

# 横須賀市観光立市推進基本計画

サブタイトル

あらすじ（素案）

## 目 次

序章	1
第1章 計画策定の主旨と背景	
1. 計画策定の主旨	2
2. 計画策定の背景	3
3. 計画の組み立て	4
第2章 目的と目指す姿	
1. 目的	6
2. 目指す姿	7
第3章 本市の持つ観光力	
1. 集客力	11
2. 経済活動	13
3. 推進力	14
4. 外部環境への対応力	15
第4章 基本戦略と主な施策体系	
1. 基本戦略	16
2. 主な施策体系	20
第5章 目標と進行管理	
1. 目標	22
2. 進行管理	23
【資料編】	
1. 横須賀市の観光を取り巻く環境等	
2. 横須賀市の人口・産業・観光・財政の現況	
3. 本市の観光関連施策・事情（振り返り）	
4. 事業者・市民の主な意見	

## 序章

観光は、古くから「国の光を観る」ことであり、地域に有する固有の地域活性化資源を発見し、それに触れあうことによって、その地を訪れる人々と迎え入れる人々が共に、生きる喜びを享受することを意味している。

本市には豊かな自然や、他の地域にはない価値ある歴史等が存在し市全体が、魅力的な資源の宝庫である。

平成 26 年第 4 回定例会において横須賀市観光立市推進条例（以下、「条例」という。）が全議員により提案され、全会一致で可決し、平成 27 年 4 月から条例が施行された。

条例に基づき策定された観光立市推進基本計画は、一般的に経済波及効果が高いと言われている観光を産業の柱の一つに加えることにより、横須賀の地域経済が発展するよう行政、事業者、事業団体及び市民が一丸となって「観光立市よこすか」の実現に向けて取り組み、観光を切り口とした地域経済の活性化と市民生活の安定と向上を目指す平成 37 年度までの計画である。

観光を産業の柱とするためには、行政は重点的な投資やきっかけづくりを今まで以上に積極的に行う必要があり、事業者は本市の持つ豊かな資源を活かして新たな事業を展開、または新規起業する等、地域経済の主役として大きな役割を担う。

計画の策定にあたっては事業者インタビュー、アンケート調査を実施し、市内外の事業者の意見、市民及び市外の方の意見を集約、分析するとともに、地域経済分析システム「RESAS（リーサス）」を活用し計画策定の参考とした。

今後、計画が実現することによって、観光振興がもたらす「観光客」、「事業者」、「市民」にとっての効果を見据えて、「地域資源の発掘・再発見・磨き上げ」、「滞在時間の引き延ばし」、「快適な滞在環境の整備」、「地域資源の広報・広告」、「他都市・他団体との連携」、「推進体制の構築」の必要な 6 つの戦略に取り組んでいく。

さらに、基本計画の進行管理やターゲット設定、変化の激しい観光客のニーズに対応するために、これら 6 つの戦略の具体的な施策を示す（仮称）観光立市推進実施計画を策定した。

## 第 1 章 計画策定の主旨と背景

### 1. 計画策定の主旨

条例に基づき観光立市の実現に向けた施策を総合的かつ計画的に推進するための計画を策定する

本市は、1992 年（平成 4 年）をピークに、人口は減少傾向であり、少子高齢化が進んでいる。

また、産業面でも、あいつぐ製造業の撤退や、リーマンショック、東日本大震災の発生等の影響により経済危機にさらされている。

そこで、本市では将来の持続的な成長のために、新たな産業の振興として、本市の地域資源を活かして魅力ある観光地をつくり、観光を産業の柱として観光立市の実現を目指していく。

観光は、近年では、地域経済への波及や雇用創出の効果があると期待されており、総合産業として、観光関連産業単体で成立するだけにとどまらず、農林水産業等の一次産業、商業、サービス業、製造業等他の産業や業種との連携が容易である特異な産業とされている。

このことから、観光を推進するためには、様々な分野の産業や事業の結びつき、さらに市民や地区運営協議会、（一社）横須賀市観光協会及び地区観光協会などの観光関連団体、横須賀商工会議所をはじめとする民間事業者及び行政が一丸となって取り組む必要がある。

本市は、全国的に知名度は高く、自然、異国の雰囲気、グルメなど豊富な地域資源を有している。これら特徴的な地域資源を活かして、条例に基づき観光立市の実現に向けた施策を総合的かつ計画的に推進するための計画を策定する。

## 2. 計画策定の背景

### 観光立市推進条例の制定と、観光推進の機運の高まり

#### (1) 横須賀市観光立市推進条例の制定

人口減少とあいつぐ製造業の撤退により基幹産業の停滞が続いている現在の本市にとって、将来の持続的な成長のためには新たな産業の振興が不可欠である。

一方、本市は豊かな自然と先人達が残してくれた価値ある歴史や色とりどりの郷土文化があり、いわば市全体が地域資源の宝庫といえる。

そこで、この地域資源を活かして魅力ある観光地をつくり、観光に関わる経済活動を活発化させる「観光立市よこすか」の方向性が大いに期待される。

このような認識のもと、平成26年第4回定例会において条例が全議員により提案され、全会一致で可決され、平成27年4月1日より施行されたところである。

#### (2) 地方創生の動き

急激な人口減少、少子高齢化がもたらす負の影響を最小限にとどめ、将来にわたって活力ある地域経済・社会をつくるため、まち・ひと・しごと創生法に基づく「横須賀市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「総合戦略」という）」が平成28年3月に策定された。

総合戦略では、「雇用創出」、「定住環境づくり」、「結婚・出産・子育て支援」、「まちづくり」という4つの目標がかかげられ、「雇用創出」の中で観光関連施策が位置づけられている。

総合戦略を効果的・効率的に推進していくためには、市民や産学官金労言の参加協力が不可欠となるが、県との連携や国の様々な支援を活用していくことも追い風となってくる。

観光立市推進基本計画の施策や具体的な事業の策定や推進にあたっては、この総合戦略と連携を取りながら進めることが重要となってくる。

### 3. 計画の組み立て

計画期間や計画の構成、横須賀市基本計画や他の分野別計画との関係

#### (1) 計画期間

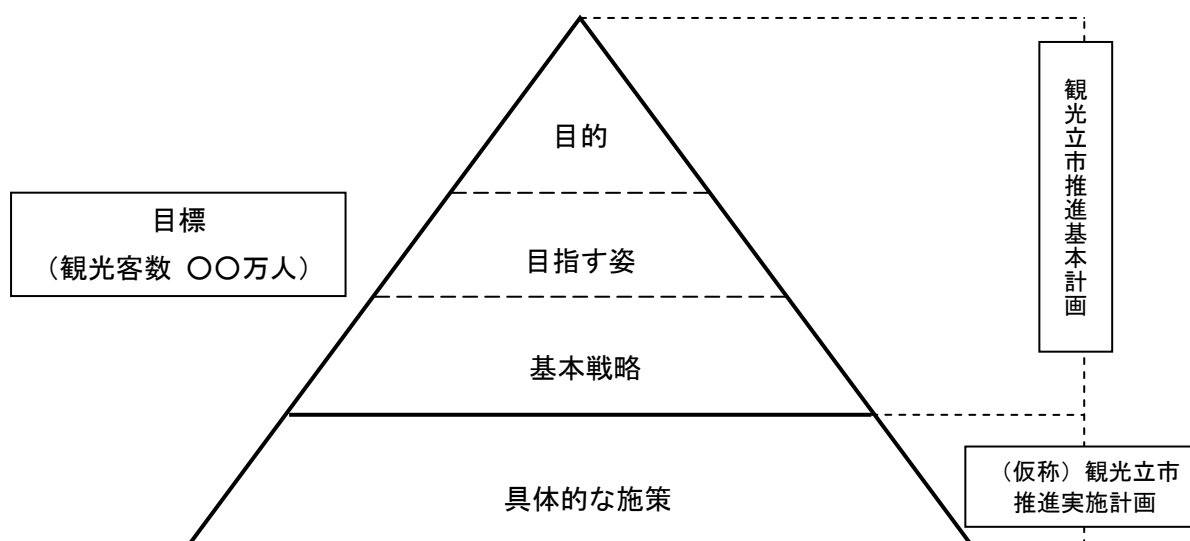
平成 28 年度～平成 37 年度

#### (2) 計画の構成

- ・観光立市推進基本計画の下に、短期の実施計画を位置づける。

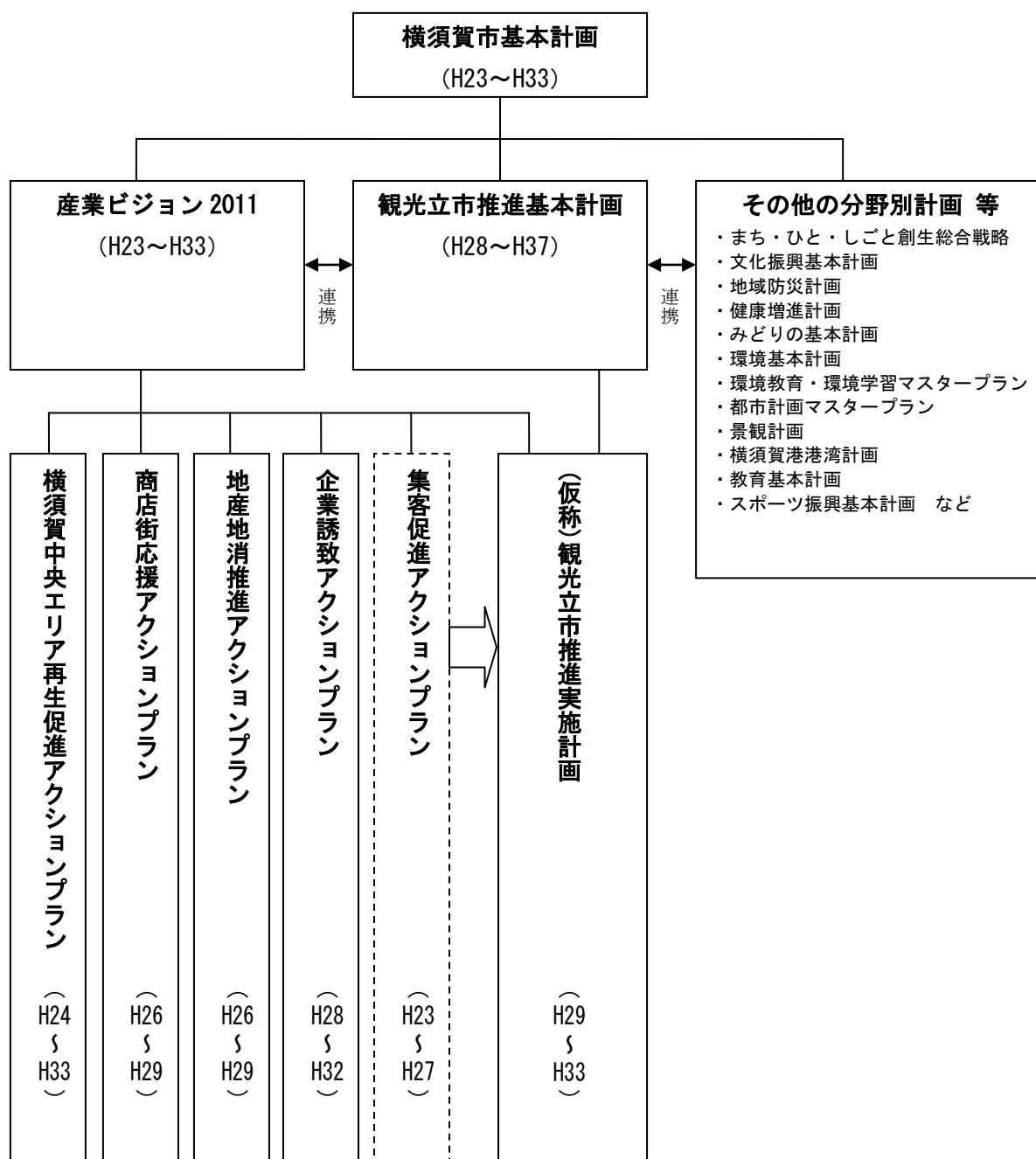


- ・なお、(仮称) 観光立市推進実施計画は、条例第 18 条に基づき 3 年以内ごとに観光振興推進委員会による事業の評価を行い、必要な措置を講じる。
- ・観光立市推進基本計画は、「目的」、「目標」、「目指す姿」、「基本戦略」から構成され、(仮称) 観光立市推進実施計画において「具体的な施策」を示す。



### (3) 横須賀市基本計画と他の分野別計画との関係

本市の最上位計画である「横須賀市基本計画」における観光政策や産業政策などを踏まえ、本市経済分野の指針となる「産業ビジョン 2011」やその他の分野別計画と整合を図りながら策定した。



※計画の期間は全て年度

## 第2章 目的と目指す姿

### 1. 目的

観光を産業の柱に加え、地域経済を活性化させ、 市民生活の安定と向上を目指す
--

観光立市推進条例の前文にあるとおり観光を産業の柱の一つに加えることによって、横須賀の経済を発展させるように、行政、事業者、事業団体及び市民が一丸となって「観光立市よこすか」に向けて取り組むことから、観光立市推進基本計画では、観光を切り口とした地域経済の活性化と市民生活の安定と向上を目的とする。



## 2. 目指す姿

### 観光立市実現に向けた「観光客」「事業者」「市民」の目指す姿

#### (1) 観光客

- ・余暇の時間を使って、本市の特徴ある地域資源を「見に」「触れあいに」「学びに」「体験しに」「遊びに」来訪、再来訪したくなる。
- ・新鮮な地場産農水産物や横須賀3大グルメ、昭和や異国の雰囲気を楽しむながら食事を楽しむ。
- ・地元で愛着を持つ市民によるおもてなし、あいさつ、景観美化などの受け入れ環境に触れて、再来訪の気持ちを持つ。
- ・友人知人や家族に贈るおみやげや、自分へのおみやげ選びが楽しめる。
- ・本市の地域資源の魅力を、友人知人や家族に伝え、観光客自らが本市地域資源の情報発信源となる。

※観光客とは、

- ・国内・国外問わず、レジャー、ビジネスなど様々な理由で来訪する人
- ・市内にある地域資源で余暇活動を楽しむ市民
- ・米海軍基地関係者を含む訪日外国人、在日外国人

## **(2) 事業者**

- ・多くの観光客が集まることで、市場が膨らみビジネスチャンスが広がる。
- ・既存事業者は今までの生活消費への対応から、観光客向けの新たな事業展開や事業拡大を目指す。
- ・新規事業者による観光関連産業の起業が増える。
- ・市外から市場を狙った事業者が参入することで、さらに地域が活性化して個性的な事業者が増える。
- ・事業者自らが、新たな顧客を求めて、埋もれている地域資源の発掘、再発見、磨き上げをして、ビジネスチャンスを広げる。
- ・観光需要に対して、市内事業者によって対応できるように、異業種間連携や産学官連携等、新たな事業創出の可能性が広がる。
- ・顧客確保や需要に対応することで、良質なサービスの提供や多様な商品が生まれる。

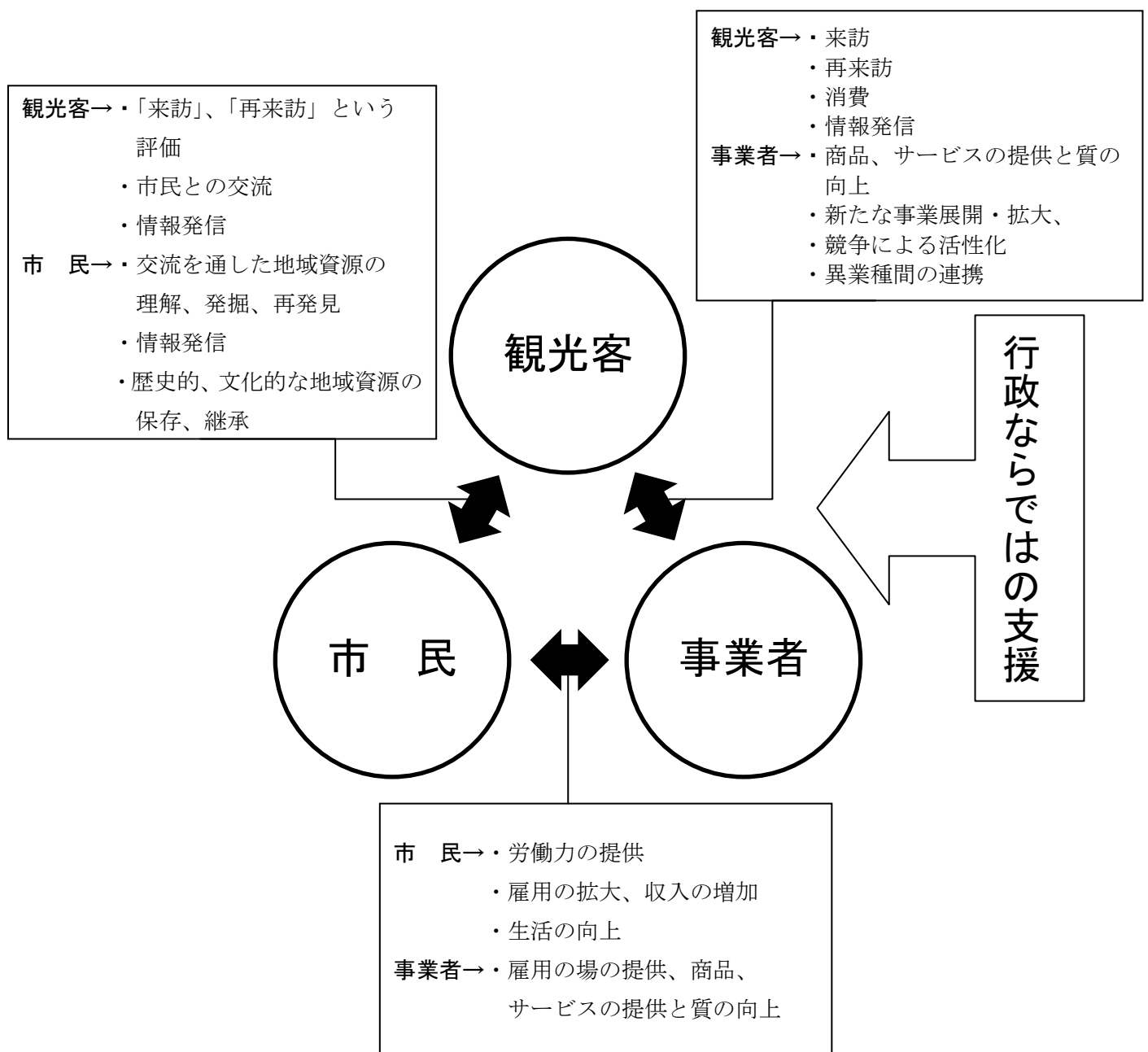
## **(3) 市民**

- ・観光客の増加は、本市の地域資源が外部から評価されることであり、その結果、市民は地元に対して愛着を持つ。
- ・地元の歴史や文化等の地域資源に興味を持つことで、地域資源を掘り下げ、さらに理解を深める。
- ・市民と観光客とが交流することによって、市民が気づいていないごく当たり前の日常生活の中に埋もれている新たな地域資源を発掘し、また今ある地域資源の魅力を再発見することができる。
- ・市民、特に若い世代は、多くの観光客との交流手段であるSNS等の情報通信ツールを利用することで、交流の場が広がり、市民自らが積極的に情報発信することで、観光振興の当事者となる可能性を秘めている。
- ・地元の地域資源が観光に活用されることによって、歴史的、文化的な保存、継承の可能性が高まる。
- ・観光客の増加により、地域経済が活性化して雇用の場が拡大し、さらに創出され、収入の増加につながる。
- ・観光用に整備される施設・設備により、市民も楽しみ、便利になるため生活の質が向上する。

## 《目指す姿に向けた市の取り組み》

本市は、観光振興に関する施策を総合的に策定し、実施することで、「観光客」「事業者」「市民」が目指す姿に近づくための仕組みづくり、仕掛けづくりなどに積極的に取り組む。

また、積極的な取り組みを行う事業者が、より活躍できるように、情報の提供や交流の場づくり、制度の見直し等を行うと共に、市民に向けて、地域の資源や文化を誇りに思えるよう、行政として必要な支援を計画的、戦略的に進める。



### 第3章 本市の持つ観光力

観光立市の実現のためには、地域資源の魅力やマーケットとの近接性、ブランド力などを活かして、魅力ある観光地を形成して観光客を増やす。

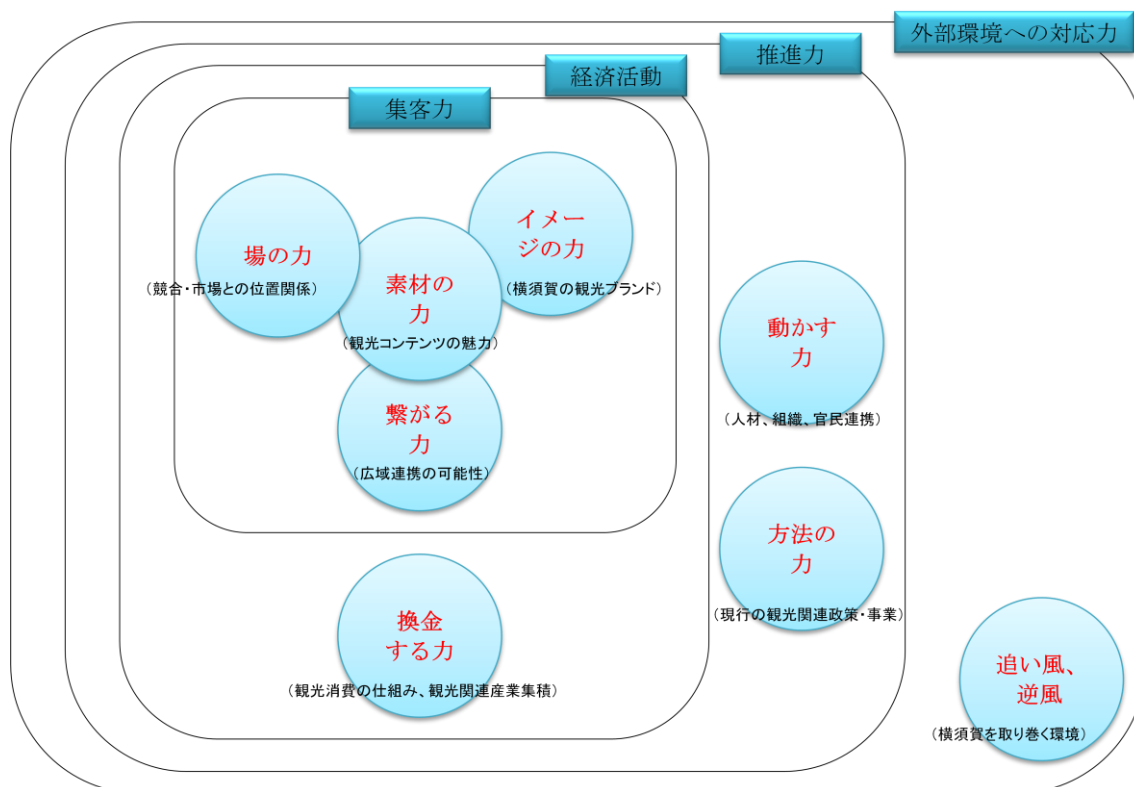
次に、それらの**集客**に連動した観光需要を効率的に地域内で派生させるとともに、それらを地域内事業者が漏れることなく供給できる体制を構築する必要がある。

そして**集客**力から経済活動に結びつく施策や、その施策を確実に推進する主体が必要である。

さらに、本市の力だけでは変えることができない外部環境への対応力を備えることも重要である。

このように観光立市の実現に向けてポイントとなる「**集客**力」、「経済活動」、「推進力」、「外部環境への対応力」に属する本市の地域資源の持つ強み、弱みを観光力として整理し、対応策を模索する。

図 観光立市の実現に向けた本市の観光力をみるポイント



## 1. 集客力

素材の力・場の力・繋がる力・イメージの力

### (1)「素材の力」地域資源の魅力

- ・横須賀にしかない素材、首都圏の中では貴重な素材（海など）がある。
- ・中世～現代の歴史関連の、まだ著名ではない埋もれた素材が豊富にある。
- ・坂やパワースポットなど、マニアックな素材が豊富にある。
- ・市域が広大なので、都市と自然が同時に楽しめる。一方では広域に地域資源が点在しているため、移動がハンディとなっている。
- ・アニメやネットゲームなど、仮想世界と連動した観光の仕掛けが動いている。
- ・首都圏の同規模人口の都市と比べても、地域資源の希少さ・豊富さ・多様さは抜きでている。

【方向】 オンリーワンの地域資源の魅力の陳腐化防止・魅力の維持増進  
新たな地域資源の掘り起こし、磨き上げ、育成の継続

### (2)「場の力」競合・市場との位置関係

- ・巨大マーケットである首都圏から1時間アクセス圏に立地している。
- ・都市近郊の人気観光地の横浜、鎌倉と隣接している。
- ・米軍基地の居住者や関係者は2万人程度と見込まれ、インバウンドの一つと捉えることができる。
- ・首都圏に居住する横須賀未訪問者の中には「横須賀は遠いところ」と思っている層があり、そのイメージが訪問しない理由となっている。
- ・横浜市金沢区、三浦市との観光の繋がりは大きいですが、鎌倉市との観光の繋がりはほとんどない。

【方向】 首都圏をメインターゲットとした誘客が基本戦略  
その上で横須賀未訪問者等に対する「遠いイメージ」の払拭  
米軍基地関係者を意識した戦略  
横浜市や三浦半島の近隣市町との連携

### **(3)「繋がる力」広域連携の可能性**

- ・歴史的に関係のある地方都市が多数ある。
- ・世界の姉妹都市や国内の友好都市、集客パートナー都市の繋がりもある。

【方向】国内外の都市のつながりを活かした広域連携のしかけづくり

### **(4)「イメージの力」横須賀の観光ブランド**

- ・本市の全国的な知名度は高いが、観光地であるとはほとんどイメージされていない。

【方向】横須賀の観光地域としてのイメージの浸透・露出増大

## 2. 経済活動

### 換金する力

#### (1) 「換金する力」観光消費の仕組み、観光関連産業集積

- ・ 宿泊施設が不足している。
- ・ 日帰り観光が中心となっており、客単価が低い。
- ・ 観光客の大半は個人客である（団体観光が成立しにくい）。
- ・ 事業者側も観光客を意識したモノ消費、コト消費が提供できていない。

【方向】滞在時間を長くするための仕掛けづくり

様々なシーンでの観光関連需要の創出

事業者の意識転換

観光関連事業者の集積推進（誘致等）

### 3. 推進力

動かす力・方法の力
-----------

#### (1) 「動かす力」人材、組織、官民連携

- ・民間事業者を中心とした観光施策・事業の取組が少ない。
- ・観光関連施策を所管する庁内部署が複数に渡っている。

【方向】民間事業者が主体となった事業展開  
行政組織などによる支援体制づくり

#### (2) 「方法の力」現行の観光関連政策・事業

- ・地域資源創出と魅力向上、メディアを活用したPR・情報発信、アクセス向上、旅行エージェントへのプロモーション強化、観光バス駐車場の整備、イベント開催などを実施してきた。

【方向】交通基盤等のインフラの充実  
目的・ターゲットを明確化した広報戦略の実行  
観光地域の安全管理



## 4. 外部環境への対応力

本市を取り巻く環境
-----------

### (1) 「追い風」

- ・ 世界全体では今後も観光需要は拡大
- ・ 2020 年には東京オリンピック・パラリンピックが開催
- ・ 訪日外国人観光客の増加

【方向】 オリンピック需要（市内外） への対応

### (2) 「逆風」

- ・ 人口減少
- ・ 東京オリンピック、パラリンピックの開催後の反動

【方向】 オリンピック開催後を見込んだ対応

## 第4章 基本戦略と主な施策体系

### 1. 基本戦略

#### 目的を達成するために必要な6つの戦略

本章では、前章で、「集客力」「経済活動」「推進力」「外部環境への対応力」それぞれに属する本市の地域資源の強み、弱みの現状を踏まえ、それらを活用、克服するために6つの戦略を定めた。

まず初めに、これまでも実施している「地域資源の発掘・再発見・磨き上げ」を継続し、新たな地域資源を創り続け、点在する地域資源の連結やストーリーの構築など、地域資源の魅力をより高めることに努める。

その上で、宿泊を含めて、市内での「滞在時間の引き延ばし」を図る仕組みの構築や、来訪したくなるような「快適な滞在環境の整備」を進めていく必要がある。

また、様々なメディア、ツールを活用し積極的なPR、情報発信を行い、露出を増やすことにより観光客の来訪動機を高める。

さらに市内外の様々な業種の事業者や観光関連団体と連携を図るとともに、観光振興を進める推進体制を構築していく。

#### (1) 地域資源の発掘・再発見・磨き上げ

- ・開国の歴史、軍港都市、アメリカ文化など、現在、横須賀を強くイメージさせる地域資源を軸として、同時に地場農水産物・グルメ、山・海・島、名所・旧跡、スポーツ、公園などの多様な地域資源の魅力を引き出し、また磨きあげを行いながら、新たな地域資源を創り続ける。
- ・本市の観光に関心のある個人や民間事業者、団体などが、新たな地域資源の掘り起こし、磨き上げ、育成などを主体的に推進していく。
- ・ナショナルトレーニングセンターの誘致等、2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機とした事業を展開する。
- ・○○○○○○○○

## (2) 滞在時間の引き延ばし

- ・市内に点在する地域資源の歴史や繋がりをストーリー化して、周遊する魅力を強めることで滞在時間を延ばす。
- ・さらに、個人の日帰り観光客が中心となるが、遠方からの来訪者が市内で宿泊できる（他都市に流出しない）能力も高める。
- ・豊かな地場産農水産物や、海や山などのポテンシャルを活かすことで首都圏プチリゾートを満喫できる宿泊や飲食サービスを充実させる。
- ・団体客がより効率的に周遊、滞在できるように観光バス駐車場を整備する。
- ・○○○○○○○○

## (3) 快適な滞在環境の整備

- ・市内を快適に移動できるよう交通基盤等のインフラを整備する。
- ・観光客、地域住民はそれぞれ相互に理解を深め、お互いの行動、生活に配慮する。
- ・観光客の増加に伴い、市民生活に支障が出ることがないように対策を講じる。
- ・観光客、来訪者に対してゴミは放置しないよう啓発するとともに、観光客等が廃棄、放置するゴミから市民生活を保護する。
- ・外国人観光客に対して宗教的、文化的な相違を理解し、適切な対応を心掛ける。
- ・○○○○○○○○

#### (4) 地域資源の広報・広告

- ・マスメディアを活用した PR・情報発信をするためのメディアプロモーション強化をより一層充実させて、市内情報を今以上に発信し、露出を挙げ、来訪動機を高める必要がある。
- ・市民も観光客の一人として、積極的に市内の観光訪問やイベントに参加をして市外の方の来訪を促すよう市内の機運を盛り上げていく。また「市民全員が営業マン」として、積極的に横須賀観光の良さを宣伝する。そのための手段の一つとして横須賀を象徴するお土産を開発し、横須賀を知ってもらうきっかけ作りに活用する。
- ・マスメディアに対応できるように、地域資源に興味を持たれるような案内、広告を作る。
- ・量は少ないがマニアックな資源を求める全国の顧客候補者に対して、様々なツールを活用して広報する。
- ・2020 年東京オリンピック・パラリンピックの開催等による訪日外国人の増加を見据えた外国人向けの広報や広告、案内板等の設置を行う。
- ・米軍基地関係者に対して、市内を周遊し、消費してもらえそうな案内、広告を行う。
- ・○○○○○○○○

#### (5) 他都市・他団体との連携

- ・姉妹都市、友好都市など国内外で繋がりのある地域や周辺自治体との連携を推進させる。
- ・連携した都市との市民交流を通じて、地元の魅力を再確認する。
- ・横須賀市観光協会、地区観光協会、横須賀商工会議所をはじめとする民間事業者がテーマ、地域に合わせて連携、協力することで事業の推進を図る。
- ・地域内で市内外の様々な業種の団体が相互に連携する。
- ・行政が介することなく、地域の団体が本市と繋がりのある地域や周辺自治体、関連団体と連携する。
- ・地域の団体と連携をしていく中で、観光振興には負の側面もあることを、当該地域住民に対して理解を得るよう努める。
- ・○○○○○○○○

## (6) 推進体制の構築

- ・市外事業者の積極的な参画も歓迎する。
- ・現在、市民向けに事業を行っている事業者については、観光に関する多様な需要に応えたサービスを提供する。
- ・観光振興を進める中で新たな地域の担い手を育てる。
- ・地震、津波等の自然災害、事故等が発生したときに観光客の安全を確保するため必要な対策を講じる。
- ・観光客の安全を確保するため自然災害等に対する防災計画、マニュアルを行政だけでなく民間事業者についても策定を進める。
- ・市民は、市外から観光客が来訪した場合に、受入側の立場となって、再訪に結びつく丁寧な対応を心がける。
- ・また街の美化や観光地域の清掃など、再び訪れたいと思われるようなおもてなしを心掛ける。
- ・ ○○○○○○○○

## (7) ○○○○○○○○

- ・ ○○○○○○○○○○○○
- ・ ○○○○○○○○○○○○
- ・ ○○○○○○○○○○○○

## 2. 主な施策体系

### 戦略を実行するために取り組むべき戦術

#### 【戦略1】地域資源の発掘・再発見・磨き上げ

- ・地域に埋もれた魅力の発掘・再発見・磨き上げ
- ・ビッグデータ等の調査・分析による地域資源の発掘・再発見
- ・今ある地域資源・魅力の磨き上げと組み合わせ（歴史、グルメ、街並み等）
- ・地域の個性、イメージに合わせた磨き上げ
- ・年間を通して入込が平準化する仕組みの構築
- ・横須賀のナンバーワン、オンリーワン、ファーストを発掘、再発見
- ・〇〇〇〇〇〇〇〇

#### 【戦略2】滞在時間の引き延ばし

- ・点在する観光スポットを連結・連動させて長時間滞在
- ・陸路、海路など連結・連動手段の多様化による長時間滞在
- ・歴史等モデルコースの設定
- ・宿泊による長時間滞在
- ・インバウンドの推進
- ・〇〇〇〇〇〇〇〇

#### 【戦略3】快適な滞在環境の整備

- ・観光客が廃棄、放置するゴミへの対応
- ・快適性の磨き上げ（歩きやすさ、景観、空地等）
- ・外国人観光客に対する宗教的、文化的な配慮
- ・再訪に結び付く対応
- ・〇〇〇〇〇〇〇〇

【戦略4】地域資源の広報・  
広告

- ・ 市外の方々に来訪動機を促すための広報
- ・ キャッチコピーを掲げてイメージに訴える広報
- ・ 来訪者に対する地域資源、名所の解説・説明等の  
広報
- ・ 市民が地域資源を知るための広報
- ・ 市民による広報
- ・ 外国人観光客のための多言語表示案内
- ・ 米軍基地関係者に対する広報
- ・ ○○○○○○○○

【戦略5】他都市・他団体と  
の連携

- ・ 本市が持っていない他都市の資源を組み入れたコ  
ースづくりなどの連携
- ・ 共通する歴史・文化等により、本市の魅力をさら  
に引き上げるための連携
- ・ 行政ではできない取り組みを実行するための民間  
事業者や観光協会との連携
- ・ 市内外の様々な業種の民間事業者、団体が相互に  
連携
- ・ ○○○○○○○○

【戦略6】推進体制の構築

- ・ DMOの推進
- ・ 地域資源を理解する市民育成
- ・ 教養、マナーの質を向上するための人材育成
- ・ 地域資源を魅力的に伝える人材育成
- ・ 新たなビジネスを企画できる人材育成
- ・ 観光地の安全対策
- ・ 自然災害、事故等への対応
- ・ ○○○○○○○○

【戦略7】○○○

- ・ ○○○○
- ・ ○○○○

## 第5章 目標と進行管理

### 1. 目標

平成 37 年度までに観光客数 〇〇万人を目指す
--------------------------

現在、観光客数 785 万人（平成 26 年度実績）であるが、本計画終了年度である平成 37 年度までに、着実に事業を実行して、観光客数を〇〇万人にする。

観光客数〇〇万人は、日帰り客数を増やすことはもちろんのこと、ホテル等だけでなく、様々な宿泊スタイルが提供できるような取り組みを進めて、宿泊客数を増加させる。

例えば、観光客数の目標を 1,000 万人にすると、概算で 493 億円の観光消費額が見込まれ、現在よりも 100 億円以上の観光消費額の増加が見込まれる。

（平成 26 年度観光消費額単価 4,930 円／人）



## 2. 進行管理

観光振興推進委員会による計画の進捗の確認と、必要な見直しの実施  
観光立市推進基本計画の実行計画を策定

### (1) 進捗管理

条例第 17 条に基づく、観光振興推進委員会を毎年 1 回以上開催し、世の中の観光志向の変化に応じて、計画の進捗状況を確認し、必要な見直しを行う。

## （２）実施計画の策定

観光立市推進基本計画の実行計画として、ターゲット設定や具体的な取り組みを明確にした実施計画を策定した。

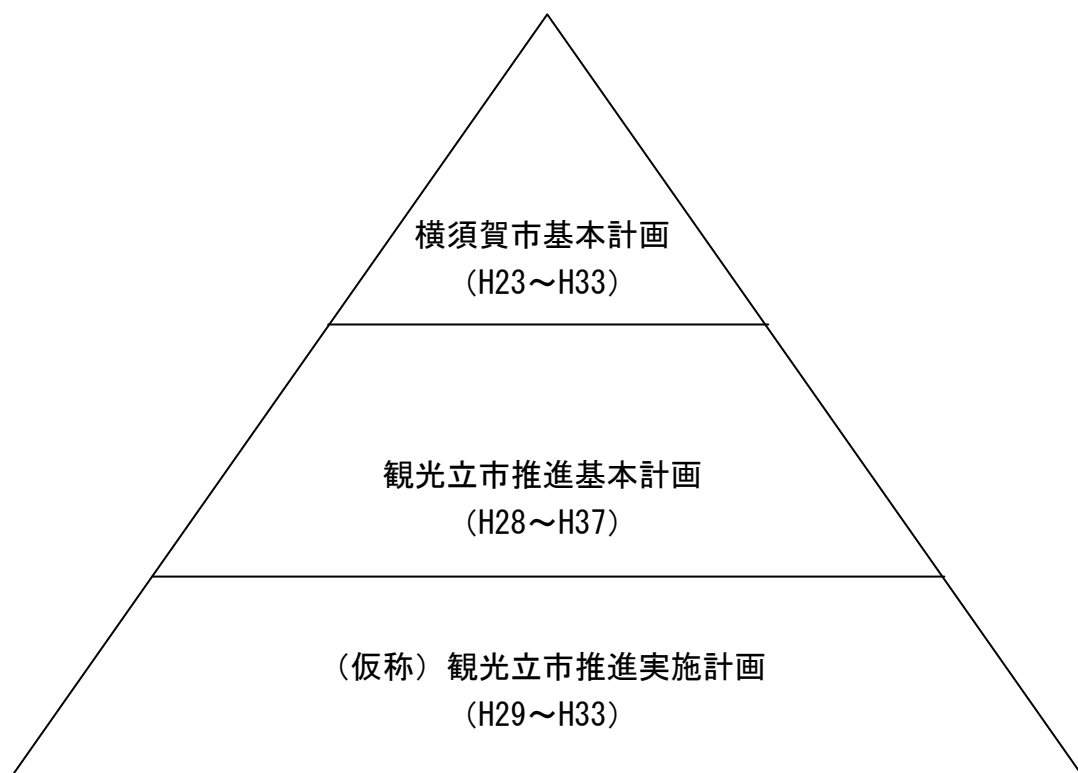
### ①実施計画期間

平成 29 年度から平成 33 年度の 5 年間

### ②進行管理

実施計画期間内において、条例に基づき 3 年以内ごとに、観光振興推進委員会による、各事業の評価を行い、必要な措置を講じる。

### ③実施計画の体系



## 【資料編】

1. 横須賀市の観光を取り巻く環境等
2. 横須賀市の人口・産業・観光・財政の現況
3. 本市の観光関連施策・事情（振り返り）
4. 事業者・市民の主な意見

※観光振興推進委員会に提出したデータを資料集的に記載する予定