

地区別の方向性

本市の都市構造や観光資源の分布状況を踏まえ、計画地区を3つに分けて地区別の方向性を示し、
各々の特性を活かした観光振興の方向性を明らかにすることで、
各地区の個性を際立たせるとともに、地区間の相乗効果の創出を図ります。

宇佐美地区



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

- ◆ 宇佐美の隠れた魅力の発信
- ◆ 自然を軸にした体験価値の向上
- ◆ 食体験の充実
- ◆ 地区内回遊の促進

伊東市街地地区



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
- ◆ 伊東駅周辺の受入れ体制整備
- ◆ 商店街の観光魅力の強化
- ◆ 市内回遊性の向上
- ◆ 食の魅力づくり
- ◆ 来訪者ホスピタリティの充実

南部地区



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

食メニューと体験プログラムの充実

- ◆ アクティビティの充実
- ◆ 交通手段の充実
- ◆ 食体験の充実と発信
- ◆ 長期滞在需要の開拓
- ◆ ペットツーリズムの推進
- ◆ ジオサイトの発信

※伊東市街地地区:「湯川地区」「松原地区」「玖須美地区」「新井地区」「岡地区」「鎌田地区」を包含したエリアを対象とする。

※南部地区:「伊豆高原・城ヶ崎海岸地区」と「小室・萩・奥野地区」を包含したエリアを対象とする。

第4次伊東市観光基本計画

2024年度 → 2028年度

《概要版》

2024(令和6)年3月

伊東市



第4次伊東市観光基本計画の
詳細についてはこちら

第4次伊東市観光基本計画(概要版)
2024(令和6)年3月発行 第1版
伊東市観光経済部観光課



人口減少社会へ

人生100年時代の到来

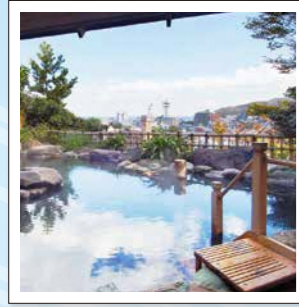
ウィズコロナから
アフターコロナへ

《観光を取り巻く環境の変化》

閉塞感が続く
国内経済と円安の進行

デジタル革命の進展

持続可能な
地域社会への
意識の高まり

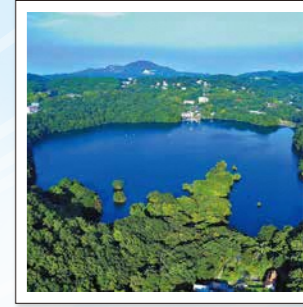


伊東

I T O 東

観光ブランド

TOURISM BRAND



計画の枠組み

1 計画の目的

2019(平成31)年3月に策定した「第3次伊東市観光基本計画」の計画期間が2023(令和5)年度で終了することから、その後継計画として本市の観光振興の基本的な考え方と指針を示すものである。

2 計画の位置付け

第五次伊東市総合計画で示されている本市の将来像「出会い つながり みんなで育む 自然豊かなやさしいまち いたう ～行ってみたい 住んでみたい 住んでいたい まちづくり～」の実現を目指し、同計画の政策目標に沿って、観光分野の施策の方向性を明らかにする。

3 計画期間

2024(令和6)年度から2028(令和10)年度までの5年間を計画期間とする。

伊東観光の目指す姿

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や交流を通して

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”いたう

訪れる人それぞれがオンリーワンの伊東物語を紡ぎ、その蓄積が伊東の観光ブランドに昇華する。

そして、その観光ブランドの魅力が更に人を伊東に惹きつける、

そうした好循環を生み出す、持続可能な観光地域づくりを推進する。

本市観光の課題

1 観光地としてのブランディング

本市の観光資源の特徴や強みを打ち出したブランディング施策の強化

2 「量」から「質」への転換

滞在日数の延伸、客単価の向上など、観光産業の高付加価値化

3 インバウンド市場の開拓

今後、拡大が見込めるインバウンド市場を取り込む戦略的な取組

4 効果的な情報発信

高度化するデジタル技術を活用した、効果的に情報発信を行える体制づくり

5 持続可能な観光地域づくりへの全市的対応

地域住民や地場企業も一体となった観光地域づくりと観光人材の確保

6 交通手段の充実

目的地へのアクセス手段の多様な選択肢の提供と利便性向上

観光動向の分析・情報発信の強化

デジタル技術の活用などによって観光客の行動や消費動向を的確に把握し、誘客プロモーション施策に反映させる。また、本市魅力の発信力強化、デジタルマーケティングなどの施策を効果的に推進する。

施策指針

- マーケティングデータの収集・分析機能の強化
- 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(観光情報の発信など)
- 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・市場の開拓

観光を取り巻く環境の変化動向を的確に捉え、伊東観光の「量」から「質」への転換を進める。また、インバウンド需要を戦略的に取り込むとともに、テーマ型の観光スタイルの可能性を追求するなど、新たな観光市場開拓を図っていく。

施策指針

- 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
- ロケツーリズムの推進
- 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

観光客誘致による交流人口の増加に加え、関係人口を創出・拡大させるとともに、観光振興が地域社会・経済に好循環を生む持続可能な観光地域づくりに取り組む。

施策指針

- 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の検討
- 観光目的財源の確保方法の検討

