

第3章 後期アクションプランの方向性と実行方針

前期アクションプラン期間に取り組んできた事業や、YOKOSUKAビジョン2030、再興プラン2022－2025による政策方針なども踏まえたうえで、これからの観光立市に向けた後期アクションプランの方向性と実行方針を掲げます。

1 後期アクションプランの方向性

方向性1 観光客増加のための取り組み

- ①新たな観光客を誘引する魅力や拠点づくり
- ②周遊・再来訪を促す仕組みづくり
- ③インバウンドの受け入れ環境の整備と集客促進

方向性2 消費単価を増加させるための取り組み ～お金を使いたくなる ショク・モノ・コト～

方向性3 横須賀の魅力の創造発信の強化 ～もっと面白い楽しそうな横須賀を～

方向性1 観光客増加のための取り組み

①新たな観光客を誘引する魅力や拠点づくり

令和3年度(2021年度)に本格稼働した「よこすかルートミュージアム」の充実を含めて、後期アクションプラン期間中も新たな魅力や拠点づくりを行います。あわせて「音楽・スポーツ・エンターテイメント」と本市の多彩な地域資源を融合させ、更なる魅力を発信することで、女性やファミリー層、若者や外国人など、新たな観光客層の開拓を行います。

②周遊・再来訪を促す仕組みづくり

「よこすかルートミュージアム」は歴史、文化のスポットだけではなく、自然豊かなスポットや観光施設などを「サテライト」と呼び、それらを様々な手法でつなぐことで市内全体を大きな「ミュージアム」と捉え、横須賀の新しい楽しみ方を提案しています。これを核にしなが、サテライトなどのコンテンツをつなぐことで市内の周遊や再来訪を促し、観光客の滞在時間を延ばす取り組みを進めます。

③インバウンドの受け入れ環境の整備と集客促進

コロナ禍により激減していた訪日外国人旅行者は、令和4年10月の国の入国制限の緩和により、韓国やタイなどのアジア地域や米国からの旅行者の増加により、急速に回復してきています。

この流れを的確に捉えながら、ターゲット国を絞った訪日外国人旅行者のニーズ調査や改善点の洗い出しを行い、受け入れの環境整備やプロモーション、集客の促進へとつなげるとともに、訪日外国人観光客に対応した外国語による情報発信を行い、集客につなげていきます。また、富裕層への認知拡大を図るとともに、米海軍横須賀基地関係者(居住者)に向けたプロモーションなども行い、市内への周遊を促進して消費拡大を図ります。

方向性2 消費単価を増加させるための取り組み ～お金を使いたくなる ショク・モノ・コト～

令和4年(2022年)にリニューアルオープンした「よこすかポートマーケット」は、バスツアーを含めた多くの観光客が立ち寄る場所として、食事を楽しみながらお土産や横須賀産の農産物、水産物を買うことができる魅力的な施設になることが求められています。さらに、令和5年(2023年)1月、ヴェルニー公園にレストランがオープンし、少人数の会食からウェディングパーティーまであらゆるシーンで利用可能な魅力的な施設となっています。

また、プロスポーツチームとの連携や、歴史や文化等を活かした商店街の取り組みを支援し、まちなかの活性化につなげます。

発信力のある横須賀の定番となるお土産や、飲食、体験、アミューズメントなどの要素も取り入れながら、市内での消費が増加する仕組みづくりを行い、市内の滞在時間を延ばすとともに、様々な形態の魅力的な宿泊施設を増やすため、新たな宿泊施設の誘致の可能性について探っていきます。

方向性3 横須賀の魅力の創造発信の強化 ～もっと面白い、楽しそうな横須賀を～

再興プラン2022-2025では「音楽・スポーツ・エンターテインメント都市」を目指すため市内にある多様な自然、歴史、文化など多彩な魅力を持つ地域資源と「音楽・スポーツ・エンターテインメント」の力を融合させ、新たな魅力を創造することを目指しています。

これらを踏まえながら、観光による集客や本市の魅力を広く発信し続けることで交流人口を増やし、横須賀の良さを知ってもらいます。

2 新たな施策や取り組みについて（前期アクションプランとの比較）

後期アクションプランの主な施策の中で、前期アクションプランには掲げていなかった新たな施策や、これまでよりも一層磨き上げを行う取り組みなどについて特に紹介します。

01 アーバンスポーツを活用した地域活性化

アーバンスポーツを活用して地域活性化を図るため、(一社)全日本フリースタイルBMX連盟と本市は「アーバンスポーツを活用した連携協定」を令和4年(2022年)4月に締結しました。7月にジャパンカップ横須賀大会をうみかぜ公園で開催するとともに、小学校訪問事業の実施や、大会のレガシーとして、全国自治体初となるBMX大会用パークをうみかぜ公園に常設しました。



02 ダンスプロジェクト

令和4年(2022年)8月、全国規模のストリートダンス大会「JAPAN DANCE DELIGHT」を主催する株式会社アドヒップ、横須賀のダンスカルチャー発展に取り組む株式会社フルクラムスクワッドと本市の3者によるダンス大会を開催しました。

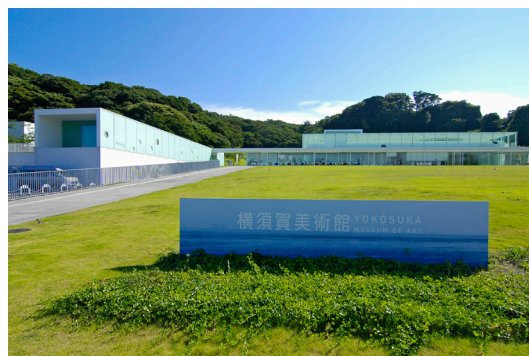
また、全国の高校生がダンスへの熱い思いをかける場所として、横須賀で新たな全国大会を立ち上げます。これをきっかけに「ダンス」を横須賀の新たなスポーツ文化として広く発信していきます。



03 観光・集客施設としてポテンシャルを高めた横須賀美術館

令和4年度(2022年度)に教育委員会から市長部局に移管した横須賀美術館の魅力的なロケーションを生かした、観光・集客施設としてのポテンシャルをさらに高めます。

美術館でのイベントなどの開催をはじめ、著名な民間美術館との連携による知名度の高い展示や、デジタルアート展などを実施していきます。



04 「よこすかルートミュージアム」の充実

令和3年度(2021年度)に本格稼働した「よこすかルートミュージアム」は、これまで中核拠点であるティポディエ邸や、千代ヶ崎砲台跡の整備などの拠点整備を中心に行ってきました。今後は、観光拠点である「サテライト」への周遊を促すための取り組みとして、各サテライト等の周遊性向上に資する事業提案への支援や、市内の駅などの交通拠点から観光地までの二次交通の充実を図るための取り組みなどを進めていきます。



05 民官連携によるプロスポーツのまちづくり

追浜を拠点とした「横浜DeNAベイスターズ」との連携や、久里浜の「F・Marinos Sports Park ~Tricolore Base Kurihama~」練習場のオープンを契機とした、新たにぎわいや地域活性化につなげる取り組みを行っています。

民官連携によるプロスポーツのまちづくりを、地元の商店街などとも連携しながら地域と一体となり進めていきます。



06 インバウンドへのアプローチ

コロナ禍により大きく落ち込んだ訪日外国人観光客について、国の入国制限の緩和による需要回復の動きを捉えながら、訪日外国人に向けた情報発信を行うとともに、特に全国のインバウンド全体の8割を占めているアジア地域のうち、ターゲット国を絞ったニーズの調査や改善点の洗い出しを行い、受け入れ環境の整備やプロモーションなどを推進していきます。また、米海軍横須賀基地関係者(居住者)に向けたプロモーションなども行い、市内への周遊を促進して消費拡大を図ります。



07 観光の質を高めるための取り組み

ヴェルニー公園での新たなレストラン、观音崎の新ホテルへのリニューアルや浦賀レンガドックを中心とした集客の取り組みや整備への検討などを含めて、本市の観光の質を向上させるための取り組みを推進するとともに、地域全体の高付加価値化につながるリゾートホテルなど、様々な形態の魅力的な宿泊施設の誘致なども行います。

3 後期アクションプランの実行方針と主な施策

後期アクションプランの実行方針は、「よこすかルートミュージアム」を核としながら、以下に基づき取り組みを展開していきます。

01 観光の核となる地域資源の創出や磨き上げ・活用

- ① 新たな核となる拠点（目的地）づくりと既存コンテンツの質の向上
- ② 地域資源を「つなぐ」しくみづくり
- ③ 地域資源と音楽・スポーツ・エンターテインメントの融合
- ④ 横須賀ゆかりの新たな魅力創出

02 横須賀でお金を使いたくなるモノ、コトの創出

03 民間事業者とのコラボレーションによる新たな魅力の発信

04 効果的なプロモーション

05 滞在時間の延長や宿泊につなげられる取り組み

観光の取り組みにおける質の向上

01 観光の核となる地域資源の創出や磨き上げ・活用

市内の地域資源を観光の核となるよう磨き上げ、魅力的なものにすることにより、外から人を呼び寄せて、観光消費額を増やす場所を提供します。

① 新たな核となる拠点（目的地）づくりと既存コンテンツの質の向上

- ✦ よこすかポートマーケットや横須賀美術館、ソレイユの丘をはじめ、新たな観光拠点として活用を検討している浦賀レンガドックなど、核となる拠点づくりを行うとともに、これらの拠点の魅力向上のために新規コンテンツを掛け合わせ、新たな観光客層を開拓します。
- ✦ あわせて新たな拠点だけでなく、既存の地域資源やコンテンツの質を向上させることに加えて、観光客を迎え入れるための観光ガイドへの支援を行うことにより、訪れた観光客が十分満喫できる魅力あふれる横須賀を創り出します。
- ✦ また、令和4年（2022年）の大河ドラマ放映を機に注目を浴びている三浦一族の歴史をはじめとした、鎌倉から江戸時代の文化や歴史などのコンテンツも活用しながら、ゆかりのある地域や拠点などへ支援を行います。

主な施策

観光・集客の核となる「よこすかポートマーケット」の魅力向上

- ・ 飲食・お土産などが揃った魅力的な観光施設としてリニューアルオープン

ソレイユの丘のリニューアル

- ・ グランピング施設やカフェレストランなど、新たな魅力を生むリニューアル

観光・集客施設としてポテンシャルを高めた横須賀美術館

- ・ 魅力的なロケーションを生かした観光・集客施設としてポテンシャルをさらに高め、著名な民間美術館と連携した知名度の高い作品の展示や、デジタルアート展などを実施

浦賀レンガドックの活用と浦賀地区の活性化

- ・ 民官連携による浦賀を中心としたプロモーション
- ・ 浦賀レンガドック、千代ヶ崎砲台などを合わせた集客の実施
- ・ 浦賀レンガドック周辺区域の本格整備に向けた検討やヒアリング
- ・ 隣接する浦賀警察署の跡地の取得

ティボディエ邸の展示等の充実やヴェルニー公園全体を盛り上げるための賑わい創出企画

- ・ 館内装飾やデジタルマップの強化や新作ムービーの公開
- ・ ミニコンサートやセレモニー、フランスフェアの実施
- ・ ウィンターイルミネーションの開催
- ・ 公園内のレストランとの連携など

津久井浜の環境を生かした「ウインドサーフィンのまち」の地域ブランド力向上

三浦一族をはじめとする文化や歴史を活用した取り組み

- ・ 三浦一族ゆかりの衣笠地区を中心とした地域活性化
- ・ 横須賀、鎌倉などの武家文化や歴史が残る地への周遊促進や連携強化

猿島公園の島内施設の再整備（日蓮洞窟、春日社跡）

公園のさらなる利活用

- ・ 三笠公園のリニューアル
- ・ 走水水源地公園に飲食店等を誘致
- ・ 音楽やアートを活用した平和中央公園のPR
- ・ 公園の指定管理者等と連携したイベントなどの開催
- ・ 県立観音崎公園ほかの利活用

観光関連団体や民間事業者などが行う観光ガイドへの支援

- ・ ティボディエ邸や千代ヶ崎砲台跡、貝山地下壕などルートミュージアムの中核拠点やサテライトでの観光ガイドに対する支援
- ・ 横須賀市観光協会が運営する観光ガイド団体への活動支援

訪日外国人観光客の受け入れ環境の整備

- ・ 看板や案内リーフレットの多言語対応、飲食店のメニュー等整備など

② 地域資源を「つなぐ」しくみづくり

- ✦ 観光客や観光消費額を増加させるためには、地域資源を点で終わらせずに線でつなぎ、横須賀にある数多くの魅力を楽しんでいただくことが重要です。
- ✦ 「よこすかルートミュージアム」のコンテンツを余すことなく楽しんでもらうために、横須賀市観光協会や民間事業者などと連携しながら、新たな着地型観光バスの運行や、移動自体が楽しめる交通手段の活用などの検討を進めます。
- ✦ また、浦賀と久里浜を結ぶペリー来航を感じられる航路や、様々なバスツアーの誘致など、市内の移動手段を充実させることにより各コンテンツ間の利便性を向上させ、地域資源間の周遊につなげていきます。
- ✦ また、観光客の周遊には市の境界はないため、三浦半島全体での広域連携を図るとともに、「よこすかルートミュージアム」に関連が深い日本遺産「鎮守府横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できる街～」のストーリーを構成する旧軍港四市と連携した取り組みを進めます。

主な施策

ティボディエ邸周辺施設と連携した取り組み

- ・市民向けサテライトツアーの実施
- ・周辺の海での夜間クルーズ
- ・猿島でのイベント開催

ルートミュージアムの周遊促進支援

- ・各サテライト等の周遊性向上に資する事業提案への支援

ツアーセールス事業

- ・バスツアー助成、旅行事業者向けの情報発信や視察ツアーの開催など

よこすか海岸通りの活性化やリニューアル

- ・「よこすかコーストパフォーマンス」の通年開催
- ・既存モニュメントをアートなどで再生するストリートキャンパスの実施
- ・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歩道の整備を行い、安全で快適な歩行空間を確保する

ICT活用による周遊促進や観光マーケティング調査の実施

- ・「AIビーコン」による収集データの分析や観光施策への活用など
- ・デジタルを活用した回遊性向上に向けた取り組みの推進

民間事業者や横須賀市観光協会などと連携しながら、市内の駅などの交通拠点から観光地までの二次交通の充実を図る

- ・新たな着地型観光バスの運行
- ・浦賀と久里浜を結ぶペリーの歴史を体感できる航路
- ・移動自体が楽しめる交通手段の活用の検討
- ・多様なバスツアーの誘致

ルートミュージアムコンテンツを生かした、市外からの遠足や修学旅行等の誘致

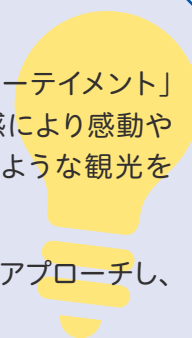
訪日外国人観光客に向けたモデルコースの造成

神奈川県や三浦半島4市1町と連携した取り組みの推進

旧軍港四市(横須賀市・呉市・佐世保市・舞鶴市)の連携による「日本遺産」を活用した取り組み

③ 地域資源と音楽・スポーツ・エンターテインメントの融合

- ✦ 「よこすかルートミュージアム」を中心とした地域資源と「音楽・スポーツ・エンターテインメント」のコンテンツを融合させることにより、見るだけで終わらずに、非日常の体験や体感により感動や驚き生まれ、年齢や性別などにかかわらず誰もが親しみを感じ、ワクワクするような観光を創り出します。
- ✦ 横須賀独自の観光を発信することで、今まで横須賀に興味を示さなかった観光客層にアプローチし、観光客数の増加につなげます。



主な施策

街なかをステージとした音楽ライブの場の創出

- ・街なかライブの実施やアーティストの支援、「街なかピアノ」の増設
- ・音楽を活用した平和中央公園のPR
- ・横須賀中央地区でのミュージックフェスティバルの開催

ダンスプロジェクト

- ・屋外でのダンス練習環境の整備
- ・ダンス大会の開催
- ・市内中高生の活動の応援

追浜を拠点とした「横浜DeNAベイスターズ」との連携

- ・選手やチアリーダーが小学校や幼稚園を訪問し、ふれあう機会を創出
- ・秋季トレーニング期間を活用した地域イベントの開催
- ・商店街等と連携したにぎわいの創出

久里浜の「横浜F・マリノス」練習場オープンを新たなにぎわいや地域活性化につなげる取り組み

- ・久里浜のまちの装飾
- ・民間事業者と連携した久里浜への集客企画
- ・プロ選手による商店街PRなどを通じた地域活性化の促進
- ・商店街等と連携したにぎわいの創出

ウインドサーフィンワールドカップの開催

- ・ウインドサーフィンワールドカップの開催
- ・ナショナルチーム強化練習会の誘致
- ・ジュニアアスリートの発掘・育成
- ・全日本ウインドサーフィンフリースタイル大会の開催

アーバンスポーツの取り組み

- ・BMXフリースタイルジャパンカップの開催
- ・プロのライダーやコーチによる小学校への訪問
- ・アーバンスポーツの普及活動（体験会やショーなど）

eスポーツの振興

- ・高校生のeスポーツの活動支援やさまざまな年代・立場の方への普及支援

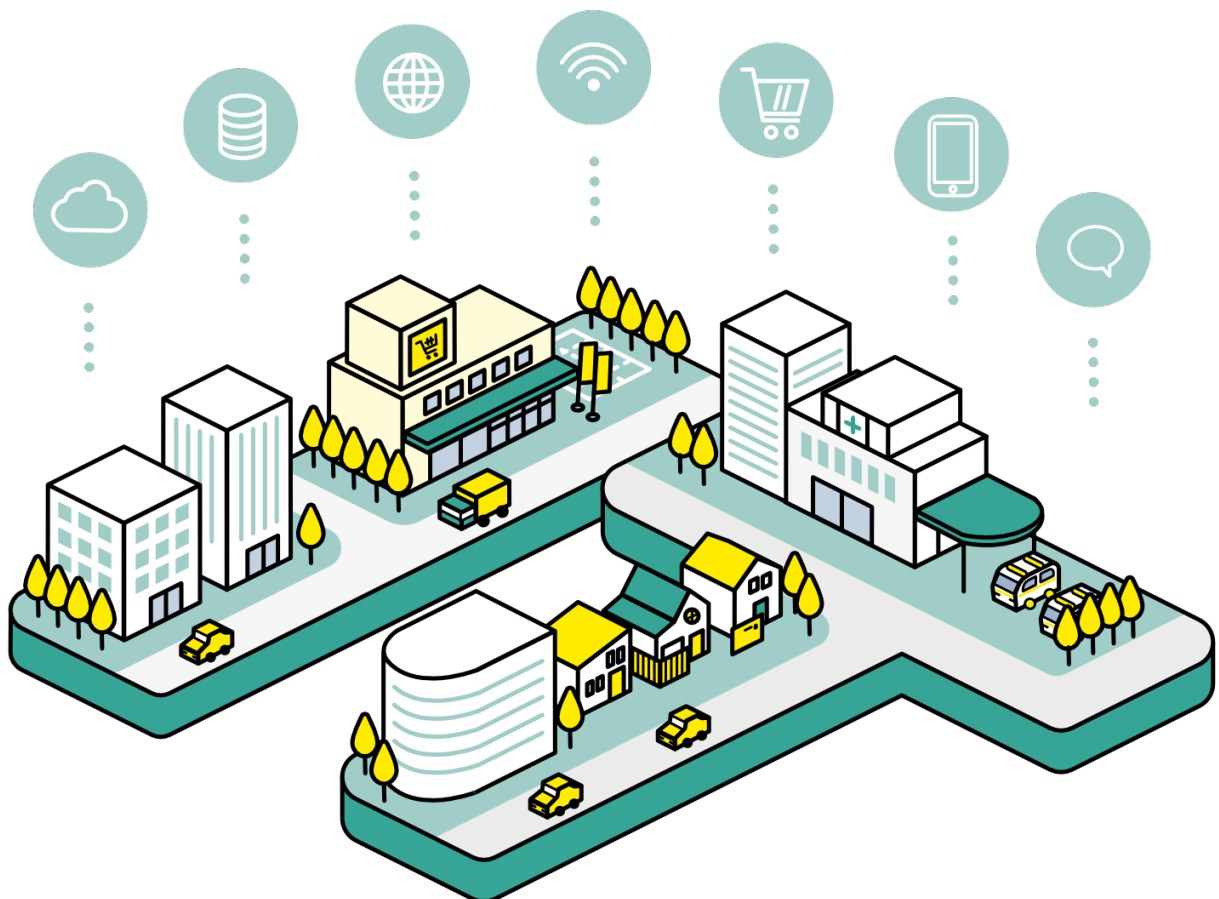
夜の猿島を舞台とした「Sense Island」の開催

うみかぜ公園での民間企業と連携した新たなエンターテインメントの仕掛けづくり

アニメやゲームと市の魅力を組み合わせた集客企画

④ 横須賀ゆかりの新たな魅力創出

- ✦ 横須賀には開国以来の歴史や出来事などにも、未開発な観光資源が存在しています。例えば、横須賀造船所では2号ドック起工式の時に西洋式の気球が揚げられた記録があります。また、横須賀製鉄所が生んだ造船会のエリートであった桜井省三が提供したおもてなし料理、牛タンシチューのレシピも現在に伝えられています。
- ✦ このほかにも、まだあまり知られていない新たな横須賀のゆかりの魅力を掘り起こしながら創出していきます。



02 横須賀でお金を使いたくなるモノ、コトの創出

- ✦ 市内消費を拡大させるためには、お金を使いたくなるようなモノやコトが市内に数多く存在し、そこにたくさんの観光客が立ち寄ることが重要です。
- ✦ よこすかポートマーケットは、観光バスツアーを含めて多くの観光客が立ち寄り食事をして、お土産や横須賀産の農水産物を買って求めているような魅力的な施設となることが重要です。
- ✦ また、発信力がある横須賀の定番となるお土産の開発を、民間事業者などと連携して進めるとともに、横須賀の地域資源である豊かな農水産物を活用したグルメも、横須賀の魅力として発信していきます。
- ✦ その他にも、マリンレジャーをはじめとした自然を活用した体験型コンテンツ、ヴェルニー公園や走水水源地への飲食・物販施設の誘致、うみかぜ公園の活用、体験型観光ツアーの実施、ワーケーションの推進、新たな航路の運航、商店街の魅力の向上など、観光を消費につなげる取り組みを進めていきます。
- ✦ あわせて、国の規制緩和に伴い増加が見込まれるインバウンド需要に対応するため、外国人目線による地域資源やコンテンツのなど調査や磨き上げを行い、ベジタリアン、ヴィーガンなどへの対応を含む飲食店の受け入れ環境整備を行います。

主な施策

観光・集客の核となる「よこすかポートマーケット」の魅力向上（再掲）

- ・飲食・お土産などが揃った魅力的な観光施設としてリニューアルオープン

民間事業者と連携した新たなお土産の開発や支援

- ・おみやげアイデアコンテスト受賞提案の製品化やプロモーション
- ・横須賀市観光協会でのお土産開発や支援

地域資源である豊かな農水産物を活用したグルメの魅力発信

マリンレジャーの振興

- ・シーカヤックやSUPなど、海を活用した体験型コンテンツの提供

マリンスポーツの大会や合宿の誘致

アーバンスポーツ大会等の誘致

走水水源地への飲食・物販施設の誘致

うみかぜ公園での民間企業と連携した新たなエンターテイメントの仕掛けづくり（再掲）

民間事業者や横須賀市観光協会とも連携した体験型観光ツアーの実施

ワーケーションの推進

ヴェルニー公園内にオープンしたレストランとの連携やティボディエ邸周辺の海での夜間クルーズ（再掲）

各地域の特色を生かした商店街等の取り組みの支援

- ・プロスポーツチームとの連携や、地域の歴史、文化、個性的な街並みを生かした活性化事業への支援

訪日外国人観光客への対応

- ・外国人目線による地域資源やコンテンツのなど調査や磨き上げ
- ・ベジタリアン、ヴィーガンなどに対応を含む飲食店での受け入れ環境の整備

国際会議や学会・スポーツ大会等の誘致

- ・学会やスポーツ大会・合宿を誘致して、参加者の宿泊、飲食、観光等による経済効果の増加や市のブランドイメージ向上と発信を図る

全国的に認知されているグルメのブランド力の向上

- ・よこすか海軍カレーやヨコスカネイビーバーガーに関する取り組み

03 民間事業者とのコラボレーションによる新たな魅力の発信

- ✦ 横須賀の地域資源を魅力的なものとして強く発信するためには、行政だけの力では不十分です。専門性が高く、発信力の高い民間企業との連携を図り、民間事業者の人材、ノウハウ、資金を活用させていただくことにより、より魅力的で話題性のある事業展開が可能となります。
- ✦ また、著名人や民間事業者とのコラボレーションを行うことにより、その先にいる無数のフォロワーへのアプローチが可能となり、取り組みそのものが横須賀の広告となると考えることもできます。
- ✦ 民間事業者とのネットワーク構築をさらに進め、コラボレーションにより横須賀の新たな魅力を発信することで、横須賀で事業や投資をしたいという民間事業者を増やし、市内事業者のビジネスチャンスを創出するような好循環を創り出していきます。また、企業版ふるさと納税の情報なども積極的に民間事業者に発信し、新たな財源獲得につなげていきます。

主な施策

民官連携の推進

- ・問い合わせワンストップ窓口の設置、専用ホームページによる情報発信など

民官連携によるプロスポーツのまちづくり

- ・ベ이스ターズ秋季トレーニング期間を活用した地域イベント開催（再掲）
- ・商店街等と連携したにぎわいづくり（再掲）
- ・プロ選手による商店街PRなどを通じた地域活性化の促進（再掲）
- ・企業版ふるさと納税を活用した（一社）F・マリノススポーツクラブと連携した地方創生事業
- ・横須賀スタジアム・マリノス練習場へのアクセス道の装飾

民間企業等を活用したエンターテインメントイベント等の誘致

ヴェルニー公園内のレストランのオープン（再掲）

宿泊事業者、旅行事業者などとの連携による宿泊観光の推進

ルートミュージアムの周遊促進支援（再掲）

- ・各サテライト等の周遊性向上に資する事業提案への支援

アニメやゲームと市の魅力を組み合わせた集客企画の実施（再掲）

eスポーツの振興（再掲）

- ・高校生のeスポーツの活動支援やさまざまな年代・立場の方への普及支援

ツアーセールス事業（再掲）

- ・バスツアー助成、旅行事業者向けの情報発信や視察ツアーの開催

著名な民間美術館と連携した横須賀美術館での知名度の高い作品の展示（再掲）

民間事業と連携した新たなお土産の開発や支援（再掲）

企業版ふるさと納税の情報などを積極的に民間事業者に発信し、新たな財源獲得へとつなげる取り組み

04 効果的なプロモーション

- ★ 横須賀の新たな魅力を、これまで横須賀に関心がなかった観光客層に届けるためには、プロモーションのあり方も変化させなければいけません。これまでの「音楽・スポーツ・エンターテインメント」を活用した取り組みにより、横須賀のメディアへの露出も増加しています。
- ★ 従来手法にとらわれず、デジタルコンテンツの活用も含めながら、女性、ファミリー層、若者、外国人、コンテンツファンなど、新たな観光客層を意識した効果的なプロモーションにより、横須賀の魅力を強く発信します。
- ★ また、訪日外国人観光客に対応するため、多言語による観光情報サイトやパンフレットの情報発信やツアープロモーションなどを行うとともに、米海軍横須賀基地関係者（居住者など）に向けたプロモーションなども行い、市内での消費拡大を図ります。
- ★ 特に、インパクトのあるイベントは、イベント自体がプロモーションになるため、音楽やサブカルチャーなどを活用した、注目を浴びるイベントを行っていきます。

主な施策

都市魅力のPR

- ・市外重点エリアやメディアなどを対象としたプロモーション
- ・ホームページ・SNSでの発信や地域資源を活用したプロモーション

サブカルチャーを活用した新しい客層の取り込み（アニメ・ゲーム等）

街なかをステージとした音楽ライブの場の創出

- ・街なかライブの実施とアーティストの支援（再掲）
- ・WEBサイト、SNSによる情報発信など

よこすか野菜や海の幸の魅力発信

- ・よこすか野菜のPR・販売促進、メディアへのPRなど
- ・水産物の魅力を市内外に伝える企画 など

メディアなどへのセールス

- ・各種メディアへのセールス活動
- ・撮影の支援、取材・番組制作に提供する素材の撮影

交通機関への広告やコミュニティ紙、FMラジオなど様々な媒体への情報発信

集客促進のための取り組み

- ・観光キャンペーンによるセールス活動
- ・観光案内の実施（横須賀市観光案内所、三笠ターミナル）

ツアーセールスの取り組み

- ・旅行事業者向けの情報発信や視察ツアー、ファミトリップの実施
- ・バスツアー助成の実施

海外のメディアや旅行会社へのツアープロモーション

- ・ファミトリップ、商談会、空港コンシェルジュへの横須賀の紹介 など

外国語による情報の発信

- ・多言語観光情報サイト「Guidoor（ガイドア）」、英語版観光ホームページ「Yokosuka Travel Guide」、多言語パンフレットの発行など

訪日外国人観光客に向けた、京浜急行及びJR東日本の駅や羽田空港での多言語ガイドブックの配架や、羽田空港での誘客の実施

米海軍横須賀基地関係者（居住者など）に向けたプロモーション

音楽やサブカルチャーなどを活用した、注目を浴びるイベントの実施

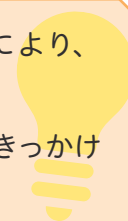
- ・インパクトがあるイベント自体をプロモーションにすること など

横須賀ならではの特性を観光に活かして発信

- ・西地域などの豊かな自然や浦賀沖に黒船が来航してペリーが久里浜に上陸した、日本で誰でも学ぶ開国の歴史を活用する取り組み など

05 滞在時間の延長や宿泊につなげられる取り組み

- ★ 市内での滞在時間を延ばすため、夜に楽しめるイベントや場所を提供することにより、宿泊へもつなげられるような有機的な滞在型観光も目指します。
- ★ また、横須賀に来て楽しめるコンテンツの幅を増やして発信することにより、来訪へのきっかけづくりや都市の魅力向上につなげていきます。



主な施策

ヴェルニー公園全体を盛り上げる賑わい創出企画（再掲）

- ・ミニコンサートやセレモニー、フランスフェアの実施
- ・ウィンターイルミネーションの開催
- ・公園内のレストランとの連携

ティボディエ邸周辺施設と連携した取り組み（再掲）

- ・市民向けサテライトツアーの実施
- ・周辺の海での夜間クルーズ
- ・猿島でのイベント開催

東京九州フェリー就航に伴う市内のホテルや観光関連事業者との連携による地域経済の活性化

観音崎京急ホテルの新ホテルへのリニューアル

- ・眺望や周辺環境を生かしたリゾートホテルとしてのリニューアルと、リゾート事業のノウハウを取り入れた運営形態の変更

旧軍港市日本遺産活用推進協議会（横須賀市、呉市、佐世保市、舞鶴市）による日本遺産を活用した観光振興や交流人口の拡大

宿泊事業者、旅行事業者などとの連携による宿泊観光の推進

新ホテル施設誘致にかかる奨励金

- ・商業等集積奨励金、ホテル誘致等奨励金

多様な宿泊形態の検討

- ・地域全体の高付加価値化につながるリゾートホテルなど、様々な形態の魅力的な宿泊施設の誘致、検討
- ・民泊、キャンプ場の活用など宿泊能力の向上を図る

第4章 後期アクションプランの目標と重要業績評価指標（KPI）

1 数値目標

項目	現状値	目標値 (令和7年度)
観光客消費額 神奈川県観光客消費動向等調査における、三浦半島 (鎌倉地区以外)の宿泊客および日帰り客の平均消 費単価を、観光客数に乗じた額	225 億円 (令和3年度)	636 億円以上
	444 億円 (令和元年度)	
観光客数 日帰り観光客数と宿泊観光客数の合計	562 万人 (令和3年)	1,000 万人以上
	875 万人 (令和元年)	

※令和2年度以降は、新型コロナウイルス感染拡大により影響が生じています。

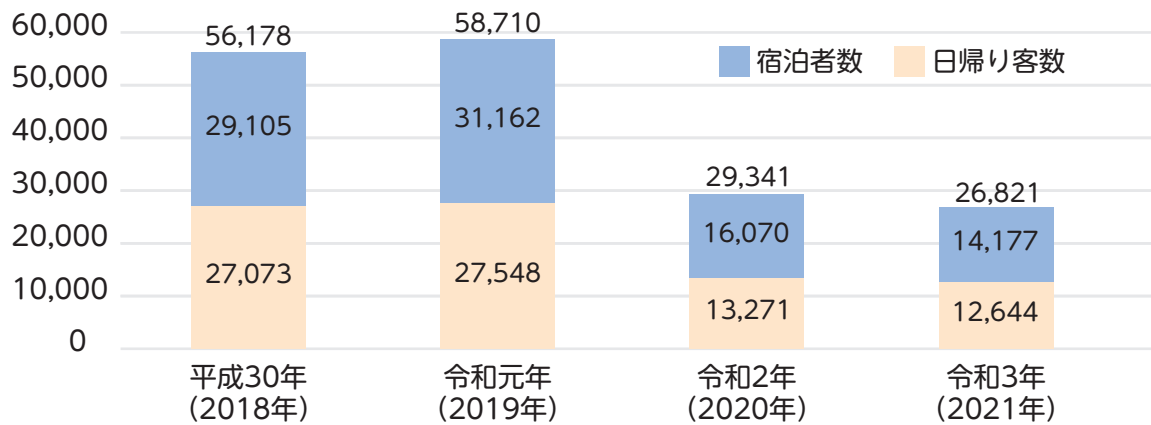
2 重要業績評価指標(KPI)

項目	現状値	目標値 (令和7年度)
横須賀美術館展覧会の観覧者数 横須賀美術館の展覧会を観覧した年間の総数	127,077 人 (平成29年度～ 令和元年度平均)	141,000 人
ティボディエ邸の入館者数 1年間の来館者数の合計	59,394 人 (令和3年度)	150,000 人
浦賀レンガドックへの来場者数 新規イベントや観光ツアー等の来場者数の合計	18,000 人 (令和3年度)	70,000 人
ソレイユの丘（長井海の手公園）の来園者数 2023年度リニューアル後の年間来園者数	700,000 人 (令和3年度)	1,000,000 人
音楽イベントの来場者数 各会場の来場者数の合計	—	20,000 人
ストリートダンス大会の来場者数 大会の出場者と観覧者数の合計	—	8,000 人
ホームタウンチームの選手の学校訪問や イベント参加の回数 ホームタウンチームの選手やコーチが小学校・幼稚園・ 保育園・こども園に訪問した回数	34 回 (令和2年度)	50 回
ウインドサーフィンワールドカップの観覧者数 大会期間中の延べ観覧者数（オンライン視聴者数含む）	86,000 人 (令和4年度)	100,000 人
BMX フリースタイルジャパンカップの来場者数 大会期間中の延べ来場者数	9,700 人 (令和4年度)	15,000 人
よこすか野菜がメディアに取り上げられた件数 市が行う、メディアに向けたよこすか野菜のPR・情報発 信に対し、取り上げられた件数	7 件 (令和3年度)	15 件
関係団体への補助件数 よこすか海の幸魅力発信事業における、補助の実施件数	3 件 (令和3年度)	6 件

※参考1 国内における観光客の現状

- 観光庁発表の「旅行・観光消費動向調査」では、令和3年（2021年）の日本人の国内延べ観光客数は2億6,821万人で、令和元年（2019年）との比較で54.3%減、前年比では8.6%減となりました。そのうち、宿泊観光客数が1億4,177万人（令和元年比54.5%減、前年比11.8%減）、日帰り観光客数が1億2,644万人（令和元年度比54.1%減、前年比4.7%減）でした。

図表18 日本人国内日帰り客数・宿泊客数の推移（単位：万人）



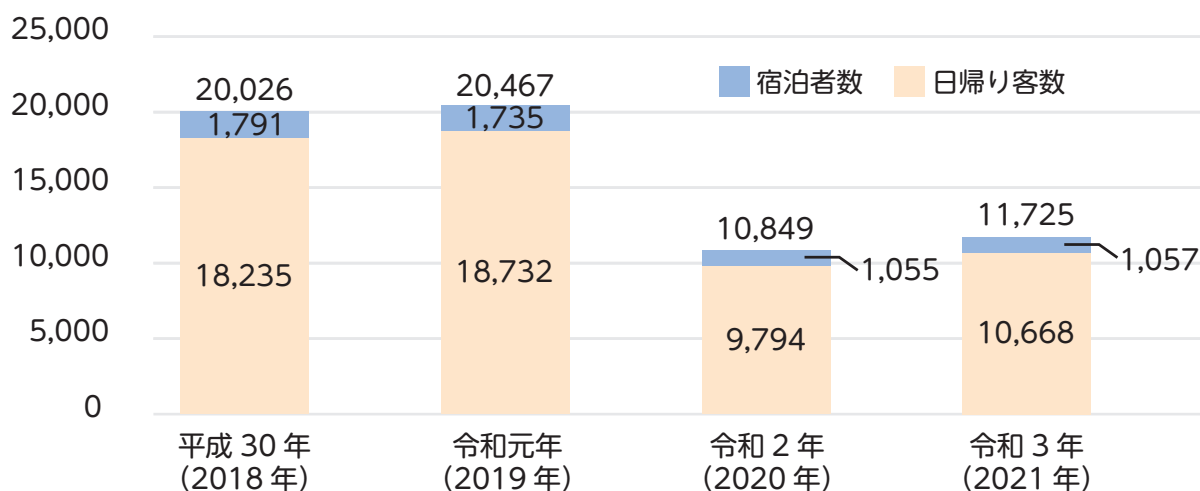
出典：「旅行・観光消費動向調査（2021年）」を加工して作成

- 「令和4年版観光白書（概要版）」では、観光関連産業の売上高は特に宿泊業と旅行業を含む生活関連サービス業での回復が遅く、宿泊業は規模に関わらず厳しい状況であると報告されています。観光関連産業の営業利益は、令和2年は概ねマイナスで推移しており、令和3年の後半以降は少し持ち直しているものの、厳しい状況が続いています。
- 令和3年（2021年）の訪日外国人観光客は25万人で、前年比（412万人）より94.0%減となり、令和元年（2020年）の3,188万人との比較では99.2%減と大幅な減になりました。

※参考2 神奈川県や三浦半島地域における観光客の現状

- 神奈川県観光振興対策協議会の「神奈川県入込観光客調査報告書」によると、令和元年（2019年）に神奈川県を訪れた観光客数は、2億467万人と過去最高でした。
- 令和2年（2020年）の観光客数は、新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛要請やイベントの中止、観光施設の一時休館の影響で1億849万人（前年比47.0%減）と、前年の半減近くになりました。
- 令和3年（2021年）は1億1,725万人（前年比8.1%増）で、前年より少し増加しています。各月を前年と比較すると、3月～7月は増加し、8月・9月は緊急事態宣言の影響で前年を割り込みましたが、10月～12月は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などの適用がなく、令和元年（2019年）との比較で8～9割まで回復しています。

図表19 神奈川県の国内日帰り客数・宿泊客数の推移（単位：万人）



出典：「令和3年神奈川県入込観光客調査報告書」を加工して作成

- 「神奈川県観光客消費動向等調査報告書」では、県内を5つの地域に分けた上で、横須賀市を含む三浦半島地域（鎌倉地区以外）の観光客の特性を分析しています。令和3年度の報告書による来訪目的の上位は、宿泊、日帰り客とも「自然・風景鑑賞」が最も多く、次いで「ショッピング、飲食」が続いています。

図表20 観光客の来訪目的（令和3年度：複数回答）

宿泊		日帰り	
自然・風景鑑賞	90.9%	自然・風景鑑賞	60.4%
ショッピング・飲食	22.7%	ショッピング・飲食	30.4%
遊園地	13.6%	その他	14.0%
その他「見物・鑑賞」	13.6%	その他「見物・鑑賞」	11.6%

出典：「令和3年度神奈川県観光客消費動向等調査」を加工して作成

- ・ 利用交通機関の上位については、宿泊客は自家用車が最も多く、私鉄・地下鉄、市内バスが同率で続き、日帰り客も自家用車が最も多く、市内バス、その他と続きます。
情報源については、宿泊、日帰り客とも、家族や友人の勧め（口コミ）が最も多く、次いでインターネットが続きます。

図表21 観光客の利用交通機関（令和3年度：複数回答）

宿泊		日帰り	
自家用車	90.9%	自家用車	90.3%
私鉄・地下鉄	27.3%	市内バス	16.9%
市内バス	27.3%	その他	5.3%

出典：「令和3年度神奈川県観光客消費動向等調査」を加工して作成

図表22 観光客の情報源（令和3年度：複数回答）

宿泊		日帰り	
家族や友人の勧め（口コミ）	54.5%	家族や友人の勧め（口コミ）	55.1%
インターネット	40.9%	インターネット	23.7%
その他	9.1%	その他	20.3%

出典：「令和3年度神奈川県観光客消費動向等調査」を加工して作成