

I 令和元年度（一社）美しい伊豆創造センター事業報告

1. 会議等の開催に関する事項

○総会の開催

6月19日（水） 第3回（一社）美しい伊豆創造センター定時社員総会（修善寺総合会館）

議案第1号 平成30年度（一社）美しい伊豆創造センター事業報告（案）及び計算書類の承認（収支決算）（案）について

報告第1号 平成30年度（任意団体）美しい伊豆創造センター収支決算について

報告第2号 平成31年（令和元年度）（一社）美しい伊豆創造センター事業計画及び収支予算について

○理事会の開催

6月10日（月） （一社）美しい伊豆創造センター理事会（修善寺総合会館）

議案第1号 （一社）美しい伊豆創造センター業務執行理事の選任（案）について

議案第2号 令和元年度（一社）美しい伊豆創造センター入会申込者の許否について

議案第3号 平成30年度（一社）美しい伊豆創造センター事業報告（案）及び計算書類（収支決算）（案）の承認について

議案第4号 伊豆半島アンテナショップ「美・伊豆」の事業について

議案第5号 （一社）美しい伊豆創造センター定時社員総会の開催について

報告第1号 平成30年度（任意団体）美しい伊豆創造センター収支決算について

報告第2号 平成31年度（一社）美しい伊豆創造センター収支予算について

11月14日（水） （一社）美しい伊豆創造センター理事会（書面開催）

議案第1号 （一社）美しい伊豆創造センター入会申込者の許否について

議案第2号 （一社）美しい伊豆創造センター顧問選任（案）について

12月16日（月） （一社）美しい伊豆創造センター理事会（修善寺総合会館）

議案第1号 （一社）美しい伊豆創造センター入会申込者の許否について

報告第1号 令和元年度（一社）美しい伊豆創造センター事業経過報告及び予算執行状況について

協議第1号 令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター事業計画（案）及び収支予算（案）について

3月25日（月） （一社）美しい伊豆創造センター理事会（修善寺総合会館）

議案第1号 （一社）美しい伊豆創造センター入会申込者の許否について

議案第2号 令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター事業計画（案）について

議案第3号 令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター収支予算（案）について

報告第1号 （一社）美しい伊豆創造センター事業経過報告について

協議第1号 新型コロナウイルス対応について

○委員会の開催

5月28日（火） （一社）美しい伊豆創造センター企画運営委員会（修善寺総合会館）

議案第1号 （一社）美しい伊豆創造センター業務執行理事の選任について

議案第2号 令和元年度（一社）美しい伊豆創造センター入会申込者の許否について

議案第3号 平成30年度（一社）美しい伊豆創造センター事業報告及び計算書類（収支決算）（案）の承認について

議案第4号 伊豆半島アンテナショップ「美・伊豆」の事業について

議案第5号 （一社）美しい伊豆創造センター定時社員総会の開催について

報告第1号 平成30年度（任意団体）美しい伊豆創造センター収支決算について
報告第2号 平成31年度（一社）美しい伊豆創造センター収支予算について

11月21日（木）（一社）美しい伊豆創造センター企画運営委員会（修善寺総合会館）

報告第1号 （一社）美しい伊豆創造センター事業経過報告及び予算執行状況について
協議第1号 令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター市町負担金（案）及び令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター事業計画（案）について

3月18日（水）（一社）美しい伊豆創造センター企画運営委員会（修善寺総合会館）

議案第1号 （一社）美しい伊豆創造センター入会申込者の許否について
議案第2号 令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター事業計画（案）について
議案第3号 令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター収支予算（案）について
報告第1号 （一社）美しい伊豆創造センター事業経過報告について
協議第1号 新型コロナウイルス対応について

4月24日（水）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会兼DC伊豆地域部会（修善寺総合会館）

報告事項 ①3/31DCオープニングイベント及び伊豆産直市の報告について
②SNS等を活用した企画について
③5/25・26ラスカ熱海屋上イベントの実施について
④今後の事業・スケジュールについて

その他事項 ①6/30（日）静岡DC最終日お出迎え及びお見送りについて

5月30日（木）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会兼DC伊豆地域部会（修善寺総合会館）

報告事項 ①ラスカ熱海屋上イベント及びDC観光列車のお出迎えの報告について
②SNS等を活用した企画について
③よこすかYYのりものフェスタ2019及びDC最終日お出迎え及びお見送りについて
④分配額増額に伴う伊豆地域部会予算の変更について
⑤今後のスケジュールについて

その他事項 ①東京駅メニューフェア「静岡フェア」の開催について
②伊豆半島アンテナショップ「美・伊豆」について

6月26日（水）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会兼DC伊豆地域部会（修善寺総合会館）

報告事項 ①東京駅キャラバン及びよこすかYYのりものフェスタ2019等の報告について
②SNS等を活用した企画について
③6/30静岡DC最終日 お出迎え及びお見送りについて
④今後のスケジュールについて

7月29日（月）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会兼DC伊豆地域部会（修善寺総合会館）

報告事項 ①6/30静岡DC最終日 お出迎え及びお見送り SNS伊豆自慢 投稿件数1万件達成の報告について
②静岡アフターDC観光列車の運行について
③DC関連事業 今後の事業・スケジュールについて
④インバウンド事業について
⑤アンテナショップ事業について

その他事項 ①モバイル空間統計について

8月27日（火）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会兼DC伊豆地域部会（修善寺総合会館）

- 報告事項 ①楽天オプティミズム 2019 及び静岡DCの実績の報告について
②伊豆半島観光資源調査（GAP調査）の結果について
③観光商品づくりのポイントについて
④DC関連事業 今後のスケジュールについて

その他事項 ①9/6 TSJサイクリングツーリズム講座について

10月10日（木）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会兼DC伊豆地域部会（修善寺総合会館）

- 報告事項 ①ふじのくにしずおか観光大商談会（9/4 東京・9/25 名古屋）等の報告について
②静岡アフターDCに向けた商品企画について
③10/24～10/27 ツーリズムEXPOジャパン2019 大阪・関西について
④DC関連事業 今後のスケジュールについて

11月27日（水）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会（修善寺総合会館）

- 報告事項 広域観光事業委員会 構成員、委員長及び副委員長の選任について
報告第1号 令和元年度（一社）美しい伊豆創造センター事業報告について
報告第2号 （一社）美しい伊豆創造センター新規事業（案）について
報告第3号 伊豆半島ランドデザイン策定の経過報告について

1月21日（火）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会兼DC伊豆地域部会（修善寺総合会館）

- 報告事項 ①ツーリズムEXPOジャパン2019 大阪・関西の報告について
②静岡アフターDCに向けたカウントダウン企画の実施について
③SNS等を活用した企画について
④静岡アフターDCパンフレットについて
⑤4/4 静岡アフターDCオープニング お出迎え及びお見送りについて
⑥今後の事業・スケジュールについて
その他事項 ①地域ブランド化事業について
②伊豆半島観光情報発信事業について
③観光ガイド&マップ伊豆の改訂版発行について

2月28日（金）（一社）美しい伊豆創造センター広域観光事業委員会兼DC伊豆地域部会（修善寺総合会館）

- 報告事項 ①4/4 静岡アフターDCオープニング お出迎え及びお見送りについて
②静岡アフターDCに向けたカウントダウン企画の実施について
③SNS等を活用した企画について
④令和2年度下期の商品企画について
⑤今後の事業・スケジュールについて
その他事項 ①静岡アフターDCパンフレット（伊豆版・県版）について
②伊豆観光局との連携事業について

3月19日（木）令和元年度 第2回 （一社）美しい伊豆創造センター 広域観光事業委員会（書面開催）
 報告第1号 広域観光事業委員会 委員長及び副委員長の選任（案）について
 報告第2号 令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター事業計画（案）について
 報告第3号 令和2年度（一社）美しい伊豆創造センター収支予算（案）について
 報告第4号 令和元年度（一社）美しい伊豆創造センター事業経過報告について
 報告第5号 伊豆半島グランドデザイン（令和元年度版）の策定（案）について

2. 伊豆半島グランドデザイン策定事業に関する事項

○事業概要及び成果等

「伊豆半島グランドデザイン」については、策定から6年が経過し、観光ニーズの多様化などの社会経済情勢や伊豆半島を取り巻く環境の変化、美しい伊豆創造センターの任意団体と一般社団法人との統合などを踏まえ、伊豆半島7市6町首長会議において策定（見直し）を行った。（一社）美しい伊豆創造センターは、伊豆半島7市6町首長会議が行うグランドデザイン策定作業への協力を行った。

○事業実施状況

日 時	内 容
元年5月16日	伊豆半島7市6町首長会議幹事会（策定方針の協議）
元年6月10日	伊豆半島7市6町首長会議（策定方針の協議）
元年10月～12月	各市町へ文書にて意見照会、各市町首長ヒアリング
元年11月21日	伊豆半島7市6町首長会議幹事会（経過報告）
元年11月27日	美伊豆 広域観光事業委員会（経過報告）
元年12月16日	伊豆半島7市6町首長会議（経過報告）
2年2月19日	各市町へ伊豆半島グランドデザイン素案の意見照会
2年3月18日	伊豆半島7市6町首長会議幹事会（グランドデザイン協議）
2年3月25日	伊豆半島7市6町首長会議（グランドデザイン協議） 伊豆半島グランドデザイン（令和元年度版）策定

○評価・改善

策定作業にあたっては、市町への文書による意見照会に併せ、首長へのヒアリングを行うとともに、実施してきた各施策に対する評価（検証）を行い、伊豆半島グランドデザインの施策の展開や各主体の役割について見直しを図った。

策定作業の中で、推進組織である美伊豆の役割や推進機関の再編（伊豆半島ジオパーク推進協議会との統合）、美伊豆のあり方（組織体制・人材、資金の確保）などの方向性が確認された。今後は本グランドデザインの理念に沿って、引き続き、事業を進めていく。

3. DMO推進事業に関する事項

(1) DMO事業

○事業概要及び成果等

策定した「伊豆半島観光戦略」及び「伊豆半島観光戦略行動計画アクションプラン」に基づき、マーケティング・イノベーション・マネジメント機能を発揮し、伊豆半島の観光消費額の拡大を図る。

○事業実施状況

①伊豆半島観光戦略推進事業

4月の任意団体との統合後、任意団体実施事業の事業検証を行い、事業再編を見据えて令和2年度の事業計画策定を実施。

- ・5月27日（月）、11月29日（金）、2月14日（金）：静岡県DMO会議参加
- ・10月31日：昇龍道連絡会議参加
- ・1月末：観光庁にDMO事業報告提出

観光庁に提出した平成30年度のDMOの目標達成度評価については下記のとおり。

◎平成30年度観光消費額及びその他KPI達成状況について

項目	単位	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績
(1) 必須KPI													
①旅行消費額	百万円				282,378	291,494	300,226	300,903	299,050	310,616		320,643	
達成状況に対する分析	平成30年度は静岡DC等の取り組みにより、消費額の高い県外観光客・宿泊客の比率はアップしたが、ベースとなる延べ宿泊者数、観光レクリエーション客数が最大需要期である夏場に落ち込み、目標未達成となった。												
②延べ宿泊者数	千人				11,253	11,616	11,417	11,991	11,332	12,378		12,777	
達成状況に対する分析	熱海・下田・三島市を除き前年割れ、夏場の需要期での天候不順もあり、夏場に強い海岸線地域を中心に苦戦。宿泊事業者減少も一つの要素と推測。												
③来訪者満足度	%				99.1	99.2	97.9	99.3	97.8	99.4		99.5	
達成状況に対する分析	「大変満足」割合は向上したものの、「不満」割合が増加したため、満足度指数は悪化。課題である「観光情報の収集」(旅行前)(滞在中)の項目が前年度より良化しているが、大変満足の割合は依然として低いため、今後の取り組み強化が必要。												
④リピーター率	%				62.5		65.1	66.2	67.0	68.1		70	
達成状況に対する分析	4回以上のリピーター率が10%以上増加しており、良化しているが、一方で年齢別シェアでは60歳以上の割合が大幅に増加しており、中期的な取り組みとして伊豆訪問履歴のない顧客層へ対し、顧客ニーズ・嗜好に合った旅のテーマ提案等アプローチ強化による新規顧客層の開拓が必要と思われる。												
(2) その他の目標													
Webサイトアクセス数	件/月				101,147		75,933	80,000	59,051	90,000		100,000	
達成状況に対する分析	ドメインの移管、サイトリニューアル後にアクセス数が大幅に減少。元々離脱率も高いことから、有用な掲載情報の充実に向けた各種取り組みが必要。												
観光入込客数	千人			45,251			47,366	48,219	46,423	49,776		51,382	
達成状況に対する分析	多客期における増減では、夏季期間の屋外施設及び海水浴客数が猛暑及び長い遊泳禁止の影響で減少したが、年間に影響した。												

●観光消費額：299,050百万円（前年度比：99.6%、目標比：99.4%）

- ・算出根拠となる観光入込客数（前年度比：98%）、延べ宿泊者数（前年度比：99.6%）ともに前年度より減少。一方で、消費単価の高い県外宿泊客比率はアップした。
- ・4回以上・60才以上のリピーター比率があがっており、伊豆半島への新規顧客層の開拓が必要。
- ・依然として観光情報発信に課題がある。

②旅行業登録事業

令和2年3月24日付にて第2種旅行業に登録。

定款第4条「事業」に「旅行業法に基づく旅行業」を追加予定。（定時総会に提出）

③旅行商品開発・流通促進事業

ジオパーク学習を素材にした教育旅行プログラム（現地研修プログラム）を策定。

昨年度制作の事前学習プログラムを含む「ジオ学習のすすめ」等をツールに教職員向けセミナー及び現地視察に向けたセールスを開始。新型コロナウイルス感染拡大終息後に再開予定。

- ・ジオ教育プログラム（現地研修プログラム）策定打ち合わせ

10月～11月：各エリアジオガイド代表とプログラム内容打ち合わせ

1月～2月：域内の既存体験学習プログラム事業者と打ち合わせ

伊豆高原観光オフィス、松崎町グリーンツーリズム推進協議会、
伊豆自然学校

2月末：暫定23コース策定

- ・ジオ教育プログラムセールス

12月～3月：南伊豆臨海学園、（公財）横浜市体育協会、横浜市教育委員会、
横浜市小学校校長会子浦部会（横浜市立白幡小学校）

④人材育成研修会実施

- ・9月6日（金）「TSJサイクリングツーリズム講座」（アクシスかつらぎ）

伊豆半島におけるサイクリングツーリズム振興に向けた関係者の理解度促進を目的にセミナーを開催。

参加者：28名

講師：アダム・コベイン氏（Ride JAPAN社にて
サイクリングツアー商品開発・販売）

コーディネーター：TSJ府川ディレクター



- ・10月9日（水）日本大学国際関係学部・「伊豆観光文化論」にて講義

テーマ：「伊豆半島の現状と静岡DCの取り組み」

参加者：日本大学国際関係学部学生

約80名

講師：（一社）美しい伊豆創造センター



○評価・改善

(評価)

- ・役割の明確化：伊豆半島グランドデザインの見直しに際し、再度組織の役割についてヒアリングを行い、観光推進をコア領域としつつ、観光関連事業を一体として推進することを明確化。昨年度まで任意団体が担ってきた広域行政連携要素も継承。
- ・多様な事業者の参画及び合意形成：地域ブランド化事業や温泉旅館・ホテル合同企業説明会事業などを通じて、各商工会議所・商工会、J A、宿泊事業者など多様な関係者と連携事業を展開。合意形成については、広域観光事業委員会の開催以外に多様なワーキンググループ設置など事業体毎の協議機会の設定など今後の強化が必要。

(改善)

- ・安定的な財源確保：旅行業登録は完了したものの、収益事業化の見込みは厳しく、地域コンテンツの流通促進を主眼とした展開を優先的に実施。今後に向けてふるさと納税事業など直接収益だけでなく、間接的な収益確保手段も含めて可能性を調査していく。
- ・マーケティング・プロモーション：マーケティングデータについては、伊豆半島単体の調査事業は予算捻出が困難なため、引き続き全県データの流用や新規調査の要請を行う。
- ・一方でデジタルマーケティングは、立ち遅れており、令和2年度の事業展開で強化予定。プロモーションについては、D Cやインバウンド事業を通じて、全県組織や各市町組織と役割分担を図り、それぞれの組織の強みを生かしたB t o B, B t o Cプロモーション展開を行っており、更なる強化を図りたい。

(2) 伊豆半島ホテル旅館合同説明会事業

○事業概要及び成果等

ホテル・温泉旅館の若手世代の担い手不足の解消及び地域の若返りによる活性化の促進を目的として、2021 年3月卒業予定の大学・専門学校・短期大学の日本人学生及び留学生を対象とした、伊豆半島のホテル・温泉旅館の合同企業説明会を令和2年2月に東京都内で開催した。

また、説明会への集客を目的とした学校訪問の成果として、首都圏にある2校の大学・専門学校において、学内個別企業説明会の開催をすることができ、効率的かつ効果的に企業P Rを行うことが出来た。

インターンシップマッチング会の開催や、学内個別企業説明会、合同企業説明会等の実施により、伊豆の宿泊事業者と多くの優秀な学生人材のマッチングができ、その結果、自社説明会や採用選考への進展という成果を残すことが出来た。

○事業実施状況

- ・7月3日(水) 静岡県・伊豆半島ホテル旅館インターンシップマッチング会&相談会

静岡県ホテル旅館生活衛生同業組合と共催で実施。

静岡県・伊豆半島のホテル旅館が計10社参加し、50名以上の静岡県内の日本人学生及び留学生を集客した。



・ 11月16日（土） ふじのくに留学生就職促進プログラム（SCDP）受入

静岡大学国際連携推進機構と連携し、県内6学校の留学生31名の受入れを行った。修善寺散策や旅館の見学を通じ、伊豆の観光PRやホテル・旅館のインターンシップ紹介等を行った。



・ 2月12日（水） 川村学園女子大学 学内企業研究会

東京都目白にある川村学園女子大学より協力を得て、伊豆半島ホテル旅館の学内でのPRを実施した。4社が参加し、伊豆の宿泊業に興味のある10名の学生に向け、効率的にPRをすることが出来た。



・ 2月17日（月） 東京エアトラベル・ホテル専門学校 学内合同説明会

東京都小金井市にある東京エアトラベル・ホテル専門学校より協力を得て、伊豆半島ホテル旅館の学内でのPRを実施した。4社が参加し、伊豆の宿泊業に興味のある30名の学生に向け、効率的にPRを実施することが出来た。



・ 2月18日（火） 伊豆半島ホテル・温泉旅館合同企業説明会

県内及び首都圏の2021年3月卒業予定の大学・短大・専門学校生を対象に、東京都錦糸町にて合同企業説明会を開催した。54名の学生を集客し、参加した多くの企業で説明会後の自社における会社説明会や採用選考へのアフターフォローにつなげることが出来た。



○評価・改善

(評価)

- ・観光業の基幹産業である宿泊業界の人材確保に向けた取り組みとして、合同企業説明会以外でも学内説明会等の実施により、学生と宿泊事業者との接点を持つ機会が多く創出することができた。
- ・合同企業説明会では学生へのアフターフォローを各事業者が行うことで、伊豆の宿泊業に興味のある学生に対し、効率的にアプローチが出来ている。
- ・例年、参加学生数にもよるが15～20%（10名程度）の採用実績がある。説明会や伊豆半島の宿泊事業者の知名度は、学校へのセールス訪問や関係団体との協力等により徐々に浸透しつつある。

(改善)

- ・学生の集客率について伸び悩みがある。多くの学生との接点は宿泊事業者にとって多くの雇用の機会でもあるため、広告宣伝方法の見直しや、セールス先学校の絞り込み等が必要である。集客目標値を設定し、課題解決に取り組んでいきたい。
- ・学校へのセールス訪問について、観光学部等の宿泊・サービスに関連した学部・学科のある学校に対し、重点的にセールスを仕掛けていく。また、学生数の多い学校や学部・学科の数が多い学校に対しても積極的にセールスを行っていく。

(3) ふじのくにに住みかえる推進本部関連事業

○事業概要及び成果等

県が行っている移住・定住事業に参加をし、伊豆半島のホテル温泉旅館の仕事紹介を行っている。また、県主催以外にも今年度は山梨県と美伊豆が共催で合同移住相談会を実施した。今年度は合計で6件の移住定住促進イベントへ参加した。伊豆半島の基幹産業である観光業を支える宿泊業への就職の推進と、伊豆への移住・定住を併せて推進することにより、宿泊業及び地域の活性化を効率的に促進することが出来た。

○事業実施状況

・6月23日(日) 静岡まるごと移住フェア

静岡県・ふじのくにに住みかえる推進本部主催事業に静岡県ホテル旅館生活衛生同業組合と参加。176組263人が来場し、美伊豆ブース（伊豆半島ホテル温泉旅館仕事紹介）には7組10名が訪問した。



・9月7日(土) 貸切バスで行く伊豆のおしごと発見ツアー

しずおか人材マッチングサポートデスク（県事業）主催事業に参加。修善寺総合会館3F大研修室に、伊豆半島ホテル旅館6社及び15名ほどの伊豆半島への移住定住を検討している社会人及び学生が来場し、仕事のマッチング会を行った。併せて、ジオリアの見

学を行い、伊豆半島について理解を深めた。

・ 9月15日（日） 山梨×静岡合同移住相談会

伊豆半島3市町（伊豆市・伊豆の国市・南伊豆町）と山梨県3市が共同で合同移住相談会を実施した。富士山という両県に共通するコンテンツを活用することで移住希望者の興味を引き、20組26人が来場した。



・ 10月27日（日） 伊豆半島移住相談会

賀茂地域ふれあい事業推進協議会主催事業に静岡県ホテル旅館生活衛生同業組合と参加。111組173人が来場し、美伊豆ブース（伊豆半島ホテル温泉旅館仕事紹介）には6組6名が訪問した。



・ 12月14日（土） 伊豆への移住がグッと近づくランチ交流会

賀茂地域ふれあい事業推進協議会主催事業に参加。伊豆への移住・定住に興味のある相談者と、伊豆半島産の食材を使ったランチを楽しみながら会話をするすることで、普段の移住フェアよりも近い距離で相談に応じることが出来た。

・ 1月12日（日） 静岡まるごと移住フェア

静岡県・ふじのくにに住みかえる推進本部主催事業に、伊豆半島ホテル旅館のお仕事紹介として出展した。イベントには201組318名が来場し、美伊豆ブースへは4組4名の相談者が来訪、伊豆の宿泊業の魅力ややりがいについて伝えることが出来た。

○評価・改善

（評価）

- ・伊豆への移住に興味のある人、宿泊業に興味のある人に向けて、県旅館組合や宿泊事業者と連携して出展することで、効率よく仕事紹介や宿泊業の魅力を伝えることが出来た。

（改善）

- ・6件のイベントに出展したが、相談者の数は各回とも少なかった。伊豆への移住と仕事についてはセットで考える必要があり、今後の出展については、事業効果を検証したうえで、出展の判断をしていきたい。

4. 国内誘客プロモーション事業に関する事項

(1) 静岡DC推進

○事業概要及び成果等

静岡DCに係る伊豆地域部会事務局を務め、構成13市町の行政や観光協会、域内の交通事業者及び観光関連団体と連携し、国内都市部での広報PR及びJR東日本・JR東海と連携し着地での催事の開催や来遊客のお出迎え並びに域内での機運醸成に係る事業、SNSを活用した地元ならではの情報発信等事業を推進した。また、2020年のアフターDCに向け、商品造成や旅行エージェントへのプレゼンテーション及びセールスを実施した。

元号改元によるゴールデンウィーク10連休の影響もあり2019年4月1日～6月30日のDC期間中には、観光施設等の入込客数前年対比111%（域内43施設抜粋）と大きく前年を上回ることができた。また、宿泊客数においても主要観光地の大規模宿泊施設の閉館もあり、数値の前年割れも懸念されたが、前年比102.7%と非常に多くのお客様に伊豆を訪れていただいた。

また、静岡県全体でも入込客数前年対比110%（県内104施設抜粋）、宿泊客数前年対比107%と目標である宿泊客数前年比110%に届かなかったものの、前年を大きく上回る結果となった。

○事業実施状況

・3月31日（日） 静岡DCオープニングセレモニー

静岡県全体としてJR静岡駅にてオープニングセレモニーを実施。域内では静岡県副知事、首長、JR東日本、JR東海、地元交通事業者、観光協会、旅館組合等観光関係者が参加し、伊豆急下田駅及び修善寺駅にてセレモニーを実施した。併せて熱海駅、伊東駅、長岡駅など、伊豆半島の主要駅にて、合計で200名以上のスタッフがお出迎え、お見送りを行った。（静岡朝日テレビ、テレビ静岡等計5社にて放送・静岡新聞、伊豆新聞に記事掲載）

・DC特別観光列車のお出迎え

以下の表のとおり観光列車が運行された。それに伴いJRや域内観光関連団体・交通事業者の職員とともにお出迎えを実施し、TVや新聞等に取材いただき地元の機運醸成を図った。



<観光列車実施状況>

催行日	商品名	定員	実績	お出迎えの有無
3/31（日）	静岡 DC オープニング記念！ 伊豆クレイル	92 名	73 名	有
4/13（土）	伊豆 Beer Train ～オ・シャンブルでビールを楽しもう～	120 名	100 名	無
4/20（土）	お座敷ワレール号で行く春の伊豆の旅 ～伊豆急電車まつりを楽しもう～	120 名	108 名	無
4/30（火・祝）	ハイグレード車両「なごみ（和）」 で行く 伊豆の旅	99 名	95 名	有
5/1（水・祝）	竹あかりと皇室ゆかりの地巡り	80 名	59 名	有
5/22（水）	野村万作・萬斎 薪狂言観賞号 （東京―三島 JR）	354 名	149 名	有
5/22（水）	野村万作・萬斎 薪狂言観賞号 （三島―修善寺 駿豆線）	140 名	51 名	有
5/31（金）	東北発「しずおか伊豆元気たび号」	558 名	204 名	有
6/15（土）	あじさい彩る下田 金目鯛を食す旅	260 名	248 名	無
6/30（日）	いよいよ引退！伊豆急 100 系電車の旅	100 名	97 名	有



・ 5月9日・10日（木・金） 静岡DC大阪キャラバン

静岡県観光協会を中心に静岡DCプロモーションの一環として、大阪エリアの新聞社及び旅行会社へのキャラバン及びJR新大阪駅での観光プロモーションを実施した。

9日：メディア2社、旅行会社2社訪問

10日：静岡県各地区のパンフレットを封入し、約700部の配布

（産経新聞、毎日新聞等に記事掲載）



・ 5月25日・26日（土・日） 「伊豆★青空マーケット」（熱海市 ラスカ熱海）

JR東日本主催、当法人共催で熱海駅の商業ビル「ラスカ熱海」屋上にてマルシェイベント及びワークショップを実施し、伊豆半島の観光PRを行った。

（マルシェ：地元事業者10店舗出店、ワーク

ショップ：西伊豆町他5団体参加

来場者数：2,000名（2日間）

マルシェ売上げ：498,730円）



・ 6月3日（月）～5日（水） 静岡DC東京駅キャラバン（東京駅丸の内南口動輪の広場）

東京駅メニューフェア「静岡フェア」の開催にあわせ、ゴールデンウィーク後の誘客促進、需要喚起を図るため、主要マーケットである東京駅にて観光PRやご当地キャラクターによるグリーティング及びパンフレットの配付等をおこなった。

（静岡県各地区のパンフレットを封入し、3日間計1,800部配付）



・ 6月30日（日） 静岡DC最終日お出迎え及びお見送り（伊豆急下田駅）

アフターDCでの来訪と告知を目的として伊豆にお越しいただいたお客様に対し、お出迎え及びお見送りを実施した。域内では三島市長、下田市長を始め行政関係者やJR東日本横浜支社長も参加いただくなど、合計200名以上で実施した。



併せて伊豆急下田駅及び修善寺駅にてパンフレット・ノベルティの配付や沼津商業高校地域振興班の協力も賜り高校生による伊豆半島ジオパークの紹介も実施した。

（TV会社3社、新聞社4社取材受入、伊豆新聞、静岡新聞等記事掲載）

・ 9月4日（水） ふじのくに静岡観光大商談会 IN 東京（東京都新宿区）

静岡県観光協会主催の商談会へ県内各地区のDC推進部会が参加し、観光プレゼンテーションを実施した。併せて各旅行エージェントと商談会を実施し、伊豆地域のPRを行った。（首都圏側参加者数：約100名
商談事業者数：12社）



・ 9月25日（水） ふじのくに静岡観光大商談会 IN 名古屋（愛知県名古屋市）

静岡県観光協会主催の商談会へ県内各地区のDC推進部会が参加し、観光プレゼンテーションを実施した。併せて各旅行エージェントと商談会を実施し、伊豆地域のPRを行った。（中京圏側参加者数：約60名 商談事業者数：9社）

・ 10月28日（月） ふじのくに静岡観光大商談会 IN 大阪（大阪府大阪市）

静岡県観光協会主催の商談会へ県内各地区のDC推進部会が参加し、観光プレゼンテーションを実施した。併せて各旅行エージェントと商談会を実施し、伊豆地域のPRを行った。（関西圏側参加者数：約55名 商談事業者数：9社）

・ 11月18日（月） JR東日本AGT向け観光素材説明会（東京都千代田区）

JR東日本主催の旅行会社向けの観光素材説明会へ参加し、JR東日本横浜支社と共同で観光プレゼンテーションを実施した。（旅行会社側参加者数：78名）

・ 11月26日（火） 阪急交通社商品企画担当との意見交換会（ホテル伊豆急・下田市）

静岡県大型観光キャンペーン推進協議会で、アフターDC以降の県への誘客に向けて、阪急交通社の商品企画担当者10名を招聘し、1泊2日の観光素材の視察会を実施した。美しい伊豆創造センターは意見交換会に参加し、伊豆地域への送客を依頼した。（伊豆日日新聞に記事掲載）

・ 12月23日（月） 静岡DC観光客動態調査報告会（修善寺総合会館）

静岡県大型観光キャンペーン推進協議会で、県内のDC各地域部会のエリア単位で、DC期間中の観光客動態調査報告会を実施した。

- ・ 1月12日（日）「おいしいにつぼんフェス & YEBISU Marche」会場における観光PR
（東京都目黒区恵比寿ガーデンプレイス「THE Garden Hall」）

JR東日本の子会社である雑誌「オレンジページ」主催のイベントが初開催され、約2,500人が来場した。JR東日本横浜支社では、「三角屋水産」が出店し、関連商品の販売、試食、試飲などを実施した。併せて、当社より提供したパンフレット、観光ポスターの掲出などで観光PRを実施した。



- ・ 2月4日（火）5日（水）

伊豆における観光型MaaS実証実験 Phase2

ホテル伊豆急にて、観光型MaaS実証実験説明会、関係者パネルディスカッション（質疑含む）が実施され参加した。

Phase2は、2019年12月1日から2020年3月10日までの期間で実施された。

現地説明会・視察会（下田市）



- ・ 3月14日（土） サフィール踊り子歓迎お出迎え（伊豆急下田駅）

JRのダイヤ改正に伴い、これまで30年間運転されていたスーパービュー踊り子が運転を終了し、新型特急車両として「サフィール踊り子」の運転が開始された。

各首長をはじめ観光関係者が参加し歓送迎イベントを実施予定だったが、新型コロナウイルス感染拡大防止対策のため、交通事業者及び数人の有志でお出迎えを実施した。



- ・ 3月27日（金） 伊豆における観光型MaaS実証実験実行委員会（伊東商工会議所）

観光型MaaS IZUKOの実証実験は、2019年4月1日から6月30日までの「Phase1」と2019年12月1日から2020年3月10日までの「Phase2」の約190日間で実施された。Phase2では、Phase1の約5倍にあたる、5,121枚のデジタルチケットが販売され、販売枚数（Phase1は1,045枚）は合計6,166枚となった。

目標の10,000枚は達成できなかったが、国内の観光型MaaSの事例の中では、圧倒的な利用規模となった。最終的な実証実験は2020年秋以降で展開される予定。

・伊豆半島観光資源調査（GAP調査）

DC期間中に伊豆半島に訪れた方を対象に観光資源に対する興味度や認知度等についてWeb調査を実施し、昨年度との比較検討を行った。

・SNSいず自慢 1万件のおもてなし市（町）民運動

SNS（InstagramやTwitter）を活用し、伊豆地域の住民だから知っている伊豆半島の魅力を共通ハッシュタグ「#いいね伊豆」を付けて発信した。DC期間中に1万件的投稿を目標とし、伊豆半島の住民、学生、観光関係者などの協力を仰いだ結果、DC最終日（6月30日）までに10,215件の投稿があった。

（伊豆日日新聞、静岡新聞に記事掲載）

・SNSで伊豆PR大作戦

地元の観光関係者、交通事業者を中心とした観光のプロからの情報発信を実施。SNS（InstagramやTwitter）を活用し、観光のプロだから知っている伊豆半島の魅力を共通ハッシュタグ「#伊豆元気旅」を付けて発信した。

・「このあと何する？」PR大作戦

観光客の60%以上が出発8日前から当日の間に旅行先での行動を決定するというデータをもとに、宿にチェックインした後、夜又は翌日に参加できる企画や体験コンテンツ等を取りまとめ市町ごとにチラシを製作し、宿泊施設のフロントや部屋に設置することで来遊客の満足度向上及び伊豆の魅力の発信を図った。

・静岡DCアフターキャンペーン SNSでカウントダウン

伊豆地域の機運醸成を目的として、フェイスブックを利用したカウントダウン企画を実施した。

アフターDC開幕100日前の2019年12月23日（月）から10日毎に投稿し、50日前からは13市町、観光協会及び交通事業者と共同で、また地元の高校生にも協力いただき、2020年3月31日（火）までの期間、毎日実施した。

投稿した記事を各市町でシェアしていくことで、広く情報発信を図った。



・アフターＤＣパンフレット（伊豆・箱根・湯河原）の発行

F１層の心が動く瞬間をテーマとして、ＪＲ東日本と共同で作成した。絶景、グルメ、体験などのコンテンツを中心として、ＧＡＰ調査の結果等を基にF１層の興味度が高いコンテンツを掲載した。Ａ４版24ページ、合計約30万部発行し、個人向けのパンフレットとして2月7日に発行。旅行会社、交通事業者、観光施設等に配布した。また、ＪＲ東日本及びＪＲ東海に協力いただき、ＪＲの主要駅などに配架した。

○評価・改善

（評価）

- ・ＤＣ期間中の伊豆地域の観光入込客数は前年対比111%、宿泊客数は102.7%といずれも前年を上回る結果となった。また、静岡県全体では観光入込客数前年対比110%、宿泊客数107%と目標である110%に届かなかったが、前年を大きく上回る結果となった。
- ・SNSを活用した情報発信企画の一つとして実施した、「SNSいず自慢 1万件のおもてなし市（町）民運動」は、伊豆半島の住民、学生、観光関係者などの協力もあり、目標である1万件の投稿を達成することができた。アフターＤＣ期間においても同様に1万件の投稿を目指し、地元の機運醸成及び伊豆地域の魅力を情報発信したい。

（改善）

- ・令和2年度は3年間の静岡ＤＣの最終年となるので、構成13市町の行政、観光協会、交通事業者及び観光関連団体と連携し、催事の開催や機運醸成に係る事業を実施し、伊豆地域への誘客促進を図る。
- ・新型コロナウイルスの影響により、3月に予定していた全県でのＪＲ名古屋駅及びＪＲ東京駅の観光キャラバンは延期となった。
- ・2021年1月から3月までの期間、「伊豆・箱根・湯河原」地域がＪＲ東日本の重点販売地域に決定した。静岡ＤＣアフターキャンペーン終了後も、重販のPRを実施すると共に、伊豆に訪れる観光客のおもてなし実施に向け、関係機関と協力し準備を進めていく。

（２）国内観光キャンペーン事業

○事業概要及び成果等

国内で開催される各種観光展へ出展し、伊豆半島の観光情報等を発信することで一層の誘客促進を図った。令和元年度は、7箇所での観光展等へ出展した。

○事業実施状況

・4月11日（木）～13日（土） 伊豆産直市（東京都ＪＲ上野駅）

ＪＲ東日本が実施する「温泉いっぱい 美・味いっぱいキャンペーン」の一環として、ＪＲ上野駅で開催する伊豆産直市へ出展した。伊豆半島13市町の自治体及び観光協会と協力し伊豆半島の観光PRを行った。ステージイベントではパンフレットやノベルティを800セット配付し、観光PRコーナーで実施したみかんの数当てゲームでは324名の投票があった。また、イベント全体の物販の売上げは前年比102%と好調であった。



・ 6月8日(土)～9日(日) よこすかYYのりものフェスタ2019 (JR横須賀駅)

JR横須賀駅のホームで伊豆急行2100系キンメ電車や黒船電車を展示し、車内でクイズラリーを実施するなど伊豆の観光PRを実施した。隣接する公園にはPRブースが設置されアンテナショップ美・伊豆のブースが出展した。

(イベント全体の来場者：83,300名(2日間))

列車への乗車人数：4,000名(2日間)

クイズラリー参加者数：883名(2日間))



・ 7月31日(水)～8月3日(土) Rakuten OPTIMISM (神奈川県横浜市西区みなとみらい)

パシフィコ横浜展示ホールにて開催された楽天を体感できるイベントや有名アーティストによるパフォーマンスを融合させた日本最大級のカンファレンスイベントRakuten OPTIMISMへ出展した。会場ではご当地キャラクターによるグリーティングや観光パンフレットの配付にあわせ、スタンプラリーの実施や沼津商業高校地域振興班に参加いただき、伊豆半島ジオパークを題材にしたゲーム「ジオクエスト」の実演等を実施した。



(来場者数：約80,000名 スタンプラリー参加者数：3,898名)

・10月3日（木）～4日（金） 第28回「ふるさと観光展 in 仙台駅」（JR仙台駅）

仙台駅構内にて開催されたふるさと観光展へ出展した。観光PRコーナーの運営の他、ステージイベントを実施した。併せて仙台市内及び近隣の旅行エージェント4社を訪問し、DC期間中の送客に係るお礼と今後のセールスを実施した。

ステージイベントではご当地キャラクターと一緒にじゃんけん大会を実施し、多くの参加者に楽しんでもらった。



・10月24日（木）～27日（日）ツーリズムEXP0 ジャパン 2019（大阪府大阪市）

インテックス大阪で開催された国内最大級の観光展であるツーリズムEXP0 ジャパンへ、県観光協会と県内各地区の観光関連団体と協働し参加した。伊豆地区は2ブースを出展し、観光PRやかつお節削り体験のワークショップ及びステージイベント等を実施した。併せて商談会にも参加し、16社と商談を行った。

（来場者数合計：151,099名 静岡県クイズラリー参加者数：1,566名）



・10月30日（水） 秋の横浜駅キャンペーン（JR横浜駅）

駿豆線沿線地域活性化協議会主催の秋の横浜駅キャンペーンに参加し、観光パンフレットやノベルティのセットを2,000セット配布するとともに、秋・冬の観光シーズンに向け、伊豆半島の魅力を発信し誘客促進を図った。



・ 1 月 23 日（木） 早春の横浜駅キャンペーン（ＪＲ横浜駅）

秋のキャンペーンに引き続き、駿豆線沿線地域活性化協議会主催の早春の横浜駅キャンペーンに参加し、観光パンフレットやノベルティのセットを 2,000 セット配布するとともに、早咲きの土肥桜やかんなみの桜など、早春の観光シーズンに向け伊豆半島の魅力を発信し誘客促進を図った。

・ ＳＮＳプロモーション企画・運営

ＳＮＳプロモーションノウハウの習得及び効果的な情報発信を目的に㈱ブレイン社に業務委託。Instagram 公式アカウント（@beautiful_izu_japan）の運用についてのレクチャー及びフォロワー拡大に向けた投稿内容の整理、リポスト投稿やインサイトによるアクセス分析を行ったことにより事業前よりも平均リーチ数を 1,000 件程度伸ばした。

・ 伊豆総合パンフレット「観光ガイド＆マップ伊豆」の改訂

13 市町の魅力を紹介する伊豆総合パンフレットの改訂版を 12 月 25 日に発行した。

合計 33,000 部発行し、伊豆半島の観光施設、伊豆急行沿線の各駅及び伊豆箱根鉄道駿豆線沿線の各駅などに配架した。また、ＪＲ東日本横浜支社及びＪＲ東海静岡支社に協力いただき、両社管内の主要駅等に配架した。

・ 観光ＰＲ用ノベルティの作成（不織布エコバッグ 5,000 枚）

出展した観光展や静岡ＤＣのＰＲにて、パンフレットやノベルティを入れて配布した。

○評価・改善

（評価）

- ・ イベントや旅行商品だけでなく、伊豆急行や伊豆箱根鉄道・東海バス等の交通事業者と連携し、二次交通を利用した催事の紹介やフリーパス・周遊パス等も合わせて宣伝し、熱海市や三島市といった交通アクセスの良い市町から、伊豆半島南部（賀茂郡）へ観光客が周遊し易くなるよう取り組みを実施した。
- ・ 13 市町が連携して伊豆半島としてＰＲをすることで、様々なニーズにこたえることができた。また、季節毎の観光イベントや旬の食材といった地域の魅力を、線としてつなげることで、周遊性のある誘客推進を図ることができた。
- ・ 行政や観光協会だけでなく、二次交通機関や観光施設とも連携を図り、観光客が実際に訪れた際の、交通や楽しみ方の手段について、より具体的な情報発信を可能とした。

（改善）

- ・ 事業費の 3 分の 1 が助成金であり、令和 2 年度からは助成金が見込めないため、既存事業の整理や転換を図りながら、自主財源での事業継続を目指す。
- ・ 伊豆半島全体を面と捉え、同時期に開催する市町の観光イベントや旬の食材を組み合わせ、伊豆半島周遊コースを、テーマ毎に造成することで、伊豆半島へ訪れる観光客のニーズに対して、多様なＰＲをすることができる。

5. インバウンド（海外プロモーション）事業に関する事項

（１）ファムトリップ及び商談会事業

○事業概要及び成果等

ファムトリップは、情報発信として、各種メディア及びブロガーに、現地の情報をしっかりと伝えるために開催している。伊豆半島観光戦略でターゲットとしている台湾については、県の事務所と連携したファムトリップやYouTubeによる情報発信を行った。また、タイについては、継続して通訳をしている方々に、今後のセールスに対応を行うための現地視察を行った。

本年度は、静岡ツーリズムビューロー（以下、「ＴＳＪ」という）との連携を強化し、アメリカ、カナダ、オーストラリア、イギリス、フランス等、欧米豪からの各種関係者（メディア、航空会社、旅行会社、記者、ガイドブック制作者等）のファムトリップの受け入れやブロガーなどのインフルエンサーの取材対応などを積極的に行い、旅行ニーズの把握と情報発信に努めた。取材内容は各種メディアで紹介されており、大きなプロモーションとして、観光交流客数の増加や観光消費額の増加に寄与した。

○事業実施状況

・ 4月7日（日）～4月13日（土）タイ観光展業務担当者及びタイブロガー等によるファムトリップ

昨年度参加した TITF2018 タイ観光展の際に委託した通訳及びブロガーを招聘し、沼津市（御用邸・びゅうお・深海魚水族館・深海魚料理）・三島市（スカイウォーク・フルーツパーク・三嶋大社・楽寿園）・伊豆市（修善寺散策・着物体験）・伊豆の国市（いちご・パノラマパーク・韮山反射炉・江川邸）・伊東市（大室山・城ヶ崎公園・さくらの里・シヤボテン公園・マリンタウン）・下田市（ペリーロード・キンメバーガー）・西伊豆町（鯉節削り・いかさま丼・堂ヶ島クルーズ・夕日）等において、観光地等の現地視察や食事、着物体験を行い、伊豆半島の観光資源のPRを行った。



・ 5月19日（日）～21日（火）ドイツファムトリップ事業（サイクリングファム）

T S Jとの共催によるファムトリップを実施。ドイツよりサイクルジャーナリスト3名を招聘し、伊豆の国市（メリダ・コナスティ）・沼津市（戸田・大瀬崎）・伊豆市（わさび田・修善寺温泉散策・中伊豆ワイナリー）において、サイクリング取材を行った。取材内容は、ドイツ大手新聞「フランクフルター・アルゲマイネ・ツァイトウング」及びロードバイクマガジン「Rennrad(レンラッド)」に掲載した。



・ 5月24日（金）フランスファムトリップ事業（フランス旅行会社エージェント）

T S Jとの共催によるファムトリップを実施。フランス旅行会社『Comptoir des Voyages(コントワール・デ・ボヤージュ)』よりエージェントを受入、日本らしい体験や伝統ある宿での宿泊をとおり、伊豆市修善寺（着物体験・散策・はんかち草木染め）及び三島市（せせらぎルート散策）PRを行った。

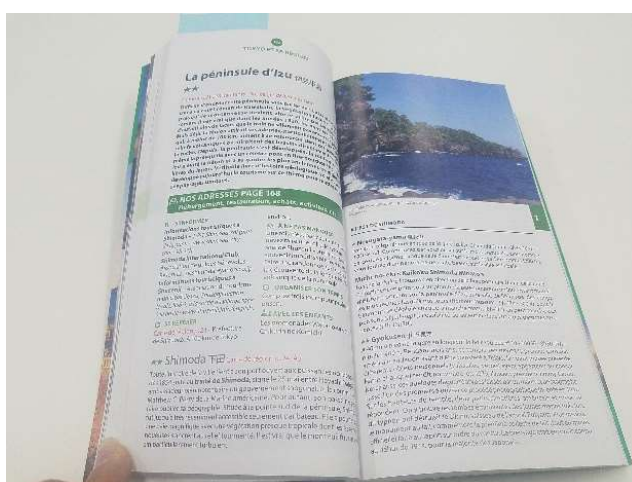


・ 6月8日（土）～9日（日）T S Jフランス事務所ファムトリップ事業

T S Jとの共催によるファムトリップを実施。T S Jのフランス事務所より2名を招聘し、熱海市（美術館・茶道体験・芸妓見番）・伊豆の国市（いちご・しいたけ等の地場産品の食事）・伊豆市修善寺（旅館体験）の視察研修及びPRを行った。



- ・ 6月14日（金）～16日（日）英国新聞社ガーディアン紙ファムトリップ事業
T S Jとの共催によるファムトリップを実施。英国新聞社ガーディアン紙の記者及びそのパートナーを招聘し、ハイキング・温泉・旅館など希望条件に合う旅行日程を作成した。取材内容は1000文字で、ガーディアン紙WEBサイトの旅行ページに掲載。
- ・ 6月21日（金）～23日（日）フランスミシュラングリーンガイド取材対応事業
フランスミシュランより記者1名を受入れし、三島市・西伊豆町・南伊豆町・下田市・河津町・伊東市のPRを行った。ハイキングを通じたジオサイト巡りが主な内容であったため、伊豆半島ジオガイド協会と連携し、伊豆半島各地域のジオサイトの紹介を依頼し、ガイドがフランス語・英語で案内した。
2020年2月発行の「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン改訂第6版」に掲載された。フランス語版のほか、6月には英語版が発行される。



2020年2月発行 「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン第6版」（フランス語版）

・ 7月25日（木）～7月26日（金）英国インフルエンサー取材受入事業

イギリスのインフルエンサーによるファムトリップを実施。伊豆の国市（いちご）・三島市（スカイウォーク）・函南町（ゲートウェイ函南・めんたいこパーク・わさび）・伊東市（旅館体験と温泉取材・東海館にて浴衣体験・ぐり茶・お茶スイーツ・大室山・城ヶ崎）など。ジオサイト巡りの評価が高かった。英国、欧州でのプロモーション効果が期待できる。



・ 8月12日（月・祝）～8月13日（火） 米豪プロガー取材受入事業

女性プロガー2名の取材を受入。食、文化、アウトドア体験を希望があった。三島市（スカイウォークではジップライン体験・和菓子職人と交流・風鈴職人と交流・三嶋大社）・伊豆の国市（パノラマパーク・いちご）・函南町（わさびミュージアム見学）・伊豆市（だるま山からの風景・修善寺散策）等の取材対応をした。

取材内容は静岡を含めた「日本の旅2週間」「静岡の過ごし方3日間」と題したブログで紹介。2人合わせて約63,000人のフォロワー数であり、本対応により、米豪でのプロモーション効果が期待できる。



・ 8月30日（金）～9月1日（日）「台湾・台南市政府消防局視察団対応」

これまで数年に渡り、伊豆半島ファムトリップや現地旅行業者との商談会など連携してきた台湾南部に位置する台南市の大手旅行会社「遠達国際旅行社」の手配により、静岡県と防災協定を結ぶ台南市政府消防局視察団のツアーアテンドを交通事業者とともに行った。行程中の2日間では宿泊ホテルでの意見交換会を行い、視察先である静岡県・三島市・函南町総合防災訓練視察の現地案内（三島市会場）及び、訓練中の川勝県知事、豊岡三島市長との面談も実施することができた。また、旅行社とは伊豆エリア東海岸サイクルルートの試走を行い、伊豆高原駅より下田市白浜海岸までのアテンドを交通事業者と連携して実施した。



・ 9月13日（金）～14日（土）「ドイツ記者取材受入事業」

ドイツ記者によるファムトリップを実施。記者2名は、レンタカーを静岡で借りて、伊豆半島まで来ることとなった。伊豆市（わさび田の見学・わさび加工品の視察）・伊豆の国市（パン屋の視察）、日本文化体験として、伊豆市（日本食・茶道・和菓子作り・盆栽）・伊豆の国市（日本庭園のある旅館宿泊）などを実施した。

和食にかなり興味があり、1日1組の食事場所でゆっくり過ごしなが、細かい取材が行われた。



・ 9月21日（土）～23日（祝）カナダ航空及びカナダ航空を使った旅行会社のファムトリップ

カナダ航空関連の10名ファムトリップを実施。三島市（三嶋大社、スカイウォーク）・函南町（ゲートウェイ函南視察・わさびの食事）、伊豆市（旅館体験・修善寺の散策）などを実施した。

旅行会社の方々の厳しい意見があったが、地域にカナダの方が来た場合の対応等を細かくアドバイスされた。受け入れする地域にとって、より明確な対応を説明されたため、課題が多く見つかった。今後のインバウンド受け入れに対して、よい情報交換となった。



・ 10月16日（水）～21日（月）JR四季島列車の伊豆半島特別プラン

美伊豆がセールス及び視察対応等を行った結果、富裕層向けの募集型の旅行商品（JR四季島列車の特別プランに伊豆半島3泊4日をプラスしたツアー）が販売され、実際に催行された。

当日は、開催した旅行会社のCEOを含む、参加者32名（台湾において旅行会社を経営している方々・弁護士・医師会等の方々）及び添乗員及び通訳と企画者2名が参加した。なお、2本目のツアーが11月23日（土）～28日（木）、3本目のツアーが11月26日（火）～12月1日（日）も開催され伊豆半島内3泊4日した。それぞれ募集人員が満たされ、キャンセル待ちも出たとのこと。

2020年2月～11月にかけて、8本のツアーが確定し募集が行われていた。

また、追加で同様の四季島列車及びJRの特別列車とセットした富裕層向け募集型の旅行商品とプラスしたツアーが4月と6月に確定していた。

（2020年3月末現在 新型コロナウイルスの関係ですべてのツアーが中止）

新型コロナウイルスの関係でツアーが中止になったが、今後の「伊豆半島桜ツアー」として、南伊豆町及び下田市のツアーを計画するためのファムトリップも開催した。



・10月30日（水）～11月4日（祝）静岡市大道芸ワールドカップ開催時期における
メディアツアー

県台湾事務所および静岡市と協働開催したファムトリップを実施した。

伊東市（マリンタウン・大室山・グランイルミ）・東伊豆町（金目料理）・南伊豆町（オーシャンパーク・メロン）・下田市（ロープウェイ）・沼津市（タカアシガニ試食）・伊豆の国市（いちご・パノラマパーク・地場産品ショッピング）・伊豆市（虹の郷）視察後、駿河湾フェリーを活用し、静岡市に訪問。静岡市とは、駿河湾フェリーを活用した旅行商品を提案した。

取材者は、日本に何度も来ているため、内容について、全国の観光地と比べられることが多く、「伊豆らしさ・伊豆しかないもの」を再三聞かれた。また、動画の担当者は、取材するものが多く、台湾の旅行好きな映像が撮れ、よりよいPRができるとのこと。



・11月18日（月）～22日（金） 「静岡ゴルフツーリズムファム」

T S J・御殿場市・伊豆市DMOと連携し、ドイツ・イギリス・オーストラリアのゴルフツアーの販売旅行会社のファムトリップ及び商談会を実施した。

静岡でゴルフセミナーを開催後、伊豆市（ラフォーレ修善寺・伊豆マリオット修善寺・伊豆ハイツゴルフクラブ・中伊豆グリーンクラブ）・伊東市（川奈ホテル・市内ゴルフ場4施設訪問）し、それぞれの場所でゴルフ場の特徴等を紹介し、併せて、近隣観光地の視察を行った。



- ・ 11 月～3 月：観光庁「訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業」
「富士山」「TOKAIDO」をテーマとした商品化に向けた観光コンテンツ（企画）を造成する観光庁公募事業に参画した。
（事業推進：T S J、進行管理業務委託：三菱UFJリサーチ&コンサルティング㈱）
- コンテンツ造成検討会議3回：中部運輸局を含めた関係者による協議
- 12/22（金）～12/24（日）：首都圏在住外国人（イギリス・スコットランド・オーストラリア・ニュージーランド）によるモニターツアー実施
- 2/24（月）～2/27（木）：TSJ レップマーケティング事務所（フランス、イギリス、アメリカ）、カナダ旅行会社担当者による商品化に向けたファムトリップ
「FUJIYAMA×GEISHA 富士山を眺めながらの芸者おもてなし」「富士山の恵みの町・三島～リラクゼーションウォーク」の2コンテンツ（企画）を JNTO サイトに掲載予定

- ・ 11 月 25 日（月）～26 日（火） 富士山・静岡地区ツーリストパス Mini ファムトリップ
県下全域をほぼカバーすることができる「ツーリストパス」の知名度を高めることを目的に開催。三島市（スカイウォーク）・沼津市（港散策・海鮮の食事）・伊豆市（虹の郷・土肥散策）をし、駿河湾フェリーで静岡市に向かった。



- ・ 11 月 28 日（木）～29 日（金） ドイツオペレーターファムトリップツアー
T S J の事務所があるドイツから、オペレーターを行っている方の対応。
主に体験や自然に興味あることから、伊豆市（修善寺散策・着物体験・ジオリア）・伊東市（城ヶ崎海岸・マリンタウン）・熱海市（美術館）を訪問した。

- ・ 1 月 13 日（月） 県朝鮮通信使友好交流事業

韓国大学生10名・大学教授2名・記者2名が、9泊10日静岡県を訪問した。
そのうち、1日を三島市（三嶋大社・楽寿園）で過ごした。



・ 1月13日（月） カナダ記者取材受入事業

記者本人からのリクエストで、電車で巡る旅をしたため、電車を降りてから回れる三島市（楽寿園・三嶋大社・せせらぎルート）を紹介した。



・ 1月15日（水）・29日（水）～30日（木）「インドネシア観光PR事業」
「ハラルPR事業」

静岡県の観光公使である、インドネシアプロサッカー選手 松永祥平氏（三島市出身・インスタグラム40万人フォロワー）の本人からの要望で、インドネシアにおいて、伊豆半島の観光紹介をしたいと申し出があり開催した。

三島市において、スカイウォークジップライン体験とスカイウォーク内にあるレストランにて、ハラル対応の昼食の試食を行った。また、伊豆の国市では、伊豆の国パノラマパークでプレミアムラウンジの紹介、伊豆の国にてイチゴの紹介をした。



西伊豆町では、ハラル対応の祈祷室の視察を行い、昼食ではハラルの食事対応をしているメニューを4品試食した

また、伊豆市、土肥金山にて、家族で楽しむ体験として、砂金取り行った。併せて、金粉入りのソフトクリームやお菓子等も楽しんだ。

昼食は、戸田観光協会の方々と、タカアシガニと深海魚料理の試食をしながら情報交換をした。インドネシアの方々はシーフード料理が好きな方が多く、タカアシガニは、珍しく、伊豆ならではの食材である。松永氏も初めて試食した。

その後、伊豆市（虹の郷・ジオリア）の視察を行った。

情報交換と夕食会では、インドネシアでのPR方法等について意見交換した。

ハラルの情報を伝えている方は少ないので、継続したPRをしていくこと。インドネシアの有名ユーチューバーと親交があり、ぜひ一緒に伊豆半島をPRしていきたいとのこと。

・ 2月2日（日）～3日（月）アメリカファムトリップ

アメリカのメディアによるファムトリップ。伊豆市において、着物体験と旅館体験のリクエストがあった。

・ 2月2日（日）～5日（水）韓国市場におけるトレッキング商品企画視察ツアー

県ソウル事務所とT S Jから、韓国の旅行商品として、富士山を見ながらのトレッキングツアーが提案された。

その商品づくりとして、伊豆市DMOとも連携し、商品となるコースを実際に歩き、コースの状況、時間配分、募集用パンフレットの写真撮影等を行った。

商品は、オリンピック・パラリンピック終了後の紅葉時期と富士山に初冠雪の時期とする予定であり、3泊4日を基本に開催するとのこと。



・ 2月3日（月）～5日（水）タイ女優招聘事業

静岡市の観光国際交流課が、6年前から行っている事業である。タイにて人気の女優でありスーパーモデル（インスタグラムフォロワー126 万人）とその両親。父親が日本語通訳をしており、タイ観光展でもブースにて通訳業務を行っている。

今回は静岡市からの提案で、駿河湾フェリーを使ったプランとし、伊豆半島を訪問。

伊豆市（土肥金山）・沼津市戸田（タカアシガニの試食）・伊豆の国市（いちご）等を視察し、それぞれも後日インスタグラムにUPした。

タイの方の反応は、とても早く、伊豆のことを知ってはいるが、情報が少ないとのこと。

PRには、有名人のインスタグラムやフェイスブックの利用が重要とのこと。



・ 2月16日（日）～18日（火）タイ観光展通訳ファムトリップ事業

タイ観光展の伊豆半島ブースを3年担当している通訳が伊豆を訪問。タイ観光展において、通訳による伊豆半島セミナー等が大変好評であり、今後も継続して行いたいため、通訳の知識向上のため開催。

三島市（スカイウォーク・フルーツパーク）・函南町（わさび・ゲートウェイ函南・めんたいこパーク）・伊豆市（恋人岬）・西伊豆町（堂ヶ島散策）・南伊豆（あいあい岬・ゆうすげ公園・オーシャンパーク・弓ヶ浜）・下田（ペリーロード散策）・河津町（桜）・東伊豆町（ひな飾り・B級グルメ）・伊東市（大室山）・伊豆の国市（いちご）の視察。



・ 3月4日（水）～8日（日）アメリカジャーナリストファムトリップ事業

T S J 及び伊豆市DMOとの連携により開催。ジャーナリストは、日本への訪日経験が20回以上あり、日本全国の観光地を見ているため、かなり厳しい意見が多かった。特に、宿については、1人部屋利用ということで、高額になったが、それに見合うサービスが出来ていないところと、価格以上のことができる宿と評価が割れた。



・ 令和2年3月3日（火）～10日（火） ドイツ ベルリン観光展及び商談会事業
2月28日に中止の連絡（出発日3日前）

・ 3月11日（水）～13日（金） 中国ランドオペレーターファムトリップ事業

県空港振興課及び静岡空港との連携事業に、本年度から伊豆半島内については、一緒に事業を行うこととなった。新型コロナウイルスの関係で、開催が短縮され、参加者も少なくなったが、日本で中国人を対応する旅行会社5社が参加した。



●広告及びパンフレット制作事業

- ・ T S J連携 「静岡の力」に「伊豆の力」として、伊豆半島について紹介文の掲載
- ・ 函南町周辺 広域パンフレット「道の駅 ゲートウェイ函南」を中心としたマップ作製
- ・ 伊豆市周辺 広域パンフレット 多言語のパンフレットのP R用マップ作製
- ・ 下田市周辺 米国に対して、下田市を中心としたセールス用のとりまとめU S B作成

●新型コロナウイルスの関係で、計画途中で中止した事業

- ・ 欧米テレビ番組（イギリス・ドイツ・フランス）旅番組（旅館体験・金目鯛料理など）
- ・ 東南アジアテレビ番組（マレーシア・タイ）旅番組（日本食 わさび田など）
- ・ 台湾事務所との連携 「桜とフェリーのツアー（案）」のファムトリップ
- ・ オリンピック開催地のP R番組（伊豆市近隣エリアの観光施設及び地場産品の食事）
- ・ アイルランドのテレビ局 旅番組 （韮山反射炉・地ビール・わさび・いちご等）
- ・ ハラル関連のP R（シンガポール・インドネシア等）ユーチューバーによる広報事業

○評価・改善

（評価）

- ・県内のDMO組織と連携することで、ファムトリップ等の受け入れが昨年度の4倍を超える数の対応ができた。
- ・欧米で人気の旅行書籍「ミシュラングリーンガイド」「ロンリープラネット」などに掲載ができた。
- ・タイ通訳2名が伊豆半島を訪れ、継続したセールスやセミナーを開催する上で対応できる人材の育成ができた。
- ・今までに伊豆を訪問してことがない国のメディアや航空会社がファムトリップに参加したことで、伊豆の地名度が上がった。

（改善）

- ・視察者からの意見等を、多くの関係者に伝えることができていない。
（個別宿泊施設や観光施設に対しての意見となることが多くあるので個別対応。）
- ・「おもてなし」についての期待が大きい反面、言葉（英語による会話）が障害となり、なかなかコミュニケーションが上手くいっていない状況がある。
- ・ファムトリップの開催目的が、事業者（旅館・観光施設）に伝わっていない。
- ・雨天、車移動による渋滞、取材者からの質疑や興味が多いある場合は、時間調整の対応に苦慮。事前に各種情報を提供しても、現地での対応は異なる。
- ・取材者側から受入側に、施設概要等を丁寧に説明してほしいという要望が多数ある。
- ・「伊豆にあるもの」「伊豆にしかないもの」「ここだけのプレミアム感」等を伝える資料と根拠が必要。
- ・ファムトリップの受入事業者に対して、意見交換の場を設ける必要がある。
- ・ファムトリップの際の通訳は、通訳案内士を手配し情報をしっかり伝える必要がある。

（2）「バンコク日本博2019」出展及び商談会事業

○事業概要及び成果等

今回で2回目を迎える「バンコク日本博」に出展し、伊豆のプロモーションを行うとともに、昨年度トップセールスで訪問したタイ旅行会社への再訪問をし、今後バンコクでのセールス方法や情報収集を行った。

また、県東南アジア事務所のあるシンガポールに出向き、今後のタイ及び東南アジアへのセールス方法等の情報収集も行った。

「バンコク日本博」は日本に特化したプロモーションとして、「旅行」「食」「モノ」「コンテンツ」を主としており、併せて、日本への留学を目的としている学生のイベントや日本企業紹介も並行して行われることから、今後訪日が予定されている方への直接プロモーションになっている。

伊豆半島観光戦略でターゲットとしているタイの個人旅行者に対しては、旅行者のニーズ分析及びSNSを利用した情報発信を行うためにも、集中したタイへのプロモーションの一つとして出展した。

○事業実施状況

①観光展「バンコク日本博2019」

日時：8月30日（金）～9月1日（日）11:00～20:00

場所：サイアムパラゴン5階 ロイヤルパラゴンホール

主催：バンコク日本博2019実行委員会

出展団体：198団体 271ブース

来場者：84,000人（30日9,000人 31日31,000人 1日34,000人）

ブース内容：伊豆半島観光紹介、ジオパーク紹介、世界農業遺産 わさびPR
フェイスブックへの誘導 「いいね!」約935件
アンケート947件

伊豆半島観光パンフレット（英語）1000部

各市町のパンフレット 13市町×100枚 計1300枚



②商談会

日時：8月30日（金）

場所：サイアムパラゴン5階 セミナー室

内容：旅行会社及び広告会社 16社

③バンコクセールス（昨年のトップセールス先への再訪問）

日時：8月27日（火）～28日（水）

場所：旅行会社等6社訪問

内容：昨年のトップセールスの際に訪問した旅行会社等への再訪問

④東南アジア事務所・JRカフェシंगाポール・旅行会社等訪問

日時：8月24日（土）～26日（月）

場所：県東南アジア事務所・JRカフェシंगाポール等

・県東南アジア事務所に、初めて訪問し現在の状況について情報交換

○評価・改善

- ・正会員の事業者と連携し、観光展で一番費用のかかるブース費用を無償提供。併せて、事業者5名と一緒に伊豆半島のプロモーションを行ったため、費用をタイ観光展(T I T F)の1/3程度に抑えることができた。
- ・日本への興味があり、訪日予定がある方々に対してのプロモーションであるため、細かい問い合わせが多い。アクセス・宿泊施設・観光施設(富士山に見える場所)についての詳細な説明を求められたが、通訳1名が事前にファムトリップで来ていたため、多くの方々に紹介することができた。
- ・昨年度より、詳細な情報を求める人が多く、予定していたパンフレットが不足したが、パンフレットを保管している事務所の方の協力もあり、追加することができた。

(3) 台湾観光プロモーション(台北観光展事業及びJRC出展事業) 事業

○事業概要及び成果等

日本への観光客が多い台湾において、台北観光展出展、JAPAN RAIL CAFÉ 出展、現地旅行会社との商談を行った。台北観光展への出展は今回で5回目となった。継続して出展してきたことにより、多くの台湾人の方に伊豆半島の魅力をPRすることが出来た。ブース内で開催した伊豆の魅力を発信するための催しにも積極的に参加する人々が多く、効果的かつ効率的なPRとなった。伊豆半島の理解度調査を含めたアンケート調査も実施したところ、伊豆半島の知名度はかなり高く、徐々に浸透してきている。

また、同じ台北市内においてJAPAN RAIL CAFÉに今回初めて出展した。主なターゲットが若年層のOLとなり、観光展では開拓できなかった客層に向けて、インフルエンサー等を活用した伊豆半島PRを実施することが出来た。

伊豆半島への団体旅行商品の新規作成を提案した現地旅行会社との商談会及びセールス訪問では、正会員と協働で実施することにより、各施設のアクティビティーや周遊経路など、具体的に商品提案をすることができた。今後のセールスや商談における課題等も確認できたため、伊豆の観光情報を整理し、引続き提案を行っていく必要がある。

○事業実施状況

①台湾現地旅行会社セールス訪問

日時：11月6日(水)

場所：現地旅行会社4社訪問

- ・台湾からの団体向けツアー商品で、静岡県及び伊豆半島の観光資源を活かした新たな周遊ルートを、(一社)美しい伊豆創造センター及びその正会員、圏域市町職員と協働で、現地で訪日向け旅行商品を数多く取扱いしている4社の旅行会社に提案するため、セールスを行った。



②日本観光振興協会主催台湾商談会出展

日時：11月7日（木）

場所：シェラトン台北ホテル（台北市忠孝東路1-12-B2）

内容：

- ・商談会は正会員2社（三島スカイウオーク・酪農王国オラッチェ）及び圏域の市町と共同で出展し、現地旅行社に対し団体旅行向けの伊豆半島の最新の観光情報をPRした。

③台北国際旅展（ITF2019）出展

日時：11月8日（金）～11月11日（月）

場所：台湾台北市 南港展覽館1階 日本ゾーン「静岡県ブース」

主催：財団法人台湾観光協会

出展団体：80団体175ブース（日本ゾーン）

来場者数：384,834人（8日：80,387人 9日：103,781人 10日：120,244人
11日：80,422人）

観光パンフレットの配布（7,400部）、アンケート実施（337件）

Facebook・Instagramの登録（FB：1,349件 インスタ：77件 計1,426件）



④「JAPAN RAIL CAFE台北」事業

日時：11月1日（金）～21日（木）

※期間中来店者数 3,799名

※11月15日（金）ブローガーイベント開催
参加者33名

場所：Breeze南山「atre」内（台北市信義区）

- 内容：
- ・店舗内へポスター、各市町及び制作パンフレット、メニュー広告、店舗内モニター映像による伊豆観光情報発信
 - ・来店者へのアンケート実施とノベルティプレゼント（イベント日のみ）
 - ・公式Facebookにおける情報発信（期間中3回）
- 配布物：各市町1,300部、交通事業者300部、美伊豆パンフ100部
期間用制作パンフ850部



⑤旅行会社PRキャラバン

日時：11月14日（木）～11月15日（金）

場所：台湾事務所、創造旅行社、中華民国旅行業品質保証協会、東南旅行社、JTB台湾

内容：台湾の旅行業界事情等の情報交換。サフィール踊り子運転開始等の情報提供
および伊豆エリアの最新情報提供

- ・ 11月14日から16日の渡航期間中には共同事業を実施したJR東日本横浜支社やJRグループ協定旅館連盟及びびゅう伊豆会の代表役員、当法人のスタッフが中心となり静岡県台湾事務所をはじめ台北市内の旅行会社へPRキャラバンを実施し、最新の観光情報の提供と情報交換、台湾からの伊豆半島エリアへのツアーを造成する旅行会社及び業界団体と連絡窓口を紹介することができた。



○評価・改善

（評価）

- ・ 正会員や圏域の市町と協働で商談会及び現地旅行会社へのセールス訪問を行うことで、現地旅行会社が伊豆半島への旅行商品づくりにおいて、どのような部分に重点を置いているか知ることが出来た。今回の商談で得た情報をもとに、台湾団体旅行商品向けの伊豆半島の観光情報を整理し、伊豆半島として再度、現地旅行会社と商談を重ねていくことで、魅力的な商品づくりを実現することが出来る。
- ・ 正会員や圏域の市町と協働で観光展に出展することで、非常に多くの人々へ効率的に伊豆半島の魅力発信をすることが出来た。今後、ブースに来場した人々に、伊豆半島へ訪問してもらうために、アンケート結果を分析し、より興味を惹くようなコンテンツを掲載したSNS等を活用した魅力発信を行っていく必要がある。
- ・ 「JAPAN RAIL CAFE 台北」でのプロモーション及びPRキャラバンはこれまで実施した事業以外では初めての手法となる現地プロモーションとなった。静岡県台湾事務所の協力もいただきアドバイスをもらいながら、JR東日本との共同事業により実施することができたことは今後のプロモーション、誘致対策としても大きな展開が期待できる内容である。
- ・ 店舗でのイベントプロモーションについてはターゲットであるOLが多く、特にトークセミナーでは、伊豆方面への旅行を検討している方がセミナー資料を写真撮影したりメモしたりと熱心に聞き入るお客様で盛り上がり、今後の期待ができる。

(改善)

- ・商談会では多くの旅行会社からの商談があり、訪問した旅行会社を待たせることがあった。伊豆半島へ興味がある旅行会社でも、対応する担当がおらず、商談をすることが出来ない事があったため、今後、伊豆半島として商談会を行う際には、人員の調整や役割などを予め決めておく必要がある。
- ・観光展では非常に多くの人々が伊豆半島の観光パンフレットを手にとっていった。パンフレットの内容について、その観光地にはどのように(移動手段等)行くのか、どこに行けばこの写真と同じ景色がみられるのかという質問が多かった。多くの場合は地図を見ながら説明をし、移動手段については交通事業者のパンフレットを参考に説明を加えたが、「どこからの景色か?」という質問については明確に回答できなかったこともあったため、出席者には観光展で使用するパンフレットを事前に読み込んでおいてもらう等の事前準備が必要である。
- ・親日国である台湾市場は今後も県や市町単位での交流事業を継続しながら、現地旅行展についてはこれまで台北市内で実施してきた会場を高雄等の別のエリアに変更するなど、静岡県台湾事務所と連携した取り組みを継続したい。
- ・現地プロモーションとあわせたタイミングで、民間と連携し、旅行会社や航空会社と連携した商談会、伊豆半島ファムトリップの実施、SNSやブログ等で情報発信を行う旅行関連のインフルエンサーを招聘した事業も展開し、実績が残るよう情報発信、販売方法などを工夫して実施したい。

(4) 東南アジア観光プロモーション及びタイ観光展出展事業

○事業概要及び成果等

伊豆への訪日旅行者数が徐々に増加しているタイ及びベトナムにおいて、観光プロモーションの実施や観光展への出展を通して、伊豆観光の魅力及び素材を効果的に活用したプロモーションを実施した。

ベトナム観光プロモーショントップセールスについては、ベトナム社会主義共和国において、トップセールスとして三島市・南伊豆町の参加により、伊豆半島への来訪者誘致促進に有効な旅行会社、観光関係者及び日本語学校・大学等を訪問し、伊豆の観光プロモーションを実施。また、観光展(JTF)にて県東南アジア事務所の協力のもと出展し、会場に訪れたお客様に対してPRを実施した。

タイ観光展出展事業については、まだ伊豆半島の認知度が低いタイにおいて、継続してタイ最大級の観光展(TITF)でのプロモーションを実施することにより、伊豆半島の認知度の向上と誘客を促進した。合わせて現地旅行会社に訪問し、伊豆半島の情報提供と商品造成の提案も行った。

東南アジア(ベトナム)観光プロモーションについては、観光展(Japan Vietnam Festival)に出展し、現地旅行会社や一般客等を対象に観光PRを行い、ベトナムからのインバウンドの誘致促進を実施する予定であったが、新型コロナウイルスの関係で、事業自体が中止となったため、出展を行わなかった。

○事業実施状況

①ベトナム観光プロモーショントップセールス事業

日時：12月17日(火)～12月22日(日)

場所：ベトナム社会主義共和国 ホーチミン市内

【学校訪問】

今後日本に訪れる可能性の高い、ベトナムで日本語を学ぶ学生に対して伊豆半島のPRを実施するため、「さくら日本語学校」「外国貿易大学(FOREIGN TRADE UNIVERSITY)」に訪問した。訪問先の学校では、生徒に対して、伊豆半島の紹介・交流イベント等を実施した。

【旅行会社訪問】

訪日旅行で主にゴールデンルートを通る旅行商品の取り扱いや、伊豆半島が組み込まれた旅行商品も取り扱う現地の旅行会社の「BEN THANH TOURIST」「VJLINK」に訪問し、伊豆半島の情報提供と商品造成の提案を行った。

【情報交換】

JNTO ハノイ事務所長・テレビ番組制作会社「MCV Corp」・イベント会社「AAB Vetonam Co.,Ltd」・旅行会社「TAGGER TRABEL CO.,LTD」・静岡県東南アジア駐在員事務所副所長と情報交換を実施。

【観光展(Japan travel fair)】

静岡県東南アジア駐在員事務所の協力のもと、静岡県ブースにて出展し会場に訪れたお客様へのPRや、出展している現地旅行会社への情報提供等を実施した。



②タイ観光展出展事業

日時：1月16日(木)～1月19日(日)

場所：Impact Muangthong Thani Challenger Hall 2

(インパクト ムアントンタニ チャレンジャーホール)

主催者：Thai Travel Agents Association (TTAA)

出展団体：【ジャパゾーン参加団体】計 42 団体+JNTO

来場者数：約 300,000 人

フェイスブックへの誘導 「いいね！」494 件、アンケート 1,592 件

伊豆半島観光パンフレット（タイ語）2000 部

各市町のパンフレット 13 市町×200 部 計 2600 部

- ・ タイ最大級の旅行展が1月16日から19日まで開催され、出展会場にて伊豆半島の観光PRを実施した。今回で3回目のブース出展となるが、これまでバンコク市街地で開催されていた同展は、郊外に位置する国内最大級の展示会場「インパクト・ムアントン・タニ・チャレンジャーホール」会場へ変更となった。
- ・ 4日間の期間中に約30万人の来場者があり、伊豆の繁忙期となる2月の河津桜から6月の初夏シーズンの旅行を計画されているお客様で常にブースは賑わい、各市町のパンフレットを利用し、かつお節削り体験や現地スタッフの旅行セミナーなどを交えながらモデルコースやアクセス、シーズンおおすすめの観光スポットや飲食店など細かな質問に対しご案内をすることができた。
- ・ これに加え現地SNSによるリアルタイムな情報発信を実施するとともにフォロー登録促進も行い、公式フェイスブックへのフォロワー494件を獲得し、さらには現地のニーズを把握するため市場調査として事前に準備したWebアンケートを実施し1,592サンプルのデータを収集することができた。



③タイ旅行会社セールス

日時：1月20日(月)

場所：Go Holiday

- ・ タイ大手旅行代理店の系列店である「Go Holiday」社へ訪問し、企画担当者に対し伊豆半島の情報提供と商品造成の提案を行った。

④東南アジア（ベトナム）観光プロモーション事業（計画途中で中止）

日時：2月22日（土）～23日（日）

- ・ The 7th Japan Vietnam Festival in Ho Chi Minh City（第7回ジャパンベトナムフェスティバル）に出展を予定していたが、新型コロナウイルスの影響により、事業自体が中止となったため、出展を行わなかった。

○評価・改善

（評価）

- ・ベトナム人の訪日旅行は、エージェントを通じてビザの取得申請ができる利点があるため、7割をパッケージツアーが占めている。そのため、現地の旅行会社で伊豆半島のPRを実施できたことは一定の効果があつた。
- ・訪日ベトナム人の伸び率は近年高くなっているが、観光目的はその内の三割に留まる。残りの多くが商用や留学などであるため、今回実施した日本語学校の生徒や日本語を学ぶ大学生へのPRは、今後訪日する可能性の高い層への訴求であり、将来的な訪日数の増加につながる。
- ・今回の学校でのPR内容は観光に特化したものであつたため、より効果的なPRとするためには就労等の面をさらに押し出した内容でのPRを実施することがより効果的である。
- ・旅行展会場はバンコク市内から郊外へ変更となり、距離やアクセス等は少し不便で心配はしていたものの会場は国内最大級の展示会場ということもあり結果的には申し分の無い会場であつた。10時から21時という長丁場でありながらも旅行に関して熱心な来場者が多く、具体的に計画や目的もしっかりしている来場者も多い。
- ・今回のような1月開催はこれまで開催されていた2月に比べ、これから伊豆エリアとしては最繁忙期になる「河津桜」シーズン前ということもあり、お客様の反応は良く、これとともに市場調査に関しても有効なデータを集めることができた。

（改善）

- ・13市町の情報を公平にまたは、ひとつに集約して紹介する方法はベストであるが、来場者の好みや目的、同行者等でさまざまなため情報量に制限が出てしまい紹介には詳細案内に欠けてしまう。ネットやSNSを利用した情報提供を中心に、普段手に入らないパンフレットやマップなどを組み合わせて個性ある各市町を紹介する必要性を感じる。
- ・伊豆エリアの売りについてはシーズンも考えて絞った内容でブースを装飾するなど来場者の目を引く素材は常に必要であることは今後も課題である。それに加え、現地でのPRには優秀な現地通訳スタッフは必須で、今回で3回目となった通訳スタッフは、静岡県にも訪問経験があるほか伊豆半島についての勉強もしているため、ご案内については心配することなく、本当に積極的に誘客案内してくれており、他のブースの通訳と比べても頼もしいスタッフであつた。特に短時間であるが、旅行行程に参考となるセミナーやブース内で簡単にできる体験はより意欲をあおることができ今後も継続していきたい。
- ・ここ3年間行ってきたWebアンケートについても今後も内容を変更して継続し、トレンドを把握することで、これを参考に現地SNSや情報サイトへの情報発信、旅行会社への企画提案セールス等を行い、伊豆地域の関連団体と連携しながらファムツアーを実施して、旅行需要も過熱し増加も見込まれる市場としてプロモーションとともに誘客促進を図っていきたい。
- ・タイからの旅行者は個人旅行が主流であるため、今後は交通事業者が発行するインバウンド向けパスや周遊券とTSJの体験商品を組み合わせ、OTA等で販売予約可能なプランをSNSによる情報発信やメディアファムの実施でPRを継続していきたい。

6 来遊客周遊性・滞在性向上事業

(1) サイクルフレンドリー事業

○事業概要及び成果等

2016 年度に策定した「サイクリングリゾート伊豆基本計画」(以下、「基本計画」という。)推進のため、本基本計画1年目の2017年度に集約した「サイクリングリゾート伊豆」ブランド(以下、「C R Iブランド」という。)を、2019年度目標である「C R Iブランドの定着」達成のため、サイクリングイベント開催、WEBプロモーション及びイベントでのPR等において、サイクリングエリアとしての伊豆の魅力を全国に発信するとともに、各種会議の開催、及びイベント運営への協力等において伊豆半島内の地域の人に対し、基本計画推進の意義及び効果、並びに地域資源の魅力の再発見等の浸透を図った。

○事業実施状況

①サイクリングリゾート伊豆基本計画推進事業、サイクリングPR事業

サイクリングリゾート伊豆ブランドプロモーションWEBやSNSを活用した「C R Iブランド」の全国への情報発信を行い、併せて、サイクリングイベントの開催や参加、サイクルスポーツ誌への掲載及びサイクリングマップの作成により全国への認知向上を図った。また、2017年度策定した伊豆のサイクリングに関するローカル・マナー「サイクリングリゾート伊豆21の約束」(以下、「ローカル・マナー」という。)の伊豆に来訪するサイクリストへの浸透及び地域公共交通機関によるサービスの利用促進を図っている。

・ 6月29日(土) 富士山一周サイクリングにおけるブース出展(富士山樹空の森)

富士山一周サイクリングの前日受付にてブース出展し、伊豆半島一周サイクリング及びサイクリングリゾート伊豆のPRを行った。

・ 9月29日(日)～30日(月) ライド&ライド伊豆狩野川2019への協力 (伊豆の国市中島公園)

ライド&ライド伊豆狩野川2019にてブース出展と協力し、伊豆半島一周サイクリング及びサイクリングリゾート伊豆のPRを行った。

・ 10月5日(土)～6日(日) あしがらロングライドにおけるブース出展 (足柄上郡開成町開成水辺スポーツ公園)

ライドハンターズin開成、あしがらロングライドaround開成にてブース出展し、伊豆半島一周サイクリング及びサイクリングリゾート伊豆のPRを行った。

・ 9月1日（日）～1月31日（金） 伊豆サイクリングキャンペーン
「バイシクルピットスタンプラリー」

狩野川周辺サイクル事業推進協議会と合同で、「点から線、線から面へ。伊豆半島の特徴を活かしたあちこちまわる自転車旅の造成」を目指し、伊豆半島全域をステージとして、約5ヶ月間スタンプラリーにより自転車で伊豆を自由に周遊する「バイシクルピットスタンプラリー」を開催した。



バイシクルピットスタンプラリーWEB公開と併せて、サイクルモード等各種イベントでのPRや新聞広告等を行い、周知に努めた結果、昨年度より応募件数・応募口数が増加した。

バイシクルピットスタンプラリー

実施期間：9月1日～1月31日

スタンプポイント（スタンプ設置場所）：143ヶ所

応募件数：235件（昨年度160件）

応募口数：1068口（昨年度619口）

・ エリア別ガイドライドの実施：美伊豆1エリア（狩野川4エリア）
「新プロチーム始動！レバンテフジ静岡と行く西伊豆シーサイドライド」

実施日：令和2年1月11日

エントリー数：16名（定員16名）

当日参加者数：12名

・ 9月1日（日）～ ローカル・マナーの浸透

バイシクルピットスタンプラリー（スタンプ台紙等）にローカル・マナーを掲載し、参加者に周知した。

・ 10月27日（日） 公共交通機関の自転車運搬サービス利用促進PR

伊豆急行による「伊豆半島一周サイクリング」ワンウェイ参加者専用のサイクルトレイン運行によりPRを行った。

・ 11月2日（土）～11月4日（月・祝） サイクルモードインターナショナル2019
出展（千葉県・幕張メッセ）

15年目を迎える日本最大のスポーツ自転車フェス「サイクルモードインターナショナル」は、スポーツ自転車の最新アイテムの展示のみならず、サイクリストが求める新たな自転車体験の提案を行う数多くのコンテンツを実施し、毎年約3万人の来場動員を誇るイベントに狩野川周辺サイクル事業推進協議会とともに出展し、PRを行った。各種プロモーションビデオ・VRでのサイクリング映像体験やバイシクルピットスタンプラリーシートやなどでの誘客を行った。

・ Cycle Sports（サイクルスポーツ）5月号(50周年記念号)への特集記事掲載

日本最大の自転車専門誌 Cycle Sports（サイクルスポーツ）（20万部発行）の5月号（50周年記念号）に「伊豆を楽しみつくすパーフェクトサイクリングコース5」と題した特集を4ページに亘って掲載した。

特集では、伊豆半島を5コースに分け、各コースの絶景・食の魅力を掲載した。

コースの監修には田代恭崇氏（アテネオリンピックロードレースプレイヤー及び一般社団法人サイクリングガイド協会公認サイクリングガイド／公益社団法人日本サイクリング協会公認）を起用し、安全に配慮し万全なものとした。



・ サイクリングマップ「伊豆を楽しみ尽くすパーフェクトサイクリングコース5」

これまで伊豆半島のためのサイクリングマップがなかったため、上記サイクルスポーツ誌の特集に合わせ、伊豆半島のサイクリングマップを2万部作製した。

マップには、狩野川周辺サイクル事業推進協議会のコースも併せて掲載し、初級者から上級者まで広く対応できるものとした。今後の各種イベントや展示会などで配布していくことで、伊豆半島への更なる誘客が見込まれる。



②伊豆半島一周サイクリングの開催

一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパンとの共催、スルガ銀行の特別協力という体制で「伊豆半島一周サイクリング」（以下、「伊豆いち」という。）を開催。今年度で5回目の当該イベントは、更なる地域間の連携が必要なことから、2018年度より本センターが事業継承したもの。本センターの会員をはじめ、伊豆地域の団体及び企業等と連携して開催できたことで、伊豆地域への本事業の浸透が行えた。また、全国のサイクリストに有名な「ツール・ド・ニッポン」シリーズを展開するルーツ・スポーツ・ジャパンと共催することで、全国のサイクリストへの効果的な発信ができた。

・10月26日（土）～27日（日） 伊豆半島一周サイクリング

エントリー期間：6月20日～10月15日

エントリー数：426名

当日参加者数：395名（参加率：91.7%）



【伊豆いち 1 day】

- ・伊豆いち 200km エントリー54名、参加者 50名
- ・伊豆いち 160km エントリー118名、参加者 104名
- ・伊豆いち 85km エントリー111名、参加者 104名
- ・伊豆ワンウェイ下田 50km エントリー55名、参加者 55名

※伊豆急行によるワンウェイ参加者専用の

「サイクルトレイン」運行実施 51名乗車

【伊豆いち 2day】

- ・伊豆いち 2days200km エントリー81名、参加者 75名

【グループライド】

- ・グループライド 85km エントリー7名、参加者 7名



③スルガ銀行と協力した自転車を活用した地域活性化事業

今年度、スルガ銀行との自転車を活用した地域活性化事業としては、「伊豆いち」及び「伊豆半島峠攻略ライド」を軸とした事業を展開した。

上記の他、バイシクルピットスタンプラリーでのPR協力や、スルガ銀行サイクリングプロジェクトのWEBサイトでのサイクリングエリア伊豆の魅力のPR等、連携して事業を実施した。

・伊豆半島峠攻略ライド(平成31年3月～令和元年11月)

伊豆半島攻略ライド(令和2年3月～)

スルガ銀行がサイクルツーリズム及び地域振興のためにサイクリング中上級者を対象に美しい伊豆創造センターと共催している少人数制プレミアムライド。

ライドリーダー及びコース監修を田代恭崇氏が務める全16回のガイドツアー。

（一社）美しい伊豆創造センターは観光資源について助言。また、伊豆半島のサービス業の皆様と協力して開催している。なお令和2年3月からの伊豆半島攻略ライドについては全12回のうち3月開催の3回をコロナウイルスによる影響のため中止としている。

・伊豆いち大会に対する特別協力及び大会運営協力（運営スタッフ派遣、車両提供等）

大会アンバサダー、ゲスト招聘（アトランタオリンピック出場・田代恭崇氏、走るイラストレーター・岩本陽子氏、YouTuber MIHO氏 TV MIHO氏）

スルガ銀行サイクリングプロジェクトのWEB及びSNSによる伊豆いちのPR

・サイクリングリゾート伊豆PR

サイクリングプロジェクト並びにd-LaboのWEB及びSNS (facebook、Twitter)において、伊豆CAのPR (サイクリングプロジェクト・R子による紹介等) スルガ銀行が過去数年にわたり開催してきたロードバイクプロジェクトのにより、サイクリング中上級者が多くフォローするサイトSNSであり、ここを通じてPRすることで伊豆半島の地形にマッチした客層への提案となっている。

④サイクリングエリア交流事業

伊豆半島でのサイクリングツアーや、伊豆半島一周サイクリング等のサイクリングイベントを、台湾を始めとする国外のサイクリストをターゲットにPRしていく。また、台北3480地区自転車隊のサイクリングツアーを伊豆で実施することにより、海外からのサイクリストによるサイクリングツアーを地元で受入れる体制の強化を図る。

・台北3480自転車隊伊豆サイクリングツアーのサポート

本年度来日がなくなり令和2年度来日の予定となったため試走を行った。

・台湾先進地視察及び台北3480自転車隊との交流（訪台）

第3480地区自転車隊との交流及び来日プレゼンがコロナウイルスの影響で中止となった。予定が変更され令和3年度に来日の予定となった。同様に先進地視察を兼ねた3月台北サイクルショーへの出展を県やEspositoと計画していたがコロナウイルスの影響で中止した。令和3年度の訪日に対応するため今後も交流を継続していく。

PR用の印刷物として県および県内各地と協力しフリーペーパーのFIEJAを作成。

⑤調査研究事業

伊豆半島の「サイクリングの聖地」化を目標に、サイクリング事業を計画的、戦略的に実施するため、基本計画に基づく事業達成度の確認と、自転車愛好家だけでなく観光時の受入環境に関するハード・ソフト両面における現状と課題の把握を目的として、サイクリストを対象に各種調査を実施予定だった。

・各種セミナー及びシンポジウムへの参加

2月17日に開催されたビワイチインバウンドセミナー等への参加

・サイクルモードライド大阪への出展及び調査

3月7日・8日に開催予定だったサイクルモードライド大阪がコロナウイルスの影響で中止となった。

今後は先進事例を視察することで、本目的たる現状と課題の把握を果たす。

○評価・改善

(評価)

- ・サイクリングリゾート伊豆基本計画推進事業についてはナショナルサイクルルート候補の太平洋岸自転車道の一部として、伊豆半島横断縦断一周と矢羽根の整備が進み、コナステイ伊豆長岡やメリダエックスベースをはじめとした民間の事業者の参入やKPI目標値のバイシクルピット数の増加、交通事業者のサイクルトレインの利用者数の増加が見て取れる。
- ・また、伊豆半島一周サイクリングやバイシクルピットスタンプラリーの参加者の増加など、伊豆半島におけるサイクリング環境は整いつつあり、サイクルツーリズムは一步步ではあるが着実に進展しているが、全ての世代サイクリストが楽しむことができるという「サイクリングリゾート伊豆」の目標には未だ届いていない。
- ・伊豆半島一周サイクリングについてはコース変更増加等により集客等改善したものの、コースの難易度や地形的要因から費用対効果の側面から効率的ではないため、他の実施方法及び他のイベントと併せて開催することにより集客およびサイクリングリゾート伊豆のPRを狙う。またオリンピック開催の都合で当初予定していた会場が取れず会場設定が遅れたことで募集が遅れたため、早期に募集を行う。
- ・スルガ銀行と協力した自転車を活用した地域活性化事業については引き続き伊豆半島攻略ライドを実施し、さらに民間の事業者との協力関係を更に補強し伊豆半島のサイクルツーリズムを盛り上げていく。またロードバイクのみに留まらない伊豆半島のサイクリングの魅力を発信していく。
- ・サイクリングエリア交流事業については諸々コロナウイルスの影響で中止になってしまったものの、現在でもしまなみ海道などのインバウンドは台湾からの来訪者が1位であり台湾は重要な戦略目標であるため引き続き継続しPRを行う。
- ・調査研究事業についてはナショナルサイクルルートの選定で示されたような基準を満たしている先進事例を視察することで、本目的たる事業達成度の確認と、自転車愛好家だけでなく観光時の受入環境に関するハード・ソフト両面における現状と課題の把握を果たし、改善につなげる。

(改善)

- ・伊豆いちやバイシクルピットスタンプラリーのイベント開催等により、中級者以上のサイクリストへの訴求はできているが、伊豆半島の地形的な要因もあり、観光客、初級者層への訴求ができていない。
- ・来年度もイベントの県外からの集客に注力するが、今後は、各団体と連携を図りながら観光客、初級者層への訴求も行っていく。

「サイクリングリゾート伊豆基本計画」に基づく KPI（重要業績評価指標）

項目	KPI (重要業績評価指標)	2018年度	2019年度	2020年度 目標値	2019年度 目標達成率	備考
環境整備	公認サイクリング コース数	31コース	36コース	20コース	180.00%	道の駅等を基点とし、伊豆半島の幹線となるコースを設定した。
	バイシクルピット 設置数	166箇所	186箇所	100箇所	186.00%	2018年度追加整備＝e-spo整備37箇所、狩野川周辺サイクル事業推進協議会整備88箇所
	レンタサイクル 施設数	25箇所	調査中	30箇所	83.33%	
地域連 携・活 性 化	サイクル関連 イベント実施数	10回	10回	20回	50.00%	伊豆半島内のサイクル関連イベント（トライアスロン含む）
	サイクル関連 イベント参加者数	6,063人	調査中	3,000人	0.00%	
	サイクリストフレンド リー事業所数	67事業者	67事業者	50事業者	134.00%	2017年度より調査開始
情報発信	WEBサイトアクセス数	17,663アクセス	調査中	10,000アクセス	176.63%	
	SNSのフォロワー（友 達）数	236人	調査中	2,000人	11.80%	facebook80件 Instagram124件 twitter32件
人材育成	ガイドサイクリスト育 成研修参加者数	7人	12人	100人	0.00%	2018年度事業において「ガイドサイクリスト育成研修」実施予定
インバ ウンド 対応	サイクル関連イベント 外国人参加延べ人数	0人	3人	100人	35.00%	台湾ロータリークラブ第3480地区自転車隊の実績 ファムトリップの実績等
	サイクリスト受入可能 な宿における外国人宿 泊者数	0人	0人	3,000人	0.00%	計測法が確立されていないため検証できず。 2019～コナスティ伊豆長岡の 定点観測
その他	サイクルラックバス利 用者数	35人	11人			基本計画KPIとして設定していないが、伊豆地域のサイクリスト増加を図る上で必要な指標であることから、本資料に追加掲載したもの。
	サイクルトレイン利 用者数	3,388人	2,894人			
	フェリー利用者数	814人	725人			

(2) 道の駅ネットワーク周遊促進事業

○事業概要及び成果等

車で伊豆半島に来訪する観光客をターゲットに、観光案内の拠点である伊豆半島の道の駅を活用した観光情報の提供を行うことで、伊豆半島全体での周遊促進、観光客の増加・長期滞在につなげる。

○事業実施状況

伊豆半島及び道の駅を周遊させるため、目的エリアの道路情報、観光・産業などの情報が分かるワオマップ（無償配布）に、既存の道の駅8駅に加え、道の駅伊豆月ヶ瀬及び駿河湾フェリーの情報を追加した。

マップは海老名 SA、岡崎 SA、浜名湖 SA、海ほたる、静岡県ふじのくに大使館、静岡県名古屋観光案内所、近郊主要道の駅等に配架し、伊豆半島に来訪した観光客の周遊を促進した。

○評価・改善

（評価）

- ・伊豆半島を訪れる観光客の交通手段の多くは自家用車であり、伊豆半島内の各道の駅や観光施設等の情報を記載したマップを、SA や道の駅等で無償配布することで、多くの人の目に留めることができた。ワオマップは伊豆半島全域の情報を一元的に発信することができ、伊豆半島に来訪する観光客の周遊を促進することができた。

（改善）

- ・近年観光地の情報収集は web から得ることが一般的であるため、紙ベースの情報発信ではなくWEBでの情報発信についても検討する。

(3) 静岡県連携事業（伊豆半島広域周遊促進事業）

○事業概要及び成果等

静岡県伊豆観光局と連携し、観光客がどのように周遊したのかの効果検証を行うため、伊豆半島内の観光施設や観光スポットを巡るWEBスタンプラリーシステムを構築した。

○事業実施状況

伊豆半島内の観光施設や観光スポットを巡るWEBスタンプラリーシステムを構築するとともに、「伊豆半島雨の日周遊」及び「伊豆半島花暦」のパンフレットを作成した。

○評価・改善

（評価）

- ・構築したWEBスタンプラリーシステムにより、伊豆半島を訪れる観光客の周遊を促進するとともに、観光客の周遊データの収集を行うことが可能となった。

（改善）

- ・観光客の周遊データの収集し、個々の観光施策に活用していく。

7 地域ブランド力向上事業

(1) 伊豆半島アンテナショップ管理運営事業

○事業概要及び成果等

伊豆半島の持つ様々な魅力ある地域資源を利用した特産品の拡販や観光資源のPR（1階物販コーナー）と自地域以外の人との交流拠点（2階飲食コーナー）など情報発信と都市情報の収集というマーケティング的要素を持つと共に、伊豆半島への誘客を図ることを目的として運営を行った。

昨年度、2階飲食コーナーへの13市町観光ブースの設置を含む観光情報の発信を強化した。今年度もさらなる観光情報の発信を強化するため、ショップ内のレイアウトを変更して観光情報や商品を閲覧しやすくするように工夫したほか、催事販売では来場者へのパンフレット配布等によるPRを実施するだけでなく、神奈川の新聞社への表敬訪問の実施、新聞への広告出稿の実施など、マスメディアを利用したPRに力を入れ、観光交流客数の増加のための効果的な広報に努めた。

※催事販売等6回、新聞社表敬訪問2回、新聞掲載14回（うち神奈川県の新聞社8回）

運営も3年目を迎え、運営収支の黒字化が見られるようになったものの、運営を軌道に乗せて事務局の補助無しでの自主運営をできる状態までに至ることはできなかった。また6月よりの天候不順や9月からの台風被害による一時閉店等の影響もあり、来店者数や売上等の実績は前年度より下回った。

なお、令和元年6月10日開催の理事会にて、アンテナショップ事業を継続せず、新たな食資源事業への転換を図る旨の承認を得たことから、アンテナショップについては、令和2年1月13日(月)をもって閉店した。

○事業実施状況

・6月30日（日） 静岡DC最終日黒船電車車内物販実施

静岡DC最終日の黒船電車運行に併せて、車内物販への出店及び観光PRを実施した。観光案内パンフレット等を150部配布した。



・ 7月5日（金）～7月6日（土） 「夏の函南町が面白い！」実施

酪農王国(株)オラッチェによる「函南めぐり野菜」「風の谷ビール」等の催事販売を実施した。函南町農泊推進協議会と連携するほか、「かなみ猫おどり」のPRキャラクター「シロにゃん」を招く等して、「かなみ猫おどり」やオラッチェの「とうもろこし畑の巨大迷路」など函南町の夏のイベントをPRした。

ノベルティとして、函南町の夏のイベントパンフレットとともにオラッチェのうさぎのえさやり特典つきチラシを100部配布した。

またイベントに先立ち、神奈川の新聞社4社（神奈川新聞、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞）に表敬訪問を実施した。4社全てで新聞記事が掲載された。

※新聞掲載 神奈川新聞、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞 計4社



・ 7月20日（土） 「田農マーケット in 横浜中華街」

静岡県立田方農業高校の食品科学部生徒（生徒13名、引率教諭1名）を招いて、手作りのイチゴジャムや菓子パン等の催事販売を実施し、約320人が来客した。

※新聞掲載 静岡新聞、伊豆日日新聞 計2社



・ 9月3日（火）～9月27日（金） わさび飯キャンペーン実施

伊豆市産業振興協議会と連携し、修善寺でのわさび飯キャンペーンのPRとしてアンテナショップで提供しているランチの定食の白飯をわさび飯に変更できるキャンペーンを実施した。神奈川新聞に修善寺のわさび飯キャンペーン及びアンテナショップのイベントPRの広告を掲載した。98名にわさび飯を提供し、修善寺温泉に関するアンケートに95名が回答した。



- ・ 9月20日（金）～9月21日（土） 「こらっしえ&ミス雛のつるし飾り 物販・観光PR」実施
 稲取漁港直売所こらっしえによる「稲取キンメ」「ニューサマーオレンジのお菓子」等の催事販売を実施した。東伊豆町観光協会と連携し、「ミス雛のつるし飾り」を招いて、「細野高原 秋のすすきイベント」を含む東伊豆町のイベントPRを実施した。
 ノベルティとして、キンメダイ茶漬け100袋、こらっしえにてキンメダイ茶漬けと交換できる引換券を100枚配布した。数枚使用実績あり（11月現在）。約300人が来客した。またイベントに先立ち、神奈川の新聞社3社（神奈川新聞、読売新聞、毎日新聞）に表敬訪問を実施した。3社全てで新聞記事が掲載された。

※新聞掲載 神奈川新聞、読売新聞、毎日新聞、伊豆日日新聞、伊豆新聞 計5社



- ・ 11月2日（土） 「伊豆半島クラフトビール祭り」実施

ラグビーワールドカップの開催に伴う横浜中華街夜市の実施に合わせて、伊豆半島で醸造されているクラフトビールを集めて催事販売を実施した。約150人が来客した。

※新聞掲載 伊豆日日新聞、伊豆新聞（伊東版） 計2社



令和元年度 アンテナショップの来店等状況 (H31.4月～R2.1 月)

※ 平成 31 年 4 月 1 日から令和 2 年 1 月 13 日までの、来店者数・売上金額
・購入者数、売上実績等一覧表 (売上高推移表より)

対象月	来店者数 (人)	売上実績(円)	売上点数 (個)	購入客数 (人)	飲食	客単価 平均(円)	1人当 購入数(個)
4月計	9,928	¥1,512,540	1,713	949	895	¥1,150	1.8
5月計	9,543	¥1,654,741	1,662	929	1,158	¥740	1.7
6月計	5,890	¥1,285,509	1,487	769	566	¥1,138	1.9
7月計	5,383	¥1,236,379	1,438	758	596	¥1,096	1.9
8月計	5,981	¥1,412,246	1,735	904	628	¥1,020	2.0
9月計	4,699	¥939,562	1,094	617	409	¥1,021	1.8
10月計	4,468	¥1,073,042	1,137	611	495	¥1,136	1.9
11月計	4,831	¥1,149,097	1,227	750	504	¥1,026	1.6
12月計	5,081	¥1,354,580	1,490	804	495	¥1,169	1.9
1月計	4,033	¥972,441	1,406	689	247	¥1,124	2.0
小計	59,837	¥12,590,137	14,389	7,780	5,993	-	-
月平均	5,984	¥1,259,013	1,439	778	599	¥1,062	1.9

○評価・改善

(評価)

① 観光交流客数の拡大

- ・拠点があることにより、販売を通じた物産のブランド化促進のみならず、観光パンフレットの配架などを通じた観光情報発信機能としての有用性は高い。
- ・拠点がある神奈川県内において、店舗の催事販売情報と並行して、伊豆半島の観光イベント情報の新聞記事掲載化や観光施設の割引優待情報の提供など能動的な観光誘客にも活用ができた。

② 事業継続性の確立

- ・加速化交付金にて初期投資を行い、営業拡大・効率化を通じた自主運営への転換を図ることによる事業継続を目指したが、店舗営業固定経費(店舗賃借料)の負担が大きく、店舗経営における大きな収支改善は困難。
- ・横浜・中華街という流動客数の多い地区での出店であったが、中華街の中心からはずれた立地だったため、積極的な来店促進が不可欠であり、顧客の大幅な拡大はできなかった。一方で販売商品の品ぞろえやディスプレイの工夫による購買率の向上は図ることは可能。

③総合評価

- ・伊豆半島への来遊客数が多い神奈川県横浜での観光情報発信拠点として、一定の有用性は発揮できたが、事業継続に向けた採算性の観点では構造的に厳しく、拠点化のビジネスモデル構築には至らなかった。

(改善)

④後継事業への改善点

- ・伊豆半島誘客の主要市場である関東近郊での情報発信は有用性が高いが、アンテナショップのような常設型では店舗固定費が大きいいため、観光物産展などのイベント型の事業展開を検討。
- ・既存商品の県外への情報発信と併せて、伊豆への直接的な誘客に結び付く取組(伊豆を周遊するイベントの開催、伊豆の宿泊・産品を活用して直接誘客を主眼とした商品の開発)を実施する。

(2) 大型ショッピングモール観光物産展事業

○事業概要及び成果等

今年度で事業終了する伊豆半島の情報発信源となる横浜中華街での伊豆半島アンテナショップ事業の後継事業として、継続した最大の誘客ターゲットである首都圏及び近郊の顧客に広く伊豆半島の食資源の魅力と観光情報をPRしていく。

センター発足当初から継続して開催しているグルメフェアを地域内外の来場者に向けて行い、伊豆の食資源の魅力を効果的に情報発信します。伊豆各地での巡回による複数開催であったものを一つに集約し、観光誘致のターゲット地域でもある首都圏近郊の大型ショッピングモールでの催事販売及び観光プロモーションによる誘客促進につなげる。

また、大型ショッピングモールに出店する旅行代理店での伊豆キャンペーンも並行して実施することにより直接誘客にもつなげる。

令和元年度は翌年度より事業を推進するにあたり、予算や手続きの確認のため試験的として3月に実施した。物産ブースに加えて観光ブースにおいて、ノベルティの配布及び観光パンフレットの配布を実施した。

○事業実施状況等

- ・3月15日(日)～3月16日(月) 「伊豆半島うまいもん市」in イオンモール甲府昭和
中部横断自動車道の2020年中の全線開通に伴い、今後伊豆への観光客増が考えられる山梨県甲府のイオンモールにて観光物産展を実施。伊豆の4事業者が出店し、試食販売を実施。またコロナウイルス感染拡大の影響により、集客要素を除いた開催となった。



○評価・改善

(評価)

- ・アンテナショップでは情報発信の取組の前段階としてショップ自体の認知度を上げ、集客する取組が必要であったが、大型ショッピングモールという集客力のある施設で開催することで、より効果的に観光情報等の発信に注力することができる。
- ・圏央道の開通により北関東から伊豆への観光客が増加するなど、観光情報の効果的な発信には交通アクセス環境を考慮する必要がある。今年度中部横断自動車道開通による効果を見据えて甲府での実施としたように、発信の拠点をその時の状況から実施場所を柔軟に設定できる今回の事業が有用である。

(改善)

- ・参加した事業者からヒアリングした意見を参考に、開催方法や日程などを工夫したい。ショッピングモール自体のポイントアップデーなどに日程を合わせる、平日・土日祝日の客層を考慮して、開催時間の設定を見直す等。
- ・今後の実施にあたって、13市町の商工会・商工会議所との連携を密に行い、効率的な開催ができるようにしたい。
- ・観光物産展への参画を通して、店舗独自での観光物産展への出店や県外への販路拡大につなげるといった展開の一助としたい。

(3) カタログギフト事業

○事業概要及び成果等

伊豆の地場産品及び観光資源の魅力をアピールし、広く周知することを目的とし、観光型カタログギフト「EXETIME」伊豆半島別冊カタログを制作し、伊豆半島ならではの物産と宿泊をセットにしたギフト商品を販売する。

既存のカタログは宿泊のみであり、物産を含めて宿泊＋物産のセットでの商品カタログは初の試みとなる。低額ギフト商品では選択肢が膨大になり物産の情報発信の効果が少ないため、宿泊を中心とした高額ギフト商品に物産を組み込むこと、伊豆半島のための別冊版を作成することで、効果的に伊豆の産品の広報を目指した。

○事業実施状況等

- ・カタログギフト伊豆半島版制作業務委託

受託者：(株)ユナイテッドスペース

観光型カタログギフト「EXETIME」の伊豆半島別冊版として、紙媒体冊子 500 部及び WEB ページを作成した。物産については 7 事業者 15 商品セットを掲載、宿泊については 18 事業者プラン(うち日帰り 2 プラン)を掲載した。





○評価・改善

（評価）

- ・伊豆の物産のブランド力の向上及び情報発信強化のため、伊豆の宿泊とセットにした新たな観光商品を作成。
- ・物産事業者ならびに農協等が商品を県内外へ発信する手段の1つのモデルとして、今後それぞれの事業者が独自に商品開発・情報発信ができる気運を醸成していきたい。

（改善）

- ・今後観光誘客の主要市場である首都圏での露出を増加するため、首都圏の新聞社への広告掲載等を実施していく。

（4）IJP（伊豆の自慢プリン）事業

○事業概要及び成果等

多様な山海の幸に恵まれた伊豆の食資源の商品化を目指した「カップグルメ事業」が一定の成果を得たことから、その後継事業として、近年活発化している伊豆半島地域ならではの食材を活用又はテーマにしたプリンを包括的にPRすることで、伊豆半島地域の食のブランド力向上と地域経済への波及を目的とする。

当該事業では、テーマを設定して伊豆の情報を集約している伊豆のまとめサイト「Dig る伊豆」を運営している(株)ゼンリン東海と連携して、マップカタログ、ショップカード、WEBページ、SNS等さまざまな販売促進ツールの製作等を実施した。



○事業実施状況等

- ・「伊豆の自慢プリン」販促ツール制作業務委託

受託者：(株)ゼンリン東海

伊豆半島 13 市町にあるプリン店舗等 25 事業者に参加してもらい、伊豆のまとめサイト「Dig る伊豆」での特集ページ及びマップカタログ等を作成した。マップカタログ・ショッピングカード 10,000 部、ポスター 200 部を作成し、販売促進を実施した。

11 月～3 月：(株)ゼンリン東海と打合せ及び販促ツール内容の協議

12 月～1 月：プリン事業者参加依頼及び打合せ

3 月末：作成した販促ツールを各店舗等で活用開始



○評価・改善

(評価)

- ・静岡 DC における GAP 調査において観光誘客の課題となっている、F1 層をメインターゲットとして事業を展開。
- ・F1 層への情報発信強化として、WEB ページだけでなく SNS を活用したプロモーションを実施した。

(改善)

- ・令和 2 年度には今年度作成した販促ツールを活用し、伊豆半島の周遊促進を図るため、複数店舗を訪問することでポイントを獲得できる「楽天チェックインラリー」を実施していく。

8 その他連携事業の実施

・ ゆうゆうネット伊豆管理運営

総合観光情報サイト「ゆうゆうネット伊豆」の管理・運営業務を行った。

- ・ 特集記事掲載 「あじさい・ジャカランダ」「明徳寺・願成就院」
- ・ モデルコースリニューアル 4コース⇒8コース
- ・ 「マル得オレンジ割引MAP」掲載（バナー）、その他各種バナー追加設置
- ・ 法人HP移管

・ 伊豆半島道路ネットワーク会議

伊豆縦貫道と国道。幹線市町道を含む地域全体のあるべき姿を検討し、短期・中長期を見据えた実施計画を策定することを目的としている。

・ 7月19日（金） 第9回作業部会

本年度の事業内容を議論。

・ 10月16日（水） 第10回作業部会

ストック効果の取りまとめ。プロジェクトマップ更新依頼。

・ 11月18日（月） 第6回本会議

ストック効果の取りまとめ。

・ 1月14日（火） 作業部会書面決議

地域活性化プロジェクトマップ及び伊豆半島の道路網整備実施計画《箇所図》の改訂と事業進捗状況に関する書面決議。

・ 1月23日（木） 本会議書面決議・公表

地域活性化プロジェクトマップ及び伊豆半島の道路網整備実施計画《箇所図》の改訂と事業進捗状況に関する書面決議。

地域活性化 プロジェクトマップと道路網整備実施計画の改訂を公表。

※ 関係団体への負担金等

- 環駿河湾観光交流活性化協議会負担金他として支出

※ 関係団体との事業連携

- 静岡県大型観光キャンペーン推進協議会（再掲）
- 静岡県大型観光キャンペーン推進協議会 伊豆地域部会（再掲）
- 環駿河湾観光交流活性化協議会（再掲）
- 静岡県コンベンション推進協議会
- 静岡県東部地域コンベンションビューロー
- 伊豆地域インバウンド交通連絡協議会
- ふじのくにクルーズ船誘致連絡協議会
- 駿豆線沿線地域活性化協議会観光部会（再掲）
- 「昇龍道」連絡調整会議
- 伊豆の国市観光戦略会議
- 伊豆の国市狩野川利活用調整協議会
- 河津町温泉会館管理運営委員会
- 伊豆半島における観光型 Maas 実証実験実行委員会
- 伊豆交通圏タクシー準特定地域協議会
- 伊豆半島道路ネットワーク会議（再掲）
- 伊豆半島景観協議会等広域連携会議
- ふじのくににすみかえる推進本部（再掲）
- 賀茂地域ふれあい事業推進協議会（再掲）
- 静岡県ホテル旅館生活衛生同業組合（再掲）
- 東京オリンピック・パラリンピック自転車競技静岡県開催推進委員会
- 太平洋岸自転車道推進静岡地区協議会
- 静岡県サイクルスポーツの聖地創造会議
- 狩野川周辺サイクル事業推進協議会
- 静岡県東部スポーツ産業振興協議会
- 美しい“ふじのくに” まち・ひと・しごと創生県民会議東部地域会議
- 美しい“ふじのくに” まち・ひと・しごと創生県民会議伊豆半島地域会議
- IZU CHALLENGER AWARD 実行委員会

Ⅱ 庶務の概要

1. 会員に関する事項（令和2年3月31日現在）

(1) 会員の異動数

区分	会 員 数		増減
	平成31年3月31日現在	令和2年3月31日現在	
正 会 員	80	94	14
賛 助 会 員	13	16	3
協 力 会 員	4	4	0
合 計	97	114	17

2. 役員等に関する事項（令和2年3月31日現在）

(1) 理事・監事

役 職	氏 名	分 属
会長(代表理事)	豊岡 武士	三島市長
副会長(理事)	小野 登志子	伊豆の国市長
〃	小林 秀樹	伊豆急ホールディングス株式会社代表取締役社長
理事	頼重 秀一	沼津市長
〃	齊藤 栄	熱海市長
〃	小野 達也	伊東市長
〃	福井 祐輔	下田市長
〃	菊地 豊	伊豆市長
〃	太田 長八	東伊豆町長
〃	岸 重宏	河津町長
〃	岡部 克仁	南伊豆町長
〃	長嶋 精一	松崎町長
〃	星野 浄晋	西伊豆町長
〃	仁科 喜世志	函南町長
〃	伍堂 文康	伊豆箱根鉄道株式会社代表取締役社長
〃	早川 弘之	東海自動車株式会社代表取締役
〃	植松 和男	一般社団法人美しい伊豆創造センター専務理事
〃	高井 知明	一般社団法人美しい伊豆創造センター常務理事
監事	稲田 精治	三島信用金庫相談役

附 属 明 細 書

特に記載すべき重要な事項はありません。