

令和7年1月31日

石巻市議会議長 遠藤 宏 昭 殿

会 派 名 無会派  
代表者名 齋 藤 澄 子

## 調 査 報 告 書

調査した概要は次のとおりであります。

### 記

- 1 調 査 者 氏 名 齋藤澄子
- 2 調 査 期 間 令和7年1月28日から  
令和7年1月29日まで 2日間
- 3 調 査 地 静岡県伊東市  
及び調査内容 ・ 地域資源を生かした観光戦略とインバウンド対応について  
・ 東海館現地視察

### 4 調 査 目 的

伊東市は、令和6年度から令和10年度までの5年間を計画期間とした第4次伊東市観光基本計画を策定し、観光地としてのブランディング、「量」から「質」への転換、インバウンド市場の開拓、効果的な情報発信、持続可能な観光地域づくりへの全市的対応、交通手段の充実といった6つの課題に取り組んでいる。

伊東市の文化施設である東海館は、昭和3年に庶民の温泉宿として開業し、多くの人々に親しまれていたが、平成9年に温泉宿としての営業を終了し、建物は伊東市に寄贈された。平成13年から文化施設として開館した。

当時の職人たちが腕をふるった建物は、桧や杉などの高級な木材や変木とよばれる形の変った木々をふんだんに用いた美しい和風建築であり、廊下や階段、客間の入り口など、館内随所に職人たちの手工を凝らした建築美が生きている。

新型コロナウイルス感染症によって激減した訪日外国人数は、コロナ禍以降、円安の影響もあり、徐々に回復しており、本市としても、インバウンド対応は観光戦略において必要不可欠であるため、伊東市の取組を視察し今後の事業の参考とする。

## 5 調査概要

### ○伊東市の概要

人口（2024.12月末）64,438人。

世帯数（2024.12月末）35,726世帯。

年齢区分別人口割合（2024.11月末）15歳未満＝7.1%、15～64歳＝48.6%、65歳以上44.3%。

- ・伊東市の魅力（地域資源）～花と海といで湯の街～

日本三大温泉郷＝別府温泉（大分県）、由布院温泉（大分県）、伊東温泉。

全国屈指の温泉資源＝湧出量：毎分約27,000リットル、源泉数：684口（全国3位）。

美しい自然景観＝市内域の44.7%が「富士箱根伊豆国立公園」に指定。2018年4月、ユネスコの世界ジオパーク認定。

多種多彩な宿泊施設＝温泉旅館、大型リゾートホテル、民宿、ペンション。

グルメ＝新鮮な魚介類やミカンなどの山海の幸。

充実した体験プログラム＝インドア体験、アウトドア体験、観光施設、美術館。

- ・年間来遊客数の推移（推定）

平成3年度899人をピークに約800万人から600万人と推移してきたが令和2年度新型コロナウイルスの影響を受け430万人に落ち込んだが、令和5年度には608万人コロナ前の94%へと回復してきている。

- ・令和5年度月別来遊客数（推定）＝年間宿泊率43%、最も宿泊客数が多い月は8月で32.6万人、宿泊客数と日帰り客数が多い月は10月で62万人の来遊客数となっている。

- ・伊東市への来遊客の状況（出典：令和5年度伊東市観光消費動向等調査）

性別＝男性39.7%、女性59.8%。訪問回数＝はじめて21.3%、2回13.1%、3回8.8%、4回以上56.9%。年齢層＝10代以下2.7%、20代13.5%、30代、14.6%、40代18.6%、50代28.6%、60代16.0%、70代以上6.1%。居住地＝東京都30.1%、神奈川県29.3%、静岡県14.3%、千葉県6.4%、埼玉県6.1%、愛知県3.1%、その他10.9%。同行者＝家族親族37.8%、夫婦恋人36.5%、その他、友人、一人、団体旅行など。

- ・訪問目的（複数回答）＝温泉での保養65.3%食事54.1%泊まりたい宿泊施設があった34.8%、適度な距離感32.7%。自然景観を見るため28.3%、以前来てよかった21.5%、アクセスが良い19.8%、旅行予算が手頃18.2%、観光施設や観光イベント15.0%。

- ・一層力を入れるべきだと思う事項（複数回答）＝食事、地元グルメの充実45.2%、街中活性化42.7%、アクセスの向上26.7%、温泉情緒の演出25.0%、観光施設、公

共施設の充実24.1%、観光イベントの充実21.7%、自然的景観、文化的名所の保全21.4%、その他、宿泊施設のサービス向上、体験型観光の充実、ジオパークのPR、海岸環境の整備。

○第4次伊東市観光基本計画について

- ・第5次伊東市総合計画（2021年度⇒2030年度）＝将来像「出会い つながり みんなで育む 自然豊かなやさしいまちづくり いう～行ってみたい 住んでみたい 住んでいたい まちづくり～」
- ・第十一次基本計画（2021年度⇒2035年度）＝政策目標「活力にあふれ交流でにぎわうまち」
- ・第4次伊東市観光基本計画（2024年度⇒2028年度）＝伊東観光の目指す姿（将来像）  
「思い出を紡ぐまち 伊東～訪れる方に それぞれの物語を～」豊かな自然、温泉、歴史、文化、海の幸・山の幸など多彩な魅力に触れる伊東ならではの体験ホスピタリティ豊かな地元の人々とのふれあい交流を通してその体験が忘れられない思い出になる“自然豊かなやさしいまち” いう。
- ・基本方針の3本柱～目指す姿の実現に向けて～

「観光動向の分析・情報発信の強化」＝静岡県データ分析プラットフォームの活用、伊東版オープンデータの構築、戦略的な情報発信及び進展する情報通信技術の活用、観光DXの推進。専任人材の確保、観光マップの充実とIT化推進

「新しい観光スタイルへの対応・市場開拓」＝伊東型マイクロツーリズムの推進、地域資源を活かした体験型観光のプロモーション、インバウンド観光の推進、ユニバーサルデザインを意識した環境整備、テーマ型ツーリズムによる高付加価値化、ワーケーションの推進。

「持続可能な観光地域づくり」＝観光ブランド力の強化、観光施設・資源の高付加価値化・長寿命化、観光消費額を増やす取組、観光人材の確保、交通利便性向上施策、観光目的財源の確保方法の検討

- ・宇佐美地区（北部）地区の特徴（強み）

1kmにわたる砂浜、海沿いの遊歩道が地区のシンボル。自然豊かな環境で、みかん・いちご狩り、美味しい回線が楽しめる。温暖な気候で、軽登山、サーフィン、海水浴などアウトドアの楽しみも充実。四季の美しさ、ウォーキングコースや歴史文化遺産が魅力で、都心へのアクセスも良好。

⇒【目指す将来像】アウトドアを満喫できるコンテンツが集積したまち

【施策の方向性】自然、歴史文化遺産とアウトドアをテーマにしたネットワーク形成

- ・自然を軸にした体験価値の向上⇒SUPや電動自転車サイクリングと海の幸の食体験、江戸城石垣石丁場跡などの歴史探訪ハイキング&フルーツ狩りなど、アウトドアと歴史文化遺産の魅力が融合した体験型のプログラムを充実させる。
- ・地区内回遊の促進⇒自然、歴史文化遺産、アウトドアが集積したまちの構造を活かし、手軽に宇佐美地区の魅力に触れることのできるモデルコースを作成する。あわせて、そのコースを巡る電動レンタサイクル、スロースマートモビリティ（電動小型車）など、環境に優しい移動手段の整備について検討。

・伊東市街地区（中部）地区の特徴（強み）

全国有数の湧出量を誇る温泉と歴史的建造物が魅力の温泉街。温泉情緒漂う松川遊歩道や川沿いの桜に心癒され、懐かしい街並みを歩きながらリラックスできる。美しい海岸線や昭和レトロな雰囲気がある地元の商店街も魅力。首都圏からのアクセスも良好で、自然と歴史・文化、多彩な食の魅力に溢れる、温泉観光地。

⇒【目指す将来像】ホスピタリティ溢れるそぞろ歩きの温泉街

【施策の方向性】駅前・商店街の活性化と食の魅力及びホスピタリティの強化

- ・温泉情緒溢れる街並みの整備⇒東海館・松川遊歩道をシンボルに、周辺地域も含めて、温泉情緒をテーマにした統一的デザインで、屋根付きベンチや仮設店舗スペースの配置、ストリートファニチャーなどを計画的に配置するなど、道路や公共空間の街並み整備を進め、歩いて楽しめる市街地づくりを推進する。
- ・伊東駅周辺の受け入れ体制整備⇒伊東駅周辺の受け入れ体制整備⇒大型キャリアバッグなどの手荷物預かり、外国人向け案内サービスやきめ細かな交通情報の提供など、伊東駅周辺における国内外観光客向け案内・サービス機能の充実を図る。

・南部地区（伊豆高原）地区の特徴（強み）

火口湖の一碧湖や大室山などのジオサイト、美しい海など、多彩な自然に包まれた、気候温暖なリゾート地。ダイビングやシーカヤックなどのアクティビティが楽しめ、多くのミュージアムや体験施設があり、アートフェスティバルなどの文化イベントも盛ん。新鮮な魚など食も充実。富士山と海の眺望がすばらしく、ペットフレンドリーな環境も魅力。

⇒【目指す将来像】自然とアクティビティが調和した体感リゾート

【施策の方向性】自然、歴史文化遺産とアウトドアをテーマにしたネットワーク形成

- ・長期滞在需要の開拓⇒これまで継続してきた健康保養地づくり施策などの蓄積を生かし、ヘルスツーリズムなど健康志向の高まりに合致した施策や、ワーケーションなどの新しい働き方に対応した環境整備を進める。

- ・ペットツーリズムの推進⇒ペット同伴可能な宿泊施設や飲食店などが集積しているため、独居世帯の増加などによるペット需要が高まる中で、リゾート地として今後新たな市場を開拓していく。ペット同伴者の受入れ環境整備、ペット同伴者に特化した情報発信、ペット用の食の魅力づくりなど含め、ペットツーリズムを推進していく。

#### ○伊東市観光施策について

- ・健康保養地づくり事業⇒豊富な湧出量を誇る温泉や豊かな自然を活用し、市民や観光客の健康増進と市内経済の活性化を図り、「ずっと住みたい また来たい 健康保養都市いとう」の実現に向けた事業を推進する。

健康保養地づくり事業⇒体験・交流プログラム開発事業、ウォーキングコース等整備事業

オレンジビーチマラソン事業

滞在型リフレッシュリゾート地推進事業⇒地域ネットワークの構築、教育旅行誘致

- ・地域活性化事業⇒地域経済を活性化させるための事業を行い、まちの賑わいを創出することで市外からの誘客を図る。

H I K A R I t o Y U K A T A にぎわい演出事業⇒竹あかりの設置・浴衣レンタル事業

和文化演出活用事業⇒東海館プロモーション、芸妓文化の保護・活用

伊東ゴルフメッカ推進事業補助金⇒ゴルフ場周辺環境整備・フジサンケイレディスクラシック

- ・観光イベント開催事業⇒本市最大の観光イベントである按針祭諸行事及び季節ごとに多彩な観光イベントを実施することで本市へのさらなる誘客とイメージアップを図る。

春季・夏季・秋季・冬季イベント開催事業

按針祭執行事業⇒灯籠流し・太鼓合戦・式典・花火大会

警備委託料

- ・観光情報発信事業⇒首都圏を中心とした駅へのポスターの掲示、各種リーフレットの作成・配架及び着地での市内観光におけるマップ等を作成し、来誘客の利便性向上を図る。

有料プレスリリース活用事業

観光宣伝印刷物等作成事業⇒ポスター、リーフレット、マップ等の印刷、首都圏駅への掲示

メディアミックス宣伝事業⇒ロケ地情報の集約

観光情報サイト管理更新事業⇒公式観光ホームページ

観光案内所運営事業⇒伊東マリンタウン内

・観光宣伝補助事業⇒投資の観光資源及び多様な観光イベント等を宣伝するための誘客キャンペーン、外国人観光客誘致事業等を実施し、当市への誘客及びイメージアップ向上を図る。

伊東温泉イメージアップ事業⇒首都圏プロモーション・伊東温泉魅力発信事業・ダイビングプロモーション

外国人観光客誘客活動推進事業⇒情報発信、総合パンフレット作成、外国人来遊客のデータ分析

・観光宣伝補助事業⇒当市の観光振興に必要な様々な事業に対し必要な補助を行い、事業の円滑な推進を図る。

伊東温泉観光振興事業補助金（(一社)伊東観光協会）

誘客対策促進事業補助金⇒誘客の効果的な事業を実施する団体に対する補助、補助率1/2、補助上限額200万円 例：地区の花火大会、森の露天市、クラフトの森フェスティバル

・シティプロモーション事業⇒当市のブランディングを進めるとともに、ロケツーリズムの手法を用いたプロモーションやデジタル技術を活用したマーケティング等を実施する。

観光プロモーション事業⇒観光地「伊東」のイメージづくり、プロモーションの内容検討

デジタルマーケティング事業⇒YouTubeを活用した動画広告発信、視聴データの分析

まくら投げプロモーション事業⇒独自のイベント「まくら投げ」を活用したプロモーション

ロケツーリズム⇒ロケの支援、ロケを活用したプロモーション・ツーリズム

伊豆高原観光オフィス運営事業

地域おこし協力隊による情報収集・情報報発信

・観光施設維持管理・整備事業⇒観光施設及び指定管理施設の維持・管理・整備  
城ヶ崎海岸遊歩道・門脇埼灯台、吊り橋、駐車場、観光トイレ（37カ所）、海浜プール、ふれあいセンター、観光会館、伊東温泉文化・観光施設「東海館」など

・海岸等維持管理事業⇒海水浴場（市内4カ所）の開設・運営、海岸美化（通年）

・花咲く伊東整備事業⇒伊東駅前・国道沿い花壇等の維持管理

・ジオパーク推進事業⇒伊豆半島ジオパークを構成する資源の維持管理・整備

※2018年にユネスコ世界ジオパークに認定

- ・都市公園維持管理・整備事業⇒都市公園内（市内20カ所）の維持管理・整備  
都市公園内で行われるイベントの運営（ほたる鑑賞会・つばき鑑賞会）

○伊東市の観光イベントについて

- ・春⇒さくらの里夜桜鑑賞会、小室山公園つつじ鑑賞会、フジサケイレディスクラシック、伊東祐親まつり、ほたる鑑賞会
- ・夏⇒松川タライ乗り競争、按針祭、夢花火、地区花火大会（宇佐美区・八幡野区・川奈区）
- ・秋⇒尻つみ祭り
- ・冬⇒とっておき冬花火&冬のよさこいソーズラ祭り、伊東オレンジビーチマラソン、伊東温泉めちゃくちゃ市、大室山山焼き、全日本まくら投げ大会 i n 伊東温泉

○伊東市の地域資源を生かした観光振興について

- ・温泉⇒日本三大温泉郷、全国屈指の湧出量⇒観光プロモーションでの温泉の活用。  
入湯税の超過課税（R7.10～）による観光振興策の実施。
- ・自然⇒伊豆半島の成り立ち、火山活動⇒富士箱根伊豆国立公園・伊豆半島ジオパークの活用。伊藤八景（大室山、小室山、城ヶ崎公園、一碧湖等）。体験プログラム（マリンスポーツ・ゴルフ等）。イベント（さくらの里夜桜鑑賞会・フジサンケイレディスクラシック）。
- ・食（グルメ・土産）⇒新鮮な魚介類、みかんなどの山の幸、お菓子⇒観光プロモーションでの魚介類の活用。ミカン狩りの周知・観光キャンペーンでのみかんの活用。  
お菓子い共和国・大室山スイーツの周知。
- ・宿泊施設⇒多種多彩な宿泊施設（様々なニーズに対応可能）⇒希望に応じた宿泊施設の紹介。観光プロモーションでの宿泊施設の活用。
- ・歴史・偉人⇒温泉文化、源頼朝、八重姫、三浦按針、日蓮上人⇒温泉情緒を活かした観光施策（竹あかり・東海館）。イベント（松川タライ乗り競争・按針祭・尻つみ祭り・大室山山焼き・全日本まくら投げ大会）。
- ・まち全体⇒様々な魅力のある「まち」⇒ロケーションツーリズム

○ロケツーリズム推進事業～伊東市ロケーションサービス事業～

- ・事業目的⇒映画、テレビ番組等のロケの積極的な誘致及び支援により、本市の持つ魅力を広く発信し誘致を図るとともに、地域への経済効果や自分たちの住んでいる地域が作品に取り上げられることによる市民のシビックプライドの醸成を目的に実施。

・事業概要⇒ロケ地情報雑誌やウェブサイト等への本市ロケ情報の掲載。映画・ドラマ・バラエティ等の製作者を集めたロケハンツアーの実施。官民協働による伊東ロケーションサービスの設立。本市で撮影された作品に対し、撮影費の一部を補助。

・実績⇒令和5年度問合せ件数：148件、撮影決定数：83件（撮影決定率：56.1%）

#### ○伊東市のインバウンド施策について

##### 令和6年度実施事業

・トップセールスの実施⇒予算1,000千円⇒台湾の現地エージェント・メディア等に対してトップセールスを行い、本市の魅力をPRすることで誘致を図る（伊東市インバウンド推進協議会に業務委託）

・中国への情報発信事業⇒予算1,000千円⇒本市が発信しているY o u T u b e 動画の閲覧環境がない中国に対し、中国で主流のSNS（WE I B O）を活用した情報発信を日本在住の中国人が行い、一層の誘客を図る（伊東市インバウンド推進協議会に業務委託）

・総合パンフレット更新事業⇒予算1,000千円⇒令和5年度に印刷した英語版の加え、繁体字、簡体字、ハングルの総合パンフレットを更新し、情報発信への活用と外国人観光客来訪時の利便性向上を図る（伊東市インバウンド推進協議会に業務委託）

・インバウンド宿泊棟調査事業⇒予算3,000千円⇒本市へ来訪する外国人観光客の国籍、宿泊状況等をより正確に把握、分析するための調査業務を行い、一層の誘客に繋げるための政策立案の基礎資料とする（株式会社NTTドコモに業務委託）

・デジタルマーケティング事業⇒予算5,000千円⇒インバウンド向けの動画をY o u T u b e を活用した動画広告配信し、伊東市への誘客を推進するとともに配信結果を基に、伊東市に関心を持つ国や年齢層などを把握し、効果的なPRを行う（㈱西日本新聞メディアラボに委託）

・インバウンド推進協議会への補助金交付⇒予算550千円⇒タイの現地エージェントや現地メディア等に対するセールスコールを実施し、本市の認知度向上及び本市への更なる誘致を図る。また、現地で開催されるT I T F（タイ国際旅行フェア）の視察を行う。

##### 伊東市における課題・対応

・外国人観光客の動向が把握できていない。外国人観光客が市内でこういった動きをするのか、また、伊東市の前後こういった場所に行くのか把握できていない⇒令和6年度から外国人観光客の動向を把握するための調査・分析事業を実施しており、その結果を基に、効果的な事業立案を行う。



- ・外国人観光客の受け入れ体制が不十分。外国人観光客が安心して観光するために必要なフリーW I - F I や案内の整備が進んでいない⇒パンフレット・看板の多言語案内サービス、フリーW I - F I 整備などをさらに進めるとともに、トイレの利用方法などマナー啓発のための案内を整備していく。

- ・外国人観光客に観光情報が届いていない。情報発信力が不足しており、伊東市を訪れる可能性のある外国人観光客に必要な情報が届けられていない⇒日本や伊東市にある観光資源に関心がある層を把握し、必要な情報が届けられるようマーケティングを行うとともに、外国人観光客の興味を引くコンテンツを提供していく。

- ・一部施設でオーバーツーリズムが発生している。伊東市の南部にある大室山が、中国のW E I B O で多く投稿されており、休日を中心に、周辺道路の渋滞や路線バスの混雑などが発生している。

## 6 所感及び石巻市への政策提言等について

伊東市は、日本三大温泉郷にもなっているため温泉を求める観光客が多い一方、美しい自然景観やグルメ、アウトドア体験などが充実している。そして、首都圏からのアクセスも良いし、観光客の多い熱海より静かにゆっくり観光できるのも魅力ではないかと感じた。インバウンドに関しては、携帯電話の電波を活用して誘客数を把握している。また、中国への情報発信などインバウンド向けの伊東市の動画広告を配信しており、その情報をもとに訪れた外国人観光客も多いとのこと。

石巻市も自然景観やグルメに関しては伊東市に負けないと思うが、観光して回るには、萬画館は駅からも歩いて行けるが、バスなどの公共交通がないサン・ファンパークや南浜復興祈念公園、大川小学校などは離れているため、車がないと回りきれない。宿泊するにも施設が少ないため、観光客は松島などに宿泊している現状になっているのでは。せっかく石巻市を選んで観光に来ている方々がいるのに残念に思う。観光客が、もっとスムーズに観光できるようにしていただきたい。

7 調査経費 46,960円

8 添付書類 別添資料のとおり