

概要編

1. 秋葉原における観光の現状

1-1 秋葉原の沿革

電気街としての秋葉原の出発点は戦後に遡ることができる。終戦後神田かいわいにあった露天商が、昭和24年の占領軍命令で撤廃され、ラジオ部品の店が駅の下に集められることになり、中央通りと、JR秋葉原駅電気街口周辺の電気店から構成される「秋葉原」が出来上がっていった。また、1970年代のオーディオブーム、1980年代のAVブームの広がりとともに秋葉原はさまざまなソフトの拠点としての性格を強めることになった。

このような歴史の中で形成されてきた秋葉原のイメージは、今日、「電気街」と「オタクの街」という2つに集約される。「オタクの街」としてのイメージが形成されたのは、アニメ・マンガなどポップカルチャー系の機能が集積してきたことと軌を一にする。

外国人の間でも、“AKIHABARA”は電気製品のショッピングの拠点としての地位を確立しており、訪日外国人の6～7%約50万人、在日外国人も含めれば約100万人が訪れるといわれている。

1-2 アニメ・マンガ関連の資源

秋葉原には、マンガ・同人誌、アニメパッケージソフト、ゲーム機・ゲームソフト、フィギュア、ガレージキットなどのアニメ・マンガ関連商品を専門的に扱う専門店が集積している。加えてそれら店舗が展開するアニメキャラクターに彩られた垂れ幕広告や路上POPなどが、世界でも他には見られない個性的な景観を街に与えている。

秋葉原に集積する資源は商業施設や商品が中心であり、これらの店舗は、アニメ・マンガ、キャラクターなどの産業を支えるクリエイターを育成する役割を担っている。アニメ・マンガの制作機関は、出版社やいくつかのゲーム制作会社が周辺の千代田区に立地していることを除けば、杉並区、練馬区、新宿区などに集積している。また、アニメ関連を扱う本格的な規模の文化施設はなく、放映中のアニメ作品のプロモーション展示を中心とした「東京アニメセンター」が存在するにとどまる。

2005年4月に、デジタルコンテンツを担う人材育成をめざすデジタルハリウッド大学が立地したことによって、今後、内外のクリエイターやプロデューサーなどの人材育成機能の厚みが増していくことが期待される。

1-3 秋葉原を訪れる外国人のポップカルチャーに対する意識とニーズ

日本ツーリズム産業団体連合会(TIJ)が実施している「秋葉原新発見ツアー」の参加者へのアンケート調査によれば、秋葉原のまちのイメージとしては、「PCと電気製品の街」(47%)、「ショッピング街」(45%)、「マンガ、アニメ、ポップカルチャーの街」(43%)、「ハイテクの街」(42%)が多い。また、秋葉原で行ってみたい場所として「PC・関連製品以外を売っている店」(44%)が多く、電気製品のショッピングを目的とする外国人が多いことが伺われる。

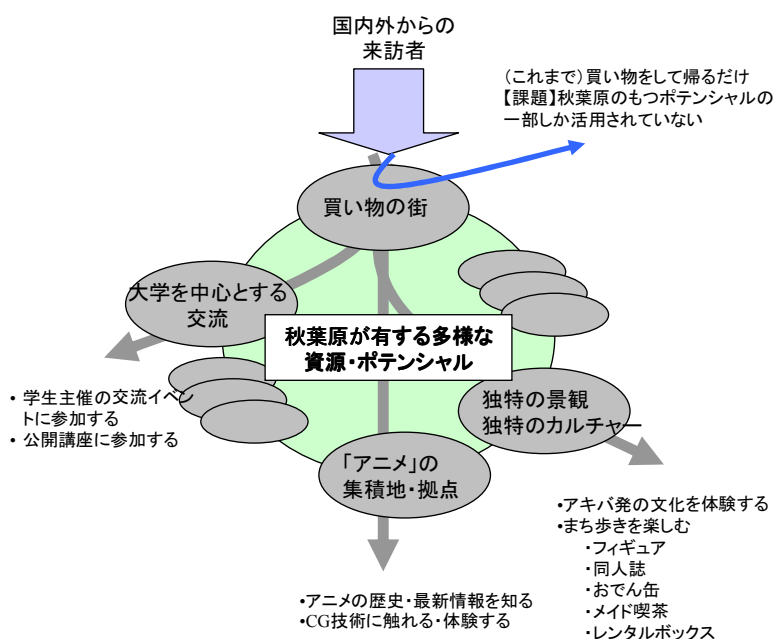
また、秋葉原を訪れる外国人旅行者に対するインタビューからも、総じて外国人旅行者は、電気製品、PC等の買物を目的として秋葉原を訪れていることがわかった。日本のアニメ・マンガ、キャラクターは知らない外国人が多いが、一部知っている外国人もいる。また、「街が汚い」「店が閉まる時間が早く、夜に来て楽しむ場所が少ない」、「飲食店やイベントに関する情報を英語で提供してほしい」という指摘、要望があった。

1-4 アニメ・マンガを活かした国際観光交流に向けた課題

秋葉原は、近年、ポップカルチャー系の機能集積が増加していること、『電車男』などの番組等の舞台となったこと等から、これまでの電気製品・PCの購買拠点であるだけでなく、観光地としての性格が強まってきている。特に、週末は歩行者天国で大道芸なども開催され、多くの旅行者でにぎわっている。秋葉原を紹介するガイド類の増加はこうした状況を反映したものであると考えられる。

しかしながら、外国人に限ってみれば、観光地としての意識はもたれておらず、まだまだ買物の街としてのイメージを持っている場合が多い。現在の秋葉原が有する集客ポテンシャルに比べれば入り込みも少ないと考えられる。

今後、秋葉原の一層の振興を実現するためには、これまでの取組の蓄積も踏まえて、観光のための基盤整備、目玉施設の整備等を通じて観光地としての知名度を高めるとともに、外国語表記などを勧めることによって外国人でも行動しやすい環境を整備すること、大学・専門学校等の集積を活かし、留学生の学習機会を増やすことが重要だと考えられる。また、こうした取組をコーディネートするために、商業振興と観光振興をあわせてまちづくりに結びつけていくための体制を整備することが重要である。



買い物を入り口として、多様な出口(街を楽しむメニュー)を用意することが必要。

2. アニメ等を生かした国際観光ビジネスモデルの検討

2-1 ポップカルチャーに着目した秋葉原紹介マップの作成

秋葉原では、これまでも内外の旅行者・来訪者向けに様々なマップが作成され、提供されている。しかしながら、今回、テーマとするアニメ・マンガ等のポップカルチャーに特化して秋葉原の魅力を伝えるツールとしてのマップは提供されていない。こうした状況を踏まえ、今回、外国人旅行者に対して、ポップカルチャーの拠点としての秋葉原の魅力を伝える手段として、マップを制作した。

マップに対する評価は総じて高く、ポップカルチャーというテーマを絞ったマップとしたこと、建物の立面上で店を探せるようにしたことについて評価する声も多かった。今後、ツアーと結びつけて継続的に活用することが望まれる。

2-2 外国人を対象とするアニメ関連ツアーの検討

本調査の一環として、日本ツーリズム産業団体連合会（TIJ）が実施している「秋葉原新発見ツアー」において、秋葉原を訪れる外国人に対するアンケートを実施し、秋葉原に集積しているポップカルチャーに対する認知度や観光資源としてのポテンシャル等を調査した。

秋葉原で訪れたい場所としては、「PC・関連製品以外のものを売っている店舗」が4割を占めるが、次いで「フィギュア・玩具など、ポップカルチャー製品を売っている店」があげられ、観光資源としてのポップカルチャーのポテンシャルは高いことが明らかになった。

また、秋葉原新発見ツアーに対する評価は全般に高く、500円から1000円程度であれば支払ってもよいという評価もあった。外国人が自分たちだけでは体験できない、秋葉原の新しい魅力を外国人に伝えるチャネルになっていると考えられる。集客力を秋葉原振興に結びつけるためには、「ショッピング」との相乗効果を発揮する仕掛けを強化するとともに、ツアーのガイドを育成することが重要である。

2-3 地域の大学との連携によるアニメツアー・体験講座の検討

近年、中国等におけるアニメ・マンガに対する関心は著しく高く、アニメ・マンガの学習をめざす留学生や研修生が増加する可能性がある。デジタルハリウッド大学との連携のもとで、秋葉原における海外からの留学生や研修生のためのプログラム（ツアー・体験講座）の提供を通じた、秋葉原の魅力づくりの可能性について検討した。

2回の試行的なプログラムを通じて、デジタルハリウッド大学が提供している著名プロデューサーによる基調講演や3-Dの体験講座が、アニメに関心のある外国人を惹きつける集客資源として大きな可能性を有していることが明らかになった。

今後、こうした取組について、地域が関心を持ち、可能であれば連携し、集客力を地域の活性化に活用していくことが重要だと考えられる。

3. アニメ等を活用した国際観光振興の方向

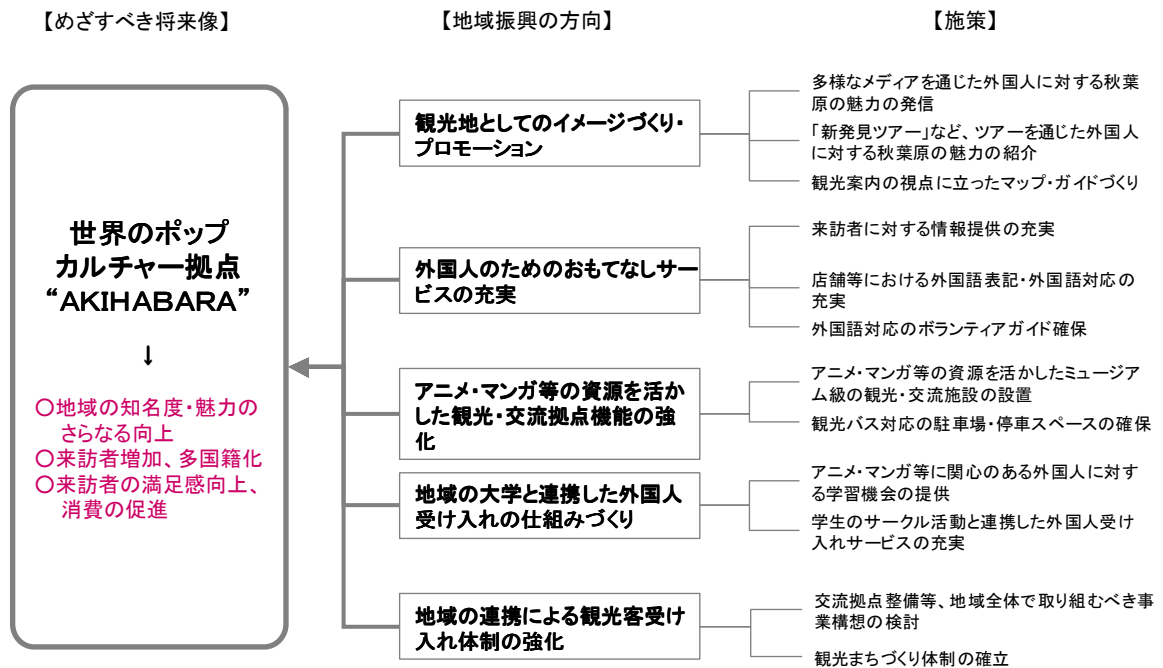
3-1 めざすべき将来像 —世界のポップカルチャー拠点“AKIHABARA”—

今日、「クール・ジャパン」の標語のもとに、わが国発の文化や文化を活かした産業の発信に対する期待が高まっている。アニメ・マンガなど世界から注目を集めるポップカルチャー関連機能がわが国でも最も集積する秋葉原は、わが国のプレゼンスを高め、コンテンツ産業等による経済成長を促進するためにも、世界のポップカルチャー拠点となることを目指すべきである。

こうした考え方を踏まえ、これから秋葉原が目指すべき地区の将来像を、「世界のポップカルチャー拠点“AKIHABARA”」と設定する。

この将来像の実現に向けて、以下の方向のもとに関連主体が協力して、まちづくりを推進することが望まれる。

- 観光地としてのイメージづくり・プロモーション
- 外国人のためのおもてなしサービスの充実
- アニメ・マンガ等の資源を活かした観光・交流拠点機能の強化
- 地域の大学と連携した外国人受け入れの仕組みづくり
- 地域の連携による旅行者受け入れ体制の強化



3-2 将来像の実現に向けた観光振興の方策

将来像の実現に向けて、地域振興の方向のもとに下記の施策を展開することが望まれる。

地域振興の方向	施策	取組イメージ	スケジュール	
			短期	中長期
観光地としてのイメージづくり・プロモーション	多様なメディアを通じた外国人に対する秋葉原の魅力の発信	■ウェブを通じた観光地としての情報発信機能の強化	○	○
		■イベントにおける観光地としてのプロモーション	○	
	「新発見ツアー」など、ツアーを通じた外国人に対する秋葉原の魅力の紹介	■秋葉原新発見ツアーの継続的展開	○	○
		■旅行会社と連携したツアーの造成	○	○
		■海外会社のモニターツアーの実施	○	○
	観光の視点に立ったマップ・ガイドづくり	■秋葉原に存在する資源の再評価	○	
■ツアーマップの提供		○		
外国人のためのおもてなしサービスの充実	旅行者・来訪者に対する情報提供の充実	■マップ・ガイドによるテーマ別のツアールートを紹介	○	
		■インフォメーションセンターの設置	○	○
		■街頭大型ディスプレイ・情報掲示板の活用	○	○
		■多言語街なかナビシステムの構築		○
	店舗等における外国語標記・外国語対応の充実	■外国語標記の推進	○	
		■外国語対応マニュアルの作成		○
	外国語対応のボランティアガイド確保	■秋葉原街なかガイドサービス導入の検討		○
		■秋葉原まちなかガイドの育成		○
アニメ・マンガ等の資源を活かした観光・交流拠点機能の強化	アニメ・マンガ等の資源を活かしたミュージアム級の観光・交流施設の整備	■東京アニメセンターの機能拡充	○	
		■新たな観光拠点施設の整備・誘致の検討		○
		■多様な情報発信・交流の場の整備	○	○
	観光バス対応の駐車場・停車スペースの確保	■観光バス駐車・待機スペースの確保		○
■駅ロータリー等の活用		○	○	
地域の大学と連携した外国人受け入れのしくみづくり	アニメ・マンガ等に関心のある外国人に対する学習機会の提供	■アニメ・マンガに関する公開講座・制作体験講座の開催	○	
		■アニメ制作等を学べる場の充実	○	
	学生のサークル活動等と連動した外国人受け入れサービスの充実	■学生参加による秋葉原の魅力紹介	○	
		■学生参加のイベント開催	○	○

4. 方策の推進に向けて

4-1 交流拠点等、地域全体で取組むべき事業構想の検討

これらの施策を具体化するためには、秋葉原の地域特性や資源を活かした交流拠点のあり方、観光の観点から、秋葉原の魅力をアピールしていくための取組の展開方向などについて、具体化するための検討を行う必要がある。そのため、地域の関連主体による協議等を通して、事業構想を策定することが重要である。

特に、社会資本整備を伴う観光・交流拠点としての基盤整備（アニメ・マンガ、家電の博物館やアーカイブ、劇場・シアターの誘致等）については、具体化に向けた検討を深めることが望まれる。

事案としては、今回の検討でも提案があった「日本先端文化ミュージアム設立計画」が存在する。同計画では、ヴェネチア・ビエンナーレの国際展示物や既存アーカイブを核とする展示施設の整備を提案しており、具体化すれば秋葉原におけるアニメ・マンガを活用した国際観光の本格的な拠点施設になると考えられる。

なお、こうした地域の観光・交流機能の充実、受け入れ体制の確立などについては、各種のモデル事業を活用することが考えられる。千代田区やNPO等が中核となって、多様な資源を活用することにより、先進的な実証実験のテーマを抽出し、国・都などに対して、実施に向けた企画提案を行うことが望まれる。

図表 日本先端文化ミュージアムの施設・機能構成



まず箱を作るのではなく、既にある、貴重な「中身」。
それらを相乗的に複合し、保存・運用するための施設。

アーカイブの移設集合体

「おたく：人格＝空間＝都市」展：管理者／森川嘉一郎
現在保管場所：神奈川県横浜市
現代マンガ図書館：管理者／内記稔夫
現在保管場所：東京都新宿区
コミックマーケット同人誌見本誌：管理者／コミックマーケット準備会
現在保管場所：千葉県、東京都世田谷区他

4-2 観光まちづくり体制の確立

今後、観光の視点から秋葉原を振興するためには、地域が一体となって観光振興に取り組むための体制が必要である。そのため、地域の多様な関連主体（電気街、大学、住民組織、スポンサー企業等）の参画のもとで、現在、設立が推進されている観光まちづくり推進組織（観光NPO）を中核とする体制を構築することが望まれる。

観光NPOが取り組む事業分野としては、以下の分野が考えられる。

- | | |
|----|-------------------------------|
| 1. | 地域情報の提供事業 |
| 2. | 国内外からの旅行者誘致推進に関わる事業 |
| 3. | 旅行者へのおもてなし実践に関わる事業 |
| 4. | 「秋葉原」のブランド価値を高めるための調査研究 |
| 5. | 上記に関わる人材育成 |
| 6. | 関連機関・団体・企業・行政等との連絡・協議 |
| 7. | わが国固有の文化としてのアニメ・マンガ等に対する理解の促進 |

特に、NPOが中核となって、観光集客の取組に対する地元の理解促進や、秋葉原と関連する多様な取組のコーディネートなど、地域の連携強化に向けた取組を推進することが望まれる。

また、外国人のマーケティングは、外国人の視点にたって行うことが有効である。取組に当たっては外国人の参画を推進することが望まれる。

図表 NPOを中心とした地域の関連主体の連携イメージ

