

横浜市観光・MICE戦略（原案）

～市民と共に創り、世界から選ばれるアーバンリゾートへ～

横浜市

策定の目的

人口減少、少子高齢化が進む中、横浜市が将来にわたって発展し続けるためには、観光・MICEの振興により、人を呼び込み、にぎわいを創り出し、横浜経済を活性化させることが重要です。

また、旅行者満足度を向上させるとともに、市民にとって、観光・MICEの振興が横浜市の発展に寄与していると実感できるよう取り組むことが必要です。

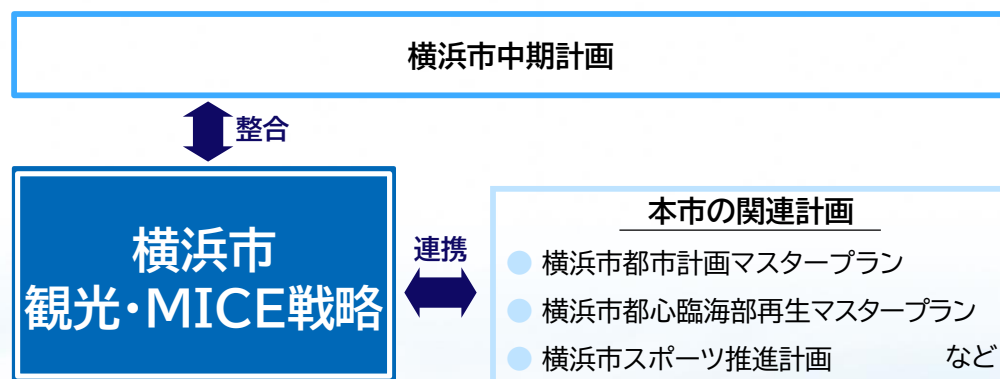
国内外の旅行者から選ばれ、市民が横浜を誇り住み続けたい、さらには、訪れた人が住みたい都市を目指して、事業者や市民とともにオール横浜で取組の方向性を共有し、持続可能な観光・MICEを推進するため、「横浜市観光・MICE戦略」を策定します。



位置付け・目標年次

位置付け

本戦略は、観光庁の「明日の日本を支える観光ビジョン」を踏まえつつ、「横浜市中期計画」と整合を図るとともに、「横浜市都市計画マスタープラン」をはじめ本市の各計画と連携を図り、推進します。



目標年次

本戦略は、2030年を見据えた取組の方向性を示したものです。



目次

基本理念	1	資料	28
目指す姿	2	2023～2025年度の取組事例	29
基本姿勢	3	データ集	40
目標	4	用語解説	55
誘客ターゲット	5	策定経過等	58
目指す姿の実現に向けた4つの戦略	6	策定スケジュール等	59
4つの戦略	7	素案に対するパブリックコメントの実施結果	60
戦略1	8	素案からの変更点	61
戦略2	16		
戦略3	20		
戦略4	24		

コラム

コラム①横浜の観光・MICEとSDGs	39
コラム②誘客ターゲット	54
コラム③横浜の都心臨海部	57

【本文を読み進めるにあたっての留意事項】

本文において「*」が付いている用語は、P55・56に用語解説を載せています。

基本理念

- 1 目指す姿
- 2 基本姿勢
- 3 目標
- 4 誘客ターゲット
- 5 目指す姿の実現に向けた4つの戦略

目指す姿

市民と共に創り、世界から選ばれるアーバンリゾート

横浜は、歴史や文化、開放的なウォーターフロント、花・緑、音楽、スポーツ、まちに広がるイベント、集積する企業・研究機関、大規模コンベンション施設、グローバルブランドホテルなど、多様性あふれる魅力が凝縮しています。

これらの魅力をつなぎ合わせ、横浜でしか体験できない価値として事業者や地域の皆様と共に磨き上げ、新たなにぎわいを創出し続けます。世界の人々が交流するビジネス・イノベーション*拠点であり、また、都会にいなながら非日常の高揚感のある体験や、癒しのあるラグジュアリーな滞在が楽しめるアーバンリゾートを目指します。

脱炭素等、環境や持続可能な観光に配慮しながら、DX*などを取り入れ、快適に楽しめる都市を実現します。

開港の地として、多様な文化を受け入れてきた進取の気風を生かし、世界に開かれた日本のゲートウェイとして、世界から選ばれる持続可能な都市を事業者や市民の皆様とともに創り上げていきます。

基本姿勢

目指す姿

市民と共に創り、世界から選ばれるアーバンリゾート

長期的観点

“まち”を創る

観光・MICE*とまちづくりを
両輪で推進し、回遊性を向
上させ滞在したくなる“ま
ち”を創る

“ひと”を創る

観光・MICEを支える人
材の充実を図り、横浜に関
わる多様な“ひと”を創る

“しくみ”を創る

観光・MICEをオール横浜
で持続的かつ強力に推進し、
にぎわい創出に向けた“しく
み”を創る

重視する視点

独自性

開放的なウォーターフロント、開港の
歴史、文化芸術、音楽・スポーツイベント
など横浜の多様性あふれる魅力を生かす

経済性

観光・MICE産業の活性化と地域
内経済循環の向上を図る

持続性

DMO*をけん引役として地域一体と
なった推進体制の強化を図るとともに、
SDGs*達成に向けた取組を推進する

目標

市内経済を活性化するためには、観光・MICE*の推進により、観光消費額を伸ばす必要があります。中期計画(2025年)の目標値である観光消費額4,026億円を達成したうえで、2030年には本戦略の目標値である5,000億円に向けて、オール横浜で持続可能な観光・MICEを推進します。

指標	2015~2019年の5か年平均	2030年
観光消費額	3,467億円	5,000億円

【参考1】観光消費額の内訳項目は、宿泊費・飲食代・土産代・買物代・市内交通費など




【参考2】5,000億円達成の平均消費額・入込客数(組合せ例)

宿泊:平均消費額33,200円×入込客数678万人 日帰り:平均消費額7,450円×入込客数3,700万人

※2015~2019年の5か年平均

宿泊:平均消費額27,688円×入込客数499万人 日帰り:平均消費額6,752円×入込客数3,113万人

目指す姿である「市民と共に創り、世界から選ばれるアーバンリゾート」の実現に向けて、旅行者満足度や市民意識についても注視していきます。

指標	2022年実績	2030年
旅行者満足度	89.3%	
市民意識 ※	観光	
	MICE	

※ 横浜市発展に観光・MICEが寄与していると思う人の割合

誘客ターゲット

国内旅行者及びインバウンド(訪日外国人)の観光消費が高い層としたうえで、その中でも、横浜の特長に合致する誘客ターゲットを4つ設定し、それぞれに合わせたアプローチを行います。

観光消費が高い層

横浜の観光資源や強みと合致する層



音楽、スポーツ、歴史、文化、食、癒しや非日常を求める層

MICE参加者



国際会議や医学会議、ビジネスイベント参加者

子育てファミリー層



2世代・3世代で観光する旅行者

クルーズ客



横浜に発着・寄港するクルーズ船の乗客

目指す姿の実現に向けた4つの戦略

2030年を見据えた“目指す姿”を達成するため、「4つの戦略」で構成しています。

市民と共に創り、世界から選ばれるアーバンリゾート

にぎわい創出・
観光消費の拡大

戦略1

多様性あふれる魅力と
感動のあるまちづくり



戦略2

グローバルMICE都市
としての競争力の強化



戦略3

市内経済の活性化と
人材の充実



戦略4

持続可能な観光・MICEの推進



4つの戦略

- 戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり
- 戦略2 グローバルMICE都市としての競争力の強化
- 戦略3 市内経済の活性化と人材の充実
- 戦略4 持続可能な観光・MICEの推進

戦略

1

多様性あふれる魅力と 感動のあるまちづくり

横浜は開放的なウォーターフロント、開港の歴史、文化芸術、まちに広がるイベントなど多様性あふれる魅力が凝縮しています。それらをつなぎ合わせて回遊につなげ、まち全体のにぎわいを創出します。また、地域独自のストーリーを有する資源を生かすなど、横浜ならではの体験価値を高めていくことで、リピーターを増やし、誰もが訪れるたびに新たな発見・感動のあるまちを目指します。

ウォーターフロントを生かしたアーバンリゾートの実現

- 都市部でありながら親水性が高く開放的なウォーターフロントを生かした、花や緑があふれるアーバンリゾートとして、癒しや非日常の空間を創出し、歩くこと自体が楽しめ、ビジネスでも滞在したくなるまちづくりを進めます。
- ウォーターフロントに立地するホテルや、商業・文化施設、クルーズ船等のユニークベニュー*において、コンベンションやレセプション、ソーシャルプログラム*の利用を促進するとともに、ビジネスでの滞在時の観光も推進します。
- ウォーターフロントの景観を生かして夜も朝も楽しめるコンテンツを拡充し、海や河川を活用した水上交通をはじめ回遊性を高める移動手段を充実させるとともに、イベント主催者や飲食店、商業施設、宿泊施設等の連携強化により、にぎわいを都心臨海部全体に広げていきます。
- 旅行者の時期(季節や平日・休日等)や場所の分散化を図り、快適なにぎわい空間を創出します。



花と緑あふれるウォーターフロント
提供:横浜観光情報



海や河川を活用した水上交通
提供:横浜観光情報

音楽・スポーツ・企業・研究機関などの集積を生かしたにぎわい創出

- 音楽ホールやスポーツ施設等の集積を生かし、各施設・イベント等の連携や、公共空間における規制の弾力的な運用などによる有効活用等を進め、にぎわいをまち全体に広げます。
- 集積する企業や大学、研究機関等にイノベーション*を担う人々が集うことで、国内外から新たな交流が生まれ、ビジネス拠点としての魅力の向上を図るとともに、観光コンテンツとしても活用します。
- にぎわいと交流が生まれる結節点の形成・機能強化等を推進することで、エリアの魅力をつなぎ、回遊性の向上を図ります。
- ホテルやエンターテインメント施設等の集積が進んでいる観光・MICE*の中心的地域として、一層の魅力向上を図るとともに、開発の進展に合わせて、連続的ににぎわいをハード・ソフト両輪で創出します。



音楽ホール(イメージ)
提供:株式会社ケン・コーポレーション



旧市庁舎街区の開発(イメージ)

ストーリーで魅せる横浜ならではの体験価値の向上

- 都心臨海部における近代の歴史的建造物や中華街など、開港の地としての歴史や文化が宿る多様な資源について、磨き上げによる魅力創出や、三溪園や山手西洋館など様々な観光資源とのストーリー化により、横浜ならではの特別感のある体験価値を向上させます。



開港の地の歴史や文化が宿る多様な資源
(右上)提供:横浜観光情報

子育てファミリー層も安心して楽しめるまちづくり

- 子どもも大人も楽しめるレジャー施設や商業施設、宿泊施設、交通機関等と連携し、移動しやすく、安心して楽しめる環境を整え、何度も訪れたいくなるまちとしての魅力を高めます。
- 「体験したい・学びたい」に応える、企業博物館、文化施設等の集積を生かし、体験型メニューの拡充等により、子育てファミリー層の満足度の高い魅力の向上を図ります。



子どもも大人も楽しめるレジャー施設
(左上)提供:カップヌードルミュージアム 横浜
(右上)提供:横浜みなと博物館 VRシアター「みなとカプセル」
(下)提供:横浜アンパンマンこどもミュージアム ©やなせ・F・T・N

地域ならではの魅力向上

- 地域独自のストーリーを有する郊外部の歴史や自然、動物園・水族館などの観光資源を生かし、旅行者も市民も楽しめる地域ならではの魅力を向上させ、誘客を図ります。
- 他都市からの玄関口として交通利便性が高い新横浜エリアについては、競技場やアリーナなど大型集客施設をにぎわいの核として魅力向上を図ります。



地域ならではの多様な資源
(左)提供:よこはま動物園ズーラシア
(右下)提供:横浜・八景島シーパラダイス

国際園芸博覧会「GREEN×EXPO 2027」を契機とした新たな魅力創出

- 国際園芸博覧会*の開催に向け、グリーンイノベーションによる新しい社会の実現を目指す博覧会の開催意義や魅力の発信等により、機運醸成を図り、誘客につなげます。
- 開催期間中は、グリーンツーリズム等を含め、市内をはじめ、日本各地の観光資源と連携した魅力発信等により、国内外からの誘客を促進し、市内回遊・宿泊につなげます。
- 開催後も、上瀬谷エリアにおいて郊外部の新たな活性化拠点を形成し、魅力の向上を図ります。



国際園芸博覧会(イメージ)
提供:公益社団法人2027年国際園芸博覧会協会

広域連携の推進

- 鎌倉・三浦・箱根など県内や東京などの近隣エリアの魅力と横浜の魅力をかけ合わせて体験価値を向上させることで、エリア全体の回遊を促進し、横浜を拠点とした宿泊につなげます。
- MICE*においても、県域における多様な観光資源や研究開発拠点の魅力を感じられるよう、テクニカルビジット*をはじめとしたエクスカーション*等のプログラムを充実させることで、回遊性の向上を図ります。
- 訪日旅行のゲートウェイを目指し、訪日旅行者を対象としたマーケティングを行い、横浜の魅力と国内各地の魅力を掛け合わせたプロモーションを実施し、相互の送客につなげます。



近隣エリアの魅力的な資源
(右上)提供:箱根観光船株式会社



訪日旅行のゲートウェイ

誘客プロモーションの強化

- デジタル技術を活用したマーケティングの強化により、誘客ターゲットに対し、官民一体で戦略的に観光消費につながるプロモーションを展開することで、横浜ファンを増加させ、リピート率を高めます。
- 国際園芸博覧会*を契機として、観光都市横浜の認知向上と誘客促進を図るとともに、会期中の来場者の市内回遊・宿泊を促進します。
- 市民とともに、横浜ならではの魅力を発信していくことで、横浜への興味・関心を高め、誘客につなげます。

誘客ターゲット(5ページ参照)

観光消費が高い層

- 横浜の観光資源や強みと合致する層
- MICE参加者
- 子育てファミリー層
- クルーズ客

国内



約370万人の市民をはじめ、約4,500万人のマーケットを有する首都圏からの誘客を進めるとともに、空港・新幹線などの交通利便性を生かし、遠方からの宿泊旅行者の更なる誘客を図ります。

インバウンド



社会情勢や国・地域ごとの文化・慣習・トレンド等の市場動向を踏まえ、本市海外事務所や日本政府観光局(JNTO)等とも連携してプロモーションを実施します。また、羽田空港等へのアクセスの良さを生かし、他エリアへの移動前又は帰国前のタイミングでの来訪を促進します。

クルーズ



クルーズ発着が多い特長を生かし、クルーズ客や船員の市内回遊や前後泊を促進します。

4 まちの魅力や価値を高め、発信する

戦略 1

多様性あふれる魅力と
感動のあるまちづくり

DXによるプロモーションの推進

- デジタル技術を活用して、現状分析や旅行トレンド予測などマーケティング機能を強化し、デジタルプロモーションを実施します。
- バーチャルでの横浜観光体験を通じて、実際の横浜来訪につなげるとともに、横浜に関連した商品などを販売できる仕組みを創ります。



バーチャルでの横浜観光体験(イメージ)

DXによる滞在環境の更なる向上

- 誰もが快適かつ安心感をもって横浜を楽しむことができるよう、観光案内、交通や宿泊等の予約・決済、混雑回避や移動・周遊の円滑化等、最先端のデジタル技術を活用したサービスの充実により旅行者の利便性を高めます。
- 音楽やエンターテインメント、スポーツなどにデジタル技術をかけ合わせてまちを巡る取組を進め、回遊性の向上につなげます。



ミナトノアート2022 ミナトノARアートフェスティバル

戦略

2

グローバルMICE都市 としての競争力の強化

横浜の特長を生かして、アジアを代表するグローバルMICE*都市としての競争力を強化し、経済効果の高い中大型の国際会議や医学会議、ビジネスイベント等の戦略的な誘致を加速します。

アフターコンベンション*の充実等により、経済効果を最大化させるとともに、ビジネス機会やイノベーション*創出など、社会的効果の拡大に取り組み、MICE都市として飛躍するまちを目指します。

MICEの戦略的誘致の加速

- 日本最大級のオールインワン複合MICE*施設であるパシフィコ横浜や、開催実績の蓄積、良好なアクセス環境、コンパクトシティとしてのまちの特長を生かし、経済効果の高い中大型の国際会議や国内医学会議等の更なる誘致に取り組みます。
- グローバルMICE都市としてのプレゼンス向上と市民理解促進、シビックプライド向上につながる「アフリカ開発会議(TICAD)」などの政府系国際会議の誘致を継続的に進めます。
- グローバル企業・グローバルブランドホテル等の集積やパシフィコ横浜ノースの特長を生かした企業ミーティング、インセンティブ旅行等、新たなビジネスイベントの創出に取り組みます。



パシフィコ横浜ノース



アフリカ開発会議(TICAD)
提供: 外務省

MICE参加者の回遊性向上と受入環境整備

- ウォーターフロントの景観、歴史的建造物等横浜ならではのまちの魅力を楽しむことのできるユニークベニュー*の開拓や企業の研究開発拠点等の集積を生かしたテクニカルビジット*の充実、アフターコンベンション*など、まちぐるみでMICE*参加者を受け入れ、回遊させる仕組みを構築します。
- MICE施設の機能強化やシティドレッシング*、SDGs*の取組など、関連事業者と連携した受入環境整備や、国内外への戦略的なプロモーション等による「MICE開催地横浜」としてのブランディングを推進します。
- 県域における多様な観光資源や研究開発拠点の魅力を感じられるよう、テクニカルビジットをはじめとしたエクスカーシオン*等のプログラムを充実させることで、回遊性の向上を図ります。



まちぐるみで参加者を受け入れる仕組み



ユニークベニューの活用

MICE開催による社会的効果の拡大

- MICE*開催を契機に、最先端の技術・情報・研究者と子どもや若者が触れ合う機会を提供する次世代育成を進めるため、市内教育機関との連携や次世代育成プログラムを提供します。
- 市内の企業や大学、研究機関等とMICE参加者・出展者とのマッチングや、市内事業者の受注機会拡大など、MICE開催を契機としたビジネス機会の創出・拡大に取り組めます。
- MICEで集う世界の研究者と市内の学術・研究機関、グローバル企業の研究開発拠点との連携によるイノベーション*創出に取り組めます。
- SDGs*等の国際的議論やMICE開催効果を市民の皆様が実感できるように市民参加型イベントや市民ボランティア等の取組を進めます。



最先端の技術・情報・研究者と子どもたちが触れ合う機会



MICE参加者と事業者の商談

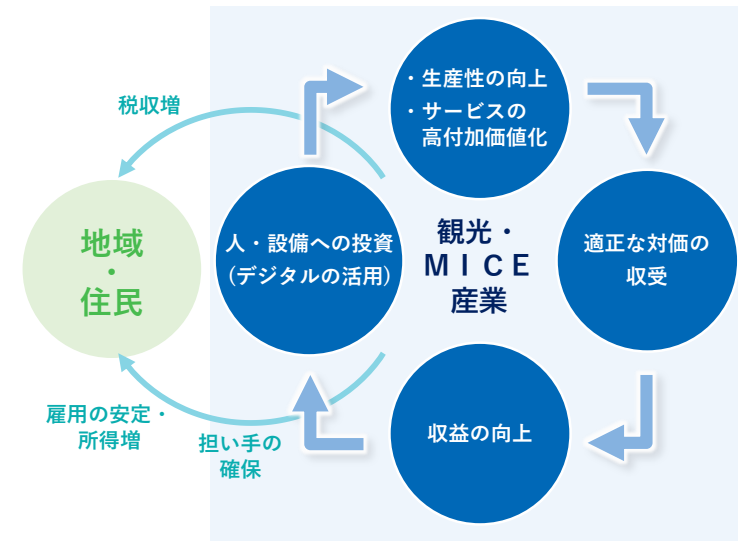
戦略 3

市内経済の活性化と 人材の充実

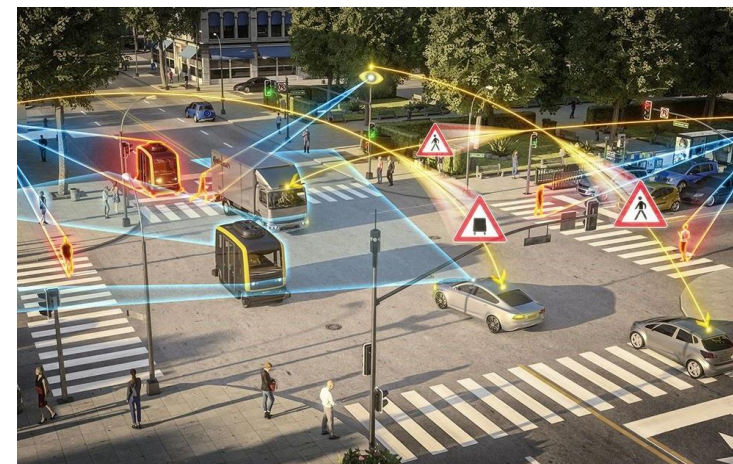
多様な企業や研究機関、スタートアップ*等の集積を生かしたオープンイノベーションや事業者間連携、DX*の推進等により、横浜の観光・MICE*産業の生産性向上や高付加価値化を図るとともに、事業機会の拡大や新規事業の開発を促し、地域内経済循環を高め、雇用の創出につなげます。あわせて、観光・MICEを支える人材の充実を図り、市内経済の活性化を促進します。

DXの推進等による観光・MICE産業の生産性向上

- デジタル技術を活用した事業者の業務効率化や労働生産性の向上、販路の複線化の促進等により、観光・MICE*産業の収益の向上や雇用の安定化を図ります。
- 観光・MICE関連データやビジネス情報を事業者が共有し連携するデジタルプラットフォームを構築し、産官学で需要予測やニーズ分析等を進めます。
- 繁閑差の縮小に向けた需要の平準化の促進や、レベニューマネジメント*や効果的なプロモーション、新たなサービス開発等につなげ、ビジネス機会の拡充を図ります。
- 多様な企業や研究機関、スタートアップ*の集積を生かし、観光・MICE産業における事業者間連携やオープンイノベーションの推進により、新たなサービスやコンテンツの開発を促進し、高付加価値化を図ることで収益の拡大を図ります。



地域活性化の好循環の創出



デジタルを活用した交通環境の実証実験(イメージ)
提供:コンチネンタル・オートモーティブ株式会社

地域内経済循環の強化

- 産学官金の連携を強化し、観光・MICE*事業者との取引の場の創出や、実証実験や社会実装の推進、販路拡大等メリットの提示等により、多様な事業者の新たなチャレンジを後押しすることで、新たなサービスの開発や質の向上を図り、地域内調達を促進します。
- 市内の企業や大学、研究機関等とMICE参加者・出展者とのマッチングや、市内事業者の受注機会拡大など、MICE開催を契機としたビジネス機会を創出・拡大することで、地域内調達につなげます。
- 地産地消や、横浜市・神奈川県産品の利用、中央卸売市場の活用、産業観光を促進することで、市内産業の発展や県域への経済波及の拡大とともに環境負荷の軽減を図り、持続可能性を高めます。



MICE開催を契機としたビジネス機会の創出



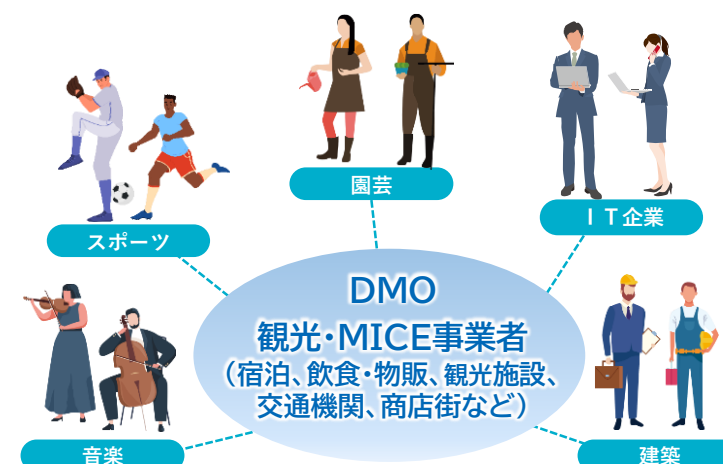
横浜市産品

観光・MICEを支える人材の充実

- 集積する大学や企業、研究機関等の連携により、多様な人材が互いの知識や技術を持って、集まり交流する拠点(ナレッジハブ)を創出し、リカレント教育*や次世代育成を促進することで、観光・MICE*産業で活躍する人材の充実を図ります。
- マネジメント、マーケティング、DX*、SDGs*や高付加価値サービス創出等、横浜の観光・MICEの発展を担う多様な人材の就業・活躍の仕組みづくりを進め、マネジメント人材や実務人材の拡充に取り組みます。
- 異業種間交流や研修、リカレント教育等により、多様化・高度化する専門スキルの向上を促進します。また、多様な働き方の実現等により、従事者が働き続けたい産業としての発展を促進します。
- スポーツや園芸など多分野のスペシャリストとDMO*や観光・MICE事業者との連携を強化し、サービスの高付加価値化を図ります。さらに、市域外から横浜の魅力創出や産業振興の担い手となる、多様な人材の参画を促進します。



横浜の観光・MICE産業を担う人材



多分野のスペシャリストとの連携

戦略 4

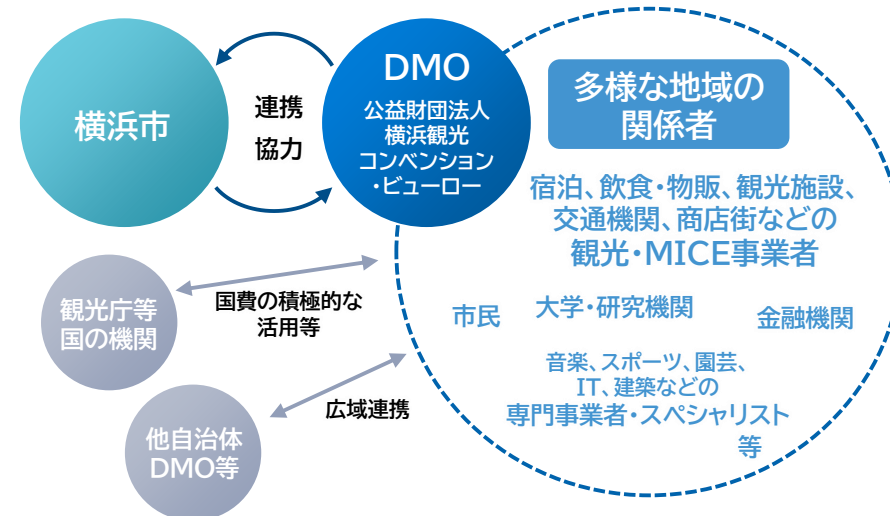
持続可能な観光・MICE の推進

事業者、DMO*、行政、市民等が連携することで、地域一体となって持続的に観光・MICE*を推進します。市内経済の活性化に加え、環境の保全、市民生活の豊かさの向上、文化の継承・発展等を図り、市内外の様々な人の関わりを強化することで、国内外の旅行者に選ばれ、市民が誇れる魅力的な観光・MICE都市の実現を目指します。

多様な主体の連携による推進体制の強化

- DMO*が地域のけん引役となり、観光・MICE*事業者や大学、研究機関、金融機関、地元団体など、幅広い関係者が参画する体制を強化し、地域一体となって観光・MICEを推進します。
- DMOのマーケティング機能や合意形成などのコーディネート機能を強化します。また、DMOが観光・MICE関連データ等のデジタルプラットフォームを構築し、産官学で需要予測やニーズ分析等を進め、地域一体となった魅力の創出や戦略的な誘客プロモーションを促進します。
- 旅行者が安全安心に滞在できるよう、行政とDMOが連携・協力し、災害時等における正確な情報発信を強化します。また、災害や感染症の流行などによる風評被害等があった際のプロモーション展開等、迅速で柔軟な対応が実施できる観光危機管理の仕組みを作ります。
- 自治体間やDMOを中心とした近隣エリアとの連携の強化により、国内外の旅行者の体験価値を向上させるとともに、県域の観光・MICEをけん引します。また、更なる魅力創出のため、市外から多様な関係者の参画を促進します。

DMOを中心とした多様な主体の連携による観光・MICEの推進



DMOの役割

幅広い関係者が参画する体制を強化し、マーケティングに基づく観光施策の企画・実施等により、地域一体となった観光・MICEをけん引する。

多様な地域の関係者の役割

DMOによるマーケティングを生かし、自らが観光地域づくりを担う一員として、事業を効果的・効率的に推進する。

横浜市の役割

中長期的視点での方針の策定や受入環境整備に加え、DMOの機能強化に向けたサポートを行う。

市民と一体となった観光・MICEの推進

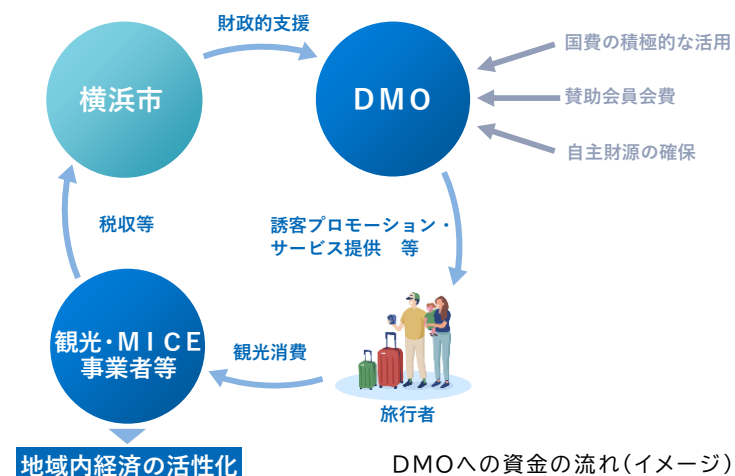
- 開港からの歴史をはじめとした横浜の魅力や観光・MICE*に関する市民への情報発信、次世代の学習機会拡充等により、シビックプライドや旅行者を受け入れる機運の醸成を図ります。
- 数多く開催される観光イベントやMICE等を契機とした市民が参画する機会の拡充や、旅行者等と交流する場の創出等を促進します。また、市民とともに横浜の魅力を発信します。



市民ボランティア
提供:横浜マラソン組織委員会

多様な財源の確保

- 横浜の魅力を高め、観光・MICEを持続的に推進していくため、国費の積極的な活用をはじめとした多様な財源の検討を進めます。安定的かつ持続的な財源を確保することで、旅行者等へのサービスの向上を図るとともに、地域のけん引役を担うDMO*の安定的な運営につなげます。



SDGs達成に向けた取組の推進

- 2030年度の温室効果ガス50%削減(2013年度比)の目標に向け、観光・MICE*の推進においても、事業者の脱炭素化の支援や、再生可能エネルギーの活用、地産地消や地域内調達等を促進します。あわせて、プラスチックごみや食品ロスの削減に向けた取組等を推進します。
- 開港の地の歴史が宿る多様な資源や文化の保全を進めるだけでなく、デジタル技術等最先端の技術も活用しながら魅力のある観光資源とすることで、市民や旅行者の関心を深め、資源や文化を守り育てる機運を醸成します。
- 人種や民族、宗教、障害の有無等に関わらず、また、高齢者や子育て層等、誰もが安全安心かつ快適に旅行を楽しめるユニバーサルツーリズム*を推進します。
- 旅行者やMICE主催者等に対し、SDGs*を推進する取組を事業者等と連携して発信し、SDGsに対応した滞在を促進することで、市民生活と調和した観光・MICEを実現します。



再生可能エネルギーを活用したイルミネーション



ユニバーサルツーリズム推進

資料

2023～2025年度の取組事例

データ集

用語解説

コラム

コラム① 横浜の観光・MICEとSDGs

コラム② 誘客ターゲット

コラム③ 横浜の都心臨海部

2023～2025年度の取組事例

戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり

- ①夜も朝も楽しめるまちづくり
- ②音楽・エンターテインメントによるにぎわい創出
- ③スポーツ・ウェルネスによるにぎわい創出
- ④移動そのものが楽しめるまちづくり
- ⑤地域ならではの魅力向上
- ⑥広域連携の推進
- ⑦誘客プロモーションの強化

戦略2 グローバルMICE都市としての競争力の強化

- ⑧MICEの戦略的誘致の加速
- ⑨アフターコンベンションの充実
- ⑩MICE開催によるビジネス・イノベーション創出に向けた仕組みづくり

戦略3 市内経済の活性化と人材の充実

- ⑪DXの推進等による観光・MICE産業の生産性向上
- ⑫地域内経済循環の強化
- ⑬観光・MICEを支える人材の充実

戦略4 持続可能な観光・MICEの推進

- ⑭地域一体となった推進体制の強化
- ⑮市民・事業者への情報発信の強化、シビックプライドの醸成
- ⑯SDGs達成に向けた取組の推進

2023～2025年度の取組事例

取組事例①

夜も朝も楽しめるまちづくり

イベント主催者や飲食店、商業施設、宿泊施設等の多様な主体の連携による、ウォーターフロントの集客力強化と回遊・にぎわいの拡大

●夜も満喫したくなるまち

- ウォーターフロントを生かしたマーケット定期開催や、まちぐるみでのイルミネーションの展開
- ナイトクルージング、ナイトツアーの拡充
- 営業時間の延長の推進等による滞在環境の整備
- 三溪園での夜間ライトアップや特別な宿泊体験の実施



●朝から出かけたくなるまち

- ウォーターフロントでのランニング等のスポーツ・ウェルネス環境の向上
- 朝マルシェの開催や、中央卸売市場での朝イベントの拡充
- 横浜ならではの朝食・朝カフェの提供



取組事例②

音楽・エンターテインメントによるにぎわい創出

コンサート、エンターテインメント、アートなどのイベントを生かし、イベント主催者や飲食店、商業施設、宿泊施設等の連携によるにぎわいの創出と回遊性の向上

- イベント参加者へのプロモーションや移動手段の充実等によるイベント前後の回遊促進
- ホテルや飲食店等とのコラボ商品の開発
- 子どもも大人も楽しめる体験型メニューの拡充
- まちなかの演奏拠点やアートスポット等を増やし、いつでも音楽・エンターテインメント等を楽しめる空間・エリアの創出
- イベント開催における公共空間の活用を促進
- アートフェアや関連イベント等の開催による回遊促進



2023～2025年度の取組事例

取組事例③

スポーツ・ウェルネスによるにぎわい創出

スポーツ・ウェルネス関連イベント等を生かし、スポーツチームやイベント主催者、飲食店、商業施設、宿泊施設等の連携によるにぎわいの創出と回遊性の向上

- プロモーションや移動手段の充実等によるトップスポーツチームの試合前後の回遊促進
- ワールドトライアスロンシリーズ横浜大会や横浜マラソンを契機とした宿泊や回遊の促進
- ライブビューイングアリーナをはじめとした新たな観戦空間の創出
- ランステーションの拡充等、景観を生かした環境整備による、まちなかでスポーツ・ウェルネスを楽しめる空間・エリアの創出
- 健康志向を踏まえたアーバンリゾート型滞在スタイルの提案による宿泊促進
- イベント開催における公共空間の活用を促進



提供: ©YDB



ライブビューイングアリーナ(イメージ)

取組事例④

移動そのものが楽しめるまちづくり

ウォーカブルで巡ること自体を楽しめる魅力の創出や多彩なモビリティの充実等による回遊性の向上

- 関内・関外地区やみなとみらい21地区での歩行者や自転車の通行空間の整備
- 次世代モビリティやシェアリングサービス等の充実
- 栈橋等の設置、定期路線の拡充、羽田空港等との航路の充実の検討による海・河川のクルーズの充実
- 体験コンテンツの充実と、連携したにぎわい創出
- 山下公園や日本大通り等における花や緑あふれる空間の創出
- デジタル技術を活用した交通機関や観光関連サービスの利便性向上と、XR*等を活用したガイドサービスやデジタルアート等によるまち巡りの充実



提供: 横浜観光情報



提供: 株式会社ポートサービス

2023～2025年度の取組事例

取組事例⑤

地域ならではの魅力向上

特長ある資源を生かした魅力の継続的な発信と、国際園芸博覧会に向けた機運醸成や認知の向上を図り、誘客を促進

●地域ならではの魅力向上

- ・郊外部の歴史や自然、動物園・水族館等、地域に根差した特長のある資源を生かした魅力発信
- ・新横浜エリアの競技場やアリーナなど大型集客施設で開催されるイベント前後の回遊促進
- ・三溪園の魅力・機能向上に向けた規制緩和を含めた仕組みづくりの促進



提供:フォレストアドベンチャー・よこはま

●国際園芸博覧会を契機とした魅力づくり

- ・国内外への国際園芸博覧会の魅力発信と合わせた、観光都市横浜の認知向上
- ・市内各所での花と緑のイベントによるにぎわい創出と、国際園芸博覧会の機運醸成



提供:公益社団法人2027年国際園芸博覧会協会

取組事例⑥

広域連携の推進

横浜の魅力と近隣エリアとの魅力のかけ合わせによる、横浜への来訪機会の増加と宿泊の促進

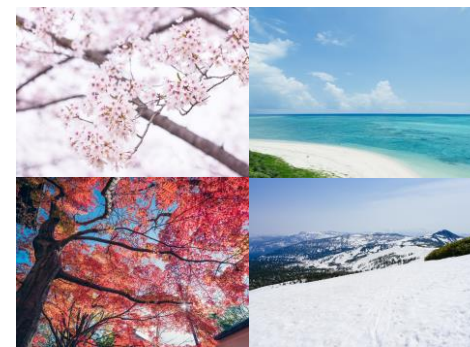
●近隣連携

- ・鎌倉・三浦・箱根など県内や東京などの近隣エリアの持つ魅力と横浜の魅力をかけ合わせたプロモーションの実施



●広域連携

- ・訪日旅行のゲートウェイを目指し、訪日旅行者を対象としたマーケティングを行い、効果的な連携先を検討したうえで、横浜の魅力と国内各地の魅力をかけ合わせたプロモーションの実施



2023～2025年度の取組事例

取組事例⑦

誘客プロモーションの強化

マーケティングに基づき、デジタルを活用したターゲットへの戦略的なプロモーションの推進と、快適なにぎわい空間の創出に向けた旅行者の分散化の促進(季節や平日・休日等の時期や場所)

●国内誘客

- 癒し・非日常の体験、記念日の来訪等、ターゲットのニーズに応じた発信や、ストーリー性を持たせたプロモーション
- 首都圏在住の旅行者に対し、滞在時間の延長・宿泊につなげる施設・イベント情報展開の強化
- MICE等ビジネスでの滞在時に楽しめる観光施設や飲食店等の情報を発信
- 冬季閑散期における地域との連携や、平日利用を促す割引クーポンなどのプロモーションを実施
- ガーデンネックレス横浜や国際園芸博覧会を契機とした、市内回遊・宿泊を促す誘客プロモーションの展開



●インバウンド

- 羽田空港や成田空港の運航便数やホテル宿泊データなどの訪日観光関連データに基づき、米国、東アジア(中国・台湾・香港など)、東南アジア(タイなど)の訪日リピーターをターゲットに誘客プロモーションの強化
- クルーズ客やクルーの市内観光・滞在を促進するため、観光施設や飲食店等を回遊するプログラムや旅行会社等と連携した宿泊プランなどの案内の推進
- 本市海外事務所やJNTOと連携した商談会への参加やセールスの実施、国際園芸博覧会などを生かした横浜の情報発信



2023～2025年度の取組事例

取組事例⑧

MICEの戦略的誘致の加速

中大型の国際会議や国内医学会議、ビジネスイベント等の誘致促進による市内経済の活性化

- TICADなど、政府系国際会議の誘致に向けた情報収集やセールス活動の強化
- 中大型の国際会議・国内医学会議をターゲットとしたマーケティングの強化
- 大学・研究開発拠点等、多様なステークホルダーの連携強化による官民一体となった誘致活動の展開
- 市内のグローバル企業・外資系企業等とのネットワーク構築やニーズ把握による新たなビジネスイベントの開催促進
- インセンティブプログラムの拡充による競争力の更なる強化
- DMOにおけるMICE専門人材の育成、確保による誘致力の強化



提供: パシフィコ横浜



取組事例⑨

アフターコンベンションの充実

ユニークベニューを活用したレセプションや回遊プログラム等のアフターコンベンション充実による現地参加と市内回遊を促進

- ウォーターフロントや文化財等、横浜開催ならではの特別感を得られるユニークベニューの開発・利用促進
- ビジネス拠点や魅力的な観光資源の集積を生かした地元商店街や商業施設と連携した回遊策の促進
- 市内企業や研究開発拠点と連携したテクニカルビジットなど、エクスカージョンプログラムの充実
- デジタル技術を活用した、横浜で体験できる食や文化の情報発信など、現地参加を促すプロモーションの強化



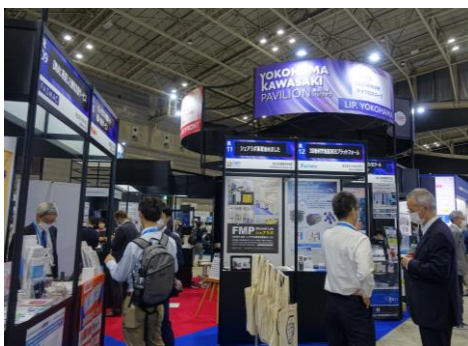
2023～2025年度の取組事例

取組事例⑩

MICE開催によるビジネス・イノベーション創出に向けた仕組みづくり

MICEを契機としたビジネス機会やイノベーションの創出による市内経済の持続的な発展

- 市内事業者とMICE参加者との交流機会の創出によるビジネスネットワーク構築
- 主催者・会議運営会社(PCO)と、MICE施設やホテル・観光事業者等、市内企業との商談会開催によるビジネスマッチング
- 学会・展示会等への市内事業者の出展等によるビジネスチャンス創出
- みなとみらい21地区に集積する研究開発拠点や大学等との産学連携によるイノベーション創出に向けた仕組みづくりの促進
- 市内事業者のMICE理解促進によるビジネス拡大や新規参入の促進



取組事例⑪

DXの推進等による観光・MICE産業の生産性向上

デジタル技術の活用等により、観光・MICE産業の生産性向上を図ることとで、市内経済の更なる活性化を実現

- デジタル技術を活用した、混雑状況の可視化等による収益の向上や、予約・決済の一括管理等による業務効率化の推進
- 観光・MICE関連のデジタルプラットフォームを構築し、事業者間のビジネス情報等の共有や、産官学の連携によるデータ分析の促進
- 需要予測やニーズ分析に基づいたコンテンツ開発やプロモーション等により、冬季閑散期や平日の需要喚起策の推進
- 幅広い業種の多様な事業者等の連携を進め、特別感のある高付加価値サービス提供の促進



2023～2025年度の取組事例

取組事例 12

地域内経済循環の強化

多様な事業者等のビジネス機会の拡充や地産地消の促進等により、地域内経済循環を強化

- 新たなサービス開発にかかる実証実験やマッチング等のサポートの拡充、販路の複線化等による多様な事業者等の参入の促進
- 会議運営会社(PCO)とのビジネスマッチングや市内事業者のMICE参加者向けサービスプログラム造成の促進
- 地産地消や横浜市・神奈川県産品の利用促進のため、農家等生産者や中央卸売市場と市内飲食店やホテル等とのマッチング機会の拡大
- デジタル技術を活用した、横浜土産のプロモーション強化と販路の拡充に向けた仕組みづくり



取組事例 13

観光・MICEを支える人材の充実

多様な人材の充実や、多分野のスペシャリストとの連携等により、観光・MICE産業を持続的に強化

- ナレッジハブの創出に向け、大学・企業・研究機関等の集積を生かし、市内外から人材を招聘し、講演や異業種間交流、共同研究等を促進
- インターン等により学生が現場と接する機会の提供や、就職セミナー・フェアの充実等による多様な人材の拡充
- 大学等におけるリカレント教育などの強化により、マネジメント人材や実務人材の専門性向上の促進
- 多様で柔軟な働き方の実現等に向けた経営セミナー等の実施
- スポーツや園芸など多分野のスペシャリストとDMOが連携し、観光・MICE事業者等とのネットワークの機会を創出



2023～2025年度の取組事例

取組事例 14

地域一体となった推進体制の強化

事業者、DMO、行政、市民等の多様な主体の連携による、地域一体となった観光・MICE推進体制の強化

- 業種や分野を超えた多様な関係者が参画する場における、施策創出に向けた課題解決や合意形成
- DMOのマーケティング体制の強化と、デジタルプラットフォームを活用した事業者間の情報共有の促進や産官学の連携によるデータ分析の促進
- 緊急時における旅行者への正確な情報提供に向けた多様な関係者の協力体制の強化
- 市民参加型イベントや市民ボランティア等の取組の促進
- 国費の積極的な活用や多様な財源の検討



提供:横浜市スポーツ協会

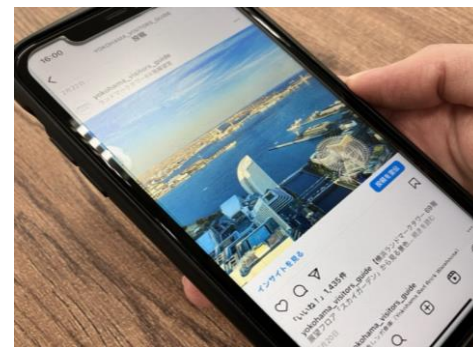
取組事例 15

市民・事業者への情報発信の強化、シビックプライドの醸成

市民・事業者への観光・MICE情報の発信強化により、シビックプライドの醸成につなげるとともに、多様な事業者の参画の促進

●市民・事業者への情報発信の強化

- 市民への横浜の魅力や観光情報の発信強化
- 事業者に向けた、マーケティングデータや一元的なイベント・MICE情報の提供強化



●シビックプライドの醸成

- 市民ボランティアや国際会議での参加型イベントなど、観光・MICEへの市民参加の促進
- 子どもたちが横浜の歴史や文化をはじめとした魅力や特色等について学習する機会の充実
- さまざまな場面で、市民が横浜での観光体験を発信



2023～2025年度の取組事例

取組事例 16

SDGs 達成に向けた取組の推進

環境の保全、市民生活の向上、文化の継承発展等を図りつつ観光・MICEを推進し、国内外の旅行者に選ばれ市民が誇れるまちを実現

- 観光・MICE事業者を対象とした、脱炭素等SDGsの推進に向けた専門家相談や、Y-SDGs*の普及等による脱炭素経営に向けた取組の支援
- イベントでのカーボンオフセット*の推進や再生可能エネルギー・バイオマス製品の利用促進
- 歴史的建造物等へのデジタル技術を活用した修繕の実施やアーカイブ*化等の促進
- 障害者、高齢者、子育て層等、誰もが快適に滞在できるユニバーサルデザイン導入促進や、心のバリアフリー*セミナー実施、施設やイベントでの情報保障の強化
- 教育旅行での企業等のSDGsの取組見学等による次世代への学習機会の拡充や、旅行者へのSDGsに配慮した滞在の推奨



横浜の観光・MICEとSDGs

旅行者の増加は経済の活性化やインフラの充実等が期待される一方、生活環境や自然環境の悪化等、負荷を増大させる側面もあるため、持続可能な観光・MICEの実現が国内外で必要とされ、旅行者の訪問先を検討する際にも、サステナブルな取組が考慮されるようになりました。中でもMICEは、会場やアクセス、観光魅力等に加え、持続可能性が非常に重視される傾向にあり、会議等の開催都市選定時の前提条件にもなっています。

また、横浜市は「SDGs未来都市」として、環境・経済・社会的課題の統合的解決を図ることで、新たな価値やにぎわいを創出し続ける持続可能な都市を目指し、市内経済の循環・持続可能な発展や市民・事業者の行動変容に資する取組を重点的に実施しています。特に2022年に「脱炭素先行地域」に選ばれたみなとみらい21地区は、大都市における脱炭素化モデルの構築に向け、地域一体となって多様な取組を進めています。

これらを踏まえ、横浜の観光・MICEにおいてもSDGsに資する取組を積極的に実施し、滞在時には意識せずともSDGsに対応した過ごし方をしているまちを創り、市民も旅行者もすべての人が暮らしやすく楽しめる持続可能な観光・MICE都市の実現を目指しています。そのため、本戦略にあっても、SDGsを踏襲して戦略1～3を策定するとともに、全体を支える根幹として位置づけた戦略4に持続可能な観光・MICE実現のための方向性をまとめ、推進していきます。



データ集

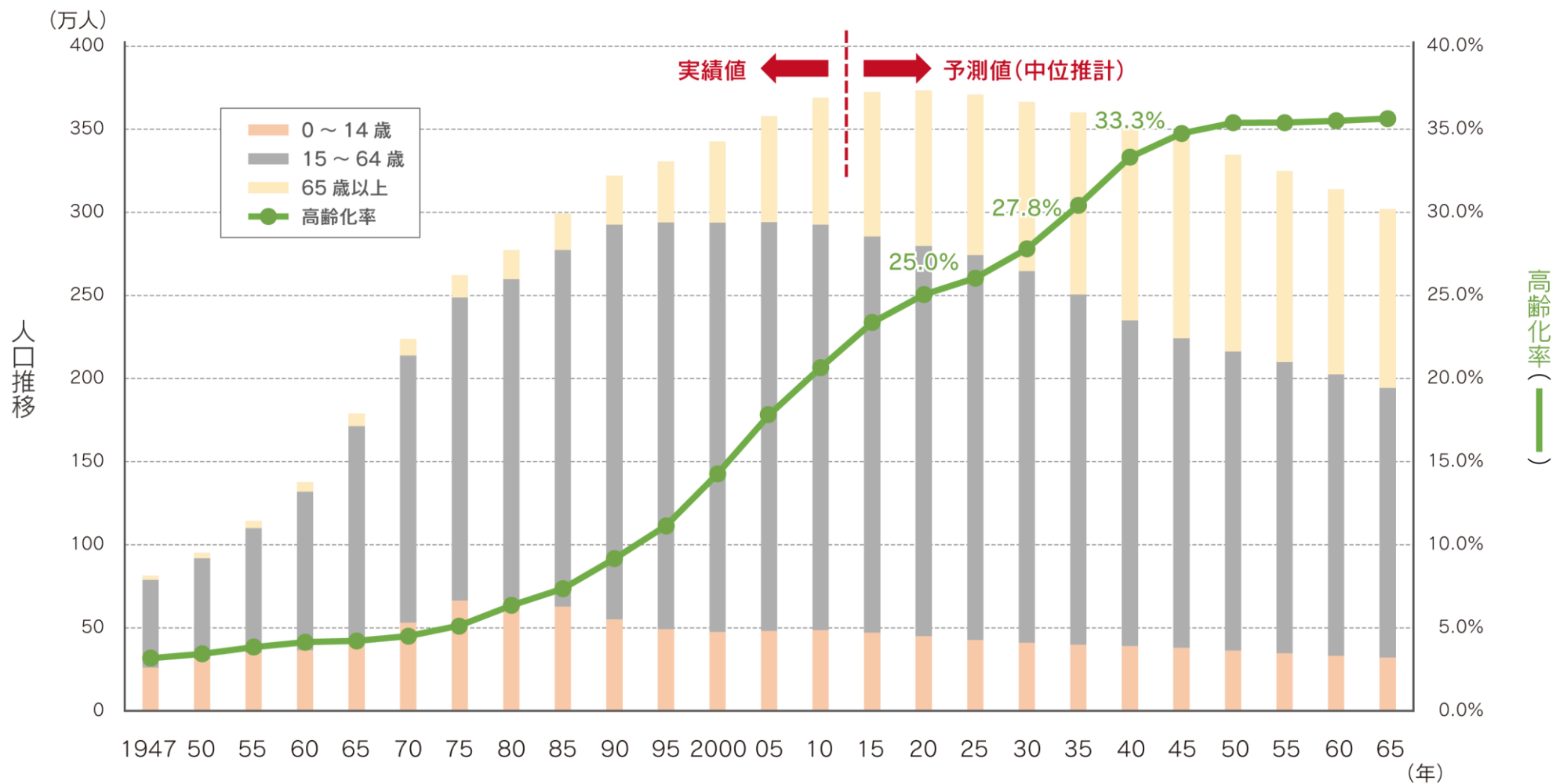
- ・ 横浜市の将来推計人口(年齢3区分)
- ・ 観光入込客数(実人数)・観光消費額の推移
- ・ 観光入込客数・平均消費額の推移(宿泊)
- ・ 観光入込客数・平均消費額の推移(日帰り)
- ・ 宿泊客の宿泊数
- ・ 日帰り客の滞在時間
- ・ 旅行者の立寄箇所数(日帰り・宿泊)
- ・ 旅行者の居住地別割合
- ・ 来訪目的
- ・ 訪問回数
- ・ 季節別の旅行者数(延べ数)
- ・ 市内主要ホテルの平均稼働率
- ・ 市内の国・地域別外国人延べ宿泊者数
- ・ 観光公式ウェブサイト「横浜観光情報」のページビュー(PV)数
- ・ 都市別国際会議の開催件数
- ・ 都市別国際会議の参加者総数
- ・ 中大型国際会議の開催件数
- ・ 会場別国際会議の参加者総数
- ・ クルーズ船の寄港回数(港湾別)
- ・ 学術・研究開発機関の事業所数
- ・ 技術者・研究者の数
- ・ 訪日外国人旅行者のサステナブルに対する意向
- ・ 観光・MICEに関する市民意識

データ集で示す構成比の数値は表示単位未満を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはならない場合があります。

データ集

■横浜市の将来推計人口(年齢3区分)

横浜市は今後、人口減少や少子高齢化が更に進むと推計されています。

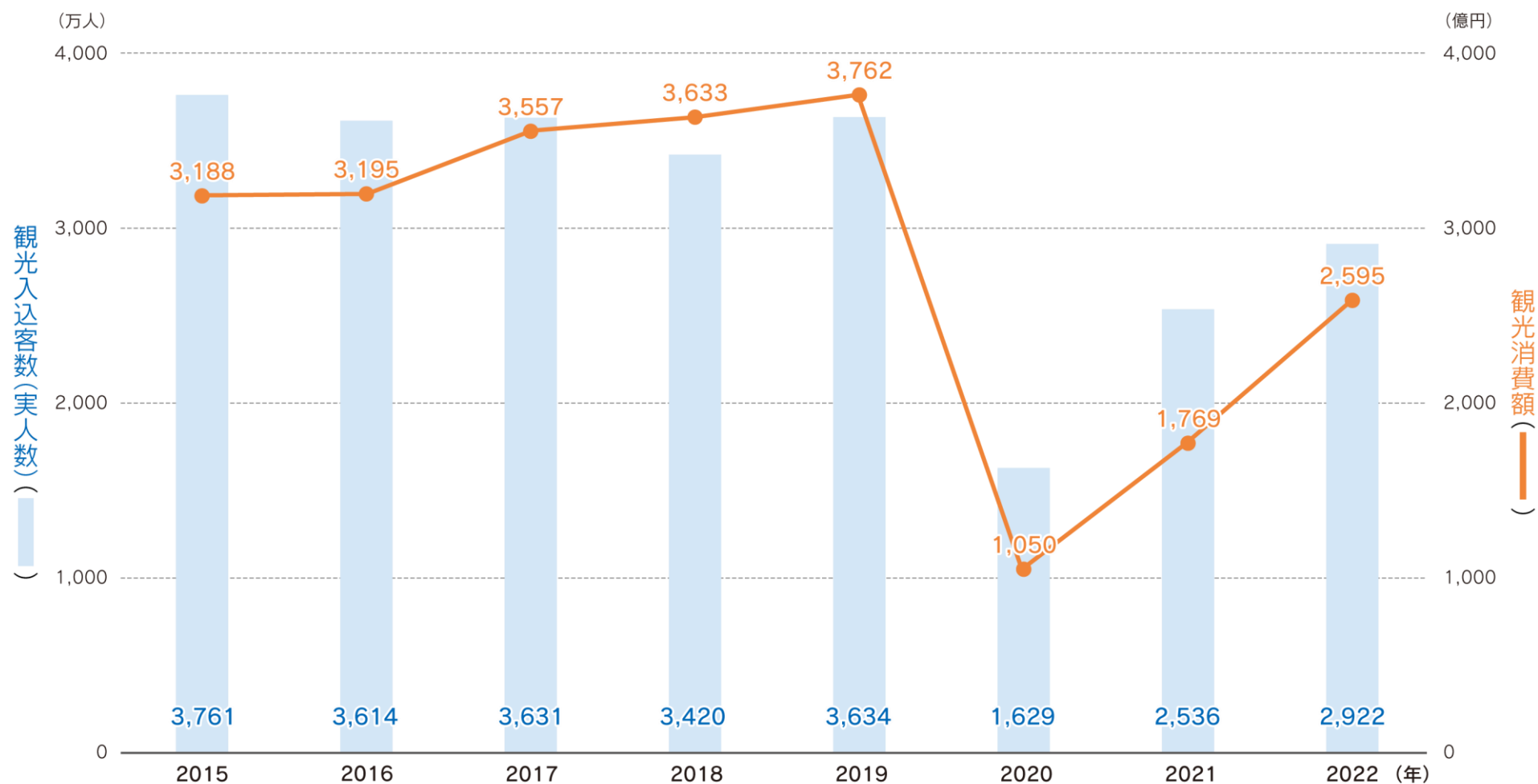


出典:横浜市「横浜市の将来人口推計 基準年人口 2015年(平成27年)国勢調査」

データ集

■観光入込客数(実人数)・観光消費額の推移

2015～2019年(5か年)の平均観光入込客数は3,612万人であり、平均消費額は3,467億円となっています。

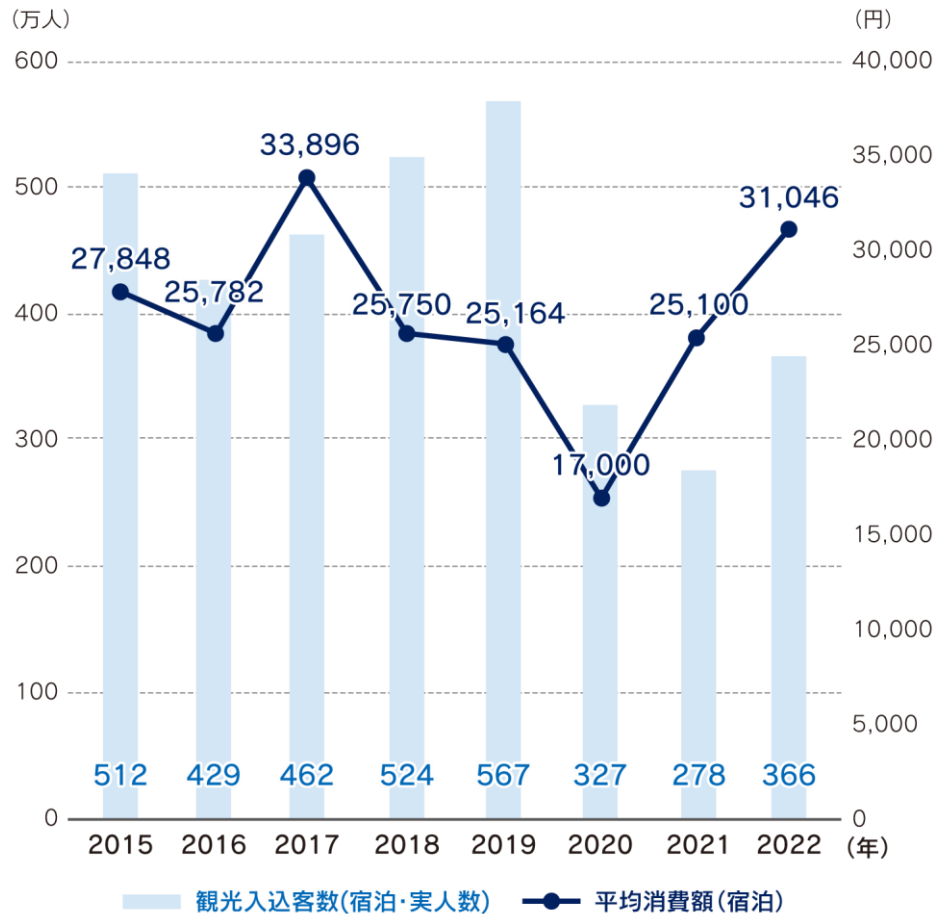


出典:横浜市「観光動態消費動向調査」

データ集

■観光入込客数・平均消費額の推移(宿泊)

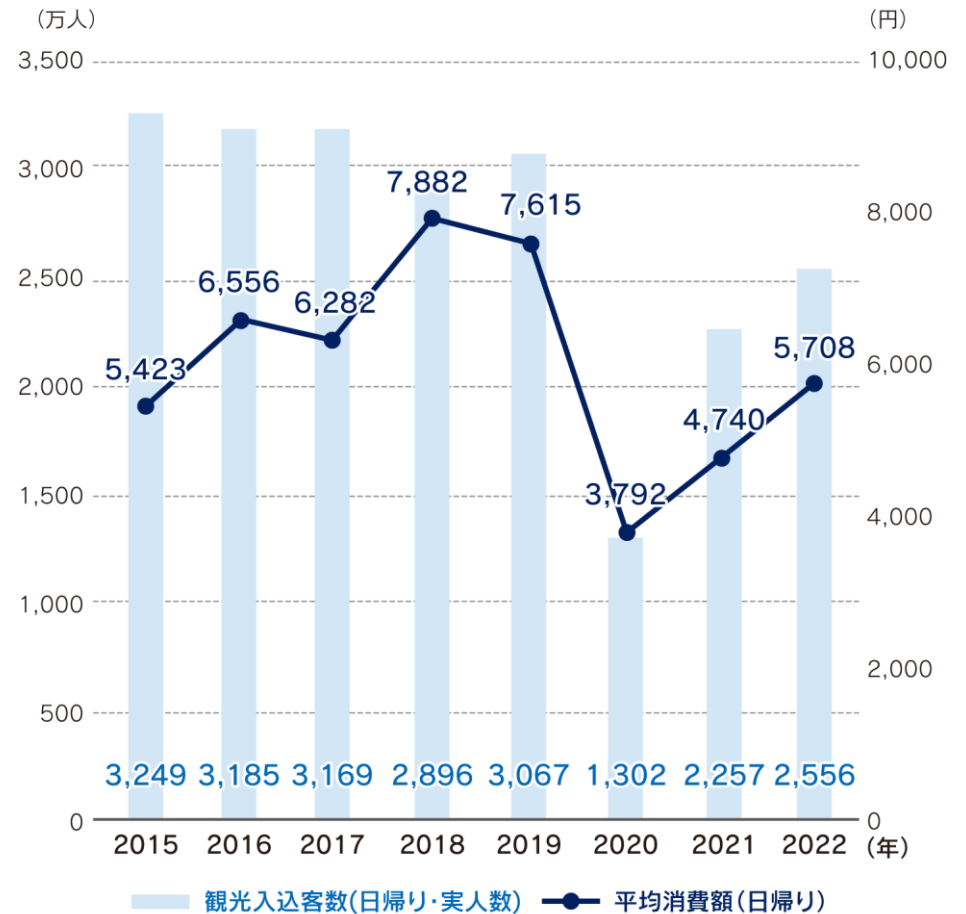
2015～2019年(5か年)の宿泊の平均観光入込客数は499万人であり、平均消費額は27,688円となっています。



出典:横浜市「観光動態消費動向調査」

■観光入込客数・平均消費額の推移(日帰り)

2015～2019年(5か年)の日帰りの平均観光入込客数は3,113万人であり、平均消費額は6,752円となっています。

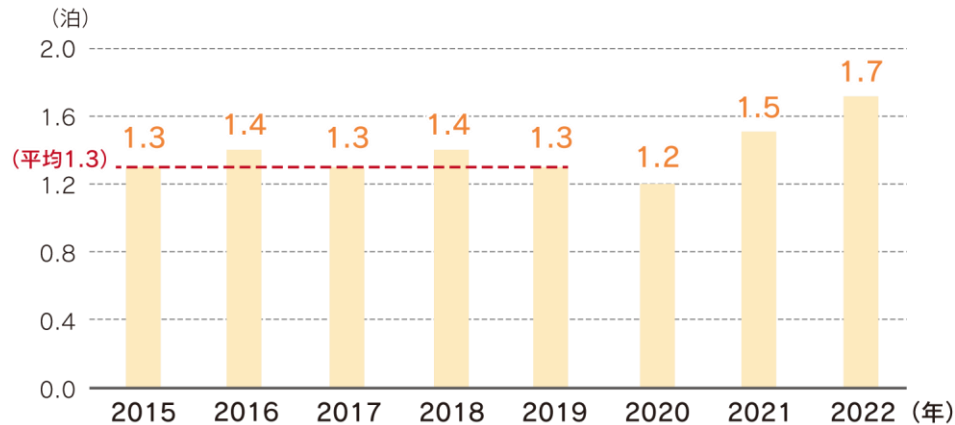


出典:横浜市「観光動態消費動向調査」

データ集

■宿泊客の宿泊数

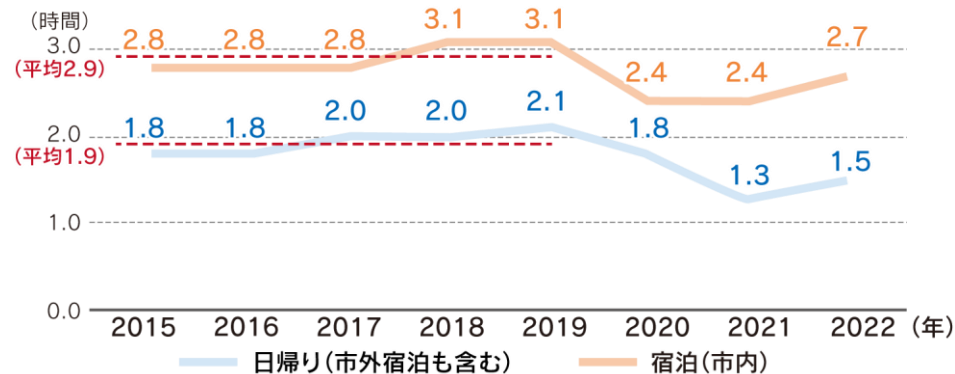
2015～2019年(5か年)の宿泊客の平均宿泊数は、約1.3泊です。



出典:横浜市「観光動態消費動向調査」

■旅行者の立寄箇所数(日帰り・宿泊)

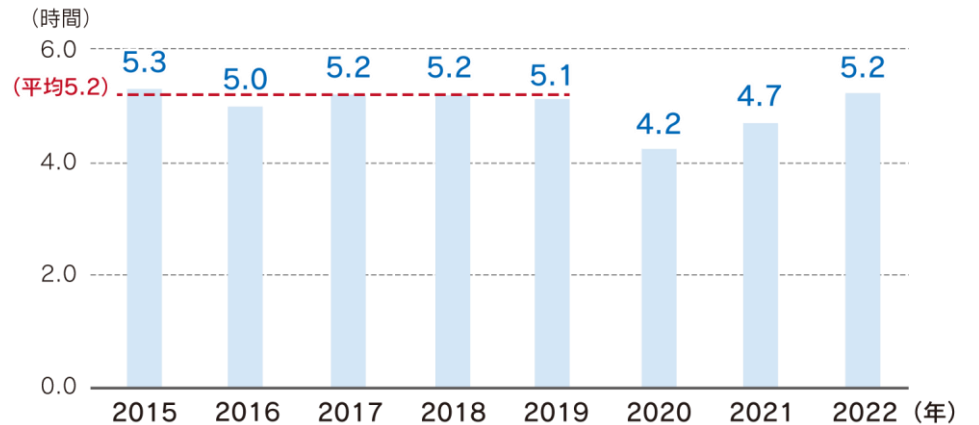
2015～2019年(5か年)の旅行者の平均立寄箇所数は、日帰り客より宿泊客の方が1箇所多い傾向です。



出典:横浜市「観光動態消費動向調査」

■日帰り客の滞在時間

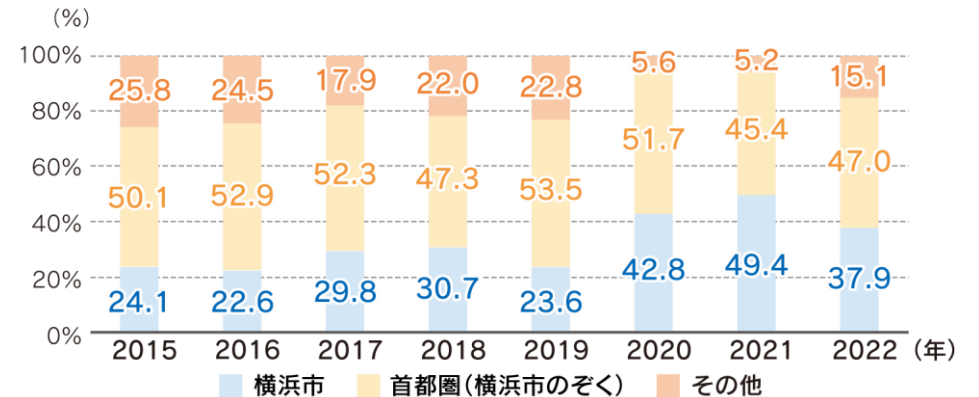
2015～2019年(5か年)の日帰り客の平均滞在時間は、約5.2時間です。



出典:横浜市「観光動態消費動向調査」

■旅行者の居住地別割合

2015～2019年(5か年)の旅行者の居住地別割合の平均は、横浜市を含む首都圏が77.4%です。

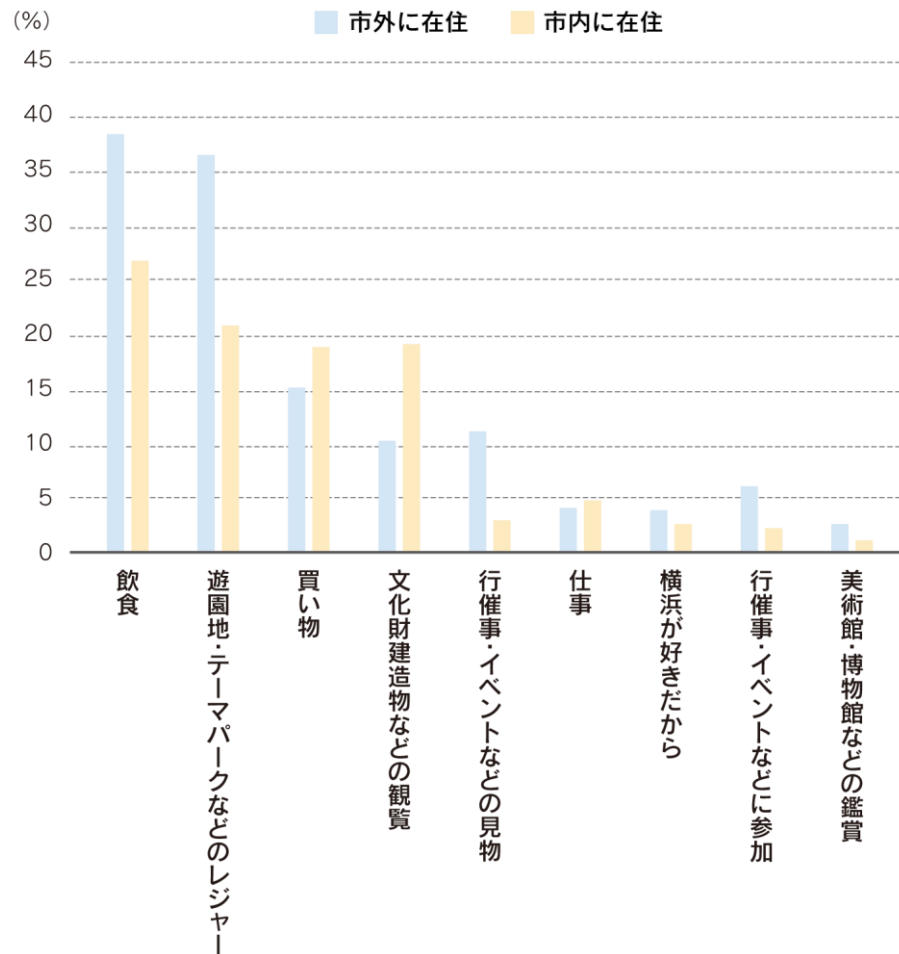


出典:横浜市「観光動態消費動向調査」

データ集

■来訪目的

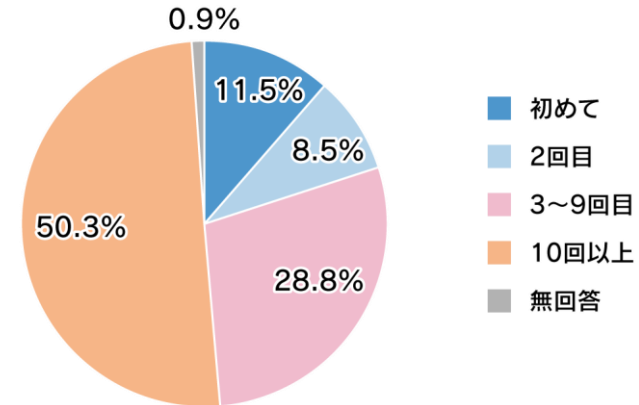
市外在住者の来訪目的は、「飲食」が38.7%と最も高く、「遊園地・テーマパークなどのレジャー」が36.6%、「買い物」が15.3%となっています。



出典：横浜市「観光動態消費動向調査(令和4年度)」

■訪問回数

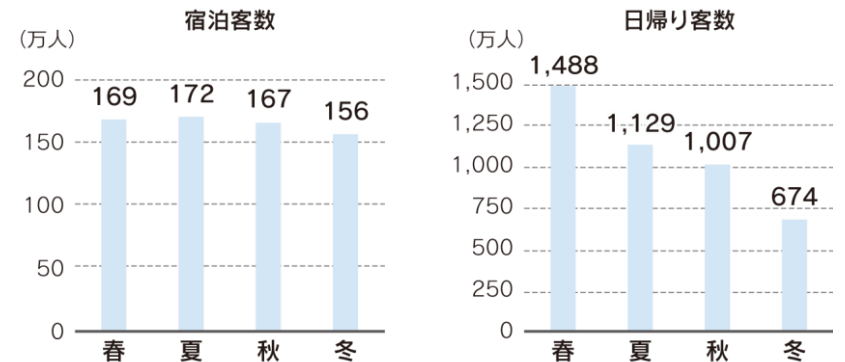
市外在住者の訪問回数は「10回以上」が50.3%と半数以上を占めています。



出典：横浜市「観光動態消費動向調査(令和4年度)」

■季節別の旅行者数(延べ数)

季節別の旅行者数は、宿泊・日帰りどちらも「冬(12~2月)」が最も少なく、特に日帰りは最も多い「春(3月~5月)」と比較した場合、その差が約2.2倍です。

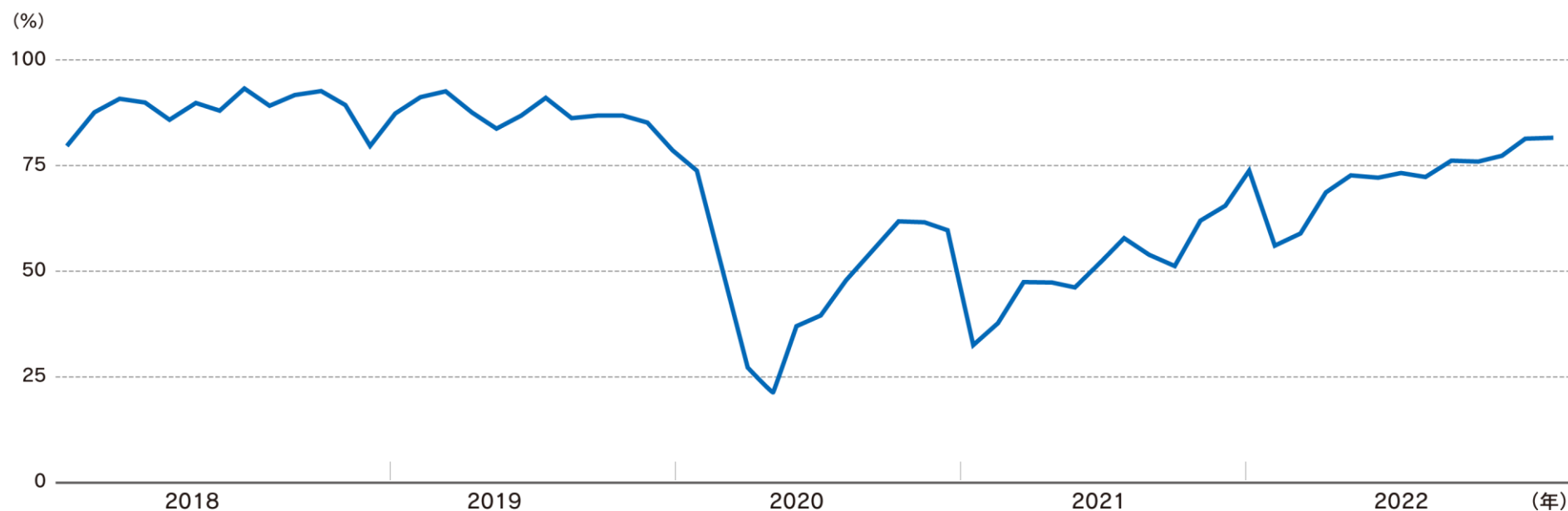


神奈川県「入込観光客調査」より横浜市作成

データ集

■市内主要ホテルの平均稼働率

2020年に20%台まで下落した市内主要ホテル平均稼働率は、2022年に向け回復傾向にあります。



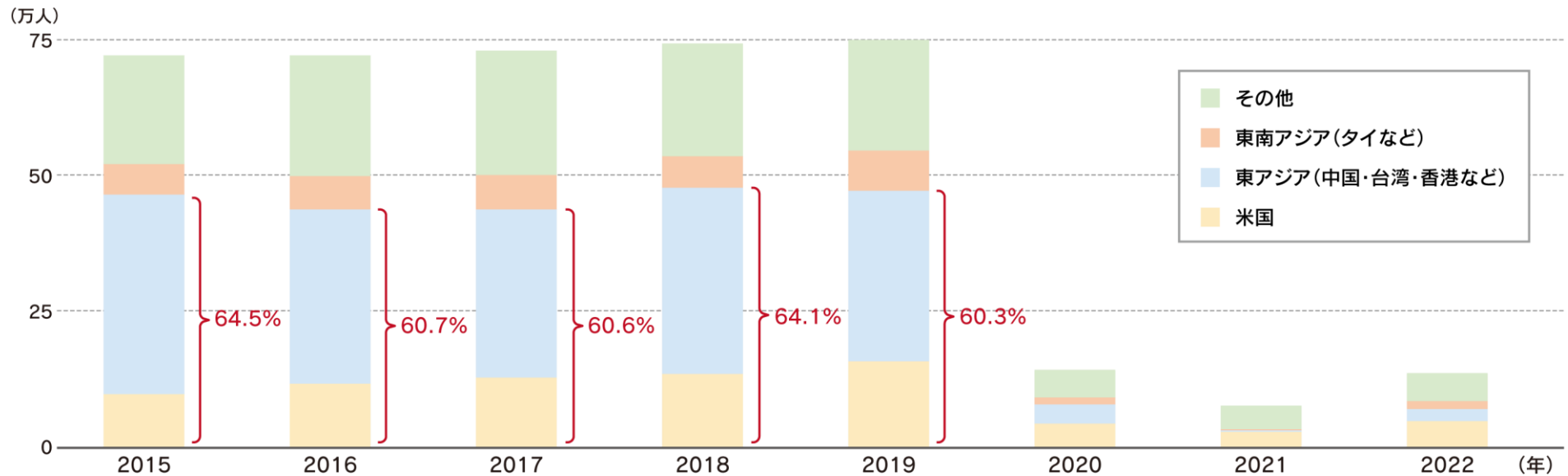
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	平均
2018年	79.4	86.7	90.3	89.2	85.3	89.3	87.5	92.7	88.6	91.1	92.2	88.7	88.4
2019年	79.0	86.9	90.6	92.2	87.1	83.2	86.1	90.5	85.5	86.2	86.3	84.6	86.5
2020年	78.4	73.3	49.3	26.6	20.9	36.9	39.2	48.0	54.2	61.5	61.1	59.3	50.7
2021年	31.9	37.5	46.8	46.8	45.7	51.1	57.3	53.3	50.5	61.4	65.1	73.2	51.7
2022年	55.4	58.4	68.1	72.2	71.6	72.7	71.7	75.5	75.1	76.8	80.6	81.0	71.6

出典:横浜市「横浜市内主要ホテル平均稼働率」

データ集

■市内の国・地域別外国人延べ宿泊者数

外国人延べ宿泊者数の米国と東アジアの割合は、2015～2019年(5か年)の平均で62.0%となっています。



■観光公式ウェブサイト「横浜観光情報」のページビュー(PV)数

2020年は新型コロナの影響に伴い、約800万PVに落ち込んだものの、翌2021年から回復傾向にあります。

(単位:PV)

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
日本語	23,666,183	22,318,964	22,380,878	22,825,322	23,468,210	8,100,011	13,043,425	15,383,070
外国語※	1,553,831	1,473,785	1,393,453	1,447,627	1,388,450	254,651	298,607	856,835
合計(PV数)	25,220,014	23,792,749	23,774,331	24,272,949	24,856,660	8,354,662	13,342,032	16,239,905

※英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語、タイ語に加え、2018年以降はフランス語、スペイン語、インドネシア語を含みます。

出典:(公財)横浜観光コンベンション・ビューロー「横浜観光情報アクセス解析」(Google Analytics)

データ集

■都市別国際会議の開催件数

国際会議の開催件数は150～200件で推移していますが、2019年はTICADに伴う関連会議が開催されたこと等により、277件となりました。

(単位:件)

	2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
1位	東京(23区)	557	東京(23区)	574	東京(23区)	608	東京(23区)	645	東京(23区)	561	東京(23区)	63	横浜市	13
2位	福岡市	363	福岡市	383	神戸市	405	神戸市	419	神戸市	438	京都市	26	京都市	4
3位	仙台市	221	京都市	278	京都市	306	京都市	348	京都市	383	神戸市	23	東京(23区)	3
4位	京都市	218	神戸市	260	福岡市	296	福岡市	293	福岡市	313	福岡市	15	北九州市	2
5位	横浜市	190	名古屋市	200	名古屋市	183	名古屋市	202	横浜市	277	千里地区(注)	13	仙台市、伊勢、 志摩地区(注)	1
6位	名古屋市	178	横浜市	188	横浜市	176	横浜市	156	名古屋市	252	仙台市	10	神戸市、府中、 市、柏市、姫路、 市、岡山市	
7位	大阪市	139	大阪市	180	大阪市	139	大阪市	152	大阪市	204	横浜市、名古屋 市、大阪市	9		

(注) 大阪府の豊中市、吹田市、(注) 伊勢市、鳥羽市、志摩市、
茨木市、高槻市、箕面市を含む 玉城市、南伊勢町、度会町を含む

出典: 日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」

■都市別国際会議の参加者総数

パシフィコ横浜を中心に、高い収容力を有する横浜市は、国際会議の参加者総数において、国内で常に上位に位置しています。

(単位:人)

	2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
1位	東京(23区)	334,662	横浜市	313,193	東京(23区)	260,624	東京(23区)	293,157	東京(23区)	308,276	京都市	29,716	東京(23区)	29,196
2位	横浜市	278,986	東京(23区)	302,269	横浜市	249,414	横浜市	215,171	横浜市	303,767	横浜市	19,882	横浜市	22,837
3位	福岡市	158,060	京都市	202,996	福岡市	151,029	大阪市	190,433	名古屋市	192,416	東京(23区)	15,554	京都市	1,046
4位	京都市	153,495	福岡市	193,591	京都市	140,253	神戸市	187,773	京都市	190,834	神戸市	6,567	仙台市	568
5位	大阪市	128,350	大阪市	130,577	千葉市	110,900	京都市	156,076	神戸市	158,094	福岡市	4,806	伊勢志摩地区 (注)	509

※JNTO基準

①主催者: 国際機関・国際団体又は国家機関・国内団体 ②参加者総数: 50人以上 ③参加国数: 日本を含む3居住国・地域以上 ④開催期間: 1日以上

(注) 伊勢市、鳥羽市、志摩市、
玉城市、南伊勢町、度会町を含む

出典: 日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」

データ集

■中大型国際会議(外国人参加者数50人以上及び参加者総数300人以上)の開催件数

横浜市は中大型国際会議の開催件数において、国内で常に上位に位置しています。

(単位:件)

	2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
1位	東京(23区)	78	東京(23区)	103	東京(23区)	88	東京(23区)	112	東京(23区)	110	東京(23区)	4	京都市	2
2位	横浜市	58	京都市	61	横浜市	41	京都市	51	京都市	55	仙台市、横浜市、京都市、大阪市、千里地区(注)、福岡市、北九州市、別府市、沖縄地区(注2)	1	—	—
3位	京都市	47	横浜市	49	京都市	35	横浜市	44	横浜市	50		—	—	
4位	福岡市	31	福岡市	36	福岡市	22	神戸市	29	大阪市、神戸市	27		—	—	
5位	大阪市	28	名古屋市	21	神戸市	20	北九州市	26	—	—		—	—	

(注)大阪府の豊中市、吹田市、茨木市、高槻市、箕面市を含む

(注2)那覇市、浦添市、宜野湾市、沖縄市を含む

出典:日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」

■会場別国際会議の参加者総数

パシフィコ横浜は国内最大級のオールインワン複合MICE施設であり、2019年まで18年連続で国内の国際会議参加者総数が第1位となっています。

(単位:人)

	2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
1位	パシフィコ横浜	249,189	パシフィコ横浜	283,564	パシフィコ横浜	220,029	パシフィコ横浜	201,512	パシフィコ横浜	266,958	国立京都国際会館	26,179	東京ビッグサイト	28,891
2位	国立京都国際会館	98,707	国立京都国際会館	142,105	幕張メッセ	108,166	神戸国際会議場	133,956	国立京都国際会館	111,679	パシフィコ横浜	17,413	パシフィコ横浜	22,022
3位	東京ビッグサイト	85,415	東京ビッグサイト	95,094	福岡国際会議場	76,246	大阪府立国際会議場	124,841	名古屋国際会議場	105,099	京都大学	2,875	新横浜プリンスホテル	715
4位	名古屋国際会議場	77,374	大阪府立国際会議場	83,454	東京国際フォーラム	70,033	神戸ポートピアホテル	115,514	神戸国際会議場	96,612	九州大学	1,553	仙台国際センター	568
5位	大阪府立国際会議場	76,831	福岡国際会議場	67,870	国立京都国際会館	69,334	国立京都国際会館	83,575	大阪府立国際会議場	91,428	東京大学	1,457	三重県営サンアリーナ	509

出典:日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」

データ集

■クルーズ船の寄港回数(港湾別)

横浜港の寄港回数は国内で常に上位であり、2019年には過去最大の188回の実績となっています。

(単位:回)

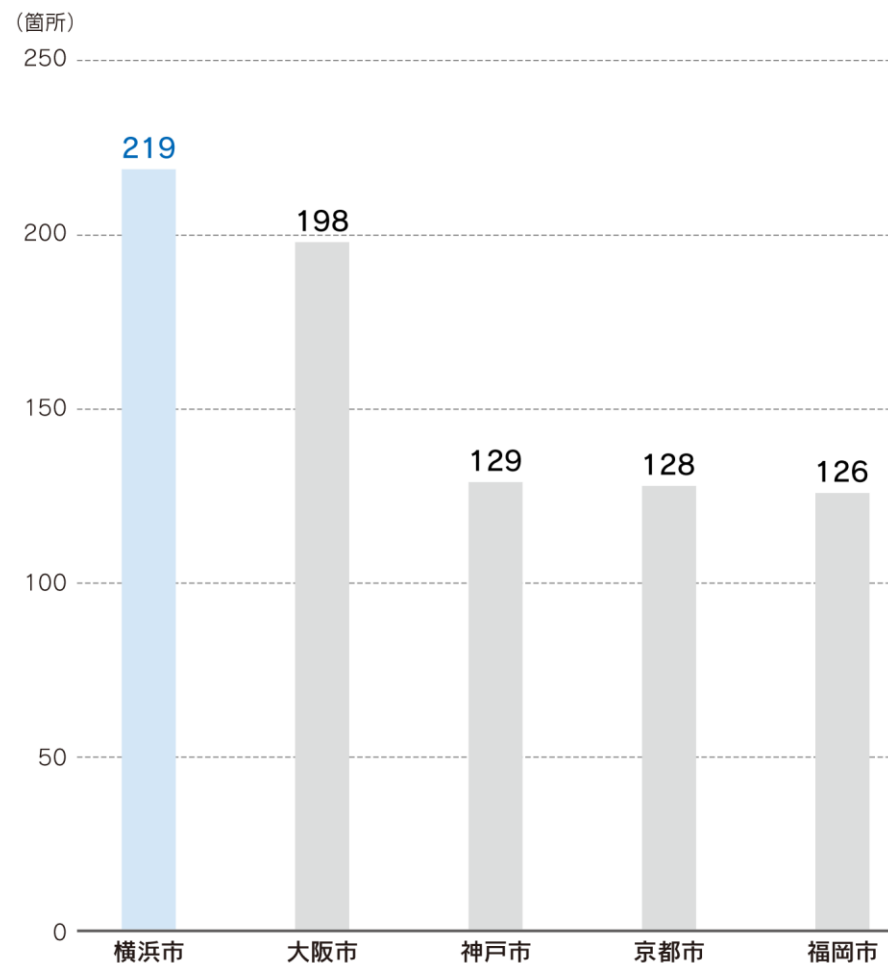
	2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年		2022年	
1位	博多	259	博多	328	博多	326	博多	279	那覇	260	ベラビスタ マリーナ	53	ベラビスタ マリーナ	82	ベラビスタ マリーナ	93
2位	長崎	131	長崎	197	長崎	267	那覇	243	博多	229	横浜	47	横浜	72	横浜	82
3位	横浜	125	那覇	193	那覇	224	長崎	220	横浜	188	神戸	29	神戸	24	神戸	57
4位	那覇	115	横浜	127	横浜	178	横浜	168	長崎	183	宮島/那覇	19	宮島	18	小豆島	33
5位	神戸	97	神戸	104	石垣	132	平良	143	石垣	148	—	—	笠島漁港	15	宮島	32
6位	石垣	84	石垣	95	平良	130	神戸	136	平良	147	笠島漁港	16	名古屋	14	名古屋	22
7位	鹿児島	53	平良	86	神戸	116	ベラビスタ マリーナ	122	神戸	131	博多	14	大三島	13	宮之浦	18
8位	佐世保	36	鹿児島	83	鹿児島	108	佐世保	108	鹿児島	106	大三島	13	仁尾	12	大阪/竹原	14
9位	名古屋	34	佐世保	64	佐世保	84	石垣	107	ベラビスタ マリーナ	100	犬島	12	大島	11	—	—
10位	広島	32	広島	47	八代	66	鹿児島	100	佐世保	79	石垣/長崎	10	小大下島	10	清水	13
	⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮	
	⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮	
	⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮	
	⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮		⋮	
国内合計		1,454		2,017		2,764		2,930		2,866		352		420		720

出典:国土交通省港湾局「訪日クルーズ旅客数及びクルーズ船の寄港回数」

データ集

■ 学術・研究開発機関の事業所数

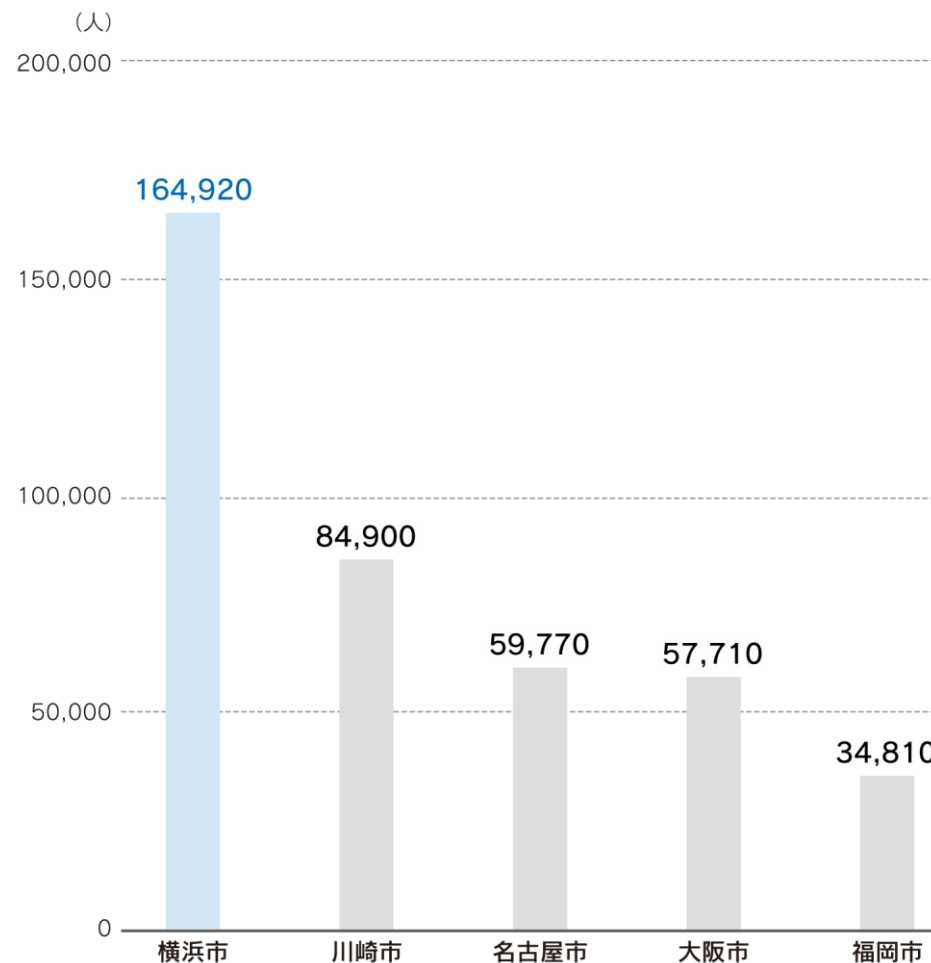
指定都市の中では、「学術・研究開発機関の事業所数」が第1位となっています。



出典: 経済センサス活動調査(令和3年)

■ 技術者・研究者の数

指定都市の中では、「技術者・研究者の数」が第1位となっています。



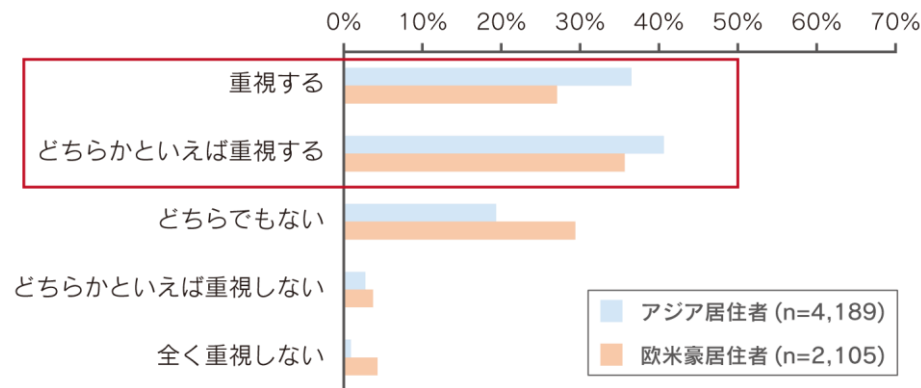
出典: 国勢調査(令和2年)

データ集

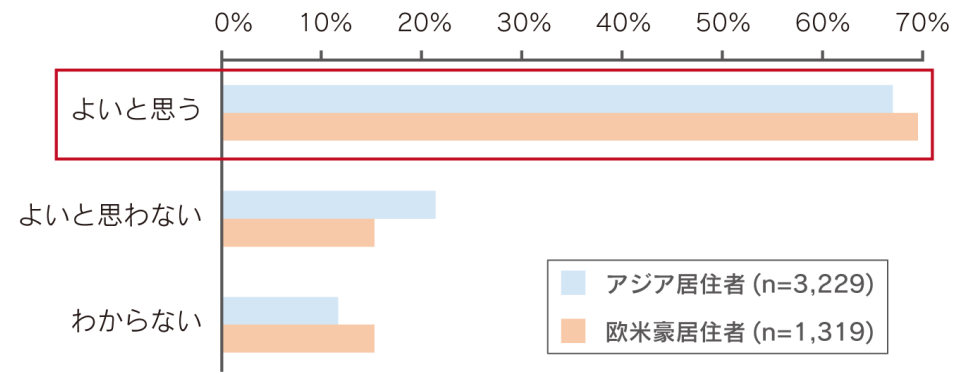
■訪日外国人旅行者のサステナブルに対する意向

訪日外国人旅行者は、海外旅行の訪問先や宿泊施設を検討する際、サステナブルな取組を重視する傾向があります。そのため、サステナブルな取組による宿泊単価値上げに対して70%近くが「よいと思う」と回答しています。取組を重視する理由としては、「環境資源の保全等に配慮したいから」「伝統・文化資産等の保護・継承に貢献したいから」の割合が高くなっています。

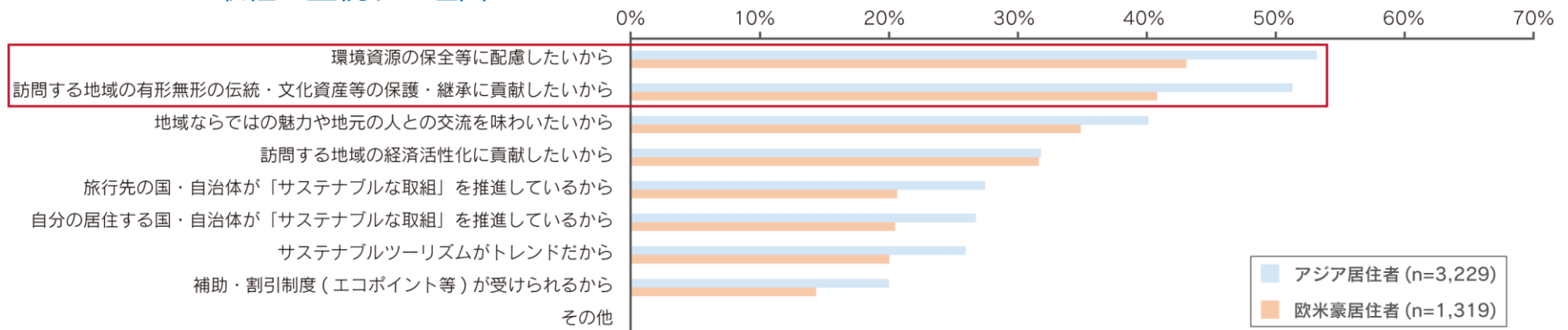
○サステナブルな取組を重視するか



○サステナブルな取組による宿泊単価値上げに対する許容について



○サステナブルな取組を重視する理由



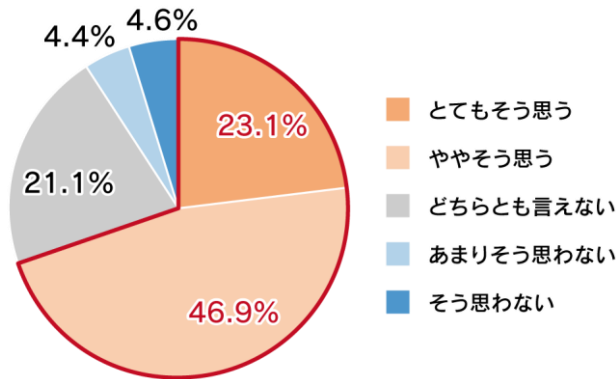
出典:DBJ・JTBFアジア・欧米豪「訪日外国人旅行者の意向調査(2022年)」

データ集

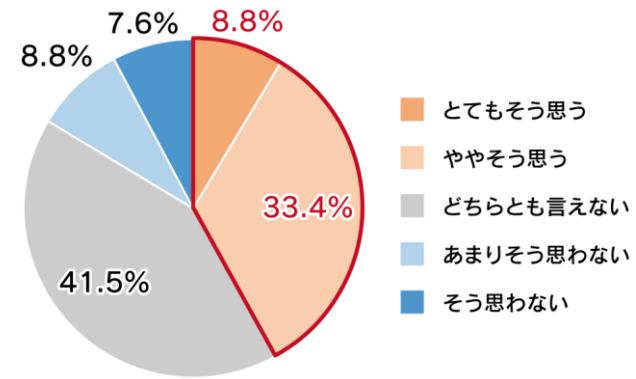
■観光・MICEに関する市民意識

○横浜市が発展に観光・MICEが寄与していると思うか

【観光】横浜市が発展に観光が「寄与している」と思う割合は、70.0%となっています。

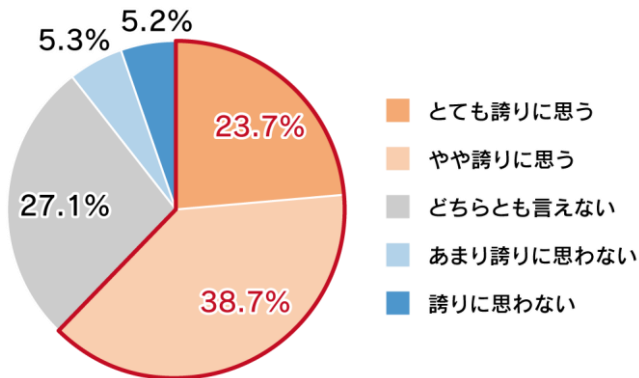


【MICE】横浜市が発展にMICEが「寄与している」と思う割合は、42.2%となっています。

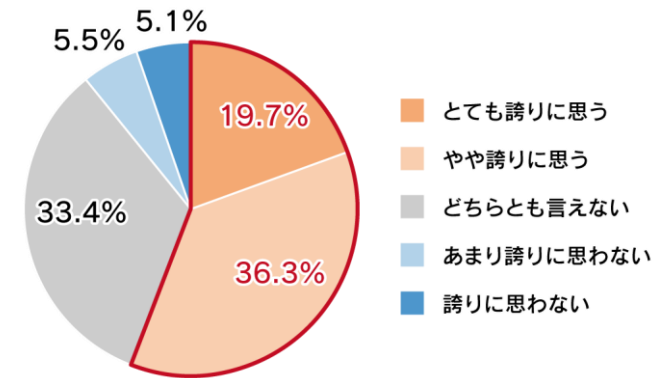


○横浜市が観光・MICEに関して評価されることを誇りに思うか

【観光】横浜市が観光に関して国内外から評価されることを誇りに思っている割合は、62.4%となっています。



【MICE】横浜市がMICEに関して国内外から評価されることを誇りに思っている割合は、56.0%となっています。



出典：横浜市「観光・MICEの振興に関する市民意識調査(2022年)」

誘客ターゲット (5ページ参照)

国内旅行者及びインバウンド(訪日外国人)の観光消費が高い層としたうえで、その中でも、横浜の特長に合致する誘客ターゲットを4つ設定し、それぞれに合わせたアプローチを行います。



横浜の特長に合致する誘客ターゲット

横浜の観光資源や強みと合致する層

横浜は、歴史的建造物、ウォーターフロントの景観、文化・芸術、スポーツなど多くの観光資源があります。この強みを生かし、「スポーツ、音楽、食など特定の趣味に興味関心が高い層」「歴史や文化芸術などの知識を深めることを旅行に求める層」「都市部と海が近く開放的な空間のアーバンリゾートに癒しや非日常を求める層」等に訴求します。

MICE参加者

国内最大級の複合MICE施設であるパシフィコ横浜や開催実績、良好なアクセス環境やコンパクトシティとしてのまちの特長を生かし、消費単価の高い中大型国際会議や国内医学会議等、MICE参加者の来訪を促進します。

子育てファミリー層

親子2世代や3世代の旅行者が安心して楽しめる何度も訪れたいまちとしての魅力を高めることで、横浜ファンを増加させ、リピート率向上につなげていくため、子育てファミリー層に訴求し、横浜への来訪につなげます。

クルーズ客

横浜港は、大さん橋や新港ふ頭、大黒ふ頭などの客船ターミナルを有しており、クルーズ客の入れ替えを行う発着寄港が多い特長を生かし、クルーズ客をターゲットとした前後泊や市内回遊を促進します。

用語解説

索引	用語	解説
あ	アーカイブ	文化資産を記録精度が高く、映像再現性に優れたデジタル映像の形で保存・蓄積、次世代に継承していくこと。
	アフターコンベンション	会議日程終了後、または会議時間終了後に引き続いて行われる各種の行事。自由参加による周辺地域のショッピング、娯楽等の活動を含めるのが一般的。”post conference” とほぼ同意語。
	イノベーション	モノや仕組み、サービス、組織、ビジネスモデルなどに新たな考え方や技術を取り入れて新たな価値を生み出し、社会にインパクトのある革新や刷新、変革をもたらすこと。
	エクスカーション	小旅行、遊覧、観光。会議プログラムの一部として、会議参加者及びその同伴者のために計画された小旅行や遊覧。“tour”(ツアー)ともいう。
	エスディーゼイズ SDGs	「Sustainable Development Goals」の略。2015年9月に国連サミットで採択された2030年までの世界共通の目標である。環境や経済、まちづくりなどをテーマとする17のゴールから構成され、「誰一人取り残さない」持続可能でよりよい社会の実現を目指し、世界各国及び日本の全国各地で取組が推進されている。
	エクスペアール XR	「X Reality(クロスリアリティ)/Extended Reality」の略。VR(仮想現実)やAR(拡張現実)、MR(複合現実)といった、現実と仮想空間の融合体験を可能にする技術の総称。
か	カーボンオフセット	自らのCO2排出量を把握し、できるだけ排出量の削減を行ったうえで、削減できない量の全部又は一部を他の場所での排出削減量で相殺(オフセット)すること。
	国際園芸博覧会	正式略称は「GREEN×EXPO 2027」。国際的な園芸文化の普及や花と緑のあふれる暮らし、地域・経済の創造や社会的な課題解決等への貢献を目的に、2027年に横浜の旧上瀬谷通信施設で開催される国際的な博覧会。
	心のバリアフリー	様々な心身の特性や考え方を持つすべての人々が、相互に理解を深めようとコミュニケーションをとり、支え合うこと。
さ	シティドレッシング	大規模イベントのPRなどのために、商業施設の壁面などを使って、大型ポスターや電飾等で街全体を装飾する取組。
	スタートアップ	イノベーションや新たなビジネスモデルの構築、新たな市場の開拓により、創業から短期間で急成長を目指す企業。

用語解説

索引	用語	解説
さ	ソーシャルプログラム	会議の中で社交を目的として企画された行事、イベント、パーティなどのこと。
た	ディーエックス DX	「Digital Transformation」の略で、デジタルと変革を掛け合わせた造語。デジタル技術を用いて、それまで実現できなかった新たなサービスや価値を創り出し、社会やサービスを変革すること。
	ディーエムオー DMO	「Destination Management/Marketing Organization」の略。地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的なアプローチを取り入れた観光地域づくりを行うけん引役となる法人。横浜では、2022年10月に(公財)横浜観光コンベンション・ビューローが観光庁から認められ、登録DMOとなった。
	テクニカルビジット	実地見学。会議参加者にとって関心のある工場等の現場見学。
ま	マイス MICE	企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)などの総称。
や	ユニークベニュー	国際会議などの開催にあたり、コンベンション施設やホテルの宴会場といった一般的な会場ではなく、会議やパーティーなどを行うために特別に開放された博物館や美術館、歴史的建造物、スポーツ施設、自然空間などの会場のこと。
	ユニバーサルツーリズム	すべての人が楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行。
ら	リカレント教育	学校教育から一旦離れて社会に出た後も、それぞれの人の必要なタイミングで再び教育を受け、仕事と教育を繰り返すこと。
	レベニューマネジメント	需要を予測して収入の最大化を目指し、適切な販売管理を行うマネジメント手法のこと。
わ	ワイ・エスディー・ジーズ Y-SDGs	横浜市SDGs認証制度。市内事業者が認証制度を活用しSDGsに取り組むことで、持続可能な経営・運営への転換、新たな顧客や取引先の拡大、さらには、投資家や金融機関がESG投資等の投融資判断への活用につなげることを目指す。

横浜の都心臨海部



都心臨海部は、横浜開港の地であり、現在でも数多くの市民や旅行者が訪れる港町横浜を象徴するエリアです。

歴史や文化、開放的なウォーターフロント、花・緑、音楽、スポーツ、まちに広がるイベント、集積する企業・研究機関、大規模コンベンション施設、グローバルブランドホテルなど、多様性あふれる魅力が凝縮しています。



横浜市都心臨海部(南西方向から)
提供:横浜観光情報

策定経過等

策定スケジュール等

素案に対するパブリックコメントの実施結果

素案からの変更点

策定スケジュール等

横浜市観光・MICE戦略の策定経過

◎令和2年度

・「横浜市観光・MICE戦略策定に向けた調査」

◎令和3年度～

・「有識者ヒアリング」

・「横浜観光MICE戦略ミーティング」

第1回 令和3年12月20日

第2回 令和4年11月14日

第3回 令和5年5月15日

◎令和5年9月15日 素案の公表

・令和5年第3回市会定例会で素案の報告

パブリックコメント(10月2日～31日)
➡229名・団体、326件の意見

◎令和5年12月18日 原案の公表

・令和5年第4回市会定例会で原案の報告

◎令和5年12月下旬 確定

横浜観光MICE戦略ミーティング委員(第3回)

氏名	役職等
青木 宏一郎	株式会社ホテル、ニューグランド 常務取締役 営業本部長総支配人
遠藤 克己	日本政府観光局 理事
岡田 伸浩	横浜商工会議所 副会頭 (観光政策委員会委員長)
倉田 知己	株式会社ジャパン・スポーツ&ツーリズム・プレミア 代表取締役
栗田 るみ	公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー 専務理事
染谷 誓一	びあ株式会社 執行役員
高橋 伸昌	関内・関外地区活性化協議会 会長
武内 紀子	一般社団法人日本コンベンション協会 代表理事
東條 洋介	株式会社資生堂 エグゼクティブオフィサー／CTO／R&D戦略部長
西村 幸夫	國學院大學観光まちづくり学部 学部長・教授
林 琢己	株式会社横浜国際平和会議場 代表取締役社長
藤木 幸太	横浜港運協会 会長
藤木 幸夫	一般社団法人横浜港振興協会 会長
宮田 久嗣	東日本旅客鉄道株式会社 執行役員 横浜支社長
森下 晶美	東洋大学国際観光学部 教授
吉本 光宏	株式会社ニッセイ基礎研究所 研究理事

※敬称略、肩書は当時

素案に対するパブリックコメントの実施結果

1 意見募集期間

令和5年10月2日から10月31日まで

2 周知方法

- (1) パンフレットの配布
(市民情報センター、区役所、行政サービスコーナー等)
- (2) ホームページ、SNS(はまインフォ及びX(旧Twitter)等)への掲載
- (3) 広報よこはま(令和5年10月号)への掲載 等

3 意見数

229名・団体、326件

4 意見提出状況

受付方法	人数	割合
電子申請	37	16.2%
電子メール	188	82.1%
郵便	2	0.9%
FAX	1	0.4%
窓口	1	0.4%
合計	229	100.0%

5 項目別意見数

項目	件数	割合
戦略全般	10	3.1%
基本理念	95	29.1%
戦略1	104	31.9%
戦略2	11	3.4%
戦略3	15	4.6%
戦略4	24	7.4%
2023~2025年度の取組事例	48	14.7%
その他	19	5.8%
合計	326	100.0%

6 いただいた御意見への対応状況

対応状況	件数	割合
【修正】 御意見の趣旨を踏まえ、修正するもの	18	5.5%
【包含・賛同】 素案に含まれているもの・賛同いただいたもの	84	25.8%
【参考】 今後の参考とさせていただくもの	194	59.5%
【その他】 その他の御意見・質問等	30	9.2%
合計	326	100.0%

素案からの変更点

素案の公表後、パブリックコメントでの御意見や庁内検討が進展した内容を反映し、変更した内容は次のとおりです。

頁	変更箇所	素案	原案
目次	留意事項	-	用語解説(P55・56)に掲載している言葉については、本文に*印を追加
3	基本姿勢	-	基本姿勢の図を一部修正
4	目標	-	「【参考1】観光消費額の内訳項目は、宿泊費・飲食代・土産代・買物代・市内交通費など」を追加
5	誘客ターゲット	国内外の観光消費が高い層	国内旅行者及びインバウンド(訪日外国人)の観光消費が高い層
5	誘客ターゲット	-	「横浜の観光資源や強みと合致する層」及び「子育てファミリー層」のイラストを一部修正
5	誘客ターゲット	音楽、スポーツ、歴史、文化、癒しや非日常を求める層	音楽、スポーツ、歴史、文化、食、癒しや非日常を求める層
9	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 1 都心臨海部の魅力づくり	ウォーターフロントに立地するホテルや、商業・文化施設、クルーズ船等のユニークベニューにおいて、コンベンションやレセプション、ソーシャルプログラムの利用を促進するとともに、都市型ワーケーション等を推進します。	ウォーターフロントに立地するホテルや、商業・文化施設、クルーズ船等のユニークベニューにおいて、コンベンションやレセプション、ソーシャルプログラムの利用を促進するとともに、ビジネスでの滞在時の観光も推進します。
10	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 1 都心臨海部の魅力づくり	音楽ホールやスポーツ施設等の集積を生かし、各施設やイベント等の連携や公共空間の有効活用等を進めることで、にぎわいをまち全体に広げます。	音楽ホールやスポーツ施設等の集積を生かし、各施設・イベント等の連携や、公共空間における規制の弾力的な運用などによる有効活用等を進め、にぎわいをまち全体に広げます。

素案からの変更点

頁	変更箇所	素案	原案
11	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 1 都心臨海部の魅力づくり	-	「開港の地の歴史や文化が宿る多様な資源」の写真を一部差替
11	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 1 都心臨海部の魅力づくり	子育てファミリー層が安心して楽しめるまちづくり	子育てファミリー層も安心して楽しめるまちづくり
11	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 1 都心臨海部の魅力づくり	子どもも大人も楽しめるレジャー施設や商業施設、宿泊施設、交通機関等と連携し、コンパクトに移動しやすく、安心して楽しめる環境を整え、何度も訪れたくなるまちとしての魅力を高めます。	子どもも大人も楽しめるレジャー施設や商業施設、宿泊施設、交通機関等と連携し、移動しやすく、安心して楽しめる環境を整え、何度も訪れたくなるまちとしての魅力を高めます。
11	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 1 都心臨海部の魅力づくり	「体験させたい・学ばせたい」に応える、企業博物館、文化施設等の集積を生かし、体験型メニューの拡充等により、子育てファミリー層の満足度の高い魅力の向上を図ります。	「体験したい・学びたい」に応える、企業博物館、文化施設等の集積を生かし、体験型メニューの拡充等により、子育てファミリー層の満足度の高い魅力の向上を図ります。
12	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 2 市内各所と連動した魅力づくり	開催後も、上瀬谷エリアにおいて新たな郊外部の活性化拠点を形成し、魅力の向上を図ります。	開催後も、上瀬谷エリアにおいて郊外部の新たな活性化拠点を形成し、魅力の向上を図ります。
15	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 4 まちの魅力や価値を高め、発信する	-	「バーチャルでの横浜観光体験(イメージ)」の写真を一部修正
15	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 4 まちの魅力や価値を高め、発信する	音楽やエンターテインメント、スポーツなどにデジタル技術をかけ合わせてコンテンツの充実を図り、回遊性の向上につなげます。	音楽やエンターテインメント、スポーツなどにデジタル技術をかけ合わせてまちを巡る取組を進め、回遊性の向上につなげます。

素案からの変更点

頁	変更箇所	素案	原案
15	戦略1 多様性あふれる魅力と感動のあるまちづくり 4 まちの魅力や価値を高め、発信する	「横浜マリインタワーのプロジェクションマッピング」の写真	「ミナトノアート2022 ミナトノARアートフェスティバル」の写真に差替
23	戦略3 市内経済の活性化と人材の充実 2 観光・MICEを支える人材の充実	-	「多分野とのスペシャリストとの連携」の図を一部修正
25	戦略4 持続可能な観光・MICEの推進 1 地域一体となった推進体制の強化	-	「DMOを中心とした多様な主体の連携による観光・MICEの推進」の図を一部修正し、DMO・多様な地域の関係者・市の役割を追加
27	戦略4 持続可能な観光・MICEの推進 2 SDGs達成に向けた取組の推進	-	「ユニバーサルツーリズム推進」の写真の一部差替
31	2023～2025年度の取組事例 取組事例④ 移動そのものが楽しめるまちづくり	関内・関外地区での歩行者ネットワークの整備や、歩行者や自転車の通行空間拡張の検討	関内・関外地区やみなとみらい21地区での歩行者や自転車の通行空間の整備
32	2023～2025年度の取組事例 取組事例⑤ 地域ならではの魅力向上	三溪園の魅力・機能向上に向けた仕組みづくりの促進	三溪園の魅力・機能向上に向けた規制緩和を含めた仕組みづくりの促進
33	2023～2025年度の取組事例 取組事例⑦ 誘客プロモーションの強化	横浜での都市型ワーケーションの魅力や、首都圏の企業等への発信	MICE等ビジネスでの滞在時に楽しめる観光施設や飲食店等の情報を発信

明日をひらく都市

OPEN X PIONEER

横浜市

令和5年12月

横浜市 にぎわいスポーツ文化局
観光MICE振興部 観光振興課

〒231-0005 横浜市中区本町6-50-10

TEL 045-671-3652 FAX 045-663-6540