

横浜市観光・MICE戦略

～市民と共に創り、世界から選ばれるアーバンリゾートへ～



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くなる、さらには、訪れた人が住みたいくなる都市を目指して、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。



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共に創り上げていきます。

基本姿勢

目指す姿

長期的観点

重視する視点

“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

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

2030年 観光消費額 **5,000** 億円

2015～2019年の5か年平均 3,467億円

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。

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





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として、水上交通等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し、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、にぎわいを都心臨海部全体に広げます。また、多様な資源の磨き上げとストーリー化による横浜ならではの体験価値向上や、子どもも大人も安心して楽しむ、まちとしての魅力向上を図ります。



(右上) 提供: 横浜観光情報

2 市内各所と連動した魅力づくり

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。

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、横浜を拠点とした宿泊につなげます。また、訪日旅行のゲートウェイとして、インバウンド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

DX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、市民ととも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、リピート率を高めます。また、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、DX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、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。



アフリカ開発会議(TICAD)
提供: 外務省

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、回遊させる仕組みを構築します。また、関連事業者と連携した受入環境整備や「MICE開催地横浜」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、市内の企業や大学、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や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の開発等を促進し、ビジネス機会の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むとともに、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。



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。



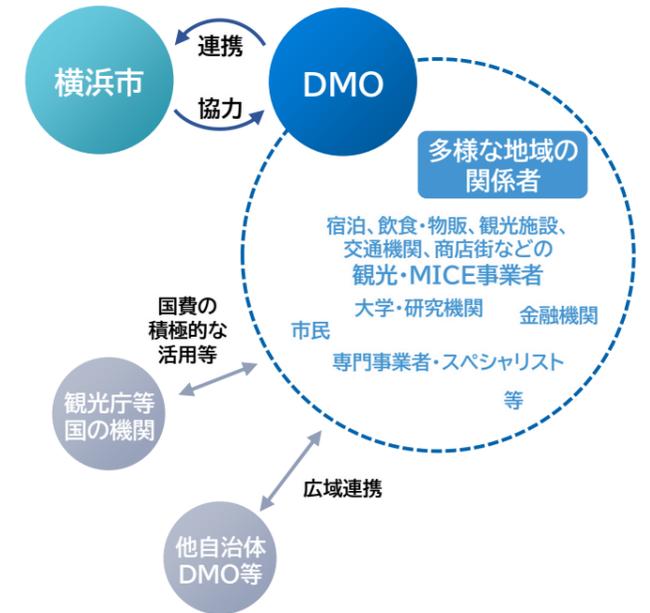
提供:横浜マラソン組織委員会

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、多様な地域の関係者の参画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、旅行者へのサービス向上やDMOの安定的な運営につなげます。



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。



2023～2025年度の取組事例

戦略1

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



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



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



提供:©YDB

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



提供:横浜観光情報

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

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

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)



提供:公益社団法人2027年国際園芸博覧会協会

戦略2

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



提供:パシフィコ横浜

⑨ アフターコンベンションの充実

ユニークバニユ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



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

戦略3

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で、市内経済の更なる活性化を実現



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



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



2023～2025年度の取組事例

戦略4

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

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

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



提供:横浜市スポーツ協会



用語解説

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。

ウェルネス:モノや従来の健康(ヘルス)と区別する目的で1960年代にアメリカで提唱されたもので、国内外の機関により明確に定義されていないが、よりよく生きるための健康維持・増進に向けたライフスタイルのこと。

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。

オープンイノベーション:自らの組織だけでなく、民間企業や大学などの外部の知識・技術・ノウハウを組み合わせ、革新的なビジネスモデルやサービスを生み出すこと。

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。

シビックプライド:市民が都市に対して誇りを持ち、地域を愛し、より良くしていこう、貢献していこうという思い。

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。

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。

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。

ブランディング:他との差別化を図り、多くの人々から好意的な感情を呼び起こす魅力・価値を高める取組。

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。

ユニークバニュー: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。

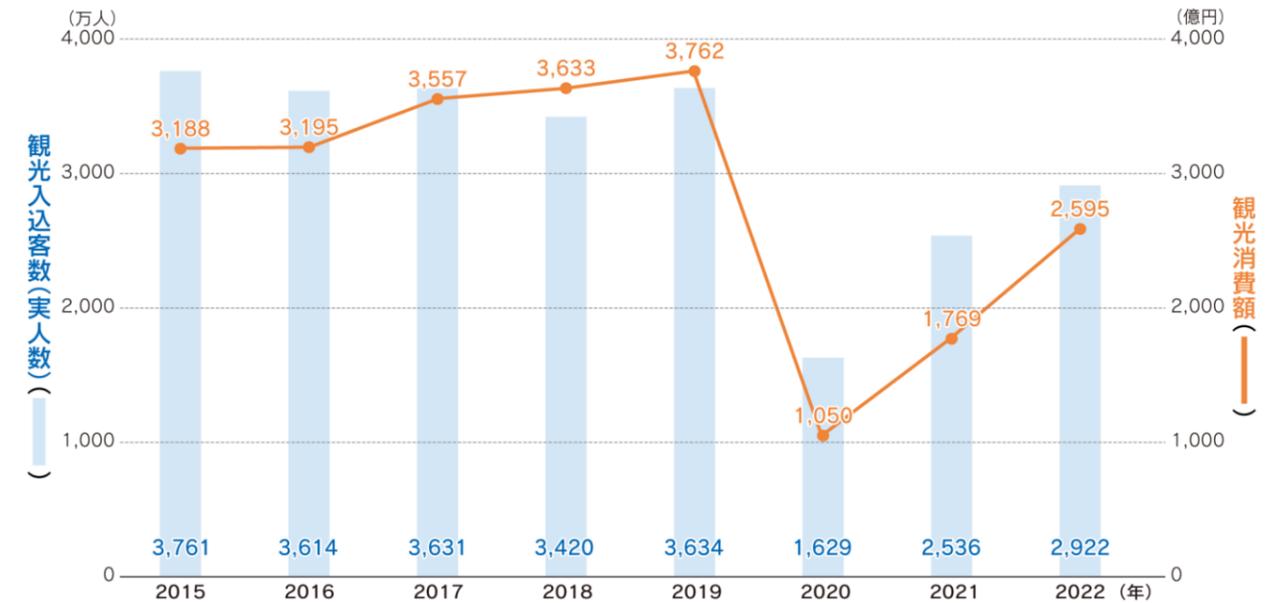
ユニバーサルツーリズム:すべての人が楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行。

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。

データ集

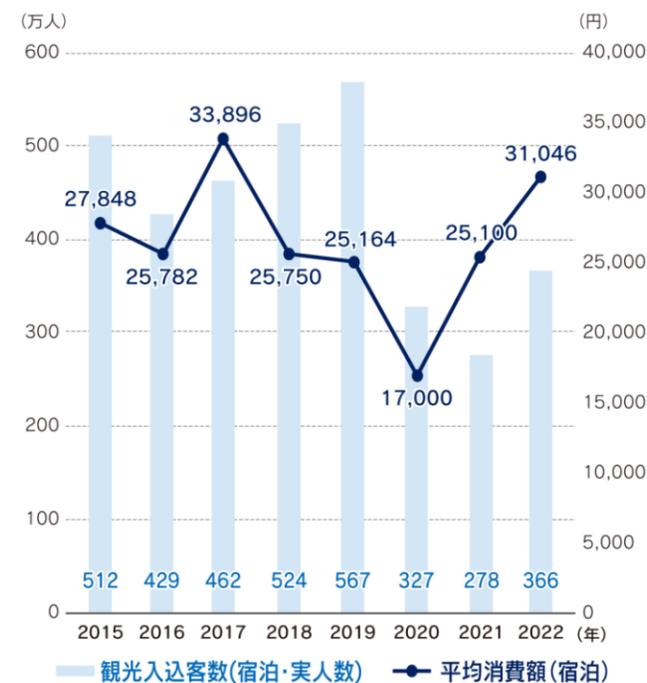
横浜の観光入込客数(実人数)・観光消費額の推移

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。



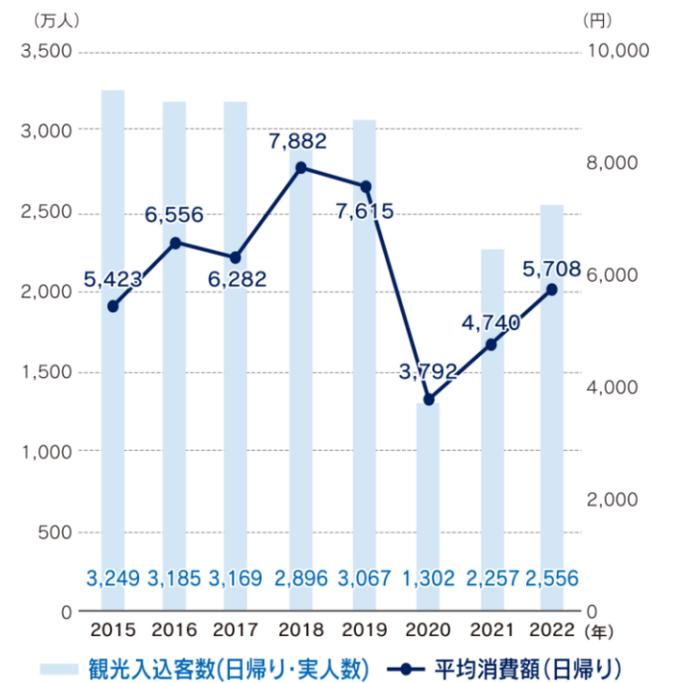
観光入込客数・平均消費額の推移(宿泊)

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。



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」

明日をひらく都市

OPEN × 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