

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

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年度中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することとしている。

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。

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（8）を参照。

※別紙（1～3）は令和6年度中に策定予定のブランディング戦略の概要版であり、内容については今後変更の可能性がある。

（2）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を行うためのプレスリリース支援を行うほか、適切な媒体での記事掲載を2回以上行うこと。

PR 内容には、本仕様書4（7）の公共施設利活用推進セミナーの内容を含めること。

（3）レイクサイド北山エリア内におけるモビリティ実証実験

レイクサイド北山の回遊性向上のため、サイクリングロードにおいて、電動キックボードや電動自転車等のモビリティ導入の実証実験を行うこと。導入台数や運用ルール等の詳細については、連携事業者や指定管理者等と調整のうえ決定し、利用者の安全面に十分留意のうえ実施すること。

① 実施時期

令和7年7月～11月頃（予定）

② 実施体制の構築

必要に応じてモビリティ事業者等とタイアップし、実証実験に必要な体制を構築すること。

③ モビリティ

実証実験を行うモビリティについては、電動キックボードや電動自転車を想定しているが、受託者が他のモビリティを提案することも可とする。

④ 効果検証

利用者アンケートのほか、連携事業者や指定管理者等へのヒアリングによる効果検証を行い、実際の導入に向けた提案を行う。

（4）レイクサイド北山エリア内の回遊性向上に向けたサイン設置計画の策定

レイクサイド北山の周辺エリアでは、北山湖を囲む広大な敷地に複数施設（ウェルカムセンター、フォレストラボ、北山キャンプ場、プレイグラウンド、北山少年自然の家等）が点在しているが、回遊性向上のためのサイン（案内看板）が不足している。回遊性向上のために必要なサインについて、設置計画を策定すること。

① 計画の内容

計画の内容にはサインの設置位置、サイズ、デザインを含むこと。

② 留意事項

計画策定にあたっては、指定管理者等と調整を行うこと。

デザインはサイン制作用に入稿可能なデータで納品すること。

なお、サインの制作及び設置は本業務に含まない。

(5) 白浜海水浴場におけるパイロット事業（社会実験）実施支援

白浜海水浴場について、「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を模索するための社会実験として、白浜海水浴場におけるイベントを実施するための支援を行うこと。内容については、指定管理者や地元関係者等と調整のうえ実施するものとする。

① 実施時期

令和7年7月～11月頃（予定）

② 実施体制の構築

指定管理者や地元関係者等と連携し、パイロット事業（社会実験）の実施に必要な体制を構築する。事業内容や出店条件等の詳細については、連携事業者や指定管理者等と調整のうえ決定する。

③ 広報

福岡県及び佐賀県在住者向けの広報を行い、パイロット事業（社会実験）の実施について告知する。

④ 効果検証

一般参加者へのアンケートやイベント出店者等へのヒアリングを実施し、効果を検証する。

(6) プロジェクトリーフレット制作

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を情報発信するためのリーフレットを制作する。以下の仕様イメージに基づき詳細デザインを制作し、印刷用に入稿可能なデータで納品すること。なお、リーフレットの印刷は本業務に含まない。

＜リーフレット仕様イメージ＞

サイズ及びページ数：A5二つ折り 4頁

表紙：プロジェクト名称＋プロジェクトロゴ

中面：プロジェクトステートメント

裏表紙：対象施設一覧＋プロジェクトポータルサイトの案内等

(7) 公共施設利活用推進セミナーの実施

公共施設を担当する県市町職員等を対象としたセミナーを1回以上実施し、公共施設の利活用に詳しい専門家による講演を行うほか、セミナー参加者間における優良な利活用事例の共有を図ること。

具体的な時期や会場等については別途県と調整のうえ決定すること。

(8) 関連事業のディレクション

県が令和7年度中に別途実施を予定している以下①～⑤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 プロジェクトポータルサイト制作・管理運営

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ポータルサイトを制作し、管理運営を行う。

② 白浜海水浴場ホームページ制作・管理運営

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ホームページを制作し、管理運営を行う。

③ 少年自然の家利用申請システム制作・導入

内 容：現在、様々な方法（電話、FAX、郵送等）で申請を受け付けている自然の家の利用申請の仮予約について、申請方法を一本化し、利用者の利便性向上を図るための利用申請システムを制作し導入する。

④ レイクサイド北山ホームページ改修

内 容：既存のレイクサイド北山ポータルサイト (<https://lakeside-hokuzan.com/>) をベースに、北山エリア一体のポータルサイトとしての役割を持たせ、より使いやすいサイトにするため、機能や構造、デザイン等を改修する。

⑤ フォトスポット等制作

内 容：対象施設内に利用者が楽しめるフォトスポット等のコンテンツを設置し、情報発信を行う。

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 履行期間

契約締結日から令和8年3月27日まで

8 委託金額

金 14,361,980 円（消費税及び地方消費税を含む）を上限とする。

9 委託料の支払い

完了払

10 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。

M I G A K I プロジェクト ブランディング戦略

概要版

令和7年2月27日現在

MIGAKIプロジェクトの事業展開

MISSION

民間の力を活用して、サービス・コストの最適化を行いながら、各施設の持つ本質的価値の磨き上げを行い、ポテンシャルを引き出すことで、人が集う施設に輝かせていく



- ・利用者満足度向上
- ・来場者の増加
- ・施設の収益化
- ・交流人口の拡大

MIGAKIプロジェクトブランディング戦略

MIGAKIプロジェクトの独自性・革新性の発信

- ✓ 使い手目線を反映したプロセスの革新とムーブメント化
- ✓ クリエイティブな民間事業者の活用による関心の訴求
- ✓ 情報発信による意識醸成・認知向上



横ぐし

民間活用

未来志向

利用者視点

マーケット重視

フットワーク

現場主義

少年自然の家

- ✓ 利活用の検討 (波戸岬)
- ✓ 利用料金の見直し
- ✓ 利用者増に向けた対策



キャンプ場

- ✓ 指定管理範囲見直し (北山)
- ✓ ルートHの活用検討 (北山)
- ✓ エリア内の連携強化 (北山)



九年庵

- ✓ 新たな価値の創造、体感
- ✓ 公開経費の収益化
- ✓ 今後の利活用に向けた検討 (クリエイター起用)



KMAP

- ✓ 活用に向けた環境整備
- ✓ KMAPの機運醸成
- ✓ マリンアクティビティの参加者拡大、収益化



ビーチ

- ✓ エリアでの一体的整備に向けた検討 (イマリンビーチ)
- ✓ トライアルサウンディング



宇宙科学館

- ✓ 展示リニューアルの広報、集客
- ✓ 新たな集客コンテツの検討



SAGAMIGAKI PROJECTとは

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
SAGAMIGAKI PROJECTです。

ブランディング戦略の目的

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

MIGAKIプロジェクトの目指すべき姿

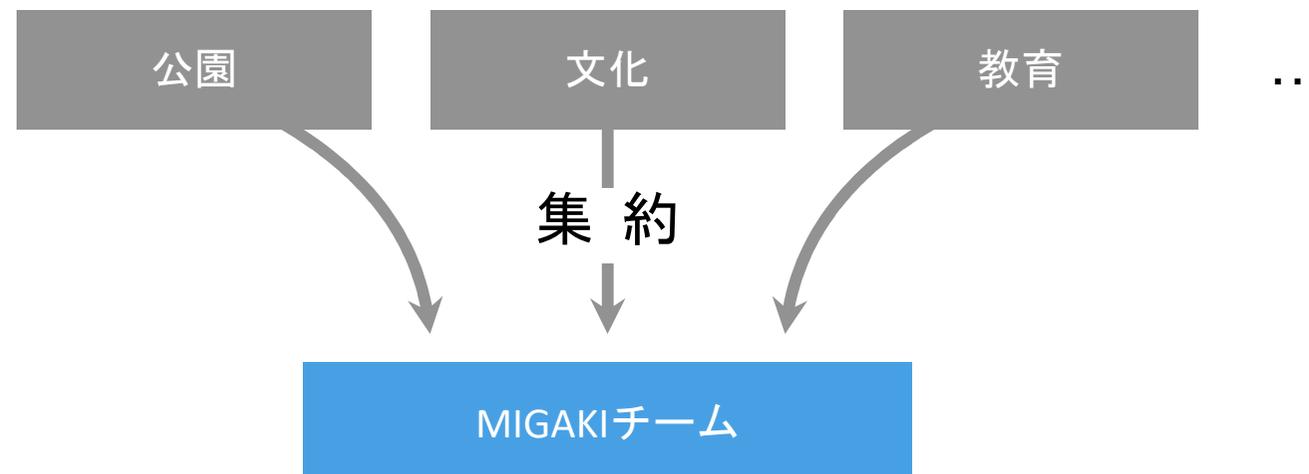
本プロジェクトの革新性は、下記の三本柱を同時に遂行することである。
既存の行政にはない役割のチーム(組織)であり、アクション(行動)である。

1. 事業再生
2. 統合と横展開
3. 施設からエリアへ

MIGAKIプロジェクトの目指すべき姿

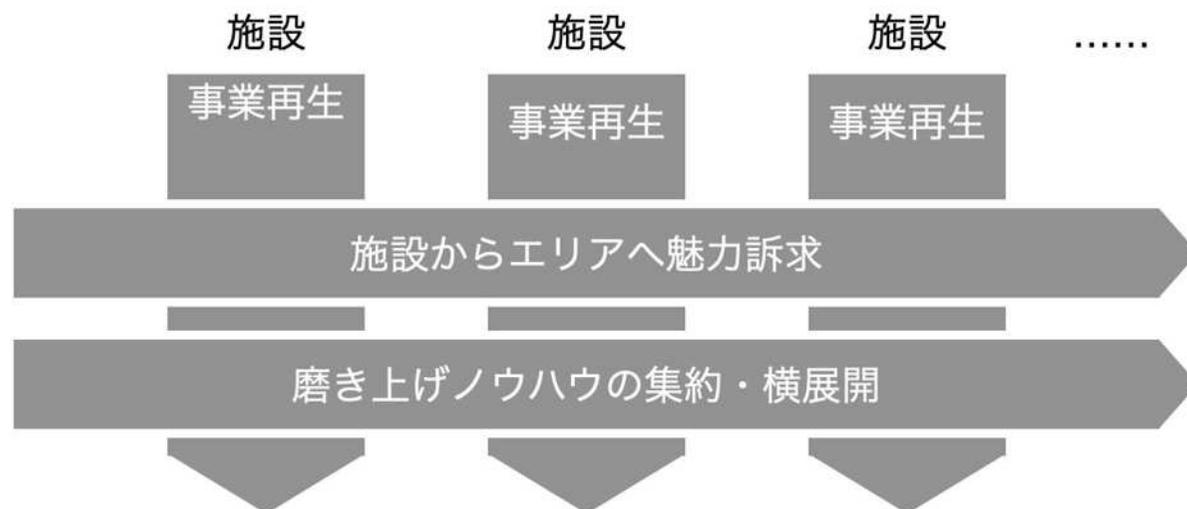
1. 事業再生

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。



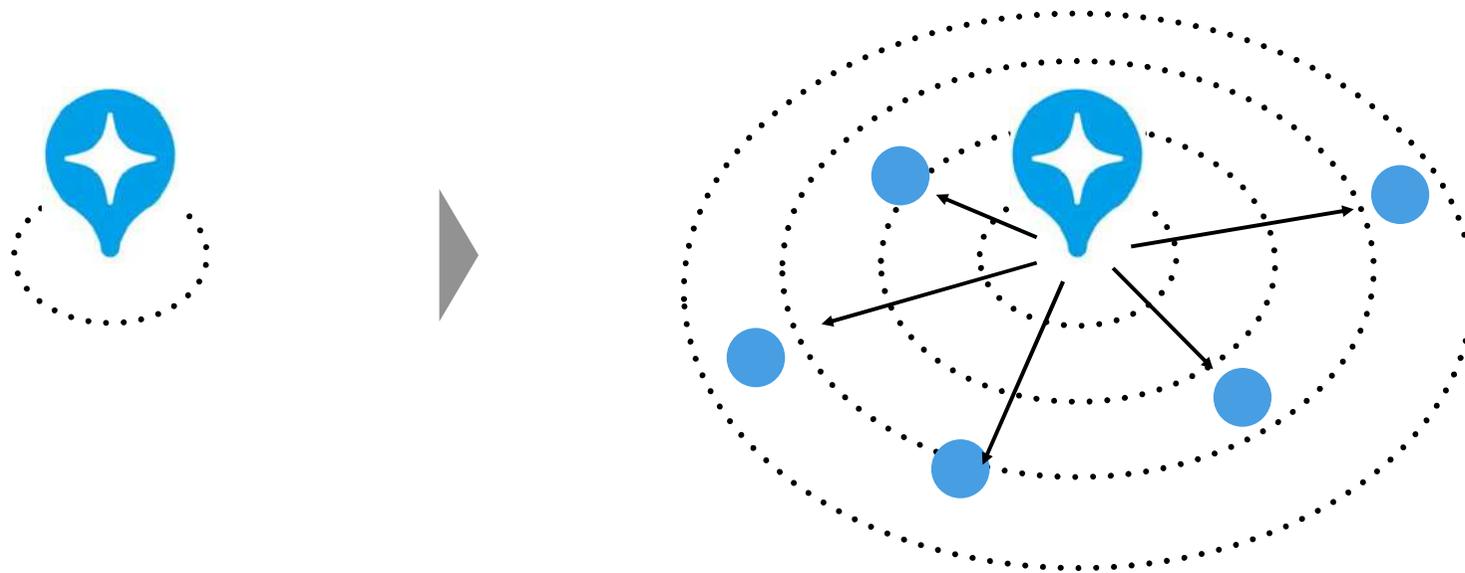
2. 統合と横展開

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。



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

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	令和7年度に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。 一部十分に活用されていない施設等がある。 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	神崎市神崎町	1908(M41)	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	イマリンビーチ	伊万里市黒川町	1991(H3)	指定管理	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	
10	白浜海水浴場	藤津郡太良町	1994(H6)	指定管理	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。夏以外の活用は少ない。	◎
11	ムツゴロウ公園	小城市芦刈町	2000(H12)	指定管理	市の施設と一体的に利用されているグラウンド。	
12	KMAP（唐津マリンアクティビティパーク）事業	唐津市西の浜	—	県直営	唐津・玄海エリアのマリンアクティビティの魅力高め、発信する事業。2024(R6)から、様々なマリンアクティビティを体験できるようにしている。	

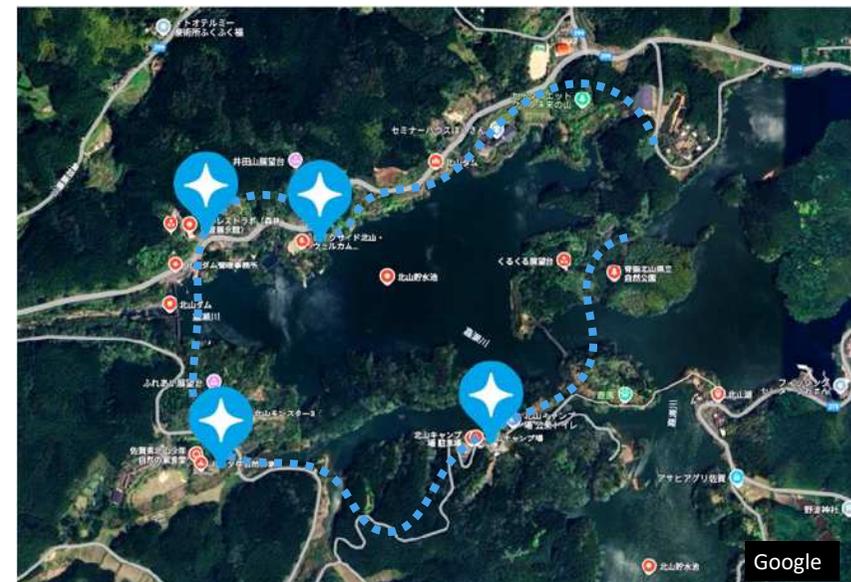
対象施設の現況整理及びポテンシャル

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

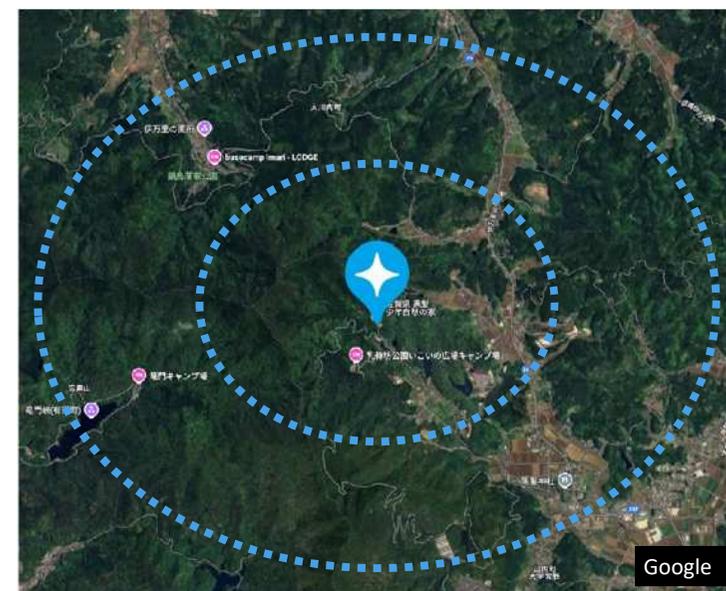


対象施設の現況整理及びポテンシャル 黒髪少年自然の家



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

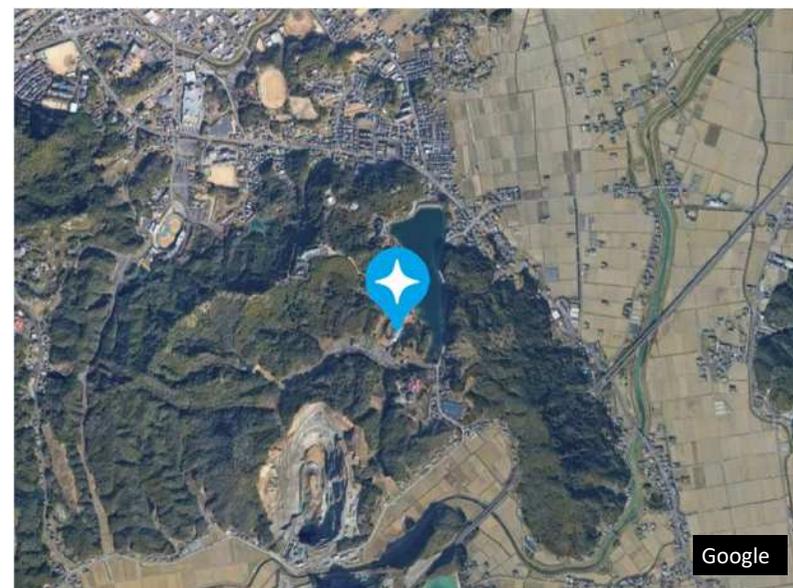


対象施設の現況整理及びポテンシャル 宇宙科学館「ゆめぎんが」



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周年を記念してリニューアル済み。

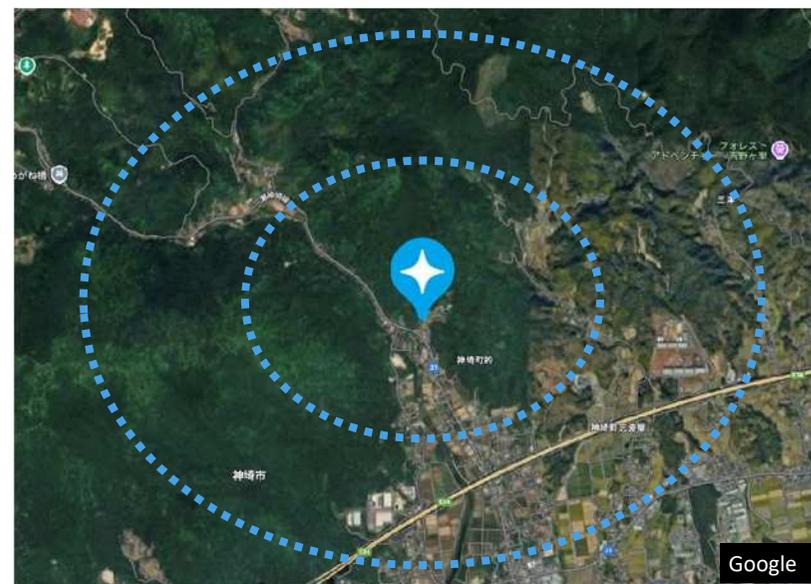


対象施設の現況整理及びポテンシャル 九年庵



「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する改修を
行うとともに、一般公開以外にも
民間事業者による活用を検討

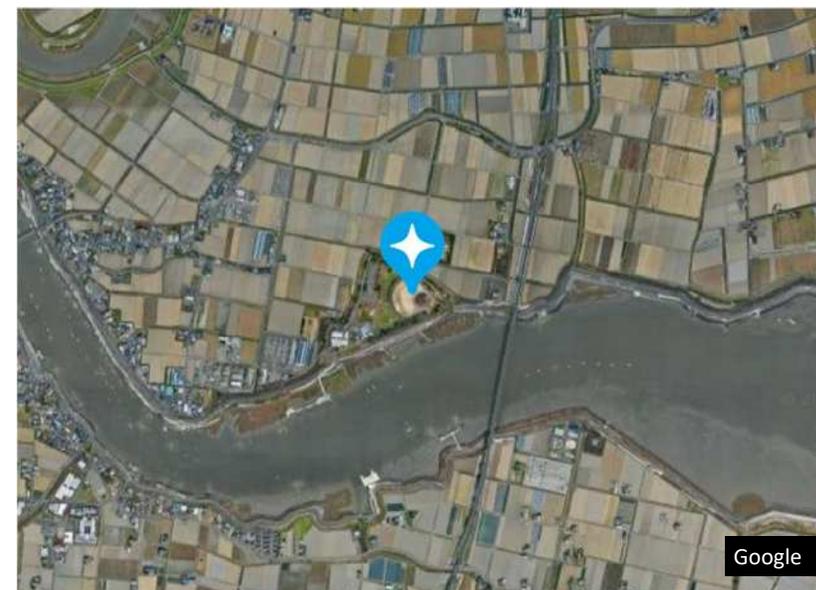


対象施設の現況整理及びポテンシャル ムツゴロウ公園グラウンド



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、引き続き現状の役割を維持していく。



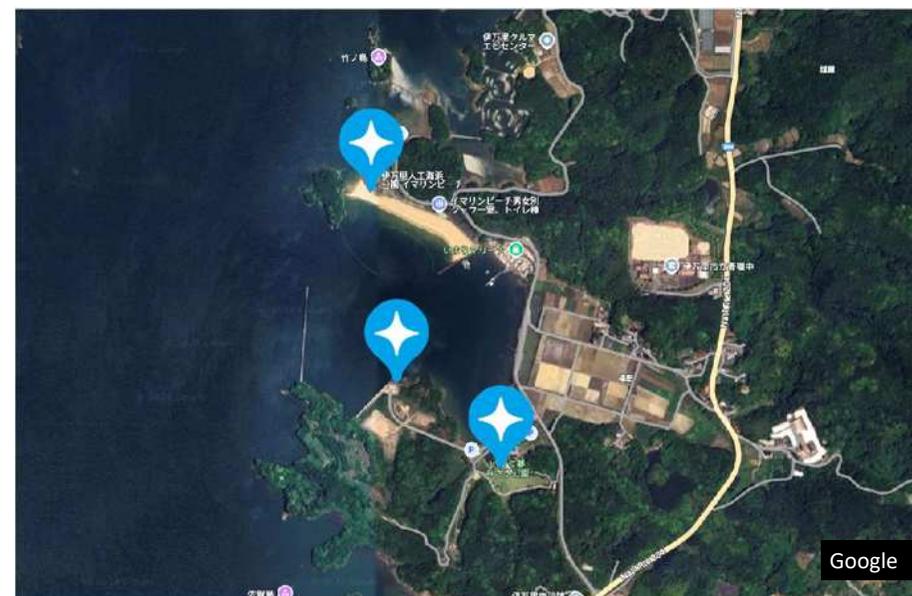
対象施設の現況整理及びポテンシャル

イマリンビーチ（+伊万里ファミリーパーク+福田マリーナ）



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。

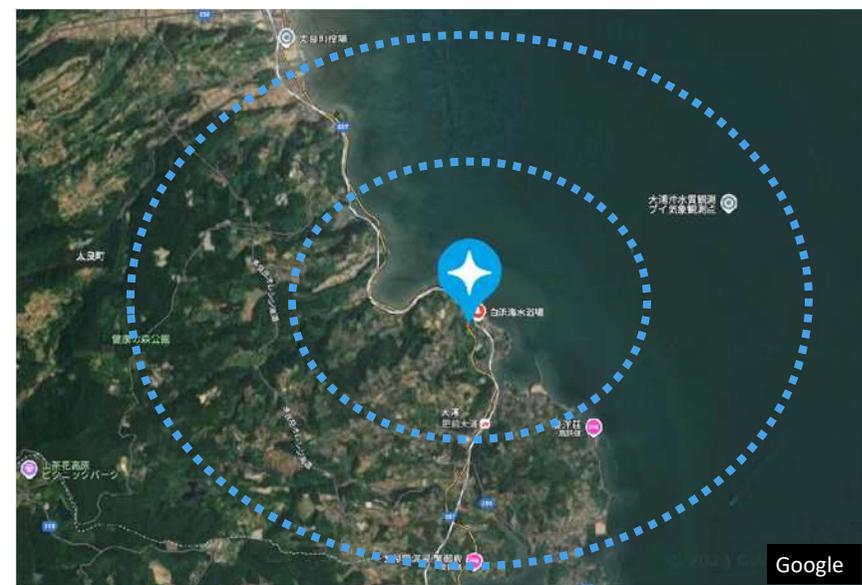


対象施設の現況整理及びポテンシャル 白浜海水浴場



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



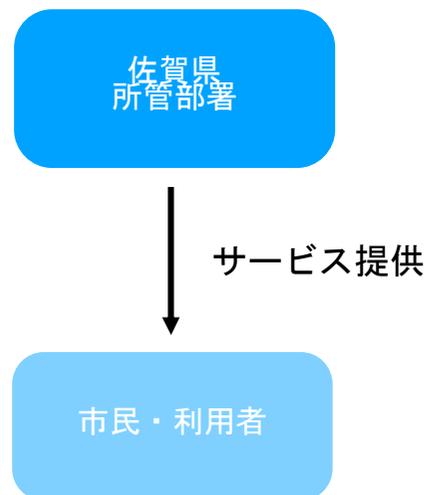
磨き上げに向けた実施方針

体制

本プロジェクトでは政策部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。

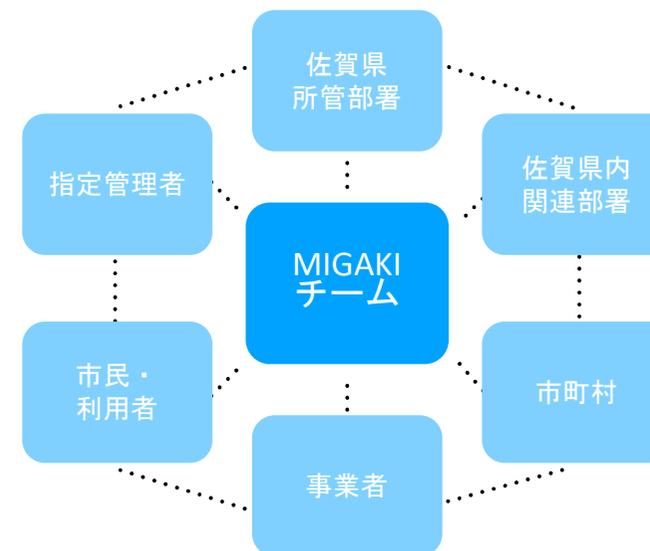
これまでの 公共施設整備・運営

- ・ 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



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、政策部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。

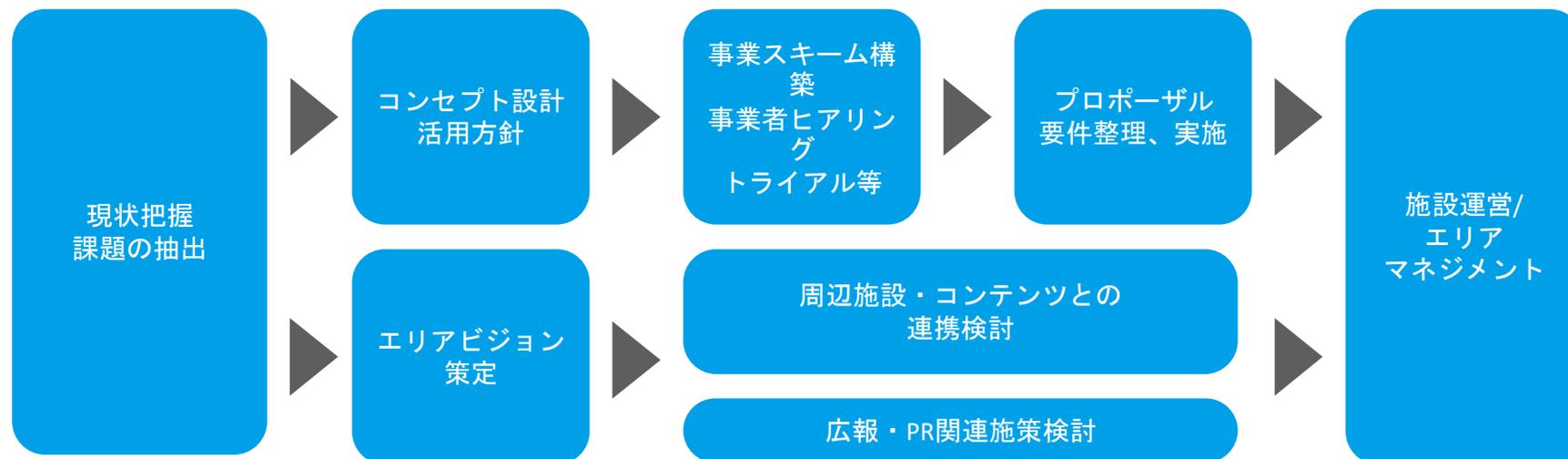
	運営の体制	推進方法
主導型		<p>指定管理者等と密接に連携しながら、磨き上げを推進していく。 (例：レイクサイド北山)</p>
伴走型		<p>地元による自走的な運営を目指し、活用に向けた機運醸成や地元事業者等との関係性構築をサポートする (例：白浜海水浴場)</p>

※一部、他部署が所管する施設もある

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。



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

【別紙 2】

北山エリア

ブランディング戦略

概要版

令和7年2月27日現在

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

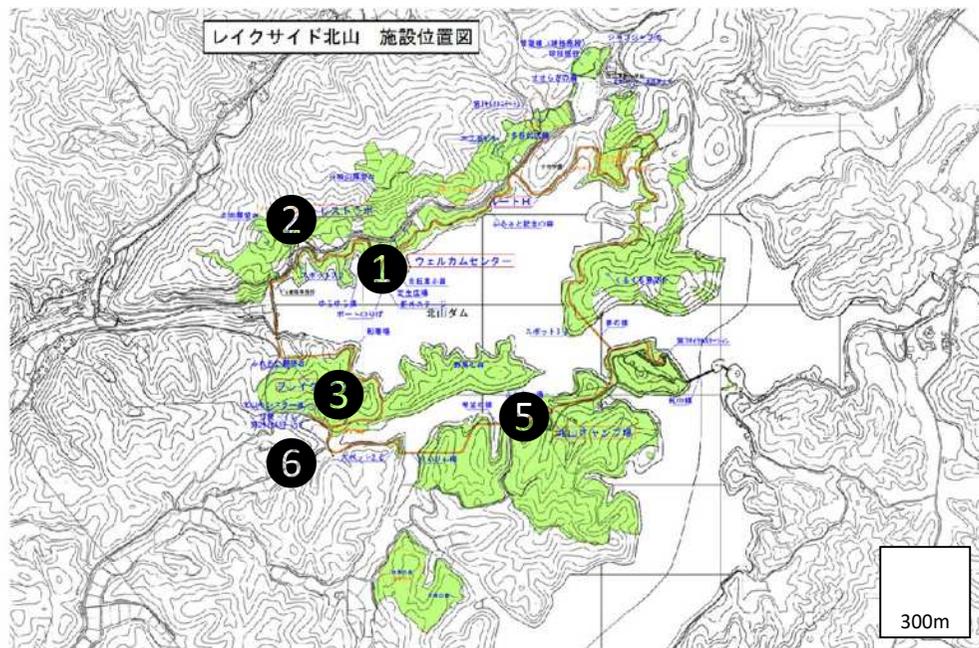
- 昭和55年に「21世紀県民の森キャンプ場」として整備。
- 「OPEN-AIR佐賀」環境整備の一環で、新しい魅力ある施設とし利用者の満足度向上を図るため、「21世紀県民の森」との一体的な再整備を実施、令和5年10月にリニューアルオープン。
- 運営見直しにあたり「佐賀県立21世紀県民の森設置条例」を改正し、北山国民休養地全体を「21世紀県民の森」の施設とするとともに、利用料金の規定を新たに設けた。
- 令和7年度からは「レイクサイド北山」に指定管理が一本化される。

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。

対象施設の現況整理及びポテンシャル

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



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** (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

対象施設の現況整理及びポテンシャル

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

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並ぶ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

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

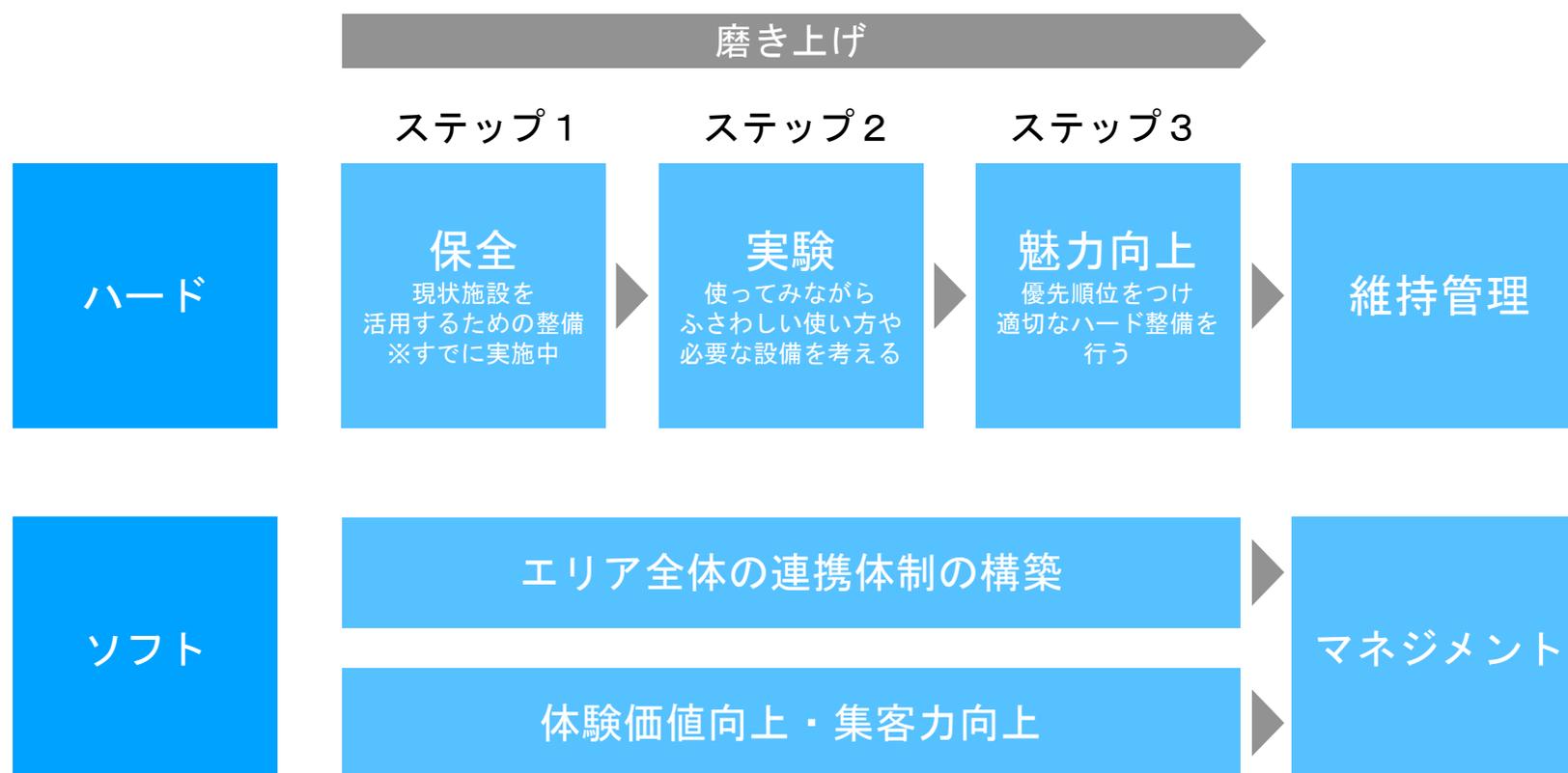
[凡例] ◎：現在の各施設のメインターゲット [ターゲットの例]
 ○：現在の各施設のサブターゲット
 ■：今後拡大の可能性があるターゲット

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）

対象施設の磨き上げに向けた実施方針

事業のステップ

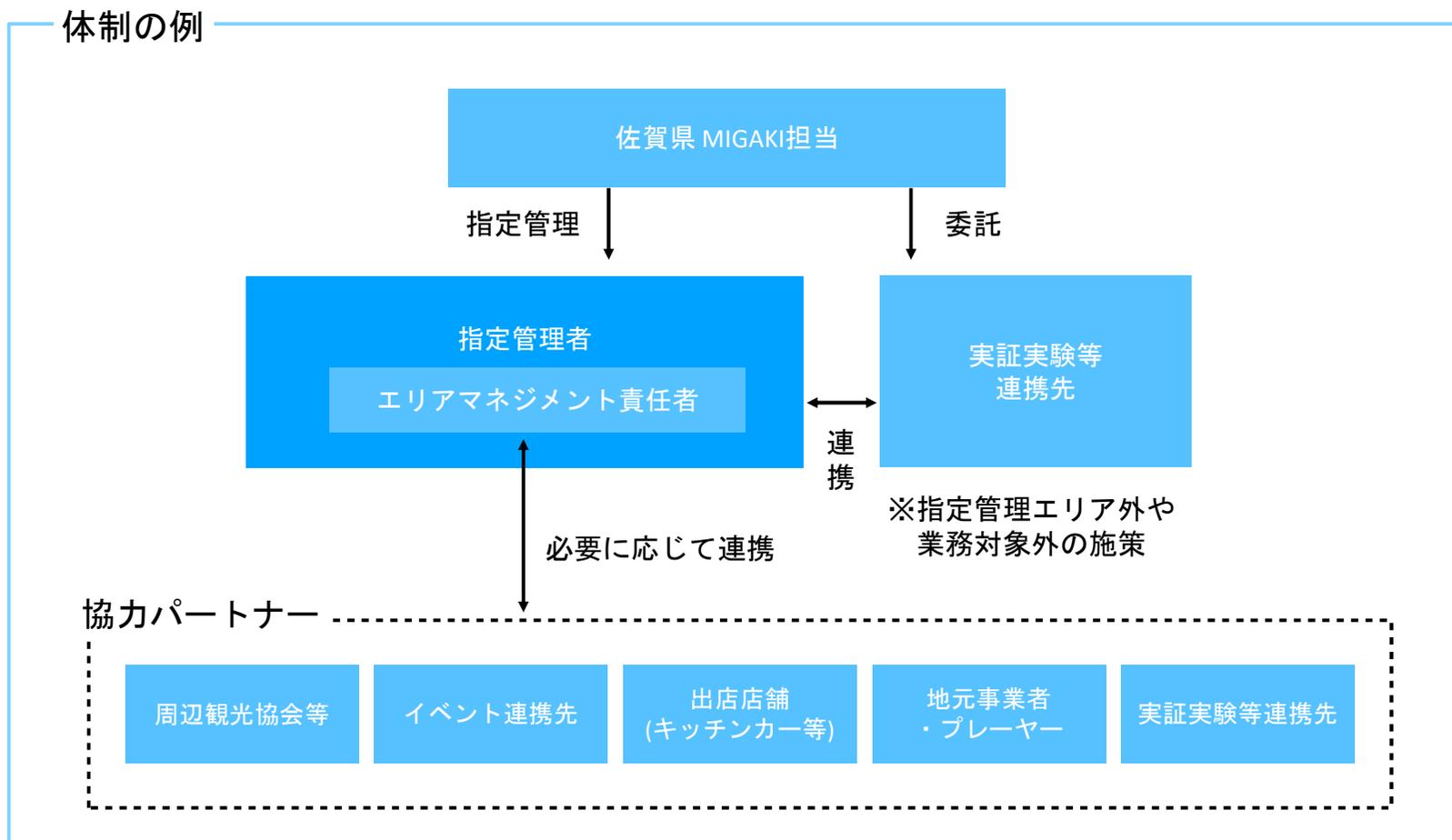
- 小さなステップから始めて、検証をしながら段階的に整備を行う
- 将来的に安定的な維持管理・マネジメントの体制に結びつける



対象施設の磨き上げに向けた実施方針

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



対象施設の磨き上げに向けた実施方針

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。



現在は植物が茂っていることにより景観が活かして箇所が散見される

●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。



現在はウェルカムセンターのみでアシストのない自転車を貸し出している

●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。



エリア内の統一サインの設置が始まっているが、施設入り口のサインなど、わかりづらい箇所がある

【別紙 3】

白浜海水浴場

ブランディング戦略

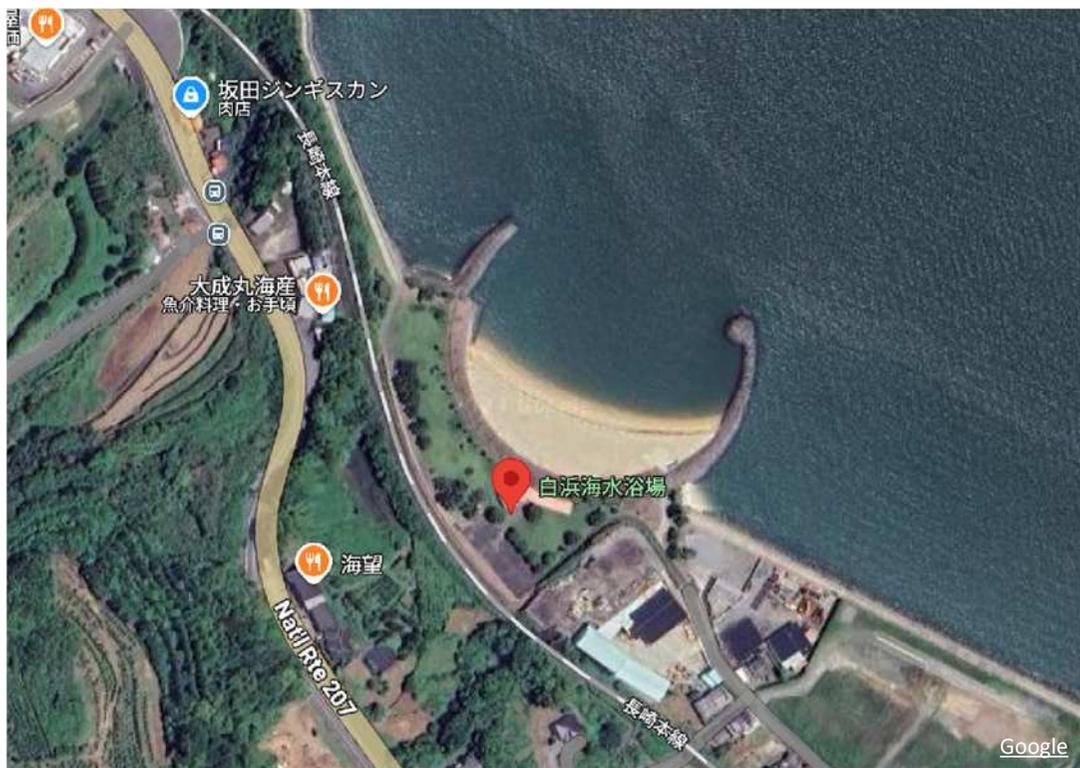
概要版

令和7年2月27日現在

利活用の背景

- 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建設し、開設当初から地元市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。潮の満ち引きにより遊泳可能時間が制限される。
- 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。

対象施設の現況整理及びポテンシャル



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、東家)
 - ・ 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



対象施設の現況整理及びポテンシャル

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 ←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 ←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 ←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 ←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 ←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

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、開設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を行ったり、「SUPの聖地」などとして認知されることを目指す。

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

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イ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。

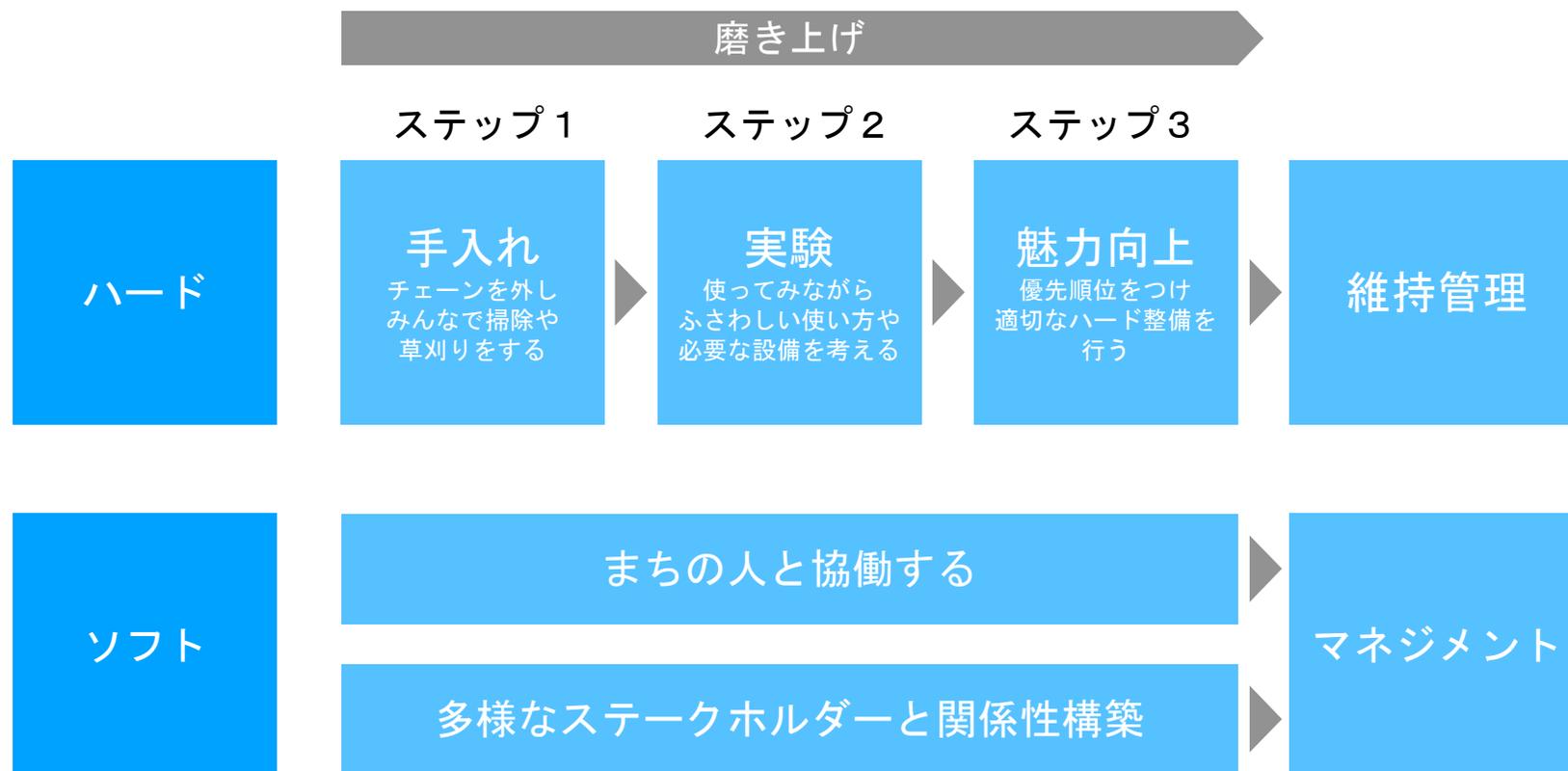
③ 実験的な活用を重ねながらニーズを見出す

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。

対象施設の磨き上げに向けた実施方針

事業のステップ

- 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



対象施設の磨き上げに向けた実施方針

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新設をする



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