



第3次下田市観光まちづくり推進計画

令和8年3月
静岡県下田市



はじめに

東海道線の沿線に行くと広い土地に大きな工場が建ち並ぶのを目にして、下田市との違いを感じます。

江戸時代から昭和中期までは海運が盛んだったため、下田も港町として栄えましたが、下田ドックが閉鎖してからは船舶関係の仕事も大きく減少し、下田市の産業構造は大きく変わりました。

一方で、高度経済成長の中、旅行というレジャーがブームとなり、さらに伊豆急行線も開通したことから下田は観光のまちとして賑わいを見せました。

しかし、その後のモータリゼーションの進展に伴い、道路網が脆弱な伊豆南地域は次第に来遊客が減り、活力を失っていきました。

こうした中、観光を「まちづくり」の一環として再定義して戦略的に取り組むこととし、官民一体となってスタートしたのが、この下田市観光まちづくり推進計画です。

初めて策定した計画（2013年～2020年）では地域資源を掘り起こし、世界一の海づくりや美味しいまちづくり等に取り組んできました。第2次計画（2020年～2025年）では新型コロナウイルス感染症の拡大という未曾有の社会情勢のもとで観光客を受け入れることとし、リスクマネジメントする「下田モデル」等の事業を展開してきました。そして今般、「本^{オーセンティック}物」という価値に光を当て、第3次計画としてとりまとめたものが本稿です。

近年、圏央道や伊豆縦貫自動車道などの道路整備が進んだことから、首都圏だけではなく国内外から多種多様な人々が訪れるようになってきました。

政府は国家戦略としてインバウンド、つまり外国人観光客を増やす取組を推奨しており、それに合わせて全国各地で魅力的に演出した景観まちづくりが広がっています。

一方、ここ下田は、過度に演出されていない素顔のまちとしての魅力があると評価されています。私たち地元にとって「日常」のものが、観光客には「非日常」であり、市民の皆様がごく普通に日々を送っているその景色が美しいということです。

ですから、本市の観光まちづくりは、非日常を作りこむのではなく、この地域に息づく暮らしや文化といったありのままの魅力を磨き上げ、来訪者に届けようというものです。日常の中にある価値に光を当て、市民の皆様一人ひとりが主役となるまちづくりを進め、訪れた人々がうらやむような素敵な下田を目指してまいります。そのプロジェクトに多くの市民の皆様のご参加をお願い申し上げ、挨拶とさせていただきます。

令和8年3月

下田市長 



目次

第1章 計画策定にあたって.....	1
1 策定の趣旨.....	1
2 計画の位置付けと期間.....	1
第2章 下田市の観光まちづくりの背景.....	2
1 観光まちづくりにおける下田市の価値.....	2
(1) 下田市の地勢.....	2
(2) 下田市の観光に活用してきた地域資源.....	2
(3) 下田市の日常の魅力.....	4
2 下田市のまちづくりの動向.....	5
(1) 人口の推移.....	5
(2) 産業全体の概況.....	6
3 下田市観光の状況.....	8
(1) 観光産業の状況.....	8
(2) 来訪者の観光ニーズ.....	10
(3) 下田市を訪れたことのない人の観光ニーズ.....	13
(4) 観光まちづくりに対する市民のニーズ.....	15
(5) ワークショップでの市民、事業者等の考え.....	17
4 現行計画の評価.....	20
(1) 指標の評価.....	20
(2) 施策の評価.....	20
5 国や県等の動向.....	22
(1) 国の動向.....	22
(2) 県の動向.....	23
(3) その他、旅行者の動向.....	23
6 下田市の観光の課題と可能性.....	24
(1) 観光誘客、消費拡大・経済的効果にかかる可能性.....	24
(2) 市民の生活と観光との関係性についての課題.....	25
(3) 誘客プロモーション・外部人材との関係構築についての課題.....	26

第3章 観光まちづくりの基本的な考え方.....	27
1 観光まちづくりのコンセプト・下田市の生かすべき価値.....	27
2 観光まちづくり推進計画策定の考え方.....	28
(1) 5年間を目安として成果を上げるための優先事業の整理と役割分担の明確化.....	28
(2) 下田市の「日常にある本物」を生かすための戦略を描く.....	29
3 計画推進の方向性.....	30
その1 観光産業振興・観光誘客の観点.....	30
その2 まちづくり・地域の生活との共存の観点.....	32
その3 施策の推進の観点.....	34
4 観光推進にあたっての横断的な事業展開のイメージ.....	36
5 第3次下田市観光まちづくり推進計画の全体像.....	38
第4章 計画の推進について.....	39
1 役割分担イメージ.....	39
2 推進体制関係図.....	40
3 進捗管理の仕組み.....	41
4 計画の進捗確認のための数値設定.....	42
資料編.....	42
1 用語集.....	43
2 「第3次下田市観光まちづくり推進計画」策定体制.....	45
3 下田市観光まちづくり推進本部会則.....	46

第1章 計画策定にあたって

1 策定の趣旨

第3次下田市観光まちづくり推進計画（以下「本計画」という。）は、令和3年度から令和7年度までを計画期間とした第2次計画の後継として、過去5年間の取組及び社会動向を検証し、それを踏まえて令和8年度から令和12年度までの次なる5年間における観光振興の基本的指針を示すものです。

近年、日本を含む世界において少子高齢化・人口減少が進行し、観光地を支える担い手の減少が顕在化しています。また、令和2年度から5年度にかけての新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンド旅行の急減や国内観光の制約が生じ、本市の観光産業も大きな影響を受けました。一方で、令和5年度以降は国内観光需要の回復及び訪日外国人客の増加が見られており、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。こうした状況のもと、地域の魅力を持続的に磨き上げ、発信し続けることが求められています。

前計画である第2次下田市観光まちづくり推進計画は、観光まちづくり推進に向けた個別施策を位置付けるアクションプランとして策定しました。しかし、コロナ禍をはじめとする社会環境の急激な変化により、対応しきれなかった施策が生じたことや、設定した目標指標と実態が大きく乖離したことなどから、進捗評価が困難となる状況も見られました。これらの課題を踏まえ、本計画は、日々変化する観光客ニーズや社会情勢に柔軟に対応し、必要に応じた分野横断的な取組や新たな事業創出を可能とする枠組みとします。5年間のマスタープランとして役割分担と施策の方向性を明確に示し、その方向性のもとでアクションプランを策定し、具体的事業を推進していきます。

また、施策の進捗管理については、客観的な数値指標による評価に加え、市民及び観光客の意向調査、行政及び観光事業関係者による定性的評価を組み合わせで行います。数値目標の達成を目的化させることなく、想定外の事象にも柔軟に対応できる運用を図ります。

最後に、本計画は、第5次下田市総合計画の部門計画として、まちの将来像「時代の流れを力につなげる下田新しい未来」の実現を目指すとともに、「下田市グローバルCITYプロジェクト」の方向性のもと、世界に通じる魅力と持続可能性を備えた新しい下田の創出を図るものです。

本市の観光の価値は、日常の生活や風景に来訪者が触れ、参加できることにあります。また、過度な演出に頼ることなくとも、来訪者に非日常を感じさせる魅力を有している点が本市の特徴です。こうした特性を生かし、観光産業の振興と誘客を図るとともに、まちづくりや地域の生活との共存を前提とした持続可能な観光を推進します。さらに、本市の国際性を生かした人材育成や地域外人材との多様な関わりを持続的に創出する「観光まちづくり」としての方向性を明確に位置付けます。

2 計画の位置付けと期間

計画期間は、令和8年度から令和12年度までの5年間とし、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。

第2章 下田市の観光まちづくりの背景

1 観光まちづくりにおける下田市の価値

(1) 下田市の地勢

下田市は、静岡県南伊豆地域に位置し、三方を山に囲まれ、南側は太平洋に面しています。市域は海岸線が長く、入り組んだ海岸線や白砂のビーチなど変化に富んだ海の景観が広がっています。下田港をはじめとする天然の良港や美しい海岸は、古くから漁業や海上交通の拠点として利用されてきました。

市の北部から西部にかけては天城山系の山々が連なり、豊かな森林や清流が広がっています。天城連山は気候や生態系にも影響を与え、多様な動植物の生息地となっています。また、伊豆半島ジオパークの一部に含まれ、火山活動によって形成された地形や地質が数多く見られます。

気候は年間を通じて温暖で、冬でも比較的温かく、夏は海風が涼しさをもたらします。この温暖な気候は、観光だけでなく、農業、漁業など地域産業にも大きな恵みを与えています。特に初夏には紫陽花、冬には水仙の花が咲き誇り、季節ごとの自然の彩りが観光資源となっています。

交通面では、伊豆急行線が伊豆急下田駅まで通じ、首都圏から鉄道で直通アクセスが可能です。道路は、国道3路線、主要地方道1路線、一般県道4路線、一級市道29路線により形成されており、中島橋交差点付近を中心に国道が収束します。また、高規格道路である伊豆縦貫自動車道の整備が、河津町～下田市間（河津下田道路）で進められています。港湾からは伊豆諸島方面への航路もあり、海上交通の拠点としての役割も担っています。

このように、下田市は山・海・川が調和した自然環境と温暖な気候、そしてみなとまちとしての立地条件をあわせもつ地域です。これらの地理的特徴は、マリレジャーや温泉、自然探訪、歴史散策など、多様な観光スタイルを可能にしており、まちづくりの大きな強みとなっています。

(2) 下田市の観光に活用してきた地域資源

■歴史文化

資源	内容
開国にまつわる資源（長楽寺・玉泉寺・了仙寺、旧澤村邸、ペリーロード、吉田松陰寓居処、プチャーチン記念碑、ペリー一艦隊上陸地等）	幕末の日米・日露交渉や条約締結に使われた寺院や史跡が集中している。ペリーやハリスゆかりの通りや記念碑が往時を伝えている。
伊古奈比咩命神社(白濱神社)	創建2,400年とされる伊豆最古の神社。海辺の鳥居や樹齢2,000年の巨木があり、火達祭など神事が今も続いている。
下田太鼓祭	8月14・15日、八幡神社の例祭として下田太鼓祭が行われる。御神輿、供奉道具、太鼓台が神社を基点にまちを練り歩く。
歴史的建造物	市街地の各所に残るなまこ壁や伊豆石の家屋。路地から路地を歩けば下田ならではの景観に出会える。

■自然環境

資源	内容
海水浴場（白浜中央・白浜大浜・外浦・九十浜・鍋田浜・多々戸浜・入田浜・吉佐美大浜・田牛）	家族向けの穏やかな浜から、サーフィン向きの浜まで個性が分かれている。下田市の殆どの海岸が、環境省の水質調査で水質AA（極めて水質の良好な水浴場）に指定され、名実共に「青い海・白い砂浜」であることが実証されている。
龍宮窟・田牛	海食洞の天井が崩れて円形天窓となった龍宮窟と、隣のサンドスキー場など火山地形が創り出すユニークな景観。カヤックやサンドスキーなど多様な体験ができる。
下田公園・爪木崎	城跡の下田公園には15万株の紫陽花が咲き、爪木崎では12月から1月頃に水仙が見頃を迎える。
遊歩道	ハリスの小径や和歌の浦遊歩道など美しい海岸景観や四季折々の花々等が楽しめる。
海の幸・山の恵み（金目鯛・伊勢海老・アワビ、柑橘類・わさび等）	水揚げ量日本一の金目鯛の他、多彩な魚介やわさび、柑橘類など豊かな食材に恵まれている。
四季の花々	リトルエンジェル、水仙、紫陽花、アロエ、アメリカジャズミン等、四季を通して様々な花を楽しめる。
伊豆半島ジオパーク	伊豆半島ジオパークは、2018年にユネスコ世界ジオパークに認定された国際的な地質学的価値を持つエリア。市内には、龍宮窟や柱状節理、寝姿山など地質・生態系がある。
下田温泉（蓮台寺温泉・河内温泉・白浜温泉・相玉温泉・観音温泉など）	古くから市民の日常に温泉があり、宿泊施設での入浴のほか、まちなかで足湯や手湯が楽しめる。

■体験・イベント

資源	内容
マリンスポーツ・アウトドア体験	サーフィン、シーカヤック、SUP、ダイビング、釣り、トレッキングなど、海と山、文化を満喫できる体験コンテンツが豊富である。
水仙まつり	須崎半島の景勝地「爪木崎」には水仙の群生地があり、ピーク時には300万本もの水仙が甘い香りを漂わせ、毎年12月に水仙まつりが開催される。
黒船祭	ペリー来航の功績者を慰霊し世界平和を願う祭典。1934年に始まり、式典・パレード・花火と国際色豊かな催しが行われる。
あじさい祭	毎年6月に開催される。城跡の森に約300万輪の紫陽花が咲き、散策路から海も望める。
白浜海の祭典	毎年7月中旬に開催される。太鼓やフラダンスの後、スターマインや海上花火が夜空を彩る。
国際カジキ釣り大会	下田・伊豆諸島は昔からカジキの釣り場で、かつてはカジキ漁で栄えたまちでもある。国際カジキ釣り大会は、そういった漁師町の伝統を受け継ぐ大会である。毎年7月に下田港を拠点に伊豆七島近海で開催される。

(3) 下田市の日常の魅力

下田市には、美しい海と開国の舞台となった歴史的資源があり、そこで暮らす市民の日常生活、営みがあります。美しい海では地元住民が日常的に楽しみ、花柳界の面影を残すパリーロードのまちなみでは庭先で梅干しを干す風景があり、祭りでは住民が提灯を道沿いに掛けます。早朝には市場で魚が水揚げされ、地域の飲食店では豊かな食材が提供されます。来訪者は、地域の人たちとの会話を楽しみ、夜には昔からある食堂やバーに市民が集まり、地域外からの来訪者との会話が生まれます。このような営みが、過度な演出をすることなく残り、そこであたり前に時を過ごす風景が魅力となっています。

■下田市観光価値の考え方

歴史の厚み	開国の舞台となった史跡や寺社、伝統行事など、日本の近代史や地域文化を象徴する資源を数多く有しています。これらは観光客に知的好奇心や学びを提供するのみならず、地域住民にとっても誇りを醸成する基盤となっています。
自然景観と多様な生態系	海岸、山、河川、花々といった多彩な自然資源は、四季折々の魅力を生み出し、アウトドアやエコツーリズムの場として価値があります。ジオサイトや景勝地は、地質的・学術的意義も持ち合わせ、観光と教育を融合させるポテンシャルがあります。
生活文化と食の魅力	みなとまちとしての活気、金目鯛や伊勢海老をはじめとする豊かな海産物、農産物、さらに古くから続く食堂や喫茶店の営みなどは、観光客に地域の日常を体感させる貴重な資源であり、これらは人工的な演出に頼らずとも、暮らしに根差した「本物」の魅力として本市の強みを形成しています。



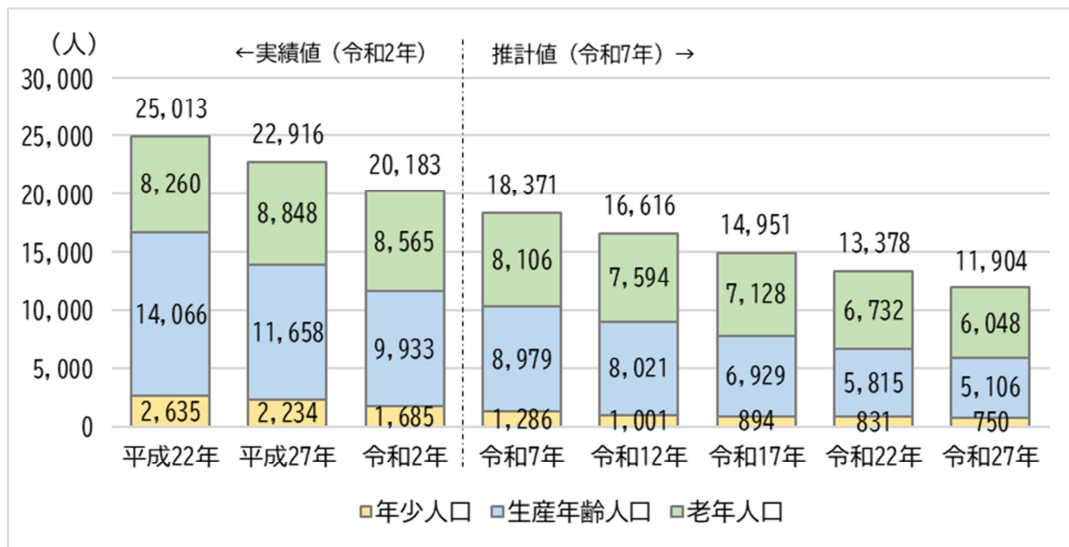
2 下田市のまちづくりの動向

(1) 人口の推移

令和2年国勢調査によると、本市の人口は20,183人と平成22年から約5,000人減少しています。国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、令和17年には総人口15,000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、令和2年度時点で、老年人口（65歳以上）が42%、生産年齢人口（15～65歳未満）が49%、年少人口（15歳未満）が8%となっており、年少人口が1割を切る状況です。また、令和22年以降、老年人口割合が50%以上と総人口の半数の構成になることが推計されています。このように人口減少及び少子高齢化が今後も顕著にみられる状況になっています。

総人口と年齢3区分別人口の推移



出典：国立社会保障・人口問題研究所令和6年度将来推計人口

(2) 産業全体の概況

①事業所数

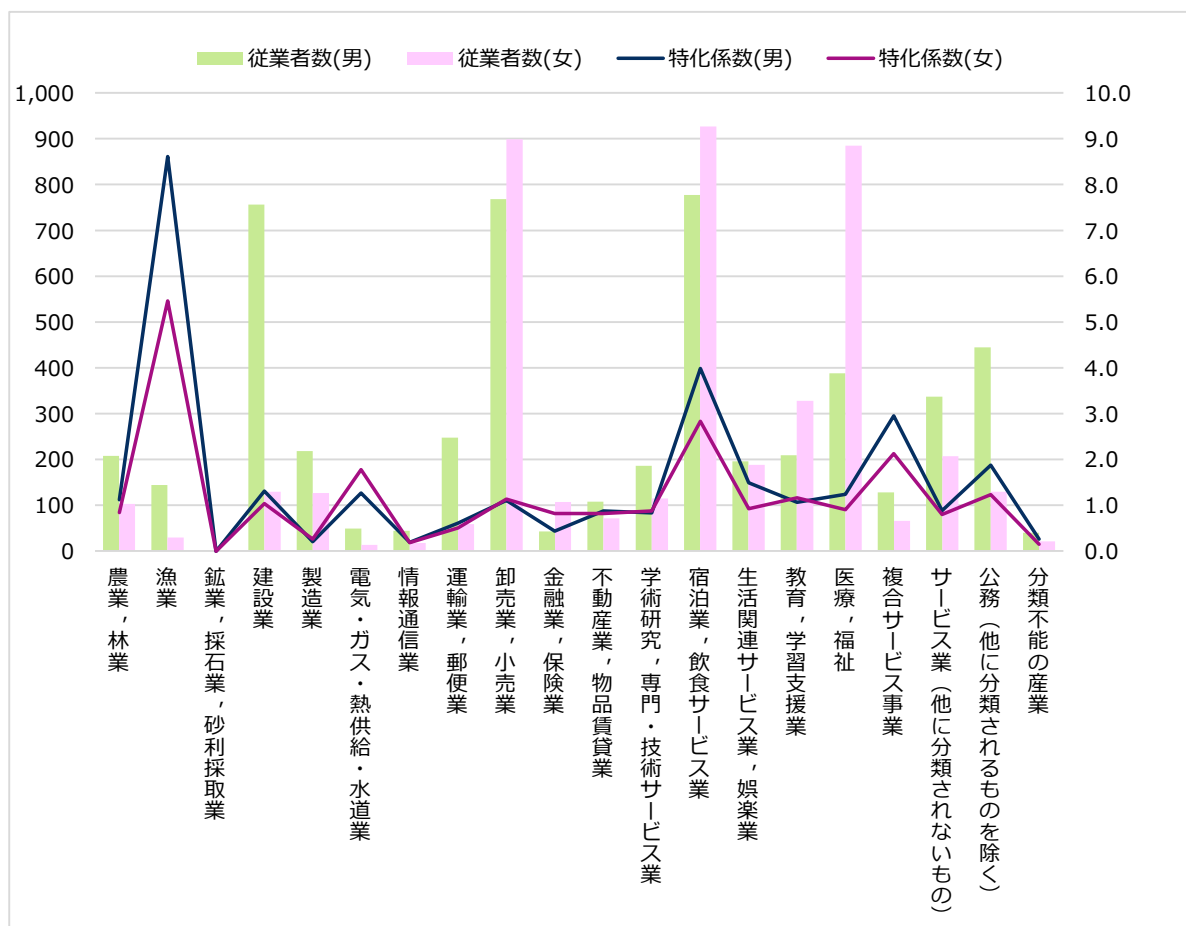
本市の事業所数は、平成28年からの増減を見ると12.9%減少しています。また、「宿泊業・飲食サービス業」においては、事業所数・従業者数ともに21.2%の減少となっており、全産業の中で一番高い減少率となっています。

②産業別特化係数

本市の産業別従業者をみると、男女共に「宿泊業、飲食サービス業」及び「卸売業、小売業」で多くの従業者数を有しています。

特化係数でみると漁業が最も高く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」、「複合サービス業」などとなっており、観光業は本市産業で優位性のある産業と言えます。

本市の男女別就業者数と産業別特化係数の関係



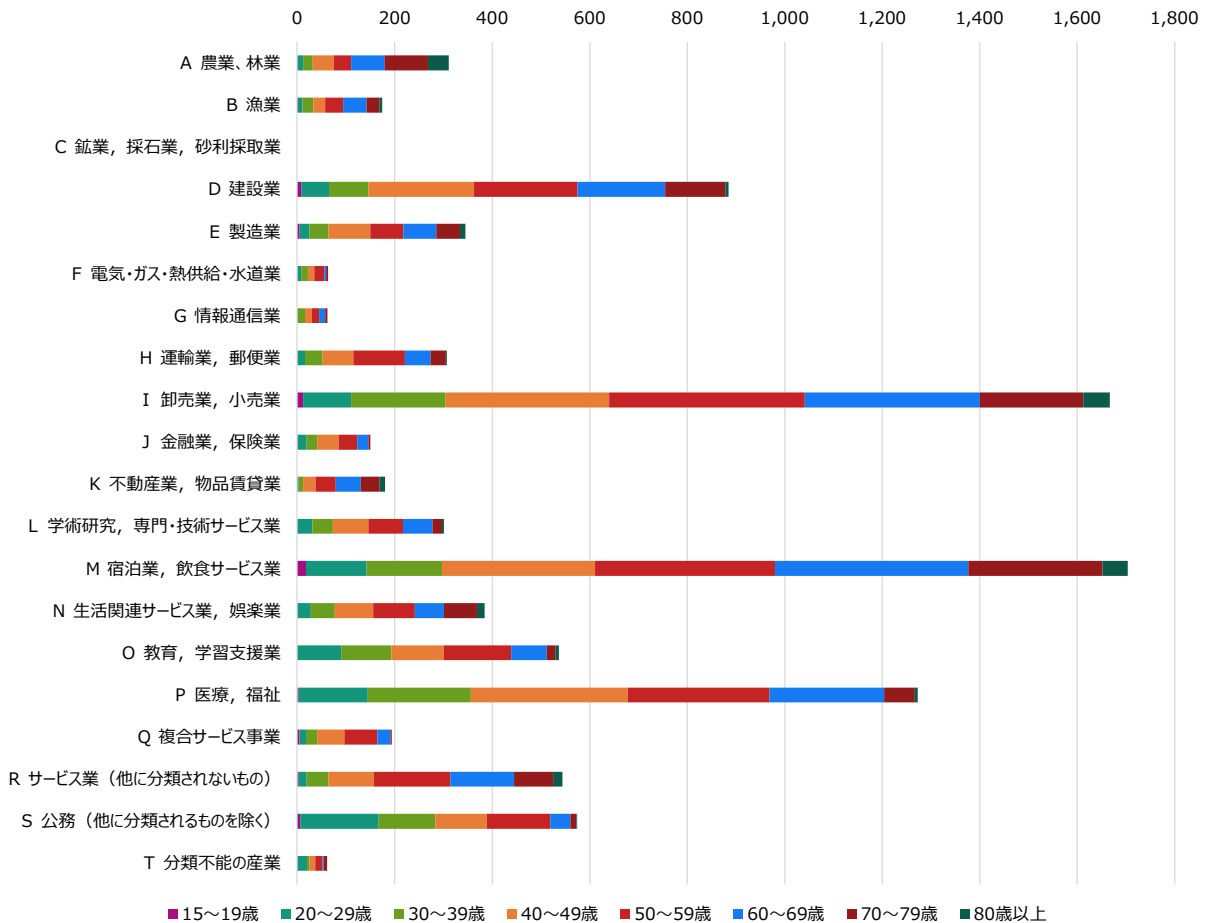
出典：令和2年国勢調査

③年代別就業人口の推移

年代別の就業人口をみると、「宿泊業、飲食サービス業」は40歳未満が17%と2割を切り、60歳以上が40%を占めている状況です。

また、平成27年国勢調査と比較すると、「宿泊業、飲食サービス業」は30～39歳で増減率70%と30%減少しているのに対し、80歳以上では増減率179%と79%増加しており、高齢世代での就業人口割合が増加傾向となっています。

産業分類別年代別就業人口（令和2年度）



出典：令和2年国勢調査

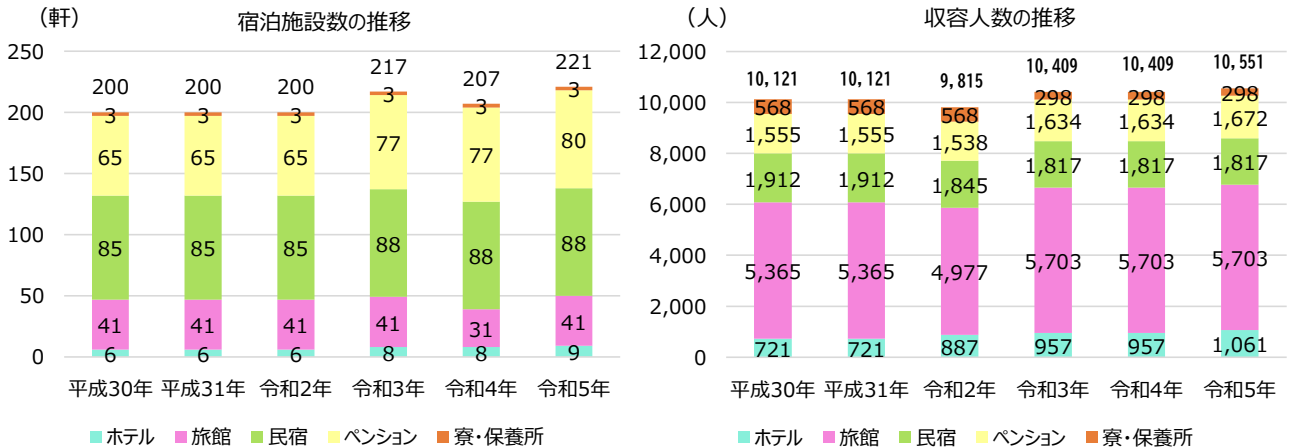
3 下田市観光の状況

(1) 観光産業の状況

① 宿泊施設数の推移

下田市の宿泊施設数は、コロナ禍前は200軒を維持していましたが、近年施設数は増加傾向にあり、令和5年では221軒となっています。

収容人数については、令和2年にコロナ禍の影響により収容人数を削減し、1万人を下回りましたが、現在は平成30年時の収容人数を超え、令和5年では10,551人となっています。

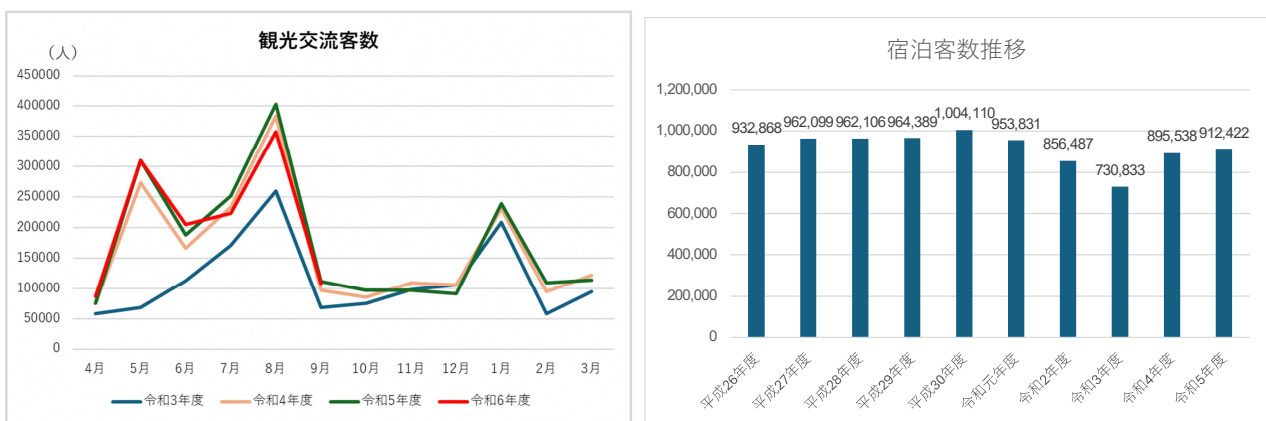


出典：統計センターしずおか（静岡県） 出典：令和5年下田市統計書

② 観光客の推移～観光レクリエーション客数と宿泊客数の推移～

下田市の宿泊客数は、平成30年の1,004,110人をピークに減少傾向にあります。新型コロナウイルスの感染症からは回復傾向にあり、以前の水準に戻りつつあります。

月別の観光交流客数は、8月が最も多く、次いで5月、1月となっており平準化が求められます。

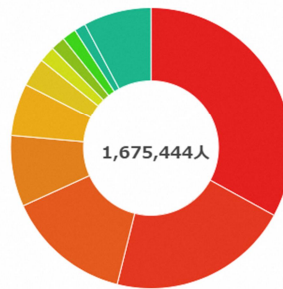


出典：静岡県観光交流の動向

③観光客の属性

令和5年の宿泊者数の構成の上位4位は東京・神奈川・埼玉・千葉の関東圏で計76.4%を占めています。

居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合
2023年 静岡県 下田市



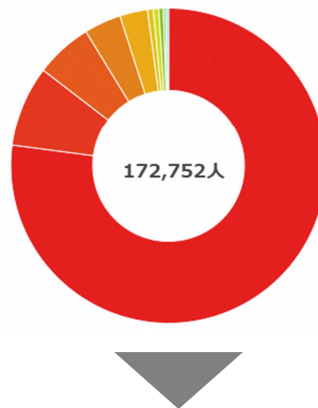
- 1位 東京都 552,586人 (32.90%)
- 2位 神奈川県 350,105人 (20.90%)
- 3位 埼玉県 240,430人 (14.35%)
- 4位 千葉県 136,807人 (8.17%)
- 5位 静岡県 101,989人 (6.09%)
- 6位 愛知県 55,178人 (3.29%)
- 7位 茨城県 31,011人 (1.85%)
- 8位 群馬県 27,471人 (1.64%)
- 9位 大阪府 27,138人 (1.62%)
- 10位 栃木県 21,957人 (1.31%)
- その他 130,772人 (7.81%)

出典：RESAS（地域経済分析システム-宿泊者分析）

④インバウンドの属性

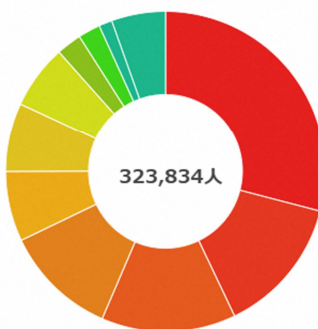
2023年の静岡県のインバウンドの動向として、1位香港（29.0%）、2位アメリカ（13.8%）、3位台湾（13.6%）、4位中国（11.4%）等となっており、2020年と比較すると、香港、台湾、アメリカの上昇率が高くなっています。

居住国・地域別の延べ宿泊者数（外国人）の構成割合
2020年 静岡県



- 1位 中国 133,144人 (77.07%)
- 2位 香港 14,405人 (8.34%)
- 3位 台湾 10,056人 (5.82%)
- 4位 アメリカ合衆国 6,541人 (3.79%)
- 5位 ハワイ 4,916人 (2.85%)
- 6位 韓国 1,019人 (0.59%)
- 7位 タイ 965人 (0.56%)
- 8位 シンガポール 774人 (0.45%)
- 9位 カナダ 374人 (0.22%)
- 10位 スイス 316人 (0.18%)
- その他 242人 (0.14%)

居住国・地域別の延べ宿泊者数（外国人）の構成割合
2023年 静岡県



- 1位 香港 94,028人 (29.04%)
- 2位 アメリカ合衆国 44,866人 (13.85%)
- 3位 台湾 44,028人 (13.60%)
- 4位 中国 36,965人 (11.41%)
- 5位 タイ 22,829人 (7.05%)
- 6位 シンガポール 22,552人 (6.96%)
- 7位 韓国 21,016人 (6.49%)
- 8位 オーストラリア 8,262人 (2.55%)
- 9位 カナダ 7,274人 (2.25%)
- 10位 マカオ 4,338人 (1.34%)
- その他 17,676人 (5.46%)

出典：RESAS（地域経済分析システム-宿泊者分析）

(2) 来訪者の観光ニーズ

下田市に観光に訪れたことのある人を対象に、直近で訪れた下田市の観光における行動や消費、また、下田市の観光に関する満足度や意向を把握するためのWEB アンケート調査を実施しました。

来訪者のニーズ要点まとめ

- 来訪者は温泉・食・自然を主目的としており、再来訪意向・紹介意向が高いことから、下田市の観光資源に対する評価は総じて良好であると整理できる。
- 一方、期待度に比して満足度が伸びない項目として、市民のおもてなし、交通・移動手段、旅行前後・滞在中の情報提供が挙げられており、魅力の不足というよりも、来訪者の行動を支える受入環境の面で改善余地が大きい可能性が高い。
- 宿泊者が多数であるにもかかわらず、市内宿泊が半数程度に留まる点は、宿泊需要の市内滞在・消費への取り込みが十分でない状況を示唆する。

■調査実施概要

項目	内容
調査対象	過去1年に旅行目的で下田市に訪れた方
調査方法	WEB アンケート調査
調査期間	令和7年2月
回収結果	サンプル数：500

①基本情報

【旅行内容】温泉・食・自然を目的とした観光

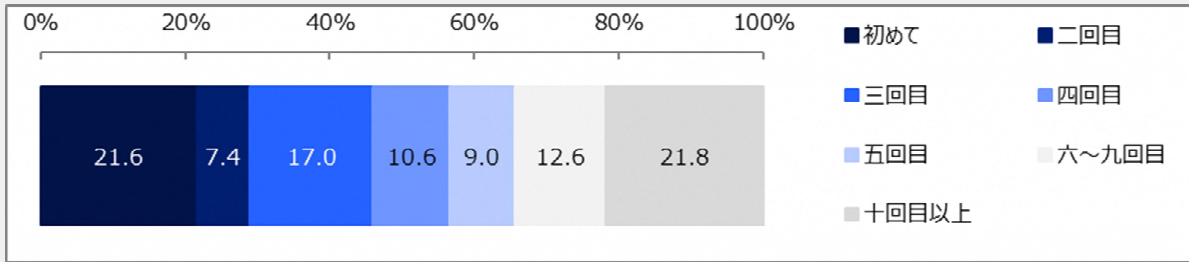
- ・温泉・保養（73.6%）、食歩きグルメ（61%）、自然鑑賞（56.6%）
- ・目的はおいしいもの（60.8%）、日常から解放（53.0%）、保養・休養（51.4%）
- ・夫婦が（54.2%）、未成年の子供家族（14.4%）、友人知人（13.6%）
- ・夫婦は60～70代が多い。40代は家族連れが比較的多い。



②直近で訪れた下田市の旅行について

【下田訪問】リピーターが多い

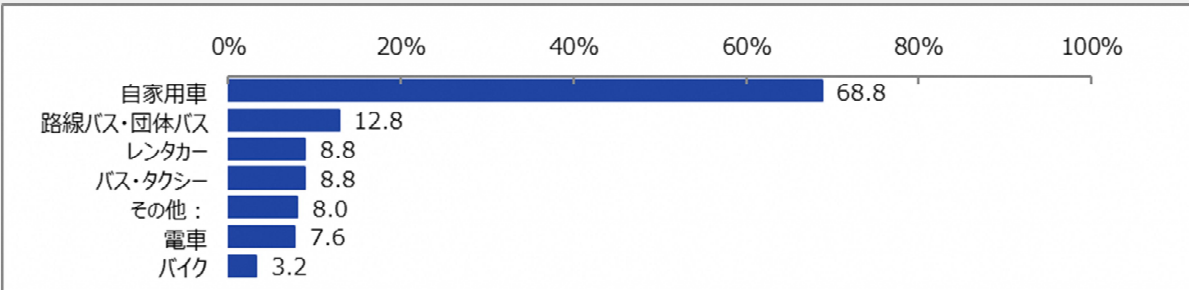
- ・ 10 回以上 (21.8%)、初めて (21.6%)、3 回目 (17%)
- ・ 40 代でも 4 回以上のリピーターが 21.9%。70 代は 10 回以上が 29.8%



- ・ 前回訪問は 1 年以内が (31.9%)、半年以内 (19.4%)

【交通手段】車利用観光客が多い

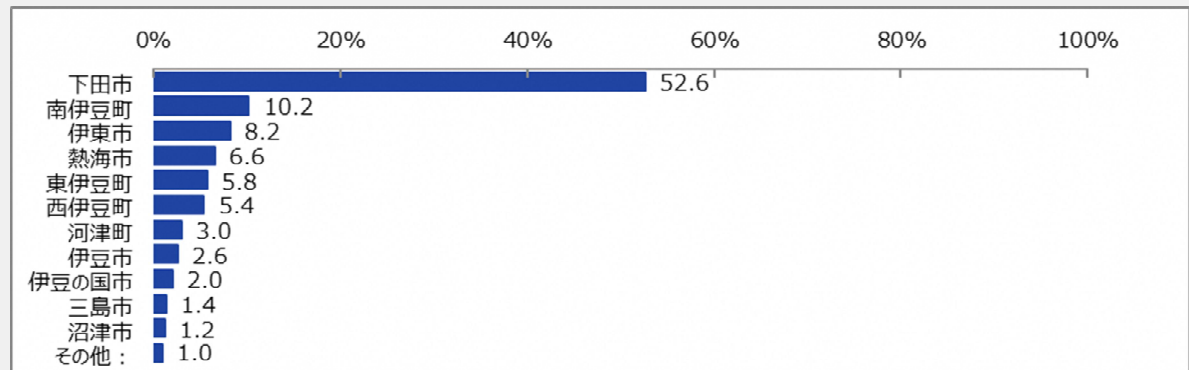
- ・ 下田市内の交通手段は自家用車 (68.8%)、路線・団体バス (12.8%)、電車 (7.6%)



- ・ 女性は電車利用が高い。70 代は電車利用が高い。

【宿泊】宿泊する旅行者が圧倒的に多いが市内宿泊客が少ない

- ・ 来訪者のうち、宿泊 82.4%、日帰り 17.6%と宿泊が圧倒的に多い。
- ・ 宿泊平均値は 1.42 泊であり、最大値は 11 泊
- ・ 宿泊場所は下田市内 (52.6%)、南伊豆 (10.2%)、伊東 (8.2%)、熱海 (6.6%) となっており、市内宿泊が半数



- ・ 宿泊施設の種類について、ホテル (60.2%)、旅館 (26.2%)
- ・ 40 代は旅館の選択が比較的高い。

【SNS の利用】

- ・ 利用率について、LINE (86.6%)、Instagram (35.8%)、X (34.4%)、Facebook (25.4%)
- ・ 40 代は Instagram、X の利用が高い。

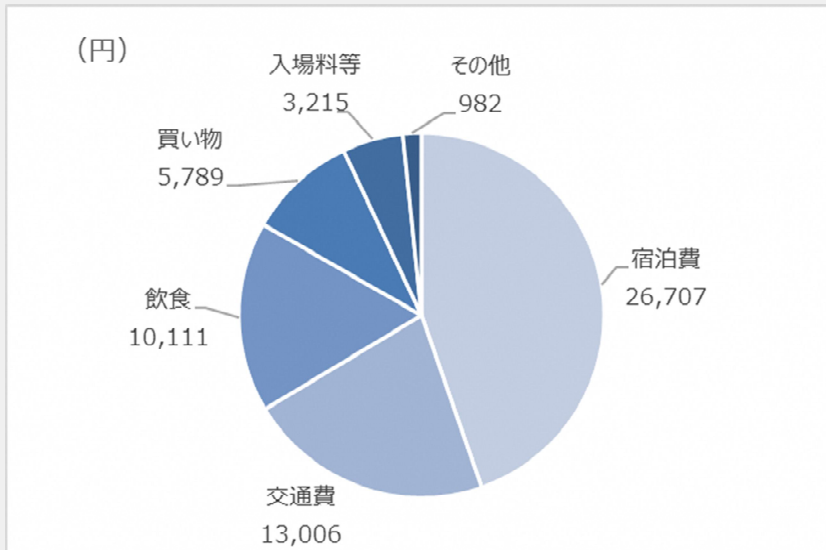
【情報媒体】インターネットでの情報収集が多い

- ・ インターネット (55.4%)、家族友人知人の紹介 (11.2%)、旅行雑誌 (8.8%)
- ・ 女性 50 代は特に知人紹介が高い。70 代はインターネットの利用は少なく、旅行会社が多い。

③下田市への来訪で使う費用（これから使う予定も含めて）について

【消費額】一人当たり消費額は県平均より1万円以上高い

- 交通費：13,006円
 - 宿泊費：26,707円
 - 買い物：5,789円
 - 飲食：10,111円
 - 入場料等：3,215円
 - その他：982円
- ・一人当たり消費59,810円 ※R5年県調査で県外客宿泊が40,395円



④下田市での旅行に関する旅行前の「期待度」と実際に訪れて感じた「満足度」について

【期待度満足度について】市民のおもてなし・交通手段・情報発信が課題

- ・平均値から右上は期待度も満足度も高かったこと、平均値から左下が期待度も満足度も低かったことを指す。市民のおもてなしに関しては、期待度も満足度も最も低く、その他交通や移動手段、タビマエ・タビナカの情報発信に関しても低い。

【下田で訪れた観光施設】

- ・道の駅 (47.8%)、下田ロープウェイ (35.6%)、下田海中水族館 (33.4%)、伊豆クルーズ (22.0%)

【再来訪意向】リピート意向非常に高い

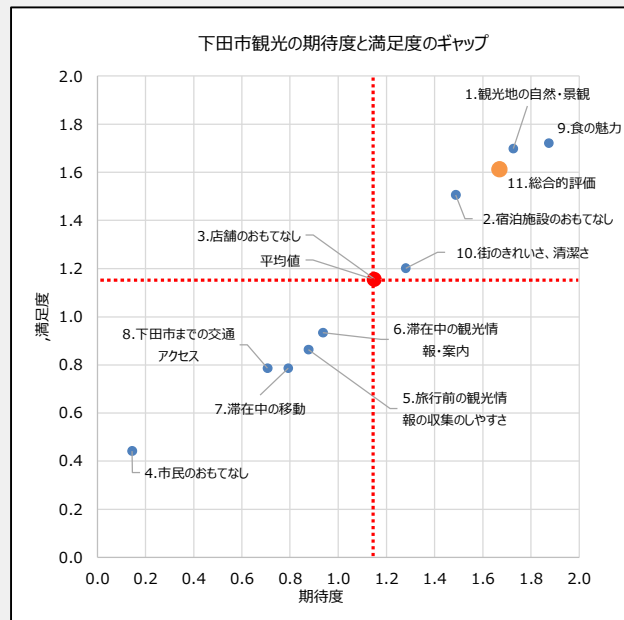
- ・大変そう思う(26%) + そう思う (41.4%) + ややそう思う (90.6%)

【紹介意向】紹介意向は非常に高い

- ・大変そう思う(19.6%) + そう思う(34.4%) + ややそう思う (79.6%)

【下田で充実して欲しいこと】

- ①旅行の際に滞在できる温泉
- ②下田市ならではのお土産品の充実
- ③歴史あるまちなかを楽しめる周遊
- ④体験や買い物の間に休憩してくつろげるカフェ
- ⑤Sea 級グルメなどの下田で楽しめる食の充実



(3) 下田市を訪れたことのない人の観光ニーズ

普段旅行をされている人で、下田市を訪れたことのない人を対象に、下田市の観光に対するニーズを把握するためのWEBアンケート調査を実施しました。

非来訪者のニーズ要点まとめ

- 非来訪者の一般的な興味は食・温泉保養等が中心であり、下田市の主要資源との親和性は高いと考えられる。
- 下田市の認知が十分でなく、直近の来訪意向が低いことから、需要そのものの欠如というより、検討段階で選択肢として想起されにくい状況、また来訪の具体像（何を・どの順に・どの程度の時間で体験できるか）が伝達されていない状況が課題として想定される。
- 情報も、若年層はSNS、シニア層は新聞・旅行会社等に偏りがみられ、媒体選択の適合が重要となる。
- 滞在希望は1泊2日が中心であることから、短期滞在でも満足を得られる体験構成やモデルコース、アクセス・移動を含むわかりやすい情報提示が、来訪意向の形成に影響するものと整理できる。

■調査実施概要

項目	内容
調査対象	下田市を訪れたことのない方 1,800 人。下記3地方で割付 ・ 600：中部地方（静岡県内（下田市在住を除く）/山梨県） ・ 600：関東方面（東京都/神奈川県/埼玉県/千葉県/茨城県/群馬県/栃木県） ・ 600：関西方面（愛知県/大阪府）
調査方法	WEB アンケート調査
調査期間	令和7年2月
回収結果	サンプル数：1,800

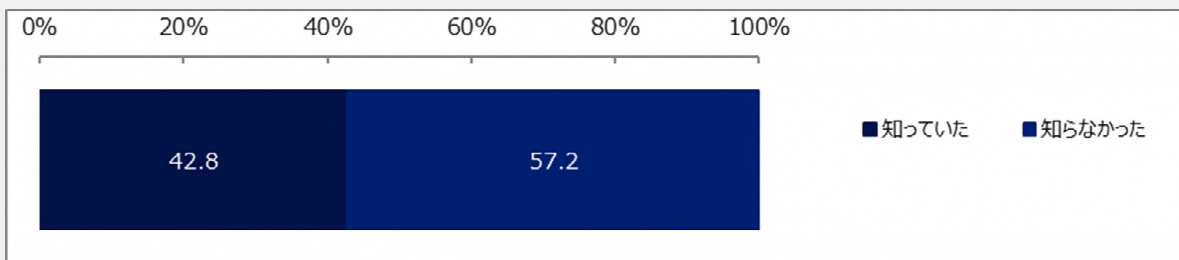
① 普段の旅行について

【旅行目的について】温泉・食を目的とした観光が多く、下田市は親和性がある

- 食べ歩き、温泉保養の目的が多い。
 - ・ 男性 50～70 代は保養・休養目的が高い。
 - ・ 女性 30 代は日常の開放や食への関心が高い。
- 【情報媒体の利用について】
 - インターネット・テレビ・YouTube が多い。
 - ・ 女性の 20～30 代は Instagram の利用が高い。
 - ・ 男女共に 70 代は新聞か旅行会社の情報
- 【旅行で重要視するもの】
 - 観光地の自然景観、食の魅力、宿泊施設のおもてなしが多い。
 - ・ 男女 70 代は観光地の自然・景観を重要視。
 - ・ 女性 30～40 代はタビナカの情報案内や食を重要視。

【下田市の認知度】下田市を知らない人が多い

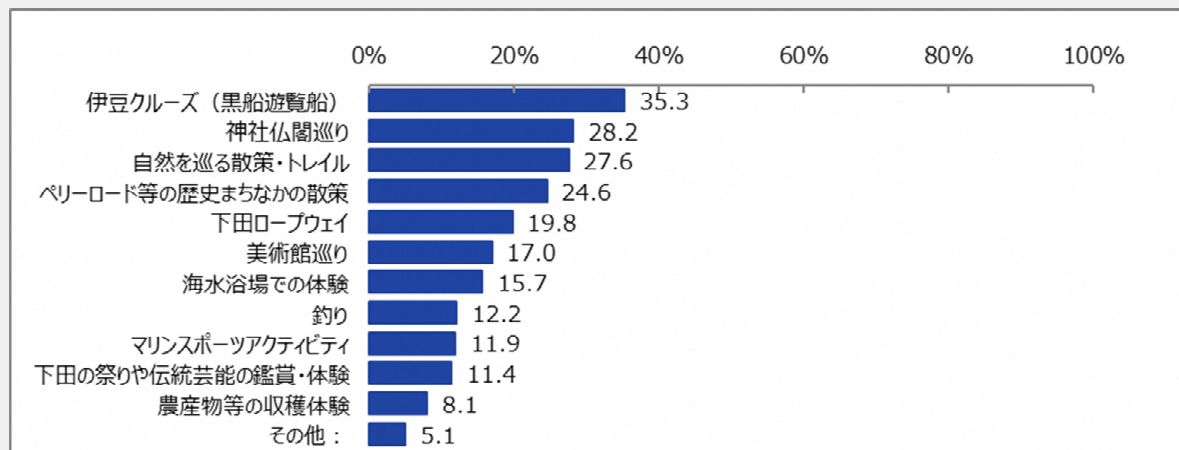
- ・知っていた 42.8%、知らなかった 57.2%
- ・70代は知っている人が多い。特に女性20～30代、男性30代から知られていない割合が高い。



【下田市への関心】

伊豆クルーズ、神社仏閣、自然を巡る散策・トレイル、ペリーロード等の歴史まちなかの散策

- ・70代は幕末の歴史の舞台に関心が高い。
- ・30～40代女性は海岸、海水浴場と温泉に関心が高い。
- ・30代男性はマリンスポーツアクティビティ、伊豆クルーズ、海水浴場に関心が高い。
- ・70代男性は伊豆クルーズに関心が高い。
- ・30代女性はマリンアクティビティ、海水浴場、農産物体験、美術館巡りに関心が高い。



【下田市の旅行意向】

- ・滞在日数の希望について1泊2日が 64.3%
- ・「1年以内に行きたい」は 1.3%。「機会があれば行きたい」が 64.9%
- ・宿泊費1～3万消費意向が高いのは女性70代、30代
- ・「ぜひ下田に行きたい」と回答する平均値が高いのは女性20代

②「30カラズ」の発信について

下田市観光情報について30のテーマで発信する「30カラズ」の情報を見てもらい、どのテーマに関心が高いか把握しました。

- ・回答割合が高かったのは、カフェ巡り、まちなかレトロ散策、金目鯛を食べたい、まちなか食べ歩き



(4) 観光まちづくりに対する市民のニーズ

市民を対象に下田市の観光の魅力や観光まちづくり施策についての意向を把握しました。

市民のニーズ要点まとめ

- 市民は、観光による知名度向上や歴史文化の維持継承、愛着・誇りの醸成といった、観光がまちに与える良い効果を一定程度認識している。一方で、観光に関する満足度は高くなく、渋滞、観光客のマナー、ごみ等の負の影響が顕在化している。
- 治安の悪化や環境破壊への懸念が強く、観光振興に対する評価は、観光客数の増減そのものよりも、生活環境への影響の管理状況に左右されている可能性が高い。
- 観光客数について「もっと来てほしい」が多数であることは、観光振興に否定的というより、受入体制やルール、環境美化等が十分でない場合に生活上の不利益が増大することへの懸念が大きいことを示す。
- 観光への関わり方は「特になし」が最多であるが、美化清掃や知人への紹介・SNS発信等、参加可能な活動も一定数確認される。したがって、市民参画を促す上では、活動内容の具体化と負担の適正化、参画が地域生活の改善に結び付く実感形成が重要な論点となる。

■調査実施概要

項目	内容
調査対象	満 18 歳以上市内居住者 1,000 人を無作為抽出
調査方法	紙による郵送
調査期間	令和 6 年 12 月 4 日～12 月 18 日※期間外の回収も受付
回収結果	234 票（回収率 23.4%）

①回答者属性

【属性】

- ・性別は、男性 53.8%、女性 44.4%
- ・年齢は、70 代 23.9%、60 代 23.5%、80 以上 17.5%、50 代 14.5%
- ・世帯は、パートナー47.4%、親または子と同居 24.8%、ひとり 21.4%

②下田市内のあなたのお気に入りについて

【下田市の観光としての魅力度】

- ・観光地として魅力的だと感じている人は全体の 53.4%となっており、半数以上の人魅力的だと回答
※しかし「とても魅力的である」と回答したのはわずか 9.4%
- ・60 代で約 3 割が「魅力的でない」と回答
- ・居住年数 3 年未満は「魅力的でない」の回答はゼロ。移住者は下田市観光を魅力的と評価している。

【市内のあなたのお気に入りについて】

- ・お薦めしたいスポットは海水浴場(30.8%)、ペリーロード (28.2%)、爪木崎 (26.5%)、下田海中水族館 (26.1%)、下田公園 (25.6%)、下田ロープウェイ (22.2%) 等

③これまでの観光振興に対する満足度について

【これまでの観光振興に対する満足度】市民にとっての観光は満足度低い

- ・ 下田市での観光（お出かけ、日常的な遊びも含む）に関する満足度は、全体の 26.5%が「満足している」、32.9%が「不満」と回答しており、不満がある人の方が多い。
- ・ 観光に関する良い影響への考えについて、知名度やブランド力の向上（21.4%）、歴史や文化の維持・継承（20.9%）、愛着や誇りの醸成（20.5%）等が挙げられる。
- ・ 観光に関する悪い影響への考えについて、「自動車による道路渋滞が増加した(43.2%)」「観光客のマナー違反（ごみのポイ捨て、食べ歩き、道に広がっての歩行等）によって迷惑した(42.7%)」「ごみが増えた(27.4%)」となり、渋滞やマナー違反行為による悪い影響があると感じている人は全体の半数以上となっている。

④今後の観光に対しての意見

【今後の観光に対してのご意見】

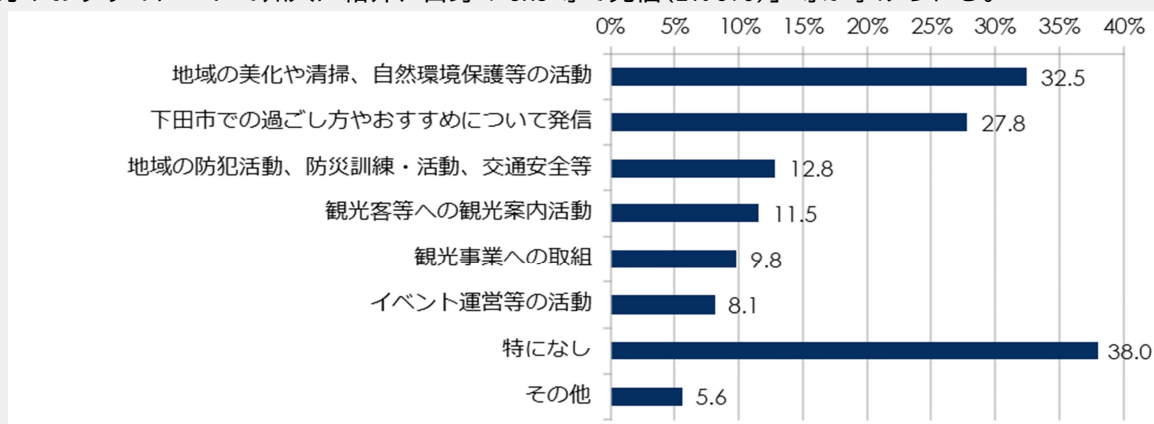
地域資源の保全・継承、安心安全なまち、地域経済の活性化を重要視する

- ・ 観光振興で期待していることは、「古くからのまちなみや風景が守られる(29.5%)」「海や山の環境が守られる、美化される(28.2%)」「新たな仕事生まれ、雇用が増える(26.9%)」等が挙げられる。
- ・ 特に 70 歳代以上は、まちなみや風景、祭り等の文化の継承への意向が強く、現役世代では、市内の消費額向上や新たな仕事や雇用の創出、まちなかの賑わい等の経済効果を重要視する。
- ・ 観光振興で懸念することは、「治安の悪化や犯罪の増加(49.1%)」「環境破壊や汚染(44.4%)」が 4 割以上の回答として挙げられる。
- ・ その中で 40 代は交通が不便との回答が比較的多い（48.4%）
- ・ 観光客に来てもらうことについて、「もっと来てほしい」が 64.5%と最も多い。
- ・ 観光振興施策として必要だと感じている内容として、最も多いのは「観光拠点の整備(20.9%)」となっており、次いで「飲食店の魅力向上(15.8%)」「情報発信、プロモーション(15.4%)」等と回答

【観光への関わり方について】

下田市の移住者は下田市の観光に関わりたい人が多い

- ・ 下田市の観光との関わり方で関わることができそうな取組を聞いたところ、多くの人は「特になし（38%）」と回答。次いで「地域の美化や清掃、自然環境保護等の活動(32.5%)」や「下田市での過ごし方やおすすめについて知人に紹介、自身の SNS 等で発信(27.8%)」等が挙げられる。



- ・ 30～50 代は知人への紹介や SNS 発信が 4 割以上を占める。70 代では環境保全活動が 4 割以上を占める。
- ・ 居住年数別でみると、5 年未満在住では「特になし」が 20%と少なく、8 割の人が何かしらの形で観光に関わりたいと考えている。
- ・ 下田市の観光に携わることができるかという項目について、「特になし(39.7%)」と回答した人が最も多く、続いて「ボランティア(21.4%)」や「仕事(12.4%)」と回答した人が多い。
- ・ 居住年数 5 年未満は 3 割が仕事としての関わりを期待している。

(5) ワークショップでの市民、事業者等の考え

市民、事業者等を対象に下田市の観光の魅力や観光まちづくり施策についての意向を把握しました。

■ワークショップ実施概要

回数	実施日時	内容	参加人数
第1回	11月28日(木) 18:30~21:00	「下田市の観光の動向や市の取組とは？」 「これからの未来の下田市観光について考えよう」	32
第2回	12月19日(木) 18:30~21:00	「下田を盛り上げる観光の企画を考えよう！」 「実際に動かすプロジェクトを創ってみよう！」	19

第1回ワークショップまとめ

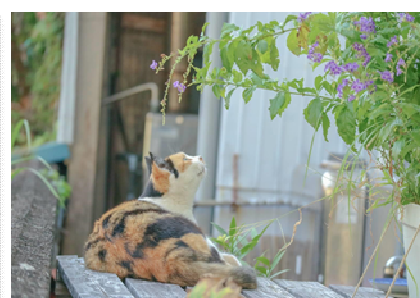
■下田市観光まちづくりで掘り下げたいポイント

「下田らしい」地域資源を生かす	今の地域資源の高付加価値化 「海」「開国の歴史」 海以外の下田らしさの発掘・価値創出 「里山」「自然体験」「文化観光」
まちの環境を「魅力的」にする	空き家活用や歩行空間の確保など駅周辺まちなかの居心地を高める 「まちなみ・商店街の魅力づくり」 ごみ問題の対策、公共施設（トイレ等）、移動手段等の快適性を高める 「快適な環境づくり」
「受入体制やおもてなし」の充実化	“下田らしさ”を感じてもらえるまちづくりを進める 「ガイド人材育成」「事業者等の連携・ネットワーク強化」「情報発信の工夫」等

①【ワークショップ参加者の好きな観光スポット・商品・アクティビティ】

海を中心として、自然環境に関する資源が多い

海水浴場/魚/海の魅力/シーカヤック/爪木崎（磯）/鍋田浜/九十浜/入田浜/サーフィン/サンドスキー場/ナイトクルーズ/外浦（ライトアップ）/夜の下田市内/下田銘菓/寝姿山/高根山/下田富士/龍宮窟/グリーンエリア遊歩道/和歌の浦遊歩道/サイクリング/白濱神社/温泉施設/下田公園/ペリーロード



②下田市で伸ばすべき観光資源

下田の自然や歴史あるまちなかについて時代に合わせた活用や高付加価値化が必要

- 自然資源：海、川、山、里山を生かした観光（例：寝姿山、高根山、サーフィン、稲生沢川、耕作放棄地を活用した農業体験）
- 歴史文化：開国の歴史、神社仏閣、歴史的建造物、御朱印巡りの強化、ペリーロードや白濱神社の活用
- アクティビティ：サーフィン、シーカヤック、サンドスキー、ナイトビーチ、トレッキング、キャンプ場整備
- 里山資源：ジビエの資源化や農林業の活用
- フォトスポット：自然や人工物を含めた観光向けスポットの発信
- 夜の観光：ナイトクルーズ、ライトアップ観光、夜の下田市内活性化
- 観光インフラ：駅周辺と観光拠点の連携、交通手段（バス、タクシー）や案内板の整備

③下田市で改善すべき観光資源

- インフラの整備：駐車場不足、公共トイレの清潔化、看板の老朽化・案内表示の見直し
- 老朽化した施設：廃ホテルや古い建物への対策
- 交通手段：タクシー・バス不足、二次交通の充実、ライドシェア導入
- ごみ問題：ごみ箱設置、分別処理の徹底、イベント時のごみ対策
- 防災面：避難場所や情報発信の不足、観光客向けの防災マップ整備
- 地域資源：海岸環境の改善、シャッター街の利活用、空き家対策
- ナイトコンテンツ：夜の観光資源不足、飲食店やイベント不足の解消

④下田市の新しい観光

- 海以外の観光：山、里山、農業体験、自然資源を活用したアウトドア活動
- 通年型観光：夏以外の閑散期対策（例：ナイトビーチ、冬のキャンプ、BBQ）
- 観光ストーリーの発信：歴史・文化・自然資源を生かした物語性のある観光地づくり
- 地域資源の活用：サーフィンの街化、農林業（ジビエ、地元野菜）、観光農業推進
- 体験型観光：ランニング、食文化体験、アクティビティ強化
- SNS・デジタル活用：広報強化や情報一元化、インバウンド向けキャッシュレス対応
- 交流人口増加：地元住民と観光客の交流機会創出、関係人口の増加

⑤下田市観光のあり方・大事にしたいこと

- 美しい海、里山、サンドスキーなど豊かな自然を生かす。
- 下田に受け継がれてきた歴史を残し活用する。ペリーロードや白濱神社など。
- 下田の人に会いに来てくれる人を増やす。
- 地元の食（キンメダイ、下田銘菓）や体験型観光（釣り、BBQ、ナイトクルーズ）を通じて、訪れた人の記憶に残るおもてなしを提供
- 公共トイレや駐車場の整備、バリアフリー対応、避難場所の案内を強化
- 多言語対応やキャッシュレスの普及で、国内外の観光客を受け入れやすくする。
- 快適な移動環境（タクシー、バス、ライドシェアなど）

第2回ワークショップまとめ

下田市観光まちづくりで掘り下げたいポイントに基づいたプロジェクト検討結果概要

第2回ワークショップのテーマは、第1回で参加者から挙げた「下田らしさ」（海、開国の歴史、里山や自然体験、文化、食、人）と、滞在満足度を左右する受入環境（まちなかの居心地、清潔さ、移動・案内、安心安全、おもてなしとホスピタリティ）を、「下田らしい地域資源を生かす」×「まちの環境を“魅力的”にする」×「受入体制やおもてなしの充実化」の3分野で実現するために、ワークショップの論点としてプロジェクトテーマと設定をしました。

各プロジェクトテーマの論点を下記に示します。

■プロジェクト検討結果概要

分野	プロジェクトテーマ	テーマの論点（課題・重視すべき取組等）
「下田らしい」地域資源を生かす	①海のコンテンツの高付加価値化	海水浴やマリレジャーの他、下田らしい海の魅力や価値を高めるための取組は何か。
	②開国の歴史を生かした高付加価値化	歴史あるみなとまちの様々なシーンや景観の魅力・価値を高められるか。
	③里山体験の高付加価値化	里山の自然やそこに根づく暮らしなどの魅力をどのように生かし、伝えていくか。
	④自然体験・文化観光の価値創出	ジオパーク等の自然環境や文化遺産を生かした新たな観光まちづくりとして、エコツーリズム・アドベンチャーツーリズムをどのように進めるか。
まちの環境を「魅力的」にする	⑤まちなみ・商店街の魅力化	駅周辺、ペリーロードやマイマイ通り等の商店街などをゆっくり歩いて楽しめるしかけをどのようにつくるか。
	⑥快適な環境づくり	ごみ問題の解決や清潔なまちを創り、お客様にとってイメージのよい下田市をどのように推進するか。
「受入体制やおもてなし」の充実化	⑦ガイド人材・ネットワーク強化	おもてなしの充実化を図るために、どのように人材育成や行政・事業者間の連携を進めるとよいか。
その他	⑧自由テーマ	マーケティング戦略を立てる（ターゲットを設定し、販売に向けた道筋をたて、検証する）、下田のファンが繋がる仕組み、ネットワーク化（下田ファンサイト）の必要性。

4 現行計画の評価

(1) 指標の評価

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行い、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。施策に対しての現状評価として整理すると、観光交流客数と宿泊客数の量的な数値及び関連する観光消費額についてはコロナ禍の影響からの回復に至っていない状況の一方で、外国人宿泊客数はコロナ後の急激な拡大から、数値目標との乖離が生まれた状況です。

■指標

項目	平成30年度 時点	令和6年度 時点	数値目標	達成率
観光交流客数（人）	2,738,342	2,028,794	2,900,000	70%
宿泊客数（人）	1,004,110	913,718	1,080,000	85%
外国人宿泊客数（人）	7,921	36,853	10,000	369%
下田市の観光消費額 （百万円）	13,100	12,084	15,000	92%

※第2次計画は、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、下田市の観光交流客数で按分して推計している。

(2) 施策の評価

戦略1 地域資源の活用

下田市の豊かな自然・歴史・文化資源を観光に活用することは、市の観光の根幹を支える取組です。海・山・花・歴史文化など多様な資源を観光資源化することで、四季折々の魅力を発信してきました。成果としては、須崎や外浦の海水浴場における環境整備やジオパーク認定を生かしたジオツーリズムの推進があり、観光客数の増加につながったと言えます。

一方で、これらの資源はこれまで個別に発信・活用されてきた側面が強く、地域全体としてのストーリー設計や体験価値としての統合が不十分な状況にあります。多様な資源を戦略的に位置付け、優先順位を明確化した上で有機的に結び付け、下田市ならではの貫いた価値として再構築し活用していくことが求められます。

戦略2 回遊性の向上

観光客が市内を歩いて楽しめる環境や公共交通の利便性を高め、滞在時間を延ばすことで消費拡大を図る施策を進めてきました。須崎遊歩道を活用したウォーキングなどのイベントがリピーターを呼び込み、健康志向の観光需要に対応し、また、ポケットパークや街中歩道整備、蓮台寺温泉を活用した湯めぐりなどが実施され、歩行回遊性が向上しました。

一方で、食べ歩きマップの未整備や事業化不足、若年層や地元住民の参加が少ない点は課題であり、また、公共交通では、伊豆naviによるMaaSやレンタサイクル整備が進んだものの、駅前整備や鉄道・バス乗り継ぎ改善は未実施にとどまっています。観光列車の活用やPR、交通結節点整備を含め公共交通の充実化が引き続き求められます。

戦略3 受入体制の強化

観光客が安心して滞在できる環境を整えるための受入体制づくりを進め、海水浴場の警備委託やパトロール、公衆Wi-Fiの管理、災害備蓄の確保など安全・利便性の向上につながりました。

一方で、観光施設の修繕や清掃頻度の不足、観光看板設置が予算不足で見送りになるなど課題も残っており、特に災害対応については、備蓄の整備や一部の連携は進んでいますが、避難誘導や帰宅支援体制の構築、災害情報提供は未実施であり、今後の重点課題と言えます。

戦略4 インバウンド誘客の推進

国際的な観光需要を取り込み、下田市の魅力を海外に広めるため、多言語対応のパンフレット作製、Wi-Fi環境の整備、ムスリム対応の検討など、外国人観光客の受入体制整備を進めてきました。また、海外向けのプロモーションや交流事業が実施され、一定の認知度向上につなげています。

一方で、訪日旅行の目的地として下田を強く認知させるまでには至らず、外国人旅行者向けの観光プログラム開発も限定的であったため、今後は、地域資源を生かした体験型コンテンツの造成や海外市場ごとの戦略的なプロモーション展開をより積極的に進めていくことが求められます。

戦略5 人材の発掘・育成

観光業を担う人材を確保・育成し、地域の観光振興を支える基盤を強化する取組として、観光業従事者の掘り起こしやワーケーションの推進により多様な人材流入が見られたこと、また市民や事業者向けにホスピタリティ研修を実施し、受入意識の向上が図られたことが挙げられます。さらに、専門人材の派遣事業を通じて、観光事業者のスキル向上や企画力強化に一定の効果が見られたと言えます。

一方で、若年層や後継者の確保は依然として不十分であり、長期的な人材育成の仕組みやキャリア形成支援が課題として考えられます。

戦略6 多様な関係団体・自治体との連携

地域単独では解決が難しい観光課題に対応するため、官民や広域での連携を強化していくことが必要です。民間事業者との協働による観光商品造成や教育旅行を通じた地域資源活用が進展し、体験型観光の広がりがみえます。また、広域DMOや近隣自治体との連携も一部で進み、共同プロモーションや広域観光ルートの検討を進めました。

一方で、連携は個別事業レベルにとどまる場合が多く、長期的かつ体系的な枠組みには至っていません。そのため、今後は、広域的な観光圏形成を見据え、持続的な連携体制を確立するとともに、官民一体となった戦略的推進が必要です。

戦略7 情報収集力・発信力の向上

観光市場の動向を的確に把握し、戦略的に発信を行うことで下田市の認知度と誘客効果を高めるために、観光パンフレットの多言語化や映像・ビジュアルコンテンツの制作、観光キャラバンによるプロモーションが実施され、特に若年層や外国人旅行者への訴求力を強化しました。また、ロケーション撮影支援を通じて、映画やドラマでの下田市の露出が増加し、地域の知名度向上に寄与したと言えます。

一方で、マーケティング調査やデータ活用は断片的であり、体系的な市場分析や効果検証の仕組みが不足している状況です。今後は、観光データ基盤の整備やデジタル技術を活用した情報発信を強化し、ターゲットを明確化した効果的なプロモーションを展開することが求められます。

5 国や県等の動向

(1) 国の動向

①観光立国推進基本計画

観光立国の推進においては、地域住民と観光客双方の満足度の向上、交流人口・関係人口の拡大、そして「働いてよし」の観光産業の実現を通じて、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させる観光を目指すこととしています。そのための施策の方向性として、「観光の持続的な発展」「消費額拡大」「地方誘客促進」「観光と交通・まちづくりとの連携強化」「新技術の活用・本格展開」を掲げています。

● インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立

観光需要の拡大が地域経済の活性化に寄与する一方で、一部地域では過度の混雑等により住民生活への影響も生じていることから、インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立を柱として位置付けています。具体的には、混雑対策、マナー違反对策、地域一体となった持続可能な観光地域づくり、地方誘客を進めるための広域的な体制整備、地方部への交通ネットワークの機能強化などを進めることとしています。

● 国内交流・アウトバウンド拡大

国内交流・アウトバウンド拡大に向けては、旅行・観光をより親しみやすいものとし、国内旅行・海外旅行双方の需要喚起につながる環境整備を進めることとしています。具体的には、ラーケーション等の促進による休暇の分散と旅行需要の平準化、新たな交流市場の開拓、関係人口の創出や二地域居住の促進、さらに海外旅行の機運醸成などに取り組むこととしています。

● 観光地・観光産業の強靱化

インバウンドや国内交流の拡大を持続的なものとするため、観光地・観光産業の強靱化も柱として掲げています。多様なニーズに対応した受入環境整備や観光人材の確保・育成を進めるとともに、観光 DX・地域交通 DX、省力化投資等による生産性向上、観光コンテンツや市場の多様化、高付加価値化の推進などにより、観光産業の収益力と持続可能性を高めることとしています。

②脱炭素の推進

2020年10月、日本政府は2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「カーボンニュートラル」を目指すことを宣言し、産業政策・エネルギー政策の両面から、成長が期待される14の重要分野について実行計画を策定し、国としての目標を掲げています。

観光分野では、2021年に「観光における気候変動対策に関するグラスゴー宣言」が発表され、今後10年間で観光部門での二酸化炭素排出量を半減させ、2050年までに「ネット・ゼロエミッション（ネットゼロ）」を達成するために、脱炭素社会やSDGsに配慮した商品・サービス造成が進められています。

③観光 DX の推進

旅行者の利便性向上及び周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化、観光デジタル人材の育成・活用等、地域の課題解決を図り、地域活性化・持続可能な経済社会の実現を目指し、観光分野におけるDXの活用が求められています。

(2) 県の動向

「静岡県観光基本計画」においては、基本理念「バリューアップ!!しずおか旅」に向けて、2つの重点戦略「富士山といえば、しずおか」戦略・「あなたの“推し”に会える、しずおか」戦略と「高付加価値旅行の推進」、「観光産業の基盤強化」の2つの基本方針に沿った事業を計画されています。

(3) その他、旅行者の動向

日本政府観光局（JNTO）での世界22市場を対象とした国外旅行・訪日旅行に関する調査において、全22市場の合計では「ガストロノミー・美食」が首位となり、「テーマパーク」、「アート鑑賞」と続く結果でしたが、地域別の結果では、東アジア地域では「ガストロノミー・美食」、東南アジア地域では「庭園・花鑑賞」、欧米豪・インド・中東地域では「アート鑑賞」がそれぞれ首位となり、地域毎に特色がみられます。国外旅行先を選ぶ際に重視するものとして、環境への配慮や文化の維持・継承も多くの回答率を得ること、国外旅行先での行動として、その土地ならではの料理や訪問地の慣習等を尊重すること、その土地で生産された特産品購入、一か所の観光地をじっくり観光することなど地域の日常を体験したいという意向が広がっていることがうかがえます。

また、Booking.comの調査（2025Travel&SustainabilityReport）においては、「使ったお金が地域コミュニティに還元されることを望む」との回答が73%、「本格的/ローカル文化体験」を求める割合が77%にのぼり、訪問先の地域社会との接点・貢献を望む傾向もうかがえます。

6 下田市の観光の課題と可能性

(1) 観光誘客、消費拡大・経済的効果にかかる可能性

下田の日常にある価値の活用可能性

これまでも、美しい海の風景、大小さまざまなビーチや幕末開国にまつわる歴史資源、四季折々の花、温泉、下田で水揚げされる魚などの食等により観光地として多くの来訪者を得てきた下田市ですが、観光客の価値観の多様化から、定番コンテンツだけでは継続的に誘客を行うことが難しい世情と言われていています。その点では、下田市には、それら資源を背景に、魅力的な日常生活の営みが見られること、過度な演出をしない暮らしや仕事、文化など下田市民の営みがあり、それらを価値として、来訪者に強く訴求することができると思います。

観光消費拡大・経済効果発現の可能性

下田市の一人当たり観光消費額は県内比較では比較的高い状況です。地理的に交通費がかかることや宿泊客の多さに起因しますが、今後観光による経済効果を狙うにあたり、交通渋滞などの地域への影響を考える上では、客数の増加よりも単価の向上を図ることが望ましく、その実現に向けては、宿泊数を増やすこと、買い物やその他（体験コンテンツ費用など）の消費を拡大することが必要と考えられます。現状夏季に集中する観光交流客数を通年で平準化することなどの策も有効です。下田の日常に古くからある飲食や物販での消費拡大に加え、近年新たな事業創出も見られることから、下田の日常の価値を生かした消費拡大策に可能性があります。

【参考下田市観光客アンケート】

- 宿泊 82.4%、日帰り 17.6%と宿泊が圧倒的に多い。宿泊平均値は 1.42。最大で 11 泊。
- 消費額：一人当たり消費 59,810 円
(交通費：13,006 円、宿泊費：26,707 円、買い物：5,789 円、飲食：10,111 円、入場料等：3,215 円、その他：982 円)
※R5 年県調査では静岡県全体平均として、県外からの宿泊客の単価が 40,395 円
- リピート意向、紹介意向は非常に高い
(リピート意向：大変そう思う(26%) + そう思う + ややそう思う (90.6%)、
紹介意向：大変そう思う(19.6%) + そう思う + ややそう思う (79.6%))

【参考下田の大事にしたい・活用すべき資源についてのワーキング意見】

- ・美しい海、鍋田浜・九十浜・入田浜などのビーチ、魚、シーカヤック・サーフィン・サンドスキーなどのアクティビティの魅力。
- ・里山、農業体験などの豊かな自然・農林業。
- ・下田に受け継がれてきた、歴史、開国の歴史、神社仏閣、ペリーロードや白濱神社など。
- ・地元の食
- ・体験型観光（釣り、BBQ、ナイトクルーズ）を通じて訪れた人の記憶に残るおもてなしを提供。
- ・下田の人に会いに来てくれる人。
- ・夜の観光、ナイトクルーズ、ライトアップ、夜のまちなか観光。
- ・過去から積み重ねてきた港まちとしての歴史、その中に存在する暮らしと観光。
- ・港まちとしての魅力漁村の活気、ジオサイト、来訪者を受け入れる気風。
- ・古くからの喫茶店、バー、食堂など、その店主の魅力。
- ・祭りで交わることができる地元民たち。など

(2) 市民の生活と観光との関係性についての課題

市民生活を守る視点の必要性

市民の生活を守る視点からは、交通渋滞、ごみ、マナーの問題の解決が求められています。加えて、海や里山の自然環境や古くからのまちなみ景観の保全形成、雇用創出が市民からは望まれており、観光まちづくりとして、住民にとっても来訪者にとってもより良い生活・滞在環境となるべく、歩行空間の魅力化、地域及び観光防災力の強化、公共トイレやごみ回収の仕組み、公共交通や道路インフラの改善などを進めることも重要です。

市民と観光との接点をつくること

市民の観光との関わりについては、観光関連事業に従事の方が比較的多いこと（第三次産業従事者の割合は全国平均を上回る）に比べ、一般の市民による関わりは少なく、またアンケートでは、市内での観光・余暇への不満が高い結果となっております。市民自身が楽しむことができる観光のあり方、何かしらの関わりを持つことができる仕組みづくりを考える必要があります。市民理解醸成とともに、市民の日常を生かした観光により、地域生活の向上につながると考えます。

【参考】

- 観光振興で期待していることは、「古くからのまちなみや風景が守られる(29.5%)」「海や山の環境が守られる、美化される(28.2%)」「新たな仕事生まれ、雇用が増える(26.9%)」等が挙げられる。特に70歳代以上は、まちなみや風景、祭り等の文化の継承への意向が強く、現役世代では、市内の消費額向上や新たな仕事や雇用の創出、まちなかの賑わい等の経済効果を重視している。
- 良い影響は、知名度やブランド力の向上(21.4%)、歴史や文化の維持・継承(20.9%)、愛着や誇りの醸成(20.5%)等が挙げられる。
- 悪い影響は、「自動車による道路渋滞が増加した(43.2%)」「観光客のマナー違反(ごみのポイ捨て、食べ歩き、道に広がったの歩行等)によって迷惑した(42.7%)」「ごみが増えた(27.4%)」となり、渋滞やマナー違反行為による悪い影響があると感じている人は全体の半数以上となっている。
- 下田市民の観光(お出かけ、日常的な遊びも含む)に関する満足度は、全体の26.5%が「満足している」、32.9%が「不満」と回答しており、不満がある人の方が多い。
- 下田市の観光との関わり方で関わることができそうな取組について、多くの人は「特になし(38%)」と回答。次いで「地域の美化や清掃、自然環境保護等の活動(32.5%)」や「下田市での過ごし方やおすすめについて知人に紹介、自身のSNS等で発信(27.8%)」等が挙げられる。特に30~50代は知人への紹介やSNS発信が4割以上、70代では環境保全活動が4割以上を占めている。居住年数5年未満の移住者やUターンなどの方は、8割の人が何かしらの形で観光に関わりたいと考えている。
(以上市民アンケート)

(3) 誘客プロモーション・外部人材との関係構築についての課題

誘致に係る情報発信の課題

リピート観光客は多いものの、下田市を知らない、選ばない旅行者への認知拡大は必要です。また、来訪する観光客満足度の中で、タビマエ、タビナカでの情報発信への満足度が低い現状があります。現在も様々な媒体での情報発信をしていますが、ターゲットに対して適切かつ効果的な情報発信を行う必要があります。前述のように、日常の価値を背景にした消費拡大を進めるにあたって、より地域に根差した情報の出し方を行う必要があります。

関係性を生かす観光ターゲットの可能性

下田市グローバルCITYプロジェクトや下田市 SURF CITY 構想、デジタルノマドの受け入れなど、外部との関係づくりはこれまでの施策の中でも進めてきました。一方で、ありがたい観光まちづくりの姿に向けた、戦略的なターゲットの見極めやプロモーションの強化が必要です。効果的に目指す姿を実現するためのマーケティングの実施とそのための実行体制の構築、必要に応じた外部人材との連携を推進することが必要です。

【参考市民ワークショップでの意見より】

- ・下田市で宿泊してもらい、より長く滞在してもらおうか、さらには、一人当たりの消費額をいかに高めるかが必要であり、それを講ずるためのターゲット設定やプロモーションが課題。伊豆半島で注力している台湾の誘客が県全体でも増加傾向、またアメリカの来訪も多いことから、下田の開国のストーリー性も踏まえたインバウンドのターゲット設定とプロモーション戦略が必要。
- ・「下田市グローバルCITYプロジェクト」やワーケーションの取組を通じて、関係人口の創出について一定の効果が見られていることから、これらの取組を今後も継続するとともに、内容の充実を図る必要がある。

【近年の下田市での取組動向】

- ・多地域居住、マルチハビテーションの浸透
- ・ノマドと呼ばれる国内外人材の増加、移住者の増加・定着
- ・海外の旅行サイトでの下田情報の充実、海外から直接下田を目指す外国人の増加
- ・デフサーフィンなどインクルーシブ観光の推進

第3章 観光まちづくりの基本的な考え方

1 観光まちづくりのコンセプト・下田市の生かすべき価値

下田市の観光まちづくりを進める上で大切にすべき事項を整理し、コンセプトを設定します。市民ワークショップや来訪者アンケート等からの意見を踏まえ、以下のキャッチフレーズをコンセプトとします。

下田市の観光の価値は「日常にある本物」 下田のオーセンティックとして、変わらない地域の営みを残し生かす

下田市の観光の価値は、日常にある生活や風景に来訪者が触れ、参加できることです。美しい海、開国の舞台となった歴史的資源、この地域ならではの水産物の水揚げなどの営みは、過度な演出をせずとも、来訪者に非日常を感じさせる魅力を有しています。このような要素を、下田市における「日常にある本物（オーセンティック）」であると位置付けます。

こうした魅力は、歴史・自然・生活文化という要素が、相互に結びつくことで生まれるものです。例えば、地域の歴史を伝えるまちなみやそこの祭りの営み、日常的な市民の過ごし方など、地域の暮らしそのものが観光資源となっています。そして、それらは訪れる人々に他に代えがたい「真実味」と「温かさ」を伝えます。これらは来訪者に独自の魅力を提供すると同時に、地域住民が自らの文化を誇りに思うきっかけとしても重要です。

本計画における「日常にある本物（オーセンティック）」は、開国の歴史から現在に至る多様な文化の交錯の中で培われてきたものです。開国の歴史観光、ビーチリゾート観光、みなとまちのまち歩きや温泉、海産物を中心としたグルメ観光などこれまでも多くの観光客をひきつけてきたコンテンツの多くは、市民の日常の営みとしても根付いてきました。さらに近年では、多地域居住や移住者の増加、ノマドワーカーの来訪、海外からの観光需要の高まり、インクルーシブ観光（バリアフリーや多様な人々が楽しめる観光）など新しい動きが生まれています。こうした変化を前向きにとらえ、市民の営みと来訪者との接点をつくる視点を持ち、地域の持続的な発展につなげていきます。



2 観光まちづくり推進計画策定の考え方

(1) 5年間を目安として成果を上げるための優先事業の整理と役割分担の明確化

これまでも、下田市では観光まちづくりの施策として多くの事業を進めてきました。その評価をもとに、第3次観光まちづくり推進計画として、実行性のある計画として重要課題に対しての優先事業を着実に実施するための計画とします。そのため、本計画はあるべき将来に近づくための5年間のアクションを位置付けるものとします。

また、観光まちづくりにおける行政、観光協会、商工会議所、地域団体、民間事業者など役割の整理を行います。宿泊や物販・飲食等施設の運営やイベント、観光コンテンツの提供などの主体は、民間事業者や市民等であることを認識し、下田市はそれらを支える制度的なフォローや土地利用、景観整備、道路整備や公共交通等のインフラ環境整備を行うことに注力すること、他、官民連携により観光にかかる推進体制構築・運営を推進します。

さらに、観光まちづくり施策は、分野横断的な性格から、下田市全庁的に取り組むべき内容が含まれるものです。庁内各課の連携による推進体制のもとで、計画の推進にあたることを位置付けます。

～優先事業の整理～

5年間の実行性のある計画として、実施事項の絞り込みのもとで、効果的に事業を進められる方策を描く。



そのために、行政、民間・関係団体での役割明確化

下田市の役割～まちづくり・地域の生活との共存の観点～

- 事業がしやすい環境・仕組みづくりの面から支援
- 各種調整、制度づくり、インフラ整備など
- 外部協力者等との関係構築のための支援・仕組み・環境づくりの面から支援

地域事業者・市民の役割

～観光産業振興・観光誘客の観点～

- 観光事業の主体者として、観光コンテンツの創出・提供、サービスの提供・改善、施設整備、誘客の実施など
- 観光業での雇用環境改善
- 地域観光まちづくりの取組推進

観光関係団体の役割

～施策の推進の観点～

- 観光戦略の立案
- 戦略に基づく観光誘客の実施、観光消費額拡大の実行・支援
- マーケティング情報の収集・共有
- 観光戦略についての関係者合意形成

(2) 下田市の「日常にある本物」を生かすための戦略を描く

コンセプトに示す「日常にある本物」を生かすためには、来訪者と、この「日常にある本物」との接点をいかに創出するかが重要です。地域の営みと触れ合う滞在コンテンツの充実、市民の日常に触れられる飲食や物販、祭りを通じた来訪者との交流などにより、地域と来訪者との関係性を構築していきます。これにより、滞在時間の延伸と市内消費の増加を図るとともに、市民にとっての生活の質の向上や誇りの醸成につながる好循環を目指します。

また、歴史や自然、文化といった多様な資源を有機的に結び付け、コンセプトに示す「日常にある本物」という軸のもと明確な優先順位を持って磨き上げることで持続可能な質の高い観光まちづくりを推進します。



3 計画推進の方向性

観光産業振興・観光誘客、まちづくり・地域の生活との共存、施策の推進の3つの観点で、計画推進の方向性を示します。以下では市が実施する施策の方向性と、その中で特に必要な事項として優先的に推進体制構築のもとで着手・実行していく内容を示します。なお、特に必要な事項の他、情勢変化の中で実施が求められる事項については、随時各主体と検討をしながら推進体制・予算確保の上で進めるものとします。

その1 観光産業振興・観光誘客の観点

～民間事業者・市民による観光事業推進・観光まちづくりの拡大～

下田市では、宿泊割合や単価の高さに加え、リピーターや紹介意向が強いという特性を生かし、観光消費額をさらに高める取組が求められています。みなとまちとしての活気、下田温泉の魅力や商店街・飲食店に残るオーセンティックな魅力を磨き直し、四季を通じたコンテンツづくりを支援し観光産業の活性化を図り、夏季に偏る観光需要の平準化を図ります。また、観光を契機に新たな仕事や雇用を創出する仕組みを整備し、地域に根差す担い手人材の確保・育成を進めることで、市民が主体となる観光まちづくりを拡大していきます。

観光振興に向けた具体の取組は、宿泊・飲食・物販、体験、交通等の事業者や地域の担い手による創意工夫が中心となります。市は、事業者等の取組が進みやすいよう、必要な情報・ノウハウの提供、人材育成、関係者間の連携づくり、資金調達支援、受入環境整備等を通じて後方から支えます。

【目指す姿】

- ・日常にある本物を大切に観光推進をしていく。
- ・経済の持続可能性を高めるために宿泊数増加、消費拡大による単価の向上。宿泊数を増やし特に地域に根差す宿泊施設、商店街や飲食店での消費拡大、夏季に集中する観光交流客数の通年平均準化を目指す。
- ・観光業の担い手人材の発掘、育成、確保を行い、観光産業の持続発展を目指す。

【目指す姿に対する現状】

- ・宿泊の割合は8割強と高く、平均単価も県平均より高い。現状リピート意向、紹介意向は非常に高い。
- ・市民からも新たな仕事生まれ、雇用が増えることを望む意向が高い。
- ・日常の営みとの接点は、知る人ぞ知る価値であり、まだまだ知られていない部分が多い。

【方向性のイメージ】

下田は宿泊割合と単価が比較的高く、リピーター・紹介意向も強いという土台があり、観光体験の高付加価値化により、観光産業消費額の拡大支援を図ります。

【観光産業消費額の拡大支援】

- ・観光消費額をさらに高めるための宿泊施設魅力化、通年型の観光、高付加価値化の仕組み構築
- ・下田のオーセンティックを生かすコンテンツ・サービスなどマネタイズのためのノウハウ提供

情報共有や協業を生み出す場を設けることで、コンテンツ造成・資金確保・販売促進まで、市内横断の付加価値創出を図ります。

【事業者の動機付け・連携支援】

- ・事業者同士の情報共有、連携を促す交流機会の創出

事業承継や新規創業のチャンス、人材不足を背景に、多様な働き方創出による観光産業の継続と活性化を図ります。

【担い手発掘確保育成支援】

- ・観光事業の担い手人材の確保、雇用環境の改善の支援
- ・事業継承・スタートアップの支援

【特に必要な事項】

観光産業振興・観光誘客の観点から、特に必要な事項について以下に示します。各年度において実施計画の整理及び推進体制構築の上で実行します。

観光消費額をさらに高めるための通年型の観光、高付加価値化の仕組み構築

目指すこと	事業者が通年型の観光により消費機会の拡大を図ること、高付加価値化により消費単価を高めること。
やること	コンテンツの開発・実証、実施にかかるマーケティング調査の実施などを、ノウハウ提供や資金調達等で支援します。
担当	観光交流課



観光事業の担い手人材の確保、雇用環境の改善の支援

目指すこと	観光関連事業者における担い手人材の確保と、事業承継・新規参入を含めた持続可能な観光産業基盤の構築。
やること	事業承継や時代に即した新たな事業者の育成を支援するとともに、魅力的な職場情報の発信や移住・定住・関係人口施策と連動した人材誘致を支援します。あわせて、副業・兼業等の柔軟な働き方の導入や生産性向上を図り、外国人を含む若手からシニアまで、多様な世代が活躍できる就業環境整備を支援します。
担当	観光交流課 産業振興課 企画課



事業者同士の情報共有、連携を促す交流機会の創出

目指すこと	事業者が様々な取組を共有し、連携による新たな下田の魅力を作り出すこと。
やること	観光事業者をはじめ、一次産業や市民活動など関連する取組推進を担う皆様に参加できる情報交換・交流会の開催を支援します。新事業創造や事業者連携などの新たな動きを生み出す機会創出、アクションのためのノウハウ提供や資金確保の検討などが支援できる仕組みの構築を進めます。
担当	観光交流課 産業振興課



その2 まちづくり・地域の生活との共存の観点

～行政による市民の生活・文化・環境を守る仕組み・環境整備～

市民が誇る古いまちなみや港、里山の景観、自然環境を守ることは、下田市の観光の基盤であり、市民が安心して暮らせる環境づくりと不可分です。そのため、市は、ルールづくり、インフラ・公共空間整備、運用体制の構築等を通じて、観光と市民生活の両立を支える基盤を整えるとともに、祭りや地域行事等を通じた交流機会の創出を図り、観光によって市民と来訪者双方が潤う持続可能な観光まちづくりを実現します。

【目指す姿】

- ・市民が楽しむことができる観光、来訪者との交流により生活が豊かになること、市民の観光との関わりの場を増やすことを目指す。

【目指す姿に対する現状】

- ・市民は古くからのまちなみや風景、山の環境が守られることを望む傾向が高い。
- ・市民の観光への満足度は低く、道路渋滞、ごみのポイ捨てなどの観光による悪い影響への意見が多い。
- ・市民と観光客との接点は、祭りでの交流など限定的。

【方向性のイメージ】

日常にある本物をつくる、古くからのまちなみや風景を守り、活用していくために、下田の歴史文化の保全と周知を図ります。

【歴史文化の保全と周知】

- ・下田の暮らしと文化についての市民への価値を再認識する機会の創出
- ・観光来訪者と地元住民との交流機会の創出
- ・黒船祭における交流拡大・認知度向上
- ・伝統芸能の保全
- ・下田まち遺産の活用・保全

魅力の基盤である海・山・まちなか等の景観を守るため、保全活動の推進とルールの整備、公共空間の維持管理を強化します。観光利用と生活環境の両立を図ります。

【市内の環境整備・保全】

- ・海・山の自然環境保全の取組推進
- ・安心安全な海水浴場の整備
- ・まちなかの魅力的な空間活用の制度運用と景観整備
- ・まちなか・観光拠点のごみ問題の解消の仕組み導入

二次交通手段の確保、渋滞や駐車、動線の不便は来訪者満足度を下げます。市民生活にも負担を生まないために、インフラの整備と併せて観光案内と防災情報提供を強化し、来訪者の快適性と安全性の確保を図ります。

【インフラ整備】

- ・市内移動の二次交通手段の確保
- ・交通渋滞解消に向けた駐車場と道路の整備
- ・観光施設整備の推進、道の駅の再編整備の推進
- ・観光客に対する防災対策の推進

【特に必要な事項】

観光振興と地域生活共存の観点から、特に必要な事項について以下に示します。年度での実施計画の整理及び推進体制構築の上で実行します。

安心安全な海水浴場の整備

目指すこと	下田の海水浴場がこれからも安心して来訪者を受け入れられる魅力的な環境であり続けること。
やること	海水浴場の水質の良さを維持すること、安全管理の実施、天候や津波等災害に対する安全の確保、防犯面での取組、交通安全などの取組、そのためのルール作りを推進します。また安心安全な海水浴場についての情報の見える化を進めます。
担当	観光交流課 防災安全課



黒船祭における交流拡大・認知度向上

目指すこと	黒船祭での市外来訪者との交流と、そのための認知度向上により、下田の観光魅力発信のきっかけをつくること。
やること	黒船祭の運営に関して、市外来訪者との交流の機会創出や来訪者誘致のためのプロモーションの推進に取り組みます。
担当	観光交流課



市内移動の二次交通手段の確保と、交通渋滞解消に向けた駐車場と道路の整備

目指すこと	地域の安全確保と来訪者にとっての快適な交通環境をつくること。
やること	交通政策と整合を図りながら、バス・タクシーやレンタカーやレンタサイクル、各種モビリティでの二次交通の確保に取り組みます。また、交通渋滞解消のための自家用車制限等のルール検討や代替手段の検討、駐車場や必要な道路改修などの整備を検討します。
担当	観光交流課 建設課



その3 施策の推進の観点

～観光まちづくりの推進体制構築・運営と、外部との関係構築の仕組みづくり～

観光まちづくりを推進する新たな担い手組織の構築を検討します。地域の関係者での共通の戦略を持ち、今後はマーケティングに基づく適切なターゲットの見極めと戦略的プロモーションを行う体制を整備し、単価向上や持続的な誘客の実現を目指します。また、下田市は下田市グローバルCITYプロジェクトやワーケーション推進などを通じて、関係人口創出に一定の成果をあげています。今後もサーフシティとしての魅力やデジタルノマドの受け皿としての環境を磨き上げ、国内外の人材や企業との新たなつながりを強化します。これにより、外部と有機的につながる開かれた観光都市としての基盤を確立し、下田市の観光まちづくりを持続的に発展させていきます。

【目指す姿】

- ・適切なターゲットの見極めの中で、戦略的にコンテンツ企画、商品・サービス提供、プロモーションができる体制を持つことを目指す。
- ・下田市グローバルCITYプロジェクトや下田市 SURF CITY 構想、デジタルノマドなど施策による外部との関係構築をさらに進めていくことを目指す。

【目指す姿に対する現状】

- ・望ましいターゲットの見極めと単価向上策の打ち方、プロモーションに取組の余地があり。
- ・観光まちづくりを継続的に担う機能・組織、その運営のための安定的な財源が不十分
- ・下田市グローバルCITYプロジェクトやワーケーションの取組を通じて、関係人口の創出の一定の効果が見られる

【方向性のイメージ】

戦略的に観光推進を行うための体制づくりの支援と合わせて、安定的な観光財源の検討を実施していきます。

【観光推進体制・財源の強化支援】

- ・観光まちづくりの推進を担う機能・体制の強化検討支援
- ・ガイド組織の育成と活動領域の拡大
- ・安定的な観光財源の検討

限られた資源を戦略的に投資していくために、マーケティング機能を拡充し、適切なターゲットの見極めと今後ますます重要となるインバウンド誘致にかかる体制強化を図ります。

【マーケティング機能の強化】

- ・マーケティング機能の充実による観光ターゲット見極めと適切なプロモーション、DX導入によるデータ収集分析推進
- ・ターゲット誘致にかかる体制強化

観光まちづくりを進めるためには市内だけでなく、外部との関係構築も必要です。そのために既存取組の拡充をさらに図ります。

【外部との関係構築支援】

- ・下田市グローバルCITYプロジェクトや下田市 SURF CITY 構想等、関係人口の受け入れの施策の継続推進
- ・美しい伊豆創造センターや県との連携

【特に必要な事項】

観光まちづくり推進の観点から、特に必要な事項について以下に示します。年度での実施計画の整理及び推進体制構築の上で実行します。

観光まちづくりの推進を担う機能・体制の強化検討支援

目指すこと	戦略を持って観光まちづくりの事業推進を行い、持続的な観光誘客、消費額の拡大、担い手の維持確保などの地域経営を行うこと。観光事業者をはじめ関係する主体の適切な連携が生まれること。
やること	観光まちづくり推進を担う組織の強化に向けて、現状の下田市で必要な機能の整理とその担い手の確保育成を行います。
担当	観光交流課



ガイド組織の育成と活動領域の拡大

目指すこと	観光まちづくり推進として、下田のオーセンティックを伝えることでの観光の魅力・価値の向上と地域消費の拡大を図ること。市民自ら、まちの価値を再発見すること。
やること	ガイド人材の確保育成、消費単価の向上につながるコンテンツの開発、ビジネスとしての持続につながるサービス供給の仕組みを構築します。従来の観光ガイドの枠にとらわれず、多分野でのガイド人材の確保育成に取り組みます。また中高生によるガイド育成、そのためのフィールドワークや学習機会の創出などの参画機会をつくります。
担当	観光交流課 生涯学習課



安定的な観光財源の検討

目指すこと	選ばれ続ける観光地域であるための戦略的で継続的な取組が必要とされる中で、安定的に取組の財源を確保し、観光振興とまちづくりを両立させること。
やること	財源の確保に対しての入湯税のあり方や宿泊税等の導入についての検討、必要な取組に対しての用途の設定、その政策判断の方法等について検討します。
担当	観光交流課 財務課 税務課



4 観光推進にあたっての横断的な事業展開のイメージ

本計画では、下田市の観光価値を「日常にある本物（オーセンティック）」と位置付け、地域の暮らし・文化・自然環境と一体となった観光まちづくりを推進します。「下田市グローバルCITYプロジェクト」の方向性も踏まえ、世界に通じる魅力と持続可能性を備えた新しい下田の創出を図るものとして、市民の学びや郷土愛をつくとともに、世界とつながりを持つこと、人材の循環を持つことにもつながる方向性を、分野横断的に展開することを考えます。

その実現に向けた3つの方向性の横断的な事業展開について以下2点を例にイメージを示します。

①1年間を通じた海の活用と保全

【方向性その1：観光産業振興・観光誘客の観点】

下田の象徴的な観光の価値である「海」の日常にある本物を見直し、体験価値としてまとめることを考えます。通年で海の価値を生かす視点から季節分散型のマリン・ネイチャー体験、スポーツツーリズム、海とまちなかの回遊セット、夜のまちの交歓コンテンツ等の体験に、水産物の水揚げやそこでの市民の日常の姿や祭りの姿を関連付けることも考えます。市は、ノウハウ・資金調達・実証の支援を通じて、宿泊数の増加と消費単価の向上を後押しし、観光消費額の拡大と通年平均化を図ります。

【方向性その2：まちづくり・地域の生活との共存の観点】

海を守る視点から、安心・安全な海水浴場の維持管理を継続し、海・山・まちなかの景観保全、ごみ問題の解消スキーム、二次交通の確保、渋滞・駐車対策を関係部局と連携しながら実施を検討します。また、観光の価値向上を持続可能なものとするためには、地域の生活や環境との共存が不可欠です。市民が楽しめる「海」のあり方を考えることで、来訪者満足と市民の安心の両立を図ります。

【方向性その3：施策の推進の観点】

上記の方向性を実行するために、下田の海が選ばれ続けるための戦略を持って観光施策を進めます。海の通年活用のための地域内での体制構築や関係者の納得感ある戦略づくりのためのマーケティングの強化が必要です。あわせて、外部との関係構築（広域連携・関係人口施策）を進めます。



②インバウンド誘致と消費拡大

【方向性その1：観光産業振興・観光誘客の観点】

インバウンドを誘致するにあたり、量による消費拡大ではなく単価向上による質を重視します。適切な戦略に基づいた、宿泊・体験・市内消費の拡大に資するオーセンティックに共感し、来訪者との関係づくりを重視します。地域資源のストーリー化及びコンテンツ開発への支援や宿泊と連動した滞在型商品の造成に向けた事業者間連携などを促進し、民間による高付加価値商品の造成を後押しし、体験単価・宿泊単価の向上及び滞在時間の延伸を図ります。

【方向性その2：まちづくり・地域の生活との共存の観点】

市民の日常が守られてこそそのオーセンティックな体験づくりのためには、多言語の案内・標識や防災・交通情報の見える化、二次交通の確保と渋滞・駐車対策を強化し、オーバーツーリズムを回避しながら良好な市民生活とインバウンド来訪者満足度確保の両立を図ります。また、外国人にとっての非日常である「下田の日常」を体験してもらうための市民との接点づくりについても検討します。

【方向性その3：施策の推進の観点】

観光推進体制と財源の強化のもと、ターゲット見極めに資するマーケティング機能を拡充し、戦略的なプロモーションと体験造成の支援を担う機能の検討を支援します。加えて、下田市グローバルCITYプロジェクト、下田市SURF CITY構想、関係人口施策等で作られている外部ネットワークを活用し、観光推進体制の強化、戦略的な誘致、消費拡大を図ります。



5 第3次下田市観光まちづくり推進計画の全体像

【観光まちづくりのコンセプト】

下田市の観光の価値は「日常にある本物」

下田のオーセンティックとして、変わらない地域の営みを残し生かす

その1 観光産業振興・観光誘客 ～民間事業者・市民による観光事業推進・観光まちづくりの拡大～			その2 まちづくり・地域の生活との共存 ～行政による市民の生活・文化・環境を守る仕組み・環境整備～			その3 施策の推進 ～観光まちづくりの推進体制構築・運営と、外部との関係構築の仕組みづくり～		
観光産業消費額の拡大支援		担い手発掘確保 育成支援	歴史文化の保全と周知	市内の環境整備・保全	インフラ整備	観光推進体制・ 財源の強化支援	マーケティング機能の強化	外部との関係構築支援
<ul style="list-style-type: none"> 観光消費額をさらに高めるための宿泊施設魅力化、通年型の観光、高付加価値化の仕組み構築 下田のオーセンティックを生かすコンテンツ・サービスなどマネタイズのためのノウハウ提供 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者同士の情報共有、連携を促す交流機会の創出 	<ul style="list-style-type: none"> 観光事業の担い手人材の確保、雇用環境の改善の支援 事業継承・スタートアップの支援 	<ul style="list-style-type: none"> 下田の暮らしと文化について、市民への価値を再認識する機会の創出 観光来訪者と地元住民との交流機会の創出 黒船祭における交流拡大・認知度向上 伝統芸能の保全 	<ul style="list-style-type: none"> 海・山の自然環境保全の取組推進 安心安全な海水浴場の整備 まちなかの魅力的な空間活用の制度運用と景観整備 まちなか・観光拠点のごみ問題の解消の仕組み導入 	<ul style="list-style-type: none"> 市内移動の二次交通手段の確保と交通渋滞解消に向けた駐車場と道路の整備 観光施設整備の推進 観光客に対する防災対策の推進 	<ul style="list-style-type: none"> 観光まちづくりの推進を担う機能・体制の強化検討支援 ガイド組織の育成と活動領域の拡大 安定的な観光財源の検討 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング機能の充実による観光ターゲット見極めと適切なプロモーション ターゲット誘致にかかる体制強化 	<ul style="list-style-type: none"> 下田市グローバルCITYプロジェクトや下田市 SURF CITY 構想、関係人口の受け入れの施策の継続推進 美しい伊豆創造センターや県との連携強化

分野横断的な事業展開を実施

例) ①1年間を通じた海の活用と保全 ②インバウンド誘致と消費拡大

第4章 計画の推進について

1 役割分担イメージ

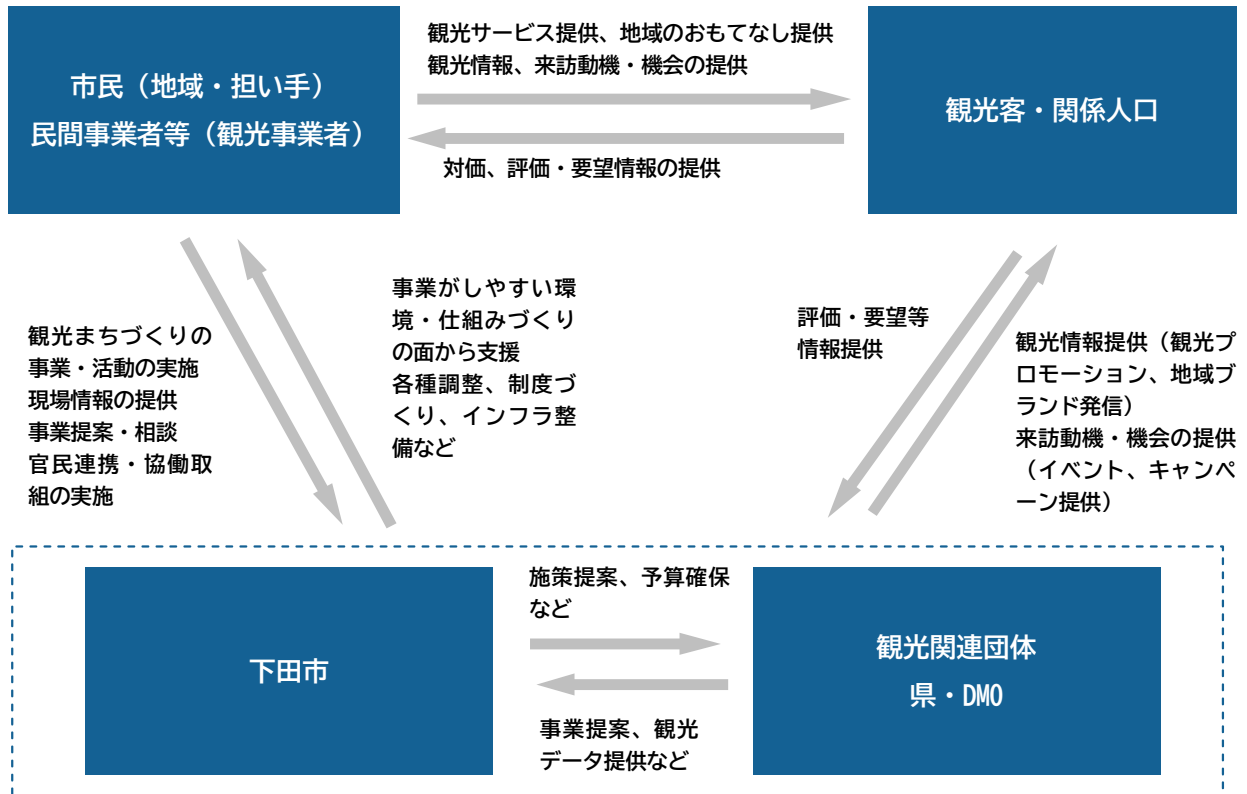
本計画の推進に向け、下田市、市民、民間企業、行政・関連団体で役割を明確化し、相互連携の要点を整理します。役割の重複を避けて効率的な計画の推進を図ります。

■主な事業主体とその役割

主体	役割
下田市	<ul style="list-style-type: none"> 政策立案・推進：本計画と上位・関連計画との整合を取りながら推進、ソフト・ハード整備に向けた計画変更、規制緩和の誘導 対外調整・資金獲得：国・静岡県・伊豆半島内自治体・美しい伊豆創造センター等との調整、交付金・補助金等の外部資金獲得、国県への要望 情報発信・データ統合：観光資源・事業情報の案内、各種データの一元化と情報開示 受入基盤の環境整備：事業者・市民・外部協力者・関係人口の取組を支える基盤整備（景観形成、交通、人材確保策等）
民間事業者等（観光事業者）	<ul style="list-style-type: none"> 市内観光業（宿泊・飲食・アクティビティ等）：観光産業の担い手、新コンテンツ創出による満足度向上、マーケティングデータ収集のタッチポイント 市内その他企業：雇用創出、地域資源情報・ノウハウ提供、市内外連携 市外観光業（旅行会社・ツアーオペレーター・OTA等）：集客力拡大（高齢層、若年層、インバウンド）、プロモーション協力、口コミ・レビューの収集・活用 メディア（新聞・テレビ・Web・インフルエンサー等）：戦略に基づくターゲットに沿った情報発信・プロモーション 市外その他企業：投資、スポンサーシップ、海外含む全国での広域連携
観光関連団体・県・DMO	<ul style="list-style-type: none"> 観光協会：観光情報の集約・提供、イベント支援、ネットワーク形成支援、美しい伊豆創造センターとの連携、宿泊業以外のマーケティングデータ収集 旅館協同組合：宿泊事業者間・市内企業とのネットワーク形成支援、マーケティングデータ収集 静岡県：県内外の広域連携の調整・促進、施策実行支援と情報共有 （DMO）美しい伊豆創造センター：伊豆半島内連携促進、ブランド戦略・プロモーション推進、マーケティング支援、教育研修・スキルアップ支援
市民	<ul style="list-style-type: none"> 地域のホスピタリティと誇りの醸成：受入・おもてなしの担い手、地域ガイド 課題発見・提案：地域の声を行政・事業者へ届け、観光まちづくりに寄与 地域資源の保全・継承：伝統文化参加／自然環境の保護・維持管理、次世代への教育
観光客・関係人口	<ul style="list-style-type: none"> 初来訪の観光客：第一印象の発掘、新たな観光資源の発掘、若年層中心のSNS・UGC（User Generated Content）発信 リピーターの観光客：下田ファンとしての深化（家族ぐるみの宿泊・飲食等）、提供側（コンテンツ造成等）への参画も期待 移住・定住検討者：外部視点での地域資源再評価、地域コミュニティとの橋渡し、外部ネットワーク強化、新規サービス創出

2 推進体制関係図

推進におけるそれぞれの主体の観光まちづくりにおける連携関係について整理をします。



上記の連携のもとに目的に応じて、分野横断的なプロジェクトチームを適宜組成し計画推進を図ります。

3 進捗管理の仕組み

本計画では、観光まちづくり推進の方向性を整理しました。観光振興のコンセプトのもとに進めるべき事業、特に必要な事項を中心に、事業推進における進捗管理を定期的に行います。進捗管理にあたっては、様々な要因による内外の情勢や環境が変化すると考えられることから、実施内容の検証として、年に1回の観光消費額の算定、市民、観光客へのアンケート調査の実施により、定性的・定量的に進捗を確認します。また、施策推進の当事者による評価として、観光事業者、各種団体、市関係課による事業推進の評価を行います。

なお、「下田市観光まちづくり推進本部会」は毎年開催することとし、観光まちづくりの現状評価および、事業推進中であっても必要に応じて、実施内容の見直しを行いながら、事業推進を図ります。

【PDCA サイクルイメージ～各年でのサイクルにより状況の変化に対応～】



■進捗管理のための会議体

会議体	役割
下田市観光まちづくり推進本部会・幹事会	観光施策に関わる市民、事業者、行政などの機関が連携し、観光振興に必要な取組を一元的に管理する体制を整備することで、本計画の進行管理や施策の評価をはじめ、観光ニーズの変化などに対応します。 総合的な観光振興の推進やそれらに関する関係部局間との調整などを行い、進行管理シートを作成し、指標と施策を関連付ける他、施策の進捗を確認するとともに、課題を整理し、施策や事業の見直しを検討します。
観光まちづくり会議（仮）	市民及び事業者参集による情報共有、事業アイデア検討の場づくりを実施します。 既存事業の改善、新事業創出、人材確保などの検討、現場の課題の共有など具体的な事象についての共有検討の場とします。

4 計画の進捗確認のための数値設定

観光振興のコンセプトを実現するための進捗確認項目一つとして、3つの方向性に対応する数値を設定します。5年後（令和12年度）の下田の観光のあるべき姿となる想定値を仮説として設定し、毎年の指標の算出により、施策推進の妥当性判断に活用します。

■各項目における進捗の評価指標と評価方法

項目	指標	現状値 (令和6年度)	想定値 (令和12年度)	評価方法
その1 観光産業振興・ 観光誘客の観点 ～経済的効果を高める～	下田市の 観光消費額 (百万円)	91,562	109,465	アンケートによる 消費金額と観光交 流客数により算出
	観光交流客数 (人)	2,028,794	2,500,000	統計調査の 推移把握
	宿泊客数 (人)	913,718	1,000,000	統計調査の 推移把握
	外国人宿泊客数 (人)	36,853	100,000	統計調査の 推移把握
その2 まちづくり・地域 の生活との共存の観点 ～市民の生活をより豊かに する～	市民の観光施策 への満足度	26.5%	50.0%	アンケートによる 把握
その3 施策の推進の観点 ～顧客目線での観光マネジ メントを推進する～	観光客の 観光満足度	87.4%	90.0%	アンケートによる 把握

※観光消費額算出の考え方（第2次計画は、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、下田市の観光交流客数で按分して推計しているが、第3次計画においてはアンケート調査より算出）

日帰り単価（1人1旅行）	宿泊単価
交通費：13,006円 土産・買い物：5,789円 飲食：10,111円 入場・施設利用：3,215円 その他：982円 合計＝33,103円	交通費：13,006円 宿泊：26,707円 土産・買い物：5,789円 飲食：10,111円 入場・施設利用：3,215円 その他：982円 合計＝59,810円

・R6日帰り客数＝観光交流客数－宿泊客数
 $= 2,028,794 - 913,718 = \underline{1,115,076}$ 人

・年間消費額

年間消費額＝日帰り単価×日帰り客数＋宿泊単価×宿泊客数

年間消費額（日帰り）：33,103×1,115,076＝36,912,360,828円（約369億円）

年間消費額（宿泊）：59,810×913,718＝54,649,473,580円（約547億円）

合計：91,561,834,408円（約916億円）

資料編

1 用語集

英数字

DMO（観光地域づくり法人）	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。
MaaS（マース）	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で検索・予約・決済等を一括で行うサービス。
MICE（マイス）	企業会議、報奨・招待旅行、学会・国際会議、展示会・見本市などのビジネスイベントの総称。
OTA（オンライン旅行会社）	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。
SDGs（持続可能な開発目標）	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。
SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）	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。

あ行

伊豆半島ジオパーク	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。
インクルーシブ観光（ユニバーサル観光）	年齢・障害・言語・文化等の多様性に配慮し、誰もが安心して楽しめる観光のこと。移動・情報・支払い・施設のバリアを減らす取組全般を含む。
インバウンド	外国人が日本へ訪れる旅行のこと。

か行

ガストロノミー	食文化そのものを資源と捉える考え方。地場産食材、郷土料理、食体験、作り手の物語等を通じて地域の価値を伝える観光のこと。
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。

さ行.....

下田市グローバル CITY プロジェクト	下田市が進める、世界とつながる開かれた人材・関係人口の循環を促す取組の総称。本計画の横断的方針と整合。
下田市 SURF CITY 構想	サーフィンを核に、暮らし・観光・コミュニティを結び付ける下田市の取組。体験造成や受入環境の磨き上げを含む。

た行.....

デジタルノマド	ICT を活用し、場所や時間に縛られずに働く人々。長期滞在・多拠点居住との親和性が高く、関係人口や平準化需要の創出に寄与する。
デフサーフィン	聴覚障害者を含む人々が楽しめるよう、手話や視覚的サイン、事前レクチャー等の工夫を取り入れたサーフィンの取組。

な行.....

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。
ノマド	本来は遊牧民の意。転じて、固定的な勤務場所を持たず可動的に働く人々。デジタルノマドの広義概念として本計画では扱う。

ま行.....

マネタイズ（収益化）	商品・体験・コンテンツを収益に結び付けること。価格設計、販売導線の構築、ターゲット別のプラン造成等を含む。
マルチハビテーション（多拠点居住）	都市と地方など複数拠点を行き来して暮らすライフスタイル。

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。
---------	---

2 「第3次下田市観光まちづくり推進計画」策定体制

本 部 会	下田市	下田市長	松木 正一郎
	(一社)下田市観光協会	会長	渡辺 一彦
	下田商工会議所	会頭	田中 豊
	富士伊豆農業協同組合	伊豆太陽地区本部副本部長	後藤 守宏
	伊豆漁業協同組合	代表理事組合長	加藤 紀久夫
	下田温泉旅館協同組合	理事長	奥居 麗
幹 事 会	(一社)下田市観光協会	事務局長	藤原 徹佳
	下田商工会議所	専務理事	石井 敏
	富士伊豆農業協同組合	地区営農販売課	野田 政哉
	伊豆漁業協同組合	総務統括課長兼下田支所長	津曲 真生
	静岡県賀茂地域局	次長兼地域課長	飯田 雅之
	伊豆急ホールディングス(株)	経営企画部地域共成課長	若色 祐二
	(株)東海バス	下田営業所所長	青木 守
	東日本旅客鉄道(株)	室長	黒川 真
	楽天グループ(株)	コマース&マーケティングカンパニー 地域創生事業共創事業推進部観光共創課観光共創コンサルティンググループ	箱井 彩佳
	(株)リクルート	じゃらんリサーチセンター	武藤 玄弥
	(株)JTB	伊豆箱根仕入販売センター 地域統括担当部長	澤井 義弘
	下田市	産業振興課課長	大原 清志
	下田市	生涯学習課課長	増山 順一郎
	下田市	企画課課長	平井 孝一
	下田市	建設課課長	佐々木 豊仁
下田市	観光交流課課長	田中 秀志	
事 務 局	下田市	観光交流課	

3 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設置要綱

令和3年9月17日告示第122号

下田市観光まちづくり推進本部設置要綱

(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図ることを目的に、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。

(所掌事項)

第2条 推進本部は、次に掲げる事項を所掌する。

- (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項に関すること。

(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、副会長は委員のうちから会長が指名する。

3 委員は、次に掲げる職にある者を市長が委嘱する。

- (1) 下田市観光協会協会長
- (2) 下田商工会議所会頭
- (3) 富士伊豆農業協同組合伊豆太陽地区本部副本部長
- (4) 伊豆漁業協同組合代表理事組合長
- (5) 下田温泉旅館協同組合理事長

条沿革

(会長及び副会長)

第4条 会長は、会務を総理し、推進本部を代表する。

2 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。

(会議)

第5条 推進本部の会議（以下「会議」という。）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、これを開くことができない。

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、会長の決するところによる。

4 会長は、必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、意見又は説明を聴くことができる。

(幹事会)

第6条 会長は、第2条に掲げる事項に関し、調査及び検討を行うため、推進本部幹事会（以下「幹事会」という。）を置く。

2 幹事会は、幹事長及び幹事をもって組織する。

3 幹事長は、観光交流課長をもって充てる。

4 幹事長に事故があるとき、又は幹事長が欠けたときは、あらかじめ幹事長が指名する幹事はその職務を代理する。

5 幹事は、次に掲げる者を市長が委嘱又は任命する。

(1) 関係行政機関の職員

(2) 専門的知識を有する者

(3) 商工又は観光関係団体に属する者

(4) 下田市職員のうち市長が指名する者

(5) 前各号に掲げるもののほか、会長が必要と認める者

6 前条の規定は、幹事会の会議に準用する。この場合において、同条中「推進本部」とあるのは「幹事会」と、「会長」とあるのは「幹事長」と、「委員」とあるのは「幹事」と読み替えるものとする。

(庶務)

第7条 推進本部及び幹事会の庶務は、観光交流課において処理する。

(その他)

第8条 この要綱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

この告示は、公示の日から施行する。

附 則（令和4年3月24日告示第20号）

この告示は、令和4年4月1日から施行する。

発行日 令和8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/>

