

# 伊豆市観光推進基本計画

(案)

<2026-2035>

## 1. はじめに

---

- (1) 計画の位置づけ
- (2) 伊豆市の観光を取り巻く現状と課題

## 2. 伊豆市の観光の目指す姿

---

- (1) 伊豆市の観光の将来像
- (2) 将来像実現のための基本方針
- (3) 計画の目標値

## 3. 戦略と取組み

---

- (1) 9つの戦略
- (2) 戦略ごとの主な施策

## 4. 計画の推進

---

- (1) 計画の推進体制
- (2) 観光振興のための役割分担
- (3) 今後に向けて

## 資料編

---

# 1 はじめに

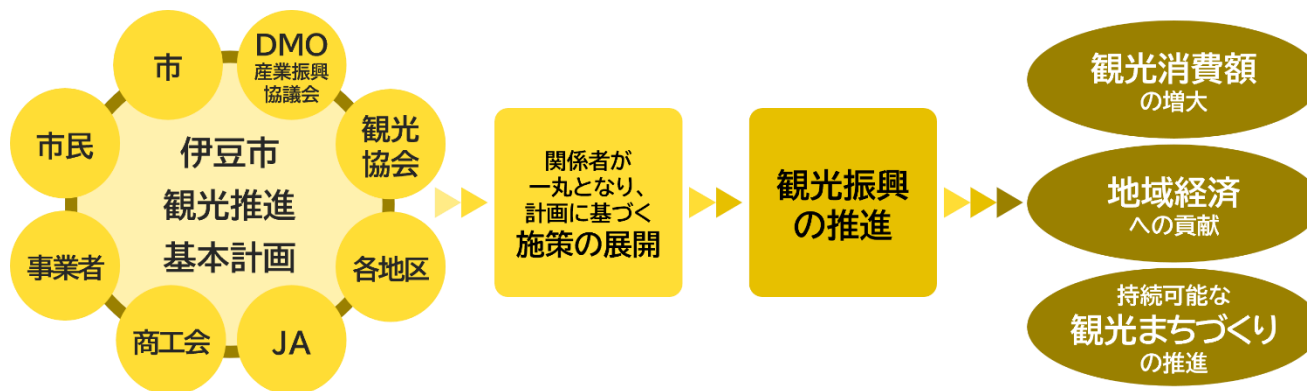
---

# (1)計画の位置づけ

伊豆市は豊かな自然や温泉、歴史文化などの地域資源を有し、古くから観光産業を基幹産業として発展してきました。一方で、経済状況等様々な要因により、伊豆市を訪れる観光交流客数は長期的にみると減少傾向にあります。

このような状況のなか、旧4町の合併により伊豆市が誕生してから20年が経過したものの、これまで伊豆市としての観光振興に関する計画が策定されていませんでした。幅広い関係者が共通の目的をもって、**観光振興の推進を図るため、中長期にわたる観光戦略となる「伊豆市観光推進基本計画」**を策定します。

本計画の推進にあたっては、各地区の特性を活かしつつ、市と(一社)伊豆市産業振興協議会(以下、DMO)をはじめ、関係団体、観光事業者、市民など、**市内の関係者が一丸となり、客観的なデータに基づく施策を展開します**。また、事業推進に必要な観光振興財源の確保も見据えながら、様々な施策の展開によって、観光消費額の増大、地域経済への貢献、そして、持続可能な観光まちづくりの推進を目指します。



**計画期間** 2026(令和8)年度 ▶ 2035(令和17)年度〔10年間〕

計画期間の途中であっても、施策の進捗状況や社会情勢の変化に応じ、適宜計画を見直します。

# (1)計画の位置づけ

## 伊豆市の観光振興の推進に向けた計画の体系

### 1. はじめに

主な観光資源



独鈷の湯



浄蓮の滝



わさび



テラスセ オレンジトイ

- ▶ 観光施設: 修善寺虹の郷、日本サイクルスポーツセンター、土肥金山、中伊豆ワイナリー、テラスセオレンジトイ など
- ▶ 自然・食: 温泉、天城山、八丁池、伊豆山稜線歩道、土肥海水浴場、恋人岬、滝、わさび、しいたけ など
- ▶ 歴史・文化・工芸: 天城山隧道、伊豆半島ジオパークミュージアム「ジオリア」、修禅寺、修善寺紙、藍染、麦わら細工 など

**課題** 人口減少／来訪者の減少／市内各地区の連携体制／持続可能な観光地づくり／災害・気候変動への対応／豊富な観光資源の活用、ニーズの多様化／情報発信／伊豆半島全体のネットワーク

### 2. 伊豆市の観光の目指す姿

将来像

半島の恵みを  
暮らす人の実りに、  
訪れる人の喜びに

～持続可能な  
自立型地域経済  
の実現～

#### 基本方針1

持続可能な観光まち  
づくりの推進

#### 基本方針2

伊豆市ならではの観  
光資源の提供

#### 基本方針3

幅広い関係者による  
推進体制の構築

### 3. 戦略と取組み

戦略1 市民が地域への愛着、誇りを持てる持続的な観光まちづくりの推進

戦略2 観光産業を担う人材の確保・育成

戦略3 社会情勢の変化、突発的な事象への対応

戦略4 地域資源や環境を活かした魅力ある観光地づくり

戦略5 魅力的な観光商品の開発・販売とプロモーションの推進

戦略6 移動手段の充実による回遊性向上

戦略7 客観的なデータの収集とマーケティングの強化

戦略8 観光推進体制、広域連携の強化

戦略9 地域で稼げる観光地づくり

### 4. 計画の推進

計画の推進体制・各組織・市民の役割等

伊豆市の観光振興の推進

## (2)伊豆市の観光を取り巻く現状と課題

### 伊豆市の観光の動向

2024年度に伊豆市を訪れた観光交流客数は約352万人(宿泊約77万人／日帰り約275万人)※1でした。また、外国人宿泊客数は約4.2万人※2でした。

2024年度の入湯税収入は1億2,219万円※3で、市税総額のおよそ3.0%を占めています。

伊豆市における観光振興の体制として、2017年に設立された伊豆市産業振興協議会が情報発信・プロモーションや受入環境の整備、観光資源の磨き上げなどに取り組んでいます。一方、合併前の旧町単位では、観光協会の各支部や各地区の旅館組合を中心に活動しています。

2018年に「伊豆半島ジオパーク」が世界ジオパーク、2020年に「静岡水わさびの伝統栽培」が世界農業遺産にそれぞれ認定されたほか、2021年、日本サイクルスポーツセンターにて東京オリンピック、パラリンピックの自転車競技が開催されました。

また、近年、伊豆縦貫道の整備が進んでおり、月ヶ瀬ICまで2019年1月に開通し、月ヶ瀬IC～茅野IC(仮称)間が事業化されています。

※1＝市観光商工課 ※2＝伊豆市外国人観光客受入状況調査 ※3＝令和6年度伊豆市決算概要報告書



道の駅伊豆月ヶ瀬／月ヶ瀬IC



修善寺駅観光案内所



伊豆MTBコース



## (2)伊豆市の観光を取り巻く現状と課題

### 課題

伊豆市の観光を取り巻く課題は以下の通り整理されます。

#### 人口減少

- 伊豆市の人口は1995年以降減少が続いており、25年間で約3割減少しました。
- 特に生産年齢人口の減少が著しく、2030年には老年人口を下回ると予測※1されています。また、年少人口は2050年に約800人となり、1980年(約8,600人)と比べて約9割減少すると予測※2されています。 ※1・2「国立社会保障・人口問題研究所」による推計

#### 市内各地区の連携体制

- 現状は合併前の旧町単位の取組みが中心であり、伊豆市として一体となった観光振興体制となっておらず、観光地としての一体感も乏しい状況です。

#### 観光地としての持続可能性

- 観光業界では人材不足が課題となっています。
- 観光客の減少は地域の産業にも影響を及ぼしています。
- 観光施設やインフラの老朽化が進み、維持管理が課題となっています。
- 伊豆市の財政は厳しい状況にあり、観光地づくりのために必要な安定的な観光財源が不足しています。

#### 情報発信の強化

- 伊豆市全体で共有できるブランディングが弱く、情報発信、プロモーションも未熟です。

#### 来訪者の減少

- 伊豆市への観光交流客数は長期的にみると減少傾向にあります。
- 来訪者の減少により、将来的に入湯税収入の減少につながる可能性があります。

#### 災害・気候変動への対応

- 自然災害の発生がリスクとなっており、対応が必要です。
- 近年の猛暑や大型台風などの気候変動が観光客の動向に影響を与えています。

#### 豊富な観光資源の活用、ニーズの多様化への対応

- 豊富な観光資源を十分に活用できていません。
- 旅行の目的や形態の多様化などニーズの変化への対応が必要です。

#### 伊豆半島全体としての連携不足

- 伊豆半島全体で1つの観光地として認識されるものの、行政、各組織、事業者等の連携が不十分な状況です。
- 伊豆半島の中央という立地を活かしたネットワークの構築が課題となっています。

# 2

## 伊豆市の観光の目指す姿

---



# (1)伊豆市の観光の将来像

伊豆市には、伊豆半島の地形によってもたらされる豊かな自然や温泉、歴史文化、食などの豊富な観光資源がみられます。また、伊豆半島のほぼ中央部に位置することから、半島内の各地域とつなぐ結節点としての役割を担う地域でもあります。

伊豆市の基幹産業の一つとして、これらの資源を活かした観光振興を推進するだけでなく、持続可能な観光まちづくりを推進し、市民が観光地に住むことに誇りを感じ、観光が地域経済に貢献するとともに、その効果が伊豆半島全体に波及する自立型の経済圏の実現を目指し、10年後の将来像を以下の通り定めます。

## 将来像 (案)

半島の恵みを暮らす人の実りに、訪れる人の喜びに  
～ 持続可能な自立型地域経済の実現 ～

### 【将来像設定の考え方】

著しい人口減少が予測されるなか、将来的に伊豆半島の結節点としての役割を維持し、地域として生き残っていくための取組みが不可欠であると言えます。

多くの観光客に来ていただくとともに、伊豆半島特有の地形によってもたらされた豊富な資源を活かし滞在満足度を向上させることで、観光消費額の増加につなげ、それが地域に還元される自立的な経済循環を生み出すことが重要です。また、持続可能な観光地であるためには、観光産業を支える従事者を確保する必要があります。



観光まちづくりの推進によって関係人口が増加し、ひいては人口減少の抑制につながる循環を生み出すことを目指した将来像を設定しました。そして、この将来像を実現するため、様々な施策を展開します。

将来像を実現するため、地域のまちづくり(事業者・市民)、観光振興(観光客)、推進体制(行政・DMO等)のそれぞれの視点から以下の基本方針を定めます。

### 基本方針(案)



#### 基本方針 **1**

##### 持続可能な 観光まちづくりの推進

-  住む人と来る人、各事業者と生産者がつながる担い手づくり
-  基幹産業である観光による地域への貢献、経済循環の創出



#### 基本方針 **2**

##### 伊豆市ならではの 観光資源の提供

-  豊かな観光資源を再発見し、磨き上げ、誇れるものに
-  伊豆市でしかできない体験価値の提供

#### 基本方針 **3**

##### 幅広い関係者による 推進体制の構築

-  市民、各地区、伊豆半島広域の協議、連携体制
-  客観的なデータに基づく施策の推進と検証

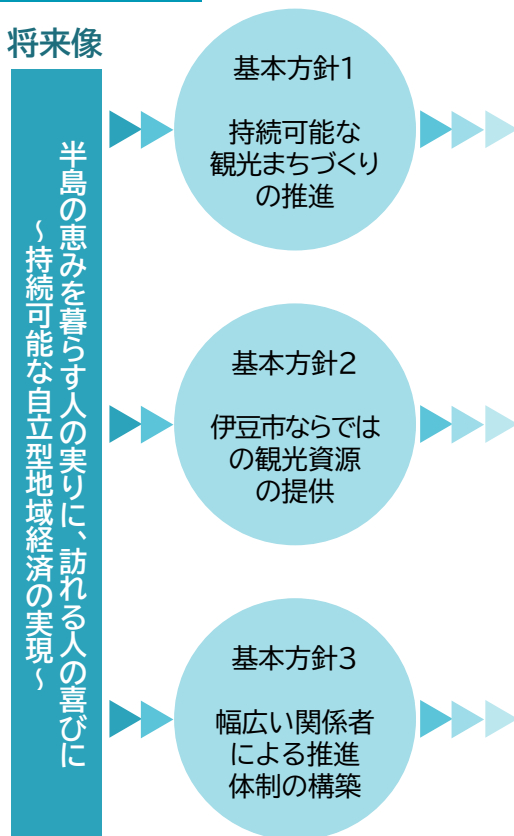
### (3)計画の目標値

人口減少を見据え、地域全体で観光産業の強化を図り、外貨を獲得して域内消費額を増大させ、地域内の経済循環を高めるとともに、市民が観光の効果を実感できることが重要です。

そのため、「旅行消費額」の増加や「市民意識」、地域への「経済効果」に関する目標を設定し、モニタリングを行います。なお、観光交流客数・宿泊客数は人口減少などの社会的要因を考慮し、現状値を維持することを目標として定めます。

#### 目標値 (案)

将来像



指標 〔調査主体〕 ①=美しい伊豆創造センター ②=伊豆市産業振興協議会 ③=伊豆市		現状値	目標値	備考
観光に対する住民満足度	観光に関する住民満足度調査(伊豆市民の回答) ① ➢ 観光客の受入れ「来てほしい」「できれば来てほしい」の合計	80.5% (2024年)	増加	2024年の回答数=283人
旅行消費額(1人当たり)	伊豆市観光調査 ② ➢ 宿泊客の平均支出額	34,558円 (2023年)	増加	
観光交流客数	伊豆市統計 ③ ➢ 市内の年間宿泊者数と日帰り客数の合計	3,519,796人 (2024年)	維持	
宿泊客数	伊豆市統計 ③ ➢ 市内の年間宿泊者数	768,484人 (2024年)	維持	
来訪者満足度	伊豆市観光調査 ② ➢ 伊豆市旅行の総合満足度「非常に満足している」「満足している」の合計	85.6% (2024年)	増加	2024年の回答数=3,190人
経済波及効果	DMOIによる調査 ②	8,388百万円 (2023年)	増加	
域内調達率	DMOIによる調査 ②	29.0% (2023年)	増加	
旅行消費額(1人当たり)	伊豆市観光調査 ② ➢ 宿泊客の平均支出額	34,558円 (2023年)	増加	再掲

# 3 戦略と取組み

---

# (1)9つの戦略

3つの基本方針に基づく戦略を以下の通り定めるとともに、それぞれの戦略ごとに事業を推進します。

## 基本方針と戦略（案）

### 基本方針1

持続可能な  
観光まちづくり  
の推進



戦略1 市民が地域への愛着、誇りを持てる持続的な観光まちづくりの推進



戦略2 観光産業を担う人材の確保・育成



戦略3 社会情勢の変化、突発的な事象への対応

### 基本方針2

伊豆市ならではの  
観光資源  
の提供



戦略4 地域資源や環境を活かした魅力ある観光地づくり



戦略5 魅力的な観光商品の開発・販売とプロモーションの推進



戦略6 移動手段の充実による回遊性向上

### 基本方針3

幅広い関係者  
による推進体制  
の構築



戦略7 客観的なデータの収集とマーケティングの強化



戦略8 観光推進体制、広域連携の強化



戦略9 地域で稼げる観光地づくり

## (2)戦略ごとの主な施策

伊豆市の観光の将来像を実現するため、9つの戦略ごとに、それぞれの施策、取組みの例を示します。

なお、取組みは社会情勢の変化や進捗状況により、必要に応じて新たな施策の追加や見直しを行い、施策の推進を図ります。

### 取組みの体制について

本計画の推進にあたっては、行政(伊豆市)だけでなく、官民連携体制により施策を推進することが重要であることから、各取組みごとに実施の体制を示します。

なお、各取組み表中の体制欄は以下の各組織を表します。

体制	市	伊豆市
	DMO	伊豆市産業振興協議会
	観光協会	伊豆市観光協会・各支部ならびに各地区の旅館組合
	その他	美しい伊豆創造センター、伊豆市商工会、富士伊豆農業協同組合、伊豆漁業協同組合、観光事業者、交通事業者、市民・地域 など

### 取組みの時期について

計画期間の10年間(2026～2035年度)を、以下の通り短期・中期・長期の3つの期間に区分し、各取組みを実施する時期もしくは実施に向けた検討・準備を行う時期の目安を示します。

時期	短期	概ね2026(令和8)～2028(令和10)年度ごろ
	中期	概ね2029(令和11)～2031(令和13)年度ごろ
	長期	概ね2032(令和14)年度以降



## (2) 戦略ごとの主な施策

## 基本方針1 持続可能な観光まちづくりの推進 ▶▶▶

## 戦略1 市民が地域への愛着、誇りを持てる持続的な観光まちづくりの推進

(案)

## インナープロモーション



中学生による地域食材の販売説明

市民が地域への愛着や誇りを感じられるよう、観光の意義や効果、地元の観光資源などを発信し、市民の観光に対する理解の促進を図ります。

## 域内循環

椎茸、わさびなど地元の特産品を地域内の宿泊施設や飲食店などで提供し、域内循環の向上を図ります。  
また、観光消費の向上につながる地域の歴史文化を活かした体験、ガイドツアーなどの充実を図ります。



椎茸



わさび

## 業界を越えた連携



伊豆わさびビジターセンター

市内のあらゆる産業を守り育てるため、市内の飲食店・小売店や農林水産業など業界を越えた連携を図ります。



## (2)戦略ごとの主な施策

## 戦略1 市民が地域への愛着、誇りを持てる持続的な観光まちづくりの推進

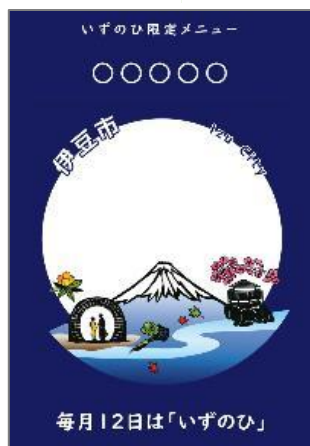
具体的  
取組み

[時期]

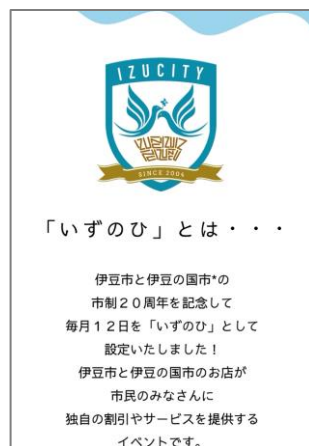
□ 検討・準備

■ 実施

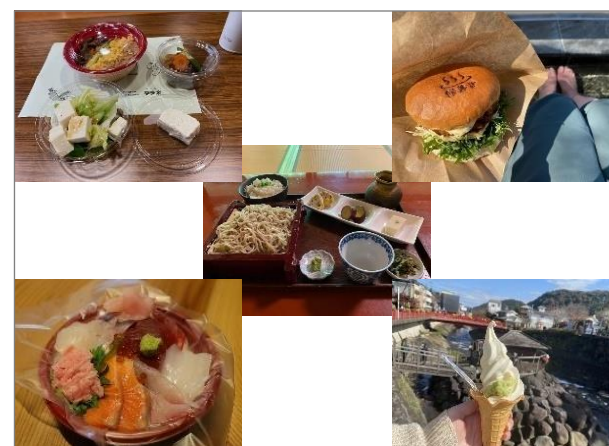
取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ~2028	中期 ~2031	長期 2032~
広報等を通じた市民への観光の意義・効果の分かりやすい情報発信	○	○			■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
学校教育や生涯学習の場における地元の歴史文化や特産品などの観光資源について学ぶ機会の創出	○	○			■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
椎茸、わさびをはじめとする地元産品の市内での流通、消費の促進		○		○	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
域内循環、人材不足対策等につながる飲食店・小売店や農林水産業などとの連携	○	○	○	○	□ □ □ □ □	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■



いずのひ

<https://www.city.izu.shizuoka.jp/soshiki/1005/5/citypromotion/5080.html>


広報伊豆

<https://www.city.izu.shizuoka.jp/shiseijoho/5/1/index.html>


地域の食材を使った料理

## (2)戦略ごとの主な施策

### 基本方針1 持続可能な観光まちづくりの推進

## 戦略2 観光産業を担う人材の確保・育成

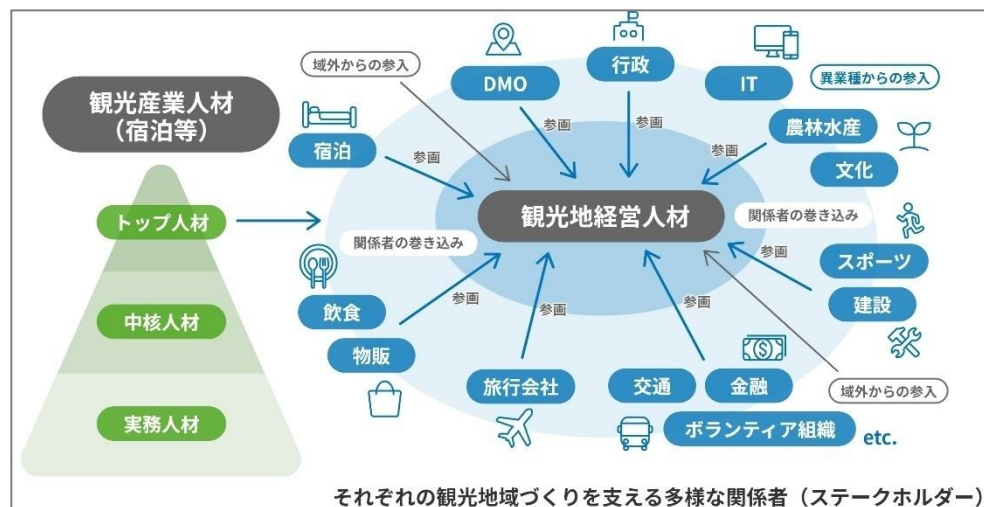
(案)

### 観光人材の確保・育成

地域として、産業を超えた連携などの仕組みづくりにより、多様な人材の確保を図ります。  
 地元の若者が地域内で就職できる体制づくりなど、観光従事者となる人材の確保・育成を図ります。  
 人口減少が加速するなかで高齢者の観光業界での就労促進を図ります。  
 働きやすい環境づくりや所得増などによる定着率の向上を図ります。

### 観光振興の担い手育成

観光振興の担い手として、若手を中心とする事業者の育成支援を検討します。  
 収益化も見据え、観光ガイドの育成を図ります。



観光人材育成のイメージ  
 (観光庁「観光人材育成事業」)  
[https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku.seido/kihonkeikaku/jizoku\\_kankochi/kankojinzai/ninait/ekakuho/program/guidelines/](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku.seido/kihonkeikaku/jizoku_kankochi/kankojinzai/ninait/ekakuho/program/guidelines/)

## (2) 戦略ごとの主な施策

## 戦略2 観光産業を担う人材の確保・育成

具体的  
取組み

凡例  
[時期]  
□ 検討・準備  
■ 実施

取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ~2028	中期 ~2031	長期 2032~
地元の教育機関、他業種等との連携による人材確保策の検討	○	○	○		□□□□	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
市内の事業者、観光関連団体の合同研修などによる人材育成	○	○	○	○	□□□□	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
就労環境改善、定着率向上のための事業者への周知、他施策との連携による働きやすい環境づくり	○	○	○	○	□□□□	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
観光振興の担い手づくりを見据えた移住定住施策との連携や交流、人材育成支援の場づくり	○	○	○	○	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
収益化できる市民・従事者向けガイド育成プログラムの確立		○	○	○	□□□□	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■

伊豆市の移住・定住応援サイト <https://iju.city.izu.shizuoka.jp/index.html>

修善寺SGG ガイドツアー



## (2) 戦略ごとの主な施策

基本方針1 持続可能な観光まちづくりの推進 ▶▶▶

### 戦略3 社会情勢の変化、突発的な事象への対応

(案)

#### 多様な観光客の受け入れ



修善寺駅観光案内所 字幕表示システム  
(伊豆市は東京2025デフリンピック 自転車競技の会場)

公共空間、各施設のバリアフリー化、ユニバーサルデザイン化を促進し、多様な観光客を受け入れる観光地づくりを図ります。

#### 環境にやさしい観光地

気候変動への対応や宿泊施設・飲食店でのフードロス対策の推進など、環境に配慮した宿泊施設、温泉街づくりを図ります。



環境省 エコツーリズム  
<https://www.env.go.jp/nature/ecotourism/try-ecotourism/>

#### 危機管理の強化



テラッセ オレンジトイ  
(全国初となる津波避難複合施設)

災害、感染症などへの対応のため、各宿泊施設・観光施設における対策を促進するとともに、市を挙げた危機管理の強化を図ります。

## (2) 戦略ごとの主な施策

## 戦略3 社会情勢の変化、突発的な事象への対応

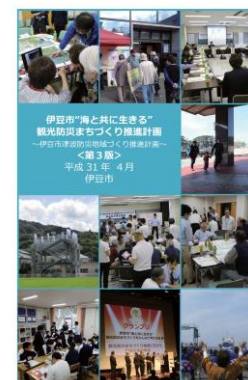
具体的  
取組み

凡例  
[時期]  
□ 検討・準備  
■ 実施

取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ～2028	中期 ～2031	長期 2032～
ユニバーサルデザインの宿泊施設・観光施設の整備促進	○	○	○	○	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
地域を挙げた環境配慮型の観光地づくり	○	○	○	○	□ □ □ □ □	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
宿泊施設・飲食店での環境配慮、フードロス対策の推進	○	○	○	○	□ □ □ □ □	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
自然災害、感染症流行などに備えた観光危機管理の強化	○	○	○	○	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■



全旅連「旅館ホテルにおける食品ロス対策マニュアル」  
<https://youtu.be/fNiIOGx8enw>



“海と共に生きる”観光防  
 災まちづくり推進計画  
<https://www.city.izu.shizuoka.jp/soshiki/1006/1/4/3/2/1316.html>

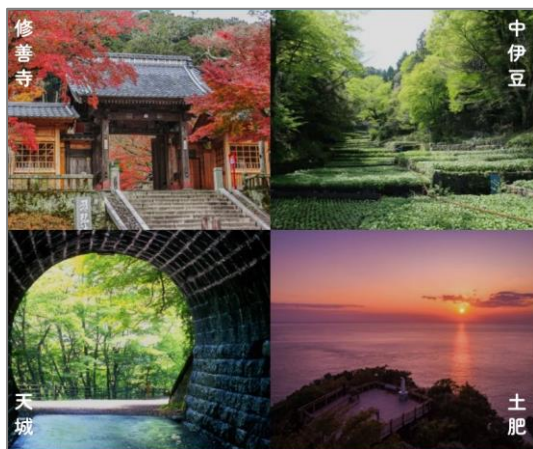
## (2) 戦略ごとの主な施策

基本方針2 伊豆市ならではの観光資源の提供 ▶▶▶

## 戦略4 地域資源や環境を活かした魅力ある観光地づくり

(案)

## 魅力ある観光地づくり



市内各地域の豊かな観光資源を活用し、それらのネットワーク化により、魅力ある観光地づくりを推進します。老朽化した宿泊施設・観光施設のリノベーションや空き家・空き店舗の活用、適切な維持管理を推進し、宿泊施設、観光施設の魅力向上を図ります。

## 賑わいの創出

修善寺駅周辺や各温泉街などにおいて、景観整備や商業活性化などにより賑わいを創出します。



修善寺駅西口広場での賑わいイベント

## 快適な環境整備



修善寺温泉 リバーテラス杉の湯(足湯)

快適な観光地づくりに不可欠なトイレ、案内施設、温泉設備などのインフラの適切な維持管理を図ります。



## (2) 戦略ごとの主な施策

## 戦略4 地域資源や環境を活かした魅力ある観光地づくり

具体的  
取組み

凡例  
[時期]  
□ 検討・準備  
■ 実施

取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ~2028	中期 ~2031	長期 2032~
市内の各観光資源の掘り起こしも含めた活用、ネットワーク化とその発信	○	○	○	○	■	■	■
宿泊施設、観光施設のリノベーション、魅力向上と適切な維持管理	○	○	○	○	■	■	■
温泉街などの公共空間の景観整備や眺望の良いスポットの発信	○	○	○		■	■	■
修善寺駅周辺、各温泉街の商業活性化やイベント開催による賑わいの創出とサービスの提供	○	○	○	○	■	■	■
観光インフラの適正な維持管理の体制づくり	○	○	○	○	■	■	■



松原公園 土肥桜



道の駅伊豆月ヶ瀬



## (2) 戦略ごとの主な施策

基本方針2 伊豆市ならではの観光資源の提供 ▶▶▶

# 戦略5 魅力的な観光商品の開発・販売とプロモーションの推進

(案)

### コンテンツ造成



わさび狩り体験

消費につながる魅力的な新規商品、コンテンツを開発、提供します。

### 情報発信



伊豆市観光情報サイト

各施設、コンテンツの情報提供および予約機能の一元化など、ウェブサイトでの分かりやすく、利用しやすい情報発信の充実を図ります。  
地域の特色を反映しつつ、伊豆市全体として統一感のあるブランディング、コンセプトのもとで、情報発信、プロモーションを推進します。

### 滞在促進



写経体験の様子

地域の実情に応じたプロモーションにより宿泊促進、リピーター率向上を図ります。

### インバウンド客の受け入れ



インバウンド向けコンテンツ造成

ニーズに応じた外国人観光客向けコンテンツの造成や情報発信、マナー啓発など、受け入れ体制を整備します。

## (2) 戦略ごとの主な施策

## 戦略5 魅力的な観光商品の開発・販売とプロモーションの推進

具体的  
取組み

凡例  
[時期]  
□ 検討・準備  
■ 実施

取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ~2028	中期 ~2031	長期 2032~
わさび収穫や豆腐づくり、サップなど、伊豆市ならではの体験型コンテンツの充実、ツアー造成		○	○	○	■	■	■
椎茸、わさび等のブランド化による富裕層向けの販売手法の検討	○	○		○	■	■	■
インバウンド客の受け入れ態勢の構築とニーズに応じたコンテンツ造成、情報発信	○	○		○	■	■	■
ウェブサイト、アプリ等での分かりやすく、使いやすい観光情報の発信の充実、予約機能の提供	○	○	○	○	■	■	■
各地域の魅力の伝達やまた来たくなる仕掛け等のリピーター施策の展開	○	○	○	○	■	■	■
伊豆市として統一感のあるコンセプトのもとでのプロモーションの展開	○	○	○	○	■	■	■



伊豆市ブランド「AMAGIFT(アマギフト)」  
<https://kanko.city.izu.shizuoka.jp/amagift/introduction/>



音声ガイドサービス「おともたび」  
<https://www.shuzenji-kankou.com/nos2022/nos2022-otomo.pdf>

## (2) 戦略ごとの主な施策

基本方針2 伊豆市ならではの観光資源の提供 ▶▶▶

### 戦略6

## 移動手段の充実による回遊性向上

(案)

### 市内回遊性の向上



シェアサイクル

<https://www.city.izu.shizuoka.jp/soshiki/1004/1/1/2/849.html>

各温泉地の観光施設整備や自転車まちづくり、移動手段を提供する民間事業者等と連動した、市内回遊を促進するイベントやキャンペーンなどの取組みにより、回遊性の向上を図ります。

### 利用しやすい移動手段

鉄道・路線バス・フェリー等の各交通手段の連携、利便性向上、利用促進を図り、来訪者にとって利用しやすく適正な移動手段を提供します。



修善寺駅



駿河湾フェリー

## 戦略6 移動手段の充実による回遊性向上

具体的  
取組み

凡例  
[時期]  
□ 検討・準備  
■ 実施

取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ~2028	中期 ~2031	長期 2032~
各温泉地の観光施設、自転車まちづくり、民間事業者等との連携による地域内の回遊性向上	○	○	○		■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
各交通機関との連携、利便性向上などを通じた利用しやすい移動手段の提供	○	○		○	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■
富士山静岡空港からのインバウンド誘客	○	○		○	□ □ □ □ □	□ □ □ □ □	■ ■ ■ ■ ■
首都圏から伊豆まで容易な移動を実現する事業者間の連携・旅行商品造成		○		○	□ □ □ □ □	■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■



## (2) 戦略ごとの主な施策

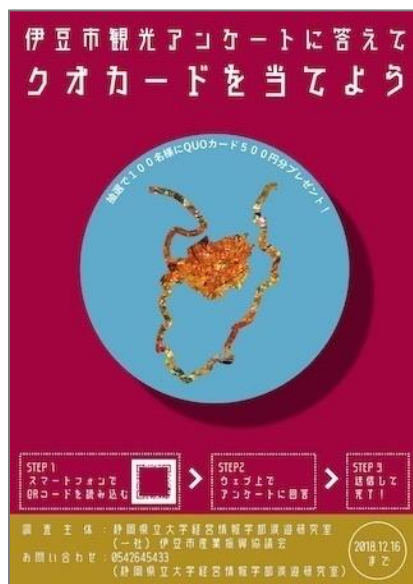
### 基本方針3 幅広い関係者による推進体制の構築

## 戦略7 客観的なデータの収集とマーケティングの強化

(案)

### 客観的なデータの収集と活用

伊豆市を訪れる観光客の動向や、観光のもたらす経済波及効果、域内調達率等を収集し、客観的なデータに基づく施策を推進します。



観光市場調査

<https://wtclab.tech/archives/1713>

### マーケティング強化

観光客が求めるものを適切に把握、分析するマーケットインの発想のもと、マーケティングの強化を図ります。効率的で質の高いマーケティングのため、デジタルマーケティングの積極的な活用を図ります。



観光庁DX実証事業「乗換案内スマートシティモード」  
<https://digital-x-project-gov.note.jp/n/nc16c699a8b9b>

## 戦略7 客観的なデータの収集とマーケティングの強化

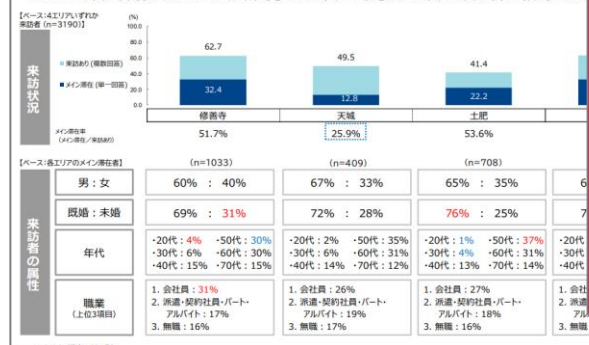
具体的  
取組み

凡例  
[時期]  
□ 検討・準備  
■ 実施

取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ~2028	中期 ~2031	長期 2032~
効率的かつ精度の高い観光統計(来訪客数、来訪目的、消費動向など)の見直し、実施	○	○	○		□□□□	■■■■■	■■■■■
観光統計の事業者への共有など、マーケティングや施策の推進への活用	○	○	○	○	□□□□	■■■■■	■■■■■
客観的なデータに基づくマーケティングの強化		○	○	○	■■■■■	■■■■■	■■■■■
観光事業者、各団体等におけるDX化の推進	○	○	○	○	■■■■■	■■■■■	■■■■■

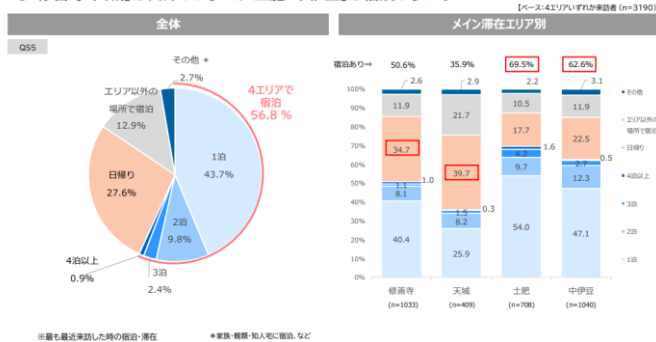
## 伊豆エリアへの来訪状況・エリア別来訪者の属性

- 来訪者が多いのは「修善寺」「中伊豆」、「天城」は他のエリアに比べてメイン滞在エリア
- メイン滞在者別に見ると、「修善寺」は20代「土肥」は50代の来訪者が相対的に



## 宿泊状況

- エリア内宿泊者は56.8%、43.7%は1泊。
- 「修善寺・天城」は日帰りが多く、「土肥・中伊豆」は宿泊が多い。



令和6年度 観光調査事業

## (2) 戦略ごとの主な施策

## 基本方針3 幅広い関係者による推進体制の構築 ▶▶▶

## 戦略8 観光推進体制、広域連携の強化

(案)

## 官民共同による推進体制

市内の観光関係者の信頼関係を構築するとともに、DMOの体制を強化し、市・観光協会・商工会・JA・交通事業者など、官民の共同による観光振興を推進します。

また、推進にあたっては、地域の人材を活用しつつ、時代の変化に柔軟に対応できる体制を目指します。



産業振興協議会の体制  
<https://www.izucity-dmo.or.jp/information/>

## 計画の推進と進捗管理

観光推進基本計画の推進にあたって、事業実施のための連携体制、ならびに計画の進捗状況の検証体制を構築します。



観光推進基本計画策定ワーキンググループ

## 広域連携の強化

静岡県観光協会や美しい伊豆創造センターならびに伊豆半島内の周辺市町との連携体制の強化を図ります。インバウンド誘致などを見据え、「伊豆半島」としての観光ブランドの向上、発信を図ります。



美しい伊豆創造センター  
<https://office.b-izu.com/concept/>



## 戦略8 観光推進体制、広域連携の強化

具体的  
取組み

凡例  
[時期]  
□ 検討・準備  
■ 実施

取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ~2028	中期 ~2031	長期 2032~
DMOの体制強化	○	○	○		■ ■ ■ ■		
DMOを中心に官民連携による観光振興の推進	○	○	○	○	□ □ □ □	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■
観光推進基本計画に基づく事業実施および進捗管理の体制づくり	○	○	○	○	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■
広域連携によるプロモーション	○	○	○	○	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■



伊豆市DMO会員連絡アプリ



## (2)戦略ごとの主な施策

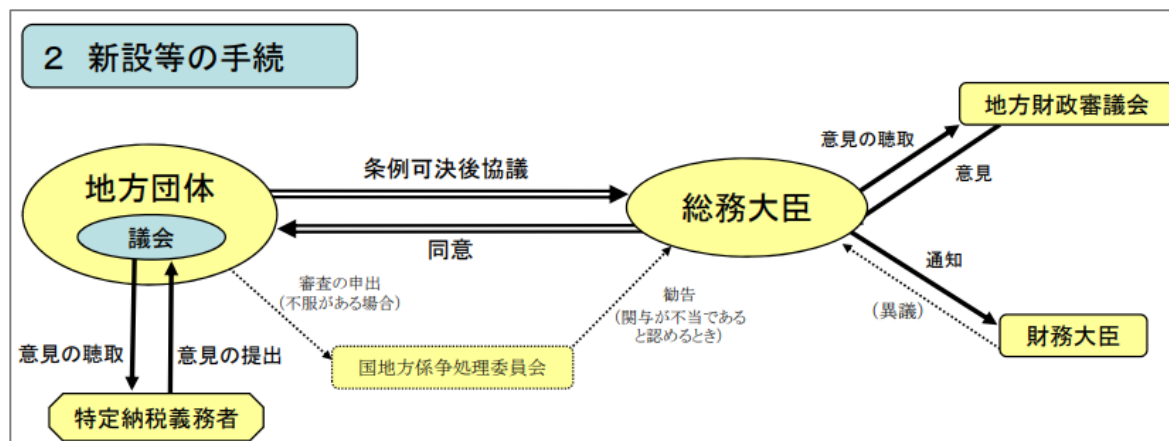
### 基本方針3 幅広い関係者による推進体制の構築

## 戦略9 地域で稼げる観光地づくり

(案)

### 観光振興財源の確保

法定外目的税などの導入をはじめとする新たな観光振興財源確保の手法を検討し、一般財源に頼らない観光振興を図ります。



総務省「法定外税新設の新設等の手続」

[https://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/jichi\\_zeisei/czaisei/czaisei\\_seido/14976724.html](https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/14976724.html)

### 稼げる観光地づくり

稼げる観光地を目指し、観光消費額の向上を図るとともに、事業者の生産性向上、高付加価値化を促進します。

改修工事前



改修工事後



高付加価値化の例

## 戦略9 地域で稼げる観光地づくり

具体的  
取組み

凡例  
[時期]  
□ 検討・準備  
■ 実施

取組みの例	体制				時期		
	市	DMO	観光協会	その他	短期 ~2028	中期 ~2031	長期 2032~
法定外目的税などの観光振興財源の確保	○	○			□□□□	■■■■■	■■■■■
多様な観光振興財源を原資とした各種施策の推進	○	○	○	○	□□□□	■■■■■	■■■■■
消費単価向上につながる高付加価値の宿泊施設、観光商品の提供	○	○	○	○	■■■■■	■■■■■	■■■■■

# 4 計画の推進

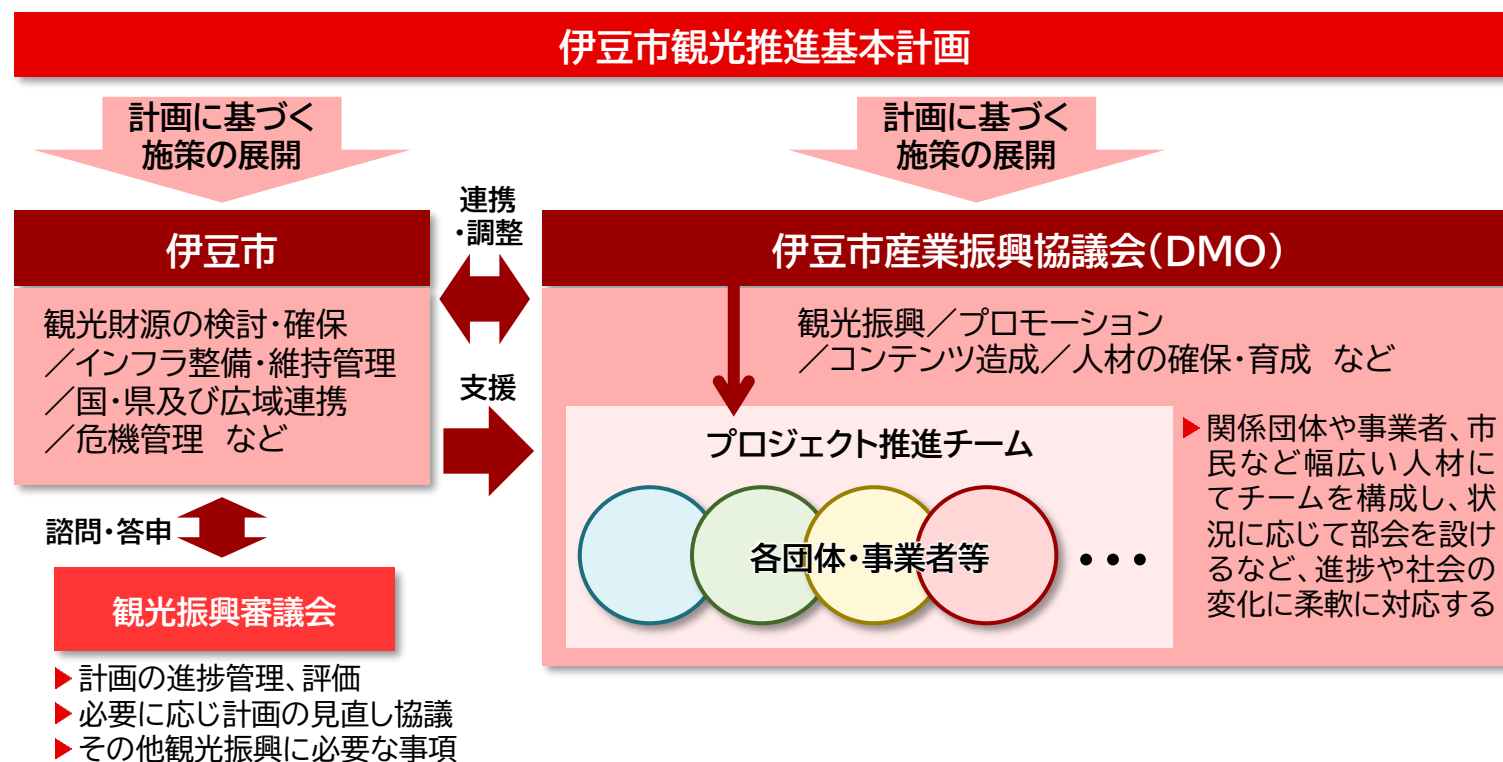
---

# (1)計画の推進体制

本計画の推進にあたっては、伊豆市と地域DMOである伊豆市産業振興協議会の密接な連携と適切な役割分担のもと、計画に基づく施策を展開します。なお、行政は計画推進の全体調整や観光振興を下支えする役割を担い、観光振興に関する取組みについては、DMOが主体となり、プロジェクト推進チームを中心に推進します。

また、計画を着実に遂行するため、伊豆市観光振興審議会に取組み状況を随時報告し、審議会は計画の進捗管理ならびに評価の役割を担うものとします。

## 計画の推進体制



## (2) 観光振興のための役割分担

伊豆市の観光振興を推進するためには、市内の関係者が一丸となって官民連携による取組みを推進することが重要です。

そして、関係者で本計画の将来像を共有し、それぞれの主体が責任をもって役割を果たすことが求められます。

### それぞれの主体の関わり方

#### 伊豆市 ▶▶▶

- 計画推進の全体調整、進捗管理を行います。
- また、危機管理、観光基盤の整備、統計データ等の整備や、市関係部局、国や県、広域・周辺自治体等との調整・連携を図ります。
- DMO・事業者等への支援、市民との協働など、観光振興を下支えする役割を担います。

#### DMO ▶▶▶

- 観光戦略の立案など、観光振興の主体的な役割を担います。
- 観光事業者・関係団体等との連携、調整のもと各施策を展開します。

#### 観光協会(各支部含む)・旅館組合 ▶▶▶

- 各地区の魅力づくりにあたって中心的な役割を担います。
- DMO、他地区等の関係者と連携し、観光振興を推進することが重要です。

#### 関係団体 ▶▶▶

- DMO等と連携し、それぞれの団体の立場から立場から観光振興に参画することが重要です。
- 事業者の取組みを支援する役割が期待されます。

#### 観光事業者 ▶▶▶

- 直接的に観光客に接する立場として、多様化するニーズの把握とそれを踏まえたサービスや商品の提供など、観光振興につながる取組みの実施が期待されます。

#### 生産者・関連事業者等 ▶▶▶

- 観光事業者でなくても、商品の生産や体験の提供、宿泊・観光施設との取引などで観光を支え、広い意味で観光関連事業者と言えます。間接的に観光振興に関わり、地域づくりへの貢献につながる役割が期待されます。

#### 市民・地域 ▶▶▶

- 観光への理解の促進や観光振興の取組みへの参画により、地域のまちづくりの推進が期待されます。
- 地域資源に対する理解を深め、その継承に繋がることが期待されます。

## (3) 今後に向けて

### 計画の見直し

本計画は、2026年度から2035年度までの10年間を計画期間とし、伊豆市の観光振興の目指すべき中長期的なビジョンを示しています。一方、観光を取り巻く状況は変化が激しく、コロナ禍のような突発的な事態への対応など、時に短いスパンで迅速な対応が必要となることも考えられます。

そこで、内部要因、外的要因を問わず社会情勢などの変化があった場合や、計画の進捗状況に応じて、本計画の内容を適宜見直すこととします。

### 観光振興財源の確保に向けて

伊豆市の財政状況は大変厳しい状況にあり、さらに、施設の管理費などが圧迫しているため、観光振興のための予算が潤沢であるとは言えない状況です。また、中長期的な観光交流客数の減少や近年の宿泊施設の高付加価値化に伴う客室数の減少に伴い、入湯税収入は将来的に減少する可能性があります。

このようななか、本計画に基づく観光振興を推進するためには安定的な観光振興財源の確保が不可欠であることから、早期に法定外目的税など新たな観光振興財源確保の手法を検討し、一般財源に頼らない観光振興を図ることが重要です。

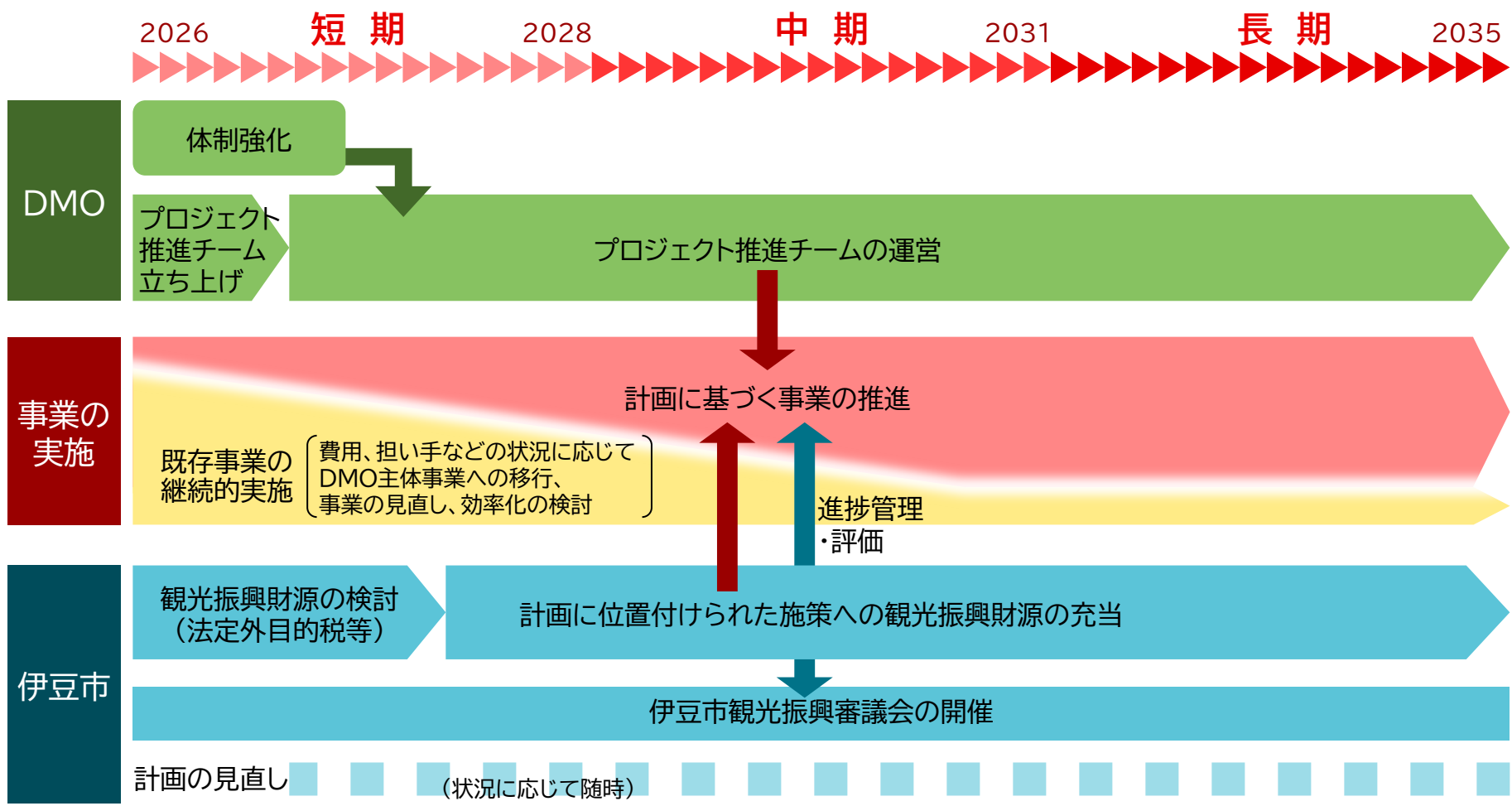
なお、観光振興財源を原資として事業を実施し、来訪者の体験価値向上による観光需要の増大によって、さらなる観光振興財源の増加が見込まれるという好循環が期待できます。



### (3) 今後に向けて

本計画に位置づけられた施策を展開し、将来像を実現するため、以下の通りロードマップを定めます。

## 計画の実現に向けたロードマップ



### (3) 今後に向けて

新しい計画の策定をきっかけとして、これまでの観光振興からの転換を図り、DMOを中心とした体制による観光振興を進めていきます。幅広い関係者が共通の目的をもって、本計画を推進するためには、特に計画の立ち上げ期の取組みが重要となります。

そこで、計画策定から概ね3年以内(2028年頃まで)に、重点的に取組むべき内容として、以下の通り3つの柱を定め「短期ロードマップ」として整理します。

## 短期ロードマップ

凡例

【 】 主体的に取り組む組織 / [ ] 連携して取り組む組織

