

[研究論文]

## 伊東市の観光開発の歴史と今後の課題

玉木栄一

### 〈要 約〉

伊東市は、富士箱根伊豆国立公園の指定区域にあり、温暖な気候、豊かな自然と美しい景観に恵まれ、また古くから全国に知られた温泉地でもある。さらに最大の観光市場である首都圏に近く、交通の利便も良い。まさに観光地として必要な条件を全て備えている。

第二次大戦後は、交通の利便性が増して、観光開発も進み、大幅に観光客数を伸ばしていった。しかしバブル崩壊後の長期的な経済不況に入ると、観光需要低下に対しての効果的な対応策が打てず、他の観光地と同様に、観光客が年々減少していった。

こうした近年の停滞から脱却し、かつての輝きを取り戻すために、この論文は、伊東市の観光開発・観光振興戦略の方向性を提示することを目的として進められた。まず伊東市の概要と歴史を概観し、伊東市は、江戸時代から続く小さな村が合併し出来た町であり、古くから観光が主な産業であったことを確認した。伊東市観光の歴史を考察すると、温泉地としての発展は、明治時代の鉄道と道路網の整備から始まり、昭和13年(1938年)の鉄道・伊東線の開通で大きく発展したことが分かった。戦後では、昭和36年(1961年)の伊豆急線の開通で、伊東市南部の別荘地の開発が進み、1970年代から、リゾート型温泉保養地として大きく発展していった。

次に伊東市の観光資源、観光の動向や市の観光政策を調べ、SWOT分析を行った。その結果として、伊東市観光の課題とその対応としての戦略の方向性が明らかとなった。その戦略の方向性は、伊東市総合計画書の中にある方策と一致したもので、次の4つが提示された。

- 1) 積極的攻勢戦略：外国人観光客の誘客推進
- 2) 差別化戦略：首都圏での地域資源を活用した観光マーケティング活動の強化
- 3) 段階的施策戦略：外国人観光客の受入体制の整備
- 4) 専守防衛戦略：外国人観光客の誘致で、市街地と観光地の活性化を図ることと、自然災害の危機管理体制の強化

そしてこれらの戦略の方向性は、伊東市街の温泉地と伊豆高原地域の観光開発・観光振興戦略に取り入れられ、これからの伊東市観光の観光開発・振興戦略として提案された。

この論文では、伊東市の観光開発歴史の考察と観光の現状分析から、今後の取り組み課題を把握し、戦略の方向性を示しているが、ここで提示された戦略の実施には、伊東市観光のステークホルダーとの議論を重ね、詳細の施策を実施計画に落とし込んでいく必要がある。

キーワード：伊東温泉、観光開発、観光振興、インバウンド観光

### はじめに

伊東市は、静岡県東端にあり、首都圏から近く交通の利便性にも恵まれていることから、古くから温泉保養地として親しまれてきた。市の区域の約45%が「富士箱根伊豆国立公園」に指定されており、

温暖な気候と豊かな自然環境から、1960年代には、市の南部で別荘分譲地、観光施設やレジャー施設等の開発が進み、現在では、「伊豆高原」をブランドとして日本有数の別荘地・リゾート地域となっている。2013年現在、人口約72,000人の伊東市は、年間で宿泊観光客259万人、日帰り観光客387万人、合計で646万人の観光客を受け入れ、観光が市の経済を支える観光都市となっている。

しかしながら、伊東市への観光客数は、1991年をピークにして、20数年もの長い間低迷を続けている。かつて温泉客でにぎわっていた温泉街は寂れ、若い観光客が大挙して押しかけていた伊豆高原リゾートもかつての輝きを失ってきている。

こうした状況から、この研究の目的は、これからの伊東市観光の発展のために、どのような課題があり、それらの対応策を検討し、戦略としての方向性を提示することである。

そこで、まず伊東市の概要と歴史を概観し、次に観光の歴史、観光資源、観光の動向、観光客の特徴などを考察し、伊東市が目指す観光の形を明らかにする。そして、伊東市観光の現状分析を行い、その分析結果から、優先すべき課題を見つけ、対応策を議論し、伊東市が目指す観光の実現のための戦略の方向性を明らかにし、戦略案として提示する。

## 1. 伊東市の概要

### 1-1 伊東市の位置と地形

伊東市は、ほぼ日本の中央にあり、首都と県都静岡の中間にあり、北緯35度02分～34度50分、東経139度02分～139度09分に位置している。市の面積は、124.12km<sup>2</sup>で、東西に10.45km、南北に20.45kmと広がっている。

伊東市の市街地は、伊東大川の谷底低地から山原の傾斜地に広がっている。北部から中心部の海岸線は平坦であるが、南部は伊豆東部火山群の溶岩が流れ込んだ海食崖の海岸となっている。中心部以外は丘陵地帯で、西端の山稜は、富士箱根伊豆国立公園として指定を受けている区域が多い。南西部には、天城火山が北東方面に流した斜面に、遠笠山、伊雄山、矢筈山、孔ノ山などがそびえている。

### 1-2 伊東市の気象

伊東市は、「伊豆は常春」を代表するように、夏涼しく冬暖かく、避暑や避寒の最適地として、明治時代から別荘地として知られている。太平洋に面する伊豆半島は、常に暖かい黒潮に洗われており、背後には天城山系などの山地に囲まれて、冬の冷たい季節風から守られているからである。伊東市街地の年間平均気温は、16.1度で、冬季（12月～2月）の平均気温が7.3度、夏季（7月～9月）の平均気温が25.1度で、九州の鹿児島や宮崎とほぼ等しい。年間降水量は、2,288mmで、県内では多雨地帯に属している。

### 1-3 人口

2013年の人口は、男性34,203人、女性38,461人で、合計72,664人となっている。1994年に、74,070人を記録してから、20年以上も殆ど変化はない。一方、1世帯あたりの人口が、1990年には、2.6人であったものが、2013年には、2.1人と減少し、結果として世帯数は、1990年の27,905から2013年の35,065に増加した。

年齢構成では、2010年に、高齢者人口（65歳以上）が、27.2%で、2013年には、33.0%に増加しており、2013年の全国平均値（25.1%）をかなり上回っている。

図表1 伊東市の人口と世帯数の推移（1960年～2013年）

	1960年	1970年	1980年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2013年
人口	54,060	63,905	71,313	73,443	74,700	74,821	75,292	73,884	72,664
世帯数	12,371	17,837	24,401	27,905	30,100	31,847	33,701	34,727	35,065

出所：伊東市統計書 平成25年版

#### 1-4 産業別人口

2010年の統計では、就業人口32,277人の内、第1次産業の就業者数は2.5%、第2次産業では、13.4%、そして第3次産業が81.2%とあった。伊東市の主要産業が、現在では観光産業となっていることから、観光産業と関連する第3次産業が圧倒的であり、特に卸売・小売業の18.4%と宿泊業・飲食サービス業が同じく18.4%と大きな割合で占めている。

図表2 伊東市の産業別人口（2010年現在）

区分	総数	第1次産業	第2次産業	第3次産業	分類不能の産業
就業人口（人）	32,277	810	4,312	26,207	948
割合	100%	2.5%	13.4%	81.2%	2.9%

出所：伊東市統計 平成25年度版

#### 1-5 伊東市の歴史

##### 1-5-1 江戸時代の伊東

江戸時代には、「伊東」と言う地名はなく、現在の伊東市の中心部にある伊東平野あたりが「伊東」と呼ばれていた。現在の伊東市の地域には、16の村があり、その区域は、殆どそのまま現在の区になっている。江戸時代の16の村の名前は、宇佐美村、湯川村、松原村、和田村、竹の内村、新井村、岡村、鎌田村、川奈村、吉田村、萩村、十足村、富戸村、八幡野村、池村、赤沢村であった。

それぞれの村としてのまとまりは、室町時代に終わり頃に出来上がり、江戸時代初期の検地にて、区域や村の名前が確定した。

行政的には、江戸時代の初めの90年間は、幕府の直轄領であり、17世紀の終わり頃からは、小田原藩の支配下に入り、約100年近く続いた。江戸時代の終わり頃には、16村の内8村が、沼津藩の領地となり、他は、旗本の領地か、葦山代官の支配地となった。

江戸時代の中頃の資料では、伊東地域（八幡野村と赤沢村を除く）の村の戸数は、1,058、人口は、7,337人であった。

##### 1-5-2 近代の伊東

徳川幕府が倒れ、明治元年（1868年）には、伊豆に葦山県が置かれた。明治4年（1871年）の廃藩置県で足柄県となり、明治9年（1876年）には、静岡県と合併して、静岡県の管轄となった。

明治22年（1889年）に、明治憲法の発布に合わせて、新しい町村制がしかれることになり、ある程度の規模の町村を作るために村の合併が促進された。その結果、伊東地域は、伊東、小室、対馬、宇佐美の4つの村となった。

明治29年（1896年）に県全体の郡制度の見直しで、伊東地域は、熱海、中伊豆町の地域とともに田方群に入れられた。明治39年（1906年）に、伊東村は、人口が1万人を超えたため、町制をしいて伊東町となった。当時、静岡県では、市は静岡市の一つだけで、町としても三島、熱海など、10

しかなかった。

### 1-5-3 伊東市の誕生

明治以来、伊東町と宇佐美村、小室村、対馬村の4町村は、一つの地域として互いに補い合う関係があり、戦後の復興の中で、1つの町としてまとまろうという気運が高まり、昭和22年（1947年）に、伊東町と小室村が合併し、人口34,466人の伊東市が誕生した。その後、昭和30年（1955年）に宇佐美村と対馬村を合併し、人口は54,060人となった。

## 2. 伊東市の観光の歴史

### 2-1 交通の発展

#### 2-1-1 海上交通の近代化

伊豆の交通の近代化は、海上交通から始まった。江戸時代においては、産業の発展を支える交通路として海上交通が重要であり、伊豆と江戸を結ぶだけでなく、江戸と大坂を結ぶ航路として、伊豆が中継地と大事な場所であった。明治15年（1882年）に、東京と伊豆を結ぶ汽船会社が設立され、東京への航路が開かれた。そして、幾つかの船会社の競合を経て、東京湾汽船に収束し、明治22年（1889年）頃には、東京と伊東間に、毎日1便が運航されるようになった。

#### 2-1-2 陸上交通の発展

江戸時代、江戸から伊豆半島南部の下田を結ぶ陸路には、2つのルートがあった。一つは、小田原から熱海を経て、伊東・下田に通じる街道で、このルートは、東海岸を通ることから東浦路と呼ばれた。もう一つは、東海道の三島から天城を越えるルートであった。その後の大きな変化は、明治15年（1882年）に、中伊豆と伊東を結ぶ柏峠越えのルートが開通したことである。明治39年（1906年）には、大仁から伊東への街道が整備されて、馬車で峠を越えることができるようになった。

その後も道路の整備が進み、大正6年（1917年）には、伊東自動車会社（現在の東海バス）による乗合自動車のサービスが始まった。この大仁から冷川峠越えの道は、修善寺街道と呼ばれ、以後伊東と外部を結ぶ主要道路となった。

大正14年（1925年）国鉄熱海線（国府津・熱海間）が開通し、その年に明治末以来遅々として進まなかった熱海から伊東への県道（現在の国道135号線）が開通し、東海自動車の乗合自動車が、熱海・伊東間の営業を開始した。

#### 2-1-3 鉄道の発展

明治20年（1887年）に、東海道線は、国府津まで開通、明治22年（1889年）には、静岡まで延長された。これにより、山を越えて鉄道を利用すれば、1日で東京に行けるようになった。当時、伊東から一番近い駅は、佐野駅（現在の裾野駅）で、伊東からは、亀石峠を越えて、葦山から向かうルートが多く利用された。

明治31年（1898年）には、三島駅ができ、さらに三島と大仁を結ぶ豆相鉄道（現在の伊豆箱根鉄道）が開通し、より一層便利になった。

大正時代では、大正14年（1925年）国鉄熱海線（国府津・熱海間）が開通した。大正15年（1926年）には、政府の鉄道会議で、熱海・下田間の鉄道敷設が決定され、昭和2年（1927年）から測量が始まった。昭和になり、緊縮財政の理由により、伊東・下田間の鉄道敷設は、中止となったが、熱海・伊東



間が着工され、昭和13年（1938年）12月に、伊東線が開通した。一方、東海道線は、昭和9年（1934年）の丹那トンネルの開通により、東海道線が熱海を通るようになり、伊東線の開通により、伊東から東京に、鉄道で直結できるようになった。

#### 2-1-4 伊豆急線の開通

昭和31年（1956年）東京急行電鉄は、伊豆半島への事業進出を目的として、その拠点となる交通機関として伊東下田鉄道（現在の伊豆急行）を設立し、伊東・下田間鉄道敷設の免許出願を行った。1年半後の昭和34年（1959年）1月に運輸審議会の答申書にて、伊東下田電気鉄道に対しての鉄道敷設免許が認められ、昭和34年2月に、伊東下田鉄道に免許状が交付された。

伊東・下田間48kmに及ぶ鉄道建設は、免許申請時で、建設費47億5,300万円を要する大事業であったが、昭和36年（1961年）12月に開通した。

#### 2-1-5 戦後の道路交通の整備

昭和28年（1953年）に、伊豆東海岸の県道が、国道135号線となった。昭和31年（1956年）には、吉田・八幡野間の有料道路ができた。昭和37年（1962年）に、八幡野から東伊豆町片瀬までのバイパスが完成し、有料道路として開通した。

亀石峠越えの県道伊東・沼津線も、舗装改良工事が進み、昭和37年（1962年）に有料道路として開通した。また同年に、熱海峠から亀石峠を経て、中伊豆に通じる伊豆スカイラインも開通した。その後、昭和53年（1978年）に、中伊豆バイパスも開通し、明治以来、伊東と外部を結ぶ主要道路であった冷川峠越えの県道は、利用者が少なくなった。

## 2-2 温泉地の発展

### 2-2-1 伊東の温泉

伊東の温泉は、江戸時代では、「いとうの湯」として呼ばれ、大名から庶民まで広く知られていた。寛永年間（1624年～1643年）に、松原村に温泉が湧き出て、古くからの温泉は、「和田の湯」、新しい温泉は、「松原の出来湯」と呼ばれるようになった。その後、松原村に、新たに「猪戸の湯」が発見され、江戸時代には、3つの温泉場となった。

江戸時代後期には、庶民の間で、諸国の有名な温泉を取り寄せて入浴することがはやり、伊東からは、温泉を樽詰めにして船で送られるようになった。伊東から送られた温泉は、「豆州湯河原温泉」の商標名で売られた。この時代に発行された温泉番付には、大関では、草津や有馬の名があり、豆州湯河原は、それらに続き常に前頭上位以上に位置していた。

### 2-2-2 明治時代の伊東温泉

明治の中頃になると、汽船や三島までの鉄道を利用して、東京方面からの来遊する人が多くなった。当時は、自噴する温泉を遠くまで引く技術がなかったため、伊東の3カ所の温泉場にしか宿はなかった。明治の終わり頃になると、新たな温泉掘削技術が開発され、あちこちで温泉が掘られて利用されるようになり、大正時代になる頃には、松川の両岸に多くの温泉のある旅館や別荘が建てられた。

### 2-2-3 温泉付別荘地としての発展

明治の後期、東京から近い別荘地として、大磯や熱海に次いで、伊東に別荘が建ち始めた。明治36年に登録された90口の温泉のかなりの数が別荘用として利用された。代表的なものとして、大正

2年（1913年）に、細菌学者の北里柴三郎博士が竣工した「北里別荘」がある。北里別荘は、その後講談社社長の野間清治氏が引き継がれ、「野間別荘」の名前で伊東市民に広く親しまれた。

大正14年（1925年）に熱海駅が開業し、熱海・伊東間の県道が開通すると、東京から伊東への移動は格段と便利となり、人の往来も盛んになった。昭和に入ると交通事情の改善により、さらに多くの別荘地が開発され、著名な政治家や文化人も多く訪れるようになった。昭和2年（1927年）に、当時の憲政会党首で、後の総理大臣となる若槻礼次郎が、伊東に転地した。昭和3年（1928年）には、日露戦争時の連合艦隊総司令官の東郷平八郎が、夫人の病氣療養のために、別荘を建築した。

昭和13年（1938年）の熱海・伊東を結ぶ伊東線の開通を当て込み、東急電鉄は、温泉付分譲地を売りに出した。坪単価、50～70円で、1区画が100～260坪を、47区画を売りに出した。その後は東急電鉄以外の会社も、土地開発に乗り出し、別荘地の販売を開始した。

#### 2-2-4 戦時下の伊東温泉

昭和12年（1937年）7月の支那事変の勃発により、伊東市を訪れる来遊客は大きく減少した。その後、昭和13年12月の伊東線開通によって、一時的に伊東温泉への観光客数は増えたが、時とともに戦争の影響が色濃くなり、物資不足は深刻になり、観光客が減少していった。

そんな中で、旅館組合は、傷病兵の受け入れを表明し、熱海にある陸軍病院の臨時分院と言う形で、負傷兵の療養生活の世話をすることになった。また、温泉を利用する傷痕軍人療養所が、昭和14年（1939年）に建設された。この施設は、戦後に国立病院となり、現在の伊東市民病院へと繋がる。

戦争が厳しくなると、疎開学童の宿舎となったり、戦争協力施設（東京都の錬成所など）に転用したりして、営業を続けたところもあった。また戦争末期には、伊豆大島から集団疎開者を受け入れた旅館があった。

#### 2-2-5 温泉地域の拡大

昭和30年代になると、温泉ボーリング技術の発達と温泉を遠くまで引く技術が向上により、それまで適地とされなかった地区でも温泉が利用できるようになり、伊東市内全域にわたって、温泉旅館、寮保養所、ペンションや民宿が開業した。それで温泉街での逗留型に加えて、郊外各所の観光スポットを巡る周遊型の客など、様々な観光スタイルや年齢層にも対応が可能となった。特に昭和36年（1961年）の伊豆急の開通に伴い、旧対馬地域（伊豆高原）に大規模な観光開発が促進され、伊東市の南部は大きく変貌した。

### 2-3 ホスピタリティ産業（旅館・ホテル産業）の発展の歴史

#### 2-3-1 江戸時代の温泉宿

江戸時代の温泉宿は、湯治目的の長期滞在客が中心であったが、明治大正期においても湯治型が主流であった。伊東には、江戸時代の後期に、「和田の湯」、「松原の出来湯」、「猪戸の湯」の3つの湯があり、そこには、温泉宿や安い下宿屋もあった。玖須美区有文書として残存する天保4年の役所からの通達によれば、和田村温泉（伊東の湯）には、宿屋組合員が8名であったことが示されていた。

#### 2-3-2 明治時代の温泉宿

熱海図書館蔵の明治15年（1882年）版の諸国温泉遊覧記によれば、松原温泉（出来湯）には、8名の温泉宿主の名前があり、和田の湯には、3名の名前があった。明治25年（1892年）発行の「豆州勝

区伊東案内誌」は、「和田の湯」に4軒、「松原の出来湯」に4軒、「猪戸の湯」に9軒、辰の湯に1軒、合計18軒が記載されていた。

明治33年（1900年）に作られた「伊東のしをり」には、「温泉客舎は、今は増加して20余戸となれり。」と記載されていた。しかし温泉客舎は、「近くの共同湯に入って、賄のみをする客舎もあり。」と書かれており、温泉宿の実態は、現代の温泉旅館とはかなり違っていた。

### 2-3-3 大正時代の温泉宿

大正9年（1920年）に作られた「伊東及び付近」によれば、大正時代には、伊東の南部玖須美に、14軒、西部の猪戸方面には11軒、大川橋の左右に6軒が記載されており、第一次世界大戦により好景気を経て、かなり発展していた様子が窺える。この時代には、旅館の料金やサービス内容により、上等、中等、並等と3段階に分けられるようになった。

### 2-3-4 昭和初期の温泉宿

昭和5年（1930年）の「伊東及び付近案内」に、「鉄道熱海線の開通と熱海・伊東間の県道の改修により、旅館の増改築が促進され、西洋建築の建物が出てきた。また、百畳敷の大広間のある旅館や数十の客室を持つ3階建ての旅館も現れた」との記載があった。この案内書では、50数軒の旅館の名前があった。組合規定の料金では、一等旅館、二等旅館、三等旅館、四等旅館に分類されていた。一方、旅館の他に、長逗留の客のために貸家貸間下宿あり、需要増から増えていった。

昭和7年（1932年）に作られた「伊東大観」は、伊東町発行の観光案内書で、観光旅館一覧が記載され、43軒の旅館名が載っていた。

昭和13年（1938年）に鉄道伊東線が開通した。伊東線の開通以来、伊東温泉は、「東京の奥座席」として定評があり、関東以外からも多く観光客が訪れていた。翌年の昭和14年の旅館別宿泊統計によれば、温泉旅館60軒の名前が記載されていた。

### 2-3-5 戦後の温泉宿

伊東町の統計資料によれば、昭和18年（1943年）の温泉客数は、359,659人で、昭和21年（1946年）の温泉客数は、212,544人であった。戦争末期には、軍関係と疎開学童での受け入れが主となり、温泉客数は激減していた。

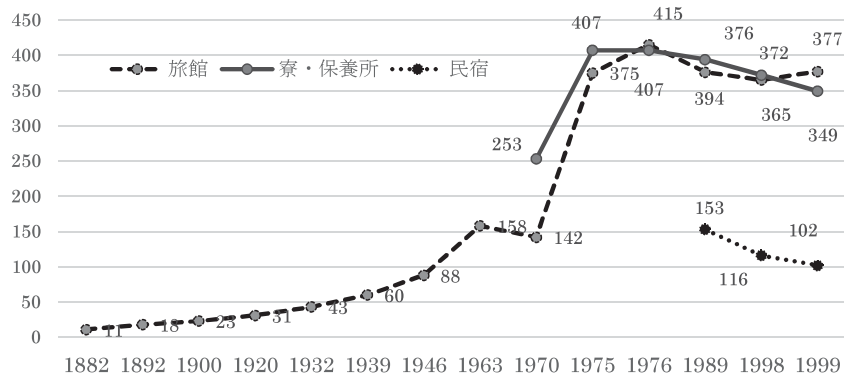
昭和21年の旅館数は、一級旅館36、二級旅館16、三級旅館11、四級旅館12、五級旅館13で、合計88軒であった。

昭和30年半ば頃までは、松川周辺に木造建物の旅館が集中しており、昭和37年（1962年）の統計では、旅館数は158軒であった。旅館の大型化も進み200人以上の収容能力を持つ旅館は、12軒となり、全体での収容能力は13,492人まで拡大した。昭和40年代半ばになると4階建以上の鉄筋建築が主流となり、町の趣が大きく変わった。当時の観光客の多くは、団体旅行として訪れていた。

昭和45年（1970年）には、旅館数は142軒であったが、大型旅館が増え、200人以上の収容能力を持つ旅館は、24軒となり、全体での収容能力は、16,677人となった。昭和45年では、伊東市の人口は63,000人で、週末には、10万人の観光客が訪れていた。このころには、旅館・ホテル建設ブームで、建物の大型化が進む一方で、中小旅館の休・廃業や経営者交代などの問題が浮上してきた。

昭和40年代後半になると観光のあり方自体に変化が見られるようになった。団体旅行から個人や少数グループでの旅行が多くなり、日帰りの旅行者が台頭してきた。

図表3 温泉宿泊施設数の推移（1882年～1999年）



出所：伊東市史叢書 伊東温泉のうつりかわり，伊東市教育委員会，2002

### 2-3-6 温泉付別荘地の開発

昭和36年（1961年）12月の伊豆急行の伊東・下田間の開通により，伊東市南部の旧対馬地域での別荘開発が進展し，昭和40年代になると会社の寮や保養所の建設が急増した。これらの施設も，殆どが温泉利用できることから，温泉逗留型の観光客より，リゾート・周遊型の観光客が多くなった。

別荘地開発は，昭和40年代後半には，景観を大きく変えるほどの乱開発の域に達し，昭和48年には，伊東市による「土地凍結」宣言が出されるまでに至った。

しかしその後も「伊豆高原」のブランド名によりリゾート開発が一段と進み，伊豆高原などの市の南部方面には，様々な宿泊施設が出来るようになって，施設数では，寮・保養所が，旅館数を上回るようになった。昭和55年の統計では，旅館数が379軒，収容定員が17,743人に対し，寮・保養所は407軒，収容定員が，11,840人であった。この間，伊豆高原には，美術館や小型のミュージアムが各所に開設され，周遊型観光客の増加に一役買った。

平成13年度末では，伊東温泉旅館ホテル協同組合に，69軒の旅館が所属し，寮・保養所組合には，191軒が登録され，ペンションは183軒であった。

図表4 伊東市の主な分譲別荘地

	別荘地名	分譲開始年	区画数
1	大室高原	1957年	4,550
2	伊豆急伊豆高原	1963年	2,700
3	すいらん荘	1963年	1,000
4	浮山温泉郷	1965年	840
5	名鉄赤沢	1968年	920
6	あかざわ恒陽台	1969年	800
7	宇佐美みのりの村	1970年	1,100
8	イトーピア一碧	1970年	1,120
9	伊豆急南大室台	1970年	350
10	伊豆急城ヶ崎	1972年	383
11	富士急川奈	1972年	271
12	伊豆急東大室	1983年	189

出所：伊豆高原の不動産売買情報から筆者が作成



### 3. 伊東市の観光資源

伊東市は、温泉があり、風光明媚な環境に囲まれ、静岡県東端で、首都圏から近く、観光地としては恵まれた条件を備えている。しかし、伊東市の観光は、長期的に低迷していることから、観光客を誘引する観光資源を見直し、課題を把握して、改善への施策を検討することが必要となる。そこで、伊東市の観光資源を考察する。

#### 3-1 自然資源

伊東市の大半は、富士箱根伊豆国立公園の指定の区域であり、豊富な自然資源に恵まれているが、富士山や上高地のような強力な観光のシンボルとなるようなところが少ない。そこで、観光地としての誘致力を高める方法として、車やバスで容易に行ける幾つかの自然観光スポットを繋げて、広域での観光資源としてアピールすることなどが効果的であると考えられる。以下が、観光スポットとして薦められる主な自然観光資源である。

- ① 大室山：標高580mの休火山。伊東市のシンボリックな存在で、国の天然記念物及び富士箱根伊豆国立公園に指定されている。北麓の有料リフトで、容易に登頂できる。
- ② 小室山：標高321mの休火山で、山全体が自然公園となっている。麓から山頂までの観光リフトを利用できる。
- ③ 一碧湖：「伊豆の瞳」と呼ばれる、周囲4kmのひょうたん型の湖。自然が残された湖畔には遊歩道が整備されている。
- ④ 城ヶ崎海岸：大室山が噴火した時溶岩が海に流れ出して固まり、海の浸食作用で削られてできた溶岩岩石海岸。門脇灯台を中心に全長9kmのハイキングコースや門脇崎の海の吊り橋がある。
- ⑤ 大室山麓さくらの里：大室山山麓40,000m<sup>2</sup>に広がる広大な敷地に、約40種の桜が植栽されている公園。「公益財団法人日本さくらの会」より、さくら名所100選に認定されている。

#### 3-2 文化資源

伊豆高原の別荘地を中心に、小規模な美術館や博物館が点在している。展示物の数が少なく、見学には短時間で十分なおところが多い。また個人経営のところが多く、それぞれに入場料が必要となるので、数か所を見学するだけでかなりの費用負担となる。文化資源を活かすためには、数か所の施設を見学できる共通券のようなものを開発する必要がある。以下、伊東市を代表する文化資源・施設である。

- ① 池田20世紀美術館：1975年開館の日本初の現代美術専門美術館。彫刻家の井上武吉氏の設計で、展示室外壁は日本初のステンレススチール張り。20世紀に制作された世界的な有名なアーティストの絵画・彫刻が展示されている。
- ② 伊豆ガラスと工芸美術館：ガレ、ドーム、ラリック、ティファニーの作品など、20世紀初期のアー

ルヌーボー & デコ期のガラス工芸品を展示している。

- ③ 蠟人形美術館&メキシコ館：歴史的人物や世界の映画スター等を蠟人形でリアルに表現されている。
- ④ その他の美術館として、陶磁・ガラス美術館、伊豆オルゴール館、野坂オートマタ美術館、天使の美術館、伊豆高原メルヘンの森美術館、伊豆高原陶の華美術館などがある。
- ⑤ 博物館としては、おもしろ博物館、伊豆アンモナイト博物館、ねこの博物館、からくり時計博物館、怪しい少年少女博物館などがある。

### 3-3 歴史文化資源

伊東市内には、歴史文化資源として保護し、展示している施設が数か所ある。一般的な観光客を引きつけるような観光施設ではないが、伊東市の文化に興味を持つ旅行者には、オプション・ツアーとして楽しんでもらうことができる。以下が、代表する主な歴史文化施設である。

- ① 東海館：昭和初期の建築様式をそのまま残す木造3階建の温泉旅館。平成9年に廃館後、伊東市に寄贈されたこの旅館は、その貴重な木造建築を後世に伝えるため、平成13年7月26日、市を代表する観光施設として再生された。
- ② 市立 空太郎記念館：文学者、医学者として知られる木下空太郎の貴重な資料が展示されている。記念館は、空太郎の生家で、市内に現存する最古の民家でもあり、当時の伊豆の生活を伝える貴重な民具類も展示している。
- ③ 伊東東郷記念館：日露戦争の日本海海戦当時の連合艦隊司令長官だった東郷平八郎元帥が晩年を過ごした別荘を当時のままの姿で保存している。この別荘は、東郷元帥が夫人の療養のためにと昭和4年に建てられたもので、昭和8年まで利用されていた。

### 3-4 レジャー・リクレーション施設

伊東市は、温泉地であるとともにリゾート型の長期、短期滞在する観光客のための様々なレジャー・リクレーション施設がある。子供連れ家族楽しめる施設として、シャボテン公園やグランパル公園がある。また城ヶ崎海岸を海から展望できる遊覧船が毎日運航している。

スポーツ施設としては、市内に本格的なゴルフ場が4カ所、市の管理のテニス・コートその他、民間管理のテニス・コートが多数ある。大室山には、アーチェリー場があり、赤沢には、50メートルのスイミングプールがある。

夏期には、海水浴場として、宇佐美海水浴場、伊東オレンジビーチや川奈海水浴場が開かれる。またダイビング・エリアがあり、年間を通じて、ダイバーのためのダイビング・スクールやダイビング・ツアーが行われている。

## 4. 観光の動向

### 4-1 観光客数の推移

図表5は、1963年～2013年までの伊東市の来遊者数の推移を表したものである。伊東市では、来遊者数を宿泊客と日帰客に分類して、統計を出している。

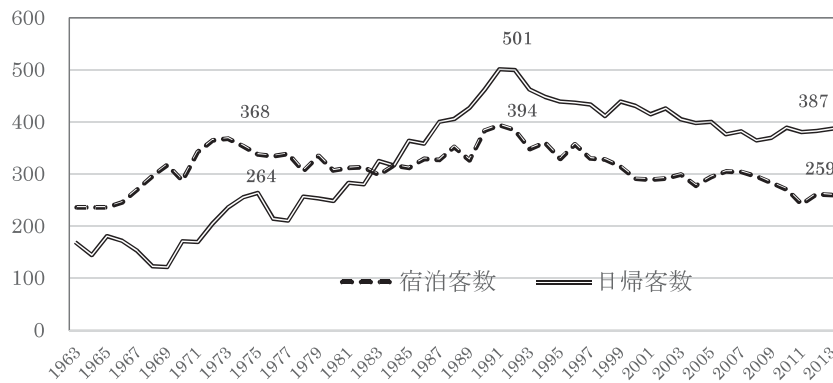
宿泊者数の推移を見ると、1963年から1973年の間に大きく増加した。1963年の宿泊者数は236万人で、1973年には368万人となり、約130万人も増加した。この期間は日本の経済高度成長期に当たり、経済の発展が観光需要の拡大に大きく影響していたことが分かる。

1974年からは1989年までは、300万人前後で推移したが、1990年に急に上昇し、1991年には、過去最高の394万人に達した。1987年に施行されたりゾート法の影響やバブル経済による観光需要の増加と考えられる。その後は、緩やかに減少して、2011年には、242万人まで落ち込んだ。その要因は、バブル経済崩壊による日本経済の長期不況と海外旅行との競合による国内旅行需要の低迷である。

一方、日帰客数で見ると、1967年～1969年と1975年～1976年間に、2つの谷があったが、1963年の170万人から、1990年の460万人までは、順調に増加し、1991年には、過去最高の501万人に達している。その後、1991年をピークにして、緩やかな減少に転じて、2008年には、365万人まで下落した。

日帰客数と宿泊客数を比較すると、1985年に日帰客数が宿泊客数を上回り、1989年以降は、100万人以上の差をつけて推移している。日帰客の増加の要因として、道路整備など交通の利便性が良くなったこと、アートフェスティバルや夏の花火大会など、多くのイベントが企画され、関東地方や近隣市町村からの来遊客を誘致できたことが考えられる。また日本経済の長期不況から、旅行単価の高い宿泊旅行から、日帰り旅行へのニーズが高まったこともその要因と考えられる。

図表5 伊東市の来遊者数の推移（1963年～2013年）



出所：伊東市統計 平成25年版

### 4-2 外国人宿泊旅行者数

2012年に伊東市を訪れた外国人宿泊旅行者数は、18,479人であった。伊東市全体の宿泊旅行者数における外国人宿泊旅行者数の割合を見ると、全体の宿泊旅行者数261万人（2012年）に対して、0.7%と僅かであった。

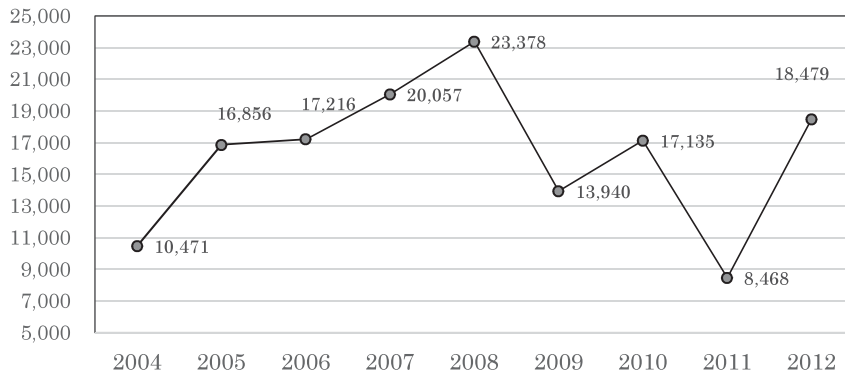
図表6の2004年からの外国人宿泊旅行者数の推移を見ると、2008年まで順調に増加してきたが、2008年から減少し、2011年の8,468人人を底に、2012年には反発している。

このトレンドは、日本全体のインバウンド観光のトレンドに類似している。それは、「ビジット・

「ジャパン・キャンペーン」などの日本政府の積極的な観光振興策により、2004年～2008年まで上昇、2008年のリーマンショックによる経済不況で大幅に下落し、2011年は、東日本大震災により、さらに落ち込み、2012年からは、上昇トレンドに入っていることを示している。

日本全体では、2013年から訪日外国人旅行者数が大きく増加していることから、伊東市においても、今後の観光振興策次第では、外国人旅行者数の大幅な拡大が期待できる。

図表6 伊東市への外国人宿泊旅行者数の推移（2004年～2012年）



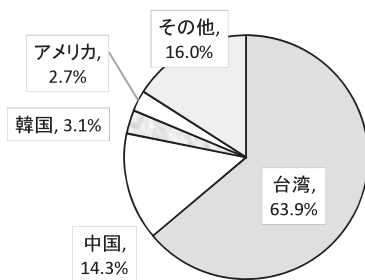
出所：伊東市観光課統計 2014

#### 4-3 伊東市と熱海市の国別外国人宿泊旅行者数の比較

図表7と図表8では、2012年の伊東市と熱海市の国別外国人宿泊旅行者数の割合を表している。ここでは、伊東市観光のインバウンド観光の特徴を掴むために、近隣の温泉観光地である熱海市との外国人宿泊旅行者数の割合の比較を行ってみた。

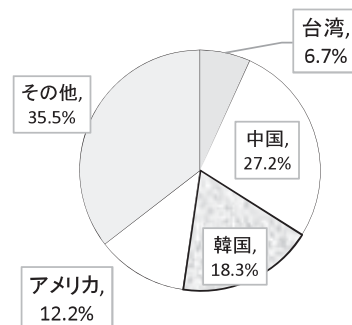
2012年の外国人宿泊客数の統計から、伊東市では、台湾からの旅行者が11,789人で、68.9%を占め、次いで、中国の14.3%、韓国の3.1%であった。熱海市では、中国からの旅行者数がトップで、その割合は27.2%、次いで韓国が18.3%と多く、台湾からは、6.7%と少なかった。従って、伊東市と熱海市の外国人宿泊旅行者数を比較から、伊東市では、台湾からの旅行者数が圧倒していることが分かった。

図表7 伊東市の国別外国人旅行者数の割合



出所：伊東市観光課統計 2014

図表8 熱海市の国別外国人旅行者数の割合



出所：伊東市観光課統計 2014

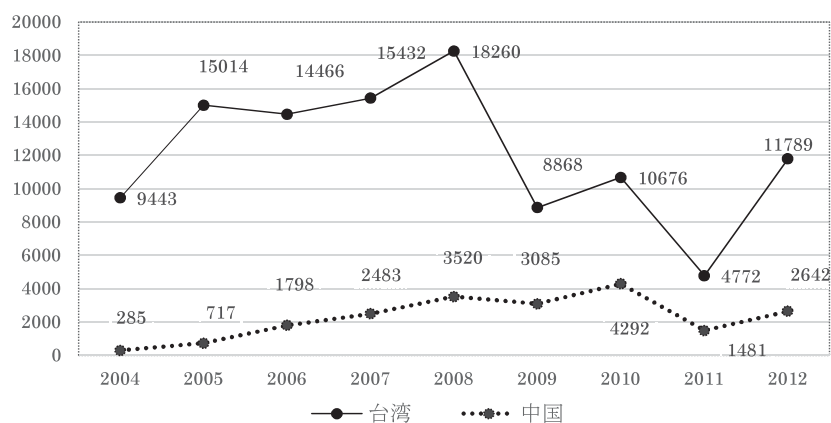
#### 4-4 伊東市への台湾と中国からの宿泊旅行者数の推移（2004年～2012年）

図表9では、伊東市への台湾と中国からの宿泊旅行者数の推移を表している。台湾からの宿泊観光客数は、2005年に大きく伸びて15,000人に達し、2008年には、18,260人となった。その後、リーマ



ンショック後の経済不況、2011年の東日本大震災の影響で大きく下落したが、2012年には、11,789人まで回復した。一方、中国からの宿泊観光客数は、2010年まで、緩やかに増加してきたが、2011年で大幅に下落、2012年からは上昇に転じている。

図表9 台湾と中国からの宿泊旅行者数の推移（2004年～2012年）



出所：伊東市観光課統計 2014

#### 4-5 伊東市の観光客の特徴

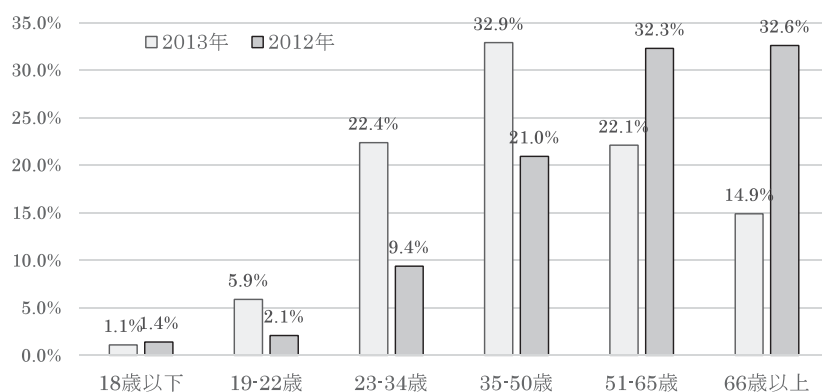
ここでは、伊東市観光課により平成26年に作成された平成25年度伊東温泉観光客実態調査報告書から、伊東市の観光客の特徴と特性を考察する。

##### 4-5-1 観光客の年齢

図表10は、2012年と2013年のアンケート調査から、伊東市を訪れる観光客の年齢別集計を表したものである。このグラフから、2012年と2013年でかなりの違いはあるものの、傾向としては、35歳～65歳の年齢層が中心であることが分かる。2012年の35歳～65歳のシェアは、53.2%，2013年は、55.3%となる。また2013年で集計では、23歳～34歳の年齢層が、22.4%と多くを占めている。日本の観光地では、シニア層のシェアが比較的に高くなっている傾向であることから、伊東市では、若者層の需要を取り込んでいることが分かる。

同じ調査による年齢別と男女のクロス集計で見ると、全体の男性と女性の比率は、男性40%，女

図表10 伊東市の観光客年齢別集計表



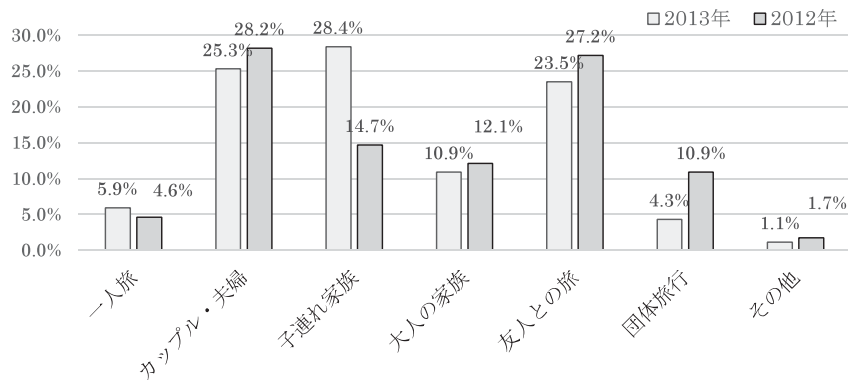
出所：平成25年度伊東温泉観光客実態調査報告書

性60%であるが、35歳以上では、男女の比率には、大きな違いはなく、34歳以下になると女性の比率が高くなっている。

#### 4-5-2 観光客の同行者

図表11では、2012年と2013年の旅行同行者別のシェアを表示している。2012年と2013年で若干の違いはあるものの、傾向としては、カップル・夫婦と友人との旅行が多いことが分かる。伊東への観光客では、団体旅行と一人旅は、比較的になくなってきている。

図表11 旅行同行者別集計表



出所：平成25年度伊東温泉観光実態調査報告書

#### 4-5-3 伊東市を旅行先にした理由

2012年と2013年、伊東市で実施した調査では、旅先を伊東にした理由として、「温泉での保養」がその理由のトップであった。2012年には、観光客の23.6%、2013年は、25.3%が、伊東を旅先とした理由にしている。次に、「美味しい食事」が、それぞれ2012年に18.3%、2013年に14.4%であった。そして、「自然景観を見るため」、「適度な距離感」、「泊まりたい旅館があった」と続いた。季節的な「海水浴等のマリーナレジャー」や観光イベントは、それぞれ2013年に、1.9%、1.6%と少なかった。

この調査からは、伊東への観光客を誘致するには、温泉と食事での差別化が非常に重要であることが明らかとなった。

図表12 旅先を伊東にした理由ランキング（複数回答）

	選択した理由	2013年 (%)	2012年 (%)
1	温泉での保養	25.3%	23.6%
3	美味しい食事	18.3%	14.4%
2	自然景観を見るため	9.4%	8.8%
5	適度な距離感	7.2%	7.6%
4	泊まりたい旅館があった	6.7%	5.8%
6	観光施設（美術館・動物園）	4.5%	5.0%
7	以前行って良かった	4.1%	3.1%
8	アクセスが良い	3.5%	5.1%
9	旅行予算が手頃	3.2%	6.1%
10	行ったことがないため	3.0%	2.0%

出所：平成25年度伊東温泉観光客実態調査報告書

#### 4-5-4 その他の観光客の特徴

平成25年度伊東温泉観光客実態調査の結果から分かった、その他の特徴は以下の通りである。

- ① 居住地：80%は関東に居住，その内，東京都から32%，東京都23区からは20%。
- ② 来訪回数：2回以上が約80%。近隣の関東，東海地方からはリピーターが多い。
- ③ 伊東までの交通手段：鉄道が約60%，車・バイクが，35%，その他は，貸切バス。
- ④ 伊東での滞在日数：1泊2日が約70%，2泊3日は16%，日帰り約9%。
- ⑤ 宿泊施設：和風旅館41%，ホテル40%，別荘・保養所11%，ペンション4%
- ⑥ 宿泊料金：9000円以下16%，9001～12000円20%，12001～15000円15%，  
15001～18000円11%，18001～25000円19%，25001円以上16%
- ⑦ 伊東市内での飲食費：3000円未満49%，3001～10000円30%，10001円以上13%
- ⑧ 観光情報：インターネット33.7%，テレビ18.4%，パンフレット15.5%，雑誌11.8%

## 5. 伊東市の観光政策

第四次伊東市総合計画で示される市の将来像「ずっと住みたい，また来たい健康保養都市 いとう」の実現を目指し，平成26年（2014年）3月に観光振興の基本的な考え方として，「第2次伊東市観光基本計画」が策定された。ここでは，その概要を考察する。

### 5-1 計画の目的

伊東市の基幹産業である観光関連産業の低迷を打破するために，時代の変化に対応した観光振興のあり方を明示し，観光を核にした関連産業の振興を図ることを目的とした。

### 5-2 計画の目標

計画の目標として，以下の目標値を設定した。

指標	指標の確認方法	現状（2014年）	目標値（2018年）
観光客数	交通統計	644万人	700万人
伊東市観光の満足度	観光客実態調査	64.3%	100%

### 5-3 観光振興の基本方針

伊東市観光を取り巻く環境と計画実施における課題認識から，今後推進していく観光振興の基本方針を以下のように定めた。

#### (1) 伊東市ならではの魅力づくり

地域の資源を活かした観光プログラムやサービスの充実によって，伊東市の持つ観光・交流の場としての優位性をより高めていく。

〈施策展開の指針〉

- ① 伊東観光の代表的名所である伊東八景の魅力強化
- ② 地区ごとの資源を活かした観光施策の推進
- ③ 特定の対象層に的を絞った体験型観光の推進

(2) 多様な連携による活力づくり

観光産業、地場企業、市民及び行政が一体となって観光のまちづくりを推進する。また、近隣市町との広域的な連携体制を強化し、伊豆地域全体での誘客魅力を高める。

〈施策展開の指針〉

- ① 異なる業種・分野の連携による観光まちづくりの推進
- ② 広域連携による伊豆観光の競争力強化
- ③ 官民連携による外国人観光客受入体制の整備

(3) 情報収集・発信力とおもてなし機能の強化

メディア環境の変化に対応した伊東市観光の効果的な情報受発信機能と、訪れる人に対するおもてなし機能の向上を図る。

〈施策展開の指針〉

- ① 来訪者に優しく、美しい街並み整備推進と観光施設の高付加価値化
- ② 市民参加型観光案内サービスの充実
- ③ 情報の受発信基盤の整備

5-4 目標を実現するための具体的な方策

(1) 地域資源を活用した観光事業の推進

観光関連団体等と連携して、温泉の付加価値を高め、伊東八景を核とした自然、歴史、文化、食材等の地域資源を活用した観光事業を推進する。

(2) おもてなしの心の育成と交流の推進

観光ガイドの育成とその活動を支援する。また教育の場において、地域資源について学ぶ機会を設ける。

(3) 外国人観光客の誘客推進

広域連携により、外国人観光客向け各種プロモーション活動を積極的に実施し、おもてなし意識の向上や多言語併記の観光案内の充実等の受入体制の整備を図る。

(4) 観光ニーズに対応して情報の発信

ITなどの情報技術を有効に活用し、観光客のニーズに沿った情報を効率的、効果的に発信する。

(5) 観光施設の高付加価値化

観光施設サービスの向上を図るとともに、自然や景観と調和した施設の整備を行う。

## 6. 伊東市観光のSWOT分析

伊東市観光の課題と把握し、観光振興戦略を検討するためSWOT分析を行った。



強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 温暖な気候で、1年中温泉や観光が楽しめる。</li> <li>● 富士箱根伊豆国立公園の指定区域もあり、海・山・湖など豊富な自然資源がある。</li> <li>● 城ヶ崎海岸、大室山などのジオサイトが存在する。</li> <li>● さくらの里、小室山公園、海洋公園など、自然を活かした公園が多い。</li> <li>● 古代から近代までの歴史文化財が市内各地にある。(東海館、空太郎記念館など)</li> <li>● アートフェスティバル、桜まつり、花火大会などイベントが多い。</li> <li>● 伊東温泉は、江戸時代から知名度がある。</li> <li>● 池田20世紀美術館など、多くの美術館、博物館がある。</li> <li>● 首都圏に近く、電車など交通の利便が良い。</li> <li>● 温泉地とリゾートと2つのスタイルの観光が楽しめる。</li> <li>● 地方自治体、企業や学校の寮・保養所が多く、格安で滞在できる。</li> <li>● 海の幸、山の幸の両方が楽しめるし、和洋中など様々なレストランも多い。</li> <li>● 4カ所のゴルフ場、テニス・コートなど、レジャー施設が多い。</li> <li>● シャボテン公園、グランパル公園などの子供向けの観光施設がある。</li> <li>● 日本屈指のダイビング・エリアがあり、ダイバーへのグササービスも充実している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全国的に知られた特徴的な観光資源や観光地の顔となるものが少ない。</li> <li>● 大規模なスポーツ大会や会議を開催できる施設がない。</li> <li>● 温泉街が寂れ、街の情緒がない。</li> <li>● 自然は豊かであるが、自然を活用した体験型ツアーなどがない。</li> <li>● 多言語の観光情報、情報発信がない。</li> <li>● 外国人旅行者の受入体制が整っていない。</li> <li>● 常に観光開発・観光振興対策を実施している組織がない。</li> <li>● 観光マーケティング専門の人材が少ない。</li> <li>● マーケティングの対象市場が明確でない。</li> <li>● 美術館や博物館が小規模で展示数も少ない割に、料金が安い。</li> <li>● 繁忙期の交通渋滞と市街地での駐車場不足。</li> <li>● 東京・伊東間の電車の運行数が少ない。</li> <li>● 伊豆急線の運行数が少ない。</li> <li>● 市内でのバスの運行便が少ない。</li> <li>● 東京から新幹線での乗り継ぎ場合や特急踊り子号を利用すると料金が安い。</li> <li>● 玄関口の伊東駅周辺が未整備。</li> <li>● 観光スポットを巡る公共交通機関がない。</li> <li>● 観光振興における協力体制が整っていない。</li> <li>● ヨット、カヌーなどのマリンスポーツ施設が少ない。</li> <li>● 観光客がくつろげる広場や公園が少ない。</li> </ul>
機会	脅威
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 円安、ビザ取得条件の緩和で、アジアからの訪日外国人旅行者が急増している。</li> <li>● 外国人旅行者の急増で、各地のホテル・旅館の稼働率が上がっている。</li> <li>● 和食、アニメなど、日本文化の人気の高まり、世界的に人気が高まっている。</li> <li>● アベノミックス効果で、富裕層の観光需要が増加する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 急激な円安により、インフレと日本経済の低迷で、国内旅行需要が低迷する。</li> <li>● 若者が都市部に移動し、観光産業を支える人材が不足する。</li> <li>● 高齢化により、市街地や別荘地で空き家が増えて、街並みやリゾートの景観が失われる。</li> <li>● 大規模な自然災害の発生、風評被害の恐れ。</li> </ul>

## 7. 伊東市観光の観光開発・観光振興戦略の方向性

前章のSWOT分析から、伊東市観光に影響を与える重要な要素を考察し、優先して取り組むべき課題を把握し、戦略の方向性を検討したい。

### 7-1 外部環境と内部環境の重要な要素

外部環境として重要な点として、機会としては、「日本政府の積極的な観光振興策により、訪日外国人旅行者数が大幅に増加しており、このトレンドがしばらく継続する可能性がある。」ことである。一方、脅威としては、「急激な円安による経済不況と高齢化による国内観光需要が低下する可能性がある。」ことである。また、地震や台風などの自然災害の発生についても観光地として常に考慮しなければならない点である。

次に内部環境として重要な要素としては、強みでは、「温泉や豊富な観光資源があり、首都圏か近く観光地としては優位な条件がそろっている。」ことである。弱みとしては、「今後、増加が期待できる訪日外国人旅行者に対して、観光情報、受入体制やマーケティング活動における人材の不足している。」ことである。

## 7-2 観光開発・観光戦略の方向性

外部環境と内部環境の重要な要素から、これからの戦略の方向性を検討する。

### 7-2-1 積極的攻勢戦略：伊東市の強みを活かし、機会に積極的に取り組む戦略

機会として、訪日外国人旅行者数が増加しており、このトレンドは、円安や東京オリンピック開催で日本の知名度が上がっていることなどから、しばらく継続すると考えられる。こうした状況から、伊東市の強みを活かして、積極的にインバウンド観光需要の取り込みを検討することが、今後の伊東市観光の発展のためには重要である。

この方向性は、第4次伊東市総合計画書において、観光分野の目標を実現するための具体的な方策として、「外国人観光客の誘客推進」として示されている。

### 7-2-2 差別化戦略：伊東市の強みを活かし、脅威を差別化により打ち勝つ戦略

伊東市観光の強みとして、最大の観光市場の首都圏から近いことがある。日本経済の長期的な不況と高齢化・人口減少などにより、国内旅行需要が低迷しているが、首都圏、特に東京都においては、大きな影響は受けておらず、むしろアベノミックス効果で、富裕層などでの国内観光需要は増加している。そこで、伊東市の強みである豊かな観光資源と首都圏に近いことを活かして、首都圏での積極的なマーケティング活動を展開することが重要となる。

この戦略の方向性は、伊東市総合計画書の具体的な方策として「地域資源を活用した観光事業の推進」として検討されている。

### 7-2-3 段階的施策戦略：伊東市の弱みを段階的に克服して、機会を掴むための戦略

海外からのインバウンド観光需要拡大の機会を取り込むために、伊東市の弱みである観光情報と情報発信の改善、受入体制の整備、観光マーケティングの人材育成を段階的に実施していくことが重要である。

段階的施策戦略としては、伊東市総合計画書で示されている具体的な方策、「おもてなしの心の育成と交流の推進」と、「観光ニーズに対応した情報の発信」に当たる。

### 7-2-4 専守防衛戦略：伊東市の弱みから、最悪のシナリオとなることを避ける戦略

長期的な国内観光需要の低迷は、観光都市伊東にとっては、大きな脅威となる。観光による地域の活性化ができなければ、伊東市街地や観光地の景観の衰退は避けられず、結果として観光客数の減少に繋がっていく。こうした課題に対し、観光振興策次第では増加が期待できる訪日外国人旅行者の誘致活動を積極的に行い、国内観光需要の低下をカバーしていくことである。専守防衛戦略として、人材の育成と受入体制の整備を徹底して行い、外国人観光客を増やし、それにより市街地や観光地の活性化を図っていくことである。

また自然災害の脅威に対しては、普段から住民の危機管理意識を養い、危機管理体制の強化と実践的な災害対策訓練で万が一に備えることである。

伊東市総合計画書の具体的な方策として、前者は、積極的攻勢戦略と同じ「外国人観光客の誘客推進」に当たる。国内観光需要の低迷の脅威を避けるには、海外からのインバウンド観光振興で補っていくことが必要であるからである。

後者の災害対策に関しては、総合計画書では、「災害対策の充実」の政策目標として記載されており、具体的に「防災意識の向上」、「有事に強い体制づくり」、「耐震化の推進」、「災害時要援護者避難支援計画の推進」の4つの方策として示されている。

### 7-3 伊東市の観光開発・観光振興戦略

SWOT分析から、伊東市が取り組むべき課題が整理され、戦略の方向性が明確となった。その戦略の方向性は、第4次伊東市総合計画書の中に、目標を実現する具体的な方策として示されており、既に実施に移されているものも多い。

ここでは、SWOT分析の結果をベースに、伊東市が目指している市の将来像「ずっと住みたい、また来たい健康保養都市 いとう」を実現するための観光開発・観光振興戦略について議論し、戦略案を提示する。

#### 7-3-1 観光開発・観光振興の戦略目標

第四次総合計画書では、観光分野の目標値（観光客数と伊東市観光の満足度）を設定しているが、ここでは、市の将来像「ずっと住みたい、また来たい健康保養都市 いとう」を実現することを戦略目標として、その施策を検討する。

まず、市が述べている将来像の表現を、「観光の発展により、自然が豊かで景観が美しく、経済的に豊かであり、多くの観光客が健康と保養を求めて訪れる都市」とより具体的で分かりやすい文章に換えてみた。これにより、戦略として、次の2つの目標、「自然が豊かで景観が美しく、健康と保養を提供する観光地の実現」と「観光の発展による地域振興」が明らかになった。

#### 7-3-2 観光開発・観光振興戦略の策定

##### (1) 観光開発戦略

観光開発戦略として、「自然が豊かで景観が美しく、健康と保養を提供する観光地の実現」を目標とする。SWOT分析の結果と第四次伊東市総合計画書から、具体的な方策が示されているが、伊東市の観光開発の歴史と現在の動向を考察すると、市には2つのスタイルの観光地が存在していることが分かった。そこで、より効果的な戦略案を作成するために、戦略の対象地域を「伊東市街の温泉地」とリゾート型の「伊豆高原地域」とに分けて検討することにした。

##### (2) 伊東市街の温泉地の戦略

国内観光需要は、日本経済の停滞と人口減少や社会構造の高齢化によって低迷しており、今後も大幅な回復は望めない。伊東市の観光客は、殆どが国内市場からで、伊東の経済を支えているのも国内観光客であることから、国内観光需要が低下する中でも、積極的な観光振興策で、現状を維持するか、減少数を最小限に留める対策が必要となる。

その為には、まず伊東市街の街並みの整備と景観を整えることである。SWOT分析の弱さとして、「温泉地らしさがない、街の情緒がない、伊東駅周辺が未整備」が上がっており、戦略として、こうした課題を解決していくことが重要である。

観光振興戦略としては、伊東市の強みの一つである、最大の観光市場である首都圏に近いことを活



かして、マーケティング対象を首都圏に絞って、積極的なマーケティング活動を実施することが必要である。

### (3) 伊豆高原地域の戦略

伊豆高原の観光戦略としては、7-2-1で示した積極的攻勢戦略を取り入れることである。日本政府の積極的な観光政策の実施により、訪日外国人旅行者数が増加しており、このトレンドを伊東市観光に取り込み、観光客数の増加を図る戦略である。

そこで、伊豆高原の観光開発戦略として、外国人旅行者の受入体制の整備、魅力あるイベントの企画、様々な観光施設を巡るツアーの設定などを実施することが必要である。また、最近では別荘地の景観が衰退しているので、住民や商工業者と協力して、空き家や空き地の整備、ゴミ拾い、街路樹を整備するなど、リゾート型観光地としての景観を取り戻していくことが必要である。

観光振興戦略としては、伊東市の強みである豊かな観光資源、様々なイベント、魅力ある観光施設やレジャー施設などの情報を多言語で、海外の観光市場に向けて発信していくことである。また、インバウンド観光マーケティングの人材養成、近隣市町村との協力による広域でのマーケティング活動を強化していくことである。

## 8. 今後の展望

図表13では、国連世界観光機関（UNWTO）による国際観光客数（インバウンド観光客）の予測と日本政府の「日本再興戦略」改訂2014で示された訪日外国人観光客数の目標値を表している。

国連世界観光機関によれば、世界の国際観光客数は、これからも毎年約3～4%の成長で、2013年の10億8700万人から、2020年には13億6000万人、2030年には、約18億人に達すると予測している。特にアジア太平洋地域での成長率が高く、今後とも年率4～6%で成長し、国際観光客数の地域別シェアでは、2020年には26.1%、2030年には、29.6%となる見込みである。日本の観光を取り巻く環境として、世界的な観光市場での明るい見通しは、訪日外国人客（インバウンド観光客）を取り込んで日本の観光産業を発展させる良い機会となっている。

次に日本の観光市場のトレンドを概観すると、最近では、国内観光と海外アウトバウンド観光が低迷している一方で、日本政府の積極的な観光立国政策の効果により、海外インバウンド観光が大きく発展している。2013年には、訪日外国人観光客数は、史上初めて1000万人の大台を突破、対前年比30%増で1036万人を記録した。さらに2014年は、対前年比で30%アップの1300万人を超えることが予測されている。

こうした日本の観光トレンドから、伊東市観光を展望すると、国内観光市場では、人口減少と高齢化が進み、これからも国内観光需要は低迷していくことが予測され、国内観光客の増加は難しいと考えられる。しかしながら伊東市は、最大の市場である首都圏に近いことから、伊東市の優位性を前面に出して、積極的な観光振興策を実施すれば、現状維持から多少の増加を図ることは期待できる。日本国内で、海外インバウンド観光客が大幅に増加していると言っても、伊東市観光を支えているのは国内観光客であることから、より効果的な観光振興策を今後とも検討し、実施していくことが必要である。

一方、伊東市では、海外からの観光客数は、国内観光客数と比べて、まだ僅かであるが、日本全体では、かなりの経済的インパクトを与えているので、長期的な視点で、伊東市の観光を発展させるには、積極的に訪日外国人観光客の誘致策を実施していくことが重要となる。その為には、ここで示さ



れた積極的攻勢戦略を、近隣諸都市との協力で、効果的に実施していくことである。

豊かな自然と温泉、様々な文化施設やレジャー施設を持ち、日本的な温泉地とリゾート型保養地を持つ伊東市は、マーケティング戦略次第で、海外観光市場においても、人気の観光地になる可能性がある。従って、着実に受入体制を整え、伊東の魅力を海外観光市場に情報発信すること、海外市場に向けてマーケティングを行う人材を養成していくことで、訪日外国人観光客の誘致を促進できると考える。

伊東市の観光基本計画での目標の観光客数は、2018年に700万人に達すること。国内観光客数を首都圏での差別化戦略で着実に伸ばし、海外からの外国人観光客数を積極的攻勢戦略で取り込んでいけば、実現できる目標値であると確信する。

図表 13 世界の国際観光客数の予測数と日本の訪日外国人観光客数の目標数

受入地域	2013年	市場シェア	2020年	市場シェア	2030年	市場シェア
全世界	10億8700万人	100%	13億6000万人	100%	18億900万人	100%
アジア・太平洋	2億4800万人	22.81%	3億5500万人	26.10%	5億3500万人	29.57%
日本	1036万人	0.95%	2000万人	1.47%	3000万人	1.70%

出所：UNWTO Tourism Towards 2030 & 「日本再興戦略」改訂2014

## 9. 結論

この論文は、伊東市観光が、バブル経済崩壊後の低迷からの脱却し、再びかつての輝きを取り戻すために、これからの観光開発・観光振興戦略の方向性を提示することを目的として進められた。まず伊東市の概要と歴史を概観した。伊東市は、江戸時代から続く小さな村が合併し出来た町であり、古くから観光が主な産業であることが分かった。また伊東市観光の歴史を考察すると、温泉地としての発展は、明治時代の鉄道と道路網の整備から始まり、昭和13年（1938年）の鉄道・伊東線の開通で大きく発展したこと、戦後では、昭和36年（1961年）の伊豆急開通で、伊東市南部の伊豆高原別荘地の開発が進み、1970年代から、リゾート型温泉保養地として大きく発展していったことを確認した。

次に伊東市の観光資源、観光客の動向や市の観光政策を考察し、伊東市観光のSWOT分析を行った。その結果として、伊東市観光の課題とその対応としての戦略の方向性が明らかとなった。その戦略の方向性は、第四次伊東市総合計画書の中にある方策と一致したもので、次の4つが提示された。

- 1) 積極的攻勢戦略：外国人観光客の誘客推進
- 2) 差別化戦略：首都圏での地域資源を活用した観光マーケティング活動の強化
- 3) 段階的施策戦略：外国人観光客の受入体制の整備
- 4) 専守防衛戦略：外国人観光客の誘致で、市街地と観光地の活性化を図ることと、自然災害の危機管理体制の強化

そしてこれらの戦略の方向性は、伊東市街の温泉地戦略と伊豆高原地域の観光開発・観光振興戦略に取り入れられ、これからの伊東観光の観光開発・振興戦略として提案された。

この論文では、伊東市の観光開発の歴史の考察と観光の現状分析から、今後の取り組み課題を把握し、戦略の方向性を示しているが、ここで提示された戦略の実施には、伊東市観光のステークホルダーとの議論を重ね、詳細の施策を実施計画に落とし込んでいく必要がある。

## 参考文献

- 伊東市史編さん委員会 (2002), 伊東温泉うつりかわり, 伊東市教育委員会
- 伊東市史編さん委員会 (2009), 伊東の今・昔 伊東市史研究第8号, 伊東市教育委員会
- 伊東市史編さん委員会 (2009), 伊東の今・昔 伊東市史研究第9号, 伊東市教育委員会
- 伊東市史編さん委員会 (2011), 伊東市史 資料編 近世Ⅱ, 伊東市
- 伊東市史編さん委員会 (2013), 図説伊東の歴史, 伊東市
- 伊東市史編さん委員会 (2013), 伊東の自然と災害, 伊東市
- 伊東温泉組合編 (2012), 伊東温泉の記録誌, 伊東市温泉組合
- 伊東市観光課 (2014), 平成25年度伊東温泉観光客実態調査報告書, 伊東市
- 伊東市総務部庶務課 (2013), 伊東市統計書 平成25年度版, 伊東市
- 伊東市企画部企画政策課 (2011), 第四次伊東市総合計画書, 伊東市
- 私たちの郷土伊東編集委員会 (2008), 私たちの郷土 伊東, 伊東市教育委員会
- 伊豆シャボテン公園社史編纂委員会 (1987), 先駆けた伊豆の開発30年, (株)伊豆シャボテン公園
- 牧野正 (1995), 私の五十年の歩み, 伊豆新聞本社印刷部
- 野方宏 (2012), 観光の活性化と地域振興, 新評論
- 野方宏 (2011), 伊豆地域の観光の現状と可能性, 経済研究 (静岡大学) 15巻4号, pp. 133-153
- 八幡野区郷土史編纂委員会 (1975), 八幡野/赤沢 故郷の歴史, 千秋社

(たまき えいいち)

# Tourism Development in Ito City: History and Future Challenges

Eiichi TAMAKI

## Abstract

Ito City enjoys a relatively warm climate and is surrounded by rich nature and beautiful landscapes. It has been famous as a hot spring resort for centuries, and is situated close to the metropolitan area of Tokyo which is the largest tourism market in Japan. The city satisfies almost every element a tourist spot needs to develop.

The city embarked on a steady course of tourism development after WWII. The number of tourists to Ito increased dramatically in the 1970s and 1980s. However, following the collapse of the “Bubble Economy” in the 1990s, a long term economic recession commenced. This led to a decline in the demand for tourism but no effective countermeasures were introduced. Subsequently, Ito has seen a continuous decline in the number of tourists year by year, as have other tourist spots in Japan.

This study aims to find new directions in tourism development and strategies that may help overcome the prolonged slump in tourism in Ito.

The first section takes a look at Ito City’s history and current situation. It is a town born from the merger of several small villages dating from the Edo Period (1603–1867), and has prospered due to the tourism industry. Delving into the history of tourism in Ito, it is clear that Ito became popular as a hot spring resort after the introduction of a railway and road network in the Meiji Period (1868–1912). The growth was accelerated by the opening of the Japan National Railways’ Ito Line in the 1930s.

The inauguration of the train service operated by Izukyu Corporation in 1961 set the stage for the development of a summer house residential zone in the south of the city. In the 1970s such zones developed rapidly as hot spring health resorts.

In the second section of the study there is an analysis of Ito’s present tourist attractions, tourism trends and tourism policy. The results of the analysis show which issues need to be addressed and what strategies Ito City might follow to improve tourism. Four strategies are as follows:

- 1) Aggressive Action Strategy: Launch Campaign to attract foreign tourists
- 2) Differentiation Strategy: Strengthen tourism marketing activities in the Tokyo metropolitan area by using pre-existing resources
- 3) Step-by-step Improvement Strategy: Improve readiness to accept foreign tourists
- 4) Defensive Strategy: Activate Ito City’s town areas and tourist resorts by attracting foreign tourists and reinforcing crisis management in the event of natural disasters.

These four strategies if incorporated together, will give rise to a policy that will lead to the development of both Ito Hot Spring Area and Izu Highland Area.

This report attempts to examine Ito City’s history, analyze its current state of tourism, and identify which issues need immediate and/or ongoing attention. Strategies to address such issues are listed. These strategies need to be discussed with the stakeholders of Ito City’s tourism, and then incorporated into specific action plans.

Keywords: Ito Hot Spring, Tourism Development, Tourism Promotion, Inbound Tourism