



# 砂沼サンビーチ跡地の利活用方策調査結果概要

茨城県政策企画部地域振興課



# 砂沼サンビーチ跡地と砂沼広域公園



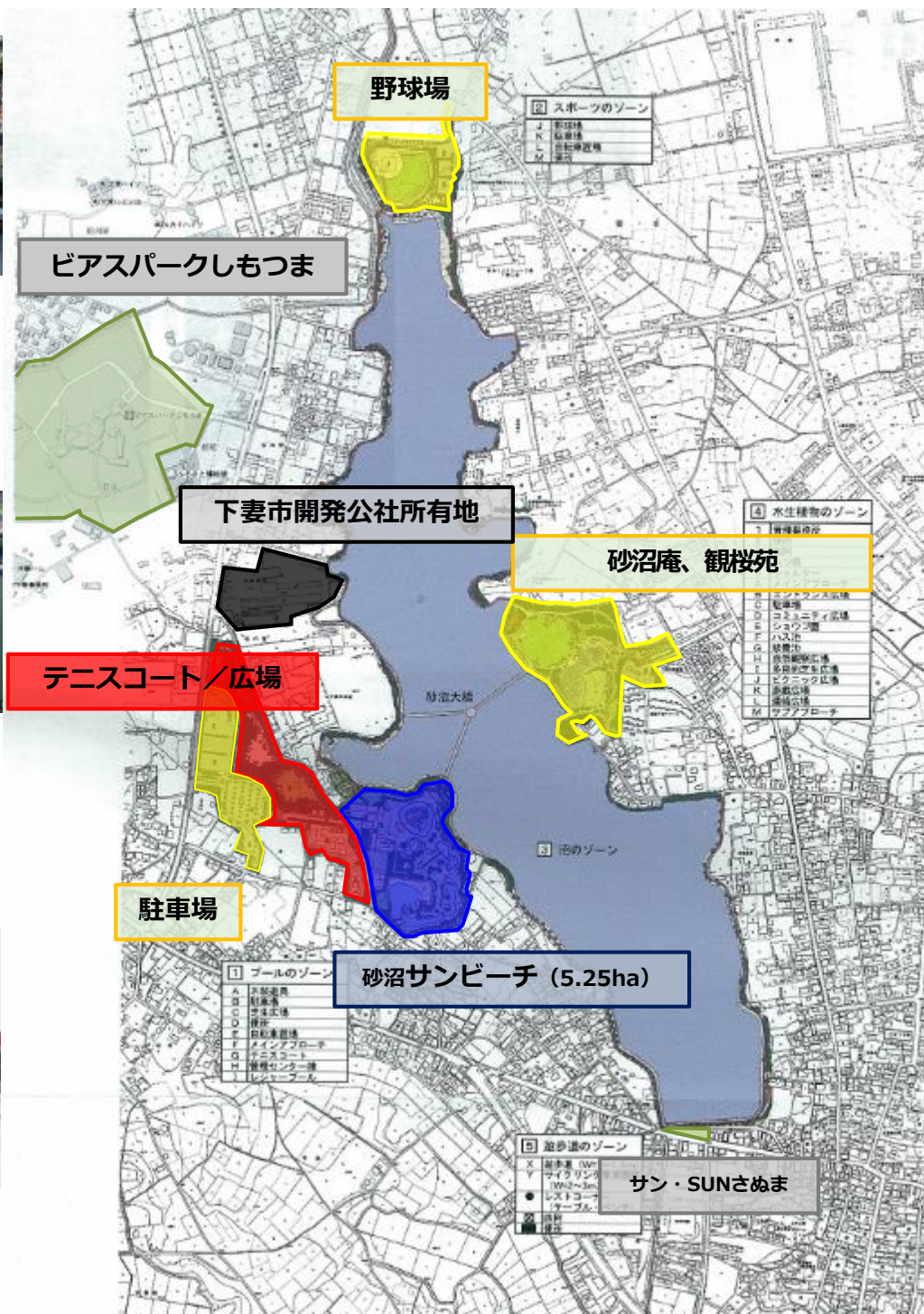
ビアスパークしもつま



下妻中学校



砂沼サンビーチ



観桜苑



砂沼大橋



さんSUNさぬま  
(カフェ, マルシェ)



# 砂沼サンビーチが果たしていた役割

## ●砂沼サンビーチ概要

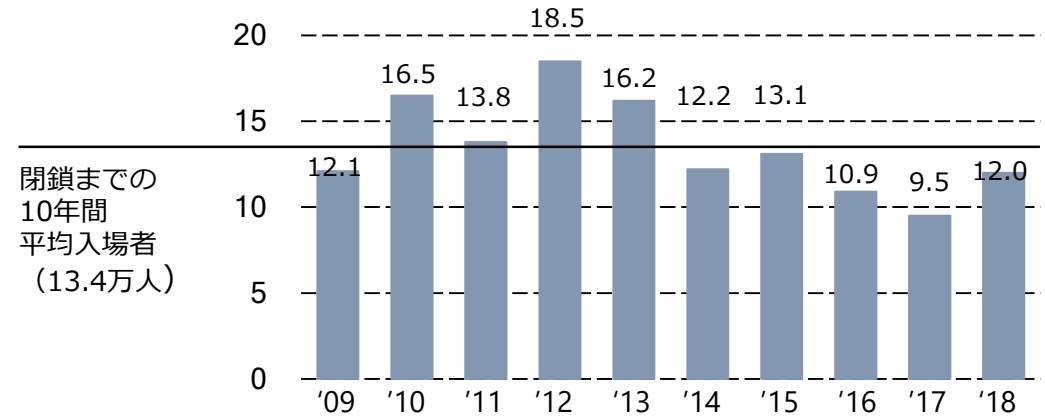
◇所在地 茨城県下妻市長塚乙4-1  
(砂沼広域公園内)

◇運営期間 1979年から2019年まで約40年間

1979年から累計すると  
約670万人が利用

◇入場者数の推移 (※営業期間：約60日/年)

(単位：万人)



## ●砂沼サンビーチが果たしていた役割

長年地元  
愛され続けた



“思い出作りの場”

年間平均13万人を  
市に集客する



“賑わいの創出”

周辺施設等の  
利用,雇用による



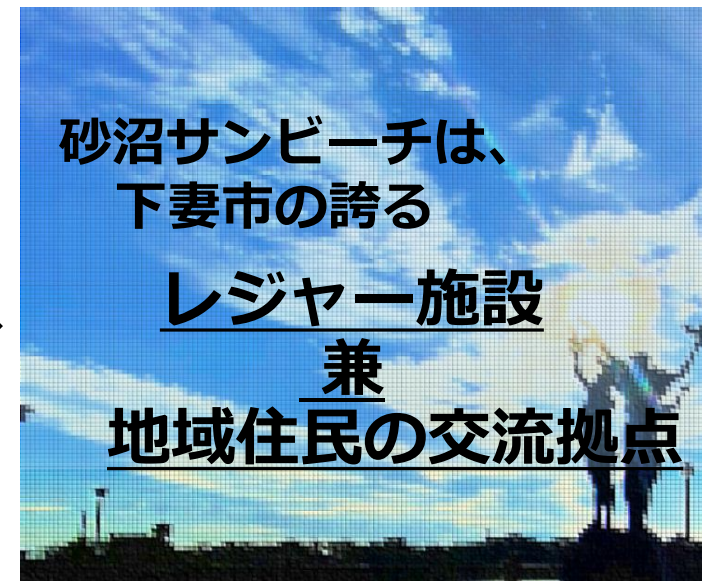
“地域経済の貢献”

砂沼サンビーチは、  
下妻市の誇る

レジャー施設

兼

地域住民の交流拠点



- 1979年に茨城県開発公社が整備し、2009年に市へ譲渡。
- 2003年以降、入場者数の減少傾向が続き、ほぼ毎年、収益担保の目安（14万人）を未達。2017年には過去最低レベルの9.5万人を記録。
- さらに、開設から40年が経過して施設の老朽化が進み、多額の修繕費用が見込まれる状況。  
また、リニューアルには莫大な費用が見込まれる。  
※水郷プール（土浦市）全面リニューアル工事 総事業費21億円  
プール面積：2,600㎡（サンビーチの5分の1）
- このような状況と近年のレジャープールの市場動向などを総合的に勘案し、市において2019年3月に運営を終了。

- 県内外から人を呼び込み、楽しめる県西地域の交流拠点
- 民間事業者のアイデアや投資による持続可能な施設
- 「家族とともに楽しい思い出を作れる場」として砂沼サンビーチが果たしてきた機能面のレガシーを継承する施設

## ● 調査方法

跡地の現状分析や課題整理を行い、プールとしての再建可能性について検証した後、市場性や収益性、地域経済への貢献度に加え、砂沼ならではの地域資源の活用の観点から、プール以外での活用方策について調査・検討した。

※委託先 株式会社スペースキー（公募により選定）

## ● 調査結果

### ① プールとしての再生

- ・全国的に市場が縮小傾向（レジャープール利用者数 公△21.4%、民△63.7%）
- ・民間事業者の進出意向なし
- ・市による再整備又は一部リニューアル、運営の意向なし

⇒民設・公設ともに困難と判断

### ② 効果的と考えられる利活用方策

- ・市場性や収益性、地域貢献の観点から、**高規格なキャンプ施設が最有力**
- ・独自性のある競争力が高い施設とする観点から、キャンプとの相乗効果や砂沼ならではの立地特性を活かし**本格アスレチックと水上アクティビティ、ランニングステーションの複合型アウトドア拠点**が効果的

レジャープールについては、公設・民設ともに利用者が減少傾向

レジャープールの利用者数（単位：千人）

区分	H4	H7	H10	H13	H16	H19	H22	H26	H29	H29 -H4	H4からの 増減
公共	18,592	18,656	18,674	15,984	15,837	16,564	16,979	14,769	14,611	△3,981	-21.4%
民間	13,784	14,205	12,974	9,241	6,436	6,287	5,476	5,521	4,999	△8,785	-63.7%

※文部科学省 平成27年10月1日／30年10月1日現在調べ数値の合算

プール事業者へのアンケートの結果、プール事業者の砂沼への進出意向なし

(アンケート結果)

		公設/民設	施設特徴	面積	出店意思の確認結果
①	A社	民設	ホテル併設プール	-	なし
②	B社	民設	遊園地と併設のプール	全体 約37ha プール 不明	なし
③	C社	民設	遊園地と併設のプール	全体 約130ha プール 不明	なし
④	D社	民設	遊園地と併設のプール	全体 約21ha プール 不明	なし
⑤	E社	プールの指定管理者	4施設の管理を行うプール 指定管理者	公園全体 約21.5~44.6ha プール約1.1~7ha	なし
⑥	F社	民設	レジャー施設隣接の室内 プール	全体 約5.4ha プール約0.8ha	なし
⑦	G社	民設	ホテル併設プール	全体 約19ha プール 不明	なし
⑧	H社	プールの指定管理者	運動施設、博物館なども併 設された海浜公園	全体 約83ha プール 不明	なし
⑨	I社	民設	県内最大級の屋外プール	約7ha	なし
⑩	J社	公設	屋外レジャープール	約1.8ha	なし



アンケートに加え、ヒアリングを実施した結果、同様に砂沼への進出意向なし

(ヒアリング結果)

## K社

(民設/全体約33ha プール面積不明)  
屋内温水プール含むレジャー施設

### ■運営における収益状況

台風及び新型コロナウイルス感染拡大による首都圏からの宿泊ゴルフパックの減少並びに地元圏のコンペ等の自粛により、利用人員は44千人(前期比6千人、13.5%減、2019年度)

### ■今後の新規でのレジャープール開発について

現時点で新たな事業展開は考えておらず、砂沼を含む本県へ進出する可能性なし。

少子化などを踏まえると、今後プール事業で大きな集客は見込めず、プール事業は厳しい。

## L社

(民設/全体約61ha プール約3.8ha)  
レジャー施設と併設され、プールは夏季限定で開園されている

### ■運営における収益状況

レジャー施設とのセット販売のため、プール単体での収支は不明ではあるが、黒字で運営しているものの、来場者数は減少傾向。

### ■今後の新規でのレジャープール開発について

サンビーチ跡地で新たにプール事業を実施することはない。

基本的にプール事業は投資コストが高く、単体で収益を得ることが難しい。加えてプールを開く夏期間のみでの人材確保も難しく安全性においてリスクも高い。

- 全国的に市場が縮小傾向
- 民間事業者の進出意向なし
- 市による再整備又は一部リニューアル・運営の意向なし



民設・公設いずれも困難と判断

## ■公園施設及び公募対象公園施設一覧

分類	園路広場	修景施設	休養施設	遊戯施設	運動施設	教養施設	便益施設	管理施設	その他の施設
公園施設の種類	園路 広場	植栽 芝生 花壇 いけがき 日陰だな 噴水 水流 池 滝 つき山 彫像 灯籠 石組 飛石	休憩所 ベンチ 野外卓 ピクニック場 キャンプ場  その他これらに類するもの	ぶらんこ 滑り台 シーソー ジャングルジム ラダー 砂場 徒渉池 舟遊場 魚つり場 メリーゴーランド 遊戯用電車 野外ダンス場  その他これらに類するもの	野球場 陸上競技場 サッカー場 ラグビー場 テニスコート バスケットボール場 バレーボール場 ゴルフ場 ゲートボール場 水泳プール 温水利用型健康運動施設 リハビリテーション用運動施設 ボート場 スケート場 スキー場 相撲場 弓場 乗馬場 鉄棒 つり輪  その他これらに類するもの  これらに附属する工作物 (観覧席、シャワー等)	植物園 温室 分区園 動物園 動物舎 水族館 自然生態園 野鳥観察所 動植物の保護繁殖施設 野外劇場 野外音楽堂 図書館 陳列館 天体・気象観測施設 体験学習施設 記念碑  その他これらに類するもの  遺跡等 (古墳、城跡等)	売店 飲食店 宿泊施設 駐車場 園内移動用施設 便所  荷物預り所 時計台 水飲場 手洗場 その他これらに類するもの	門 柵 管理事務所 詰所 倉庫 車庫 材料置場 苗畑 掲示板 標識 照明施設 ごみ処理場 (廃棄物再生利用施設を含む) くず箱 水道 井戸 暗渠 水門 雨水貯留施設 水質浄化施設 護岸 擁壁 発電施設(環境への負荷の低減に資するもの)  その他これらに類するもの	展望台 集会所 備蓄倉庫 [耐震性貯水槽] [放送施設] [情報通信施設] [ヘリポート] [係留施設] [発電施設] [延焼防止のための散水施設]  ※[ ]内は省令で定めている施設
		その他これらに類するもの							

休養施設、遊戯施設、運動施設、教養施設においては、上記に掲げるもののほか、都市公園ごとに地方公共団体が条例で定めることができる。

公募対象公園施設

市場性、収益性、地域貢献の観点から、キャンプ場が有力との結果

分類	施設名	市場性 県内外から人を呼べるか 人を呼べるだけのニーズがあるか※	収益性 初期投資や運営継続に見合う収益があるか	地域貢献 砂沼サンビーチのように 地域の住民が家族で楽しめるか
休養施設	キャンプ場	○ 850万人 キャンプ人口増 6年間で18%増	○ 施設数増 5年間で15%増	○ 家族利用多 間接消費大 年間約1億円（推計）
遊戯施設	魚釣り場	×	-	△
運動施設	スポーツ施設	-	×	○
	温水利用型健康運動施設 / リハビリテーション用運動 施設	○	×	×
教養施設	植物園	○	×	○
	動物園・水族館	○	△	○
	野外劇場・音楽堂	×	△	○
	体験学習施設	×	×	○
便益施設	宿泊施設	-	-	△

※市場性については、各施設のオープンデータの全国利用者数の中央値となる735万人を基準とし、上回る場合は○、下回る場合は×と判定（以下同じ）

※判定「-」：有効なデータが入手できず不明としたもの

※飲食店・売店は、何かの施設に付帯して設置されることが前提であるため除外

※集会所は地域住民の利用を目的としているが、遊び場ではないため除外



施設名	判定結果
キャンプ場	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> ○：キャンプの参加人口は2012年の720万人から2018年の850万人へ増加（オートキャンプ白書）。今後も一定の需要を確保できると想定。</li> <li>■ <b>収益性</b> ○：全国の施設数2016年3,577件から2020年4,093件へ増加（なっぷ調べ） 近年異業種からの参入も増えていることや、参加人口の増加・稼働率の改善傾向があることから一定収益の担保は出来ると想定。</li> <li>■ <b>地域貢献</b> ○：利用者の6割はファミリー（なっぷデータ）。また、1組あたりの間接消費は約13,000円であり、利用者見込み9,000組として推計すると年間約1億円となる。</li> </ul>
魚釣り場	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> ×：参加人口は減少傾向。平成30年の参加人口は620万人。（2019レジャー白書）</li> <li>■ <b>収益性</b> -</li> <li>■ <b>地域貢献</b> △：年齢別 / 性別参加構成比で見ると50-70代男性の参加率が高いが、初心者向けの講習等がある管理型釣り場などは親子からの人気がある事例もある。（2019レジャー白書 / レジャー産業白書）</li> </ul>
温水利用型健康運動施設 / リハビリテーション用運動施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> ○：参加人口3,500万人（推定 ※市場規模3,373億円、会員1人あたりの売上高93,929円より算出）</li> <li>■ <b>収益性</b> ×：1998年以降、中高年層の利用者が増加し、高齢者人口の増加を背景に市場が拡大。2006年、2007年には「カーブス」による「小規模型」業態の店舗数出店により市場がさらに拡大。2008年以降は、施設数の急増による競争激化や景気悪化で会員数が伸び悩み、市場規模も微減で推移。2012年以降は「小規模型」の出店ペースの再増加や「24時間型」、「ヨガ型」の出店の加速により、市場規模は拡大傾向。しかし、事業所増、顧客獲得激化などから価格競争で疲弊し、収益効率は悪化傾向。（レジャー産業白書）</li> <li>■ <b>地域貢献</b> ×：ファミリー利用は少ない</li> <li>■ <b>その他</b> : 隣接施設に温泉があり、競合</li> </ul> <p>※当該施設の情報不足のため、フィットネス施設の市場性・収益性を使用</p>

施設名	判定結果
スポーツ施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> -</li> <li>■ <b>収益性</b> ×：民間のスポーツ施設数が1996年の19,147件から2018年の16,397件へと減少しており、収益性の確保が困難と思料。（2018年度 体育・スポーツ施設現況調査 文部科学省）</li> <li>■ <b>地域貢献</b> ○：スポーツの種類にもよるが、近隣のファミリーで楽しめる。</li> <li>■ <b>その他</b>：横に運動公園があるため、敷地内には必要ない。</li> </ul>
植物園	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> ○：2017年度植物園及び類似施設入館者数1800万人</li> <li>■ <b>収益性</b> ×：施設数は2002年度の141から2018年度の107へと減少しており、収益性の確保が困難と思料。（平成30年度社会教育調査 文部科学省）</li> <li>■ <b>地域貢献</b> ○：ファミリー利用も多い</li> </ul>
動物園・水族館	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> ○：動物園は入館者数が2001年度34,887千人から2017年度33,951千人と横ばい。水族館は入館者数が2001年度の26,152千人から2017年度の31,973千人と増加傾向。</li> <li>■ <b>収益性</b> △：動物園は施設数が2001年度93から2017年度の93と横ばい。水族館は施設数が2001年度の75から2017年度の81へ増加。水族館は施設数が増加しており、収益性が確保できる可能性があるが、横浜市立動物園のあり方懇談会のデータ、日本経済新聞での記述によれば、初期投資・維持費が多額となり、将来的に修繕費が負担となっていく可能性が高いため△とした。「動物園は年間経費が東京で48億円、横浜で36億円とのデータがある」（横浜市立動物園の改革に向けて 横浜市立動物園のあり方懇談会）。「葛西臨海水族園は東京都が88億円をかけて建設、89年に開業した。斬新な展示でその名が知れわたったが、20年以上が経過。配管は漏水し、ろ過装置の老朽化が進む。（中略）しかも、ろ過装置や配管、水槽が一体化しており、全面的な建て替えを迫られ、建設費に匹敵する改修費用が必要なケースもある。数十億円から場合によっては100億円を超えるともいわれる。（日本経済新聞）」</li> <li>■ <b>地域貢献</b> ○：ファミリー利用可能</li> </ul>

施設名	判定結果
野外劇場・音楽堂	<p>■ <b>市場性</b> ×：利用人数が2005年度の172万人から2017年度の108万人へ減少傾向（平成30年度社会教育調査 文部科学省）</p> <p>■ <b>収益性</b> △：施設数は2002年度の1,832から2018年度の1,827と横ばい。ただし、公設施設が94.42%と殆どを占めることから、民設は困難と推測（平成30年度社会教育調査 文部科学省） 参考：公設施設の割合 博物館61%、博物館類似施設80%、体育施設42%</p> <p>■ <b>地域貢献</b> ○：ファミリー利用可能</p>
体験学習施設	<p>■ <b>市場性</b> ×：施設実施の講座の受講者数は2017年度95万人</p> <p>■ <b>収益性</b> ×：施設数が2002年度の1,305から2018年度の891へと減少</p> <p>■ <b>地域貢献</b> ○：ファミリー利用可能</p> <p>※当該施設の情報不足のため、青少年教育施設の市場性・収益性を使用</p>
宿泊施設	<p>■ <b>市場性</b> -：コロナ禍の影響により、宿泊施設は苦戦を強いられている所が多い。収束の見通しがたっていない現状ではリスクが大きい。</p> <p>■ <b>収益性</b> -：コロナ禍の影響により、宿泊施設は苦戦を強いられている所が多い。収束の見通しがたっていない現状ではリスクが大きい。</p> <p>■ <b>地域貢献</b> △：施設によりファミリー向け、ビジネス向けなど多様であり一概に評価しがたい。</p>

併せて、公園施設一覧以外の導入機能について砂沼ならではの特性を生かした活用方策を検証するため、レジャー・アウトドア関連事業者10社へのヒアリングにおいて出されたアイデアについて、前段と同様の項目で判定

参加人口はやや少ないものの、市場が拡大傾向にあり、収益性や地域貢献も期待できることから、アスレチック施設が有力との結果

施設名	市場性 県内外から人を呼べるか 人を呼べるだけのニーズがあるか※	収益性 初期投資や運営継続に見合う収益があるか	地域貢献 砂沼サンビーチのように 地域の住民が家族で楽しめるか
アスレチック施設	△ 市場拡大 1年間で25.9%増の見込み	○ 施設数増 3年間で42%増	○ 家族利用多
ランニングステーション	○	-	△
ボルタリング施設	×	○	△
ドローン練習場	×	-	×
車の試乗コース	-	△	×



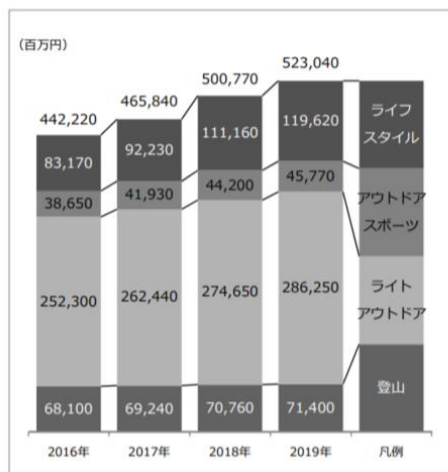
施設名	検証結果
<b>アスレチック施設</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> △：参加人口130万人と少ないが、2018年度の市場規模は、前期比 25.9%増の 34 億円に伸びる見通し。</li> <li>■ <b>収益性</b> ○：2017年度の施設数は 64 カ所。市場規模は 27 億円。また、2016年度に 9 施設、2017年度に 10 施設と増加。（矢野経済研究所調査）</li> <li>■ <b>地域貢献</b> ○：利用者の多くはファミリーや20~30 代の団体。ただし、年齢や身長制限もあり、幼児以下の子供連れの利用は少ない。また、フィールドアスレチックでは10代や40代男性、30代女性の比率が高く、子連れ世帯の比率が高いと考えられる。（レジャー白書2020 / レジャー産業白書2019）</li> </ul>
<b>ランニングステーション</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> ○：2018年のジョギング・ランニング実施率（年1回以上）は9.3%、推計実施人口964万人、過去20年間で増加傾向</li> <li>■ <b>収益性</b> -</li> <li>■ <b>地域貢献</b> △：家族利用も可</li> </ul>
<b>ボルダリング施設</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> ×：参加人口は60万人</li> <li>■ <b>収益性</b> ○：施設数は2008年の100施設未満から2015年には約4倍の435施設まで増加。高さ4、5メートルの壁を持つボルダリングジムも過去10年で約5倍増加し全国に500件前後あるとされる。</li> <li>■ <b>地域貢献</b> △：家族利用も可</li> </ul>
<b>ドローン練習場</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> ×：近年の受験者数は増加傾向にあるが、2万人と少ない</li> <li>■ <b>収益性</b> -</li> <li>■ <b>地域貢献</b> ×：ドローン練習場の運営事業者にヒアリングしたところ、ドローンを扱う企業や30-40代の個人男性が主な顧客。ファミリー利用は少ない。（ドローン検定協会／千葉県成田市のドローン練習場「DRONE★VILLAGE YACHIYO」）</li> </ul>
<b>車の試乗コース</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>市場性</b> -</li> <li>■ <b>収益性</b> △：2015年時点で4 輪の公認コースが 13 施設、2 輪の公認コースが 12 施設で重複を含めると 15 施設の公認コース が存在。自動二輪車専用の施設やレジャーランドなどに付帯するカート専用の小規模施設なども含めると、全国に 300 カ所以上のサーキットが存在するとみられる。（レジャー産業白書2019）</li> <li>■ <b>地域貢献</b> ×：ファミリー利用は少ない</li> </ul>

アウトドア市場は、キャンプ・ハイキングなどのライトアウトドア分野が牽引し、  
コロナ以前から好調に推移

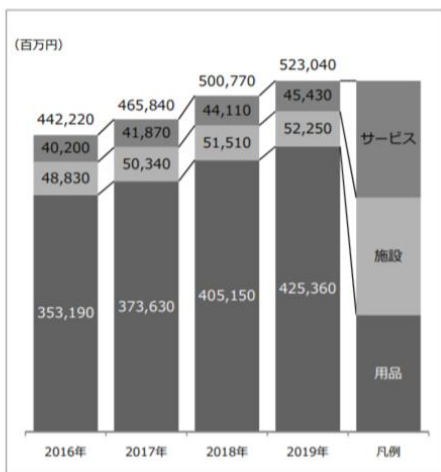
コロナ禍を経て、屋外レジャーが注目され、好調トレンドを後押し  
新規参入やワーケーション等の新しい取組も増加

## 【2019年までの市場トレンド】

アウトドア・スタイル別市場規模



アウトドア・業種別市場規模



## 【2020年の市場トレンド】

### アウトドア、コロナ下で市場拡大 屋外・近場・非日常 家族や初心者つかむ

新型コロナウイルス禍でのレジャーとして、キャンプや登山などのアウトドアが注目されている。海外旅行などに依然制限があるのに対し、感染リスクが低い屋外で手軽に非日常を楽しめるためだ。アウトドア用品各社は「巣ごもり」の反動で外出意欲が高まる家族や初心者を取り込み、市場拡大を狙う。

### イオンファンタジー、アウトドアレジャーに進出

国内外で屋内型アミューズメント施設を運営するイオンファンタジーは、2021年にもアウトドアレジャーに進出する。埼玉県飯能市でカヌーの製作やレンタルなどを行っているNPO法人、名栗カヌー工房と連携。カヌー作りなどの木工や森林体験など大人から子どもまで楽しめる「木の学校」を開く。娯楽だけではなく教育面も重視した施設にする。

両者は少子化により廃校になる飯能市内の中学校をリニューアルして活用する方向で同市と協議する。

### 仕事も休暇も国立公園で 環境省、ワーケーション推進

環境省は全国34カ所の国立公園などで仕事と休暇を両立する「ワーケーション」を実現できるように環境整備をする。宿泊施設などへのWi-Fiなどのネット環境整備や設備改修などを後押しする。新型コロナウイルスを機に、大都市圏から離れて自然豊かな地方暮らしへの関心が高まっている。訪日客が急減する中、オフィス活用を提案して国立公園の利用を促す。

### ■国内アウトドア市場規模は 5,007億7,000万円

2018年（平成30年）の国内アウトドア市場規模は、前年比107.5%2019年も前年比104.4%の見込みで堅調に推移

### ■「ライトアウトドア」「ライフスタイル」の伸びが市場を牽引

キャンプの人気の続きライトアウトドア市場が拡大。有カアウトドアブランドはカジュアルシーンや通勤・通学でも受け入れられ、ライフスタイル市場は好調が続く

### ■アウトドア用品は売り場の拡大が続く

スポーツ量販店のアウトドア専門業態が増加。専門店も今後出店が進む見通し。ワークウェア専門店や海外資本の総合スポーツSPA等の参入も相次ぎ、アウトドア用品関連の売り場は2019年（令和元年）以降も増加が見込まれる。

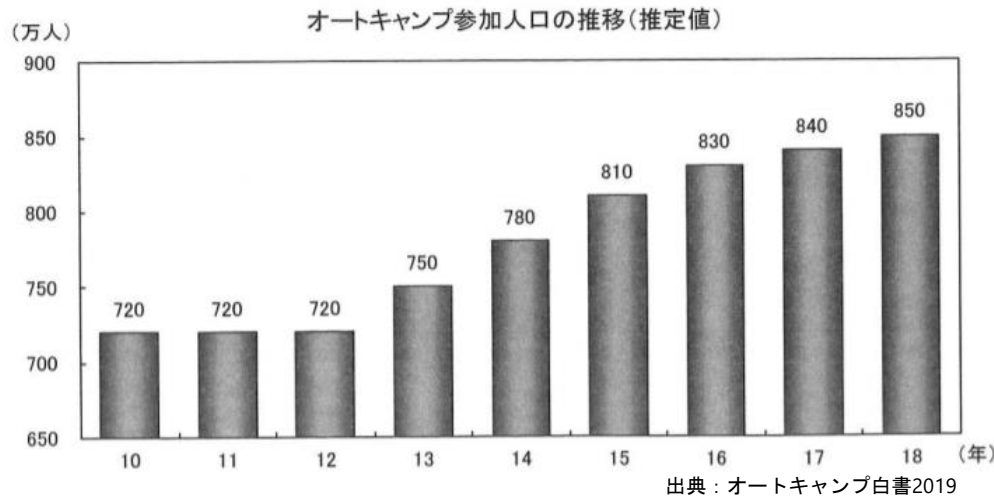
出典：アウトドアビジネス2019（株式会社矢野経済研究所）

※ライトアウトドア市場：自然環境とのかかわりを主たる目的としたレジャーに関わる用品・施設・サービスの販売金額の合計（キャンプ、ハイキング、釣り、野外フェス等）

※アウトドアスポーツ市場：競技スポーツとしてのアウトドア・アクティビティに関わる用品・施設・サービスの販売金額の合計

出典：日本経済新聞

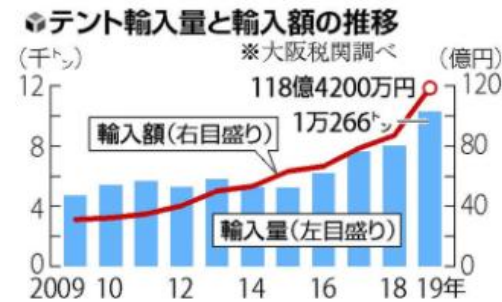
キャンプ市場は、ファミリーや初心者層を取り込み、年々拡大  
冬キャンプやソロキャンプがブームとなり、平均稼働率が向上  
新規参入企業等による特徴的な施設も増加



## テント輸入量、24年ぶり過去最高に 今年も更新なるか

金本有加 2020年9月17日 8時00分

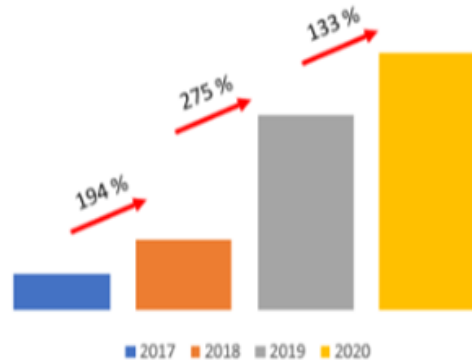
シェア ツイート BIブックマーク



大阪税関がまとめた全国の2019年のテントの輸入量は前年比28%増の約1万トンで、24年ぶりに過去最高を更新した。輸入額も同36%増の約118億で23年ぶりの過去最高に。今年1～7月も数量、金額ともに前年比で上回る勢いだ。キャンプブームに加え、新型コロナウイルスの影響で「密」を避けて遊ぶ需要も追い風となっている。

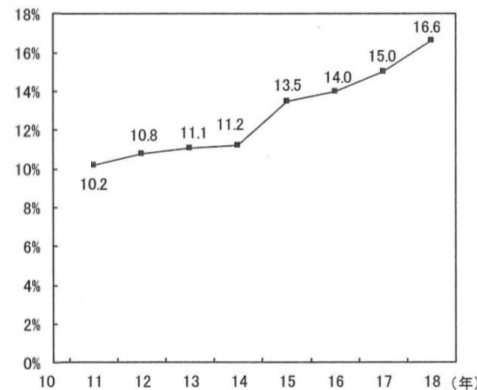
## 冬キャンプシーズン(1月～3月)の予約件数

※2020/02/19時点



※2020年2月、3月は2月19時点での見込み件数

## キャンプ場の平均稼働率



## 日比谷花壇初の宿泊施設がオープン



日比谷花壇の“STAY”「里楽集 FUJINO」は、体験型のアクティビティも充実。ヨガやコーヒー焙煎、ブルーベリー狩りなど、バリエーション豊富なメニューを用意している。中でもおすすめはフラワーレッスン。色とりどりの花に触れられる、日比谷花壇ならではの体験型メニューとなっている。

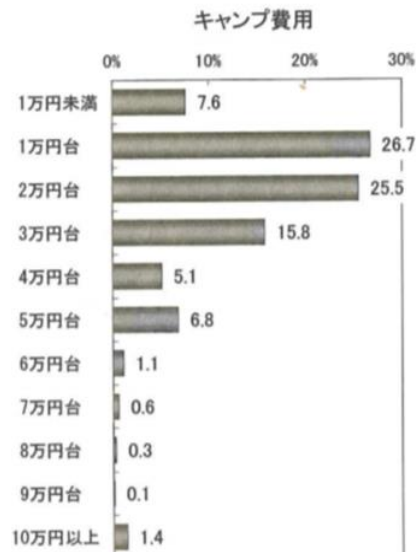
出典：FASHION PRESS

1回あたりのキャンプ費用は平均25,000円／組  
 うち、直接消費（キャンプ場利用料）が平均12,000円  
 差額の13,000円は間接消費に使用されていると推定  
 また、食材購入は43%がキャンプ場周辺で購入、残りは自宅周辺等での購入

仮に100サイト・県内平均稼働率24.3%（「なっぶ」より）とすると、年間約9,000組が利用する

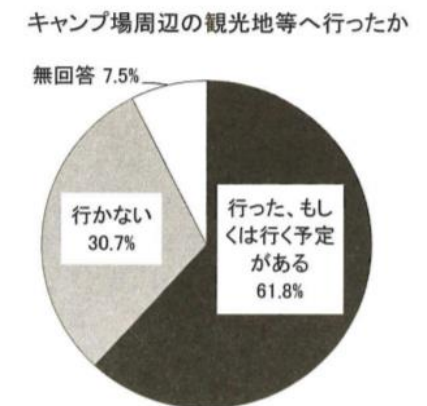
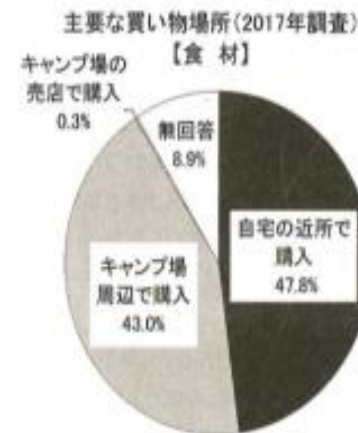
直接効果 約12,000円 × 9,000組 = 約1億800万円  
 間接効果 約13,000円 × 9,000組 = 約1億1,700万円

## 【キャンプ費用と食材購入・前後での観光】



・ 1泊2日の1回あたりのキャンプ費用（交通費・キャンプ場利用料・食材などを含めたもの）平均は24,682円（オートキャンプ白書）

・ キャンプ場サイト平均費用12,000円（なっぶ調べ）





近年、新規施設のオープンが多数あり、市場が拡大傾向  
 単体ではなく複合的な施設が大勢

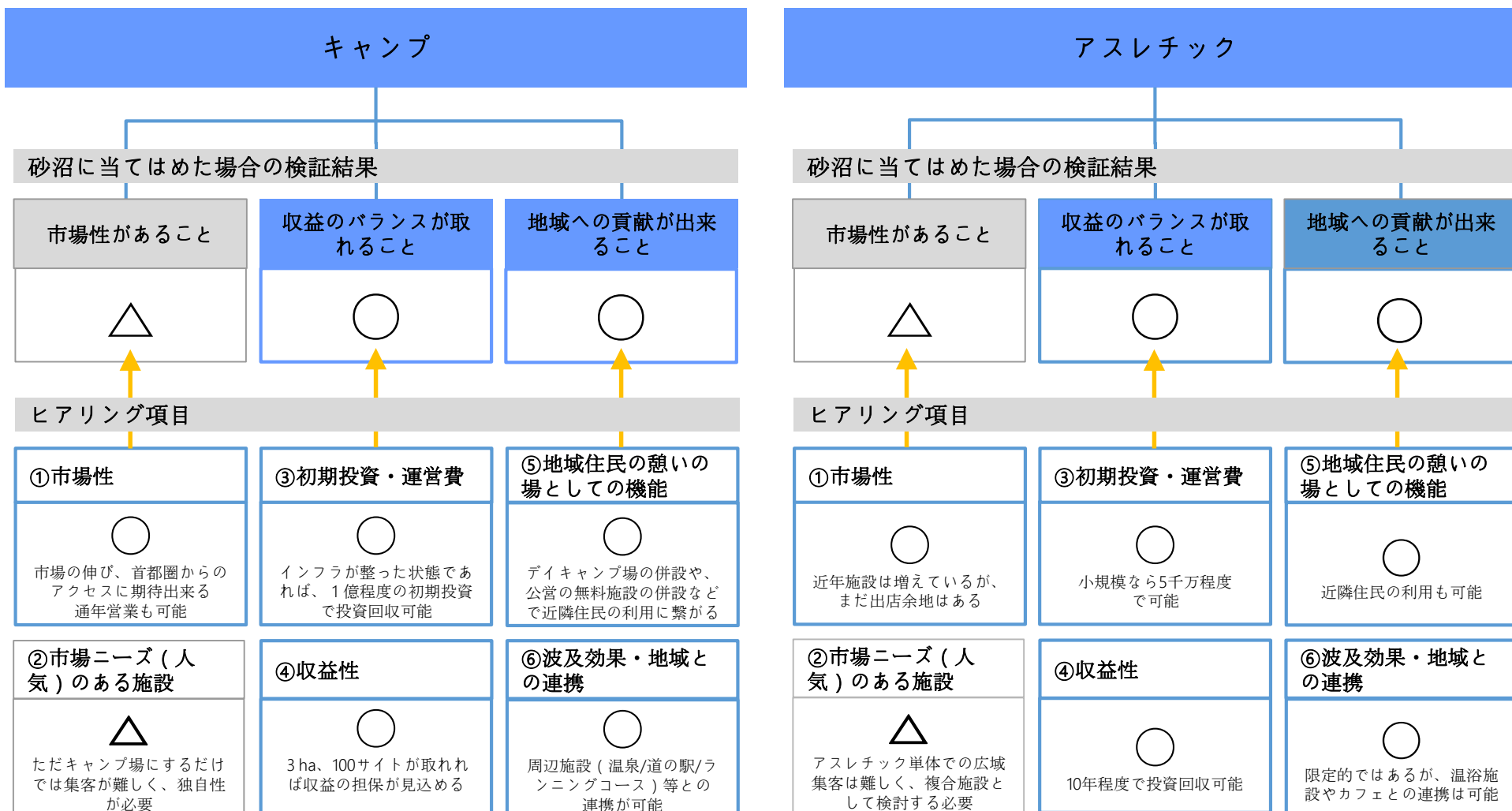
【近年オープンしたアスレチック関連施設（レジャー産業白書 2019）】

施設名	年月	企業	特徴
ツインリンクもてぎ（栃木県茂原町）	2019年3月	ツインリンクもてぎ	日本最大の屋内アスレチック
SPACE ATHLETIC“TONDEMI” （ｽﾍﾟｰｽｱｽﾚｯﾁｸﾄﾝﾃﾞﾐ、千葉 市美浜区）	2017年4月	ナムコ	屋内型アスレチック
スポル品川大井町 （東京都品川区）	2018年8月	JR東日本	複合スポーツエンターテインメント施設
京王あそびの森 HUGHUG （東京都日野市）	2018年3月	京王電鉄	子供向け屋内型のアスレチック等
さがみ湖リゾートフォレスト （相模原市緑区）	2017年3月	富士急グループ	ドイツ製の本格的 アスレチック
	2019年7月		空中アトラクション
足柄森林公園 丸太の森 （神奈川県南足柄市）	2017年7月	南足柄市	自然環境を生かしたアスレチック等
ロゴスランド （京都府城陽市）	2018年6月 第1期 2019年春 第2期	ロゴスコーポレーション	全長約140mのローラーライダーや フィールドアスレチック
PLAY PEAK ITADAKI （ﾌﾟﾚｲﾍﾟｰｸｲﾀﾀﾞｷ 奈良県 生駒市）	2019年7月	近鉄レジャーサービス（株）	国内最大規模の屋外アスレチック等

事業者4社へのヒアリング結果から、キャンプ場は、市場性や収益性、地域貢献の観点から有効な利活用方策となりうると考えられる。ただし、集客のためには、独自性が必要。

また、アスレチックは、収益のバランスがとりやすいものの、単体では広域的な集客に課題。

このため、キャンプ×アスレチックの複合施設とすることにより、相互の課題を補完し、相乗効果を高めることが期待できる。



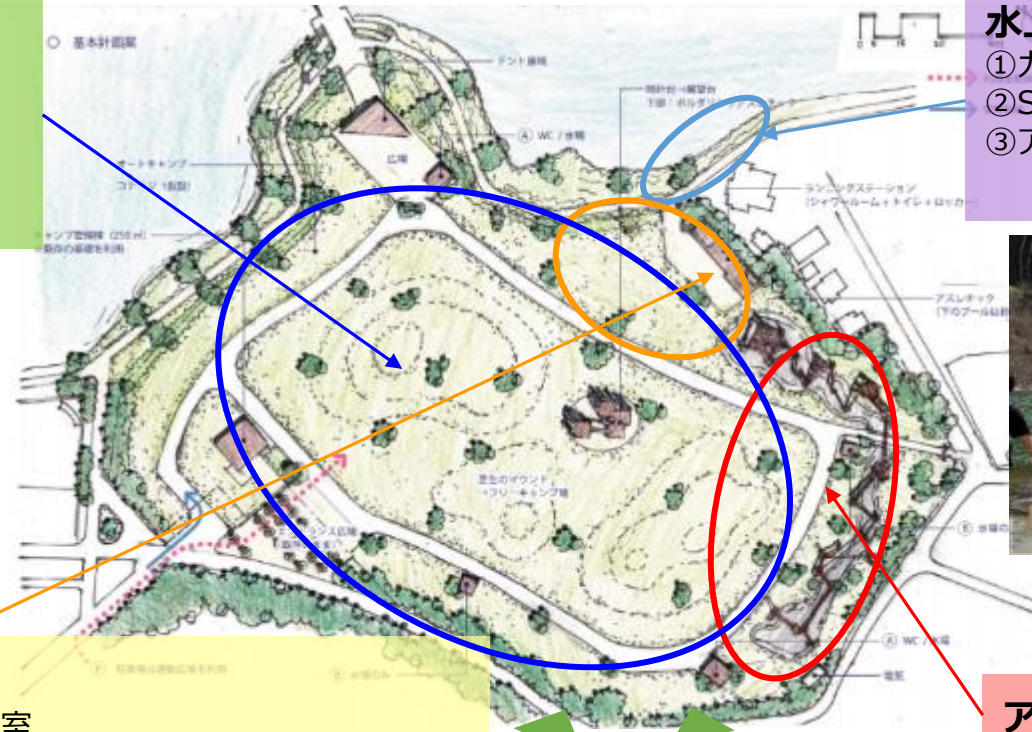
- 都市公園内に立地可能な施設一覧や民間のアイデアを元に、オープンデータに基づき、効果的と考えられる導入機能案を絞り込み
- 候補となったキャンプ及びアスレチックについて、市場トレンドの調査に加え、砂沼に当てはめた場合の事業性や立地可能性等について民間事業者へヒアリング
- 自然景観が薄いため、高規格なキャンプ場をメインに、集客促進機能を併設することにより、独自性と競争力を高める方策が効果的
- 具体的には、キャンプとの相互補完と相乗効果が期待できる本格アスレチックの併設が有効
- さらに、独自性に磨きをかけるため、砂沼ならではの湖畔の立地特性を活かし水上アクティビティやランニングステーションも併設することで、関東に類のない複合型アウトドア拠点として再生

## 【コンセプト】 都心近傍の湖畔における 広々として 高質な アウトドア複合拠点

高規格のキャンプ場をメインに、子供から大人まで楽しめる本格的なアスレチック、砂沼を活かした水上アクティビティ用の栈橋、ランニングステーションを併設し、アウトドア・アクティビティの複合施設として再生

### キャンプ施設 (約30,000㎡)

- ①フリーサイト (60区画)
- ②オートサイト (20区画)
- ③タイニーハウス (10区画)
- ④デイキャンプ (5区画)
- ⑤サニタリー施設 (3か所)



### 水上アクティビティ用栈橋

- ①カヌー
- ②SUP
- ③アクアボール



### 交流拠点施設

- ①ランニングステーション、受付・管理室
- ②テレワークブース
- ③足湯、倉庫



ピアパークしもつま (温泉、体験教室)



サン・SUNさぬま (地場産物購入・カフェ)



### アスレチック施設





## 地域食材の消費拡大

場内や直売所での  
キャンプ食材の提供

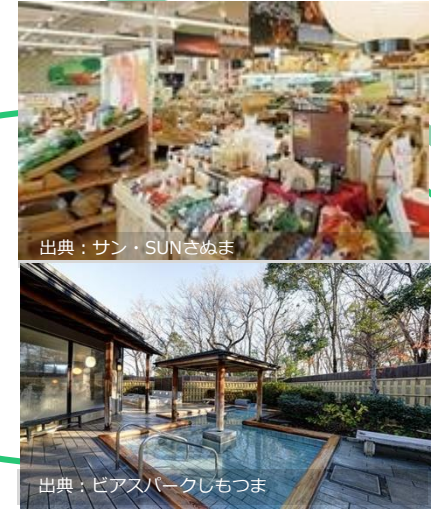


## 下妻市



## 周辺施設・地域商店の利用拡大

周辺施設・地域商店の案内・送客



砂沼広域公園全体の  
賑わい創出

湖面や遊歩道利用の活性化



フリーサイト



オートサイト



タイニーハウス



## 広々とした平坦地を活かした、高規格かつ多様なキャンプ施設

(高規格キャンプ施設の要素)

- 入浴施設
- 電源サイト
- 洋式水洗トイレ
- 広いサイトサイズ
- 清潔な設備

デイキャンプ



炊事場





## アスレチック施設



- 子供から大人まで楽しめる本格的なアスレチックを設け、他のキャンプ施設と差別化し、誘客を促進

※アスレチックで遊べるキャンプ場は全国で450場（1割強）  
うち本格的なアスレチックは関東で2か所のみ（千葉県の清水公園、柏しょうなんゆめファーム）

## 水上アクティビティ



- 湖面にアプローチする栈橋を設け、カヌーやSUP、アクアボールなどの水上アクティビティを誘致
- 砂沼を「見る場所」から「遊ぶ場所」へと転換し、子供から大人まで楽しめる水辺を活かした体験を提供

## ランニングステーション



- 清潔なシャワーやトイレを備えたランニングステーションを設け、ランナーやキャンプ場・アスレチック利用者の利便性を向上
- 湖畔の遊歩道を通じて、砂沼広域公園全体との繋がりを強化

※市が包括連携協定を締結している東京マラソン財団と新施設を活用した連携イベントを今後検討

## 地域の体験施設 × キャンプ飯



ピアスパーク下妻でのソーセージ作りや地域の果樹園の果物狩りをセットで販売。併せてレシピを提案して、キャンプ場内でキャンプ飯として調理

## 釣り × キャンプ



釣り体験とキャンプ宿泊のセット販売し、竿のレンタルやレクチャーも付ける事で、未経験者でも気軽に参加

## 名産品 × 場内販売



場内販売やキッチンカー等で県産品や地酒等を販売し、気軽に地元食材にアクセス

## 旅先×サイクリング



つくば霞ヶ浦りんりんロードや鬼怒川・小貝川サイクリングロード（仮称）で気軽に旅先でのサイクリング



イベントやワークショップの開催するほか、ワーケーションにも活用

## ワークショップ・イベントの開催



出典:responce.



地産の野菜からカレーを作るイベントや地域の伝統野菜を使ったワークショップ、ヨガイベントなどを開催し、地域と利用者を繋ぐとともに魅力を発信

## ミーティングスペースとしての利用



出典:日経新聞 サントリー食品インターナショナルの屋外会議の様子

地域の企業に、いつもとは違う環境でのミーティングスペースを提供。また、ワーケーション需要にも対応

## コワーキングスペースの提供



Wi-Fiを整備し、コテージ等をワーキングスペースとして提供



2021年3月23日に県・市による地元説明会を開催し、利活用方策の素案について説明。

その結果、以下のとおり、①賛同の意見、②周辺への影響を心配する意見、③案自体への疑問、④その他意見が概ね同程度寄せられた。

②に関しては、対応の明確化が必要。③・④に関しては代案が示されていないことや様々な意見があることから、今後、市による地元調整が必要。

## 【各ご意見の例】

### ①賛同

- ・「下妻を良くしていこう」と考えてくれていると感じた。
- ・地元の間人がサポーターとして参画できる余地があればより良い。
- ・キャンプ市場は伸びているが、県西に目立ったものはなく、チャンスだ。

### ②周辺への影響を心配する意見

- ・隣に中学校があり、防犯や騒音が心配
- ・周辺の住宅地への騒音やゴミなどの影響が心配
- ・砂沼サンビーチ時代に生じていた周辺への影響についてフォローアップが必要

### ③案自体への疑問

- ・これで本当に県西地域の拠点になるのか。
- ・これで決定とせず、今後も市民の声を聞く機会を設けてほしい。
- ・地元住民も利用できる施設としてほしい。

### ④その他

- ・市の負担もやむを得ないが、県の都市公園なのになぜ市が負担するのか。
- ・砂沼の水質を改善してほしい。
- ・レジャー系の施設ではなく、介護福祉など高齢者向けの施設・機能もつくってほしい。

特に留意すべき点として、近隣の住宅や学校への配慮が必要であり、以下の対応について施設運営主体における実施徹底を求める。

## 【想定される周辺への影響と対応】

### ○近隣の住宅への影響（騒音、ゴミ、煙、火災）

共通→夜間使用する施設を住宅から離れて配置したり、緩衝地帯となる植栽を配置したりするなどのゾーニングの工夫  
利用者へのルールの周知・徹底  
定期的な見回り

騒音→夜間の消音やスピーカー利用ルールの設定

ゴミ→敷地内での回収と自宅までの持ち帰りの徹底、ゴミ拾いの実施

煙 →住宅から離れて配置するなどのゾーニングの工夫

火災→消防との事前相談による安全管理方法の徹底、  
炭の回収と消火の徹底、強風時のたき火の禁止、  
冬季における定期的な落ち葉回収

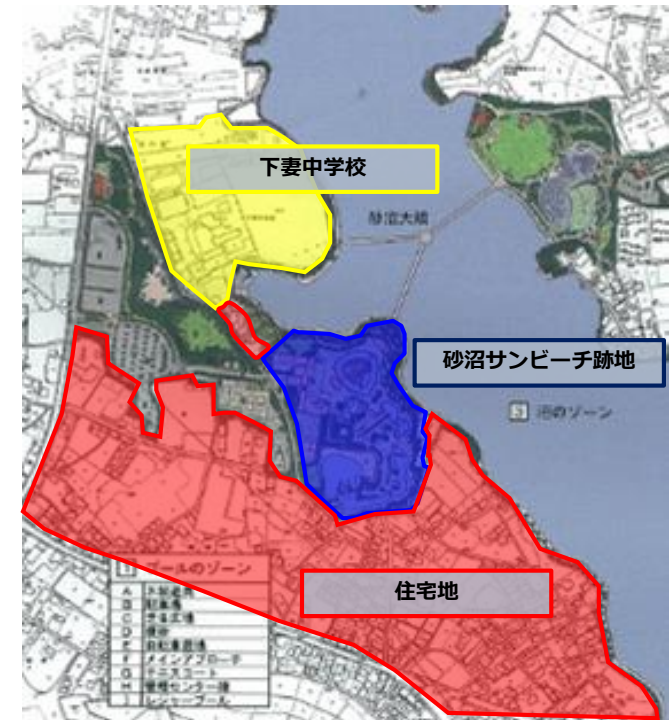
### ○近隣の学校への影響

隣接していないためアウトドア複合施設特有の影響は想定しにくいものの、不特定多数の方が利用する交流施設であることから、学校との情報共有を緊密に行い、トラブルの未然防止を図る。  
また、児童生徒や学校職員に親しみを持ってもらうため課外学習等での活用方策も検討

## 【砂沼サンビーチ時代に生じていた周辺への影響に対する市の対応】

道路渋滞→駐車場開場時間の繰り上げ、迂回路の案内

騒音 →スピーカーの角度・音量の調整、イベントを開催する場合の事前周知と連絡先の案内



**令和2年度内** 調査結果とりまとめ

**令和3年度～** 事業者公募、既存施設解体撤去、新施設整備  
※併せて、市による地元調整（交流拠点施設の  
詳細の検討等）

- 単なるキャンプ場ではない、関東を代表するアウトドア拠点
- 夏休みは毎日、冬も含めてオールシーズンでの賑わいを創出
- 砂沼フェスティバルのような地元主催のイベント等とも連携
- 高い経済波及効果で地元商店などの地域経済にもしっかりと貢献
- 持続可能な官民連携の仕組みで県民負担・市民負担軽減も実現
- 学校や住宅地などの周辺環境とも調和する施設



新たな施設を茨城・下妻が誇る交流拠点に再生