



白良浜周辺等海洋活用計画

白良浜周辺等海洋活用計画

平成30年 3 月



白 浜 町

(Ⅰ) 本計画の意義	P3~5
①計画の背景と目的	
②計画の対象範囲	
③計画の対象期間	
④計画に期待される効果と中期ビジョン	
⑤計画の位置付け	
(Ⅱ) 本計画策定にあたっての前提考察	P6~12
①白良浜周辺の概要と魅力	
②白良浜周辺の観光動向に係る現状	
(Ⅲ) 具体的課題の把握	P13~21
①来訪者（ゲスト）ニーズの把握（定性）	
・調査結果～分析	
②関連事業者の課題の把握	
・調査結果～分析	
③他地域参考事例（ベンチマーク）研究	
・由比ヶ浜視察及び関係者ヒアリング	
・ブルーフラッグについて	
・先進事例研究	
④策定プロセスについて	
⑤課題のまとめ	
(Ⅳ) 白良浜周辺等海洋資源活用の方向性と整備方針	P22~26
①課題解決の方向性	
②整備方針の概要	
③整備計画スケジュール	
④整備計画推進のためのコンセプト	
(Ⅴ) 整備計画／個別アクションプラン	P27~38
①計画の対象範囲と計画図	
②総合分野	
③ハード整備分野	
④ソフト整備分野	
⑤整備計画に係る概算事業費（案）	

第 I 章

本計画の意義

①計画の背景と目的

白浜町は「世界に誇れる観光リゾート白浜・オンリーワンの観光地」というテーマのもと、平成27年度において「再生」・「継承」・「創造」の3つの視点で白浜温泉の活性化を目指す、として「白浜温泉街活性化推進計画」を策定。

白浜温泉街のシンボルとしてある白良浜は、関西屈指の海水浴場として、夏場には約60万人もの海水浴客で賑わうが、近年の海水浴客は横ばい状態にあり、一方で全国的に海水浴客が減少傾向にあることから、今後は現状のままでは大幅な増加も見込めない状況。

そのため、白良浜に来られるお客様のニーズを的確に把握した上で、利便性や快適性の向上を図るために、新たなアクティビティを創出するなど、白良浜の魅力をさらに高めていくことが求められる。

また、白良浜を核として、白良浜から湯崎地域の漁業振興施設に至るまでの動線の整備と、海域活用を推進することで、海水浴客だけに限らず通年にわたり観光客を誘客し、地域全体に賑わいと経済効果をもたらすことが求められる。

本業務は、これらの課題に的確に対応し、今後の白良浜を中心として周辺地域が、魅力と活力に満ちた地域として発展していくための具体的な施策を指し示す計画を策定することを目的としている。

②計画の対象範囲

※後述の計画図面参照

③計画の対象期間

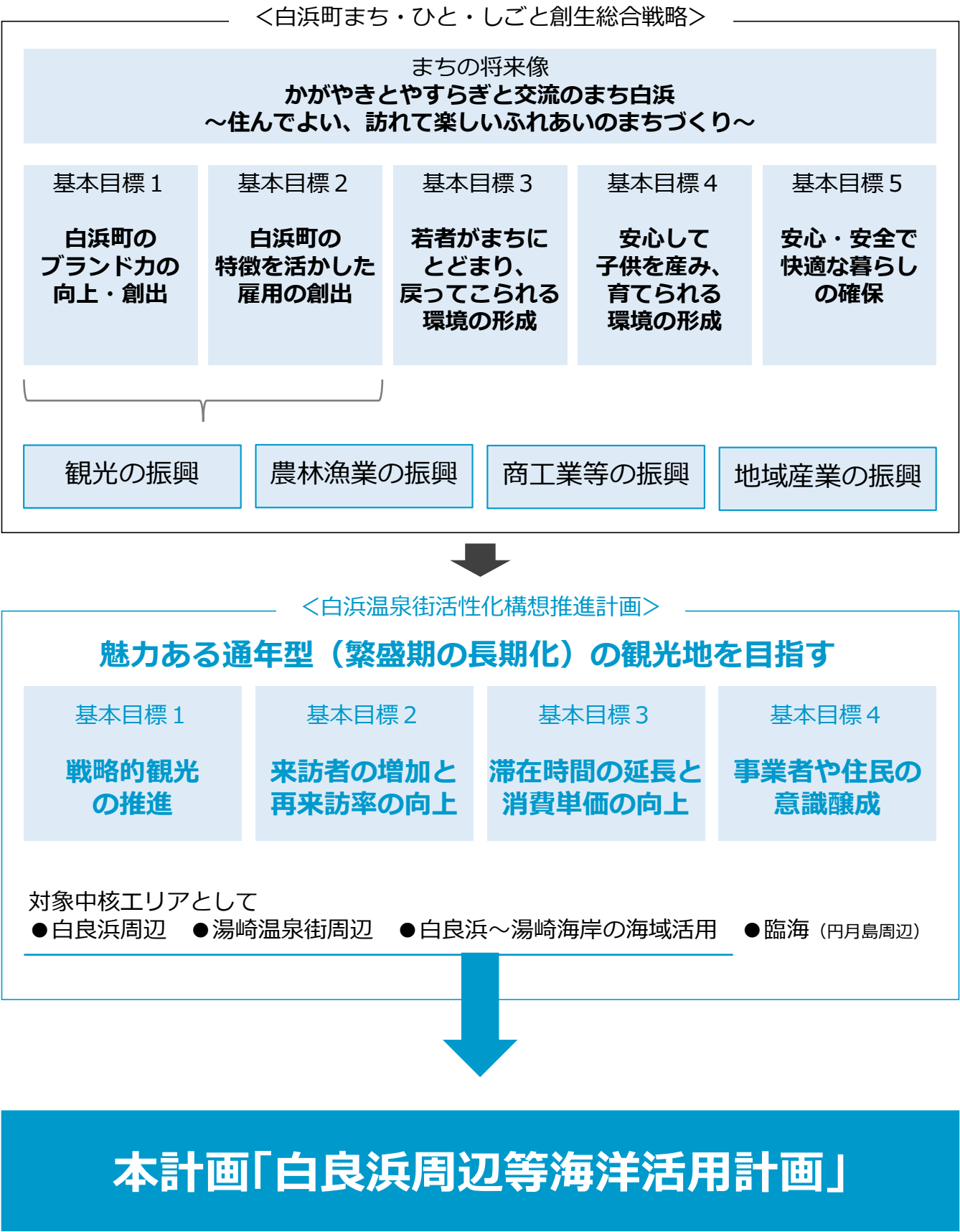
- ・前期：平成30年4月1日～平成35年3月31日
 - ・後期：平成35年4月1日～平成40年3月31日
- を基本に、平成40年度以降にかかる計画内容については「長期」扱い。

④本計画に期待される効果と中期ビジョン

「回遊客の増加と滞在時間または滞在満足度の向上」
を中心に白良浜周辺の魅力向上によって

名実ともに
「世界に誇れる観光リゾート白浜・オンリーワンの観光地」
を目指す

⑤計画の位置づけ



第Ⅱ章

本計画策定にあたっての前提考察

①白良浜周辺の概要と魅力

美しい白い砂浜ときれいな水質

延長620mの遠浅の浜。90%の珪酸を含む石英砂は、文字通り真っ白でサラサラの砂。空と美しい海による青のグラデーションとのコントラストは国内屈指の景観となっている。



夏には多くの海水浴客でにぎわう。美しい景観を楽しむことで通年観光地としてのポテンシャルは高いと想定される。



夏はカラフルなパラソルも咲き乱れ、壮観でトロピカルな風景を醸し出す。これも全て自然の産物である白い砂と美しい海によって、他ビーチとは一線を画す特徴となっている。

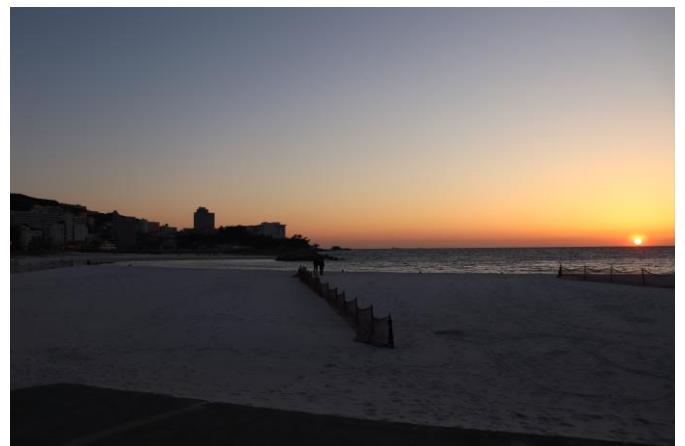
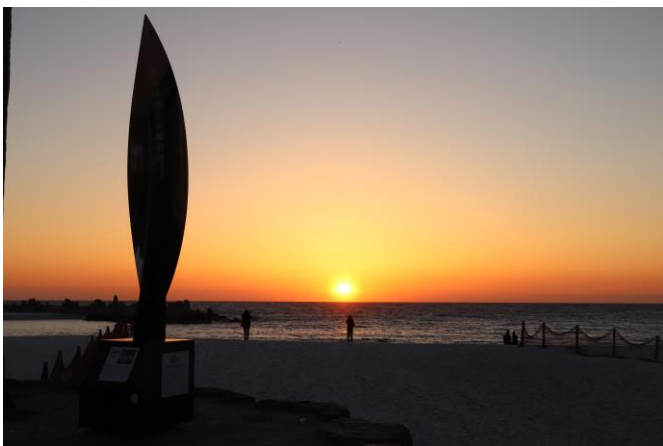
① 白良浜周辺の概要と魅力

国内有数のサンセットビーチ

白良浜周辺は西向きとなっており、夕陽を楽しめるまさにサンセットビーチとして、豊かな情緒性を通年で提供できる観光スポットとしてのポテンシャルも高い。



日中とは全く別の色合いを醸し出す美しい夕焼け。



西向きだからこそそのロマンティックな写真が撮れる、フォトスポットとしての価値も高い。

① 白良浜周辺の概要と魅力

良質な温泉に囲まれた温泉リゾート

白良浜周辺には良質な温泉があり、日本三古湯、三大温泉地に数えられる。古くは飛鳥、奈良朝時代から知られており、1350年以上の歴史のある温泉地として当時の宮人たちにも愛された。



崎の湯（露天風呂）は白良浜温泉の中でも最も古い歴史を伝えている。



白良浜沿いにある足湯「つくもと湯」



水着のまま入れる混浴露天風呂「しらすな」

①白良浜周辺の概要と魅力

とれたての魚介がすぐ味わえる歴史ある漁港が隣接

白良浜に隣接する、古くから地元の産業と食を支えてきた湯崎漁港があり、観光客とのふれあいや新鮮魚介の提供など白良浜らしい体験を味わえる。



地元の漁師さんが運営する「フィッシャーメンズワーフ」



1 階が鮮魚市場で 2 階がレストラン、屋上には季節限定のビアガーデンがあり、併設した栈橋から直接水揚げされた新鮮な食材を、ふんだんに使用した和食とイタリアンを堪能できる。

① 白良浜周辺の概要と魅力

その他、周辺には様々な地域資源やアクティビティがある

白良浜を中心に、周辺には、景勝地／観光スポット、レジャー施設、飲食サービス、宿泊施設等、白良浜らしい豊富な地域資源に恵まれ、さらにビーチという特性を活かした様々なアクティビティが行われている。



レンガ通り



レジャー施設



キャンドルイルミネーション



砂まつり



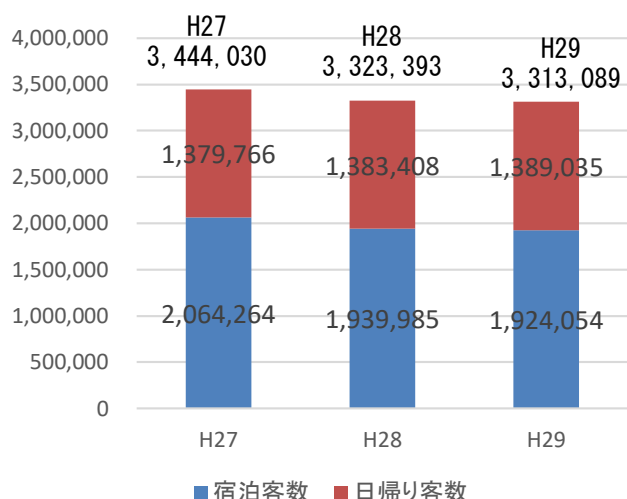
トライアスロン大会



ライフセービング大会

②白良浜周辺の観光動向に係る現状

【白浜温泉・椿温泉：観光入込客数について：H27年～H29年の比較より】

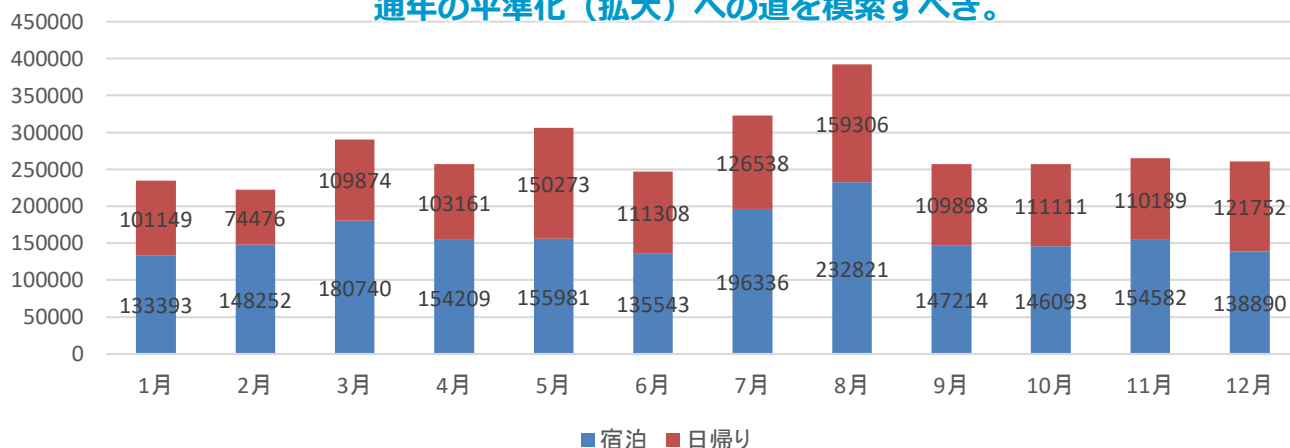


直近としては

●日帰り客は横ばいで宿泊客は減少傾向

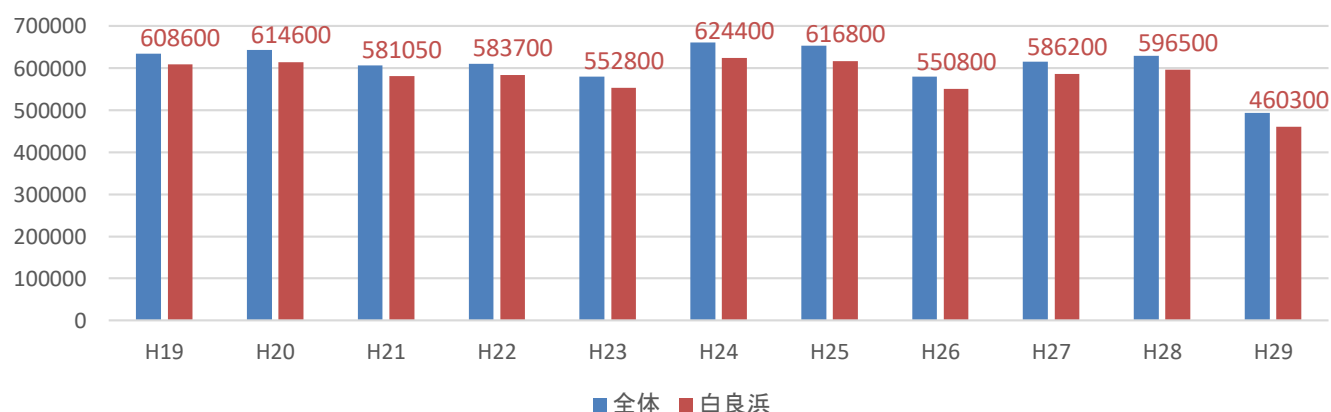
【白浜温泉・椿温泉：宿泊客数と日帰り客数について：H29年月別推移より】

海水浴客以外を考えると、7月8月の観光客を強みにしながら
 通年の平準化（拡大）への道を模索すべき。



【白良浜海水浴客数について：H19年～H29年推移より】

直近の落ち込みは激しいが、10年間でみると横ばい。
 これを安定的な経済的シーズにとらえ、より拡大していくことが求められる。



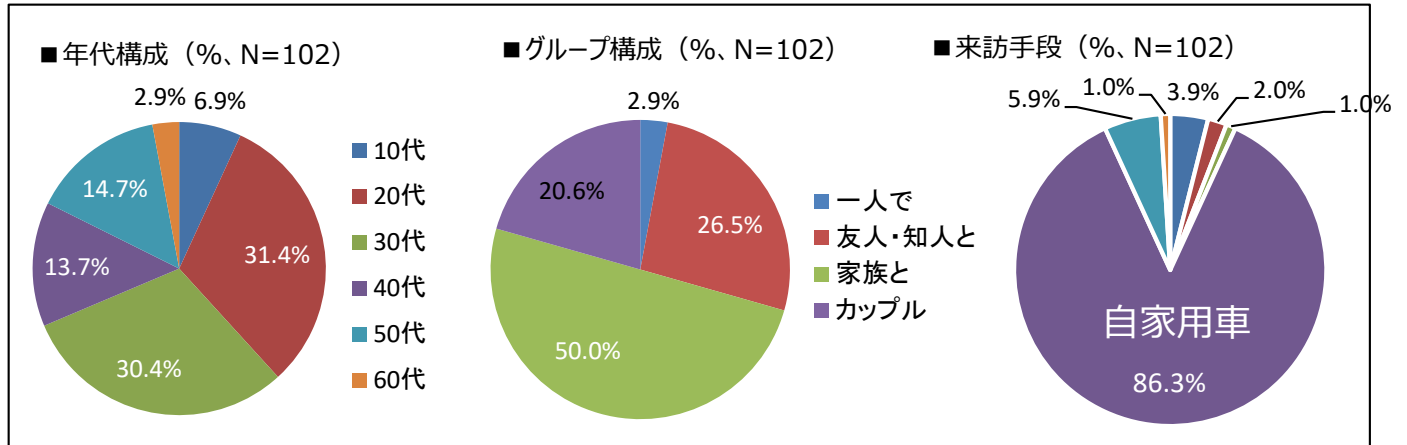
第三章

具体的課題の把握

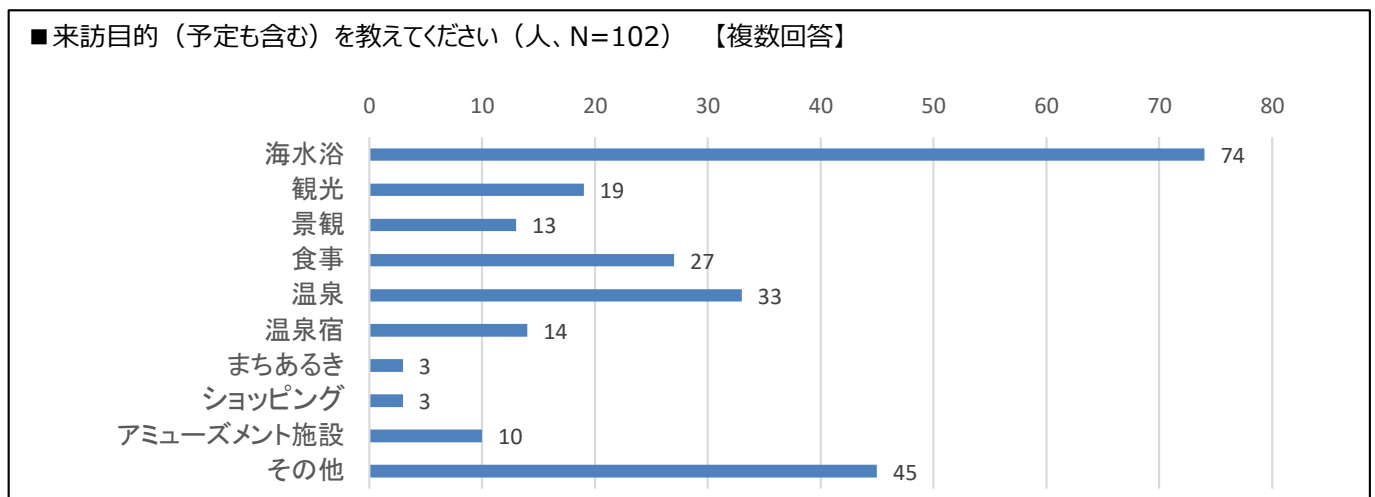
①来訪者（ゲスト）ニーズの把握】※ビーチゲスト調査より

1) 来訪者の実態について

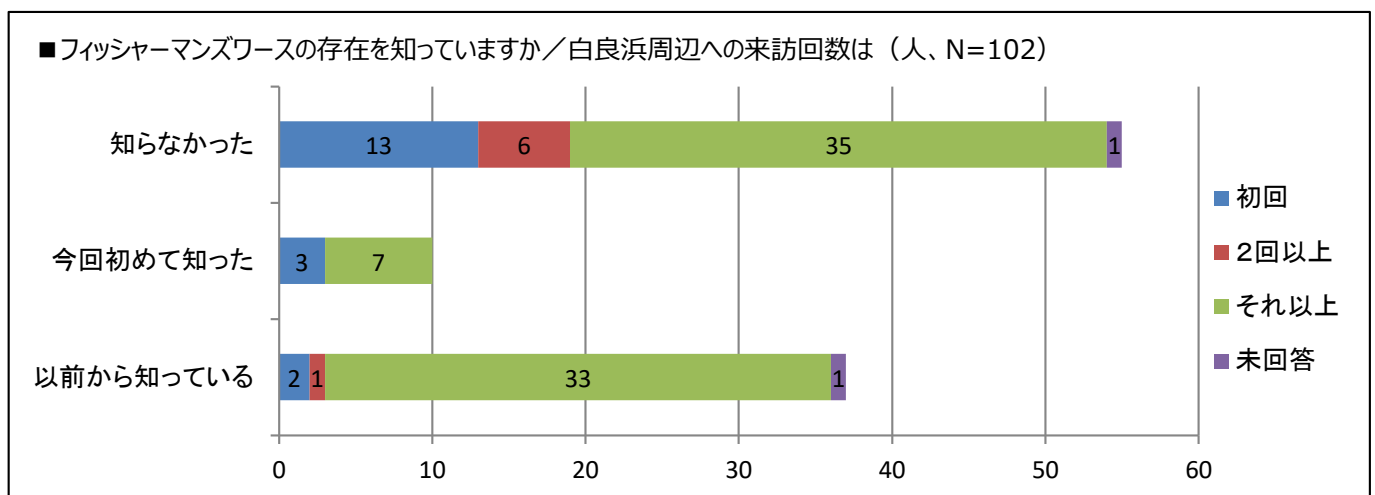
現状のビーチの支持層は、若いファミリー層で、7割以上がリピーター、8割以上が自家用車を利用し、半数以上が大阪府からの来訪。



調査全体として、ほとんどの方がビーチでの海水浴を目的に来訪している。



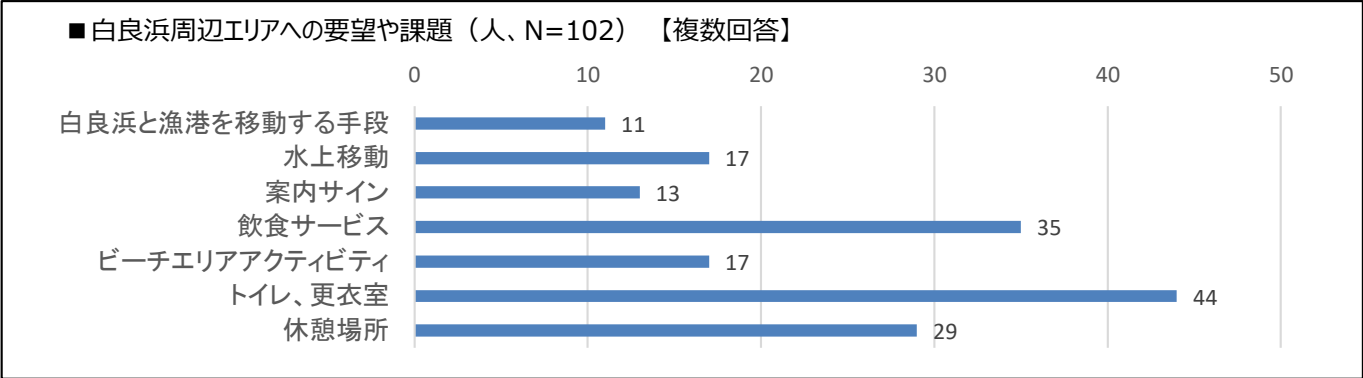
湯崎港エリア（漁業関連施設とフィッシャーマンズワーフ）は、認知～理解獲得が必要。特に海水浴に来る人を中心に来訪前から理解されていると、来場が増える可能性が高い。



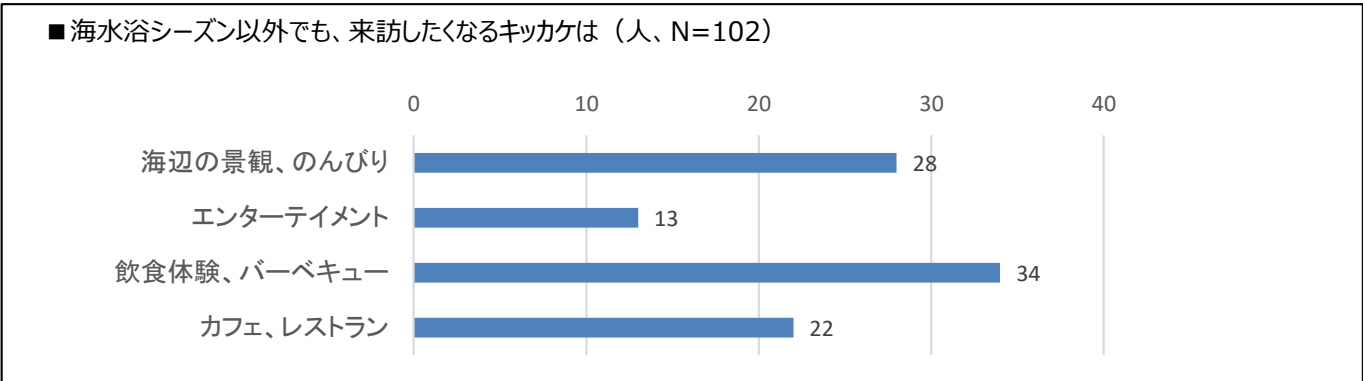
① 来訪者（ゲスト）ニーズの把握】※ビーチゲスト調査より

2) 来訪者ニーズについて

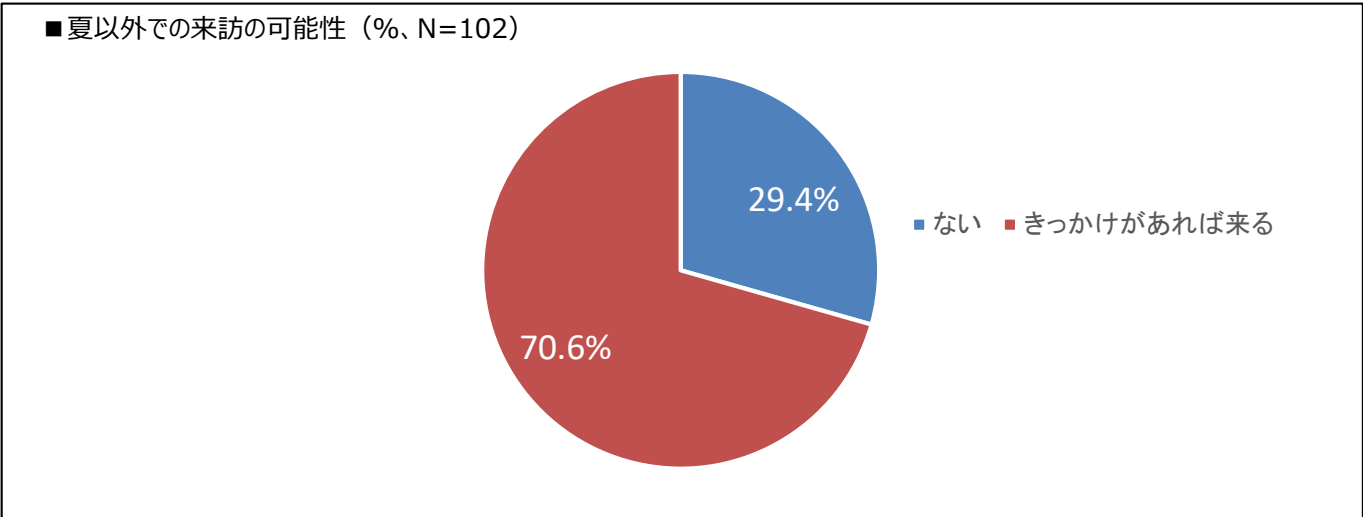
エリア滞在における、トイレ、化粧室、更衣室、休憩場所、など
特にビーチにおける機能面での充実を求める声が多かった。



さらに、飲食できる店やスペース、特に海の家が欲しい、といったサービスの充実を求める
声が多かった。（それらが叶うとシーズン以外の来訪の可能性も高まる）



エリア内回遊に関しても、（フィッシャーマンズワーフなど）有ることを知れば、行ってみ
たい、という方も多く、情報発信や情報提供によって回遊が高まる可能性があり、そのため
の海上移動や浜通り沿いの移動をよりよくする取り組みについてはニーズもあり、可能性
得られる結果となった。



(Ⅲ) 具体的課題の把握

② 関連事業者の課題の把握】※事業者ヒアリングより

	課題や障壁	意見も踏まえた解決策の方向性（分析）
総合的検討	● 白い砂浜、西向きという抜群のポテンシャルと情緒性を誇る白良浜ビーチの観光資源、地域経済資源としての総合的活用が弱い。 ● 関係者連携の素地はあるも統一目的化が図れていない。 ● ターゲットの明確化	ビーチのポテンシャルを最大化し年間観光資源としての目指すべきあり方とその発信を。つまりブランド化とブランディング。（様々な取り組みはあるが一元的な認知や理解が不足）
ハード的検討	● ビーチとして、年間を通じて楽しめる施設やアクティビティがない。 ● ビーチと他をつなぐリアルな手段がない。 ● 回遊先の受け皿が弱い。老朽化、テーマ性がないなど	● リゾートビーチとしての基礎機能（価値）の整備 ● 回遊をさせるための手段の整備 ● （回遊受け皿としての）周辺整備の原資づくりへの取組
ソフト的検討	● 海水浴目的でしか予定にはいない。他アクティビティがシーズンまたは年間で弱い。 ● 周辺エリアでも来訪目的同士が繋がっていない。（温泉は温泉、海水浴は海水浴）	● 回遊目的となり得る、一体感、ビーチリゾートとして情緒性の付加価値づけとそれに見合ったビーチエリアサービスの開発 ● エリア一体となる回遊の理由づくり、またはサービスの強化
その他	● （これからのエリア魅力向上をやる）担い手の欠如 ● 若い世代のまちづくりへの参加	● 課題を解決していく、または実現するための仕組みや座組づくり ● 人材育成プロジェクト

(Ⅲ) 具体的課題の把握

③他地域参考事例（ベンチマーク）研究

1) 由比ヶ浜視察及びヒアリング結果

【来訪者の実態について】

- ① ほぼ日帰り客で、若者中心。首都圏を商圈に電車での来訪が多い。
- ② 海の家が充実しており、昼間の海水浴客だけでなく、夕方以降の来訪目的にも海の家が機能しており、エリア来訪客＝海水浴目的＋海の家目的、という実態。

【ビーチの運営について】

- ① 組合が運営・管理しており、その組合員が、代理店を通じて海の家等の事業主（企業）へスペースを貸している。
- ② 組合による運営方針と市による地域住民との仲介がうまく機能。

【ビーチのプロモーションについて】

- ① 基本は、海の家等の企業が中心となって宣伝、広告、プロモーションを行っており、集客機能を担っている。

【ブルーフラッグについて】

- ① 訪日インバウンド客による評価が高く、外国人海水浴客への一定の口コミ、集客効果が見込めるが、日本人にはまだまだ浸透していない。

【海洋レジャーやイベント等アクティビティについて】

- ① 海の家同様、企業誘致によってのサービス提供が基本で、集客機能とセットとなっている。企業の独自マーケティングによって毎年新しいアクティビティや体験価値創出がなされている。
- ② 高級感、手ぶら、キレイ、特別感、といったことがサービス向上のキーワードとなっている。

飲食を中心に、ビーチでの高級感、手ぶら感、清潔感、特別感、を伴うサービス提供で、海水浴以外の目的設定が可能。

(Ⅲ) 具体的課題の把握

③他地域参考事例（ベンチマーク）研究

2) ブルーフラッグについて

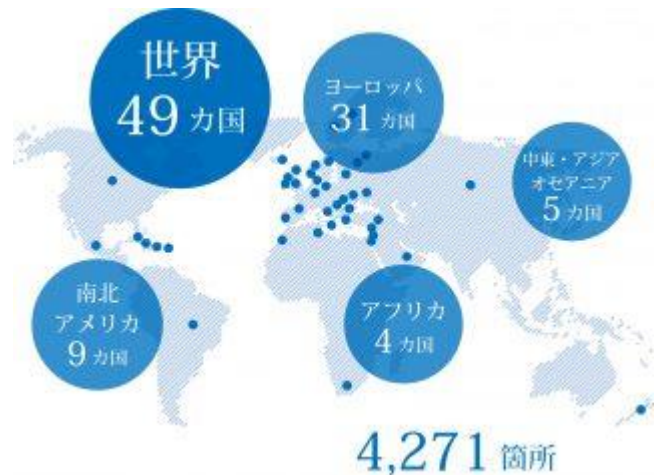
●ブルーフラッグとは

ブルーフラッグは、世界49の国、4,271箇所を取得されているビーチやマリーナを対象とした環境認証。

ブルーフラッグ認証では、水質、環境教育と情報、環境管理、安全そしてその他のサービスに関する厳しい基準を通じて、ビーチやマリーナにおける持続可能な発展の実現を目指しています。

現在FEEではUNEP（国連環境計画）、UNWTO（国連世界観光機関）等との連携のもと、世界各国においてブルーフラッグプログラムを推進されている。

日本では、現在2自治体（鎌倉市、高浜町）がブルーフラッグ認証を取得している。



●ブルーフラッグ認証について

ブルーフラッグを取得するためには地元自治体やビーチ、マリーナの管理・運営者等が中心となり、主に4つのカテゴリー（水質、環境教育と情報、環境管理、安全）において設定された33の基準を達成することが求められる。

多くの基準設定にもかかわらず世界中でブルーフラッグの掲揚が増えてる背景に、BFを取得する過程で周辺地域の関係者が関与することにより、地域の経済的側面と環境的側面を両立させる持続可能な発展につながると高く評価された結果だと言える。



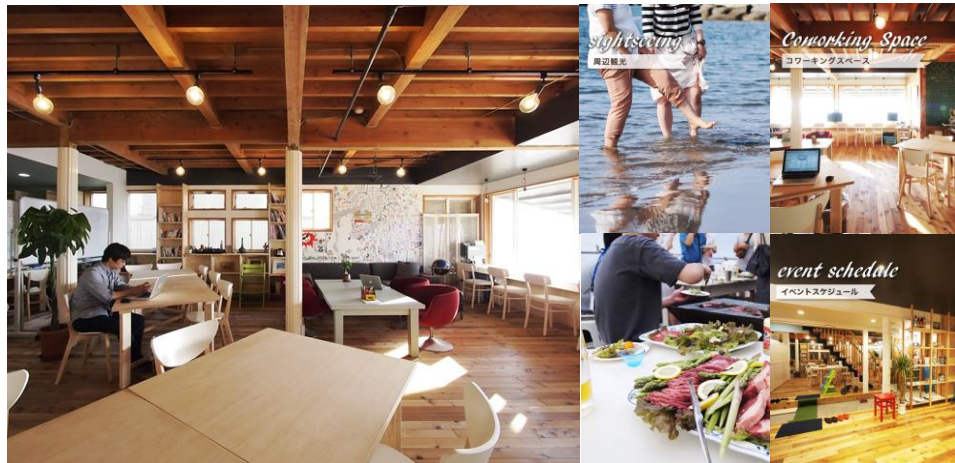
(Ⅲ) 具体的課題の把握

③他地域参考事例（ベンチマーク）研究

3) 先進事例研究

【新潟 関屋浜海水浴場 SEAPOINT（ビジターセンター）】

海の家を超えた「地元と来訪者の交流の場」



ビーチ沿いにありながら、単に海の家ということだけでなく、「観光案内機能」「イベント機能」「共同（レンタル）スペース機能」「飲食やBBQ機能」など上質な空間に多くのコミュニティ機能を有する滞在型の施設。地元とのふれあいを促進したり、来訪者への憩いの場に加えて、回遊の拠点となることで、年間を通じて利用シーンを創出。

【沖縄 エメラルドビーチ 遊歩道】

自然、歴史・文化、公園、エンタメ施設、飲食施設、そしてビーチと様々なゾーンが遊歩道でつながっている。



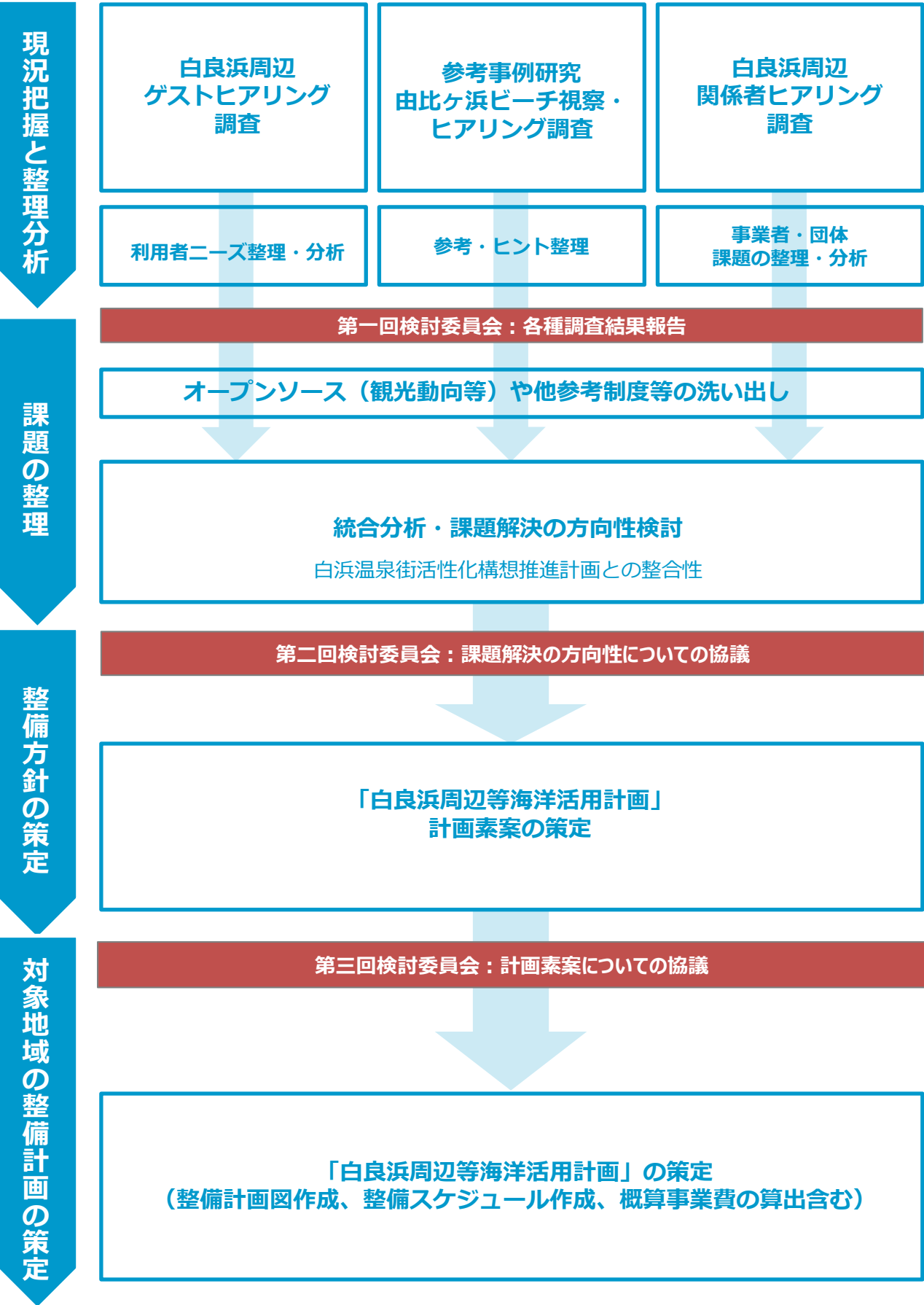
1975年に開催された国際海洋博覧会跡地を海洋公園として整備。国営公園という規模はあるものの、海岸線の地形に合わせてテーマゾーニングがしっかりとなされ、ビーチもそれに合わせて遊歩道でつながっている。

ビーチそのものも目的／テーマに応じてゾーニングがされ「憩いの浜」「眺めの浜」「遊びの浜」となっており、それぞれでの体験価値が創出できる工夫がなされている。

※写真はそれぞれ「Sea Point NIIGATA シーポイント ニイガタ」、「海洋博公園」のホームページより。

④ 策定プロセスについて

本計画策定にあたっては、下記3回の検討委員会での協議を経て実施。



(Ⅲ) 具体的課題の把握

⑤ 課題のまとめ

1) 総合的課題

**エリアを、ターゲットに応じた年間観光資源として目指すべきあり方とその発信を。
エリアのブランド化とブランディング。**

- 白い砂浜、西向きという抜群の情緒性を誇る白良浜ビーチの、観光資源、地域経済資源としての総合的・戦略活用が弱い。
- 関係者連携の素地はあるも統一目的化が図れていない。
- 個々の地域資源の認知が低い／様々な活動や取組も認知や理解が不足。
- 現状のゲスト、若いファミリーを中心にターゲットニーズに答える通年目的化とその明確化。

2) ハード整備的課題

**ビーチリゾートとしての基礎機能（価値）の整備と
回遊をさせるための目的／手段（白良浜らしい情緒豊かなサービス）の整備。**

- ビーチとして、年間を通じて楽しめる施設やアクティビティが少ない／イメージされていない。
＝知る術がない。（海水浴目的客のリピーターが約7割）
- 特に飲食ニーズに現状答えられていない。
- ビーチと他をつなぐリアルな手段がない。
- 海水浴目的でしか予定にはいらない。他アクティビティがシーズンまたは年間で弱い。
- 回遊先の受け皿が弱い。老朽化やメンテナンスの継続性の問題等もあり、エリアの一体的なテーマ性にとぼしく、エリアの景観に訴求力がない。

3) ソフト整備的課題

**エリア一体となる回遊理由づくりと情報発信。
それを可能にするエリア一体となる仕組みや体制づくり**

- 周辺エリアでも来訪目的同士がつながっていない。（温泉は温泉、海水浴は海水浴）
- 現状の情報発信も、それぞれの団体、組合が個別に実施しており、統一感がない。
- 誰が旗振り、誰が、いつ、どのように実行するか、推進体制と運営体制の構築が必要。
- インバウンドについては増えてきているが受け入れ環境についてはまだまだこれから。

4) 本計画と並行して別途協議すべき課題

まちづくりの担い手等人材育成の必要性

- （これからのエリア魅力向上をやる）担い手の欠如。
- 若い世代のまちづくりへの参加。
- 観光に資するとはいえ、大規模な工事や予算確保が必要と想定される事案や行政内組織横断的な取り組みが必要とされる事案についての推進体制づくり。

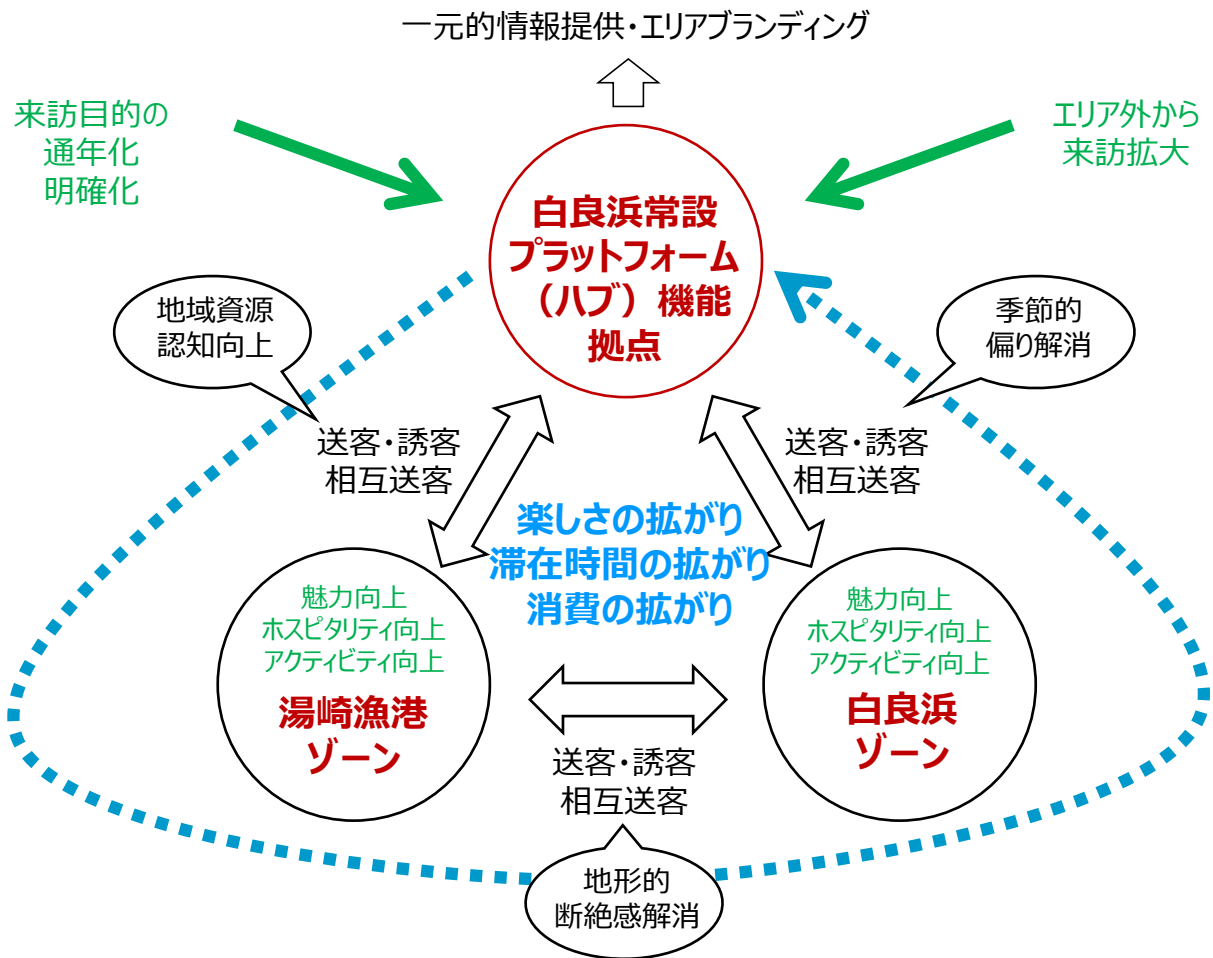
第Ⅳ章

白良浜周辺等海洋資源活用の方角性と整備方針

(Ⅳ) 白良浜周辺等海洋資源活用の方向性と整備方針

①課題解決の方向性

1) 総合的な方向性



2) 上記方向性を推進する戦略方針

1

海水浴シーズンの満足度向上をベースに、通年で楽しめる浜となるための基本整備とエリアブランディング

2

海水浴客を周辺エリアへと回遊させる、または他シーズンへと再来訪させる、中心的機能を担う拠点の開発とそこでのサービス創出

3

新拠点を中心に、周辺エリアへと回遊を促進するための白良浜らしい移動利便性向上と受け皿となるアクティビティ創出

(Ⅳ) 白良浜周辺等海洋資源活用の方向性と整備方針

②整備方針の概要

- 1 : 海水浴シーズンの満足度向上をベースに、通年で楽しめる浜となるための基本整備とエリアブランディング
- 2 : 海水浴客を周辺エリアへと回遊させる、または他シーズンへと再来訪させる、中心的機能を担う拠点の開発とそこでのサービス創出
- 3 : 新拠点を中心に、周辺エリアへと回遊を促進するための白良浜らしい移動利便性向上と受け皿となるアクティビティ創出



検討分野	目的／狙い	概要
総合分野	情報発信力と情報伝達力の強化 (エリアブランディング) →上質な認知向上と来訪者増	これからの白良浜エリアが目指すべき先となり、魅力向上やまちづくりの拠り所となるエリア一体としてのコンセプト開発とそれをベースにしたエリア一体となる情報発信。これらを実現させるための仕組みづくりとコミュニケーション戦略。加えて下記個別プランを具体化、実現に向けた基本計画づくり。
ハード分野	白良浜ビーチの基本機能、設備向上 →満足度向上	A 海水浴シーズンにおける基本設備の改善。 (+ 海水浴シーズン以外の集客に資する設備開発)
	白良浜ビーチでの回遊ハブとなる装置・機能の実現。 →回遊のポンプ役、通年利用の拠点	B 白良浜に訪れるゲストを「STOP-BY×GO-AROUND」させる新しい拠点開発。 + そこでの新しいサービス開発・提供
	Bと連携してエリア回遊を加速させるアクティビティエントランス機能の実現。 →回遊の中継役、滞在時間向上	C 白良浜に訪れるゲストに新しいアクティビティを提供 マリンエンタメの拠点開発と海上輸送手段の開発。
	BやC～フィッシャーマンズワープをつなぐ海沿い遊歩道の実現。 →回遊の利便性と情緒性の向上	D 白良浜ならではの景観に合った手をつなぎたくなる楽しい海沿い遊歩道の開発。
	上記拠点等開発・整備に伴う見える化促進	E エリアサイン計画～ルールづくり～デザイン統一～設置。
	上記拠点等開発・整備に伴う周辺環境整備 (公共的集客装置の満足度向上)	F 崎の湯の駐車場までの道路幅の一部拡張。
	海水浴シーズンを中心に、主にビーチでの体験価値向上、満足度向上、滞在理由の拡充。	G 「海の家」展開：事業者誘致～ゾーンマネジメント。
ソフト分野	周辺エリアでのサービス強化 →通年でのエリア滞在時間の向上、満足度の向上	H 上記ハード整備によって高める回遊ゲストの実際の受け皿となるべき周辺事業者のサービス向上に向けた検討及び仕組みづくり。
	ゲストガイダンスサービスの強化	I Bを中心にエリア回遊を加速するための一元的情報提供、ガイダンスのサービス強化とそための仕組みづくり。
	マリンアクティビティの通年強化	J 夏シーズン以外のマリンアクティビティの検討～開発。 そのためのエリア一体・協働できる仕組みづくり。
	ビーチの価値／評価向上 (ビーチブランディング)	K ブルーフラッグ認証取得に向けた検討と基準クリアに向けたエリア一体となる協議会の設置。 L 白良浜の特性を活かしたイベントを計画的に誘致・開催。

(Ⅳ) 白良浜周辺等海洋資源活用の方向性と整備方針

③整備計画スケジュール

検討分野	概要	計画～実施期間		長期
		前期（5年）	後期（5年）	
総合分野	これからの白良浜エリアが目指すべき先となり、魅力向上やまちづくりの拠り所となるエリア一体としてのコンセプト開発とそれをベースにしたエリア一体となる情報発信。これらを実現させるための仕組みづくりとコミュニケーション戦略づくり。	総合推進 コンサル	エリアブランディング	
ハード分野	A 海水浴シーズンにおける基本設備の改善。+ 海水浴シーズン以外の集客に資する設備開発。	整備計画 開発施工	管理・運営	
	B 白良浜に訪れるゲストを「STOP-BY×GO-AROUND」となる新しい拠点開発。そこでの新しいサービス開発・提供	実証実験 開発施工	運用・運営	
	C 白良浜に訪れるゲストに新しいアクティビティを提供、マリンエンタメの拠点開発と海上輸送手段の開発。	開発施工	運用・運営	
	D 白良浜ならではの景観に合った手をつなぎたくなる楽しい海沿い遊歩道の開発。	整備計画	開発施工	
	E エリアサイン計画～ルールづくり～デザイン統一～設置。	整備計画 開発施工		
	F 崎の湯の駐車場までの道路幅の一部拡張。	整備計画	開発施工	
	G 「海の家」展開：事業者誘致～ゾーンマネジメント。	整備計画 実証実験	セールス・運用・運営	
ソフト分野	H 上記ハード整備によって高める回遊ゲストの実際の受け皿となるべき周辺事業者のサービス向上に向けた検討及び仕組みづくり。	開発 事業者選定		
	I Bを中心にエリア回遊を加速するための一元的情報提供、ガイドランスのサービス強化とそのための仕組みづくり。	運営計画 開発 事業者選定		
	J 夏シーズン以外のマリンアクティビティの検討～開発。そのためのエリア一体・協働できる仕組みづくり。	開発 事業者選定 協議体運営		
	K ブルーフラッグ認証取得に向けた検討と基準クリアに向けたエリア一体となる協議会の設置。	推進計画 申請 承認		
	L 白良浜の特性を活かしたイベントを計画的に誘致・開催。	継続的誘致活動・開催支援		

④計画推進のためのコンセプト

※コンセプト＝白良浜周辺エリアの目指すべき未来像＝エリアブランドの核
※総合分野におけるブランディングのテーマ

日本で一番手をつなぎたくなるロマンティックビーチリゾート

しららはま ^{テ ト テ}tetote

SUN-RISEからSUNSETまで、美しい。
一年中、歩きたくなる。

大好きな人と。家族と。仲間と。
心を真っ白にしながら、想いを馳せると
そのうちきっとオレンジ色に染まっていく。

そんな素敵な白良浜で
誰かと手と手をつなぎたくなる、自然と手がつながる
時間を過ごしてみませんか。

ココロキラキラ、テトテツナガル。白良浜。

上記コンセプトを中心に、白良浜エリアを歩くことで、回遊することで

- いろんなモノ、コト、ヒト、ココロ、が繋がっていく。
- つながることで、気持ちがキラキラ、心の温度がオレンジ色に上昇する。
- エリアの関連団体、事業者、住民もつながっていく。

をテーマに各施策の内容を整えていきながら、情報発信も統一していく。

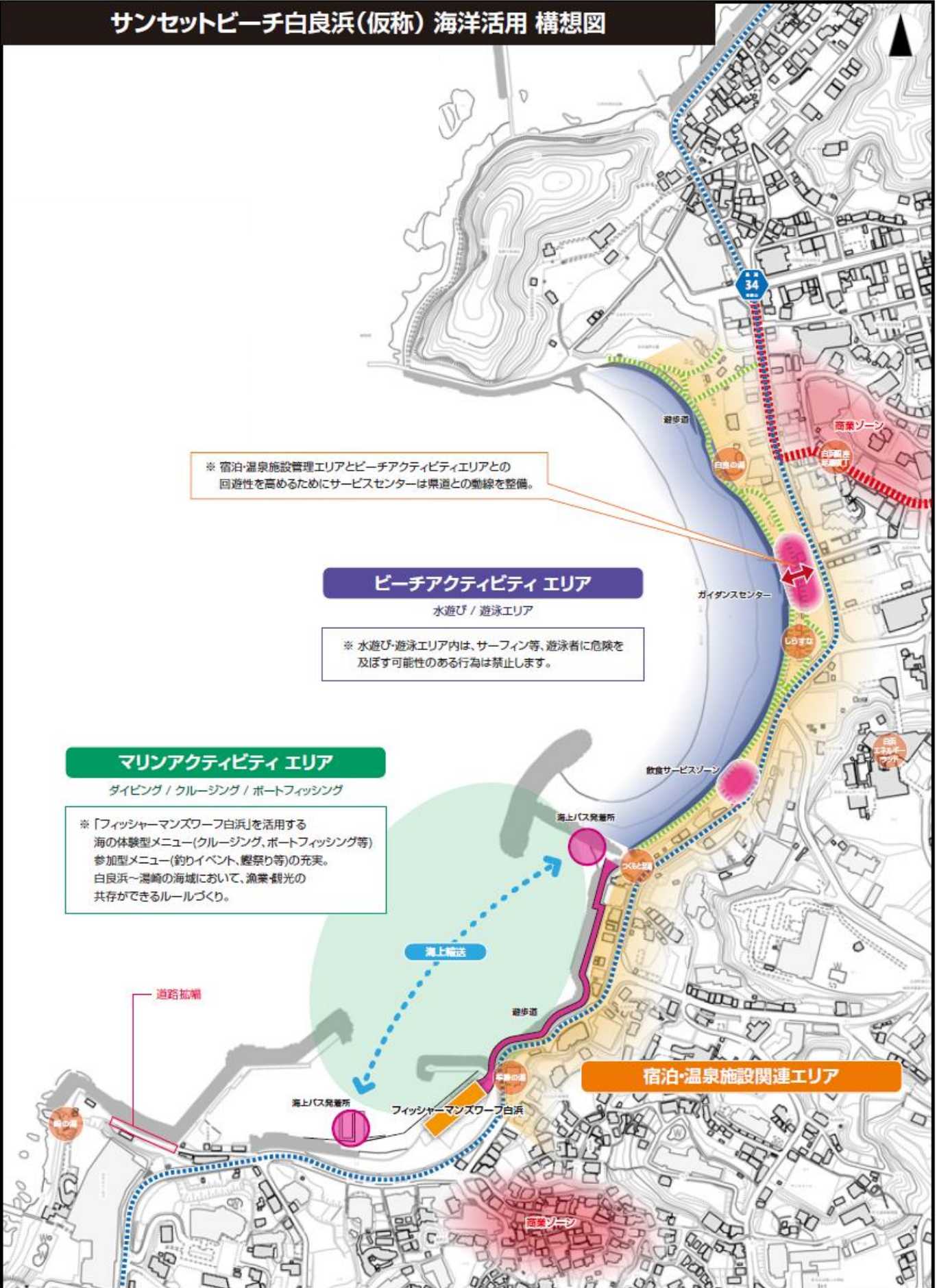
キーワード



第Ⅴ章

整備計画／個別アクションプラン

①計画の対象範囲と計画図

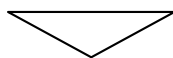


②総合分野／コミュニケーション戦略

しらはまテトテプロジェクト発足へ

※白良浜周辺海洋活用計画のネーミング

- ①計画推進のためのプロジェクト実行委員会の発足
- ②コミュニケーション戦略：町民への周知～理解啓蒙～巻き込み
- ③コミュニケーション戦略：事業者周知～理解啓蒙～巻き込み
- ④コミュニケーション戦略：町外への情報発信の戦略検討
- ⑤エリアブランディング・ファンド（基金）等の検討



DMO運営体との連携、協働、事業統合等含め検討。

③ハード整備分野

A 海水浴シーズンにおける基本設備の改善。（+ 海水浴シーズン以外の集客に資する設備開発）	
課題	・ビーチ基本設備の改善、ゲストニーズとのマッチング ・特に女性やファミリーにとってリゾートに相応しい設備環境を整える ・テーマの統一性や見た目への配慮 ・夏以外でもゆったりできる環境開発
取組方針 整備内容	ビーチリゾートに資する基本機能、設備向上→利用/滞在満足度向上 ・シャワー設備拡充、温水シャワー化、量と質拡充 ・トイレ設備拡充：女性、ファミリーにとっての利便性の高い施設化、量と質拡充 ・休憩できるビーチスペース（特別ゾーン、簡易日陰ゾーン）の開発～運営（→通年利用できるロマンティックベンチ）
実施時期	前期にて、基本計画～実施運営開始を目指す。

B 白良浜に訪れるゲストを「STOP-BY×GO-AROUND」させる新しい拠点とサービス開発。	
課題	・設置場所の検討 ・浜通り東側エリアとのダイレクトブリッジ ・飲食やまちサイクリング拠点としてのスペース確保等拡張機能についての検討 ・実証実験の必要性
取組方針 整備内容	（SUNSETが年中楽しめる） 白良浜ビーチでの回遊ハブとなる装置・機能の実現。→回遊のポンプ役、通年利用の拠点 ・「案内機能」：回遊の起点、エリアでのサービス（飲食、宿泊、物販、各種体験）案内 ・「イベント機能」：エンターテインメント、夏以外にも楽しい。ミニイベント、コンサート、パーティ ・「共用スペース機能」：地元とのふれあいを促進、朝市や出店受付、コワーキングスペースなど ・展望デッキ、くつろぎスペース機能、カフェ機能（夏以外も機能）、ロマンティック足湯機能など ・思い出づくり機能：インスタスポット、フォトスポット、情報拡散スポット ・名物飲食、またはお土産品、提供（物販）スペース※厨房はあくまで簡易 ・荷物預かり機能 ・パウダールーム機能（更衣室、化粧、赤ちゃんケアなど） ・検討：レンタサイクルや浜通りの陸橋または、浜通り横断機能
実施時期	前期にて、基本計画～実施運営開始を目指す。

③ハード整備分野

A 海水浴シーズンにおける基本設備の改善。(＋海水浴シーズン以外の集客に資する設備開発)

B 白良浜に訪れるゲストを「STOP-BY×GO-AROUND」させる新しい拠点とサービス開発。

<イメージ：浜通りから>



<イメージ：海側から>



③ハード整備分野

- A 海水浴シーズンにおける基本設備の改善。(＋海水浴シーズン以外の集客に資する設備開発)
- B 白良浜に訪れるゲストを「STOP-BY×GO-AROUND」させる新しい拠点とサービス開発。



③ハード整備分野

C 白良浜に訪れるゲストに新しいアクティビティ、マリンエンタメの拠点開発と海上輸送手段の開発。	
課題	・設置、提供に関する条例やルールについての検討や、整備 ・事業者誘致に関するルールや条件面の検討
取組方針 整備内容	Bと連携してエリア回遊を加速させるアクティビティエントランス機能の実現。 →回遊の中継役、滞在時間向上 ・T突堤付近から出発～湯崎漁港まで運行する海上輸送の乗り場／降り場 ・他マリンエンタメ提供、受付機能 ※マリンエンタメの内容については、ソフト分野と一緒に検討していく。 ・簡易休憩スペース機能、レンタサイクル機能等の拡張機能 ・海上輸送手段のマリンレジャーとしての開発／運営 ※乗船12名以下の規模でないと、国土交通省等、行政許可のハードルクリアが難しくなる ※2拠点以上を結ぶ運航は、定期運航とみなされ、時間あたりの定期便としての運航が義務付けられる可能性が高い。
実施時期	前期にて、基本計画～実施運営開始を目指す。



<イメージ>



③ハード整備分野

D 白良浜ならではの景観に合った手をつなぎたくなる楽しい海沿い遊歩道の開発。	
課題	・T突堤～フィッシャーマンズワーフまでの「海側」の遊歩道が理想 ・ビーチエリアの遊歩道との結節を如何にするか
取組方針 整備内容	海側遊歩道の開発。ビーチから水着をきたままフィッシャーマンズワーフまでダイレクトにつながる遊歩道。一年を通じて海の景色が楽しめる歩道 回遊の利便性と情緒性の向上 ・エリアブランディングの名物歩道。ロマンティックさ、情緒性の象徴 ・歩くだけでなく、立ち止まって景色を眺める、座ってくつろげる、夜でも明るい
実施時期	要検討



<イメージ>



③ハード整備分野

E エリアサイン計画～ルールづくり～デザイン統一～設置。	
課題	・新施設等、ハード整備の展開を踏まえ、計画していく方が効率的 ・設置場所、規模の検討
取組方針 整備内容	・拠点等開発・整備に伴う見える化促進。 ・新設拠点の近くに設置させる新しいエリアの案内看板（観光回遊ゲスト視点） ・コンセプト連動、各所クリエイティブ統一されたエリアブランディングに資する意匠
実施時期	整備が整っていく、後期より実施を目指す。

F 崎の湯の駐車場までの道路幅の一部拡張。	
課題	・南白浜道路入口から崎の湯駐車場までの導線道路の、幅を拡張できる箇所の特定 ・新たな交通案内のルールづくりやサイン等、関連整備
取組方針 整備内容	・公共浴場としてエリアの集客装置を担う崎の湯の交通不便の解消による満足度向上。 ・南白浜道路からの入口～防波堤までは、私有地が隣接しており、それ以外の道路幅を拡張。 ・双方向通行できる場所を最大限確保
実施時期	要検討

G 「海の家」展開：事業者誘致～ゾーンマネジメント。	
課題	・管理組合の設立、ビーチのルールづくり等と、事業者誘致に係る検討 ・事業者にとってのメリットの開発
取組方針 整備内容	・海水浴シーズンを中心に、主にビーチでの体験価値向上、満足度向上、滞在理由の拡充。 ・由比ヶ浜のような「事業者誘致」による先端的「海の家」の事業展開。 ・出展しやすい基本的枠組みスペースと自由出展スペースの組み合わせを検討。 ・そのためのマネジメントルールづくりと管理運営体制の構築。（ソフト分野）
実施時期	前期にて、実証実験を経て、整備計画完了～事業者誘致開始を目指す。



④ ソフト整備分野

H ゲストの実際の受け皿となるべき周辺事業者のサービス向上に向けた検討及び仕組みづくり。	
課題	・地域の団体や事業者にとってのメリット提供やモチベーションの維持向上 ・地域DMOとの連携
取組方針 整備内容	通年でのエリア滞在時間の向上、満足度の向上 ・地域リーダーを集めた専門協議会の発足。 ・協議会、検討会等での会議運営によって決定していく。 ・地域コンテンツ造成セミナー／ワークショップ
実施時期	前期中に協議会をスタート

I エリア回遊を加速するための一元的情報提供、ガイドンスサービス強化とそのための仕組みづくり。	
課題	・事業スキームの開発
取組方針 整備内容	Bを中心にエリア回遊を加速するための一元的情報提供、ガイドンスのサービス強化とそのための仕組みづくり。 ・恒常的な運営を可能にしながら、エリアの事業者間連携にも資する事業スキームの検討。 ・議会、検討会等での会議運営によって決定していく。
実施時期	Bに準ずる

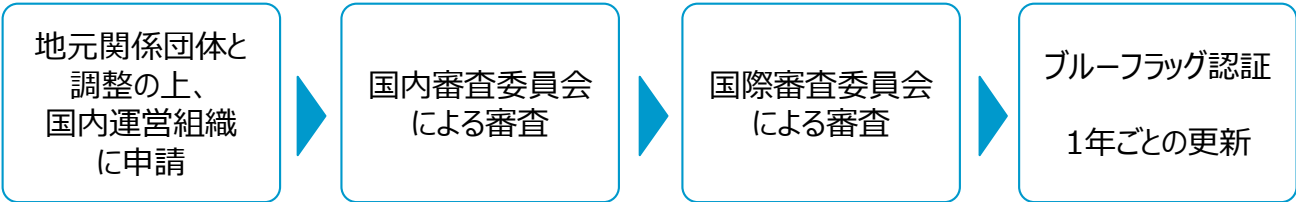
J マリンアクティビティの検討～開発のためのエリア一体・協働できる仕組みづくり。	
課題	・夏シーズン以外のアクティビティ開発と事業者との連携仕組みづくり ・地域DMOとの連携
取組方針 整備内容	マリンアクティビティの通年強化とそのための仕組みづくり ・協議会、検討会等での会議運営によって決定していく。
実施時期	Bと並行しながら、長期的な組織化を目指す。

④ソフト整備分野

K ブルーフラッグ認証取得に向けた検討と基準クリアに向けたエリア一体となる協議会の設置。	
課題	・認証獲得に必要な今後のハード整備に係る費用
取組方針 整備内容	ビーチの価値／評価向上（ビーチブランディング）へのファクトづくり ・専門部会の発足 ・専門部会での会議運営によって推進～決定していく。
実施時期	前期中に専門部会スタート、申請



<ブルーフラッグ認証取得までに必要なステップ>



L 白良浜の特性を活かしたイベントを計画的に誘致・開催。	
課題	・年間を通じたイベントの実施
取組方針 整備内容	ビーチの価値／評価向上（ビーチブランディング）のための継続した賑わい創出 今後白良浜で開催検討されているイベント等も含めた管理 ・専門部会の発足 ・専門部会での会議運営によって推進～決定していく。
実施時期	前期中に専門部会スタート

⑤整備計画に係る概算事業費（案）

※ハード整備、特に初期整備費用の必要な下記A、B、C、D、Fについて費用算出。

アクションプラン		想定費目	事業費（案）※税抜
A	海水浴シーズンにおける基本設備の改善。（+海水浴シーズン以外の集客に資する設備開発）	※Aの機能はBに集約させる想定 ・施工費（躯体、設計、工事管理費） ・設備費 ・内装費（企画、デザイン、施工） ・外構費 ※運営費、ランニングコストについては、G、H、Iの協議と並行して算出。	初期整備費 約76,000万円
B	白良浜に訪れるゲストを「STOP-BY×GO-AROUND」させる新しい拠点とサービス開発。		
C	白良浜に訪れるゲストに新しいアクティビティ、マリンエンタメの拠点開発と海上輸送手段の開発。	・施工費（躯体、設計、工事管理費） ・設備費 ・内装費（企画、デザイン、施工） ・外構費 ※運営費、ランニングコストについては、G、H、Iの協議と並行して算出。	初期整備費 約4,900万円 + ボート開発費 約2,500万円
D	白良浜ならではの景観に合った手をつなぎたくなる楽しい海沿い遊歩道の開発。	消波ブロックを撤去して、新たにフレア護岸を整備＋ウッドデッキ ・工事費 ・付加価値費	初期整備費 約91,500万円
F	「海の家」展開：事業者誘致～ゾーンマネジメント。	・施工費（躯体、設計、工事管理費） ・設備費 ・内装費（企画、デザイン、施工） ・外構費 ※運営費、ランニングコストについては、G、H、Iの協議と並行して算出。 ※カフェスペースや店舗躯体ありの場合と土地貸のみの場合で初期費用は異なる。	初期整備費 （土地貸のみの場合） 約4,500万円 ～ （躯体有） 約9,000万円

白良浜周辺等海洋活用計画
平成30 年3 月

発行 白浜町

〒649-2211

和歌山県西牟婁郡白浜町1600 番地

TEL 0739-43-5555(代)

URL <http://www.town.shirahama.wakayama.jp/>

編集 観光課

