

◎観光立市推進アクションプラン 実行方針の取り組みについて

(平成 29 年度～令和 2 年度) ※一部、令和 3 年度を含む

(1) 各種データの活用

①観光客（国内・訪日外国人）の状況、ニーズを把握する。

✧ 観光に関するマーケティング調査などを実施

- ・観光客の入込状況調査（観音崎公園）
- ・観光客満足度調査（平成 29 年度）
- ・開国の歴史を活用した観光振興調査（平成 29 年度）
- ・宿泊施設立地可能性調査（平成 29 年度）
- ・マリンレジャー拠点の創出・普及促進に向けた調査（平成 30 年度）
- ・マリンレジャー事業に対するアンケート（平成 30 年度）
- ・訪日外国人等を対象とした観光テーマに関する調査、周遊観光環境に関する調査（平成 30 年度）
- ・デジタルマーケティングを活用した調査（令和 3 年度）

②新たな魅力づくりのために地域資源をデータベース化する

✧ 「ルートミュージアム」でのサテライトのデータベース化（令和 3 年度～）

- ・ティボディエ邸内の展示（大型タッチパネルやサテライトカード）
- ・パンフレットでのサテライト紹介
- ・ルートミュージアム WEB サイトでのサテライト検索

③収集したデータ・分析結果を関係事業者へ分かりやすく、活用しやすいように提供する

✧ 観光マーケティング調査資料などのホームページでの公開

(2) 来訪動機の積極的な活用

①地域資源間のストーリー性を持った周遊ルートを創出する

✧ ルートミュージアムでの周遊ルートの創出（令和 3 年度～）

- ・パンフレットによる周遊ルートの紹介
- ・ルートミュージアム WEB サイトでの、テーマや滞在時間別による周遊モデルコースの紹介

✧ 浦賀レンガドックの活用、千代ヶ崎砲台跡の一般公開、「MEGURU PROJECT」による実証実験（令和 3 年度～）

✧ よこすかルートミュージアムスタンプラリー（令和 3 年度～）

②全国的に認知されているグルメのブランド力の向上を図る

◇ よこすかカレーフェスティバルの開催（三笠公園）

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
来場者数	52,000 人	53,000 人	65,000 人	中止
開催日	6/3・4	5/19・20	5/18・19	

◇ ヨコスカネイビーバーガー・ヨコスカチェリーチーズケーキの支援

販売店舗数	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
ネイビーバーガー	17 店舗	16 店舗	17 店舗	18 店舗
チェリーチーズケーキ	11 店舗	11 店舗	11 店舗	12 店舗

③地場産農水産物の認知度向上、ブランド化、販路拡大に向けた取り組みを推進する

◇ 「よこすか地産地消ショップ」に登録している市内の店舗等のPR

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
登録店舗	199 店	184 店	167 店	145 店
ガイドブック作成	100,000 部	100,000 部	110,000 部	76,000 部

④横浜駅での大規模広告・キャンペーンによる集中PRとグルメ企画を同時期に開催する

◇ 横浜駅での大規模広告及びキャンペーンによる集中PR（平成 29 年度）

◇ グルメ企画の時期に合わせた首都圏でのキャンペーン（平成 30 年度）

⑤新たな施設の整備など、集客力のある公園の魅力を高める

◇ 「Good Music Party in Sarushima」の開催（平成 30 年度、令和元年度）

◇ 「Sense Island～感覚の島～ 暗闇の美術館」の開催（令和元年度、3 年度～）

◇ ヨコスカ街なかミュージックの開催（令和元年度～）

◇ 猿島公園へ向かう三笠栈橋に三笠ターミナルを開設（令和 2 年 7 月）

◇ ヴェルニー公園内にティボディエ邸を建設（令和 3 年 5 月開館）

◇ ティボディエ邸隣接地への飲食・物販店舗の誘致（令和 3 年度～）

⑥本市ゆかりの文化や歴史的資源を生かした取り組みを推進する

◇ 海上自衛隊田戸台分庁舎の一般公開及びガイドツアーの実施

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
一般公開	30 人（1 日）	206 人（2 日）	228 人（2 日）	中止
ガイドツアー	42 人（2 回）	138 人（4 回）	95 人（4 回）	

◇ 東京湾要塞跡千代ヶ崎砲台跡の見学会の実施

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
実施回数	10 回	10 回	11 回	中止

⑦ウインドサーフィンW杯などの大規模スポーツ大会を誘致する

✧ ウインドサーフィンワールドカップの開催

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
来場者数	33,162 人	49,000 人	88,000 人	中止

✧ アーバンスポーツ（BMX、スケートボード）大会の開催
（令和2年度、3年度は開催を見送り）

⑧横浜 DeNA ベイスターズファーム公式戦などプロスポーツの試合開催を支援する

- ✧ 横浜 DeNA ベイスターズの総合練習場「DOCK OF BAYSTARS YOKOSUKA」の完成（令和元年8月）と来訪者への誘導及びPR
- ✧ 横浜F・マリノスの練習拠点の整備（令和4年10月一部供用開始予定）

⑨国際会議、学会、スポーツ大会などを誘致する

- ✧ 市内で開催される学会に対し、会場確保や観光案内等の開催に向けた支援や、国際会議など開催支援補助金を交付

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
学会への支援	6 件	7 件	4 件	3 件
補助金の交付	1 件	1 件	1 件	0 件

⑩横須賀集客促進実行委員会が主体となった取り組みを推進する

- ✧ 世界的人気を誇る「ポケモンGO」のイベントなどを実施（平成30年度）
- ✧ 世界的人気を誇るアニメ「ワンピース」のイベント等を実施（令和元年度）
- ✧ サブカルチャーの活用（海のアニメカーニバルの開催など）

⑪地場産農水産物の魅力を活かした飲食を提供する

- ✧ 「よこすか地産地消ショップ」に登録している市内の店舗等のPR（再掲）
- ✧ よこすかポートマーケットのリニューアルオープン（令和4年春予定）

⑫本市の資源を生かした土産物の開発、販路拡大など、市内事業者のビジネスチャンス拡大に向けた取り組みを推進する

- ✧ 横須賀おみやげアイデアコンテストの開催（令和3年度～）
- ✧ 横須賀市～北九州市の新規フェリー航路の開設（令和3年度～）
- ✧ よこすかポートマーケットのリニューアルオープン（再掲）

⑬質が高く人気のある体験型観光などの企画を提案する

- ✧ マリンレジャーマーケティング調査（平成30年度）
- ✧ マリンレジャーの推進（令和2年度～）

- ⑭米海軍横須賀基地関係者（居住者など）や訪日外国人観光客の増加に向けた「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」の高い評価などを生かした市内周遊を推進する
- ⑮主要観光施設や商店街を対象とした訪日外国人観光客の受け入れに対する動機付け、環境整備に対する支援を行う
- ✧ 訪日外国人等を対象とした観光テーマに関する調査、周遊観光環境に関する調査（平成 30 年度）（再掲）
 - ✧ 多言語観光情報サイト「Guidoor（ガイドア）」の活用（令和元年度～）
 - ・市内 45 か所の観光スポットを 8 か国語で掲載
（日本語、英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語、フランス語、スペイン語、インドネシア語、タイ語）
 - ✧ ヴェルニー公園内での Wi-fi 整備（令和 2 年度）
- ⑯スマートインターチェンジの整備を行う
- ✧ 横須賀パーキングエリアのスマートインターチェンジについて、早期整備に向けて事業を推進中。
- ⑰市内に不足している大型バスが駐車できる場所を確保する
- ✧ ヴェルニー公園での大型バスの一時乗降場所の整備（平成 28 年度）
 - ✧ 久里浜港での大型バス駐車場所の確保（平成 31 年 4 月～）
- ⑱ホテルの誘致や既存ホテルの増床などへの支援、多様な宿泊形態の検討を行い、宿泊能力の向上を図る
- ✧ 新規ホテルの開業（ホテルニューポートヨコスカ：令和 3 年 12 月開業予定）
- ⑲神奈川県、三浦半島 4 市 1 町と連携し「三浦半島魅力最大化プロジェクト」の取り組みを推進する
- ⑳三浦半島観光連絡協議会（横須賀市、鎌倉市、逗子市、三浦市、葉山町並びにこれら地域の観光産業に関わる団体）で集客促進のための共同 PR を行う。
- ✧ 神奈川県や 4 市 1 町と連携し、平成 27 年度に策定された「三浦半島魅力最大化プロジェクト」（令和 2 年度に改定）の取り組みを推進。
 - ✧ 三浦半島観光連絡協議会の活動を通じて、4 市 1 町が連携し、観光団体等の連携を得ながら観光キャンペーンの展開、効果的な観光宣伝事業によるブランディング化及び三浦半島全体の誘客を図った。
- ㉑観光関連産業の集積を図る
- ✧ 横須賀でお金を使いたくなるモノ、コトを創出し、観光を消費につなげる取り組みを進める。（ポートマーケットのリニューアル、新しいお土産の開発、マリンレジャーの体験型コンテンツなど）

- ✧ 民間企業等とのコラボレーションによる新たな魅力の発信することにより、横須賀に新たな投資や事業を行う民間企業を増やす。（ポケモンGOやセンサ일랜드等のイベント、新規ホテルの開業や三笠ターミナルの開業など）
- ✧ ICTを活用した地域活性化事業、eスポーツの推進（令和2年度～）

（３）効果的なプロモーション

①地域資源に関する情報を旅行エージェントに提供すると共に、企画を提案して、ツアー造成を促進する

- ✧ 旅行エージェント向け視察ツアー

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
実施回数	8 回	6 回	6 回	3 回

- ✧ 横須賀ツーリズムバス事業の実施

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
補助件数	45 件	59 件	33 件	99 件

②観光案内板の見直しを行い、デジタルサイネージを設置する

- ✧ JR横須賀駅構内にデジタルサイネージを設置（平成30年3月）
- ✧ ヴェルニー記念館にデジタルサイネージを設置（観光協会：令和3年度）

③観光案内所「スカナビ①」を横須賀中央駅前に移転する

- ✧ 観光案内所「スカナビ①」のプライム2階への移転（平成29年11月）
- ✧ プライム2階にある観光案内所を横須賀中央駅改札口横へ移転（令和3年6月）

④認知度の高い地域資源や周辺エリアなどをイメージさせるキャッチフレーズを用いた情報発信を行う

⑤交通機関への広告掲出、コミュニティ紙、伝播力の高いメディア（FM ラジオ）などさまざまな媒体による情報発信を行う

- ✧ 「ルートミュージアム」でのサテライトのテーマ別による発信
 - ・ティボディエ邸内の大型ビジョンや、ルートミュージアム WEB サイトで、サテライトをイメージにあうテーマ別に分類して紹介（開国、近代建築、フォトスポット、花めぐりなど）
- ✧ ヨコスカ街なかミュージックの開催（令和元年度～）（再掲）
- ✧ 「Yokosuka Tourism Promotion Movie」の公開（令和3年7月）
- ✧ 京急線での中刷り広告や駅貼りポスターの掲出

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
掲出回数	26 回	21 回	19 回	2 回

⑥SNS を活用した情報の発信を行う

◇ インスタグラム「yokosuka_trip」を活用した情報発信（平成 30 年 8 月～）

	30 年度	元年度	2 年度
投稿回数	197 回	388 回	248 回
フォロワー数	1,534 人	4,607 人	6,203 人

⑦英語による情報の発信を行う

⑧英語版ホームページの充実を図る

◇ 多言語版パンフレットの発行

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
発行部数	20,000 部	6,500 部	2,500 部	2,000 部
言語	英語・タイ語 中国語（繁体字・簡体字）	英語・タイ語 中国語（繁体字・簡体字）	英語	中国語（繁体字・簡体字）、 韓国語、タイ語

◇ 多言語観光情報サイト「Guidoor（ガイドア）」の活用（令和元年度～）（再掲）

◇ 英語版観光ホームページ「Yokosuka Travel Guide」の制作・運営
（令和 2 年 7 月開設）

⑨市内外においてキャンペーンを実施する

◇ 観光キャンペーンによるセールス活動の実施

	29 年度	30 年度	元年度	2 年度
実施回数	市内 17 回 市外 18 回	市内 30 回 市外 19 回	市内 22 回 市外 14 回	市内 1 回