

3. アニメ等を活かした国際観光振興の方向

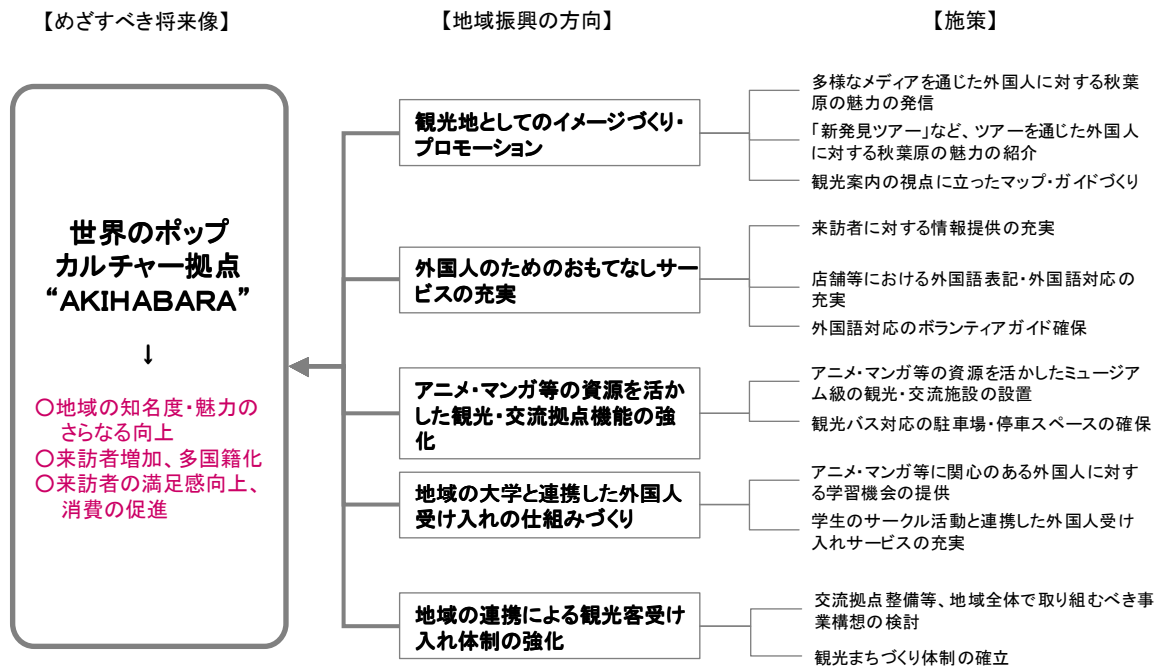
3-1 めざすべき将来像 —世界のポップカルチャー拠点“AKIHABARA”—

以上の検討を踏まえ、これから秋葉原が目指すべき将来像を、「世界のポップカルチャー拠点“AKIHABARA”」と設定することを提案したい。

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

1) 観光地としてのイメージづくり・プロモーション

秋葉原は、電化製品・免税品の販売店の集積地であるとともに、アニメ・マンガなど世界に通じる文化の発信拠点としての位置づけを有している。このような多様な特性を活かしながら秋葉原全体の魅力・知名度を高めていくための取組として、「観光」という視点から、地域資源を再評価し、対外的なイメージ形成、プロモーションを行うことが考えられる。

そのための方策として、メディアを通じて国内外に広く秋葉原の魅力のアピールすること、旅行者に対して秋葉原の魅力を紹介するツアーの企画・実施、秋葉原の多様な資源を観光の視点から紹介する案内マップの作成等があげられる。

【施策】

○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

- ・ 秋葉原案内マップをはじめ、web や駅前のタッチパネル、大型ビジョンなど、多様なメディアを活用して、地域情報の発信、旅行者に対する情報サービスを実施する。
- ・ また、国際アニメフェア等、秋葉原で実施される関連イベントを通して、買物だけにとどまらない秋葉原の多様な魅力を PR し、旅行者の来訪促進を行う。

○「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

- ・ 秋葉原の魅力を伝えるためのツールとして、「新発見ツアー」をはじめとした外国人向けのガイドツアーを継続的に実施していく。今回の検討を通じて、新発見ツアーは、500 円～1000 円程度であれば有料でもよいという声も出るなど、参加者から大変、高く評価されていることが明らかとなった。電気街としての特色、ポップカルチャーとしての街の変容など、秋葉原の魅力を幅広く、訪れる外国人に知ってもらおうという意味では、有効なチャンネルになっていると考えられる。今後も継続的に運営するとともに、一部不満が出ているガイドの充実などの課題を解決することが望まれる。
- ・ また、可能であれば有料のツアーもあわせて造成することが望まれる。外国人向けツアーのルートに秋葉原観光を組みこんでもらうためにも、国内外の旅行会社等に対する企画提案や企画担当者に対するモニターツアーの実施などを検討する。
- ・ こうしたツアーが秋葉原の有効な紹介手段として機能するためには、地元の商店の協力が必要なことはいうまでもない。そのため、観光NPO等が中心となって、ツアーのメリットについて、ツアーを実施者と商店の共通

意識の醸成を推進することが望まれる。

○観光の視点に立ったマップ・ガイドづくり

- ・ 従来、秋葉原については地元の事業者が中心となって作成された公式ガイドマップから、愛好家が独自の視点（アニメ・マンガ、ゲーム、フィギュアなど）からまとめた店舗ガイドなど、多様なガイドが存在している。これらのガイドでも紹介されている既存の資源を観光の視点から再評価し、ツアーに活用できるようなガイドマップを作成する。
- ・ 例えば、今回の検討に当たり、デジタルハリウッド大学の学生が中心になって作成した「Cool Akihabara Map」は、旅行者を始めとして、多くの関係者から高い評価を得た。今回は実験的に作成した面があるが、「Cool Akihabara Map」にさらに情報を加えることによって、新たな情報発信ツールとして内容を充実して活用することが考えられる。また、今後もこのようなポップカルチャー紹介の視点に立ったマップを制作することが考えられる。
- ・ さらに、ウェブなどを活用したマップの提供についてもさらに検討していくべきであろう。

【観光地としてのイメージづくり・プロモーションのための方策】

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	<ul style="list-style-type: none"> ■ウェブを通じた観光地としての情報発信機能の強化 ・既存のホームページやメルマガ等を活用し、多言語で定期的に地域情報を発信する(イベント情報の提供、ツアーの体験談掲載など)。 ・秋葉原観光促進に向けたトータルなポータル構築を検討する。 	○	○
		<ul style="list-style-type: none"> ■イベントにおける観光地としてのプロモーション ・国際アニメフェア等において秋葉原観光のプロモーションを行う。 ・海外の旅行フェア等で「秋葉原」として出展する。 	○	
	「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	<ul style="list-style-type: none"> ■秋葉原新発見ツアーの継続的展開 ・アニメ・マンガ等、秋葉原の多様な魅力を外国人に知って頂き、販促にもつなげる仕組みとして新発見ツアーを継続的に展開する。 	○	○
		<ul style="list-style-type: none"> ■旅行会社と連携したツアーの造成 ・観光の街としての秋葉原の新たなツアーを提案する。 ・旅行会社に対して、アニメ・マンガ体験など新たなツアーのテーマの提案を行い、各種観光ツアールートへの秋葉原の組み込みを促進する。 	○	○
		<ul style="list-style-type: none"> ■海外会社のモニターツアーの実施 ・海外の旅行会社ツアー企画担当者に対するモニターツアーを実施する。 	○	○
	観光の視点に立ったマップ・ガイドづくり	<ul style="list-style-type: none"> ■秋葉原に存在する資源の再評価 ・観光の視点から秋葉原の多様な地域資源の再評価を行う。 ・アニメ・マンガに加えて、多様な資源(ロボット技術、おでん缶、フィギュア、同人誌など)をツアーマップへ組み込む。 	○	
		<ul style="list-style-type: none"> ■ツアーマップの提供 ・旅行者の視点に立った秋葉原ガイドマップを作成し、テーマ別のツアールートを紹介する。 	○	

2) 外国人のためのおもてなしサービスの充実

外国人旅行者等にとって、免税品を買いに行く街としての知名度は高いものの、旅行者のアンケートやヒアリングによると、依然として、外国人に対するサービスは充分ではない（特に外国語対応）との指摘がみられる。

今後は、免税店等の店舗のみの対応にとどまらず、街全体として、外国人旅行者に対するホスピタリティの向上のための取組が必要である。

そのための方策として、ガイドマップの配布や案内窓口サービス、街頭ディスプレイなどを通して、旅行者に対する情報提供の充実を図る、飲食店において外国語対応メニューを導入する、店舗において外国語による対応マニュアルを共有化する、外国語対応のボランティアガイドを確保して街なかガイドサービスを定期的実施するなどの取組があげられる。

【施策】

○旅行者に対する情報提供の充実

- ・ ガイドマップ、街頭のディスプレイ等を活用して旅行者のための情報提供を行う。また、さらなる情報提供サービスの向上を図るため、多言語対応のインフォメーションセンターの設置や街なかナビシステムの導入等を検討する。
- ・ こうした情報提供システムは、多数の旅行者が訪れる秋葉原であれば新たな広告媒体として、大手企業などが活用することは大いに考えられる。観光NPO等が担うことによって、自立的に運営できる仕組みとしての構築をめざすことが望まれる。

○店舗等における外国語標記・外国語対応の充実

- ・ 店舗における外国語の標記、スタッフによる対応の中で、秋葉原内の各店舗について共有できる基本的なものについて、マニュアルを作成し、事業者配布する。
- ・ また、飲食店のメニューの多言語標記については、国際観光振興機構（JNTO）や東京都において作成されたマニュアルを活用して、対応促進を図る。

○外国語対応のボランティアガイド確保

- ・ ツアーの魅力を高める上でガイドの果たす役割は大きい。今回の検討においてもガイドの質がツアーの成否を左右した場面が多く観察された。ガイドについては、通訳としての能力はもとより、秋葉原についてより深く知

りたいと思う旅行者の疑問に答えられるようにするためにも、訪問先に関する紹介ネタを十分に研修しておくことが必要である。

- ・ 2年間継続してきた「新発見ツアー」の成果等をもとに、継続的な秋葉原の街なかガイドサービスの導入を実現するとともに、ボランティア等とも連携し、ガイドとなる人材の確保・育成を図ることが望まれる。

【外国人のためのおもてなしサービスの充実のための方策】

地域振興の方向	施策	取組イメージ	実施スケジュール	
			短期	中長期
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	<ul style="list-style-type: none"> ■ マップ・ガイドによるテーマ別のツアールートの紹介 ・ 今回作成した「Cool AKIHABARA Map」を含め、マップ・ガイドの作成、配布を通じて、テーマ別のツアールートを紹介する。 	○	
		<ul style="list-style-type: none"> ■ インフォメーションセンターの設置 ・ 多言語サービスが可能な総合インフォメーションセンターを設置し、ワンストップの観光案内を行う。 	○	○
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 街頭大型ディスプレイ・情報掲示板の活用 ・ 街頭大型ディスプレイの活用、タッチパネルによるモニターの増設等を通じて、効果的な情報提供・案内をさらに充実する。 	○	○
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 多言語街なかナビシステムの構築 ・ 秋葉原の街をテーマパークのように楽しめる仕組みとして、携帯や情報端末を活用して、観光情報や店舗案内を提供する仕組みの導入を検討する。 ・ 外国人等に対する自律異動支援システムとして構築を検討。 		○
	店舗等における外国語標記・外国語対応の充実	<ul style="list-style-type: none"> ■ 外国語標記の推進 ・ 商店街としての外国語表記の推進。 	○	
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 外国語対応マニュアルの作成 ・ スタッフに対する外国語対応マニュアルを作成・配布する。 		○
	外国語対応のボランティアガイド確保	<ul style="list-style-type: none"> ■ 秋葉原街なかガイドサービス導入の検討 ・ 秋葉原の街を案内するガイドサービスの導入を検討する。 ・ ボランティアガイドの募集・登録を行う。 		○
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 秋葉原まちなかガイドの育成 ・ ガイド人材の育成に向けて、ボランティアガイド育成講座を開催する。 		○

3) 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

今後、観光の視点から秋葉原の観光振興を推進するにあたって、地域内に観光拠点施設が必要であるとの指摘が関係者・関係機関の間であがっている。現在、秋葉原には旅行者が大きな団体で楽しむことのできる観光スポットが欠落している。秋葉原への来訪促進を図るためのフックとして、また日本のアニメ・マンガを単なる商品としてではなく、秋葉原と関わる文化として観光資源に昇格させる上でも、本格的な規模と内容を持った拠点施設の場所・導入機能・提供するサービスなどについて検討を進めることが重要である。

実際、アニメ・マンガに関心のある外国人に対する調査によれば、アニメ・マンガ関連の美術館・博物館等への訪問意向は高く、集客基盤としての効果が期待される。秋葉原においても拠点施設があれば、訪問ニーズを高められる可能性がある。

また、短期的な対応としては、既存の東京アニメセンターの機能拡充を図ることが考えられる。特に平成 18 年末以降、海外からの来場者が増加し（1 日に 100 名以上に達する日もある）、アフレコ体験への要望や、アニメメイキングビデオでの多国語での表示の要望が発生するなど、これらの旅行者ニーズに対応することも急務とされている。こうしたニーズに対応して、アニメ・マンガの名所、外国人旅行者に対してアニメ・マンガ文化を伝えるインフォメーションセンターとしての役割を高めていくための空間づくり、新規機能導入などを検討することが望まれる。

また、秋葉原は公共交通によるアクセス条件には恵まれているものの、観光ツアーの周遊ルートのひとつとして立ち寄る場合、観光バスの駐停車場所や待機場所の確保が必要とされている。今後、観光バスの駐停車や待機場所を確保に向けて、行政および周辺に立地する関連企業・機関との協議・調整を進めていくことが必要である。

【施策】

○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

- ・ 秋葉原の観光の魅力を高めるため、新たな目玉施設として、本格的な観光拠点機能の導入・誘致（アニメ・マンガ・家電のアーカイブや博物館）、情報発信拠点の整備（シアター、アートギャラリーなど）について検討を行う。
- ・ 長く電気街としての歴史を有する秋葉原に存在する種々の資源やアニメ・マンガ関連の資源などを活用することによって、秋葉原を訪れる国内外の旅行者が楽しみ学ぶことができる拠点施設を整備することが望まれる。整備にあたっては、遊休化が進む公共施設等の用途転換を図ることも検討課題といえることができる。
- ・ また、既に外国人旅行者の間で知名度も高い東京アニメセンターのインフォメーション機能拡充や、アフレコ体験など提供するコンテンツの多言語

対応の充実などについても検討することが望まれる。

○観光バス対応の駐車場・停車スペースの確保

- ・ 今後秋葉原においてマスツーリズムも含めた観光地としての発展を実現するためには、観光バス対応の駐車場・駐車スペースも確保することが望まれる。
- ・ 観光バスの駐車場の確保、乗降のための停車スペースや待機スペースの確保などについて、行政や地権者、施設の管理者などとの協議を行う。

【観光交流拠点としての基盤整備のための方策】

地域振興の方向	施策	取組イメージ	実施スケジュール	
			短期	中長期
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 ・総合インフォメーション機能、多言語対応のアフレコ体験プログラムの導入などの検討。 ・展示機能充実の検討。	○	
		■新たな観光拠点施設の整備・誘致の検討 ・アニメ・マンガの街としての秋葉原の拠点性を強化するため、活用可能な資源を活かしたアーカイブの構築・公開を検討する。 ・上記アーカイブを国際観光資源として運用するための拠点施設の整備・誘致を検討する(家電博物館の設置検討、劇場・シアターの誘致など)		○
		■多様な情報発信・交流の場の整備 ・情報発信拠点としての機能強化に向けて、アート活動等、様々な情報発信活動に利用できるスペースを確保する。	○	○
	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 ・駅周辺の観光バス駐車・待機スペースを確保する		○
		■駅ロータリー等の活用 ・駅ロータリー等を活用して観光バスの停車スペースを確保する。	○	○

4) 地域の大学と連携した外国人受け入れの仕組みづくり

観光の視点からのまちづくり、外国人の受け入れ体制づくりに向けて、地域内外に立地する大学と連携し、大学の有するリソースをまちづくり活動等に活かすとともに、学生が主体となった活動をまちづくりの中に位置付けていくことで、交流の拡大による地域の活性化が期待される。

特に、地域内に立地するデジタルハリウッド大学（2005年4月開校）は、秋葉原の街をキャンパスととらえ、学生たちに対して、秋葉原の街に出て、秋葉原の有する多様な文化や先端技術に触れて創造性を高めていくことを推奨している。その成果として、地元のネット放送局、ミニコミ誌の編集などの活動に学生が関わっている。

今後、デジタルハリウッド大学の学生は1000人まで増加し、留学生も増える見込みである。秋葉原における観光まちづくりの取組の中で、学生に対して、学習の場・社会参加の活動の場・機会を提供していくことにより、学生をはじめとする若者の交流を地域の観光まちづくりや国際観光交流につなげていくためのしかけづくりが求められる。

そのための方策として、参加者からは好評だったアニメ・マンガに関心を持つ外国人に対する公開講座や体験講座の開講、学生のサークル活動と連動した地域のイベント開催・情報発信などを、今後も継続的に開催することが考えられる。

また、デジタルハリウッド大学以外のアニメ等に取り組む大学も、積極的に参加することが望まれる。

【施策】

○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

- ・大学の公開講座の一環として、アニメ・マンガのプロデューサーやクリエイター等による講座を企画し、外国人旅行者も参加可能な形で実施する。
- ・また、外国人旅行者が、CG技術やアニメ制作技術について体験することができる機会の提供（学生をインストラクターとする講座の開催など）を検討する。
- ・これらの取組は、今回の検討の一環で2月に実験的に開催した講座は参加者の評価も高く、秋葉原の新たな魅力としての役割を果たすことが期待できる。ツアーとの連携も視野においた取組の展開が望まれる。
- ・さらに、デジタルハリウッド大学では、平成19年に「国際アニメ研究所」を設立し、アニメ・マンガの文化・産業についての研究・情報発信への取組が予定されている。今後、国際アニメ研究所の取組と地域が連携した集客イベントの企画、各種情報発信のあり方を検討する。

○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

- ・ 秋葉原の魅力を紹介するガイドマップの作成をはじめ、webFM、地域の情報誌の発行などを通して、地域と学生のサークル活動との結びつきが強まりつつある。今後、このような学生による各種活動と地元事業者との連携を促進し、地域主催のイベントへの学生参加、地域の情報発信などの協働のあり方を検討する。

【地域の大学と連携した外国人受け入れの仕組みづくりのための方策】

地域振興の方向	施策	取組イメージ	実施スケジュール	
			短期	中長期
4. 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 ・地域に存在する教育機関と連携し、アニメ・マンガのクリエイター等有識者による公開講座やアニメ制作体験講座等を実施する。	○	
		■アニメ制作等を学べる場の充実 ・地域の大学におけるアニメ・マンガ等のクリエイター志望の留学生受け入れを促進する。	○	
	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 ・若者・アニメ・マンガファン等の視点にたった秋葉原ガイドマップの作成・配布により、テーマ別のツアーを紹介する。	○	
		■学生参加のイベント開催 ・サークル主催のイベントを開催する。コミュニティFMやホームページなどと連携して、地元の取材協力によるディープな秋葉原紹介、イベント情報の発信などを行う。	○	○

4. 方策の推進に向けて

4-1 交流拠点整備等、地域全体で取り組むべき事業構想の検討

1) 重点プロジェクトの具体化に向けた検討

本検討では、日本のアニメ・マンガを通じた国際観光交流拡大の視点から、秋葉原が抱える課題や取り組むべき方策について明らかにした。

これらの方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。

こうした拠点機能の整備にあたっては、いうまでもなく地方自治体を始めとする地元機関のイニシアチブが重要である。重点プロジェクトの具体化に向けて、後述する観光NPOや設立準備が進む秋葉原のタウンマネジメント組織等とも連携し、検討のためのコンソーシアムを立ち上げることが考えられる。

【(参考) 日本先端文化ミュージアム設立計画】

■ねらい

2004年度ヴェネチア・ビエンナーレ国際建築展において、日本は、秋葉原の変貌を中心に描いた「おたく：人格＝空間＝都市」展を出展し、大好評を博した（星雲賞受賞）。その国際的の展示物や、既存のアニメ・マンガ関連のアーカイブを一体的に複合させ、累積的に保存・展示運用するための「日本先端文化ミュージアム」を秋葉原の近隣に設置する。

そこでは秋葉原の主力商品の移り変わりが、家電からパソコン、アニメ・マンガ、さらにはロボットまで、一体的に展示される。これは日本が世界に輸出してきた製品・文化を概観できる国際観光施設として機能するとともに、秋葉原の場所性とポップカルチャーとの、単なる商業集積にとどまらない文化的な結びつきを、海外からの観光客に物語るものとなる。

■施設・機能構成

- ・ヴェネチア・ビエンナーレの展示物など、既存の資源を秋葉原に集結させる。

維持	アーカイブ・公益部門	日本先端文化ミュージアム	ヴェネチア・ビエンナーレ第9回国際建築展日本館 「おたく：人格＝空間＝都市」展	250m ²			
			企画展示室	450m ²			
			現代マンガ図書館（内記コレクション）（18万冊）	450m ²			
			コミックマーケット同人誌図書館（100万冊）	600m ²			
			岩田次夫＆コミケットサービス同人誌図書館（5万冊）	50m ²			
			開覧室	100m ²			
	収益部門	教室／研究室		貸研究室／ホームスタジオ等		50m ² × 50=2,500m ²	
				オーディトリウム		100m ²	
				プロジェクトスペース		75m ² × 10=750m ²	
				管理スペース		50m ²	
			その他	500m ²			
計				6,200m ²			

□：既存コレクション

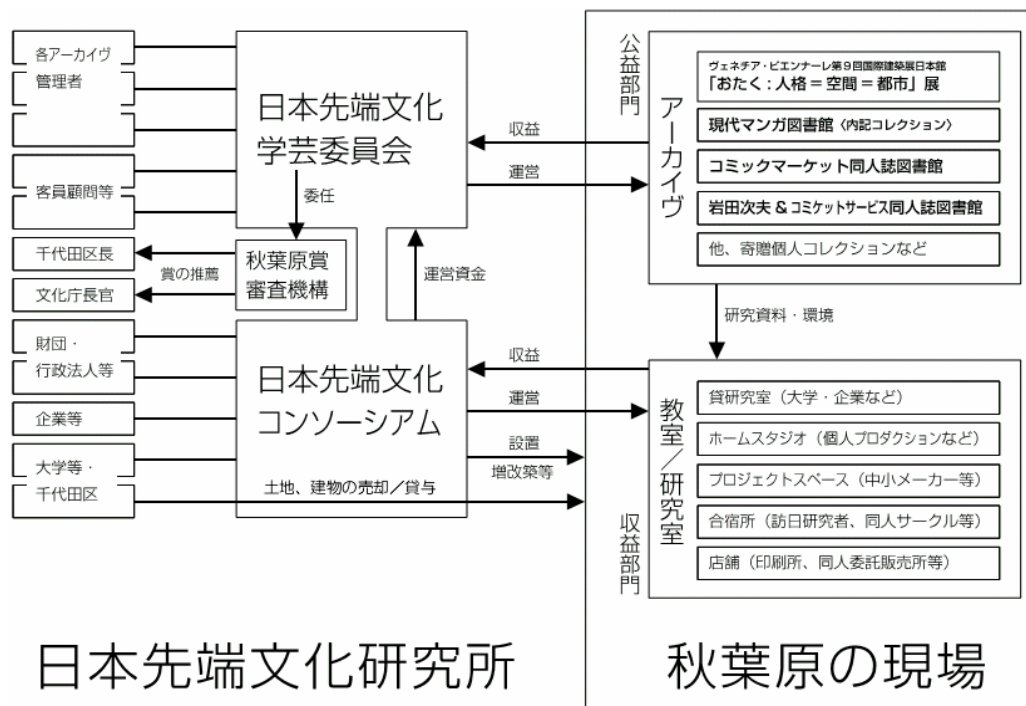
まず箱を作るのではなく、既にある、貴重な「中身」。
それらを相乗的に複合し、保存・運用するための施設。

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

■推進機構

- ・推進組織として、日本先端文化研究所の設立をめざす。



2) 各種モデル事業の活用

地域の観光・交流機能の充実、受け入れ体制の確立などの各種の取組については、各種のモデル事業を活用することによって検討することが考えられる。

特に、秋葉原は、今回の検討でも改めて確認されたように、観光、交流、まちづくりなど多様なテーマで実証実験のフィールドとなり得るポテンシャルを有している。

千代田区はもとより、NPO の活動等を通して、地域の関連主体の連携のもとで地元が中心になった取組を行うことが重要である。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。

4-2 観光まちづくり体制の確立

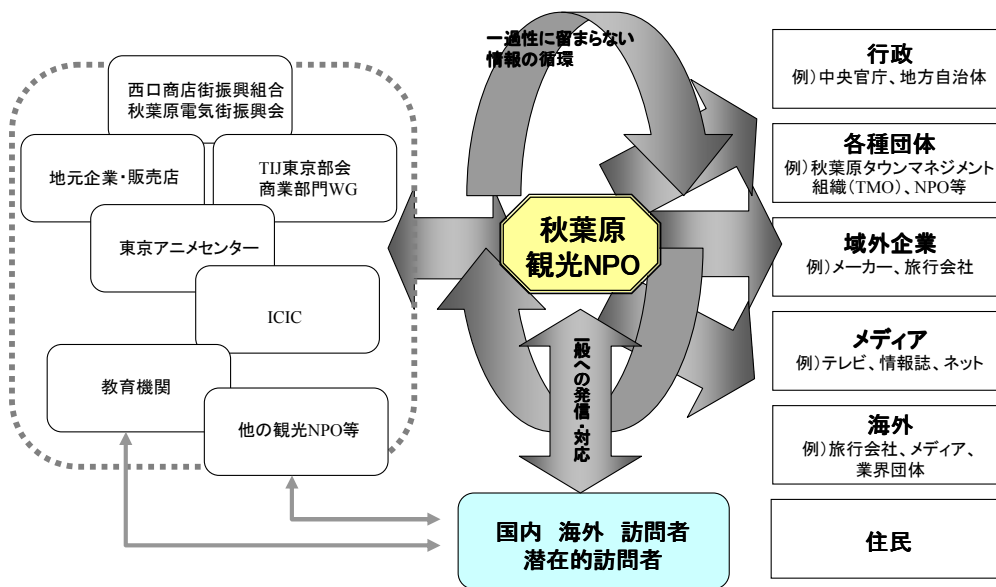
1) 観光NPOの設立

今後、観光の視点から秋葉原の振興を図るためには、地域が一体となって観光振興に取り組むための体制づくりが必要である。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地域主体の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。

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 |

図表 NPOを中心とした地域の関連主体の連携イメージ



地域の観光を支えるNPOの安定的な運営にあたっては、収入基盤の充実が重要な課題である。商店街からの協賛金や地方自治体からの委託費等に加えて、記念グッズの販売や情報システムを用いた広告事業等を通じて自主財源の充実を図ることが望まれる。特に、多数の旅行者・来訪者がある秋葉原では、広告手段としての情報提供事業は有望であると

考えられる。商店街のサイトを活用した事業に加えて、街なかの情報提供ディスプレイや携帯電話を使ったシステム等について、今後検討を深めることが望まれる。

また、新発見ツアーの参加者に対する記念グッズとして、秋葉原ならではのフィギュア等を販売することも検討課題である。例えば、前述のヴェネチア・ビエンナーレ第9回国際建築展では、秋葉原の街をモチーフにしたフィギュアが人気を博した。こうしたグッズの活用を検討することが考えられる。

図表 秋葉原の街をイメージしたフィギュア



出所) <http://www.jpff.go.jp/venezia-biennale/otaku/j/catalogue.html>
注) ヴェネチア・ビエンナーレでされ好評を博した。

2) 地元の理解と地域の連携強化に向けた取組の展開

秋葉原では、観光振興に限らずさまざまな取組が展開されている。観光を通じた地域振興を効果的に展開するためには、地元の理解を促進し、地域の連携を強化することが重要である。

観光NPOが中核となって、以下の方向で取組を展開することが望まれる。

(1) ポップカルチャーの拠点形成に対する地元の理解促進

- ・ 今回の検討でも明らかになったように、ポップカルチャーの拠点として秋葉原が有する資源とポテンシャルは極めて高いと考えられる。資源とポテンシャルを活用することによって、既存客の滞在時間と消費額を増やしていくことが可能になると考えられる。また、アニメ・マンガ等の資源を目的に街を訪れる旅行者を増やせる可能性もある。いずれにしても、既存の電気製品・PC等を中心とする商業機能とアニメ・マンガ等のポップカルチャー機能が複合的に存在する街としてのプロモーションを強化す

- ることによって、旅行者にとっての秋葉原の魅力は従来以上に高まると考えられる。
- ・ しながら、まだこうした効果は関係者に浸透していない可能性がある。取組を推進するためには、地元住民・事業者等と観光事業者が、こうした経済効果を共有し、できるだけ連携することが重要である。すなわち、秋葉原の観光振興が、海外からの旅行者数や滞在時間延長につながり、結果的には飲食・物販消費の増大をもたらす効果があることを関係者が共有し、それぞれが自らの役割と参画メリットを見出していくことが重要である。
 - ・ この際、アニメ・マンガ等のポップカルチャーはどちらかという、サブカルチャーとして価値が見過ごされてきた面のあることにも留意したい。大きな世界的市場を有し、「クール・ジャパン」を担うわが国固有の文化として注目されている点など、ポテンシャルの活用にあたっては、アニメ・マンガの価値について関係者の理解を促進することが重要である。

(2) 観光 NPO とタウンマネジメント組織との連携

- ・ 秋葉原では、千代田区と民間事業者の連携のもとに、一定の区域（エリア）を定め、区域内の区民、事業者の方等と千代田区で協働の組織（タウンマネジメント組織）をつくり、街の問題点（課題）を総合的、統一的に解決するというタウンマネジメント組織（TMO）の設立が検討されている。
- ・ 観光 NPO が中核となって、集客力の向上とそれをいかしたまちづくりを推進する一方で、基盤整備も含めた包括的なまちづくりにあたっては、タウンマネジメント組織との役割分担や連携のあり方についても検討を深めることが望まれる。

(3) 多様な取組のコーディネート推進

- ・ 地元主催のイベントと Visit Japan Campaign（VJC）との連携、東京国際アニメフェアとのタイアップイベントの開催など、国や都などが主体となって実施する事業の中には、秋葉原の特性を活かしながら、地域密着型のイベントとすることにより、効果的な展開が可能となるものも多い。また、地域主体の個別の取組を地域全体のまちづくり活動のひとつとして位置付けることにより、対外的に秋葉原の多様な魅力づくりに寄与する場合も多いと考えられる。
- ・ 今後は、観光 NPO 等が主体となって、このような行政などが主催する取組との積極的な連携促進、地域主体のまちづくり活動の支援・コーディネートを実施することが望まれる。

(4) ロケーション受け入れ・支援の仕組みの確立

- ・ 『電車男』、『アキハバラ@DEEP』など、映画の舞台として秋葉原が選ばれ、映画が話題となって、映画を見た人たちが秋葉原を訪れるという循環が生まれている。アニ

メ・マンガに留まらず、ポップカルチャーの街としての秋葉原の魅力を高めるためには、こうした映画やドラマの舞台として街自体の認知度を高めていくことも重要だと考えられる。

- ・ しかしながら、秋葉原では、関係機関への調整など、ロケーション受け入れの主体やしくみが確立していないのが現状である。今後、映像を通じた秋葉原の魅力の発信を目的として、映像制作のロケーション受け入れ・支援のしくみを確立することが望まれる。

3) 外国人の参画の推進

国際観光交流の拡大にあたっては、外国人に対するマーケティングを強化することが重要である。アニメ・マンガを中心とする観光資源の活用にあたっては、外国人の目からみた現状の問題や可能性を評価することが望ましい。また、各種の資料の翻訳や通訳、ガイドの育成などにあたっては外国人の参加が重要だと考えられる。

今回の検討にあたっては、体験ツアー・体験講座などに参加する外国人とのコミュニケーションを重ねることが、観光資源の見せ方、サービスの提供方法などの質を高める上で極めて有効であることが明らかになった。

今後の観光NPOの活動等にあたっては、できるだけ外国人を巻き込むことにより、国際的な視点のもとで取り組むことが望まれる。