

日 時：平成29年（2017年）10月18日（水）15時00分～16時30分

場 所：横須賀市役所 本館3号館3階 301会議室

○横須賀市観光立市推進基本計画及びアクションプランについて

- ・ 観光立市推進基本計画やアクションプランは、基本的な事項について全て網羅されているので、今後はこれらをどのように進めるかが重要である。今後は計画から推進のフェーズに入ることになり、国内市場、インバウンド市場ともに、どのような方策が良いのか、それぞれ設定しないといけないと思う。
- ・ 2年前から始めた観光立市基本計画は、全体計画のため、すべての面に気を配った計画であると思うが、アクションプランは、目指すのが観光消費額の拡大という点に絞っているところが非常にすばらしい。今の横須賀で一番大事なのは、観光でお金を消費する「稼ぐ力」をつけることであり、すべての事業などを前に押し進めていく上では、とても大事なことであると思う。
- ・ 観光施策によって、地域で稼いだお金がどこに流れているのか、地域内の調達比率や消費がきちんと市内で回っているのか、それとも市外に出てしまっているのか、そういう内容もわかると、データとして役に立つと考える。
- ・ 基本戦略4に掲載している外国人への情報発信などのインバウンドの推進は、この先非常に伸びしろがある。
横須賀の特色として米海軍基地があることは大きい点であり、米海軍基地に住んでいる人たちに横須賀の良い所を見てもらい、どこが心に響いたのかなどの調査も行うことも良いと考える。米海軍基地に住んでいる人の知人や友人などの来訪もあり、その際に紹介できる場所なども調査する必要があると考える。

○横須賀市観光立市推進基本計画に基づく主な施策について

- ・ インバウンドの今の流れとして、台湾をターゲットにしている自治体は、リピート比率が高いため非常に多い傾向である。台湾からの観光客は、年1回以上来訪する人が全体の7割以上いる状況で、関東圏のみや関西圏のみにとどまり、1週間位過ごす傾向がある。
一方、タイは、伸び率のある良いマーケットではあるが、人口に比する来訪者数の割合が少ないので、高所得者層や富裕層が来訪している印象がある。
- ・ 米海軍基地内にいる人たちに、横須賀の地は、アメリカ人のペリーが来航して日本の開国に大きな役割を果たしたことをもっとアピールして、現地へ誘導し、認知度を上げることが必要である。
- ・ 横須賀に来るインバウンドの観光客は、圧倒的に個人客が多い傾向にある。インバウンドでの団体客は、横浜より安い横須賀に夜に泊まり、朝にはすぐ横須賀を出ていってしまうので、市内で消費をしないが、横須賀に来るインバウンドの個人観光客は、すでに日本に何度か来訪経験があり、今回は横須賀に来たという人が多いと思う。
- ・ 外国語のパンフレットは、英語のパンフレットも大事だが、韓国語や中国語のパンフレットも大事である。外国語のパンフレットを作成するときは、簡単なものでも、わかりやすいもののほうが良いので、紹介するスポットはある程度絞って決めておいたほうが良い。
- ・ ペリー記念館周辺は、観光バスが止められないことがネックになっている。ヴェルニー公園に出来た観光バスの待避所のようなものであれば、新たに駐車場をつくるよりは安価にできるのではないか。また、ペリー記念館の展示物がずっと変わっていないので、博物館に眠っている資料などを活用して、ペリー記念館を活性化させる必要がある。
- ・ 横須賀には食事をする場所がすくないと言う人が、市内在住の人も含めているが、実際には大人数は入らないが一生懸命に工夫しているお店がいくつもある状況であり、今後それを発掘していかなければいけない。

- 横須賀の中でも、西海岸と中央地域は大きな違いがある。海軍カレーやネイビーバーガーは中央地域が中心であり、西地域に来る観光客は、マグロや魚介類などの海産物や農産物に対して興味を示す傾向がある。また、西地域に来た観光客は、三崎のマグロが食べたいという人が多く、中央地域に行く人が少ないと感じている。横須賀を全体で一つとしてとらえるのではなく、西地域と中央地域でターゲットを分けないと、観光客の需要を間違えるのではないかと感じている。
- 例えば、日本遺産ウィークを実施するのであれば、どこに住んでいる知識層の人を狙うのかとか、横須賀グルメなどを行う際には、チェリーチーズタルトを食べるために、遠くからは来訪しないと思われるので、どの地域の人どのくらいの層を狙うかなど、今後はターゲットを絞ったプロモーションが非常に大事になってくる。
- 今年の7月に、京浜急行電鉄の「横須賀満喫きっぷ」が、これまでのグルメ切符をリニューアルして販売を開始した。食事券に加えてスカジャンのレンタルや、記念艦三笠の入場、土産などもついている遊ぶための券もあり、横須賀への来訪動機を促進させ、お土産や横須賀でしかできない体験もできる内容となっているので、アクションプランの目的である観光消費額の向上に沿った内容となっていると思う。
- 観光ではインバウンドに目が行きがちだが、国内からの観光客も放置はできないと考える。メディアなどで取り上げてもらうことにより、面白い場所があることを知ってもらい、地方の人にも働きかけを行って、東京方面への旅行を動機づけている段階で、アプローチしていくことが必要である。
- 横須賀市は、現在観光客の受け入れを積極的に行っているが、観光地として成長していくと、その成長の管理や、観光客の総量の規制も必要になると考える。長期的な視点では、自然環境への影響や、住民との共生関係を崩さずに観光業をどのように行うのか、しっかりと考えながら街づくりや政策づくりをすることが重要になると考える。