

集客イベント・集客促進事業の実績

1. 集客イベント等

（１）よこすか開国祭

「よこすか開国祭」は、平成 15 年度にペリー来航 150 周年を記念し開催した。2015 年度（平成 27 年度）で 13 回目の開催となる。

今年度は開国ダンスドリム、開国わいわい広場、開国花火大会を実施し、全体で 23 万人を超える集客があった。

2014 年度（平成 26 年度）の開催による経済効果は、6 億 6,824 万円と推計された。

＜直近 5 年間の実績＞

（人）

年度	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)
来場者数	160,000	193,700	179,500	187,000	235,700

出所）横須賀市経済部

（２）よこすかカレーフェスティバル

海上自衛隊横須賀地方総監部と横須賀商工会議所、横須賀市の 3 者が中心となり、平成 11 年に「カレーの街よこすか推進委員会」を発足し、カレーによる街づくりをスタートした。

「よこすかカレーフェスティバル」は、食をテーマとした市内最大のイベントとして開催し、他市町村へのキャンペーンを展開している。

「よこすか海軍カレー」は、2010 年（平成 22 年）2 月 23 日付の朝日新聞「日本一のご当地カレー」でランキング第 1 位となった。

2014 年度（平成 26 年度）の開催による経済効果は、9,753 万円と推計された。

＜直近 5 年間の実績＞

（人）

年度	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)
来場者数	53,000	56,000	40,000	46,000	51,000

出所）横須賀市経済部

（３）よこすか産業まつり

市内企業が一堂に集まり、自社製品を広く消費者に P R する。これにより、売上の増大、出展企業同士の交流を図る。

毎年 11 月の土・日曜日、三笠公園で開催する。

アンケート結果から、2014 年度（平成 26 年度）の開催による経済効果は、7,248 万円と推計された。

＜直近 5 年間の実績＞

（人）

年度	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)
来場者数	43,000	37,000	42,000	50,400	32,000

出所）横須賀市経済部

(4) よこすか YY のりものフェスタ

JR 東日本、京浜急行電鉄等による鉄道を始め、海上自衛隊横須賀地方総監部の艦船、その他自動車などの「のりもの」というテーマを通じて横須賀が持つ特色を活かしたイベントを開催することで、観光の振興による交流人口の増加を図る。

2009 年度（平成 21 年度）から開催し、2012 年度（平成 24 年度）からは JR 横須賀駅、ヴェルニー公園に、三笠公園を加え開催。

2014 年度（平成 26 年度）の開催による経済効果は、2 億 7,826 万円と推計された。

<直近 5 年間の実績>

(人)

年度	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)
来場者数	66,000	80,800	84,000	101,000	126,000

出所) 横須賀市経済部

(5) よこすかみこしパレード

本市の秋を彩る恒例のイベントであり、当日は米海軍横須賀基地の一部が開放される。横須賀中央大通りをスタートした後、会場を米海軍横須賀基地に移し、基地内のクレメント通りをパレードする。

日本の伝統を今に伝えるみこし、山車が、威勢のいい掛け声やお囃子とともに米海軍横須賀基地内を練り歩く様は、横須賀ならではの秋の風物詩となっている。

2014 年度（平成 26 年度）の開催による経済効果は、1 億 8,508 万円と推計された。

<直近 5 年間の実績>

(人)

年度	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)
来場者数	35,000	41,000	44,000	22,000	50,500

出所) 横須賀市経済部

(6) 第 2 回護衛艦カレーナンバー 1 グランプリ in よこすか

2014 年（平成 26 年）4 月 19 日（土）、全国から 15 隻の護衛艦等が集まり「護衛艦カレーのナンバー 1」を来場者の投票により決定した。そのほか、艦艇の一般公開も実施。

<平成 26 年度実績>

来場者数	16,800 人
販売食数	約 6,800 食
結果	第 1 位 潜水艦部隊「濃厚味わいカレー」 第 2 位 護衛艦ちょうかい「ちょうかい特製シーフードカレー」 第 3 位 護衛艦くらま「内閣総理大臣喫食カレー」

【参考】第 1 回護衛艦カレーナンバー 1 グランプリ

2013 年（平成 25 年）12 月 1 日（日）に長崎県佐世保市で 10 隻の護衛艦等を集め、実施した。来場者数は約 2,400 人。

2. 集客促進事業

(1) 集客プロモーション担当の新設

2011 年度（平成 23 年度）、プロモーション事業を充実させ、観光客を誘致するために集客プロモーション担当課を新設し、プロモーション専属職員として民間経験者 1 人を採用した。

(2) 集客促進アクションプランの策定

本市の人口減少にともなう消費縮小を、観光集客での消費拡大で補うことを戦略的に進めていくための実行計画を策定。計画期間は 2011 年度（平成 23 年度）から 2015 年度（平成 27 年度）までの 5 年間。

(3) 集客資源の発掘

①ヨコスカネイビーバーガーの発売

2008 年（平成 20 年）10 月に米海軍横須賀基地司令官から市長に米海軍内で食されているハンバーガーのレシピが提供された。

2009 年（平成 21 年）1 月から米海軍軍基地周辺の認定店 13 店舗で、「ヨコスカネイビーバーガー」として販売を開始。2015 年（平成 27 年）4 月現在、市内 14 店舗で発売。

②ヨコスカチェリーチーズケーキの発売

米海軍横須賀基地がプロデュースした本物のニューヨークスタイルチーズケーキが 2009 年（平成 21 年）11 月 18 日にレシピ提供された。

日米の友好により誕生したこのチーズケーキには、日本の象徴「桜＝Cherry」がトッピングされ「Cherry Cheese Cake」となった。2015 年（平成 27 年）4 月現在、市内 10 店舗で発売。

③横須賀製鉄所（造船所）創設 150 周年記念 湧水走水ペットボトルの発売

横須賀市上下水道局が市内唯一の水源である走水水源地の湧水を使用し、横須賀製鉄所（造船所）創設 150 周年記念ボトルを発売。

走水水源지는、横須賀製鉄所の首長であったフランス人技師ヴェルニーが横須賀製鉄所で使う水を確保するために建設したもの。

今回の記念ボトルのラベルは、市立横須賀総合高等学校美術部の生徒がデザインし、ボトルサイズは 350 ミリリットル、発売本数は 1 万本。

④YOKOSUKA軍港めぐり

2008 年度（平成 20 年度）から米海軍横須賀基地や海上自衛隊横須賀地方総監部の艦船を遊覧船で見学する。(株)トライアングルが運航している。

＜直近 5 年間の実績＞

(千人)

年度	2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)
来場者数	109	122	145	167	185

出所) 横須賀市経済部

（４）みかサルネッサンス事業

ドラマ「坂の上の雲」の放映と、2011 年度（平成 23 年度）に三笠艦復興 50 周年を迎えることから、これを契機に交流人口の増加を図った。2009 年度（平成 21 年度）から 2012 年度（平成 24 年度）まで展示会の開催、PR・プロモーション活動、グッズ等の製作及び販売、松山市との交流事業等を実施。

〈主な事業内容〉

①展示会の開催

- ・特別展「秋山真之と正岡子規」

期間：2009 年（平成 21 年）11 月 29 日（日）～2010 年（平成 22 年）5 月 31 日（月）

会場：記念艦三笠

観覧者数：約 85,400 人（特別展開催期間中の三笠の観覧者数）

- ・伊予松山パネル展

期間：2010 年（平成 22 年）3 月 20 日（土）～5 月 31 日（月）

会場：三笠公園内特設会場

来場者数：14,749 人

- ・横須賀美術館「坂の上の雲」パネル展実施

期間：2012 年（平成 24 年）2 月 11 日～平成 24 年 4 月 15 日

開催期間中入館者数：10,456 人

②PR・プロモーション活動

- ・川越、秋葉原におけるキャンペーン

記念艦「三笠」、軍港めぐり、猿島等のパネルやパンフレット配布、秋葉原では軍服コスプレ写真撮影、スピートくじ、横須賀の軍港ジオラマの展示、三笠グッズ等の販売を行った。

- ・三笠フラッグの掲出

京急横須賀中央駅から記念艦「三笠」までの道順に、Z 旗をデザインしたフラッグを掲出、「三笠」までの道標にした。

③ラッピング電車「三笠号」運行

運行期間：2010 年（平成 22 年）3 月 14 日（土）から 1 年間

2011 年（平成 23 年）12 月 3 日（土）～2012 年（平成 24 年）3 月 31 日（土）

運行経路：主に羽田空港・三崎口駅～押上駅・京成線方面に運行

その他：2010 年（平成 22 年）11 月から NHK スペシャルドラマ「坂の上の雲」デザインが追加

④アクティブシニア ワンデイ・宿泊プランの展開

記念艦「三笠」・軍港めぐり乗船券・ミールクーポン計 2,700 円相当のセットを 1,700 円で販売（ワンデイプラン：5,000 セット発売）、宿泊プラン（1,000 セット発売）はワンデイセット内容に 1 泊朝食付宿泊券（市内 6 か所のホテル）が付いたプラン
セット販売実績は以下のとおり。

	販売セット数	金額（円）
ワンデイプラン	937	1,547,000
宿泊プラン	153	275,400
合計	1,090	1,822,400

⑤三笠Tシャツ、連合艦隊ステッカーの制作

⑥松山市と集客パートナー都市協定を締結

- ア) 締結日 2009 年（平成 21 年）4 月 23 日（木）
イ) 協定期間 2009 年（平成 21 年）4 月 23 日～2012 年（平成 24 年）3 月 31 日
ウ) 連携事業内容
- ・「坂の上の雲」関連の集客プロモーションの共同実施
 - ・両市の相互 P R
 - ・市民などの相互送客
 - ・イベントなどへの相互参加
 - ・土産品、特産品などの相互販売

⑦松山市との団体ツアー相互送客事業への支援

2012 年（平成 24 年）9 月 28 日（金）～30 日（日）「横須賀・呉・松山 3 都市周遊ツアー」を実施。
参加人数 18 名。

(5) 観光利便施設等の整備と周辺市町との連携促進

① Y Yポート横須賀の運営

2005 年（平成 17 年）4 月にオープン。1 階は、スカナビ i（観光インフォメーション）と本市の物産品を展示販売する物産コーナー、2 階は、「横須賀海軍カレー本舗」のカレーレストランとなっている。

横須賀中央駅前に、年中無休（正月 3 日間除く）で観光客の利便性の向上を図るために設置。本市の土産物となるような物産品を一同に集め販売し、地産地消をはじめとする製品の P R を行っている。

② よこすかポートマーケット

2013 年（平成 25 年）にオープン。近郊に観光案内を行う施設が無いため、市内周遊を目的に観光案内を設置した。

③ 汐入ターミナル

横須賀の観光の玄関口となっている汐入。2014 年度（平成 25 年度）には 18 万 5 千人の来場があった港めぐりのチケット販売所で観光案内を行い、中央地区以外の横須賀観光を行うことで、市内周遊を促す。

④ 横須賀中央駅前

2013 年度（平成 25 年度）から京急観光と連携し簡易観光案内所を設置した。

⑤ 周辺市町等との連携

・三浦半島観光連絡協議会

三浦半島観光キャンペーンの実施、グルメマップ製作、エージェント向け情報発信等を共同で行う。構成員は下表のとおり。

横須賀市	三浦市観光協会
鎌倉市	逗子市観光協会
三浦市	葉山町観光協会
逗子市	神奈川県観光協会
葉山町	京浜急行電鉄株式会社
神奈川県	東日本旅客鉄道株式会社
横須賀市観光協会	

・三浦半島サミット

横須賀市、鎌倉市、三浦市、逗子市、葉山町の 4 市 1 町の首長が定期的にサミットを開催し、市町間の広域連携の現状を踏まえたさらなる取り組みや新たな提案について意見交換を行い、課題解決に向けた推進力とする。

首長のリーダーシップの下、三浦半島が持つ自然環境、観光資源、利便性などの魅力とそれぞれの地域力を生かして、4 市 1 町が広域連携を展開することにより、相乗的な魅力の向上、地域の活性化を図る。