

日 時：平成30年（2018年）10月24日（水）10時00分～12時00分

場 所：横須賀市職員厚生会館 4階 第3研修室

○観光客の現状と今後の主な施策の展開について

- ・ 観光客の数は増加傾向にあるが、消費額の推移は横ばいである。目的は観光消費額にあると思うので、なぜ消費額が伸びないのか考えなければいけない。イベントを無事に行うことだけで終わっていると思われるので、やり方も含めて消費額を増やす仕組みを構築するための努力が必要である。また、観光消費額を増やすためには、市内の商業関係者の意識も含めて変えていく必要があると思う。
- ・ 交通手段は自家用車の割合が41%と高く、レンタカー、友人、知人の車、バイクなどを含めると、車の割合は更に高くなる。今後も車で来る人は増えるので、駐車場はますます必要になり、駐車場の位置についても、観光スポットまでの道のりの中で商店街を歩くようにするなど、導線の工夫も必要である。
- ・ 年齢階層の割合の資料があるが、それに加え、個人で来ているか、ファミリーやペアで来ているかなど、観光客がどのようなグループで来ているかという集団属性も大切で、集団属性により観光目的が変化するので、そのようなグループをどう捉えていくかが課題になると思う。
- ・ ソレイユの丘は、家族やファミリーで来ている方が7割以上と圧倒的に多く、次に友人・知人で、個人客はわずかである。一方、横須賀市全体でみると、配偶者や恋人、パートナーが49.8%、一人で来ている方が22.8%である。スポットによって大きく割合が異なる状態である。
- ・ 来訪者の属性は、全国的には一人での割合は増えているが、横須賀市全体の割合では、全国的平均よりも更に高い。このことは、首都圏から交通の便が良かったため、フラットと一人で来てみようという人が多いからではないか。

- ・ 横須賀が他の観光地と違うのは、軍事的な歴史遺産が多いことで、これが男性の一人旅が多い特性になっている。一方、ソレイユの丘はその逆であるので、スポットによって観光客の属性が違う。全体で捉えるだけでなく、スポット地点にどのような人が来ているのか、分析する必要がある。
- ・ 観光のターゲット論として、たくさんの人に来てもらいたいという「千客万来」という考え方と、テーマやターゲットで選びリピート層を狙う、人を選ぶ「選客万来」という考え方もある。両方の戦略を含めて、市として観光客数を伸ばさなければいけないが、その一方でファン層やリピート層をどう集めるかも、今後の戦略の中に入れていかなければいけない。
- ・ 横須賀市は公共交通機関の割合が高いほうだと思う。埼玉県や群馬県であれば、9割が車になる。電車を利用する観光客が3割もあるのは、電車による足回りが良いからということになる。京急の企画切符の販売とか、JRと協力して実施している「YY乗り物フェスタ」やスタンプラリーなども含めて、より一層PRしないとイケない。
- ・ ポケモンGOのイベントの時に来訪した方に聞いたら、首都圏だけでなく大阪方面、中京方面から来た方が結構多かった。全国的なイベントがあれば、特化した形で観光客が来ることになる。
- ・ 三浦市には宿泊施設としてマホロバがあるが、横須賀市にはこのような若い人向けに安価で泊まれる宿泊施設が特に少ない。市の南地区にそのような宿泊施設できれば、今以上に商店街や観光に周遊ができるのではないかな。
- ・ また、マホロバには、大学サークルが合宿として利用していることが多い。横須賀市でも都内の大学などを誘致して、メリットを与えていくと通年で来てもらえることができ、それが観光につながるのではないかな。
- ・ 都市型の商店街では、商店街自体が観光ターゲットになる。横須賀の商店街は特色があるので、商店街と観光の関係について考えても良いかもしれない。
- ・ 宿泊の問題の解決の一つとして今回のホテルの建設があるが、一朝一夕でホテルを増やすのはなかなか難しい。逆に宿泊の多様化として、民泊や農泊、グランピングなども含めて、どのように進めるか非常に重要な問題である。

- ・ 横須賀市ではアニメ関係の施策を数多く行っているが、年齢層の資料にはない 10 代の方が横須賀に数多く来ていると感じる。昼に飲食店に入った時に店の人に聞いたら、埼玉から高校生が来ているという話があった。この調査では 10 代の割合の資料がないが、この層は増えているのではないかと思う。
- ・ 観光の情報発信では、主催者側や行政の発信する情報ではなく、ブロガーなど第三者の情報が、一般の人たちにとって有益な情報であるということもある。一般の人を含めた情報発信をする人達の育成や、その発信力を活用していかないといけない。
- ・ 軍港クルーズや記念艦三笠やその歴史、最近では第二海堡なども含めた、横須賀の軍港の歴史は、横須賀の強みであると思っている。しかし、それがあたり前になってしまい、情報を発信していないのではないか。これらの横須賀の強みをもう一度再構築して、情報発信の方法を考えた方が良い。軍事関係での観光情報発信は、ニッチな戦略にも見えるが、需要はある程度あると思うので、その部分を確保する必要がある。
- ・ 猿島のトロピカルディスコは、1 回だけの開催でなく、猿島の新しい利活用として定着すると、若い人もこれを目的に来ることになるので、ブランドになるような大きい戦略として成長することがあり得ると思う。
- ・ 一方、猿島は史跡に指定される前から、島内の壁などにいたずら書きなどがあり、それを消して復元するための費用を捻出するため、入島税とは他に、お金をいただくことなどを検討しても良いのではないか。イベントで猿島に人を集めるだけしかやっていないように思われてしまうため、事業を長続きさせるためにも必要であると考える。
- ・ 朝を活用した戦略もあるのではないか。小田原には、駅から近い早川漁港があり、漁港での水揚げを見られたり、朝ご飯を食べられたりする。横須賀でも長井や佐島に漁港があるので、参考になるのではと思う。
- ・ 横須賀は釣りが盛んで、久里浜や横須賀中央のお店では、釣りから帰ったお客さんが釣った魚をお店で捌いてもらい、飲食して帰れるような店も増えている。ただ、釣り客は首都圏から車で来る方が多く、早朝に高速で来て、船に乗り、15 時くらいに戻ってきてから、食事を作ってもらって帰るので、宿泊はあまりない状況である。