

資料編

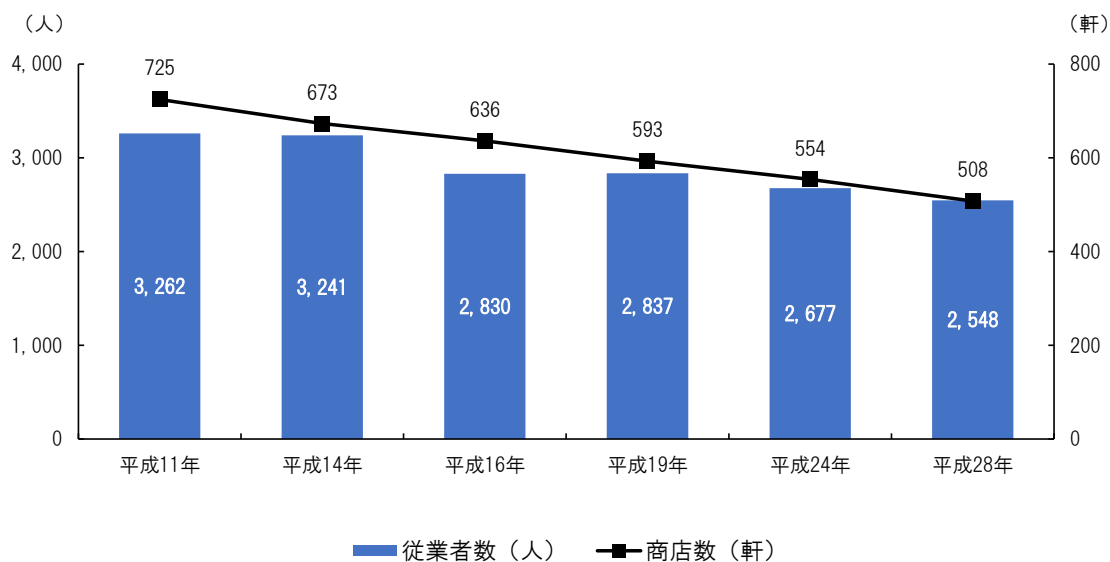
I 本市の現状

(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

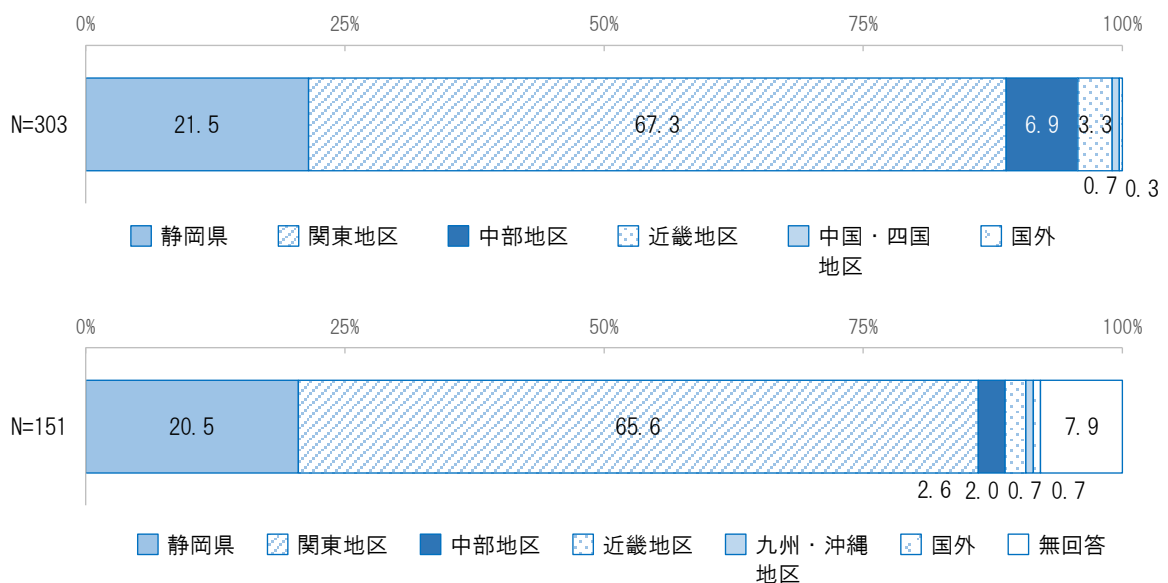
2 アンケート調査結果

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】

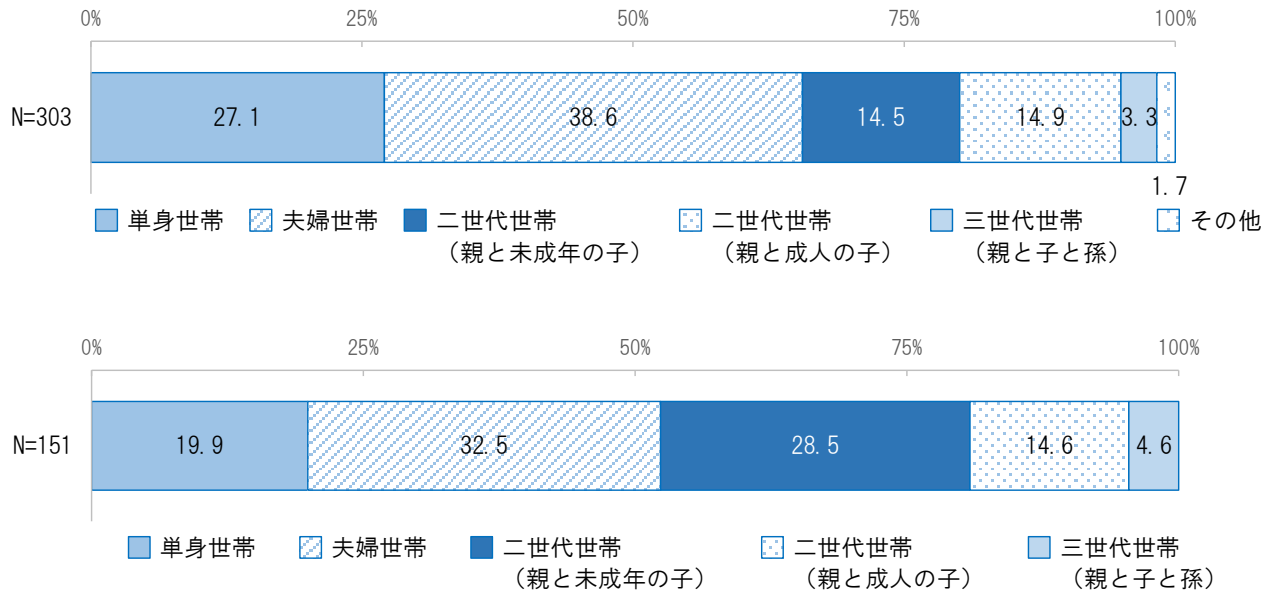
観光来訪者調査	宿泊者調査
静岡県内21.5%(65人)、県外78.2%(237人) 県外のうち86.1%(204人)が関東在住。 関東在住のうち、神奈川県47.0%(96人)、東京都34.3%(70人)。 →全回答者の半数がこの2県の在住者	静岡県内20.5%(31人)、県外77.5%(117人) 県外のうち84.6%(99人)が関東在住。 関東在住のうち、神奈川県33.3%(33人)、東京都40.4%(40人)。 →全回答者の半数がこの2県の在住者



上段：観光来訪者／下段：宿泊者

【家族構成】

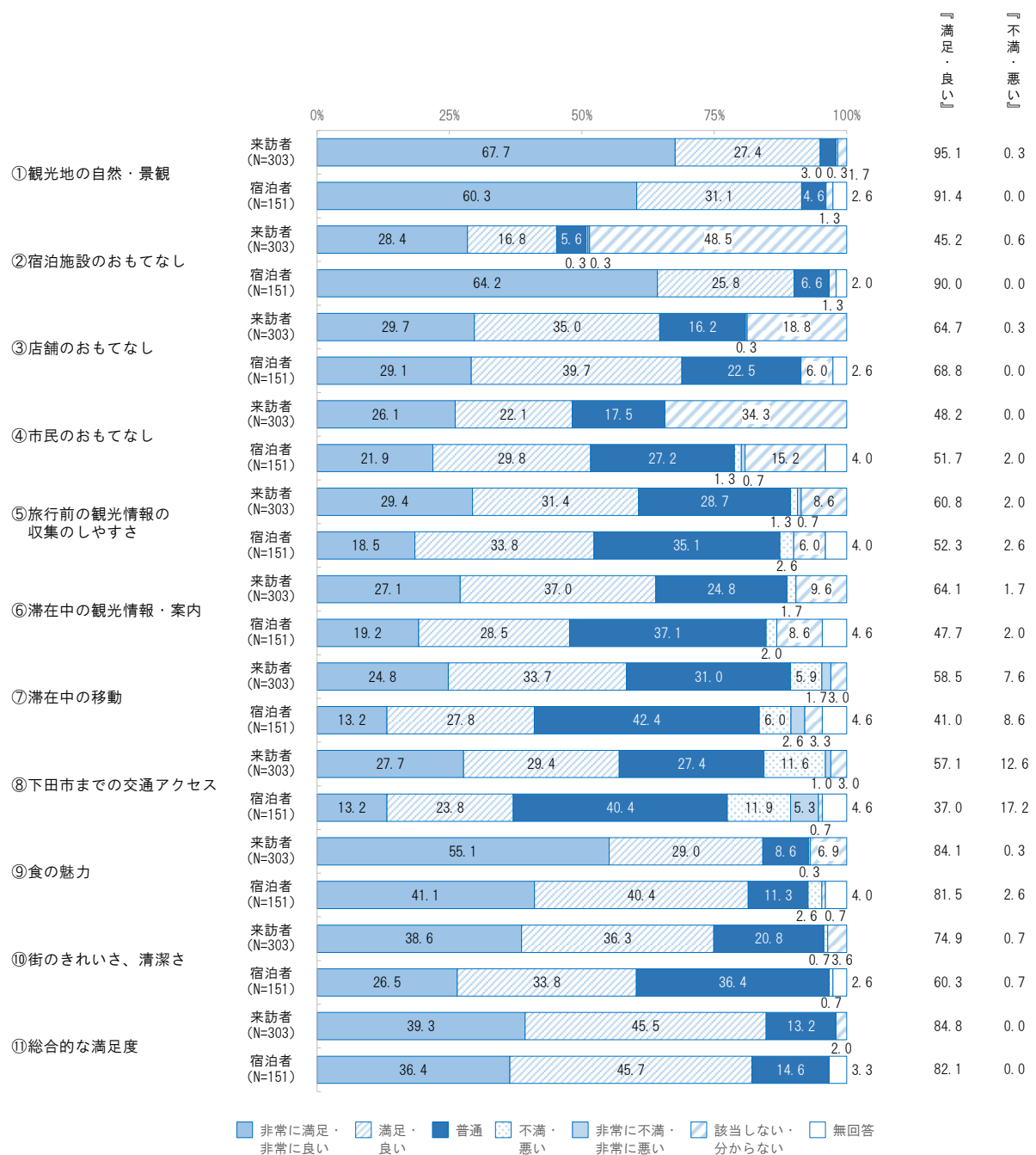
観光来訪者調査	宿泊者調査
「夫婦世帯」：38.6% 「単身世帯」27.1% 「二世世代世帯（親と成人の子）」14.9% 「二世世代世帯（親と未成年の子）」14.5%	「夫婦世帯」32.5% 「二世世代世帯（親と未成年の子）」28.5% 「単身世帯」19.9% 「二世世代世帯（親と成人の子）」14.6%



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



【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%

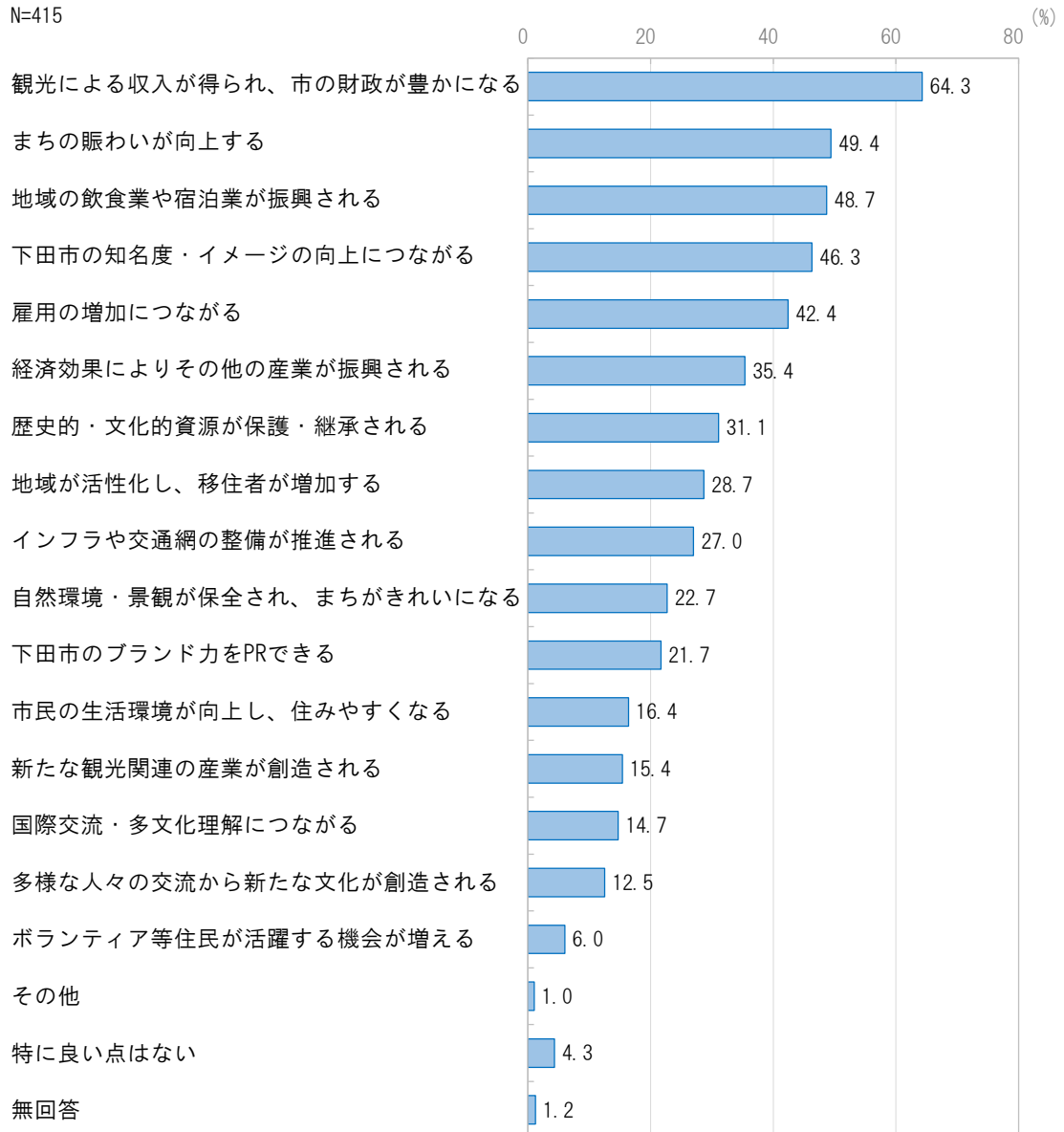
「まちの賑わいが向上する」 49.4%

「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%

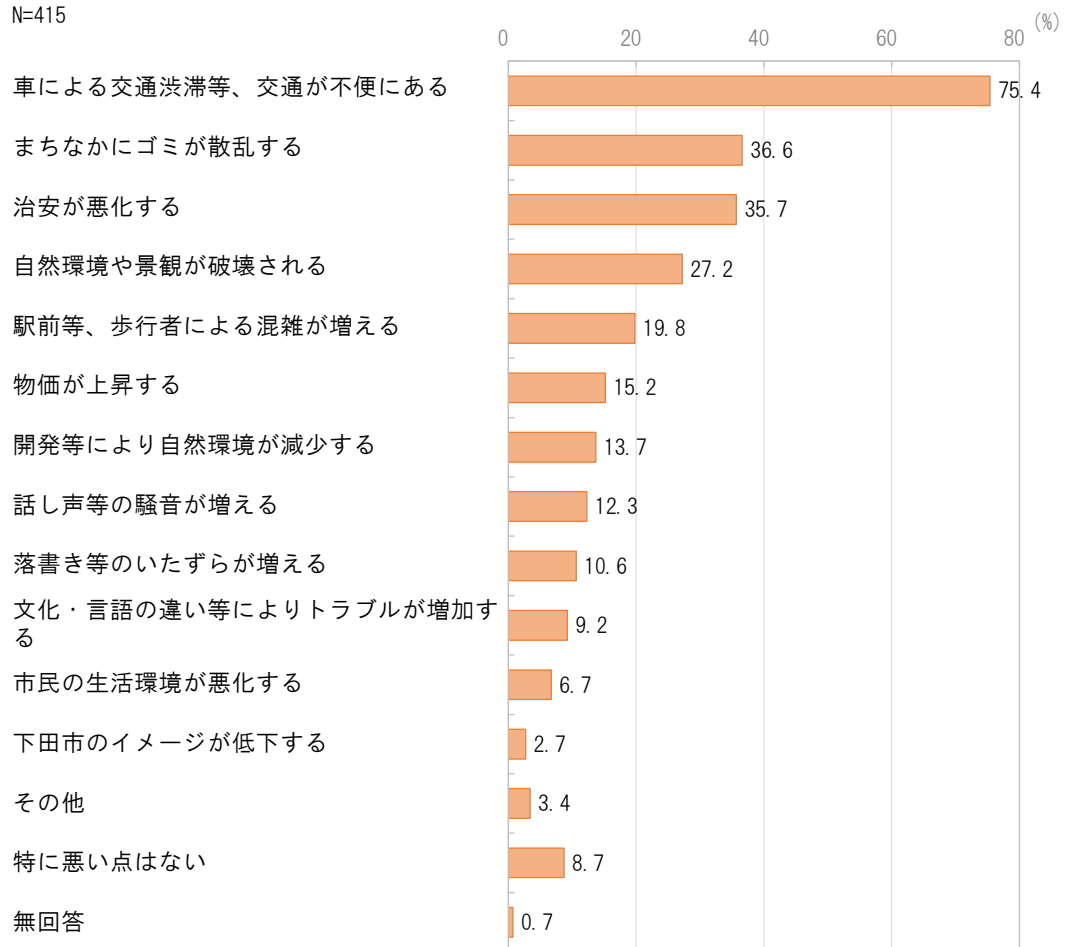
「まちなかにゴミが散乱する」36.6%

「治安が悪化する」35.7%

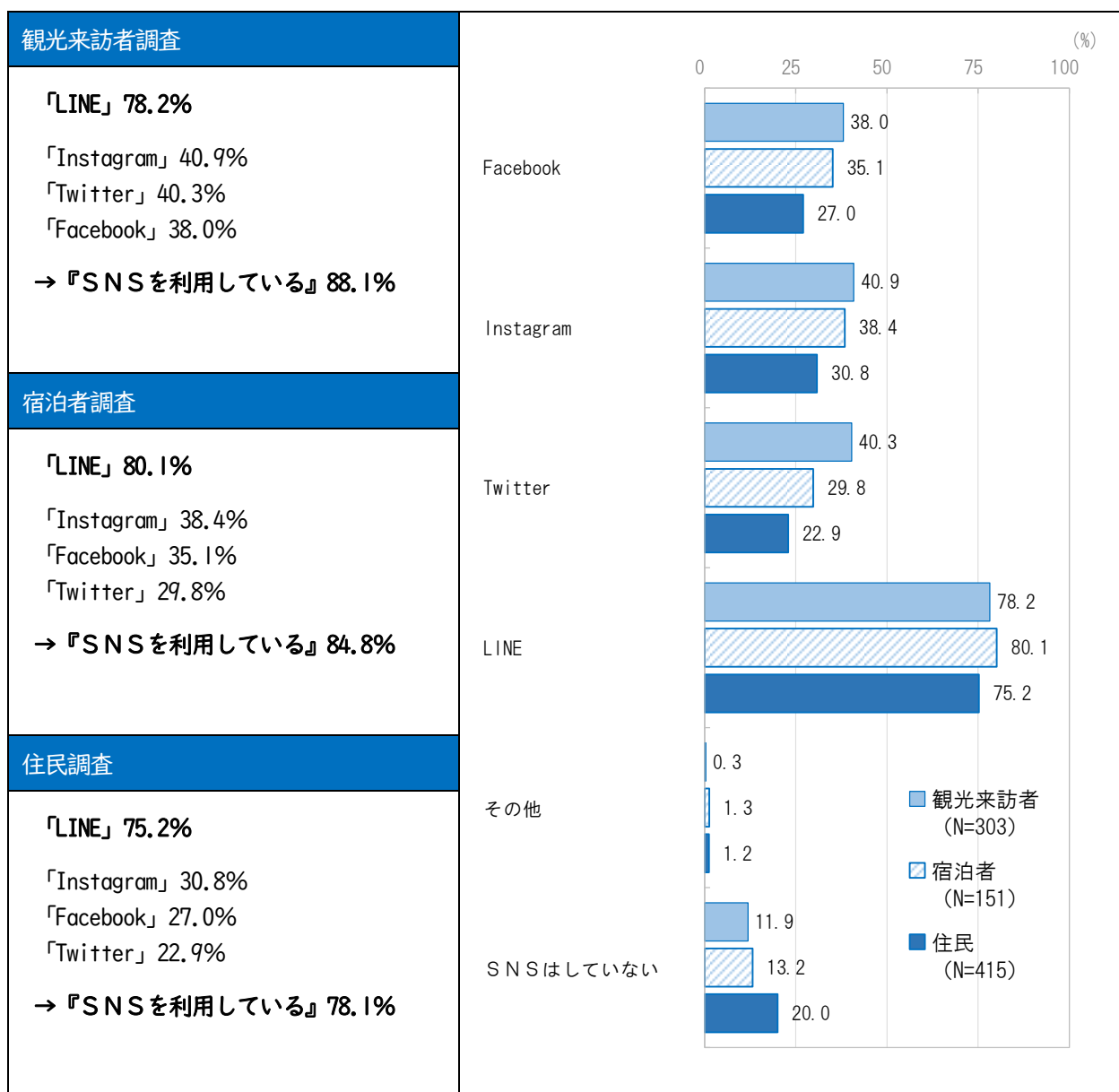
「自然環境や景観が破壊される」27.2%

「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。インターネット上だけで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 カラース	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、定住や来訪をしなくても、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	何かが不足している状態、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、会長が招集し、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

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

