

熱海市観光基本計画

－ 熱海市の観光ビジョン －

平成 19 年 12 月

熱 海 市

目 次

第1章 計画策定の基本的な考え方	2
1. 計画策定の趣旨	2
第2章 熱海の目指すべき将来像	3
1. 熱海の目指すべき姿	3
2. 実現のための4つの柱	5
第3章 「長期滞在型の世界の保養地」を目指して(観光基本計画)	6
1. 計画期間	6
2. 基本目標	6
3. 観光基本計画の構成	7
4. 観光基本計画	9
I 温泉中心主義 - 湯治場熱海の復権 -	9
II もう一度行きたくなる街 - 満足度アップの仕組みづくり -	11
III 歩いて楽しい温泉保養地 - 経済効果の各業界への拡大 -	19
IV 全員参加のまちおこし - 総合的な観光事業の実施 -	25
5. 重点プロジェクト	28
資料1 観光交流の推進に向けた潮流と熱海の課題	29
1. 観光交流の推進に関する社会経済動向	29
2. 熱海の観光の現状	37
3. 熱海の地域資源・特性(ポテンシャル)	39
4. 観光交流を推進する上での熱海の課題	42
5. 熱海のおかれているマーケティング環境	44
資料2	46

第1章 計画策定の基本的な考え方

1. 計画策定の趣旨

21世紀に入り、社会・経済のグローバル化が進む中、情報や人の移動・交流が伴う観光・コンベンションの分野が、ますます有力な産業分野となってきた。21世紀は大観光時代・大交流時代といわれ、観光は21世紀の最も主要な産業と位置付けられている。様々な目的を持った人や、モノ、情報、文化が集まり交流し、活動することは、経済を活性化させるばかりでなく、魅力的な街づくり、文化振興などの市民生活の向上にもつながるなど、すべての政策・施策と連携して進める必要性が出てきている。国内外での都市間競争・観光地間競争が激化するなか、その競争に勝ち残るには、都市の資源を明確化し、保存・保全する分野、つねに進化する分野を的確に判断しながら街を磨き上げ、さまざまな切り口から街の魅力を発信しつづける都市となることが必要となる。

「国際観光温泉文化都市」を標榜する熱海市にとって、集客の対象を幅広く捉えた観光交流の推進は、つねに魅力的な都市でありつづけること、つまり「街全体の総合力」が問われるものともいえる。熱海は、豊富な温泉資源、風光明媚な自然景観を有していることから、古くは近代日本の礎を築いた政治家や多くの文学者・小説家などに愛され、別荘地から温泉リゾートの代表として栄えてきた。現在も、文人墨客により培われた歴史・文化と良好な景観を保全する街づくりが融合した国際的な観光交流都市として大きく発展する可能性を有している。

しかし、熱海の宿泊客数は昭和40年代半ばをピークとして減少傾向にあり、現在はピーク時の約55%にまで減少している。この原因としては、旅行者の旅行形態が団体宴会型から小グループ体験型に変化したこと、交通インフラの整備やふるさと創生により各地で温泉資源が発掘されたことによる温泉観光地やリゾート観光地の拡散、海外旅行の増加など、さまざまな要因が考えられる。また、観光地としての熱海は昭和40年代～50年代の高度経済成長期に成熟したため、その後の旅行者の求めるニーズの変化に迅速かつ的確に対応し切れなかった側面も考えられる。

このことは、これまで観光交流という視点で総合的・体系的な政策を打ち出してこなかったことに起因するものであり、熱海の観光・まちづくりをもう一度輝かせるためには、観光地熱海の目指すべき姿を明確に示し、そこに向かってそれぞれの立場からアプローチするため行政はもとより市民・企業そして熱海を取り巻く多くの方々の協力・連携を進めていくことが不可欠である。

今回の観光基本計画の策定は、熱海の持つ可能性や地域資源、特性を最大限に活かすとともに、熱海のまちづくりや魅力づくりを来訪者の視点からもう一度捉え直し、観光業に従事する方だけでなく、市民や住民そして行政からなる街全体の総合力を発揮して、観光交流を推進し集客力を高めていくことを希求していく。

熱海にかかわるすべての方が一体となって魅力的な都市にしていく共通目標・指針として、この「観光基本計画」を策定する。

第2章 熱海の目指すべき将来像

1. 熱海の目指すべき姿

長期滞在型の世界の保養地

－ 心と体を回復させる 現代の湯治場「熱海」－

熱海観光の原点である「温泉」にもう一度光をあてながら、時代と社会のニーズの変化に合わせ、長期滞在が楽しめ、何度来ても新しい発見と癒しを体験できる、市民そして観光客にとって満足度の高い心と体を回復させる「現代の湯治場」という世界に開かれた保養地づくりを目指す。

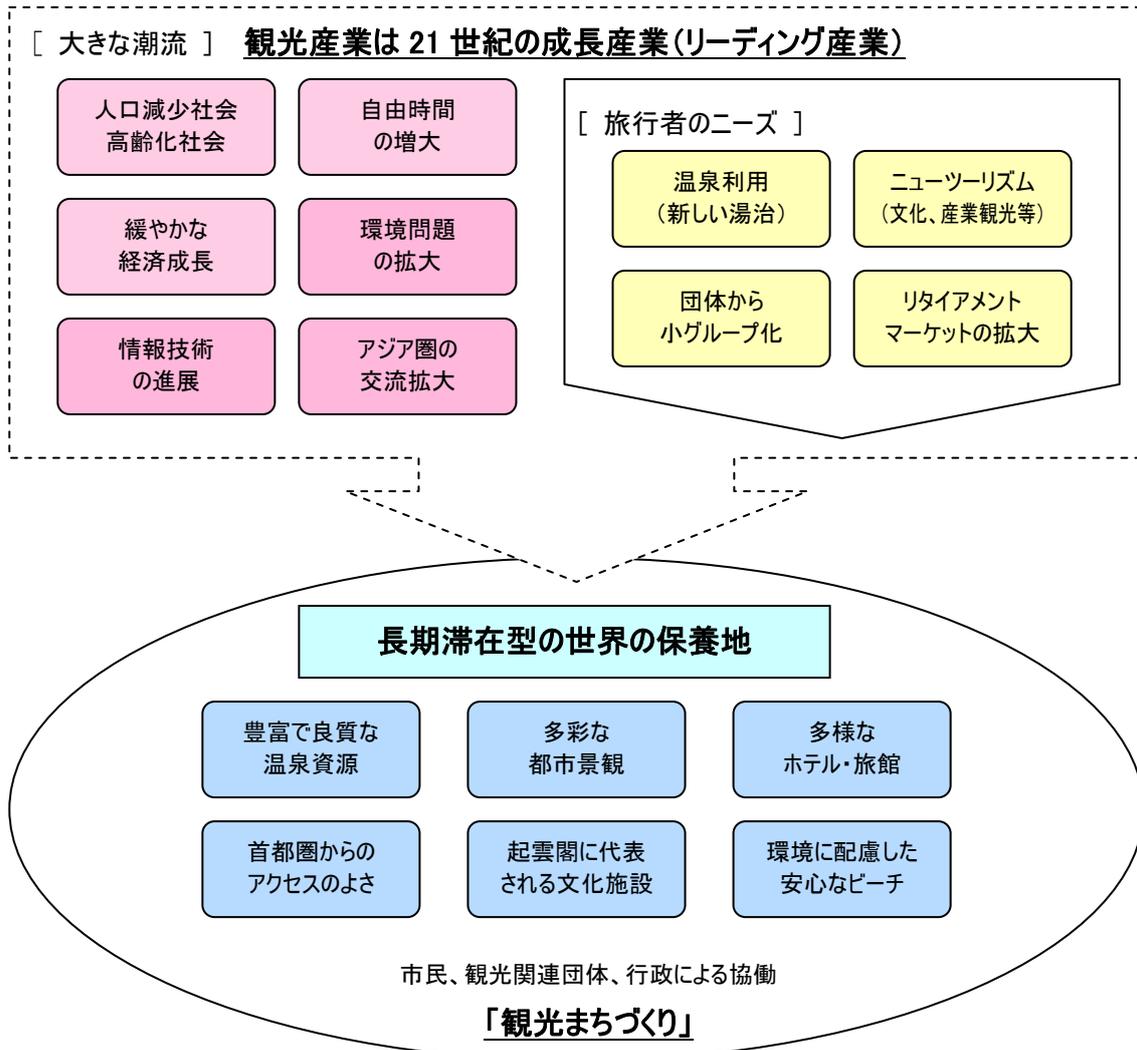
観光産業は 21 世紀の成長産業・リーディング産業といわれている。世界観光機構 (UNWTO) によると約 6.8 億人であった 2000 (平成 12) 年の外国人旅行者数は、2020 (平成 32) 年には 15 億人になると予測するなど、今後さらに成長することは確実であり、国際観光温泉文化都市の熱海市において観光振興を推進することは地域活性化のために必要である。

観光を取り巻く環境においては、日本の総人口が減少傾向に入り、さらに少子化とあいまって、人口減少・高齢化社会が到来する。また、日本経済は高度経済成長・バブル経済という大きな 2 つの山を越え、今後量的拡大を望むことが難しく緩やかな経済成長になっていくなど、観光産業への環境としては必ずしも順風とはいえない状況と考えられる。

一方、高齢化社会が進行する中で、比較的長時間と消費能力にゆとりがあり、自然環境や生活環境の保全に意識の高い、本物志向の中高年層の旅行市場が拡大している。また、情報技術の進展により観光地情報の旅行者への到達性・即時性は高まっており、国内外への情報発信の強化により新たな旅行者を獲得するチャンスは広がっている。

旅行者のニーズは、団体旅行が中心であった時代の宴会型から、旅行者が自分の興味・ニーズによってハンドメイドの旅行が楽しむ傾向に移行しており、グリーンツーリズムやブルーツーリズム、文化観光や産業観光といったニューツーリズムといわれる観光の分野が広がりつつある。従来、観光の主役であった「温泉」についても、健康や美容、食と結びついて付加価値の高い新たな湯治スタイルが求められている。

また、アジア圏の経済成長により中国や韓国、東南アジアとの人的交流が拡大しており、羽田空港の再拡張や富士山静岡空港の開港により、熱海や箱根を中心としたエリアの優位性は今後さらに高まり、外国人観光客の目的地として認知されるよう努力する必要がある。



熱海には、旅行者の求めるさまざまな資源の原石が十分磨かれないままとなっている。豊富で良質な温泉や、各地域の特徴的で多彩な都市景観、もてなしと魅力ある宿泊施設や観光施設、先人が培ってきた歴史や文化など、市民・観光関連団体や行政による協働の取組により、これら磨きあげ、結びつけ、そして情報発信していく観光に視点をいたまちづくりを進めていく必要がある。

このことから、

- ◇ 中高年を中心とした自由時間の増大やニューツーリズムの浸透を背景に、「1泊2日の観光地」から「長期滞在型の観光地」への移行。
- ◇ 日本人の人口減少と外国人旅行者の増大、空港などの交通インフラの整備を背景に、「世界に開かれた観光地」の整備。
- ◇ 現代の旅行者ニーズとなる心と体の癒しを提供できる「やすらぎのある保養地」づくりを推進。

観光客とそこに住む市民が、ともに癒され、満足度を得られる「長期滞在型の世界の保養地」を目指すべき将来像とし、本計画を推進する。

2. 実現のための4つの柱

I 温泉中心主義 - 湯治場「熱海」の復権 -

熱海は大正期の熱海線乗り入れを契機に、それまでの湯治場から大衆温泉観光地へ大きく変貌を遂げたが、同時にこの頃から熱海の主役であるべき「温泉」が脇役に回ってしまった。熱海の湯治場としての歴史をさかのぼり、温泉情緒あふれる景観や温泉文化を再生させるとともに、時代のニーズに合わせた魅力を付加し、現代の湯治場を提案していく。

II もう一度行きたくなる街 - 満足度アップの仕組みづくり -

国内外からの観光客が欲しいときにいつでも熱海の情報を得られる環境、行きたいときに容易にアクセスできる環境、そして滞在して自分にあつた楽しみ方を満喫できる環境づくりを進め、観光客が連泊して熱海に滞在し、また一度来た観光客が「また来たい」と思っていたくための、満足度アップを目指した取り組みを進める。

III 歩いて楽しい温泉保養地 - 経済効果の各業界への拡大 -

市内の観光施設、保養施設、商店街、飲食店などをつなぎ、回遊ルートを整備する。このことにより観光客のもたらす経済効果をホテル・旅館業以外の業界へも拡大させていく。また、同時に市民にとっても恩恵のある施設整備を進める。

IV 全員参加のまちおこし - 総合的な観光事業の実施 -

市役所、観光協会、旅館組合など、現在観光施策を実施している機関の協力・連携を強化し、熱海の発信するメッセージの統一と予算の効率的・効果的な活用を目指す。また、まち全体で観光客を迎え入れる文化をつくるため、市民に対する啓発活動に力を入れていく。

第3章 「長期滞在型の世界の保養地」を目指して(観光基本計画)

1. 計画期間

本計画は、「長期滞在型の世界の保養地」を目指し、計画期間を2017年までの10年間とする。

2. 基本目標

本計画の基本目標を以下のとおり定める。

【 宿泊客数 】

◇ 宿泊客数を2017年までに、330万人<うち外国人観光客10万人>(40万人・14%増<7.5万人・4倍増>)にする。

[平成18年度 293万人 <うち外国人観光客 2.5万人>]

【 連泊率 】

◇ 宿泊観光客の連泊率(2泊以上)を2017年までに、7%にする。

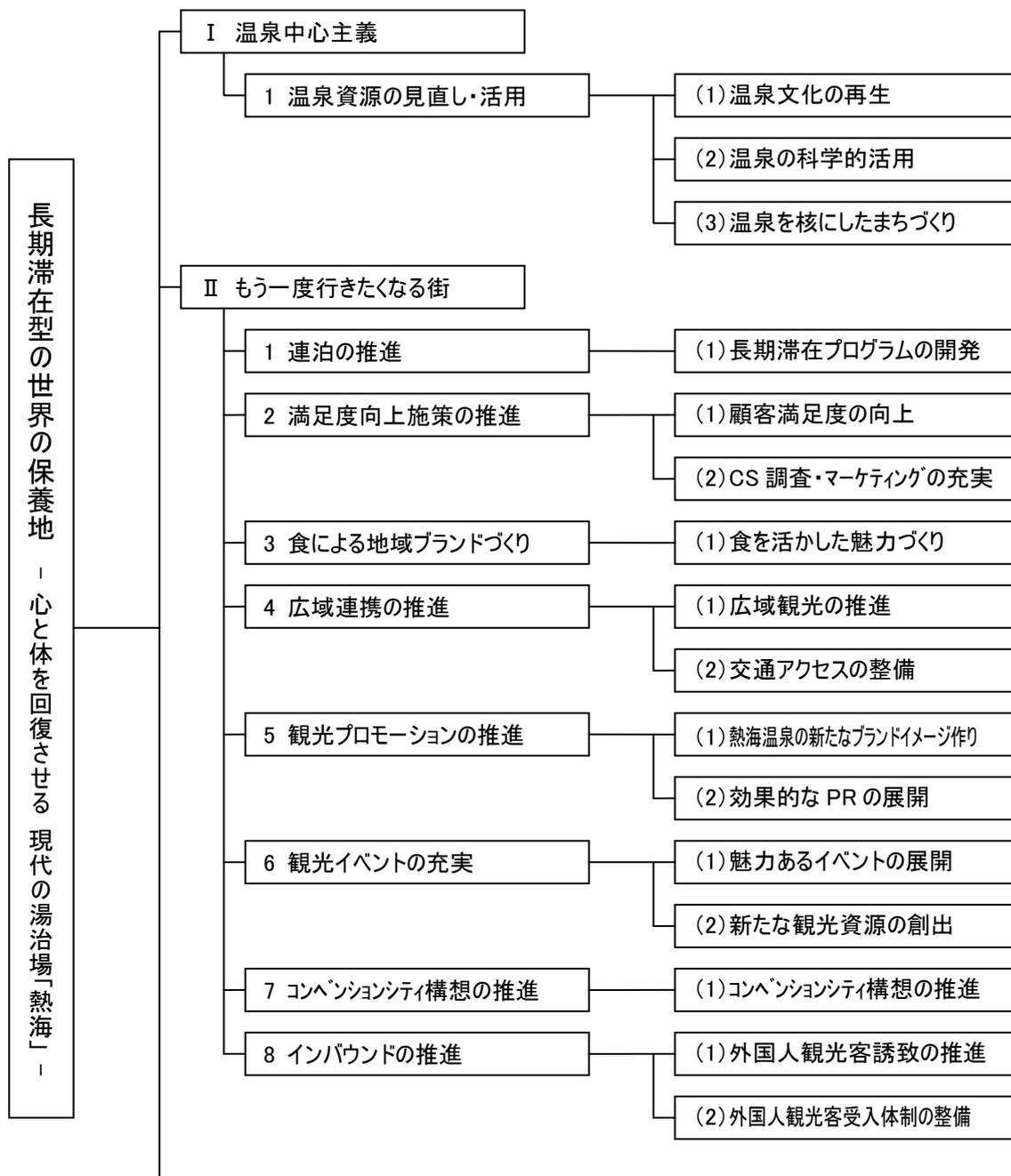
[平成18年度 5%]

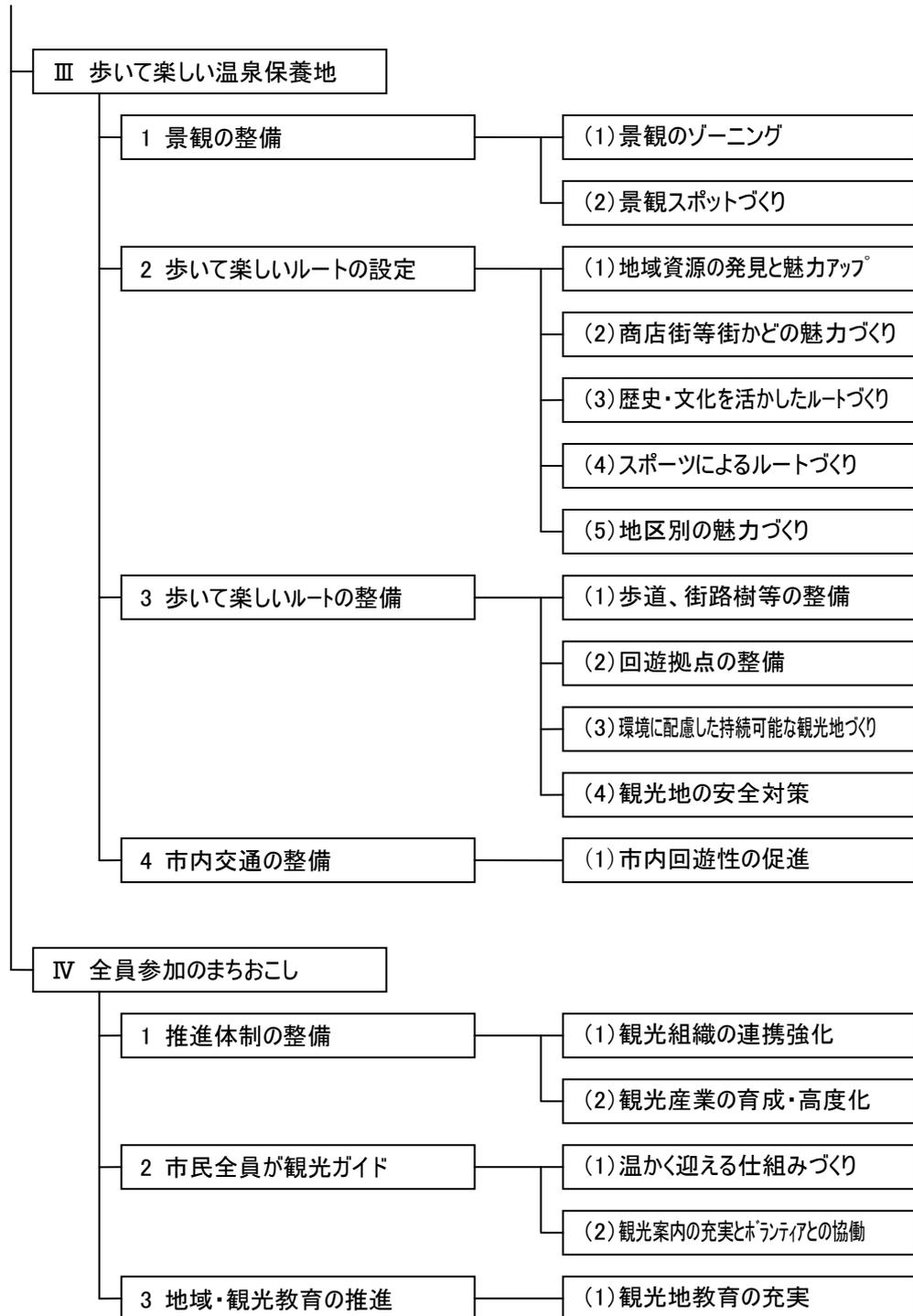
【 市内経済効果 】

◇ 観光客の消費により熱海市経済に波及する経済効果を2017年までに、1,000億円(120億円・14%増)にする。

[平成17年度 881億円]

3. 観光基本計画の構成





4. 観光基本計画

I 温泉中心主義 - 湯治場「熱海」の復権 -

1 温泉資源の見直し・活用

(1) 温泉文化の再生

◆ 地域資源としての温泉の見直し

熱海の最大の資源である「温泉」にもう一度光をあて、熱海温泉の歴史・文化を再検証していく。また、温泉に関する産業遺産・遺跡の発掘・検証につとめ、温泉を中心とした「産業観光」の創出について検討する。

また、温泉は古くから療養及び保養に利用されてきている貴重な自然資源であり観光資源であることから、資源が枯渇しないような保護対策の調査研究を進める。

◆ 温泉文化の確立

熱海に温泉があることにより生み出された「芸妓」、「食」、「文豪・文学」などの歴史・文化を体系化し、温泉から派生する「熱海文化」を確立していく。

また、熱海の最大の観光資源である「温泉」についての入浴法や科学的効用などの基礎知識を、市民に普及させることで地域の魅力を再発見していく。

◆ 温泉歴史ツアーの造成

温泉や歴史・文化など熱海にまつわるさまざまなテーマを切り口に、着地型の旅行商品としてのツアーを造成するとともに、熱海の温泉・歴史文化を伝承・紹介できるボランティアの養成を行う。

(2) 温泉の科学的活用

◆ 温泉と健康の連携

「熱海に来たら元気になる」というような、温泉、食事、運動、医療をセットにした新たな湯治スタイルの提案・企画を支援していく。

また、入浴法を処方するような専門家（温泉ソムリエなど）の養成や、スポーツ選手のリハビリやオーバーホールを受け入れるクアハウスとしてマリンスパあたま等の機能充実・活用を検討していく。

◆ 新たな温泉表示システムの検討

高齢化の進展やインバウンドの増加などにより、今後温泉の利用はさらに増加すると思われる。多様化する旅行者のニーズに対応するためにも、温泉の種類や効能などの科学的な情報や、入浴法・健康への効果などの熱海らしい独自の表示・内容を検討することにより、利用者の側に立った魅力ある温泉地づくりを進める。

(3) 温泉を核にしたまちづくり

◆ 湯けむりの演出・外湯施設の整備

温泉情緒が感じられる街には、湯けむりが欠かせないことから「見せる温泉」を演出して、観光交流客の散策を促進する。

また、間歇泉はその歴史や特異性からシンボリックな存在となりうることから、歴史的な背景のある大湯間歇泉の整備とともに、日本初の温泉療養施設であった「噺瀧館」の再生など、周辺整備を含めて熱海温泉のシンボルとなるような新たな観光施設を創出していく。

◆ 湯めぐり手形の推進

熱海の温泉に気軽にふれてもらうため、熱海七湯周辺への足湯や手湯施設を整備するとともに外湯施設の充実を進める。外湯めぐりに協力できる地域の共同浴場に対しては、その整備、維持、管理に対する助成等を検討する。

また、ホテル・旅館の日帰り温泉利用を含め、入浴手形などの導入を検討し、外湯めぐりを推進していく。

◆ 温泉情緒あふれる街並みの整備

熱海全体の街並みのゾーニングにおいて、熱海温泉の中心となる湯前神社・大湯間歇泉から熱海七湯周辺を「温泉情緒あふれる街」と位置づけ、街路・景観・史跡・観光施設などコンセプトを統一した街並み整備を推進する。

また、伊豆湯河原・伊豆山・南熱海網代の各地域においても、地区全体のまちづくりに調和した温泉情緒あふれる街並み整備を促進する。

Ⅱ もう一度行きたくなる街 - 満足度アップの仕組みづくり -

1 連泊の推進

(1) 長期滞在プログラムの開発

◆ 滞在型プログラムの提案

観光客の長期滞在を促すための環境整備として、連泊・ロングステイに対応する宿泊環境を整備するとともに、付加価値の高い温泉の魅力づくりとして、「歴史」「文化」などのテーマごとの文化観光の推進、農業体験や海洋レジャー、湯治(療養)プログラムの開発、富士箱根伊豆エリアに点在するさまざまな観光資源を結びつけた広域観光の推進など、観光客のニーズにあったハンドメイドのプログラム提案を行う体制づくりと実施を推進する。

◆ 観光案内の充実とガイド機能の強化

観光施設等における観光案内や、地域に密着した一般商店やコンビニエンスストア、ガソリンスタンド等による道案内の実施拠点を増やし、来訪者が求める多様な情報を的確にかつ、効果的に発信していく。

また、市内中心部の空き店舗を活用した観光案内・休憩施設の整備について検討する。

◆ 新しい魅力づくりの推進

熱海の最大の観光資源である「温泉」や「景観」、そこに息づく「伝統」や「歴史文化」を大切にするとともに、新しい魅力として、梅、あたま桜、ジャカラングなどの花木を活かした「花による街づくり」、熱海サンビーチの砂浜ライトアップや歴史的建造物等へのライトアップや、月のある景観を活かした「夜の賑わいづくり」、さらに、国際観光地にふさわしい「ゲーミング産業の誘致」など、新しい魅力づくりを推進する。

◆ 連泊・ロングステイ促進への総合的な取り組み

観光客の長期滞在を促すための環境整備として、長期滞在に対応できる宿泊施設の整備や延泊(転泊)割引制度、泊食分離の仕組みなどの導入を検討する。

また、農業体験や海洋性レジャー、湯治(療法)プログラムの開発や市民との交流の場を整備するなど長期滞在を推進する施策を検討・整備する。

2 満足度向上施策の推進

(1) 顧客満足度の向上

◆ ホスピタリティあふれる対応の推進

熱海への来訪者と直接ふれあう観光施設・公共交通機関等の関係者をはじめ、全市的に声かけ運動を展開し、市民一人ひとりが、道に迷っている人を見かけたら積極的に声を掛けるなど、温かいおもてなしの心で対応できるような、ホスピタリティの向上を目指した取組みを推進する。

また、観光関係者にはより一層の努力を求めるとともに、専門家の派遣など接遇やホスピタリティに関する研修プログラムの提供を支援していく。

◆ まち全体での観光地教育の推進

市民に熱海の魅力を再認識してもらうため、広報あたま等の市の既存広報媒体、ミニコミ誌・ケーブルテレビ等を活用して情報発信するとともに、地元の隠れた情報を、市民の手で掘り起こし観光客に提供できるような取組を推進するなど、まち全体で観光地熱海について勉強し、一人ひとりが観光案内人として観光客をあたたく迎え入れるための地域理解・ホスピタリティの醸成のための観光地教育を推進する。

◆ 宿泊施設・観光施設の魅力向上

「おもてなしの心」をもって熱海観光の最前線で観光客に接する宿泊施設・観光施設は、重要な役割を担っている。宿泊施設及び観光施設について、新たな旅行者ニーズに対応した設備投資のための資金の確保や、経営基盤の強化等により、その魅力を向上させる。

◆ 日常の延長となる機能の充実

熱海的主要顧客となる首都圏からの観光客に、日常の生活の延長線上にある癒しの場として熱海を位置付けてもらうため、駐車場や土産物屋、飲食店などでの電子マネー端末の整備や、市内バスへの「PASMO」の導入など、首都圏を中心とした観光客が普段利用している機能を充実させる。

(2) CS 調査・マーケティングの充実

◆ 顧客満足度調査(CS 調査)の実施

観光客の人数、動態、観光消費額など基礎的なデータを把握する調査のほか、観光客の満足度調査・マーケティング調査など、各種観光施策を構築するために必要な調査を実施する。

また、計画的かつ有効なプロモーションを展開するため、民間の専門家との協働や、外部からの専門家の招聘などを通じ、観光関連機関・団体の資質向上を図る。

◆ 連泊・ロングステイに関する市場調査の実施

長期滞在型の観光地を目指す前提として、連泊・ロングステイに関するマーケティングを充実させるとともに、分析結果から導き出される各種の条件整備を促進する。

3 食による地域ブランドづくり

(1) 食を活かした魅力づくり

◆ 食によるブランドづくり

相模湾から水揚げされる魚介類や周辺地で栽培されている野菜・果物などの新鮮な食材を活かし、「食」を熱海観光の大きな要素の一つと位置付け、熱海らしい食の提案ができる環境を整備します。

また、ホテル・旅館やレストラン・飲食店、土産物店のほか市内各地区に点在する魅力ある「料理」、「食文化」を切り口とした食によるブランドづくりを推進していく。

◆ 地産地消促進による広域連携

訪れた人が訪れた場所でのみ本当の地元の農産物、海産物が食べられる「地産地消」を、熱海だけでなく、伊豆箱根エリアの広域で取り組む。宿泊施設・飲食施設と地元農業者・漁業者の連携をつくり、観光交流客に「熱海ごはん」・「伊豆箱根ごはん」といった魅力ある「食」の提案をしていく。

4 広域連携の推進

(1) 広域観光の推進

◆ 「箱根」との広域観光エリアの構築

国内及び海外の観光地間競争に勝ち抜くための魅力を創出するとともに、相乗効果を得るためには、各地域にある魅力・観光資源を広域的にネットワーク化することが必要である。

ともに首都圏の奥座敷として発展してきた「熱海」と「箱根」がそれぞれの特徴を活かしつつ、国内観光客をもとよりインバウンド客の旅行目的地として選ばれるような、連携したPR活動、観光資源の開発により一体となった観光圏を構築していく。

◆ 「富士箱根伊豆エリア」の広域観光の推進

伊豆東海岸国際観光モデル地区整備推進協議会、伊豆観光推進協議会、富士箱根伊豆国際観光テーマ地区協議会や富士箱根伊豆交流圏市町村ネットワーク会議など広域的な枠組みの組織と連携しながら、広域観光を推進していく。

◆ 広域での着地型商品の造成

旅行のニーズが見る観光から体験する観光へとシフトしているといわれている。各地域の観光資源の見直し、磨き上げとあわせて、各地の観光資源との組み合わせや交通システムの構築をはかり、広域での着地型商品の造成に取り組む。

(2) 交通アクセスの整備

◆ 鉄道でのアクセス向上

鉄道によるアクセス向上のため、ひかり号の熱海駅停車の拡大、湘南ライナー・成田エクスプレス、湘南新宿ラインの乗り入れや、新幹線・在来線の接続時間の改善、熱海駅舎及び周辺整備について関係機関に強く要望していく。

また、環境負荷抑制を図る上でも、鉄道事業者・宿泊施設・観光施設等と行政の連携により、鉄道利用観光客に対する割引制度や特典などインセンティブを与える施策を検討し、鉄道利用の拡大を進めるとともに、交通渋滞の緩和に結びつくカーシェアリングの導入を検討していく。

◆ 車でのアクセス向上

首都圏からの利便性向上のため主要都市からの直行バスの運行について関係機関に働きかけていく。また、熱海までの所要時間を短縮し、なおかつ観光客の防災上の安全を確保するため、伊豆縦貫自動車道の早期完成と伊豆湘南道路の建設を関係機関に強く要望していく。

また、国道 135 号及び市内中心部の渋滞緩和を図るための方策として、中部横断道路の早期完成を目指すとともに、近隣市町と結ぶ主要地方道の建設を関係機関に働きかける。また、都市計画街路の整備を進め、渋滞緩和・災害時の代替道路の機能整備を推進する。

さらに、カーナビや携帯電話、道の駅・サービスエリア等の情報ディスプレイから、道路の混雑状況や交通規制などの道路交通情報を取得し、交通の分散化や渋滞解消による環境負荷軽減を目指すために、交通情報システムの導入を進めるとともに、首都圏からの通行料金の低廉化など関係機関と連携・協力しながら進めていく。

◆ 海上交通アクセスの整備

海路からのアクセス向上のため、初島・大島航路に加えて東京・神奈川方面からの新規航路の開拓を進めるとともに、富士箱根伊豆エリアへの海からの入口として大型クルーズ船の誘致などポートセールスに努める。

また、利用者の利便性を図るため「海の駅」としての港の整備と海岸沿いのデッキ建設など周辺整備を図り、交流拠点の形成を推進する。

◆ 空からのアクセスの検討・導入

国内外からの観光客交流客の利便を図るため、拡張される羽田空港や、開港する富士山静岡空港から伊豆地域までの交通アクセス網の整備、充実を要望していく。

さらに、観光交流客の移動時間の短縮などを考慮し、リージョナルジェットに対応した空港の伊豆地域への整備を要望するとともに、手軽にヘリコプター輸送ができるような公共ヘリポートの整備や民間ヘリポートの活用を検討していく。

5 観光プロモーションの推進

(1) 熱海温泉の新たなブランドイメージづくり

◆ 熱海ブランドの創出

熱海はモナコや地中海沿岸の都市と比較されるように、海からの景観が素晴らしい。この海と緑と斜面に林立する建物が織り成すコントラストなど、熱海のメインビジュアルの選定や、マスコットキャラクターなどの積極的な利用などを通して、観光交流客の求める非日常的な世界を演出するため統一テーマによるまちづくりのブランド戦略を行い、シティセールスを推進する取り組みを推進する。

(2) 効果的な PR の展開

◆ 観光客増加へ向けてのプロモーションの推進

ホテル・旅館や旅行会社、観光関連団体など民間事業者等と連携してキャンペーンを実施するなど、熱海への旅行商品を増加させるプロモーションを推進するとともに、熱海への滞在時間を増加させるための新たな周遊プランなど着地型旅行商品を開発する。

◆ ターゲットを明確にしたプロモーションの推進

国内、南関東圏、県内等のターゲットマーケット、年齢・性別・趣味等のターゲットセグメントを明確にした宿泊プランや日帰りプランを、旅行会社や交通事業者、地元メディア等と連携して提案し、ターゲットごとに直接訴える効果的なプロモーションを推進する。

また、限られた財源の中で、最善の宣伝効果を得るために、TV、ラジオ、HP や新聞・雑誌など不特定多数へのアプローチに加え、携帯メールやチラシ・DM、個別キャンペーンなどある程度ターゲットを絞ったアプローチを進めるなど、その観光資源の特性に応じた宣伝媒体の選択やパブリシティ・ペイドパブリシティの推進など、PR 活動においても費用対効果の高い手法を選択していく。

◆ 民間活力による情報発信の推進

イベントや旬の情報など熱海の観光情報をわかりやすく、見て楽しい画面で全世界に発信するため、ホームページの多言語化を推進するとともに、関連ホームページへのリンク・情報収集の充実、コンテンツの魅力アップを推進する。

また、様々な形で熱海の情報が発信されるよう、イベント情報や市民の目で見たとおすすり情報など、民間情報誌や市民・民間が作成したホームページを活用・支援するとともに、携帯端末等から気軽に熱海情報が得られるよう民間のノウハウを支援していく。

さらに、イベント情報等の一元化及び熱海を効果的に PR する情報素材(フォトライブラリー・ビデオ・印刷物等)を充実させ、その情報を活用して宣伝効果の高いテレビ・ラジオや新聞等への発信及び取材の積極的な受入を推進する。

6 観光イベントの充実

(1) 魅力あるイベントの展開

◆ 熱海らしい、オリジナリティあふれるイベントの開催

観光イベントを集客力向上と魅力アップの視点で再活性化を図るため、イベントの集客力・内容を分析し、効果的なイベントは重点的に実施し、効果の少ないイベントについては廃止も含めた見直しを検討する。

また、市民や民間企業などが主体のイベントへの開催支援等を充実させることで、熱海でイベントが開催しやすい環境づくりを関係機関と連携して進める。

さらに、比較的集客力の弱い4～6月の春季、9～11月の秋季をターゲットとした新たなイベントの創出を図り、四季を通じて市民や観光交流客で賑わう熱海を演出する。

◆ グリーンツーリズム、ブルーツーリズムの推進

姫の沢公園周辺の森林を活用した体験メニューやネイチャーガイド導入などについて検討するとともに、広葉樹の植林を推進する。また、みかん狩り等収穫を楽しむ観光農園やオーナー制度の導入など体験型農業への取り組みを支援する。

さらに、ヨット・スキューバダイビング・ウインドサーフィンなどのマリンスポーツの振興、磯遊び・海釣り体験や魚介類のオーナー制度の検討などの豊かな海岸線を活用したブルーツーリズムの取り組みを支援する。

◆ 市民によるイベントサポートシステムの確立

市民・関係団体が自ら企画・運営し、主体的に開催する市民イベントを支援することにより、市民と観光交流客との交流を図り、市民の熱海に対する愛着・誇りを醸成するとともに熱海の魅力を発信していく。

また、イベントの開催には、多くの人材が必要となることから、イベントサポーター登録制度など、市民のイベント運営への積極的な参画を促す仕組みを検討する。サポートシステムを成功させるためには、協力者に熱海が目指す共通イメージ・将来像を共有してもらうことが不可欠であることから、人材養成への取り組みにも努力する。

(2) 新たな観光資源の創出

◆ 花を活かした街づくりの推進

花があふれる美しいまちづくりを推進するとともに、フラワーツーリズムを推進する。

また、メインガーデンの整備、エリアごとの統一テーマをもった花木の整備や街路樹の整備、バス停へのハンギングの整備などで花や木がサインと同じ役割を果たすような取り組みを検討・整備する。

さらに、梅・ヒマラヤ桜・あたま桜、ジャカランダなどの植栽にかかる経緯・背景を上手にPRしながら他の町と差別化した花の街づくりを目指します。

◆ 夜も楽しめる街の活性化

日本初となる熱海サンビーチの砂浜ライトアップをはじめ、起雲閣など個性的な景観を有する歴史的建造物等へのライトアップによる景観演出や、民間施設の協力を含めて夜景スポットの整備を推進することにより、百万ドルの夜景の復活を目指し、熱海の夜の魅力を演出する。

また、「月」を資源としたソフト事業の展開や、商店街や飲食店などと協力して夜の街の賑わいを創出する取り組みを促進する。

◆ 新しいエンターテインメント都市の創造

国際観光地にふさわしいカジノ施設の導入を目指し、カジノの合法化推進の取り組みと、カジノとあわせショッピングモール・フードコート・エンターテインメント施設などのゲーミング産業の誘致にむけてのまちづくりを検討する。

なお、検討にあたっては市民や熱海を訪れる方々のコンセンサスを十分にはかりながら、他の観光資源とのバランスに留意しながら進めていく。

7 コンベンションシティ構想の推進

(1) コンベンションシティ構想の推進

◆ コンベンションシティ構想の推進

国内外から滞在型の集客が期待できるコンベンションの誘致を強化する。

また、コンベンション開催により市民の集客が期待できる市民参加型の展示会等の誘致にも力を入れ、主催者に利用しやすい開催場所と認識してもらえるようなコンテンツを整備し、誘致活動を進める。

さらに、広範囲なコンベンション需要に的確に対応できるよう、コンベンション誘致のキーパーソン等への働きかけのほか、国内外の専門誌への広報宣伝の実施や広報誌、メールマガジンの発行など、PR型の誘致活動とも市場調査・分析のほか、参加者の意見や経済波及効果等も調査・分析を定期的実施する。

8 インバウンドの推進

(1) 外国人観光客誘致の推進

◆ 東アジアを中心ターゲットとした海外戦略

政府のビジット・ジャパン・キャンペーンの重点市場になり、訪日外国人旅行者数が多く、今後も成長が期待される韓国、台湾、中国、香港に対して、現地メディアや観光関連事業者等と連携し、地域事情に即した誘客事業を推進する。

また、熱海国際経済交流会などと連携しながら、交流のある中国遼寧省、広東省や上海市、韓国釜山市などでの旅行エージェントへの働きかけや、国際的な旅行博覧会へ積極的に出展し、熱海を旅行目的地として認知させるような活動を強化する。

◆ 外国人観光客の旅行ニーズの把握

海外のメディアや旅行エージェントなどとの懇談・商談を通じて、各国の旅行者ニーズを把握するとともに、熱海にある観光資源とのマッチングを把握する。その上で、誘客ターゲットのニーズにあった旅行商品の提供、おもてなし、サービスを提供していく。

◆ 国際会議の誘致

熱海をはじめ富士箱根伊豆エリアには、外国人観光客にとって魅力と感じている観光資源が多く点在している。また、空港や主要駅からアクセスがよく、宿泊施設の集積したこのエリアでは、国際的な会議を開催する要件を満たしていることから、国際会議を開催する環境の整備と誘致に向けて積極的に取り組んでいく。

◆ 姉妹都市・友好都市との交流

姉妹都市であるイタリア・サンレモ市、ポルトガル・カスカイス市及び友好都市である中国・珠海市との間で人的・文化的交流を進めるとともに、交流を広げて誘客に結びつけていく。

◆ 訪日教育旅行の推進

青少年の訪日教育旅行は、交流拡大による国際相互理解や児童・生徒間の直接的な交流による教育的・実践的な国際交流の推進に効果がある。また、訪れた青少年は将来、リピーターとなり得る。

このことから、東アジア地域の教育旅行のニーズを把握するとともに、修学旅行で体験できるプログラムの検討や青少年との交流事業の検討、受入体制の整備を市内あるいは近隣在住外国人の協力を得ながら推進する。

(2) 外国人観光客受入体制の整備

◆ ひとり歩きできる環境づくり

国際観光振興機構が運営する総合観光案内所(TIC)と連携しながら、外国人観光客のニーズに対応した案内や情報の提供を行う「i」案内所の案内業務のおもてなし向上と外国人観光客に提供する各種パンフレット等の充実を図る。

また、関係機関と協力して空港から熱海までの公共交通機関における外国語による情報提供を充実させるとともに、市内においては外国人観光客に利用が困難である路線バスの利用を促進するため、路線図に系統別のカラーリングを施したり、行き先を外国語表記するなど、ひとり歩きできる観光地づくりを目指す。

◆ 外国人観光客の利便性の向上

外国人観光客の利便向上のため、ホテル・旅館での外貨両替サービスの実施を支援していく。また、電子決済が可能な商店・土産物店を表示するなど、外国人観光客が立ち寄りやすい店舗作りを検討していく。

また、熱海・箱根エリアでの免税措置が可能となるような仕組み作りについて研究するとともに、交通事業者と連携をとりながら空港から熱海・箱根エリアの周遊チケット、割引チケットの造成や、ウェルカムカード(博物館・宿泊施設・飲食店などの割引サービス)について検討をしていく。

◆ 観光関係従事者の人材育成

外国人観光客に安心して快適に滞在してもらえるよう、観光案内所やホテル・旅館、公共機関を対象とした研修を実施し、外国人観光客のニーズや旅行志向にあった接遇方法を共有するとともに、熱海版の基本的なおもてなしマニュアル作成を検討する。

また、外国人観光客の増加により、その役割を増し、最前線で熱海の魅力を案内していくグッドウィル・ガイド(善意通訳)の会などの活動を支援していく。

Ⅲ 歩いて楽しい温泉保養地 - 経済効果の各業界への拡大 -

1 景観の整備

(1) 景観のゾーニング

◆ 都市デザイン、景観形成の推進

熱海らしい個性と魅力あふれる都市空間を形成するため、まちづくりのグランドデザインと連携しながらまちづくりビジョンを策定し、公共施設・民間建築物のデザイン誘導や、歩行空間・オープンスペースの確保等と調和の取れた美しい景観の保全・創造を総合的に推進し、市民・観光客の交流の場や都市観光の資源としての魅力向上を図る。

また、「温泉」、「歴史」、「文化」など各地域の個性を活かしたゾーニングにより、点在する観光拠点を「面」として広げて、観光客が歩いて楽しめるまちを形成する。そのために、景観計画やまちづくり条例を活用した住民によるまちづくりを積極的に支援し、市民・事業者・市の三者の協働による魅力あるまちづくりを推進する。

(2) 景観スポットづくり

◆ 坂道を活用した景観形成

坂のある地形を活用した趣のある坂道の再発見や路地の石畳化、休憩施設の整備などによりまち歩きを促進するとともに、街並み、海、島々が見える風景（視点場）の整備を推進する。

◆ フォトスポットの掘り起こしと整備

通りや坂道に名称（愛称）をつけ、特色ある街並みを整備するとともに、市民や観光客による熱海の魅力再発見事業を実施し市内の景勝地・景観スポットを掘り起こしながら、フォトスポットの整備と連携したまち歩きマップの作成により、まち歩きを促進する。

2 歩いて楽しいルートの設定

(1) 地域資源の発見と魅力アップ

◆ 地域資源の発見と魅力アップ

歩いて楽しいまちづくりを推進するために、各地域にある「歴史」、「文化」、「風俗」、「景観」などの地域資源・観光資源を市民と一緒に掘り起こし・再発見するとともに、その魅力アップを図る。

また、地域資源をさまざまな切り口により連携・結びつけ、ルートを設定するとともに、核となる施設や街路の整備を進める。

(2) 商店街等街かどの魅力づくり

◆ 商店街等を活かした街かどの賑わいと魅力の創出

熱海駅前や、中心市街地における個性的な商店街の整備と、その周辺の「街かど」を舞台とするエンターテインメントや各種イベントによる賑わいの創出の支援など、街かどの賑わいづくりを推進する。

また、空き店舗や休日・夜間のシャッターを活用した賑わいづくりについて検討・創出していく。

(3) 歴史・文化を活かしたルートづくり

◆ 歴史と文化の魅力の再評価

歴史的・文化的に価値のある有形、無形の資源を保護するとともに、これまで観光資源として認識されていない資源の潜在価値を発掘することで、歴史的な史実や文学者・著名人のゆかりの場所・施設などを巡る周遊ルート・ツアーの商品化など、新たな歴史と文化の観光メニュー等の開発とPRを推進する。

◆ 文化施設による集客と利用促進

起雲閣、澤田政廣記念美術館などの文化施設での公演や展示等の情報を、市民・来訪者が容易に入手でき、気軽に楽しめるようプロモーションするとともに、市内観光施設・文化施設の共通入場券の設定やホテル・旅館とのタイアップ、旅行商品等に組み込むことを検討し、熱海の文化的な魅力を発信し集客を図る。

◆ 文化芸術による市内活性化

歴史的建造物や空きオフィス、空き店舗などを転換し、アトリエやスタジオなどの制作空間を創出するとともに、次世代の文化産業を担うアーティストやクリエイターを集め、熱海から新しい文化を創造し、国内外に向けて発信していくことを検討していく。

また、地域伝統文化・伝統芸能を保存・伝承していくとともに、観光交流客に対し情報提供、交流の場をつくることにより地域の歴史・文化を紹介し、観光振興に結び付けていく。

(4) スポーツによるルートづくり

◆ スポーツをテーマにした観光拠点の整備

小山臨海公園の総合運動公園化、市民グラウンドや姫の沢公園スポーツ広場の拡張や充実、合宿などに対応できる宿泊施設の整備により、スポーツによる集客を図る。

また、南熱海地区を中心にマリンスポーツやスカイダイビング・パラグライダーなど海と空をフィールドにしたスポーツの拠点づくりを目指す。

さらに、サンビーチや新長浜海水浴場では禁煙ビーチ化を前面にPRするとともに、ビーチバレー・バスケットコート、スケートボードなどのコートを整備し、通年楽しめるビーチとして整備する。

◆ まちをフィールドにしたスポーツの振興

魅力的なまちづくりの整備とあわせてまち全体をフィールドとして、誰でも気軽に楽しみ、まちの魅力を体感できるウォーキングやハイキングなど競技場のいらぬスポーツを推進する。

◆ ニュースポーツの推進

ニュースポーツは、年齢や体力に関係なく子どもからお年寄りまで誰でも関係なく楽しめ、世代を超えたふれあいのあるスポーツとして注目されている。パウンドテニス、ソフトバレーやグランドゴルフなどのニュースポーツを振興するとともに、既存施設等の活用・整備を進める。

(5) 地区別の魅力づくり

◆ 泉・伊豆山エリアの魅力向上

伊豆湯河原温泉郷は、山あいの落ち着いた趣をもった温泉地としてのまちづくりを推進するとともに、さがみの小京都といわれる湯河原温泉と連携したまちづくり、イベント展開を推進する。

伊豆山温泉郷は、伊豆山神社や走り湯など歴史に彩られたみどり豊かな保養地としてのまちづくりを行い、さらに歴史的な資源や文化的な資源を発掘、PR することで誘客を図る。

また、このエリアの自然環境や点在する文化施設を有機的に結びつけるためのウォーキング・ハイキングコースの整備を推進する。

◆ 熱海エリアの魅力向上

最大の資源である温泉を活かしながら、海洋性リゾート地や保養地として、また、眺望等を守り暮らしやすいまちとしての整備を進める。特に、熱海駅周辺、東海岸町地区周辺、渚地区周辺、市役所周辺についてはまちづくりビジョンを策定し観光の拠点にふさわしい都市機能の整備と景観を創造する。

◆ 初島の魅力向上

観光により初島の活性化を図るため、観光施設の整備やイベントの展開、誘客宣伝を統一的・効果的に進める。離島の特性を生かした海洋性リゾートとして整備するとともに、教育旅行のメッカづくりを目指した人材育成・ソフト開発を行う。

◆ 南熱海エリアの魅力向上

南熱海エリアでは、コースタルリゾート計画の進行による新長浜海水浴場とその背後地の整備を推進する。

また、さくらの名所散策路の整備等による花の街づくりの一翼をなすエリア整備を進めるとともに、新長浜海水浴場の通年利用の促進と、小山臨海公園の総合運動公園化によるスポーツの拠点としての整備を進める。

網代地区では、フィッシャーマンズワーク構想、磯遊び・釣りなどの体験型漁業の推進によるまちづくりを推進する。

3 歩いて楽しいルートの整備

(1) 歩道、街路樹等の整備

◆ 人に優しい歩行空間の整備

安全で快適な歩行空間の確保、都市景観の向上のため、歩道の拡幅や段差の改善など歩道整備、外国人がひとり歩きできるレベルのわかりやすい案内サインの配置、電柱類の地中化などを進めることにより、人に優しい歩行空間を整備する。

また、歩車道の分離によりオープンカフェなど魅力ある空間の創出を図る。

◆ バリアフリー・ユニバーサルデザインの推進

鉄道駅でのエレベーター・エスカレーターを設置、乗降口に階段がなく床の低いノンステップバスやワンステップバスの導入について要請して行くとともに、案内が必要な来訪者に対して市内交通機関や施設のバリアフリー情報の提供方法について検討する。

また、すべての人が快適に観光できる空間づくりを目指し、観光関連施設などのハード・ソフト両面でのバリアフリー化を支援する。とくに、観光関連施設の新規計画時には、誰もが使いやすいデザイン(ユニバーサルデザイン)を採用する。

(2) 回遊拠点の整備

◆ 公園の整備と魅力向上

市街地に隣接した憩いと安らぎの場として、林ヶ丘公園の早期開園を目指した整備と、姫の沢公園などの都市公園の魅力アップに努める。また、熱海梅園については、整備・充実をはかるとともに、その魅力向上のための維持管理など運営方法について検討していく。

また、渚小公園や街中の空き地・遊休地を活用したポケットパークの整備など、市民や観光客へ憩いの場を提供する。

さらに、公園の新設・改修にあたっては、市民の意見を反映し、「みんなで管理し、みんなで利用できる公園」を目指した取り組みを推進する。

◆ ウォーターフロントの整備

海岸線の整備と保全について、長期的な視点に立った総合的計画の策定を検討するとともに、現在進められているコースタルリゾート計画を推進し多様な海洋性レジャーに対応した質の高い開発、整備を進める。

また、親水公園などでのイベントの実施や魅力あるオープンカフェやレストランなどの誘致により、賑わいのあるウォーターフロントを整備していくとともに、サンビーチの利用拡大のためオフィシャルビーチ化やライトアップ時の有効利用などの活性化策を講じていく。

さらに、コースタルリゾート計画の後背地のあり方・調和の取れた整備について検討・推進していく。

◆ 熱海観光港の整備

熱海港は、富士箱根伊豆エリアの海からの玄関として、大型クルーズ船の誘致や首都圏方面からの新規航路の開拓とともに、「海の駅」としての港及び周辺の整備により交流拠点としての位置づけをしていく。

(3) 環境に配慮した持続可能な観光地づくり

◆ 清潔な街への取組の推進

市民団体などによる自発的な緑化や、花の名所・農園づくり等について支援を行うなど、身近な道路や公園の日常的な管理・美化活動などへの市民や企業等の参画を通して、地域への愛着や連帯感の高揚を図るとともに、また来訪したいきれいな街熱海という印象をもってもらえるような取り組みを推進する。

◆ 森林等の観光への活用

富士箱根伊豆国立公園の良好な景観、自然環境を保全しながら、関係市町村と協力し長距離自然歩道の整備やウォーキング・トレイルの整備など観光的活用について検討・整備を進める。

また、姫の沢公園や鹿ヶ谷公園、子恋の森を中心に森林環境教育、健康づくり等の森林利用に対応した多様な森林の整備を進め、子どもたちを対象に森林の有する公益的機能について学習させるとともに、自然探勝、ハイキングなどの森林レクリエーション利用を促進する。

◆ 海的环境保全と活用

海や港の良好な自然環境を活かし観光に利用するため、水質の保全に努めるとともに、コースタルリゾート計画など親水性に富む港湾施設を整備するとともに、フィッシャリーナの整備、マリーナの整備など海洋レジャーの拠点づくりを推進する。

また、サンビーチ・新長浜海水浴場を中心に、ビーチの通年利用・利用促進など港の資源を活用した地域活性化に継続的に取り組んでいく。

◆ 都市緑地の観光への活用

潤いのある良好な都市景観の形成や、災害時の防災拠点、避難地としての機能、スポーツ、文化活動、レクリエーションの場を提供するなど多様な機能をもつ都市公園の整備においては、環境に配慮した都市緑化・環境教育の場という視点からの検討を行う。

◆ 環境に配慮した観光地づくり

宿泊施設等から排出される廃油によるバイオディーゼル(BDF)の導入による温室効果ガスの排出抑制などバイオマスへの取り組みや、ゼロ・エミッションへの取り組み、海・山的环境保全への取り組みなど、市民や観光客にやさしい環境に配慮した観光地づくりを推進する。

(4) 観光地の安全対策

◆ 安心安全の観光地づくりの推進

一度に多くの方が集まる観光地においては災害や犯罪への対応による安心安全の観光地が求められる。観光客に対応した地震や津波発生時の避難体制の整備や宿泊施設・観光施設の防火体制の強化、犯罪等が起こらない治安の良い観光地づくりを、市民・関係団体等と協力しながら進めていく。

また、災害時の情報を迅速かつ的確に市民及び観光客に提供するため、防災無線やコミュニティーFM など情報伝達媒体の整備・協力体制を整備するとともに、観光客や通過客が避難する場所として、あるいは食料、飲料水を供給する場所としてホテル、旅館やマンションなどを利用できるよう、関係団体等と協力体制を確立する。

◆ 道路交通の安全対策

市域全体が傾斜地となっていて道路空間に限りがある状況で、歩道が狭かったり、歩道自体が確保されていない場所が多くある。また、週末・夏季を中心に車両が過度に集中することや地元車両が多いことから交通事故の危険性も増している。

観光客が安心してまち歩きを楽しめる環境を整備するため、歩行空間のバリアフリー化、案内サイン等の適切な配置や伊豆湘南道路などバイパス的役割を果たす道路の整備を要望するなど行楽車両の誘導に努めるとともに、パーク＆ライドなどの方策を検討し市街地の車両数をコントロールする仕組みを検討・推進する。

4 市内交通の整備

(1) 市内回遊性の促進

◆ 駐車場の利便性向上

駐車場マップや駐車場案内システムの活用により、既存駐車場の効率的な利用を促進するとともに、市・民間による駐車場の整備や、違法駐車防止対策を推進する。

また、宿泊観光客に対する長時間駐車割引制度の設定などについて検討していく。

◆ 公共交通網の整備・エリア内交通システムの検討

観光客の回遊性と利便性を考慮したバスの運行やバス路線・系統別のカラー化などによる利便性の向上、駅と観光スポットを結ぶための案内表示の工夫などに取り組むとともに、市中央部の観光・文化・商業施設の割引等、来訪者にメリットがある共通券の販売、ワンコインバス等の定額料金制の導入により来訪者の増加を図る。

また、既存のラウンドバスの利便性向上とともに、LRT の導入やパーク＆ライド方式・デマンド交通システムの検討などにより誰もが快適で安全に市内を周遊でき、交通渋滞緩和にもつながるようなエリア内交通システムについて検討する。

さらに、電気自動車や電気自転車といった環境に配慮した地球にやさしい交通への転換を検討・推進する。

IV 全員参加のまちおこし - 総合的な観光事業の実施 -

1 推進体制の整備

(1) 観光組織の連携強化

◆ 観光推進体制の組織強化

観光関連団体の連携、統合により、マーケティング・PR・着地型商品造成・観光教育など熱海の観光を総合的にプロデュースする新たなコンソーシアム、観光組織について積極的に検討する。

◆ 高等教育機関との連携

高等教育機関において観光関連学部・学科の設置及び入学定員は年毎に増加する傾向にあり、学問の対象として観光が位置づけられてきている。これら高等教育機関と地元観光関連団体・企業と産学官の連携による観光振興に関する研究・検証事業を推進する。

(2) 観光産業の育成・高度化

◆ 融資制度等支援制度の充実

観光客の旅行形態の変化、ニーズの多様化、外国人観光客の増加等により、観光地に求められるサービスは多様化している。観光客のニーズに柔軟に対応できる足腰の強い観光地づくりを進めるため、宿泊施設・土産物店や飲食店などの観光関連施設に対する補助制度や融資制度等の支援制度について、検討・充実する。

2 市民全員が観光ガイド

(1) 温かく迎える仕組みづくり

◆ 温かく迎える仕組みづくり<一部再掲>

熱海への来訪者と直接ふれあう観光施設・公共交通機関等の関係者をはじめ、全市的に声かけ運動を展開し、市民一人ひとりが、道に迷っている人を見かけたら積極的に声を掛けるなど、温かいもてなしの心で対応できるような、ホスピタリティの向上を目指した取組みを推進する。

また、観光関係者にはより一層の努力を求めるとともに、専門家の派遣など接遇やホスピタリティに関する研修プログラムの提供を支援していく。

熱海の観光に対するクレームは、観光都市としての自立を促すうえでの重要な「資源」といえることから、クレームの改善に向けた確かな対応を期すため、クレームを受ける専門的な部署の設置やアンケートボックス、ホームページの活用など、市民・企業・行政が、協働で討議できる仕組みやルールを構築する。

◆ ホスピタリティパーソンの育成

熱海の歴史や文化等に関する知識を高め、より観光交流客に対するホスピタリティを高めるため、市内小中学校での観光ホスピタリティ研修や市民を対象とした公開講座の開催、郷土検定制度の導入を検討・支援するなど、市民が熱海を知り好きになることで、口コミ等で熱海をPRできるような取組みを推進する。

(2) 観光案内の充実とボランティアとの協働

◆ 案内機能の広域化

旅行目的地が定まっていない旅行者への情報提供や災害時におけるオンタイムの情報提供のため、周辺のサービスエリア・道の駅や首都圏主要駅などでの観光情報・防災情報を提供するための方策を JR 東日本や NEXCO 東日本・中日本と連携・協力して案内機能の広域化を進めていく。

◆ 街のコンシェルジュの整備

市への入口や中心部に拠点となるコンシェルジュを整備し、観光交流客を温かく迎え入れる方策を進めるとともに、「街のコンシェルジュ」として商店関係者への研修と終了証などの店頭への掲示などの取組みにより観光客と市民とのふれあいの場を創出していく。

◆ 観光マップの充実とIT化推進

来訪者の視点にたつて観光マップを充実させるとともに、民間事業者等と連携を図りながら幅広く活用していく。
また、観光案内のIT化については、ホームページの充実や携帯端末による発信の充実など、民間事業者と連携して推進していく。

◆ 熱海を語る人材の活用と育成

熱海の歴史や文化等に関する講座・イベントの実施及び支援により、熱海の魅力を語れる人材の育成を図る。
また、市内各地域の歴史や文化を理解し交流しあう場を創出するため、市民による「市内観光」の取組みを推進する。

さらに、観光地の魅力を高める方法のひとつとして、市民によるおもてなしの心にあふれた観光客とのふれあいがあり、観光ボランティアはその代表的なものである。「湯～遊～バス」や「起雲閣」等でのボランティア活動の拡大や、より多くの市民が観光客との交流を図れるよう「市民総観光ガイド化」を目指して取り組んでいく。

3 地域・観光教育の推進

(1) 観光地教育の推進

◆ 熱海の歴史・文化の伝承 <再掲>

歴史的・文化的に価値のある有形、無形の資源を保護するとともに、これまで観光資源として認識されていない資源の潜在価値を発掘することで、歴史的な史実や文学者・著名人のゆかりの場所・施設などを巡る周遊ルート・ツアーの商品化など、新たな歴史と文化の観光メニュー等の開発とPRを推進する。

◆ 観光従事者に対する観光地教育の推進 <再掲>

熱海への来訪者と直接ふれあう観光施設・公共交通機関等の関係者をはじめ、全市的に声かけ運動を展開し、市民一人ひとりが、道に迷っている人を見かけたら積極的に声を掛けるなど、温かいもてなしの心で対応できるような、ホスピタリティの向上を目指した取組みを推進する。

また、観光関係者にはより一層の努力を求めるとともに、専門家の派遣など接遇やホスピタリティに関する研修プログラムの提供を支援していく。

◆ 児童・生徒、地域住民の地域理解の醸成 <再掲>

熱海の歴史や文化等に関する知識を高め、より観光交流客に対するホスピタリティを高めるため、市内小中学校での観光ホスピタリティ研修の実施や、市民を対象とした公開講座の開催、郷土検定制度の導入を検討・支援するなど、市民が熱海を知り好きになり、口コミ等で熱海をPRできるような取組みを推進する。

5. 重点プロジェクト

「長期滞在型の世界の保養地」を目指して施策を展開します。そのうち、重点プロジェクトとしてさまざまな施策を組み合わせ、事業を推進します。計画期間前期にあたる行財政改革期にはソフト事業中心の取組を、後半には凍結された事業の再開、新たな投資的事業の実施により、ハード・ソフト事業両面から観光によるまちづくり、地域づくりに取り組みます。

◆ 郷土湯再発見 [唹瀧館再生・商店街まち並み整備] プロジェクト

熱海発展の中心にあった「温泉」に光をあてることにより、「郷土(熱海)」を再発見する。児童・生徒や市民に温泉をはじめとした熱海観光の基礎知識を普及させるとともに、温泉があることにより生み出された「芸妓」、「食」、「文学」などの歴史・文化を体系化し「熱海文化」を確立する。

また、温泉場としての魅力を高めるため、湯けむりによる演出、足湯・手湯の整備、共同湯やホテル・旅館の日帰り温泉利用による「湯めぐり手形」の導入など、気軽に温泉にふれることのできる環境整備を進めるとともに、明治初期に設置された日本初の温泉療養施設であった「唹瀧館」を再生し、温泉と医療・健康との連携、温泉の種類や効能などの科学的検証を進め、現代版「唹瀧館」を街のシンボルとして創出する。

また、周辺商店街などと協力しながら、大湯間歇泉・湯前神社から七湯周辺を「温泉情緒あふれる街」として街並みの整備を進めていく。

◆ 熱海“開港” [みなと観光夢] プロジェクト

熱海にある都市景観、温泉、周辺観光地へのアクセスの良さなどを活かし、クルーズ船の誘致や首都圏からの新規航路の開拓などを進めるとともに、サンビーチ～親水公園～熱海港のウォーターフロントの活性化を図り、富士箱根伊豆エリアの新しい海の玄関口としての整備を推進する。

また、鉄道や道路による熱海へのアクセス向上、熱海・箱根エリアの周遊性の向上、インバウンドの推進と受入体制を整備するとともに、情報発信力を強化し、広く国内外に熱海を“開港”する取り組みを進める。

◆ 熱海ロマン [まちなか 1 万歩] プロジェクト

歩いて楽しい街づくりを推進し、観光客の熱海での滞在時間を多くするための取り組みを推進する。そのために、熱海にある観光資源・地域資源を掘り起こし、まちなか全体が博物館であり、毎日が展覧会となるイベント展開と、観光ボランティアの養成・市民のホスピタリティの向上を図る。

また、安心安全で魅力ある歩行空間の創出、観光案内の充実、エリア内交通システムの整備などの環境整備を進める。

併せて、上記重点プロジェクトを推進する組織づくりとして新たなコンソーシアムの検討を進めるとともに、多くの観光客を迎える市民・住民に対する観光地教育の充実を図り、観光客の満足度の高い観光地づくりの基盤整備を進める。

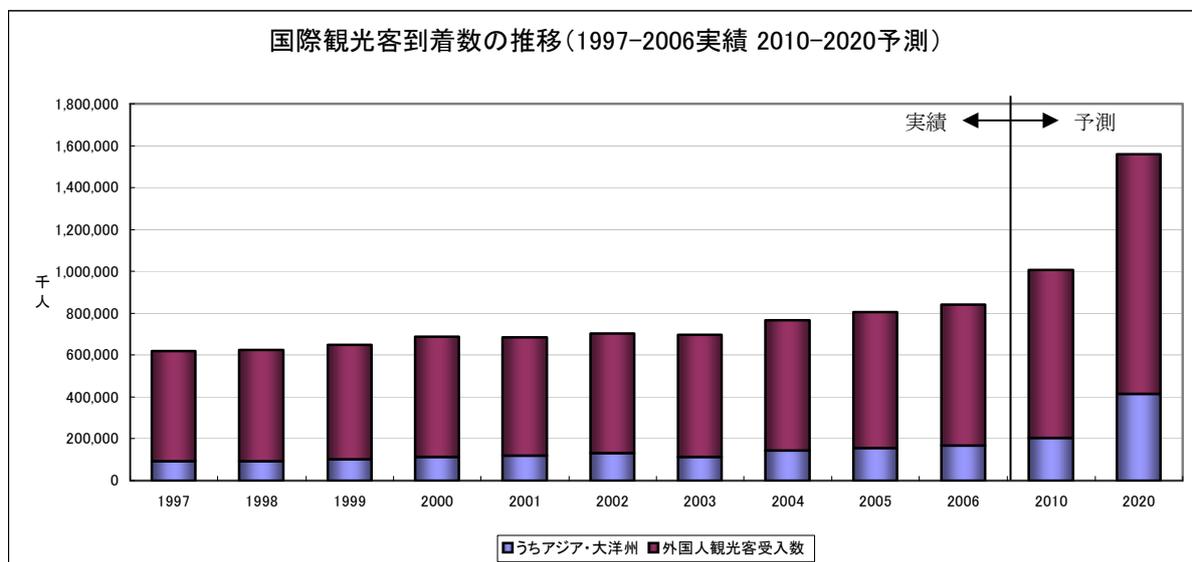
資料 1 観光交流の推進に向けた潮流と熱海の課題

1. 観光交流の推進に関する社会経済動向

(1) 観光産業は 21 世紀の成長産業

世界観光機構(UNWTO)によると、約 6.8 億人であった 2000(平成 12)年の世界各国の国際観光客到着数(外国人旅行者数)が、2010(平成 22)年には 10 億人、2020(平成 32)年には 15 億人になると予測しています。

このうち、東アジア・大洋州の国際観光客到着数は、2000 年から 2010 年までの間に年平均 6.0%(全世界では 3.9%)、2020 年までの間には 6.6%(全世界では 4.2%)という大きな伸びを示して 2010 年に 2 億人、2020 年に 4 億人に達するという推計が出されています。



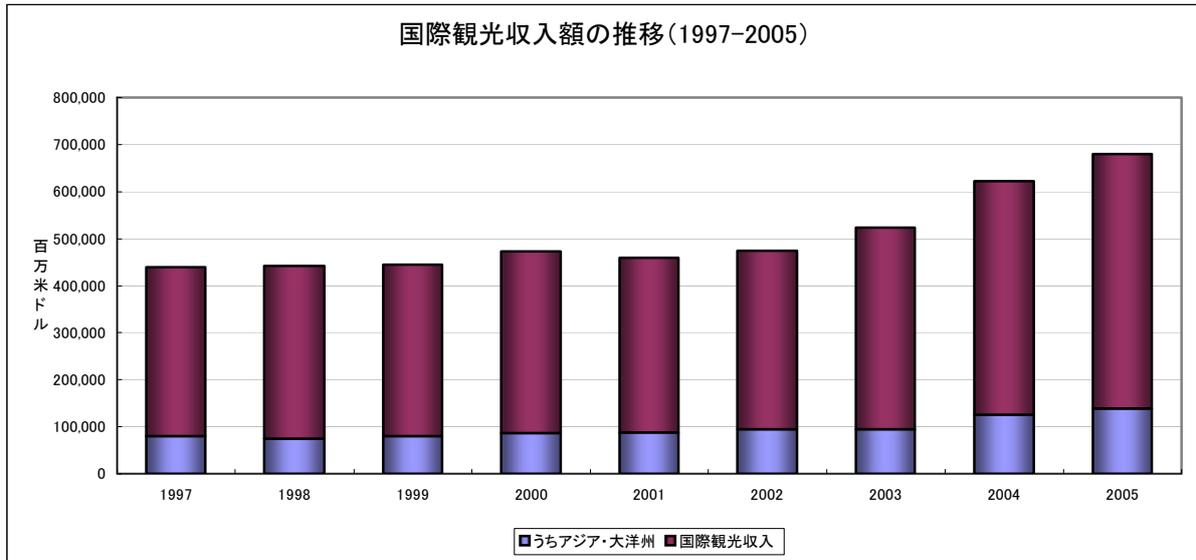
国際観光客到着数の推移(2000-2006実績 2010-2020予測)

(単位:千人)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2010	2020
ヨーロッパ	392,663	390,829	399,759	408,600	425,600	441,000	458,000	527,300	717,000
アメリカ	127,946	120,141	114,855	113,100	125,800	133,500	136,300	190,400	282,300
アジア・大洋州	115,251	121,147	131,295	114,200	145,400	155,400	167,100	205,800	416,000
アフリカ	27,463	28,342	29,136	30,700	33,300	37,300	40,300	47,000	77,300
中東	23,969	23,646	27,594	30,000	35,900	39,200	40,800	35,900	68,500
計	687,292	684,105	702,639	696,600	766,000	806,400	842,500	1,006,400	1,561,100

資料:世界観光機構(UNWTO)

国際観光客到着数の増加とともに国際観光収入額も増加しています。2000年に4700億米ドルだった収入額は、2005(平成17)年には6800億米ドルへ約45%(年平均7.5%)も増加しています。



国際観光収入の推移(2000-2005)

(単位: 百万米ドル)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ヨーロッパ	229,721	225,780	240,490	282,913	326,693	348,234
アメリカ	133,404	122,198	114,255	114,105	131,682	144,551
アジア・大洋州	86,941	87,968	94,697	94,855	124,973	138,588
アフリカ	10,824	11,668	11,785	15,494	18,335	21,514
中東	12,438	11,785	12,963	16,836	21,005	27,553
計	473,328	459,399	474,190	524,203	622,688	680,440

資料: 世界観光機構 (UNWTO)

また、世界旅行産業会議 (WTTC) は、2007 (平成 19) 年の世界全体の観光産業の規模は世界の GDP の 10.4% に相当する 5 兆 3,909 億米ドルに達するとし、関連産業を含む全観光産業の就業人口は、世界の全雇用者数の 8.3% に相当する 2 億 3,122 万人になると見込んでいます。

世界の観光産業の経済規模(2007年予測値)

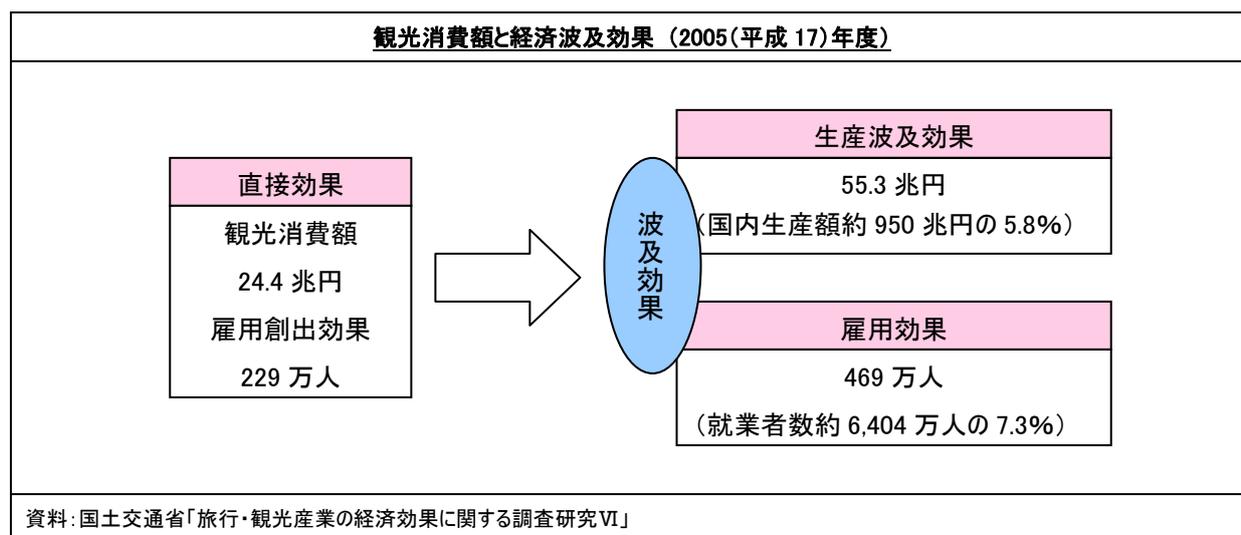
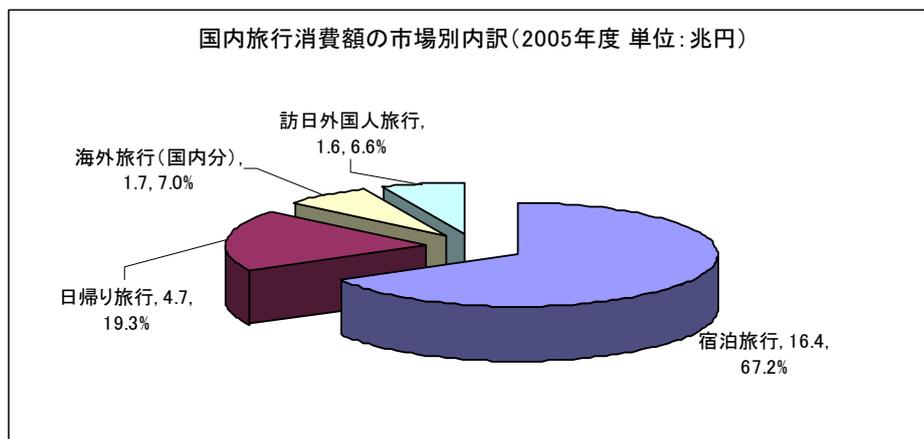
	全世界	アジア・大洋州	中東	ヨーロッパ	米州	アフリカ
観光産業GDP(十億ドル)	5,390.88	1,282.43	117.53	2,128.54	1,856.77	112.82
観光産業による雇用(千人)	231,222.20	137,940.32	5,415.91	39,038.93	36,551.82	16,097.83

資料: 世界旅行産業会議 (WTTC)

このように、全世界的に人々の動きは活発化しており、大交流時代を迎えようとしています。とくに東アジア・大洋州は、ヨーロッパと比べると実数ではまだ少ないもののこれから急成長する到着地として捉えられているなど、観光関連産業は 21 世紀の成長産業として期待されています。

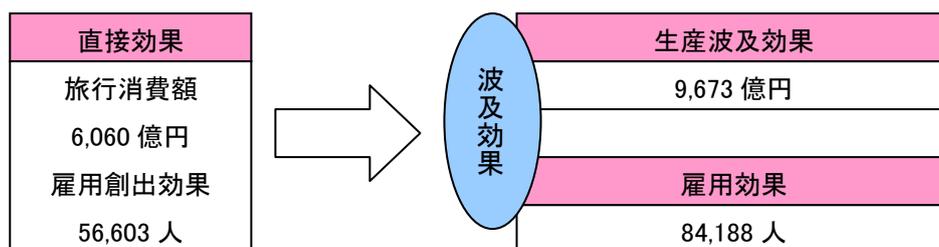
(2) 旅行消費額と経済波及効果

2005(平成 17)年度の国内観光消費額は 24.4 兆円に上ります。そのうち国内産業への直接効果は 23.7 兆円、雇用誘発効果は 229 万人と推計されます。また、それに伴う生産波及効果は 55.3 兆円に上り、これは国内生産額約 950 兆円の 5.8%になります。



また、2002(平成 14)年度の旅行消費額は 6,060 億円で、それに伴う生産波及効果は 9,673 億円、雇用効果は 84,188 人と推計されています。

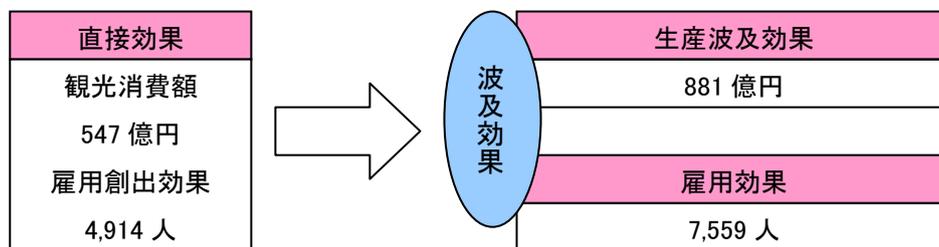
静岡県の旅行消費額と経済波及効果 (2002(平成 15)年度)



資料: 静岡県観光交流室

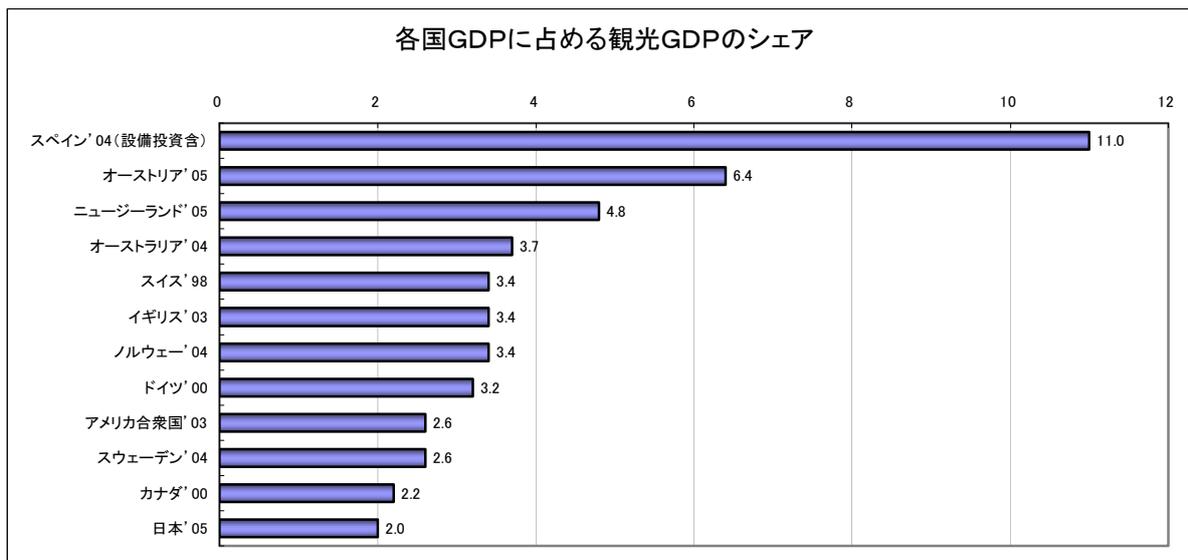
同様に、熱海市の2005年度の観光消費額547億円、それに伴う生産波及効果は881億円、雇用効果は7,559人と推計されます。

熱海市の観光消費額と経済波及効果（2005(平成17)年度）



資料: 熱海市観光文化部観光商工課

観光経済を計測する手法の国際標準であるTSA(Tourism Satellite Account)による日本の観光GDPは2005年度で9.9兆円と推計され、名目GDP(505.4兆円)の2.0%を占めます。各国のGDPに占める観光GDPのシェアと比較すると低い水準となっています。



資料: 各国資料より(財)日本交通公社作成

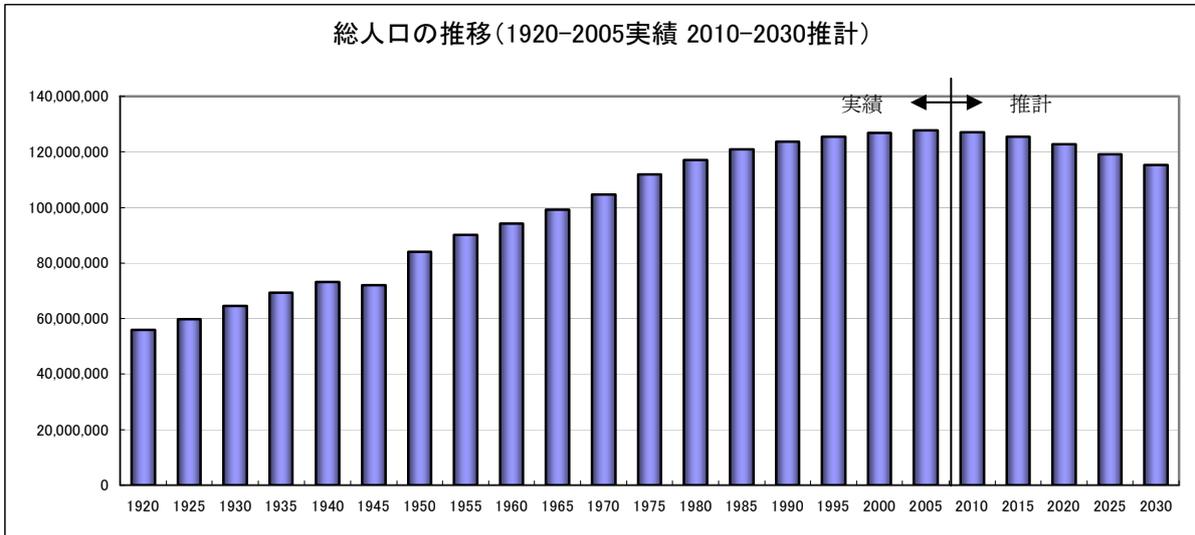
(3) 観光を取り巻く社会経済環境の変化

◆ 人口減少社会・高齢化社会の到来

日本の総人口は終戦直後の1945(昭和20)年を除いて、一貫して増加してきました。しかしながら少子高齢化の進展により、2005(平成17)年国勢調査を境に減少傾向に入ると推計されています。人口減少社会の到来に伴い観光のため地域を訪れる交流人口による地域活性化の重要性が高まっていくと考えられ

ます。

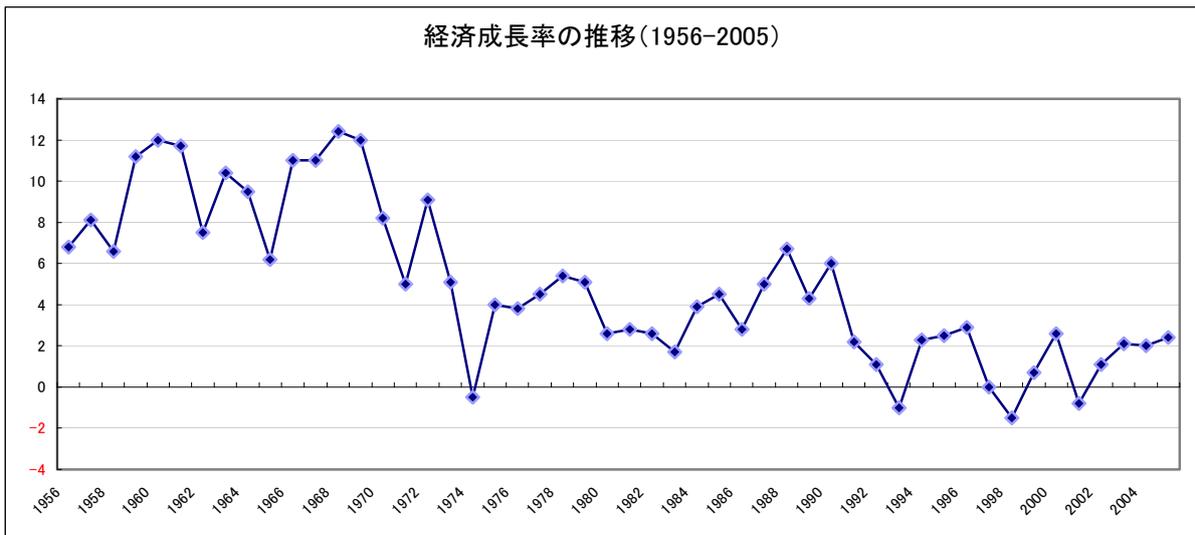
また、急速に高齢化が進む中で、比較的、時間と消費能力にゆとりがあり、本物志向の中高年層の旅行活動が活発化し、これら本物志向に対応した魅力・商品づくりや、誰もが気軽に観光できるユニバーサルデザインの街づくりの重要性が高まっています。



資料: 総務省統計局「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成 18 年 12 月推計)」

◆ 緩やかな経済成長

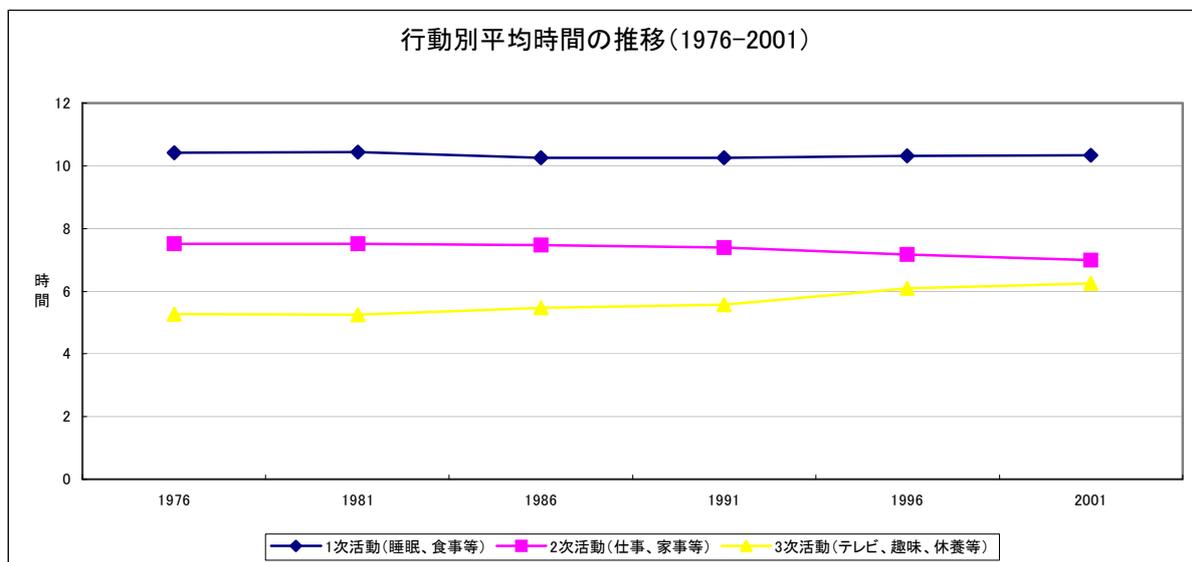
緩やかな経済成長という長期的な予測のもと、日本経済は現在、景気回復傾向にあるとはいえ先行きは厳しい状況にあります。観光についても国内旅行市場の成熟化が進み、高度経済成長期のような量的拡大を望むことが難しくなっています。



資料: 内閣府 実質GDPの対前年度増減率

◆ 自由時間の増大

観光を取り巻く社会経済環境も大きく変化しています。祝日法の改正による三連休の増加、学校週5日制の実施等による連続休暇の増加など、自由時間の増加が進み、自分の時間をより豊かに過ごすことへの関心が高まっています。



資料:総務省「社会生活基本調査」

◆ 環境問題の拡大

環境問題の一つとして、観光地における自然環境や生活環境の保全が課題になっており、大量生産・大量消費・大量廃棄を前提とした社会のあり方が根本的に問われており、オーバーユース防止等の対策が求められています。

◆ 情報技術の進展

情報技術が進展するなかで、観光情報が質的・量的に増加するとともに、インターネットや携帯情報端末など観光情報の発信・入手媒体の多様化が進んでいます。今後は、魅力ある情報など質的な面での充実にあわせ、情報技術の進展を活かした効果的な情報発信も求められています。

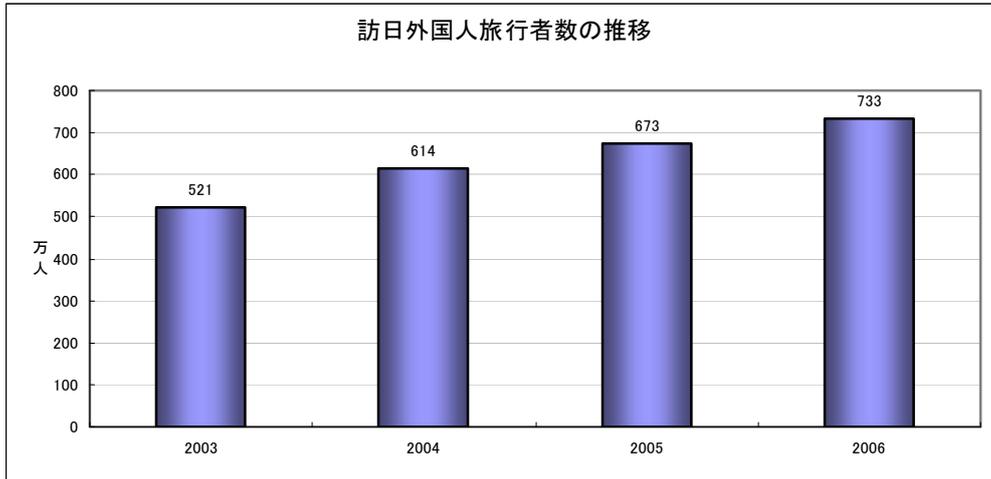
◆ アジア圏の交流が拡大

世界規模の大興隆時代の到来を受け、各国では観光興隆の推進が国家・都市経営の重要な戦略の一つとなり、国家・都市間での競争の時代に入っています。

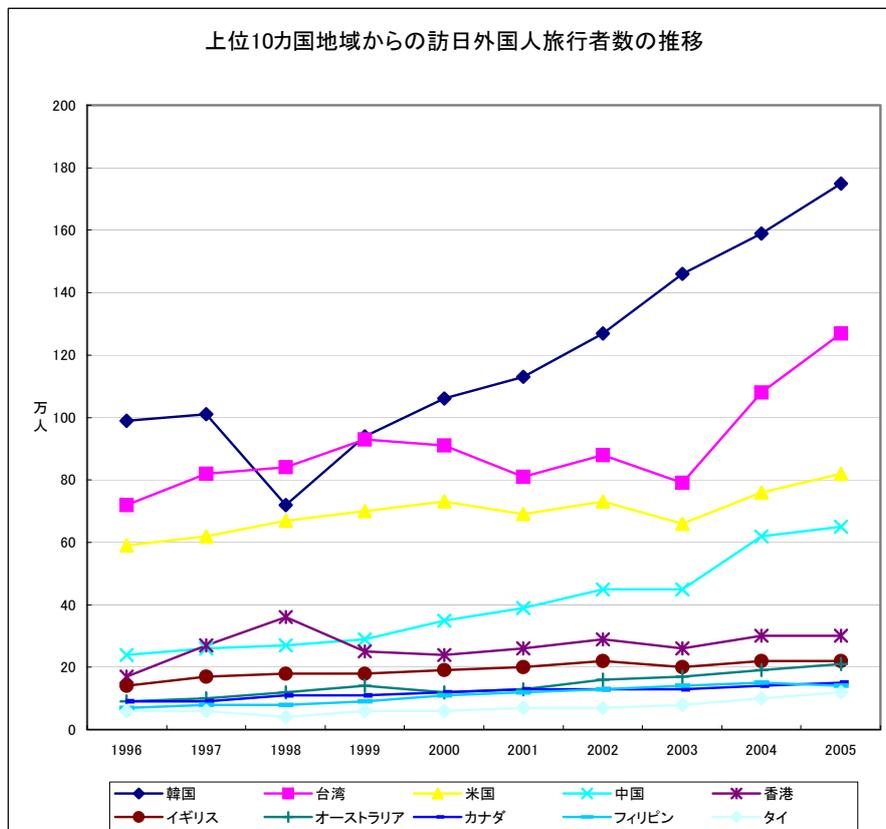
2003(平成 15)年 1 月、小泉首相の国会施政方針演説において、約 500 万人の日本への外国人旅行者を、2010(平成 22)年までに倍増させることを目標として掲げ、政府を挙げて取り組むこととし、また、2007(平成 19)年 1 月には「観光立国推進基本法」が制定され、国を挙げて観光立国への総合的な戦略

展開が進められています。

また、国土交通省では世界に開かれた観光大国を目指し、観光関連産業を 21 世紀のリーディング産業とすべく、2002(平成 14)年 12 月にグローバル観光戦略を策定し、ビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)などの施策を実施しています。その結果、訪日外国人旅行者数は順調に増加し、特に、東アジア圏の韓国・台湾・中国の伸びは著しい状況にあります。



資料: 独立行政法人国際観光振興寄港(JNTO)

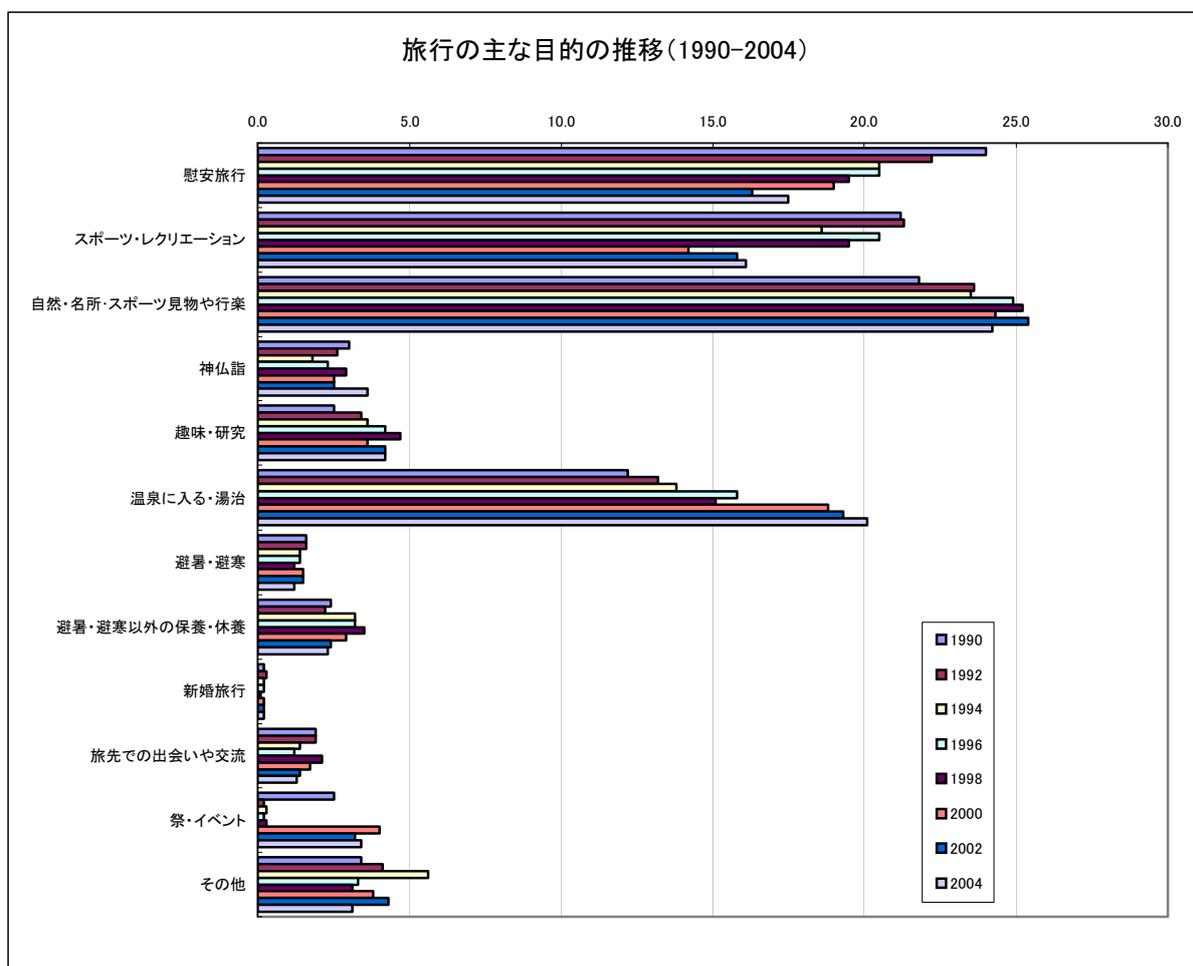


資料: 法務省

(4) 多様化が進む観光への意識・形態

◆ 旅行に対する意識の変化

成熟社会を迎えるなかで、自由時間の過ごし方についても、自らの趣味や価値観を大切にできるようになってきています。各種調査によると宿泊観光旅行の参加回数、参加日数は依然として低い傾向があるものの、「少し長い旅」への希望が増えています。今後、団塊の世代の退職者など時間にゆとりを持ったりリタイアメントマーケットの増大により、健康志向やロングステイなど長期滞在につながる旅行のニーズが増加するものと考えられます。



資料：社団法人日本観光協会「観光の実態と志向」

◆ 観光目的の多様化

観光・旅行目的は、慰安旅行が減少しているなか温泉は根強い人気があります。そのなかで、体験型観光やグルメ観光、癒しの体験、スポーツレクリエーション、歴史や文化芸術を学ぶ旅、さらには地域の人々との交流によりその地域の生活文化を肌で感じるなど、観光・旅行目的も多様化が進んでいます。

また、国土交通省においても、このような観光・旅行ニーズの変化に対応すべく、地域資源を活用した新たな

な形態の旅行(グリーンツーリズム、エコツーリズム、産業観光、ロングステイ(長期滞在型観光)、ヘルスツーリズム、文化観光)をニューツーリズムと位置づけ、その振興を図っています。

◆ 旅行形態の多様化

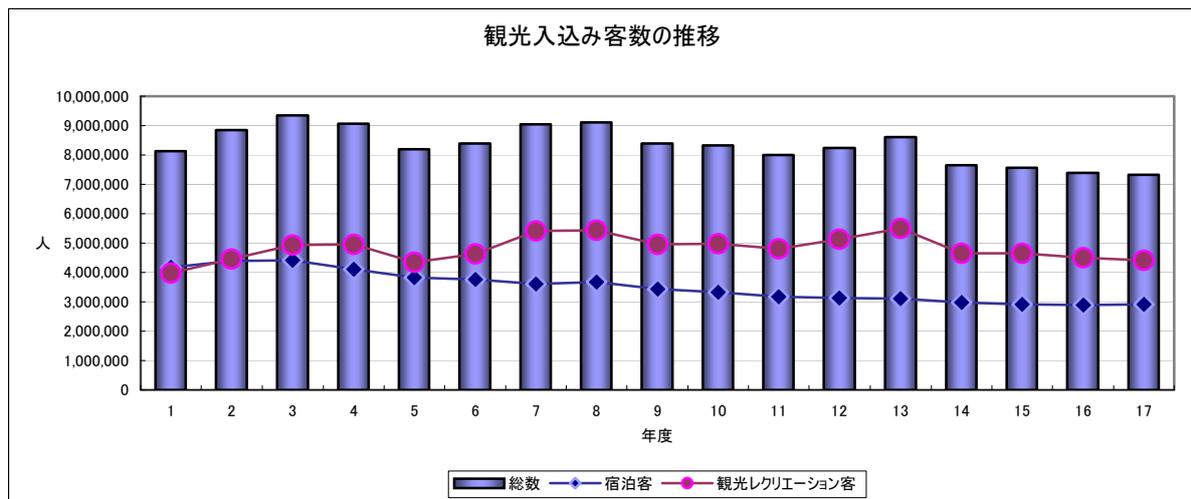
旅行形態については、安い・近い・短い旅行が定着する一方で、高額でも質に見合ったものは人気があるなど二極化が進んでいます。また、職場等の団体旅行が減少する一方で、家族や友人と一緒に、小グループでの旅行が今の旅のスタイルになっています。また、手軽で安価な企画バス旅行等の人気がある一方で、定住・二地域居住の前段となるロングステイに対する関心が高まるなど、多様化が進んでいます。

2. 熱海の観光の現状

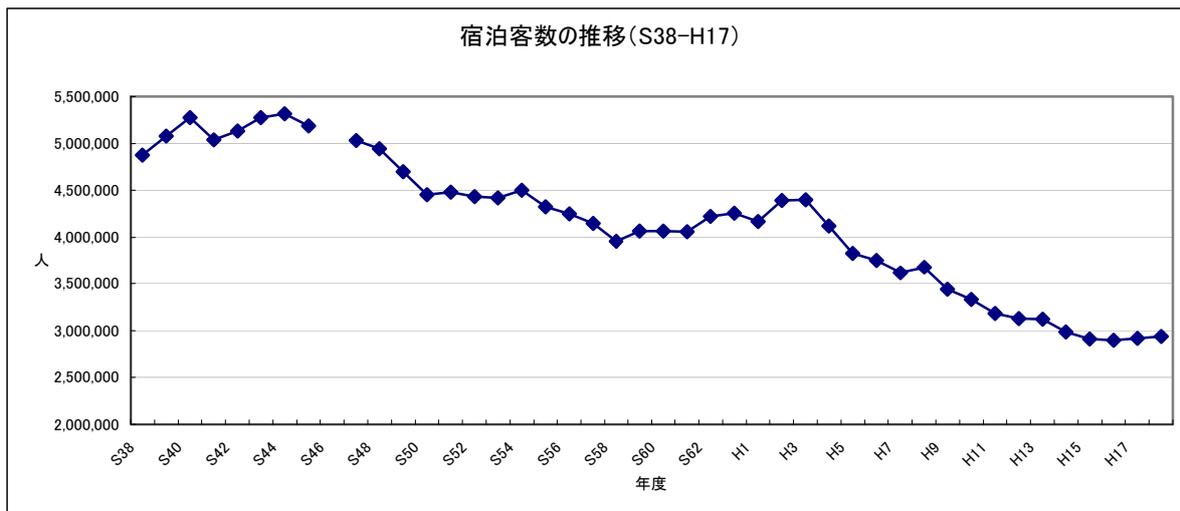
(1) 観光入り込み客数

入湯税(税額 150 円)からみた観光入り込み客数の推移をみると、総数では年度により増減がありますが、宿泊客数は平成 16 年度まで減少傾向にありました。

宿泊客数は、平成 17 年度において増加に転じましたが、この間の最大値となる平成 3 年度の 4,402 千人から平成 17 年度の 2,914 千人を比較すると、34.21%の減少となっています。観光レクリエーション客数(日帰り客数)は、イベント実施回数などにより増減を繰り返しており、この間では平成 13 年度の 5,500 千人が最高となっています。



資料: 財政部課税課、観光文化部観光商工課



長期的なデータを見ると、昭和 44 年度をピークとして、おおむね減少傾向が認められます。直近では、平成 16 年度の 2,896 千人が底となり、平成 17 年度、18 年度と上昇傾向にあります。

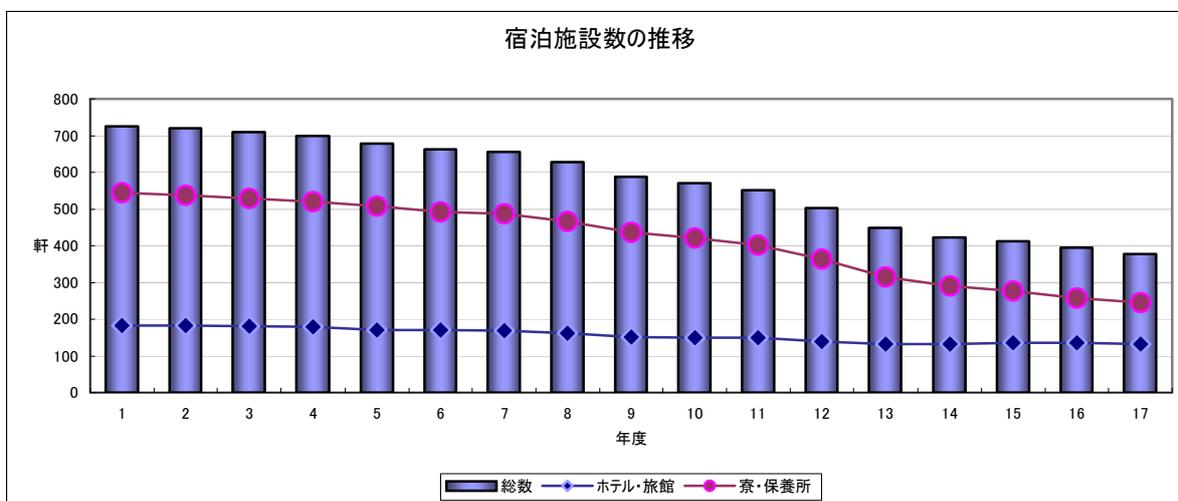
(2) ホテル・旅館、寮・保養所軒数

宿泊客数の逓減傾向と同様に、宿泊施設数も減少しています。

ホテル・旅館は、平成元年の 185 軒から年々減少し、平成 15 年に一度増加したが、平成 17 年現在では 132 軒と 27.47%減少しています。

寮・保養所は、平成元年の 544 軒から平成 17 年の 246 軒に減少し、この間の減少率は実に 54.78%にもなっています。

また、ホテル・旅館数の最盛期である昭和 47 年 298 軒から比較すると平成 17 年までに 55.70%減少、寮・保養所では昭和 59 年の 629 軒から 60.89%減少となり、熱海の宿泊施設数は最盛期の半分以下となっています。



(3) 施策の展開

◆ 基本方針

熱海市を訪れる観光客は年々減少傾向が続いております。このことは、観光産業を主産業とする本市の活力を失わせるものであり、積極的な取り組みが求められるところです。

このことから、熱海市行政の基本方針となる、施政方針では、日本の総人口が長期的な減少傾向に入ることから時代は大きな転換期を迎えているとし、熱海市においても、この転換期を踏まえて変わるべきで、企業でいえば「第2の創業」を始めなければならない時期に来ていると認識しています。

その上で、市政の全てをゼロから見直すとともに、本市の持つ海・山の美しい自然環境、質量ともに全国屈指の温泉、さらに首都圏からのアクセスの良さといった財産を活かしながら、時代のニーズの変化に合わせ、「長期滞在型の保養地」という要素を取り入れていく必要があります。そこには、既存の観光資源・地域資源を磨き上げるとともに、健康・美容・学習という視点からの活動を長期滞在しながらできる場にしていきたいと考えています。

また、芸妓という日本の伝統文化という資源を有する本市は、海外からの誘客、国際会議の誘致などを視野にいれ、名実ともに国際観光都市として「世界の保養地」となる環境整備をしていきます。

3. 熱海の地域資源・特性(ポテンシャル)

これまで、熱海には様々な地域資源・特性(ポテンシャル)がありながら、これを有効に活用して集客を図る取り組みが不十分でした。今後は、これらのポテンシャルを活用し、多くの人々が熱海を訪れていただくための大きな魅力として発信していくことが課題となっています。

(1) まち

熱海の中心部は、起雲閣に代表されるような歴史的・文化的な建造物と大型ホテル・高層マンションの近代的な街並みが融合した都市空間が形成されています。

熱海温泉の中心となる熱海七湯周辺では、七湯のモニュメントを中心に湯けむりのある街づくりが進められ、起雲閣から芸妓見番周辺では、大正ロマン香る街づくりによる街路整備等が進められています。また、熱海サンビーチから渚親水公園にいたる区域では、コースタルリゾート計画によって地中海風の整備が進められています。さらに山の手では、古くから別荘・保養所が集積されています。

このような、文人墨客や政治家など著名人によって彩られた歴史の中で築かれた魅力的な街の形成は、一朝一夕にできるものではなく、観光交流を推進する上での大きなポテンシャルといえます。

(2) 温泉

熱海の最大の資源である温泉は、由来記によると西暦 749 年に始まるとされています。とくに時代が下がって江戸時代初頭に徳川家康が訪れたことにより、諸大名が次々に湯治に訪れ、また江戸までその湯が運ばれるなど歴史に名を残してきた資源であります。その源泉数、高温源泉数は全国有数の規模であり、泉質も単純泉・塩化物泉・硫酸塩泉など多彩で、湧出量も豊富であります。現在の健康志向・本物志向の高まりの中、温泉を活用した取組は、人々に癒しと安らぎを与える街づくりを進める上での大きなポテンシャルといえます。

(3) 自然環境

熱海は、相模湾に向かって鉢状の地形であり、斜面上や海岸線に、自然景観の眺望点がいくつも点在しています。海岸線には、熱海サンビーチや長浜海水浴場、渚親水公園、伊豆山海岸、網代港など親水性の高いエリアの整備が進められています。また、日本の都市公園 100 選に選ばれている姫の沢公園や熱海梅園など緑豊かな公園や、アカオハーブ&ローズガーデンや起雲閣中庭、MOA 美術館庭園など一流の庭園が点在しています。体験型観光など観光目的が多様化するなか、豊かな自然環境は、観光交流を進める上での大きなポテンシャルといえます。

(4) 海

熱海の前面に広がる海は、魚介類など豊かな食材を与えてくれるだけでなく、海水浴やマリレジャーのフィールドとしての活用や、その碧い海面や朝日の昇る景色は人々に癒しと安らぎを与えてくれます。リタイアメントマーケットの拡大やインバウンドの推進などにより、クルーズ船などによりゆっくりとした時間を楽しむ旅のニーズも高まっているなか、富士箱根伊豆の海の玄関口として期待されます。このことは、観光交流を進める上での大きなポテンシャルといえます。

(5) 景観・夜景

熱海は、かつて「100 万ドルの夜景」、「東洋のナポリ」と称され、その都市景観・夜景は観光の魅力の一つとなっています。この良好な景観を保全するため、景観法等により高さや色、屋外広告物の規制などの取り組みを進めています。また、日本初の砂浜ライトアップとなる熱海サンビーチのライトアップを手始めに、様々な文化施設・観光施設でのライトアップが計画されています。都市景観や夜景は、滞在を楽しむ街づくりを進める上での大きなポテンシャルといえます。

(6) 歴史・文化

熱海は、平安時代に起源のある温泉場であり、平安末期の源頼朝・北条政子の物語や伊豆山神社の興隆、江戸期には徳川家康をはじめ全国の大名が滞在した歴史もあります。また、明治以降も時の宰相など有産階級が滞在し、わが国を代表する保養地としての地位を築いてきました。さらに大正から昭和初期あ

るいは戦後においても多くの文人墨客が滞在し、熱海文化を醸成してきました。また伝統と格式ある旅館も多く、熱海の温泉文化を伝えています。

このように、熱海はわが国の温泉保養地としての観光文化を代表する地域であり、その歴史的蓄積は、単に史実に留まらず、文学や芸術、寺社・別荘・旅館建築、食、接客など多岐にわたる文化が蓄積されており、観光交流を推進する上での大きなポテンシャルといえます。

(7) 食

熱海は、相模湾から水揚げされる豊富な魚介類などの食材に恵まれ、宿泊産業の発展とともにそれら食材を活かした多彩な料理・食文化を育んできました。また、伊豆・箱根エリアの周辺地域には農業・漁業・畜産などさまざまな産業が展開されており、これらエリアと連携した地産地消に取り組むことにより、食という視点からの魅力を提供することができます。食は旅行の目的のひとつとして大きなウエイトを占めていることから、このことは観光交流を推進する上での大きなポテンシャルといえます。

(8) 市民・住民

熱海は、その風光明媚な景観と温暖な気候から、おだやかな気風が培われ、今に引き継がれています。また、首都圏から移住される方も多く、これらの方々との交流による文化活動、ボランティア活動などを通して新しいカルチャーが芽生えつつあります。これらの市民の活動は、観光交流を推進する上で大きなポテンシャルといえます。

(9) 国際交流

熱海は、国際観光温泉文化都市を標榜し、国際的なリゾート地建設に向けて努力しています。イタリア共和国サンレモ市、ポルトガル共和国カスカイス市と中華人民共和国珠海市と姉妹(友好)都市を結び交流を進めるとともに、民間が主体となって韓国や中国など東アジア諸国との交流・観光客の受け入れを積極的に行っています。このことは、観光交流を推進する上で大きなポテンシャルといえます。

(10) 交通アクセス

熱海は、東京から約 100kmの距離に位置し、東海道新幹線・JR 東海道本線などの鉄路、東名高速道路経由による道路で結ばれ、首都圏からのアクセスが良好であるといえます。また、東京国際空港の24時間化や富士山静岡空港の開港、第二東名高速道路の開通などによりさらに国内外からのアクセス向上見込めます。また、大きく開かれた海は、今後その活用が期待されています。このことは、観光交流を推進する上で大きなポテンシャルといえます。

4. 観光交流を推進する上での熱海の課題

(1) 熱海の資源、魅力のPR強化

熱海には魅力ある観光資源やイベントが存在しているものの、十分にPRできているとは言えません。熱海の集客力を高めるためには、このような既存の観光資源等の魅力を再評価し、民間と連携してその魅力を国内外に積極的・効果的にPRしていくことが課題となっています。また、誘客のテーマやターゲットに応じたメディア選定や情報内容の工夫等、きめ細かなプロモーションの取り組みが不足しています。

(2) 宿泊客の増加とリピーター客の増加

宿泊客の減少が著しい熱海にとって、文化や花、光によるまちづくりなど、熱海の魅力的な観光資源を十分に活用することにより宿泊客の増加を図ること、また、新しい魅力を絶えず発信することにより、何度も熱海に訪れるリピーター客を増やすことが課題となっています。

(3) 文化施設を中心とした市中心部の魅力創出

熱海の明治期以降の歴史の遺産として、起雲閣に代表される多くの文化施設が点在しています。「旧日向別邸」や「池田満寿夫・佐藤陽子創作の家」などの新しい文化施設が誕生するなど魅力ある施設が多く整備されました。今後は、これら文化施設の連携とともに、文化施設を中心としたテーマづくり・街づくりへのステップアップが課題となっています。

(4) 回遊性向上による滞在時間の延長

熱海の中心部には、魅力ある観光施設・文化施設があるものの、それが点在しているため周遊しづらい面があります。ラウンドバスとして「湯～遊～バス」を運行し好評を得ていますが、便数・定員・交通渋滞などさまざまな課題・問題を抱えています。

そのため、市中心部のさらなる魅力創出にあわせ、交通手段の見直し・充実を図り、回遊性を向上させることで、来訪者にできるだけ長く滞在してもらうことが課題となっています。

(5) 四季を通じて楽しめる都市の実現と平日の集客力の向上

熱海の観光客の動向を見ると、季節によって波がある状況にあります。そこで季節を問わず楽しめる都市を実現していくことや、コンベンションの誘致・開催などにより、休日に比べ来訪者の少ない平日の集客力を高めることが課題となっています。

(6) アクセス、案内等の改善

熱海が来訪者にとって何度も訪れたい魅力的な都市であるためには、魅力的な観光資源の存在だけでなく、快適に滞在できる環境整備も重要なポイントとなります。そのため、熱海へのアクセスや市内の交通利便性の向上、及び案内機能を充実させることが課題となっています。

(7) 市内郊外部の魅力発掘と周辺観光地との連携による誘客促進

熱海は旧市街地を中心に観光客を集めていますが、周辺部の泉・伊豆山・多賀・網代の各地区及び初島にも魅力的な観光資源が存在しています。熱海の魅力を拡大し、集客力を高めるため、周辺部に存在する観光資源をさらに発掘し、積極的に PR するとともに、海外からの誘客や滞在型観光客を増やすために、広域観光ルートを設定するなど、箱根を中心とする周辺観光地との連携も課題となっています。

(8) コンベンションの誘致・開催による情報発信力の強化

熱海では、各ホテル・旅館において多くのコンベンションを受け入れています。コンベンション誘致について都市間競争が激化する中で、熱海はコンベンション主催者や参加者のニーズを踏まえたきめ細かな支援策の充実や、再び開催したくなるコンベンション都市を目指した周辺環境の整備や情報発信力の強化をしていくことが課題となっています。

(9) 熱海全市での取り組みによる集客力の向上

観光交流の推進にあたっては、観光施設をはじめ宿泊業、運輸業など幅広い産業とともに市民・住民、NPO やボランティア団体など多様な主体の一層の連携強化が求められています。そこで、熱海の集客力を高めるため、観光関連産業の連携強化、市民・住民やNPOによる観光産業事業への参加を促進するなど、熱海全体での取り組み強化が課題となっています。

5. 熱海のおかれているマーケティング環境

(1) 内部環境

熱海市の知名度は高いものがあり、宿泊旅行の目的地としての認知がされています。しかし、顧客満足度が他の観光地に比べ低くなっています。

景気低迷の中、熱海市経済も停滞し休廃業ホテルが目立っておりますが、近年外部からの投資が進んでいます。また、ホテル・旅館に若手経営者の関与が進み復調の兆しを感じられます。

今後、基本的な観光資源である「温泉」、「景観」、「歴史・文化」を磨き上げるとともに、熱海にしかない『唯一物』の掘り起こしとPR、新たな顧客ニーズにあった取組みを強化する必要があります。

(2) 近接環境

熱海市と競合する観光地としては、東京から100～150km圏内にある、「箱根」「鬼怒川」の温泉観光地と、「富士五湖周辺」「軽井沢」のリゾート地があります。

それぞれ、首都圏からのアクセスの利便性が向上していること、宿泊料金が低廉化していること、アウトレットモールや美術館・博物館など人気施設があることなどの共通点がみられます。

また、「富士五湖周辺」、「箱根」とは、東アジアからのインバウンドによる旅行ルートで競合するエリアとなっています。

(3) マクロ環境

ビジットジャパンキャンペーン推進及び富士山静岡空港開港・羽田空港の24時間化などにより東アジアを中心とした外国人観光客の増加が見込める状況にあります。

国内旅行に対する潜在需要は多様な余暇活動の中で依然高い水準を維持しているが、国民一人当たりの宿泊観光旅行の回数・泊数とも減少傾向にあります。宿泊料金の低廉化はさらに求められるものと思われ、泊食分離やバイク形式の導入などによる多様な宿泊プランの提供が求められます。

また、持続可能な観光地づくりのため自然環境に配慮した観光地のあり方についての模索が必要となります。

■ SWOT 分析表

	強さ Strength	弱さ Weakness
内部要因	<ul style="list-style-type: none"> ・ 良質な温泉資源が豊富 ・ 多彩な都市景観 ・ 多様なホテル・旅館 ・ 首都圏からのアクセスの良さ ・ 起雲閣に代表される文化施設 ・ 環境に配慮した安心なビーチ ・ 知名度が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊料金(物価)が高い ・ 古い温泉場というイメージ ・ 市街地における交通渋滞 ・ イベント等の認知度の低さ
	機会 Opportunity	脅威 Threat
外部要因	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新しい温泉の活用法に対する需要が拡大 ・ 見る観光から体験する観光への転換 ・ 歴史や文化を学ぶ観光が人気 ・ ウォーキング、花をテーマにした観光が人気 ・ 東アジアを中心のインバウンドが増加 ・ リタイアメントマーケットの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺観光地へのアクセスの利便性が向上 ・ 集客力のあるアウトレットモールが点在 ・ 格安航空券等で北海道・九州旅行が人気 ・ 依然海外旅行人気が続いている

■ クロス分析表

	強さ	弱さ
機会	<ul style="list-style-type: none"> ・ 熱海養生法の推進 ・ 文化施設とまちあるきの仕組みづくり 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 花や新しいイベント展開によるイメージ戦略 ・ 的確な広報活動によりイベント情報の提供
脅威	<ul style="list-style-type: none"> ・ 多様な宿泊形態、多様な料金設定の告知 ・ 歴史・文化を前面に出したイメージ戦略 ・ まちあるきでの市内周遊性の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 年代層、ニーズを的確に抑えた PR 活動 ・ 市内商店等の活性化、ブランド化

資料 2

1. 熱海市観光戦略会議設置要項

(設置)

第 1 条 観光振興に関する施策の展開によるまちづくりその他の熱海市の特性を活かした観光戦略(以下単に「観光戦略」という。)の基本的な在り方について、審議、調査及び検討を行うことを目的として、熱海市観光戦略会議(以下「観光戦略会議」という。)を設置する。

(所掌事項)

第 2 条 観光戦略会議は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 観光基本構想及び観光基本計画の審議に関すること。
- (2) 市長の観光戦略に関する課題の提起に応じた事項についての審議及び提言に関すること。
- (3) 前 2 号に掲げるもののほか、第 1 条の目的を達成するために必要な事項

(組織)

第 3 条 観光戦略会議の委員(以下単に「委員」という。)は、14 人以内とし、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 経済及び観光に関する団体の役員
- (2) 学識経験者
- (3) 公募により選出された市民
- (4) 市職員
- (5) 前各号に掲げるもののほか、市長が特に必要と認めた者

(任期)

第 4 条 委員の任期は、1 年とし、再任を妨げない。ただし、委員に欠員が生じたときの後任の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(座長及び副座長)

第 5 条 観光戦略会議に、座長及び副座長各 1 人を置く。

- 2 座長は、市長とし、副座長は、市長が指名する者を充てる。
- 3 座長は、観光戦略会議を代表し、会務を総理する。
- 4 副座長は、座長を補佐し、座長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第 6 条 観光戦略会議の会議(以下単に「会議」という。)は、座長が招集し、その議長となる。

- 2 会議は、委員の半数以上が出席しなければ、開くことができない。
- 3 座長は、必要があると認めたときは、会議に委員以外の者を出席させ、説明又は意見を求めることができる。

(部会)

第7条 観光戦略会議は、部会を置くことができる。

2 部会に部会長を置き、座長が指名する者をこれに充てる。

3 部会長は、当該部会の事務を掌理する。

4 部会長に事故があるときは、部会に属する者のうちから部会長があらかじめ指名するものが、その職務を代理する。

5 部会は、観光戦略会議の求めに応じ、必要な事項について調査及び検討を行い、その結果を報告しなければならない。

6 第3条、第4条及び第6条の規定は、部会について準用する。この場合において、第3条及び第4条中「委員」とあるのは「部会員」と、第6条中「座長」とあるのは「部会長」と、「委員」とあるのは「部会員」と読み替えるものとする。

(庶務)

第8条 観光戦略会議の庶務は、観光戦略会議担当室において処理する。

(委任)

第9条 この要綱に定めるもののほか、必要な事項は、座長が別に定める。

附 則

1 この告示は、平成19年4月1日から施行する。

2 第3条の規定により最初に委嘱され、又は任命された委員の任期は、第4条の規定にかかわらず、平成20年3月31日までとする。

2. 熱海市観光戦略会議メンバー

任期：平成19年4月27日～平成20年3月31日

氏名	所属・肩書	区分
齊藤 栄	熱海市 市長	
清水 慎一	(株)JTB 常務取締役	有識者
安島 博幸	立教大学 観光学部教授 観光学科長	有識者
永田 健	国土交通省 中部運輸局 企画観光部長	有識者
駒嶺 洋	熱海商工会議所 常議員 ホテル旅館部会長	観光関連団体
森田 金清	熱海市観光協会 副会長	観光関連団体
内田 進	熱海市ホテル旅館協同組合連合会 理事長	観光関連団体
大竹 和宏	水産販売業(自営)	市民委員
小川 陽子	イメージコンサルタント	市民委員
櫻井 優	熱海市 副市長	
山縣 拓夫	熱海市 観光文化部長	市職員
鈴木 俊男	熱海市 観光文化部技監	市職員
植松 義幸	熱海市 建設部長	市職員

【事務局】

氏名	所属・肩書	区分
松井 俊廣	熱海市 観光戦略室長	
玉沖 仁美	熱海市 観光戦略室 観光戦略プロデューサー	
吉田 道郎	熱海市 観光戦略室 観光戦略プロデューサー	

3. 会議経過

	日付	内容
第1回会議	平成19年4月27日(金)	観光戦略会議・観光戦略会議の概要説明 観光基本計画策定にかかるスケジュール説明
第2回会議	平成19年6月14日(木)	観光基本計画素案の説明、議論
第3回会議	平成19年7月18日(水)	目指すべき都市ビジョンについて検討 観光資源の開発について検討
第4回会議	平成19年8月23日(木)	目指すべき都市ビジョンについて検討 受入体制の整備について検討
第5回会議	平成19年10月11日(木)	観光基本計画の枠組みについて検討 パブリシティ、インバウンドについて検討
第6回会議	平成19年11月7日(水)	重点プロジェクトについて検討
第7回会議	平成19年12月6日(木)	観光基本計画総括検討

熱海市観光基本計画

- 熱海市の観光ビジョン -

平成 19 年 12 月

熱 海 市 観 光 戦 略 室

ATAMI City Tourism Strategy Office