
横浜市に関する意識・生活行動実態調査

— 平成 27 年度 —

概要版

平成 27 年 10 月 30 日

横浜市文化観光局

横浜魅力づくり室企画課

目次

海外調査

調査設計

1 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

- (1) 各都市における横浜の認知率 4
- (2) 横浜の認知経路 7
- (3) 各国訪日意向者が訪れたい都市 10
- (4) 各国訪日意向者が訪日時に体験したいことがら 11
- (5) 横浜の資源の魅力度 13
- (6) 認知している横浜の特徴・魅力的な横浜の特徴 19
- (7) 認知している横浜の特徴・魅力的な横浜の資源 21

国内調査

調査設計

1 おみやげ購入経験等

- (1) おみやげ購入実態 27
- (2) 横浜で購入するおみやげの品名 28
- (3) おみやげを選ぶ際の重視点 29

2 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

- (1) 文化観光施設 34
- (2) イベント 38

海外調査

調査設計

- 調査目的 海外における横浜の認知率及び横浜の資源の魅力度を確認することで、今後の戦略検討に資する
- 調査主体 横浜市文化観光局 横浜魅力づくり室企画課
- 実施時期 平成 27 年 7 月 10 日（金）～7 月 23 日（木）
- 調査地域 シンガポール、マレーシア、インドネシア
- 調査対象 20～49 歳の男女、海外旅行経験あり、訪日意向あり
（※市場調査、広告、マスコミ及び旅行業界従事者は除く）
- 調査方法 インターネット調査
- 対象者の抽出方法 パートナー会社保有のグローバルパネルより上記条件にあてはまるサンプルを無作為抽出
- 調査・分析の委託先 株式会社 インテージリサーチ
- 回答者数 956 サンプル
- 地域別回答者数

	TOTAL	男性20代	男性30代	男性40代	女性20代	女性30代	女性40代
シンガポール	320	54	55	51	53	54	53
マレーシア	316	53	53	52	52	53	53
インドネシア	320	54	53	53	54	53	53

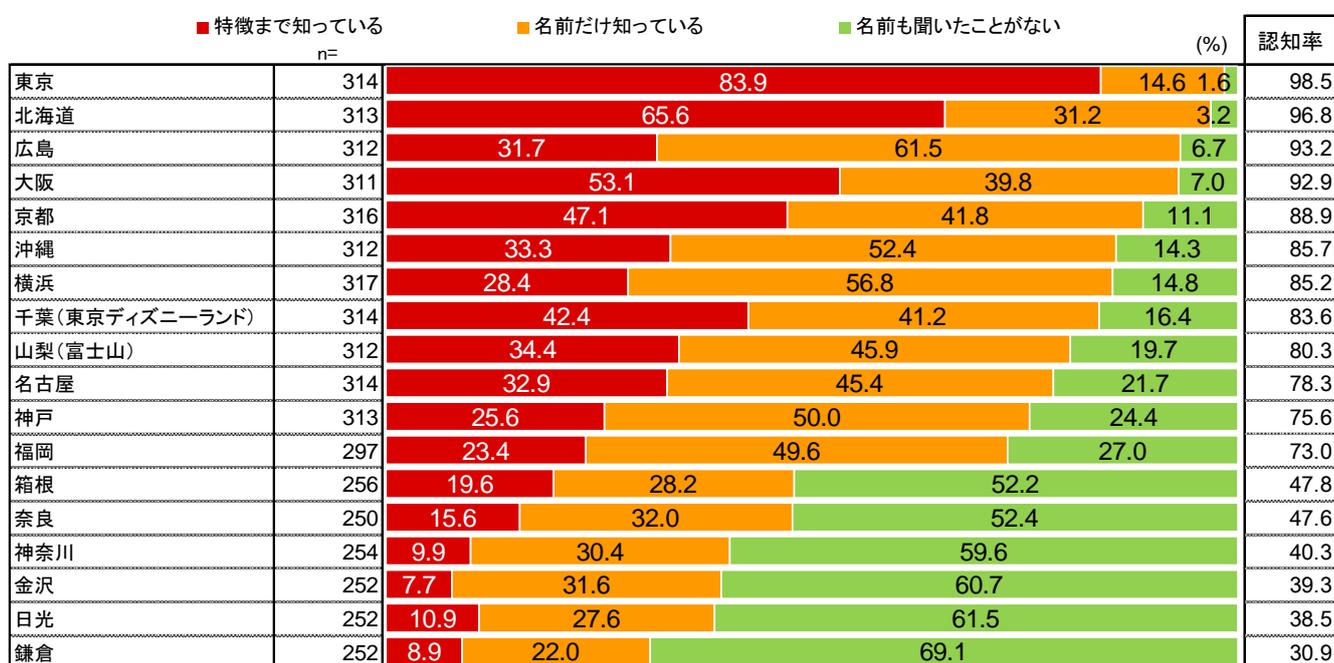
1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

(1) 各都市における横浜の認知率

Q.あなたは、次に提示する日本の都市をどの程度知っていますか。「特徴までご存知の都市」、「特徴までは知らないが、名前は聞いたことがある都市」、「名前も聞いたことがない都市」をそれぞれお答えください。【母数：全数】

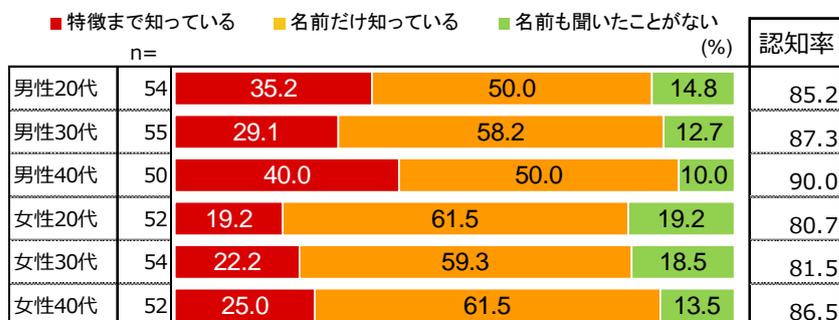
<シンガポール>

- 横浜の認知率は85.2%で、多くの人が名称を認知している。
- 一方で、「特徴まで知っている都市」は28.4%と提示18都市中10位となった。特徴認知の最も高い都市は東京（83.9%）、次いで北海道（65.6%）、大阪（53.1%）、京都（47.1%）と続く。
- 年齢別に見ると、年齢があがるにつれて認知度が高まる傾向にあり、特に男性40代で高い。



※認知率：「特徴まで知っている」「名前だけ知っている」

<性・年代別 横浜の認知度>



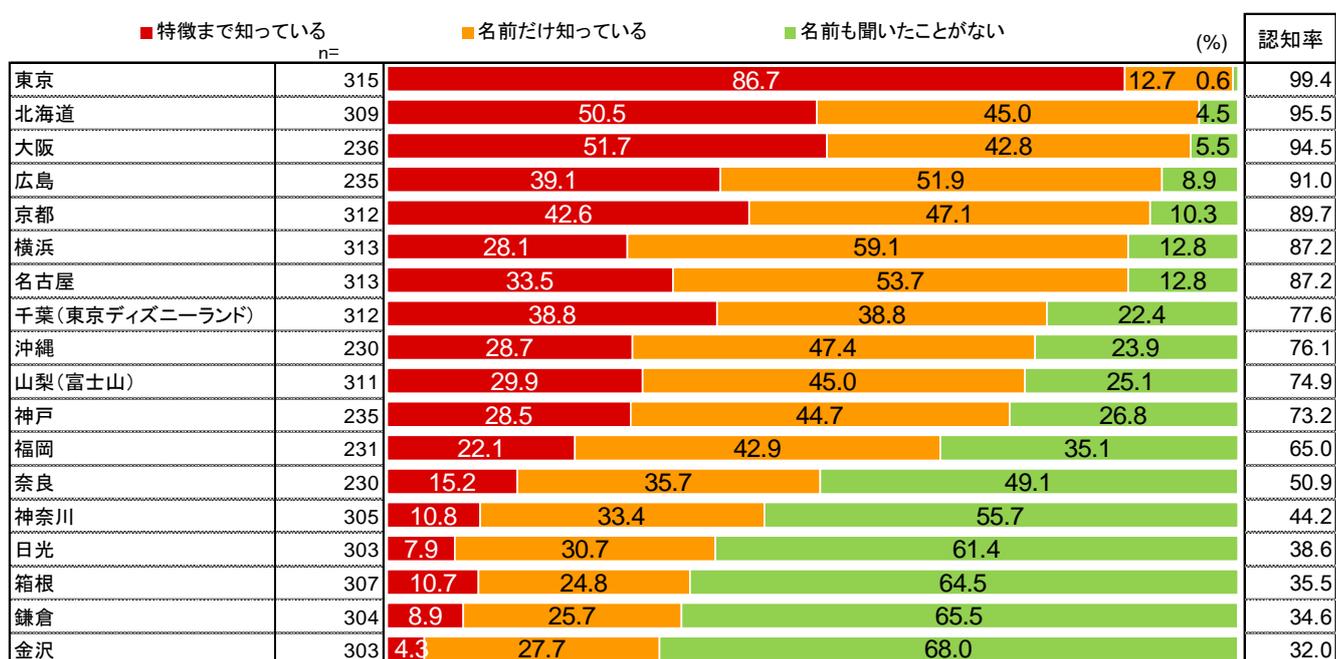
※ 数値は、小数点2桁以下を四捨五入して表示しているため、チャート上の数値は足し上げても100にならない場合がある

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

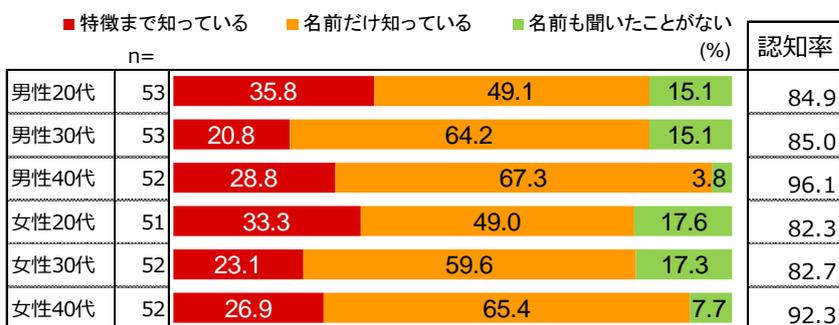
<マレーシア>

- 横浜の認知率は 87.2%。多くの人が名称を認知している。
- 一方で、「特徴まで知っている」は 28.1%にとどまっている。特徴認知率が最も高いのは東京（86.7%）、次いで大阪（51.7%）、北海道（50.5%）、京都（42.6%）と続く。
- 年齢別に見ると、年齢があがるにつれて認知度が高まる傾向にあり、男女とも 40 代で最も高い。

※認知率：「特徴まで知っている」「名前だけ知っている」



<性・年代別 横浜の認知度>

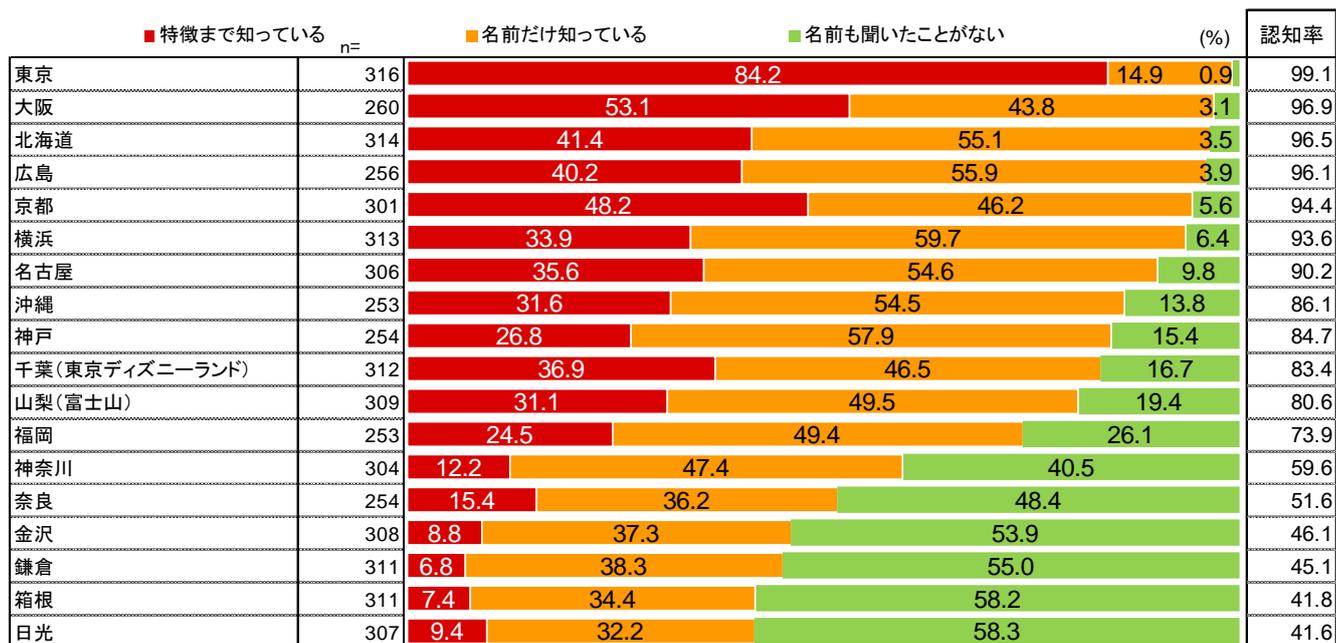


※ 数値は、小数点 2 桁以下を四捨五入して表示しているため、チャート上の数値は足し上げて 100 にならない場合がある

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

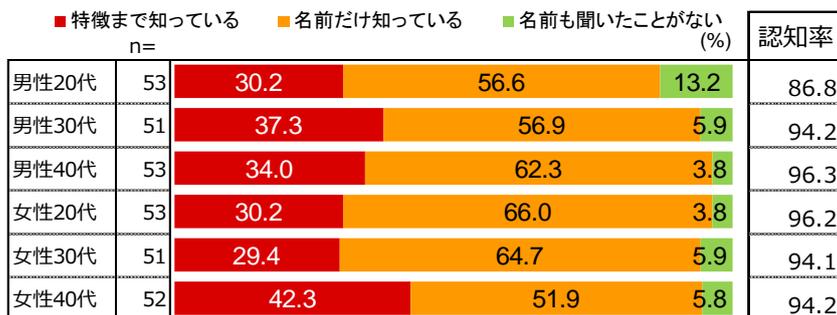
<インドネシア>

- 横浜の認知率は93.6%と、ほとんどの人が名称を認知している。
- 一方で、「特徴まで知っている」は33.9%にとどまる。特徴認知が最も高いのは東京（84.2%）、大阪（53.1%）、京都（48.2%）、北海道（41.4%）となっている。
- インドネシアでは、20代男性を除いて95%前後と高い状態にある。



※認知率：「特徴まで知っている」「名前だけ知っている」

<性・年代別 横浜の認知度>



※ 数値は、小数点2桁以下を四捨五入して表示しているため、チャート上の数値は足し上げても100にならない場合がある

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

(2) 横浜市の認知経路

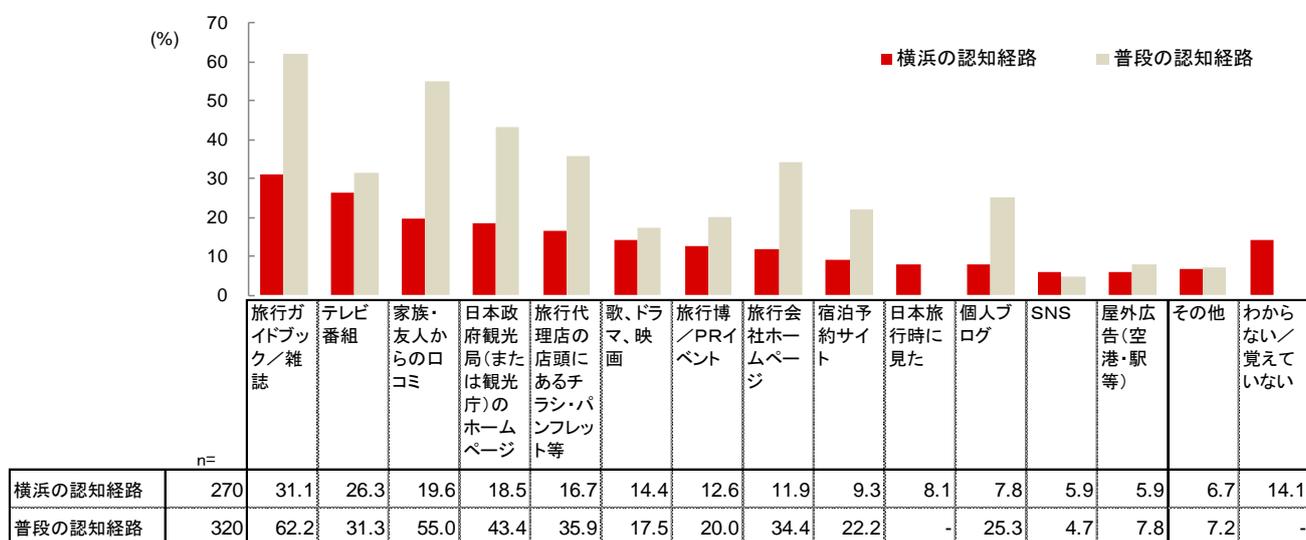
Q.先ほど「知っている」とお答えいただいた都市は、どこでお知りになりましたか。それぞれの都市を知った情報媒体をお答えください。【母数：各都市認知者】

Q.それでは、あなたが普段、海外旅行の行き先を検討する際に参考にしてしている情報源をお知らせください。【母数：全数】

<シンガポール>

- シンガポールでの横浜の認知経路は、旅行ガイドブック・雑誌（31.1%）、テレビ番組（26.3%）、家族・友人からの口コミ（21.3%）の順となっている。
- 普段海外旅行を検討する際の情報源は「旅行ガイドブック・雑誌」「家族・友人からの口コミ」「日本政府観光局」となっており、横浜の認知経路は「テレビ番組」が上位に挙げられていることが特徴。

● 横浜の認知経路と普段の海外旅行検討時に参考にしてしている情報媒体



● 性年代別の認知経路

- 横浜の認知経路として多い、「旅行ガイドブック／雑誌」は、男性 30・40 代で高く、「テレビ番組」は女性 30・40 代で高い。
- 男性 20 代は、日本政府観光局のホームページや旅行会社ホームページ、宿泊予約サイトなど、旅行に関連したホームページの情報を良く見ている。

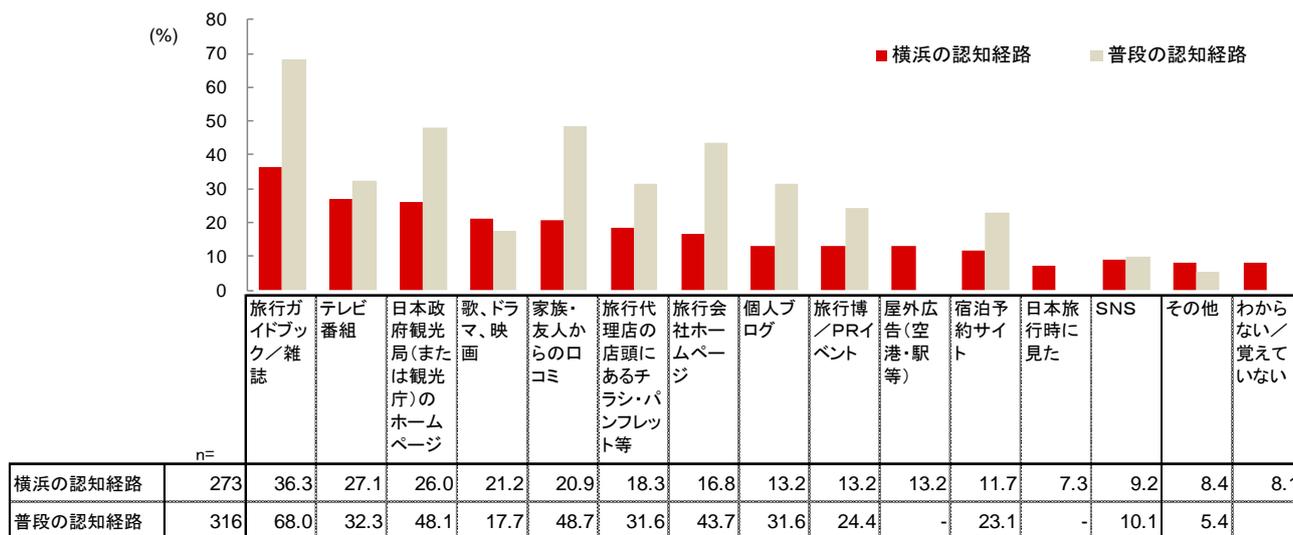
	旅行ガイドブック／雑誌	テレビ番組	家族・友人からの口コミ	日本政府観光局(または観光庁)のホームページ	旅行代理店の店頭にあるチラシ・パンフレット等	歌、ドラマ、映画	旅行博／PRイベント	旅行会社ホームページ	宿泊予約サイト	日本旅行時に見た	個人ブログ	SNS	屋外広告(空港・駅等)	その他	わからない／覚えていない
TOTAL (n=270)	31.1	26.3	19.6	18.5	16.7	14.4	12.6	11.9	9.3	8.1	7.8	5.9	5.9	6.7	14.1
男性 20 代 (n=46)	28.3	21.7	17.4	23.9	23.9	10.9	17.4	21.7	15.2	10.9	10.9	6.5	8.7	6.5	13.0
男性 30 代 (n=48)	39.6	18.8	25.0	16.7	10.4	20.8	12.5	8.3	16.7	4.2	10.4	10.4	8.3	12.5	14.6
男性 40 代 (n=45)	37.8	28.9	13.3	24.4	22.2	11.1	17.8	11.1	8.9	11.1	6.7	8.9	6.7	6.7	17.8
女性 20 代 (n=42)	23.8	19.0	23.8	9.5	9.5	11.9	9.5	7.1	9.5	7.1	11.9	9.5	4.8	7.1	16.7
女性 30 代 (n=44)	22.7	31.8	20.5	13.6	18.2	13.6	2.3	9.1	2.3	9.1	2.3	0.0	2.3	4.5	13.6
女性 40 代 (n=45)	33.3	37.8	17.8	22.2	15.6	17.8	15.6	13.3	2.2	6.7	4.4	0.0	4.4	2.2	8.9

※ ■: TOTAL よりも 5pt 以上高い ■: TOTAL よりも 5pt 以上低い

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度<マレーシア>

- マレーシアでの横浜の認知経路は、旅行ガイドブック／雑誌（36.3%）と最も高く、次いでテレビ番組（27.1%）、日本政府観光局のホームページ（26.0%）と続く。
- 普段海外旅行を検討する際の情報源は、「旅行ガイドブック」、「家族・友人からの口コミ」が多く、横浜の認知経路は「テレビ番組」が上位に挙がっていることが特徴。

● 横浜の認知経路と普段の海外旅行検討時に参考にしてしている情報媒体



● 性年代別の認知経路

- 横浜の認知経路として最も高かった「旅行ガイドブック／雑誌」は、特に男性 30 代、女性 40 代で多く、最も少ないのは、男性 20 代で、認知経路として最も高いのは、「テレビ番組」。
- 女性 40 代では、テレビ番組よりも「日本政府観光局のホームページ」や「歌・ドラマ、映画」などの回答率が高い。
- 女性 30・40 代では「家族・友人からの口コミ」の回答率が高い。

	旅行ガイドブック／雑誌	テレビ番組	日本政府観光局(または観光庁)のホームページ	歌、ドラマ、映画	家族・友人からの口コミ	旅行代理店の店頭にあるチラシ・パンフレット等	旅行会社ホームページ	個人ブログ	旅行博／PRイベント	屋外広告(空港・駅等)	宿泊予約サイト	SNS	日本旅行時に見た	その他	わからない／覚えていない
TOTAL	36.3	27.1	26.0	21.2	20.9	18.3	16.8	13.2	13.2	13.2	11.7	9.2	7.3	8.4	8.1
男性 20 代	20.0	37.8	24.4	22.2	15.6	17.8	17.8	13.3	15.6	17.8	6.7	15.6	17.8	8.9	6.7
男性 30 代	42.2	28.9	17.8	20.0	22.2	11.1	20.0	15.6	15.6	17.8	4.4	15.6	2.2	6.7	8.9
男性 40 代	38.0	28.0	34.0	20.0	12.0	18.0	18.0	12.0	12.0	12.0	10.0	4.0	4.0	4.0	12.0
女性 20 代	31.0	19.0	21.4	19.0	14.3	21.4	2.4	14.3	9.5	16.7	19.0	9.5	7.1	11.9	9.5
女性 30 代	27.9	18.6	14.0	14.0	27.9	16.3	11.6	16.3	4.7	9.3	20.9	4.7	7.0	11.6	9.3
女性 40 代	56.3	29.2	41.7	31.3	33.3	25.0	29.2	8.3	20.8	6.3	10.4	6.3	6.3	8.3	2.1

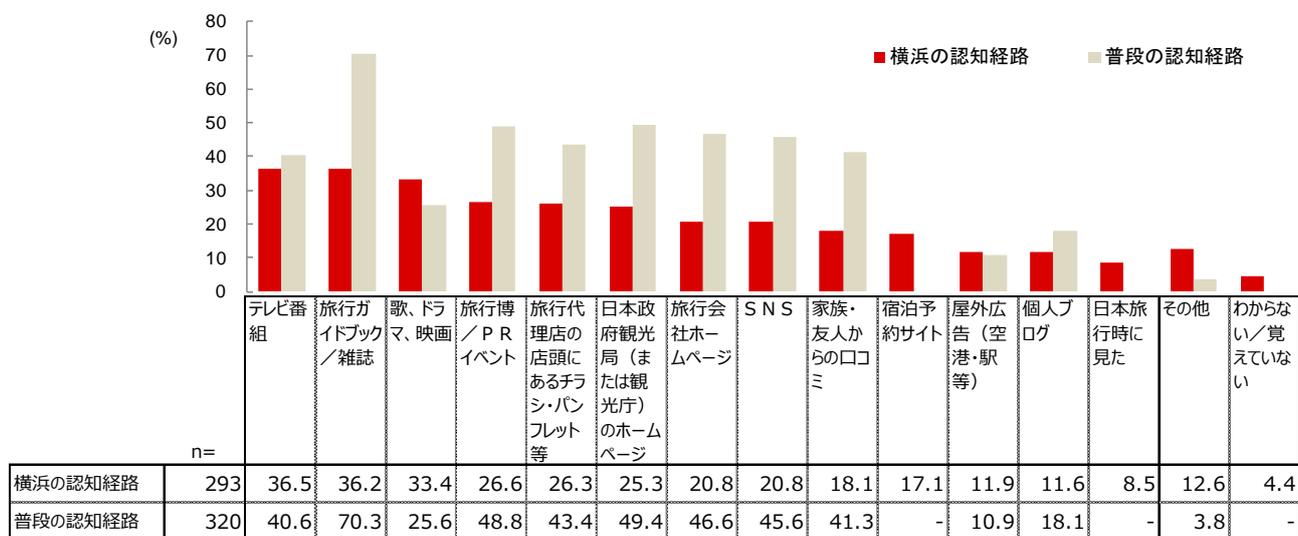
※ ■: TOTAL よりも 5pt 以上高い ■: TOTAL よりも 5pt 以上低い

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

<インドネシア>

- 横浜の認知経路で最も高いのはテレビ番組（36.5%）だが、次点の旅行ガイドブック／雑誌（36.2%）、次々点の歌、ドラマ、映画（33.4%）でほぼ同様のスコアとなっており、映像・音楽を経由して横浜を認知した割合が高い傾向にある。
- 普段海外旅行を検討する際の情報源は「旅行ガイドブック／雑誌」「日本政府観光局ホームページ」「旅行博／PR イベント」などとなっていることから、普段の情報源とは異なる場所で認知していることがわかる。

● 横浜の認知経路と普段の海外旅行検討時に参考している情報媒体



● 性年代別の認知経路

- 横浜市の認知経路として最も多い「テレビ番組」は男性40代の回答率が最も高く、次いで女性40代、30代、20代など、男性よりも女性の方が回答率が高い。
- 旅行ガイドブック／雑誌の回答率は男性40代、女性30・40代が高い。
- 歌、ドラマ、映画は女性20代が高く、反対に女性40代は低い。

	テレビ番組	旅行ガイドブック／雑誌	歌、ドラマ、映画	旅行博／PR イベント	旅行代理店の店頭にあるチラシ・パンフレット等	日本政府観光局（または観光庁）のホームページ	旅行会社ホームページ	SNS	家族・友人からの口コミ	宿泊予約サイト	屋外広告（空港・駅等）	個人ブログ	日本旅行時に見た	その他	わからない／覚えていない
TOTAL (n=293)	36.5	36.2	33.4	26.6	26.3	25.3	20.8	20.8	18.1	17.1	11.9	11.6	8.5	12.6	4.4
男性20代 (n=46)	23.9	26.1	34.8	26.1	34.8	13.0	21.7	23.9	17.4	15.2	19.6	15.2	6.5	17.4	2.2
男性30代 (n=48)	25.0	31.3	37.5	27.1	18.8	20.8	16.7	22.9	12.5	8.3	10.4	12.5	12.5	8.3	2.1
男性40代 (n=51)	52.9	43.1	29.4	31.4	39.2	37.3	33.3	31.4	21.6	25.5	17.6	21.6	7.8	23.5	3.9
女性20代 (n=51)	35.3	27.5	45.1	19.6	13.7	21.6	9.8	13.7	19.6	11.8	3.9	5.9	5.9	9.8	3.9
女性30代 (n=48)	39.6	43.8	35.4	29.2	22.9	27.1	20.8	14.6	18.8	22.9	12.5	4.2	10.4	8.3	4.2
女性40代 (n=49)	40.8	44.9	18.4	26.5	28.6	30.6	22.4	18.4	18.4	18.4	8.2	10.2	8.2	8.2	10.2

※ ■: TOTALよりも5pt以上高い ■: TOTALよりも5pt以上低い

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

(3) 各国訪日意向者が訪れたい都市

Q.あなたが今後日本へ旅行をする際に、行ってみたいと思われる都市を5つまでお答えください。【母数：全数】

- 横浜市への来訪意向は、シンガポールで9.7%と神戸に次いで11位、マレーシアで14.2%と同じく神戸に次いで11位。インドネシアでは26.6%と名古屋に次いで9位となっている。
- 全ての国で来訪意向の上位は、東京、北海道、大阪等となっており、ほぼ認知度と同様の傾向となっている。
- なお、同じ神奈川県内の箱根・鎌倉への来訪意向も低く、神奈川県全体として都市の浸透が進んでいないことが想定される。

●シンガポール

	都市名	%
1	北海道	69.7
2	東京	68.1
3	大阪	56.6
4	京都	40.9
5	千葉（東京ディズニーランド）	36.9
5	山梨（富士山）	36.9
7	沖縄	28.8
8	名古屋	18.1
9	広島	13.4
10	神戸	11.9
11	横浜	9.7
12	福岡	9.1
12	箱根	9.1
14	奈良	7.5
15	日光	5.3
16	金沢	3.8
17	神奈川	3.1
18	鎌倉	2.8

●マレーシア

	都市名	%
1	東京	74.1
2	北海道	60.8
3	大阪	57.6
4	千葉（東京ディズニーランド）	42.4
5	山梨（富士山）	40.2
6	京都	33.5
7	沖縄	20.9
7	名古屋	20.9
9	広島	17.7
10	神戸	16.1
11	横浜	14.2
12	福岡	10.1
13	奈良	4.7
14	箱根	4.4
15	日光	3.8
16	神奈川	3.5
17	金沢	3.2
18	鎌倉	2.8

●インドネシア

	都市名	%
1	東京	72.8
2	大阪	61.6
3	山梨（富士山）	46.6
4	千葉（東京ディズニーランド）	43.8
5	京都	40.6
6	北海道	39.7
7	広島	31.3
8	名古屋	28.4
9	横浜	26.6
10	沖縄	24.4
11	神戸	15.9
12	福岡	10.6
13	奈良	5.0
14	鎌倉	4.7
15	箱根	4.4
16	日光	4.1
17	金沢	3.4
18	神奈川	1.9

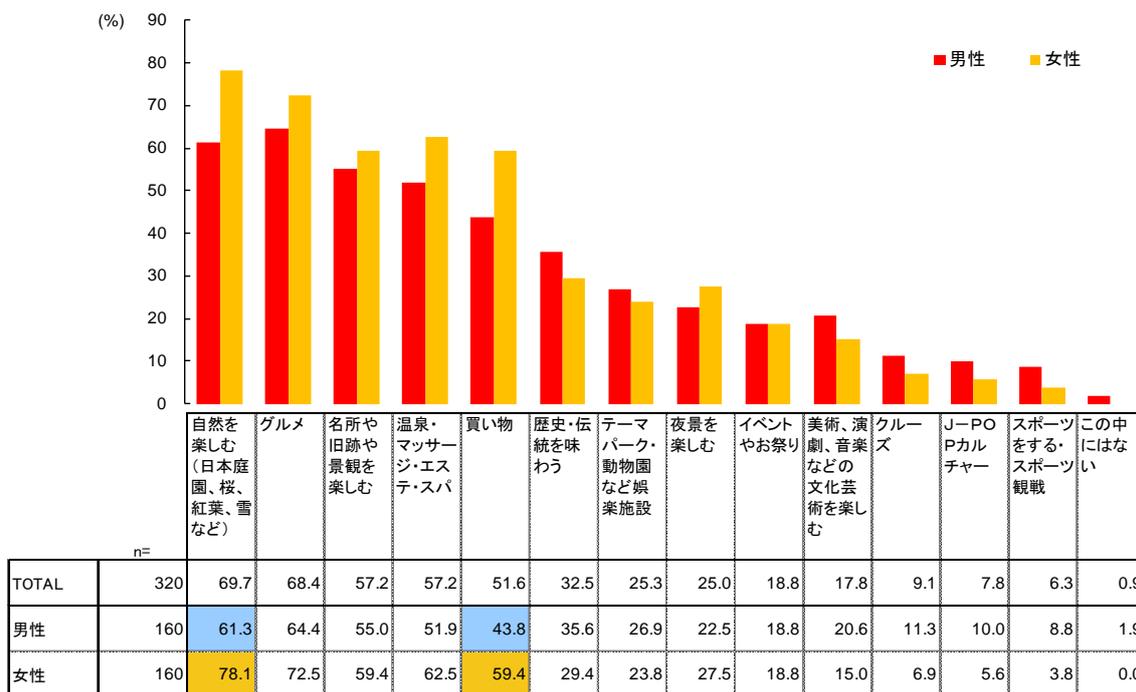
1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

(4) 各国訪日意向者が訪日時に体験したいことがら

Q.あなたが今後、日本を旅行する際に見てみたいこと、体験したいことがらを5つまでお答えください。【母数：全数】

<シンガポール>

- 訪日時に体験したいことがらのトップは、「自然を楽しむ」「グルメ」、次いで「名所・旧跡」「温泉」。
- 女性の方が、「自然を楽しむ」「買い物」の回答率が高い。

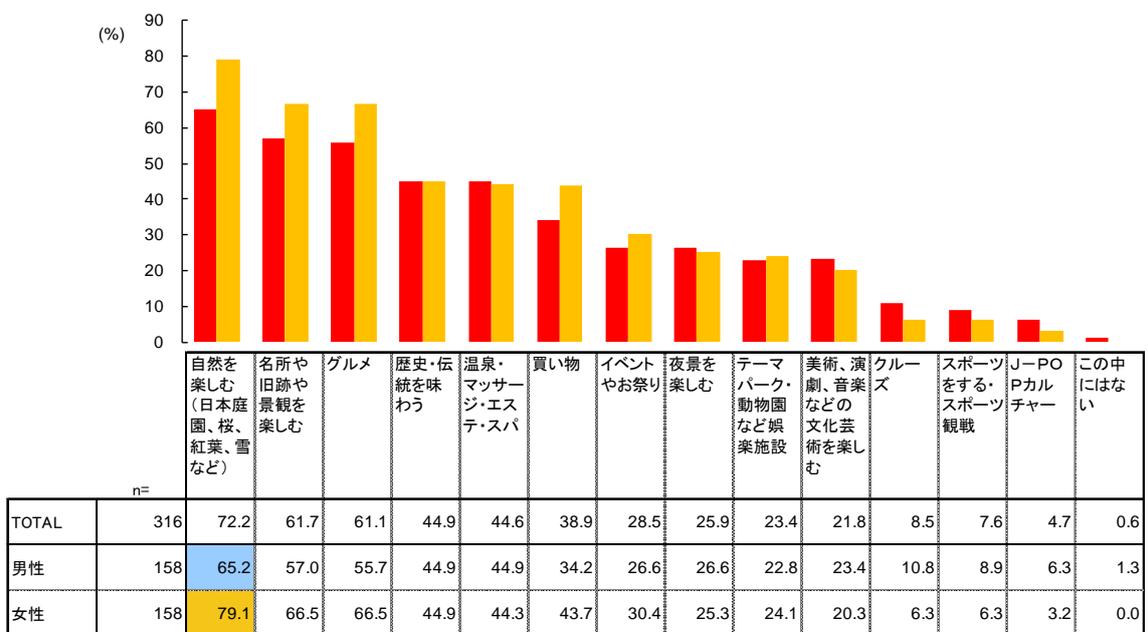


※ ■: TOTAL よりも 5%の有意水準で有意に高い ■: TOTAL よりも 5%の有意水準で有意に低い

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

<マレーシア>

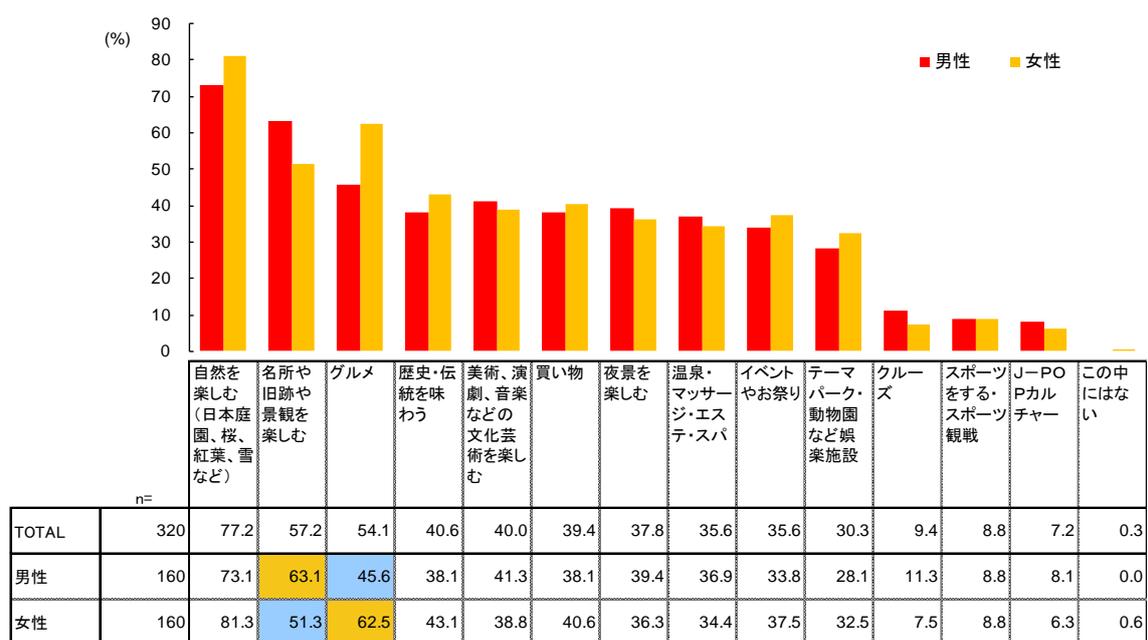
- 訪日時に体験したいことがらのトップは、「自然を楽しむ」次いで、「名所・旧跡」「グルメ」。
- 特に「自然を楽しむ」では、女性での価値王率が高い。



※ ■: TOTAL よりも 5%の有意水準で有意に高い ■: TOTAL よりも 5%の有意水準で有意に低い

<インドネシア>

- 訪日時に体験したいことがらのトップは、「自然を楽しむ」次いで「名所・旧跡」「グルメ」。
- 「名所や旧跡」は男性での回答率が高く、「グルメ」では、女性からの回答率が高い。



※ ■: TOTAL よりも 5%の有意水準で有意に高い ■: TOTAL よりも 5%の有意水準で有意に低い

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

(5) 横浜の資源の魅力度

【参考】 調査内で提示した横浜の資源

Q.以下の写真と説明文をお読みになってお答えください。

あなたは、以下のような観光資源がある都市にどの程度行ってみたいと思いますか。

	提示した写真	提示した説明文
1		<p><三溪園> 敷地面積 18 万平方メートルの広大な純日本庭園。園内には国の重要文化財 10 塔の他、桜や紅葉などがあり、日本の四季を楽しめる。</p>
2		<p><新横浜ラーメン博物館> 全国各地の有名ラーメン店（9 店舗）のラーメンを食べる事が出来るフードテーマパーク。</p>
3		<p><夜景の景観> 外国客船が多く着く港からの夜景。ひときわ高いビルは、高さ 296m で、ショッピング施設やホテルなどが入っており、69 階の展望フロアからの景色は最高。</p>
4		<p><横浜中華街> 世界最大級の規模を誇り、600 件以上の店がひしめく。食事ができるお店の他、土産品の購入などのショッピングもできるエリア</p>
5		<p><野毛界限> 人情に厚く親しみやすい、昔ながらの日本の居酒屋が数多く立ち並ぶ界限。店の種類は日本料理から洋食まで幅広く、手頃な値段で楽しむことができる。</p>

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

【三溪園】

- 三溪園への来訪が最も高いのは、インドネシア、次いでマレーシア、シンガポール。
- シンガポール、インドネシアは、性別に来訪意向は変わらないが、マレーシアでは、女性で特に高い。

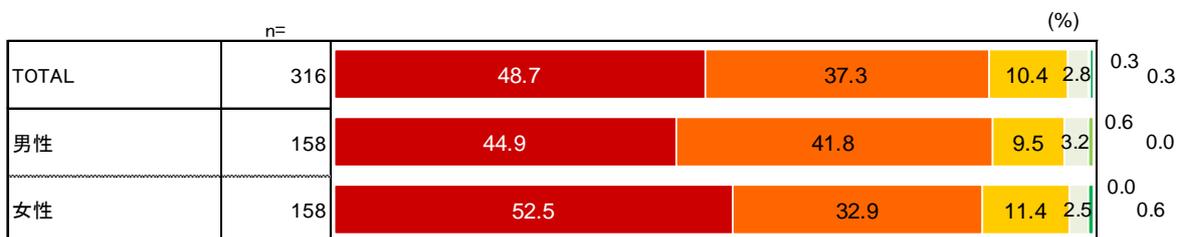
<シンガポール>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



<マレーシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



<インドネシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



※ 来訪意向：「是非行ってみたい」の回答率

※ 数値は、小数点2桁以下を四捨五入して表示しているため、チャート上の数値は足し上げても100にならない

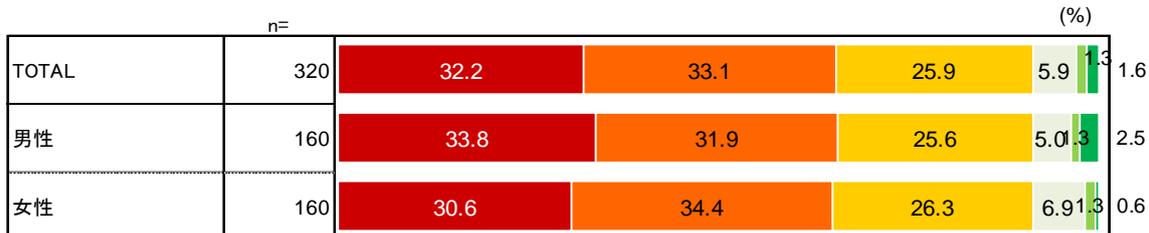
1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

【新横浜ラーメン博物館】

- 新横浜ラーメン博物館への来訪意向が最も高いのは、インドネシア。次いでシンガポールとマレーシア。
- インドネシアでは、特に女性で来訪意向が高い。
- シンガポールでは「あまり行きたくない」～「全く行きたくない」の回答率が約9%と高い。

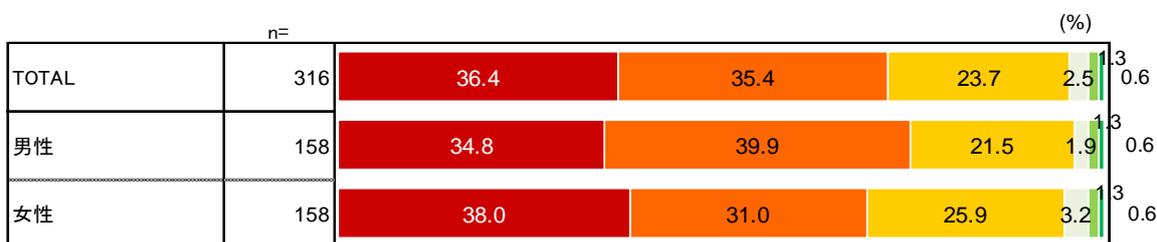
<シンガポール>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



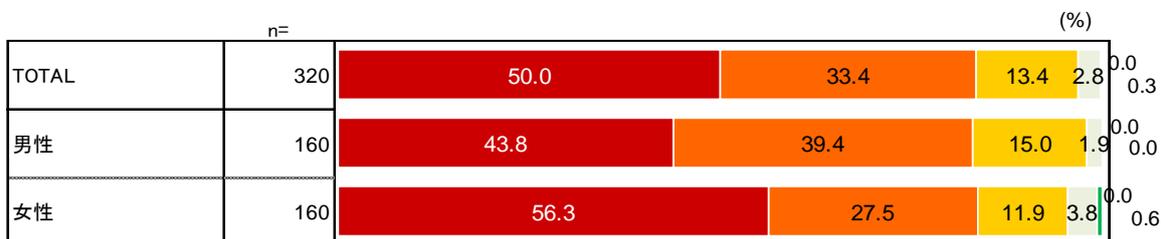
<マレーシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



<インドネシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



※ 来訪意向：「是非行ってみたい」の回答率

※ 数値は、小数点2桁以下を四捨五入して表示しているため、チャート上の数値は足し上げても100にならない

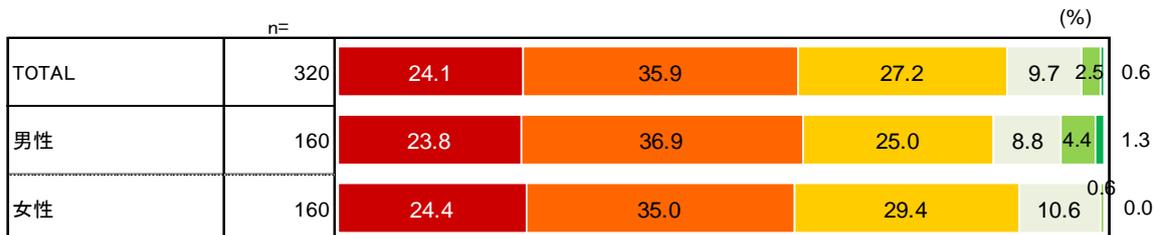
1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

【夜景の景観】

- 来訪意向が最も高いのは、インドネシア、次いでマレーシア、次いでシンガポール。
- シンガポールでは、「あまり行きたくない」～「全く行きたくない」の回答率が1割を超えている。
- マレーシアでは、女性で来訪意向が高い。

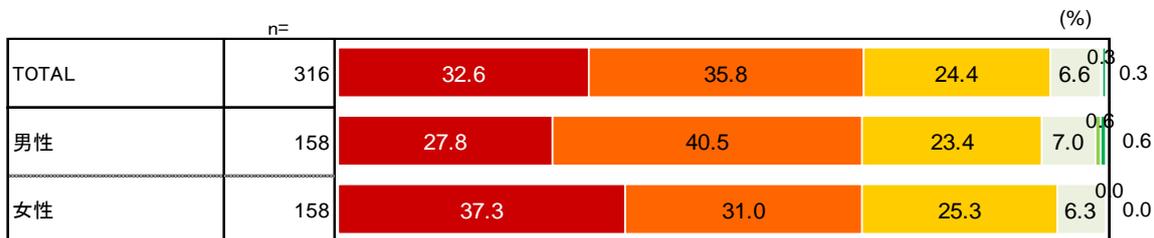
<シンガポール>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



<マレーシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



<インドネシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



※ 来訪意向：「是非行ってみたい」の回答率

※ 数値は、小数点2桁以下を四捨五入して表示しているため、チャート上の数値は足し上げても100にならない

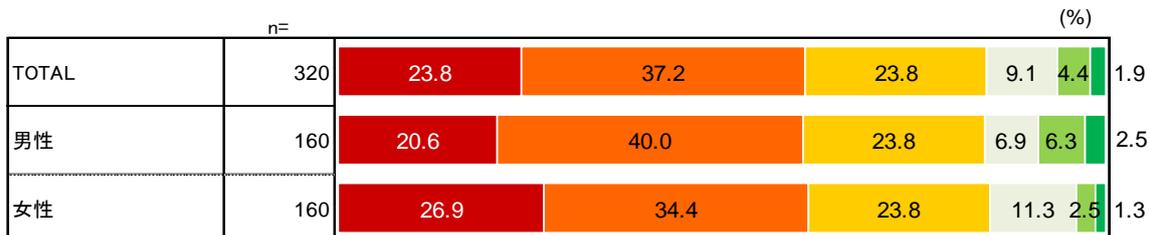
1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

【横浜中華街】

- ・ 来訪意向率が最も高いのは、インドネシア、次いでマレーシア、次いでシンガポール。
- ・ インドネシアでは、特に女性での意向が高い。
- ・ シンガポールでは、「あまり行きたくない」～「全く行きたくない」の回答率が約 15%と高い。

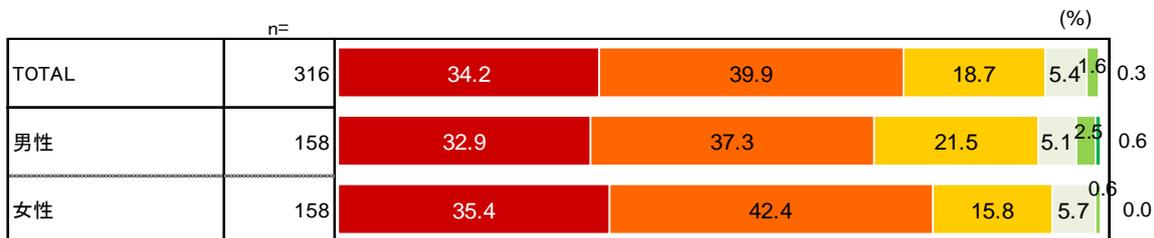
<シンガポール>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



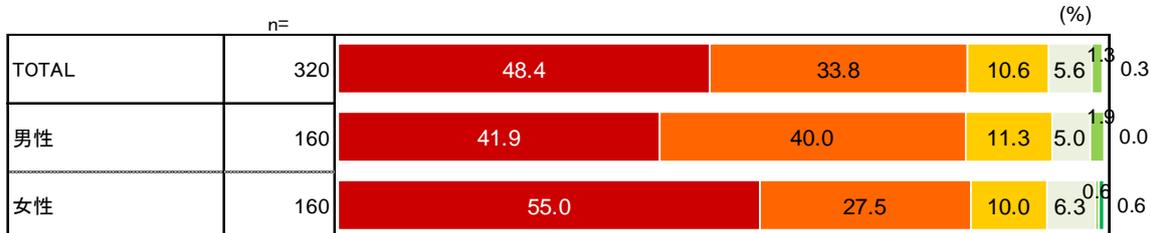
<マレーシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



<インドネシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



※ 来訪意向：「是非行ってみたい」の回答率

※ 数値は、小数点2桁以下を四捨五入して表示しているため、チャート上の数値は足し上げても100にならない

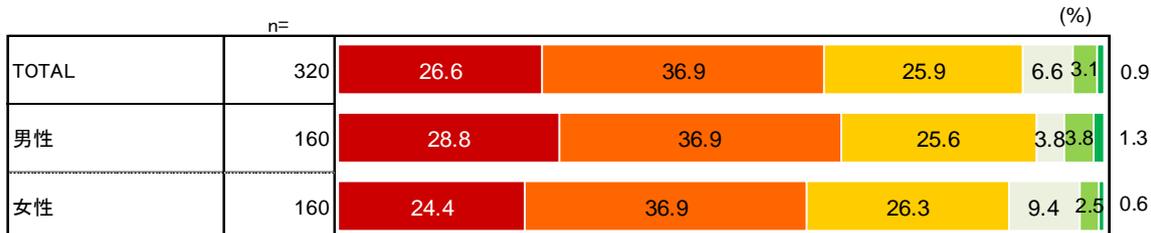
1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

【野毛界限】

- 来訪意向が最も高いのは、インドネシア、次いでマレーシア、次いでシンガポール。
- マレーシア、インドネシアでは、特に女性の来訪意向が高い。

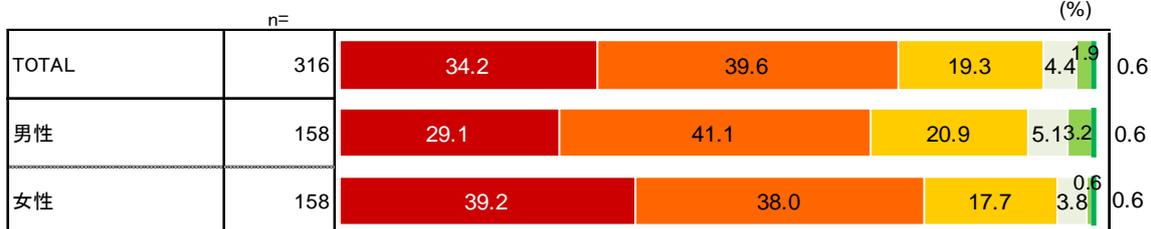
<シンガポール>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



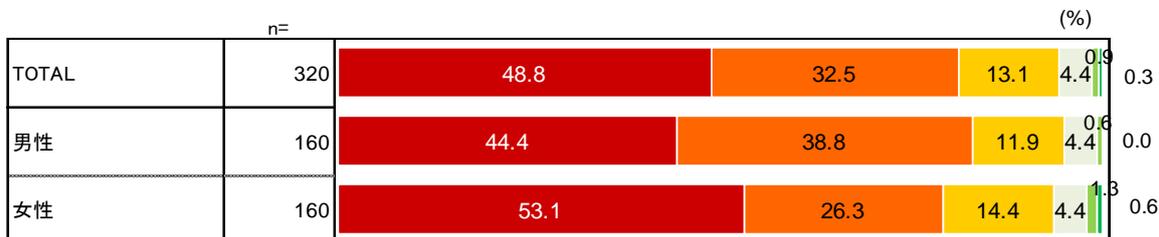
<マレーシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



<インドネシア>

■是非行ってみたい ■行ってみたい ■少し行ってみたい ■あまり行きたくない ■行きたくない ■全く行きたくない



※ 来訪意向：「是非行ってみたい」の回答率

※ 数値は、小数点2桁以下を四捨五入して表示しているため、チャート上の数値は足し上げても100にならない

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

(6) 認知している横浜の特徴・魅力的な横浜の特徴

① 認知している横浜の特徴 【母数：横浜の特徴認知者】

- ・ シンガポールでは、「東京から近い」、「美しい夜景」、「日本一のクルーズポート」「多文化」が上位
- ・ マレーシアでは、「美しい夜景」が最も高く、次いで「文化芸術」、「様々な食文化」が続く。
- ・ インドネシアでは「ナイトライフが充実」「美しい夜景」が高い。
- ・ 3都市とも共通して上位にあるのは「美しい夜景を見ることができる」

●シンガポール

n=90		
	都市名	%
1	東京から近い	38.9
2	美しい夜景を見ることができる	35.6
3	日本一のクルーズポートがある都市である	33.3
3	歴史的な経緯から日本、西欧、中華の文化を併せ持つ	33.3
5	様々な食文化にあふれた都市である	31.1
6	文化芸術都市である	28.9
7	日本最大級の工業都市である	23.3
7	美しい日本庭園がある	23.3
7	タイヤメーカーで有名な都市	23.3
10	ショッピングエリアが充実している	22.2
11	近代的な高層ビルが多くある	21.1
12	ナイトライフが充実している	17.8
13	羽田空港国際線旅客ターミナルから近い	14.4
13	鎌倉や箱根に近い	14.4

●マレーシア

n=88		
	都市名	%
1	美しい夜景を見ることができる	46.6
2	文化芸術都市である	38.6
2	様々な食文化にあふれた都市である	38.6
4	美しい日本庭園がある	37.5
5	東京から近い	30.7
6	歴史的な経緯から日本、西欧、中華の文化を併せ持つ	29.5
6	ナイトライフが充実している	29.5
6	タイヤメーカーで有名な都市	29.5
9	ショッピングエリアが充実している	25.0
10	日本一のクルーズポートがある都市である	23.9
11	日本最大級の工業都市である	20.5
11	近代的な高層ビルが多くある	20.5
13	鎌倉や箱根に近い	10.2
14	羽田空港国際線旅客ターミナルから近い	9.1

●インドネシア

n=106		
	都市名	%
1	ナイトライフが充実している	44.3
2	美しい夜景を見ることができる	43.4
3	日本最大級の工業都市である	39.6
4	ショッピングエリアが充実している	38.7
4	美しい日本庭園がある	38.7
6	文化芸術都市である	35.8
7	歴史的な経緯から日本、西欧、中華の文化を併せ持つ	34.9
7	様々な食文化にあふれた都市である	34.9
9	タイヤメーカーで有名な都市	33.0
10	東京から近い	32.1
11	日本一のクルーズポートがある都市である	31.1
12	近代的な高層ビルが多くある	30.2
13	羽田空港国際線旅客ターミナルから近い	18.9
14	鎌倉や箱根に近い	10.4

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

② 魅力的な横浜の特徴【母数：横浜の特徴認知者】

- ・ シンガポールでは「様々な食文化にあふれた都市」「東京から近い」「美しい夜景」が上位。
- ・ マレーシアでは「美しい夜景」が最も高く、次いで「文化芸術」「日本庭園」「食文化」が続く。
- ・ インドネシアでは「日本庭園」が最も高く、次いで「美しい夜景」「ショッピングエリア」「文化芸術」が続く。
- ・ 3都市とも共通して上位にあるのは「美しい夜景を見ることができる」。

●シンガポール

n=90		
	都市名	%
1	様々な食文化にあふれた都市である	73.3
1	東京から近い	73.3
3	美しい夜景を見ることができる	72.2
4	美しい日本庭園がある	68.9
5	文化芸術都市である	67.8
6	ショッピングエリアが充実している	63.3
7	歴史的な経緯から日本、西欧、中華の文化を併せ持つ	61.1
8	羽田空港国際線旅客ターミナルから近い	56.7
9	日本一のクルーズポートがある都市である	55.6
10	ナイトライフが充実している	53.3
11	鎌倉や箱根に近い	50.0
12	近代的な高層ビルが多くある	46.7
13	日本最大級の工業都市である	42.2
14	タイヤメーカーで有名な都市	35.6

●マレーシア

n=88		
	都市名	%
1	美しい夜景を見ることができる	85.2
2	文化芸術都市である	80.7
3	美しい日本庭園がある	78.4
3	様々な食文化にあふれた都市である	78.4
5	歴史的な経緯から日本、西欧、中華の文化を併せ持つ	69.3
6	ナイトライフが充実している	65.9
7	東京から近い	64.8
8	ショッピングエリアが充実している	63.6
9	鎌倉や箱根に近い	61.4
10	日本一のクルーズポートがある都市である	56.8
11	近代的な高層ビルが多くある	55.7
12	日本最大級の工業都市である	51.1
13	羽田空港国際線旅客ターミナルから近い	48.9
14	タイヤメーカーで有名な都市	36.4

●インドネシア

n=106		
	都市名	%
1	美しい日本庭園がある	95.3
2	美しい夜景を見ることができる	89.6
3	ショッピングエリアが充実している	88.7
3	文化芸術都市である	88.7
5	様々な食文化にあふれた都市である	87.7
6	ナイトライフが充実している	85.8
6	東京から近い	85.8
8	日本一のクルーズポートがある都市である	84.9
8	歴史的な経緯から日本、西欧、中華の文化を併せ持つ	84.9
10	羽田空港国際線旅客ターミナルから近い	79.2
11	近代的な高層ビルが多くある	78.3
12	日本最大級の工業都市である	73.6
13	鎌倉や箱根に近い	61.3
13	タイヤメーカーで有名な都市	61.3

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

(7) 認知している横浜の資源・魅力的な横浜の資源

① 認知している横浜の資源（資源説明文提示なし）【母数：横浜の特徴認知者】

- ・ 前設問で提示した資源（中華街、ラーメン博物館、野毛、三溪園）以外で、認知度が高いのは、「横浜ランドマークタワー」。3 か国とも上位 5 位以内に入る。
- ・ マレーシア、インドネシアでは、「山下公園」も上位に入っている。

●シンガポール

n=90		
	都市名	%
1	横浜中華街	52.2
2	横浜ランドマークタワー	31.1
2	カップヌードル・ミュージアム	31.1
4	新横浜ラーメン博物館	28.9
4	横浜八景島シーパラダイス	28.9
6	三溪園	27.8
6	山下公園	27.8
8	横浜赤レンガ倉庫	26.7
9	横浜美術館	25.6
10	みなとみらい 2 1	14.4
10	横浜港 大さん橋	14.4
12	横浜 F・マリノス	13.3
12	ジャズバー	13.3
14	山手西洋館	11.1
15	パシフィコ横浜	10.0

●マレーシア

n=88		
	都市名	%
1	横浜中華街	50.0
2	山下公園	42.0
3	三溪園	38.6
4	横浜ランドマークタワー	37.5
5	横浜美術館	35.2
6	新横浜ラーメン博物館	29.5
7	横浜八景島シーパラダイス	27.3
8	横浜港 大さん橋	26.1
9	カップヌードル・ミュージアム	22.7
10	横浜赤レンガ倉庫	18.2
11	ジャズバー	15.9
12	みなとみらい 2 1	14.8
12	横浜 F・マリノス	14.8
14	山手西洋館	10.2
14	パシフィコ横浜	10.2

●インドネシア

n=106		
	都市名	%
1	三溪園	48.1
2	新横浜ラーメン博物館	47.2
3	横浜ランドマークタワー	44.3
3	山下公園	44.3
5	横浜中華街	43.4
6	横浜美術館	42.5
7	横浜八景島シーパラダイス	38.7
8	横浜 F・マリノス	36.8
9	横浜港 大さん橋	35.8
10	パシフィコ横浜	28.3
11	横浜赤レンガ倉庫	27.4
12	カップヌードル・ミュージアム	22.6
13	山手西洋館	20.8
14	みなとみらい 2 1	18.9
15	ジャズバー	15.1

1. 海外における横浜の認知率と横浜資源の魅力度

②魅力的な横浜の資源（資源説明文提示）【母数：横浜の特徴認知者】

- ・ シンガポールでは、「ラーメン博物館」「横浜八景島シーパラダイス」「三溪園」などが上位。
- ・ マレーシアでは、「三溪園」「横浜八景島シーパラダイス」「横浜ランドマークタワー」などが上位。
- ・ インドネシアでは「横浜八景島シーパラダイス」「三溪園」「山下公園」が上位。
- ・ 「横浜八景島シーパラダイス」「三溪園」は3か国で上位に入る。

●シンガポール

n=90		
	都市名	%
1	新横浜ラーメン博物館	67.8
1	横浜八景島シーパラダイス	67.8
3	三溪園	65.6
4	カップヌードル・ミュージアム	64.4
5	横浜中華街	63.3
5	横浜赤レンガ倉庫	63.3
5	山下公園	63.3
8	横浜ランドマークタワー	60.0
9	横浜美術館	58.9
10	横浜港 大さん橋	56.7
11	横浜 F・マリノス	53.3
12	みなとみらい 2 1	52.2
13	山手西洋館	48.9
14	ジャズバー	45.6
15	パシフィコ横浜	44.4

●マレーシア

n=88		
	都市名	%
1	三溪園	80.7
2	横浜八景島シーパラダイス	77.3
3	横浜ランドマークタワー	73.9
4	山下公園	72.7
5	横浜中華街	71.6
6	新横浜ラーメン博物館	69.3
7	横浜赤レンガ倉庫	67.0
8	横浜美術館	65.9
9	カップヌードル・ミュージアム	64.8
10	ジャズバー	62.5
11	山手西洋館	61.4
12	みなとみらい 2 1	60.2
13	横浜港 大さん橋	58.0
14	パシフィコ横浜	50.0
15	横浜 F・マリノス	44.3

●インドネシア

n=106		
	都市名	%
1	横浜八景島シーパラダイス	96.2
2	三溪園	95.3
3	山下公園	92.5
4	新横浜ラーメン博物館	89.6
5	横浜美術館	86.8
5	横浜ランドマークタワー	86.8
5	山手西洋館	86.8
8	横浜中華街	83.0
9	みなとみらい 2 1	81.1
9	横浜港 大さん橋	81.1
11	カップヌードル・ミュージアム	80.2
12	横浜赤レンガ倉庫	79.2
13	横浜 F・マリノス	71.7
14	パシフィコ横浜	70.8
15	ジャズバー	68.9

国内調査

国内調査（調査概要）

- 調査目的 横浜への意識や行動実態を継続的に把握するとともに、アクセス改善によるお出かけ意向の変化や、横浜のおみやげについての意識を把握する。
- 調査主体 横浜市文化観光局 横浜魅力づくり室企画課
- 実施時期 平成 27 年 8 月 7 日（金）～8 月 10 日（月）
- 調査地域 全国 47 都道府県
- 調査対象 16～79 歳の一般個人男女
- 調査方法 インターネット調査
- 対象者の抽出方法 インターネット保有のインターネットモニターより母集団に準拠した構成比で抽出
- 調査・分析の委託先 株式会社 インテージリサーチ
- 回答者数 6,054 サンプル
- 地域別回答者数

北海道	270	中国・四国エリア※5	267	横浜市	767
東北エリア ※1	278	九州・沖縄エリア※6	274	神奈川県(横浜市除く)	421
中部エリア ※2	286	栃木県	434	東京都	431
北陸エリア ※3	267	茨城県	415	埼玉県	425
近畿エリア ※4	280	群馬県	434	千葉県	428
				静岡県	377

※1 東北：青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県

※2 中部：山梨県、長野県、岐阜県、愛知県、三重県

※3 北陸：新潟県、富山県、石川県、福井県

※4 近畿：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

※5 中国・四国：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県

※6 九州・沖縄：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

国内調査（調査概要）

居住地

(%) (N=6054)

北海道	東北エリア	中部エリア	北陸エリア	近畿エリア	中国・四国エリア	九州・沖縄エリア			
4.4	7.2	11.1	4.2	16.4	8.8	11.1			
神奈川県	東京都	埼玉県	千葉県	静岡県	栃木県	茨城県	群馬県	横浜市	
4.3	10.6	5.8	4.9	2.9	1.6	2.3	1.5	2.9	<横

浜市内 (n=178) >

鶴見区	神奈川区	西区	中区	南区	保土ヶ谷区	磯子区	金沢区	港北区	(%)
7.4	6.5	2.6	3.9	5.4	5.6	4.5	5.7	9.1	
戸塚区	港南区	旭区	緑区	瀬谷区	栄区	泉区	青葉区	都筑区	
7.4	6.1	6.8	4.8	3.4	3.4	4.2	8.2	5.1	

性別

(%)

男性	女性
49.4	50.6

年齢

(%)

16-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-79歳	平均値
18.4	18.0	16.6	16.2	30.9	47.8

職業

(%)

お勤め(経営管理者・社員・職員・嘱託等)	お勤め(パート、アルバイト、派遣、契約、その他)	個人経営の経営主	自由・自営業	主婦/主夫	学生	無職	その他
30.9	18.3	1.4	6.3	20.9	6.1	15.4	0.7

同居者

(%)

ひとり暮らし(同居者はいない)	配偶者	子ども(未就学児)	子ども(小学生)	子ども(中学生)	子ども(高校生)	子ども(大学生・専門学校・社会人)	父母	祖父母	孫	その他
15.4	59.1	10.7	7.9	4.7	4.3	17.9	26.4	3.2	1.8	6.1

年収

(%)

200万円未満	200~400万円未満	400~600万円未満	600~800万円未満	800~1000万円未満	1000~1500万円未満	1500~2000万円未満	2000万円以上	わからない・答えたくない
8.9	22.1	19.9	12.6	8.1	6.1	1.3	0.7	20.3

おみやげの購入経験等

1. おみやげの購入経験等

(1) 横浜でのおみやげ購入実態

- 横浜でのおみやげ購入割合は、全国で7割。「ほとんど毎回購入する」の回答率は、特に北海道や東北、中国地方などの遠方に加えて北関東エリアで多い。**
 - 横浜でのお土産購入割合は、「ほとんど毎回購入している」「ときどき購入している」が市内外合わせて70.8%。
 - 「ほとんど毎回購入している」の回答割合が高いのは、北海道、東北エリア、中国・四国エリア、九州・沖縄エリア、北関東エリア。

Q. あなたは、横浜市を訪れた際におみやげを購入されたことはありますか。横浜市を訪れる際の、おみやげの購入頻度として、最も近いものをお選びください。
 (市外)【母数：横浜来訪経験者】

Q. あなたは、ご友人・知人、ご親族等を訪ねる際に、横浜の手土産をお持ちになりますか。(市内)【母数：横浜来訪経験者】

■ ほとんど毎回購入している
 ■ ときどき購入している
 ■ ごくたまに購入している
 ■ おみやげを購入することはまったくない

	n=	購入率 (%)				購入率
TOTAL	4604	22.3	21.0	27.5	29.1	70.8
北海道	179	29.0	18.2	26.1	26.7	73.3
東北エリア	327	31.1	13.7	27.8	27.4	72.6
中部エリア	508	24.9	25.9	23.0	26.2	73.8
北陸エリア	185	23.6	19.9	31.2	25.3	74.7
近畿エリア	593	25.0	19.8	27.1	28.1	71.9
中国・四国エリア	331	31.5	20.3	23.9	24.3	75.7
九州・沖縄エリア	410	26.3	19.9	24.7	29.1	70.9
神奈川県	255	4.8	19.2	37.2	38.8	61.2
東京都	596	12.8	19.9	30.2	37.1	62.9
埼玉県	319	20.2	23.2	27.5	29.1	70.9
千葉県	278	17.8	22.1	26.6	33.5	66.5
静岡県	160	27.2	23.6	27.7	21.5	78.5
北関東エリア	287	27.9	23.6	27.2	21.3	78.7
横浜市	176	10.1	26.4	31.7	31.7	68.2

1. おみやげの購入経験等

(2) 横浜で購入するお土産の品名

① 市内外別

- **横浜市を除く全国では、シウマイの回答率が高いが、横浜市内居住者ではシウマイと同じくらいの割合でサブ
レ、クッキー、ビスケットの回答率が高い。**
 - 全国では、シウマイ、サブレ、クッキー、ビスケットに次いで肉まん、胡麻団子、月餅と上位に中華食品が続くが、横浜市内居住者では、サブレ、クッキー、ビスケットやマドレーヌ、カステラ、ケーキ、チョコレートなどの洋菓子が上位に挙がる。
 - これらの回答傾向の違いは、市内居住者は「手土産」として回答しているためであると推測できるが、全国よりも横浜市民の方が「おみやげ」のバリエーションが多いことがわかる。

Q. あなたが、ご友人・知人、ご親族等に横浜のおみやげを渡したいと考えた場合、どのような種類のおみやげを購入しますか。(市内)【母数：全数】。

Q. あなたが、横浜でおみやげを購入して帰る場合、どのような種類のおみやげを購入しますか。なお、おみやげは他の人に向けたものだけでなく、ご自身へ向けたものも含まれます。(市外)【母数：全数】

≪横浜市を除く全国 (n=5876) ≫

	お土産名	%
1	シウマイ	42.3
2	サブレ、クッキー、ビスケット	31.3
3	肉まん	27.0
4	胡麻団子、月餅	17.1
5	マドレーヌ、カステラ	9.9
6	中華食材	9.3
6	チョコレート	9.3
8	インテリア・雑貨	7.6
9	ケーキ	6.8
10	まんじゅう、ようかん	5.9

≪横浜市 (n=767) ≫

	お土産名	%
1	シウマイ	54.7
2	サブレ、クッキー、ビスケット	54.4
3	肉まん	22.2
4	マドレーヌ、カステラ	21.3
5	胡麻団子、月餅	16.0
6	ケーキ	13.5
7	チョコレート	11.9
8	まんじゅう、ようかん	7.9
9	せんべい、あられ、かりんとう	6.2
10	ハンカチ、手ぬぐい、タオル	5.1

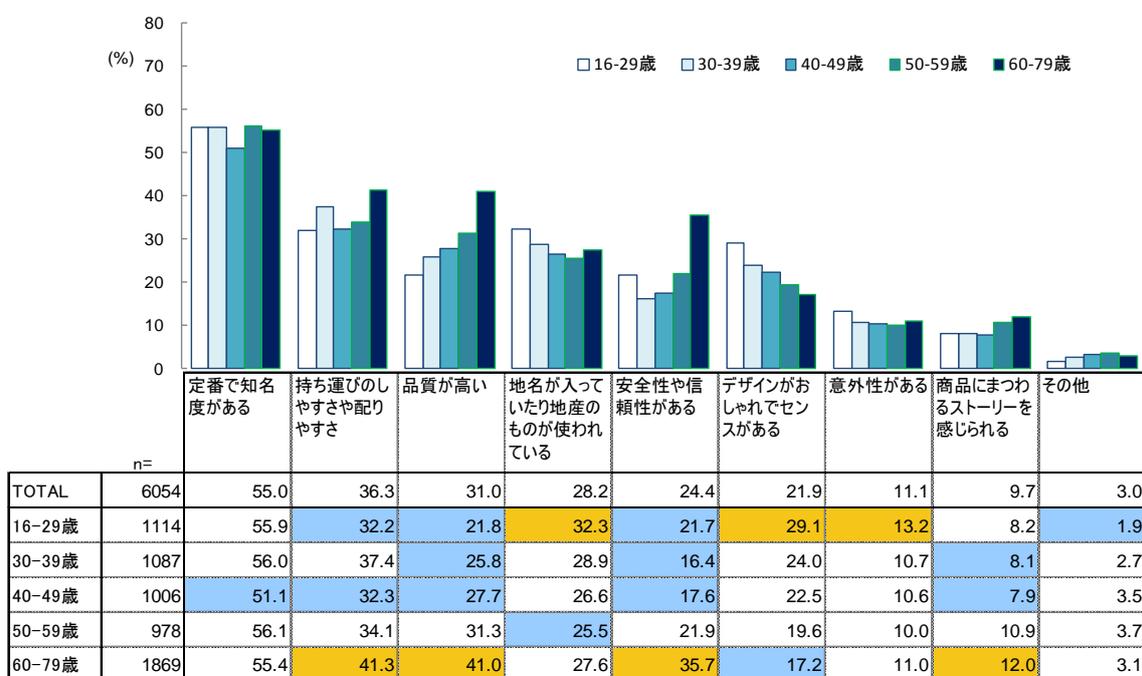
1. おみやげの購入経験等

(3) おみやげを選ぶ際の重視点

① 年代別

- おみやげを選ぶ際の重視点は、全ての年代で「定番で知名度がある」。年代が上がるにつれて「品質」や「安全性・信頼性」への重視度が高くなる。
 - おみやげを選ぶ際の重視点は、全ての年代で 50%以上とトップ。
 - 年代別で差が出る部分は、「品質」と「センス」で、「品質」は年代が上がるにつれて回答率が高くなるが、「デザインがおしゃれでセンスがある」の回答率は年代が上がるにつれて回答率が下がる。

Q. 最後におうかがいします。あなたが、おみやげを購入する際（横浜に関わらず）、重視する点は何ですか。重視する点をすべてお答え頂いた上で、その中で最も重視することをお答えください。【母数：全数】



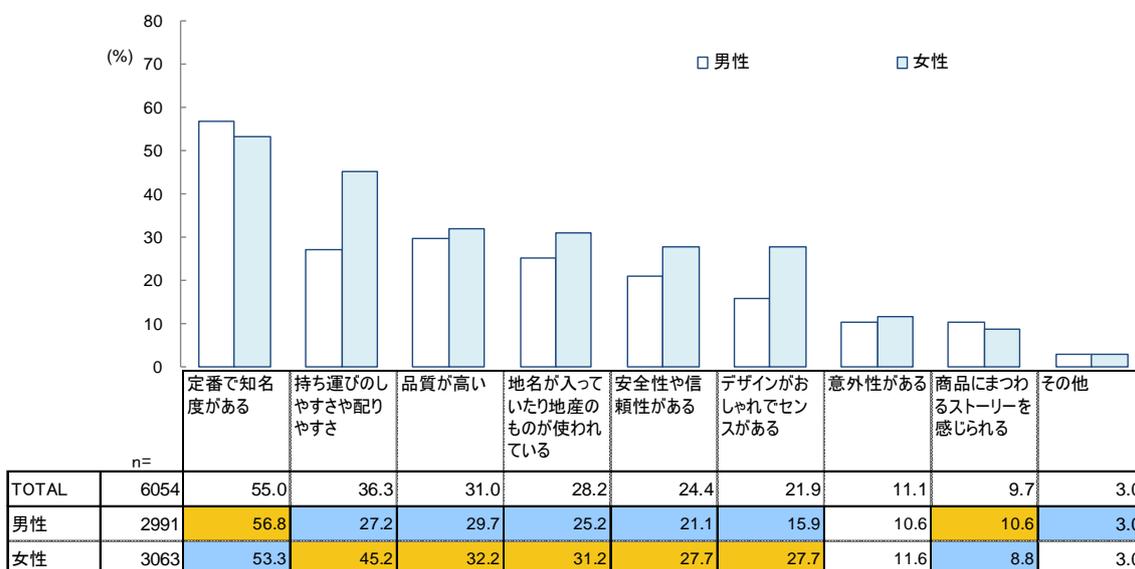
※ ■: TOTAL よりも 5%の有意水準で有意に高い ■: TOTAL よりも 5%の有意水準で有意に低い

1. おみやげの購入経験等

② 男女別

- おみやげを選ぶ際の重視点は、男女とも「定番で知名度がある」がトップだが、女性は次点の「持ち運びのしやすさ配りやすさ」の回答率も高い。
 - おみやげを選ぶ際の重視点は男女とも「定番で知名度がある」の回答率が高く、特に男性で高い。
 - 男性は、次点の「品質が高い」と約 20pt ほどの差があるが、女性は「持ち運びのしやすさや配りやすさ」の回答率も 45.2% と高い。「商品にまつわるストーリーを感じられる」の回答率は、男性の方が高い。

Q. 最後におうかがいします。あなたが、おみやげを購入する際（横浜に関わらず）、重視する点はなんですか。重視する点をすべてお答え頂いた上で、その中で最も重視することをお答えください。【母数：全数】



横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態(時系列)

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

<参考> 国内調査 報告書内の用語について

首都圏	東京都、千葉県、埼玉県の居住者
神奈川県内	横浜市を除く神奈川県居住者
北関東	茨城県、栃木県、群馬県の居住者
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」
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」の回答率
推奨意向率	来訪した人が「ぜひ薦めたい」、「薦めたい」と回答した率
来訪意向率	来訪していない人が「ぜひ行ってみたい」、「行ってみたい」と回答した率
好意度	「とても好き」「好き」の回答率
表中の塗色 基準	比較対象に対して、5%の有意水準で有意に高いと判断できるものを暖色、有意に低いと判断できるものを寒色で示している ※ただし、トレンド数値については前年に対する5pt差で塗色している。

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

<参考> 平成 27 年度 聴取対象施設・イベント

聴取対象施設（21 施設）	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 横浜美術館 ・ 横浜山手西洋館（外交官の家、エリスマン邸、ベーリック・ホール、山手 111 番館など） ・ 横浜みなとみらいホール ・ 横浜にぎわい座 ・ 神奈川県民ホール ・ 海の公園 ・ BankART Studio NYK ・ 象の鼻テラス ・ 横浜関内ホール ・ 横浜スタジアム 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 黄金スタジオ・日ノ出スタジオ ・ 三溪園 ・ 山下公園 ・ 横浜能楽堂 ・ パシフィコ横浜 ・ よこはま動物園ズーラシア ・ 横浜人形の家 ・ 日産スタジアム ・ MARK IS みなとみらい ・ YCC ヨコハマ創造都市センター ・ 大佛次郎記念館

聴取対象イベント（20 イベント）	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 横浜開港祭 ・ ワールドフェスタ・ヨコハマ ・ 横浜トリエンナーレ ・ プロ野球観戦 ・ スマートイルミネーション横浜 ・ 世界トライアスロンシリーズ横浜大会 ・ クラシック・ヨコハマ ・ アートリンク in 横浜赤レンガ倉庫 ・ みなとみらい、野毛、伊勢佐木町などでの大道芸イベント ・ アロハヨコハマ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鶴見川サマーフェスティバル ・ 横濱ジャズプロムナード ・ プロサッカー観戦 ・ 春節、馬祖誕、關帝誕などの中華街のイベント ・ フォト・ヨコハマ（C P +（シーピープラス）など） ・ 黄金町バザール ・ クルーズ客船の入港 ・ Dance Dance Dance @ YOKOHAMA ・ 横浜音祭り ・ 横浜マラソン

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

（1）文化観光施設

① 横浜市の文化観光施設 認知率（時系列）

- 認知率の上位は全国、横浜市除く神奈川県内、首都圏で顔ぶれは変わらず「山下公園」「横浜スタジアム」「横浜みなとみらいホール」が高い。
- 横浜山手西洋館は、昨年度認知率を上げたが今年は2012年、2013年ごろの水準となっている。
- MARKIS みなとみらいは、神奈川県内（横浜市、横浜市を除く神奈川県）での認知率に変化は見られないものの、全国、首都圏で2年連続で減少している。

(%)

順位	施設名	全国				横浜市内				神奈川県内				首都圏			
		2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
1	山下公園	82.3	-	86.8	85.3	98.6	-	97.8	99.2	94.2	-	95.1	99.1	90.0	-	92.4	93.1
2	横浜スタジアム	78.6	-	87.1	85.6	98.9	-	97.1	95.1	92.1	-	95.5	96.3	84.2	-	89.7	88.0
3	横浜みなとみらいホール	74.9	68.7	67.3	70.7	88.6	86.2	89.7	92.2	87.6	78.4	86.0	79.7	77.0	72.6	68.0	72.6
4	日産スタジアム	63.1	59.3	66.3	53.5	95.9	96.8	95.7	96.0	85.8	87.6	91.3	85.9	71.3	70.3	76.6	68.9
5	パシフィコ横浜	53.9	-	61.8	55.7	97.1	-	96.3	95.1	93.5	-	95.5	87.5	76.1	-	80.7	73.4
6	海の公園	49.6	-	45.2	48.9	85.4	-	84.4	83.9	67.9	-	71.5	73.6	55.7	-	49.8	56.6
★	7 よこはま動物園ズーラシア	46.6	49.3	49.6	50.5	95.1	96.0	94.4	97.9	87.7	92.2	93.8	93.9	66.7	69.4	72.7	72.2
8	MARKISみなとみらい	45.2	57.0	63.1	-	74.2	77.6	78.6	-	57.9	61.5	61.6	-	45.3	54.0	60.5	-
9	横浜美術館	44.2	38.0	34.9	38.5	86.5	85.4	87.8	83.4	64.9	61.9	73.4	60.0	49.8	43.7	43.1	51.0
★	10 横浜山手西洋館	43.2	49.7	42.1	37.6	83.2	85.2	81.6	72.4	65.0	75.4	67.4	52.7	50.9	59.3	48.7	44.7
11	三溪園	42.7	43.1	43.5	43.6	88.1	89.8	88.1	91.7	74.7	80.6	81.3	81.5	56.7	61.7	58.3	62.6
12	神奈川県民ホール	39.9	-	33.2	38.0	94.5	-	90.3	93.0	86.4	-	86.0	80.3	52.7	-	48.2	50.4
13	横浜人形の家	36.5	36.5	36.3	39.0	83.9	82.8	83.5	87.0	63.5	65.9	71.1	70.9	44.7	49.1	48.8	53.8
14	横浜能楽堂	27.0	-	18.8	21.0	70.7	-	62.8	64.7	48.2	-	42.0	44.7	30.9	-	22.0	29.4
15	象の鼻テラス	26.9	18.8	17.8	19.2	71.0	67.4	63.4	57.4	45.7	43.1	42.4	32.5	28.2	24.4	24.8	23.9
16	横浜関内ホール	26.5	-	29.7	30.8	79.3	-	85.0	83.7	59.3	-	68.1	65.8	36.3	-	39.4	40.8
17	大佛次郎記念館	25.3	26.3	26.0	-	56.9	53.8	58.4	-	41.8	40.9	45.0	-	30.5	30.4	31.9	-
18	横浜にぎわい座	22.1	21.0	16.3	18.8	64.2	61.4	59.2	57.2	34.3	37.1	35.8	31.1	22.3	21.0	16.9	23.5
19	黄金スタジオ・日ノ出スタジオ	17.9	14.5	15.8	16.5	31.7	40.0	40.2	29.0	29.4	22.9	27.6	23.4	20.0	17.4	26.3	21.5
20	YCCコハマ創造都市センター	17.0	13.9	12.6	-	35.2	33.4	33.6	-	23.4	18.0	24.3	-	17.8	16.1	17.2	-
21	BankARTStudioNYK	13.1	14.4	9.9	11.2	22.8	24.0	23.3	21.4	16.5	19.6	23.5	13.7	16.4	15.1	10.6	15.4

※ ■ : 前年度と比較して 5pt 以上高い、■ : 前年度と比較して 5pt 以上低い
 下線・斜体: 回答者が 30s未満のため参考値

※表内「★」は、27年度重点プロモーション対象事業を示す

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

② 横浜市の文化観光施設 来訪率（時系列）

- 山下公園への来訪率はすべての地域で最も高い。全国でも約4割に来訪経験がある。
- その他の上位の文化観光施設への来訪率は、全国で大きな変化はみられない。
- 横浜山手西洋館は、昨年度、一部の地域で来訪率がやや増えたものの、今年度は2012年、2013年ごろの数値となっている。

(%)

順位	施設名	全国				横浜市内				神奈川県内				首都圏			
		2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
1	山下公園	42.2	-	46.0	49.1	80.2	-	82.7	86.7	71.6	-	74.2	73.7	57.4	-	64.4	64.8
2	海の公園	16.7	-	15.1	18.1	48.2	-	51.2	50.4	30.8	-	34.5	32.3	21.3	-	19.6	18.1
3	パシフィコ横浜	16.7	-	17.3	16.8	67.5	-	65.0	64.6	49.7	-	47.4	43.8	24.4	-	27.7	26.9
4	横浜スタジアム	13.9	-	17.9	17.0	62.3	-	63.4	65.8	39.4	-	48.9	50.4	19.2	-	24.0	24.1
★	横浜山手西洋館	13.7	15.9	13.2	13.6	39.9	47.3	41.9	38.1	28.4	34.1	24.1	24.3	17.1	23.2	19.6	16.3
6	MARKISみなとみらい	13.6	14.7	17.5	-	45.7	45.5	36.0	-	23.9	34.5	23.5	-	15.6	17.6	22.5	-
7	三溪園	12.5	11.7	11.7	14.2	51.5	54.6	53.7	56.2	36.6	35.4	35.5	40.5	18.2	21.0	21.2	24.8
8	横浜みなとみらいホール	12.3	13.4	10.9	13.0	36.6	47.4	38.8	46.5	27.9	29.3	28.3	32.3	14.2	18.9	13.0	15.6
9	横浜人形の家	9.7	8.7	8.5	10.6	33.4	37.1	36.5	40.3	22.8	19.9	21.9	29.5	13.1	13.9	11.0	16.1
★	よこはま動物園ズーラシア	8.9	9.1	8.1	10.0	48.8	51.2	52.4	53.5	37.2	40.4	42.5	38.1	11.2	13.8	10.7	16.3
11	日産スタジアム	8.2	9.2	8.9	11.3	37.8	44.7	38.3	43.6	23.3	26.8	31.3	32.3	11.8	13.4	12.2	21.3
12	神奈川県民ホール	8.0	-	6.6	7.8	53.1	-	50.4	55.5	38.6	-	34.1	34.7	10.9	-	9.9	10.5
13	横浜美術館	7.8	8.4	8.1	9.0	33.8	41.1	39.0	41.9	22.7	24.4	27.9	23.2	12.8	12.5	12.3	10.7
14	象の鼻テラス	6.4	4.8	4.9	5.2	38.8	37.4	33.5	31.0	16.3	18.2	18.9	13.4	8.2	5.9	6.0	5.1
15	横浜関内ホール	4.1	-	6.1	6.5	32.1	-	41.4	41.6	15.1	-	20.7	24.3	5.2	-	7.4	8.3
16	大佛次郎記念館	3.9	3.3	3.6	-	14.9	15.6	18.7	-	7.7	7.2	8.2	-	6.5	5.3	5.1	-
17	横浜にぎわい座	3.6	2.4	1.8	2.7	12.6	11.3	8.8	9.3	6.6	5.6	3.9	9.6	3.7	2.4	0.9	3.9
18	横浜能楽堂	3.1	-	1.6	2.7	15.7	-	10.7	7.5	8.4	-	4.0	11.4	3.6	-	1.3	3.5
19	YCCココハマ創造都市センター	2.1	1.4	0.9	-	6.4	3.6	4.6	-	3.9	1.7	4.2	-	2.8	1.9	1.0	-
20	黄金スタジオ・日ノ出スタジオ	2.0	1.4	1.0	2.5	4.6	6.3	4.9	4.3	1.9	2.1	3.7	5.7	2.5	2.0	1.0	4.0
21	BankARTStudioNYK	1.9	1.6	1.1	2.3	5.2	4.9	3.6	4.9	1.9	2.6	3.8	4.5	2.8	2.1	0.7	3.8

※■：前年度と比較して5pt以上高い、■：前年度と比較して5pt以上低い

下線・斜体：回答者が30s未満のため参考値

※表内「★」は、27年度重点プロモーション対象事業を示す

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

③ 横浜市の文化観光施設 推奨意向率（時系列）

- 全国で最も推奨率が高いのは「三溪園」で、2年連続で推奨率が最も高い。
- 全国、横浜市内、首都圏では、2012年から継続してみると大きな変化は見られない。
- なお、来訪率、来訪意向率の高い「山下公園」の推奨率は、提示施設全体で見るとあまり高くない。

(%)

順位	施設名	全国				横浜市内				神奈川県内				首都圏			
		2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
1	三溪園	82.1	79.7	78.7	78.8	78.6	80.8	82.9	80.5	85.2	78.0	82.5	89.3	82.4	79.4	78.8	78.6
2	横浜美術館	77.9	74.5	79.1	76.2	<u>66.8</u>	74.5	74.0	73.8	<u>62.7</u>	63.5	80.6	73.4	78.0	69.8	80.6	65.3
★	横浜山手西洋館	77.4	70.5	82.9	80.4	75.8	76.3	81.7	79.6	81.0	66.0	<u>82.1</u>	77.2	77.4	71.9	84.7	67.9
★	よこはま動物園ズーラシア	75.6	70.8	81.2	73.8	76.4	76.9	81.3	73.4	72.6	63.7	79.4	79.9	79.5	68.6	82.0	72.9
5	海の公園	71.4	-	68.8	75.8	70.4	-	63.2	70.4	70.0	-	63.0	67.4	66.7	-	67.8	65.7
6	黄金スタジオ・日ノ出スタジオ	69.8	69.8	<u>71.3</u>	58.8	<u>44.2</u>	<u>59.3</u>	<u>67.6</u>	<u>57.9</u>	<u>54.6</u>	<u>44.0</u>	<u>72.5</u>	<u>79.1</u>	<u>72.3</u>	<u>42.4</u>	<u>79.5</u>	<u>62.9</u>
7	MARKISみなとみらい	69.8	71.3	66.0	-	67.1	74.1	62.0	-	62.1	57.0	67.6	-	58.3	69.6	58.8	-
8	山下公園	69.3	-	68.1	67.3	75.0	-	77.2	75.4	67.7	-	75.8	73.2	63.9	-	71.8	67.2
9	BankARTStudioNYK	68.4	56.4	65.5	92.6	<u>66.6</u>	<u>66.2</u>	<u>63.7</u>	<u>79.0</u>	<u>79.9</u>	<u>45.5</u>	<u>36.5</u>	<u>100.0</u>	<u>53.4</u>	<u>74.9</u>	<u>100.0</u>	<u>97.0</u>
10	大佛次郎記念館	66.1	64.8	60.2	-	<u>62.0</u>	<u>54.6</u>	<u>68.3</u>	-	<u>36.4</u>	<u>72.4</u>	<u>77.9</u>	-	67.5	71.3	53.9	-
11	象の鼻テラス	64.3	62.3	68.7	69.0	59.4	60.3	<u>58.6</u>	<u>66.0</u>	<u>64.7</u>	<u>64.0</u>	<u>47.9</u>	<u>61.7</u>	57.0	56.7	91.6	69.8
12	横浜にぎわい座	63.5	64.5	70.5	82.8	<u>76.0</u>	<u>49.3</u>	<u>64.8</u>	<u>76.8</u>	<u>54.8</u>	<u>75.5</u>	<u>100.0</u>	<u>93.8</u>	<u>76.0</u>	<u>58.8</u>	<u>52.7</u>	<u>70.4</u>
13	YCCココハマ創造都市センター	63.4	84.5	<u>80.4</u>	-	<u>70.5</u>	<u>37.1</u>	<u>45.1</u>	-	<u>63.6</u>	<u>52.5</u>	<u>56.7</u>	-	<u>61.5</u>	<u>79.6</u>	<u>91.2</u>	-
14	横浜能楽堂	59.4	-	64.6	61.4	<u>60.5</u>	-	<u>52.7</u>	65.4	<u>47.8</u>	-	<u>87.0</u>	80.2	<u>62.8</u>	-	<u>55.6</u>	53.0
15	横浜みなとみらいホール	57.6	58.2	59.2	56.0	<u>53.4</u>	64.2	67.0	65.2	44.2	55.2	66.6	68.0	46.7	51.9	46.5	38.8
16	横浜関内ホール	55.3	-	44.5	46.0	<u>39.4</u>	-	33.0	37.5	<u>43.0</u>	-	<u>51.0</u>	53.7	56.5	-	35.8	37.1
17	横浜人形の家	53.7	52.7	49.1	50.8	<u>55.7</u>	45.4	52.1	41.3	<u>44.4</u>	<u>45.2</u>	<u>47.3</u>	56.8	41.8	46.4	38.2	33.5
18	パシフィコ横浜	52.0	-	46.5	42.4	55.5	-	42.7	40.5	52.5	-	53.4	38.6	42.2	-	40.8	44.3
19	日産スタジアム	48.0	48.3	61.1	55.2	56.6	55.4	60.1	50.3	37.4	43.9	61.3	55.7	39.5	41.2	46.7	58.5
20	神奈川県民ホール	47.8	-	41.2	47.1	38.5	-	42.8	41.7	39.1	-	51.4	51.3	40.7	-	32.6	35.1
21	横浜スタジアム	47.2	-	47.9	50.7	53.1	-	47.2	54.5	41.3	-	67.1	46.6	39.3	-	44.9	43.9

※ 下線・斜体: 回答者が30s未満のため参考値

※ 推奨率は、「各施設・イベントへの来訪経験者に聴取しているため、母数が少ない。そのため、年度差分の色付けを外している。

※表内「★」は、27年度重点プロモーション対象事業を示す

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

④ 横浜市の文化観光施設 来訪意向率（時系列）

- 全国、横浜市内、横浜市内を除く神奈川県、首都圏すべてで来訪意向率が高いのは「よこはま動物園ズーラシア」で、ほぼ来訪意向率の変動なく高い水準を維持している。
- 全国では、海の公園、山下公園への来訪意向率も同様に高いが、横浜市内、神奈川県内、首都圏ではズーラシアを下回る。
- MARKIS みなとみらいへの来訪意向率は 2013 年から連続して微減傾向にある。

(%)

順位	施設名	全国				横浜市内				神奈川県内				首都圏			
		2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
	1 海の公園	31.9	-	35.3	36.1	35.4	-	36.3	44.9	38.0	-	39.0	41.1	32.0	-	35.0	40.4
	2 山下公園	31.4	-	35.8	33.6	46.0	-	26.2	35.6	35.5	-	33.0	36.5	33.6	-	26.0	23.0
★	3 よこはま動物園ズーラシア	31.2	30.2	33.9	33.5	50.6	52.8	48.7	50.2	42.1	46.5	39.6	37.1	35.2	30.7	40.7	31.3
	4 三溪園	28.2	26.9	26.8	29.4	43.0	47.8	42.5	52.4	41.3	36.2	39.5	36.3	31.7	27.8	29.3	30.0
★	5 横浜山手西洋館	27.8	28.5	30.6	32.1	27.8	28.2	31.4	33.7	30.2	22.7	31.5	33.4	28.6	24.2	26.0	33.4
	6 横浜美術館	26.4	27.9	28.2	31.1	34.1	34.5	34.9	32.2	32.3	28.9	33.3	21.9	21.9	26.3	28.4	33.6
	7 MARKISみなとみらい	22.7	25.8	32.2	-	25.7	28.6	45.7	-	28.9	17.3	34.4	-	19.8	19.3	27.2	-
	8 象の鼻テラス	21.2	17.3	13.8	20.7	24.3	27.2	27.4	29.7	26.9	17.3	18.9	20.0	19.7	13.9	16.1	24.7
	9 横浜にざわい座	20.4	16.8	16.7	20.3	29.0	28.0	29.3	29.8	21.4	17.4	26.2	18.1	17.6	12.2	13.4	17.4
	10 横浜人形の家	19.8	17.9	17.3	20.5	24.9	25.1	20.3	14.4	20.2	20.5	20.9	16.0	16.1	14.4	17.3	19.1
	11 横浜スタジアム	19.7	-	23.7	23.7	24.5	-	23.2	18.7	17.3	-	21.9	23.2	17.1	-	20.3	22.1
	12 横浜みなとみらいホール	19.5	25.8	20.2	22.0	20.5	32.1	24.6	25.5	19.8	20.9	22.7	20.6	19.0	21.2	19.3	18.0
	13 パシフィコ横浜	19.3	-	20.7	14.2	29.5	-	30.1	22.5	24.3	-	28.4	15.5	21.0	-	19.4	15.1
	14 横浜能楽堂	19.2	-	15.4	16.9	24.2	-	24.1	23.1	23.5	-	25.2	18.6	18.8	-	16.0	17.0
	15 大佛次郎記念館	18.0	17.4	15.8	-	21.5	20.1	19.0	-	19.5	14.2	19.8	-	16.8	13.7	16.0	-
	16 日産スタジアム	16.4	17.4	23.5	17.7	28.4	22.7	26.0	23.1	16.8	19.7	20.9	14.6	13.3	14.4	22.4	15.6
	17 YCCコハマ創造都市センター	16.0	15.6	10.8	-	18.9	17.5	17.5	-	17.0	10.8	13.1	-	14.3	13.3	12.0	-
	18 黄金スタジオ・日ノ出スタジオ	10.6	12.6	9.1	11.9	12.0	16.3	14.9	11.9	15.3	11.1	12.5	15.1	10.1	10.4	11.6	12.0
	19 BankARTStudioNYK	9.1	12.3	13.1	11.9	14.3	16.2	22.0	12.9	15.5	14.7	22.1	12.7	8.6	10.8	14.7	12.4
	20 横浜関内ホール	8.7	-	10.8	11.5	11.8	-	16.9	13.7	16.2	-	15.5	13.5	8.5	-	11.6	14.6
	21 神奈川県民ホール	8.0	-	6.6	8.8	22.4	-	15.6	11.0	12.4	-	17.7	18.7	7.5	-	7.5	11.2

※ ■ : 前年度と比較して 5pt 以上高い、■ : 前年度と比較して 5pt 以上低い
 下線・斜体 : 回答者が 30 s 未満のため参考値

※表内「★」は、27 年度重点プロモーション対象事業を示す

2. 横浜市の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

（2）イベント

① 横浜市のイベント 認知率（時系列）

- 全国では、プロ野球観戦の認知率がトップで、2位の横浜マラソンとは大きな開きがある。
- 重点プロモーション事業のうち、「世界トライアスロンシリーズ横浜大会」「Dance Dance Dance @ YOKOHAMA」の認知率はほぼすべてのエリアで上昇している。

(%)

順位	施設名	全国				横浜市内				神奈川県内				首都圏			
		2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
	1 プロ野球観戦	77.8	-	71.1	70.0	90.1	-	86.4	84.4	87.4	-	83.7	79.5	81.2	-	76.2	75.2
★	2 横浜マラソン	49.1	56.0	-	-	83.3	84.7	-	-	68.9	74.0	-	-	54.6	58.6	-	-
	3 横浜開港祭	42.5	46.4	40.4	42.4	91.6	94.2	84.4	90.0	78.2	81.5	78.7	76.5	54.5	61.4	52.1	51.9
	4 プロサッカー観戦	40.3	39.1	52.8	44.5	66.8	66.0	76.9	64.8	55.8	52.4	68.3	61.4	44.2	38.9	60.2	47.4
★	5 クルーズ客船の入港	39.1	31.6	44.4	40.5	73.3	59.5	70.8	64.6	57.4	50.5	66.5	61.2	44.1	35.3	49.4	47.8
	6 春節、馬祖誕、開帝誕などの中華街のイベント	38.2	-	38.7	36.1	69.8	-	67.0	71.5	53.5	-	56.4	63.0	42.9	-	45.2	44.1
	7 アートリンクin横浜赤レンガ倉庫	35.5	36.6	18.1	29.7	59.1	58.5	41.8	55.7	50.2	53.0	31.5	50.6	37.3	42.0	21.3	38.3
	8 大道芸イベント	31.6	23.6	31.9	34.4	86.3	79.0	80.2	80.6	65.4	52.6	65.2	62.9	34.9	26.5	37.8	40.6
★	9 世界トライアスロンシリーズ横浜大会	28.1	14.7	18.4	18.8	58.4	46.1	46.9	38.4	37.7	21.2	27.7	25.1	28.8	16.6	22.4	22.1
	10 ワールドフェスタ・ヨコハマ	25.0	24.0	18.9	22.2	54.0	60.2	48.8	51.7	43.6	42.6	35.1	36.2	29.7	29.6	23.4	28.6
	11 横浜トリエンナーレ	24.3	19.7	18.0	19.7	60.2	54.9	52.7	50.5	40.0	31.0	34.4	27.3	23.5	21.8	18.6	21.0
★	12 横浜ジャズプロムナード	22.5	18.7	20.9	20.2	60.3	57.5	61.0	58.4	39.3	31.0	42.4	44.6	24.0	20.9	26.4	28.0
	13 スマートイルミネーション横浜	20.9	16.1	11.6	15.9	44.3	31.2	24.8	29.3	28.5	22.2	18.3	22.7	23.0	18.6	12.1	20.5
	14 クラシック・ヨコハマ	19.9	15.2	10.0	14.8	42.5	28.9	24.6	28.1	26.9	21.9	21.3	21.5	22.0	18.1	12.5	19.9
	15 横浜音祭り	19.5	13.8	13.7	-	36.3	34.1	36.1	-	25.8	25.8	27.4	-	21.0	16.0	16.0	-
	16 アロハヨコハマ	15.7	-	9.0	10.9	35.8	-	26.1	23.2	22.2	-	19.0	29.3	16.5	-	13.2	15.5
	17 黄金町バザール	15.1	8.9	9.1	11.9	44.0	29.4	26.8	31.3	24.4	14.9	18.2	28.4	16.5	11.1	12.9	16.5
	18 鶴見川サマーフェスティバル	14.4	-	11.7	12.9	36.9	-	35.1	33.7	22.2	-	18.0	30.1	16.0	-	13.9	17.2
★	19 DanceDanceDance@YOKOHAMA	14.2	8.1	8.4	12.8	41.3	24.1	29.5	39.7	19.7	9.6	18.1	22.0	13.1	9.8	9.6	15.9
★	20 フォト・ヨコハマ（CP+（シービープラス）など）	13.6	10.0	9.7	11.7	27.8	22.8	24.5	19.2	18.2	16.7	18.1	25.4	14.9	10.8	12.0	17.8

※■：前年度と比較して 5pt 以上高い、■：前年度と比較して 5pt 以上低い
 下線・斜体：回答者が 30s未満のため参考値

※表内「★」は、27 年度重点プロモーション対象事業を示す

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

② 横浜市のイベント 来訪率（時系列）

- プロ野球観戦への来訪率は、全国で9.5%、横浜市内で39.2%、神奈川県内で32.8%、首都圏で13.1%で他のイベントの2倍ほどの参加率がある。
- また、この参加率は継続して高く、集客力の高いイベントであると言える。

(%)

順位	施設名	全国				横浜市内				神奈川県内				首都圏			
		2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
	1 プロ野球観戦	9.5	-	9.2	11.7	39.2	-	40.7	50.2	32.8	-	29.2	31.0	13.1	-	13.6	15.5
	2 アートリンクin横浜赤レンガ倉庫	5.1	5.1	1.8	4.4	11.2	11.7	7.0	15.5	10.0	12.1	4.8	12.8	7.0	7.1	1.4	4.9
	3 横浜開港祭	5.1	5.4	4.9	5.6	28.5	38.9	31.0	40.9	19.4	16.1	14.7	18.7	7.7	10.0	6.1	5.7
	4 春節、馬祖誕、關帝誕などの中華街のイベント	4.7	-	4.7	5.9	19.1	-	18.8	19.4	9.1	-	8.9	17.8	5.6	-	6.1	8.2
★	5 クルーズ客船の入港	4.3	3.2	3.7	4.6	18.8	12.7	18.0	16.9	12.7	9.2	15.4	14.1	5.6	5.3	4.9	7.0
	6 プロサッカー観戦	4.1	3.7	4.2	5.3	8.1	16.4	20.4	19.1	9.3	12.0	9.4	11.0	5.9	5.4	6.6	9.6
	7 大道芸イベント	3.8	2.6	4.1	4.8	18.8	21.0	24.9	22.8	12.2	5.3	11.8	15.5	5.1	3.6	4.8	6.9
	8 横浜トリエンナーレ	2.8	1.9	1.5	1.9	11.3	9.8	10.2	12.4	5.2	3.4	6.6	2.9	3.0	3.5	1.4	2.1
	9 ワールドフェスタ・ヨコハマ	2.0	1.8	1.2	2.2	7.3	4.5	6.0	8.1	4.0	3.8	4.3	2.7	2.6	3.0	0.7	2.5
	10 スマートイルミネーション横浜	2.0	1.5	1.2	1.8	4.3	4.7	3.9	3.6	6.5	1.4	3.1	1.2	3.1	2.9	0.7	2.9
	11 鶴見川サマーフェスティバル	1.8	-	0.8	1.5	8.2	-	6.3	4.2	3.9	-	0.9	5.0	2.4	-	0.9	1.7
★	12 横浜ジャズプロムナード	1.8	1.3	1.5	2.1	7.1	5.8	7.4	4.1	2.6	2.6	1.2	8.0	1.5	2.0	2.8	3.9
	13 クラシック・ヨコハマ	1.5	1.2	0.9	1.5	3.5	2.5	2.9	2.3	2.9	1.9	3.6	0.9	2.8	2.3	0.2	2.4
★	14 フォト・ヨコハマ（CP+（シービープラス）など）	1.5	0.6	0.8	1.9	3.5	1.9	3.3	2.2	3.7	1.2	1.2	5.1	2.0	1.4	1.1	3.2
	15 横浜音祭り	1.4	1.0	1.1	-	3.1	2.9	3.0	-	2.5	2.1	0.9	-	2.1	2.1	1.1	-
	16 アロハヨコハマ	1.3	-	1.1	1.5	5.6	-	5.3	3.4	1.3	-	4.1	6.2	2.2	-	1.7	2.8
★	17 DanceDanceDance@YOKOHAMA	1.3	1.0	0.6	-	3.2	1.9	3.0	-	0.5	1.4	2.4	-	1.7	1.2	0.2	-
	18 黄金町バザール	1.1	0.9	1.1	1.7	6.7	2.3	4.7	4.1	1.0	1.0	3.6	9.8	1.8	1.1	0.5	2.2
★	19 横浜マラソン	1.1	1.0	-	-	6.0	4.1	-	-	5.0	1.8	-	-	1.2	1.4	-	-
★	20 世界トライアスロンシリーズ横浜大会	0.8	0.9	0.9	1.5	4.0	1.9	1.7	1.7	0.5	1.3	0.7	0.7	0.9	1.2	1.8	2.9

※ ■ : 前年度と比較して 5pt 以上高い、■ : 前年度と比較して 5pt 以上低い
下線・斜体: 回答者が 30s未滿のため参考値

※表内「★」は、27 年度重点プロモーション対象事業を示す

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

③ 横浜市のイベント 推奨意向率（時系列）

• ほとんどのイベントについて回答者が少ないため、参考値となっている。

(%)

順位	施設名	全国				横浜市内				神奈川県内				首都圏			
		2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
	1 春節、馬祖誕、關帝誕などの中華街のイベント	85.6	-	81.8	83.0	<u>75.7</u>	-	<u>87.0</u>	<u>83.8</u>	<u>85.0</u>	-	<u>96.1</u>	<u>91.3</u>	88.4	-	84.1	88.5
	2 ワールドフェスタ・ヨコハマ	85.1	70.7	80.2	90.9	<u>75.1</u>	<u>74.0</u>	<u>92.4</u>	<u>87.4</u>	<u>100.0</u>	<u>66.0</u>	<u>92.0</u>	<u>45.4</u>	<u>73.0</u>	<u>67.1</u>	<u>87.3</u>	<u>100.0</u>
	3 クラシック・ヨコハマ	83.7	74.7	77.3	91.4	<u>77.5</u>	<u>78.8</u>	<u>87.4</u>	<u>90.8</u>	<u>38.2</u>	<u>73.1</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>88.4</u>	<u>79.9</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>
★	4 横浜ジャズプロムナード	82.7	79.8	79.3	86.1	<u>92.2</u>	<u>96.2</u>	<u>88.3</u>	<u>91.4</u>	<u>63.5</u>	<u>69.2</u>	<u>71.2</u>	<u>95.2</u>	<u>85.7</u>	<u>76.0</u>	<u>81.7</u>	<u>91.3</u>
	5 横浜音祭り	81.2	73.4	94.4	-	<u>93.1</u>	<u>95.6</u>	<u>73.1</u>	-	<u>39.7</u>	<u>38.8</u>	<u>100.0</u>	-	<u>82.4</u>	<u>79.4</u>	<u>87.7</u>	-
	6 スマートイルミネーション横浜	80.5	89.4	82.3	84.4	<u>74.9</u>	<u>94.5</u>	<u>73.9</u>	<u>74.8</u>	<u>72.7</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>82.1</u>	<u>95.8</u>	<u>66.0</u>	<u>73.1</u>
	7 大道芸イベント	79.4	80.4	75.6	70.1	<u>76.0</u>	<u>78.5</u>	<u>84.5</u>	<u>77.7</u>	<u>58.4</u>	<u>91.3</u>	<u>66.0</u>	<u>68.2</u>	<u>81.1</u>	<u>87.7</u>	<u>74.5</u>	<u>75.3</u>
★	8 クルーズ客船の入港	79.2	77.7	78.9	76.6	<u>66.2</u>	<u>83.9</u>	<u>86.4</u>	<u>85.1</u>	<u>76.8</u>	<u>71.3</u>	<u>85.4</u>	<u>92.5</u>	85.3	83.6	90.1	67.5
	9 アートリンクin横浜赤レンガ倉庫	78.3	79.5	87.4	84.8	<u>77.5</u>	<u>83.6</u>	<u>85.7</u>	<u>75.8</u>	<u>78.5</u>	<u>69.5</u>	<u>100.0</u>	<u>89.0</u>	69.8	76.0	<u>90.5</u>	76.9
	10 横浜開港祭	77.6	78.7	79.3	77.2	<u>79.9</u>	<u>79.4</u>	<u>76.4</u>	<u>81.2</u>	<u>75.9</u>	<u>76.1</u>	<u>84.1</u>	<u>65.4</u>	74.3	73.3	72.0	<u>78.2</u>
★	11 DanceDanceDance@YOKOHAMA	77.4	83.0	73.0	-	<u>72.4</u>	<u>41.3</u>	<u>82.4</u>	-	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	-	<u>66.9</u>	<u>82.3</u>	<u>100.0</u>	-
	12 鶴見川サマーフェスティバル	76.9	-	<u>72.5</u>	78.7	<u>72.9</u>	-	<u>73.6</u>	<u>75.5</u>	<u>54.7</u>	-	<u>40.4</u>	<u>87.3</u>	<u>73.9</u>	-	<u>55.8</u>	<u>100.0</u>
★	13 横浜マラソン	75.2	79.3	-	-	<u>63.9</u>	<u>69.7</u>	-	-	<u>59.1</u>	<u>27.2</u>	-	-	<u>91.3</u>	<u>70.0</u>	-	-
	14 横浜トリエンナーレ	74.8	80.0	73.4	78.3	<u>47.5</u>	<u>67.0</u>	<u>74.2</u>	<u>67.3</u>	<u>65.8</u>	<u>86.1</u>	<u>76.7</u>	<u>79.4</u>	<u>77.3</u>	<u>72.5</u>	<u>52.8</u>	<u>79.3</u>
★	15 世界トライアスロンシリーズ横浜大会	<u>73.7</u>	<u>77.0</u>	<u>65.6</u>	95.7	<u>87.4</u>	<u>68.8</u>	<u>72.8</u>	<u>68.2</u>	<u>100.0</u>	<u>68.8</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>74.1</u>	<u>89.7</u>	<u>41.7</u>	<u>94.8</u>
	16 アロハヨコハマ	71.5	-	88.2	69.4	<u>66.3</u>	-	<u>71.2</u>	<u>79.0</u>	<u>69.9</u>	-	<u>100.0</u>	<u>34.7</u>	<u>81.3</u>	-	<u>100.0</u>	<u>87.8</u>
★	17 フォト・ヨコハマ（CP+（シービープラス）など）	71.3	<u>71.2</u>	<u>82.7</u>	68.8	<u>63.3</u>	<u>70.1</u>	<u>88.5</u>	<u>100.0</u>	<u>48.9</u>	<u>38.1</u>	<u>57.6</u>	<u>92.5</u>	<u>52.6</u>	<u>76.8</u>	<u>71.3</u>	<u>74.1</u>
	18 黄金町バザール	68.1	<u>92.1</u>	71.2	66.1	<u>62.3</u>	<u>63.9</u>	<u>56.1</u>	<u>38.4</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>85.9</u>	<u>65.4</u>	<u>60.2</u>	<u>78.3</u>	<u>100.0</u>	<u>75.2</u>
	19 プロサッカー観戦	67.3	71.1	76.5	75.8	<u>75.1</u>	<u>66.5</u>	<u>70.6</u>	<u>70.6</u>	<u>64.3</u>	<u>73.3</u>	<u>83.5</u>	<u>74.5</u>	<u>61.4</u>	<u>58.9</u>	<u>73.2</u>	<u>86.1</u>
	20 プロ野球観戦	54.4	-	62.1	55.1	64.4	-	58.9	56.8	53.4	-	66.1	42.4	47.9	-	59.8	58.2

※ 下線・斜体: 回答者が 30s未満のため参考値

※ 推奨率は、「各施設・イベントへの来訪経験者に聴取しているため、母数が少ない。そのため、年度差分の色付けを外している。

※表内「★」は、27年度重点プロモーション対象事業を示す

2. 横浜の文化観光施設 イベントへの来訪実態（時系列）

④ 横浜市のイベント 来訪意向率（時系列）

- 全国で最も来訪意向率が高いのは「春節、馬祖誕、關帝誕などの中華街イベント」で、首都圏も同様に高い
- 一方、横浜市、神奈川県で最も高いのは横浜開港祭。
- アートリンク in 横浜赤レンガ倉庫への来訪意向率は、やや減少傾向にある。

(%)

順位	施設名	全国				横浜市内				神奈川県内				首都圏			
		2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012	2015	2014	2013	2012
	1 春節、馬祖誕、關帝誕などの中華街のイベント	27.2	-	31.2	33.4	30.9	-	32.8	36.1	29.0	-	36.4	32.7	27.1	-	32.5	29.3
★	2 クルーズ客船の入港	25.2	24.4	31.7	26.6	34.4	36.9	37.6	35.2	28.0	27.1	40.4	24.6	24.0	22.6	30.4	25.3
	3 横浜開港祭	25.1	23.0	28.8	30.1	35.5	46.7	38.9	40.4	35.2	33.4	38.7	41.9	27.2	23.7	30.6	33.3
	4 スマートイルミネーション横浜	23.0	23.8	24.9	28.7	34.1	33.2	30.6	34.0	26.2	27.4	28.5	34.6	21.4	21.4	27.7	26.6
	5 アートリンクin横浜赤レンガ倉庫	21.2	25.4	22.0	28.0	29.9	27.1	26.6	31.4	23.6	27.4	27.0	30.8	22.6	23.0	22.5	30.7
	6 大道芸イベント	20.3	18.9	23.0	26.3	36.7	28.5	35.2	36.9	26.4	21.3	35.6	34.5	18.6	16.0	20.7	21.5
	7 クラシック・ヨコハマ	18.6	16.0	18.5	19.0	30.3	23.0	21.1	23.5	23.2	17.4	19.5	18.3	17.6	12.6	20.4	17.5
	8 横浜音祭り	17.6	16.2	18.8	-	27.2	27.6	26.7	-	21.9	17.4	29.5	-	17.7	14.6	17.3	-
	9 プロ野球観戦	16.5	-	22.7	18.8	17.5	-	17.0	11.9	16.7	-	24.6	15.3	15.8	-	20.6	15.9
★	10 横濱ジャズプロムナード	16.0	17.1	21.9	19.7	29.1	28.0	32.0	31.0	26.0	17.3	28.4	20.0	16.3	16.4	24.4	16.7
	11 黄金町バザール	16.0	12.9	13.1	16.2	22.0	21.2	18.3	20.6	19.2	7.5	16.6	12.3	13.1	14.2	12.8	13.9
	12 ワールドフェスタ・ヨコハマ	15.5	20.0	19.4	20.1	26.3	29.4	25.9	29.1	20.6	16.5	24.4	20.6	16.6	19.1	21.2	22.0
	13 横浜トリエンナーレ	14.2	11.1	13.3	12.1	23.0	18.1	21.1	17.2	19.8	13.5	18.8	12.4	12.8	8.7	12.3	10.6
	14 プロサッカー観戦	13.1	15.7	19.5	18.2	21.5	20.4	22.3	23.0	22.6	18.8	23.0	6.2	13.8	14.0	20.5	14.4
	15 鶴見川サマーフェスティバル	12.5	-	13.9	12.9	16.4	-	18.3	19.9	13.7	-	14.3	11.2	12.0	-	11.8	9.1
	16 アロハヨコハマ	11.0	-	11.2	13.4	21.1	-	20.8	19.7	20.2	-	15.4	10.4	11.7	-	13.3	12.3
★	17 フォト・ヨコハマ (CP+ (シービープラス) など)	9.5	8.6	10.3	9.5	10.8	14.3	15.5	11.4	11.2	9.7	14.1	7.7	8.5	5.8	10.9	8.1
★	18 DanceDanceDance@YOKOHAMA	9.2	10.4	9.8	-	16.8	16.1	12.9	-	15.2	9.0	11.8	-	8.6	9.1	9.3	-
★	19 横浜マラソン	7.4	6.1	-	-	15.0	12.9	-	-	10.8	9.8	-	-	7.7	6.8	-	-
★	20 世界トライアスロンシリーズ横浜大会	6.8	8.6	8.7	8.9	11.7	15.1	12.3	15.6	10.2	7.0	14.0	12.8	8.0	8.6	8.3	9.0

※ ■ : 前年度と比較して 5pt 以上高い、■ : 前年度と比較して 5pt 以上低い

下線・斜体: 回答者が 30s未満のため参考値

※表内「★」は、27 年度重点プロモーション対象事業を示す