

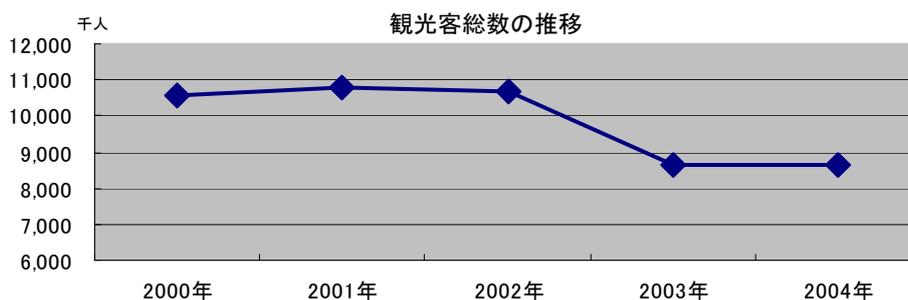
## 第2章 モデル地域の現状と課題

### 1. 兵庫県宝塚市：「手塚治虫記念館」

#### (1) 観光入込み客数の推移

宝塚市で観光入込みの多い資源として、宝塚歌劇、清荒神、中山寺、あいあいパークなどが挙げられる。

毎年200万人以上集客していた宝塚ファミリーランドが平成15年に閉園したことなどにより、市への入込み観光客数は減少傾向にある。



資料：宝塚市観光振興課

#### (2) 宝塚市立手塚治虫記念館

平成6年(1994年)に開館した宝塚市立手塚治虫記念館は、手塚治虫が作品の中で訴えてきた「自然への愛と生命の尊さ」というテーマを後世に伝えるとともに、未来を担う青少年に夢と希望を与える施設として、市の直営により運営されている。

平成15年(2003年)には「鉄腕アトム」の誕生日(2003年4月7日)、「アストロボーイ・鉄腕アトム」のテレビアニメ放映などにより、来館者は21万人を突破した。しかし、隣接する宝塚ファミリーランドの閉園もあり、平成16年以降は減少傾向にある。

手塚治虫記念館入館者

年	2000	2001	2002	2003	2004	2005
入込み客	155,704	150,661	185,250	214,724	140,871	103,668
前年比		97%	123%	116%	66%	74%

資料：手塚治虫記念館

近年、東アジア地域では漫画人口が増加して手塚アニメに対する興味が非常に高まっており、アジア系外国人の入館者が増加している。そこで、アジア系外国人の入館者に対応するため、展示資料説明文の翻訳(英語、韓国語、中国語)に取り組んでいる。

また、集客を図るための新企画の実施や、来客者の満足度を高めるための取組みも順次、推進している。

なお、地域と記念館との繋がりについては、遊園地跡地に完成した英国式ナチュラル庭園「ガーデンフィールズ」との連携の推進、マンガ、アニメーション学科のある宝塚造形芸術大学との連携を模索している。

## 2. 鳥取県北栄町：「コナンの里」

### (1) 観光客数

青山剛昌作品展を実施している「大栄町歴史文化学習館」の入込み客数は、平成16年（2004年）が13,000人、平成17年（2005年）が31,000人で推移している。一方、「大栄町歴史文化学習館」に隣接する道の駅「大栄」の平成16年の入込み客数は45万人となっている。来年3月には「大栄町歴史文



化学習館」をリニューアルし、名探偵コナンの作家である青山氏の「青山剛昌ふるさと記念館」をオープンする。「大栄町歴史文化学習館」の入館者は20歳代と家族連れが中心である。

大栄町歴史文化学習館及び道の駅「大栄」入込み客数

施設	2004 入込み客数	2005 入込み客数
大栄町歴史文化学習館	13,248 人	31,000 人
道の駅「大栄」	451,481 人	416,212 人

### (2) 取組み等

「名探偵コナン」の作者、青山剛昌氏の出身地にちなみ、旧大栄町商工会が「コナンの里」を提唱し、コナンをテーマにした街づくりがスタートした。平成9年に「すいか・ながいも健康マラソン」で参加者に「コナン T シャツ」を配布。平成11年、旧大栄町が地域振興券にコナンのイラストを使用し、全国から問合せが殺到。振興券のレプリカも制作した。さらに「大栄町歴史文化学習館」で青山剛昌作品展の実施（写真－4）、コナン通りとブロンズ象の設置、コナン大橋（写真－5）の架橋などを相次いで行なっている。

来春オープン予定の「青山剛昌ふるさと記念館」の年間入館者目標は15万人。現在のコナン通りのメインスポットは「大栄町歴史文化学習館」とグッズ販売店の「コナン探偵社」（写真－6）、コナン大橋周辺などである。

### (3) コナンと北栄町

コナンの舞台は東京であり、北栄町（北条町と大栄町が合併して誕生。北条町は砂丘農業、大栄町は大栄スイカと江戸時代の昔まち由良宿が特徴）との接点を結論付けるかが課題の一つと思われる。



(青山剛昌作品展)



(コナン大橋)



(コナン探偵社)

### 3. 鳥取県境港市：「水木しげるロード」「水木しげる記念館」

#### (1) 観光客数

昨年の「水木しげるロード」の来訪者は 85 万人に推移した。当初 20 万人台からスタートしたが、認知度の高まりから堅調な伸びを示し、全国区になりつつある。境港市が妖怪ブロンズの設置を完了した平成 8 年（1996 年）に前年比 28%増の 38 万人の観光客を数え、平成 15 年（2003 年）は「水木しげる記念館」（写真—1）のオープンで「水木しげるロード」の来訪者は 85 万に達している。発地は広島からの来訪者（休日）が大半を占めている。

水木しげるロード入込み客数の推移

年	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
入込み客(人)	21,000	281,720	297,680	380,344	467,572	463,185	435,886
前年比	—	134%	106%	128%	123%	99%	94%

妖怪ブロンズ  
を整備

年	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
入込み客(人)	610,311	603,414	614,555	854,474	779,364	855,207	435,886
前年比	140%	99%	102%	139%	91%	110%	

水木しげる記念館  
オープン



(水木しげる記念館)

#### (2) 取組み等

平成元年から「緑と文化のまちづくり」をテーマに、人に優しく、人々と親しめる快適な街づくりを推進。この事業を契機に「妖怪の里」「鬼太郎」をキーワードとし、妖怪オブジェを歩道に配置する「水木しげるロード」（写真—2）構想を策定した。当初は中心市街地の活性化を狙いにスタートしたが、マスコミ等に取り上げられ認知度が高まり、

境港市の中核の観光資源となった。

民間組織では観光協会が主導的立場にあり、実行委員会を立ち上げ、平成12年から8月を霊在月（れいありづき）とし、翌年から霊在月祭、境港妖怪ジャズフェスティバル（駅前で開催、今年が5回目で2,000～3,000人を集客）や妖怪下駄飛ばし大会など、次々と新しいイベントを企画実施している。また、今年から妖怪そっくりコンテストや妖怪検定、妖怪川柳を実施し、妖怪をテーマにまちづくりに取り組んでいる。

水木しげる氏のファンクラブ「ゲゲゲのしげる会」ほか、地元住民組織である「水木ロードを育てる会」、「鬼太郎音頭保存会」、「水木ロード振興会」など多くの組織が活動を展開している。さらに、民間企業による「妖怪神社」の建設、郵便局による「妖怪ポスト」の設置、JRによる「鬼太郎列車」の運行など、妖怪をテーマに活動を盛んに展開している。

平成16年10月から1体100万円で全国から妖怪ブロンズを設置するスポンサーを募集し、29体の応募があり現在、合計119体のブロンズが水木しげるロードに立っている。

外国人対応として観光協会がハンゲル、繁体字、簡体字のホームページを開設。境港市が英語、ハンゲル、ロシア語のパンフレットを作成している。



(水木しげるロード)



(妖怪ブロンズ)

### (3) 境港市の特性と水木しげるアニメ

作家の水木しげる氏が境港市出身であることに加えて、日本の田舎町、日本の原風景が残る境港市の町並みと情緒性が、水木しげるアニメのモチーフと重なり、日本の妖怪の里としてインパクトがある。

## 4. 岡山県倉敷市：「いがらしゆみこ美術館」の現況

### (1) 観光客数

倉敷市の平成 17 年（2005 年）の観光客数は 666 万 5 千人（対前年比 108%）であり、このうち、「いがらしゆみこ美術館」がある美観地区には 307 万 3 千人が訪れている。307 万 3 千人のうち、2000 年 5 月に開館した「いがらしゆみこ美術館」の入館者は年間約 24,000 人となっている。来館者層は 30～40 歳代及び 60 歳代が中心となっている。外国人は台湾からの来訪が目立っている。英語版のチラシを作成しているが、ホームページの多言語化は行っていない。入館料は大人 600 円、中・高校生 400 円、小人 300 円。

いがらしゆみこ美術館入館者

月間約 2, 0 0 0 人

### (2) 施設概要

「いがらしゆみこ美術館」は株式会社明日絵が運営する美術館で、「キャンディキャンディ」や女性漫画家いがらしゆみこの作品などを展示。館では今後、展示内容の幅を広げ、キャンディキャンディから少女マンガをテーマに誘客を図っていく方針である。館内アトラクションとして「ドレス体験」、「はかま体験」、「スタンプラリー」、「ジオラマ作り」、「パズル作り」などを行っている。

### (3) 地域での位置づけ

大原文化を礎に発展し、伝統的な文化や民芸の息づいている町「倉敷」として、今でもそれらの伝統は守られ、継承されている。このような風土の中、アニメや漫画に対し、いまだ旧態依然の見方・考え方から、文化・芸術的価値を認めない風潮もある。

しかし、観光客誘致、特にアジア圏からの誘客を考えると、マンガ産業の振興はこれからの重要な戦略であり、地域がよく会話を重ね、関係機関が相互に連携し、TPO を考慮しての推進を図ることが求められている。



## 5. 各地域の課題と方向性

### (1)宝塚市

現況	<p>○宝塚ファミリーランドの閉鎖などにより、市への来訪者が減少傾向。</p> <p>○手塚治虫記念館の入場者も減少している一方で、東アジア旅行者による入館は増加。</p> <p>○市としても手塚アニメを活用したまちづくりに向け、様々な取組を実施中。</p>
----	---



項目	課題	対応方向
マンガ・アニメの活用	<p>○著作権者の理解と協力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・案件毎に協議していく必要</li> </ul>	<p>○継続的な協力依頼</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の活性化に向けて著作権者の継続的な協力を期待</li> </ul>
観光魅力	<p>○記念館と周辺資源の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・周辺の手塚先生ゆかりの資源等が未活用</li> </ul>	<p>○周辺資源との連携充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・歌劇など他の周辺施設との共同企画やPR等</li> <li>・先生ゆかりの地の散策ルートなど</li> </ul> <p>○街全体での「手塚アニメ」雰囲気</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・街の各所で手塚アニメの雰囲気を感じられる仕掛けや取組の充実</li> <li>・街頭の音楽や植栽の演出など</li> </ul>
受入体制	<p>○記念館内の多言語対応</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・4言語での翻訳取組中</li> </ul>	<p>○多言語対応の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・表記内容によりマンガや無声アニメも活用</li> <li>・館内案内人の育成配置</li> </ul>
プロモーション	<p>○認知度の高さの活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若年層には、なじみのない人も</li> </ul> <p>○手塚アニメの拠点の街としての発信</p>	<p>○多様な層を対象とした展示や企画</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学生対象の作品展、中高年や外国人など対象を絞った企画展、等</li> </ul> <p>○イベントなどによる発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・定期的なアニメ映画祭の開催など</li> </ul>

(2)北栄町

現況	<ul style="list-style-type: none"> <li>○平成9年の「コナンの里」構想以降、「コナン通り」設置など取組推進。</li> <li>○コナン展示のある「大栄歴史文化学習館」の入館者数は、平成17年度31,463人。</li> <li>○コナン目的の外国人客は、月に数グループが来訪。</li> <li>○平成19年3月に「青山剛昌ふるさと館」が開業予定。</li> </ul>
----	---

項目	課題	対応方向
マンガ・アニメの活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○著作権上のハードル                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・人気の高い現役のキャラクターでもあり、利用に際しての条件は、非常に厳しい</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○著作権者の理解と協力                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・継続した理解と協力の要請</li> <li>・地域の側から働きかけを加重することも必要</li> </ul> </li> </ul>
観光魅力	<ul style="list-style-type: none"> <li>○コナン通り自体の魅力                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・点在するブロンズ像等の不足感。沿道景観など、歩く人を楽しませる要素が不足</li> </ul> </li> <li>○来訪者の町内回遊                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・来訪者が町内の店舗や他の施設へ流入することが少ない</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「青山剛昌ふるさと館」自体の継続的な魅力向上                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・開業直後だけでなく、継続的に集客力を高める仕組み（展示、企画内容など）</li> </ul> </li> <li>○通り自体および沿道景観の整備による魅力づくり                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブロンズ像やマンホールなどのオブジェの充実</li> <li>・花壇など沿道景観の整備</li> </ul> </li> <li>○町内回遊を促す仕掛けの提供                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・スタンプラリー等を常時実施できる仕掛けなどによる周遊契機の創出</li> <li>・農産品を活用による「食」の提供</li> </ul> </li> </ul>
受入体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>○一般住民の受け入れ意識                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源や観光客受け入れに対する住民の意識は高くない</li> </ul> </li> <li>○観光案内                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・町内の案内サイン等が未整備</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ホスピタリティの醸成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客に対して、住民一人ひとりが温かく受け入れる意識の醸成</li> </ul> </li> <li>○案内サインやマップ等の充実</li> <li>○多言語対応への順次取組                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ふるさと館」以外でも、観光客の来訪状況に応じて対応できる取組</li> </ul> </li> </ul>
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>○町自体の認知度                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外の観光マーケットにおいて、北栄町自体の知名度・認知度が低い。</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○コナン関連情報の中での発信強化                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ふるさと館」開設などの話題を活用</li> </ul> </li> <li>○周辺地域と連携した観光ルートの発信                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・倉吉市、三朝温泉や、境港市、皆生温泉など、周辺の観光地や温泉などとの連携</li> </ul> </li> </ul>

### (3)境港市

現況	<p>○平成4年以降、中心商店街を「水木しげるロード」として整備を推進。</p> <p>○地域住民、民間企業、行政が一体となった取組により、年間観光客85万人に。</p> <p>○外国人観光客は未だ多くはないが、台湾からのチャーター便利用の観光客等が来訪。</p> <p>○米子空港には韓国便が就航しており、ゴルフ目的の観光客などが利用。</p>
----	---

項目	課題	対応方向
マンガ・アニメの活用	<p>○国により差がある「鬼太郎」の認知度</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾では人気が高いが、韓国では放映されていないため、案内しても反応が鈍い。</li> </ul>	<p>○「水木ワールド」を継続的に発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・水木作品が表現している自然崇拜や畏怖の念など「水木ワールド」について、様々なメディア等を通じて発信</li> </ul>
観光魅力	<p>○「鬼太郎」と「水産物直売施設」の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「水木しげるロード」は水産物直売施設と離れているため、近辺で「水産物」が購入できない</li> </ul> <p>○市全体への広がり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「水木しげるロード」への来訪者が、鬼太郎以外の観光資源を訪問する機会の増加が必要</li> </ul>	<p>○市内周遊の仕組み充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・既存の「はまる一ふバス」の運行頻度増強や、2～3拠点のみを結ぶシャトルバスの運行など</li> <li>・市内の様々な拠点をつなぐスタンプラリーなどの仕掛けの恒常的な実施</li> </ul>
受入体制	<p>○言語対応</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・記念館をはじめ、外国語の案内・表記が十分にされていない拠点も多い。</li> </ul> <p>○ガイド</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人観光客向けのボランティアガイド等、境港の魅力や水木作品の世界を外国人にわかりやすく伝える人材が十分でない。</li> </ul>	<p>○ツールの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドマップや、記念館内の説明資料などの多言語表記</li> </ul> <p>○商店街での受け入れ体制づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街の店舗向け外国人受け入れ講習会・外国語講習会などの実施</li> </ul> <p>○外国人向け「水木作品案内スタッフ」の設置</p>
プロモーション	<p>○外国へむけたプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾をはじめ、各国へのプロモーションを更に強化する必要がある。</li> </ul>	<p>○対象国に応じたプロモーション強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「鬼太郎」の認知度が高い国にむけては、それらを活用し、チャーター便の誘導や商品造成を更に働きかけていく</li> <li>・韓国などにむけては、周辺のゴルフ場や温泉地を目的とした観光客に対して境港の魅力を提供する機会を創出</li> </ul> <p>○広域連携によるプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・皆生や松江など周辺地域との連携によるプロモーションや、広域的なルート提案</li> </ul>

#### (4)倉敷市

現況	<ul style="list-style-type: none"> <li>○倉敷市の美観地区には年間 300 万人の観光客が来訪。</li> <li>○いがらしゆみこ美術館は 1995 年 5 月に開館、年間入館者は約 24,000 人。</li> <li>○来館者はマニアの 30～40 歳代、60 歳代が中心。外国人は台湾からの来訪が目立つ。</li> <li>○キャンディキャンディから少女マンガに館のテーマを拡大していく方針</li> </ul>
----	---

項目	課題	対応方向
マンガ・アニメの活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○著作権の問題</li> <li>・原作者と作家の間の著作権問題により、「キャンディキャンディ」の利用に制限。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○テーマの拡大</li> <li>・少女マンガ全般にテーマを広げ、より幅の広いファン層への訴求を図っていく。</li> </ul>
観光魅力	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地域における位置づけ</li> <li>・日本的な情緒や趣き伝統的文化が息づく美観地区の中で、一体感の演出が課題と見られる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○地域の特性をいかした取組みの展開</li> <li>・地域との連携による倉敷の歴史文化にマッチングした取組み。</li> <li>○倉敷市の施策に呼応した魅力づくり</li> <li>・倉敷市児島地区のジーンズ工場見学や染物体験などの体験型観光に連動し、アニメ関連の体験型イベントなどの実施。</li> </ul>
受入体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光案内</li> <li>・観光パンフレットやチラシなどで館が紹介されているが、美観地区内での案内サインなどがなく、わかりにくい。</li> <li>○多言語対応</li> <li>・チラシは日本語・英語表記のみ。ホームページ、館内表示などの多言語対応は進んでいない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ツール等の整備</li> <li>・チラシや館内の説明資料、ホームページなどの多言語化、外国人対応のスタッフの育成、等。</li> </ul>
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>○プロモーション</li> <li>・いがらしゆみこ美術館は倉敷市観光、美観地区観光の中の一施設であり、プロモーションに限界がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○継続的な情報発信</li> <li>・倉敷市の国内外での知名度を活かし、少女マンガ美術館の存在を継続的にアピール。</li> <li>・他地域と連携した共同 PR などの検討。</li> <li>・いがらしゆみこ美術館を情報発信拠点として、倉敷を題材にしたアニメ関連のイベント開催も。</li> </ul>