

最先端観光コンテンツ インキュベーター事業
ビーチの観光資源としての活性化に関する協議会 第1回 議事要旨

日 時： 2018年10月9日（火）13:00～15:00

場 所： リファレンス新東京ビル貸会議室（新東京ビルB1F）

出席者： 別紙「出席者名簿」のとおり

- 議 題：
1. 開会
 2. 議事
 - (1) 協議会の概要について
 - (2) 各種関連する会議の報告
 - (3) 調査事業について
 - (4) モデル事業について
 3. 閉会

概 要：

開会の挨拶後、事務局より議事 1)協議会の概要について、2)各種関連する会議の報告、3)調査事業について、及び 4)モデル事業について説明し、議論を行った。以下、その要約。

1. 各種関連する会議の報告

(1) ビーチリゾートの創出に関する技術検討ワーキンググループ

① 国土交通省水管理・国土保全局海岸室による報告

- 10月1日に第1回ワーキンググループを開催した。委員の代表的な意見としては、ユニバーサルツーリズムの視点が重要である、海離れが顕著な日本の若者とインバウンドの両方を呼び込むことが持続的な浜辺の魅力につながる、占用許可の条件の明確化等の工夫が重要、公衆の適正な利用と商業利用をどうつなげ、折り合いをつけるかがポイントである、開発に関しては恵みの享受と自然脅威の備えを統合するという視点が重要である等の意見があった。

2. 調査事業について

(1) 調査の中間結果について

① ビーチ開発における要点

- 先日、ビーチ開発に関係する6社の意見を聞く機会があり、3点に意見が集約された。ビーチ単独での活用よりも宿泊施設との一体利用を推進すべきという前提のもと、1点目は、プライベートビーチはあったほうがよく、土地や地権の問題は運営管理によって解決できるということ、2点目は、保安林の存在が開発のネックになることが多いが、保安林に手をつけられないことがかえってビーチの景観を阻害する要因となっており、保安林の解釈の工夫によりビーチ活用を促進できる余地があるのではないかということ、3点目は、二次交通のあり方が重要であり、海外のハイエンドリゾートと日本との相違は小型の水上飛行機の存在であるとともに、その活用によりリゾートやビーチの価値が上がるということ、であった。
- 小型の水上飛行機については、岩礁破碎や漁協組合との私権の問題等もあるかもしれないが、上手く活用できる方法がないか。

② ビーチスポーツ

- 調査結果では、ビーチスポーツは採算が合わないとあるが、これらは単体で行っている大会である。単体ではなく競技が集合していることで人気がある事例についても調査したほうがいいのか。
- アジアのビーチゲームズも2年に一度行われており、集客力のある大会である。まだ日本での開催はないが、日本各地の海岸線で活用の可能性が

あるのではないか。

- スポーツのコンテンツはオフシーズンがない。海水浴期間以外でも開催可能で、基本的には特別な設備も必要ない。仮設スタンド、大型テント設置の規制は、ぜひ調査していただきたい。
- スポーツはリピーターを作ることが可能である。通常の観光だと、同じ場所に何度も行こうとはなりづらいが、例えば甲子園のように、場所が良ければ定期的にイベントを誘致することが可能になる。
- 浜辺に飲食ブースがつかれるかどうかは、ビーチゲームズの成否につながる論点である。
- 台風が来るからこそ、すぐ壊せて、またすぐ使える仮設建築物が有益である。ロンドンやリオデジャネイロのオリンピック競技会場もみな仮設ですぐ壊せるものであり、施設の建設費用もそれほどかかっていない。
- 地元の人が多いのはチャンピオンシップ大会を行わないからで、タイトル戦等を開催すると日本中から人が集まり、海外からの集客も期待できる。イベントとしての価値を高めることもインバウンド誘致につながる。
- プレーヤーだけではなく、住民がいかにスポーツに触れあい、年間を通して盛り上げるかが重要である。大きな大会のときだけではなく、そのコンテンツに対し、地域の子供から大人まで様々な取組を通じて関与できるとよい。
- ビーチゲームズの考え方は、ビーチとウォーターとハイブリッドである。トライアスロンやライフセービングでは水中と浜辺を両方使う。この3つのカテゴリーで考えると、活用可能性は広がると思う。

③ ビーチ活用の時間軸

- ビーチの利用は昼間だけでなく、朝から夜まで含めた中でどのような利用をアピールするかがポイントである。沖縄でも今は日中の海水浴よりナイトプールへの関心が高くなってきており、夜をホテルの中だけで過ごすのではなく、ビーチの夜の利活用をどうするのかという視点は重要である。

④ ビーチの環境保全

- ハワイのハナウマベイの利活用のあり方は、沖縄でも参考にしている。ハナウマベイでは利用できるだけ利用するのではなく、規制をかけてビーチに入るときにはお金を払ってもらう。加えて、地域の自然の重要性をビデオで見ってもらってから入っていく。広く利活用することと完全に守るということの2つを考えていく必要がある。

⑤ 法令規制

- この調査の中で解決方法まで提示するのは難しいかもしれないが、法令、

条例、制度の何が課題なのか特定することは今後の資産となるのではないか。

- 各国・各地域においてどのような規制、ルールがあるのか、例えば景観規制や公衆衛生、安全、建築の規制や、管理主体が誰かというように、体系的に整理することが重要である。海岸法だけでなく、条例や各地域の自主ルール協定のようなものも重要であり、それらも含めて各地域でどのような規制があり、その規制があるからここではこういうことができていないなどの分析ができるとよいのではないか。

⑥ ビーチ利用者のニーズ

- 資料中に、住民に対するビーチ活用が促されていることがビーチカルチャーの発展の必須事項となると書いてあるが、これはそのとおりだと思う。日本人の観光客が使っていないところにインバウンドの集客はなく、そもそも地域住民が好まないところに観光客が来ることはないと思っている。地域の住民の方がその場所を愛していて、熱量が外側に伝播していくからコンテンツとして評価されると思う。場所によるという前提条件はあると思うが、地域住民がなぜそのビーチが好きかという観点を調査の枠組みに加えていただきたい。
- 日本にやって来てビーチを志向する方たちがビーチに何を求めるかという点をアンケート等により把握し、あわせて今の事例とそのニーズが合っているのかどうかという評価を行うことができないか。また、ペルソナ分析のような、利用者を想定したアクティビティ、コンテンツ、ファシリティの造成という視点で結果をまとめると、実際にガイドラインを活用する際に、地域の実情に適した活用法を意識できるのではないか。
- 海外から来る方は、日本の四季と景観といった点に惹かれている方が最も多いのではないか。我々は15年間、全国のビーチでアンケートを取ってきたが、海が好きか嫌いか訊くと、嫌いと答える割合は上がっておらず、海は好きだが海水浴が嫌いになっているという結果が出ている。日中の気温上昇等が影響していると思うが、春や秋の海が好き、冬の荒波が好きといった需要は変わらず伸びている。例えば日本海の荒波を見ながら津軽三味線を聞いて日本酒を呑むツアー等は非常に好感触を得ている。日本らしい地域の特性、場所に応じた利用という点をハード事例と合わせてまとめることで、どんな場所でどの時期に、どのような活動をするのが観光需要、地元需要につながるということが見えてくるのではないか。

⑦ アクティビティ

- 参入事業者、特に安全管理が必要なアクティビティ体験系の参入事業者の安全管理基準についての各国の現状を調査の枠組みに加えていただき

たい。事業者参入の活発化に伴って一定の安全管理基準を設けていかないと、訪日外国人をはじめとする観光客の安全なレジャー環境が提供できないと思う。この点、各国ではどう考えているのかというところが非常に重要な論点であり、今後の資産になると思う。

- パラグライダーやフライボードなど、海だからこそ落ちても大丈夫というようなコンテンツもあるが、空の範疇でそのようなコンテンツを加えていくと、東南アジアのビーチでは人気なので、日本のビーチのコンテンツの一つとしても検討できるのではないか。

⑧ シーズナリティ

- 海の家収益は7月から8月に集中しており、そこがネックである。夏季休暇の前倒しの取得を可能にするなどにより、日本人観光客を6月に振り分けることで、海の家収益期間がある程度平準化できるようになると、カナダやアメリカなどの夏休みは5月、6月頃に始まる場所が多いので、それらを上手く巻き込めるのではないか。休み方改革に繋がる話かもしれないが、このような視点も一つ重要ではないか。

⑨ 地域のビーチ活用に対する意識

- 受入側の地域の旅館やホテルが、目の前のビーチとの連動や、海辺を活用して利益を生み出すということを考えられていないのではないかと思う。日本海側や海水浴がメインではない海辺を持つ地域が、どれだけ自分の庭としてビーチを活用する意識を持っているか。実際に現地の受入主体がどのような意識を持っているのか、そこをどう改革するかという点が重要であり、そういった点を行政から指摘するのも一つのきっかけになるのではないか。

(2) 今後の調査の方向性

① 論点の絞り込み

- 調査範囲がやや総花的になっていないかと懸念している。今日を入れてあと2回しかない協議会で出す方向性を見据えると、総花的になるより3、4点に絞ってこうあるべきと言ったほうが有益ではないか。
- なぜ皆がビーチリゾートに行くかという点、2点しかないと思っている。1点は、冬でも波を求めるサーファーは別として、マリンスポーツを求める人が暖かい海へ行く。もう1点は、日照である。雨季でもインドネシア、タイに日本人が行くのは、雨が降らない時間もあって25℃から31℃くらいの気候で陽を浴びたいから行く。特にヨーロッパの日照時間の少ない国はニーズが強い。裏を返せば、閑散期である冬に東北や北海道に呼ぶのは無理があり、流氷以外の理由であまり行きたい人はいないと思う

ので、無理に広範囲にこじつけずに、活用可能性や誘客が増えるポイントに絞ってまとめたほうがよいのではないか。

- 海のコンテンツ、アクティビティが難しいのは、天候、気象、海象に大きく左右される点である。予定していたができなかったというのは往々にして起こり得る。その代替手段を考える際には、資料の仮説にあるように、面的な展開、一体的な整備、ビーチタウンとしてのまちづくり等の視点から代替手段を見ていくという考え方は非常に重要だと思う。
- 色々なことをやりたい、やらなければならない地域に対し、できるだけ多くの選択肢を提示できた方がよいかもしれない。現場視点では、自分たちの持っているコンテンツやそのスペックを意識して、自分たちがどの段階にいるからここまでできる、できないということを考えないといけないので、段階的な対応の考え方が必要だと思う。難しいとは思いますが、こういう状況ならばこれができる、できないというような段階的な整備の視点が一つ一つのコンテンツやアクティビティにちりばめられると、取り込む側として活用しやすいと思う。
- 地域住民の関与は大事だが、もう一つ大事なことはイベントである。大きなイベントによって流れが変わるし、関心も大きくなる。今回の東京オリンピック・パラリンピックも、普段スポーツに関心のない人まで皆巻き込まれるムーブメントになっていく。それでスポーツの実施数が増えたり、色々な大会が増えたり、施設が整備されることで地域が潤っていくということが一つの目指す方向性だと思う。ビーチのコンテンツについても、総花的であることの悪さもあるが、総花的だからこその魅力もあり、色々な選択肢があるから地域に合わせた取組を行えるということもあるかと思う。その中でもイベント化が一つのポイントだと思う。

② ターゲットの設定

- 誰にとってのビーチの利活用かという視点で、外国人でもアジアと欧米では志向が異なる。沖縄に来ている外国人を見ていると、欧米系の方は離島でのんびり滞在したい、静かな環境を提供してほしいというところがあるが、一方でアジア系の人にとってビーチは滞在の中の一部でしかなく、その他の目的とあわせて、海を見て少し遊ぶというニーズがある。それぞれ日本国内のビーチの特性はあると思うが、誰をターゲットにするかによっても、地域の取り組み方は大分違ってくることが想定されるので、本調査の中でこのあたりをどう考えるかが重要である。

③ 環境保全

- ビーチが健全な状態で利活用できることがベースにあると思うが、沖縄のビーチを見ても漂着ゴミが大きな問題になっている。時期にもよ

るが、これが解決できないとせつかくのビーチが上手く利用できず、今、非常に悩ましい問題となっている。個人や地域だけで解決できる問題ではなく、海外でも同じように環境との関係でビーチの利活用に課題があるところがあれば、参考とすることも必要かと思う。

- ゴミの問題について、恩納村は比較的合意形成が進んでいて、管理に事業者が入りやすく、行政との連携もある程度できている。一方、そうではない、自然がそのまま残っている久米島等の地域は、なかなか体制が整備できていない。管理を誰がどの程度行うかにより、大分差はある。

3. モデル事業について

(1) モデル事業の位置づけ

- 時間軸で考えたときの夜のビーチの利活用と経済波及効果という点をもう少し色々な観点から検討し、全国各地でどのような取組の可能性があるかを検討することが重要である。その中で思い切ってビーチ特区のようなエリアを設け、規制緩和の事業まで繋げていった方が、より効果が出るのではないか。全国一律の適用はなかなか難しいと思うので、限定的ではあっても、より積極的な取組に繋げていくということで、モデル事業としての位置付けが明確になると思う。

(2) モデル事業の内容

- リゾートウェディングはあくまで一つのコンテンツで、それを通して得られる、一般化、普遍化できるエキスを整理して今までの仮説に当てはめ、最後にアウトプットを考えるというものと理解してよいか。
 - その通りである。リゾートウェディング自体を開発するためではなく、地域資源をどうやってコンテンツ化し、その結果どのように消費が拡大できたのか、という点が検証の目的である。(事務局)
- アジアの方々をターゲットとして考えると、ビーチウェディングのために日本で行きたいところは限られる。資料内のモデル事業一覧を見ると、すなわちASOBIというのがあるが、どのビーチにも砂があるので、像をつくるだけではなく砂をつくったらこんなに色々できるみたいなことがあれば、どこのビーチでも活用できる、応用編になると思う。一方、例えばハワイは皆が行きたい色々なものがあるから、お金を出してでもあそこでウェディングに行こうとなるが、日本の中でビーチが主体でウェディングをやって、親戚、縁者、友達が来てくれるところは限られる。沖縄で成功例があるならばそれで良いのではないか。
 - 沖縄はリゾートウェディングを一つ既存のツールとして持っている

中で、更にどうやって付加価値を上げていくか、家族も来るのでリピーターになってもらうためにどのような体験メニューを合わせてできるのかといった点を重視していきたいと考えている。(事務局)

- 沖縄は昔からリゾートウェディングをやっていたわけではない。9.11で沖縄の修学旅行が落ち込んだ際に、ある専門家から、リゾートウェディングはハワイやグアムが中心だが9.11の影響があり、一方で国内に目を向けると沖縄は非常に有望な地域であるという助言があった。これをきっかけに色々とマーケティングをした結果、この分野は消費単価も含めて非常に効果的であろうということで、まずは国内のリゾートウェディングから始めていったという経緯があった。取組前は年間で数百組もなかったが、昨年は1万数千組まで成長している。それに合わせて数年前から海外、インバウンドもやり始めたというのが現状である。
- 海外のウェディングが増えてきた背景には、リーガルウェディングのようなかたちで、それぞれの地域が結婚証明書のようなものをカップルに発行する仕組みが特に香港で受け入れられ、香港からの来訪が増えるようになり、従来はカップルだけだったところが、家族も含めて来るようになった。これは沖縄観光の価値向上の一つのモデルになっている。そのため、今回のモデル事業で、モデル事業実施者がどれくらい従来よりもグレードの高いものを開発できるのかというところは注目したいと思う。
- 今回、モデル事業の仮説検証の軸はアジア圏かと思うが、最近 JNTO が行っているインバウンドの側面では、スペイン、イタリア、フランスあたりからもウェディングの方に注目しているという状況である。香港も重視すべきであり、仮説検証の柱は変えなくてよいが、ヨーロッパからの誘客にも関連するような施策が入れられればありがたい。

4. その他

(1) ビーチの活用の前提

- 海岸はあくまでも、冬は風浪、夏は台風が来る場所で、その後ろに守るものがあるため、海岸では当然災害が起こるということが大前提で我々も管理をしているし、使っていただいている。その点は前提とした上でビーチの活用について、ご検討いただきたい。(国土交通省水管理・国土保全局海岸室)

以上