

ビジョン策定に向けた検討資料

雑賀崎・田野エリアを中心とした地域のブランド化に向けたマスタープランの構成

本プロジェクトにおけるマスタープランとは、雑賀崎・田野エリアを中心とした地域を「民間投資を呼び込み、継続的に発展できる地域」へ転換していくための、実行に向けた総合計画として策定を進める。単なる理念や計画の提示ではなく、「何を・どこに・どんな順番で・どのプレイヤーと実現していくのか」を体系的に示す実装設計書とし、具体的な内容を検討し、とりまとめていく。

▼マスタープラン構成

第1部：構想・戦略の策定

第1章	計画の背景と目的
第2章	対象地域の現状と課題
第3章	基本理念・目標

基本構想の策定において議論・決定

第2部：具体的な計画・実装

第4章	エリアビジョン (雑賀崎地区・田野地区)
第5章	具体的な取り組み
第6章	ロードマップ
第7章	まとめ

エリアビジョンに描く未来に向け

第5章の具体的な取り組みの充実や掘り下げが必要

第4章 エリアビジョン

▼初期フェーズまでの考え方（前提）

- ・基本コンセプト「静かな日常が、心を動かすまち」
 - 地域の「日常」を旅人にとっての「異日常」であると五感で感じることができ、化粧しすぎない地域のそのままの営みをコンテンツとして集積していくことを目指す

既存の生活風景を丁寧に磨き上げることで「あるがままの暮らしを価値として再編集」する狙い。

地域住民にとっては静かな日常でありながら、来訪者にとっては強いインパクトを残す体験になるという構造こそ、持続可能な観光価値の源泉であり、地域を消費し、疲弊させることのない、無理のないコンテンツをつくと共に、日常の生活が、地域らしさを保ったまま、旅人との出会いや共創により、地域や暮らしが豊かを増すことで、コンテンツそのものも成長することができる。

▼目指す将来ビジョン

- ・地域の営みを未来へ継承
- ・地域の持続と発展
- ・住民がこれまで以上に誇れる地域に
- ・和歌山市への来訪の目的地化
- ・熱いキーパーソン、民間事業者に選ばれる地域に

地域の人口の減少と共に、漁師や漁船が減り、独特な町並みや歴史の語りべ、地域ならではの営みの火が尽きてしまわないよう、未来への継承を図る。また、地域の稼ぐ力を育て、持続性を高めることで、これまで以上に住民がまちを誇ることができ、観光客や事業者にも選ばれるまちづくり、居住人口・交流人口・関係人口の創出、地域内の好循環を生む将来を目指す。

第4章 エリアビジョン

▼ 地域の未来像と実行に向けた考え方

地域の未来像

地域の営みと経済の好循環により、地域により豊かな日常が生まれる状態

【産業・経済】

- ・漁業従事者の所得が向上し、**漁業の維持、発展**が図られている
- ・地域ならではの産業である**漁業と観光が有機的に結びついている**
- ・新たな生業やコンテンツが生まれ、**地域の新しい特色**ができています
- ・既存の事業者の生業が発展し、コンテンツとのシナジーが生まれている
- ・地域に関わる人々が増え、**生活のしやすさと経済の好循環**が生まれている

【暮らし・ライフスタイル】

- ・カフェや店舗ができ、**地域内外のコミュニティが育つ場**ができています
- ・老朽空き家等にも手が入り、**地域内外のプレイヤーが様々な事業ややりたいことにチャレンジすることが出来る環境**ができています
- ・中心市街地とは異なる、「こうやって住みたい」と思われる**磨かれたライフスタイル**が生まれている
- ・地域の暮らしに憧れ、**移住する人が増えている**

【人・コミュニティ】

- ・地域に関わる人々が増え、内外への広がりを見せています
- ・住民が地域の持続性について考え、**地域活動に積極的に参加**できています
- ・地域活動が継続的に行われ、**地域を牽引する人材**が生まれている

【文化・自然・地域資源】

- ・自然や文化の維持、保全に貢献することができています
- ・地域の文化が保たれ、内外の人々への広がりを見せています
- ・文化、自然、産業が相互に価値を高めあっている

【インフラ・環境】

- ・インフラや地域交通が最適化され、**持続可能な形で維持**されている
- ・廃旅館等の課題が解消され、**地域資源が再活用**されている

【地域価値・ブランド】

- ・住民の地域への誇りが増している
- ・居住、観光、産業が一体となり、**和歌山市を代表する地域**として認知されている

実行に向けた考え方

雑賀崎・田野に息づく漁師町の文化や食、路地と景観、住民の営みといった固有資産を将来にわたって守り継承しながら、地域の持続と発展を実現する。

そのために、地域の持続性の根源となる“稼ぐ力”を生み、育て、経済を動かしていく必要がある。地域で過去から「観光」が産業になり得た歴史や自然等のポテンシャルは残っており、独自性の溢れる地域の“営み”は、地域外からは魅力的な“異日常”として見るができる。このことから、特に初期フェーズにおいては「観光」を切り口に、地域の生業の発展、新しい生業の創出により“稼ぐ力”の成長を目指し、稼げる観光コンテンツの創出を図る。ただし、衰退を見せた従来型観光に見られる大多数を対象とした消費型のコンテンツではなく、地域に元々ある暮らし・景観・営みを価値として磨き、まずは「歩く・滞在する・関わる」人が年間を通じて緩やかに存在し続ける状態をつくる。

これは、あくまで観光は主役ではなく、暮らしを中心とし、地域の疲弊を招かない持続可能な取り組みをつくることを重視するものであり、外からの関わりは住民の生活動線や価値観を前提に、日常へ自然に重なる形を基本としつつ、この地域での暮らしそのものをブランディングすることで、より磨かれたライフスタイルの定着を進め、日常の豊かさと観光の豊かさが有機的に結びつくような状態を目指す。

「観光」をキーとした時に、特に新たに設計が必要な要素

- ・生活と観光の共存（観光客の受入ルールの検討）
- ・「見るだけ」の観光 → 長期滞在型の観光
- ・行楽期だけでなく、オールシーズンへの対応
- ・入込数の追求ではなく、地域理解者を増やす

第4章 エリアビジョン

▼ エリアビジョン達成に向けた戦略の方向性

- ・ 雑賀崎と田野は単体で完結させず、相互に補完し合いながら一体として機能するエリアとして位置づける。
- ・ 雑賀崎では、漁港の船上販売をはじめとする生業の風景と食文化を日常の延長として体験できる状態を育て、営みの継承と、住民が誇れる象徴的な風景、来訪者にとっての明確な目的性（目的地としての魅力）を形成する。さらに、来訪者が「買って帰る」だけで終わらないよう、回遊導線上に休憩・飲食・体験の小さな受け皿を段階的に整え、港での体験が滞在や消費につながる流れをつくる。
- ・ 田野は現時点では核となるコンテンツが確立していないことを踏まえ、静けさや環境特性を生かした「新たなコンテンツ創出のための実証実験フィールド」として位置づけ、滞在・回復・ワーケーション等の需要可能性を検証しながら小さな試行を積み重ね、田野で成立する価値の型を探索・確立し、既存の空間資源の活用と実証を通じて、民間事業者が参画しやすい条件（導線・受け皿・運営・ルール）を整え、再現性のあるコンテンツへ育成する。
- ・ また、両地区共通の戦略として、地域の持続と発展には、住民だけで完結しない関わりの層が不可欠であり、それぞれ無理のない形で地域に関わり役割を持てる状態を目指し、熱意あるキーパーソンの活動を起点に、民間事業者に選ばれ続ける環境を整えることで、雑賀崎・田野を和歌山市への来訪の目的地へと転換し、営みの継承と地域の発展が循環する地域を実現する。

▼未来像を実現するための施策体系の方向性

A. 産業・経済の循環をつくる施策

目的：漁業×観光を核に、持続的な収益と仕事を生む

(例)

- ・ 漁業の高付加価値化
- ・ 直販、体験型漁業、ブランド化
- ・ 若手、新規就業者の受け入れ体制整備
- ・ 漁業×観光の連携
- ・ 漁業体験、食、滞在型観光コンテンツの造成
- ・ 地域の既存事業のブラッシュアップ
- ・ 観光事業者との連携プラットフォーム形成
- ・ 新たな生業、コンテンツ創出

B. 暮らし・空間を磨く施策

目的：「ここで暮らしたい」ライフスタイルを可視化

(例)

- ・ 空き家、廃旅館の再生
- ・ チャレンジショップ、滞在拠点、住居への転用
- ・ 外部プレイヤーも参加できる利活用スキーム
- ・ 日常の場づくり
- ・ カフェ、店舗、地域内外が交わる交流拠点の整備
- ・ 中心市街地と異なる暮らし方の発信
- ・ 海、自然、文化を活かした暮らしのストーリー化

C. 人・コミュニティを育てる施策

目的：担い手と関係人口を増やす

(例)

- ・ 関係人口の入口づくり
- ・ 短期滞在、イベント、体験プログラム
- ・ 住民参加型の地域運営
- ・ 地域課題を話し合う場の定期開催
- ・ 次世代リーダー育成
- ・ 地域活動等の取り組みへの伴走支援

D. 文化・自然・基盤を守る施策

目的：持続可能性を支える土台づくり

(例)

- ・ 自然、文化の保全と活用の両立
- ・ 産業、観光と結びついた保全活動
- ・ インフラ、地域交通の最適化
- ・ 地域ブランドの確立
- ・ 和歌山市を代表する地域としての発信

- 施策体系の方向性について確認した上で、
初期-中期-長期での具体的な事業を膨らませたい

第5章 具体的な取り組み

▼ エリアビジョン達成に向けた初期の取り組み

雑賀崎地区

雑賀崎地区に立てる旗：雑賀崎漁港の船上販売を核としたコンテンツの拡大

- 狙い：① 稼ぎ、続けられる漁師のモデルをつくり、伝統的な漁業の継承を図る
② 港町の営みをコンテンツ化することで、漁業以外にも稼ぐ力をつくり、地域の持続性を高める
③ 船上販売を起点とした集客、夜間も含めた回遊性の向上により、長時間滞在を促し、経済波及の創出し、地域への居住人口・交流人口・関係人口の増加を図る

上記を起点に考えられる具体的な取り組み

- ・ 雑賀崎漁港の再整備
 - ▷ 船上販売の魅力の最大化を図るための民間施設・事業者の誘致
 - ▷ 漁業従事者の働きやすさ、生産性の向上につながるよう、漁港内の機能の集約や見直しによる再配置を実施
 - ▷ アシアカエビを中心に魚価の向上を目指したプロダクト、ブランディングを推進
- ・ 漁村文化や漁業を体験できるコンテンツの整備
 - ▷ 漁業体験や地元ならではの「食」、「旨み」を探求する体験コンテンツを造成
- ・ ライトアップ等による魅力と認知の向上
 - ▷ 集落や地域を象徴する場所、雑賀崎漁港までの動線をライトアップ等により魅力化

地区共通

- ・ 地域とキーパーソンをつなぐ環境づくり
 - ▷ 全取り組みを通じて、地域を牽引できる熱いキーパーソンと地域をつなぐコミュニティ機能を整え、地域づくりに有効な民間投資を呼び込める体環境を構築する
- ・ 廃旅館等の遊休資産の再生による地域づくりのモデルケースに（共通）
 - ▷ 省庁、民間事業者等と連携し、一番の課題である廃旅館等を再生するモデルケースをつくるための体制を構築する

田野地区

田野地区に立てる旗：地域に根差したコンテンツの創出

- 狙い：① 地域の新たな生業の創出、稼ぐ力を育て、地域の持続性を高める
② 地域ならではの課題（建物の再建築困難）の解決につながるソリューションとの連携を目指す
③ コンテンツ創出の過程や体験を通じて田野地区のファンを増やし、交流人口・関係人口の増加を図る

上記を起点に考えられる具体的な取り組み

- ・ 田野ならではのコンテンツづくり
 - ▷ 空き家等を活用して、外部からのキーパーソンと地域のコミュニティの形成を図り、地域内外の機運を醸成し、コンテンツ化できる種を育てる
 - ▷ 地域とのコミュニケーションを通じて、田ノ浦漁港や浪早ビーチ等にもコンテンツを波及させることのできる環境を整える
- ・ ライトアップ等による魅力と認知の向上
 - ▷ 地域を象徴する場所、観光遊歩道等の動線をライトアップ等により魅力化

- 戦略を進める優先順位、足りない要素を補強したい
- 田野地区においては、類似の地域での参考事例等から、核になる取り組みを検討したい
- 初期の取り組み以外に、今後中・長期的に展開すべき施策や、事業の発展のさせ方等について、検討したい

第5章 具体的な取り組み

▼ ここまでのビジョン策定に向けた会議で議論された戦術

コンテンツづくり

- 漁村文化や漁業を体験できるコンテンツの整備
- 田野ならではのコンテンツづくり
 - ・「現地に行かないとできない体験」は絶対的な価値。
 - ・体験価値を上手く上げて設定しないとイケない。
 - ⇒ **期待値コントロールさえすればどこへでも集客、宿泊が考えられる。**
(水回りや食の部分さえ良ければ)
 - ・宿泊施設のない場所で、実証的に宿泊の優位性を確認するのであれば、トレーラーハウス等の活用が考えられる。快適に清潔に泊まるという意味では大きな投資を伴わない。**既存コンテンツ等と合わせて滞在体験を高付加価値化**することができる。(ライトアップ関係は、前後の飲食や宿泊も含めて高い滞在価値を設計しないとイケない。)
 - ・コンセプト(静かな日常が、心を動かすまち)に沿って滞在体験をつくるのであれば、滞在期間の設計が必要。全体のストーリーやトーン&マナーが上手くつながれば、滞在時間は伸びる。

ターゲット・ペルソナ

- (当初想定するターゲットの想定)
- 探求心の強い旅行者 / 食文化に関心が高い層 / サステナブルツーリズム志向層
(掘り下げ)
 - ・世界で最も大きな富裕層旅行の展示会でのインタビューで、和歌山の話が最も刺さったのはフランス人。
 - ・「SBNR = Spiritual But Not Religious」という精神性を大切にする層がはまる可能性。
 - ・和歌山は高野山や熊野古道の存在、影響が大きい。
 - ・歴史的に古い精神世界の背景、山岳信仰や自然の気配感、ガストロノミーとの融合が考えられるところは、命の恵に対して距離の近いシチュエーション。
 - ⇒ **地域ごとの条件や文脈に合わせたカスタマイズが不可欠。**
ペルソナを作る時は一国に絞らず、全世界のどの国に刺さるのか検証が可能。
 - ・仮にペルソナを複数設定するとして、それらをグルーピングして評価トリップをすることが考えられる。それ自体を企画化してメディアと連携し、展開することも有効。
 - ・今回考えているようなターゲットを呼び込む上では、和歌山市はやや生活環境が整いすぎており、溝がある点が懸念。立ち寄りたくなるような場所づくりが必要。

第5章 具体的な取り組み

▼ ここまでのビジョン策定に向けた会議で議論された戦術

共創の環境づくり

● 地域とキーパーソンをつなぐ環境づくり

- ・ 地域の“縁側”として、みんなが集まって話をする場所を作って対話ができる環境（ソーシャルプラットフォーム）をつくる。“縁側”という曖昧な領域をつくることで、地域内の人も外の人でも盛り上がりながらカジュアルに意見交換できる。（前橋ENGAWAプラットフォームを参考）
- ・ 企業の社会貢献としてCSRではなくCSV（共通価値の創造）という考え方がある。ソーシャルプラットフォームは対話や共感、信頼、住民参加を促すことができ、それを支える位置づけで企業が事業化を考えたり、投資を検討したりスケールさせたり収益還元したり産業づくりをしたりができるようになる。民意が可視化されることによって投資対象が生まれる新しい循環が作れる。

求めるキーパーソン

観光の磨き上げ

- ・ 観光資源の価値の言語化、最大化が可能な開発能力（インバウンドに向けては翻訳を含む。）
- ・ 特定のターゲットに対して、ナラティブマーケティング、刺さるようにコンセプトストーリーに転換できる力（プロダクトアウト→マーケットアウト）
- ・ ストーリーやコンセプトに沿った実行力、価値づくりができる能力

地域を牽引する人材のイメージ

- ・ （漁業を盛り上げる等）1点突破でよいので事業をつくっていける人材
- ・ 「**経済を動かす**」ことにコミットできるかが**重要**。

▼ 地域の発展を阻害する本質的な課題

- ・ 持続的な漁業の維持に向けた課題
- ・ 再建築が難しい物件の課題
- ・ 地域交通、移動に対する課題

▼持続的な漁業の維持に向けた課題

魚価の低迷や燃油・資材の高騰等から、漁家経営が苦しく、子息に漁業を継がすことがなく、高齢化だけが進んでおり、漁業許可が承継されずに、年々経営体数が減少している



● 雑賀崎の漁業の概要

漁船数：68隻(2014) → 41隻(2025)
水揚げ量・額：217t、3.7億円(2013) → 108t、1.9億円(2024)
漁業経営体数：82(2014) → 50(2025)
漁業従事者：底びき網漁業 43人、一本釣り漁業 8人(2025)
出漁日数：86日(2024)
※凡そ20隻以上の出漁日/火、土曜日、祝日の前日 休み
※ 少数でも出漁していれば販売を実施（年間130日程度）



● 田野の漁業の概要

漁船数：9隻(2014) → 5隻(2025)
(明治24年には、小船68艘程度の規模であったという記録有)
水揚げ量・額：112t、1.3億円(2013) → 105t、9800万円(2024)
漁業経営体数：5(2025)
漁業従事者：底びき網漁業 18人
出漁日数：106日(2024) 火、土曜日、祝日の前日 休み

● 歴史・沿革

土地の漁師が独自の「一本釣り」をみ出したことから漁村として発展したと言われている。かつての一本釣り漁師達は、千葉方面～五島列島にかけて、当時高値で取引することができたマダイ、アカハタ、メイチダイなどを求めて船上で生活する旅漁を行っていたが、現在は漁船・漁法の近代化によりほとんどが小型底曳網漁業に転換されている。

● 雑賀崎漁港の船上販売

底びき網漁で獲れた鮮魚を船のすぐ横で漁師が直接販売している全国でも珍しい取り組み。県内外から多くの来訪者が訪れているが、来場者の動線や駐車場への誘導が課題になっている。
20年ほど前から続けられており、地元の漁業者らが、水産資源を維持や魚価を高める方法を模索するなかで、自分たちではじめた独自性が高く、独特の販売風景が魅力になっている。

● 主な魚種

(5月頃-10月頃)

甲殻類 ジャコエビ（小エビ）、シャコエビなど
魚類 ハモ、タチウオ、ヒラアジ、マダイ、イボダイ、アカカマス、スズキなど
頭足類 アカイカ、ヒイカ、マダコ、テナガダコなど

(11月頃-6月頃)

甲殻類 アシアカエビ、シラサエビ、サルエビなど
魚類 ヒラメ、アカシタビラメ、ホウボウ、クロダイ、マゴチなど
頭足類 ミミイカ、コウイカ、モンゴウイカなど

▼再建築が難しい物件の課題

● 雑賀崎・田野の町並み

- ・ すり鉢状の急斜面に建つ特徴的な町並み。地域の発展の独自性や伝統が感じられる集落。
- ・ 田野（田ノ浦）は江戸期には雑賀崎の枝郷であり、漁民のみが暮らしていたといわれている（紀伊続風土記）。明治11年に田野村に独立。
- ・ 狭小路地による生活環境の制約が強く、建築許可が下りないところが多い。
- ・ また、市街地調整区域であるため、建築できる建物用途にも限りがある（日常生活上必要な店舗、漁業者の分家住宅等）
- ・ 都市計画法施行前からの集落であり、一部の接道部で許可基準の緩和を行っている（建築時の通路後退距離、建蔽率等に対する敷地面積の設定等）が、元の土地の狭さや重機が入らない等の課題があり、建物の更新や解体が難しく、建物の更新が進んでいない。



◀ 田野の集落
釉薬を塗って焼かれた美しい瓦屋根の住宅が多く残るが、重機が入れず、解体費も高額になるため、廃墟化している空家も見られる



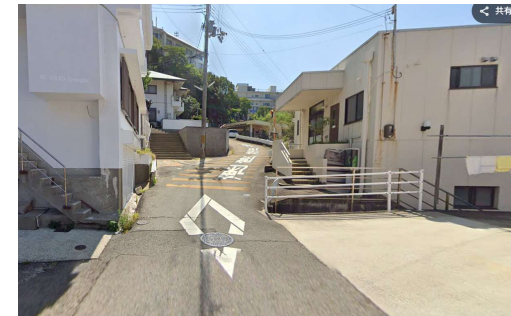
▼地域交通、移動に対する課題

● 雑賀崎・田野の交通課題

- ・ 主要道路以外の道路が狭く、特に集落周辺は狭小道路で階段も多く、車両が入ることができない。
- ・ 集落へのアクセス道路が限定されており、来訪目的以外の交通が生まれづらく、避難時等の影響が懸念される。
- ・ 海辺周辺の集落では、自家用車を駐車できる居宅が少なく、定期駐車場の利用が多い。
- ・ 地域交通として和歌山バス「雑賀崎循環線」が走っているが、令和5年にバス運行事業者において路線廃止の検討がなされ、和歌山市から路線維持への支援への支援を行っている。
- ・ 高齢人口が多く、車を運転できない高齢者の移動手段がなくなってしまう恐れがある。
- ・ 道沿いに車を止められる駐車場等が少なく、景色を見るための一時駐車場所がない。
- ・ 観光遊歩道を含め、地域全体を1時間ほどで回遊できる距離感が魅力である一方、現時点ではコンテンツが分散しており、移動を補助する仕組みが必要



▲集落内の狭小道路



▲集落への主要なアクセス道路



▲田野・雑賀崎を通るバスのルート



▲海沿いを望む観光遊歩道