

調査・研究テーマに係る主な意見

1 平成 22 年度の調査・研究テーマ

「羽田空港国際化を契機とした都心臨海部の活性化について」

2 付議事件

開港 150 周年を契機とした次の 50 年を見据えた都市づくりのため、港を中心とした臨海部や横浜の歴史を活かした市内都心部の活性化施策の推進を図ること。

3 これまでの委員会での主な意見

◆羽田空港国際化を契機とした都心臨海部の活性化についての提言◆

1 受け入れ環境の整備

- ・ 羽田空港における深夜便利用客の交通アクセスの確保
- ・ 行政主導によるバス会社・ホテル等民間企業への働きかけ
- ・ 市民に対する「おもてなし」ホスピタリティの醸成
- ・ 観光案内ボランティアの充実・強化

2 既存施設等の有効活用による賑わいの創出

- ・ 文化芸術施設（美術館・人形の家等）の再検証
- ・ 戦略的なコンベンションの誘致活動の展開
- ・ 滞在型観光の推進
 - ①病院連携による医療ツーリズム
 - ②保全緑地を活用したミニグリーンツーリズム

3 横浜の目玉となる新たな集客資源の創造

- ・ ビジターを横浜に滞留させる仕組みづくり
- ・ 「集客」できるイベント等の開催
 - ①みなとみらい地区での市街地レースの開催
 - ②観光客のニーズを捉えた 1カ所集中型のショッピング施設
 - ③全国初のカジノ構想の推進
- ・ 道路資源を活用したマラソン大会の開催
- ・ 京浜工業地帯を活用した夜の工場見学の開催

4 行政の役割の明確化

- ・ 総合的かつ戦略的にプロモートする推進体制の確立
- ・ 民間活動を推進するための規制緩和の検討・実施

羽田空港国際化に伴う 京急線「羽田空港国際線ターミナル駅」におけるシティプロモーションについて *YOKOHAMA My Choice! → YOKOHAMA Your Choice!*

「羽田空港国際線ターミナル駅を“横浜のゲートウェイ”に！」のコンセプトに基づき、京浜急行電鉄㈱とのコラボレーションによる多様な横浜シティプロモーションを展開します！

1 デジタルサイネージによるプロモーションビデオの放映（10月21日～）

駅構内に設置されたデジタルサイネージ（46インチ9面マルチビジョン等）を活用したシティプロモーション映像コンテンツを放映します。

- 設置箇所：2カ所（①下り線ホーム階（B2F）、②到着ロビー階（2F））
- 放映時間：1回30秒（一日約250回放映）
- 映像種類：「MICE編」、「横浜駅周辺編」、「横浜の水編」、「観光施設編」



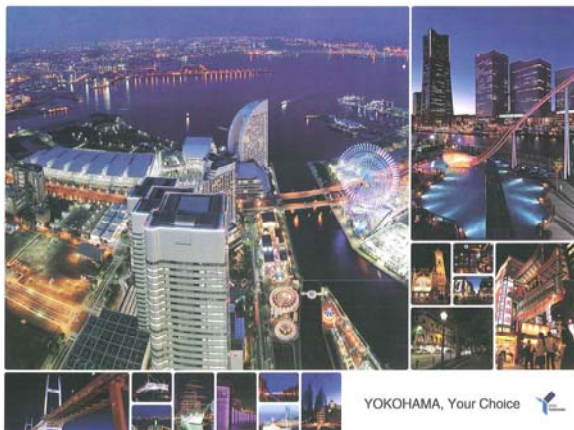
下り線ホーム階(B2F)のデジタルサイネージ



到着ロビー階(2F)のデジタルサイネージ

2 内照式看板による広告（10月21日～）

駅構内2階連絡通路に設置された内照式看板（縦1.8m×横2.4m×2カ所）に、シティプロモーション用広告を設置します。



3 Welcome to HANEDA キャンペーン (10月21日～11月21日)

アウト・インバウンドの旅客に対する観光モチベーションの醸成及び羽田空港の利用促進を目指し、国と民間が主催するキャンペーンに特別協力します。

- 主催者：日本政府観光局（JNTO）、(財)日本旅行業協会（JATA）、京急電鉄(株)
- 羽田空港から国際定期便が就航する海外政府観光局、航空会社、東京都や横浜市などの地方自治体が16団体参加！

(1) 駅ホーム内イベントスペースでのPR (10月31日～11月14日)



駅イベントスペースに設置された特設PRブース



横浜観光親善大使による「はまっ子どうし」無料配布

(2) 京急線交通広告媒体によるキャンペーン (10月21日～11月21日)



車体にラッピングを施したイベント列車



電車内におけるポスタージャック（中吊り・窓上）

4 京急インフォメーションカウンターの活用

国際線ターミナル到着ロビーに面して設置される「京急ツーリストインフォメーションセンター」を、横浜市の観光案内を担う「民間観光案内所」として登録し、多言語対応のコンシェルジュが、訪日外国人客へ横浜の旬な観光情報を提供します。



京急ツーリストインフォメーションセンター

