

かながわシープロジェクト プロデュース会議報告書

第1章 神奈川の海を巡る状況

1	沿岸域の利用状況	1
2	マリンスポーツの状況	3
3	宿泊施設の状況	4
4	SURF'90の継承	4
5	誘客機会の到来	6
(1)	さがみ縦貫道路の全線開通	
(2)	2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催	

第2章 プロデュース会議からの提言

1	神奈川の海の現状	8
(1)	発信力の弱体化	
(2)	観光の基盤・マリンスポーツの基盤の脆弱性	
2	マリンスポーツの現状	11
(1)	マリンスポーツを取り巻く環境	
ア	漁業とマリンスポーツの関係	
イ	マリンスポーツ相互の関係	
ウ	地元とマリンスポーツの関係	
(2)	子どもの海離れの進行・マリンスポーツ参加への高いハードル	
3	神奈川の海が目指すべき姿	12
	～四季を感じることができるラグジュアリーな国際的ビーチリゾートの創出～	
4	「目指すべき姿」を実現するための方策	14
5	「目指すべき姿」を実現するための仕組みづくり	15
(1)	国家戦略特区制度の活用	
(2)	条例の制定	
(3)	地方創生との連動	
(4)	民間の活動との連携	

第3章 事業化に向けたアイデア

1	「Feel SHONAN」キャンペーンの展開	17
(1)	キャッチフレーズ・ロゴ・音楽（ジングル）の制作	
(2)	多角的なCM展開	
ア	海外TVメディア	
イ	国際航空便の機内モニター	
ウ	オンライン動画サイト	
エ	デジタルサイネージ	
2	「遊び」への誘導～ネット力のフル活用～	18
(1)	コンシェルジュ機能による海への誘導	
(2)	サイトの多言語化（海外向けサイトの制作）	
(3)	SNSによる拡散	

3 「遊び」の拠点づくり	19
(1) 総合的マリンスポーツの体験拠点・海洋教育の拠点整備	
(2) 地元との連携によるマリンスポーツの拠点整備	
(3) 子どもが安心して海や海岸で遊ぶことができる場所（ビーチパーク）づくり	
(4) ビーチセラピーの中心や憧れの地となるエリアの設定	
(5) ヨットを核とした地域の活性化	
(6) クルージング・定期航路の開拓	
4 地元との連携による体験型イベントの実施	25
(1) 地元の特産品やグルメとのコラボ	
(2) 和テイストとのコラボ（インバウンド向け）	
(3) 地元の祭りや朝市とのコラボ	
(4) サイクリングやハイキングとのコラボ	
(5) 大規模なマリンスポーツ大会の開催	

はじめに ～「かながわシープロジェクト」プロデュース会議の目的～

神奈川は、都市化が進む首都圏に位置し、全国で5番目に小さな県土にありながらも、水源の森、水の恵みを流域に運ぶ川、魚種が豊富で、砂浜から岩礁、さらに工業地帯まで様々な表情をみせる海の3つが揃い、県民の生活や多くの産業を支える豊かな水が維持されてきた。

そして、このような森・川・海の連なりによって育まれた神奈川の海には四季があり、豊かな海からの恵みは、季節ごとに異なる魅力がある。

「かながわ シープロジェクト」は、首都圏から気軽に電車や車を使って短時間でアクセスできる場所に、このような魅力的な海があることを知ってもらい、神奈川の海に多くの観光客を呼び込むためのプロジェクトとして始動した。

折しも、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）の一部を構成するさがみ縦貫道路の建設が進められており（平成27年3月8日全線開通）、圏央道沿線の関東北部圏をはじめとして、圏央道と接続する中央自動車道や関越自動車の沿線地域からも、相模湾のほぼ中央に位置する茅ヶ崎の海まで、容易にアクセスできるようになる。

また、平成25年9月に、2020年夏季のオリンピック・パラリンピック競技大会が東京で開催することが決定し、この世界が注目するスポーツの祭典を契機として、多くの外国人旅行者が首都圏を訪れるようになる。

神奈川の海に多くの観光客を呼び込むためには、さがみ縦貫道路でつながる関東北部圏や甲信地域や、首都圏を訪れようとする外国人旅行者をターゲットにした観光戦略が必要となるが、神奈川の海は、ヨットやダイビングをはじめとして、多くのマリンスポーツの日本における発祥の地としての歴史や文化を有しており、さらに、次々と生まれてくる新たなマリンスポーツの活動の場ともなっていることから、マリンスポーツをその大きな柱に据えることとした。

そこで、従来の行政型の発想ではなく、民間の自由な発想や斬新なアイデアを取り入れて神奈川の海を盛り上げるという、極めて柔軟なコンセプトのもとに設置されたのが本プロデュース会議であり、マリンスポーツ、海洋教育、漁業、アート、エンタテインメント、デザイン、メディアといった様々な分野からメンバーが集結した。

このたび、これまでの議論を通じて提案のあった意見やアイデアを取りまとめ、報告するので、県におかれては、その実現に向けて着実に取り組んでもらいたい。



第1回プロデュース会議
出席者記念撮影

第1章 神奈川の海を巡る状況

1 沿岸域の利用状況

◎ 神奈川の沿岸域（海岸線を挟む陸域から海域に及ぶ区域をいう。以下同じ。）には、

- ・ 川崎港（国際戦略港湾、港湾管理者：川崎市）
- ・ 横浜港（国際戦略港湾、港湾管理者：横浜市）
- ・ 横須賀港（重要港湾、港湾管理者：横須賀市）
- ・ 葉山港、湘南港、大磯港、真鶴港（地方港湾、港湾管理者：神奈川県）

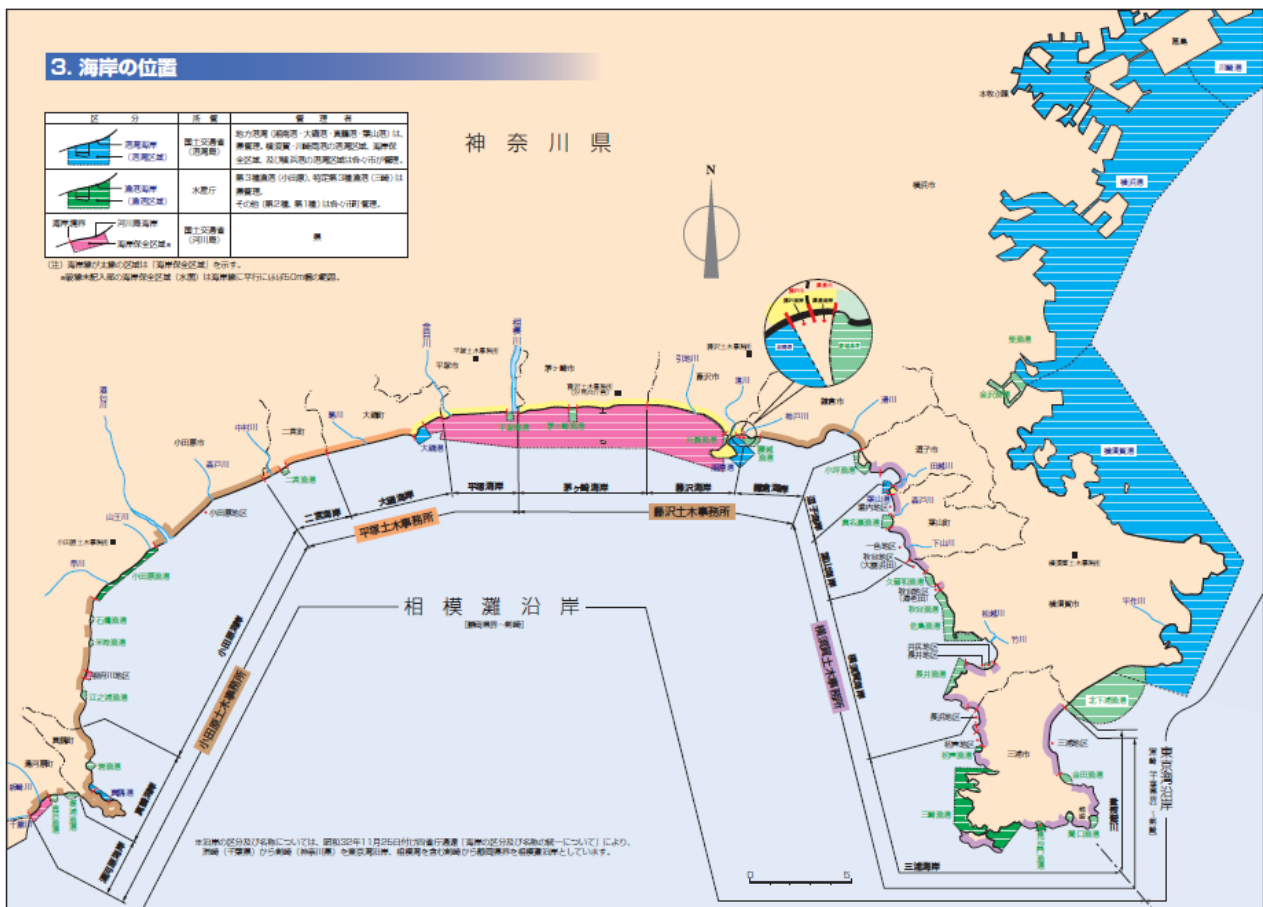
の各港湾があり、それぞれに港湾区域が設定されている。

◎ また、神奈川の沿岸域には、次の25の漁港があり、それぞれに漁港区域が設定されている。

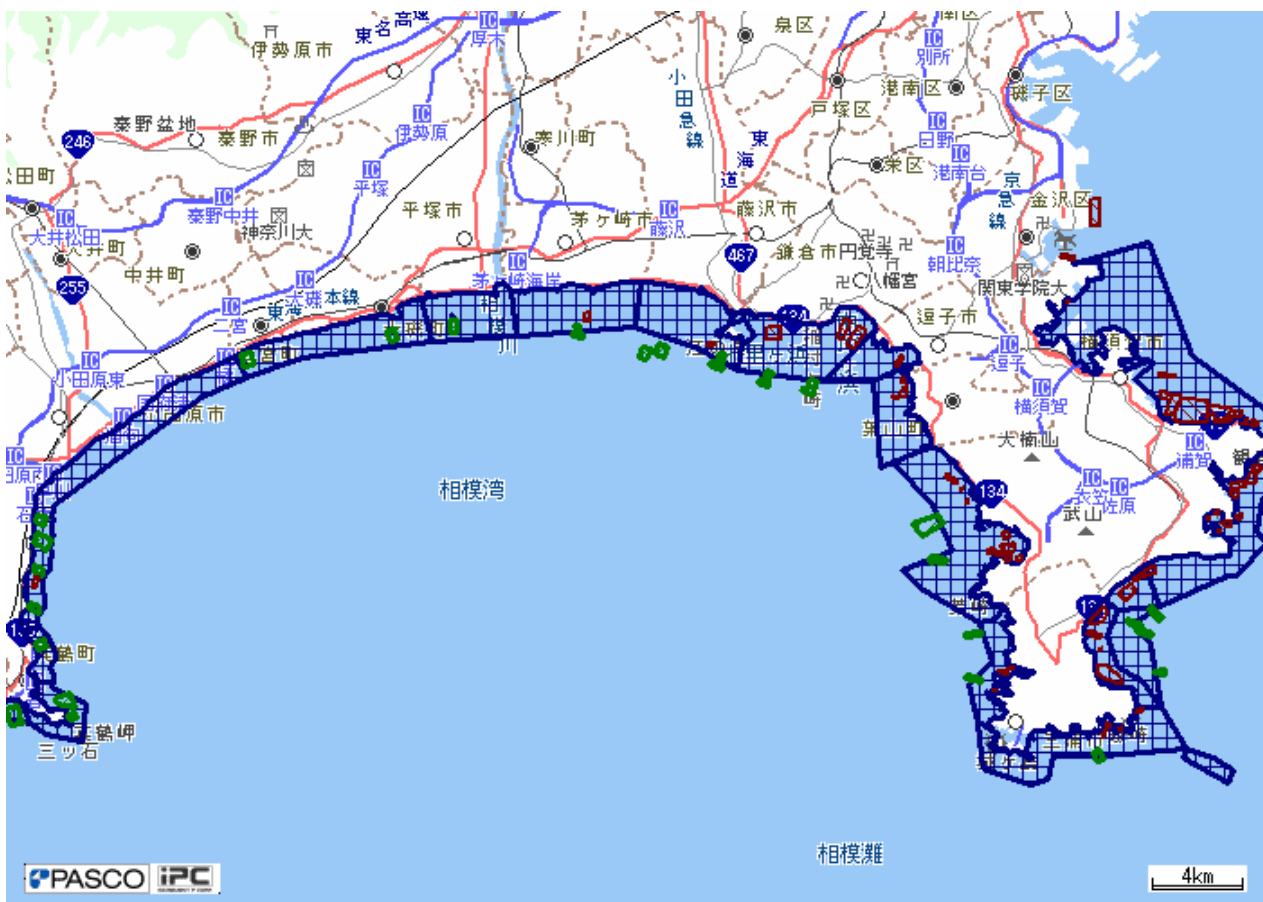
種別	漁港名	漁港管理者	漁業協同組合
特定第3種 第3種のうち、特に重要として政令に定められた漁港	三崎	神奈川県	みうら／城ヶ島／諸磯
第3種 (その利用範囲が全国的な漁港)	小田原	神奈川県	小田原市
第2種 その利用範囲が第一種漁港よりも広く、第三種漁港に属しないもの	間口	三浦市	みうら
	長井	横須賀市	長井町
	佐島	横須賀市	横須賀市大楠
	平塚	平塚市	平塚市
第1種 その利用範囲が地元の漁業を主とする漁港	柴	横浜市	横浜市
	金沢	横浜市	横浜市
	金田	三浦市	みうら
	毘沙門	三浦市	みうら
	初声	三浦市	初声
	北下浦	横須賀市	横須賀市東部／上宮田
	秋谷	横須賀市	横須賀市大楠
	久留和	横須賀市	横須賀市大楠
	真名瀬	葉山町	葉山町
	小坪	逗子市	小坪
	腰越	鎌倉市	腰越
	片瀬	藤沢市	江の島片瀬／藤沢市
	茅ヶ崎	茅ヶ崎市	茅ヶ崎市
	二宮	二宮町	二宮町
	石橋	小田原市	小田原市
	米神	小田原市	小田原市
江之浦	小田原市	小田原市	
岩	真鶴町	岩	
福浦	湯河原町	福浦	

◎ なお、沿岸の漁業協同組合は24組合あり（上記のほか、横浜東、鎌倉、大磯町、真鶴町）、川崎港と横浜港の港湾区域を除くほとんどの沿岸には漁業権区域が設定されている。

【港湾区域及漁港区域（出典：かながわの海岸）】



【漁業権区域（出典：e-かなマップ）】

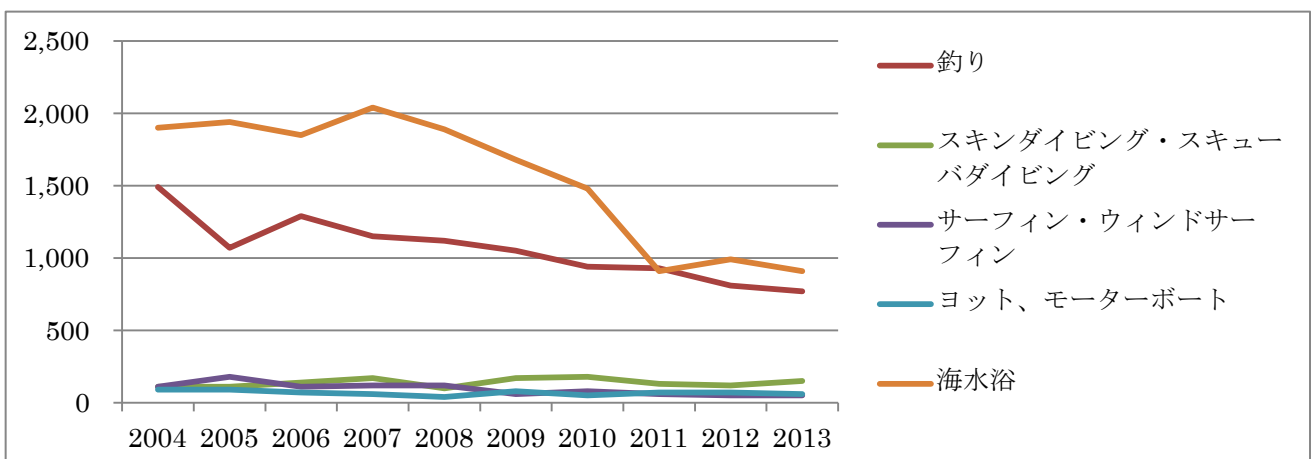


2 マリンスポーツの状況

- ◎ (公財) 日本生産性本部「レジャー白書2014」によれば、マリンスポーツの参加者は減少傾向にあり、とりわけ、「釣り」(平成16年：1,490万人 ⇒ 平成25年：770万人)と「サーフィン・ウインドサーフィン」(平成16年：110万人 ⇒ 平成25年：50万人)の参加者の減少が顕著となっている。
- ◎ また、子どもの海離れを反映して、海水浴の参加者も全国的に著しく減少しており、神奈川県内の海水浴場の利用者数をみても、平成22年には751.7万人であったものが、平成26年には475.2万人に減少している。
- ◎ マリンレジャーの振興拠点となる「海の駅」は、県内では、「よこはま・しんやました」、「よこはま・かなざわ」、「しょうなん・逗子マリーナ」、「はやま港」、「こあじろシーボニアマリーナ」、「うらが」、「みうら・みさき」、「ひらつか」、「まなづる」の9か所が登録されている。
- ◎ マリンスポーツの主要な担い手は、個別の専門事業者やショップであり、このほか、総合的なアクティビティ(海の楽しみ方)や海洋教育はビーチクラブをはじめとする民間団体が、海の安全・安心はライフセービングクラブや水難救済会がそれぞれ担っている。
- ◎ また、(公財)神奈川県体育協会に加盟しているマリンスポーツ関係団体は、「神奈川県セーリング連盟」、「神奈川県スキューバダイビング協会」、「神奈川県カヌー協会」の3団体となっている。
- ◎ 神奈川の海は、マリンスポーツのメッカという評判はあるものの、地域横断的な活動はなされておらず、個別の専門事業者やショップによる活動は、地元を中心した展開となっている。

【マリンスポーツの参加者数の推移】

区 分	(単位 万人)									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
釣り	1,490	1,070	1,290	1,150	1,120	1,050	940	930	810	770
スキューバダイビング スキューバダイビング	110	110	140	170	100	170	180	130	120	150
サーフィン ウインドサーフィン	110	180	110	120	120	60	80	60	50	50
ヨット、モーターボート	90	90	70	60	40	80	50	70	70	60
海水浴	1,900	1,940	1,850	2,040	1,890	1,680	1,480	910	990	910



3 宿泊施設の状況

国際観光ホテル整備法に基づく登録ホテル※は、平成27年2月27日現在で979件あるが、神奈川県内の登録ホテルは41件で、このうち海岸地域に立地しているホテルは4件となっている。

同じく登録旅館※は、全国で1,58件あるが、神奈川県内の登録旅館は46件で、このうち海岸地域に立地している旅館は2件となっている。

※ 登録ホテル・旅館は、訪日外国人旅行者が安心して宿泊できる施設として一定のサービスレベルが保証されたホテル・旅館で、それぞれに、室数等の施設基準と外客接遇主任者の選任等の人的側面や経営状況に関する基準がある。

【神奈川県内の登録ホテル・旅館数】

地域名	登録ホテル	登録旅館
川崎	2	—
横浜	15	—
横須賀	5（うち海岸地域1）	—
鎌倉	2（うち海岸地域2）	1
三浦	—	1（うち海岸地域1）
厚木	1	3
清川	—	1
平塚	2	—
秦野	—	1
伊勢原	—	1
大磯	1（うち海岸地域1）	1（うち海岸地域1）
箱根	13	27
湯河原	—	10
計	41	46

4 SURF'90の継承

◎ 神奈川県と相模湾沿岸の13市町、民間団体、企業等は、共同で社団法人を設立し、「人と海の共生」の仕組みを、イベントを通して考え、試みることを目的として、平成2年4月29日から10月10日までの165日間にわたり、相模湾アーバンリゾート・フェスティバル1990（略称SURF'90）が開催された。

◎ その当時の相模湾沿岸地域では、砂浜や緑の減少、海岸の散乱ごみの増加、道路の渋滞、騒音といった問題を抱えており、レジャー客と地元の漁業者や住民との間で、深刻なトラブルも発生していた。

◎ さらに、漁業の衰退をはじめ、レクリエーション施設の陳腐化による地元の活力低下など、自然環境、生活、地域産業といったさまざまな分野で、数多くの問題が生じていた。

◎ このため、SURF'90では、多様な利害関係者が存在する地域で、新しい地域の仕組みづくり



についての関係者の理解や合意を得るために、自らが体験して判断でき、新しい取り組みについての理解や合意を得やすい「実験の場」として、イベントという形式をとった。

◎ その結果、「SURF '90白書」の中で提案された9の重点事業のうち、

- ・ 「公・民が一体となった沿岸域の保全と利用を考えるしくみづくり」
⇒ これまで、三浦（諸磯・小網代・初声）、横須賀市（長井）、葉山、逗子、鎌倉、藤沢、茅ヶ崎及び平塚（相模川・相模川河口を含む。）の8地区で、海・浜のルールを策定
- ・ 「海岸美化財団の設立」
⇒ かながわ海岸美化財団の設立
- ・ 「自然と身近にふれあえる海辺づくり（ビーチレクリエーションの拠点づくり）」
⇒ 平塚ビーチセンターの整備、茅ヶ崎海岸ボードウォークの整備
- ・ 「相模湾ライフセービングセンターの設立」
⇒ 県立湘南海岸公園サーフビレッジの整備、鎌倉・藤沢・茅ヶ崎の各ライフセービングクラブの設立

などが実現したが、海・浜の利用調整や沿岸地域の活力低下といった問題については、現在までに、根本的な解決が図られたとまでは言い切れない。

◎ 2015年（平成27年）には、SURF '90の開催から25年の節目を迎えることとなるので、この四半世紀の神奈川の海を取り巻く環境の変化を検証しつつ、SURF '90の成果を踏まえながら、残された課題への対応が求められている。

【鎌倉 海・浜のルールブック（出典：鎌倉市HP）】

鎌倉 海・浜のルールブック

浜を利用するみなさまへ

しない DON'T **注意 CAUTION** **守る KEEP**

このルールに違反すると罰金を科される場合があります。

神奈川県立図書館・美術館・博物館	50万円以下の罰金又は拘留若しくは科料
警察官14名	50万円以下の罰金
神奈川県水産部に関する条例第14条第3項	罰金
漁業法第57条	5万円以下の罰金又は科料
漁業法第58条	5万円以下の罰金
漁業法第59条	5万円以下の罰金
漁業法第60条	5万円以下の罰金
漁業法第61条	5万円以下の罰金
漁業法第62条	5万円以下の罰金
漁業法第63条	5万円以下の罰金
漁業法第64条	5万円以下の罰金
漁業法第65条	5万円以下の罰金
漁業法第66条	5万円以下の罰金
漁業法第67条	5万円以下の罰金
漁業法第68条	5万円以下の罰金
漁業法第69条	5万円以下の罰金
漁業法第70条	5万円以下の罰金
漁業法第71条	5万円以下の罰金
漁業法第72条	5万円以下の罰金
漁業法第73条	5万円以下の罰金
漁業法第74条	5万円以下の罰金
漁業法第75条	5万円以下の罰金
漁業法第76条	5万円以下の罰金
漁業法第77条	5万円以下の罰金
漁業法第78条	5万円以下の罰金
漁業法第79条	5万円以下の罰金
漁業法第80条	5万円以下の罰金
漁業法第81条	5万円以下の罰金
漁業法第82条	5万円以下の罰金
漁業法第83条	5万円以下の罰金
漁業法第84条	5万円以下の罰金
漁業法第85条	5万円以下の罰金
漁業法第86条	5万円以下の罰金
漁業法第87条	5万円以下の罰金
漁業法第88条	5万円以下の罰金
漁業法第89条	5万円以下の罰金
漁業法第90条	5万円以下の罰金
漁業法第91条	5万円以下の罰金
漁業法第92条	5万円以下の罰金
漁業法第93条	5万円以下の罰金
漁業法第94条	5万円以下の罰金
漁業法第95条	5万円以下の罰金
漁業法第96条	5万円以下の罰金
漁業法第97条	5万円以下の罰金
漁業法第98条	5万円以下の罰金
漁業法第99条	5万円以下の罰金
漁業法第100条	5万円以下の罰金

水難事故が発生した場合の緊急連絡先

湘南海上保安署 0466-22-4999
鎌倉警察署 110
鎌倉市消防本部 119
海の緊急連絡 118

海を利用するみなさまへ（水上オートバイ・ウィンドサーフィンなど）

しない DON'T **注意 CAUTION** **守る KEEP**

実行エリア内での水上オートバイなどの輸送行為はできません。

他人の乗組した水上オートバイの航行を妨げる行為はできません。

航行中に、海中のエンジンなどの部品や機材が脱落しないよう注意してください。

あわびやさざえなどの貝殻や漁具などを落とさないでください。

水上オートバイの消費電力を節約してください。

漁業区域、漁業区域での許可のない操縦行為は禁止されています。

水上オートバイやモーターボートの航行では、ウィンドサーフィンの航行は十分注意してください。

水上オートバイやモーターボートの航行では、ウィンドサーフィンの航行は十分注意してください。

わかめなどの海藻イカサに近づかないでください。

定置網に近づかないでください。

方向転換は滑りや十分に確認し、まわりの船舶を避けて実行しましょう。

オフショア（橋から沖に長く）の航行には、十分に注意してください。

海上安全係留網、鎌倉市海岸警備隊の航行を妨げる行為はできません。

ライフセーバーの注意を守りましょう。

船中ではデッキ、水上オートバイの航行中は、セイルボードは固定して置きましょう。



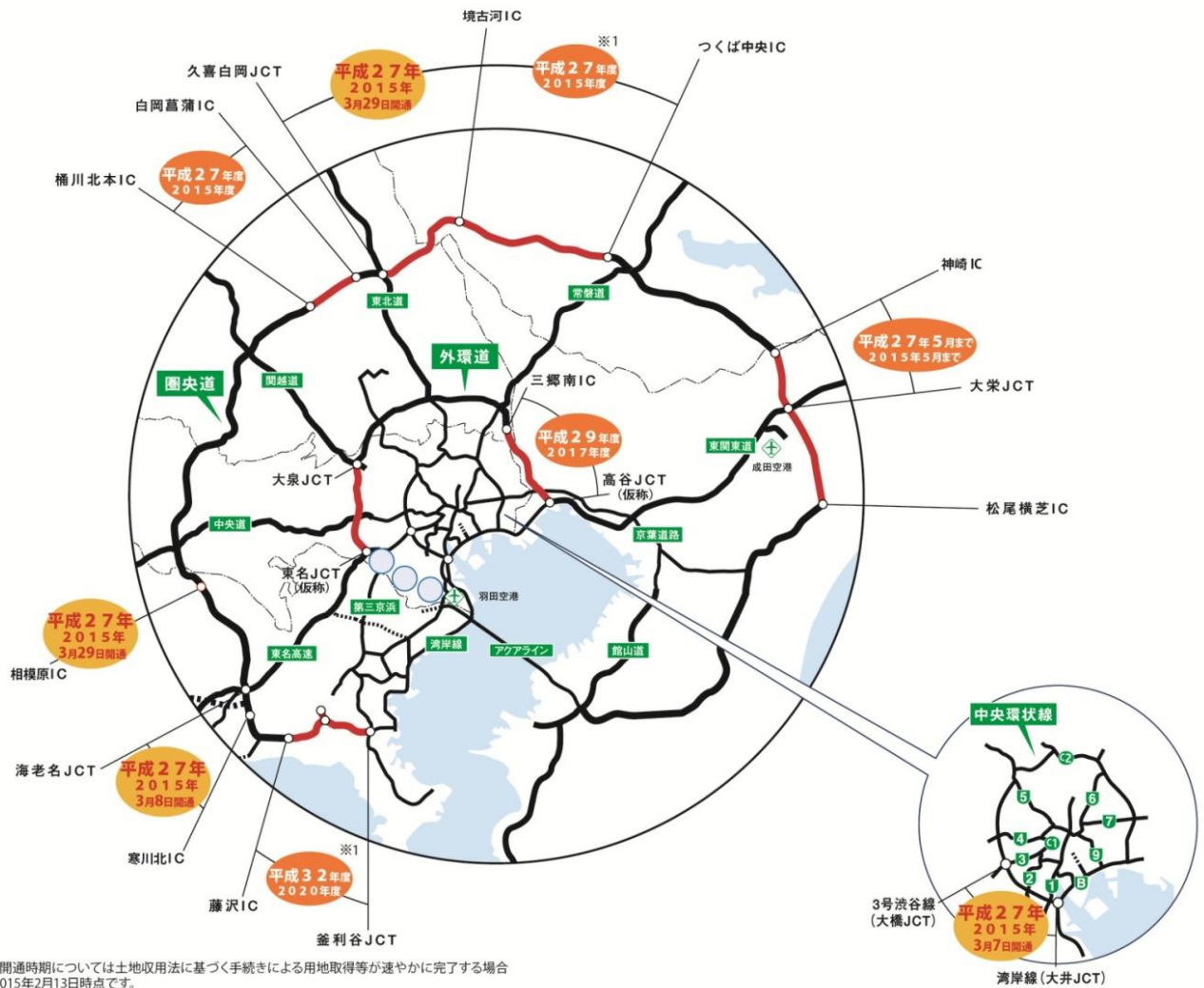
県立湘南海岸公園サーフビレッジ

5 誘客機会の到来

(1) さがみ縦貫道路の全線開通

- 平成27年3月8日に、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）の一部を構成するさがみ縦貫道路が全線開通し、同じく圏央道の一部を構成し、湘南地域と三浦半島地域を結ぶ横浜湘南道路・横浜環状南線も、2020年の開通を目標に事業を実施している。
- また、圏央道の他の事業区間も、平成27年度中には開通が相次ぐ予定となっており、沿線の関東北部圏をはじめとして、圏央道と接続する中央自動車道や関越自動車道沿線から神奈川の海へのアクセスが飛躍的に向上するので、新たな観光需要を呼び込む絶好の機会が到来する。

【首都圏中央連絡自動車道路線図（出典：国土交通省関東地方整備局横浜国道事務所HP）】



(2) 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催

- 国際オリンピック委員会（I O C）は、平成25年9月7日（日本時間8日）、2020年（平成32年）の夏季オリンピック・パラリンピックを東京で開催することを決定した。
- この東京大会の開催という絶好の機会を捉え、政府の観光立国推進会議は、平成26年1月、さらなる観光立国の推進を図るべく、2020年に向けて、訪日外国人旅行者数（インバウンド）2000万人の高みを目指すこととした。
- また、平成26年6月17日に決定された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」では、「2020年に向けて、2000万人の高みを目指すためには、『2020年オリンピック・パラリンピック東京大会』の開催という、またとない機会を活かし、世界の人々を惹きつけて、東京のみならず、全国津々浦々に開催効果を波及させるべく、オリンピック・パラリンピック大会開催後も地域が力強く発展していくためのレガシーを生み出しながら、世界に通用する魅力ある観光地域づくりを行うことが重要である」との目標が示された。
- そして、この目標を達成するための方策として、6つの柱が示され、「オリンピック・パラリンピックを機に訪日する外国人旅行者の受入環境整」という柱では、「空港のゲートウェイ機能の強化」の項目に、羽田空港を含む首都圏空港の機能強化が盛り込まれた。
- また、「世界に通用する魅力ある観光地域づくり」という柱では、「海洋観光の展開」との項目に、海洋観光国としてのブランド力・競争力の強化を図るため、マリンレジャーを活性化することが盛り込まれた。
- 神奈川の家は、今後、外国人旅行者の空の玄関口として、今後、ますますの国際線機能の強化が検討されている羽田空港とのアクセスに優れており、また、多くのマリンレジャー（スポーツ）を楽しむことができる環境も備えている。
- 神奈川の家は、このような特性（優位性）を有していることから、その魅力を発信して世界の人々を惹きつけ、2020年に向けて、インバウンド需要を取り込むための環境整備に着実に取り組んでいく時期にある。

【訪日外国人旅行者数の推移（出典：日本政府観光局（J N T O））】

（単位 人）

国籍等	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
総数	6,789,658	8,611,175	6,218,752	8,358,105	10,363,904	13,413,467
台湾	1,024,292	1,268,278	993,974	1,465,753	2,210,821	2,829,821
韓国	1,586,772	2,439,816	1,658,073	2,042,775	2,456,165	2,755,313
中国	1,006,085	1,412,875	1,043,246	1,425,100	1,314,437	2,409,158
香港	449,568	508,691	364,865	481,665	745,881	925,975
米国	699,919	727,234	565,887	716,709	799,280	891,668
タイ	177,541	214,881	144,969	260,640	453,642	657,570
豪州	211,659	225,751	162,578	206,404	244,569	302,656
マレーシア	89,509	114,519	81,516	130,183	176,521	249,521
シンガポール	145,224	180,960	111,354	142,201	189,280	227,962
英国	181,460	184,045	140,099	173,994	191,798	220,060
フィリピン	71,485	77,377	63,099	85,037	108,351	184,204
その他	1,146,144	1,256,748	889,092	1,227,644	1,473,159	1,759,559

第2章 プロデュース会議からの提言

1 神奈川の海の現状

- ◎ 神奈川の海は、1964年の東京オリンピック以降、あまり変わりはなく、むしろ、魅力のある観光施設が減少している。
- ◎ このような変わらぬ海に外国人旅行者を誘うというのは、あたかも、1964年型の自動車を輸出するようなものといわざるを得ない。
- ◎ 東京オリンピックから50年を経過したにもかかわらず、旧態依然とした神奈川の海に観光客を呼び込むためには、多くの課題を解決していく必要があるため、以下では、神奈川の海の現状について整理する。



(1) 発信力の弱体化

- 「湘南」に象徴される神奈川の海は、かつては若者文化の発信地であったが、時代の変遷に伴って、その発信力は徐々に弱まっている。
- また、かつての「湘南」には、最先端のレストランやショップなども集まって、複合的な文化ネットワークが形成されていたが、現在の「湘南」には、文化圏としての広がりがない。

ア 湘南ブランドイメージの希薄化

- ・ かつての湘南は、小説や映画の舞台となり、また、湘南サウンドと呼ばれる音楽を生むなど、時代の先端を切り拓いてきた。
- ・ また、多くのマリンスポーツの発祥の地でもあり、とりわけ、1970年代に起こったサーフィンブームは「湘南」を全国的なブランドに押し上げた。
- ・ しかしながら、現代の若者にとって、「湘南」のそのブランドイメージは希薄化しており、憧れの地ではなくなっている。



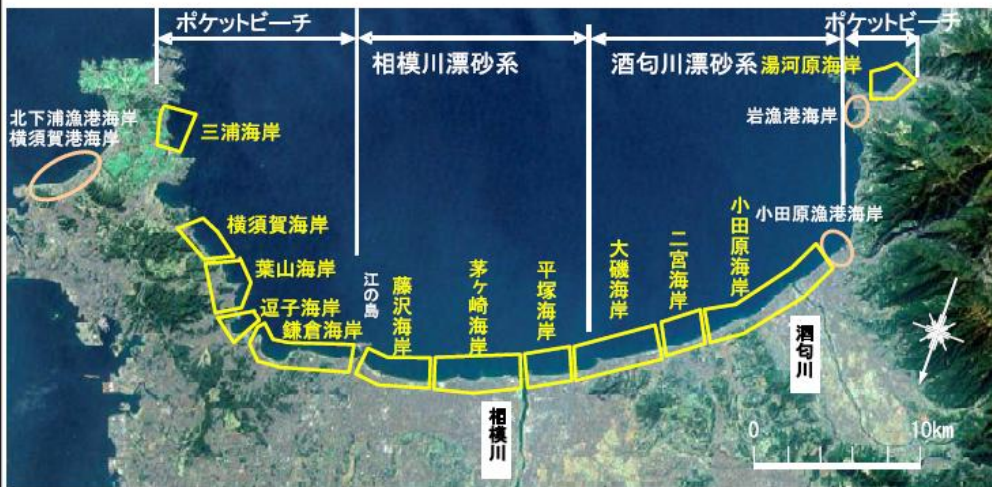
イ 広域的ブランディング戦略の欠如

- ・ かつてのようなブランド力はないものの、神奈川の海には、依然として「湘南」というブランドがある。
- ・ しかしながら、その範囲については諸説あることもあって、せっかくの「湘南ブランド」が、神奈川の海を通ずるような広域的・統一的なブランディング戦略には、あまり活用されていない。
- ・ このため、神奈川の海においては、単一目的の日帰り観光が主体となってしまい、周遊観光につながっていないことから、広域的な観点から、ブランディング戦略を展開していく必要がある。

(2) 観光の基盤・マリンスポーツの基盤の脆弱性

- 「ミシュランガイド東京・横浜・湘南2014」では、“湘南”（横須賀市、鎌倉市、逗子市、葉山町、藤沢市、茅ヶ崎市、平塚市、大磯町、小田原市及び湯河原町）の海岸地域で星（最高は5つ星）がついて掲載されているホテルは、
 - ★★★★が1施設（葉山）、
 - ★★★ が1施設（小田原）、
 - ★★ が4施設（鎌倉2、葉山1、湯河原1）となっており、国際級の（外国人旅行者の受入環境が整っている）ホテルは不足しているものといわざるを得ない。
- 相模湾沿岸地域の幹線道路となっている国道134号線は、平成27年3月1日、平塚市虹ヶ浜から西湘バイパスまでの間が4車線化され、これにより、江の島以西の国道134号線は、全て4車線となった。
- このように、幹線道路の整備は進められているものの、国道134号線をはじめとする海岸道路では、多くの観光客が押し寄せるトップシーズンには慢性的な交通渋滞が発生し、駐車待ちの車列が、さらなる渋滞を引き起こすという悪循環に陥っている。
- また、マリンスポーツの基盤をみると、神奈川の海は、多くのマリンスポーツの発祥の地となっているが、観光資源として、そのレガシーがあまり活かされていない。
- 例えば、ダイビングは、真鶴がその発祥の地とされているが、相模湾全体をみても、ダイビングポイントは限られていることから、新たな参加者の受け入れに向けては、その態勢が十分に整えられているとは言えない。
- さらに、「湘南」の海岸線を象徴する砂浜は、浸食により徐々に痩せてきていることから、美しい砂浜を維持するための侵食対策が不可欠となっている。
- 県では、平成23年3月に「相模湾沿岸海岸侵食対策計画～美しいなぎさの継承をめざして～」を策定し、「美しいなぎさ」を将来にわたり継承していくための対策に取り組んでいる（次ページ参照）。
- このほかにも、漂着ゴミや、空き缶・空き瓶、たばこの吸殻などのポイ捨て、バーベキュー炭の不始末といった海岸環境の悪化要因から、どのように美しい海岸を守っていくかが、今後の大きな課題となる。

＜相模湾沿岸海岸侵食対策計画の範囲＞



【今回計画を策定した海岸】一覧表

管理者	海岸名
神奈川県	三浦海岸、横須賀海岸、葉山海岸、逗子海岸、鎌倉海岸 藤沢海岸、茅ヶ崎海岸、平塚海岸、大磯海岸、二宮海岸 小田原海岸、湯河原海岸

【既存計画を掲載した海岸】一覧表

管理者	海岸名
神奈川県	小田原漁港海岸
横須賀市	北下浦・野比海岸 (北下浦漁港海岸・横須賀港海岸(野比地区))
真鶴町	岩漁港海岸

○平成18年度から行ってきた調査に基づき、砂の流れの連続性や、海岸地形を考慮し、相模川から供給された土砂が海岸に沿って移動(漂砂)し、形成された砂浜の範囲を「相模川漂砂系」、酒匂川からの供給土砂により形成された砂浜の範囲を「酒匂川漂砂系」として分け、また、岬と岬に区切られポケットのような海岸地形の中で砂の移動が収まり、砂浜が形成されている「ポケットビーチ」に大別し、それぞれの特徴をふまえ、図に示した個々の海岸の対策を計画しました。

○なお、侵食対策は広域的な砂の流れをとらえ、沿岸の市町や漁港管理者と連携し取り組むことが重要であることから、市町等が対策を実施している既存の侵食対策計画についても本計画に掲載しました。

【ビーチクリーンの取組み（出典：公益財団法人かながわ海岸美化財団HP）】



2 マリンスポーツの現状

- ◎ 神奈川の海の象徴となっているマリンスポーツの裾野を広げ、参加者を増やすことが、神奈川の海に観光客を呼び込むことにつながる。
- ◎ しかしながら、マリンスポーツを楽しむためには、いくつかの制約を乗り越える必要があるため、陸上のスポーツに比して、参加へのハードルが高い。
- ◎ このため、以下では、マリンスポーツの現状について整理する。

(1) マリンスポーツを取り巻く環境

- マリンスポーツでは、さまざまな利用が輻輳する海・浜を使用するので、利用のルールに則った楽しみ方が必要となる。
- 古くから「海は誰のもの」という論争があるが、海・浜のルールを守らない不心得者の存在が、この問題を先鋭化させている。
- マリンスポーツのビギナーが、安心して海・浜を利用できる環境を創出し、また、円滑な利用調整の障害となっている不心得者の存在を許さないためにも、輻輳する海岸利用を調整する仕組みが必要となる。

ア 漁業とマリンスポーツの関係

- ・ 「規制改革推進のための3か年計画（再改定）」（平成21年3月31日閣議決定）では、「漁業権については、その保護の解釈が漁業者において、誤って解釈され、海面からの取水に関するトラブルや遊漁者・ダイバーと漁業者とのトラブルが多く生じているとの見方が存在している。」「したがって、漁業権の保護に係る解釈については、改めて漁業者や漁協に止まらず、広く国民に周知徹底する。」とされた。
- ・ 漁業の立場からすれば、マリンスポーツによる海岸や海面の利用は、漁場を荒らし、操業に支障を及ぼすので「漁業権の侵害」と捉える傾向がある。
- ・ 一方、マリンスポーツの立場からすれば、漁業権を侵害するような海岸や海面の利用をしていないにもかかわらず、漁業による利用が優先されており、海面や海岸の自由使用が不当に制約を受けていると捉える傾向がある。
- ・ このような論争は、漁業側・マリンスポーツ側のどちらにとってもメリットがないことから、こうした考えから脱却して、新たな関係を構築する必要がある。

イ マリンスポーツ相互の関係

- ・ マリンスポーツには多くの種目があるが、横断的な組織がないので、海・浜の利用をルール化することが難しい。
- ・ このため、マリンスポーツ相互においても、海・浜の利用方法を巡って、軋轢が生じており、そのことが、一般の人のマリンスポーツへの参加を委縮させる原因ともなっている。
- ・ マリンスポーツの将来にとって、まずは、マリンスポーツ全体の参加者を増やすことが不可欠であることから、種目の垣根を乗り越えて相互に連携していく必要がある。

ウ 地元とマリンスポーツの関係

- ・ 「湘南」というイメージは、マリンスポーツに象徴されていることから、観光資源としてのポテンシャルを備えている。
- ・ しかしながら、現状をみると、マリンスポーツの参加者は、常連（エキスパート層）がその多くを占めており、“観光”という視点からのアプローチがなされていないので、地元との関係が希薄になっている。
- ・ このため、マリンスポーツは、地元の経済循環や観光振興にあまり結びついておらず、その

観光資源としてのポテンシャルが活かされていないので、地元とマリンスポーツを結び付ける仕掛けが必要となる。

(2) 子どもの海離れの進行・マリンスポーツ参加への高いハードル

- (独)国立青少年教育振興機構「青少年の体験活動等と自立に関する実態調査(平成22年度調査)」では、海や川で泳いだ体験について、「ほとんどしたことがない」と回答した割合が、平成10年の10%から、平成21年には30%に増加している。
- また、(公財)日本海事センター「海に関する国民意識調査2014」では、マリンレジャーにチャレンジできない理由として、「費用が掛かるから」(56.0%)、「きっかけがない」(54.8%)と回答しており、マリンスポーツは、コアな楽しみ方をするスポーツというイメージがある。
- 一般のビギナーが、マリンスポーツに参加するためには、専門の事業者やショップが開催しているスクールが受け皿になっている。
- しかしながら、それ以前の、もう少し手前の問題として、何度も通い詰めるようになるエキスパート層向けではなく、もっと参加への間口が広がるような、子どもからシニアまで気軽にマリンスポーツにエントリーしやすい仕組みが少ない。

3 神奈川の海が目指すべき姿

～四季を感じることができるラグジュアリーな国際的ビーチリゾートの創出～

- ◎ 神奈川の海の魅力は、次のように整理することができる。
 - ① 首都圏にあり、多くの人が気軽にアクセスできる立地にあること。
 - ② 東京湾と相模湾に面しており、多様な自然環境と豊富な食の資源に恵まれていること。
 - ③ 多くのマリンスポーツを楽しむことができるポテンシャルを有していること。
 - ④ 「ラグジュアリー」や「お洒落」といったイメージに象徴される「湘南」というネームバリューがあり、都会では経験することができないライフスタイルがあること。
- ◎ このように、神奈川の海は、諸外国のビーチリゾートに匹敵するような魅力を有しており、さらに、四季ごとに、異なる楽しみ方ができるという点では、諸外国のビーチリゾートにはない魅力を有している。
- ◎ これからの神奈川の海は、「湘南」というブランドイメージを活用し、海辺のライフスタイルを打ち出すため、三浦半島東岸から湯河原にかけての自然海岸のある区域全体を「SHONAN」と呼称し、以下に示すとおり、国際競争力のあるビーチリゾートを目指していくべきである。

グローバルスタンダード

- 神奈川の海は、国際的ビーチリゾートになり得るいくつかの要素を備えていることから、これらを結合していくことによって、ハワイのワイキキビーチのような国際的ビーチリゾートを目指すべきである。
- 国際的ビーチリゾートを目指し、多くの外国人旅行者を呼び込むためには、今ある神奈川の海の魅力をさらに磨きながら、グローバルスタンダードを満たし、国際観光地としての質を向上させなければならない。
- そのためには、国際級のホテルが必要不可欠であり、さらに外国語表記によるサインやWEBサイトのコンテンツ、無料 Wi-Fi など、外国人旅行者を受け入れる環境を整備するとともに、海岸の環境や水質を良好に維持する必要がある。
- また、ワイキキビーチにはビーチパークがあり、何も道具を持たずに行っても、さまざまなマリンスポーツを楽しむことができ、更衣室やシャワーも無料で使うことができることから、この

ような「居心地の良さ」を感じることができる環境を整備していくことも重要となる。

- このようにして神奈川の海の魅力を磨き、これらを総動員していけば、国際競争力のあるビーチリゾートになり得るが、そのためには、世界に向けて、神奈川の海の魅力をどのように発信し、売り出していくかが、大切なポイントとなる。

オールシーズンリゾート

- 神奈川の海は、ワイキキとは異なり、常夏のビーチではないので、夏のトップシーズンには、海水浴客をはじめとして、多くの観光客で賑うが、それ以外のシーズンは、観光客数が大きく減少する。
- 例えば、藤沢市における月別の観光客数（平成25年）を多い順にみると、次のとおりとなる。

8月：3,647,629人
7月：1,902,826人
5月：1,471,487人
9月：1,321,837人
（中略）
10月：697,363人
2月：675,401人
11月：618,429人



トップシーズンとなる8月の観光客数は、最も少ない11月の観光客数の約6倍となる。

- このように、季節的な変動が大きいことが、観光の基盤整備が進まない原因ともなっているのであるが、常夏のビーチリゾートに比べると、「四季」を強く感じることができることが最大の魅力といえることができる。
- このため、長期の宿泊にも対応し、また、四季それぞれの楽しみ方を提供することができるオールシーズンリゾートとして売り出していくことが、神奈川の海の特長や強みを活かすことになる。
- 四季に応じた楽しみ方ができるマリンスポーツは、オールシーズンリゾートが提供する訴求力のあるアクティビティとなるので、その振興を図るとともに、地場産の食材を使った「食」との連携を深めるなど、滞在期間を長くさせる工夫が必要となる。
- このように、子どもから大人までが、それぞれの季節ごとに、複合的に海を楽しむことができるような素材を提供するとともに、シニア世代もゆったりと憩うことができる海岸環境を創出することによって、「SHONAN」のブランドイメージを深めていくことができる。

ラグジュアリー感・癒し

- 「ラグジュアリー」は、「SHONAN」を象徴するブランドイメージであり、他の海岸との違いを明確にできるイメージとなっている。
- 例えば、サンセットクルーズに象徴されるような「ラグジュアリー感」や「センスの良さ」、あるいは「お洒落感」といったイメージは、他の海岸にはない神奈川の海の個性として強調することができる。
- さらに、「湘南」の首都圏からのアクセスの良さというロケーションを活かし、「癒し」（ヒーリング）という打ち出し方が、新しい「湘南カルチャー」として、「SHONAN」の海の個性をあらゆるキーワードとなり、インバウンド需要の取り込みにも有効と考えられる。
- また、東京湾や駿河湾には海の交通ルート（海路）があるが、相模湾には、地方港湾が4か所

あり（葉山、江の島、大磯、真鶴）、このほかにも、三浦から湯河原まで、沿岸に多くの漁港があるにもかかわらず、海路で結ばれていないので、一般の観光客が、相模湾の海や海岸の魅力を海から見て感じる機会がない。

- 相模湾を海路で結ぶことが、相模湾の海のラグジュアリー感をさらに際立たせることとなる。このことによって、他の海岸との差異化を図ることができ、また、相模湾の海岸は、砂浜海岸、岩石海岸、磯、平磯地形、海岸段丘など、変化に富んだ自然海岸で構成されていることから、それぞれの魅力を発信することによって、相模湾全体に回遊性が生まれ、日帰り観光から宿泊観光へのシフトを促すことができる。

4 「目指すべき姿」を実現するための方策

- ◎ 1964年の東京オリンピック以来、あまり代わり映えのしない神奈川の海の姿を国際競争力のあるビーチリゾートに変えていくためには、長期的なロードマップを作成し、幅広い観点からのアプローチが必要となる。
- ◎ ソフト面を中心に短期的に取り組むべき課題と、ハード面を中心に中長期的に取り組むべき課題とを整理した上で、持続的に取り組むべきであるが、当面は、今ある神奈川の海の魅力を発信し、国内外から多くの観光客を呼び込みながら、顕在化してくる課題の一つひとつに対応し、解決していくという道筋を描く必要がある。
- ◎ そこで、今後の「かながわシープロジェクト」においては、当面、次に示す6つの方策に沿って、具体的な取組みを進めていくべきである。

方策Ⅰ：海外に向けたPRの強化

神奈川の海が国際的ビーチリゾートを目指していくためには、国際的な知名度を向上させる必要があることから、海外メディアを媒体にしたキャンペーンを展開するなど、海外に向けたPRを強化し、まずは、外国人旅行者を神奈川の海に呼び込むことから始める。

方策Ⅱ：湘南ブランドの再構築・活用

湘南ブランドのネームバリューには根強いものがあるので、次のとおり、ブランドイメージの再構築を図り、その活用を図る。

- ① 「湘南」のブランドイメージとマリンスポーツを融合した広報戦略の展開
- ② 広域観光圏の形成に向けて、湘南ブランドのもとに、沿岸地域の連携を強化

方策Ⅲ：漁業とマリンスポーツの新たな関係の構築

漁業とマリンスポーツの共存を目指していけば、海岸地域の活性化につながるとともに、両者がタッグを組むことによって、不適切な海・浜の利用を監視できるようになるので、マリンスポーツ側から漁業者（漁業協同組合）側に働きかけて、両者がWin-Winの関係となるようなモデルをつくり、他の沿岸地域にも展開する。

方策Ⅳ：マリンスポーツの裾野拡大

神奈川の海岸に持続的な賑わいを取り戻すためには、マリンスポーツ参加者の裾野を拡大していく必要があるため、次のとおり、マリンスポーツ参加へのきっかけをつくる。

- ① 「海離れ」が進む子どもや若者が、マリンスポーツの入り口として、海や浜で遊ぶ楽しさを知ってもらえるような仕組みの構築
- ② 一般のビギナーが気軽にマリンスポーツに参加することができる環境の整備（ハードルの引き下げ）

方策Ⅴ：海辺のライフスタイル・カルチャーの打ち出し

都会では経験することができない海が身近にあるライフスタイルそのものや、若者の解放されたエネルギーから生まれた新しいカルチャーを打ち出すことによって神奈川の海の魅力に惹き付け、観光客数の増加のみならず、移住の促進にもつなげる。

方策Ⅵ：漁港の多目的利用

漁港という魅力ある資産を活用した地域の活性化に向けた新たな展開として、漁港を観光施設やマリンスポーツの拠点として、多目的に利用できるようにする。

5 「目指すべき姿」を実現するための仕組みづくり

- ◎ 神奈川の海を国際競争力のあるビーチリゾートにしていくためには、国際級のホテルや観光施設の整備が必要となる。
- ◎ 県としては、民間事業者が、そうした施設の整備に向けて、投資しやすくなるような環境を沿岸地域に整備しなければならない。
- ◎ そのためには、沿岸市町との連携・協力が極めて重要となることから、共通認識のもとで「目指すべき姿」を実現するため、次に示すとおり、その推進母体となるような仕組みを構築すべきである。

(1) 国家戦略特区制度の活用

- 平成26年5月1日、神奈川県は、東京圏の一部としてその全域が「国家戦略特別区域」（国家戦略特区）に指定された。
- 国家戦略特区で展開する規制改革メニューについては、区域会議の中で提示すれば、規制省庁との折衝を経て追加できる仕組みとなっているので、「目指すべき姿」を実現する上で、法規制が制約となっているのであれば、この仕組みを利用することができる。
- そこで、神奈川の海をしてみると、沿岸地域には、漁港をはじめとして、観光資源としてのポテンシャルを有する資産はあるものの、海岸法、漁港漁場整備法、港湾法、港則法といった法規制により、その利用が制限されているので、民間事業者が、国際級のホテルや観光施設を建設できるような投資環境にはなっていない。
- このため、県では、この国家戦略特区制度を活用し、沿岸市町と連携・協力の上で、例えば、「オーシャンフロント特区構想」のようなものを策定し、民間事業者が、神奈川の海において投資しやすい環境を整備すべきである。

(2) 条例の制定

- 神奈川の海の沿岸には、13の市町があり、それぞれの市町において、まちづくり条例や風致地区条例によって、沿岸地域の環境を維持する取組みが進められている。
- そうした中であって、少子・高齢化社会が到来し、沿岸地域を含む各市町においても、人口減少に歯止めをかけるため、地域の産業を活性化し、働く場所を確保することが急務となっているのであるが、神奈川の海の魅力を活かした観光産業は、沿岸地域における産業の柱となるポテンシャルを有している。
- このポテンシャルを活かしていくためには、県と沿岸市町が、「海の観光産業によって地域を活性化する」という目的を共有し、足並みを揃えてその育成を図っていく必要がある。
- 県においては、沿岸市町との連携・協力のもとで、「海」をキーとして、神奈川の海の魅力を高め、統一的に沿岸地域の活性化を図るための条例を制定し、その中では、例えば、次のような

義務付けをすべきである。

- ・ 養浜をはじめとする海岸環境の保全対策に積極的に取り組むこと。
- ・ 地域の将来像を踏まえた規制のあり方を含め、民間企業が投資しやすい環境の整備に沿岸市町と一体となって取り組むこと。

(3) 地方創生との連動

- 「目指すべき姿」を実現するためには、少なくとも、東京でオリンピック・パラリンピックが開催される2020年（平成32年）を見据えた持続的な取り組みが不可欠となる。
- 平成26年11月に公布された「まち・ひと・しごと創生法」は、「国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保及び地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体的に推進すること」をその目的としている。
- また、同法では、都道府県と市町村に対して、国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を勘案して、2015年（平成27年）から2019年（平成31年）までの5か年を計画期間として、それぞれの区域の実情に応じた、まち・ひと・しごと創生に関する施策についての基本的な計画（地方版戦略）を定めるよう求めている。
- この地方創生の目的は、「かながわシープロジェクト」と軌を一にするものとなっているので、県においては、これから策定する県の総合戦略の柱として、「かながわシープロジェクト」の取り組みを明確に位置付け、計画期間中は、地方創生に関する交付金や地域再生戦略交付金を活用するなどして、二つの取り組みを連動させながら、積極的に取り組んでいくべきである。

(4) 民間の活動との連携

- 神奈川の海や海岸は、（公財）かながわ海岸美化財団をはじめとして、多くの民間団体の活動により、その環境が維持されている。
- また、（株）湘南なぎさパークや民間事業者が、交通ボトルネックの解消に向けて、駐車場の整備に取り組んでいる。
- 県では、養浜事業や交通アクセスの改善に取り組んでいるところであるが、2020年に向けて、神奈川の海を国際的ビーチリゾートとするためには、こうした民間の活動との連携をさらに深め、さらなる観光基盤の整備に積極的に取り組むべきである。
- また、神奈川県内に9か所登録されている海の駅は、マリンスポーツの拠点となる機能を有していることから、事業者との連携を深め、例えば、定期航路で結ぶなど、こうした今ある観光資産のポテンシャルを引き出して有効に活用すべきである。

第3章 事業化に向けたアイデア

1 「Feel SHONAN」キャンペーンの展開

- ◎ 神奈川の海の魅力をパッケージにして発信し、国内外に向けて持続的なキャンペーンを展開していく。
- ◎ キャンペーンの展開に当たっては、沿岸市町をはじめとする地元との連携・協力を図り、「かながわシープロジェクト」の目的の達成に向けて一体感を醸成していく。

(1) キャッチフレーズ・ロゴ・音楽（ジングル）の制作

- キャンペーンを展開していくためのキャッチフレーズは、「湘南」という言葉の認知度や語感を勘案して、「Feel SHONAN」とする。
- キャンペーンに不可欠なロゴはSURF'90のアートプロデューサーを務めた鈴木英人氏が、CM映像に乗せる音楽（ジングル）はこのプロデュース会議のメンバーでもあるトミー・スナイダー氏が制作する。



キャッチフレーズ・ロゴ



ジングル録音風景

(2) 多角的なCM展開

- 「Feel SHONAN」キャンペーンに使用するCM映像を制作し、さまざまなメディアに露出し、重層的に展開していく。
- このCM映像に乗せる音楽（ジングル）は、「Feel SHONAN」のイメージの統一を図るため、トミー・スナイダー氏が担当する。

ア 海外TVメディア

- ⇒ マレーシア政府観光局の「Malaysia Truly Asia」キャンペーンをモデルとしたイメージ戦略を採用する。
- ⇒ 一定期間、海外のTVメディアにCM映像を露出し、「SHONAN」のイメージを一般視聴者に向けて訴求し、認知度の向上を図る。

イ 国際航空便の機内モニター

- ⇒ 羽田・成田の両空港を発着する国際航空便の機内モニターにCM映像を流し、コア・ターゲット層に向けて「SHONAN」のイメージを効果的に訴求する。
- ⇒ CM映像を流す国際航空便の各席に備えられている機内誌に、「Feel SHONAN」の関連記事を掲載し、相乗効果による誘客の増加を狙う。

ウ オンライン動画サイト

- ⇒ You Tubeをはじめとするオンライン動画サイトにCM映像を投稿し、国内外に向けて広く

「Feel SHONAN」を発信する。

⇒ 投稿したCM映像が「恋するフォーチュンクッキー 神奈川県 Ver」のように話題になるよう、さまざまなチャンネルから動画サイトにアクセスすることができる環境を整える。

⇒ アクセス数が増え、「Feel SHONAN」の知名度が向上していけば、CM映像の撮影場所を“巡礼”するツアーの企画などにも利用していく。



You Tubeにアップされた「Feel SHONAN」ウェブサイトのインタビュー画像
左から、本プロデュース会議メンバーのNPO法人ONENESS!projectの市川さん、
SHIHOさん、ウェブサイトのナビゲーターの下田奈奈さん

エ デジタルサイネージ

⇒ デジタルサイネージのリアルタイム性や機動性を活かして、次のような課題に対応する情報を提供していく。

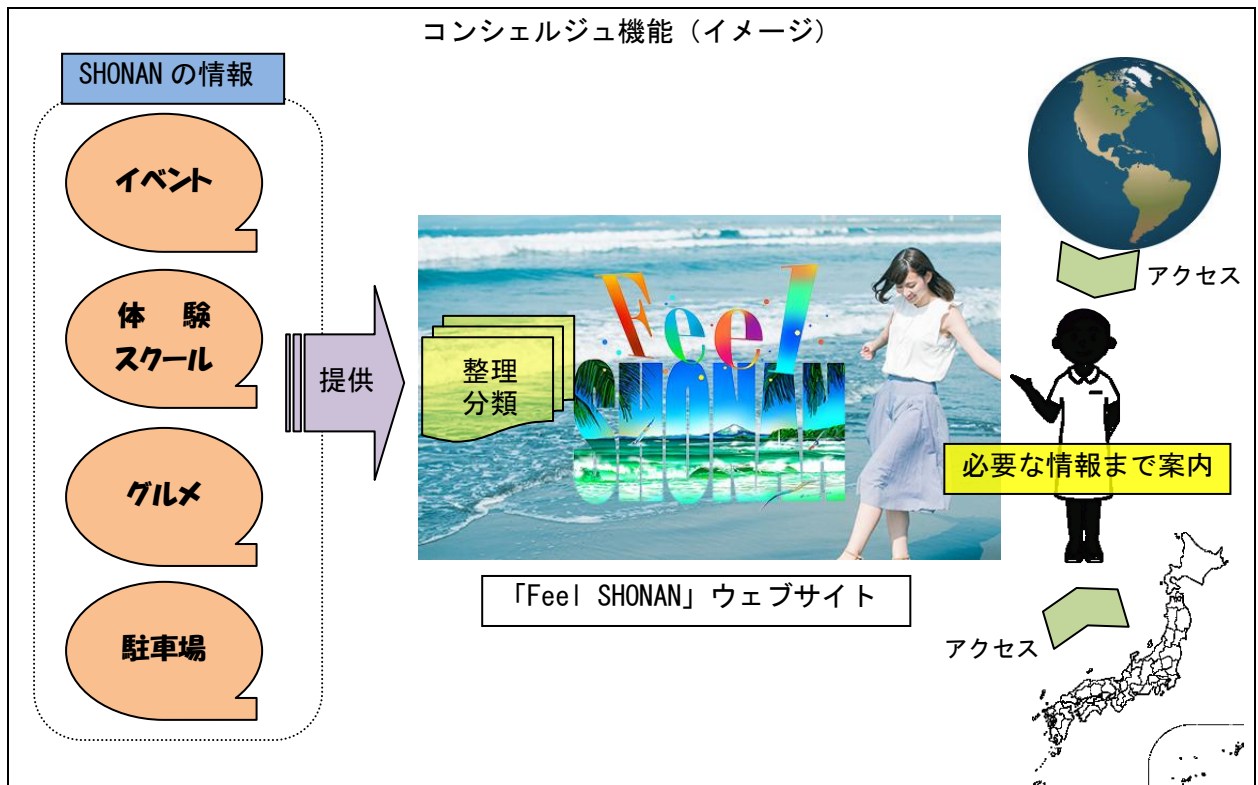
- ① インバウンド向けの受入環境の整備（外国人旅行者向けの情報サービスの提供）
- ② デジタルサイネージの設置地点から他の観光ポイントへと誘導する情報の提供
- ③ 安全・安心な観光に寄与する防災情報の提供

2 「遊び」への誘導～ネット力のフル活用～

- ◎ 「Feel SHONAN」の情報拠点をネット上に整備し、ネットのリアルタイム性や拡散性を利用して、神奈川の海で楽しむことができる「遊び」へと誘導していく。
- ◎ コンテンツの作成に当っては、沿岸市町をはじめとする地元の協力を得て、「SHONAN」に関する情報をワンストップで提供する。

(1) コンシェルジュ機能による海への誘導

- 「Feel SHONAN」のサイトをリゾートホテルに見立て、「アクティビティカウンター」の電子版をイメージした情報を提供する。
- 「SHONAN」に関する情報を総合的に検索できる機能（コンシェルジュ機能）を付加し、地元から発信する地域情報のプラットフォームとしても活用していく。



(2) サイトの多言語化（海外向けサイトの制作）

- インバウンド需要を取り込むため、「Feel SHONAN」のサイトを多言語化する。
- インバウンド需要を喚起するため、海外向けのCM展開と連動させて、海外TVメディアや航空会社の旅行サイトとリンクさせ、多言語化した「Feel SHONAN」のサイトへと誘導していく。

(3) SNSによる拡散

- 現代の若者にとって、SNSは最も身近な情報源となることから、SNSを媒介にして、「SHONAN」の新たな若者文化を発信する。
- 「Feel SHONAN」キャンペーンや関連イベントと連動させた旬な情報を発信し、双方向性を活かして情報交換を行う。

3 「遊び」の拠点づくり

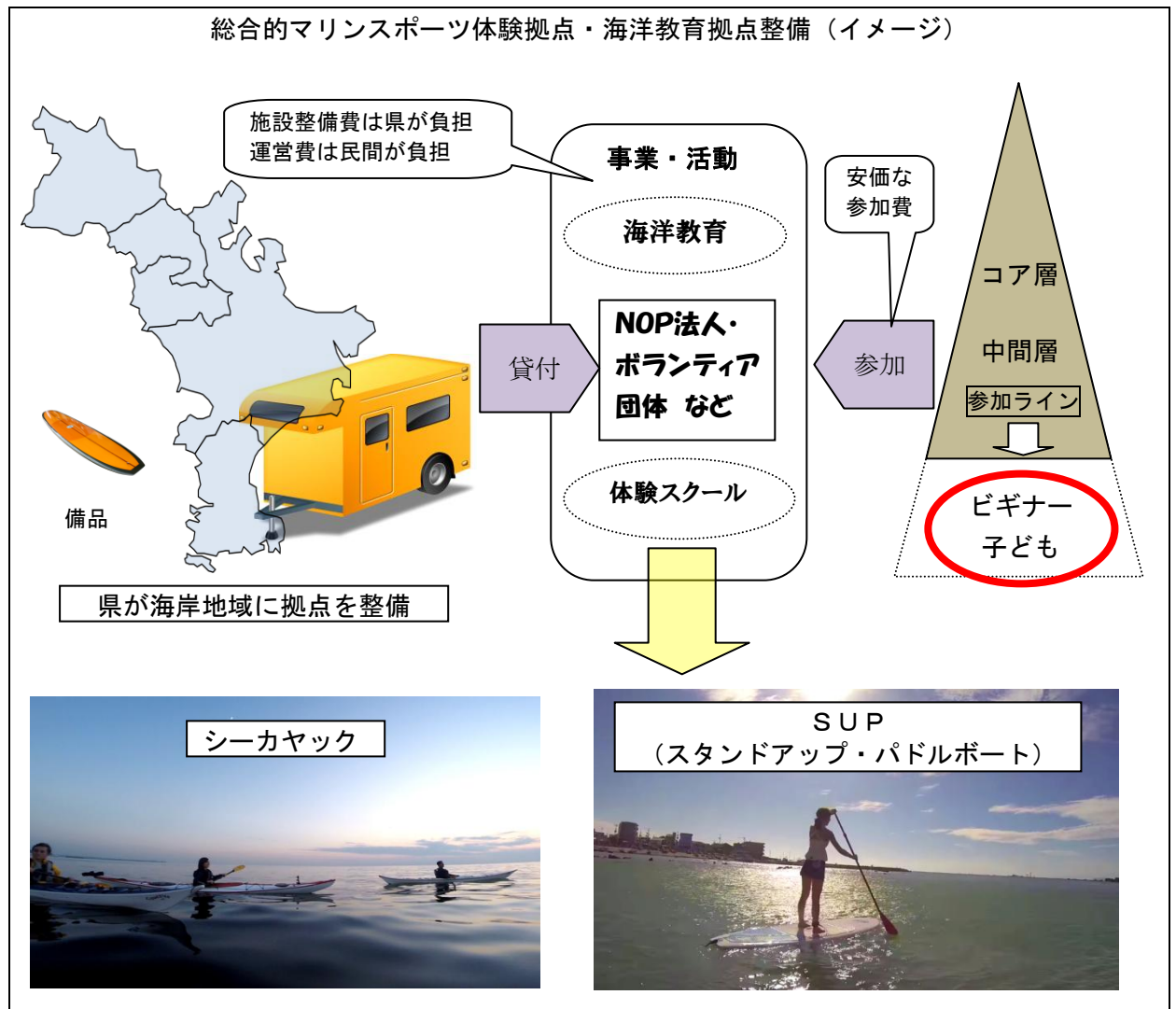
- ◎ マリンスポーツ参加へのハードルを引き下げるためには、民間団体等と連携して、神奈川の海に遊びに行く“きっかけ”となるような、あまり敷居が高くない拠点が必要となる。
- ◎ 地元を巻き込んだ持続可能なモデルを提案し、その成功事例を他の海岸地域へと順次展開していくことによって、さがみ縦貫道路の全線開通によって、神奈川の海まで高速道路が繋がった地域などから、新たな観光客層を開拓することができる。
- ◎ 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機とするインバウンド需要を取り込んでいくためには、ヨットをはじめとして、諸外国で人気のあるマリンスポーツを楽しむことができる環境をつくっていく必要がある。

(1) 総合的マリンスポーツの体験拠点・海洋教育の拠点整備

- 「海の楽しみ」のゲートウェイとして、子どもからシニアまで気軽にマリンスポーツを体験することができる拠点を県が整備し、地元で根差しているNPO法人やボランティア団体等に貸し付ければ、無料又は低廉な参加費用でマリンスポーツを楽しむことができる仕組みを構築するこ

とができる（公設民営）。

- この施設を子どもたちを対象にした海洋教育の拠点としても活用すれば、「海離れの進行」という課題に対応することができる。
- また、その運営に当たり、地元の住民やシニアボランティアなどを活用すれば、地元との交流や世代間の交流を活発化することができる。
- こうした拠点で海の楽しみ方を知ったビギナーや子どもを、専門の事業者やショップと連携・協力して、エキスパートに育てていけば、長期的な観点からも、マリンスポーツの参加者を増やすことができる。

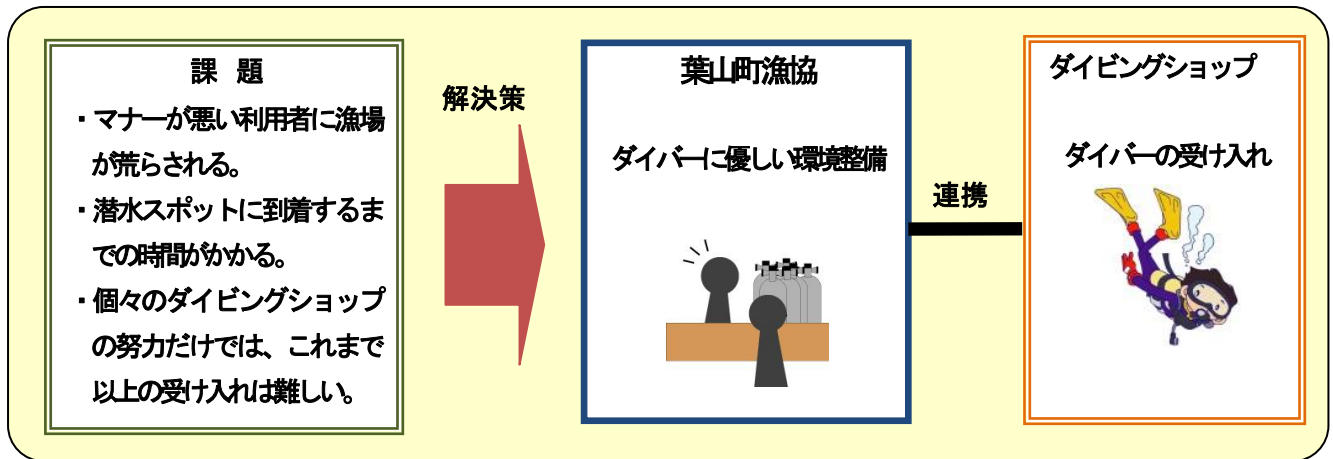


(2) 地元との連携によるマリンスポーツの拠点整備

- マリンスポーツを観光資源とするためには、沿岸地域の活性化という観点から、地元とマリンスポーツの関係を再構築していく必要がある。
- 例えば、ダイビングにおいては、ダイビングスポットと漁業権区域が重なるので、その利用調整が課題となるが、
 - ・ 漁業側においては、新たな漁業展開のモデルとしてマリンスポーツを取り込むという姿勢
 - ・ マリンスポーツ側においては、漁業を尊重して、密漁といった漁業を取り巻く課題に対して、連携して取り組んで行くという姿勢を持つことによって連携することが可能となる。

- 漁業とマリンスポーツを共存させていくためには、Win-Win の関係を構築する仕掛けをつくる
ことが重要であり、さらに地元を巻き込むことによって、新たな交流が生まれ、地域の経済循環
にも貢献することができるようになる。

葉山燈摺港におけるダイビングの拠点整備のイメージ



WIN-WINの関係構築

【漁協】

- ・ 事業の多角化・経営の安定化 ⇒ダイビングスポットへの渡船料収入・ 空気タンクの充填手数料収入

【ダイビングショップ】

- ・ 対応キャパシティの増加 ⇒漁協の空気タンクを借りることで、これまで断っていた利用客にも対応
- ・ 空気充填の負担軽減 ⇒ その都度業者に発注し、手間がかかる空気充填を漁協が一元的に対応
- ・ 集客力の向上 ⇒ボートダイビングの実現・新たなダイビングスポット開拓・

【地元】

- ・ 交流人口の増加
- ・ 地元産品の消費拡大

(3) 子どもが安心して海や海岸で遊ぶことができる場所（ビーチパーク）づくり

- （公財）日本海事センターの「海に関する国民意識調査 2014」によれば、海が嫌いな理由として、「汚い／汚れる／臭いが嫌／ベタベタする」（42 件）が最も多く、次いで「見るのは好きだが泳ぎたくない／入りたくない」（37 件）と回答している。
- こうした子どもたちを神奈川の海に呼び込むためには、はじめから本格的なマリンスポーツに誘導するのではなく、ビーチパークのような遊び場を整備して、まずは、海や海岸に親しんでもらうことから始めるべき。
- 子どもが海や海岸に親しみを感じるようになれば、潜在的なマリンスポーツ需要の掘り起こしにつなげることができる。

【出典：茅ヶ崎ビーチクラブHP】

これまで実施した体験プログラムやゲームイベント 2003年～2008年度
2008/06/20 現在



マリン・サーフ系	ビーチ・スポーツ系	ビーチ・エコ系	ビーチ・カルチャー系
ウインドサーフィン ディンギーヨット カタマランヨット クルーザーセーリング カイトボーディング サーフィン（ロング・ショート） ボディボード スキムボード パドルボード シーカヤック アウトリガーカヌー インフレイタブルカヤック ライフセービング	ビーチバレー ビーチサッカー ビーチフットボール ビーチドッジボール ビーチバスケットボール 柔術（グレイシー） スポーツチャンバラ スポーツカイト パラグライダー 投網 ルアーキャストイング スケートボード B.M.X. ヒーリーズ バランスボード ビーサン飛ばし ビーチフラッグス フリーキックゲーム ルアーキャストイングゲーム	ビーチコーミング （ゴミの発生源調査） チビクリーン （微小ゴミの調査） コーミングクラフト （ゴミを使ったクラフト制作） 海岸環境保全活動 （砂浜浄化EM菌散布） 海辺の自然観察 くらげ観察プロジェクト 星を語る会 ビーチで英会話 大声コンテスト サンドアート 仮設託児施設	ビーチコンサート フラダンス ベリーダンス ラテンダンス ビーチリラクゼーション 足裏マッサージ ハワイアンマッサージ 中国マッサージ タイ古式マッサージ スポーツマッサージ ヨガ ネイルアート お魚パーティ BBQ ダッジオープン チョコレートフォンデュ フリーマーケット



茅ヶ崎ビーチクラブの活動風景
（平成27年2月15日 県庁大会議場）

(4) ビーチセラピーの中心や憧れの地となるエリアの設定

- (公財) 日本海事センターの「海に関する国民意識調査 2014」によれば、海が好きな理由として、「落ち着く／癒される／安らぐ／心が和む／リラックスできる／安心感がある」と最も多い回答している。
- 神奈川の海と「癒し」を結び付けることによって、「SHONAN」の新たなイメージや文化を発信することができる。
- 他の海岸に先駆けて、「SHONAN」の海岸に「ビーチセラピー」というイメージを植え付けるためには、例えば、ビーチヨガの“聖地”となるようなエリアを設定する。



※ ビーチセラピーとは、マリンスポーツの要素と、ヨガをはじめとするリラクゼーション（癒し）につながるセラピー（療法）を融合させた概念

(5) ヨットを核とした地域の活性化

- 1964年のオリンピック東京大会のヨット競技は、相模湾（江の島～葉山）で開催され、また、葉山港は、日本におけるヨット発祥の地とされている。
- 相模湾は、こうしたヨットの歴史と文化に彩られていることから、そのレガシーを活用すれば、「SHONAN」の魅力をさらに向上させることができる。
- また、ヨットは、大型の「クルーザー」だけではなく、一人乗りの「ディンギー」もあることから、マリンスポーツの中でも参加者の裾野が広く、世代を問わず、自分に合った楽しみ方ができるスポーツといえる。
- 「SHONAN」には、海の駅のほかにも、多くのマリーナやヨットスクールがあり、また、相模湾内を行き交うことができる地方港湾も整備されていることから、ヨットを核にしてマリンスポーツを振興すれば、沿岸地域全体としての地域の活性化を図ることができる。
- さらに、ヨットチャーターは、欧米諸国で人気が高いことから、チャーターできるヨットを用意すれば、インバウンド需要を取り込むことができる。

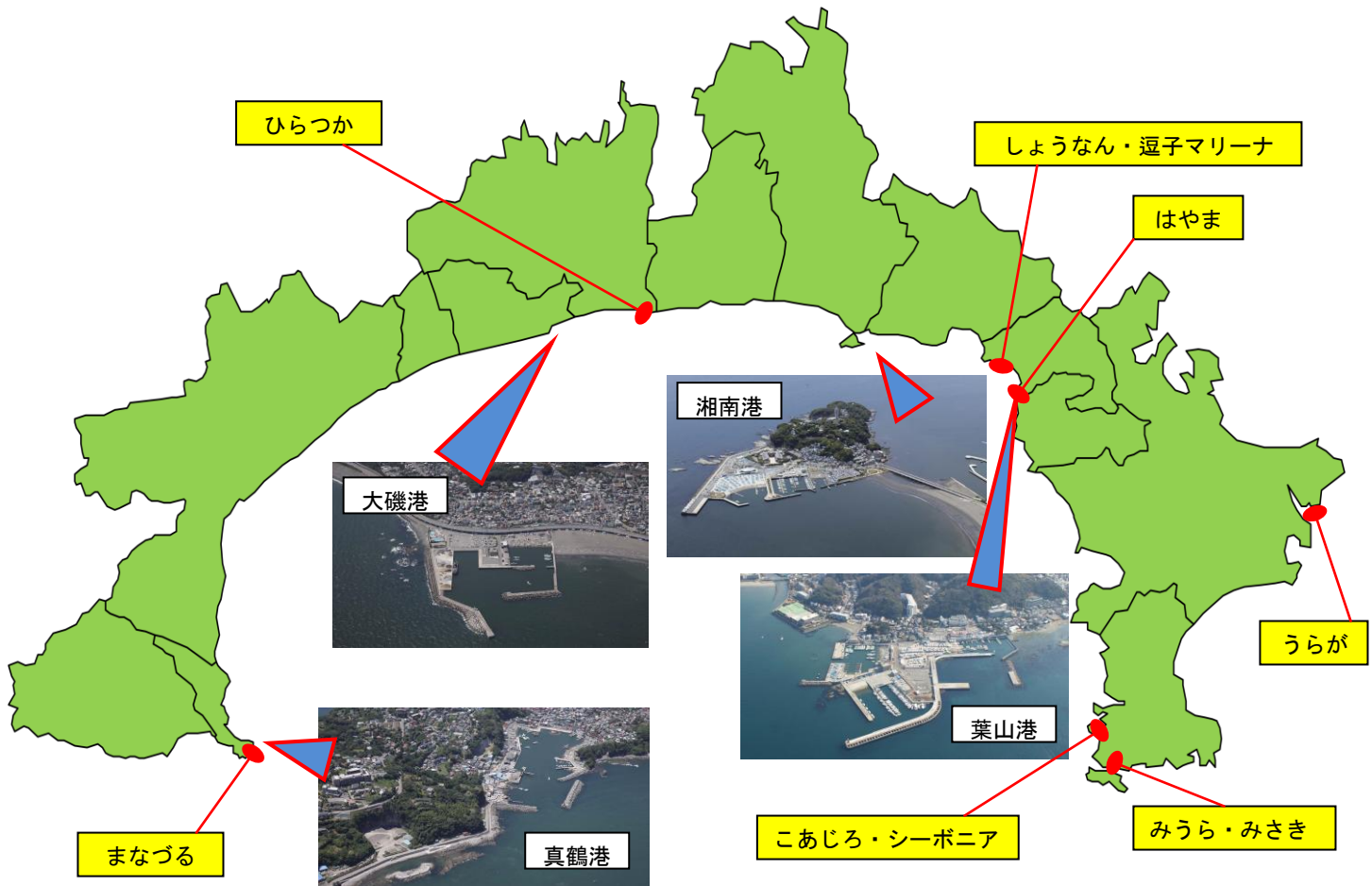


クルーザー



ディンギー

SHONAN の地方港湾・海の駅

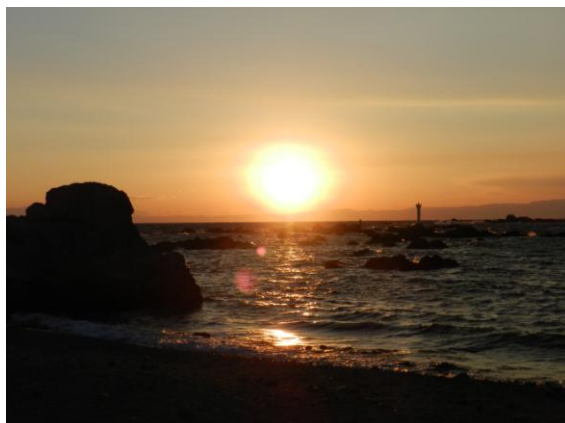


ヨットレースの風景（葉山沖）

(6) クルージング・定期航路の開拓

- 相模湾は、海そのものの魅力だけではなく、海から見る風景も、観光資源としてのポテンシャルを備えている。
- 相模湾の向こうに太陽が沈んでいく幻想的な風景や、四季折々の姿を見せる富士山は、まさにその象徴であり、相模湾ならではの特徴といえる。
- こうした風景を、海上という特別な空間から鑑賞することができるクルージングツアーの造成

や定期航路の就航は、「SHONAN」のラグジュアリーな雰囲気や四季を感じることができる最も相応しい演出となる。



葉山沖に沈む夕日



葉山沖から望む富士山

4 地元との連携による体験型イベントの実施

- ◎ マリンスポーツに参加する「きっかけ」となるような体験型のイベントを「SHONAN」の各地域で開催する。
- ◎ 体験型イベントの開催に当たっては、持続的なイベントとなるよう、地元との連携を図るとともに、民間の協力を得て、実行委員会を組織する。
- ◎ 地域の経済に好循環が生まれるよう、地元の観光資源と組み合わせた複合的なイベントに仕立てる。

(1) 地元の特産品やグルメとのコラボ

- マリンスポーツと地元の特産品やグルメと組み合わせることにより、ファミリー層をはじめ、幅広い層の興味を引くことができる。
- 地元の特産品やグルメをきっかけとして、地元をよく知ってもらうことにより、イベント参加者のリピート率の向上が期待できる。



三崎のまぐろ



湘南の生しらす



相模湾のあじ

(2) 和テイストとのコラボ（インバウンド向け）

- 神奈川の海岸地域には、外国にはない日本独自の文化が息づいており、その地域を散策するだけで、「日本らしさ」に触れることができる。
- 世界文化遺産となった和食づくりや、釣り宿に宿泊しての釣り体験などを組み合わせ、独自性のあるイベントや旅行ツアーを仕立てることにより、インバウンド需要を取り込むことができる。

(3) 地元の祭りや朝市とのコラボ

- 地元の祭りや朝市には、その地域の魅力がぎっしりと詰まっているので、地元と触れ合い、地元のことを知ることができる絶好の機会となっている。
- イベントの参加者がこうした祭りや朝市に参加すれば、地元での滞在時間が増えるので、地域の経済循環にも寄与することができる。

(4) サイクリングやハイキングとのコラボ

- サイクリングやハイキングなど、地元で盛り上がっている陸上のスポーツやレジャーとマリンスポーツを組み合わせることによって、陸・海それぞれが持っている地域の魅力をつなぐことができる。
- ペダリング（ロード自転車）×パドリング（カヌー）、トレッキング（山歩き）×カヤッキング（シーカヤック）など、神奈川の海ならではの複合的なスポーツの楽しみ方を発信する。

(5) 大規模なマリンスポーツ大会の開催

- マリンスポーツで神奈川の海を盛り上げていくためには、専門の事業者やショップが、地域の垣根を取り払って一枚岩になる必要がある。
- 専門の事業者やショップが横の連携を図り、神奈川の海で大規模な大会（〇〇神奈川大会）を開催すれば、神奈川の海のプレゼンスを高めることができる。

【プロデュース会議メンバー】

氏 名	所 属 等
【総合プロデューサー】 木村 太郎	逗子・葉山コミュニティ放送㈱（湘南ビーチFM）代表
【プロデューサー】 井坂 啓己（ドジ井坂）	（社）ビーチクラブ全国ネットワーク 代表
高橋 征人	県漁業協同組合連合会 代表理事長
喜多嶋 隆	小説家・ジャパンゲームフィッシュ協会理事
トミー・スナイダー	音楽家・ゴダイゴドラマー
植村 浩志	（株）舵社 メディア事業部部長
内田 準治	月刊サーフィンライフ編集長
児島 玲子	タレント（オフィス北野所属）
佐藤 輝	ダイビングショップNANA代表
山崎 哲雄	（株）リビエラリゾート 常務取締役
NPO法人 ONENESS!project	代表理事 SHIHO 副理事 市川 麻衣子
大谷 英典	（株）テレビ神奈川コンテンツ局制作一部長
長岡 紀雄	（株）葉山マリナー取締役社長

【プロデュース会議開催状況】

回 数	日 時	場 所	議 題
第1回	5月28日(水) 10:30~12:00	リビエラ 逗子マリナー	・神奈川の海の魅力・プロモーション方法等について
第2回	7月9日(水) 10:30~12:00	リビエラ 逗子マリナー	・かながわシープロジェクト・PRビデオについて
第3回	8月26日(火) 10:30~12:00	リビエラ 逗子マリナー	・かながわシープロジェクト・PRビデオ等について
第4回	10月9日(木) 10:30~12:00	リビエラ 逗子マリナー	・かながわシープロジェクトの情報拡散策等について
第5回	11月13日(木) 10:30~12:00	リビエラ 逗子マリナー	・シープロジェクトで取り上げるマリンレジャーの種類について
第6回	1月22日(木) 10:30~12:00	葉山マリナー	・Feel SHONAN WEBサイトのコンテンツについて ・情報拡散方法について
第7回	2月27日(金) 10:30~12:00	葉山マリナー	・報告書に盛り込む提案について ・Feel SHONANキャンペーンについて
第8回	3月25日(水) 10:30~12:00	リビエラ 逗子マリナー	・報告書(案)について