

1 地域資源の魅力向上



① 施策が目指す姿

対象 **観光客**

目指す姿(状態) **地域資源に魅力を感じ来訪する**

対象 **市内観光関連事業者**

目指す姿(状態) **地域資源の魅力を広く発信し、誘客につなげる**

② 成果指標 (KPI)

指標名	現状値	目標値
	令和2年度・2020年度 令和元年度・2019年度	令和7年度・2025年度
年間来遊客数	662万人	730万人以上
観光客の満足度（伊東温泉観光客実態調査）	62.3%	95.0%以上

③ 現状と課題

現状

- 令和元年に第3次伊東市観光基本計画を策定し、「リラックスできるまち・いとう」を観光地としてのブランド価値形成のビジョンとして掲げました。
- 本市の年間来遊客数は、ここ数年間横ばいで推移しています。
- 毎年実施している「伊東温泉観光客実態調査」の中で、伊東市全体への印象を問う設問で「非常に良い」「良い」を選択した方の割合（本市に対する満足度）についても、直近では下がってしまっています。
- 伊東八景を始めとする景勝地は、一定の認知度で集客の一助となっていますが、情報発信が不足している状況です。
- 伊東市発祥の「タライ乗り競走」「まくら投げ競技」等のイベントについても、認知度が低い状況です。
- 利用者の利便性向上を目的とした整備を継続して実施していますが、整備状況も含めた観光施設の状況等の情報発信がまだ不十分な状況です。
- 外国人観光客に対して、旅行先としての本市の認知度が低い状況です。
- 本市の宿泊者数は一定の水準は保っていますが、それが必ずしもまちのにぎわいや市内消費の拡大につながっていない状況です。
- 特産品のPRや地場産業の振興にもつながるふるさと納税については、返礼品を提供する事業者が市内の一部にとどまっています。

課題

- 行政と第一次産業関連事業者と観光事業者が一体となった取組の強化
- 旅行形態や観光ニーズの把握
- 地域資源の情報発信の強化
- ブランドイメージの確立
- 既存イベントの見直しや効果的なPR方法の検討
- 産業との連携による市内消費の拡大
- 集客につながる施設整備の推進
- インバウンド対策の強化
- ふるさと納税を通じた本市の地場産業の振興

④ 施策の方針

- 地域資源の魅力発信や観光客のニーズを把握するため、数値根拠に基づいたデジタルマーケティングやプロモーションを実施していきます。

- ・旅行者の利便性向上のため、大手検索エンジンが提供する無料ツールへの店舗情報の登録を促進し、市内消費の拡大を図ります。
- ・公式サイトである「伊豆・伊東観光ガイド」の更新頻度を上げるとともに、誘客につながるようコンテンツについても充実を図ります。
- ・市民や観光事業者と連携し、本市のブランドイメージ確立に向け取り組みます。
- ・産業施策と連携し、地域の消費活性化を図ります。
- ・既存の観光施設を計画的に整備し、利用者の利便性を向上させ、高付加価値を図ります。
- ・既存のイベントを見直すとともに、観光客の滞在時間を増やすようなイベント、仕組みの構築及び実施を図り、効果的なPRに努めます。
- ・観光案内板の多言語化等の整備を進めるとともに、外国メディアの受入れ、トップセールスへの参加等、インバウンドの拡大を図ります。
- ・ふるさと納税制度を活用し、地場産業の振興を図ります。

⑤ 基本的な取組

基本的な取組	主な内容
情報発信の強化	公式HP・SNS等を活用した情報発信、有料プレスリリースを活用したメディアへの情報発信、旅行者の利便性向上及び市内消費拡大に向けた事業者による検索エンジンへの登録促進
旅行形態、観光客ニーズの把握	デジタルマーケティングによる情報発信及び調査・分析、伊東温泉観光客実態調査による調査・分析
ブランドイメージの確立	本市の魅力や価値あるものの明確化と観光プロモーションによるブランドイメージの浸透
イベント等の磨き上げ	既存イベントの見直し、情報発信、中心市街地における回遊の仕組みづくり、商店街等との連携
観光施設の高付加価値化	観光施設の計画的な整備と維持管理、観光施設花壇の魅力向上、施設情報（花の開花時期等）の積極的な情報発信
外国人観光客の誘致	デジタルマーケティングによる海外への情報発信及び調査・分析、観光案内板・パンフレット等の多言語化
ふるさと納税制度を活用した地域振興の推進	ふるさと納税制度の市内事業者への周知に向けた取組

⑥ 役割分担

市民

(市民)

- ・地域の魅力を知り、さらに地域資源の掘り起こしと磨き上げに取り組みます。

(地域)

- ・ふるさと伊東に誇りを持ち、来訪者をおもてなしの心で迎えます。

(観光及び商工事業者)

- ・WEB検索やSNS等を活用した情報発信、事業の推進に積極的に取り組みます。

(事業者)

- ・ふるさと納税の制度を理解し、返礼品を提供できるよう努めます。

行政

- ・事業者の情報発信のサポートを行います。
- ・新たな地域資源の掘り起こし、磨き上げを行います。
- ・市民、第一次産業関連事業者及び観光関連事業者と一体となって、地域が一体となった観光施策を推進します。
- ・ケースに応じた様々な情報発信を効果的に行い、実施結果の検証も行います。
- ・観光施設を整備し、維持・管理します。
- ・返礼品を提供する事業者が増えるように制度の周知を行います。

⑦ 関連する個別計画

- 伊東市観光基本計画
- 伊東市観光施設個別施設計画



2 新たな観光形態の構築・推進

① 施策が目指す姿

対象 **観光客**

目指す姿(状態) **本市を訪れる目的を多種多様な中から選択することができ、滞在型（2泊以上）の観光地として訪れる**

② 成果指標（KPI）

指標名	現状値	目標値
	令和2年度・2020年度	令和7年度・2025年度
伊豆・伊東観光ガイドのPV数	令和元年度・2019年度 2,327,820 アクセス	4,000,000 アクセス以上
伊東での滞在日数（2泊以上の割合）（伊東温泉観光客実態調査）	令和元年度・2019年度 19%	25%以上

③ 現状と課題

現状

- 全体の宿泊客の割合の中で、本市に2泊以上（連泊）する人の割合は低い状況です。
- 本市にある体験メニュー（ダイビング、陶芸、ガラス工芸等）については、十分な情報発信が行われず、観光客の認知度が低い状況です。
- 本市の観光情報源は40%以上がインターネットであり、公式サイトからの情報発信が重要となりますが、現状では、本市の取組や施設紹介等の記事が充実していない状況です。
- 従来のイベントによる集客は一過性となっており、イベントに頼らない誘客のための仕組みの構築が進んでいない状況です。
- 映画、ドラマ等のロケ実績を活用し誘客促進を図る「ロケツーリズム」を推進してきましたが、大規模な作品の誘致やロケ実施本数などが、未だ不十分な状態です。
- 本市独自の事業である「まくら投げ競技」を活用した団体旅行の誘致のための宣伝方法は、未だ確立したものが無い状況です。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大きな打撃を受けた、市内宿泊産業の回復に向けた新たな施策が求められています。
- 新たな生活様式を意識した働き方として注目されているワーケーションについて、首都圏からのアクセスに恵まれた本市の強みを活かして推進していくことが求められています。

課題

- 旅行形態や観光ニーズの把握
- 情報発信の強化及び掲載情報の充実
- ロケツーリズムを充実していくための検討
- 団体旅行誘致のための「まくら投げ競技」の効果的な宣伝方法の検討
- 産業との連携による市内消費の拡大及び滞在時間を増やすための施策の推進
- マイクロツーリズム等の施策検討
- ワケーション受入体制の整備

④ 施策の方針

- ・様々な目的をもって本市を訪れる観光客を増やしていくために、旅行形態や観光ニーズを把握する中で、本市にある多様な体験メニューを積極的に情報発信していきます。
- ・情報を届けるターゲットを選定し、デジタル媒体を活用した広報に取り組んでいきます。
- ・ロケ誘致のための体制を整備し、発信するとともに、ロケツーリズムを推進します。
- ・伊東市発祥の事業である「まくら投げ」を団体旅行のレクリエーションや企業研修の要素として活用してもらうため、企業、団体等に積極的にPRしていきます。
- ・滞在型観光を推進し、市内消費の活性化につなげます。
- ・移動距離が短く時間のかからない、県民に対する誘客促進を図ります。
- ・ワーケーション関連の情報発信や受入体制の整備に取り組みます。

⑤ 基本的な取組

基本的な取組	主な内容
情報発信の強化	公式HP・SNS等を活用した情報発信、有料プレスリリースを活用したメディアへの情報発信、旅行者の利便性向上及び市内消費拡大に向けた事業者による検索エンジンへの登録促進
旅行形態、観光客ニーズの把握	デジタルマーケティングによる情報発信及び調査・分析、伊東温泉観光客実態調査による調査・分析
ロケツーリズムの推進	積極的なロケ誘致・受入支援、ロケ実績を活用した誘客施策の展開
まくら投げ競技を活用した団体旅行の誘致	キービジュアルを活用した企業・団体等にターゲットを絞った情報発信
健康保養地づくり事業の推進	滞在型観光の推進（滞在型リフレッシュリゾート地の確立）、オレンジビーチマラソンの実施、体験プログラムの造成及び情報発信
マイクロツーリズムの推進	県民をターゲットにした誘客施策の展開
ワーケーションの推進	ワーケーション対応施設等の情報発信、コワーキングスペース等のハード整備の検討

⑥ 役割分担

市民

(地域)

- ・エキストラ参加等、ロケの実施に際し、地域は積極的に協力します。

(観光事業者)

- ・消費につながる方策、メニュー等を積極的に発案、実施します。
- ・積極的な情報発信に努めます。

行政

- ・市民、観光事業者と連携し、ロケの受入体制の整備を行います。
- ・施策ごとに、ターゲットを絞った情報発信をします。
- ・市内経済の活性化を目的とした、滞在型観光を推進するとともに、消費につながる施策を展開します。
- ・宿泊施設等と連携し、ワーケーション等各種受入体制の整備を進めます。

⑦ 関連する個別計画

- 伊東市観光基本計画



3 広域連携による誘客の拡充

① 施策が目指す姿

対象 **観光客**

目指す姿(状態) **伊豆半島へ長く滞在し、連携市町を回遊する**

② 成果指標 (KPI)

指標名	現状値	目標値
	令和2年度・2020年度	令和7年度・2025年度
伊豆半島7市6町の観光交流客数	令和元年度・2019年度 43,859,475人	50,000,000人以上
伊豆半島7市6町の外国人宿泊客数	令和元年度・2019年度 646,530人	675,000人以上

③ 現状と課題

現状

- 伊豆半島の観光交流客数は、ここ数年 4,600 万人前後で推移しています。
- 平成 31 年 4 月に新たな一般社団法人美しい伊豆創造センターが設立され、伊豆半島の一体的な観光施策を推進しています。
- 外国人観光客については、日本を訪れる外国人観光客が年々増加しているのにも関わらず、伊豆半島に訪れていただく有効な施策が実施されていない状況です。
- 伊豆半島ジオパークについては、観光客の誘客促進の決め手とはなり得ていない状況です。

課題

- 美しい伊豆創造センターとの更なる連携強化
- 伊豆半島ジオパーク推進協議会との更なる連携強化
- 県観光協会との更なる連携強化
- その他広域連携団体・組織との更なる連携強化

④ 施策の方針

- 美しい伊豆創造センター（伊豆半島7市6町）と連携した情報発信、プロモーションを実施し伊豆エリアへの来訪を促します。
- 伊豆半島ジオパーク推進協議会（伊豆半島7市8町）と連携した情報発信、プロモーションを実施し伊豆エリアへの来訪を促します。
- 県観光協会と連携し、国内外の観光イベント等へ積極的に参加し、誘客促進を図ります。
- その他広域連携団体等に加盟し、広域での誘客促進を図ります。

⑤ 基本的な取組

基本的な取組	主な内容
美しい伊豆創造センターとの連携	主要都市へのキャラバンの実施、SNS等を使った情報発信の強化、国内観光キャンペーンの実施、海外プロモーションの実施
伊豆半島ジオパーク推進協議会との連携	再認定（日本・世界）に向けた整備、イベント等の実施、ジオツーリズムの推進、ジオサイト及び誘導サイン等の整備
県観光協会との連携 (大型キャンペーン推進協議会)	全国宣伝販売促進会議の開催、観光商談会の開催
その他広域連携団体・組織との連携	富士箱根伊豆テーマ地区推進協議会、静岡県東部スポーツ産業振興協議会

⑥ 役割分担

市民

(地域)

- ・伊豆半島全体でおもてなしの意識を持ちます。
- (観光事業者)
- ・広域連携団体が実施するイベント、プロモーション等へ積極的に参加します。
- ・広域での取組を本市への来訪につなげるよう、地域の特徴を理解しPRします。

行政

- ・広域連携団体が実施するキャラバン、キャンペーン等に積極的に参加します。
- ・本市が実施した効果のあった施策を広域で実施するよう提言していきます。

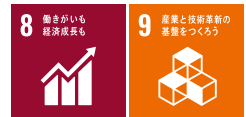
⑦ 関連する個別計画

- 伊東市観光基本計画



城ヶ崎海岸と大室山

4 商工業の振興



① 施策が目指す姿

対象 **商工業者**

目指す姿(状態) **経営・雇用が安定し、地域経済の発展に貢献している**

② 成果指標 (KPI)

指標名	現状値 令和2年度・2020年度	目標値 令和7年度・2025年度
有効求人倍率	令和2(2020)年3月時点 1.22倍	1.00倍以上
新規創業件数	令和元年度・2019年度 12件	15件以上

③ 現状と課題

現状

- 観光業を基幹産業とする本市の商工業は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、今後は更に厳しい状況になることが見込まれます。
- 市内事業所数は、経営者の高齢化、後継者不足、売上の減少その他様々な理由による廃業が創業を上回り、減少傾向にあります。
- 市内商店街は、中心市街地の空洞化等により客数が減少し、厳しい経営状況に置かれています。
- 有効求人倍率は、平成28年度平均で1.72倍、平成29年度平均で1.82倍、平成30年度平均で1.56倍と高い水準で推移してきましたが、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、令和2年3月は1.22倍に落ち込んでおり、今後は更に厳しい状況になることが見込まれます。
- 高齢者人口の増加及び健康寿命の延伸により、シニア層の就労希望者は増加傾向にあります。
- アンケート調査等によると、多くの市民が、本市で住み続けることを望んでいますが、市内での求人と求職のニーズのミスマッチにより、働く場所を求めて他の地域へ移住する例も見られます。
- 令和元年10月の消費税増税に伴い、キャッシュレス決済を導入した店舗等もありますが、対応していない店舗等も多く見られます。
- 特産品のPRや地場産業の振興にもつながるふるさと納税については、返礼品を提供する事業者が市内の一部にとどまっています。

課題

- 商工業の現状把握及び経営の安定化に係る支援策の推進
- 廃業の現状把握及び対応策の推進
- 基盤の強い創業の促進
- 中心市街地における人の流れの創出
- 求人と求職のミスマッチの解消及び求職者にとって魅力ある企業づくり
- 本市の自然環境や産業構造等の特性を踏まえた企業誘致の推進
- キャッシュレス決済の普及促進施策の検討
- ふるさと納税を通じた本市の地場産業の振興

④ 施策の方針

- 商工業者の現状と課題の把握に努め、事業者のニーズを的確に捉えた各種支援策を講じます。
- 地域産品などの地域ブランド化及び情報発信により、その付加価値の向上を図ります。

- ・ 商工団体、金融機関等と連携し、創業に関する相談体制の整備、創業塾の開催、助成制度の運営等により創業を促進します。
- ・ 中心市街地のにぎわいの創出を図るため、商店街団体や市民団体等が実施する中心市街地活性化に関する取組を支援します。
- ・ 労働関係団体、市内経営者等と連携し、市内の雇用情勢の把握に努め、有効な雇用促進施策を講じます。
- ・ 本市の特性を踏まえた企業誘致を推進し、必要な施策の調査研究、主に首都圏企業への広報や情報収集を行うとともに、本市へサテライトオフィス等を設置する事業者に対する支援等を行うことにより、市内の雇用機会を増やします。
- ・ 市民・観光客等の利便性を向上させるため、キャッシュレス決済の普及を促進するための施策を検討します。
- ・ ふるさと納税制度を活用し、地場産業の振興を図ります。

⑤ 基本的な取組

基本的な取組	主な内容
経営の安定を図る支援	商工団体等への支援、小口資金融資制度の運営及び各種利子補給
地域産品の付加価値の向上	「伊東ブランド」の価値の向上及び認定並びに情報発信
創業支援	創業に関する相談窓口の設置、創業塾の開催
中心市街地の活性化	中心市街地活性化イベントへの支援、創業の促進による空き店舗対策の推進
雇用の促進	労働関係団体や経営者との市内雇用情勢に係る情報共有、産業を牽引するための人材の育成、魅力的な企業づくりの支援
企業誘致の推進	静岡県企業立地市町推進連絡会と連携した広報、調査・情報収集、サテライトオフィス等を設置する事業者への支援
消費者の利便性向上啓発の促進	商工団体との連携によるキャッシュレス決済等の導入啓発の促進、消費者の利便性向上策への取組支援
ふるさと納税制度を活用した地域振興の推進	ふるさと納税制度の市内事業者への周知に向けた取組

⑥ 役割分担

市民

- ・ 市内での消費の拡大に努めます。

事業者

- ・ 事業者は、経営の安定や強化に努め、生産額、売上額等の増加を図ります。
- ・ ふるさと納税の制度を理解し、返礼品を提供できるよう努めます。

経済団体

- ・ 事業者からの各種相談への対応や経営指導を行うとともに、事業者に有益な情報を提供します。

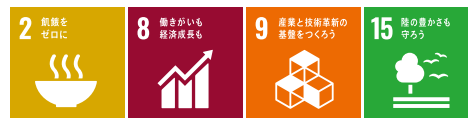
行政

- ・ 経済団体と連携し、事業者の経済活動を活発化させる環境を整えます。
- ・ 各種助成、融資制度等により事業者を支援します。
- ・ 事業者に有益な情報を提供します。
- ・ 関係機関と連携し、企業誘致に必要な施策を推進していきます。
- ・ 本市へのサテライトオフィス等の設置に関する事業者への周知を図るとともに支援等を行っていきます。
- ・ 返礼品を提供する事業者が増えるように制度の周知を行います。

⑦ 関連する個別計画

- 伊東市創業支援事業計画（産業競争力強化法）
- 導入促進基本計画（生産性向上特別措置法）

5 農林業の振興



① 施策が目指す姿

対象 **農林業者**

目指す姿(状態) **意欲ある担い手が育成確保され、地域経済の発展に貢献している**

② 成果指標 (KPI)

指標名	現状値 令和2年度・2020年度	目標値 令和7年度・2025年度
担い手農業者数（年度末の総数）	令和元年度・2019年度 58人	70人以上
担い手への農地利用集積面積	令和元年度・2019年度 69.1ha	84.0ha以上

③ 現状と課題

現状

- ・農業者や森林所有者の高齢化や後継者不足が進んでいます。（農業従事者の60歳以上の割合 H22：77%→H27：81%）
- ・地域農林業の中心的役割を果たすべき担い手が不足しています。
- ・山間部を中心に農地の遊休農地化や森林の荒廃が進み、有害鳥獣が増加し農作物被害が拡大しています。
- ・農林産物の価格低迷、不安定な収入により農業者及び後継者の離農が進んでいます。
- ・新規就農者への補助や就農支援を展開していますが、これらの情報を必要としている市民に十分行き届いていません。

課題

- ・新規就農者・Uターン農業者の育成・確保
- ・担い手の育成及び農地の集積・集約化
- ・山間部における森林環境の整備、遊休農地の解消、有害鳥獣の駆除及び防除
- ・農林業所得を向上させる施策の推進
- ・農業に関する情報提供を充実していくための施策の推進

④ 施策の方針

- ・新規就農者やUターン農業者への支援策を充実し、若手農業者や小規模農業者が活躍できる環境づくりを進めます。
- ・今後の地域農業の中心となる担い手へ農地を集積・集約化し、農地の有効活用を図ります。
- ・適切な経営管理が行われていない森林の整備を行います。
- ・猟友会や農業関係団体と連携し、有害鳥獣に対し駆除と被害防除の両面から推進します。
- ・観光産業との連携による農林水産物の高付加価値化やブランド化を推進します。
- ・有機農業の推進を行い、安全で安心な農作物の普及を図ります。
- ・市民に本市の農林業に興味・関心を持ってもらえるような広報活動に取り組みます。

⑤ 基本的な取組

基本的な取組	主な内容
新規就農者の確保	就農時に必要となる資金の支援、農業施設の整備への支援
担い手育成及び農地の集積・集約化	人・農地プランの策定推進、農地中間管理事業等の活用
森林環境整備の促進	森林環境譲与税を活用した森林整備の促進、森林保全活動の支援、森の力再生事業の促進
鳥獣被害防止	狩猟者への支援、関係団体と連携した駆除及び被害防止対策への取組
農林業所得の向上	6次産業化に向けた取組や新たな基幹となる作物振興への支援、観光関係団体との連携や農林産物そのもののブランド化による高付加価値化の推進、有機農業の促進
広報活動の充実	市民向け広報紙（農業委員会だより）の充実

⑥ 役割分担

市民

（市民）

- ・農山村環境の重要性を理解し、環境を守るための地域活動に協力します。
- ・地元で生産される農林産物を積極的に活用し、地産地消に努めます。

（農業者）

- ・安全・安心な農作物を安定的に生産します。

行政

- ・農林業者の意見を聞き、ニーズにあった支援策を講じます。
- ・市民に対し、本市の農業や農林産物の情報を提供します。
- ・森林環境譲与税の活用内容について公表し、森林整備状況を周知します。

⑦ 関連する個別計画

- 農業経営基盤の強化の促進に関する基本的な構想（農業経営基盤強化促進法）
- 農地等の利用の最適化の推進に関する指針（農業委員会等に関する法律）
- 伊東市農業振興地域整備計画（農業振興地域の整備に関する法律）
- 伊東市鳥獣被害防止計画（鳥獣による農林水産業等に係る被害の防止のための特別措置に関する法律）
- 伊東市森林整備計画（森林法）

6 水産業の振興



① 施策が目指す姿

対象 水産業者

目指す姿(状態) 水産物の安定的な供給、活用により漁業経営の安定・向上化が図られ、地域経済の発展に貢献している

② 成果指標 (KPI)

指標名	現状値	目標値
	令和2年度・2020年度	令和7年度・2025年度
水揚数量	令和元年度・2019年度 3,636 t	3,600 t以上

③ 現状と課題

現状

- ・伊東魚市場の水揚数量は、減少傾向にあります。(H 28 : 4,593 t → R 1 : 3,636 t)
- ・伊東魚市場の水揚金額は、減少傾向にあります。(H 28 : 8億 9,700万円 → R 1 : 5億 2,400万円)
- ・漁業者の高齢化による廃業数が増加傾向にあり、労働力や担い手が不足しています。(H 28 : 306人 → R 1 : 271人)
- ・関係団体との連携により市民向けに実施している魚のおろし方教室では、参加者数が増加傾向にあり、魚食人口拡大、普及に寄与しています。(H 28 : 106人 → R 1 : 174人)

課題

- ・沿岸漁場の資源の減少の防止・緩和
- ・魚価の向上、水揚げ金額の増加
- ・漁業就労者等への支援
- ・青年漁業者等の育成
- ・魚食普及のための取組の充実

④ 施策の方針

- ・沿岸漁場の資源拡大を推進します。
- ・水産物のブランド化と販路の拡大を推進します。
- ・漁業者が装備高度化を図るための資金借受に対して利子補給を行うなど、漁業者の経営活動を支援します。
- ・将来の地域漁業の担い手となる優れた漁業者の育成のため、関係機関と連携し、青年漁業士を認定します。
- ・魚食普及のため、食育に関連する取組を実施している民間団体や関係機関との連携に努めます。

⑤ 基本的な取組

基本的な取組	主な内容
安定した漁業の推進	沿岸漁場での資源拡大対策の推進、ブランド化の推進と流通経路の拡大、6次産業化に向けた漁業関係団体との連携による水産物の高付加価値化の推進
担い手の育成・確保	漁業者等への経営支援、青年漁業者等の育成
魚食の普及	魚のおろし方教室の開催、学校給食の活用、各種イベントへの参加、観光との結びつきによる高付加価値化の推進、地魚の価値向上のため取扱事業所の宣伝周知による広報

⑥ 役割分担

市民

(市民)

- 地元の水産物を取り入れた料理に親しむ機会を増やし、地産地消に努めます。

(漁業者)

- 新たな担い手の育成と確保に努めます。
- 伊東産の水産物ブランド価値の向上に取り組みます。
- 水産資源の増大のために生育環境の整備に努めます。

行政

- 地元の海産物を取り入れた料理に親しむ機会を増やすためのイベント開催を支援します。
- 漁業者が漁船設備や漁具を購入するための資金借受を支援します。
- 漁業者が行う水産資源の増大を目的とした生育環境の整備を支援します。

7 移住定住の促進・関係人口の拡大



① 施策が目指す姿

対象 移住（希望）者

目指す姿(状態) 安心して移住し、定住することができる

② 成果指標（KPI）

指標名	現状値	目標値
	令和2年度・2020年度	令和7年度・2025年度
移住者数（静岡県調査）	令和元年度・2019年度 34人	100人以上
転入超過数	令和元年度・2019年度 94人	200人以上
移住相談件数	令和元年度・2019年度 140件	240件以上

③ 現状と課題

現状

- 本市では、少子高齢化の進展や若年層を中心とした首都圏等への転出超過によって、年少人口や生産年齢人口の減少が進んでいます。
- 一方、近年では、地方での暮らしを希望する人が増加傾向にあり、全国の自治体において移住定住促進や関係人口の増大に向けた取組が活発化しています。
- 本市では、「伊東市移住・定住促進プラン」を策定し、移住・定住施策に総合的に取り組んでいますが、転入超過数が目標値に達成していません。

課題

- 地域の魅力を高めることで定住者を確保し、転出を抑制しつつ、新たに転入してくる人々や関係人口を増加させる方策の推進
- 移住希望者に対する効果的な情報発信や相談等に応じる方策の推進

④ 施策の方針

- 幅広い世代の転入や関係人口の拡大を図るため、就業、住宅、子育て・教育、医療・福祉、交流・体験、地域・市民団体との連携などの分野に積極的に取り組み、誰もが暮らしやすい魅力ある環境づくりに取り組みます。
- 関係人口の拡大に向け本市と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供する取組を進めます。
- 多様な移住定住のニーズに対応するため、新しい生活様式も踏まえた情報発信の強化や相談体制の充実等を図ります。

⑤ 基本的な取組

基本的な取組	主な内容
移住定住の増大に向けた施策の促進	「伊東市移住・定住促進プラン」による「就業、住宅、子育て・教育、医療・福祉、交流・体験、地域・市民団体との連携・情報発信」分野の総合的な施策の実施
情報発信の強化	移住定住に必要な就業・住宅・子育て等に関する情報や移住支援策・先輩移住者の体験談の提供
相談体制の充実	市役所内のワンストップ窓口での移住相談の実施、県や近隣自治体と連携した首都圏等での移住相談会の実施、移住を検討している方に対する市内案内の実施
関係人口の増大に向けた施策の促進	本市とのつながりをもつ機会・きっかけにつながる環境の整備、ワーケーションの推進

⑥ 役割分担

市民

(地域)

- ・ 移住者と地域との交流を促進し、移住者が地域に溶け込める環境づくりに努めます。
- (先輩移住者)
- ・ 移住者同士の交流の場や機会を設け、相互の情報交換や新たな移住者間のつながりをつくるよう努めます。

行政

- ・ 移住定住促進のため、市民や団体、企業等と取組を共有し連携を図ることにより、移住者が暮らしやすい環境づくりを進めます。

⑦ 関連する個別計画

- 伊東市まち・ひと・しごと創生総合戦略
- 伊東市移住・定住促進プラン

8 国際交流の推進・都市交流の促進



① 施策が目指す姿

対象 市民

目指す姿(状態) 身近で国際交流が楽しめ、国際理解や都市間交流により相互の地域の理解が育まれている

② 成果指標 (KPI)

指標名	現状値 令和2年度・2020年度	目標値 令和7年度・2025年度
「国際交流機会の充実」に満足している市民の割合（市民満足度調査）	72.3%	78.0%以上
日本語教室受講者数（延べ人数）	令和元年度・2019年度 958人	1,300人以上
国内姉妹（友好）都市交流事業の実施回数	令和元年度・2019年度 6回	6回以上

③ 現状と課題

現状

- ・ 友好都市交流の一環から、次代を担う若い世代（学生等）に異文化に触れてもらうため、イギリスのメドウェイ市、イタリアのリエティ市、アゼルバイジャン共和国イスマイリ州と相互に学生等を派遣する事業を実施しています。
- ・ 外国人市民との交流の場として定着している国際交流フェスタの支援を始め、多文化共生のまちづくりを促進する取組を行っています。
- ・ 国際交流に興味・関心がある市民の割合は50%以下です。
- ・ 国際交流事業を推進するため伊東国際交流協会を中心に活動を展開していますが、会員数の減少及び会員の高齢化が進んでいます。
- ・ 人口に占める外国人市民の割合が増えており（H28：0.65%→R2：0.97%）、伊東国際交流協会で実施している日本語教室の受講者数が増加しています。
- ・ 姉妹都市の長野県諏訪市、友好都市の福島県双葉郡広野町とは、文化・芸術、スポーツ等の交流を行っています。

課題

- ・ 魅力ある国際交流事業の推進
- ・ 国際交流の事業の在り方の検討
- ・ 国際交流フェスタを始め、市民と外国人が気軽に交流できる場の充実
- ・ 国際交流協会会員の増加、国際交流協会の組織運営の充実
- ・ 外国人市民が安心して快適に暮らすことができる環境整備
- ・ 外国人市民や観光客の増加に伴い、公共施設の窓口やホテル、旅館、商店において外国語に対応できる人材の確保・育成
- ・ 誰ひとり取り残さないまちを目指した、外国人市民への情報提供方法の改善や市民同士の相互理解の促進
- ・ 国内姉妹（友好）都市と継続して交流できる場の提供

④ 施策の方針

- ・ 地域における活発な国際交流を推進し、気軽に国際交流イベントに参加できる環境を整えます。
- ・ 国際交流を通じた次世代の人材育成に取り組みます。
- ・ 国際交流に関する情報について、効果的な広報活動に取り組みます。
- ・ 外国人市民の日常生活の利便性を向上させるため、様々な情報発信や事業展開を図ります。
- ・ 民間レベルでの国内姉妹（友好）都市交流活動を支援します。

⑤ 基本的な取組

基本的な取組	主な内容
国際交流事業の推進	国際交流フェスタ等の開催、友好（交流）都市との交流、伊東国際交流協会の活動の促進
国際理解の啓発	異文化理解講座等の開催、次世代の人材育成
外国人市民の日常生活環境の支援	行政・生活情報の多言語化、情報発信の充実
国内姉妹（友好）都市交流事業の推進	市民交流活動の推進

⑥ 役割分担

市民

（市民）

- ・ 国際・都市交流活動に対し興味・関心を持ち、積極的に国際・都市交流イベントに参加します。
- （伊東国際交流協会）
- ・ 魅力的で多彩な内容の国際交流イベント等を開催します。
 - ・ 市民を対象に外国語教室を開催し、外国人の日常生活等の支援に努めるとともに、外国人相談対応の充実に努めます。

行政

- ・ 国際交流事業を推進する施策を実施するため、国際交流協会等に対し必要な情報提供や財政上の支援を講じます。
- ・ 窓口職員の外国人対応研修等により職員の対応力の向上を図ります。
- ・ 文化・芸術、スポーツ等の様々な分野における民間による交流活動を積極的に支援します。