

調査報告書

委員会名	経済文教常任委員会
派遣委員	8名
調査目的	経済文教常任委員会所管事務調査のため
行先及び調査事項	鳥取県境港市：観光による商店街の活性化と、水木しげるロードや記念館を中心とした観光施策について 大阪府大阪市：KITTE 大阪における高知県アンテナショップ「とさとさ」及び高知市物産展について
日程	令和6年11月7日（木）～11月8日（金）
報告事項	別紙のとおり

◇ 報告事項

○ 観光による商店街の活性化と、水木しげるロードや記念館を中心とした観光施策について (鳥取県境港市)

1 境港市の説明概要

(1) 境港市について

境港市は、特定第3種漁港としての「境漁港」、重要港湾としての「境港」、山陰唯一の国際空港としての「米子鬼太郎空港」の3つの港を軸に、豊富な水産資源や観光資源を生かしたまちづくりを行っている。

特に、境漁港はマグロやカニなどの水揚げ量が多く、日本でも有数の漁港となっており、近年では、境港ブランドを日本一のブランドにするべく、水産物の付加価値向上を図っている。

主な観光振興としては、水木しげる氏の作品に登場する妖怪たちに会える「水木しげるロード」を整備し、ブロンズ像の増設や観光客向けの追加整備を継続して行うことで、中国地方を代表する日本でも有数の観光地に成長させており、累計入込客数は4,000万人を超えている。

「さかなと鬼太郎のまち境港市」をキャッチフレーズに、港や海辺を生かした賑わいづくりと、水木しげるロードの更なる魅力向上を図り、相互の連携を促進することで、産業や観光振興の活性化に取り組んでいる。

(2) 水木しげるロードの取組と経過

当初は、平成元年に緑と文化のまちづくりをテーマとして、JR境港駅から商店街を貫く道路が市のシンボルロードとなるよう、人々に親しまれる快適な道づくりを目的としてスタートした。

整備に当たっては、地元商店街、自治会、市議会議員、商工会議所などで構成する協議会が設置され、方向性の検討を行った。その結果、地域の活性化を考えて子供たちを中心にした年代にターゲットを絞り、境港市の出身で全国的に知名度のある水木しげる氏の漫画を題材にした道とすることに決まった。

沿道には水木しげる氏の漫画に登場する妖怪のブロンズ像やレリーフ、絵タイルなどが設置されたほか、案内板なども妖怪を取り入れたデザインで施工されている。既存の商店街アーケードの改築、ポケットパークなども整備され、平成5年に一部完成として、オープン式典、除幕式が行われた。

市民に歩いていただくことを想定して始まった「ロード」は、新聞やテレビで大きく取り上げられ、次第に観光客が訪れるようになっていった。

その後、道路の整備とともに鬼太郎や妖怪をモチーフにしたグッズや土産品、食品類が開発されたり、イベントの開催、音頭の制作も行われ、キャラクターを生かしたまちづくりを展開している。

(3) 水木しげるロードの当初整備概要

事業実施期間：平成4年～8年度

総事業費：4億4,000万円

(内訳) 市 債 3億1,200万円
宝くじ助成金 3,400万円
一般財源 6,400万円

整備内容：総延長800メートル

妖怪ブロンズ像82体

(平成8年完成時)

妖怪レリーフ5基

絵タイル8枚

アーケード改装550メートル

公衆トイレ、ポケットパーク、大正川橋整備

説明を受ける委員



※特徴としては、妖怪を題材としたユニーク性とストーリー性を重視しており、ブロンズ像は堅苦しい彫刻ではなく、誰もが触れて親しめるように、一部のキャラを除いてミニサイズにしつつ、妖怪のおどろおどろしさや、怖さを表現するようにしている。

(4) 水木しげる記念館について

水木しげる記念館は、平成15年に水木しげるロード関連事業の集大成として整備され、水木しげる氏の人としての魅力、作品の世界観をより感じていただけるよう、水木しげる氏が世界中から集めた妖怪に関するコレクションなどを中心に、記念館が独自に製作したオブジェ等を多数展示している。

平成20年度には、障がい者及び外国人観光客への対応として、音声ガイド（日、韓、中、英、露）を整備し、その後も平成23年度、令和6年度にリニューアルを重ね、イベントなども積極的に行い、黒字運営を維持している。

視察当時は「水木しげると戦争」をテーマに、水木しげる氏が漫画家になる前の戦争体験が作品や豊富な資料によって常設展示されていた。平和教育にも繋がることから、近隣県の修学旅行先の一つとして注目されている。

(5) 商店街の状況

水木しげるロードの整備によって市外から多くの観光客が訪れるようになったことから、商店街は観光客を対象にした店舗などが増え、賑わいを取り戻した。ロードには100近い店舗があり、かつては空き店舗も多くあったが、現在では90店以上が営業されており、空き店舗ができるとすぐに新規の事業者が参入する状況となっている。また、昔から商売をしている店舗も、観光客向けの業態に変えるなど、従来の商売とともに、店の一部に妖怪関連のお土産物を置くケースが多く見られている。

また、沿道の商店街、事業所などを中心に立ち上げられた水木しげるロード振興会や、商工会議所による独自のイベント、地元ボランティアセンターによる清掃ボランティアなど、地域の様々な団体の活性化、交流促進にも繋がっている。

(6) 境港市による近年の取組と今後について

平成26年に、スマホ用アプリケーションを活用したデジタルスタンプラリーを導入し、27年3月には公衆無線LANの整備も行い、滞在時間の長期化、利便性の向上を図っている。

同年には、ロードの大規模リニューアルに向けて、基本構想を策定し、27年度に実施設計、28年度から工事に着工し、30年夏にリニューアルオープンした。大規模リニューアルの大きな

目玉として、通過型観光地から滞在型観光地を目指し、妖怪の影絵が映し出される夜間照明を約50種類整備し、夜の賑わいを創出している。

未完成から始まったロードは、ブロンズ像の増設や設備の充実、各種リニューアルにより、常に新たな魅力を生み出し続けることに注力している。今後も、様々な企画、イベントなどを実施していくことにより、何度も訪れていただける観光地を目指している。また、境港市のキャッチフレーズである「さかなと鬼太郎のまち境港市」を今後も積極的に情報発信し、商店街の活性化、市民の元気の拡大に向けて取り組んでいくこととしている。

2 主な質疑

Q バリアフリー化について、障害者の方への配慮として具体的な取組はあるか。逆に、障害者の方からの要望などがあれば、その内容をご教授いただきたい。

A 平成30年の大規模リニューアルの際に、県の障害者団体などにご相談させていただいており、特に、点字誘導ブロックについては、ロードの景観と調和させつつ、点字誘導ブロックに係る指標を満たす色合いを採用している。

Q 水木プロとの著作権に関わる取決め事項等があれば、可能な範囲でご教授いただきたい。

A 平成5年の水木しげるロードオープン当初は、地元の繁栄のためにということで、無料だったと聞いている。現在は、水木プロと包括契約を結んでおり、ロードに関わるものに限らず、ホームページや名刺、封筒などにイラストやロゴを使用させていただいており、包括して著作権使用料をお支払いしているが、それでも一般的な著作権使用料と比べて、かなり低額にしている。

Q ブロンズ像増設の経過と、スポンサーの公募方法についてご教授いただきたい。

A ロードの新たな魅力の創出のほかに、人気の既存コンテンツの強化として、リニューアル等に併せてブロンズ像を増設している。平成5年当初の23体から始まり、平成8年の全線完成時には82体となり、平成17年に1回目のスポンサー公募を行い118体となった。平成24年には、2回目の公募により153体、平成29年の3回目の公募で177体になっている。

スポンサーの公募方法については、特段、変わった周知はしておらず、リニューアル等に併せて、ホームページでの周知や、メディアへのプレスリリースを行ったところ、大きな反響をいただいたものである。

Q 水木しげるロードの観光入込客数をどのように集計しているのか、ご教授いただきたい。

A ロードの中に定点センサーを設置しており、観光客の方が複数回行き来することを前提に、センサーでカウントした数値に減数するような係数を乗じて集計している。

3 委員の意見

- ・ 観光客が増えたのち、やがては減少していくことを前提として、適宜手を打ってきた話が印象的で、通過型から滞在型の観光地にするため、夜の賑わいをつくる妖怪影絵の取組は、観光地としてどこを強めたいのかがはっきりしており、大事な視点だと感じた。
- ・ 妖怪影絵の取組は、妖怪ブロンズ像と同様に、妖怪の魅力を引き出しており、そういった取組を重ね合わせるにより、ロードの魅力アップに繋げている。状況やトレンドが変化する中で、弱い点をカバーするために分析し続け、強みを生かした上で、新しいアイデアを出していく

ことが必要だと感じた。

- 「ゲゲゲの鬼太郎」の妖怪の世界から、水木しげる氏の実体験、生き様を通して、子どもたちに故郷へのプライドを持ってもらい平和の大切さを伝えていきたい、という説明に共感を得た。また、単なる観光資源として利用するだけでなく、教育にも繋げていく姿勢そのものが、職員が変わっても受け継がれ、民間との連携も活力あるものになっている原動力ではないかと思う。
- 本市においても、坂本龍馬、牧野富太郎、やなせたかしといった著名人を、次から次へと追いかけるだけの観光施策にならないよう、市民（子どもたち）や観光客に、心揺さぶる何かを届けられるよう、高知市に根づく地道な取組（観光行政）を望む。
- 本市の観光施策において、見習うべき点は、人に焦点を当てた人に優しいまちづくりと、持続可能なまちづくりへの発想を豊かに、団結して取り組む事が重要ではないかと考える。
- 本市においても「あんぱん」放送をどのように生かすか、学びながら、知恵の発揮しどころと考える。



○ K I T T E 大 阪 に お け る 高 知 県 ア ン テ ナ シ ョ ッ プ 「 と さ と さ 」 及 び 高 知 市 物 産 展 に つ い て (大 阪 府 大 阪 市)

令和6年7月31日にKITTE大阪にオープンしたアンテナショップ「とさとさ」の視察を行った。また、当日、現地で開催されていた本市物産展についても、本年度の本市の重点施策であることから、現地視察を行った。

1 関西あんでなショップ「SUPER LOCAL SHOP とさとさ」について

(1) 拠点としての基本的な考え方

- ①高知県の「食」や「観光」などの魅力を強力的にPRする情報発信の拠点
- ②首都圏と比べて距離が近いという優位性を生かした人的交流の促進や県産品の外商拡大に繋げる拠点
- ③関西の消費者と高知の生産者や事業者をつなぐ「あんでな」を担う拠点
- ④県内市町村や事業者、関西在住の高知県関係者などと連携した、オール高知で取り組む拠点

(2) コンセプト

- ①「スーパーローカル」な高知の魅力
- ②ポジティブで明るいパワーがみなぎる新しい価値を持つ田舎
- ③一見地味な日常の当たり前の中にある贅沢さ、地に足の着いた自然由来の潤いのある生活スタイルや、食とカルチャーをリアルにお届けする、ひと味ちがった「あんでなショップ」

(3) 機 能

- ①物 販：県産品の販売拡大，販路開拓支援
- ②情 報 発 信：観光誘客，移住促進，認知度向上
- ③商品磨き上げ：マーケットインの商品づくり
- ④3つの機能を効果的に発揮させる仕組み
 - ・実物とデジタルを効果的に組み合わせた取組
 - ・関西在住の方々との強固なネットワークを確立

物産展を視察する委員



(4) 運 営

一般財団法人 高知県地産外商公社による運営

※東京・銀座の高知県アンテナショップ「まるごと高知」も運営

(5) 令和6年度目標

- ・売 上：約1億2,000万円
- ・来 店 者 数：約33万人 ※上方修正予定
- ・経済波及効果：約5億2,000万円（物販や来店きっかけの観光客増等）

(6) 令和6年9月末実績

- ・売 上：約6,000万円

- ・来店者数：約55万人
- ・メディア露出：60件

(7) これまでの主な取組

- ①県産品約 900 アイテムの販売
- ②土佐弁の POP , 県産材や土佐和紙を活用した高知県らしい店づくり
- ③試食・試飲等を伴う催事の積極的な実施（月単位でテーマを設定）
- ④アンテナショップを活用したバイヤー等への商品提案
- ⑤オープン1 か月記念イベント開催等のプロモーション

(8) 今後の取組

- ①集客アップに向けたプロモーションの強化
- ②催事・テストマーケティングに参加する事業者の更なる掘り起こし
- ③アンテナショップを商談に一層活用
- ④メディア露出に向けた企画の立案, アプローチの強化
- ⑤各分野の情報発信や外商活動と連動した取組の展開

2 委員の意見

- ・ 現地では、テレビ番組の取材も2件行われていた。賑わい状況から、かなりの評価を得ていると感じた。
- ・ 「とさとき」は出入口の近くにあり、目につく場所にあった。また、ショップ内では土佐弁のポップによる商品紹介がされており、商品の後ろにデジタルサイネージでプロモーション映像が流れていたことも目を引いた。様々な工夫が施されており、興味を引くつくりとなっていた。
- ・ 特に高知県アンテナショップとさときでは、沢山の人が賑わっていた。人口減少が進む中、高知の物産品を通して、高知の魅力が一人でも多くの方に伝わり、高知に興味を持って頂ける事を願ってやまない。
- ・ 高知市物産展では、誘客促進イベントとして、土佐酒試飲や高知県産野菜の詰め放題が行われており、立ち止まる人も多く、実際に野菜を手にとれることと合わせ、ゲーム感覚（ワンコイン）で野菜詰めができたこともあり、参加してみたいと思う取組だった。
- ・ 他県のアンテナショップでは、物産を並べて買っただけで形ばかりだったが、高知市物産展は、地方らしく試食（お酒、ポン酢）をはじめ、野菜の詰め放題、ガチャガチャなど、楽しさも取り入れており、素晴らしい取組だと感じた。売上也伸びているとのことから、売り方にいっそう楽しさを取り入れ、高知らしさを目指して取り組んでほしい。（売り手の方も楽しんで！）