

「かながわ観光連携エリア」観光戦略

-三浦半島エリア-

令和 7 年 3 月

三浦半島エリア推進協議会

目次

0.はじめに.....	1
(1) かながわ観光連携エリア推進事業 概要	1
(2) 進め方(策定主体、計画期間)	2
1.三浦半島エリア概要	3
(1) 対象地域	3
(2) 概要.....	3
2. 三浦半島エリアの観光の特徴.....	4
(1) 戦略素材	4
(2) 観光の現状.....	6
3. 地域の将来像と取組みの指標	8
(1) 地域のコアバリューとコアブランド	8
(2) 地域の将来像	9
(3) 誘客ターゲット	10
(4) 取組みの指標.....	12
4. 現状の課題と取組みの方向性	13
(1) 現状・課題と取組みの方向性	13
(2) 個別事業メニュー	16
5. 推進体制の将来構想.....	22

0.はじめに

(1) かながわ観光連携エリア推進事業 概要

神奈川県では、横浜・鎌倉・箱根に次ぐ、国際観光地^{※1}の創出に向け、観光の核づくり地域^{※2}(城ヶ島・三崎、大山、大磯地域)を認定し、その取組みを支援して来ました。

その結果、3地域における入込観光客数の伸び率は県全体を上回るなど、一定の成果があったものと認識しています。こうした成果を周辺地域にも波及させるため、観光の核づくり地域と周辺地域が連携した広域観光圏である、かながわ観光連携エリア(以下、「連携エリア」という。)を形成し、面として周遊を促進する取組みを実施するため、かながわ観光連携エリア推進事業を実施することとしました。

本事業により、連携エリアを周遊させる取組みを促進し、地域内の連携を強めるとともに、エリアとしてのブランド力の向上、面的な受入環境整備を推進し、国内外から多くの観光客が訪れる魅力ある観光地域となることを目指しています。

<連携エリアが目指すこと>

- * 核づくり地域を拠点に周辺地域と連携した連携エリアを形成することで、エリア内に共通する観光資源を活用しつつ、連携地域の個性を発揮することで、面的なブランド力向上を図ること
- * エリアとしての一体感を見せ、エリア内で宿泊を伴う周遊・誘客へ結び付けていくこと
- * 「観光資源の共通性(地域ブランド)」・「観光インフラ(二次交通、宿泊、観光施設等)」・「地域の顧客(ターゲット)」を共有し、観光客の滞留・回遊を促進し、消費拡大・満足度の向上を図ること
- * 地域が主体となった持続可能な観光地域づくりを通じて国内外から多くの観光客が訪れる魅力ある観光地を目指すこと

※1 国内外から多くの観光客が訪れる地域

※2 横浜・鎌倉・箱根のように魅力的な様々な地域資源(自然、食、文化、建築物など)を有し、国内外から国際観光地としてイメージが共有される地域
(地域資源の例)

〔自然〕山、河川、海、里山、森林、動植物、温泉など

〔食〕地場産の農畜水産物、地元の伝統料理・創作料理など

〔文化・建築物〕地域の伝統文化・ならわし、芸術品、歴史的建造物など

(2) 進め方(策定主体、計画期間)

本戦略は、三浦半島エリアを構成する横須賀市、逗子市、三浦市、葉山町で議論を行い、国内外から多くの観光客が訪れる魅力ある観光地域となるためのビジョンや取組み、ロードマップとして策定しました。

本戦略の計画期間は令和 7 年度～令和 11 年度の5か年です。令和 7 年度以降、本戦略に基づき推進組織やその連携事業者等を中心として各種取組みを推進します。なお、最初の3年間は県の支援のもと事業を推進します。計画は各年度の進捗状況等に応じて、見直しを行います。

1.三浦半島エリア概要

(1)対象地域

三浦半島エリアの対象地域は、横須賀市、逗子市、三浦市、葉山町の3市1町です。

この3市1町は、三浦半島に位置し、海等の自然景観、豊富な食資源、歴史文化といった地域資源を有しています。今後、これら共通の資源を活用しながら、一つのエリアとして連携し観光振興を進めることで、単独の市町村では、誘客に結び付かない取組みも、複数市町村が連携し、主体的に取組みを進めることで、エリアとしての一体感を見せ、エリア内で宿泊を伴う周遊・誘客へ結び付けていくことを目指し、エリアを形成することとしました。

(2)概要

三浦半島エリアは、神奈川県南東部に位置し、東側が東京湾・西側が相模湾に面しています。一方で、「三浦アルプス・三浦富士」と呼ばれる三浦半島に点在する山々も位置します。

そのような特徴から、半島性の海と自然を感じられる立地、海に近接し生業を営んできた歴史を有することから歴史や文化を体験できる遺構、資源が多く存在しています。また、魚介類や野菜など季節を感じられる味覚が豊富で、地域に滞在しながらこれらを楽しみ、訪れる度に異なる魅力を味わうことができます。

本エリアの交通網では、半島の東西を JR 横須賀線及び京急線、南北を JR 横須賀線（逗子駅）及び京急線（三崎口駅、逗子・葉山駅）が繋いでおります。また、国道 134 号や県道 26 号（横須賀三崎）だけでなく、三浦半島の海岸沿いの道路においても三浦半島の景観を楽しみながら移動することができ、自動車によるアクセスも良好です。

エリア内部では、京浜急行バスや三笠循環バス等が通っております。各市町では、移動手段の一つとして、レンタサイクル事業等を実施しています。



図 三浦半島エリア 地図

2. 三浦半島エリアの観光の特徴

(1) 戦略素材

本エリアに属する各自治体の観光の特徴および分野別に、今後観光客の誘客や消費拡大に活用できる戦略素材を整理しました。

自治体		横須賀市	逗子市	三浦市	葉山町
観光の特徴		三浦半島の南東部に位置し、海岸等の自然に加え、海軍関連施設や関連する近代建築等の観光資源を有す。横須賀美術館は「世界の絶景美術館10」に選ばれている。	三浦半島の西側の付け根に位置し、東側を山、西側を海に囲まれている。漁港やマリーナ等の海の資源が特徴的（逗子海水浴場は国際環境認証ブルーフラッグを取得）である。	三浦半島の南端に位置し、三方を海に囲まれ、豊かな自然景観が感じられる。地魚やマグロ等の海の幸や、温暖な気候により多種多様な野菜が栽培されており希少性も高い。	三浦半島の西側に位置し、温暖な気候、落ち着いた土地柄から御用邸や別荘地として選ばれてきた。美しい景色とともに目や舌の肥えた方を満足させる上質なレストランを複数有す。
戦略素材	食	横須賀野菜、地魚、ネイビーバーガー、海軍カレー、チェリーチーズケーキ等	地魚、シラス、ひじき、アカモク等	三浦野菜、マグロ（三浦水産物のグローバルブランディング） 富裕層向けのメニュー（ガストロノミーリズムで造成）等	葉山野菜、葉山牛、葉山クイーンビーフ、しょうが、夏みかん、しらす、わかめ、ひじき等
	海・山	観音崎公園、秋谷・立石海岸、荒崎公園、長浜海岸、野比・北下浦海岸等	逗子海水浴場、小坪漁港、神武寺・鷹取山等	県立城ヶ島公園、劔崎、盗人狩、海岸段丘、ハマユウ、国際環境認証ブルーフラッグ／リビエラシーボニアマリーナ等	不動滝、はやま三ヶ岡山緑地、森戸海岸、一色海岸、日本ヨット発祥の地、南郷上ノ山公園、花の木公園、湘南国際村グリーンパーク、仙元山ハイキングコース等
	歴史・景観	無人島猿島、陸軍海軍等関連施設等、横須賀美術館等	国指定史跡長柄桜山古墳群、国指定史跡名越切通等	チャッキラコユネスコ無形文化遺産、城ヶ島灯台、三崎下町、海南神社等	国指定史跡長柄桜山古墳群等
	体験・イベント・施設等	ウインドサーフィン、長井海の手公園 ソレイユの丘、くりはま花の国、津久井浜観光農園等	マリンアクティビティ、ビーチの見えるレストラン等	うらりマルシェ、三崎朝市、三浦国際市民マラソン等	ヨットをはじめとしたマリンアクティビティ、ビーチの見えるレストラン等
	共通	絶景とうたわれる自然景観、豊かな食資源（地魚、野菜等）、昔ながらの景色や季節を感じられる体験・山や海等で楽しむアクティビティ、ホスピタリティ等			

-主な共通資源-



※掲載写真で引用元の記載がないものは、各市町 HP 及び観光協会 HP から引用、もしくは神奈川県で撮影

(2) 観光の現状

<観光動向の概要>

○令和5年の本エリアにおける延観光客数は約1,511万人、消費額は約590億円でした。

これは、神奈川県全体の数字と比較すると、それぞれ全体の8%を占めています。

○来訪者の多くは、比較的観光資源が豊富でリニューアルオープンした施設がある横須賀市や、自然景観、歴史文化を有する三浦市に多く訪れています。観光客消費額計は横須賀市が多くなっています。

表 本エリアにおける観光客数および消費額(令和5年)

自治体	延 観光客数	宿泊 客数	日帰り 客数	観光客 消費額計	観光客 宿泊費	飲食費	その他 消費額
横須賀市	8,911,384	336,468	8,574,916	43,846,835	6,100,165	16,040,880	21,705,789
逗子市	852,889	17,951	834,938	968,942	405,921	370,831	192,190
三浦市	4,708,800	275,800	4,433,000	8,896,831	2,451,263	4,377,551	2,068,017
葉山町	637,896	33,648	604,248	5,210,449	745,177	2,551,584	1,913,688
合計	15,110,969	663,867	14,447,102	58,923,057	9,702,526	23,340,846	25,879,684

(観光客数:人、消費額:千円)

(出典:神奈川県入込観光客調査報告書(令和5年))

<既往の取組みの振り返りおよび今後の観光振興の意向>

○横須賀市の「観光立市推進基本計画」では、観光に取り組む背景として、近代産業から観光への移行、インバウンドへの対応、地方創生に向けた取り組み等が掲げられています。「観光立市推進アクションプラン」では、観光消費額の拡大を目的として、新たな観光客層を獲得するため、「音楽、スポーツ、エンターテインメント」を推進しています。

○本事業においては、横須賀市の新たな層の獲得が三浦半島エリアに波及することが期待されています。

○逗子市では「観光ワーケーションサイト 逗子旅」のウェブサイトにおいて、イベントや宿泊施設等の情報を発信しており、来るたびに違う楽しみ(様々なコンテンツ)を提供し、何度も足を運んでもらうことで関係人口を増やし、やがて定住していただくことを目指しています。

○本事業においては、逗子市の実施するコンテンツと連携し、三浦半島エリアのリピーター獲得に繋がることを期待されています。

- 三浦市では、二町谷地区（海業プロジェクト）、城ヶ島西部地区（城ヶ島西部地区まちづくりプロジェクト）において富裕層をターゲットとした宿泊施設等の整備を進めています。また、三崎漁港（本港地区・新港地区）では、公民連携により、うらりマルシェの改修を含む三崎漁港内の用地利活用プロジェクトに取り組んでおり、観光地としての魅力向上を図っています。「観光振興ビジョン」では、入込客数の維持・増加、観光客消費額の維持・増加を目指し、6次経済の構築、みうらシティ・セールスの拡充、市民によるもてなし活動の促進、もてなし空間の整備・提供の促進を方針として掲げています。
- 本事業においては、三浦市のターゲットとしている新たな層の獲得の三浦半島エリアへの波及や各施設の整備改修がエリアの魅力向上に連携されることが期待されています。

- 葉山町では、豊かな自然や文化・歴史等と調和した住居環境を維持していくと同時に、未来に引き継ぎ、地域を豊かにする持続可能な観光を目指しています。
- 本事業においては、住民と観光客が協力しあう新しい観光のあり方を目指していく思想が、三浦半島エリアで整備や改修を行う際に考え方として普及されることが期待されています。

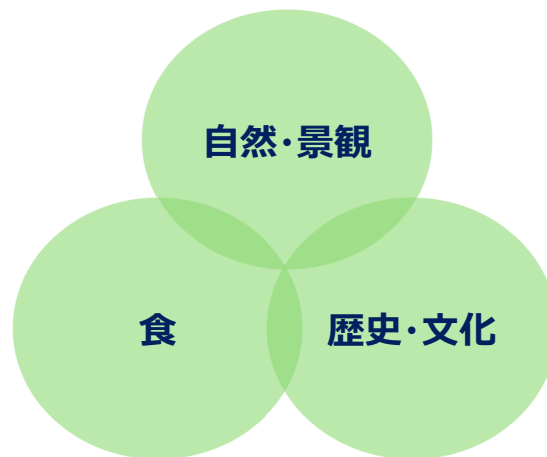
3. 地域の将来像と取組みの指標

(1) 地域のコアバリューとコアブランド

本エリアの特徴や「別紙Ⅰ SWOT 分析」を踏まえ、地域価値の根底にある資源（コアバリュー）と地域価値を言語化したコアブランドを以下のように設定しました。

今後、これらの共通する価値や資源は、エリア共通の戦略素材として、観光客の誘客や消費拡大を図る取組みへの活用を進めていきます。

－コアバリュー－



－コアブランド－

都心に隣接する、美しい自然と歴史文化を五感で感じられる癒しの居場所

・都心近接ながら、海・山の眺望やそれがもたらす食の恵みが豊富にあり、海と共に育まれた歴史・風土・景観も色濃く残っていることから、穏やかで贅沢、いつまでも居たい居心地のよい滞在を提供することができます。

(2) 地域の将来像

地域のコアバリューやコアブランドを活用していきながら、エリアとして選ばれる観光地になることを目指し、連携エリアにおける将来像を設定しました。

このエリアが選ばれる観光地になるためには、本エリアの持つ強みや価値を踏まえ、観光地を形成する観光コンテンツの整備を進めていくことが重要です。それらを経て、エリアのイメージ（ブランド）が確立され、観光客だけでなく、地域住民にとっても過ごす価値が向上する、そのような将来像を描いています。

三浦半島の様々な新鮮な食材や自然のロケーションを活かし、
“日本らしさ”や“自然の恵み”をゆっくりと味わうことができ、
半島性ののんびりとした中で、また帰ってきたくなる、
上質な滞在価値を提供する地域を形成

三浦半島の“豊かな食材”をリゾート感あふれる“最高のロケーションやサスティナブルマリーナ”で提供することによる、ブランド力向上と観光消費額・客単価の向上

三浦半島の美しい自然や眺望・景観資源を海でつなぐことによる、海業を含めたエリアブランディング

三浦半島を訪れた観光客とのふれあいの場を設けることによる交流人口の増加

(3) 誘客ターゲット

前述の内容を踏まえ、今後の取組みを進めていく上での誘客ターゲットを、以下の通り設定しました。

誘客のターゲットは、基本的なターゲット、中期的に獲得を目指すターゲット、将来的に獲得を目指すターゲットの大きく3つとして掲げています。なお、以下に記載された層以外にも、子育て世帯や高齢者など幅広い層も前提としています。

基本的なターゲットは、個別施設の来訪状況を踏まえ、現在のエリア全体の主要な顧客層であるミドル・シニア層（50代以上）としました。また、このエリアに継続的に通ってもらえるファン層もターゲットとしています。

中長期的に獲得を目指すターゲットとしては、関係人口の増加に向け、都心の若年層にも注力していきます。更にR6年度に実施したモデル事業の経験等も活かし、富裕（高付加価値旅行者）層を獲得していきます。

将来的に新たに獲得を目指すターゲットの一つとして、インバウンド層が挙げられます。三浦半島全体では、この層への取組みはこれまで積極的に行われてきてはいませんが、受入体制構築に一定の時間を要するものの、現在の国の政策も踏まえて今後取込んでいく必要がある層として位置付けています。

<基本的なターゲット>

*** 美食や自然を好む、ゆったり志向の高いミドル・シニア層**

本エリアの豊富な食資源や自然や季節を感じられるビュースポット、歴史的なコンテンツ等に興味関心があり、価値を評価するミドル・シニア層（既存の顧客層：50代以上）向けのコンテンツを拡充し、テーマ別・シーズン別の地域の楽しみ方・巡り方を提供することで、この層の更なる来訪者数の拡大や来訪回数の増加を図る。

*** 何度も本エリアに通うファン層**

都心や横浜からJR横須賀線・京急線 | 本でアクセス可能なため、車を持たない若者も、休日に気軽に自然に触れ、非日常を楽しめるため、多様なコンテンツを拡充し、継続的に関与するファンの獲得を図り、関係人口の拡大を図る。加えて、県内や首都圏からの教育旅行の誘致促進を図り、固定顧客の獲得を目指す。

<中期的に獲得を目指すターゲット>

*** 自然を楽しみたい都心や横浜近郊の若年層や子育て世帯**

本エリアならではの良好な景観の中で、子どもに自然体験を通じた学びや、食育として野菜や魚の収穫・調理体験等、ゆったりと暮らすような旅を提供するためのコンテンツ作りや移動手段の連携等に取り組むことで、将来的な顧客となる若年層や子育て世帯の獲得を図る。

***食やガイド等に対して旅行消費を厭わない富裕層**

既存の取組み等のコネクションを活かし、富裕層向けに、美術館や古民家等の施設、特別で高付加価値な食事等を楽しむプライベートガイド付きのツアーを実施することで、富裕層のファンを獲得し、観光消費額・客単価の向上を図る。

<将来的に獲得を目指すターゲット>

***特別感の高い体験を求める首都圏在住の外国人**

首都圏在住の外国人の中には世界水準で、本物、ここだけ、自分だけの特別感のある体験に価値を求める層も一定数存在している。これらの層に対して、エリアブランディングされた場所や、特別で高付加価値な食事を提供し、観光消費額・客単価の向上を図る。

【ターゲット国：アメリカ※、台湾※、欧州（イギリス、フランス等）、オーストラリア】

※従来型ラグジュアリー層

***日本の精神性や文化に興味関心のある欧米層**

美しい自然景観を持ち、これまで日本人の保養の地や食の生産地として続いてきた生業や、自然を楽しめるコンテンツ作りの実施、また受入環境の整備を進め、横浜や鎌倉等定番地域からの観光流入も意識した外国人観光客の立ち寄りや宿泊の促進を図る。

【ターゲット国：アメリカ、欧州（フランス、イギリス等）、オーストラリア】

***絶景やフォトジェニックを求める東南アジア層**

都心から訪れやすい環境でありながら、富士山や良好な海岸の景観、季節を楽しむことができる本エリアの特徴を活かし、写真映えするスポットを好む東南アジア層の来訪者の獲得を図る。

【ターゲット国：シンガポール、タイ、台湾 等】

(4) 取組みの指標

将来像の実現に向けて本エリアが目指すものを取組みの指標としています。今後、定期的に本指標を振り返り、今後の取組内容の改善等に役立てていきます。

なお、この指標は、観光戦略の達成度を象徴的に表すために設定したもので、この戦略に直接関わらない多様な主体による活動、また、社会・経済状況など、さまざまな要因によって変動する可能性があるため、成果の把握や、観光戦略の見直しにあたっては、そうした要因も考慮して判断していきます。

また、今後、連携エリアでの具体的取組みを推進するに当たり、指標の追加等、行う場合があります。

<指標1:観光消費額総額>

神奈川県観光振興計画では、令和8年まで年平均約0.5%ずつ増加すると見込まれており、本エリアにおいても同様に推移することを目指します。

<指標2:入込観光客数>

神奈川県観光振興計画では、入込観光客数を令和8年に2億1,023万人とすることを目指しており、年平均約1%ずつ増加する見込みとなります。本エリアにおいても同様に推移することを目指します。

<指標3:延べ宿泊者数>

神奈川県観光振興計画では、日本人延べ宿泊者数について、令和8年まで年平均約0.5%ずつ増加すると見込まれており、本エリアにおいても同様に推移することを目指します。

表 取組みの指標一覧

指標名	基準値 令和5年	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年	測定方法
指標1 観光消費額 総額	58,923,057千円	59,513,761千円	59,811,329千円	60,110,386千円	60,410,938千円	60,712,993千円	・神奈川県入込 観光客調査
指標2 入込観光客数	15,110,969人	15,414,699人	15,568,846人	15,724,535人	15,881,780人	16,040,598人	・神奈川県入込 観光客調査
指標3 延べ宿泊者数	663,867人	670,522人	673,875人	677,244人	680,630人	684,034人	・神奈川県入込 観光客調査

4. 現状の課題と取組みの方向性

(1) 現状・課題と取組みの方向性

旅行者を誘致するためには、来訪者のニーズや興味関心を満たす滞在価値<ウリ>や、宿泊施設<ヤド>、地域価値を編集して解説や提供するガイドや事業者等の<ヒト>の確保や開発が必要となります。その上で、来訪者に旅の目的として認知してもらうための売り込み<コネ>や、旅行しやすい移動環境<アシ>の整備が必要となります。

1章から3章までの内容を踏まえ、本エリアの現状・課題を上記のウリ、ヤド、ヒト、コネ、アシの5分野毎に整理しました。

<現状・課題>

ウリ

- ・三浦半島全体で共通となる、豊かな食資源やゆったりと過ごせる場所としてのブランド価値向上。
- ・一部リピーターもいるが、来訪根拠や滞在のイメージが希薄。特にワーケーション、閑散期、夜の滞在時間の延長となる、自然や季節、歴史に触れる等のコンテンツ開発が必要。
- ・来訪・周遊のポテンシャルが確認され、インバウンド富裕層向けの食のコンテンツ開発を実施しているが、更なる富裕層嗜好の把握をし、宿泊も含めた富裕層向けの旅行（ドイツのツアー等）の開発が必要。
- ・雄大な自然の美しさ、富士山を望むロケーション等の自然景観に対する認知度や磨き上げが必要。

ヤド

- ・本エリアの宿泊者数はエリア入込観光客数の1割を下回っており、都心からのアクセス性が高いことから、日帰り来訪が中心な理由の一つである。
- ・特に、三浦市は古くからの小規模な民宿等が中心で、様々な観光客のニーズに沿った宿泊施設が必要。

ヒト・コネ

- ・食資源や産品、施設等のブランド化、コンテンツ造成等を各市町で積極的に実施しているが、多様な方に来ていただく工夫や三浦半島全体での周遊促進が必要。
- ・自然×食×歴史・風土等を総合的に楽しんでもらうためのガイドやコンシェルジュ人材の育成。また、地元で外国語対応できる人材の確保・育成。
- ・地域毎に情報が分散しているため、来訪者ニーズに沿った情報を共有。またインバウンドも含めターゲットに応じた情報発信による認知度向上も必要。

- ・半島内アクセスは東側の南北の鉄道と各駅からのバスが中心で、二次交通の利便性向上が必要。
- ・レンタサイクル、ライドシェア、海上交通等の整備や実証実験の本運用。個人タクシー等との連携によるアシの確保。
- ・半島性から道路、駐車場が限られており、需要集中による慢性的な渋滞、混雑の解消が必要。

前述の課題を踏まえ、今後の取組に向けた方針を以下の通り整理しました。

<課題への対応方針>

方針1 三浦半島の食のブランディング【ウリ】

- ・三浦半島の豊かな食資源そのもののPR活動や、地域の食材を活用したメニューの開発（一例：よこすかカレー等）を実施し、本エリアのイメージ形成に資するような観光コンテンツ開発に取り組み、選ばれる観光地となることを目指します。
- ・加えて、エリア内で情報発信等を連携したものとするこで、これまでにないエリア横断型の観光を推進します。

方針2 富裕層向け旅行の開拓とエリア連携【ウリ、ヤド、ヒト・コネ】

- ・三浦市が先行して取り組んでいるインバウンド富裕層向けの宿泊施設整備、食の高付加価値化等をエリア全体で連携し、旅行商品の開発に取り組むとともに、三浦半島の魅力を世界に発信します。
- ・インバウンドや富裕層といったこれまでにないターゲットの嗜好についても、継続的にニーズを把握し、ニーズに沿ったコンテンツ開発やガイド育成などの環境整備を目指していきます。

方針3 自然や景観等を活かした三浦半島の新たな魅力造成【ウリ】

- ・三浦半島の美しい自然景観や季節を感じる花・農作物、風景等が織り成す魅力や、三浦半島に暮らす人々とふれあえるようなエリアならではの新たなコンテンツ開発に取り組めます。また、幅広い層に活用可能なコンテンツも視野に入れていきます。
- ・加えて、周遊の促進施策や新たなコンテンツづくりに取り組み、エリア横断型の観光を推進します。

方針4 テーマ、ターゲット別の情報発信や新たなPRの場を確保【ヒト・コネ】

- ・1つのエリアとして観光情報を発信していくにあたり、各市町の観光情報をテーマ別に整理するとともに、ターゲット別に適切な情報媒体を整備します。
- ・エリア全体のコンテンツの案内人や外国語対応できる人材の確保、育成していきます。

方針5 三浦半島を繋ぐ多様な交通モードの導入とモード間の連携強化【アシ】

- ・既存の二次交通サービスの周知および利用の拡大に向け、HP等での情報発信に取り組むとともに、公共交通等を活用したルートの検討、PRを行います。
- ・逗子市が先行している海上交通をエリア内に広げることが可能か検討していきます。
- ・加えて、交通事業者（レンタサイクル、ライドシェア等）等への働きかけを行い、更なる周遊の促進を目指します。

(2) 個別事業メニュー

方針Ⅰ 三浦半島の食のブランディング

- ・三浦半島の豊かな食資源そのものの PR 活動や、地域の食材を活用したメニューの開発（一例：よこすかカレー等）を実施し、本エリアのイメージ形成に資するような観光コンテンツ開発に取り組み、選ばれる観光地となることを目指します。
- ・加えて、エリア内で情報発信等を連携したものとするこで、これまでにないエリア横断型の観光を推進します。

事業Ⅰ-1. 大規模イベント等での地場産品の PR

大規模イベント等の開催時に、イベントの来場者に対して、自然豊かな三浦半島の地場産品を PR・販売するブースを出店します。食による連携エリアの魅力発信を通じて、地場産品の販路拡大等に繋がるよう進めていきます。

事業Ⅰ-2. 三浦半島ならではの食の高付加価値化事業

三浦市が先行して実施した三浦半島の食材を活用したパエリア開発を参考に、三浦半島の食材を活用した新たなメニュー開発などに取り組み、食の高付加価値化を図ります。

方針 2 富裕層向け旅行の開拓とエリア連携

- ・三浦市が先行して取り組んでいるインバウンド富裕層向けの宿泊施設整備、食の高付加価値化等をエリア全体で連携し、旅行商品の開発に取り組むとともに、三浦半島の魅力を世界に発信します。
- ・インバウンドや富裕層といったこれまでにないターゲットの嗜好についても、継続的にニーズを把握し、ニーズに沿ったコンテンツ開発やガイド育成などの環境整備を目指していきます。

事業 2-1. インバウンド富裕層を対象とした三浦半島高付加価値体験と宿泊ツアー造成事業 (R6 年度モデル事業から継続実施)

R6 年度に実施したインバウンド富裕層をターゲットとしたモデル事業を活かし、旅行商品化に向けた取組みを検討していきます。

事業 2-2. 富裕層向けガイドの育成

富裕層の時間の使い方や好み等の嗜好を理解し、本エリア内のその場所ならではの体験や歴史的な背景等の説明ができるよう、ガイドを育成することを目指していきます。

事業 2-3. 富裕層を対象とした空と海の周遊造成

富裕層の誘致として、東京から横須賀へのヘリコプター航路の新設・三浦半島遊覧飛行の開催、横浜から横須賀の船の航路開設等のツアーの造成等、新たな空路海路の開設とツアーの造成を実施していきます。

方針 3 自然や景観等を活かした三浦半島の新たな魅力造成

- ・三浦半島の美しい自然景観や季節を感じる花・農作物、風景等が織り成す魅力や、三浦半島に暮らす人々とふれあえるようなエリアならではの新たなコンテンツ開発に取り組めます。また、幅広い層に活用可能なコンテンツも視野に入れていきます。
- ・加えて、周遊の促進施策や新たなコンテンツづくりに取り組み、エリア横断型の観光を推進します。

事業 3-1. マリンスポーツを活用した周遊促進

本エリアは、各地域でマリンスポーツが盛んです。エリア内で同一のマリンスポーツに関するイベントの開催や、取り組み内容の情報発信、エリア内を移動しての1日体験等を連携して実施していきます。

また、横須賀市・三浦市で協働開催している、ウィンドサーフィンワールドカップに訪れた人に対し、連携エリア内のマリンスポーツのPR等エリア内の周遊を促進する取り組みを行います。

事業 3-2. 大河ドラマを契機とした周遊企画

連携エリア内の周遊促進を図る目的として、三浦半島を本拠地として活躍した「三浦一族」をテーマとし、横須賀市・三浦市内の歴史遺産を周遊する企画等を行います。

事業 3-3. 観光拠点の景観整備・まちづくり等

観光拠点として観光客を呼び込み、広域周遊を促す拠点の強化を図る目的として、拠点となる地区や街等の景観整備やおもてなし整備（公園や街路の植栽等）、地域振興を図るまちづくり等を実施します。

事業 3-4. トレッキングツアー連携推進事業

本エリア内には山々が点在しており、ハイキングコースも複数存在しています。これらを活用し、エリア内で連携したイベントの実施やルート紹介等を実施していきます。

事業 3-5.海の魅力向上による集客促進事業

海岸を活用した新たな集客イベント等を実施することにより、三浦半島の海の魅力向上を図ります。

事業 3-6.周遊ツアーの造成

エリア内の類似するコンテンツやターゲット毎に選定されたコンテンツ等をつなげ、日帰り及び宿泊の複数パターンツアーを造成していきます。

事業 3-7.幅広い層の観光客を誘致するための施設整備

既存施設等において、子育て世帯や高齢者などすべての人々にやさしい観光体験を実現するための施設整備を進めます。

方針 4 テーマ・ターゲット別の情報発信、新たな PR の場を確保

- ・1 つのエリアとして観光情報を発信していくにあたり、各市町の観光情報をテーマ別に整理するとともに、ターゲット別に適切な情報媒体を整備します。
- ・エリア全体のコンテンツの案内人や外国語対応できる人材の確保、育成していきます。

事業 4-1. ルートミュージアム周遊促進事業

よこすかルートミュージアム構想の考え方を基本に、連携エリアを含めた周遊促進を図るため、観光施設間の移動手段を確保します。

事業 4-2. ツアーガイドの育成

本エリア全体もしくは、一部エリアで、各観光施設の概要や歴史的背景、野菜や魚の収穫等の生業等をガイドできる人材の確保や育成をし、観光客の受入体制を整えていくことを検討します。

方針 5 三浦半島を繋ぐ多様な交通モードの導入とモード間の連携強化

- ・既存の二次交通サービスの周知および利用の拡大に向け、HP等での情報発信に取り組むとともに、公共交通等を活用したルートの検討、PRを行います。
- ・逗子市が先行している海上交通をエリア内に広げることが可能か検討していきます。
- ・加えて、交通事業関係者（レンタサイクル、ライドシェア等）等への働きかけを行い、更なる周遊の促進を目指します。

事業 5-1. 二次交通サービスの連携・情報発信

三浦半島内の二次交通（レンタサイクル、タクシー、海上交通等）の情報を集約し、紹介する情報発信サービスについて検討し、それらを活用した周遊ルート等の情報提供を検討していきます。

事業 5-2. 海上交通を活用したエリア連携推進

海上交通、遊覧の観光資源として活用し、漁港等の活性化に資するため、逗子市が先行している漁師タクシー実施における対策や設備等の体制強化を実施します。将来的には、景色を気軽に海上から満喫して周遊できるエリア内交通の一部となるように取り組んでいきます。

事業 5-3. 三浦半島エリア内レンタサイクルの導入検討

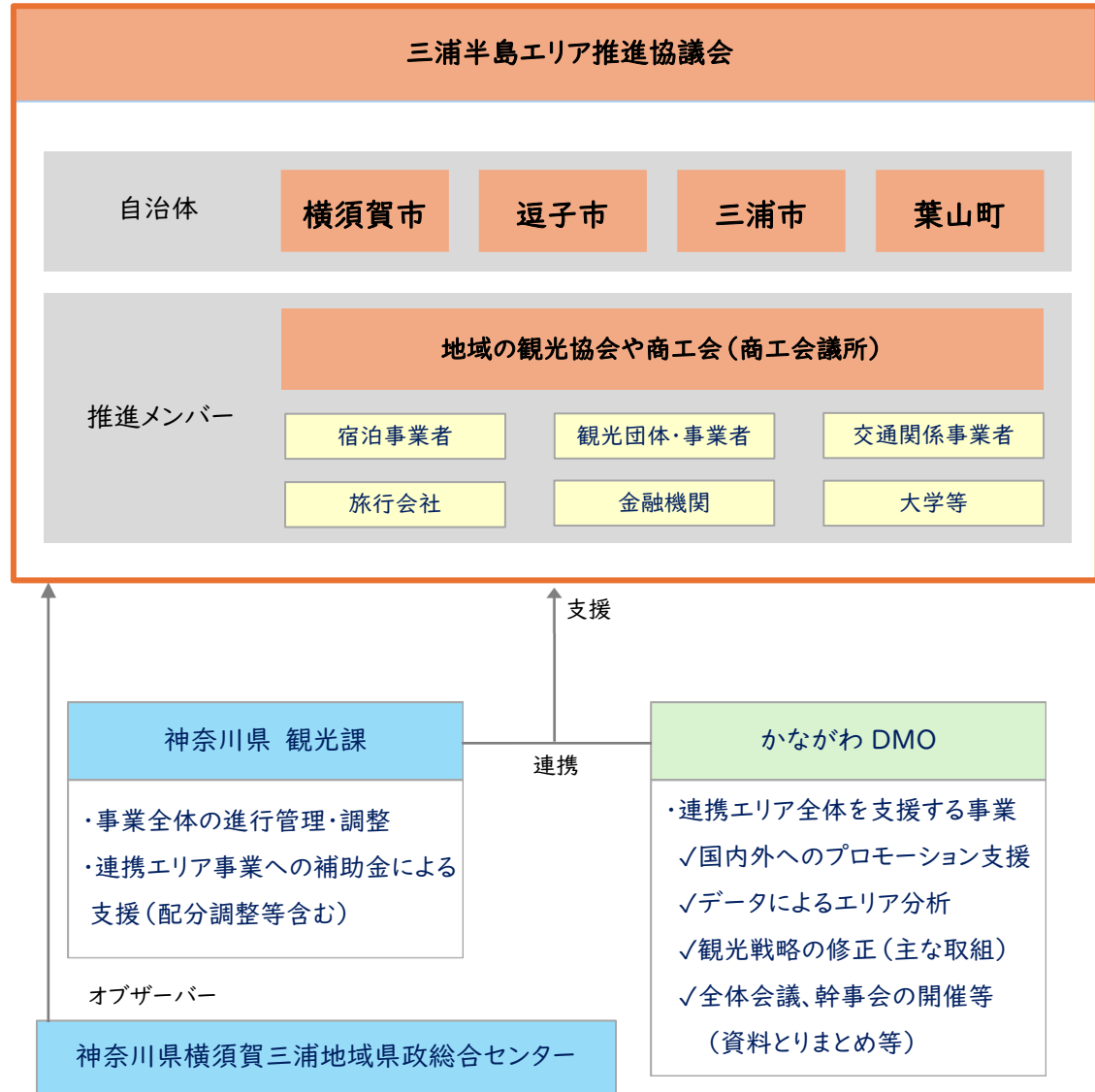
三浦半島内では各市町において、二次交通としてレンタサイクル事業を展開しています。エリア内で統合連携し、エリア内周遊のアシの一つとして進めていきます。

※「別紙 2 事業一覧」参照

※この観光戦略に掲げる各事業の実施にあたっては、神奈川県観光振興計画に掲げる施策・事業をはじめ、神奈川県がエリア内で実施するプロジェクト、事業等の活用、また連携を検討して実施していきます。

5. 推進体制の将来構想

本エリアにおける活動の推進体制は3市1町を構成とし、今後、地域の観光協会や商工会／商工会議所、民間事業者等の協力を得ながら事業を推進します。



別紙Ⅰ 三浦半島エリアの SWOT 分析

内部要因		外部要因	
強 み (S)	①都心から約 50～70km で、横浜から約 20～30km 程度に位置しており、 <u>アクセスが良好</u> 。	⑳三浦半島4市1町で三浦半島ブルーカーボン推進会議を設置し、連携体制を構築している。	機 会 (O)
	②半島内で場所によって異なる、 <u>魅力ある自然(海、ビーチ、森)、景観等を体感</u> できる。	㉑【三浦】 <u>城ヶ島の心に残る風景(ミシュラン2つ星)獲得</u> 。	
	③三浦の城ヶ島をはじめとした自然景観や食、横須賀・葉山のマリンアクティビティ・スポーツ、逗子・葉山のリゾート・ビーチ等、 <u>3市1町で様々なコンテンツを有する</u> 。	㉒【三浦・逗子】 <u>リビエラ逗子マリーナとリビエラシーボニアマリーナの国際環境認証ブルーフラッグの取得</u> 。	
	④ <u>地魚は、半島内の場所や季節によって楽しみが変わる</u> 。	㉓【横須賀】ELLE DECOR Japan「一度は訪れるべき、世界の絶景美術館10」に横須賀美術館が初めて選定。	
	⑤三浦半島エリアは、宿泊客では、県内他地域と比べて <u>比較的リピーター率が高い</u> 。 (宿泊客の 67.2%が 10 回以上来訪)	㉔【横須賀・逗子・葉山】 <u>海上交通で各地～鎌倉間を運航</u> (三浦はなし、更に地域間での運行はない)。実証実験ではみうら・みさき海の駅も連携。	
	⑥来訪者が特に <u>印象に残ったものとしては、「食べ物おいしい・よかった」「景色・景観が良い」</u> 等である。	㉕【神奈川県でサイクルツーリズムを推進。	
	⑦【横須賀・三浦】三浦半島の東海岸は「 <u>東海岸ドライブルート</u> 」があり、 <u>海沿いを眺めながら移動</u> できる。	㉖三浦半島4市1町と県、観光協会、鉄道会社で構成する「三浦半島観光連絡協議会(三観協)」においても、情報発信やコンテンツ開発等を実施している。	
	⑧【葉山】入込観光客数が最も低い、 <u>一人当たりの観光消費額は高く、高単価な客層を獲得</u> している。		
	⑨【横須賀・逗子】 <u>2023 年にラビスタ観音崎テラスがリニューアルオープン、The Harbor Terrace がオープン</u> し、話題の宿となっている。		
	⑩【三浦】R5 観光庁ガストロノミーツーリズムで、富裕層をメインターゲットとし <u>ゲリラレストランを実施し高い評価</u> 。		
弱 み (W)	⑪【三浦・逗子】 <u>海業(うみぎょう)を推進中</u> 。		脅 威 (T)
	⑫【三浦】 <u>三崎水産物のグローバルブランディングの推進、三浦野菜の国内外へのアプローチ</u> (三浦ガストロノミー研究会の設立、キャンプ飯づくり体験等)、 <u>チャリピクのインバウンド向けへの磨き上げ</u>		
	⑬【逗子・葉山】 <u>国指定史跡 長柄桜山古墳群第一号墳が開園</u> 。		
	⑭【葉山・逗子】葉山は保養地・別荘地として、国内の既存顧客を有しており、逗子においても国内の定住者増加やワーケーションに重きを置いている。		
	⑮ <u>県入込客数のうち半島全体の人数は 1/10 程度</u> で県内 6 エリア中 5 位、 <u>宿泊者も県全体の 5%と少ない</u> 。	㉗既存の国際観光地との差別化 (特に、隣接する鎌倉)	
	⑯ <u>半島内を周遊するためのアシが不十分</u> 。(様々な実証事業を実施中:かなライド@みうら、海上交通「かながわシーライド」/レンタサイクル・電動キックボードシェアリング、デマンド交通など更なる取り組みが必要)	㉘都心への他県、他地域の野菜の流通(ブランド野菜の競争激化)	
	⑰ <u>単一的な来訪スタイルで需要が集中</u> するため、慢性的に国道や県道の <u>渋滞、駐車場不足</u> が発生。 (三浦半島エリアの来訪手段は自家用車が 47.4%)	㉙三浦半島として、まとまった観光情報を取得しにくい。	
	⑱ <u>半島全体でのコンテンツや情報の連携が不十分で、周遊につながりづらい</u> 。		
	⑲【三浦】宿泊施設が小規模なものや民宿が中心。 (三浦市においてもリゾートホテル“ふふ”開業予定。)		
	⑳野菜は <u>少数多品目栽培のため、他地域に流通していないものも多くブランド価値が確立していない</u> 。		

別紙2 事業一覧表

方針	事業メニュー	主な対象地域	主なターゲット	期間	短期 (R7～8)	中期短期 (R9～10)	長期 (R11～)
方針1 三浦半島の食のブランディング	1-1.大規模イベント等での地場産品のPR	横須賀市	全体	短期～			
	1-2.三浦半島ならではの食の高付加価値化事業	三浦市→全体	富裕層	短期～			
方針2 富裕層向け旅行の開拓とエリア連携	2-1.インバウンド富裕層を対象とした三浦半島高付加価値体験と宿泊ツアー造成事業	三浦市→全体	富裕層	短期～			
	2-2.富裕層向けガイドの育成	全体	富裕層	中期～			
	2-3.富裕層を対象とした空と海の周遊造成	横須賀市→全体	富裕層	短期～			
方針3 自然や景観等を活かした三浦半島の新たな魅力造成	3-1.マリンスポーツを活用した周遊促進	横須賀市	若年層・子育て世帯	短期～			
	3-2.大河ドラマを契機とした周遊企画	横須賀市	全体	短期～			
	3-3.観光拠点の景観整備・まちづくり等	三浦市、葉山町	全体	中期～			
	3-4.トレッキングツアー連携推進事業	全体	若年層・子育て世帯	中期～			
	3-5.海の魅力向上による集客促進事業	全体	全体	短期～			
	3-6.周遊ツアーの造成	全体	全体	長期～			
	3-7.幅広い層の観光客を誘致するための施設整備	葉山町	全体	短期～			
方針4 テーマ・ターゲット別の情報発信、新たなPRの場を確保	4-1.ルートミュージアム周遊促進事業	横須賀市	全体	短期～			
	4-2.ツアーガイドの育成	全体	全体	長期～			
方針5 三浦半島を繋ぐ多様な交通モードの導入とモード間の連携強化	5-1.二次交通サービスの連携・情報発信	全体	全体	長期～			
	5-2.海上交通を活用したエリア連携推進	逗子市→全体	全体	短期～			
	5-3.三浦半島エリア内レンタサイクルの導入検討	全体	サイクリスト	長期～			

※記載している事業メニューについては、事業進捗の中でエリア内で協議し、追加・修正など変更を行っていくものとします。