

CITY OF YOKOHAMA

Live！横浜2026の開催報告について

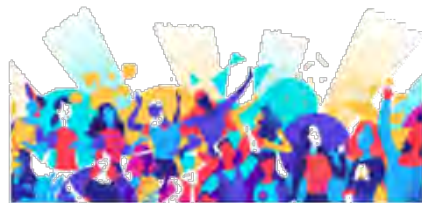
経済港湾委員会資料
令和8年5月28日
にぎわいスポーツ文化局



横浜市

「Live！横浜」とは…

- みなとみらい21地区を中心とした音楽施設の集積や民間機運の高まりを捉え、「音楽のまち・横浜」の魅力を、市民や事業者の皆様と共有・発信する機会
- 民間の大規模音楽フェスティバルと連携しながら、公共空間・オープンスペースを積極的に活用し、多彩なコンテンツを一体感をもって街なかへ展開
- こどもたちをはじめとする市民の皆様による発表の場や、プロのアーティストとの交流など、特別な参加・体験の機会を積極的に創出



まち全体がライブで
躍動する

横浜の魅力を発信し、多様な主体
と共に、にぎわいをつくります



横浜らしいオープンスペースで驚き
と感動に出会う

横浜ならではの海と空の景観を活
かし、新しい体験の場をつくりま
す



未来につなぐ、
未来を育てる

未来を担う人々のチャレンジを応
援し、誰もが参加し楽しめる場を
つくります

「Live! 横浜2026」は、26年4月に
民間の大規模音楽フェスティバル「CENTRAL26」と連携して開催!



Live! 横浜
YOKOHAMA

横浜が音楽に包まれる3日間

「CENTRAL MUSIC & ENTERTAINMENT FESTIVAL」とは…

「CENTRAL」は、「日本の響きを世界へ」をコンセプトに「音楽の街」横浜を代表する **Kアリーナ横浜、横浜赤レンガ倉庫、KT Zepp Yokohama、臨港パークの4会場**で、**横浜の街そのものをフェス空間とする新たな都市型フェス**。日本を代表するアーティストが数多く出演。

2025年に初開催し、2回目となる2026年は「Live! 横浜」と連携して開催。

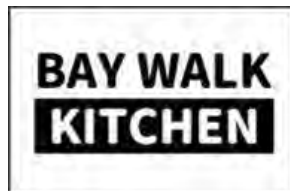


「Live！横浜×CENTRAL」

	Live！横浜2026	CENTRAL26（連携イベント含む）
開催日	<u>令和8年4月3日（金）、4日（土）、5日（日）</u>	
来場者数	約240,000人が来場※	
	約80,000人（連携イベント含む）	CENTRAL：約90,000人 連携イベント：約70,000人
経済効果	約27.2億円（市内消費推計値）	
会場	グランモール公園を中心とした11か所 （グランモール公園、桜木町駅前広場、ランドマークプラザ、クイーンズスクエア横浜、MARK IS みなとみらい、横浜シンフォステージ、パシフィコ横浜プラザ広場 等）	【CENTRAL】 赤レンガパーク特設会場、Kアリーナ横浜、KT Zepp YOKOHAMA、臨港パーク 【連携イベント】日向坂46（「7回目のひな誕祭」） 横浜スタジアム
出演	市民・子どもたち、横浜ゆかりのアーティストによる演奏やダンス等（約3,300人が出演）	YOASOBI、ちゃんみな、乃木坂46、新しい学校のリーダーズなど日本を代表するアーティスト

※当初目標：25万人（前回実績：4日間で25万人）

「Live!横浜2026」 3日間で約8万人が来場



街なかステージ等に約6.5万人が来場。約3,300人の市民が出演。

スタッフによるカウント（観覧者を目視にてカウント）

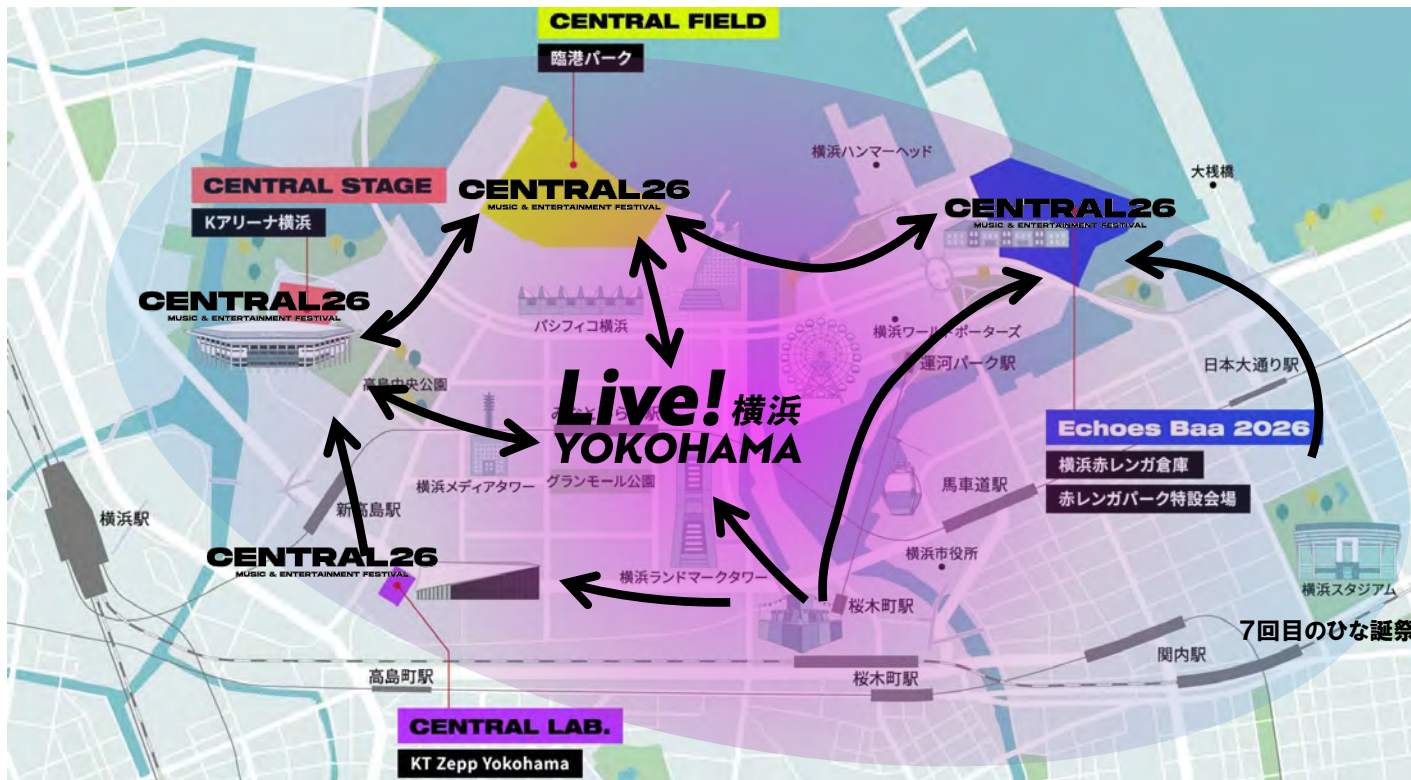
	4/3(金)~5(日)
ステージ観覧者・体験者・キッチンカー等	62,252人
桜木町駅前広場	6,287人
ランドマーク	3,609人
グランモール公園	33,003人
横浜美術館	764人
MARK IS みなとみらい	1,251人
シンフォステージ	5,256人
クイーンズ	8,771人
プラザ広場	3,311人
出演者	3,330人
合計	65,582人

※前回開催実績：4日間開催で約10万人

都心臨海部での面的な回遊を戦略的に創出

「Live! 横浜」来場者※の50.2% (約4万人) 「CENTRAL」来場者※の68.5% (約11万人) が都心臨海部を回遊

➔ 都心臨海部全体での回遊が実現



※来場者数は連携イベントを含む

ロケーション&ミュージックセレクション



CENTRAL FIELD (臨港パーク)

臨港パークでは、入場無料の「CENTRAL FIELD」を開催



【開催日時】

4月3日(金) 12:00~19:30

4月4日(土) 11:00~19:30

4月5日(日) 11:00~19:30

CENTRAL FIELD (臨港パーク)



CENTRAL FIELD (臨港パーク)

横浜グリーンエクスポPRスペース



サステナブルの取組



リソースハブ



卓球ラケットの端材から
作った卓球台



アップサイクルターンテーブル



リニューアルプラカップ

回遊施策のシンボル「やぐら」を桜木町駅前広場に設置



設置期間：3月27日(金)～4月5日(日)

「やぐら」制作のワークショップ（市民参加）

こどもたちが事前にワークショップを通じて作った作品の一部が活用されるなど、市民参加により制作



各会場を繋ぐシティドレッシング（クイーン軸） ※JR桜木町前広場～臨港パーク



各会場を繋ぐシティドレッシング (グランモール軸・キング軸)



ナイトタイムの回遊施策

コスモクロック21の特別演出

実施期間：3月27日(金)～4月5日(日)



花火の打上げ

(YOKOHAMA NIGHT FLOWERS ×
GREEN×EXPO 2027と連携)

実施期間：4月4日(土)・5日(日)



やぐら前での和太鼓演奏

実施期間：4月4日(土)・5日(日)



公式ステッカープレゼントキャンペーン

対象店舗で指定メニュー注文やサービス利用につき、ここでしかもらえない限定ステッカーをプレゼント！



- 期間：3月27日（金）～4月5日（日）
- 対象店舗：154店舗
- ステッカー：5種
（施設・エリアごとに異なるデザイン）
- 実績：約9,500枚を配布
➔市内経済活性化につなげた

【参加施設】

- みなとみらい・桜木町エリア
ランドマークプラザ/クイーンズスクエア横浜/みなとみらい東急スクエア/MARK IS みなとみらい/CIAL桜木町/ニューオータニイン横浜プレミアム
- 新港エリア
横浜赤レンガ倉庫/横浜ワールドポーターズ/横浜ハンマーヘッド
- 中華街・横浜エリア
横浜中華街/スカイビル

親子で楽しめるコンテンツ

大人気キャラクターショー、楽器・スポーツ体験、移動式遊具、キッチンカーなど、子育て世代が親子で楽しめるコンテンツ



次世代育成・市民参加

子どもから大人まで、公募で選ばれた多くの市民の皆様が参加
(出演者総数：170組3,330人 小中高大：30校出演)



横浜らしい公共空間を活用

横浜ならではの海と空の景観を活かし、オープンスペースでのパフォーマンスを実施。



横浜の文化と魅力を発信

横浜ゆかりのアーティストによる質の高い公演を、公共空間で市民の皆様が触れることができる機会を創出



次世代育成プログラム

子どもたちがプロのアーティストから直接指導を受け、プロと共演するステージなど、未来を担う子どもたちへの特別な体験プログラムを実施。

中学校吹奏楽部 × 横浜市消防音楽隊 ワークショップ & コンサート

消防音楽隊が市内中学校吹奏楽部で指導
その成果をLive!横浜で披露
※応募数：18校

【参加者】
6校 416人



「List::X」 × 「Live! 横浜」 スペシャルプログラム

「List::X」の現役Dリーガーが指導
当日は子どもたちがプロダンサーと共演
※応募数：160人

【参加者】
57人 × 3回
延べ171人



雨天のため横浜美術館 レクチャーホール内で実施

民間企業と連携した体験機会の創出



ヤマハミュージックと連携し、
楽器体験やワークショップを実施



【参加者】約4,500人



SONYと連携し、映像・音響技術を
体感できるステージやブースを展開



【来場者】約2,400人

CENTRALとの連携により「特別な機会」を創出

Live！横浜に出演する子どもたちが
CENTRALのステージでパフォーマンス！



計40人が出演

CENTRAL FIELDに
岩崎学園の学生がボランティア参加！



計27人がボラン
ティアで参加

CENTRAL主催のワークショップを開催
子どもたちの作品がシティドレッシングに！



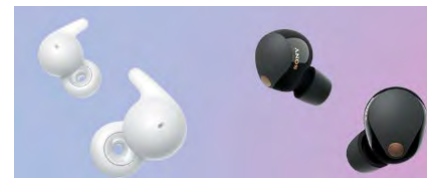
計23人が参加

SONYの最新鋭のデバイスで、視覚障害者の方が
コンサートを楽しめる取組を実施！

ステージや会場の様子を伝える副音声を提供

 AURACAST ×
A BILFIDOTH™ TECHNOLOGY

計12人が参加



来場者アンケート

「Live！横浜」と「CENTRAL」の会場でアンケート調査を実施

実施概要

調査イベント	Live! 横浜 YOKOHAMA	CENTRAL26 MUSIC & ENTERTAINMENT FESTIVAL
調査場所	Live！横浜会場	CENTRAL会場
調査日	4/4(土)～4/5(日)	
回収数	467	544
調査方法	Web回答フォームによる街頭アンケート	

来街者属性

「Live!横浜」には市内ファミリー層、「CENTRAL」には県外若者世代とそれぞれ異なる層が来訪している



Live! 横浜
YOKOHAMA

N=467



CENTRAL26
MUSIC & ENTERTAINMENT FESTIVAL

N=544

1. 横浜市内 (66.4%)

2. 神奈川県外 (18.6%)
3. 横浜市以外の県内 (15.0%)

居住地

1. 40代女性 (15.6%)

2. 50代女性 (13.9%)
3. 10代以下女性 (11.3%)

性年代

1. 家族 (子ども含む) (33.0%)

2. 友人・知人 (20.6%)
3. ひとり (17.8%)

同行者

1. 神奈川県外 (66.4%)

2. 横浜市内 (21.1%)
3. 横浜市以外の県内 (12.5%)

1. 20代男性 (19.3%)

2. 20代女性 (16.4%)
3. 40代女性 (9.9%)

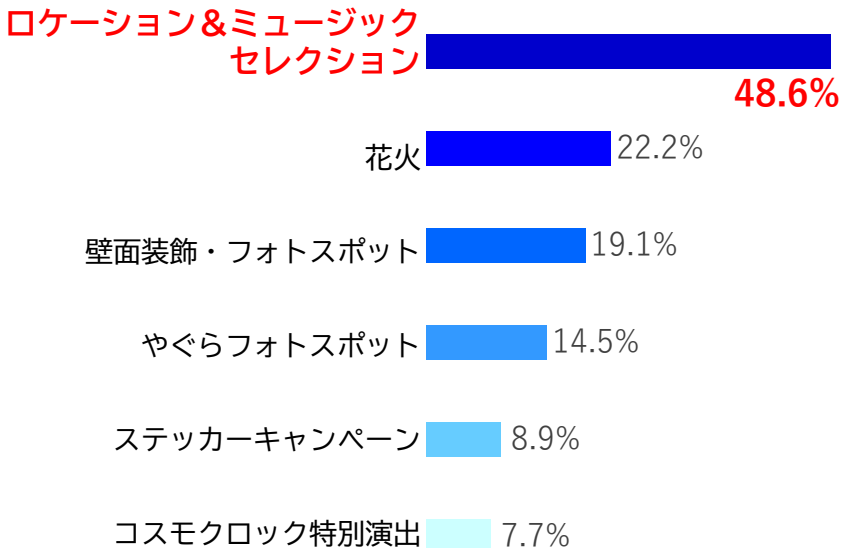
×

1. 友人・知人 (33.5%)

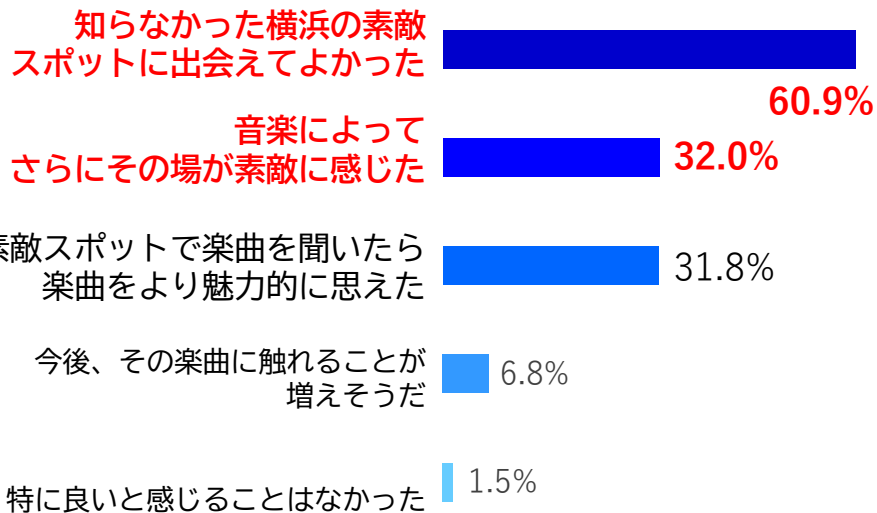
2. ひとり (22.4%)
3. 家族 (子ども含む) (17.3%)

回遊施策で最も人気が高かったのは「ロケーション&ミュージックセレクション」
体験者の多くが「横浜の素敵スポットに出会えた」「さらにその場が素敵に感じた」と回答

参加・観覧した（したい）コンテンツ（複数回答） N=607 ※1



ロケーション&ミュージックセレクションを体験した感想（複数回答） N=86 ※2

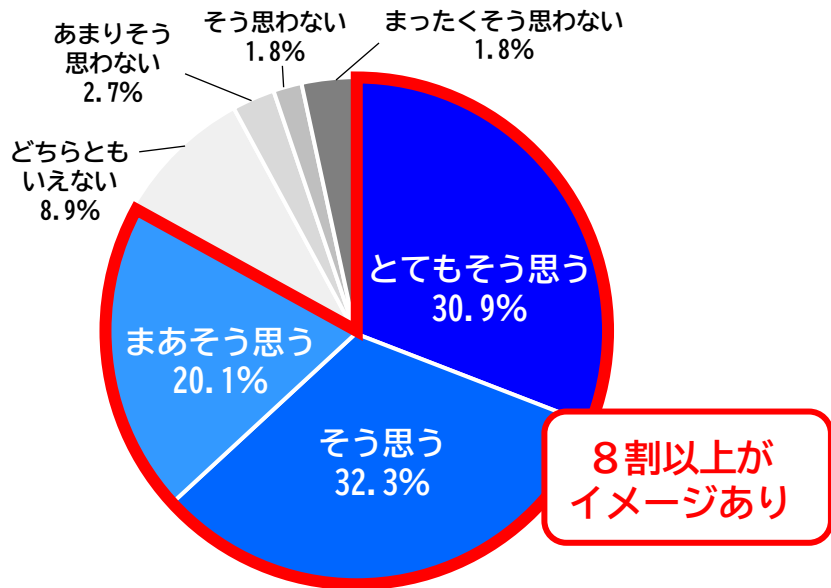


※1 各回遊施策に参加・観覧した（したい）と回答した方を対象に集計

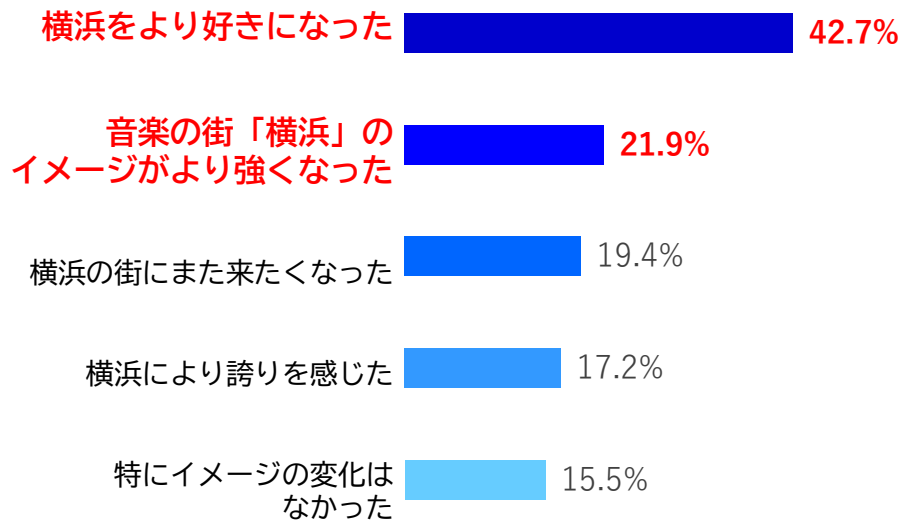
※2 「ロケーション&ミュージックセレクション」を体験したと回答した方を対象に集計

- 横浜のイメージについては8割以上の方が「横浜に音楽の街のイメージがある」
- 多くの方が今回のイベントで「横浜をより好きになった」、「音楽の街「横浜」のイメージがより強くなった」と回答

横浜は「音楽などライブエンターテインメントのイベントでにぎわう都市」のイメージがある N=1011

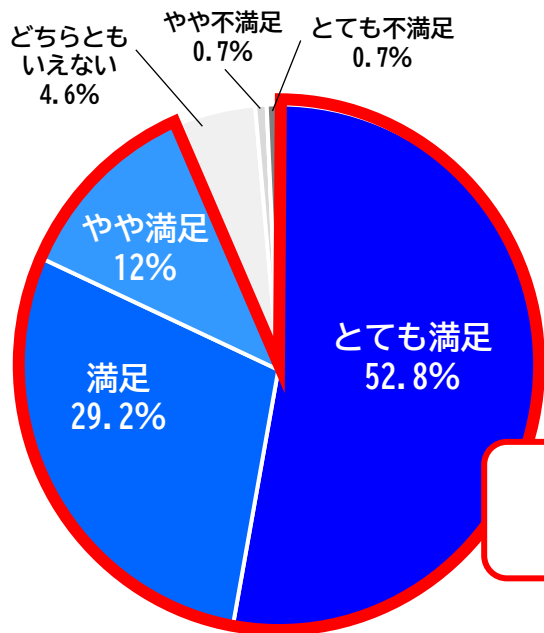


今回のイベントで、横浜に対するイメージはどのように変化したか（複数回答） N=1011



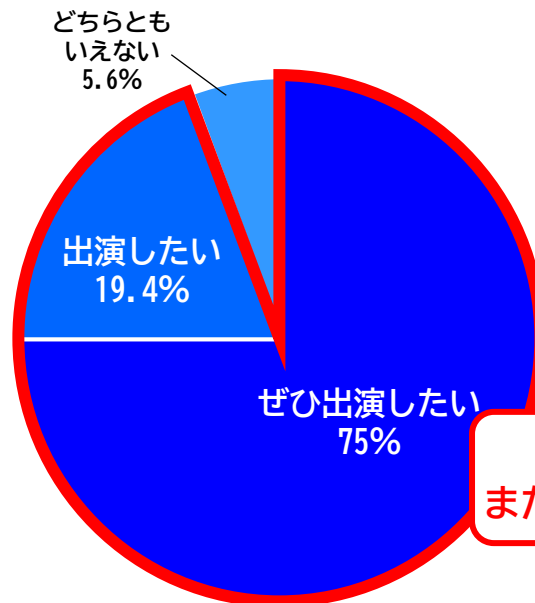
9割以上の出演者が、Live！横浜の出演に「満足」し、「また出演したい」と回答

出演されて感じた満足度をお答えください。 N=284



約94%が満足

また参加したいかをお答えください。 N=284



約94%がまた出演したい

市民出演者の声（出演者アンケートより）

本当に最高の時間でした。
横浜愛がより深まりました。

List::Xスペシャルプログラム・小学生

雨だけ残念でしたが、子どもたちが「今まで生きてきた中で間違いなく一番の思い出だった」と言っていました。宝物の思い出をいただきました。本当に素敵な企画をしてくださり、ありがとうございました。

List::Xスペシャルプログラム・小学生保護者

子供自身すごい自信になったし、ダンスがより好きになりました！色んなダンスにも興味が出て、1日の参加では勿体なかったイベントでした！とにかくいい経験になりました！ありがとうございました！

公募出演者・小学生保護者

音楽だけでこんなに人々と繋がれると知って感動した。

吹奏楽部×消防音楽隊コンサート・中学生

来年も、是非、開催してほしいです！！

公募出演者（ダンス）30代

とても楽しかったし、ためになりました。ありがとうございました。

吹奏楽部×消防音楽隊コンサート参加者・中学生

こんな機会がもっと増えるとよいと思います。開催期間がもう少し長くてもよいかと思いました。

公募出演者（ダンス）30代

Liveという企画に参加でき、**このような企画は、毎年あると音楽の楽しみ方が増えて励みになります！**
大きなイベント開催ありがとうございました！

公募出演者（音楽）・50代

商業施設からの声（ヒアリングによる）

- 多くの施設で、来館者数・売上ともに「増加」傾向
- CENTRALとの同時開催により多くの商業施設からポジティブな意見が寄せられた。

【来館者・売上の傾向】 ※平常週末との比較

複数施設で来館者が約1.3～1.4倍、売上は約1.2～1.3倍に伸長

【施設の声】

- 年度初めの入学式・入社式の季節に、大規模で華やかな音楽イベントがあることはみなとみらい全体のイメージアップにも繋がる
- CENTRALのお客様と思われる方々の来館が多数あった
- 館内でのロケーションミュージックセレクションの実施により、多くのお客様が足を運ばれ集客効果を感じた
- イベントを継続し、更に広くお客様へ認知いただき、地区全体の集客へつなげたい
- ステッカーについては、出演アーティストのデザインが多い方が、集客力が上がると思う