

# 観光立市推進基本計画の構成

国・神奈川県による追い風／本市が直面している課題

## 国（観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015）

- ①インバウンド新時代に向けた戦略的取り組み
- ②観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化
- ③地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興
- ④先手を打っての「攻め」の受入環境整備
- ⑤外国人ビジネス客等の積極的取り組み、質の高い観光交流
- ⑥「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光振興の加速

## 神奈川県（神奈川県観光振興計画）

- 大柱1 魅力ある観光地の形成**
- 圏央道、さがみ縦貫道路の開通を契機とした観光キャンペーンの実施
  - 広域交通網整備を活かし、新しい地域をターゲットとした観光プロモーションの展開
- 大柱2 外国人観光客の誘客促進**
- 国や近隣県などと連携し訪日旅行客が増加傾向にある地域を見据えたプロモーション実施
- 大柱3 観光関連産業の成長促進**
- 国内外に対し、県特産品の魅力を発信する様々な取り組みを進める
  - 観光分野の人材育成など、地域の活性化や観光産業の振興に取り組む

**1 横須賀市観光立市推進条例（前文抜粋）**

人口減少とあいつぐ製造業の撤退により基幹産業の停滞がつづいている現在のよこすかにとって新たな産業の振興がなければ将来の進展はありえない。

これからは、時代とともに変化する環境に適切に対応していくことが求められている。

そのためには、よこすかのもてる力を最大限にひきだせる可能性を秘めた産業として、観光をとりあげる必要がある。観光地としての歴史があるよこすかには、豊かな自然と先人たちが残してくれた価値ある歴史や色とりどりの郷土文化があり、まさに市全体が観光資源の宝庫となっている。

わたしたちは、その観光資源を掘り起し、磨き、育て、大切に守り、有効に活用しながら、魅力ある観光地をつくり、観光を産業の柱とする「観光立市よこすか」を目指す。

**2 従来の産業の柱の後退**

本市の製造業は、2000年度（平成12年度）に関東自動車深浦工場が閉鎖、2002年度（平成14年度）には日産自動車久里浜工場が撤退し、翌2003年度（平成15年度）には住友重機械工業浦賀艦船工場が閉鎖している。

製造品出荷額等については2005年（平成17年）に9,270億円だったが、2013年（平成25年）には5,413億円まで減少している。

また、YRPを中心とした情報通信産業が、国内市場で伸び悩んでいる。

事業者・市民・観光振興推進委員会・市議会の意見（分析・認識）

## 事業者インタビューの主な意見

- 1 本市のイメージ**

(1)横須賀は若い人が似合う街だ。

(2)横須賀は排他的。外からの人を受け入れない感じがする。

(3)横須賀の知名度は高い。地方に行っても横須賀を知らない人はいない。

(4)昼間は、若者、ファミリー層（カレー、バーガー）、夜は、大人（お酒）とイメージ分け。

(5)治安が悪いイメージがある。また市民のモラルが低く感じる。
- 2 観光の取り組み**

(1)市外からの認知、市外へのPRが不足している。

(2)単発イベントが多く、市内全域の波及ない。

(3)観光客が増えることは良いことだが、現時点では飲食店くらいしか恩恵はない。

(4)新たなイベントをやるのもよいが、今あるものを拡大していくのもよい。

(5)企業等のイベントに対する道路使用許可などの許認可を柔軟にした方がよい。

(6)横須賀市単体ではなく、「三浦半島」で売り出したらどうか。

(7)観光を考える上で、JR横須賀線の活性化を。

(8)人が集まる場所を提供する企業を誘致する。

(9)旅行者のニーズが多様化してきている。ニッチな部分への対応が必要。

(10)宿泊ツアーを作ることは難しい。

(11)あらゆる観光客に対応するサービスが必要。

(12)民間企業で様々なサービスを提供している。市は民間ができない部分をフォローしてほしい。

(13)1か所だけを見るのではなく、続けて次を回りたいなるとストーリーがあればよい。
- 3 地理的・土地柄への意見**

(1)東京、横浜から遠い。（⇔近い。）

(2)地域の自然に変化があり、魅力的。

(3)横須賀市は、観光地として慣れていない。

(4)街にいながら自然と触れあえる。
- 4 ベース関係**

(1)ベース関係者に、横須賀の観光をもっと周知して、活用すべきである。
- 5 歴史**

(1)歴史をよる深く知ることができる資料館あるいは記念館があるとよい。

(2)歴史的な所蔵物が点在していて、単体で見に行くほど気になるものがない。

(3)ひとつの街で、横須賀ほど多くの歴史的コンテンツのある町はない。

(4)歴史的人物の生涯（ストーリー）を伝えることが大切。
- 6 外国人**

(1)外国人観光客の取り組みは、英語力など各個店では対応できない。

(2)観光地全般で外国人観光客のマナーが悪い（文化の違い）。マナー喚起を促すと共に、多言語でも案内ができるとよい。
- 7 ハード面**

(1)渋滞解消等交通インフラのハード整備。（道路幅員、駐車場不足（特に大型バス））

(2)観光案内版、説明看板が古くて汚い。

(3)中心市街地にハード面で目玉が欲しい。

(4)アメリカな街並みにハード整備する。
- 8 観光振興で気をつける点**

(1)観光地の住民は、観光客が邪魔と見ている。

(2)集客をしても、その土地の人の印象が悪かったら二度と来なくなる。

(3)ホームページやSNSによるPRは、老人への周知を切り捨てている。

## アンケートの概要

- 1 横須賀の「まち」のイメージ**
- (1)一番目のイメージとして市民、市外の者のいずれも、「基地のまち」のイメージが最大
- (2)「国際交流のまち」のイメージは、市民よりも市外の者に強く浸透
- (3)「自然環境に恵まれたまち」のイメージは、市外の者よりも市民に強く浸透
- (4)二番目のイメージとしてが「国際交流のまち」が最大。市外の者に強く浸透
- (5)「自然環境に恵まれたまち」や「住宅中心のまち」は、市民に強く浸透
- (6)三番目のイメージとしては「観光・レジャーのまち」が最大
- (7)三番目のイメージでは「農・漁業のまち」や「にぎわいのまち」において市内外のギャップも確認
- 2 横須賀の「観光」のイメージ**
- (1)一番目のイメージとして市民、市外の者のいずれも「米軍基地、自衛隊」のイメージが最大
- (2)次いで「海岸」イメージ
- (3)二番目のイメージでは「海岸」が最大。次いで「米軍基地、自衛隊」、「異国の雰囲気」、「グルメ」
- (4)「グルメ」は市民と市外の者のギャップが大きい
- (5)三番目のイメージでは「海岸」、「異国の雰囲気」、「グルメ」
- (6)また「あてはまるものはない」とする意見も高い

## 観光振興推進委員会の主な意見

- 1 観光の現状**
- (1)「横須賀は、軍港の町」のイメージは間違いない。
- (2)新たな人だまりを見つける。ビッグデータの活用は課題である。
- 2 横須賀が観光を振興する目的**
- (1)横須賀の持っている集客のコンテンツのポテンシャルを伸ばして域活性化を図る。
- (2)集客は、①新しいビジネスの芽、②産業の促進、③雇用の創造につなげる戦略。
- 3 横須賀の観光の強み**
- (1)アクセスの良さは、観光の強みになる（安・近・短）。
- (2)本市の最大の特徴として、米海軍基地従業者とその家族がいることである。
- 4 横須賀の観光の弱み**
- (1)観光スポットは沢山あるが、点であり、線や面としてつながっていないのが弱点である。
- (2)観光施設を歴史的に掘り下げる取り組みと、その施設にあったPRが足りない。
- 5 観光による問題点**
- (1)鎌倉市では、観光客が多く「観光公害」と言われている。

## 市議会

- (1)ビッグデータの活用

本市の強みと弱み

## 強み

- 1 大きな「強み」**
- 本市のイメージ・資源を最大限活用し、さらに拡大**
- 《イメージ》
- (1)若い人が似合う街
- (2)高い知名度
- (3)音楽（ジャズ等）
- (4)アメリカな町
- (5)都心から近い
- (6)町と自然が共存
- 《地理》
- (1)三浦半島
- (2)観音崎
- (3)猿島
- (4)魅力的な多くの坂
- (5)どぶ板通り
- 《資源》
- (1)海産物
- (2)歴史的コンテンツ
- (3)軍港巡り
- (4)バーベキュー
- (5)JR横須賀線
- 《施設》
- (1)米海軍基地とその関係者
- (2)自衛隊基地
- (3)ぐりはま花の国
- (4)ソレイユの丘
- (5)三笠公園
- (6)カレー本舗
- 《イベント》
- (1)京急の工場見学
- (2)よこすか開国祭

- 2 ニッチな「強み」**
- 多様化する需要、ニッチな需要へのきめ細かい対応
- これまで手をつけてこなかったもの、市民と市外の者で認識にギャップがあるもの等に対し、新たに着手し活用

- 《ターゲット》
- (1)昼:若者・ファミリー層、夜:、大人
- 《隠れたファン》
- (1)グルメ（関口牧場のアイスクリーム等）
- (2)トンネル
- (3)坂道
- (4)三浦富士
- (5)鷹取山
- (6)横須賀温泉 湯楽の里
- (7)浦賀の渡船
- 《期待》
- (1)未知のスポットの多さ
- (2)SNSで発信しやすいコンテンツの多さ
- (3)市内バスツアーへの期待

## 弱み

- 「弱み」を解決し、「強み」に変える
- 《本市への評価》
- (1)横須賀は排他的
- (2)治安が悪い
- (3)市民がモラル低い
- (4)下水のにおい
- (5)市外からの認知不足と市外へのPR不足
- (6)単発イベントが多い（地域との連動がない）
- 《施設等トのマイナス評価》
- (1)ペリー公園（記念館）
- (2)ソレイユの丘、ヴェルニー公園
- (3)よこすか開国祭、
- (4)歴史的施設の単体での魅力不足
- 《資源》
- (1)核になる観光資源がない
- (2)町に物語がない
- (3)米海軍関係ベース関係者の活用不足
- (4)交通インフラ整備（道路幅員、駐車場不足（特に大型バス））
- (5)観光案内版、説明看板が古くて汚い
- (6)人材不足
- 《不足している施設》
- (1)団体客レストラン
- (2)中心市街地の目玉施設
- (3)泊りに行きたい綺麗なホテル
- (4)観光利用できるトイレ
- 《地理》
- (1)東京、横浜から遠い
- (2)観光スポットが点在（連携していない）

## 観光振興で気をつける点

- (1)観光地市民は、地元に来る観光客が邪魔と見ている
- (2)集客をしても、その土地の人の印象が悪いと再来訪はない
- (3)ホームページやSNSによるPRは、老人への周知を切り捨てている

計画の方向

## 基本方向

①

②

③