



前原横渚海岸周辺の魅力をめぐりに関する計画(抜粋)

参考資料1

# 前原横渚海岸周辺の魅力をめぐりに関する計画(抜粋)

前原横渚海岸周辺の魅力をめぐりに関する計画(抜粋)

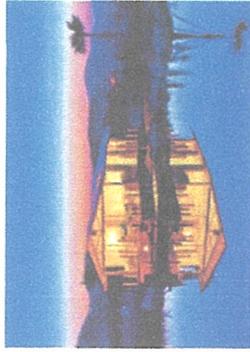
# グランピングは体験型の高級宿泊施設として注目されており、今後更なる市場拡大が期待されている

## グランピング

### 概要

#### ■ グランピングとは

グランピングとはグラマラス (glamorous) とキャンピング (camping) を掛け合わせた造語である。このグランピングはホテルや宿泊施設が提供してくれるキャンピングで、豊かな自然や様々なアウトドア活動を手軽に楽しめるシジャーとして注目されている。



伊勢志摩エバーグレイズ  
写真出所:伊勢志摩エバーグレイズHP  
<http://www.everglades.jp/outline/index20170228.html>  
mifukitaranbu



グランピング葉山  
写真出所:グランピング葉山HP  
<https://www.thehousehayaama.com/gramping-hayama/>

### 事例

■ **星のや 富士(山梨県)**  
「丘陵のグランピング」をテーマにオープンした日本初のグランピングリゾートである。6haの広大な森の中には富士山と河口湖の大自然を独り占めできるキャンピングがあり、乗馬やカヌーなどの本格的なアウトドア体験の他、鹿肉や川魚の燻製づくりなど様々なコンテンツを楽しむことができる。



写真:星のや富士HP  
<http://hoshinoya.com/>

■ **AQUAVILLAGE-RENVILLAGE(静岡県)**  
西伊豆にあるグランピング場である。穏やかで透き通った海が広がるプライベートビーチではシュノーケリングやシーカヤックなどのアウトドア活動を楽しむことができる。静岡銀行が設立した「しずおか観光活性化ファンド」は、運営会社のVILLAGE INCに投資をしており、地元の金融機関と協力して伊豆の活性化を行っている。



写真:REN VILAGE HP  
<http://ren.villageinc.jp/gallery.html>

#### ■ **WILDMAGICアーバンアウトドアパーク(東京都)**

新豊洲駅前の約1.6ヘクタールに及ぶ敷地に作られた、都市型のグランピングスポットである。アメリカンスタイルの料理が楽しめるカーゴトレーラー型CAFE、発信型イベントスペースなどの様々なコンテンツが用意され、グランピングやBBQを手軽に楽しめる複合型レジャー施設となっている。



写真: 鴨川市観光課にて撮影

#### ■ グランピングの特徴

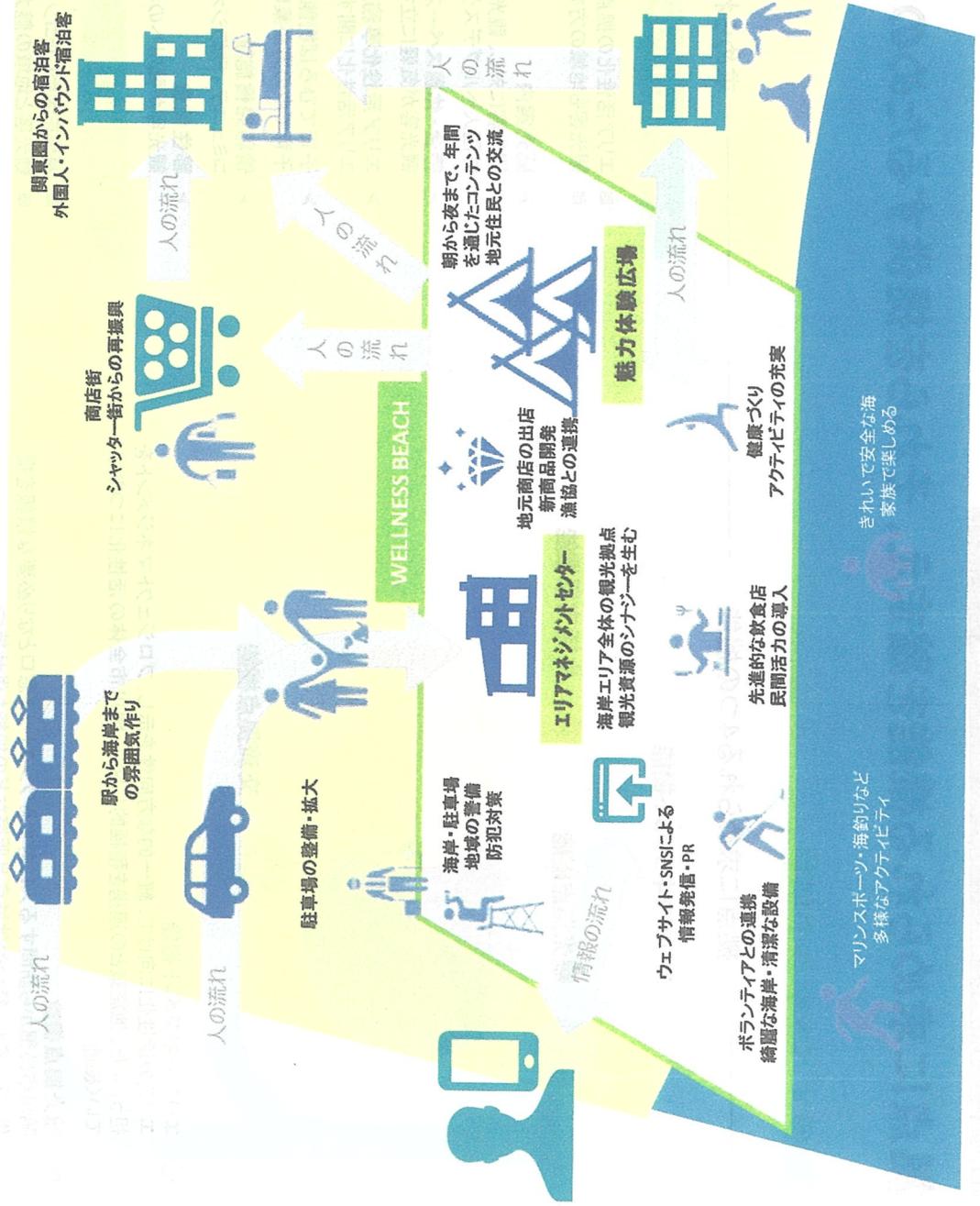
- **手軽なキャンピング**  
グランピングは自身でテントを張る必要もなく、自然の中に快適な宿泊スペースやサービスが用意されていることが大きな特徴である。このため今まで用意が面倒くさいと思っていた方や力仕事に自信がなくキャンピングを諦めていた方でも自然の中で時間を過ごすことができる。
- **体験型高級宿泊**  
近年は体験型の観光コンテンツが人気である。体験型の観光コンテンツは手間がかかったり、簡素な施設での宿泊となることが多い。それに対し、グランピングは自然体験の観光コンテンツでありながら、ラグジュアリーな宿泊体験ができる新たなコンテンツであり、高齢者や女性にも人気となっている。

3. 目指すべき姿 (WELLNESS BEACHについて)

# 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

## ベネフィット(\*1)



- 【地元住民】**  
 ・近隣において斬新な飲食店や健康的なアクティ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

\*1: 関係者が教授することのできる価値

3. 目指すべき姿（拠点に求められる機能について）

# 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

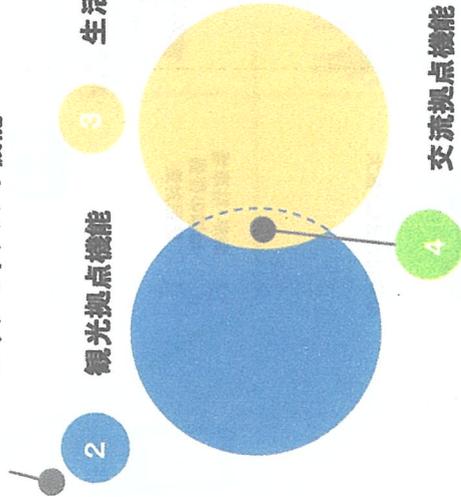
求められる機能を実現する仕組み案(\*1)

### エリアマネジメント機能

### 観光拠点機能

### 生活支援機能

### 交流拠点機能



- 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行い、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。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

### 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い機能を持たせる
- ▶ **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  
外国人ヘルプデスクを設置する
- ▶ **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**  
コミュニティFM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
- ▶ **アクティビティ受付**  
海岸を活用したアクティビティ等の企画・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: 海岸に隣接する〇〇であることから、津波対策等の防災機能についても留意する

● 5-1. モノに関する資源の獲得・創出

# 海岸周辺を複数のエリアに分け、提供価値を明確化すると共に、最適な土地利用を図る

## 統一的なサービス提供のためのゾーニング計画を実施する(整備後のイメージ)

- 安房鴨川駅からエリアマネジメントセンター、魅力体験広場の人の流れを生み出すエリア設計を行う
- 各エリアのテーマに沿って施設・機能を集約することで、どこで何が楽しめるのか分かりやすい環境を整備する



## 遊休地については、それぞれの特徴活かした活用を進めていく

### 遊休地活用方針を定める(1/2)

#### 市民会館跡地

- エリアマネジメントセンターの横に景観を楽しむテラスを設置する
- 地域のこどもが遊ぶことのできる公園を設置する

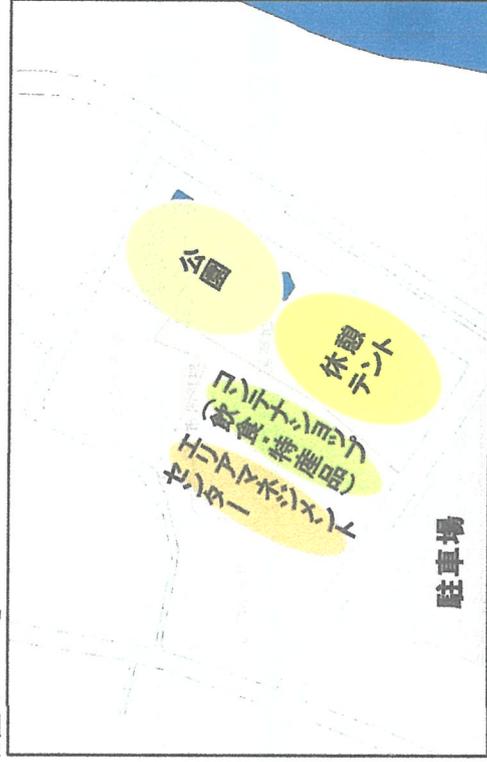
#### 【土地の特徴】

所有状況	鴨川市および国が所有
駅からの距離	350m(徒歩4分)
敷地面積	約3,357㎡(約1,015坪)
その他の特徴	安房鴨川駅から直線であり、当該地域の拠点となる場所

#### 【活用方針】

当該敷地にエリアマネジメントセンターを整備する(\*1)

#### 【配置イメージ】



\*1: エリアマネジメントセンターの機能についてはP.62を参照

#### フィッシュリリーナ後背地

- 観光の魅力体験や飲食スペース、イベントスペースを設置する
- BBQ等のアウトドアレジャーが楽しめるスペースを整備する

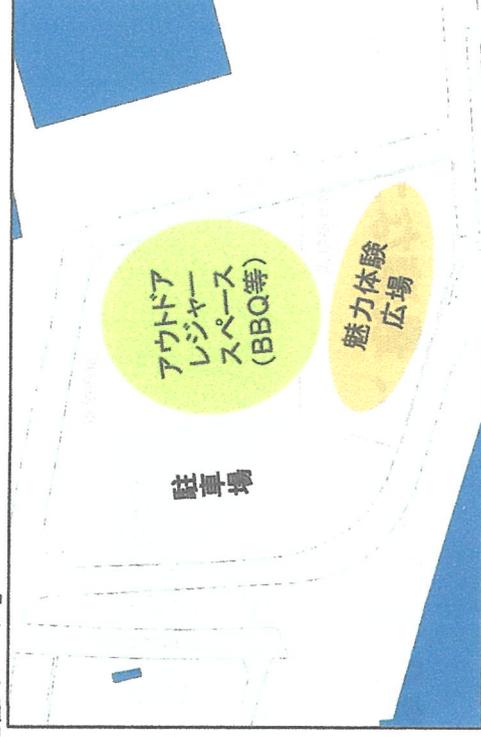
#### 【土地の特徴】

所有状況	鴨川市および鴨川市漁業協同組合が所有
駅からの距離	1,100m(徒歩14分)
敷地面積	約12,199㎡(約3,690坪)
その他の特徴	現在はイベント会場、臨時駐車場として利用

#### 【活用方針】

当該敷地に魅力体験広場を整備する(\*2)

#### 【配置イメージ】



\*2: 魅力体験広場の機能についてはP.62を参照

● 5-1. モノに関する資源の獲得・創出

エリアマネジメントセンターから魅力体験広場までのプロムナード沿いにはコンテンツショップを活用した飲食や特産品のビーチショッププロードとして活用する

遊休地活用方針を定める(2/2)

プロムナード沿い

- エリアマネジメントセンターから魅力体験広場の間のプロムナード沿いに観光客や地域の住民が利用できる飲食店やショップを誘致する

【土地の特徴】

所有状況	国および市民が所有
駅からの距離	350～1,100m(徒歩4～14分)
敷地面積	-
その他の特徴	エリアマネジメントセンターから魅力体験広場までの直線の通り

【活用方針】

当該プロムナード沿いに飲食や特産品のショップを誘致する

【配置イメージ】



6. 実行に向けたロードマップ

エリア拠点創出構想の実現に向け優先順位を定め、試行事業の実施・検証も含めてスモールスタートし、段階的に事業を拡大・定着化させる

実行に向けたロードマップ

- 5年目の魅力体験広場およびエリアマネジメントセンターの運営開始のマイルストーンに向けて計画・整備を進める
- 10年目を迎えるまでに、ターゲット層の拡大に向けて外国人観光客の取り込み計画作成を進める

◆ マイルストーン	◆ 試行事業の運営開始	◆ 参入事業者の決定	◆ 魅力体験広場の開設 ◆ エリアマネジメントセンター開設	◆ 外国人観光客の取込
海迎の魅力再活性化計画の策定				
エリア拠点整備計画の策定等				
■ 監視小屋の設置				
■ 拠点整備方針の決定				
■ エリアマネジメント体制構築				
■ 試行事業の実施・検証				
■ 魅力体験広場事業計画の策定				
■ 空き家情報の収集・整理				
魅力体験広場・エリアマネジメントセンター設置等				
■ チャレンジショップの開設				
■ 拠点参入民間事業者の選定				
■ 魅力体験広場の整備・開設準備				
■ エリアマネジメントセンター設計・建設				
エリア拠点の運営				
■ ターゲット拡大計画の策定・実施				

# エリア拠点整備計画を策定し、事業計画書の作成およびエリアマネジメント体制を形成するとともに、既存リソースを活用して試行事業の実施・検証を行う

## 2年目の取組み

- エリア拠点整備計画を策定し、事業計画書の作成および事業推進主体(エリアマネジメント体制)を形成する
- 既存リソースを活用して試行事業の実施・検証を行う

### 2年目の取組みにおける目標

- 海岸周辺利活用計画を踏まえ、事業推進主体(エリアマネジメント体制)の形成を図る
- マリンスポーツ等を中心とした多様なレクリエーション機会を試行的に提供するとともに参加者のアンケート調査及びワークショップ等を実施し、商品化の方向性及び拠点施設に求められる機能を検証する
- 安全で安心な海水浴場の確保に向けた海岸清掃活動を実施するとともに海岸監視施設等を整備する
- 新たに生じる人の流れに対応した商店等の立地を促進するため、貸出等が可能な空き店舗情報を収集するとともに、コンテナショップ等も含めた効果的な提供方法を検討する
- 目的やねらい、想いを多くの市民と共有する

### 取組み内容

- 事業計画書の策定
  - 拠点整備方針の検討
  - 事業計画の検討
  - 周辺住民との連携
  - 景観ガイドラインの策定
- 事業推進主体(エリアマネジメント体制)の形成
  - エリアマネジメントスキームの検討
  - エリアマネジメント団体の立ち上げ、または既存体制強化
- 試行事業の実施と検証
  - レクリエーション機会の提供・プロモーション計画
  - 試行事業の実施後評価・効果検証
- 魅力体験広場事業の実現に向けた検討
  - 魅力体験広場事業の実施計画の策定
  - 魅力体験広場事業への参入事業者の選定
- 監視小屋の設置
- 空き家(空き店舗含む)情報の収集とその活用に向けた検討



写真出所：福川市観光課にて撮影

### 想定される論点

- モノへの取組みに係る論点
    - 地権者や国、県など資産を保有するステイクホルダーとの調整
    - エリアマネジメント、景観ガイドラインにおける基準・ルールの整備
  - ヒトへの取組みに係る論点
    - エリアマネジメント団体立ち上げに際する内規整備、法務手順整理
  - カネへの取組みに係る論点
    - 事業計画における収益予想の試算
    - 魅力体験広場の参入事業者の初期資金調達支援の検討
  - 情報への取組みに係る論点
    - 試行事業プロモーションの際のターゲット層に届く媒体の明確化
    - ICT、IoT等を活用した観光客情報(ビッグデータ)基盤の検討
- 評価指標(案)**
- 客数・消費額・収益に係る指標
    - 前原海水浴場及び周辺サーフポイントにおける入込客数
    - 海岸におけるレクリエーション参加者数
    - ターゲット観光客および試行事業の入込客数
  - 情報発信・認知度に係る指標
    - 前原横濱海岸の認知度
    - 特設サイト・該当SNS投稿のアクセス数
  - 満足度に係る指標
    - 観光客満足度
    - 参画事業者の満足度

# 魅力体験広場の整備を進め運営を開始し、試行事業を拡大・定着化するとともに、エリアマネジメントセンターの建設を推進し運営を開始する

## 5年目までの取組み

- 魅力体験広場の整備を進め運営を開始し、既存事業を拡大する
- エリア拠点の運営開始に向けた建設計画を策定する

### 5年目までの取組みにおける目標

- 海辺の新たな拠点に参入する民間事業者を選定する
- 空き店舗等の情報提供を実施するとともに、空き店舗等を活用したチャレンジショップの開設を民間団体を通じて支援する
- 海辺における交流拠点の一つとして魅力体験広場を整備し、運営を開始する
- 前原横濱海岸エリアを活性化する拠点となるエリアマネジメントセンターを整備し、運営を開始する

### 取組み内容

- 拠点参入民間事業者の選定
  - 参入民間事業者とのマッチングイベントの開催
  - 参入民間事業者の候補リスト(ロングリスト)の作成
  - 参入民間事業者の選定
- チャレンジショップの開設
  - 空き店舗・民間事業者の検討・選定
  - チャレンジショップ開設準備・運営開始
- 魅力体験広場の整備・開設準備
  - 魅力体験広場整備事業の開始
  - 魅力体験広場の運営開始
- エリアマネジメントセンター設計・建設
  - 建設事業の実施計画の策定
  - 建設に向けた基本設計
  - 建設事業の着工
  - 運営開始



### 想定される論点

- モノへの取組みに係る論点
  - 建設事業者や参入民間事業者との調整
  - 参入民間事業者の評価基準の整理
- ヒトへの取組みに係る論点
  - エリアマネジメント団体拡大に伴う組織最適化、内部統制の整備
- カネへの取組みに係る論点
  - 参入事業者(ベンチャー)の継続的な資金調達支援の検討
- 情報への取組みに係る論点
  - マーケティング視点での観光客情報(ビッグデータ)活用方針の検討

### 評価指標(案)

- 客数・消費額・収益に係る指標
  - 商店等として新たに活用された空き店舗数
  - 海岸周辺の通年・シーズン毎の観光客入込客数
  - 海岸周辺の通年・シーズン毎の宿泊者数
  - 海岸周辺の通年・シーズン毎の観光消費額
- 情報発信・認知度に係る指標
  - WELLNESS BEACH(魅力体験広場)の認知度
  - WELLNESS BEACH(魅力体験広場)特設サイト、SNSアクセス数
- 満足度に係る指標
  - 観光客リピート率

# エリアマネジメントセンターと魅力体験広場の両輪の運営を定着化させ、目指す姿の確立と市全域への効果波及を実現する

## 10年目までの取組み

- エリア拠点と魅力体験広場の両輪の運営を定着化させる
- 外国人観光客の取り込みを意図した事業拡大を行うことでターゲット層の拡大を図る

### 10年目までの取組みにおける目標

- エリアマネジメントセンターと魅力体験広場の両輪の運営により前原横濱海岸の魅力が最大化する
- 外国人観光客の取り込みを意図した事業拡大を策定・実施する
- 鴨川市内の他エリアでの事業展開の計画を策定・実施する
- 観光客情報基盤を活用し、観光以外の事業との連携を策定・実施する

### 取組み内容

- ターゲット拡大計画の策定・実施
  - 外国人観光客の取り込みに向けた計画の策定
  - 外国人観光客に到達するプロモーションキャンペーン事業の実施
  - 外国人観光客にコンテンツ事業の企画・実施
- 他エリアでの事業展開計画の策定・実施
  - 他エリアでの事業展開計画の策定
  - 事業展開対象エリアの候補リストの作成・選定
  - 他エリアでの事業展開の実施
- 観光客情報基盤を活用した顧客体験提供計画の策定・実施
  - 顧客体験提供計画の策定
  - 顧客体験視点に基づいた観光以外の事業との連携方針の策定



### 想定される論点

- モノへの取組みに係る論点
    - 鴨川市内の事業展開対象エリアの選定基準の整理
  - ヒトへの取組みに係る論点
    - エリアマネジメント団体の管理対象範囲の見直しに係る整理
    - 新団体設置または既存団体拡大に係る内規整備、法務手順整理
  - カネへの取組みに係る論点
    - 事業展開対象エリアへの出資方法・支援方法の検討
  - 情報への取組みに係る論点
    - 観光客情報を活用した顧客体験・ロイヤリティ管理の検討
- 評価指標(案)
- 客数・消費額・収益に係る指標
    - 鴨川市全域の観光入込客数
    - 鴨川市全域の観光関連税収
    - 外国人観光客入込客数
  - 情報発信・認知度に係る指標
    - 鴨川市全域の認知度
    - 外国人観光客からの認知度
  - 満足度に係る指標
    - 鴨川市全域の観光客満足度
    - 鴨川市全域の観光客リピート率
    - 鴨川市全域の市民満足度
    - 外国人観光客の満足度

