

# 「第 29 回河津桜まつり」経済波及効果調査 報告書



平成 31 年 3 月

河津町 企画調整課

一般財団法人 静岡経済研究所

## 目 次

	頁
1 調査の概要 .....	1
(1) 調査の目的と内容 .....	1
(2) 調査結果の概要 .....	2
2 アンケート結果の概要 .....	3
(1) アンケート実施要領等 .....	3
(2) 回答者の概要 .....	3
(3) 旅程等 .....	7
(4) 消費支出 .....	10
3 経済波及効果 .....	13
(1) 総支出額および算出条件 .....	13
(2) 経済波及効果推計結果 .....	16
4 まとめ～河津桜まつり開催による地域振興効果 .....	18

注) 本報告書では、図表中の数値は、原則として単位未満四捨五入で表記しており、合計などの計算値は、紙面上に表記された数値による計算値と必ずしも一致しない。

## 1 調査の概要

### (1) 調査の目的と内容

#### 1) 調査目的

本調査では、平成 31 年 2 月 10 日（日）～3 月 10 日（日）に開催された「第 29 回河津桜まつり」開催に伴う投資・支出額をもとに、経済波及効果を試算する。

#### 2) 主な調査内容

##### ①アンケート調査

会場でアンケート調査を実施し、来場者一人当りの消費支出額を算出する。

##### ②経済波及効果の試算

産業連関表を用いて、①主催者運営支出額、②来場者の消費支出額、による経済波及効果を測定する。

#### 3) 調査・推計方法の概要

- ・主催者運営支出額および来場者人数は、主催者把握による。
- ・来場者による消費支出額は、アンケートによる一人当り消費単価に来場者数を乗じて算出する。
- ・来場者アンケートは、聞き取り方式で実施する。
- ・経済波及効果の対象エリアは、河津町および伊豆半島地域（7 市 6 町）とする。平成 23 年河津町産業連関表および平成 23 年伊豆半島地域産業連関表を用いて経済波及効果（生産誘発額）を 2 次まで試算する。

※伊豆半島地域（7 市 6 町）：沼津市、熱海市、三島市、伊東市、下田市、伊豆市、伊豆の国市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、函南町

(2) 調査結果の概要

▶ 「第 29 回河津桜まつり」開催による河津町への経済波及効果は 27 億 23 百万円

▶ 「第 29 回河津桜まつり」開催による伊豆半島地域への経済波及効果は 212 億 12 百万円

○試算条件

来場者数：907,050 人

主催者支出額：42 百万円（予算額ベース）

消費単価：来場者に対して実施したアンケート結果より設定

居住地別一人当たり支出額

河津町内支出額…静岡県内客 3,152 円、県外客 3,747 円、海外客 1,000 円

伊豆半島地域内支出額…静岡県内客 10,490 円、県外客 24,716 円、海外客 135,000 円

「第 29 回河津桜まつり」開催による河津町への経済波及効果

(単位：百万円、倍、人)

	総支出額	直接効果 (A)	経済波及効果 (生産誘発額)		誘発効果			付加価値 誘発額	雇用誘発 数(人)	
			(B)	1次	2次	(B/A)	1次			2次
主催者運営支出	42	42	53	47	6	1.25	1.11	0.14	31	7
来場者消費支出	3,244	2,112	2,670	2,418	252	1.26	1.14	0.12	1,491	330
合計	3,286	2,154	2,723	2,465	258	1.26	1.14	0.12	1,522	337

※平成23年河津町産業連関表をもとに試算

「第 29 回河津桜まつり」開催による伊豆半島地域への経済波及効果

(単位：百万円、倍、人)

	総支出額	直接効果 (A)	経済波及効果 (生産誘発額)		誘発効果			付加価値 誘発額	雇用誘発 数(人)	
			(B)	1次	2次	(B/A)	1次			2次
主催者運営支出	42	42	61	52	9	1.45	1.23	0.22	36	6
来場者消費支出	19,363	14,726	21,152	18,474	2,677	1.44	1.25	0.18	11,816	1,951
合計	19,405	14,768	21,212	18,526	2,687	1.44	1.25	0.18	11,852	1,957

※平成23年伊豆半島地域産業連関表をもとに試算

## 2 アンケート結果の概要

### (1) アンケート実施要領等

調査対象：第29回河津桜まつり来場者

調査時期：平成31年2月22日（金）および3月2日（土）

調査場所：河津桜まつり会場

調査方法：調査員による聞き取り

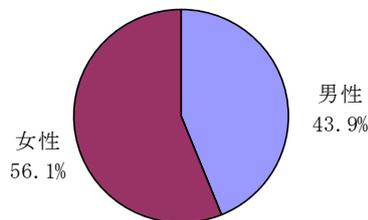
回答数：247

### (2) 回答者の概要

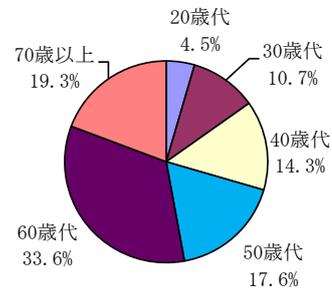
#### ①性別・年齢

来場者の性別は、女性が56.1%と、男性（43.9%）を+12.2ポイント上回った。また、来場者の年齢構成は、60歳代が33.6%、70歳以上が19.3%と多くを占め、60歳代以上のシニア層が来場者全体の52.9%を占めた。

来場者の性別構成



来場者の年齢構成



年代別・性別構成 (単位：%)

	全体	男性	女性
合計	100.0	43.9	56.1
20歳代	100.0	54.5	45.5
30歳代	100.0	53.8	46.2
40歳代	100.0	34.3	65.7
50歳代	100.0	44.2	55.8
60歳代	100.0	39.0	61.0
70歳以上	100.0	51.1	48.9

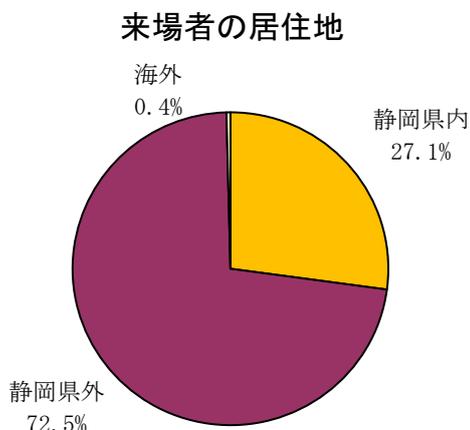
性別・年代構成 (単位：%)

	全体	男性	女性
合計	100.0	100.0	100.0
20歳代	4.5	5.6	3.6
30歳代	10.7	13.1	8.8
40歳代	14.3	11.2	16.8
50歳代	17.6	17.8	17.5
60歳代	33.6	29.9	36.5
70歳以上	19.3	22.4	16.8

## ②居住地

来場者の居住地は、静岡県外が72.5%を占め、以下、静岡県内が27.1%、海外0.4%であった。県内市町では、静岡市や浜松市、三島市などが多い。

また、県外来場者の都道府県内訳では、神奈川が最も多く、以下、東京、埼玉、千葉など首都圏の都県が上位に並んだ。ちなみに、人数こそ少ないものの、奈良や青森、岡山など遠方からの来場者もみられ、全国的な人気を有している様子が見られる。



### 静岡県内来場者の市町内訳

(単位：%)

市町	回答者数	構成比
1 静岡市	12	17.9
2 浜松市	10	14.9
3 三島市	9	13.4
4 富士市	6	9.0
伊東市	6	9.0
6 富士宮市	5	7.5
その他	19	28.4
<b>静岡県内計</b>	<b>67</b>	<b>100.0</b>

### 静岡県外来場者の都道府県内訳

(単位：%)

都道府県	回答者数	構成比
1 神奈川	56	31.3
2 東京	52	29.1
3 埼玉	18	10.1
千葉	18	10.1
5 愛知	12	6.7
6 茨城	6	3.4
7 長野	5	2.8
8 新潟	2	1.1
山梨	2	1.1
奈良	2	1.1
その他	6	3.4
<b>静岡県外計</b>	<b>179</b>	<b>100.0</b>

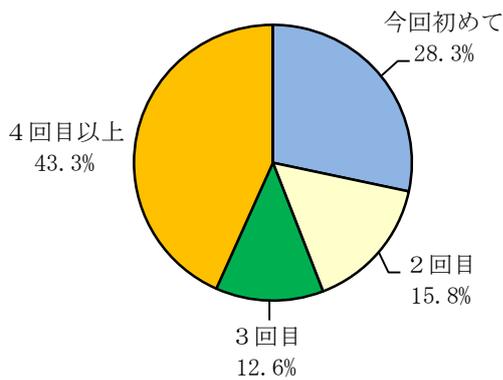
### ③来場回数

河津桜まつりに、「今回初めて」来場した人は全体の28.3%で、「2回目」は15.8%、「3回目」は12.6%、「4回目以上」が43.3%と、リピーター客の比率が7割を超えた。

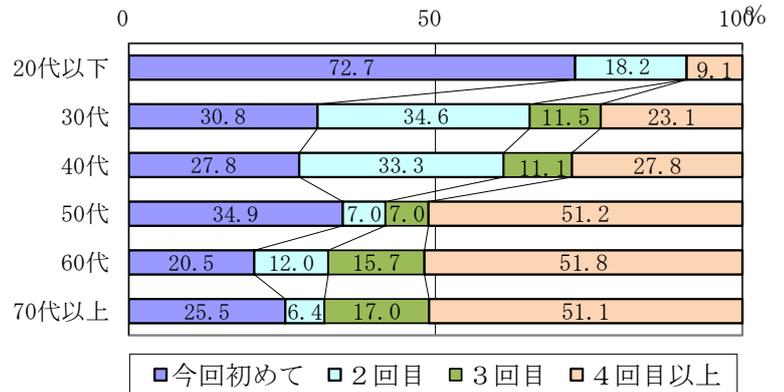
居住地別では、静岡県内来場者は、「4回目以上」が半数を超え、静岡県外来場者も4割を占めた。

来場者の年齢別にみると、年齢が高い世代ほど「4回目以上」の割合が高く、50代以上の年齢層では過半を占めた。一方、20代以下では、「今回初めて」の来場者が7割強と多くを占めた。

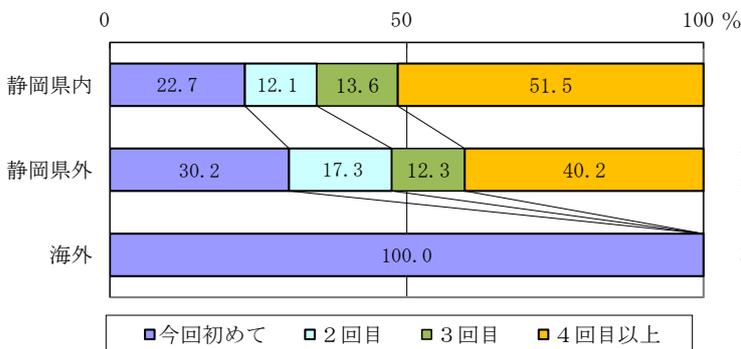
河津桜まつりの来場回数



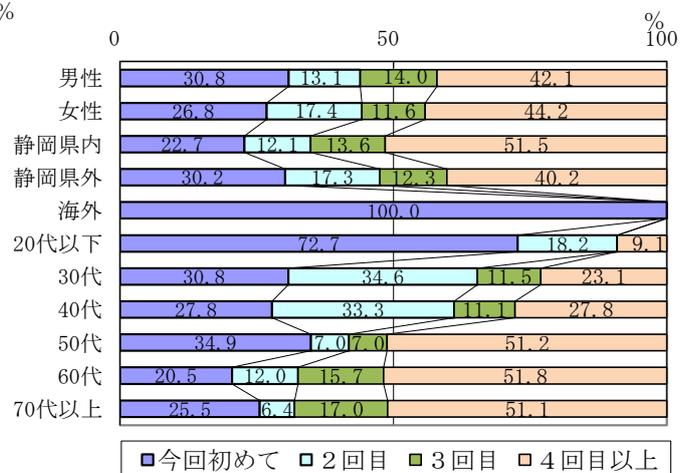
来場回数（年齢別）



来場回数（居住地別）



来場回数（性別・居住地・年齢別）

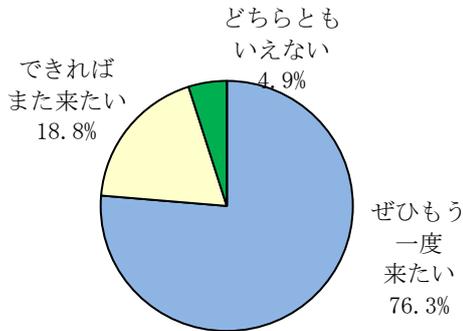


#### ④再訪意向

来場者に「河津桜まつりにもう一度来てみたいか」を訪ねたところ、「ぜひもう一度来たい」が76.3%と突出して多く、「できればまた来たい」(18.8%)と合わせて、95.1%に上った。「どちらともいえない」は4.9%で、「あまり来たくない」と「もう来たくない」は0.0%だった。

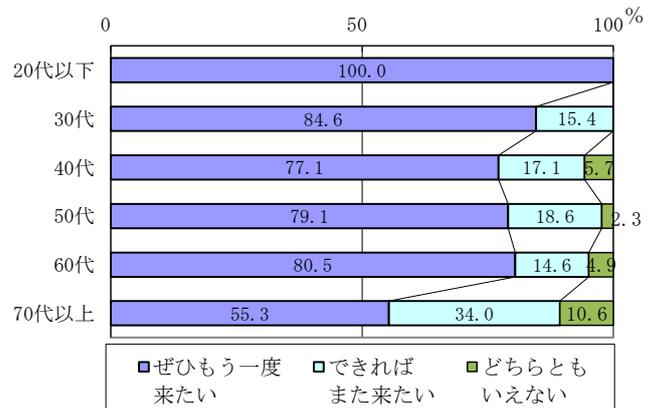
地域別では、「ぜひもう一度来たい」の回答割合は、静岡県内来場者が84.8%、静岡県外来場者は72.9%だった。年代別にみると、「ぜひもう一度来たい」との回答割合は、20代以下で100%、30代で84.6%と高く、特に若年層の満足度が高いことがわかる。

河津桜まつりの再訪意向

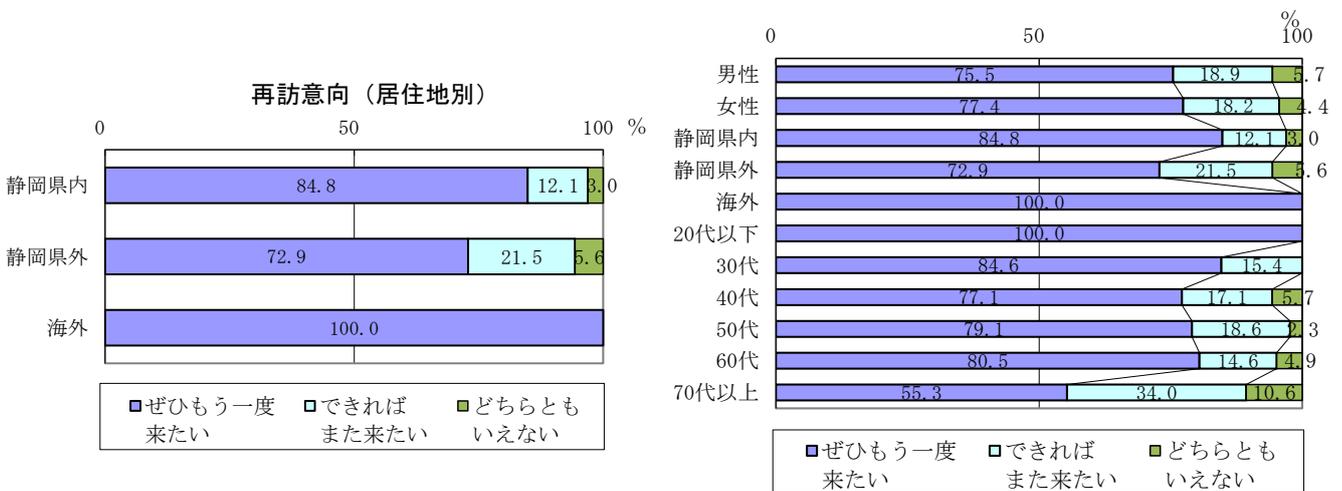


「あまり来たいと思わない」「来たいと思わない」は回答なし

再訪意向（年齢別）



再訪意向（性別・居住地・年齢別）

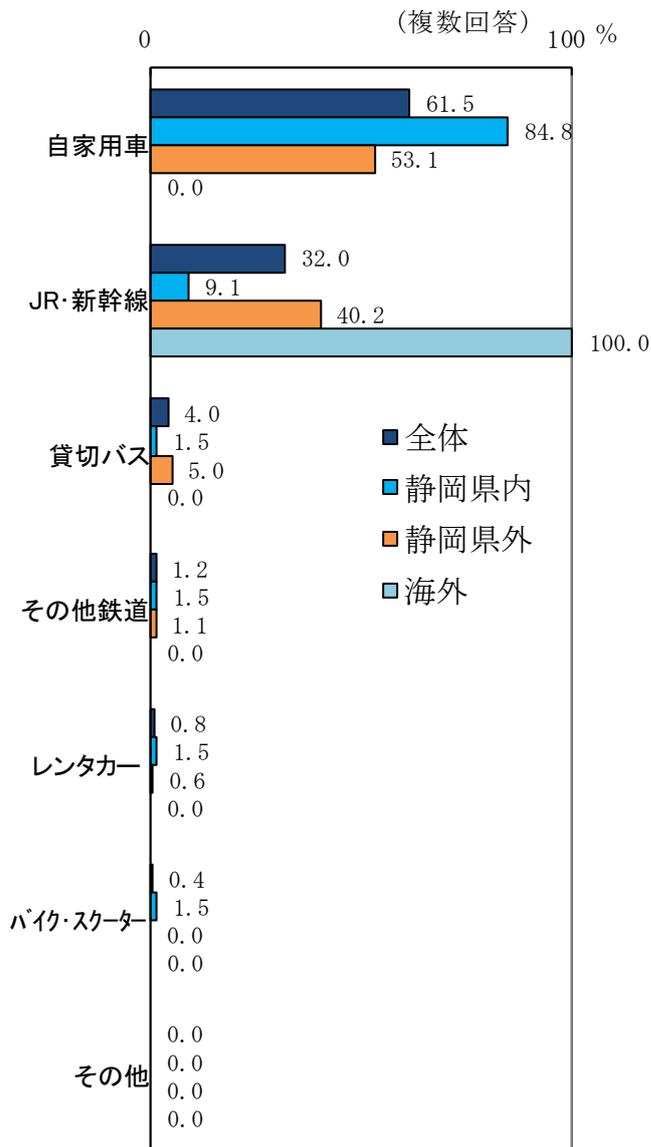


(3) 旅程等

①交通手段

会場までの交通手段は、来場者全体では「自家用車」が61.5%と最も多く、以下、「JR・新幹線」32.0%、「貸切バス」4.0%の順に多かった。

来場者が利用した交通手段（居住地別）



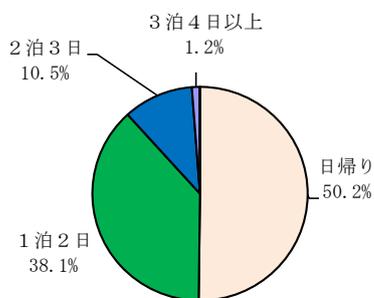
※路線バス、タクシー、飛行機、徒歩のみは回答なし

## ②宿泊状況

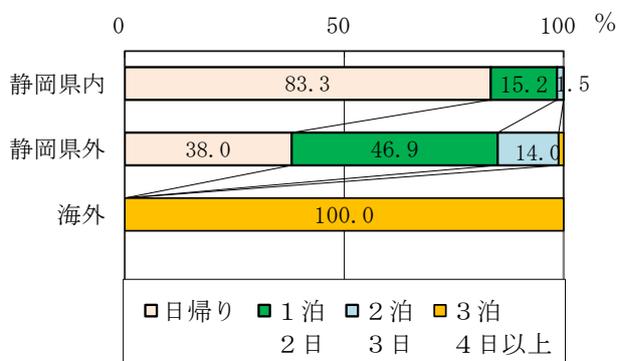
来場者の宿泊状況をみると、「日帰り」が50.2%、「1泊2日」が38.1%、「2泊3日」が10.5%、「3泊4日以上」が1.2%となった。居住地別では、静岡県内からの来場者は83.3%が日帰りだったが、県外からの来場者は「1泊2日」が46.9%、「2泊3日」が14.0%など、宿泊者の割合が62.0%に上った。遠方からの来場者ほど滞在時間も長く、宿泊を選択するケースが多い。

宿泊地別では、伊東市(25.0%)、東伊豆町(18.8%)、下田市(17.2%)が多く、上位3市町で6割を超える。また、河津町内に宿泊した割合は11.7%だった。

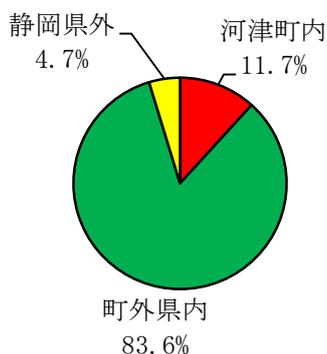
来場者の宿泊状況



来場者の宿泊状況（居住地別）



宿泊地（地域別）



宿泊地（市町別）

市町	回答者数	構成比 (%)
伊東市	32	25.0
東伊豆町	24	18.8
下田市	22	17.2
河津町	15	11.7
熱海市	11	8.6
伊豆市	8	6.3
西伊豆町	4	3.1
神奈川	4	3.1
南伊豆町	2	1.6
その他	6	4.7
合計	128	100.0

### ③立寄施設・イベント

来場者に河津桜まつり以外に立ち寄った施設・イベントを尋ねたところ、市町別では伊東市の施設・イベントが41名と最も多く、以下、東伊豆町(32名)、河津町(31名)、下田市・熱海市(各29名)と、伊豆半島東海岸沿いの市町が並んだ。

回答のあった具体的な施設・イベントとしては、東伊豆町の「雛のつるし飾りまつり」(22名)が最多で、次いで熱海市の「熱海梅園」(17名)、南伊豆町の「みなみの桜と菜の花まつり」(13名)が多かった。河津町内では、「河津七滝」(10名)や「かわづカーネーション見本園」(9名)、「河津バガテル公園」(5名)、「iZoo」(3名)などの回答が多い。

なお、市町別で最多の伊東市は、「伊豆シャボテン動物公園」(6名)や「大室山」(4名)などに立ち寄った来場者が多い。

#### 河津桜まつり以外に立ち寄った施設・イベント(所在市町別)

(記述回答式、複数回答あり)

	市町	回答者数	回答数の多い施設・イベント(抜粋)
1	伊東市	41	大室山、伊豆シャボテン公園、伊豆高原伊東マリンタウン、土産(干物)店等
2	東伊豆町	32	雛のつるし飾りまつり 熱川バナナワニ園、稲取温泉等
3	河津町	31	河津七滝、かわづカーネーション見本園、河津バガテル公園、iZoo等
4	熱海市	29	熱海梅園(梅まつり)等
	下田市	29	伊豆クルーズ、下田温泉等
6	伊豆市	26	修善寺温泉、浄蓮の滝、土肥金山等
7	南伊豆町	16	みなみの桜と菜の花まつり等
8	神奈川	9	湯河原温泉、小田原城
9	伊豆の国市	4	大仁温泉等
	函南町	4	伊豆ゲートウェイ函南、明太パーク伊豆
11	沼津市	3	(都市名のみ回答)
12	三島市	2	三島スカイウォーク
	松崎町	2	松崎温泉等
	御殿場市	2	御殿場アウトレット

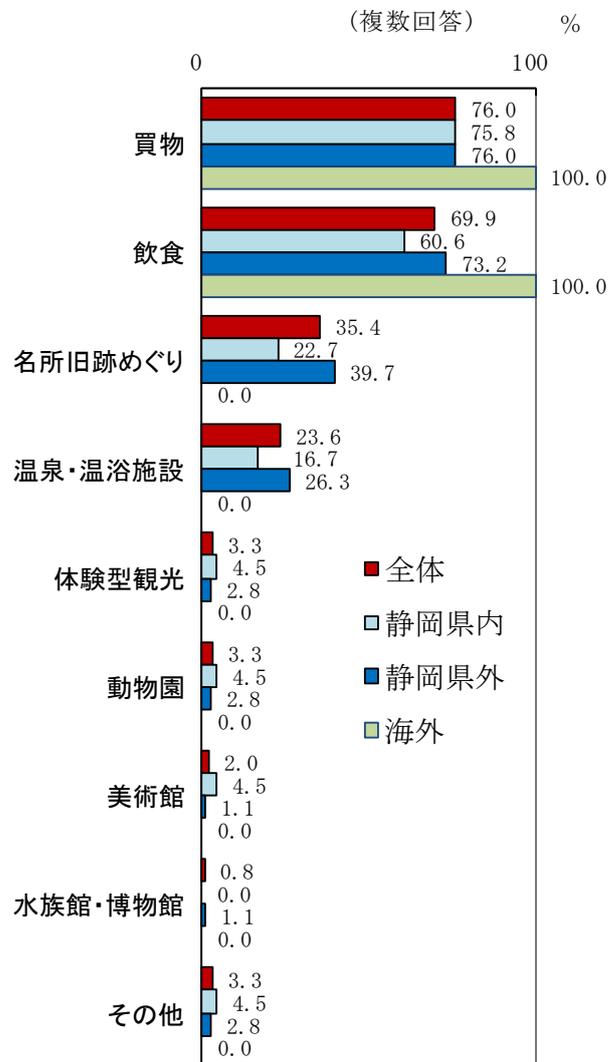
(4) 消費支出

① レジャー・消費行動

河津桜まつり来場者が行ったレジャー・消費行動としては、「買物」が76.0%と最も多く、以下、「飲食」69.9%、「名所旧跡めぐり」35.4%、「温泉・温浴施設」23.6%となっている。

全体的に、遠方からの来場者の方が、「飲食」、「買物」の他、「名所旧跡めぐり」、「温泉・温浴施設」など、比較的多様なレジャー行動を楽しむ傾向がみられる。

来場者のレジャー・消費行動（居住地別）



※スポーツ、登山・キャンプは回答なし

②一人当たり消費支出額（河津町内）

河津町内における一人当たりの消費支出額は、来場者全体では 3,566 円、費目別にみると、「往復の交通費」17 円、「飲食費」1,004 円、「買物・土産代」2,027 円、「宿泊費」498 円、などとなっており、「買物・土産代」への支出割合が高くなっている。

居住地別にみると、支出額の合計で静岡県内来場者 3,152 円、静岡県外来場者 3,747 円、海外来場者 1,000 円となった。

一人当たりの消費支出額

		河津町内における支出額			
		全体	静岡県内	静岡県外	海外
費 目 別 内 訳	支出額計	3,566	3,152	3,747	1,000
	往復の交通費	17	42	9	0
	飲食費	1,004	1,226	932	0
	買物・土産代	2,027	1,808	2,119	1,000
	宿泊費	498	0	687	0
	その他の支出	20	76	0	0

③一人当たり消費支出額（伊豆半島地域内）

伊豆半島地域内における一人当たりの消費支出額は、来場者全体では21,273円で、費目別にみると、「往復の交通費」7,001円、「飲食費」3,151円、「買物・土産代」3,648円、「宿泊費」7,193円、などとなっている。

居住地別にみると、支出額の合計では、静岡県内来場者10,490円、静岡県外来場者24,716円、海外来場者135,000円となった。

一人当たりの消費支出額

		伊豆半島地域内における支出額			
		全体	静岡県内	静岡県外	海外
費 目 別 内 訳	支出額計	21,273	10,490	24,716	135,000
	往復の交通費	7,001	2,651	8,339	60,000
	飲食費	3,151	2,671	3,334	5,000
	買物・土産代	3,648	3,073	3,728	30,000
	宿泊費	7,193	1,830	9,027	40,000
	その他の支出	279	265	288	0

### 3 経済波及効果

#### (1) 総支出額および算出条件

##### 1) 主催者事業費

主催者の総支出額は、予算額ベースで、駐車場管理・交通整理費を中心とした「交通対策費」、看板制作設置費や清掃・ごみ処理費などの「総務管理費」、来場者案内や交通整理ボランティアの昼食代、ポスター・チラシ・お花見マップ印刷費等を含む「本部運営費」など、合計で42,471千円となった。

このうち、静岡、東京トップセールス・テレビ局等メディアへの誘客宣伝費である「キャンペーン費」(400千円)を除いた42,071千円が町内産業に発注されたと想定した。

#### 「第29回河津桜まつり」の主催者支出内訳

(単位:千円)

費目	総支出額
主催者事業費総額	42,471
総務管理費	14,700
交通対策費	17,000
出店対策管理費	200
イベント費	1,340
広告宣伝費	1,200
本部運営費	7,830
その他(予備費含む)	201

## 2) 来場者消費支出

### <河津町内>

来場者消費支出は、アンケートによる一人当たり消費単価に、人数を乗じて推計した。

主催者発表より、来場者数は90万7,050人。来場者の一人当たり消費支出額（河津町内）は、アンケート結果より、静岡県内来場者3,152円、静岡県外来場者3,747円、海外来場者1,000円。これに居住地別の来場者数を乗じて消費支出額を推計した。

その結果、来場者による消費支出額は、「買物・土産代」18億42百万円、「飲食費」9億13百万円、「宿泊費」4億53百万円など、合計で32億44百万円となった。

### 来場者の消費支出額

（単位：百万円）

	来場者支出総額(河津町内)			合計
	静岡県内	静岡県外	海外	
支出額計	767	2,473	4	3,244
交通費	10	6	0	16
宿泊費	0	453	0	453
飲食費	298	615	0	913
買物・土産代	440	1,399	4	1,842
その他	18	0	0	18

＜伊豆半島地域＞

河津町内と同様に、来場者消費支出は、アンケートによる一人当たり消費単価に、人数を乗じて推計した。

主催者発表より、来場者数は90万7,050人。参加者の一人当たり消費支出額（伊豆半島地域内）は、アンケート結果より、静岡県内来場者10,490円、静岡県外来場者24,716円、海外来場者135,000円。これに住所別の参加者数を乗じて消費支出額を推計した。

その結果、参加者による消費支出額は、「宿泊費」65億51百万円、「交通費」63億70百万円、「買物・土産代」33億19百万円、「飲食費」28億69百万円など、合計で193億63百万円となった。

来場者の消費支出額

（単位：百万円）

	来場者支出総額(伊豆半島地域内)			合計
	静岡県内	静岡県外	海外	
支出額計	2,553	16,313	498	19,363
交通費	645	5,504	221	6,370
宿泊費	445	5,958	147	6,551
飲食費	650	2,201	18	2,869
買物・土産代	748	2,460	111	3,319
その他	65	190	0	254

## (2) 経済波及効果推計結果

### 1) 河津町への経済波及効果

#### 総支出額

「第 29 回河津桜まつり」開催による総支出額は、主催者による運営支出 42 百万円、来場者による消費支出は 32 億 44 百万円で、総支出額は合計で 32 億 86 百万円である。

#### 直接効果

直接効果とは、総支出額のうち、町内産業の売上増加に直結したとみられる額であり、主催者運営支出によるもの 42 百万円、来場者消費支出によるもの 21 億 12 百万円、合計で 21 億 54 百万円である。総支出額からの減額分（直接効果に含まれないもの）としては、土産代など購入品のうち町外製品の生産原価分（町内自給率により統計的に処理）などである。

#### 経済波及効果

直接効果による町内産業の売上増加が、産業相互間の取引関係や家計支出の発生等を通じて町内他産業の需要を発生させることによる生産誘発額の総額、すなわち経済波及効果は、主催者の運営支出によるもの 53 百万円、来場者消費支出によるもの 26 億 70 百万円、合計で 27 億 23 百万円である（経済波及効果には直接効果も含まれる）。

誘発効果（直接効果に対する経済波及効果の比率）は、合計で 1.26 倍となる。

### 「第 29 回河津桜まつり開催」による河津町への経済波及効果

(単位：百万円、倍、人)

	総支出額	直接効果 (A)	経済波及効果 (生産誘発額)			誘発効果			付加価値 誘発額	雇用誘発 数(人)
			(B)	1次	2次	(B/A)	1次	2次		
主催者運営支出	42	42	53	47	6	1.25	1.11	0.14	31	7
来場者消費支出	3,244	2,112	2,670	2,418	252	1.26	1.14	0.12	1,491	330
合計	3,286	2,154	2,723	2,465	258	1.26	1.14	0.12	1,522	337

※平成23年河津町産業連関表をもとに試算

## 2) 伊豆半島地域への経済波及効果

### 総支出額

「第 29 回河津桜まつり」開催による総支出額は、主催者による運営支出 42 百万円、来場者による消費支出は 193 億 63 百万円、総支出額は合計で 194 億 05 百万円である。

### 直接効果

直接効果とは、総支出額のうち、伊豆半島地域産業の売上増加に直結したとみられる額であり、主催者運営支出によるもの 42 百万円、来場者消費支出によるもの 147 億 26 百万円、合計で 147 億 68 百万円である。総支出額からの減額分（直接効果に含まれないもの）としては、土産代など購入品のうち域外製品の生産原価分（域内自給率により統計的に処理）などである。

### 経済波及効果

直接効果による県内産業の売上増加が、産業相互間の取引関係や家計支出の発生等を通じて県内他産業の需要を発生させることによる生産誘発額の総額、すなわち経済波及効果は、主催者の運営支出によるもの 61 百万円、来場者消費支出によるもの 211 億 52 百万円、合計で 212 億 12 百万円である（経済波及効果には直接効果も含まれる）。

誘発効果（直接効果に対する経済波及効果の比率）は、合計で 1.44 倍となる。

### 「第 29 回河津桜まつり」開催による伊豆半島地域への経済波及効果

（単位：百万円、倍、人）

	総支出額	直接効果 (A)	経済波及効果 (生産誘発額) (B)		誘発効果			付加価値 誘発額	雇用誘発 数(人)	
			1次	2次	(B/A)	1次	2次			
主催者運営支出	42	42	61	52	9	1.45	1.23	0.22	36	6
来場者消費支出	19,363	14,726	21,152	18,474	2,677	1.44	1.25	0.18	11,816	1,951
合計	19,405	14,768	21,212	18,526	2,687	1.44	1.25	0.18	11,852	1,957

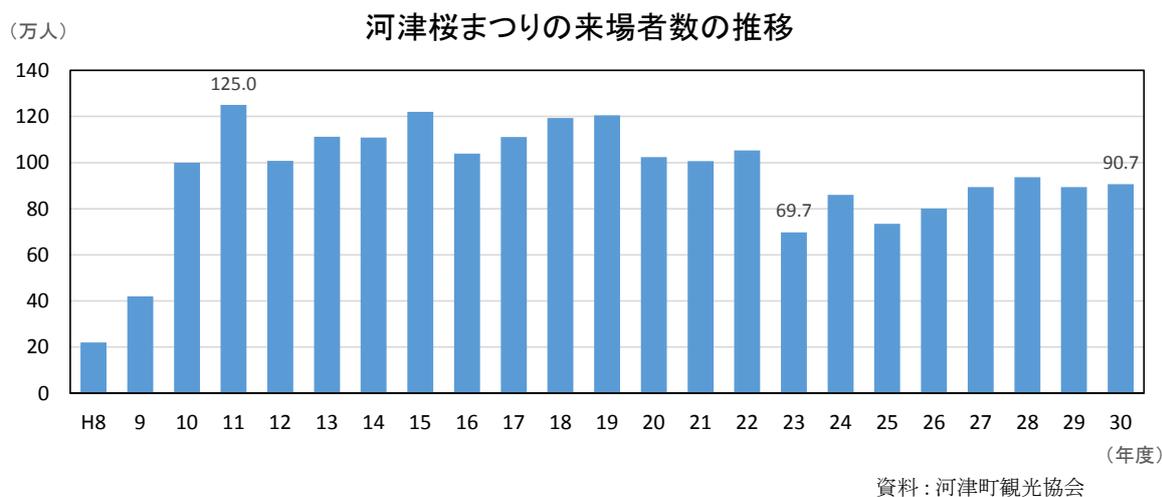
※平成23年伊豆半島地域産業連関表をもとに試算

## 4 まとめ～河津桜まつり開催による地域振興効果

～河津町内の付加価値誘発額は 15.2 億円、平成 27 年度町内総生産の 8.8%に相当

「河津桜まつり」のルーツは昭和 30（1955）年頃、地元住民である故・飯田勝美氏が原木の苗木を発見し、自宅の庭で植え育てたことに端を発する。昭和 45 年に河津町の木に指定されたこともあり、1970 年代後半から河津町観光協会や河津町役場、河津町商工会、地元の事業者、地元住民らが協働で、河津川河口付近や河津駅周辺地域を中心に一斉に 200 本の植樹を行った。それらの桜が成長し見ごろを迎えた平成 3 年に、第 1 回桜まつりが開催された。当時の来場者数は 3,000 人程度にとどまったが、その後も、地元住民らが精力的に河川敷などに植栽を続けるとともに、観光客向けに土産品等を提供する小売店や飲食店も増え始め、祭りの規模を拡大していった。

さらに、テレビ番組で河津桜に対する地域住民の愛着や植栽活動が紹介されると全国にその名が知れ渡り、平成 10 年度の来場者数は初めて 100 万人に到達。翌 11 年度には 125 万人と過去最高を記録し、以来、1 カ月で約 100 万人が訪れる県内屈指のイベントに成長したのである（下記グラフ参照）。



とはいえ、ここ数年は、他の観光地との集客競争の激化等を背景に、来場者数は伸び悩む時期があった。東日本大震災後の自粛ムードや景気低迷の影響を受けたとみられる平成 23 年度の来場者数は、前年比△33.8%の 69.7 万人にまで落ち込んでいた。

その後、来場者数は緩やかな回復傾向をたどり、平成 30 年度に実施された第 29 回は好天に支えられ、来場者数は 90.7 万人とボトムだった 23 年度から+30.1%の水準にまで回復し、2 年ぶりに 90 万人台を超えた。その経済波及効果は河津町内で 27.2 億円、町内総生産（GDP）の概念に相当する付加価値誘発額は 15.2 億円で、直近値が公表されている平成 27 年度の河津町の町内総生産 172.3 億円の 8.8%に相当する。

人口減少が加速する中、観光業を基幹とする地域経済の活力を維持・拡大していく上で、

河津桜まつりの経済波及効果を高める取組みは、従来以上に重要性を増している。ここで、観光消費額（来場者消費支出）の経済波及効果は、「来場者数」×「消費単価」×「城内調達率」の3要素で決定されるため、これらの指標を効果的に高めていくことが望まれる。訪日外国人観光客（インバウンド）を含めた広域からの集客力強化に加えて、消費単価の引上げや産業間の取引強化による城内調達率向上にも注力していく必要がある。

#### ～地元産食材等を活用した新商品の投入で、消費単価の引上げや城内調達率向上を

今回の調査で、来場者の7割以上がリピーターであり、さらに「ぜひもう一度来たい」と「できればまた来たい」と回答した来場者は合計で9割を超えた。特に20～30代の若い世代の満足度が高いことから、今後も高い集客力が見込まれる。

一方、定期開催されるイベントは、定着するにつれて消費単価が伸び悩む傾向があるため、リピーター客を魅了する新たな商品やサービスを持続的に投入していくことが求められる。

すでに河津町内では、特産の“わさび”を使ったオリジナル料理メニューの開発・普及に取り組み、一定の成果を上げている。平成25年7月、人気テレビドラマで同町の名物「わさび丼」が取り上げられた経緯もあり、全国各地からファンが殺到し、町内でわさび丼を提供する飲食店が増加した。さらに同年10月、河津町商工会や伊豆急行、河津町役場、河津町観光協会などにより「河津わさびで泣かせ隊」が結成され、「あんバタわさこ」や「河津鮎泣きそば」といったわさびを使った新たな料理の開発にも意欲的に取り組み、地元の飲食店や小売店などと連携しながら、普及活動に努めている。

わさび以外にも、シイタケ、みかん（かんきつ類）、河津桜のチップや塩漬け、さらには金目鯛や伊勢海老といった海の幸も含めて、河津ならではの特産品は数多く存在する。これらの食材等を活かした料理や土産品を数多く創出することで、飲食費や買物・土産代等の消費単価を高めていくことが期待される。また、当然ながら、地場産品を活かした商品は城内調達率も高く、原材料を提供する農水産業や食料品製造業などにも恩恵をもたらし、地域経済を底上げすることにつながる。

#### ～伊豆縦貫自動車道の整備や“M a a S”普及を好機に、広域的な観光需要の創出に期待

河津桜まつりの来場者の宿泊状況を見ると、「日帰り」が半数を占め、「2泊3日」（10.5%）や「3泊4日以上」（1.2%）の長期滞在者は来場者全体の1割程度にとどまった。それゆえ、伊豆半島地域における滞在期間を延ばし、より多くのお金を落としてもらう努力が重要になる。今回のアンケート調査結果から、多くの来場者が河津町内の「かわぶカーネーション見本園」や「河津バガテル公園」などに加えて、「熱海梅園（梅まつり）」（熱海市）や「みなみの桜と菜の花まつり」（南伊豆町）、「さくらの里」を擁する「大室山」（伊東市）など、近隣市町の花見スポットにも足を伸ばしている実像が浮き彫りになった。そこで、たとえば“花見”をテーマに、伊豆半島地域内の花の名所を多く巡り、それぞれの地域の

個性を楽しんでもらうプランの提案なども一考の余地があろう。

平成 31 年 1 月には伊豆縦貫道の一部区間である「天城北道路」と国道 136 号下船原バイパスが開通するとともに、足元では河津下田道路の整備も着実に進み、今後、交通アクセスの利便性向上が見込まれている。さらに将来的には、“M a a S”（モビリティ・アズ・ア・サービス：鉄道やバス、タクシー、レンタカー等、マイカー以外のあらゆる交通手段を 1 つの移動手段と捉えた概念）と呼ばれる、シームレスで効率的な移動手段の提供にも注目が集まっている。観光客にとっては移動手段を自由に選んで周遊旅行できるようになり、待ち時間の削減など利便性が増すことになる。こうした機運を捉え、伊豆半島地域内の多様な関係者が連携を深め、“点から線、線から面へ”と、より広域的な観光需要を創出していくことを期待したい。

