

観光地域づくり法人形成・確立計画

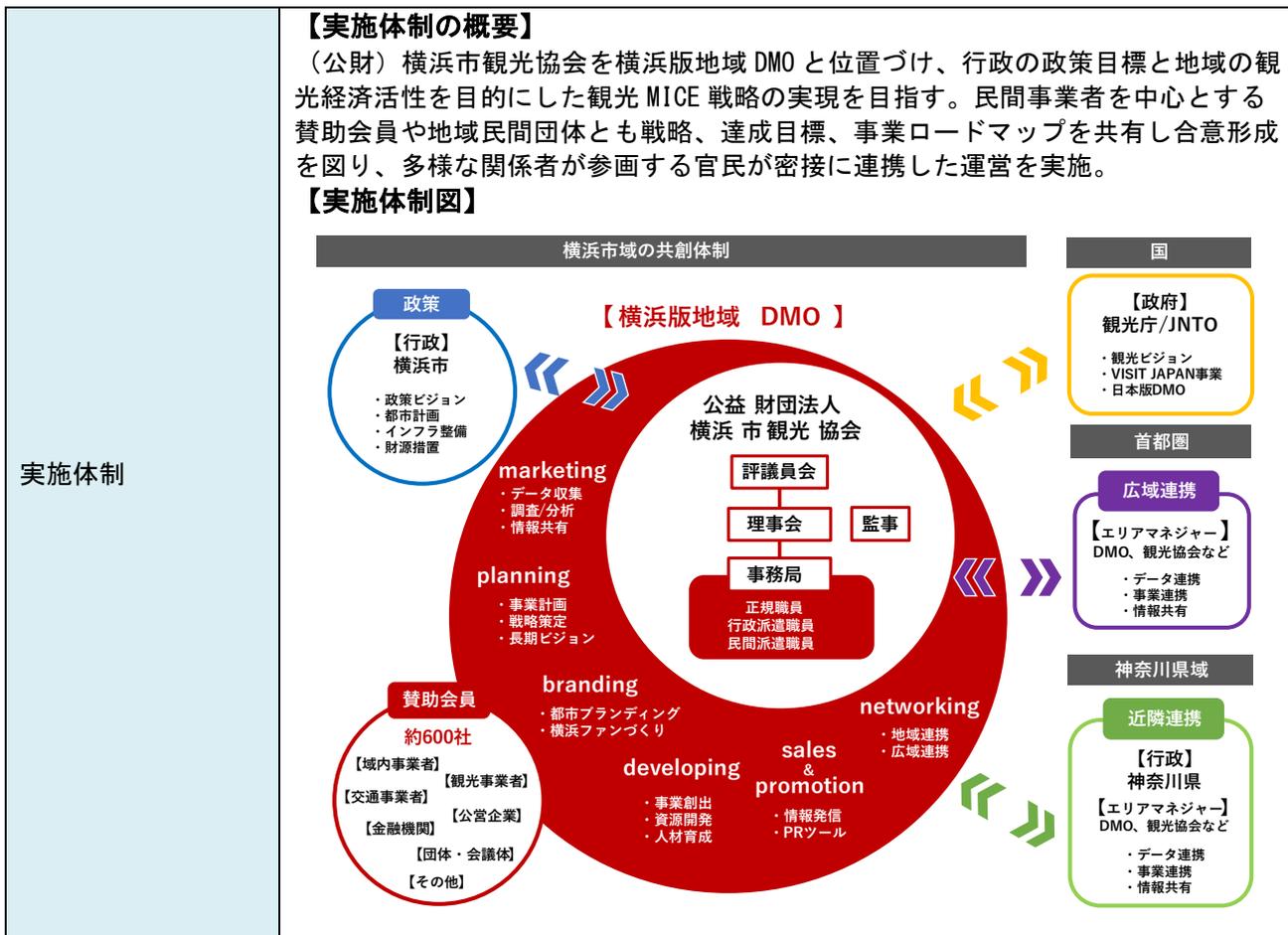
記入日：令和6年7月31日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	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	公益財団法人横浜市観光協会	
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30人・出向等6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） 細野 亜希子「専従」	当財団専従職員として総務・経理と広報PRを担当し、財団内における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、脱炭素・GREEN×EXPO推進局、政策経営局、国際局、市民局、経済局、都市整備局、港湾局、交通局、みどり環境局、総務局 など ■神奈川県 文化スポーツ観光局、政策局、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MICE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、一般社団法人横浜市工業会連合会、一般財団法人横浜市交通局協力会、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、独立行政法人国際協力機構、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>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】 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 神奈川県文化スポーツ観光局 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】 公益財団法人横浜市観光協会 理事長 公益財団法人横浜市観光協会 専務理事 公益財団法人横浜市観光協会 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 地域共創部長 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 LOONMOON ホールディングス代表取締役社長 株式会社横浜国際平和会議場 代表取締役社長</p> <p>【監事】 横浜信用金庫 会長 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>■市民ボランティア団体向けの観光客受入に関するセミナーを開催し、地域が一体となった受入環境の整備を行っている。</p> <p>■国際会議の開催施設で市民が観光案内する観光デスクを設置し、地域住民と国際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 1469 1407 2016"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1469 619 1518">事業</th> <th data-bbox="619 1469 1407 1518">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1518 619 1845">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="619 1518 1407 1845"> <p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■国内誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊キャンペーンなど誘客促進事業 ・イベント参加目的の来訪者向け周遊促進事業 など ■海外誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・FIT 向け旅行商品造成事業 ・訪日インセンティブ旅行の誘致セールス など ■MICE 誘致 <ul style="list-style-type: none"> ・国際会議などの誘致セールス ・国際会議の受入環境整備 など </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1845 619 2016"></td> <td data-bbox="619 1845 1407 2016"> <p>【直近3か年の新規事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワーケーション促進事業 ・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 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■国内誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊キャンペーンなど誘客促進事業 ・イベント参加目的の来訪者向け周遊促進事業 など ■海外誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・FIT 向け旅行商品造成事業 ・訪日インセンティブ旅行の誘致セールス など ■MICE 誘致 <ul style="list-style-type: none"> ・国際会議などの誘致セールス ・国際会議の受入環境整備 など 		<p>【直近3か年の新規事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワーケーション促進事業 ・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
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	<p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■国内誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊キャンペーンなど誘客促進事業 ・イベント参加目的の来訪者向け周遊促進事業 など ■海外誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・FIT 向け旅行商品造成事業 ・訪日インセンティブ旅行の誘致セールス など ■MICE 誘致 <ul style="list-style-type: none"> ・国際会議などの誘致セールス ・国際会議の受入環境整備 など 						
	<p>【直近3か年の新規事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワーケーション促進事業 ・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> <ul style="list-style-type: none"> ■国内誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所の運営やガイドマップの発行 ・市内事業者向け観光人材育成研修の実施 ・観光施設におけるバリアフリー促進事業 など ■海外誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・観光施設における多言語対応促進事業 ・訪日観光客向け災害時避難情報の発信 ・市民ボランティア向け訪日外国人受入研修の開催 など ■MICE 誘致 <ul style="list-style-type: none"> ・市内施設を活用したユニークベニュー開発 ・海外からの企業視察旅行受け入れ支援 ・地域の 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"> ・渋谷区観光協会との誘客プロモーション連携 ・市内宿泊促進事業 ・観光案内所における DX 事業 など
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>【主な事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■国内誘客 <ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値コンテンツ創出事業 ・市内開催イベントと連動した観光資源創出事業 ・電子チケットを活用した観光 DX 事業 など ■海外誘客 <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 ■MICE 誘致 <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> <ul style="list-style-type: none"> ■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 ■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 ■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 ■情報発信 観光公式サイト各言語 PV 数、観光公式 SNS 閲覧数 		



実施体制

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】
 横浜市は市の面積が 437.71k m²と広域であり、日本の政令指定都市中で最も人口が多い都市である。域内には多様な事業者が存在し、市内総生産、事業所数、従業者数などの項目において、全国第3位から第4位となっている。これら状況から、DMOのエリアマネジメント範囲として市域だけでも大規模なものとなり、商圈規模も大きい。そのため、市域における施策範囲とマネジメント領域の合理性や、DMOが行う観光 MICE 事業のコントラビリティの観点から、横浜市の市政範囲が適切な区域設定と考える。

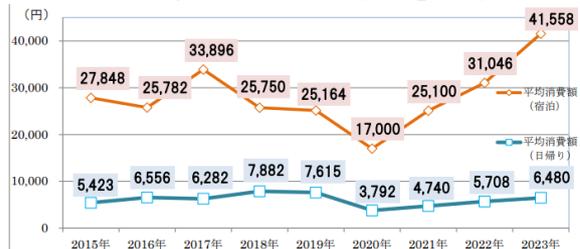
【観光客の実態等】

・「観光集客実人員」及び「観光消費額」とその推移

＜観光入込客数(実人数)及び観光消費額の推移＞



＜「平均消費額(宿泊・日帰り)」の推移＞



・観光入込客数(実人数) および観光消費額(2023年度)

	観光入込客数(実人数)	観光消費額
2023年	3,600万人	3,667億円
＜参考＞2019年 ※コロナ禍前	3,634万人	3,762億円

【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、横浜シンポジア 各種大型ホテル宴会場 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、横浜 BUNTAI 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	三溪園、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、横浜ジャズブロードワード、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、ヨルノヨ など
区域特有資源	観光船6種、都市型循環式ロープウェイ 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】

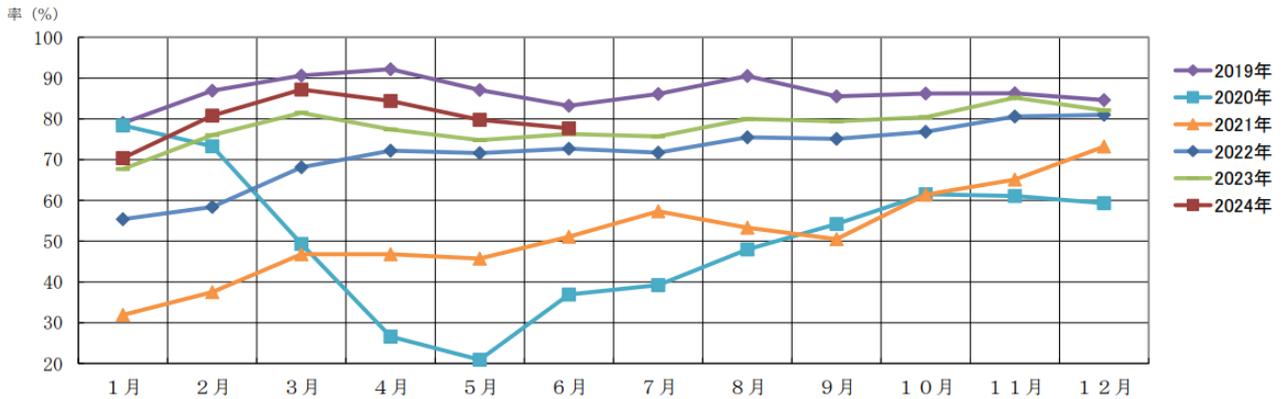
ホテル数	230 か所 ※横浜市 HP 掲載(厚生労働省：2022 年度末 衛生行政報告例)より抜粋
ホテル客室数	23,977 室 ※2022 年度末 衛生行政報告例より抜粋
主要大型ホテル	アパホテル&リゾート<横浜ベイタワー>、インターコンチネンタル横浜 Pier 8、ウェスティンホテル横浜、オークウッドスイーツ横浜、ザ・カハラ・ホテル&リゾート横浜、新横浜プリンスホテル、ハイアットリージェンシー横浜、ホテルニューグランド、ヨコハマ グランド インターコンチネンタルホテル、ローズホテル横浜、横浜ベイシェラトンホテル&タワーズ、横浜ベイホテル東急、横浜ロイヤルパークホテル、ヒルトン横浜など

・ 横浜市内主要ホテル平均稼働率 ※2024年7月報告時点

【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	76.3	75.7	80.0	79.4	80.4	85.2	82.1	78.0
2024年	70.4	80.8	87.2	84.4	79.8	77.7							80.1
平均	63.8	68.8	70.6	66.6	63.3	66.3	66.0	69.5	68.9	73.3	75.7	76.0	



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

・ 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]

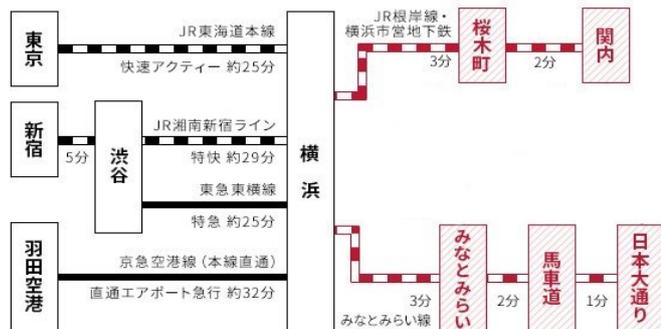
路線数：6 社 11 路線

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）
- ・多言語による主要観光地の災害ハザードマップの配布、災害時対応情報の発信

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

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
インバウンド人流データ	外国人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
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・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
市内開催イベントへの来訪実態	イベント参加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

横浜市は、観光を重要な経済戦略の一環として位置づけ、持続可能な都市発展を目指している。日本全体で人口減少や少子高齢化が進む中で、横浜市は観光目的の来訪者による交流人口を拡大し、経済の活性化を図ることを目的として観光振興を推進している。

横浜市の現状（2023年実績）では、約3600万人の観光客が訪れ、観光消費額は約3667億円となっている。観光は市の経済にとって重要な役割を果たしており、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、更に観光ビジネスを発展させ、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地域づくりが求められている。

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開催環境など横浜の特性を活かした観光集客を、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していく必要がある。その為には地域のブランディング、観光人材の育成、域内経済循環の拡大と地域連携の推進が必要となっている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>整備された交通網 ホテル・観光施設の集積 便利な空港アクセス 大型クルーズ船が就航する港湾 大型 MICE 施設や大型音楽ホール 企業・大学・研究施設などの集積 日本有数の経済都市（人口最大） 近代的な都市景観と自然の調和 域内で高い消費力がある 国際的なビジネス拠点 新産業の創出に向けた取り組みが盛ん</p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>都市ブランド力の低下 弱い域内生産力・経済循環性 観光 MICE 振興の財源不足 産官学によるシナジーが不足、 市民の観光 MICE への理解不足 自然災害のリスクが高い地域（崖や河川）が多い 土地の供給が限られており都市再開発が難しい 人口密度が高い 交通渋滞や公共サービスの負担 東京との差別化が難しい 宿泊客の割合が低い 人口流出や企業移転の影響を受けやすい</p>
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>グローバルブランドのホテルの市内進出 新たな都市開発（関内エリアなど） 大型集客イベントの開催 インバウンド需要の回復と拡大 ウェルネス・サステナブルなど新たな観光 MICE 需要 高速道路や公共交通機関の整備 文化・芸術分野での取り組み 国際園芸博覧会など国際的イベントの開催</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>他都市の MICE 施設開発 首都圏におけるホテル開発 観光業からの人材離れ 首都直下型地震や新たな疾患が出現する可能性 施設やインフラの老朽化や陳腐化 世界の紛争や貿易摩擦による物価・人件費への影響 東京の情報発信量の多さ 市域における夜間の消費需要の低下</p>

<p>Politics (政治)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本政府のインバウンドシフト（アジア向けビザ緩和、国内地方への誘客） ・世界の紛争や緊張状態（貿易摩擦の可能性） ・大阪万博、パリ五輪（世界的イベントが世間の話題に） ・海外各国首脳の選挙など（外交の変化） 	<p>Economy (経済)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・円安・物価高・金利上昇（国内消費の低下） ・インバウンドの増加・来訪国籍の多様化（受け入れ環境の整備が急務） ・労働力不足・賃金の上昇（観光サービスの質と量が低下） ・日本の各地で宿泊税が導入（地域の稼ぐ力の格差拡大）
<p>Society (社会)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少・少子高齢化（国民の社会的、経済的負担が増加） ・コト消費・トキ消費（価値観やニーズの多様化への田泓が急務） ・サステナブルな商品やサービスを選択する意識が増加（持続可能な観光に向けた取り組みが求められる） 	<p>Technology (技術)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・AI を活用したサービスが充実化（情報収集とサービスの選択が効率化） ・スマホの普及と機能進化（マスメディア弱体化、SNS の信頼性増加） ・ロボティクスの拡大（労働市場の変化、生活や仕事の質が向上）

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 首都圏をはじめとする国内観光客</p>
<p>●選定理由 来訪者の割合のうち最も高く、首都圏からのアクセスという地の利を活かし選定。</p> <p>●取組方針 下記ターゲットの集客と観光消費拡大に向けた資源開発とプロモーション</p> <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 ・ホテル滞在と市内周遊を目的とした観光客 など

<p>○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</p> <p>●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。</p> <p>●取組方針 下記ターゲットの誘致拡大に向けた滞在環境の充実 ・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</p>
<p>○第3ターゲット層 アジア及び欧米からの訪日観光客</p> <p>●選定理由 インバウンドの回復基調、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。</p> <p>●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 ・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</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	独自性・経済性・持続性を実現する「横浜型」観光の推進
②コンセプトの考え方	持続可能な観光ビジネスを官民一体で構築し、常に「選ばれる」都市として、ストーリー性ある観光滞在の提案と、横浜ならではの本物の価値を創出していく。「独自性」を確立する都市ブランドと、域内循環性の高い観光消費を拡大していく「経済性」、そして多様な域内産業で磨かれた競争力を基盤とする「持続性」から、観光ビジネスを最大化する「横浜型」観光MICEを推進していく。

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	約600社の賛助会員を中心に、地域の観光MICEに関連するセミナーや交流会を開催し、横浜が目指すべき観光振興の共有や、域内事業者のリテラシー向上を目的とした研修などを毎年10回以上行っている。また、財団が収集する観光動向などのデータをリアルタイムでオープンデータ化し、域内の観光マーケティング基盤を構築している。 財団の観光戦略及び事業計画について、地域関係者を中心とした理事会及び評議員会を構成し、合意形成を図っている。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、同様に戦略や事業計画について共有を図っている。
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	独自のデータ収集や横浜市からのデータから、来訪目的や来訪者満足度などの分析を実施している。また、ビッグデータを活用し、市域の人流からイベント開催、キャンペーン実施の効果測定を行い、観光施策の改善に繋げている。
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	市域（マネジメントエリア）のDMOとして、地域の観光情報やイベント情報などを一元的に集約し、オンライン（Web、SNS）を中心に国内外へ情報発信している。また、各種メディアでの情報掲載を積極的に行っており、多角的な情報露出を図っている。現在新たに横浜来訪者の顧客データベース（CRM）を構築しており、以後はダイレクトに情報発信できるプロモーション推進の強化を図る。

6. KPI（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		2021	2022	2023	2024	2025	2026
		(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	362,300 (-)	362,300 (-)	375,700 (-)	389,100 (-)	402,600 (-)	404,600 (-)
	実績	176,900 (-)	259,500 (-)	366,700 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	- (930)	- (930)	- (930)	- (930)	- (930)	- (930)
	実績	4,205 (79)	6,220 (140)	8,364 (584)			
●来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	75 (-)	75 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	74.5 (-)	78.8 (-)	93.9 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	- (-)	83 (-)	83 (-)	85 (35)	85 (35)	85 (35)
	実績	82.8 (-)	83.9 (-)	87.9 (32.2)			

※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

【検討の経緯】

KPIとして設定する項目や目標数値に関して、財団が横浜市とともに作成した「横浜市観光・MICE戦略」で設定したKGI(2030年までに年間の観光消費額5,000億円)達成を念頭に、段階的に必要な観光消費額や宿泊者数などを設定した。

【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。

目標設定：令和3年(2021年)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：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「再来訪意向」。

目標設定：令和3年(2021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。令和5年よりコロナ禍により中止をしていた訪日外国人に対する調査を再開。初年の数値を基準とし、以降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		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●観光集客実人員 (実人数) (千人)	目標	- (-)	30,000 (-)	32,500 (-)	35,000 (-)	37,910 (-)	40,000 ()
	実績	25,360 (-)	29,220 (-)	36,000 (-)			
●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 (-)	28,030,000 (-)	29,000,000 (-)	30,000,000 ()
	実績	13,342,032 (298,607)	16,239,905 (856,835)	15,380,957 (1,791,529)			
●平均消費単価 (円)	目標	- (-)	8,000 (-)	9,000 (-)	10,000 (-)	12,000 (-)	15,000 (-)
	実績	6,976 (-)	8,880 (-)	10,184 (-)			
●市内宿泊施設の平均稼働率 (%)	目標	- (-)	65% (-)	70% (-)	80% (-)	80% (-)	80% (-)
	実績	51.7% (-)	71.6% (-)	78.0% (-)			
●国際会議参加者数 (人)	目標	350,000 (-)	100,000 (-)	150,000 (-)	200,000 (-)	274,000 (-)	300,000 ()
	実績	22,837 ()	54,558 ()	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

【検討の経緯】

必須KPIと同様に、財団が横浜市とともに作成した「横浜市観光・MICE戦略」で設定したKGI(2030年までに年間の観光消費額5,000億円)達成を念頭に、段階的に必要な観光集客数や情報接触者数などを設定した。

【設定にあたっての考え方】

●観光集客実人員(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、段階的に上昇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、段階的に上昇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、段階的に上昇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

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
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	665,637,512(円)	【基本財産運用益等】4,305,320(円) 【受取会費等】26,830,000(円) 【事業収益】46,342,660(円) 【受取補助金等】584,092,124(円) 【雑収益】4,067,408(円)
2024(R6)年度	未定	未定
2025(R7)年度	未定	未定
2026(R8)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)
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)年度	1,417,5108,303(円)	【誘客事業費】1,140,069,131(円) 【来訪者支援事業費】56,586,291(円) 【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(R5)年度	649,880,526(円)	【誘客事業費】267,595,259(円) 【来訪者支援事業費】48,826,151(円) 【広報事業費】41,739,068(円) 【来訪者支援・人材開発事業費】42,110,321(円) 【民間連携推進事業費】178,232,099(円) 【管理費】71,377,628(円)
2024(R6)年度	未定	未定
2025(R7)年度	未定	未定
2026(R8)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

横浜市が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である。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・MICEに関する専門性の観点から、(公財)横浜市観光協会が地域DMOとしての機能を担うべき法人であると考えている。

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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

神奈川県観光協会（地域連携DMO）は横浜市もマネジメントエリアに含めているが、当財団の事業活動との重複が見られないため、具体的協議は現状不要と考えている。なお、協会間の情報共有は盛んにおこなわれている。

【区域が重複する背景】

横浜市は神奈川県内の市町村のため。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

横浜市観光協会（地域DMO）：横浜市域に特化したDMO推進

関東広域DMO（地域連携DMO）：神奈川県全域のDMO推進

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

従来、連携事業や情報共有を行っている。今後はデータ連携や、県内の他DMOとも連携を図り、県域における連携の強化も検討している。

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）	Yokohama Discovery Group グループ長（CMO/CSO）
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
FAX番号	045-221-2100
E-mail	dmo@ycvb.or.jp

11. 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	品川 裕治
担当部署名（役職）	にぎわいスポーツ文化局 観光 MICE 振興部 観光振興・DMO 地域連携課長
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
FAX番号	045-663-6540
E-mail	yu00-shinagawa@city.yokohama.jp

記入日：令和6年 7月 30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】③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)】細野 亜希子

【職員数】37人(常勤36人(正職員30人・出向等6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 27百万円

事業収益 46百万円

受取補助金等 584百万円

雑収益 4百万円(R5年度決算)

【総支出】

事業費 578百万円、管理費 71百万円(R5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		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (百万円)	目標	362,300 (-)	362,300 (-)	375,700 (-)	389,100 (-)	402,600 (-)	404,600 ()
	実績	176,900 (-)	259,500 (-)	366,700 (-)	-	-	-
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	- (930)	- (930)	- (930)	- (930)	- (930)	- (930)
	実績	4,205 (79)	6,220 (140)	8,364 (584)	-	-	-
来訪者 満足度 (%)	目標	- (-)	75 (-)	75 (-)	85 (-)	85 (-)	85 (-)
	実績	74.5 (-)	78. (-)	93.9 (-)	-	-	-
リピーター率 (%)	目標	- (-)	83 (-)	83 (-)	85 (35)	85 (35)	85 (35)
	実績	82.8 (-)	83.9 (-)	87.9 (32.2)	-	-	-

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】

- ・集客と消費拡大に向けた資源開発とうプロモーション
- ・ビジネス観光の誘致拡大に向けた誘致活動
- ・多様な観光客の受入に向けた滞在環境の整備
- ・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」観光の推進

具体的な取組

■3つの重点取り組み

①観光MICE都市横浜のブランディング

- ・DMOが掲げるタグラインの地域への浸透
- ・地域関係者との共創を推進する場づくり
- ・テーマを掲げた観光リブランディング

②エリアの魅力の開発

- ・ミュージックシティの実現に向けた取組
- ・水際線の利活用(ウォーカブルな街の開拓)
- ・GREEN x EXPO 2027 開催に向けた地域連携

③戦略的プロモーション

- ・記念日に訪れたい横浜の推進
- ・観光誘客(訪日・国内)の拡充
- ・マーケティングに基づくMICE誘致強化

■5つの基本事業

①資源開発・観光振興事業

地域のにぎわい創りや、国内外の観光セールス など

②MICE 振興事業

MICE開催を契機とした関連産業育成・企業連携 など

③観光MICE人材育成事業

産官学連携による観光MICE人材の育成 など

④マーケティング・プロモーション事業

独自データの収集による横浜の観光市場分析 など

⑤賛助会員事業

賛助会員交流機会の拡充 など