

事業者インタビューの主な意見（産業別、市内外別）

- ・業種別、市内外別に大きな意見の相違は見られない
- ・イメージに関する意見は市外から多い

1. 旅行サービス業

市 内
(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) 団体客が収容できるレストランが必要。
市 外
(1) 米海軍基地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) 「米海軍基地」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 いい。

2. 運輸業

市 内
(1) 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。 (2) 人が集まる場所を提供するような企業を手厚く優遇し、誘致するなどがあるとういのではないか。（レジャー施設のようなもの） (3) 都心から近い。

3. 宿泊業

市 内
(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。 (2) 三崎、葉山、逗子と一緒にやっていく必要がある。
市 外
(1) 横須賀は排他的。外からの人を受け入れない感じがする。 (2) 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。

4. 娯楽・レクリエーション施設業

市 内
(1) 交通インフラが弱点である（道路幅員、渋滞、駐車場不足（特に大型バス））。

5. 小売業・飲食業（観光客向け）、土産品製造

市 内
(1) 交通インフラが弱点である（道路幅員、 渋滞 、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) 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。 (4) 横須賀に所縁のある歴史的人物の生涯（ストーリー）をもっと伝えることが大切である。 (5) 米海軍基地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。 (6) 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の発信が弱い。 (7) 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う。 (8) 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。

6. 農林水産業

市 内
(1) 「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。 (2) 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。 (3) 「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。 (4) 市内の若手農業者をもっとPRして欲しい。 (5) 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。 (6) 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。 (7) 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。

7. 製造業

市 内
(1) 三浦、葉山、逗子と連携した観光振興策が必要である。 (2) 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。 (3) 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。 (4) 宿泊施設、ビジネスホテルがない。 (5) 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。 (6) 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。 (7) 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。 (8) 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。 (9) 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。

8. 小売業・飲食業

市 内
(1) 新たなイベント等をやるのも良いが今あるものを拡大していくのも良いと思う。 (2) 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。 (3) 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。 (4) 観光を考える上で、JR 横須賀線の活性化を。 (5) 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。 (6) 浦賀奉行所の再建や浦賀ドックの常時見学化を進める。 (7) 「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。 (8) 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。
市 外
(1) 横須賀は若い人が似合う街だ。 (2) 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。

9. 情報・ITサービス・映像製作業

市 内
(1) スマホを活用して、テーマを絞ったユーザー好みの情報を提供する

10. 金融業

市 内
(1) バスの駐車場が不足している。 (2) 横須賀は観光の売り方が下手。 (3) 団体客が泊まれるホテル不足。 (4) 回遊時間、滞在時間を延ばすため三崎や城ヶ島も含めた三浦半島全体で考えるべき。

11. 不動産業

市 内
(1) 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 (2) 横須賀のネックは、東京からの距離が遠いこと（電車で1時間＋バス移動）。 (3) 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。 (4) 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。 (5) 横須賀市は売りになる歴史コンテンツが非常に多い（ナウマン象、ヤマトタケル、浦賀、ペリー来航、おりょうさん、近代遺産など）。 (6) 歴史的な所蔵物が点在していて、単体で見に行こうという気になるほどのものが無い（ペリー記念館、ヴェルニー記念館、浦賀奉行所など）。

12. 調査研究サービス業

市 内
(1) 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。

13. その他サービス業（警備、研修会社等）

市 内
(1) 横須賀のネックは、東京からの距離が遠いこと（電車で1時間＋バス移動）。 (2) 街にしながら自然と触れられる。 (3) 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。 (4) 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。

14. まちづくり団体（商店街、NPO 法人等）

市 内
(1) 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。 (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) 米海軍基地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。 (5) アメリカに旅行等に行く前に、国内でアメリカを体験できる街として売り出す。 (6) 外国人観光客の取り込みは、個店単位では対応出来ない（英語力の問題など）。

15. 各種団体（商工会議所、協同組合、財団等）

市 内
(1) 横須賀は地域の変化が多く魅力がある (2) 鎌倉は観光客慣れ、観光街慣れしているが、横須賀は慣れていない（案内・看板など）。 (3) 城跡等の歴史的資源が多くあるが、説明板・案内板がくたびれている (4) 米海軍基地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。
市 外
(1) 観光客が増えることによる住民に対する配慮も必要。