

伊豆の国市観光基本計画

令和7年3月

伊豆の国市



はじめに

1-1 計画策定の趣旨

近年の観光形態や観光ニーズの変化を的確に捉え、市民をはじめ、各事業者・団体・行政などが協働し一体となって、本市の魅力を積極的かつ効果的に発信していく観光地域づくりが必要となっております。

本市では、これらの課題に対して総合的かつ計画的な施策を推進していくため、伊豆の国市観光基本計画を平成26年度に策定しました。（計画期間：平成27年度～令和6年度）

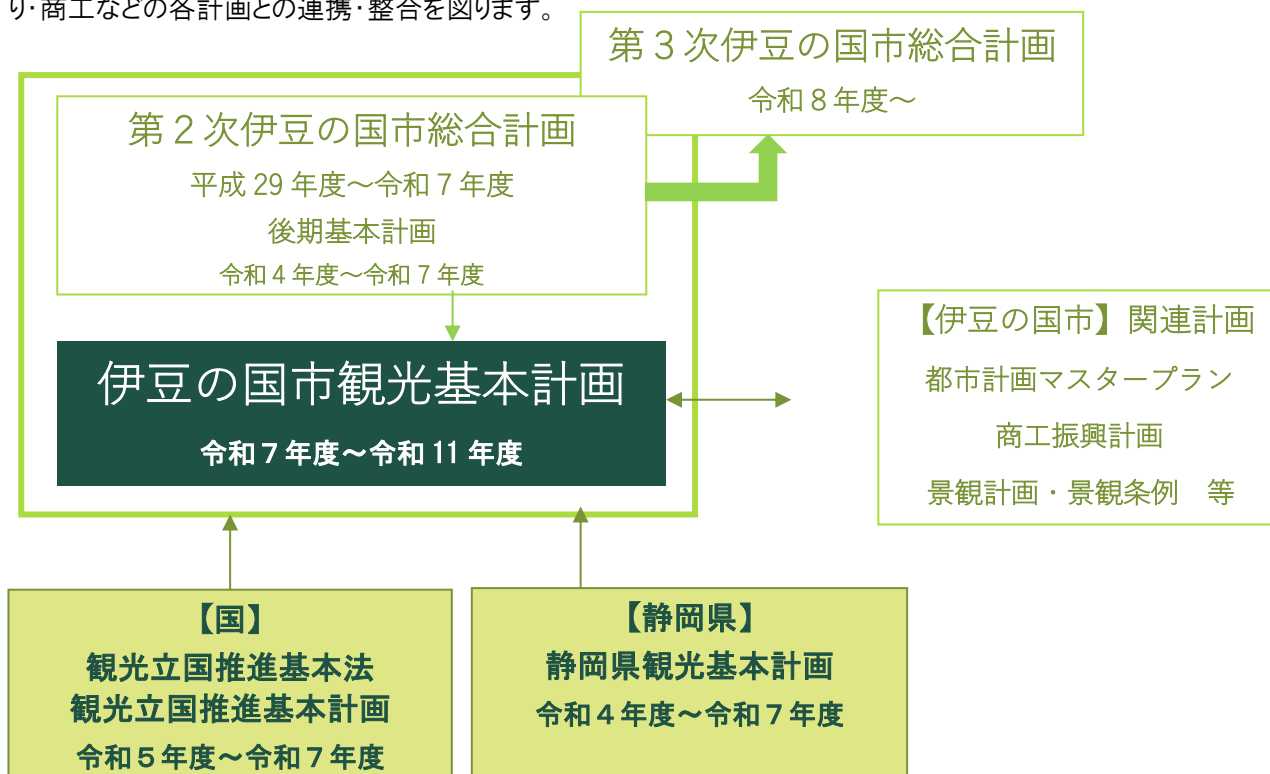
本計画は、前回の計画が令和6年度に計画期間が終了することを受け、改めて、本市が取り組むべき観光施策にかかる基本方針や重点戦略等を定め、「もっと住みたくなるまち」、「もっと訪れたいくなるまち」を目指すものです。

なお、本計画では、本市の観光における方向性を定めることにとどめ、KPIの目標数値やプロジェクト案の詳細等については、令和7年度以降に策定するアクションプランに盛り込むこととします。

1-2 計画の位置付け

本計画は、国の「観光立国推進基本計画」及び県の「静岡県観光基本計画」を勘案した上で、本市の実情に応じた観光に関する施策を定めたものです。

本市の総合計画である「第2次伊豆の国市総合計画後期基本計画」に即し、かつ、現在、策定を進めている、令和8年度からを計画期間とする第3次総合計画の検討状況を勘案しながら、まちづくり・商工などの各計画との連携・整合を図ります。



1 - 3 計画期間

令和7年度～令和 11 年度(5年間)

前計画期間は 10 年間となっておりますが、昨今の観光動向は目まぐるしく変化していることを鑑み、今回の計画期間は5年間とします。また、社会情勢の変化等に適確に対応していくため、必要に応じて見直していくこととします。



観光の動向

2-1 観光をめぐる動向

世界的に拡大した新型コロナウイルス感染症の影響によって移動や交流が制限されたことから、その反動で、訪日外国人旅行者数は令和6年に過去最高を記録するなど、近年の観光を取り巻く環境は大きく変化しています。コロナ禍においては、マイクロツーリズムの割合が増加、また、感染リスクを避けるため、団体旅行の減少が加速し、少人数の旅行が拡大しています。

安心・安全な旅を求める中で、様々なアクティビティや地域の文化・交流を楽しむ、体験型の旅といった、「コト」消費に対応する新たな観光交流も生まれています。また、オンラインによる旅行予約やキャッシュレス決済の導入が進み、デジタル技術の進歩によって、観光客の行動消費傾向を把握し、観光による地域経済への波及効果を高める仕組みづくりに活用する動きが進んでいます。

令和7年4月から開催される大阪・関西万博を契機として観光立国の復活も期待されています。

一方、オーバーツーリズムによる地域への影響や、それを見据えた観光課税の導入等新たな動きも見られ、身近なところでは、熱海市で、宿泊税が導入されることとなりました。

静岡県の観光交流客数及び宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の影響により大きく減少しましたが、コロナ禍を経て、ピーク時の9割程度まで回復してきています。また、宿泊客数では、ピーク時の平成30年度では、伊豆地区が県全体の6割程度を占めていたものの、近年その割合は少しずつ下がってきています。

2-2 動向を踏まえた留意すべき視点

① 人口減少・人口構造の変化と少子高齢化

日本は、人口減少時代への突入が確認されて以降、少子高齢化により人口が大幅に減少することが見込まれており、人口構造も変化してきています。

内閣府の高齢社会白書によると、令和52年には、総人口が8,700万人まで落ち込むと想定されており、本市の人口も、令和6年4月1日現在の46,378人から、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると令和27年には35,375人まで落ち込むと想定されています。

これは、観光を支える人材不足に直結するものであり、観光を通じて定住人口・交流人口・移住を含めた関係人口の維持・拡大を図る必要があります。

② 「もっと住みたくなるまち」「もっと訪れたくなるまち」への観光地域づくり

「もっと住みたくなるまち」「もっと訪れたくなるまち」を体現していくためには、観光政策においても、自らの地域を愛し、誇りを持って暮らしをすることが、観光客の訪問適地として認識されることに繋がります。そのような人たちが増え、連携することで、さらなる効果を発揮させることが重要です。

③ 持続可能な観光地域づくり

持続可能性については、国連の開発目標においても重要な要素であり、SDGs として広く周知されており、全世界で尊重すべき目標となっています。国の「観光立国推進基本計画」においても、持続可能な観光地域づくり戦略が掲げられており、本市においても、これを念頭に置いた観光政策を掲げる必要があります。

本市には、多くの歴史資源や農産物・豊かな自然環境が存在しています。また、多様な商工事業者が提供している製品・サービスがあります。これらを観光を通じて、守り、育てることが、持続可能な観光地域づくりにとって重要です。



基本方針と重点戦略

3 - 1 目標

—伊豆の国市が取り組む観光—

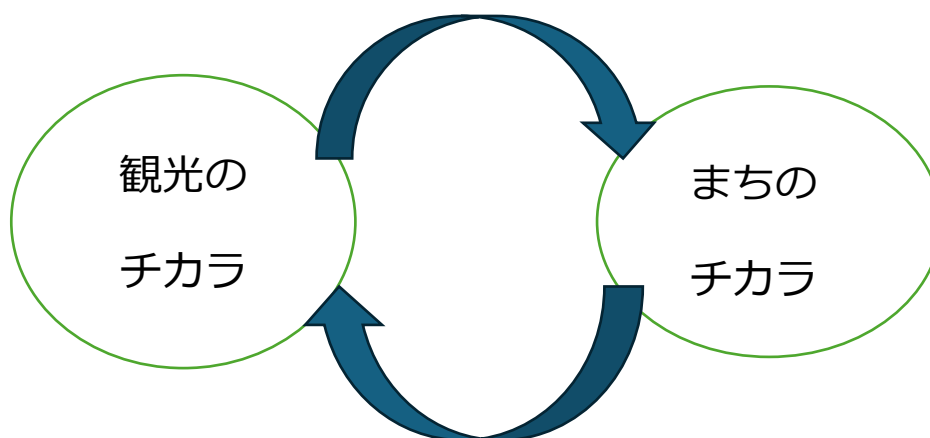
伊豆の国市には、温泉の賑わい、悠久の歴史、多様な農産物、豊かな自然など多くの魅力があります。そして、こうした魅力を求めて多くの人を訪れるまちとして、伊豆を代表する観光地でもあり、活発な観光・交流が生み出されています。

伊豆の国市では、地域の魅力を観光・交流のチカラによって保全・発展させるとともに、そうした地域の魅力によってより多くの人たちを惹きつけて活発な観光・交流につなげていきます。観光・交流をまちづくりと結びつけることで、「もっと住みたくなるまち」、「もっと訪れたいなるまち」を目指していきます。

こうした市の姿勢を示す基本方針として、

「観光のチカラをまちのチカラへ、まちのチカラを観光のチカラへ」

を掲げて、これからの観光振興とまちづくりに取り組んでいきます。



3-2 基本方針

ー基本方針ー

「観光のチカラをまちのチカラへ、まちのチカラを観光のチカラへ」を実現するために、以下の3つを「基本方針」とします。

基本方針 1 観光を通じて、まちの魅力を守り、育てる

伊豆の国市の豊かな魅力を、来訪者とともに楽しむことで、守り、育て、市民にとっても観光客にとっても魅力あるまちをつくります。

こうした取り組みを行うためには、まちの魅力を活かして、観光客とともに楽しめるよう、商品化していく必要があります。

商品化には様々な方法があります。伊豆の国市の多様な魅力を来訪者に提供することで、付加価値を高め、さらに磨きをかけて、市民も観光客も楽しめるまちを目指します。

1. 市内の多様な商工事業者を守り、育てる

観光客が訪れることで、地域には様々な経済効果がもたらされます。こうした効果によって市内の観光の中心に位置する宿泊事業者を活性化させることはもちろん、飲食をはじめとする様々なサービス業、さらには物産事業者へと波及させることで、市内のより多くの事業者を守り、育てていきます。

- ・現在活動している事業者が提供している製品やサービスを観光と結びつけることで、より活発な営業、さらには事業承継につなげていきます。
- ・観光と結びつけることで新規事業の開発を促進させるとともに、新規事業者の育成を支援します。
- ・市内で生産された産物やサービスを効果的に情報発信していくことで、伊豆の国市の様々な産品をブランド化し、より付加価値の高い産業・事業者を育成していきます。

2. 伊豆の国市の歴史の価値を守り、育てる

旧石器・縄文・弥生時代の遺跡にはじまり、大河ドラマで注目を集めた北条氏を中心とする鎌倉時代の歴史資産、戦国時代の北条早雲、さらには江川邸や世界遺産韮山反射炉といった近世・近代の遺産まで、伊豆の国市にはたいへん貴重な歴史的資産が数多くあります。また、市民が守ってきた祭りや伝統芸能、芸妓文化など温泉場としての伝統もあります。

こうした地域の歴史は、多くの観光客を惹きつけるだけでなく、地域住民が地域の価値を見つめ直すことで、自分たちの地域を愛し、誇りを持つための基盤になります。観光を通じて、世界

中からの来訪者と市民がいっしょになって歴史遺産の価値を守り、育てていきます。

- ・観光を通じた歴史的資源の情報発信を内外に行います。
- ・歴史ガイドの活動をより活発化することで、来訪者の満足度を高めるとともに、歴史資産の付加価値を高めていきます。
- ・歴史ガイドを通じて、幼少期から、市民に歴史の価値を伝え、郷土愛の醸成に努めていきます。
- ・外国語ガイドを守り、育てることで世界中の人々が歴史遺産に触れる機会を確保していきます。
- ・地域の祭りを観光客とともに楽しめるようにするとともに、イベントなどを通じて芸妓の活動を支援するなど、伝統文化を継承していきます。

3. 心地よい景観と空間を守り、育てる

伊豆の国市は豊かな自然に恵まれ、その中で美しい農村景観やまち並みが形成されてきました。そうした景観やまち並みを観光と結びつけることで、より美しく心地よいものに発展させていきます。

- ・市民・事業者の協働により、伊豆長岡温泉の温泉場通りを、より楽しく居心地の良い空間にしていきます。
- ・温泉街の中心に位置する源氏山を、市民も観光客も楽しめる空間として整備していきます。
- ・川の駅「伊豆城山」を市民と観光客の憩いの場として活用していきます。特に、犬などのペットとともに楽しめる場所として、ペットツーリズムに積極的な宿泊施設や飲食店と連携しながら、犬好き・ペット好きの人たちが足を運びたい空間づくりを進めます。
- ・こうした空間づくりを進めるにあたっては、行政の関連部署と連携することはもとより、建設業をはじめとする様々な事業者との連携が望まれます。各主体の連携の場を積極的につくることで、持続的に活用できる体制づくりをしていきます。
- ・市民をはじめとして、市内を訪れる観光客の心が和むよう、花によるおもてなし活動に取り組む団体を支援し、市内各地におもてなしの空間づくりを進めます。

4. 豊かな農業基盤を守り、育てる

伊豆の国市は豊かな農産物を育み、ブランド力のある収益性の高い農業基盤を有しています。いちご狩りやみかん狩りなどの観光農園は、伊豆の国市の農産物の情報発信とともに、そのブランド化に大きく貢献してきました。観光と農業をさらに結びつけることで、豊かで収益性の高い農業を守り、育てます。

- ・観光を通じて、伊豆の国市の農産物の情報発信を行い、その価値を広めることで、ブランド力を強化していきます。
- ・いちご狩りとみかん狩りの事業承継を、農業者団体等の支援機関と連携しながら、積極的に支援することで、産地としての知名度と収益性を守ります。

- ・地産地消に取り組むことで、観光の経済効果を農業者へも波及させていきます。
- ・農産物直売所を充実させ、市民も観光客も地場の新鮮で安心な農産物を楽しめるようにします。

基本方針 2 効果的なマーケティング

多くの来訪者に訪れてもらうためには、市内の多様な魅力についての情報を適切に発信して、実際に来訪してくれるように働きかけていく必要があります。近年は観光をめぐる地域間競争が激しくなっていく中で、費用対効果の高い効果的なマーケティングを行うとともに、そのノウハウの蓄積をしていく必要性が高まっています。

マーケティングは、地域にあった集客ノウハウを見つける作業です。そのために、トライ＆エラーの繰り返しと、それを検証して、常に修正していくことが必要になります。PDCA サイクル(Plan 計画する→Do 実行する→Check 評価する→Act 改善する)を繰り返しながら、絶えず変化していく観光動静にあわせてマーケティングの方法をアップデートしていく必要があります。それゆえ、経験から得られる知識・ノウハウを集積していくことが何よりも大切です。

伊豆の国市に合ったマーケティングの方法を継続的に開発していくために、検証作業を繰り返しながら、経験から得られる知識を蓄積していく専門の組織が必要とされます。こうした組織を観光協会に求めていくことや、観光戦略会議等の既存の組織を活用しながら、観光協会を核にしつつ、旅館組合や商工会、さらには、(一社)伊豆長岡温泉エリアマネジメントなどの組織との連携によって新たな組織(DMO¹等)を構築していくことについて、今後検討していきます。

・広報、PRにおいて、常に以下のようなプロセスを重視します。

戦略作成:STP(Segmentation, Targeting, Positioning)を設定して、どのような顧客に、
どのような方法で顧客にアプローチして、プロモーションを行うのかを決定します。
※そのための基礎的な市場調査やデータの収集も、戦略作成には含まれる。

↓

成果検証:マーケティングの実践結果を測定し、どの程度効果があったか(なかったか)、
その理由は何かを検証します。

↓

修正、再トライアル:検証結果をもとに、より効果的な戦略作成を行い、再びその成果
を検証します。

- ・インターネットや SNS などを効果的に利用しながら、費用対効果の高い情報発信をしていきます。
- ・宿泊事業者や各種事業者と常に連携して、そのノウハウを生かしながら、彼らが望むマーケティング方法を実践します。
- ・成果検証を常に行い、それを次の展開に必ず反映させるようにします。

¹ DMO : Destination Marketing/Management Organization

多様な地域の魅力を来訪者に提供できるようにする (Management) とともに、的確に来訪者を呼び込める (Marketing) ようにするための組織

基本方針 3 多様なプレイヤーの連携

まちづくりと観光の連携を進めるためには、伊豆の国市内の各組織・団体・プレイヤーといった各主体が相互に協力しあうことが重要となっています。分野や組織を越えた多様な連携を行うことで、観光とまちづくりの双方を活性化していきます。

ただし、「連携」の必要性を提唱するだけでは連携は生まれません。各プレイヤーが時間をかけて率直な話し合いを行い（話し合いの場）、その中から参加者が主体的に参加できるプロジェクトを作り出す（実践の場）ことで、実効性のある連携が生まれます。

こうした連携を継続的に維持していくためには、各プレイヤーに積極的な参加を呼び掛けながら、「場づくり」を積極的に仕掛けていくための支援組織（＝「連携ハブ」）が必要とされます。行政の最大の役割はそうした連携の核になることです。ただし、継続的な連携活動を行っていくためには、知識と経験を効果的に集積する組織が必要とされます。そのためにも、連携ハブの役割を担う組織体制を整えることを今後検討していきます。

本計画では、伊豆の国市の観光のあり方を示す3つの基本方針を明確にして、各種の取り組みを持続的に実践していきます。市内の観光事業者はもちろん、多様な事業者、農業者、そして市民には、こうした基本方針を共有しながら、各々が納得できる具体的な実践活動を自らが考え、それを実践していくことを行政として積極的に支援します。そして、目指すべき姿を具体化していくためのプロジェクト案を出し、それを「アクションプラン」としてまとめていくことで、その成果を定期的に検証しながら、絶えず目指すべき姿に向けて改善していきます。

基本計画前半では、そのための第一歩として、基本的な枠組みに対する認識を市内のプレイヤーで共有することに力を入れ、プレイヤー間の連携に向けた密接な話し合いを数多く設けながら、具体的な連携・協働プロジェクトをスタートさせていきます。

また、マーケティング機能と地域連携ハブ機能を担う組織の構築を継続的に検討して、今後の事業の継続体制を整えます。

プロジェクト案としてヒアリングであがったもの

- ▽源氏山の整備
- ▽学校など教育機関へ出張講座、子供ガイドの育成
- ▽伊豆の国市ブランド商品の利用・販売促進
- ▽地域コンシェルジュの育成と、コンシェルジュによる観光情報発信
- ▽お茶や観光農園での外国語ガイドの活用
- ▽川の駅「伊豆城山」と道の駅「伊豆のへそ」の連携プロジェクト

3-3 重点戦略

ー重点戦略ー

3つの基本方針を実現するために優先的に着手すべき重点戦略を掲げます。

① 市内の周遊化、滞在時間延長化、平準化

市内にある多様な資源を結んで、来訪者の周遊化を促すことで、滞在時間を長くして各事業者への効果を相互に高めるとともに、市内に宿泊する来訪者の増加につなげていきます。

一年を通して楽しめるまちをつくることで、観光客の季節変動等を少なくし、閑散期の集客を図ることで、宿泊や飲食などの観光事業者の収益性を高めるとともに、市内の各事業所で働く人たちにも働きやすい環境をつくります。

また、“自転車の「魅力」「すばらしさ」を実感できるまち”を目指し、市内の多様な事業者や魅力を結び付けて周遊してもらうことを促していきます。自転車に乗ることを楽しみ、市内の多様な地域資源をめぐりながら体験型・交流型旅行を楽しむことができるまちを目指します。

② 事業承継・スタートアップ（新規事業開設）の支援

伊豆が観光地として広く認知されてから、すでに 50 年以上が経過しました。伊豆の国市でも観光業とともに発展した世代からの代替わりの時期を迎えています。魅力ある事業を次世代に継承するとともに、新しい時代にあった新しい事業者の育成に取り組んでいきます。

・観光農園の事業承継

いちごやみかんといった観光農園は伊豆の国市にとって重要な観光資源（特に、「いちご」は温泉、歴史と並ぶ3本柱のひとつ）ですが、高齢化と後継者不足から観光農園の事業継続が今後困難になることが予測されます。地域全体を観光農園化しているいちご狩りセンターのオペレーションノウハウはたいへん貴重なものであり、このシステムを絶やさないことが望まれます。

いちご狩りセンターの事務局を担っている JA ふじ伊豆との問題意識の共有・協働の体制づくりを進めて、市の農業部局とも課題認識を共有しながら、継続的に解決策を考える体制づくりをしています。

・伊豆の国市商工会との連携

商工会が中心となって進めている事業承継支援、新規創業支援と連携しながら、観光産業の土台となる各種サービスの拡充に取り組んでいきます。

④ 観光業で働く人たちの環境整備

少子高齢化の進行とともに人手不足が生じる中、観光やサービス産業では特に深刻化していま

す。そのため、生産性向上のためのDXの取組みを推進することや、外国人を含む、若手からシニアまでの幅広い世代が、多様な働き方ができる環境を整備することで、観光産業を下支えていきます。

- ・住環境を含めた福利厚生の拡充など、働きに行きたくなる環境の整備
- ・外国人労働者への研修等の拡充
- ・若手世代に対する労働環境、子育て環境の支援

④ インバウンド事業の強化

伊豆の国市は、外国人観光客の受入に関しては、まだまだ不十分と言えます。まずは、受入態勢の強化を図るため、観光案内看板の多言語化、各種ホームページの多言語化、QRコードの活用による情報提供等を行っていきます。

また、外国人向けのインターネットや SNS を活用した情報発信について、調査研究をし、効果的な情報発信方法について、検討を行ったうえ、実施していきます。

⑤ ガイド組織の育成と活動領域の拡大

市内の歴史的資産を守り、育てるための中心になってくれるのが、ガイド組織です。伊豆の国市には、歴史ガイドの会と外国語ガイドの会があり、精力的に活動しています。こうした組織は、市内の観光資源の掘り起こし・受け入れ態勢強化の要になります。それゆえ、両組織の強化を図るとともに、活動をさらに活発化していきます。

・地域内連携の強化

小中学校、高校などの教育機関との連携

出張講座、学習会など教育と絡めた展開を検討

旅館や各観光施設との連携

宿泊・観光施設のニーズに応じて、従業員への地域研修の実施

他の施設と歴史遺産のマッチング方法の検討

・活動領域の拡大

伊豆の国市を紹介するための、行政や観光協会の外国語ホームページの充実

市内の周遊型旅行商品の造成とガイドツアーの実施

お茶やいちご、さらには市内の多様な体験を外国人来訪者に提供する体制づくり

韭山反射炉をはじめとする市内の歴史資産や施設といった、ガイド組織が活躍する場の拡大

・地域外連携

(一社)美しい伊豆創造センターでは、ジオパーク事業の展開の中で、ジオガイドの育成を行っ

ています。また、伊豆市にも歴史ガイドが存在するなど、これら市外のガイド組織と積極的な交流・連携を進めていきます。

⑥ おもてなし市民組織との連携強化

おもてなしのまちづくりには、多くの市民が参加しています。これまで花によるおもてなし組織などの市民組織が市民参加による観光振興に取り組んできましたが、大河ドラマを契機として、伊豆の国市内にはさらに多くの自主的なおもてなし組織が生まれました。こうした市民の主体的な活動が今後も継続していくように、行政や観光協会との連携を密にして支援していきます。

⑦ 観光協会の機能強化

基本方針にある「効果的マーケティング」を行うためにも、また、地域連携のハブとなる機能を担うためにも、観光協会の機能強化が求められます。観光協会の役割を再検討しながら、観光協会の目指すべき姿を明確にして、今後の効果的な活動につなげていくための土台をつくります。また、行政と観光協会が連携して、活動内容の成果検証を常に行っていきます。

この機能を果たすために、観光協会を軸としつつ、旅館組合や伊豆の国市商工会、(一社)伊豆長岡温泉エリアマネジメントなどの他組織との連携を深めていきます。(一社)伊豆長岡温泉エリアマネジメントはDMO化を視野に入れており、旅館組合には旅館への誘客を中心としたマーケティングノウハウが蓄積されています。さらには、商工会も観光交流事業の拡大を検討しています。

観光協会の機能強化が短期間で難しい場合には、こうした既存の組織と広く連携しながら、的確なマーケティングや、連携のハブを行える体制を検討していきます。

・観光協会の目指すべき姿と基本戦略の作成(あわせて、DMO化の可能性についても検討)

・マネジメント・ガバナンス体制の整理

観光協会理事会の位置づけ、事務局の業務範囲など協会の組織運営のあり方をもう一度整理して、事務局機能の強化を図り、主体的に活動していく体制に向けた支援をします。

・各組織との連携の可能性

マーケティングのノウハウをもつ地域内の各組織とも積極的に連携できる体制の構築に向けて支援します。

⑧ 市内連携のための「場」づくりの強化

・連携に向けた「話し合いの場」づくり

連携への第一歩は、市内の各プレイヤーで現状認識や今後の方針を共有することにあります。それゆえ、各プレイヤーがお互いの課題や思いを話し合い、開かれたコミュニケーションを行う場を設定していきます。そうしたネットワークを通じて、伊豆の国市のより多様な魅力が活用できるとともに、相

互に刺激しあいながら多様な効果を生み出せるようにしていきます。

・具体的な「実践の場」＝協働プロジェクトの提案・実行

連携を促進させるためには、具体的な取組課題やプロジェクトを通じた実践が必要となります。関係すると思われるプレイヤー間での課題をすり合わせて、参加者が自発的に参画できるプロジェクトを考え出すことが連携へのカギとなります。そのための出会いの場、話し合いの場を大切にしながら、実践の場へと進めていきます。

・連携を持続させるためのハブ組織の構築

連携の場づくりには時間と手間がかかるので、それを継続的に行っていくための支援体制が必要となります。最初の「話し合いの場づくり」は行政が積極的に関わります。ただし、今後の連携プロジェクトを継続的に行っていくため、また、経験によって得られる知識・ノウハウを集積するためには、継続的にハブ(中心軸)になれる組織づくりをすることが望まれます。観光協会の機能強化と合わせて、多様な連携が可能になるよう、ハブ機能を担える組織を複数構築していきます。

⑨ 伊豆半島全体での広域連携の強化

伊豆の国市は、温泉の賑わい、悠久の歴史、多様な農産物、豊かな自然など多くの魅力があるものの、全国的に観光地としての知名度が高いとはいえません。しかし、外国人への知名度はまだ低いものの、国内では『伊豆』や『伊豆半島』は高い知名度があります。”伊豆はひとつ“という旗印のもと、現時点でも数多く存在する広域的な組織を活用して、連携していく必要があります。周辺の他の市町村の魅力と連携することで、伊豆の国市の魅力も効果的に発信し、地域への来訪を促すことができます。

・「美しい伊豆創造センター(美伊豆)」との連携

伊豆地域の広域 DMO として活動している「美しい伊豆創造センター(美伊豆)」は、伊豆地域の広域連携の核として活動しています。美伊豆と積極的に連携することで、各種データの利活用、他市町村の活動についての情報収集、広域イベントなどの地域連携事業を行っていきます。特に、ジオガイドを中心としたガイド組織の連携と、自転車イベントを通じた広域連携に積極的に取り組んでいます。

また、外国人誘客については、伊豆エリアの一体感を大事にしながら美伊豆が積極的に取り組んでいます。こうした事業に積極的に連携・関与することで、伊豆の国市への外国人誘客も進めていきます。

・伊豆市との連携

観光客にとって、伊豆の国市と伊豆市はひとつのエリアとして認識されています。温泉地としてのエリアの魅力をより強化するとともに、観光客が両市の多様な魅力を楽しめるようにします。また、

伊豆市の DMO である「伊豆市産業振興協議会」とも積極的に連携し、共同事業等を通してノウハウを吸収していきます。

・各交通機関(伊豆箱根鉄道、東海バス)との連携

伊豆の国市への誘客のためには、交通機関との積極的な連携が必要になります。キャンペーンや広報などで積極的に連携しながら、お互いの強みとノウハウを活かせるような事業を協働しながら進めていきます。

⑩ 観光客に対する防災対策の推進

観光客は市内の緊急時の避難先情報を把握していないことから、災害時に避難誘導等の適切な防災的措置を講じる必要があります。観光客の安心安全を確保するための防災体制や行動指針を定めるとともに、その内容を周知していきます。また、市内観光関係事業者と連携し、観光客の避難誘導等を含む防災訓練の実施や、帰宅の途が経たれた場合の非常用食料及び飲料水の備蓄を行っていきます。

⑪ 行政内の各部署の連携強化

伊豆の国市が行う観光とまちづくりの連携を進めるためには、行政内の多様な部署が関係してきます。観光、誘客にかかわる分野については、観光部局が核となりながら、農商工関係部署、市民協働推進部署、建設土木部署など、庁内の連携を深め、縦割りとならない体制を構築していきます。

3-4 KPI の設定に対する考え方

ーKPI の設定ー

伊豆の国市が目指す観光を実現するために、以下の指標を KPI(Key Performance Indicator:重視すべき成果指標)として掲げます。あわせて、それぞれの指標が、重点戦略のどの部分とかわるかを示します。

1. 観光交流客数、および宿泊客数(全体にかかわる指標)

伊豆の国市の観光の概要を把握するための基礎になるものとして、観光交流客数と宿泊客数を指標とします。

2. 観光消費額および消費単価(基本方針①にかかわる指標)

観光によって伊豆の国市の魅力を守るためには経済効果が欠かせません。その経済効果を測定するために、観光消費額を指標とします。何に、どれくらいお金を使っているかを把握することで、宿泊、飲食、体験などの強化目標を定めていきます。また、消費単価は市内の観光の高付加価値化の指標になります。

3. 平均宿泊数、観光客の平均滞在時間、平準化指数(基本方針①、③および重点戦略①、⑧にかかわる指標)

市内への滞在を長くし、周遊化を促すことで、市内の経済効果を高めるとともに市内各事業者に広げていくことができます。滞在時間を長くするためには、市内の滞在を心地よいものにしながら、それぞれの魅力を強化していく必要があります。また、市内の各事業者の連携が不可欠なので、これを市内連携の進捗状況をみる指標とします。

これに加えて、平準化指数(閑散期の宿泊客数÷繁忙期の宿泊客数)を指標とすることで、市内観光の周年化の程度を見るとともに、宿泊施設をはじめ、市内観光事業者の経営安定化を目指します。

4. 行政および観光協会の各種 SNS の閲覧数(基本方針②、および重点戦略⑦にかかわる指標)

効果的なマーケティングの実践は、様々な成果指標を用いて検証・修正を行う必要があるが、それらが整うまでの代表的指数としてホームページ閲覧数を用います。観光客目線での情報発信、市内のそれぞれの魅力への興味喚起など、閲覧数を参考にしながら検証します。

5. 体験型・着地型商品開発数および販売数(基本方針①、③および重点戦略①にかかわる指標)

市内のさまざまな魅力を来訪者に楽しんでもらうためには、商品化が必要です。また、新しいことへの挑戦がどれくらい生み出されているのかも、この指標によってみることができます。これらの中には、

レンタサイクル稼働数やガイド利用者数を含めることも検討します。

6. 伊豆半島7市6町の観光交流客数(重点戦略⑨にかかわる指標)

「伊豆は一つ」の旗印の下で、広域的な連携を促進するとともに、周辺地域の動向に常に関心を持ちながら、積極的に取り入れるべき施策について学んでいくために、これを注視すべき指標とします。

7. 進行中の観光関連プロジェクト数(基本方針①、③および重点戦略⑥、⑧、⑪にかかわる指標)

市内で行われている連携の様子を把握するとともに、その方向性や成果を検証するために、これをもっとも重要な指標とします。

KPI の到達度については、観光戦略会議に報告の上、関係各所で共有しながら成果の検証と今後の方針への反映を行います。



資料

資料 1 計画策定経緯

年 月	内 容
令和 5 年 7 月	令和 5 年度第 1 回観光戦略会議
10 月	令和 5 年度第 2 回観光戦略会議
令和 5 年 11 月 ～令和 6 年 2 月	観光関係団体ヒアリング（12 団体）
令和 6 年 5 月	令和 6 年度第 1 回観光戦略会議
9 月	令和 6 年度第 2 回観光戦略会議
10 月	令和 6 年度第 3 回観光戦略会議
12 月	令和 6 年度第 4 回観光戦略会議
令和 7 年 1 月	令和 6 年度第 5 回観光戦略会議
2 月	議会説明
2 月～3 月	パブリックコメント
3 月	完成

資料 2 観光戦略会議委員名簿

(50 音順・敬称略)

	No.	氏 名	区 分	所 属・役 職
○	1	稲村 浩宣	観光関係	伊豆の国市観光協会 会長
	2	植松 晃	交通機関関係	伊豆箱根鉄道(株) 執行役員 鉄道部長
	3	植松 和男	観光関係	(一社) 美しい伊豆創造センター 専務理事
◎	4	大澤 健	学識経験者	国立大学法人和歌山大学教授 ふじのくにしずおか観光振興アドバイザー
	5	尾沢 勇紀 (令和5年度) 師岡 弥生 (令和6年度)	商工関係	伊豆の国市商工会 青年部長
	6	鴨下 記久枝	観光関係	(一社) 伊豆長岡温泉エリアマネジメント 理事長
	7	佐口 睦子	観光関係	伊豆の国外国語ガイドの会事務局長 伊豆の国市国際交流協会事務局長
	8	野田 康代	学識経験者	(NPO) サプライズ事務局長 ふじのくにしずおか観光振興アドバイザー
	9	望月 敬太	観光関係	伊豆長岡温泉旅館協同組合 副理事長

◎：委員長、○：副委員長

資料3 関連計画の概要

○ 観光立国推進基本計画（令和5年3月策定）

計画期間（令和5年度～令和7年度）

1 基本的な方針

- (1)持続可能な観光地域づくり戦略
- (2)インバウンド回復戦略
- (3)国内交流拡大戦略

2 計画期間における基本的な目標

【持続可能な観光地域づくりの体制整備】

- ・持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数：令和7年までに100地域

【インバウンド回復】

- ・訪日外国人旅行消費額：早期に5兆円にする。
- ・訪日外国人旅行消費額単価：令和7年までに20万円にする。
- ・訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数：令和7年までに2泊にする。
- ・訪日外国人旅行者数：令和7年までに令和元年水準超えにする。
- ・アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合：令和7年までにアジア最大の開催国にする。

【国内交流拡大】

- ・日本人の地方部延べ宿泊者数：令和7年までに3.2億人泊にする。
- ・国内旅行消費額：早期に20兆円、令和7年までに22兆円にする。

3 政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

(1)持続可能な観光地域づくり戦略

- ①地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- ②観光DXの推進
- ③観光産業の革新
- ④観光人材の育成・確保
- ⑤観光地域づくり法人（DMO）を司令塔とした観光地域づくりの推進
- ⑥持続可能な観光地域づくりのための体制整備等の推進
- ⑦良好な景観の形成・保全・活用
- ⑧持続可能な観光地域づくりに資する各種の取組
- ⑨国家戦略特区制度等の活用
- ⑩旅行者の安全の確保等
- ⑪東日本大震災からの観光復興

⑫観光に関する統計等の整備・利活用の推進

(2) インバウンド回復戦略

- ① インバウンドの回復に向けた集中的取組
- ② 消費拡大に効果の高いコンテンツの整備
- ③ 地方誘客に効果の高いコンテンツの整備
- ④ 訪日旅行での高付加価値旅行者の誘致促進
- ⑤ 戦略的な訪日プロモーションの実施
- ⑥ MICE の推進
- ⑦ IR 整備の推進
- ⑧ インバウンド受入環境の整備
- ⑨ アウトバウンド・国際相互交流の促進
- ⑩ 国際観光旅客税の活用

(3) 国内交流拡大戦略

- ① 国内旅行需要の喚起
- ② 新たな交流市場の開拓
- ③ 国内履行需要の平準化の促進

○ 静岡県観光基本計画（令和４年３月策定）

計画期間（令和４年度～令和７年度）

1 計画の基本理念

誰もが幸せを感じられる観光地域づくりによる「心の豊かさ」と「持続可能な地域社会」の実現

2 基本方針

基本方針１ しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出

基本方針２ 将来にわたる経済発展に向けた来訪者の受入体制の強化

基本方針３ 訪れる人と迎える地域の満足度を高める観光 DX の促進
短期的な取組 新型コロナウイルス感染症からの観光産業の回復

3 施策展開

基本方針１ しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出

- (1) 多彩な観光資源を活用した「しずおかサステナブルツーリズム」の推進
- (2) 静岡県の魅力の効果的な情報・ストーリー発信
- (3) 戦略的なインバウンドの施策の推進

基本方針２ 将来にわたる経済発展に向けた来訪者の受入体制の強化

- (1) 将来にわたり安全・安心で快適な観光地域の形成

(2)関係者との連携による観光サービス産業の振興

(3)地域を支える観光人材の育成

基本方針3 訪れる人と迎える地域の満足度を高める観光 DX の促進

(1)観光デジタル情報プラットフォームの利活用

(2)デジタル技術の活用による利便性と生産性の向上

○ 第2次 伊豆の国市総合計画（平成29年3月策定）

基本構想（平成29年度～令和7年度）

1 将来像

「ほんわり湯の国、^{うま}美し国、歴史文化薫る国、未来を拓く伊豆の^{ひら}国」

2 まちづくりの基本理念

「共生と調和」、「継承と創造」、「自助・共助・公助」

3 まちづくりの基本方針

基本方針1 豊かな自然に抱かれる 伊豆の国市（自然・生活環境）

基本方針2 伊豆の国市にしごとをつくる（産業・経済・労働）

基本方針3 伊豆の国市に新しいひとの流れをつくる（観光・交流）

基本方針4 歴史に学び、未来を拓く 伊豆の国市（歴史・文化・教育・研究）

基本方針5 子育ても人生も楽しい 伊豆の国市（健康・福祉）

基本方針6 安全で安心な 伊豆の国市のまちづくり（都市基盤・生活環境）

基本方針7 みんなで創る 伊豆の国市（行財政運営・自助・共助・公助）