

第1回沼津港みなとまちづくり推進計画改定協議会

沼津港来港者の現状と傾向

～アンケートから見る沼津港の利用実態～

令和8年8月19日(水)

沼津市 産業振興部 水産海浜課

① 調査概要

沼津港来港者据置型アンケート

(沼津港振興会)

調査期間

4月1日～3月31日

設置場所

沼津魚市場IN0

沼津みなと新鮮館

調査項目

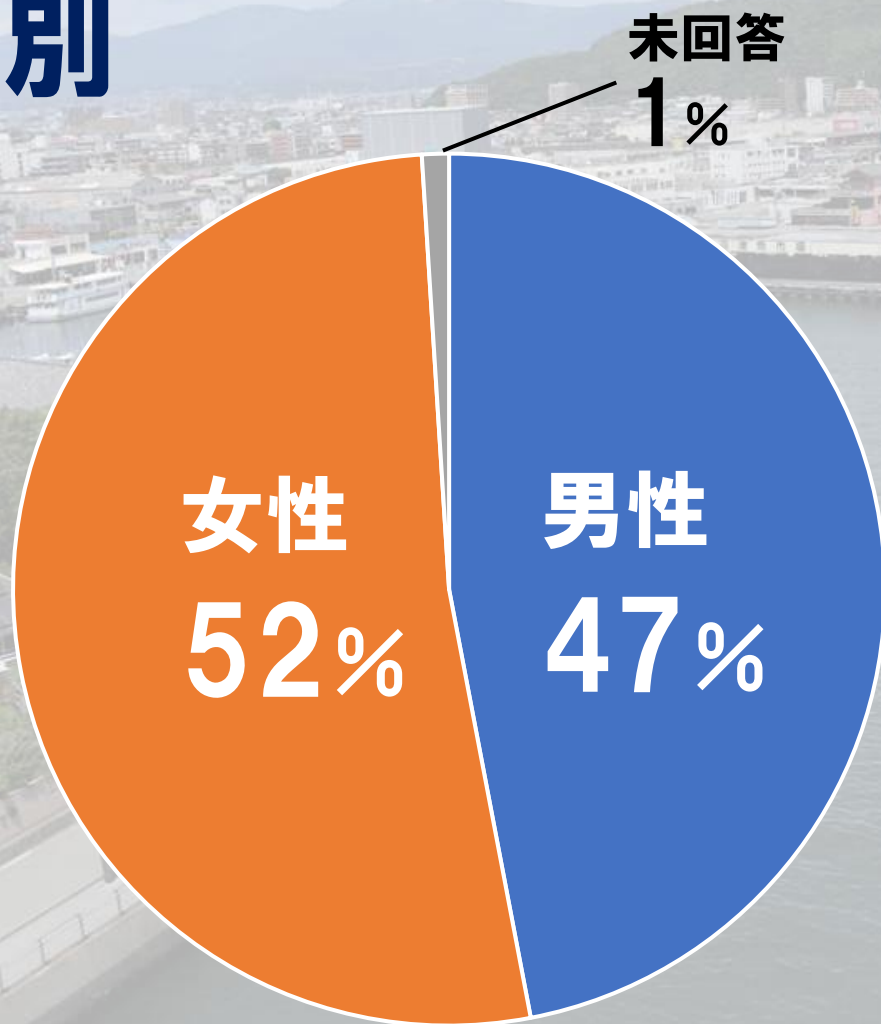
**年齢・性別・居住地・交通手段・
訪問目的など**

年回答数

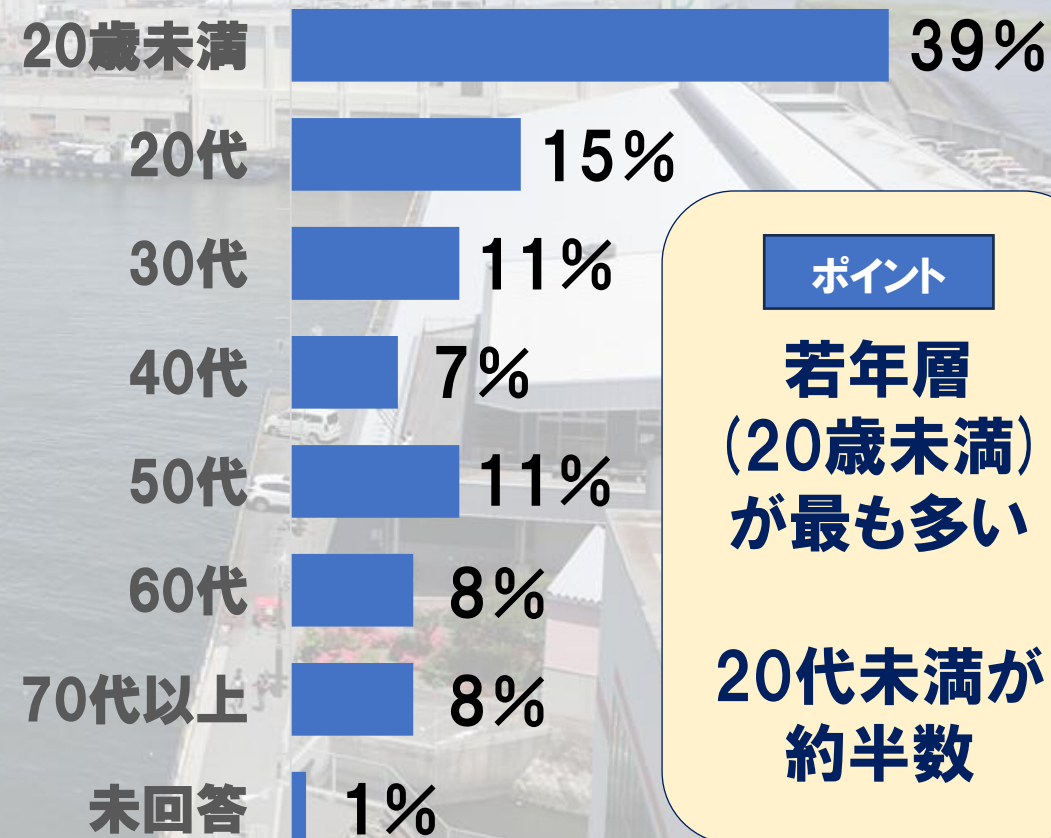
毎年160件程度

② 来港者のプロフィール

性別



年齢

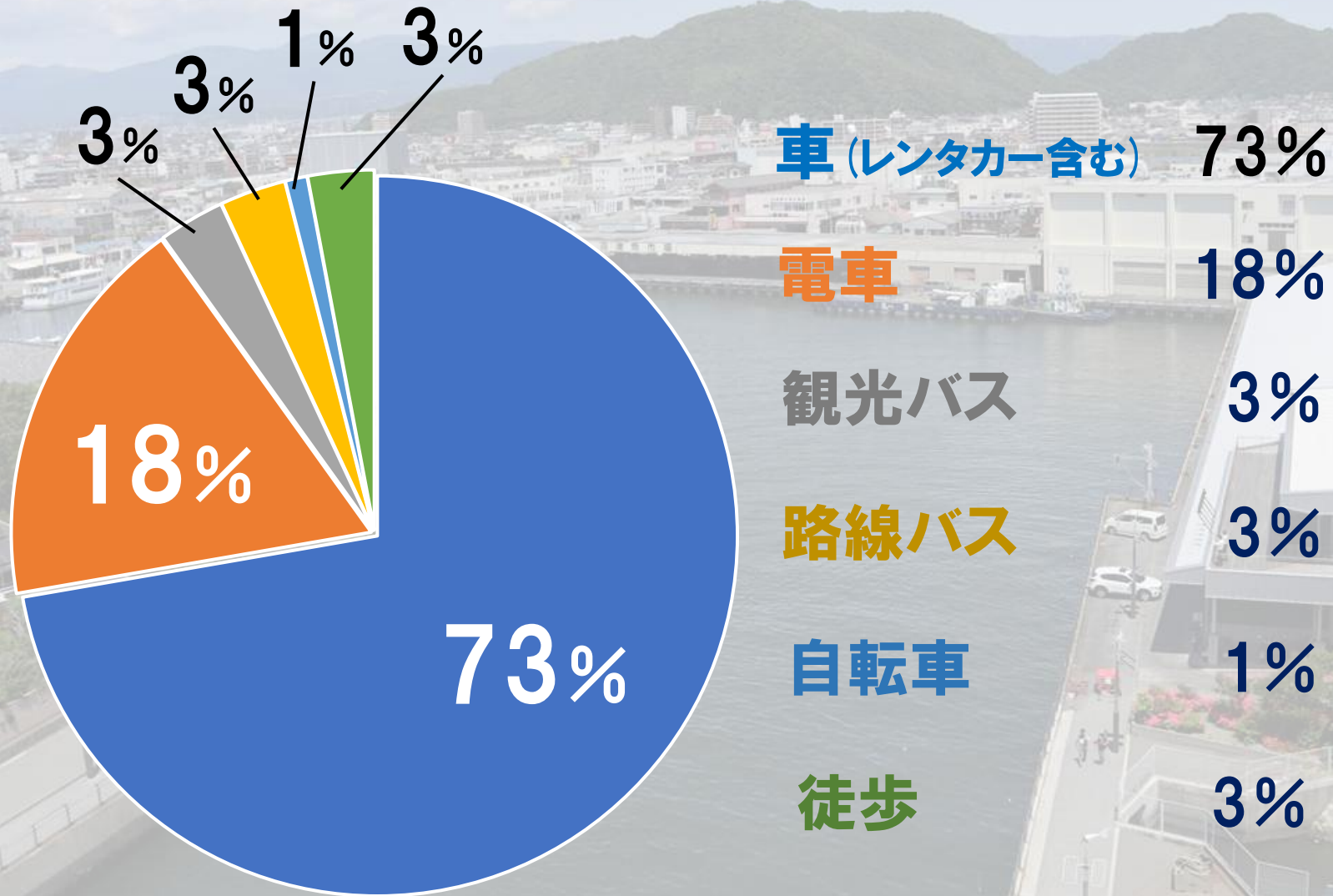


ポイント

**若年層
(20歳未満)
が最も多い**

**20代未満が
約半数**

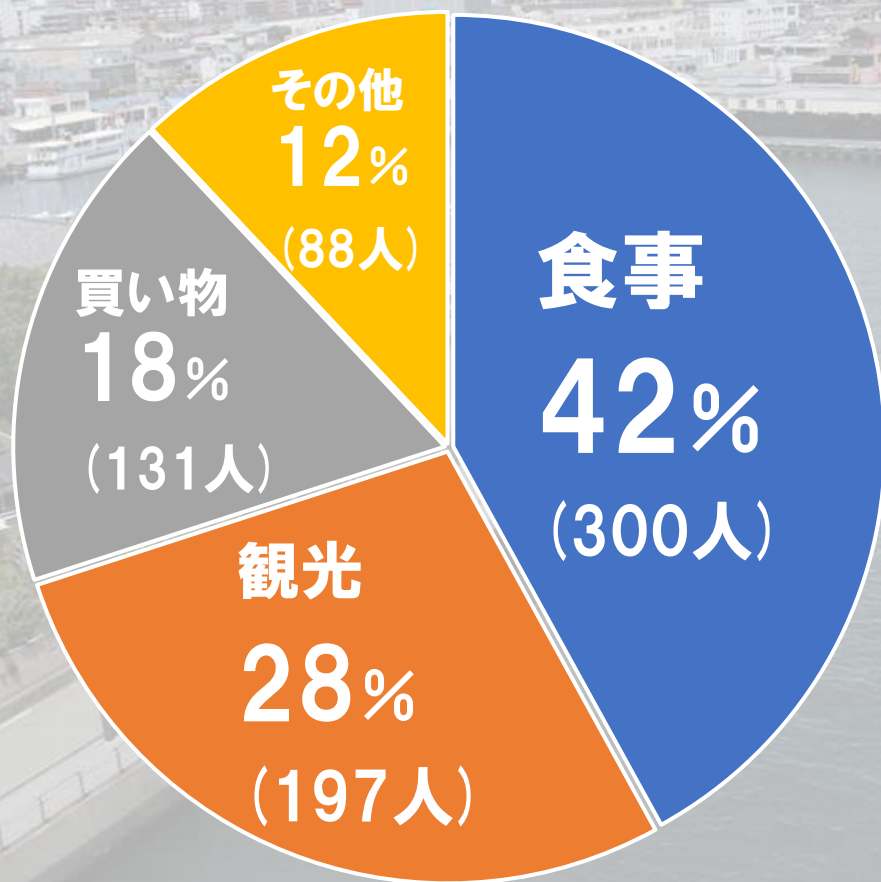
③ 来港手段（沼津港への交通手段）



ポイント

来港者の
約4人に
3人が
自動車利用

④ 来港目的



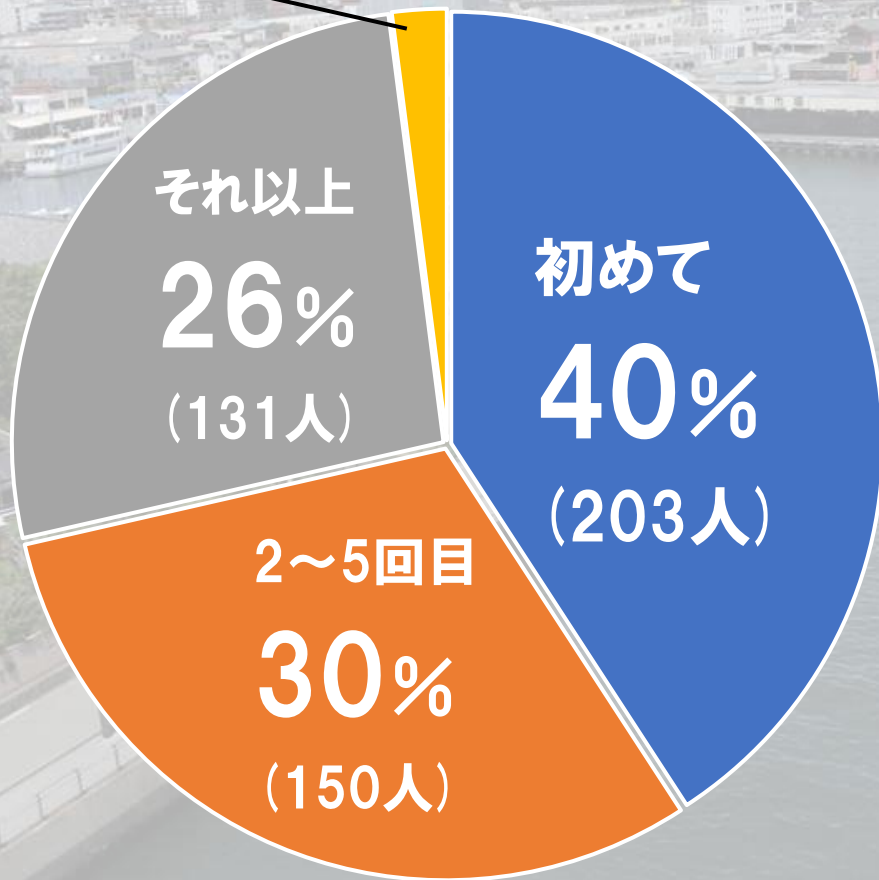
ポイント

「食」を目的とした来港が最多

食＋観光で約70%を占める

⑤ 訪問回数

未回答 **2%** (150人)



ポイント

- ☑ 初回来港者が最も多い
- ☑ 一方でリピーターも約6割

⑥ 来港者の地域（都道府県別・訪問回数別）

都道府県	初めて	2～5回目	それ以上	合計
東京	40	56	23	119
静岡	14	43	58	115
神奈川	35	54	21	110
埼玉	22	22	4	48
大阪	14	13	3	30
愛知	13	13	2	28
千葉	9	12	6	27
山梨	3	8	5	16
群馬	9	3	1	13
京都	7	3	0	10

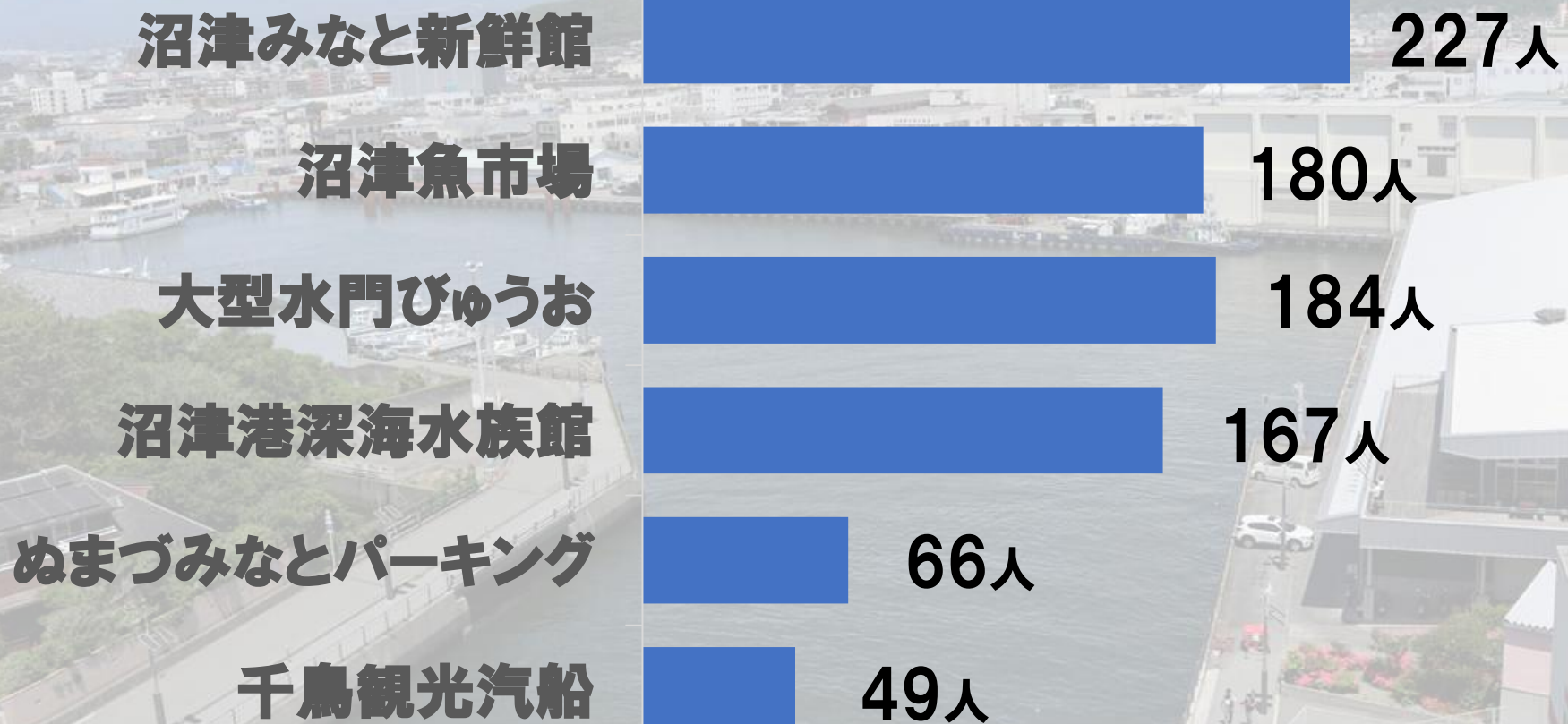
都道府県	初めて	2～5回目	それ以上	合計
兵庫	4	3	0	7
茨城	4	2	0	6
岐阜	4	2	0	6
長野	2	1	2	5
奈良	1	1	1	3
滋賀	0	2	1	3
宮城	1	2	0	3
福島	1	2	0	3
その他 13道県	13	3	1	13
合計	195	246	129	570

ポイント

首都圏からの来
港が中心

全国30都道府県
以上から来訪

⑦ 利用施設（複数回答可）



⑧ 来港前の滞在地・来航後の行先

● 来航前の滞在地 (単位:人)

自宅から	60
沼津市内	129
伊豆	43
富士	24
箱根	18
山梨	10
富士宮	14
県東部	17
その他の地域	79

● 来航後滞在地 (単位:人)

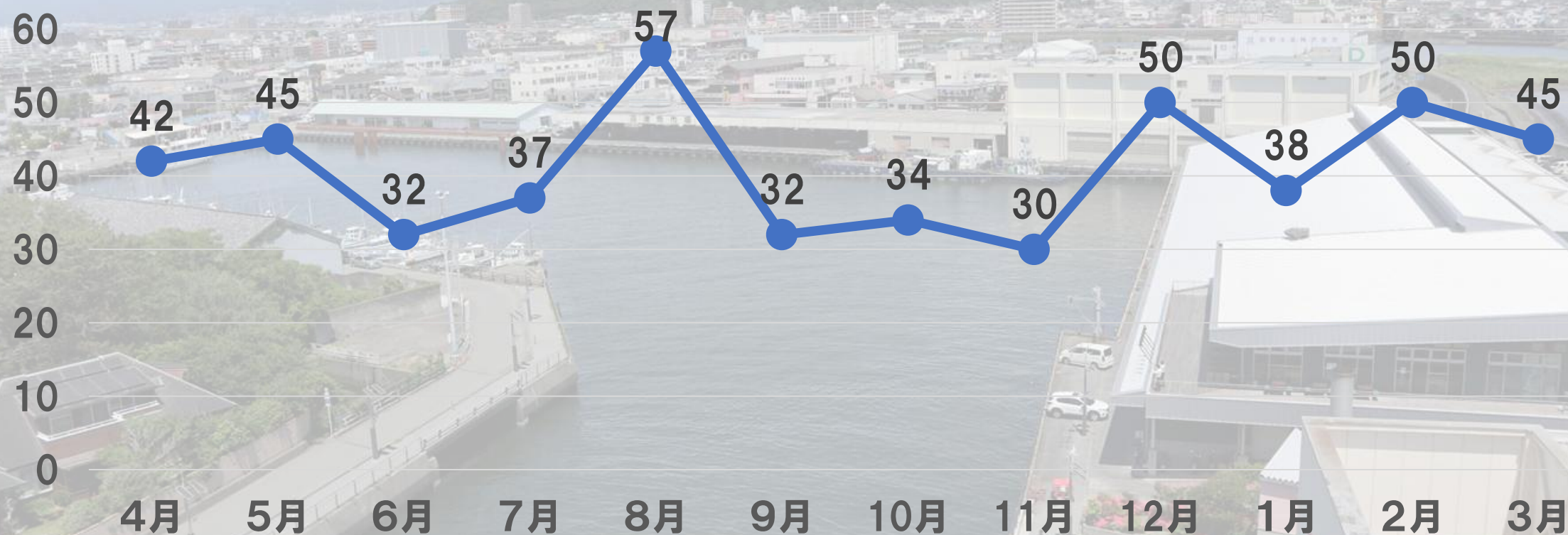
帰宅する	101
沼津市内	91
伊豆	22
富士	18
箱根	18
山梨	10
富士宮	10
県東部	10
その他の地域	46

ポイント

沼津市内や
伊豆・富士と
の周遊が多い

⑨ 月別回答数

(単位:件)



ポイント

夏季・年末年始・春休み前後に増加

⑩ 来港者の声（主な意見を抜粋）

魅力UPに関する意見（昼）

- ① イベントを開催してほしい
- ② 案内をわかりやすくしてほしい
- ③ 各店舗のメニューに関するオーダー
- ④ 駐車場を増やしてほしい
- ⑤ びゅうおのPR強化

魅力UPに関する意見（夜）

- ① 営業時間を延ばしてほしい
- ② 海のライトアップをしてほしい
- ③ 花火を打ち上げてほしい
- ④ ナイトクルーズをしてほしい

まとめ（アンケートから見える主な傾向）

- ・「食」が最大の来港目的
- ・来港者の約7割が自動車利用
- ・首都圏からの来訪が多い
- ・初回来港者40％ リピーター約60％
- ・夜間コンテンツやイベントへの期待が大きい
- ・沼津市・伊豆・富士を周遊する広域観光拠点



沼 津 市 観 光 振 興 ビ ジ ョ ン

Numazu City
Tourism
Promotion
Vision

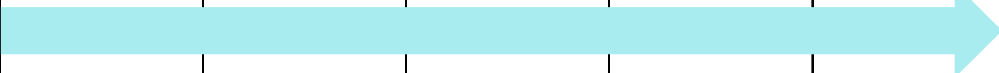
「沼津ならではの」の地域資源を
最大限に活用し

- 交流人口の拡大
- 地域経済の活性化
- シビックプライドの醸成

を図るため、
「沼津市観光振興ビジョン」を
新たに改定しました。

計画期間、点検・評価

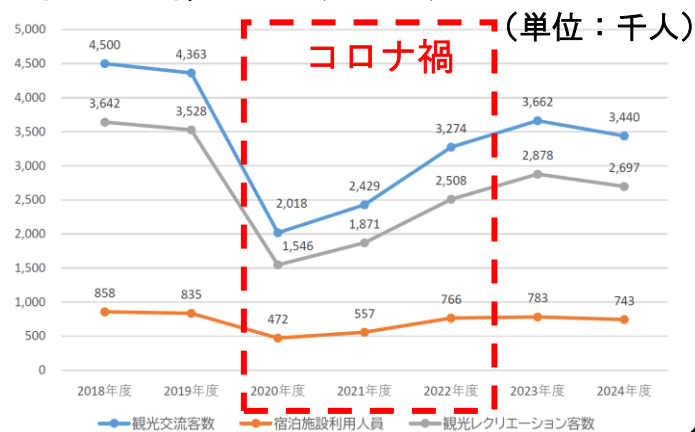
沼津市観光振興ビジョンの計画期間

関連計画 \ 年度	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
第5次沼津市総合計画 後期推進計画	策定						
沼津市観光振興 ビジョン	改定						

- 本ビジョンの計画期間: 2026年度から2030年度までの5か年
(第5次沼津市総合計画の後期推進計画に準拠)

現状の把握

本市の観光交流客数について



人流データ調査



観光振興ビジョン改訂懇話会メンバーによる本市の分析

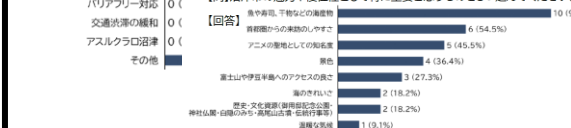
【問】観光を推進するにあたり、特に強化すべきと思うものを3つ選んでください。



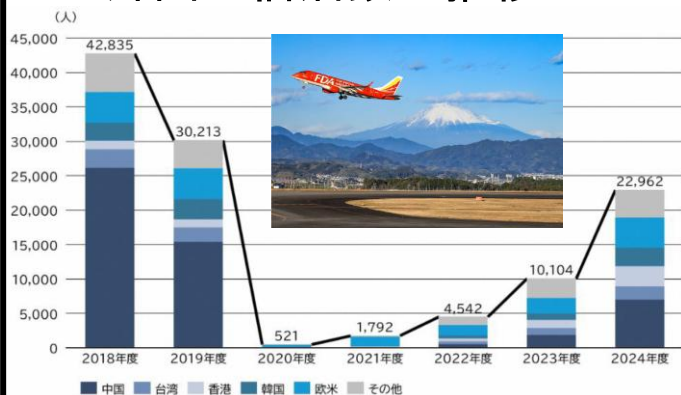
【問】今後、沼津市で特に来訪を強化すべき観光客層は誰だと思いますか？



【問】沼津市の魅力や優位性として特に重要と思うものを3つ選んでください。



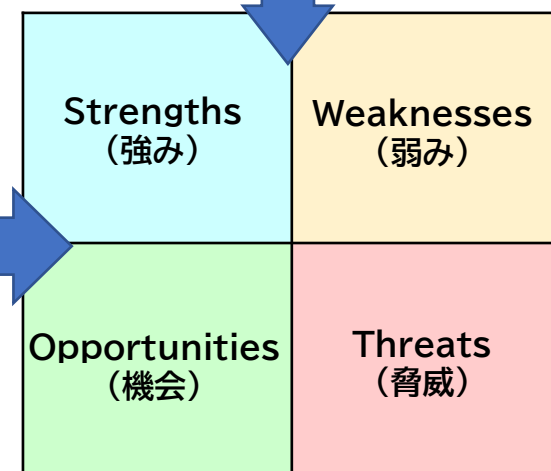
外国人宿泊数の推移



エリア別本市魅力の分析



SWOT分析



多角的な調査結果をもとに本市の強み弱みの現状を理解し、積極的な戦略と機会を活かすための補強・改善が重要

観光振興ビジョンの方向性

基本方針

更なる観光振興に向け、
滞在型・体験型観光や
都市型観光を推進する

広域連携によるブランド構築、
DXと多言語対応で利便性・
発信力を高め、本市への訪問・
宿泊観客の誘致を図る

住民の参画によるシビックプ
ライドの醸成も重視し、
「訪れて楽しく、暮らして誇れ
るまち」を目指す

観光振興の柱①

沼津の魅力を
アップデート

- ・地域資源の発掘・
磨き上げ
(通年誘客に向けた
コンテンツ開発)
- ・シビックプライド醸成と
住民参加型観光

観光振興の柱②

沼津の魅力の
戦略的発信

- ・SNS・デジタル
マーケティングの強化
- ・首都圏向け誘客
キャンペーン
- ・広域連携による
周遊プロモーション

観光振興の柱③

沼津ならではの
観光の提供

- ・潜在型・体験型観光
コンテンツの開発
- ・沼津版
都市型観光の推進
(ソウルフード・
ブランド食の発信)

観光振興の柱④

インバウンドの
誘客推進

- ・台湾・東アジアを中心
としたプロモーション
- ・在住外国人と連携した
戦略的プロモーション
と多言語対応など
受入環境の整備

【最終目標】 地域の宝を活かすまちを目指す

観光振興の柱① 沼津の魅力をアップデート

基本方針

更なる観光振興に向け、
滞在型・体験型観光や
都市型観光を推進する

広域連携によるブランド構築、
DXと多言語対応で利便性・
発信力を高め、本市への訪問・
宿泊観客の誘致を図る

住民の参画によるシビックプ
ライドの醸成も重視し、
「訪れて楽しく、暮らして誇れ
るまち」を目指す

観光振興の柱①

沼津の魅力を アップデート

- ・地域資源の発掘・
磨き上げ
(通年誘客に向けた
コンテンツ開発)
- ・シビックプライド醸成と
住民参加型観光

観光振興の柱②

沼津の魅力の 戦略的発信

- ・SNS・デジタル
マーケティングの強化
- ・首都圏向け誘客
キャンペーン
- ・広域連携による
周遊プロモーション

項目	2024 年度実績	2030 年度目標
観 光 交 流 客 数 (人)	3,440,955	5,000,000
観光レクリエーション客数(人)※1	2,697,783	4,100,000
宿 泊 客 数 (人)	743,172	900,000
外 国 人 宿 泊 客 数 (人) ※ 2	22,962	50,000
観光ポータルサイト 閲覧数(件)	2,579,928	3,300,000
英語版観光ポータル 閲覧数(件)	24,490	50,000
ふるさと応援基金 寄附金寄附件数(件)	359,697	400,000
プラサヴェルデ 利用人数(人)	530,698	700,000
道の駅くるら戸田 利用人数(人)	143,145	200,000

2030年度に 宿泊客数 900,000人
道の駅くるら戸田利用人数 200,000人を目指す

観光振興の柱② 沼津の魅力の戦略的発信

基本方針

更なる観光振興に向け、
滞在型・体験型観光や
都市型観光を推進する

広域連携によるブランド構築、
DXと多言語対応で利便性・
発信力を高め、本市への訪問・
宿泊客の誘致を図る

住民の参画によるシビックプ
ライドの醸成も重視し、
「訪れて楽しく、暮らして誇れ
るまち」を目指す

観光振興の柱①

沼津の魅力を アップデート

- ・地域資源の発掘・
磨き上げ
(通年誘客に向けた
コンテンツ開発)
- ・シビックプライド醸成と
住民参加型観光

観光振興の柱②

沼津の魅力の 戦略的発信

- ・SNS・デジタル
マーケティングの強化
- ・首都圏向け誘客
キャンペーン
- ・広域連携による
周遊プロモーション

項目	2024 年度実績	2030 年度目標
観 光 交 流 客 数 (人)	3,440,955	5,000,000
観光レクリエーション客数(人)※1	2,697,783	4,100,000
宿 泊 客 数 (人)	743,172	900,000
外 国 人 宿 泊 客 数 (人) ※ 2	22,962	50,000
観光ポータルサイト 閲覧数(件)	2,579,928	3,300,000
英語版観光ポータル 閲覧数(件)	24,490	50,000
ふるさと応援基金 寄附金寄附件数(件)	359,697	400,000
プラサヴェルデ 利用人数(人)	530,698	700,000
道の駅くるら戸田 利用人数(人)	143,145	200,000

本市の魅力を全国・世界へ広げるための、デジタルマーケティング戦略の本格的展開
現地体験型返礼品の充実による、ふるさと納税返礼品と連携した取組の推進
首都圏からのアクセスが便利な本市の特性を活かしたPRを継続

観光振興の柱③ 沼津ならではの観光の提供

7/N

基本方針

更なる観光振興に向け、
滞在型・体験型観光や
都市型観光を推進する

広域連携によるブランド構築、
DXと多言語対応で利便性・
発信力を高め、本市への訪問・
宿泊観光客の誘致を図る

住民の参画によるシビックプ
ライドの醸成も重視し、
「訪れて楽しく、暮らして誇れ
るまち」を目指す

項目	2024 年度実績	2030 年度目標
観 光 交 流 客 数 (人)	3,440,955	5,000,000
観光レクリエーション客数(人)※1	2,697,783	4,100,000
宿 泊 客 数 (人)	743,172	900,000
外 国 人 宿 泊 客 数 (人) ※ 2	22,962	50,000
観光ポータルサイト 閲覧数(件)	2,579,928	3,300,000
英語版観光ポータル 閲覧数(件)	24,490	50,000
ふるさと応援基金 寄附金寄附件数(件)	359,697	400,000
プラサヴェルデ 利用人数(人)	530,698	700,000
道の駅くるら戸田 利用人数(人)	143, 145	200, 000

観光振興の柱③

沼津ならではの 観光の提供

- ・潜在型・体験型観光
コンテンツの開発
- ・沼津版
都市型観光の推進
(ソウルフード・
ブランド食の発信)

観光振興の柱④

インバウンドの 誘客推進

- ・台湾・東アジアを中心
としたプロモーション
- ・在住外国人と連携した
戦略的プロモーション
と多言語対応など
受入環境の整備

沼津ならではのコンテンツや食・スポーツ・文化を核とした「沼津版 都市型観光」の推進

観光振興の柱④ インバウンドの誘客推進

基本方針

更なる観光振興に向け、
滞在型・体験型観光や
都市型観光を推進する

広域連携によるブランド構築、
DXと多言語対応で利便性・
発信力を高め、本市への訪問・
宿泊観光客の誘致を図る

住民の参画によるシビックプ
ライドの醸成も重視し、
「訪れて楽しく、暮らして誇れ
るまち」を目指す

項目	2024 年度実績	2030 年度目標
観光交流客数(人)	3,440,955	5,000,000
観光レクリエーション客数(人)※1	2,697,783	4,100,000
宿泊客数(人)	743,172	900,000
外国人宿泊客数(人)※2	22,962	50,000
観光ポータルサイト 閲覧数(件)	2,579,928	3,300,000
英語版観光ポータル 閲覧数(件)	24,490	50,000
ふるさと応援基金 寄附金寄附件数(件)	359,697	400,000
プラサヴェルデ 利用人数(人)	530,698	700,000
道の駅くるら戸田 利用人数(人)	143,145	200,000

観光振興の柱③

沼津ならではの
観光の提供

- ・潜在型・体験型観光
コンテンツの開発
- ・沼津版
都市型観光の推進
(ソウルフード・
ブランド食の発信)

観光振興の柱④

インバウンドの
誘客推進

- ・台湾・東アジアを中心
としたプロモーション
- ・在住外国人と連携した
戦略的プロモーション
と多言語対応など
受入環境の整備

台湾を中心とした東アジアの方々の本市への関心を高め、リピーター定常化への取組
本市在住外国人による、本市写真の母国語投稿、沼津観光ポータルの多言語化取組

総括 観光振興の4つの柱により

項目	2024 年度実績	2030 年度目標
観光交流客数(人)	3,440,955	5,000,000
観光レクリエーション客数(人)※1	2,697,783	4,100,000
宿泊客数(人)	743,172	900,000
外国人宿泊客数(人)※2	22,962	50,000
観光ポータルサイト 閲覧数(件)	2,579,928	3,300,000
英語版観光ポータル 閲覧数(件)	24,490	50,000
ふるさと応援基金 寄附金寄附件数(件)	359,697	400,000
プラサヴェルデ 利用人数(人)	530,698	700,000
道の駅くるら戸田 利用人数(人)	143,145	200,000

2030年度に観光交流客数500万人を目指す