

みなとみらい21地区都市観光・MICE等取組戦略及び施策

∼ Executive Summary ∼

2021年1月



2020年度MM21地区都市観光・MICE取組戦略検討会の概要

背景

- ▶ みなとみらい21地区(以下「MM21地区」という)は、開発が始まって以来30年が経過し、従来からの業務・商業・住宅施設に加え、パシフィコノースや音楽ホールなどの大規模集客施設、R&D施設や大学などの多様な施設が立地し、就業者11万人、居住者8千人の様々な機能が複合した街へと出来上がってきた。また、周辺に目を向けると、横浜市庁舎の移転と跡地の再開発、横浜スタジアムのリニューアル、横浜駅周辺の再開発など、横浜都心部全体が新たな魅力ある街へと変貌しようとしている。
- ➤ このような状況において、MM21地区は、エリアマネジメントを通じて街の企業、就業者、居住者、来街者の活動そのものから街の魅力を生み出し、世界から選ばれる街として、生き続けなければならない段階にきている。そこで2019年度、今後のエリアマネジメントの在り方についてご議論いただき、「未来志向で新たなワークスタイルとライフスタイル、イノベーションを実現し続ける街」というビジョンを掲げ、あらたに取り組むべき5つのテーマを選定した一つが観光・MICE戦略の策定である。
- ▶ 本検討会においては、①新型コロナウイルスによる生活様式や社会の変容、②地区内の観光・MICEにかかわる施設の充実、③地区周辺の再開発やあらたな取組などの環境変化を鑑み、観光・MICEの観点からの取り組むべき戦略と具体的なアクションを定め、取り組み体制を提案するものである。



MM21地区における2019年DATA

開発進捗:97%(2020年)

来街者数:約8,340万人

事業所数:約1,820社

就業者数:約112,000人

居住世帯: 4,188世帯

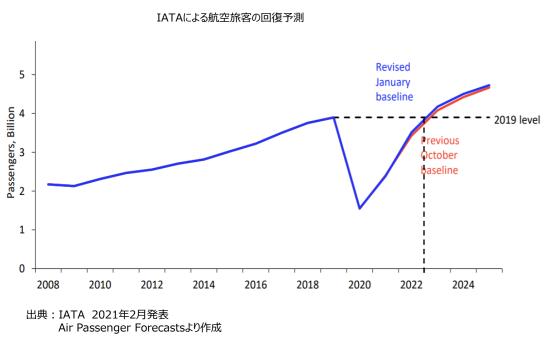
居住者数:8,786人

パシフィコ横浜総来場者:380万人

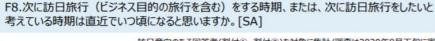


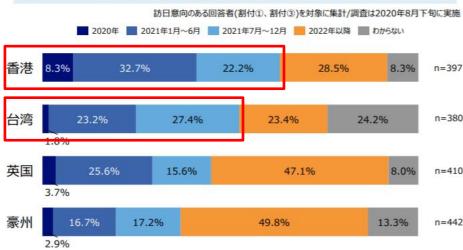
【参考】各種調査に基づく観光市場の回復予測

- 国際航空運送協会(IATA)は、世界の航空需要が2019年の水準に戻るのは2023年であると予測している。
- 観光庁の訪日意向がある台湾、香港、英国、豪州人を対象とした調査によれば、台湾、香港は英国、豪州よりも次の訪日意向時期が早い傾向にあり、回答者の50%以上が2021年内での訪日意向がある。
- これらを踏まえ、日本の観光需要は、まずは近隣地域、国内観光客、次に東アジア等の近隣諸国、最後に欧米諸国、という順で回復が予測されるため、各段階を見据えた対策を進める必要がある。



香港、台湾、英国、豪州の訪日旅行意向





出典: JNTO 2020年12月発表

訪日旅行市場における新型コロナ感染症の影響と需要回復局面の旅行者ニーズと

志向に関する調査

※訪日意向のある回答者を対象に集計していることに留意が必要

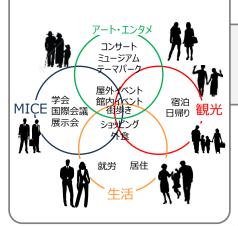




横浜のゲートウェイとして、新たな未来を創出し続ける持続可能なグローバル観光MICE都市

様々な属性の来街者・在街者を想定した都市力の更なる高度化

- ・都市型観光を目的とした来街者
- ·MICE 参加を目的とした来街者
- ・アートエンタメを目的とした来街者
- ・就労・居住を目的とした在街者

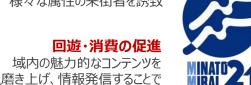


MM21地区都市観光・MICE取組戦略の基本方針

認知・周知の最大化

回遊と域内消費を促進

MM21の魅力を多面的に訴求し 様々な属性の来街者を誘致



滞在・宿泊の伸長

ナイトコンテンツの充実、 宿泊価値の向上によって 観光消費単価の向上を促進

満足度・再来訪の促進

MM21域内のみならず 周辺&広域エリアと連携し いつ来ても新しい魅力を構築

MM21ファンの醸成による 持続可能な成長

国際観光都市として満足度の 最大化と情報発信力の強化によるリピーター需要の創出









出典:YMM21 HP





広域交通利便性に立脚したMM21地区の「拠点性」を活用した域外連携によるシナジー効果の最大化

東京隣接立地のグローバルアクセス





出典: Photock

新横浜近接立地の新幹線アクセス



出典: フリー写真素材集



出典:Sothei

県内観光ゴールデンルートへのアクセス



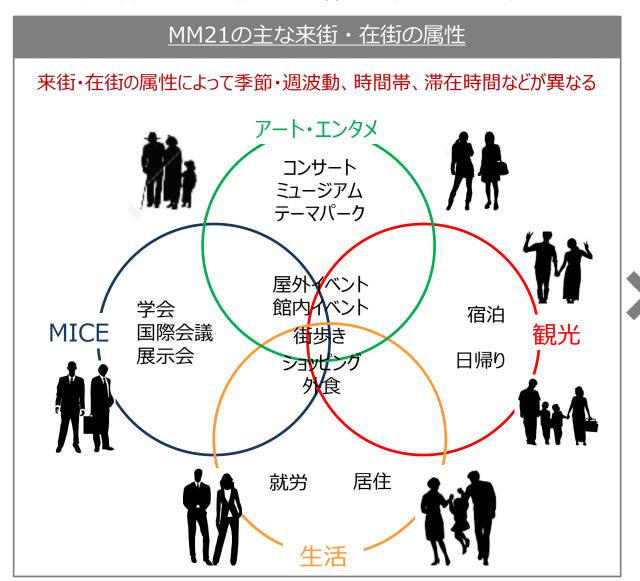


出典:無料写真素材東京デート 出典:富士市HP



MM21地区における都市観光・MICEに関する課題の抽出

MM21地区の来街者ミックスの観点に基づき、課題を以下4つに分類して抽出した。



課題の分類

A. 認知·周知の最適化

- マルチブランディング
- 情報発信
- 訪日インバウンド

B. 来街·回遊の促進

- 移動目的の充実
- 情報発信の最適化
- 移動手段の改善

C. 滞在・宿泊の伸長

- ナイトタイムコンテンツ
- 宿泊需要の創出
- 日帰り滞在時間伸長

D. 満足度・RPTの向上

- 街ぐるみイベント管理
- 域外エリアとの連携
- 公共空間・水際の活用
- 公共施設の充実
- 住民理解の促進



MM21地区における都市観光・MICEに関する施策方針の策定

MM21地区の来街者ミックスの観点から都市観光・MICEに関する課題に基づく施策方針を、下記のように整理した。

MM21地区の来街者ミックスの観点から都市観光・MICEに関する課題に基づく施策方針を、下記のように整理した。															
	認知•周知				来街·回遊			滞在時間			Ш	満足・リピート			
MICE	来	来	訪日イ					ナイトタ				街ぐるみの		域外工:	公共空
観光	目 的 別 M M	来街者属性別の	ンバウンド誘		域内回遊目的	域内情報発	域内移動工	イム&宿泊需				年間イベン-		リアとの連携	間水際の活用
アート・エンタメ	21ブランディ	の情報発信整	致		の充実	信の最適化	手段の改善	要の創出		施設間連携		管理	住民		公共施設
居住就労	ング	備									理解の促進		設の充実		



MM21地区における都市観光・MICE等取組戦略の選定

前述した施策方針に基づきMM21地区都市観光・MICE等に関連する取組戦略として、以下8つの重点戦略を選定した。

認知・周知の最大化

MM21地区の魅力を多面的に訴求し 国内外から様々な属性の 来街者を誘致

取組戦略②

情報発信力の強化

既存・新規含め情報発信の最適化

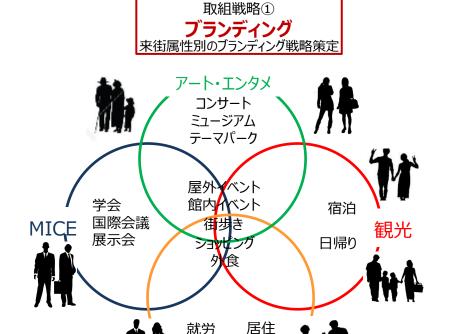
取組戦略④

コンテンツの開発

ナイトタイムコンテンツ充実による滞在 時間伸長

回遊・消費の促進

域内の魅力的なコンテンツを 磨き上げ、情報発信することで 回遊と域内消費を促進



滞在・宿泊の伸長

ナイトコンテンツの充実、 宿泊価値の向上によって 観光消費単価の向上を促進

取組戦略③

MICE機能の充実

MICE来街者への付加価値向上

取組戦略⑤

連携強化

域内外連携による価値向上

満足度・再来訪の促進

MM21域内のみならず 周辺&広域エリアと連携しいつ来ても新しい魅力を構築





「MM21都市観光・MICE等取組戦略」を進めていくためのリーディング施策(赤枠部分)

取組戦略	施策方針	施策	プロジェクト例		
)ブランディング	MM21ブランディン グ(マルチブランド の策定)	来街属性別のブランディング戦略策定	MM21来街者のマルチターゲット分析		
		安全・安心の街づくりブランド	MM21における防災対策の訴求		
	属性別情報発信	MICE主催者との連携した情報発信	MICE主催者と連携した事前プロモーション		
	の整備	SNSを活用した情報発信の強化	インスタ・フェイスブック・ツイッター・Youtube等の活用検討		
		クルーズ船の誘客プロモーション (中長期)	クルーズ客への来街インセンティブの検討		
	訪日インバウンド 誘致促進	独自性のある地域イベントの 企画及び情報発信	各種イベント主催者へのマーケティング支援		
		ファムトリップ (モニターツアー) の推進	素材提供など旅行事業者との連携		
②情報発信力		MM21インフォメーションセンター運営体制 の見直し	域内各種インフォメーションセンターとの連携体制の構築 MM21域内におけるTIC設置の検討 各種インフォメーションにおける提供情報の整備		
の強化	域内情報発信の 改善 改善	域内情報発信手段 の見直U	MM21における一体的な情報発信体制の最適化の提言 モビリティ・アプリの充実 wifi環境の充実 サイネージなどに関する提言取り纏め 紙媒体の再構築		
	イベントシティとして の価値向上	域内イベント(地域情報)一元管理	MM21全体のイベントオペレーション体制の構築 大型イベント同時開催時の域内オペレーション調整 各種年間イベントの情報集約および調整		



「MM21都市観光・MICE等取組戦略」を進めていくためのリーディング施策(赤枠部分)

'I I ^v	「ヘエ目かけ、田代)」	ICC会が近来がり	で進めていくためのソーナイ	ノンルス(小竹中リゾ)
	取組戦略	施策方針	施策	プロジェクト例
	③MICE機能充実	MICE受入 体制整備	MICE来街者への付加価値向上	MICE来場者へのMM21インセンティブの充実/ユニークベニュー開拓 テクニカルビジット(視察旅行)訪問先の受入調整
			ナイトタイムコンテンツ(常設型)開発	ナイトエリアの設定によるナイトコンテンツ集積の実証 (例:内水域を活用したナイトエリア開発)
	④コンテンツの開発	域内滞在時間の	ナイトタイムコンテンツ(期間限定型) 開発	イルミネーションイベントの更なる充実 夜間ポップアップショップの実証実験(例:グランモール)
	(4)コンテングの開光	伸長促進	デイタイムコンテンツ(期間限定型)開発	早朝の集客コンテンツ(例:朝市など)の企画〜実証
			滞在型プランの策定	宿泊事業者と関連事業者による宿泊客への インセンティブ開発
			周辺エリアとの連携強化	横浜駅東口エリア/中華街エリア/桜木町/野毛エリアとの連携
		域外エリアとの 連携	広域エリアとの連携強化	MM21起点のゴールデンルート開発(三浦半島・箱根との連携)
	⑤連携強化	连拐	羽田空港との連携強化	Haneda Innovation Cityとのコンテンツ連携 羽田空港からの舟運の検討
		域内施設連携強化	回遊滞在時間の伸長	施設間連携による共通チケットの充実/各施設のパーキング連携
	⑥公共空間の	域内移動目的の 充実	公共空間を活用したイベント 開催(ソフト)	前述のイベント一体管理体制との連動施策 各種イベント主催者との協働(許認可の一本化等) 公共空間の利用を促進するための体制の検討
	にぎわい	公共空間・親水 空間の活用	規制緩和の推進	取組戦略②のイベント一体管理体制との連動施策 各種イベント主催者との協働(許認可の一本化など) 公共空間の利用を促進するための体制の検討
	⑦川と海の活用	公共空間·親水	親水空間の活用促進	取組戦略②のイベント一体管理体制との連動施策 各種イベント主催者との協働(許認可の一本化等)
		空間の活用	が小工山小川川に圧	親水空間の利用を促進するための体制の検討 水際線の活用方の提案 内水域の活用方の提案
	⑧モビリティの向上	域内移動の円滑化	スマートモビリティの推進	スマートモビリティ施策との連携



「MM21都市観光・MICE等取組戦略」リーディング施策推進体制(案)

新設推進会議体主導型による推進体制(案)

