

## 横浜市観光・MICE戦略について

### 1 横浜市観光・MICE戦略策定の目的

観光・MICEの振興により、にぎわいを創り出し、横浜経済を活性化していくためには、オール横浜で将来ビジョンを共有し、持続可能な観光・MICEを推進していく必要があります。

そこで、横浜市が目指す観光・MICEの方向性を示すため、2030年を見据えた戦略を策定します。

### 2 これまでの検討状況

関係団体や事業者の代表者、有識者等から幅広く意見をお聞きするため、「横浜観光MICE戦略ミーティング」を立ち上げ、令和3年度に第1回ミーティング、令和4年度に委員への個別ヒアリングを経て、第2回ミーティングを開催しました。

これまでの委員のご意見も踏まえ、戦略素案では、横浜の多様性あふれる魅力をつなぎ合わせ、回遊性を高めるなど、持続可能な観光・MICEの実現を目指し、4つの戦略にまとめていく予定です。

### 3 第3回横浜観光MICE戦略ミーティング（令和5年5月15日開催）

#### （1）素案策定に向けた検討内容

##### ア 2030年を見据えた目指す姿

市民と共に創り、世界から選ばれるアーバンリゾート

##### イ 基本姿勢

###### （ア）長期的観点

“まち”を創る “ひと”を創る “しくみ”を創る

###### （イ）重視する視点

独自性 経済性 持続性

##### ウ 誘客ターゲット

###### （ア）メインターゲット

旅行消費が高い層

###### （イ）横浜の特長的な誘客ターゲット

横浜の観光資源や強みと合致する層

子育てファミリー層

MICE参加者

クルーズ客

##### エ 目標

2030年観光消費額 5,000億円

## オ 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

- 1 都心臨海部の魅力づくり
- 2 市内各所と連動した魅力づくり
- 3 広域連携の推進
- 4 まちの魅力や価値を高め、発信する

### 戦略2 グローバルMICE都市としての競争力の強化

- 1 MICEの戦略的誘致
- 2 MICEの受入環境整備
- 3 MICE開催による社会的効果の拡大

### 戦略3 市内経済の活性化と人材の充実

- 1 経済波及と地域内経済循環の強化
- 2 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

- 1 地域一体となった推進体制の強化
- 2 SDGs達成に向けた取組の推進

## (2) 委員からの主なご意見

- ・観光とまちづくりを横断的に進め、観光客だけでなく、住む人や働く人にとっても、楽しめる観光政策を目指すべき。
- ・都心臨海部のコンパクト性を生かし、移動手段の充実や公共空間の規制緩和等も進め、周辺の回遊につなげていくことが必要。
- ・MICEはリアル参加をしないと味わえない体験価値を生み出せるかが重要。MICE主催者や参加者を飽きさせない魅力を絶え間なく創ることがポイント。
- ・DMOが観光まちづくりの旗振り役として、柔軟に事業実施できる推進体制が必要。
- ・観光の施策を進めていくうえでは、市民や企業の理解や参画を得ることが重要。
- ・戦略を具体的な取組に移していくことが大事。

## (3) 当日資料

別紙1・2のとおり

## 4 今後の進め方

今後、素案の策定を進め、市民の皆様のご意見を伺ったうえで、令和5年度中の策定を目指します。

# 横浜市観光・MICE戦略

(素案策定に向けた検討資料)

5/15版



## 1 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、新たな潮流を踏まえた観光・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。国内外の旅行者に選ばれ、市民が誇れ、住み続けたい、さらには、訪れた人が住みたい都市の実現を目指して、「横浜市観光・MICE戦略」を策定し、オール横浜で将来ビジョンを共有し、持続可能な観光・MICEを推進します。

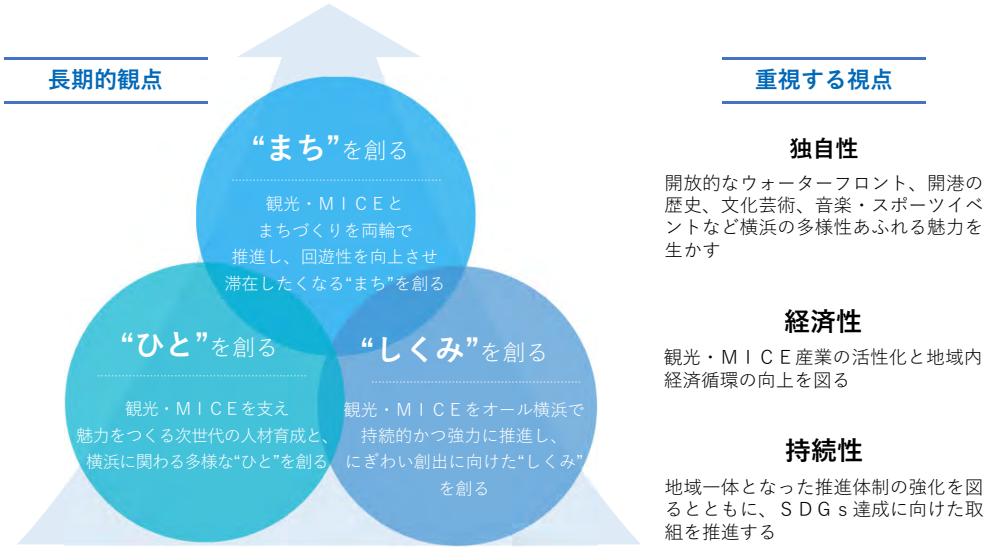
## 2 2030年を見据えた目指す姿

### 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、都会にいなながら癒しやラグジュアリーな滞在や、非日常の高揚感のある体験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などの最新技術を取り入れ、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。

## 3 基本姿勢

### 市民と共に創り、世界から選ばれるアーバンリゾート



## 4 誘客ターゲット

市内経済を活性化するためには、観光・MICEの推進により、観光消費を伸ばす必要があります。国内外の旅行消費が高い層をメインターゲットとしたうえで、横浜の特長的な誘客ターゲットを4つ設定し、これらの誘客ターゲットに合わせたアプローチを行います。

メイン  
ターゲット



### 旅行消費が高い層

横浜観光において、平均以上の消費をする見込みのある層

### 横浜の特長的な誘客ターゲット

#### 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、癒しや非日常等を求める層

#### 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

二世帯、三世帯で観光する旅行者

#### クルーズ客

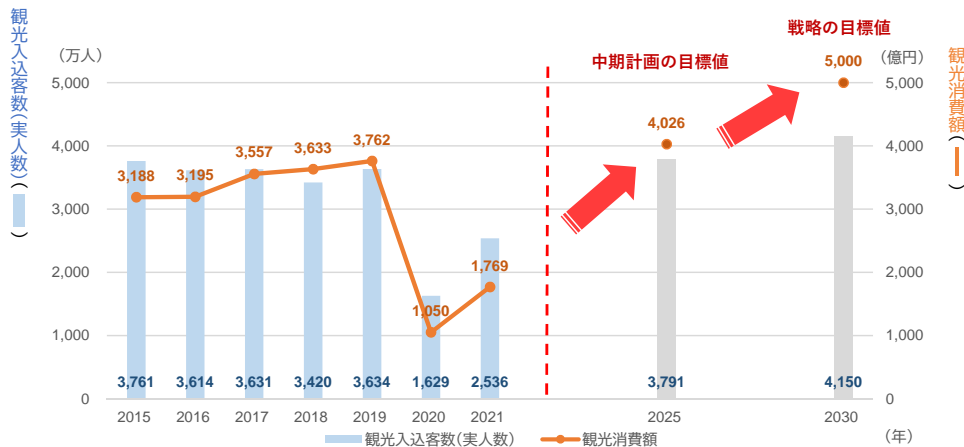
横浜に発着又は寄港するクルーズ船の乗客

## 5 目標

2030年 観光消費額 **5,000** 億円/年 2015～2019年の5か年平均 約3,500億円/年から **4割増**

### 横浜の観光入込客数（実人数）・観光消費額の推移

中期計画（2025年）の目標値である観光消費額4,026億円を通過点とし、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。



出典:横浜市「観光動態消費動向調査」

## 6 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。最初の4年間（2023～2026年度）については、取組事例も紹介します。

- 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。



提供:横浜観光情報

#### 1 都心臨海部の魅力づくり

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を目指し、水上交通はじめ回遊性を高める移動手段の充実、音楽・スポーツ・企業・研究機関などの集積を生かすことで、にぎわいを都心臨海部全体に広がります。また、子どもも大人も安心して楽しめ、何度も訪れたくなるまちとしての魅力向上や、開港の地の歴史や文化が宿る多様な資源を磨き上げ、ストーリー化による横浜ならではの体験価値向上を図ります。

#### 2 市内各所と連動した魅力づくり

市内郊外部の歴史や自然、動物園・水族館、大型スタジアム・アリーナ等、地域ならではの魅力を向上させ、また連動させ、市内回遊につなげます。さらに、2027年の国際園芸博覧会「GREEN×EXPO 2027」によるにぎわいを市内各所に広げ、開催後も上瀬谷エリアに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。

#### 3 広域連携の推進

近隣エリアと横浜の魅力をかけ合わせて体験価値を向上させ、エリア全体の回遊を促進し、宿泊につなげます。また、海外からのゲートウェイとして、訪日旅行者を対象としたマーケティングを行い、国内各地と横浜の魅力をかけ合わせたプロモーションを実施することで、相互の送客につなげます。

#### 4 まちの魅力や価値を高め、発信する

D Xの推進により、マーケティング強化や戦略的な誘客プロモーションの展開、市民と共に横浜ならではの魅力の発信を行い、横浜ファンを増やし、リピート率を高め、観光消費の増加につなげます。また、誰もが快適かつ安心感を持って横浜を楽しむことができるよう、D Xによる滞在環境の更なる向上を図ります。

## 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。



#### 1 MICEの戦略的誘致

経済的効果の高い中大型国際会議や国内医学会議や、都市のプレゼンスやシビックプライド向上につながる政府系国際会議の更なる誘致を進めるとともに、企業ミーティングや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。

#### 2 MICEの受入環境整備

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やテクニカルビジット、アフターコンベンションの充実など、まちぐるみでMICE参加者を受け入れ、回遊させるしくみを構築します。また、関連事業者と連携した受入環境整備やMICE開催地としてのブランディングを推進します。

#### 3 MICE開催による社会的効果の拡大

MICE開催を契機に、市内教育機関との連携や次世代プログラムを提供します。また、市内の企業・大学、研究機関等とMICE参加者・出展者とのマッチングなどによるビジネス機会、イノベーションの創出等、社会的効果の拡大を図ります。

## 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、市内外のよう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。



提供：横浜マラソン組織委員会

## 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。



#### 1 経済波及と地域内経済循環の強化

DXの推進等により、観光・MICE産業の生産性を向上させ、収益の向上や雇用の安定化を図ります。需要予測やニーズ分析を進めて、効果的なプロモーションや、新たなサービスやコンテンツの開発等を促進し、ビジネス機会拡充や高付加価値化による収益拡大につなげます。

また、産官学金の連携を強化し、多様な事業者の新規参入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、地域内調達につなげます。これにより、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。

#### 2 観光・MICEを支える人材の充実

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、観光・MICE産業で活躍する人材の充実を図ります。あわせて、観光・MICEの発展を担う人材の拡充に取り組みるとともに、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。

#### 1 地域一体となった推進体制の強化

DMOが地域のけん引役となり、多様な主体の連携による推進体制の強化を図ります。特に、マーケティング機能やコーディネート機能を強化し、デジタルプラットフォームを構築することで、地域一体となった魅力創出や戦略的な誘客プロモーションを促進します。

また、行政とDMOの連携による災害時等の正確な情報発信の強化や、風評被害等があった際のプロモーション展開等、観光危機管理の仕組みづくりを進めます。あわせて、市民と一体となった観光・MICEを推進するため、市民への情報発信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。

さらに、多様な財源の検討を進め、安定的かつ持続的な財源の確保を行い、DMOの安定的な運営や旅行者へのサービス向上につなげます。

#### 2 SDGs達成に向けた取組の推進

脱炭素等、環境負荷低減の取組を推進するとともに、市民や旅行者が多様な資源や文化を守り育てる機運を醸成します。また、誰もが安心安全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。

あわせて、旅行者やMICE主催者等に対し、SDGsを推進する取組を発信し、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。

# 資料

## 前半4か年の取組事例

### 戦略1

- 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
- ⑧ 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



### 戦略2

- ⑨ MICEの戦略的誘致の加速
- ⑩ アフターコンベンションの充実
- ⑪ 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



提供：パシフィコ横浜

### 戦略3

- ⑫ DXの推進等による観光・MICE産業の生産性向上
- ⑬ 地域内経済循環の強化
- ⑭ 観光・MICEを支える人材の充実



### 戦略4

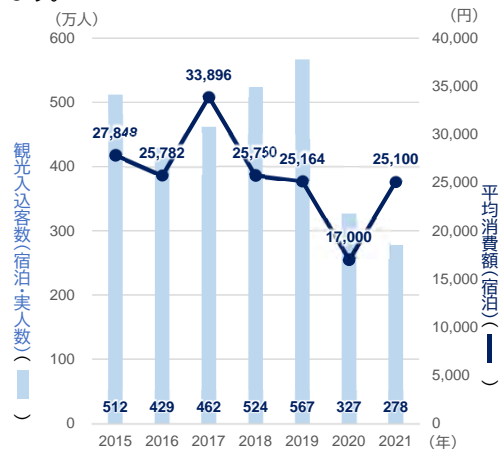
- ⑮ 地域一体となった推進体制の強化
- ⑯ SDGs達成に向けた取組の推進



## データ集 (例)

### ■横浜の観光入込客数・平均消費額の推移 (宿泊)

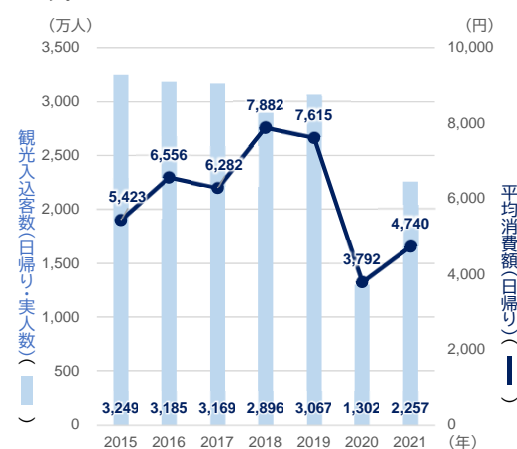
2015年～2019年(5か年)の平均観光入込客数は499万人であり、平均消費額は27,688円となっています。



出典：横浜市「観光動態消費動向調査」

### ■横浜の観光入込客数・平均消費額の推移 (日帰り)

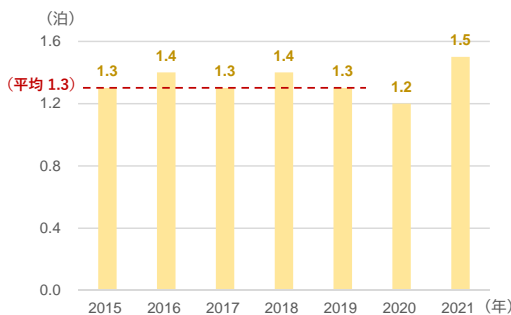
2015年～2019年(5か年)の平均観光入込客数は3,113万人であり、平均消費額は6,752円となっています。



出典：横浜市「観光動態消費動向調査」

### ■横浜の宿泊客の宿泊数

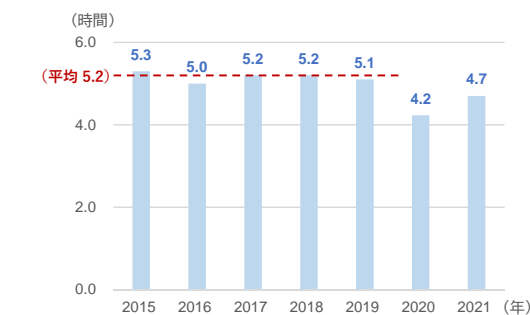
2015年～2019年(5か年)の宿泊客の平均宿泊数は、約1.3泊です。



出典：横浜市「観光動態消費動向調査及び集客実人員調査」

### ■横浜の日帰り客の滞在時間

2015年～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及び集客実人員調査」

## 横浜観光MICE戦略ミーティング 委員名簿

令和5年4月1日時点  
(敬称略・氏名50音順)

分野	役職等	氏名
宿泊事業者	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	青木 宏一郎
国等関係機関	日本政府観光局 理事	遠藤 克己
商工会議所	横浜商工会議所 副会頭 (観光政策委員会委員長)	岡田 伸浩
スポーツ関係者	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	倉田 知己
横浜観光コンベンション・ビューロー	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	栗田 るみ
集客施設	びあ株式会社 執行役員	染谷 誓一
まちづくり関連団体	関内・関外地区活性化協議会 会長	高橋 伸昌
MICE関係者	一般社団法人日本コンベンション協会 代表理事	武内 紀子
R&D企業	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	東條 洋介
学識経験者	國學院大学観光まちづくり学部 学部長・教授	西村 幸夫
パシフィコ横浜	株式会社横浜国際平和会議場 代表取締役社長	林 琢己
横浜港関係者 (物流)	横浜港運協会 会長	藤木 幸太
横浜港関係者 (賑わい)	一般社団法人横浜港振興協会 会長	藤木 幸夫
交通事業者	東日本旅客鉄道株式会社 執行役員 横浜支社長	宮田 久嗣
学識経験者	東洋大学国際観光学部 教授	森下 晶美
文化芸術関係者	株式会社ニッセイ基礎研究所 研究理事	吉本 光宏