

第 1 回横須賀市観光振興推進委員会での意見に関する情報

- 1 2014 年度（平成 26 年度）入込観光客の属性について・・・・・・・・・・ 1
 主な内容：別紙のとおり
- 2 外国人の観光客数の把握について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 主な内容：平成 26 年以降、市内宿泊施設から外国人宿泊客情報提供を受け、
 北アメリカが 91%を超える。
- 3 横須賀市内居住の米海軍軍人・軍属等の人数について・・・・・・・・・・・・ 3
 主な内容：2011 年（平成 23 年）3 月 31 日現在、横須賀市内居住の米海軍軍
 人等は 12,878 人。
- 4 2013 年度（平成 25 年度）の入込観光客数の主な減少理由について・・・・・・ 3
 主な内容：猿島のレストハウスの火災、東日本大震災等の影響。
- 5 本市の子ども達に対する地域教育の取り組みについて・・・・・・・・・・・・ 5
 主な内容：横須賀製鉄所（造船所）に関する冊子等を作成し、小学生に配布、
 博物館や図書館での特別展示等。
- 6 集客促進アクションプランのメインターゲットを「シニア」にした理由に
 ついて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 主な内容：産業ビジョンで位置付けられている 4 つの成長分野と重点課題の
 相乗効果、また集客促進アクションプランでの 3 つのキーワード
 の 1 つである「地産地消」はシニアの来訪目的と合致する。
- 7 神奈川県入込観光客調査方法の概要について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
 主な内容：別紙のとおり
- 8 JR 横須賀線の市内等駅における 1 日平均乗車乗員数について・・・・・・・・・・ 8
 主な内容：別紙のとおり

1 2014 年度（平成 26 年度）入込観光客の属性について

○ 集客イベント、集客施設に関する主なアンケート結果は、以下のとおり。

		よこすか 開国祭 (n=75)	よこすか カレーフェスティバル (n=991)	よこすか 産業まつり (n=995)	よこすか YY のりものフェスタ (n=798)	よこすか みこしパレード (n=80)	日米親善よこすか スプリングフェスタ※ (n=200)	日米親善ベース 歴史ツアー※ (n=5, 602)	軍港めぐり (n=180, 000)	横須賀 美術館 (n=1, 439)	よこすか ポートマーケット (n=2, 121)
市民の割合		66%	61%	89%	37%	72%	25%	14%	25%	39%	69%
性別	男性	33%	47%	44%	52%	24%	49%	55%	55%	36%	31%
	女性	64%	53%	56%	48%	76%	51%	45%	45%	64%	69%
年齢	～10 代	14%	20%	19%	7%	0%	20%	13%	8%	38%	2%
	20 代	12%	11%	4%	6%	6%	7%	7%	7%	7%	4%
	30 代	27%	18%	9%	33%	17%	17%	16%	10%	10%	16%
	40 代	22%	23%	19%	28%	13%	18%	28%	20%	16%	24%
	50 代	10%	11%	14%	9%	16%	13%	19%	40%	10%	23%
	60 代以上	16%	16%	35%	9%	48%	27%	16%	15%	19%	28%
情報 入手先	チラシ・ポスター	15%	34%	57%	47%	27%	34%	—	—	28%	22%
	広報誌	17%	27%	29%	14%	25%	—	—	—	4%	30%
	ホームページ	10%	24%	9%	18%	13%	42%	—	—	15%	5%
	知り合いから	33%	—	—	—	—	—	—	—	18%	18%
	出展(店)企業の広報	—	2%	2%	—	—	—	—	—	—	—
	その他	25%	13%	3%	21%	35%	21%	—	—	35%	25%
交通手段	電車	30%	40%	25%	—	—	—	—	45%	33%	—
	バス	11%	9%	14%	—	—	—	—	10%	6%	—
	自家用車	35%	28%	27%	—	—	—	—	35%	52%	—
	自転車・オートバイ	6%	8%	9%	—	—	—	—	(その他)10%	—	—
	徒歩	18%	15%	24%	—	—	—	—	—	—	—
消費金額	0 円	27%	15%	19%	30%	52%	12%	—	—	—	—
	1, 000 円以内	21%	35%	35%	11%	16%	21%	—	—	—	—
	3, 000 円以内	32%	44%	34%	31%	21%	39%	—	—	—	—
	5, 000 円以内	14%	4%	7%	7%	2%	19%	—	—	—	—
	5, 001 円以上	6%	2%	3%	5%	9%	9%	—	—	—	—
再来訪度	初めて	28%	28%	—	—	38%	—	—	60%	50%	21%
	2 回目	16%	12%	—	—	15%	—	—	20%	14%	(年 2～3 回)11%
	3 回目	18%	22%	—	—	47%	—	—	—	9%	(月に 1～2 回)31%
	4 回目	2%	10%	—	—	—	—	—	(3～4 回目)10%	27%	(ほぼ毎週)17%
	5 回以上	37%	28%	—	—	—	—	—	10%	—	(ほぼ毎日)2%

※端数処理等のため合計が 100%にならない場合がある。

(出所) 横須賀市経済部・横須賀市観光協会

※日米親善よこすかスプリングフェスタのみ 2015 年度（平成 27 年度）データ

※日米親善ベース歴史ツアーは応募者のデータ

※n 値とはサンプル数（アンケート回答件数）。設問によって回答件数が異なる場合は最小値を n 値としている。（次ページ以降同様）

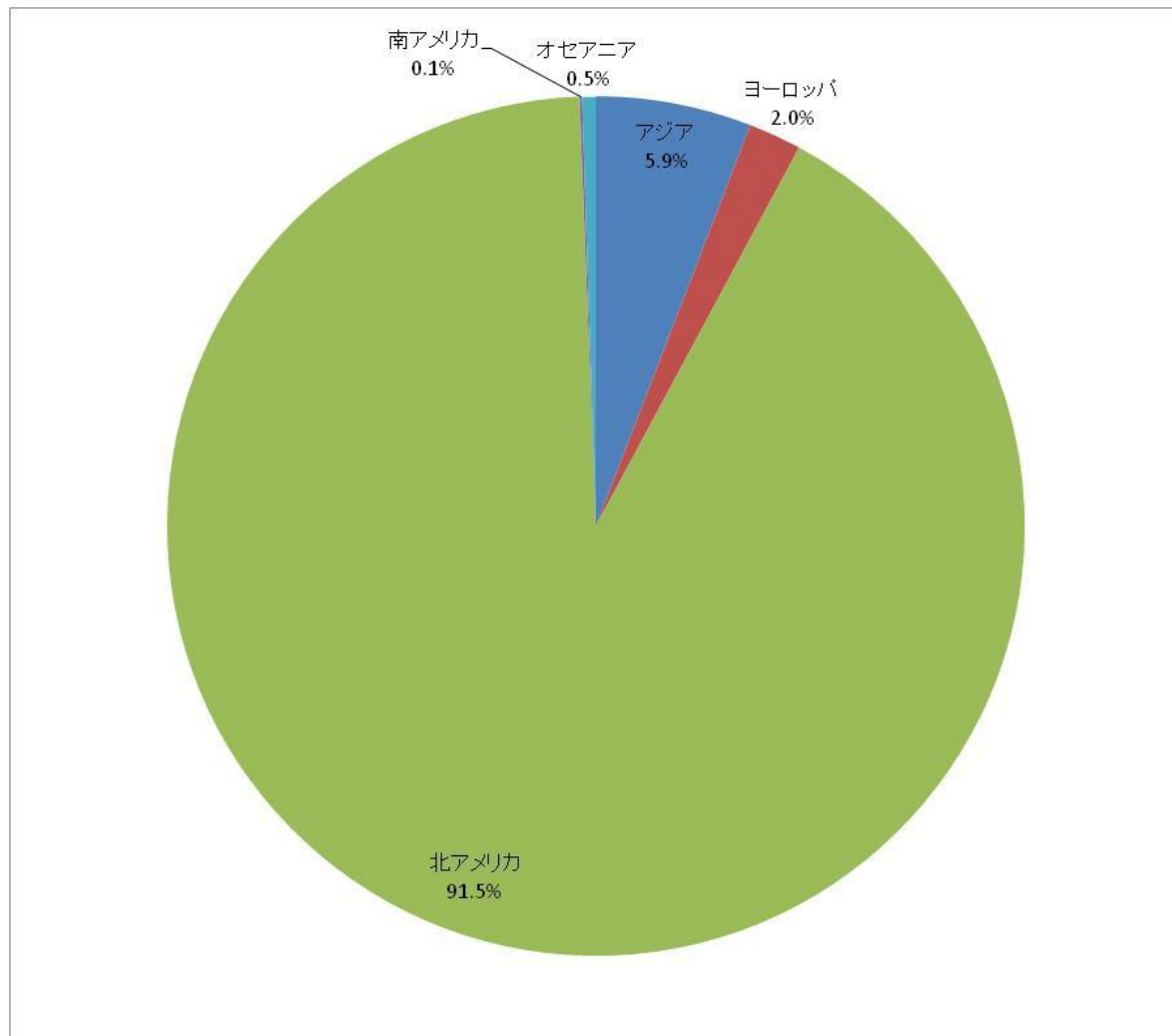
2 外国人の観光客数の把握について

毎年、実施している入込観光客数調査に 2014 年（平成 26 年）から外国人宿泊者の国（地域）別内訳調査を追加した。（本市独自調査）

・期間 毎年 1 月 1 日から 12 月 31 日まで

・対象 市内 20 宿泊施設

（n=41, 293）



2014 年（平成 26 年）外国人宿泊者の地域別内訳

（人）

アジア	ヨーロッパ	北アメリカ	南アメリカ	オセアニア	合計
5.9%	2.0%	91.5%	0.1%	0.5%	100%
2, 418	822	37, 801	40	212	41, 293

出所）横須賀市経済部

【参考】 調査対象宿泊施設

ホテルニューヨコスカ、ホテル横須賀、ホテルパレス、セントラルホテル、メルキュールホテル横須賀、ホテルハーバー横須賀、一国屋、ビジネスイン富士、しろがね旅館、観音崎京急ホテル、やまに旅館、旅館東京湾、瓦斯温泉長寿館、衣笠温泉旅館、ホテル YRP、魚市旅館、荒崎海音さがみや、葉山ホテル音羽の森、佐島マリーナホテル、湘南国際村センター

3 横須賀市内居住の米海軍軍人・軍属等の人数について

(1) 横須賀市内居住の軍人・軍属等の人数（各年3月31日現在） (人)

	2008 (H20)	2009 (H21)	2010 (H22)	2011 (H23)
軍人	6,799	9,356	7,984	7,707
軍属	364	364	538	513
家族	4,989	5,011	5,523	4,658
計	12,152	14,731	14,045	12,878

出所) 横須賀市政策推進部

【参考】 空母ジョージワシントンの乗員数 (人)

士官・兵員	3,200
航空要員	2,480
計	5,680

出所) ウィキペディア

4 2013年度（平成25年度）の入込観光客数の主な減少理由について

(1) 猿島のレストハウス火災による航路欠航

(欠航期間:平成25年8月29日～9月25日) (千人)

年	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)
入島者数	107	86	111	107	108
対前年度増減	—	△21	25	△4	1

出所) 横須賀市経済部

(2) 東日本大震災の自粛ムードが薄れ2012年度（平成24年度）の入込観光客数が増大した。その反動により2013年度（平成25年度）は減少したと考えられる。

2011年度（平成23年度）と2013年度（平成25年度）を比較すると100万人増加している。

(千人)

年	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)
入込観光客数	6,807	6,623	8,212	7,629	7,847
対前年度増減	—	△184	1,589	△583	218

出所) 横須賀市経済部

(3) 2009 年（平成 21 年）11 月から 2011 年（平成 23 年）12 月にかけて放映された「坂の上の雲」の影響により 2012 年度（平成 24 年度）の記念艦三笠、三笠公園の入込観光客数が増加したが、放映の終了により同施設の入込観光客数が減少した。

(千人)

年度	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)
記念艦三笠	171	195	187	197	233
三笠公園	1,138	1,697	2,193	1,880	1,819
計	1,309	1,892	2,380	2,077	2,052
対前年度増減	—	583	488	△303	△25

出所) 横須賀市経済部

【参考】横須賀市における「艦隊これくしょん」の主な動き

1. 艦隊これくしょんとは

第二次世界大戦中の旧日本軍の艦船を擬人化したキャラクター（艦娘（かんむす））を編成・強化・育成しながら、無敵の連合艦隊を目指していくインターネット上で楽しむブラウザゲーム（2013 年（平成 25 年）4 月開始）。実在した海軍機関・横須賀鎮守府等が登場する。

2. 主な動き

(1) 艦隊これくしょんの艦娘ポスター掲示

主催：DMM.com、KADOKAWA

場所：JR 横須賀駅、横須賀中央駅

期間：2013 年（平成 25 年）9 月 26 日～2013 年（平成 25 年）10 月 3 日

(2) 軍艦カレーの発売

主催、場所：横須賀海軍カレー本舗

期間：2013 年（平成 25 年）12 月 6 日～

内容：艦隊これくしょんをヒントにした軍艦カレーを発売

(3) 艦隊コレクションの展示

主催：三笠保存会

場所：記念艦「三笠」

内容：日露戦争時、太平洋戦争時及び海上自衛隊の艦船模型 200 隻以上を展示

期間：2014 年（平成 26 年）2 月 14 日～2016 年（平成 28 年）5 月 31 日（好評のため期間延長が続いている）

横須賀市の対応：告知支援（京急中吊り、駅貼り、ポスター掲示）

5 本市の子ども達に対する地域教育の取り組みについて（一例）

（１）子ども向け冊子の配布

内容	対象
<ul style="list-style-type: none"> ・子ども向け冊子「知っていますか横須賀製鉄所」を配布。 ・当該冊子は 10,000 冊作成し、市役所、行政センター等でも配布。 	小学校 6 年生 （約 4,000 名）

（２）小中学校における授業での取り組み

内容	対象
<ul style="list-style-type: none"> ・郷土史家（山本詔一氏）による小学校への出前授業の実施。 ・横須賀製鉄所（造船所）に関する出前授業を社会科等のカリキュラムに組み込む。（対象学年、内容は各小学校と講師が調整し実施） 	市内小学校 10 校 4 年生～6 年生
<ul style="list-style-type: none"> ・平成 27 年度採用新任小中学校教諭（約 70 名）に対して、校外研修として米海軍基地内にある横須賀造船所跡地のドライドックの見学ツアーを実施。 ・平成 27 年度の社会科の副読本に、横須賀製鉄所（造船所）に関する記述を増やし、授業で使用。（配布対象は左記のとおり） 	小学校 3 年生 中学校 1 年生 （各約 4,000 名）

（３）図書館、博物館での取り組み

内容	実施施設
<ul style="list-style-type: none"> ・「鉄を打つ」（DVD 鑑賞、横須賀製鉄所（造船所）創設 150 周年記念図書館子どもイベント。上映後、レンガ積み体験あり） 	中央・北・南図書館 （各 1 日）
<ul style="list-style-type: none"> ・横須賀製鉄所（造船所）創設 150 周年記念「夏休みにおすすめブックトーク～船・海～（小学生向け）」（平成 27 年 7 月 29 日） ・船や海に関する絵本・童話・図鑑 100 冊を展示（平成 27 年 7 月から 8 月末まで） 	児童図書館
<ul style="list-style-type: none"> ・特別展示「すべては製鉄所から始まった―Made in Japan の原点―」を開催（※） （平成 27 年 10 月末から平成 28 年 1 月末まで） 	自然・人文博物館

※ 本館特別展示室、常設展示室、ヴェルニー記念館にて展示し、特別展示終了後も常設展示室、ヴェルニー記念館での展示は残る。

（現在、「横須賀製鉄所の開設と三浦半島」を常設展示しているが、特別展示開催に合わせ終了する。特別展示では展示スペースの拡大、内容の充実が図られる。）

6 集客促進アクションプランのメインターゲットを「シニア」にした理由について

横須賀の食のイメージは、地産地消と海軍カレーとネイビーバーガーである。

ターゲットにしているシニア層は、カレーやバーガーを好まないと思うので、対象同士が合っていない。

(1) 産業ビジョン 2011 は、今後、市場の拡大が見込まれる分野で、かつ本市が比較優位性を発揮できる4つの成長分野と4つの重点課題を位置づける成長戦略である。

成長分野：①環境・エネルギー、②地産地消、③観光・集客、④シニアマーケット

重点課題：①横須賀中央エリアの再生、②企業誘致の推進・従業員の転入支援、

③既存事業者の事業展開、新陳代謝の促進、④YRPの伸展

成長分野、重点課題は、それぞれの相乗効果などを活用していく成長戦略である。

(2) 産業ビジョン 2011 には、具体的な事業等を示す実行計画としてアクションプランがあり、「観光・集客」は、集客促進アクションプランになる。

(3) 集客促進アクションプラン（抜粋）

第7章 集客戦略の基本的考え方

1 2つの重点ターゲット

① 集客対象の重点とする「年代」

年代のメインターゲットは「シニア」、サブターゲットを「ファミリー」とします。「シニア」は、観光意欲・消費意欲が高く、かつますますその数が増えていく世代である。「ファミリー」は世帯での行動による集客数の拡大が見込まれる。

また、子供たちには、将来の横須賀ファンになる期待が持てる。

2 3つのキーワード

① 「地産地消」

本市は、県内でも有数の農水産物が豊富な地域であり、その食材を活かした「地産地消」は、シニアの来訪目的の高い「買い物・飲食」と合致する。そこで、「地産地消」をPRし、食の魅力で集客の拡大を図る。

(参考)

- ・地産地消推進アクションプラン

<https://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/4440/agli/chisan-chisyo.html>

- ・商店街応援アクションプラン

<https://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/4416/shoutengai/plan.html>

- ・企業誘致アクションプラン

<http://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/4421/actionplan.html>

- ・横須賀中央エリア再生促進アクションプラン

https://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/4416/chuo_saisei_actionplan/chuo_actionplan.html

7 神奈川県入込観光客調査方法の概要について

入込観光客調査とは、神奈川県内の各観光地を訪れた観光客の延数を調査するもの。

観光客の動向を「日帰り」と「宿泊」で調査し、県内市町村別、観光地・観光施設別に集計している。

(1) 調査期間 毎年1月1日～12月31日

(2) 調査対象 観光地点、観光施設及び観光行事に入り込んだ観光客

(3) 調査方法

① 標準日実数調査

入込観光客数及び観光客消費額を調査するため、年間4日間（2月、5月、8月、11月）の標準日に県から指定された観光地点（本市では観音崎）において実数を調査する。

② 観光施設利用者数調査

公園、博物館、遊園地等、毎日の入場者数を記録している所について調査する。

③ 観光宿泊施設利用者数調査

観光旅館、ホテル、民宿、山小屋などの観光宿泊施設について調査する。

④ 消費額算出

宿泊費、飲食費、その他消費額を上記調査等により算出する。

ア 宿泊費 (宿泊者数) × (一人当たりの平均宿泊費) = (宿泊費)

イ 飲食費 (観光客数) × (一人当たりの平均飲食費) = (飲食費)

ウ その他消費額

・観光施設入場料

・土産品代 (観光客数) × (一人当たりの平均土産品代) = (土産品代)

(4) 本市での調査対象観光地点、観光施設及び観光行事

観光地点、 観光施設 (23 か所)	三笠公園、ヴェルニー公園、ソレイユの丘、くりはま花の国、観音崎、東京湾フェリー、軍港めぐり、津久井浜観光農園、大楠山、自然・人文博物館、しょうぶ園、ペリー記念館 他
観光行事 (24 行事)	よこすか開国祭、久里浜ペリー祭、みこしパレード、北久里浜さくら祭り、おっぱままつり、Y フェスタ追浜、咸臨丸フェスティバル、浦賀みなと祭 他

(5) 2013 年度（平成 25 年度）本市での調査結果

(千人・千円)

入込観光客数			観光客消費額			
延観光客数	宿泊客数	日帰り客数	観光客 消費額計	観光客 宿泊費	飲食費	その他 消費額
7,629	324	7,305	4,639,827	2,654,864	1,435,157	549,806

8 JR 横須賀線の市内等駅における 1 日平均乗車乗員数について

(人)

年		2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)
逗子駅	定期外	—	—	9,921	10,007	9,670
	定期外割合	—	—	34.1%	34.0%	33.8%
	定期	—	—	19,163	19,416	18,925
	定期割合	—	—	65.9%	66.0%	66.2%
	合計	28,708	28,642	29,084	29,423	28,595
田浦駅	定期外	—	—	919	847	805
	定期外割合	—	—	36.3%	33.8%	33.9%
	定期	—	—	1,611	1,656	1,567
	定期割合	—	—	63.7%	66.2%	66.1%
	合計	2,561	2,515	2,530	2,503	2,372
横須賀駅	定期外	—	—	2,848	2,687	2,713
	定期外割合	—	—	49.4%	48.2%	49.2%
	定期	—	—	2,913	2,886	2,805
	定期割合	—	—	50.6%	51.8%	50.8%
	合計	5,852	5,710	5,761	5,573	5,518
衣笠駅	定期外	—	—	2,860	2,782	2,716
	定期外割合	—	—	31.3%	30.4%	30.8%
	定期	—	—	6,285	6,372	6,090
	定期割合	—	—	68.7%	69.6%	69.2%
	合計	9,087	9,100	9,145	9,154	8,806
久里浜駅	定期外	—	—	2,498	2,417	2,343
	定期外割合	—	—	35.2%	33.9%	34.5%
	定期	—	—	4,605	4,709	4,454
	定期割合	—	—	64.8%	66.1%	65.5%
	合計	6,876	6,938	7,103	7,126	6,797

出所) 東日本旅客鉄道(株)