

8. 軍港都市をテーマとした観光地化を通じた地域の再生

～観光コンテンツの開発と商店街の活性化の組合せ～

神奈川県横須賀市 横須賀港地域関連

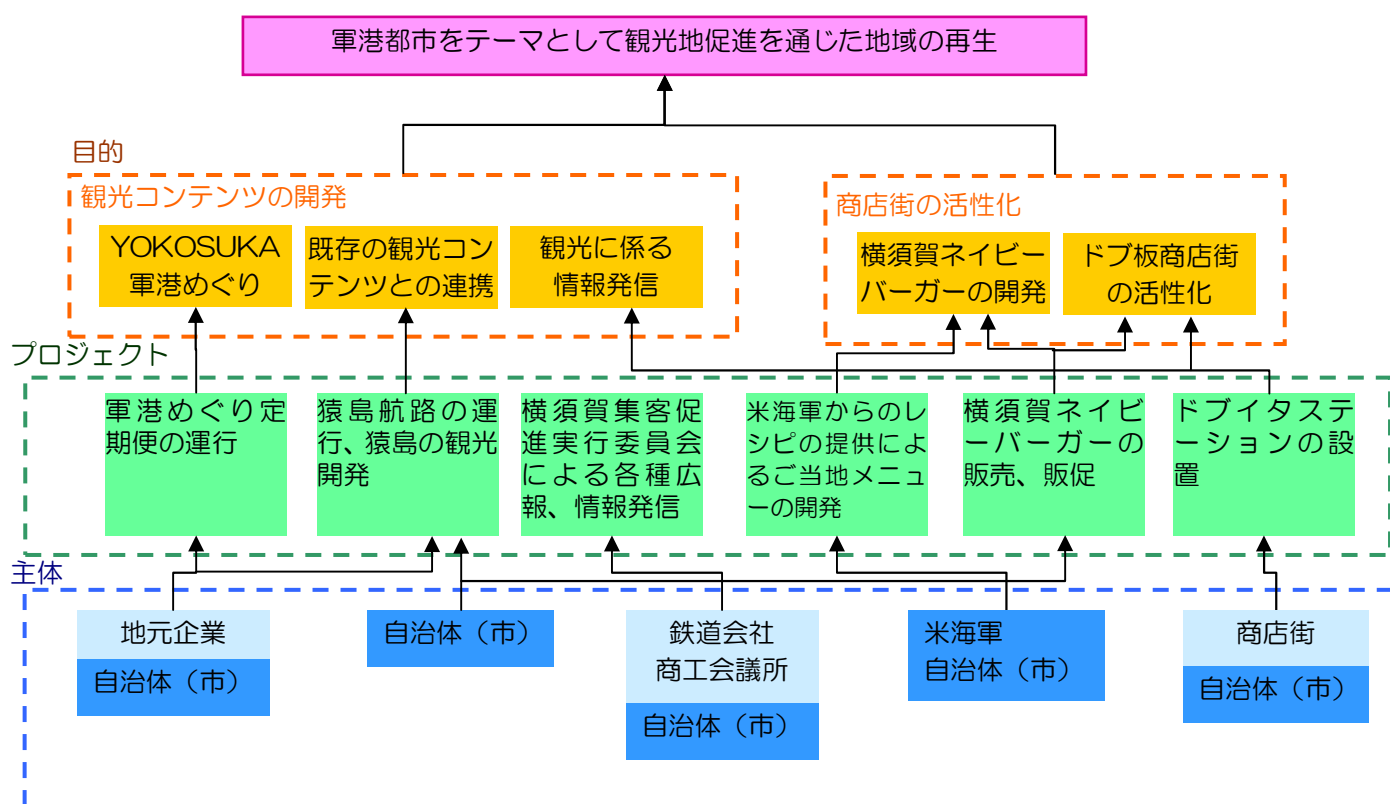
解決すべき課題

経済	商工業の振興
	農林業の振興
	観光の振興
経済・社会	雇用の確保
	中心市街地の活性化
社会	定住人口の増加
	アクセシビリティの向上
	地域の荒廃の抑制
環境	環境負荷の低減

事業概要

民間事業者が始めた定期観覧船による軍港めぐりの運航とともに、市と米海軍横須賀基地による横須賀バーガーの開発、横須賀バーガーの展開を通じて商店街や地域の活性化が行われている。さらに、横須賀港周辺の観光促進に留まらず、既存の観光施設である猿島との観光の一体化を通じ、更なる観光地化を目指している。

プロジェクトパッケージの構造図



プロジェクトの背景

横須賀市は、人口減少に歯止めをかけるとともに軍港都市というイメージの払拭のため、「横須賀市交流都市推進プラン」を策定するなど、地域の観光促進を進めてきた。そこへ、民間定期船運航事業者による「YOKOSUKA 軍港めぐり」のクルーズが開始された。一方、市は米海軍から「横須賀ネイビーバーガー」のレシピの提供を受けて、地元商店街とタイアップして「横須賀ネイビーバーガー」の販売を促進するなど、軍港というイメージを逆手にとった観光コンテンツの開発を推進。市、地元商工会議所、鉄道会社にて組成した「横須賀集客促進実行委員会」によるキャンペーン、プロモーションを通じ、地域への集客を増加させている。

今後、地域では、既存の観光資源である海軍カレーや三笠公園、猿島等との一体化を図り、軍港都市というイメージを活用した更なる観光地の推進を図っていく予定である。

本事例における「パッケージ化」

- 横須賀市に関する人口減少や軍港都市という暗いイメージの払拭のため、市では、かねてから地域の観光促進を進めてきた。
- 海軍カレーや猿島等といった既存の軍港関連の観光資源を背景に、民間事業者による「軍港めぐり」の運行開始、「横須賀ネイビーバーガー」の販売開始など、軍港をテーマとした観光コンテンツのパッケージ化による地域活性化を実施している。
- 民間事業者や商店街等、民間主体となって実施する事業を市等が積極的に支援することで、各種取り組みの相乗効果が発揮されている。



(1) プロジェクトの内容

①YOKOSUKA 軍港めぐり定期便の運行

2008 年（平成 20 年）9 月、猿島航路を運航する地元企業の株式会社トライアングル（②参照）が、横須賀港、長浦港の米海軍基地、海上自衛隊基地周辺を周遊する YOKOSUKA 軍港めぐりのクルーズを開始した。米海軍、海上自衛隊に日々就航する軍艦を説明するため、軍港めぐりでは、毎回、案内人による案内を直接聞くことができる。市では、軍港めぐりの利便性向上のため、交通の便、各港へのアクセスの良い汐入桟橋を整備した。



写真 1：YOKOSUKA 軍港めぐり航路
（株式会社トライアングル HP）

②猿島航路の運行、猿島の観光開発

猿島について、市は、1995 年（平成 7 年）に国より管理移管された後、2003 年（平成 15 年）には無償譲渡を受けている。猿島の管理移管に伴い猿島航路運航企業が撤退を表明したため、市では猿島公園の整備、散策路、海水浴場、桟橋等を整備し、観光地としての再整備を行い、地元企業である株式会社トライアングルに船舶の周航を委託した。株式会社トライアングルは、地元のプレジャーボートの救助を母体として設立された企業であるが、市による公園整備をきっかけに、観光航路である猿島航路に就航した。その後、三笠桟橋から猿島へ至る猿島航路に加え、2007 年（平成 19 年）には、猿島から観音崎まで至る航路も運航を開始している。

③横須賀集客促進実行委員会による各種広報、情報発信

横須賀の観光促進に向け、プロジェクトを推進、プロモーションを実施する組織として、市企画調整部企画調整課、市商工会議所、京浜急行電鉄株式会社による横須賀集客促進実行委員会が設置された。各者が資金を持ち寄り、各種プロジェクト、プロモーションの実施費用に充てている。

実行委員会を主体として各種プロジェクトを実施することで、行政が直接実施するよりも多くの資金が集まり、かつ柔軟な資金の活用が可能となった。また、鉄道会社が組織の構成員となっているため、安価にて駅舎や電車中刷り等の広告を実施することが可能である。

④米海軍からのレシピの提供によるご当地メニューの開発

年に数回開催されていた米海軍基地の地域開放にて、米海軍から提供されるハンバーガーの人気が高かったことから、市では、2008 年（平成 20 年）11 月、米海軍から米軍のハンバーガーの製造方法に係るレシピの提供を受けた。横須賀ネイビーバーガーの商標は市が直

接管理することとし、市から許可を得た地元事業者のみ、バーガーを製造・販売するよう制限している。上記制限は、地域外での販売を抑制し、リピーター客を増加させることで、地域への集客効果を高めるための方策である。横須賀ネイビーバーガーの成功を受け、市では米海軍と調整の上、第2弾、第3弾のレシピの提供を受ける予定を立てている。

⑤横須賀ネイビーバーガーの販売、販促

横須賀ネイビーバーガーの製造、販売を希望する事業者は、製造に係る品質管理（肉につなぎを使わない、注文を受けてから焼く等）を遵守することを条件に、市によるレシピの提供を受けることができる。レシピの提供を受けた者は、レシピの提供以外は特に市からの支援を受けないが、横須賀集客促進実行委員会が実施する「10 万食突破!!キャンペーン」など、各種イベントによる販促活動に参加することができる。

また、YOKOSUKA軍港めぐりのチケットを買うと横須賀ネイビーバーガー割引券がついているなど、両者は連携している。



写真2：横須賀ネイビーバーガー

（横須賀市観光情報「ここはヨコスカ」HP）

⑥観光案内所「ドブイタステーション」の設置

京急汐入駅周辺の「本町商店街」（通称「ドブ板通り」）は、米海軍を対象とした飲食店が集積する約200mの通り沿いに展開する商店街である。本商店街では、米海軍規定の変更（午前0時以降、米海軍関係者の飲食店への入店を禁止）を受け、米海軍関係者による飲食店の売上が減少し、各店舗は閉店を余儀なくされる状況にあった。

そこで、商店街は国内観光客向けに、米軍関連に係る各種ミリタリー商品の販売やフリーマーケットの開催などに加え、上記横須賀ネイビーバーガーの販売等を行うことによって、近年、活気を帯びるようになってきた。



写真3：ドブイタステーション

（横須賀市観光情報「ここはヨコスカ」HP）

2009年4月、商店街は市と協働のもと、地域の集客を促進するため、既存の事務所を活用し、みやげ物の販売や観光案内を行う「ドブイタステーション」を設置した。ドブイタステーションの改修にあたっては、市による助成制度が活用されている。

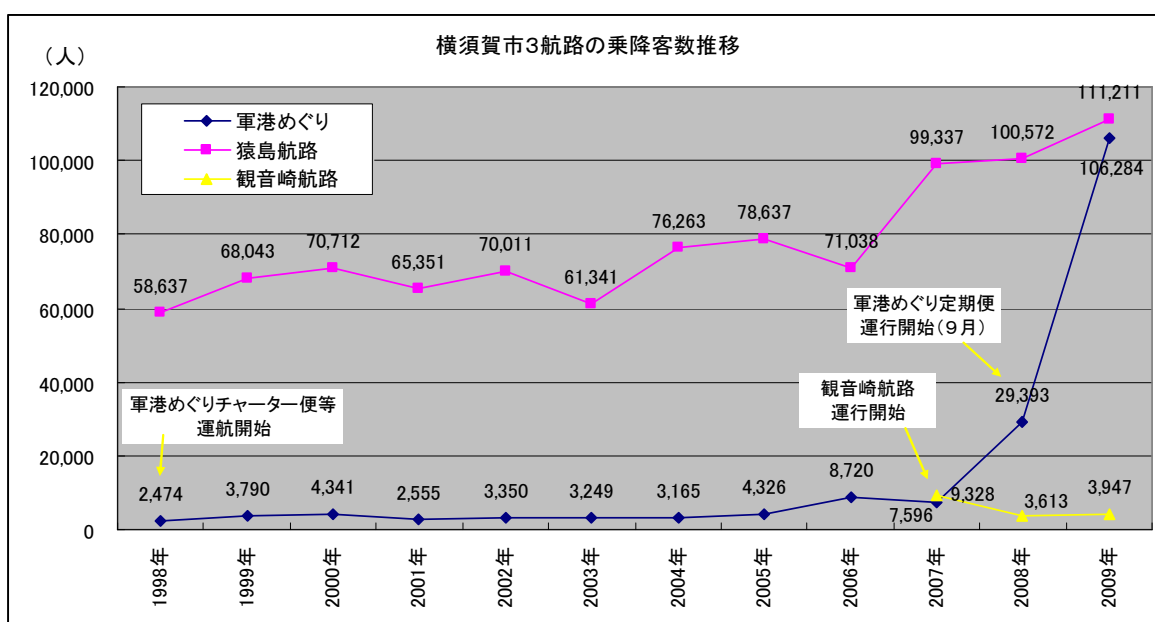
（2）効果

①YOKOSUKA 軍港めぐりにおける集客効果

不定期運航を開始した1998年（平成10年）から定期便として運航を開始した2008年（平成20年）までの間に、実に40倍程度（1998年：約2,500⇒2008年：約100,000人）乗船者数が増加した。また、YOKOSUKA 軍港めぐりによって、乗船料及び乗船者による地域への消費金額を含め、2008年9月～2009年8月までの一年間で、約4億9千万円の地域への経済効果がもたらされたと推計（横須賀市推計）されている。

②既存の観光コンテンツとの連携

猿島航路については、観音崎までの航路が開通したこと、YOKOSUKA 軍港めぐりとの相乗効果により、2006年（平成18年）（観音崎航路開通直前）より、約30,000人程度の乗降客数の増加を果たした。



出典：株式会社トライアングル提供資料

③観光に係る各種プロモーション活動の実施

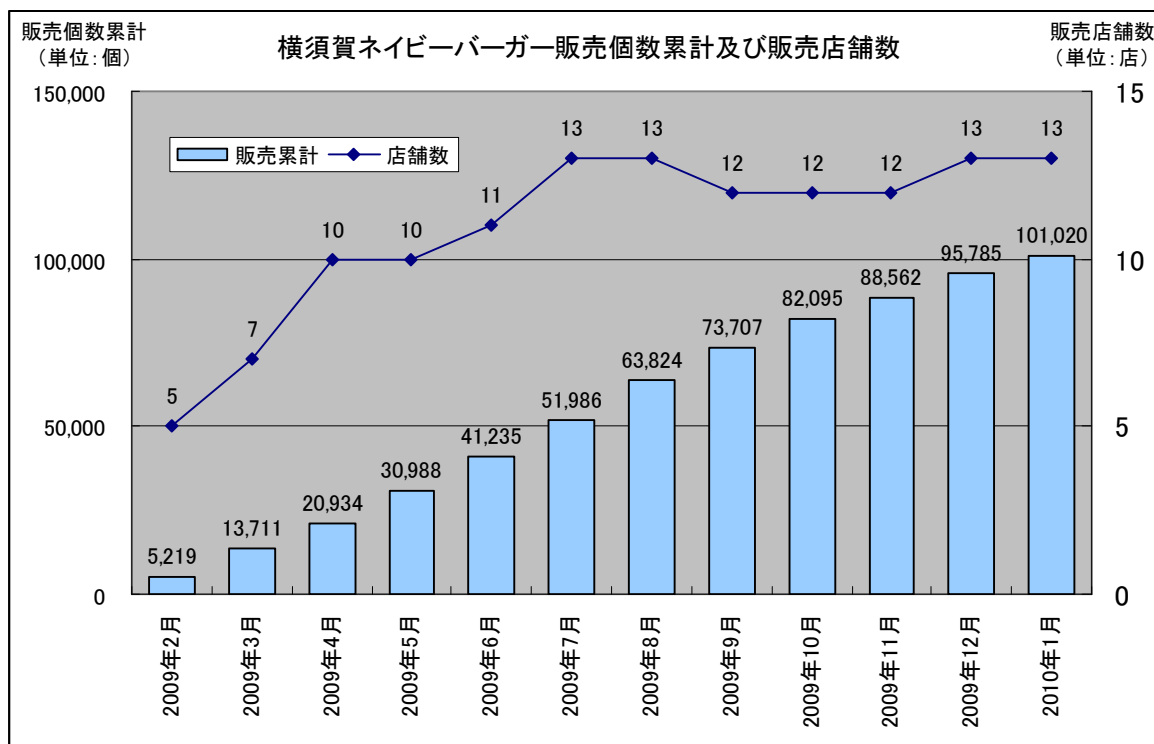
市による横須賀ネイビーバーガーの販促チラシ 30,000 部の発行及び横須賀集客促進実行委員会による「10 万食突破!!キャンペーン」（缶バッチ、オリジナルTシャツ、お食事券のプレゼント）や京急品川駅の空調に対するラッピング広告の掲載などが実施された。

④ご当地メニュー「横須賀ネイビーバーガー」の開発・販売

横須賀ネイビーバーガーは、横須賀海軍カレーに次ぐご当地メニューとなり、販売開始当初 5 件のみであった販売店舗数は、2010 年（平成 22 年）現在、13 店舗まで増加した。販売個数は、販売を開始した 2009 年（平成 21 年）1 月末から 2010 年（平成 22 年）1 月までの間に、約 10 万個の販売を果たしている。

⑤ ドブ板商店街の活性化

横須賀ネイビーバーガーの販売開始により、夜間にのみ開店していた店舗が、昼間にも開店するようになるなど、商店街の活性化に寄与している。また、商店街における観光案内所「ドブイタステーション」の設置により、地域の観光案内が積極的に実施されている。



出典：横須賀市企画調整部企画調整課提供資料

(3) 成功要因

① 民間主体の事業に対する市の支援

軍港に係る各種プロジェクトが実施されるきっかけとなったのは、地元企業である株式会社トライアングルによる「軍港めぐり」であった。上記の民間事業者による取組みに答える形で、市が新しい栈橋を整備したり、「横須賀ネイビーバーガー」と連携した販売促進を行うなどの各種支援を行っている。

② 官民連携組織である「横須賀集客促進実行委員会」の組成

市、商工会議所、鉄道会社による連携組織が、軍港関連の各種プロジェクトについて資金面、実施面でバックアップすることで、民間主体による活発な取組みが誘発された。

③ 軍港関連をテーマとした観光コンテンツ

三笠公園、海軍カレー等の既存の観光資源に、軍港めぐり、ネイビーバーガー等、新しく軍港関連をテーマとした各種観光コンテンツが加えられたことによって、地域の観光施策に係るテーマのアピール性が強まった。

(4) 今後の課題

横須賀市は、鎌倉、横浜など、近隣に有名な観光地があることから、長期の滞在を目的とした観光利用が少ない。今後は、軍港めぐり、ネイビーバーガー等の取組みと、三笠公園や猿島等、既存の観光資源とのさらなる連携を図ることで、観光客が一日中楽しむことができるような観光コースを開発する必要がある。また、商店街については、地権者の高齢化が著しく、空き店舗の再生が困難であるケースも多い。観光地化の取組みと合わせて、商店街における構造的な問題を解決するための取組を検討していくことが必要である。

関係リンク先

横須賀市集客促進実行委員会

<http://www.cocoyoko.net/index.html>

株式会社トライアングル（横須賀軍港めぐり HP）

<http://www.sarusima.com/naval-port/>

どぶ板通り商店街

<http://www.dobuita-st.com/>