

海岸が有する魅力を活かした海岸利活用の事例調査

Case Survey of Coastal Utilization by Utilizing the Attraction of the Coast

水循環・まちづくり・防災グループ 研究員 片岡 輝之
 水循環・まちづくり・防災グループ 主任研究員 和田 彰
 水循環・まちづくり・防災グループ 主席研究員 宮川 幸雄
 水循環・まちづくり・防災グループ グループ長 清水 晃

1. はじめに

我が国は四方を海に囲まれ、砂浜延長は約5,000kmと長大で、地域によっても様々な特徴があり、利活用の観点から高い価値を有している。平成11年の海岸法改正により、「海岸の防護」に加えて、「海岸環境の整備と保全」、「海岸の適正な利用」が追加されたものの、その価値を十分に活用しきれていないのが現状である。

地域の貴重な資源である海岸の利活用の機運を更に高めていくことを目的に、「海岸利用の活性化に向けたナレッジ集（以下「ナレッジ集」という）」が公表され、海岸管理者や海岸を有する自治体職員が海岸利用者（民間事業者）へ支援する際のヒントとして、事例やナレッジ（知見）が整理されている。

2. 研究の目的

現在公表されているナレッジ集は、海岸利活用の段階（企画発案、計画・実践、振り返り）に応じたポイントや関連する参考事例がまとめられている。更なる利活用の促進のためには、他海岸との差別化、いわゆるブランド化を図った参考事例の充実が重要である。

そこで本研究では、今後、新たに海岸の利活用を考える民間事業者等にとって手助けとなるように、海岸の魅力を活かして地域振興を図る先進的な事例を対象に、どの様な海岸の魅力に着目し、それを活かす戦略を立て、具体の施策としていくかの観点から整理を行った。

3. 事例調査

3-1 調査概要

全国の海岸の参考となることを念頭に、自治体や民間事業者等の創意工夫により地域振興に繋がっている事例として、茨城県阿字ヶ浦海岸及び静岡県浜松市の海岸を選定し、ヒアリング調査を通じて着目した海岸の魅力、戦略、また戦略を実現するための施策について整理を行った。

3-2 新たな価値を創出して魅力を高めた事例（茨城県・阿字ヶ浦海岸）

(1) イバフォルニア・プロジェクトの取組みの概要

阿字ヶ浦海岸は、かつては東洋のナポリと称され、年間300万人が訪れる海水浴場であったが、海岸の侵食や東日本大震災の影響等で観光客が減少していた。

2018年3月に観光協会が主催し、これらの海岸の将来について考える「ひたちなか市の海岸のあり方を考える会」が開催され、これを契機に「イバフォルニア（茨城×カリフォルニア）・プロジェクト」が発足した。

(2) 着目した海岸の魅力と戦略

地域の課題をメンバーで考え、それを解決するためにはどういう戦略が必要か、海岸や地域の魅力を活かして課題を解決できないかという考え方から始まり、“夏だけのレジャースポットから脱却を図り、季節を問わず人が集い、カリフォルニアの海のように明るく自由に開放的な空間へ生まれ変わらせ、新しい海岸文化を創造する。”ことを戦略として掲げた。



写真-1 コワーキングスペース

(3) 戦略を実現するための施策

- ・【上位概念・ビジョンの策定】ゆったりとした空間、人を受け入れやすい地域性といった地域が有する特徴を踏まえ、「100年先も豊かに暮らせる海・街をつくる」というメンバーで実現した

い共通のビジョンを策定

- ・【イバフォルニア・プロジェクトの活動】マーケットの開催、AJI LOVE CLEAN（清掃活動）、キャンプ場運営等のビジョンに賛同した人が各々取組みを実施

現在では、ビーチサウナやキャンピングカーの車中泊イベント、コワーキングスペース運営（一般社団法人アジラボ）、またイバフォルニア・プロジェクトのビジョンに共感・賛同する人が集まり、SUP 体験、アーモンドバター販売、民間企業によるグランピング施設の建設等の利活用にも広がりを見せている。この背景には、近傍に比較的大きな都市があることでコミュニティに参加する人が集まりやすい環境があること、駐車場から浜まですぐにアクセスできる地形、空いている土地が多くあること等の地域の特徴も影響しているものと考えられる。

3-3 魅力を磨いて発信している事例（静岡県浜松市）

(1) 浜松市の海岸での取組みの概要

遠州灘や浜名湖等の魅力ある資源を活用し、観光をはじめとした産業振興等による地域経済活性化を図るとともに、ベンチャー等の企業誘致や移住促進に繋げることを目的に、2018年3月に官民連携で「ビーチ・マリンスポーツ推進協議会」を立ち上げた。

国際・全国レベルの大会を開催できるビーチコート拠点整備や大会・合宿等の誘致を進め、ビーチ・マリンスポーツの聖地としてのブランド確立を図っている。

(2) 着目した海岸の魅力と戦略

浜松市は、遠州灘と浜名湖の長い海岸、湖岸を有し、ビーチ・マリンスポーツが盛んである。また、一年を通じて気候が温暖であり、アクセス性の観点からも東京と大阪の中間に位置し、市の中心部から30分圏内であらゆる自然にアクセスが可能である。さらに、自動車や楽器産業など昔から製造業が盛んであり、ビーチ・マリンスポーツの魅力に引き寄せられて移住・定住に繋がっていた。これらの魅力や状況を踏まえて、「ビーチ・マリンスポーツの聖地」としてのブランドの確立を戦略として掲げている。

(3) 戦略を実現するための施策

「ビーチ・マリンスポーツの聖地」としてのブランド価値を創出するために、様々な施策を実施してきた。

- ・【ビーチ・マリンスポーツ推進協議会立ち上げ】：競技団体、釣り団体、メーカー、観光事業、マリナー、漁業、起業家、官公庁等の官民連携組織

- ・【拠点整備】：国際・全国レベルの大会を開催できるビーチコートの施設に拡大（令和9年度完成）を予定
- ・【大会誘致】：大規模スポーツ大会の開催や合宿の誘致のための補助金制度の創設

これらの結果、江之島ビーチコートは、休日は予約が取れないほど利用されており、ビーチサッカーの日本代表の合宿でも使用されるなどの反響を呼んでいる。



写真-2 江之島ビーチコート



写真-3 新たな（仮称）江之島ビーチコート

出典：（仮称）江之島ビーチコート整備・運営事業 実施方針

4. 今後の展望

ナレッジ集は気づきを与えるものであり、今回はナレッジ集の更新に向けた事例の充実を図る趣旨から調査研究を行った。今回調査した2事例では、地域のそれぞれの特徴を踏まえた施策や戦略を実施していた。地域の人にとっては当たり前のことと思っていることでも、環境や気候、砂質、交通網、利便性、観光施設、歴史・文化風景等の観点から改めて地域を分析し、どのような利活用を実施するか考えることが重要である。引き続き、全国の海岸の参考となるように、多様な魅力を活かした事例を整理し、また、事例整理の中で海岸利活用の課題（例：砂浜での占用や出店の許可等）やその解決方法も合わせてとりまとめ、海岸の利活用促進を図ることが重要である。

さらに、海岸管理者や沿岸自治体による積極的な支

援を得られるように、今後は、海岸利用による行政のメリットも合わせてまとめていくことも必要である。

5. おわりに

本研究の実施にあたっては、国土交通省水管理・国土保全局海岸室の方々に多大なるご指導を頂きました。また、イバフォルニア・プロジェクト（アジラボ）、浜松市スポーツ振興課の皆様においてもヒアリング等で多大なご協力を頂きました。ここに厚く御礼申し上げます。

