

ビーチBOXを完成させる。  
南の島のコンテナ風のテナントビル  
と北側のビーチを700坪に拡張!

本町並み・新町並み。  
高層ビル  
SPA

- ビーチ利用
- ・サーフィン
  - ・サングラス
  - ・ビーチカブ
  - ・バー
  - ・ビーチBOX
  - ・BBQ

公園として整備 (都市公園法の適用は可能か?)  
① 地蔵公園? ② 総合公園? ③ 運動公園?  
\* PFIによる管理 → 2021年?   
\* 将来箱物に活用  
公園B-2-100?

ここに海エの地、大規模な  
遊人達、大規模な階段。

沿岸の占有許可をとり。  
ビーチを拡張

建築物FNG!  
工作物の占有許可をとり!

コンテナを700坪に拡張。  
常設 → BBQ  
飲食店。

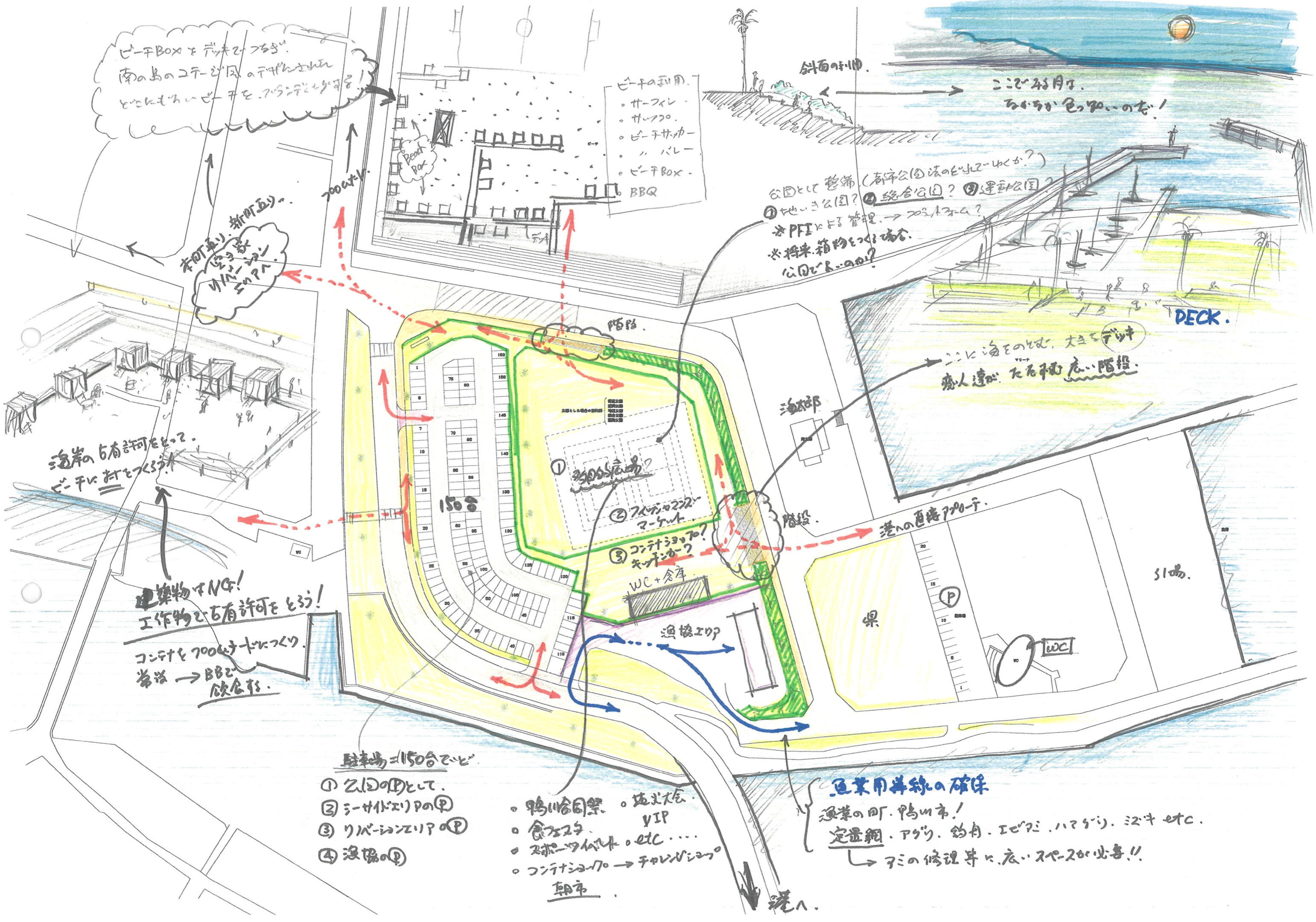
駐車場=150台でいい

- ① 2/10のPとして
- ② シーサイドのP
- ③ リバーサイドのP
- ④ 没地のP

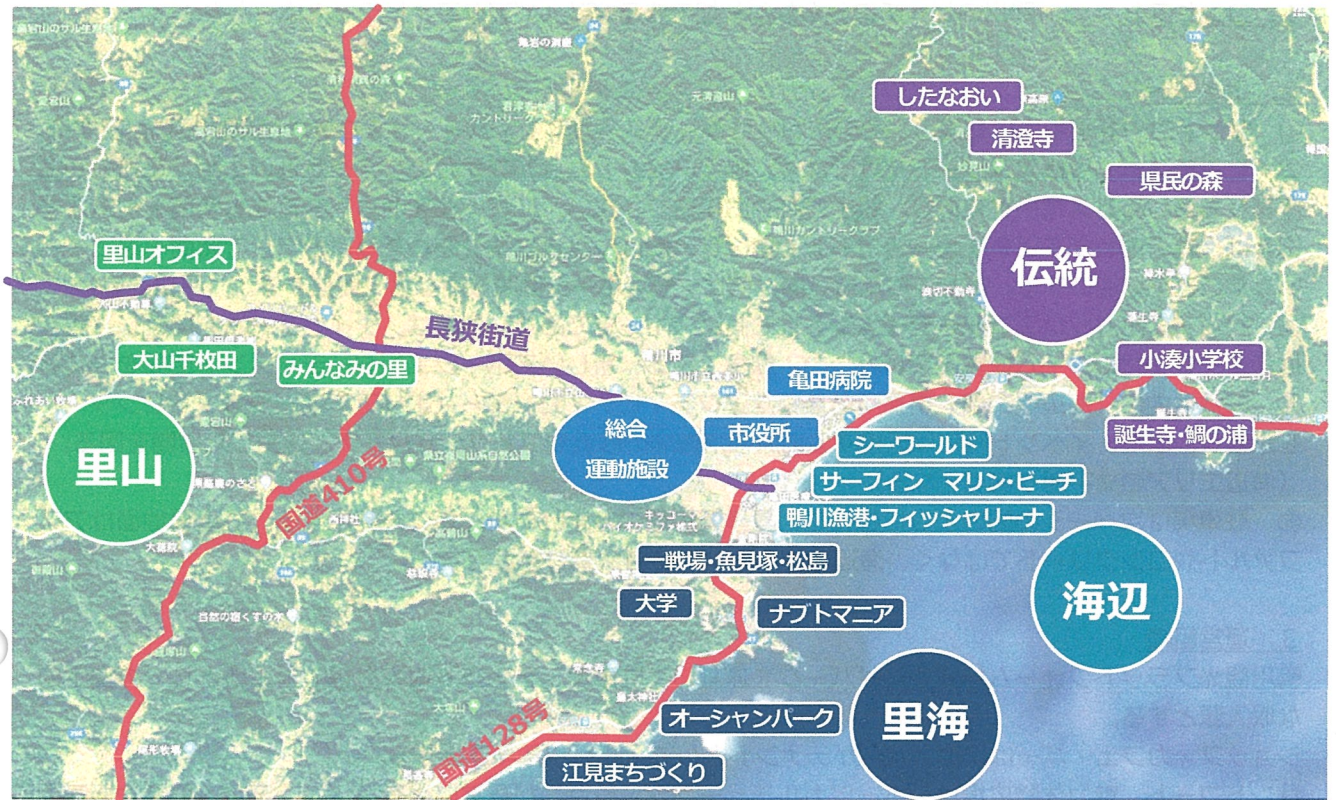
- ・ 鴨川合同業
  - ・ 会社
  - ・ 球技場、etc...
  - ・ コンテナ → テナント
- 朝市

漁業用岸線の確保

漁業の町、鴨川市!  
定置網、アグリ、釣具、エビ、ハマグリ、シキ等C。  
→ 7月の修理等、底層スペースが必要!!



# エリアごとのテーマ設定



## 海辺にフォーカスすると...



# (仮称) 鴨川ビーチパーク 構想

1. コンセプト 鴨川のビーチにみんなが参加できる“楽しい”アクティビティスポットを！

## 2. ポイント

- ① **サンドコート**を中央に配置し、そのまわりにショップ・カフェ・バー・BBQ等の商業施設を配置する
- ② ビーチスポーツはアスリートだけでなく、砂というクッションでケガのリスクが低いため、**子どもやお年寄りも楽しめるスポーツ**であり、親子連れやお年寄りが集い、スポーツを通じて交流する空間を創造する。例えば、親子連れが子どもをビーチコートで遊ばせ、親はショッピングをしたり、カフェで時間を過ごすといったことを可能にする。また、お年寄り向けにビーチスポーツ健康教室などを開催する。(平日稼働)
- ③ ビーチスポーツは**エンターテインメント性**も高いスポーツであり、例えば、ナイトゲームを開催し、観客は音楽・DJ付のゲーム観戦を楽しみつつ、飲食できる、新しいスポーツエンターテインメント空間をつくる。
- ④ 同敷地内に「海辺倶楽部」事務所を兼ねたアクティビティセンター(エリアマネジメントセンター)を設置し、また、イベント時には近接する前原横渚海岸の砂浜やフィッシャリーナと連動した展開を図る。(海辺エリアの文字通り拠点となる)
- ⑤ 駐車場は次ページの図のように整備し、夏季繁忙期の海岸駐車場としても利用する。駐車場地面はアスファルトやコンクリートではなく、海辺の魅力を高める自然素材を活用する。

## 3. 運営組織

鴨川観光プラットフォーム株式会社がパークを運営し、駐車場・テナント収入を得て、組織としての安定的な収入源とする。

ショップ・カフェ・バーは民間事業者がテナントとして入庫し、各々運営する。

サンドコート、魅力体験広場はスポーツカルチャーコミッションが運営に当たり、コンテンツ開発や販売促進などを行う。また、アスリート雇用を実現し、スポーツ文化の醸成を図る。



# ウエルネスシティ鴨川 構想案

2018年11月17日  
岡野 大和

## 1. ビジョン

### ウエルネスシティ鴨川

【ウエルネスシティ鴨川とは・・・】

人々・地域社会が健康・健全・幸福であること

- ① 鴨川市に住まう人々、訪れる人々が心身ともに健康で、輝く人生を実現する場所
- ② 持続可能で健全な仕組みが絶えず循環し、地域社会の幸福を実現する場所

## 2. ミッション

### “良質な日常”に提供のよる、新しいライフスタイルの提案

日常に新しい意味や価値を付したコンテンツやサービスを提供し、ライフスタイル、価値観の多様化が進む時代をさらに先んじた新しいライフスタイルを鴨川から提案、実現していく。

このミッションを遂行するにあたって、3つの軸としてスポーツ、カルチャー、ウェルネスに注目し、それらを融合し、鴨川に新たな価値を生み出していく。

## 3. プロジェクト

### ① スポーツ・カルチャー・コミュニティ

スポーツ、カルチャーを活かした事業を戦略的に展開する事業体、すなわち「スポーツ・カルチャー・コミュニティ」を平成31年4月を目途に創設し、官民一体となった企画・運営を推進する。

#### (1) スポーツ・カルチャーの大会・合宿誘致事業

#### (2) 鴨川市総合運動施設をはじめとする公共施設の指定管理・整備

(3) **スポーツ×カルチャー×ウェルネス (ライフ)** を融合させた新たな仕組みづくりの創造・事業展開という3つの事業を柱として活動を展開していく。特に、3番目の事業はこのコミュニティがもつ極めて前衛的なミッションであり、「ウエルネスシティ鴨川」を実現する推進力となる。

### ② ウエルネスウェルネス (ヘルスウェルネス) による平日における程良いウェルネス体験

今後、ライフスタイルは多様化し、時間や曜日、場所といった概念は大きく転換していくことになる予想される。働き方は人それぞれとなり、平日に休みを取り、リフレッシュにでかけたり、アクティビティに興じたり、あるいは1日の中でも、ワーキングとアクティビティなどの時間が混ざるような生活を送る人も増えていくと考えられる。

例えば、朝、東京からWiFi付の高速バスで車内で仕事をこなしながら鴨川にやってきて、鴨川でサーフィンやアウトドアを楽しむ、ワーキングスペースで再び仕事をし、鴨川の食を楽しむ、再び東京に戻るという仕事・生活の仕方も現実的に可能な時代となってきている。

また、企業には社員が心身ともに健康で職務を遂行するいわゆる「健康経営」が求められ、厚生労働省も制度をつくり、平日のヘルスウェルネスを社員の福利厚生、健康増進として推奨、補助を出している民間企業も増えてきている。

それらのニーズ、時代のトレンドを汲み取り、ウエルネスウェルネス (ヘルスウェルネス) のプログラムを整備し、特に企業向けに展開することは、平日に程良い来訪者が期待され、ウオリターの高いサービスが提供されるほか、地域や環境に対する負荷を軽減することもできる。また、企業向けのサービスであれば、収益性も確保され、経済的にも持続可能な仕組みを構築できるものと考える。

鴨川市はスポーツ・カルチャー・コミュニティを企画・運営事業体として、前項(3) **スポーツ×カルチャー×ウェルネス (ライフ)** を融合させた新たな仕組みづくりの創造・事業展開のの一つとして、平日における (特に企業向けの) **ウエルネスウェルネス (ヘルスウェルネス)** を展開する。

### ③ エリアごとにコンセプトを設定した上での拠点整備

鴨川は大きく、鴨川地区 (市街地)、長狭地区、江見地区、天津小湊地区の4エリアに分けられる。

エリアごとの特徴、資源をしっかりと把握し、それらを活かすコンセプトを設定した上で、エリアごとの拠点整備を推進し、そこをHUBとして地域に広がっていく人の流れをつくっていく。

#### (1) 鴨川地区 = 海辺 = ウォーターフロントである海辺エリアの再整備 / リン・ビーチスポーツ

#### (2) 長狭地区 = 里山 = みんなの里・里山オアシス / アウトドアスポーツ

#### (3) 江見地区 = 里海 = 歴史的な絵巻きの町・大海をヒントにしたカルチャー空間としての整備

#### (4) 天津小湊地区 = 歴史 = 日蓮上人に代表される寺社、海も山もあるコンパクトなエリアにおけるコンパクトづくり

## 4. 具体的な拠点整備 (整備順)

### ① 鴨川地区：ライフシャリーナ ※別紙参照

ライフシャリーナは別紙のようなビーチスポーツパークを整備し、鴨川の海辺の象徴である前原横濱海岸と運動したビーチスポーツの聖地としてブランディングを図る。

ビーチスポーツは子どもからお年寄りまで取り組みやすく、アスリートだけでなく、市民の健康づくりにも十分に活用できる。ビーチスポーツパークは鴨川観光プラットフォーム株式会社 (ハード部分：駐車場・テナント貸し働き)、スポーツ・カルチャー・コミュニティ (ソフト部分：プログラムの企画、施設の活用・運営) によるハイブリッド型のジョイント事業体によって運営され、現場にはアスリートを積極的に雇用し、アスリートにとってもスポーツを続けながら、まちづくりを仕事として活躍できる環境を整備する。

### ② 鴨川地区：マルキポイント

サーフィン発祥の地・鴨川の中でもとりわけ有名なサーフポイントであるマルキポイントでは土日ばかりとより、平日にも多くのサーファーが訪れており、すでにマリンスポーツのメッカとしての立ち位置を確立している。国際的な大会が行われ、多くの人で賑わうことも少なくない。

しかしながら、現在マルキポイントは駐車場も無料で、トイレやシャワーで無料で提供しているという

状況であり、鴨川にとつての貴重な収入源を失っている。また、サーフサーも鴨川市内の飲食店などの情報に疎く、サーフイベントをそのまま閉ってしまうという機会損失も発生している。

レレキポイントには、トレーラーハウスなどでインフォメーションを設置し、そこに鴨川観光プラットフォーム株式会社やスポーツ・カルチャーコミッションのスタッフ（マリンスポーツアスリートが望ましい）を常駐させ、鴨川市内のインフォメーションを積極的にを行い、市内への送客を図るほか、陸軍場・シャワー（温水シャワー化する）の有料化により、同インフォメーションの自走を実現する。

③ 天津小湊地区：小湊小学校跡地 ※別紙参照

平成 31 年 3 月で閉校する小湊小学校跡地には、スポーツ・カルチャーを柱とする拠点を整備する。

既存の鴨川市総合運動施設や内浦山県民の森などの施設と連携し、これまで市内に少ない二ツチなスポーツやカルチャー分野に注目した施設整備を行うことで、絶対数は少ないながら、極めてヒット率の高い分野の大会・合宿誘致を図ることができる。

また、あわせて、セミナーハウス、地域のコミュニティーセンターとしての機能、地産地活をコンセプトとしてレストラン・カフェ、レンタルなどを提供し、地域内外の人々、多世代、親子などが集い、交流する空間を実現する。

④ 鴨川地区：鴨川市民会館

前原横須海岸に面した鴨川市民会館周辺のエリアについては、国有地も含まれることから、国と折衝した上で（必要に応じて国有地を市が譲り受ける）、マリン・ビーチアクティビティセンター&パークを整備する。

先行して整備するマリンシャワー後背地、レンタルポイントと連携して、海辺の新たなまちづくりを推進するメインの拠点とする。

⑤ その他

- 周辺地域とも連携した、統一的なメニュー（料金、乗り捨てなど）によるレンタサイクルネットワークの整備
- Eバイクの整備（レンタサイクル）
- 太平洋岸自転車道整備事業や自転車活用法による、ブルーライン、サイン、マシーンの整備
- みんなみの里の地域拠点強化
- 里山オアシスに交流カフェなどを新設し、交流機能強化

#### 前原横渚海岸現況の問題点

- 1、路上駐車による景観の破壊、安全の阻害（特に夏季）
- 2、海岸に漂着するごみ、特に荒天の際の河川よりのごみ
- 3、夏季期間中の遊歩道におけるバーベキュー
- 4、フィッシャリーナ後背地（埋立地）の地盤調査
- 5、フィッシャリーナトイレ隣の土地の利用
- 6、市民会館周辺国有地の払い下げ

#### 同海岸に対する要望

- 1、駐車場（特にイベント時）
- 2、防波堤の整備（絵を描く）
- 3、マルシェ、朝市（購入したものをその場で食べれる飲食店）
- 4、アクティビティスペース
  - \*スケートボード、ボルダリング、3on3コートなど若者が遊べる施設
- 5、全天候型のドックラン
- 6、公園の設置（市民会館脇より移設）
- 7、バーベキュースペース
- 8、チャレンジスペース
  - \*資金が不足している若い経営者の出店を促すためのもの
- 9、フィッシャーマンズワーフ
  - \*漁師の作るめし屋など
- 10、入浴施設
- 11、セグウェイの導入と運行路の整備

#### 前回の提案への質問

- 1、荒天後の砂の整備
- 2、管理及び運営は誰がするのか？
- 3、サンドコート利用者の集客は誰がするのか？
- 4、サンドコートを利用しない際の、周りの飲食店は営業できるのか？
- 5、



持続的・地域貢献活動実習I(2018-2019) グループ活動計画書

2018年12月1日作成

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <p>【1】企画テーマタイトル</p>         | <p>マルチアクティビティツアー</p>  |
| <p>【2】企画の概要</p>             | <p>・サイクリングをベースにして、山歩きや海でのヨガ・マリナクティビティをつなげることで、気軽に楽しみながら、鴨川の良さを楽しみつつ運動できる<br/>(1日に1個くらい)<br/>・「食」をサブテーマに、山で山菜等をとったり、鴨川ならではの食材を生産者等から話を聞きつつゲットするなど、ストーリー性のある食を楽しむ。(地元の方ともつながれる)<br/>上記をベースに、サイクリング×アクティビティ×鴨川の食を組み合わせたツアーイベントを開催する。</p> |
| <p>【3】企画の目的</p>             | <p>普段運動しないような比較的都会部に住む方々をメインに、自転車や運動になじみがないような方に鴨川に来てもらって鴨川の良さを知ってもらうきっかけを作ること</p>  |
| <p>【4】今後活動していく具体的な計画と展望</p> | <p>12~2月:アイデアの具体化、計画、費用や必要な準備を考える。<br/>ミライノラボや南房総サイクルツーリズム協会との協力について(との相談)を個々の期間で進めていく。ここでの進行によって運営自体がどのようになるのかも変わってくると考えられる。<br/>2~4月:協力が必要な方々への依頼や、具体的な準備を進める。<br/>4~6月:トライアルの実施等、最終確認をする。<br/>7~8月:この時期の開催を最終目標にして準備する。</p>        |
| <p>【5】関係協力者</p>             | <p>ミライノラボ<br/>阿部先生と一度お話ししました。アイデアをこちらとして提案し、アドバイスやサポートをしてもらいながら主導してもらうのはどうかと話し合いました。このことについてはまた話していこうと思います。<br/>南房総サイクルツーリズム協会・林さん</p>  |
| <p>【6】メンバー氏名</p>            | <p>足利雛乃・池上亜蘭・梅村佳乃子・加治屋里奈・金谷真汰・忽那遥香・築館崇文・中野未紗・山上玲奈 JPACK生ボユ・ソレン・ユン</p>   |

\*適宜補足したいところは別紙に書き記してください(様式自由)



持続的・地域貢献活動実習Ⅰ(2018-2019) グループ活動計画書

平成30年 11月 20日作成

|                      |   |
|----------------------|---|
| 【1】企画テーマタイトル         | 鴨川職業体験課外授業(仮)   |
| 【2】企画の概要             | 長狭学園の6年生(23人)を対象に授業の一環として鴨川市の地域資源や鴨川ならではの職業について知ってもらい、鴨川の魅力やその価値を再発見してもらえような授業をつくる。具体的に生徒に触れてもらう職業としては、現在長狭学園のキャリア教育として行われていると考えられる事業所などで職業を体験し将来について考える機会にするようなものとは異なり、鴨川にある神社の神職、鴨川市の派遣されている地域おこし協力隊、NPO法人大山千枚田保存会や良品計画関係者など鴨川であるからこそ触れられる職業や働き方を想定しており、それぞれの職業の視点から見た鴨川について生徒に話をしてもらい、可能であれば最後に生徒に各職業を体験してもらう。 |
| 【3】企画の目的             | 半年間学ばせてもらった鴨川にこれまで学んできたことを還元するというを目的に鴨川の長狭学園の子供たちに鴨川の地域資源や鴨川ならではの職業について知ってもらい鴨川の魅力やその価値を再発見してもらえような授業を行う。また、長狭学園の学校教育目標達成のための方策として「地域とともに歩む教育を推進し、「長狭に学び、長狭を誇り、自立できる子」を育成する」とあり今回の企画はこの方策に即したものである。   |
| 【4】今後活動していく具体的な計画と展望 | まず、第一に長狭学園に企画している授業を実施するための交渉を行う。その後、現在すでに長狭学園で行われているキャリア教育や体験授業について長狭学園の関係者から話を聞くとともに鴨川ならではの職業の中で生徒に紹介するものとしてふさわしいもの、実現可能性があるものをフィールドワークや住民の方にヒアリングを行うなど調査を行う。具体的な授業計画に関しては長狭学園関係者、協力を仰ぐ関係者と話し合いをしながら作成していく。   |
| 【5】関係協力者             | 長狭学園関係者、地域おこし協力隊(仮)、鴨川市内の神社の神職(仮)、NPO大山千枚田保存会(仮)、無印良品くらしの良品研究所(仮)   |
| 【6】メンバー氏名            | 侯柏宇、長谷川敦子、竹田のゆり、掛谷知海、李薫、鈴木 陸、橋本尚子、岡 ももな、ソレン ポニオ   |

\* 適宜補足したいところは別紙に書き記してください(様式自由)

【拠点の整備】 目的；実際に行政が身を切って手本を示す！

- ① 『リノベーションまちづくり』の拠点の確保
  - ・まちづくりの拠点 ・誰もが集えるカフェ ・地域活動家のサロン
  - ・前原ベース
- ② 運営主体は？
  - ・観光協会？ ・プラットフォーム？ ・鴨川市観光課？
- ③ 国交省の補助金を利用する
  - ・鴨川市が事業主体の場合、国費1/2・鴨川市1/2
  - ・民間が事業主体の場合、 国費1/3・鴨川市1/3・民間1/3
- ④ 空き家を10年間借り入れしよう！
  - ・リノベ費用は補助金+ $\alpha$
  - ・賃料は、小洒落たカフェで捻出しよう！
  - ・建物主所有者のメリットは前述の通り。
  - ※官手動で手本を示す意義は大きい。
- ⑤ ここに地域を変革するあらゆる人が集う。
  - ・城西国際大学 ・千葉大建築学科 ・芸大建築学科 ・地域変革活動家
  - ・文理開成高校 ・優秀な行政官 ・漁業関係者 ・農業従事者 ・他
  - ・首都圏の鴨川フリーク ・サーファー

【他・地域への波及】

- ① 中山間地域
- ② 他の漁村地域
- ③ 村社会の再構築

前原地区・『リノベーションまちづくり』・『ほしい暮らしは自分でつくる』企画

【プロセスのデザイン】ここが一番大切。

・関わる人が同じ方向を向いて、進む事の出来るプロセスをデザインする。

参加者全てがワクワクするようなまちづくり。

1) 企画者 (事業主) 2) 入居者 3) 所有者 4) 行政 5) 協力者

※関わる人全てが、リスクを負い本気で力を合わせる状況を作る。

※欲しい空間は自分で作る！を→欲しい空間は我々で作る！に変えるためのプロセス。

例)

① 『リノベーションまちづくり・ワークショップ』の立ち上げ

主催者；(仮称) 鴨川リノベーションまちづくり委員会

(例えば川上・豊島中心に立ち上げ検討)

参加者；城西大学・芸大建築学科学生・千葉大建築学科学生

事業主希望者・市民有志・海の体験塾・他

協力者；協力企業の募集等

講師；嶋田氏・武田氏等、地域活性化・リノベーションに実績のある人物

② 『ワークショップの開催』

・地域の探検・宝の地図作成！

・本町・新町・芝・昭和・中央通りの“イカした”リノベしがいのある建物の抽出。

・区域別の人口動態調査・路線価の調査

・地域の課題、問題、要望の抽出

・『宝の地図』をもとに、ワークショップにて『架空の事業モデル』をリアルに創る！

グループA・グループB・グループC・他

※事業プランはどこまでもリアルに！シビアに！資金繰りの破綻もしっかりチェック

※ここでは架空だが、数日後に現実に転じることができる！

例) A事業主が所有者から年間20万円・10年契約で建物を借り上げる。(200万円)

A事業主は400万円かけてカフェとしてリノベ+200万円で600万円程度の投資。

カフェ経営者に家賃9万円？で割安に貸。→10年で1080万円

出資者は差額の480万円の利益。出資者が数名の場合、分配する。

所有者の利益は？賃料200万円以外に、10年後に収益物件がただで手に入る♥

しかもリノベーション費用は他人が！

③ 事業主希望者と所有者のマッチング♥

・『リアルガチな事業モデル』を建物所有者にプレゼンする！

ここで、建物所有者の意識が変わる！

(ただの古い建物と思っていた持ち主の目の前に、目を輝かせて魅力を語りプレゼンする若者が出現する！)

・モチロン所有者が乗ってくれなければ、架空のままだが、

それでもリアルな事業モデルが出来上がった事で参加者は自信に繋がる。

・このワークショップの中から、本当の成功事例を創り出す。

・所有者とのマッチングがうまく行ったら、ここから勝負だ！

④ 『事業モデル』第1号の発進♥

・わが町が変わる！近隣の人にも可能性を信じ始める！人の動きが始まる！

2018年12月13日

海辺の魅力づくりを通じた交流のまちづくり推進事業

【H30年度】

- ・プロジェクトマネジメント体制強化
- ・民間事業者参入支援業務
- ・空き店舗等の情報提供及びチャレンジショップの開設支援

豊島

1. H30年度の目標（12/11 確認）

（1）エリア計画

- 前提条件として、①フィッシャーナ、②プロムナード、③市民会館、④文理開成からマルキポイントの順で整備と想定する
- 3月末までに①②③エリアの機能配置案、事業計画案、パースを整備する

（2）空き店舗活用

- 具体的に活用を開始する。
- 今後の実行計画案を策定する。

（3）拠点

- 海辺の魅力づくりを推進していく拠点（含む人配置）を整備する。

2. 全体像、支援体制（別紙ご参照）

3. 本日の相談事項

（1）エリア計画

- ・全体スケジュール（別紙）へのご意見
- ・関連情報の提供（市への要望）
- ・直近の活動計画 12/21（ビッグデータ）、12/22（実地踏査）

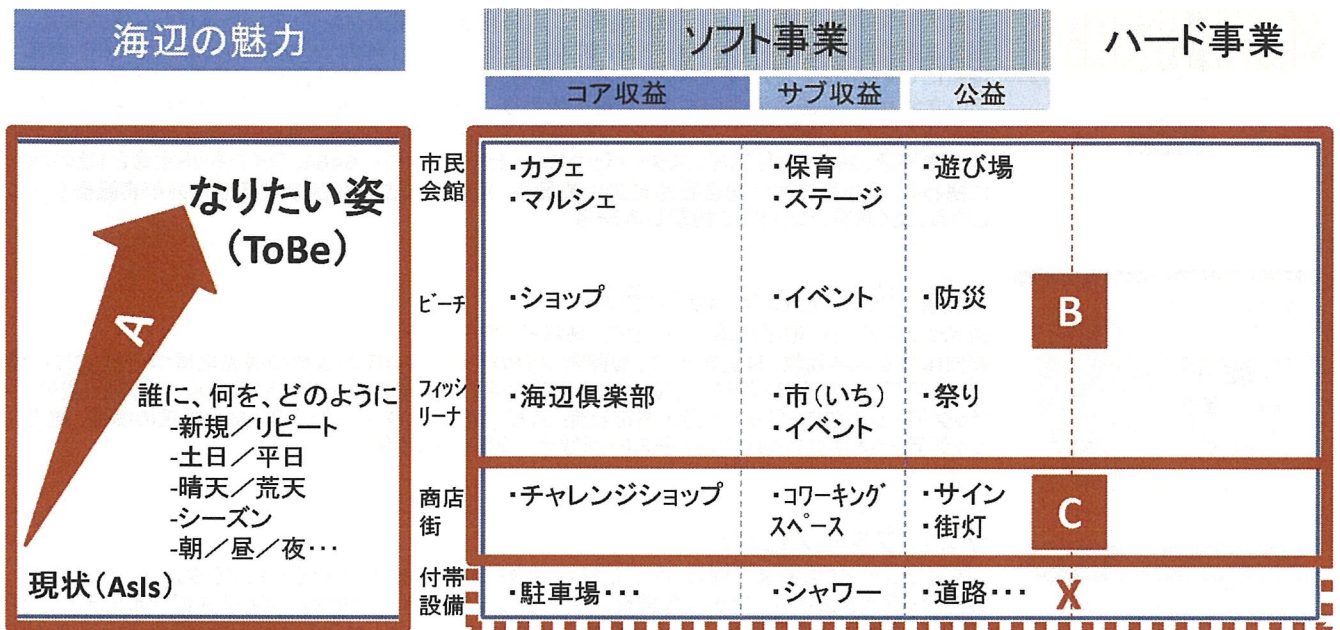
（2）空き店舗活用

- ・スケジュール（A18改修完了、来年度以降の開発プラン提示）
- ・A18（？）の物件情報、契約条件の確認開始
- ・コワーキングスペース化
- ・予算（300万円）の流れ
- ・契約者

以上



# 全体像

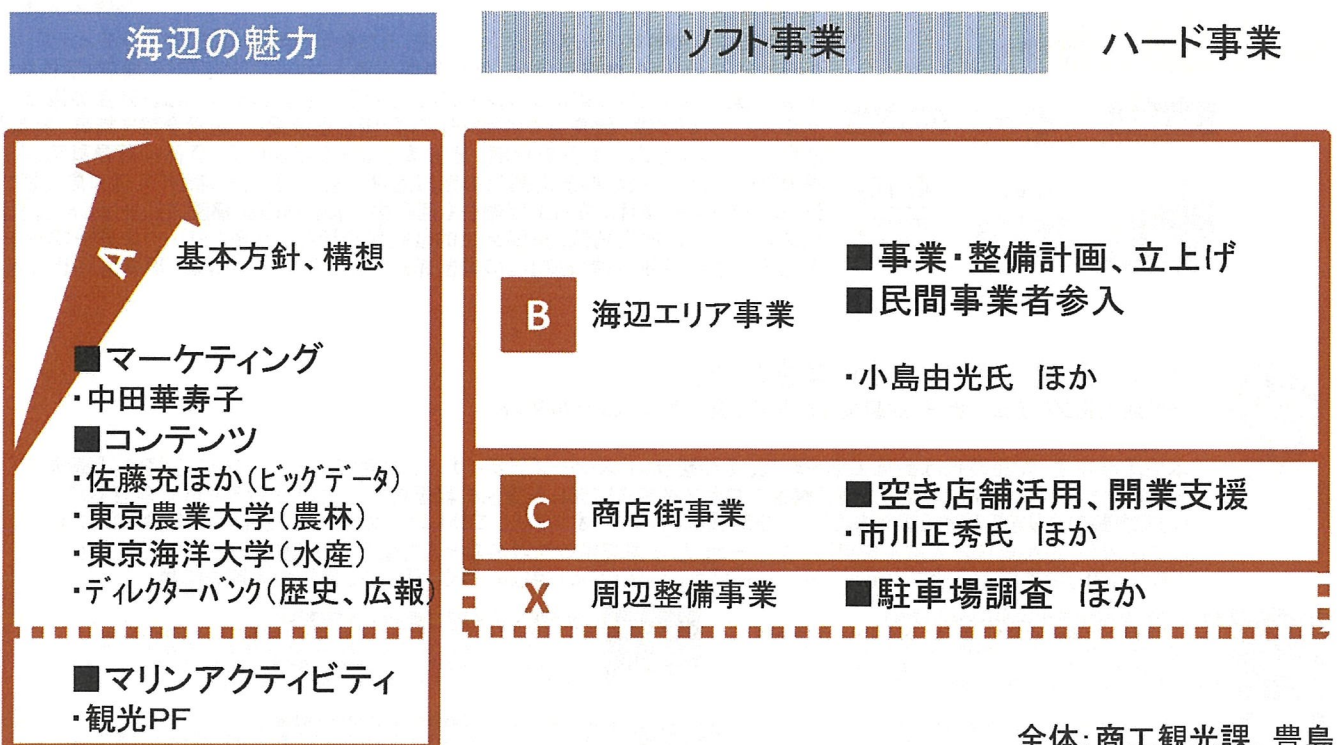


A...どんな魅力をつくるか  
基本構想、方針  
(ターゲット、必要機能)

B...海辺エリア事業(事業者、事業・整備計画、実施)  
C...商店街事業(個別事業者、計画・整備・開業支援)  
X...周辺整備事業(自治体等、整備計画、実施)

注: 事業アイデア等はこれまでの協議を参考に例として記載。今後精査。

# プロジェクト支援体制



全体: 商工観光課、豊島



### 中田 華寿子 (なかだ かずこ)

マーケティング全般、PR・コミュニケーション全般、ベンチャー・マネージメント全般  
 上智大学文学部卒業。1965年、東京生まれ。広告代理店、電通ヤング・アンド・ルビカム株式会社  
 国際営業推進局にて外資系クライアント営業を担当。その後、スターバックスコーヒー ジャパン株式  
 会社にてマーケティング・PRマネジャーとして参加。広報室長、執行役員として同ブランドの日本市場  
 での立ち上げ、全国規模への拡大、浸透に携わる。株式会社GABA マーケティング部門長・常務執  
 行役員を経て、2008年4月 マーケティング部長として5月開業のライフネット生命に入社。2011年より  
 常務取締役、2017年6月退任。スターバックスコーヒー ジャパン、GABA、ライフネット生命と3社のIPO  
 に携わる。香川県三木町総合戦略策定副委員長、兵庫県加古川公開事業評価の外部審議委員をつ  
 とめる。動く政策シンクタンク構想日本理事



### 佐藤 充 (さとう みつる)

観光ビッグデータ、地域産業、中小企業、地域イノベーション  
 福知山公立大学助教、佐倉市出身。豊岡市や海の京都DMOほか各地の観光地域づくりにおける観  
 光ビッグデータの活用と課題の実践的研究に取り組む。観光者の発着地や回遊ルート解析、観光  
 ビッグデータの収集・解析を担う人材の確保・育成、観光ビッグデータ活用目的と成果の関係、観光  
 ビッグデータと消費行動やSNSテキスト・画像データ等の併用等。



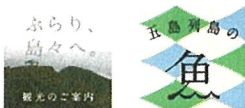
### ディレクターバンク

大手WEBメディアの運営に携わってきたディレクターが中心となって設立したデジタルマーケティング  
 の企画・運用支援会社。担当は取締役/ディレクターの鶴久氏。1968年福岡県久留米市生まれ。ディ  
 スプレイ業界大手の丹青社、ニフティ株式会社のオンラインサービスの運営部門・広告・EC・アフィリエイト・  
 パーソナライズ・WEB2.0対応などのサービスの構築・運営、「デイリーポータルZ」や次世代型ライ  
 ブハウス「東京カルチャーカルチャー」のマネジメント及び事業化を担当。  
 今回は、地域に点在している歴史・文化の関連資料を洗い出してデータ化し、既存資料だけで足りな  
 い場合は取材・記事(コンテンツ)化、データ化した資料の短期的・中期的な利活用アイデア、海辺を  
 中心とした鴨川の魅力の読みやすいPR誌(A5・8P程度)のデータ入稿を依頼。



### 小島 由光 (こじま よしみつ)

地域活性化・特産品ブランディング・飲食店コンサルタント



市原市出身。2000年スーパーソニック創業。3次産業(流通・外食)マーケティング、コンサル  
 ティングをはじめ、地域活性化、地域振興活動を中心に1次産業(生産者)活性化と2  
 次産業(製造加工業者)の商品ブランディングを行う。6次産業化は流通・外食の視点のコンサル  
 ティングが特徴。飲食店ではコンセプト計画を重要視し、経営全般を指導。商業施設  
 飲食ゾーンコンセプト、新業態企画、経営改善などを手掛ける。具体的行動計画を行う指  
 導の評価が高い。長崎県五島列島の地域活性化を目的とした活動「五島列島支援プロ  
 ジェクト」を2009年8月に立ち上げ現在も活動中。水産物の首都圏流通をはじめ特産品開  
 発プロデュース、観光誘致、重要文化的景観保全活動、五島カトリックの歴史継承を行  
 う。執筆、講演多数。「緑提灯」店の経営相談。盛和塾塾生。内閣府地域活性化伝道師。



### 市川 正秀 (いちかわ まさひで)

地域活性化プロデューサー、燻製調味料製造、食品加工コンサルタント



木更津市在住。学生時代は機械工学を専攻、その後ランドスケープデザイナー、飲食店オーナーシエフを経て、「調味  
 料を燻製する」という新しい発想で液体燻製プロセス技術を開発した異色の経歴の持ち主。「かけるだけ」「混ぜるだ  
 け」で燻製の香りを表現する無添加加工の燻製調味料のパイオニアとして新しい食のシーンを展開。その傍ら2017年  
 にキリンビールが東日本大震災を契機にスターとした全国規模で地域の食と人を繋ぐ「地域創生トレーニングセンター  
 プロジェクト」の地域活性化プロデューサーに選ばれ、全国のFWIに参加。深く、幅広い、異能の人脈を構築。



武田 昌大(秋田県北秋田市) 株式会社kedama 代表取締役  
 トラクターに乗る男前農家集団「トラ男」を結成し、食べ手と作り手の繋がりを作るべ  
 く、首都圏でのイベント開催やこだわりの厳選米を産地直送するウェブを運営。また  
 「年貢を収めて村民に」で「シェアビレッジプロジェクト」を創設し、秋田県五城目町と  
 香川県三豊市仁尾町の全体運営に携わる。今後全国展開予定。



小池 秀明(群馬県高崎市) 有限会社小池 代表取締役  
 家業の燃料販売店を営む傍ら、屋台村やロックフェスの運営に携わる。2009年には屋  
 台村運営メンバーであった若手経営者7名と共に合同会社を立ち上げ、跡地について  
 でも手ぶらでまちなかBBQが楽しめる飲食施設、「高崎フィードバックBBQ  
 PEOPLE」を開業。今はシェアスペースやシェアオフィスとして活用。



中川 裕子(富山県南砺市) foodmeet design OCATTE 代表  
 本業である美容師の傍ら、南砺市をはじめとする富山県や北陸エリアの郷土料理  
 を継承する食のプロデュースグループ「food meet design OCATTE」の代表を務め  
 る。南砺のこだわりの野菜やお米を使った料理や加工品を作る加工組合の運営  
 のほか、様々なシーンとコンセプトに合わせたケータリングを展開している。



株式会社LOCAL(ラコル) 横田賢代表取締役  
 「ローカルの溢れる「魅力」をドラフトする」Regional Revitalization: 農業総人口の  
 増加を目的とした「Farmers」プロジェクト。6次化による食品のプロデュース、  
 リージョン・ブランド戦略のデザイン & プロデュース ■Outdoor Theater Japan: コンテ  
 ニュ×地方の魅力を「劇場化」し、人との出会いやつながりの場をつくらせて「プロ  
 ジェクト」。 ■Advertising Agency Business: 映像制作、コミュニケーション戦略・企画。

鴨川市 海辺エリア事業 開発プロジェクト（仮）スケジュール（案）

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <p>2018年<br/><br/>12月</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・海辺エリア視察 環境分析</li> <li>・マーケティングリサーチ結果分析<br/>(エリア特性・産業・人口動態・農水産物生産・医療環境・観光 etc)</li> <li>・与件整理</li> </ul>  |
| <p>2019年<br/><br/>1月</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・カフェ/マルシェ（農水産物生産流通販売計画/運営事業コンセプト）</li> <li>・ショップ事業（方向性/可能性）集客コンセプト検証及びリサーチ</li> <li>・海岸立地活用計画（方向性/可能性）集客コンセプト検証及びリサーチ</li> <li>・保育/介護ステージ（人口動態を踏まえた市民にやさしいまちづくり計画構想）</li> <li>▼ ・イベント（集客/運営 魅力あるまちづくり計画構想）</li> <li>・基本構想開始</li> <li>・開発プロジェクト（仮）基本コンセプト計画構想開始</li> </ul> |
| <p>2月</p>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・カフェ/マルシェ（商業施設/店舗/飲食店）基本コンセプト計画立案</li> <li>・ショップ事業（商業施設/店舗/飲食店）基本コンセプト計画立案</li> <li>・海岸立地活用計画（方向性/可能性）基本コンセプト計画立案</li> <li>・保育/介護ステージ（市民にやさしいまちづくり計画構想）基本コンセプト計画立案</li> <li>▼ ・イベント（魅力あるまちづくり計画構想）基本コンセプト計画立案</li> <li>・基本コンセプト計画（案）</li> <li>・事業計画（案）</li> </ul>         |
| <p>3月</p>                 | <p>(再検証・修正)</p> <p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・基本コンセプト計画決定</li> <li>・プロジェクトマネジメント事業計画</li> <li>▼</li> <li>・詳細計画開始・実行</li> </ul>  |





## 181122 鴨川市の観光振興に向けたリサーチに関するメモ

福知山公立大学地域経営学部

佐藤 充

### 【観光地経営に基づくビジョン・戦略策定までのプロセス】

- (1) 観光地及び観光地を構成する要素の現状把握
- (2) 観光者のモデル化
- (3) 観光地及び観光者を取り巻く諸動向の把握
  - ➔ 観光振興に向けたビジョン・目標・戦略の策定へ

### 【観光地及び観光地を構成する要素の現状把握】

- (1) 観光地全体の現状把握
  - 観光入込客数（国内・訪日外国人）、観光消費額、観光関連産業の売上高、地域への経済波及効果
- (2) 観光地を構成する要素の現状把握
  - ①中核資源
    - 観光者を誘引できる地域固有の観光資源（自然・人文・複合資源）とその評価
  - ②観光支援サービス
    - 観光案内所の量・質、現地ツアーの量・質、観光イベントの量・質、観光案内マップの量・質、観光案内サインの量・質、休憩所やトイレの量・質、宿泊施設の量・質、飲食店の量・質、商業施設の量・質、交通網の整備状況、各交通手段の運行本数・頻度（利便性）、緊急医療体制の整備状況、従業員満足度
  - ③周辺環境
    - 景観、雰囲気、治安、地域住民の意向・満足度

### 【観光者のモデル化】（\*印を付した項目はビッグデータの活用可）

- (1) 観光者の属性
  - 性別、年代、居住地、同行者の関係性
- (2) 観光者の行動\*
  - ①移動：来訪のルート、来訪の交通手段、市内・域内での回遊ルート、市内・域内での交通手段、域外への移動ルート、全行程の日数、立ち寄り箇所
  - ②訪問：訪問目的、訪問形態、訪問回数、訪問場所、各場所での滞在時間
  - ③宿泊：日帰り・宿泊の有無、宿泊場所・タイプ、予約時期、宿泊金額、宿泊日数
  - ④消費：消費金額、消費品目、消費場所

- ・観光者の意思決定\* (≒消費者の購買行動プロセスモデル)
  - ①認知：認知の媒体（何から知ったのか？）
  - ②関心：興味・関心の対象（何に興味・関心を持ったのか？）
  - ③検索：検索の対象（何を検索したか？）、検索の媒体（何で検索したか？）
  - ④比較：比較の対象（何と比較したか？）
  - ⑤検討：検討における重視ポイント（何を重視して検討したか？）
  - ⑥購入：購入した財・サービス（何を買ったのか？その理由は？）
  - ⑦共有：発信の有無とその対象（発信したのか？何を発信したのか？）
  - ⑧評価：満足度（満足したか？）、推奨意向（誰かに薦めたいか？）、再訪意向（また訪問したいか？）

#### 【観光地及び観光者を取り巻く諸動向の把握】

- ・消費者の動向：経済的余裕、時間的余裕、関心、意識、ニーズ
- ・観光のトレンド：ツーリズムの目的・形態、金銭的負担
- ・旅行者の動向：国内旅行者の動向、訪日外国人の動向
- ・技術の動向：ソサエティ 5.0、キャッシュレス、シェアリング、MaaS ほか

# デジタルアーカイブからのご提案

---

## 支援1) 地域資料の調査及び収集

1. 歴史・文化に関する地域資料洗い出し及びデータ所在一覧を作成します。
2. 資料所有者と調整し、資料コンテンツ（ローデータ）の収集を行います。

※権利関係の処理は貴市にてお願いいたします。

## 支援2) 不足コンテンツ補充のための取材及び作成

1. 支援内容1)の実施後、不足しているテーマに関して、関連施設や地域識者に取材し、新規コンテンツとして作成します。

※取材先に関しては、貴市よりご提供ください。

## 支援3) 地域資料の利活用提案

1. 短期利活用として、収集した歴史・文化情報を素材に、観光拠点向けの小冊子をご提案します。
2. 中期利活用として、「かもナビ」との連携など、貴市の観光戦略に沿った利活用施策アイデアと、資料の管理・保管方法についてご提案します。

# スケジュールと稼働スタッフのイメージ

|                                     | 11月        | 12月     | 1月  | 2月  | 3月   |
|-------------------------------------|------------|---------|---|---|--|
| 全体共通                                | ご発注<br>手続き | ▲ 定例MTG | ▲ 定例MTG   | ▲ 定例MTG   | ▲ 定例MTG  |
| 支援1)<br>地域資料の調査及び<br>収集             |            | ・ディレクター | <div data-bbox="762 817 933 1182" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ▲ 想定納品物：<br/>                     ・地域資料一覧<br/>                     ・既存資料コンテンツ<br/>                     (ローデータ)                 </div> |   |  |
| 支援2)<br>不足コンテンツ補充<br>のための取材及び作<br>成 |            |         |   | <div data-bbox="885 212 1061 851" style="background-color: #ADD8E6; padding: 5px;">                     ・ディレクター<br/>                     ・ライター<br/>                     ・カメラマン                 </div> | <div data-bbox="1013 190 1109 515" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ▲ 想定納品物：<br/>                     ・追加コンテンツ                 </div>   |
| 支援3)<br>地域資料の利活用提<br>案              |            |         |   |   | <div data-bbox="1141 212 1252 515" style="background-color: #ADD8E6; padding: 5px;">                     ・ディレクター<br/>                     ・デザイナー                 </div> <div data-bbox="1260 156 1428 515" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">                     ▲ 想定納品物：<br/>                     ・利活用提案<br/>                     ・小冊子ラフデザイン<br/>                     ・利活用アイデア提案                 </div> |

# 鴨川 海の体験塾



鴨川市前原・横渚海岸の魅力を発信し好奇心を刺激  
「楽しそう！面白そう！行ってみたい！参加したい！」と  
思うような体験プログラムを市民参加で開発、そして実現へ。

## 第3回 海辺の体験プログラム構築ワークショップ

テーマ：

### ○「鴨川的『村づくり』地元資産活用 フィールドワーク（前編）」

**日時** 2018年12月21日（金）  
18時～20時

**会場** 鴨川市市民会館  
鴨川市横渚808-33  
☎04-7093-1131

**定員** 20名※定員になり次第締切らせて頂きます  
(15歳以上で体験プログラム構築に意欲のある方)

**申込締切** 12月17日（月）17時まで

**講師** 橋村 和徳様  
株式会社ヴィレッジインク代表

参加  
無料

～講師プロフィール～



橋村 和徳 (Kazunori Hashimura)  
株式会社VILLAGE INC代表

1973年生まれ、佐賀県唐津市出身。  
東京の大学を卒業後、テレビ局3年、上海勤務  
を含むITベンチャー8年の会社勤務を経て、  
2009年に帰国し伊豆下田へ移住。  
アウトドアベンチャーとしての活動を開始し  
2011年に「VILLAGE INC.」を設立。  
船でしか行けない1日1組のキャンプフィールドを  
皮切りに、地域の自然資産を生かした『空間』  
と『非日常体験』でもって感動の時間を提供できる  
事業「Villaging ヴィレッジイング」(村づくり)を  
全国で手掛けている。

※終了後、懇親会を予定しております(会費制)

◎次回開催は2019年1月18日(金) 予定

【お申込・お問合せ】鴨川観光プラットフォーム(株)  
TEL：04-7093-2461（9時～17時まで、土・日・祝日除く）  
mail：kamogawa.kankou.pf@gmail.com

主催：鴨川観光プラットフォーム(株)

## ◆受講申込書

|                          |  |    |  |
|--------------------------|--|----|--|
| 参加者氏名                    |  | 年齢 |  |
| 事業者名                     |  |    |  |
| 電話番号                     |  |    |  |
| メールアドレス                  |  |    |  |
| ご職業または<br>実施している<br>事業内容 |  |    |  |
| 実施したい<br>体験プラン案          |  |    |  |

※上記内容は本事業以外で使用することはありません。

### 【申込み・問い合わせ先】

先着順

鴨川観光プラットフォーム(株) 担当：小澤

FAX：04-7093-2462

MAIL：kamogawa.kankou.pf@gmail.com

締め切り：2018年12月17日（月）

※申込者多数等でご参加頂けない場合のみ、こちらからご連絡させていただきます。  
※やむを得ない事情により内容の一部及び中止になる場合があります。







参考資料 (H30.10.17)

**前原横渚海岸周辺の魅力づくりに関する計画 (抜粋)**

● 1-3. 課題認識を裏付ける定量・定性情報の整理(良好でない観光客受入環境)

# 海沿いまで来ても利用可能な駐車場がどこにあるのか認識しにくい 公共の駐車場が空いている場合でも利便性から路上駐車が散見される

## 車・駐車場利用者への整備不足

### 前原横渚海岸までの案内サインの数

- 県道から海岸沿いの駐車場までの経路において、要所となる交差点に案内サインがない



県道から前原横渚海岸の  
駐車場に向かうルート

**S** : 海岸の案内サイン  
**P** : 市営駐車場

— : 駐車場までの案内ルート例      ○ : 案内サイン等の必要性が示唆される交差点

### 駐車場までの案内表示

- 海岸までの案内しかないため海沿いまで来ても駐車場位置が認識しにくい
- 駐車場の看板が認識しにくく、利用して良い駐車場なのか判断しにくい



写真出所: Google street view

### 駐車場とプロムナード沿いへの駐車

- 駐車場に空きはあるが路上駐車が散見される



写真出所: Google street view

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

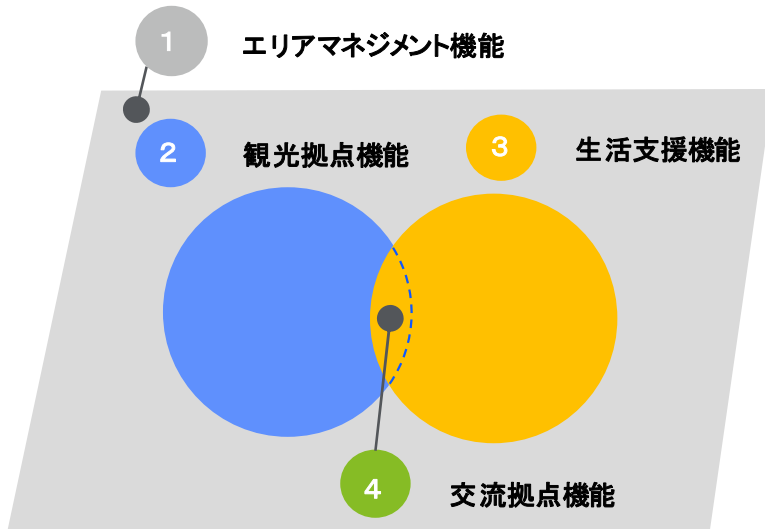
\*1: 関係者が教授することのできる価値

### 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



- 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交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

## ● 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、魅力体験広場へ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が分かりやすい環境を整備する



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

\*1 :オガールプロジェクトHP オガールセンター  
<http://ogal-shiwa.com/>

地図写真出所:Googleマップ,ZENRIN

## ● 5-1. モノに関する資源の獲得・創出

拠点と各資源が有機的に連携できる体制を整え、地域全体での魅力づくりを目指していく

### 拠点エリアと他の資源との連携構想

- 今回中心的に整備を進める拠点整備エリアと、他の資源の連携を図り、集客や消費額の増加を地域として拡大していくことを目指す



# 遊休地については、それぞれの土地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
- 地域の子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

### フィッシャリーナ後背地

- 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ナショップを活用した飲食や特産品のビーチショッ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】



## ● 5-1. モノに関する資源の獲得・創出

# 鳴川市が抱える観光のインフラに関する課題解消に向け、民間活力の活用やインセンティブ設計などの検討を進める

## 観光客受け入れに適したインフラの再整備に向けた方針を定める(1/3)

### 路上駐車を減らすための施策

- 公営駐車場の利便性を向上させるとともに、路上駐車削減に向けた整備を行う
- 公営駐車場だけでなく、シェアリングエコノミーの実現や公共交通機関についても利用を促進する

#### 【路上駐車削減の考え方】

- **プロムナード沿いの路上駐車**  
プロムナード沿いの通りは路上駐車禁止の道路ではないため、路上駐車を禁止できない状況である。  
プロムナード沿い・海岸周辺の安全を確保するために、車利用者や観光客にとってより利便性の高い駐車・移動手段を整備することで路上駐車削減を図る。

#### 【取り組むべき施策】

- **公営駐車場の整備の計画策定**  
既存駐車場の構造や入口から出口までの動線などを見直し、利便性を高めると共に、障がい者や子供連れ優先の駐車スペースの拡充に取り組む
- **サーフィン利用客の公営駐車場の利便性向上の計画策定**  
サーフィン利用客が利用しやすい公営駐車場の仕組みづくり(インセンティブ設計)を計画するとともに、路上駐車を制限する規制等を整備する
- **シェアリングエコノミーの実現に向けた計画策定**  
観光客が利用できる一時駐車場を設ける等のシェアリングエコノミーの実現を図る
- **公共交通機関との連携強化に向けた計画策定**  
公共交通機関事業者との連携を強化するとともに、レンタサイクル「カモチャリ」利用の促進によって観光客に公共交通機関の利用を促す

### 案内掲示を整備するための施策

- 海岸の駐車場までの案内板・サインの整備を行う
- 道路上の案内掲示の拡充だけでなく、多様な媒体を利用して案内掲示を補完する

#### 【統一的な案内掲示の整備】

- **海岸の駐車場への案内板・サイン整備の計画策定**  
県道および駅前から前原横渚海岸の駐車場に誘導する案内板・サインの整備・拡充を行うとともに、駐車場の入口の案内掲示をより認識しやすいよう整備する
- **多様な媒体を活用した案内掲示の方針策定**  
案内掲示の拡充にあたっては、既存のパンフレットの他、携帯端末なども利用し相互に補完し合うことにより、案内掲示の充実を図る
- **事例:「かまくら想いプロジェクト」**  
鎌倉市では、案内掲示板の設置費用をクラウドファンディングによって調達している(参考:<http://blog.shootingstar.jp/1082>)

### 空き店舗を活用するための施策

- 空き店舗に係る調査を推進するとともに参入企業の選定を進める
- 地元商店等との連携によるチャレンジショップ設置計画を策定する

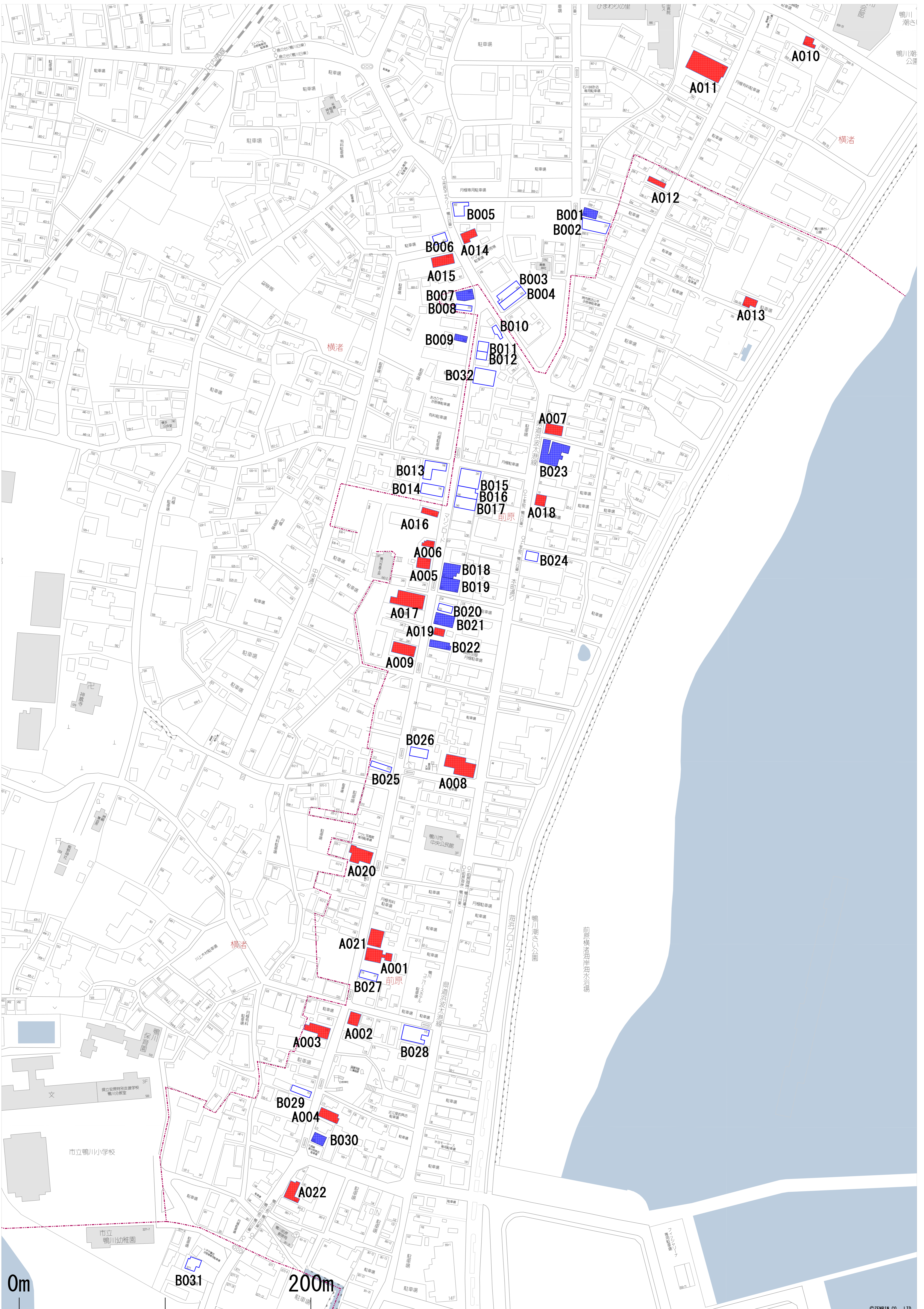
#### 【取り組むべき施策】

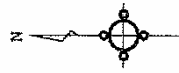
- **空き店舗状況の把握推進**  
商店街などの空き店舗について、地権の調査や関係者との調整など具体的な利活用に向けた取組みを推進する
- **マッチングイベントの開催**  
空き店舗の活用にあたり、店舗を利用したいベンチャー企業を募り、企業が海岸沿いで行いたい事業プランを提案するマッチングイベントを企画する
- **チャレンジショップの整備**  
地元商店等と連携した加工品の販売や、海岸沿いの食文化を活かした軽飲食の販売等を行うチャレンジショップ設置を計画する



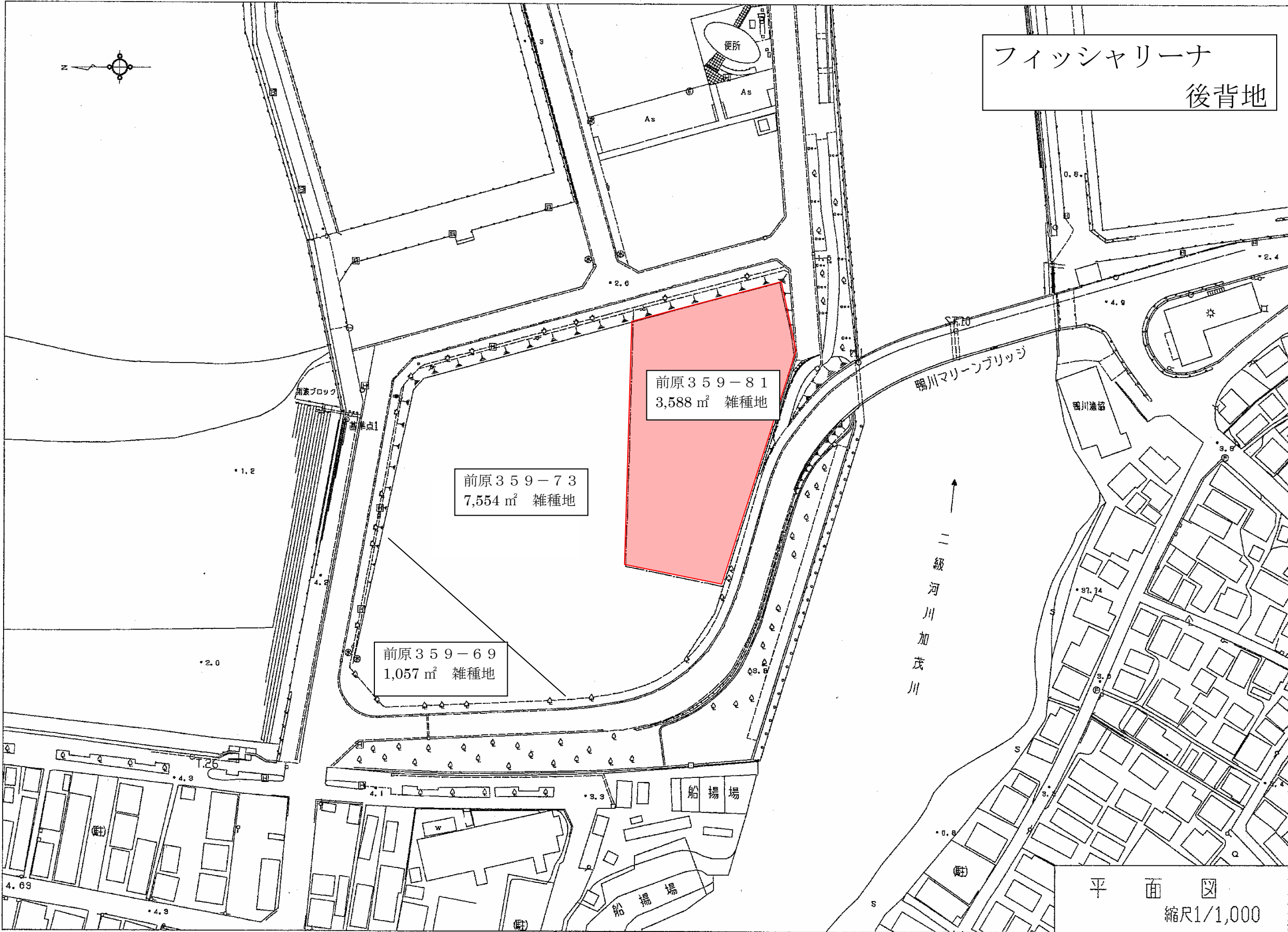
# 前原横渚海岸周辺図

鴨川市空き店舗等調査分布図





フィッシャリーナ  
後背地



前原 359-81  
3,588 m<sup>2</sup> 雑種地

前原 359-73  
7,554 m<sup>2</sup> 雑種地

前原 359-69  
1,057 m<sup>2</sup> 雑種地

鴨川マリーナブリッジ

鴨川漁船

二級河川 加茂川

船揚場

船揚場

平面図  
縮尺 1/1,000

# 市営駐車場の設置及び管理について

|                    |   |
|--------------------|---|
| 目次                 |   |
| 1 駐車場施設の概要等        | 1 |
| 2 市内の駐車場の状況        | 3 |
| 3 近隣他市町の状況         | 5 |
| 4 市営駐車場及びその他駐車場位置図 | 6 |

平成 30 年 10 月

鴨川市建設経済部商工観光課

## 1 駐車場施設の概要等

本市には、鴨川市営駐車場の設置及び管理に関する条例に基づき、道路交通の円滑化を図り、もって市民、事業者、観光者等の利便性の向上に資するため、7か所の駐車場が設置されている。

それぞれの駐車場の施設及び管理の状況は以下のとおりとなる。

| No. | 名称       | 設置目的           | 設置箇所            | 利用可能台数 | 主な利用状況  | 使用料等                |
|-----|----------|----------------|-----------------|--------|---|---------------------|
| 1   | 芝浜駐車場    | 観光振興           | 横渚 808 番地 80    | 125 台  | 海水浴、サーフィン等マリンスポーツ等の外、市民会館利用者による利用<br>※夏季シーズン、週末は満車      | 無料                  |
| 2   | 二日間駐車場   | 観光振興           | 天津 1103 番地 1 地先 | 73 台   | サーフィン客、天津小湊支所利用者、学校利用者、近隣住民外による利用<br>※夏季シーズン、学校行事等の際は満車 | 無料                  |
| 3   | 清澄第1駐車場  | 観光振興           | 清澄 145 番地 2     | 15 台   | 清澄寺参拝者、ハイキング客外による利用<br>※年末年始、寺行事等の際は満車                  | 無料                  |
| 4   | 清澄第2駐車場  | 観光振興           | 清澄 115 番地       | 121 台  | 清澄寺参拝者外ハイキング客外による利用<br>※年末年始、寺行事等の際は満車                  | 無料                  |
| 5   | 小湊駅前駐車場  | 観光振興及び市民の利便性向上 | 内浦 412 番地 17    | 160 台  | 海水浴、マリンスポーツ等の外、JR、高速バス利用者による利用<br>※夏季シーズンは満車            | 無料                  |
| 6   | 鴨川駅西口駐車場 | 商業振興及び市民の利便性向上 | 横渚 975 番地 7     | 38 台   | JR、高速バス利用者及び商業施設利用者による利用<br>※日常的に満車                     | 無料                  |
| 7   | 中央通り駐車場  | 商業振興           | 横渚 662 番地 2     | 37 台   | 商店街等利用者による利用<br>※現在利用は 19 台(区画)<br>うち商業用 13 台           | 有料<br>月額<br>4,200 円 |

| 敷地の状況  | 管理状況   | 支出の状況<br>(H29年度)  | 課題等  |
|--|--|---|--|
| 国有地(占用)<br>3,577 m <sup>2</sup>                      | 直営<br>(草刈、清掃等)                                   | 修繕費(※1)<br>279,141 円  | 夏季シーズンは、駐車スペースが不足し、周辺では迷惑駐車、路上駐車が発生しやすい。また、海岸沿いにあるため、砂が堆積しやすく、柵等も劣化しやすいなど、管理に苦慮している。                       |
| 財産区有地<br>(賃貸借)<br>1,852 m <sup>2</sup>               | 委託<br>(地元町内会へ委託:草刈、清掃等)                          | 土地借上料<br>17,376 円<br>委託料<br>50,000 円                          | 観光客はサーフィンに限定される。周辺施設の駐車場が不足することが多々あり、その際の駐車場としても活用されている。<br>海岸沿いにあるため、砂が堆積しやすく、管理に苦慮している                   |
| 県有地<br>(協定により市が管理)<br>1,084 m <sup>2</sup>           | 直営(駐車場内トイレを含む。)                                  | 修繕料(※2)<br>227,564 円  | 清澄寺最寄に駐車場が確保できず、駐車場から清澄寺まで、のぼり傾斜を 150mほど歩く必要あり。  |
| 市有地及び一部<br>私有地(清澄寺)<br>の使用貸借<br>5,561 m <sup>2</sup> | 直営   | —   | 舗装されておらず、清澄寺から 250mの位置にあり、利便性が低く日常的な利用はない。ただし、寺という性格上、初詣や節分等の行事のある際には一度に大勢の参拝者が集中するため、経費をかけない形で駐車場を維持している。 |
| 私有地<br>(賃貸借契約)<br>5,892 m <sup>2</sup>               | 直営   | 土地借上料<br>3,683,100 円  | JR利用者、高速バス利用者を含め、地域の方々にも恒常的に利用されているが、一部、私的な駐車場として利用されているケースも見受けられる。  |
| 私有地<br>(使用貸借)<br>847 m <sup>2</sup>                  | 直営   | —   | JR利用者、高速バス利用者又は商業施設利用者が利用しているが、近隣住民、付近の施設へ勤務されている方等の恒常的な駐車も多く見られる。   |
| 市有地及び一部<br>私有地<br>(賃貸借)<br>1038.05 m <sup>2</sup>    | 指定管理<br>(商工会)<br><br>利用料金収入<br>589,200 円<br>(※3) | 土地借上料<br>296,400 円<br>@2,000 円×<br>148.2 坪<br>電気料<br>13,168 円 | 商店街利用者のための駐車場として設置されたが、近年商店街の空き店舗が多くなっていること、また空き地となった場所を駐車場として利用している状況にあり、設置の効果、意義等を見極める時期にきている。           |

※1 修繕費の内訳 砂撤去 106,000 円 ネットフェンス修繕 59,400 円 駐車場内グレーチング修繕 75,141 円

※2 修繕費の内訳 手すり修繕 30,000 円 トイレポンプ交換 197,564 円

※3 指定管理料について

鴨川市商工会に対する指定管理料は 360,000 となっており、利用料金の中から支弁されている。従って、支出としては計上されていない。

(利用料金収入 949,200 円－指定管理料 360,000 円＝589,200 円)



## 2 市内の駐車場の状況

本市には、市営駐車場の他に、千葉県等により設置された駐車場（公設駐車場：No.1～No.8）や民間が設置、管理する駐車場（私設駐車場：No.9～No.12）がある。

主な駐車場の施設及び管理等の状況は以下のとおりとなる。

| No. | 名称               | 設置形態   |        | 利用可能台数 | 主な利用状況等   | 使用料等 |
|-----|------------------|--------|--------|--------|---|------|
|     |                  | 公・私設の別 | 常・臨時の別 |        |   |      |
| 1   | 坂下駐車場            | 公設     | 常設     | 130 台  | 県有地<br>千葉県において、駐車場舗装及びトイレを整備。現在は、協定に基づいて市がトイレの管理を行っている。<br>サーフィン客の利用がほとんどであり、トイレにはシャワー設備あり。 | 無料   |
| 2   | 天津ポートパーク         | 公設     | 常設     | 79 台   | 県有地<br>千葉県において駐車場舗装及びトイレを整備。管理協定により市が管理。大規模修繕は県。芝生、トイレ、テーブルあり。<br>※夏季時期は、城崎海水浴場の来客者で常時満車状態。 | 無料   |
| 3   | ふれあいの海辺公園        | 公設     | 常設     | 60 台   | 県有地<br>千葉県において駐車場舗装及びトイレを整備。管理協定により市が管理。大規模修繕は県。芝生、トイレ、テーブルあり。<br>※夏季時期は、城崎海水浴場の来客者で常時満車状態。 | 無料   |
| 4   | 観光会館駐車場          | 公設     | 常設     | 22 台   | 県有地<br>市が管理。夏期期間は観光会館利用者のため市で2区画確保。   | 無料   |
| 5   | 太海フラワー磯釣りセンター駐車場 | 公設     | 常設     | 260 台  | 市有地<br>太海フラワー磯釣りセンターの来客用駐車場。<br>※近隣の観光スポット等での利用も可能。   | 500円 |
| 6   | 道の駅鴨川オーシャンパーク駐車場 | 公設     | 常設     | 120 台  | 県有地<br>道の駅利用者用駐車場   | 無料   |
| 7   | JR 太海駅前駐車場       | 公設     | 臨時     | 20 台   | 市有地<br>海水浴シーズンのみ駐車場として提供。   | 無料   |
| 8   | 江見海水浴場駐車場        | 公設     | 臨時     | 20 台   | 安房農業協同組合所有地<br>海水浴シーズンのみ駐車場として提供。<br>※ガソリンスタンド跡地を 30,000 円で借用。                              | 無料   |

|    |                     |    |    |       |                                       |               |
|----|---------------------|----|----|-------|---------------------------------------|---------------|
| 9  | 小湊駐車場（ウオポート前）       | 私設 | 常設 | 65 台  | 東安房漁業協同組合小湊支所管理。<br>近隣のホテル利用者や観光客が利用。 | 600円          |
| 10 | 誕生寺前<br>駐車場         | 私設 | 常設 |       | 私有地<br>主に誕生寺参拝客・鯛の浦遊覧船客が利用。           | 有料            |
| 11 | 誕生寺東<br>駐車場         | 私設 | 常設 |       | 私有地<br>主に誕生寺参拝客・鯛の浦遊覧船客が利用。           | 有料            |
| 12 | フィッシャ<br>リーナ駐<br>車場 | 私設 | 臨時 | 400 台 | 市及び鴨川漁業協同組合所有地<br>観光協会が海水浴場開設期間中に開設。  | 1日<br>1,000 円 |

### 3 近隣他市町の状況

| 自治体名 | 駐車場名                   | 利用可能<br>台数 | 管理・利用状況等                               | 使用料等  |
|------|------------------------|------------|--|---|
| 館山市  | 沖の島                    | 500台       | 市直営<br>夏季限定<br>国有地(無償貸与)<br>観光客(海水浴客)用 | 環境保全協<br>力金(任意)<br>として徴収<br>・一台 500 円<br>・一組<br>1,000 円～<br>2,000 円程度 |
|      | 城山公園                   | 74台        | 市直営<br>土地の一部を国有地無償貸与<br>観光客用           | 土日祝日の<br>み有料<br>大型・マイクロ<br>バス<br>2,000 円                              |
|      | 北条海岸                   | 300台       | 県有地<br>協定による無条件占用<br>観光客用              | 無料  |
|      | 八幡(海岸)                 | 30台        | 県有地(占用)<br>観光客用                        | 無料  |
|      | あらい海岸                  | 30台        | 県有地(占用)<br>観光客用                        | 無料  |
| 南房総市 | 千倉駅前駐車場                | 20台        | 市直営<br>地域住民(公共交通利用者)用                  | 無料  |
| 勝浦市  | 墨名市営駐車場                | 148台       | 市直営<br>観光客、地域住民が利用                     | 無料  |
|      | 出水市営駐車場                | 70台        | 市直営<br>観光客、地域住民が利用                     | 無料  |
|      | 守谷海水浴場                 | 1000台      | 夏季限定(民間運営)<br>海水浴客が利用                  | 1,500 円   |
| 鋸南町  | 施設付随のみ<br>一例:<br>道の駅保田 | 209台       | 町直営<br>施設利用者用                          | 無料  |