

事業者インタビューの概要

1. 実施目的

観光立市推進基本計画の策定において、事業者の「生の声」を反映させるために実施。

2. 実施期間

4 月下旬から 7 月

3. 調査方法

経済部職員が事業者を訪問しインタビューを実施

4. 実施数

146 社・団体

5. インタビュー項目

（1）市内・市外共通

- ・最近の事業の状況（課題、対応）
- ・旅行、レジャー、アウトドア等のためのモノの製造、販売等を含めて広い意味で観光に関連する事業の有無
- ・横須賀への来訪希望（場所、その理由）
- ・他都市と比較して横須賀に足りないもの
- ・横須賀に限らず「観光に関する」新たなビジネスについての意見

（2）市内版

- ・最近、横須賀市内も含めて観光に（遊びに）行った場所とその印象、理由

（3）市外版

- ・横須賀への来訪歴（場所、印象、理由）

6. 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
- (6) 東京、横浜から遠い。（⇔近い。）
- (7) 地域の自然に変化があり、魅力的。
- (8) 横須賀市は、観光地として慣れていない。
- (9) 街にいながら自然と触れあえる。

(2) 基本的な方向性について

①観光政策の方向性

- (1) 三浦、葉山、逗子と連携した観光振興策が必要である。
- (2) 横須賀は都会的な要素と田舎的な要素が半分ずつある地域であり、この点を考えて観光施策を考えていく必要がある。
- (3) 江戸時代までの歴史では鎌倉に勝てないので、横須賀は近代以降で勝負すべき。
- (4) 個性的な観光ポイントが広域に多数あるところは横須賀の良いところだが、それらが連携仕切れていないところが弱点である。
- (5) 外国人向け観光で売り出すのか、国内観光で売り出すのか、方向性を示すことが必要だ。
- (6) 旅行者のニーズが多様化しているので、様々なニッチ需要（例：サイクリング、アニメ等）にきめ細かく対応していくことが地域の魅力を高める。
- (7) 横須賀の観光は様々な資源が盛り込まれて、総花的になっているように感じる。対外的にはもっと絞った方が良い。
- (8) 立派な観光施設をつくる方向ではなく、「農業体験ツアー」のような小さな取組を多数展開していく方向が重要である。
- (9) 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。
- (10) 1か所だけを見るのではなく、本市が持つ特性を生かした新たな観光拠点・ストーリー性を持った周遊ルートを創出するとよい。

②まちづくりの方向性

- (1) 交通インフラが弱点である（道路幅員、駐車場不足（特に大型バス））。
- (2) 信号機、看板、ストリート名等、街並みをアメリカ風にした街区を整備してはどうか。
- (3) 中心市街地に観光の目玉施設が欲しい（カレー博物館、海軍ミュージアム等）。
- (4) 観光案内版、説明看板が古くて汚い。
- (5) 宿泊施設・大規模飲食施設の整備促進。

(3) 具体的な事業について

①農業・漁業関係事業

- (1) 地元の女性の力を活かした農家レストランがあると良い。
- (2) 「種まき」から「収穫」までをトータルで体験できる農業体験プログラムをやりたい。
- (3) 市内の若手農業者をもっとPRして欲しい。
- (4) 海洋レジャーの要素も付加した漁業を核として地域活性化を進めたい。
- (5) 以前行われていた「葉山～佐島クルージング」は地元海産物をPRする良いきっかけとなっていた（是非復活させて欲しい）。
- (6) 東京都心にアンテナショップを展開して横須賀の農水産物や観光のPRして欲しい。

②集客イベントに関する事業

ア) 観光全般

- (1) 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。
- (2) 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。
- (3) 観光を考える上で、JR 横須賀線の活性化を。
- (4) 人が集まる場所を提供する企業を誘致する。
- (5) 宿泊ツアーを作ることは難しい。
- (6) あらゆる観光客に対応するサービスが必要。
- (7) 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。

イ) 歴史的史跡の活用

- (1) 自社敷地内にある旧軍関係史跡もコースに含めてよいので、「史跡めぐりコース」をつくってはどうか。
- (2) 横須賀市は歴史的に繋がりのある地方都市が多数あると思うので、そういう市町村との姉妹都市等の連携を図っていくことが必要だ。
- (3) 浦賀奉行所の再建や浦賀ドックの常時見学化を進める。
- (4) 点在している観光資源をつなぐストーリー作り。
- (5) 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。
- (6) 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。
- (7) 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。
- (8) 歴史的人物の生涯（ストーリー）を伝えることが大切。

ウ) ベースの活用

- (1) ベース居住者をインバウンドとして捉えた観光施策を実施する。
- (2) 「ベース」という優れたポテンシャルがあるので爆買ブームには乗らない方がよい。
- (3) アメリカに旅行等で行く前に、国内でアメリカを体験できる街として売り出す。

エ) ICT の活用

- (1) バーチャルリアリティ技術を用いて、観光客が昔の横須賀の港風景や街並み等を見学できる仕組みを導入する。
- (2) スマホを活用したテーマを絞ったユーザーに好みの情報提供

オ) スポーツ関連

- (1) ジョギングや自転車などのスポーツを行う層を取り込む仕組み・仕掛け。

③情報発信の仕組み

- (1) 「ドル旅」は面白い企画だが東京や横浜での知名度が低い。PRが必要である。
- (2) 横須賀中央駅、JR横須賀駅という市外からの玄関口での観光情報を発信が弱い。
- (3) 横須賀の観光資源は豊富だと思うが、以外と市外では知られていない。一方メディア（特にTV）の露出効果は非常に大きいので、メディア戦略を進めてはどうか。
- (4) 観光客が増えているのは良いことだが現時点で恩恵のあるのは飲食店位だろう。ただし今後も観光客が増えていくと各個店も観光客向けの商品開発等の工夫をしていくと思

④外国人への対応

- (1) 外国人観光客の取り込みは、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。

⑤その他

- (1) 自家用車をキャンピングカーにカスタマイズするビジネスは伸びる可能性がある。
- (2) 横須賀に遊びに来た時のお土産で、「これ」というものが乏しい。
- (3) 観光客が増えることによる住民に対する配慮も必要。
- (4) 観光地の住民は、観光客が邪魔と見ている。
- (5) 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。
- (6) 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。

7. 意見一覧

別紙参照