

横浜市に関する意識・生活行動実態調査 報告書

平成23年10月

横浜市文化観光局
横浜魅力づくり室企画課

調査概要

調査概要

1.調査目的

横浜に関する意識や生活行動実態を市内外で調査し、世間での横浜のイメージや各観光施設の認知度等を把握する。

2.調査の概要

■ 調査対象

16歳～79歳の一般男女

■ 調査地域

神奈川県、東京都、埼玉県、千葉県、静岡県

■ 調査の方法

インターネット調査

■ 実施期間

平成23年9月9日(金)～9月15日(木)

■ 調査対象者数 (人)

地域	有効回答数
神奈川県横浜市	2340
神奈川県川崎市	391
神奈川県それ以外	402
東京都	498
千葉県	361
埼玉県	349
静岡県	436
計	4777

<横浜市内訳> (人)

地域	有効回答数
青葉区	161
旭区	114
泉区	139
磯子区	126
神奈川区	130
金沢区	112
港南区	126
港北区	144
栄区	110
瀬谷区	106
都筑区	138
鶴見区	143
戸塚区	141
中区	111
西区	105
保土ヶ谷区	155
緑区	149
南区	130
計	2340

調査概要

3.集計方法

集計にあたっては、各地域の人口構成比に合わせ、データに重み(ウェイト)を付けてクロス集計を実施した。
各地域の重み(ウェイト値)は下記のとおり。

名地域	年齢	母集団数	回収数	ウェイト値	調整後の回答数
青葉区	16-29歳	46427	14	0.506071	7
	30-39歳	46226	21	0.33592	7
	40-49歳	54263	46	0.180018	8
	50-59歳	36292	43	0.128799	6
	60-79歳	56142	37	0.231556	9
旭区	16-29歳	35560	20	0.271332	5
	30-39歳	35238	22	0.244432	5
	40-49歳	36314	30	0.184723	6
	50-59歳	29850	17	0.267957	5
	60-79歳	65031	25	0.396963	10
泉区	16-29歳	21429	14	0.233584	3
	30-39歳	22592	30	0.114922	3
	40-49歳	23131	51	0.069214	4
	50-59歳	18107	25	0.110529	3
	60-79歳	38905	19	0.312479	6
磯子区	16-29歳	23137	12	0.294233	4
	30-39歳	23944	34	0.10747	4
	40-49歳	23043	39	0.090166	4
	50-59歳	19786	26	0.116133	3
	60-79歳	41224	15	0.4194	6
神奈川区	16-29歳	36472	10	0.556588	6
	30-39歳	38852	36	0.164695	6
	40-49歳	35160	42	0.127752	5
	50-59歳	26093	25	0.159277	4
	60-79歳	47507	17	0.42646	7
金沢区	16-29歳	30201	12	0.384064	5
	30-39歳	28603	11	0.396815	4
	40-49歳	29273	33	0.13537	4
	50-59歳	26236	26	0.15399	4
	60-79歳	51838	30	0.263692	8
港南区	16-29歳	31166	12	0.396339	5
	30-39歳	32025	15	0.325812	5
	40-49歳	33256	39	0.130129	5
	50-59歳	26455	23	0.175529	4
	60-79歳	56063	37	0.23123	9
港北区	16-29歳	53503	12	0.680405	8
	30-39歳	59417	31	0.292495	9
	40-49歳	52680	46	0.174766	8
	50-59歳	35912	31	0.176786	5
	60-79歳	61074	24	0.388342	9
栄区	16-29歳	16462	12	0.209351	3
	30-39歳	18870	26	0.110756	3
	40-49歳	17699	35	0.07717	3
	50-59歳	13875	19	0.111442	2
	60-79歳	34589	18	0.293248	5

名地域	年齢	母集団数	回収数	ウェイト値	調整後の回答数
瀬谷区	16-29歳	17973	7	0.39182	3
	30-39歳	18761	34	0.084207	3
	40-49歳	18584	39	0.072718	3
	50-59歳	13937	15	0.141791	2
	60-79歳	31004	11	0.430125	5
都筑区	16-29歳	29765	26	0.174705	5
	30-39歳	33668	24	0.21408	5
	40-49歳	38296	38	0.153794	6
	50-59歳	22036	32	0.105088	3
	60-79歳	30917	18	0.262116	5
鶴見区	16-29歳	41859	24	0.266161	6
	30-39歳	46128	38	0.185247	7
	40-49歳	40802	44	0.141514	6
	50-59歳	32152	21	0.233646	5
	60-79歳	56988	16	0.543542	9
戸塚区	16-29歳	38716	23	0.256884	6
	30-39歳	43640	25	0.266388	7
	40-49歳	41535	31	0.204466	6
	50-59歳	31323	31	0.154195	5
	60-79歳	63171	31	0.310975	10
中区	16-29歳	16934	9	0.287135	3
	30-39歳	20621	26	0.121034	3
	40-49歳	23018	46	0.076362	4
	50-59歳	17004	23	0.112822	3
	60-79歳	32300	7	0.704164	5
西区	16-29歳	14051	9	0.238257	2
	30-39歳	17683	36	0.074959	3
	40-49歳	14979	43	0.05316	2
	50-59歳	10363	10	0.158145	2
	60-79歳	18496	7	0.403227	3
保土ヶ谷区	16-29歳	29729	24	0.189031	5
	30-39歳	29056	29	0.1529	4
	40-49歳	31022	57	0.083055	5
	50-59歳	24330	33	0.112512	4
	60-79歳	48864	12	0.621408	7
緑区	16-29歳	26064	20	0.198872	4
	30-39歳	27840	32	0.132767	4
	40-49歳	27361	62	0.067346	4
	50-59歳	20174	20	0.153933	3
	60-79歳	38330	15	0.389957	6
南区	16-29歳	27398	14	0.298644	4
	30-39歳	28550	35	0.124482	4
	40-49歳	28911	38	0.116104	4
	50-59歳	24146	25	0.147392	4
	60-79歳	49429	18	0.419062	8

調査概要

3.集計方法(つづき)

各地域の重み(ウェイト)は下記のとおり。

地域名	年齢	母集団数	回収数	ウェイト値	ウェイト調整後の回答数
神奈川県 川崎市	16-29歳	231074	78	0.452091297	35
	30-39歳	253097	66	0.585210828	39
	40-49歳	220365	83	0.405166768	34
	50-59歳	153378	99	0.236427052	23
	60-79歳	268273	65	0.629843861	41
神奈川県 外県 それ 以	16-29歳	567066	96	0.901428975	87
	30-39歳	580936	47	1.886252044	89
	40-49歳	560741	69	1.240173686	86
	50-59歳	465772	67	1.060883917	71
	60-79歳	968357	123	1.20143333	148
東京都	16-29歳	2014873	168	1.830238136	307
	30-39歳	2149147	56	5.856624583	328
	40-49歳	1935730	65	4.544652858	295
	50-59歳	1445200	54	4.084166928	221
	60-79歳	2828551	155	2.78484871	432
千葉県	16-29歳	916669	85	1.645746745	140
	30-39歳	932947	65	2.190346923	142
	40-49歳	859265	49	2.676087648	131
	50-59歳	755250	60	1.920917773	115
	60-79歳	1513420	102	2.264271959	231
埼玉県	16-29歳	1073236	86	1.904434993	164
	30-39歳	1091533	54	3.084696221	167
	40-49歳	1012623	45	3.434033795	155
	50-59歳	876765	68	1.967630669	134
	60-79歳	1740446	96	2.766677966	266
静岡県	16-29歳	529953	33	2.450713496	81
	30-39歳	509585	124	0.627139625	78
	40-49歳	487362	128	0.581046628	74
	50-59歳	482689	85	0.866598169	74
	60-79歳	950867	66	2.198594469	145

調査結果のまとめ

調査結果のまとめ

I. 回答者属性

- ・ 横浜とのかかわり方は、横浜市居住経験者は神奈川県内で2割、県外で1割前後を占める。
- ・ 1年以内での来訪経験は、県内で6割、県外で2割～4割台。

II-1. 横浜市の目的別来訪状況

- ・ 横浜市への来訪比率が高い目的は買い物、食事、街並み・景観となった。(図表1)
- ・ 頻度別にみると、ひと月に1回以上では買い物関連で1割程度。2～3ヶ月に1回程度では買い物以外にも、食事と景観を楽しむ目的での来訪が1割程度となる。1年に1回以上になると買い物、食事、景観関連でいずれも2～3割の訪問比率となる。(図表1)

図表1

	(%)			
	1ヶ月に1回以上	2-3ヶ月に1回以上	半年に1回以上	1年に1回以上
仕事・業務	6.9	10.0	13.2	16.6
学校	1.1	1.4	1.6	2.1
買い物	11.9	19.1	28.6	39.0
昼間の食事	8.0	14.1	22.5	32.5
夜の食事・飲み会	6.3	11.6	18.1	26.1
スポーツをする・ スポーツ観戦	2.2	4.0	6.8	10.3
街並み・景観を楽しむ	5.2	11.1	19.8	32.7
夜景を楽しむ	3.7	7.0	13.0	21.7
名所や旧跡をめぐる	2.6	5.4	9.7	18.7
テーマパーク・ 動物園など娯楽施設	2.1	4.7	9.7	16.8
百貨店、商店街など 商業施設	9.2	15.2	22.5	31.5
美術館、博物館など 文化施設	2.2	5.0	9.5	16.1
イベント	2.4	5.4	10.0	18.7
お祭り	1.0	2.7	5.1	9.5
観劇・コンサート・ オペラ・ミュージカル	1.6	3.6	7.7	12.5
親戚・友人・知人を訪問	4.3	8.5	13.4	18.4
温泉・マッサージ・ スパ・エステ	1.5	2.4	4.1	5.5

※上位の項目に色付け

調査結果のまとめ

II-1. 横浜市の目的別来訪状況（つづき）

・属性別の傾向：

－買い物は男女とも20代で高いが目立つ。（図表2）

－2・3ヶ月に1回以上について地域別で見ると、横浜市内からの来訪がもっとも多く、買い物関連で市内からは6～7割だが、県内からは3～4割と半分程度、県外では1割にも満たない。

また、食事関連も同様の傾向で、買い物ほど県内、県外から来ていない。（図表3）

－街並み・景観・夜景は横浜市内で比率高く、県内・県外は総じて低い。（図表3）

図表2

<2-3ヶ月に1回以上計>	全体値	男性							女性						
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
仕事・業務	10.0	1.2	13.1	19.5	18.5	21.0	12.4	11.1	6.8	8.7	6.8	4.9	2.9	2.6	0.5
学校	1.4	7.2	4.9	1.1	0.6	0.1	0.4	0.9	13.3	3.2	0.3	0.5	0.3	0.0	2.1
買い物	19.1	15.4	26.9	24.2	16.5	16.7	15.9	21.8	14.3	26.3	19.9	18.8	17.4	17.4	7.9
昼間の食事	14.1	10.8	15.7	12.3	11.6	12.5	14.8	16.4	13.0	16.0	12.4	14.6	16.5	15.9	11.8
夜の食事・飲み会	11.6	16.9	24.3	16.5	9.4	13.3	13.8	14.4	9.6	17.3	9.8	8.5	5.0	7.2	0.8
スポーツをする・スポーツ観戦	4.0	4.1	9.6	11.6	3.2	5.5	3.0	2.0	4.2	4.7	1.5	3.6	1.5	2.6	2.2
街並み・景観を楽しむ	11.1	14.1	17.1	14.3	8.5	11.0	9.6	11.9	11.7	12.5	12.4	9.0	9.7	12.2	4.6
夜景を楽しむ	7.0	3.2	15.3	11.7	6.2	4.3	5.2	8.1	7.5	10.1	8.3	3.4	4.2	7.7	2.0
名所や旧跡をめぐる	5.4	2.6	10.8	9.0	5.5	4.4	6.2	7.0	6.2	5.5	4.5	1.6	4.5	5.1	2.7
テーマパーク・動物園など娯楽施設	4.7	0.5	6.3	6.3	5.4	3.6	4.0	3.7	6.6	7.3	6.1	3.6	2.6	4.3	2.3
百貨店・商店街など商業施設	15.2	8.3	18.2	17.0	13.5	10.7	14.6	18.2	12.1	19.8	15.2	15.3	13.9	17.8	10.2
美術館・博物館など文化施設	5.0	0.6	7.3	5.0	3.8	4.9	6.0	7.5	9.6	4.8	3.8	2.5	3.4	8.3	4.0
イベント	5.4	0.9	9.0	8.2	4.0	3.3	6.3	6.3	10.2	7.7	4.4	3.0	3.5	5.8	2.3
お祭り	2.7	0.5	6.1	3.3	2.8	2.0	3.6	2.2	4.1	4.1	2.7	0.6	2.4	2.5	0.2
観劇・コンサート・オペラ・ミュージカル	3.6	1.0	5.2	3.6	3.1	2.4	3.9	5.8	7.2	4.0	4.6	1.2	4.8	3.4	0.7
親戚・友人・知人を訪問	8.5	14.1	12.9	8.8	5.9	6.8	8.9	8.4	10.5	10.5	8.1	5.7	8.8	10.7	6.4
温泉・マッサージ・スパ・エステ	2.4	0.3	3.3	4.3	2.3	3.6	1.4	1.8	1.1	4.4	2.4	1.6	1.6	2.0	0.0

※全体値より6ポイント以上高いものに色づけ

図表3

Q5.横浜には、「どんな目的」で、「どのくらいの頻度」で行きますか。

(%)

<2-3ヶ月に1回以上計>	全体値	横浜市内	神奈川県内	神奈川県外
仕事・業務	10.0	27.9	15.5	6.6
学校	1.4	4.9	1.2	1.1
買い物	19.1	75.0	38.3	8.3
昼間の食事	14.1	53.9	22.9	7.4
夜の食事・飲み会	11.6	44.1	15.9	6.7
スポーツをする・スポーツ観戦	4.0	14.9	4.9	2.5
街並み・景観を楽しむ	11.1	39.4	16.4	6.5
夜景を楽しむ	7.0	24.1	8.0	4.7
名所や旧跡をめぐる	5.4	18.4	6.0	3.5
テーマパーク・動物園など娯楽施設	4.7	17.3	6.8	2.7
百貨店・商店街など商業施設	15.2	64.9	29.9	6.1
美術館・博物館など文化施設	5.0	17.7	7.9	2.9
イベント	5.4	19.3	7.5	3.2
お祭り	2.7	8.8	2.9	2.0
観劇・コンサート・オペラ・ミュージカル	3.6	11.0	5.0	2.6
親戚・友人・知人を訪問	8.5	23.4	11.6	6.0
温泉・マッサージ・スパ・エステ	2.4	12.1	2.6	1.1

※グリーンは上位、赤は5%以下に色づけ

調査結果のまとめ

II-2, 3, 4 横浜市の施設やイベントの現状と今後

<施設>

- ・ 現状としての認知状況と来訪状況をみると、施設の認知が高い施設ほど来訪率も高く上位の施設は同じ。(図表4, 5)
- ・ みなとみらいホールでは認知率が8割と高いが、来訪率は2割台に留まり、ギャップが最も大きい。(図表4, 5)

図表4

順位	施設名	認知率 (%)
1	横浜・八景島シーパラダイス	96.7
2	山下公園	95.7
3	横浜赤レンガ倉庫	95.0
4	横浜ランドマークタワー	94.9
5	横浜マリンタワー	86.3
6	横浜みなとみらいホール	80.0
7	横浜国際平和会議場(パシフィコ横浜)	79.3
8	横浜港大さん橋国際客船ターミナル	68.3
9	三溪園	67.3
10	よこはまコスモワールド	64.9
11	神奈川県民ホール	60.4
12	横浜美術館	56.8
13	山手西洋館群	49.0
14	横浜能楽堂	33.8
15	神奈川芸術劇場(KAAT)	33.7
16	横浜にぎわい座	28.0

※赤枠は50%以下

図表5

順位	施設名	来訪率 (%)
1	山下公園	67.4
2	横浜ランドマークタワー	51.6
3	横浜赤レンガ倉庫	50.6
4	横浜・八景島シーパラダイス	44.1
5	横浜マリンタワー	36.8
6	横浜港大さん橋国際客船ターミナル	33.6
7	横浜国際平和会議場(パシフィコ横浜)	30.6
8	三溪園	26.2
9	よこはまコスモワールド	24.9
10	横浜みなとみらいホール	23.0
11	神奈川県民ホール	19.6
12	山手西洋館群	18.8
13	横浜美術館	18.5
14	神奈川芸術劇場(KAAT)	3.5
15	横浜能楽堂	3.3
16	横浜にぎわい座	2.8

※赤枠は25%以下

- ・ 今後の潜在的な意向をみると、来訪者の推奨率では三溪園と山手西洋館群、横浜美術館が高い。いずれも認知率、来訪率ともにさほど上位ではないが、来訪経験により評価が高まる施設といえる。(図表6)
- ・ 未訪問者の来訪意向では上位4施設までは認知率も高い施設が並んだ。(図表7)
- ・ 属性別の傾向：推奨率、来訪意向ともに地域差はあまりない

図表6

順位	施設名	推奨率 (%)
1	三溪園	84.4
2	山手西洋館群	83.9
3	横浜美術館	78.2
4	横浜・八景島シーパラダイス	75.5
5	横浜赤レンガ倉庫	74.6
6	横浜にぎわい座	74.4
7	山下公園	73.7
8	横浜ランドマークタワー	72.1
9	横浜港大さん橋国際客船ターミナル	68.9
10	横浜能楽堂	65.4
11	神奈川芸術劇場(KAAT)	62.6
12	よこはまコスモワールド	60.4
13	横浜マリンタワー	57.5
14	横浜みなとみらいホール	56.8
15	神奈川県民ホール	40.7
16	横浜国際平和会議場(パシフィコ横浜)	40.1

※赤枠は50%以下

図表7

順位	施設名	今後来訪意向 (%)
1	横浜・八景島シーパラダイス	62.1
2	横浜赤レンガ倉庫	56.1
3	横浜ランドマークタワー	48.4
4	山下公園	45.7
5	三溪園	42.2
6	横浜マリンタワー	39.1
7	横浜美術館	34.0
8	山手西洋館群	33.7
9	横浜港大さん橋国際客船ターミナル	32.8
10	よこはまコスモワールド	24.7
11	横浜みなとみらいホール	22.3
12	横浜能楽堂	20.9
13	横浜にぎわい座	20.1
14	神奈川芸術劇場(KAAT)	19.1
15	横浜国際平和会議場(パシフィコ横浜)	18.2
16	神奈川県民ホール	11.2

※赤枠は25%以下

※各比率の説明

—認知率：「ここ1年以内に行ったことがある」、「1年以上前に行ったことがある」、「見聞きしてどんなところか知っている」、「どのあたりにあるか知っている」、「名前だけは聞いたことがある」と回答した比率。

—来訪率：「ここ1年以内に行ったことがある」、「1年以上前に行ったことがある」と回答した比率。

—推奨率：来訪した人が「ぜひ薦めたい」、「薦めたい」と回答した比率。

—今後來訪意向：来訪した経験がない人が「ぜひ行ってみたい」、「行ってみたい」と回答した比率。

調査結果のまとめ

II-2, 3, 4. 横浜市の施設やイベントの現状と今後 (つづき)

<施設>

- ・ 属性別の傾向：

ー八景島シーパラダイスは男女とも30-40代で来訪経験多く、市内・県内の来訪率が高い。(図表8、9)

ーマリントワーは他施設と比べ突出して20代が低く、他年代との差が目立つ。ほかに、横浜港大さん橋、三溪園、山手西洋館群も若めの世代で来訪率が低い。逆に60代ではテーマパーク関連(八景島シーパラダイス、よこはまコスモワールド)が低い。(図表8)

ー市内の来訪率をもっとも高いが、上位4施設については県内からも半数以上で来訪経験がある。トップの山下公園は県外からも6割超が来訪経験あり。(図表9)

図表8

<来訪率>	全体値	男性								女性							
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上		
山下公園	67.4	30.3	45.7	57.4	72.2	69.8	70.4	70.6	26.3	57.1	69.2	79.9	81.4	81.3	70.4		
横浜ランドマークタワー	51.6	34.3	37.8	50.9	55.8	53.5	50.3	51.1	22.0	46.5	61.1	63.0	52.7	55.3	41.7		
横浜赤レンガ倉庫	50.6	35.8	45.5	50.9	48.0	47.9	42.9	47.4	40.8	62.4	56.0	57.5	51.9	50.4	48.0		
横浜・八景島シーパラダイス	44.1	20.4	41.7	47.2	46.0	40.8	35.5	32.0	30.4	48.5	60.4	61.2	42.5	36.0	31.9		
横浜マリントワー	36.8	14.7	19.1	29.3	40.9	46.8	44.6	42.1	16.4	17.0	34.2	46.7	47.2	41.4	41.7		
横浜港大さん橋国際客船ターミナル	33.6	18.9	17.6	29.2	34.4	37.1	42.7	44.4	8.2	25.8	29.4	40.1	35.6	39.8	39.6		
横浜国際平和会議場(パシフィコ横浜)	30.6	18.6	26.8	30.8	41.8	39.4	36.1	31.0	12.0	26.0	30.7	34.3	30.4	23.5	14.5		
三溪園	26.2	0.3	7.3	14.8	22.8	25.1	38.0	51.8	1.8	8.5	16.0	25.5	35.6	49.8	50.8		
よこはまコスモワールド	24.9	9.4	25.2	24.2	33.1	24.1	9.8	10.5	17.4	37.0	42.0	38.1	22.3	12.6	8.1		
横浜みなとみらいホール	23.0	12.1	11.3	19.4	15.8	25.8	26.8	34.3	7.8	16.5	19.1	22.3	34.5	35.5	24.4		
神奈川県民ホール	19.6	11.4	9.8	12.0	21.3	24.2	20.1	25.4	6.4	13.5	17.9	27.4	23.8	25.6	15.2		
山手西洋館群	18.8	2.2	5.4	9.9	17.5	22.3	25.1	22.3	3.1	10.8	17.5	22.1	23.7	31.2	26.5		
横浜美術館	18.5	2.7	11.1	14.9	17.3	16.1	19.6	25.3	6.7	13.5	17.7	23.7	22.3	24.3	30.6		
神奈川芸術劇場(KAAT)	3.5	0.3	2.3	2.9	3.1	2.8	3.9	6.6	5.0	2.9	1.1	3.0	4.1	4.8	7.4		
横浜能楽堂	3.3	0.5	3.3	2.1	3.0	4.1	4.0	5.5	2.7	4.0	0.9	2.8	3.9	4.3	5.2		
横浜にぎわい座	2.8	0.0	3.6	2.6	2.0	3.3	3.3	5.7	1.7	2.5	1.2	2.3	4.1	2.0	3.7		

※全体値より15ポイント以上低いものに色づけ

図表9

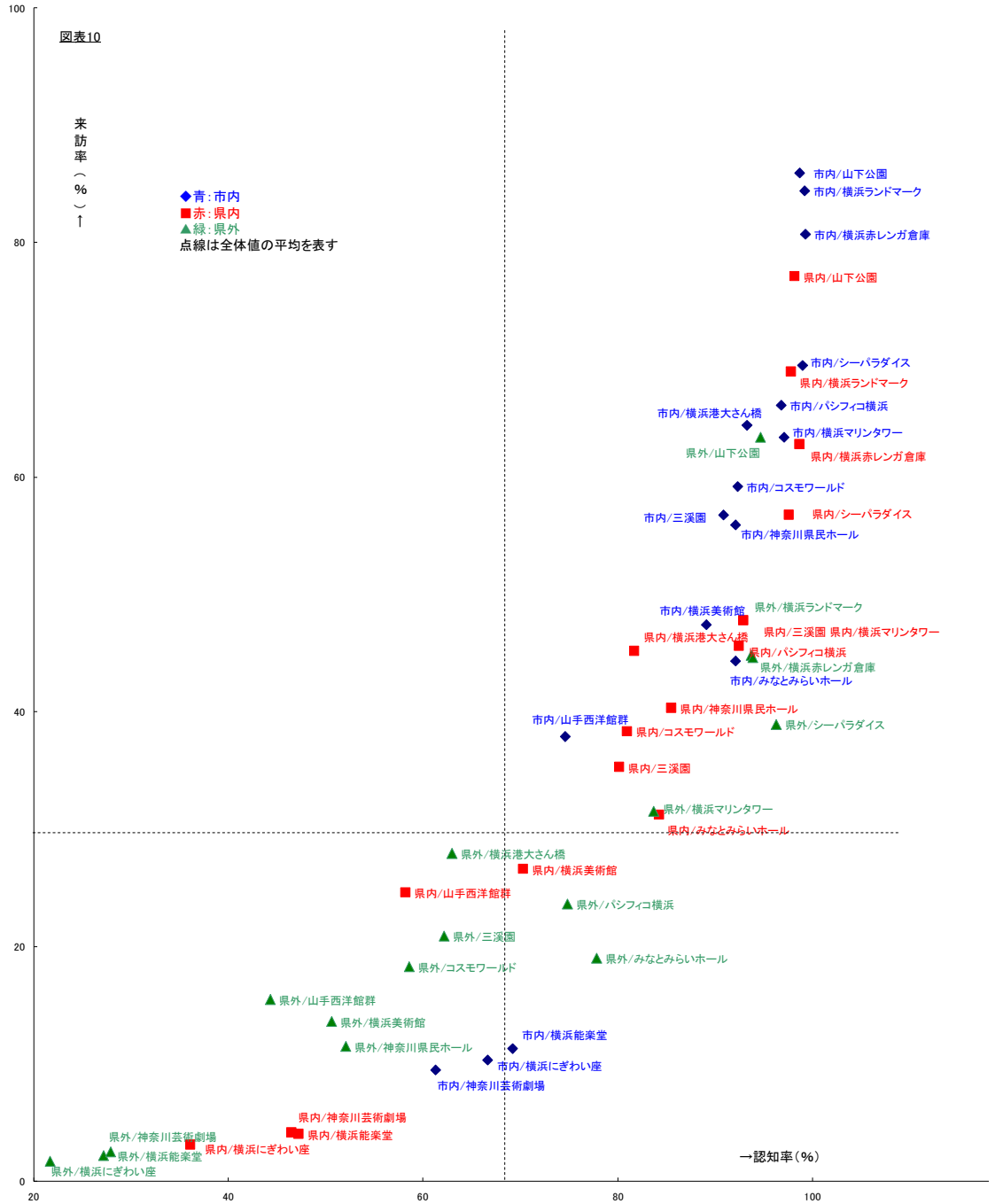
<来訪率>	全体値	横浜市内	神奈川県内	神奈川県外
山下公園	67.4	85.9	77.1	63.4
横浜ランドマークタワー	51.6	84.4	69.0	44.6
横浜赤レンガ倉庫	50.6	80.7	62.8	44.8
横浜・八景島シーパラダイス	44.1	69.5	56.8	38.9
横浜マリントワー	36.8	63.4	47.8	31.5
横浜港大さん橋国際客船ターミナル	33.6	64.4	45.2	27.9
横浜国際平和会議場(パシフィコ横浜)	30.6	66.1	45.6	23.6
三溪園	26.2	56.8	35.3	20.9
よこはまコスモワールド	24.9	59.2	38.3	18.3
横浜みなとみらいホール	23.0	44.3	31.2	19.0
神奈川県民ホール	19.6	55.9	40.3	11.5
山手西洋館群	18.8	37.9	24.6	15.5
横浜美術館	18.5	47.4	26.6	13.6
神奈川芸術劇場(KAAT)	3.5	9.5	4.1	2.5
横浜能楽堂	3.3	11.3	4.0	2.2
横浜にぎわい座	2.8	10.3	3.1	1.7

※50%超の項目に色づけ

調査結果のまとめ

II-2, 3, 4. 横浜市の施設やイベントの現状と今後 (つづき)

<施設>



調査結果のまとめ

II-2, 3, 4. 横浜市の施設やイベントの現状と今後 (続き)

<イベント>

- ・ 認知率はスポーツ関連 (プロ野球、マラソン、サッカー) と港や中華街にまつわるイベントが上位5位に並んだ。来訪率は施設ほど高くなく、最も高いものでも2割程度に留まる。(図表11, 12)

図表11

順位	イベント名	(%) 認知率
1	プロ野球観戦	74.2
2	横浜国際女子マラソン大会	64.8
3	横浜開港祭	64.5
4	春節、媽祖誕、關帝誕などの中華街でのイベント	59.4
5	プロサッカー観戦	54.3
6	みなとみらい、野毛、伊勢佐木町などでの大道芸イベント	49.6
7	神奈川新聞花火大会	39.9
8	ワールドフェスタ・ヨコハマ	31.7
8	ザよこはまパレード(国際仮装行列)	31.7
10	横浜トリエンナーレ	29.0
11	横濱JAZZ PROMNADE	27.0
12	横浜フランス月間	19.3
13	横浜オクトーバーフェスト	17.8
14	アフリカン・フェスタ	16.6
14	横浜セントラルタウンフェスティバル「Y152」	15.9
16	アロハヨコハマ	14.3

※赤枠は50%以下

図表12

順位	イベント名	(%) 来訪率
1	プロ野球観戦	20.8
2	神奈川新聞花火大会	12.3
3	春節、媽祖誕、關帝誕などの中華街でのイベント	11.8
4	横浜開港祭	10.8
5	みなとみらい、野毛、伊勢佐木町などでの大道芸イベント	10.7
6	プロサッカー観戦	8.4
7	ザよこはまパレード(国際仮装行列)	5.9
8	横浜トリエンナーレ	3.6
9	ワールドフェスタ・ヨコハマ	3.2
10	横浜国際女子マラソン大会	2.7
11	横浜オクトーバーフェスト	2.2
12	横濱JAZZ PROMNADE	1.8
13	アフリカン・フェスタ	1.6
14	アロハヨコハマ	1.4
14	横浜フランス月間	1.4
16	横浜セントラルタウンフェスティバル「Y152」	1.1

※赤枠は10%以下

- ・ 来訪者の推奨意向では神奈川新聞花火大会、中華街イベント以外は、来訪経験者が少ないものが上位にあがった。来訪未経験者の来訪意向では中華街イベント、開港祭と認知率が高いものが上位2位、次いで神奈川新聞花火大会、大道芸が3割台にあがった。(図表13, 14)

図表13

順位	イベント名	(%) 推奨率
1	横浜フランス月間	86.2
2	神奈川新聞花火大会	84.7
3	横濱JAZZ PROMNADE	80.9
4	横浜オクトーバーフェスト	80.7
5	ワールドフェスタ・ヨコハマ	80.3
6	春節、媽祖誕、關帝誕などの中華街でのイベント	79.9
7	横浜セントラルタウンフェスティバル「Y152」	78.9
8	横浜開港祭	74.9
9	ザよこはまパレード(国際仮装行列)	73.3
10	アロハヨコハマ	73.0
11	みなとみらい、野毛、伊勢佐木町などでの大道芸イベント	71.4
12	横浜トリエンナーレ	71.3
13	アフリカン・フェスタ	70.7
14	プロサッカー観戦	66.1
15	横浜国際女子マラソン大会	58.1
16	プロ野球観戦	52.7

図表14

順位	イベント名	(%) 今後 来訪意向
1	春節、媽祖誕、關帝誕などの中華街でのイベント	38.6
2	横浜開港祭	36.2
3	神奈川新聞花火大会	35.1
4	みなとみらい、野毛、伊勢佐木町などでの大道芸イベント	30.3
5	ザよこはまパレード(国際仮装行列)	24.9
6	横濱JAZZ PROMNADE	24.5
7	ワールドフェスタ・ヨコハマ	23.6
8	横浜フランス月間	22.5
9	プロサッカー観戦	21.7
10	アフリカン・フェスタ	19.0
11	プロ野球観戦	17.8
12	横浜オクトーバーフェスト	16.9
13	アロハヨコハマ	16.1
13	横浜トリエンナーレ	16.1
15	横浜国際女子マラソン大会	15.9
16	横浜セントラルタウンフェスティバル「Y152」	14.8

調査結果のまとめ

Ⅱ－2, 3, 4. 横浜市の施設やイベントの現状と今後（続き）

<イベント>

・ 属性別の傾向：

- －来訪者の推奨意向、来訪未経験者の来訪意向には地域差があまりない。スポーツ系イベントは女性よりも男性の認知や参加が高い。
- －認知率について年代別にみると、どのイベントも総じて年齢があがるほど認知率が高くなる傾向がみられる。
- －認知率について地域別にみると、市内では7割超のイベントが8つ、県内では3、県外では1と少なくなる。全体でみて最も認知率の低いイベントは、市内でも認知者は4人に1人程度に留まる。（図表15）

図表15

<認知率>	全体値	（％）		
		横浜市内	神奈川県内	神奈川県外
プロ野球観戦	74.2	90.4	84.5	70.6
横浜国際女子マラソン大会	64.8	86.8	74.8	60.4
横浜開港祭	64.5	91.3	78.8	58.8
春節、媽祖誕、關帝誕などの中華街でのイベント	59.4	79.8	67.6	55.5
プロサッカー観戦	54.3	78.0	66.3	49.2
みなとみらい、野毛、伊勢佐木町などでの大道芸イベント	49.6	87.0	68.4	41.9
神奈川新聞花火大会	39.9	86.8	65.5	29.5
ワールドフェスタ・ヨコハマ	31.7	54.8	41.0	27.1
ザよこはまパレード(国際仮装行列)	31.7	70.4	49.5	24.0
横浜トリエンナーレ	29.0	60.7	36.3	23.7
横濱JAZZ PROMNADE	27.0	54.7	36.6	22.0
横浜フランス月間	19.3	43.8	22.8	15.7
横浜オクトーバーフェスト	17.8	33.0	22.0	15.3
アフリカン・フェスタ	16.6	31.3	19.6	14.1
横浜セントラルタウンフェスティバル「Y152」	15.9	28.3	19.7	13.8
アロハヨコハマ	14.3	26.7	18.8	11.9

※50%超の項目に色づけ

Ⅲ－1.横浜市のイメージの現状

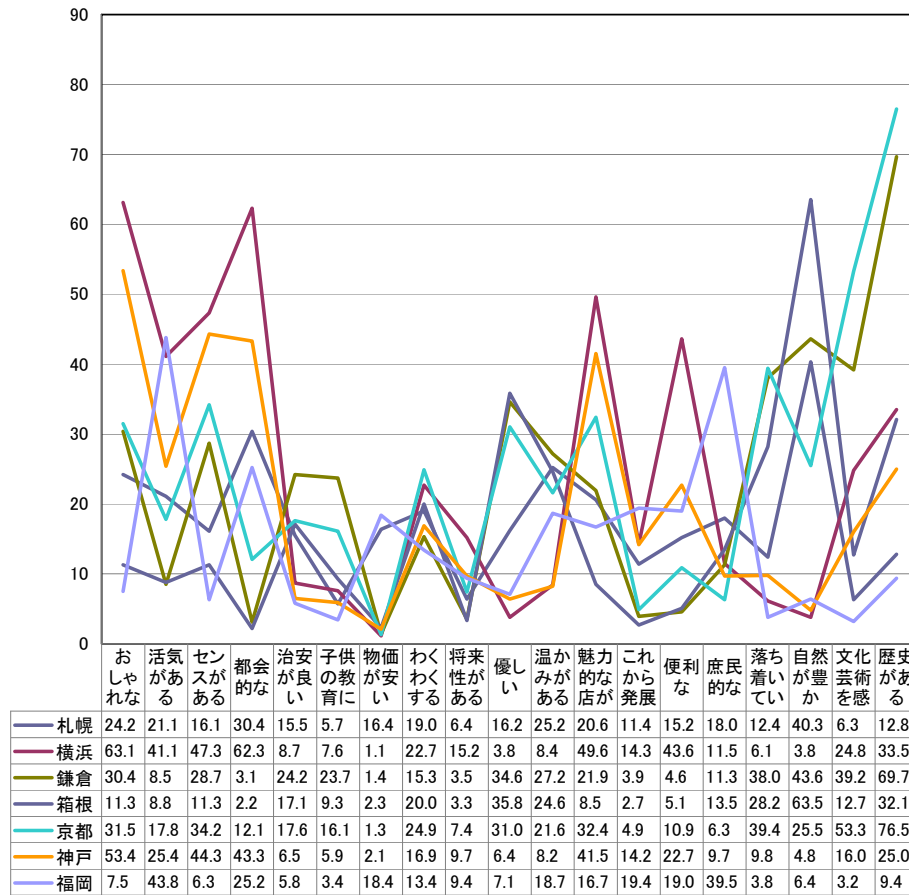
- ・ 横浜市のイメージでは、おしゃれ、都会的、魅力的な店が多い、センスがある、が上位項目。測定した7地域と比較すると、1位になった項目数は横浜が6つで最も多い。前述の4項目に加え、便利な、将来性があるも、他地域よりも高い。全体的なスコアの高低では神戸が似ている。横浜のイメージが低いところ（自然、落ち着いている）は鎌倉・箱根が高く補完関係にある。（図表16、17）
- ・ 属性別の傾向：
 - －横浜の評価について、女性高齢層で魅力的な店が多い、文化芸術を感じるなどが高め。
 - －横浜の評価について、上位の項目は地域差はない。便利な、治安がよい、歴史があるなどで差が大きめ。（図表18）

調査結果のまとめ

III-1.横浜市のイメージの現状 (つづき)

図表16

(%)



図表17

(%)

(順位)	おしゃれな	活気がある	センスがある	都会的な	治安が良い	子供の教育に良い	物価が安い	わくわくする	将来性がある	優しい	温かみがある	魅力的な店が多い	これから発展しそう	便利な	庶民的な	落ち着いた	自然が豊かな	文化芸術を感じる	歴史がある
札幌	5	4	5	3	4	6	2	4	5	4	2	5	4	4	2	4	3	6	6
横浜	1	2	1	1	5	4	7	2	1	7	6	1	2	1	4	6	7	3	3
鎌倉	4	7	4	6	1	1	5	6	6	2	1	4	6	7	5	2	2	2	2
箱根	6	6	6	7	3	3	3	3	7	1	3	7	7	6	3	3	1	5	4
京都	3	5	3	5	2	2	6	1	4	3	4	3	5	5	7	1	4	1	1
神戸	2	3	2	2	6	5	4	5	2	6	7	2	3	2	6	5	6	4	5
福岡	7	1	7	4	7	7	1	7	3	5	5	6	1	3	1	7	5	7	7

※一位の項目に色づけ

図表18

(%)

	おしゃれな	活気がある	センスがある	都会的な	治安が良い	子供の教育に良い	物価が安い	わくわくする	将来性がある	優しい	温かみがある	魅力的な店が多い	これから発展しそう	便利な	庶民的な	落ち着いた	自然が豊かな	文化芸術を感じる	歴史がある
全体	63.1	41.1	47.3	62.3	8.7	7.6	1.1	22.7	15.2	3.8	8.4	49.6	14.3	43.6	11.5	6.1	3.8	24.8	33.5
横浜市内	65.7	46.0	48.4	66.1	17.6	11.9	1.3	23.0	21.4	8.4	16.1	51.1	18.0	56.4	17.4	8.4	8.7	25.6	40.4
神奈川県内	64.0	46.9	46.7	66.0	8.9	8.2	0.9	21.3	16.2	3.6	8.6	49.6	14.7	45.5	14.0	5.4	4.5	25.1	36.1
神奈川県外	62.7	39.5	47.3	61.1	7.6	7.0	1.1	22.9	14.3	3.3	7.5	49.5	13.7	41.7	10.3	6.0	3.0	24.7	32.2

※差が小さいところはピンク、差が大きいところは水色に色づけ

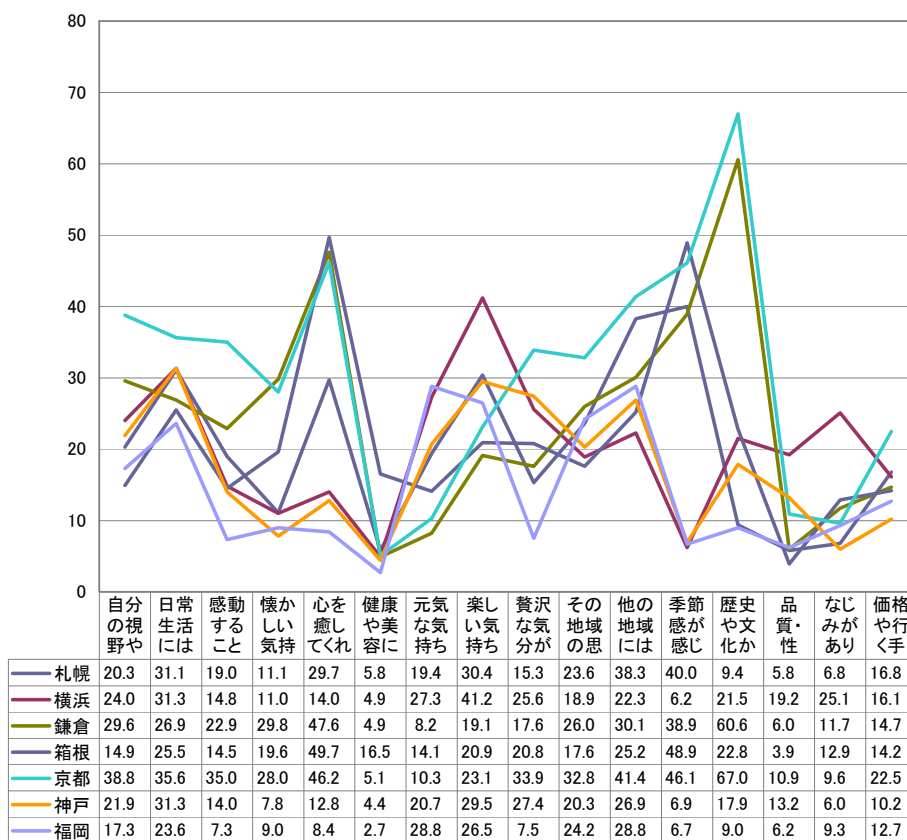
調査結果のまとめ

III-2 横浜市の経験価値の現状

- ・ 経験価値では、楽しい気持ち、日常生活にはない刺激が得られる、元気な気持ち、贅沢な気分、なじみがあり安心できる、が上位5項目。測定地域の中でみると、1位になった項目数は京都が最も多く8、ついで横浜と箱根が3つで並ぶ。また全体的なスコアの高低では神戸が似ているのはイメージと同様。(図表19、20)
- ・ 属性別の傾向：
 - －横浜の評価に年齢差はあまりなく、地域別では静岡で日常生活にはない刺激が高い。
 - －横浜の評価に、なじみがあり安心できる以外に、地域差はほとんどない。(図表21)

図表19

(96)



図表20

(96)

	自分視野や知識を広げられる	日常生活にはない刺激が得られる	感動することができる	懐かしい気持ちになれる	心を癒してくれる	健康や美容に効果がある	元気な気持ちになれる	楽しい気持ちになれる	贅沢な気分が味わえる	その地域の思いや志が感じられる	他の地域にはない経験が得られる	季節感が感じられる	歴史や文化から学ぶことができる	品質・性能・機能の高さを感じる	なじみがあり安心できる	価格や行く手間に見合った価値がある
札幌	5	4	3	4	4	2	4	2	6	4	2	3	6	6	6	2
横浜	3	2	4	5	5	4	2	1	3	6	7	7	4	1	1	3
鎌倉	2	5	2	1	2	4	7	7	5	2	3	4	2	5	3	4
箱根	7	6	5	3	1	1	5	6	4	7	6	1	3	7	2	5
京都	1	1	1	1	3	3	6	5	1	1	1	2	1	3	4	1
神戸	4	2	6	7	6	6	3	3	2	5	5	5	5	2	7	7
福岡	6	7	7	6	7	7	1	4	7	3	4	6	7	4	5	6

※一位の項目に色づけ

図表21

(96)

	自分視野や知識を広げられる	日常生活にはない刺激が得られる	感動することができる	懐かしい気持ちになれる	心を癒してくれる	健康や美容に効果がある	元気な気持ちになれる	楽しい気持ちになれる	贅沢な気分が味わえる	その地域の思いや志が感じられる	他の地域にはない経験が得られる	季節感が感じられる	歴史や文化から学ぶことができる	品質・性能・機能の高さを感じる	なじみがあり安心できる	価格や行く手間に見合った価値がある
全体	24.0	31.3	14.8	11.0	14.0	4.9	27.3	41.2	25.6	18.9	22.3	6.2	21.5	19.2	25.1	16.1
横浜市内	26.7	21.9	16.7	16.3	19.1	5.1	32.8	44.5	21.6	20.1	19.3	10.2	25.6	22.5	56.6	19.5
神奈川県内	26.5	25.7	13.9	13.2	12.3	3.4	29.0	42.6	22.5	19.3	20.8	5.8	22.1	18.2	37.7	15.8
神奈川県外	23.2	39.4	14.7	9.9	13.6	5.2	25.3	40.6	26.7	16.6	22.9	5.8	20.9	19.0	19.1	15.7

※差が小さいところはピンク、差が大きいところは水色に色づけ

調査結果のまとめ

IV-1. 横浜の魅力点

- 魅力点・自慢は、街並み・景観、アクセスのよさが高く過半数から評価されている。次いで、娯楽施設、商業施設などが続く。景観と商業施設は横浜の来訪目的と合致している。(図表 2 2)
- 属性別の傾向：アクセスのよさは高齢層で高い。横浜市民から評価が高いのはアクセス、商業施設、美術館・博物館、歴史・伝統。県内（横浜・川崎以外）からもアクセスや商業施設は高く評価されている。

図表22

順位	魅力点・自慢	全体 (%)
1	街並み・景観	66.6
2	アクセスが便利、近い	54.8
3	テーマパーク・動物園など娯楽施設	36.5
4	百貨店、商店街など商業施設	34.3
5	名所や旧跡	28.7
6	美術館、博物館など文化施設	23.9
7	イベント	23.1
8	歴史・伝統	22.2
9	ご当地料理	18.6
10	施設や道路などインフラ	17.3
11	土産物	12.1
11	お祭り	12.1
13	観光案内所など	10.0
14	宿泊施設	7.7
15	スポーツが強い、盛ん	7.1
16	自然	6.3
17	出身有名人や市長	4.0
18	教育、福祉など行政サービス	3.6
19	農水畜産物	1.4
19	温泉	1.4

IV-2. 余暇の過ごし方

- 余暇の過ごし方の上位項目は買い物関連、食事、景観で、横浜の来訪目的の上位項目と一致する(表 2 3)
- 経験価値では、楽しい、元気などエモーショナル関連、心の癒しを求めるパフォーマンス関連、ある場所や季節感などプレゼンス関連が上位。(図表 2 4)

図表23

順位	行動	あてはまる (%)
1	買い物に行く	74.6
2	百貨店、商店街など商業施設に行く	56.0
3	昼間の食事に行く	50.9
4	街並み・景観を楽しむ	45.3
5	親戚・友人・知人を訪問する	40.6
6	名所や旧跡をめぐる	40.5
7	美術館、博物館など文化施設に行く	36.8
8	夜の食事・飲み会に行く	35.1
9	イベントに行く	34.7
10	テーマパーク・動物園など娯楽施設に行く	33.6
11	観劇・コンサート・オペラ・ミュージカルに行く	31.6
12	スポーツをする・スポーツ観戦をする	31.5
13	温泉・マッサージ・スパ・エステに行く	28.3
14	お祭りに行く	25.9

図表24

順位	経験価値	あてはまる (%)
1	楽しい気持ちになりたい	85.6
2	元気な気持ちになりたい	79.3
3	心を癒してくれるようなことをしたい	78.6
4	その地域ならではの特色のある場所に行ってみたい	76.9
5	季節を感じられることをしたい	75.7
6	感動できるような経験をしたい	74.8
7	自分の視野や知識を広げられることをやりたい	74.7
8	価格や行く手間に見合った価値があることをしたい	70.8
9	歴史や文化から学べるような場所に行きたい	66.6
10	日常生活にはない刺激が得たい	63.3
10	懐かしい気持ちになりたい	63.3
12	健康や美容に効果があることをしたい	58.6
13	贅沢な気分が味わいたい	55.5
14	なじみがあり、安心できるところへ行きたい	54.2
15	品質・性能・機能の高さを感じられることをしたい	47.6

調査結果のまとめ

IV-2. 余暇の過ごし方（つづき）

- ・ 過ごす相手は家族が多く6割を占める。（図表25）

図表25

		(%)
順位	過ごす相手	あてはまる
1	家族と一緒に過ごすことが多い	59.2
2	一人で過ごすことが多い	40.4
3	カップル・夫婦のみで過ごすことが多い	37.4
4	友人・知人と過ごすことが多い	24.0

図表26

		(%)
志向	あてはまる	
休日の外出先は自分で決めることが多い	57.7	
家にいるより外出するほうが好き	35.0	
遠出をすることは苦にならない	53.3	
海と山なら海のほうが好き	32.3	
都会と田舎なら都会のほうが好き	35.2	
出かけるときは鉄道やバスなど	41.2	
公共交通機関よりクルマで出かけるほうが多い		
ある程度の距離を歩くことは苦にならない	72.0	

IV-3. 余暇ニーズと横浜市の来訪状況・経験価値

- ・ 余暇ニーズが高いが横浜への来訪比率が低い項目は、名所・旧跡をめぐる。また、美術館・博物館など文化施設もニーズと来訪のギャップが大きめ。これらは現在、取りこぼしているニーズと想定される。（図表27）
- ・ 属性別の傾向：地域別に見ても傾向はほぼ同じだが、名所・旧跡をめぐる目的での来訪が少ないため、ニーズとのギャップが開いている。（図表28）

図表27

	(%)		
	余暇ニーズ	来訪2-3ヶ月に1回以上	来訪年1回以上
買い物	74.6	19.1	39.0
百貨店、商店街など商業施設	56.0	15.2	31.5
昼間の食事	50.9	14.1	32.5
街並み・景観を楽しむ	45.3	11.1	32.7
親戚・友人・知人を訪問	40.6	8.5	18.4
名所や旧跡をめぐる	40.5	5.4	18.7
美術館、博物館など文化施設	36.8	5.0	16.1
夜の食事・飲み会	35.1	11.6	26.1
イベント	34.7	5.4	18.7
テーマパーク・動物園など娯楽施設	33.6	4.7	16.8
観劇・コンサート・オペラ・ミュージカル	31.6	3.6	12.5
スポーツをする・スポーツ観戦	31.5	4.0	10.3
温泉・マッサージ・スパ・エステ	28.3	2.4	5.5
お祭り	25.9	2.7	9.5

※それぞれ平均値を目安に色づけ

図表28

	横浜市内		神奈川県内		神奈川県外	
	余暇ニーズ	2-3ヶ月に1回以上来訪	余暇ニーズ	2-3ヶ月に1回以上来訪	余暇ニーズ	2-3ヶ月に1回以上来訪
買い物	78.7	75.0	74.5	38.3	74.1	8.3
百貨店、商店街など商業施設	65.5	64.9	54.5	29.9	55.0	6.1
昼間の食事	51.1	53.9	47.6	22.9	51.4	7.4
街並み・景観を楽しむ	50.3	39.4	43.0	16.4	45.1	6.5
親戚・友人・知人を訪問	42.2	23.4	38.4	11.6	40.9	6.0
夜の食事・飲み会	41.1	44.1	33.1	15.9	34.8	6.7
名所や旧跡をめぐる	39.2	18.4	39.1	6.0	41.0	3.5
イベント	36.6	19.3	31.4	7.5	35.0	3.2
テーマパーク・動物園など娯楽施設	35.7	17.3	30.9	6.8	33.8	2.7
美術館、博物館など文化施設	34.8	17.7	33.1	7.9	37.8	2.9
観劇・コンサート・オペラ・ミュージカル	32.0	11.0	26.4	5.0	32.5	2.6
スポーツをする・スポーツ観戦	30.2	14.9	29.6	4.9	31.9	2.5
お祭り	27.8	8.8	22.1	2.9	26.4	2.0
温泉・マッサージ・スパ・エステ	26.6	12.1	27.7	2.6	28.6	1.1

※それぞれ平均値を目安に色づけ

調査結果のまとめ

IV-3. 余暇ニーズと横浜市の来訪状況・経験価値（つづき）

- ・ 余暇ニーズが高いが、横浜の持つ経験価値イメージが低いのは、季節感が感じられる、心を癒してくれる、感動することができる、価格や行く手間に見合った価値がある、の4項目。（図表29）
- ・ 新たに集客するならば、この経験ができるような価値を提供する必要がある。
- ・ 属性別の傾向：地域別にみても傾向は同じ。（図表30）

図表29

	(%)	
	余暇ニーズ	経験価値
楽しい気持ちになれる	85.6	41.2
元気な気持ちになれる	79.3	27.3
心を癒してくれる	78.6	14.0
季節感が感じられる	75.7	6.2
感動することができる	74.8	14.8
自分の視野や知識を広げてくれる	74.7	24.0
価格や行く手間に見合った価値がある	70.8	16.1
歴史や文化から学ぶことができる	66.6	21.5
日常生活にはない刺激が得られる	63.3	31.3
懐かしい気持ちになれる	63.3	11.0
健康や美容に効果がある	58.6	4.9
贅沢な気分が味わえる	55.5	25.6
なじみがあり安心できる	54.2	25.1
品質・性能・機能の高さを感じられる	47.6	19.2

※それぞれ平均値を目安に色づけ

図表30

	横浜市内		神奈川県内		神奈川県外	
	余暇ニーズ	経験価値	余暇ニーズ	経験価値	余暇ニーズ	経験価値
楽しい気持ちになれる	87.4	44.5	84.6	42.6	85.6	40.6
元気な気持ちになれる	83.3	32.8	80.4	29.0	78.7	26.3
心を癒してくれる	80.6	19.1	77.2	12.3	78.7	13.6
他の地域にはない経験が得られる	78.8	19.3	73.2	20.8	77.4	22.9
季節感が感じられる	78.3	10.2	75.2	5.8	75.5	5.8
感動することができる	76.3	16.7	73.0	13.9	74.9	14.7
価格や行く手間に見合った価値がある	75.6	19.5	67.5	15.8	70.8	15.7
自分の視野や知識を広げてくれる	74.6	26.7	73.5	26.5	74.9	23.2
歴史や文化から学ぶことができる	67.6	25.6	66.2	22.1	66.5	20.9
懐かしい気持ちになれる	64.9	16.3	61.4	13.2	63.5	9.9
健康や美容に効果がある	63.8	5.1	55.6	3.4	58.5	5.2
日常生活にはない刺激が得られる	63.2	21.9	59.1	25.7	64.0	33.4
なじみがあり安心できる	59.6	56.6	53.9	37.7	53.6	19.1
贅沢な気分が味わえる	59.0	21.6	48.9	22.5	56.3	26.7
品質・性能・機能の高さを感じられる	51.6	22.5	46.4	18.2	47.3	19.0

※それぞれ平均値を目安に色づけ

■ 結果の考察

- － 買い物、食事、街並み・景観以外の来訪目的の幅を広げる必要性が感じられる。
- － 市内のリピーター訪問を増やしつつ、まずは県内の集客増加に取り組むことが重要と思われる。
- － 「季節感」、「心の癒し」、「感動」、「わざわざお金と手間をかけるまでの価値」が未充足である。