

令和8年度MIGAKIプロジェクトブランディング戦略推進業務 委託仕様書

1 委託業務名

令和8年度MIGAKIプロジェクトブランディング戦略推進業務

2 業務の目的

佐賀県には豊かな地域資源を活かした魅力ある県有施設が多数あるが、施設を設置・整備した部局がそのまま所管していたことから、時代や利用者のニーズに十分対応できていないものや「利用者目線」での活用が十分でないものがある。

県では、MIGAKIプロジェクト（以下「プロジェクト」という。）として、こうした県有施設を利用者目線で磨き上げ、佐賀県の未来に向けて、交流人口の増加を図ることとしており、令和6年度にプロジェクト及び対象施設のブランディング戦略を策定した。

本業務では、ブランディング戦略に基づき、プロジェクト全体を俯瞰し長期的な視点でディレクションを行うほか、ブランディング戦略を推進するための各種事業を展開し、対象施設の磨き上げを推進することを目的とする。

3 対象とする県有施設

本業務では、以下の県有施設を対象とする。

施設名称	所在地
波戸岬海浜公園	唐津市鎮西町
波戸岬少年自然の家	唐津市鎮西町
レイクサイド北山（北山キャンプ場を含む）	佐賀市富士町
北山少年自然の家	佐賀市富士町
黒髪少年自然の家	武雄市山内町
宇宙科学館	武雄市武雄町
九年庵	神埼市神埼町
イマリンビーチ	伊万里市黒川町
白浜海水浴場	太良町大浦
ムツゴロウ公園	小城市芦刈町
唐津市西の浜（KAMP 事業）	唐津市西の浜

4 業務の内容

（1）プロジェクトに係るディレクションの実施

プロジェクトやブランディング戦略（別紙1～3）の趣旨を尊重するとともに、各対象施設の特性に留意し、対象施設の磨き上げのためのディレクションを

行うこと。

令和6年度に策定したブランディング戦略について、施設の最新の利活用状況等を踏まえ、内容の更新を行うこと。

また、プロジェクトの関連事業について、必要に応じて助言等を行うこと。

※関連事業についての詳細は本仕様書4（5）を参照。

（2）対象施設の利活用アイデア案件化に向けたブラッシュアップ体制構築

民間事業者による対象施設の利活用アイデアを活用し、より良質な案件化に繋げるため、各案件に適した専門家チームによりブラッシュアップする体制を構築すること。また、実際に案件のブラッシュアップやフォローアップを行うことにより、今後のブラッシュアップ体制の検証を行うこと。

① 対象施設の選定

本仕様書3の対象の中から、各施設における官民連携検討の最新状況やフェーズ等を考慮し、県と協議のうえ、本業務で対象とする案件を選定すること。

② ブラッシュアップ体制の構築

各案件に適した分野の専門家を選定し、案件に対する助言や評価等を依頼できる体制（＝ブラッシュアップチーム）を構築すること。体制のあり方（会議体／個別相談等）については、案件に応じて適切なものを選定すること。

【専門家の分野の例】

建築・ランドスケープ／公民連携（PPP 事業）／

グラフィックデザイン／経営／コミュニティデザイン／教育

③ 案件のブラッシュアップ

①で選定した案件について、②で構築した体制によりブラッシュアップを行う。ブラッシュアップの項目は以下を想定するが、県と協議のうえ、各案件に応じて適切なものを選定すること。

【ブラッシュアップ項目の例】

利活用アイデアへの評価・助言／募集要項作成にかかる助言

④ 案件実現に向けたフォローアップ

③でブラッシュアップした案件の案件実現に向けたフォローアップを行う。フォローアップの項目は以下を想定するが、県と協議のうえ、各案件に応じて適切なものを選定すること。

【フォローアップ項目の例】

課題整理／仮設構築／検証／プログラム化に向けた要件整理

（3）新規利用者層の掘り起こし支援

対象施設の利用者増のため、新規利用者層の掘り起こし支援を行うこと。本業務の対象施設及び内容については、以下を想定しているが、詳細は県と協議のうえ決定すること。

① 白浜海水浴場：海水浴以外の新たな利活用検討

白浜海水浴場では、「海水浴が楽しめる公園」をコンセプトに、海水浴以外の新たな利活用のあり方を考える「MICHILL PARK PROJECT」を進めている。その一環として、本業務では、地元プレイヤーや指定管理者等と連携し、利活用検討のためのトライアルイベントを実施する。トライアルイベントの実施時期や内容については、県及び指定管理者等と協議のうえ決定する。また、アンケート結果や振り返り会の実施により、今後の持続的な利活用に繋げるための検証を行う。

② 少年自然の家：冬期閑散期の利活用検討

少年自然の家では、従来の社会教育施設としての役割だけでなく、観光交流の拠点を目指すこととしている。その一環として、本業務では、施設の利用が少ない冬の閑散期におけるモニターツアー（企業の社員研修等）を実施することにより、今後の冬の閑散期の需要喚起のための検証を行う。モニターツアーの実施時期や内容については、県及び指定管理者等と協議のうえ決定する。また、アンケート結果や振り返り会の実施により、今後の持続的な利活用に繋げるための検証を行う。

（４）プロジェクト広報 PR 業務

公共施設の利活用に関心のある民間事業者をターゲットに、プロジェクトの情報発信及びMIGAKIプロジェクトポータルサイトの登録者増を図るため、適切な媒体での記事掲載を２回以上行うこと。

プロジェクトの広報にかかるアドバイザリー（プレスリリース等支援）を行うこと。

（５）関連事業のディレクション

県が令和８年度中に別途実施を予定している以下①～③の関連事業について、企画内容や進捗状況等について県から情報共有を受け、必要に応じて助言等を行うこと。なお、関連事業の内容は変更となる場合がある。

① MIGAKIプロジェクトポータルサイト運用保守業務

内 容：公共施設の利活用に関心のある民間事業者をターゲットに、プロジェクトの概要や磨き上げのプロセス等を情報発信するための上記サイトについて、運用保守を行う。

② 白浜海水浴場ホームページ運用保守業務

内 容：白浜海水浴場の一般利用者をターゲットに、遊泳期間やイベントのお知らせ等を情報発信のための上記ホームページについて、運用保守を行う。

③ 佐賀県少年自然の家利用申請システム改修業務

内 容：令和８年度にリリース予定の佐賀県少年自然の家利用申請システムについて、申請書類のウェブフォーム化等の改修を行う。

5 業務遂行体制等

(1) 業務責任者の配置

業務の実施に当たっては、委託業務を総括し、県からの指示を受ける窓口として業務責任者を配置し、円滑な業務の遂行に努めるものとする。

(2) 業務スケジュールの管理

県と業務スケジュールを調整して業務を実施するものとし、業務の遂行状況については、随時報告を行うものとする。

(3) 業務内容の確認

業務内容の確認のため、月 2 回程度の定例会議を行い、業務の実施状況について報告を行うほか、対象施設やプロジェクト全体について随時助言を行うものとする。

(4) その他

業務の実施に当たり、疑義が生じた場合は、速やかに県と協議を行うものとする。

6 成果物の提出

業務完了の際は、協議の議事録等を含む業務完了報告書を作成する。

7 業務実施上の留意事項

(1) 受託者が本業務において製作したデータやデザイン、写真、イラスト、文章等の著作物に関する全ての著作権（著作権法第 21 条から第 28 条に定める全ての権利を含む）、意匠権等は、県に帰属するものとする。

(2) 受託者は、著作物の著作権者人格権を県及び第三者に対して行使しないものとする。また、著作物は、県が認めた団体等については、随時使用、複製できるものとする。

(3) 本仕様書に基づく業務に関し、第三者の知的財産権、所有権を侵害しないこと。また、第三者との間に知的財産権、所有権など全ての権利侵害の紛争等が生じた場合は、当該紛争が県の責めに帰す場合を除き、受託者の責任において一切を処理すること。この場合、県は紛争等の事実を知ったときは、受託者に通知し、必要な範囲で訴訟上の防衛を責任者に委ねる等の協力措置を講じるものとする。

(4) 受託者の責に帰すべき理由により、県、又は第三者に損害を与えた場合は、受託者がその損害を賠償すること。

(5) 本業務においては、個人情報保護及び情報セキュリティに関し細心の注意が必要とされるため、受託者へ以下の事項を義務付けるものとし、受託者は業務上知りえた情報が第三者に漏洩しないように十分注意すること。

ア 業務上知り得た個人情報は、秘密を保持し、第三者への情報提供を禁止する。

イ 受託業務目的以外の利用を禁止する。

ウ 受託業務目的以外の個人情報データの複写または複製を禁止する。

エ 業務従事者による個人情報保護の誓約。

(6) 受託者が業務を実施するにあたり必要となる旅費は、委託料に含めるものとする。

(7) 中止等に伴って生じる委託金額の変更については、委託者と受託者が協議の上、決定する。

(8) 本仕様書に定めのない事項については、委託者と協議の上、決定する。

8 履行場所

県内各地

9 履行期間

契約締結の日から令和9年3月26日まで

MIGAKIプロジェクト

ブランディング戦略

1 はじめに

- 1-1. MIGAKIプロジェクトの概要
- 1-2. 本戦略の目的
- 1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル

2 ブランディング戦略

- 2-1. MIGAKIプロジェクトの目指すべき姿
- 2-2. MIGAKIプロジェクトのターゲット
- 2-3. MIGAKIプロジェクトにおける指標（KPI等）
- 2-4. プロジェクトの名称
- 2-5. ステートメント
- 2-6. プロジェクトロゴ及びデザインガイドライン
- 2-7. 磨き上げに向けた実施方針
- 2-8. プロジェクト発表

1-1. MIGAKIプロジェクトの概要

佐賀県の各地に散らばる県所有の公共施設。

例えば、文化施設、教育施設、港湾施設、海水浴場、文化財など。
なかには、設備の老朽化により更新のタイミングを迎えている施設、
時代や利用者のニーズに十分対応できていない施設、
未利用となっている施設も多く存在します。

それらの公共施設の存在意義を問い直すことにより、
未来を見据えた**新しい価値**を生み出し
エリアリノベーションへつなげていくために誕生したのが
MIGAKIプロジェクトです。

1-2. 本戦略の目的

佐賀県への 期待感UP

県有施設の磨き上げに特化した部署・プロジェクトが立ち上がったことを発信することにより、佐賀県の姿勢を県内外にPRしていく

担い手候補への 訴求

将来的に県有施設の活用を検討したい民間事業者へ情報やプロセスを訴求する

県民への 期待感醸成

県有施設や周辺エリアの魅力向上に対する県民への期待感を醸成する

県庁内部での 連携体制構築

ハードだけでなくソフトも連動して磨き上げを推進する必要がある。県庁内部で横断的に連携する体制構築に繋げる

1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル

No.	物件名	所在地	築年数	事業スキーム	現状	特に注力してブランディングを実施する施設
1	波戸岬海浜公園	唐津市鎮西町	1989(H1)	指定管理	2018年(H30)にリニューアルし人気	
2	少年自然の家（波戸岬）	唐津市鎮西町	1999年(H11)	指定管理	活発に利用されている。福岡からの利用者が半数以上などの課題があり、位置付けの整理が必要	
3	北山キャンプ場 (佐賀県立 21 世紀県民の森キャンプ場)	佐賀市富士町	1980(S55)	指定管理	2023年(R5)にリニューアルし人気。 一部活用が十分でない施設等がある。 2025年度(R7)からは一体的な指定管理とする。	◎
4	レイクサイド北山 (佐賀県立 21 世紀県民の森)	佐賀市富士町	1983(S58)	指定管理	同上	◎
5	少年自然の家（北山）	佐賀市富士町	1987(S62)	指定管理	活発に利用されている。一部施設の老朽化などが課題。	
6	少年自然の家（黒髪）	武雄市山内町	1975(S50)	指定管理	活発に利用されている。一部施設の老朽化などが課題。	
7	宇宙科学館	武雄市武雄町	1998(H10)	指定管理	2024年(R6)にリニューアル済み。	
8	九年庵	神崎市神埼町	1908(M14)	県直営	名勝としての年間2回の特別公開を実施している。より幅広い方法での活用が検討されている。	
9	ムツゴロウ公園	小城市芦刈町	2000(H12)	市に委託	市の施設と一体的に利用されているグラウンド。	
10	白浜海水浴場	藤津郡太良町	1994(H6)	町に委託	7~8月に海水浴場として開設しているが、利用者が減少している。他の時期や用途の活用は少ない。	◎
11	イマリンビーチ	伊万里市黒川町	1991(H3)	市に委託	ファミリーパーク（夢みさき公園）、福田マリナーまで含めて一体的に活用していく方針で伊万里市と調整中	

1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル

波戸岬エリア（波戸岬海浜公園、波戸岬少年自然の家）



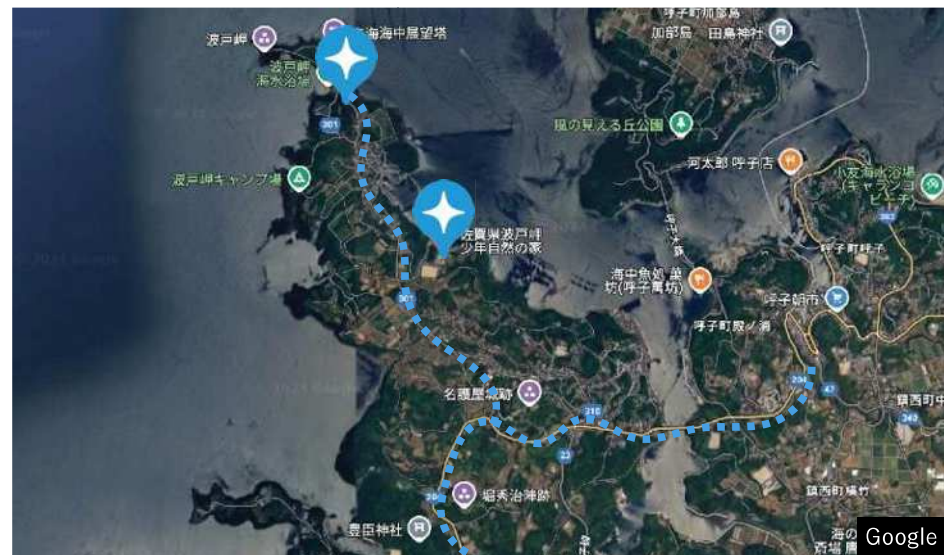
波戸岬海浜公園



波戸岬少年自然の家

有効な民間活用の可能性を探る

リニューアルしたキャンプ場と、あり方が検討されている少年自然の家、およびそこに至るルートグランブールを含めたエリア一体でブランディングする



1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル

北山エリア（北山キャンプ場／レイクサイド北山／北山少年自然の家）



北山キャンプ場



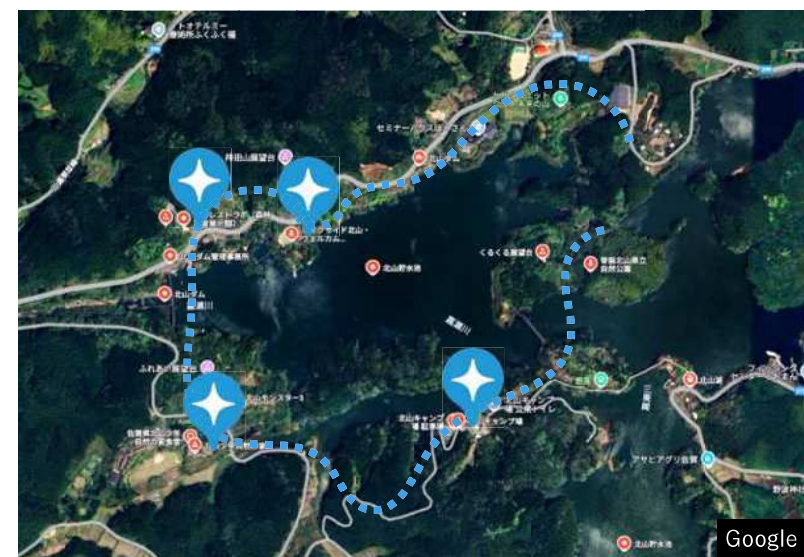
レイクサイド北山（ウェルカムセンター）



北山少年自然の家

北山エリア全体の 周遊性・体験価値向上

エリア全体の周遊性・体験価値向上を目指し、
各施設と連携しながら
景観（サイン・樹木剪定等）、トイレの整備、
シェアサイクルの導入検討などを実施する

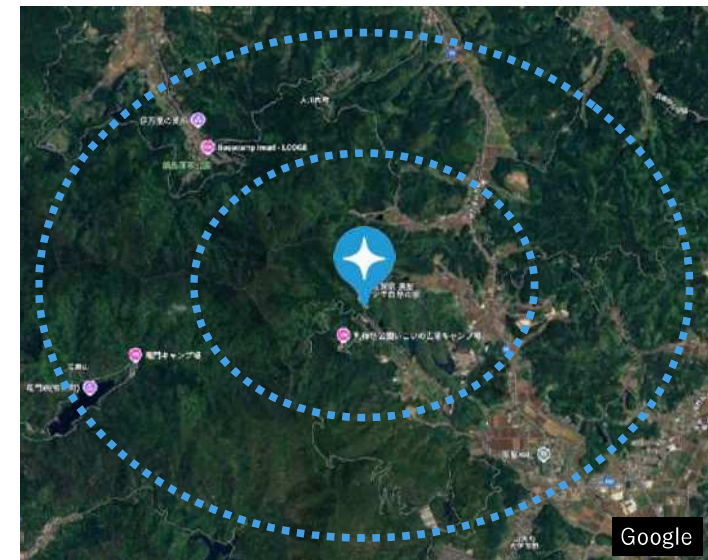


1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル 黒髪少年自然の家



利用目的を広げ 持続可能なあり方を検討

利用目的・利用者の幅を広げることも検討し、
少年自然の家の機能を維持・向上させる
ハード・ソフト両面の更新を行なっていく



1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル

宇宙科学館「ゆめぎんが」



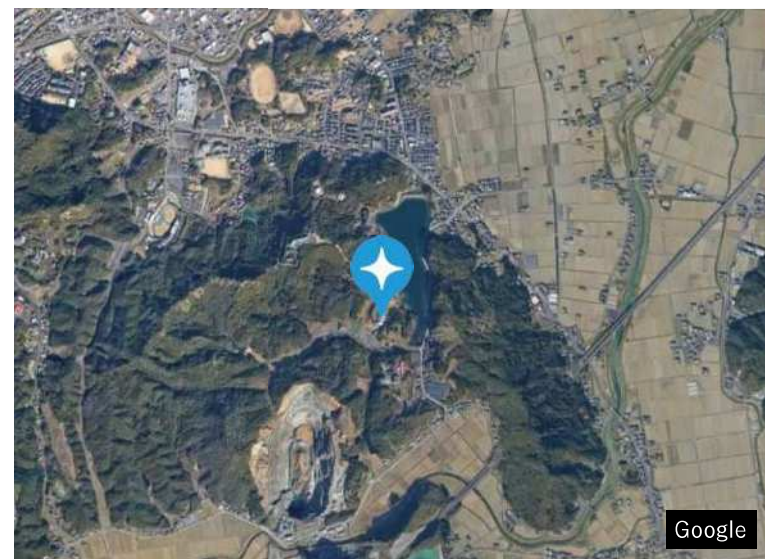
佐賀県立宇宙科学館ウェブサイトより



佐賀県立宇宙科学館ウェブサイトより

リニューアルを活かす 体験価値の向上

令和6年に開館25年を記念してリニューアル済み。リニューアルを効果的に広報し、来館者の増加を促進する。



Google

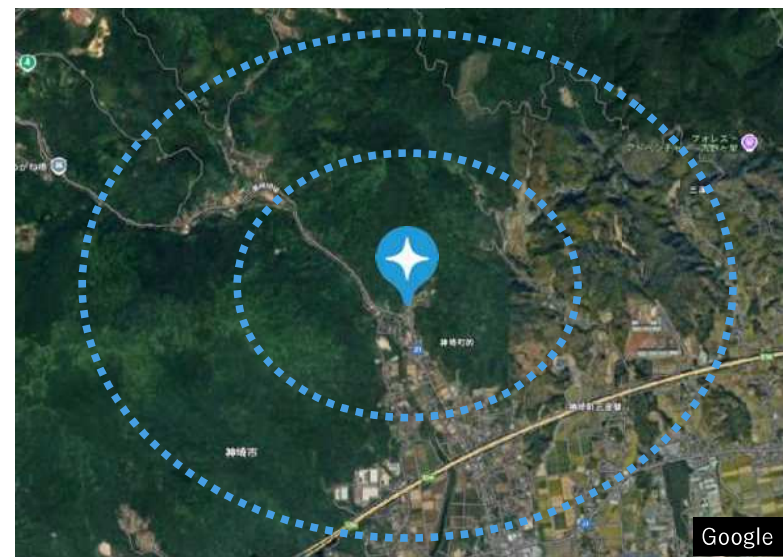
1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル

九年庵



「稼げる名勝」 としての可能性を探る

名勝としての価値を維持しながら、
改修や保存整備を行うとともに、
一般公開の活用を検討

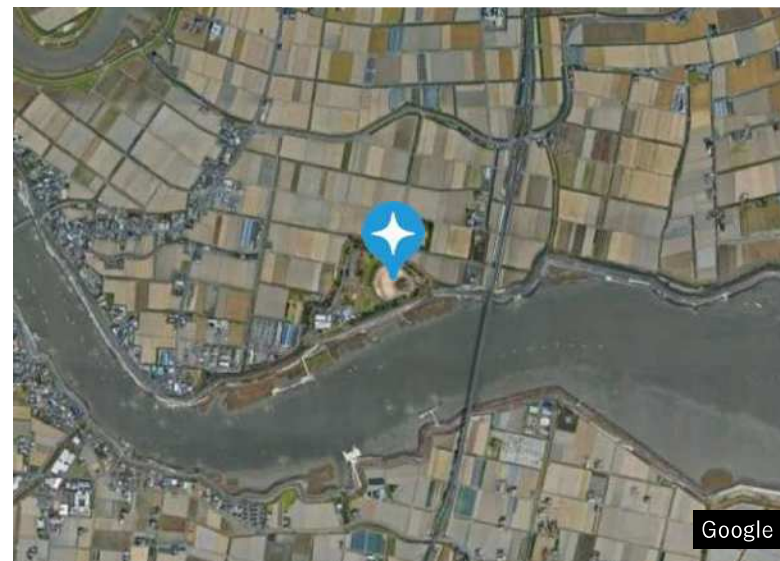


1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル ムツゴロウ公園グラウンド



現状の利用の継続

現在小城市の管理のもと活発に利用されており、引き続き現場の役割を維持していく



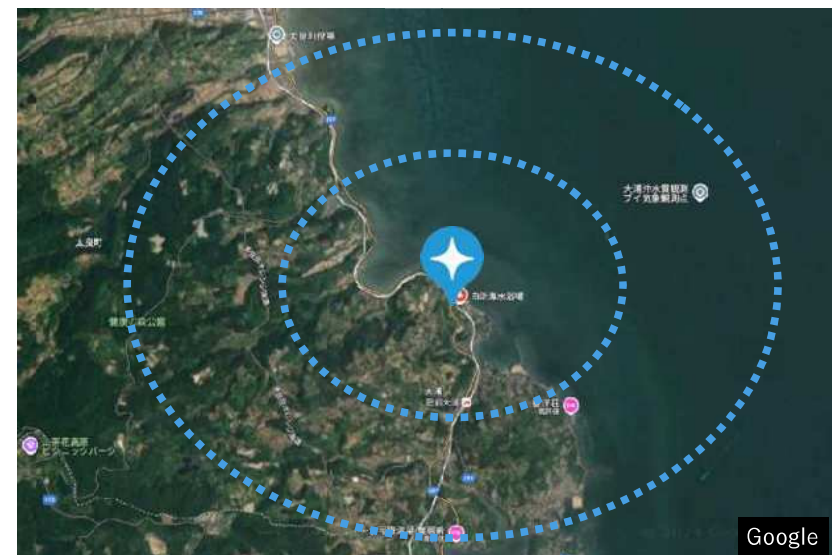
1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル

白浜海水浴場



海水浴以外の 利用を模索する

海水浴シーズン以外の通年的・日常的な
活用方法を模索し、
持続可能なマネジメントの仕組みを考える



Google

1-3. 対象施設の現況整理及びポテンシャル

イマリンビーチ（+伊万里ファミリーパーク+福田マリーナ）



イマリンビーチ



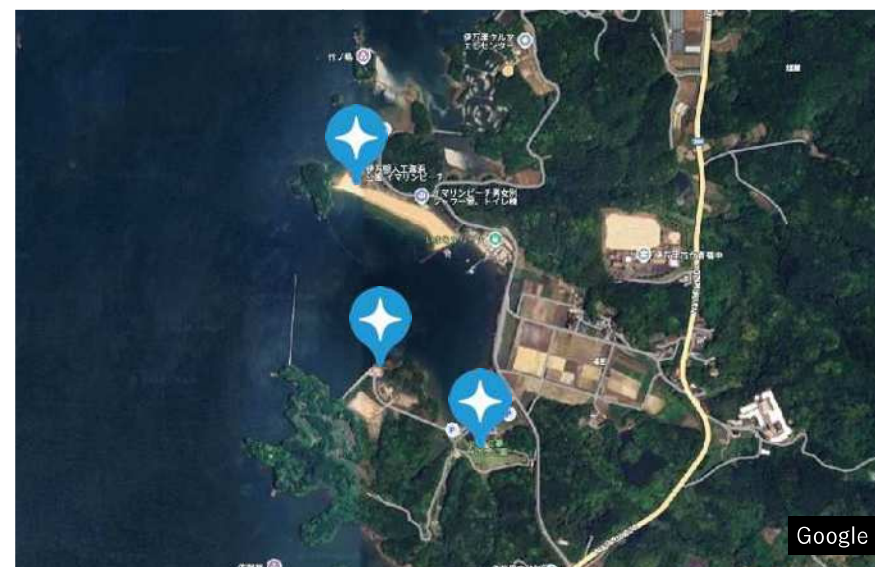
伊万里ファミリーパーク



福田マリーナ

エリアの魅力を 創出する拠点整備

民間事業者による活用のあり方を検討。
伊万里ファミリーパーク・福田マリーナとの
連動も検討する。



Google

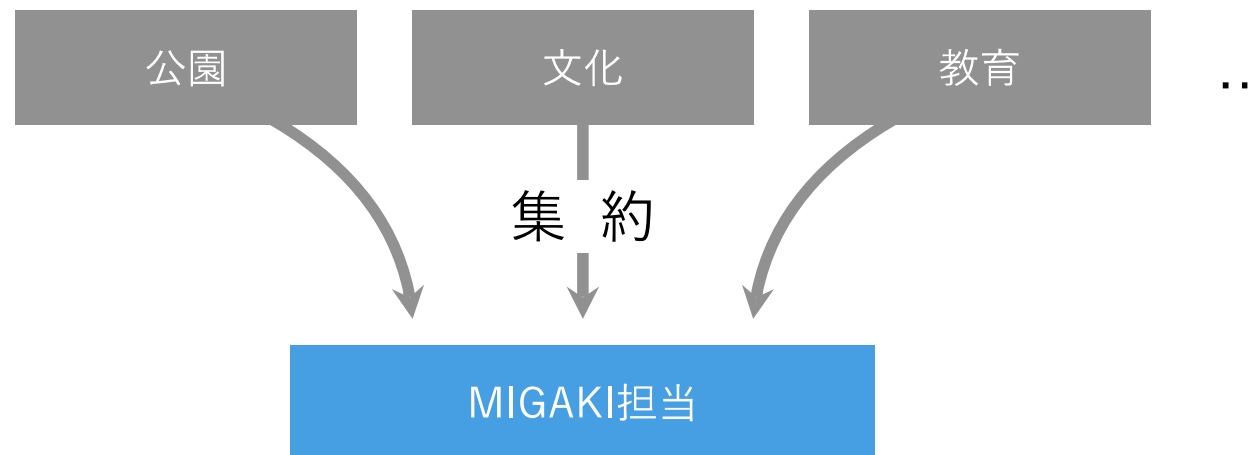
2-1. MIGAKIプロジェクトの目指すべき姿

本プロジェクトの革新性は、下記の三本柱を同時に遂行することである。
既存の行政にはない役割のチーム(組織)であり、アクション(行動)である。

1. 事業再生
2. 統合と横展開
3. 施設からエリアへ

1. 事業再生

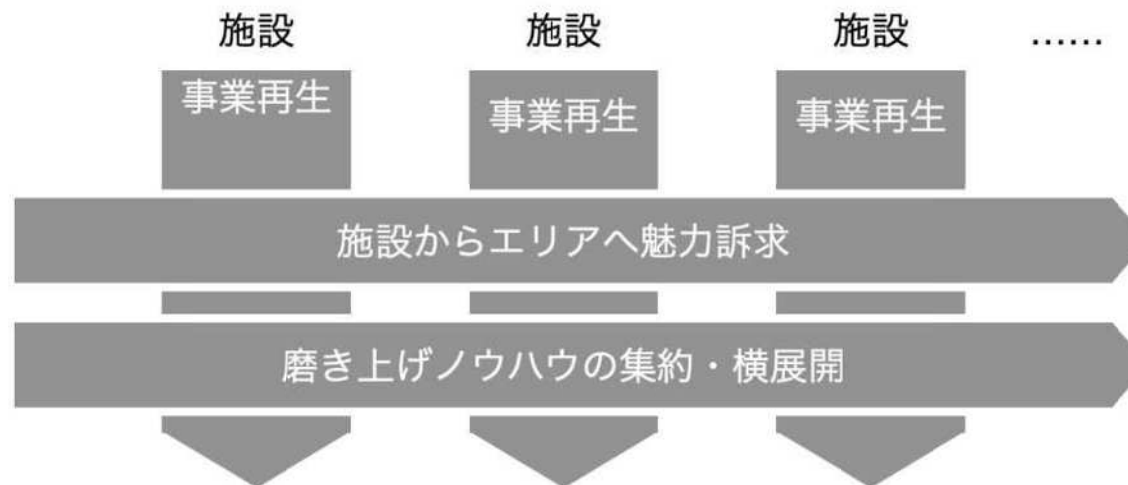
行政であるからこそ必要な経営的な価値と
公益性のバランスを大切にし、
既存施設の事業再生を推進する。



2. 統合と横展開

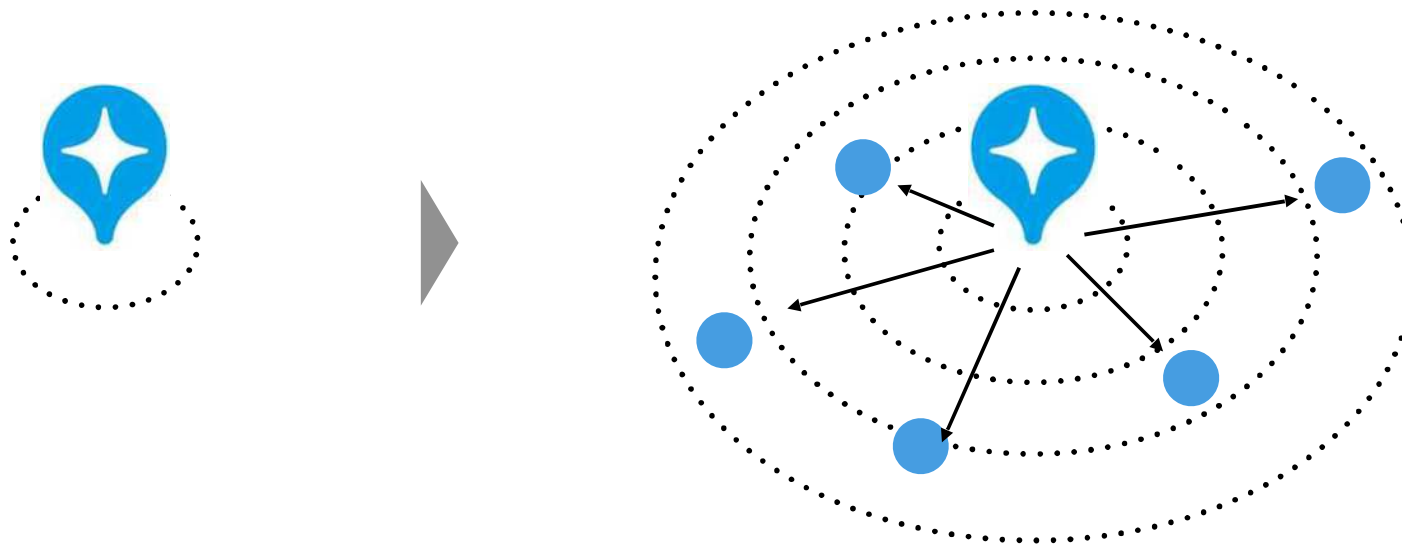
各部門に分散していた施設運営人材およびノウハウの
統合と横展開を行う。

それにより、施設の魅力と経済性、活用者の満足を
総合的に高めていく。



3. 施設からエリアへ

施設を再生することをトリガーとし、
周辺エリアにその影響を水の波紋のように広げてゆく。
点線から面に広がるエリアブランディングを推進する。



2-2. MIGAKIプロジェクトのターゲット

本プロジェクト全体および各対象施設のターゲットをそれぞれ下記の通り設定する。

		対象	目的
プロジェクト全体	メインターゲット	県有施設の活用に携わりたいプレイヤーとなりうる民間事業者や個人	潜在的なプレイヤーの発掘・育成
	サブターゲット	県民全体	県の政策への期待感向上 磨き上げに向けた機運醸成
		県内外の他の地方公共団体	先進的な事例として県内外に波及効果を生み出す
各対象施設	メインターゲット	各施設の特性に応じた活用に携わりたい民間事業者や個人	潜在的なプレイヤーの発掘・育成
	サブターゲット	各施設の特性に応じた利用者層	潜在的な利用者の発掘・定着

2-3. MIGAKIプロジェクトにおける指標（KPI等）

本プロジェクト全体の設定

事業の効果を検証するため、下記のような指標を設定する

内容	項目の例	調査方法の例
①プレイヤーの発掘・育成	・ 参画事業者・プレイヤー数	（常時リスト更新）
	・ WEBサイトアクセス数	・ WEB解析
	・ 認知度	・ WEBアンケート ・ 各施設における利用者アンケート ・ SNS投稿数・エンゲージメント分析
	・ 県の運営費負担率	・ 各施設における調査
②機運醸成	・ 参画事業者・プレイヤー数	・ 各施設の申請等の分析 ・ 県に対する問い合わせ数
	・ 各施設の利用者数の増加率	・ 各施設における調査
	・ 県の運営費負担率	・ 各施設における調査
③波及効果	・ 実現した事業件数	（常時リスト更新）
	・ メディア掲載実績	（常時リスト更新）
	・ 視察・取材件数	（常時リスト更新）

2-3. MIGAKIプロジェクトにおける指標（KPI等）

施設ごとの設定

- ・ 目指す姿や指標（KPI）は、各施設ごとの所管部局や運営事業者と対話しながら設定する必要がある。
- ・ 一方で、施設ごとに場当たりの設定するのではなく、また管理者としての目線や民間事業者のビジネスとしての視点を偏重することなく、県有施設として公益性の高い活用がなされるべきである。
- ・ 定量評価・定性評価を組み合わせ、各施設の目指す姿と合致する指標を検討する。

施設ごとの目指す姿の設定の例

事例 A：強力な集客装置として地域経済を回し雇用を生み出す



事例 B：地元住民と外来客がともに使える施設が地域の誇りとなる



事例 C：外来客よりも地域住民が活用できる余地を残す



写真提供：公共R不動産

2-3. MIGAKIプロジェクトにおける指標（KPI等）

施設ごとの設定

施設ごとの指標の設定の例を挙げる。

内容	項目の例	調査方法の例
①プレイヤーの発掘・育成	・ 参画事業者・プレイヤー数	（常時リスト更新）
	・ 実施イベント数	（常時リスト更新）
②利用者の発掘・定着	・ 利用者数の増加率	・ 各施設における調査
	・ WEBサイトアクセス数	・ WEB解析
	・ 認知度	・ WEBアンケート ・ 各施設における利用者アンケート ・ SNS投稿数・エンゲージメント分析

SAGAMIGAKI PROJECT

2-5. ステートメント

みがくと、サガつく。

佐賀県にある多くの公共施設。

これらは、ちょっとみがくだけで、

もっと素敵な場所に様変わりするはず。

だから佐賀県をさらに面白くするために、

公共施設をみがくプロジェクトをはじめました。

みがいて、差をつける。みがいて、光らせる。

施設だけでなくエリアやプロセスも見直し、

いろんな視点から、デザインしていきます。

2-6. プロジェクトロゴ及びデザインガイドライン



**SAGAMIGAKI
PROJECT**

※デザインガイドラインは別添

2-6. プロジェクトロゴ及びデザインガイドライン



施設
場所
エリア

+



磨き
有益
安心
楽しさ

=



**SAGAMIGAKI
PROJECT**

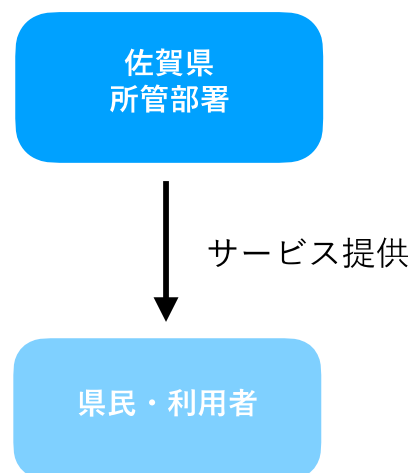
2-7. 磨き上げに向けた実施方針

体制

本プロジェクトではMIGAKI担当を中心に、県庁内外の横断的な連携体制を構築し、事業推進のコーディネートを行う。

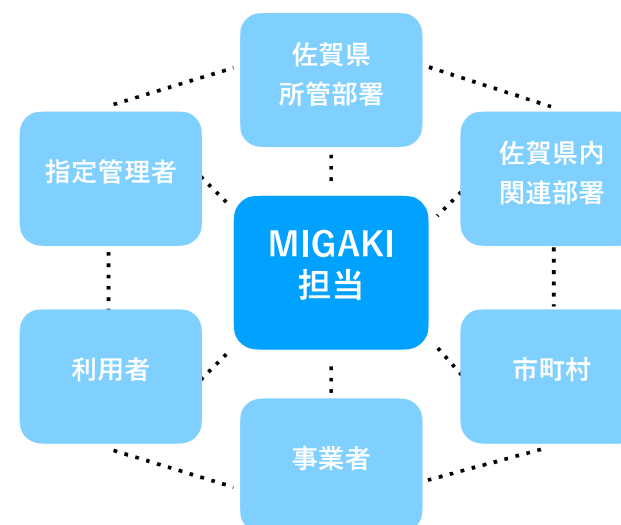
これまでの 公共施設整備・運営

- ・単一部署での維持管理が中心
- ・サービスの維持のための現行業務の遂行



SAGAMIGAKI プロジェクト



MIGAKI担当が中心となり、市民や市町村、県内の他部署など多様なステークホルダーと連携して磨き上げを実施



2-7. 磨き上げに向けた実施方針

推進方法

各施設の磨き上げに当たっては、MIGAKI担当が主導するものと、市町村に伴走するもので関与方法が異なることに留意し、事業を推進する。

	運営の体制	推進方法
主導型	 <pre> graph LR A["※ MIGAKI 担当"] -- "指定管理 など" --> B["事業者など"] </pre>	<p>指定管理者等と密接に連携しながら、磨き上げを推進していく。 (例：レイクサイド北山)</p>
伴走型	 <pre> graph LR A["※ MIGAKI 担当"] -- "指定管理 など" --> B["市町村"] B -- "委託・許可 など" --> C["事業者など"] </pre>	<p>管理を担う市町村による自走的な運営を目指し、活用に向けた機運醸成や地元事業者等との関係性構築をサポートする (例：白浜海水浴場)</p>

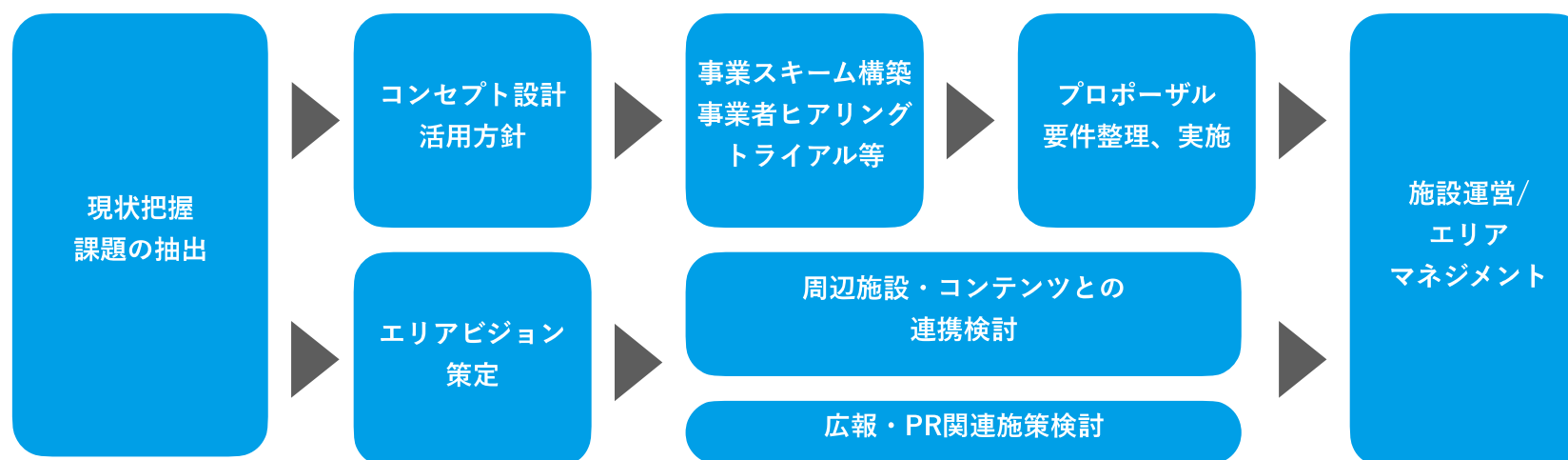
※一部、他部署が所管する施設もある

2-7. 磨き上げに向けた実施方針

各公共施設の磨き上げプロセス（例）

各施設の状況を丁寧に把握し、課題に応じた方針の検討、事業スキーム、およびプロセスの設計を行っていく。

また、施設単体にとどまらないエリアビジョンも考慮しながら包括的に磨き上げを進めていく。



2-7. 磨き上げに向けた実施方針

MIGAKI担当のその他の役割

相談窓口

- ・ 県庁内の各部署からの、磨き上げに関する相談窓口

情報とりまとめ 広報・PR

- ・ 各施設の概要、磨き上げの進捗がわかるポータルサイト制作・運用
- ・ SNS等による情報発信

磨き上げ ツールの提供/ デジタル化

- ・ 利用者目線に立ったサービス向上に向けた利用申請フォームの提供
- ・ デザインフォーマット提供

北山エリア

ブランディング戦略

目次

1 はじめに

- 1-1. 本戦略の位置づけ
- 1-2. 利活用の背景
- 1-3. 対象施設の現況整理
- 1-4. 課題とポテンシャル

2 ブランディング戦略

- 2-1. 対象施設の目指すべき姿
- 2-2. 対象施設のターゲット
- 2-3. 対象施設の指標（KPI）
- 2-4. 対象施設のステートメント、キービジュアル

3 今後の進め方

（磨き上げに向けた実施方針）

- 3-1. 実施プロセス
- 3-2. 実施体制
- 3-3. 実施内容

1-1.本戦略の位置付け

- 佐賀県が所管するレイクサイド北山・北山キャンプ場・北山少年自然の家の3施設は、いずれも北山エリアの自然環境を生かしたプログラムを提供する施設である。
- 自然に囲まれたポテンシャルをさらに活かすことによって、施設間の周遊性を高め、賑わいを創出しながら、交流人口の増加が期待される。そのためには、現在、施設ごとに運営がされ、個別にリニューアルが進んでいるものの、エリアとして一体的な視点を持って考え魅力を向上していく必要がある。
- 本戦略は、3施設を中心に、民間の力を活用しながら、エリア全体の魅力向上を行うにあたっての基本的な考え方などをまとめるものである。

1-2.利活用の背景

レイクサイド北山

- 県政百周年記念事業の一環で「21世紀県民の森」として昭和55年度から平成2年度にかけ整備。
- 佐賀の豊かな自然を活かし多彩な自然体験などを楽しむ「OPEN-AIR佐賀」環境整備の一環として再整備を行い、令和5年7月に「レイクサイド北山」としてリニューアルオープン。
- 施設として「ウェルカムセンター」「フォレストラボ」のほか、森林・広場・展望台・それをめぐる周遊路等を含む。

北山キャンプ場

- 昭和55年に「21世紀県民の森キャンプ場」として整備。
- 「OPEN-AIR佐賀」環境整備の一環で、新しい魅力ある施設とし利用者の満足度向上を図るため、「21世紀県民の森」との一体的な再整備を実施、令和5年10月にリニューアルオープン。
- 運営見直しにあたり「佐賀県立21世紀県民の森設置条例」を改正し、北山国民休養地全体を「21世紀県民の森」の施設とするとともに、利用料金の規定を新たに設けた。
- 令和7年度からは「レイクサイド北山」に指定管理が一本化される。

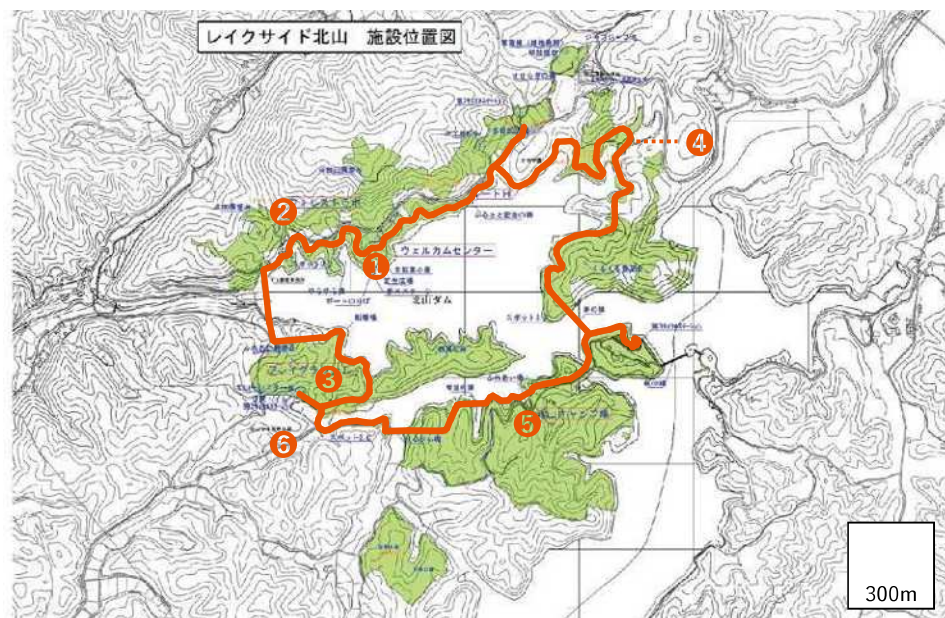
北山少年自然の家

- 昭和62年開設。
- 自然の中で団体生活を通じ野外活動、自然観察、研修等を行う施設「少年自然の家」として県内に3施設が設けられているうちの1つ。

1-3. 対象施設の現況整理

北山エリアの主な施設

※レイクサイド北山 指定管理者募集資料より



①ウェルカムセンター



②フォレストラボ



③プレイグラウンド



④サイクリングロード



⑤北山キャンプ場



⑥北山少年自然の家



レイクサイド北山（左図着色の範囲）

①ウェルカムセンター（旧:総合案内センターほおのき）

レストラン・アクティビティ案内・BBQ場・貸し自転車・貸しボート等を提供

②フォレストラボ（旧:森林学習展示館）

森や自然に関わる展示や工作体験を提供

③プレイグラウンド（旧:ふれあいの森）

ロングスライダー、ビュースポット、芝の遊び場等が整備されている

④サイクリングロード「Route H」

湖を一周する全長約6kmのサイクリングロード

⑤北山キャンプ場（旧佐賀県立21世紀県民の森キャンプ場）

オートサイト、テラスサイト、ペット可能サイト、直火サイトなど全79サイトを持つキャンプ場
※令和7年度よりレイクサイド北山に一本化

少年自然の家

⑥北山少年自然の家

自然体験・宿泊体験が可能な宿泊棟・研修室・テントサイト等を備える

1-3. 対象施設の現況整理

レイクサイド北山 施設一覧

エリア	施設の名称	内 容	面積	単位	備 考
学習の場	フォレストラボ	展示ホール、学習室、研修室、管理室、ロビー等からなる複合コンクリート平屋建（一部2階構造）です。展示ホールは200㎡あり、「次の世代につなぐ森林」をテーマとして、森林、林業と人間とのかかわりを、正しく理解してもらうため、パネルや模型等を用いて、立体的、かつ動的に表現しています。	606	㎡	収容人員 ・学習室 85名 ・研修室 20名
	世界の森	アメリカブナ、ポプラ、ハナミズキなど外国産の代表樹種のうち、当地域に生育可能なものを選定して、移植した展示林です。この表の中には、教育のための遊歩道や展望休憩室がいくつか「あずまや」1棟を設けています。	1.2	ha	
	生産の森	集内に生育しているスギの代表的品種や選抜育成されたスギ種源樹のほか、ヒノキ、クスノキ、の苗木を植栽しており、人工林の造成管理方法について学習する展示林です。	3.2	ha	
アクティビティの場	ROUTE H	ダム湖畔の水際沿いを一周できるサイクリング専用の道路で、入江を走りたいと一つの橋が架けられています。	6.0	km	幅員：3.0m
	サイクルステーション	ウェルカムセンター前の自転車小屋のほか、3箇所のサイクルステーションがあり、全部で約120台のレンタル自転車は利用可能です。	4	箇所	第1・第3サイクルステーションは利用休止中。 第2サイクルステーションは自転車の格納のみに使用中。
	多目的広場	ソフトボール、ゲートボール、キャンプファイヤー等には利用できる広場で、大型のイベント開催時等には、臨時の駐車場として利用できます。	1.2	ha	
	野外ステージ	ステージ前には芝生広場があり、コンサート等各種イベントを開催することができます。用器は閉鎖式になっています。	1	箇所	
	ブレイグラウンド	11mのロ・ラースライダー、「北山モンスターⅢ（スリラー）」や「スリラー」型、サガシギフィールドがあり、自然とふれあいがながら遊ぶことができます。	3.2	ha	
	球技施設・ジャブジャブ池（利用休止中）	北山東部小学校の西側に隣接し、フェニックスコートと並み池（どちらも使用中止中）を設けています。	0.8	ha	
	北山キャンプ場	全7区のサイトを有するキャンプ場です。管理棟の他、サンタリ・棟（3棟）やシャワー・トイレ棟（1棟）があります。	43.6	ha	キャンプエリア 5.0ha
休養の場	芝生広場	ウェルカムセンター前にある多目的広場で、休憩や各種の催事など野外レクリエーションを楽しむことのできる芝生広場があり、野外ステージも併設されています。また、この広場の一角には開閉記念のメモリアル「山を伸ばす」のブロンズ像も設けられています。	0.6	ha	
	ふるさと記念の森	平成9年度から平成11年度にかけて行われた「ふるさと記念の森整備事業」において、佐賀にゆかりのある人達によって記念樹が植栽され、できた森です。	2.33	ha	
	スポット0.2	サイクリングロード沿いにあるビュースポットの一つで、両側の景色を眺めながら休憩できるウッドデッキやベンチが設置されています。	0.2	ha	
	スポット2.0	サイクリングロード沿いにあるビュースポットの一つで、両側の景色を眺めながら休憩できるウッドデッキやベンチが設置されています。	0.1	ha	
	スポット3.8	サイクリングロード沿いにあるビュースポットの一つで、両側の景色を眺めながら休憩できるウッドデッキやベンチが設置されています。	0.2	ha	
	せせらぎの森（利用休止中）	水辺植物園と運動広場を結ぶ遊歩道沿いに自然の環境を利用した、憩いと休養の場を設けています（利用休止中）。	600	㎡	

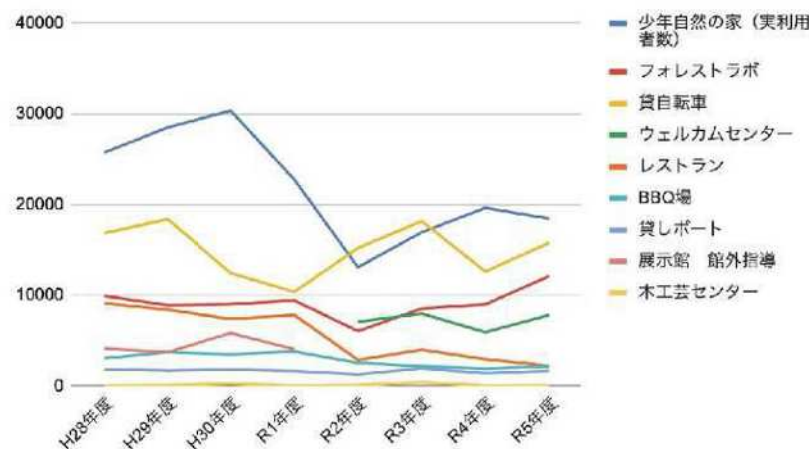
エリア	施設の名称	内 容	面積	単位	備 考
共同利用施設	ウェルカムセンター	レイクサイド北山の利用者への総合案内を行う施設です。建物には厨房設備や休憩スペース、ウッドデッキがあり、飲食サービスの提供が可能です。	310	㎡	
	遊歩道	学習や自然観察、探訪教育のための歩道を、各種の園地、広場、森の中に設けています。	7,471	m	
	駐車場	・ウェルカムセンター 周辺 2箇所 ・フォレストラボ周辺 3箇所 ・ブレイグラウンド周辺 1箇所 ・北山東部小学校周辺 1箇所	7,000	㎡	収容台数：150台程度
	木工芸センター（利用休止中）	親子の木工教室など、木竹工芸の体験を通じて、木材の良さを正しく楽しみ、木材に対する関心を深めてもらうための施設です（利用休止中）。	1	基	面積：287㎡
	ゆらゆら橋	スポット0.2付近の入江を大きくまたいで長さ5.5mの吊り橋（幅員9.4cm）で上下にゆくり揺られ、スリルを楽しむようになっています。橋の上からは、湖水をつつむ緑の景観が一望されます。	1	基	
	夢の橋	サイクリングロードを一周させるために架けられた最も大きい橋であり、構造は19m斜長橋となっています。延長15.5m、幅員5.0mで、橋の欄干には「四季の歌」が流れるメロディオブジェクトが設置されています。	1	基	全幅幅員：3.0m 歩道幅員：2.0m
	りんりん橋	スポット2.0付近の入江を大きくまたいで架けられたサイクリング橋で、中央部分には湖水の景観を眺める展望デッキ（駐輪場）が設けられています。	1	基	1160㎡
	公衆便所	施設内の公衆便所のうち、ウェルカムセンター、第2サイクルステーションは、多目的トイレを併設しています。	2	箇所	
	井田山展望台	ウェルカムセンター前の駐車場から背後の山頂を北に登った井田山山頂（標高50.4m）にあって、ここから北山湖の周辺一帯が一望できます。	1	基	高さ：7.5m フロア：33㎡
	ふれあい展望台	県立北山少年自然の家に隣接したブレイグラウンド付近の山頂（標高42.1m）に位置します。	1	基	高さ：16.0m フロア：33㎡

レイクサイド北山 指定管理者募集資料より
令和7年度からレイクサイド北山として管理される範囲

1-3. 対象施設の現況整理

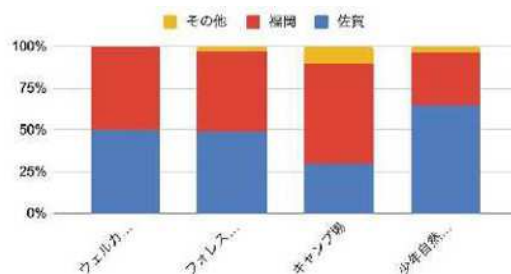
利用状況

利用者数

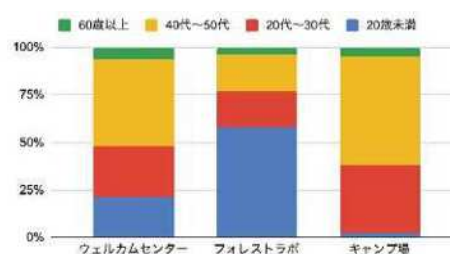


佐賀県提供の各施設利用者数調査をもとに作成

利用者数の属性



佐賀県提供の各施設利用者アンケートをもとに作成



佐賀県提供の各施設利用者アンケートをもとに作成

- ・ コロナ禍の影響を受けた増減が読み取れるものの、全体として大きな推移は見られず
- ・ 北山キャンプ場はリニューアル後の利用者数増加

各施設の充実・アップデートを図ればさらなる集客増の見込みあり

- ・ 施設ごとに利用者属性が異なる
- ・ 特にキャンプ場は比較的遠方からの利用者が多く、高単価利用者も多いと考えられる

各施設でターゲットを拡大し他施設からの流入を促すことで、利用拡大の見込みあり

1-3. 対象施設の現況整理

利用者の回遊状況

回遊の状況

北山エリア	周辺エリア
<ul style="list-style-type: none"> ・レイクサイド北山 ・サイクリングロード ・プレイグラウンド ・北山ダム 	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食店・直売所（三瀬ほか） ・温泉（古湯ほか） ・どんぐり村 ・道の駅大和 ・川上峡

北山キャンプ場利用者の他の訪問先
利用者アンケートによる

エリアの来訪者

(単位：人)		各年1月～12月				
観光施設名		平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
富士町	ダムの駅富士しゃくなげの里	164 460	165 152	160 472	152 856	152 856
	天山リゾート	56 500	50 000	休館	廃業	廃業
	浮立の里展示館	372	316	280	344	239
	北山少年自然の家	32 066	20 246	3 745	7 519	10 193
	21世紀民の森	35 569	29 442	27 827	43 829	35 749
	吉村家住宅	※599	422	257	381	496
	神水川パークゴルフ場	16 535	17 226	18 532	18 130	19 268
	古湯温泉	190 544	191 645	133 164	145 460	155 365
三瀬村	熊の川温泉	108 884	110 267	87 949	83 140	79 120
	三瀬温泉やまびこの湯	108 498	124 636	81 178	90 683	101 420
	どんぐり村	93 800	84 163	65 640	85 883	85 487

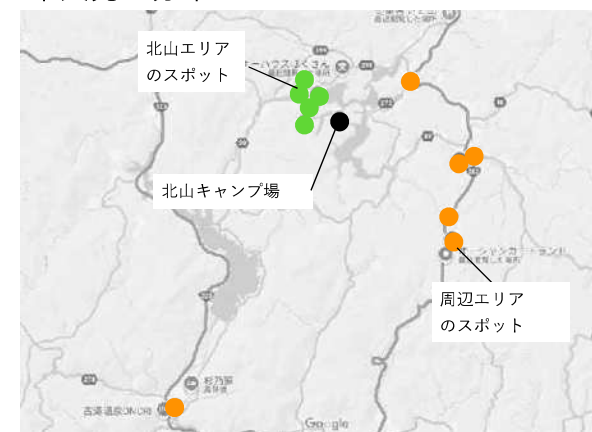
北山エリア

周辺エリア
古湯・三瀬・
熊の川

富士町・三瀬村の観光施設の来訪者数

佐賀市観光施設等入場者数統計による（回遊している施設に着色）

本文先の分布



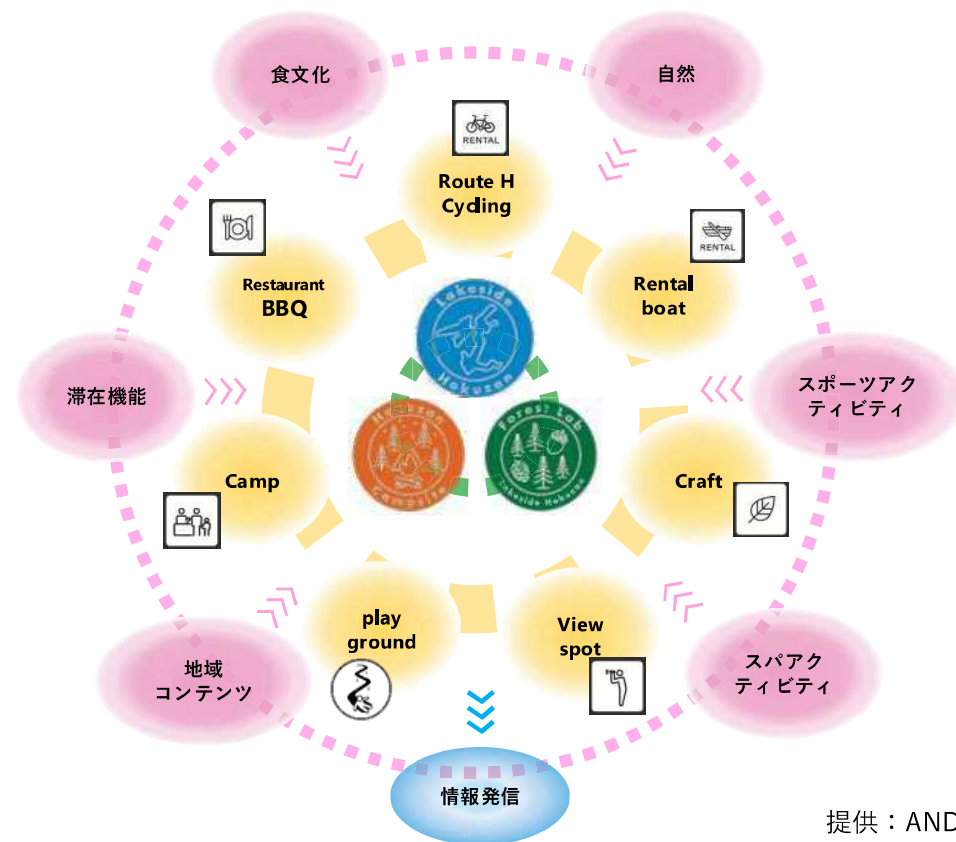
- ・北山エリア利用者は周辺エリア（三瀬・古湯など）への立ち寄りが多い
- ・一方で周辺エリアの利用者が北山エリアに十分流入していないと推測される
- ・北山エリア内の回遊も少なく、一体的な目的地として認識がされていない

エリアの一体的な回遊性向上
により魅力向上が期待される

エリア外からの流入により利
用者増が見込まれる

1-3. 対象施設の現況整理

レイクサイド北山の目指す姿



- 地域振興における集客装置となること
- 人、自然、食…… コンテンツをつなぐ結節点となること

1-3. 対象施設の現況整理

その他の課題 佐賀県担当者ヒアリングによる

●施設・景観

- ・ 設備がない・少ないことにより提供できる体験の幅が狭まる。（トイレ、授乳室、子供の遊び場）
- ・ 樹木が大きく育っており、湖が見えにくい。
- ・ 老朽化している施設や、利用されてない施設が存在する。（木工芸センター、鹿園等）



●サービス・体験

- ・ 展望台やSPOT3.8がウェルカムセンター等から遠い。現在レンタサイクルがあるものの、電動自転車等がなく身体的負荷が大きい等の理由により、訪問者が少ない。
- ・ 貸し出し・返却場所が1箇所しかなく利便性が低い。
- ・ 湖に触れることができるコンテンツが少ない。
- ・ 自然豊かなフィールドがあるものの、それを生かしたプログラムに乏しい



●広報・PR

- ・ ハード整備は進んでいるものの認知度が低い
- ・ 敷地外や施設入り口のサインが少なく、わかりづらいところがある



1-4. 課題とポテンシャル

各施設の現況をもとに、課題およびそれを解決することで期待されるポテンシャルを整理する。

①エリア外からの誘客	
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ レイクサイド北山のエリアとしての認知度が低い <ul style="list-style-type: none"> ← 広報PRの不足 ← 各施設の情報が分散、連動性が弱い ← 主な来訪手段である自動車に向けたサインが不足
ポテンシャル	<ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺エリアに集客力の強い魅力的なコンテンツが点在 ・ キャンプ場がリニューアルを経て人気向上中 ・ フォレストラボ、少年自然の家等が安定的な集客
②エリア内の回遊性	
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施設間の回遊性が低い <ul style="list-style-type: none"> ← ターゲットに合わせたコンテンツがない ← レンタサイクルの柔軟性が低い（貸出返却場所が1箇所のみであることなど）
ポテンシャル	<ul style="list-style-type: none"> ・ サイクリングルートが整備済み ・ 現在の各施設が異なる利用者層に訴求している
③体験価値	
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自然豊かな環境を活かせていない <ul style="list-style-type: none"> ← 設備の整備不足（トイレ、授乳室、子供の遊び場） ← 景観整備の不足（樹木が大きく湖が見えにくい） ← 湖に触れるプログラムが少ない ← 景観や環境を生かした機能が少ない
ポテンシャル	<ul style="list-style-type: none"> ・ 森と湖に触れることのできる環境

2-1. 対象施設の目指すべき姿

磨き上げの方針として下記のコンセプトを設定する。

アウトドアアクティビティを中心に 幅広い層に対する魅力向上を図る

子供から大人、個人からグループ、企業や各種団体まで、
多様なアウトドアのアクティビティができる場としてのブランディングを図る



2-1. 対象施設の目指すべき姿

下記の3点を重視しブランディングを推進する。

①体験価値向上

各施設のターゲットを明確化し、サービスや設備を適切に更新することで、体験をより魅力的で満足度の高いものにする。

②エリア外からの集客力向上

北山エリアとして、すでに集客力の高い周辺エリアに隣接する一体的なエリアとして認知されることを図る。

③エリアを一体化させる回遊性向上

既存の機能を維持・継承しながら、各施設のポテンシャルを活かして施設間の相互利用につながる施策を実施する

2-2. 対象施設のターゲット

北山エリア全体の魅力訴求にあたり下記のようなターゲットを想定する。

ターゲットのエリア

- ・ 佐賀県内に加え、福岡県等の近県からの利用者
- ・ 三瀬・古湯等の周辺エリアを訪れている利用者
- ・ 北山の森や湖のある環境の体験に対して何らかの形で関心のある利用者

ターゲットの属性

現在の各施設の利用者層は引き続き想定しつつ、他施設の利用者層にも体験を提供し回遊を生み出すような利用者層拡大を図る。

	個人	ファミリー	グループ	学校	企業/団体	強化のイメージ
ウェルカムセンター	○	◎	◎			学校/企業/団体等に対するコンテンツ提供
フォレストラボ		◎	○	◎		既存の制作体験等以外の利用拡大
プレイグラウンド		◎	○	○		子どもの遊び以外のレクリエーション等の利用拡大
サイクリングロード	○	◎	○			環境を生かしたコンテンツ提供の対象拡大
キャンプ場	◎	◎	◎			環境を生かしたコンテンツ提供の対象拡大
少年自然の家				◎	○	小規模なレクリエーション客や登山客の利用拡大

【凡例】 ◎：現在の各施設のメインターゲット
 ○：現在の各施設のサブターゲット
 ■：今後拡大の可能性があるターゲット

【ターゲットの例】

個人：1人で訪れる利用者

ファミリー層：多世代を含む家族連れの利用者

グループ：その他多人数での利用者

学校：児童・生徒・学生の利用者（研修やレクリエーション等）

企業/団体：企業・団体の利用者（研修やレクリエーション等）

2-3. 対象施設の指標（KPI）

管理運営の目標を明確にし、その達成度を測定するため、下記のような指標を設定する

内容	調査項目の例	調査方法の例
①体験価値向上	●アクティビティ別利用者数	●利用者アンケート ●予約・申し込み分析
	●満足度	●利用者アンケート ・ SNS投稿数・エンゲージメント分析
②エリア外からの集客力向上	●利用者の居住地の分布	●利用者アンケート ●予約・申し込み分析
	●施設／エリアイメージの変化	●利用者アンケート ・ SNS投稿数・エンゲージメント分析
	・ 売り上げ （有料事業を実施する場合）	・ 事業者への聞き取り
	・ WEBサイトアクセス数	・ WEB解析
③エリアを一体化させる 回遊性向上	●モビリティ利用状況	●利用者アンケート ●予約・申し込み分析 ・ GPS解析
	・ 回遊施設数、エリア滞在時間	・ 利用者アンケート

●：優先度の高い実施項目
・：その他実施することが望ましい項目

2-4. 対象施設のステートメント、キービジュアル

北山エリアのステートメントとして以下に設定する

たくさん、あそべる、ほくざん。

北山は、自然の遊び場。

森の中を駆け回り、湖の風を感じて、空を仰ぐ。

たっぷり自然を吸収すれば、心も体も元気になる。

夢中で遊んで、疲れたと笑う。

さあ、次は何して遊ぼう。

ステートメントのコンセプト

- ・ 子供から大人、個人からグループ、企業や各種団体まで、多様なアウトドアアクティビティができる場としての「レイクサイド北山」の魅力を一言で伝える
- ・ 自然との一体感／遊びの多様性／心地よい疲れと充実感を表現
- ・ 誰にでも伝わりやすい平易さとリズム感のある言葉で構成

2-4. 対象施設のステートメント、キービジュアル

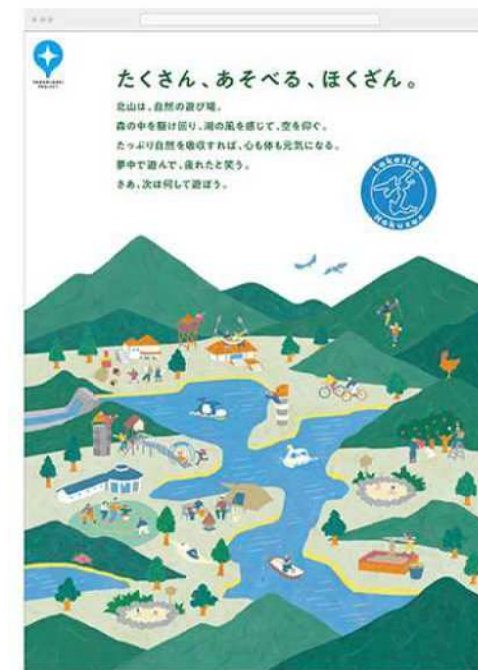
北山エリアのキービジュアルの展開として以下に設定する



ポスター／チラシ（縦）



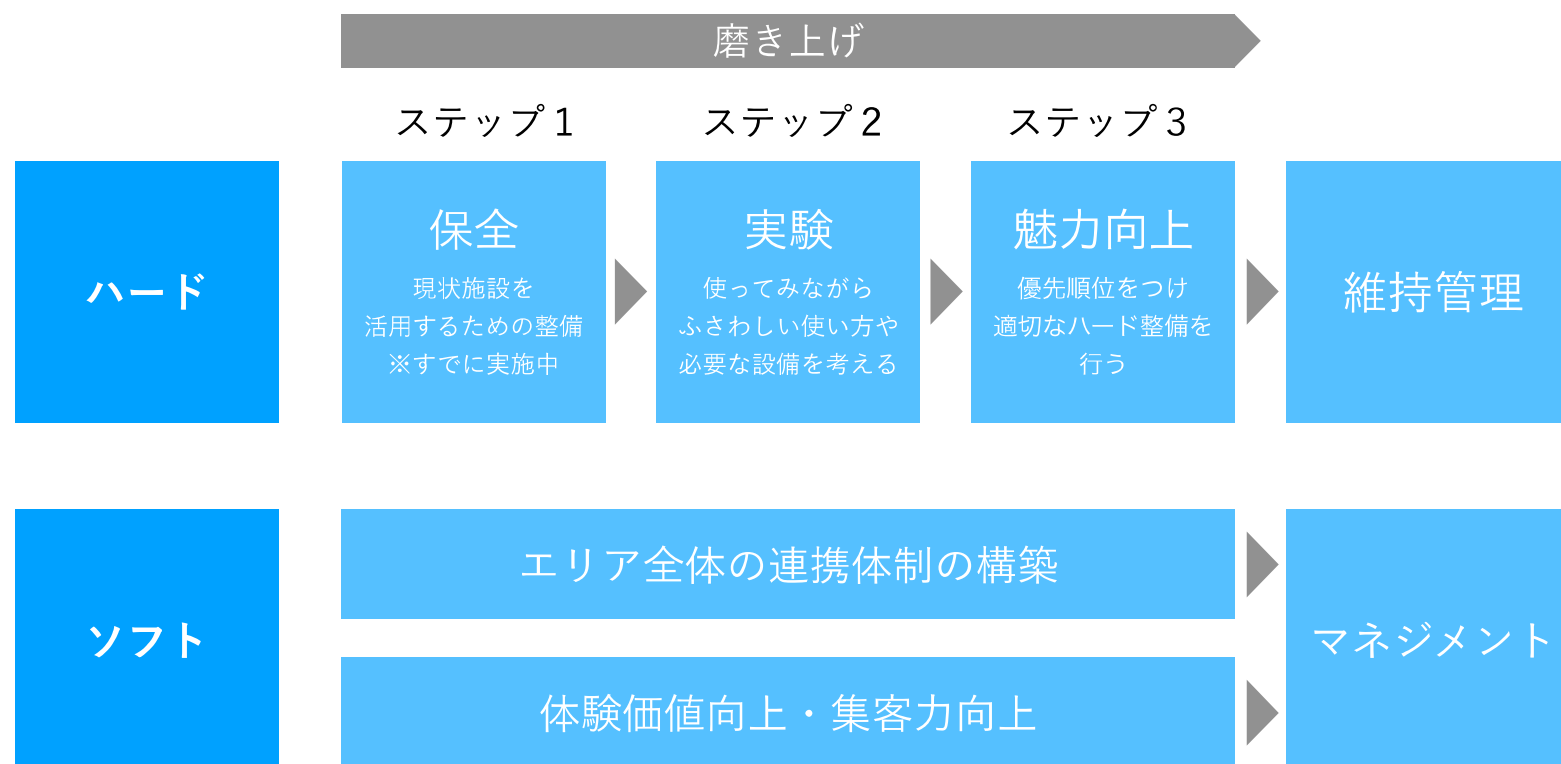
ポスター／チラシ（横）



WEBサイト

3-1.実施プロセス

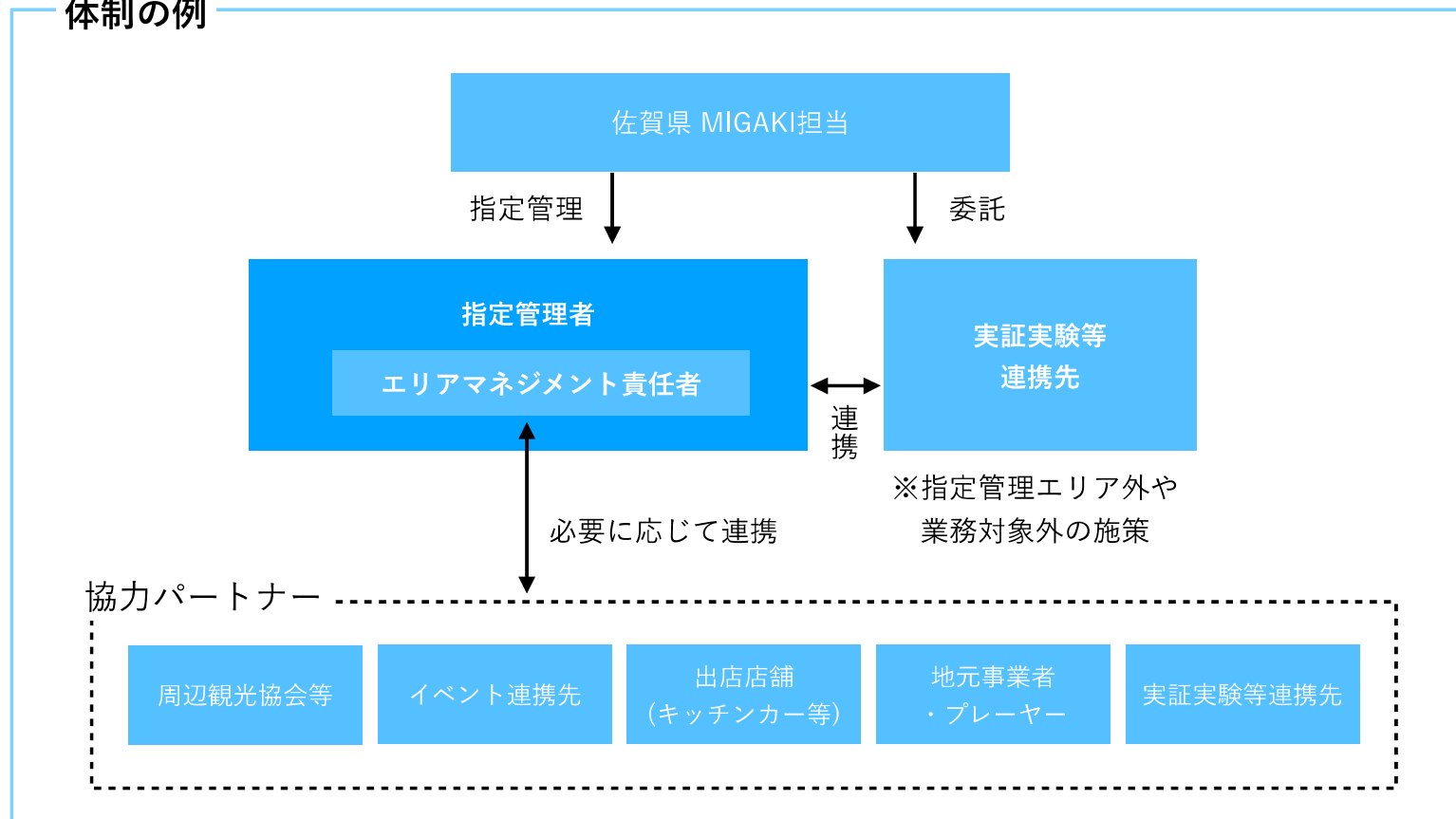
- 小さなステップから始めて、検証をしながら段階的に整備を行う
- 将来的に安定的な維持管理・マネジメントの体制に結びつける



3-2. 実施体制

北山エリアとしての魅力向上に向け、県および各施設や事業者間での連携がスムーズに行える体制・事業スキームの構築を目指す

体制の例



3-3. 実施内容

施策の例

●景観

植栽等を適切に管理し、ビュースポット等を作ることで、森や湖の環境を感じられるようにする。



ROUTE H沿いなどで要点を絞って植栽の整理やデッキ・ベンチ等の整備を検討する

●モビリティ

エリア内の移動に便利な電動モビリティなどの導入などにより、回遊性・利便性の向上を図る。



ニーズや運用の現実性を、指定管理者と連携して実証実験を行い検証する

●サイン

新たな動線やコンテンツに合わせてエリア内外のサイン等を充実させる。



指定管理者が整備するサインと連携しつつ、施設入り口や広域のサインの整備を検討する

白浜海水浴場

ブランディング戦略

目次

1 はじめに

- 1-1. 本戦略の位置づけ
- 1-2. 利活用の背景
- 1-3. 対象施設の現況整理
- 1-4. 課題とポテンシャル

2 ブランディング戦略

- 2-1. 対象施設の目指すべき姿
- 2-2. 対象施設のターゲット
- 2-3. 対象施設の指標（KPI）
- 2-4. 対象施設のステートメント、キービジュアル

3 今後の進め方

（磨き上げに向けた実施方針）

- 3-1. 実施プロセス
- 3-2. 実施体制
- 3-3. 実施内容

1-1. 本戦略の位置付け

- 白浜海水浴場は、平成6年に佐賀県が整備し、太良町が管理を行っている人工の海水浴場である。
- 現在は海水浴場として限られた用途・期間でのみ利用されているが、利用者が減少傾向にある。新たな利用方法を見出すことで活用を促進し、エリアにとってより価値のある施設となることが期待される。
- 本戦略は、民間による活用等も視野に、白浜海水浴場のさらなる利活用を行うにあたっての基本的な考え方などをまとめるものである。

1-2. 利活用の背景

白浜海水浴場の整備経緯と特徴

- 白浜海水浴場は、本県における海岸の有効利用を図り、恵まれた自然を生かした海洋性レクリエーション基地として県民の利用に供することを目的とする施設である。
- 地元からの要望により県の港湾事業により整備し、開設当初から太良町に経費負担も含めて管理委託を行ってきた。
- 平成15年度の地方自治法改正により、「公の施設」についてはそれまでの管理委託制度が平成18年9月をもって廃止され、指定管理者制度が設けられることとなったため、平成18年4月1日より指定管理者制度(非公募)に移行した。
- 有明海特有の最大6メートルの干満差を体感できる珍しい海水浴場で、干潮時には泳げなくなるほど潮が引く。
- 例年7月中旬から8月末まで海水浴場として開設される。

1-2. 利活用の背景

佐賀県と鹿島市・太良町が連携し、日常の暮らしの中にある価値を磨き上げ、暮らすようにゆっくりと楽しむスローツーリズムに向けた取り組みを広域で推進している。

●むしろこれから鹿島・太良プロジェクト

佐賀県南西部の鹿島市・太良町を一体のエリアと捉え、祐徳稲荷神社や酒蔵、面浮立、鹿島錦、大魚神社の海中鳥居や竹崎カニなど世界に誇るべき地域資源に注目し、地域とともに磨き上げて県内外へ発信するプロジェクト。フォーラム開催等により認知向上を図っている。



事業内容（一部）

●KATAラボ

令和5年11月、鹿島（KAshima）、太良（TAra）の未来を語らうラボとして「KATAラボ」を開設。県、鹿島市、太良町のメンバー4名が常駐し、魅力発掘、ローカル活動支援に取り組んでいる。



●肥前鹿島駅周辺整備

佐賀県と鹿島市が連携し進める肥前鹿島駅周辺再開発では、「スローツーリズムの拠点」とすることを目指す。旅行者や地域住民が集う交流エリアとしての性格を強く打ち出し、宿泊や食などの事業拠点の整備を予定する。



1-3. 対象施設の現況整理



地図出典：太良町ホームページ

所在地

佐賀県藤津郡太良町大字大浦丁1866-4

アクセス

JR九州長崎本線 肥前大浦駅から徒歩30分
国道207号線から約1km

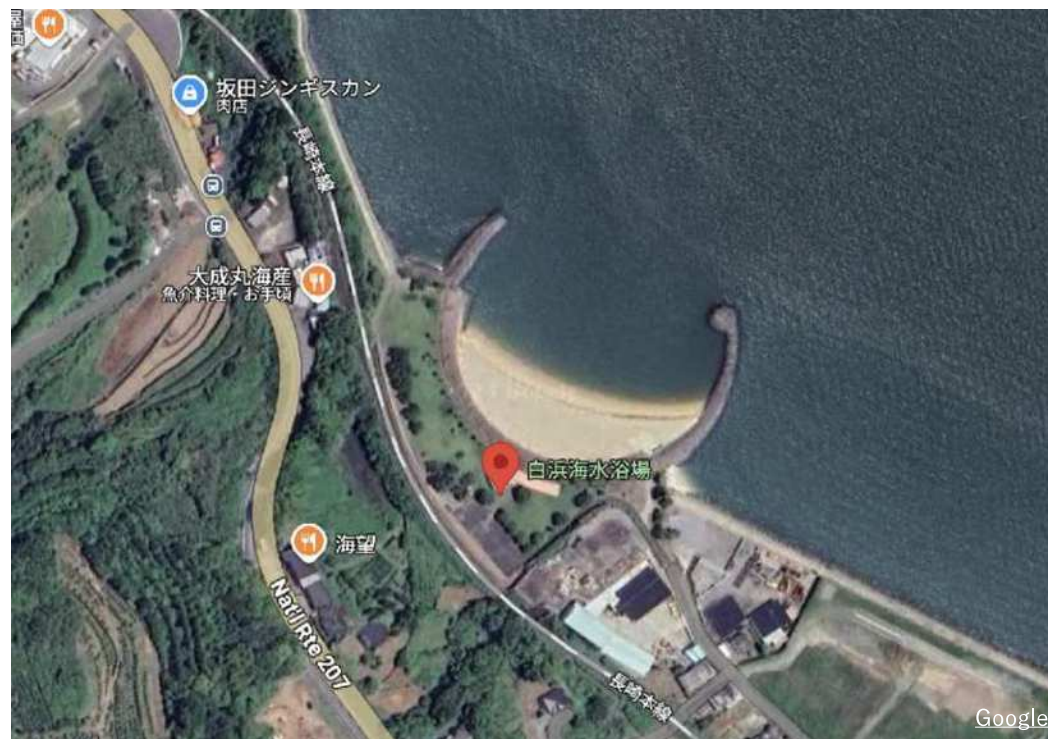
開設年

1994年

面積

約13,019㎡

1-3. 対象施設の現況整理



主な施設

- ・ 海水浴場
※有明海唯一の人工海水浴場
※町特産の竹崎カニをイメージした形状

付帯施設

- ・ トイレ(男女・多目的)
 - ・ シャワーブース
※冷水シャワー3分100円（開設期間のみ）
 - ・ 更衣室
 - ・ 休憩所（ビーチハウス、東屋）
 - ・ AED(開設期間のみ)
 - ・ 駐車場
- ※海水浴場開設期間は例年7月中旬～8月末



1-3. 対象施設の現況整理

アクセス・景観等



- 現状のアクセスは、国道から分岐し旅館・住宅の間を通り抜ける約1.2kmのルートであるが、わかりづらい
- 西側には国道に接続する約1kmの管理用道路が整備されている。海沿いを通っており景観が良いが、現在活用されていない
- 海開き期間以外は、入り口にチェーンが張られているものの、入ることができる状況散歩やゴルフ練習などで日常的に利用している町民は多い。入っているのか明確になるといいという意見あり、町の方で調整中
- 海水浴場敷地および隣接地で、**植物が茂り景観を損ねている**。国道から海への眺めを遮っている部分もある

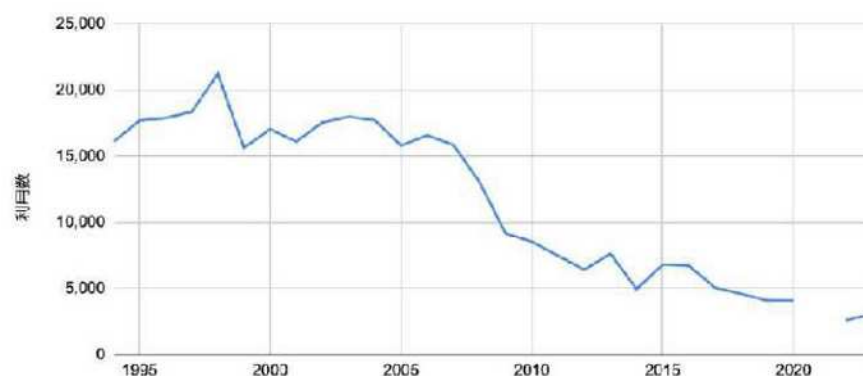


サイン掲出、チェーンを外す、植物の伐採などで
景観改善の可能性

1-3. 対象施設の現況整理

海水浴場としての利用状況

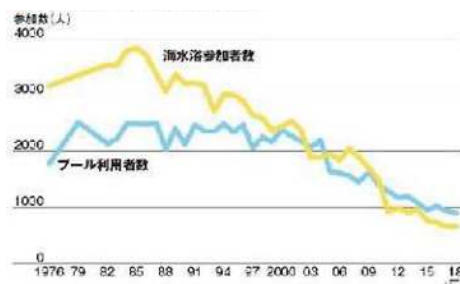
利用者数



利用者数の推移

佐賀県提供の利用者数調査をもとに作成

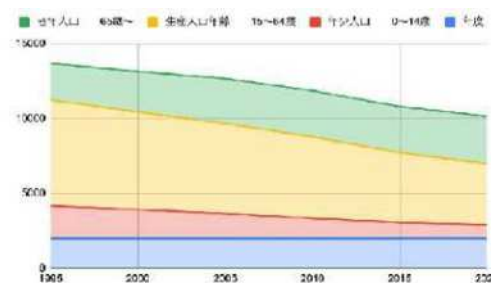
参考：海水浴の動向



全国の海水浴参加者とプール利用客数の推移

<https://www.mizu.gr.jp/kikanshi/no77/04.html>

参考：人口推移



太良町人口の推移

平成7年～令和2年年勢調査をもとに作成

- 2008年頃以降、急激に利用者が減少
- もともと地元客の利用が中心だったが、道路網整備により遠方の海水浴場まで行きやすくなり、利用者が分散したと考えられる
- 近年は利用可能期間の7～8月が高温傾向にあり、アウトドアアクティビティに限られる
- レジャーの多様化などの動向の変化により、全国的に海水浴に対する人気は減少傾向にある
- 周辺の人口の減少も影響している可能性あり

海水浴以外の利用拡大と
利用者圏域の拡大により
利用者増の可能性

1-3. 対象施設の現況整理

海水浴場以外の利用状況



出典：「観光たら」WEBサイト（太良町観光協会）

- ・ **SUPの体験や公式大会**の開催で、海開きシーズン以外の時期に利用されており、九州圏から人が集まっている。
- ・ 日本選手権（日本カヌー連盟主催）
- ・ SUP体験（太良町観光協会主催）
- ・ 砂浜や東屋・トイレがあり、町としての受け入れ体制もあり、大会が開催しやすい
→日本カヌー連盟より「**SUP公認施設**」のパネル授与
- ・ **波の少ない穏やかな海**であることはマリナーアクティビティに向いている
- ・ 一方、海が鮮やかな色ではないことや、干満により利用できない時間帯があることは、他エリアの海（唐津など）に比べて不利。**干満差があるからこそその体験**ができるようになるとアドバンテージになりうる。

SUP大会や練習場としての提供 により利用者増を見込めるか？

1-3. 対象施設の現況整理

その他の現状と課題

●施設

- ・ 海水浴場開設期間（主に7～8月末）以外の日常利用は少ない
- ・ 日常利用の多くは近隣住民の散歩、ゴルフ練習

●サービス・体験

- ・ 海水浴以外の利用方法として、海・砂浜ではSUPの体験・大会等はあるが芝生エリアは積極的に活用がされていない

●運営

- ・ 港湾施設として最低限の維持管理しか行われていない
- ・ 海開きの期間外に開設する場合、監視員等、安全対策面のマンパワーは不安
- ・ 海開き期間以外は閉鎖していたが、管理用道路のチェーンを外すことも検討中

●広報・PR

- ・ 地元には認知度が高いが、太良・鹿島以外からの認知度が低い

1-3. 対象施設の現況整理

太良町のプレイヤー



たらふくマルシェ 出典：公式instagram



多良岳を愛する会
出典：公式Facebookページ



竹崎コハダ女子会 出典：「観光たら」
WEBサイト（太良町観光協会）

・ 「たらふくマルシェ」

太良町へ移住してきた農家が始めたマルシェ。長崎、佐賀を中心に30店舗以上が出店。2023年の初回は「道の駅太良」の芝生広場で開催。

・ 「多良岳を愛する会」

有志の会で、ガイド、人材育成（学校登山）、イベント企画・運営、登山道の整備などを行う

・ 「竹崎コハダ女子会」

特産の海産物をPR。地元の漁師さんの奥さんたちで構成されている

・ 旅館

周辺自治体に比べて宿泊施設は多め。

・ 飲食店

海鮮料理が多いが、人気のバウムクーヘン店などの新店もあり

・ 生産者

道の駅やマルシェ等でみかんなどを販売 など

1-3. 対象施設の現況整理

周囲の地域資源（太良町内）

●有明海

太良町のキャッチコピーは「月の引力が見える町」**日本最大級の約6mの干満差**を誇り、海中鳥居、太良温泉など海を売りにしたコンテンツがある



出典：「観光たら」

●農作物

多品種のみかんをはじめとする、果物や野菜、花卉などの生産が盛ん。道の駅や観光農園には町外からの来客も多い。



出典：「あそぼーさが」WEBサイト（佐賀県観光連盟）

●海産物

竹崎カニや**牡蠣**をはじめとする海産物が人気で、提供する飲食店が多数存在。



出典：太良町WEBサイト

●多良岳

古くから信仰の対象とされ、多良岳神社などの古跡が多く残る。自然が美しく、初心者から上級者まで楽しめる登山コースが整備されている。



出典：「あそぼーさが」WEBサイト（佐賀県観光連盟）

1-3. 対象施設の現況整理

周囲の地域資源（近隣自治体）

●鹿島市

佐賀県西部の中核的な市街地があり、交通アクセスも良い。日本三大稲荷のひとつ祐徳稲荷神社や、干潟を活用したガタリンピック、歴史ある街並み、酒蔵などが人気。



出典：鹿島市観光協会Webサイト

●諫早市（長崎県）

長崎県で3番目の人口を擁する市で、幅広い産業があるが、太良町の近くでは太良町と同じく有明海の海産や野菜・果物等が地域資源となっている。多良岳は太良町と諫早市の境にある。



出典：諫早観光物産コンベンション協会 Instagram

1-3. 対象施設の現況整理

周囲の観光の状況

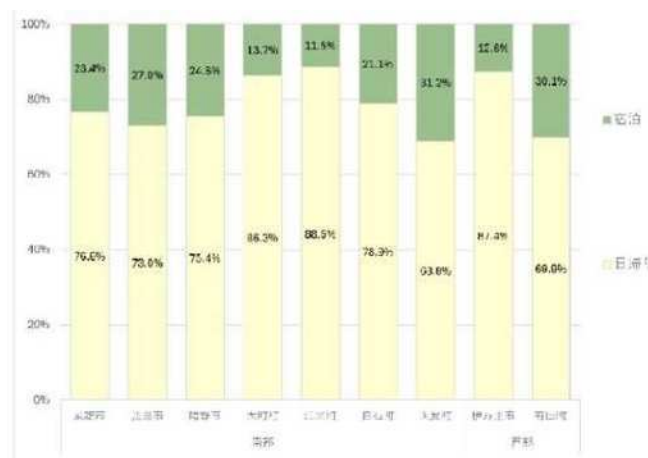
来訪者動向

(単位：人)

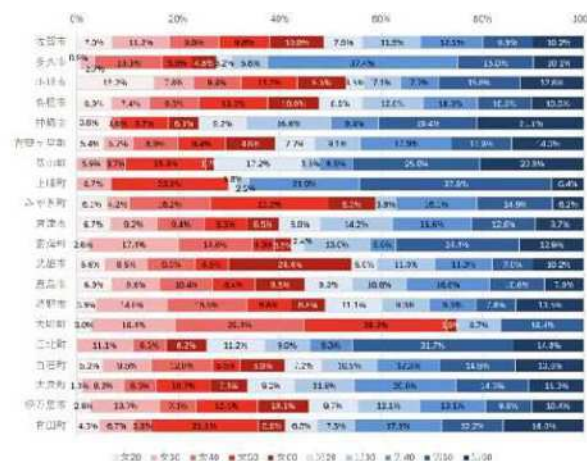
地区	市町	来訪者数	前年同月比
中部	佐賀市	1,906,206	+ 3.6%
	多久市	53,536	+ 10.6%
	小城市	54,480	▲ 2.4%
東部	鳥栖市	720,612	▲ 8.0%
	神埼市	29,761	+ 5.8%
	吉野ヶ里町	149,820	▲ 0.3%
	基山町	30,316	+ 36.4%
	上峰町	17,468	+ 23.0%
	みやき町	32,625	▲ 4.0%
	唐津市	394,095	+ 4.9%
北西部	玄海町	34,769	+ 23.4%
	武雄市	248,243	+ 7.3%
南部	鹿島市	82,734	▲ 13.9%
	嬉野市	105,241	+ 18.8%
	大町町	12,156	+ 18.9%
	江北町	13,975	▲ 36.2%
	白石町	82,712	+ 3.4%
	太良町	47,470	+ 10.7%
西部	伊万里市	333,452	▲ 1.0%
	有田町	62,153	▲ 4.5%
総計		4,411,824	+ 1.3%

R6年8月の月間来訪者数

佐賀県観光統計調査 令和6年8月の観光客の動向（月次レポート）による
https://www.pref.saga.lg.jp/kiji003109686/3_109686_331629_up_nsn3owb5.pdf



日帰り・宿泊別来訪者比率



- ・ コロナ禍からの回復傾向
- ・ 宿泊する来訪者が他市町に比べると多い
- ・ 県外からの利用者は福岡県が多数
- ・ 長崎県との県境に近い因此行き来はしやすい

他の観光資源や宿泊施設との連動により相互効果あり？

海産物は冬場がシーズン
夏場に楽しめるコンテンツがあると通年で集客できる

1-3. 対象施設の現況整理

その他の現状と課題

- 軽飲食店など、打ち合わせに使える場所、子連れで連れて行ける場所が少ない
※飲食店はあるものの海鮮料理などが多い
- 海鮮以外の特産品が味わえるような場所が少ない
※以前は道の駅にレストランが併設されていたが現在は無い
※以前は道の駅でみかんの食べ比べができたが、現在は実施していない
※以前は白浜海水浴場でBBQができたが、管理上の問題から現在は禁止されている
- 町のアピールポイントである月の引力（干満差）を体験できるコンテンツが少ない

1-4. 課題とポテンシャル

各施設の現況をもとに、課題およびそれを解決することで期待されるポテンシャルを整理する。

①海水浴場として	
課題	<ul style="list-style-type: none"> 特徴的な環境を活かした誘客ができていない <ul style="list-style-type: none"> ←トイレ・シャワー等が老朽化しており、魅力向上につながる更新・維持管理がされていない ←広報PR、サイン等の不足
ポテンシャル	<ul style="list-style-type: none"> 穏やかで小規模な環境、有明海の干満を体験できる 芝生と一体的に使える公園のような環境
②海水浴場以外の用途	
課題	<ul style="list-style-type: none"> 海水浴以外の有効な利用方法が見出されていない <ul style="list-style-type: none"> ←海水浴の遊泳可能期間・時間が限られ、現状それ以外の利用方法がない 活用を受け入れるスキームがない <ul style="list-style-type: none"> ←民間事業者による活用等を受け入れる体制が整っていない ←海を開放する場合の安全対策や、BBQ利用を受け入れる場合の維持管理にコストがかかる 家族連れで滞在できる場所が沿岸エリアに少ない
ポテンシャル	<ul style="list-style-type: none"> SUPの練習・大会開催地として人気、アウトドアアクティビティの可能性 子どもが遊べる場所や、BBQ等の飲食の需要がある
③周囲との連携	
課題	<ul style="list-style-type: none"> 周辺施設や観光資源等と連携できていない <ul style="list-style-type: none"> ←広報PR、サイン等の不足 ←周囲の客層を踏まえた訴求ができていない
ポテンシャル	<ul style="list-style-type: none"> 地元で活動するプレイヤーの存在・広域連携の可能性 <ul style="list-style-type: none"> ←地産品を扱うマルシェや、海・山の魅力を発信する団体などが活動している ←鹿島・太良町一体を回遊するスローツーリズムの動き

2-1. 対象施設の目指すべき姿

磨き上げの方針として下記のコンセプトを設定する。

海水浴を楽しめる公園

海水浴場としての特性を踏まえた利用促進に加えて、海開き期間外でも通年で日常的に公園のように過ごすことができる場所とし、利用のイメージを広げていくことを目指す。家族連れ・地域住民などターゲットを明確化し、サービスや設備を適切に更新することで、利用を促進する。

また、飲食やマリンスポーツの需要に注目し、民間事業者と連携したイベント企画・サービス提供・広報PRにより、多様な過ごし方を提供し、地元の利用者にとって楽しめる地域資源化することを目指す。将来的には用途に合わせた設備の整備などを通して、「SUPの聖地」などとして認知されることを目指す。

2-1. 対象施設の目指すべき姿

活用のイメージ

公園のように過ごせる場所

芝生空間やビーチハウス・東家・ベンチを利用し、遊具などを整備して日常的に利用できるようにする



提供：公共R不動産

海・干潟を活用したアクティビティ

町外からの招致に加えて、地元にとっても楽しめる地域資源化（学校と連携した教室など）を目指す



BBQ、飲食の提供など

町の特産であるフルーツ、スイーツなどを活用することを検討する



2-1. 対象施設の目指すべき姿

下記の3点を重視しブランディングを推進する。

①地域の人との協働

行政主導ではなく、民間（市民・事業者）とも協働した活用・運営の体制を検討すべく、地元事業者や関心の高いプレーヤー等と早期から連携し、活用の方針の検討やコンテンツづくりを共に実施していく体制を作る。

②多様なステークホルダーとの関係性構築

既存の施設の敷地や利用内容にとどまらない、横断的な整備・活用を進めるため、国、県、町や関連機関・団体と調整を行う。

③実験的な活用を重ねながらニーズを見出す

将来イメージを体現するための活用実験を段階的に重ねることで、潜在的なニーズを発掘し、利用ニーズの認知を広げていく。また、活用したい地元事業者や企業等の参画の可能性を探り、将来的な計画・整備に要件として反映することも想定。

2-2. 対象施設のターゲット

利用方法を拡大した施設の魅力訴求にあたり下記のようなターゲットを想定する。

ターゲットのエリア

- ・ 佐賀県内に加え、長崎県等の近県からの利用者
- ・ 鹿島市・諫早市等の周辺エリアを訪れている利用者
- ・ 海辺でのアクティビティの体験に対して何らかの形で関心のある利用者

ターゲットの属性

海水浴場としての利用者層は引き続き想定しつつ、他の方法で活用する事業者や利用者にも訴求することを目指す。

利用目的	町内住民	近隣市町村からの来訪者	遠方からの来訪者	地元事業者	その他事業者	強化のイメージ
海水浴	◎	◎	○			海水浴場としての特性の活用・発信
マリンアクティビティ		○	◎		○	SUP等のアクティビティの拡大
散歩	○					海水浴期間外の利用促進
飲食						キッチンカー等の受け入れ
マルシェ等						イベント開催の受け入れ

- [凡例] ◎：現在のメインターゲット
 ○：現在のサブターゲット
 ■：今後拡大の可能性があるターゲット

2-3. 対象施設の指標（KPI）

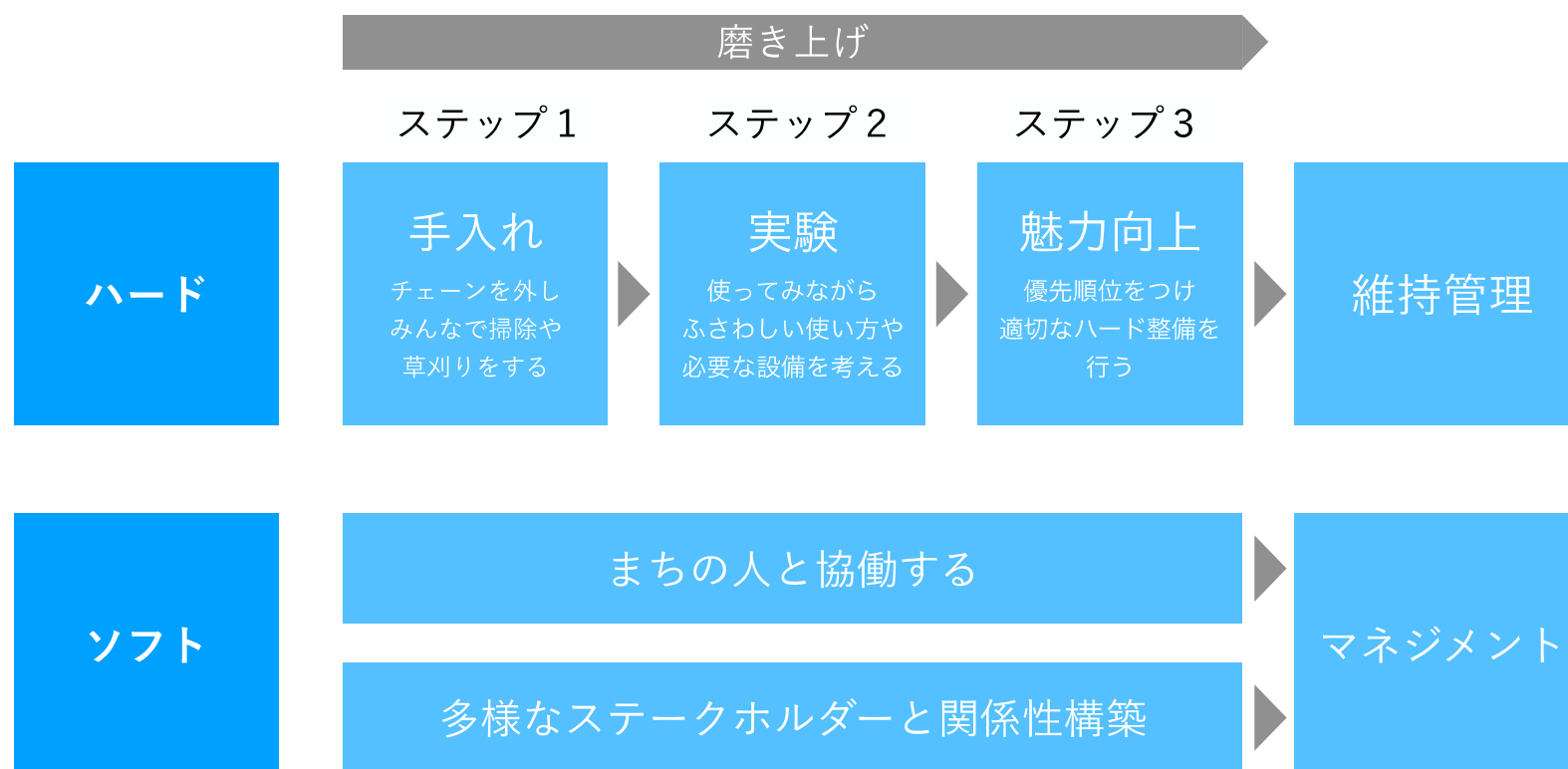
管理運営の目標を明確にし、その達成度を測定するため、下記のような指標を設定する

内容	項目の例	調査方法の例
①地域の人との協働	●参加者・利用者の居住地の分布	●参加者・利用者アンケート ●イベント主催者等からの報告
	・ イベント実施回数	・ 利用申請分析
	・ 施設イメージや愛着の変化	・ 地域住民アンケート
②多様なステークホルダーとの関係性構築	（町や関連機関等と活用に向けた関係性構築ができたか）	—
③実験的な活用を重ねながらニーズを見出す	●アクティビティ別利用者数	●利用者アンケート ●イベント主催者等からの報告
	・ イベント実施回数	・ 目視調査（定期的に実施） ・ 利用申請分析
	・ 売り上げ （有料事業を実施した場合）	・ 事業者への聞き取り

- ：優先度の高い実施項目
・：その他実施することが望ましい項目

3-1. 実施プロセス

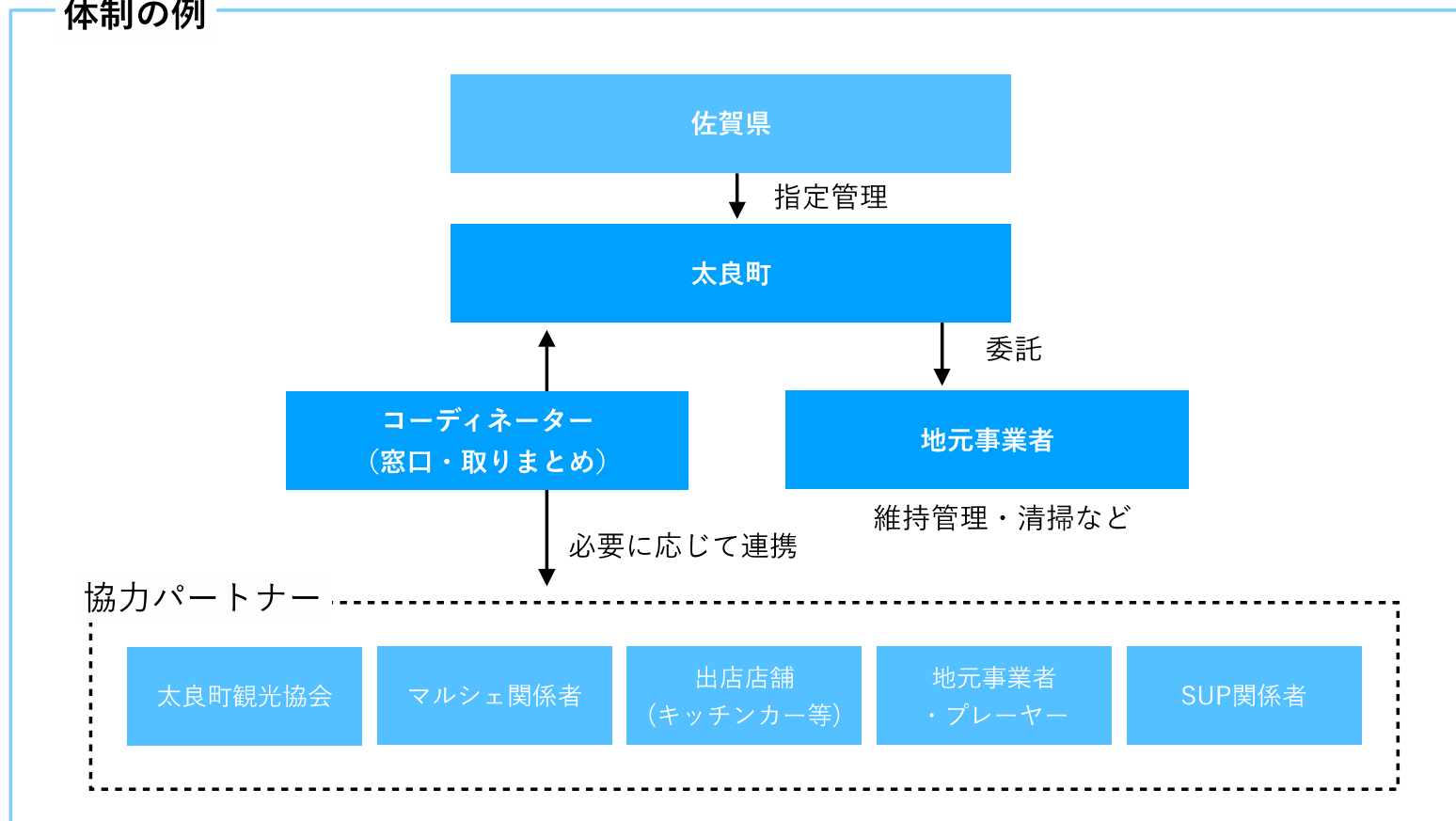
- 小さなステップから始めて、検証をしながら段階的に整備を行う
- 将来的に安定的な維持管理・マネジメントの体制に結びつける



3-2. 実施体制

太良町が主体となり維持管理を行いつつ、魅力向上に向けた民間プレイヤーとの連携がスムーズに行える体制・事業スキームの構築を目指す

体制の例



3-3. 実施内容

施策の例

●植栽の手入れ

植栽等を適切に管理し、ビュースポット等を作ることで、森や湖の環境を感じられるようにする。



現在は植物が茂っていることにより景観が活かしていない箇所が散見される

●活用の実験・発信

町民や事業者と一緒に活用を試行してイメージを共有し、WEBサイト等でわかりやすく発信する。



参考：静岡市 トライアルパーク蒲原における活用の実験の様子
(提供：公共R不動産)

●設備の更新

活用方法に応じて必要な設備を見極め、適切な維持管理もしくは修繕をする



現在は海水浴利用を想定したトイレ・シャワー等があるが、老朽化している部分や他の利用方法に対応しづらい部分もある