

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 7 年 1 月 1 0 日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般財団法人 熱海観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 静岡県熱海市	
所在地	静岡県熱海市	
設立時期	令和 6 年 7 月 12 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	2 人【常勤 2 人（出向等 2 人）】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 内田 進 （出身組織名） 熱海商工会議所	熱海商工会議所会頭として、熱海市経済界の中心的役割を担っている。熱海市で最も歴史のある旅館を経営し、熱海温泉ホテル旅館協同組合理事長ほか、熱海市観光協会役員等を歴任し、民間サイドから熱海観光を主導してきた。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 上田 和佳「専従」※予定 （出身組織名） ㈱JTB	㈱JTB に 36 年間勤務。個人事業担当部長、沼津支店長、国内商品事業部中部商品企画統括部長・東日本商品企画統括部長などを歴任し、現在、(公財)静岡県観光協会では事業統括ディレクターとして静岡県全域への観光誘客、マーケティング、観光地域づくりマネジメントを担当。 熱海観光局の CEO(専務理事)公募により令和 7 年 4 月採用予定。 ※ 今後、CMO は別途採用予定。当面、CEO(専務理事)が兼務。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 遠藤 浩一「専従」 （出身組織名） 熱海市役所	熱海市役所より出向し、常務理事兼事務局長を担う。熱海観光局の主要財源となる「宿泊税」導入(令和 7 年 4 月徴収開始)に尽力した。
コンテンツ開発部門の責任者（専門人材）	※ 今後採用予定	

インバウンド誘致部門の責任者（専門人材）	※ 今後採用予定				
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	静岡県熱海市観光建設部観光経済課 （一財）熱海観光局は、現在、熱海市が行う観光行政の主要部分を担うこととし、熱海市は熱海市観光基本計画の策定及び（一財）熱海観光局の KGI 設定、評価を行い、連携して観光振興施策に取り組む。				
連携する事業者名及び役割	◆ 熱海市ホテル旅館協同組合連合会（宿泊） （熱海温泉ホテル旅館協同組合・伊豆湯河原温泉旅館協同組合・伊豆山観光旅館協同組合・南熱海網代温泉旅館協同組合・初島区事業協同組合） ◆ 熱海市観光協会連合会（イベント・プロモーション） （熱海市観光協会・伊豆湯河原温泉観光協会・伊豆山温泉観光協会・多賀観光協会・網代温泉観光協会） ◆ 熱海商工会議所（商品造成） ◆ 熱海芸妓置屋連合組合（プロモーション・商品造成） ◆ 熱海料飲連合会・静岡県飲食業生活衛生同業組合熱海支部・熱海社交業組合（商品造成） ◆ 熱海市商店街連盟（商品造成・プロモーション） ◆ 東日本旅客鉄道(株)横浜支社・東海旅客鉄道(株)静岡支社（交通・プロモーション） ◆ 熱海営業自動車組合・富士急マリンリゾート(株)（二次交通） ◆ NPO 法人 atamista、(株)machimori、(株)未来創造部（地域課題解決・研修プログラム） ◆ (株)JTB・楽天グループ(株)・(株)リクルート（プロモーション・地域課題解決） ◆ (株)HIS（インバウンド誘客） ◆ 静岡県立大学（ICT 調査） ◆ 静岡銀行・三島信用金庫（金融・地域創生） ◆ MOA 美術館・ACAO FOREST・来宮神社（文化観光施設・商品造成）				
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】① （概要）評議員・理事として、商工団体・観光業界・旅館事業者・地域住民の代表のほか、まちづくり・芸術文化・医療健康リラクゼーション・環境防災の各分野の有識者、学識経験者、行政が参画。 その他、今まで熱海市が交通事業者、金融機関、観光施設、大学等教育機関などの事業者と連携を図って事業を推進したように、今後適宜部会を設け、関連する産業の方々の意見を政策に反映させます。				
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	◆ 住民参加型の事業報告会、事業レビューを開催し地域の声を反映させる。 ◆ 年次報告書を公表し、観光振興による地域経済、地域環境、住民生活への貢献度を可視化する。				
法人のこれまでの活動実績	※（一財）熱海観光局は、熱海市の観光行政の主要部分を企画の段階化から官民連携により推進することを企図し、熱海市により設立された法人であるため、これまでの活動実績について、熱海市観光経済課等による取組を記載。 【活動の概要】 <table><tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr><tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>◆ 「意外と熱海」観光ブランドプロモーション（H25～） 観光地としての伝統的なイメージにとらわれず、熱海の意外な側面や隠れた魅力を再発見・紹介し、訪れる人々に新たな体験や発見を提供することを目的とし、結果、「観光客の増加」、「地域経済の活性化」、「熱海のイメージ刷新」、「SNS での反響」に繋がり若年層の誘致に貢献。 ◆ 「AD さん、いらっしやい！」メディアプロモーション（H24～） フィルムコミッション事業として、主に「情報・バラエティ系番組」のサポートにより、熱海のメディア露出が増加し、「観光客の増加」、「新しい観光資源の発掘」、「シティプライドの醸成」に貢献。 ◆ 春季・秋季誘客プロモーション等</td></tr></table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	◆ 「意外と熱海」観光ブランドプロモーション（H25～） 観光地としての伝統的なイメージにとらわれず、熱海の意外な側面や隠れた魅力を再発見・紹介し、訪れる人々に新たな体験や発見を提供することを目的とし、結果、「観光客の増加」、「地域経済の活性化」、「熱海のイメージ刷新」、「SNS での反響」に繋がり若年層の誘致に貢献。 ◆ 「AD さん、いらっしやい！」メディアプロモーション（H24～） フィルムコミッション事業として、主に「情報・バラエティ系番組」のサポートにより、熱海のメディア露出が増加し、「観光客の増加」、「新しい観光資源の発掘」、「シティプライドの醸成」に貢献。 ◆ 春季・秋季誘客プロモーション等
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	◆ 「意外と熱海」観光ブランドプロモーション（H25～） 観光地としての伝統的なイメージにとらわれず、熱海の意外な側面や隠れた魅力を再発見・紹介し、訪れる人々に新たな体験や発見を提供することを目的とし、結果、「観光客の増加」、「地域経済の活性化」、「熱海のイメージ刷新」、「SNS での反響」に繋がり若年層の誘致に貢献。 ◆ 「AD さん、いらっしやい！」メディアプロモーション（H24～） フィルムコミッション事業として、主に「情報・バラエティ系番組」のサポートにより、熱海のメディア露出が増加し、「観光客の増加」、「新しい観光資源の発掘」、「シティプライドの醸成」に貢献。 ◆ 春季・秋季誘客プロモーション等				

		閑散期となる春・秋への誘客促進のため OTA を活用したプロモーションを実施。平日への旅行需要の平準化、客室稼働率(グループサイズ)の増加に取り組む。 ◆ ビジネス利用促進プロモーション (R5～) 平日の宿泊客増加を目指し、主に首都圏企業による会議・研修を誘致するため、(株)JTB と連携協定を結び、企業への営業活動の強化・専用デスクの設置・コンテンツ開発に取り組む。 ◆ インバウンドプロモーション ITF(台北国際旅行博)への継続的な出展、現地法人とのレップ契約による営業活動の強化、トップセールスの実施、(株)HIS との連携協定等を通じて台湾市場への誘客活動に取り組む。 ◆ 別荘コンシェルジュ事業 市内に約 9,000 軒ある別荘(マンション・戸建て)所有者に対する情報発信と実態調査アンケートを継続的に実施し、来訪促進に取り組む。
	受入環境の整備	◆ 外国人観光客受入環境整備事業補助金 観光施設等の Wi-Fi 環境整備・洋式トイレ化・キャッシュレス決済推進・施設内看板メニューの多言語化等を進めるため補助金を交付。(R5 交付実績:20 件) ◆ 熱海の歴史を伝える文化施設での受入環境の整備 (H30～) 熱海の別荘文化を伝える「起雲閣」、「旧日向家熱海別邸(国指定重要文化財)」の整備と多言語化の推進。熱海の芸妓文化が体験できる「芸妓見番歌舞練場・芸妓茶屋」での泊食分離プランの試行。 ◆ まちあるきガイド養成講座 まち歩きを通じ、市内の名所・旧跡の案内や、熱海の歴史、食文化等、熱海の魅力を紹介できる人材を育成。(R5 参加者:17 名) ◆ 食の多様化への対応 (R1～) 飲食店を対象としたノンアルコール・低アルコール飲料の開発支援や、泊食分離施策の推進とハラル・ヴィーガンなど食の多様化に対応したメニュー開発を支援。 ◆ ワークेशन施設等整備促進事業費等補助金 関係人口の創出、地域経済の発展、産業の多角化を図るため、ワークेशन施設の整備及び利用促進のためのプロモーションに対する補助金を交付。(R5 交付実績:施設整備 2 件、プロモーション 9 件) ◆ 観光危機管理マニュアルの整備 (R5～) インバウンド旅行者向けに英語版「津波避難マップ」を作成し、宿泊施設等へ配布。また、観光庁「観光危機管理マニュアル」をベースとして熱海市版の観光危機管理計画の策定検討に着手。
	観光資源の磨き上げ	◆ 熱海港コースタルリゾート計画の推進 S56 年に人工ビーチ「熱海サンビーチ」整備に着手し、親水公園、マリナーナを順次整備し、熱海の賑わいの中心となっている。現在、新たな工区にスーパーヨットを誘致できる施設整備を計画し、整備を進めている。 ◆ 糸川遊歩道再整備事業 (R5～) 「日本一早咲きのあたま桜」の名所となっている遊歩道を再整備し、桜やブーゲンビリアの見ごろでのライトアップ、花のない時期にモニュメントによる光の演出で、通年楽しめる夜の賑わいスポットを整備中。 ◆ 初川遊歩道修景整備 (R5～) 熱海芸妓の稽古場・舞踊披露の場である「熱海芸妓見番」が立地する初川遊歩道の欄干等の意匠や色彩を統一し、芸妓見番と連携したイベント等が可能となるよう橋梁上部を整備。 ◆ 温泉情緒あふれる街並みの整備 (R4～) JR 熱海駅前に整備した足湯「家康の湯」のほか熱海温泉の原点となる大湯間欠泉をはじめとした七湯に各種の仕掛けを整備し、熱海の歴史を伝えるとともに回遊を促進。 ◆ 観光まちづくり事業費補助金

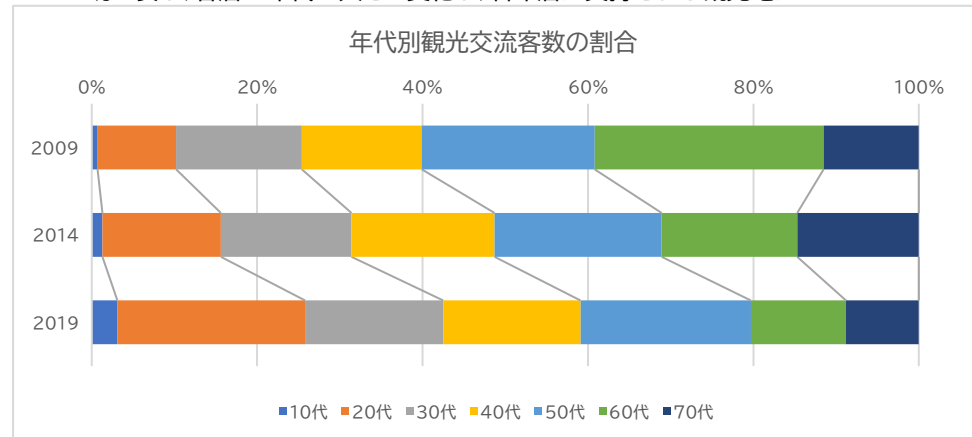
地域の個性的で特色ある事業を自ら企画・実施する市民団体に対して補助金を交付。(R5 交付団体:6 団体)

【定量的な評価】

◆「AD さん、いらっしやい！」メディアプロモーションでテレビ等への露出が増加

種別	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
映画	7	6	4	1	0	0	1	1
ドラマ	12	9	8	4	1	4	0	0
情報・バラエティ	95	65	98	106	40	58	85	82
合計	114	80	110	111	41	62	86	83

◆「意外と熱海」観光ブランドプロモーションや「AD さん、いらっしやい！」メディアプロモーションが功を奏し、客層の年代が大きく変化し、若年層に支持される観光地に



調査年度	10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	70 代以上
2009	0.70%	9.50%	15.20%	14.50%	20.90%	27.70%	11.50%
2014	1.30%	14.30%	15.80%	17.30%	20.20%	16.40%	14.70%
2019	3.10%	22.70%	16.70%	16.60%	20.60%	11.50%	8.80%

◆ 各種のランキングが上昇

調査名	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
人気温泉地ランキング (楽天)	1 位	1 位	1 位	1 位	1 位	1 位	1 位	1 位
にっぽんの温泉 100 選	32 位	28 位	17 位	15 位	20 位	17 位	13 位	14 位
人気温泉地ランキング (じゃらん)	12 位	9 位	9 位	9 位	8 位	8 位	8 位	8 位
地域ブランド調査	16 位	17 位	12 位	11 位	17 位	13 位	13 位	19 位

実施体制

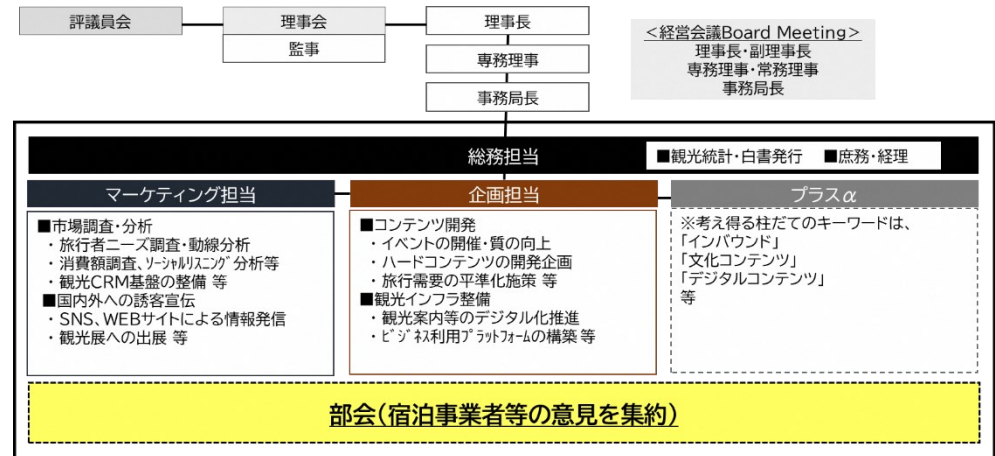
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

（一財）熱海観光局の評議員・理事として、商工団体・観光業界・旅館事業者・地域住民の代表のほか、まちづくり・芸術文化・医療健康リラクゼーション・環境防災の各分野の有識者、学識経験者、行政が参画。

事務局には、「総務担当」、「マーケティング担当」、「企画担当」を置き、各担当の業務ごとに必要に応じて部会を設置し、宿泊事業者等や地域住民の意見を集約し、施策に反映させる。

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

（一財）熱海観光局は、従来、熱海市が主導してきた観光行政を、官民連携の体制により推進するため熱海市により設立された法人であるため、マネジメント・マーケティングする区域は、熱海市域と同一とする。

熱海市は、静岡県の最東端に位置し、神奈川県湯河原町と県境を接し、伊豆箱根エリアの玄関口となっている。市域は北から「伊豆湯河原温泉」、「伊豆山温泉」、「熱海温泉」、「南熱海網代温泉」と温泉場が並び、相模湾に静岡県唯一の有人離島である「初島」が浮かぶ。市内全域に観光施設・宿泊施設が点在し、（一財）熱海観光局の役割は、誘客と市内回遊性の向上にある。

【観光客の実態等】

◆（昭和後期）日本有数の温泉観光地に成長

1934(昭和9)年に開通した丹那トンネルによる東海道本線が熱海経由となり交通の利便性が向上し、昭和30年代には「新婚旅行のメッカ」となる。1964(昭和39)年の東海道新幹線開業により首都圏の奥座敷として一般大衆の温泉保養地として発展し、高度経済成長期には企業等の慰安旅行の目的地として年間450～500万人の宿泊客を迎えた。

◆（平成前期）バブル崩壊・景気低迷等により衰退

競合観光地の出現、海外旅行の一般化、旅行形態・ニーズの変化に加え、日本経済全体の景気後退により、バブル崩壊後、右肩下がりの傾向に転じ、東日本大震災後の2011(平成23)年度には宿泊客数は246万人まで減少。

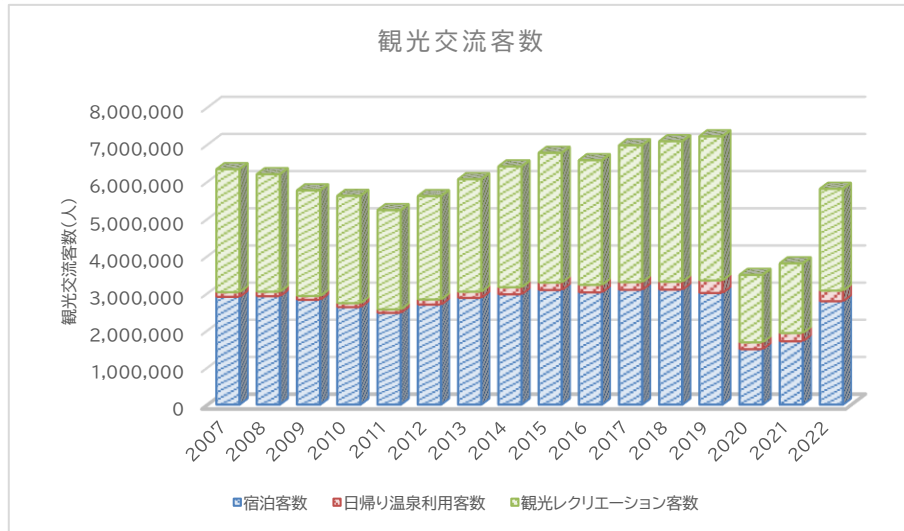
◆（平成後期）「意外と熱海」プロモーションでV字回復

2013(平成25)年に「シティプロモーション基本指針」を定め、その後取り組んだ官民一体となった観光ブランド・プロモーション「意外と熱海」の成果もあり若年層を中心とした旅行者が増加。2015(平成27)年度には宿泊客数300万人台を回復し、2018(平成30)年には「観光庁長官表彰」を受賞。

◆（令和）コロナ禍で再び苦境に

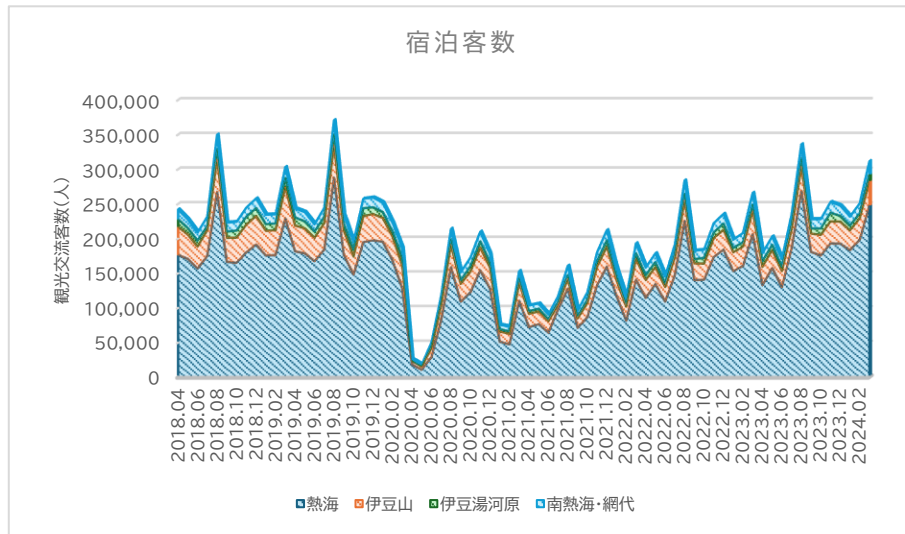
宿泊客数は、東日本大震災後、回復基調にあったが、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、2020(令和2)年度には149万人と前年度から半減。2021(令和3)年度170万人、2022(令和4)年度250万人、2023(令和5)年度296万人と回復基調となっているが、コロナ禍前の水準に届いていない。

○ 観光交流客数



年度		観光交流客数 (人)	宿泊客数 (人)	日帰り温泉利用客数 (人)	観光レクリエーション 客数 (人)
平成 19	2007	6,332,463	2,899,205	127,106	3,306,152
平成 20	2008	6,196,274	2,915,002	122,762	3,158,510
平成 21	2009	5,763,171	2,819,800	101,852	2,841,519
平成 22	2010	5,615,227	2,622,638	106,358	2,886,231
平成 23	2011	5,231,252	2,466,829	94,808	2,669,615
平成 24	2012	5,607,963	2,689,160	139,671	2,779,132
平成 25	2013	6,062,355	2,871,583	165,144	3,025,628
平成 26	2014	6,406,773	2,967,301	188,819	3,250,653
平成 27	2015	6,773,023	3,084,025	200,511	3,488,487
平成 28	2016	6,574,378	3,018,531	204,225	3,351,622
平成 29	2017	6,976,143	3,088,140	207,577	3,680,426
平成 30	2018	7,083,061	3,094,456	212,081	3,776,524
平成 31/令和 1	2019	7,217,162	3,002,800	338,890	3,875,472
令和 2	2020	3,489,900	1,491,441	184,454	1,814,005
令和 3	2021	3,799,657	1,704,326	222,125	1,873,206
令和 4	2022	5,803,065	2,779,297	287,545	2,736,223

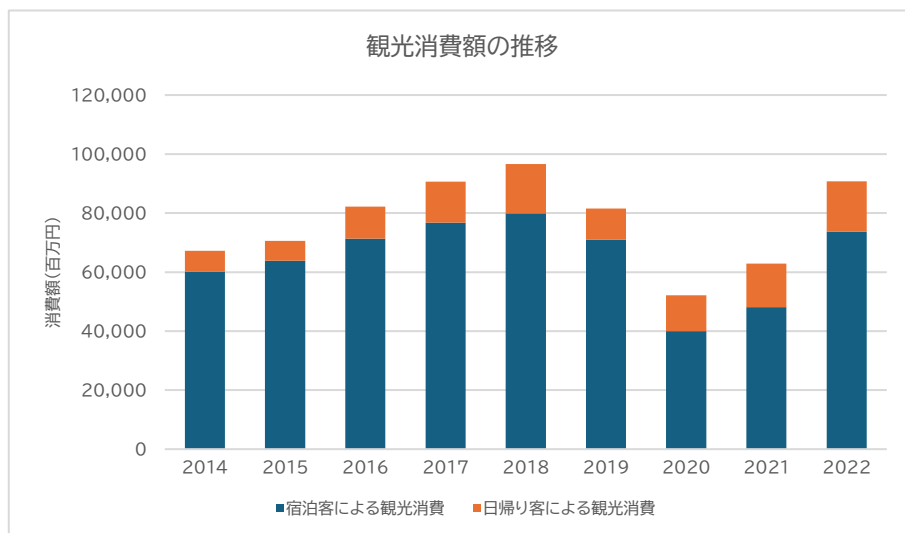
○ 宿泊客数



(単位：人)

年度		熱海地区		伊豆山地区		伊豆湯河原地区		南熱海網代地区	
		課税	免税	課税	免税	課税	免税	課税	免税
平成 30	2018	2,132,216	155,572	466,558	45,999	434,785	44,970	137,317	24,597
平成 31/令和 1	2019	2,109,044	153,174	429,036	42,783	391,423	41,652	113,920	30,931
令和 2	2020	987,464	72,996	246,490	24,958	231,572	24,308	50,742	7,965
令和 3	2021	1,129,569	126,126	233,238	25,271	218,037	21,748	49,665	7,903
令和 4	2022	1,787,900	131,440	309,023	36,960	287,160	32,889	72,589	13,827
令和 5	2023	2,131,182	165,707	345,889	39,479	319,304	35,390	76,797	18,145

○ 観光消費額



(単位：百万円)

年度	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	H26	H27	H28	H29	H30	H31/R1	R2	R3	R4
宿泊客	60,144	63,907	71,367	76,810	79,919	70,975	39,942	48,158	73,782
日帰り客	7,113	6,675	10,799	13,854	16,682	10,543	12,146	14,673	16,980
合計	67,256	70,582	82,166	90,664	96,601	81,518	52,088	62,831	90,762

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

熱海市は、美しい街並みや高低差のある立体的な景観、温泉、食、文化、アクティビティなど、観光に必要な要素が高水準で揃っており、こうした非日常的な環境が、首都圏から 1 時間圏内に存在している。街中も、非常にコンパクトで、玄関口となる熱海駅からビーチ、山、市街地、観光施設、商店街と、観光客が回遊するスポットへのアクセスが容易。相模湾に向かって東寄りにひらけており、一年中日の出を見ることができ、一日を通じて太陽の日差しで明るいまち。

◆（街並み）日本らしい雰囲気を楽しめる商店街

- ・ 熱海駅前では日本でも希少となっているアーケード付きの商店街で、熱海グルメの食べ歩きや買い物が楽しめる。
- ・ 銀座商店街は、関東大震災後に東京・銀座から名称を継承した由緒ある商店街で、スイーツ・海鮮店には通年行列ができる。
- ・ 飲食・お土産物のほか、昔ながらの射的・スマートボールも楽しめる。

◆（街並み）新幹線駅から抜群のアクセス 熱海の顔 サンビーチ

- ・ 青い海と白い砂浜、立ち並ぶホテル群、ヤシの並木通りといった外国の高級リゾートを感じさせる雰囲気のビーチ（新幹線駅から徒歩 5 分）。
- ・ 波静かな海浜ビーチは、安全でお子様のビーチデビューにもってこい。
- ・ 海水浴のほか、海上アスレチック「ウォーターパーク」、SUP、ビーチヨガなど様々なアトラクションも楽しめる。

◆（街並み）一年を通して楽しむことができる花々

- ・ 1886（明治 19）年に開園した「熱海梅園」では、正月から日本一早咲きの「梅」を觀賞できる。同時に糸川遊歩道をはじめ市内各所では日本一早咲きの桜「あたま桜」が楽しめる。
- ・ 国内一の世界三大花木「ジャカランダ」の並木。
- ・ その他、ブーゲンビリア、キングプロトリア、春・秋バラなど一年を通じて花で彩られている。

◆（街並み）世界文化遺産富士山の眺望

- ・ 熱海の西北に位置する十国峠からは富士山の壮大な眺望を楽しめる。
- ・ 十国峠は熱海へのハイキング・アスレチックコースの起点となるほか、ケーブルカー・レストハウスやグランピング施設の観光施設も充実。
- ・ 相模湾に浮かぶ「初島」は、県内唯一の有人離島。伊豆半島ジオパークの構成資産で、気軽に訪れることができる。富士山の眺望や新鮮な海鮮を楽しめる。

◆（街並み）バラエティに富んだ宿泊施設群

- ・ 熱海市内には 300 を超える宿泊施設が集積しており、高級ホテルから老舗旅館、ゲストハウスまで多種多様な幅広いラインナップ。
- ・ 江戸・文化年間（1806 年）に開業した熱海一の老舗「古屋旅館」をはじめとする和風旅館群は、歴史と伝統を保ちつつ時代の先を行くおもてなしを提供。
- ・ ホテルニューアカオの、PS アンカー工法という数万本のピアノ線を基礎岩盤に固定する方法により、海に迫り出すように立つ珍しい建築方式のほか、急傾斜地に林立するホテル群は建築学上でも貴重な施設が多い。

◆（食）豊富な種類のレストラン

- ・ 海鮮丼が一番有名でインスタグラムでも注目を集めた。その他、寿司屋、和食、ラーメン屋、中華料理、焼き肉屋、洋食屋など様々な種類の飲食店が豊富。
- ・ 昔ながらのスナック・バーも多く夜の街を楽しむことができる。
- ・ 喫茶が充実し、旅のアクセントになっている。
- ・ 熱海に滞在した文人墨客が愛したレストラン等の名店も多数。

◆（食）豊富なスイーツのラインナップ

- ・ 熱海駅前の近接したエリアに様々なスイーツの名店が多数集積。
- ・ 和風から洋風まで豊富なラインナップで、インスタ映えする日本的な可愛いスイーツが多数。
- ・ 熱海ブランドに認定されているスイーツもあり、インバウンド向けのお土産にも最適。

◆（文化）神社や城など豊富な歴史的資産

- ・ 鎌倉幕府に信仰され、大河ドラマの舞台にもなった「伊豆山神社」、本州一の大楠をご神体とする「来宮神社」などのパワースポット。
- ・ 熱海市街を一望する熱海城は戦国時代の歴史を学べる観光施設。
- ・ 熱海の別荘文化を伝える「起雲閣」、「旧日向家熱海別邸」など貴重な建築物が多数存在。
- ・ 明治時代から受け継がれる芸妓文化。

◆（文化）数々の国宝

- ・ MOA 美術館は文化観光法による拠点施設に認定。
- ・ 国宝「紅白梅図屏風」は、梅まつり開催に合わせ毎年 2 月に公開。
- ・ 国宝「手鑑」・「翰墨白」・「色絵藤花文茶壺」ほか多くの重要文化財を所蔵。
- ・ 移築された尾形光琳の屋敷がある庭園は紅葉の名所となっている。

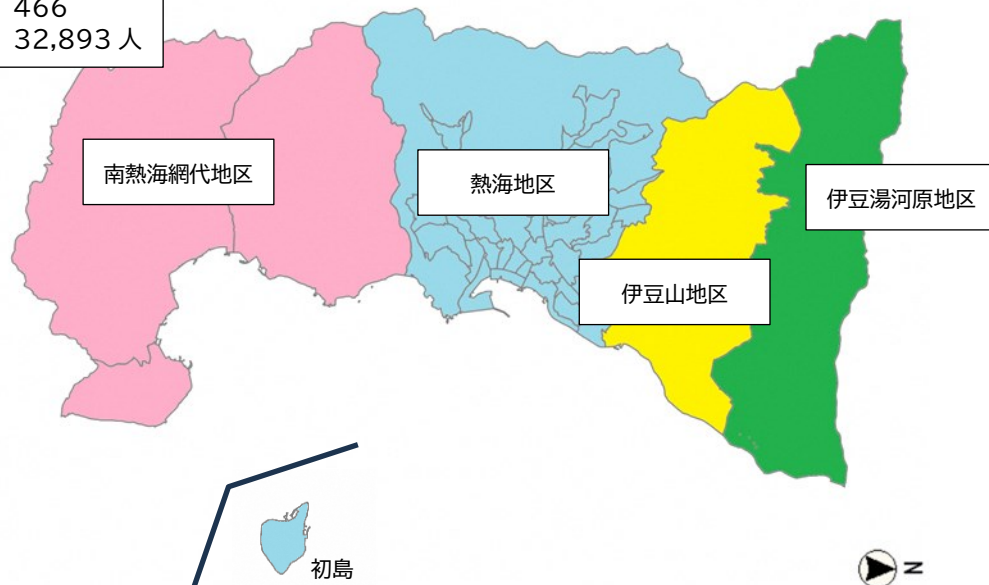
◆（アクティビティ）熱海観光のカラーコンテンツ 熱海海上花火大会

- ・ 熱海海上花火大会は、夏季以外に春・秋・忘年・新春と年間 18 回以上開催される。
- ・ 三方を山で囲まれた熱海での花火大会は、音響効果が抜群で光と音を体感できる。

- ・ 海上花火大会の観覧に訪れる「にっぽん丸」などの大型クルーズ船は、海上花火大会を彩る風景の一つであり、非日常的な空間を演出している。
- ◆ (アクティビティ) 多種多様なアクティビティ
 - ・ 雄大な大自然を楽しめる海や山を舞台とした豊富なアクティビティが存在。
 - ・ 陶芸やガラス工房をはじめとする文化・ものづくり系の体験型のアクティビティも豊富。
- ◆ (温泉) 高低差を活かした絶景温泉施設
 - ・ 高低差のある立体的な地形をフルに生かした絶景温泉施設が多数存在。
 - ・ 個別の宿泊施設の露天風呂も軒並み絶景。
- ◆ (温泉) 湯あたりがやわらかい歴史ある美人の湯
 - ・ 1700 年以上前から温泉の存在が知られ、源頼朝や徳川家康をはじめとする多くの武家や文人墨客を癒してきた歴史と、毎分約 1 万 6600 リットルもの総湧出量。
 - ・ 泉質は、塩化物泉・硫酸塩泉・単純温泉(アルカリ性単純温泉を含む)の 3 種類。
 - ・ 効能は美肌と痩身効果とされており、湯あたりがやわらかい美人の湯。
- ◆ (その他) アクセスの良さと魅力ある鉄道
 - ・ 東京駅から新幹線で最短 36 分のアクセスの良さ。
 - ・ 特急「サフィール踊り子」で上質な高級の旅も体験できる。
 - ・ 特急「踊り子」・在来線グリーン車利用でもゆったりとした旅を満喫できる。
 - ・ 日本のゲートウェイ「羽田空港」からは 1 時間圏内、「成田空港」、「中部空港」、「富士山静岡空港」からも 2～2.5 時間圏内。
 - ・ 外国人にも人気の新幹線やリゾート列車でアクセスできるので、宿泊地が東京でも気軽に日帰りを楽しめる。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設数：466
収容人員：32,893 人



(令和 6 年 10 月現在)

区分	熱海地区		伊豆山地区		伊豆湯河原地区		南熱海網代地区	
	施設数	収容人員	施設数	収容人員	施設数	収容人員	施設数	収容人員
ホテル・旅館	142	22,309	22	3,805	18	1,717	46	2,239
簡易宿所	84	1,165	11	206	13	211	130	1,241
合計	226	23,474	33	4,011	31	1,928	176	3,480

【利便性：区域までの交通、域内交通】

(区域までの交通)

◆ 首都圏(東京方面)からのアクセス

<鉄道>

- ・ 東京駅：東海道新幹線 ひかり 36 分 こだま 43 分
- ・ 羽田空港：京浜急行線・東海道新幹線(品川経由) 66 分
- ・ 横浜駅：横浜線・東海道新幹線(新横浜経由) 45 分 東海道本線 特急踊り子 56 分 普通 80 分

＜自動車＞

- ・ 用賀 IC : 東名高速道路・小田原厚木道路・国道 135 号 90 分
- ・ 八王子 IC: 圏央道・小田原厚木道路・国道 135 号 80 分

◆ 中京圏以西(名古屋・大阪方面)からのアクセス

＜鉄道＞

- ・ 名古屋駅 : 東海道新幹線 ひかり 80 分 こだま 115 分
- ・ 新大阪駅 : 東海道新幹線 ひかり 136 のぞみ・こだま 166 分

＜自動車＞

- ・ 名古屋 IC: 東名高速道路・新東名高速道路・伊豆縦貫道・県道 11 号 180 分
- ・ 吹田 IC : 名神高速道路・東名高速道路・新東名高速道路・伊豆縦貫道・県道 11 号 300 分

(域内交通)

JR 東日本伊東線(熱海～網代間)、路線バス(東海バス・伊豆箱根バス)、タクシーの利用。

【外国人観光客への対応】

市内観光スポットへのフリーWi-Fi 整備、観光施設(宿泊施設・飲食店等)の Wi-Fi 環境整備支援、キャッシュレス決済の推進、HP・観光案内所の多言語化、宿泊施設等の館内案内・メニューの多言語化

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	入湯税利用人員 ※ R7.4 以降、宿泊税利用人員に変更予定
来訪者満足度	来訪者の満足(不満足)に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	熱海市観光協会「あたみニュース」へのアクセス数のカウントなど ※ 新たに、熱海観光局の HP を立ち上げ、情報の一元化を進める
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	熱海市が行う市民アンケート調査の結果を活用

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

熱海市は、源頼朝や徳川家康にゆかりのある温泉地として、明治維新後、初代内閣総理大臣伊藤博文をはじめ、多くの政治家や文人墨客が滞在したことから、別荘文化や芸妓文化が根付いた地域です。その後、戦前戦後の交通網の拡充により、

大衆的な温泉地へと変貌し、昭和 39 年の東海道新幹線開業に伴い、日本有数の温泉観光地として広く認知されるようになりました。

熱海市の観光のピークは昭和 40 年代前半で、年間宿泊客数は 530 万人、人口は 5.4 万人を記録しました。しかし、現在は少子高齢化が進行し、人口は 3.2 万人、高齢化率は 49%に達しています。少子化の影響も深刻で、最近の年間出生者数は 100 人を割り込み、人口全体の約 0.3%に過ぎません。これにより、今後の地域社会を支える人材の不足が予想される状況です。

地域経済の基盤は、宿泊・飲食サービス業を中心とした観光関連産業に依存しており、観光産業は市全体の付加価値額の約 7 割を生み出しています。観光業への依存度が高いため、市外からの観光交流客の動向が地域経済に直接的な影響を与えています。宿泊客数は、昭和後期の 450～500 万人から減少し、平成前期には右肩下がりとなり、2011 年の東日本大震災後には 236 万人にまで落ち込みました。その後、官民一体のプロモーション活動が功を奏し、2015 年以降は 300 万人台まで回復しましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020 年度には再び 149 万人に減少しました。現在、コロナ禍は収束し回復基調にあります。全国的な人手不足も影響し、宿泊施設の稼働率が上がらず、コロナ禍前の水準を超えることができない状況です。

このような状況を踏まえ、熱海市では、観光振興施策のさらなる強化が求められています。持続可能な観光地域づくりを進めるためには、新たな取り組みが必要です。

一方で、これまで観光行政の中心であった熱海市役所には、「人員」「継続性」「専門性」に課題があり、これを解決するためには、安定的な財源を確保と推進体制の整備が必要です。具体的には、宿泊税の導入をはじめ、企画段階から民間のノウハウを活用した観光戦略の策定と実行が求められます。これに対応するため、官民協働による観光地域づくり法人「(一財)熱海観光局」を設立し、宿泊客数の増加、観光消費額の拡大、地元調達率の向上、観光交流客の満足度向上などの施策を展開します。これにより地域経済の活性化と市民福祉の向上に貢献していきます。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・ 62Km²という狭い空間に、海、山、川、温泉、そして島が揃っており、高低差による立体的な絶景スポットが多数存在。 ・ 海鮮丼店を筆頭に、寿司店、和食、ラーメン店、中華料理店、焼き肉店、洋食店など様々な種類の飲食店が豊富で、スイーツもブーム。 ・ 歴史ある伊豆山神社等の寺社仏閣や芸妓など日本の文化コンテンツが多数存在。 ・ 日本一早咲きの桜やジャカラングなど珍しい花木が多数存在。 ・ 国内での知名度の高さと首都圏・主要空港からのアクセスの良さ	弱み (Weaknesses) ・ インバウンドへの認知不足。 ・ これまでの施設やまちのインフラの仕様が時代に遅れつつある。 ・ 施設の老朽化が進み景観を損ねている。 ・ データ収集・活用対応への遅れ
外部環境	機会 (Opportunity) ・ コロナ禍収束に伴う、観光需要の回復。 ・ 外国人観光客の日本ブームが到来(魅力度ランキングで上位・国際為替の影響)。 ・ 若者の熱海ブームと新規宿泊施設や飲食店等の開業(熱海に対する市場価値の評価)。 ・ 働き方改革の推進、ワーケーションの可能性による平日利用の高まり。	脅威 (Threat) ・ 人口減少による国内旅行市場(日本人旅行者)の縮小 ・ 社会保障関連経費の増大による観光関連予算の圧迫 ・ 観光関連事業者の高齢化、人手不足、後継者不在

(3) ターゲット

○第1ターゲット層

首都圏企業による会議・研修・慰安旅行

○選定の理由

市内宿泊施設等の人手不足解消策の推進と並行して、閑散期・平日への誘客を推進し旅行需要の平準化させることにより現状の人員でより多くの宿泊客の誘客を図る。そのため、ターゲットを平日利用が可能となるビジネスユースの掘り起こしを行う。熱海市は企業立地が集中する東京駅・品川駅の新幹線駅からのアクセスが良好であり、またコロナ禍を契機にした在宅勤務等の働き方改革により副次的に社員間のコミュニケーション不足等が課題とされており、企業と社員、社員間のエンゲージメントの強化などのニーズもあり一定の市場があるものと考えている。

市内宿泊施設等の人手不足解消策の推進と併せて、閑散期や平日への誘客を促進し、旅行需要の平準化を図ることで、現行の人員体制でもより多くの宿泊客を誘致することを目指します。そのため、ターゲットとして平日利用が可能なビジネスユース層の掘り起こしを進めます。

熱海市は、企業が多く立地する首都圏からの新幹線によるアクセスが良好です。コロナ禍を契機に進んだ在宅勤務や働き方改革により、副次的に社員間のコミュニケーション不足が課題を解消するため企業と社員、さらには社員同士のエンゲージメント強化などのニーズが高まっており、慰安的要素を加えた熱海での会議や研修に対する一定の市場が存在すると考えています。

○取組方針

熱海市と㈱JTB との「交流人口及び関係人口の拡大の推進に関する包括連携協定」に基づき、JTB 営業スタッフ及び首都圏企業への働きかけ、専用デスク設置によるワンストップサービスによる相談体制の構築、首都圏コワーキングスペース等でのワークショップの開催、タクシーサイネージ等プロモーションの強化を進める。

○第2ターゲット層

インバウンド旅行者(アジア圏・欧米豪)

○選定の理由

現在、インバウンド旅行者は宿泊客数全体の1～3%程度にとどまっており、今後の成長が期待できる市場と考えています。短期的には、訪日へのハードルが比較的低く、訪日経験が豊富なアジア圏からの旅行者をターゲットに、東京を起点とした新たな目的地として熱海を訴求していきます。

中長期的には、訪日誘客のハードルは高いものの、長期滞在傾向にあり、消費額も大きい欧米やオーストラリアからの旅行者に向けて、旅マエ・旅ナカの情報提供を強化し、熱海の認知度向上と実際の旅行行動につながるよう取り組んでいきます。

○取組方針

これまで熱海市が継続して取り組んできた台湾市場でのプロモーション活動を引き継ぎ、さらに熱海市がインバウンド誘客の包括連携協定を結ぶ㈱HIS 等と連携し、他の東南アジア諸国、欧米なかでもアメリカ市場への認知拡大に向けた各種施策を展開する。

○第3ターゲット層

若年層、子どものいるファミリー層

○選定の理由

熱海市の既存の客層の中でも、特に若年層は他の年齢層と比較してリピート率が低いため、積極的にアプローチし、将来的なリピート客の獲得につなげたいと考えています。ビジネスユースやインバウンド誘客には時間がかかるため、引き続き国内客をターゲットにした施策に注力していきます。

○取組方針

メディアプロモーションを強化し、テレビなどのメディア露出を増加させるとともに、OTA を活用したキャンペーンや、SNS など利用者の特性に応じた効果的なプロモーション活動を推進します。また、他の観光地と比較して、子ども向けのコンテンツが不足していると認識しているため、海や山の自然を活用した新たなアクティビティの開発にも取り組みます。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<地域ビジョン> 変化しつづける 温泉観光地 熱海 ～多様な地域の資源・価値に立脚し、時代・価値観の変化に柔軟に対応する 満足度の高い滞在空間の提供～ <コンセプト> 古き良き日本の温泉街からグローバルスタンダードのリゾート地へ ～62km²という狭い空間に海、山、川、温泉、島が揃うオンリーワンリゾート～
②コンセプトの考え方	◆ 62 km²という狭いエリアに、海、山、川、温泉、そして島が揃っており、また高低差による立体的な絶景スポットが多数存在します。さらに、歴史ある伊豆山神社や寺社仏閣、芸妓文化など、日本の伝統文化も色濃く息づいています。 ◆ こうした変わることのない天与の資源を基盤に、時代の移り変わりや価値観の変化を柔軟に捉え、訪れる方々に常に新鮮で満足度の高い滞在空間を提供することを目指します。「変化しつづける温泉観光地」の実現を基本理念として、常に進化する観光地を目指しています。 ◆ 日本を代表する観光地として、観光地経営のイノベーションを推進し、日本の観光業を牽引していくことは、熱海市の使命であると認識しています。 ◆ これまで 明治以降、熱海は保養観光地としての地位を確立しましたが、バブル崩壊以降、団体旅行の低迷により宿泊客数が大きく減少しました。その後、若年層の開拓に成功し、バラエティ番組の聖地としても注目を集め、「原宿のようだ」と形容されるほど賑わいが再生。地域ブランド調査でも上位に位置しています。しかし、人口減少による国内マーケットの縮小が予想され、インバウンド客層の少なさが課題となっています。地域ビジョンを実現するためには、新たなコンセプトが求められています。 ◆ 今後 熱海の強みは、限られた空間に魅力的な観光コンテンツが凝縮された非日常空間であり、この中で日本の情緒あふれる文化が息づいている点です。このような特性はインバウンドに対して十分な訴求力を持っていますが、外観の老朽化や施設の仕様が古く、土地の本来の魅力を十分に活かしきれていないのが現状です。これらの整備を迅速に進め、「古き良き日本の温泉街からグローバルスタンダードのリゾート地へ」という新たなコンセプトを実現するために全力を尽くします。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	◆ (一財)熱海観光局の事業計画を検討するにあたり、宿泊事業者をはじめ観光関連事業者等による関係者ヒアリングによる意見等を参考として、複数設置する部会により事業計画案の素案を作成。 ◆ 事業計画案は、様々なバックグラウンドを有する理事により検討され、各種業界・地域代表からなる評議員会において承認され、熱海市に報告する。 ◆ (一財)熱海観光局の事業計画・予算案は、熱海市の財政当局の査定を受け予算案となり、熱海市議会の審議・議決をもって予算化し、事業実施に至る。 ◆ 事業の成果は、年次報告として公表されるとともに、一般公開による事業報告会、事業レビューの作業を通じて、次年度以降の事業改善につなげる。 ◆ また必要に応じて、各種団体とのワークショップの実施、事業説明等を行う。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	◆ 熱海市観光基本計画には、宿泊産業等の高付加価値化の推進として、『宿泊産業等が行う新規顧客層の取り込み、商圈の拡大、ブランド力の強化、「おもてなし規格認証」や「サクラクオリティ」などの導入による価値・品質の見える化、IT活用などの生産性向上・競争力強化策を支援します。』と位置付けている。 ◆ また、顧客ロイヤリティの向上として、『顧客満足度と顧客ロイヤリティの向上に資すると言われる顧客関係管理(CRM)の仕組みを導入し、何度でも訪れていただく観光交流客に対して一層のおもてなしを行うための基盤を整備します。』としている。

	◆（一財）熱海観光局では、これら施策を具現化するための取り組みを強化する。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	◆ 第1のターゲットするビジネスユース層への情報発信・案内窓口として、すでに専用デスクを設けワンストップサービスに取り組んでいる。 ◆ また、若年層へのアプローチを企図し、SNS 発信の強化に取り組んでいるが、今後、市内各観光協会等のホームページ等の統合などを含め、熱海観光全体のポータルサイトの構築を進めていく。

6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	100,387 (未設定)	102,519 (未設定)	104,261 (未設定)	105,734 (未設定)	107,010 (未設定)	108,136 (未設定)
	実績	62,830 (未調査)	90,762 (未調査)	(未推計) (未調査)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	3,158 (未設定)	3,175 (未設定)	3,190 (未設定)	3,204 (未設定)	3,250 (未設定)	3,250 (未設定)
	実績	1,873 (0)	2,736 (7)	2,969 (28)			
●来訪者満足度 (%)	目標	93.1 (未設定)	93.7 (未設定)	94.2 (未設定)	94.6 (未設定)	95.0 (未設定)	95.0 (未設定)
	実績	87.4 (未調査)	88.1 (未調査)	85.4 (未調査)			
●リピーター率 (%)	目標	78.1 (未設定)	78.7 (未設定)	79.2 (未設定)	79.6 (未設定)	80.0 (未設定)	80.3 (未設定)
	実績	81.9 (未調査)	78.5 (未調査)	73.0 (未調査)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

「熱海市観光基本計画 2021」(令和3年5月策定)における 2021(令和 3)年度から 2025(令和 7)年度の 5 年間の目標値とした。(※ 2026(令和 8)年度は補外推計)目標値設定にあたっては、観光・商工関連団体代表・学識経験者等からなる「熱海市観光戦略会議」で検討し、基本的に過去のデータをもとに将来予測した数値を参考に設定している。

【設定にあたっての考え方】

- 旅行消費額
独自アンケート(インターネットアンケート:通年実施)により調査した宿泊客・日帰り客別の市内での消費単価に、地域経済分析システム(RESAS)まちづくりマップによる休日・平日別 14 時の滞在人口率から、定住人口・通勤通学者を除き求めた宿泊客・日帰り客数を乗じて求めた。
- 延べ宿泊者数
入湯税利用人員の実績。観光基本計画策定作業をコロナ禍前に進めていたことから、その影響を考慮せず目標値とした。宿泊客数として計測するのは入湯税課税対象の宿泊客のみとなっており、実際の宿泊客数よりは過少の見込みとなっている。
令和 7 年 4 月より宿泊税の徴収が開始されることから、今後、宿泊税利用人員の利用に変更する予定。
- 来訪者満足度
独自アンケートにより、熱海旅行の満足度を 5 段階で評価し、「大いに満足」・「満足」の割合を満足度と定義。
- リピーター率
独自アンケートにより、熱海への来訪回数 2 回目以上をリピーターと定義。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●住民満足度 (%)	目標	65.0 (未設定)	66.6 (未設定)	67.9 (未設定)	69.0 (未設定)	70.0 (未設定)	70.8 (未設定)
	実績	(未調査)	27.4 (未調査)	34.0 (未調査)			
		(未調査)					
●40 代以下の新規宿泊客数 (人)	目標	722,000 (未設定)	731,000 (未設定)	738,000 (未設定)	744,000 (未設定)	750,000 (未設定)	754,000 (未設定)
	実績	214,119 (未調査)	317,247 (未調査)	227,839 (未調査)			
●別荘所有者の 来訪回数／日数 (回／日)	目標	14.1/3.7 (未設定)	14.4/3.8 (未設定)	14.6/3.9 (未設定)	14.8/3.9 (未設定)	15.0/4.0 (未設定)	15.2/4.0 (未設定)
	実績	12.9/3.2 (未調査)	13.4/3.2 (未調査)	14.1/3.3 (未調査)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

必須 KPI を補完する指標として、「住民満足度」のほか、若年層の誘客の指標として「40 代以下の新規宿泊客数」を、また別荘所有者の来訪促進による市内経済への波及を図るため来訪回数・滞在日数を指標とした。

【設定にあたっての考え方】

●住民満足度

毎年、熱海市が実施する「市民アンケート」の観光施策に対する市民満足度調査の各項目について、5 段階評価の「満足している」、「やや満足」を満足度として定義。

●40 代以下の新規宿泊客数

独自アンケートにより、各年代層の宿泊客数を推計し、うち初訪問者の比率により 40 代以下の新規宿泊客数を推計。

●別荘所有者の来訪回数／日数

「別荘等所有税」納税義務者に対するアンケート調査により、年間の来訪回数と 1 回あたりの滞在日数を調査。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後 3 年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去 3 年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2024（R6） 年度	23,862,000（円）	【熱海市からの補助金】 23,862,000 円
2025（R7） 年度	504,000,000（円）	【熱海市からの補助金】 80,000,000 円 【熱海市からの交付金】 424,000,000 円
2026（R8） 年度	504,000,000（円）	【熱海市からの補助金】 80,000,000 円 【熱海市からの交付金】 424,000,000 円
2027（R9） 年度	504,000,000（円）	【熱海市からの補助金】 80,000,000 円 【熱海市からの交付金】 424,000,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2024（R6） 年度	23,862,000（円）	【一般管理費】 23,862,000 円
2025（R7） 年度	504,000,000（円）	（内訳の区分例） 【一般管理費】 80,000,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】

		55,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 70,000,000 円 【観光イベントの開催費】 209,000,000 円 【コンテンツ開発（旅行需要平準化）】 18,000,000 円 【観光インフラ整備（観光案内・高付加価値化支援）】 55,000,000 円 【その他（人材育成・年次報告等調製）】 17,000,000 円
2026（R 8） 年度	504,000,000（円）	（内訳の区分例） 【一般管理費】 80,000,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 55,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 70,000,000 円 【観光イベントの開催費】 209,000,000 円 【コンテンツ開発（旅行需要平準化）】 18,000,000 円 【観光インフラ整備（観光案内・高付加価値化支援）】 55,000,000 円 【その他（人材育成・年次報告等調製）】 17,000,000 円
2027（R 9） 年度	504,000,000（円）	（内訳の区分例） 【一般管理費】 80,000,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 55,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 70,000,000 円 【観光イベントの開催費】 209,000,000 円 【コンテンツ開発（旅行需要平準化）】 18,000,000 円 【観光インフラ整備（観光案内・高付加価値化支援）】 55,000,000 円 【その他（人材育成・年次報告等調製）】 17,000,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

熱海市では、2024(令和 6)年 3 月に「熱海市宿泊税条例」を制定し、2025(令和 7)年 4 月より徴収開始予定。(1 人 1 泊あたり 200 円(定額))

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

熱海市では、観光振興のさらなる推進を目指し、(一財)熱海観光局の設立と宿泊税導入を並行して検討してまいりました。2021(令和 3)年 5 月に策定した「熱海市観光基本計画 2021」では、熱海型 DMO の構築および観光目的財源の確保を重要な施策として位置付けています。これに基づき、同年 6 月には「熱海市観光振興条例」を制定し、(一財)熱海観光局設立に向けた「推進体制の整備」や宿泊税導入に向けた「財政上の措置」に関する条文を盛り込み、DMO 法人の設立および宿泊税導入を市の責務として明確にしました。

この取り組みを受け、2024(令和 6)年 7 月に熱海市が主体となり(一財)熱海観光局を設立しました。今後は、熱海市の観光行政の中核を官民協働の組織である(一財)熱海観光局に委ねる計画です。このため、(一財)熱海観光局を熱海市における地域 DMO としての登録したいので、(一財)熱海観光局とともに申請いたします。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携 DMO（県単位以外）や地域 DMO と重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携 DMO や地域 DMO との間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

熱海観光局は、今まで熱海市役所が担っていた観光戦略について、専門人材を登用し推進する体制を整備するものであり、熱海市を対象区域としプロモーションを含めた事業を推進している。熱海市を含む伊豆地域 7 市 6 町で構成される地域連携 DMO(一社)美しい伊豆創造センター(以下「美伊豆」という。)は、伊豆全体の広域的なプロモーションを担っており、美伊豆とは各々の戦略の効果が最大化するよう適宜情報共有を図っている。

【区域が重複する背景】

熱海は伊豆地域の一部であり、伊豆地域 7 市 6 町を対象区域としている美伊豆とは区域が重複する。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

前述したとおり、熱海観光局では今まで熱海市役所が担っていた熱海市の観光戦略やプロモーションを担い、美伊豆は熱海市を含めた広域的な観光戦略を担っている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

インバウンド事業等、広域的なプロモーションが効果的な事業については、美伊豆と連携することで、より強くターゲットに訴求することができる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	遠藤 浩一
担当部署名（役職）	一般財団法人熱海観光局 常務理事・事務局長
郵便番号	413-0018
所在地	静岡県熱海市上宿町 14-20

電話番号（直通）	0557-86-6190
F A X 番号	0557-86-6199
E - m a i l	mail@atami-tb.com

1 1 . 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	静岡県熱海市
担当者氏名	立見 修司
担当部署名（役職）	観光建設部 次長
郵便番号	413-8550
所在地	静岡県熱海市中央町 1-1
電話番号（直通）	0557-86-6007
F A X 番号	0557-86-6199
E - m a i l	kanko@city.atami.shizuoka.jp

記入日： 令和7年 1月10日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

静岡県熱海市

【設立時期】 令和6年7月12日

【設立経緯】

①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 内田 進

【マーケティング責任者(CMO)】 上田 和佳

【財務責任者(CFO)】 遠藤 浩一

【職員数】 2人(常勤2人(出向等2人)

【主な収入】

熱海市補助金 23百万円(6年度予算)

【総支出】

一般管理費 23百万円(6年度予算)

【連携する主な事業者】

熱海市ホテル旅館協同組合連合会、熱海市観光協会連合会、熱海商工会議所、熱海芸妓置屋連合組合、JR東日本横浜支社、JR東海静岡支社、熱海営業自動車組合、(株)JTB、楽天、(株)リクルート、(株)HIS、静岡銀行 等

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3) 年	2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年	2026 (R8) 年
旅行 消費額 (百万円)	目標	100,387 (未設定)	102,519 (未設定)	104,261 (未設定)	105,734 (未設定)	107,010 (未設定)	108,136 (未設定)
	実績	62,830 (未調査)	90,762 (未調査)	(未推計) (未調査)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	3,158 (未設定)	3,175 (未設定)	3,190 (未設定)	3,204 (未設定)	3,250 (未設定)	3,250 (未設定)
	実績	1,873 (0)	2,736 (7)	2,969 (28)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	93.1 (未設定)	93.7 (未設定)	94.2 (未設定)	94.6 (未設定)	95.0 (未設定)	95.0 (未設定)
	実績	87.4 (未調査)	88.1 (未調査)	85.4 (未調査)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	78.1 (未設定)	78.7 (未設定)	79.2 (未設定)	79.6 (未設定)	80.0 (未設定)	80.3 (未設定)
	実績	81.9 (未調査)	78.5 (未調査)	73.0 (未調査)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

首都圏企業による会議・研修・慰安旅行

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

熱海市と(株)JTBとの「交流人口及び関係人口の拡大に関する包括連携協定」に基づき、JTB営業スタッフ及び首都圏企業への働きかけ、専用デスク設置によるワンストップサービスによる相談体制の構築、首都圏コワーキングスペース等でのワークショップの開催、タクシーサイネージ等プロモーションの強化を進める。

【観光地域づくりのコンセプト】

古き良き日本の温泉街からグローバルスタンダードのリゾート地へ

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】

- ・「意外と熱海」観光ブランドプロモーション
- ・「ADさん、いらっしやい！」メディアプロモーション
- ・春季・秋季誘客プロモーション
- ・ビジネス利用促進プロモーション
- ・インバウンドプロモーション
- ・別荘コンシェルジュ事業

【観光資源の磨き上げ】

- ・熱海港コースタルリゾート計画の推進
- ・糸川遊歩道整備事業

【受入環境整備】

- ・外国人観光客受入環境整備事業補助金
- ・熱海の歴史を伝える文化施設での受入環境整備
- ・まちあるきガイド養成講座
- ・食の多様化への対応
- ・ワーケーション施設等整備促進事業費等補助金
- ・観光危機管理マニュアルの整備

- ・初川遊歩道修景整備
- ・温泉情緒あふれる街並みの整備
- ・観光まちづくり事業費補助金

