

横浜中華街

ビッグデータで 観光周遊促す

春節祭の来訪者分析 臨海部巡るプラン開発

横浜中華街（横浜市）がビッグデータを活用して観光客に市内周遊を促す試みを進めている。旧正月を祝う「横浜春節祭」を2023年は臨海部の企業などと連携して広域で開催。来訪者の全地球測位システム（GPS）データなどの分析が進み、移動経路や属性の傾向などが明らかになってきた。来春の祭りに向けて周遊プランなどの開発に生かし、観光閑散期の冬季にぎわい創出につなげる。

今年の横浜春節祭は例年とは違った街の装いだった。鳳凰（ほうおう）や竜、京劇のお面をモチーフにした「三面柱」などの大型ランタンのオブジェが中華街だけでなく、横浜駅や山下公園、横浜赤レンガ倉庫など市臨海部の駅や観光スポットなど16カ所にも飾り付けられた。

横浜中華街発展協会（横中協）が始めた観光周遊の取り組みだ。みなとみらい（MM）21地区の企業や商業施設と連携し、スマートフォンを使って大型ランタンのある場所をめぐる旅行券や食事券などが当たるくじがもらえるデジタルスタンプラリーを催した。

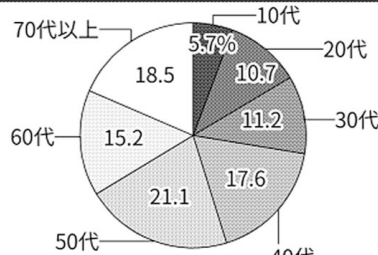
GPSデータのほか、WiFiとビーコン（電波発信器）を組み合わせたセンサーによるデータも取得。期間中に実施したアンケートを組

News 潜望展望



ランドマークプラザに設置された京劇をモチーフにした三面柱のランタンオブジェ（1月、横浜市）

横浜中華街への年代別来訪者



（注）1月22日～2月5日

み合わせて来訪者の属性や周遊した場所をNTT東日本などと分析した。祭りを軸に臨海部全体で新たな観光動線をつくることを目指している。

臨海部にはMM21地区や山下公園など観光地が多く存在しているが、目的地1カ所を訪れてとんぼ返りする人が少なくない。周遊客を増やすことが地域振興のカギの一つといわれていた。

横浜中華街では春節シーズンにはかき入れ時。ランタンの飾り付けや、中華獅子舞、伝統芸能ショーなどで祭りは盛り上がりを見せている。

ビッグデータの分析が進み、これまで推測の域を出なかった来街者の特徴や移動の傾向が明らかになってきた。

横浜春節祭（今年は1月22日から2月5日）の期間中に中華街を訪問したのは延べ70万人。年代別では10代が5.7%、20代が10.7%だった一方、40代が17.6%、50代が21.1%、60代が18.5%、70代以上が5.7%と、中華街では若者が食べ歩き姿が目立っていたが、実際には中高年の来街者が多いことがわかった。

周遊で訪れた大型ランタンのある場所は平均4

76カ所。ビーコンなどのデータからは、山下公園を訪れる人は中華街や赤レンガ倉庫など広域で回遊するケースが多いことがみえてきた。「参加者のニーズに合わせた周遊のモデルルートや、祭りの拠点選定に生かす」（石河副理事長）という。

デジタルスタンプラリーのアンケート結果からは、周遊中に消費する金額が多い層の属性も垣間見えてきた。県外からの来訪者で50代と60代の平均消費額が高く、初めてという。

24年の横浜春節祭では大型ランタンの設置場所を県外のターミナル駅などに広げることや、宿泊施設との連携、パッケージツアーの展開を目指している。（二村俊太郎）