

# IV

## 海辺の賑わい創出に係る提案

### ～熱海港湾エリア賑わい創出検討基礎調査結果～

#### IV.1 熱海港エリアの将来ポテンシャル（需要予測）

##### 1) クルーズ船受入による効果

クルーズ船受入に伴う需要のうち、定量的な効果が把握可能な項目として、「交流機会の増加」および「外航クルーズ船の入港による国際観光純収入の増加」について試算すると控えめな額として、1 寄港当たり 1,225,000 円の消費が見込まれる（詳細はⅢ章参照）。

##### (1) 現状

にっぽん丸が年間 1 回程度寄港している。

##### (2) シナリオ

クルーズ船の寄港回数が増えれば以下のシナリオにより経済効果が得られる。以下、1 寄港あたりの経済効果について試算した。

##### 【交流機会の増加】

- ・ターミナルの整備により、寄港する旅客船の見学に伴って、賑わいが発生し、交流機会が増加する。
- ・100～200 人（約 150 人）入込客があると想定して、一人当たり 1500 円（昼食代を想定）消費すると想定

##### 【外航クルーズ船の入港による国際観光純収入の増加】

- ・熱海から海外に行くことは想定していない。海外から熱海に来訪することを想定しているので、国際観光収入とする。
- ・定員 400 人のうち 200 人が来訪したと想定
- ・一人当たり 5,000 円熱海で消費すると想定

### (3) 試算

#### 【交流機関の増加】

1,500 円/人×150 人=225,000 円/1 寄港

#### 【外航クルーズ船の入港による国際観光純収入の増加】

5,000 円/人×200 人=1,000,000 円/1 寄港

計 1,225,000 円/1 寄港

## 2) 海辺の賑わい創出

### (1) 人の回遊・回廊創出

#### ① 回廊創出による効果

回廊創出に伴う需要予測により、約 1.1 億円/年の経済効果が想定される。

#### a. 現状

モバイルビッグデータによる分析結果より、観光客の滞在人口は、熱海駅周辺が突出して多く、熱海駅から離れるほど減少する傾向がある。

また、比較的滞在人口が多い「熱海銀座商店街周辺」および「熱海城周辺」における滞在者の周遊状況をみると、海岸部への立寄りが少なく、熱海駅から直接目的地に向かう流動および目的地から直接熱海駅へ戻る流動が顕著であることが明らかとなった。

#### b. シナリオ

- ・坂の町の観光客動線に加え、海岸部における動線を強化することにより、回廊を創出する。回廊創出により、観光客の周遊を促し、滞在時間の増大を図る。

現況の主たる観光客動線（市街中心部）



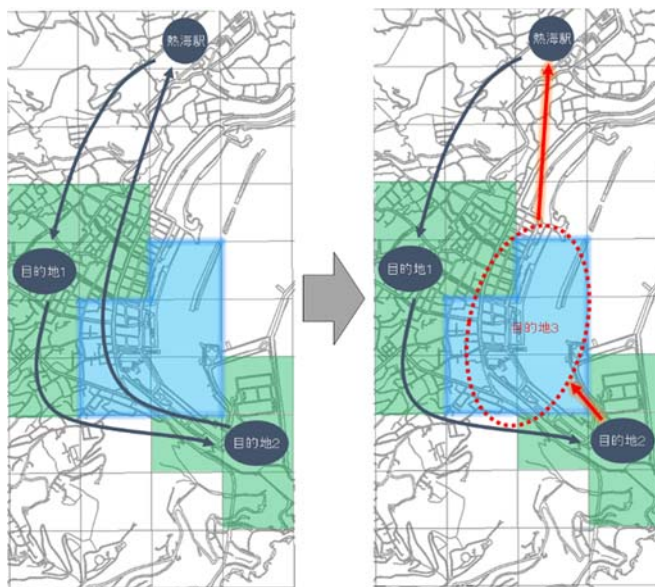
強化する観光客動線（海岸部）



海岸部エリア



- ・熱海観光の玄関口は熱海駅であり、「熱海駅」⇔「目的地」間の流動が多い。回廊創出により、海岸部周辺地区における「熱海駅」⇔「目的地」間の流動の30%が新たに海岸部へ立寄り、1時間程度の滞在行動が生じるものと想定する。



### c. 試算

#### ○熱海駅～各地間の流動量

モバイルビッグデータ「集計 1-C」を用いて、熱海駅から各地への流動量および各地から熱海駅への流動量を算出した（表 IV. 1. 1）。これらは、平成 29 年 1 月～平成 29 年 12 月の 1 年間における熱海駅と各地間の流動量を示している。

表 IV. 1. 1 熱海駅と市内各地間の流動量

○熱海駅から各地へ流動 単位:百人/年

| 対象地域          | 熱海駅から各地 | 内30% |
|---------------|---------|------|
| 熱海金城館周辺       | 75      | 22   |
| 熱海ロープウェイ周辺    | 56      | 17   |
| 熱海港駐車場周辺      | 306     | 92   |
| 熱海市浄水管理センター周辺 | 0       | 0    |
| 起雲閣周辺         | 195     | 59   |
| 熱海総合庁舎周辺      | 203     | 61   |
| 渚町商店街周辺       | 279     | 84   |
| 熱海市役所周辺       | 74      | 22   |
| 熱海銀座商店街周辺     | 1,008   | 302  |
| 湯前神社周辺        | 105     | 32   |
| 熱海図書館周辺       | 192     | 58   |
| 熱海城周辺         | 761     | 228  |
| 流動合計          | 2,493   | 748  |

○各地から熱海駅へ流動 単位:百人/年

| 対象地域          | 各地から熱海駅 | 内30%  |
|---------------|---------|-------|
| 熱海金城館周辺       | 151     | 45    |
| 熱海ロープウェイ周辺    | 100     | 30    |
| 熱海港駐車場周辺      | 282     | 85    |
| 熱海市浄水管理センター周辺 | 0       | 0     |
| 起雲閣周辺         | 297     | 89    |
| 熱海総合庁舎周辺      | 192     | 58    |
| 渚町商店街周辺       | 410     | 123   |
| 熱海市役所周辺       | 165     | 49    |
| 熱海銀座商店街周辺     | 1,328   | 398   |
| 湯前神社周辺        | 136     | 41    |
| 熱海図書館周辺       | 423     | 127   |
| 熱海城周辺         | 797     | 239   |
| 流動合計          | 3,483   | 1,045 |

新たに海岸部への立寄りが期待される

○経済効果

- ・熱海市内における観光客1人・滞在時間1時間あたりの平均観光消費額:
- ・約596(円) (参考:「②賑わい創出による効果」にて原単位算出)
- ・新たに海岸部への立寄りが創出される事による経済効果

|                        | 熱海駅から各地 | 各地から熱海駅 | 合計    |
|------------------------|---------|---------|-------|
| 海岸部への立寄りが予想される人数(百人/年) | 748     | 1,045   | 1,793 |
| 観光客1人1時間あたりの観光消費額(円)   | 596     |         |       |
| 経済効果(百万円)              | 45      | 62      | 107   |

約1.1億円/年の経済効果が見込まれる。

## ② 賑わい創出による効果

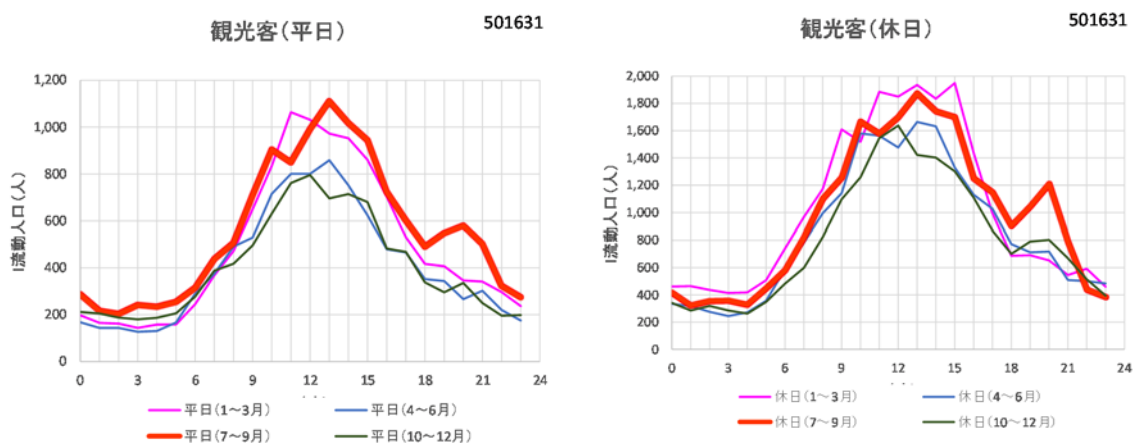
賑わい創出に伴う需要予測により、約 16.9 億円/年の経済効果が見込まれる。

### a. 現状

熱海観光の特徴として、海水浴シーズン（8月）および梅の開花時期（1～3月）に観光客が集中する傾向がある。

図 IV. 1. 1 は、モバイルビッグデータ「集計 1-B」による分析結果より、熱海サンビーチ（恋人の聖地）付近における観光客流動人口の時間変動を季節別に比較したものである。

海岸部においては、7～9月および1～3月において賑わっており、4～6月および10～12月においては、やや閑散としている。



流動人口データの出典：「混雑統計®」 ©ZENRIN DataCom CO.,LTD.

図 IV. 1. 1 海岸部における季節別時間変動

### b. シナリオ

- ・観光資源ごとに集客に得意な時期が存在するが、賑わい創出により海岸部における閑散期の需要喚起を図る。
- ・賑わい創出により、海岸部における観光客の滞在時間が、1～3月および7～9月並みに増大する（平準化）と想定した。

### c. 試算

#### ○原単位の試算

- ・熱海市内における観光客の総滞在時間・・・254,402,363（時間）

出典：混雑統計データ（平成29年1月～12月）

- ・熱海市内における観光交流客数・・・6,370,153（人）

出典：平成28年度静岡県観光交流の動向

（静岡県文化・観光部観光交流局観光政策課）

- ・熱海市内における1人あたりの平均滞在時間

（観光客の総滞在時間） / （観光交流客数） = 約39.94（時間）

- ・熱海市内における1人あたりの観光消費額

1人当たりの予算

|          |            |
|----------|------------|
| 宿泊費平均    | 15,575 円/人 |
| 飲食費平均    | 3,000 円/人  |
| 土産・買物代平均 | 2,670 円/人  |
| その他観光費   | 2,480 円/人  |
| 合計       | 23,815 円/人 |

出典：2015年度熱海市観光動線調査報告書

- ・熱海市内における観光客1人・滞在時間1時間あたりの平均観光消費額

（1人あたりの平均観光消費額） / （1人あたりの平均滞在時間） = 約596（円）

○海岸部における観光客の滞在時間が、7～9月並みに増大する場合

滞在時間(平成29年1月～12月の実績)

単位:時間

| 対象地域        | 平日        |           |           |           | 休日        |           |           |           |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|             | 1～3月      | 4～6月      | 7～9月      | 10～12月    | 1～3月      | 4～6月      | 7～9月      | 10～12月    |
| マリンスパ熱海周辺   | 493,597   | 481,560   | 700,937   | 660,022   | 533,721   | 520,982   | 660,950   | 648,682   |
| 渚町商店街周辺     | 561,894   | 516,790   | 632,576   | 591,230   | 598,902   | 555,203   | 636,442   | 604,283   |
| サンレモ公園周辺    | 435,375   | 426,143   | 477,807   | 420,474   | 440,631   | 514,995   | 466,225   | 459,434   |
| 熱海遊覧船サンレモ周辺 | 149,216   | 169,093   | 175,561   | 137,726   | 201,120   | 235,007   | 209,963   | 130,093   |
| 親水公園・マリナー周辺 | 275,855   | 240,731   | 304,647   | 194,515   | 266,402   | 299,459   | 357,783   | 226,431   |
| 熱海サンビーチ周辺   | 713,876   | 601,866   | 781,671   | 585,047   | 702,995   | 592,061   | 773,452   | 597,390   |
| 合計          | 2,629,813 | 2,436,183 | 3,073,199 | 2,589,014 | 2,743,771 | 2,717,707 | 3,104,815 | 2,666,313 |

回遊性向上による滞在時間の増加時間 2,751千時間

単位:時間

| 対象地域        | 平日      |         |      |         | 休日      |         |      |         |
|-------------|---------|---------|------|---------|---------|---------|------|---------|
|             | 1～3月    | 4～6月    | 7～9月 | 10～12月  | 1～3月    | 4～6月    | 7～9月 | 10～12月  |
| マリンスパ熱海周辺   | 207,340 | 219,377 | 0    | 40,915  | 127,229 | 139,968 | 0    | 12,268  |
| 渚町商店街周辺     | 70,682  | 115,786 | 0    | 41,346  | 37,540  | 81,239  | 0    | 32,159  |
| サンレモ公園周辺    | 42,432  | 51,664  | 0    | 57,333  | 25,594  | 0       | 0    | 6,791   |
| 熱海遊覧船サンレモ周辺 | 26,345  | 6,468   | 0    | 37,835  | 8,843   | 0       | 0    | 79,870  |
| 親水公園・マリナー周辺 | 28,792  | 63,916  | 0    | 110,132 | 91,381  | 58,324  | 0    | 131,352 |
| 熱海サンビーチ周辺   | 67,795  | 179,805 | 0    | 196,624 | 70,457  | 181,391 | 0    | 176,062 |
| 合計          | 443,386 | 637,016 | 0    | 484,185 | 361,044 | 387,108 | 0    | 438,502 |

経済効果

1,685百万円の観光諸費額増加

単位:百万円

| 対象地域        | 平日   |      |      |        | 休日   |      |      |        |
|-------------|------|------|------|--------|------|------|------|--------|
|             | 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 | 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 |
| マリンスパ熱海周辺   | 124  | 131  | 0    | 24     | 76   | 83   | 0    | 7      |
| 渚町商店街周辺     | 42   | 69   | 0    | 25     | 22   | 48   | 0    | 19     |
| サンレモ公園周辺    | 25   | 31   | 0    | 34     | 15   | 0    | 0    | 4      |
| 熱海遊覧船サンレモ周辺 | 16   | 4    | 0    | 23     | 5    | 0    | 0    | 48     |
| 親水公園・マリナー周辺 | 17   | 38   | 0    | 66     | 54   | 35   | 0    | 78     |
| 熱海サンビーチ周辺   | 40   | 107  | 0    | 117    | 42   | 108  | 0    | 105    |
| 合計          | 264  | 380  | 0    | 289    | 215  | 275  | 0    | 261    |

滞在時間データの出典:「混雑統計®」©ZENRIN DataCom CO.,LTD.

(参考) 海岸部における観光客の滞在時間が、1～3月並みに増大する場合

滞在時間(平成29年1月～12月の実績)

単位:時間

| 対象地域        | 平日        |           |           |           | 休日        |           |           |           |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|             | 1～3月      | 4～6月      | 7～9月      | 10～12月    | 1～3月      | 4～6月      | 7～9月      | 10～12月    |
| マリンスパ熱海周辺   | 493,597   | 481,560   | 700,937   | 660,022   | 533,721   | 520,982   | 660,950   | 648,682   |
| 渚町商店街周辺     | 561,894   | 516,790   | 632,576   | 591,230   | 598,902   | 555,203   | 636,442   | 604,283   |
| サンレモ公園周辺    | 435,375   | 426,143   | 477,807   | 420,474   | 440,631   | 514,995   | 466,225   | 459,434   |
| 熱海遊覧船サンレモ周辺 | 149,216   | 169,093   | 175,561   | 137,726   | 201,120   | 235,007   | 209,963   | 130,093   |
| 親水公園・マリナー周辺 | 275,855   | 240,731   | 304,647   | 194,515   | 266,402   | 299,459   | 357,783   | 226,431   |
| 熱海サンビーチ周辺   | 713,876   | 601,866   | 781,671   | 585,047   | 702,995   | 592,061   | 773,452   | 597,390   |
| 合計          | 2,629,813 | 2,436,183 | 3,073,199 | 2,589,014 | 2,743,771 | 2,717,707 | 3,104,815 | 2,666,313 |

回遊性向上による滞在時間の増加時間 834千時間

単位:時間

| 対象地域        | 平日   |         |      |         | 休日   |         |      |         |
|-------------|------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|
|             | 1～3月 | 4～6月    | 7～9月 | 10～12月  | 1～3月 | 4～6月    | 7～9月 | 10～12月  |
| マリンスパ熱海周辺   | 0    | 12,037  | 0    | 0       | 0    | 12,739  | 0    | 0       |
| 渚町商店街周辺     | 0    | 45,104  | 0    | 0       | 0    | 43,699  | 0    | 0       |
| サンレモ公園周辺    | 0    | 9,232   | 0    | 14,901  | 0    | 0       | 0    | 0       |
| 熱海遊覧船サンレモ周辺 | 0    | 0       | 0    | 11,490  | 0    | 0       | 0    | 71,027  |
| 親水公園・マリナー周辺 | 0    | 35,124  | 0    | 81,340  | 0    | 0       | 0    | 39,971  |
| 熱海サンビーチ周辺   | 0    | 112,010 | 0    | 128,829 | 0    | 110,934 | 0    | 105,605 |
| 合計          | 0    | 213,507 | 0    | 236,560 | 0    | 167,372 | 0    | 216,603 |

経済効果

497百万円の観光諸費額増加

単位:百万円

| 対象地域        | 平日   |      |      |        | 休日   |      |      |        |
|-------------|------|------|------|--------|------|------|------|--------|
|             | 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 | 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 |
| マリンスパ熱海周辺   | 0    | 7    | 0    | 0      | 0    | 8    | 0    | 0      |
| 渚町商店街周辺     | 0    | 27   | 0    | 0      | 0    | 26   | 0    | 0      |
| サンレモ公園周辺    | 0    | 6    | 0    | 9      | 0    | 0    | 0    | 0      |
| 熱海遊覧船サンレモ周辺 | 0    | 0    | 0    | 7      | 0    | 0    | 0    | 42     |
| 親水公園・マリナー周辺 | 0    | 21   | 0    | 49     | 0    | 0    | 0    | 24     |
| 熱海サンビーチ周辺   | 0    | 67   | 0    | 77     | 0    | 66   | 0    | 63     |
| 合計          | 0    | 127  | 0    | 141    | 0    | 100  | 0    | 129    |

滞在時間データの出典:「混雑統計®」©ZENRIN DataCom CO.,LTD.

## (2) 水産施設の再編成による効果

水産施設再編成に伴う需要予測を行った。表 IV. 1. 2 に再編成する施設の仕様を示す。水産施設の再編により年間 15 億円程度の経済効果が見込まれると想定する（詳細は「IV.3 4）参照」）。

表 IV. 1. 2 再編水産施設の仕様

| 施設種                               | 仕様   |
|-----------------------------------|--|
| 観光案内所、客船券販売、アンテナショップ、カフェ 等        | 敷地 180m×60m＝約 10000 m <sup>2</sup> （含交通用地）<br>うち建築面積 2000 m <sup>2</sup> （現待合所の約 3 倍）<br>売場面積 1000 m <sup>2</sup> （他にイベントデッキ、公共施設）<br>容積率 200%+α（タワー部分の立体利用） |
| 漁師食堂                              | 30m×30m＝900 m <sup>2</sup><br>（うち店舗 10 坪×5 店）  |
| 魚市場（高度衛生管理型荷捌き所、製氷・貯水等設備、セリ見学、朝市） | 110m×30m＝3300 m <sup>2</sup><br>うち建築面積 2000 m <sup>2</sup><br>売場面積 800 m <sup>2</sup>  |

### a. 現状施設配置

- ・熱海来訪者 1 人当たり平均観光消費から飲食・土産は 5～6 千円（飲食 3：物品購入 2）
- ・収益施設（客船、ダイビング・漁師食堂、海釣り公園等）を日平均 3000 人が利用。
- ・全国の浜の販売拠点も飲食が物品購入を上回るものが多い（飲食の集客力が大）。
- ・大熱海漁協の年間水揚額 2 億円（市外への水揚げあり、市外船からの水揚げなし）、熱海魚市場の取扱額 1.5 億円（面積当約 50 万円/m<sup>2</sup>）。市内からの入荷は約 6 割→地魚の市外流出は 1 億円規模。宿泊・飲食業の地魚調達は少なく、地魚消費の空洞化が進行。

### b. シナリオ

- ・ラグジュアリー客による消費＋高級感ある仕様にする事による一般客への訴求を想定。
- ・港は街中での消費に誘う装置（入口）でもあり、市内既存事業者を圧迫しない。
- ・市内宿泊・飲食施設への地魚流通が増え、大熱海漁協エリアの水揚げの地産地消（市内流通）率が 100%に近づく。
- ・水揚げしやすく衛生・品質管理に有効な魚市場の運営、地魚・高級魚需要のある市内消費に直結する立地優位性の発揮により集荷力を向上させる。



c. 試算

・飲食物販部門：現在の利用者 3000 人の 1/2 が 1 人平均 2000 円を消費

$1500 \text{ 人/日} \times 2000 \text{ 円/人} \times 365 \text{ 日} = \text{年商約 10 億円}$  売場面積当 100 万円

・魚市場部門：地魚の市内消費+他地域からの集荷＝年間取扱量 800 t

$\text{年間取扱金額 5 億円}$ （うち活魚 30%）売場面積当 62 万円/m<sup>2</sup>

## IV.2 人の回廊創出（交通計画）の提案

### 1) 人の回廊創出（交通計画）の目標

II.3章において、熱海港湾エリアの賑わいを創出する上での、交通・人の動線に関わる課題として、以下4つを設定した。

- 課題1：観光交通による渋滞と交通事故の削減
- 課題2：少子高齢化に対応した交通環境の整備
- 課題3：クルーズ客の受入れ環境整備
- 課題4：観光地間競争力の向上、富士箱根伊豆交流圏との連携

これらの課題を解決し、熱海港湾エリアの賑わいを創出し、熱海に暮らす人々の生活を支える人の回廊創出（交通計画）の目標として、以下のとおり定める。

陸の玄関口「熱海駅」に加え、機能強化される伊豆半島東海岸の玄関口「熱海港」を活かし、海岸エリアと駅・中心市街地エリアの**居住者および来訪者の回遊と滞留を促進する交通の実現**

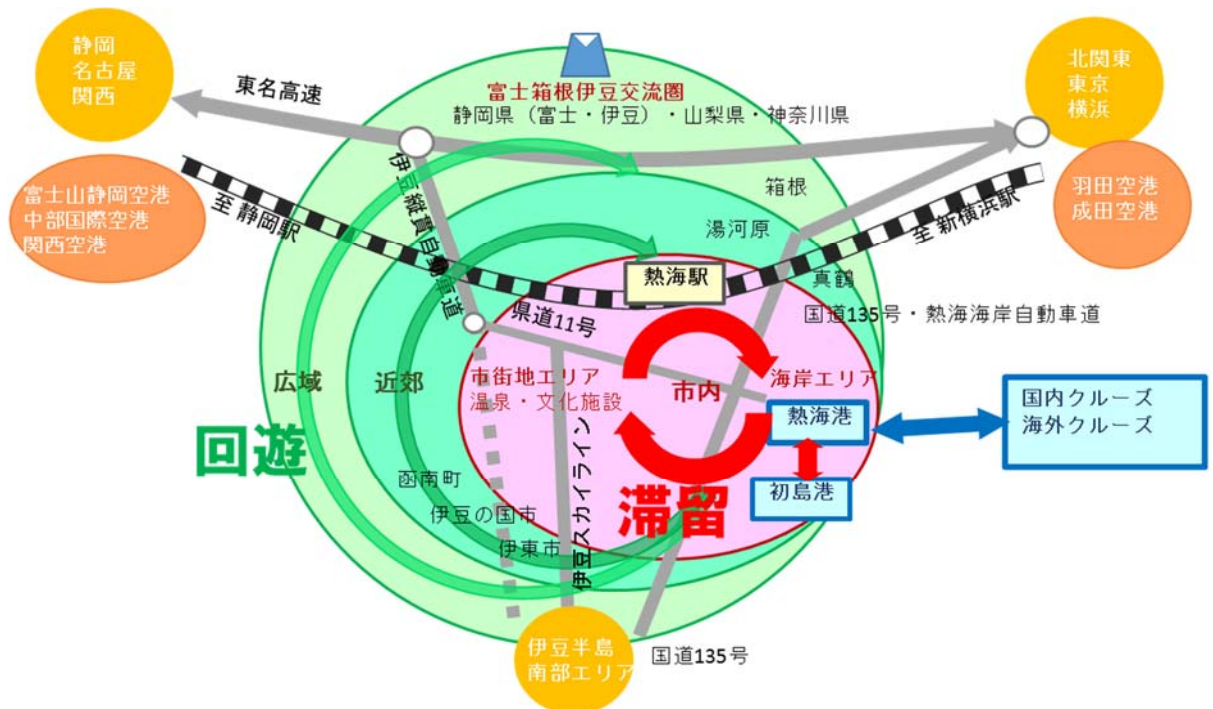


図 IV. 2. 1 人の回廊創出（交通計画）の目標

## 2) 人の回廊創出（交通計画）の取組方針

課題を解決し、人の回廊創出（交通計画）の目標を実現するため、これからの施策展開を図る上での取組方針を以下のとおり定めるものとする。

### **課題1 観光交通による渋滞と交通事故の削減**

渋滞は、地域交通・緊急交通の妨げになるだけでなく、観光地としての魅力低下の一因ともなり、円滑な交通の確保が課題となっている。

### **課題2 少子高齢化への対応した交通環境の整備**

熱海市の高齢化率は45.5%で、静岡県内市の中では最も高齢化率の高い市となっている。交通拠点の熱海駅は、標高70mの高台に位置しており、狭くて急な坂道や階段が多く、歩行者の移動、回遊性を損ねている。

### **課題3 クルーズ客の受入れ環境整備**

クルーズ客を市内観光に誘致する工夫が必要である。

海岸エリアから市街地、駅へのアクセス路について、徒歩や公共交通など、小回りのきく移動を確保する必要がある。

また、増加する大型バス交通を鑑み、大型バスの移動の安全性の確保が必要である。

### **課題4 観光地間競争力の向上、富士箱根伊豆交流圏との連携**

熱海は、位置条件（伊豆半島の付け根）、鉄道アクセス条件（新幹線停車駅）に恵まれるほか、富士箱根伊豆交流圏の新たな海の玄関口（熱海港）への期待から、首都圏および国内外の広域アクセスの強みを有している。今後観光地間競争に勝ち抜くためには、「熱海」の持つ観光ポテンシャルを高めるとともに、広域アクセスの強みを活かし、富士箱根伊豆交流圏と連携し一体となって、その相乗効果で発展していくことが必要である。そのためには、陸路と海路の乗り継ぎのシームレス化を図り、連携を強化することが必要である。

## **人の回廊創出(交通計画)の目標**

**海岸エリアと駅・中心市街地エリアの居住者および  
来訪者の回遊と滞在を促進する交通の実現**



### **取組方針1(観光交通の集中に対して):**

交通拠点 Sea Side Station を中心に、パーク&ライド&ウォークで、観光交通対策(暮らしの安全安心確保)と観光振興の両立

### **取組方針2(高齢化の進展に対して):**

徒歩や公共交通等で、市民・来訪者の誰もが便利に楽しく移動できる交通環境の実現(歩行空間の整備)

### **取組方針3(クルーズ需要の増加に対して):**

クルーズ客の受入環境整備(広域周遊と市内回遊の移動の多様性を確保)

### **取組方針4(観光地間競争の激化、富士箱根伊豆交流圏との連携に対して):**

陸路と海路の連携(広域アクセスの強みを活かす)

### **取組方針5(人口減少・財政制約に対して):**

多様な主体との協働による持続可能な交通政策の推進

### 3) 各取組方針における施策概要

目標および取組方針をふまえ、交通計画において取り組むべき具体的な施策を表 IV. 2. 1 に示すとおり定めるものとする。

また、図 IV. 2. 2に人の回廊創出（交通計画）の施策イメージ（全体図）を示す。

表 IV. 2. 1 各取組方針における施策概要

| 取組方針   | 施策   | 見込まれる効果   |   |       |   |
|--|--|---|---|-------|---|
|  |  | 直接効果  | 波及効果  |       |   |
|  |  |   | 暮らしの安全・安心の向上  | 賑わい創出 |   |
| 取組方針1<br>観光交通対策と観光振興の両立                                  | 観光交通対策   |   |   |       |   |
|  | 施策1  | ■ 海岸部に公共交通導入+パーク&ライド&ウォーク                       | ・渋滞改善、交通事故の削減<br>・歩行空間の安全、安心、快適性の向上<br>・歩行者主要経路の自動車交通量の減少<br>・公共交通の定時性向上  | ◎     | ◎ |
|  |  | ■ 歩行者主要経路のマイカー流入規制（和田浜エリア・中心市街地）、駐車場配置の最適化      |   | ◎     | ◎ |
|  |  | ■ 駐車場の弾力的な運用（空き駐車場への誘導、駐車場料金の調整）                |   | ◎     | ◎ |
|  |  | ■ 交差点改良（マリンスパ熱海入り口交差点、容量拡大：右折車線の追加、ペDESTリアンデッキ） |   | ◎     | ◎ |
|  | 公共交通の利便性向上   |   |   |       |   |
|  | 施策2  | ■ 陸路と海路の交通拠点整備（Sea Side Station）                | ・公共交通の利便性向上<br>・交通拠点+広場（公園）整備により交流の場の創出                                   | ◎     | ◎ |
|  |  | ■ 移動の楽しみの演出（乗り物の魅力・景観）                          |   | ◎     | ◎ |
| ■ 既存バス路線の利便性向上   |  | ◎   |   | ◎     |   |
| ■ 公共Wi-Fiの整備、手ぶら観光の推進                                    |  | ◎   |   | ◎     |   |
| 取組方針2<br>徒歩や公共交通で、居住者・来訪者の誰もが便利に楽しく移動できる交通環境の実現（歩行空間の整備） | 歩行空間整備（熱海駅⇄海岸エリア）  |   |   |       |   |
|  | 施策3  | ■ バリアフリー化（高低差の解消）<br>・エスカレーター、ミニモノレール等          | ・海岸エリアへのアクセス利便性の向上<br>・海岸エリアの回遊の魅力の向上                                     | ○     | ◎ |
|  |  | ■ 海岸沿い遊歩道整備と景観形成                                |   | ○     | ◎ |
|  | 歩行空間整備（熱海銀座商店街）  |   |   |       |   |
|  | 施策4  | ■ 道路空間の再編による歩行空間の創出                             | ・歩行者の快適性の向上   | ◎     | ◎ |
|  |  | ■ そぞろ歩きの回復（商店街のモール化）                            |   | ◎     | ◎ |
|  | 景観・サイン計画   |   |   |       |   |
|  | 施策5  | ■ 眺望、休憩スペースの整備                                  | ・歩行者の快適性、回遊性の向上<br>・来訪者の移動の利便性の向上<br>・良好な景観形成（海と親しむ景観の形成）<br>・災害時の避難経路の確保 | ◎     | ◎ |
|  |  | ■ サイン計画   |   | ○     | ◎ |
|  |  | ■ 無電柱化（無電柱化推進計画の策定）                             |   | ◎     | ◎ |
| 取組方針3<br>クルーズ客の受け入れ環境整備（広域周遊と市内回遊の移動の多様性を確保）             | 大型バスの移動の安全性・快適性の確保   |   |   |       |   |
|  | 施策6  | ■ 屈曲部の線形改良（和田浜）                                 | ・大型バスの移動の安全性、快適性の向上   | ○     | ◎ |
|  |  | ■ 駐車場・乗降場の確保（観光施設周辺）                            |   | ◎     | ◎ |
|  | クルーズ客の市内回遊の移動支援  |   |   |       |   |
| 施策7  | ■ AI運行バスの導入による移動支援   | ・公共交通による市内移動の利便性の向上                             | ◎   | ◎     |   |
| 取組方針4<br>陸路と海路の連携（広域アクセスの強みを活かす）                         | 陸路-海路の交通拠点整備による連携強化  |   |   |       |   |
|  | 施策8  | ■ 陸路と海路を組合せた旅行商品の充実（レール&クルーズ、フライト&クルーズ）         | ・熱海発着クルーズの増加  | -     | ◎ |
| 取組方針5<br>多様な主体との協働による持続可能な交通政策の推進                        | 行政、交通事業者・民間企業、利用者など多様な主体が、交通政策の目標を共有し、それぞれの責任と役割分担のもと効率的に推進する。 |   |   |       |   |

# 人の回廊創出（交通計画）の施策イメージ（全体図）



図 IV. 2. 2 人の回廊創出（交通計画）の施策イメージ（全体図）

#### 4) 取組方針1 観光交通対策と観光振興の両立

##### (1) 施策の方向性

「観光交通対策」と「公共交通の利便性向上」を一体的に推進することにより、観光交通対策による暮らしの安全安心確保と観光振興（賑わい創出）の両立を目指す。

表 IV. 2. 2 に各施策における具体策および見込まれる効果を示す。また次項より、これら施策の方向性を示す。

表 IV. 2. 2 取組方針1の各施策における具体策一覧

| 取組方針                    | 施策     | 見込まれる効果   |   |       |   |
|-------------------------|--------|---|---|-------|---|
|                         |        | 直接効果  | 波及効果  |       |   |
|                         |        |   | 暮らしの安全・安心の向上  | 賑わい創出 |   |
| 取組方針1<br>観光交通対策と観光振興の両立 | 観光交通対策 |   |   |       |   |
|                         | 施策1    | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 海岸部に公共交通軸の強化＋パーク＆ライド＆ウォーク(熱海市東駐車場付近)</li> <li>公共交通:バス、コミュニティサイクル、LRT(低床式路面電車)</li> <li>海上タクシー・海上バス</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・渋滞改善、交通事故の削減</li> <li>・歩行空間の安全、安心、快適性の向上</li> </ul> | ◎     | ◎ |
|                         |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 歩行者主要経路のマイカー流入規制(和田浜エリア・中心市街地)</li> <li>・交通規制、駐車場配置の最適化(フリンジパーキング)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・歩行者主要経路の自動車交通量の減少</li> <li>・公共交通の定時性向上</li> </ul>   | ◎     | ◎ |
|                         |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 駐車場の弾力的な運用</li> <li>空き駐車場への誘導、駐車場料金の調整、マイカーから公共交通への乗り継ぎ利便性の向上(駐車料金、運賃の割引制度、交通ICカードの活用)</li> </ul>                            |   | ◎     | ◎ |
|                         |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 交差点改良(マリンスパ熱海入口交差点)</li> <li>・容量拡大策①:右折車線の追加</li> <li>・容量拡大策②:ペDESTリアンデッキ(歩車分離)</li> </ul>                                   |   | ◎     | ◎ |
|                         | 施策2    | 公共交通の利便性向上  |   |       |   |
|                         |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 陸路と海路の交通拠点整備(Sea Side Station)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・公共交通の利便性向上</li> </ul>                               | ◎     | ◎ |
|                         |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 移動の楽しみの演出(乗り物の魅力・景観)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・交通拠点＋広場(公園)整備により交流の場の創出</li> </ul>                  | ◎     | ◎ |
|                         |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 既存バス路線の利便性向上(路線バス、湯～遊～バス)</li> <li>・定時性向上(バスベイ整備)</li> <li>・バス停機能の充実(上屋・ベンチ、バスロケーションシステム等の情報提供、買い物施設・休憩施設との一体的整備)</li> </ul> |   | ◎     | ◎ |
|                         |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 公共Wi-Fiの整備、手ぶら観光の推進(手荷物宅配サービスの拡大)</li> </ul>   |   | ◎     | ◎ |

## (2) 施策1 観光交通対策

### a. 海岸部の公共交通軸を強化+パーク&ライド&ウォークの普及拡大の推進

和田浜エリアおよび中心市街地部における、観光交通による交通渋滞の緩和、交通事故の削減、歩行者の安全安心、快適性の向上、公共交通の定時性向上を目的として、海岸部の公共交通軸を強化し、パーク&ライド&ウォークの普及拡大を推進する。

海岸部の公共交通軸を強化するにあたり、施策2の交通拠点“Sea Side Station”整備を中心に、既存の公共交通（鉄道、路線バス、循環バス（湯～遊～バス））との連携、利便性向上を図るほか、施策2の移動そのものの楽しみを演出する新たな公共交通（シャトルバス、コミュニティサイクル、LRT（低床式路面電車）、海上タクシー・海上バス等）の導入を検討する。

新たな公共交通の導入にあたっては、事業主体や採算性について交通事業者等の関係者間で調整し、持続的な運営の実現に向け官民連携で検討を進める。



図 IV. 2. 3 交通拠点および公共交通軸配置とパーク＆ライド＆ウォークのイメージ図



LRT (低床式路面電車) (既往事例)  
撮影地：広島市



自動運転バス (将来技術)  
出典：SB ドライブ HP (芝公園試乗会 2017.9)

図 IV. 2. 4 公共交通事例 (既往事例および将来技術)



b. 歩行者主要経路のマイカー流入規制、駐車場の弾力的な運用

パーク&ライド&ウォークによる中心市街地部内や和田浜エリア内の歩行者主要経路のマイカーの流入抑制の実効性を高めるため、施設整備のハード対策と合わせて、歩行者主要経路の交通規制（マイカー流入規制）、駐車場配置の適正化のほか、駐車場の弾力的な運用（空き駐車場への誘導、駐車場料金の調整（駐車場代または運賃の割引制度、交通 IC カードの活用）、公共 Wi-Fi の整備）等のソフト施策の取組みを進めていく。

図 IV. 2. 5 に駐車場配置の適正化に関する国土交通省資料を示す。



出典：国土交通省 HP 駐車場からのまちづくり H28. 2

図 IV. 2. 5 (1) 駐車場配置の適正配置により目指す都市構造と効果

○ 駐車施設の集約化（隔地化）及び路外駐車場の配置適正化の推進にあたっては、以下のような手段が考えられる。

- ① 現行の駐車場法制度の活用  
隔地による附置 等
  - ② 駐車場法以外の法制度の活用  
都市計画法、景観法、道路交通法 等
  - ③ 自主条例の制定  
駐車場配置適正条例 等
  - ④ 都市の低炭素化の促進に関する法律  
駐車場法の特例措置
  - ⑤ 都市再生特別措置法  
駐車場法の特例制度
- 等

出典：国土交通省 HP 駐車場からのまちづくり H28.2

図 IV. 2. 5 (2) 駐車場配置の適正化の手段

### c. 交差点改良（マリンスパ熱海入り口交差点）

「Ⅱ.3 2) 道路の渋滞状況、交通事故の発生状況」、「Ⅱ.3 6) 交通に係るにニーズ等」から、和田浜エリアから国道 135 号への出入口となるマリンスパ熱海入り口交差点は、初島航路着港時等の熱海港利用客の多い時間帯において渋滞の発生が顕著な交差点である。

今後熱海港湾エリアの開発、クルーズ船の寄港頻度の増加に伴い、渋滞の更なる悪化が懸念されている。特に和田浜エリアから国道 135 号北側へ右折する車両の混雑により渋滞が発生しており、右折帯の交通容量不足が渋滞要因と想定される。

そのため交通容量を拡大する対策案として、今後交通量調査による交通実態を把握の上、右折車線の追加（2車線化）やペDESTリアンデッキ（歩車分離）の対策の有効性を検討し、必要な整備を進めていく。

次項に交差点改良イメージ図を示す。



図 IV. 2. 6 (1) 交差点改良の対象箇所

## 現況



写真 JR尼崎駅前のビル群をつなぐデッキ  
出典 尼崎市HP

和田浜側右折車線2車線化  
+  
ペDESTリアンデッキ  
(歩車分離 FWに接続)

## 改良イメージ①

和田浜側右折車線2車線化



## 改良イメージ②



図 IV. 2. 6 (2) 和田浜エリア入口部交差点改良のイメージ図

改良イメージ①：右折車線の追加、改良イメージ②：ペDESTリアンデッキ整備（歩車分離）

### (3) 施策2 公共交通の利便性向上

#### a. 陸路と海路をつなぐ交通拠点“Sea Side Station シーサイドステーション（仮称）”の整備

施策1のパーク&ライド&ウォークの交通拠点として、熱海市営駐車場（熱海市東駐車場）の上部空間を有効活用し、駐車場、バス停、休憩機能を持つ交通拠点“Sea Side Station シーサイドステーション（仮称）（以下、Sea Side Station と記す）”を整備し、マイカー（自動車）から公共交通への乗り継ぎのシームレス化を図る（図 IV. 2. 7 参照）。

また、パーク&ライド&ウォークの普及拡大を図る上で、施設の機能として交通拠点機能のほか、鉄道駅に近い好立地条件、施設2階高さからの海への眺望（図 IV. 2. 8）を活かし、買い物や休憩施設、公園やイベントスペース等の居住者と来訪者相互の交流の場となる公共空間としての機能を兼ね備えることが有効である。

公共交通を担う交通事業者（既存・新規）との調整、1・2階部の店舗スペースの活用を含め、今後の採算性確保に向けた官民連携、段階的な整備に向けた検討を進めていく。

交通拠点+公共空間機能を持つ Sea Side Station の参考案について、2階部に設けた公園規模の異なる2案を次項図 IV. 2. 9 (1) ~ (2) に示す。

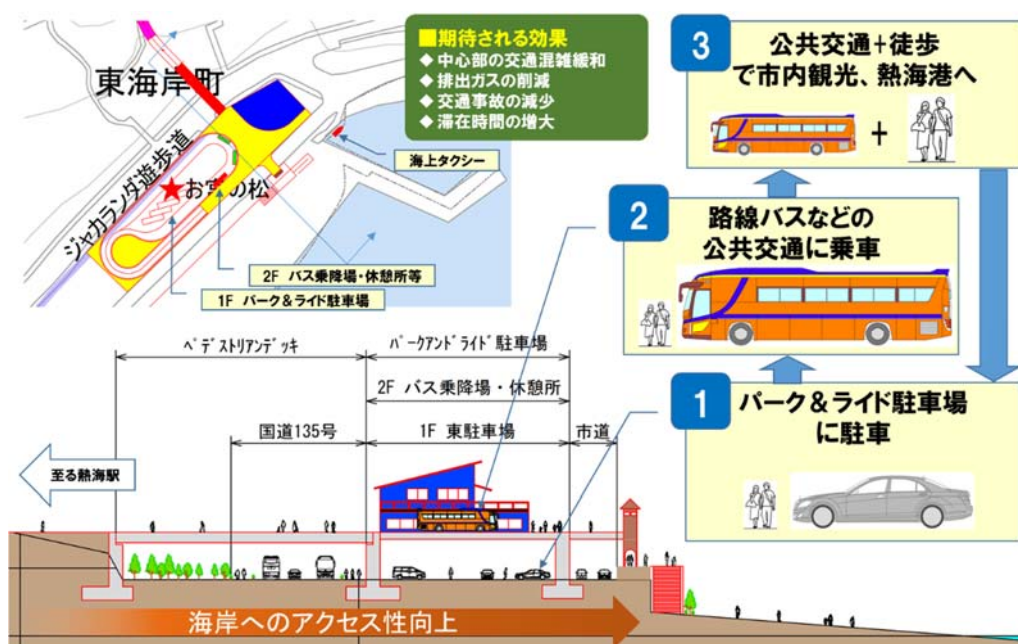


図 IV. 2. 8 交通拠点（仮称：Sea Side Station）予定箇所の2階高さからの眺望

【参考案1 Sea Side Station (交通拠点+公共空間) のイメージ図】

※ 1F 駐車場・コンビニ／2F バス乗降場・休憩所・公園 (駐車場容量確保を重視)

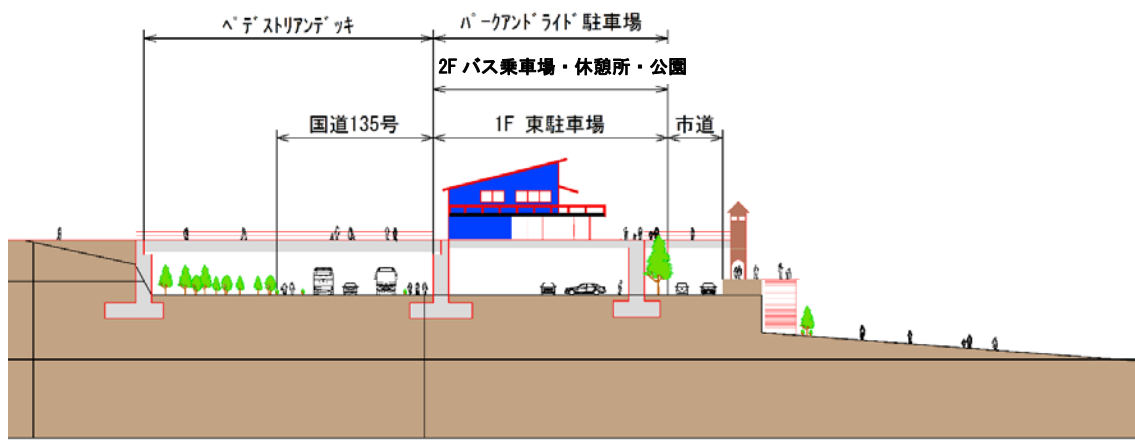


図 IV. 2. 9 (1) 参考案1 Sea Side Station (交通拠点+公共空間) のイメージ図  
(駐車場容量確保を重視する配置案)

【参考案2 Sea Side Station (交通拠点+公共空間) のイメージ図】

※ 1F 駐車場・コンビニ・バス乗降場 / 2F 休憩所・公園 (2階の公園利用を重視)

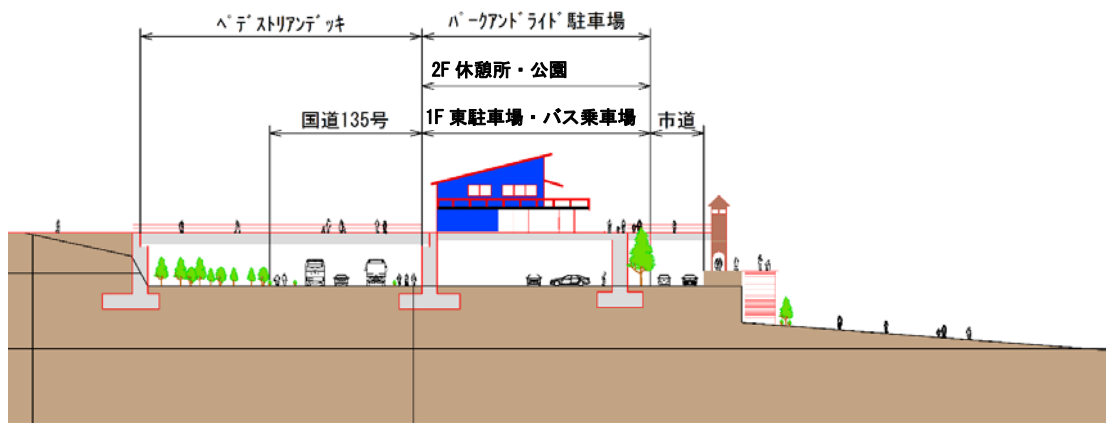
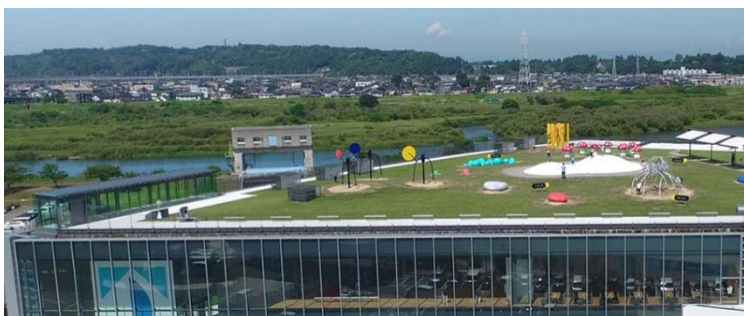


図 IV. 2. 9 (2) 参考案1 Sea Side Station (交通拠点+公共空間) のイメージ図 (2階の公共空間(公園利用)を重視する案)



出典 富山県美術館 HP

図 IV. 2. 9 (3) Sea Side Station 内の公共空間(公園)イメージ (富山県美術館屋上庭園「オノマトペの屋上」)

## 5) 取組方針 2 徒歩や公共交通で、居住者・来訪者の誰もが便利に楽しく移動できる交通環境の実現（歩行空間の整備）

### (1) 施策の方向性

高い高齢化率、高低差のある地形、狭隘な歩行空間等の熱海市の実情をふまえ、地域に住まう居住者、観光に訪れる来訪者の誰もが便利に楽しく移動できる交通環境の実現に向け、必要な施策を進めていく。

市のバリアフリーに関する上位計画（移動円滑化基本構想）や観光交通の現状の調査結果をふまえ、港湾エリアから駅および中心市街地周辺を対象として、今後歩行空間整備が特に必要な歩行者動線を設定した。

設定した歩行者動線のうち、海岸エリアと駅および熱海銀座商店街周辺を結ぶ動線については、港湾エリアの賑わい創出に向け特に有効な路線と捉え、今後必要な対策（バリアフリー化、道路空間の再編による歩行空間の創出等）の実現に向けた協議、調整、検討を優先的に進めていく（施策3・施策4）。

また、歩行空間整備と景観形成・サイン計画（施策5）を一体的に進め、徒歩や公共交通で、居住者・来訪者の誰もが便利に楽しく移動できる交通環境の実現に向けた取組みを効率的に進めていく。

下表に各施策における具体策および見込まれる効果を示す。

また次項より、これら施策の方向性を示す。

表 IV. 2. 3 取組方針 2 の各施策の具体策一覧

| 取組方針   | 施策                       | 見込まれる効果                                |   |       |   |
|--|--------------------------|--|---|-------|---|
|  |                          | 直接効果                                   | 波及効果  |       |   |
|  |                          |  | 暮らしの安全・安心の向上  | 賑わい創出 |   |
| 取組方針2<br>徒歩や公共交通で、居住者・来訪者の誰もが便利に楽しく移動できる交通環境の実現（歩行空間の整備） | 施策3<br>歩行空間整備（熱海駅⇄海岸エリア） | ■ バリアフリー化（高低差の解消）<br>・エスカレーター、ミニモノレール等 | ・海岸エリアへのアクセス<br>利便性の向上  | ○     | ◎ |
|  |                          | ■ 海岸沿い遊歩道整備と景観形成                       | ・海岸エリアの回遊の<br>魅力の向上   | ○     | ◎ |
|  | 施策4<br>歩行空間整備（熱海銀座商店街）   | ■ 道路空間の再編による歩行空間の創出                    | ・歩行者の快適性の向上   | ◎     | ◎ |
|  |                          | ■ そぞろ歩きの回復（商店街のモール化）                   |   | ◎     | ◎ |
|  | 施策5<br>景観・サイン計画          | ■ 眺望、休憩スペースの整備                         | ・歩行者の快適性、回遊性の向上<br>・来訪者の移動の利便性の向上<br>・良好な景観形成<br>（海と親しむ景観の形成）<br>・災害時の避難経路の確保 | ◎     | ◎ |
|  |                          | ■ サイン計画                                |   | ○     | ◎ |
|  |                          | ■ 無電柱化（無電柱化推進計画の策定）                    |   | ◎     | ◎ |

## (2) 施策3 歩行空間整備（熱海駅⇔海岸エリア）

### a. 歩行者動線計画

歩行者動線計画については、歩行者経路の状況（生活関連経路、歩行者主要ルート：Ⅱ.3章の「3)歩行者経路の状況」参照）、現状の歩道整備状況、モバイルビックデータによる観光流動状況より、居住者および来訪者の視点で強化が必要な歩行者動線を設定した（図 IV. 2. 1 0 参照）。

設定した歩行者動線のうち、駅および中心市街地部と海岸エリアを結ぶ動線は、そのアクセスの改善により観光客の海岸エリア滞在の需要創出の可能性が見込まれることから、歩行空間として必要な対策（バリアフリー化、道路空間の再編による歩行空間の創出等）を進めていく（図 IV. 2. 1 1 参照）。



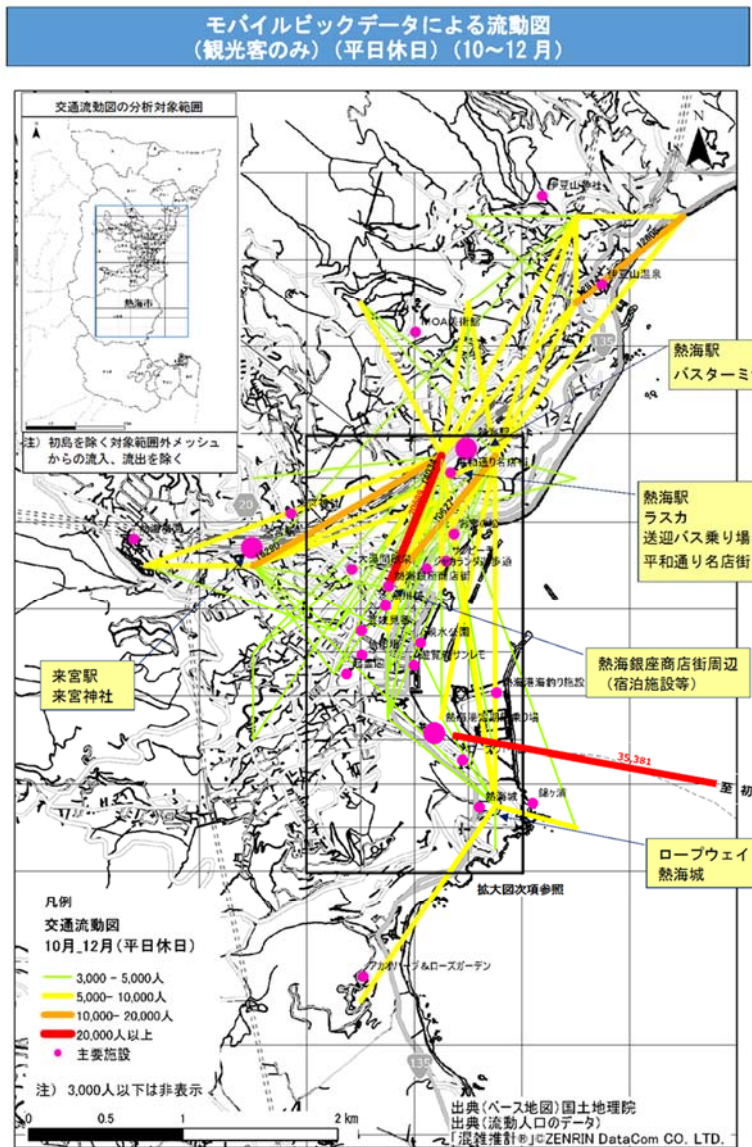


写真① 中心市街地  
⇨ 海岸エリアの狭隘な歩道幅員の状況

※生活関連経路：歩行者の利用頻度が高く、重点的な整備が必要な経路  
 ※歩行者主要ルート（中長期的な展望による補足経路）：観光地として「歩いて楽しいまちづくり」に必要な経路  
 ※バリアフリー重点整備地区、経路の出典：移動円滑化基本構想（熱海市 H19.12）

図 IV. 2. 10 歩行者動線の全体計画図

## 【海岸エリア滞在の需要創出の可能性】



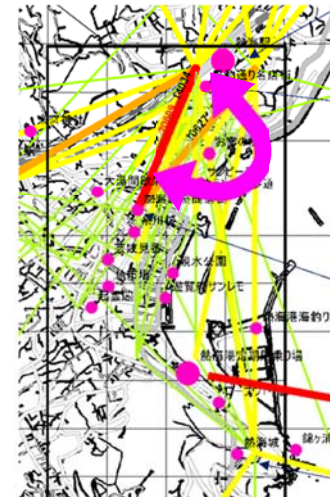
## 【現状】

熱海駅⇔宿泊施設に流動が集中



## 【歩行者動線整備後】

駅⇔海岸エリア⇔宿泊施設の流動が分散  
海岸エリアへの流動増加



- 駅⇔サンビーチ (Sea Side Station) への歩行者動線整備による海岸エリア滞在の需要創出の可能性
    - ・ サンビーチを含むメッシュと、熱海駅を含むメッシュ間の移動が他地区に比べて少なく、市外からの来訪者の交通手段として鉄道利用が比較的少ないことがうかがえる。
    - ・ 熱海駅からサンビーチエリアへの歩行者動線を確保することで、マイカー利用から鉄道利用への転換を進め、夏季や休日の渋滞や駐車場待ちを減らすことで、サンビーチエリアを含む海岸エリアへの来訪者の増加、滞在時間の増加が見込まれる。
  - 熱海銀座商店街周辺⇔サンビーチへの歩行者動線整備による海岸エリア滞在の需要創出の可能性
    - ・ 熱海駅を含むメッシュと宿泊施設が集積する熱海銀座商店街を含むメッシュへの流動が特に多く、宿泊客の熱海銀座商店街と海岸エリアへの周遊が比較的少ないことがうかがえる。
    - ・ 駅からサンビーチへの歩行者動線整備と合わせて、『駅⇔宿泊施設』の移動を『駅⇔サンビーチ⇔宿泊施設』に促す動線が確保され、サンビーチエリアを含む海岸エリアへの来訪者の増加、滞在時間の増加が見込まれる。
- (Ⅱ.3章の「3)歩行者経路の状況」より抜粋)

図 IV. 2. 1 1 海岸エリア滞在の需要創出の可能性

## b. バリアフリー化（高低差の移動の解消）

交通拠点“Sea Side Station”予定箇所周辺の国道135号周辺では、夏季や休日のサンビーチや伊豆半島南部へ向かう観光交通の集中に伴い、渋滞や空き駐車場待ちの車列が発生し、サンビーチ等の海岸エリアへのアクセス性を損ねる要因となっている。

また、熱海駅⇄サンビーチの動線上には、約60mの高低差があり、徒歩による移動負担が大きく、サンビーチへの鉄道アクセスの利便性を損ねる要因となっている。

道路空間や駐車場容量の制約から、今後、海岸エリアへの来訪客数や来訪者の滞在時間を増やす上で、熱海駅から交通拠点“Sea Side Station”やサンビーチへのアクセス性を改善し、鉄道利用客を増やすとともに、マイカー利用から鉄道利用への転換を図ることで、渋滞軽減や空き駐車場待ちを減らすことが有効である。

アクセス性改善の具体的な施策として、熱海駅とサンビーチ間の約60mの高低差の移動負担を軽減する昇降施設等の移動支援方策（エスカレーター・ミニモノレール）等について、今後検討を進めていく（「平和通り名店街」・「仲見世名店街」区間は既存歩行者専用道路を活用）。

移動支援方策として、一般的には、エスカレーター、エレベーター、ミニモノレールによる歩行者空間の整備の他、今後見込まれる将来技術としてAI運行バスや自動運転バスが挙げられる（表IV.2.4の移動支援方策一覧参照）。

整備に必要となる用地の取得は、権利関係が輻輳していることなどから、長期間を要する場合が多い。

実現に向けた方策として、立体的な空間を活用し、歩行者の専用空間を整備する方策がある。上記方策の他、地下空間を活用する案（エレベーター＋地下通路）や民間建築物との一体的整備が挙げられる。民間の開発動向をふまえ、立体道路制度の活用等のソフト施策を含め検討を進めていく。



図 IV. 2. 1 2 (1) 検討対象箇所



出典：広島市 HP

図 IV. 2. 1 2 (2) 事例写真：比治山スカイウォーク（全長 207m、高低差 37.5m）



出典：嘉穂製作所 HP

図 IV. 2. 1 2 (3) 事例写真：東京都北区飛鳥山公園（定員 16 名）

表 IV. 2. 4 高低差解消のための移動支援方策一覧

|      | 実用化済技術・製品  |   | 将来技術(実証実験段階)   |   |
|------|--|---|--|---|
| 名称   | マイクロバス   |   | 自動運転バス   | AI運行バス  |
| 事例   | 熱海市内名所めぐり 湯～遊～バス   |   | 東京丸の内の公道で一般向け試乗会   | 鳥取県境港市で実証実験   |
| 略図   |  <p>カラフルなラッピングのバス</p>   |   |  |  <p>AI運行バスとは</p> <p>バスとドライバーの役割を併用し、ルートも固定せずリアルタイムに応じて人工知能がリアルタイムにルートを変更し、目的地まで運行します。人工知能は、事前に設定されたマップデータに基づいて、道路状況や人混み状態を感知し、リアルタイムにルート変更を行います。</p> <p>1 乗客がバスに乗り込む<br/>2 人工知能がルート検索<br/>3 リアルタイムにルート変更</p> <p>人工知能(AI)によるリアルタイム処理の活用により、需要に応じ、最適な時間に、最適なルートで、最適な運行を行うオンデマンドモビリティサービスのサービス名称です。ドコモと未来シェアは、「AI運行バス」を実現するモビリティサービスプラットフォームを共同開発しています。</p> <p>実証実験：浅草・スカイツリー・銀座エリア 東京臨海副都心エリア 函館エリア 羅訪エリア 鳥取県境港市</p> |
| 規模   | —  |   | 幅4,750×長2,110×高2,650   | —   |
| 定員   | —  |   | 15名(座席数11)   | —   |
| 速度   | 330m/分程度 (20km/h)  |   | 330m/分(20km/h)程度 (45km/h最高速度)  | —   |
| 総合評価 | —  |   | —  | —   |
|      | 実用化済技術・製品  |   |  |   |
| 名称   | エスカレーター  | 斜行エレベーター  |  | 斜行モノレール   |
| 事例   | 神奈川県藤沢市江の島 エスカター   | 山梨県南巨摩郡・身延山 斜行エレベーター  |  | 東京都北区王子飛鳥山公園 斜行モノレール  |
| 略図   |   |   |  |    |
| 規模   | 幅3800mm×全長106メートル  | —   |  | —   |
| 定員   | (150人/分程度 輸送能力)  | —   |  | 16人   |
| 速度   | 30m/分  | —   |  | 30m/分   |
| 総合評価 | —  | —   |  | —   |

### 【地下空間の活用（エレベーター＋地下通路）】

熱海駅から中心市街地および海岸部方面に向かって、「平和通り名店街」・「仲見世名店街」が伸びている。これらの名店街には土産物店・飲食店が集積し、観光客にとって重要な拠点であることから、この区間についてはこれらの既存歩行者専用道路を活用する。

「平和通り名店街」・「仲見世名店街」の端部付近に、立坑を設置し、歩行者専用トンネルと接続させる構造が考えられる。トンネルの平面線形を、ほぼ直線と設定すると、その延長は175m程度となる。歩行者動線の地下空間活用案を図 IV. 2. 1 3 (1) に示す。

トンネル内においては、水平型エスカレーターを往復方向に設置する。トンネル内の移動時間は3分程度と短く、熱海駅～Sea Side Station間の移動時間の短縮に寄与する。

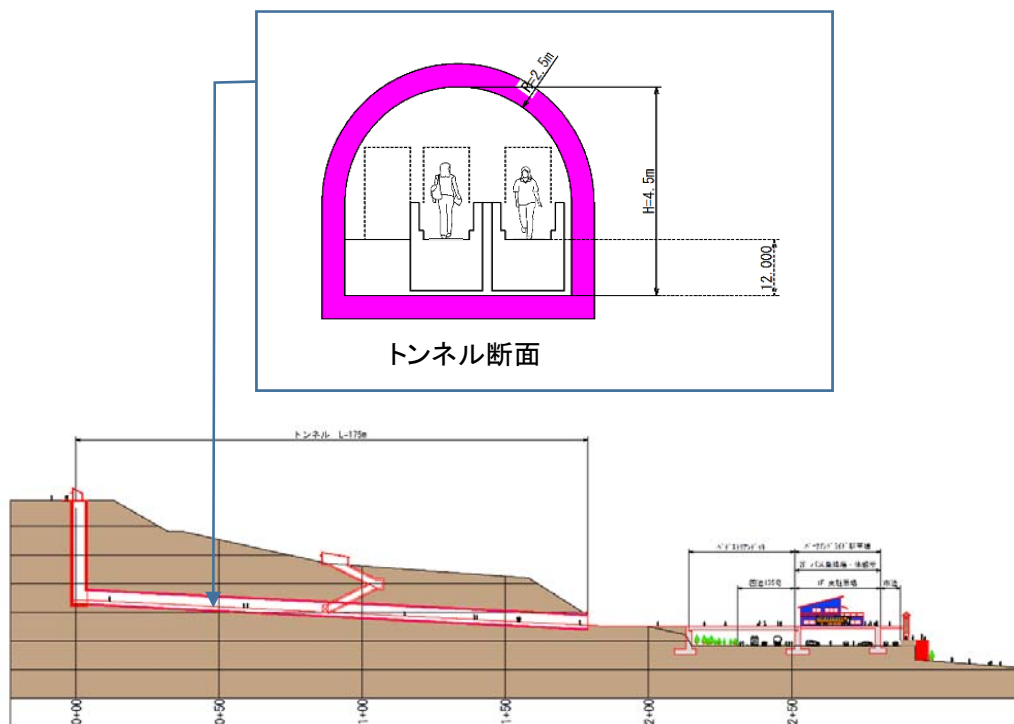


図 IV. 2. 1 3 (1) 歩行者動線の地下空間活用案

## 【建築物との一体的整備】

Sea Side Station の計画地は、熱海市の景観形成を進めていく上で重要な地区である「景観計画重要景観形成地区（東海岸町地区）」に位置している。

本地区における景観形成の目標を以下に示す。

### ■景観形成の目標

## 海との関係を大切にした景観を創出する

- 国道 135 号沿道:「海岸に面する建築物(ホテル街)」の良好な景観形成を推進する。
- 後背地:斜面市街地としての雰囲気を活かした景観創出を行う。
- 平坦地:歩行者・遊泳客に居心地の良い環境となる景観を提供する。
- 熱海サンビーチに隣接する商店街は、にぎわいを感じる商業地景観となるよう、海に面するホテルの低層階部分では、歩行者空間のにぎわいづくりを行い、ビーチと一体となったマリンレジャー景観を創出する。

出典：熱海市景観計画（2007年3月）

しかしながら、計画地には廃業したホテルなどの跡地が放置されて景観の妨げになっている。

これらの課題を解決するとともに、熱海駅と Sea Side Station 間に歩行者動線を確保する方策として、建築物と歩行者空間の一体的整備が考えられる。

歩行者動線の建築物との一体的整備案を図 IV. 2. 1 4 に示す。

これらの整備により、以下に示す効果が期待できる。

- ・道路と建築物が一体となった高密度、複合的な都市空間を形成し、歩行者動線の確保、観光客の回遊性を高めることができる。
- ・東海岸町の道路における海への視点場は数少ないうえに、スポット的な視点場が大半であるが、直接海岸部へ向かう歩行者動線を創出できるため、連続性のある視点場を確保することができる。
- ・ホテル等の建築物内の移動空間としては、スロープ、階段、エスカレーター、エレベーター等の提供が考えられ、歩行者はそれぞれに適した方法を選択できる。
- ・民間活力により建設されるホテル等の建築物所有者側にとっては、観光客の主要な動線を抱き込むことになるので、立地条件のポテンシャルが向上する。
- ・また、海が見える土産物店や飲食店等を併設するなど、ビジネス機会が増大する。
- ・Sea Side Station と連携して、熱海の新名所・新たな賑わい拠点として機能し、誘客効果が期待できる。



視点場から海への眺望を確保

歩行者は移動しながら眺望の変化を楽しむことができる

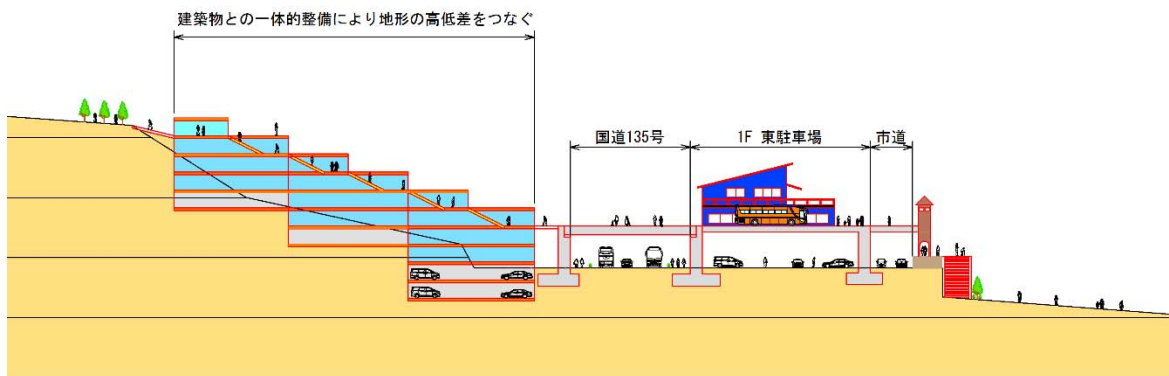
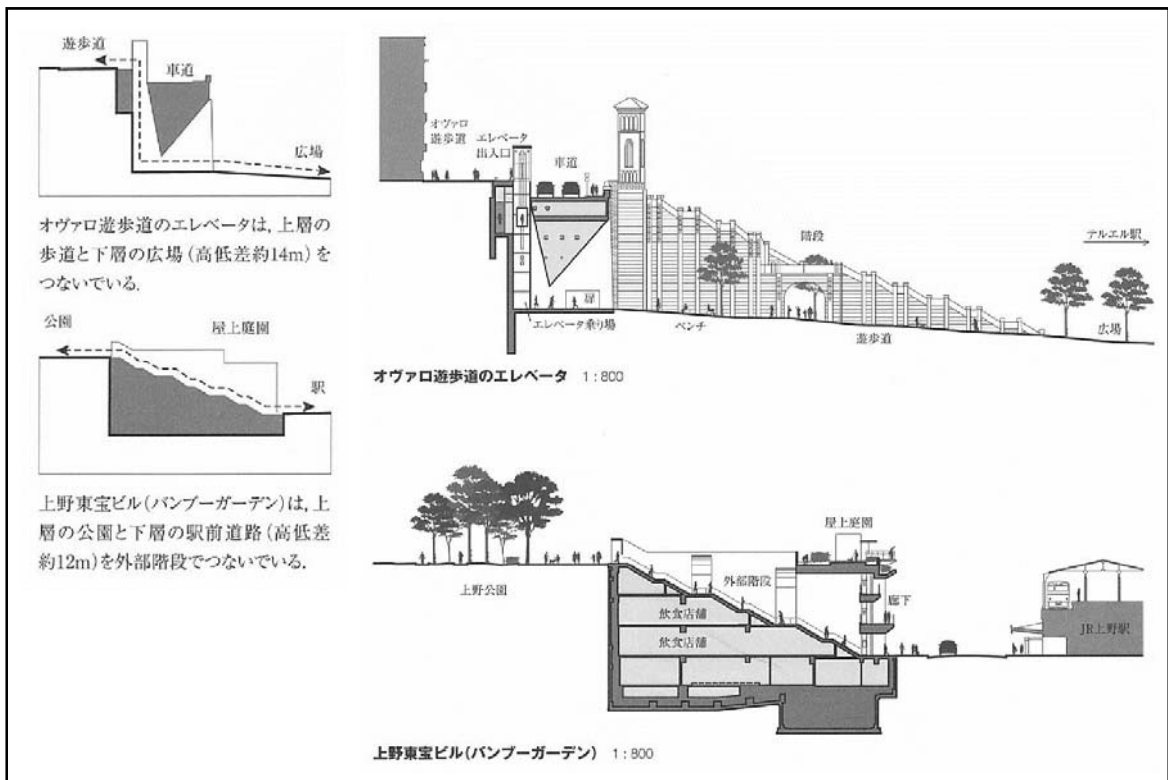


図 IV. 2. 1 4 (1) 歩行者動線の建築物との一体的整備案



出典：コンパクト建築設計資料集 [都市再生] 日本建築学会)

図 IV. 2. 1 4 (2) 建築物の整備により地形の高低差を克服し連続した歩行者動線を確保した事例

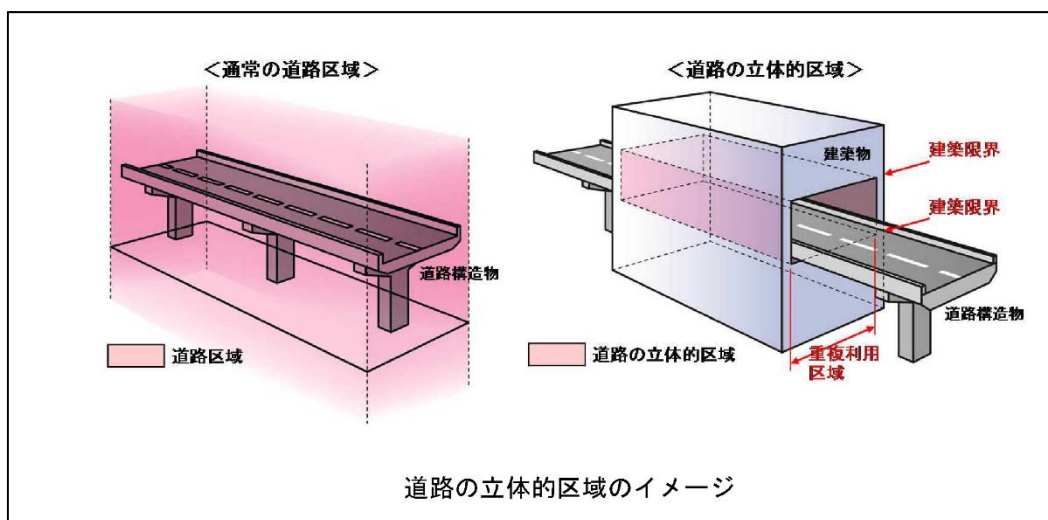


## 参考) 立体道路制度の活用について

### ■ 立体道路制度の概要

道路の空間を立体的に定め、それ以外の空間利用を可能にすることで、道路と建築物等との一体的整備を実現する制度である。

#### 参考資料



出典：国土交通省 HP 立体道路事例集

#### 参考資料

##### 第8 歩行者専用道路、自転車専用道路及び自転車歩行者専用道路

都市における土地の高度利用、街並みの連続性や賑わいを創出する観点から、良好な市街地環境の形成や道路管理上支障が無く、都市計画上の位置付けが明確にされるなど、一定の要件を満たす場合には、道路空間と建築物の立体的利用を図ることは重要である。

特に、例えば、ペDESTリアンデッキ、自由通路やスカイウォークのような高架の歩行者専用道路については、街並みの連続性や賑わいの創出、駅周辺等におけるバリアフリー化といった観点からも、建築物との立体的利用を促進し、その整備を進めていくことが必要である。

このため、歩行者専用道路、自転車専用道路及び自転車歩行者専用道路についても、都市計画法第12条の11に規定する「自動車の沿道への出入りができない高架その他の構造」及び建築基準法第43条第1項第2号に規定する「高架の道路その他の道路であって自動車の沿道への出入りができない構造」のものに該当するものであれば、立体道路制度を適用して差し支えない。

なお、建築基準法施行令第144条の5第2項において準用する同令第144条の4第2項の規定に基づき、土地の状況等により必要な場合には、地方公共団体の条例で特定高架道路等の基準を別に定めることができるとされており、当該規定に基づき国土交通大臣の承認を得て特定高架道路等の基準を緩和することが可能であるので、同項の規定の活用により立体道路制度の適切な運用が図られることが望ましい。

出典：立体道路制度の運用について（都市計画課長、市街地整備課長、路政課長、市街地建築課長通知 H26.6.30）

立体道路制度活用事例（歩行者専用道路・自由通路）

6. 札幌駅前通地下歩行空間（大通交流拠点地区）

|       |   |   |            |
|-------|---|---|------------|
| 所在地   | 札幌市中央区大通西3丁目  |   |            |
| 整備概要  | <ul style="list-style-type: none"> <li>札幌駅周辺地区と大通地区との回遊性の向上や安全で快適に移動できる歩行空間の提供、地上・地下が一体となった空間づくりを目的として、札幌駅前通公共地下歩道を都市計画決定している。</li> <li>通常は歩道部に設置する地上と地下を結ぶ出入口について、道路空間の広がり確保や良好な景観形成などの効果が期待できることから、立体道路制度を活用し、民地内整備を進めている。</li> </ul> |   |            |
| 事業段階  | 供用済み  |   |            |
| 供用年月  | 平成23年3月   |   |            |
| 構造形式  | 歩行者専用道路／一体構造  |   |            |
| 延長／幅員 | 4.47m／24.31m  |   |            |
| 路線名   | 札幌市道西4丁目線   |   |            |
| 道路管理者 | 札幌市   |   |            |
| 関連法   | 道路法   | 立体的区域決定（第47条の7）<br>道路一体建物に関する協定（第47条の7） |            |
|       | 建築基準法   | —                                       |            |
|       | 都市計画法   | 地区計画決定（第12条の11）                         |            |
| 権利関係  | 土地  | 道路事業者：区分地上権                             | ／建物事業者：所有権 |
|       | 建物  | 道路事業者：道路一体建物に関する協定／建物事業者：所有権            |            |

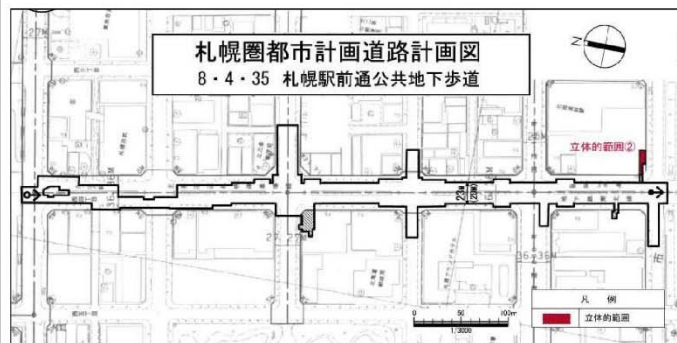


地下歩道地上部と建物

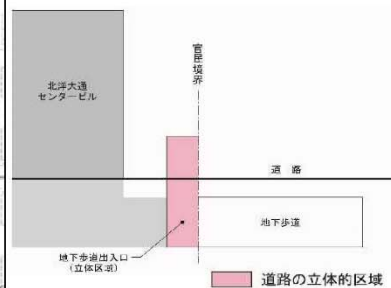


↑ 地下歩道出入口

地下部



位置図



断面イメージ図

出典：改訂立体道路事例集（歩道空間高度化機構）

出典：国土交通省 HP 立体道路事例集

### (3) 施策4 歩行空間整備（熱海銀座商店街）

#### a. 道路空間の再編による歩行空間の創出

熱海銀座商店街周辺は、宿泊施設や飲食店が集積しており、観光客の流動の拠点となっている。湯前神社や大湯間欠泉、来宮神社に通じるなど江戸時代から続く歴史ある通りであるほか、近年はNPOによるまちづくり（マルシェ、リノベーション等）の活動が活発な商店街である。

また、熱海市移動円滑化基本構想（熱海市、H19.2）において、歩行者主要ルートに位置付けられている路線となっている。

施策3の熱海駅から交通拠点“Sea Side Station”およびサンビーチへの歩行者動線整備と合わせて、宿泊施設が集積する熱海銀座商店街から交通拠点“Sea Side Station”およびサンビーチへの歩行者動線整備を進めることで、『駅⇄宿泊施設』の移動を『駅⇄海岸エリア⇄宿泊施設』の観光動線が確保され、海岸エリアへの来訪者の増加、滞在時間の増加が見込まれる。

具体的な施策として、現在の熱海銀座商店街の歩道は幅員1.5mの両側歩道となっており、バリアフリー上の最小幅員の規定値の2.0mを満足できていない。

誰もが楽しく便利に移動できる歩行空間の確保のため、道路空間の再編による歩道2mへの拡幅（車道1車線化（一方通行規制）＋歩道拡幅）に向け、商店街関係者のニーズの反映と合意形成、社会実験による効果の検証等、段階的な取り組みを進めていく。

次項に道路空間の再編のイメージ図、愛媛県松山市での道路空間の再編による整備事例を示す。

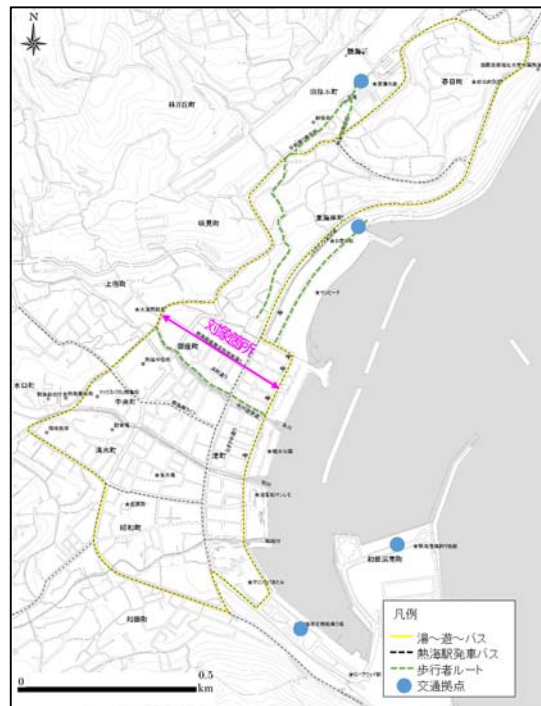


図 IV. 2. 15 (1) 検討対象所

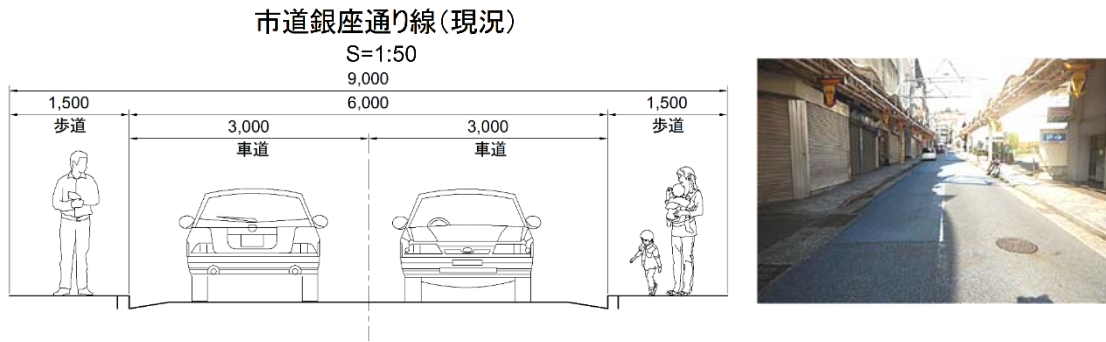
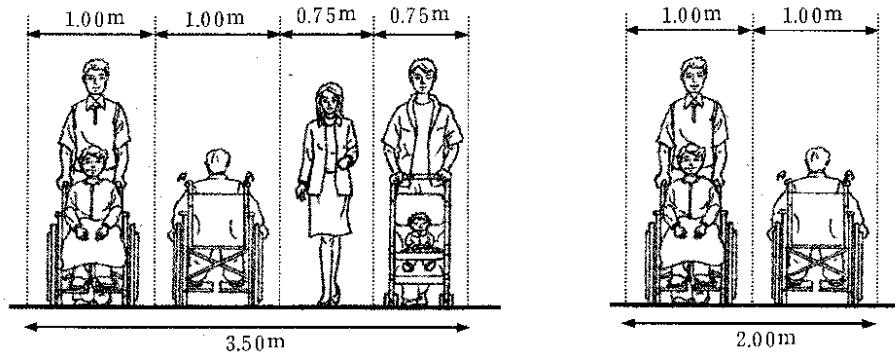


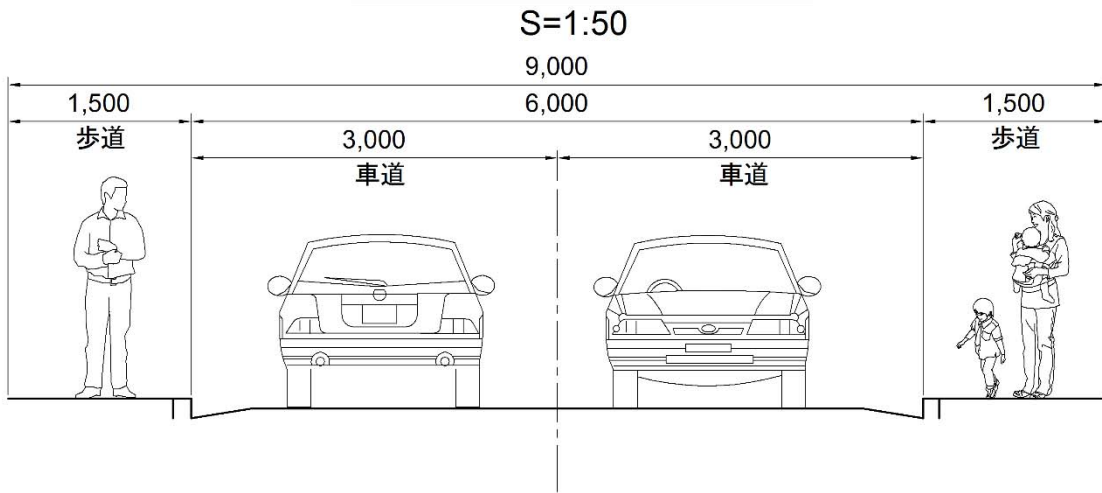
図 IV. 2. 1 5 (2) 熱海銀座商店街 幅員構成 (現況)



出典：道路の移動等円滑化整備ガイドライン (財) 国土技術研究センター

図 IV. 2. 1 5 (3) 歩道幅員規定値の考え方

### 市道銀座通り線(現況)



### 市道銀座通り線(計画)

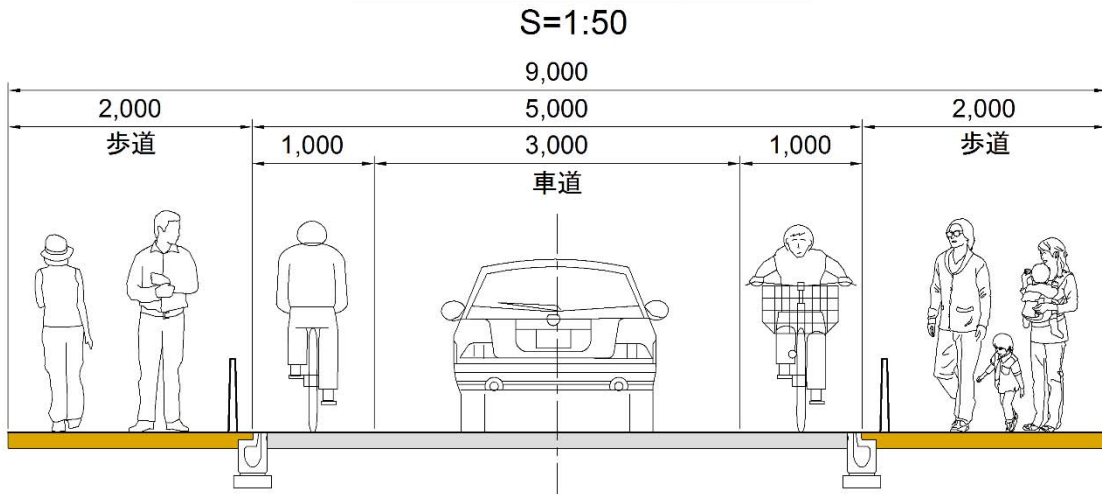


図 IV. 2. 1 5 (4) 道路空間の再編による歩行空間創出のイメージ図 (熱海銀座商店街)

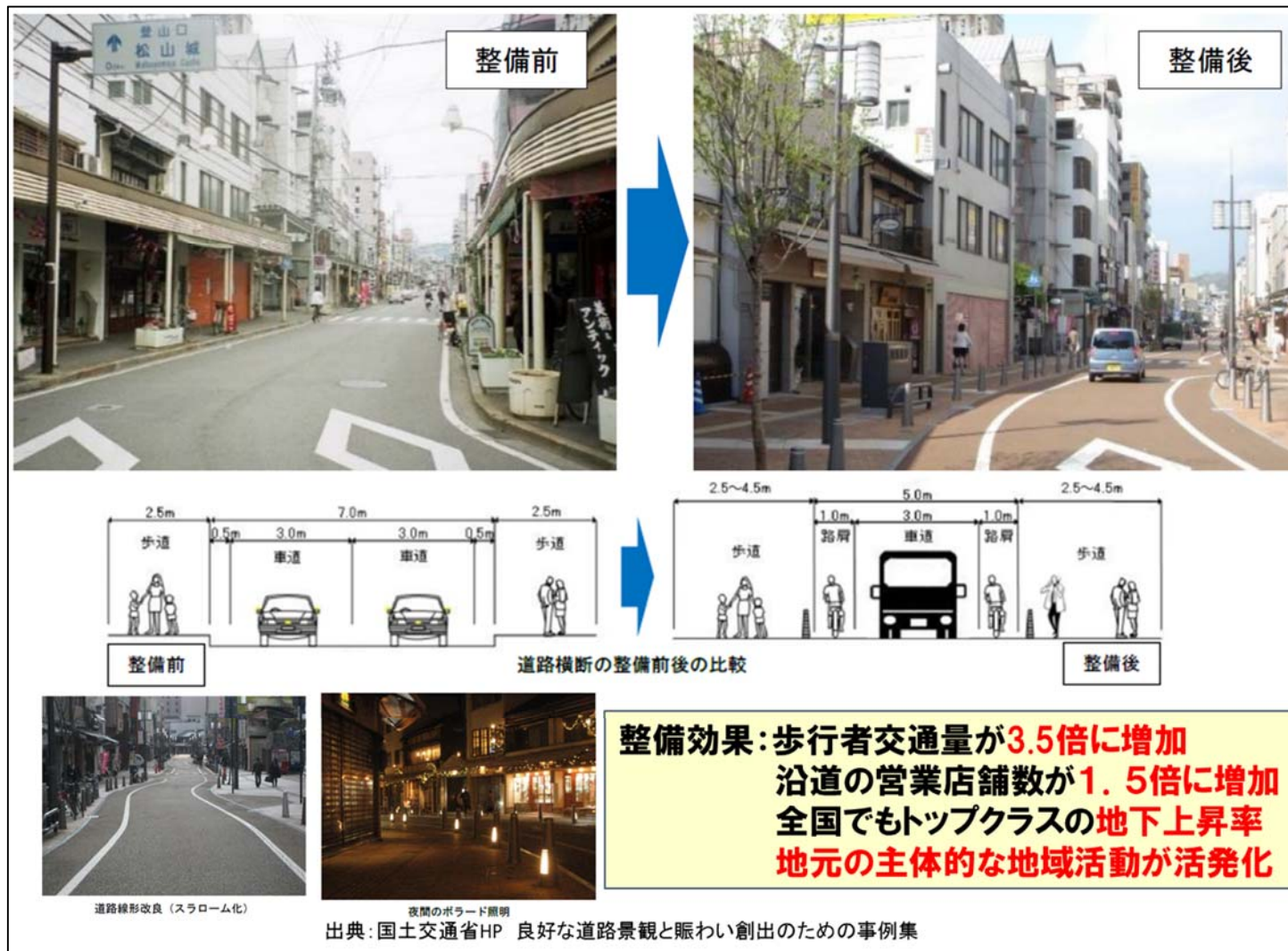


図 IV. 2. 1 5 (5) 道路空間の再編による歩行空間創出の整備事例 (愛媛県松山市 ロープウェイ通り)

松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）

道路空間の再編により、歩行者が約 3.5 倍に増加

道路特性：商業・生活系街路

事業特性：道路線形・構造改良、道路空間再編、歩行空間整備、道路修景、無電柱化、沿道修景



◆事業の内容

- 車道を2車線から1車線化し、歩道幅員を拡大する道路空間の再配分を実施
- 無電柱化と共に、沿道の店舗看板の統一化や道路附属物の修景、舗装の美装化等を実施

◆事業の成功要因（実践のポイント）

- 地元と行政（市）の熱意ある協議
  - ・商店街の沈滞をきっかけとした、地元と行政（市）の長年にわたる協議（約6年間）により、地元関係者の事業に対する責任感が生まれた。
- 専門家に対する信頼感を背景にした道路デザイン
  - ・地元の想いを汲み上げ、形にすることが出来る専門家を活用することで、地元関係者との信頼感の醸成につなげ、地域の特性に応じた個性的なデザインを実現。

◆事業の成果

- 歩行者に配慮した道路の再整備の結果、整備前に比べ歩行者交通量が約 3.5 倍に増加
- 事業供用後、全国でもトップクラスの地価上昇率（12.6%）を示した（全国平均 2.3%、地方都市平均-2.8%）

◆事業箇所



◆事業データ

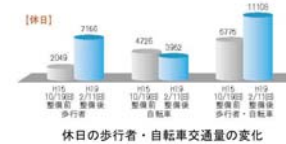
- ・事業主体：松山市
- ・路線名称：市道一番町東雲線
- ・道路延長：約 500m
- ・道路幅員：車道 5.0m（1車線）  
歩道 2.5~4.5m
- ・事業期間：平成 14 年～平成 18 年

松山市ロープウェイ通り（愛媛県松山市）

整備効果

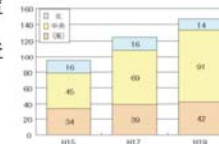
～歩行者交通量が 3.5 倍に増加～

- ・事業供用後の歩行者交通量（休日）が、整備前に比べ凡そ 3.5 倍（約 2,000 人から約 7,100 人）に増加。
- ・他方、自転車交通量（休日）は約 4,700 台から約 3,900 台に減少し、歩行者による道路利用の増加が明らかであり、歩行者優先とした整備目的の達成が伺える。



～沿道の営業店舗数が 1.5 倍に増加～

- ・事業供用後の営業店舗数が、整備前に比べ凡そ 1.5 倍（97 店舗から 147 店舗）に増加。
- ・特に、事業区間の中央に位置する商店街では、店舗数が倍増（45 店舗から 91 店舗）。



～全国でもトップクラスの地価上昇率～

- ・事業供用後、地方都市の地価が下降する中、ロープウェイ通りの路線価は、整備前に比べ 12.6% 上昇し、全国でもトップクラスの地価上昇率を示す（全国平均 2.3%、地方都市平均-2.8%）。



路線価の変動

～地元の主体的な地域活動～

- ・事業供用後、年に一回、地元主導の「門前まつり」を開催。
- ・期間中の通行止めの協議は、地元が主体的に警察と協議。
- ・その他、夜間イルミネーションや店先での風鈴飾り等のイベントを実施。



イベント（門前まつり）



夜間イルミネーション

#### (4) 施策5 景観・サイン計画

賑わいあるまちを創るためには、誰もが歩いてみたくなる魅力ある道路空間の整備と街並みの連続性を確保することが重要である。

施策3、4の歩行空間整備と合わせて、歩行者の快適性、回遊性の向上、来訪者の移動の利便性の向上、良好な景観形成、災害時の避難経路の確保などを目的とする、景観計画（眺望・休憩スペースの整備）、サイン計画、無電柱（無電柱化推進計画の策定）を一体的に進めていく必要がある。

熱海駅～中心市街地間は、現在でも主要な歩行者動線の一つとなっている。

海岸エリアの洋風のイメージに対して、温泉・坂の街はその歴史的経緯から和風のイメージが基調となっている。

既存の歩行者動線の魅力向上と合わせ、市全体の統一したコンセプトのもと、中心市街地部を含め、まちづくりの基本方針および取組みの方向性について検討するとともに、建築物の配置や外観等の具体的な基準について定めたガイドライン等の策定に向け検討を進めていく。



送迎バスの乗降客で混雑する熱海駅



懐かしさを感じる仲見世通り商店街



木材の温かみを感じられるファサード



湯の町情緒を今に伝える熱海七湯めぐり



点在する歴史的建造物



## 6) 取組方針3 クルーズ客の受入環境整備（広域周遊と市内回遊の移動の多様性を確保）

### (1) 施策の方向性

クルーズ船の誘致を市内の地域経済の活性化に資するものとするため、以下を目的とし、広域周遊と市内回遊の移動の多様性を確保する取組みとして、表 IV. 2. 5 に示す施策6、施策7の取組みを進めていく。

- ・熱海港の富士箱根伊豆交流圏の海の玄関口機能の確保
- ・クルーズ客を市内観光に誘致するための小回りのきく移動手段の確保

表 IV. 2. 5 取組方針3の各施策の具体策一覧

| 取組方針  | 施策                 | 見込まれる効果              |                     |       |   |
|---|--------------------|----------------------|---------------------|-------|---|
|   |                    | 直接効果                 | 波及効果                |       |   |
|   |                    |                      | 暮らしの安全・安心の向上        | 賑わい創出 |   |
| 取組方針3<br>クルーズの受け入れ環境整備<br>(広域周遊と市内回遊の移動の多様性を確保) | 大型バスの移動の安全性・快適性の確保 |                      |                     |       |   |
|   | 施策6                | ■ 屈曲部の線形改良(和田浜)      | ・大型バスの移動の安全性、快適性の向上 | ○     | ◎ |
|   |                    | ■ 駐車場・乗降場の確保(観光施設周辺) |                     | ◎     | ◎ |
|   | クルーズ客の市内回遊の移動支援    |                      |                     |       |   |
| 施策7   | ■ AI運行バスの導入による移動支援 | ・公共交通による市内移動の利便性の向上  | ◎                   | ◎     |   |



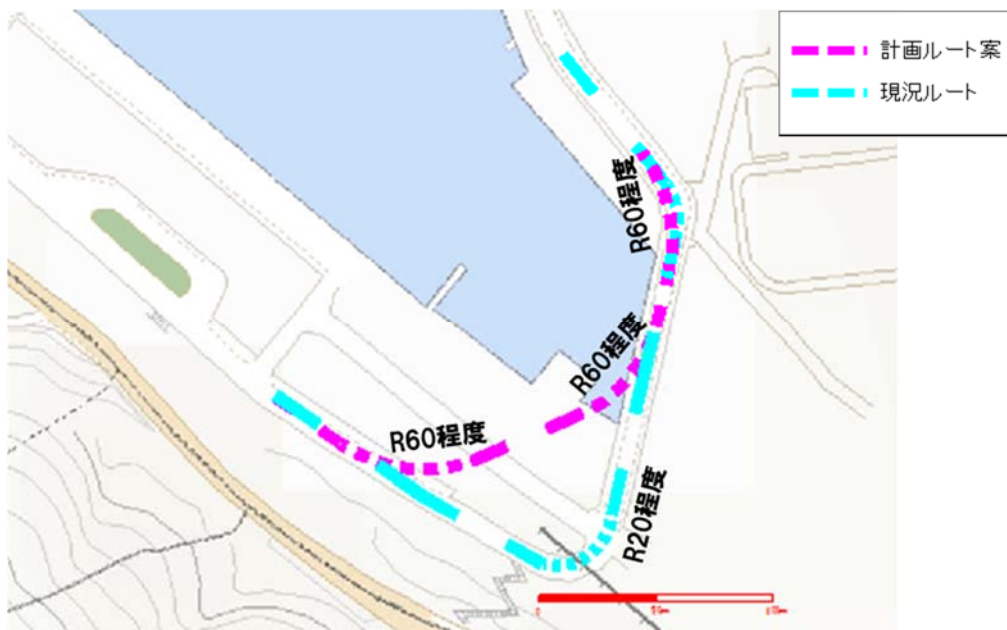
図 IV. 2. 16 施策 6・施策 7 のイメージ図

## (2) 施策6 大型バスの移動の安全性・快適性の確保

クルーズ客の多くは、着港後大型バスでの移動が主となる。海の玄関口機能を確保するため、熱海港着港後の大型バスの移動の安全性・快適性確保のため、屈曲部の線形改良や、観光施設周辺の大型バスに対応した駐車場・乗降場の確保を進めていく。



図 IV. 2. 17 (1) 屈曲部改良の対象箇所



※R60: 設計速度 40km/h の場合の最小曲線半径

図 IV. 2. 17 (2) 屈曲部改良のイメージ図

### (3) 施策7 クルーズ客の市内回遊の移動支援

クルーズ客を市内観光に誘致するため、観光客の移動ニーズに柔軟かつ効率的に対応できる移動手段の確保が重要となる。

昨年9月に、山陰インバウンド機構において、境港に着港するクルーズ船フリー客を対象として、AIを活用したオンデマンド型相乗り移動サービスの調査が行われ、市内の観光地、温泉などの訪問地を相乗りタクシーで自由に訪問できる仕組みの実証、クルーズ船寄港の際の時間内消費拡大の可能性について調査が行われている。

山陰インバウンド機構による調査結果および今後の動向を踏まえ、AIを活用した相乗り移動サービスの適用性について検討を進めていく。

#### 参考資料

### (2) クルーズ船フリー客を対象とした相乗りタクシーによる調査

クルーズ船フリー客の細かな移動ニーズに効率的に対応するため、オンデマンド型相乗り移動サービスを提供し、利用者の移動状況と満足度、滞在時間内消費拡大の可能性、ドライバーの負担度を把握する。

#### ①オンデマンド型相乗り移動サービス：SAV (Smart Access Vehicle) システム

1. 乗車要求に即してSAVが乗車地点へ走行
2. SAV走行中に別の乗車要求が発生
3. 走行距離や乗客の予想待ち時間を考慮し、最適な乗合い配車をリアルタイムで自動計算



1. 乗車要求に対しSAVが走行



2. 異なる乗車要求が発生



3. リアルタイムにルート再計算

好きな時(時刻表管理ではない)に好きな場所(目的施設前まで)に移動できる柔軟な交通システム  
 →より便利な移動環境の提供により、利用者の食事・土産購入など消費拡大を目指す

### (2) クルーズ船フリー客を対象とした相乗りタクシーによる調査

#### ②調査概要

対象者 境港に着港するクルーズ船の外国人乗組員50名程度(英語にてサービス提供)

実施回数 【テスト】9月14日(木) 【実証】9月26日(火)、10月6日(金)の2回実施(運賃無料で実験)

対象範囲 境港市内(右図参照:境港管理組合HPより)  
 ・主要観光施設間の移動を想定

車両台数 通常タクシー:2台程度  
 ジャンボタクシー:5台程度  
 ・事前評価システムで台数決定

調査項目 ・事前実態・希望調査(自治体、旅行企画者、バス・タクシー会社、他)  
 ・相乗り移動サービスレベルの事前評価システムの構築  
 ※シミュレーションによる利用者数と移動パターンから、必要な乗車人員別車両数の試算



事後調査:利用者:サービス満足度、利用金額、制約時間、等のアンケート調査  
 交通事業者:システム導入に関するヒアリング(負担度、改善要望)  
 データ解析:GPS車両・利用者移動履歴分析から利用圏域拡大の把握

出典:山陰インバウンド機構提供資料 「クルーズFITの滞在時間内消費拡大のための周遊促進実証」

## 7) 取組方針 4 陸路と海路の連携（広域アクセスの強みを活かす）

「熱海」の持つ観光ポテンシャルを高めるとともに、広域アクセスの強みを活かし、富士箱根伊豆交流圏と連携し一体となって、その相乗効果で発展していくことが必要である。

特にクルーズ需要を市内消費拡大につなげるためには、陸路（新幹線）と海路（クルーズ船）を組み合わせ市内宿泊が見込める旅行商品の充実化が有効であり、交通拠点“Sea Side Station”の整備により、乗り継ぎのシームレス化を図る等、陸路と海路の連携を強化することが必要である。以下に石川県での整備効果事例を示す。

表 IV. 2. 6 取組方針 4 の施策の具体策

| 取組方針                                 | 施策   | 見込まれる効果      |              |       |
|--------------------------------------|--|--------------|--------------|-------|
|                                      |  | 直接効果         | 波及効果         |       |
|                                      |  |              | 暮らしの安全・安心の向上 | 賑わい創出 |
| 取組方針4<br>陸路と海路の連携<br>（広域アクセスの強みを活かす） | 陸路-海路の交通拠点整備による連携強化<br>施策 8<br>■ 陸路と海路を組合せた旅行商品の充実（レール&クルーズ、フライト&クルーズ） | ・熱海発着クルーズの増加 | -            | ◎     |

### 参考資料

**移動をクルーズ船と新幹線を組み合わせた観光商品イメージ**

他港出港 ⇒ クルーズ【船中泊】 ⇒ 熱海港入港 ⇒ 市内観光周遊【温泉宿泊】 ⇒ 富士箱根伊豆交流圏 ⇒ 熱海駅出発（JR特急＋新幹線） ⇒ 駅

**金沢港クルーズ船 寄港数の推移**

| 年   | 寄港数 |
|-----|-----|
| H23 | 5   |
| H24 | 6   |
| H25 | 18  |
| H26 | 16  |
| H27 | 19  |
| H28 | 30  |

H28年度本州日本海側クルーズクルーズ寄港数 第2位  
うち発着クルーズ 第1位

出典：石川県HP 記者発表の要旨 2. 北陸新幹線開業効果の持続・発展 平成28年2月19日

- ・ 新幹線開業の平成27年19本（本州日本海側でトップクラス）
- ・ 平成28年30本の寄港が確実。そのうち、前後泊を伴うなど高い経済効果が期待できる発着型のクルーズが大幅に増加し22本が予定。
- ・ 金沢港発着を実施するコスタ・ビクトリア号による日本海定期周遊クルーズについては、現在順調に推移。

## 8) 取組方針 5 多様な主体との協働による持続可能な交通政策の推進

取組方針 1 から 4 に示す施策は、道路および港の交通基盤の整備、インフラ整備のほか、既存および新規の公共交通の持続的な運営、民間開発計画との連携、利用者（居住者・観光客）の利用により、持続可能な交通の実現を目指していく必要がある。

そのためには、行政、交通事業者・民間企業、利用者など多様な主体が、交通政策の目標を共有し、それぞれの責任と役割分担のもと効率的に推進する。

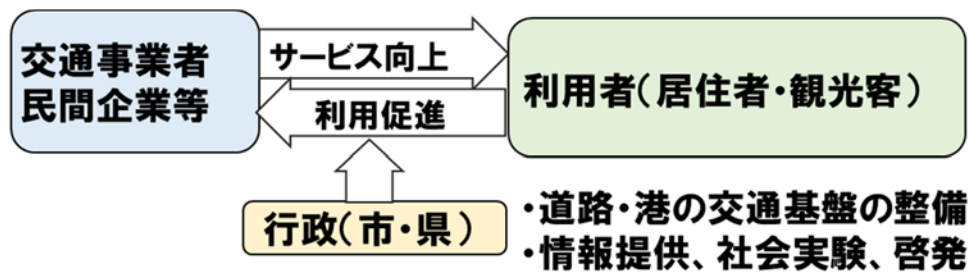


図 IV. 2. 1 8 多様な主体の協働による推進体制

## IV.3 海辺の賑わい創出に向けた提案

### 1) 海辺の賑わい創出の目的

海辺の賑わいの創出に向けては、現状や課題をふまえ、地域の魅力を高め、それらを有機的に結び合わせる仕組みを構築することで、賑わいを創出し、地域に誇りと愛着が持てる港まちづくりを進めていくことが必要である。

近年、新幹線 熱海駅の利用や、同駅から観光バスに乗り継ぐ利用とともに、駅周辺の宿泊施設や商店街の利用が増えている。さらに、熱海市による観光プロモーションの推進により広域からの新たな来訪者が増加しており、これら来訪者の熱海港湾エリアへの回遊を促す取組みが必要である。

このため、地域の持つ強みを最大限に生かし、さらに地域の魅力を高める取組みを進めるとともに、駅から港までの地域資源を繋ぐことにより、熱海港が「回遊促進のシンボル」「海の玄関口」となる港湾整備を目指す。

## 2) 海辺の賑わい創出の取組方針

海辺の賑わい創出の実現に向け、地域資源や既存ストックを有効活用した取組みを進めるため、次の方針を定める。

### 取組方針1 和田浜エリアの高度利用

和田浜エリアは、熱海港の南端に位置し、アクセスも限られていることから、立ち寄り客数は多くない。しかし、バリアフリーの海釣り施設は唯一、海から熱海の街並みを眺望できるポイントでもあり、賑わい創出のポテンシャルは高い。クルーズ船の受け入れのための旅客ターミナルの整備や、民間資本によるホテルの建設計画、ヘリポートの設置、市内各所からのアクセスなど、交通面、防災面、観光面での拡充を図る。

### 取組方針2 水産施設の再編

熱海周辺での水産業は、四季折々の多種多様な天然魚を水揚げする少量多品種型産地であることから、賑わいの創出に向けて、地魚を市内に供給する仕組みを整備し、こうした地域産業に触れる機会の充実を図る。

熱海港湾エリアの活性化を図るため、魚市場の移転や港食堂の整備などを見据え、水産総合施設の整備等を推進する。

### 取組方針3 渚町の活性化

海辺に隣接する渚町では、水産施設の再編に伴う動線や客数の変化に備え、渚地区の景観向上や、安全にまち歩きを楽しめる空間整備、賑わい施設整備等を推進する。

さらに、駅までの街中にある観光客のニーズに合致する歴史・文化資源等既存ストックを活かした回遊ルートの開発など、鉄道事業者や旅行代理店等の関係機関と連携しながら観光客等の回遊を促す取組みを推進する。

### 取組方針4 海辺（親水公園・サンビーチ）の通年利用

海辺には、親水公園やサンビーチ、ジャカラランダ遊歩道、ムーンテラスなど、散策のために美しく整備された環境があり、これら既存ストックを活かすとともに、年間を通じたイベントの企画など、通年利用を促進する方策の充実を図る。

また、クルーズ船の受け入れ環境整備や水産施設の再編を見据え、サンビーチ～親水公園～新たな水産施設～海釣り施設と、和田浜方面への海辺のシームレスな賑わい動線を創出し、四季折々の楽しみ方のできる取組みを推進する。

### 取組方針5 国際的な認知度の向上（認定・認証制度の導入）

国際的には、観光地や観光産業に対して、持続可能性を評価する認定・認証の制度化が進んでいる。観光都市として国際競争力を付けるために、特に来訪地の選定にステイタスとしてのこだわりを持つ客層に向けて、これらの認定・認証の将来的な取得を視野に取り組む。



### 3) 取組方針 1 和田浜エリアの高度利用

#### (1) 備えるべき機能

和田浜エリアは、まさに海の玄関口として、クルーズ船等海上交通による旅客の受入地であり、観光・レジャー、食等の熱海の文化の発信、宿泊の提供等の役割が期待されている地域である。

しかしながら、現状は、定期船・遊覧船およびダイビングや釣り船等の船舶の発着所としての集客施設があるのみで、その集客に伴う一部の飲食施設が点在している状況である。和田浜エリアが JR 熱海駅から遠く、徒歩で 30 分以上、車で 10 分程度を要することも賑わい創出における問題点と考えられる。

また、この地域は津波等からの防護対象範囲となっておらず、市街地からのアクセス性もスムーズとは言い難い状況である。新たな利用者として、クルーズ船客や釣り客、ホテル宿泊客としてファミリー層、高齢者、身障者、外国人を想定し、それぞれのニーズをふまえ、下記の機能の整備・拡充を図る。

##### a. 交通結節点

- ・ 旅客ターミナルやヨットクラブハウス等の海の玄関口関連施設
- ・ ヘリポート

##### b. 防災・減災

- ・ 津波避難施設
- ・ 防災活動拠点

##### c. 観光・レジャー関連

- ・ 海釣り施設（防波堤）等観光・レジャー施設
- ・ 宿泊施設
- ・ 緑地

## (2) 整備計画案

### ①既存の取組みとの連携・拡充

官民によらず進められている下記等の既存の取組みとの連携の可能性について整理した。

#### a. 熱海港海釣り施設

時期：通年

場所：和田浜防波堤

長さ260m×幅14mの堤防で、熱海市内を眺望しながら釣りができる。春はウミタナゴ、メバル、シロギス、メジナ、アオリイカ、アカイカ、ウルメイワシなど、冬はメジナ、カサゴ、トウゴロウイワシ、カワハギ、メバルなどが釣れる。バリアフリー設計となっていることから、車椅子やベビーカー等の利用も可能である。

現在、夜間立ち入りは禁止されているが、夜景スポットとして整備することにより、サンビーチや街のライトアップもさらに活かされるようになる。



出典：熱海港海釣り施設ホームページ

#### b. 熱海海上花火大会

時期：年間 15 回前後

場所：熱海湾

昭和 27 年（1952 年）に始まった歴史ある花火大会で、夏だけではなく年間を通して開催されている。



出典：熱海温泉ホテル旅館協同組合ホームページ

花火開催時には周辺に交通規制が敷かれるため、公共交通機関を利用する来訪客を海辺への回遊を誘う交通計画や花火用の観覧席等の設置等と連携する取組みを実施すると効果的である。

#### c. 熱海梅園 梅まつり

時期：1 月～3 月

場所：熱海梅園

明治 19 年（1886 年）に開園した熱海梅園は、日本で最も早咲きの梅として有名である。



出典：熱海温泉ホテル旅館協同組合ホームページ

樹齢 100 年を越える梅の古木を含め、59 品種・472 本の梅が咲き誇り、早咲きから遅咲きへと、集客期間が長期にわたる。期間中、園内には足湯や土産店もオープンし、熱海芸妓連演芸会や落語会、甘酒無料サービスなどのイベントも実施されている。

冬季の観光客の訪問先として上位にあがっており、梅園から港までのアクセスルートを改善することで、港の賑わい拠点への誘導が可能となる。

## ②新たな取組み

### a. 交通結節点

#### ● 旅客ターミナル

海の玄関口関連施設として、クルーズ船着岸時の旅客ターミナル施設が必要となる。なお、常時利用施設ではないことから、一時的に待機できる仮設施設の利用も含め、最適規模の検討を行うとともに、津波避難施設の機能を持たせることなどにより効率的に進める必要がある。なお、平成 28 年度に民間事業者による旅客施設などの建設または改良に対して、資金の無利子貸付による支援を行う制度が創設されたことから、これらの資金を活用して民間誘致も促進する。

#### ● ヨットクラブハウス

海の玄関口関連施設として、スーパーヨット利用客の滞在施設が必要となる。利用客は国内外のラグジュアリー層と想定されることから、十分にニーズを把握したうえで施設設計を行う必要がある。

#### ● ヘリポート

熱海港近隣のヘリポートとしては、SBS 沼津ヘリポートがある。地域住民や観光利用には適していないことから、熱海港へのヘリポート設置により、災害時の復旧支援ルートの確保や、防災拠点へのアクセス向上が期待できる。また、スーパーヨットオーナーやラグジュアリー層がヘリポートを利用することも想定し、下水処理場施設上部に設置するなど、和田浜エリアの有効活用を促進する。

● 市内各所からのアクセス性の向上

徒歩の課題は、高低差に対するアクセス性の改善、安全性の確保として歩車分離あるいは歩きやすい環境の整備、距離的な問題に対する利便性の高い交通手段の確保である。また、車に係る課題としては、時間的な問題に対する渋滞の解消であり、特に「マリンスパ熱海入口」交差点が問題となっている。

| 課題              | 動線計画（案）          |
|-----------------|------------------|
| 高低差に対するアクセス性の改善 | エスカレーター、バス等      |
| 距離的なアクセス性の改善    | 海上タクシー、LRT等      |
| 時間的なアクセス性の改善    | 渋滞する交差点の改良       |
| 安全性確保           | 歩車分離、ペデストリアンデッキ等 |

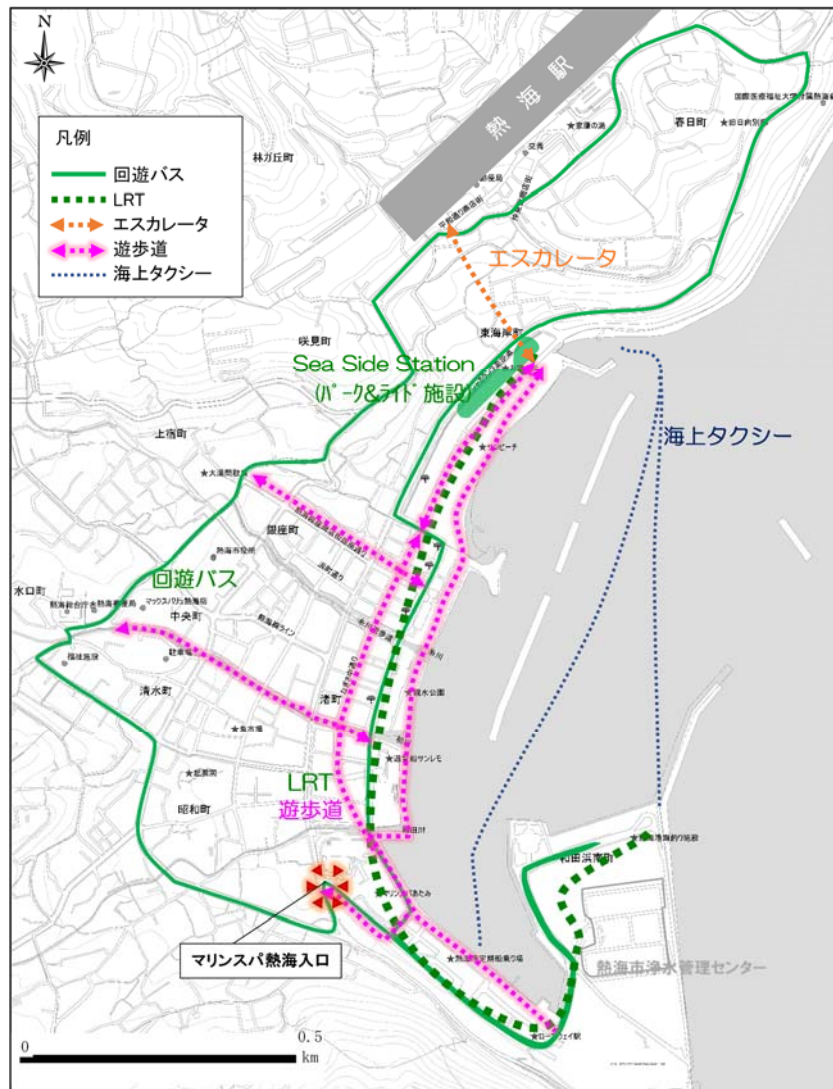


図 IV. 3. 1 動線計画図（案）

## b. 防災・減災

### ● 津波避難施設

海釣り施設の利用者の避難先としては海釣り施設管理棟また、和田浜エリアの避難先としてはクルーズ船旅客ターミナルなど、それぞれの施設整備計画時に避難施設としての機能を付加することにより対応可能である。

### ● 防災活動拠点

和田浜エリアは、陸上の最奥部に位置することから、防災面での機能向上を目的として、防災活動拠点の整備が必要と考えられる。災害発生時に避難できる広場としての機能や、消火や炊き出し、応急活動を行う場としての利用、物資・資材等の一時貯留等の利用を想定した整備が必要である。

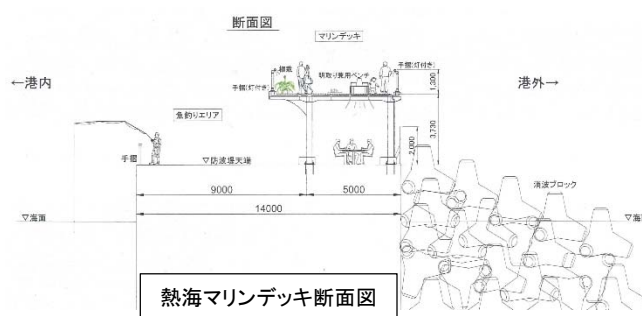
平常時は公園や駐車場として地域の人々の憩いや安らぎの場として、スポーツやレジャーに利用されるとともに、防災訓練を実施する地域活動の場としても活用できる。

## c. 観光・レジャー関連

### ● 海釣り施設（防波堤）等観光・レジャー施設<sup>1</sup>

熱海港の防波堤上に設置されている海釣り施設は、山を背にした熱海の市街地を海側から眺望することができるスポットである。海釣り施設は現在でも人気スポットの一つであるが、釣りを目的としない観光客にとっては利用しにくく、また、夜間は立ち入り禁止となっている。夜間利用可能で、海釣りスポットとしての利用者と眺望スポットとしての利用者の錯綜を整理するマリンドッキ風の構造物を設置するなどにより、防波堤の高度利用にもなる。

海釣り施設利用者の津波等からの緊急避難場所は、現在は熱海後楽園ホテルとなるが、避難に時間を要するため、釣り施設近傍に津波避難の機能を備えた施設の設置が必要となる。マ



出典：びわ湖大津観光協会ホームページ

<sup>1</sup> 「Pierを活かした海岸づくりの提案－沿岸域における地方創生に向けて－」（沿岸域における地方創生研究会・PIERS研究会、2016.4）

リンデッキ管理棟は、クルーズ船旅客ターミナルや釣り施設と構造的に兼用することにより、合理的な整備となる。

また、沖合の防波堤は、熱海海上花火大会において幻想的な海を演出する場所として活用することも効果的である。

- 宿泊施設

宿泊施設だけでなく、商業施設やダイビングショップなど、港を利用する海洋レジャー客を想定した施設を併設することにより集客効果の向上も期待できる。これらは民間との連携により推進する。

- 緑地

和田浜エリアは港湾の施設や構造物などグレーインフラが多く、ダイナミックで都市的な景観要素が多くなっている。さらなる魅力向上を目的に、緑地として植栽による緩衝ゾーンを設けることや、アートを活用したフォトジェニックポイントの創出等の工夫を行うことが効果的である。

## 4) 取組方針 2 水産施設の再編

### (1) 備えるべき機能

水産施設の再編に対して、次のようなことが求められている。

- ①集客施設の効果的な配置：臨港に点在している集客施設の連携
- ②漁港機能の確保：漁船の操船・係留・停泊環境の向上  
魚市場の設置：効率的で衛生的な集出荷支援環境
- ③地消地産の仕組みづくり：地魚の集荷と市内への流通  
天然地魚のPR機会の拡充

これらをふまえ、次のように施設の整備方針を設定した。

★コンパクトな港が有する資質を伸ばす・新たに創る・課題に臨む

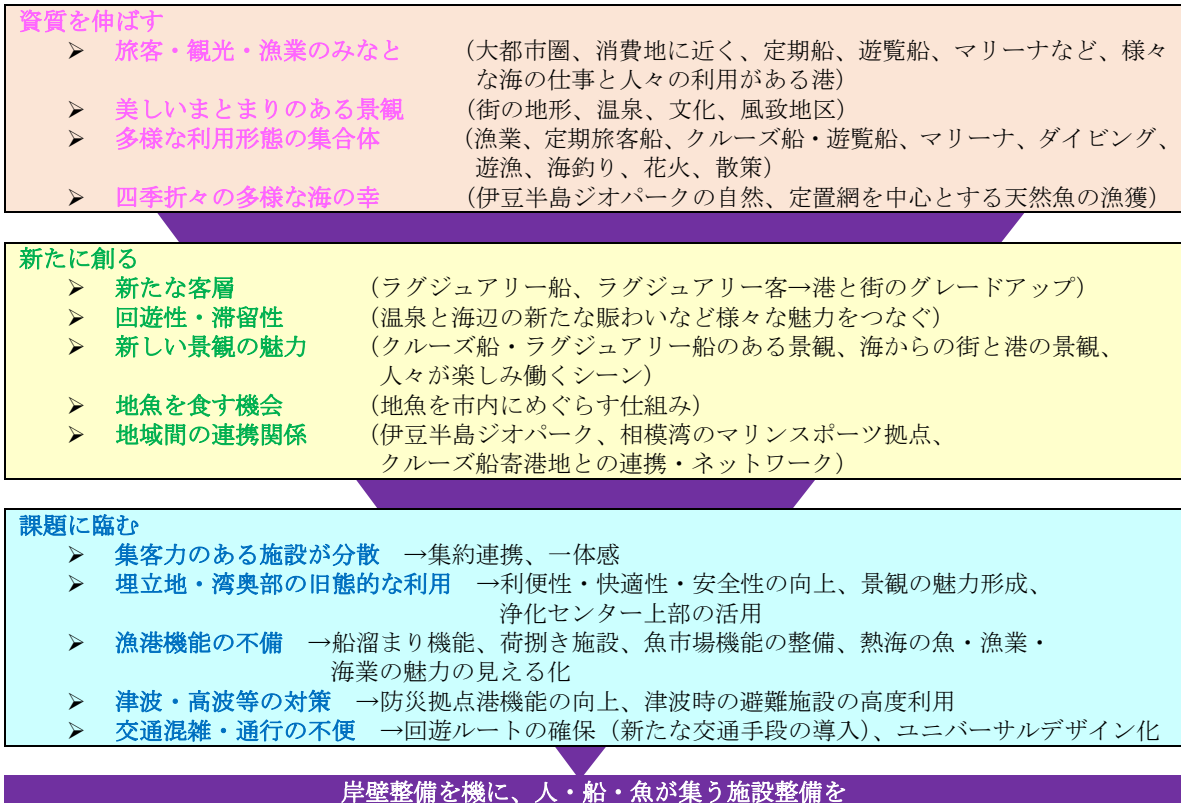


図 IV. 3. 2 備えるべき機能

## ●コンセプト

熱海の港と海の幸を五感で味わう  
人・船・魚が集う“@海（あたま）”港の形成

## ●基本機能

### ①新たな集客拠点

- 🔦 熱海の魚、伊豆の地魚を食べる・感じる・体験する・知る
- 🔦 海の恵みの享受（熱海港・漁業景観・海的环境を体感・堪能）
- 🔦 回遊・滞在拠点機能（ゲストバース、海のリゾート、津波避難＋交流機能）

### ②漁業基地機能

- 🔦 魚市場（高度衛生型荷捌き所）
- 🔦 漁船係留・航路（使いやすい漁港、漁港景観）
- 🔦 漁師にも観光客にも居心地のよい環境
- 🔦 畜養いけす（活魚供給の基地）（陸上での確保を想定）

### ③地消地産のしくみ

- 🔦 熱海の魚を熱海で食べる（熱海の活魚・鮮魚を食す目的で来訪する）  
→生産者～魚市場～宿泊・飲食業者のつながりの形成  
多品種少量型の水揚げに合った地魚提供方法の開拓
- 🔦 伊豆の魚の流通路開拓（相模湾も視野）  
→高級鮮魚・活魚を熱海に集め、熱海で食べる  
沼津、伊東等との機能分担

## ●整備方針

- ・施設整備に向けた段階的アプローチ（できることから着手）
- ・熱海および熱海港の新たな集客拠点
- ・人・船・魚が集う仕組み作り
- ・既存の点在した施設の一体的整備
- ・住民・来訪者の利便性、快適性、安全性の向上
- ・すべての人にやさしい施設（ユニバーサルデザイン、WiFi 環境、多言語対応による情報提供等）
- ・熱海の地消地産、ビジネス、人材育成へのチャレンジ・フロンティア拠点



## (2) 整備計画案

### ①既存の取組みとの連携・拡充

現在進められている下記等の既存の取組みとの連携の可能性について整理した。

#### a. 初島井合戦

時期：2月下旬～3月中旬

場所：初島食堂街

獲れたての海の幸を堪能できるグルメイベント「井合戦」は、島の漁師が営む食堂を中心とした島内の17店舗が獲れたての地魚やイカ、エビ、伊豆の名産野菜アシタバなど、旬の食材をふんだんに使った「オリジナルの井ぶり」をふるまう島を挙げての冬の恒例グルメイベントである。



出典：熱海温泉ホテル旅館協同組合ホームページ

現状で集客力が高い本イベントの知名度を生かし、多品種少量型の地魚を使用した“熱海井”バージョンを別途起案することにより、新鮮な魚介類を提供することができる熱海の地産地消イメージを定着させる取組みとなり得る。

#### b. 初島ところてん祭り

時期：5月上旬(ゴールデンウィーク)

場所：初島港特設会場

ところてんの作り方実演販売コーナーや、初島産のサザエ壺焼きコーナー、初島近海の珍しい生き物を集めた水槽展示など、期間中1万人以上の人が集まる。ゴールデンウィークのため、



出典：熱海温泉ホテル旅館協同組合ホームページ

市内も含め観光客数は非常に多い。地元食材の確保・調達が厳しくなるこれらのイベントと市街地の水産関係者が連携体制を構築することにより、現状で集客力が高い本イベントの知名度を生かし、多品種少量型の新鮮な魚介類を提供することができる熱海の地産地消イメージを定着させる取組みとなり得る。

### ②新たな取組み

#### a. 集客拠点となる複合的な施設（@海：あたま）

サンレモ公園から奥の港湾エリアの活用として、“人・船・魚が集う”集客拠点の設置がのぞまれる。既存の港湾利用機能（客船待合、漁業・ダイビング基地等）の維持・拡充、新規機能（魚市場）の導入により、観光集客水産物流通の規模拡大、観光集客を狙うものである。

一方、集客に効果的な施設の配置・デザイン等とともに、マーケティングと、

現有の施設環境をより効率的に活かすようソフト的な事業の着手・試行がのぞましい。

例えば、

- 現在毎日一定の利用がみられる客船乗り場から漁師食堂のあるエリアを活用して、浜焼き、朝市、野外コンサート、青空・星空レストランの開設。高級オーベルジュの特別メニューを楽しめる特設コーナーの設置、若者のチャレンジショップなどの試行。
- 客船待合室の物販コーナーでの試行メニューの販売（サバコロケバーガー等）
- 市内共通メニューの開発（例：雑魚・アラ汁「(仮称) アラ熱海」等）

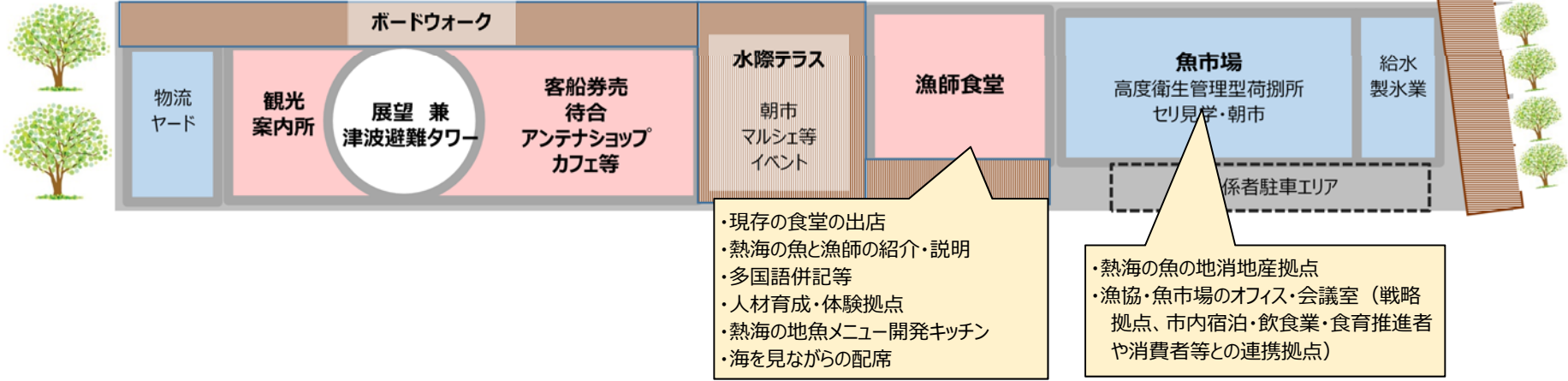
市内では、既に関連する様々な研究会・勉強会・協議会等が開かれている。これら各種の組織によって、熱海の地消地産を推進するための熱海港の活用、各種コラボ事業の可能性等の検討を始めることが効果的である。



・クルーズ船やスーパーヨットの停泊・寄港、漁船の航行等が頻繁になることで、港の利用がさらに稠密になることが予想される。

離島航路・観光船・海上タクシー

・魚価のよい熱海魚市場が、高度衛生型施設になることで、他地域船も含め熱海魚市場の集荷力が高まることが期待される。浮棧橋等の設備はスペースを勘案し検討。

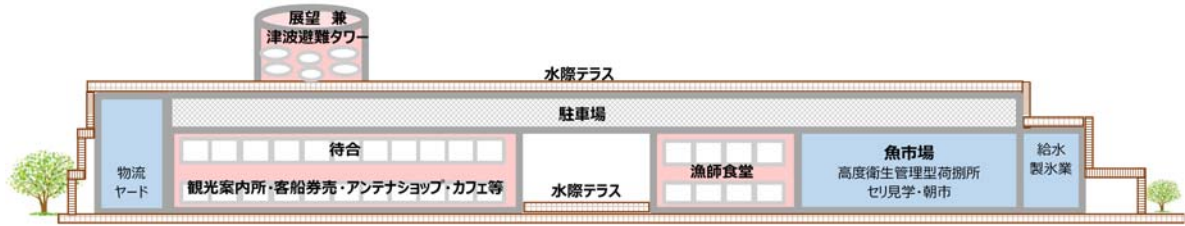


・現存の食堂の出店  
 ・熱海の魚と漁師の紹介・説明  
 ・多国語併記等  
 ・人材育成・体験拠点  
 ・熱海の地魚メニュー開発キッチン  
 ・海を見ながらの配席

・熱海の魚の地消地産拠点  
 ・漁協・魚市場のオフィス・会議室（戦略拠点、市内宿泊・飲食業・食育推進者や消費者等との連携拠点）

図 IV. 3. 3 水産施設の整備イメージ

## 施設規模



敷地 180m × 60m = 約 10000 m<sup>2</sup>  
 (含交通用地)  
 うち建築面積 2000 m<sup>2</sup>  
 (現待合所の約 3 倍)  
 売場面積 1000 m<sup>2</sup>  
 (他にイベントデッキ、公共施設)  
 容積率 200%+α  
 (タワー部分の立体利用)

|   |   |
|---|---|
| 30m × 30m =<br>900 m <sup>2</sup><br>(うち店舗 10<br>坪 × 5 店) | 110 m × 30 m =<br>3300 m <sup>2</sup><br>うち建築面積<br>2000 m <sup>2</sup><br>売場面積 800 m <sup>2</sup> |
|---|---|

現サンレモ公園～市営駐車場 (概ね 180m × 55m)

現 SEAWEB～漁師食堂 (概ね 140m × 30m)

### 現状

- ・ 全国の浜の販売拠点も飲食が物品購入を上回るものが多い (飲食の集客力が大)。
- ・ 熱海来訪者 1 人当たり平均観光消費から飲食・土産は 5～6 千円 (飲食 3 : 物品購入 2)
- ・ 収益施設 (客船、ダイビング・漁師食堂、海釣り公園等) を日平均 3000 人が利用。
- ・ 大熱海漁協の年間水揚額 2 億円 (市外への水揚げあり、市外船からの水揚げなし)、熱海魚市場の取扱額 1.5 億円 (面積当約 50 万円/m<sup>2</sup>)。市内からの入荷は約 6 割→地魚の市外流出は 1 億円規模。宿泊・飲食業の地魚調達は少なく、地魚消費の空洞化が進行。

### 目安 (既存施設の実績より)

- ・ 地魚を中心とする飲食販売拠点の事例→売場面積当 60 万円/m<sup>2</sup>程度以上の施設は黒字
- ・ 1～5 億円規模の少量多品種型魚市場平均→売場面積 670 m<sup>2</sup>、年間取扱量 600 t、年間取扱金額 2.5 億円 (うち活魚 25%)、売場面積当 37 万円/m<sup>2</sup>

### シナリオ (目標とする状態)

- ・ ラグジュアリー客による消費+高級感ある仕様にすることによる一般客の追随を想定。
- ・ 市内宿泊・飲食施設への地魚流通が増え、大熱海漁協エリアの水揚げの市内流通率が向上する。
- ・ 水揚げしやすく衛生・品質管理に有効な魚市場の運営、地魚・高級魚需要のある市内消費に直結する立地優位性の発揮により集荷力を向上させる。

### 試算 (飲食物販・魚市場部門の目標)

- ・ 飲食物販部門 : 現在の利用者 3000 人の 1/2 が 1 人平均 2000 円を消費  
 $1500 \text{ 人/日} \times 2000 \text{ 円/人} \times 365 \text{ 日} = \text{年商約 } 10 \text{ 億円}$  売場面積当 100 万円
- ・ 魚市場部門 : 地魚の市内消費+他地域からの集荷 = 年間取扱量 800 t  
 $\text{年間取扱金額 } 5 \text{ 億円}$  (うち活魚 30%) 売場面積当 62 万円/m<sup>2</sup>

<参考1：飲食部門の目標設定の参考とした事例>

・地魚の飲食販売拠点施設事例より黒字施設の規模と事業構成を参考にした。

■地魚を核とする販売拠点事例

| 施設                             | 事業概要  | 実績等（数字は概数）   |
|--------------------------------|---|--|
| 道の駅萩しーまーと<br>（民設民営）<br>（道の駅）   | 開設時期：平成13年4月<br>所在地：山口県萩市椿東4160-61<br>立地特性：臨港・魚市場に隣接<br>事業主体：ふるさと萩食品協同組合（市と協働で設置）<br>事業費：施設整備費465百万円（うち店舗449百万円）<br>店舗構成：物販・飲食・交流コーナー<br>テナント17店舗（うち水産4）<br>施設面積：敷地7,420㎡（うち店舗延床面積1,425㎡）<br>駐車場：普通250台・大型10台・障害者用4レーン<br>職員数：テナントを含め90人<br>営業日時：年中無休、物販9時半・飲食11時～18時                       | 萩市人口：5万人（H29.1）<br>年間客数：152万人（H27）<br>年間売上金額：12億円（H27）<br>客1人当たり：800円/人<br>延床面積当たり：100万円/㎡<br><br>道の駅の草分け。徹底したマーケットイン、情報戦略。市の観光拠点とルート形成。大規模駐車場。地消地産について地元スーパーにも好影響   |
| 江口蓬莱館<br>（公設民営）                | 開設時期：平成15年3月<br>所在地：鹿児島県日置市東市来町伊作田7425-5<br>立地特性：鹿児島県西部の吹上浜に立地<br>事業主体：日置市（指定管理者が江口漁協）<br>事業費：通算総事業費614百万円<br>店舗構成：物販（鮮魚以外は委託販売）・食堂<br>施設面積：8,662㎡（うち建物面積1,282㎡）<br>駐車場：普通122台・大型8台<br>職員数：66人（うち正規人4）<br>営業日時：定休第1・3火曜、年末年始<br>9～17時（夏季は18時まで）   | 日置市人口：5万人（H29.4）<br>年間客数：44万人（H26）<br>年間売上金額：10億円（H26）<br>客1人当たり：2,300円/人<br>建物面積当たり：78万円/㎡<br><br>魚介だけでなく野菜・果物・花きを併せて販売。桜島観光客の立ち寄りとともに地元住民・鹿児島圏域消費者のコンスタントな買い物あり    |
| 海の駅蜃気楼<br>（民設民営）               | 開設時期：平成16年7月<br>所在地：富山県魚津市村木定坊割2500-2<br>立地特性：魚津港新理立地、魚市場・埋没林博物館に隣接<br>事業主体：(株)魚津シーサイドプラザ<br>店舗構成：物販・飲食、朝市イベント浜焼きコーナー<br>施設面積：2000㎡（港湾区域を指定解除）<br>駐車場：普通200台・大型30台<br>職員数：5人（テナントを除く）<br>営業日時：第2水定休、8～18時（店ごとの設定あり）   | 魚津市人口約4万人（H29.4）<br>年間客数：約30万人（H28）<br>※売上：客当1500円/人として<br>4.5億円、面積当約23万円/㎡<br><br>物販は魚商を中心に旧魚市場で約20年実施していた朝市メンバーが運営の中心。隣接の高度衛生型魚市場を漁協が運営（H14～）。                     |
| 魚の駅生地（いくじ）<br>（民設民営）           | 開設時期：平成16年10月<br>所在地：富山県黒部市生地中区265<br>立地特性：黒部漁港に立地、新幹線駅循環バスあり<br>事業主体：黒部漁協<br>店舗構成：物販（鮮魚以外は委託販売）・食堂<br>施設面積：約680㎡（物販・食堂の間に港を望むテラス）<br>駐車場：100台<br>職員数：30人（パートも含む）支配人・駅長の2TOP制<br>営業日時：無休（元旦と臨時休業以外）<br>物販9～18時、食堂11～22時   | 黒部市人口約4万人（H29.4）<br>年間客数：24万人（H27）<br>年間売上金額：4億円（H27）<br>客1人当たり：1,600円/人<br>建物面積当たり：59万円/㎡<br><br>YKK（企業城下町）、宇奈月温泉と密接、港町歩きの拠点。地元天然魚へのこだわりが特色。漁協収入の8割を担う。             |
| 道の駅たるみず湯つり館<br>（公設民営）<br>（道の駅） | 開設時期：平成17年4月17日<br>所在地：鹿児島県垂水市牛根麓1038-1<br>立地特性：桜島の東、錦江湾を望む国道沿い<br>事業主体：垂水市（指定管理者は民間企業）<br>事業費：施設整備費615百万円（うち店舗190百万円）<br>店舗構成：物販・加工・レストラン、温浴施設<br>（水産売場の運営は牛根漁協）<br>施設面積：施設約17,000㎡（うち店舗延床面積1,663㎡）<br>駐車台数：普通105台・大型11台（障害者用7台）<br>職員数：水産売場8名（常勤2名、パート6名）<br>営業日時：年中無休、物販は9～17時（夏季は18時まで） | 垂水市人口：1.6万人（H29.1）<br>年間客数：76万人（10年間平均）<br>年間売上金額：453百万円（H27）<br>客1人当たり：600円/人<br>店舗面積当たり：27万円/㎡<br><br>伊東の道の駅と類似した施設。温浴施設とともに鮮魚売り場が施設の魅力を支えている。さつま揚げが人気かつ水揚げの買い支えに。 |

（次ページに続く）

| 施設                        | 事業概要   | 実績等（数字は概数）  |
|---------------------------|--|---|
| 北灘さかな市<br>（民設民営）<br>（海の駅） | 開設時期：平成 23 年 4 月<br>所在地：徳島県鳴門市北灘町宿毛谷字相ヶ谷 23<br>立地特性：漁港に隣接する市有地を活用（空港から 20 分）<br>事業主体：北灘漁業協同組合<br>事業費：初期の施設整備費約 9 千万円<br>店舗構成：物販・食堂（テナント）<br>施設面積：床面積 252 m <sup>2</sup><br>駐車場：55 台<br>営業日時：年中無休、物販 9～17 時、飲食 10～21 時<br>職員数：物販 7 人（漁協職員 6 人、臨時職員 1 人） | 鳴門市人口：約 6 万人（H28. 1）<br>年間客数：物販 8 万人（H28）<br>食堂 1.1 万人（H28）<br>売上金額：物販 1.5 億円（H28）<br>食堂 1.2 億円（H28）<br>物販客 1 人当たり：1,900 円/人<br>床面積当たり：60 万円/m <sup>2</sup><br>活魚販売が特色。天然魚へのこだわり。高速道路で広域から集客。 |

出典：東京水産振興会「浜の活性化に向けた取組みの現状と課題」（H27～29）より販売拠点の事例情報を整理

<参考2：魚市場の規模設定の参考とした基礎情報>

- ・ 漁業センサス 2013 より、全国の魚市場の規模を参考にした。
- ・ 魚市場の種類別・開設者別分布状況において、熱海魚市場が該当する年間取扱規模 1～5 億円の市場は、半数以上が地方卸売市場に指定されていない「その他」市場であり、開設者は 86%が漁協、次いで会社が 12%となっている。

■魚市場の種類別分布

単位：市場

| 年間取扱金額規模      | 計   | 中央卸売市場 | 地方卸売市場 | その他 |
|---------------|-----|--------|--------|-----|
| 計             | 859 | 34     | 418    | 407 |
| 1,000 万円未満    | 25  | -      | -      | 25  |
| 1,000 ～ 5,000 | 99  | -      | 17     | 82  |
| 5,000 ～ 1億円   | 85  | -      | 19     | 66  |
| 1 ～ 5         | 280 | -      | 112    | 168 |
| 5 ～ 10        | 117 | -      | 76     | 41  |
| 10 ～ 20       | 94  | -      | 78     | 16  |
| 20 ～ 30       | 29  | -      | 25     | 4   |
| 30 ～ 50       | 30  | -      | 26     | 4   |
| 50 ～ 100      | 39  | 2      | 36     | 1   |
| 100 億円以上      | 61  | 32     | 29     | -   |
| 神奈川県          | 14  | 3      | 10     | 1   |
| 静岡県           | 31  | 2      | 19     | 10  |
| 愛知県           | 24  | 2      | 18     | 4   |

■魚市場の開設者別分布

単位：市場

| 年間取扱金額規模      | 計      | 地方公共団体 | 漁業協同組合 | 漁業協同組合連合会 | 会社    | 個人   |
|---------------|--------|--------|--------|-----------|-------|------|
| 計             | 859    | 97     | 641    | 11        | 108   | 2    |
| (構成比)         | 100.0% | 11.3%  | 74.6%  | 1.3%      | 12.6% | 0.2% |
| 1,000 万円未満    | 25     | -      | 21     | -         | 3     | 1    |
| 1,000 ～ 5,000 | 99     | 2      | 89     | -         | 8     | -    |
| 5,000 ～ 1億円   | 85     | -      | 80     | -         | 4     | 1    |
| 1 ～ 5         | 280    | 3      | 242    | 1         | 34    | -    |
| 5 ～ 10        | 117    | 8      | 89     | -         | 20    | -    |
| 10 ～ 20       | 94     | 15     | 60     | 7         | 12    | -    |
| 20 ～ 30       | 29     | 5      | 18     | 2         | 4     | -    |
| 30 ～ 50       | 30     | 7      | 17     | 1         | 5     | -    |
| 50 ～ 100      | 39     | 15     | 13     | -         | 11    | -    |
| 100 億円以上      | 61     | 42     | 12     | -         | 7     | -    |
| 神奈川県          | 14     | 7      | 5      | -         | 2     | -    |
| 静岡県           | 31     | 2      | 25     | -         | 4     | -    |
| 愛知県           | 24     | 3      | 14     | -         | 7     | -    |

出典：漁業センサス 2013

・年間取扱金額 1～5 億円規模の市場は売場面積は平均約 670 m<sup>2</sup>、年間取扱量 600 t（うち活魚 15%）、年間取扱金額 2.5 億円（うち活魚 25%）であり、地場の水揚魚の比率が 96%と極めて高く、面積規模もコンパクトな少量多品種型市場の特徴がみられる。特に活魚の比率が高く、収入を引き上げている状況がうかがわれる。

■魚市場の水産物取扱状況

| 年間取扱金額規模      | 市場数 | 数量        |         |           |           |         | 金額          |            |            | 1市場当たり平均 |           |         |
|---------------|-----|-----------|---------|-----------|-----------|---------|-------------|------------|------------|----------|-----------|---------|
|               |     | 総数        | 活魚      | 水揚量       | 搬入量       | 輸入品     | 総額          | 活魚         | 輸入品        | 数量       | 金額        | 数量当たり金額 |
| 単位            | 市場  | t         | t       | t         | t         | t       | 万円          | 万円         | 万円         | t        | 万円        | 万円/t    |
| 計             | 859 | 5,869,864 | 218,802 | 3,465,060 | 2,404,804 | 283,007 | 276,261,699 | 18,667,713 | 27,448,507 | 6,833    | 321,608   | 47.1    |
|               |     | 100.0%    | 3.7%    | 59.0%     | 41.0%     | 4.8%    | 100.0%      | 6.8%       | 9.9%       |          |           |         |
| 1,000 万円未満    | 25  | 761       | 402     | 657       | 104       | -       | 11,715      | 3,424      | -          | 30       | 469       | 15.4    |
|               |     | 100.0%    | 52.8%   | 86.3%     | 13.7%     | -       | 100.0%      | 29.2%      | -          |          |           |         |
| 1,000 ～ 5,000 | 99  | 5,975     | 1,289   | 4,876     | 1,099     | 22      | 277,381     | 97,147     | 1,243      | 60       | 2,802     | 46.4    |
|               |     | 100.0%    | 21.6%   | 81.6%     | 18.4%     | 0.4%    | 100.0%      | 35.0%      | 0.4%       |          |           |         |
| 5,000 ～ 1億円   | 85  | 21,466    | 1,767   | 20,711    | 755       | 38      | 628,703     | 134,285    | 3,588      | 253      | 7,397     | 29.3    |
|               |     | 100.0%    | 8.2%    | 96.5%     | 3.5%      | 0.2%    | 100.0%      | 21.4%      | 0.6%       |          |           |         |
| 1 ～ 5         | 280 | 169,736   | 25,083  | 162,166   | 7,570     | 739     | 6,988,890   | 1,724,109  | 54,272     | 606      | 24,960    | 41.2    |
|               |     | 100.0%    | 14.8%   | 95.5%     | 4.5%      | 0.4%    | 100.0%      | 24.7%      | 0.8%       |          |           |         |
| 5 ～ 10        | 117 | 235,450   | 9,040   | 217,276   | 18,174    | 1,490   | 8,426,294   | 857,793    | 220,999    | 2,012    | 72,020    | 35.8    |
|               |     | 100.0%    | 3.8%    | 92.3%     | 7.7%      | 0.6%    | 100.0%      | 10.2%      | 2.6%       |          |           |         |
| 10 ～ 20       | 94  | 468,412   | 20,663  | 431,701   | 36,711    | 7,349   | 13,561,692  | 1,430,062  | 492,674    | 4,983    | 144,273   | 29.0    |
|               |     | 100.0%    | 4.4%    | 92.2%     | 7.8%      | 1.6%    | 100.0%      | 10.5%      | 3.6%       |          |           |         |
| 20 ～ 30       | 29  | 197,916   | 13,105  | 173,388   | 24,528    | 734     | 7,096,260   | 891,684    | 45,324     | 6,825    | 244,699   | 35.9    |
|               |     | 100.0%    | 6.6%    | 87.6%     | 12.4%     | 0.4%    | 100.0%      | 12.6%      | 0.6%       |          |           |         |
| 30 ～ 50       | 30  | 376,309   | 7,263   | 320,022   | 56,287    | 8,575   | 11,267,146  | 802,959    | 640,693    | 12,544   | 375,572   | 29.9    |
|               |     | 100.0%    | 1.9%    | 85.0%     | 15.0%     | 2.3%    | 100.0%      | 7.1%       | 5.7%       |          |           |         |
| 50 ～ 100      | 39  | 820,526   | 23,842  | 616,654   | 203,872   | 23,541  | 26,966,553  | 2,231,940  | 1,946,787  | 21,039   | 691,450   | 32.9    |
|               |     | 100.0%    | 2.9%    | 75.2%     | 24.8%     | 2.9%    | 100.0%      | 8.3%       | 7.2%       |          |           |         |
| 100 億円以上      | 61  | 3,573,313 | 116,348 | 1,517,609 | 2,055,704 | 240,519 | 201,037,065 | 10,494,360 | 24,042,927 | 58,579   | 3,295,690 | 56.3    |
|               |     | 100.0%    | 3.3%    | 42.5%     | 57.5%     | 6.7%    | 100.0%      | 5.2%       | 12.0%      |          |           |         |
| 神奈川県          | 14  | 174,022   | 16,596  | 52,518    | 121,504   | 6,179   | 16,108,112  | 1,551,554  | 617,598    | 12,430   | 1,150,579 | 92.6    |
|               |     | 100.0%    | 9.5%    | 30.2%     | 69.8%     | 3.6%    | 100.0%      | 9.6%       | 3.8%       |          |           |         |
| 静岡県           | 24  | 310,138   | 10,720  | 228,123   | 82,015    | 105     | 12,417,604  | 867,896    | 12,000     | 12,922   | 517,400   | 40.0    |
|               |     | 100.0%    | 3.5%    | 73.6%     | 26.4%     | 0.0%    | 100.0%      | 7.0%       | 0.1%       |          |           |         |
| 愛知県           | 31  | 217,678   | 9,029   | 55,188    | 162,490   | 6,327   | 14,725,818  | 448,324    | 503,126    | 7,022    | 475,026   | 67.6    |
|               |     | 100.0%    | 4.1%    | 25.4%     | 74.6%     | 2.9%    | 100.0%      | 3.0%       | 3.4%       |          |           |         |

■魚市場の売場面積

| 年間取扱金額規模      | 計      | 100m <sup>2</sup> 未満 | 100～300 | 300～500 | 500～1,000 | 1,000～5,000 | 5,000～1万 | 1万m <sup>2</sup> 以上 | 総売場面積          | 1市場当たり平均売場面積   |
|---------------|--------|----------------------|---------|---------|-----------|-------------|----------|---------------------|----------------|----------------|
| 単位            | 市場     | 市場                   | 市場      | 市場      | 市場        | 市場          | 市場       | 市場                  | m <sup>2</sup> | m <sup>2</sup> |
| 計             | 859    | 41                   | 184     | 150     | 183       | 233         | 44       | 24                  | 1,505,736      | 1,752.9        |
| <構成比>         | 100.0% | 4.8%                 | 21.4%   | 17.5%   | 21.3%     | 27.1%       | 5.1%     | 2.8%                |                |                |
| 1,000 万円未満    | 25     | 5                    | 15      | 3       | 2         | -           | -        | -                   | 5,270          | 210.8          |
| 1,000 ～ 5,000 | 99     | 16                   | 47      | 22      | 11        | 3           | -        | -                   | 29,070         | 293.6          |
| 5,000 ～ 1億円   | 85     | 9                    | 32      | 25      | 13        | 6           | -        | -                   | 33,769         | 397.3          |
| 1 ～ 5         | 280    | 10                   | 78      | 69      | 71        | 50          | 2        | -                   | 188,840        | 674.4          |
| <構成比>         | 100.0% | 3.8%                 | 9.1%    | 24.6%   | 25.4%     | 17.9%       | 0.7%     | -                   |                |                |
| 5 ～ 10        | 117    | 1                    | 9       | 17      | 43        | 44          | 3        | -                   | 138,204        | 1,181.2        |
| 10 ～ 20       | 94     | -                    | 1       | 7       | 26        | 52          | 8        | -                   | 196,036        | 2,085.5        |
| 20 ～ 30       | 29     | -                    | 1       | 3       | 5         | 17          | 3        | -                   | 64,994         | 2,241.2        |
| 30 ～ 50       | 30     | -                    | 1       | 1       | 9         | 15          | 3        | 1                   | 88,401         | 2,946.7        |
| 50 ～ 100      | 39     | -                    | -       | 2       | 2         | 22          | 8        | 5                   | 192,807        | 4,943.8        |
| 100 億円以上      | 61     | -                    | -       | 1       | 1         | 24          | 17       | 18                  | 568,345        | 9,317.1        |
| 神奈川県          | 14     | 1                    | -       | -       | 3         | 8           | 2        | -                   | 29,119         | 2,079.9        |
| 静岡県           | 31     | 2                    | 4       | 5       | 7         | 8           | 3        | 2                   | 80,045         | 2,582.1        |
| 愛知県           | 24     | -                    | 3       | -       | 8         | 8           | 3        | 1                   | 77,515         | 3,229.8        |

出典：漁業センサス 2013

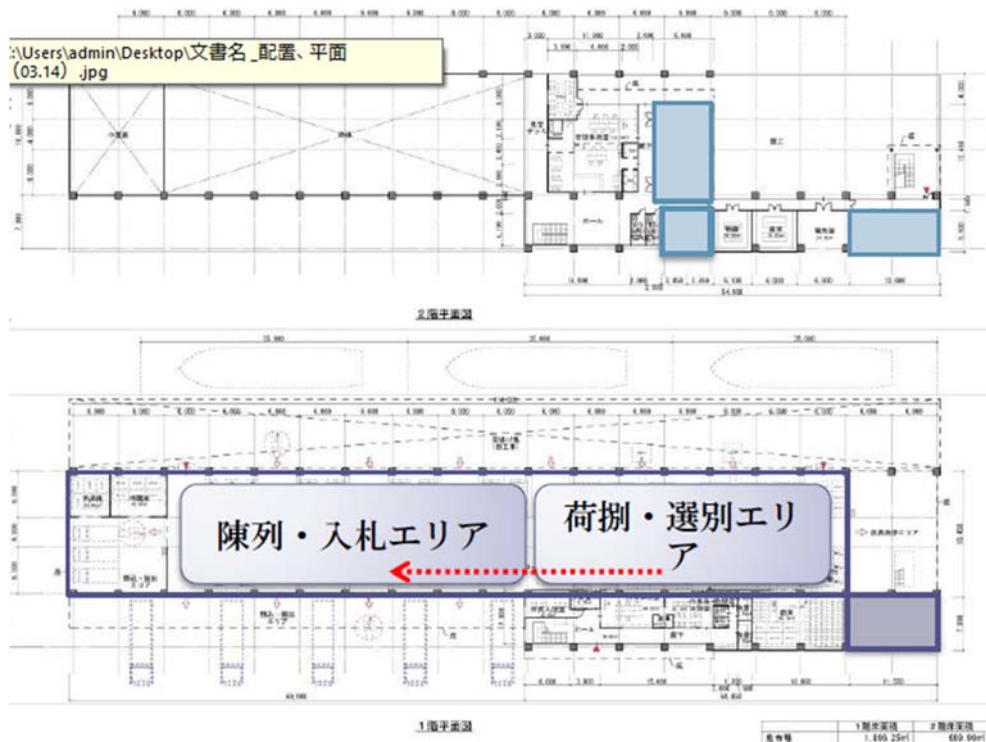


■ 高度衛生管理型魚市場の事例

| 市場名  | 開設者       | 水揚規模等  | 施設  | 仲買人  |
|--|-----------|--|---|------|
| むつ市地方卸売市場大畑町魚市場 (むつ市)<br>※水産庁「産地水産業強化支援事業」対象、H29 完成予定、 | むつ市       | 2,159 t、1,015 百万円 (H25) ↓<br>するめいか、さけ、たご等<br>(多量の特定魚種あり) ↓               | 1 階 1,896 m <sup>2</sup> 114.5×33m、2 階 699 m <sup>2</sup><br>35m長の漁船 3 隻着けを想定した設計<br>1 階：荷捌・選別エリア→陳列・入札エリア、<br>2 階：見学デッキ、事務所等 | —    |
| 種市南漁協洋野町営八木魚市場<br>(岩手県洋野町)                             | 洋野町       | 2,245 t (H26)<br>秋サケ、タコ、スルメイカ、<br>カレイ類、ヒラメ、ウニ                            | 1,304 m <sup>2</sup> (鉄筋造平屋建)<br>床面抗菌加工、電動式フォークリフト、紫外線海水殺菌装置、衛生トイレ、履物消毒槽等   | 29 名 |
| 磯崎漁業協同組合 荷捌所(茨城県ひたちなか市)                                | 磯崎漁協      | 149 トン (H25)<br>シラス、ヒラメ、イナダ、タイ、アワビ、伊勢海老、カツオ、メジマダコ (船曳網、固定刺し網、流し網、一本釣り、等) | 376 m <sup>2</sup> (鉄筋造平屋建)<br>活魚槽 2 槽、製氷機日量 2 t、貯氷庫 (3 トン)、冷蔵庫 17.2 m <sup>2</sup> 、海水ろ過及び紫外線殺菌装置、急速冷凍庫                      | 10 名 |
| 鳥羽磯部漁業協同組合・答志集約地方卸売市場 (三重県鳥羽市)                         | 鳥羽磯部漁協    | 499 トン (H22) ↓<br>パッチ網、船曳網、一本釣り、刺し網、流し網、タコ壺、底曳網                          | 1,020 m <sup>2</sup> (鉄筋造り平屋建て) ↓<br>三面閉鎖型。活魚水槽、施設内専用電動フォークリフト、高温高圧洗浄機、プラスチック製選別台、  | 35 名 |
| 熊野漁業協同組合遊木浦地方卸売場 (三重県熊野市)                              | 熊野市       | 1,558 t (H27) ↓<br>イサギ、タイ、カンパチ、伊勢海老、サンマ・ブリ (定置網、棒受網、刺網等)                 | 1,285 m <sup>2</sup> (鉄筋平屋建) ↓<br>貯氷設備、冷蔵庫、塩素殺菌海水供給設備、清浄海水供給設備、水産漁獲蓄養設備、ジブクレーン等   | 30 名 |
| 和歌山東漁業協同組合 (和歌山県串本町)                                   | 串本町       | 2,600 t (H26)<br>カツオ、イワシ、アジ、トビウオ、カマス、イセエビ (まき網、定置網、棒受網、棒受網・延縄・一本釣り)      | 鉄筋 3 階建 4,449 m <sup>2</sup><br>紫外線殺菌冷海水製造装置、海水淡水化装置、ハイブリット発電装置   | 45 名 |
| 大田水産物地方卸売市場 (島根県和江町)                                   | JFしまね     | 3,764 t (H22)<br>小型底曳網、中型まき網、刺網、一本釣り、延縄、かご、定置網等                          | 6,130 m <sup>2</sup> (1 階 RC、2 階鉄)<br>荷捌所 (1 階)、衛生管理研修室 (2 階)<br>菌冷海水製造装置、製氷施設 (製氷能力 30 トン、貯氷能力 600 トン)、フォークリフトタイヤ洗浄装置等       | —    |
| 地方卸売市場高知県漁協室戸岬魚市場 (高知県室戸市)                             | 高知県漁協     | 203 トン (H24) ↓<br>サバ、アジ、ハガツオ、赤魚、金目鯛<br>漁法は主に一本釣り                         | 854 m <sup>2</sup> (鉄筋造り平屋建て) ↓<br>紫外線殺菌冷海水製造装置、岸壁荷揚げ用ホイストクレーン、防鳥ネットカーテン、   | 20 名 |
| 与那原・西原町漁業協同組合 水産物荷捌き施設 (沖縄県島尻郡与那原町)                    | 与那原・西原町漁協 | 443 トン (H28) ↓<br>ソデイカ、マグロ、ヒジキ<br>ソデイカ旗流し、マグロー一本釣り                       | 487 m <sup>2</sup> (RC 造り) ↓<br>紫外線殺菌冷海水製造装置、鮮魚荷捌き用テセルパレット、電動式フォークリフト   | 10 名 |

■ むつ市大畑町魚市場の設計

(施設面積 3200 m<sup>2</sup>、うち 1 階約 1900 m<sup>2</sup>) ただし特定魚種大量扱いあり



出典：一般社団法人海洋水産システム協会ホームページ、むつ市大畑庁舎産業建設課「新魚市場整備事業について」平成 26 年 6 月、各施設ホームページ

## 5) 取組方針 3 渚町の活性化

### (1) 備えるべき機能

渚町の街並みは、古い家屋や路地の昭和レトロな雰囲気醸し出す通りと、緑や花が少なく、老朽化した建築物が散見され、空き地や駐車場の多い無機質な印象を受ける通りとが混在している。

このような現状に対して熱海市は、渚地区の計画づくりを進めており、NPO等によってリノベーションを進める動きもある。他地域と比較して地価や家賃が安いといったメリットがあり、移住者や起業を考える若者には好立地と見られている。一方で、子育て世代からは、子供を預ける場所、安心して遊ばせられる場所がないとの声もある。

海辺から駅までのルート途中に位置することから滞留・回遊の1つの拠点として、今後、港整備や交通アクセスの改善により、渚町への流入人口の増加が期待される。歩車分離や歩行者天国の実施、アーケードの設置等により、歩行者の増加をけん引、それに伴い飲食スペースや物販店の出展が誘発されると、賑わいの向上になる。

温泉の街と海辺の結節点にあり、通りによって様々な顔を有していることから、地区として統一したデザインとするよりも、多様な街の個性を残すようなゾーニングを行い(図 IV. 3. 4)、空間や時間(昼・夜)の変化で様々な表情を見せる街並みを特徴とし、来訪者が飽きないまちづくりがのぞまれる。

一方で、観光客のスペースと仕分けされた、地域住民の生活空間を邪魔しない整備に配慮する必要がある。

熱海港整備の開発の進捗を考慮しながら、下記の機能の整備・拡充を図る。

- 観光客の滞留を促す景観づくり、施設の整備
- 観光客の回遊を誘導する動線(交通)の整備



賑わいを感じられるエリア：渚町の中通りと銀座通りが交差するエリアであり、熱海銀座商店街と連携し、賑わいの中心エリアを形成する。

アートを感じられるエリア：「ATAMI ART EXPO 2017」の展示会場が集中しているエリアであり、シェア・アトリエやイベントスペースを中心として、渚町とアートを緩やかに結び、散策しながら楽しめるエリアとして形成する。

リラックスを感じられるエリア：第3工区～渚公園～渚町と繋がるエリアはオープンで多世代が居心地よく過ごせる空間を意識した魅力づくりにより滞留ポイントを形成する。

図 IV. 3. 4 渚町の活性化に向けた地区内ゾーニング（案）

## (2) 整備計画案

### ①既存の取組みとの連携・拡充

現在進められている下記等の既存の取組みとの連携の可能性について整理した。

#### a. あたみ桜 糸川桜まつり

時期：1月～2月

場所：糸川遊歩道

市内中心部を流れる糸川に早咲きの「あたみ桜」を楽しめるよう、桜まつり期間中は、遊歩道のライトアップ（17時～23時）、桜茶・お茶のサービス、大道芸、バンド演奏などが実施される。



出典：熱海温泉ホテル旅館協同組合ホームページ

桜の開花時期が梅の開花時期と重なることから、桜と梅を楽しもうと、糸川沿いを散策する来訪者も多い。糸川に沿って、JR熱海駅方面から海辺までを誘導する案内版等の充実を図ることにより、海辺への観光客等の回遊に効果が期待される。

#### b. 熱海をどり

時期：4月下旬

場所：熱海芸妓見番歌舞練場

熱海は全国でも屈指の芸者街であり、現在50を超える置屋があり、120名余りの芸者が活躍している。



出典：熱海温泉ホテル旅館協同組合ホームページ

「熱海をどり」は、熱海芸妓連による年に一度の本格的な舞台であり、日頃の厳しい修練の成果が披露される機会となっている。

このような「熱海芸妓」の歴史や伝統を、熱海の魅力のひとつとして普及・活用を図ることにより、海辺への観光客等の回遊に効果が期待される。

#### c. 湯めまちをどり「華の舞」

時期：毎週土日、11時～

場所：熱海芸妓見番歌舞練場

熱海の代表文化でもある「熱海芸妓」をより多くの人に知ってもらうため、平成10年より芸妓見番を公開している。「湯めまちをどり華の舞」では、熱海芸妓連歌舞練場「芸妓見番」が開放され、芸妓連の踊りが観賞できる。



出典：熱海市観光協会ホームページ

毎週のように開催される機会と連携することにより、観光客等の海辺への回遊に効果が期待される。

## ②新たな取組み

### a. 観光客の滞留を促す景観づくり、施設の整備

渚地区まちづくり推進地区計画（熱海市、H24.3）の目標である「海と空と川とにぎわいのあるまち渚」に沿った滞留のしかけを整える。

#### ●壁面緑化や花と緑の彩り創出

渚地区まちづくり推進地区計画（熱海市、H24.3）では、景観に関するルール作りを行い、自宅や店舗で様々な配慮が見られる。



出典：日本コンクリート株式会社ホームページ

近年、Iターン、Uターンで熱海に居を構えようとする方向けのリノベーションまちづくり活動なども活発であることから、これらの取組みと連携し「緑」面積を増やす。また、歩行者天国のような交通規制の実施や、駐車場や道路面の多様な活用を可能とする規制緩和等により、緑化の取組みを活かす支援方策の検討も必要である。

施設の外観は、待ち並みの景観に及ぼすインパクトも大きいことから、渚町の景観的魅力を左右すると考えられる。そこで、竹垣、生垣、塀、植栽、石やタイルなどによる舗装、照明付きボラード（温かみのある光で街路を照らす）、駐車場の緑化（緑化することで、見せる駐車場をつくる）など、街路からの景観を和らげ、歩きたくなる街並み空間を創出する。

#### ●街並みの統一感・景観向上

空き家改修、耐震化改修等、老朽化した施設の多い渚町では、改修に合わせて、施設の外部空間を魅力的に作ることで、渚町エリア全体の魅力を高めることが可能と考えられる。そこで、前庭空間、オープンテラス、縁側空間など、憩えるオープンスペースを施設外部に設け、賑わいを街ににじみ出させるようデザインするなどの工夫を行うことが効果的である。

例えば、住民生活エリアと観光客エリアの分離、空き地や駐車場の景観資源としての改善、歓楽街の境界など街並みの分離を図るため、視線を遮る位置や敷地の周囲に植栽や照明を活用する。この手法は、比較的安価に街並みの統一感と印象改善を図る点で効果的である。

また、ベンチの設置、街路と街路の交差部の道路舗装に変化を持たせる、雨によって現れるインクアートなど、スポット的な工夫の手法の導入も、景観の向上に有用である。

### ●遊休地の活用

規模が小さくスペース的に厳しい店舗や、営業時間が短い店舗では、初島からの帰路の観光客の利便性に答えきれていない。営業時間帯の見直しの他、遊休地の緑化と



出典:道路空間を活用した街なかの賑わい作りの取組み 鳥取市 都市整備部  
道路空間に足湯を設置・芝生を敷いてイスやベンチを設置(鳥取市)

野外スペースを活用しての、屋台的な店舗の展開等の工夫は、民間の協力を仰ぎたい点である。

また、足湯など地域資源を活かした取組みは、街なかでの回遊性向上・滞留時間延長の一助となる。

### b. 観光客の回遊を誘導する動線（交通）の整備

#### ●歩きやすさの確保（歩行者天国・サイン計画）

渚町は、格子状の区画により見通しが良いが、道幅が狭いにもかかわらず、自動車の走行数が多い。渚町の北側や南側の駐車場をわかりやすく案内することにより、自動車の町内への流入の抑制に寄与する。



街中交通規制サイン(中心部は徒歩、周辺に駐車場/モンタイオーネ)

安心して散策、回遊・滞留できるエリアと位置付ける上では、歩行者天国など歩車分離を図ることが有効である。

#### ●銀座通り商店街や川との交流軸の設定

観光客は主に駅からアクセスすると考え、銀座通り商店街や糸川沿いの遊歩道など、坂を下りるいくつかのルートと、渚町中通りとで歩行者動線が交わるポイントを交流軸として活用することが効果的である。

## 6) 取組方針 4 海辺（親水公園・サンビーチ）の通年利用

### (1) 備えるべき機能

海辺の現状の利用は、夏季の海水浴に集中し、時期と場所の限られた範囲での賑わいとなっている。賑わいの向上のためには、集客数の増加と時期の通年化がのぞまれる。熱海港の海辺の景観の特徴は、大島・初島・真鶴半島が見え、定期船やヨット、漁船の出入りがあり、自然の美しさと人の活気が感じられるところにある。しかしながら、海の景観を楽しみながらの飲食・休憩施設は、国道より海岸側にはサンレモカフェがあるのみであり、国道を隔てた市街地側のビルの上層階からの眺めとなる。また、ビーチやシーサイドには散策路が整備され、斜路等の構造上ではユニバーサルな配慮もなされているが、それらの利用性は高くはない。ビーチ用車いすの貸し出しサービスを行うことにより集客の増加に資する。海辺の通年利用を促進するためには、夏季以外の時期の利用性を高めるよう多様な利用者層や利用目的を想定した施設整備やアクティビティの提供、集客のしくみの整備がのぞまれる。

### (2) 整備計画案

#### ①既存の取組みとの連携・拡充

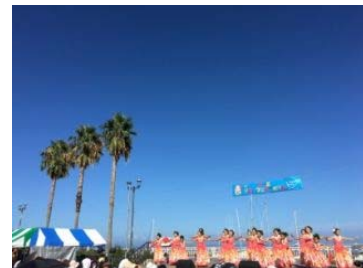
現在進められている下記等の既存の取組みとの連携の可能性について整理した。

##### a. アタミアロハフェスティバル

時期：初夏（2018年は6、7月開催予定）

場所：熱海親水公園イベント広場

屋外ステージでのショーとともに、B級グルメ、ハワイ雑貨等の出店が並び、夜20時まで賑わいを創出している。



出典：熱海温泉ホテル旅館協同組合ホームページ

##### b. 熱海こがし祭り 山車コンクール

時期：7月

場所：国道135号（東海岸町）、ジャカラダ遊歩道内

「こがし祭り山車コンクール」は国道135号を交通規制して行う熱海で一番盛大な催しとなっている。

各町内から出る伝統の木彫り山車、アイデアを駆使した装飾山車など30数基が東海岸町の審査会場へ繰り出す。山車のほか、6団体の御輿も会場を練り歩く。



出典：熱海温泉ホテル旅館協同組合ホームページ

### c. ATAMI ジャカランダフェスティバル

時期：6月

場所：国道135号沿い

国道135号沿い（東海岸町「ジャカランダ遊歩道」から渚町「親水公園」間の歩道、および親水公園内）にジャカランダの高木と苗木がある。期間中は遊歩道のライトアップやフリーマーケットが開催される。



出典：熱海市観光協会ホームページ、

これらの6～7月開催のイベントに対して、別の時期に企画内容の連携を持たせるプログラムを提供することにより、イベント間の相互のつながりを持たせ、来訪者のリピート効果が期待される。例えば、ジャカランダを資源とし、6月以外の時期に、6月のフェスティバルと連携を図るプログラムとして、ハート型に見える実の採取、実を用いたクラフト作成、ジャカランダ染め、苗木の植栽・育成等を企画すること等が考えられる。これらの追加的企画と、定期的なイベントや教室（ビーチヨガやビーチサッカー教室など）の開催を組み合わせることにより、集客の誘引、通年利用の促進につなげていくことも可能性として考えられる。

### d. 海辺のイルミネーション

熱海港の景観の特徴に、ヨットハーバーのクルーザーは欠かせないものである。サンビーチからムーンテラス、渚デッキは夜間にライトアップされ、幻想的な空間を演出しているが、ヨットハーバーにもこの彩りを広げることにより、港の景観向上、夜間の魅力向上につながり、散策等の利用促進に寄与することが期待される。



徳島港のヨット ライトアップ



出典：熱海市観光協会ホームページ

ムーンテラスのライトアップ

サンビーチのライトアップ



### e. ビーチイベント

初夏～盛夏を中心に、海上花火やお祭り、フェスティバルが毎週のように開催され、海水浴を目的に来訪する観光客もピークを迎え、サンビーチは賑わう。しかし、秋季には大きなイベントがなく、冬季は熱海梅園などへの来訪客が海辺に足を延ばすことは少ない状況であり、海辺は閑散としている。海辺への来訪のきっかけとするためにイベントの開催や、日常的に市民が利用できる機会の創出がのぞまれる。夏季以外のビーチで実施可能な事例としては、間伐材を利用した火祭り、水陸両用車の運行などがあり、サンドアートやヨガ、サッカー等のビーチスポーツ教室などは熱海でも取り組まれている。

現在の熱海で取組みが進んでいない活動として、障がい者に配慮したユニバーサルビーチとしての整備がある。「海の障害者マーク」を取得することにより、利用者層の拡大につながる他、誰もが楽しめる人にやさしいビーチとしての付加価値の創出になる。

#### 参考資料

大洗サンビーチ  
(日本発のユニバーサルビーチ)



出典: 大洗町商工観光課ホームページ

「海の障害者マーク」  
障害者が乗船する小型船舶、バリアフリーの小型船舶およびこれらの船に係留できる海上施設などに表示



ビーチプラス

出典: 横浜海の公園ホームページ



三浦海岸のおんべ焼き

出典: 三浦市観光協会 facebook



出典: 水陸両用バス KABA  
ホームページ  
水陸両用車(東京湾)



サンドアート

出典: 熱海ビーチクラブ facebook



朝ヨガ

出典: 神奈川県観光協会ホームページ



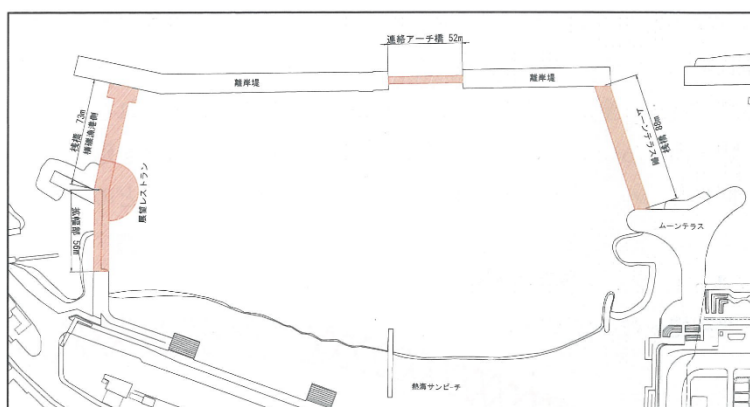
出典: 珠洲市みさき小学校ホームページ  
珠洲市三崎の海岸(竹灯籠 2200 個)

## ②新たな取組み

### a. (仮称) サンビーチ回廊<sup>2</sup>

サンビーチ沖側の離岸堤天端には池田満寿夫氏によるデザイン画がペイントにより施されているが、現在、北突堤および離岸堤は立ち入りできない状態にあり、このデザイン画を一般の観光客や市民が目にする機会は限られている。

北突堤-離岸堤-ムーンテラスを栈橋およびアーチ橋にて連絡することにより、海上の非日常的景観と潮風を感じながらの散策、アートを楽しむことができる空間を季節を問わず提供できるようになる。



#### ● 国外で防波堤の上に施設（歩道）を建設した事例（トーキー・プリンセス）

イギリスのトーキー・プリンセス栈橋は 1890 年代に建設され、栈橋の主要部分を防波堤上に設けており、防波堤から張り出した部分は直杭で支持されている。

当初は歩道の他に、栈橋先端にステージとコンサートホールも建設したが、1960 年代に木材が腐敗したため取り壊され、再建されていない。

栈橋の全延長にわたって、錬鉄や木材で精巧につくられたベンチや豪華な照明灯が設置されている。海岸線のプロムナードから続く散策路として、臨港域の混雑から解放された空間を人々に提供している。隣接する劇場では、ミュージカルやマジックショーなど年間を通して様々なイベント繰り広げられている。

<sup>2</sup> 「Pier を活かした海岸づくりの提案－沿岸域における地方創生に向けて－」（沿岸域における地方創生研究会・PIERS 研究会、2016.4）



● 国内で防波堤の上に施設（歩道）を建設した事例（サンポート高松）

香川県高松港玉藻地区東部の再開発地区である。サンポート高松エリアには、海陸交通のターミナル、ホテル、公園、ホールなどが建ち並び、香川観光のスタート地となっている。



## b. アクティビティセンター（海辺の体験拠点）

海辺には、ムーンテラス、スカイデッキ、渚デッキなど、散策道が整備されている。ただし、サンビーチのある東海岸から海釣り施設のある和田浜まで、延長が長いことから、アクセスを助ける移動手段やその拠点となる施設、飲食・休憩スポットを設置することがのぞましい。移動手段としてレンタサイクルの導入と乗り降り自由なレンタサイクルベースの設置により、回遊の促進につながる。

また、レンタサイクルベースを多機能型のアクティビティセンター（体験拠点）と兼ね、例えば、サンビーチ付近ではバリアフリーに配慮したビーチレジャーの体験拠点、サンレモカフェ付近ではものづくり体験拠点、和田浜付近では釣り体験拠点等が想定される。これら来訪者の客層や嗜好に対応することにより、集客層の幅の拡大と集客時期の平準化に寄与する。

## c. ケータリング・オープンカフェ・バル

ビーチや、観光船、ヨット、漁船などの景観を楽しむことのできるデッキに、海辺の景観を楽しみ、潮風を感じることでできる飲食施設がのぞまれている。これらのスポットには、固定店舗としての飲食施設よりも、フレキシブルなケータリングや、椅子とテーブルのオープンカフェスタイルの方が、景観的にふさわしいものになる。また、隣接する渚町や銀座通り商店街の飲食店との目的区分ともなる。

ケータリングの活用は、地元飲食店による出張販売や若手シェフ、新規オーナーにとってはチャレンジショップとしての位置づけにもなり、人材育成にも寄与する。また、地元食材のPRにも繋げていくことが熱海の食のブランド構築にも貢献すると期待される。



レンタサイクル

出典：建設業と地域の元気回復助成事業  
取組事例集ホームページ



SUP

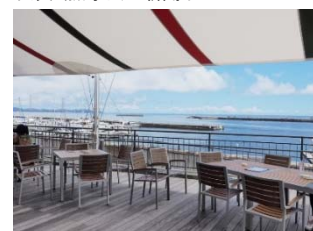
出典：asoview ホームページ



出典：建設業と地域の元気回復助成事業  
取組事例集ホームページ



出典：熱海ネット新聞ホームページ



出典：熱海遊覧船サンレモホームページ



ビーチケータリング

出典：Truck wedding ホームページ



③海辺（親水公園・サンビーチ）の通年利用に向けた取組みの実施スポット案

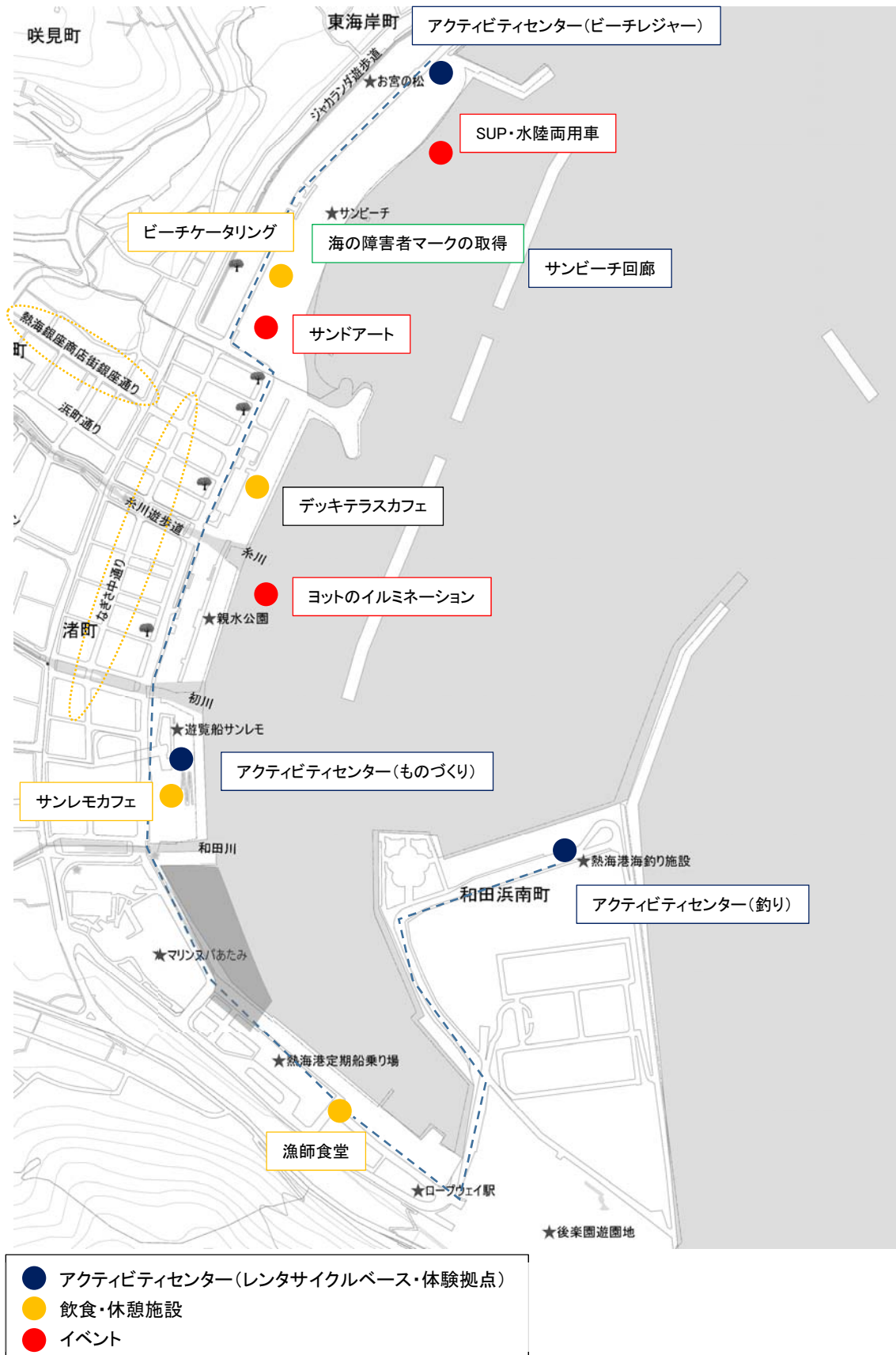


図 IV. 3. 5 海辺（親水公園・サンビーチ）の通年利用に向けた取組みの実施スポット案

## 7) 取組方針 5 国際的な認知度の向上（認定・認証制度の導入）

国際的には、観光地や観光産業に対して、持続可能性を評価する認定・認証の制度化が進んでいる。観光都市として国際競争力を付けるために、特に来訪地の選定にステイタスとしてのこだわりを持つ客層に向けて、これらの認定・認証の将来的な取得を検討する。熱海市で導入可能と考えられる認証としては「サステイナブル・ツーリズム国際認証」および「ブルーフラッグ国際認証」がある。認証取得により、国内外の取得地との連携により、国際的な認知度のさらなる向上につながることを期待される。

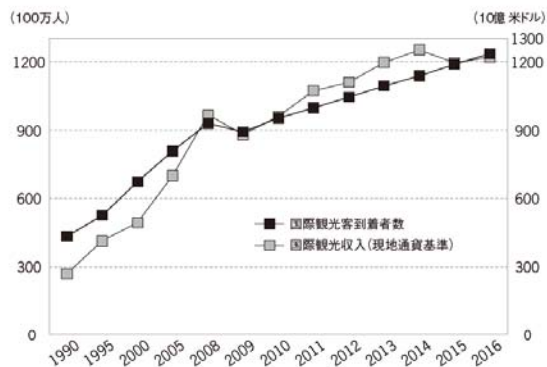
### (1) 地域観光に求められる観光の持続可能性の向上

UNWTO<sup>3</sup>によれば、2016年の国際観光客到着数(1泊以上の訪問客)は前年比3.9%増の12億3500万人となっている。今や、観光は世界のGDPの10%を占め、10人に1人が観光関連産業に従事する状況である(図IV.3.6)。

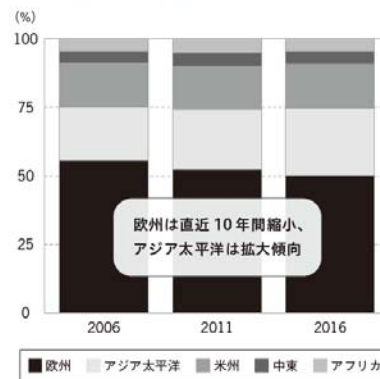
成長率が最も高い社会経済部門の一つである観光が、社会関係性や自然共生、文化育成、健康づくりといった分野にもたらす影響は計り知れず、これが適切に推進されることは地域社会の幸福に大きく貢献する。

一方で、とかく効率を求める現代社会において、観光のための開発が環境破壊につながったり、経済的利益が一部の観光業態(旅行代理店や宿泊施設)のみに集約される傾向も無視できない。

◎世界のインバウンド観光



◎国際観光客受入数の地域別シェア



◎観光の主要な指標



出典：UNWTO Tourism Highlights, 2017Edition

図 IV. 3. 6 観光がもたらす社会的インパクト

<sup>3</sup> 持続可能で責任ある観光を促進する国連世界観光機関

持続可能な観光（サステイナブル・ツーリズム）とは「旅行者・観光関連産業・自然環境・地域社会の需要を満たしつつも、現在・将来もたらす経済面・社会面・環境面の影響も十分考慮に入れた観光」（UNWTO 定義）を意味する。

観光産業は非常に活況であり、今後も伸び続けるということは既によく知られているが、世界の多くの観光企業は、持続可能な観光への取組みを成長課題と捉えている。特に、社会・環境問題に関心が高い高所得層、若年層の旅行者が、地域観光において持続可能な観光を好む傾向は、日本を含め世界中で強まると予想されている。

そのため、各地を周遊するクルージング寄港時や長期滞在中の体験型観光の需要が高まる中で、各地域の自然環境や歴史文化を良好な状態で保護しながら活用するために、観光の持続可能性を向上させる取組みが重要になっていると考えられる。

## （２） サステイナブル・ツーリズム国際認証

持続可能な観光を実施している地域の国際認証として、サステイナブル・ツーリズム国際認証がある。国連環境計画等の資金で設立された協議会（GSTC）が認定する認証機関が認証を行う仕組みで、認証は国際基準（GSTC-D）に則り、認証準備の支援制度もある。現在、認証の規準には「観光地用」と「宿泊施設・ツアーオペレーター用」の２つが出されている。

- A. 持続可能な観光地管理（14 項目）
- B. 地域コミュニティの社会的・経済的利益の最大化と悪影響の最小化（9 項目）
- C. 文化遺産の魅力の最大化と悪影響の最小化（6 項目）
- D. 環境メリットの最大化と悪影響の最小化（12 項目）

認証準備の取組み自体が地域観光地管理の持続可能性を高め、認証されることで世界有数の持続可能な観光地と認知されている。例えば、高所得旅行者向けの観光を扱う観光業者は持続可能性認証を持つ観光地を必要とし、認証観光地との契約時に優遇措置を講じている。アジア等世界で運航する豪華客船数第2位のロイヤル・カリビアン・クルーズは、GSTC 認証地の陸上ツアーを優先採用している。サステイナブル・ツーリズム国際認証を持つ地域は、スペイン、メキシコに多く、オーストラリア、ニュージーランド等にもある。

認証取得のメリットは大きいものの、国内ではまだ認証取得事例はない。それは、国際認証の取得手続きが、現在は海外の団体により外国語で行われていること、認証取得には読み書き、会話を含めた外国語対応が必要であることや、認証機関に支払う費用が日本円換算で100万円以上の場合もあることも一因とされて

いる。また、認証取得の経済効果を高めるためには、取得後の長期的マーケティング計画の立案・実施、観光地管理体制の継続的整備が必要であることも要因としてある。一方で、持続可能性を証明するためのシステムや基準が確立されていないことが問題点となっている。

日本においても、世界遺産の登録地、日本遺産の関連地域が増加し、周辺地域を含む地域観光の国際化が進んでいることから、国内の認証地域を増やすため、NPO 日本エコツーリズムセンターが日本語で手続き可能な国際認証の制度設計を検討している。

参考：GSTC「観光地用グローバル・サステイナブル・ツーリズム協議会国際基準および推奨評価指標 Version 1.0, 2013年12月10日」

### (3) 国際環境認証ブルーフラッグ

環境 NGO の FEE（国際環境教育基金）が運営するビーチやマリーナの国際環境認証のことである。世界 49 カ国、4,200 カ所以上に普及しており、特にヨーロッパでは優良なビーチの代名詞として広く認知されている。福井県高浜町の若狭和田ビーチと神奈川県鎌倉市の由比ヶ浜が、2016 年にブルーフラッグをアジアで初めて取得した。取得には、「水質」「環境マネジメント」「環境教育」「安全とサービス」の 4 分野 33 項目の認証条件となっている。

このうち高浜町は、若狭和田ビーチのブルーフラッグ取得をひとつの契機として、「日本へ行くなら、海辺で働くなら、暮らすなら高浜だ！」といわれるような『日本の小さなモナコ』と称される海辺の環境型保養地（環境観光地）化を目指している。そのため、移住者と地域の混成型パブリックベンチャーの支援、ライフセーバーや地元住民、大学等で組織する事業型 NPO『ブルーフラッグアカデミー』の設立、平成 32 年度の開業を目指す高浜漁港の 6 次産業施設を中核施設に、地域経済の牽引役となる地域商社の設立など、様々な事業が進められている。

資金面でも、若者や移住者ニーズを捉えた観光・教育・福祉・コミュニティ事業に、クラウドファンディング、ファンド、トラスト制度等による域外からの新たな投資の呼び込みなど、域外のひと・企業が注目する海辺エリアの創造に取り組んでいる。

取得後の効果としても、海水浴客の増加（2016 年取得直後の観光入込客数が、前年比 18%増）、海水浴客のマナーの向上、マスコミからの注目、企業や団体、教育委機関との協働、といった変化が見られた。



出典：若狭高浜観光協会ホームページ





## 2) 事業スケジュール（優先性）

集客に効果的な施設の配置・デザイン等とともに、マーケティングと、現有の施設環境をより効率的に活かすよう、ソフト的な事業から優先的に着手・試行することがのぞましい。

表 IV. 4. 1 (1) 各対策案の優先性

| ジャンル | プロジェクト   | サブプロジェクト                                      | 優先性                                   |        | 実施主体 |
|------|--|---|---------------------------------------|--------|------|
|      |  |   | ニーズ                                   | 取組みやすさ |      |
| 回廊機能 | ①<br>観光交通対策の実施<br>交通拠点を中心にパーク&ライド&ウォーク（P&R&W）のしくみの整備 | 海岸部に公共交通導入+パーク&ライド&ウォーク                       | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | 歩行者主要経路のマイカー流入規制（和田浜エリア・中心市街地）、駐車場配置の最適化      | ◎                                     | ◎      | 官・民  |
|      |  | 駐車場の弾力的な運用（空き駐車場への誘導、駐車場料金の調整）                | ◎                                     | ◎      | 民    |
|      |  | 陸路と海路の交通拠点整備（SeaSideStation）                  | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | 移動の楽しみの演出（乗り物の魅力・景観）                          | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | 既存バス路線の利便性向上                                  | ◎                                     | ◎      | 官・民  |
|      |  | 公共Wi-Fiの整備、手ぶら観光の推進                           | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | 交差点改良（マリンスパ熱海入り口交差点、容量拡大：右折車線の追加、ペDESTリアンデッキ） | ◎                                     | ◎      | 官    |
|      | ②<br>公共交通の利便性向上<br>誰もが便利に楽しく移動できる交通環境の整備（歩行空間の整備）    | バリアフリー化（高低差の解消、エスカレーター）、ミニモノレール等              | ○                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | 海岸沿い遊歩道整備と景観形成                                | ○                                     | ◎      | 官・民  |
|      |  | 道路空間の再編による歩行空間の創出                             | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | そぞろ歩きの回復（商店街のモール化）                            | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | 眺望、休憩スペースの整備                                  | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | サイン計画   | ○                                     | ◎      | 官    |
|      |  | 無電柱化の推進（推進計画の策定）                              | ◎                                     | ○      | 官    |
|      | ③<br>クルーズ客受入<br>クルーズ客の受入環境の整備（広域周遊と市内の移動の多様性）        | 屈曲部の線形改良（和田浜）                                 | ○                                     | ○      | 官    |
|      |  | 駐車場・乗降場の確保（観光施設周辺）                            | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | AI運行バスの導入による移動支援                              | ◎                                     | ○      | 官・民  |
|      |  | ④<br>陸路と海路の連携（レール&クルーズ等）                      | 陸路と海路を組合せた旅行商品の充実（レール&クルーズ、フライト&クルーズ） | ○      | ○    |

表 IV. 4. 1 (2) 各対策案の優先性

| 課題<br>(ジャンル) | 対策<br>(プロジェクト)        | サブプロジェクト                               | 優先性   |            | 実施<br>主体 |     |
|--------------|-----------------------|--|---|------------|----------|-----|
|              |                       |  | ニーズ   | 取組み<br>やすさ |          |     |
| 滞留・回廊機能      | ⑤ 海辺(親水公園・サンビーチ)の通年利用 | ピアを活用した散策・休息施設、水陸両用車等                  | ◎   | ○          | 官・民      |     |
|              |                       | 海辺の体験拠点(アクティビティセンター)の整備、オープンカフェ・ケータリング | ○   | ◎          | 民        |     |
|              |                       | ユニバーサルビーチの整備(水中車椅子のレンタル等)              | ○   | ◎          | 官・民      |     |
|              |                       | マリナー利用者との協働によるヨットのライトアップ、既存イベント等との連携   | ○   | ◎          | 民        |     |
|              | ⑥ 和田浜エリアの高度利用         | 防波堤を活用した釣り・散策・休息施設                     | ◎   | ○          | 官・民      |     |
|              |                       | 交通結節点(旅客ターミナル兼津波避難タワー、ヨットクラブハウス、ヘリポート) | ◎   | ○          | 官・民      |     |
|              |                       | 宿泊施設・商業施設                              | ◎   | ○          | 官・民      |     |
|              |                       | 防災・減災(津波避難施設、防災活動拠点)                   | ◎   | ○          | 官・民      |     |
|              | ⑦ 渚町の活性化              | 緑化・景観整備、街並みの統一性<br>民間活動の場の提供、遊休地の活用    | ◎   | ○          | 官・民      |     |
|              |                       | 車両乗り入れ規制・歩行者天国                         | ◎   | ○          | 官・民      |     |
|              | 地元魚と漁港の活用<br>国際認知度の向上 | ⑧ 水産施設の再編                              | 漁港施設(係留、水揚げ・荷捌き施設)、販売施設(魚市場)、飲食施設(地産地消)、釣り・ダイビング関連施設の整備 | ◎          | ◎        | 官・民 |
|              |                       | ⑨ サステイナブルな観光地としての認証取得                  | サステイナブル・ツーリズム国際認証の取得、国内外の取得地との連携                        | ○          | ○        | 官・民 |

### 3) 調整課題

計画の推進にあたり、既往の制度、先行事例、慣例、既得権等に配慮し、当該者との綿密な意見調整、役割分担の明確化、必要に応じて規制緩和等の措置が必要である。以下に本整備計画（案）推進に係る主な調整課題を示す。

表 IV. 4. 2 整備計画（案）推進における主な調整課題

| 事業分類             | 事業内容   | 主な調整課題、関係者  |
|------------------|--|---|
| 人の回廊創出<br>(交通計画) | パーク&ライド&ウォークシステム、シーサイドステーション (Sea Side Station)、エスカレーター等 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光交通対策、官民連携計画の策定</li> <li>・旅館等送迎バス運行者</li> <li>・駅前商店街事業者</li> <li>・道路管理者 (国道 135 号線)</li> </ul> |
|                  | LRT、AI バス、海上バス等・既存バス事業者                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・既存バス事業者</li> </ul>  |
|                  | マリンスパ熱海入口交差点の改良 (右折 2 車線、ペDESTリアンデッキ)                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・土地利用 (マリンスパあたり、大野屋)</li> <li>・道路管理者 (国道 135 号線)</li> </ul>                                      |
| 海辺の賑わいの創出        | 海釣り施設、サンビーチ回廊等既存施設の改築                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・既存施設の設計時基準を踏まえた強度検討</li> <li>・火薬類取締法施行規則</li> </ul>   |
|                  | 水産施設の整備  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・水産物に係る需要、施設整備費の試算による採算性</li> <li>・港湾域水面の漁港利用への制度上の制約</li> </ul>                                 |
|                  | 緑化、緑地整備  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・メンテナンス者、責任の明確化</li> </ul>   |
|                  | 街並景観の統一  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・基準の明確化 (渚地区まちづくり推進地区計画の改定等)</li> </ul>  |
|                  | 進行中の各種取組みとの協力  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街や商工会議所等取組み実行者との協力</li> </ul>   |
|                  | ビーチレジャーの多様化、アクティビティセンターの設置                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ライフセーバーの配置等継続的な安全対策とその責任の所在の明確化</li> </ul>  |
|                  | 夜間イルミネーション点灯   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・点灯時間帯や地域範囲等、地域住民の夜間の光害への配慮</li> </ul>   |
|                  | 継続的な事業推進   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・組織等の体制構築</li> </ul>   |
|                  | 公共用地の民間利用  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・市等による規制緩和</li> </ul>  |

## 4) 実現方策の検討

まちづくりの取組みを実施・推進していくためには、取組みの内容によらず、その取組みを支える部分においても様々な課題がある。例えば、実施のための資金をどのように準備するか、現場の管理や関係者との調整、担い手となる人材の確保、事業を継続し、時には発展・拡大へ向けての仕掛けをしていくような戦略的な計画づくりなどが考えられ、行政機関（現場担当者等）にもプロジェクトマネジメン的な能力が求められてきている。

このようなプロジェクトマネジメントの観点からは、事業の実施を支えるために必要となる①総合的な検討体制の構築、②関係機関との連携・協働、③資金の調達、④人材の確保・育成、について準備が必要である。

### ①総合的な検討体制の構築（日本版 DMO）

日本の観光地域づくりの取組みは、これまで地方行政が主導してきており、地域の観光協会は国内プロモーションやイベント運営等、一部の事業を担うという傾向が強かった。しかし、近年、観光庁が進める日本版 DMO など、観光地域づくりのあり方にも変化がみられる。

まずは、地方行政、観光協会、その他の団体による現在の取組内容、人員体制、予算等について整理することから始め、関係者が情報を共有し、それぞれが担ってきた観光関連事業の集約化・再編、強化、効率化の方向性等について議論することが必要となる。

DMO とは、Destination Management Organization または Destination Marketing Organization の略称であり、ある観光地のマーケティングとプロモーションを担う組織を意味する。日本版 DMO の登録は 2015 年 12 月より登録開始された。

日本版 DMO は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人である。

このため、日本版 DMO が必ず実施する基礎的な役割・機能（観光地域マーケティング・マネジメント）としては、以下が挙げられる。

- (1) 日本版 DMO を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPI の設定・PDCA サイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

また、地域の官民の関係者との効果的な役割分担をした上で、例えば、着地型旅行商品の造成・販売やランドオペレーター業務の実施など地域の实情に応じて、日本版DMOが観光地域づくりの一主体として個別事業を実施することも考えられる。

#### a. 日本版 DMO の登録制度

##### 登録対象

地方公共団体と連携して観光地域づくりを担う法人

##### 登録区分区域

- 広域連携 DMO：複数の都道府県に跨がる地方ブロックレベルの区域
- 地域連携 DMO：複数の地方公共団体に跨がる区域
- 地域 DMO：原則として、基礎自治体である単独市町村の区域

※広域連携 DMO 及び地域連携 DMO の形成・確立に当たっては、連携する地域間で共通のコンセプト等が存在すれば、必ずしも地域が隣接している必要はない。

##### 登録要件

(1) 日本版 DMO を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成

◎以下の[1]～[4]のいずれかに該当する又は該当する予定であること

- [1]取締役、理事など日本版 DMO の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画すること
- [2]日本版 DMO の組織内に行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置すること
- [3]日本版 DMO が行う取組に関する連絡調整を行うため、行政や関係団体から構成される協議会等を DMO とは別に設置すること
- [4]その他、関係者の合意形成が有効に行われる仕組みが存在すること

(2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データ等に基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPI の設定・PDCA サイクルの確立

◎以下の[1]～[3]の全ての取組を日本版 DMO が行う又は行う予定であること

- [1]各種データ等の継続的な収集・分析
- [2]データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略の策定（地方公共団体が策定する観光振興計画が存在する場合は、当該計画と戦略との整合性が留意され、当該計画の策定・見直し等への関与がなされること）
- [3]KPI の設定（少なくとも旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率の4項目については必須とする。この他に各日本版 DMO が独自に KPI を設定することも可能）・PDCA サイクルの確立

(3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

- ◎以下の[1]～[3]の全ての取組を日本版 DMO が行うこと又は行う予定であること
- [1] 地域社会とのコミュニケーション・地域の観光関連事業者への業務支援を通じて、戦略を多様な関係者間で共有すること
- [2] 地域が観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制を構築すること
- [3] 観光客に対して地域一体となって戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーションを行うこと

(4) 日本版 DMO の組織

- ◎以下の[1]～[3]の全てに該当すること又は該当する予定であること
- [1] 法人格を取得していること
- [2] 意思決定の仕組みが構築されていること
- ※日本版 DMO の業績について対外的に最終的な責任を負う者が明確化されていること
- [3] 専門人材が存在すること
- ※データ収集・分析等の専門人材（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー等）が DMO 専従で最低一名存在していること又は確保する予定であること

(5) 安定的な運営資金の確保

- ◎日本版 DMO が自律的・継続的に活動するための安定的な運営資金が確保される見通しがあること

※資金確保の手段としては、収益事業（物販、着地型旅行商品の造成・販売等）、特定財源（法定外目的税、分担金）、行政からの補助金・委託事業等が想定されます。

b. 登録制度プロセス

1 地域からの申請

日本版 DMO の役割・機能を担おうとする法人が形成計画を作成し地方公共団体と連名で提出。

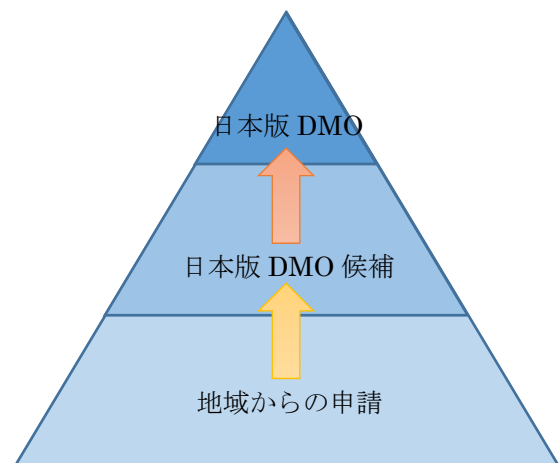
2 観光庁による登録

観光庁にて形成計画を審査し、日本版 DMO 候補法人として登録。

登録法人は事業報告書、形成計画等を提出し、全ての登録要件に該当すると認められるとき、日本版 DMO として改めて登録。

3 関係省庁による連携支援

登録法人および連携事業関係団体に対し、支援チームを通じて重点的支援を実施。



### c. 日本版 DMO の登録数と地域

●登録法人数 ( )は静岡県における登録数

|          | 日本版 DMO 候補 | 日本版 DMO |
|----------|------------|---------|
| 広域連携 DMO | 3 (1)      | 7 (0)   |
| 地域連携 DMO | 45 (1)     | 39 (3)  |
| 地域 DMO   | 80 (2)     | 24 (0)  |
| 合計       | 128 (4)    | 70 (3)  |

●静岡県における日本版 DMO 候補法人

| 申請区分     | 日本版 DMO 候補法人の名称                | マーケティング・マネジメント対象とする区域 (自治体単位)                                 |
|----------|--------------------------------|---|
| 広域連携 DMO | (一社) 中央日本総合観光機構                | 富山県、石川県、福井県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、滋賀県                           |
| 地域連携 DMO | (一社) 美しい伊豆創造センター               | 【静岡県】沼津市、熱海市、三島市、伊東市、下田市、伊豆市、伊豆の国市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町、函南町 |
| 地域 DMO   | (一社) 伊豆市産業振興協議会                | 【静岡県】伊豆市  |
| 地域 DMO   | 【設立予定】<br>(一社) 小山町観光推進協議会 (仮称) | 【静岡県】小山町  |

●静岡県における日本版 DMO 法人

| 申請区分     | 日本版 DMO の名称           | マーケティング・マネジメント対象とする区域 (自治体単位)      |
|----------|-----------------------|------------------------------------|
| 地域連携 DMO | (公社) 静岡県観光協会          | 静岡県                                |
| 地域連携 DMO | (公財) するが企画観光局         | 【静岡県】静岡市、島田市、焼津市、藤枝市、牧之原市、吉田町、川根本町 |
| 地域連携 DMO | (公財) 浜松観光コンベンションビューロー | 【静岡県】浜松市、湖西市                       |



#### d. 事例

| 区分   | 名称              |
|--|-----------------|
| 広域連携 DMO   | (一社) せとうち観光推進機構 |
| 連携組織   |                 |
| <p>兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県</p> <p>一般社団法人中国経済連合会／イオンリテール株式会社中四国カンパニー／株式会社近畿日本ツーリスト中国四国／サントリーホールディングス株式会社／四国旅客鉄道株式会社／株式会社 JTB／タイムズモビリティネットワークス株式会社／西日本旅客鉄道株式会社／日本航空株式会社／株式会社日本旅行／楽天株式会社トラベル事業／株式会社リクルートライフスタイル</p>   |                 |
| 概要と活動内容  |                 |
| <p>せとうち DMO は、マーケティング・プロモーションを策定実行する一般社団法人せとうち観光推進機構と、『せとうち観光活性化ファンド』を活用してプロダクト開発支援を行う株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションで構成され、瀬戸内が有する幅広い観光資源を最大限活用しながら、多様な関係者とともに情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等を行い、地域の皆さまが主体となって行う観光地域づくりを推進。</p> <p>2016年2月26日：観光庁の「日本版 DMO 候補法人」に登録<br/>2017年11月28日：観光庁の「日本版 DMO」に登録</p>  |                 |
|  |                 |
| <p>出典：せとうち DMO ホームページ <a href="http://setouchitourism.or.jp/ja/">http://setouchitourism.or.jp/ja/</a></p>  |                 |
| <p>《瀬戸内ブランド登録制度》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・瀬戸内の素材を使っている商品を登録し、ブランドマークを付ける。</li> <li>・登録数は 700 商品を超える。</li> </ul> <p>《『STU48』への支援》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アイドルグループ『STU48』のマネジメントに出資。</li> <li>・瀬戸内の主要港を中心に「船上劇場」での公演など、AKB グループ初の試みが詰まったグループ。</li> <li>・メンバーを通じた情報発信やミュージックビデオの背景に地元観光地を使うことで知名度の向上を図る。</li> </ul> |                 |

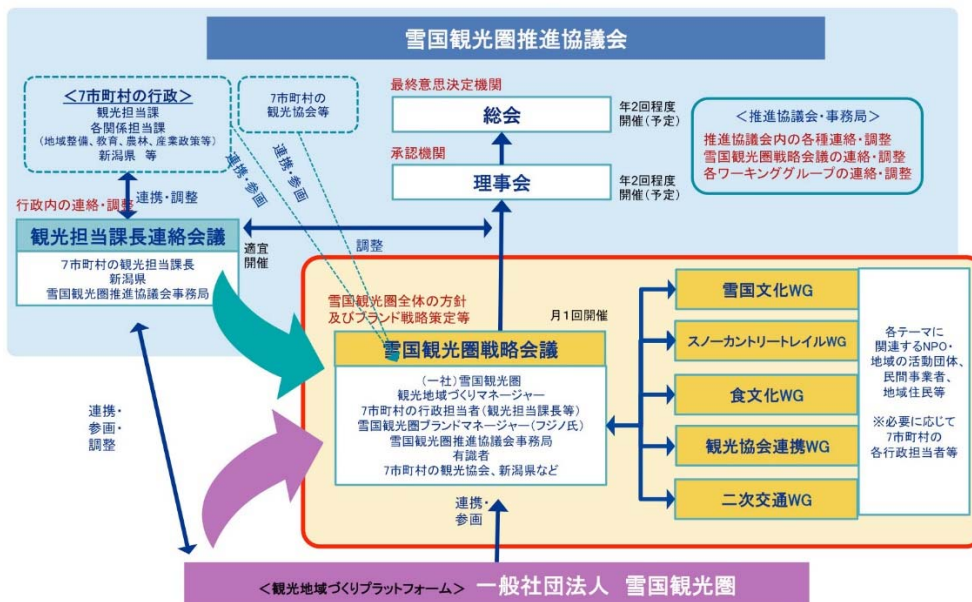
|          |            |
|----------|------------|
| 区分       | 名称         |
| 地域連携 DMO | (一社) 雪国観光圏 |

連携組織

新潟県：魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市、津南町、群馬県：みなかみ町、長野県：栄村

概要と活動内容

雪国観光圏は 7 市町村を母体とした雪国観光圏推進協議会からの事業委託の他、パートナー企業、事業サポーター会員の支援により事業を推進。雪国観光圏推進協議会と一般社団法人雪国観光圏とが一緒に議論するための場として、7 市町村の行政担当者や観光協会、県の担当者、地域づくりマネージャー、有識者などが参加して、月 1 回戦略策定の会議を開催。国内外から選好される国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを目標に、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを具現化した“滞在交流観光”の実現、地域独自の価値を活かした“ブランド”の確立、“日本の顔”となる観光地域など、次世代の観光地域を目指す。



出典：雪国観光圏ホームページ <http://snow-country.jp/>

2008年2月28日

湯沢温泉旅館組合主催にて広域観光連携シンポジウム「ぐるっと雪国！！」を開催し湯沢町、南魚沼市、魚沼市、十日町市、みなかみ町、津南町、栄村の行政ならびに民間関係団体が出席して、広域観光連携の必要性の共通認識を持つ。

2008年3月～4月

雪国観光圏設立に向けて、関係団体等への説明や調整を実施。

2008年5月13日

第1回設立準備委員会を開催。広域観光圏内の行政や民間団体が参加し、観光圏整備事業の概略と協議会設立に向けての説明を行う。

2008年8月7日

雪国観光圏推進協議会設立総会が開催。

2013年「一般社団法人雪国観光圏」へ移行。

| 区分   | 名称                                 |      |                  |      |       |      |        |
|--|------------------------------------|------|------------------|------|-------|------|--------|
| 地域 DMO   | 豊岡版 DMO 機構：正式名称「一般社団法人豊岡観光イノベーション」 |      |                  |      |       |      |        |
| 連携組織   |                                    |      |                  |      |       |      |        |
| 豊岡市、WILLER、全但バス株式会社、但馬銀行、但馬信用金庫、三井産株式会社、JTB、近畿日本ツーリスト  |                                    |      |                  |      |       |      |        |
| 概要と活動内容  |                                    |      |                  |      |       |      |        |
| <p>豊岡市は、観光資源として城崎温泉を有しており、近年インバウンド客が急増している。近年の課題から、閑散期に外国人観光客を集客し需要を平準化し、地域の雇用を創出すること、また、平均滞在日数を増やし、地域での観光消費額を増加させることをターゲットとしている。</p> <p>そのため、豊岡版 DMO では、市の基盤産業である飲食店・宿泊業、かばん製造業に着目し、インバウンド事業にフォーカスした収益事業を展開。具体的には観光客のニーズなどの調査、分析や豊岡市への外国人観光客を増やすため、宿泊予約サイトを運営。着地型ツアーの企画販売、豊岡ブランドの商品販売を行っている。</p> <p>官民協働によるインフラ整備としては、旅館組合、全但バス、観光協会をはじめ様々な事業者と連携し、インバウンド受入れ体制を整えている。</p> <p>城崎温泉地域だけでなく、広域に他県とも連携することで訪問客の拡大を目指している。また、オンパク事業にも取り組み、和菓子作りや温泉ピラティスなど新しい体験価値を生み出すとともに、これまで観光業に関わってこなかった市民が参画し、ビジネスに繋げる仕組みを構築している。</p> <p>また、データ分析のプロ人材をアドバイザーとして招聘し、ビッグデータを用いて各種観光データの収集・分析を強化し、戦略的な観光地マーケティングを展開、効果的な地域経済活性化を目指している。</p> <p>豊岡市が民間バス会社、Willer Alliance(株)と連携することで、豊岡版 DMO と地域商社との相乗効果の実現を目指していることが特徴的である。</p> <p>2020 年に外国人宿泊者数を 10 万人とする KPI を掲げている。(2016 年設立時は 4 万人)</p>        |                                    |      |                  |      |       |      |        |
| <p>The diagram illustrates the synergy between Toyooka City and Willer. Toyooka City's strengths include inbound tourists from hot springs like Enokuni and diverse local resources (sea, mountains, hot springs, town). Willer's strengths include high-speed buses and online sales for new market creation, and the participation of JR Tokaido for regional activation. The combination of Toyooka City DMO and local companies creates a synergistic effect, leading to an increase in regional sales and growth in both overseas and domestic markets.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Year</th> <th>Inbound Tourists</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2011</td> <td>1,118</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>31,442</td> </tr> </tbody> </table> <p>4年間で2.8倍</p> |                                    | Year | Inbound Tourists | 2011 | 1,118 | 2015 | 31,442 |
| Year   | Inbound Tourists                   |      |                  |      |       |      |        |
| 2011   | 1,118                              |      |                  |      |       |      |        |
| 2015   | 31,442                             |      |                  |      |       |      |        |
| <p>出典：「国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務」（観光庁、平成 28 年 3 月）</p>   |                                    |      |                  |      |       |      |        |

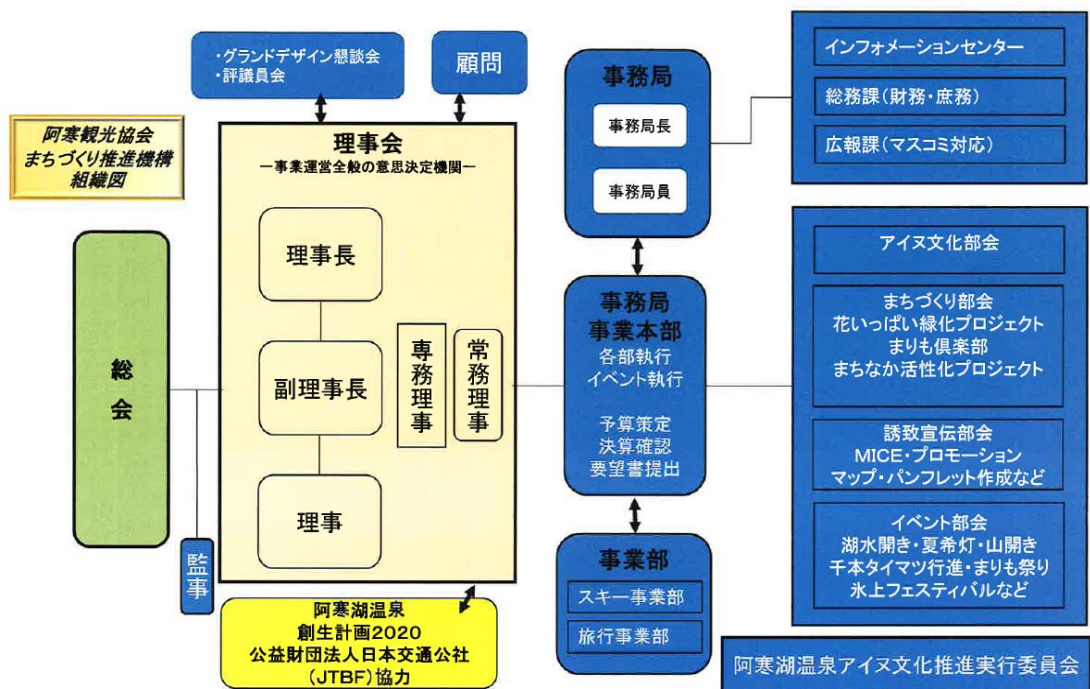
| 区分   | 名称                    |
|--|-----------------------|
| 地域 DMO   | NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 |
| 連携組織   |                       |
| 釧路市、(一社) 釧路観光コンベンション協会 (地域連携 DMO)、(一社) 摩周湖観光協会、(一財) 前田一步園財団、阿寒湖温泉旅館組合、阿寒アイヌ工芸協同組合、阿寒観光汽船(株)、阿寒バス(株)、(一財) 自然公園財団阿寒湖支部、(株)阿寒町観光振興公社<br>阿寒町商工会、釧路空港ビル(株)、(株)ツーリズムてしかが、(公財) 日本交通公社 |                       |

**概要と活動内容**

2002年より地域住民が主体となって「阿寒湖温泉再生プラン2010」を策定するとともに、2004年には「阿寒観光協会」と「阿寒湖温泉まちづくり協議会」を統合し、NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構を発足させ、観光振興と観光まちづくりを一元化し、インバウンド需要の取り込みを含めた地域一体となった観光まちづくりを推進してきた。2010年には、10年計画「阿寒湖温泉創生計画（ビジョン）2020」を策定し、この計画の中で「観光」と「地域づくり」の7つの基本戦略と基本戦略に対する22施策を明確化し取り組んでいる。5年目を迎えた2015年11月には、前半5年間のKPIに対するPDCAを行い、その結果に基づき後半5年間の計画修正を実施している。

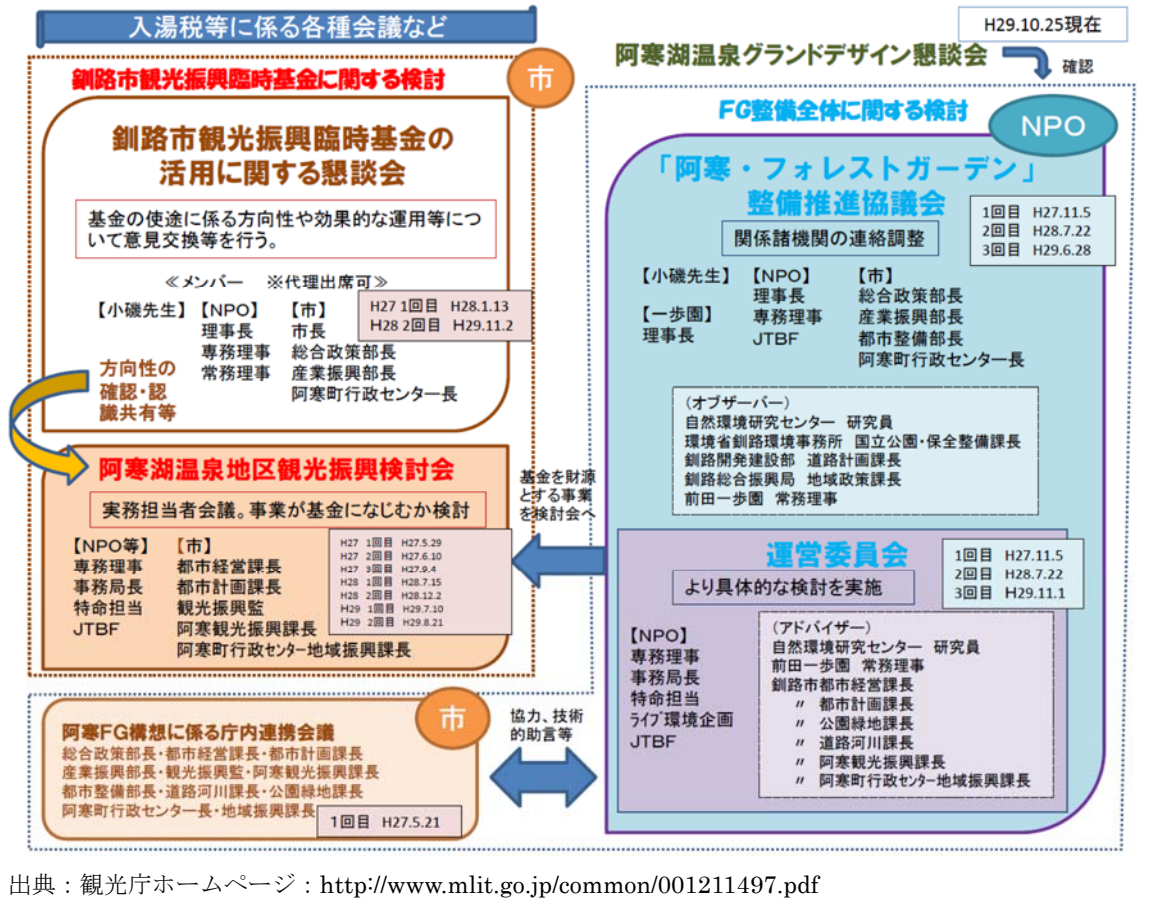
これまで、基本インフラの整備が中心であったが、世界に訴求するためのマーケティングとしては不十分であり、KPIである「2020年までに訪日外人客の倍増」の目標達成は困難であるとし、JTB、電通からの高度な専門人材による的確なマーケティング、ブランディング、プロモーション戦略に基づく、観光立国施策の迅速な実施を目指している。

「マネジメント・マーケティング戦略を担う DMO」と「中核プロジェクトの推進を担う DMC（事業会社）」の両輪体制で、加速度的な事業推進を図る。



まちづくりの安定財源を確保するため、2002年から入湯税の増税が検討され、2015年4月に入湯税を150円から250円に変更した。入湯税増税による新財源は、国際観光地環境整備事業、おもてなし事業などに活用することが計画されている。検討当初は1/3が反対だったが、その後議論

を重ねる中、次世代の競争力ある観光地づくりに向けて皆が賛成するに至った。これにより、年間約5,000万円の安定財源を見込んでいる。



出典：観光庁ホームページ：http://www.mlit.go.jp/common/001211497.pdf

●その他の日本版 DMO 活動事例

| 区分   | 名称                            | 地域  | 概要と活動内容  |
|------|-------------------------------|---|--|
| 地域連携 | (一社)八ヶ岳ツーリズムマネジメント            | 山梨県北杜市<br>長野県富士見町、<br>原村                                | 各観光関連団体と連携し、官民一体となった観光地域づくりを推進している。<br>「八ヶ岳版 DMS」を構築し、地域の情報の一元化に取り組んでいる。   |
| 地域連携 | 信州いいやま観光局                     | 長野県中野市、飯山市、山ノ内町、<br>信濃町、飯綱町、<br>木島平村、野沢温泉村、栄村<br>新潟県妙高市 | 観光誘客力強化を目的に、「飯山市観光協会」と「飯山市振興公社」を統合し、2010年に設立。この統合により、旅行企画と販売を密接に行うことができ、事務の効率化の効果があつた。                                       |
| 地域連携 | (一社)京都府北部地域連携都市圏振興社(海の京都 DMO) | 京都府福知山市、<br>舞鶴市、綾部市、<br>宮津市、京丹後市、<br>伊根町、与謝野町           | 京都府北部において以前から「海の京都観光圏」として、広域連携を進めていたが、平成 26 年に圏域全体のマネジメント体制等の強化を図るために観光協会を統合し再編した組合である。観光業務の一元化により、統一的な情報発信やサービスの向上に取り組んでいる。 |
| 地域   | (一社)田辺市熊野ツーリズムビューロー<br>[候補]   | 和歌山県田辺市   | 熊野古道を中心とした広域観光に対応するために設立されたビューロー。<br>2006 年に設立した後、外国人観光客の受け入れ態勢を整備し、設立前よりも 16 倍の観光客を受け入れることができるようになった。                       |

| 区分   | 名称                   | 地域                      | 概要と活動内容  |
|------|----------------------|-------------------------|--|
| 地域連携 | (一社)そらの郷             | 徳島県美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町   | 徳島県西部地域 2 市 2 町の観光振興を目的として設立。西阿波～剣山・吉野川観光圏におけるプラットフォームの役割を担っている。西阿波エリア全域についての情報発信を行うとともに、交通・宿泊の手配を実施している。            |
| 地域   | 株式会社大田原ツーリズム<br>[候補] | 群馬県大田原市                 | PPP（公民連携）を活用し、大田原市と民間会社がそれぞれ出資し、設立された株式会社。地域資源を活用した商品の予約窓口業務や国内外の教育・研修旅行の受入れを行っている。                                  |
| 地域連携 | (公財)佐世保観光コンベンション協会   | 長崎県佐世保市、小値賀町            | 地域一体で観光地域づくりに取組んでおり、市民ガイドや地域住民が開発したツアーを実施している。   |
| 地域   | (一社)下呂温泉観光協会         | 岐阜県下呂市                  | 下呂温泉及びその周辺地域の各宿の顧客データを活用してプロモーションを行っている。来訪者調査を市内全域で実施し、観光動態等の正確な把握や温泉観光協会の事業活動の反映や下呂市への政策提言等の成果を上げている                |
| 地域連携 | (一社)秩父地域おもてなし観光公社    | 埼玉県秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町 | 地域のイベント開催時に既存の観光協会と役割分担し、事業を行っている。また、来訪者アンケート調査を各市町村と連携して実施した。   |
| 地域   | (一社)長崎国際観光コンベンション協会  | 長崎県長崎市                  | 協会がインバウンド戦略の策定時する際に行政の統計調査や SNS 調査、RESAS 等のビックデータを長崎大学と連携して分析し反映している。  |
| 地域連携 | 株式会社くまもと DMC         | 熊本県                     | 熊本県と地元金融機関が支援し、商社機能を有している。<br>(食)を基盤として地域振興を行っている。   |
| 地域   | (公社)京都市観光協会          | 京都府京都市                  | 京都の資源を活用した事業による財源があり、行政からほぼ自立している観光協会である。  |
| 地域   | 新潟・佐渡観光推進機構株式会社      | 新潟県佐渡市                  | 新潟県への外国人観光客の来訪を増やすことを目的として活動している。また、エンターティメント事業にも力を入れており、佐渡島の音楽ユニットとのタイアップを行っている。                                    |
| 地域連携 | 株式会社ものべみらい           | 高知県南国市、香南市、香美市          | REVIC と四国銀行などが出資するファンドにより設立された。高知県物部川流域を観光だけでなく、6 次化事業により、地域の経済活性化を進めていく。  |
| 地域   | (一社)高千穂町観光協会         | 宮崎県高千穂町                 | 高千穂町観光協会は高千穂町の日本神話ゆかりの観光資源を活かし、海外に対する PR 活動を行っている。具体的には地域伝統の神楽のイベント開催や多言語解説などを実施した。結果、神楽は人気コンテンツとなり、外国人観光客の効果を上げている。 |
| 地域   | 小林まちづくり株式会社<br>[候補]  | 宮崎県小林市                  | 小林市と密接に連携し、フランス人職員を採用し、海外向けの小林市紹介動画を制作するなど、外国人観光客へのマーケティング強化を行っている。  |

●地域商社

| 名称                       | 地域     | 概要と活動内容   |
|--------------------------|--------|---|
| こゆ地域づくり推進機構<br>(通称：こゆ財団) | 宮崎県新富町 | 新富町は少子高齢化や財政難が問題となっており、生き残りをかけて、観光協会を解散し、行政から独立した形でこゆ財団を設立した。<br>財団は町だけでなく児湯郡全体で経済圏をつくり「100年先まで持続可能な地域」にすることを目標としている。<br>地元産の最高級ライチの商品開発・販売事業やふるさと納税を財団の財源とし、その財源をもとに起業家を育成し、地域経済の活性化に還元している。 |

②関係機関との連携・協働

自治体の所在する経済圏、生活圏での枠組みに捉われず、理念や課題が共通する自治体が連携体制をとり、どのように取り組めば課題を解決できるかを共に検討することが重要である。

例えば、基礎自治体が対策を実施しようとする場合、国や都道府県の支援を必要とする場面も出てくることが想定される。また、多くの自治体では、日頃から他自治体の事例を調査・研究し、政策推進の参考にしていると考えられる。こうした中で、自らの自治体と似たような理念や課題を共有する自治体が見つかった場合、情報交換などを通して連携していくことも効果的と考えられる。

表 IV. 4. 3 連携の目的と内容

| 地域間連携の目的        | 連携の内容等                                     |
|-----------------|--|
| 需要と供給の協力関係      | 商品の生産地と販売先との連携<br>イベントでの交流や互いの地域でのツアー実施等   |
| 能力の相互補完         | 大学との連携（大学に研究を依頼し、大学にはフィールドを提供する）           |
| 人材育成・技術指導       | 先駆的な自治体からの情報提供や技術指導<br>人材交流                |
| 同一目的の達成のための協力関係 | 流域内の各市町村との連携<br>流域での一体的取組みの推進（河川流域、上流と下流等） |

③資金の調達

資金獲得方法については、従来からの行政予算を確保すること以外にも、近年様々な手法が活用されている。

a. 行政の事業財源となるもの

多様な資金調達手法の導入

歳入・歳出の見直しや自主財源強化以外にも、政府系ファンドや民間ファンド

等、多様な財源と投融資制度を積極的に活用することも有効である。まちづくりの取組みには様々な手法があり、自治体だけでなく民間が主役となる事業も多くある。そこで、民間企業とのパートナーシップを強化し、協働して、政府系ファンドや民間ファンドの調達も視野に入れる必要がある。さらに、日本でも ESG 投資の動きが活発化していることや、自治体が発行するグリーンボンドにも関心が集まり、金融市場からの資金調達も実現性が高くなっている。

○環境省「グリーンボンドガイドライン 2017年版」平成29年3月

([http://www.env.go.jp/policy/greenbond/gb/greenbond\\_guideline2017.pdf](http://www.env.go.jp/policy/greenbond/gb/greenbond_guideline2017.pdf))

再生可能エネルギー事業、省エネルギー事業、廃棄物処理事業、気候変動への適応事業としての治水事業等を行う地方自治体が、これらの事業の資金を調達するモデルケースが掲載されている。

### **環境税等**

地方分権一括法で地方自治体は地方税法外の法定外税を総務大臣との事前協議で新設できるようになった。既に北九州市の「環境未来税」や東京都の「大型ディーゼル車高速道路利用税」が導入されている。これらは単なる財源確保ではなく、環境問題や政策課題の解決の目的税であり、受益者負担とも深く連動している。

詳細については総務省 WEB サイト「地方税の概要」から法定外税の概要を参照。

([http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/jichi\\_zeisei/czaisei/czaisei\\_seido/ichiran01.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/ichiran01.html))

### **交付金等**

国は省庁ごとに様々な交付金制度を設けている。補助金や助成金、研究課題に対する競争的資金制度等も含め、地方自治体の先進的で積極的な取組みを支援している。その中でも、地方創生交付金は、自治体の提案内容に自由裁量権があり、成果を上げる手法や道筋は自治体に委ねられている。このような各省庁にある多数の交付金や補助金、助成金情報を獲得し、常にそれらに関心を持って事前に準備することが重要である。

○地方創生関係交付金

(<http://www.kantei.go.jp/singi/sousei/about/kouhukin/>)

○社会資本整備総合交付金

([http://www.mlit.go.jp/page/kanbo05\\_hy\\_000213.html](http://www.mlit.go.jp/page/kanbo05_hy_000213.html))

○水産環境整備事業

([http://www.jfa.maff.go.jp/j/gyoko\\_gyozyo/g\\_thema/sub391.html](http://www.jfa.maff.go.jp/j/gyoko_gyozyo/g_thema/sub391.html))

○水産多面的機能発揮対策交付金

([http://www.jfa.maff.go.jp/j/gyoko\\_gyozyo/g\\_thema/sub391.html](http://www.jfa.maff.go.jp/j/gyoko_gyozyo/g_thema/sub391.html))



## 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）

地方公共団体が民間資金も活用して地方版総合戦略に基づく事業を積極的に実施していけるよう、地方公共団体が行う地方創生事業に対して、法人の寄附を促すことを目的に創設された制度である。志のある企業が地方創生のプロジェクトに対して寄付をした場合に、税負担の軽減効果が得られる制度である。

なお、企業版ふるさと納税制度を活用するためには、地域再生計画の認定を受ける必要がある。

平成 28 年 8 月、地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の対象事業が決定され、公表された（第 1 弾）。このときの事業分野は、しごと創生、地方への人の流れ、働き方改革、まちづくりが対象となっており、このうちのしごと創生には、地域産業振興、観光振興、農林水産振興等が含まれている。

### ○内閣府地方創生推進事務局

(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/pdf/h280802press.pdf>)

## ふるさと納税

最近注目を集めているのがふるさと納税制度である。納税する自治体はその使い道から選択できることから、閉鎖性海域の環境改善の取組みを魅力的な事業にデザインすることで、地元への投融資を増やすチャンスともなる。

自分の選んだ自治体に寄附を行った場合に、寄附額のうち 2 千円を越える部分について、所得税と住民税から原則として全額が控除される制度である。寄附先の自治体を寄附者が選べるだけでなく、自治体によっては、寄附金の「使い道」も選べることとなっている。なお、地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）とは異なり、自治体の総合戦略への位置づけが無い場合でも支出が可能である。

ふるさと納税に関するサービスを提供しているウェブサイト「ふるさとチョイス」で検索したところ、自然環境の保全を用途としたものだけでも 1000 を超える事業の登録が確認された（2018 年 2 月 15 日時点）。この中から海域の環境改善に関連する事例を以下に示す。

## b. 市民・団体等の事業財源にもなるもの

### クラウドファンディング

事業な活動に必要な資金を不特定多数の出資者からインターネット等を介して募り、事前に設定した金額に到達した段階で事業や活動に着手するという資金調達方法である。

クラウドファンディングは、資金調達の後に活動に着手するという点で特徴的であり、多くの場合、寄付に対する返礼が設定されている。また、クラウドファンディングのみで活動資金を確保する例は少なく、潜在顧客が多いことを示すことで、融資金融機関からの融資を引き出しやすくすることを目的としている例もみられる。

一方で、近年、自治体など行政が主体となるクラウドファンディングがみられるようになってきている。一般のクラウドファンディング同様に、既存のファンディングサイトを活用した資金調達が基本となり、仲介業者には、システム利用料や資金調達額に応じた成功報酬を支払うのが通例である。平成 25 年に鎌倉市が自治体初のクラウドファンディングに挑戦し、1 口 1 万円で 100 人の寄付者を 22 日間で集めた。

また、鯖江市は自治体初の FAAVO の地域オーナーとなり、ファンディングサイトを運営している。地域金融機関等をパートナーに、ファンディングを成立させるための起業・創業支援も行っている。

クラウドファンディングのサイトは多く存在し、企画を一緒に検討してくれる場合もあるなど、準備の必要性が低いため取り組みやすいと考える起案者も多い。また、資金提供者にとっても自らが決定できる権利をもって、インターネットで容易に資金提供できることから、新たな資金調達の仕組みとして有効である。

### 農林水産業みらい基金

農林水産業みらい基金では、農林水産業と食と地域のくらしを支える「農林水産業みらいプロジェクト」が展開されており、「創意工夫にあふれた取組みで、直面する課題の克服にチャレンジしている地域の農林水産業者へのあと一歩の後押しを通じて、農林水産業と食と地域のくらしの発展に貢献」するプロジェクトに対して、助成される。

過年度の対象事業に、漁業協同組合の養殖事業や定置網事業、NPO 法人のプロジェクト等がある。

○一般社団法人農林水産業みらい基金

<http://www.miraikikin.org/about/>

#### ④人材の確保・育成

まちづくりの取組みを実現していくにあたって、自治体の人的資源だけで対応するのは困難な場合も多い。

取組みの実施における行政の役割として、地域の多様な関係者を集めて互いの連携を促し、円滑に取組みを推進することが必要である。行政がリーダーシップを発揮し、多様な関係者が協調的なパートナーシップを持ちながら各々の役割を果たすことで、対策の効果的・効率的な推進が可能となる。

その際には、地域での活動を担う人材の確保とともに、自治体職員を始め関係者の能力開発・人材育成は、取組みを継続していくうえで重要なプロセスである。同様に、関係者のモチベーションの高さ（やる気）も維持する必要がある、取組みの意義を理解し、誇りとやりがいを見出すことが重要である。

人材の確保・育成については、地域づくりの様々な取組みにおいて課題となっており、次のような情報などを参考にすることも有効である。

○観光地域づくり人材育成実践ハンドブック 2015（観光庁、平成 27 年 3 月）

（<http://www.mlit.go.jp/kankoch/shisaku/jinzai/ikusei.html>）

○企業価値向上に向けた経営リーダー人材の戦略的育成についてのガイドライン（経済産業省、H29 年 3 月）

（<http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/data/20170331001.html>）

○地方創生カレッジ事業（内閣府地方創生推進事務局）

（<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/karejji/>）

表 IV. 4. 4 人材の確保・育成その他の手法

| 手法                             | 特徴（○利点・●欠点）  |
|--------------------------------|--|
| 外部人材の活用（Iターン、Uターン等）            | ○地域内部の検討だけでは見えにくい課題の抽出や、新しい視点・アイデアの導入により、ボトルネックの解消が期待できる。<br>●地域の受け入れ態勢が整っていないと、人材が流出してしまう。                                      |
| 地域の研究者の育成                      | ○専門的な知識をもつ人物の育成が可能。<br>○地域にそのまま定住することが期待できる。<br>●第一線で活躍できるまでに時間が必要。<br>●大学卒業後、地域外へ人材が流出しないように地域内での雇用を確保することも重要。                  |
| 行政機関が開催する講座（eラーニング含む）          | ○間口が広く気軽に参加しやすい。<br>○地域の特徴や目的に合わせたプログラムの設定や実施が可能であり、柔軟に対応できる。<br>●講座で得た知識や技術の活用・実用化は、自主性に任される。<br>●実際の取組みにつなげるためのフォローアップや仕掛けが必要。 |
| 大学や研究機関との連携による講座の開講等（対象は社会人含む） | ○総合的な視点や戦略を考える人材の育成が可能。<br>○社会人の場合は、即戦力となる人材が期待できる。<br>○分野横断的な総合的なプログラムを組むことが可能。<br>●大学等がない地域では連携がとりにくい。                         |
| 行政機関による研修（地方公共団体職員向け）          | ○地方公共団体のマネジメント層へ直接的なアプローチが可能。  |
| 企業によるセミナーの開講やコンサルティング          | ○地域の特徴や目的に合わせたプログラムの設定や実施が可能であり、柔軟に対応できる。<br>●多くの場合は資金が必要となり、継続性の確保が困難。  |
| 人材派遣による技術等の伝授                  | ○地域に必要な技術が限定されている場合、確実性が高い。<br>○地域ですでに活動している人材のステップアップ等に有効。<br>●派遣される人材の選出（適材）や、受け入れ側の選定（適所）。                                    |
| 自治体や地元団体による認定制度や資格制度（ガイド等）の活用  | ○地域の特色に合わせた制度設計等柔軟な対応が可能。<br>○国レベルの資格や認定と異なり、地元住民が参画しやすい。<br>●ガイド等の質やレベルの設定。   |