

あそうベイパーク整備計画



令和5年3月

対馬市
観光交流商工部
観光商工課

はじめに

～アウトドアを核にした地方創生 わざわざ訪れる聖地へ～

令和元年12月に世界で初めて確認された新型コロナウイルス（COVID-19）は、その後、日本を含む未曾有のパンデミックとなり、人々の生活様式に大きな影響を及ぼしています。とりわけ外出の自粛等により観光産業は大きな痛手を受けており、本市においても平成30年には過去最高の年間41万人を数えた韓国人観光客をはじめ観光入込客数は激減する状況となりました。

この間、新型コロナウイルスの感染拡大を契機に、国内においては密を避けた自然空間におけるアウトドア・アドベンチャーツーリズムのニーズが高まっております。本市では、アウトドアを核に固有の自然環境、歴史や食などの強みを活かして、目的を持って訪れたい聖地を目指し、あそうベイパーク整備計画を策定いたしました。

本計画の策定にあたっては、あそうベイパーク整備計画策定委員会を設置し、観光誘客を軸におきつつ維持管理の観点や対州馬並びに固有の動植物の利活用、有害鳥獣対策など多様な側面から計画の内容等について、検討を行いました。

あそうベイパークは、①「県外からの利用客が少ないこと」②「有料利用・観光消費額が少ないこと」③「観光客が求める自然コンテンツになっていないこと」④「対馬の強みが活かされていないこと」⑤「施設の老朽化、利用率の低下を招いていること」の5つの課題が挙げられます。本計画では、令和3年度に策定した対馬市観光振興推進計画における①「対馬市の観光の再定義・裾野拡大」②「対馬の強みを最大限に活かす観光ポジショニングの設定」③「対馬の売り=尖った観光コンテンツの創出」④「コアなファンづくりによる持続可能な観光ヘシフト」⑤「事業者のニーズに沿った段階的な支援」の5つの方針を踏まえ、対馬の売りとなる自然コンテンツを創出することでコアなアウトドアファンを呼び込み、オンリーワンの聖地化を図るため、ハード・ソフトの両面から整備を推進していくこととしています。

国境という地勢的な価値を活かしあそうベイパークの魅力を最大限に高めて、観光誘客の核として、また将来にわたり市民に愛される憩いの場となるよう多方面との連携を図りながら本計画を推進してまいります。

令和5年3月
対馬市長 比田勝 尚喜

目次

§ 1 . 対馬市の観光の現状と課題	01
1-1. 対馬市の観光動向	02
1-2. 対馬市の観光特性	07
1-3. 計画における位置付け	10
1-4. 対馬市の観光の課題	12
§ 2 . アウトドア市場の動向	13
2-1. 国内におけるアウトドア・自然体験ニーズの高まり	14
2-2. 対馬市におけるアウトドア・自然体験ニーズの高まり	16
§ 3 . あそうベイパークの現状と課題	17
3-1. あそうベイパークの特性	18
3-2. あそうベイパークの利用状況	24
3-3. あそうベイパークの課題	28
§ 4 . あそうベイパークの将来ビジョン	29
4-1. 計画の目的	30
4-2. あそうベイパーク活性化のコンセプト	31
4-3. あそうベイパーク活性化方針	32
4-4. あそうベイパークの目指す姿	36
4-5. あそうベイパークの整備アプローチ	39
§ 5 . 具体的な施設整備	41
5-1. 施設整備の方針	42
5-2. 老朽化施設の現代化に向けた方向性	43
5-3. 具体的な施設整備の内容	45
5-4. 施設整備の年次スケジュール	53
§ 6 . 具体的な利活用	54
6-1. あそうベイパーク利活用の全体像	55
6-2. 利活用に向けた年次スケジュール	56
6-3. 具体的な利活用の取組施策	57
6-4. 自立化に向けた事業推進	64
参考. 用語集	66

§ 1. 対馬市の観光の現状と課題

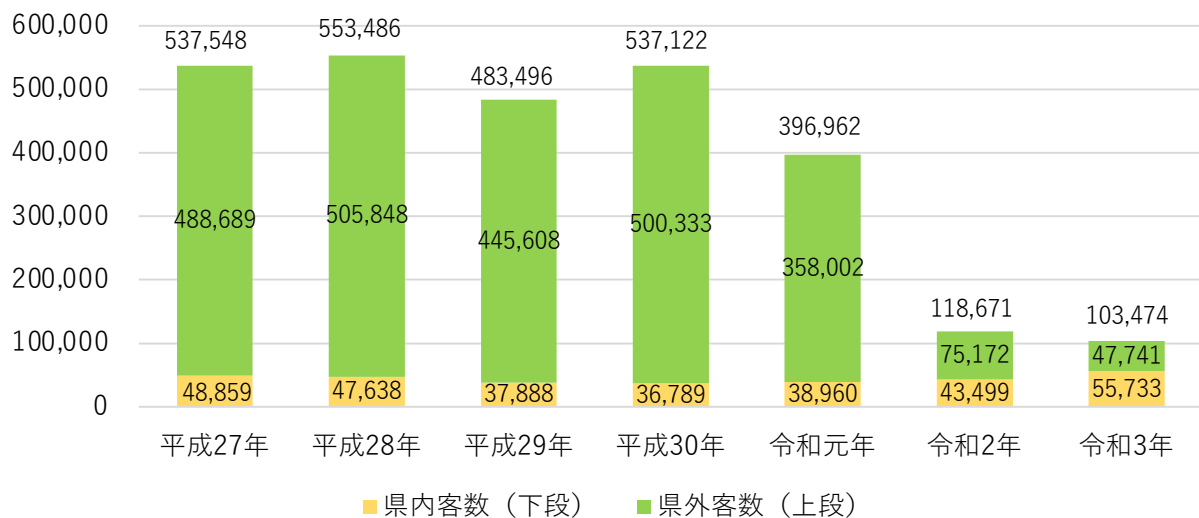
1-1. 対馬市の観光動向

観光入込客数 ～韓国人観光客激減、新型コロナウイルスの影響大～

対馬市は、令和元年7月の韓国人観光客激減、さらに令和2年3月以降の新型コロナウイルス感染拡大の影響により観光入込客数は減少しており、約3か年に及び、観光産業に大きく痛手を受けている状況です。特に、韓国の航路がまだ再開されていない影響で、令和3年の韓国人入込客数は回復していません。

しかしながら、この状況を機に、国政に左右されにくい観光のあり方、様々な感染症の蔓延時にも対応できる施設・サービスのあり方を模索し、実行に移す変革の時だと捉える必要があります。

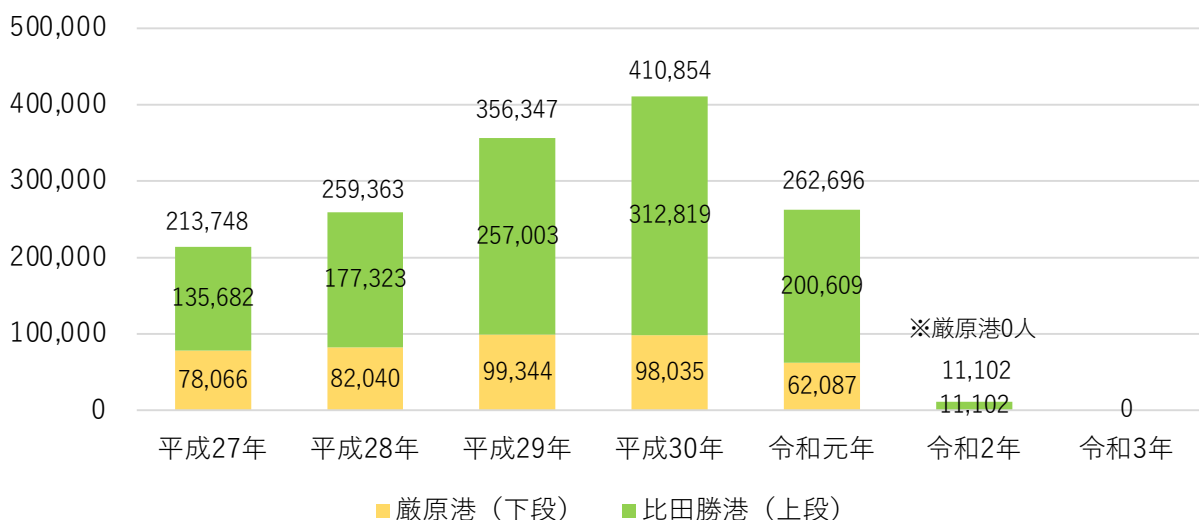
■対馬市観光入込客数の推移（単位：人）



※県外客数は、韓国人入込客数を含む。

（資料）長崎県観光統計

■対馬市韓国人入込客数の推移（単位：人）



（資料）長崎県観光統計

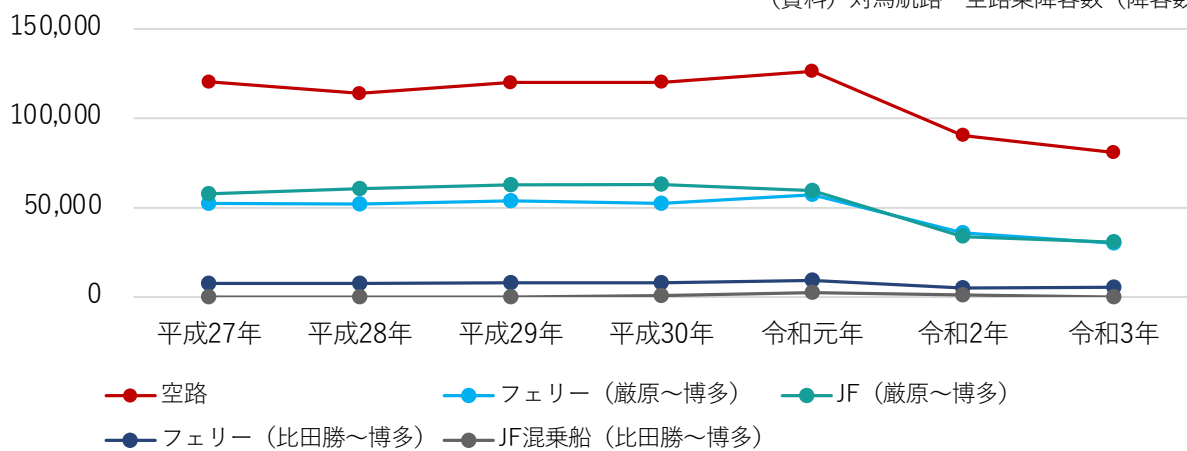
1-1. 対馬市の観光動向

国内航路・空路利用者数 ～福岡発の空路利用が多い～

国内航路・空路の対馬への降客数の推移を見ると、空路の利用者が最も多く、次いで厳原～博多のジェットフォイル、フェリーが続きますが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により近年は全体的に減少傾向にあります。また、出発空港別の空路降客数では、福岡空港発の降客数が長崎空港発の降客数の2～3倍と福岡を経由した来訪が多い一方、近年は新型コロナウイルス感染拡大の影響により減少しています。

国内航路・空路利用者数の推移（単位：人）

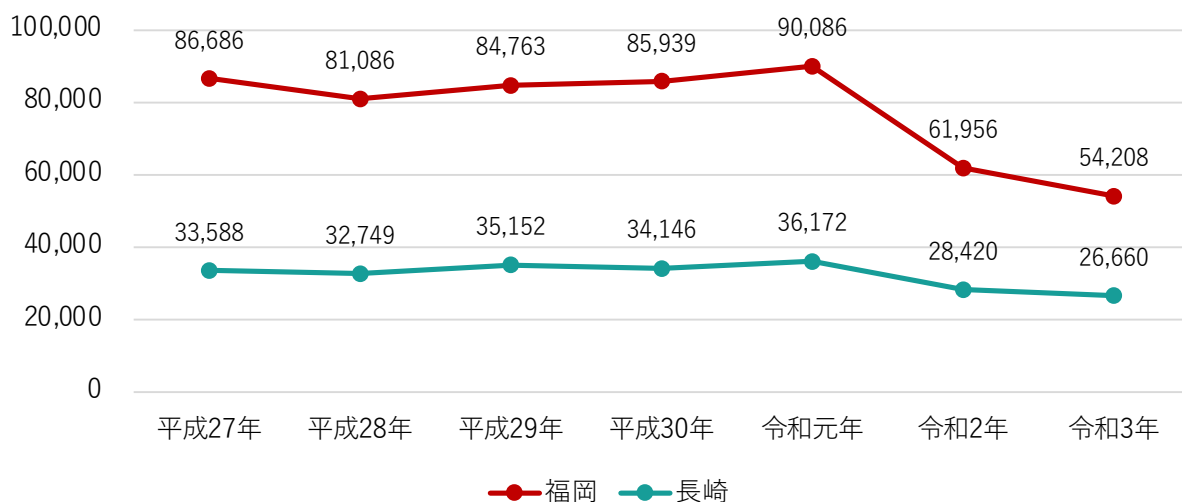
（資料）対馬航路・空路乗降客数（降客数）



	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年
空路	120,274	113,835	119,915	120,085	126,258	90,376	80,868
フェリー（厳原～博多）	52,451	51,942	53,791	52,393	57,205	35,775	30,107
JF（厳原～博多）	57,831	60,747	62,783	62,938	59,423	33,931	30,718
フェリー（比田勝～博多）	7,664	7,694	7,901	7,958	9,289	5,055	5,440
JF混乗船（比田勝～博多）	0	0	0	712	2,468	1,124	0

出発空港別対馬空路利用者数の推移（単位：人）

（資料）対馬航路・空路乗降客数（降客数）



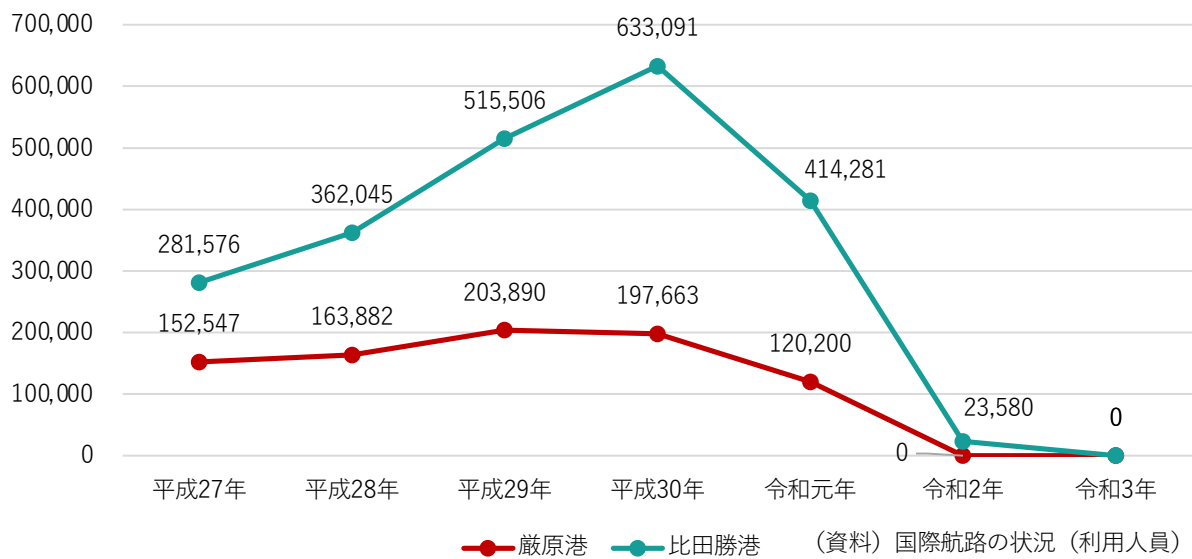
※上記2つとも、対馬に到着する降客数のみを計上

1-1. 対馬市の観光動向

国際航路利用者数 ～平成30年をピークに大幅な減少傾向～

対馬への国際航路利用者数の推移を見ると、P2下段のグラフ、対馬市韓国人入込客数の推移と連動しており、平成30年をピークに大幅な減少傾向にあり、航路休止の影響で令和3年の利用人員はいない状況にあります。

■国際航路利用者数の推移（単位：人）



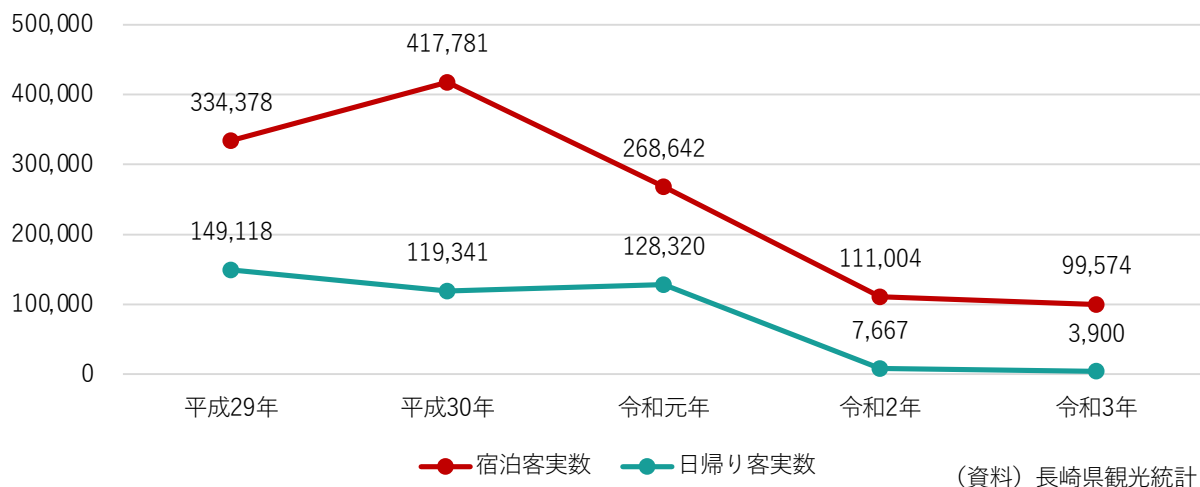
※平成30年、令和元年の厳原港はBLUE-TSUSHIMA、比田勝港はオーロラ号の利用人員を含む

1-1. 対馬市の観光動向

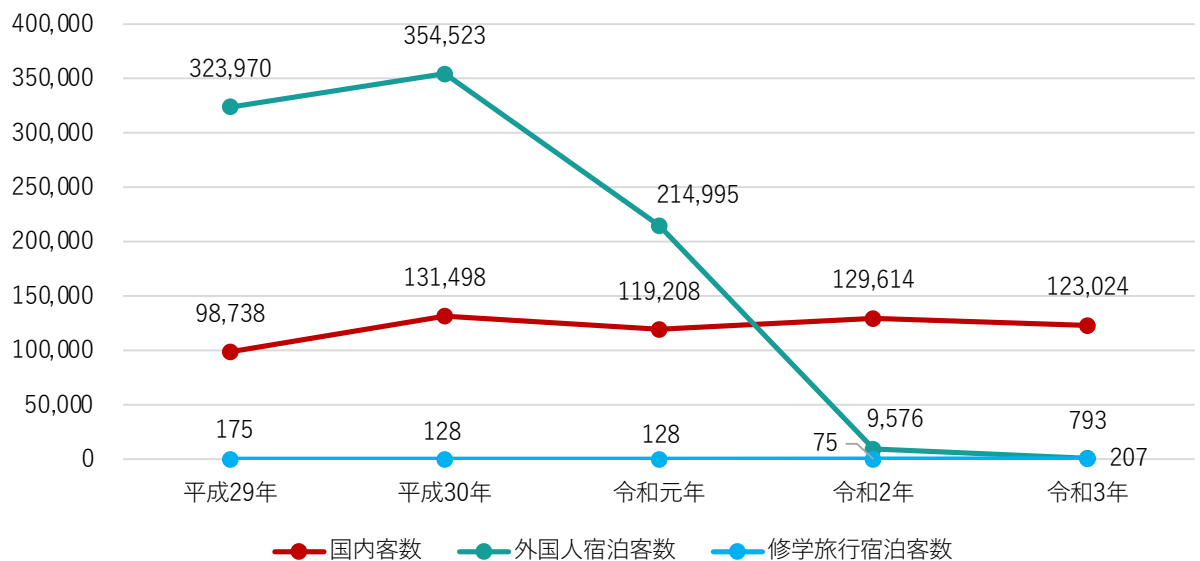
宿泊・日帰り観光客数 ~全体的に減少する中、国内宿泊は安定推移~

対馬市の宿泊客・日帰り客の推移を見ると、宿泊客実数は平成30年をピークに大幅な減少傾向にあり、韓国人入込客数の大幅な減少が影響しています。また、日帰り客実数も、令和2年以降に大幅な減少が見られ、新型コロナウイルス感染拡大の影響が出ています。宿泊客属性別の延べ宿泊客数を見ると、外国人観光客が大幅な減少が見られる一方、国内客は平成30年以降約12~13万人と比較的安定して推移しています。修学旅行による宿泊数は全体的に少ない中、令和3年は増加傾向にあります。

■宿泊客・日帰り客の推移（単位：人）



■宿泊客属性の推移（延べ宿泊客数）（単位：人）



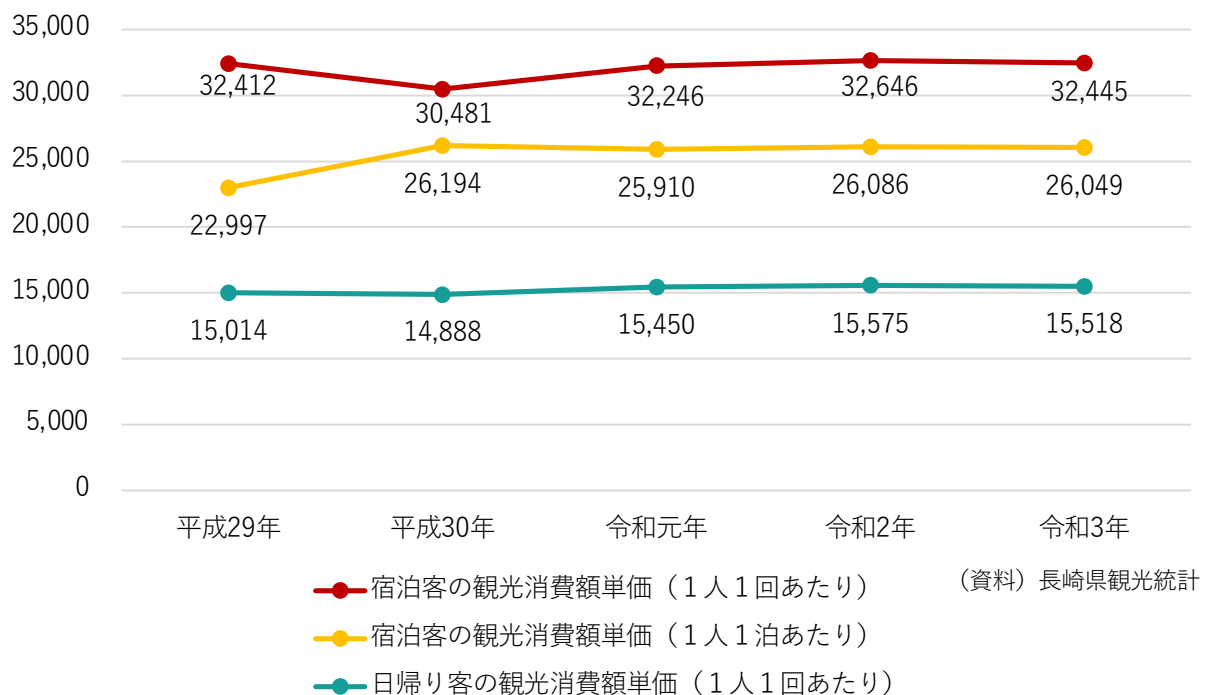
※国内客数は延べ宿泊客数から外国人宿泊客数・修学旅行宿泊客数を引いて算出

1-1. 対馬市の観光動向

観光消費額 ～1人1回あたりの宿泊客単価は日帰り客の約2倍～

1人1回あたりの観光消費額単価を見ると、全体的に安定的な推移が見られ、宿泊客の単価は日帰り客の単価の約2倍で推移しています。また、宿泊客の単価について、1人1回あたりの単価は1人1泊あたりの単価と比べると約1.25倍となっており、連泊による滞在の長期化は観光消費額の増加につながるということがわかります。

■ 1人あたりの観光消費額単価の推移（単位：円）



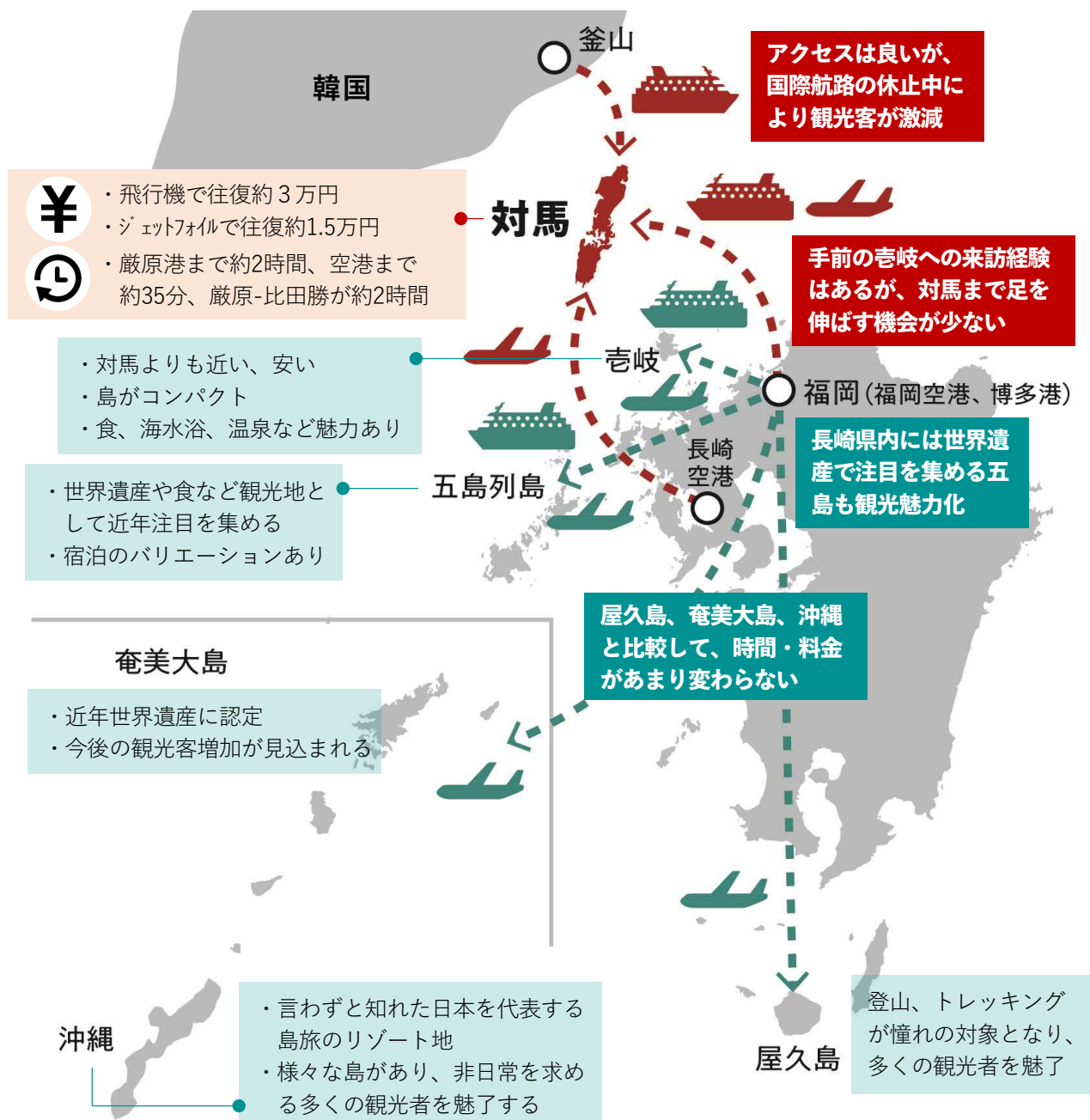
観光消費額の算出方法

- ・ 宿泊客の観光消費額単価（1人1回あたり） = 宿泊客の観光消費額総額 ÷ 宿泊客実数
- ・ 宿泊客の観光消費額単価（1人1泊あたり） = 宿泊客の観光消費額総額 ÷ 延べ宿泊客数
- ・ 日帰り客の観光消費額単価（1人1回あたり） = 日帰り客の観光消費額総額 ÷ 日帰り客実数

1-2. 対馬市の観光特性

対馬の立地特性 ~本土からのアクセスが悪く、来訪目的が弱い~

対馬市は、九州の最北端に位置し、福岡までは海路138km、釜山まではわずか50kmに位置しています。韓国からのアクセスは非常に恵まれているものの国際航路が休止中のため韓国からの観光客が激減しています。一方で本土からのアクセスについて、福岡を拠点に考えると、近くには壱岐や五島の島旅観光地があり、観光名所として有名な沖縄や屋久島、奄美大島と比較しても時間・料金に大きな差がないことから、“わざわざ観光に訪れる目的の島”になっていない現状です。



※外部事業者・専門家ヒアリング、観光モニターインタビュー調査の拠点となった、福岡を起点に他の島と比較 (対馬市観光振興推進計画より抜粋)

1-2. 対馬市の観光特性

観光資源の分布 ～巖原、浅茅湾周辺に交通拠点・観光資源が集積～

対馬市は南北に82km、東西に18kmと細長く、海岸線は915km、標高500m前後の山々からなる島です。

対馬市の中心部となる巖原市街地から北部対馬の中心地・比田勝までは約2時間とアクセスが悪いことが課題に挙げられます。

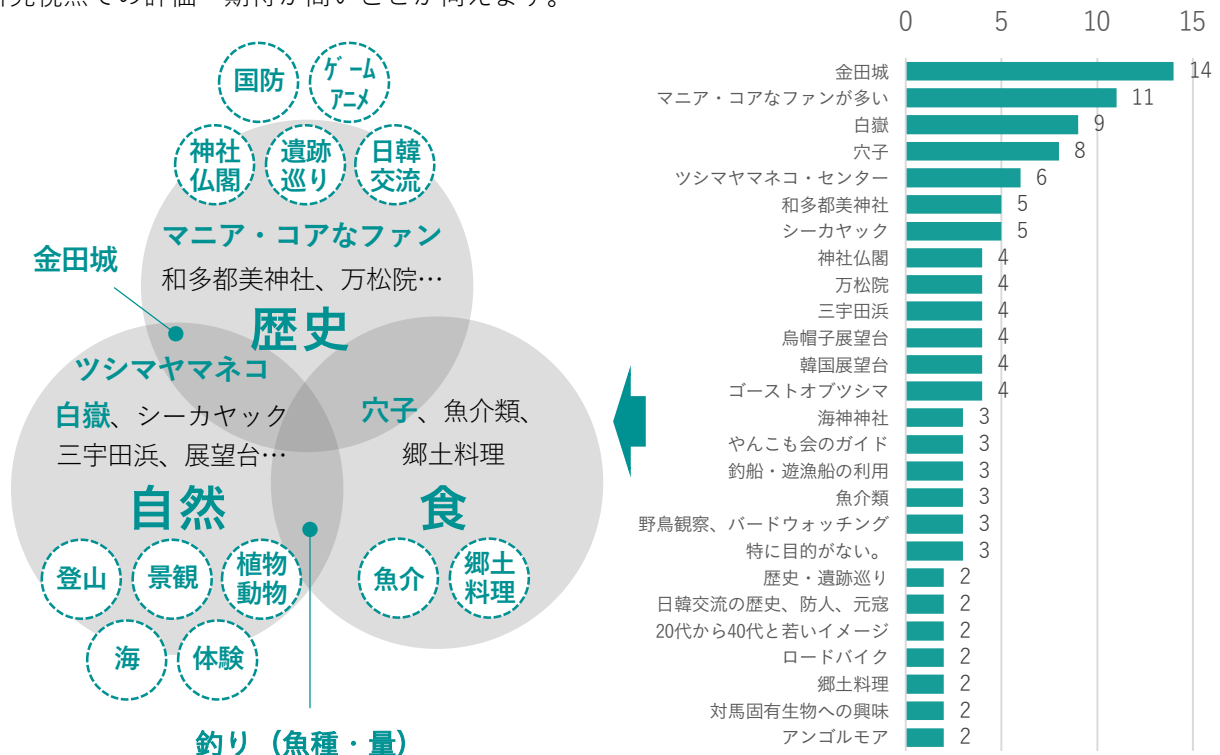
対馬市内の主な観光資源の分布を見ると、巖原市街地と浅茅湾周辺に観光の玄関口となる空港や港、主要な観光施設が集積しています。



1-2. 対馬市の観光特性

“対馬でしか味わえない”歴史・自然・食に期待

対馬の観光資源の特性として、大きく歴史・自然・食の3つに分類されます。その中で、観光客が対馬に期待するものを見ると、金田城やマニア・コアなファンが訪ねる歴史旅、白嶽、穴子、ツシヤママネコなど、“対馬でしか味わうことができない”ものを期待して来訪しています。外部の専門的・観光客視点を見ると、歴史の奥深さや建築、山をはじめとする大自然や絶景、豊富な魚種の釣り、穴子、研究視点での評価・期待が高いことが伺えます。



(観光客が対馬に期待するもの・上位回答) ※島内観光事業者ヒアリング調査結果より分析



外部視点による対馬の観光に対するプラス評価

(外部事業者・専門家)

- ・手付かずの自然、野性味あふれた島
- ・山、絶景
- ・美味しい魚・食、釣り
- ・ロケーションが素晴らしい、国境の島
- ・アカデミックにつながる話題が多く、研究目的での来訪が多い(環境、歴史、文化)。
- ・人があまりいない点が良い。

(観光モニター)

- ・山、岩の険しさ、白嶽(神社と猫少々)
- ・そこにしかない良さを求める、食が大事
- ・歴史や自然は家族旅、情操教育に良い。
- ・緩やかな登山だとリタイア層に良い。
- ・魚影が濃い、際限無く釣れるほど釣りイメージ
- ・穴子の刺身
- ・石と木の建築の融合、石屋根など
- ・歴史マニアでなくても興味深い魅力があったことに気づき見識を深めたい。
- ・書物で紹介される歴史

※島内観光事業者・外部事業者・専門家へのヒアリング調査をもとに整理(対馬市観光振興推進計画より抜粋)

1-3. 計画における位置付け

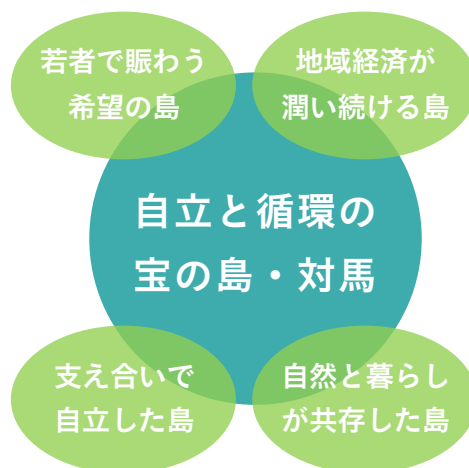
第2次対馬市総合計画

第2次対馬市総合計画に掲げられている対馬のあるべき姿2025では、「自立と循環の宝の島・対馬」をコンセプトに、ひと・なりわい・つながり・ふるさとのテーマに沿った将来像が描かれています。

後期計画において優先して取り組む分野横断的連携施策として、①みんなが主役になる「対馬人財の確保」②地域経済が潤うための「地産地消の推進」③支え合いで自立する「島内の移動手段の確保」④自然と暮らしが共存する「有害鳥獣対策」が挙げられています。

あそうベイパークの再整備は、島内のヒト・モノ・カネが循環する「地産地消の推進」、多様で豊かな自然環境の保全を目的とした「有害鳥獣対策」が関連するテーマとして位置づけられると考えられます。

(対馬のあるべき姿2025)



対馬市まち・ひと・しごと創生総合戦略

第2期対馬市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、長期人口ビジョンを背景として「恵まれた自然資源、森里海の恵みなど持続可能な利用を促進し対馬市民総活躍社会を目指す」ことを理念に掲げ、4つの重点戦略を打ち出しています。

そのうち、重点戦略②の「島の魅力・独自性を活かした交流・移住・定住を拡大する」については観光客の誘客及び移住者受け入れのための観光・プロモーション施策が多く位置付けられており、都市部向けのプロモーションや対馬の文化や自然、なりわい、食など対馬の魅力を広く発信し、受け入れるための体制づくりは、あそうベイパークの再整備に関連するものと考えられます。

**恵まれた自然資源・森里海の恵みなど持続可能な利用を促進し、
対馬市民総活躍社会を目指す！**

重点戦略① 対馬ならではの雇用・なりわいを創出する。

重点戦略② 島の魅力・独自性を活かした交流・移住・定住を拡大する。

重点戦略③ 安心して結婚・出産・子育てができる環境を創出する。

重点戦略④ 高齢者等が健康で生きがいを感じられる環境を作り、安らぎのある地域を形成する。

1-3. 計画における位置付け

対馬市観光振興推進計画

令和3年度に策定した対馬市観光振興推進計画では、これまでの韓国人による大型インバウンド誘客から脱却を図り、対馬固有の強みを生かした「日本の始まりに会う、源の島」をコンセプトに、以下に示す5つの観光方針を打ち出しました。あそうベイパークの再整備は、対馬の強みを最大限に活かした観光の位置付け（方針②）、対馬の売りとなる観光コンテンツ（方針③）、コアなファンづくりによる持続可能な観光（方針④）の実現に寄与するものと考えられます。

（対馬観光コンセプトと対馬市観光振興の方針）

日本の始まりに会う、源（みなもと）の島。

- 方針① 対馬の観光の再定義・裾野拡大
- 方針② 対馬の強みを最大限に生かす観光ポジショニングの設定
- 方針③ 対馬の売り＝尖った観光コンテンツ創出
- 方針④ コアなファンづくりによる持続可能な観光へのシフト
- 方針⑤ 事業者のニーズに沿った段階的な支援

SDGs（持続可能な開発目標）関連

対馬市では国境離島の実情を踏まえたSDGsのモデル地域として様々な取り組みを進めています。その指針となるSDGs未来都市計画では自然環境を保全するためのアプローチ、エコツーリズムの推進に向けた課題解決が記載されており、有害鳥獣対策や自然を守り・活用する方法、1次産業との連携など、あそうベイパークの再整備によって貢献できるものと考えられます。

（対馬市SDGs未来都市計画に掲載される、自然環境を保全する主な観光振興のアプローチ）

グリーン・ブルーツーリズム推進による所得獲得

海ごみに関する島外向けスタディツアー

鹿・猪 加工品・特産品化の促進

農林漁家民宿の登録の推進、所得安定化

（エコツーリズムの推進に向けた対馬の課題）

自然・歴史・文化を守るための仕組み

自然・歴史・文化を活用する方法

情報発信

人材育成・教育

1次産業との連携

観光インフラの整備・計画の見直し

移住定住の促進・担い手の確保

観光のビジョン・計画づくり



SDGs未来都市計画、エコツーリズムと連携した環境・文化保全へ

1-4. 対馬市の観光の課題

対馬市観光振興推進計画に記載されている、対馬市の観光振興の特徴的な課題として以下の5つが挙げられます。

課題① 観光ニーズが変わっても観光の内容・質が変わっていない

近年、韓国人観光客の訪日控え・コロナ禍による観光客激減、コロナ禍における旅への意識の変化など、対馬の観光を取り巻く状況が大きく変化しています。社会状況の変化に伴い、旅行者の属性や旅のスタイルにも変化が生まれましたが、韓国人観光客が多かったオーバーツーリズムの時代の観光サービスや質はそのままになっており、国内客・個人客に対応したサービスや質が確保されていない、求められるレベルに達していない、という課題があります。

課題② 対馬の“強み”が“期待（＝観光目的）”になっていない

島内観光事業者が感じる対馬の強みと観光客が対馬観光に期待しているものを比較すると、「歴史」「食」「自然」「釣り」「山・登山」はそれぞれベスト5に位置付けられて同様の傾向が見られる一方で、「大陸系の歴史文化」や「韓国との近接性」「あかむつ」「SDGs」「地域性」などの上位にランクインされる強みが期待になっていません。

課題③ 他の島と比較した対馬観光・ブランドイメージの欠如

外部事業者・専門家及び観光モニターへの調査をもとに、実際の観光体験者による対馬と他の島との体験充足度・観光イメージ、PR・ブランディングについて分析したところ、他の島と比較して対馬は観光需要のボリュームゾーンが弱く、観光イメージが分散している課題が見えてきます。

課題④ 誰を観光のターゲットにするか、明確でない

現在、観光・ビジネスなどの目的、年代、居住地など様々な方が対馬市を訪れています。また、「行ったことがないから」という理由で訪れる方も一定数あり、観光事業を実施するうえで誰をターゲットとすべきか、定めにくい状況となっています。一方、強い目的意識を持って対馬を訪れる方の中には、歴史ファンや釣り客、登山客、教育旅行、研究者等、数は少ないながらもコアなファンがおり、今後のターゲットとなる可能性を秘めています。

課題⑤ “対馬にわざわざ観光に行く”目的・売りが欠如

対馬の大きな課題に島外・島内のアクセスの悪さが挙げられますが、それに加えて対馬にわざわざ訪れる観光の目的や売りが欠如していることが特徴的な課題です。福岡を拠点に考えると、近くには壱岐や五島の島旅観光地があり、日本を代表する観光地の沖縄や屋久島、奄美大島と比較しても時間・料金があまり変わりません。アクセスのハードルを越えて、いかに魅力的なコンテンツを作り、“わざわざ観光に行く目的地”になれるかが鍵となります。

※詳細な課題分析については、対馬市観光振興推進計画を参照。

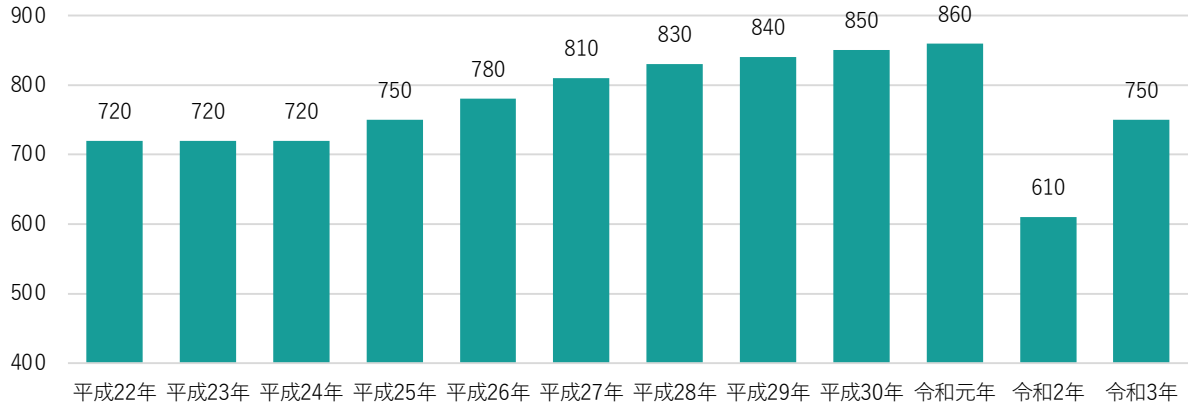
§ 2. アウトドア市場の動向

2-1. 国内におけるアウトドア・自然体験ニーズの高まり

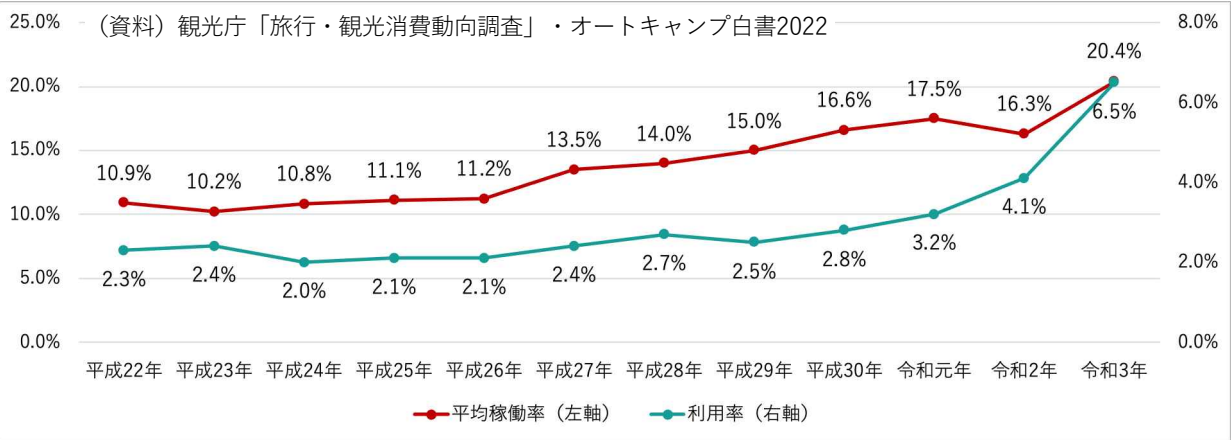
近年、新型コロナウイルスの感染拡大を契機に、密を避けた自然空間におけるアウトドア・自然体験のニーズが高まっています。オートキャンプ利用人口は大幅な減少が見られるものの、国内宿泊観光・レクリエーション旅行におけるキャンプ場利用率・平均稼働率は過去10年で最大であり、規制が緩和した後は「自然が多い地域」への旅行ニーズが高いことから、豊かな自然が強みである対馬はチャンスがあると期待できます。

■オートキャンプ利用人口の推移 (単位：万人)

(資料) オートキャンプ白書2022

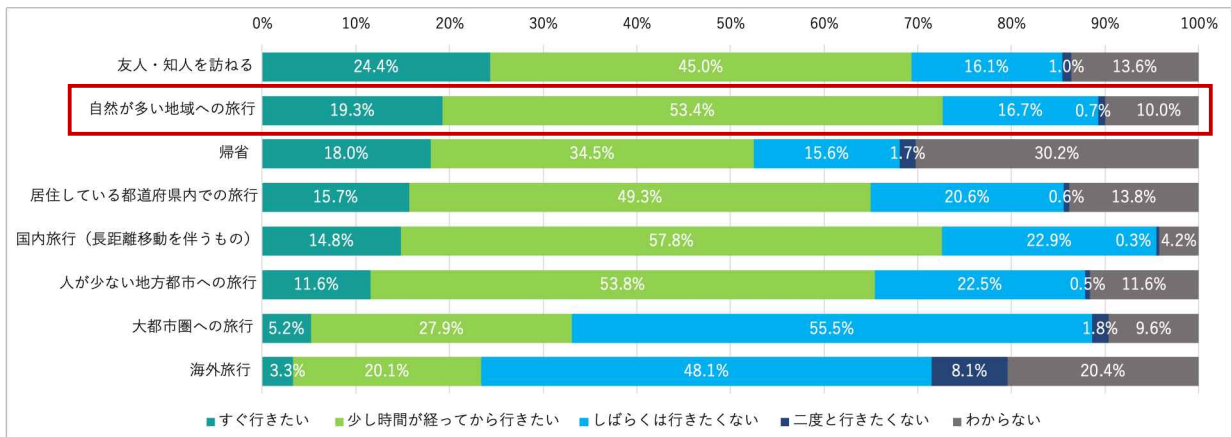


■国内宿泊観光・レクリエーション旅行におけるキャンプ場利用率とキャンプ場平均稼働率の推移



■渡航や外出自粛が緩和された場合、どんな旅行にいつ行きたいか

(資料) 令和3年版観光白書



2-1. 国内におけるアウトドア・自然体験ニーズの高まり

アウトドアを核にした地方創生 ～わざわざ訪れる聖地～

近年、新型コロナウイルスの感染拡大を契機に、自然環境を生かしたアウトドア、アドベンチャーツーリズムのニーズが高まり、全国各地でアウトドアを核にした地方創生が進められています。中でも、北海道や鹿児島島の離島等はその先進地として有名であり、決してアクセスが良くないハンデを背負いながらも、その地域固有の雄大な自然や絶景を楽しむアウトドアをテーマとしたツーリズムの聖地として、全国・世界からわざわざ観光客が訪れる唯一無二の場所となっています。対馬においても固有の浅茅湾の景観や自然環境、対州馬、ゲンカイツツジ、歴史、食などの強みを活かし、目的を持って訪れたいくなるアウトドアの聖地を目指します。

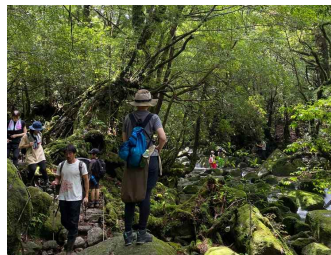
知床（北海道）

世界自然遺産に登録されている知床では、自然環境の保護を視野に入れたネイチャーガイドツアーを実施。知床五湖では原生林の森歩きを楽しむことができ、多くの観光客を魅了しています。



屋久島（鹿児島県）

同じく世界自然遺産に登録されている屋久島は、登山・トレッキングの聖地としてコアなファンを魅了。近年は移住者によるガイドも増えており、自然と一体化した様々なアクティビティが楽しめます。



奄美大島（鹿児島県）

近年世界自然遺産に登録された奄美大島。広大な河口の干潟にはマングローブの原生林が広がっており、奄美大島ならではの景観を味わうシーカヤックツアーが人気です。



佐渡島（新潟県）

二ツ亀キャンプ場は海水浴場に面した、アクセスの不便さを上回る自然景観を生かしたキャンプ場です。佐渡随一の透明度を誇る海水浴場では釣りを楽しむこともでき、周辺には大佐渡石名天然杉を巡る遊歩道などアクティビティも充実しています。



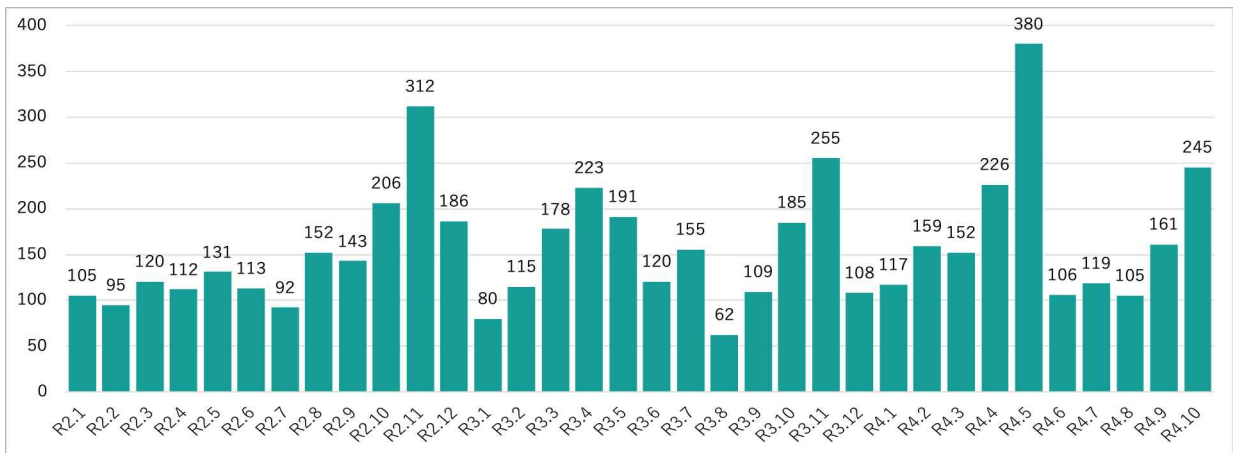
2-2. 対馬市におけるアウトドア・自然体験ニーズの高まり

強みを活かしたアウトドアニーズの取り込みが課題

対馬市におけるアウトドア・自然体験ニーズについて、登山アプリ・YAMAPを使った活動日記の投稿数を見ると、令和4年5月に380件と最も投稿数が多くなっている一方で全体的に目立った増加は見られません。また、近年の観光ガイド受入人数は、町歩きが圧倒的に多い一方で、自然系のトレッキングはいまだ少ない状況です。このことから、国内においてはアウトドア・自然体験ニーズは高まっているものの、対馬はそのニーズを捉えきれていない課題が浮き彫りになっています。

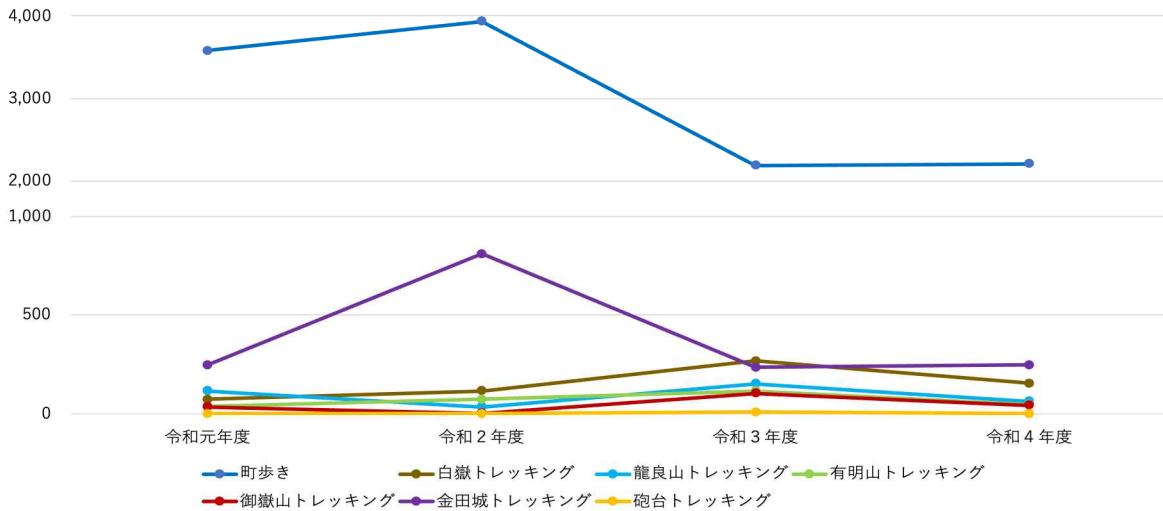
■YAMAPを使った対馬における活動日記の投稿数の推移 (単位: 数)

(資料) YAMAP



■「対馬観光ガイドの会やんこも」受入人数の推移 (単位: 人)

(資料) 対馬観光物産協会



	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
町歩き	3,580	3,933	2,188	2,211
白嶽トレッキング	73	115	266	154
龍良山トレッキング	115	34	152	63
有明山トレッキング	36	72	115	45
御嶽山トレッキング	34	2	103	41
金田城トレッキング	246	811	235	247
砲台トレッキング	0	0	7	0

§ 3. あそうベイパークの現状と課題

3-1. あそうベイパークの特性

島内における立地特性

～観光玄関口のアクセス・
観光周遊に恵まれた立地～

あそうベイパークは、利用者が最も多い空路の玄関口である対馬空港から約9km、車でおよそ10分弱に位置しています。また、厳原港国内ターミナルからも車で約30分と、空路・航路ともに観光の玄関口からのアクセスが良好です。

また、あそうベイパークが位置する浅茅湾は対馬を代表する美しい景観と対馬の成り立ちを物語る歴史性を兼ね備えており、その周辺には金田城や和多都美神社、烏帽子岳展望台、シーカヤックなどの人気のある観光施設が位置していることから、アクセスと観光周遊の観点から恵まれた立地特性を有しています。

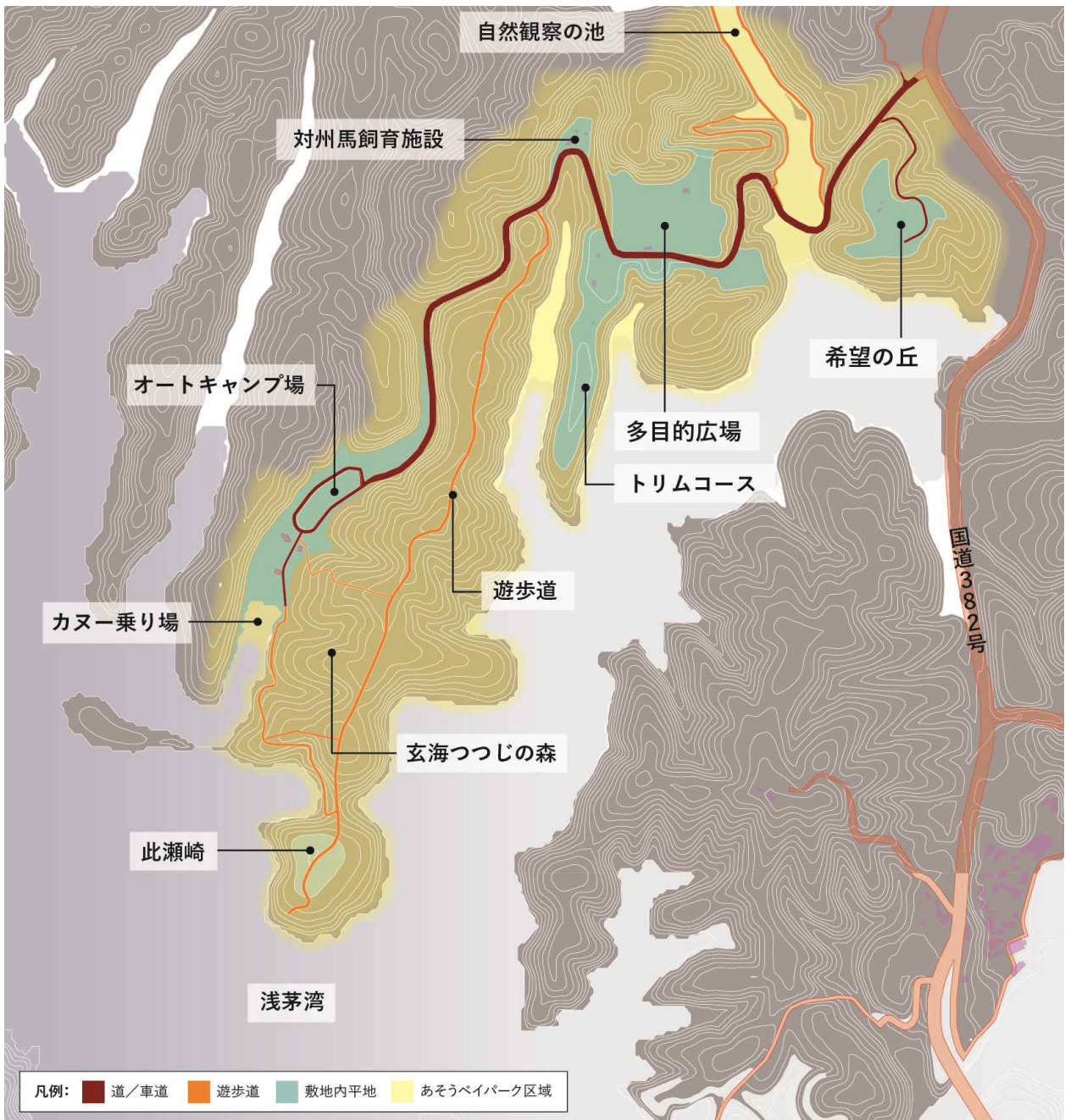


3-1. あそうベイパークの特性

アウトドア・自然体験スポットが点在する自然公園

吉岐対馬国定公園に指定されているあそうベイパークは、対馬の豊かな自然資源を未来に引き継ぎ、市民が自然と触れ合い、市民が気軽にスポーツやレクリエーションを楽しめる公園、また、観光事業を通じて地域振興を図る公園として平成6年にオープンしました。

リアス海岸である浅茅湾の一角にある海浜公園で、岬の地形を利用した面積56haの広大な敷地には、対州馬との触れ合い、オートキャンプ場、カヌー遊びなどのアウトドアが楽しめます。



あそうベイパーク全体図

3-1. あそうベイパークの特性

全体的に施設の老朽化、低利用空間が拡大

希望の丘

国道382号の敷地入り口に近い場所に位置する希望の丘。新型コロナウイルス感染拡大前は、モニュメントのライトアップがなされ来訪者も多い状況でしたが、ここ数年は実施していません。

モニュメントは、島民の生活と生産活動に欠かせなかった対州馬、限りない母性愛と人間を育む大地をイメージした母親像、無邪気に戯れる未来を担う子供をモチーフにし、天馬のごとく躍動する美津島町を表しています。



自然観察の池

自然観察の池では、トンボやゲンゴロウ、カメ、メダカなどの水生生物・昆虫を見ることができます。現状はあまり利用者はいませんが、珍しい昆虫や生物が生息することから、大学の教育関連の研究など島外からの来訪があります。

自然や生物・昆虫に触れる場所として今後も活用していくことが望まれる一方で、池に架かっている木道の老朽化が激しく、危険であることから、老朽化対策が必要です。



(写真) あそうベイパーク ホームページ

多目的広場・管理棟

市民のスポーツ・レクリエーションのための多目的広場は広々とした空間が広がっており、木造平家建の管理棟とトイレがあります。管理棟は主に指定管理者が公園管理の執務及び休憩場所、備品等の保管場所として使用しています。

しかし、管理棟は平成6年度に供用開始して28年が経過しており、建物の柱や梁をはじめ、建物全体の腐食と雨漏りが見られ、老朽化対策が大きな課題となっています。



トリムコース

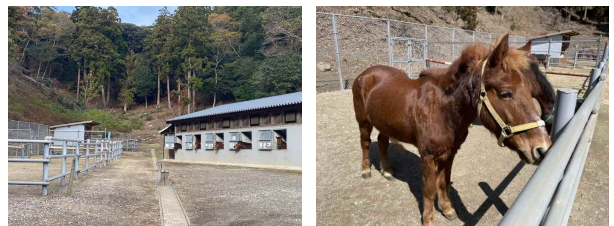
ターザンロープや忍者入門、コンビネーション遊具、砂場、丸太ステップ、丸太平均台など、主に家族連れや子供を対象としたレクリエーション施設が整備されているものの、利用者は少ない状況です。



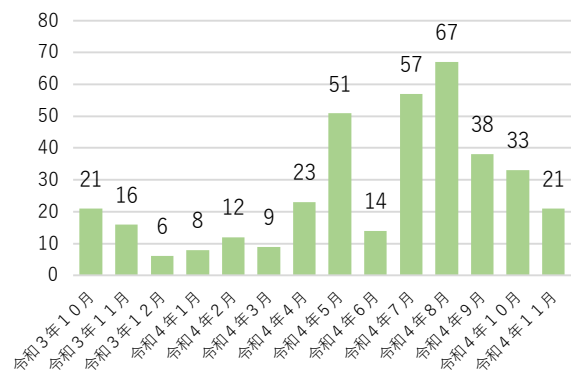
対州馬飼育施設

敷地の中間地点には、木造平家建の対州馬飼育施設（10頭厩舎）があります。ここでは、対馬固有の対州馬の餌やり・乗馬体験をすることができます。

「対州馬の繁殖とあそうベイパークにおける対州馬活用推進計画」によると、令和6年度に島内対州馬飼育頭数を50頭にするとあり、あそうベイパークは対州馬の魅力とあそうベイパークが持つポテンシャルを活かした乗馬体験ができる施設として「対馬固有の希少動植物の保存の場」「気軽に対馬固有の希少動植物に直接触れ、鑑賞できる場」「観光資源として地域振興を図れる場」とすることが期待されています。乗馬体験する機会はあるものの、今後は観光客も含め、広く魅力を発信し、利用客を増やしていくことが、保存の観点からも求められます。



■乗馬体験者数（単位：人）



（資料）対州馬乗馬体験施設騎乗者数調べ

遊歩道

敷地内にはコンクリート舗装による歩道が整備されており、自然の中の散策を楽しむことができます。

また、「玄海つつじの森」内に遊歩道が新設され、散策しながらゲンカイツツジをより身近に鑑賞することができます。



オートキャンプ場

オートキャンプ場はテントサイト12基を有する施設で、各サイトにはレンガブロック積のかまどや炊飯テーブルが用意されています。また、敷地の海側には、監視棟、炊事棟、カヌー倉庫の建物が点在しており、浅茅湾の景観を遮っています。オートキャンプ場の利用者数を見ると、新型コロナウイルス感染拡大後には利用者が大幅に減少しており、利用料も他地域と比べて安いことから、他にはないキャンプ場の魅力を作り、いかに安定した集客・収益を確保するかが大きな課題です。



オートキャンプ場全体



キャンプ場から望む浅茅湾

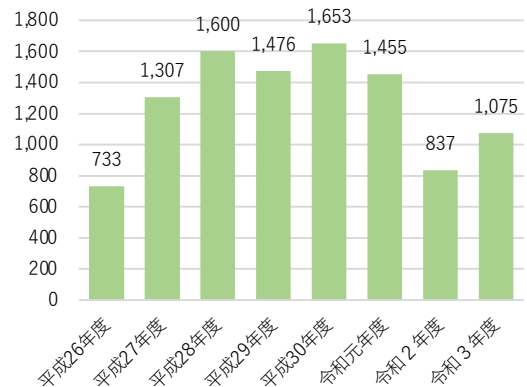


監視棟



炊事棟

■オートキャンプ利用者数の推移（単位：人）



（資料）あそうベイパーク調べ

玄海つつじの森

「玄海つつじの森」は5haの面積を有しており、大陸型準絶滅危惧種のゲンカイツツジが約2万本植栽されています。毎月第3日曜日につるきり作業、毎年2回下刈り作業を実施しており、植栽活動は市民団体のサポートによって支えられています。

新たに遊歩道が新設されてゲンカイツツジを身近に鑑賞できる一方で、鹿による食害が発生しており、有害鳥獣対策が課題となっています。また、椎の木に覆われており、間伐が行われていないため、森全体が暗い印象になっています。



カヌー乗り場

カヌー利用者は新型コロナウイルス感染拡大から利用者は減少していましたが、感染拡大前の利用者数に迫ろうとしています。

眼前の浅茅湾を眺めながら、ゆったりと自然の中で楽しむアクティビティとして、今後のさらなる利用促進が期待されます。



(右写真) あそうベイパーク ホームページ

此瀬崎

あそうベイパークの敷地の最南端に、突き出た此瀬崎があります。キャンプサイトや「玄海つつじの森」からの散策に最適で、此瀬崎の先にある灯台からは浅茅湾のパノラマを楽しむことができます。



浅茅湾

あそうベイパークの魅力として、対馬の成り立ちを物語る自然豊かな浅茅湾の存在があります。オートキャンプ場の突端のカヌー乗り場や「玄海つつじの森」の散策路からは浅茅湾と白嶽の美しい景観を一望できます。この浅茅湾の価値を最大限に活かしていくことが、他の類似施設との差別化を図る上で非常に重要です。



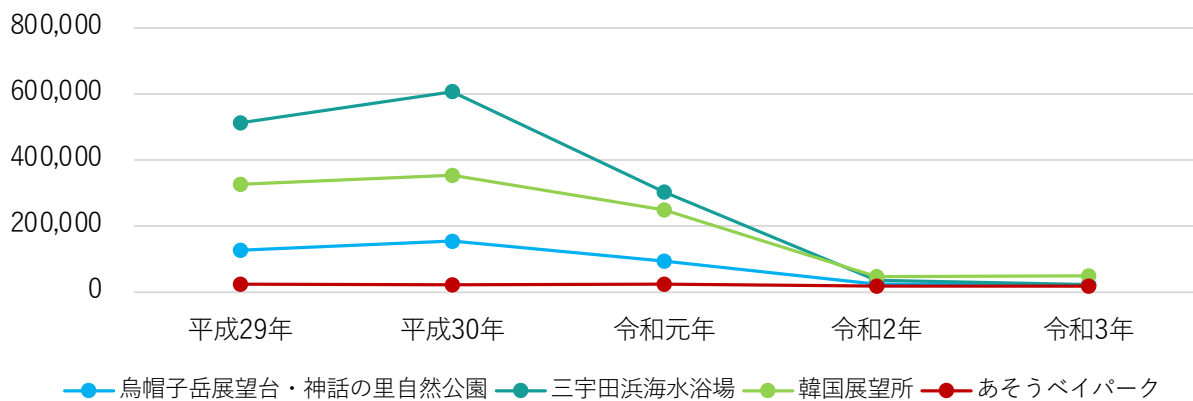
3-2. あそうベイパークの利用状況

観光地点入込客数 ～主な観光地点より少なく、県内の割合が高い～

対馬市内における自然や景観をテーマにした主な観光地点との入込客数を比較すると、あそうベイパークの入込客数は大きく差をつけてられている一方、韓国人観光客や新型コロナウイルス感染拡大による観光客激減の影響は受けておらず、1万人後半～2万人前半で安定して推移しています。

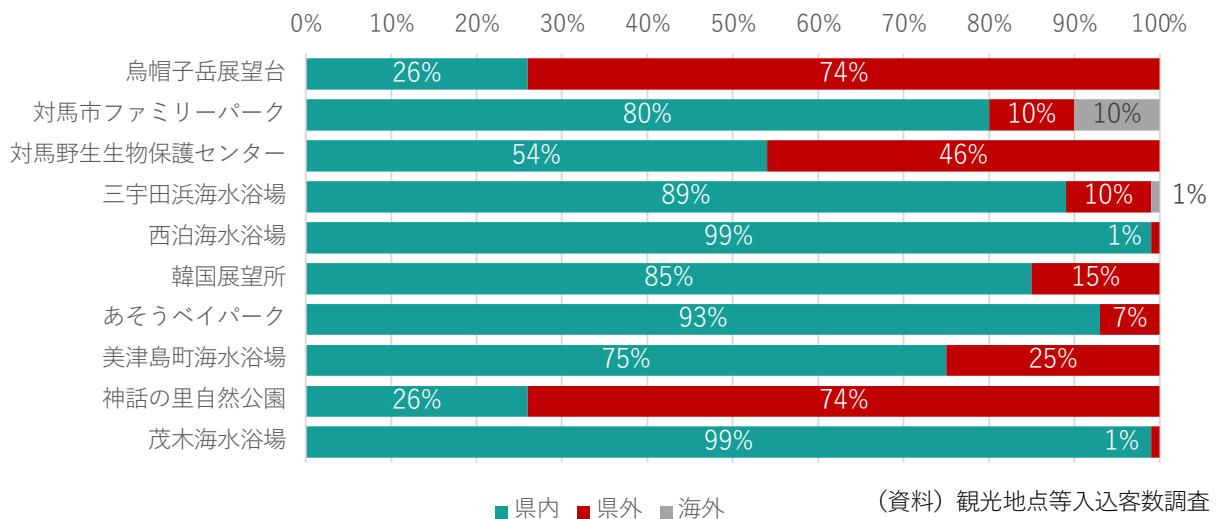
また、直近の居住地割合を見ると、あそうベイパークの県内入込客の割合が93%と他の観光地点と比較してその割合が多く、県外客の割合が少ないことが課題に挙げられます。

■主な観光地点における入込客数の推移（単位：人）



(資料) 観光地点等入込客数調査

■主な観光地点における日帰り客の居住地内訳（令和3年）



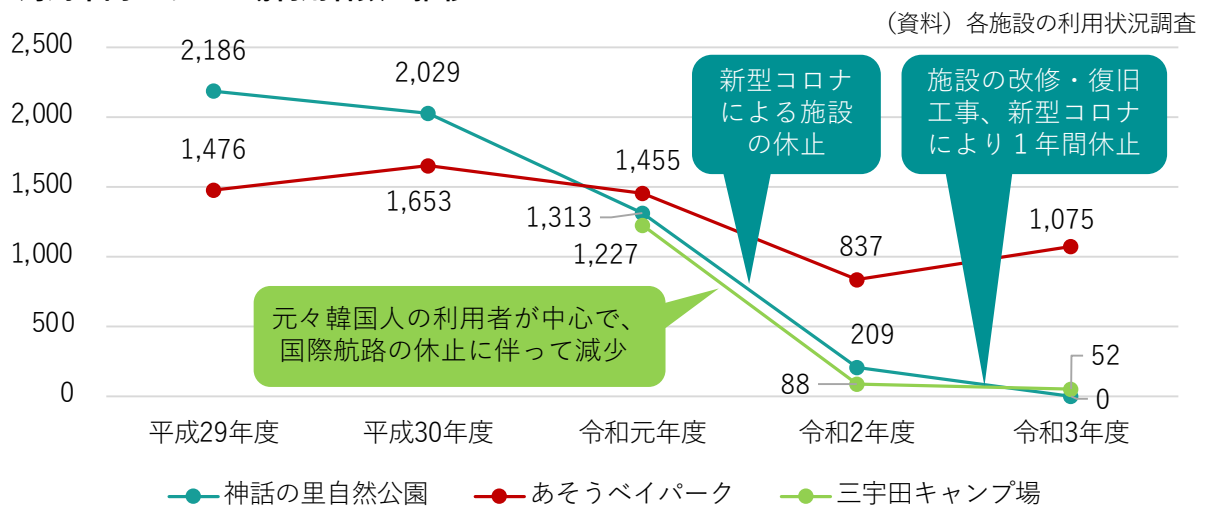
(資料) 観光地点等入込客数調査

3-2. あそうベイパークの利用状況

対馬市内のキャンプ場利用 ～近年は市内での利用が最も多い～

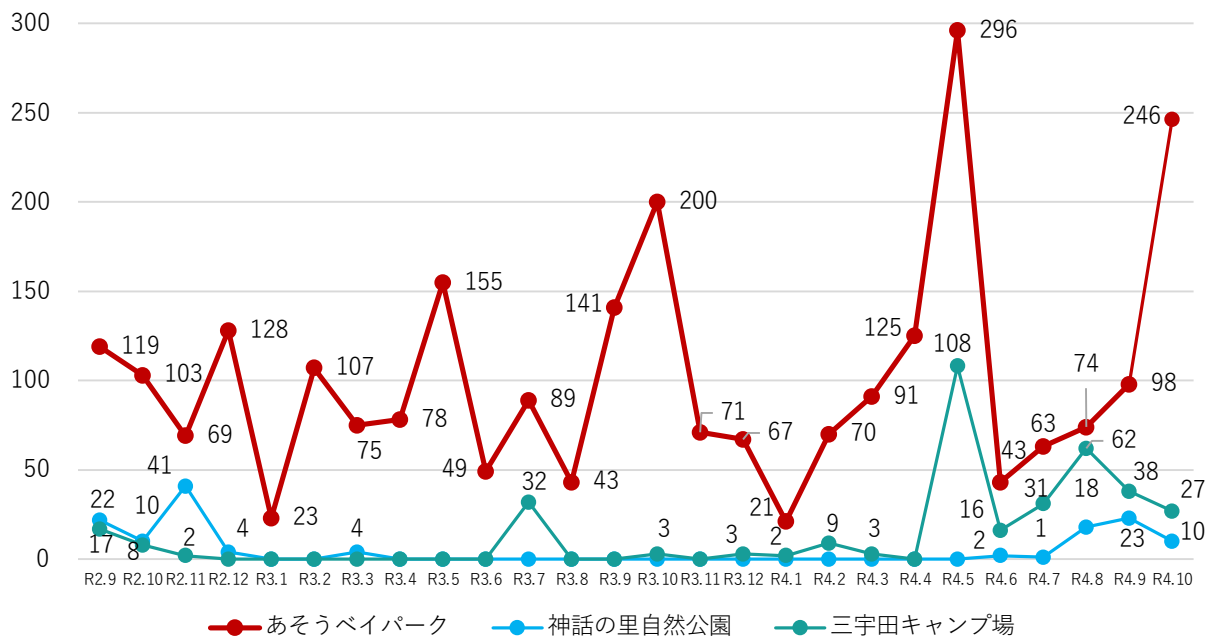
対馬市内におけるキャンプ場利用者数を見ると、神話の里自然公園は新型コロナウイルス感染拡大や施設の改修・復旧工事による休止、三宇田キャンプ場は国際航路の休止に伴う韓国人利用者の減少に伴って令和元年度以降大幅な減少傾向にある一方で、あそうベイパークは減少幅が小さく、比較的安定して推移しています。また、直近2年間に於ける月別利用者数の推移を見ると、あそうベイパークは5月や10月の季節的に過ごしやすいため春や秋の時期の利用が多い状況です。

■対馬市内キャンプ場利用者数の推移 (単位：人)



※神話の里自然公園はシーカヤック利用者を除く人数、あそうベイパークはキャンプ施設利用者を計上

■対馬市内キャンプ場の直近2年間に於ける月別利用者数の推移 (単位：人)



※上記グラフの非表示箇所は0人

(資料) 各施設の利用状況調査

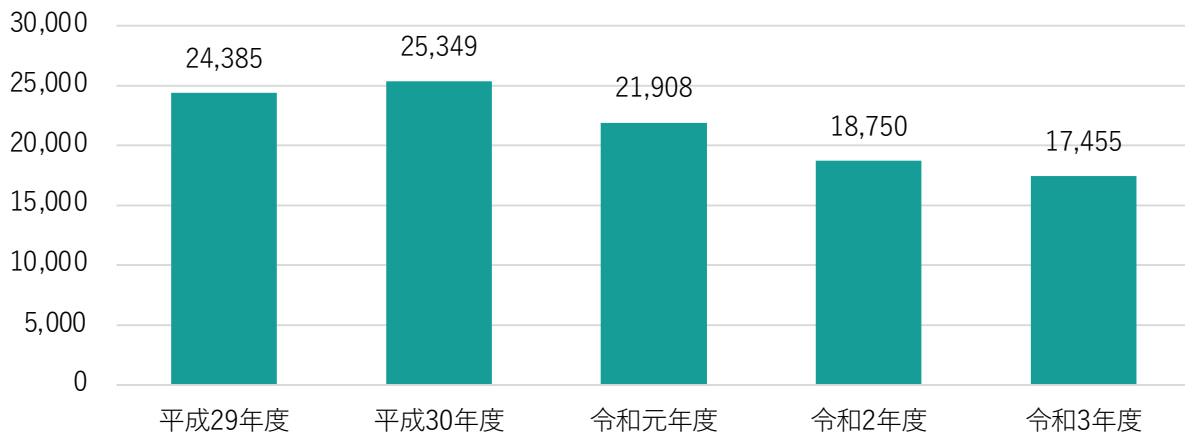
3-2. あそうベイパークの利用状況

利用者数の推移 ～近年は利用者が減少、春や秋の利用者が多い～

あそうベイパークに注目して利用者数の推移を見ると、1万人後半～2万人前半で安定して推移していますが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により近年は減少傾向にあります。

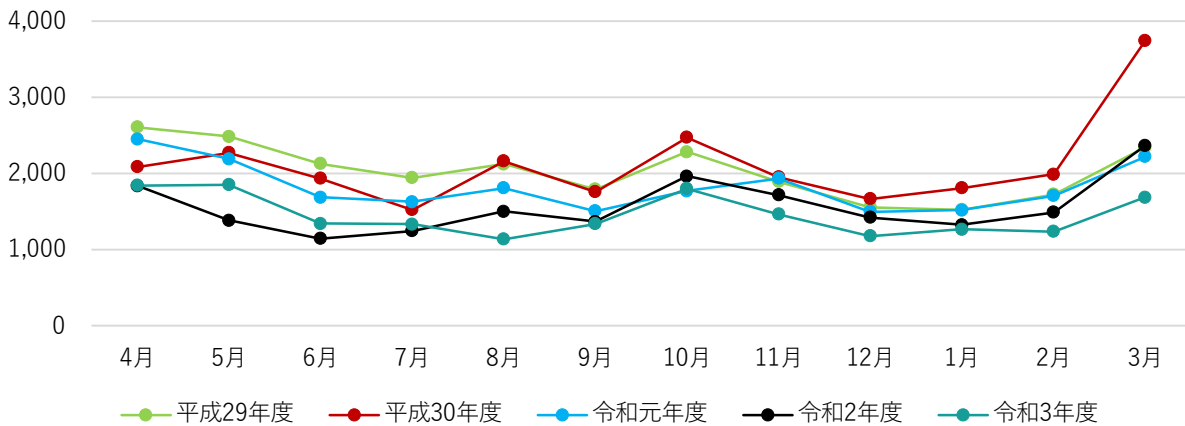
また、過去5年間の月別利用者数の推移を見ると、3-5月、10月の利用が全体的に多く、春や秋の過ごしやすい季節に利用されている状況です。

■あそうベイパークの年次利用者数の推移（単位：人）



（資料）あそうベイパーク施設利用内訳

■あそうベイパークの月別利用者数の推移（単位：人）



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成29年度	2,605	2,485	2,127	1,942	2,124	1,792	2,281	1,889	1,555	1,521	1,723	2,341	24,385
平成30年度	2,087	2,271	1,933	1,519	2,159	1,755	2,473	1,951	1,665	1,805	1,987	3,744	25,349
令和元年度	2,452	2,191	1,686	1,626	1,807	1,507	1,770	1,932	1,494	1,518	1,705	2,220	21,908
令和2年度	1,837	1,381	1,142	1,243	1,502	1,365	1,963	1,717	1,420	1,324	1,489	2,367	18,750
令和3年度	1,843	1,850	1,339	1,332	1,134	1,335	1,799	1,461	1,178	1,265	1,234	1,685	17,455

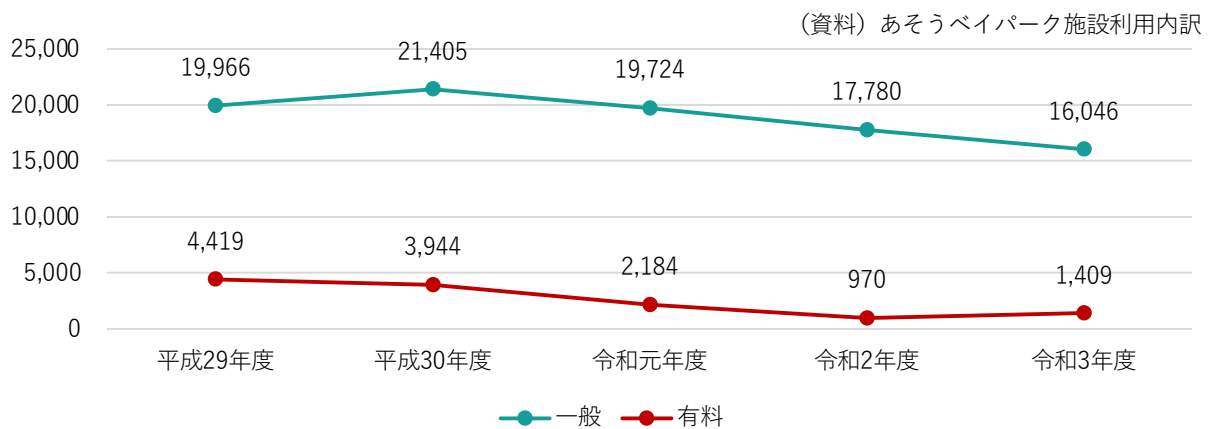
（資料）あそうベイパーク施設利用内訳

3-2. あそうベイパークの利用状況

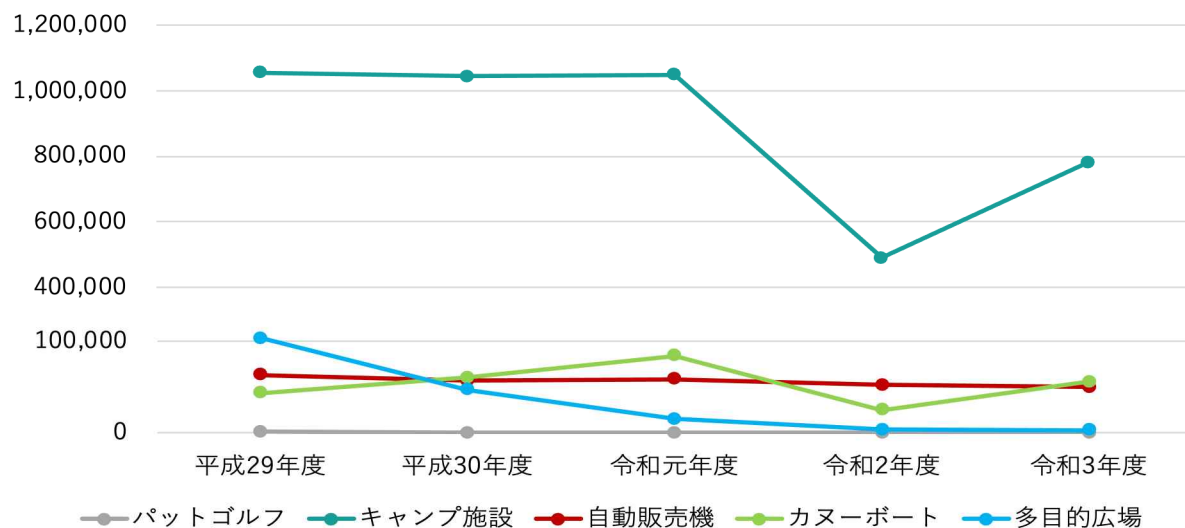
有料利用の推移 ～有料施設の利用者が少なく、収益確保が課題～

あそうベイパークの一般・有料施設の利用者を比較すると、一般の利用者が圧倒的に多く、有料施設の利用者は極めて少ない傾向にあります。また、施設別に年間利用料の推移を見ると、キャンプ施設の売上が圧倒的に多い一方で、近年は新型コロナウイルス感染拡大の影響により大幅に減少している状況にあります。自立的な運営を推進していくためには、いかに有料施設の利用者数を増やしていくかが大きな鍵になります。

■あそうベイパークの一般・有料施設の利用者数の推移（単位：人）



■あそうベイパークの利用料の内訳の推移（単位：円）



	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
自動販売機	62,758	56,604	58,270	51,831	49,830
パットゴルフ	1,200	0	0	0	0
カヌーボート	43,200	60,000	84,000	24,600	55,500
キャンプ施設	1,054,700	1,043,900	1,049,100	490,200	781,000
多目的広場	102,570	46,900	15,250	3,200	2,550

※パットゴルフは令和2年に廃止

(資料) あそうベイパーク施設利用内訳

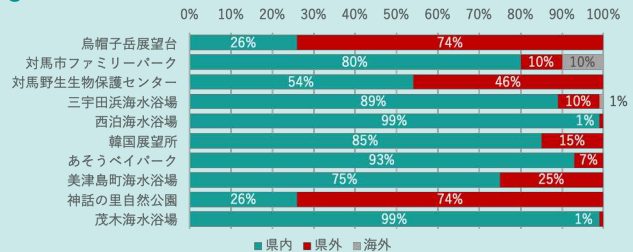
3-3. あそうベイパークの課題

あそうベイパークの特性や利用状況、国内におけるアウトドア・自然体験ニーズを踏まえて、以下の5つがあそうベイパークの課題として挙げられます。

課題①

県外からの利用者数が少ない

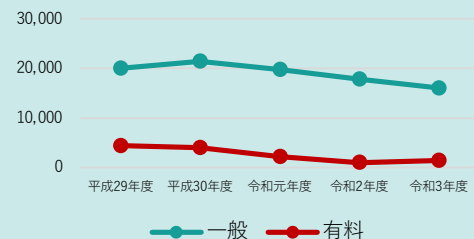
あそうベイパークは、他の観光施設と比べると県内利用者の割合が高い傾向にあります。今後の自立化に向けては観光目的で来訪する県外客をうまく取り込むことが課題に挙げられます。



課題②

有料利用・観光消費額が少ない

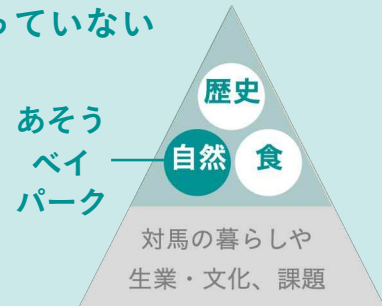
あそうベイパークは、無料区域による一般利用が圧倒的に多く、有料施設の利用者が極めて少ない状況です。いかに有料施設の利用者数を増やして自主財源を稼ぐかが大きな鍵となります。



課題③

観光客が求める“自然コンテンツ”になっていない

P9に記載している通り、対馬を訪れる観光客は対馬固有の「歴史」「自然」「食」を期待していますが、あそうベイパークはその期待に合致した目的地にはなっていません。施設の特徴や自然環境を活かし、価値を高め、観光客に選ばれるための魅力化・再整備が必要になります。



課題④

対馬の強みが活かされていない

対馬へのアクセスの悪さを考えると、単なるアウトドア施設では集客を実現することは困難です。絶景の浅茅湾や、対州馬、ゲンカイツツジ、昆虫など、対馬ならではの強みを活かした施設へと魅力を高めていく必要があります。



課題⑤

施設の老朽化、利用率の低下を招いている

あそうベイパークは平成6年度に共用開始して28年が経過していることから、多目的広場の管理棟をはじめ、施設の老朽化が課題となっています。また、全体的に利用率が低いことも、大きな課題に挙げられます。



§ 4. あそうベイパークの将来ビジョン

4-1. 計画の目的

(あそふベイパークの課題)

- 課題① 県外からの利用者数が少ない
- 課題② 有料利用・観光消費額が少ない
- 課題③ 観光客が求める“自然コンテンツ”になっていない
- 課題④ 対馬の強みが活かされていない
- 課題⑤ 施設の老朽化、利用率の低下を招いている



(対馬観光のコンセプト)

日本の始まりに会う、源（みなもと）の島。

- 方針① 対馬市の観光の再定義・裾野拡大**
 (観光定義) 暮らしと密接する観光産業の地域に対する意義や関わりが見える化を図るため、観光コンテンツとなり得る地域資源、観光のあり方を見直します。
- 方針② 対馬の強みを最大限に活かす観光ポジショニングの設定**
 (立ち位置) 他の島と比べて観光・ブランドイメージが欠如している課題を解決するため、どう差別化を図るか対馬の観光の立ち位置を明確化します。
- 方針③ 対馬の売り＝尖った観光コンテンツの創出**
 (観光目的) 高い旅費やアクセスの悪さを越えてまで行きたくなる対馬の売りは何か？ 対馬の強み→期待に変える対馬の尖った観光コンテンツづくりを進めます。
- 方針④ コアなファンづくりによる持続可能な観光へのシフト**
 (ターゲット) オーバーツーリズムから脱却し、量から質へと観光の魅力を尖らせることでコアなファンを対馬に呼び込み、息の長い持続可能な観光を進めます。
- 方針⑤ 事業者のニーズに沿った段階的な支援**
 (事業者支援) 対馬の観光を担う島内事業者の状況は三者三様。それぞれの事業者の状況に応じた観光施策を考え、段階的な支援を進めます。

対馬の観光振興の方向性  アウトドア・自然体験ニーズ

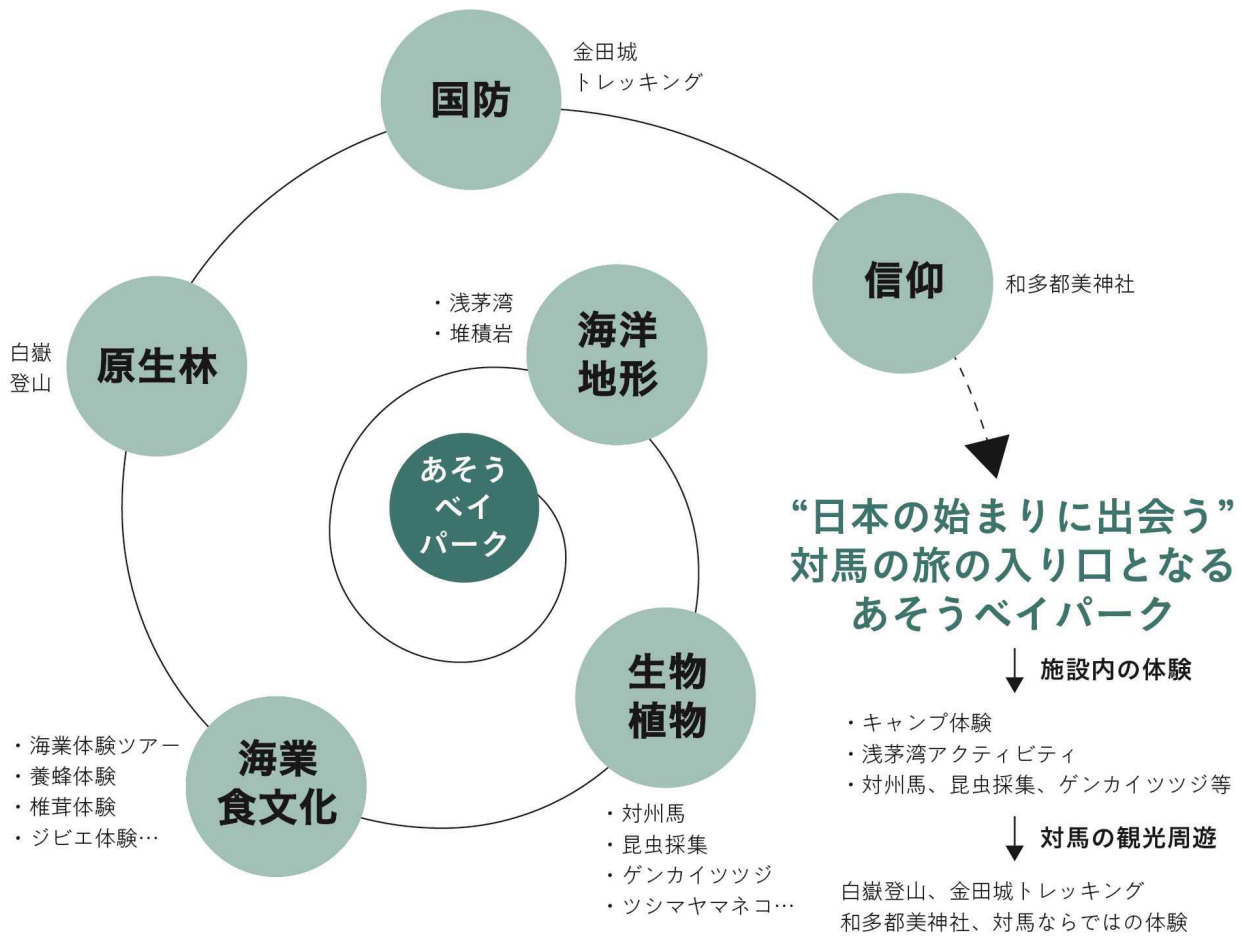
(計画の目的)

固有の浅茅湾の景観や自然環境、対州馬、ゲンカイツツジ、歴史、食などの強みを活かし、対馬の売りとなる「自然コンテンツ」を創出することでコアなアウトドアファンを対馬に呼び込み、オンリーアウトドアの聖地化を図り、持続可能な観光を続けていくための道標を作ります。

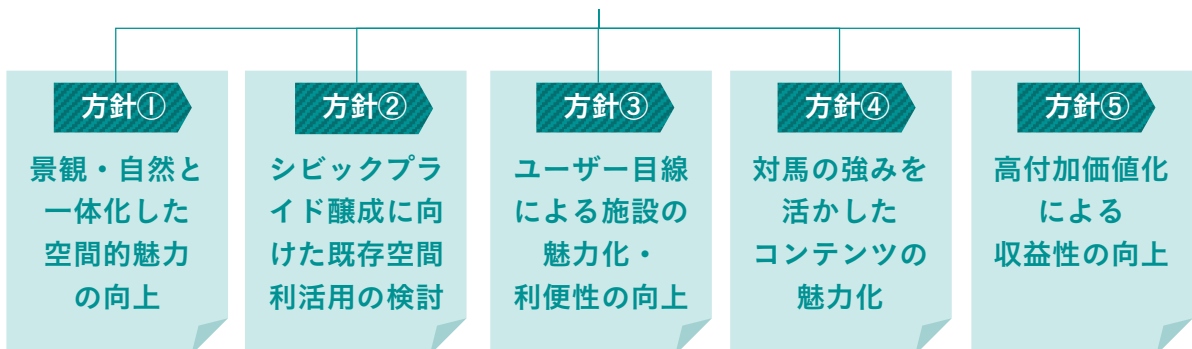
4-2. あそうベイパーク活性化のコンセプト

日本の始まりに会い、繋がる国境アウトドア発信基地

古来から国防の舞台であった浅茅湾の景観やリアス海岸、地勢的要因による固有の生物・植物など、国境の島・対馬ならではの魅力が凝縮したアウトドア空間を創出することで、対馬にしかないオンリーワンのアウトドアの聖地化を図り、記憶に残る体験を提供します。また、主要な観光地へのアクセスが良い立地を活かし、対馬観光情報の提供、事業者と連携したコンテンツづくり、観光周遊を実施することで、対馬の観光の発信基地としての機能を高めます。



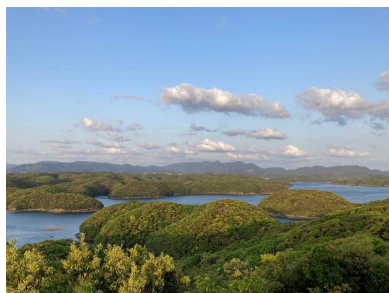
(あそうベイパーク活性化の方針)



4-3. あそうベイパーク活性化方針

方針① 景観・自然と一体化した空間的魅力の向上

あそうベイパークの最大の魅力は、対馬のほぼ中央にある好アクセスの立地とリアス海岸である浅茅湾に面した半島であることです。自然のありのままの多島美の景観を楽しむことができる視点を確保することで大規模な箱物の整備改修をしなくても本来持つ魅力を引き出すことができます。また、ゲンカイツツジをはじめとする固有の景観・自然を楽しむことができる空間づくりと動線づくりを進めます。



浅茅湾の絶景



浅茅湾を眺められる視点場



ゲンカイツツジ

方針② シビックプライド醸成に向けた既存空間利活用の検討

近年、利用率が低迷している多目的広場を市民の憩いの場として利活用の検討を進めます。具体的には市民と対馬固有の対州馬が触れ合うことができるように多目的広場の一部を対州馬の乗馬体験用に改修し、さらなる利活用に向けて整備します。また、市民がいつでも自由に利用できる場づくりを進めます。



広場を活用した憩いの場イメージ



乗馬体験のイメージ

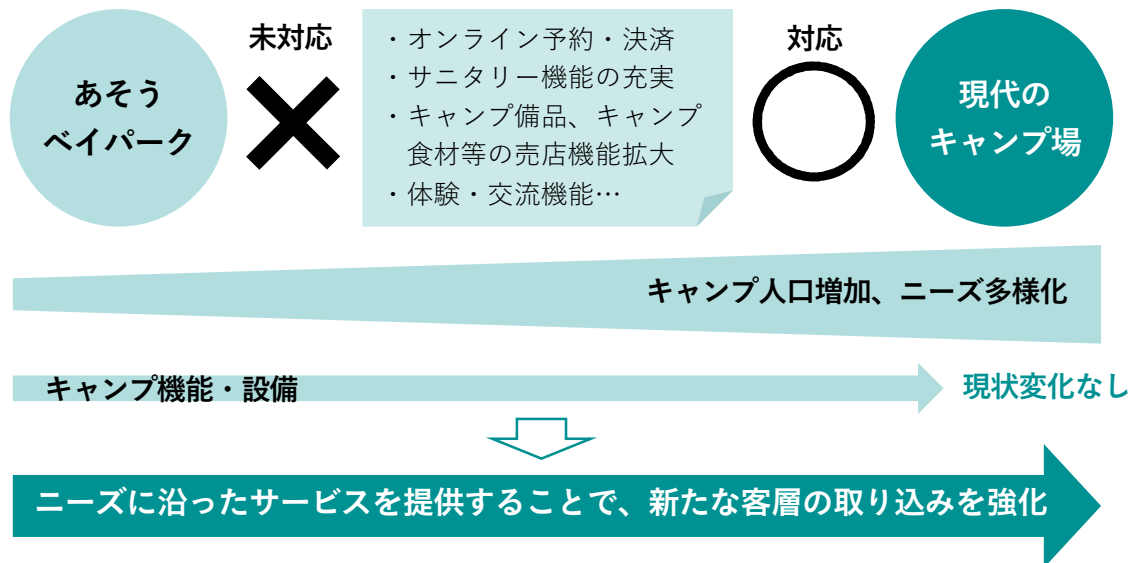


馬との触れ合いイメージ

方針③ ユーザー目線による施設の魅力化・利便性の向上

方針③-1 キャンプ機能の強化と魅力化

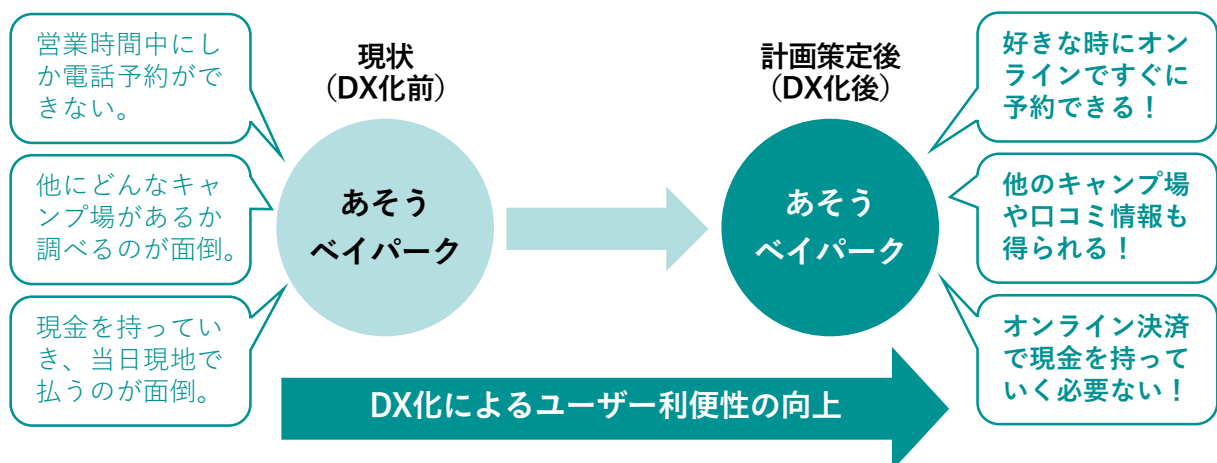
令和3年は全国的にオートキャンプ場が過去最高の平均稼働率になる（オートキャンプ白書2022）など、新型コロナウイルス感染拡大の影響も相まってキャンプニーズが高まりつつありますが、現状のあそうベイパークはニーズの多様化に反してキャンプ機能や設備の改善が図られておらず、キャンプ人口をうまく取り込めていません。そこで、現代のニーズに合わせてキャンプ機能の強化・魅力化を図ることで、キャンプユーザーに支持される場所へアップデートを行います。



方針③-2 キャンプ場利用におけるDX化の推進

全国的にアウトドアニーズの高まる中、キャンプ場検索・予約から事前決済までオンラインで済ませることで、現地でのチェックイン・チェックアウトがスムーズになるなどのメリットがあることから、ユーザー目線での利便性向上を目的にキャンプ場の利用におけるDX化が主流になりつつあります。

現在のあそうベイパークではDX化が導入されておらず、ユーザーの利便性が悪いことから、利便性向上のためにDX化を積極的に推進し、オンライン予約や決済のキャッシュレス化を進めます。

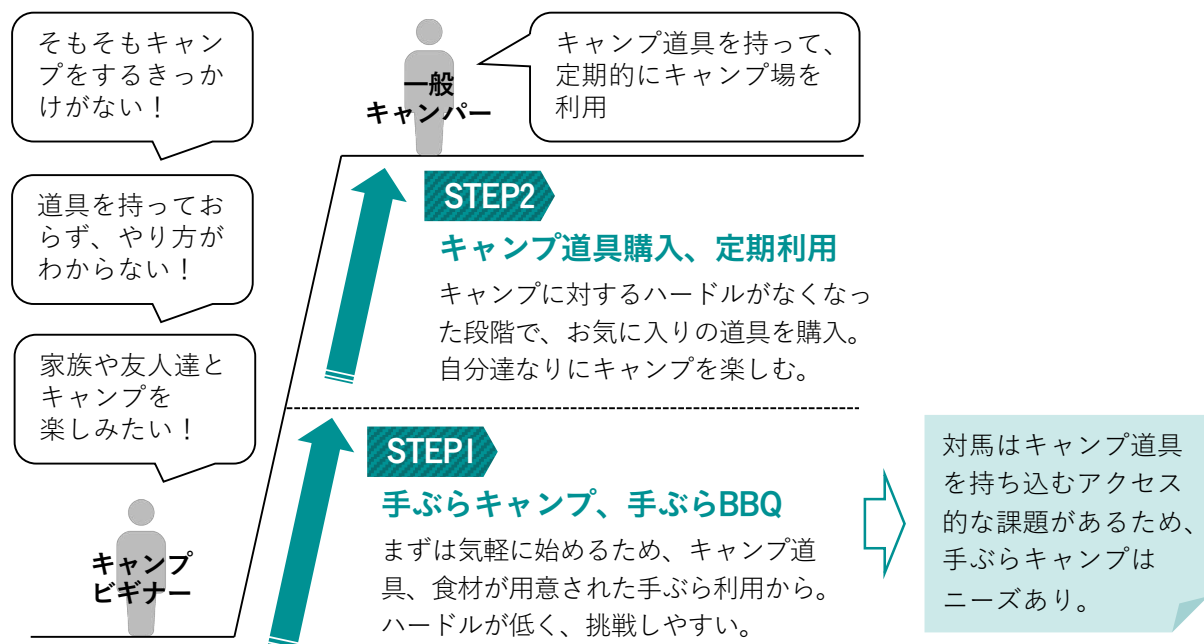
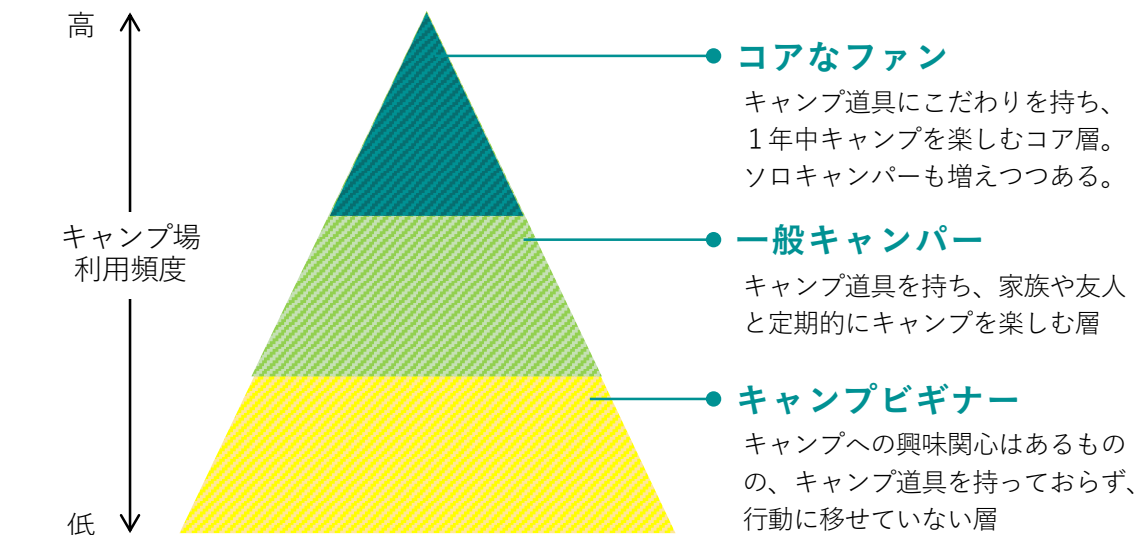


方針③-3 キャンプビギナーを取り込むための新たなサービスの展開

近年のキャンプブームの中でコアなキャンパー層、キャンプ道具を持って定期的にキャンプ場を利用する一般層が増えつつある一方で、キャンプ道具を持たず、実際のキャンプ場利用に躊躇するビギナー層も多数潜在しています。対馬はキャンプ道具を持ち込むアクセス的な課題があり、気軽にキャンプを楽しむためのサービス導入、キャンプビギナー層の取り込みが重要であると考えられます。

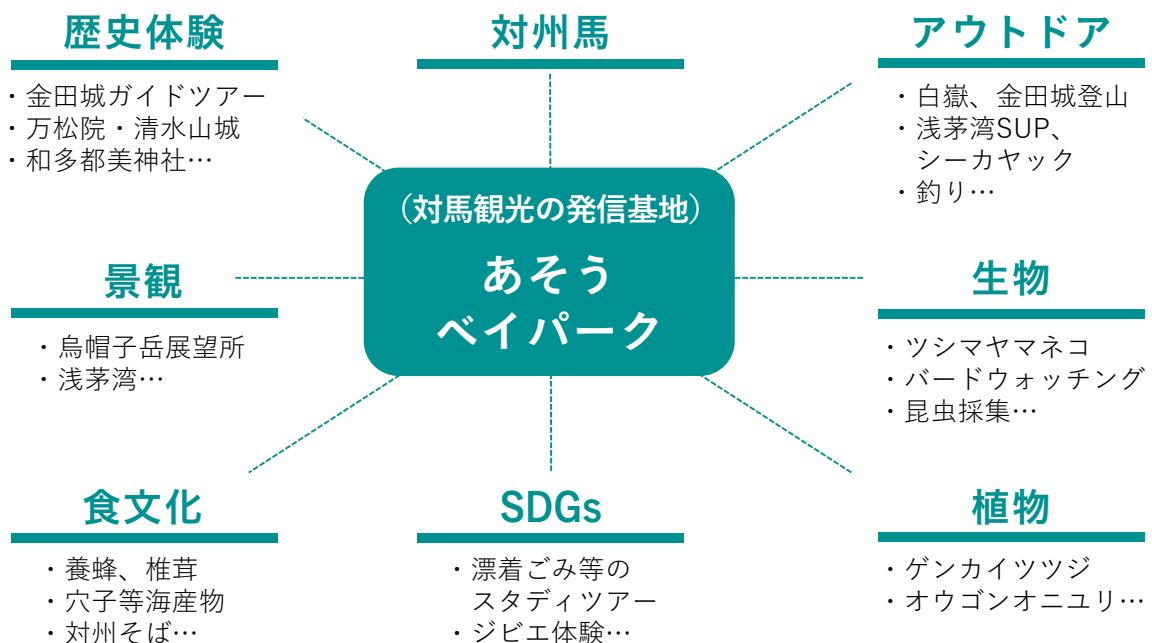
現在のあそうベイパークのキャンプ場ではテントの貸し出しを行なっていますが、ユーザー目線による施設の魅力化・利便性向上のためには、さらなる充実化を図っていくことが大切です。

そこで、対馬到着後にレンタカーであそうベイパークに立ち寄り、テント・マット・シュラフなどのキャンプ道具一式を貸し出すことで気軽に宿泊できる「手ぶらキャンプ」及び周辺の1次産業事業者や飲食店と連携を図って食材セット一式を提供してもらう「手ぶらBBQ」などの新たなサービス開始を検討し、あそうベイパークでの快適で気軽なキャンプ体験を提供します。



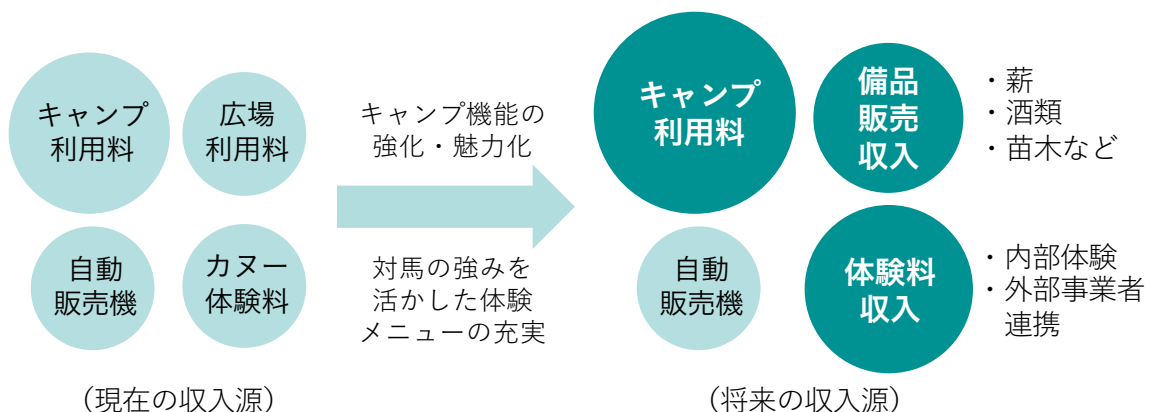
方針④ 対馬の強みを活かしたコンテンツの魅力化

あそうベイパークは南北に点在する主要な観光施設や飲食店、さらに対馬の強みである金田城や白嶽、浅茅湾といったアウトドアフィールドへもアクセスが良好であることが特徴です。対馬の観光滞在をあそうベイパークで完結させることなく、地元事業者と連携した体験型・周遊型のコンテンツを造成することで、あそうベイパークを拠点とした周遊観光を促進し、対馬全体での滞在時間の拡大、観光消費額の増加を目指します。



方針⑤ 高付加価値化による収益性の向上

「有料利用・観光消費額が少ない」という課題を解決するため、キャンプ機能の強化・魅力化、対馬の強みを活かした体験メニューの充実化を積極的に推進し、施設全体の収入源を増やすことで収益化を図り、施設の自立化を目指します。

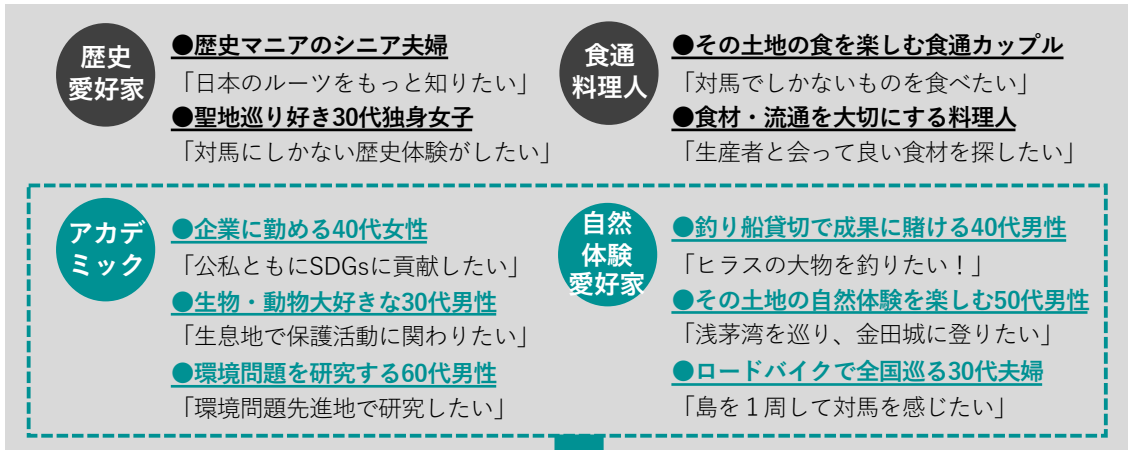


4-4. あそうベイパークの目指す姿

ターゲット ～自然への理解と愛着を持つアクティブユーザー層～

あそうベイパークのメインターゲットは、対馬市観光振興推進計画で設定されている「アカデミック活動家」「自然体験愛好家」を想定し、コアな魅力が詰まった対馬を学びたい、対馬ならではの自然を体験したいと願う高単価のアクティブ層を設定します。

(対馬市観光振興推進計画におけるターゲット層)



(あそうベイパークのメインターゲット)



アウトドア・自然アクティビティに関心がある高単価のアクティブユーザー層

ユーザー特性

- ・環境・社会問題に関心が高く、専門的な知見を持つ
- ・時間を決めずにゆっくりと自然の中で楽しむ
- ・目的が明確で誇りが高い
- ・土地への愛着心があり、対馬の魅力に対する知的探究心が強い

求める成果

- ・未開発の地に喜びを感じる、そこでしか得られない達成
- ・貸切の贅沢、地元との交流、動植物との出会いへの欲求
- ・新たな気づき、学びの共有

情報源

- ・専門誌やウェブマガジン、ドキュメント
- ・キャンプやアウトドアに関するSNSや専門誌、口コミ等

市外からのコアなファンの誘客、高単価による収入源の確保

4-4. あそうベイパークの目指す姿

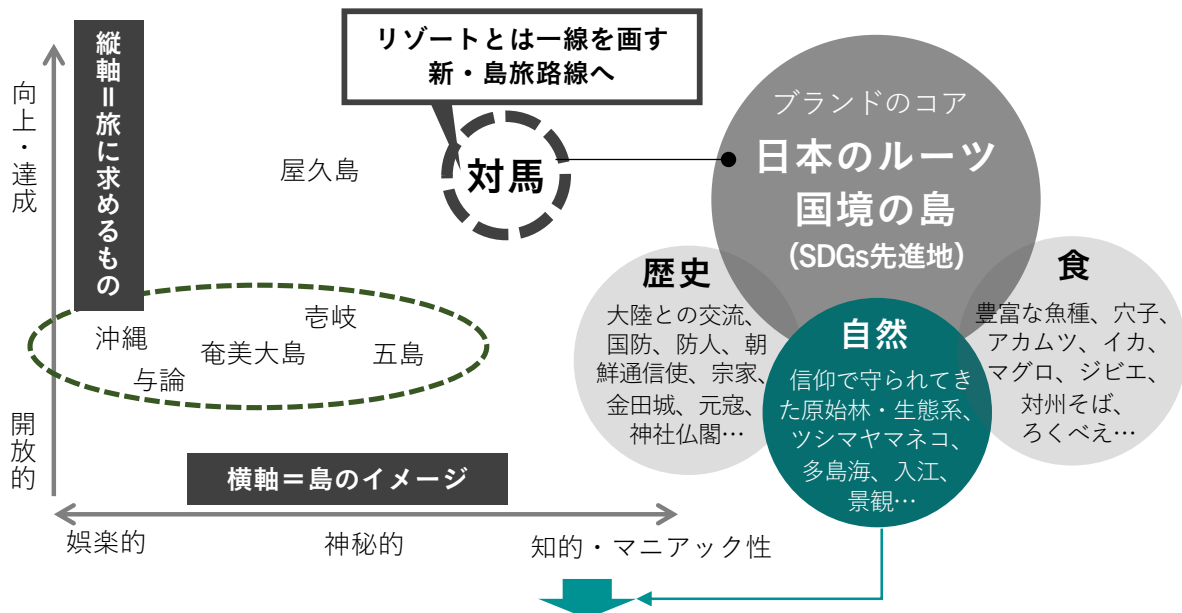
目指す将来像 ～対馬発・国境アウトドアの聖地へ～

対馬市は、南国に象徴されるリゾートの島ではなく、地域の成り立ちや資源特性を考えると、対馬の価値を感じてもらえる独自の路線・ポジションを獲得していく必要があります。自然コンテンツの核となるあそうベイパークは、その対馬の観光ポジションを踏まえた上で、国境の島・対馬の強みとアウトドアが組み合わさった「対馬発・国境アウトドアの聖地」として生まれ変わり、対馬の価値を理解できるコアなファン層の獲得を目指し、交流人口の拡大及び地域振興を促進します。

(対馬市観光振興推進計画における対馬の観光ポジション)

従来のマーケットから、対馬の強みを生かす独自のポジションへ

対馬の価値を最大化する切り口(=軸)の設定でオンリーワンを目指す！



(あそうベイパークのポジショニング)

学びと楽しさが同居する「対馬発・国境アウトドア」の聖地へ

国境の島・対馬の強み



アウトドア

対馬の強みである固有の自然コンテンツの核となるあそうベイパークは、近年ニーズが高まりつつあるアウトドアをメインとしつつ、自然・歴史・食などの対馬独自の価値を最大限に活かした「国境アウトドアの聖地」として差別化を図り、自然と一体化する豊かな時間や知的な学びの機会を提供するベース基地を目指します。

4-4. あそうベイパークの目指す姿

計画目標 ～対馬の観光誘客、施設の自立的運営に繋がる目標を設定～



必要な取組み

- ・自然×その他の観光資源をミックスした観光コンテンツの造成及び魅力化の推進
- ・情報発信及び観光プロモーションの推進
- ・デジタル化の推進
- ・あそうベイパークアウトドア施設魅力化整備など

必要な取組み

- ・あそうベイパーク内ビオトープ、保全フィールド造成
- ・フィールド保全ツアー造成及び魅力化の推進
- ・多目的広場の魅力化推進
- ・ランドスケープ整備、必要なハード整備など

必要な取組み

- ・あそうベイパーク発着による中長期滞在コンテンツの造成
- ・対馬全域への観光周遊促進
- ・必要なハード整備など

KPI① 対馬市観光客実数

あそうベイパークの再整備を契機に、対馬への観光誘客に貢献する指標として設定

(令和3年度) (令和7年度)
103,474人 ⇨ 158,474人 ↗ 5.5万人

一定の観光誘客が実現できた後は、

中長期における目標

観光消費額による量から質を重視

KPI② キャンプ施設利用者数

あそうベイパークへの集客効果を計測できる直接的な評価指標として設定

(令和3年度) (令和7年度)
1,075人 ⇨ 1,795人 ↗ 720人

観光コンテンツの開発と合わせ

中長期における目標

更なる集客を促進

KPI③ 観光コンテンツ開発数

観光誘客・消費につながる、滞在の満足度を高めるための指標として設定

(令和3年度) (令和7年度)
0個 ⇨ 8個 ↗ 8個

一定数の販売商品ができた後は、

中長期における目標

数を維持して売上アップを重視

KPI④ 施設利用収入（自主財源）

今後の自立的な運営に欠かせない自主財源につながる指標として設定

(令和3年度) (令和8年度)
889千円 ⇨ 3,191千円 ↗ 2,302千円

キャンプ施設利用者数の増加と連動

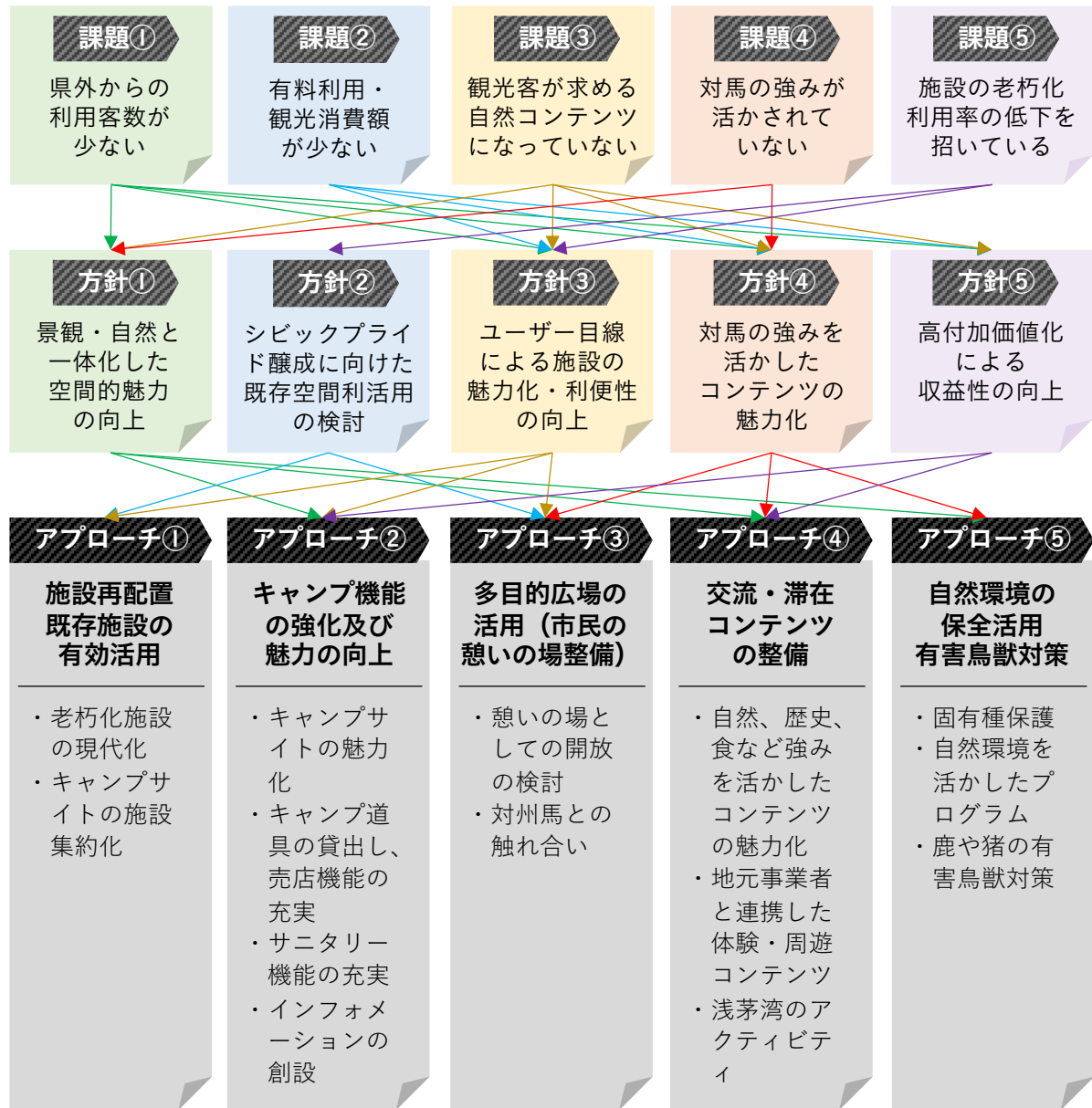
中長期における目標

して、更なる収入増加を促進

4-5. あそうベイパークの整備アプローチ

整備に向けた全体像 ～ハード・ソフトの両面からの再整備～

前述した課題、活性化方針を踏まえて、あそうベイパークの再整備に向けた方向性（整備アプローチ）を整理します。①施設再配置・既存施設の有効活用、②キャンプ機能の強化及び魅力の向上、③多目的広場の活用、④交流・滞在コンテンツの整備、⑤自然環境の保全活用・有害鳥獣対策の5つに沿って、ハード・ソフトの両面から再整備を進めていきます。



計画目標の達成

KPI① 対馬市観光客実数 ↗ 5.5万人

KPI③ 観光コンテンツ開発数 ↗ 8個

KPI② キャンプ施設利用者数 ↗ 720人

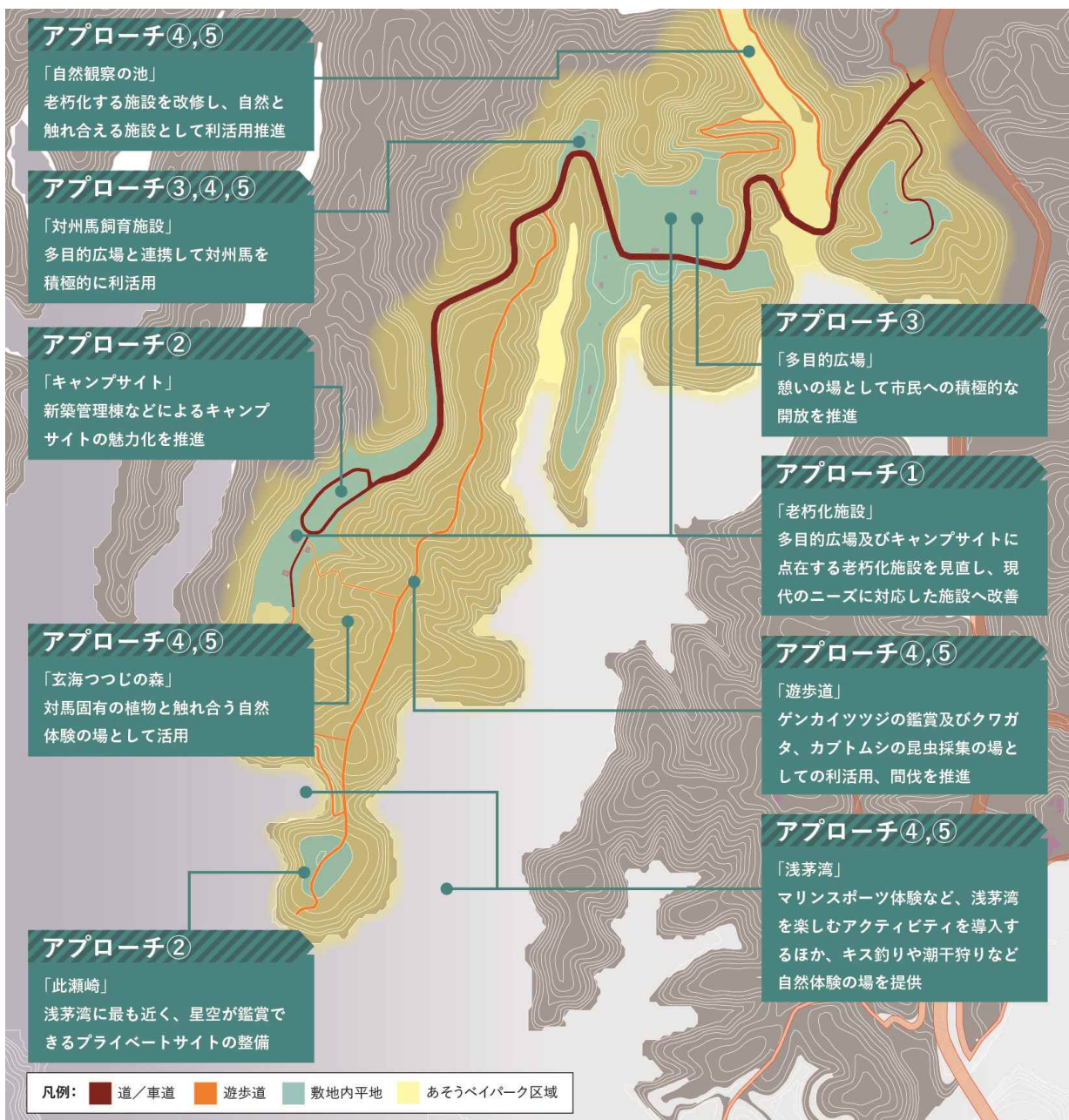
KPI④ 施設利用収入（自主財源）↗ 2,302千円

4-5. あそうベイパークの整備アプローチ

整備全体ゾーニング ～既存施設と固有の強みを活かした空間作り～

P39に整理した整備アプローチを、あそうベイパークの各施設に適用した全体ゾーニング図を以下に示します。56haと広大な敷地であることから、わかりやすい動線作りに努めるとともに、それぞれの既存施設や固有の強みを活かしたメリハリのある空間作りにより、ハード・ソフトの両面で魅力的な施設を目指します。

集客の核となるキャンプサイトや多目的広場、対馬固有の強みとなる対州馬やゲンカイツツジ、浅茅湾の活用に留まらず、中長期的には敷地内の自然環境や景観を活かした空間作りを推進し、あそうベイパーク全体としてゆっくり滞在して楽しめる施設へとブラッシュアップを図ります。

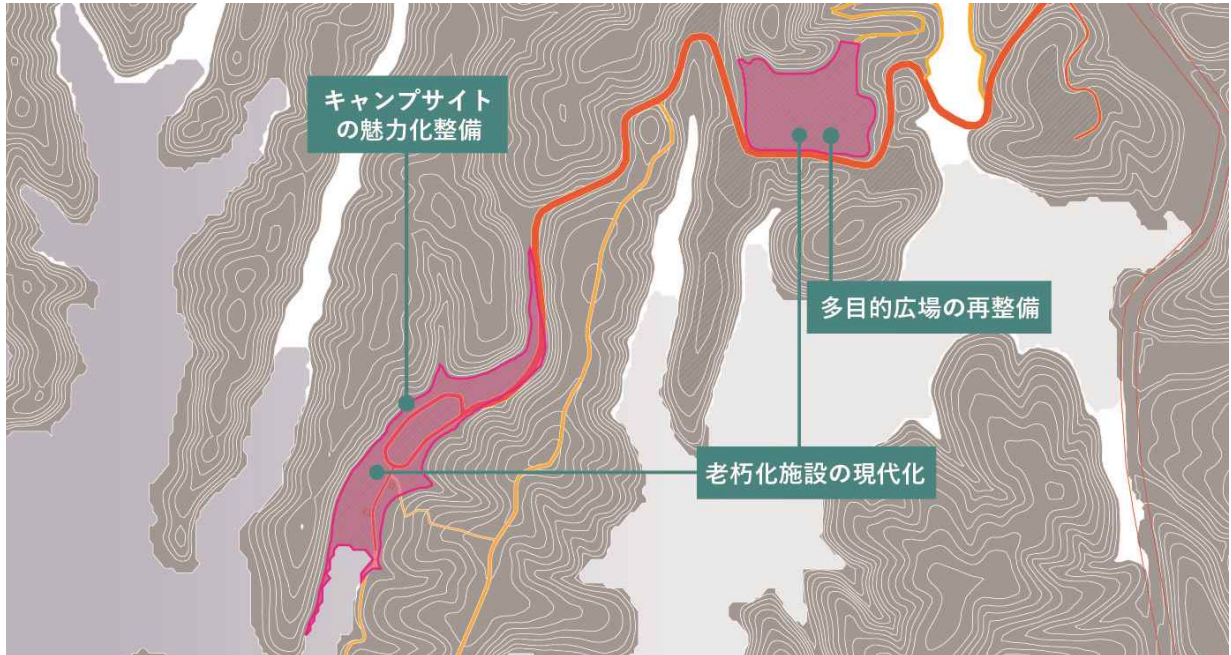


§ 5. 具体的な施設整備

5-1. 施設整備の方針

課題解決、市場ニーズ対応、自立化に向けた優先的な整備

効率良くハード整備を進めていくためには、使うところ、使わないところを見極めた選択と集中が必要です。ハード整備の大きな方向性としては、建物の老朽化・利用率低下の課題を解決することを最優先としつつ、市場ニーズへの対応や自立化、利用満足度を高めるために必要な整備を優先的に行い、中長期的には敷地全体の魅力化・滞在満足度を高めるための整備を進めていきます。



優先度・高

優先度・低

建物老朽化・利用率低下の課題解決

市場ニーズへの対応
自立化に向けた対策

市民の利用満足度を
高めるための対策

敷地全体の魅力化・
滞在満足度の向上

老朽化施設の 現代化

あそうベイパークの課題に挙げられている建物の老朽化・利用率の低下を解決するため、敷地内にある老朽化施設の現代化を図ることで、施設の利便性向上を目指します。

キャンプサイト 魅力化整備

ユーザー目線による施設の魅力化・利便性向上、高付加価値化による収益性の向上を図るため、その核施設となるキャンプサイトの機能向上・魅力化を実現する整備を行います。

多目的広場 再整備

これまで利用率の低かった多目的広場を市民に開かれた活動の拠点となるよう、対州馬の体験や憩いの場としての機能を高め、積極的な市民利用に繋がる整備を行います。

その他滞在満足度 に繋がる整備

敷地全体の更なる滞在性、満足度の向上を図るため、敷地内にある多様な自然環境に触れ、浅茅湾の景観をより身近に楽しむことができる長期的な整備を行います。

ハード整備の内容

- ①多目的広場の管理棟、キャンプサイト内の建物の建替、機能集約化の検討

ハード整備の内容

- ①新築管理棟の整備（監視棟、炊事場、カヌー倉庫のリニューアル）
- ②オートキャンプ場の再整備

ハード整備の内容

- ①対州馬に触れ合える乗馬場の整備
- ②案内機能を高める施設サインの整備

ハード整備の内容

- ①此瀬崎、自然観察の池、遊歩道、浅茅湾などを活用した体験空間整備
- ②トレッキングルート整備

5-2. 老朽化施設の現代化に向けた方向性

管理棟の再整備 ～老朽化による建替えが必要～

多目的広場にある管理棟は老朽化が激しく、建て替える必要があります。その際、多目的広場で建替えるか、キャンプサイトへ移設新築するか、2つの選択肢が考えられます。

(管理棟の再整備に向けた比較)

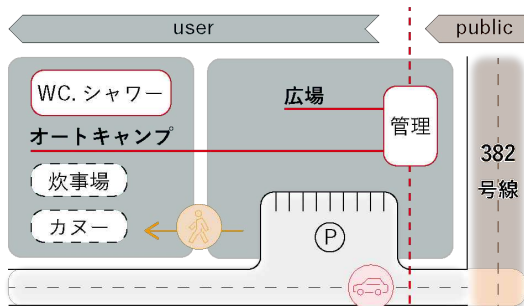
管理棟／多目的広場建替案

メリット

- ・現状の関係性を維持できる。
- ・多目的広場でのイベントにスタッフが関与しやすい。
- ・管理棟で車を停めてキャンプサイトへのアクセスに遊歩道などを利用できる。
- ・既存の炊事棟とカヌー倉庫を当面の間、使用することで、施設全体の整備コストを低減することができる。

デメリット

- ・キャンプサイトへの管理者の動線が長く、アクセスに時間がかかる。
- ・ユーザーからすると受付からキャンプサイトへのアクセスが遠く、利便性が悪い。
- ・広場に管理棟、キャンプサイトに監視棟と新築が必要な建物が2つ出てくるため、各々にかかるコストが下がり建築空間の質が下がる。
- ・多目的広場でユーザーを迎え入れるため、多目的広場のアクティビティが重要



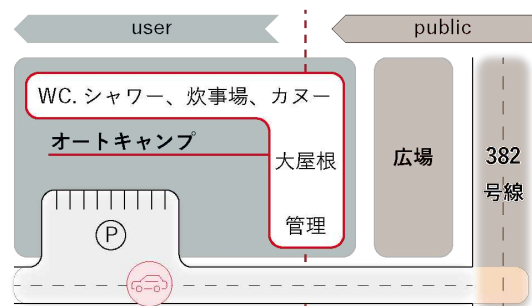
管理棟／キャンプサイト移設新築案

メリット

- ・キャンプ場が管理しやすい。
- ・管理棟が付随することでキャンプサイトの利便性が向上する。
- ・広範囲な敷地に対して、キャンプサイトを中心とした施設という立ち位置が明確になる。
- ・新築管理棟が1つになるためコストを一本化することで建物の質が向上する。
- ・新築管理棟にコストがかけられるため、交流を促す大屋根の計画が可能となる。

デメリット

- ・管理棟が敷地奥になるため、多目的広場のアクティビティに関与しづらい。
- ・管理棟が主にキャンプサイトを中心としたものになる。
- ・キャンプサイトが核となる施設になるためその他の施設等の整備優先度が下がる。

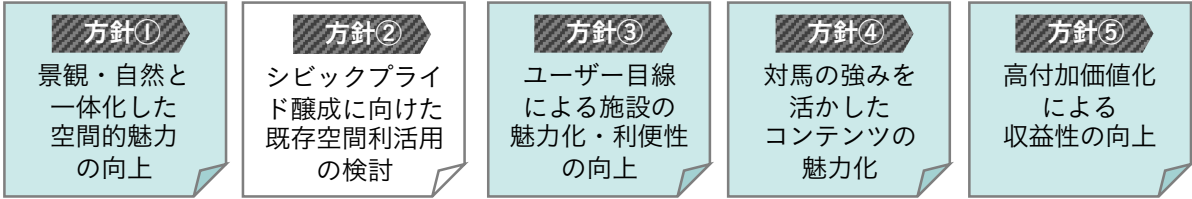


5-2. 老朽化施設の現代化に向けた方向性

魅力化・利用拡大の点からキャンプサイト移設案に決定

前述した管理棟の再整備のあり方として、以下に示す「キャンプサイトの魅力化」「雨天時における利用拡大」の視点から、キャンプサイト移設案に決定します。

■あそうベイパーク活性化の方針



浅茅湾を借景とした
キャンプサイト

キャンパーの利便性向上 場内アクティ
大屋根交流空間の創出 ビティの魅力化

利用拡大による
収益性の向上

移設理由／キャンプサイトの魅力化、雨天時における利用拡大

- ・ キャンプサイト周辺に受付、シャワー、トイレ、インフォメーション等を備えた管理棟機能が集約されることで、キャンプサイトの利便性・魅力化の向上につながります。
- ・ 施設を集約化した上で大屋根を設けることで、浅茅湾を借景とする特徴的な景観を生み出すことができ、“浅茅湾の景観を満喫できるキャンプ場”として施設の差別化が図れます。
- ・ 大屋根を設けることで、天候に左右されずに場内アクティビティやキャンプ場発着のツアープログラムを実施できるようになるほか、宿泊客同士が自由に集い交流する場を創出でき、施設の滞在満足度・収益化に貢献します。
(下記グラフに示す通り、降水量が多く利用者数の少ない時期の利用拡大が期待できます)



焚き火による交流イメージ

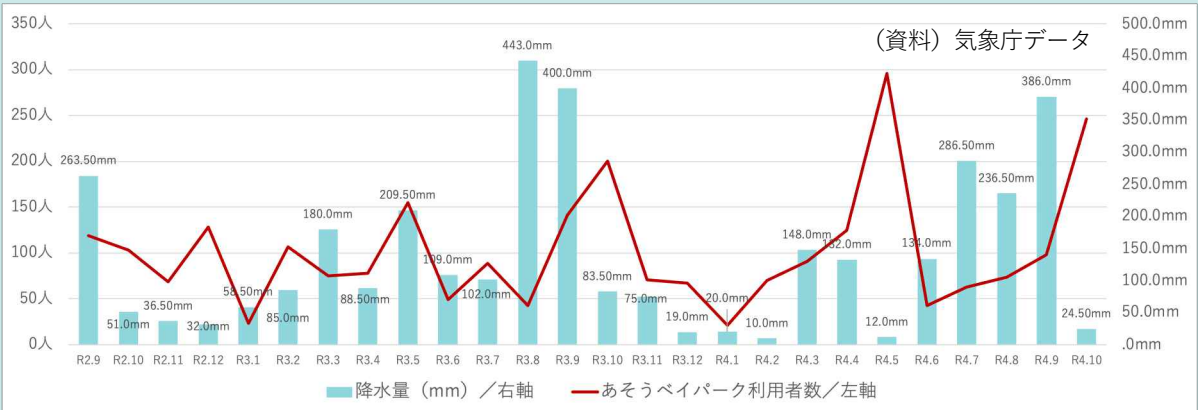


ツアープログラム開催イメージ



地元食材パーティのイメージ

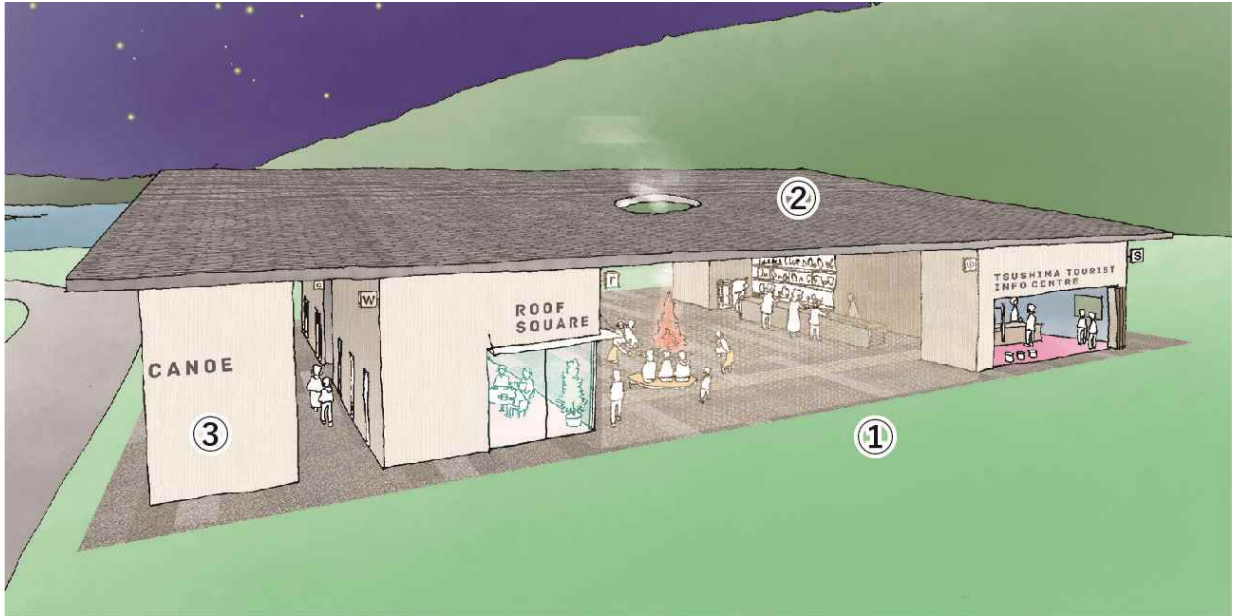
■直近2年間におけるあそうベイパークの利用者数及び美津島地域の降水量



5-3. 具体的な施設整備の内容

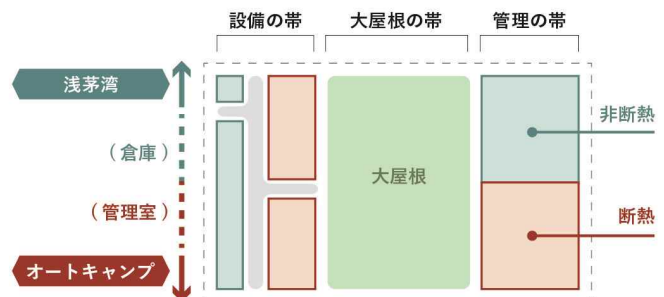
キャンプ機能・魅力を集約した新築管理棟の整備

■キャンプサイト新築管理棟のイメージパース



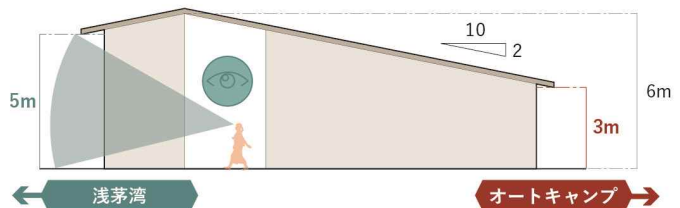
①分棟を活かした平面計画

各居室を分棟形式にすることによって断熱エリアを限定し、熱負荷を軽減します。また、带状に機能を区分けすることで、中央部分に浅茅湾の景色を眺めたり、交流やイベントなどが行える大屋根広場を確保することが可能となります。



②借景を活かす屋根形状

自然公園法に則り、屋根勾配を2/10、切妻屋根を遵守しつつ、棟位置をずらし、浅茅湾に向かって開口をより高く確保することで浅茅湾へのダイナミックな景観を演出します。また最高高さは、流通材の使用を考慮して6mと設定しています。



③自然に馴染む素材

自然公園法の「周囲の自然環境及び既存建築物に調和する色彩を選択する。自然材料によるものは、素材色も可とする。」という規定に基づき、自然素材本来の色味を活かし、かつ質感のある外装材を選定します。

■外装材に用いる素材、質感の例



テラコッタ



漆喰

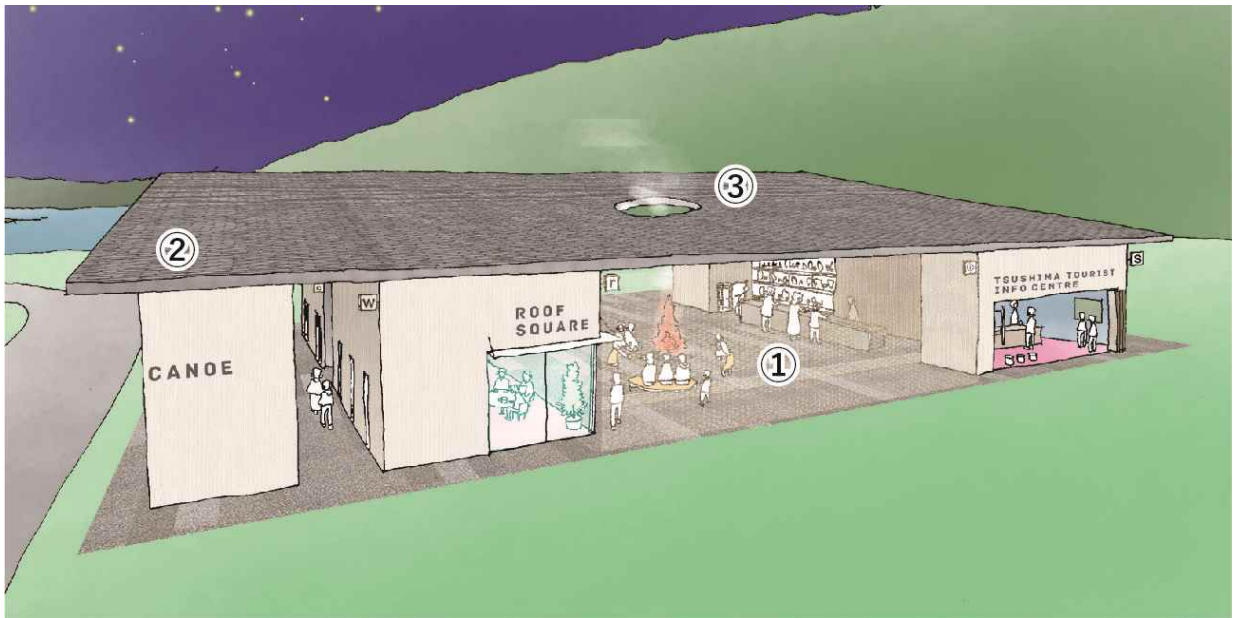


モルタル佐官仕上げ

5-3. 具体的な施設整備の内容

建築を使った空間演出 ～建築の工夫により生まれる対馬の借景～

■キャンプサイト新築管理棟のイメージパース



①“切り取られた借景”を創出

大屋根を通してオートキャンプ場から浅茅湾への抜けをつくります。大屋根に面している壁面を鏡面仕上げにしたり、ドーム状にするなどの工夫で、浅茅湾を印象的で魅力的に見えるような借景づくりを行います。



②オブジェを通してみる景観

底部分の作り方を工夫することで、トンネルを通して見た浅茅湾の景色にさらなるアクセントを加えることができます。つい写真を撮りたくなるような工夫を検討していきます。



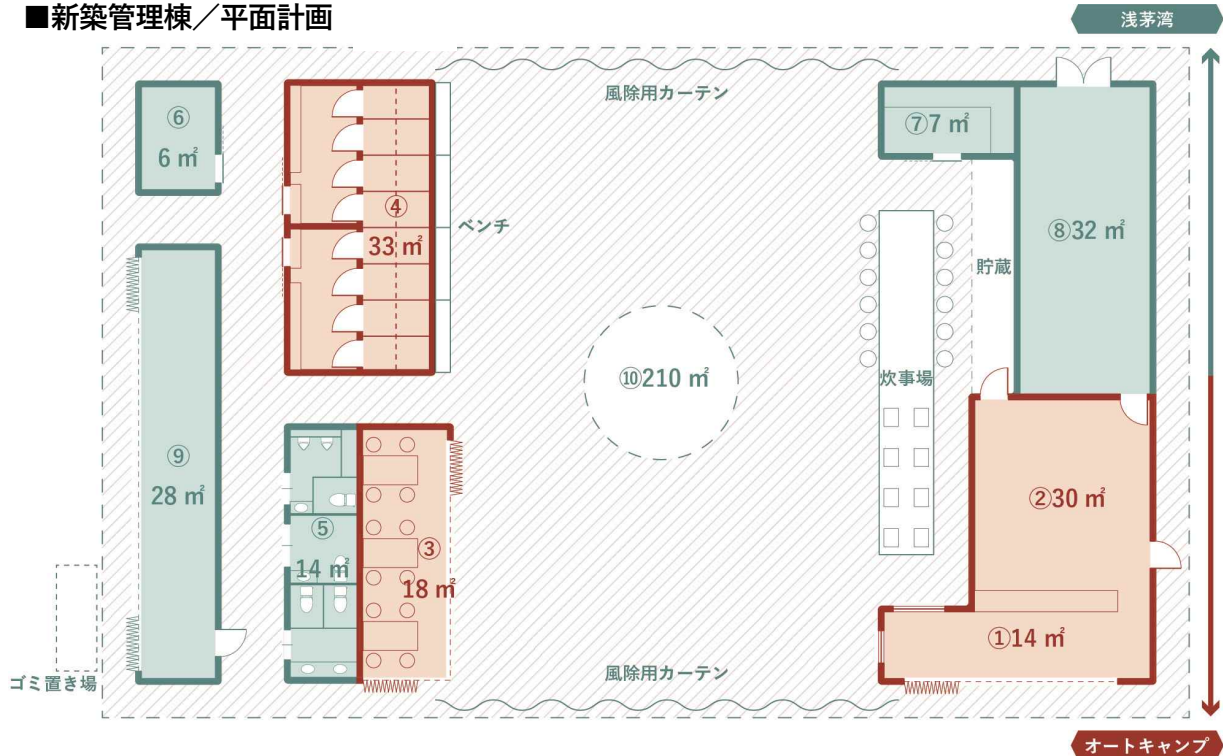
③天井換気開口の使い方

キャンプファイヤー用の換気口として大屋根に設置した開口を、対馬の空を楽しむ要素として利用します。ドーム状にテントを張ったり、開口の小口を細くすることで空が浮き立つような工夫も検討できます。



5-3. 具体的な施設整備の内容

■新築管理棟／平面計画



分棟形式とすることで大屋根スペースを確保し、断熱エリアの切り分けによる設備設計の合理化が可能。断熱スペースは断熱等性能等級4を確保することで熱負荷を下げ、SDGsにも配慮します。

断熱等 等級4 同等ス ペース	① インフォメーション	キャンプサイトの受付、あそうベイパーク内や周辺サイトのアクティビティや対馬市内の観光案内を行う情報発信センター
	② 管理室	管理者が在籍するスペースで、インフォメーション受付、キャンプ備品・飲食物の売店機能のほか、飲食物を保管する冷凍冷蔵設備を設置
	③ 多目的室	暖房設備、電源設備を兼ね備えた利用者が自由に使えるスペースで、扉を開放するとイベント時に大屋根と一体化して使用可能
	④ シャワー室	旅館業法に則り10人に1台の割合でシャワーを設置、脱衣所を兼ねたシャワーブース8台とパウダールームを完備
低断熱ス ペース (結露防 止程度)	⑤ トイレ	一般的に必要なとされている男性60人に対して大便器1台、30人に対して小便器1台、女性20人に対して便器1台を設置、多目的トイレ併設
	⑥ ランドリー	利用者用のランドリーで、一般的な洗濯機、乾燥機がそれぞれ3台ずつ設置できるスペースを確保
	⑦ 屋内キッチン	簡単な料理ができる屋内キッチンを設置、また、イベント時に扉を開放することで大屋根や炊事場と一体的に使用可能
	⑧ 倉庫	キャンプ用具や一部カヌー用具を収納でき、管理室から直接アクセスできるように、効率的な備品管理が可能
	⑨ カヌー倉庫	カヌーを収納するための倉庫で、海に向かう動線の途中にあり、外部から直接カヌーの出し入れ可能
	⑩ 大屋根	浅茅湾の景観を切り取る建築装置で、利用者が団欒するためのスペース、炊事場を設置、また、強風時はビニールカーテンによる遮風可能

※詳細な面積の算出根拠はP48を参照。

5-3. 具体的な施設整備の内容

■新築管理棟／面積算出根拠

一組の利用客数の平均を4人と仮定した場合、オートキャンプ12箇所、フリーキャンプ9箇所
の最大合計利用人数は $4 \times (9+12) = 84$ 人として建築計画を進めていきます。

	①+②	③+⑦	④	⑤	⑥	⑧	⑨	⑩	総合
既存施設	64㎡	30㎡	50㎡		-	-	50㎡	-	194㎡
計画図	44㎡	25㎡	33㎡	14㎡	6㎡	32㎡	28㎡	(210㎡)	182㎡

既存施設		新築管理棟	
① インフォメーション	多目的広場に設置されていた管理棟です。 64㎡	変更後は既存施設の機能が整理されること、倉庫が隣接することを想定して、新設のインフォメーションセンターを含めても変更前より2/3程度の面積を想定しています。 44㎡	
② 管理室			
③ 多目的室	既存の監視棟2階に設置された休憩スペースです。 30㎡	大屋根と連動して活用することができるため、同時に15人程度が暖を取れるくらいのスペースを想定しています。 25㎡	
⑦ 屋内キッチン			
④ シャワー室	トイレ、シャワーが同空間に存在し、利便性が悪い状態です。 50㎡	トイレ、シャワーを明確に分離し、それぞれの用途に合わせた断熱計画や仕様の見直しを計ります。一般に必要とされている利用人数分(最大84人)の台数を確保します。 33㎡	
⑤ トイレ			14㎡
⑥ ランドリー	存在せず。 -㎡	キャンプ場利用者が使えるランドリーです。ドラム式の洗濯乾燥機が3台おけるスペースを確保しています。 6㎡	
⑧ 倉庫	存在せず。 -㎡	管理室に隣接しており、備品などの収納に使用されます。屋外からもアクセスでき、キャンプ用具も収納できるよう計画しています。 32㎡	
⑨ カヌー倉庫	カヌーが収納されているスペースです。 50㎡	現存しているカヌー4台分のおよび救命道着などが収納されるスペースを確保しています。 28㎡	
⑩ 大屋根	存在せず。 -㎡	座りだと一人当たりの面積を1㎡として、150人程度、立ちだと300人程度が同時に利用できるイベントも可能な面積となります。 210㎡	

5-3. 具体的な施設整備の内容

キャンプサイトの魅力化 ～アウトドアニーズを満たす本拠地～



■整備後のキャンプサイトの主な機能

整備前

整備後

①オートキャンプ場

車で直接サイトに乗り付けてキャンプを楽しむエリアです。電源、かまど、ウッドデッキが敷かれています。

区画に座ると目線が切れる程度の植栽で分割して、プライバシーを確保した区画整備を行います。かまどは撤去し、各区画に調理や荷物が置けるミニカウンターを新設し、キャンプユーザーの利便性を高めます。既存のウッドデッキは一部、手すりや屋根の設置等で利便性の向上を図ることを検討します。

②新築管理棟

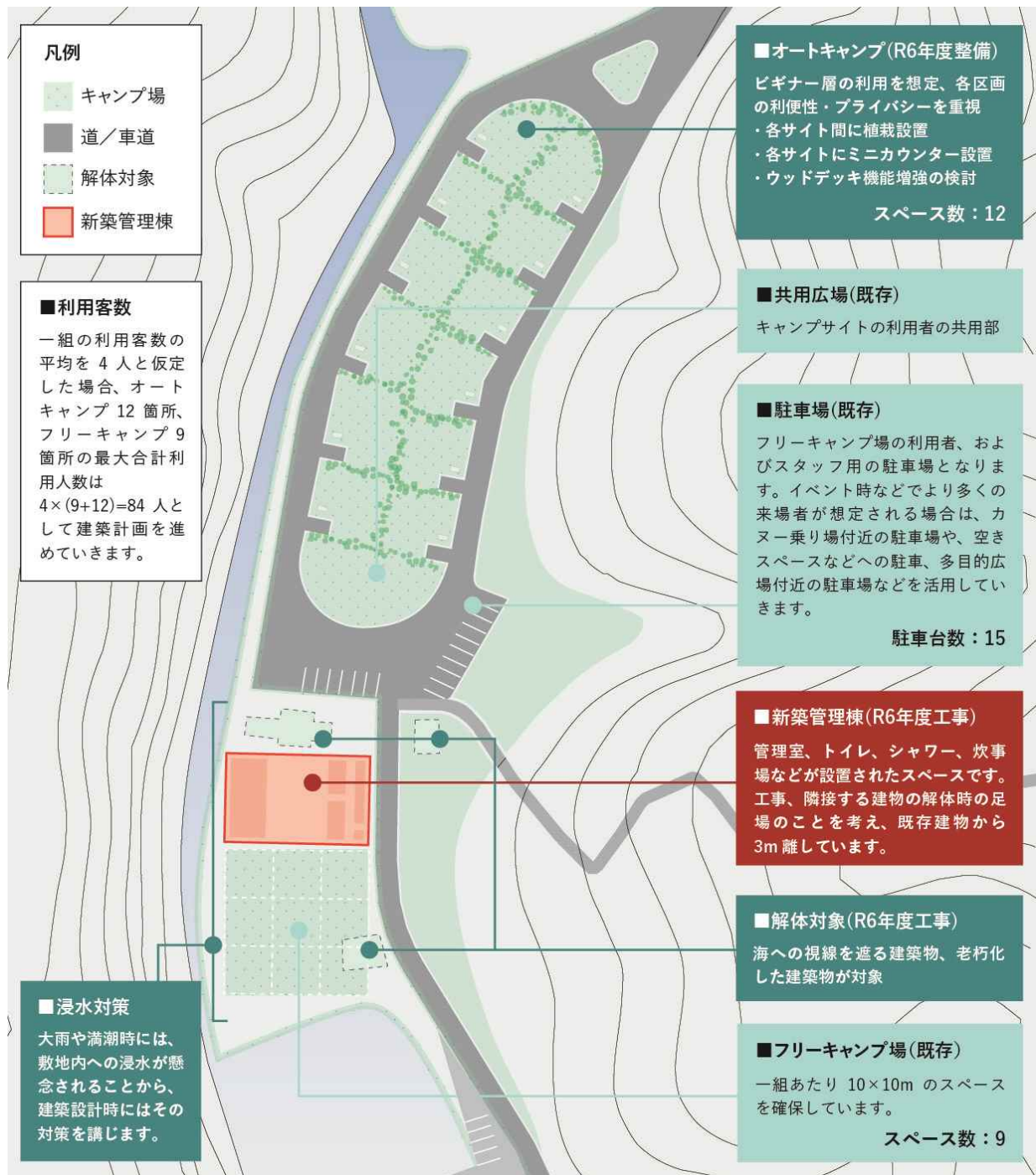
トイレ、シャワー、休憩室が入った老朽化した監視棟があり、少し離れたところに炊事場、カヌー倉庫があります。

景観を損ねる既存の監視棟は解体し、浅茅湾の借景が楽しめたりイベント・ワークショップ等が開催できる大屋根を設けた新築管理棟を計画。大屋根下は天候に左右されることなく利用客が集う交流の場となります。

5-3. 具体的な施設整備の内容

キャンプサイトの魅力化整備 ～機能・満足度を高める再整備～

キャンプサイトは今後の収益づくりの核となる施設であることから、現代のアウトドアニーズを踏まえた機能拡充・空間の魅力化が必要です。既存のフリーキャンプ場・駐車場を活用しつつ、キャンプの滞在満足度を高める新築管理棟、キャンプビギナーを想定した利便性・プライバシーが確保されたオートキャンプ場への再整備等を通じて、魅力と安全性を兼ね備えた建築計画を進めます。



5-3. 具体的な施設整備の内容

多目的広場の再整備 ～市民に開かれた憩い・交流の場の整備～



■市民に開かれた多目的広場を目指すための整備内容

	整備前	整備後
①憩いの場	管理棟や広場、トイレがあります。広大なスペースがある一方で、利用者数はあまり多くはない状況で、利用拡大に課題を抱えています。	有料から無料利用への変更を検討し、市民が自然と触れ合い、自由に過ごせる場を提供し、市民に開かれた広場として利用拡大を図ります。また、利用者のダニ被害の懸念があることから、有害鳥獣対策を検討します。
②乗馬場		日本在来馬の一種である対州馬を活用できる機会を増やすため、現対州馬飼育施設から多目的広場にスムーズに移動できる移動路の整備、対州馬に触れ合える機会を増やす必要な施設整備を推進します。
③施設サイン		あそうベイパークの中心に位置する本敷地に、新たに計画する施設案内・誘導サインを掲示することで、既存の管理棟の役割・機能を補完し、来場者をスムーズに誘導します。

5-3. 具体的な施設整備の内容

グラフィックデザイン計画 ～施設の統一的なブランディング～

施設全体の統一性や景観との調和、わかりやすい動線作りをしていくためには、施設の魅力を伝えるグラフィックデザインと明確な指針によるサインの整備が必要です。施設の価値を伝えるための名称やコピー、ロゴデザイン、敷地内のサインを含めて、統一的にブランディングすることで魅力的で快適な施設であると伝えることができます。

長期的にはデジタルサイネージなど最新のテクノロジーも取り入れた計画を検討することで、利用者に新しい体験を付与することができます。情報の入れ替えが簡易にできるため、季節ごとに異なる情報を掲載したり、その時の宿泊状況や利用状況を簡易に確認することができます。また、散策路上にデジタルサイネージを利用したアート作品を展示することで歩行体験がより豊かになります。

あそうベイパーク既存サイン

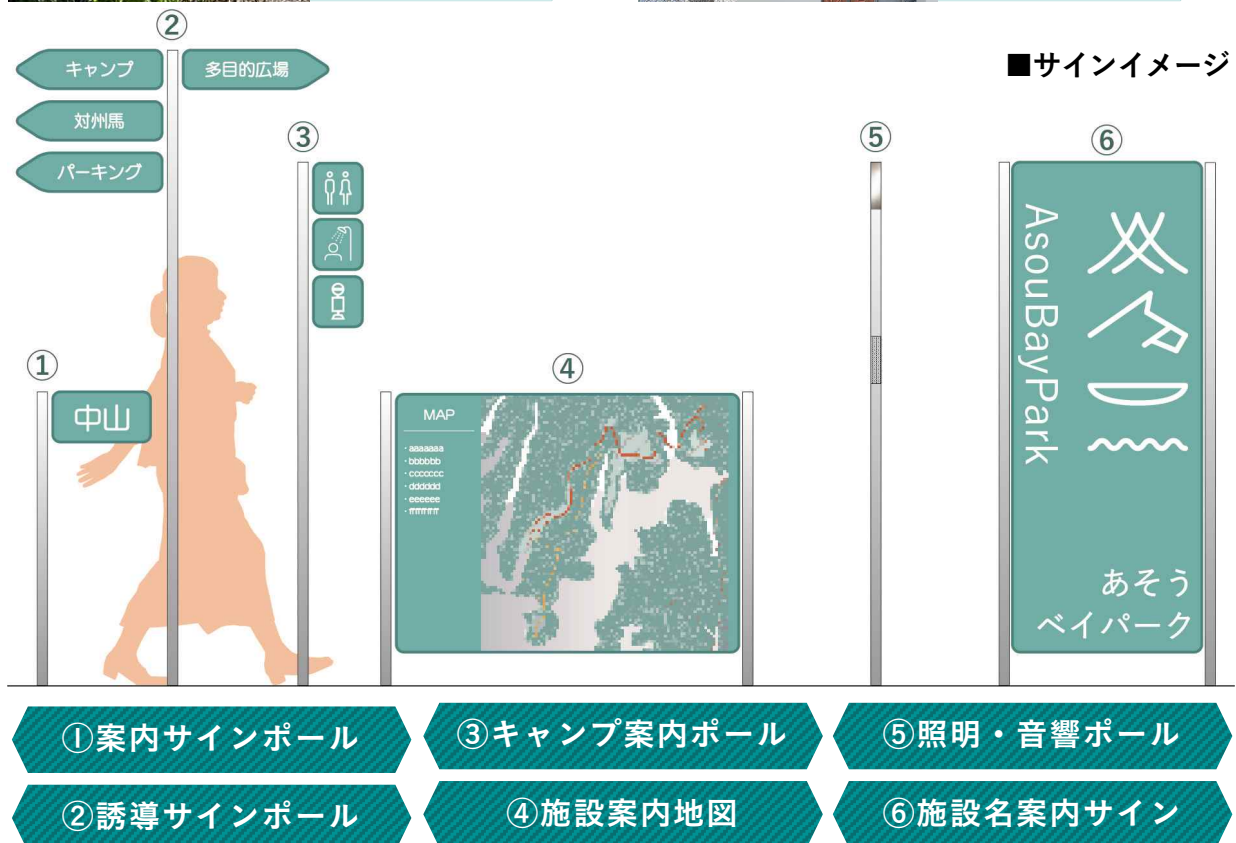


あそうベイパークの既存サインは、ガムテープでクリアファイルに入れた用紙を木の棒に貼り付けただけのもので、雰囲気が感じられず、景観を損ねています。

参考：対馬博物館サイン



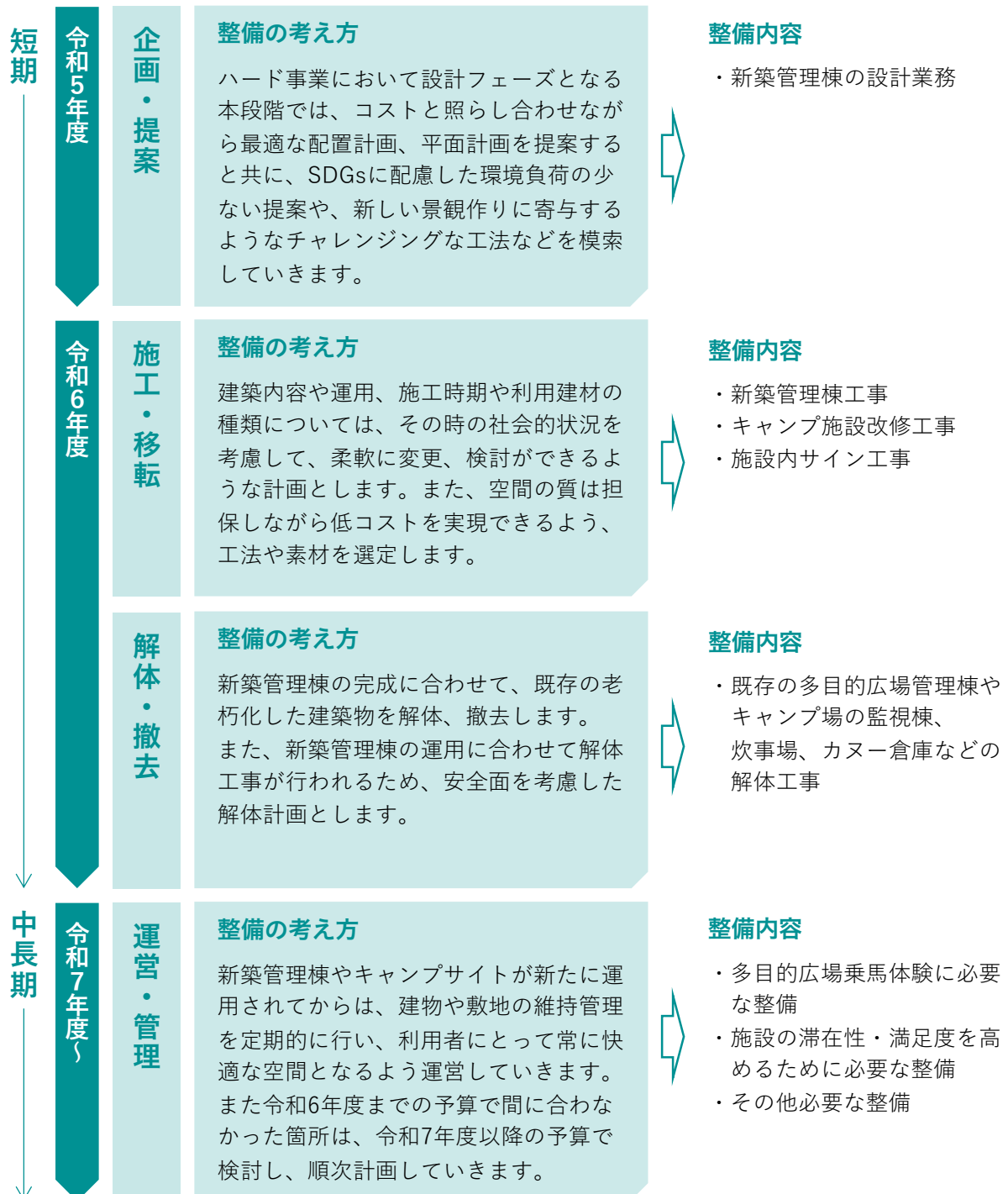
日朝外交の歴史における重要な印をモチーフにした対馬博物館のサイン計画は、施設内の全てのサインが同じデザインで統一されています。



5-4. 施設整備の年次スケジュール

整備スケジュール ～必要に応じた段階的な整備・解体～

施設の再整備にあたっては、令和5年度の設計業務を通じて詳細な検討を行うとともに、新築管理棟については、施設運営に配慮した工事を行い、新たな施設の整備に合わせて解体を進めます。令和7年度以降の中長期的には、施設の維持管理を基本としつつ、交流・滞在機能、動線の強化を図るために必要な整備を随時検討しながら進めていきます。



§ 6. 具体的な利活用

6-1. あそふベイパーク利活用の全体像

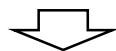
利活用方針 ～ターゲット、強みを活かすソフト事業の展開～

具体的なハード事業と合わせて、あそふベイパークの滞在・交流満足度を向上させるためのソフト事業を展開します。「国境アウトドア発信基地」のコンセプト及びアクティブユーザーによるコアなターゲットを踏まえた上で、以下に示す4つの方針に沿って事業を進めます。

(あそふベイパークの目指す将来像)

日本の始まりに会い、繋がる国境アウトドア発信基地

対馬の強みである固有の自然コンテンツの核となるあそふベイパークは、近年ニーズが高まりつつあるアウトドアをメインとしつつ、自然・歴史・食などの対馬独自の価値を最大限に活かした「国境アウトドアの聖地」として差別化を図り、自然と一体化する豊かな時間や知的な学びの機会を提供するベース基地を目指します。



(あそふベイパークのターゲット)



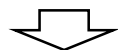
アウトドア・自然アクティビティに関心がある高単価の
アクティブユーザー層



観光客に向けた方針

利活用方針①

観光満足度を高め、コアなターゲットを誘客できるコンテンツ開発、DX化及び情報発信



市民に向けた方針

利活用方針②

シビックプライドを醸成する
市民の憩い・交流場づくり



共通の方針

利活用方針③

対馬の強みとなる対州馬、固有植物等の利活用

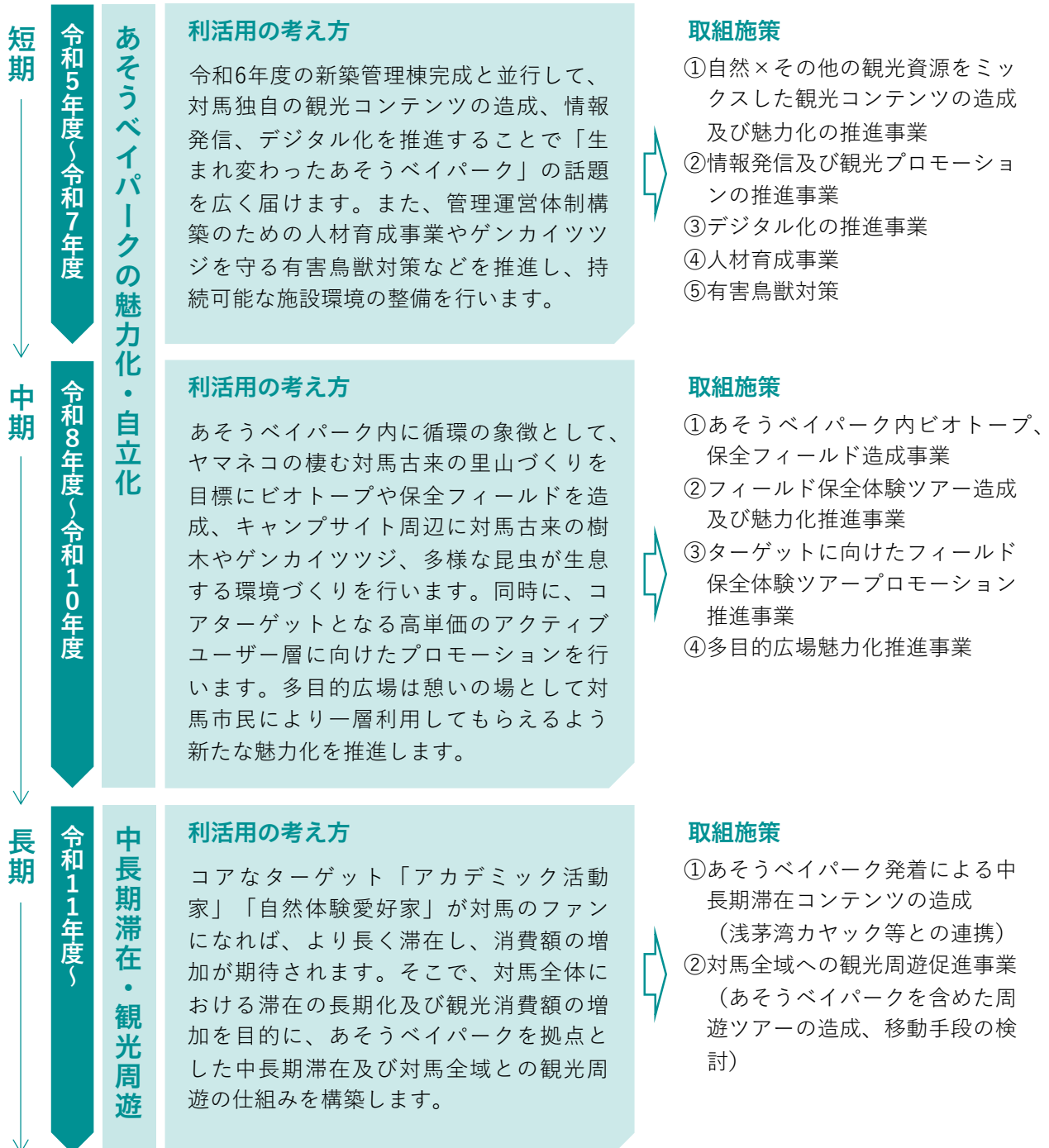
利活用方針④

持続可能な自然環境保全に向けた取り組み

6-2. 利活用に向けた年次スケジュール

利活用スケジュール ～コンテンツ造成、DX化、PR等の一体推進～

施設の利活用にあたっては、ハード事業と連携を図りながら進めることが重要です。利用満足度を高めるための観光コンテンツ造成、情報発信、デジタル化の推進、人材育成、有害鳥獣対策等を短期・中期的に取り組んだ上で、メインターゲットとなる高単価のアクティブユーザーをさらに魅了する中長期滞在及び観光周遊の仕組みを長期的に進め、観光満足度及び消費額のアップを目指します。



6-3. 具体的な利活用の取組施策

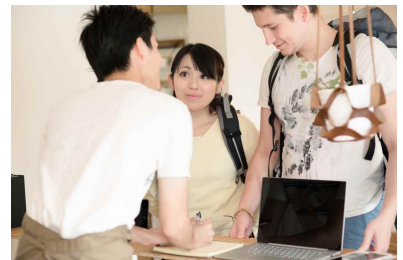
方針① 観光満足度を高め、コアなターゲットを誘客できるコンテンツ開発、DX化及び情報発信

来訪者の満足度向上及びコアなターゲット層に刺さる対馬ならではの体験できる観光コンテンツ開発や、現在キャンプ利用の主流となっているDX化を進めるとともに、前述したコアなファンの獲得に向けた効果的な情報発信・プロモーションを進めます。

施策①-1 キャンプ場における交流機能拡大・魅力化

対馬に到着した観光客が最初にあそうベイパークに立ち寄り、どのようなアクティビティを楽しむことができるのかを一元的にキャッチできるように、アウトドアアクティビティの情報をまとめた「インフォメーション」を新築管理棟内に設置します。

インフォメーションでは、地元事業者と連携して希望者がツアー申し込みまでできるように仕組みを構築します。この取り組みにより、キャンプ場利用者以外も対馬到着後、まずインフォメーションに立ち寄るという行動を設計することであそうベイパークを「キャンプをする場所」という以外に「情報収集」「地域の人との交流」などの目的を持たせ、魅力化を図ります。



インフォメーションのイメージ

施策①-2 アウトドアDX化の実現

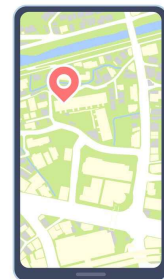
利用者目線での利便性向上のために、キャンプ場オンライン予約システム、キャッシュレス決済の導入を推進します。また、敷地内及び敷地外のスポット情報をGPS地図アプリに実装、来訪者がセルフガイドで周遊観光を促進する仕組みを構築するとともに、利用者のログデータを収集、位置情報からあそうベイパークを拠点にどこを回ったのか行動把握に繋がります。



オンライン予約システムイメージ (なっぶ)



キャッシュレス決済イメージ



GPS地図アプリイメージ

施策①-3 対馬の強み・地元事業者連携によるコンテンツ提供

対馬ならではの記憶に残り、「学び」につながる体験をしてもらうための仕掛けづくりとして、対馬の強みや地元事業者のスキル・サービスを活かした観光コンテンツの造成・磨き上げ及び人材育成を行い、施策①-1で前述したインフォメーションで発信していきます。また、あそうベイパークの敷地内で体験できるコンテンツに留まらず、あそうベイパークを発着とする周遊型のコンテンツを提供し、あそうベイパークの立地特性を最大限に活かした広域的なフィールドの造成を目指します。

敷地内で体験できる学びコンテンツの一例

ゲンカイツツジ植樹体験

地元の植栽団体の協力のもと、対馬固有の植物であるゲンカイツツジの植栽体験を実施、対馬の自然環境保全について学びます。



昆虫採集体験

主に家族連れを対象として、カブトムシやツシマヒラタクワガタなどの昆虫採集や昆虫が生息する自然環境について学びます。



対州馬飼育体験

対馬固有の対州馬に触れ合い、対州馬への理解を深めるため、キャンプ利用と連携を図りながら飼育方法について学びます。

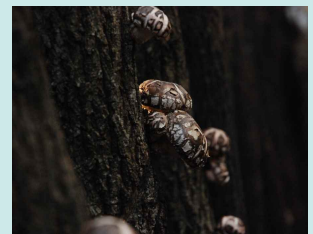


原木しいたけ栽培体験

あそうベイパーク内でしいたけの管理を行い、菌打ち、収穫の体験を通じて、対馬の特産品であるしいたけについて学びます。また、オーナー制度の導入を通じて、リピーターづくりにも取り組みます。

しいたけ
菌打ち

しいたけ
収穫



※原木のほだ木はカブトムシ・クワガタの個体数の増加に利活用

(その他コンテンツ) キス釣り体験、アサリ・蛤などの潮干狩り体験、メダカ飼育体験、此瀬崎における星空観察体験、自然観察の池における沼体験など

地元事業者と連携した学びコンテンツの一例

海業体験

地元の漁師と連携し、対馬が直面する海の問題や恵まれた漁場における養殖について学びます。



浅茅湾シーカヤック体験

地元のシーカヤック事業者と連携し、浅茅湾を舞台に豊かな自然環境や国防・金田城の歴史について学びます。



金田城トレッキング体験

対馬の歴史を語り、歴史好きを魅了する金田城をガイド付きでトレッキングし、対馬が育んだ歴史について学びます。



(その他コンテンツ) ヤマネコの里山づくりツアー、白嶽トレッキング、浅茅湾SUP、炭焼き体験、ジビエ体験、養蜂体験など

あそうベイパークを発着とした周遊型コンテンツの一例

Ebikeハイキング体験

Ebikeとハイキングを掛け合わせたHIKE & BIKE形式の体験アクティビティを造成。あそうベイパークでレンタルし、浅茅パールブリッジや曲網代岳や四十八谷、砲台跡、また浅茅山などをハイキングで巡ることができます。同モデルコースはスマートフォン用GPS地図アプリを活用して自由に周遊できることで、セルフガイドの仕組みを使った自然体験型アクティビティとしてキャンプ場利用客の滞在時間の延伸化、満足度向上につなげます。また、地図アプリ上に施設の詳細を記載することで、遊びを入口に対馬の歴史や自然を学ぶきっかけにもなります。



砲台トレッキング体験

あそうベイパークの近くには「大山砲台」があることから、あそうベイパーク発着の砲台トレッキングルートを将来的に整備し、対馬の歴史を学ぶ機会を創出します。

施策①-4 観光プロモーションの実施

「生まれ変わったあそうベイパーク」の認知度を高めるため、アウトドア企業等と連携し、コアな「アカデミック活動家」「自然体験・アウトドア愛好家」に訴求し、誘客するためのプロモーション事業を実施します。そのプロモーション事業の一環として、アウトドアをテーマにした「アウトドアイベント」の開催を検討します。具体的には、「学び」を目的とした企業向けスタディツアーや親子向け自然教育ツアーを実施、ツアー参加者はあそうベイパークに宿泊し、地元事業者と連携したベイパーク発着のコンテンツを体験してもらい、体験に関してフィードバックを収集、改善点の洗い出しを行うことで更なる魅力化を図ります。

また、イベントの開催に留まらず、コアなターゲットが情報源とする専門誌やウェブマガジン、ドキュメント、キャンプやアウトドアに関するSNSや専門誌、動画サイト等、効果的なメディアを選定した上でのメディア露出、タイアップ事業を行います。近年、本格的にキャンプやアウトドアを始めたいと願うビギナー層（アクティブユーザー予備軍）が増えてきていることから、コアなターゲットへの確に訴求することは、結果的にビギナー層の取り込みにもつながり、対馬ファンの裾野拡大に寄与することが期待できます。



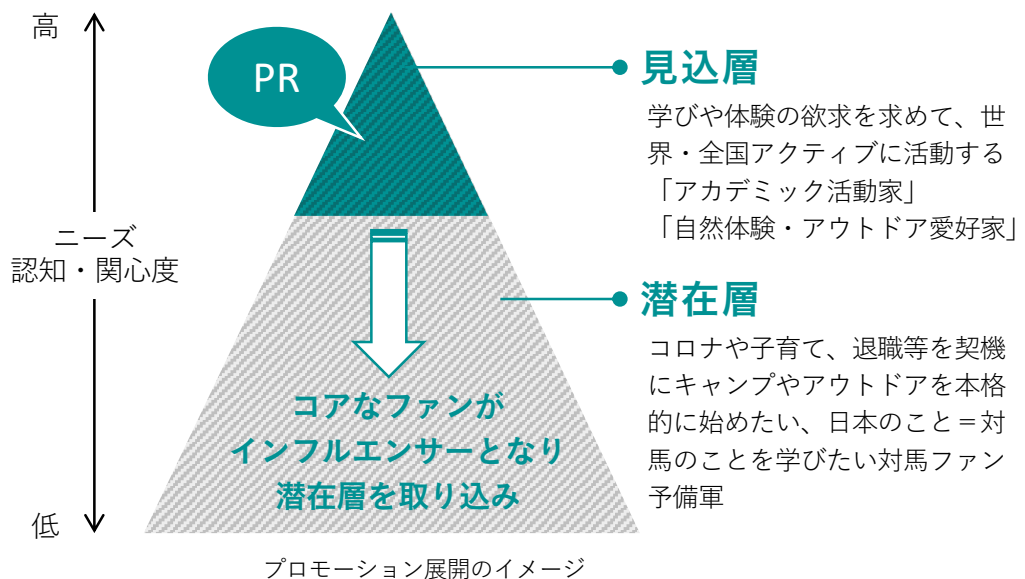
キャンプイメージ



スタディツアーのイメージ



焚き火交流のイメージ



6-3. 具体的な利活用の取組施策

方針② シビックプライドを醸成する市民の憩い・交流場づくり

利用率の低い多目的広場を今後市民の憩いの場として再整備し、市民参加による様々なイベントやアクティビティを展開することにより、市民の愛着を生み出しシビックプライドの醸成につなげます。

施策②-1 多目的広場の活用による対馬市民の憩いの場の提供

現在使用料が発生する多目的広場の無料開放等を検討することで利用者を増加させ、対馬市民憩いの場と共に、将来的な市民によるマルシェやヨガイベントなどの開催も見据えて、市民が気軽かつ自由に集まりやすい場作りをします。



現在の多目的広場



家族でのピクニックのイメージ



マルシェイベントのイメージ

施策②-2 多目的広場における対州馬との触れ合い創出

対州馬が対州馬飼育施設から多目的広場にスムーズに移動できる移動路の整備及び対州馬との触れ合いゾーンを設けることで、対州馬を目的とする来訪客増加を推進します。また、対州馬の飼育とキャンプを合わせた体験等の対州馬を絡めた体験型活用を推進します。



対州馬



乗馬体験のイメージ



馬との触れ合いイメージ

6-3. 具体的な利活用の取組施策

方針③ 対馬の強みとなる対州馬、固有植物等の利活用

対馬固有の対州馬、ゲンカイツツジ、昆虫などの動物・生物を保全と活用を両立させながら、来訪客に向けた体験コンテンツとして提供します。

施策③-1 対州馬を活用したコンテンツの提供

前述の施策②-2を参照

施策③-2 対馬古来の森の再現に向けたゲンカイツツジの保全・植栽

対馬古来の森をあそうベイパーク内に再現するため、ゲンカイツツジをはじめとする植物の植栽等の取り組みを支援します。植栽後、鹿の被害にあわないようネットを張るなど、有害鳥獣対策にも取り組みます。現在あそうベイパーク周辺ではツシマヤマネコの生息が確認されており、さらに生息環境の充実化を図ることで、自然環境の保全自体が対馬独自の観光コンテンツとなるよう推進します。



植栽のイメージ



ゲンカイツツジ



有害鳥獣対策のイメージ

施策③-3 対馬固有の生物を活用したコンテンツの提供

あそうベイパークにおけるカブトムシ、クワガタなどの昆虫の個体数増加のため、不要になった原木しいたけのほだ木を活用して昆虫が集まる場づくりを行います。森づくりと合わせて行うことで循環を再現、子供向けの採集体験なども提供することで学びのコンテンツを造成します。また、オウゴンオニユリ等の固有植物の植栽等も検討します。



オウゴンオニユリ



原木しいたけのほだ木



ツシマヒラタクワガタ

6-3. 具体的な利活用の取組施策

方針④ 持続可能な自然環境保全に向けた取り組み

あそうベイパークの敷地に広がる豊かな自然環境や森を今後持続的に維持管理していくために、その大きな課題となっている有害鳥獣の対策を積極的に推進します。

施策④-1 有害鳥獣対策

「玄海つつじの森」等の保全のエリアをゾーニング、有害鳥獣による食害を防ぐために範囲を検討、周囲を鹿よけネットで囲い込むなどの対策を講じることで、有害鳥獣がエリア内に立ち入るのを防ぎます。捕獲にあたっては、通常狭い範囲で対策を講じる方が効果が見込まれる一方、キャンプユーザーをはじめ人目になってしまうという課題が生じるため、対策の範囲や方法については今後具体策を検討していくことが必要です。また、対馬市内のハンターと連携することであそうベイパーク周辺での罠設置を進め、個体数自体の減少を目指します。

さらに、スギやヒノキが生い茂っていることが原因で、森全体が暗く、鹿や猪の住処になっていることから、枯れている木をはじめ必要に応じて間伐を進めていくことが大切です。



鹿よけネットのイメージ



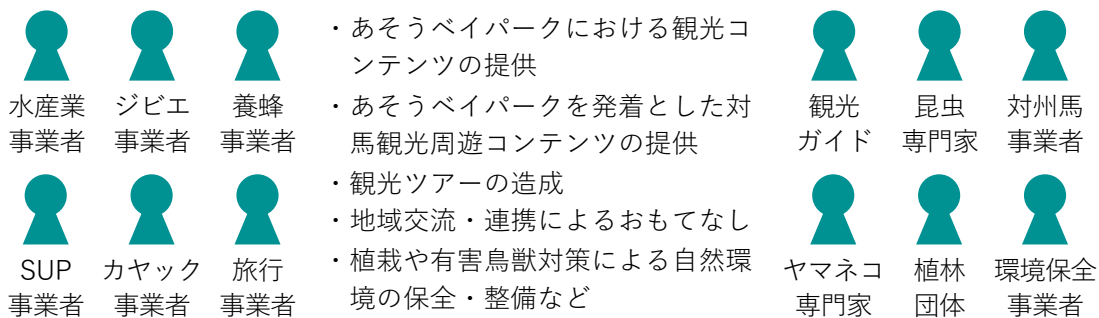
鹿の捕獲のイメージ

6-4. 自立化に向けた事業推進

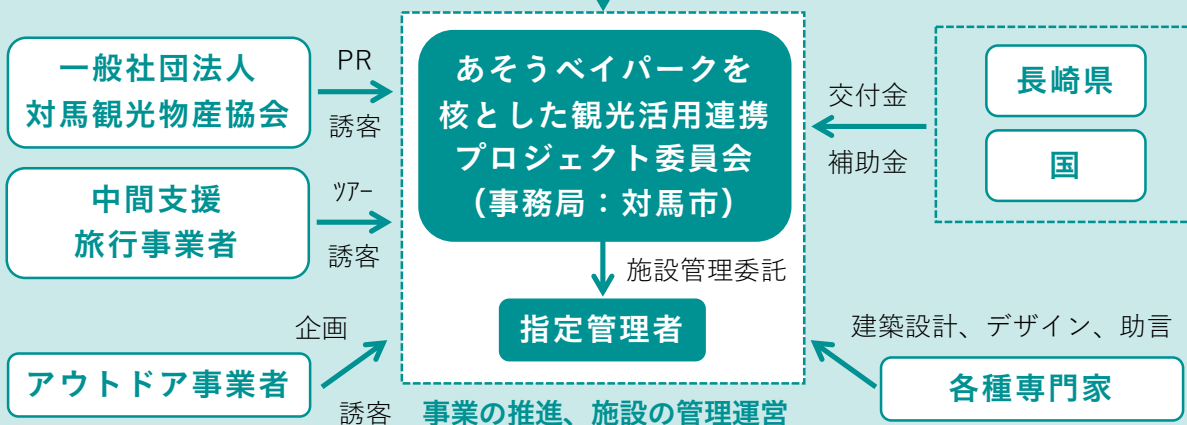
官民連携による事業実施・検証の推進

あそうベイパークの魅力化・経営的な自立化に向けては、キャンプ施設の管理運営や観光コンテンツの開発、自然環境の保全など、官民がそれぞれの強み・スキルを最大限に活かし、明確な役割分担のもとで事業を進めていきます。また、外部組織によるPDCAサイクルの検証を通じて適宜事業の効果を見極め、ニーズに合った事業への見直し、改善を図っていきます。

(観光コンテンツ及び自然環境保全で連携する地元の協力事業者)



滞在・周遊コンテンツ造成 ↔ 自然環境の保全



PDCAサイクルによる検証 ↓ ↑ 事業へのフィードバック

対馬市総合戦略会議

産学官金労言及びまちづくり団体、女性団体、公募委員等で構成する外部組織「対馬市総合戦略会議」において、取組事業の成果及びPDCAサイクルによる検証を実施。観光客実数、あそうベイパーク内キャンプ施設の利用者、観光統計等による観光客データをはじめ、各種データを分析し、その結果に基づき、「あそうベイパークを核とした観光活用連携プロジェクト委員会（仮称）」での協議を踏まえて、事業の組み立てや検証を行います。

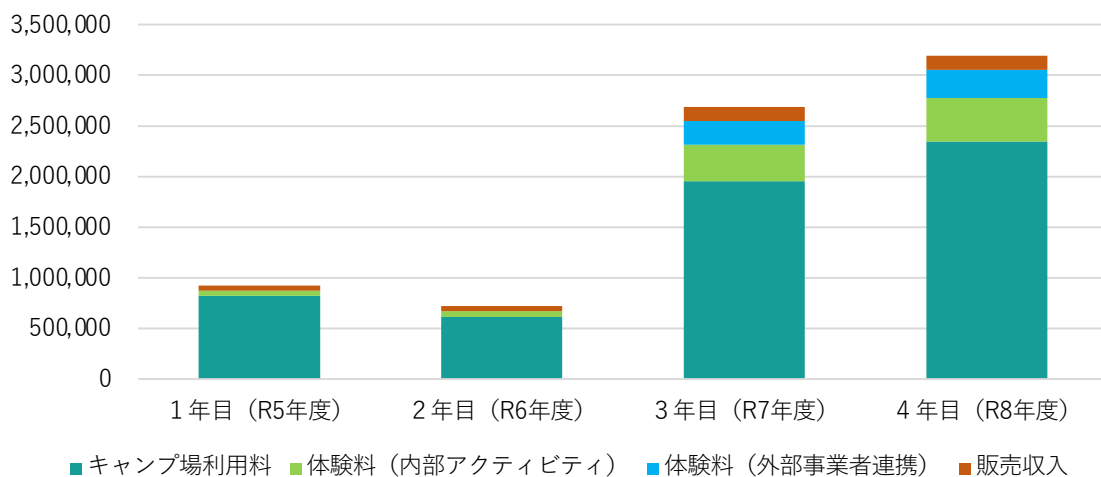
6-4. 自立化に向けた事業推進

自主財源の獲得による自立的な施設運営・管理

今後人口減少の進展が懸念される中で、対馬市の財源も限られているため、施設の新たな自主財源を獲得し、自立的な運営を行なっていくことが求められます。

あそうベイパークの再整備を踏まえてキャンプサイトの魅力化を図ることでキャンプ場利用料の今後の増収が見込まれるほか、これまでになかった食や体験による観光コンテンツの体験料や販売収入も期待されることから、持続可能な施設運営・管理を目指します。

■ 整備計画策定後の自主財源獲得の見込み推移（単位：円）



	1年目（R5年度）	2年目（R6年度）	3年目（R7年度）	4年目（R8年度）
キャンプ場利用料	819,505	614,629	1,956,133	2,343,000
体験料（内部アクティビティ）	55,500	55,500	359,000	430,000
体験料（外部事業者連携）	0	0	233,350	279,500
販売収入	49,830	49,830	138,000	138,000
合計	924,835	719,959	2,686,483	3,190,500

※1年目、2年目の体験料（内部アクティビティ）は、令和3年度におけるカヌーボート利用料を計上

※1年目、2年目の販売収入は、令和3年度における自動販売機の利用料を計上

※2年目のキャンプ場利用料は、施設改修工事の施工を踏まえて、収入を前年比75%と予測

キャンプ場利用料

施設整備に伴うキャンプ場利用料収入は、令和3年度のキャンプ施設年間利用料から1人あたりの単価を算出し、それに増加見込みの利用者数を掛け合わせ、1サイトあたりの単価（1,2年目は2千円、3,4年目は3千円）で割ることにより稼働サイト数を算出し、その稼働サイト数に1サイトあたりの単価を掛け合わせることで、キャンプ場利用料を算出

体験料

観光コンテンツの体験メニュー造成による体験料収入で、内部アクティビティは、キャンプ場利用人数に、想定されるアクティビティ毎の利用率・体験料を掛け合わせることで算出し、外部事業者連携は、体験手数料10%の収入、キャンプ場利用者の利用率を20%と想定して算出

販売収入

薪（焚き火用）、モルックレンタル、酒類、ゲンカイツツジ苗木等の販売収入を想定して算出

参考. 用語集

エコツーリズム (P11)

地域ぐるみで自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことを目指していく仕組み

(出典：環境省ホームページ)

スタディツアー (P11、P60)

体験学習や現地の人々との相互理解を目的として、主に開発途上国において国際協力NGOなどの活動現場を視察したり、ボランティア活動などを行う旅行のこと。「観光」を主な目的とする一般のツアーと異なり、スタディツアーは旅を通し「学ぶ」ことを目的としています。

(出典：独立行政法人国際協力機構関連ホームページ)

アドベンチャーツーリズム (P15)

「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される旅行を指します。アドベンチャーツーリズム旅行者は、旅行を通じて自分自身の変化や視野の拡大、学び等を得ることを目的としており、個々のコンテンツの質の高さは当然として、旅行者それぞれの興味・関心に応じたテーマ・ストーリー性のある滞在プランなど、その地域ならではの体験を求めていることが特徴です。(出典：観光庁ホームページ)

対馬観光ガイドの会やんこも (P16)

対馬観光物産協会内に事務局を持つガイド団体。令和5年3月に解散

玄海つつじの森 (P19、P22、P23、P40、P63)

植栽団体「玄海つつじの森つくろう会」が呼ぶ通称

シビックプライド (P31、P32、P39、P44、P55、P61)

市民が都市に対してもつ自負と愛着(出典：シビックプライドー都市のコミュニケーションをデザインする／シビックプライド研究会編者)

DX (P33、P55、P56、P57)

デジタルトランスフォーメーションの略称。企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること(出典：DX推進ガイドライン／経済産業省)

デジタルサイネージ (P52)

屋外・店頭・公共空間・交通機関など、あらゆる場所で、ディスプレイなどの電子的な表示機器を使って情報を発信するメディア

(出典：一般社団法人デジタルサイネージコンソーシアムホームページ)

セルフガイド (P57、P59)

添乗員やガイドが案内するガイドツアーと異なり、旅行者個人が好きな工程・タイミングで自由に楽しむことができる旅のスタイル

Ebike (P59)

クロスバイクやロードバイクなど、スポーツバイクに電動アシスト機能が付いた自転車

インフルエンサー (P60)

英語のinfluenceが語源であり、世間や人の思考・行動に対して大きな影響力を持つ人のこと

PDCAサイクル (P64)

Plan (計画) → Do (実行) → Check (評価) → Act (改善) の頭文字をとったもの。このプロセスを繰り返し実行することで、継続的な業務の改善を図る方法

モルック (P65)

投げる棒であるモルックを投げ、木製のピンであるスキットルの倒れた内容で得点を加算していき、先に50点ピッタリになるまで得点した方が勝ちというゲーム

(出典：一般社団法人日本モルック協会ホームページ)

////////////////////

あそうベイパーク整備計画

令和5年3月

対馬市観光交流商工部観光商工課

////////////////////