

公益財団法人 横浜市観光協会  
令和 8 年度事業計画

# 目次

取組方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P3

重点取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P4

【重点1】 観光 MICE 都市横浜のブランディング

【重点2】 アニメ・音楽アーティスト等の人気コンテンツと連携した周遊と消費活動の促進

【重点3】 「横浜観光情報」サイトの発信機能強化

【重点4】 DMO の機能強化

【重点5】 GREEN×EXPO 2027に向けた情報発信プラットフォーム構築

令和 8 年度事業・・・・・・・・・・・・・・・・ P5-12

1. ブランディング事業・・・・・・・・・・・・・・・・ P5

2. 観光振興事業・・・・・・・・・・・・・・・・ P5-6

3. MICE 振興事業・・・・・・・・・・・・・・・・ P7-8

4. 観光 MICE 人材育成事業・・・・・・・・ P8

5. 情報発信・DMO 機能強化事業・・・・ P8-9

6. 賛助会員事業・・・・・・・・・・・・・・・・ P10

【特集】「GREEN×EXPO 2027」に関連する取組・・・・ P11-12

## 取組方針

国内外の人の動きは本格的に回復し、観光市場も新たな成長段階を迎えています。さらに、付加価値の高い体験を重視する観光への関心の高まりなど、旅行のスタイルは大きく変わりつつあります。こうした中、来年3月19日から開催される2027年国際園芸博覧会(GREEN×EXPO 2027)は、花と緑があふれる空間のなかで、持続可能な社会に向け、最先端の技術に触れられる機会であり、横浜の魅力を広く発信できる大きなチャンスです。横浜の観光・MICEをさらに発展させる重要な契機となります。

市内ではイベントやコンベンション、クルーズ船の寄港が続き、来訪者は着実に増えており、2024年の観光入込客数は3,773万人、観光消費額は4,564億円と、いずれも過去最高となりました。このにぎわいを一時的なものに終わらせることなく、市域全体の消費拡大や地域経済の活性化へとつなげていくことが重要です。

私たちは新たに4か年の中期計画「DMO推進計画2026-2029」を令和7年度に策定しました。この計画では、横浜市中期計画が掲げる2029年観光消費額5,500億円の達成と、DMOとしての機能を高め、地域にとってより価値のある存在となることを大きな目標に掲げています。来訪者数の増加だけでなく、滞在時間の延伸や消費単価の向上につながる取組を進めるとともに、データを活用しながら成果を確認し、着実にPDCAを推進します。

令和8年度は、昨年度から進めている「花の港」事業による観光・MICE都市横浜のブランド力向上や、回遊促進、DMO機能の強化、そしてGREEN×EXPO 2027に向けた情報発信基盤の整備などに重点的に取り組みます。これらを連動させながら進めることで、より大きな効果を生み出していきます。

多くの取組はこれまでも市内事業者の皆様とともに進めてきましたが、観光・MICE都市としての魅力をさらに高め、大きな成果へとつなげていくために一層の協働が重要です。DMOとしてデータや情報を共有し、連携の輪を広げることで、それぞれの強みを活かした新たな価値づくりを支えます。そして、横浜市観光協会の役割を一層高め、魅力ある観光まちづくりを進めていきます。

# 令和8年度 重点取組

## 【重点1】 観光 MICE 都市横浜のブランディング

GREEN×EXPO 2027 開催に向けた機運醸成の一環として令和7年度に始動した観光ブランディング「花の港」について、市内事業者との連携をさらに強化し、花をテーマにした一体的なプロモーションを展開します。「花と幸せがあふれる豊かな港まち・横浜」の実現に向け、観光 MICE 都市としての認知度向上と来訪促進を図ります。

## 【重点2】 アニメ・音楽アーティスト等の人気コンテンツと連携した周遊と消費活動の促進

ライブやコンサート、エンターテインメントなど、多くの来訪者が集まるイベントを契機として、イベント主催者や商業施設等と連携した回遊・消費促進施策を展開します。

イベント来訪者を街全体へ誘導する仕組みを構築することで、滞在時間の延伸や消費額の増加を図るとともに、街を挙げて来訪者の満足度を高める魅力創出に取り組みます。

## 【重点3】 「横浜観光情報」サイトの発信機能強化

公式サイト「横浜観光情報」サイトの大規模改修を実施し、発信機能を強化します。GREEN×EXPO 2027 と JR デスティネーションキャンペーンに向けて、AI(人工知能)・SEO(検索エンジン最適化)対策や UGC の活用などにより、昨今のウェブサイトのトレンドを踏まえた戦略的な情報発信を実現します。(※UGC:User Generated Contents 一般ユーザーによって制作・生成されたコンテンツの総称)

## 【重点4】 DMO の機能強化

DMO としての観光地経営機能を強化するため、各種調査や人流等のデータに基づき、事業設計から効果検証までを一貫して運用する体制を構築します。

また、市内事業者を対象としたセミナー等を通じて、事業者同士の連携や事業創出・共創を促進し、取組成果の可視化と発信を進めることで、DMO としての価値向上と地域の持続的成長につなげます。

## 【重点5】 GREEN×EXPO 2027に向けた情報発信プラットフォーム構築

GREEN×EXPO 2027の開催に合わせて、地域や市内事業者等が環境に配慮して実施するイベントやプロジェクト等を取りまとめ、横浜市とともに情報発信するためのプラットフォームを構築し、EXPO を盛り上げます。

# 令和8年度事業

## 1 ブランディング事業

### ●観光 MICE 都市横浜のブランディング【重点1】

横浜の「花」をテーマとした多様な取組と、都心臨海部の象徴である「港」を掛け合わせた「花の港」を街の合言葉として、街全体に広がる演出を展開します。

令和8年度は新たにロゴを策定し、地域の事業者や市民、来訪者の目に自然と留まり、さまざまな取組や想いを束ねる象徴として機能させることで、継続的なムーブメントとしてまちに根付かせていきます。

### ●横浜アニバーサリー事業「YOKOHAMA PRECIOUS FLOWERS」の推進

「記念日に訪れたい街・横浜」のブランドイメージの定着を目指し、特別な記念日の過ごし方のSNS等での発信、体験プランや宿泊プランの造成および販売を行います。

またターゲット層は、これまでの「20代～30代のカップル・夫婦のアニバーサリー検討層およびプロポーズ検討層」に加え、同年代の子育て世帯(ファミリー)をサブターゲットに加えてブランディングプロモーションを実施します。

### ●横浜ナイトフラワーズの実施による賑わいの創出

令和8年度は過去最多・首都圏最大規模の打ち上げ日数(30日程度)を計画し、GREEN×EXPO 2027の機運醸成を図ります。市内イベントの開催等に合わせた打ち上げを実施するとともに、滞在時間の延長や宿泊促進につながる商品造成を推進することでさらなる賑わいを創出し、ナイトタイムエコノミーの活性化を目指します。

## 2 観光振興事業

### ●アニメ・音楽アーティスト等の人気コンテンツと連携した周遊と消費活動の促進【重点2】

ライブやコンサート、エンターテインメントなど、多くの来訪者が集まるイベントを契機として、イベント主催者や商業施設等と連携した回遊・消費促進施策を展開します。アニメ・音楽アーティスト等の人気コンテンツと連携したフォトスポットの設置や限定ノベルティの配布など、イベント来訪者を街全体へと誘導する仕組みを構築することで、滞在時間の延伸や消費額の増加を図るとともに、街を挙げて来訪者の満足度を高める魅力創出に取り組みます。

### ●GREEN×EXPO 2027に向けた情報発信プラットフォーム構築【重点5】

GREEN×EXPO 2027の開催に合わせて、地域や市内事業者等が環境に配慮して実施するイベントやプロジェクト等を取りまとめ、横浜市とともに情報発信するためのプラットフォームを構築し、EXPOを盛り上げます。

## ●国内外からの来訪客の宿泊および回遊促進

### <インバウンド>

アジア市場(台湾、韓国等)および米国市場を重点市場として、横浜の滞在価値を訴求するセールスプロモーションを行い、市内宿泊および回遊促進を図ります。アジア市場に向けては、OTA(オンライン旅行会社)を活用し、GREEN×EXPO 2027の開幕時期に合わせた商品販売を行うとともに、インフルエンサーや現地メディアを招請したFAMトリップを実施します。米国市場に向けては、OTAを活用するとともに、商談会等に参加し、現地旅行会社とのネットワークを強化します。

### <国内>

「花の港ブランディング事業」とともに、「日本新三大夜景都市」に選出された夜景コンテンツを訴求することで横浜への来訪を促します。GREEN×EXPO 2027開催を契機とした、教育旅行等のセールス活動と情報発信を行います。

## ●【再掲】横浜アニバーサリー事業「YOKOHAMA PRECIOUS FLOWERS」の推進

「記念日に訪れたい街・横浜」のブランドイメージの定着を目指し、特別な記念日の過ごし方のSNS等での発信、体験プランや宿泊プランの造成および販売を行います。

またターゲット層は、これまでの「20代後半～30代前半のカップル・夫婦のアニバーサリー検討層およびプロポーズ検討層」に加え、同年代の子育て世帯(ファミリー)をサブターゲットに加えてブランディングプロモーションを実施します。

## ●【再掲】横浜ナイトフラワーズの実施による賑わいの創出

令和8年度は過去最多・首都圏最大規模の打ち上げ日数(30日程度)を計画し、GREEN×EXPO 2027の機運醸成を図ります。市内イベントの開催等に合わせた打ち上げを実施するとともに、滞在時間の延長や宿泊促進につながる商品造成を推進することでさらなる賑わいを創出し、ナイトタイムエコノミーの活性化を目指します。

## ●来訪者への案内機能の強化

国内外からの来訪者の利便性滞在中の満足度の向上につながる、質の高い情報を提供する観光案内所を運営します。横浜駅と桜木町駅に設置する観光案内所では、外国人対応スタッフが利用者ニーズに応える観光案内を行います。新横浜駅においてはDXを活用した観光案内AIチャットボットを運営します。

## ●ユニバーサルツーリズム(UT)の推進

誰もが安心して横浜の滞在を楽しむための受入環境整備を目指します。観光関連事業者を対象にしたユニバーサルツーリズム(UT)セミナーを実施し、UTを推進する人材の育成に取り組みます。

### 3 MICE 振興事業

#### ●国内外セールスプロモーション

国際会議等の誘致と「MICE 都市・横浜」の認知度向上のため、国内外で開催される商談会やトレードショーに出展します。大学・研究機関や学会・協会へのセールスを実施し、キーパーソン向け支援制度を活用して、人的ネットワークを構築します。開催地選考の際の会議主催者やPCO(会議運営会社)等の視察受入に対応します。

また、国際会議協会(ICCA)関連の会合に参加し、MICE 業界におけるグローバルな交流および実践的な知識の習得を図るとともに、公式ウェブサイトや SNS 等を通して横浜で MICE を開催する優位性や魅力を発信します。

#### ●コンベンション開催実態調査

日本政府観光局(JNTO)や ICCA が公表する国際会議統計は、MICE 都市の競争力を測る重要な指標です。こうした統計の精度を高め、さらに活用を図るため、市内 MICE 関連事業者等と連携のもと情報収集を行い、開催実態を把握します。

また、コンベンション参加者を対象とした調査を実施し、会期中および会期前後の行動を分析することで、参加者の市内回遊促進につなげます。

#### ●持続可能なコンベンション開催支援

サステナビリティに配慮して開催されるコンベンションを対象に助成金制度を運営します。持続可能な運営に取り組む会議を支援することで、開催地としての横浜の価値を高め、国際都市としての競争力向上を目指します。

#### ●ビジネスマッチングの場の創出

大型国際会議等に併催される展示会に、会議のテーマと親和性のある事業を展開している市内事業者と共同出展し、高い技術力や商品、サービス等を国内外に発信することで、ビジネスチャンスやイノベーションを創出します。

また、横浜の新しいコンテンツやサービスを紹介する『YOKOHAMA MICE SHOWCASE 2027』を実施し、MICE 主催者と事業者のビジネスマッチングを促進することで、受注機会の創出や経済効果の拡大につなげます。

#### ●市内回遊を促進するアフターコンベンションの取組強化

コンベンション開催による経済効果の最大化を目的に、現地参加者数の増加と回遊促進を図ります。開催前から会期中にかけて横浜の観光情報等の発信を強化し、参加者の消費拡大につなげます。

また、大型国際会議の会期中には、市民ボランティア団体と連携し、観光インフォメーションデスクを運営します。(年2回程度)

#### ●サステナビリティの取組・情報発信強化

横浜の現状を把握・分析したうえで、観光 MICE におけるサステナビリティポリシーを策定します。市内事業者と連携しながら、サステナビリティに配慮したサービスや商品の開発を行い、情報発信を強化します。

## 4 観光 MICE 人材育成事業

#### ●MICE ビジネス講座の企画運営

市内事業者の MICE ビジネスへの対応力を高めるため、「MICE ビジネス講座」を企画運営します。MICE ビジネスの基礎知識から実務に直結するノウハウまでを学べる内容とし、会議主催者の多様なニーズを踏まえた「横浜ならではの」サービスや商品の提案力を高めることを目指します。

#### ●【再掲】ユニバーサルツーリズム(UT)の推進

誰もが安心して横浜の滞在を楽しむための受入環境整備を目指します。観光関連事業者を対象にしたユニバーサルツーリズム(UT)セミナーを実施し、UT を推進する人材の育成に取り組みます。

#### ●賛助会員の若手・新入職員を対象とした横浜観光研修

賛助会員の若手・新入職員を対象とした研修を開催します。市内施設視察、グループディスカッション、チームビルディング等のプログラムを実施することで、横浜の歴史や観光等に関する知識の習得や、事業者同士のネットワークづくりに寄与します。

## 5 情報発信・DMO 機能強化事業

#### ●「横浜観光情報」サイトの発信機能強化【重点3】

公式サイト「横浜観光情報」の日本語サイトの全面改修を行い、AI・SEO 対策や UGC の活用など昨今のウェブサイトのトレンドを踏まえた、より魅力的かつ戦略的な情報発信を実現します。

観光スポット、イベント、飲食、宿泊、交通アクセス等、観光に必要な情報を日本語および多言語(8言語)で発信します。季節の特集や最新イベント等、賛助会員をはじめとする関連事業者からの情報を基に、横浜への来訪意欲喚起、認知度や回遊性の向上につなげます。

また、GREEN×EXPO 2027 と JR デスティネーションキャンペーンに合わせて、来訪者の回遊性向上、宿泊促進を目的とした施策をサイト内で講じることで、観光消費額の拡大を目指します。

## ●SNS 公式アカウントの運営

X(旧 Twitter)、Facebook(日本語・英語・繁体字)、Instagram、小紅書【RED】(簡体字)、Weibo(簡体字)、Wechat(簡体字)、LinkedIn(英語)の9アカウントを運営します。各プラットフォームの特性を活かした鮮度および訴求力の高い情報を発信し、来訪意欲喚起ならびに横浜ファンの獲得につなげます。

さらに GREEN×EXPO 2027 の開幕に合わせて、小紅書【RED】をはじめ、多言語アカウントでターゲット広告等を配信し、海外での認知度向上を目指します。

## ●メディアリレーションの強化

新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ワイヤーサービス、通信社、ウェブ媒体等、メディアとの関係性を構築し、情報発信チャンネルを強化します。オンラインのプレスリリース配信を活用するほか、財団広報誌「YCVB NEWS」を発行し、財団の事業をメディア担当者に直接発信します。メディアを通じた情報発信の頻度を上げることで、観光地としての横浜の魅力や財団の取組についてさらなる認知度向上、露出拡大を目指します。

## ●DMO の機能強化【重点4】

各種定量および定性データを活用し、事業の構想段階から実施、効果検証に至るまでを一貫して管理・運用できる体制を構築します。

また、市内事業者を対象としたセミナー等を開催し、データ分析や活用方法への理解を深めます。横浜の観光 MICE が目指す方向性や現状の課題について、ステークホルダー間で共有するとともに、事業者同士の連携や共創を促進します。

## ●横浜の観光・MICE 活性化に向けたデータ基盤の構築

令和7年度にリニューアルした「観光データナビ」を拡充します。様々なオープンデータや独自に収集したデータをわかりやすく加工・整理し、一元的に集約することで、利用者にとって直感的に理解しやすく、活用しやすいデータ基盤を構築します。

戦略立案や市内事業者の意思決定に資するデータの整理・拡充を進め、市内事業者への活用促進を行うことで、データに基づく観光地域づくりを推進します。

## ●マーケティング人材の育成

DMO におけるマーケティング人材育成として、観光 DX(データ分析、デジタルプロモーション等)を軸にした職員のスキル向上を図ります。観光庁のガイドラインが示すデータに基づく戦略立案やデジタル活用の知識・技能に対応した実践的研修に参加し、DMO の組織基盤強化と持続可能な観光地経営の推進に資する人材育成を進めます。

## 6 賛助会員事業

### ●賛助会員を中心とした市内事業者の交流の場づくり

会員交流を目的とした会合やイベント等を開催します。各会合においてビジネスチャンスの創出につながる情報提供や階層別の交流を促進します。

### ●賛助会員を中心とした市内事業者の PR

会員ニーズに対応した情報提供機会の創出のため、観光・MICE 関連情報を提供する従来の会員向けメールマガジンに加え、広報誌を年2回発行します。

DMO の実績を主体とする財団の活動報告や会員事業の PR を通じ、賛助会員との連携に取り組みます。

### ●会員サービス向上に向けたニーズの把握

会員の動向およびニーズの把握、DMOとしての活動や今後の事業計画を検討するため、アンケートを実施します。財団への期待や課題を把握することにより質の高い会員サービスを提供し、DMOに対する評価・意見をもとに、観光まちづくりの牽引役としての役割を発揮することを目指します。

#### <賛助会員向け事業一覧>

会合種別	開催時期 (予定)	具体的内容
令和 8 年度事業概要発表会 および賛助会員交流会	4 月 22 日	財団の令和 8 年度の事業計画、重点取組等の説明会および交流会 【日時】令和8年4月 22 日(火) 16 時 00 分~18 時 30 分 【場所】横浜ベイホテル東急
観光 MICE ワークショップ	7 月	観光 MICE に関わるデータを活用し、連携創出を目指すワークショップ
若手・新入職員向け 横浜観光研修	9~10 月	賛助会員の若手・新入職員を対象とした市内施設視察、グループディスカッション、チームビルディング等
新規賛助会員向け 事業説明会・交流会	年 2 回 9 月、2 月	新規入会賛助会員による自社 PR、既存会員との交流会
観光 MICE ミーティング	1 月~2 月	財団事業と連動した観光 MICE に関するセミナーや賛助会員のビジネスチャンスにつながる情報提供機会
会員の集い(講演会、優良従事者表彰 および交流会)	11 月 19 日	賛助会員への謝意を表す機会として、長年に亘り観光・MICE の振興に功績のある方の表彰および講演会、交流会 【日時】令和8年 11 月 19 日(木) 16 時 00 分~19 時 15 分 【場所】新横浜プリンスホテル

【参考】会員数 628 事業者(令和8年1月 31 日時点)

## 【特集】「GREEN×EXPO 2027」に関連する取組

2027年3月19日(金)から9月26日(日)まで、横浜市瀬谷区上瀬谷エリアにおいて、GREEN×EXPO 2027が開催されます。当財団は、市内事業者等と連携し、EXPOの機運醸成や開催期間中の横浜観光の盛り上げを推進します。EXPOに関する取り組みをまとめました。(再掲含む)

### <ブランディング>

- 横浜の「花」と「港」を掛け合わせた「花の港」を街の合言葉として展開し、地域の取組や想いを束ねながら、EXPOに向けた機運醸成と継続的なムーブメントにつなげます。
- 横浜アニバーサリー事業「YOKOHAMA PRECIOUS FLOWERS」では、「アニバーサリー」×「花」をテーマにしたブランディングおよびプロモーションを実施し、「花」にちなんだプラン造成も含め、EXPOの機運醸成につなげます。
- 横浜ナイトフラワーズでは、「YOKOHAMA NIGHT FLOWERS × GREEN×EXPO 2027」をキャンペーン名称とし、EXPOをイメージした花と緑をテーマとした花火を打ち上げることで機運醸成と盛り上げを図ります。

### <観光>

- アニメ・音楽アーティスト等の人気コンテンツを活用した回遊促進では、イベント主催者等に向けて、制作するノベルティ等へのEXPOの情報掲載の働きかけを行います。
- インバウンドの宿泊および回遊促進では、横浜への来訪者数を最大化させるため、各市場のリードタイム(予約のタイミング)を考慮し、EXPOに向けてのOTAプロモーションを展開します。
- 国内誘客では、都内を主とした旅行会社へのセールスを行い、EXPOを契機とした教育旅行等の誘客を図ります。

### <MICE>

- 会議参加者等を対象としたプレ・アフターコンベンションの企画としてEXPOを提案するとともに、LinkedIn等のSNSを活用してEXPO関連の情報発信を強化し、認知度向上につなげます。

### <情報発信>

- 公式サイト「横浜観光情報」においてEXPOの開幕に合わせて、来訪者の回遊性の向上、宿泊促進を目的とした施策をサイト内で紹介し、観光消費額の拡大を目指します。
- SNS公式アカウントの運営では、小紅書【RED】をはじめ、多言語アカウントでターゲット広告などを配信し、海外でのEXPOの認知度向上を目指します。

- EXPO の開催に合わせて展開される、地域や市内事業者等の環境を意識したイベントやプロジェクト等を取りまとめ、横浜市とともに情報発信するためのプラットフォームを構築し、EXPO を盛り上げます。