

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 1 日

1. 観光地域づくり法人の組織

| | | |
|---|---|---|
| 申請区分 該当するものを で囲むこと | 広域連携DMO・地域連携DMO 地域DMO | |
| 観光地域づくり法人の名称 | 公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー | |
| マネジメント・マーケティング対象とする区域 | 横浜市 | |
| 所在地 | 神奈川県横浜市 | |
| 設立時期 | 平成 10 年 4 月 1 日 | |
| 事業年度 | 4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間 | |
| 職員数 | 37 人【常勤 36 人（正職員 29 人・出向等 7 人） 非常勤 1 人】 | |
| 代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） | （氏名） 岡田 伸浩 （出身組織名） 株式会社横浜岡田屋 | 株式会社横浜岡田屋の代表取締役社長として、地域の様々なパイプ役となっている。2023 年 6 月 23 日より就任。 |
| データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） | （氏名） 青木 思生「専従」 | 当財団専従職員としてマーケティングを担当し、データ収集と分析、中長期戦略の取りまとめなどを行っている。 |
| 財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） | （氏名） 吉瀨 隆宗「専従」 | 横浜市役所からの出向職員として財務を担当し、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行っている。 |
| 観光誘客部門責任者 | （氏名） 池田 博美「専従」 | 当財団専従職員として観光誘客部門の責任者を担当し、国内外の誘客プロモーションや資源開発などを統括している。 |
| MICE 誘致部門責任者 | （氏名） 加納 弘子「専従」 | 当財団専従職員として MICE 誘致部門の責任者を担当し、MICE 誘致や MICE 受入環境整備などを統括している。 |
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割 | 横浜市 にぎわいスポーツ文化局、政策局、国際局、市民局、経済局、都市整備局、港湾局、交通局、環境創造局、総務局 など 神奈川県 国際文化観光局、政策局、スポーツ局、教育局、環境農政局、産業労働局 など | |
| 連携する事業者名及び役割 | 観光 M I C E 振興で連携する団体など 横浜商工会議所、公益財団法人横浜企業経営支援財団、一般社団法人横浜港振興協会、一般社団法人横浜市商店街総連合会、公益財団法人横浜市芸術文化振興財団、一般社団法人横浜 | |

| | <p>市工業会連合会、一般財団法人横浜市交通局協会の、公益財団法人横浜市国際交流協会、公益財団法人横浜市スポーツ協会、公益財団法人横浜市知的障害者育成会、NPO 法人横浜シティガイド協会、公益財団法人横浜市ふるさと歴史財団、公益財団法人横浜市緑の協会、一般社団法人横浜青年会議所、公益社団法人神奈川県観光協会、公益財団法人神奈川芸術文化財団、JICA 横浜、株式会社横浜国際平和会議場、市内各商店会、市内各大学や研究機関 など</p> | | | | | | |
|--|--|----|------|---------------------|--|--|--|
| <p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p> | <p>外部の法人や団体の役員を中心に評議員（8 名） 理事（11 名） 監事 2 名を構成し、評議員会および理事会を開催。それぞれ原則年 2 回開催し、事業の意思決定に関与。</p> <p>【評議員】</p> <p>独立行政法人国際観光振興機構 理事 株式会社横浜銀行 顧問 神奈川県国際観光局 局長 横浜市にぎわいスポーツ文化局 局長 株式会社崎陽軒 代表取締役会長 横浜商工会議所 専務理事 相鉄ホールディングス株式会社 代表取締役会長 株式会社ホテル、ニューグランド代表取締役会長兼社長</p> <p>【理事】</p> <p>公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー理事長 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 公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー理事（2 名） 横浜商工会議所 観光・サービス部会 副部長 東日本旅客鉄道株式会社 横浜支社 地域共創部 シニアリーダー 日本放送協会 横浜放送局 局長 株式会社 JTB 横浜支店 支店長 キリンビール株式会社 横浜支社 支社長 株式会社ローズホテルズ・インターナショナル代表取締役社長 株式会社横浜国際平和会議場 代表取締役社長</p> <p>【監事】</p> <p>横浜信用金庫 理事長 税理士法人 TOS 佐々木会計 代表</p> | | | | | | |
| <p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p> | <p>市民を中心に構成された観光ボランティア団体などに「観光おもてなしセミナー」を毎年開催し、市民と一体となった観光客受け入れ環境の整備を行っている。</p> <p>国際会議などの会場で観光ボランティアによる観光デスクを設置し、市民と会議参加者の交流機会の創出を推進している。</p> <p>国際会議登壇者による市民向けセミナーやワークショップを開催し、エリア内で開催した会議開催によるレガシイ創出を推進している。</p> | | | | | | |
| <p>法人のこれまでの活動実績</p> | <p>【活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="432 1559 1406 2000"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1559 616 1608">事業</th> <th data-bbox="616 1559 1406 1608">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1608 616 1939"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="616 1608 1406 1939"> <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内誘客 宿泊キャンペーンなど市内宿泊促進事業 修学旅行誘致に向けた助成制度やセールス活動 など 海外誘客 FIT 向け旅行商品造成促進事業 訪日インセンティブ旅行の誘致セールス など MICE 誘致 MICE 誘致に向けた国内外セールス活動 MICE 専用ウェブページの開設 など </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1939 616 2000"></td> <td data-bbox="616 1939 1406 2000"> <p>【直近 3 か年の新規事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内ワーケーション誘客促進事業 </td> </tr> </tbody> </table> | 事業 | 実施概要 | <p>情報発信・プロモーション</p> | <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内誘客 宿泊キャンペーンなど市内宿泊促進事業 修学旅行誘致に向けた助成制度やセールス活動 など 海外誘客 FIT 向け旅行商品造成促進事業 訪日インセンティブ旅行の誘致セールス など MICE 誘致 MICE 誘致に向けた国内外セールス活動 MICE 専用ウェブページの開設 など | | <p>【直近 3 か年の新規事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内ワーケーション誘客促進事業 |
| 事業 | 実施概要 | | | | | | |
| <p>情報発信・プロモーション</p> | <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内誘客 宿泊キャンペーンなど市内宿泊促進事業 修学旅行誘致に向けた助成制度やセールス活動 など 海外誘客 FIT 向け旅行商品造成促進事業 訪日インセンティブ旅行の誘致セールス など MICE 誘致 MICE 誘致に向けた国内外セールス活動 MICE 専用ウェブページの開設 など | | | | | | |
| | <p>【直近 3 か年の新規事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内ワーケーション誘客促進事業 | | | | | | |

| | | |
|---|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ・SDGs をテーマとした子連れファミリー誘客事業 ・ロケツーリズムの推進 ・在日インフルエンサーを活用した海外向け情報発信 など |
| <p>受入環境の整備</p> | <p>【主な事業】</p> <p>国内誘客</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所など観光インフォメーション事業 ・市内事業者向け新人研修開催 ・各種バリアフリー化促進事業 など <p>海外誘客</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設名多言語表記の統一化事業 ・訪日観光客向け災害時避難情報の発信 ・訪日外国人受入セミナー開催 など <p>MICE 誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユニークベニュー開発事業 ・企業視察受け入れ先開拓事業 ・MICE 人材育成講座の開催 など | |
| | <p>【直近 3 か年の新規事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・渋谷との連携による誘客事業 ・Goto キャンペーンと連動した市内宿泊促進事業 ・観光 MICE 事業者へのコロナ対策補助金制度 など | |
| <p>観光資源の磨き上げ</p> | <p>【主な事業】</p> <p>国内誘客</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値コンテンツの掘起し事業 ・市内開催イベントと連動した観光資源創出事業 ・電子チケット発行による回遊促進事業 など <p>海外誘客</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ナイトタイムエコノミー促進事業 ・訪日外国人向け体験型コンテンツ造成 など <p>MICE 誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> ・MICE 参加者向けコンテンツの造成 ・ユニークベニュー開拓 など | |
| | <p>【直近 3 か年の新規事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内開催イベント来場者の回遊促進 ・デジタルスタンプラリーによる回遊促進 ・着地型体験コンテンツ造成事業 ・サステナビリティプログラムの開発 など | |
| <p>【定量的な評価】</p> <p>集客人員 観光集客実人員、観光入込客数、市内外国人延べ宿泊数</p> <p>観光動態 観光動態消費動向、市内主要ホテル稼働率、外国人旅行者市内実態、市内文化観光施設イベントへの来訪実態調査</p> <p>MICE 実績 コンベンション市内開催統計、インセンティブ宿泊数</p> <p>情報発信 観光公式サイト各言語 PV 数、観光公式 SNS 閲覧数</p> | | |

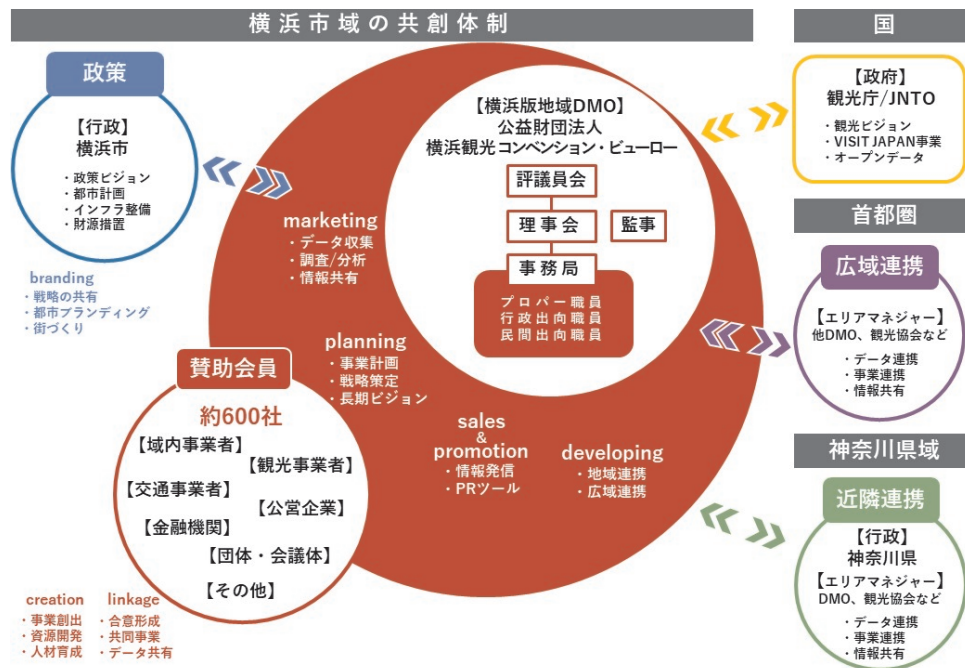
実施体制

地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

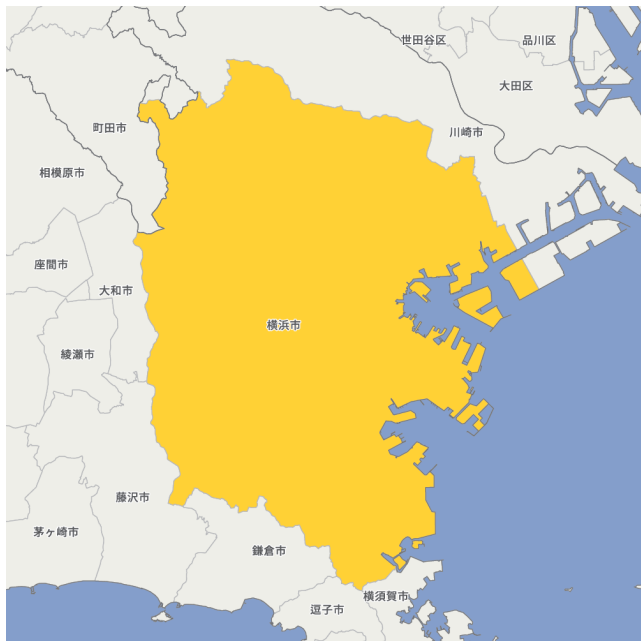
（公財）横浜観光コンベンション・ビューローを横浜版地域DMOと位置づけ、行政の政策目標と地域の観光経済活性化を目的とした観光MICE戦略の実現を目指す。民間事業者を中心とする賛助会員や地域民間団体とも戦略、達成目標、事業ロードマップを共有し合意形成を図り、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



画像引用元 map-it

【区域設定の考え方】

横浜市は日本の政令指定都市で最も人口が多く、市の面積が 437.71k m²あり、域内には多様な観光資源や事業者など数多くのステークホルダーが存在するなど都市の規模が大きく、DMO のエリアマネジメントの範囲として市域だけでも大規模なものとする。また、東京都や川崎市、鎌倉市、藤沢市、相模原市など都市と隣接し、相関関係にある商圈規模も大きいため、市域におけるマーケティングとマネジメントの効率性や DMO が行う観光 MICE 事業のコントロールビリティの観点で、横浜市の市政範囲が適切な区域設定と考える。

【観光客の実態等】

・「観光集客実人員」及び「観光消費額」とその推移

| 区分 | 観光入込客数（実人数） | | 増減 | 増減率 |
|-----|-------------|----------|--------|-------|
| | 2022年 | 2021年 | | |
| 宿泊 | 366 万人 | 278 万人 | 88 万人 | 31.7% |
| 日帰り | 2,556 万人 | 2,257 万人 | 299 万人 | 13.2% |
| 合計 | 2,922 万人 | 2,536 万人 | 386 万人 | 15.2% |

| 区分 | 観光消費額 | | 増減 | 増減率 |
|-----|----------|----------|--------|-------|
| | 2022年 | 2021年 | | |
| 宿泊 | 1,136 億円 | 699 億円 | 437 億円 | 62.5% |
| 日帰り | 1,459 億円 | 1,070 億円 | 389 億円 | 36.4% |
| 合計 | 2,595 億円 | 1,769 億円 | 826 億円 | 46.7% |



・観光入込客数（実人数）の推移（過去5年）

（単位：万人）

| | 合計 | 日帰り | 宿泊 |
|-------|-------|-------|-----|
| 2018年 | 3,420 | 2,869 | 524 |
| 2019年 | 3,634 | 3,067 | 567 |
| 2020年 | 1,629 | 1,302 | 327 |
| 2021年 | 2,536 | 2,257 | 278 |
| 2022年 | 2,922 | 2,556 | 366 |

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

| | |
|---------|---|
| 主要観光エリア | 横浜駅周辺、みなとみらい21、横浜中華街、山下エリア、山手・元町、新横浜駅周辺、金沢エリア、港北エリアなど |
| 代表的観光施設 | ランドマークタワー、横浜赤レンガ倉庫、山下公園、横浜八景島シーパラダイス、横浜コスモワールド、横浜カップヌードルミュージアム、横浜ハンマーヘッド など |
| MICE 施設 | パシフィコ横浜、横浜シンポジウムなど |
| 大型集客施設 | 横浜アリーナ、ぴあアリーナMM、Kアリーナ、神奈川県民ホール など |
| 大型商業施設 | ランドマークプラザ、MARK IS みなとみらい、横浜高島屋、横浜そごう、NEWoMan 横浜 など |
| 歴史・文化資源 | 三渓園、日本郵船氷川丸、山手西洋館、横浜市開港記念会館、神奈川県立歴史博物館 など |
| 自然 | よこはま動物園ズーラシア、野毛山動物園、こどもの国、根岸森林公園、里山ガーデン など |
| スポーツ | プロスポーツチーム：横浜 DeNA ベイスターズ(プロ野球)、横浜 F・マリノス(Jリーグ)、横浜 FC (Jリーグ)、横浜ビーコルセアーズ (Bリーグ)、Y.S.C.C.横浜 (Fリーグ)、横浜キャノンイーグルス(ラグビー) など スポーツ施設：横浜スタジアム、日産スタジアム、横浜国際プール、横浜武道館 など |
| イベント | 横浜中華街春節、よこはま花と緑の春フェア、野毛大道芸、ザ よこはまパレード、横浜セントラルタウンフェスティバル、横浜フランス月間、横浜開港祭、横浜スパークリングトワイライト、横浜オクトーバーフェスト、横浜ジャズプロムナード、美食節横浜中華街フードフェスティバル、クリスマスマーケット in 横浜赤レンガ倉庫、TOWERS Milight ~ みなとみらい21 オフィス全館ライトアップ など |
| 区域特有資源 | 観光船 6 種 大型客船が寄港する国際ターミナル 3 か所 |

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

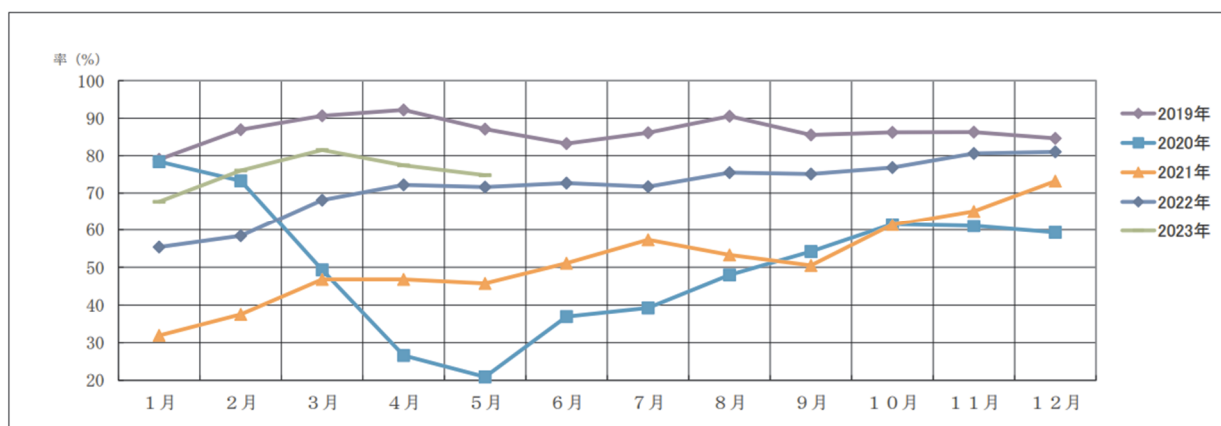
| | |
|---------|---|
| ホテル数 | 233 か所 横浜市統計書より抜粋 |
| ホテル客室数 | 22,005 室 横浜市統計書より抜粋 |
| 主要大型ホテル | アパホテル&リゾート<横浜ベイタワー>、インターコンチネンタル横浜 Pier 8、ウェスティンホテル横浜、オークウッドスイーツ横浜、ザ・カハラ・ホテル&リゾート横浜、新横浜プリンスホテル、ハイアットリージェンシー横浜、ホテルニューグランド、ヨコハマ グランドインターコンチネンタルホテル、ローズホテル横浜、横浜ベイシェラトンホテル&タワーズ、横浜ベイホテル東急、横浜ロイヤルパークホテルなど |

・ 横浜市内主要ホテル平均稼働率

【平均稼働率推移データ】

(単位：%)

| | 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 |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 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 |
| 2023年 | 67.7 | 76.0 | 81.5 | 77.4 | 74.8 | | | | | | | | 75.5 |
| 平均 | 62.5 | 66.4 | 67.3 | 63.0 | 60.0 | 61.0 | 63.6 | 66.8 | 66.3 | 71.5 | 73.3 | 74.5 | |



【利便性：区域までの交通、域内交通】

・主要空港から区域中心部までの交通

| | | |
|--------|--------------------------------------|----------------------------------|
| 鉄道 | 成田空港 横浜駅（約 90 分） 羽田空港 横浜駅（約 22 分） | 成田エクスプレス 京急電鉄 |
| リムジンバス | 成田空港 横浜駅（約 90 分） 羽田空港 横浜駅（約 25 分） | 東京空港交通 / 京浜急行バス / 京成バス 京浜急行バス |

・新幹線主要駅からの所要時間

| | |
|------|-------------|
| 東京駅 | 18 分 |
| 名古屋駅 | 約 1 時間 20 分 |
| 新大阪駅 | 約 2 時間 10 分 |
| 広島駅 | 約 3 時間 30 分 |
| 博多駅 | 約 4 時間 45 分 |

・近隣エリアからの所要時間



・横浜駅からの高速バス

147 路線（30 府県）
東京都内、各空港方面を除く

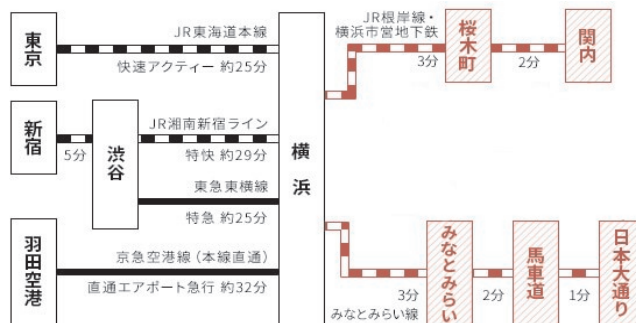
・域内交通

[鉄道]

路線数：6 社 11 路線
域内鉄道駅数：153 駅

[バス]

路線数：10 社 150 路線以上
観光周遊バス：4 路線



【外国人観光客への対応】

- ・市内観光案内所（3 箇所）による英語での案内対応
- ・多言語観光地図の作成（日本語、英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字）
- ・公式観光サイトの多言語運営（日本語、英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字、フランス語、スペイン語、タイ語、インドネシア語）

3 . 各種データ等の継続的な収集・分析

・DMO が独自に収集、分析するデータ

| 収集するデータ | 収集の目的 | 収集方法 |
|-----------------|-------------------|-----------------|
| 国内人流データ | 国内観光客の人流動態の把握 | 外部システムを活用 |
| 横浜市内修学旅行宿泊数 | 域内修学旅行宿泊数と実態の把握 | フォーマットによるデータ集計 |
| 横浜観光情報ウェブアクセス統計 | ウェブサイトアクセス数と傾向の把握 | Web システムからデータ収集 |
| 横浜観光公式 SNS 統計 | 観光意欲の把握 | 外部システムを活用 |
| 国内主要 SNS 関連ワード | 関心度の高い観光関連投稿の把握 | Web システムからデータ収集 |
| コンベンション市内開催統計 | 域内のコンベンション開催件数の把握 | 外部システムを活用 |
| インセンティブ市内宿泊統計 | 域内のビジネス客宿泊者数の把握 | フォーマットによるデータ集計 |
| 横浜観光案内所取扱実績 | 観光案内所への問い合わせ傾向の把握 | フォーマットによるデータ集計 |
| 横浜市内民間観光案内所取扱実績 | 観光案内所への問い合わせ傾向の把握 | フォーマットによるデータ集計 |

・行政主導で収集、分析するデータ

| 収集するデータ | 収集の目的 | 収集方法 |
|---------------------|------------------------------|------------------|
| 横浜市観光集客指標 | 域内における観光全般の実態把握 | 各種データから分析 |
| 集客実人員及び観光動態消費動向 | 観光振興施策の展開や施策効果の検証 | アンケート調査及び外部データ |
| 市内外国人延べ宿泊数 | 域内来訪外国人の宿泊傾向把握 | 観光庁「宿泊旅行統計調査」を参照 |
| 訪日外国人旅行者市内実態調査 | 域内来訪外国人の実態把握 | 空間統計データとアンケート調査 |
| 市内主要ホテル稼働率 | 域内宿泊施設の実態把握 | フォーマットによるデータ集計 |
| 横浜の文化観光施設イベントへの来訪実態 | 域内の施設及びイベントの認知率や、来訪者の行動実態の把握 | アンケート調査 |

4 . 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

少子高齢化の進展や人口減少社会の到来を背景に、国内の多くの都市が「交流人口の獲得」を施策として掲げた中、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって、従来の観光戦略の在り方や観光経済の再構築が必要となった。横浜も同様の課題を認識し、街の資源や環境などの特性を活かした、独自の観光経済へのアプローチを確立する必要がある。その為には、日本版 DMO の設立機運の高まりを受けたあらゆる業種団体から観光分野への期待・要望を認識しつつ、国の基幹産業と位置付けられた観光への注力とその具体化への取組を推進するためのデータマーケティング、情報発信、資源の掘り起こしなどから観光ビジネスを設計し、厳しい社会情勢や経済環境の変化に左右されない持続可能な観光の推進を目的とする組織が必要である。

横浜における DMO 創設を機に、首都圏における横浜の観光ビジネスの役割を位置づけるため、観光を意識した街づくりや、脱炭素・環境に配慮した施策展開などにより、持続可能な観光の実現の方向性を明らかにし、豊富な観光資源と MICE 開催環境を活用した集客をあらゆるビジネスや文化、市民生活と結び付け、それらを横浜の魅力的オリジナリティとし、観光から派生する創造性を最大化できる可能性がある。その為には地域のブランディング、観光ビジネス人材の育成、域内消費の拡大と地域連携の推進が必要となる。

(2) 地域の強みと弱み

| | 好影響 | 悪影響 |
|------|--|---|
| 内部環境 | 強み (Strengths) 都市部で貴重な親水性高い空間 空港や新幹線駅からの好アクセス 域内の豊富な移動手段 衣食宿すべて揃うコンパクトシティ 国内での観光知名度 人気の高い観光コンテンツが集積 全国有数の商圈規模 近隣都市に集客性の高い観光エリアが点在 充実した MICE 開催環境 国内有数の企業集積地 バリエーション豊かな宿泊施設 | 弱み (Weaknesses) 和文化や街の歴史資源が少ない 東京からの至近性 アクセスの利便性による日帰り増 外国語対応の遅れ オリジナリティの少なさ 観光的ランドマークの少なさ 海外での知名度やブランド力が弱い 朝・夜の観光コンテンツの少なさ 食コンテンツの少なさ 国際レベルの展示場がない グローバルブランドのホテルの少なさ |

| 外部環境 | 機会 (Opportunity) | 脅威 (Threat) |
|------|--|--|
| | 大型スポーツイベントの開催地に選定 新規ホテルが続々開業 企業誘致による R&D 施設の増加 区域を舞台にした映画やドラマの増加 区域市民人口の増加 新たな港湾施設整備 大型イベントホールの新設 新たな用地での観光関連開発 SDGs 未来都市の認定による海外での知名度向上 | 新型コロナウイルス感染症の拡大による行動制限 日本における SDGs など取り組みの遅れ 東京観光の集客力が拡大 近隣都市のホテル建設が増加 大型クルーズ寄港数減少 景気悪化による旅行会社減少 少子化、高齢化で人手不足の問題 観光需要の多様化によりターゲットが不明確 MICE のオンライン開催増加による集客鈍化 |

(3) ターゲット

| |
|--|
| 第1ターゲット層 首都圏をはじめとする国内観光客 |
| 選定理由 新型コロナウイルスの影響が長期化することを見据え、コロナ禍以前の横浜来訪者実績の分析に基づき、国内観光客をターゲットとして選定。まずは首都圏の国内観光客から集客回復を図り、段階的に新幹線や羽田着の国内線など首都圏外からの観光利用を拡大することで、市内観光経済の安定化を目指す。 取組方針 下記ターゲットの集客と観光消費拡大を目指したコンテンツ開発やプロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・横浜を何度も訪れる首都圏リピート客 ・文化や歴史に関心の高い高付加価値コンテンツのターゲット層 ・横浜市内で開催されるイベントを目的とした来街者 <ul style="list-style-type: none"> ・ホテル滞在と市内周遊を目的とした観光客 など |
| 第2ターゲット層 MICE をはじめとする国内外のビジネス客 |
| 選定理由 横浜市内のコンベンション施設やバリエーション豊富なホテル群による集客力を活用し、観光集客による経済効果の最大化を図れるターゲットとして選出。MICE を契機とした多様なビジネスマッチングの機会を創出し、MICE 参加を目的に横浜へ来訪する関係人口の増加による街の活性を目指す。 取組方針 下記ターゲットの集客と観光消費拡大を目指したコンテンツ開発やプロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・コンベンションをはじめとした国内外の MICE 参加者 ・首都圏来訪を目的とした国内外ビジネス客 ・首都圏を中心とした国内のリモートワーカー |
| 第3ターゲット層 アジア及び欧米からの訪日観光客 |
| 選定理由 中長期的な横浜の観光経済拡大のため、ターゲットに選定。将来的な訪日観光の回復を見据え、国・エリアごとの入国条件や来訪意欲、経済状況などからコロナ後の市場変化を分析し、訪日観光客の集客を図る。これにより、国際的な交流人口の増加を促進し、グローバルな観光 MICE 都市を目指す。 取組方針 下記ターゲットの集客と観光消費拡大を目指したコンテンツ開発やプロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・羽田便の就航数の多いアジア、アメリカからの訪日観光客 ・横浜港に着岸するクルーズ旅行の乗船客 ・首都圏来訪を目的とする訪日観光客 |

(4) 観光地域づくりのコンセプト

| | |
|-----------|---|
| コンセプト | 独自性・経済性・持続性を実現する「横浜型」観光 MICE の推進 |
| コンセプトの考え方 | 持続可能な観光 MICE を官民一体で構築し、常に選ばれる都市として発展していくため、ストーリーによる差別化と、横浜ならではの本物の価値を創出し、都市ブランドを確立する「独自性」と、観光消費を伸ばし、市域内での経済循環を高め、観光 MICE 関連産業の活性化を図る「経済性」、そして独自性と経済性の獲得により磨かれた競争力を基盤とする「持続性」、これらを実現する「横浜型」観光 MICE を推進してまいります。 |

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

| 項目 | 概要 |
|---------------------------------------|---|
| 戦略の多様な関係者との共有 頻度が分かるよう記入すること。 | <p>戦略の共有方法について記入すること</p> <p>約 600 社/団体の賛助会員を中心に、地域の観光 MICE に関連する事業者を集めたコミュニケーションの場を設け、財団との事業連携や各事業者同士のビジネスマッチングを図っている。会合やウェビナーなど多様な形式で開催し、財団が実施する観光 MICE 施策の意義・内容・KPI の達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を展開している。</p> <p>今後はデータダッシュボードなどの公表など、周知伝達方法のデジタル化を推進し、より多くのステークホルダーに共有を図る予定。</p> |
| 観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築 | <p>DMO の観光 MICE 戦略及び各年度の事業計画、予算について、理事会及び評議員会を地域の関係者を中心に構成し、合意形成を図っている。</p> <p>また、財団の全賛助会員を対象に事業概要発表会を開催し、事業計画の詳細について共有を図っている。</p> <p>横浜市 の調査やオープンデータを活用し、リピート率や来訪者満足度などの分析を実施している。また、都市間比較や人流計測など、観光施策に関連するインフラの効果測定を行っている。</p> <p>今後は様々なデータから観光コンテンツのスコア化を行い、客観的評価の見える化を図る。</p> |
| 観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション | <p>区域（マネジメントエリア）の公的な情報発信機関として、ウェブサイトによる地域の観光情報の集約とや各種 SNS で国内外に情報発信している。また、国内外のメディアリレーションを実施し、各種媒体での観光 MICE 情報の露出を図っている。</p> <p>今後は横浜来訪者の顧客データベースを構築し、ダイレクトに情報発信できる体制を構築する。</p> |

6 . K P I (実績・目標)

戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

| 指標項目 | | 2020 (R2) 年度 | 2021 (R3) 年度 | 2022 (R4) 年度 | 2023 (R5) 年度 | 2024 (R6) 年度 | 2025 (R7) 年度 |
|----------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 旅行消費額 (百万円) | 目標 | 362,300 (-) | 362,300 (-) | 362,300 (-) | 375,700 (-) | 389,100 (-) | 402,600 (-) |
| | 実績 | 105,000 (-) | 176,900 (-) | 259,500 (-) | | | |
| 延べ宿泊者数 (千人) | 目標 | - (930) | - (930) | - (930) | - (930) | - (930) | - (930) |
| | 実績 | 3,994 (144) | 4,205 (79) | 6,220 (140) | | | |
| 来訪者満足度 (%) | 目標 | - (-) | - (-) | 75% (-) | 75% (-) | 75% (-) | 75% (-) |
| | 実績 | 93.3% (-) | 74.5% (-) | 78.7 (-) | | | |
| リピーター率 (%) | 目標 | - (-) | - (-) | 83% (-) | 83% (-) | 83% (-) | 83% (-) |
| | 実績 | 88.7% (-) | 82.8% (-) | 83.9 (-) | | | |

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

算出方法：横浜市の「観光集客指標」の実績値より算出

目標設定：横浜市の中期4か年計画を踏まえ設定

延べ宿泊者数

算出方法：横浜市の「観光集客指標」の実績値より算出

目標設定：横浜市の中期4か年計画を踏まえ設定

来訪者満足度

算出方法：横浜市の「集客実人員調査及び観光動態消費動向調査」で把握する来訪満足度。令和3年(2021年)からは回答項目が細分化されたため、前年度より以前の数値と誤差が生じる。

目標設定：令和3年(2021年)から新たな回答項目で集計を開始したため、初年の数値を基準とし、以後も継続的に同平均値を維持することを目標とする

リピーター率

算出方法：令和2年(2020年)までは横浜市の「集客実人員調査及び観光動態消費動向調査」で把握する訪問回数のうち、横浜市内からの来訪者を除いた数値から、来訪回数2回以上の割合を算出。令和3年(2021年)からは横浜市の「集客実人員調査及び観光動態消費動向調査」で「再来訪意向」の設問を新設。

目標設定：令和3年(2021年)から新たな基準で集計を開始したため、初年の数値を基準とし、以後も継続的に同平均値を維持することを目標とする

(2) その他の目標

| 指標項目 | | 2020 (R2) 年度 | 2021 (R3) 年度 | 2022 (R4) 年度 | 2023 (R5) 年度 | 2024 (R6) 年度 | 2025 (R7) 年度 |
|-----------------------------------|----|------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 観光集客実人員 (実人数) (千人) | 目標 | - (-) | - (-) | 30,000 (-) | 32,500 (-) | 35,000 (-) | 37,910 (-) |
| | 実績 | 16,290 (-) | 25,360 (-) | 29,220 (-) | | | |
| 横浜観光情報 (観光公式サイト) アクセス数 (PV) | 目標 | - (-) | - (-) | 15,000,000 (-) | 17,500,000 (-) | 20,000,000 (-) | 22,500,000 (-) |
| | 実績 | 8,100,011 (254,651) | 13,342,032 (298,607) | 16,239,905 (856,835) | | | |
| 平均消費単価 (円) | 目標 | - (-) | - (-) | 8,000 (-) | 9,000 (-) | 10,000 (-) | 12,000 (-) |
| | 実績 | 6.446 (-) | 6.976 (-) | 8,880 (-) | | | |
| 市内宿泊施設の平均稼働率 (%) | 目標 | - (-) | - (-) | 65% (-) | 70% (-) | 75% (-) | 75% (-) |
| | 実績 | 50.7% (-) | 51.7% (-) | 71.6% (-) | | | |
| 国際会議参加者数 (人) | 目標 | 350,000 (-) | 350,000 (-) | 100,000 (-) | 150,000 (-) | 200,000 (-) | 274 (-) |
| | 実績 | 19,882 (555) | 22,837 (110) | 集計中 集計中 | | | |

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【設定にあたっての考え方】

観光集客人員（実人数）

算出方法：横浜市の「観光集客指標」の実績値より算出

目標設定：過去3年間の実績から割り出した平均値を基準とし、段階的に4か年で新型コロナウイルス拡大以前の平均値まで回復することを目標とする

横浜観光情報（観光公式サイト）アクセス数（PV）

算出方法：Google Analytics で計測する実績値より算出

目標設定：過去3年間の実績から割り出した平均値を基準とし、段階的に4か年で新型コロナウイルス拡大以前の平均値まで回復することを目標とする

平均消費単価

算出方法：横浜市の「観光集客指標」のうち、観光消費額から観光入れ込み客数を割った数値

目標設定：過去3年間の実績から割り出した平均値を基準とし、段階的に4か年で新型コロナウイルス拡大以前の平均値まで回復することを目標とする

市内宿泊施設の平均稼働率

算出方法：横浜市の「横浜市内主要ホテル平均稼働率」の実績値より算出。

目標設定：過去3年間の実績から割り出した平均値を基準とし、以後も継続的に同平均値を維持することを目標とする

国際会議参加者数

算出方法：横浜市の「アニュアル・レポート」及びJNTO「国際会議統計調査」の実績値より算出

「国際会議統計調査」は年度単位ではなく年単位での算出

目標設定：横浜市の中期4か年計画を踏まえ設定

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。
現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

| 年(年度) | 総収入(円) | 内訳(具体的に記入すること) |
|----------------|-----------------------|--|
| 2020(R2) 年度 | 1,125,042,193(円) | 【基本財産運用益等】1,508,632(円) 【受取会費等】13,779,000(円) 【事業収益】7,282,710(円) 【受取補助金等】1,100,037,443(円) 【雑収益】2,434,408(円) |
| 2021(R3) 年度 | 1,120,643, 185(円) | 【基本財産運用益等】3,201,168(円) 【受取会費等】26,540,000(円) 【事業収益】7,577,593(円) 【受取補助金等】1,079,554,662(円) 【雑収益】3,769,762(円) |
| 2022(R4) 年度 | 1,427,397,459(円) | 【基本財産運用益等】4,464,583(円) 【受取会費等】25,920,000(円) 【事業収益】14,534,512(円) 【受取補助金等】1,378,390,439(円) 【雑収益】4,087,925(円) |
| 2023(R5) 年度 | 671,137,330(円) 見込み | 【基本財産運用益等】4,457,000(円) 【受取会費等】27,975,000(円) 【事業収益】5,865,000(円) 【受取補助金等】627,340,330(円) 【雑収益】5,500,000(円) 見込み |
| 2024(R6) 年度 | 未定 | 未定 |
| 2025(R7) 年度 | 未定 | 未定 |

(2) 支出

| 年(年度) | 総支出 | 内訳(具体的に記入すること) |
|----------------|------------------|---|
| 2020(R2) 年度 | 1,113,573,877(円) | 【誘客事業費】780,237,483(円) 【来訪者支援事業費】70,000,287(円) 【広報事業費】48,323,529(円) 【来訪者支援・人材開発事業費】14,426,850(円) 【民間連携推進事業費】114,803,340(円) 【管理費】85,782,388(円) |
| 2021(R3) 年度 | 1,102,474,072(円) | 【誘客事業費】832,641,191(円) 【来訪者支援事業費】70,299,041(円) 【広報事業費】42,307,383(円) 【来訪者支援・人材開発事業費】46,204,349(円) 【民間連携推進事業費】54,229,198(円) 【管理費】56,792,910(円) |
| 2022(R4) | 1,417,518,303(円) | 【誘客事業費】1,140,069,131(円) 【来訪者支援事業費】56,586,291(円) |

| | | |
|-------------------|-----------------------|--|
| 年度 | | 【広報事業費】44,743,435(円) 【来訪者支援・人材開発事業費】24,157,295(円) 【民間連携推進事業費】77,803,946(円) 【管理費】74,158,205(円) |
| 2023(R 5) 年度 | 659,705,352(円) 見込み | 【誘客事業費】243,219,000(円) 【来訪者支援事業費】60,858,705(円) 【広報事業費】41,723,000(円) 【来訪者支援・人材開発事業費】46,232,000(円) 【民間連携推進事業費】217,863,894(円) 【管理費】49,808,753(円) 見込み |
| 2024(R 6) 年度 | 未定 | 未定 |
| 2025(R 7) 年度 | 未定 | 未定 |

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・新規会員の拡大(会費収入の確保)
- ・観光事業にかかる市からの負担金・補助金等の安定確保
- ・自主事業による財源獲得

8 . 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

横浜市は、コロナ禍からの産業の復興と、今後の観光地としての更なる発展につなげるためには、地域の関係者と一体となって観光地域づくりを進めることが重要と考えています。地域の関係事業者と共に観光施策を進めてきた実績、観光・M I C Eに関する専門性やノウハウを持つ(公財)横浜観光コンベンション・ビューローが地域DMOとしての機能を担うべき法人であると考えています。

9 . マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO(県単位以外)や地域DMOと重複する場合の役割分担について(重複しない場合は記載不要)

他のDMOとマーケティング・マネジメント対象区域の重複なし

10 . 記入担当者連絡先

| | |
|-----------|--------------------------|
| 担当者氏名 | 青木思生 |
| 担当部署名(役職) | 経営企画部企画課長 |
| 郵便番号 | 231-0023 |
| 所在地 | 神奈川県横浜市中区山下町2 産業貿易センター1階 |

| | |
|-------------|----------------|
| 電話番号（直通） | 045-221-2111 |
| F A X 番号 | 045-221-2100 |
| E - m a i l | dmo@ycvb.or.jp |

1 1 . 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

| | |
|-------------|-----------------------------------|
| 都道府県・市町村名 | 横浜市 |
| 担当者氏名 | 斎藤信明 |
| 担当部署名（役職） | 文化観光局観光振興課長 |
| 郵便番号 | 231-0015 |
| 所在地 | 横浜市中区本町 6-50-10 |
| 電話番号（直通） | 045-671-3940 |
| F A X 番号 | 045-663-6540 |
| E - m a i l | no11-sai tou@ci ty.yokohama.lg.jp |

記入日：令和5年 7月 1日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

神奈川県横浜市

【設立時期】平成10年4月1日

【設立経緯】

区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】理事長 岡田 伸浩

【マーケティング責任者(CMO)】青木 思生

【財務責任者(CFO)】吉濱 隆宗

【職員数】37人(常勤36人(正職員29人・出向等7人)、非常勤1人)

【主な収入】

基本財産運用益等 4百万円、受取会費等 25百万円、事業収益 15百万円、受取補助金等 1,378百万円、雑収益 4百万円(R4年度決算)

【総支出】

事業費 1,343百万円、管理費 74百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

観光関連の団体・事業者、商業者、文化関係者、港湾関連団体等

KPI(実績・目標)

()内は外国人に関するもの。

| 項目 | | 2020 (R2)年 | 2021 (R3)年 | 2022 (R4)年 | 2023 (R5)年 | 2024 (R6)年 | 2025 (R7)年 |
|----------------|----|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 旅行消費額 (百万円) | 目標 | 362,300 (-) | 362,300 (-) | 362,300 (-) | 375,700 (-) | 389,100 (-) | 402,600 (-) |
| | 実績 | 105,000 (-) | 176,900 (-) | 259,500 (-) | | | |
| 延べ宿泊者数 (千人) | 目標 | - (930) | - (930) | - (930) | - (930) | - (930) | - (930) |
| | 実績 | 3,994 (144) | 4,205 (79) | 6,220 (140) | | | |
| 来訪者満足度 (%) | 目標 | - (-) | - (-) | 75 (-) | 75 (-) | 75 (-) | 75 (-) |
| | 実績 | 93.3 (-) | 74.5 (-) | 78.8 (-) | | | |
| リピーター率 (%) | 目標 | - (-) | - (-) | 83 (-) | 83 (-) | 83 (-) | 83 (-) |
| | 実績 | 88.7 (-) | 82.8 (-) | 83.9 (-) | | | |

戦略

【主なターゲット】

- ・首都圏をはじめとする国内観光客
- ・MICEをはじめとする国内外のビジネス客
- ・アジア及び欧米からの訪日観光客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・マーケティング強化によるセールス・プロモーション
- ・付加価値の高い観光資源の開発
- ・多様な観光客に向けた受入環境の整備
- ・財団経営及び組織体制の強化

【観光地域づくりのコンセプト】

独自性・経済性・持続性を実現する
‘横浜型’観光MICEの推進

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・高付加価値コンテンツの掘起し
- ・市内開催イベントと連動した観光資源創出事業
- ・ナイトタイムエコノミー促進事業
- ・ユニークベニュー開拓 など

【受入環境整備】

- ・観光案内所の運営事業
- ・市内観光事業者向け新人研修
- ・各種バリアフリー化促進事業
- ・MICE人材育成講座の開催 など

【情報発信・プロモーション】

- ・宿泊キャンペーンなど市内宿泊促進事業
- ・FIT向け旅行商品造成促進事業
- ・在日インフルエンサーを活用した海外向け情報発信
- ・MICE誘致に向けた国内外へのセールス活動 など

【マーケティング強化】

- ・横浜の観光MICE関連データをダッシュボード上に公開 など

