

●鴨川市前原横渚海岸周辺の魅力づくり推進委員会・委員名簿□

順不同

No.	団体名	役職	氏名	備考
1	(一社)鴨川市観光協会	会長	鈴木健史	観光
2	(一社)鴨川市観光協会	副会長	藤巻武仁	観光
3	鴨川市商工会	観光サービス業部会長	清水宏	商工
4	鴨川市商工会	前青年部長	福田雄一郎	商工
5	鴨川市漁業協同組合	総務部長	徳山英樹	水産
6	鴨川温泉旅館業協同組合	専務理事	久根崎達郎	観光
7	鴨川ライフセービングクラブ	会長	水谷好伸	海水浴
8	鴨川シーワールド	営業推進支配人	中橋健二	周辺観光施設
9	(一社)鴨川市青年会議所	副理事長	菅原明善	周辺住民
10	鴨川ライオンズクラブ若獅子支部	会長	立野健児	周辺住民
11	鴨川サーフィンクラブ	会長	川井幹雄	海レジャー
12	鴨川市健康づくり推進協議会	会長	村永信吾	健康
13	NPO法人鴨川ガイド協会	理事	原田洋美	観光
14	城西国際大学観光学部	教授	渡辺淳一	学識
15	城西国際大学観光学部	准教授	内山達也	学識
16	学校法人文理開成学園文理開成高等学校	理事長・校長	鈴木淳	学識
17	地域おこし協力隊		橋詰良子	一般住民(移住者)
18			大内洋	公募による市民
19			岡野大和	公募による市民
20			川上周一	公募による市民
21			庄司修	公募による市民
22			林良樹	公募による市民

オブザーバー

No.	団体名	役職	氏名	備考
1	安房土木事務所	所長	吉田良治	

市行政関係

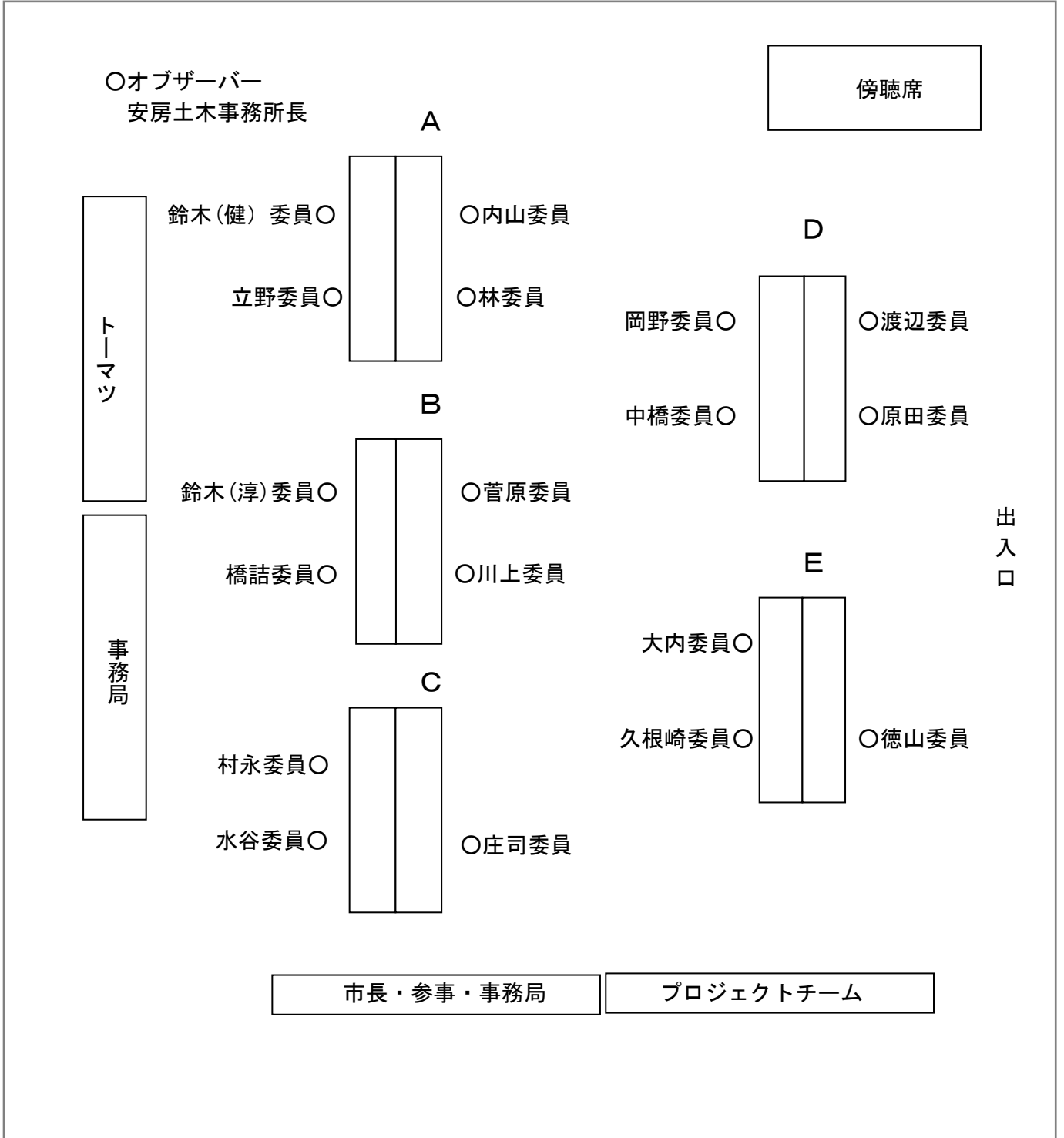
No.	団体名	役職	氏名	備考
1	鴨川市	市長	亀田郁夫	
2	鴨川市	参事	岩田知也	事務局・ 海辺のまちづくりプロジェクトチームリーダー
3	鴨川市観光課	課長	山口昌宏	事務局・ 海辺のまちづくりプロジェクトチームサブリーダー
4	鴨川市観光課	課長補佐	小柴則明	事務局
5	鴨川市観光課	新たな観光づくり係長	鈴木勝亮	事務局
6	鴨川市観光課	観光係長	廣部保幸	事務局
7	鴨川市都市建設課	課長	野村敏弘	海辺のまちづくりプロジェクトチーム
8	鴨川市企画政策課	主幹	大久保孝雄	海辺のまちづくりプロジェクトチーム
9	鴨川市農水商工課	課長補佐	小泉満	海辺のまちづくりプロジェクトチーム
10	鴨川市スポーツ振興課	課長補佐	鈴木圭一郎	海辺のまちづくりプロジェクトチーム
11	鴨川市環境課	美しい鴨川推進係長	鈴木英毅	海辺のまちづくりプロジェクトチーム

前原横渚海岸周辺の魅力づくり推進委員会 席次表

日時：平成29年6月20日（火）

午後2時00分～

場所：市役所4階大会議室



鴨川市前原横渚海岸周辺の魅力づくり推進委員会設置要綱

(設置)

第1条 前原横渚海岸一帯及び東条海岸一帯（以下「前原横渚海岸周辺」という。）の利活用に係る施策を総合的かつ計画的に推進するため、鴨川市前原横渚海岸周辺の魅力づくり推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(定義)

第2条 この告示において「前原横渚海岸周辺の魅力づくりに関する計画」とは、美しい海岸を有する本市の特性を生かし、前原横渚海岸周辺の魅力の増進及び商業機能の活性化を図ることを目的として策定した前原横渚海岸周辺の利活用に係る計画をいう。

(所掌事務)

第3条 委員会は、次に掲げる事項について調査及び審議を行う。

- (1) 前原横渚海岸周辺の魅力づくりに関する計画の推進に関すること。
- (2) その他第1条に規定する目的を達成するために必要な事項に関すること。

(組織)

第4条 委員会は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 観光業、商工業及び漁業の関係団体の代表者又はこれらの団体が推薦する者
- (3) 海岸利用者
- (4) 公募による市民
- (5) その他市長が必要と認める者

3 委員会に委員長及び副委員長を置き、委員の互選によりこれを定める。

4 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

5 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(任期)

第5条 委員の任期は、委嘱の日から平成31年3月31日までとする。

(会議)

第6条 委員会の会議（以下「会議」という。）は、委員長が招集し、議長となる。

2 会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

3 会議の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは議長の決するところによる。

4 委員長は、必要に応じて関係者の会議への出席を求め、意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、観光課において処理する。

(その他)

第8条 この告示に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

(施行期日)

1 この告示は、公示の日から施行する。

(失効)

2 この告示は、平成 31 年 3 月 31 日限り、その効力を失う。

(経過措置)

3 委員の互選により委員長が定められていない場合の会議については、第 6 条第 1 項の規定にかかわらず、市長が招集するものとする。

資料 1 本日のアジェンダ・検討資料

■ 日時：2017年6月20日(火)

■ 場所：鴨川市役所

■ 議題

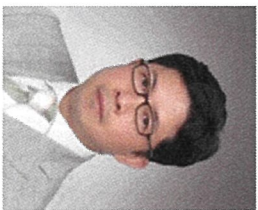
No.	議題	内容	資料
1	ご挨拶	担当スタッフの紹介	資料 1
2	本業務の全体像	本事業の全体像と、本年度業務の作業計画の確認	資料 1
3	構想の概要	昨年度策定事項の振り返り	資料 1
4	コミュニケーションルールの確認	貴市と弊社との意思疎通方法・ルールの共有	資料 1
5	協議事項	拠点エリアと鴨川の観光資源の連携方法に関するデイスカッション	資料 1

■ その他

・ 事務連絡

1 二揆摺

責任者



香野 剛
 有限責任監査法人トーマツ
 アドバイザリー事業本部
 パブリックセクターアドバイザリー
 パートナー／事業部長

経歴

- 公認会計士／英国勅許公共財務会計士
- 民間企業の会計監査、公開準備業務等に従事した後、パブリックセクター部門に異動し、中央省庁、地方自治体、医療機関、国公私立大学、非営利組織等の公的機関に対する会計監査、コンサルティングサービス業務に従事

専門性・実績

- 地方創生に関する各種案件に従事し、人口ビジョン及び地方版総合戦略等の計画策定、官民連携プラットフォームの構築、各種事業の実行の支援等を実施
- 観光分野では、マーケティング調査、観光戦略の策定、DMOのアクションプラン策定等の支援を実施
- ハラル促進区実現のためのハラル“おもてなし”構築事業、サービスイノベーション推進事業において観光事業者の支援等に従事
- 特許庁「地方創生のための事業プロデューサー派遣事業」の地方創生関連事業に従事
- 経済産業省「地域経済分析システム利活用事例調査」の地方創生関連事業に従事

主任



富田 慎二
 有限責任監査法人トーマツ
 アドバイザリー事業本部
 パブリックセクター
 シニアマネジャー

経歴

- 大手製薬会社、監査法人系フラインジナルアドバイザリー会社等を経て現職
- 公認会計士、英国勅許公共会計士、地方監査会計技能士
- 日本公認会計士協会(前)公会計委員会委員
- 瀬戸内市監査委員事務局共同設置に関する(前)市政戦略アドバイザリー

専門性・実績

- 公認会計士として、10年以上の会計監査及び公的機関に対するアドバイザリーサービスの業務提供経験を有し、会計監査主任やプロジェクトマネージャーを多数務める
 - 貴市における前原横濱海岸周辺の魅力づくりに関する計画策定支援業務
 - 静岡県・神奈川県・山梨県・山武市・旭市における公立病院の地方独立行政法人化支援業務
 - 国土交通省航空局における持株会社の設立による関西・大阪国際空港の経営統合に関する検討調査、空港民営化等の空港運営のあり方に関する調査
- 民間医療法人等に対する財務デューデリジエンス業務
- 主要著書
- 医療経営の基本と実務—経済産業省サービス産業人材育成事業 医療経営人材育成テキスト(共著)
 - 会計実務Q&A 医療機関(共著)
 - 一番やさしい公会計の本(共著)
 - 新独立行政法人会計の実務(共著)

プロジェクトマネージャー



松矢 明宏
 デロイトトーマツコンサルティング
 合同会社
 パブリックセクター
 シニアコンサルタント

経歴

- 福島県震災復興関連事業の管理組織立ち上げ及び運営に従事
- 国の補助金事業の立ち上げから運用(確定検査)の経験も持つ

専門性・実績

- 福島県浜通り地域における地域復興にむけた事業者の選定スキーム及び事業管理組織の検討と立ち上げ・運用。シニアコンサルタントとして、業務の設計から国・福島県・企業との調整を担当
- 経済産業省管轄の復興事業に係る補助金管理組織の検討と立ち上げ、確定検査に耐えうる経費申請業務フローの構築、運用を実施。シニアコンサルタントとして、業務の設計から顧客及び国との調整を担当 等

担当者



田中 亮伍
 デロイトトーマツコンサルティング
 合同会社
 パブリックセクター
 シニアコンサルタント

経歴

都市計画コンサルタント会社にて、総合計画、都市プラン、教育、福祉等関連計画策定に従事。地方自治体の幅広い行政計画の策定、まちづくり支援の経験が豊富。

専門性・実績

- 地方公共団体におけるまちづくり計画等の策定業務
 - 総合計画策定支援業務
 - 地域別まちづくりビジョン策定支援業務
 - 都市プラン戦略策定業務
 - シニアプロモーション戦略策定支援業務
- 行政機関における評価業務
 - 地方公共団体における政策・施策進捗管理システムの構築
 - 社会教育に関するロジックモデルの構築
- その他行政計画の策定
 - 教育振興計画、就学前教育保育マニュアル作成支援業務
 - 各種福祉計画(介護・子育て・障害者計画策定)
- 地方人口ビジョン・総合戦略策定業務、地方創生関連事業支援業務
 - 自立可能な地域運営組織の立ち上げ支援業務
 - 「生涯活躍のまち」構想・計画策定支援業務

担当者



福井 さん
 有限責任監査法人トーマツ
 アドバイザリー事業本部
 パブリックセクター
 シニアスタッフ

経歴

- 都市計画コンサルタント会社、交通コンサルタント会社を経て、平成28年5月より現職。
- 技術士（総合技術監理部門、建設部門）

専門性・実績

- 自治体の公共施設等総合管理計画の策定支援に多く携わる。
- 個別の公共施設の建て替えについては、PFI（民間資金活用）の可能性調査などの実績を持つ。
- 自治体の都市レベル、地区レベルの交通実態の把握及び交通計画の策定に多く携わる。
- 国土交通省地方運輸局の観光調査（多言語化調査、サポーター派遣調査）、地方自治体の観光調査（国内客調査、訪日外客調査）などに携わる。
- 伊勢神宮の渋滞対策などにおいて、パーク＆ライド、パーク＆サイクルライドなど二次交通を活用した観光まちづくりにも携わる。

担当者



柳橋 雅彦
 有限責任監査法人トーマツ
 アドバイザリー事業本部
 パブリックセクター

経歴

- 神奈川県横浜市職員、コミュニティファンド理事を経て現職
- 地方監査会計技能士

専門性・実績

- 横浜市にて5年以上の実務経験を有し、福祉・人事、都市プランの再定義等の施策に携わる
- コミュニティファンドの理事として法人設立の経験を有するとともに、プログラムオフィサーとして新規事業の構想策定等を実施。ワークショップデザインやフアンダーシップの経験を豊富に有し、ツールカフェやフェューチャーセッション等の企画運営が可能
- 経営学の知見を有し、マーケティング戦略策定やビジネスプラン策定が可能
- 東京都国分寺市総合ビジョン策定支援業務での各種統計データ分析や市民会議・市民ワークショップ等のファシリテーションを実施
- 滋賀県観光マーケティング分析業務において、アンケート調査の実施と分析、経済波及効果に関するアドバイザリー等を担当
- せとうち観光推進機構における“ラゲジュアリークルーズ”市場構築に向けた先進事例及び需要調査業務（平成28年度）
- 民間企業のリスキガバナンス業務におけるヒアリング調査の設計や改善方針案の策定を実施 等

主要著書

- 金融機関のための観光業界の基本と取引のポイント（共著）
- 地方自治職員研修（寄稿）

2 本業務の全体像

昨年度は全六回の検討委員会及び市民・学生シンポジウムを通し、計画の目指す姿や方針を策定してきた

昨年度業務の振り返り

- 第一回検討委員会：平成28年8月2日
 - 委嘱状交付
 - 委員紹介(自己紹介)
 - 地方創生にかかわる鴨川市の取組みについて
 - 今後のスケジュール確認

- 第二回検討委員会：平成28年9月14日
 - 委員アンケート調査の結果確認
 - 「前原横渚海岸周辺の魅力づくりに関する計画」策定業務委託仕様書(案)に関する意見交換

- 第三回検討委員会：平成28年10月19日
 - 委託業者選定

- 検討委員ヒアリング：平成28年10月下旬
 - 推進会議の位置づけ及び今後のプロセスの認識合わせ
 - 各委員の課題認識のヒアリング・将来イメージの共有

- 第四回検討委員会：平成28年11月9日
 - 本市の抱える課題の仮説について共有
 - 本市の目指すべき姿の方向性について認識確認
 - シンポジウムの実施方針連絡

- シンポジウム開催：平成28年12月17日
 - 講演 「マーケティング視点からの地域活性化」
講師 日南市マーケティング専門官 田鹿倫基氏
 - 対談「地域の活力を生み出す拠点に求められる機能」

- 学生向けシンポジウム開催：平成28年12月18日
 - フューチャーセッション
「エリア活性化拠点BEACH PARKをつくらう！」

- 第五回検討委員会：平成29年1月18日
 - 現状・課題調査分析結果報告
 - 先行事例調査結果報告
 - リソース調査結果報告
 - 目指すべき姿の実現に向け、必要となる事項の方針検討

- 第六回検討委員会：平成29年2月23日
 - 計画策定報告
 - 計画策定後に必要な作業の共有・連携体制の構築
 - パブリックコメントを踏まえた修正事項を報告
 - ベンチャー企業との連携に向けたレクチャーを開催



2 本業務の全体像

本年度の業務は3つのSTEPのうち計画策定と実現可能性の検証という段階に属している

本事業の全体像

仕様書大項目
 作業内容
 仕様書未記載事項

作業概要		各業務の具体的な内容			
ヒト	モノ	カネ	情報		
ベンチャー事例の分析 事業推進主体に求められる要件の検討	鴨川市の現状・課題整理 ベンチャー事例の分析 目指す姿の設定 必要な機能の検討	ベンチャー事例の分析 初期投資資金調達にあたっての選択肢の提示 助成金申請に向けての各種資料作成	鴨川市のイメージ分析 プロモーションにおける課題の特定 今後の情報発信に向けた方針の提示		

- 現状・課題の整理
- 目指す姿の設定
- 目指す姿の実現に向けた課題の抽出
- 必要な資源の調達に向けた選択肢の提示

構想的策定

STEP1

計画策定と実現性の検証

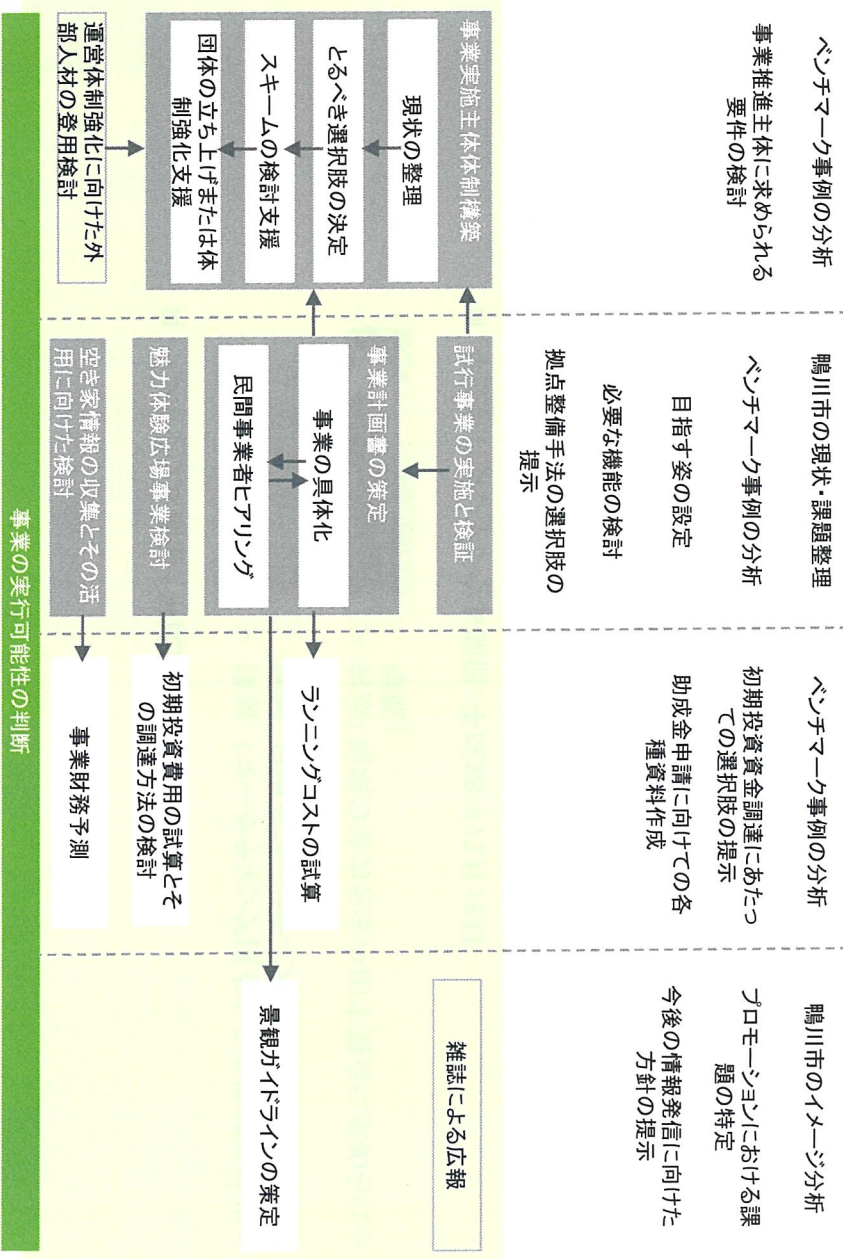
STEP2

【2017年度実施項目】

- 資源調達に向けた選択肢の具体化
- 各選択肢について、実現可能性の検証
- 最適な方法の決定と実行に向けた準備

- 実現に向けた事業者との協議
- 計画実現に向けてのプロジェクトマネジメント

STEP3
計画の実行



事業運営主体と各種企業の連携支援
 事業実施主体の持続可能な運営に向けた支援

事業計画をもとに事業者との協議
 連携・業務委託等に係る企業選定

試算をもとに事業者との協議

事業実施主体によるプロモーション・ブランディングの支援

雑誌による広報

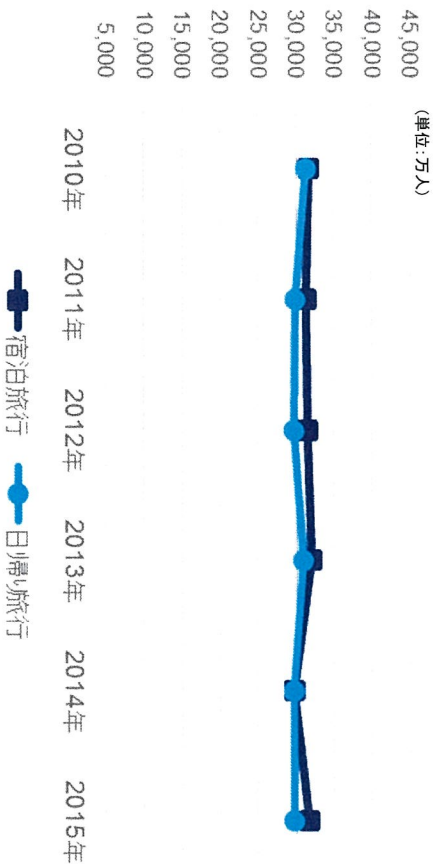
3 構想の概要

鴨川市が置かれている「国内旅行市場」「海水浴市場」は厳しい環境にあり、既存観光客の囲い込みやターゲットの見直し、提供価値の見直しが求められる

鴨川市が現在置かれている環境

国内旅行市場の動向

■ 国内旅行客数は横ばいの状況にあり、人口減少の傾向からも今後の自然増加は期待できない



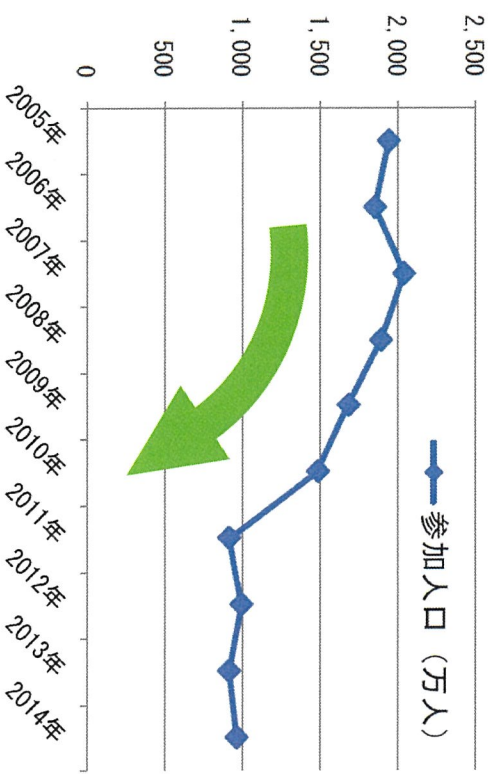
出所:観光庁「平成28年版観光白書」

⇒ 成長が望めないため、**既存観光客の囲い込み**によるシェア維持が求められる。

また、外国人旅行者等**成長が見込まれる層へのアプローチ**も重要となる

海水浴場の集客状況

■ 海水浴客は減少傾向にある
■ 「怖い／危険」、「日焼けする」、「水着にならない」といけないといったイメージをもたれている



出所:公益財団法人日本生産性本部 「ビジョナー白書2014」

⇒ 減少を続ける海水浴については、**提供価値の見直し**が求められている

鴨川市は認知やアクセスといった強みを活かすことで、求められる要件を満たすポテンシャルを秘めている

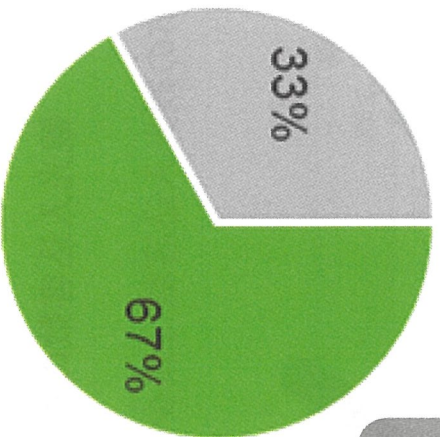
満たすべき要件と鴨川市の有する強み

既存観光客の囲い込み

■ 既存観光客（一度は鴨川に来たことがある人）が多く存在するため、囲い込みにおいては有利な位置づけにある

【鴨川市への訪問経験は高い水準にある】

東京
在住者
N=100



東京在住者の7割近くが何らかの理由で鴨川に訪問した経験を有する

■ 訪問経験あり / ■ 訪問経験なし

出所：鴨川市「観光アクションプラン策定事業 報告書」

新規観光客の獲得

■ 鴨川市は羽田空港・成田空港の双方から比較的アクセスしやすい位置づけにある

エリア	空港からの所要時間(*1)	
	成田	羽田
鴨川	100分	70分
九十九里	60分	80分
藤沢	120分	50分
熱海	160分	100分
伊豆	240分	190分

*1：自動車を利用した場合に想定される所要時間の目安



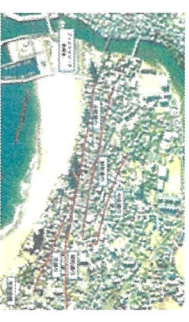
成田空港からの旅客に向けた取り組み
<http://www.chibustory.jp/index.html>

提供価値の見直し

■ 遊休地の活用や各種資源との連携により、提供価値を変化させる力を有している

【活用可能な遊休地】

- 市民会館跡地
- コイツヤリーナ後背地



【連携可能な各種資源】

- 医療・介護等との連携によるヘルスツーリズム
- 学校との連携による海洋教育
- 漁港の新鮮な魚介や房総のジビエと連携した食の提供

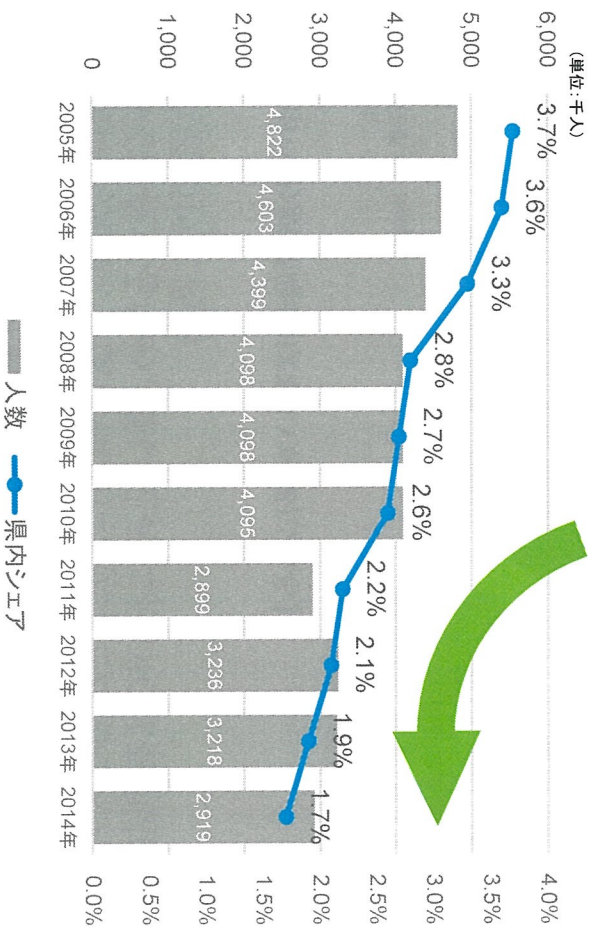
● 鴨川市の現状

現状はマクロ環境からの恩恵を受けられおらず、また市が有するポテンシャルの活用もできていない状況にあり、課題解決に向けた取組が求められている

鴨川市の現状

観光入込客数の推移

■ 鴨川市の観光入込客数は減少を続けている

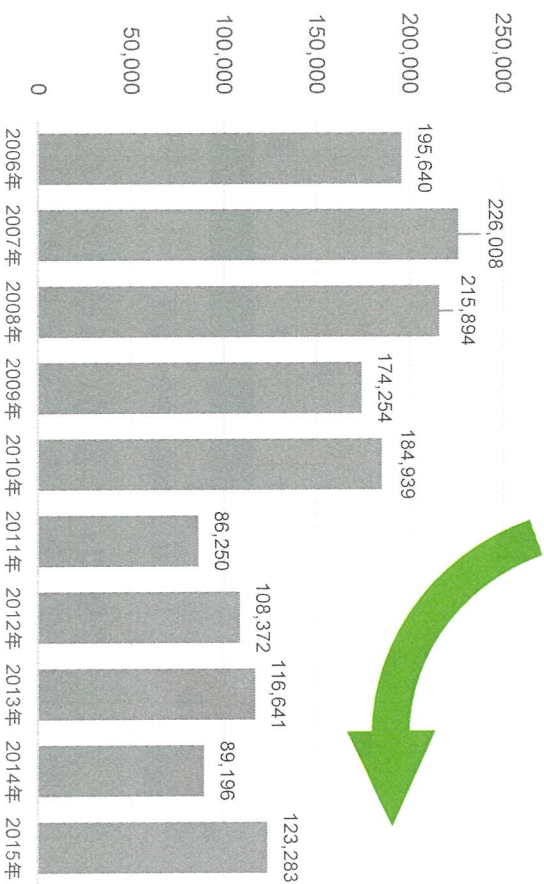


出所：鴨川市「観光アクションプラン策定事業 報告書」

⇒ 観光入込客数・県内シェアがともに低下し続けており、既存観光客の囲い込みや新規観光客獲得ができていない

鴨川市海水浴場の集客状況

■ 鴨川市の海水浴場への入込客数は減少傾向にある



出所：鴨川市 観光入込客数調査

⇒ 海水浴客は減少基調が続いており、提供価値の見直しが必要

前原横渚海岸周辺エリアの活性化について、委員会へのアンケートによる定性分析とデータ調査などの定量分析により5つの課題を特定した

現状分析により特定した5つの課題

1

海岸の魅力活用不足

活用のコンセプト不足、リゾートのイメージ形成不足、海水浴以外のコンテンツ不足、情報発信・PR不足

2

安全・衛生面の懸念

観光客の安全を守る仕組みが不足、公園・トイレ等の整備不足

3

周辺施設の活力喪失

周辺商業施設の衰退、周辺施設の老朽化

4

良好でない観光客受入環境

駅から海岸までの雰囲気形成の不足、駐車場への案内不足、路上駐車横行

5

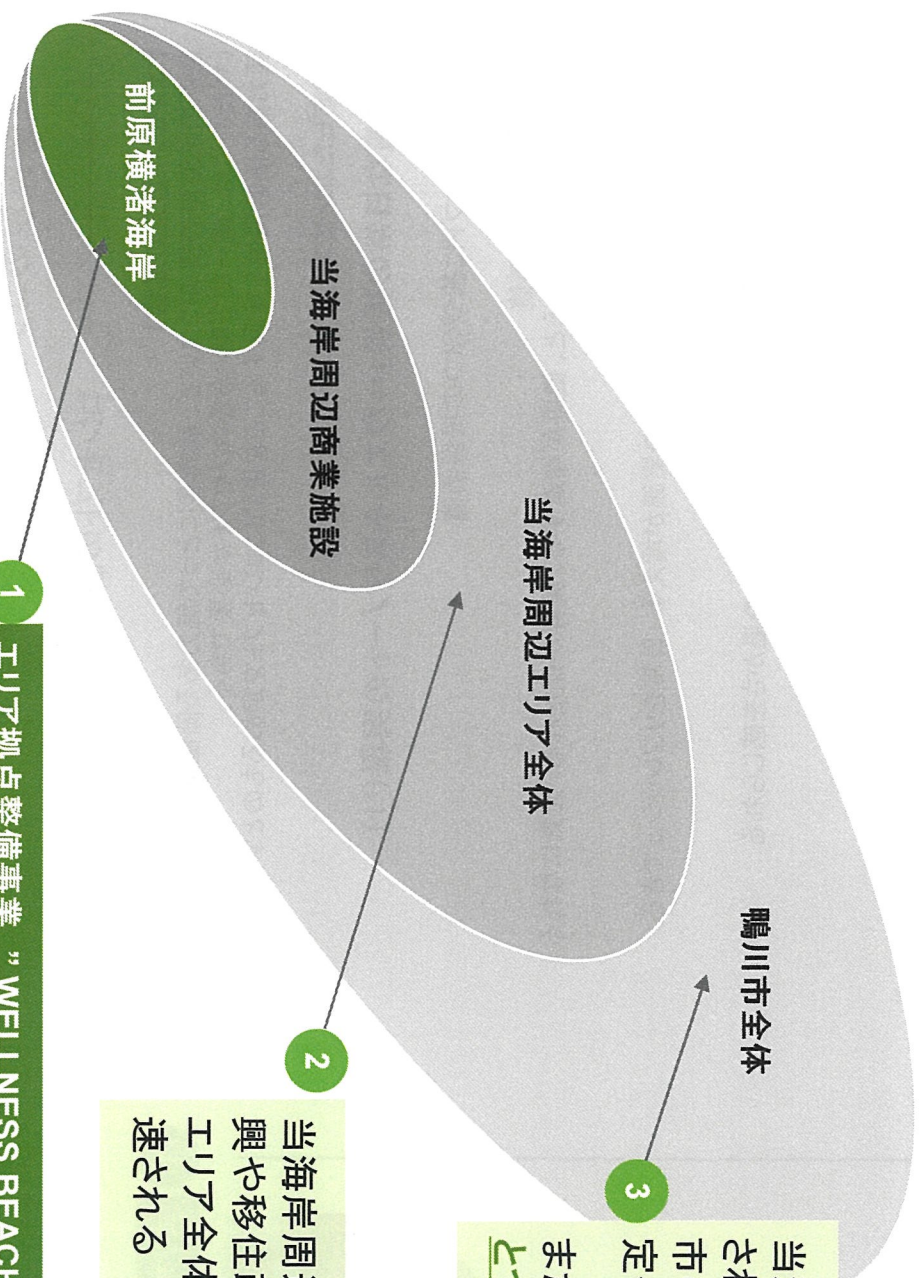
潜在的観光資源の分散・未利用

観光リソースが分散し、ゾーニングができていない、遊休地・空き家・空き駐車場が活用できていない

目指す姿

統一的なエリア活性化施策の推進により「観光客の増加」×「消費額の増加」を生み出し、鴨川市全体を活性化させる基点となること、当海岸の目指すべき姿である

目指すべき姿



3 当海岸周辺エリア全体の活性化によって生み出される効果を波及させ、地方創生を実現し、鴨川市の商業再生、鴨川版CCRC等と併せて移住・定住促進へとつなげる

また他の海岸や山林部の観光客、消費額増加へとつなげていく

2 当海岸周辺の観光客と消費額の増加と共に、商店街再興や移住政策などの振興施策の総合的な実施により、エリア全体の「観光客の増加」×「消費額の増加」が加速される

1 エリア拠点整備事業 “WELLNESS BEACH”

当海岸へのエリア拠点整備事業等により、「観光客の増加」×「消費額の増加」を生み出す基点づくりを行う

「良質な日常の提供」というコンセプトに基づき、統一的な価値提供を実施する

将来像実現のコンセプト

コンセプトの設定

コンセプトの波及イメージ

【コンセプト設定の意義】

前原横濱海岸の拠点について、観光客にとって魅力ある価値提供を検討していくためには、統一的で軸となるコンセプトが必要である。
魅力ある価値提供を実現することを目的にコンセプトを定めるものとする。

【設定したコンセプト】

「良質な日常の提供」＝ウエルネスリゾートの実現(*1)

■ コンセプトに基づく3つの提供価値

① **身体的価値**
鴨川を訪れると、健康が増進する、美容が保たれる、元気になれる

② **精神的価値**
鴨川を訪れると、家族の笑顔が増える、日常をリフレッシュできる

③ **社会的価値**
鴨川を訪れると、自分の居場所や人の温かさを感じられる

■ コンセプトに沿わない価値は提供しない

- ▶ 特定の顧客層だけに支持される排他的な価値
- ▶ 刺激や目新しさのみを求めるイベント
(例) 夜間の音楽・ダンスイベント、爆買い観光プログラム など

【鴨川市観光コンセプトとの整合性】

拠点のコンセプトは、鴨川市の観光コンセプト「心が満たされる、癒しのリゾート鴨川」と整合させる必要がある。
「良質な日常の提供」によって観光客の心が満たされ、癒しがもたらされることから、拠点コンセプトは観光コンセプトに適っていると考えられる。

1

エリア拠点において「良質な日常」の具現化



- あたにかい人のつながり
- 自然の中での運動
- 景観の整備されたおしゃやかなカフェ
- おいしい野菜・海産物

2

良質な日常のイメージを周辺エリア全体へと波及させ、「心が満たされる、癒しのリゾート鴨川」を実現



- 帰ってきたい第二のふるさと
- 暖かく癒されるまち
- 自分を取り戻せる場所
- 田舎リゾート

当海岸周辺エリア全体

エリアの拠点

*1:ウエルネスとは

身体、精神、社会的な健康やかさを維持・発展させるための行動。健やかな状態を、病院等での治療と
いった一時的な機会に委ねるのではなく、生活全体を良質なものにすることで実現させる考え方。

(参考資料)

AOSHIMA BEACH PARK

AOSHIMA BEACH PARKの様子



日中のビーチの活用イメージ、フラッグやパラソルを設営

- 海だけでなくビーチを活用することにより、ターゲットの拡大と集客期間の延長が期待できる

夜間もサービス提供が可能、照明によってリゾート感を演出

- 夜のコンテンツを提供することで、観光客の滞在時間を延ばし、宿泊客増加につなげる

● 目指す姿

青島では日本財団の渚の交番の仕組みを活用しながら、ビーチパークによる多様なサービス提供や安全・安心な地域づくりを実現している

事例調査

名称	概要
AOSHIMA BEACH PARK	
所在地	宮崎県宮崎市青島2-233
	提供サービス
■ ターゲット	
▶ メインターゲット(*1)	25歳以降の女性
	*1:実際には青島が好きな方が年齢層に関係なく幅広く訪れている
コンセプト	「海のある暮らし」 海を日常生活のそばにある存在にする 海水浴以外の海の楽しみ方を提案する
■ サービス内容	
▶ 常設	・レストラン、カフェ、アパレルショップ(*2) ・アクティビティ(SUP、アウトリガーカヌー) *2:アルコール飲料も提供している
▶ イベント	・ビーチヨガ ・アートを呼んだ音楽イベント ・ビーチクリーン
■ プロモーション方法	▶ 特設HPの開設、Facebookページの活用、タブロイド紙の発行



写真出所: 当法人にて撮影



ビーチヨガイベントのチラシ
写真出所: AOSHIMA BEACH PARK HP
<http://aoshimabeachpark.com/>

特徴的な取組(概要)



ビーチパークでの多様なサービス提供

海岸を使ったヨガ等のイベント、SUPやカヌーといったアクティビティ、レストラン・カフェでの食事提供、地元素材にこだわった商品開発・販売、シートボックスのレンタルなどがなされている。
また、ビーチパークは4月から9月末まで営業しており、観光期間の長期化に寄与している。さらには、21時まで営業しているため、観光客の滞在時間を長くし、宿泊客の増加にもつながっている。



コンテナを活用したショップ

コンテナショップを活用し、初期投資を抑えると共に、統一感あるおしゃれな空間を作り出している。
常設店舗5店と期間限定店1店舗が開設されている。



写真出所: AOSHIMA BEACH PARK HP
<http://aoshimabeachpark.com/>



渚の交番の活動

飲食販売等の業者を選定し、海の家を設置・運営する。年間を通して海辺や海辺以外の地域各所をパトロールする。各団体や観光協会、企業、その地域に住む人達と共に海辺のイベントを企画し、実施する。
サーフィン・ビーチバレーなどの体験教室も開いている。また、海辺の環境や動物の保護・調査活動も行っている。



魅力的なプロモーション

毎年特設ホームページとFacebookページを開設し、写真・動画を内容に盛り込みプロモーションを行っている。またタブロイド紙を発行し、周辺地域の魅力を取り上げている。
プロモーションとしては、PR(Public Relations)に力を入れており、写真を撮り、拡散されやすくなる景観形成がなされている。また、ブランドイメージの形成のため、リアコントロールは厳しくなされており、空間の価値を下げるような取組については断っている。

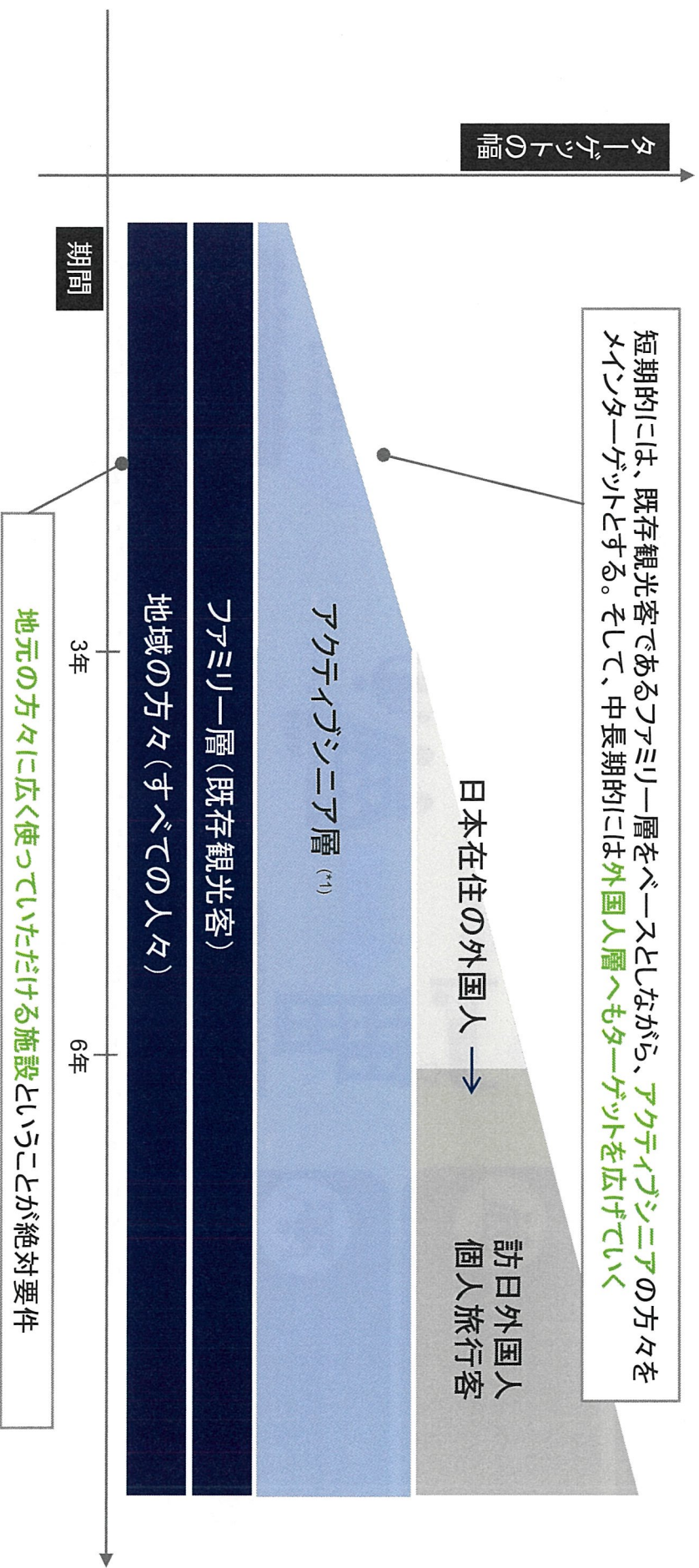
アクティビジニアをメインターゲットに置きながら、中長期的に多様な方々に訪問いただける観光拠点の創出を目指すことが有効である

ターゲットの選定について

ターゲット選定の軸

- 地域の方々に広く開いた拠点とするためにも、他の観光客を排除しないターゲットであること
- 目標としている「観光客の増加」と「消費額の増加」の双方を実現できること
- 他の施策との連携がしやすいなど、町としての方向性に合致すること

短期的には、既存観光客であるファミリー層をベースとしながら、アクティビジニアの方々にメインターゲットとする。そして、中長期的には外国人層へもターゲットを広げていく



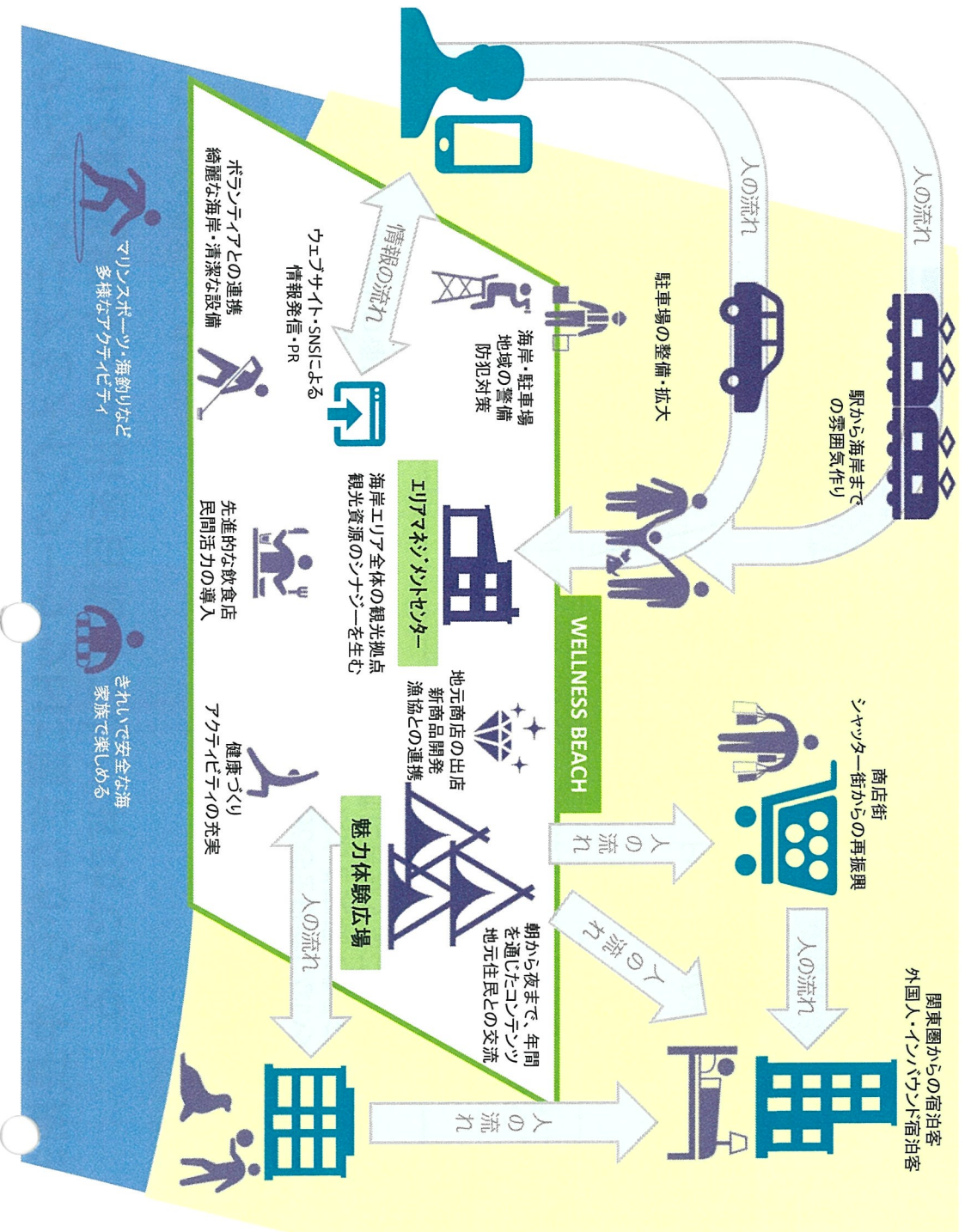
*1: 比較的健康に関心が高いシニア層、孫がいる年代であり、世帯所得は比較的高水準という特徴を有する

● 目指す姿

エリア活性化の拠点としてWELLNESS BEACHを整備し、当海岸が抱える課題を解決するとともに、「良質な日常」のイメージを醸成するシンボルとする

「WELLNESS BEACH」全体イメージ

ペナフィット



【地元住民】
・近隣において斬新な飲食店や健康的なアクテナビティを体験できる
・海岸周辺を含めた活性化・安全性の向上が期待できる



【地元商店・サーフショップ】
・WELLNESS BEACHへの出店による増収が期待できる
・WELLNESS BEACHを目的とした観光客の流入による新規顧客の獲得が期待できる



【地元宿泊施設】
・WELLNESS BEACHを目的とした観光客の流入による新規顧客の獲得が期待できる



【地元観光関連施設】
・観光客の相乗的な誘引効果が期待できる



【WELLNESS BEACH出店業者】
・新たな出店・イベント開催スペースとして事業拡大が期待できる

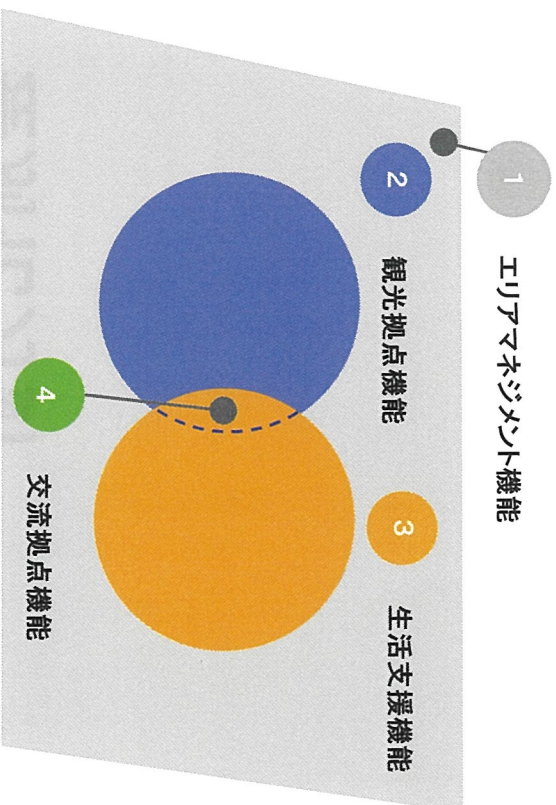


【本市】
・本市及び当海岸周辺エリアのブランドイメージ向上が期待できる

拠点に求められる機能を踏まえ、それらを提供するための仕組みを整備していく

整備すべき拠点の機能

拠点に求められる4つの機能



- ① **エリアマネジメント機能**
エリアの活性化に向けて、統一的な方向性を示し、プロジェクトマネジメントを担う。また、他施策との連携を積極的に図り、鴨川市全体の活性化につなげていく機能
- ② **観光拠点機能**
鴨川市外部から訪問する人に対するワンストップ窓口となり必要な情報を提供する。また、待合や地域産品販売などの機能も併せ持つ
- ③ **生活支援機能**
鴨川市内の方々の生活を支える機能。行政機能や防災機能を持たせ、市民が日常的に活用する場とする
- ④ **交流拠点機能**
訪問客と地域の魅力の交流を促す機能。人が集う場所やコンテンツを提供する

求められる機能を実現する仕組み案(*1)

エリアマネジメントセンター

- エリア活性化の拠点施設
- 観光客も地域の方も訪れたくなる機能を持たせる

▶ 観光案内

観光客に対し、観光情報やイベント情報をワンストップで提供する
外国人へルゲデスクを設置する

▶ 待合・休憩スペース

観光客が気軽に立ち寄り待合・休憩できるスペースを設ける

▶ エリア活性化事務局

エリア活性化に関する各事務局が横断的に集うスペースを整備する

▶ 子育てひろば機能

子育て中の方が集い、情報交換できるスペースを設ける

▶ 情報発信施設

コミュニケーションラジオ局等の設置や、防災放送設備等を整備する

▶ 移住促進

観光客が鴨川への移住について気軽に相談できる施設を整備する

魅力体験広場

- 海岸を活用したコンテンツ提供やイベント開催を担う
- 観光客と地域の魅力が変わるために機能を持たせる

▶ アクテイビティ受付

海岸を活用したアクテイビティ等の企画・提供や、自転車等機材の貸し出しを行う

▶ 地域産品販売

鴨川周辺の食や工芸品等を気軽に楽しめる場を提供する

▶ イベント開催

観光客と地域の人々双方が楽しめるイベントを企画・提供する

*1: 海岸に隣接する地域であることから、津波対策等の防災機能についても留意する、その一環として「津波警告フラッグ」や「津波フラッグ」の採用も検討する

差別化方針

鴨川市の強みであり、産業振興への波及が期待できる「ヘルスケア」を軸に、他の観光地との差別化を図る

差別化を図る特徴的な価値提供を検討する

差別化検討の視点

ヘルスケアによる産業の広がり

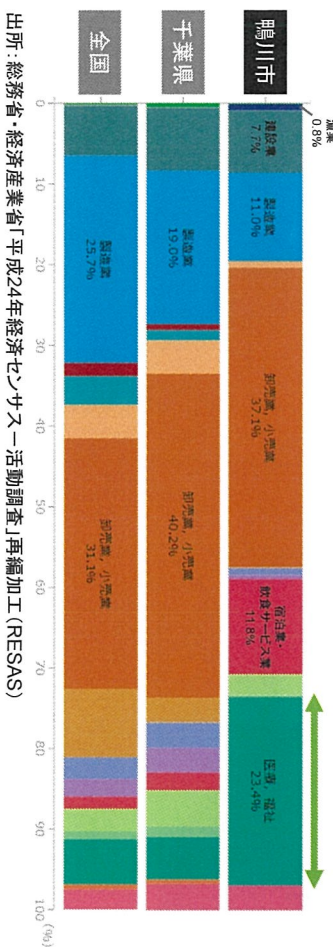
- 鴨川市の強みを活用でき、市場として魅力的でターゲットに訴求できる「ヘルスケア」を差別化の軸に定める。

- ヘルスケアは多様な産業と連携することができる(新ヘルスケア産業)
- 医療福祉周辺産業の振興は、鴨川において、産業振興や、新たな雇用創出の機会となる。

【鴨川市の強みを活かすことができること】

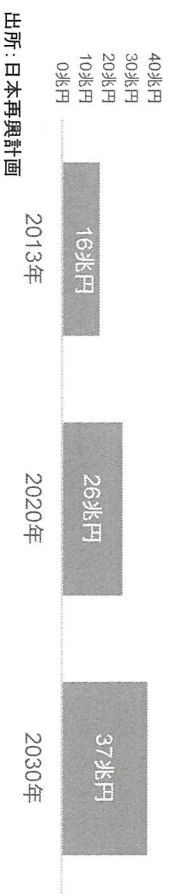
- 産業構造から鴨川市は宿泊・飲食といった観光関連サービスのほかに、医療福祉の占める割合が大きい
- 鴨川版CCRC等、医療福祉を軸としたまちづくりを進めている

産業別売上高比率



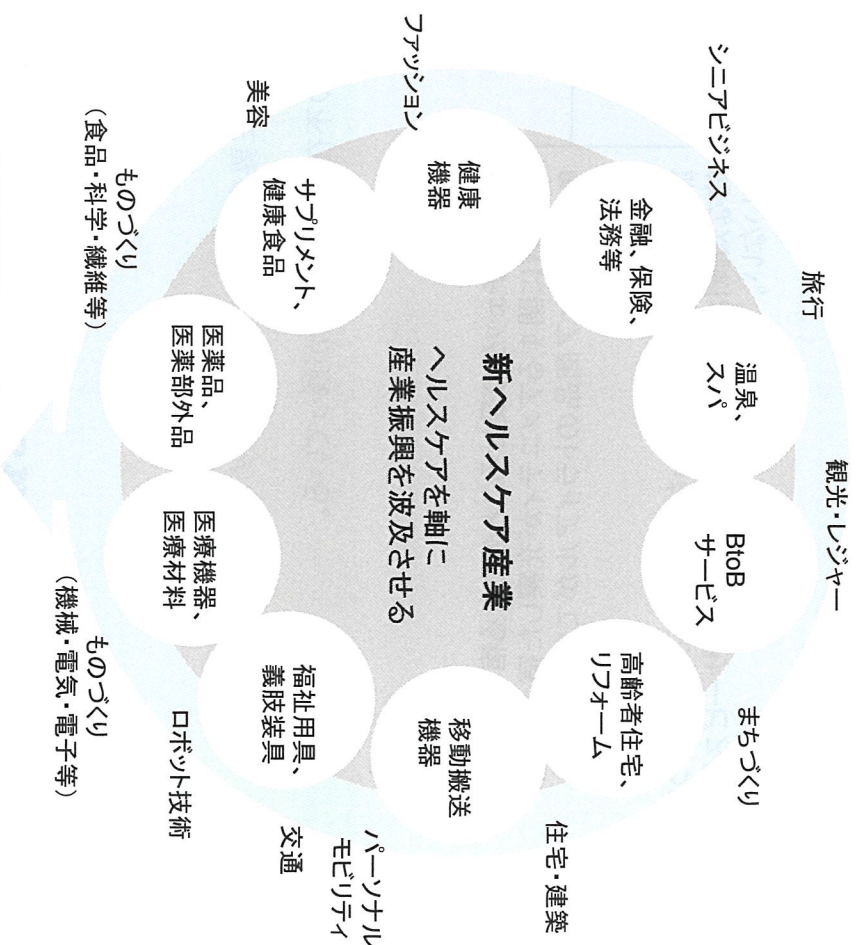
【注力することで得られる価値が大きいこと】

- 医療福祉ヘルスケア市場は急激に拡大しており、市場から得られるベネフィットが大きい



【ターゲットに訴求できること】

- メインターゲットとするアクテイングニア層はヘルスケアに関心が高い。内閣府による高齢者の日常生活に関する意識調査では、不安に感じる点として「自分や配偶者の健康や病気のこと」という回答が過去四回の調査で常に1位となっている



ヘルスケアによる産業振興、雇用の創出

多様な産業を巻き込み、ヘルスケアの三要素を満たすことで観光振興を図ることが求められる

観光におけるヘルスケアの三要素

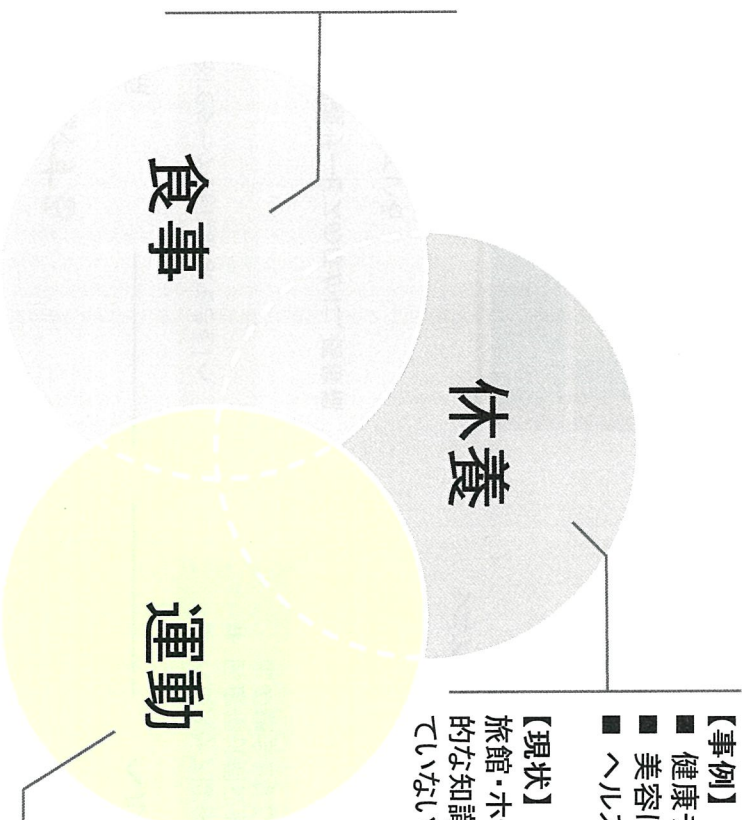
- 観光において、ヘルスケアとしての提供価値を高めるためには休養・食事・運動の三要素をそろえることが求められる。
- 休養・食事については、専門家と連携した商品開発・サービス開発が求められる。
- 運動については一つの事業者のみで整備することが難しいことから、整備主体の不在といった課題が残っている。

- 【事例】**
- 健康チエツクの受けることのできる宿
 - 美容に関するアミニティが充実した宿
 - ヘルスケア商品のトライアルができる宿

【現状】
旅館・ホテル等が主体となるが、ヘルスケアについて専門的な知識は有しておらず、商品開発・サービス開発に至っていない。

- 【事例】**
- アンチエイジングのメニュー開発
 - 地域産品を活用した健康によい土産物の開発

【現状】
飲食店・宿泊施設等が主体となるが、ヘルスケアについて専門的な知識は有しておらず、商品開発・サービス開発に至っていない。



- 【事例】**
- 観光客が気軽に運動を楽しめるプログラム
 - その土地の特徴を生かした運動プログラム
 - 新しい運動に挑戦できるインストラクターの指導

【現状】
整備の主体が不在であり、観光客が気軽に運動を楽しめる環境になっていない

目指す姿の実現に向けた検討



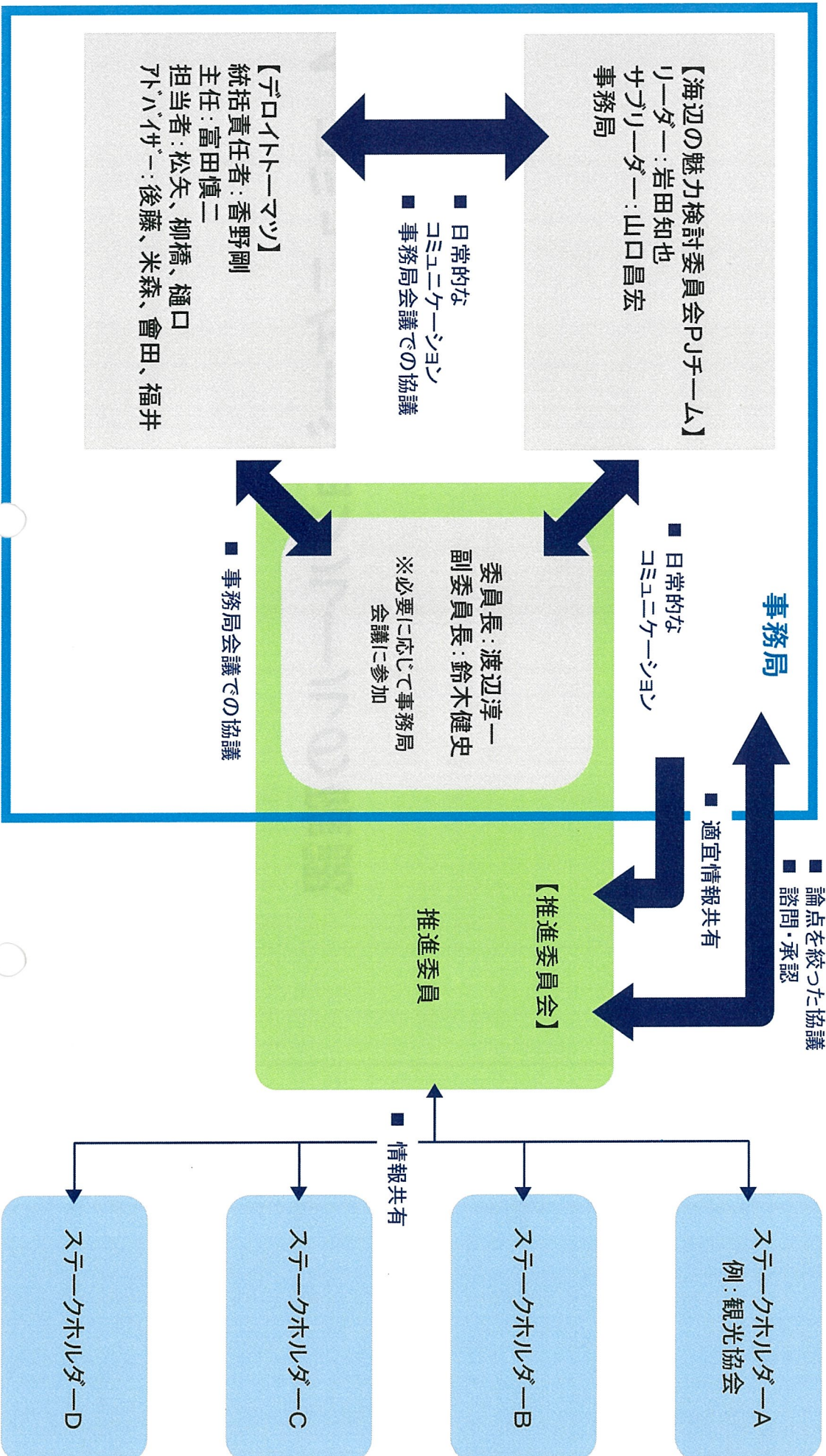
2017年度実施事項の工程表(案)

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
マイルストーン		▼業務開始 ▼会議	▼会議	▼会議		▼会議		▼会議		▼会議	▼会議 報告書提出▼
I 事業計画の策定			①拠点整備方針の検討		②事業計画の検討		③周辺住民との連携支援		④景観ガイドラインの策定		
II 事業実施主体体制構築支援			①現状の整理 ②選択肢の検討		③選択した事業主体の体制を整備するための取組		④団体の立ち上げまたは体制強化支援				事業の実行可能性の判断
III 試行事業の実施と検証			①レクリエーション機会の提供・プロモーション ②試行事業の効果検証								
IV 魅力体験広場事業実に向けた検討					①魅力体験広場事業実施計画			②魅力体験広場事業参入事業者選定			
V 空き家情報の収集とその活用に向けた検討					①空き家情報の収集		②チャレンジショップ開設に向けた検討				
VI その他 (推進委員会の運営)		推進委員会の運営	推進委員会の運営	推進委員会の運営	推進委員会の運営	推進委員会の運営	推進委員会の運営	推進委員会の運営	推進委員会の運営	推進委員会の運営	推進委員会の運営

4 コミュニケーションシヨンルールの確認

それぞれの役割を明確化し、効率的・効果的な検討体制を構築する

ステークホルダーの関係整理(敬称略)



5 協議いただきたい事項

中長期的に、広域での「良質な日常の提供」を実現するための方策を検討する

広域での「良質な日常の提供の実現」

【テーマ】

- ① 鴨川市内には、「良質な日常の提供」に資するどのようなリソースがあるでしょうか【15分】
- ② 南房総には「良質な日常の提供」に資するどのようなリソースがあるでしょうか 【10分】
- ③ 海岸の拠点と、それら広域のリソースを連携させることで、どのようなサービス提供・ブランドディング等が実現できるでしょうか【10分】

【方法】

グループディスカッション

【その他】

グループごとに出たアイデアをワークシートに記載してください



【第二回検討委員アンケート結果】

資料4

No.	所属	氏名	行政の役割	民間企業の役割	市民の役割	自身が関与したいこと	商店街再生
1	一般社団法人 鴨川市観光協会	鈴木 健史	予算措置、枠組みの決定、委員会の運営	委員会決定事項における実現の協力	委員会における提案及び実行	全面的に協力します。関係他社への働きかけ、枠組みの決定プロセスでの協力、自社ホテルにおける対応等、できることは何でも致します。	②に賛成。商店街と言っても住宅でもあり、居住権や地権の問題を解決できない。そのエネルギーは他に振り向けないと現実的なプロジェクトの推進は困難であると考えます。
2	鴨川市観光協会	藤巻武仁	核となる人材および組織の確立。行政組織において横断的な権限を持ち目的に特化した人材および組織（チーム）の編成。核となる人材の登用（上部行政組織や一般企業からの招聘）。	海岸エリアの活性化を主眼とし、これに関わる事で利益に繋がることであれば民間としては協力しやすい。	観光客への「おもてなし精神」の醸成。	事業として成り立つものであれば、参入、協力したい。	現状、マリナー後背地に活用し集客力のある施設をつくり顧客の流れができれば、その近隣にある旧商店街も必然的に活性化していくものと考えます。
3	鴨川市商工会	清水 宏	・「都市計画」づくりと「企業誘致施策」	・第1次から第3次産業（生産、加工製造、流通、販売、サービス、情報、金融）の地元産業並びに企業誘致事業者等が連携を深め、地域資源の活用の図れる「地産地消」的な関係を保つ努力と情報の共有により、地域住民・来訪者ごとの対応を考えた、オリジナリティーある「鴨川スタイル」のおもてなしを確立し、地域のにぎわいを取り戻す。	・地域住民の自主的なコミュニティづくり。自分たちの町に住んでいる住民が責任を持って作り上げ、維持管理を担い、住民の共有財産としての街並み・自然景観を保ちつつ、来訪者の受け入れに積極的にかかわれる雰囲気づくりを行い、自分たちの町である「鴨川」に郷土愛と誇りを持てるコミュニティに育てる。	・コミュニティや地域づくり。空き店舗活用対策の事業化。地域資源の利活用。	・考え方②各々の店舗（個店）を存続させるのでは無く、商店街という機能を再構築する考えで取り組むべきと思います。単なる「空き店舗対策」では無い、地元生活者、来訪者への利便性や必要な機能を取り入れた、必要な場所に最適な店舗を配置し、魅力ある商店街づくりを目指す。「鴨川での生活スタイルを売る商店街」づくり。
4	鴨川市商工会	福田 雄一郎	役割…大まかな枠組み作り 市外からの企業、スポンサー誘致 公的なPRの発信 期待する取り組み…市役所内の横断的な専従チームの結成、またその組織強化	役割…枠組みの中と外からの活性化 期待する取り組み…エリア内から発信する新商品、新ブランド、イメージ作り等、エリア外からのコラボレーション	役割…エリア活性の活力財、SNS等の草の根PRの期待 期待する取り組み…同じくSNS等の草の根PRの期待、イベントボランティア、ただ初めはイベント等での自発的な動きは期待しずらく、まず行政や市内団体呼び水とした方がいい	商工会という団体の特性から商品開発、PR等で協力していきたい	-
5	鴨川市漁業協同組合	徳山英樹	市民、企業との重要なパートナーであり、地域の強みを活かした取組、ブランド力を持った商品、サービスの開発等	民間企業の得意とする分野を活用した取組	同じ認識のもと、一丸となって鴨川市を盛りあげる。	イベント等への協力	①非常に難しいと思われます。②可能だと思いません。駐車場の整備も同時に行うなどして
6	鴨川温泉旅館業協同組合	久根崎達郎	いち早い構想の確定、計画の策定並びに実施。一事業体の大型施設の施設ではなく、市内の民間企業が多く参入可能な構想であり、市民と観光客双方に魅力のあるエリアになることが望ましい。問4の回答と重複しますが、新しい商店街が、海岸通りに出来上がるように考えてほしいが、エリア全体を考えると商店街のみにこだわることなく、現況ならびに近未来のニーズに合った多種の要素をもったエリアとなるよう、構想をたたえていただきたい。そしてまた実施に向けての計画づくりにいち早く取り組んでほしい。	構想がはっきりしない中で、民間企業の立ち位置を質問されても答えに難しいです。	同上	これだけとは思っていませんが、観光客、宿泊客の増員につながる事業の選択、実施に向けての関与をしていきたいと思えます。	② 現況の商店街を新町通りと想定します。新町通りの賑わっていたころは、旅館街（本町通り）に隣接していたことと、大型店がなかったという背景があります。観光客、宿泊客がここに訪れる要素を作っていくには、課題が多すぎるのでは。また市内の新しい住宅地からも遠く、市民からみても買い物するに魅力のあるエリアではなくなっている。
7	鴨川ライフセービングクラブ	水谷好伸	海岸エリア活性化の牽引役である 海岸エリア活性化は今後鴨川市の大生命線になるとしますので行政は それに伴い独立した課をつくる事を希望期待します	問い4の②の海岸エリアに商業施設・商店街建設に協力参加を期待します	市民の役割との質問は？ 市民の皆様積極的に参加協力を期待します	※鴨川ライフセービングクラブとしては 海岸エリア活性化に伴うイベントへの参加協力 ※問4②の商店街を作りにあたり参加協力したい	②です 海岸エリア活性化の為に商店街をつくる事で 民間企業 市民の一体化をはかれるのではないかと

No.	所属	氏名	行政の役割	民間企業の役割	市民の役割	自身が関与したいこと	商店街再生
8	鴨川シーワールド	齋藤 哲二	・民間企業、市民を含めた「オール鴨川」で取組む為の、仕組み作り。 ・関係者の意見を反映することは勿論であるが、市独自の考えも発信しリーダーシップを発揮すべき。	・民間企業として「行政任せ」の体質では無く、行政では出てこないアイデア・発想等で、「魅力ある街づくり」を創造する。	・従来の「行政任せ」の体質では無く、自らも積極的に参加して、「未来の鴨川」を造る意識で取組んで欲しい。	・当施設（シーワールド、シーワールドホテル）は鴨川にお越し頂く観光客の一番の集客施設と考えておりますので、何らかの依頼があれば協力は惜みずする方向で考えております。但し当社及び水族館業界の理念に叶わない場合には協力出来ないこともありますので事前に相談頂きたく	鴨川市の取組は本プロジェクト以外にも同時進行しているため、バラバラに行うのではなく、全体のデザインを描くことで上記2点を判断すべき ①の場合、現時点で借用等の可能性について事前調査を先に行った方が良い。①がダメなら②で考えるしかないのだから・
9	一般社団法人 鴨川青年会議所	菅原 明善	住民や観光客に向け、このプロジェクトの周知と広報活動。保守派の住民をも巻き込んだ形で一致団結し、同じ方向を向かせる仕組み。中長期的な大規模な予算組み。シンポジウムなどの開催。インフラの整備。	鴨川のPR活動や、オリジナル商品の開発。飲食店などのお店同士のネットワーク。接客対応の向上。シンポジウムなどの積極参加。	SNSなどでの拡散。観光地としての意識づくり。シンポジウムなどの積極参加。ボランティア活動への積極参加。	情報の拡散。会議への参加。行政への協力。イベント協力。	賛否あると思うが、私は②の考えを前提で話します。シャッター街に2、3店舗再生したところで相乗効果も薄いと思う。新たな注目される施設内での商売の方がはるかに相乗効果が生まれると思う。しかし今のままをそのまま移転するのではなく、時代に合ったコンセプトを要求することも大事かと思う。本当に現在の場所で商売を続け、自分たちで良くしていきたいとたいと本気で考えているのであれば、現状は違っていたのではないかなと思わざるを得ない。現在の場所、新転地どちらにしても、地元の民間企業に頑張ってもらいたいと思う。あくまでも地元企業の再生を優先的にしていかなければ賛同を得ることも難しいと感じるし、外部から来た企業が占有してしまえば更にシャッター街が増えるだけと懸念してしまう。
10	鴨川ライオンズクラブ若獅子支部	立野健児	①生活している住民が安心安全に過ごせることが第一、そのために公共のサービスを施す。②公衆トイレの改良、駐車場の整備は優先課題だと思います。③国内からの観光客を増やすことはもちろんですが、今後は「海外からの観光客」を増やすことも大事になってくると思いますので、海外からの旅行者に鴨川に来ていただくための施策を考える必要もあると思います。	①鴨川市に観光客を呼び込むイベント等に積極的に参加する。②民間企業として海岸エリアの活性化を考えた場合、鴨川シーワールドの存在、位置づけが非常に大きくなってくるとおもいます。	住民に多くを期待するのはむずかしいと思います。清掃活動等に協力してもらおうぐらいが限度なのは。	海岸エリアでのイベント（食の祭典/歩行者天国/ゴミゼロ運動など）には今後も団体として参加していきます。	昔ながらの商店街としての復活はむずかしいと思いますが、例えば「食べ歩き、街ブラ」ができるエリアをコンセプトにすれば現在の場所でも再生は可能なのでは。
11	鴨川サーフィンクラブ	川井 幹雄	活性化させるためには、人が集まらないといけな（来てもらう）	名物・目玉となる棧橋を作る（テトラポットまでつり橋とか！！）	-	鴨川にはきれいな海そして波を間近に見られるのは棧橋 高さ20メートルくらい	②新たに商店を作る
12	健康づくり推進協議会	村永信吾	鴨川市のあるべき姿(ブランドイメージ、コンセプト)が確定したら予算化をはかり、加えて市民のコンセンサスを得るための取り組みを推進する。市民が主体者である意識をいかに高めるか？学校教育場面から積極的に街づくりに参加させる機会を作る。また話は変わるが、山から見る鴨川の景色もいい。一戦場公園に加えて、山から鴨川を一望できる展望所などの開発も眼下に見える海への期待を想像させる。記憶に残るルートづくりも大切、	個々の企業は、それぞれの創造力を発揮しつつも鴨川ブランドの多少の統制は必要。各種関連業種毎でも意見を出し合うことが大切。	一人一人が主役である意識づくり。特に今後鴨川での定住を計画している方々にとって、そこでの活躍の場や役割が見えないと定住も長続きしない。市民が参加（ボランティア）し、役割、仲間作りが大切。空き家対策は、市民一人一人の意識が大切。	鴨川は、東京から2時間弱で、海、山に恵まれ、農業、漁業、酪農など充実しており地産地消が可能。さらに先進医療を有する総合病院や介護・福祉等も充実している。①海外からの積極的なメディカルツーリズムとして人間ドックと観光融合プログラム、②国内健常者における2-3週間滞在型の保養プログラム、③身体が不住でも旅行に行ってみたい、リフレッシュしたいと思われる方々が安心して鴨川へ観光に来ることのできるプログラム、④一泊または日帰りでのリラクゼーションとアクティビティ企画立案（現時点で自分の能力を超えています）	非常に難しいところです。基本は、①と考えます。しかし、津波の問題や車での移動を考えると現状での受け入れ要領には限界も感じます。移転する場所も思いつかない。

No.	所属	氏名	行政の役割	民間企業の役割	市民の役割	自身が関与したいこと	商店街再生
13	鴨川ガイド協会	原田 洋美	①地域・地域住民の潜在ニーズの発掘 ②それを具現化するための計画の策定 ③専門知識・公的サービスの提案・外部への発信 ④当事者意識 ⑤積極性・主体性	①人材・資源・資金の提供 ②地域社会への貢献に対する意識	①地域活性化策への参加 ②計画への継続的な関与・進捗状況の確認 ③相互協力の風土づくり	(ガイド協会会員として) フロントエリアに事務所をおき、ガイド活動事業を行う。 伝統文化・生活文化等、古き鴨川の伝承及び、ビーチエリアの自然環境の保全等の地域貢献活動も行う。	現在の場所での商店街の再生は難しいと考える。しかし、新たな場所への移転を促すことはそれ以上に難しいのではないかとと思う。
14	城西国際大学	渡辺 淳一	■基本的方向や基本計画を策定する ■民力が活躍できる環境づくりが行政の大きな役割 ■必要に応じて法的支援や関連情報の提供	■全体のコンセプトに沿って活動をし、持続的発展に寄与する ■ビジネスマインドに基づいた貢献を期待したい	■まちづくりの主体的役割を期待したい ■必要に応じてボランティア支援を	学生とともに、長期的に調査等に関与していきたい	もっと勉強してコメントしていきたいと思う。ただし、既存の再生が望ましい。
15	城西国際大学	内山達也	住民参画の場を作り出すこと、総合プロデューサーとして地域全体のまちづくり計画を支援していくこと	おもてなしを醸成する機会を提供	自分たちの街であり、自分たちが作り上げていく意識、観光まちづくりに参画していくという意識の醸成。地域プロデューサーとして。観光の街としての「おもてなし」の醸成。「おもてなし」とは具体的に何かということを確認していくことが大切で、鴨川市の「おもてなし」基準を作り出していくことも必要。	学生による観光ガイドの育成、観光資源マップの作成、既存の観光QRコードの活用など	新たな商店街集積地は必要と考える。特に観光客の誘致という意味では、飲食店と地元の新鮮な魚介を買うことができる魚市場のような拠点が必要と感じている。
16	学校法人文理開成学園	鈴木 淳	規制緩和、ステークホルダー間の調整、呼び水の設定、民間セクターに対する各種インセンティブ付与（TAXベネフィット等）	大胆な発想、スピーディな行動、サステイナブルな計画と実行	確かな見識とリーダーシップ、そして実行力を有する市長や市議会議員の選出と応援	横渚・前原海岸にて90年近い歴史を刻む私立学校として、同エリア振興には可能な限りコミットしたいと考えています。また、運動会は例年、前原海岸で行っており、最初の競技は、紅白チームに分かれての「ゴミ拾い競争」であります。こういったことを続けていくと共に、地域に対して一部校舎を開放する等のコミュニティセンターとしての役割も積極的に検討したいと考えています。	利用者が何を求めているのか、そのニーズ次第と考えます。利用者の利便性が重要なら後者が優位となるでしょうし、あちこち見て回りたいならば前者に軍配が上がるでしょう。日本の高齢者がターゲットなら、後者がベターかもしれません。海外からの来訪者がターゲットなら、前者がベターでしょう。私は、わが国及び鴨川は、海外に開かれなければ生き残れないと考えていますので、前者を選択します。
17	地域おこし協力隊	橋詰良子	全体を円滑に進める調整役、市民や企業間の橋渡しとなる潤滑油的な役割を担っていただくのが良い気がします。具体的には、市民や民間企業が活動しやすい制度・環境づくり、市民・民間企業へ理解を求める働きかけ、広く意見を募り取り入れていくしくみづくりなど。	人を集め、経済的にリードしてくださる存在であってほしいと思います。地域性を考慮した魅力づくりに配慮していただきつつ、市民や地域との連携も考慮したビジネス展開を考えていただけると嬉しいです。	活性化への理解と高い意識を持って協力いただけるサポーターになっていただければ。地域を深く知っているからこそそのアイデアだけでなく、ときに厳しく指摘いただけると心強いように思います（受け入れる体制があつてのことですが）。	web・紙等の広報資料の制作など、広報関連でしたらお手伝いできることがあるかもしれません。その他イベントやボランティアについては、できる範囲で協力させていただければと思っています。	今後受け継いでいきたい地域ならではの文化・伝統が、いま現在見当たらないのであれば、利便性も考慮して、新たに商店集積地をつくる（考え②）が良いように思います。プロジェクトの方向性によりますので一概には言えませんが…。
18	安房土木事務所	吉田良治	・来訪者へのアンケート調査（宿泊客、日帰り客）：他県及び県内観光客のニーズの把握（各シーズン及び年間を通して） ・地元（自分達）が美しい環境を守っている意識の啓発：美化活動等（海岸清掃・花壇の植栽等）の企画及び助成	・来訪者へのアンケート調査（宿泊客、日帰り客）：他県及び県内観光客のニーズの把握（各シーズン及び年間を通して） ・地元（自分達）が美しい環境を守っている意識の啓発：美化活動等（海岸清掃・花壇の植栽等）の企画及び助成	・ボランティア活動への参画（海岸清掃・花壇の植栽等）	・海岸管理者としては、具体的な構想が固まった段階で、堤防のバリアフリー対策（車いすの海岸への乗り入れ斜路）及び堤防の景観対策等の取り組みが考えられる。	・①では、市道が自然石を使用した舗装となっており散策するのは良いと思われるが、海岸から2本奥の通りであり集客が難しいと思慮され、大きな構想となるが海岸通りを整備し道路添いにおしゃれな店が出店されれば、「エリアマネジメントセンター」⇄「交流広場」間での楽しみがあり集客できると思います。