

令和6年度 広報事業の概要について

令和6年8月27日

政策経営局シティプロモーション推進室
広報課
広報戦略・プロモーション課

横浜市のシティプロモーションの体制

政策経営局シティプロモーション推進室

広報課

広報戦略・
プロモーション課

報道課

情報発信に関する部署を一元化し、シティプロモーションを強力に推進

シティプロモーション推進室の目指すもの

- ① 市政の広報と報道、シティプロモーションを一体的に展開することにより、横浜市の重要な施策や横浜の魅力について、迅速かつ、効果的に発信し、市民と一層の情報共有を進めながら、市政を展開します。
- ② 横浜市の新たな付加価値の創造・ブランディング、国内外へのプロモーションを推進し、横浜の持続的な発展・成長を強力に推進します。
- ③ 横浜市シティプロモーション基本方針を、全庁的に共有することでオール横浜でプロモーション力の向上させます。

広報よこはま発行事業

広報課

横浜市の施策、事業等の市民への周知を図る最も基礎的な広報媒体

- 発行：毎月1日発行
- 発行部数：約160万部／月
- 体裁：タブロイド版
市版と区版の一体印刷
- 自治会・町内会による配布のほか、区役所、
駅PRボックスなどに配架
- 点字版、録音版も制作
- 令和6年5月号より、市版・全区版を広報紙閲覧サービス

「カタログポケット」から、日本語の他9言語（英語、中国語簡体字、中国語繁体字、ハングル、タイ語、ポルトガル語、スペイン語、インドネシア語、ベトナム語）で閲覧可能に。やさしい日本語版もWeb上で提供。

- 広告の掲載による財源確保の取組を実施



インターネット広報事業

広報課

【市ウェブサイト】



市トップページを軸に、市の重要施策、生活・イベント情報を発信

■総アクセス数

月平均 約1,500万件

■多言語対応

- ・全ページ 8言語で機械翻訳
- ・生活情報ページ
一部の情報を「英語、中国語（簡体字）、ハングル」と、「やさしい日本語」で作成

■広告による財源確保

■デザインリニューアル

令和6年3月にモバイルファーストなデザインにリニューアル

【ソーシャルメディア】

各媒体を通じて、市からのお知らせやイベントなどの情報を発信



LINE

- 4 アカウント
- 友だち登録者
約81.3万



X

- 47 アカウント
- 広報課フォロワー
約17.6万



SmartNews

- 1 チャンネル
- チャンネル登録
約10.0万



YouTube

- 1 アカウント
- チャンネル登録
約4.0万

テレビ・ラジオ広報事業

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

広報課

◆テレビ

◆テレビ神奈川「ハマナビ」(3ch)
土曜日 18:00~18:30

2024上期視聴率

14.2%

※日本リサーチセンター調べ
(県内350世帯)

【参考】テレビ神奈川 他自治体番組視聴率
神奈川県「力ナフルTV」 5.8%
川崎市「LOVEかわさき」 4.6%

6/8放送「守ろう！つなごう！横浜の縁」
6/29放送「シリーズ18区特集 いいね！青葉区」など、
郊外部の魅力や市政情報も放送



▲2024.6.8みなとみらい特集

◆ラジオ

◆FMラジオ(FMヨコハマ/84.7MHz)
「YOKOHAMA My Choice!」
日曜日 9:30~10:00

◆AMラジオ(ラジオ日本/1422kHz)
「Happy Voice! from YOKOHAMA」内
「ハッピーイチ押し情報」
金曜日 12:40~12:50(年6回)

◆外国語放送(インターFM/89.7MHz)
「Public Service Announcement」
月～金曜日 12:55~12:58

多言語広報

広報課

「横浜市多言語広報指針」に基づき、英語、中国語(簡体字)、ハングル等の外国語と「やさしい日本語」で情報提供を行っています。

【やさしい日本語の取組】

■横浜FCとの連携

区総合案内で活用できる「指さしシート」の作成

「やさしい日本語」と3言語(英語、中国語(簡体字)、ハングル)、イラストで区役所の業務内容を記載

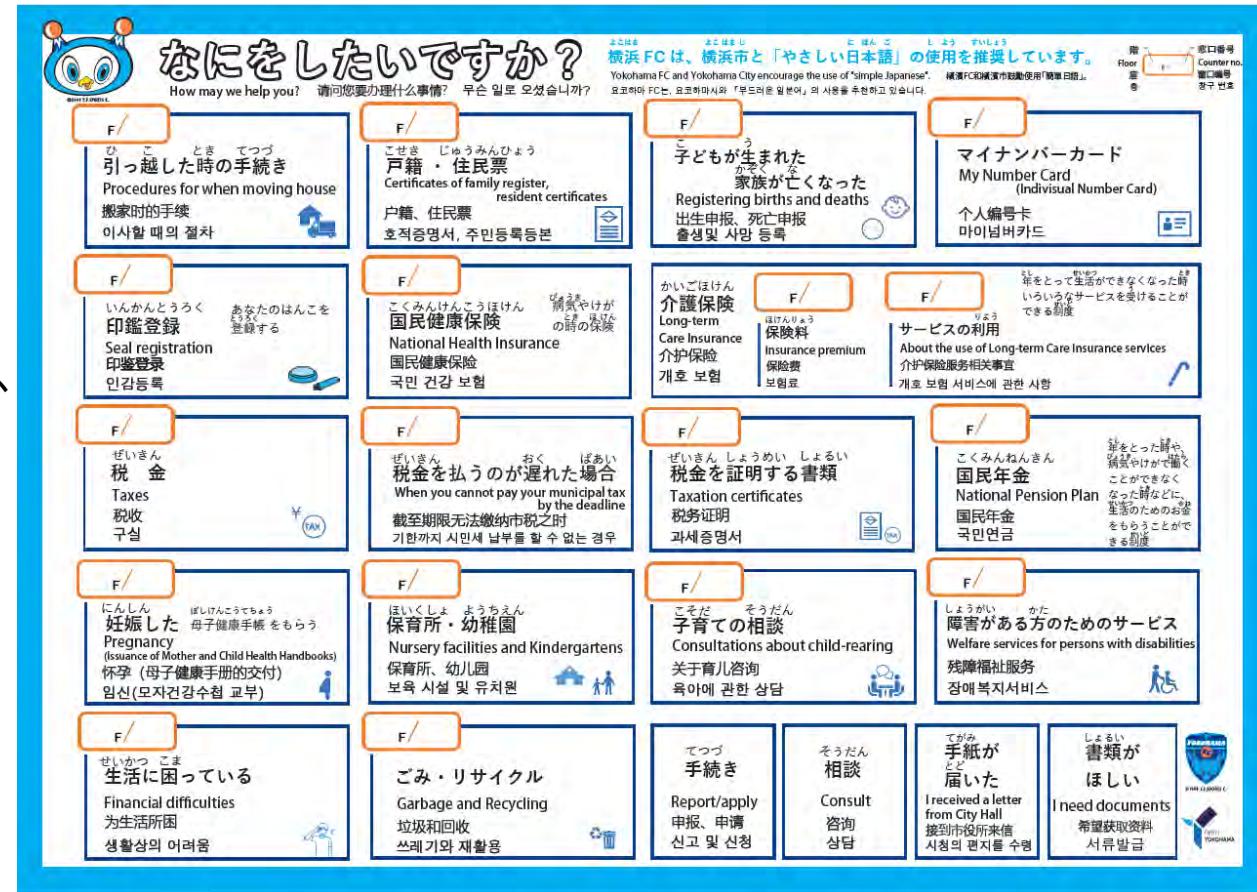
「やさしい日本語」普及動画の作成

■「やさしい日本語」研修

市役所職員向けに研修を実施



▲普及動画には横浜FCの選手が出演



▲区総合案内で活用できる「指さしシート」

庁内研修の充実、組織のプロモーション力の向上

全庁へのプロモーション関連研修や、庁内向けコンサルティングを通して、「横浜市シティプロモーション基本方針」の庁内への浸透させることにより、組織全体のプロモーション力を向上します。



庁内研修の充実、組織のプロモーション力の向上

研修や、庁内向けコンサルティングを通して、組織全体のプロモーション力を向上します。

広報関係研修

- 広報基礎研修・実務研修
- SNS活用研修 R5年度：32名受講
- やさしい日本語研修 R6.3 入門編：49名受講、R6.7 応用編：51名受講



▲やさしい日本語研修

プロモーション関連研修

- デザイン研修
市民に伝わりやすいチラシ、ポスターを作成するスキルの向上を図る。
- ブランド研修
都市プランディングの重要性を認識し、より戦略的・効果的なプロモーションを実施するスキル向上を図る。

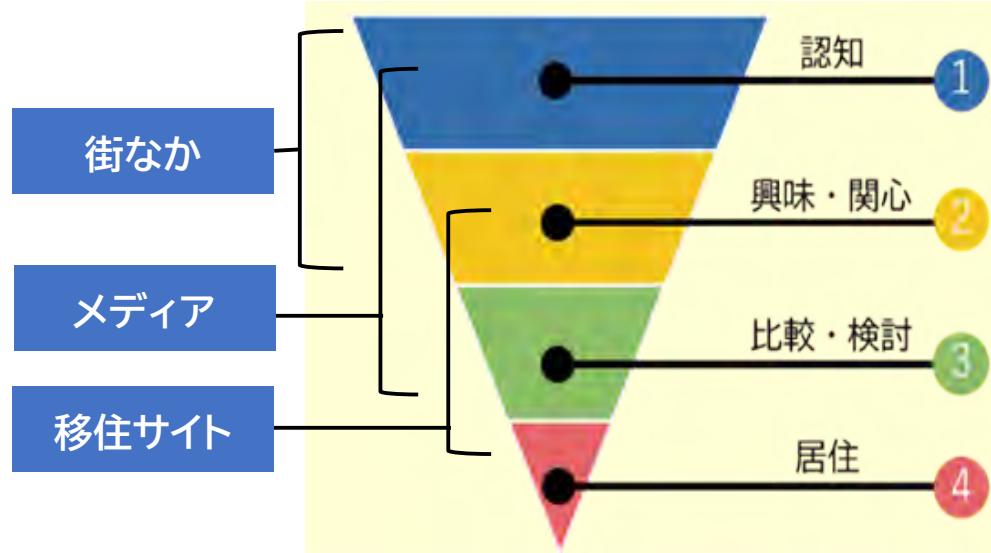
【R5年度】デザイン基礎研修実施：37回（838名受講）、デザイン相談対応件数：486件

シティプロモーション事業(居住促進プロモーション)

広P課

・▶ 居住促進プロモーションの考え方

「子育てしやすいまち 次世代と共に育むまち」に資する取組として、子育て世代をメインターゲットとし、適した時期、媒体を選択しながら、居住意欲を喚起するプロモーションを戦略的に行います。



・▶ 主な取組

「横浜移住サイト」の効果的な運用 [令和5年8月開設]

- ・子育てサポートなど横浜での暮らしの魅力を訴求
- ・「おすすめエリア診断」機能、記事の拡充などコンテンツを充実
- ・サイト訪問者へのアンケート導入



▲スマホ画面

シティプロモーション事業(居住促進プロモーション)

広P課

▶ 主な取組

街なかでのシティプロモーション

市民、来街者の市政への関心を深め、「住みたい、住み続けたい」という居住意欲を醸成するため、市の取組、魅力などを10のテーマに整理し、ビジュアル化します。

人通りの多い施設や鉄道駅などの視認性が高いタッチポイントで、複数テーマのポスター等を連続で展開します。



▲R 6年度事例 ビジュアルイメージ

各種メディアを活用した情報発信

居住促進につながる本市の魅力や施策について、ターゲットにあわせたメディアを選定し、情報発信を行います。

- ・ターゲットに適した媒体、時期での記事広告掲載
- ・テレビなどのメディアへの企画提案によるアプローチを通じた露出獲得



▲R 6年度事例 「SUUMO」掲載記事」 11

フィルムコミッショナリ事業

広P課

市内における映像（映画やドラマなど）又は出版物（雑誌など）の撮影支援を通じて、横浜の魅力を国内外に広く発信し、横浜の都市ブランド向上を図ります。

・主な支援作品

映画

- ・帰ってきた あぶない刑事
- ・劇場版『TOKYO MER～走る緊急救命室～』

・支援/相談件数

	R5年度	R4年度
支援件数	60件	60件
相談件数	974件	856件



ドラマ

- ・日本テレビ
「コタツがない家」
- ・フジテレビ
「ONE DAY～聖夜のから騒ぎ～」
- ・テレビ朝日
「ケイジとケンジ、時々ハンジ。」
- ・日本テレビ
「新空港占拠」

令和 6 年度 広聴事業の概要について

令和 6 年 8 月 27 日
市民局広聴相談課

本市の広聴事業 とは

明日をひらく都市
OPEN × PIONEER
YOKOHAMA

個別広聴



市民からの提案

市政ダイレクト広聴

市長陳情・区長陳情

集会広聴

市長と語ろう！



調査広聴



ヨコハマ
eアンケート

横浜10大ニュース

パブリックコメント

デジタルプラット
フォームを活用した
市民意見募集

新聞投書

市民相談事業

コールセンター事業

広聴事業の実績（令和5年度）

明日をひらく都市
OPEN × PIONEER
YOKOHAMA

○広聴関係

名称	実績
市民からの提案	7,943件（受付件数）
市長陳情	1,251件（受付件数）
市政ダイレクト広聴	2,005件（受付件数）
市長の集会広聴 (市長と語ろう!)	9回（実施回数）
ヨコハマeアンケート	20回（アンケート実施回数） 39通（メールマガジン）
「デジタルプラットフォーム」 を活用した意見募集	1回（モデル4区で実施） 214件（アイデア数）
横浜10大ニュース	10,617人（投票者数）
パブリックコメント	8件（実施件数）
新聞投書	47通（受付通数）

広聴事業の実績（令和5年度）

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

○市民相談事業

名称	実績
専門相談	5,814件(相談件数)
各種専門相談の予約・庁舎案内等	10,545件(問合せ件数)

○コールセンター事業

名称	実績
市政案内(市コールセンター)	137,147件(受電件数)
区役所代表電話	517,745件(受電件数)
市役所代表電話	40,788件(受電件数)

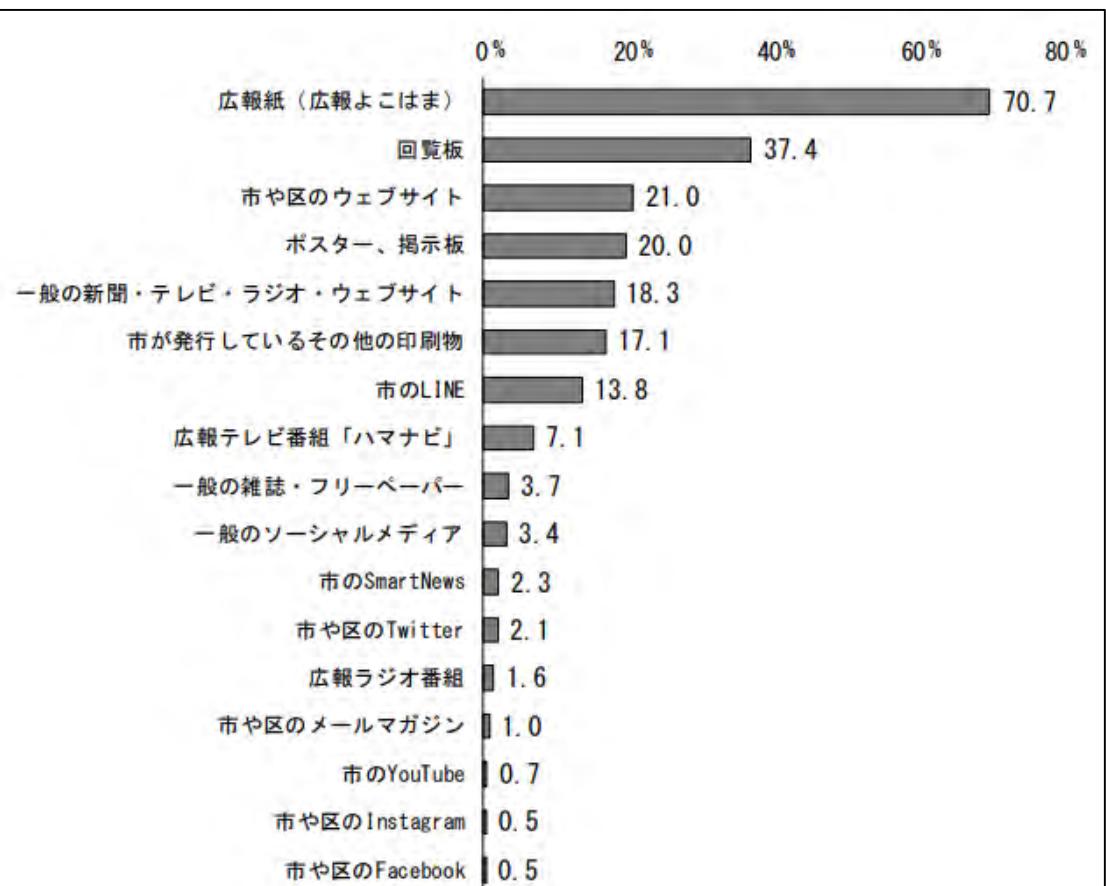
「広報よこはま」発行事業について

令和6年8月27日
政策経営局広報課

「広報よこはま」発行事業について

横浜市の施策、事業等の市民への周知を図る最も基礎的な広報媒体として、毎月1日に約160万部をタブロイド版で発行。

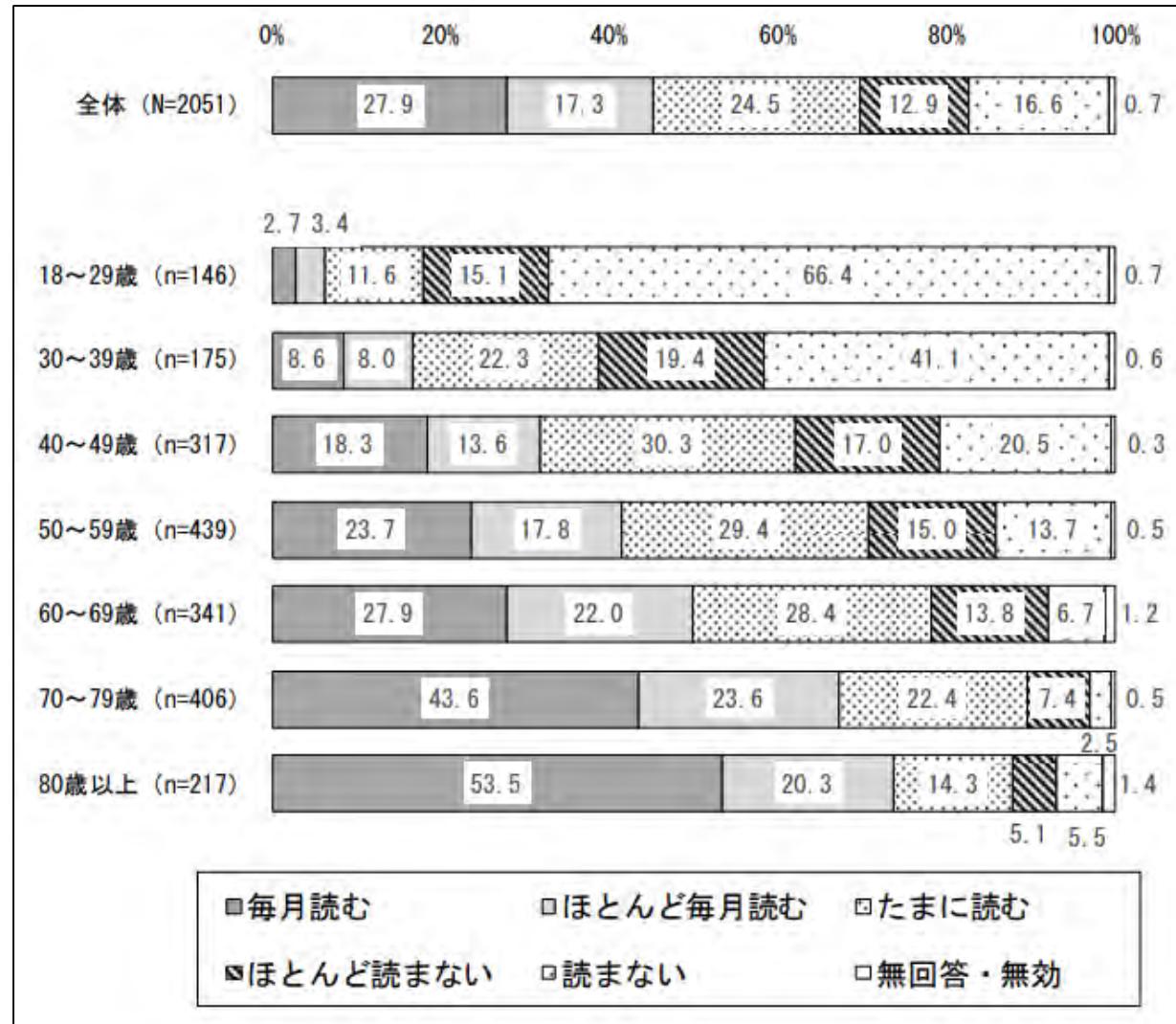
Q: 市や区の情報をどのようなものから得ていますか。▶R5年度「横浜市広報に関するアンケート調査」



- 市政情報の入手方法としては、
「広報紙(広報よこはま)」が70.7%
で最も多い。
- 次点の「回覧版」(37.4%)、
「市や区の ウェブサイト」(21.0%)を
大きく上回っている。

「広報よこはま」発行事業について

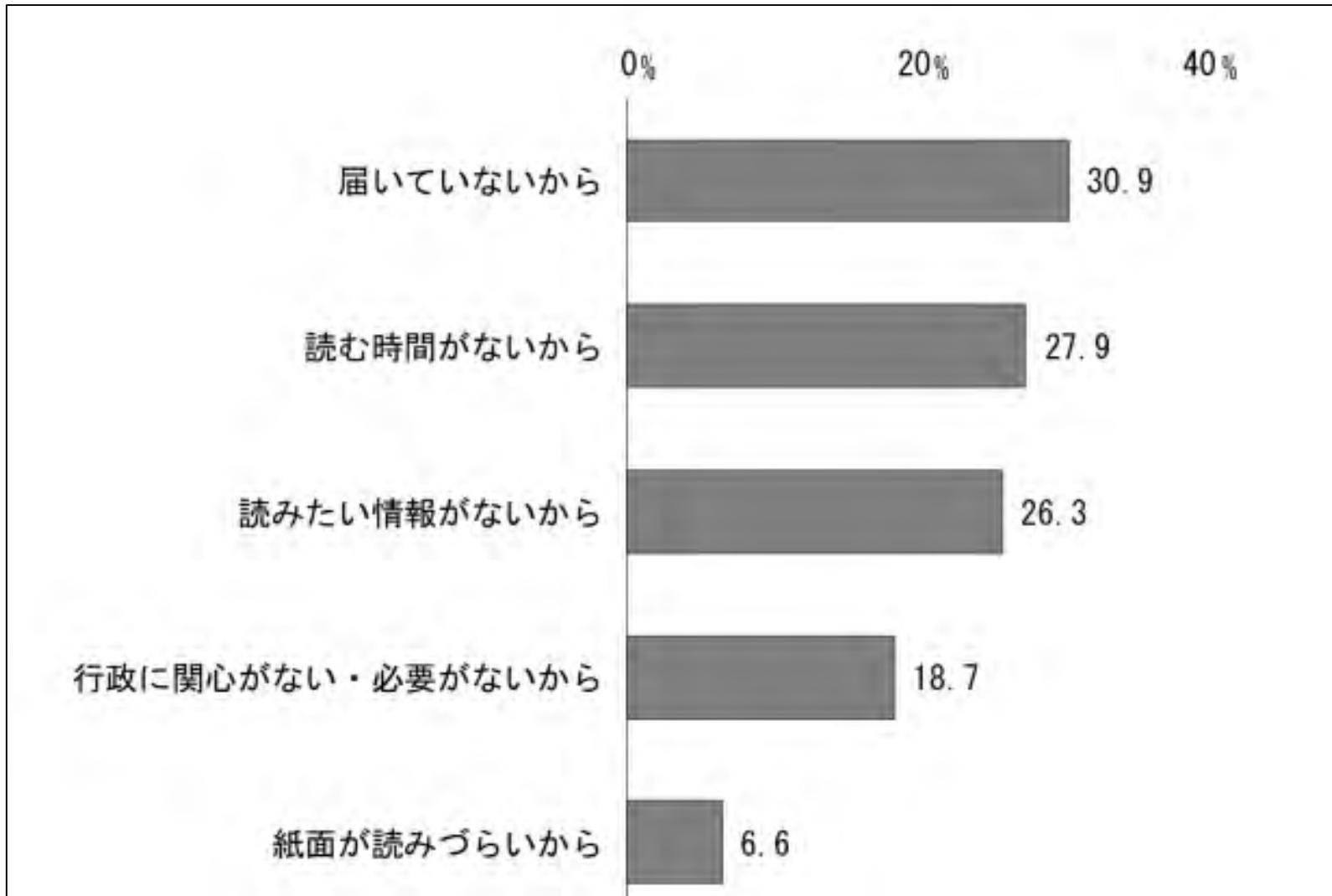
Q:「広報よこはま」を読んでいますか。▶R5年度「横浜市広報に関するアンケート調査」



- 「広報よこはま」を読む頻度は、「毎月読む」(27.9%)が最も多く、ほとんど毎月読む」(17.3%)を合わせると5割近くが高い頻度で読んでいる。
- しかし若い世代になるに従って「ほとんど読まない」「読まない」の割合が高くなっている。

「広報よこはま」発行事業について

Q:「広報よこはま」を読んでいない理由は何ですか。▶R5年度「横浜市広報に関するアンケート調査」



(参考) R5年度横浜市の広報に関するアンケート調査

対象	18歳以上の横浜市民5,000人(日本人4,850人、外国人150人)を住民基本台帳から無作為抽出
調査方法	郵送によるアンケート配布。郵送による回収及び市電子申請・届出システム回答。
回答期間	2023(令和5)年6月16日(金)～7月21日(金)【36日間】
設問数	26問(回答者基礎情報項目5問、自由意見欄1問を含む)

• 【実施結果】

回答件数	有効回答標本数 2,051票(内外国人21票／内インターネット回答731票) 回収率41.0%																		
回答者年代	<table border="1"><thead><tr><th>年齢層</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>18~29歳</td><td>7.1</td></tr><tr><td>30~39歳</td><td>8.5</td></tr><tr><td>40~49歳</td><td>15.5</td></tr><tr><td>50~59歳</td><td>21.4</td></tr><tr><td>60~69歳</td><td>16.6</td></tr><tr><td>70~79歳</td><td>19.8</td></tr><tr><td>80歳以上</td><td>10.6</td></tr><tr><td>無回答・無効</td><td>0.5</td></tr></tbody></table>	年齢層	割合	18~29歳	7.1	30~39歳	8.5	40~49歳	15.5	50~59歳	21.4	60~69歳	16.6	70~79歳	19.8	80歳以上	10.6	無回答・無効	0.5
年齢層	割合																		
18~29歳	7.1																		
30~39歳	8.5																		
40~49歳	15.5																		
50~59歳	21.4																		
60~69歳	16.6																		
70~79歳	19.8																		
80歳以上	10.6																		
無回答・無効	0.5																		

「広報よこはま」の読者層拡大の取組①

デジタルの強みを活かした、読者の増加につながる取組を実施

【デジタル媒体を活用した取組①】

通勤中などにスマホから手軽に広報よこはまを閲覧してもらえるよう、広報紙閲覧アプリ「カタログポケット」を導入。

- ・ 令和3年5月号より、市版と一部の区で導入。
- ・ 令和4年6月号より、発行日に市公式LINEでの発信を開始。
- ・ 令和6年5月号より、市版の他、18区版全てを公開。

「広報よこはま」の読者層拡大の取組①

■「カタログポケット」閲覧数(単位:件)

	令和5年	令和6年
年間市版閲覧数	220,310	184,254
月平均	18,359	26,322
区版閲覧数	-	32,484
月平均	-	19,602

■市ウェブサイト「広報よこはま」閲覧数(単位:件)

	令和5年	令和6年
年間市版閲覧数	58,063	65,536
月平均	4,839	9,362
区版閲覧数	276,100	185,488
月平均	23,008	26,498

※区版の公開は令和6年5月号より開始したため、7月号までの3か月分。

- 市版については、ウェブサイトの広報よこはまPDFよりも、カタログポケットでの閲覧が多くなっている。
- 区版については、開始して3か月の数値であるため、今後周知拡大を行い、閲覧数の増につなげていく。

■市公式LINEでの配信



市公式LINE

LINE 横浜市 広報よこはま 7月号

最終面のリンクから各区版もチェック！

最新号をチェック >

19:00

生活情報

- 横浜市ウェブサイト
- 防災情報
- 横浜DIGITAL窓口
- 粗大ごみ

- トップに戻る
- 道路の損傷通報
- 広報よこはま
- チャットで質問

明日をひらく都市 YOKOHAMA 7 広報よこはま 2024

公園のまちヨコハマ

7月号紙面へ

検索結果：広報よこはま 市版

【横浜市】広報よこはま市版2024年4月号

広報よこはま市版2024年4月号です。特集では、開幕までいよいよ3年に迫った「GREEN×EXPO 2027」のテーマや会場内のイメージ、マスコットキャラクターの名前募集についてお知らせしています。紙面ではほかにも、市役所の組織変更のお知らせや、能登半島地震で被災地に赴いた職員の体験談を掲載しています。本サービスは横浜市との契約に基づき、株式会社モリサワが提供します。本サービスのドメインは catapoke.com です。（横浜市インターネット情報受発信ガイドライン第6条第4項により協議済）

日本語とその他9言語

【横浜市】広報よこはま市版2024年3月号

広報よこはま市版2024年3月号です。特集「緑あふれる横浜のくらし」では市民の森など身近な緑やそれを支えるボランティアの皆さんの活動を紹介しています。紙面ではほかにも転出届や各種証明書

バックナンバーへ

80万人超のLINE登録者に訴求し、閲覧者増につなげる
(現在の閲覧数は約16,000/月)

「広報よこはま」の読者層拡大の取組②

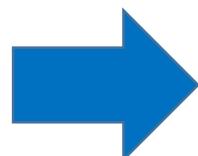
【デジタル媒体を活用した取組②】

ウェブ限定記事による、デジタル閲覧への誘導

「広報よこはまPlus」、「よこはま彩発見」

- ・「広報よこはまPlus」は、紙面に掲載しきれない写真や内容を掘り下げて掲載。
- ・「よこはま彩発見」は、横浜の歴史や文化などを紹介し、楽しんで読んでいただく記事として掲載。

ウェブ限定記事では、内容につながるプレゼント企画も行い、読者層の拡大策を合わせて試行。



当面は紙媒体を中心とするが、デジタル化の波に乗り遅れないためにも、紙媒体・デジタル媒体の両輪で行政情報を届けする。

「広報よこはま」を読み続けてもらうための取組

広報よこはまは、全戸配布、プッシュ型で市政情報をお届けできる重要なツールである一方、社会状況の変化等を踏まえ、発行に伴う課題にも取り組む必要がある。

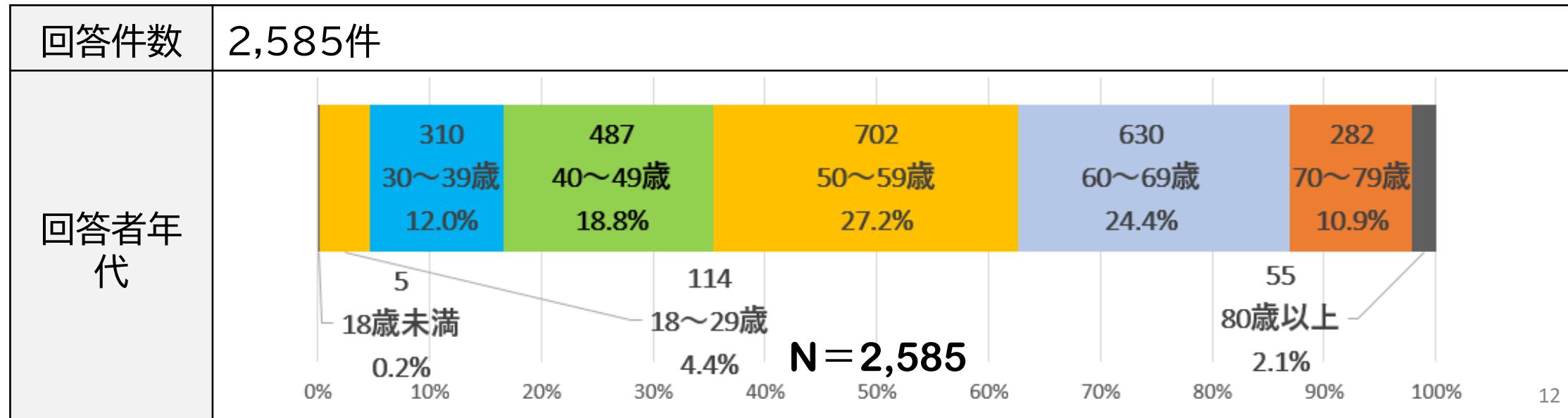
- 自治会町内会に配布いただいているが、加入率の低下や配布担当者の高齢化により配布が難しいエリアが増えている。コロナ禍や猛暑などもあり、自治会町内会の負担が大きくなっている。
- 紙資源を多く使用しており、環境面でも影響が大きい。
- タブロイド版で、市版8ページ・区版8ページで発行。区版は他都市に比べページ数の充実が特徴。他都市では冊子型での発行もあり、求められるページ数・体裁を検討する必要がある。

→三年に一度の「横浜市の広報に関するアンケート調査」に加え、
今年7月、上記課題への対応、手に取って読んでもらうための記事作成等や効果的な
広報発行に活用するため、アンケートを実施。

R6年度「広報よこはま」広報アンケート

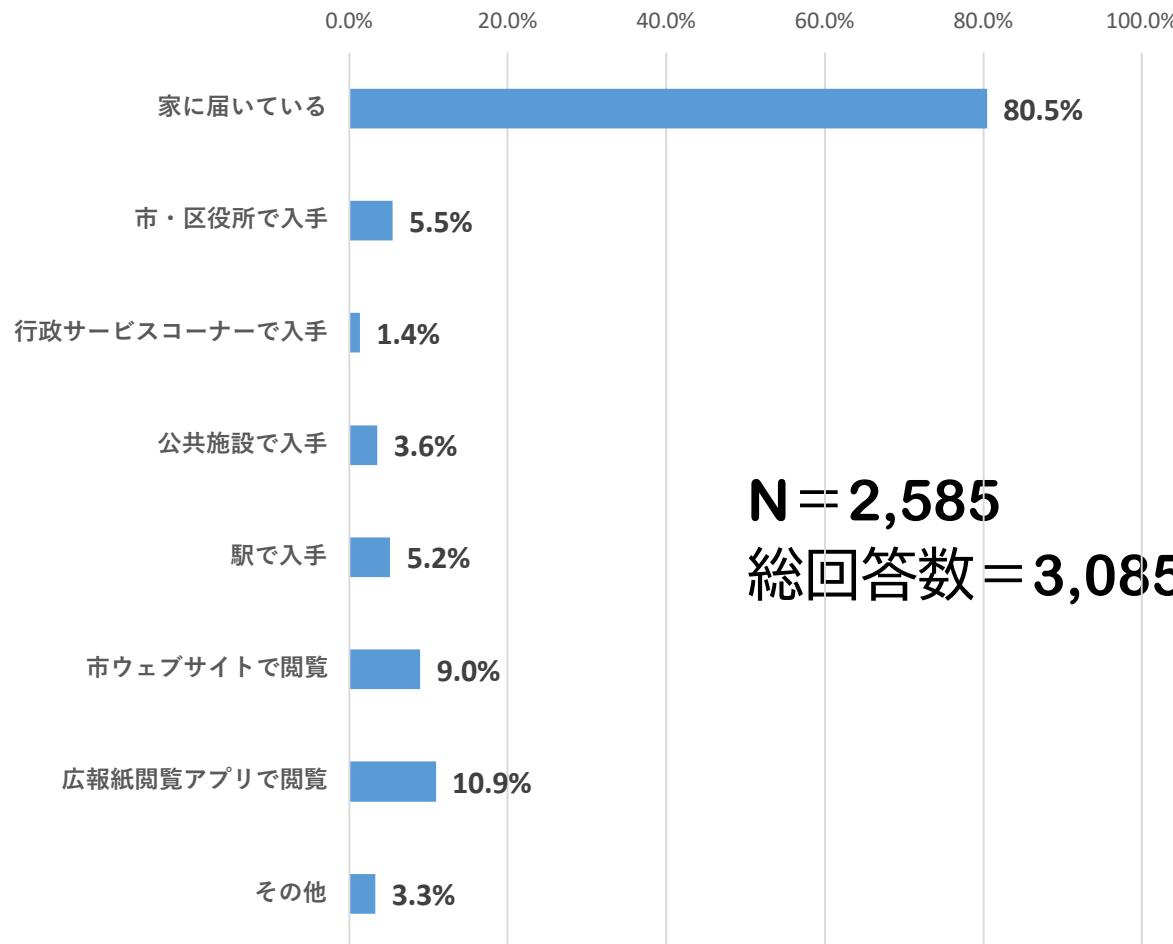
対象	市広報媒体の利用者
調査方法	市電子申請・届出システム回答
周知方法	・「広報よこはま」7月号 ・市ウェブサイト、市公式SNS(X、LINEなど)、ハマナビ など
回答期間	2024(令和6)年6月22日(土)～7月31日(水)【40日間】
謝礼	・回答者全員に横浜の風景画像(ダウンロード)をプレゼント ・抽選でグッズプレゼント(配送料のみ広報課で負担)

- 【実施結果】



「広報よこはま」広報アンケート

■問1 「広報よこはま」をどのように閲覧していますか。



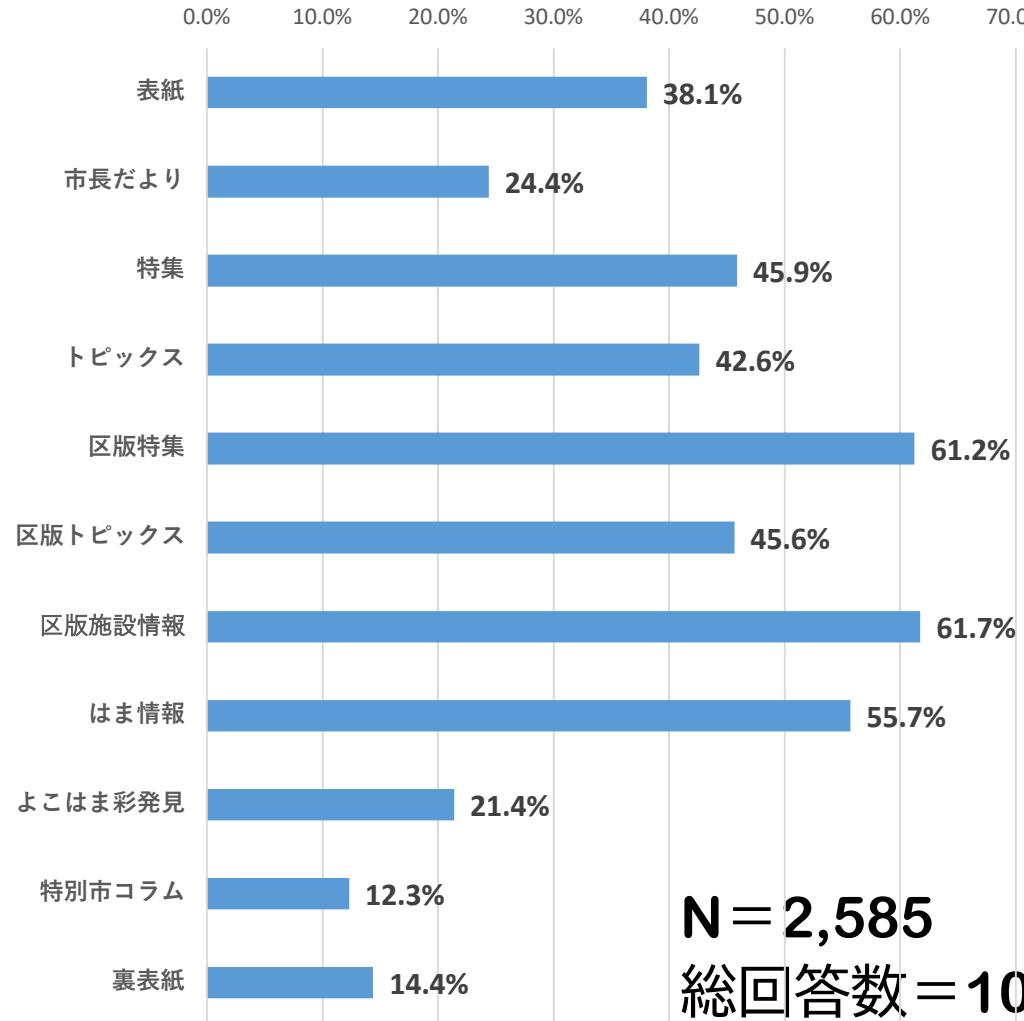
「家に届いている」が80.5%(2,081件)と最も多く、

「広報紙閲覧アプリで閲覧」が10.9%、「市ウェブサイトで閲覧」が9.0%。

N=2,585
総回答数=3,085

「広報よこはま」広報アンケート

■問2 「広報よこはま」でよく読む記事は何ですか。



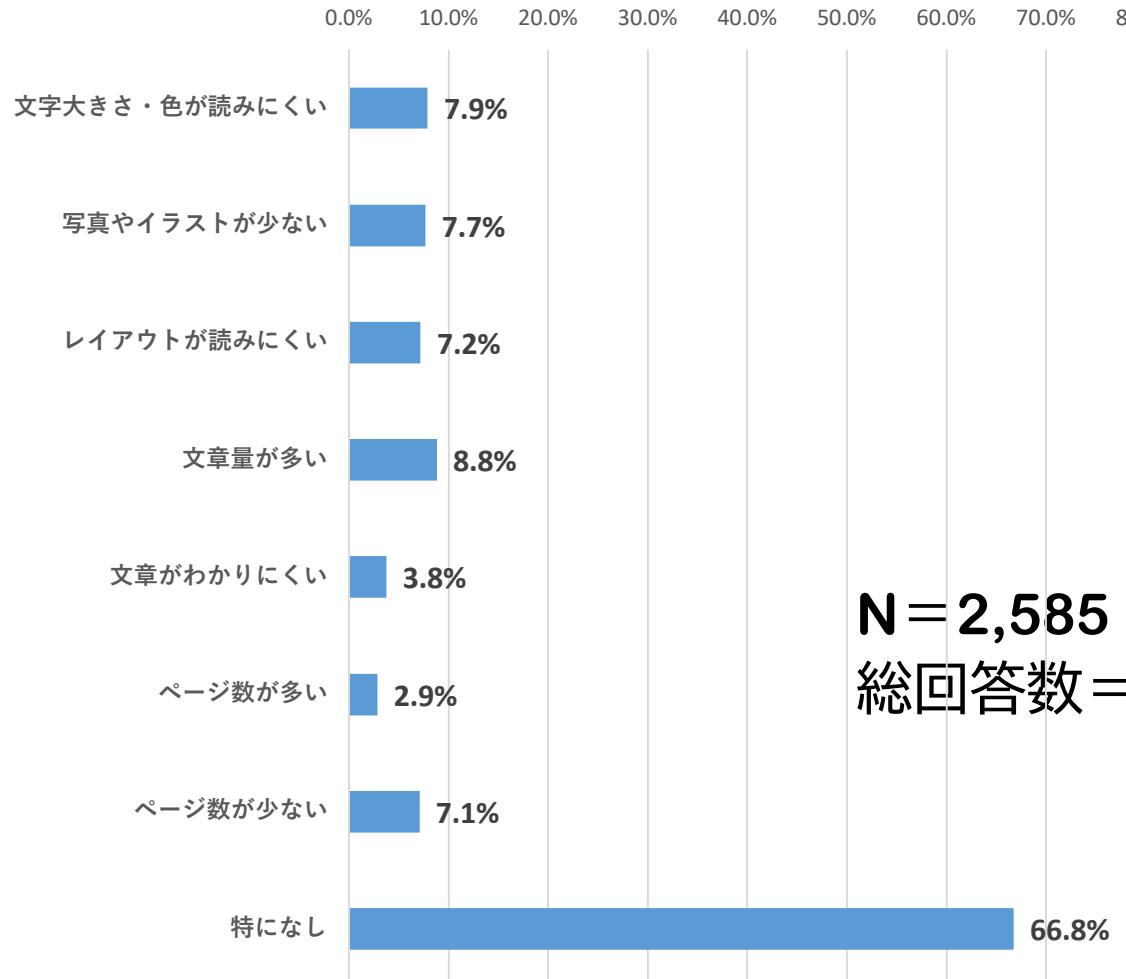
区版施設情報が61.7%(1,596件)と最も多く、区版特集が61.2%と僅差。

N = 2,585

総回答数 = 10,943

「広報よこはま」広報アンケート

■問3 「広報よこはま」の紙面について、改善してほしいところはありますか。

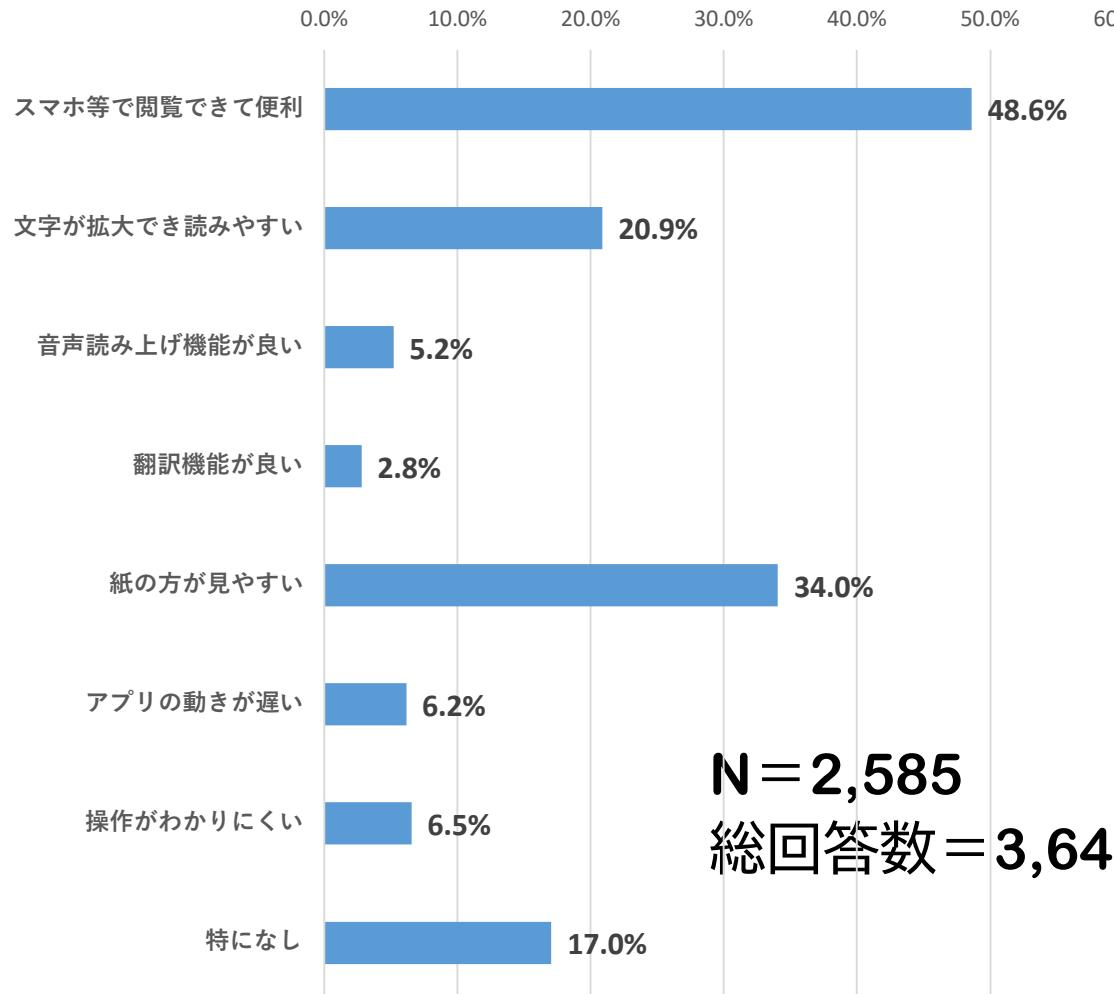


「特になし」が66.8%(1,726件)で
突出して多く、他は10%以下。

N=2,585
総回答数=2,896

「広報よこはま」広報アンケート

■問4 「広報よこはま」はアプリやウェブでも閲覧ができ、文字拡大機能・音声読み上げ機能・翻訳機能などがあります。リンクからご覧いただき、閲覧した感想を教えてください。



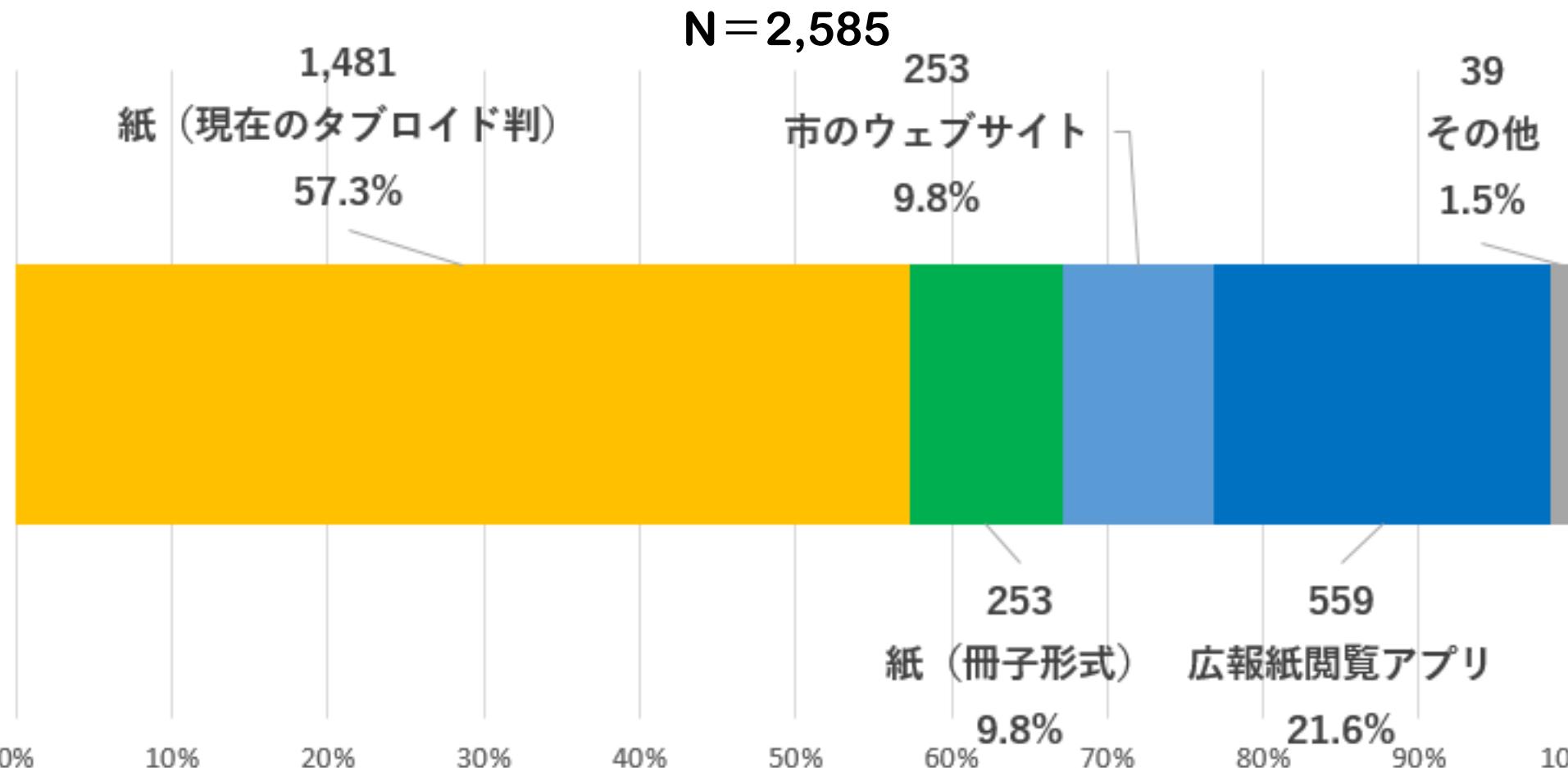
「スマホ等で閲覧できて便利」が48.6%
(1,256件)と最も多く、
「紙の方が見やすい」34.0%(880件)と続く。

N=2,585
総回答数=3,649

「広報よこはま」広報アンケート

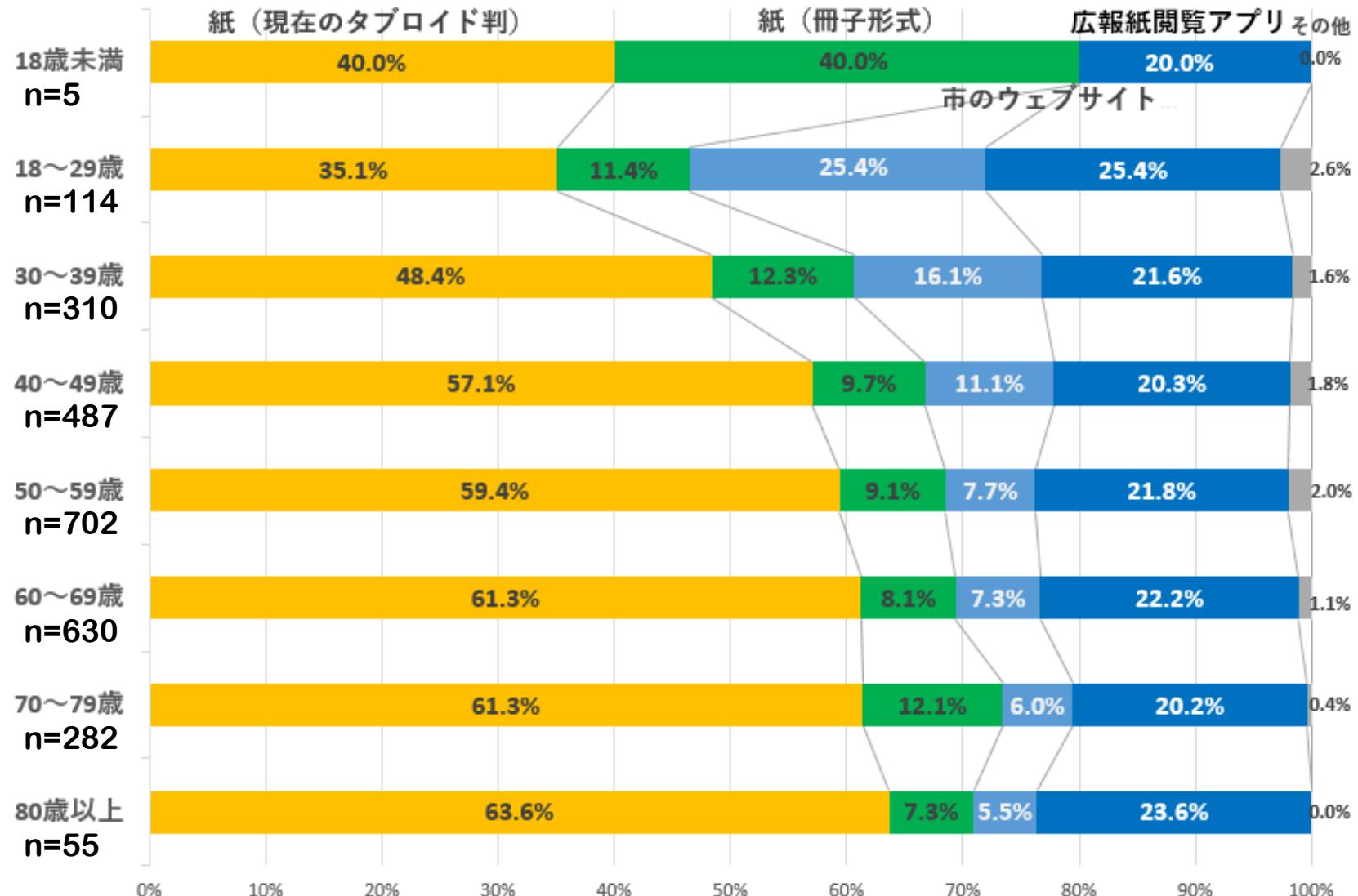
■問5 「広報よこはま」をどのような形式で読みたいですか。

「紙(現在のタブロイド版)」が1,481件(57.3%)。「広報紙閲覧アプリ」21.6%、「市ウェブサイト」9.8%と両者をあわせると3割を越える。



「広報よこはま」広報アンケート

■問5 「広報よこはま」をどのような形式で読みたいですか。



年代別にみると、年齢層が高くなるにつれ、「紙(現在のタブロイド版)」の割合が増えている。

「広報紙閲覧アプリ」はどの年代でも20%を超えている。

広報アンケート結果から考える「広報よこはま」

- ・今後も紙媒体をメインに、市ウェブサイト、カタログポケット、LINEなど、複数のデジタル媒体を活用し、複合的に広報していくことが必要と考えています。
- ・一方、アンケート結果等、常にニーズを踏まえた広報の実施が必要であり、審議会でご意見などを聞きし、今後の広報活動に反映します。

■ご意見をいただきたいこと

①広報よこはまについて

- ・市民が手に取り、読みたいと思う広報紙に必要なもの
- ・市政情報に关心を持つてもらうために必要な工夫(記事の切り口、表現方法)
- ・望ましい体裁、適正なページ数など

②紙媒体・デジタル媒体を活用した広報について

- ・市の情報を市民に自ら入手してもらうために必要な工夫
- ・本市のウェブやカタログポケットをより閲覧してもらうために必要な工夫

横浜市ウェブサイトの デザインリニューアルについて

令和6年8月27日
政策経営局広報課

デザインリニューアルについて

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA



スマホでの操作性を重視した
モバイルファーストなデザインに
リニューアルしました。

コンセプト

- ・ 時間やストレスをかけることなく、誰もが求める情報に容易にアクセスすることができる
- ・ 横浜に対する愛着・信頼感を感じることができる

使いやすさの改善のポイント その①

明日をひらく都市
OPEN × PIONEER
YOKOHAMA

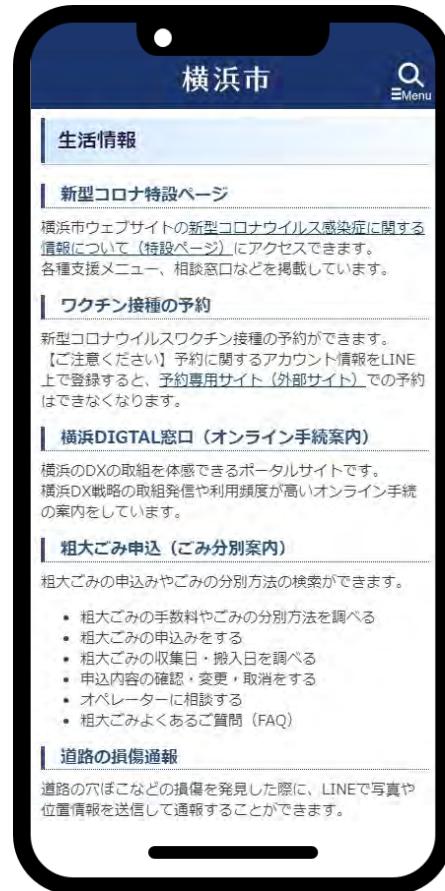


手続内容等が視覚的に伝わる
イラストのボタンや写真を配置し、
操作性や情報の探しやすさを改善

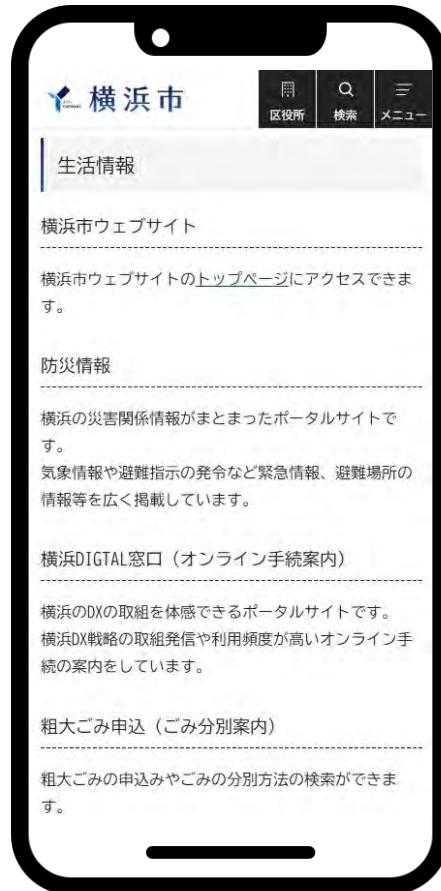
第2階層のページ

使いやすさの改善のポイント その②

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA



旧デザイン

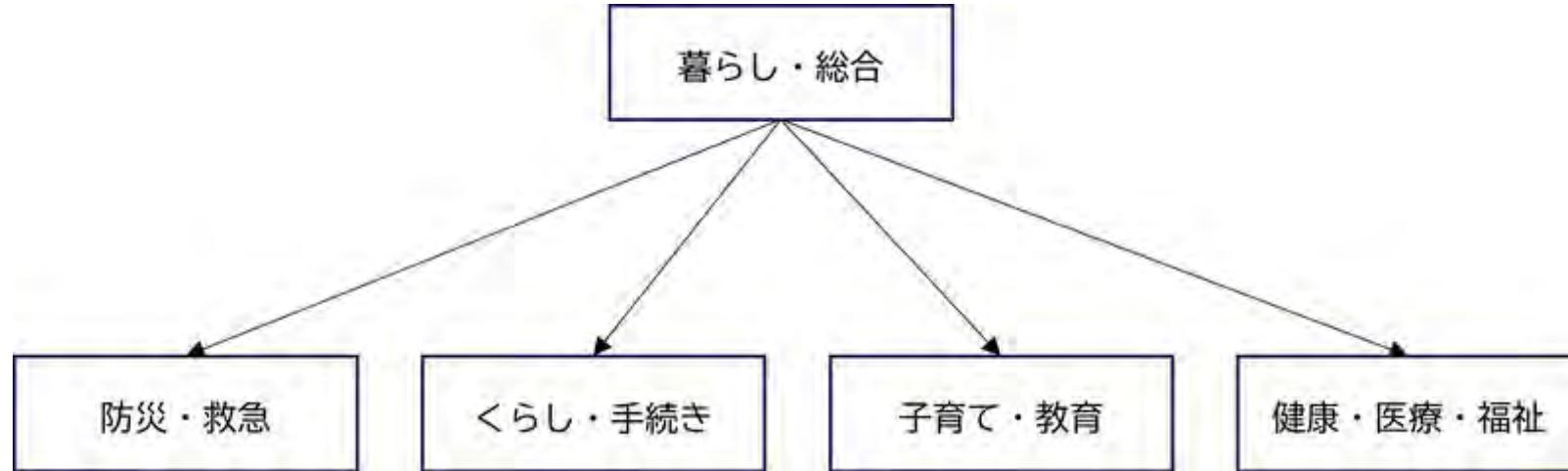


新デザイン

文字サイズを少し大きくし、
行間を確保することで、
読みやすさを改善

使いやすさの改善のポイント その③

明日をひらく都市
OPEN × PIONEER
YOKOHAMA



- 従来の「暮らし・総合」を「防災・救急、くらし・手続き、子育て・教育、健康・医療・福祉」の4項目に分割し、トップページからの情報の探しやすさを改善
- 区のサイトでも同様に実施

昨年度の審議会でいただいたご意見・ご質問の対応状況

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

ご意見・ご質問		対応状況
①	「OPEN YOKOHAMA」のロゴマークがなく市のサイトという印象を持てなかつた。	ヘッダーにロゴマークを入れました。
②	大規模災害の発生時に、サイト上での表示はどうなるのか。	トップページの「重要なお知らせ」に掲載します。深刻な状況下では、全ページに「緊急情報」を出します。
③	すぐに検索できるように、検索窓が一目で分かる位置にあるとよい。	スマホ版だけでなく、PC版も固定ヘッダーとし、検索窓に気が付きやすくしました。
④	スタイリッシュさと使いやすさを求めてほしい。	ユーザーテストを実施し、デザインの印象や使いやすさのチェックを行なうながらリニューアルを進めました。

昨年度の審議会でいただいたご意見・ご質問の対応状況

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

① 「OPEN YOKOHAMA」のロゴマーク



昨年度の審議会でいただいたご意見・ご質問の対応状況

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

② 災害時の情報発信



重要なお知らせ
(トップページ)



緊急情報
(全ページ)
※深刻な状況のとき

昨年度の審議会でいただいたご意見・ご質問の対応状況

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

③ 検索へのアクセス性向上



画面スクロール

検索窓付きのヘッダが
画面の上部に固定表示



【参考】スマート版の改善
※昨年度時点で対応済み

昨年度の審議会でいただいたご意見・ご質問の対応状況

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

④ スタイリッシュさと使いやすさ



ユーザーテストの内容

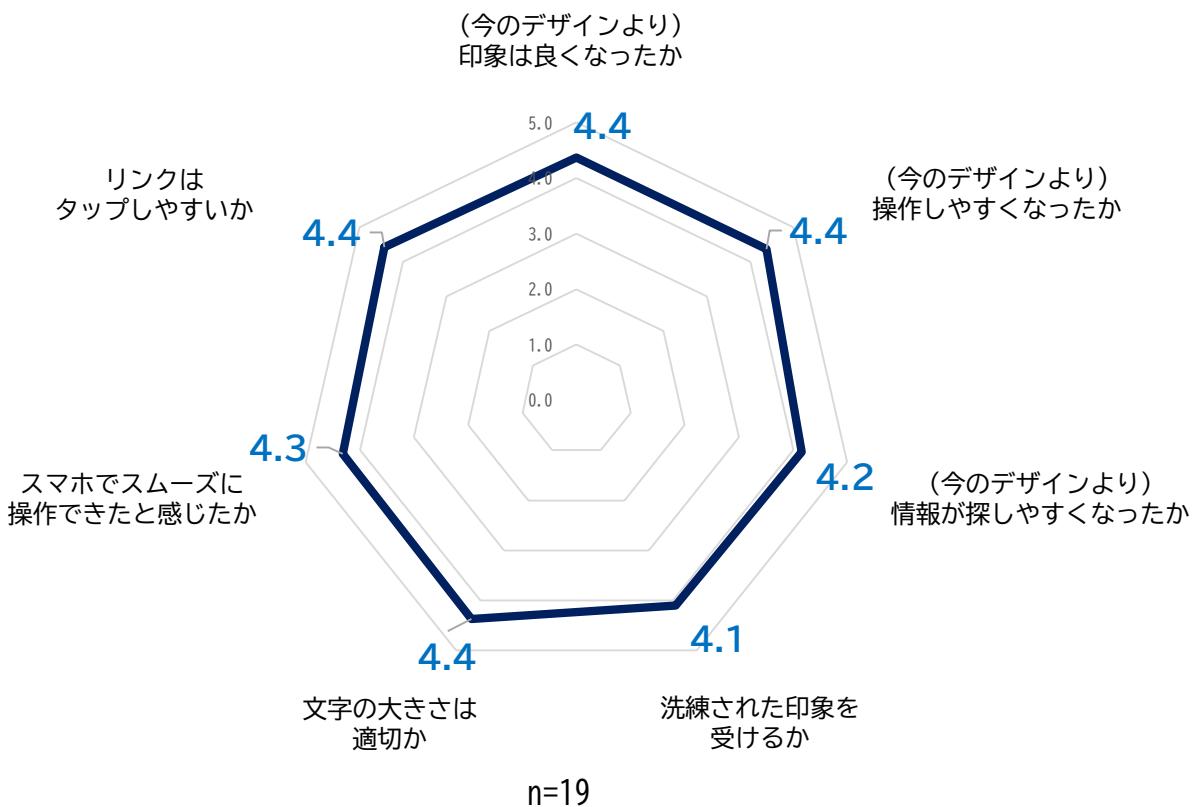
- 参加者（市民19名）に公開中のサイトと新デザインのサイトのデモ版でそれぞれページを探してもらう。
- 参加者の操作の様子や発言を確認者が観察する。
- テスト後、デザインの印象や操作性についてアンケートを実施する。

昨年度の審議会でいただいたご意見・ご質問の対応状況

明日をひらく都市
OPEN × PIONEER
YOKOHAMA

ユーザーテストの結果

市民テスト参加者からの評価（平均点）



総合（全項目の平均点）

4.3 / 5

※点数について
アンケートの回答を以下の基準で採点。

回答	点数
とてもそう思う	5点
そう思う	4点
どちらでもない	3点
そう思わない	2点
全くそう思わない	1点

リニューアル後の効果検証の取組

明日をひらく都市
OPEN × PIONEER
YOKOHAMA

ヨコハマeアンケートを通じて、ユーザーの意見を聴取しました。

調査の概要

実施期間 令和6年7月5日（金）から7月15日（月）

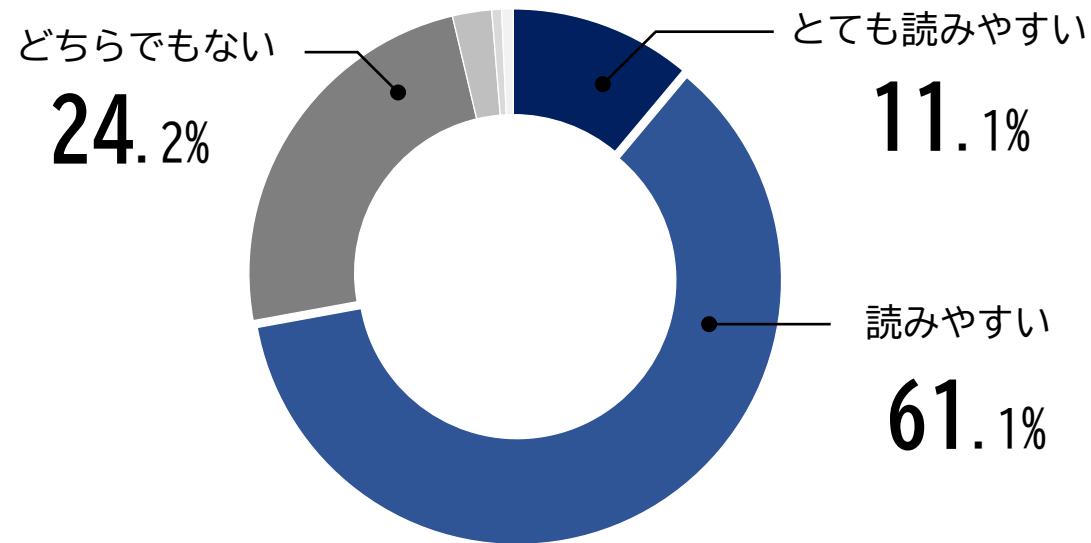
回答数 1,266人（回答率26.5%：eアンケートメンバーナンバー4,777人中）

年代別人数

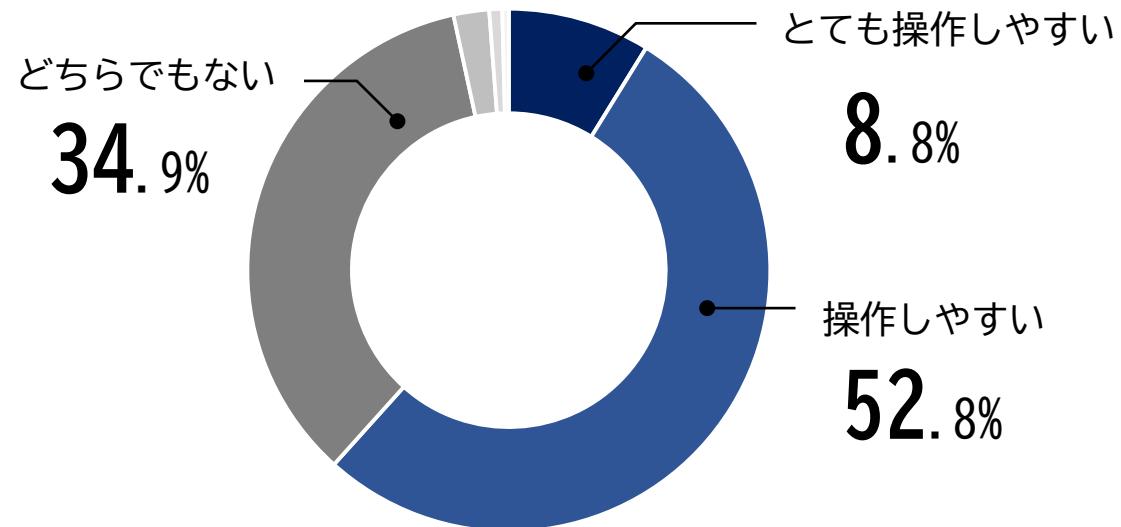
10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
2	19	72	191	379	360	243

目的 「読みやすさ・操作のしやすさ・情報の探しやすさ」などのユーザビリティの視点で、リニューアルの効果測定を実施し、今後のさらなる改善の検討材料とする。

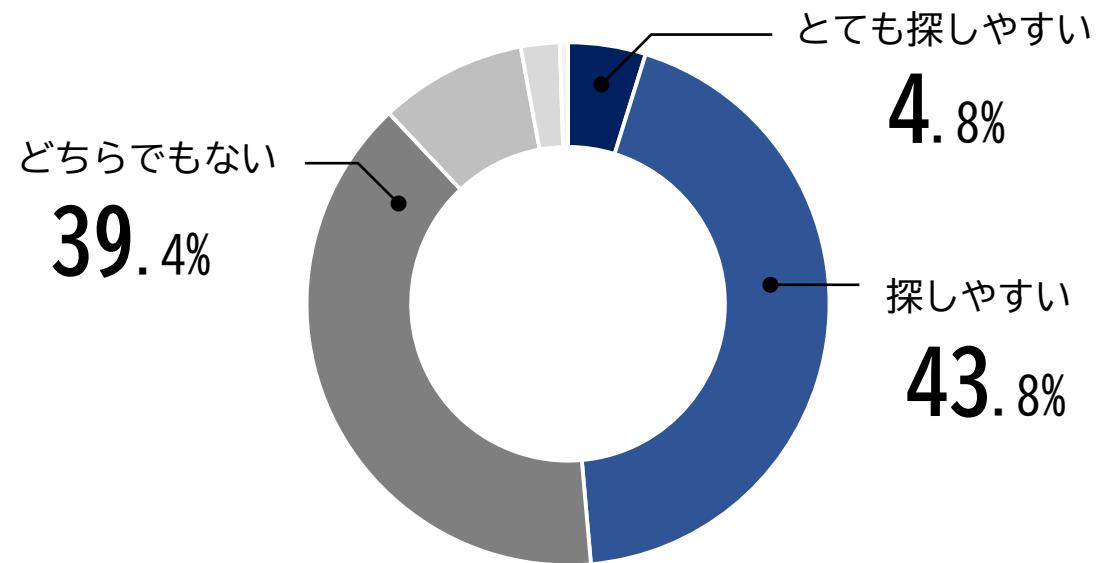
問. 文字の行間やフォントが読みやすいか



問. タップ等の操作はしやすいか



問. 情報が探しやすいか



回答	割合
とても探しやすい	4.8%
探しやすい	43.8%
どちらでもない	39.4%
探しにくい	9.1%
とても探しにくい	2.4%
無回答	0.5%

ヨコハマeアンケートの結果を踏まえた今後の改善

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

eアンケートの結果から、「情報の探しやすさ」の評価が他項目と比較して低く、改善の余地が大きいことが分かりました。

「時間やストレスをかけることなく、誰もが求める情報に容易にアクセスすることができる」ウェブサイトの実現に向けて、今後は次の3つのポイントを意識して改善を進めてまいります。

1. サイト内検索の精度向上
2. アクセス数の多いページの分かりやすさ改善
3. トップページの配置や動線の見直し

明日をひらく都市
OPEN X PIONEER
YOKOHAMA

地球の歩き方

令和6年8月1日
横浜市政策経営局広報戦略・プロモーション課
株式会社 地球の歩き方

『地球の歩き方 横浜市』ついに完成

横浜ファンとつくった、横浜愛あふれる『地球の歩き方』本日発売

横浜市と株式会社地球の歩き方が連携協定を締結し制作した『地球の歩き方 横浜市』が本日発売となりました。

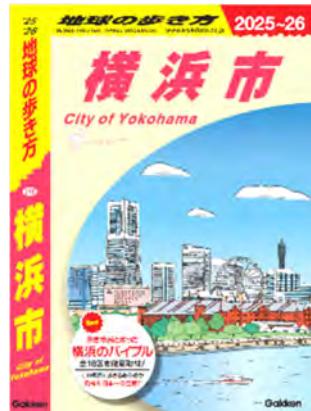
昨年10月に『地球の歩き方』で初の試みとして市民参加型アンケートを実施。横浜市民の皆様だからこそ知っているおすすめスポットや横浜あるあるなど、横浜ファンの声を盛り込むことで、より深い横浜の魅力を発信する一冊となっています。

本書の発売に合わせ、『うみ博 2024』のステージプログラム（令和6年8月4日（日）のみ）で地球の歩き方の宮田崇統括編集長のトークショーを行うほか、横浜市庁舎1階には全長2.4mの巨大ガチャ「モンスタークアッセル」が登場します。

また、『地球の歩き方 横浜市』と市内企業のコラボレーション商品も誕生。本書を通じて横浜市の魅力を広く発信していきます。

【地球の歩き方 横浜市】

- (1) 発売日
令和6年8月1日（木）
- (2) 主な発売場所
全国書店及びオンライン書店
- (3) 発行部数
4万部
- (4) 價格
本体2,000円+税
- (5) U R L
<https://www.arukikata.co.jp/web/directory/item/117723/>



裏面あり

1 『うみ博 2024』での宮田統括編集長のトークショーについて

日本で最も発行タイトルが多い海外旅行ガイドブック『地球の歩き方』の宮田統括編集長（横浜市出身）が『うみ博 2024』に登場。『地球の歩き方』の視点で地元横浜の海の魅力をお話しいただきます。

(1) 日時

令和6年8月4日（日）12時10分～12時30分（予定）

*『うみ博 2024』は8月3日、4日の2日開催です

(2) プログラム

「編集長から、横浜のうみの魅力について教えてもらおう！」

(3) 会場

横浜市役所アトリウム

(4) 『うみ博 2024』 HP

<https://umihaku.jp/>

(5) その他

ブースにて『地球の歩き方 横浜市』（うみ博限定購入者特典でコラボおにぎり「家系ラーメンの〆ごはん 味濃いめ」を本書の購入者限定で各日先着 200 名様に配布）の発売をします（ブースは両日設置）



2 巨大ガチャ「モンスタークセル」※地球の歩き方史上初！

『地球の歩き方 横浜市』オリジナルグッズが当たる巨大ガチャ「モンスタークセル」が市庁舎1階に登場。ここでしか手に入らないグッズが手に入ります。

(1) 設置期間

令和6年8月1日（木）～8月18日（日）

(2) 販売時間

10時～16時

(3) 概要

全3種（ラゲッジタグ、マルチシート、エコバッグ）

1回 1,000 円（税込）※交通系電子マネー・2次元コード決済

(4) 備考

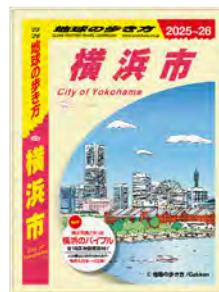
設置期間・販売時間は変更になる可能性があります。

混雑する場合は、整理券を配布する運用に変更する可能性があります。

販売数には限りがあります。売り切れの場合はご容赦ください。



ラゲッジタグ



マルチシート



エコバッグ

3 『地球の歩き方 横浜市』とのコラボレーション

『地球の歩き方 横浜市』の制作を機に、株式会社地球の歩き方と横浜市内の企業をはじめとするさまざまな企業とコラボレーションした商品などが生まれています。

(1) 株式会社有隣堂

有隣堂限定オリジナルカバー・しおりプレゼント、デモンストレーション販売
YouTube「有隣堂しか知らない世界」での発信

(2) 株式会社ありあけ×株式会社有隣堂

『地球の歩き方 横浜市』オリジナルパッケージのコラボハーバーを有隣堂の一部店舗、
ありあけ直営店、ありあけオンラインショッップで発売

(3) 株式会社ミツハシ

コラボおにぎり「家系ラーメンのめごはん 味濃いめ」、横浜市ボトル米を発売

(4) くまさわ書店

くまさわ書店限定特製クリアファイルプレゼント（一部店舗・数量限定）

(5) クラブツーリズム株式会社

コラボツアーアイテム（地元出身の神職による横浜寺社＆発祥ツアー）募集 など



株式会社ありあけ×株式会社有隣堂
『地球の歩き方 横浜市』
オリジナルパッケージのコラボハーバー



株式会社有隣堂
『地球の歩き方 横浜市版』
有隣堂限定オリジナルカバー



株式会社ミツハシ
コラボおにぎり
「家系ラーメンのめごはん 味濃いめ」「ボトル米」



裏面あり

4 参考

(1) 連携の経緯

- ・『地球の歩き方 横浜市』の発売にあたり、地元を愛する横浜市民の声を生かして制作を行いたい旨、横浜市の共創フロント（フリー型）を通じて提案がありました。
- ・横浜市としても、本ガイドブックが街の魅力や都市ブランドの向上に寄与すること、制作にあたって市民が参加できる企画があることでシビックプライドの醸成に繋がることを鑑み、自治体としては初の連携協定を締結し、連携して制作することを決定しました。

(2) 連携協定について

①協定締結先

株式会社地球の歩き方

②連携事項

- ・『地球の歩き方 横浜市』制作に係る市民参加型企画実施に関すること
- ・『地球の歩き方 横浜市』の広報・プロモーションに関すること
- ・その他、本目的に資する施策・取組の推進に関すること

③ 協定締結期間

令和5年10月18日～令和7年3月31日

明日をひらく都市

OPEN X PIONEER
YOKOHAMA



地球の歩き方

お問合せ先

<連携協定、宮田編集長のトークショーに関すること>

横浜市政策経営局広報戦略・プロモーション課 担当課長 山根 伸哉 Tel 045-671-4881

<巨大ガチャ「モンスターカプセル」、企業とのコラボレーションに関すること>

株式会社地球の歩き方 コンテンツ事業部 出版編集室 今井 歩 Tel 080-7266-3336