

## 横須賀市観光立市推進基本計画について

### ○調査項目

#### I はじめに

観光は、古くから「地域の光を観る」と言われており、地域に有する固有の地域活性化資源を発見し、それに触れ合うことによって、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。また、国の観光政策審議会では「観光は余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶことを目的とする」と説明されている。そういった中、全国的に人口減少社会に入り、また少子高齢化問題等により地域経済は大きな構造変化の局面を迎え観光に注目が集まっている。そのような状況のもと 2010 年 6 月に、国の成長戦略のひとつとして「観光立国・地域活性化」戦略が掲げられた。

これは、「観光」の地域に対する高い経済波及効果や雇用創出効果が期待されているからである。現在、定住人口の減少や今後特に地方においては人口減少が急速に進行することが予想され、そういったことにより地域内消費の減少で地域経済が縮小し、さらなる地域間格差の拡大も懸念されている。さらに少子高齢化も進行し、2025 年には総人口の約 30.5% (約 3,635 万人) と、およそ 3 人に 1 人が 65 歳以上になると見込まれている。

このような状況下において、昨今ではインバウンドとして海外からの訪問渡航者も増え、大きな成長が期待させることから地方の起爆剤としても観光振興に注目が集まっている。

大津市においても昨年度をインバウンド元年と位置づけ、海外からの旅行客獲得に向けた施策を展開しており、また、平成 21 年度に策定された「大津市観光交流基本計画」については、本年度で計画の最終年を迎えることから新たな計画の策定に取り組まれているところである。

こうしたことを踏まえ、観光を一つの産業として捉えた「観光立市推進条例」を制定され、その計画の策定に取り組まれている横須賀市を訪問し、今後における大津市の観光施策の参考にするため、行政視察を実施したものである。

## Ⅱ 横須賀市の概要について

神奈川県南東部の三浦半島に位置し、東京から50km圏内に含まれる中核市であり、市の面積は100.70km<sup>2</sup>（2010年（平成22年）10月1日現在）で、神奈川県の約4.2%を占め、地形的には、北帯山地、中帯山地および南帯山地に大別され、標高100～200m程度の起伏の多い丘陵・山地からなり、広い平地が少ないのが特徴となっている。海岸線の東京湾岸北部はリアス式海岸の溺れ谷をなし、天然の良港となっており、西海岸は海蝕地帯が多く、その他は概ね砂浜と岬で構成されている。

人口は、2016年（平成28年）7月現在で約40万4,930人となっており、神奈川県内の総人口（2010年（平成22年）3月末現在）の約4.8%を占めている。

これは、県内では横浜市、川崎市、相模原市について4番目に多い人口であるが、1992年（平成4年度）をピークに減少傾向にある。一方、世帯数については、2010年（平成22年）10月現在、約16万6千世帯で、増加傾向にあり、核家族化や一人暮らし世帯が増加していることが推測される。

産業は、戦後、自動車産業を中心とした諸企業が追浜地区に参入し、輸送機関連の産業（自動車や造船）を中心に発展してきた。2006年（平成18年）の産業構造をみると、事業所数および従業員数ともに、卸売・小売業や飲食店・宿泊業などの第三次産業が主であり、第二次産業である建設業、製造業は、事業所数で約13%、従業員数で約18%となり、第一次産業である農林漁業は、非常に少ない割合である。



横須賀市上空より東京湾を望む

### Ⅲ 横須賀市観光立市推進基本計画の概要について

以下、横須賀市観光立市推進基本計画の概要について記載する。

#### 1 計画の策定と目的について

##### (1) 計画策定の背景（横須賀市観光立市推進条例の成立）

横須賀市はかつて日本有数の観光地であった。1865年に横須賀製鉄所がひらかれた当時のよこすかは、近代産業のシンボルであった製鉄所を一目見ようとする観光客であふれ、多くの旅籠が軒をつらね日本初の観光マップもつくられた。その後、軍港の都市として発展し、戦後は製造業中心の産業都市となるなかで、観光という産業は忘れ去られていった。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よこすかにとって、新たな産業の振興がなければ将来の進展はありえない。これからは、時代とともに変化する環境に適切に対応していくことが求められている。そのためには、よこすかのもてる力を最大限にひきだせる可能性を秘めた産業として、観光をとりあげる必要がある。観光地としての歴史があるよこすかには、豊かな自然と先人たち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、まさに市全体が観光資源の宝庫となっている。その観光資源を掘り起し、磨き、育て、大切に守り、有効に活用しながら、魅力ある観光地をつくり、観光を産業の柱とする「観光立市よこすか」を目指すために、2014年（平成26年）第4回定例会において議員提案による「横須賀市観光立市推進条例」が可決され、その中で「観光立市」の目指す姿を定めて、その実現に向けた観光事業者、観光関係団体、市民、市などの役割を示し、本計画に位置づける施策を各々の役割に応じて推進していくことが必要であると規定されている。

また、その結果として、市民生活の安定向上、本市経済の発展及び観光を通じた国際相互理解の増進に寄与することを、本計画策定の目的とし、特に、経済の発展については、本市経済の基盤である産業構造の大転換を観光によって行おうとされている。

本条例は、観光事業者、観光関係団体、市民、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ていくというものである。

## 2 目指すべき観光立市の姿と観光事業者等の役割と市の責務について

### 横須賀市観光推進基本計画より

本市は観光が産業の柱となる「観光立市」を目指しています。そこで、「観光立市」が実現した姿として「どのような魅力を持つのか」「どのような人々に来てもらうのか」「どうやって産業の柱としていくのか」を示します。またその実現のための関係者の役割を示します。

#### (1) 観光立市の姿

観光立市が実現すると、市内の豊富な地域資源は常に魅力を持ち続け、その魅力を伝え、その魅力に向かって多くの観光客が来訪し、観光事業者などにより新たなビジネス展開が行われ、地域の経済が活性化すると考える。

#### (2) 様々な主体の役割像

観光立市の実現に向けた、観光事業者、観光関係団体、市民に期待する役割と、市の責務を示す。

##### ① 観光事業者

観光は関連産業まで含めると裾野が広い産業と言われており、全ての産業分野の事業者が観光事業に参入することで、観光事業者になる可能性がある。観光振興の主役である観光事業者は、様々な観光客のニーズに柔軟に対応しながら、良質なサービスや的確な商品の提供など、新たな付加価値を生み出すことが求められる。

その結果、観光客はさらに増加していき、魅力的な地域が形成され、観光分野の地域産業構造も厚みを増し、また、観光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や再発見、既に活用している地域資源のさらなる磨き上げをして、継続したビジネスチャンスを広げることも可能である。「観光客の満足度の向上」「観光の振興」「新たな産業の創出」に積極的な役割を担うことが期待される。

##### ② 観光関係団体

観光関係団体とは、観光事業者で構成される業界団体や、観光に関する活動を行う団体（(一社)横須賀市観光協会、横須賀商工会議所、よこすか葉山農業協同組合、横須賀市漁業振興協議会、地域運営協議会、町内会など）を指す。

観光関係団体は、団体構成員間での相互の連携を図りながら、観光事業者に

よる地域資源の魅力の創出や、観光ビジネスの展開などを支援するとともに、地域におけるおもてなしの向上を図り、観光客を迎え入れる環境を整えることなどの施策に対し、観光事業者、市民、市のパイプ役となり、連携した支援をしていくことが求められている。

### ③ 市民

市民は、自らが観光を楽しんでいただくことが一番の役割であり、市内や市外において様々な観光を楽しむことで、地域の魅力や歴史を発見・再発見することが出来るし、改めて地元への興味や愛着を持つことができる。

そして、観光立市という視点からは、「お客様の立場」「迎え入れる立場」「宣伝マンの立場」「観光事業者の立場」という4つの立場から捉えることができる。

「お客様の立場」としては、本市の地域やイベントなどに積極的に参加することで、地域資源の再発見や故郷への愛着を高め、観光消費の拡大などに貢献していただく。

「迎え入れる立場」としては、観光客が気持ちよく本市の観光を体感できるように、地域の美化やおもてなしの心がけでの接遇、地元の語り部などとして観光客と交流することにより、市民が気付いていない新たな地域資源を発見することもできる。

「宣伝マンの立場」としては、本市観光の良さを口コミやSNSなどを通じて、幅広くPRしていただく。

「観光事業者の立場」としては、自身が関心を持つようになった地域資源などについて、自らがプレイヤーとなってビジネスベース、地域活動ベースなどの様々な切り口から、観光振興、歴史や文化の保存、継承などに携わっていただくものである。

### ④ 市

市は、観光事業者、観光関係団体、市民のそれぞれが担う役割が効果的に進められるように支援し、各主体が相互に連携できる機会を設けることや、ビジネスチャンスの拡大に取り組むとともに、国や県の制度の活用や、意見交換を積極的に行い、観光立市の実現に向けた施策を総合的に実施していく。

そして、解決が困難な問題が発生した場合には市が主体的に対応し、また観光に関する諸施策を展開する際には、市民の生活環境に十分配慮して、実施していく。

### 3 横須賀市の観光の現状等

#### (1) 「観光力」からみた本市観光の現状

##### 「観光力」を捉える視点

市内の産業と関係の深い市内外の 146 事業者などに対するインタビュー調査やインターネットを活用したアンケート調査の結果を、今後必要となる観光振興施策に結びつけていくためには、観光振興の施策分野に繋がる切り口から本市観光の強みや弱みを整理していくアプローチが分かりやすいものとする。

そのため、ここでは「観光力」という考え方を取り入れて、本市観光について現状を整理する。

#### (2) 「観光力」からみた本市観光の方向性

##### <①素材の力>

本市には、他地域には真似の出来ない独自の地域資源が豊富に存在するが、中には十分に活用されていないものもある。また、多種多様な地域資源も市内各所に多数埋もれている。そのため、中心的な地域資源はより強く、ニッチな資源は発掘、磨き上げを続けながら地域資源の魅力を創り続けることが必要である。

##### <②場の力>

本市は巨大市場である首都圏に近接する立地の優位性を持っており、また本市人口は約 40 万人を有し、市内市場としても相当の規模を誇っている。さらに訪日外国人の玄関口となる羽田空港にも近接している。そのため、首都圏市場、市内市場を主要なターゲットとして取り組みを進めることが必要で、また、訪日外国人の獲得に向けた取り組みを行うことも必要である。

##### <③繋がる力>

本市は国内外の多数の都市との連携に結びつく様々なストーリーを持っている。三浦半島 4 市 1 町においては、既に広域連携に向けた取り組みを進めているが、鎌倉市から横須賀市への観光客の流れは活発でない実態もみられる。

そのため、引き続き三浦半島 4 市 1 町における交流連携を深化させるとともに、国内外の都市間交流を活発化させることが必要である。

##### <④イメージの力>

本市は全国的にも知名度が高く、特に米海軍横須賀基地やドブ板通りなどからくるアメリカの雰囲気は街の個性を出している。一方、本市が観光地であるという知名度は残念ながらそれほど高くなく、首都圏に近接している割には「横

須賀は遠い街」と感じている首都圏在住者も多数みられる。そのため、首都圏などを中心として本市の観光情報を今以上に積極的に発信していくことが必要である。

#### <⑤換金する力>

本市の観光消費に繋がる主な商品・サービスとしては、よこすか海軍カレー、よこすかネイビーバーガー、YOKOSUKA 軍港めぐり、地場産農水産物直売所（すかなごっそ、よこすかポートマーケット）、ソレイユの丘や個性的な飲食店などがあります。それらは、地域資源としての知名度も高まってきており、実績も上がってきているが、観光消費単価は依然として低い水準であり、改善の余地も残っているので、これから観光立市を目指していくためには、さらなるパワーアップが必要となる。そのため、観光客の来訪が地域経済の活性化に結びつくような取り組みを一層活発化させることが必要である。

#### <⑥動かす力>

横須賀市観光協会の法人化や市内での観光担当部門の創設など、観光施策を推進する体制づくりは、始まったばかりと言える。事業者インタビューの中では、本市において観光が新たなビジネスチャンスになるという認識はそれほど浸透していない状況がうかがえ、意識改革も重要なテーマとなっている。そのため、観光施策推進体制をより強固なものにするとともに、観光事業者の意識改革も進めることが必要である。

#### <⑦施策の力>

2015年（平成27年）4月から施行された「横須賀市観光立市推進条例」は本市観光施策を進める上での大きな強みとなっている。また、これまでも、ドル街、ツアーデスク・メディアデスクの設置など、観光振興に貢献するユニークな取り組みも行っている。一方では、以前から問題として指摘されている、市内移動環境や情報発信力の弱さなどが存在する。そのため、観光客の受入環境の充実を図ることや、様々な施策展開を進めていくことが必要である。

#### <⑧外部環境>

本市観光振興の追い風と言える、国の観光立国の施策や地方創生の動き、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催などを効果的につかまえて、本市の観光振興を加速化させることが必要である。

## 4 基本戦略について

観光立市の実現に向けて6つの基本戦略を推進

- ・基本戦略1 「観光魅力」創出戦略
- ・基本戦略2 「観光需要」獲得戦略
- ・基本戦略3 「受入環境」充実戦略
- ・基本戦略4 「観光情報」発信戦略
- ・基本戦略5 「広域連携」推進戦略
- ・基本戦略6 「推進主体」強化戦略

本市の地域資源の魅力を継続的に創出し続け、そこから生じる観光需要を確実に獲得できる体制づくりを進める。また、一連の活動が確実に行われるための受入環境を充実させ、対外的には観光情報を効果的に発信するとともに、市外の様々な都市や企業などとの連携を通じて、観光需要を一層喚起する。

最後に、本市観光振興の担い手である市内の様々な主体の力を高める。

### (1) 基本戦略1 「観光魅力」創出戦略

「素材の力」を高める戦略を進めます。本市地域資源のうち、広く認知されている大きな強みはさらに強く、ニッチな強みは大きな強みに、また新たな強みを開拓して、地域資源の魅力を継続的に創り出します。

#### ①本市の顔となる地域資源の魅力の充実・強化

本市の観光イメージとして現在強く定着している「ペリー上陸と開国の歴史」「軍港都市」「海」「アメリカの雰囲気」「グルメ（よこすか海軍カレー、よこすかネイビーバーガー）」や、大きな集客力となっている「猿島」「観音崎公園」「三笠公園」「くりはま花の国」「YOKOSUKA 軍港めぐり」「よこすかカレーフェスティバルをはじめとする多彩なイベント」のほか、首都圏の貴重な財産である本市の「自然環境」などについては、魅力の充実・強化を進める。

#### ②隠れた地域資源の発掘・再発見・磨き上げ

本市には魅力的な地域資源がある一方で、創設150周年を契機に脚光を浴び始めた、横須賀製鉄所（造船所）など、十分に活用されていない資源も多数残されている。また、地元の人には何気ない資源でも、外部の人にとってはとても魅力的な資源も存在し、そのためにビッグデータやオープンデータなどを分析し、活用しながら、地域資源の発掘・再発見・磨き上げを継続的に行う。



### ③観光のブランド化及びブランドの保護、維持、向上等

「横須賀市が観光地である」というブランドイメージは、それほどには浸透していない現状で、これから「素材の力」を高めていく取り組みでは、ブランド力を高める視点も同時に進める。ブランド強化の第一歩は市民や観光事業者などが魅力を実感することであり、それらの人々が本市の地域資源に触れ、魅力を実感できるような出会いの場、学びの場、活動の場などを設けていく。

また「よこすか海軍カレー」などのように既に著名となっている地域資源については、他の媒体や地域資源とのコラボレーションによるさらなるブランド力の強化や、保護にも配慮していく。

### ④体験・文化・スポーツ・MICE等の新たな観光分野の開拓

体験活動を目的とする観光（自然、環境、産業、農漁業）、文化を活かした観光（歴史、美術、音楽、小説、映画、アニメ）、スポーツイベントやプロスポーツチームの公開練習の観光活用、MICEの推進などの新たな観光分野を開拓する。

## (2) 基本戦略2「観光需要」獲得戦略

「換金する力」を高める戦略を進めます。観光客のニーズを捉え、観光需要を獲得し、消費に繋がります。

### ①観光に関する状況の把握・分析・提供

本市における観光入込み客数や宿泊客数、訪日外国人客数や国籍、観光客の周遊状況、観光客消費額、観光産業の集積、経済循環、顧客満足度などの状況を把握し、観光に関する経済活動を分析し、観光事業者に提供する。

### ②地域資源としての商品の創出及び育成

地場産農水産物の直売や料理の提供、横須賀らしいグルメやお土産づくり、観光クルーズ、様々な体験ツアーなど、観光事業者が主体となって進める観光商品づくりを支援する。

### ③観光事業者と共同した企画の開発

交通事業者や宿泊事業者、旅行代理店などと連携しながら地域資源を点から線そして面にするストーリー化を進め、市内の滞在時間の延長を促すツアーやイベントなどの企画の開発を支援する。

#### ④インバウンドの推進

「換金する力」を高める戦略を進め、観光客のニーズを捉え、観光需要を獲得し、消費に繋げる。外国人観光客の獲得のために、多文化や他宗教などの異文化の言語、食事、生活習慣などの理解と配慮を進めるとともに、外国人向けの情報発信や観光施設の多言語表示を進め、外国人が入りやすい店舗づくりを支援する。また、東京2020オリンピック・パラリンピックを見据えて観光振興策を検討する。さらに、本市の特色である、米海軍横須賀基地居住者などの関係者の市内観光の促進についてもインバウンドとして進める。

#### ⑤観光産業の集積促進

市内で発生した観光需要が市外に流出せず、また周辺地域で発生した観光需要が市内に取り込めるような、裾野の広い観光産業の集積を進める。

### (3) 基本戦略3「受入環境」充実戦略

安心して観光客が来訪できる環境づくりを進めて、集客促進や経済活動の活性化を進めます。より多くの観光客を受け入れ、より快適に地域資源を楽しむことができる環境を充実させます。

#### ①交通利便性の向上

市内の幹線道路の整備、バス網の充実や周遊バスの運行、タクシーの活用などを進め、市内交通の利便性を向上させる。また、スマートインターチェンジの整備を進めることで高速道路利用者の誘客を拡大する。

#### ②観光客受け入れのための施設整備と快適性の向上

団体観光客に対応できる観光バス駐車場が不足しているため、乗降場所や駐車場の整備を進めるとともに、個人観光客に対する駐車場の確保に向けた取り組みも行っていく。さらに、収容能力の大きな飲食施設の誘致や、既存の小型店舗においても、観光客の受入に対応できる仕組みをつくる。

また、観光地の環境美化活動を推進するとともに、トイレに関する情報を積極的に提供するなど、観光客の快適性の向上を図る。

#### ③宿泊能力の向上

ホテルの誘致や既存ホテルの増床などへの支援、多様な宿泊形態の検討を進めて、市内の宿泊能力の拡大に努める。

#### ④観光地のバリアフリー化の推進

海外旅行者、高齢者、妊婦、幼児連れ、障害者などが安心して観光を楽しんでいただけるよう、メニューの多言語化や写真掲載、店舗のバリアフリー化などを支援する。また休憩所の設置、看板・案内板の多言語化、デジタルサイネージでの音声案内、点字表示などを推進する。

#### ⑤観光地の安心安全対策

事故・災害が起こってからへの対応ではなく、未然に観光客の安全を確保するために、市民と同様の防災情報を観光客にも伝達できるように観光拠点における防災計画の策定及び防災訓練の実施を支援する。

#### (4) 基本戦略4「観光情報」発信戦略

「イメージの力」を高めることで本市の「場の力」の優位性を顕在化させます。市や観光事業者などだけではなく、市民や観光客が様々な媒体やツールを使い、本市地域資源の魅力を市内外に発信します。

#### ①横須賀ブランドの外部発信

「小江戸川越」や「桜の弘前」「河津桜」などのように、本市の観光をイメージさせるキャッチフレーズなどを定めて、統一的に観光情報を発信する。

#### ②マスメディアを活用した露出量の拡大

テレビ、ラジオ、雑誌、電車の中吊り広告などの露出量の高い媒体を中心として、インターネットや観光パンフレット・チラシなどの多様な媒体も組合せながら、本市の観光情報の露出量を拡大し、本市を訪れたことがない人などに対して観光情報を発信する。

また観光情報のコンテンツについては、首都圏との近接性を強調することや女性目線でのアピールなど、現在の発信では十分に伝わっていない部分を積極的に取り入れていく。

#### ③SNS や口コミ等の多様な媒体による情報発信

市民一人ひとりが本市の観光情報の宣伝マンであるとの認識を持ってもらい、口コミベースでの観光情報の発信を促す。また SNS などの媒体を積極的に活用し、市民による SNS での情報発信を支援するとともに、観光客、パワーブロガーなどの協力も得ていく。

#### ④外国人向けの情報発信

訪日外国人に対しては、東京 2020 オリンピック・パラリンピックを見据えて、本市への関心が高いと考えられる市場や旅行者層をマーケティング調査により絞り込んだ上で適切なプロモーション活動を展開する。

また、本市の特色である米海軍横須賀基地居住者などの関係者については、様々なイベントなどの機会を活かして、市内の地域資源の情報を発信、伝達していく。

#### (5) 基本戦略 5 「広域連携」推進戦略

「繋がる力」を活かした戦略を進めます。国、県との連携や、近隣市町、友好都市などと連携して、互いの地域資源の魅力が連動することで相乗効果を期待します。

##### ①近隣地域との連携

三浦半島 4 市 1 町での連携に加え、県内の市町村と連携して、それぞれの強みや弱みを相互に補完しながら、広域での観光振興の取り組みを進める。

##### ②友好都市・姉妹都市等との連携

友好都市の会津若松市、富岡市、観光交流都市の松山市、旧軍港四市の呉市、佐世保市、舞鶴市、姉妹都市のコーパスクリスティ市（米）、ブレスト市（仏）、フリマントル市（豪）、メッドウェイ市（英）と連携した観光振興の取り組みを進める。

#### (6) 基本戦略 6 「推進主体」強化戦略

「動かす力」「施策の力」を高めて、観光立市を加速化させます。全ての基本戦略を確実に実行するために、主役である観光事業者を中心として、観光関係団体、市民、市が力を一つに合わせて、推進体制づくりを進めます。

##### ①チャレンジ精神を持った意欲のある観光事業者に対する取り組み

本市が進める「観光立市」では、観光関連のビジネスチャンスが大いに期待できることを事業者に気づいてもらう啓発活動などを進め、意欲のある事業者に対しては、既存事業の変革や、新たな事業にチャレンジする取り組みに対して様々な支援をする。

## ②多様な人材の育成・活用

「動かす力」「施策の力」を高めて、観光立市を加速化させ、全ての基本戦略を確実に実行するために、主役である観光事業者を中心として、観光関係団体、市民、市が力を一つに合わせて、推進体制づくりを進める。市民はある時には観光客となるが、ある時には観光客を迎え入れる立場にもなる。観光地を訪れた時に、その地域の人達からどのように接してもらったら喜びを感じるのかを、改めて気づいてもらい、観光客への接し方に活かしてもらうような取り組みを進める。観光に関して意識の高い市民などを中心として、観光ボランティアとして活動してもらえるように、スキルの向上や、観光ボランティア組織の活動を支援していく。

また、観光事業者、観光関係団体、大学、企業、市民などと連携しながら、本市での観光ビジネスの企画や事業化、実践などを行える「ビジネスリーダー」の育成や、外部からの人材の招聘などを進め、さらに、本市で生まれ育った児童・生徒や大学生などを対象として、本市の地域資源の価値や、本市観光産業の重要性などを改めて学ぶ機会を設けることで、次世代の本市観光を担う人材を育成する。

## ③地域全体での観光マネジメント力の強化

横須賀市観光協会の法人化をきっかけとして、同組織の機能強化を進めることによって、観光振興の主体として機能していくように支援する。

また、観光事業者をはじめ、(一社)横須賀市観光協会、各地区観光協会、横須賀商工会議所、地域運営協議会などの観光関係団体や市民と連携して観光振興の取り組みを進める。

## IV 所感

昨年、滋賀県も人口減少社会に入り、大津市も人口減少過程に入った。この流れは全国的にも急速に進んでおり、人口減少は、労働人口の減少と消費市場の縮小により経済活力を低下させ、特に少子高齢化による人口構造の変化は、現役世代の社会保障負担を増加させ、消費量の落込みを通じ経済にさらなるマイナスの影響を与えることになる。そして、税収の低下で財政や金融市場をはじめ、あらゆる分野に悪影響を与える可能性がある。

そういった中、地域観光に対する高い経済波及効果や雇用創出効果が期待されており、横須賀市においては「横須賀市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定したなかで、集客の促進と交流拠点の創出による市内消費の拡大を、具体的な施策の1つに据えている。

特徴としては、旧日本海軍の軍港があった横須賀市を含む四市（横須賀市、呉市、佐世保市、舞鶴市）と、軍港ゆかりの施設や文化の日本遺産認定に向けた活動を連携して行い、日本の近代化を推進し、他に例を見ることのない海軍文化を育んだというまちの歴史を共通のストーリーにまとめ、文化庁に共同申請し、2016年（平成28年）4月に日本遺産に認定された。

また、米海軍基地に横須賀市の3.2%を提供しており約20,000人のアメリカ人が基地に滞在していることから、スモールインバウンドと位置付け、独自の取り組みとしてドルが使える街や米軍基地の猛者と日本人とのアームレスリング大会や日米決戦として綱引き大会なども行っている。三浦半島（鎌倉市、逗子市、葉山町、横須賀市、三浦市）

そして、近隣他都市との連携観光という観点から三浦半島の横須賀市、鎌倉市、逗子市、三浦市、葉山町4市1町の取り組みとして三浦半島自転車半島宣言としてサイクリングを楽しんでいただいたり、近隣他都市と共通でマイルストーンや写真スポットなども設置している。また、今年度鎌倉駅前に4市1町の総合観光案内所を作り、プロモーションビデオを共同で作成し、他都市との連携や地域の特色を活かした取り組みを行っている。

このような取り組みは横須賀市が観光を産業の柱として「観光立市よこすか」を目指し、平成26年12月議員提案により「横須賀市観光立市推進条例」を制定され平成27年4月から施行されたことが大きく影響していると感じた。また本年度策定される「横須賀市観光立市推進基本計画」においてしっかりと数値目標をたて反映されている。

大津市においては、観光客は年間1,200万人と増えてきているが京都や大阪の観光客が溢れたような形で増えている現状もあり、琵琶湖や、世界文化遺産の延暦寺、三井寺、日吉大社、石山寺などの古社寺をはじめ、多くの文化財や

史跡など観光資源が多く、市町村単位での国指定文化財保有件数は、京都市、奈良市に次いで、全国で3番目に多いにもかかわらず、その特徴を活かしきれていないように感じる。また観光客のうち宿泊、滞在される方は約1割の132万人と少ないことや、滞在時間が短いなど多くの課題を抱えている。

今後、大津市においてまず現状把握やなぜ観光に力を入れようとしているのかなど市民にしっかりと説明し、そして観光の魅力や受け入れ環境などを行政、観光事業者、観光関係団体、市民でタッグを組んで行く必要性を感じた。

横須賀市も今後大学との連携を進めて行くようだが大津市においても滋賀大学教育学部、龍谷大学、成安造形大学、びわこ成蹊スポーツ大学などと観光の分野で連携し若い方のアイデアを取り込んでいくことも大切である。

そして本市も今後、より一層近隣他都市と連携し共通認識のもと観光に力を入れて取り組む必要がある。

観光産業においては特に地域の特色、特徴また一番重要なのはしっかりと現状を把握したうえで進める必要があり、本年度に、策定される第2期観光交流基本計画に今回学んだ事を活かし、しっかりと集客に結び付け気持ちよくお金を落として頂けるよう具体的な仕組みづくりを進め、観光を大津市の基幹産業へと育てていくことが本市にとっても大変重要であると感じた。