスセンター リリース(12/1発信)



「Catch Asia! Media Network」による情報発信

1. 広報PR実績

【情報発信について】

- ・公式ホームページでは、日英中(簡体字・繁体字)韓の5か国語対応を実施(外国語ページビュー数は1,635PV)。
- ・公式ホームページには、アメリカ、中国、香港をはじめ、51か国からのアクセスがあった。
- ・公式Instagramでは、日英2か国語で情報を発信
- ・英語版のチラシを公式ホームページに掲載
- ・直感的に内容が伝わるよう、公式ホームページやSNS等で動画を配信



公式HP
(英語版)



公式HP
(中国語・簡体字版)



公式HP
(中国語・繁体字版)



公式HP
(韓国語版)



公式Instagramの
日英2か国語投稿



英語版チラシ
(公式HPに掲載)

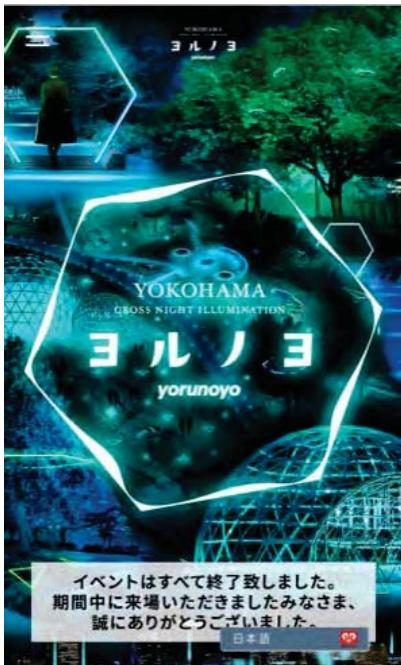


You Tubeでの動画の配信
視聴回数:1万2450回(1月15日現在)

1. 広報PR実績

●公式ウェブサイト

- ・10/20にティザーサイトを、
11/20に本サイトを公開
- ・日英中(簡体字、繁体字)韓の
5か国語対応
- ・ページビュー数 25万6885pv



●公式Instagram

- ・11/19から開設
- ・広場や周辺施設の演出の様子等
59件の投稿を日英2か国語で発信
- ・ストーリーズも積極的に更新(全86回)
- ・フォロワー数 813(期間中の最大値)



●公式Twitter

- ・11/19から開設
- ・ヨルノヨの告知のほか、パートナーシップ事業についてなど計64件発信
- ・フォロワー数 456(期間中の最大値)



2. 交通広告等の実施結果 ※特別協力:東日本旅客鉄道株式会社(駅構内ポスター、デジタルサイネージ)

JR品川駅構内



JR関内駅上りホーム



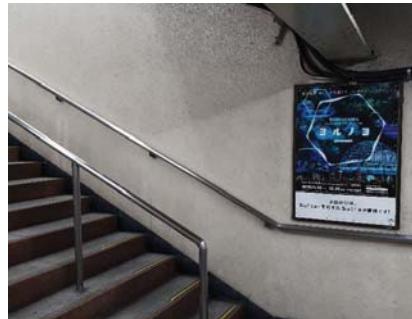
JR桜木町駅



JR長津田駅



JR港南台駅



JR大口駅



2. 交通広告等の実施結果 ※特別協力:横浜高速鉄道株式会社(駅構内ポスター、デジタルサイネージ他)

馬車道駅階段 大型広告



馬車道駅



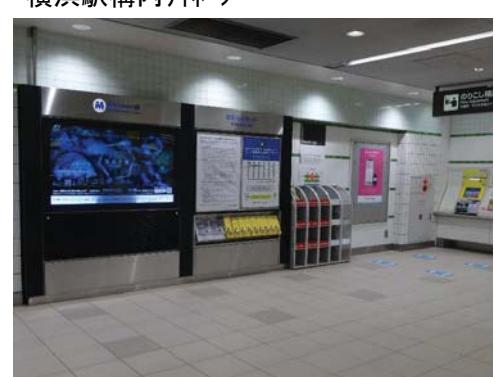
元町・中華街駅



馬車道駅 ホームアサイネージ

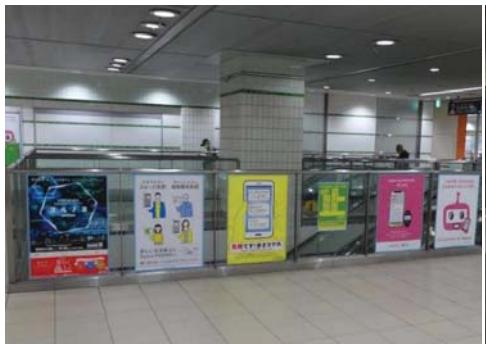


横浜駅構内サイネージ



2. 交通広告等の実施結果 ※特別協力: 東急電鉄株式会社(駅構内ポスター、デジタルサイネージ)

東急線横浜駅



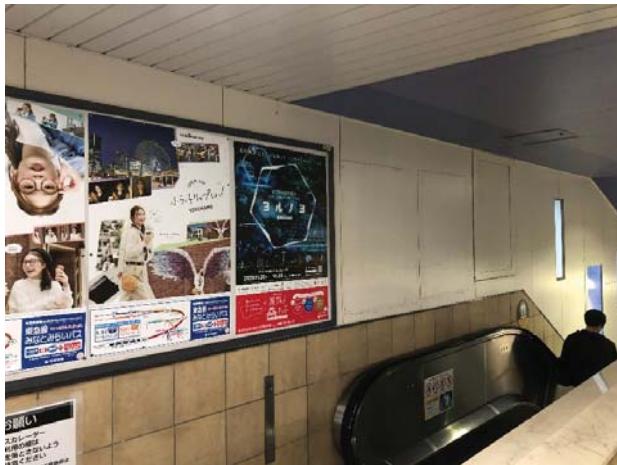
東急線菊名駅



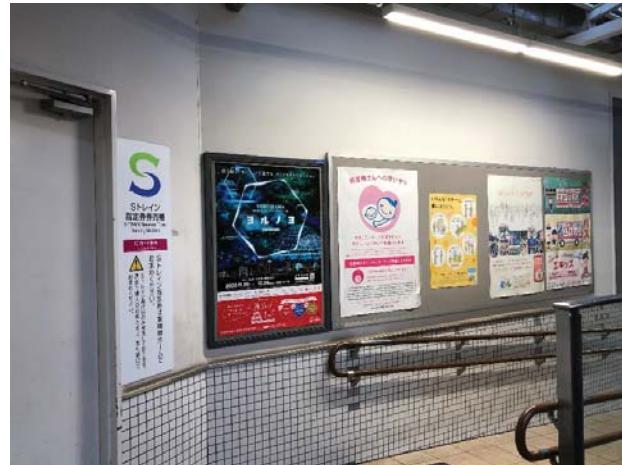
東急線横浜駅改札口お知らせモニター



東急線二子玉川駅



東急線自由が丘駅



2. 交通広告等の実施結果 ※特別協力: 京急電鉄株式会社(駅構内ポスター)

京急線 上大岡駅



京急線横須賀中央駅



2. 交通広告等の実施結果 ※特別協力: 横浜市交通局(駅構内ポスター、デジタルサイネージ)

市営地下鉄横浜駅



市営地下鉄横浜駅サイネージ



横浜駅東口バスターミナル サイネージ



市営バス 車内モニター



2. 交通広告等の実施結果 ※横浜市広告枠等

横浜駅きた通路 ポスター柱巻き



横浜駅みなみ通路 ポスター柱巻き



京急線 車内中吊り広告



市庁舎内 デジタルサイネージ



2. 交通広告等の実施結果

横浜駅観光案内所デジタルサイネージ



横浜駅観光案内所チラシ配架



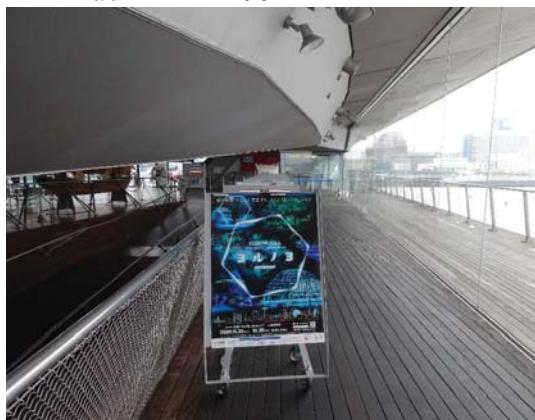
桜木町駅観光案内所 ポスター掲示



大さん橋2階出入国ビデオサイネージ



大さん橋 ポスター掲示



3. パートナーシップ事業との連携報告

R2新規	イベント名称	主催者
1	イセザキ☆ライト	伊勢佐木町1・2丁目地区商店街振興組合
2	観光スポット周遊バス あかいくつ&BAYSIDE BLUE 特別イルミネーション	横浜市交通局
3	Christmas Market in 横浜赤レンガ倉庫	横浜赤レンガ倉庫
4	The Landmark Christmas 2020	ランドマーカーラザテント会(三菱地所プロパティマネジメント株)
5	横浜中華街2021 春節燈花	横浜中華街発展会協同組合
6	SWEET MEMORY in アメリカ山公園	SWEET MEMORY in アメリカ山公園実行委員会
7	第37回ヨコハマイルミネーション「YOKOHAMA BLUE」	一般社団法人横浜西口エリアマネジメント
★ 8	日産グローバル本社ギャラリー クリスマスイルミネーション	日産自動車株式会社
★ 9	「願いの塔」横浜マリンタワー	横浜市文化観光局
10	パシフィコ横浜 ウィンターライト2020	株式会社横浜国際平和会議場
11	馬車道プロジェクト2020	東京藝術大学大学院映像研究科・横浜市文化観光局
12	ホテルニューグランド「光の庭園」	ホテルニューグランド
★ 13	氷川丸イルミネーション	日本郵船株式会社
14	FANTASTIC CHRISTMAS 2020	(株)横浜インポートマート
15	星降るテラス	株式会社スカヒル、横浜新都市センター株式会社
★ 16	BALLPARK FANTASIA-Vega Luminique-	(株)ディー・エヌ・エー/(株)横浜スタジアム
17	MARK IS Heartwarming Illumination	MARK IS みなとみらい
18	横浜公園彼我庭園ライトアップ	横浜市環境創造局南部公園緑地事務所都心部公園担当
19	横浜港フォトジェニックイルミネーション	横浜港振興協会・神奈川新聞社・ハリマックスム共同事業体
20	ヨコハマミライト~みらいを照らす、光のまち~	ヨコハマミライト実行委員会
21	横浜元町イルミネーション2020	協同組合元町SS会

※★印は今年度新たに申請頂いたイベント

3. パートナーシップ事業との連携報告

(1) 実行委員会リリースへの掲載 (10/16・12/16)

12/16リリース（抜粋）

新潟県各務
[News Release]
令和2年12月16日

地域連携コンテンツも多数展開！
東京藝術大学大学院映像研究科の若きアーティストとのコラボ企画や、イルミネーションを見ながら楽しむランニングイベント、週末限定プレゼント企画など「ヨルノヨ-YOKOHAMA CROSS NIGHT ILLUMINATION-」開催中

クリエイティブ・ライト・ヨコハマ実行委員会は、都市型イルミネーション「ヨルノヨ-YOKOHAMA CROSS NIGHT ILLUMINATION-」を、令和2年1月10日(金)から12月20日(土)まで横浜・みなとみらいの新港地区にて開催しています。「ヨルノヨ」のプログラムの一つである「ヨルノヨ×SAMPO MAPP」では、横浜都心臨海部にキャンバスを持つ、東京藝術大学大学院映像研究科との映像コンテンツのコラボレーションを実施。また、みなとみらいに立地する「T.S.PARK Studio」で、イルミネーションを見ながらランニングを楽しめます。併せて、相互連携を目的ため、メイン会場である新港中央広場に隣接する横浜ワールドポーターズと連携し、「ヨルノヨ」の写真を貰えるプレゼントがもらえる週末限定のイベントを実施するなど、地域との連携によるコンテンツを多角展開します。

■週末限定の田舎プログラム「ヨルノヨ×SAMPO MAPP」にて、横浜都心臨海部にキャンバスを持つ東京藝術大学大学院映像研究科との映像コンテンツのコラボレーションを実施

プロジェクト付きの自転車で、横浜の街中にアート作品を投影するMAPP。のメンバーと共に、4つのルートに分かれて横浜の街を散策する巡回プログラム「ヨルノヨ×SAMPO MAPP」。このうち、横浜ハンマーヘッド(毎週金曜20時～21時に実施)では、横浜都心臨海部にキャンバスを持つ、東京藝術大学大学院映像研究科との映像コンテンツのコラボレーションを実施。若きアーティストの映像とともに、横浜の夜散歩を楽しんでいただけます。

■新たな作品

作品名:Let's dance! Let's make noise!
作者名:二宮林

作品名:スイスイッシュ
作者名:高島さくら

作品名:いのち
作者名:山中千尋

【ヨルノヨ×SAMPO MAPP】
実施日：会期中の毎週金曜日、土曜日
参加方法：事前予約制(1ルート、約15名を予定)
<コース詳細>
・横浜駅～金曜日18:00～19:30
・横浜ハンマーヘッド～金曜日20:00～21:00
・山下公園ルート～土曜日18:00～19:30
・大さん橋ルート～土曜日20:00～21:00
※東京藝術大学大学院映像研究科との映像コンテンツとのコラボレーション、横浜ハンマーヘッドのみ実施
※参加者が自転車に乗ることはできません。
詳細は、公式ホームページをご確認いただけます。

【連絡関係者からのお問合せ】
ヨルノヨPR事務局((株)プラチナム内) 担当：大久保、野尻、鈴木、古川
TEL:03-5572-6070 FAX:03-5572-6075
MAIL:yokohama-iliumi@vectorinc.jp

「ヨルノヨ-YOKOHAMA CROSS NIGHT ILLUMINATION-」概要
横浜・みなとみらいの新港地区にて開催している、都市型イルミネーション「ヨルノヨ-YOKOHAMA CROSS NIGHT ILLUMINATION-」は、横浜らしさを作り上げてきたひととの文化的交差(CROSS)を演出コンセプトに、横浜・みなとみらいの街全体を舞台として、光が橋筋の人と人を交差して動きなす、パラマイルミネーションを展開しています。メイン会場の新港中央広場では、「NIGHT WALKING」を開催。横浜らしさを作り上げてきた人(・もの・文化の交わり)の象徴である「クロスゲーム」を作りこめた光と音の演出が、人々の動きに合わせて刻一刻と変化します。期間中毎日30分間に一度訪れる「NIGHT VIEWING」では、新港中央広場や、隣接の施設の側面を活かした躍動する光と音の5分間の演出を行います。横浜都心臨海部15箇所に配置する、夜の横浜をつなぐ光のオブジェ「PORTAL(ポータル)」をぐるり抜けながら横浜の街を走ったり、プロジェクター付き自転車や、アート作品等の映像を壁に投影しながら、街を歩いて進む間遊プログラム「ヨルノヨ×SAMPO MAPP(サンボマップ)」など、参加者が先をつくる体験をお楽しみいただけます。



■開催概要

【開催期間】令和2年1月10日(金)～12月20日(土) 18時～21時05分

【開催場所】新港中央広場と周辺エリア

【実施体制】主催：クリエイティブ・ライト・ヨコハマ実行委員会

共催：横浜市

連携：クリエイティブ・ライト・ヨコハマ推進協議会

【公式ホームページ】<https://yurunoyo.yokohama>

【公式Twitter】<https://twitter.com/yurunoyo2020>

【公式Instagram】<https://www.instagram.com/yurunoyo2020/>

■パートナーシップ連携について

ヨルノヨでは、令和2年10月下旬から12月下旬までの間に、横浜市都心臨海部で行われているイルミネーションや光のイベント等に広報連携することにより、街の活性化をめ、横浜の夜を盛り上げる取組を行っています。

パートナーシップ連携イベント。(2団体)※内は主催者、五十音順

イセザキルミナリティ(イセザキ・モール1-2階)、横光ストリートバス、あいかづち＆BAYSIDE BLUE 特別イルミネーション(横浜市交通局)、Christmas Market in 横浜市西区ガラ商店街(株式会社横浜市西区振興文化振興財団)、The Landmark Christmas 2020(ランドマークタワー)、横浜中華街2021年桔梗花(横浜中華街振興会協同組合)、SWEET MEMORY in アリカ山公園(SWEET MEMORY in アリカ山公園実行委員会)、第37回ヨコハマイルミネーション「YOKOHAMA BLUE」(一般社団法人横浜西口エリアマネジメント)、日本グローバル本社ギャラリークリスマスマリエーション(横浜市文化総局)、バーフィック横浜ウインターライムネーション2020(株式会社横浜国際と会議場)、馬場道プロジェクト2020(東京藝術大学大学院映像研究科・横浜市文化総局)、光の魔術師ホテルユニーブランド、水元丸イルミネーション(日本帆船水丸丸)、FANTASTIC CHRISTMAS 2020(横浜ワールドポーターズ)、星降るテラス(株式会社横浜スカイビル)、横浜都心市センター(株式会社)、BALLPARK FANTASIA-Vega Luminarie(株式会社ディーエヌ・エー)、MARK IS Heartwarming Illumination(MARK IS みなとみらい)、横浜公園猿我庭園ラブアップ(横浜市運営創造局都心公園緑地事務所都心部公園担当)、横浜港フォトジェニックイルミネーション(一般社団法人横浜港振興協会)、ヨコハマミライ～みらいを照らす、光のまち～(ヨコハマミライ実行委員会)、横浜元町イルミネーション2020(協同組合元町55会)



PARTNERSHIP

パートナーシップ事業

第37回ヨコハマイルミネーション「YOKOHAMA BLUE」



会場 横浜駅西口周辺
横浜市西区南1丁目1丁目2丁目はが

期間 2020/11/18(水)～2021/2/14(日)
11:00～23:00

入場料・参加費 無料

主催 一般社団法人横浜西口エリアマネジメント

URL

問合せ先 一般社団法人横浜西口エリアマネジメント
<https://www.yokohamashiguchi.or.jp/>

3. パートナーシップ事業との連携報告

(2) ヨルノヨ公式ホームページへの掲載

PARTNERSHIP
パートナーシップ事業

ヨルノヨでは、令和2年10月下旬から12月下旬までの間に、横浜市都心臨海部で行われているイルミネーションや光のイベント等に広報連携することにより、街の活性化をめ、横浜の夜を盛り上げる取組を行っています。

市の活性化をめ、横浜の夜を盛り上げる取組を行っています。

市内のイルミネーション等の情報は、ヨルノヨの公式ホームページ、また都心連携中に会場にて配布されるリーフレットでご確認いただけます。

詳細は、公式ホームページをご確認いただけます。

ヨルノヨ×SAMPO MAPP
実施日：会期中の毎週金曜日、土曜日
参加方法：事前予約制(1ルート、約15名を予定)
<コース詳細>
・横浜駅～金曜日18:00～19:30
・横浜ハンマーヘッド～金曜日20:00～21:00
・山下公園ルート～土曜日18:00～19:30
・大さん橋ルート～土曜日20:00～21:00
※東京藝術大学大学院映像研究科との映像コンテンツとのコラボレーション、横浜ハンマーヘッドのみ実施
※参加者が自転車に乗ることはできません。
詳細は、公式ホームページをご確認いただけます。

【連絡関係者からのお問合せ】
ヨルノヨPR事務局((株)プラチナム内) 担当：大久保、野尻、鈴木、古川
TEL:03-5572-6070 FAX:03-5572-6075
MAIL:yokohama-iliumi@vectorinc.jp

81 第37回ヨコハマイルミネーション
「YOKOHAMA BLUE」

82 星降るテラス

83 日本グローバル本社ギャラリー クリスマス
イルミネーション

84 パシフィック横浜 ウィンターライトミネーション
2020

85 クリックで各イベントの詳細ページへ

クリックで各イベントの
詳細ページへ

PARTNERSHIP
パートナーシップ事業

第37回ヨコハマイルミネーション「YOKOHAMA BLUE」

会場 横浜駅西口周辺
横浜市西区南1丁目1丁目2丁目はが

期間 2020/11/18(水)～2021/2/14(日)
11:00～23:00

入場料・参加費 無料

主催 一般社団法人横浜西口エリアマネジメント

URL

問合せ先 一般社団法人横浜西口エリアマネジメント
<https://www.yokohamashiguchi.or.jp/>

3. パートナーシップ事業との連携報告

(3) ヨルノヨリーフレットへの掲載

【配布場所】

- ・新港中央広場
 - ・観光案内所
 - ・市内文化施設
 - ・鉄道駅
 - ・区役所
 - ・市民情報センター 等

3. パートナーシップ事業との連携報告

(4) ヨルノヨ公式Twitterでの紹介（1事業につき1回）

＜主な投稿＞

ヨルノヨ【公式】
68件のツイート

ヨルノヨ【公式】 @ · 2020年12月19日 ...
【ヨコハマミライト】

横浜最大級！約1.5キロメートルの道のりを光
でつなぐイルミネーション

期間：2020年11月12日(木)~2021年2月14日
(日) 16:00~23:00 *さくら通りは22:00まで

場所：横浜駅東口からさくら通り

#ヨルノヨ #パートナー



18

ヨルノヨ【公式】
68 件のツイート

ヨルノヨ【公式】 @ · 2020年12月12日 ···
【FANTASTIC CHRISTMAS 2020】

総電球数は約14万球！例年以上に煌びやかな光の演出を堪能できます。

期間 : 11/20(金)~12/25(金)
16:30~24:00

施設名: 横浜ワールドポーターズ
(横浜市中区新港2-2-1)

#ヨルノヨ #パートナー



1 4 20

ヨルノヨ【公式】 68件のツイート

ヨルノヨ【公式】 @ · 2020年12月25日 ·
【SWEET MEMORY in アメリカ山公園】

夜空に溶け込むような美しい“ブルー”的イルミネーションで演出。

期間：2020/11/20(金)～2021/2/28(日)
16:30～23:00

施設名：アメリカ山公園（横浜市中区山手町
97-1）

#ヨルノヨ #パートナー



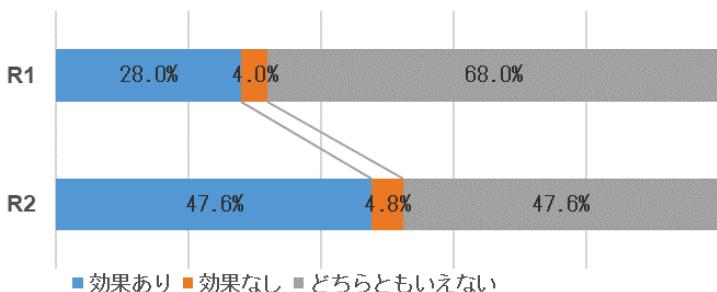
3. パートナーシップ事業との連携報告

■地域のイルミネーション等との連携の成果について（パートナーシップ事業アンケートより）

回答数：21団体（回答率100%）

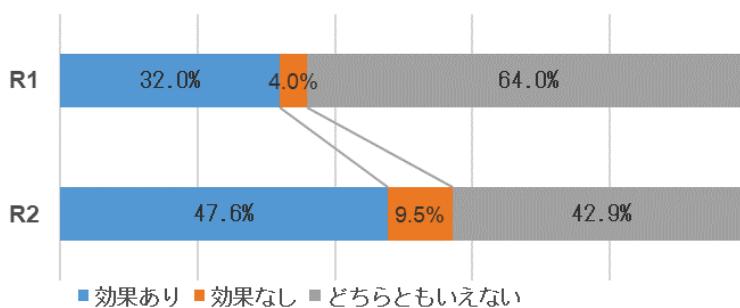
Q 1-(1) 観客や参加者数の増に効果はあったか

半数近くの方から、ヨルノヨと連携することにより、「観客や参加者数の増に効果あり」と回答頂きました。
また前年度に比べ「効果あり」と回答頂いた割合が大幅に増加しました。



Q 1-(2) 新規観客・参加者の獲得に効果はあったか

半数近くの方から、ヨルノヨと連携することにより、「新規の観客・参加者の獲得に効果あり」と回答頂きました。



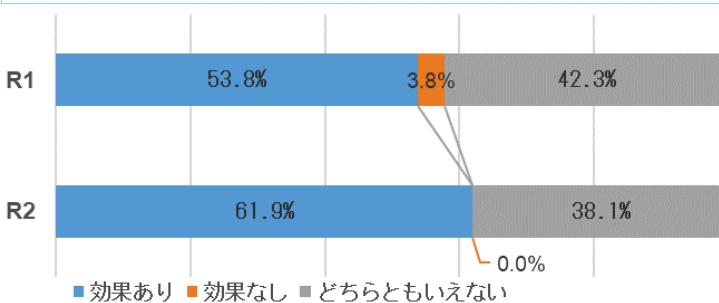
3. パートナーシップ事業との連携報告

■地域のイルミネーション等との連携の成果について（パートナーシップ事業アンケートより）

回答数：21団体（回答率100%）

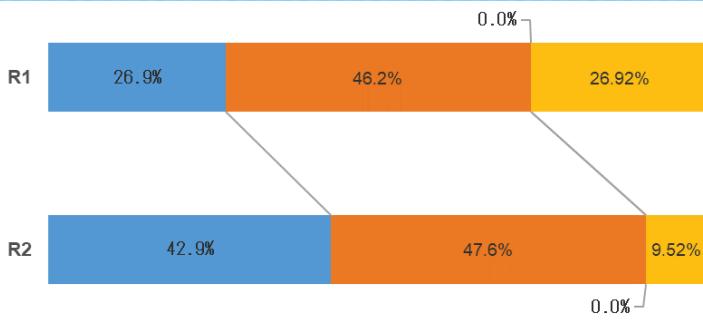
Q 1-(3) 認知度向上などのPR効果はあったか

6割を超える方から、ヨルノヨと連携することにより「PR効果があった」と回答頂きました。



Q 2. 創造的イルミネーションと連携を行ってよかったです？

9割の方から、「ヨルノヨと連携して良かった」と回答頂きました。
また前年と比べ、「大変良かった」の割合が大幅に増加しました。



■ 1. 大変良かった

■ 2. 良かった

■ 3. 良くなかった

■ 4. どちらともいえない

