



## 第2次下田市観光まちづくり推進計画



令和3年3月  
静岡県下田市



## はじめに

観光のまち、下田市。

美しい自然と黒船来航で全国に有名な私たちのまちは、今年でちょうど市制施行50周年を迎えます。

昔から海運の要衝として、「出船入船三千艘」、「伊豆の下田に長居はおよし、縞の財布が軽くなる」とうたわれた下田は、昭和に入ると下田ドックや漁業のまちとして栄えました。その後、産業の中心は観光に移り、温泉、海水浴、海の幸といった自然の魅力に加え、ペリーロードなどの景観も評判となって国内外から多くの観光客が訪れるようになりました。



こうした中、平成25年に策定されたのが第1次下田市観光まちづくり推進計画です。

平成25年度から令和2年度までの8年間を計画期間とするこの計画では、4つのプロジェクトを掲げていました。美しい里山、世界一の海、美味しい食を磨き上げ、さらにそれらを30カラーズにより発信するという構成です。これらのプロジェクトは、官民が連携する中で素晴らしい成果を实らせる結果となりました。自然体験型の観光をお客様に提供する窓口としての「し〜もん」の設立、おいしい金目鯛料理ブランドの「きんめがど〜ん！」全26品の認定、さらに下田市の魅力を30種に取りまとめたステキなPRパンフレット「下田30カラーズリーフレット」等々がそうです。下田の基幹産業である観光を戦略的に進めてまちづくりにつなげようというその試みは、こうして、下田の新しい魅力やツールとして今も下田の観光を支えています。

そして、令和3年の今、私たちの下田市はどうか。

少子高齢化は以前にも増して速度を上げ、さらには新型コロナウイルスという未曾有の危機に直面しています。この厳しい環境のなかで、このまちの持続可能性をどのように確保するか。そして、そのために観光はいかにして進められるべきか。これらの命題に正面から向き合い、策定したのが今般の第2次下田市観光まちづくり推進計画です。

その中心は、「美しい海」、「開国の歴史」そして「人の流れ」の3つです。

数多くのアンケートを実施し、そのデータに基づき、どんなところを磨くべきか検討してきた結果、上記の3つに絞り込みました。

今すでにここにある価値、さまざまな資源がある中、特に「美しい海」と「開国の歴史」に光を当て、磨き上げることで下田市の観光を活性化させ、さらに「人の流れ」を円滑にすることで、その先にある、このまちに暮らす市民の自信や誇りを高めることを目指す。そうして、結果的にこの下田市の持続可能なまちづくりへとつなげよう、というものです。

したがって、この計画は単に観光の各種事業を進めるというものでなく、「観光でまちづくりを進めるのだ」という一歩進んだ視点に立って策定されました。そしてそのためには、これからチャレンジな試みが必要です。市民の皆様のご理解とご協力を心よりお願い申し上げます。

結びに、本計画策定にあたり、熱心なご議論を賜りました下田市観光まちづくり推進本部会及び下田市観光まちづくり連携推進幹事会の皆様をはじめ、関係する市民や団体の皆様に心よりお礼申し上げます。

令和3年3月

下田市長 **松本正一郎**



# 目次

第1章	計画策定にあたって	1
1	計画の期間	1
2	計画の位置づけ	1
第2章	本市の現状と課題	3
1	本市の現状	3
2	現行計画の評価	14
3	本計画における主要な課題	20
第3章	本計画における本市のめざす姿	23
1	観光ビジョン	23
2	基本方針	24
3	数値目標	26
4	施策体系	27
第4章	施策分野と個別施策	29
1	地域資源の活用	30
2	回遊性の向上	33
3	受入体制の強化	35
4	インバウンド誘客の推進	37
5	人材の発掘・育成	38
6	多様な関係団体・自治体との連携	40
7	情報収集力・発信力の向上	41
第5章	計画の推進にあたって	43
1	推進体制	43
2	計画の検証と評価	43
3	計画の見直し	43
資料編		45
1	本市の現状	45
2	アンケート調査結果	48
3	用語集	54
4	「第2次下田市観光まちづくり推進計画」策定体制	59
5	下田市観光まちづくり推進本部会則	60



# 第1章 計画策定にあたって

---





# 第1章 計画策定にあたって

本市は、豊かな自然や開国の歴史があるまちとして、これまで観光を基幹産業とし発展してきており、現行の下田市観光まちづくり推進計画（平成25年4月策定、計画期間：令和2年度までの8年間。以下、「現行計画」とする。）に基づき、さまざまな事業や取組を展開してきました。

本格的な少子高齢化社会を迎える中で、今後も本市が持続的に発展していくためには、観光・余暇のあり方の変化に的確に対応し、交流人口と市内消費の拡大を図っていくことが不可欠です。また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大や情報発信技術の一層の進展等による観光分野を取り巻くあらゆる時代の変化に対応し、豊かな自然・開国の歴史・地域の文化等の資源の価値を地域一体で磨き上げ、本市の魅力を内外に広く伝えていくための具体的な取組をまとめる必要があります。

このような背景のもと、今後5年間の観光振興の方向性とその実現に向けた取組を明らかにし、第5次下田市総合計画における、まちの将来像「時代の流れを力に つながる下田 新しい未来」を実現するための指針として、第2次下田市観光まちづくり推進計画（以下、「本計画」とする。）を策定します。

## 1 計画の期間

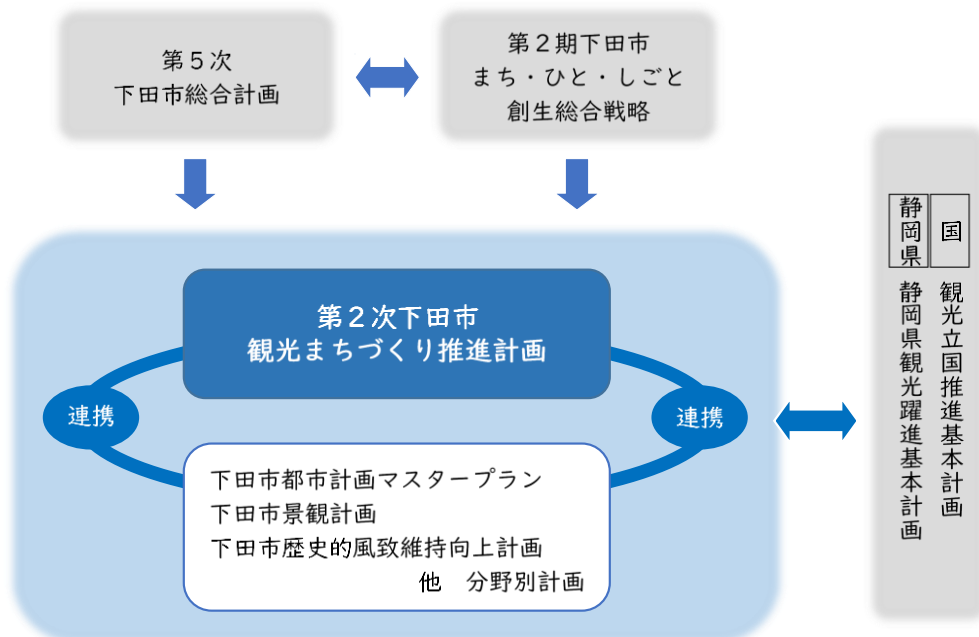
本計画の期間は、日々刻々と変わる観光客のニーズや社会情勢に対応していくため、令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

なお、社会・経済・自然環境の変化等により、見直しが必要になった場合は、第5次下田市総合計画等と整合を図って見直すものとします。

## 2 計画の位置づけ

本計画は、第5次下田市総合計画の分野別計画として位置づけられ、本市の観光施策の具体的な行動指針とします。

また、本計画を推進するためには、行政のみでなくすべての市民や事業者、市民活動団体等との協働が必要不可欠です。あらゆる主体とともに歩み、共有する計画とします。





## 第2章 本市の現状と課題

---



Ⅰ 本市の現状

(1) 自然的環境

本市は、天城山系の南端から太平洋に至る豊かな自然環境に恵まれ、天城山系から続く急峻な山々と約47kmに及ぶ海岸線は、本市を特徴付ける美しい景観を形成しています。

その景観を生んだ伊豆半島は、その特異な成り立ちと地学的な現状から、平成24年に日本ジオパークに、平成30年にユネスコ世界ジオパークに認定され、「伊豆半島ジオパーク」として知られ、市民に豊かな自然をもたらしています。

さらに、9つの海水浴場においては、環境省が定める水質基準において最高ランクの水質を誇っており、毎年多くの海水浴客が市内外から訪れています。

また、黒潮が流れる太平洋に面しているため、年平均気温は約17℃と比較的温暖な気候で、降水量は年間1,900mmあまりと豊富であるため、こうした気候等により、さまざまな草花や果樹が生育しています。

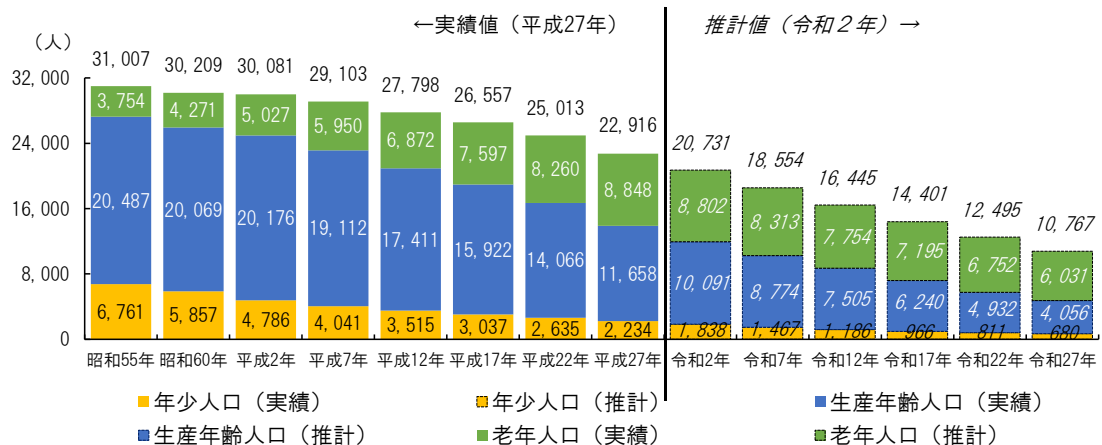
(2) 人口の推移

平成27年の国勢調査によると、本市の人口は22,916人と、昭和55年以降、減少の一途をたどっています。国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、令和7年には18,554人となり、20,000人を下回ると推計されています。

年齢3区分別人口をみると、老年人口（65歳以上）が増加する一方、年少人口（14歳以下）と生産年齢人口（15～64歳）は減少傾向にあり、平成27年の国勢調査においては、年少人口が9.7%（2,234人）、生産年齢人口が50.9%（11,658人）、老年人口が38.6%（8,848人）となっています。

国や県と比較すると、年少人口の比率では国平均（12.5%）・県平均（12.9%）を下回り、老年人口の比率では、国平均（26.3%）・県平均（27.6%）を上回っています。このことから、本市の少子高齢化率は、国や県を上回るペースで進行しており、地域経済の担い手の中心となる生産年齢人口の減少も国（60.0%）や県（58.8%）のペースを上回っています。

総人口と年齢3区分別人口の推移



資料：国勢調査（実績値）、国立社会保障・人口問題研究所（推計値）

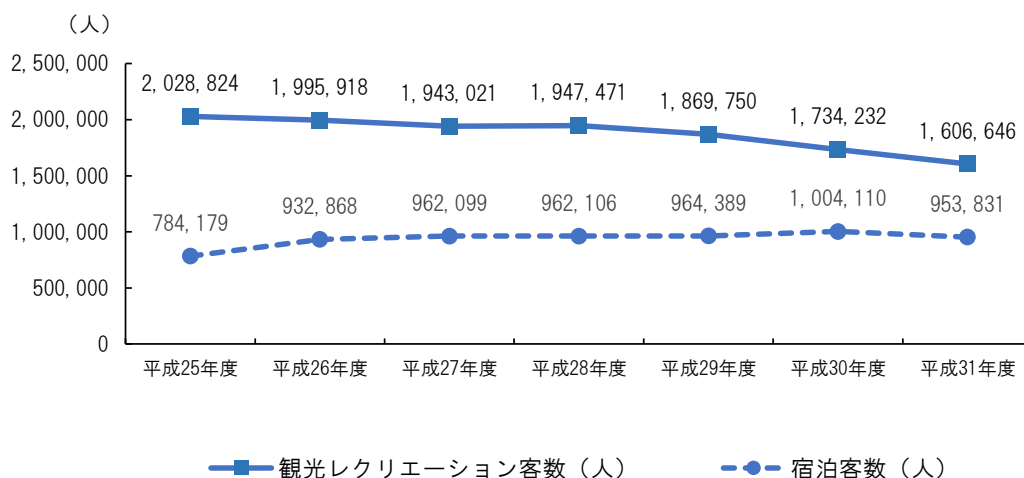
### (3) 入込客数の推移

#### ①観光レクリエーション客数と宿泊客数

観光レクリエーション客数は、昭和59年に減少傾向に転じ、平成26年度に200万人を下回り、平成30年度には180万人を下回りました。平成25年度と比較すると、平成31年度の観光レクリエーション客数は79.2%となっています。

一方、宿泊客数は、平成25年度以降増加傾向にあります。平成26年度には90万人を突破し、平成30年度には100万人を上回りましたが、平成31年度は再び90万人台となっています。平成25年度と比較すると、平成31年度の宿泊客数は121.6%となっています。

観光レクリエーション客数と宿泊客数の推移

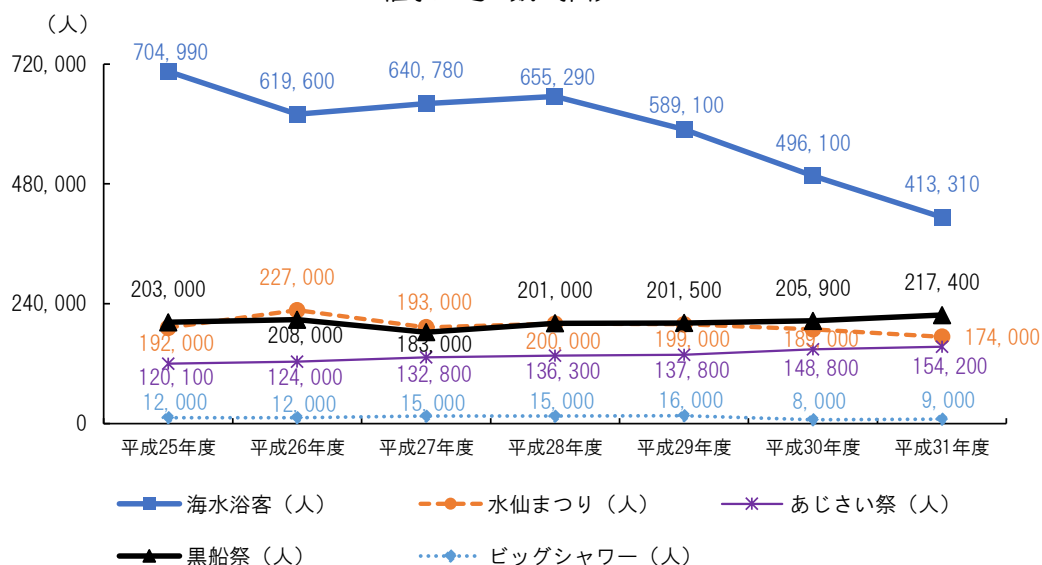


資料：静岡県観光交流の動向

#### ②催事入込人数

催事入込人数は、おおむね観光レクリエーション客数の傾向と同様に、平成25年度以降減少傾向にあります。特に、海水浴客数の減少が大きく、平成31年度においては413,310人と、平成25年度と比較すると、58.6%となっています。

催事入込人数の推移



資料：観光交流課調べ

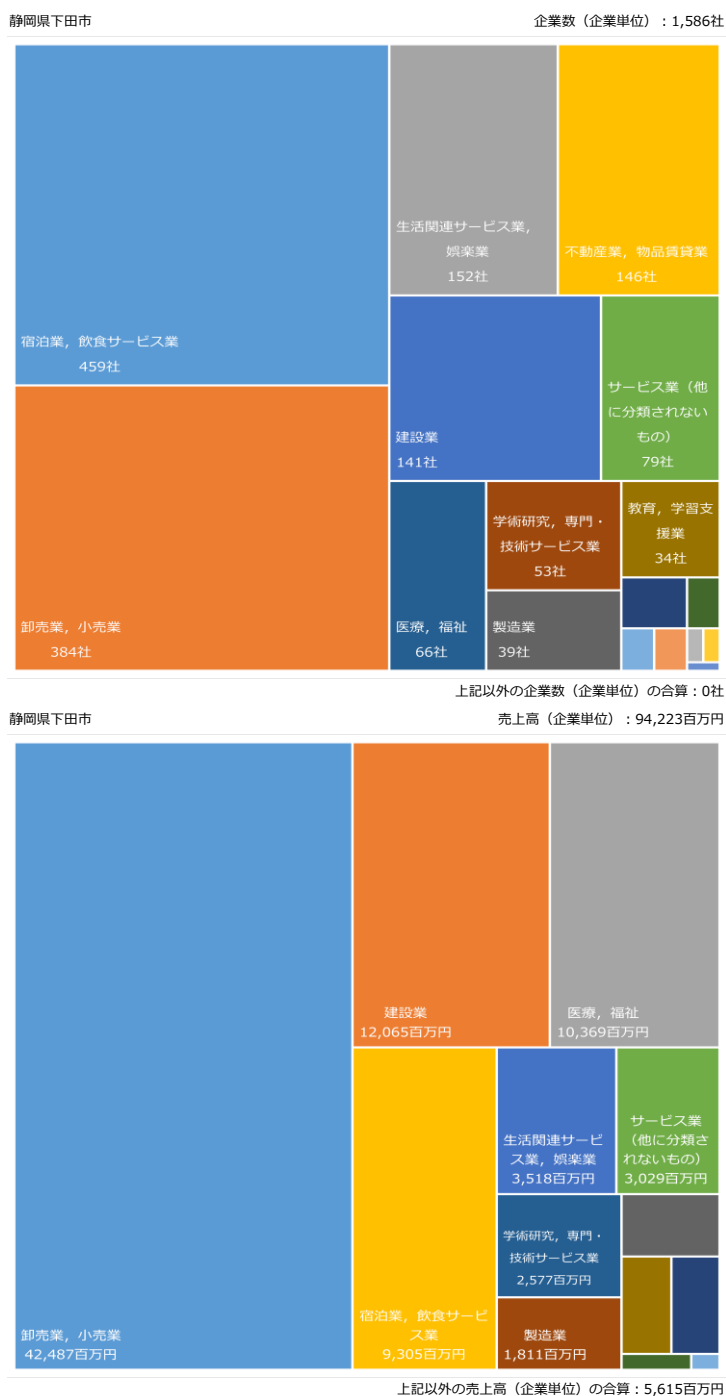
## (4) 産業の状況

### ① 企業数と売上高

平成28年の企業数は、1,586社のうち「宿泊業、飲食サービス業」が459社と、全体の28.9%を占めています。また、平成28年の売上高は、94,223百万円のうち「宿泊業、飲食サービス業」が9,305百万円と、全体の9.9%を占めています。

「宿泊業、飲食サービス業」は市内全体の3割程度の企業数を占めますが、売上高でみると1割程度となっています。

本市の企業数と売上高（平成28年）

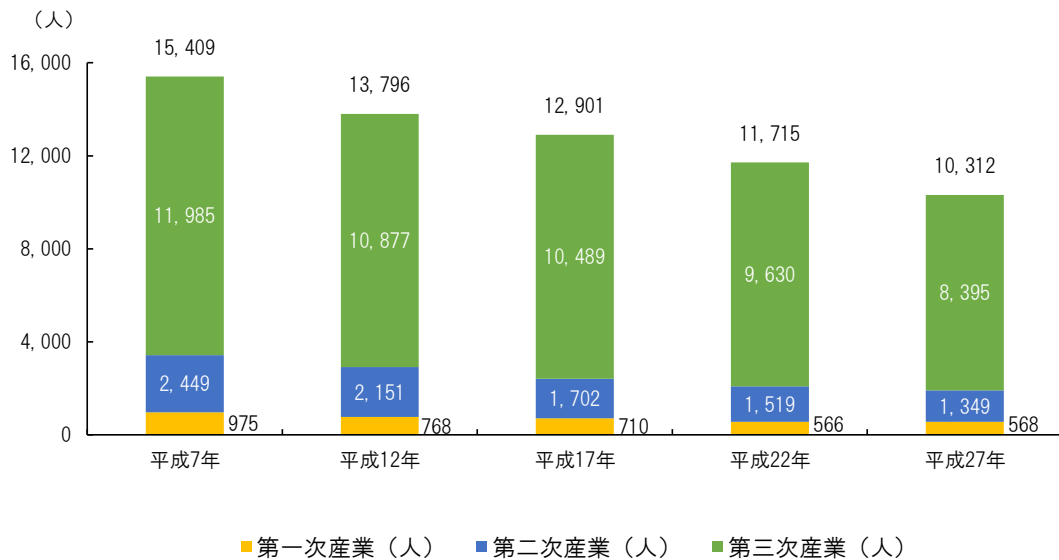


資料：地域経済分析システムRESASより 総務省「経済センサス基礎調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工

## ②産業分類別就業人口の推移

産業分類別就業人口の推移は、現行計画策定前の平成7年は15,409人でしたが、平成27年には10,312人と大きく減少しています。第三次産業における産業分類別就業人口の比率をみると、現行計画策定前の平成7年は77.8%でしたが、平成27年には、全体の81.4%と依然大きな割合を占めています。

産業分類別就業人口の推移



資料：国勢調査



金目鯛の水揚げ量日本一を誇る「下田港」

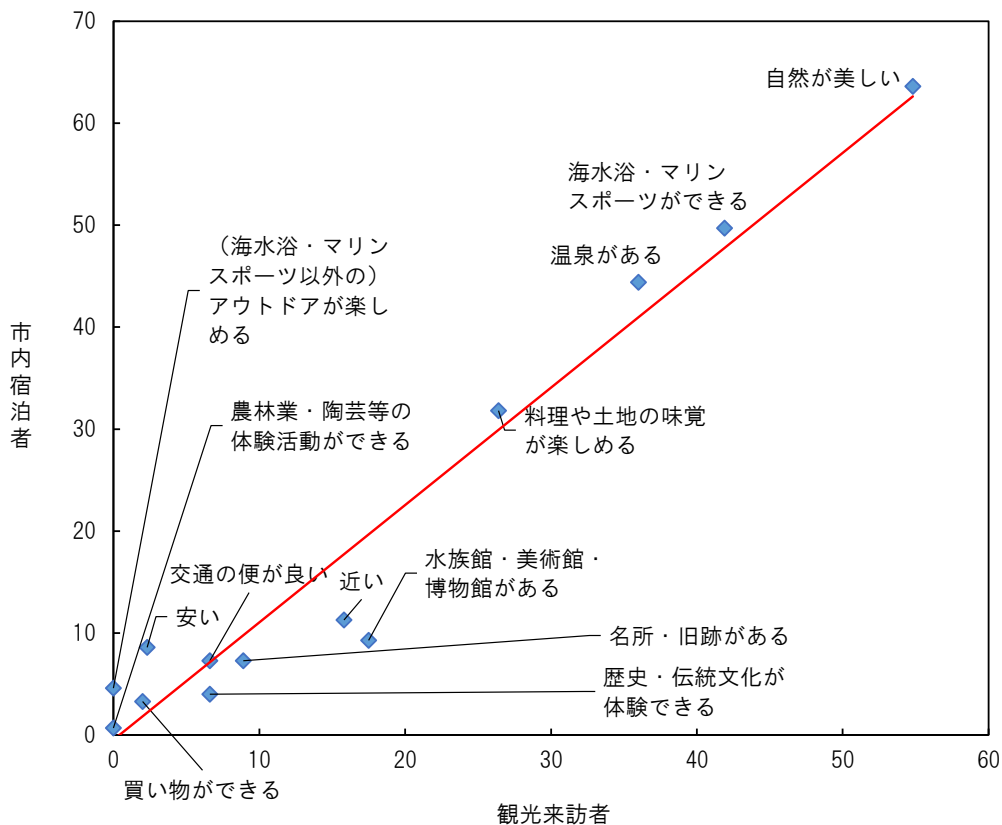


## (5) アンケート調査結果

### 【来訪の主な目的】

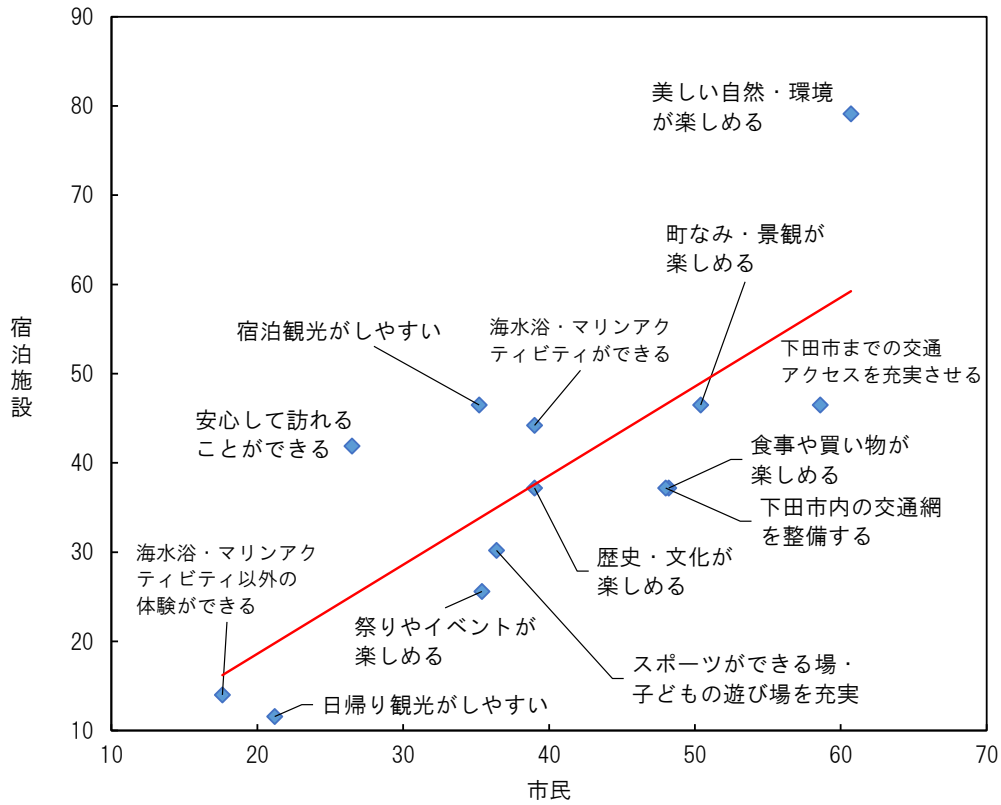
観光来訪者・市内宿泊者ともに「自然が美しい」が最多となっています。ついで、「海水浴・マリンスポーツができる」「温泉がある」「料理や土地の味覚が楽しめる」が続いています。

一方、「名所・旧跡がある」「歴史・伝統文化が体験できる」といった歴史・文化の側面が目的と回答した方は少なくなっているのが現状です。



【今後注力すべき取組】

市民・宿泊施設ともに「美しい自然・環境が楽しめる」が最多となっています。ついで、順位の違いはありますが、「下田市までの交通アクセスを充実させる」「町なみ・景観が楽しめる」が上位に挙げられています。

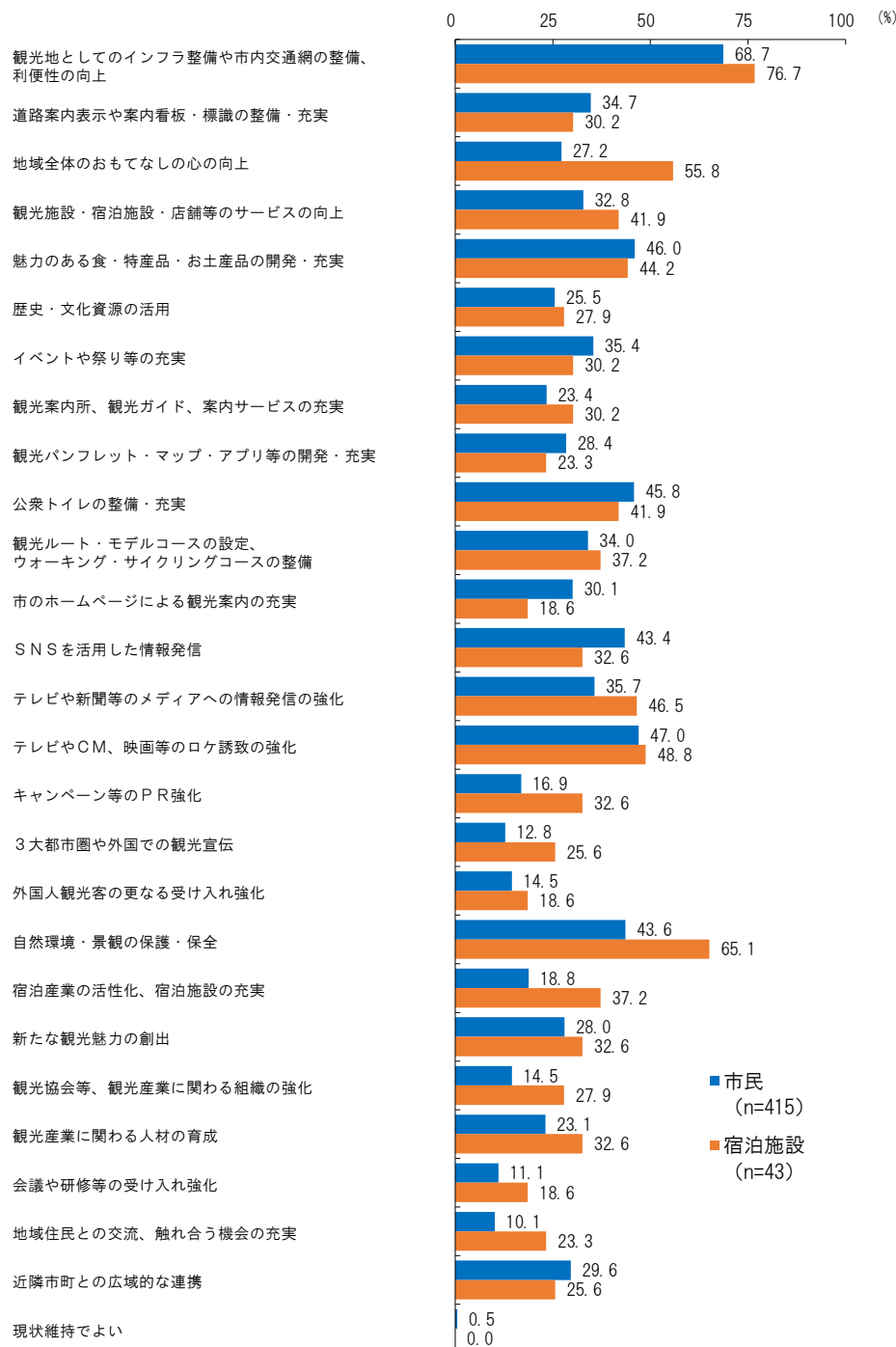


## 【市に期待する観光振興対策】

市民・宿泊施設ともに「観光地としてのインフラ整備や市内交通網の整備、利便性の向上」が最多となっています。ついて、順位の違いはありますが、「自然環境・景観の保護・保全」「テレビやCM、映画等のロケ誘致の強化」が上位に挙げられています。

情報発信の面では、市民においては「市のホームページによる観光案内の充実」「SNSを活用した情報発信」が宿泊施設よりも、宿泊施設においては「テレビや新聞等のメディアへの情報発信の強化」「キャンペーン等のPR強化」「3大都市圏や外国での観光宣伝」が市民よりも高くなっています。

また、本市特有の観光資源である「歴史・文化資源の活用」やインバウンド推進に向けた「外国人観光客の更なる受け入れ強化」について関心度の低さが読みとれます。



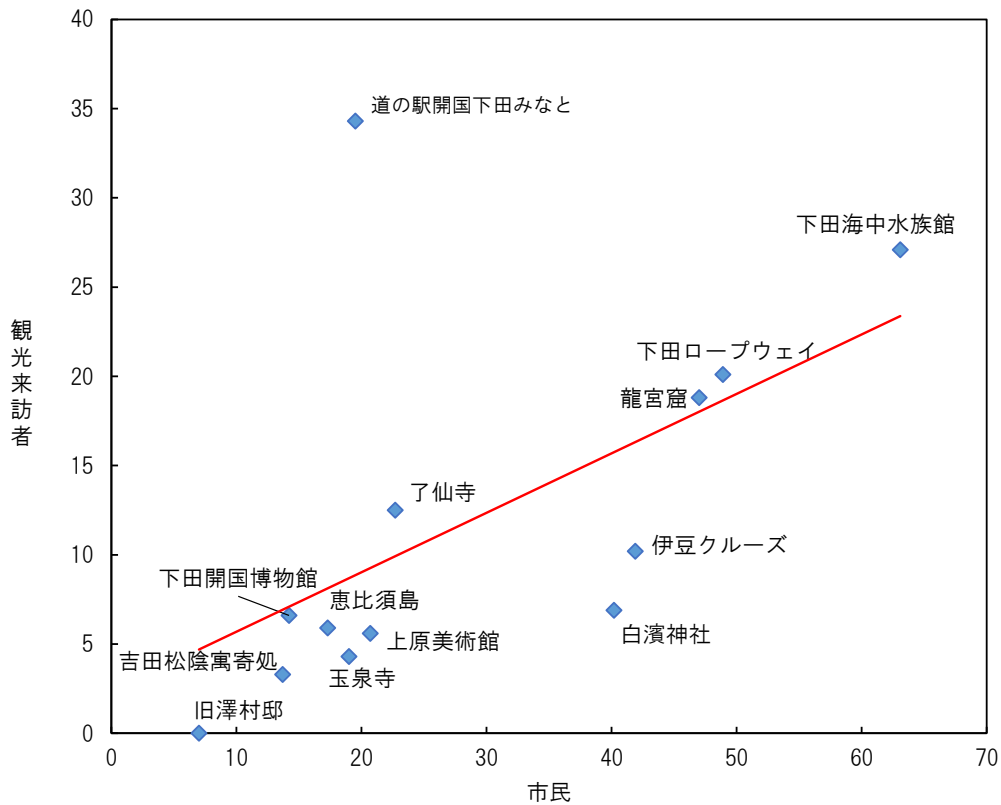
【観光来訪者・市内宿泊者が訪れた／訪れる予定のある観光地と、市民がお薦めする観光地の関係性】

観光来訪者と市民では、「下田海中水族館」「下田ロープウェイ」「龍宮窟」でニーズとお薦め度が合致しています。「伊豆クルーズ」「白濱神社」は市民のお薦め度は高めですが、観光来訪者には伝わっていない状況にあります。

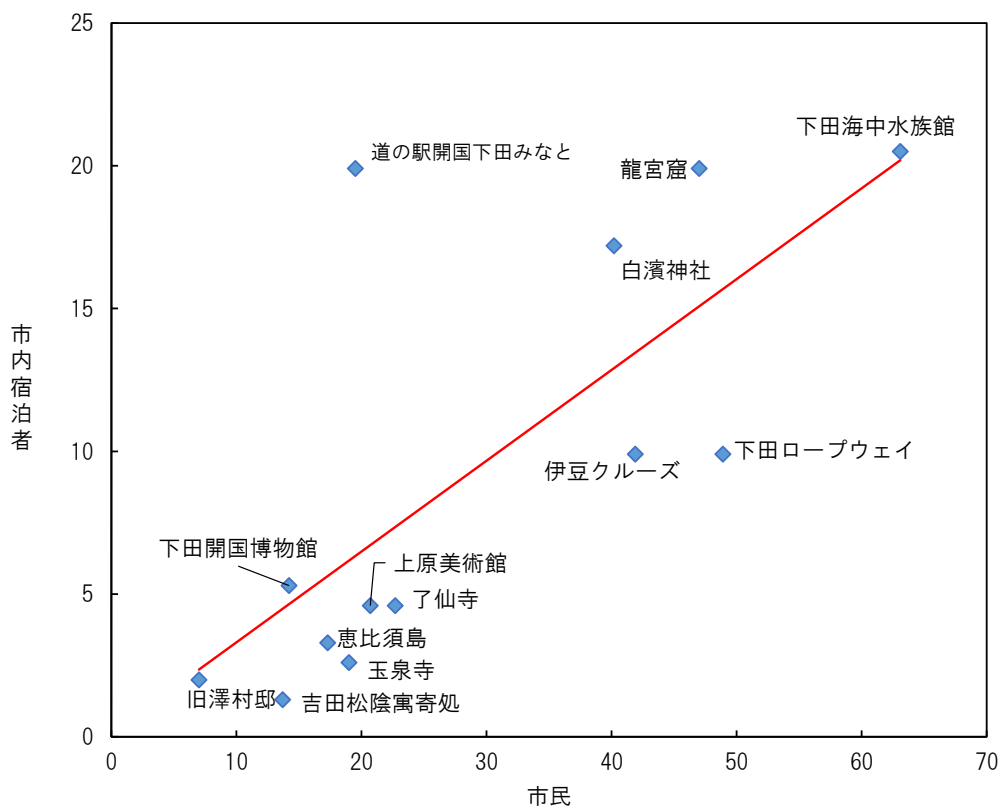
また、市内宿泊者と市民では、「下田海中水族館」「龍宮窟」「白濱神社」でニーズとお薦め度が合致しています。「下田ロープウェイ」「伊豆クルーズ」は市民のお薦め度は高めですが、市内宿泊者には伝わっていない状況にあります。

本市の海を中心とした自然の魅力は市民や観光客の双方に伝わっていますが、歴史・文化資源としての魅力はまだ十分に伝わっていないことがうかがえます。

【観光来訪者と市民】



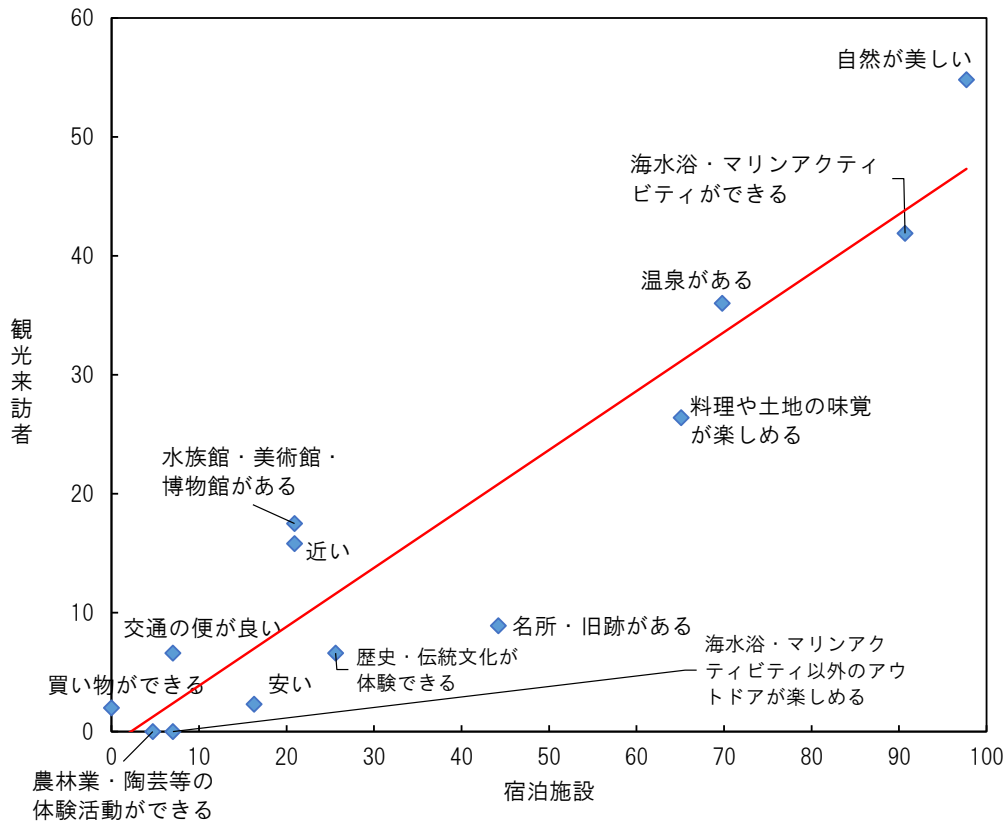
### 【市内宿泊者と市民】



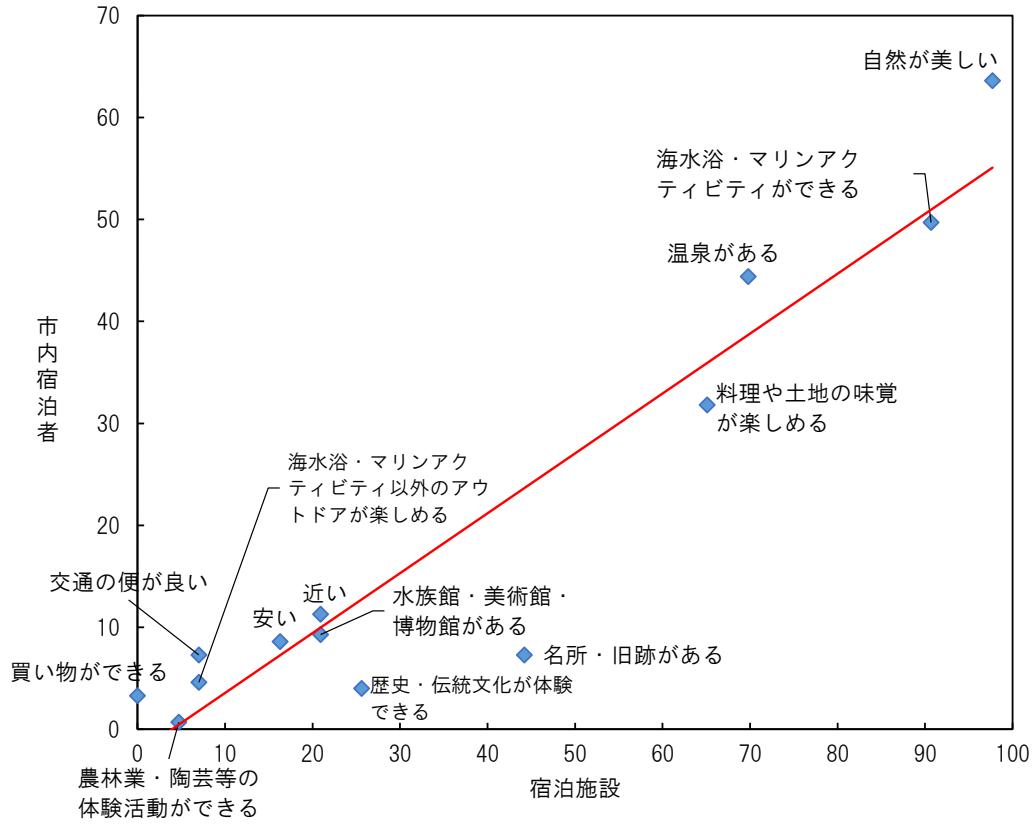
【観光来訪者・市内宿泊者が本市を訪れた目的と宿泊施設が考える本市の強みの関係性】

観光来訪者と宿泊施設では、「自然が美しい」「海水浴・マリナクティビティができる」「温泉がある」「料理や土地の味覚が楽しめる」でニーズと強みが合致しています。一方、「名所・旧跡がある」「歴史・伝統文化が体験できる」では、観光来訪者に本市の魅力として十分に伝わっていない状況にあります。こうした状況は、市内宿泊者と宿泊施設でも同様に見られます。

【観光来訪者と宿泊施設】



【市内宿泊者と宿泊施設】



## 2 現行計画の評価

### (1) 指標について

本計画の策定に向け、数値系指標ごとに担当課による自己点検をし、観光まちづくり連携推進幹事会等において意見交換や進捗状況の把握等を実施しました。

「観光宿泊客数」「有効求人倍率」は、最新の令和元年度の現況値において目標値を達成している一方、「耕作放棄地面積」「水揚高」の数量については、目標値を大きく下回っています。

最終目標の達成率		現況値	目標値	達成率
		令和元年度	平成 32 年度	
観光交流客数	観光レクリエーション客数	1,734,232 人 (平成 30 年度)	2,200,000 人	78.8%
	観光宿泊客数	1,004,110 人 (平成 30 年度)	1,000,000 人	<b>100.4%</b>
外国人宿泊客数		9,377 人	12,200 人	76.9%
有効求人倍率		1.91	1.08	<b>176.9%</b>
耕作放棄地調査による耕作放棄地面積		37.1ha	21.0ha	56.6%
水揚高	数量	1,103t	3,626t	30.4%
	金額	1,563,593 千円	3,286,484 千円	47.6%
津波警告・避難誘導標識の充足率 (設置数/目標数)		83%	100%	83.0%



## (2) アクションプランの評価

現行計画においては、3つの基本方針に基づきアクションプランに沿って事業を展開してきました。以下に、アクションプランと、優先して実施すべき事業として掲げられた4つのプロジェクト（美しい里山づくりプロジェクト、世界一の海づくりプロジェクト、30カラースプロジェクト、美味しいまちづくりプロジェクト）について評価します。

### 現行計画体系図

方針1 下田らしい観光まちづくりを実践します。

アクションプラン

- (1) 地域の特徴を活かした魅力ある観光まちづくりを進めます。
- (2) 新たな魅力の創出によるまちの活性化を図ります。
- (3) 外国人旅行者の誘致を進めます。

方針2 すべての市民が連携して観光まちづくりを進めます。

アクションプラン

- (1) 地域や各種産業が連携し、観光まちづくりを進めます。
- (2) おもてなしの心を育み、市民と観光客の交流を進めます。
- (3) 誰もが安全で快適に楽しめる観光空間を整備します。

方針3 まちのブランド化を進め、情報発信機能を強化します。

アクションプラン

- (1) まちのブランド化を進めます。
- (2) まち全体のブランドイメージを積極的に発信します。
- (3) 広域組織等と連携し積極的に情報を発信します。

## 方針Ⅰ 下田らしい観光まちづくりを実践します。

方針Ⅰでは、美しい海等の豊かな自然や歴史的文化資源といった地域の特色を活かしたまちづくり、既存イベント等の見直し・体験メニューの充実による新たな魅力の創出、外国人の受入体制の整備といった取組を行ってきました。

### 【評価】

#### Ⅰ－（Ⅰ） 地域の特色を活かした魅力ある観光まちづくりを進めます。

- 9つの海水浴場において、ライフセーバーや監視員による海水浴場の監視の強化やパトロールの強化を実施し、快適な海水浴場の設置に向けて進めた。  
しかし、ライフセーバーの確保や地元区との連携強化、また海水浴場ルールの周知徹底や衛生面の向上等が必要である。
- 地域の事業所と連携し、自然体験プログラムを集約したガイドブックや総合案内所の設置をしたことで、利用者の利便性の向上が図られた。  
一方で、季節による繁閑の差が激しいことから、四季折々の海や山の魅力を楽しめるアクティビティ等、より一層の体験プログラムの開発が必要である。
- 地域の保全活動団体と連携し、里山の保全や放置竹林、荒廃森林対策を継続的に実施した。そこで得られた間伐材を活用した「竹灯りイベント」を開催し、下田の弱みの一つである夜の観光コンテンツ開発の一助となった。  
一方で、作業員や後継者人材が不足していることから、地域一体での取組が必要である。
- 歴史的建造物の景観を楽しむことができるよう、下田市景観計画に基づいた建造物の保全やまち遺産を紹介する冊子により情報集約を行うとともに、旧澤村邸では情報発信拠点としての機能の強化が図られた。  
一方で、アンケート結果によると文化財の認知度が低い傾向にあるため、認知度向上のための情報発信や、文化財を活用した観光コンテンツの開発が必要である。

1- (2) 新たな魅力の創出によるまちの活性化を図ります。

- 30 カラーズプロジェクトでは観光分野ごとに観光情報を集約したリーフレット「30 カラーズ」を作成した。これにより着地型観光の情報満足度の向上が図られたとともに、他団体の視察や、デザインが評価され雑誌などに掲載されたことで、質の高いパンフレットとしての評価を得た。  
今後は、市内各所に配架したパンフレットの在庫等から、どの観光分野に需要があるかなどの分析を行い、観光施策に繋げていくことが必要である。
- 各種イベントについて、あじさい祭においては新たに事業者や学生との連携によるカフェの設置等を行い、入込客数の増加につながった。  
一方で、水仙まつりにおいては、入込客数が減少傾向にあるため、地域と連携し新たな魅力の創出やサービスの向上等、誘客促進に向けた取組が必要である。

1- (3) 外国人旅行者の誘致を進めます。

- 外国人の受入環境整備に向けたホームページ等の多言語化や、広域的なインバウンド誘客により、外国人宿泊客数の増加につながった。  
今後は、多様な文化圏からの来訪が想定されるため、情報発信だけでなく、食のメニュー開発や体験プログラムの開発等、受入体制の強化が必要である。

## 方針2 すべての市民が連携して観光まちづくりを進めます。

方針2では、産業間連携やおもてなしの心の醸成、津波等の災害対策強化により安全で快適なまちづくりに向けた取組を行ってきました。

### 【評価】

2- (1) 地域や各種産業が連携し、観光まちづくりを進めます。

- 観光事業者、交通事業者、生産者や商業関係者また地域おこし企業人制度を活用した専門人材との連携により、既存の枠にとらわれない実行力のある組織づくりに向け検討を行った。結果、観光協会を軸としたDMO組織体制を構築するという案に至った。  
今後は、新たな戦略づくり、調査・分析、地域や各種産業との連携の強化等が必要である。

## 2－（2）おもてなしの心を育み、市民と観光客の交流を進めます。

- 観光事業者や市民に向けたおもてなしプログラムを開催し、市内の観光施設や歴史について改めて知ってもらう取組を行い、おもてなしの質と意識の向上に努めた。  
今後は、より多くの人々に参加していただけるよう、周知方法の改善や開催回数の増加により、受講機会を増やす等参加しやすい環境づくりが必要である。
- 30カラースを活用したモニターツアーやタクシーツアーを開催したことで、地域の魅力の再発見や観光事業者の人材育成につながった。  
一方で、解散したボランティアガイド協会に代わる体制づくりや増加している外国人来訪者に対応するため、更なる人材の発掘・育成が必要である。

## 2－（3）誰もが安全で快適に楽しめる観光空間を整備します。

- 避難誘導看板の設置や、避難場所における整備等、市民も観光客も安心して過ごすための取組が進められている。また、観光施設におけるトイレの洋式化等ユニバーサルデザイン化を実施し、快適な施設整備に努めた。  
今後は、観光客がより一層安心できるよう、観光防災マニュアルの作成や、事業者ごとの避難訓練の実施に向けた検討が必要である。また、新型コロナウイルス感染症対策として、ルール作りや新しい観光スタイルの構築が必要である。

## 方針3 まちのブランド化を進め、情報発信機能を強化します。

方針3では、下田市のブランド力を強化するとともに、効果的な情報発信を行ってきました。

### 【評価】

## 3－（1）まちのブランド化を進めます。

- 金目鯛を使った料理を提供している飲食店を集約したリーフレット「きんめがど〜ん！」の発行や、「きんめがど〜ん！」への参加店舗の継続的な募集により、地域一帯でまちのブランド化に取り組んだ。また、サーフィンの全国大会開催や国際カジキ釣り大会への支援を継続的に行うことで、海の魅力向上と国際的なまちとして認知度向上に向けた取組を進めた。  
一方で、歴史的文化財においては、整備・保全是行ってきたが、歴史的文化財を活かした観光資源としてのブランディングが不十分であるため、モデルコースの開発や情報発信の強化が必要である。

3－（2）まち全体のブランドイメージを積極的に発信します。

- 下田市ロケーションサービスによる、ロケの誘致・受入体制強化を図り、テレビやWEB動画、SNS等のさまざまな媒体で地域の魅力が取り上げられたことで、まちのブランドイメージの発信につながった。

一方で、多様な媒体を活用した情報発信を行ってきたが、それぞれの媒体が誰に、どのように伝わったか等の調査・分析を実施し、戦略的な観光プロモーションの推進が必要である。

3－（3）広域組織等と連携し積極的に情報を発信します。

- 広域DMO団体である、（一社）美しい伊豆創造センターと連携し、伊豆地域全体の周遊性の向上や情報発信を実施し、伊豆半島への観光交流客数は増加につながった。

一方で、伊豆地域内の市町によっても観光交流客数の差があるため、賀茂地域の市町と連携した周遊コースの開発や共通した資源の活用について検討が必要である。

### 3 本計画における主要な課題

本計画の策定にあたり、現行計画の評価や新型コロナウイルス感染症拡大の影響、情報通信技術の発展等の時代の変化を踏まえ、本計画で改善すべきポイントや時代の変化に対応するためのポイントを以下に示します。

#### (1) 地域資源の活用と回遊性の向上

自然体験プログラムの充実・集約や歴史的建造物の整備・保全に努めてきたが、観光来訪者数の繁閑の差が大きいことから、季節変動の平準化に向けた新たな観光コンテンツの開発が必要である。また、自然や歴史それぞれの資源を磨き上げ観光の目的となる魅力を創出するとともに、回遊性向上に向けた人の流れを生み出すことが必要である。

また、本計画において、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け「密閉・密集・密接」を避けた開放空間を活かした観光の魅力創出が求められるとともに、SDGsの視点を取り入れた環境保全やまちづくりへの取組が必要である。

#### (2) 安全・安心・快適な受入体制の強化

自然災害への対策や避難場所の整備等により安全・安心・快適に過ごせるよう、受入体制の強化が図られており、今後も継続していくことが必要である。

また、感染症対策を強化するとともに、新しい生活様式に対応するため、キャッシュレス化等の社会基盤の整備を進めていくことが必要である。

#### (3) 人材の発掘・育成

来訪者への質の高いおもてなしを提供するために、事業者や関係団体に向けた「おもてなしプログラム」や観光協会が実施する講習等による人材育成を今後も継続していくことが必要である。

また、地域の子供たちを対象とした、自然体験プログラム等、地域の魅力に触れることで、郷土愛の醸成を図る取組も継続していくことが必要である。

一方で、観光産業の人材不足については喫緊の課題であるため、ビジネスマッチングや専門人材の登用による、新たな人材の発掘が必要である。

#### (4) 地域連携・広域連携の強化

伊豆地域への観光交流客数は増加傾向にあるが地域によって格差があり、本市への観光来訪者数は依然減少傾向にある。地域の各種産業との連携や伊豆地域等の他市町との連携を強化し、戦略的な観光誘客を行うための組織づくりや伊豆全体のブランドイメージ向上のための広域連携強化が必要である。

また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、国際的な移動制限とともに、国内においても県をまたぐ移動の自粛が求められた結果、県内・近隣市町からの来訪者をターゲットとしたマイクロツーリズムといった旅行形態が注目されている。マイクロツーリズムを推進することで、来訪者の約7割を関東圏が占めている本市にとって、新たな顧客の獲得やリピーターとして持続可能なマーケットとして確立できることが期待されている。

#### (5) 情報収集・情報発信の強化

30カラースやロケーションサービス、SNS等のさまざまな媒体による情報発信を実施してきたが、今後は、情報通信技術の発展等の環境の変化に対応し、ターゲット層に的確に情報を届ける効果的な手段を検討する必要がある。

また、デジタルマーケティングによる観光ニーズ、行動実態等、観光客の動向をきめ細かく把握した、戦略的な観光プロモーションの推進が必要である。

一方で、新型コロナウイルス感染症の収束が不透明な中、安全・安心な観光地であることを国内外に周知するため、本市で考案した新型コロナウイルス感染症拡大防止のためルールである「下田モデル」等の取組を広く発信することが必要である。





## 第3章 本計画における本市のめざす姿

---



### 1 観光ビジョン

本市の魅力である海や山等の豊かな自然、開国の歴史、地域の文化等の資源を輝かせるとともに、市民一人ひとりがそれらの大切な資源を後世に受け継ぐよう郷土愛を育み、「住んでよかった」と思えると同時に、観光客も「訪れてよかった」と思える観光まちづくりを目指します。

そのため、本市の魅力を存分に活かし、市民や観光客のみならず、下田ファンを獲得するために、本市の魅力ある観光資源を活用した、人・歴史・文化をつなぐ観光まちづくりを推進するとともに、第5次下田市総合計画に掲げられたまちづくりの基本理念とまちの将来像を踏まえ、本計画における観光ビジョン「すべてがつながり 魅力輝く みなとまち下田」の実現を目指します。

**基本理念** 下田を愛する、市民を始めとする幅広い人の参加により、  
本市の持つ自然や歴史、文化を活用し、  
市民一人ひとりが誇りを持って暮らすことのできるまちづくり

**まちの将来像** 時代の流れを力に つながる下田 新しい未来

～本計画における観光ビジョン～

**すべてがつながり 魅力輝く みなとまち下田**

## 2 基本方針

観光ビジョンの達成やまちの魅力をさらに輝かせる施策を実施するための基本的な方針を、第2章で示した「本計画における主要な課題」や新型コロナウイルス感染症拡大等による時代の変化を踏まえ、以下のように設定し、下田市の観光力の向上を目指します。

### 方針1 美しい海などの自然を生かした観光まちづくり

本市の美しい海は、夏季の海水浴客を中心に市内外に高い認知度があり、また、川端康成や三島由紀夫といった世界的に有名な文豪にも愛され、作品中に書かれるほどの美しさがあることから、観光の大きな柱であり市民共通の貴重な財産です。

市内外から高い評価を受けている美しい海を中心とした、四季折々の豊かな自然が楽しめる観光地づくりを推進するとともに、貴重な財産である豊かな自然の環境保全・整備を実施し、持続可能な観光地を目指します。

また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、「密閉・密集・密接」を避けた開放空間での観光ニーズが高まっている中、本市の強みである恵まれた豊かな自然を活用し、自然体験型観光の充実や開放空間を活かしたコンテンツの開発等により、観光の魅力の磨き上げに取り組みます。



### 方針2 開国の歴史を中心とした観光まちづくり

本市には、幕末の米露の黒船来航により開国の地となったことから、了仙寺や玉泉寺を代表とした開国の歴史に関する重要な文化財があり、また古くは東西を船が行き交う海の関所であったことから多様な文化が交わる港町として発展してきた歴史があり、当時の風情を感じる街並みが数多く残されています。

さらに、開国の地に起因する市民間での国際交流始まりの地であることから、現在も黒船祭を中心とした国際交流の歴史があります。

それらの歴史的な文化財や地域特有の文化を活用するとともに、国際交流から培われたおもてなしの心を醸成し、新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、貴重な財産を国内外に認知・定着させることを目指します。



### 方針3 人の流れを生み出す観光まちづくり

本市の市街地（旧町内）には観光施設やペリーロードを中心とした歴史を感じる街並みが数多く点在することから、まち歩きを推進し回遊性を高めるため、市街地を中心としたポケットパークやボードウォーク等の整備を実施してきました。本計画では、まちの周囲から街中への人の流入を促すため、まち歩き環境整備を進め回遊性の向上に継続して取り組むとともに、海の玄関口である「道の駅 開国下田みなと」周辺環境整備を実施し、陸域と水域を活用したネットワークを構築することによって、にぎわいの創出を目指します。

また、中心市街地だけでなく市内全域を巡って楽しめるよう、公共交通等の二次交通の利便性の向上を図ることで、回遊性のある観光まちづくりを目指します。



### 3 数値目標

5年後（令和7年度）の下田の観光のあるべき姿を表す数値目標を設定し、「すべてがつながり 魅力輝く みなとまち下田」の実現を目指します。

#### （1）観光交流客数

基準値 (平成30年度)	2,738,342 人	⇒	目標値 (令和7年度)	2,900,000 人
-----------------	-------------	---	----------------	-------------

#### （2）宿泊客数

基準値 (平成30年度)	1,004,110 人	⇒	目標値 (令和7年度)	1,080,000 人
-----------------	-------------	---	----------------	-------------

#### （3）外国人宿泊客数

基準値 (平成30年度)	7,921 人	⇒	目標値 (令和7年度)	10,000 人
-----------------	---------	---	----------------	----------

#### （4）下田市の観光消費額

基準値 (平成30年度)	13,100 百万円	⇒	目標値 (令和7年度)	15,000 百万円
-----------------	------------	---	----------------	------------

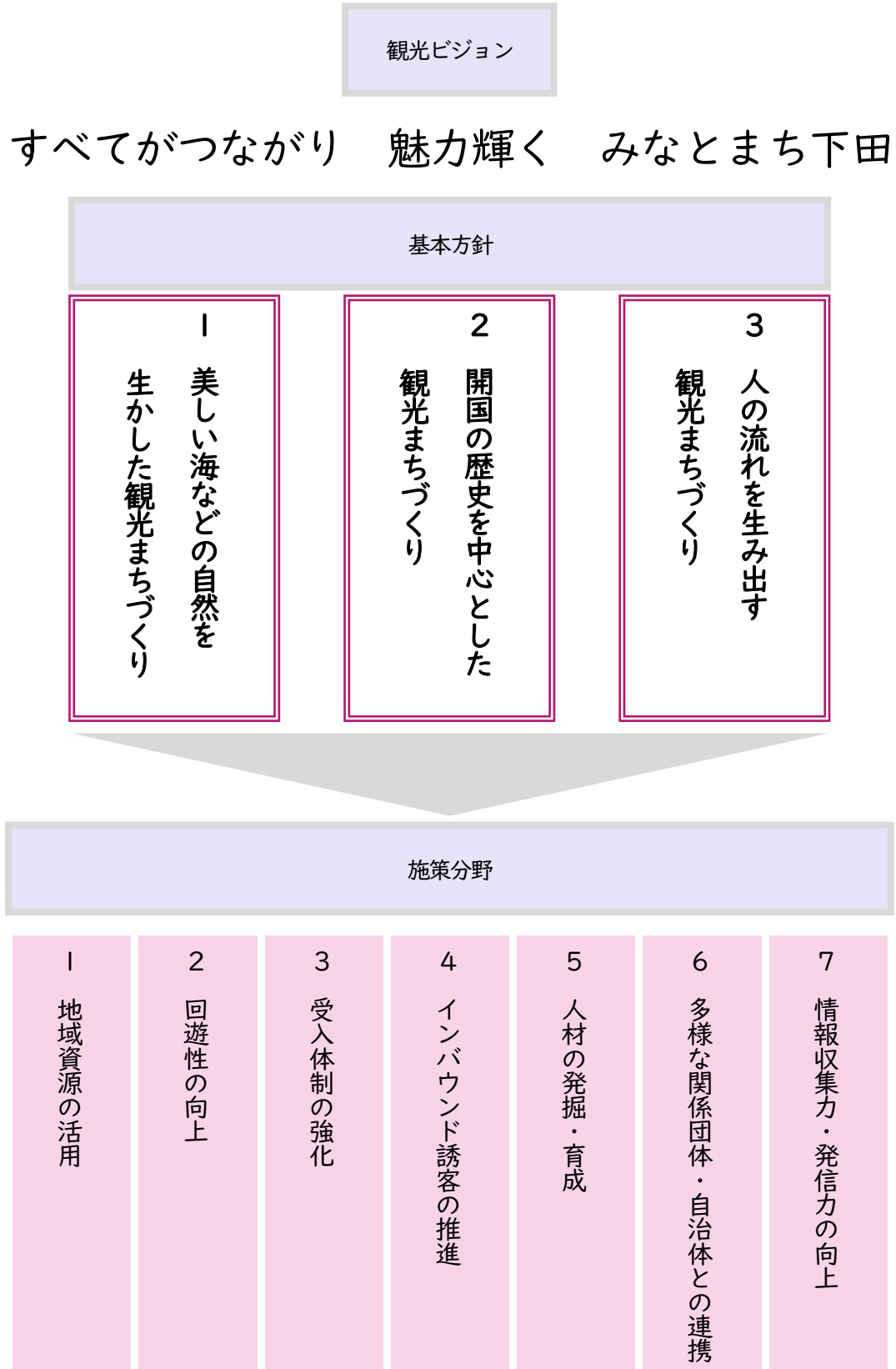
出典：（1）～（3）第2期下田市まち・ひと・しごと創生総合戦略。

（4）平成30年度 静岡県における観光の流動実態と満足度調査より、本市の観光交流客数で按分して推計

## 4 施策体系

先に示した観光ビジョンと3つの基本方針を実現するための手段である施策体系は次のとおりです。

施策体系図







## 第4章 施策分野と個別施策

---



## 第4章 施策分野と個別施策

基本方針を実現するための、施策の方向性として、個別施策を設定します。また、各個別施策を性質別に分類化した集合体として、施策分野を掲げます。また、本計画期間内で特に重点的に取り組む施策を「重点施策」として、本計画から新たにに取り組む施策を「新規取組」としてまとめました。

### ○施策分野と個別施策について

#### 【施策凡例】

★：重点施策 / ○：新規取組

【着手時期】 着手時期を短期・中期・長期に分けて示します。

短期・・・すでに着手もしくは1年以内に着手する施策

中期・・・2～3年以内に着手する施策

長期・・・4～5年以内に着手する施策

## I 地域資源の活用

本市特有の自然や歴史、文化の背景やストーリー性を考慮した資源の魅力の解説・紹介を行うとともに、関係団体との連携を図り、来訪者のみならず市民が地域の魅力を再発見できるまちづくりを推進します。

また、本市の貴重な資源が失われることのないよう、自然環境や歴史的建造物を保全するとともに、市民協働により文化財や郷土芸能等の地域文化の継承を推進することで、観光誘客や特色あるまちづくりに活用します。

### ①自然の活用

9つの海水浴場やジオサイト、里山等、海も山も満喫することができる豊かな自然が本市の大きな魅力です。年間を通して四季折々に異なる本市の魅力を満喫してもらえるよう、自然の活用に取り組み、誘客の増加を図ります。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
★ 四季折々楽しめる海づくり	四季折々の海を楽しむ体験プログラムの拡充		■	
	海辺で楽しめる休憩施設やアウトドア施設等の設置		■	
	サーフィンやライフセービング等の大会への支援や新たな大会の誘致	■		
	条例改正等による健全な海水浴場の開発		■	
★ ジオサイトの活用	地域と連携した龍宮窟の活用方法の検討		■	
	ジオガイドと連携したジオツーリズムの充実		■	
	伊豆半島ジオパーク推進協議会と連携した誘客の促進	■		
★ 山の恵みの活用	○ 農村体験のできるグリーンツーリズムの推進	■		
	○ 山間部を活用したアウトドア施設誘致やアクティビティの検討		■	
	○ 伊豆縦貫自動車道の開通に向けた里山エリア活用の検討	■		
★ 花の名所づくり	アメリカジャスミンやしだれ桃等の花木を活用した名所づくり	■		
	ハンギングバスケットを活用した街中景観の向上		■	
	あじさい祭等の花を活用したイベントの充実	■		



ジオサイトのひとつである「龍宮窟」



「シーモン」によるマリンスポーツ体験

## ②歴史・文化の活用

開国の歴史において重要な役割を果たした背景をもつ本市には、歴史的建造物や当時を偲ばせる街並みが今も残っています。歴史の重みを感じさせる景観を維持・活用する中で、市民や観光客がその歴史を感じ、思いを馳せながら、まち歩きができるような仕組み作りを目指します。

また、下田太鼓祭り等の祭礼行事や、地場産品を生かした伝統産業等を多くの市民や観光客に周知できるよう、有形・無形を問わないプログラムづくりに取り組みます。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
★ 歴史的景観の活用・ 保全	○ 下田まち遺産をめぐるモデルコースの開発		■	
	○ VRやAR等の最新技術を活用した歴史の体験プログラムの開発		■	
	○ まち歩きで歴史的景観を楽しめる周遊マップアプリの開発		■	
	歴史的風致形成建造物の維持・修繕に対する助成	■		
開国の歴史を背景と したイベントの推進	黒船祭に合わせて開催されるイベントの磨き上げ	■		
	了仙寺等の史跡等を活用したイベントの検討		■	
★ 地域の芸術文化の活用	○ 下田芸者等の芸術文化を体験できるイベントの充実		■	
	蓮杖プロジェクトや下田写真部等の写真を通じた文化交流の充実		■	
	○ 下田太鼓等の伝統芸能を活かしたおもてなしの強化	■		
食を活用した観光 プログラムの開発	地場産品を活用したブランドの開発		■	
	大特産市等の農漁業者と連携した観光コンテンツの開発	■		
	市内飲食事業者等と連携した新しいメニューの開発		■	



「黒船祭」における公式パレード



「下田芸者」体験



伝統ある催事「下田太鼓祭り」

### ③その他の資源の活用

他の観光地との差別化を図っていく上でも、切れ目のない観光プログラムの開発は重要な取組となります。訪れた時間や天候に左右されず、いつ訪れても本市を楽しめる新たな観光資源を掘り起こす取組を実施し、宿泊や滞在型観光の強化を図るとともに、来訪者・市民ともに新たな魅力を再発見できるまちづくりを推進します。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
雨の観光プログラムの開発	30 カラーズの雨のモデルコースの充実	■		
	道の駅等の屋内観光施設の機能強化		■	
	○ デザイン性のある傘の作成及びシェアリングサービス導入の検討		■	
★ 夜の観光プログラムの開発	○ 竹灯りを活用した観光プランの作成	■		
	○ ペリーロードを中心とした夜のまち歩き観光プランの作成	■		
	○ 星空を活用したナイトヨガや星空観賞会等のイベント充実	■		
	○ ドライブインシアターや旧澤村邸等を活用した映画上映会の実施		■	
朝の観光プログラムの開発	海や花等の自然を楽しめるテラスカフェの設置		■	
	○ サンライズツアーの開発	■		



「30 カラーズ」の雨のモデルコース



「竹灯り」を活用した夜のイベント

## 2 回遊性の向上

観光施設、観光スポット間の移動の利便性を高めるとともに、複数の施設を訪問したくなる仕掛けづくりにより、本市内の回遊性と滞在性を向上し、市内全域を楽しんでもらえる仕組み作りに取り組みます。

また、拠点となる施設の整備により、来訪者・市民ともに「みなとまち下田」を満喫できるまちづくりを推進します。

### ① 「歩く観光」の推進

安全性や休憩のしやすさ等に配慮したハード面の整備と歩くことを促進するソフト面の充実を進めるとともに、運動や健康への働きかけを意識した取組を進め、「ウォーカブル」なまちづくりを目指します。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
★ ヘルスツーリズムの推進	遊歩道や浜地を活用したノルディックウォーキングの推進	■		
	フラワーウォーキング等の歩くイベントの充実	■		
★ 歩行回遊性向上の環境整備	○ ポケットパーク等の屋外空間の整備と開発	■		
	街中の歩道整備や通行規制による歩行者動線確保に向けた検討		■	
	蓮台寺温泉等の各種温泉場を活用した湯めぐりの充実	■		
★ 食べ歩き観光の推進	○ 街中を食べ歩きできるマップの作成		■	
	○ 商工団体と連携した地場産品を活用した食べ歩きメニューの開発		■	



和歌の浦遊歩道で行う「ノルディックウォーキング」



休憩施設として整備した「大工町プレイス」

## ②公共交通の利便性の向上

市内観光における回遊性を高めるため、二次交通の利便性の向上に向けた取組を交通事業者と連携して進めるとともに、移動そのものを楽しめるような取組を検討します。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
★ 二次交通の充実・ 利用促進	○ 観光型Ma a Sの促進	■		
	レンタサイクルの充実	■		
	○ 周遊パスや企画切符の認知度向上に向けた取組の強化	■		
交通結節点の環境改善	待合環境の改善や観光案内の充実	■		
	鉄道と路線バスの乗り継ぎ利便性の確保		■	
	伊豆急下田駅周辺地区整備の検討			■
観光列車の活用・PR	○ 観光列車内での地場製品の販売に向けた検討		■	
	○ サフィール踊り子やロイヤルエクスプレスを活用した旅行商品の企画	■		

## ③観光拠点施設の機能強化

既存観光拠点での情報発信や観光案内機能の拡充により、来訪者の受入体制の充実を図り、回遊性の向上を促進します。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
★ 観光拠点施設の機能 強化	道の駅の展示内容の見直し等のビジター機能の強化	■		
	○ 旧澤村邸のギャラリーとしての機能の強化	■		
	○ 駅から観光協会駅前案内所への動線の改善		■	



交通事業者との連携



道の駅「開国下田みなと」



歴史的建造物である「旧澤村邸」



### 3 受入体制の強化

旅行先として観光客に選ばれるため、都会にはない地方の強みを活かした観光体験のできる商品開発に取り組むとともに、市全体がクリーンな印象をもたれるような、おもてなしとしての美化活動を推進します。

また、感染症対策を含めた安全・安心への取組をより一層徹底し、来訪者・市民ともに安全に安心して楽しめるまちづくりを推進します。

#### ①美化活動・施設整備の推進

本市の魅力的な自然や景観を保全するため、市民協働による美化活動に努めるとともに、快適に過ごせるよう、観光施設の整備を推進します。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
観光施設整備の推進	快適で安全な海水浴場の開設	■		
	観光施設の適正な管理	■		
	Wi-Fi 環境やキャッシュレス決済環境の拡充		■	
	下田市景観計画に基づいた観光施設整備	■		
★ 美化活動の推進	○ 街中でのクリーン活動やビーチクリーン活動の促進	■		
	○ 大学と連携したマイクロプラスチック等の環境問題への取組		■	
	美化啓発看板設置等によるマナー啓発活動	■		



歴史あるまちなみを後世に受け継ぐため、景観保全に取り組んできた「ペリーロード」

## ②安全・安心のまちづくり

地震や津波等の発生時における緊急情報の伝達等の観光防災対策に加えて、感染症対策に注力し、市民にも来訪者にも選ばれるまちづくりを推進します。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
施設の安全対策の強化	○ 災害時における各施設内の体制整備や避難マニュアルの作成	■		
	従業員や施設利用者への食糧・水等の備蓄や避難訓練の実施	■		
	○ 観光施設・宿泊施設の耐震性能の強化	■		
避難誘導體制の強化	地域と連携した避難誘導體制の強化	■		
	外国人や障害者等への対応の強化	■		
避難施設の確保	○ 帰宅困難者の避難施設（一時滞在場所）の確保	■		
	食糧・水等の備蓄	■		
帰宅支援の検討	道路啓開体制の整備	■		
	公共交通機関との連携		■	
	道路・鉄道・海路等による帰宅方法の検討		■	
★ 災害情報の迅速な 情報提供の推進	市や観光協会のHPへの迅速な情報掲載	■		
	避難ルートや避難場所がわかるマップ・看板や県防災アプリの普及促進	■		
	防災行政無線や緊急速報メール等による広報・周知	■		
★ 感染症対策の強化	○ 下田モデルを継承した感染症対策の強化	■		

### みんなの新型コロナ対策「下田モデル」

新型コロナウイルス感染症拡大防止のための「下田モデル」を作成しました。市民への「下田モデルカード」による体調管理の促進や帰省者や観光客に向けた下田ルール（下田に来る前に守ってほしいこと・下田に来たら守ってほしいこと）の周知、そして医療機関との緊密な連携等を実施することで、市民も観光客も双方が安心する下田を目指します。

#### 1 みんな安心

各プレーヤーができることをそれぞれ実施  
市民・観光客の双方が安心する下田

- ・下田モデルのルールの周知
- ・感染予防を実行するための対応例集の作成・市内への共有
- ・「下田モデルカード」による体調管理

#### 2 どこでも安心

あらゆるシーンにおいても対応を  
安心して過ごせる・楽しむことができる下田

- ・伊豆急下田駅や海水浴場等における検温・健康相談
- ・「感染症拡大防止宣言の店」飲食店へのステッカーの導入

#### 3 “もしもの時”も安心

感染を広げない対応  
持続できる下田

- ・発症時の対応の迅速化
- ・安心な医療体制の推進



## 4 インバウンド誘客の推進

従来の誘客策を継続するとともに、新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、いつでも受け入れることができる強固な体制づくりを進め、外国人観光客に旅先として選ばれるまちづくりを推進します。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
★ 外国人観光客受入体制の強化	外国人観光客にわかりやすい案内表示やパンフレット等の作成	■		
	Wi-Fi 環境やキャッシュレス決済環境の拡充（再掲）		■	
	観光関連事業者を対象とした外国人対応セミナー等の実施	■		
	飲食店等におけるハラル対応に関する勉強会・セミナー等の開催		■	
外国人旅行者向けの観光プログラムの開発	外国人のニーズに沿った選ばれる観光コンテンツの発掘や磨き上げ	■		
	○ 下田特有の歴史や伝統文化を活用した体験プログラムの開発		■	
	○ 外国での多様な生活文化に対応した観光コンテンツの開発		■	
	○ インバウンド向けの学生ボランティアガイドの育成			■
★ 訪日旅行の目的地としての認知度向上	○ 日本政府観光局等と連携した多様な国や地域への情報発信	■		
	在日外国人と連携したSNS等による情報発信		■	
	海外のインフルエンサー等を招聘したファムトリップの実施		■	
	○ 東京オリンピック・パラリンピックを契機とした外国人誘客の推進	■		



「しーもん」による外国人観光案内



下田市観光協会の「英語版ホームページ」



「下田市公衆無線LAN」ロゴマーク

## 5 人材の発掘・育成

観光振興の潜在的効果には、「市民協働の多様な展開」や「市民の地域への誇り、愛着の醸成」等の好循環が生み出されることがあげられます。市民と事業者、行政が協働して施策を推進し、本市のさまざまな魅力や歴史を知る市民を増やし、魅力や文化等を伝えられる人材の発掘・育成に取り組みます。

また、専門性の高い研修等を実施し、まち全体のおもてなしの質を向上させるとともに、来訪者の満足度を高める取組を推進します。

### ①人材の発掘

地域事業者と連携し、観光業の担い手の発掘に努めるとともに、観光振興で活躍できる人材の確保、ワーケーション等を活用した関係人口の確保に取り組みます。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
観光業の担い手の 発掘	○ 市内高等学校等と連携を深めた学生のU・Iターン就職の促進			■
	伊豆半島温泉旅館合同企業説明会等の広域での就労促進事業への参加	■		
	観光の知識や専門能力を持つ人材登用の検討		■	
	ハローワークと連携した観光業へのマッチングの実施		■	
★ ワーケーションの促進	○ ワーケーションによる企業・人材の来訪の促進	■		
	下田の魅力や課題を知るイベント等の実施		■	
	○ ワーケーション利用者と市民の協働による地域の魅力の発掘	■		



「ワーケーション」利用者とのワークショップの開催

## ②人材の育成

来訪者が安心してまちを楽しめる、おもてなしの体制を整えるため、市民が下田の魅力を再認識し愛着と誇りが持てるような学びの機会を設け、まちづくりの担い手を育成します。

また、観光分野の最前線に立つ専門人材による研修等のプログラムを充実し、質の高いおもてなしを実現します。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
★ 地域のホスピタリティの向上	おもてなしプログラムの充実	■		
	○ 下田を遊ぶ・学ぶ体験講座での郷土教育の実施	■		
	○ 地域の伝統的な文化・芸能を継承する人材の育成			■
	下田市観光協会等が実施する講座による知識・技術の向上	■		
専門人材の派遣の推進	地域おこし企業人制度等、国の制度を活用した専門人材の登用		■	
	専門人材を招聘した地域人材の育成			■



「おもてなしプログラム」による観光施設案内



海を活用した「自然体験活動」



「下田市観光まち歩きガイド」

## 6 多様な関係団体・自治体との連携

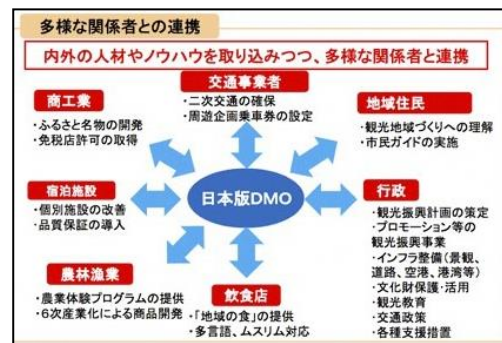
市内の関係団体と連携して経済の活性化を図るとともに、地域の「稼ぐ力」を高める組織づくりを検討し、地域とつながるまちづくりを推進します。

また、近隣市町との連携をより強固にし、お互いの市町への誘客を推進することで、地域全体の周遊性を高め、本市及び賀茂地域、さらには伊豆地域全体の経済活性化に向けて取り組みます。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
★ 民間事業者との連携	○ QRコード等を活用したオフライン媒体での情報発信時の調査分析の実施	■		
	○ OTAを活用した誘客とデータ分析の実施	■		
	交通事業者と連携した観光商品の開発		■	
	観光関連事業者と連携した観光DMO組織の形成に向けた検討		■	
教育旅行の推進	伊豆下田地区教育旅行協議会と連携した教育旅行の積極的な誘致	■		
	○ ホテルや旅館等と連携した受入体制の構築		■	
広域DMOとの連携	美しい伊豆創造センター等の広域DMO組織と連携した誘客の推進	■		
自治体間連携の強化	個人旅行やマイクロツーリズムに対応した旅行商品の開発	■		
	近隣市町と連携した誘客イベントの開催や周遊コースの開発		■	
	花やジオサイト等を活用した近隣市町との連携による名所巡りの開発		■	
	姉妹都市交流やフラワー都市交流等の国内の交流都市との連携の強化	■		
	秩父と商店会連盟のつながり等の民間同士が連携した取組への支援	■		



「伊豆大特産市」等の地域事業者連携で行うイベント



「地域DMO」の連携イメージ図



「教育旅行」でのアジの開き体験



伊豆地域での「広域連携団体」

## 7 情報収集力・発信力の向上

観光動向に関するビックデータ等の活用により、効果的な情報発信や観光プロモーション、観光を通じた地域づくり等に取り組み、来訪者のニーズを明らかにし、適切な情報を発信できる仕組みを構築します。

また、進捗の可視化やプロモーション結果の数値化等を図り、本市の魅力をさらに磨き上げ、ウェブサイトやSNSの利活用をはじめとする情報発信力の強化に取り組みます。

個別施策 (★：重点施策)	主な取組 (○：新規取組)	着手時期		
		短期	中期	長期
マーケティングの推進	○ デジタルマーケティングの実施	■		
	新しい観光コンテンツの需要調査やモニターツアーの実施		■	
	○ 下田ファンのデータベース化の検討			■
観光パンフレットの充実	分かりやすい魅力的な観光パンフレットの作成	■		
	30 カラーズプロジェクトの見直しの実施	■		
★ ビジュアルコンテンツの活用	SNS等を活用するインフルエンサーの招聘	■		
	蓮杖プロジェクト等の写真を活用した事業による情報発信強化	■		
	○ ドローンの映像を活用したVR体験の開発		■	
観光キャラバンの強化	トップセールスによるPR活動の強化	■		
	旅行博や大型物産展等のイベントへの参加	■		
	他市町で開催される物産展での地場産品PRの実施	■		
ロケーション活動支援の充実	○ ロケハンツアーやロケ地PR動画等によるロケ誘致の強化		■	
	下田市ロケーションサービスの受入体制の強化	■		
	○ ロケ地マップやロケ地看板等の設置によるロケツーリズムの推進	■		



「他市町で開催される物産展」でのPR活動



「トップセールス」によるPR活動



「下田市ロケーションサービス」ロゴマーク





## 第5章 計画の推進にあたって

---



## 第5章 計画の推進にあたって

本計画は、PDCAサイクルによる検証と改善を繰り返すことでスパイラルアップを図り、設定した目標の進捗状況を検証し、必要に応じて見直しを行います。

### 1 推進体制

第4章において掲げられた取組を実践するためには、行政はもとより関連団体、観光関連事業者、市民や市民団体等、本市におけるあらゆる主体が連携し、強固なつながりを持ったワンチーム下田で観光まちづくりを推進していく必要があります。

### 2 計画の検証と評価

本計画の事業・施策の実施状況や目標の達成状況を定期的に把握するため、PLAN（計画）→ DO（実施）→ CHECK（検証）→ ACTION（改善）の4段階を繰り返すPDCAサイクルの考え方を取り入れた進捗管理を行います。

設定された指標等の進捗状況を検証し、観光まちづくり連携推進幹事会等において、意見交換等を実施し、スパイラルアップを図るべく、評価と改善に努めます。

### 3 計画の見直し

計画策定後は、今後の社会経済状況の変化に柔軟に対応し、評価と改善を繰り返しながら、具体的な重点事業を示しつつ、必要に応じて見直しを行います。

【年間スケジュール】

年度	前年度	今年度												次年度
月	...	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	...
P: 計画	今年度事業計画									今年度事業中間検証 次年度事業計画				
D: 実施	前年度事業実施	今年度事業実施												次年度事業実施
C: 検証		前年度事業最終検証												今年度事業最終検証
A: 改善					前年度事業改善 次年度事業計画検討									
会議					幹事会						本部会 もしくは合同会議			

【本計画スケジュール】

年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	...	令和7年度	次年度以降
P: 計画	本計画策定				次期計画策定	
D: 実施	現行計画事業実施	本計画事業実施				次年度事業実施
C: 検証					本計画事業検証	
A: 改善					本計画事業改善	



## 資料編

---



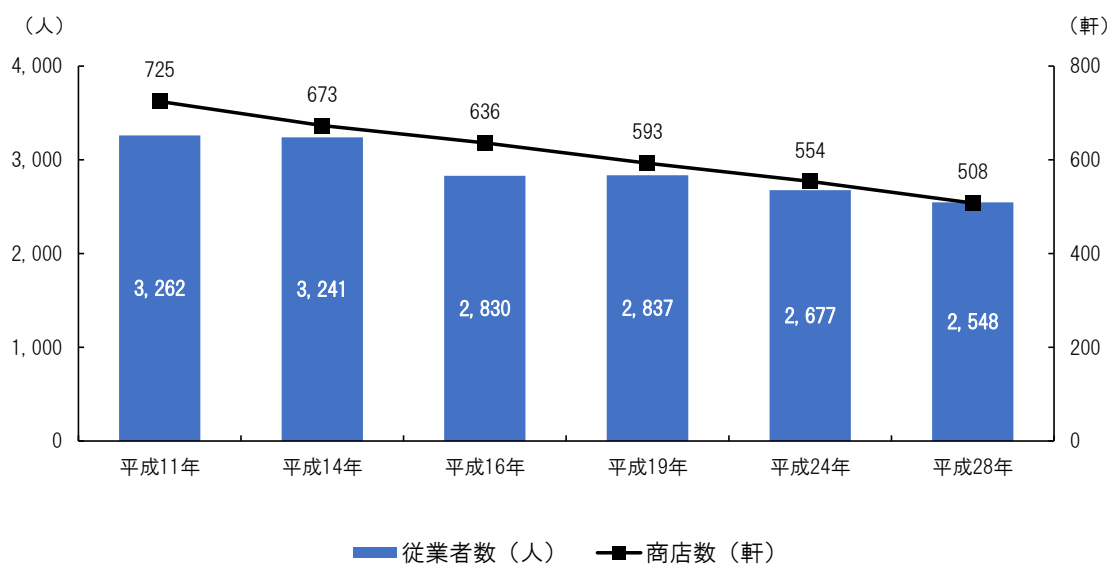
## Ⅰ 本市の現状

### (1) 商業の状況

商業統計調査及び経済センサス活動調査による本市の商店数と従業者数の推移は、以下のとおりです。

平成11年の商店数は725軒、従業者数は3,262人でしたが、平成28年では、商店数は508軒、従業者数は2,548人となっており、商店数は30%減、従業者数は22%減となっています。

本市の商店数と従業者数の推移



資料：商業統計調査（～2007年）、経済センサス活動調査（～2016年）

## (2) 農業の状況

農家総数は、平成12年以降減少傾向にあり、平成12年から103戸（△18%）減少し、平成27年は455戸となりました。専業農家数の傾向も同様ですが、平成27年は41戸と持ち直した一方、第1種・第2種兼業農家は平成12年からそれぞれ10戸（△42%）、53戸（△64%）の減少となっています。自給的農家も平成12年から35戸（△9%）減少しています。

### 農家数の推移

(軒)

	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年
専業農家	46	33	32	41
第1種兼業農家	24	16	19	14
第2種兼業農家	83	68	56	30
自給的農家	405	428	411	370
総数	558	545	518	455

資料：関東農林水産統計年報



### (3) 漁業の状況

漁業従事者数は、平成5年から253人（△53%）減少し、平成30年は227人となりました。特に、平成15年から平成20年にかけて△116人（△26%）、平成25年から平成30年にかけて△121人（△35%）と大きく減少しています。

年齢別では、平成10年以降は65歳以上の割合が4割前後で推移しており、高齢化が進んでいることが伺えます。平成10年以降は、年代別の割合に大きな変化は見られませんが、全体的に従事者数が減少しており、平成30年は特に65歳以上の従事者の減少が大きくなっています。

また、漁業種類別経営体数は、平成5年以降減少傾向にあり、平成30年は148経営体と、平成5年の291経営体に対してほぼ半数となっています。

漁業従事者数の推移

(人)

年	15～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～64歳	65歳以上	総数
平成5年	21 (4%)	40 (8%)	83 (17%)	110 (23%)	120 (25%)	106 (22%)	480
平成10年	16 (4%)	42 (9%)	72 (16%)	88 (19%)	68 (15%)	171 (37%)	457
平成15年	16 (4%)	34 (8%)	49 (11%)	102 (23%)	46 (10%)	200 (45%)	447
平成20年	19 (6%)	26 (8%)	43 (13%)	56 (17%)	38 (11%)	149 (45%)	331
平成25年	21 (6%)	35 (10%)	50 (14%)	65 (19%)	42 (12%)	135 (39%)	348
平成30年	14 (6%)	24 (11%)	32 (14%)	45 (20%)	22 (10%)	90 (40%)	227

※ ( ) 内は各年における割合

漁業種類別経営体数の推移

(軒)

年	網漁業	釣		はえ縄	採海藻	潜水	養殖	その他	実数	前年比
		いか釣	他の釣							
平成5年	180	39	199	4	243		3	10	291	
平成10年	174	20	194	0	192		4	9	280	96.2%
平成15年	150	13	230	0	108	24	7	29	259	92.5%
平成20年	107	4	130	7	68	1	3	5	186	71.8%
平成25年	61	3	107	6	36	1	1	6	221	118.8%
平成30年	46	0	67	3	27	3	0	2	148	67.0%

資料：漁業センサス

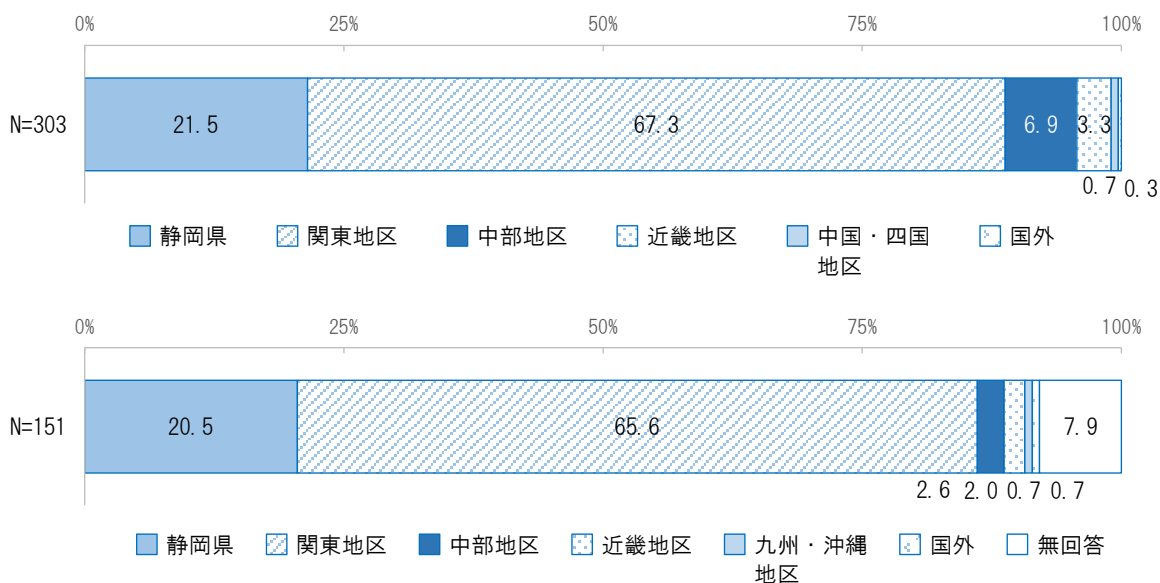
## 2 アンケート調査結果

本計画の策定にあたり、基礎資料収集のため、下記4種の調査を実施しました。

	観光来訪者調査	宿泊者調査	住民調査	宿泊施設調査
調査時期	9月5日(土)・6日(日)・13日(日)	9月4日(金)～10月9日(金)	10月2日(金)～16日(金)	10月2日(金)～16日(金)
調査対象 調査地点	下田市内の観光地を訪れている観光客 ・道の駅開国下田みなど ・白浜大浜海岸 ・龍宮窟・田牛サンドスキー場 ・ペリーロード ・上原美術館 ・伊豆急下田駅 ・爪木崎 等	市内の宿泊施設に宿泊している観光客 (28施設690部配布)	市内18歳以上の男女 1,000名	市内の宿泊施設 100施設
調査方法	調査員による聞き取り	郵送配布・郵送回収	郵送配布・郵送回収	郵送配布・郵送回収
回収数	303	151	415	43
回答率	-	21.9%	41.5%	43.0%

### 【居住地】

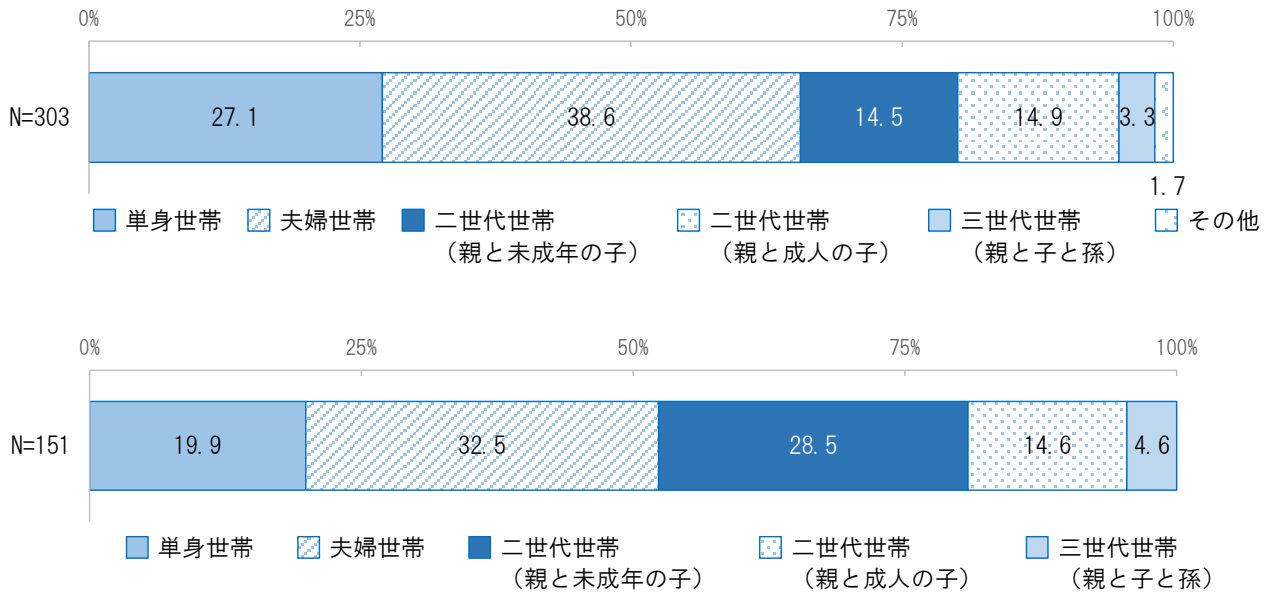
観光来訪者調査	宿泊者調査
静岡県内21.5%(65人)、県外78.2%(237人) 県外のうち86.1%(204人)が関東在住。 関東在住のうち、神奈川県47.0%(96人)、東京都34.3%(70人)。 <b>→全回答者の半数がこの2県の在住者</b>	静岡県内20.5%(31人)、県外77.5%(117人) 県外のうち84.6%(99人)が関東在住。 関東在住のうち、神奈川県33.3%(33人)、東京都40.4%(40人)。 <b>→全回答者の半数がこの2県の在住者</b>



上段：観光来訪者／下段：宿泊者

【家族構成】

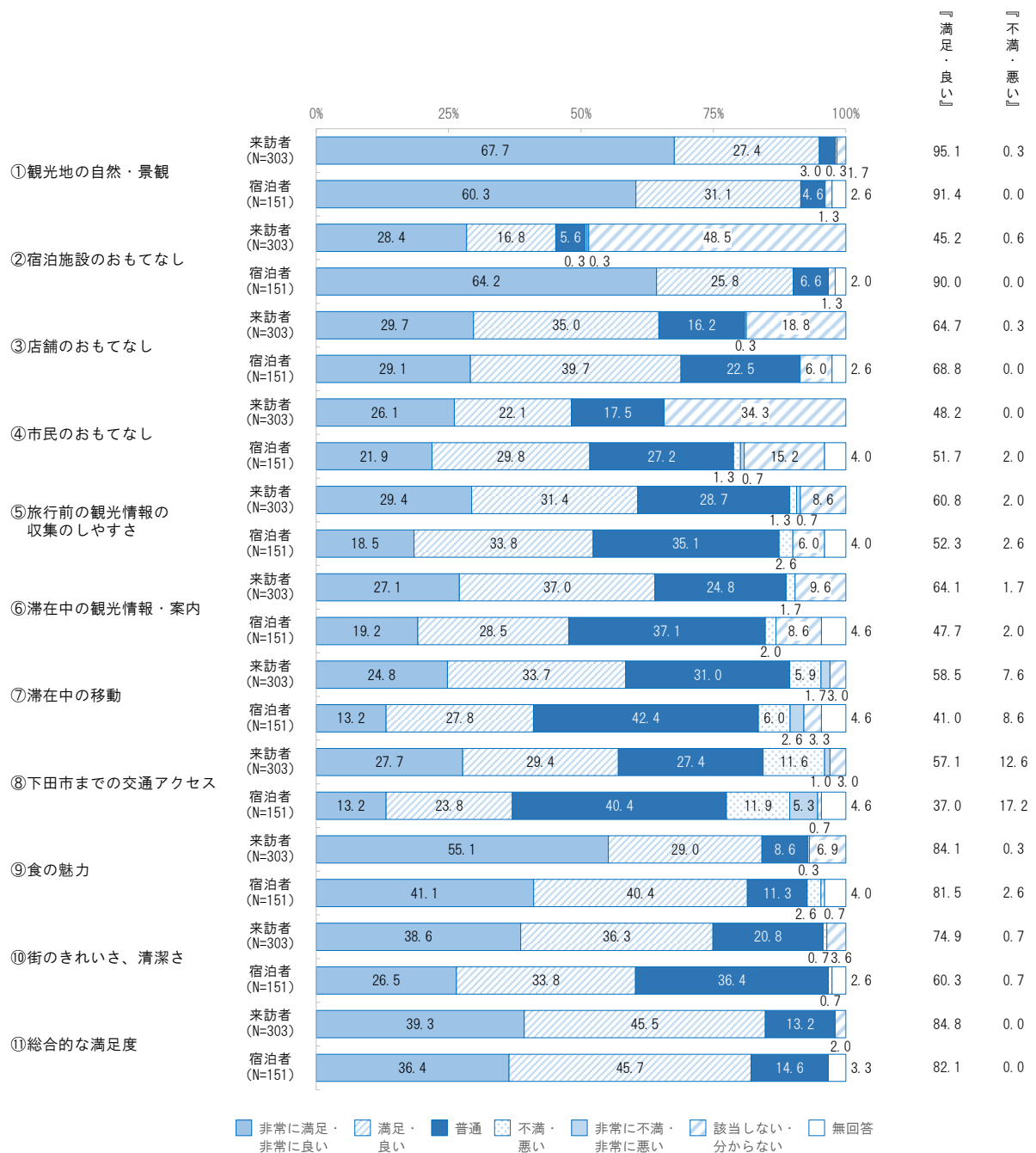
観光来訪者調査	宿泊者調査
<p>「夫婦世帯」：38.6%</p> <p>「単身世帯」27.1%</p> <p>「二世帯世帯（親と成人の子）」14.9%</p> <p>「二世帯世帯（親と未成年の子）」14.5%</p>	<p>「夫婦世帯」32.5%</p> <p>「二世帯世帯（親と未成年の子）」28.5%</p> <p>「単身世帯」19.9%</p> <p>「二世帯世帯（親と成人の子）」14.6%</p>



上段：観光来訪者／下段：宿泊者

【下田市の印象と満足度】

観光来訪者調査	宿泊者調査
<p>満足層</p> <p>「①観光地の自然・景観」95.1%</p> <p>「⑨食の魅力」84.1%</p> <p>「⑩街のきれいさ、清潔さ」74.9%</p> <p>→「⑪総合的な満足度」84.8%</p> <p>不満層</p> <p>「⑧下田市までの交通アクセス」12.6%</p> <p>「⑦滞在中の移動」7.6%</p>	<p>満足層</p> <p>「①観光地の自然・景観」91.4%</p> <p>「②宿泊施設のおもてなし」90.0%</p> <p>「⑨食の魅力」81.5%</p> <p>→「⑪総合的な満足度」82.1%</p> <p>不満層</p> <p>「⑧下田市までの交通アクセス」17.2%</p> <p>「⑦滞在中の移動」8.6%</p>



【下田市が観光地であることによる良い点・悪い点】

住民調査（良い点）

「観光による収入が得られ、市の財政が豊かになる」64.3%

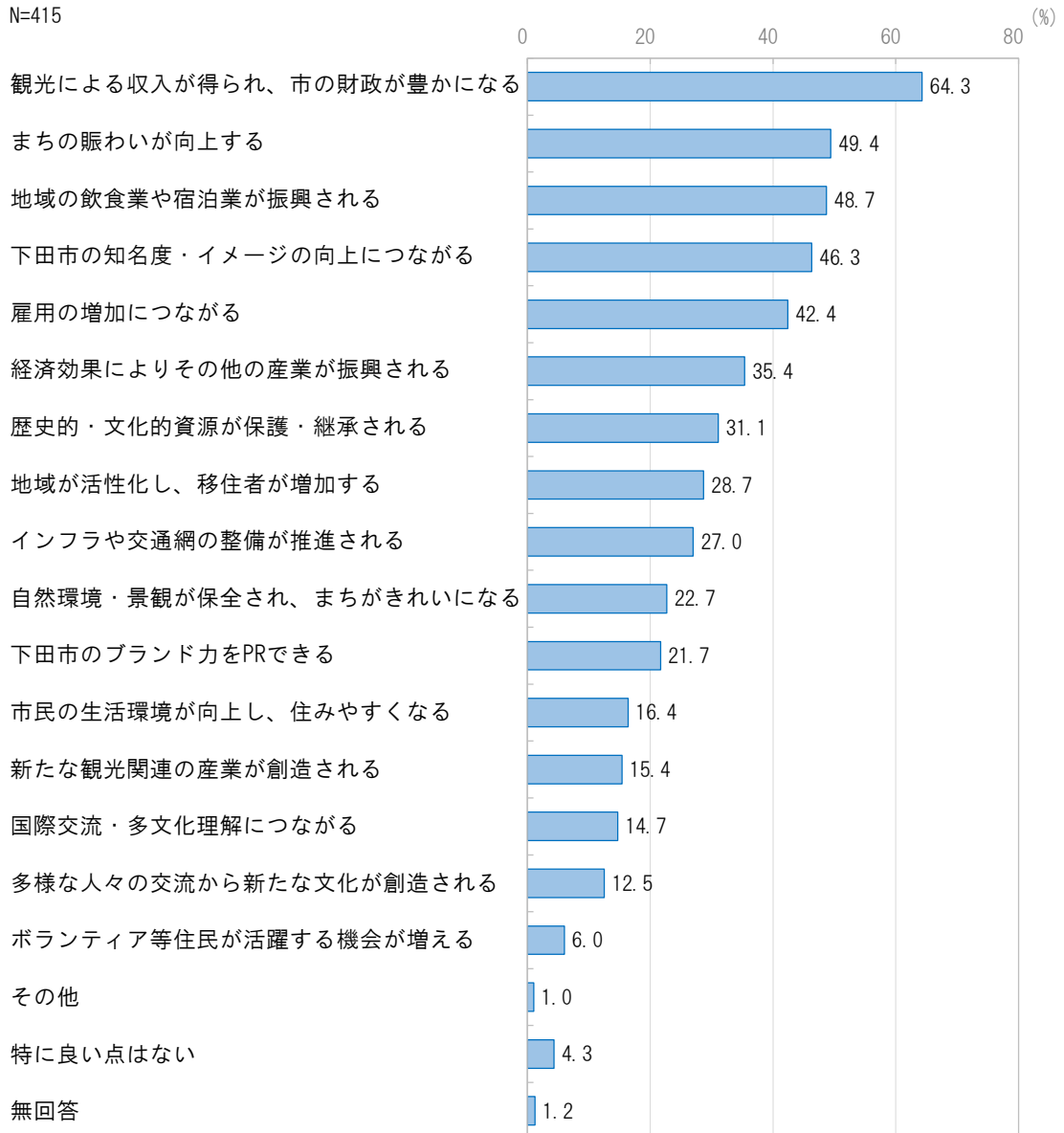
「まちの賑わいが向上する」49.4%

「地域の飲食業や宿泊業が振興される」48.7%

「下田市の知名度・イメージの向上につながる」46.3%

「雇用の増加につながる」42.4%

N=415



## 住民調査（悪い点）

「車による交通渋滞等、交通が不便にある」75.4%

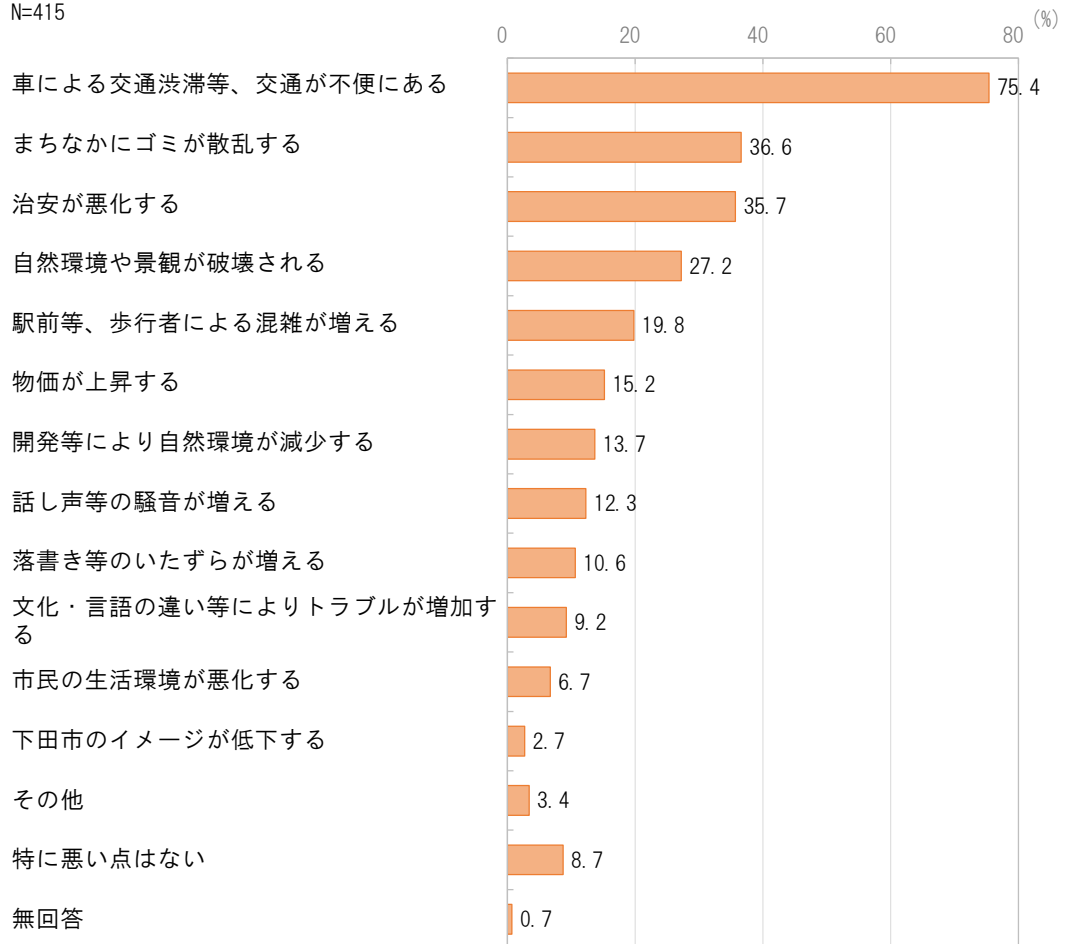
「まちなかにゴミが散乱する」36.6%

「治安が悪化する」35.7%

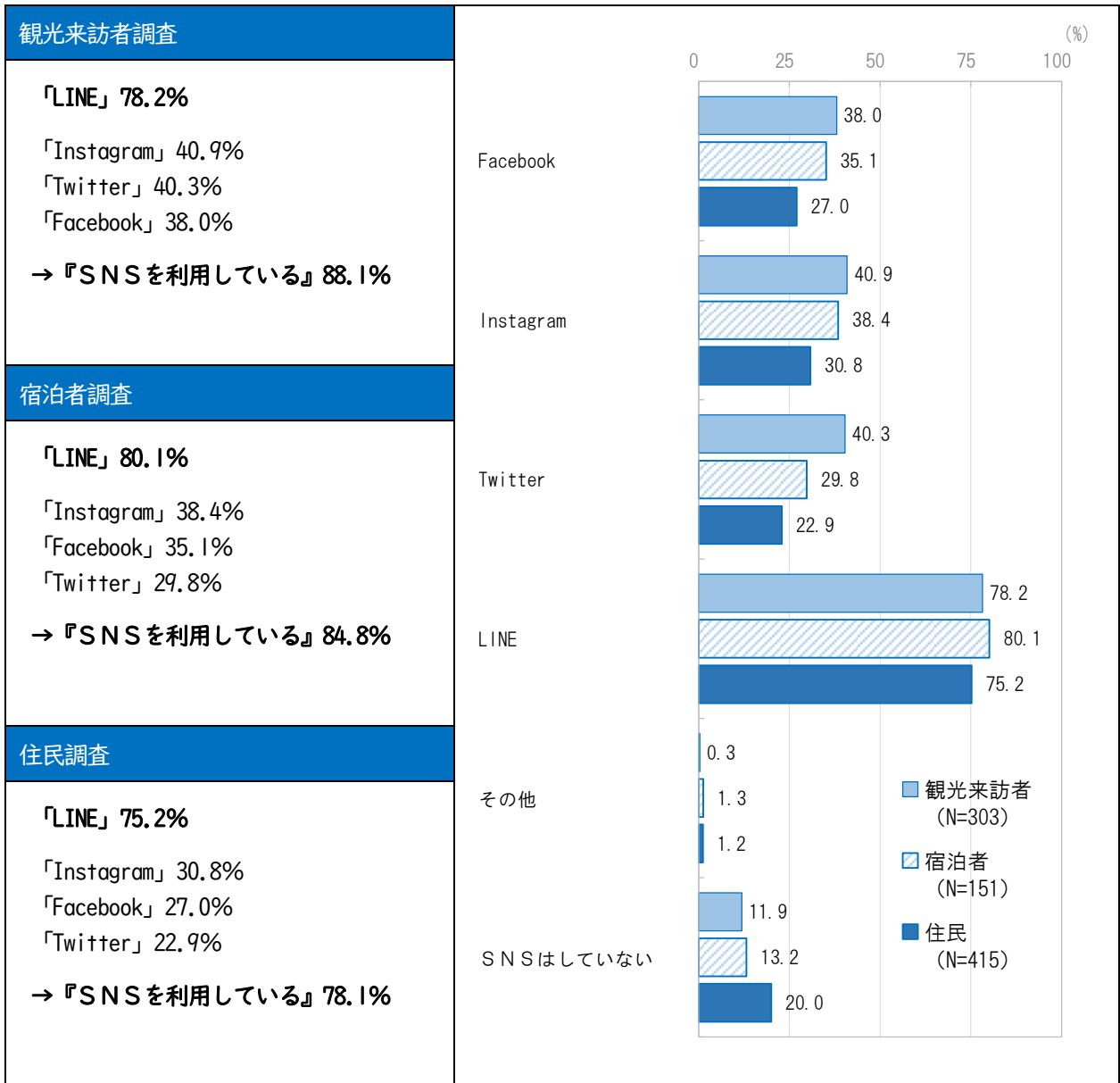
「自然環境や景観が破壊される」27.2%

「駅前等、歩行者による混雑が増える」19.8%

N=415



【SNSの利用状況】



### 3 用語集

#### 【あ行】

新しい生活様式	新型コロナウイルス感染症の拡大を背景とした、一人ひとりの基本的感染対策、日常生活を営む上での基本的な生活様式、日常生活の各場面別の生活様式、働き方等の新しいスタイルのこと。
アプリ	アプリケーションの略称。メールや地図等、特定の目的・用途専用のソフトウェア。
伊豆半島ジオパーク	伊豆半島ジオパークは、伊豆半島の地形を活かしたジオパークのこと。伊豆半島は、平成24年に日本ジオパークに認定され、平成30年にユネスコ世界ジオパークに認定された。
インバウンド	外国人が日本へ訪れる旅行のこと。
インフルエンサー	世間に与える影響力が大きい行動を行う人物。特に、SNS等を通じて他の消費者の購買行動に大きな影響を与える人を指す。
美しい伊豆創造センター	「伊豆を一つに」をテーマに、伊豆半島7市6町が連携により地域の振興を図る組織のこと。
AR	Augmented Realityの略称。拡張現実。コンピューターを利用して、現実の風景にデジタル情報を重ね合わせて表示する技術。
SNS	Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の略称であり、インターネットを介して不特定多数の人とつながりをつくるためのサービス。
SDGs	Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称。2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを宣誓。
OTA	Online Travel Agentの略称。インターネット上でだけ取引を行う旅行会社。

#### 【か行】

観光プロモーション	観光分野におけるマーケティング活動における、広告・広報、セールスプロモーション等の販売促進活動全般。観光地や、観光商品・サービスを多くの人に知ってもらい、認知した人に旅行の実施、商品・サービスの購買のための動機付けを働きかける。
観光レクリエーション客数	静岡県内の観光施設（地点）、スポーツレクリエーション施設、行祭事及びイベント等への入場者・参加者数等を集計した数値（年間の入込客数が1千人以上のものを対象に、合計1,385地点/イベント分を集計）
グリーンツーリズム	緑豊かな農村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ、滞在型の余暇活動。推進により、①国民の新たな余暇ニーズへの対応、②農村地域の自然、文化を保全した農村活性化、③都市住民の農林漁業・農村への理解の増進、④外国人旅行者が日本固有の自然及び文化等にふれる機会の提供、といった効果が期待されている。



【さ行】

サフィール踊り子	JR 東日本が提供する、東京～伊豆間を結ぶ全車両グリーン席の列車。列車名の「サフィール」は、フランス語の「サファイヤ」を意味し、伊豆の海と空が織りなす美しさをサファイヤに重ね、深いブルーの車両、全車両に設けられた天窓が特徴となっている。
30 カラーズ	下田の魅力を旅のニーズに合わせて、30種類のテーマに編集されたリーフレット。ニーズごとに作成し、魅力を視覚化するとともに、ユーザーの要望に応じた情報を提供し、下田で快適に楽しく過ごすための観光スタイルを確立することを目的とする。
サンライズツアー	日の出を望むことを目的としたツアーコンテンツのこと。
ジオサイト	ジオパークの見どころとなる場所。
ジオツーリズム	地質学的にみて国際的な価値のあるサイトが、「保護」、「教育」、「持続可能な開発」のそれぞれの観点を合わせ持って管理されているエリアであるジオパークにおいて、地形・地質やそれらに育まれた自然や文化・食などを楽しむ観光の一形態。
ジオパーク	ジオパークは地質学的な価値があり、教育、観光の場となり、かつ、持続可能な開発が可能とされる場所でユネスコが推し進めているプログラム。
下田ファン	下田のファン。下田の魅力や価値に関する深い理解の下で、ロコミなどによる普及への活躍が生涯にわたって期待される人物や、定住や来訪をしながら、地域と継続的にさまざまな形でかかわる人々を指す。
下田まち遺産	本市に数多くある「自然・歴史・文化人の暮らし」に関連する貴重な資源のうち、「下田の象徴」、「下田らしさ」、「下田の人々の誇り」、「次代への継承」に値するもの。
新型コロナウイルス感染症	2019年に発生した新種のコロナウイルスによって引き起こされる感染症のこと。世界規模の感染拡大をおこし、社会・経済に大きな影響を及ぼした。

【た行】

第5次下田市総合計画	今後10年間のまちづくりの方向性とその実現に向けた取組を明らかにし、すべての市民にわかりやすい新たなまちづくりの指針として、令和3年度を初年度として策定される行政計画。10年後のまちの将来像を「自然と歴史を活かし、やすらぎと活力のある美しいまち」と掲げ、市民とともにさまざまな取組を積極的に推進し、本市の発展と一体感の醸成に向けて、市民生活の全分野にわたる施策を進める。
地域おこし企業人	6月以上3年以内の期間、継続して派遣元企業から受入自治体に派遣され、地方圏へのひとの流れを創出することを目指し、地域独自の魅力や価値の向上、安心・安全につながる業務に従事する。
DMO	Destination Management Organizationの略称。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりのかじ取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

デジタルマーケティング	ウェブサイトやEメール、スマートフォンアプリ SNSなどの電子メディアを通じて、企業や自治体等が提供する商品やブランド、サービスのマーケティングを行うこと。
トップセールス	企業の社長自ら自社製品の特長や優秀性を宣伝し、積極的にセールスを行うこと。また、自治体の首長等が、国や地方の産物・産業を、自ら宣伝マンとなって他の国や地方へ売り込むこと。
ドライブインシアター	駐車場に大型スクリーンを設置し、自動車に乗ったままで映画を鑑賞することができる映画上映施設。
ドローン	遠隔操作や自動操縦によって操作される小型の無人航空機のこと。

#### 【な行】

ニーズ	何か不足している状態、不足状態から湧き起こる欲求。マーケティングにおいては、「顧客の欲求」を意味し、本人が自覚していない「潜在ニーズ」と本人が自覚・表現している「顕在ニーズ」に分かれる。
二次交通	空港や鉄道駅などの交通拠点から目的地までのバスやタクシーなどの交通手段のこと。
ノルディックウォーキング	フィンランドで始まった2本のポールを使ったウォーキング。日本でも、その手軽さと全身運動効果の高さが注目され、エクササイズやフィットネスの1つとして広まっている。

#### 【は行】

ハンギングバスケット	植物を植えて吊り下げたり、壁に掛けたりして用いる植木鉢や植木鉢を入れる籠。また、その鉢に植物を植え込んだもの。プランターなどのように地面に置くタイプとは異なり、地植えの場所がなくてもガーデニングを楽しめ、空間を縦に彩ることもできるのが特徴。
ビジネスマッチング	特定のサービスの供給者と特定のサービスの需要者を取り次ぐこと。
ビッグデータ	それを活用して人々のニーズを計る等、業務運営の効率化等が目指される大量のデータ群のこと。
PDCAサイクル	事業の管理を円滑に進める手法の1つ。Plan Do Check Actionという事業活動の「計画」、「実施」、「検証」、「改善」サイクルのこと。
ファムトリップ	Familiarization Tripの略称。誘客のためのプロモーションの1つで、インフルエンサーや旅行代理店等向けに企画された現地視察ツアー。ツアー参加後、各自にブログやメディア、その他のコンテンツにおいてツアーにおける体験を発信してもらうことで、誘客促進を図る。
VR	Virtual Realityの略称。バーチャルリアリティ・仮想現実。コンピューターによって人工的に作られた仮想的な世界を、あたかも現実世界のように体感できる技術。

【ま行】

Ma a S	Mobility as a Service の略称。「マース」と呼ばれる。地域住民や旅行者一人ひとりのトリップ単位で移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービス。
マイクロツーリズム	国外や国内の遠隔地ではなく、近場での観光のこと。
マイクロプラスチック	海洋などの環境中に拡散した微細なプラスチックごみ(5mm以下)。含有/吸着する化学物質が食物連鎖に取り込まれ、生態系に及ぼす影響が懸念されている。
マリンアクティビティ	旅行先での体を使った、海にちなんださまざまな遊び・運動。
モニターツアー	一般のモニターを募集し、訪れた土地での旅行を体験してもらうことにより、その旅行内容等についての調査報告をしてもらう旅行の一形態。旅費の一部を負担すること等を条件に募集される。観光客・消費者等といった地域外の意見等を取り上げることで、新たな魅力の発見等につなげる。

【や行】

U・Iターン	Uターンは出身地から他の地域に移住してから再び戻ること。Iターンは出身地外へ移住すること。合わせてU・Iターンと呼ぶ。
--------	-------------------------------------------------------------

【ら行】

ライフセーバー	海やプールの事故を防止するために、監視・救助・救護等を行う。事故発生時においては、人命救助のための処置を行う必要もあるため、監視・救助・救護等の知識や技術が必要とされる。
歴史的風致形成建造物	文化財のある地域において、歴史的風致を形成しており、かつ、その歴史的風致の維持及び向上のために、その保全を図る必要があると認められるもの。
蓮杖プロジェクト	下田出身の下岡蓮杖は、「日本商業写真の開祖」として知られている。このプロジェクトは、下田市の歴史遺産と併せて観光客増加のため、写真を題材とした新たな観光資源開発に取り組むために立ち上げられた。
レンタサイクル	自転車を有料で貸し出すサービスのうち、数時間程度の短期の賃貸借を指す。環境への配慮や、渋滞や騒音などの交通問題の緩和を目的に導入されることもある。
ロイヤルエクスプレス	東京急行・伊豆急行が提供する、横浜駅～伊豆急下田駅間を結ぶ観光列車。乗った時から伊豆の魅力と旅の楽しさを感じてもらい、著名なシェフやデザイナーの監修による料理や飲み物とともに、ゆったりくつろげることを目的としている。
ロケ	ロケーションの略称で、映画やドラマ、CM撮影等で、撮影所または放送局外で自然の景色や町並み等を背景に撮影すること。野外撮影。
ロケハンツアー	ロケーション・ハンティングの略称。ロケ開催日当日までに、ロケ先の調査(ロケ場所探し、下見、確保、カメラアングル等の確認)に行くこと。ロケハンに際し、製作関係者等を対象に、現地へ招き、観光スポットを巡り、現地の魅力を知ってもらうために企画されるツアー。

【わ行】

ワーケーション	ワーク（労働）とバケーション（休暇）を組み合わせた造語であり、休暇の際にリゾート地等の遠隔地で、情報通信技術等を駆使して働くこと。
---------	-------------------------------------------------------------------

#### 4 「第2次下田市観光まちづくり推進計画」策定体制

##### 下田市観光まちづくり推進本部委員

所属等	職名	氏名
下田市	市長	松木 正一郎
(一社)下田市観光協会	会長	山田 孝志
下田商工会議所	会頭	田中 豊
伊豆太陽農業協同組合	代表理事組合長	櫻井 雄司
伊豆漁業協同組合	代表理事組合長	佐藤 泰一

##### 下田市観光まちづくり連携推進幹事委員

所属等	職名	氏名
(一社)下田市観光協会	事務局長	藤原 徹佳
(一社)下田市観光協会	プロジェクトリーダー	渡邊 一夫
下田商工会議所	専務理事	石井 敏
伊豆太陽農業協同組合	下田地区統括支店長	吉岡 省吾
伊豆漁業協同組合	業務担当参事	松村 知理
静岡県 賀茂地域局	次長兼地域課長	柴 浩行
静岡県 賀茂農林事務所	地域振興課長	中尾 穰
伊豆急行(株)	観光推進部 部長	平澤 信明
東海自動車(株)	バス営業部 営業課 課長	岡田 佳祐
(株)東海バス	下田営業所 所長	土屋 智
東日本旅客鉄道(株)	伊豆箱根観光開発センター所長	大木 稔
(株)JTB	地域統括部長	井坂 浩樹
(株)リクルートライフスタイル	下田責任者	奥寺 千枝美
(株)リクルートライフスタイル	東日本グループエリアプロデューサー	山下 春香
近畿日本ツーリスト(株)	東海仕入販売センター長	門松 秀則
下田市	産業振興課 参事	鈴木 浩之
下田市	産業振興課 係長	芹澤 直人
下田市	統合政策課 係長	本間 洋
下田市	統合政策課 主事	福井 廉
下田市	観光交流課 課長	長谷川 忠幸
下田市	観光交流課 係長	田中 秀志
下田市	観光交流課 主事	松本 瞬
下田市	観光交流課 主事	佐々木 綾

## 5 下田市観光まちづくり推進本部会則

### 下田市観光まちづくり推進本部会則

#### (設置)

第1条 下田市観光まちづくり推進計画の推進及び進捗管理を行うため、下田市観光まちづくり推進本部（以下「推進本部」という。）を設置する。

#### (事業)

第2条 推進本部の所掌事項は、次に掲げる事項とする。

- (1) 下田市観光まちづくり推進計画の策定に関すること。
- (2) 下田市観光まちづくり推進計画の推進に関すること。
- (3) 関係機関及び関係団体との連絡調整に関すること。
- (4) 前3号に掲げるもののほか、前条の目的を達成するために必要な事業に関すること。

#### (組織)

第3条 推進本部は、会長、副会長及び委員をもって組織する。

- 2 会長は、市長をもって充てる。
- 3 副会長は、委員のうちから会長が指名するものを持って充てる。
- 4 会長は、会務を総理し、推進本部を代表する。
- 5 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。
- 6 委員は、次に掲げる職にあるものとする。
  - (1) 下田市観光協会協会長
  - (2) 下田商工会議所会頭
  - (3) 伊豆太陽農業協同組合代表理事組合長
  - (4) 伊豆漁業協同組合代表理事組合長

#### (本部会)

第4条 推進本部の会議は、会長が召集し、その議長となる。

- 2 会議は委員の過半数が出席しなければ議事を開き、議決をすることが出来ない。
- 3 会議の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(幹事会)

第5条 会長は、第2条に掲げる事項に関し、調査・検討をさせるため、推進本部幹事会を設けることができる。

2 幹事会は、次に掲げる委員をもって構成し、幹事長は観光交流課長をもって充てる。

- (1) 下田市観光協会
- (2) 下田商工会議所
- (3) 伊豆太陽農業協同組合
- (4) 伊豆漁業協同組合
- (5) 下田市産業振興課
- (6) 下田市観光交流課

3 幹事会は、幹事長が招集し、その議長となる。

4 幹事長は、必要と認められるときは、幹事会に委員以外の関係者の出席を求め、意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第6条 推進本部の庶務は、観光交流課において処理する。

(その他)

第7条 この会則に定めるもののほか、推進本部の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

この会則は、平成26年7月23日から施行する。





発行日 令和3年3月  
発行 静岡県下田市  
企画・編集 下田市役所 観光交流課

〒415-8501 静岡県下田市東本郷一丁目5番18号

TEL 0558-22-3913

FAX 0558-22-3910

e-mail [kankou@city.shimoda.lg.jp](mailto:kankou@city.shimoda.lg.jp)

URL <http://www.city.shimoda.shizuoka.jp/>

