

# 横須賀市 観光立市推進 アクションプラン 2026-2029

---



令和8年（2026年）6月

## はじめに

---

本市は「観光立市よこすか」を目指すため、平成26年（2014年）に「横須賀市観光立市推進条例」を制定し、観光事業者、観光関係団体、市民や市が力を合わせて、観光を新たな産業の大きな柱として成長させるため、「観光立市推進基本計画」及び「観光立市推進アクションプラン（前期・後期）」により、観光客数の増加と観光消費額の上昇を促す取組を進めてきました。

横須賀の持つ豊富な「観光資源」と「音楽・スポーツ・エンターテインメント」を掛け合わせた新たな魅力を創出したことで、これまで横須賀に訪れていなかった新たな人を呼び込み、横須賀の魅力を発信し、観光客数は1,000万人を突破するなど、「観光立市よこすか」実現のための道筋を着実に歩んでいるところです。

これらの成果を踏まえつつ、さらなる発展と持続可能な観光まちづくりを目指すため、令和8年（2026年）3月に、今後8年間の方針と戦略を示す「横須賀市観光立市推進基本計画（第2次）」を策定しました。

この方針と基本戦略に基づき、基本計画を着実に遂行するための実行計画として「横須賀市観光立市推進アクションプラン2026-2029」を策定します。本アクションプランでは、目標達成に向けて基本戦略ごとに実施する主な取組内容を示し、これまでの取組みをさらに推進することで、観光を通じた地域経済の活性化や関係人口の創出を図り、市民の福祉の向上を目指します。

# 目次

---

## 第1章 アクションプランの位置付け

1. アクションプランの位置付け	P04
------------------	-----

## 第2章 基本戦略と実行施策

1. 「観光立市よこすか」の目指す姿	P09
2. 基本戦略	P10
3. 実施施策	P10
戦略1 新たな観光拠点の整備	P11
戦略2 観光資源の磨き上げ	P14
戦略3 アプローチ層への訴求	P23
戦略4 効果的なプロモーション展開	P25

## 第3章 数値目標

1. 重要目標達成指標（KGI）	P27
2. 重要業績評価指標（KPI）	P28

## 参考資料

実施施策一覧	P30
--------	-----



# 第 1 章

---

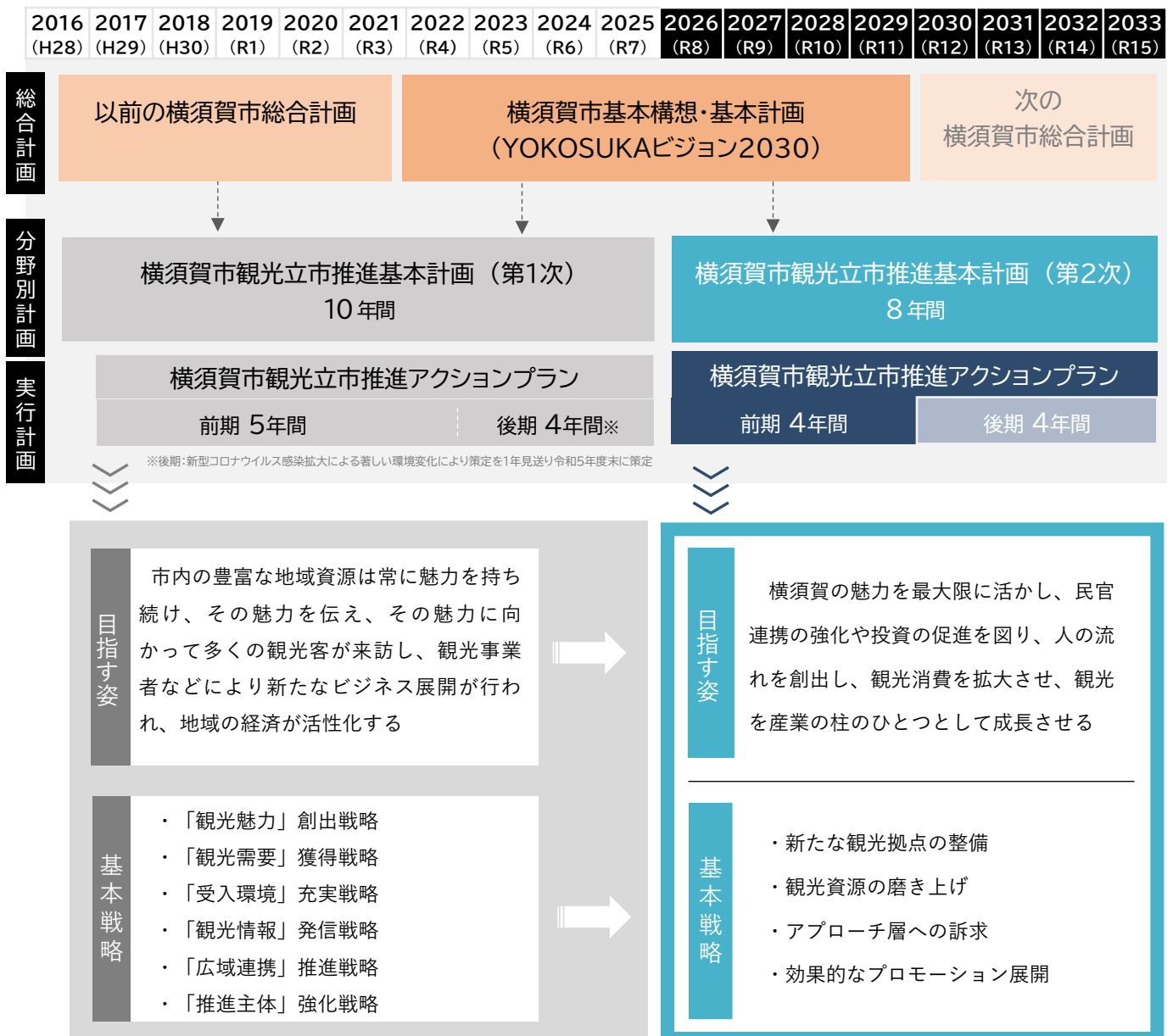
## アクションプランの位置付け

# 第1章 アクションプランの位置付け

## 1. アクションプランの位置付け

このアクションプランは、市の基本構想・基本計画である「YOKOSUKA ビジョン2030」において、観光・文化の分野の未来像として掲げる「ワクワクがあふれ出すまち」を実現するための分野別計画として策定した「横須賀市観光立市推進基本計画（第2次）」（以下、基本計画という。）における目指す姿や基本戦略を具体的に実行、実現するために定めるものです。

期間は、基本計画の期間である令和8年度（2026年度）から令和15年度（2033年度）までの8年間で前期（4年間）・後期（4年間）に分けて設定しています。



----- 基本計画とアクションプランの関係 -----

[ 観光立市推進基本計画（第2次） ]

「観光立市よこすか」の  
目指す姿

横須賀の魅力を最大限に活かし、  
民官連携の強化や投資の促進を図  
り、人の流れを創出し、観光消費  
を拡大させ、観光を産業の柱のひ  
とつとして成長させる

基本戦略

| 主なアプローチ層の設定

1 | 新たな観光拠点の整備

2 | 観光資源の磨き上げ

3 | アプローチ層への訴求

4 | 効果的なプロモーション展開

数値目標

重要目標達成指標（KGI）

- ・ 観光客数
- ・ 観光消費額

重要業績評価指標（KPI）

- ・ 満足度
- ・ 宿泊者数
- ・ 来訪者数



[ 前期観光立市推進アクションプラン ]

1 | 新たな観光拠点の整備



2 | 観光資源の磨き上げ



3 | アプローチ層への訴求



4 | 効果的なプロモーション展開



具体的な実行施策



## 第 2 章

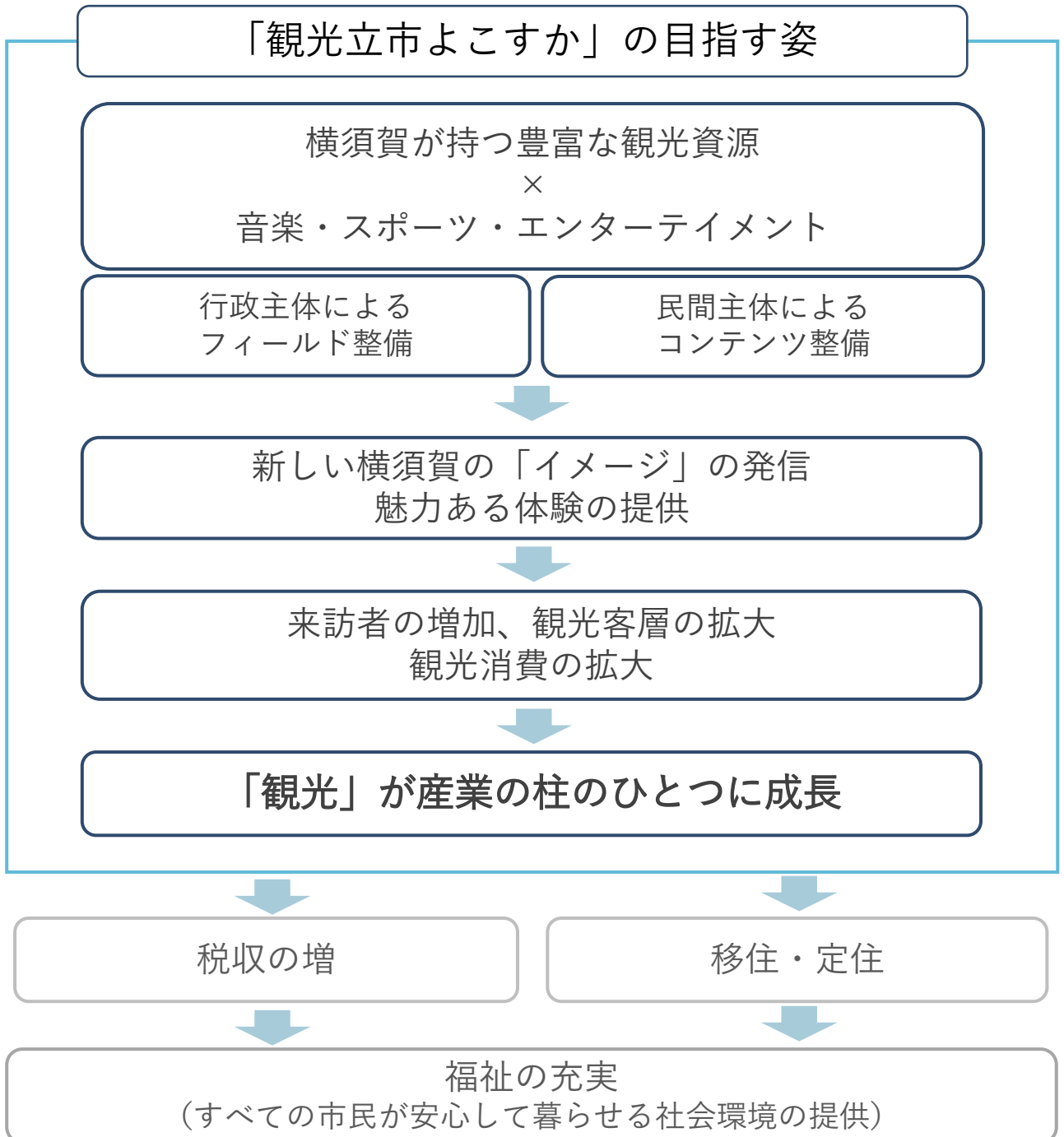
---

### 基本戦略と実行施策

## 第2章 基本戦略と実行施策

### 1. 「観光立市よこすか」の目指す姿 (基本計画から再掲)

横須賀の持つ独自の魅力や特性を最大限に活かし、4つの基本戦略に基づき横須賀のイメージ発信や魅力の創造、提供を推進します。これにより、民官連携の強化やさまざまな投資の促進を図り、市内外から人の流れを創出し、観光消費を拡大させるとともに、観光を横須賀の産業の柱のひとつとして成長させていきます。



## 2. 基本戦略 (基本計画から抜粋)

「観光立市よこすか」の目指す姿、「観光を産業の柱のひとつに成長させること」を実現させるため、特に誘客を目指す「主なアプローチ層」及び「4つの戦略」を設定します。

これまでの取組で効果が出てきている女性層や若年層、30代～40代を中心とするファミリー層は、主なアプローチ層として引き続き誘客を図っていきます。これに加え、小中高生といった次世代や、富裕層、プレミアム層、インバウンドへのリーチも行っていきます。

これらの観光客層に選ばれる観光地になるべく、「新たな観光拠点の整備」「観光資源の磨き上げ」「アプローチ層への訴求」「効果的なプロモーション展開」を基本戦略として施策を推進していきます。

### 基本戦略

#### 新たな観光拠点の整備

- ✓ 施設の新設やリニューアルによる、新たな観光拠点・フィールドの整備
- ✓ 民間事業者による投資・参入の更なる促進

#### 観光資源の磨き上げ

- ✓ 既存の観光資源の磨き上げを実施し、資源の持つ魅力や集客力を向上
- ✓ 魅力的な観光地としての成長を促進
- ✓ 横須賀の地域資源をフル活用した民間主導による新規コンテンツ・イベント創出

#### アプローチ層への訴求

- ✓ 小学生、中学生、高校生に向けた、横須賀の魅力を経験する機会の提供
- ✓ 富裕層へ向けた特別な体験や価値の提供
- ✓ 欧米豪インバウンドの求める体験、価値の提供

#### 効果的なプロモーション展開

- ✓ 時代のトレンドを捉えた多様なチャンネルでの効果的なプロモーションの実施

#### 主なアプローチ層 (継続)

- ✓ 女性層
- ✓ 若年層
- ✓ 30～40代ファミリー層

#### 主なアプローチ層 (追加)

- ✓ 小・中・高生
- ✓ 富裕層・プレミアム層
- ✓ インバウンド

観光客層のさらなる拡大・観光客数、観光消費額の増加へ

## 3. 実施施策

### 戦略1 | 新たな観光拠点の整備

観光客のさらなる増加と消費拡大に向けて、市内外から人の流れを呼び込む新たな魅力ある観光拠点を、民間事業者との連携により整備していきます。

滞在拠点としての魅力向上や、市内各所に観光拠点を整備することでの市内周遊の促進、滞在時間の延長による観光消費の拡大を目指します。

- **横須賀ならではの魅力の創造・発信に向けた三笠公園リニューアル**

「YOKOSUKA 'WA' PARK」をコンセプトに、音楽フェスやスポーツ、グルメなどの民間主催の様々な大規模イベントを誘致・実施し、世代を問わず誰もが集い、くつろぎ、楽しめる空間とプログラムを充実させ、「また来たい」と感じる体験を生み出すことで、ルートミュージアムの回遊促進と魅力発信につなげます。



- **「第二の開国」をテーマとした海と歴史を生かしたまちづくり**

浦賀レンガドック周辺の市有地と浦賀駅前の住友重機械工業株式会社所有地を、ペリー来航にはじまる近代日本発祥の地としての歴史、文化や海辺空間を活用した新たな集客交流の一大拠点として整備します。



- **浦賀の歴史と眺望を生かした愛宕山公園リニューアル**

市内最古級の公園である「愛宕山公園」を、近代日本の歩みを今に伝える歴史資源と浦賀湾の眺望を生かし、観光・学び・憩いが一体となった拠点づくりを進めます。



- **豊かな自然環境と歴史資産を生かした「大矢部みどりの公園」整備**

「人と人、人と自然や歴史をつなぐウェルビーイング・プレイス」をコンセプトに、大矢部弾庫跡地を「大矢部みどりの公園」として整備します。地域資源を生かした体験・学び・交流と、災害時の備えを一体的にデザインし、日常の憩いから地域活動まで、多様な使い方ができる都市公園の形成を図ります。



- **新たな観光拠点への集客強化**

リニューアルや整備した観光拠点で行う様々な新しいイベント等を誘致、民官連携により実施することで、観光拠点への集客強化を図ります。

- **秋谷老人福祉センター跡地の利活用**

秋谷老人福祉センター跡地を活用し、民間との連携により、宿泊機能、滞在機能を有する拠点として整備します。



- **ホテル等宿泊施設の誘致**

宿泊事業者への働きかけや情報提供、支援などによりホテルや宿泊施設の誘致を図ります。

- **大楠山の再整備**

三浦半島最高峰の大楠山の魅力を高め、横須賀の自然資源の魅力を発信し、来訪促進と満足度の向上を図ります。

- **人が集まり、また来たくなる、まち歩きにつながる 横須賀市自然・人文博物館**

博物館を「地域学習の拠点」かつ「文化観光の中心」となるミュージアムへリニューアルします。周辺の自然・歴史スポットと連動した周遊のきっかけづくりを進め、ルートミュージアムの回遊促進と滞在価値の向上につなげます。



- **新たなまちづくりに向けた市街地再開発等の促進**

市内主要駅周辺において、住居・商業・宿泊等の都市機能の集積と、歩行者動線・交通結節機能の強化を進め、定住促進と魅力あるにぎわい・交流空間等の創出を図ります。まちの魅力と拠点機能を高め、横須賀全体の活力につなげていきます。



- **新たなふ頭の整備に向けた取り組み**

横須賀港の立地優位性などのポテンシャルを最大限に生かし、新港地区における新たなふ頭整備に向けた取り組みを推進し、港湾の競争力向上と地域経済の活性化につなげます。



- **うわまち病院跡地の活用**

廃止となった旧うわまち病院の跡地を活用し、民間事業者の活用を推進することにより新たなにぎわい創出を図ります。

・ バスタ追浜を中心とした駅周辺整備による、魅力ある「えき・まち・みち」空間の創出

追浜えき・まち・みちデザインセンター\*が策定した「追浜えき・まち・みちビジョン」の実現に向け、バスタ追浜を中心とした駅周辺事業を国と共に推進し、地域と連携してにぎわい・交流空間の創出を図ることで、横須賀の玄関口に相応しい魅力あるまちづくりを進めます。併せて、国道357号等の道路整備や、追浜駅周辺の歩行者デッキの整備を行い、交通結節機能の強化を図ります。

\*追浜駅周辺地区における地域住民、商店、企業、教育研究機関、行政等が連携するまちづくりのプラットフォームで、地域と一緒に、えき・まち・みち空間の魅力向上やまちづくりに関する課題解決などに取り組んでいます。



バスタ追浜駅南側鳥瞰図（イメージ）

・ スマートインターチェンジの整備

横浜横須賀道路の横須賀パーキングエリア周辺に、スマートインターチェンジの整備を行い、来訪者の利便性向上を図ります。



## 戦略2 | 観光資源の磨き上げ

持続的な観光振興と横須賀観光の価値向上を図るため、既存の観光資源や施設の魅力・機能の強化に取り組みます。

集客拠点施設の魅力や機能の強化を図り、観光資源の価値や利便性を高め、魅力あふれる観光資源として磨き上げます。多様化する観光ニーズや時代の変化に対応し、自然・歴史・文化・スポーツなど多分野連携による周遊促進や、民間主体での集客イベントの開催など、地域の魅力を組み合わせる面的に展開し、観光体験の深化と滞在延長による消費増を目指します。

### 集客施設の魅力・機能強化

#### ・ 猿島公園の魅力向上

猿島公園の魅力向上と来園者満足度の向上を図るため、快適性の確保、海岸環境への対応、景観の魅力向上に資する取り組みを実施し、猿島ならではの景観価値を高め、にぎわい創出につなげます。



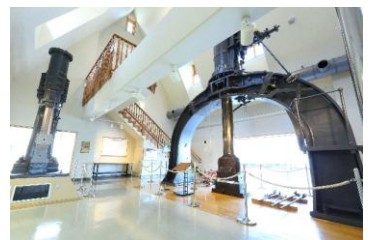
#### ・ ティポディエ邸の魅力向上

ルートミュージアムの総合拠点としてのティポディエ邸の魅力向上を図ります。また、大河ドラマ放送を契機とした取り組みを実施し市内周遊、リピート来訪を促進します。



#### ・ ヴェルニー記念館の機能拡充

フランス人造船技師のヴェルニーの功績と歴史を伝えるヴェルニー記念館に、新たに観光案内機能を追加し、市内周遊の促進を図ります。また、大河ドラマ放送を契機とした取り組みを実施し市内周遊、リピート来訪を促進します。



#### ・ 大規模集客公園の施設改修

大規模集客公園であるヴェルニー公園、くりはま花の国、長井海の手公園「ソレイユの丘」、追浜公園について、公園施設の新設改修などを行い、長寿命化、利便性の向上を図ります。



- **横須賀美術館**

- **開館20周年を契機とした企画展の展開とさらなる魅力発信**

- 東京湾を望み、後ろ三方をみどりに囲まれ、世界の絶景美術館10にも選ばれた横須賀美術館では、開館20周年を契機として、来館動機の創出と魅力発信の強化につながる展覧会などバリエーションに富んだ多様な企画展や所蔵品展を開催します。



- **地域拠点公園の施設改良**

- 走水水源池、しょうぶ園、不入斗公園について公園施設の長寿命化、利便性の向上を図るとともにそれぞれの公園の魅力を高めていきます。



- **文化会館の設備更新**

- 開館から60年を迎え、老朽化が進んでいる文化会館について、安全で魅力ある施設となるよう改修を行います。



- **商店街の活性化**

- 地域経済および地域コミュニティの核となる商店街の振興を図り、魅力ある店舗や意欲的な事業者を支援することで、市内消費の拡大及び商業の活性化を図ります。



- **まちなかの活性化**

- 商店街や民間事業者グループと協力し、まちなかのにぎわい創出を図るとともに、ルートミュージアムサテライト、民間の活動を契機とした地域活性化など、地域の特色を生かした、観光、集客等に連携した活性化策を支援していきます。

- **よこすか海岸通りのリニューアル**

- よこすか海岸通りを魅力的でかつ親しまれる道になるよう、安全で快適な歩行環境の確保と共にイベントの開催や民間事業者が主体となったマルシェ、フードトラックを出店する等、道の魅力の向上を図ります。



- **「第二の開国」をテーマとした海と歴史を生かしたまちづくり（再掲）**

- 浦賀レンガドック周辺の市有地と浦賀駅前の住友重機械工業株式会社所有地を、ペリー来航にはじまる近代日本発祥の地としての歴史、文化や海辺空間を活用した新たな集客交流の一大拠点として整備します。

- **浦賀の歴史と眺望を生かした愛宕山公園リニューアル（再掲）**

- 市内最古級の公園である「愛宕山公園」を、近代日本の歩みを今に伝える歴史資源と浦賀湾の眺望を生かし、観光・学び・憩いが一体となった拠点づくりを進めます。

## 大河ドラマの活用

- **大河ドラマを活用した観光周遊促進**

2027年大河ドラマ放送を契機として、横須賀の歴史や文化、その魅力が全国に広く発信されるまたとない機会であり、この好機を最大限活用し、小栗公の功績とともに、それに連なるさまざまな横須賀のストーリーを強く発信し、来訪喚起、市内経済の活性化を図ります。



- **お土産品等新たな商品開発の支援**

2027年大河ドラマ放送を契機として、地元民間事業者による横須賀の新たなお土産商品等の開発を支援します

- **シビックプライドの醸成**

大河ドラマの放送と連携し、商店街等での街なかの装飾や市民向け情報発信により、市民の認知向上、機運を盛り上げるとともに、市民の誇りや郷土愛の醸成を図ります。

## 音楽・スポーツ・エンターテイメント

- **街なかミュージックの推進**

行政とイベント主催者、アーティストが協力し、横須賀市内での音楽活動を盛り上げ、常に音楽にあふれたまちづくりを進めていきます。



- **挑戦の舞台がまちなかに広がるアーバンスポーツのまち**

横須賀の異国情緒あふれる雰囲気は、アーバンスポーツと親和性が高く、多くのプレーヤーに親しまれている環境を最大限に生かし、『BMX』『パークール』『ストリートダンス』を軸として、民官連携によるアーバンスポーツを通じた魅力あるまちづくりを推進します。また、その魅力を市内外に発信し、認知度向上、ブランド力向上を目指します。



- ホームタウンチームと共に地域の活力を高めるまち

追浜のDeNAベイスターズ、久里浜の横浜F・マリノスのホームタウンチームとの連携を軸に、スポーツの力で、暮らしや産業までつなげたまちづくりに取り組みます。スポーツを“観る”だけでなく“暮らしの中で感じる”まちづくりをとおして、誇りと郷土愛の醸成につなげます。



- 大規模スポーツ大会等の誘致

マリンスポーツやアーバンスポーツの大規模大会等を誘致することで、大会参加者や関係者、観覧者を呼び込み、交流人口の拡大および地域の活性化を図ります。

- アニメや漫画、ゲームとのタイアップ企画

横須賀にゆかりのあるアニメや漫画、ゲームなどとのタイアップ企画の実施により、コンテンツファンの来訪喚起、市内周遊を図ります。



- eスポーツの活用

eスポーツを活用した取り組みの展開により横須賀の認知度向上を図るとともに、横須賀での大会開催による更なる認知度向上、来訪喚起を図ります。



- メタバースの活用

仮想空間（メタバース）を活用した都市魅力の発信や、現実（リアル）を結び付けることによる新たなにぎわいの創出を図ります。



## 周遊観光の推進

### ・ 民間事業者が主体となるイベント開催への支援

民間事業者が主体となった以下のような魅力的かつ経済効果の高い新たなイベント等を積極的に誘致するため、イベント開催に対して支援を行い、市内でのイベントの増加、誘客促進、観光消費の拡大を図ります。

- ・ 横須賀オクトーバーフェスト ・ 横須賀ワインフェスティバル
- ・ Yokosuka Reggae Bash ・ EARLY SUMMER FESTA など



### ・ 大型イベントや地域の特徴を活かしたイベントの開催

横須賀の風物詩となっている定番集客イベントを引き続き開催し、観光誘客、交流人口の拡大、観光消費の増を図ります。また、市内各所で行われる地域の特徴を活かしたイベント等を支援し、にぎわいの創出や地域コミュニティの強化を図ります。

- ・ よこすかYYのりものフェスタ ・ よこすか開国花火大会
- ・ よこすかみこしパレード ・ 日米親善よこすかスプリングフェスタ
- ・ ワイ！フェスタおっぱま ・ 久里浜ペリー祭 など



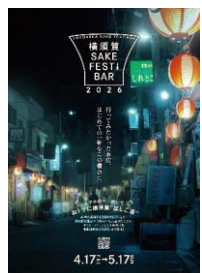
### ・ 横須賀の「食」を活かしたイベントの実施

横須賀の持つ海の幸、大地の恵み、食文化を活用し、朝市などの飲食イベントの開催により、都市イメージの向上、来訪喚起、消費拡大を図ります。



### ・ イベントと連携した周遊事業の実施

イベントの効果を周辺にも波及させるため、イベントと連携した市内周遊施策を実施します。来訪者を効率的、効果的に市内周遊につなげ、消費の拡大、地域経済の活性化を図ります。



- ルートミュージアムによる市内周遊の促進

ルートミュージアムの各サテライトの魅力を高め、各種イベントの開催や市内周遊ルートの構築により、来訪者の市内周遊につなげます。



- 日本遺産の活用

文化庁から重点支援地域に認定された日本遺産「鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴」のストーリー及び市内の日本遺産構成文化財を活用し、観光誘客、交流人口の拡大を図ります。



- 民官連携による二次交通課題の解消

横須賀観光における二次交通課題の解消のため、民間事業者との連携により、環境の整備や周遊コンテンツを造成し、観光客の市内周遊を促進します。



- 西地域の交通課題の改善

横須賀西地域の交通課題を改善し、アクセス環境を整備することで、利便性の向上、さらなる市内周遊の促進を図ります。

- ツアーデスクの設置

団体ツアー、個人旅行、教育旅行の拡大に向けて、旅行事業者に対して観光情報の提供、視察対応等を実施し、民間事業者による旅行商品造成を推進します。

- バスツアー商品の造成促進

バスツアーを催行する旅行事業者への支援により、バスツアー商品造成及び催行の増加を図ることで、関東近郊からの来訪促進、消費拡大を図ります。

- 個人旅行商品の造成促進

近年増加傾向にある個人旅行向けの商品を販売するOTA等に対しての支援を実施することで、個人旅行での来訪者の獲得を図ります。

## 食・グルメの活用

### ・ 横須賀グルメの活用

横須賀グルメ（ネイビーバーガー、チェリーチーズケーキなど）のブランド維持・拡大、魅力の発信により、イメージの向上、来訪者の増加を図り、観光消費の更なる拡大を図ります



### ・ よこすか野菜のブランド力向上・販路拡大

「よこすか野菜」のイメージを発信し、その魅力を市内外に浸透させ、農業の活性化と横須賀ブランドの向上を図ります。



### ・ 「よこすか海の幸」の魅力発信

相模湾と東京湾で水揚げされる新鮮な魚介類のイメージを発信し、その魅力を市内外に浸透させることで、よこすか海の幸の認知度の向上や、付加価値向上を図り、地域の水産業の活性化と都市イメージアップを目指します。



### ・ 「カレーの街よこすか」の推進

横須賀海軍カレーや海自カレーを中心とした「カレーの街」としてのブランドの強化及びプロモーションによる認知度向上、イメージアップを図り、来訪喚起や消費拡大、市内事業者の活性化を図ります。



## インバウンド・富裕層の誘客

- 訪日外国人来訪促進

横須賀の持つ歴史や文化、豊かな自然環境を活かし、欧米豪を中心とした特別な体験を求める層の誘客を図ります。また、米海軍横須賀基地の関係者の市内周遊の促進を図ります。



- 海外向け観光情報の発信

国内外で開催される商談会への参加や、ファムツアーの開催、JNTOなどの国際的な機関との連携により、海外に向けて横須賀の魅力を発信し、来訪喚起を図ります。



- 高付加価値ツアー、コンテンツの造成

国内外の富裕層や、欧米豪を中心としたインバウンドをターゲットとした高付加価値なツアー商品、コンテンツの造成に取り組み、来訪者の増加、観光消費の拡大を図ります



## 海の活用

### • 海洋都市の実現

横須賀は、東京湾と相模湾という異なる表情の海を持っており、この海は横須賀の発展の基盤であることから、横須賀ならではの成長のエンジンとして、観光やSUPなどのマリンレジャー、滞在の場づくりなどに活用していきます。

### • 世界が集い、技と交流が広がるウインドサーフィンのまち

ウインドサーフィンをまちの魅力として育ててきた「マリンスポーツのまち」として、海辺のにぎわい、交流、地域の誇りへとつなげ、自然と共にあるスポーツの価値を国内外に発信します。



### • 海洋研究機関との連携

JAMSTEC（国立研究開発法人 海洋研究開発機構）をはじめとする最先端の研究機関や市内企業と連携し、子ども向け体験プログラムや海洋教育、海に親しむコンテンツの展開を図ります。



## その他

### • 観光統計データの活用

アンケート等で収集したデータや人流分析データなど、観光に関連する各種統計データを収集・分析し、事業の立案及び効果検証に活用します。



### • ICTツールや生成AIなどの最新技術の活用

ICTツールや生成AIなどの最新技術を事業の分析や事業立案、情報発信に積極的に活用し、質の高い観光施策を展開します。



### • 横須賀市観光協会の機能強化

横須賀市観光協会の活動を助成し、組織の体制強化や、各種イベント等の活動推進を図り、組織の自立化を目指します。



### 戦略3 | アプローチ層への訴求

これまでの女性層や若年層、ファミリー層に加えて、小学生、中学生、高校生へのアプローチを強化し、将来の再来訪につなげます。

一般的な観光客に比べて消費額が高い傾向にある富裕層・プレミアム層に対しては、上質な観光体験や特別感のあるコンテンツ、サービスを造成し、積極的に誘客に取り組んでいきます。

また、インバウンドに対しては、欧米豪を中心とする特別な体験を求める消費単価の高い層へのリーチを図るほか、横須賀特有のインバウンドである米海軍横須賀基地の関係者へのアプローチも強化していきます。

これらのアプローチ層への訴求により、さらなる観光客層の拡大を図ります。

#### 学生・ファミリー層

- **教育旅行の誘致拡大**

将来の観光客になりうる学生をターゲットとして、教育旅行の誘致とそれに合わせたコンテンツ開発を行い、将来の再来訪、関係人口の構築を図ります。



- **関係人口の創出による将来的な定住人口の拡大**

都市イメージの発信や、民間事業者が主体となった新たな魅力的なイベントの開催により、若年層や女性、ファミリー層に対して訴求し、横須賀を体感してもらうことで、関係人口の拡大、定住促進を図ります。

- **市外在住の子育て世代を中心に、横須賀を体験・体感できる機会の創出**

将来的な移住者および関係人口の増加を図るため、市外在住の子育て世代を中心に、横須賀を「暮らすまち」として体験・体感できる機会を創出します。

- **エンターテインメント都市の魅力発信**

エンターテインメント都市の実現に向け、都内近郊エリアをターゲットとした情報発信、各種メディアへの働きかけ、多角的なPRを展開します。

- **SNSによる情報発信の強化**

若年層向けの情報発信強化を図るため、SNSを活用した情報発信により、認知の向上と情報の拡散を図ります。



## インバウンド・富裕層

- 訪日外国人来訪促進（再掲）

横須賀の持つ歴史や文化、豊かな自然環境を活かし、欧米豪を中心とした特別な体験を求める層の誘客を図ります。また、米海軍横須賀基地の関係者の市内周遊の促進を図ります。

- 海外向け観光情報の発信（再掲）

訪日外国人や米海軍横須賀基地関係者向けの多言語による観光情報の発信や、国内外で開催される商談会への参加、ファムツアーの開催、JNTOなどの国際的な機関との連携により、海外に向けて横須賀の魅力を発信し、来訪喚起を図ります。



- 高付加価値ツアーによる来訪促進（再掲）

国内外の富裕層や、欧米豪を中心としたインバウンドをターゲットとした高付加価値なツアー商品、コンテンツの造成に取り組み、来訪者の増加、観光消費の拡大を図ります。

## 戦略4 | 効果的なプロモーション展開

SNSをはじめとする時代のトレンドを捉えた効果的なプロモーションを実施し、国内外のアプローチ層にリーチしていきます。また、イベントやコンテンツ造成によりメディアへの露出を高めるほか、映画等のロケ地を積極的に誘致するなど、多様な層に横須賀の魅力を届け、来訪意欲を喚起していきます。

### ・ テレビ、映画、雑誌などのメディアの活用

テレビ、映画、雑誌などのメディアを活用した観光PRを推進するため、観光情報の積極的な提供や、撮影支援等の実施により、横須賀市での撮影や媒体使用の増加、露出の強化を図ります。



### ・ アニメや漫画、ゲームとのタイアップ企画（再掲）

横須賀にゆかりのあるアニメや漫画、ゲームなどとのタイアップ企画の実施により、コンテンツファンの来訪喚起、市内周遊を図ります。

### ・ 大河ドラマと連携したプロモーション

大河ドラマ放送に伴う注目度の向上を来訪喚起につなげるため、各種プロモーションを展開し、横須賀の認知度向上、来訪喚起を図ります。

### ・ デジタルを活用した発信強化

SNSや動画等デジタルを活用した情報発信強化に取り組みます。情報を集約、一元管理し、様々な広報媒体との連携により、効果的な情報発信を図ります。



### ・ ふるさと納税による地域資源（地場産品・観光等）の魅力発信

横須賀の魅力発信と市内事業者の販路拡大、ファンづくりにつなげるため、ふるさと納税返礼品の充実等の事業展開を行います。地域資源（地場産品・観光等）を全国に発信し、寄附の拡大と地域経済の活性化を図ります。

### ・ 観光キャンペーンによるセールス活動

市内外の来場者の多いイベントやスポットにおいて、横須賀の魅力を発信するキャンペーンを開催し、認知度向上、来訪を促進します。



### ・ 観光統計データの活用（再掲）

アンケート等で収集したデータや人流分析データなど、観光に関連する各種統計データを収集・分析し、事業の立案及び効果検証に活用します。

### ・ 海外向け観光情報の発信（再掲）

訪日外国人や米海軍横須賀基地関係者向けの多言語による観光情報の発信や、国内外で開催される商談会への参加、ファムツアーの開催、JNTOなどの国際的な機関との連携により、海外に向けて横須賀の魅力を発信し、来訪喚起を図ります。

# 第 3 章

---

## 数值目標

# 第3章 数値目標

## 1. 重要目標達成指標（KGI）

基本計画で設定した重要目標達成指標（KGI）に対する中間目標を設定します。  
設定項目は、基本計画と同様の「観光客数」と「観光消費額」の2項目とします。

基本計画		重要目標達成指標（KGI）	
		基準値 令和6年（2024年）	目標値 令和15年（2033年）
観光客数	.....	1,032 万人	>>>> 1,200 万人
観光消費額	.....	558 億円	>>>> 820 億円

アクションプラン		重要目標達成指標（KGI）	
		基準値 令和6年（2024年）	目標値 令和11年（2029年）
観光客数	.....	1,032 万人	>>>> 1,125 万人
観光消費額	.....	558 億円	>>>> 697 億円

	観光入込客数	周遊数	消費単価	観光客消費額
宿泊観光客	42 万人	×	39,972 円	= 169 億円
日帰り観光客	1,083 万人	/ 1.9	×	9,259 円 = 528 億円
合計	1,125 万人			697 億円

## 2. 重要業績評価指標（K P I）

K G Iと同様に重要業績評価指標（K P I）についても中間指標を設定します。  
基本計画のK P Iのうち、満足度については基本計画の期間8年間における定性的指標のため中間指標は設定せず、施設の来訪者数の6項目を設定します。

基本計画 重要業績評価指標（K P I）		基準値 令和6年(2024年)	目標値 令和15年(2033年)
施設の来訪者数	宿泊観光客数 -----	39万人	>>> 45万人
	三笠公園 -----	210万人	>>> 250万人
	ヴェルニー公園 -----	159万人	>>> 175万人
	猿島公園 -----	21万人	>>> 23万人
	ソレイユの丘 -----	99万人	>>> 109万人
	いちごよこすかポートマーケット-	89万人	>>> 100万人

アクションプラン 重要業績評価指標(K P I)		基準値 令和6年(2024年)	目標値 令和11年(2029年)
施設の来訪者数	宿泊観光客数 -----	39万人	>>> 42万人
	三笠公園 -----	210万人	>>> 232万人
	ヴェルニー公園 -----	159万人	>>> 168万人
	猿島公園 -----	21万人	>>> 22万人
	ソレイユの丘 -----	99万人	>>> 105万人
	いちごよこすかポートマーケット-	89万人	>>> 95万人





参考資料：実施施策一覧

基本戦略	No	項目名	担当部局名
1. 新たな観光拠点の整備	1	横須賀ならではの魅力の創造・発信に向けた三笠公園リニューアル	建設部
	2	「第二の開国」をテーマとした海と歴史を生かしたまちづくり	経営企画部
	3	浦賀の歴史と眺望を生かした愛宕山公園リニューアル	建設部
	4	豊かな自然環境と歴史資産を生かした「大矢部みどりの公園」整備	建設部
	5	新たな観光拠点への集客強化	文化スポーツ観光部
	6	秋谷老人福祉センター跡地の活用	経営企画部
	7	ホテル等宿泊施設の誘致	文化スポーツ観光部
	8	大楠山の再整備	文化スポーツ観光部
	9	学びが、まち歩きにつながる 横須賀市自然・人文博物館	教育委員会
	10	新たなまちづくりに向けた市街地再開発等の促進	経営企画部、建設部、教育委員会
	11	新たなふ頭の整備に向けた取り組み	港湾部
	12	うわまち病院跡地の活用	経営企画部
	13	バスタ追浜を中心とした駅周辺整備による、魅力ある「えき・まち・みち」空間の創出	経営企画部、建設部
	14	スマートインターチェンジの整備	建設部
2. 観光資源の磨き上げ	15	猿島公園の魅力向上	建設部
	16	ティボディエ邸の魅力向上	文化スポーツ観光部
	17	ヴェルニー記念館の機能拡充	文化スポーツ観光部
	18	大規模集客公園の施設改修	建設部
	19	横須賀美術館 開館20周年を契機とした企画展の展開とさらなる魅力発信	文化スポーツ観光部
	20	地域拠点公園の施設改良	建設部
	21	文化会館の設備更新	文化スポーツ観光部
	22	商店街の活性化	文化スポーツ観光部
	23	まちなかの活性化	文化スポーツ観光部
	24	よこすか海岸通りのリニューアル	経営企画部、建設部
	25	大河ドラマを活用した観光周遊促進	市長室、文化スポーツ観光部
	26	お土産品の開発の支援	文化スポーツ観光部
	27	シビックプライドの醸成	市長室、文化スポーツ観光部
	28	街なかミュージックの推進	文化スポーツ観光部
	29	挑戦の舞台がまちなかに広がる、アーバンスポーツのまち	文化スポーツ観光部
	30	ホームタウンチームと共に地域の活力を高めるまち	文化スポーツ観光部
	31	大規模スポーツ大会等の誘致	文化スポーツ観光部
	32	アニメや漫画、ゲームとのタイアップ企画	文化スポーツ観光部
	33	eスポーツの活用	文化スポーツ観光部
	34	メタバースの活用	文化スポーツ観光部

基本戦略	No	項目名	担当部局名
2. 観光資源の磨き上げ	35	民間事業者主体イベントへの支援	文化スポーツ観光部
	36	大型集客イベントや地域の特色を活かしたイベントの開催	文化スポーツ観光部
	37	横須賀の「食」を活かした飲食イベントの実施	文化スポーツ観光部
	38	イベントと連携した周遊事業の実施	文化スポーツ観光部
	39	ルートミュージアムによる市内周遊の促進	文化スポーツ観光部
	40	日本遺産の活用	文化スポーツ観光部
	41	民間連携による二次交通課題の解消	文化スポーツ観光部
	42	西地域の交通課題を改善	都市部
	43	ツアーデスクの設置	文化スポーツ観光部
	44	バスツアー商品の造成促進	文化スポーツ観光部
	45	個人旅行商品の造成促進	文化スポーツ観光部
	46	横須賀グルメの活用	文化スポーツ観光部
	47	よこすか野菜のブランド力向上・販路拡大	経済部
	48	「よこすか海の幸」の魅力発信	経済部
	49	「カレーの街よこすか」の推進	文化スポーツ観光部
	50	訪日外国人来訪促進	文化スポーツ観光部
	51	海外向け観光情報の発信	文化スポーツ観光部
	52	高付加価値ツアー、コンテンツの造成	文化スポーツ観光部
	53	海洋都市の実現	文化スポーツ観光部、港湾部
	54	世界が集い、技と交流が広がるウインドサーフィンのまち	文化スポーツ観光部
55	海洋研究機関との連携	経営企画部	
56	観光統計データの収集・分析	文化スポーツ観光部	
57	I C Tツールや生成 A I などの最新技術の活用	経営企画部、文化スポーツ観光部	
58	横須賀市観光協会の強化	文化スポーツ観光部	
3. アプローチ層への訴求	59	教育旅行の誘致拡大	文化スポーツ観光部
	60	関係人口の創出による将来的な定住人口の増加	経営企画部
	61	市外在住の子育て世代を中心に、横須賀を体験・体感できる機会の創出	経営企画部
	62	エンターテイメント都市の魅力発信	文化スポーツ観光部
63	S N Sによる情報発信の強化	市長室、文化スポーツ観光部	
4. 効果的なプロモーション展開	64	テレビ、映画、雑誌などのメディアの活用	文化スポーツ観光部
	65	大河ドラマと連携したプロモーション	文化スポーツ観光部
	66	デジタルを活用した発信強化	市長室、文化スポーツ観光部
	67	ふるさと納税による地域資源（地場産品・観光等）の魅力発信	経済部
	68	観光キャンペーンによるセールス活動	文化スポーツ観光部

## 横須賀市観光立市推進アクションプラン 2026 - 2029

- ・発行年月／令和8年（2026年）6月
- ・発行元／横須賀市文化スポーツ観光部観光課
- ・住所／〒238-8550 横須賀市小川町11番地

