

前原横渚海岸周辺の 魅力づくりに関する計画

平成29年2月
鴨川市

目次

【1】計画書

➤ 1 現状・課題分析	7
➤ 2 先行事例調査	47
➤ 3 目指す姿の検討	57
➤ 4 リソース調査	64
➤ 5 獲得すべき経営資源の検討	83
➤ 6 実行に向けたロードマップ	128
➤ 7 事業計画骨子	133

【2】資料

➤ 鴨川市前原横渚海岸周辺の魅力づくり検討委員会設置要綱	137
➤ 委員名簿	139
➤ 検討経過	141

計画策定の趣旨

本市中心街に近接する前原・横渚海岸は日本の渚百選に選ばれながらも、前原海水浴場における海水浴客は平成22年の5万6千人から平成28年の3万人と、2万6千人、46.4%の減少となっており、周辺のサーフポイントにおける入込数についても、平成22年の9万6千人から平成27年7万6千人と、2万人、20%の減少となっている。これは、安全で安心な海辺利用の環境が十分に確保されていないことや、海に対する東日本大震災における津波被害への連想等の理由により、地域での消費が期待される家族連れから敬遠されるなど、海辺に対する魅力が総じて低下しているためと考えられている。

このような海辺の魅力が低下したことによる海水浴客等の減少に加え、海岸の活用が夏期に限られ、商店等が立地しにくい環境にあることや、市民の文化交流において中心的な役割を果たしてきた市民会館の老朽化による機能低下等により、商店街において多くの空き店舗が発生するなど周辺地域の賑わいの消失につながっている状況となっている。

これら課題を整理し、美しい海岸を有する本市の特性を生かし、前原横渚海岸を核にフィッシャリーナからプロムナード沿いの通りを経て、市民会館、市営プール、東条海岸に至るまでの一帯の魅力の増進、加えて、新たな商業環境の創出、既成商店街の再生なども見据え、商業機能の活性化を図ることも含めた、前原横渚海岸周辺の魅力づくりに関する計画を策定する。

エグゼクティブサマリ

現状の課題を解消し、観光客と消費額の双方を増加を実現できる目指す姿を明確化した

エグゼクティブサマリ(1/2)

現状分析

- 観光立国推進など、観光産業は成長・拡大の機会にある
- 鴨川は観光客獲得にあたってポテンシャルを有している
- 現状、鴨川市はいくつかの課題により、機会をとらえることができていない

【現状分析から見た鴨川市の課題】

- 海岸の魅力活用不
- 安全・衛生面の懸念
- 周辺施設の活力喪失
- 良好でない観光客受入環境
- 潜在的観光資源の分散・未利用

【課題の真因】

5つの課題とも共通して、周知の課題であるにもかかわらず、対応がなされずに放置されている現状があること

⇒ これら課題を解消した事例を参考に、課題解決の姿を描くことが重要である

先行事例調査

- 先行的に課題を解消した事例を調査した



ビーチを使ったアクティビティ事例
海岸周辺の安全対策等を調査した

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



指定管理による海岸運営の手法
多様なイベント企画と収益モデル等を調査した

写真出所: 常滑りくうビーチHP
https://rinku-beach.jp/?page_id=293



夜間コンテンツの開発・提供方法
グランピング等を調査した

写真: First class Backpackers Inn HP
<https://www.the-camping.com/awa/jr-camping/>

目指す姿の検討

- エリア活性化拠点を軸に、観光客と消費額の双方の増加を目指す
- 実現にあたって、コンセプトやターゲット、必要な機能を明確に定める

【コンセプト: 良質な日常の提供 = ウェルネスリゾートの実現】

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

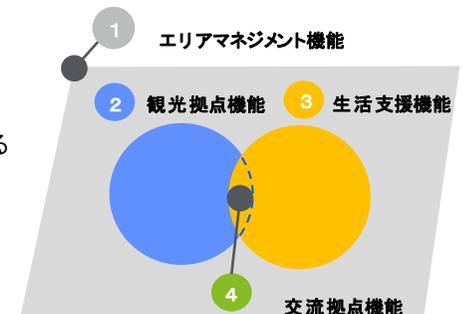
【ターゲット】

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、アクティブシニアの方々を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

また、地域の方については、ターゲットを絞らず、すべての方に使っていただける場所を目指す

【整備すべき拠点の機能】

地域全体をみてマネジメントしていく機能、観光客のワンストップ窓口となる機能、市民の生活をより豊かにする機能、観光客が鴨川の魅力に触れる機能を整備する



目指す姿の実現に必要なリソースを明確化し、それらの調達等、今後なすべき事項をロードマップに落とし込んだ

エグゼクティブサマリ(2/2)

リソース調査・獲得すべき経営資源の検討

- モノ・ヒト・カネ・情報それぞれのリソースについて、あるべき姿と現状のギャップを明確化し、取り組むべき内容を明らかにした
- リソース調査で明らかになった取り組むべき内容について、選択肢を洗い出すとともに、方針を検討した

【モノに関するリソースの検討内容】

- 鴨川市の強みであるヘルスケアを差別化の軸とし、まち全体で休養・食事・運動といった要素を満たしていく「ウェルネスリゾート」を実現する
- 路上駐車対策や案内掲示の整備等、観光客の受け入れに適したインフラを再整備する
- 安房鴨川駅から海へと続く道、市民会館跡地、プロムナード、フィッシャリーナ後背地それぞれに、テーマを決めたゾーニングを施し、整備方針を定める
- 鴨川シーワールドや亀田総合病院、マルキポイントや総合運動施設、漁港といった、当該エリアの有する多様な観光資源との連携を図り、エリアの魅力づくりを進めていく

【ヒトに関するリソースの検討内容】

- 事業推進主体について、多様な選択肢から、それぞれのメリットデメリットを踏まえたうえで方針を検討していく
- 先行的な自治体や民間企業との連携を進めていく

【カネに関するリソースで取り組むべき内容】

- 公的資金、民間資金の双方を活用し、初期投資費用を調達する
- 指定管理、PFI、LABV等多様な施設管理手法について、その特徴とメリット・デメリットを整理し、取るべき方針を検討していく

【情報に関するリソースで取り組むべき内容】

- 競合する観光地との差別化を図るため、名所・観光スポット、宿泊施設といった価値を押し出すことが重要である
- 現在のプロモーションにおいて、観光資源の認知に課題が見受けられる

実行に向けたロードマップ

- 計画の実現に向け取り組むべき内容をロードマップに落とし込み、今後の方向性を明確化した
- 目標と評価指標を設け、進捗を確認しながら事業を進めていく

【2年目の取り組み概要】

- 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

【5年目の取り組み概要】

- 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

【10年目の取り組み概要】

- 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

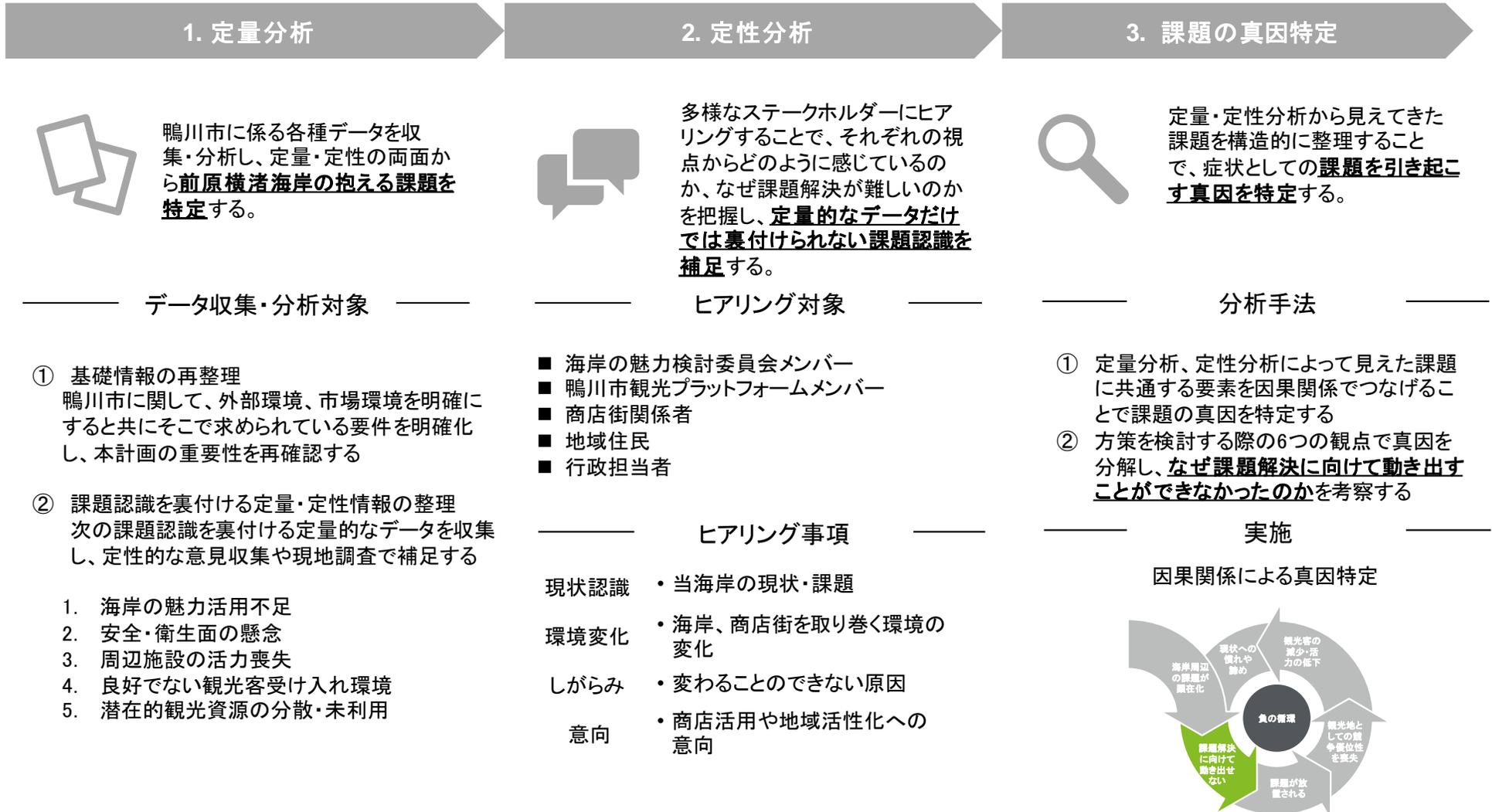
	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目	8年目	9年目	10年目
◆マイルストーン		◆試行事業の運営開始	◆参入事業者の決定		◆魅力体験広場の開設 ◆エリアマネジメントセンター開設					◆外国人観光客の取込
海浜の魅力再活性化計画の策定										
エリア拠点整備計画の策定等										
■ 監視小屋の設置										
■ 拠点整備方針の決定										
■ エリアマネジメント体制構築										
■ 試行事業の実施・検証										
■ 魅力体験広場事業計画の策定										
■ 空き家情報の収集・整理										
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										

1 現状・課題分析

1-1 現状・課題分析の全体像

定量的な情報・定性的な情報の両面から現状を分析し課題を特定し、課題の真因を突き止めることで、前原横渚海岸の魅力づくりに係る課題解決の手がかりを得る

現状・課題分析の全体像



外部情報・内部情報の両面から情報を収集し、基礎情報として再整理することで本計画の位置づけを明確化し、必要性を再確認する

定量分析・定性分析の概要①

1. 定量分析

2. 定性分析



鴨川市に係る各種データを収集・分析し、定量・定性の両面から前原横渚海岸の抱える課題を特定し、定量的なデータだけでは裏付けられない課題認識を補足する。

データ収集・分析対象

① 基礎情報の再整理

鴨川市に関して、外部環境、市場環境を明確にすると共にそこで求められている要件を明確化し、**本計画の重要性を再確認**する

② 課題認識を裏付ける定量・定性情報の整理

次の課題認識を裏付ける定量的なデータを収集し、定性的な意見収集や現地調査で補足する

1. 海岸の魅力活用不足
2. 安全・衛生面の懸念
3. 周辺施設の活力喪失
4. 良好でない観光客受け入れ環境
5. 潜在的観光資源の分散・未利用

分析手順

① 収集・分析対象データ

外部情報

- ・ 観光庁 平成28年度 観光白書
- ・ 明日の日本を支える観光ビジョン 施策集
- ・ 観光立国推進基本法
- ・ 政府予算 等

内部情報

- ・ 鴨川市 観光アクションプラン
- ・ 鴨川市 観光入込客数調査

② 基礎情報整理

マクロ環境分析

市場分析

求められる要件の整理

鴨川市の持つポテンシャル

現状

③ 計画へ反映

前原横渚海岸周辺の魅力づくりに関する計画

定量的な情報と定性的な情報の両面から5つの課題認識の裏づけデータを収集・分析し、課題認識に相違がないことを確認する

定量分析・定性分析の概要②

1. 定量分析

2. 定性分析



鴨川市に係る各種データを収集・分析し、定量・定性の両面から前原横渚海岸の抱える課題を特定し、定量的なデータだけでは裏付けられない課題認識を補足する。

データ収集・分析対象

① 基礎情報の再整理

鴨川市に関して、外部環境、市場環境を明確にすると共にそこで求められている要件を明確化し、本計画の重要性を再確認する

② 課題認識を裏付ける定量・定性情報の整理

次の課題認識を裏付ける定量的なデータを収集し、定性的な意見収集や現地調査で補足する

1. 海岸の魅力活用不足
2. 安全・衛生面の懸念
3. 周辺施設の活力喪失
4. 良好でない観光客受け入れ環境
5. 潜在的観光資源の分散・未利用

分析手順



課題の抽出

1 海岸の魅力活用不足

2 安全・衛生面の懸念

3 周辺施設の活力喪失

4 良好でない観光客受入環境

5 潜在的観光資源の分散・未利用



収集・分析対象データ

定量的な情報

鴨川市が一般に公開している情報

鴨川市観光アクションプランの情報

鴨川市の保有する固有の情報

鴨川市商工会が保有する固有の情報

商店街の空き屋・空き店舗の地図情報

定性的な情報

ヒアリング対象者の意見・示唆

現地視察・調査による意見・示唆

5つの課題に共通する要因を因果関係で整理することで課題の真因を特定し、なぜ課題解決に向けて動き出せていないのかについて考察を行う

課題の真因特定の概要

3. 課題の真因特定



定量・定性分析から見えてきた課題を構造的に整理することで、症状としての課題を引き起こす真因を特定する。

分析手法

- ① 定量分析、定性分析によって見えた課題に共通する要素を因果関係でつなげることで課題の真因を特定する
- ② 方策を検討する際の6つの観点で真因を分解し、なぜ課題解決に向けて動き出すことができなかったのかを考察する

抽出した課題認識

1 海岸の魅力活用不足

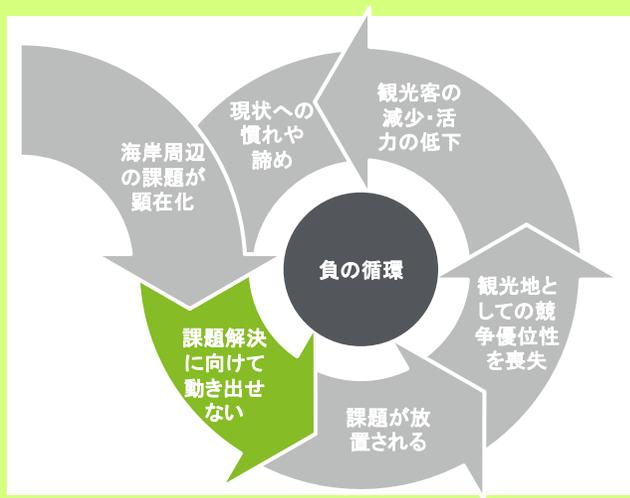
2 安全・衛生面の懸念

3 周辺施設の活力喪失

4 良好でない観光客受入環境

5 潜在的観光資源の分散・未利用

真因の特定と考察



真因の特定

真因への考察

検討委員ヒアリングから得た真因に係る示唆

ターゲット層の明確化

目標設定と目的意識の明確化

商店街再興の順序の明確化

1-2 基礎情報の再整理

外部情報・内部情報の両面から情報を収集し、基礎情報として再整理することで本計画の位置づけを明確化し、必要性を再確認する

定量分析・定性分析の概要①



鴨川市に係る各種データを収集・分析し、定量・定性の両面から前原横渚海岸の抱える課題を特定し、定量的なデータだけでは裏付けられない課題認識を補足する。

データ収集・分析対象

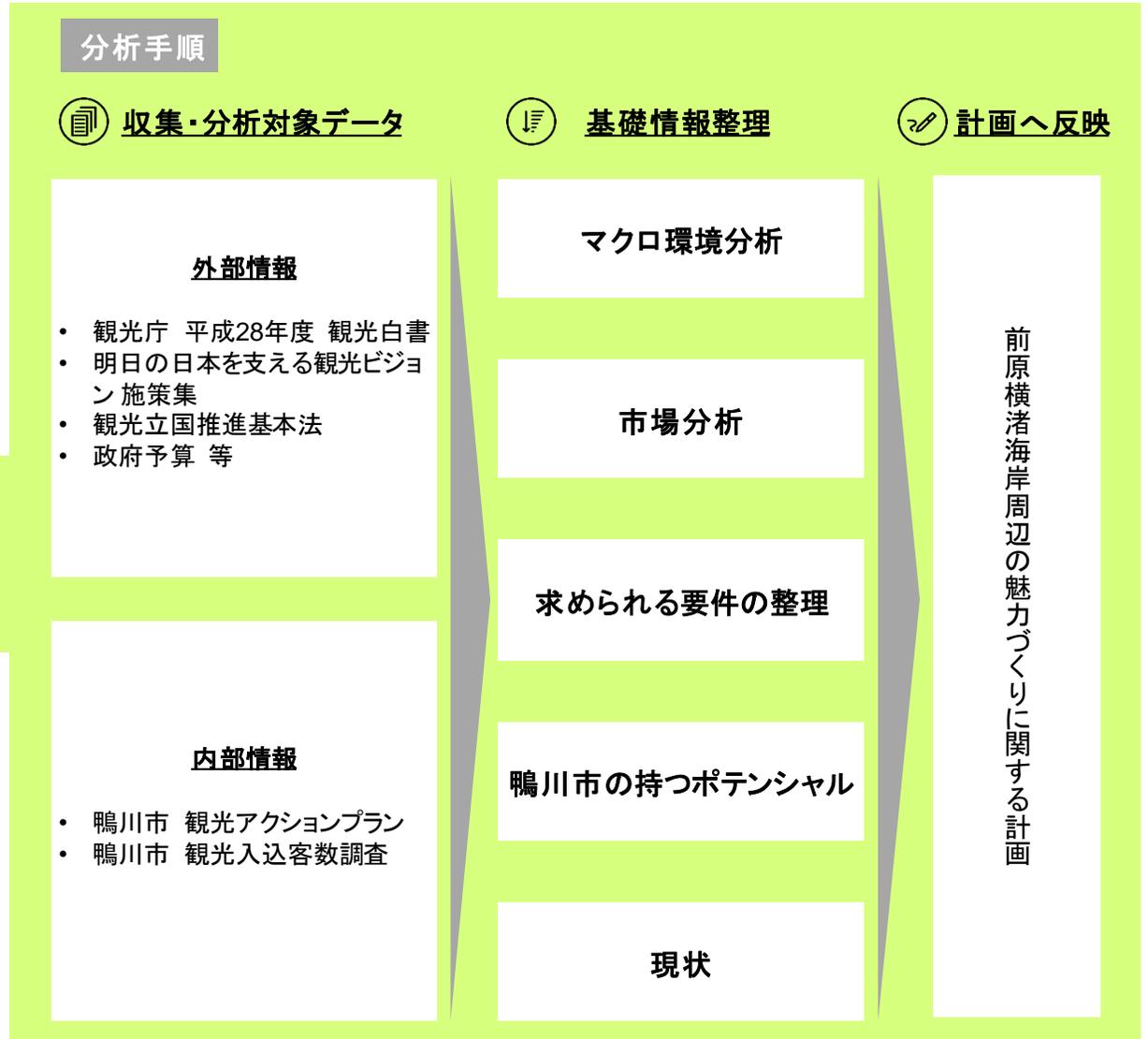
① 基礎情報の再整理

鴨川市に関して、外部環境、市場環境を明確にすると共にそこで求められている要件を明確化し、**本計画の重要性を再確認**する

② 課題認識を裏付ける定量・定性情報の整理

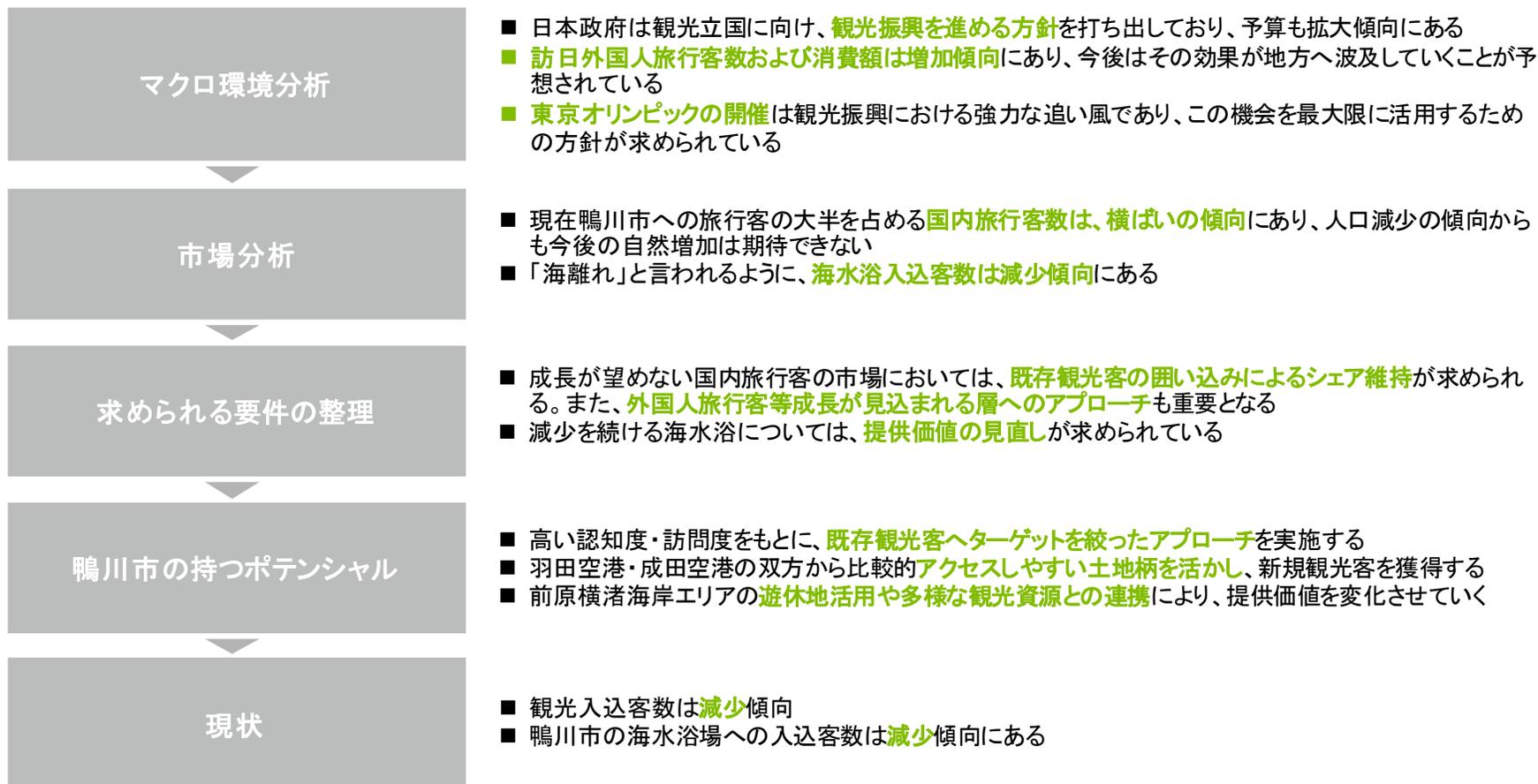
次の課題認識を裏付ける定量的なデータを収集し、定性的な意見収集や現地調査で補足する

1. 海岸の魅力活用不足
2. 安全・衛生面の懸念
3. 周辺施設の活力喪失
4. 良好でない観光客受け入れ環境
5. 潜在的観光資源の分散・未利用



前原横渚海岸の持つ資源を活用し、既存観光客の囲い込みや新規観光客の獲得、提供価値の見直しに取り組むことが求められている

分析のサマリ



⇒現状はマクロ環境からの恩恵を受けられておらず、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みが求められている

日本政府は観光立国に向け、観光振興を進める方針を打ち出しており、予算も拡大傾向にある

日本政府の観光振興施策

日本政府取組み方針

- 観光庁を中心として観光振興に向けた取組み体制が整備されている
- 様々な省庁から観光振興に向けた支援プログラムが提供されている

観光振興に向けた体制整備

【観光立国推進基本法の概要】

- 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成
- 観光産業の国際競争力の強化および観光の振興に寄与する人材の育成
- 国際観光の振興
- 観光旅行の促進のための環境の整備

【観光立国推進基本計画(07年)の概要】

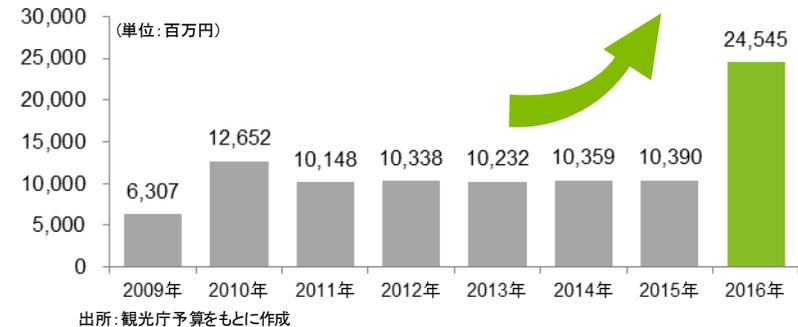
- 国内旅行・訪日旅行の拡大と国民の海外旅行の発展
- 観光の持続的発展の推進
- 観光発展を通じた活力に満ちた地域社会の実現
- 国際社会における名誉ある地位確立を図るためのソフトパワー強化

観光地域づくりの取組み一例

- 観光地域づくり相談窓口(国土交通省観光庁)
- 日本版DMOの推進(国土交通省観光庁)
- 観光地域ブランド確立支援事業(国土交通省観光庁)
- 地域おこし協力隊(総務省)
- 地域力活用新事業全国展開支援事業(経済産業省中小企業庁)
- ビジット・ジャパン地方連携事業(国土交通省観光庁)

観光庁の予算額の推移

- 観光庁の予算は2010年と2016年に大きく拡大している
- 2016年は「地方創生のための観光地域づくり事業」の予算が前年の3倍以上に拡大しており、予算拡大の一因となっている



政府一般会計に占める観光関連予算割合

- 政府全体の観光関連予算が政府一般会計に占める割合を見ても、増加傾向にあることが読み取れる



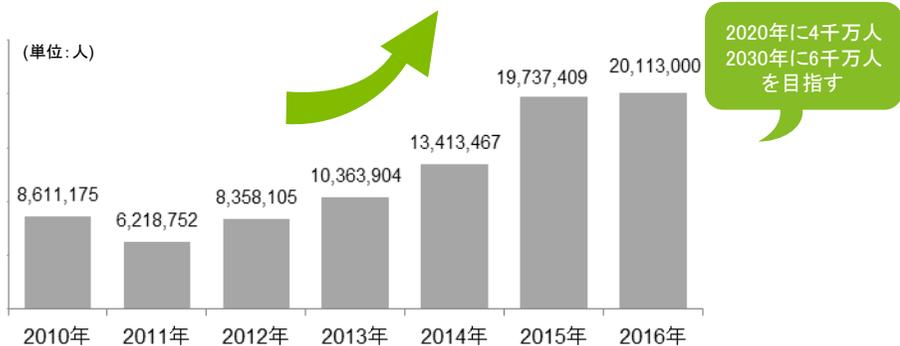
訪日外国人旅行客数および消費額は増加傾向にあり、今後はその効果が地方へ波及していくことが予想されている

訪日外国人旅行客の状況

訪日外国人旅行者数・消費額の増加

- 訪日外国人旅行客の拡大に向けた取組みにより、旅行客数と消費額は増加を続けている
- 観光施策を考えるうえで訪日外国人旅行客の獲得は無視できないテーマである

【訪日外国人旅行客数は大幅に増加している】



【訪日外国人旅行消費額は大幅に増加している】

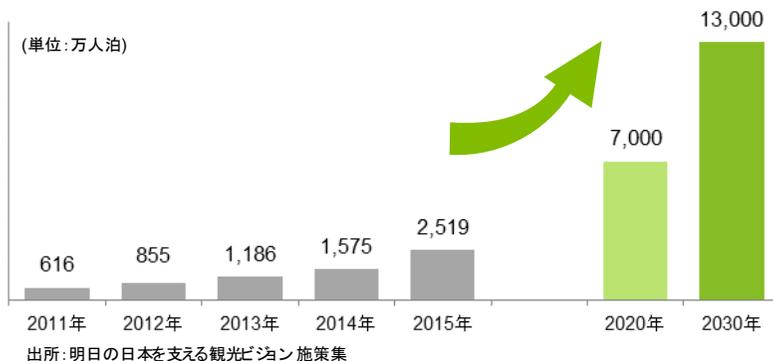


出所: 共に観光庁「平成28年版観光白書」

地方への影響

- 地方においても外国人旅行客は増加傾向にある
- 政府は地方部での外国人延べ宿泊者数を、2020年には50%まで高めるとともに、2030年には三大都市圏との比率を逆転させ、地方部を60%とすることを目標としている

【地方部での外国人旅行客宿泊数は増加傾向にあり、今後も拡大を目指す】



外国人旅行客の経済的効果

- 外国人旅行客の消費額は大きく、人口減少によるマイナスの経済効果を外国人の消費によって補うことが期待されている



出所: 「平成27年家計調査結果」(総務省統計局)「平成27年訪日外国人消費動向調査」(観光庁)をもとに作成
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?tid=000001144506>
<http://www.mlit.go.jp/kankochou/siryou/toukei/syoubuhtyousa.html>

東京オリンピックの開催は観光振興における強力な追い風であり、この機会を最大限に活用するための方針が求められている

東京オリンピックの開催

東京オリンピックの概要

- オリンピック開催により、外国人旅行者需要を喚起することができるものと予想されている

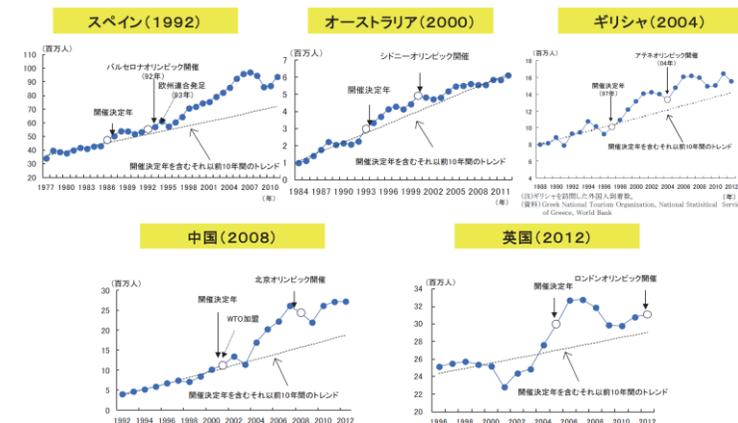
【東京が開催都市に選定】

- 東京が2020年オリンピック・パラリンピック競技大会の開催都市に選定された
- オリンピック・パラリンピック競技大会はスポーツの祭典であるが、その開催国に選ばれることは、その国自身の文化や魅力を世界に発信するまたとない機会であり、日本のインバウンド観光の拡大における強力な追い風と言うことができる



【開催都市の外国人旅行者獲得】

- 開催国の外国人旅行者需要は開催決定から長期間にわたって喚起される傾向がある



出所：平成26年版観光白書
(みずほ総合研究所「2020東京オリンピックの経済効果」)

鴨川市への影響

- 鴨川市はサーフィン競技の開催地候補となった経緯があり、国内外へPRする機会を獲得している
- 今後の国内・国際大会の開催地候補としてプレゲーム・トレーニング・キャンプといった需要獲得の可能性がある

【サーフィンの開催候補地】

- 鴨川市はサーフィン発祥の地とされており、サーフィン競技の招致に取り組んでいる。
- サーフィン競技の開催地候補となった経緯があり、サーフスポット鴨川を国内外にPRする機会を獲得している。



画像出所：
東京五輪サーフィン競技会場
鴨川招致委員会

【プレゲーム・トレーニング・キャンプ】

- ロンドンオリンピックの事例では、オリンピック・パラリンピックに先立って行われるプレゲーム・トレーニング・キャンプは、計266件実施されたと推計されている。
- DCMS(文化・メディア・スポーツ省)の調査によれば、これらのPGTCが英国経済に1,000万ポンド(約17.3億円)の直接的な経済的恩恵を生み出したとされ、また、開催地の53%が観光面で好影響があったと回答している。

参考：平成26年版観光白書

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
- シェア低下を防ぐため、既存観光客の囲い込みが求められる



出所:観光庁「平成28年版観光白書」

⇒ 成長が望めない国内旅行客の市場においては、**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、外国人旅行客等**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

- 「海離れ」と言われるように、海水浴入込客数は減少傾向にある
- 海の「怖い／危険」、「日焼けする」、「水着にならないといけない」といったマイナスイメージを払拭することも重要である



出所:公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書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

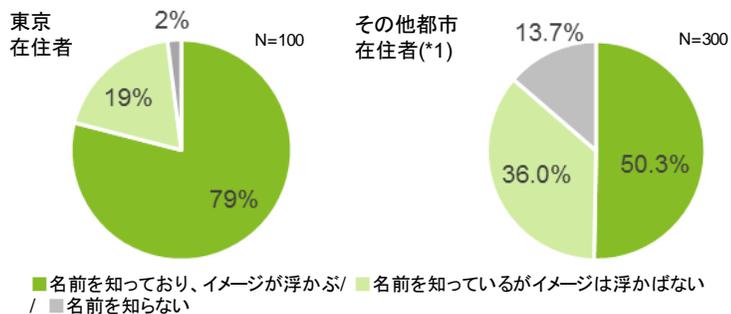
鴨川市は認知やアクセスといった強みを活かすことで、求められる要件を満たすポテンシャルを秘めている

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

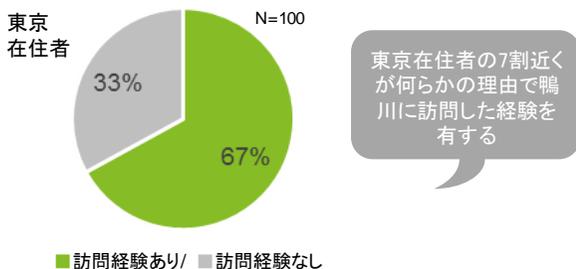
- 鴨川市は認知度・訪問度ともに高い水準にある
- 既存観光客(一度は鴨川に来たことがある人)が多く存在するため、囲い込みにおいては有利な位置づけにある

【鴨川市の認知度は高い水準にある】



*1: 大阪市、神戸市、松本市、甲府市、宇都宮市、高崎市

【鴨川市への訪問経験は高い水準にある】



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立地である

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



画像出所:
成田空港からの誘客に向けた取組み
<http://www.chibastory.jp/index.html>

提供価値の見直し

- 鴨川市は前原横渚海岸エリアに遊休地を有している
- 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ていくことができる力を有している

【活用可能な遊休地】

- 前原横渚海岸エリアに、市民会館跡地およびフィッシュアリーナ後背地を有している
- これら遊休地はアクセスにも恵まれており、鴨川市の観光活性化の拠点になり得る



【連携可能な各種資源】

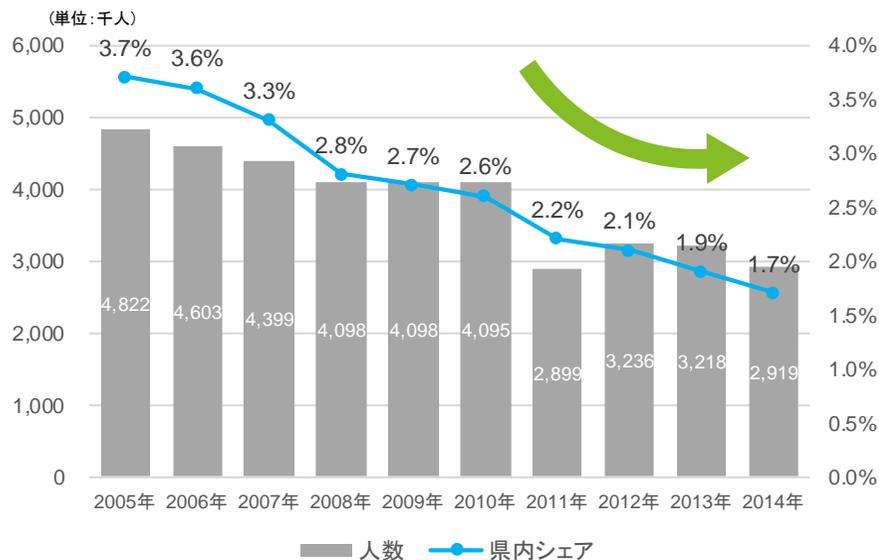
- 鴨川市の強みである医療・介護等との連携によるヘルスツーリズムや、学校との連携による海洋教育、漁港の新鮮な魚介や房総のジビエと連携した食の提供等、多種多様な資源が存在し、提供価値を変化させていくことが可能である

現状はマクロ環境からの恩恵を受けられておらず、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みが求められている

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
- 千葉県全体において、入込客数は増加基調であり、鴨川市の存在感が低下している



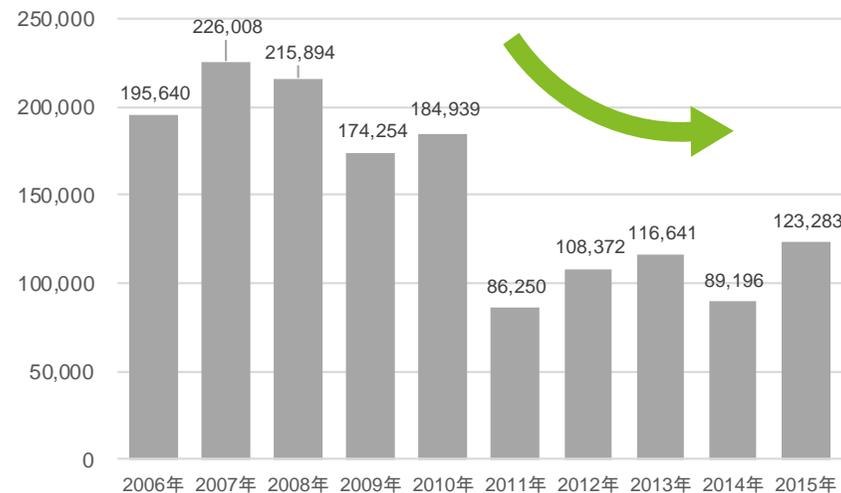
*1: 2010年調査から「観光入込客統計に関する共通基準」を採用し、調査方法が全面的に改められているため、その前後の数値は厳密には接続していない

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
- 東日本大震災以降、入込客数が大きく減少した
- 海に対する「危険」といったイメージを解消することが求められる



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、
提供価値の見直しできていない

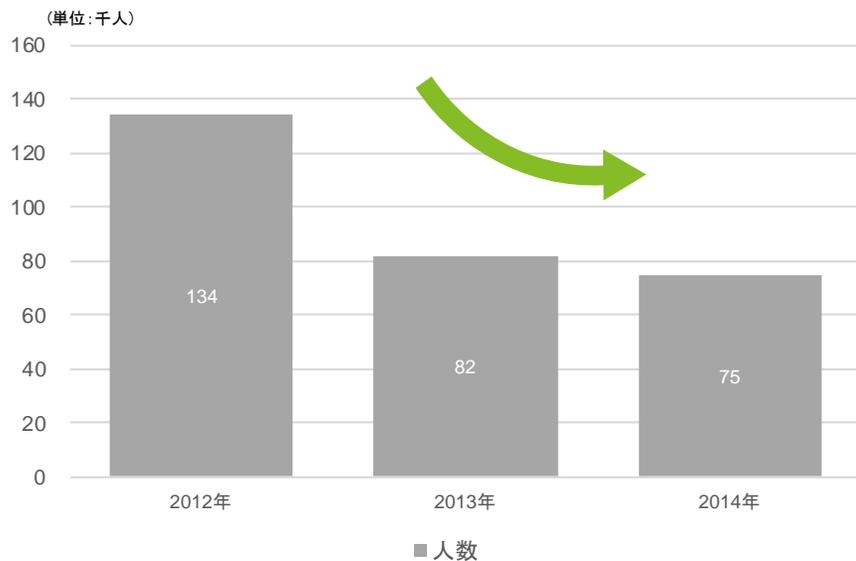
補足資料:

鴨川市のサーフィン目的の観光入込客数についても減少傾向にある

鴨川市の現状

サーフィン目的の観光入込客数の推移

■ 鴨川市のサーフィン目的の観光入込客数は減少を続けている



※端数処理のため、総数と内訳が一致しない場合がある

出所:鴨川市「鴨川市統計書 平成27年度版」

1-3 課題認識を裏付ける定量・定性情報の整理

定量的な情報と定性的な情報の両面から5つの課題認識の裏づけデータを収集・分析し、課題認識に相違がないことを確認する

定量分析・定性分析の概要②

1. 定量分析

2. 定性分析



鴨川市に係る各種データを収集・分析し、定量・定性の両面から前原横渚海岸の抱える課題を特定し、定量的なデータだけでは裏付けられない課題認識を補足する。

データ収集・分析対象

① 基礎情報の再整理

鴨川市に関して、外部環境、市場環境を明確にすると共にそこで求められている要件を明確化し、本計画の重要性を再確認する

② 課題認識を裏付ける定量・定性情報の整理 次の課題認識を裏付ける定量的なデータを収集し、定性的な意見収集や現地調査で補足する

1. 海岸の魅力活用不足
2. 安全・衛生面の懸念
3. 周辺施設の活力喪失
4. 良好でない観光客受け入れ環境
5. 潜在的観光資源の分散・未利用

分析手順



課題の抽出

1 海岸の魅力活用不足

2 安全・衛生面の懸念

3 周辺施設の活力喪失

4 良好でない観光客受入環境

5 潜在的観光資源の分散・未利用



収集・分析対象データ

定量的な情報

鴨川市が一般に公開している情報

鴨川市観光アクションプランの情報

鴨川市の保有する固有の情報

鴨川市商工会が保有する固有の情報

商店街の空き屋・空き店舗の地図情報

定性的な情報

ヒアリング対象者の意見・示唆

現地視察・調査による意見・示唆



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

海岸活用のコンセプト不足、癒し・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 of 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(*1)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

海岸そのものに海水浴以外の魅力を持たせるコンテンツ準備が必要である

課題を構成する要素

1

海岸の魅力活用不足

海岸活用のコンセプト不足、癒し・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

海岸の統一感
・
コンセプト不足

- 「癒しのリゾート」のイメージが醸成されていない
- 海岸沿いという立地条件と周辺施設との総合的なバランスが取れていない

海水浴以外の
観光資源の不足

- 観光客が利用しやすい飲食店など海水浴以外の観光資源がない
- 鴨川市への観光客は夏季に集中しており、観光シーズンが短い

情報発信・
人的交流の不足

- 写真や動画のPRは今後の定着が必要である

癒しのリゾートを実現するための景観およびエリア機能としての統一感が図られていない状況が見受けられた

海岸の統一感・コンセプトの不足

景観としての統一感不足

- 癒しのリゾートとして表題は掲げられたものの、現状はその方針に基づいた整備は進んでいない



【調査において抽出された意見の一例】

- 地区として統一されたイメージ形成ができていない
- 海岸に雑草が茂ってしまっている
- 海岸沿いに店舗が少ない
- 店舗が陸のほうを向いてたてられており、海からの景観を意識できていない
- 海岸沿いにシンボルとなるようなものも無い
- 無秩序な屋外広告が景観を壊している
- 緑や花が少ない

機能としての統一感不足

- リゾートを形成する一部として、周辺施設が統一感をもって機能していない



【調査において抽出された意見の一例】

- 海岸沿いという立地条件と周辺施設との総合的なバランスが取れていない
- 新町通り周辺については、ほとんどの商店がシャッターを閉め閑散としている。
- 一步奥まった商店街は人通りが少なく、寂れ感が否めない。
- 駅前には申し訳ない程もなく観光地とは言えない

海水浴以外の観光資源が少ないために、観光シーズンの偏りが見受けられる

海水浴以外の観光資源の不足

海水浴以外の観光資源

- 海水浴以外に釣り・サーフィンといったアクティビティが存在しているが、観光客が気軽に楽しめる環境とは言うことができない
- 海岸から徒歩圏内の飲食店は少なく、食を楽しむことができない

【海岸周辺のアクティビティ】

- 海岸沿いでジョギング・ランニングを楽しむ人は多いが、ほとんどは地元の方々である
- フィッシャリーナ周辺では釣りを楽しむことができるが、それらをサポートする店舗が周辺に存在しない
- サーフスポットとして有名ではあるが、初心者向けのスクールなどの開催は少なく、気軽に体験できる状態ではない

【海岸周辺の飲食店等】



● : 前原横渚海岸沿いの飲食店
出所: 鴨川市観光課調査情報

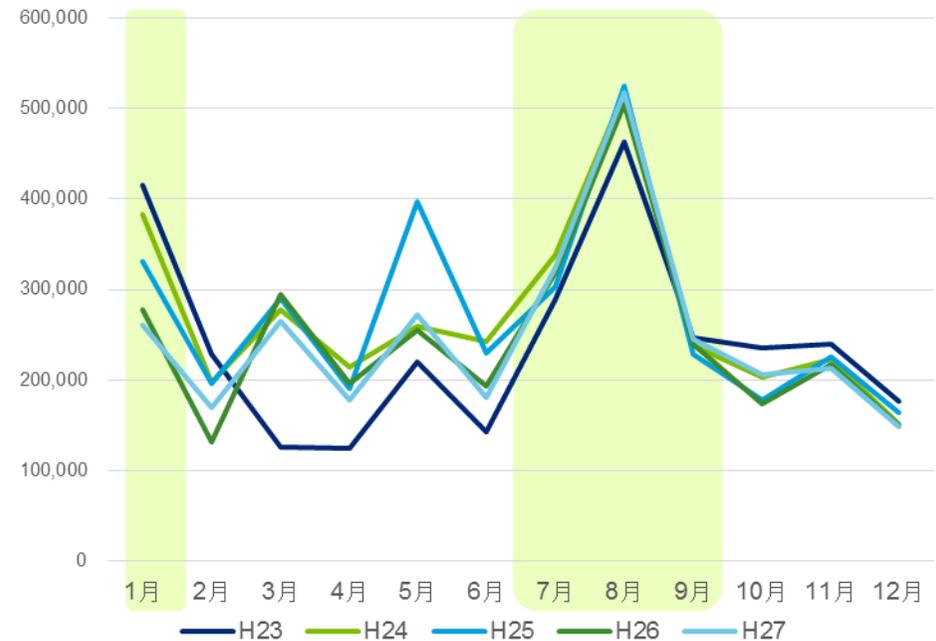
ヒアリングでの意見一例

- 観光客はホテル内で飲食を済ませることが一般的になっている
- 海岸沿いに観光客向けの飲食店が少ない
- 夜間営業している店舗はほとんど存在しない
- 海岸周辺に土産物等を販売する店舗が少ない
- サーファー以外の人が入りづらい雰囲気がある

鴨川市の観光シーズン

- 月別観光入込客数を見ると8月が飛びぬけて多い状況が見受けられる
- 1月の観光客数も一定数いるが、近年は減少傾向にある
- 長期休暇以外の期間の観光客をいかに獲得するかが課題となる

【平成23~27年度 月別観光入込客数】



出所: 鴨川市観光課資料を基に作成

● 1-3. 課題認識を裏付ける定量・定性情報の整理(海岸の魅力活用不足)

WebやSNSを活用した積極的な対外プロモーションを継続し浸透を図るとともに、リピーター層へターゲットを絞ったアプローチを検討する必要がある

情報発信・人的交流の不足

- 多様な手法を活用し積極的なプロモーションが行われている
- 情報発信は、近年の新しい取組みであり、今後浸透・定着させていくことが重要である
- 既存顧客の囲い込みは重要なテーマの一つであり、ターゲットを絞り込んだプロモーションについても推進方法を検討する必要がある

鴨川ポータルサイト「かもがわナビ」



平成26年度
リニューアル

- ターゲット
新規客、リピーター
- 機能
情報発信

鴨川総合予約サイト「カモ旅」



平成26年度
リニューアル

- ターゲット
新規客、リピーター
- 機能
宿泊予約

Facebook「カモ旅事務局」



平成26年度
スタート

- ターゲット
新規客、リピーター
- 機能
情報発信、人的交流

Instagram「カモ旅」



平成27年度
スタート

- ターゲット
新規客、リピーター
- 機能
情報発信、人的交流

安全を確保する仕組みを強化する必要があり、利用者のマナーについて啓蒙が必要である

課題を構成する要素

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

安全面の懸念

- 海岸沿いのプロムナード沿いは**夜間照明が消灯**されてしまう
- 通年に渡って**観光客の安全を守る仕組みがない**

衛生面の懸念

- トイレ等の公共設備の**衛生面に懸念**をもたれている
- トイレ等の公共設備について、誰もが使いやすい状況になっていない

夏季以外の誘客や夜間の観光コンテンツ活性化を目指す場合、それらの安全性を担保する体制の構築が求められる

安全面の懸念

安全維持の体制

- 海岸の監視については夏季シーズンに限られている
- 管理者が常駐するなどの対応が取られていない
- 夜間の見回り等の取組みはなされていない
- ライフセービングクラブの活動拠点が整備されていない

プロムナード沿いの照明

- プロムナード沿いの照明は夜間消灯される
- 観光客が夜間海岸沿いを散歩する環境にはなっていない

平成28年度 鴨川市海水浴場の月別監視員数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
前原海水浴場	0	0	0	0	0	0	8	8	0	0	0	0
太海海水浴場	0	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0	0
江見海水浴場	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0
計	0	0	0	0	0	0	13	13	0	0	0	0

【夜間のプロムナード沿い】



誰もが気持ちよくトイレを利用できる状況をつくるため、清掃頻度の見直しやバリアフリー対応についても検討する必要がある

衛生面の懸念

前原エリア公衆トイレの清掃状況

- 繁忙期以外においては、一度汚れてしまうと翌日まで汚れた状態のままになりうる
- トイレの衛生状況がよくないことはヒアリングにおいても多くの方から意見が上がった

【1週間あたりの清掃回数】



トイレの仕様

- 和式トイレとなっており、子どもや外国人旅行者には使いづらい作りとなっている
- バリアフリー対応はなされていない
- 癒しのリゾートを感じられるデザインになっていない

【トイレの仕様】



出所
 グラフ: 鴨川市観光課資料
 写真: 鴨川市観光課にて撮影

誘客による地域の活性化や消費増加に向けた施策が求められている

課題を構成する要素

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

周辺商業施設の衰退

- 商店街の**営業店舗・商工会の会員数は減少傾向**にある
- 宿泊客および観光施設への入込客数が**10年前と比較して減少**している

周辺公共施設 ・ 居住施設の老朽化

- 商店街では**利用されていない店舗がそのまま**になっている
- 商店街に寂しい雰囲気が生まれている

変革のプロセス上の課題

- 変革のプロセスを踏んでいないため、**小さな成功体験が後につながらない**

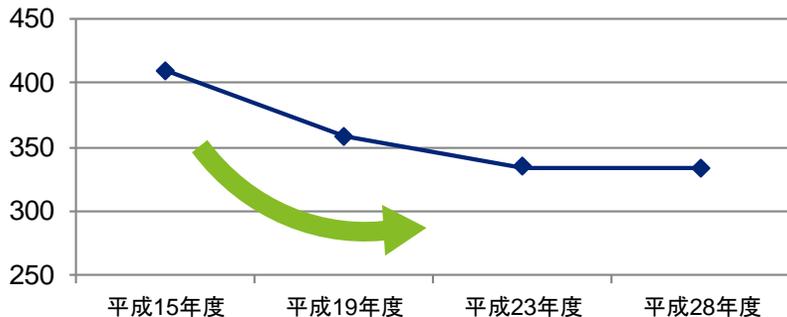
商店街の営業店舗・商工会の会員数は減少傾向にある 宿泊客および観光施設への入込客数が10年前と比較して減少している

周辺商業施設の衰退

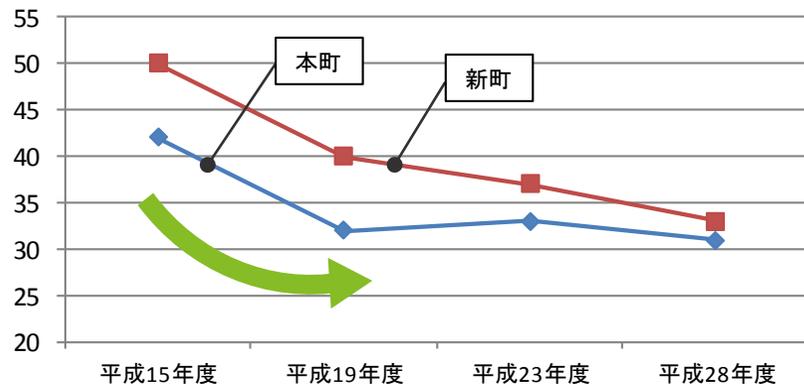
商業の状況

■ 商工会の会員数は減少傾向にある

【鴨川市 商工会 会員数は減少傾向】



【本町・新町商店街 商工会 会員数は減少傾向】

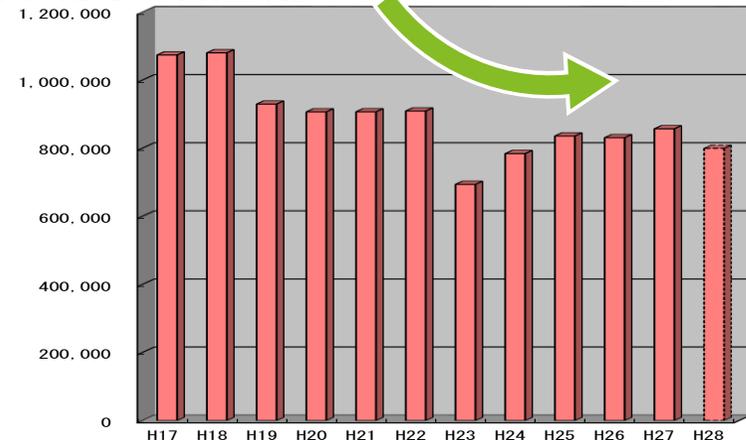


出所: 鴨川市商工会内部資料

周辺施設の誘客状況

■ 宿泊客総数は減少傾向にある
■ 周辺観光施設についても観光入込客数は減少傾向にある

【宿泊客総数は減少傾向】



出所: 鴨川市観光課資料

【前原横渚海岸周辺観光施設入込客数の推移(単位:万人)】

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
鴨川シーワールド	97	98	98	92	96	93	70	80	82	89
道の駅「鴨川オーシャンパーク」	44	51	56	55	54	56	42	43	39	39
みんなみの里	38	35	35	34	34	37	33	28	27	26
誕生寺	91	76	64	54	54	46	29	33	33	19

出所: 鴨川市観光アクションプラン報告書

商店街では利用されていない住居・店舗がそのままになっている 商店街に寂しい雰囲気が生まれている

周辺公共施設・居住施設の老朽化

利用されていない店舗が点在

- 利用されていない住居・店舗がそのままになっている



写真出所: 鴨川市観光課にて撮影



寂しさを感じる商店街の雰囲気

- 商店街に寂しい雰囲気が生まれている



写真出所: 鴨川市観光課にて撮影



【調査において抽出された意見の一例】

- 新町通り周辺については、ほとんどの商店がシャッターを閉め閑散としている
- 老朽化した小さいアパートや人の住んでいないような建物が多く見られる

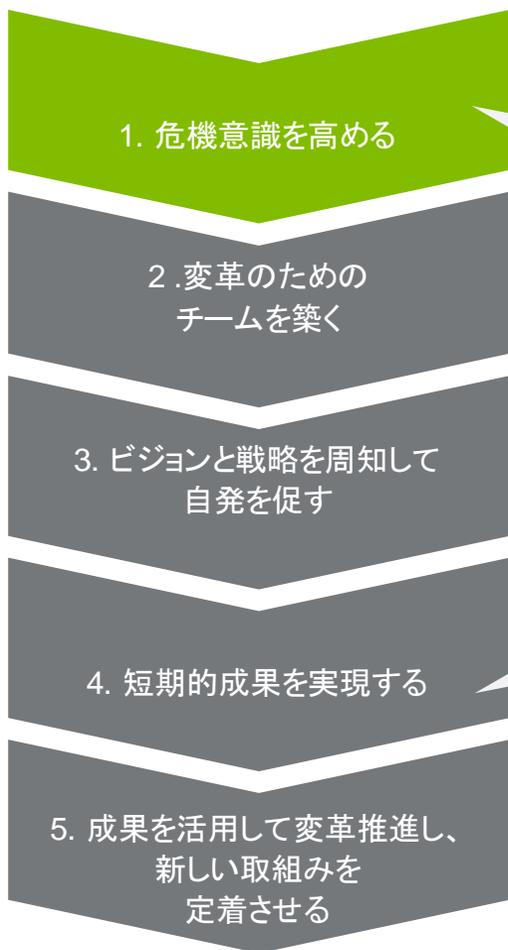
【調査において抽出された意見の一例】

- ゴーストタウン、過疎地域、シャッター通り、高齢者中心の街
- 駅前から続く商店街の多くは古く寂しい印象
- 駅前には申し訳ない程何もなく観光地とは言えない
- 駐車場やアパートも増えてきており、商店街の雰囲気がなくなっている

商店街の活力を創出するという変革において、 変革に向けたプロセスを踏んでいないため、小さな成功体験が後につながらない

変革のプロセス上の課題

変革に向けた一般的なプロセス



周辺施設・商店街における意見・事例

- 歩行者天国の再開など一定の成功体験があるが、変革のプロセスを踏んでいないため、成果が後につながらない

危機意識について

現状維持に努めることで生活を成立させられる場合があるため、危機意識が生まれにくい状況にある

短期的成果について

近年実施していなかった歩行者天国の再開など、過去のノウハウをそのまま利用できる企画は取組みやすく、成果が出やすい

【調査において抽出された意見の一例】

- 商店街の旧店舗を住居・倉庫として継続利用している場合がある
- 商店街の生活者の高齢化が進んでおり、大規模な設備投資を行うことは体力的・経済的に難しい場合がある
- 店舗への思い入れや愛着があり空いていたとしても店舗の貸し出し等には抵抗感を抱く場合がある、また店舗と住宅が併用となっているため店舗部分だけを貸し出すことが困難な場合がある

首都圏からのアクセスは用意されているが、それらを受け入れるための整備が不足している

課題を構成する要素

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、路上駐車の横行

公共交通機関利用者への
配慮不足

- 駅から海水浴場までの道に海水浴、レジャーを感じさせる雰囲気が形成されていない

車・駐車場利用者への
整備不足

- 県道から海岸の駐車場へのルートは分かりづらく案内も不十分である
- 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

駅から海水浴場までの道に海水浴、レジャーを感じさせる雰囲気形成されていない

公共交通機関利用者への配慮不足

駅から海水浴場までの道の景観

- 駅から海岸までにレジャーを感じさせる雰囲気がない
- 市民会館付近まで来るとようやく海らしい景観が確認できる



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



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

分散したリソースをつなげる仕掛けと、ゾーニング検討及び重点地域を絞ったエリア 活性化が求められる

課題を構成する要素

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

観光リソースの分散
・
ゾーニングの欠落

- 地理的に**観光資源が分散**している
- 観光拠点ゾーンに観光資源が集中していない

遊休地・空き店舗の
未利用

- 商店街に現在利用されていない**空き店舗・空き地が散見**される

地理的に観光資源が分散している

観光リソースの分散・ゾーン内の資源不足

——— 鴨川市内の主要観光地の立地状況

- 各主要な観光施設間は車で移動する距離に分散している

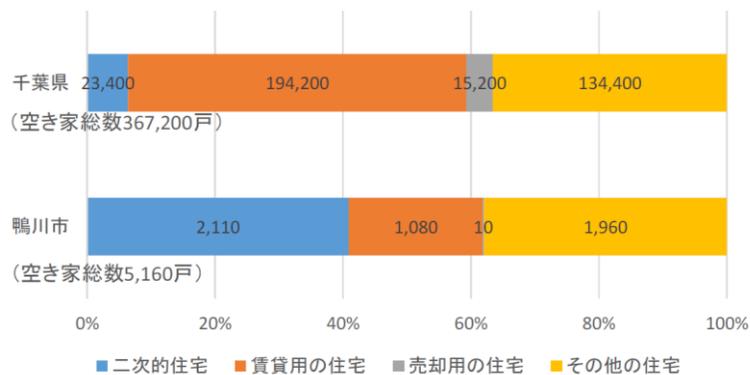


商店街に現在利用されていない空き店舗、空き地が散見される

遊休地・空き店舗の未利用

- 「高い空き家率」と「空き家増加の実感」の調査結果から、鴨川市では空き家が利用されずに現状維持されている状況が示唆されている
- 前原横渚海岸を有する鴨川エリアでは空き家の実感として「思う」「少し思う」の合計が64.4%に上るなど、多くの市民が空き家の増加を認識している

空き家増加の現状



出所:平成25年住宅・土地統計調査(総務省統計局)

空き家増加の実感



出所:平成25年度鴨川市まちづくりアンケート調査結果報告書

1-4 真因の特定と考察

5つの課題に共通する要因を因果関係で整理することで課題の真因を特定し、なぜ課題解決に向けて動き出せていないのかについて考察を行う

課題の真因特定の概要

3. 課題の真因特定



定量・定性分析から見えてきた課題を構造的に整理することで、症状としての課題を引き起こす真因を特定する。

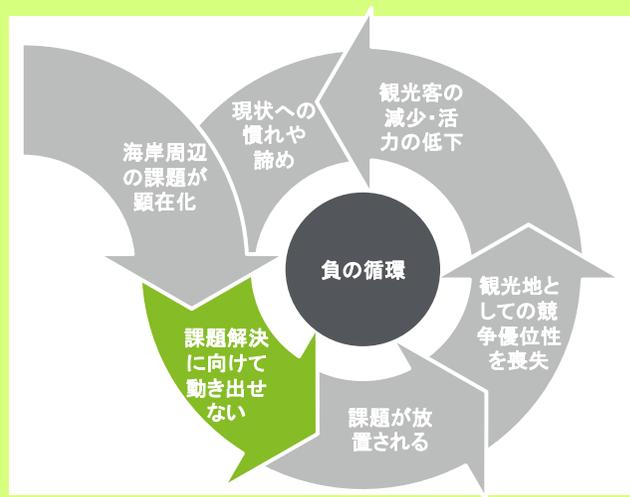
分析手法

- ① 定量分析、定性分析によって見えた課題に共通する要素を因果関係でつなげることで課題の真因を特定する
- ② 方策を検討する際の6つの観点で真因を分解し、なぜ課題解決に向けて動き出すことができなかったのかを考察する

抽出した課題認識

- 1 海岸の魅力活用不足
- 2 安全・衛生面の懸念
- 3 周辺施設の活力喪失
- 4 良好でない観光客受入環境
- 5 潜在的観光資源の分散・未利用

真因の特定と考察



真因の特定

真因への考察

検討委員ヒアリングから得た真因に係る示唆

- ターゲット層の明確化
- 目標設定と目的意識の明確化
- 商店街再興の順序の明確化

各課題は市民に広く周知された課題であるが、課題解決に向けたアクションが動き出せていないことによって負の循環が相乗的に生み出されている

課題認識と真因特定

課題認識

1

海岸の魅力活用不足

海岸活用のコンセプト不足、癒し・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、老朽化施設の修繕不足、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

海岸への案内掲示不足、公共交通機関の案内不足、駐車場不足、駐車場への案内不足

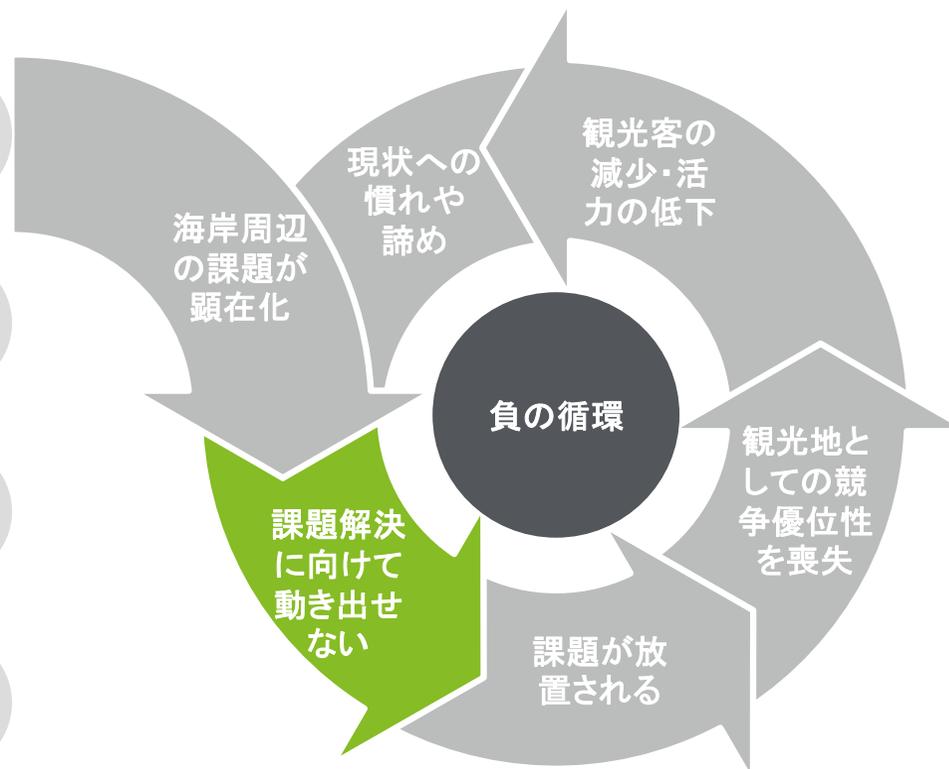
5

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

真因の特定

- 5つの課題ともに共通して、周知の課題であるにもかかわらず、対応がなされずに放置されている現状がある

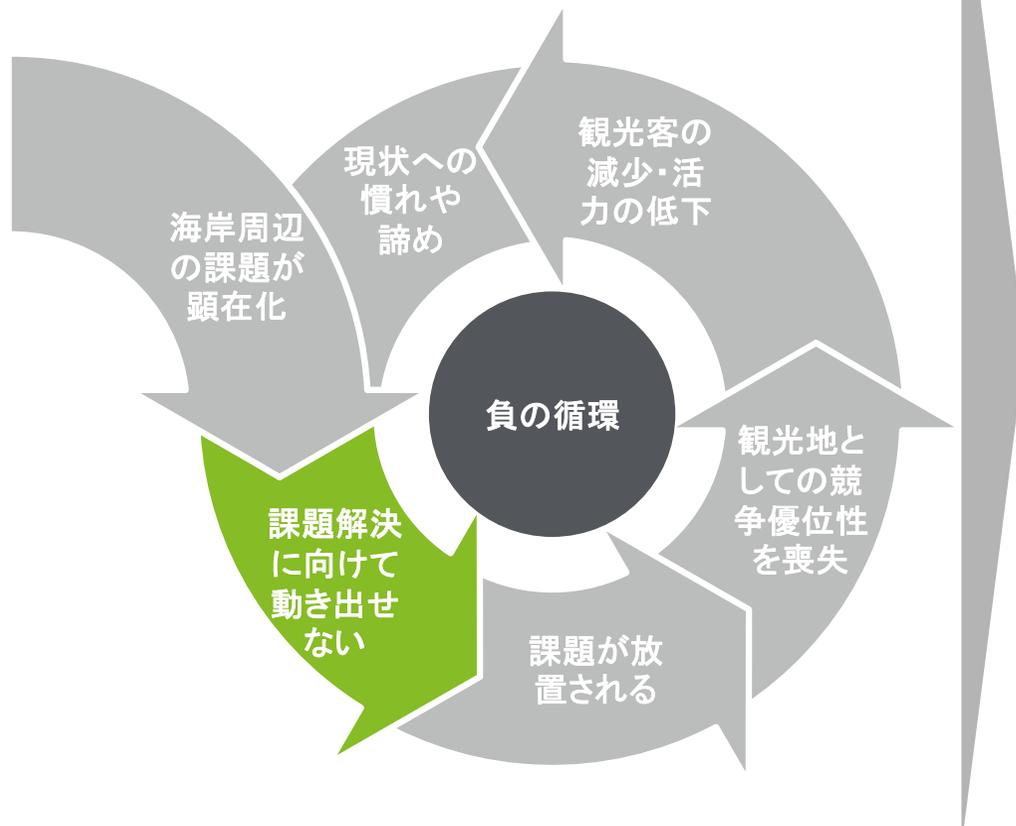


課題解決に向けて動き出すためには何が必要なのか、今後の先行事例調査を踏まえて課題解決に向けた方策を検討する必要がある

真因への考察

真因の特定

- 負の循環を止めるため、課題解決に向けて動き出すためには何が必要なのか、方策の検討が必要である



検討委員ヒアリングから示唆を得た方策案

ターゲット層の明確化

各々がターゲットとして想像する観光客層がバラバラである。ターゲットとする観光客層を明確化することで、共通の方向を向いて課題解決に取り組む必要がある。

(例) ターゲット層の分類

- 日本人観光客
- 外国人観光客
- 地元の生活者

目標設定と目的意識の明確化

どの程度まで観光客を呼び込みたいのか目標設定が不明確である。どの程度までの実現を目指すのか、目的を明確化することで、共通の方向を向いて課題解決に取り組む必要がある。

商店街再興の順序の明確化

各々が商店街の再興について想像するイメージがバラバラである。商店街再興の手順を明確化し、優先順位を付け共通の認識のもとで計画を進める必要がある。

(例) 商店街再興計画の手順

1. 海沿いの拠点への出店計画
2. 商店街本店への呼び込み計画

2 先行事例調査

先行事例として、鴨川市が抱える課題に対し先行的に取り組んでおり、かつ今後の方針検討において示唆を得ることができる事例を選定する

先行事例調査の選定基準

選定基準 1

現状・課題分析により抽出された「鴨川市の課題の真因」及び「5つの主要課題」に対し、先行的に取り組む課題解決をした事例

選定基準 2

鴨川において参考にできる特徴的な取り組みがなされていること

宮崎県宮崎市

宮崎県の南東部にある市で同県の県庁所在地である。1998年から中核市に移行。人口は約40万人。温暖な気候風土に恵まれ、スポーツキャンプの誘致・受け入れも積極的に行っている。

愛知県常滑市

愛知県の西部、詳しくは知多半島西岸の中央部に位置し、西側は伊勢湾に面している。人口は約5万7千人。伊勢湾の海上埋立地に中部国際空港を有している。窯業が主要な伝統産業である。

兵庫県洲本市

淡路島の中央部に位置し、面積は約182平方キロメートルである。人口は約4万4千人。瀬戸内海国立公園の指定地域として三熊山や五色浜などがあり自然に恵まれた町である。

鴨川市の抱える課題を総合的に解決していくためには、コンセプトを明確にした拠点を 作り上げていくことが有効である

課題に対する先行事例調査の取組み

課題	宮崎県宮崎市	愛知県常滑市	兵庫県洲本市
方向性が定まらず、動き出せていない	<ul style="list-style-type: none"> ■ BEACH PARK等の拠点の創出により、新たな取組みが進んでいる ■ 渚の交番を指定管理とすることで、民間活力を活用した取組みが進んでいる 	<ul style="list-style-type: none"> ■ りんくうビーチを指定管理とすることで、民間活力を活用した取組みが進んでいる 	<ul style="list-style-type: none"> ■ グランピング等新たな観光コンテンツによるサービス提供が進められている
海岸の魅力活用不足	<ul style="list-style-type: none"> ■ ヨガやSUPといったアクティビティの提供や音楽イベントの開催 ■ 食事や買い物を楽しめるショップの来店 ■ ブーゲンビリアの植栽によるによる景観形成 	<ul style="list-style-type: none"> ■ サンセットヨガの開催 ■ BBQ機器の貸し出し ■ ライブイベント等による海岸エリアの活用 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 海岸でのグランピング拠点 ■ キャンプファイヤーや焚き火 ■ ビーチ周辺にお酒を飲めるバーを整備
安全・衛生面の懸念	<ul style="list-style-type: none"> ■ 指定管理による渚の交番の運営 ■ 周辺パトロールの実施 ■ ビーチクリーン活動 ■ 消防団に水上バイク隊を結成 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 指定管理内容として日中一時間以上の巡視、夜間巡視、トイレ清掃、廃棄物処理が定められている 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 明確なルールを定め、マナーの向上や場の雰囲気統一を図っている
周辺施設の活力喪失	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新たなコンテンツによる集客 ■ 海洋教育の実施等学校との連携 ■ 商店街の空き店舗活用促進 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 指定管理業者と商業施設が連携したサービスの提供 ■ 多様なイベントの開催による集客 	-
良好でない観光客受入環境	<ul style="list-style-type: none"> ■ 専用HPの開設による一元的な情報発信 ■ 専用HPに駐車場情報を掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ■ りんくうビーチの駐車場を整備 ■ 指定管理による駐車場運営と料金徴収 ■ 専用HPに駐車場情報を掲載 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 観光協会HPにて、見る・泊まる・遊ぶといったキーワードで情報を提供 ■ ドライブマップや公共交通機関での訪問手段を掲載
潜在的観光資源の分散・未利用	<ul style="list-style-type: none"> ■ ビーチパークによる観光資源の集約化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ BBQ場やイベント、キッチンカーの店を集約したエリアで実施 ■ BBQ場は区画による管理を実施 ■ 遊休地をイベントに貸し出し、料金を徴収 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 民間事業者がビーチ周辺で宿泊、飲食、アクティビティが可能な施設運営

【各都市の事例に共通している事項として以下の点が挙げられる】

- **コンセプトを明確化**していること
- 海岸周辺の観光において、**統一的に取組みを進める主体**がいること

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

先行事例調査

	概要	特徴的な取組み(概要)
<p>名称 AOSHIMA BEACH PARK</p> <p>所在地 宮崎県宮崎市青島2-233</p>		<p>ビーチパークでの多様なサービス提供</p> <p>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、シェード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。</p>
<p>提供サービス</p> <p>■ ターゲット</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 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 <p>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</p> <p>■ サービス内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 常設 <ul style="list-style-type: none"> ・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 <ul style="list-style-type: none"> ・ビーチヨガ ・アーティストを呼んだ音楽イベント ・ビーチクリーン <p>■ プロモーション方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 特設HPの開設、Facebookページの活用、タブロイド紙の発行 	 <p>写真出所: 鴨川市観光課にて撮影</p>  <p>ビーチヨガイベントのチラシ 写真出所: AOSHIMA BEACH PARK HP http://aoshimabeachpark.com</p>	<p>コンテナを活用したショップ</p> <p>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。常設店店舗5店と期間限定店1店舗が開設されている。</p>  <p>写真出所: AOSHIMA BEACH PARK HP http://aoshimabeachpark.com</p> <p>渚の交番の活動</p> <p>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。</p> <p>魅力的なプロモーション</p> <p>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)に力をいれており、写真を撮り、拡散した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、メディ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材については断っている。</p>

青島における多様なサービス提供や恒常的な安全管理手法、コンテナショップを活用した拠点整備手法は鴨川市において参考にすることができる

青島における特徴てきな事例

多様なサービスの提供

■ 青島屋

宮崎土産や名物料理を提供している。ネットショップも営んでおり、地域の多くの関係者を巻き込みながら、地域の資源をブランド化して地域内外に販売することで、「宮崎観光の再生と繁栄」を目指している。

■ SUP

浮力の強いサーフボードに立ち、パドルで漕ぐ新しいウォータースポーツ。長距離移動が可能なことや、エクササイズ効果が高いことなどが魅力である。青島にあるナギサストアでは少人数制スクールも行われている。



出所: AOSHIMA BEACH PARK HP
<http://aoshimabeachpark.com/event/36/>

渚の交番としての活動

■ ライフセービング

宮崎ライフセービングクラブが宮崎市の消防局や消防署と連携し、ライフセービング活動を強化している。全国で初めて、宮崎市消防団に「水上バイク隊」を創設し、沿岸や河川での水難事故に対して水上バイクを用いて救助活動を行っている。

また、「渚の交番救難所」を発足し、救助の手が届きにくい青島沿岸部での水難事故に迅速に対応できる体制を整えている。

■ 青パト(パトロール)

自主防犯パトロールを行う「宮崎LCビーチパトロール隊」を発足し、九州内では初となる海岸線に特化した防犯パトロールを行っている。警察署や水上警察隊と連携し、犯罪や水難事故が起こった際に情報共有を行っている。



出所: 日本財団海洋グループ公式ブログ
<http://blog.canpan.info/maritime/archive/101>

■ その他

このほかにも観光案内、地域交流のイベント開催や学校での海洋教育などの取組みを進めている。

コンテナショップの活用

■ コンテナショップの特徴

AOSHIMA BEACH PARKではコンテナショップを活用し、初期投資を抑えながらも統一感のある空間づくりに取り組んでいる。

コンテナショップとは、コンテナを活用しレストランや売店、展示スペースなどを運営するものをいう。設置スペースに適したサイズ、デザインのコンテナを発注できたり、レンタルやリースなど、利用期間も柔軟に利用することができる。

■ コンテナショップを用いた地域活性化事例

【コンテナ町家「深谷ベース」(埼玉県深谷市)】
ガーデンアーティストと小売・建築事業を行う企業が共同開発した庭とカフェを組み合わせたコンテナ町家。

産業交流施設として市が運営しており、地域の生産者や酒造会社、食品メーカーが、アンテナショップやギャラリーとして入れ替わりながら運営しており、地域活性化に一役買っている。



深谷ベース
写真出所: 深谷市HP
http://www.city.fukaya.saitama.jp/fukaya_base/topics/index.html

■ 価格帯

コンテナ本体 20ftタイプ(W2,438×H2,892×L6,058): 85万円程度
輸送・内装・設備工事等含むオーダーメイド : 280万円～
レンタル 20ftタイプ : 10日間10万円～

AOSHIMA BEACH PARKへのヒアリングによると、配管整備等すべてを含んだ形で600～700万円程度とのこと

■ 注意点

- コンテナは基本的に建築物とみなされ、建築基準法が適用されるため、建築物の用途や構造、規模によって建築確認申請が必要となる。
- コンテナショップを開業する場合、短期間であっても、税務署への開業届や自治体への営業許可申請書の提出が必要となる。

常滑では指定管理手法の活用により、民間事業者の知見を活用した各種イベント開催や駐車場管理等を実施している

先行事例調査

概要

名称

TOKONAME RINKU BEACH PARK

所在地

〒479-0882 愛知県常滑市りんくう町2丁目りんくうビーチ



提供サービス

■ ターゲット

若者層がメイン(ただし、全ての利用者に公平な運営が規定されている)

■ コンセプト

海水浴に限らず、ライブイベント、BBQ、ショッピングなども合わせて1日を満喫できるスポット

■ サービス内容

➢ 常設

- ・海水浴
- ・BBQ
- ・海上ウォーターパーク
- ・キッチンカー(飲食物を提供)

➢ イベント

- ・ライブイベント
- ・SUNSET YOGA



海上ウォーターパーク
写真出所:常滑りんくうビーチHP
https://rinku-beach.jp/?page_id=293

■ 価格帯

- ・BBQ: 1,200円/日(夏休み期間以外の平日は無料)
- ・海上ウォーターパーク: 大人2,000円、子ども1,000円

■ プロモーション方法

- ホームページ、Facebookページ、Twitterなどにおいて、写真・動画を盛り込みプロモーションを行っている。その他、協賛企業がチラシを発行している。

特徴的な取組み(概要)



指定管理の手法

平成27年度は共同事業体、りんくうビーチ運営共同事業体が受託し、運営を行っている。
イオンディライト株式会社東海支社が代表団体であり、常滑市観光協会等が構成団体として属している。
市へのヒアリングによると、多様なイベント等の開催により、集客数は増加する見込みとのこと。(詳細については次ページ参照)



多様なイベントの開催

夏休み期間、海上に設置されるウォーターパークやアーティストによるライブイベント、ZIP-FMの公開生収録、ヨガイベントなど多様なイベントが企画・開催されている。

また、遊休地をイベントに開放し、料金を徴収している。

- 写真撮影: 関係者の人数1人1日につき550円
- 映画撮影その他これに類する行為: 1件1日につき5,500円
- 興行: 1平方メートル1日につき20円
- 競技会、展示会、集会その他: 1平方メートル1日につき20円



駐車場の整備

りんくうビーチ駐車場および臨時駐車場の料金徴収等管理を指定管理の一部としている。

- 駐車台数: 普通車144台、大型車5台、バイク40台
- 駐車料金: 4月~10月 1台1,000円/1日1回 (バイクは無料)
- 11月~3月 1台500円 /1日1回 (バイクは無料)

指定管理の内容は、海岸の清掃管理にとどまらず、自主事業の企画や駐車場・BBQ場運営、巡視等も含まれている

指定管理の仕組み

指定管理の内訳

- 期間
3年間(平成28年4月1日～平成31年3月31日)
- 内容
 - 運営
りんくうビーチ運営共同事業体(代表団体:イオンディライト株式会社)
 - 行政の担当部署
常滑市建設部都市計画課
 - 業務範囲
 - ・施設案内、利用案内、問い合わせ対応
 - ・利用者ニーズの把握、自主事業の企画
 - ・各施設、ゲートの開錠・施錠管理(駐車場含む)
 - ・施設メンテナンス、海岸保全(設備点検、植物管理、清掃等)
 - ・利用者の安全確保(緊急・救急対応、敷地内の巡視、利用指導)
 - ・各施設、各イベントの運営(バーベキュー場、駐車場、海水浴場)
- 募集・指定方法
公募型プロポーザル方式

駐車場管理やイベント運営と多様な内容を指定している

指定管理の利点

- 駐車場・BBQ場の料金徴収、巡回、清掃などの業務を指定管理にすることにより、それぞれの**エキスパートによって効率的な運営**がなされている。
- りんくうビーチのように清掃をシルバー人材センターに委託するなどの工夫により、地域の雇用創出、産業交流などにも貢献している。
- りんくうビーチでは運営主体の代表団体がイオンディライト株式会社であり、**ビーチに隣接する常滑イオンモールと連携**し、バーベキューで使用する具材をイオンモールで気軽に購入できるなど、利用者の利便性を高めている。
- ビーチでのイベントに有名企業、タレントなどを起用したり、Facebook等SNSで広報をするなど、**民間事業者ならではの連携**により、集客率の向上が期待できる。

参考：常滑市HP りんくうビーチ指定管理者制度

支出・収入の規定

- 支出
単年度の指定管理料：1,400,000円以上(指定管理者から市への納付金)
単年度の施設修繕料：2,000,000円
- 収入
既定の利用料金の範囲内で利用者から利用料を徴収し、指定管理者自らの収入とする。
平成26年度実績等から、施設の利用料金の収入予定額としては駐車場利用料金が26,000,000円、バーベキュー場利用料金が3,300,000円、行為許可に係る利用料金が700,000円と公表されており、駐車場料金が最も大きな収入源とされている。
なお、自ら企画した自主事業で得た収益は原則、指定管理者自らの収入とするが、上限を3,000,000円として設定し、設定金額を上回った分は1/2を市に納入する。

平成26年度収入の状況の月別内訳

年度	月	駐車場使用料		駐車場使用料(合計)	バーベキュー場使用料	行為許可に係る使用料
		駐車場	臨時駐車場			
26	4	-	-	-	72,000	49,967
	5	-	-	-	544,000	49,967
	6	2,748,000	44,000	2,792,000	318,000	28,367
	7	4,274,000	675,000	4,949,000	628,000	125,041
	8	6,324,000	1,466,000	7,790,000	1,373,000	183,685
	9	2,476,000	119,000	2,595,000	318,000	191,796
	10	927,000	0	927,000	66,000	10,611
	11	321,500	0	321,500	有料日の設定なし	6,766
	12	184,500	0	184,500	有料日の設定なし	6,766
	1	225,000	0	225,000	有料日の設定なし	6,766
	2	218,500	0	218,500	有料日の設定なし	12,113
	3	595,500	0	595,500	有料日の設定なし	82,747
27	4	1,319,000	0	1,319,000	-	-
	5	3,826,000	533,000	4,359,000	-	-
合計		23,439,000	2,837,000	26,276,000	3,319,000	754,592

淡路島ではグランピングができるビーチの拠点を整備し、夜間コンテンツ不足という海岸エリアの課題を克服している

先行事例調査

概要

名称

FBI First class Backpackers Inn. (船瀬ビーチイン)

所在地

兵庫県洲本市五色町鳥飼浦2359



提供サービス

■ ターゲット

若者、ファミリー層、団体

■ コンセプト

「大人の基地」

■ サービス内容

- 常設
 - ・キャンプ、デイキャンプ
 - ・海水浴
 - ・キャビン、常設テント
- イベント
 - 不定期でビーチハウス貸切のイベントが行われる

■ 価格帯

- ・キャンパー泊利用料 大人1,200円 子ども600円 ペット500円
(その他、駐車料金、テント利用料、用具レンタル料などが加わる)
- ・グランピング施設レンタル料 23,000円(1日)

■ プロモーション方法

- ホームページ、Facebook、Twitterでのプロモーションの他、利用者による口コミやブログ記事などが宣伝になっている



写真: First class Backpackers Inn HP
<https://www.fbi-camping.com/awaji/camping/>

特徴的な取組み(概要)



グランピング

AWJI FBIでは、優雅なキャンプスタイルである「グランピング」施設を提供している。

ベルギーから輸入したコットンテントに宿泊することができ、テント内は絨毯、テーブル、チェア、ダブルベッドが配置されている。タープスペースにはグリルとダイニングテーブルが備え付けられているなど、気軽にラグジュアリーキャンプを楽しむことができる。

近年、グランピングの人气が上昇しており、木更津に新たな施設が誕生したり、星のリゾートがグランピングリゾート「星のや富士」をオープンしたりしている。



写真: First class Backpackers Inn HP
<https://www.fbi-camping.com/awaji/camping/>



夜間のコンテンツ提供

たき火やビーチバー等宿泊につながる多様な夜間のコンテンツを提供している。

- 火を使ったアクティビティ
 - 砂浜でたき火やキャンプファイヤーなどのアクティビティを楽しむことができる。
 - サンセットに波の音を感じながらたき火ができる環境は多くのグランパーを引き寄せている。
- BEACH BAR
 - ビーチの横にバーが営業しており、カクテル、生ビール、焼酎等のドリンクを提供している。アコースティックライブも開いており、リラックスした贅沢な時間を過ごすことができる。
- 宿泊施設
 - 持参テントやレンタルテントを張ってキャンプをするだけでなく、キャビンや常設テントなど様々な宿泊場所を提供している。

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プで、豊かな自然や様々なアウトドア活動を手軽に楽しめるレ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/youkin/index2017_0228.html#glamping



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

■ グランピングの特徴

➢ 手軽なキャンプ

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プ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。

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://hoshinoyafuji.com/>

■ AQUAVILLAGE・RENVILLAGE(静岡県)

西伊豆にあるグランピング場である。穏やかに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 VILAGGE HP
<http://ren.vilageinc.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

ヘルスケアや水族館と連携した観光事例は国内外に多数存在しており、それら事例を参考にしながら鴨川の施策を検討する

その他の国内外の事例

鴨川市前原横渚海岸エリアの特徴として、「鴨川シーワールド」および「亀田総合病院」という著名な施設が位置していることがあげられる。ここでは、それらと連携したリゾート地について、国内外の事例を参照していく

ヘルスケアと連携したリゾート

■ The Dolder Grand(スイス チューリッヒ)

マッサージやフィットネスのチームに加えて、医師も擁しており、美容と医療をリンクさせるノウハウを生かした、目的や価格が異なる多種多様のプログラムを提供している。

日本の砂風呂にインスパイアされた「sunaburo」を体験できる。



sunaburo
写真出所: The Leading Hotels of the World
<http://jp.lhw.com/hotel/The-Dolder-Grand-Zurich-Switzerland>

■ コモ シャンバラ エステー (インドネシア バリ島)

ヨガインストラクター、アーユルヴェーダ医師、常駐の栄養士を擁し、専門のスタッフによるシグネチャーマッサージ、トリートメントや豊かな自然の中に立地していることを活かしたハイキング・クライミング等のプログラムを展開している。



写真はイメージ

■ 瀬戸内リゾート青尻

客室を7部屋に絞り、一つひとつの部屋はテーマの異なるスイートルームに設計されている。また施設内には、プール、温泉ジャグジー、サウナ、スパが用意されており、スパにはセラピストが常駐している。

■ カミツレの宿 八寿恵荘

周囲にカモミール畑、カモミール由来のスキンケア用品を製造・販売する工場を擁する立地から、自社製品を生かしたアロマ・トリートメントサービスを展開。専任のスタッフが宿泊客を丁寧にカウンセリングすることにより、宿泊客一人ひとりに最適なブレンドのアロマオイルを提供している。

水族館と連携したリゾート (米サンディエゴ)

サンディエゴは海岸沿いの開発が進んでおり、アメリカでは国内でも有数の観光地域となっている。この地域にはシーワールドサンディエゴが位置し、海の生き物と触れ合うショーやライドなど、海の生命について楽しく学べるアトラクションを提供している。

■ サンディエゴの魅力

サンディエゴは、その自然豊かなエリアを活用し、大人も子どもも楽しみリラックスすることのできるリゾートとなっている。

【密集したコンテンツ】

シーワールドサンディエゴやベルモントパーク等のテーマパーク、シーポートビレッジ等のショッピングモールがサンディエゴ国際空港からアクセスの良い位置に密集している。ミッションベイでは1日を通して様々な体験をすることができる。

【自然豊かなリゾート】

ミッションビーチでは海水浴やサーフィン、リバーウォークゴルフクラブ等ではゴルフと海や山双方を望むことのできる自然豊かなリゾートで様々なレジャーを楽しむことができる。

【快適な生活を楽しめる宿泊施設】

ミッションベイには多くの高級ホテルが集まっておりホテル街を形成している。中でもサンディエゴホテルデルコロラドやヒルトンサンディエゴベイフロントでは快適な時間を過ごすことができる。



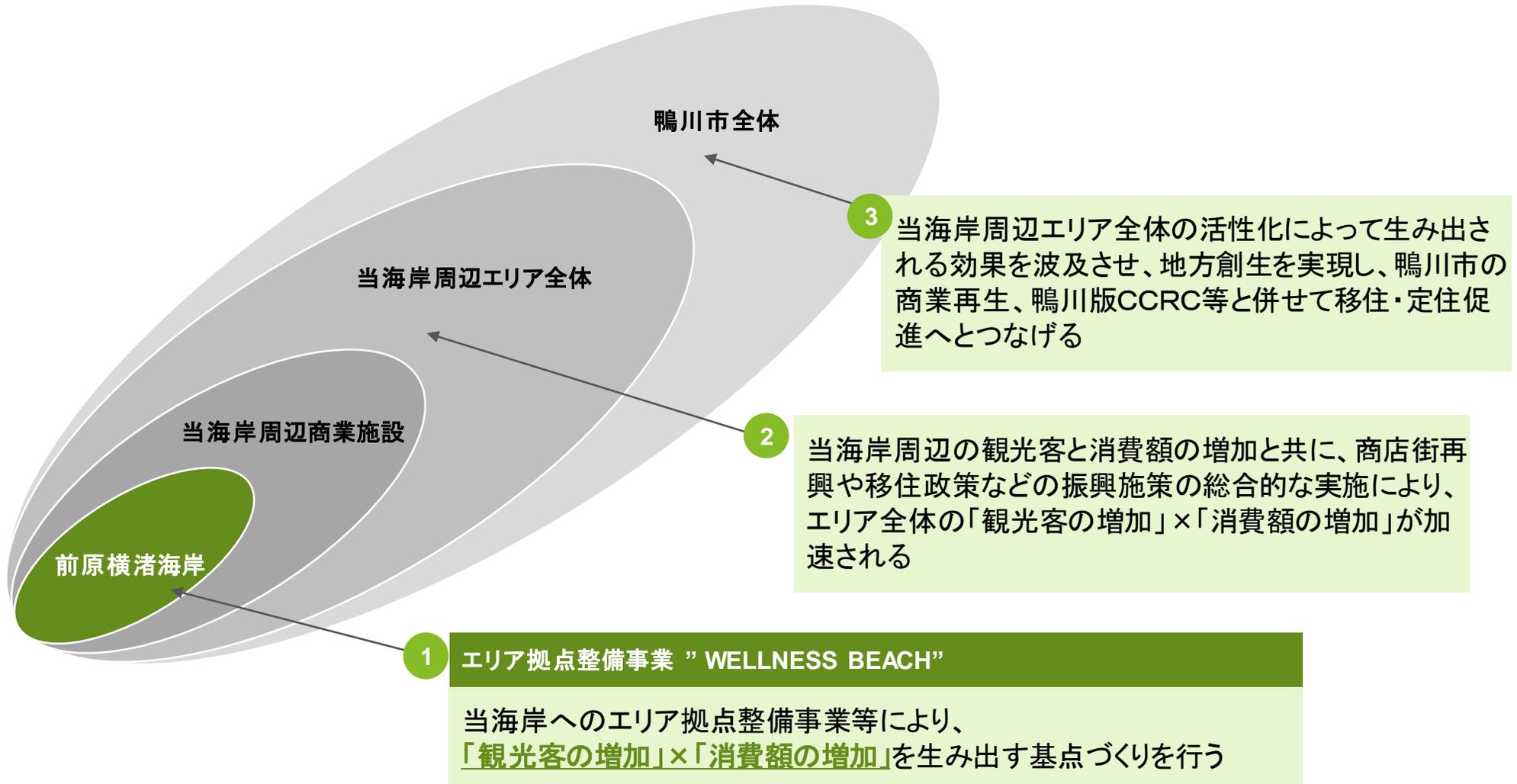
写真: サンディエゴ市HP
<https://www.sandiego.gov/leisure>

3 目指す姿の検討

3. 目指すべき姿

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が、当海岸の目指すべき姿である

当海岸周辺が目指すべき姿



「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

【コンセプト設定の意義】

前原横渚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

-  **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
-  **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
-  **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。

コンセプトの波及イメージ

1 エリア拠点において「良質な日常」の具現化



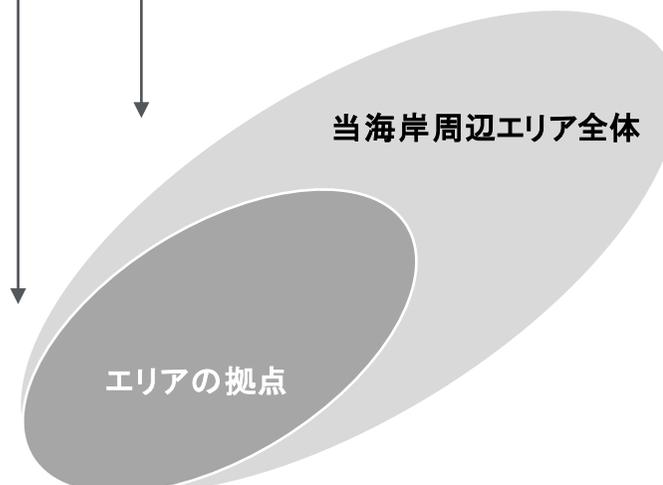
- あたたかい人のつながり
- 自然の中での運動
- 景観の整備されたおしゃれなカフェ
- おいしい野菜・海産物

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



*1: ウエルネスとは

身体、精神、社会的な健やかさを維持・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。

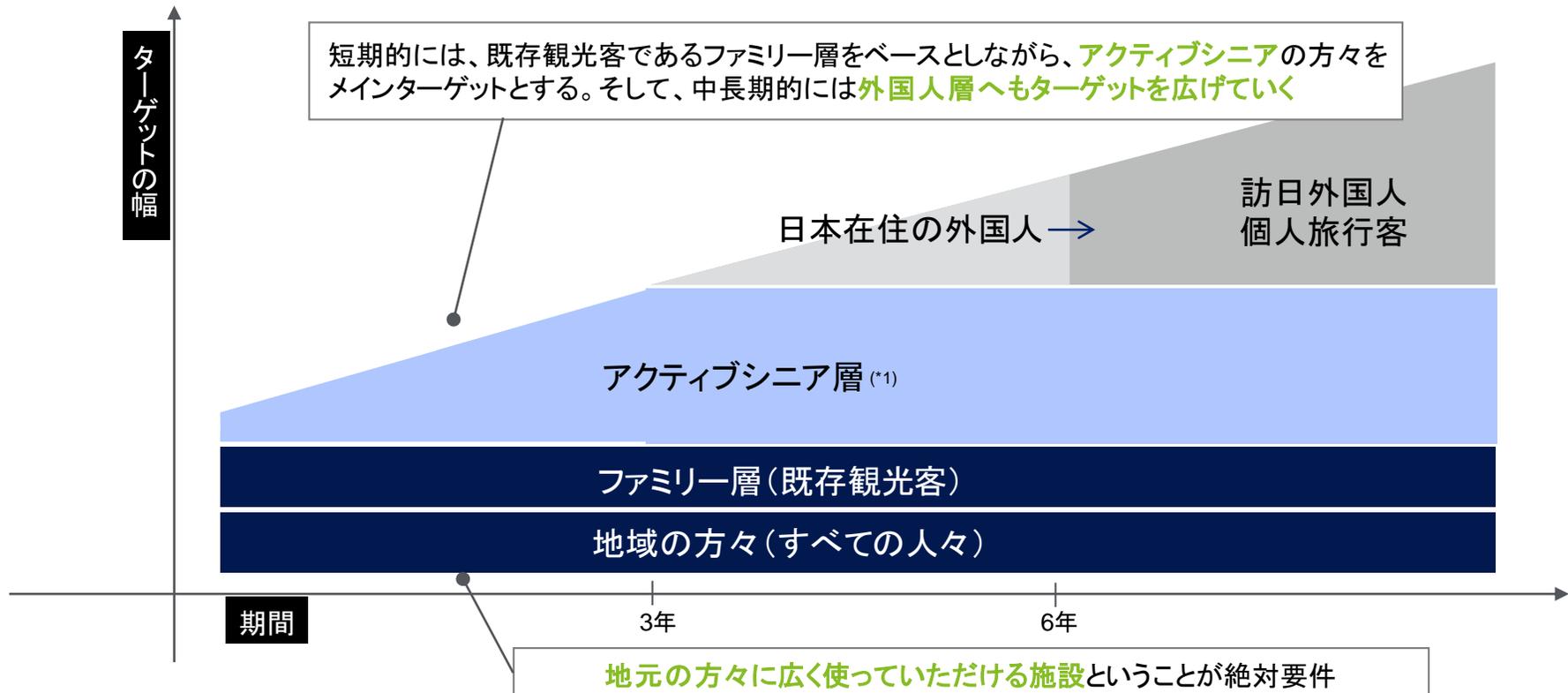
● 3. 目指すべき姿(メインターゲットについて)

アクティブシ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



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
- 

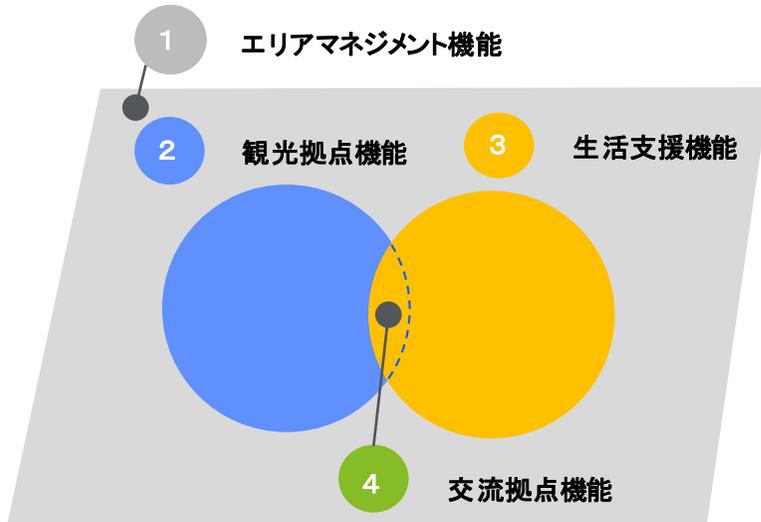
【WELLNESS BEACH出店業者】
・新たな出店・イベント開催スペースとして事業拡大が期待できる
- 

【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

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

生活支援機能として、子育て広場をはじめ、ネウボラ、生涯学習支援施設等も候補として検討を進める

エリアマネジメントセンターに整備する生活支援機能の候補

子育て支援拠点

【子育て広場】

- 概要

子育て広場とは、国の地域子育て支援拠点事業の一つで、市町村から事業を受託した社会福祉協議会やNPOなどが運営している。
親同士、子ども同士が自由に交流し、過ごすことのできる常設の施設で、子育て中の人の為に、様々なサポートを行っている。
- 機能
 - 交流の場
 - 子育て相談
 - 子育てに関する情報発信
 - 子育てに関する講座(「離乳食について」「ふれあいあそび」など)
- 対象者

0~3歳児を中心とした乳幼児とその保護者

【ネウボラ】

- 概要

ネウボラとは、フィンランドの「相談やアドバイスの場」を意味するワンストップの子育て支援施設のこと。切れ目のない支援をすることで妊娠・出産・子育てに係る不安や負担の軽減を目指している。
- 機能
 - 妊娠から子育てまでのワンストップ窓口
 - プレママ・パパを応援するプログラム提供
 - 子育てに関する専門家を配置し、心配事などを相談できる体制
 - 産後ケアの充実
 - 家庭環境の問題を早期発見する目的
- 対象者

妊娠中~6歳までの子どもがいる家庭

生涯学習支援施設

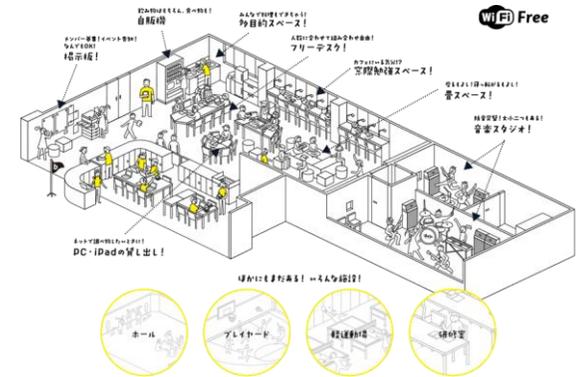
【青少年プラザ(事例:b-ラボ)】

- 概要

青少年プラザ「b-ラボ」とは、中高生向けの生涯学習支援施設である。中高生の自主的なチャレンジを支援する仕組みが整っており、活動を通じて自らの可能性を広げ、社会性を身につけた自立した大人へ成長していくことを目指している。

- 機能

リビングのようにくつろげるスペース、勉強や打ち合わせに使えるスペース、ダンスやバンド活動のためのスタジオといった機能を有しており、中高生の放課後の居場所となるとともに、自主的なチャレンジを促している。



- 工夫されている事項

施設づくりの段階から、中高生が参画している点に大きな特徴がある。高校生とのワークショップなどを通し、空間デザインやロゴづくり、フリーペーパーの発行などに取り組んでいる。



画像・写真出所:
文京区青少年プラザb-lab HP
<http://b-lab.tokyo/>

- 対象者

域内の中高生

4 リソース調査

4-1 ベンチマーク事例調査^(*1)

ベンチマークとする自治体、日南市においては、専門人材の登用や遊休施設の活用、多様な企業との連携に取り組んでいる

ベンチマーク事例調査(自治体:日南市)

取組み内容

【企業との連携の一例】

- ショッピングモール「ポンパレモール」に行政として初めて出店。特産品の6次産業化として、地元の食・観光メディア「in SEASON」とともに甘酒の商品開発等を行っている
- 夫婦間の家事育児ギャップを解消するためのスキルを学び、家事育児のシェアを推進する「夫婦円満都市」推進プロジェクトをライオン(株)と共同で実施している
- ファミリーサポートセンターやシルバー人材センターの予約を時間や場所を選ばずにできる「ネットでつながるご近所お手伝いサービス」を(株)エニタイムズと連携して取り組んでいる



写真出所:エニタイムズHP
<https://www.eni-times.com/nichiran.html>

ハードルとその乗り越え方

【個々の取組みからの脱却】

- 個々人のカンや思い込みによる取組みを進めても課題解決はできない
- 課題を論理的に分解し、分析に基づいて取組みを進めることが重要である

【誰に評価されるべきかを間違えない】

- マスコミや政治家等から評価されるのを目的にしてしまいがちである
- 取組みを評価されなければならないのは、その顧客であることを忘れないことが重要である

【インセンティブ設計に最も力を入れる】

- 政治家、企業、市役所でそれぞれインセンティブが異なっており、それを把握できていないとゴール互いが協力できない
- それぞれのインセンティブを踏まえ、それを満たすことのできる仕掛けをつくる

【小さく初めてスピードと小回りで勝負】

- PDCA(*1)では遅く、行政のみで担う場合、PPPDになっていることも見受けられる
- DCAPの順番で、まず小さく試してみることが重要。試してみることができるのは行政ではなく民間企業であるため、その部分での役割分担を設計する

必要な各種経営資源

モノに関する経営資源

- 登録文化財である赤レンガ館を公設ワーキングスペースにリノベートする等既存の施設の活用を進めている。
- 「日本一企業と協働しやすい日南市」、「シェアリングエコノミー推進都市宣言」等のスローガンを謳い、投資する分野を明確化するとともに、他都市と差別化につながる取組みに積極的な姿勢をアピールしている
- 商店街にあったスーパーマーケット跡地に「油津Yotten」という複合型の施設を開設。教室、スタジオ、フリースペース、情報発信ブース、油津カーブ館、食堂、コンテナ店舗などがあり、様々な用途に利用できる



写真出所:油津赤レンガ館ワーキングスペースHP
<http://www.akarengakan.jp/>

ヒトに関する経営資源

- 株式会社油津応援団という、まちの課題に対し、トータルな観点から解決に向けた取組みを進める街づくり会社を設立している
- 市役所の役職に、テナントミックスサポートマネージャーやまちなみ再生コーディネーター、マーケティング専門官といった専門のポジションを設け、外部の専門人材を登用している
- 市内にオフィスを構えるベンチャー企業に地元の高校生が見学に行く機会をつくり、若者が地元で働きたいという意識づけを行う機会を提供している。

カネに関する経営資源

- 企業との連携や、クラウドファンディング等に取り組む、可能な限りお金をかけずに施策を進めている工夫をしている

情報に関する経営資源

- 特産材・飼肥杉で造られた製品をニューヨークで開催された世界最大規模のギフトショーに出展するなど、海外からの評価を獲得する取組みを進めている

ベンチマークとする観光拠点、AOSHIMA BEACH PARKにおいては、現在の姿を実現するために、商品開発やビジネスモデル構築に取り組んでいる

ベンチマーク事例調査(観光拠点:AOSHIMA BEACH PARK)

参入事業者

【事業者(*1)】

- グラン・ブルー(飲食)
- ダブル(飲食)
- 宮交ショップアンドレストラン株式会社 青島屋(飲食)
- STAY. C in the park(物販)
- 株式会社クリーチャー(飲食)



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

【事業者の選定方法】

- 渚の交番青島プロジェクト実行委員会が「青島ビーチパーク」出店者公募を行い決定する。選定にあたっては、出店者の思いやビーチパークのコンセプトとの整合性などについても検討されている。

配慮が必要となる事項

- コンテナショップの塩害対策
海岸周辺(重塩害地域)にコンテナショップを開設する場合、十分な塩害対策を施す必要がある。そのため、腐食止めや錆止めのために、追加的な費用が発生することを把握しておくことが重要である。
- 周辺地域との連携
周辺地域と連携するために、以下の二点に配慮している。
 - ① 少しずつ連携し、実績をつくっていくこと
ビーチパークの開設に先立ち5年程度の日数をかけてイベント開設・駐車場運営の取組みをしている
 - ② 周辺住民に迷惑とならないよう営業時間等を配慮すること
20:30ラストオーダー、21:00クローズとし、その時間以降は音楽なども止め、周辺に迷惑をかけることがないように、配慮している
- プロジェクトマネジメント
地域活性化に向けた取組みを進めていくと、アイデアだけが先行してしまい、スケジュールや予算管理ができなくなることがある。また、なれ合いによる意思決定なども危険であり、それらをしっかりとマネジメントできる仕組みが重要である。

必要な各種経営資源

モノに関する経営資源

- 授乳室やきれいなトイレ等の施設の充実や、日焼けせずにビーチで過ごせる空間「シェードボックス」の提供等、ターゲット顧客(25歳以上の女性)の受け入れに適したインフラを整備している。
- ジュニアライフセービングは、プログラムの時間、子どもを預けることができる。親がくつろいだ時間を過ごすための手助けを工夫している。
- ショップや飲食・休憩スペースを集約し、ビーチパークという一つの観光ゾーンを作り出している

ヒトに関する経営資源

- 立ち上げにあたり、地域に根ざして活動を続けてきた人たちと、東京から移住してきた方が連携し取り組むことができたことが成功要因と考えている。
 - 指定管理の手法を用い、運営は渚の交番青島プロジェクト実行委員会(*1)が担当している。
- *1:宮崎市観光協会及び宮崎ライフセービングクラブで構成する共同体

カネに関する経営資源

- 収入計画は指定管理料+利用料金で毎年8,900千円。なお、指定管理料は市との協議で額が正式に決まる。
- 行政からの補助金は、初年度2,000万円(主にハード整備)、次年度2,600万円(期間延長、コンテンツディレクションに関する費用の追加)
- テナント料金は次のとおり
飲食店舗: 月5万円+売り上げの10%+高熱水費
物販店舗: 月5万円+売り上げの5%+高熱水費

情報に関する経営資源

再掲

- 特設HPやSNS、タブロイド紙によりビーチパークの魅力を発信している。また、SNSに投稿したくなるようなフォトジェニックな景観づくりを意識的に行っている。
- PRを重視したプロモーション実施を実施してる。
- ブランディングのため、メディアコントロールは厳格に実施

参入事業者は行政と連携する際、行政区画の長のスタンスや施設の状態を重視して、参入判断をしている

ベンチマーク事例調査(参入事業者)

取組み内容

【会社概要】

全国でレストラン、カフェ、ホテル等のサービスを提供している企業。指定管理の受託や借地契約、行政財産使用等、行政との連携実績を多く有している。

参入にあたり重視する事項

【市長のスタンス】

取組みをすすめていくうえで、法規制への対応やスピードといった事項が課題になることが多い。それら課題に十分対応できるのは、行政区画の長であり、そのコミット度合いを重視している。

【設計段階からの連携体制】

内装整備等の段階で、活用が難しい設備になっている場合、参入しづらい。設計段階から連携できること、または、自由度が高く内装整備の負担が少ない設計となっていることが重要である。

必要な各種経営資源

その地域に即した施設を最適な方法で作るためには、以下の経営資源が必要になる

モノに関する経営資源

- 地域の方とともに作り上げたコンセプト
- 地域の方のニーズに合致したサービス提供ができるスキル・ノウハウ
- 地域に溶け込み、その価値を高めることのできる店舗設計

ヒトに関する経営資源

- 画一的なマニュアルに頼るのではなく、その土地に最適な店舗を考えだし、運営できる人材
- 運営者に対し、十分な権限移譲を行う会社のスタンス
- 可能な限り地元の方を従業員として登用する組織体制

カネに関する経営資源

- 内装整備にかかる費用(建物については行政等が負担することが多い)
- 行政から継続的な助成金を受け取る体制ではなく、自社で採算をとることのできるビジネスモデル

情報に関する経営資源

- 地域にあったブランディングをスピード感を持って実現できる体制

4-2 目指す姿を実現するために必要な資源

目指す姿を実現するためには、各種資源を次のような状態にすることが求められている

必要な資源

目指すべき姿

実現するために必要な資源

当海岸周辺エリア全体

エリアの拠点

エリア拠点整備事業 ” WELLNESS BEACH”

エリアマネジメントセンターや魅力体験広場等の整備により、
「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」=ウエルネスリゾートの実現

■ コンセプトに基づく3つの提供価値



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



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



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

モノに関する経営資源

- 海辺の魅力活用に向けた取組みが明確である
- 他観光地と明確に差別化されている
- 観光客受け入れに適したインフラが整備されている
- 観光資源がゾーンごとに集約されている
- 遊休地が有効に活用されている
- 投資すべき対象の領域が明確である

ヒトに関する経営資源

- 事業推進体制・主体者が明確である
- 民間企業等との連携体制・役割分担が明確である

カネに関する経営資源

- 初期投資に必要な費用が用意できている
- 目的に適った施設管理手法が確立されている
- 持続可能な運営方法が確立されている

情報に関する経営資源

- ターゲットに到達するプロモーション手段が明確である
- 前原横渚海岸エリアの魅力を伝えるブランディングが確立されている

4-3 GAP調査(鴨川市観光資源調査)

ターゲット顧客が関心を持つ、鴨川市の観光資源等を明確化するため、関東在住の300人に対しアンケート調査を実施した

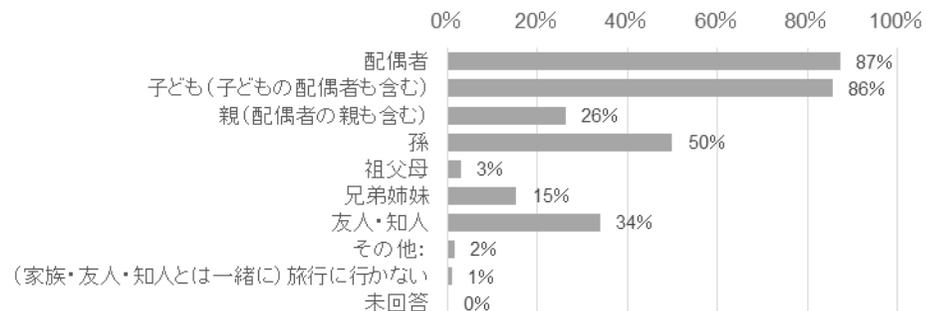
GAP調査結果(属性情報)

アンケート概要

- 趣旨
ターゲット顧客が関心を持つ観光資源を明確化し、資源ごとの最適な活用方針を定めること
- 対象者
関東1都6県(東京都、神奈川県、千葉県、茨城県、埼玉県、群馬県、栃木県)に住む300人
- 実施方法
Webによるアンケート調査
- 実施期間
2016年12月12日～ 2016年12月13日

旅行の状況

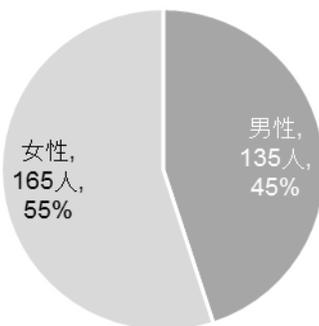
- あなたは普段旅行又はレジャーで外出をする時、誰と同行しますか。
※これまで旅行又はレジャーに同行した人を全てお知らせください。



サンプル

■ 性別

	n	%
全体	300	100.0
男性	135	45.0
女性	165	55.0
未回答	0	0.0

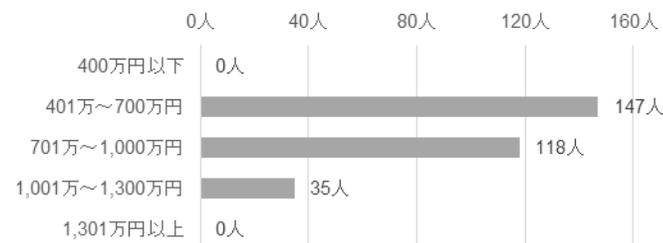


■ 年齢

平均 52.75歳
最小 25歳
最大 69歳

世帯年収

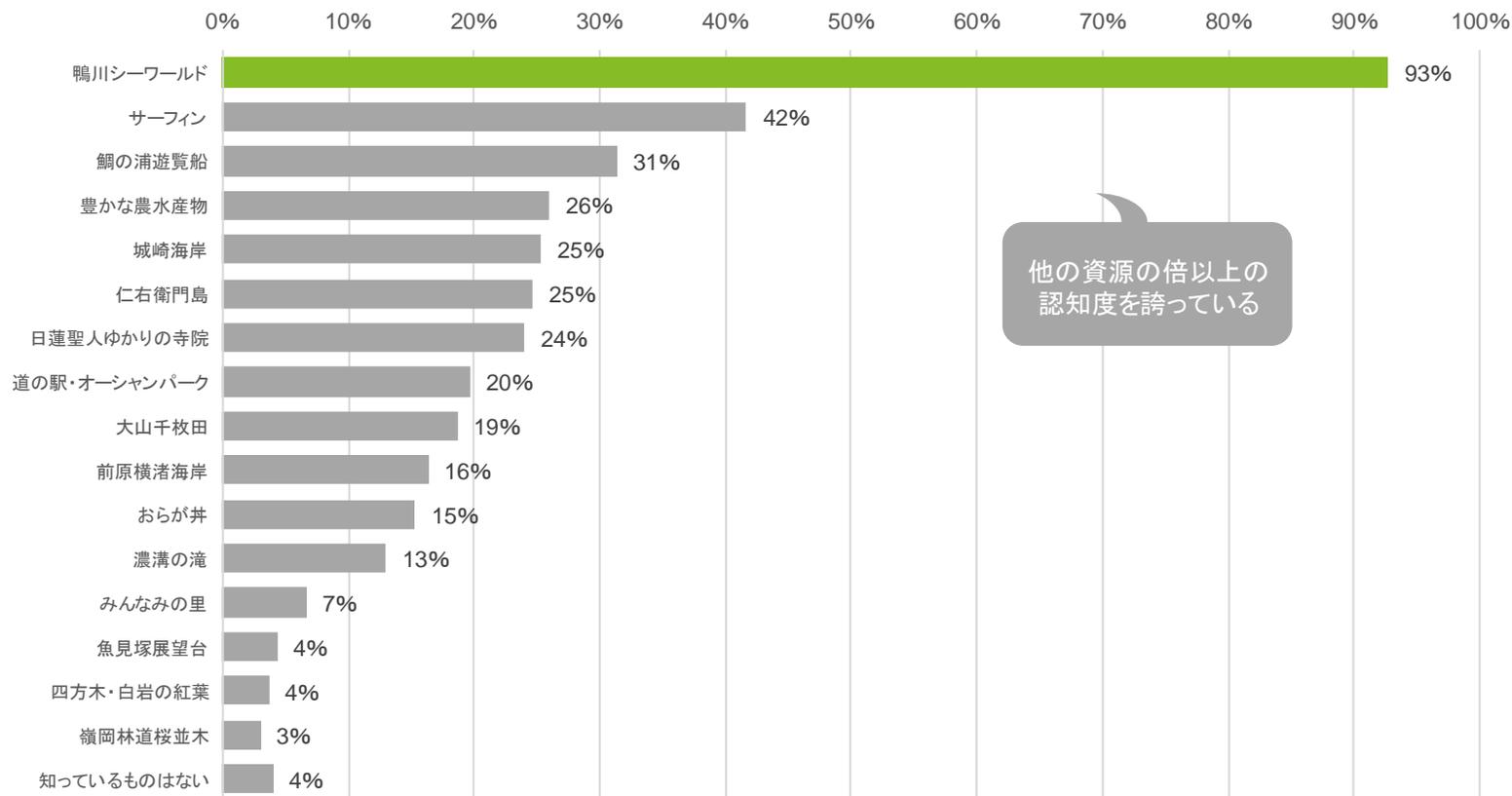
- 世帯年収をお答えください。



鴨川シーワールドの認知度が圧倒的に高く、その他の資源が比較的低水準であることから、観光認知における鴨川シーワールドへの依存傾向が読み取れる

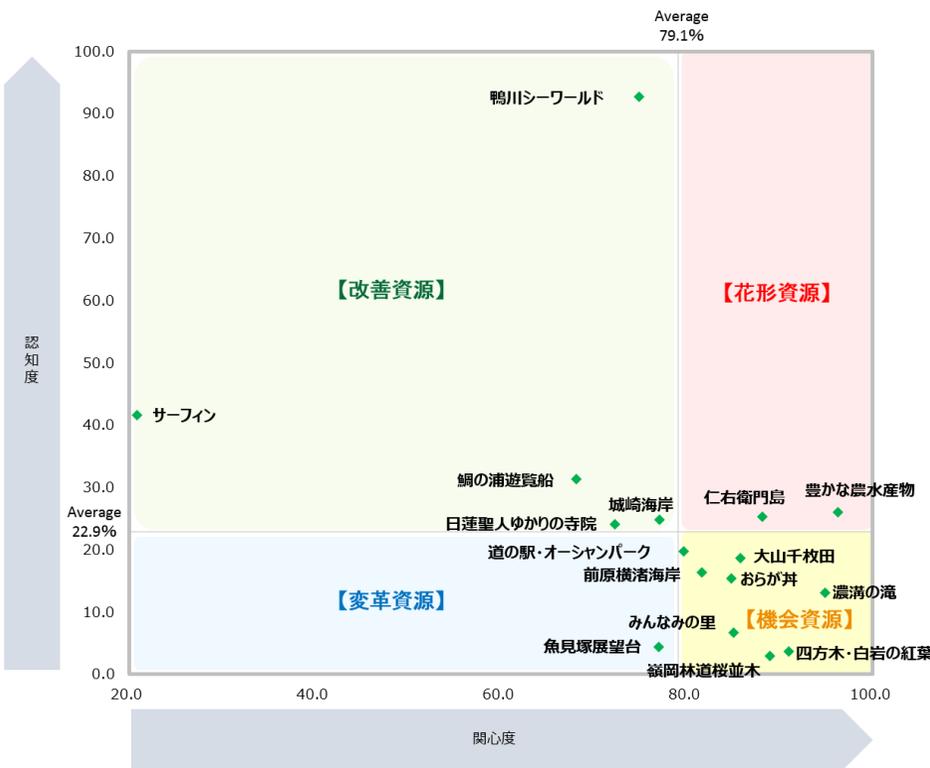
観光資源ごとの認知度

- 鴨川市の観光資源において、「鴨川シーワールド」の認知度が圧倒的に高く他の資源の倍以上の値になっている
- 「鴨川シーワールド」の認知度の高さは活用しつつも、それ以外の観光資源の認知度を高めるための取組みが重要になる



全体の傾向として「鴨川シーワールド」以外の認知度の低さが見受けられるものの、「美観」や「食」といった資源への関心度の高さが読み取れる

GAP調査結果(サンプル全体)



散布図から読み取れる特長

- 観光資源の認知度平均は22.9%と低い水準である
- 認知度について見ると、「鴨川シーワールド」の認知度が他の観光資源に比べ圧倒的な高さである
- 「サーフィン」や「鯛の浦遊覧船」の認知度は比較的高いと言えるが、それでも半数にも到達できていない
- 関心度は平均が79.1%と高い水準である
- サーフィンは他の観光資源に比べ、関心度が低い
- 濃溝の滝や紅葉等の豊かな自然・農水産物やおらが井等豊かな食に関する資源について関心度が高い

関心度に関する仮説

- 関心度の高いリソースとその理由
 - 豊かな食に関連する資源について、「過去に食べたとき美味しかった」、「新鮮なものを食べたい」、「食事は家族全員で楽しめる」といった意見が挙げられている
 - 豊かな自然に関連する資源について、「きれいな景気を楽しみたい」、「のどかな風景を見たい」、「雄大な風景が見たい」といった意見が挙げられている
 - 濃溝の滝は「最近テレビでよく見かけるため」、「話題のため」といった意見が多く挙げられている
- 関心度の低いリソースとその主な理由
 - サーフィンについては、「自身がやらないため関心を持ってない」という意見が多く挙げられている
 - 鯛の浦遊覧船については「酔いするの嫌だ」などの意見が多い
 - 日蓮聖人ゆかりの寺院については「こどもが楽しめなさそう」といった意見が挙げられている

取るべき方策

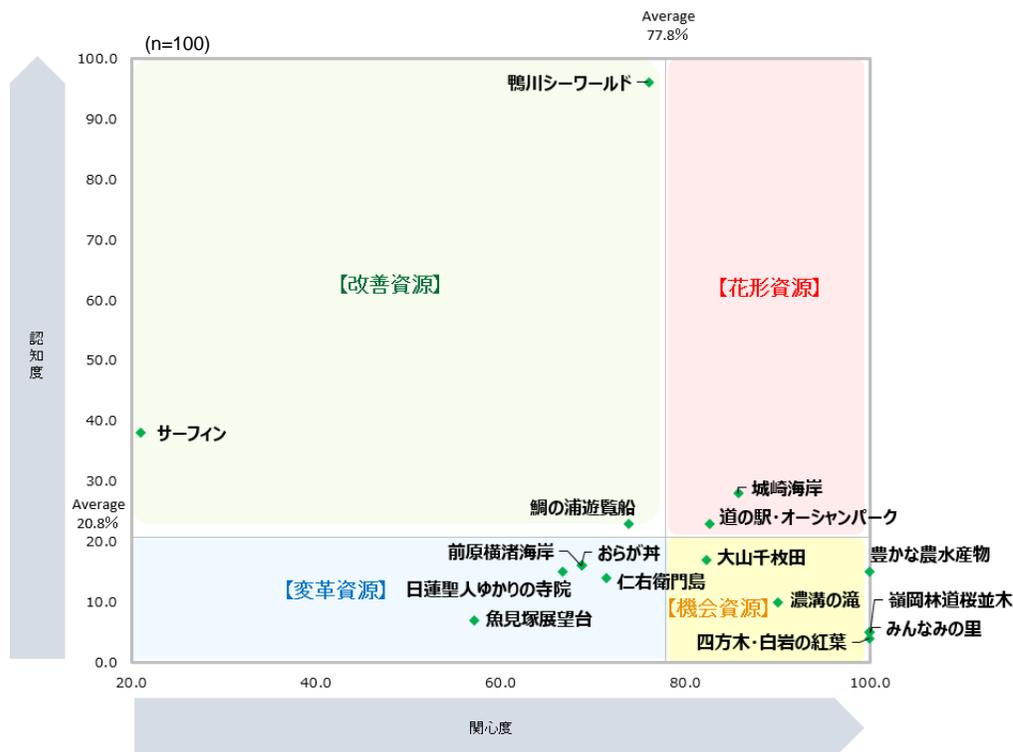
- 花形資源といえる「豊かな農水産物」と観光名所を合わせて楽しむことのできる仕組みの構築する
- 認知度が高い鴨川シーワールドと連携し、機会資源の認知度を高める取組みを進める
- 改善資源に関しては、リピート客にも訴求できる新たな提供価値の開発を進める必要がある

【改善資源】認知が高く関心が低い資源 【花形資源】認知も関心も高い資源

【変革資源】認知も関心も低い資源 【機会資源】認知が低く、関心が高い資源

比較的関心度合いの高い自然に関連する観光資源の認知度を高め、花形資源へと育てていくことが重要である

GAP調査結果(ベースターゲット:ファミリー層)



【改善資源】認知が高く関心が低い資源 【花形資源】認知も関心も高い資源

【変革資源】認知も関心も低い資源 【機会資源】認知が低く、関心が高い資源

散布図から読み取れる特長

- 鴨川シーワールドの認知度は非常に高いが、その他の資源の認知度が低く、観光資源の認知度平均は20.8%とアクティブシニア等の他のターゲットと比較しても低い水準である
- 「サーフィン」や「城崎海岸」の認知度は比較的高いと言えるが、それでも半数にも到達できていない
- 関心度は平均が77.8%と高い水準である
- サーフィンは他の観光資源に比べ、関心度が低い
- 豊かな農水産物や嶺岡林道桜並木、みんなみの里、四方木・白岩の紅葉等の豊かな自然に関連する資源について関心度が高い

関心度に関する仮説

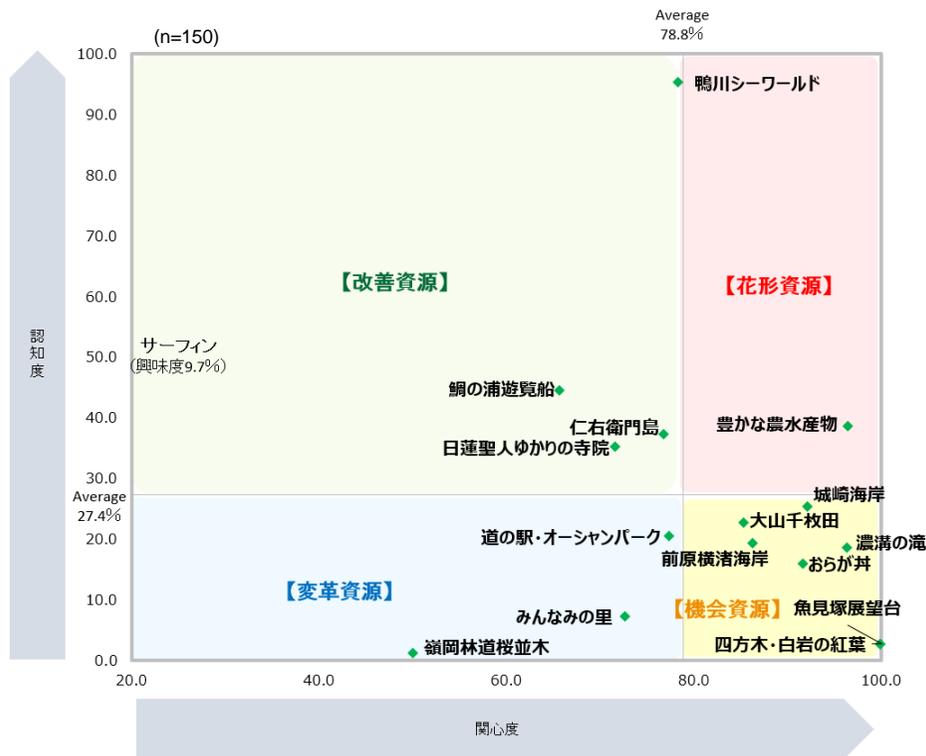
- 関心度の高いリソースとその理由
 - 豊かな農水産物について、「新鮮な海の幸が好きのため」、「味覚狩りを楽しみたい」「子どもに体験させたい」といった意見が多く挙げられている
 - 嶺岡林道桜並木は「満開の桜を見てみたい」、四方木・白岩の紅葉は「きれいな紅葉がみたい」と、季節を楽しみたい意見が挙げられている
 - みんなみの里は「休憩で立ち寄ってみたい」「足湯もできるし冬場は焼き芋が最高」といった意見が挙げられている
- 関心度の低いリソースとその主な理由
 - サーフィンについては「サーフィンをしない、興味ない」「子供向きでない」という意見が多く挙げられている
 - 魚見塚展望台については「一度行けば十分」といった意見が挙げられている
 - 日蓮聖人ゆかりの寺院については「お寺に興味が無い」、「子どもが喜ばない」、「遠い」といった意見が挙げられている

取るべき方策

- 鴨川シーワールド以外の観光資源については、総じて認知度の向上が求められる
- 認知度が高い鴨川シーワールドと連携し、機会資源の認知度を高める取組みを進める
- 改善・変革資源に関しては家族、特に子どもが楽しめる新たな提供価値の開発を進める必要がある

子どもや孫も楽しめるという価値創出をすることで、三世代旅行を促していくことが有効と考えられる

GAP調査結果(ベースターゲット:アクティブシニア層)



【改善資源】認知が高く関心が低い資源 【花形資源】認知も関心も高い資源

【変革資源】認知も関心も低い資源 【機会資源】認知が低く、関心が高い資源

散布図から読み取れる特長

- 観光資源の認知度平均は27.4%と、他のターゲット層と比較して高い水準である
- 認知度について見ると「鴨川シーワールド」の認知度が他の観光資源に比べて圧倒的な高さである
- 「サーフィン」や「鯛の浦遊覧船」、「仁右衛門島」や「豊かな農水産物」の認知度が比較的高い
- 観光資源の関心度平均は78.8%と高い水準である

関心度に関する仮説

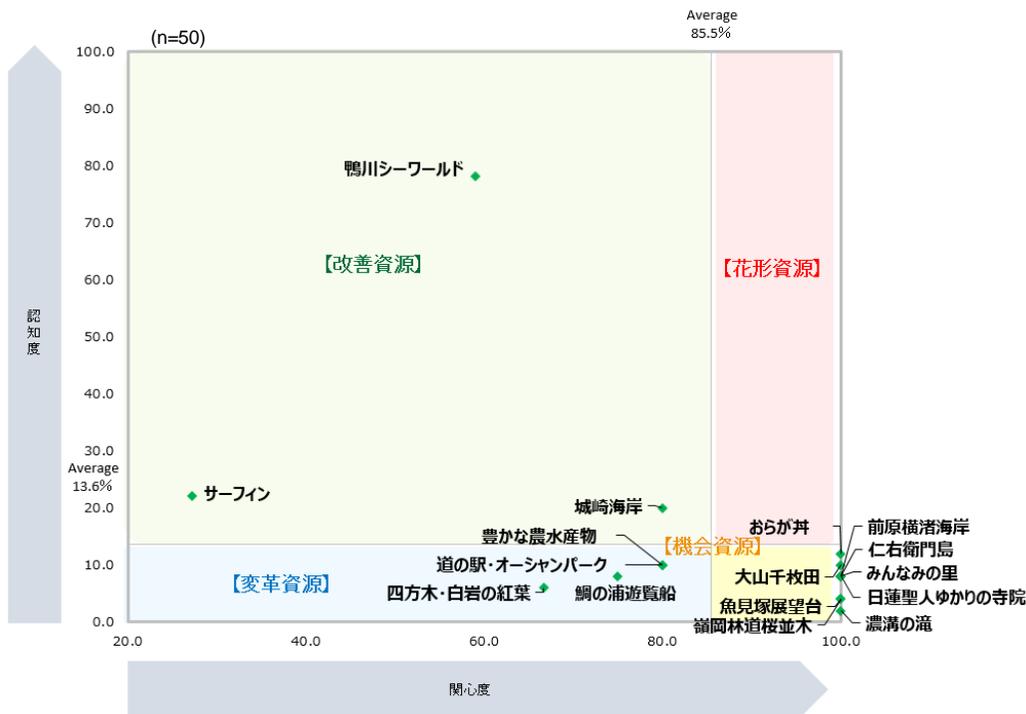
- 関心度の高いリソースとその理由
 - 豊かな農水産物等食に関連する資源については「海鮮が大好きだから」、「美味しい」、「食べてみたい」といった意見が多く挙げられている
 - 四方木・白岩の紅葉については「紅葉を見たい」、「写真撮影をしたい」といった意見が多く挙げられている
 - 鴨川シーワールドについては、「孫を連れていきたい」「子どもが楽しめそう」といった多世代での家族旅行に関する意見が多く挙げられている
- 関心度の低いリソースとその主な理由
 - サーフィンについては「サーフィンをやらない・興味ないから」といった意見が多く挙げられている
 - 嶺岡林道桜並木については「桜並木はどこにでもある」、「魅力・興味がない」といった意見が多く挙げられている

取るべき方策

- 花形資源といえる「豊かな農水産物」と観光名所を合わせて楽しむことのできる仕組みの構築する
- 鴨川シーワールドへの高い認知度・関心度を基に、三世代旅行を促していく
- 認知度が高い鴨川シーワールドと連携し、機会資源の認知を高める取組みを進める
- 子ども(孫)が楽しめる価値創造により、改善資源・変革資源の関心度を高めていく

全般的に高い関心が寄せられており、認知度の向上を図ることで観光客の増加が期待できる

GAP調査結果(中長期ターゲット:外国人旅行客層)



【改善資源】認知が高く関心が低い資源 【花形資源】認知も関心も高い資源

【変革資源】認知も関心も低い資源 【機会資源】認知が低く、関心が高い資源

散布図から読み取れる特長

- 観光資源の認知度平均は13.6%と、他のターゲット層と比較して低い水準である
- 「鴨川シーワールド」以外の資源の認知度は、全て約20%以下である
- 認知度が低いことから花形資源は存在しない
- 関心度について見ると平均で85.5%と高い水準である
- 他のターゲットでは関心度が高い水準である「豊かな農水産物」、「四方木・白岩の紅葉」の関心度が比較的低い

関心度に関する仮説

- 関心度の高いリソースとその理由
 - 日蓮聖人ゆかりの寺院については「歴史がすき」、「伝統的な建物に興味あるので」といった意見が挙げられている
 - 前原横渚海岸については「綺麗な海がすきなので是非行ってみたい」「プロムナードを歩いてみたい」といった意見が挙げられている
 - 嶺岡林道桜並木については「美しいから」といった意見が挙げられている
- 関心度の低いリソースとその主な理由
 - サーフィンについては「サーフィンをやらない・興味ないから」といった意見が多く挙げられている
 - 四方木・白岩の紅葉の関心が低い理由は「興味がわからない」といった意見にとどまっている

取るべき方策

- 高い関心を得られている機会資源を中心に、外国人の受け入れ環境整備を進めていく
- 全般的に高い関心度が寄せられているため、認知度の向上を重点的にすすめていくことが必要となる

4-4 観光資源となり得る海岸周辺の資源

海岸周辺には、様々な資源が存在しており、それらと観光をかけ合わせることで、新たな価値を生み出す可能性が存在している

観光資源になり得る海岸周辺の資源

大型医療施設

- 医療施設は、ヘルスツーリズムやケアツーリズムを実施する際、欠かすことのできない資源となる
- 前原横渚海岸周辺には亀田総合病院等大型医療施設が位置している
- 海辺を活かした移住も想定している鴨川版CCRC構想も策定される(予定)

【大型医療施設の一例】

医療法人鉄蕉会 亀田総合病院

- 概要
亀田総合病院は救急医療から急性期医療、在宅医療に至るまで地域ニーズに合わせたきめ細かい対応を行っている千葉県南部の基幹病院である
- 取組み
亀田総合病院ではメディカルツーリズムが注目される昨今、中国人の来院を想定し、国内の旅行会社と提携したり、日本の看護師免許を取得した中国人看護師を多数採用するなどの取組みを行っている

【観光との連携可能性】

- ヘルスケアに関する観光
 - ヘルスケアの観点から観光商品に関するアドバイス
 - 医療施設の見学ツアー等による観光商品開発
- 鴨川版CCRC移住のきっかけとしての観光
 - CCRCへの移住・定住を体験する観光商品の開発 等

学校・大学

- 学校施設は教育旅行や体験学習といった観光コンテンツを提供を実施する際、欠かすことのできない資源となる
- 前原横渚海岸周辺には2つの大学、2つの高等学校が位置しており、連携の可能性を検討することが重要である

【大学施設の一例】

城西国際大学

- 概要
城西国際大学は鴨川市に観光学部を擁する安房キャンパスを設置している。このキャンパスには外国人寮も設置されており国際色豊かなキャンパスで観光学を学ぶことができる
- 取組み
城西国際大学では2016年5月より、一般社団法人鴨川青年会議所との連携事業として、空き家を活用したまちづくりを考える鴨川中央商店街活性化プロジェクトを行っている
- 観光との連携可能性
 - 地域力創造人材の育成・観光人材の育成
 - 「域学連携」地域活力創出モデルの実践

【高等学校施設の一例】

文理開成高等学校

- 概要
前原横渚海岸に位置し、80年を超す伝統ある高等学校である。中国からの留学生を受け入れる体制を整えるなど、海外の学生と学びあうことのできる環境を生み出している
- 観光との連携可能性
 - 教育旅行受け入れ時の合同授業 等

4-5 資源充足度調査

それぞれの資源ごとに、あるべき姿と現状のギャップを把握し、取り組むべき内容を整理する

各種資源の充足度調査(1/2)

- モノに関する取組みとして、観光地としての差別化や受入環境の整備、観光資源のゾーンごとの集約、遊休地活用方針を計画する
- ヒトに関する取組みとして、事業推進主体の選定や、民間活力の活用について計画する

資源の分類	あるべき姿	あるべき姿と現状のギャップ	取り組むべき内容
モノに関する事項	海辺の魅力活用に向けた取組みが明確である	海辺の魅力活用不足の課題の解決に着手されていない	構想実現に向けた取組みを推進する
	他観光地と明確に差別化されている	海水浴以外のコンテンツが不足している	差別化を図る特徴的な価値提供を検討する
	観光客受け入れに適したインフラが整備されている	観光客の安全を守る仕組み・アクセス受入環境の整備不足	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
	観光資源がゾーンごとに集約されている	観光リソースが分散し、ゾーニングがされていない	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
	遊休地が有効に活用されている	遊休地、空き地、空き家が活用されていない	遊休地活用方針を定める
	投資すべき対象の領域が明確である	投資すべき対象の領域が不明確である	ポートフォリオによる観光資源の整理・活用を進める
ヒトに関する事項	事業推進体制・主体者が明確である	中心となって事業を推進する主体者が不明確である	事業推進体制の構築に向けた準備を進める
	民間企業等との連携体制・役割分担が明確である	事業推進にあたり協業しうる民間企業が不明確である	企業等との連携体勢の構築に向けた準備を進める

それぞれの資源ごとに、あるべき姿と現状のギャップを把握し、取り組むべき内容を整理する

各種資源の充足度調査(2/2)

- カネに関する取組みとして、初期投資に必要な資金の調達や、持続可能な施設運営の方法について計画する
- 情報に関する取組みとして、ターゲットに到達するプロモーションや、観光地のコンセプト・イメージに基づいたブランディングを計画する

資源の分類	あるべき姿	あるべき姿と現状のギャップ	取り組むべき内容
カネに関する事項	初期投資に必要な費用が用意できている	事業推進の初期投資に必要な費用の出所が不明確である	初期投資費用の調達方法を幅広く検討する
	目的に適った施設管理手法が確立されている	活用できる施設管理手法について未確定である	活用できる施設管理手法について幅広く検討する
	持続可能な運営方法が確立されている	事業推進の持続可能性について確立されていない	持続可能な施設運営の方法を検討する
情報に関する事項	ターゲットに到達するプロモーション手段が明確である	情報発信・PRについてターゲットへの定着を図る余地がある	ターゲットに対し効果的なプロモーションを実施する
	前原横渚海岸エリアの魅力を伝えるブランディングが確立されている	観光地としてのコンセプト・イメージの形成が不十分である	前原横渚海岸エリアの強みを活かしたブランディングを実施する

5 獲得すべき経営資源の検討

5-1 モノに関する資源

新たなコンテンツ提供により、観光客への提供価値を進化させると共に、それらにアクセスしやすい環境を整備する

モノに関する資源獲得・創出の概要

構想実現に向けた取組みを推進する

- 目指す姿の実現に向け、必要な機能を担うエリアマネジメントセンター及び魅力体験広場の整備に向けた具体的な検討を進める必要がある
- 地域活性化や景観形成に向け、イベント開催や市民協働、ガイドラインの策定などを進める

差別化を図る特徴的な価値提供を検討する

- 他の観光地と差別化を図るため、鴨川らしさを特徴づけるコンテンツの検討をすすめていく

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

- 路上駐車や空き店舗、わかりづらい案内掲示など、観光客の受け入れに適していない状況に対し、解決方法を考え実践する

統一的なサービス提供のためのゾーニング計画(*1)を実施する

- 路上駐車や空き店舗、分かりづらい案内掲示など、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

遊休地活用方針を定める

- それぞれの遊休地について、土地的な特徴を整理する
- 特徴を踏まえたうえで適切な運用方針を定める
- 運用にあたっては、中学生によるアイデア等、市民の意見を反映させていく

ポートフォリオ(*2)による観光資源の整理・活用を進める

- 観光資源を認知度や関心度といった特徴ごとに整理する。
- 整理に基づき、最適な活用方法を検討する

*1: 一定のテーマでエリア分けをすることによって、統一的でわかりやすい街づくりをする手法

*2: 様々な異なる資源をその特徴によって整理し、活用方法の検討や投資のウエイト付けを行なう手法

地域活性化に向けた拠点を整備し、観光客への提供価値の進化や他施策との連携を進めていく

構想実現に向けた取組みを推進する

ハードの取組み

- 地域活性化拠点に求められる機能を提供する各種窓口・スペースをエリアマネジメントセンターに設ける計画を策定する
- 海岸を活用したコンテンツ提供やイベント開催のための広場を設置する計画を策定する

エリアマネジメントセンター(市民会館)

【エリアマネジメントセンター設置計画の策定】

- 建設予定地(案)
市民会館跡地
- 建設スケジュール(案)
平成31年度以降に着工予定
- 建設予定物(案)
エリアマネジメントセンター、公園、休憩テント、コンテナショップ、駐車場など

魅力体験広場(フィッシャリーナ後背地)

【魅力体験広場設置計画の策定】

- 建設予定地(案)
フィッシャリーナ後背地
- 建設スケジュール(案)
平成30年度以降に着工予定
- 建設予定物(案)
魅力体験広場、アウトドアレジャースペース、駐車場など

ソフトの取組み

- 拠点で開催するイベントの企画やガイドライン等を策定する
- 市民・団体・行政が協働できる仕組みを確立する

【イベント等の企画・開催】

- 海岸を活用したアクティビティ等の企画・提供を行う
- 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
- ウエルネスに関する旅行ツアーを企画・提供する

【景観形成ガイドラインの策定】

- 良好な海岸景観の形成を図ることを目的として、海岸と生活との関わりを見直し、地域の価値向上を図る
- 美しい海岸景観の形成のために、市民・団体・行政の協働のもとでガイドラインに沿った運営に取り組む



画像出所: みなとみらい21中央地区 都市景観形成ガイドライン

【海辺の学校の開催】

- 未就学児や小中学生を対象とした、海辺における環境教育プログラムメニューを情報提供する
- 海辺での体験学習など、課外授業に利用しやすい環境を整備する
- コーディネーターや自然体験活動指導者、サポーターの育成を図る

【市民協働による環境保全活動の推進】

- 安全で安心の海水浴場づくり、砂浜で行われているビーチクリーン活動や防風林の保全活動等について、市民・団体・行政が協働で取り組む
- 健康マイレージ等も活用した、自主的な市民の健康づくりに取り組む環境を整備する
- 関係者が今後も継続して活動できる制度・取組みの確立を目指す

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

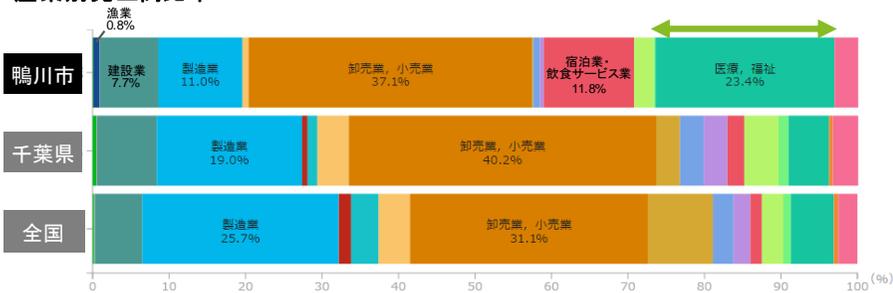
差別化検討の視点

- 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。

【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



出所：総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」再編加工 (RESAS)

【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



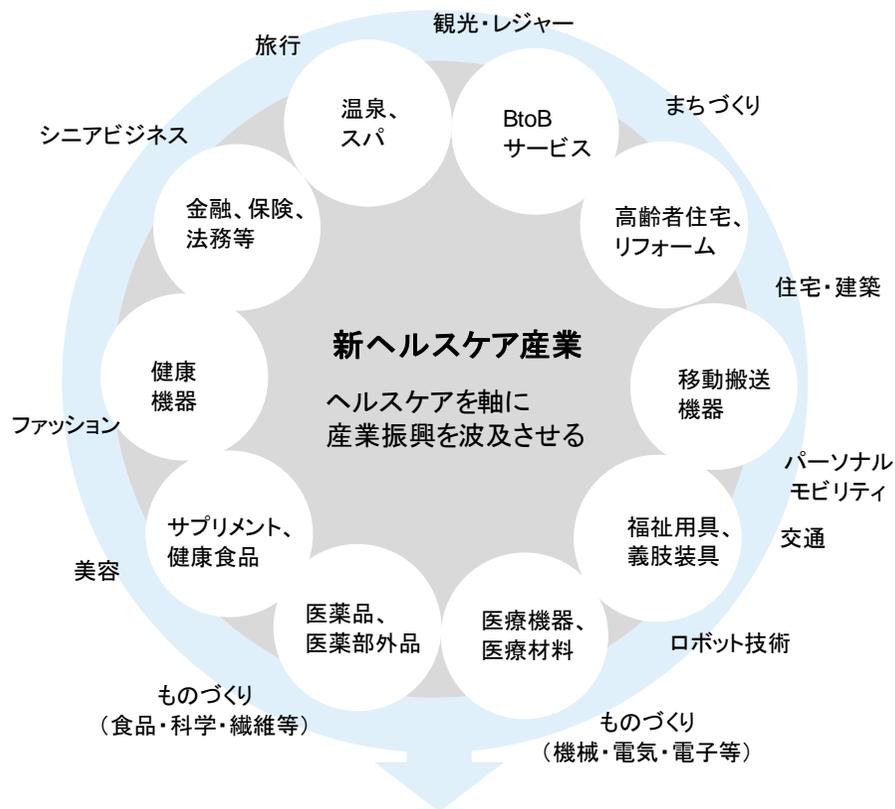
出所：日本再興計画

【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ィブシ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の広がり

- 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。



ヘルスケアによる産業振興、雇用の創出

出所：中部経済産業局資料をもとに鴨川市にて作成

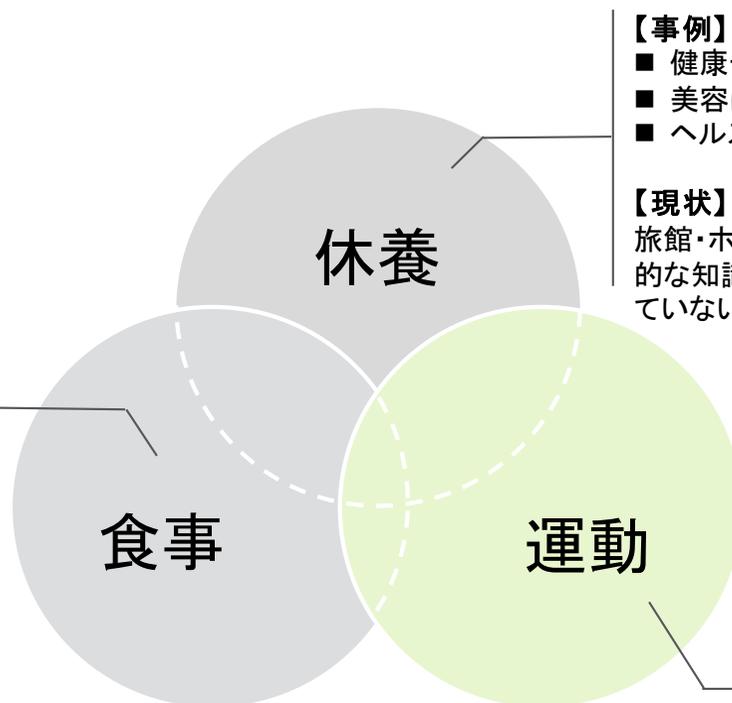
多様な産業を巻き込み、ヘルスケアの三要素を満たすことで観光振興を図ることが求められる

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】**
- 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】**
- 健康チェックの受けることのできる宿
 - 美容に関するアメ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。

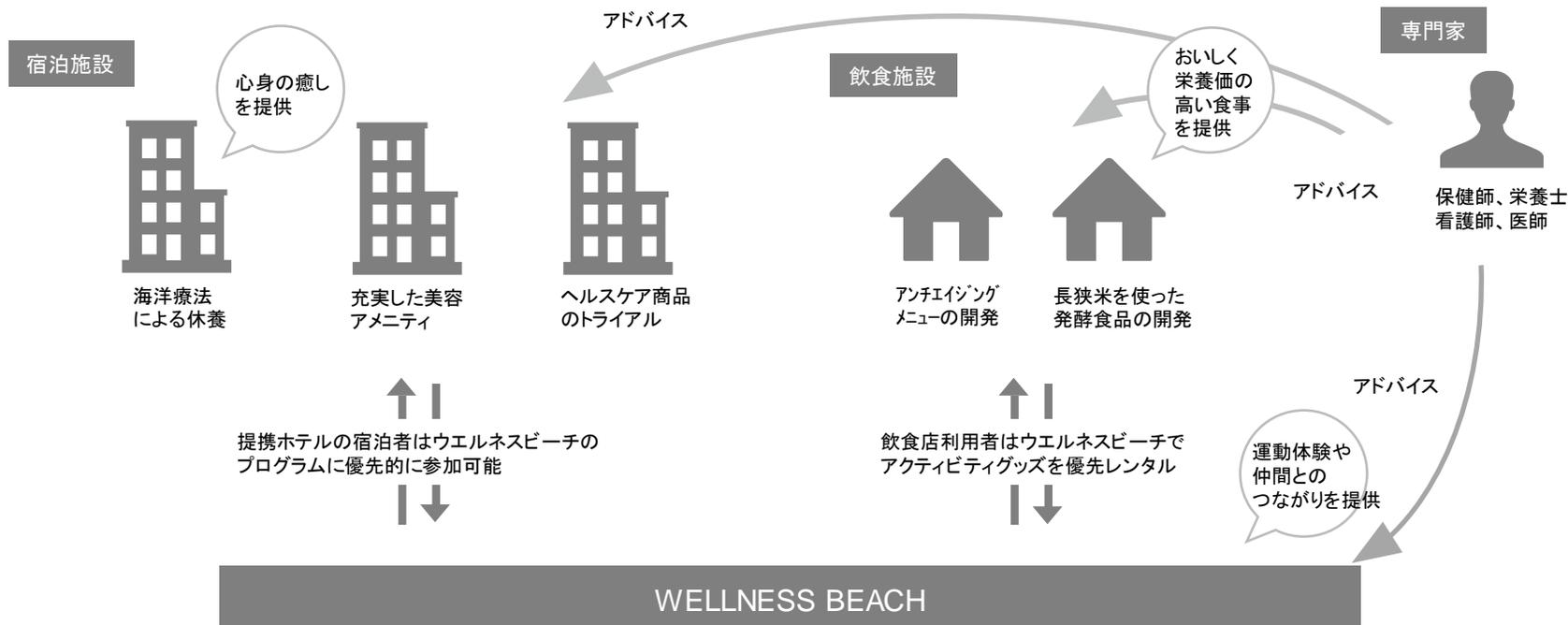
- 【事例】**
- 観光客が気軽に運動を楽しめるプログラム
 - その土地の特徴を生かした運動プログラム
 - 運動のために必要な物品のレンタル

- 【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

観光客が気軽に「運動」を楽しめる場を作り出し、まち全体として「休養・食事・運動」を楽しみ、良質な日常を体験できるウエルネスリゾートを実現する

差別化を図る特徴的な価値提供を検討する(ヘルスケアを差別化要因としたウエルネスリゾート構想)

- まち全体に「休養・食事・運動」といったヘルスケアの要素を充実させ、良質な日常を体験できるウエルネスリゾートを実現する
- 宿泊施設は良質な心身の休養を、飲食施設はおいしく栄養価の高い食事を、ウエルネスビーチは爽快な運動体験やひとのつながりを提供する



自然を活用した気軽に体験できる運動プログラムを提供し、ヘルスケア観光における「運動」要素を満たすと同時に、ひとのつながりを生み出す

- フラダンス
- ビーチヨガ
- ビーチピラティス
- ビーチ座禅
- 初心者サーフィン教室
- 中級者サーフィン教室
- パドルダイエット
- ビーチサッカー
- ビーチバレー
- ビーチラン(日中・夜間)
- サイクリング
- トレッキング
- ヨガマットレンタル
- サーフボードレンタル
- 自転車レンタル



アクティビティをまとめたプログラムを配布

自然を感じながら運動をする屋外フィットネスに取り組む事例が増加しており、需要の拡大が見込まれる

差別化を図る特徴的な価値提供を検討する(屋外フィットネスの事例)

- 屋外フィットネスとは、室内ではなく、自然の中で風や空、大地を感じながらフィットネスを楽しむ新たなスタイルである
- 普段の生活の中で、自然と触れ合う機会が少ない都心の会社員等を中心に、屋外フィットネスの需要が拡大している

屋外フィットネスの概要

■ コンセプト

自然の中で太陽や風、大地を感じながら体を動かす時間を日常生活に取り入れることで、心身の健康を維持することを目指す

■ 内容

屋外フィットネスとは自然の中で安全で効果的なスポーツをすることを通して持続可能で健康的な生活を目指すという活動である。

具体的には大自然の中でヨガを中心にランニング、トレッキング、ノルディックスキー等のプログラムへの日常的な参加を通して健康的な生活を目指すことが考えられる。

東京では東京ミッドタウンでのミッドパークヨガや芝公園での芝公園ヨガスクールなどが昼夜を通して行われ地方自治体等から注目が集まっている。

■ 特徴

- ・賑わいや雇用の創出、予防医療の実現などに有効
- ・低コストでの事業運営が可能
- ・インターネットを活用した集客手法(SNSなどを活用した口コミを中心に)
- ・ヨガの効果的な活用(ターゲットを女性、低コストなプログラム運営)
- ・スポーツ好き以外にアウトドア好きなど幅広い層への参加を促すことが可能



ミッドパークヨガ
写真出所: Tokyo Midtown HP
<http://www.tokyomidtown.com/jp/event/feature2015/cpe-nthepark/yoga.html/>

取り組み事例

■ 宮崎県宮崎市SURF CITY

【サービス内容】

SURFCITYでは宮崎の豊かな自然の中で気軽に屋外フィットネスを楽しむことができる。例えば浜辺でのヨガや海岸線でのランニング等、多種多様なプログラムが利用者に提供されている。

また、会員制度やビジター制度も充実しており、プログラム全てを楽しむことができるレギュラー会員制度や、観光客向けのビジター制度等があり利用者の多様なニーズにも対応している。

【特徴的な取り組み】

- 遠浅ビーチを活用したサーフィンスクール
 - ・大人向けのサーフィンスクール
 - ・子ども向けの放課後サーフィンスクール
- 大正時代の民家を活用したヨガスクール
 - ・約20種類もの多様なヨガプログラム
- 自然を利用した運動プログラム
 - ・海岸線約10kmのランニングコース
 - ・森林ウォーキングコース
 - ・渓谷トレイルコース



写真: surf city HP
<http://surfcity-miyazaki.jp/#section3>

鴨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

鴨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(2/3)

トイレ

- 利用者のニーズに応じたバリアフリー・ユニバーサルデザインのトイレを整備する
- 利用者のマナーの啓発活動の実施や、民間企業との協業による維持管理を計画する

【取り組むべき施策】

- **トイレ仕様・デザインの改善の計画策定**
海水浴客・サーファーや、ウォーキング・ランニング・サイクリングなどの利用者のニーズに対応するとともに、子どもからお年寄りまで様々な人が利用しやすいようバリアフリー・ユニバーサルデザインの設備を整備する
- **衛生的な利用を促す啓発活動の計画策定**
安心してトイレを利用できるよう利用者の衛生的な利用を促すマナー啓発活動などを実施する
- **民間企業との協業による維持管理の計画策定**

事例:「渋谷区トイレネーミングライツ事業」

トイレの維持費用を民間企業とのネーミングライツ契約によって調達する

- ・ 恵比寿KANSEIトイレ
- ・ 神宮前シブミックトイレ
- ・ 区役所前トイレ診断士の廁堂
- ・ 神宮前一丁目スニンジャトイレ など



写真出所:渋谷区HP
https://www.cityshibuya.tokyo.jp/est/kosyu_ben.html

プロムナード沿いの照明

- 安全性を確保するための明るくする施策を計画する
- 暗さを活用した幻想的なライトアップ施策を計画する

【取り組むべき施策】

- **明るくする施策**
来訪者や住民が前原横渚海岸地域を安全に行き来できるよう、プロムナード沿いを中心に照明灯を整備する
- **暗さを活用する施策**
海岸や砂浜を活用し、提灯やキャンドル、かがり火等を利用した幻想的なライトアップを実施する。
当該ライトアップを用い、ビーチに夜間のランニングコースを作るなどのアイデアも採用できる。

参考事例

「宮崎県日南市 梅ヶ浜の海岸」
廃油キャンドル220個を利用して海岸に灯りをともす
月明かりに輝く海面と風に揺れて幻想的なキャンドルの灯火



写真出所:日南市観光情報ブログ
<http://nichinan.exblog.jp/8446342/>

鴨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(3/3)

安全維持のための施策

- 海辺の安全を守る仕組みとして監視小屋の設置を計画する
- 年間を通じた常設の設備として安全維持に活用する

【監視小屋の設置】

➤ 監視小屋の概要

海辺の安全を守る仕組みの一環として、海辺の監視員(ライフセーバー)の待機場所となる監視小屋を設置する。
現状では夏季シーズンだけの仮設の監視小屋を設営しているが、今後はプロムナード沿いの常設の施設として、年間を通じた海岸沿いの安全維持に活用する。

➤ 建設予定地(案)

プロムナード沿いの通りに設置予定(現在のトイレ施設の付近を予定)

➤ 建設スケジュール(案)

平成29年度以降に着工予定

➤ 建設予定物(案)

監視小屋



歩いて回遊できる環境づくりのための施策

- 前原横渚海岸の周辺の中期整備路線の3道路の整備を行う
- 東条海岸の護岸整備を踏まえた前原横渚海岸との回遊策を検討する

【取り組むべき施策】

➤ 前原横渚海岸の周辺の3路線の整備

鴨川市都市計画マスタープランにおいて、(仮)駅東口線、(仮)海岸通り線、(仮)マリーナ線の3路線が補助幹線道路の中期整備路線に位置づけられており、地域住民が利用する生活道路として、歩行者や自転車等が安全に通行できるよう整備促進を図る



路線名	位置づけ(機能・役割)
(仮) 駅東口線	JR安房鴨川駅へのアクセス道路
(仮) 海岸通り線	前原・横渚海岸へのアクセス道路
(仮) マリーナ線	鴨川漁港へのアクセス道路

画像・表出所: 鴨川市都市計画マスタープラン(平成27年度)より抜粋

➤ 前原横渚海岸から東条海岸までの回遊案の検討

東条・広場東海岸では、平成9年以降の台風時の高波浪により道路および民間施設が著しく被害を受けているため、千葉県は平成35年までに越波防止を目的とした護岸の嵩上げを進めている。

上記の東条海岸の護岸整備を踏まえて、前原横渚海岸から東条海岸まで安全に歩いて回遊できる策について検討を行う。

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



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

フィッシャリーナ後背地

- 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

- 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

【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】

当該敷地にエリアマネジメントセンターを整備する(*1)

【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】



【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

*2: 魅力体験広場の機能についてはP.62を参照

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

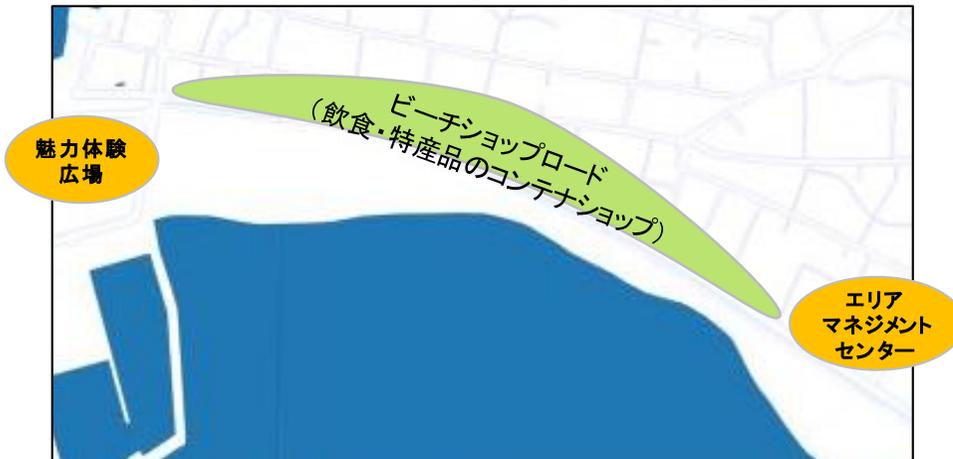
【土地の特徴】

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】

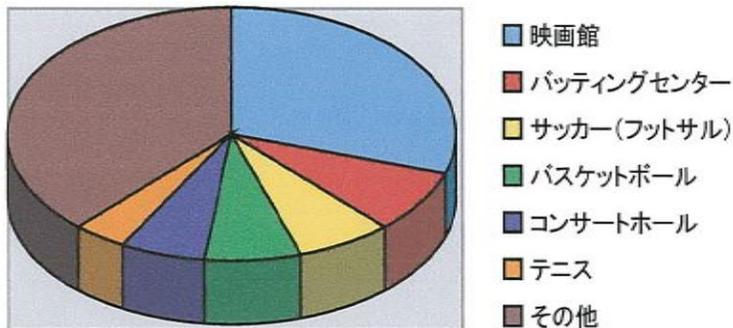


中学生から募集したアイデアを参考にし、海岸周辺という土地を活かすことのできる最適な方法を検討する

鴨川青年会議所による調査結果

— 中学生を対象とした鴨川市民会館再利用法のアイデア調査 —

- 調査概要
鴨川市内の中学校2年生を対象に、「わたしたちの鴨川未来予想図」と題し、鴨川市民会館の再利用法のアイデアを募集した
- 調査結果
寄せられたアイデアは287件、重複するものを統合すると計40件のアイデアが得られた
- 利用目的別アイデア数



利用目的別、鴨川市民会館の再利用法のアイデア (鴨川青年会議所作成)

最も多かった利用目的が「映画館」、次いで「スポーツ関連施設」であった

————— 鴨川市民会館再利用法のアイデアへの投票調査 —————

- 調査概要
市民音楽祭来場者が、統合された40件の鴨川市民会館の再利用法アイデアのうち、良いと思ったものに投票し、その数を集計した
- 調査結果
投票総数は292票
得票が最も多かったアイデアは「映画館」(75票)、次いで「コンサートホール」(48票)、「スーパー銭湯」(17票)、「ファミリープール」、「専門店(グッズ)」(14票)であった

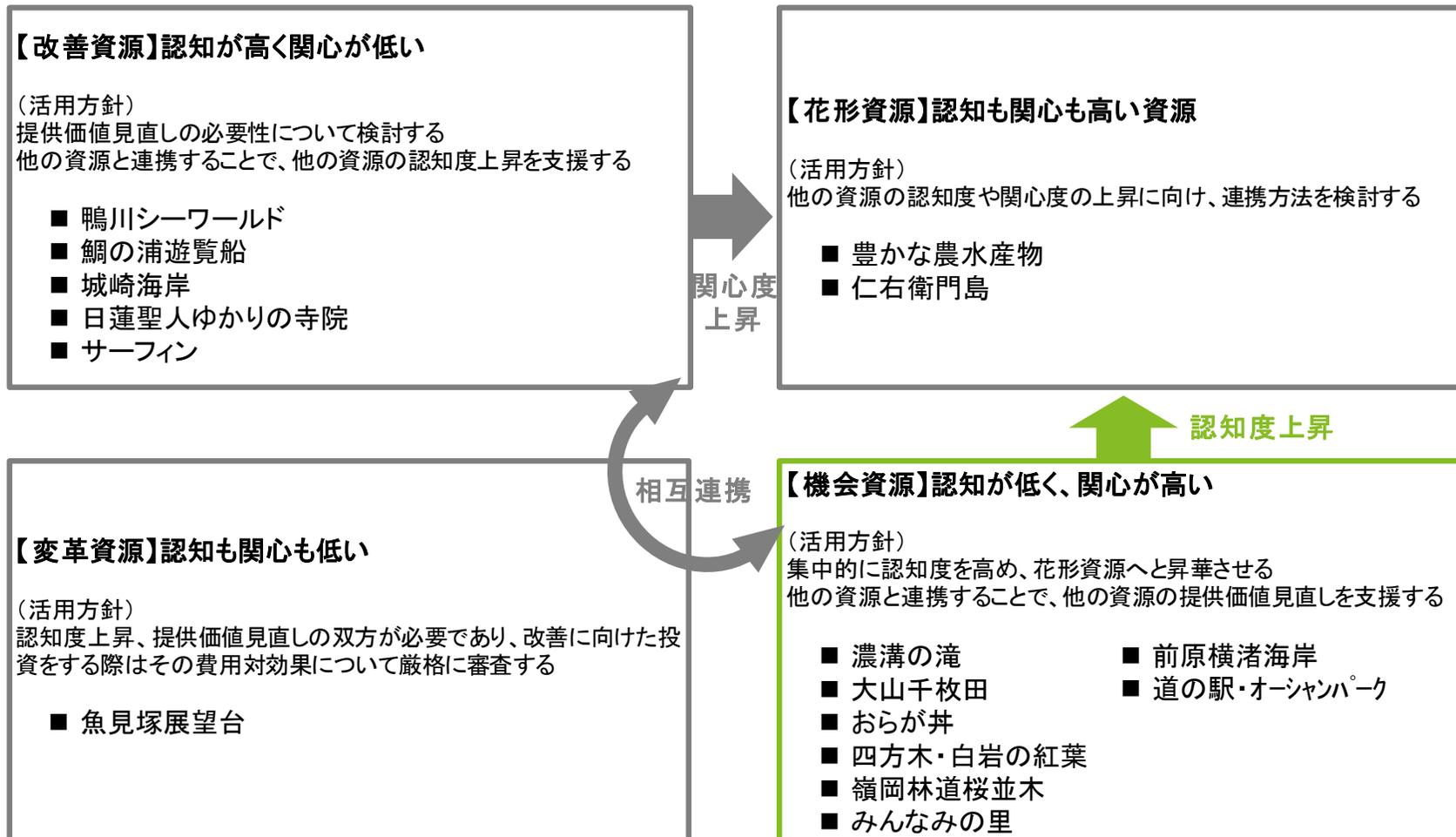
————— アイデアの活用方法 —————

- 映画館やコンサートホールといった機能については、新たに整備される多目的施設と連携することで担保していく
- 屋外コンサートや屋外映画館といったイベントを魅力体験広場等で実施できないか検討を進める
- スポーツ関連のアイデアについては、海岸等を活用したスポーツを楽しむことのできる仕組みを整備する
- 多目的施設と連携することで、市民がスポーツに触れる機会を総合的に増やしていく

観光資源をその特徴ごとに整理し、最適な活用方法を検討する

ポートフォリオによる観光資源の整理・活用を進める

- GAP調査にて分かった各リソースの特徴を踏まえ、今後の活用方法を検討する
- 現状では機会資源に位置づけられる資源が多く、認知度上昇が重要な取組みである



5-2 ヒトに関する資源

事業推進主体に求められるリーダーシップや持続可能性といった要件を満たす体制を、多様な選択肢の中から検討する

事業推進体制の構築に向けた準備を進める

事業推進主体に求められる要件

- 事業推進主体に求められる要件を踏まえ、最適な組織を選定する
- 組織の活動を支援する仕組みについても整備を行う

【1】法的根拠・透明性

- 組織の法的な根拠、法人格を有する組織か
- 意思決定に透明性や参加手段があるか

【2】活動目的・公共性

- 明確な活動目的(営利・非営利)に基づいているか
- 適切な動機、意欲を有しているかどうか
- 活動内容が公益性のあるものに限定されているか

【3】リーダーシップ

- 地域を巻き込みながら事業を進めるリーダーシップを有しているか
- 利害調整をしながら全体最適を実現できる能力を有しているか

【4】持続可能性・利益配分

- 持続的な運営が可能な経営、初期投資の財務能力を有するか
- 事業収入を得た場合の利益配分先は適切か

【5】財産・課税

- 財産はどのような所有形態になるか
- 収益や固定資産に対する課税対象となるか

事業推進主体の選択肢

- 選択肢となる各組織の強みと弱みを勘案して主体を決定する
- どの事業推進主体の場合も持続可能な取組みは課題となりうる

鴨川市観光プラットフォーム

- 地域DMO(Destination Management Organization)として登録された法人、地域の多様な関係者を巻き込み観光地域づくりを行う舵取り役
- 強み: 行政内外の人材やノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と合意形成できるリーダーシップに強み
- 弱み: 観光施策に特化した組織のため、観光以外の他施策まで含めた総合的な推進には取組みにくい

まちづくり組織の設立

- 地域密着型のディベロッパーとして、公益性と企業性を併せ持ち、行政や民間企業だけでは実施が難しい総合的な「開発」への取組みが期待される
- 強み: まちづくりを軸に施策を横断して推進する全体最適に強み
- 弱み: 初期投資した設備の更新時など、持続可能な資金調達に課題

運営事業者の誘致(行政からの委託)

- 施設管理やエリアマネジメントを手掛ける民間企業が、地域の指定管理者として行政からの委託のもとに、活性化事業を推進する多目的施設の指定管理者等との連携も検討できる
- 強み: 指定管理制度にもとづいた事業者と市との明確な収益配分
- 弱み: 管理責任の所在や意思決定の複雑性に課題

運営事業者の誘致(民間主導)

- 施設管理やエリアマネジメントを手掛ける民間企業が、企業独自の意思決定のもとに、活性化事業を推進する
- 強み: 独自に多様な資金源を持ちうるため持続的な運営に強み
- 弱み: 行政や他の民間企業や商店などとの全体最適に課題

まちづくり組織とは地域の課題解決や価値創出に向けた取組みを行う団体であり、観光施策だけに留まらない総合的なまちづくり事業の推進に特化している

事業推進体制の構築に向けた準備を進める(まちづくり組織とは)

まちづくり組織概要

- 地域の課題解決や価値創出に向けた取組みを行う団体
- 組織形態や運営費の獲得方法は、その目的によってさまざまである

【取組み内容】

- 快適で豊かな生活を送るための環境整備や安全・安心等の実現
- 開発だけでなく、維持管理・運営までを考えたまちづくり
- 魅力づくりによる地域の価値の維持・向上

【組織形態】

- 自治会・町内会、任意団体、有限責任事業組合、一般社団法人、NPO法人、株式会社等多様な組織形態が考えられる
- 法人格の有無、構成員となるための条件等の関係から、組織形態によって、取り組むことのできる事業とできない事業が存在する
- 設立にあたっては、その組織の目的を踏まえ、最適な組織形態を選択する必要がある
- 活動資金については、会費収入や事業収入、寄付収入などが考えられるが、これらも組織形態によって選択できるものが変わる

【事業収入の一例】

- 地域特産品の販売、物産店の運営
 - ・ 地域の名水を活かしたサイダーの販売、食堂経営(秋田県仙北郡美郷町六郷)
- 駐車・駐輪場の運営
 - ・ 住民で共有している広場を駐車場としてレンタル(愛知県小牧市)
- 広告事業の実施
 - ・ 商店街のアーケード内の道路空間を活用した大型映像装置によって情報発信事業を実施(愛媛県松山市等)

まちづくり組織の事例

■ 株式会社油津応援団(宮崎県日南市)

【取組み】

- 商店街の中で、多世代が交流できるスペースを運営したり、夜市やマルシェ等のイベントを企画・運営している
- 商店街への新規出店について、内装・デザイン、メニュー検討、POP・展示、資金計画、経営計画、地元生産者とのつながりづくりなどの面からサポートしている

【組織形態】

- 株式会社

■ 一般社団法人おらが大槌夢広場(岩手県大槌町)

【取組み】

- 震災以後、ボランティアに頼って生活が成り立たないことに危機感を覚えた様々な業種・年齢の人が有志で集い、2011年11月に復興食堂から活動をスタートした
- 企業研修、リーダーシップ研修、教育型ツアー、被災地視察など豊富なメニューを開発。被災地であること・壊滅的な状況にあることを資源と捉え、他にはないツアーを提供している
- 地元の人が集う場所づくりのため、昼は三陸の美味しいものを使った定食、夜は串揚げ居酒屋となる「復興食堂(*1)」を運営している
- まちの人にわかりやすく復興計画と進捗をつたえるための新聞を発行し、全戸に配布している

【組織形態】

- 一般社団法人

*1: 現在復興食堂は独立し、食堂の他に首都圏向けに大槌の特産品を売り込んだり、SNSを通じた情報発信をしたりしている。



商店街活性化のチラシ
写真出所: 日南市HP
<http://www.city.nichinan.lg.jp/main/info/hey/s/e/2015/11/20/yotten.html>

民間活力や他都市での事例を最大限に活用し、事業を推進していく

企業等との連携体勢の構築に向けた準備を進める

民間企業との連携

- 民間事業者の関心を捉え連携に向けた検討を進めていく
- 今後は、候補事業者をリスト化し、ヒアリング等を進める必要がある

企業：某大手アパレル事業者

- **取組み事項**
 - 自治体と連携した地場産業のプロモーション
 - 地域のメーカーとのコラボレーションした商品開発・販売
 - 地域の魅力を紹介するガイドブックの作成販売
- **連携可能性**
 - 拠点のデザインやプロモーション
 - 鴨川の魅力を活かした商品開発
- **予想される企業側の関心事項**
 - 事業収益、自社事業との相乗効果、自社ブランディング効果

企業：某レストラン・カフェ事業者

- **取組み事項**
 - 地域に住む人々やロケーションの特性を活かし、その街に合った店舗の企画・運営
 - ランニングステーションの企画・運営
- **連携可能性**
 - 飲食施設の企画・運営
 - 鴨川の魅力を活かした商品開発
- **予想される企業側の関心事項**
 - 事業収益、自社事業との相乗効果

公的団体との連携

- 行政として取り組む事項については、先駆的に取組みを進めている自治体等と連携し、事例の活用を図る

横浜市

■ 景観形成ガイドラインの策定にむけたアドバイス

横浜市では景観形成ガイドラインを策定し、町の色彩統一や景観重要樹木の指定、夜間照明に関する方針などを提示している。また、屋外広告についても色彩や大きさ等を細かく指定し、徹底した景観形成に努めている。今後、鴨川においてガイドラインを策定する際、横浜市へヒアリングやアンケートを実施する。



出所：横浜市都市デザイン室

深谷市（再掲）

■ コンテナショップを活用した地域活性化に関するアドバイス

深谷市では庭とカフェを組み合わせたコンテナ町家による地域活性化を進めている。地域の生産者や酒造会社、食品メーカーが、アンテナショップやギャラリーとして入れ替わりながら運営している。



深谷ベース
写真出所：深谷市HP
http://www.city.fukaya.saitama.jp/fukaya_base/topics/index.html

5-3 カネに関する資源

初期投資費用の調達に向け、公的資金・民間資金から幅広く選択肢を検討する

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する

公的資金の活用	地方創生推進交付金	<ul style="list-style-type: none">■ 地方版総合戦略に位置づけられた、地方公共団体の自主的・主体的な取組みで、先導的なものを支援する公的資金■ 当該事業全般に関して活用できる可能性がある
	観光地域づくりに関する助成金	<ul style="list-style-type: none">■ 地域の観光振興を進めるための各種助成金■ イベントや商品開発、マーケティングといった各場面で活用できる可能性がある
	その他	<ul style="list-style-type: none">■ 各省庁から出ている助成金・補助金■ ウエルネスにつながるコンテンツ開発や商店街活性化などに活用できる可能性がある
民間資金の活用	REVIC	<ul style="list-style-type: none">■ 地域経済の再生や地域活性化の先駆的なモデルの創造に対し資金と人材の両面で支援をしている■ 当該事業全般に関して活用できる可能性があるが地銀の関心度や業務完了期限などに配慮していく必要がある
	日本財団	<ul style="list-style-type: none">■ 地域に密着した沿岸域の総合的な管理を担う拠点開発を支援するための制度■ 現在新規受付を中止しており、活用可能性は低い
	その他	<ul style="list-style-type: none">■ 今後組成予定のファンド等■ 古民家活用等で活用できる可能性がある

地方創生推進交付金は地域の活性化のために広く用いられている交付金である

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する(公的資金の活用:地方創生推進交付金)

地方創生推進交付金の概要

【基本的な考え方】

- ① 地方創生推進交付金は、地方版総合戦略に位置づけられた、地方公共団体の自主的・主体的な取組みで、先導的なものを支援する。
- ② 支援対象である先導的な事業は、以下の3タイプとする。
 - ・先駆タイプ…官民協働、地域間連携等の先駆的要素が含まれている事業
 - ・横展開タイプ…先駆的・優良事例の横展開を図る事業
 - ・隘路打開タイプ…既存事業の隘路を発見し、打開する事業
- ③ 各事業毎に、ふさわしい具体的なKPIを設定し、PDCAサイクルを整備することが必要である。事業年度毎に、外部有識者や議会との関与等も含め効果検証を行い、結果について公表するとともに、国への報告を行う。
- ④ 今般、地方創生推進交付金については、地域再生法に位置づけ、法律補助とするとともに、地域再生計画について内閣総理大臣の認定を受けた事業に対して交付する。その際、地域再生計画の事業期間については複数年度（～5か年度）も可能とすることとし、翌年度以降も、KPIの達成状況等を検証した上で交付金を交付しうる仕組みとし、安定的・継続的に事業を執行できるようにする。

【審査の視点】

支援対象のタイプにより多少異なるが、おおむね以下の視点で審査がなされる

- ① 「稼ぐ力」が発揮され、事業推進主体が自立できる事業であること
- ② 民間と協働して行う事業であること
- ③ 関係する地方公共団体と連携し、広域的なメリットを発揮する事業であること
- ④ 複数の政策を関連づけ、全体として効果を発揮する事業であること
- ⑤ 事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること
- ⑥ 地方創生に役立つ人材の確保や育成に資するものであること
- ⑦ 将来性の観点や新規性、他の団体において参考になる先駆性があること

平成29年の状況

【交付金額】

国費：1,000億円、事業費：2,000億円

【一事業あたり交付上限目安額】

- ・先駆タイプ：国費2億円
- ・横展開タイプ：国費5,000万円
- ・隘路打開タイプ：国費5,000万円

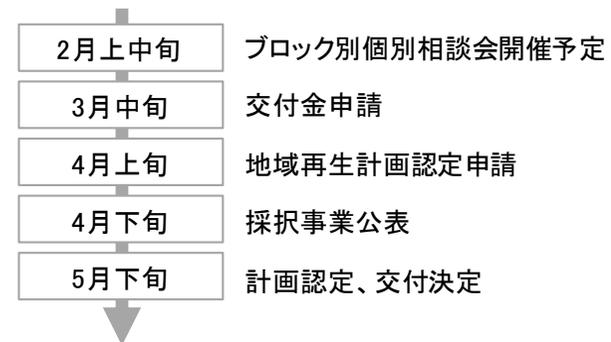
【補助率】

補助対象経費の1/2（地方負担分も地財措置の対象）

【29年からの運用弾力化】

高い効果が見込まれる案件については、交付上限額を超えた交付や、ハード事業割合の柔軟な運用といった措置が取られる見込みとなっている

【直近申請のスケジュール】



鴨川市の状況

鴨川市では、地方創生推進交付金横展開タイプとして海辺の魅力づくりを通じた交流まちづくり推進事業を申請している

各省庁の助成メニューから、活用可能性の高いものを抽出し検討を進める

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する(公的資金の活用:観光地域づくりに関する助成金)(1/3)

スポーツによる地域活性化推進事業

ふるさと名物応援事業

概要

【趣旨】

「スポーツツーリズム」が新しいレジャースタイルとしてトレンド化させるプロモーション活動を、官民が連携・協働し展開を図ることで、スポーツツーリズムによる地域・経済活性化及びスポーツ関連消費の拡大を図る。

【助成内容】

- ① 官民連携・協働によるプロモーション事業
- ② スポーツ文化ツーリズム創造・発信事業

【助成額(*1)】

1,000万円を上限とした金額を助成
資産となるようなものの購入には使用できない
*1: 平成28年度の値であり、29年度以降は未定

【対象者】

地域スポーツコミッション(地方公共団体、スポーツ団体、民間企業等が連携・協働して取り組む地域レベルの連携組織)

【所管】

文部科学省スポーツ庁

【事例】

三重県熊野市にて、シーカヤックやSUPなどのマリンスポーツ大会・ビーチスポーツ体験会等を実施。またレンタルや体験窓口体制の強化事業

鴨川市での活用可能性

ビーチ拠点でのイベントやマリンスポーツツールのレンタル体制強化において活用できる可能性がある。

参考: スポーツ庁HP
http://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop09/list/detail/1372561.htm

概要

【趣旨】

地域の優れた資源を活用した新商品・新サービスの開発や販路開拓に取り組む中小企業者に対し、市場調査、研究開発に係る調査分析、新商品・新役務の開発(試作、研究開発、評価等を含む)、展示会等の開催又は展示会等への出展、知的財産に係る調査等の事業に係る経費の一部を補助する。

【助成内容】

中小企業地域資源活用促進法に基づいて認定された地域産業資源活用事業計画(開発・生産型)(以下「認定事業計画」という。)に従って行われる、単独又は複数の中小企業者による地域資源を活用した商品又はサービスの開発及びその販路開拓等の事業が対象になる。

【補助率】

補助対象経費の2/3以内

【対象者】

中小企業地域資源活用促進法に基づく地域産業資源活用事業計画の認定を受けた 同法第2条1項に規定する中小企業者

【所管】

経済産業省中小企業庁

鴨川市での活用可能性

鴨川市の魅力を活かした新商品の開発、販路開拓等の場面で活用できる可能性がある。

参考: 中小企業庁HP
<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chii/2016/0209ChiiShigenKoubou28.htm>

各省庁の助成メニューから、活用可能性の高いものを抽出し検討を進める

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する(公的資金の活用:観光地域づくりに関する助成金)(2/3)

地域が稼ぐためのクラウドを活用した
知的観光基盤整備助成金

概要

【趣旨】

観光地域のマーケティング・マネジメントを「誰でも、簡単に、効率的に」行うことを可能とするシステムツールである「DMOクラウド」を開発し、地域に提供する。

【支援内容】

「DMOクラウド」の開発を通じた以下3つの支援を行う。

- ① 日本版DMOの実施するマーケティング・マネジメント業務を効率化するための各種支援ツール
- ② 日本版DMOが必要とする専門業者・専門人材を検索・活用するためのマッチング機能の提供
- ③ 日本版DMOが他地域のDMOの先進的な取組み等の情報を参照できる仕組みの提供

【対象者】

登録された日本版DMO候補法人等

【所管】

国土交通省

鴨川市での活用可能性

DMOでのマーケティング活動や、専門人材との連携において活用できる可能性がある。

地域資源を活用した観光地魅力創造事業

概要

【趣旨】

地域の観光資源を世界に通用するレベルまで磨き上げるため、観光資源を活かした地域づくり施策と、体制づくり、受入環境整備、二次交通の充実等の観光振興のための施策を一体で実施する。

【助成内容】

地域資源を活用し、魅力ある観光地域づくりを図る取組みに助成

- ① 観光地域づくり等に関する計画の策定
- ② マーケティング調査の実施
- ③ 滞在コンテンツの充実・強化
(旅行商品の造成、地産地消の推進、宿泊施設の魅力向上等)
- ④ 地元での消費拡大
(旅行商品の予約システムの検討、名産品の開発等)
- ⑤ 来訪者の利便性等向上
- ⑥ 外国人受入環境整備

【補助率】

個別事業の実施に必要な経費の総額の1/2以内の金額

【対象者】

単一市町村、観光協会、地域づくりに取り組む協議会等

【所管】

国土交通省 観光庁

鴨川市での活用可能性

ビーチ拠点に関するマーケティング調査や、コンテンツ開発、名産品の開発やインバウンド対策といった場面で活用できる可能性がある

各省庁の助成メニューから、活用可能性の高いものを抽出し検討を進める

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する(公的資金の活用:観光地域づくりに関する助成金)(3/3)

訪日外国人旅行者受入基盤整備・
加速化事業費補助金

概要

【趣旨】

訪日外国人旅行者を含む旅行者が「観光名所」に関する情報や、交流機会(体験・学習等)が得ることができる「観光拠点情報・交流施設」の取組みを支援する。

【支援内容】

「観光拠点情報・交流施設の整備・改良、設備の設置等に要する経費の一部について支援

- 観光拠点情報・交流施設の整備・改良に要する経費
(施設の新築・改修に係る設計・施工。多言語の展示設備、案内標識、デジタルサイネージ、洋式便所の整備、無料公衆無線LAN環境の整備)
- ホームページの多言語表記等及び案内放送の多言語化に要する経費

【対象者】

民間事業者、地方公共団体及び協議会等

【所管】

国土交通省観光庁

鴨川市での活用可能性

エリアマネジメントセンターにおける観光拠点機能の整備等で活用できる可能性がある。

各省庁の助成メニューから、活用可能性の高いものを抽出し検討を進める

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する(公的資金の活用:その他)

地域・まちなか商業活性化支援事業

概要

【事業概要】

地域経済活性化のため、地域における中心市街地等のまちなか、商店街機能の活性化・維持を図ることを目的とし支援を行う。

【支援対象事業】

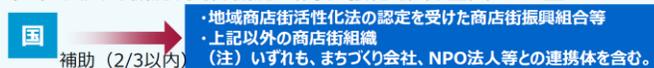
- ① コンパクトシティ化に取り組む「まち」における、周辺地域の経済活力を向上させる波及効果の高い民間プロジェクト(商業施設等の整備)
- ② 公共的機能、買物機能の維持・強化を図る全国モデル型の「商店街」における、各種サービスの提供に向けた取組み
- ③ 商店街の活性化のため、商店街内の個店等が連携して行う販路開拓や新製品開発

【支援条件】

(1) まちなか機能集約支援型



(2) 公共的機能、買物機能の維持・強化を図る全国モデル型



(3) 個店連携モデル支援型



【所管の省庁】

経済産業省中小企業庁

鴨川市での活用可能性

商店街の活性化のための取組みや販路開拓、新製品開発において活用できる可能性がある。

参考: 中小企業庁HP
<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chii/2016/0209ChiikiShigenKoubou28.htm>

農山漁村振興交付金

概要

【事業概要】

農山漁村が持つ豊かな地域資源を活用した観光・教育・福祉等の取組み等を促進し、農山漁村の振興を図ることを目的に支援を行う。

【都市農村共生・対流及び地域活性化対策】

① 対象

農山漁村の持つ豊かな自然や「食」を観光等に活用する地域の活動計画づくりなど地域の自立及び発展に資するための実践活動、意欲ある都市の若者等の地域外の人材を長期的に受け入れる取組み、地域を越えた人材の活用や優良事例の情報発信など、地域資源を活用する取組み。

② 実施主体: 地域協議会(市町村が参画)

③ 実施期間: 2~5年

④ 交付率: 定額(上限800万円等)

【農山漁村活性化整備対策】

① 対象

市町村等が作成する農山漁村における定住及び地域間交流の促進のための計画の実現に必要な農産物加工・販売施設、地域間交流拠点施設等の整備。

② 実施主体: 市町村、農林漁業者の組織する団体等

③ 実施期間: 上限5年

④ 交付率: 定額

【所管の省庁】

農林水産省

鴨川市での活用可能性

豊かな自然や食を活用した観光メニューの開発や、農産物加工商品の販売施設整備において活用できる可能性がある。

REVICとの連携を模索するため、地銀や既存ファンドに対し、関心や出資可能性を調査していくことが必要となる

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する(民間資金の活用:REVIC地域活性化ファンド)

REVIC地域活性化ファンドとは

■ REVIC（株式会社地域経済活性化支援機構）概要

REVIC（株式会社地域経済活性化支援機構）は地域の再生や地域活性化の先導的なモデルの創造に取り組んでおり、地域活性化・事業再生ノウハウの全国的な蓄積と浸透及び地域活性化に不可欠な専門人材の育成と還流を目指している。

■ 地域活性化ファンド業務

地域の経済成長を牽引する事業者を支援するため、金融機関等と共同して、地域活性化ファンドの運営を行う業務である。当該業務内に「観光産業支援ファンド」があり、観光産業の事業者の「成長に向けた変化」を資金と人材の両面で支援している。

【ファンド運営のスキーム】



図表出所: 株式会社地域経済活性化支援機構HPより転載
http://www.revic.co.jp/business/gp/index.html

GP: 無限責任組合員
LP: 有限責任組合員

■ 助成対象

観光拠点運営・交通・情報発信・飲食・宿泊を含む観光関連事業者等

■ 助成内容

地域の魅力を引き出す事業を資金・人材双方の面からサポートしている。観光資源の掘り起し、飲食店と宿の多様化への助言、着地主導の発信 等

資金調達事例

■ 兵庫県篠山市の事例

事業者: 株式会社NOTEリノベーション&デザイン(兵庫県)

【古民家を活用した観光事業】

兵庫県篠山市の古民家を活用した観光施策にREVICの観光産業支援ファンドが活用された。このプロジェクトでは、丹波篠山の地でおよそ50棟の古民家再生を手がけてきた事業者に対し、REVICが観光活性化マザーファンドと地域金融機関の協調投融資を実行した。



【地域を1つのホテルとして】

篠山市で行われた本事業では特別区域での規制改革を利用して兵庫県篠山市の歴史的建築物群をリノベーションし、地域を一体のホテルとして考える事業を行った。その結果、宿泊・滞在そのものが旅の目的となるようなツーリズムの発信に成功し、これまでになかった顧客層の獲得につながった。



写真出所: REVIC HP
http://www.revic.co.jp/business/gp/index.html

活用可能性評価

REVICとの連携にあたっては、①地銀等金融機関との連携し、新たなファンドを組成するか②既存のファンドによる出資を獲得するかのどちらかが考えられる。地銀等金融機関との連携については、ヒアリングやアンケートにより、関心度の調査を進める必要がある。千葉県では、京葉銀行が「千葉・江戸優まさり佐原観光活性化投資事業有限責任組合」を組成している事例がある。

既存ファンドによる出資としては、観光活性化マザーファンド投資事業有限責任組合との連携について検討を進める必要がある。なお、REVICは時限組織であり、ファンド等への出資決定期限は平成30(2018)年3月末、業務完了期限は、平成35(2023)年3月末と定められている。

渚の交番は、海岸の活性化において自由度が高い助成制度であったが、現在新規募集を停止しており、活用可能性が低い状況にある

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する(民間資金の活用: 日本財団 渚の交番)

渚の交番とは

■ 概要

渚の交番とは日本財団が進める地域密着型で沿岸域の総合的管理を担う拠点をつくるプロジェクトである。
海を利用する人、海で活動する人、普段は海を利用しない地域の人たちも巻き込み、海から地域を元気にしていくためのアクションを誘発し、様々な人と海と地域をつなぐ活動に関わる拠点をつくることを目指している。

■ 実施主体

➢ 海が好きで何かをやりたいと思っている個人
➢ すでに活動する海辺とビジョンを持っている市民団体
➢ 防災等の観点からご関心を持った行政職員
上記以外にも様々なかたちで海辺の課題解決を行いたいと考えている人やチームが実施主体になると考えられる。
渚の交番は現場、ビジョン、地域の信頼、常駐の覚悟を持ったコーディネーターありきのプロジェクトである。

■ 申込方法

団体情報を登録後、日本財団ホームページからの事業計画書の提出等により申請する。

■ 助成内容

渚の交番の建設費及び、前後年度を含めた3か年の事業費を支援する。しかしその後については助成金による運営支援は行わない方針をとっている。担い手となるチームはこの3年間の間に、持続可能なビジネスモデルを試行錯誤しながら作りあげることが求められる。



宮崎市の渚の交番
写真出所: 日本財団HP
<http://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/policeoffice/>

渚の交番の導入による資金調達事例(*1)

■ 渚の交番拠点整備事業(福井・小浜)

- 団体名
コミュニティネットワークふくい
- 概要
「福祉分野における海洋資源の活用」という、全国初の海洋型福祉拠点である。地域の歴史、文化の魅力を発信するとともに、障害者や高齢者らの生き甲斐となる就労の場を作りながら、海辺の安全を守っている。
- 整備内容
常設浜茶屋費、屋外ステージ、トイレ・シャワーの改修、日陰棚改修、事務所機能付加、防犯管理等
- 事業費
121,176,954円 助成金額: 99,800,000円

*1 出所: 日本財団 図書館 HPを参考に作成
http://nippon.zaidan.info/jigyo/2014/0000083781/jigyo_info.html

活用可能性評価

渚の交番は、取組みの内部評価を行うために、平成27年12月現在、事業の新規受け付けを停止している。
受付の再開等、今後の方針については未定である。
これらの状況から、鴨川市における当該事業において、渚の交番の仕組みを活用できる可能性は低いと言える。

地域の活力創出にあたっては、多様な方法が検討されており、今後新たな選択肢が生まれることも予想される

初期投資費用の調達方法を幅広く検討する(民間資金の活用: 今後立ち上げが行われる新たなファンド)

古民家再生ファンド

概要

【趣旨】

古民家などの伝統的な建物を複数まとめてリノベーションし、宿泊施設や飲食店としての活用を支援する新たな官民ファンドを2018年にも創設することが発表されている。

【支援内容】

リノベーションにかかる出資
古民家を生かした町づくりに関する助言

【今後の方針】

国土交通省が18年の通常国会に新法を提出し、同年秋にも新たな官民ファンドを創設。500億円規模を目指している。
当該ファンドは時限組織であるREVICの後を継ぐ意味合いも持つものと予想されている。

【受付開始時期】

現時点では未定

出所: 日本経済新聞(2016/11/11)および国土交通省観光戦略課へのヒアリングを基に作成

鴨川市での活用可能性

商店街周辺の古民家のリノベーション等に活用できる可能性がある。

施設管理には多様な枠組みが存在し、それぞれの特徴を理解した上での意思決定が重要となる

活用できる施設管理手法について幅広く検討する

	PFI		指定管理者制度	LABV	(参考)		
		コンセッション			市場化テスト	長期包括委託	公有地活用
根拠法	民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律(PFI法)		地方自治法	特になし	競争の導入による公共サービスの改革に関する法律	特になし (地方自治法等の制限あり)	
概要	事業者は民間資金により、公共施設等の整備を行い、長期包括的に運営を行う	事業者は、既存公共施設等について運営権の設定を受け、長期包括的に運営を行う	事業者は、「公の施設」の運営について、包括的に管理者に代行することが可能	事業者は土地や建物等の不動産を活用し、資金及び不動産開発のノウハウを保有する民間セクターと長期にわたるパートナーシップを構築する	各種公共サービスを入札を通じ、民間に委託等をすることが可能	事業者は既存公共施設等について、仕様発注、包括的に、複数年度にわたって委託を受ける	事業者は、公有地の譲渡または借地を受け、民間ビジネスを実施する
特徴・留意点	<ul style="list-style-type: none"> 公共施設等の整備資金に民間が資金調達するかが制度上のポイント 公共側は事業期間内における長期債務負担が設定可能 行政資産の貸付に関する特別な措置が受けられる 	<ul style="list-style-type: none"> 国、地方いずれも可能 新設直後に運営権を設定することも可能 増改築は可能であるが、建替等の権利は含まないと解される 官側に運営権対価収入が見込まれる 運営権には抵当権設定が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 地方公共団体に限定 条例上の「公の施設」に限定 施設の改修・増改築は基本的に小破修繕に限定 指定期間に係る法的な制限はないが、条例等で指定期間が短期間(3-5年程度)に留まることが一般的 	<ul style="list-style-type: none"> 有限責任事業組合(日本版LLP)をつくって行う 公有地等の資産価値を後ろ盾に開発資金や開発ノウハウを調達 LABVは昨今の新しい手法であるため事例が極めて少ない 	<ul style="list-style-type: none"> 国、地方公共団体いずれも可能 施設の運営に限定されず、窓口サービス等の民間委託も可能 地方公共団体では、法律に基づいて実施する市場化テストではなく、地方公共団体が任意で行うものが多い 	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物処理、下水道処理施設等、インフラ関連施設にて利用が推進 廃棄物処理施設については長期(10~15年)にわたり、長期債務負担を設定するケースあり 設計・施工が一体となったDBO(Design Build Operation)もあり 	<ul style="list-style-type: none"> 公有地の貸付等を行う事業者を選定する際、用途等、一定の公共公益的な条件を設定する PFIの付帯事業として、公有地活用事業を実施させるケース等のバリエーションもあり

PFIとは民間の資金、経営能力及び技術能力を活用して公共施設等の建設、維持管理、運営等を行う手法であり、事業経費の削減などが期待できる

持続可能な施設運営の方法を検討する(PFIのスキーム)

PFIとは

【PFIとは】

Private Finance Initiative の略であり、イギリスで誕生した手法である。民間資金等の活用により、公共施設等の整備を行い、民間事業者が長期包括的に運営を担う点に特徴がある。近年は、公共施設の設計から建設、維持管理、運営まで民間企業に任せる手法が定着している。

【PFIの特徴】

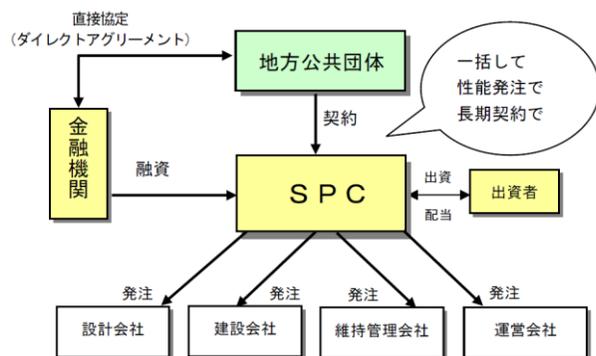
■ メリット

- ▶ 民間資金を活用するため事業経費の大幅な削減が期待される
- ▶ 公共のリスクを民間へ移転することができる
- ▶ 事業者は長期的・包括的な運営が可能となり、新たな投資機会や事業機会の創出が可能となる
- ▶ 公共は企画、計画といった政策業務に、民間は長期的なサービス提供に注力することができる

■ デメリット

- ▶ 計画・準備に時間がかかり手続きが煩雑である
- ▶ 民間事業者に高度な実績と経験が求められる

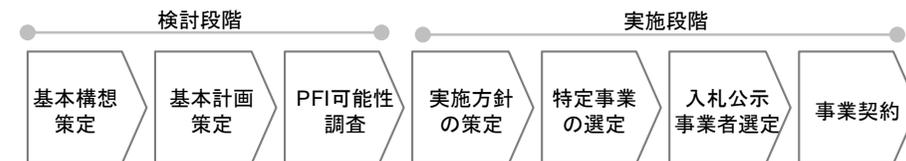
【事業スキーム例】



図出所:PFI滋養導入の手引き(内閣府 民間資金等活用事業推進室)

PFI事業導入までの流れ(例)

PFI事業の導入には以下 段階のプロセスが必要とされる。



PFI事例1

長井海の手公園ソレイユの丘整備等事業

【事業概要】

神奈川県横須賀市の長井海の手公園ソレイユの丘では、平成15年から12年間、PFI法に基づき、(株)ファームが受託し、管理棟、展望台、レストラン、体験農園、加工体験棟等の施設を含む公園全体について設計・建設するとともに、施設の維持管理・運営を行った。



写真出所: 横須賀市HP
<http://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/4130/sisetu/fc00000995.html>

公園運営にPFIを導入した長井海の手公園ソレイユの丘は、農業や動物とのふれあいなど多彩な体験プログラム、アスレチック遊具などが楽しめる公園となり、家族連れを中心に年間来園者は50万人を超える公園となった。

導入可能性

WELNESS BEACHは収益を期待できる施設であり、その設計、建設維持管理、運営を民間の事業者に一任する可能性は十分に考えられる。PFI事業として実施するためには、基本計画策定後、民間事業者へのヒアリングによる意向調査やVFM(Value For Money)の確認によるライフサイクルコストからの優位性を確認する必要がある。

指定管理とは民間事業者等が有するノウハウを活用し、住民サービスの向上を図っていくことで、施設の設置の目的を効果的に達成することを目的としている

持続可能な施設運営の方法を検討する(指定管理者制度)

指定管理とは

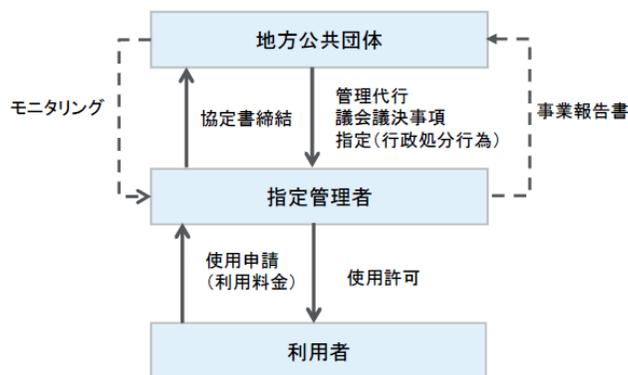
【指定管理者制度とは】

指定管理者制度とは多様化する住民ニーズに対応し、それまで地方公共団体やその外郭団体に限定していた公の施設の管理・運営を民間企業や団体に管理運営を代行させる制度である。

【指定管理者制度の特徴】

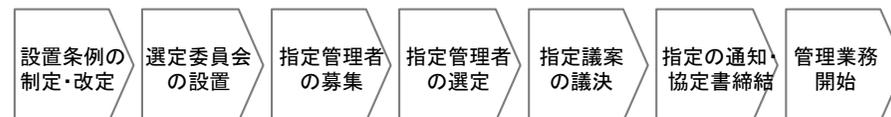
- メリット
 - 民間ノウハウの活用による利用者サービスの向上
 - 複数年によるサービス改善効果が期待できる
 - 競争原理による管理コストの縮減が期待できる
- デメリット
 - 管理コストの削減のみが目されサービスが低下する恐れがある
 - 民間企業の不参画、指定管理者が交代した場合は、ノウハウの蓄積低下やサービス低下の恐れがある

【事業スキーム例】



指定管理者選定までの流れ(例)

指定管理者制度の導入には以下 段階のプロセスが必要とされる。



指定管理事例

再掲

TOKONAME RINKU BEACH PARK

【事業概要】

TOKONAME RINKU BEACH PARKは共同事業体りんくうビーチ運営共同事業体が受託し、イオンディライト株式会社東海支社が運営している。このTOKONAME RINKU BEACH PARKでは海水浴やバーベキュー等を楽しむ施設があり、夏は若者をはじめとした様々な層で賑わっている。



指定管理者制度が導入されているTOKONAME RINKU BEACH PARKでは夏休み期間、海上に設置されるウォーターパークやアーティストによるライブイベント、ZIP-FMの公開生収録、ヨガイベントなど多様なイベントが企画・開催されている。

導入可能性

公の施設としてビーチ拠点を整備し、その管理運営を民間企業や団体に代行させるなどの可能性は十分に考えられる。また、海岸管理における先事例も参考にすることができる。

制度採用にかかるリスクが少なく、行政としての意向を比較的反映させやすいが、施設整備にかかる費用負担については行政が負担することが一般的となる。

LABVとは地方公共団体と民間企業の双方が資産を提供し合い、パートナーシップのものもと施設整備・運営を進める比較的新しい手法である

持続可能な施設運営の方法を検討する(LABVのスキーム)

LABVとは

【LABV(Local Asset Backed Vehicle)とは】

LABVとは土地や建物等の不動産を有するパブリックセクター(地方公共団体)が、資金及び不動産開発のノウハウを保有する民間セクターと長期にわたるパートナーシップを構築するために公有地の資産価値を活用して開発資金や開発ノウハウを調達する仕組みである。イギリスでは地方政府を中心に導入が進んでいる。

【LABVの特徴】

■ LABVのメリット

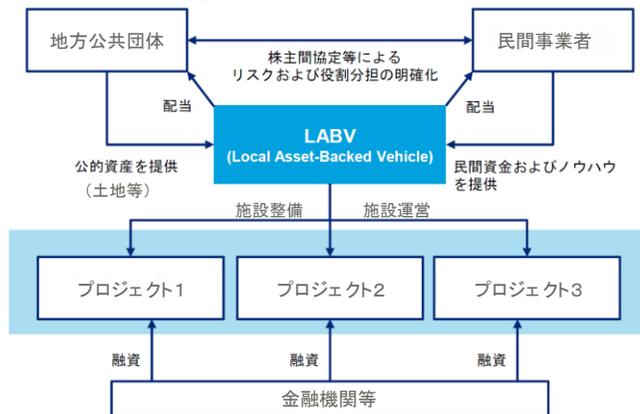
- 公共部門の都市開発事業における経費削減が期待できる
- 民間部門は独占的に公有地の開発に関与することができる

■ LABVのデメリット

- 日本においてLABVの手法を導入する際に活用するLLPは、構成員課税となるため事業から得られる収益を内部留保できない可能性がある
- LABVは昨今の新しい手法であるためまだ事例が極めて少ない

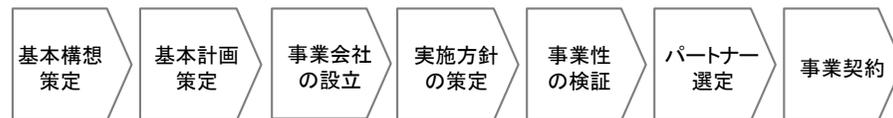
※日本版LLP(有限責任事業組合)

【LABVのスキーム例】



LABV事業導入までの流れ(例)

現在日本ではLABVの設立に関わる特別な制度等は存在せず、個別のLABVによって各種条件はかなり異なるのが現状である。以下では一般的に想定できるプロセスを示す。

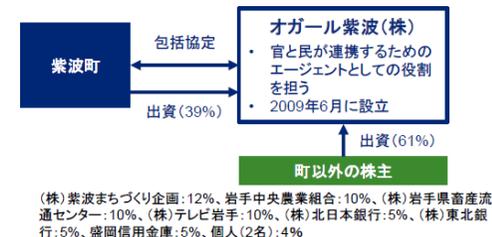


LABV事例

オガールプロジェクト

【事業概要】

岩手県紫波町では長年放置されてきた公有地を活用するため、まちづくり会社を設立し、公民連携の手法を取り入れ土地開発を行った。事業の推進にあたっては、対象区域を設定し、当該区域に各種官民連携手法を活用したプロジェクトを推進した。



出所: オガール紫波(株)「オガールプロジェクト資料」より作成

現在、紫波中央駅前には、図書館、マルシェ、子育て応援センター等を備えた「オガールプラザ」、ホテルやバレーボール専用体育館を備える「オガールベース」、バーベキューなどを楽しめる「オガール広場」があり、全国各地から年間で80万人が訪れる拠点となり、地方創生のモデルとしても取り上げられている。

活用可能性評価

市民会館跡地やフィッシャリーナ後背地といった公有財産を提供し、民間事業者と連携を図り、施設を整備する可能性は考えられる。アセットの運用としてのリスクは少ないが、当該スキームは事例が少ないため、事業実施にかかる負担やリスクは大きくなることが予想される。

5-4 情報に関する資源

鴨川市の現状を踏まえ、ターゲットに訴求しやすいプロモーション方法を計画し、実行していく

ターゲットに対し効果的なプロモーションを実施する

ファネル分析

- 認知、関心、訪問、再訪といった旅行者の行動において、どの段階にネックがあるのかを把握するための分析
- 観光客の増加に向け、てこ入れすべき部分を明確にすることができる

チャンネル分析

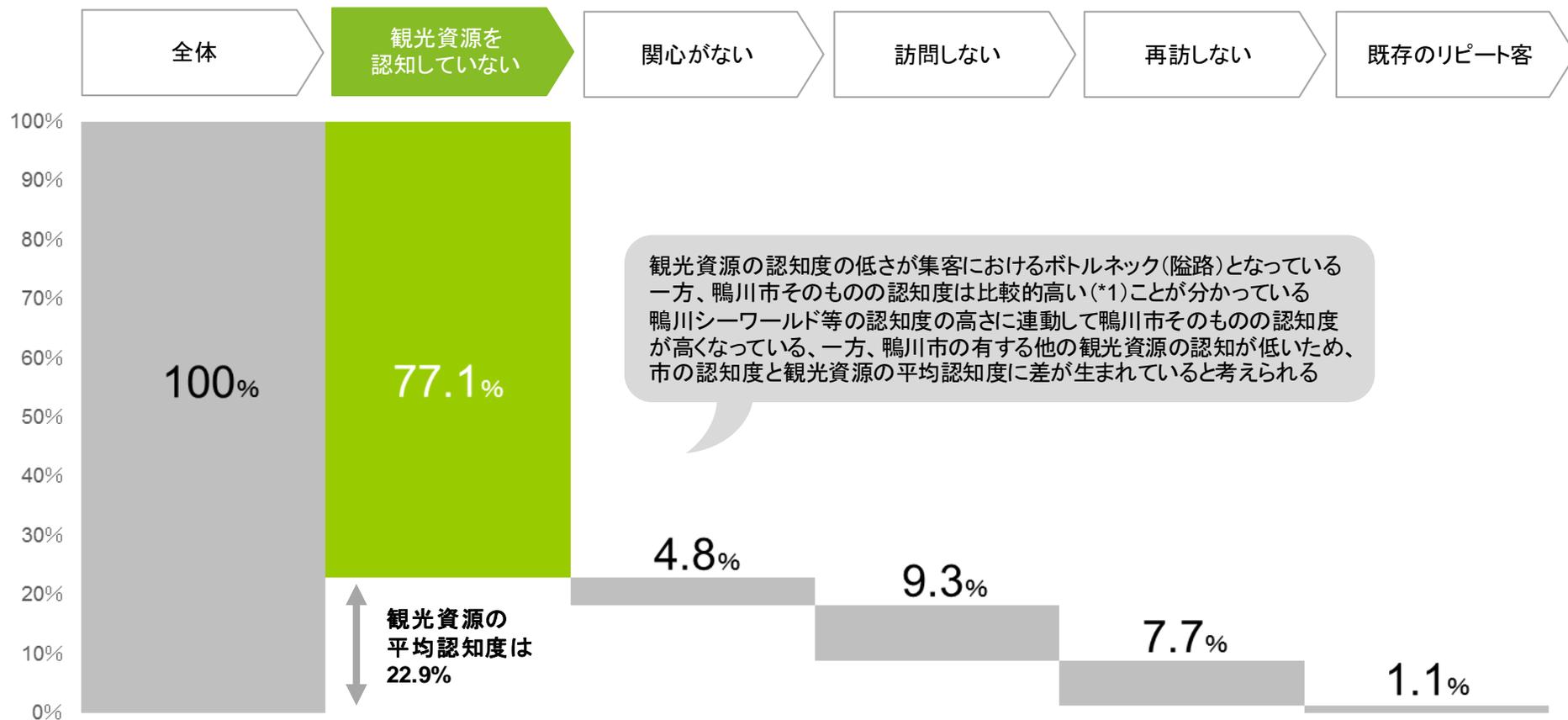
- 観光客がふだんどのような方法で情報を収集しているのかを把握するための分析
- プロモーションを行う際、効果的なチャンネルを明確にすることができる

ターゲット毎に最適なプロモーション方法を計画・実行

観光資源が認知されていないことが、集客におけるボトルネック(隘路)になっており、その解消が求められる

ターゲットに対し効果的なプロモーションを実施する(観光資源のファネル分析)

- 下のチャートは、観光客の方が、鴨川の観光資源への訪問・再訪問の意思決定をする際、どういったことがハードルになっているかを分析したものである
- 全体の77.1%の方が、鴨川市の観光資源を認知していないがために、鴨川への観光客となっていない様子がうかがえる



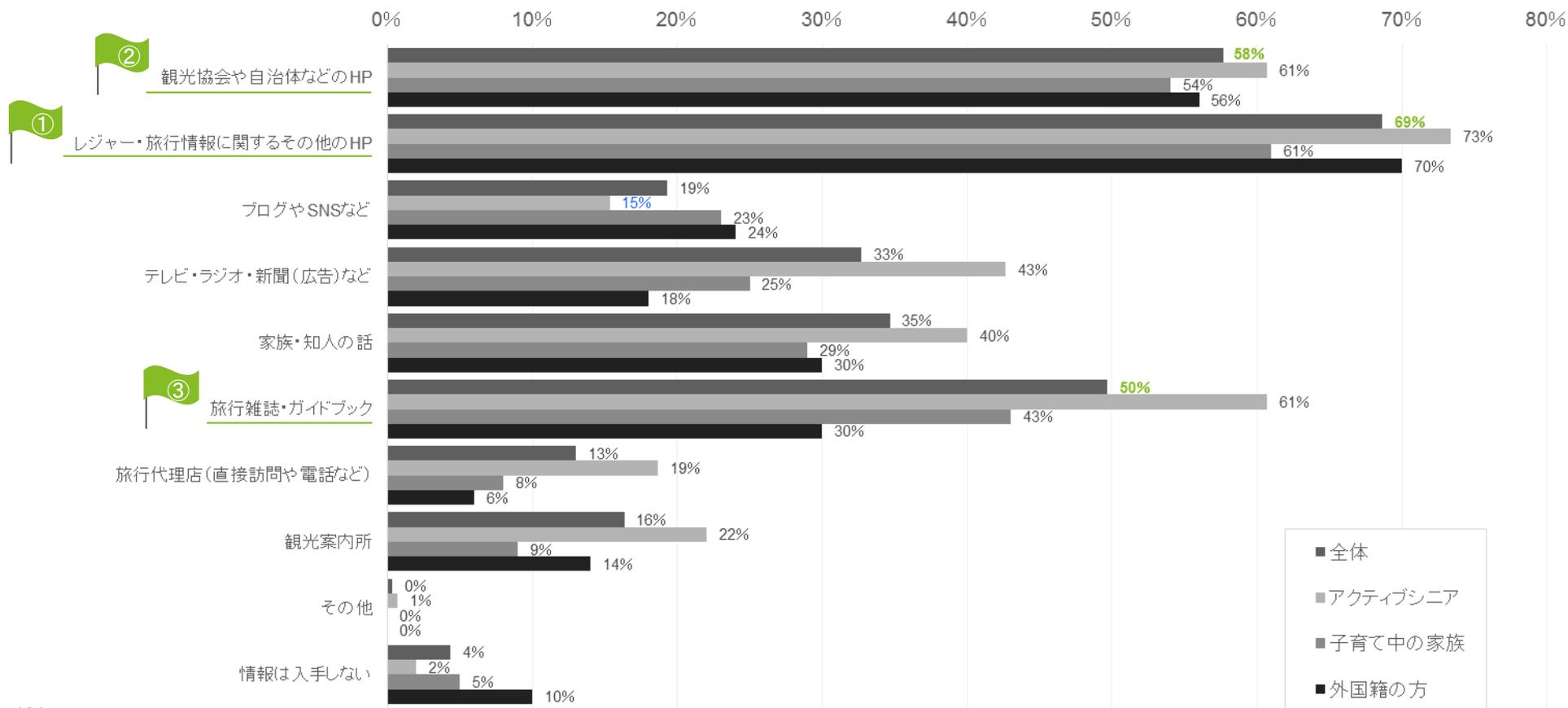
*1: 鴨川市観光アクションプラン策定事業における調査では、東京都在住者の79%は、鴨川に対し何らかのイメージを持って認知しているという結果が出ており、比較的高い水準にあると考えられる

ターゲットごとに有効なプロモーションチャネルを見定め、届けたい相手に届けたい情報が届く方法を明確化する

ターゲットに対し効果的なプロモーションを実施する(チャネル分析)

- 情報収集のチャネルとしては、各ターゲット共通して「観光協会や自治体などのHP」、「レジャー・旅行情報に関するその他のHP」、「旅行雑誌・ガイドブック」を利用している人が多いため、重点的にプロモーション体制を整備していくことが求められる
- アクティブシニア層は、比較的多くのチャネルを利用する傾向が見受けられるが、ブログやSNSの利用者は15%と低い水準である

問) あなたがレジャーや旅行を計画する際の観光情報の入手方法についてお答えください。(いくつでも)

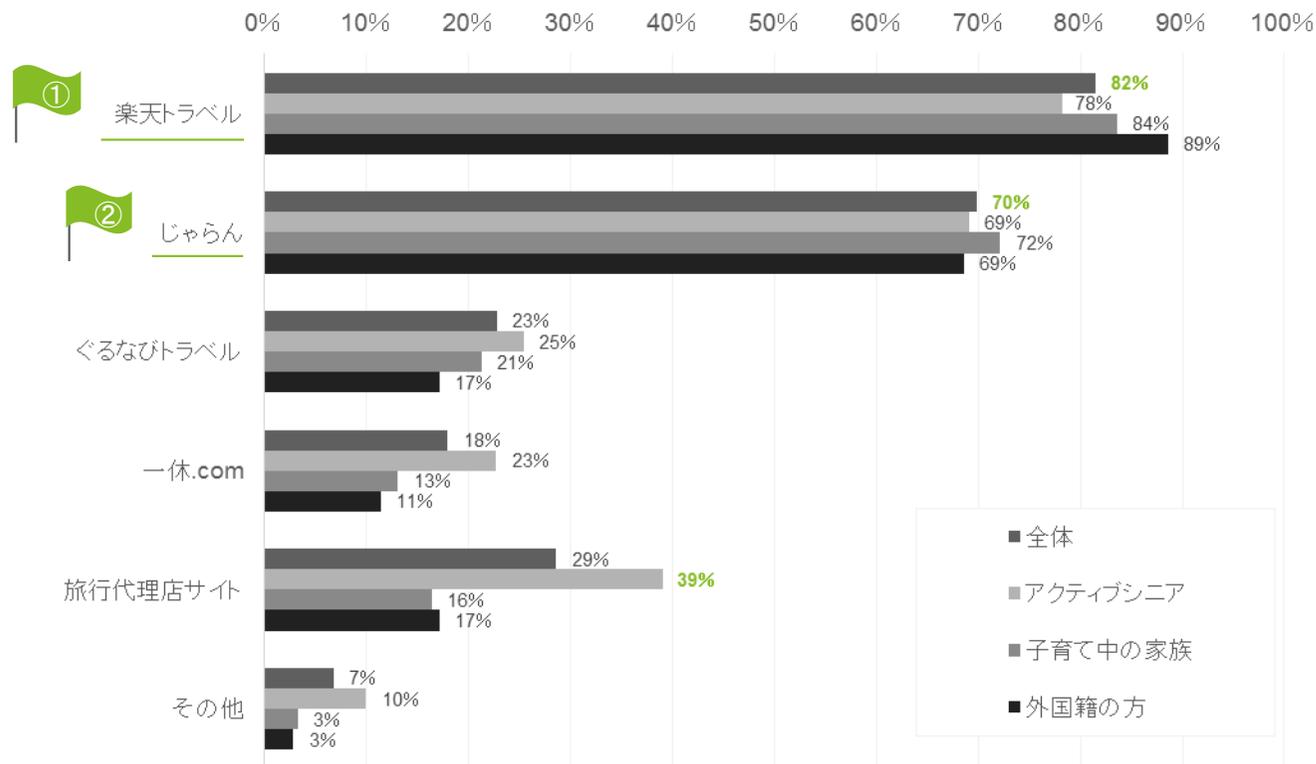


ターゲットごとに有効なプロモーションチャネルを見定め、届けたい相手に届けたい情報が届く方法を明確化する

ターゲットに対し効果的なプロモーションを実施する(チャネル分析:レジャー・旅行情報に関するその他のHP詳細)

- 情報収集の際に利用する観光協会や自治体以外のHPとしては、各ターゲット共通して「楽天トラベル」、「じゃらん」を利用している人が多い
- アクティブシニア層は、他のターゲットに比べ、旅行代理店のサイトを利用している人が多い

問)レジャー・旅行情報に関するその他のホームページ」と回答した方にお伺いします。具体的なサイトをお知らせください。(いくつでも)



鴨川市の現状を相対的に踏まえ、その強みを活かすことのできるブランディング方法について検討する

前原横渚海岸エリアの強みを活かしたブランディングを実施する

ポジショニング分析

- 鴨川市が現在持たれているイメージを明確にすることを目的とした分析
- 他の海岸を有する観光地と比較した際の、鴨川市の強みや弱みについて明らかにすることができる

ブランディングリソースの整理

- 「良質な日常の提供」のブランディングを醸成するために、新たな観光資源であるWELLNESS BEACHと、鴨川市の既存の観光リソースの提供価値を整理する

都市ブランディング事例紹介

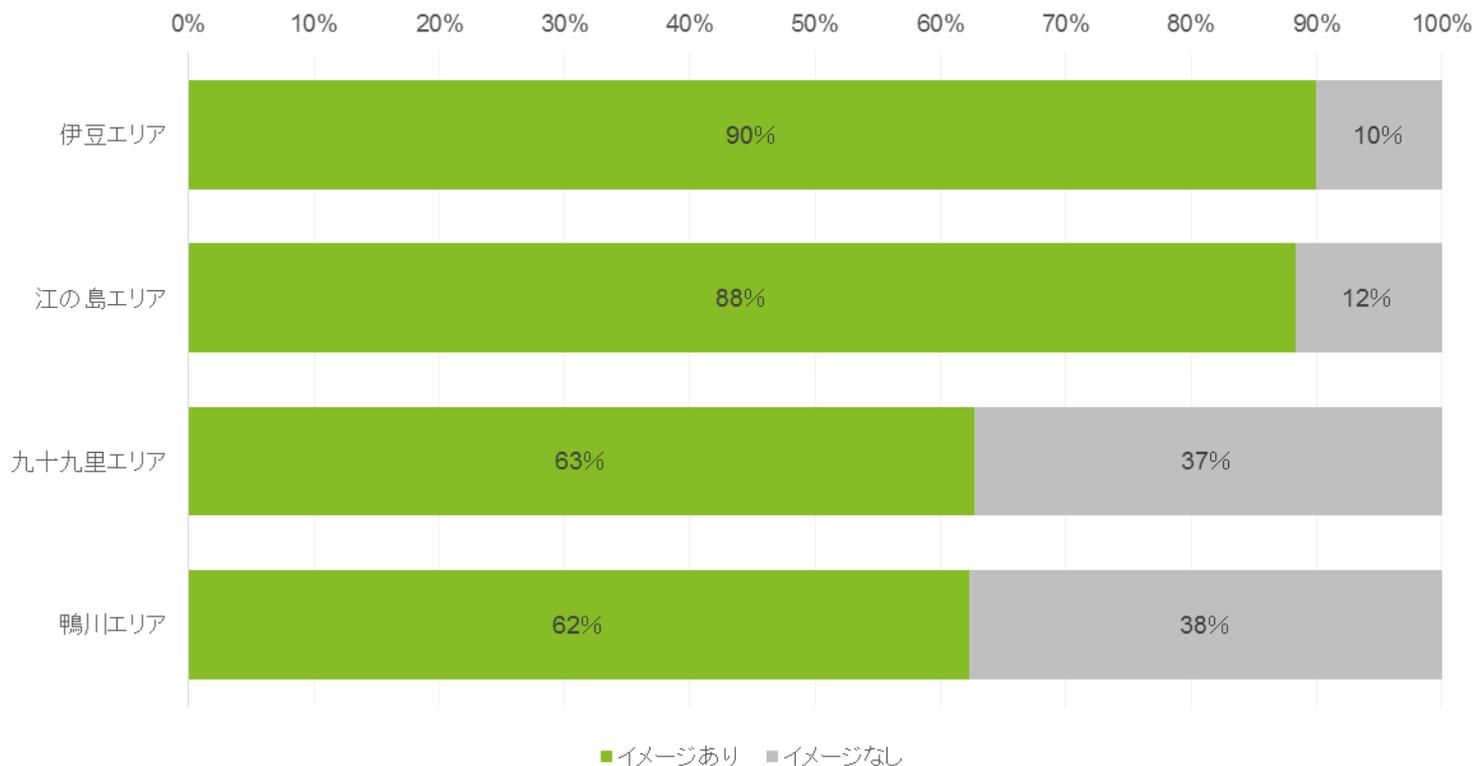
- 鴨川市がブランディング方針に沿った提供価値を検討するに際して、都市ブランディングにより観光客を獲得している他市の事例を参考とする

鴨川は他の海岸を有するエリアと比較して、観光エリアのイメージをあまり持たれていないことが読み取れる

前原横渚海岸エリアの強みを活かしたブランディングを実施する(ポジショニング分析(イメージ想起))

- 鴨川のイメージを持っているひとは62%と、他のエリアに比べて少ない
- 観光の行先を考えるうえで、その地域のイメージが持たれているかどうかは重要な要素であり、鴨川のイメージを明確化し、伝達していくことが求められる

問) 下記の観光エリアの(訪問経験に係らず)イメージの有無をお答えください(*1)。



*1: 当該調査のサンプルはPXXIに示したGAP調査のサンプルと同じ関東在住者300人

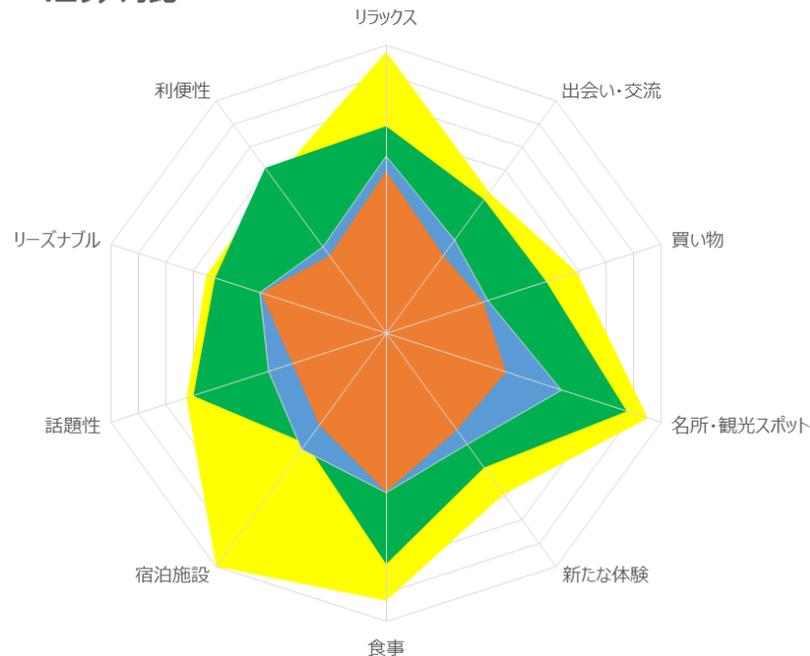
現在の鴨川市がもたれている印象を踏まえ、今後目指すポジショニングの姿を検討する

前原横渚海岸エリアの強みを活かしたブランディングを実施する(他の海岸周辺都市とのイメージ比較)

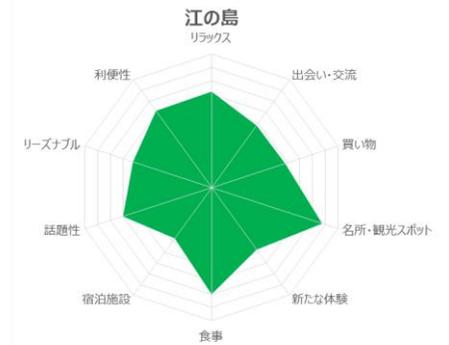
- 海岸を有する観光地とのイメージ比較をすると、伊豆、江の島、鴨川、九十九里の順番で、良い印象を持たれていることが分かった。
- 近隣の九十九里と差別化するためには、「名所・観光スポットがある」「宿泊施設が充実している」といった項目、江の島と差別化するためには、「宿泊施設が充実している」という項目が有効と考えられる。

問) 観光エリアについて、それぞれの項目にどのようなイメージをお持ちかお答えください。
(よいイメージ、少しよいイメージと回答したひとの数をスコアリングしたのち、チャート化)

4エリア対比



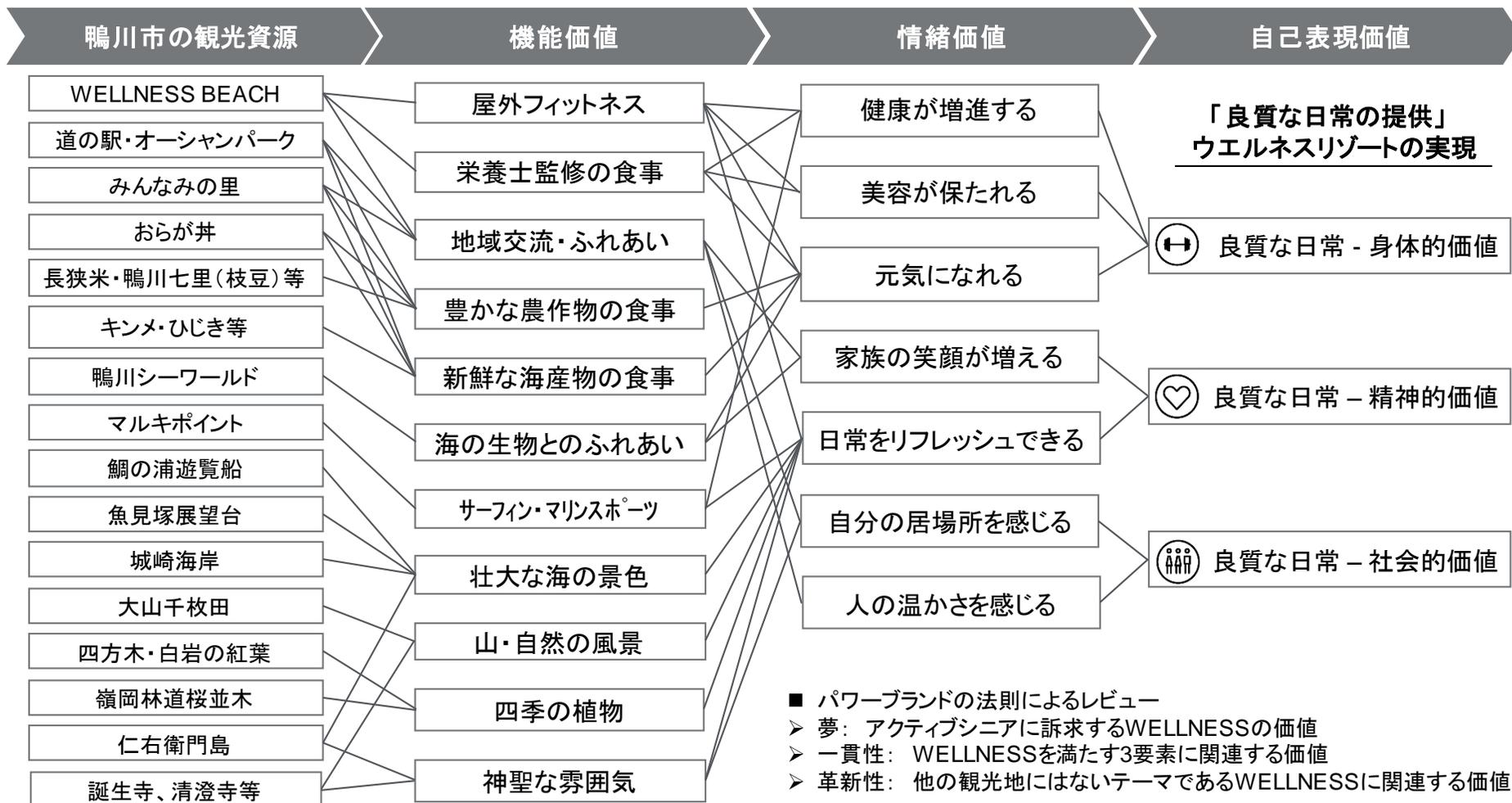
⇒ 今後、ウェルネスリゾートの実現により、リラックス、出会い・交流、新たな体験、食事、宿泊施設、話題性といった価値創出を図る



鴨川市の既存観光リソースによる価値提供とWELLNESS BEACHでの新しい価値提供で相互に補完することで、「良質な日常の提供」のブランディングを醸成する

前原横渚海岸エリアの強みを活かしたブランディングを実施する(ブランディングリソースの整理)

- 鴨川市の既存観光リソースによって提供されていない機能価値について、WELLNESS BEACHが新しい価値を提供することで補完する
- 既存観光リソースにおいてもWELLNESSによる「良質な日常の提供」のブランドコンセプトにより適合する機能価値の提供を検討することが望ましい



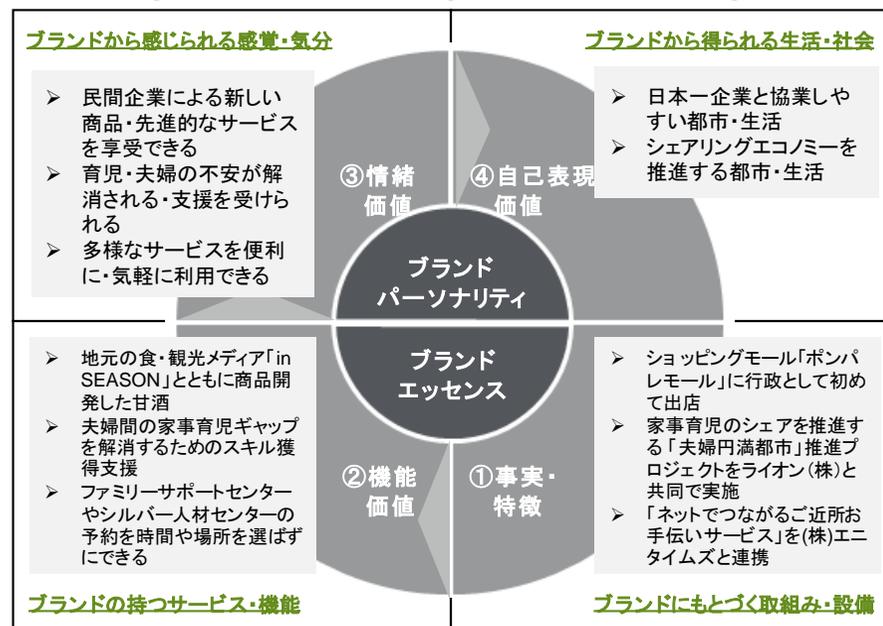
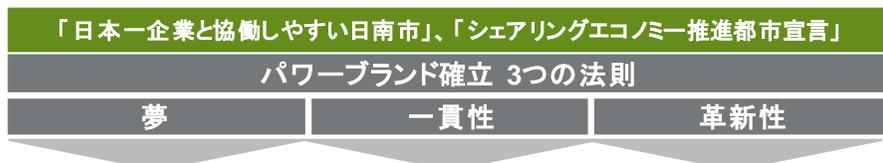
参考：他都市のブランディングリソース整理例を参考に、鴨川市においても統一感のあるブランディングの醸成に取り組む

前原横渚海岸エリアの強みを活かしたブランディングを実施する(都市ブランディングリソースの整理例)

日南市ブランディングリソース整理

- 「日本一企業と協働しやすい日南市」のコンセプト通りに企業との協業による革新的なサービスを提供している
- 「シェアリングエコノミー推進都市宣言」のコンセプト通りに多様なサービスを便利に・気軽に利用できる仕組みを提供している

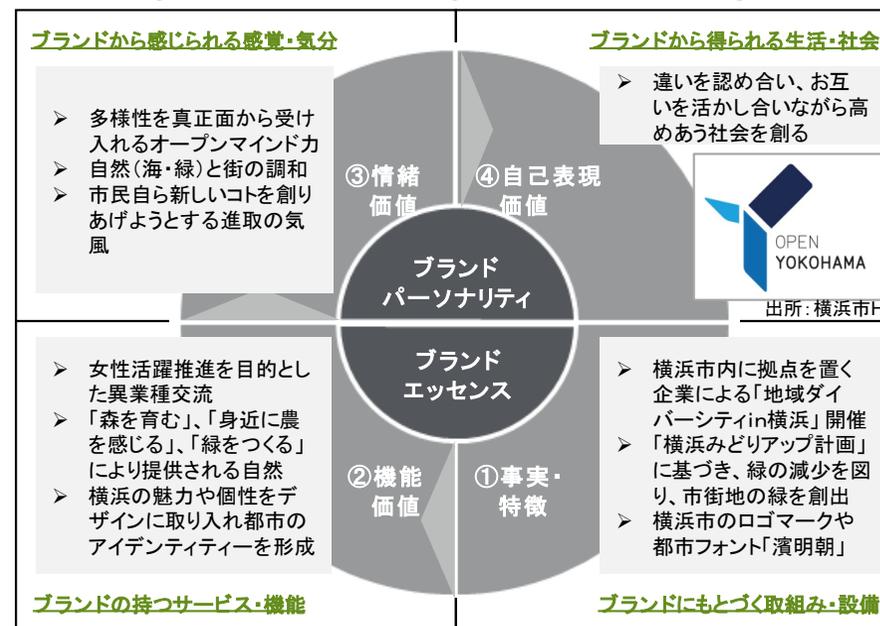
日南市のブランディングリソース整理例



横浜市ブランディングリソース整理

- 「市民参加型都市ブランド共創プロジェクト“イマジン・ヨコハマ”」にて策定したステートメント・スローガン「OPEN YOKOHAMA」に基づいて統一された価値を提供している

横浜市のブランディングリソース整理例



6 実行に向けたロードマップ

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

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目	8年目	9年目	10年目
◆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	
海辺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

既存リソースを活用した試行事業のイメージ



写真出所: 鴨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
 - 前原横渚海岸の認知度
 - 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
- 前原横渚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
 - 観光客レポート率

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

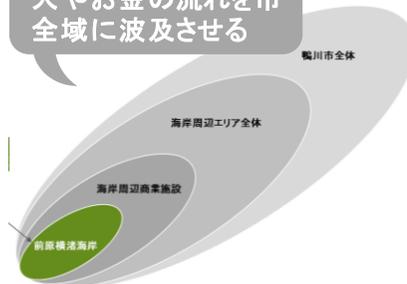
10年目までの取組みにおける目標

- 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渚海岸の魅力を最大化する
- 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

当海岸で生み出した人や金の流れを市全域に波及させる



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・ロイヤルティ管理の検討

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込
 - 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

7 事業計画骨子

変革のプロセス等を踏まえ、具体的かつ実行性の高い事業計画を策定する

実効性の高い事業計画策定の考え方

事業計画書の骨子

実行性を高めるための工夫

【事業計画書の骨子】

- 1 エグゼクティブサマリ
- 2 拠点整備方針
 - (1) 整備手法
 - (2) 拠点施設規模の算定
 - (3) 土地利用計画図
 - (4) 施設配置方針
- 3 事業計画
 - (1) 関係法規の整理
 - (2) フロアごとの機能
 - (3) 動線計画
 - (4) 駐車場計画
 - (5) 各種試算
 - (6) 民間事業者へのヒアリング結果
 - (7) ロードマップ策定
- 4 周辺住民を含めた推進体制・役割分担
- 5 景観ガイドラインの策定

注意点1: どこから手を付けていいか分からない計画にならないように

- 取り組むべき内容を手のつけ方が分かるレベルまでブレイクダウンし整理する
- 事業の順番、費用対効果、実現可能性などをもとに、優先順位を明確化する

注意点2: 責任者不在・担当者不在の計画にならないように

- RACIマトリクス(*1)等プロジェクトマネジメントの手法を用い、タスクに関するそれぞれの役割を明確化する

注意点3: 規制等の理由により実現不可能な計画にならないように

- 事業遂行に致命的な影響を与える事項については、最重要事項として整理し、優先的に課題解決を図る仕組みを整える

注意点4: 途中で熱が冷めてしまう計画にならないように

- KPI等を設定することで事業の進捗管理が可能な計画書を作成する
- 変革のプロセス(*2)に則り、取組みの早い段階で、小さな成功事例を生み出し、機運を高めていけるよう、計画を策定する

*1: RACIマトリクス

プロジェクトの各タスクについて、関係者がどのような役割を担っているのかを明確にするために実行責任者、説明責任者、協業先、報告先を明確化したもの

*2: 変革のプロセス

ハーバード大学名誉教授ジョン・P・コッターの提唱する理論。変革が失敗する8つの「つまずきの石」を乗り越えるため、踏まえるべきステップを提示したもの
出所: ジョン・P・コッター「企業変革力」日経BP社

事業計画策定に向け、施設整備やエリアマネジメント体制の検討を進めていく

策定に向けた各種検討予定事項

施設整備に向けた検討

- ① 拠点整備方針の検討
 - a. 整備手法の検討(区画整理、再開発等の明確化、権利調査)
 - b. 拠点施設規模の算定
 - c. 土地利用計画図の検討
 - d. 施設配置方針の検討
- ② 事業計画の検討
 - a. 関係法規の整理
 - b. フロアごとの機能検討
 - c. 動線計画の検討
 - d. 駐車場計画の検討
 - e. 各種試算
 - f. 民間事業者簡易ヒアリング
 - g. ロードマップ策定
- ③ 周辺住民との連携支援
 - a. ワークショップの開催
 - b. 市民団体立ち上げ支援
 - c. 景観ガイドラインの策定
 - d. 他都市へのヒアリング
 - e. 景観ガイドラインの策定

エリアマネジメント体制構築に向けた検討

- ① スキーム検討支援
 - a. エリアマネジメントスキームの検討
- ② エリアマネジメント団体の立ち上げまたは体制強化支援
 - a. エリアマネジメント団体の座組み検討
 - b. 設立準備会の運営支援
 - c. 法人設立に向けた各種手続き

試行事業の実施と効果検証

- ① レクリエーション機会の提供・プロモーション
 - a. 提供するレクリエーションの内容検討
 - b. 評価指標の検討
 - c. 連携事業者選定
 - d. 試行事業の実施(海岸ヨガ、マルシェ、グランピング、イルミネーション等)
 - e. プロモーション
- ② 試行事業の効果検証
 - a. 来訪者・周辺住民へのアンケート実施・分析
 - b. 次年度以降の方針検討

魅力体験広場事業実施に向けた検討

- ① 交流広場事業実施計画
 - a. 交流広場コンテンツの検討
 - b. 交流広場整備費用試算
 - c. イメージパース作成
- ② 交流広場事業参入事業者選定
 - a. 参入事業者ロングリスト作成と参入意向調査
 - b. 事業者選定に向けた支援

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計画検討

資料

鴨川市前原横渚海岸周辺の魅力づくり 検討委員会設置要綱

鴨川市前原横渚海岸周辺の魅力づくり検討委員会設置要綱

(設置)

第1条 美しい海岸を有する本市の特性を生かし、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、前原横渚海岸周辺の利活用に係る検討を行うため、鴨川市前原横渚海岸周辺の魅力づくり検討委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、前原横渚海岸周辺の利活用に係る計画の策定に当たり、前条に規定する目的を達成するための方策その他市長が必要と認める事項について必要な検討を行う。

(組織)

第3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) 関係行政機関の職員
- (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4条 委員の任期は、委嘱の日から平成29年3月31日までとする。

(会議)

第5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6条 委員会の庶務は、観光課において処理する。

(その他)

第7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。

(経過措置)

2 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5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。

委員名簿

鴨川市前原横渚海岸周辺の魅力づくり検討委員会・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	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	副総支配人	斉藤哲二	周辺観光施設
9	(一社)鴨川市青年会議所	鴨川の未来育成委員会委員長	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	学部長	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	安房土木事務所	所長	吉田良治	海岸管理者

検討経過

検討経過

- **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をつくろう！」
- **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