

境港市観光振興プラン（案）

平成 23 年 3 月
鳥取県境港市

目次

◆第 1 章 今後の観光振興策

- 1－1 観光振興プラン策定の概要
- 1－2 観光振興プランの策定フロー
- 1－3 具体的なプロセス

参考資料 市場調査(ギャップ調査)の目的

◆第 2 章 重点施策の抽出

- 2－1 観光資源の案出し(新規アイデア・既存資源)
- 2－2 市場調査項目の絞り込み
- 2－3 市場調査(ギャップ調査)
- 2－4 重点施策の抽出

◆第 3 章 重点施策の具体案化

- 3－1 重点施策の具体案化の詳細

第1章 今後の観光振興策

1-1 観光振興プラン策定の概要

境港市観光振興プラン計画の概要

(1) 計画の趣旨

近年、本市の観光客数は、飛躍的な伸びをみせており、特に「水木しげるロード」は、中国地方を代表する、国内でも有数の観光地として定着しつつある。

また、本市には、「水木しげるロード」以外にも新鮮な海の幸や豊かな自然など多くの観光資源を有している。今後、観光地として、更なる発展を目指すため、個々の観光資源のポテンシャルを総合的に捉え、より一層の観光振興を図ることを目的に「境港市観光振興プラン」を策定する。

(2) 計画期間

本プランは、平成23年度を始期とし、平成27年度を終期とする5ヵ年計画とする。

また、本プランは、本市観光の情勢を的確に見極め、常に的確な施策の遂行が可能となるよう、毎年会議を招集し、進捗状況の把握や点検・評価を行い必要な見直しを行うものとする。

(3) 観光振興プランの基本的考え

【① 顧客視点を重視する】

市場調査を通じて知り得た事実（マーケティングデータ）をベースに、来て頂きたい観光客の視点を重視したプランを策定する。

※地域の「想い」を大切にしながらも、それに偏り過ぎない、アクションプランの策定。

【② 既存資源を優先的に活用する】

今ある地域資源の良さをそのまま、もしくは「加工」元々の良さを生かす方策を優先する。

※物理的、財源的に現実味の無いアクションプランの策定を避ける。

「ないものねだり」から「あるもの探し」へ。

3つの要素の実現

- ・実現可能性
- ・持続可能性
- ・効果期待性

【③ トrendも取り入れる】

観光を含めた時代のトレンドを掴むことは重要。そのトレンドの中から、地域の資源を活用でき、且つ、地域の「想い」を実現できるアクションプランを策定する。

※流行りに飛びつくのではなく、流行りの中から選択する。

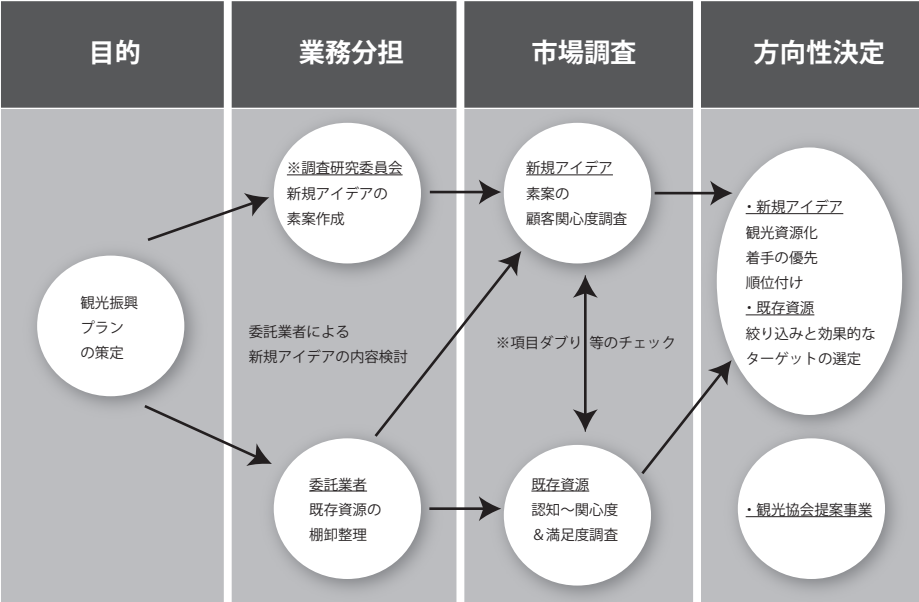
【④ 新しいアイデア創出】

顧客視点を重視し、既存の地域資源を優先的に活用し、時代のトレンドの中から選択を行う中で、境港市ならではの新しいアイデア〜取組を創出する。

※小さくてもキラリと光る「宝物」を、生み出し、育てていく。

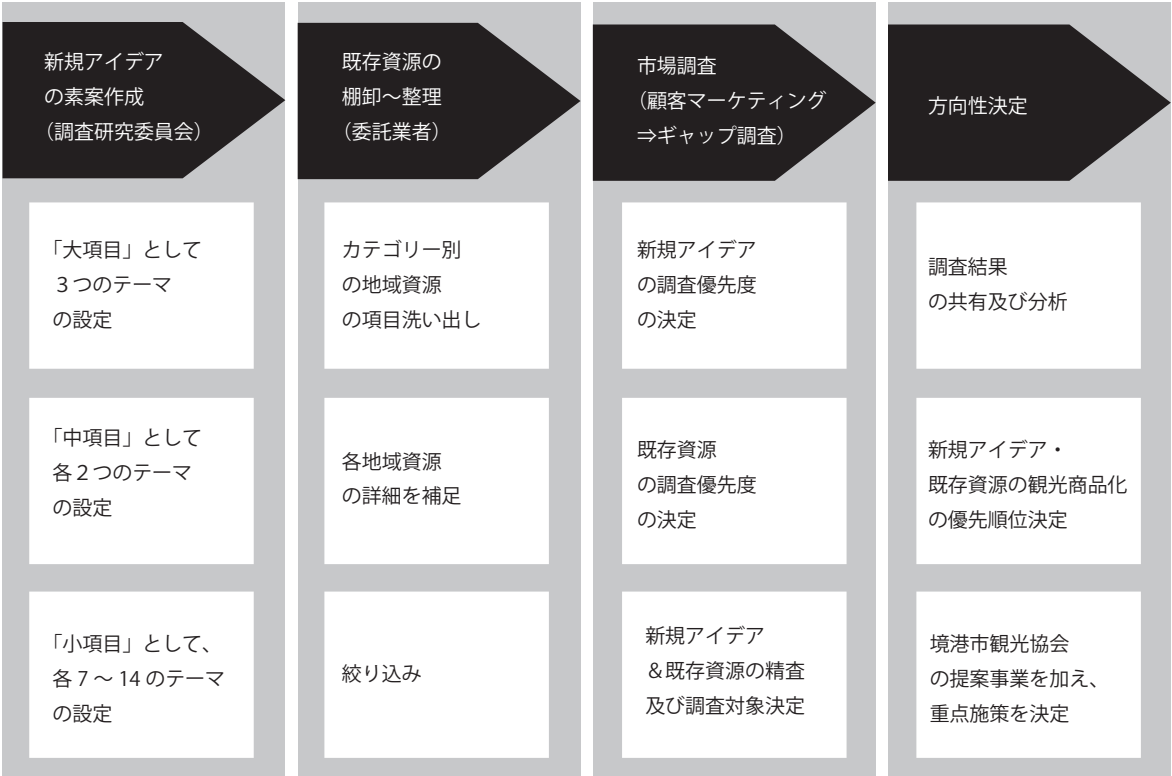
1－2 観光振興プランの策定フロー

今回のプラン策定にあたっては、以下のフローで行った。



※調査研究委員会とは・・・
境港市観光振興・調査研究委員会(以下「調査研究委員会」という。)は、境港市 観光振興プランの策定にあたり、本市が観光振興により交流人口の拡大を図り、地域の活性化を目指すために必要な施策を調査研究することを目的に、市職員8名で構成されたプロジェクトチーム。

1－3 具体的なプロセス



参考資料 市場調査（ギャップ調査）の目的

～実際の活用・提案が目的となる、実証性の高い調査～

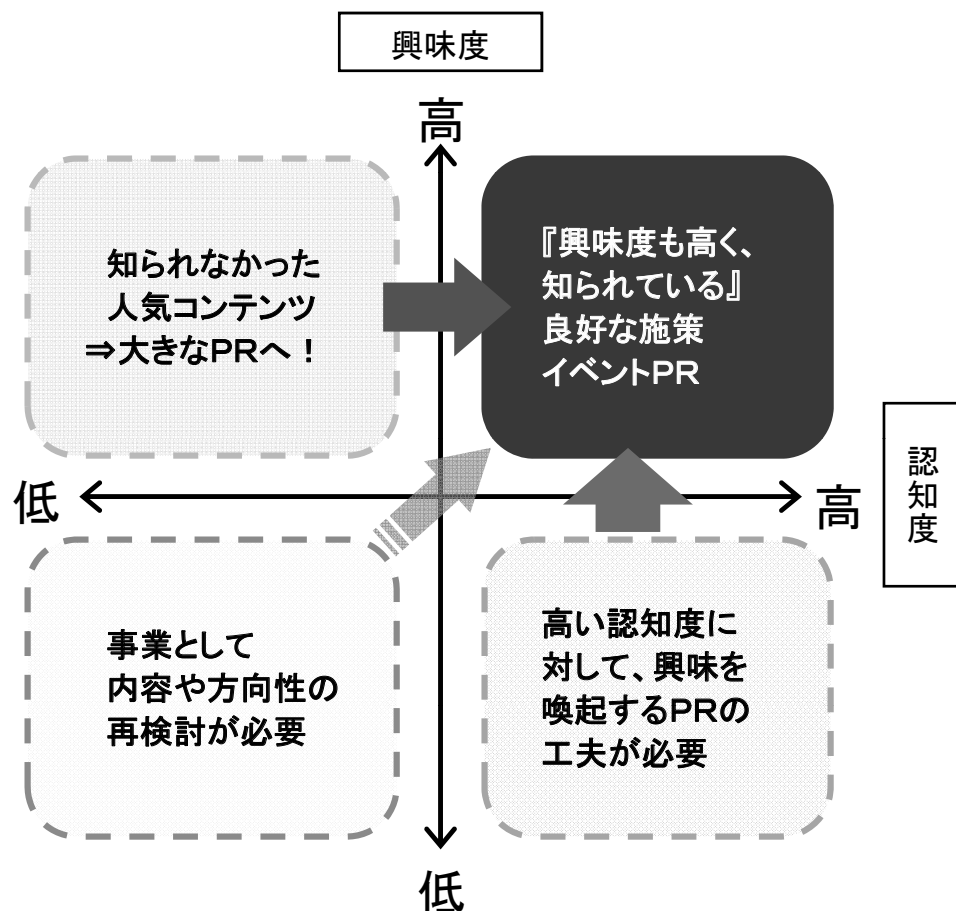
●『認知度』と『興味度』を把握し、そのギャップを明らかにする

⇒地域が持つ観光資源について、1000人の消費者の目から、“観光地としてのイメージ”を聞き、どれくらいの人々が認識しているのか、またどのくらい魅力を感じるのかを比較する。地域の強みと弱みがわかり、観光課題の整理と把握が可能になる。

●プロモーション展開の方向性を明確化する

⇒ギャップを把握することで、観光施策の優先順位付けや効果的な広告展開が設定できる。右図のような資源の整理を行うことで、観光資源それぞれの状況に応じたプロモーション展開・順位付けが可能になる。

【認知度－興味度ギャップのイメージ】



2-1 観光資源の案出し

【新規アイデア項目】研究調査委員会が提案した境港市の新たな観光資源になりうるアイデアの素案 (53 項目)

	1. ゆったりのまち境港		2. おもてなしのまち境港		3. 体感のまち境港	
	賑わいのあるまちづくりの推進	宿泊・滞在する魅力の強化	人に優しい環境の充実	快適に周遊できる環境の充実	体験型観光の推進	連携・交流の促進
	8項目	7項目	9項目	7項目	8項目	14項目
1	おさかな村の創設	駅前宿泊施設の充実	小さな子どもや年配者車椅子の方が歩きやすい歩道の整備	水木しげるロード、竹内団地を結ぶ「観光周遊ルート」の創設	駅から魚市場、夢みなとタワーまでの境水道美保湾クルージング	山陰アシックス工業(株)製の妖怪ウォーキングシューズ開発の提案
2	船上レストランの設置	「妖怪合宿所」の設置	授乳室やミルクを冷ます施設の設置	わかりやすい案内表示	住民、観光客共に参加できるイベントで「日本唯一」のものを多数創出	松江市の肝試しツアーとJR境線のコラボレーション企画
3	水木先生の作品が楽しめる『古文書館』・『妖怪図書館』・『妖怪漫画喫茶』の設置	夢みなと公園内に妖怪コテージの設置	水木しげるロード内に休憩所およびカフェの設置	観光バス対応型駐車場の整備	思い出作りと世界記録作りを同時に楽しめる「みんなで妖怪オブジェ」を実施	深夜妖怪列車の運行
4	足湯設備の設置	公共マリーナの活用	妖怪検定合格者によるロードガイド及び語り部として活躍	シンボル的なオブジェの設置	スタンプラリーの拡大	JR境線の水木しげるロード化
5	妖怪公園の整備	キャンピングカー乗り入れ場所の設置	観光マイスターの育成	街燈への工夫	JR境線でのこども車掌体験	ターゲットを絞った旅行商品の開発
6	イベント会場の整備	夜の水木しげるロードの仕掛け	市民参加型のイベントを通して観光振興に対する機運の醸成	外国人観光客の受け入れ態勢の整備	水族館などの魚の「知って」・「見て」・「触れる」体験の場の提供	出雲大社と妖怪神社のコラボレーションイベントの開催
7	米子鬼太郎空港の観光資源化	国道431号線から夢みなとタワーまでのゾーンの活用	外国語での接客を行うためのコミュニケーション講座や市民向けのおもてなし講座の開催	「おさかな案内所」を設置し最新の魚情報を発信	市場見学、まぐろ見学、地引網体験、釣堀体験の場の提供	竜ヶ山周辺をスポーツゾーン化し、ロシアや韓国チームとの定期大会の開催
8	水木しげる記念館のリニューアル		鬼太郎記念日(市民の日)の制定		伯州綿の収穫体験及び自分で摘んだ綿でのオリジナル作品の製作、拵体験	ラジオでのロード情報
9			音声ガイドの整備			格安航空の誘致
10						観光客の交流の場「鬼太郎通信所」の設置
11						ゆかりのある有名人を観光大使に任命
12	研究調査委員会が「三世代が楽しめるまち境港」をテーマに掲げ「ゆったりのまち」「おもてなしのまち」「体感のまち」に沿った新たな観光資源のアイデアを53項目提案。					ツイッターでの情報発信
13						クーポンサイトの活用
14						小泉八雲記念館とのコラボレーション企画

【既存資源項目】委託業者が抽出した、境港市に關係のある既存の観光資源（117 項目）

	自然景観	歴史／文化	施設	イベント／体験	食	その他
	10項目	27項目	23項目	31項目	15項目	11項目
1	弓浜半島	水木しげる	夢みなとタワー	みなと祭	松葉ガニ・ベニズワイガニ	松江→境港直行バス
2	白砂青松	宮川大助(大助・花子)	水産物直売施設	妖怪ジャズフェスティバル	するめこうじ漬け	釣り一文字・白灯台
3	境台公園のさくら	司葉子	隠岐汽船	ペーロンレガッタレース	カニの甲羅 グルコサミン	DBSクルーズフェリー
4	蜃気楼	植田正治	美保基地	航空祭	白いか(剣先いか)	はまる一ぶバス
5	イカつり船のいさり火	井田磐山	みなと温泉館	境港水産まつり	海鮮丼	フコイダン(もずくの中にある成分)
6	みなと祭りの花火	小野ヤスシ	さかいポートサウナ	ウルトラビーチサッカー大会	寿司	境港ご当地ソング
7	境港市は砂地	江島大橋	海とくらしの史料館	イカ釣り	夏のマグロ	鬼太郎タクシー
8	大山の裾野が見える	境水道	公共マリナー	ゲタ飛ばし大会	白ネギ	鬼太郎マンホール
9	大山麓の風車が見える	弓浜耕	みなとさかい交流館	さくら祭	さつまいも	JR妖怪列車
10	隠岐諸島の景色	サツマイモ	夢みなと公園	妖怪検定	マグロらーめん	鬼太郎フェリー
11		重点港湾(H.22)	境台公園	境港妖怪ウォーク	かにラーメン	山陰アシックス工業(株)
12		国際定期コンテナ航路	境水道大橋	鬼太郎カランコロンウォーク	鬼太郎カレー・御三家カレー	
13		境港市の歌	みなとまち商店街	境港妖怪シンポジウム	境港新かにめし	
14		市の木 クロマツ	境港シンフォニーガーデン	妖怪初詣	モサエビ	
15		市の花 キク	弓浜がすり伝承館	カニ感謝祭	地酒	
16		漁師町	環日本海研究室	妖怪ひな祭		
17		大漁太鼓	水木しげる記念館	妖怪そっくりコンテスト		
18		浜弁	米子鬼太郎空港	妖怪川柳コンテスト		
19		正福寺	水木しげるロード	ゲゲゲの下駄積み大会		
20		六道絵 地獄極楽絵	妖怪神社	妖怪ブロンズ像しめ縄飾り		
21		水木しげる記念碑	日本一の鬼太郎石像	妖怪神社カウントダウン		
22		庄司家	巨大マンボウのはく製・ちょぼりん	境港妖怪検定		
23		怪遺産	水木しげる生家	妖怪スタンプラリー		
24		芋代宮碑		妖怪ソンググランプリ		
25		松尾芭蕉の句碑		All Japan 20タワーズスタンプラリー		
26		財ノ木町のオノ木		夢みなとタワーフリーマーケット		
27		伯州綿		魚の絵コンテスト	委託業者が境港市にある、 既存の観光資源を各分野に 分けて、計 117 項目抽出。	
28				Sun-in ビーチバレー大会		
29				鬼太郎カップビーチバレー大会		
30				ゲゲゲの女房ゆかりの地めぐり		
31				水揚げのセリ		

2-2 市場調査項目の絞り込み

【新規アイデア項目】境港市貿易観光課と、調査研究委員会と、委託業者が複数回の議論を重ね、2-1で案出した「新規アイデア素案」と「既存資源」の内市場調査にかけるべき項目を絞り込み、結果として「新規アイデア素案」25項目、「既存資源」27項目を選定した。

【新規アイデア項目】(25項目)

	1. ゆったりのまち境港		2. おもてなしのまち境港		3. 体感のまち境港	
	賑わいのあるまちづくりの推進	宿泊・滞在する魅力の強化	人に優しい環境の充実	快適に周遊できる環境の充実	体験型観光の推進	連携・交流の促進
	7項目	5項目	2項目	2項目	5項目	4項目
1	おさかな村の創設	駅前宿泊施設の充実	水木しげるロード内に休憩所およびカフェの設置	水木しげるロードと竹内団地を結ぶ「観光周遊ルート」の創設	JR 境港駅から魚市場、夢みなとタワーまでの境水道美保湾クルージング	山陰アシックス工業(株)製の妖怪ウォーキングシューズ開発の提案
2	船上レストランの設置	「妖怪合宿所」の設置	鬼太郎記念日(市民の日)の制定	「おさかな案内所」を設置し最新の魚情報を発信	JR 境線でのこども車掌体験	深夜妖怪列車の運行
3	水木先生の作品が楽しめる『古文書館』『妖怪図書館』『妖怪漫画喫茶』の設置	夢みなと公園内に妖怪コテージの設置			水族館などの魚の「知って」「見て」「触れる」体験の場の提供	JR 境線の水木しげるロード化
4	足湯設備の設置	夜のロードの仕掛け			市場見学まぐろ見学地引網体験釣堀体験の場の提供	出雲大社と妖怪神社のコラボレーションイベントの開催
5	妖怪公園の整備	国道431号線から夢みなとタワーまでのゾーンの活用			伯州綿の収穫体験及び自分で摘んだ綿でのオリジナル作品の製作、緋体験	
6	米子鬼太郎空港の観光資源化					
7	水木しげる記念館のリニューアル					

【既存資源項目】(27 項目)

	自然景観	歴史 / 文化	施設	イベント / 体験	食	その他
	1 項目	4 項目	6 項目	5 項目	8 項目	3 項目
1	弓浜半島	弓浜緋	夢みなとタワー	みなと祭	松葉ガニ	DBS クルーズフェリー
2		芋代宮碑	水産物直売施設	境港水産まつり	ベニズワイガニ	JR 妖怪列車
3		正福寺	水木しげるロード	妖怪そっくりコンテスト	カニのグルコサミン	山陰アシックス工業 (株)
4		伯州綿	日本一の鬼太郎石像	妖怪スタンプラリー	白イカ	
5			水木しげる生家	ゲゲゲの女房ゆかりの地めぐり	夏のマグロ	
6			海とくらしの史料館		海鮮丼	
7					境港新かにめし	
8					モサエビ	

2-3 市場調査（ギャップ調査）

2-2で抽出した項目でギャップ調査を実施した。サンプル数、調査対象エリア、対象者年齢条件は以下の通り。調査対象エリアの選定に関しては株式会社リクルートの「じゃらん宿泊旅行調査2010」を参照し、鳥取県や境港市への観光客の多いエリアや、大きなマーケットとして今後の観光集客が期待されるエリアを選定した。

サンプル数	1000
調査対象エリアと割付	大阪・兵庫：300、東京・神奈川：300、広島・岡山：200、香川・愛媛：100、福岡・鹿児島：100
対象者年齢条件	20歳以上、男女比4：6

ギャップ調査の設問と回答項目は以下の通り。

設問		回答形式	回答項目		備考
Q1	鳥取県の境港（さかいみなと）市をご存じですか？	単一回答	1	良く知っていて、好きな場所である。	
			2	どんな所か、友人に説明できるくらい知っている。	
			3	大まかには知っている。	
			4	名前を聞いたことがある。	
			5	全く知らない。	
Q2	これまで境港市に旅行で行ったことがありますか？	単一回答	1	1回	
			2	2～3回	
			3	4～5回	
			4	6回以上	
			5	境港市に旅行で行ったことはない。	
Q3	境港市には、どなたと行かれたか？あてはまるものを全てお答えください。（Q2で、行ったことがあると回答した方 ※Q2＝1～4）	複数回答	1	家族（子供と）	
			2	家族（親と）	
			3	家族（親と子供と）	
			4	友人	
			5	カップル・夫婦	
			6	一人	
			7	職場関係	
			8	サークル・クラブ・学校関係	
			9	その他	
Q4	境港市での滞在時間はどのくらいでしたか？※複数回訪問されたことのある方は、平均時間を教えて下さい。（Q2で、行ったことがあると回答した方 ※Q2＝1～4）	単一回答	1	（宿泊無し）立ち寄ったのみ	
			2	（宿泊無し）半日程度	
			3	（宿泊無し）1日程度	
			4	（宿泊あり）1泊2日	
			5	（宿泊あり）2泊3日	

設問		回答形式	回答項目		備考
Q4			6	(宿泊あり) 3泊以上	
Q5	宿泊を伴って境港市に行かれた方のみお答えください。どこに宿泊されましたか？	複数回答	1	境港市内	
			2	皆生温泉	
			3	米子市内(皆生温泉以外)	
			4	鳥取県内(境港市、米子市以外)	
			5	島根県松江市	
			6	島根県出雲市	
			7	島根県(松江市、出雲市以外)	
			8	岡山県	
			9	広島県	
			10	それ以外	
Q6	境港市に行ったことのある方のみお答えください。以下の場所に行ったり体験をされたことがありますか？また、その満足度はいかがでしたか？	各単一回答(マトリックス)	1	弓浜半島	1. 期待していて満足した 2. 期待していなかったが満足した 3. 期待していたが満足しなかった 4. 期待していなかったし満足しなかった 5. これは訪問したり体験していない
			2	弓浜餅	
			3	芋代官碑	
			4	正福寺	
			5	伯州綿	
			6	夢みなとタワー	
			7	水産物直売施設	
			8	海とくらしの史料館	
			9	水木しげるロード	
			10	日本一の鬼太郎石像	
			11	水木しげるの生家	
			12	みなと祭	
			13	境港水産まつり	
			14	妖怪そっくりコンテスト	
			15	妖怪スタンプラリー	
			16	ゲゲゲの女房ゆかりの地めぐり	
			17	松葉ガニ	
			18	ベニズワイガニ	
			19	カニのグルコサミン	
			20	白イカ	
			21	夏のマグロ	
			22	海鮮丼	
			23	モサエビ	
			24	DBSクルーズフェリー	
			25	JR妖怪列車	
			26	山陰アシックス工業(株)	

設問		回答形式	回答項目		備考
Q7	境港市に関して、以下のことをご存じですか？	各単一回答(マトリックス)	1	弓浜半島：弓のように弧を描く海岸線で「日本の白砂青松百選」や「日本の渚百選」に選ばれている景観の美しい半島。	1. よく知っている 2. だいたい知っている 3. 聞いたことがある 4. 知らない
			2	弓浜絨：山陰を代表する絨で、国の伝統的工芸品に指定されている。濃い藍色の地に白抜きの柄が映える先染め平織りの絨。縁起物が多く作られている。	
			3	芋代官碑：サツマイモを移入し、飢饉を救った代官を称える芋代官碑は、鳥取県下には現在12基あり、その内7基が境港市にある。	
			4	正福寺：水木しげるの妖怪画の原点とされる六道絵、地獄絵、極楽絵や水木氏の傘寿を記念して設置された記念碑がある。	
			5	伯州綿：繊維が太く、弾力性と保温性に富むのが特徴。完全な有機無農薬栽培で、栽培面積は日本でもトップクラス。	
			6	夢みなとタワー：地上43mの展望室があり、大山・弓浜半島・島根半島が一望できる。その他地元のお土産が購入できるレトロな施設もある。	
			7	水産物直売施設：古くから港町として栄えてきた境港で水揚げされた新鮮な海の幸が安く購入できる。	
			8	海とくらしの史料館：「水のない水族館」は剥製の数が700種類、4000点も揃う日本一の史料館。ホオジロザメやマンボウが目の前に展示されている。	
			9	水木しげるロード：JR境港駅から約800m続き、139体の妖怪ブロンズ像が設置された商店街。水木しげる記念館や、妖怪神社もある。	
			10	日本一の鬼太郎石像：日本一大きい鬼太郎石像。石像は水木しげるにより「がいの鬼太郎」と命名された。	
			11	水木しげるの生家：境港市入船町にある、水木しげるが幼少を過ごした地。	
			12	みなと祭：漁船が海上パレードや大漁パレードをし、花火大会・大漁祈願祭・灯籠流しもある。境港市の夏を彩るお祭。	
			13	境港水産まつり：境漁港に水揚げされた新鮮な魚介類や豊富な水産加工品が特別価格で販売される祭。	
			14	妖怪そっくりコンテスト：妖怪にそっくりな方、仮装してパフォーマンス可能な方が応募できるコンテスト。	
			15	妖怪スタンプラリー：スタンプを20個集めると妖怪博士号のスタンプがもらえ、更に全て36個集めると「妖怪スタンプラリー完走証」がもらえる。	
			16	ゲゲゲの女房ゆかりの地めぐり：水木しげるの生家や妻の布枝さんの生家、正福寺などのゆかりの地4市18箇所を巡る。	
			17	松葉ガニ：山陰地方ではズワイガニのことを松葉ガニという。身がぎっしり詰まっている「カニの王様」で、山陰の冬の味覚の代表格。	
			18	ベニズワイガニ：境港はベニズワイガニの水揚げ日本一。甘みがあり水分が多い。松葉ガニ比べて随分と値段が安い。	
			19	カニのグルコサミン：境港で取れたベニズワイガニの甲羅を加工・精製した日本では珍しい「国産グルコサミン」。	
			20	白イカ：山陰を代表するイカで、剣先イカとも呼ばれる。上品な甘さと柔らかさはイカの中でもトップクラス。	
			21	夏のマグロ：境港はマグロ王国で、生のマグロの水揚げ量日本一。	

設問		回答形式	回答項目		備考
Q7	境港市に関して、以下のことをご存じですか？	各単一回答(マトリックス)	22	海鮮丼：境港で水揚げされた新鮮な魚介類を使用した丼。	1. よく知っている 2. だいたい知っている 3. 聞いたことがある 4. 知らない
			23	境港新かにめし：ペニズワイガニ1杯をまるごと使用し、酢飯と一緒に紙に包まれて蒸した境港の「新・ご当地グルメ」。平成23年春にデビュー予定。	
			24	モサエビ：日本海特有の底エビで、驚くほどの甘さがある。刺身・揚げ・煮る・焼き・汁等、調理方法の万能なエビ。日持ちがせず、なかなか市場に出回らない。	
			25	DBSクルーズフェリー：境港と韓国・ロシアを結ぶ国際定期フェリー。日本海側唯一の、日本と韓国・ロシアを結ぶ定期貨客船。	
			26	JR妖怪列車：米子駅から境港駅を結ぶ境線。外装は鬼太郎キャラクターがペイントされ、外装だけでなく車内にも妖怪のイラストが描かれている。	
			27	山陰アシックス工業(株)：大リーグ日本人初のMVPを獲得したイチローのスバイクシューズは、実はここで製作している。	
Q8	境港市に関して、以下のことに興味がありますか？	各単一回答(マトリックス)	1	弓浜半島：弓のように弧を描く海岸線で「日本の白砂青松百選」や「日本の渚百選」に選ばれている景観の美しい半島。	1. 興味がある 2. やや興味がある 3. あまり興味はない 4. 興味はない
			2	弓浜絋：山陰を代表する絋で、国の伝統的工芸品に指定されている。濃い藍色の地に白抜きの柄が映える先染め平織りの綿袖。縁起物が多く作られている。	
			3	芋代官碑：サツマイモを移入し、飢饉を救った代官を称える芋代官碑は、鳥取県下には現在12基あり、その内7基が境港市にある。	
			4	正福寺：水木しげるの妖怪画の原点とされる六道絵、地獄絵、極楽絵や水木氏の傘寿を記念して設置された記念碑がある。	
			5	伯州綿：繊維が太く、弾力性と保温性に富むのが特徴。完全な有機無農薬栽培で、栽培面積は日本でもトップクラス。	
			6	夢みなとタワー：地上43mの展望室があり、大山・弓浜半島・島根半島が一望できる。その他地元のお土産が購入できるレトロな施設もある。	
			7	水産物直売施設：古くから港町として栄えてきた境港で水揚げされた新鮮な海の幸が安く購入できる。	
			8	海とくらしの史料館：「水のない水族館」は剥製の数が700種類、4000点も揃う日本一の史料館。ホオジロザメやマンボウが目の前に展示されている。	
			9	水木しげるロード：JR境港駅から約800m続き、139体の妖怪ブロンズ像が設置された商店街。水木しげる記念館や、妖怪神社もある。	
			10	日本一の鬼太郎石像：日本一大きい鬼太郎石像。石像は水木しげるにより「がいの鬼太郎」と命名された。	
			11	水木しげるの生家：境港市入船町にある、水木しげるが幼少を過ごした地。	
			12	みなと祭：漁船が海上パレードや大漁パレードをし、花火大会・大漁祈願祭・灯籠流しもある。境港市の夏を彩るお祭。	
			13	境港水産まつり：境漁港に水揚げされた新鮮な魚介類や豊富な水産加工品が特別価格で販売される祭。	
			14	妖怪そっくりコンテスト：妖怪にそっくりな方、仮装してパフォーマンス可能な方が応募できるコンテスト。	
			15	妖怪スタンプラリー：スタンプを20個集めると妖怪博士号のスタンプがもらえ、更に全て36個集めると「妖怪スタンプラリー完走証」がもらえる。	

設問		回答形式	回答項目		備考
Q8	境港市に関して、以下のことに興味がありますか？	各単一回答(マトリックス)	16	ゲゲゲの女房ゆかりの地めぐり:水木しげるの生家や妻の布枝さんの生家、正福寺などのゆかりの地4市18箇所を巡る。	1. 興味がある 2. やや興味がある 3. あまり興味はない 4. 興味はない
			17	松葉ガニ:山陰地方ではズワイガニのことを松葉ガニという。身がぎっしり詰まっている「カニの王様」で、山陰の冬の味覚の代表格。	
			18	ベニズワイガニ:境港はベニズワイガニの水揚げ日本一。甘みがあり水分が多い。松葉ガニ比べて随分と値段が安い。	
			19	カニのグルコサミン:境港で取れたベニズワイガニの甲羅を加工・精製した日本では珍しい「国産グルコサミン」。	
			20	白イカ:山陰を代表するイカで、剣先イカとも呼ばれる。上品な甘さと柔らかさはイカの中でもトップクラス。	
			21	夏のマグロ:境港はマグロ王国で、生のマグロの水揚げ量日本一。	
			22	海鮮丼:境港で水揚げされた新鮮な魚介類を使用した丼。	
			23	境港新かにめし:ベニズワイガニ1杯をまるごと使用し、酢飯と一緒に紙に包んで蒸した、今までに類を見ない境港の「新・ご当地グルメ」。平成23年春にデビュー予定。	
			24	モサエビ:日本海特有の底エビで、驚くほどの甘さがある。刺身・揚げ・煮る・焼き・汁等、調理方法の万能なエビ。日持ちがせず、なかなか市場に出回らない。	
			25	D B S クルーズフェリー:境港と韓国・ロシアを結ぶ国際定期フェリー。日本海側唯一の、日本と韓国・ロシアを結ぶ定期貨客船。	
			26	J R 妖怪列車:米子駅から境港駅を結ぶ境線。外装は鬼太郎キャラクターがペイントされ、外装だけでなく車内にも妖怪のイラストが描かれている。	
			27	山陰アシックス工業(株)日本人初のMVPを獲得したイチローのスパイクシューズは、実はここで製作している。	
Q9	鳥取県境港市で、もし以下のような企画やイベントがあれば興味がありますか？	各単一回答(マトリックス)	1	おさかな村:さかなのまち境港で、境港でしか味わえない四季の魚料理やご当地グルメを食事できる魚料理専門のフードコート。	1. 興味があり、行ってみたい 2. 興味は普通だが、行ってみたい 3. 少し興味はあるが、行ってみたいとは思わない 4. 興味も無く、行ってみたいとは思わない
			2	船上レストラン:みなと町の風景や島根半島を眺めながらカニやマグロなど境港のご当地グルメを食事できるレストラン。	
			3	水木しげるの作品を楽しめる施設:水木しげるの貴重な関連書籍が読める『古文書館』『妖怪図書館』『妖怪漫画喫茶』等の施設。	
			4	足湯:鬼太郎の家をモチーフにした足湯。	
			5	妖怪公園:鬼太郎関連の施設(鬼太郎の家を模したジャングルジム、一旦木綿のシーソー、ぬりかべの滑り台等)で、子どもが遊べる遊具がある公園。	
			6	米子鬼太郎空港:鬼太郎の町へ来たという気分を高める妖怪モチーフなどが見れる、日本でも唯一妖怪の名前が付いた空港。	
			7	鬼太郎の家:実物大の鬼太郎の家で、色々な仕掛けがあり、妖怪の生活感が再現されている施設。	
			8	J R 境港駅前宿泊施設:観光案内所・飲食店・リラクゼーション施設があり、立体駐車場を完備した宿泊施設。	
			9	妖怪合宿所:陸上競技場などのスポーツ広場周辺で妖怪にちなんだ施設。低料金で団体も利用可能な宿泊施設。	

設問		回答形式	回答項目		備考
Q9	鳥取県境港市で、もし以下のような企画やイベントがあれば興味がありますか？	各単一回答(マトリックス)	10	妖怪コテージ:海の近くでロケーションが良く、鬼太郎関連のキャラクターをイメージしたコテージ。	1. 興味があり、行ってみたい 2. 興味は普通だが、行ってみたい 3. 少し興味はあるが、行ってみたいとまでは思わない 4. 興味も無く、行ってみたいとも思わない
			11	夜の水木しげるロードの仕掛け:夜独特の妖怪の町が体験でき、土曜夜市(屋台やイベント等)も行われる。	
			12	夜のイルミネーション:国道431号線から夢みなとタワーまでの道を、季節に応じたイルミネーションで飾る。デートスポットとしても利用できる。	
			13	水木しげるロード内休憩所:水木しげるロードを眺められるオープンカフェや畳の休憩所。歩きつかれた足を休息してもらう。	
			14	鬼太郎記念日:町全体で様々なイベントを通して水木しげるワールドをより身近に感じることが出来る日。	
			15	水木しげるロードと竹内団地を結ぶ路面電車:鉄道ファンもひきつける、観光スポットを周遊できる路面電車。	
			16	おさかな案内所:境港市でその日水揚げされた魚の情報やその魚を食べることの出来るお店の案内所。	
			17	境水道美保湾クルージング:夏季限定で水木しげるロードと観光施設への移動ルートとして、非日常を味わえる海上クルージング。	
			18	JR妖怪列車の子ども車掌体験:夏休み期間、子どもの思い出作りにJR境線の車掌体験ができる。状況に応じて子どもに限らず対象者を拡大。	
			19	体験型水族館:境港近郊に生息する魚を集め見学・学習できる水族館。マグロの餌付け体験や養殖見学も可能。	
			20	さかなのまちの体験:境港市で水揚げされたマグロのセリや解体の見学、地引網体験等。	
			21	伯州綿の収穫体験:綿がはじめて収穫に適する9月上旬から10月末頃に完全な有機無農薬栽培で取組んでいる伯州綿の収穫体験。	
			22	山陰アシックス工業(株)製の妖怪ウォーキングシューズ:イチローのスパイクシューズを製作した山陰アシックス工業(株)製の妖怪ウォーキングシューズの提案。	
			23	深夜妖怪列車:夜の水木しげるロードを体験するため、深夜に妖怪列車が走る。	
			24	JR境線の水木しげるロード化:妖怪装飾を施した列車以外にも、駅舎やホームにも妖怪イラストを施し、水木しげるロード化する。	
			25	出雲大社と妖怪神社のコラボレーションイベント:出雲大社(神)と妖怪神社(霊)のお見合い(縁結び)ツアー。	
Q10	あなたは今後一年間の間に、境港市に旅行に行ってみたいと思いますか？	単一回答	1	是非行きたいと思う	
			2	やや行きたいと思う	
			3	どちらとも言えない	
			4	あまり行きたいと思わない	
			5	行きたいと思わない	

2-4 重点施策の抽出

ギャップ調査の結果より、「新規アイデア素案」と「既存資源」の中から有力な観光資源となり得る項目を、「重点施策」として抽出した。「新規アイデア」に関しては「興味」の分析結果を参考に17項目、「既存資源」に関しては「認知×興味×満足度」の分析結果を参考に18項目を「重点施策」とした。

また、境港市観光協会から提案されたアイデア(16項目)も追加した。

【新規アイデア重点施策】

1	おさかな村の創設
2	船上レストランの設置
3	水木先生の作品が楽しめる『古文書館』『妖怪図書館』『妖怪漫画喫茶』の設置
4	妖怪公園の整備
5	米子鬼太郎空港の観光資源化
6	水木しげる記念館のリニューアル
7	JR 境港駅前宿泊施設の充実
8	「妖怪合宿所」の設置
9	夜のロードの仕掛け
10	国道431号線から夢みなとタワーまでのゾーンの活用
11	水木しげるロード内に休憩所およびカフェの設置
12	水木しげるロード、竹内団地を結ぶ「観光周遊ルート」の創設
13	「おさかな案内所」を設置し最新の魚情報を発信
14	水族館などの魚の「知って」「見て」「触れる」体験の場の提供
15	伯州綿の収穫体験及び自分で摘んだ綿でのオリジナル作品の製作、絣体験
16	JR 境線の水木しげるロード化
17	国際マンガサミット関連事業

【既存資源重点施策】

1	弓浜半島
2	夢みなとタワー
3	水産物直売施設
4	水木しげるロード
5	日本一の鬼太郎石像
6	水木しげる生家

7	境港水産まつり
8	妖怪そっくりコンテスト
9	妖怪スタンプラリー
10	ゲゲゲの女房ゆかりの地めぐり
11	松葉ガニ
12	ベニズワイガニ
13	白イカ
14	夏のマグロ
15	海鮮丼
16	境港新かにめし
17	モサエビ
18	JR 妖怪列車

3-1 重点施策の具体案化の詳細

抽出した重点施策（既存資源、新規アイデア共に）に関して、ターゲット設定や具体的な内容、期待される効果などを加え重点施策の具体案化を行った。

【新規アイデア重点施策】（17 項目）

中項目	1) 賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	① おさかな村の創設
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 関西・山陽
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 性別: 男女全般 / 年代: 全年代ターゲットイメージ: 家族連れ・夫婦・カップル
具体的な内容	水木しげるロードには、訪れる観光客に比して食事を提供する店が少なく、食事を通して『さかなのまち境港』を PR する機会を逸している。魚専門料理のフードコート(おさかな村)を設置することで、市外で食事を取ろうとする観光客の流出を防ぎつつ、境港がさかなのまちであることを印象付ける。・メインメニューに全世代を考慮して、小・中・大盛を作る。・目でも楽しめる、ファミリー層をターゲットにした外観にする。
場所	水木しげるロード周辺又は竹内団地
期待される効果	市内で食事を取ることで、観光旅行消費額の拡大と滞在時間の延伸が見込まれる。境港でしか味わえない四季の魚料理やご当地グルメを提供することで、旅の満足度が上がりリピーターを引き込むことができる。
認知向上のための PR 手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考慮して) ・観光雑誌、グルメ雑誌、マスコミへの情報提供・県人会、高校同窓会への情報提供
想定する事業主体	

中項目	1) 賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	② 船上レストランの設置
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 関西圏・山陽
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 性別: 男女全般 / 年代: 全年代ターゲットイメージ: 家族連れ・夫婦・カップル
具体的な内容	水木しげるロードには、訪れる観光客に比して食事を提供する店が少なく、食事を通して『さかなのまち境港』を PR する機会を逸している。みなと町の風景を楽しみながら、船内又はデッキで食事を提供し、ロードとは違った境港の一面を堪能してもらう。・おさかな村よりワンランク上の食事スポットとして差別化を図る。
場所	
期待される効果	市内で食事を取ることで、観光旅行消費額の拡大と滞在時間の延伸が見込まれる。境港でしか味わえないロケーションでの食事を提供することで、旅の満足度が上がり、リピーターを引き込むことができる。
認知向上のための PR 手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考慮して) ・観光雑誌、グルメ雑誌、マスコミへの情報提供・県人会、高校同窓会への情報提供
想定する事業主体	

【新規アイデア重点施策】

中項目	1) 賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	③ 水木しげるの作品が楽しめる『古文書館』『妖怪図書館』『妖怪漫画喫茶』の設置
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 関西圏・山陽
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 性別: 男女全般 / 年代: 全年代ターゲットイメージ: 家族連れ・友達連れ女性客・カップル
具体的な内容	水木しげるの関連書籍を閲覧できる喫茶店を設置。2012 年秋開催の国際マンガサミット鳥取大会と連携した企画展などを実施し、ゆっくりと休憩を取りながら漫画ワールドを堪能してもらう。・ライブラリーを充実させるため、水木しげる関連書籍を無償提供していただいた方には、鬼太郎の感謝状を送付。・国際マンガサミット鳥取大会と連携した企画展の実施。・喫茶店には、妖怪川柳作品や妖怪コンテスト、下駄積み・下駄飛ばし大会の写真を掲示し、1 年を通してどのようなイベントが開催されているか周知を図る。
場所	水木しげるロード周辺
期待される効果	水木しげるの世界を堪能してもらうことにより、更なるファンの拡大やリピーターの増加を図る。 休憩場所として、観光客の滞在時間の延伸が見込まれる。
認知向上のための PR 手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) ・観光雑誌、マスコミへの情報提供・県人会、高校同窓会への情報提供
想定する事業主体	

中項目	1) 賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	④ 妖怪公園の整備
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 関西圏・山陽
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 性別: 女性全般 / 年代: 20 ~ 30 代ターゲットイメージ: 家族連れ(主婦子ども連れ)・カップル
具体的な内容	中野緑地にある遊具の内、老朽化の進んでいるものは、順次鬼太郎関連の遊具に切り替える。例) カラスのブランコ、鬼太郎の家を模したジャングルジム、一反木綿のシーソー、ぬりかべの滑り台・妖怪の格好をした参加者による妖怪公園を使ったかくれんぼ大会の実施・大会終了後、参加者には妖怪百鬼夜行として水木ロードを散策してもらう。
場所	市内の公園
期待される効果	水木しげるロード以外に鬼太郎関連の施設があれば、それを目的として観光客が移動するので、市全体で見た周遊性が高まる。子どもを自由に遊ばせる場所があれば、親は休憩時間が確保できるので、観光客の滞在時間を延伸できる。地元の子どもたちには、遊具を通して妖怪ワールドに触れてもらい、『鬼太郎のまち境港』に愛着を持ってもらう。
認知向上のための PR 手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) ・観光雑誌、マスコミへの情報提供・県人会、高校同窓会への情報提供
想定する事業主体	

【新規アイデア重点施策】

中項目	1) 賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	⑤ 米子鬼太郎空港の観光資源化の推進
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 首都圏
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 性別: 女性全般 / 年代: 20 ~ 40 代ターゲットイメージ: 家族連れ (主婦子ども連れ)
具体的な内容	・ 入場口、出発口の壁面に鬼太郎の壁画 ・ 水木しげるに関連する記念日に、機内の軽食 (飲み物やお菓子類) に鬼太郎製品の配布 ・ 滑走路周辺に鬼太郎の地上絵 ・ 空港発着のレンタカーへの鬼太郎ファミリーのペイント ・ レストラン、喫茶による地元食材を使用した鬼太郎に関連したメニュー開発 ・ 米子鬼太郎空港限定の販売物 (鬼太郎空弁) ・ 天井吊り下げメインキャラクターオブジェの設置 ・ 到着荷物受取ターンテーブルへのオブジェの設置 ・ 米子空港駅への連絡通路防風壁 (透明アクリル板) にキャラクターデザイン及び妖怪シール貼付 ・ 米子空港ビル入口自動ドアへのキャラクターデザインシールの貼付
場所	米子鬼太郎空港
期待される効果	米子鬼太郎空港の知名度向上・空港利用者の増加
認知向上のための PR 手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) ・旅行雑誌、観光雑誌、マスコミへの情報提供・羽田空港への情報提供・県人会、高校同窓会への情報提供
想定する事業主体	鳥取県、米子空港ビル株式会社ほか

中項目	1) 賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	⑥ 水木しげる記念館のリニューアル
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 首都圏、関西、山陽、四国、九州
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)
男女全般全世代の方	
具体的な内容	水木しげる記念館が開館 10 周年を迎えるにあたり、展示等のリニューアルを行い、更なる魅力の向上を図る。内容については、水木プロダクション等との協議により決定するが、これまで実施してきた展示替えとは異なり、多少の工事等も含めた規模でのリニューアルを想定している。(展示品の大幅な入れ替え、前庭、中庭の活用、無料スペースの見直し等)
場所	水木しげる記念館
期待される効果	リニューアルの話題性と記念館の更なる魅力の発信することで、利用者の増加を図りさらにリピーターも取り込む。
認知向上のための PR 手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) 境港市、観光協会を通じた情報発信。観光雑誌、旅行業界、マスコミへの情報提供。
想定する事業主体	境港市

【新規アイデア重点施策】

中項目	2) 宿泊・滞在する魅力の強化
小項目	⑦ JR 境港駅前宿泊施設の充実
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 観光客全般(家族連れ・友達同士・カップル)
具体的な内容	①駅から直結した施設(ホテル及び立体駐車場)として、ホテル全体を鬼太郎ワールドに仕上げる。(ディズニーワールドのような、妖怪ワールドを目指す。)②ホテル内には、観光案内所・飲食店・リラクゼーション施設完備し、宿泊客以外の方の利用にも役立てる。③ホテルの客室には、鬼太郎にちなんだ部屋だけではなく、ビジネス仕様も設置する。
場所	JR 境港駅前
期待される効果	宿泊できることで滞在時間が延び、境港市の魅力を更に知ってもらえる。鬼太郎の部屋を設置することで、今まで来た方にもリピーターとして再度、境港市に来ていただける。分かりやすい観光案内所・飲食店・リラクゼーション施設を設け、気持ちよく観光していただく。
認知向上のための PR 手法	(注:集客のターゲット地域 & パーソンを考慮して) 観光雑誌・女性雑誌への広告、マスコミへの情報提供
想定する事業主体	民間事業者

中項目	2) 宿泊・滞在する魅力の強化
小項目	⑧ 妖怪合宿所の設置
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 中国・四国・関西
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) スポーツ少年団・部活団体(中学・高校・大学)・アマチュアクラブ・家族連れ
具体的な内容	①妖怪にちなんだ宿泊施設を、陸上競技場・野球場・スポーツ広場により近い場所に設置し、スポーツを中心とした団体に利用してもらう。②利用費を低額で設定し、気軽に利用できる施設にする。観光客だけではなく、スポーツ交流の場にも妖怪をアピールし、滞在客として集客する。③合宿所としての施設なので、食事面も充実させ、地元の食材を活かしたメニュー及び、地元の方の協力を得て食事提供を行う。また、自炊が出来る施設も設置する。
場所	夕日ヶ丘
期待される効果	競技場に隣接した宿舎の設置により、大会や合宿の招致・海外との交流による利用が盛んになる。低額料金での宿泊となるため、様々な団体に利用してもらえる。しかも、妖怪にちなんだデザインということで、妖怪の町を体感してもらえる。現在境港市では、市をあげて開催している大会のほか、様々な競技が大会を開催されているため、毎年の集客数は期待できる。
認知向上のための PR 手法	(注:集客のターゲット地域 & パーソンを考慮して) 学校・スポーツ団体への周知(近県含む)・旅行情報誌・マスコミへの情報提供
想定する事業主体	

【新規アイデア重点施策】

中項目	2) 宿泊・滞在する魅力の強化
小項目	⑨ 夜の水木しげるロードの仕掛け (①妖怪の町を体感②土曜夜市の復活)
提供時期	期間限定 (夏・観光シーズン)
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 関西・山陽・四国・九州
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 家族連れ・カップル (女性)
具体的な内容	単に水木しげるロードを歩いてもらうだけではなく、仕掛けを施し、妖怪の町を体感してもらう。水木しげるロードには居住区もあるため、ライトアップや音楽等を常の実施する仕掛けではなく、宿泊施設やインターネット・商店街等で手にしたアイテムを持っている人だけが体感できる仕組みを施す。例えば、持っているアイテムだけに反応し装着しているイヤホンから妖怪の声や音が聞こえるようにすると、アイテムに反応すると妖怪影が見えるなど。また、「河童の泉」については、夜間のライトアップを実施する。
場所	水木しげるロード
期待される効果	昼とは違った夜の水木しげるロードを歩いてもらい、再発見をしてもらえる。夜のロードは、いかにも妖怪が居そうな感じだが、アイテムを持っていないと妖怪現象を体験できないことから、アイテムをゲットできる手段を更に考案すると、口コミから情報発信にも繋がる。宿泊施設も整えば、観光客の増加もある。
認知向上のための PR 手法	(注 : 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) 観光雑誌・女性雑誌への広告・マスコミへの情報提供
想定する事業主体	

中項目	2) 宿泊・滞在する魅力の強化
小項目	⑩ 国道 431 号線から夢みなとタワーまでのゾーンの活用
提供時期	期間限定 (観光シーズン・冬・週末)
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 首都圏・関西・山陽・四国・九州
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) カップル (女性) ・家族連れ
具体的な内容	①現在、冬季に限り、みなとタワーでクリスマスイルミネーションを施しているが、この規模を拡大し、国道 431 号線から夢みなとタワーまでを実施する。また時期を、季節・イベント・夜間とひろげ、年間を通してイルミネーションを施す。②観光客にはもちろん、市民の方にも足を運んでもらえるスポットとする。(イルミネーションに利用する電気の発電体験。手作り発電によるイルミネーション←参加型) ③夢みなと公園を整備し、デートスポットとして認知度を上げれるよう、カップル向けに出雲大社とのコラボレーション企画や良縁ストーリーを創作する。
場所	国道 431 号線から夢みなとタワーまでのゾーン
期待される効果	水木しげるロードとは対照的な夜の町を演出する。季節に応じたイルミネーションや仕掛けをすることで、リピーターも見込める。デートスポット・シンボリックな物を設置することで、地元の方にも足を運んでもらえ、市の活性化にも繋がる。
認知向上のための PR 手法	(注 : 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) 観光雑誌・女性雑誌への広告・マスコミへの情報提供
想定する事業主体	

【新規アイデア重点施策】

中項目	1) 人に優しい環境整備の充実
小項目	⑪ 水木しげるロード内に休憩所およびカフェの設置
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 首都圏、関西、山陽、四国など
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 男女全般全世代の方
具体的な内容	水木しげるロードを眺めながら飲食できるオープンカフェの設置や、妖怪のベンチや畳などを設けた休憩所を設置し、多くの人が休息できる空間の提供をする。休憩所に隣接する場所にトイレや授乳室を設置し、鬼太郎等のキャラクターで装飾(消臭等清潔に保つ工夫をする)。カフェでは、水木しげるロードでないと味わえないもの(妖怪関連のメニュー)も提供する。
場所	水木しげるロード内(駅から水木しげる記念館の間の中間地点くらいで、広いスペースが確保できるところ)
期待される効果	滞在時間の延長、満足度の向上
認知向上のためのPR手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) 観光情報及び宿泊情報提供媒体によるPR
想定する事業主体	民間企業他

中項目	2) 快適に周遊できる環境の充実
小項目	⑫ 水木しげるロード、竹内団地を結ぶ『観光周遊ルート』の創設
提供時期	夏休み
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 首都圏、関西、山陽、四国、九州
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 目的や内容からすると車での来訪者だが、公共交通機関での来訪者も対象。
具体的な内容	①拠点駐車場を水木しげるロードと竹内団地に整備し、車はその2ヶ所に駐車させる。②①を結ぶシャトルバス(最終的には路面電車が理想)を運行。※初年度は、夏休み期間中の土日、と盆に無料シャトルバスを運行予定。
場所	水木しげるロード～竹内団地
期待される効果	①水木しげるロード付近で慢性化している渋滞の解消。②市内観光スポットの周遊を促進。
認知向上のためのPR手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) 観光雑誌、旅行業界、マスコミへの情報提供
想定する事業主体	夢みなと公園まつり実行委員会(夢みなとタワー及び周辺施設で構成)

【新規アイデア重点施策】

中項目	2) 快適に周遊できる環境の充実
小項目	⑬『おさかな案内所』を設置し最新の魚情報を発信
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 関西、山陽、四国、九州
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 全世代(特に「さかな好き」な観光客)
具体的な内容	①境港で水揚げされる魚や、それを食べられる店の情報を提供。②海産物の販売施設も紹介し、「おさかな村」や既存の物産施設等へ観光客を誘導。 ③その他、さかなに関する情報を一元的に取り扱う。
場所	水木しげるロード内(目立つ場所)
期待される効果	①海産物を食べたいが、どこで何が食べられるのか分からないといった不満を解消できる。②妖怪目的の観光客に「さかなのまち」であることをPRできる。③「さかなのまち」であることを知ってもらうことで、海産物の土産物の需要拡大を図れる。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考慮して)既存の観光案内所との役割分担をした上で、目立つ場所に設置。おさかな村との連携によるPR
想定する事業主体	観光協会、水産関係者(水産振興協会等)

中項目	1) 体験型観光の推進
小項目	⑭ 水族館などの魚の『知って』『見て』『触れる』体験の場の提供
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 地域問わず
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 地元住民(児童)、観光客
具体的な内容	体験型水族館の設置。魚のまち・境港をここでアピールすることで、妖怪のまちとともに魚のまちとして認知を高めてもらえる。境港近郊に生息する魚をはじめ、様々な魚を境港に集める。また、学習できる要素を含んだ「おさかな資料館」を設置する。
場所	竹内団地
期待される効果	魚のまちとしての周知。滞在時間の延伸。教育施設として子どもたちの育成にも貢献。海外(韓国・ロシア)からの観光客増。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考慮して)観光協会、DBSクルーズフェリー、教育機関等を通じた情報発信。
想定する事業主体	

【新規アイデア重点施策】

中項目	1) 体験型観光の推進
小項目	⑮ 伯州綿の収穫体験及び自分で摘んだ綿でのオリジナル作品の制作、絣体験
提供時期	綿がはじけて収穫に適する9月上旬から1月末
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 地域問わず
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 地元住民、観光客
具体的な内容	市内の畑にて伯州綿収穫を体験し綿とふれあう。収穫した綿はいったん回収する。場所を移動し、予め伯州綿から作っておいた糸で簡単な絣製品(コースター、ハンカチ等)を作製する。参加料として材料等の必要経費をいただく。
場所	市内の畑～夢みなとタワー or 水木しげるロード内
期待される効果	伯州綿及び弓浜絣の復興に一役を担う。滞在時間の延伸。市内消費額の増加。
認知向上のためのPR手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) 観光協会、弓浜絣協同組合、教育機関等を通した情報発信。
想定する事業主体	

中項目	2) 連携・交流の促進
小項目	⑯ JR 境線の水木しげるロード化
提供時期	通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 子ども連れの家族(主婦)、友達連れの女性
具体的な内容	①妖怪装飾をして、鉄道ファンの間で話題にしていこう→駅名看板だけでなくホームや駅舎にも妖怪のイラストを描く。車内シートに妖怪のイラストを描く。販売機で発売する切符に駅にちなんだ妖怪のイラストを入れる。乗務員の制服を鬼太郎のちゃんちゃんこ風にする。各駅で写真撮影できるパネルを設置する。駅に停車する際に妖怪の声で「○○駅です」と案内する。駅の屋根を妖怪の家のように装飾する。電灯を提灯おばけや目玉の親父にする。②着ぐるみの乗車→期間や時間を設定して、妖怪の着ぐるみが乗車する。
場所	JR 境線
期待される効果	鉄道のさらなる観光路線化はマスコミに取り上げられ、本市のPRにつながる。鉄道ファンの間で話題になり、新たな客層を取り込める。子どもや女性も興味をもち観光客が増加する。JRの増収につながり、地域交通網の維持の観点からも有効。
認知向上のためのPR手法	(注: 集客のターゲット地域 & パーソンを考えて) 観光雑誌・女性雑誌への広告、マスコミへの情報提供
想定する事業主体	JR 西日本米子支社

【新規アイデア重点施策】

中項目	1) 体験型観光の推進
小項目	⑰ 国際マンガサミット関連事業
提供時期	開催時期未定
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパーソ	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 男女全般全世代の方
具体的な内容	平成24年11月に米子市で開催が予定されている「国際マンガサミット鳥取大会」に向け、境港市においてもサブ会場として、各種イベントや展示等を実施する。また、平成23年度においては、プレイベントの開催等を実施し、本番に向けての機運の醸成を図る。プレイベントは、これまで実施してきた「妖怪そっくりコンテスト」のグランドチャンピオン大会や「妖怪検定」の上級試験などが想定される。
場所	未定
期待される効果	イベントを一過性で終わらず、これまで水木しげるロードで育んできた漫画文化の更なる発展が期待される。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&パーソを考えて) 境港市、観光協会を通じた情報発信。観光雑誌、旅行業界、マスコミへの情報提供。
想定する事業主体	境港市観光協会、境港商工会議所、境港市

【既存資源重点施策】（18 項目）

カテゴリー	自然
項目	① 弓浜半島
提供時期	・ 通年【夏・秋】マリンスポーツ【冬】雪の大山・蜃気楼・正月の日の出は大山から等
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・山陽・四国・九州・首都圏・関西圏 ※全エリアから集客可能
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は女性が高く、満足は男女共に高い⇒女性ターゲットでPRし、男性を同伴させる(カップル、夫婦～家族)
具体的な内容	・ 裸足で走れる清潔感が必要。ロシアからも要望があり、砂浜清掃を行っている(境港市内のみ)①景色が美しいので、ケータイやデジカメによる「写真コンテスト」を実施。「絶景ポイント」を複数PRして周遊を促し、撮影した写真を観光協会に応募させる仕掛けづくりを行う。提出された写真は観光協会HPのコンテンツ充実にも活用する。※カメラマン植田正治氏(境港出身)とのコラボを模索する(福山雅治が尊敬するカメラマンなので、女性にも支持されやすい。)※浜ひるがの群生も撮影対象としていい。②ファミリーを呼び込むため、子供向けの「砂遊び場」や「簡易プール」等を作る。(遊泳禁止区域なので)注:女性の満足度、利便性向上のため、トイレの改善が必要。他:ロシア人等の外国人観光客向けにも、ビーチで楽しめるアメニティを充実させる。
場所	・ 弓浜半島
期待される効果	・ 顧客層の拡大・滞在時間の延長
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・写真情報誌へのPR・旅行情報誌へのPR(女性、カップル、ファミリー向け)※ファミリー向け専門旅行雑誌
想定する事業主体	

カテゴリー	施設
項目	② 夢みなとタワーを中心とした施設
提供時期	・ 通年 【朝・昼】日本海、大山、弓浜半島が見渡せる【夜】漁火
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・まず山陽・四国
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は女性が高く、満足は男女共に高い⇒女性ターゲットでPRし、男性を同伴させる(カップル、夫婦～家族) ※加えてタワー好きな方向け
具体的な内容	①近隣を含めると、境港でも数少ない広大なエリア。最近急増しているペット同伴観光客も呼び込むために、ドッグラン等のペット向け施設を充実させる。②①を含めたキャンピングカーを集客できるようなカーキャンプ施設の開設。③タワー4階のペランダスペースを活用し、おしゃれなビアガーデンやカフェバーを期間限定開催。⇒現状の設備では危険だが、改修すれば可能か。④スカイツリーが話題なので、タワー人気上昇中。全国のタワー巡りの一貫としてPRする。
場所	・ 夢みなとタワー及び周辺
期待される効果	・ 楽しめるコンテンツを増やし、興味の向上を図る・滞在時間の延長と経済効果の増加
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・新しいコンテンツを増やし、楽しみ方を増やして旅行情報誌で広くPR・「展望の日(10/1)」に向け、全日本タワー協議会と連携を強化し、イベントを企画
想定する事業主体	

【既存資源重点施策】

カテゴリー	施設
項目	③ 水産物直売施設
提供時期	・通年 季節に応じ旬の魚介類を購入できる。
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・山陽・四国・関西
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は女性が高く、満足度は男女共に高い⇒主婦～家族向けに PR
具体的な内容	①施設の場所や特徴等を示した観光客向け PR を行い、「お買い物ガイドマップ」を作る。※「なかうら」「境港水産物直売センター(水産祭り)」「境港さかなセンター」の3か所の周遊を促す。②日本一の妖怪石像(鬼太郎以外)を、なかうら以外の施設にも提案。⇒なかうらは企業の自主努力として設備投資しており、他の民間施設には可能かどうか? ③水産物を境港で購入した記念と PR を兼ね、梱包に使用する発泡スチロールやテープに鬼太郎キャラクター等を入れる。
場所	各水産物直売施設
期待される効果	・周遊及び滞在時間の延長による経済効果 UP・境港の更なる認知度向上(妖怪+海産物)
認知向上のための PR 手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・旅行情報誌(上記①の内容で PR し、抜き刷りして「お買いものガイドマップ」にする)※他の観光コンテンツと集約し「境港×じゃらん」の着地型パンフレットも作成可能
想定する事業主体	

カテゴリー	施設
項目	④ 水木しげるロード
提供時期	・通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・男女全般、全階層
具体的な内容	※基本的には観光協会の方向性で。①着ぐるみキャラクターの更なる充実⇒マナー教育、清潔感等、エンターテインメント性、着ぐるみのクオリティ向上⇒例えばディズニーランドのスタッフ教育を参考に、共通ルールを作成する。
場所	・水木しげるロード
期待される効果	・日々天候、曜日関係なく集客可能。満足度の更なる向上
認知向上のための PR 手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・水木しげるロードのみの HP や水木しげるのコンテンツを集約したパンフ作成・鬼太郎ラッピング飛行機
想定する事業主体	

【既存資源重点施策】

カテゴリー	施設
項目	⑤ 日本一の鬼太郎石像
提供時期	・ 通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・関西・山陽・四国を中心に全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は女性が高く、満足も女性が高い(男性も低くはない)、海外向け
具体的な内容	※基本的に民間企業「なかうら」の所有のため、提案を行っていく。①大きさのPR(鬼太郎の実寸130cmのパネル等を設置)②鬼太郎以外の大きな石像を、なかうら前以外にも設置する(周遊の促進)⇒他の水産物直売施設に提案する。③撮影するベストポジションが分かりにくいので、足形等の表示をつける。他:石像への誘導看板を増やす。
場所	・ なかうら前、各水産施設前
期待される効果	・ 滞在時間の延長や周遊促進による経済効果のUP
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・「日本一 net」への申請〜掲載: /www.nippon-1.net/・他の水木しげるコンテンツと集約して旅行情報誌への掲載〜HP、パンフ作成
想定する事業主体	

カテゴリー	施設
項目	⑥ 水木しげるの生家
提供時期	・ 通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア(他の水木しげるコンテンツとセットで)
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・一般の方にはあまり興味を示されていないので、まずは水木しげるマニア向けに。
具体的な内容	注:現在は「水木プロダクション中国支部」で、観光客向けの公開として、たまに庭でイベントを行っている。①公開可能なら、家を観光客向けに装飾する(現在は案内標識のみ)⇒水木しげるの少年時代の像 etc.
場所	・ 水木しげるの生家
期待される効果	・ マニア向けの「特別な場所」としてのレア感の醸成
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・水木しげるコンテンツを集約した旅行情報誌〜HP〜パンフに掲載
想定する事業主体	

【既存資源重点施策】

カテゴリー	イベント・体験
項目	⑦ 境港水産まつり
提供時期	・10月中旬の日曜日
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・山陽・関西・四国・九州
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は女性が高いが、満足度は総じて高くない⇒現在は地元の方向け中心?観光客向けの内容の強化が必要
具体的な内容	①観光客向けの内容の強化が必要。カニ汁の無料提供等は喜ばれているはずなので、その他にも無料提供コーナーや、その場で焼いたり食べたりできるコンテンツを増やす。⇒運営は民間だが、「無料サービス」は行政補助を行っているので可能か。
場所	・境港市昭和町(水産物直売センター)
期待される効果	・境港の海産物の認知度向上〜お試しPRの機会と位置付け、その後の海産物の拡販を狙う。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えると)・地元住民へのPRから観光客向けPR強化によって「賑わい感」を演出し、内容の向上と話題性の強化を。・境港の観光コンテンツを集約したパンフに掲載
想定する事業主体	

カテゴリー	イベント・体験
項目	⑧ 妖怪そっくりコンテスト
提供時期	・毎年8月最終週頃
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア(他の水木しげるコンテンツとセットで)
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・現状、単体コンテンツとしては、認知〜興味〜満足共に厳しい。他のコンテンツとセットで。
具体的な内容	※基本的に単品で存在するのではなく、「妖怪三部作」(妖怪そっくりコンテスト、妖怪検定、妖怪川柳)+妖怪シンポジウムとしてPRを強化していき、「妖怪の聖地」として確立させていく。①集客PRを強化することによって、本当に「似ている人」や「似せている人」を集める。⇒国際マンガサミットのプレイベントとして、来年度は強化していく。
場所	・夢みなとタワー内
期待される効果	・「見る」だけでなく「参加」することによる興味の深堀り。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えると)※まずは企画の精査〜ブラッシュアップが必要か。それからPR強化。
想定する事業主体	

【既存資源重点施策】

カテゴリー	イベント・体験
項目	⑨ 妖怪スタンプラリー
提供時期	・ 通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア(他の水木しげるコンテンツとセットで)
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・現状、単体コンテンツとしては、認知～興味～満足共に厳しい。他のコンテンツとセットで。
具体的な内容	①景品の充実。スタンプの収集レベルに合わせて非売品等のレアアイテムを提供する。⇒回る場所も多すぎる?毎月商品を変えて、リピート強化を図る。②妖怪ガイドブックを外国語に翻訳する(ロシア、中国、韓国、英語)
場所	・ 水木しげるロード
期待される効果	・ 滞在時間の延長～経済効果も UP
認知向上のための PR 手法	(注:集客のターゲット地域 & パーソンを考えて)・景品を期間限定でもレベルアップした上で、PR を強化する。
想定する事業主体	

カテゴリー	イベント・体験
項目	⑩ ゲゲゲの女房ゆかりの地めぐり
提供時期	・ 通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア(他の水木しげるコンテンツとセットで)
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は高いとは言えないが、相対的に満足度は高い。
具体的な内容	※布枝さんの実家(安来市)への周遊タクシープランを含め、中海四市観光協会会議で実施中。
場所	各ゆかりの地
期待される効果	・ 滞在時間の延長
認知向上のための PR 手法	(注:集客のターゲット地域 & パーソンを考えて)・旅行情報誌(流行り物でないことを PR)
想定する事業主体	

【既存資源重点施策】

カテゴリー	食
項目	⑪ 松葉ガニ
提供時期	・11月～3月
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・全年代
具体的な内容	※水木しげるロードと並んで最強のコンテンツ。基本的には従来路線で。①他の海産物資源と合わせて「海産物の宝庫、境港」を強烈にPRする。 ⇒松葉ガニは期間限定。他の海産物とセットでPRすれば、通年の集客が可能。⇒紅ズワイガニ、夏のマグロ、白イカ、モサエビと合わせて「境港 ～海産物家族(5兄弟?)～」として売り出す。水木しげるのコンテンツと合わせれば「鬼に金棒」にできる可能性がある。※キャラクター化して着ぐるみ等も作成する、それぞれのキャラにストーリーを付け加え、子供にも馴染みやすいものに仕立て上げる。②他のカニとの違いが分かるPRを行う(都会の人はあまり分かっていない)
場所	・境港
期待される効果	・集客力のある「食」のコンテンツの強化による通年の集客力UP～満足度向上
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・5つのキャラクター募集コンテスト～関連グッズ作成～結成PR～イベント等への参加
想定する事業主体	

カテゴリー	食
項目	⑫ ベニズワイガニ
提供時期	・9月～6月
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・全年代
具体的な内容	①上記「松葉ガニ」PRとセットで。②まず3月デビューの新・で当地グルメ「境港 新かにめし」を中心にPR③「紅がに有志の会」と連携する。
場所	・境港
期待される効果	・まず昼食提供による集客力UPとリピート力向上
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・「じゃらん」によるPR及び提供店舗ののぼりやリーフレット作成が進行中。
想定する事業主体	・推進組織あり

【既存資源重点施策】

カテゴリー	食
項目	⑬ 白イカ
提供時期	・6月～11月(最盛期7月、8月)
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・ほぼ全階層
具体的な内容	①松葉ガニとセットでPR②境港の白イカが美味しい理由等を明確に伝わるようなPRを行う。(イカは全国で食べられるので)⇒「白イカ伝説(純血種)」「船内冷凍技術が進んでいる」等他:TVアニメで人気の「侵略イカ娘」とのタイアップ。 http://www.ika-musume.com/ ※アニメネタは新規顧客を拡大し、ブレイクする可能性のあるコンテンツ。(ex.ガンダム、エヴァンゲリオン)
場所	・境港
期待される効果	・松葉ガニ以外の海産物を目的に来客促進できる・話題性の向上
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・松葉ガニの欄参照・アニメとのコラボレーション
想定する事業主体	

カテゴリー	食
項目	⑭ 夏のマグロ
提供時期	・6月中旬～8月中旬
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は全階層で高いが満足度が低い。地元産のマグロを食べれる場所が少ない?
具体的な内容	※前提として、地元ではあまり食べられていない。※資源管理の観点から、あまり「日本一」をうたい文句にできない背景もある。①提供店舗を増やし、「マグロの食べれる町 境港」をPRする。⇒青森の大間、和歌山の勝浦等、地元産のマグロが食べれる地域はマスコミにも取り上げられる可能性が高く、集客力が強い。「名物料理をつくる会」では進行中。
場所	飲食店、各水産物販売所、等
期待される効果	・夏マグロの水揚げ日本一の認知度向上と、集客力UP～満足度UP～経済効果UP
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・まずは提供店を増やし、それがどこなのかを分かるようにする。・受け地の環境を整えば、マスコミや旅行情報誌を活用する。
想定する事業主体	

【既存資源重点施策】

カテゴリー	食
項目	⑮ 海鮮丼
提供時期	・ 通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・全階層
具体的な内容	※今でも多数の店舗で各自提供されている。①海鮮丼が食べれる店の MAP を作成し、PR を強化する。(観光協会で検討中)
場所	・ 境港
期待される効果	・ 海鮮丼を通じて、境港の魚介類の美味しさを知ってもらう。・ 集客力 UP ～満足度 UP
認知向上のための PR 手法	(注:集客のターゲット地域 & パーソンを考えて)・まずは県外に向けての PR を強化・着地してから詳細 MAP を手にできる配布場所を増やす
想定する事業主体	

カテゴリー	食
項目	⑯ 境港新かにめし
提供時期	・ 通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・全階層
具体的な内容	※現在、「境港新かにめし」デビューの準備中。基本的にはヒロ中田のプロデュースに任せる。
場所	・ 境港市内の 6 店舗
期待される効果	・ 「境港新かにめし」を通じてベニズワイガニの良さを知ってもらう。・ 新しい昼食メニューの開発～話題性による、集客力 UP
認知向上のための PR 手法	(注:集客のターゲット地域 & パーソンを考えて)
想定する事業主体	

【既存資源重点施策】

カテゴリー	食
項目	⑰ モサエビ
提供時期	・通年 3月～5月(最盛期) ※松葉がに休漁の3/20以降
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は高いが満足度が低い。どこで食べられるかが分からない状態。
具体的な内容	※松葉がにの欄を参照。モサエビ単体ではなく、海産物セットとしてPR強化。①エメラルドブルーの卵を持つモサエビは、イメージとして女性にもアピールできる可能性あり。⇒女性向けのストーリーを作る。「エメラルドブルーのモサエビを食べると、幸せになれる」等注:以前「美保えび」という名前で旅行商品化は行っている。今後は個人旅行向けに強化。
場所	・境港市内
期待される効果	・日持ちがせず、現地でしか食べられないので「境港へ来ないと食べられない」というレア性を提示できる。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・松葉がにの欄参照
想定する事業主体	

カテゴリー	その他
項目	⑱ JR 妖怪列車(駅の加工装飾)※プロジェクトチーム案も参照
提供時期	・通年
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか)・全エリア(他の水木しげるコンテンツと合わせて)
集客のターゲットパーソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか)・興味は女性が高く、満足度は男性が高い。
具体的な内容	※基本的にはJRとの連携が前提①今は駅名に妖怪名が付いているだけなので、駅そのものにその妖怪にちなんだ装飾(妖怪の像、イラスト、アナウンス、切符回収箱を妖怪ポスト風に等々)を行い、撮影スポットとしての認知を強化する。⇒全ての駅を巡る仕掛けづくり。※現在は鬼太郎ファンのみぞ知るコンテンツになっているので、駅そのものの楽しさを増やし、家族づれ等の顧客拡大を図る。
場所	・JR 境線
期待される効果	・水木しげるロードへ行く前の期待感をあおる。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パーソンを考えて)・まずは各駅の加工を行い、完成すれば認知向上のために旅行情報誌等でPR。
想定する事業主体	

境港市観光振興プラン重点施策

(境港市観光協会提案事業)

【境港市観光協会提案事業項目】（16 項目）

1	水木しげるロードの夜間集客対策
2	水木しげるロード「歩道のアーケード化」
3	バス専用駐車場の拡張
4	一般駐車場の拡張
5	音声ガイドの設置
6	鬼太郎の家の設置
7	水木しげるロードのバリアフリー化
8	妖怪トーテムポールの設置
9	トイレの設置
10	鬼太郎空港等「全国の愛称空港」の連携組織の構築
11	妖怪ゆかりの地 連携組織の構築
12	妖怪学の聖地を目指す
13	外国人観光客誘致受入対策
14	米子鬼太郎空港から JR 境港駅までの直行バスを作る
15	妖怪着ぐるみを用いたイベントの実施
16	さかなと妖怪のまち境港市の PRDVD の制作

【観光協会提案事業重点施策】(16 項目)

要素	ハード
項目	① 水木しげるロードの夜間集客対策
提供時期	平成23年度
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパターソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) カップル・ファミリーなど
具体的な内容	①当面「河童の泉」の妖怪たちのライトアップをLEDライトを用いて実施する。②水木しげるロードの妖怪ブロンズ像もライトアップする。③水木しげる記念館をライトアップする。④ミニ灯笼を制作し、水木しげるロードの店舗へ販売。ロード全体のイルミネーションを創造する。⑤妖怪フォトコンテストを実施する。(携帯電話カメラ参加可) ⑥コンテストを経て優秀作品をホームページにアップするとともに、今後の水木しげるロードの情報発信の素材とする。
場所	河童の泉。水木しげるロードのお店。
期待される効果	①夜間の入込客数の増加。②夜間フォトコンテストをすることで、全国への話題提供。③上質の画像素材の確保。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&パターソンを考慮して) ホームページ、観光情報説明会、写真専門誌等への情報提供。
想定する事業主体	河童の泉整備一境港市灯笼・フォトコンテスト一境港市観光協会

要素	ハード
項目	② 水木しげるロード「歩道のアーケード化」
提供時期	未定
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパターソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 来訪者のすべて
具体的な内容	水木しげるロードは、基本的に屋外施設なので、雨天対策が必要である。現在、観光案内所をはじめ、水木しげるロードの店舗で傘を販売しているが、雨天時の来訪者の行動範囲は、顕著な偏りがあり、圧倒的に既存のアーケード設置場所に集中する傾向がある。また、傘を差しながらなので、じっくり見たり遊んだりする気持ちにはなれないという意見も多い。着ぐるみも雨天は行動範囲が限られてしまい、来訪者と出会う機会も少ない。そこで、水木しげるロード振興会、商店街等関係諸機関と協議して、雨天対策を講じるため、歩道にアーケードを設置する。
場所	松ヶ枝町から河童の泉交差点までの南北の歩道。「千代むすび酒造」から「豆腐屋」までの歩道面。
期待される効果	雨天時でも楽しめることが、アピールできるので、来訪者が増える。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&パターソンを考慮して) 旅行会社へのセールスプロモーション。ホームページでのアピール。
想定する事業主体	境港市・水木しげるロード振興会・商店街の各自治会・商工会議所

要素	ハード
項目	③ バス専用駐車場の拡張
提供時期	
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 中部・関西・中四国・九州
集客のターゲットパターソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 旅行会社、バス会社など水木しげるロードへ送客していただける方。バス乗務員。
具体的な内容	現有のバス駐車場の西隣の空き地を境港市が取得して、バス駐車場の拡張を図る。併設施設としては、トイレ・乗務員等の休憩所を設置する。
場所	大正町
期待される効果	現状は、バス専用駐車場が満車となり、バスが路上駐車をしている。バスの駐車場スペースが増え、トイレや休憩所など併設施設が完備されることにより、バス会社・旅行会社が、バスの駐車スペースやトイレ休憩など旅行行程が立てやすくなり、来訪者が増える。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&パターソンを考慮して) 観光情報説明会、観光案内図等に掲載。
想定する事業主体	境港市

【観光協会提案事業重点施策】

要素	ハード
項目	④ 一般駐車場の拡張
提供時期	
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 関西・山陽・四国等マイカーで来訪することが出来る地域。
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) ファミリー層等マイカーでの来訪を考えている方々。
具体的な内容	2010年の入込客数は372万人であった。平均1万人以上が来訪したこととなる。今後の推移は、ここまでになることはないと思うが、それでも1日1万人超の日はかなり多く見込まれる。2010年の来訪者アンケートの結果(観光協会調べ)では、マイカーの比率が入込客数全体の69.8%であった。また、境港市の常設駐車場の収容台数は266台。1台に平均4人乗っていたとして約1,000名。現在は、1万人超と見込まれる土日祝及び夏休み・GWは臨時駐車場を設置して最大1800台を収容しているが、満車状態は解消されていない。交通安全の面からも、常設駐車場の確保が必要と思われる。境港市が設置。水木しげるロード振興会等が管理運営。管理運営団体の駐車場収入から、境港市へ賃借料を払う仕組みで設置をする。
場所	水木しげるロード周辺
期待される効果	交通安全の確保。渋滞の緩和。安心して車が止められるスペースの提供。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パースを考えて) ホームページ、カーナビ、スマートフォンへの情報提供。観光案内図掲載。
想定する事業主体	境港市・水木しげるロード振興会

要素	ハード
項目	⑤ 音声ガイドの設置
提供時期	予算確保次第
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国・海外
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) ①外国人対応の音声ガイドにより、英語・韓国語・ロシア語・中国語圏域の方々。②目が見えない方。
具体的な内容	妖怪ブロンズ像の説明を多言語で説明することのできる機械を設備する。音声ガイド機からは妖怪の声も聞こえ、更に水木妖怪ワールドの魅力発信ができる。貸し出しは、基本的に有料とすることにより、設備費の回収を行う。イベントの告知なども盛り込むことにより、PRツールとして活用する。目が見えない方々へ妖怪の説明をする。
場所	水木しげるロード
期待される効果	外国人受入対策・バリアフリー対策を講じることができる。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パースを考えて) ホームページ・観光パンフレット・観光案内図等
想定する事業主体	境港市・境港市観光協会

要素	ハード
項目	⑥ 鬼太郎の家の設置
提供時期	予算確保次第
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 鬼太郎ファンはもとより、全国の「ゲゲゲの女房」ファン等。
具体的な内容	水木しげるロード来訪者アンケート(観光協会調べ)の結果、鬼太郎の家の設置を望む声が多数ある。来訪者の要望の鬼太郎の家を設置することにより、「水木しげる記念館」「妖怪神社」「河童の泉」と同様にスポットとして、「鬼太郎の家」を造り、シンボルとする。
場所	水木しげるロード周辺
期待される効果	写真スポットになる。イベント等の拠点となる。パワースポットとなる。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パースを考えて) ホームページ、パブリシティ、観光パンフレット、観光案内図等
想定する事業主体	境港市

【観光協会提案事業重点施策】

要素	ハード
項目	⑦ 水木しげるロードのバリアフリー化
提供時期	予算確保出来次第
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 身障者及び高齢者及び透析患者
具体的な内容	水木しげるロードのユニバーサルデザイン①段差の解消②点字ブロックの改正③トイレまでの誘導看板の設置④透析をしている旅行者の透析医療機関の確保
場所	水木しげるロード
期待される効果	高齢者時代に対応した観光地づくりができ、セールスポイントなり、誘客に役立つ。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&パースを考えて) 各種身障者団体へ情報提供する。
想定する事業主体	境港市

要素	ハード
項目	⑧ 妖怪トータルポールの設置
提供時期	予算確保次第
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国・韓国・ロシア・中国
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 水木しげるワールドに興味を持ったかた。一般の来訪者。
具体的な内容	平成11年3月に水木しげるロード振興会で策定した「商店街活性化基本計画」(水木しげるロード街並み整備計画)では、水木しげるロードの妖怪ウェルカムゲートのシンボルとして、妖怪トータルポールの設置構想が記されている。水木しげるロードへのゲートウェイとして、鬼太郎駅(JR境港駅)、米子鬼太郎空港へ約3メートルの高さの妖怪トータルポールを設置することで、来訪者へ妖怪の町を訪れたという、印象を植え付ける。水木しげるロードのプロローグとしての活用する。妖怪スポットとしての活用する。写真スポットとしての活用する。
場所	JR境港駅、米子鬼太郎空港
期待される効果	妖怪スポットとして、写真スポットとしての活用、パワースポットとしての活用ができる。妖怪観光者の立ち寄りスポットとなり、見どころや魅力の創出となる。来訪者増加につながる。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&パースを考えて) 観光パンフレット、ホームページ等
想定する事業主体	境港市、境港商工会議所、水木しげるロード振興会、境港市観光協会

要素	ハード
項目	⑨ トイレの設置
提供時期	予算確保次第
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 来訪者全員
具体的な内容	水木しげるロードには、来訪者数に比べ公衆トイレの数が少なく、アンケートの結果の上位にはトイレの整備が常に上がっている。現在はその対策として、ロード沿いの店舗がトイレの提供をしている。お客様はかなり遠慮しながらそのトイレを使用している。そこで、水木しげるロードならではの妖怪トイレの設置をする。トイレにまつわる妖怪フィギアをトイレへ配置。水を流すと妖怪の音が聞こえる。
場所	水木しげるロード・駐車場
期待される効果	お客様の水木しげるロードのトイレ不足の不満が解消され、より魅力ある観光地となり、来訪者が増える。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&パースを考えて) 観光パンフレット、観光案内図、ホームページ上の図面
想定する事業主体	境港市

【観光協会提案事業重点施策】

要素	ソフト
項目	⑩ 鬼太郎空港等「全国の愛称空港」の連携組織の構築
提供時期	23年度からの空の日
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国の愛称空港のある地域の方々
集客のターゲットハート	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 地方空港の名前などあまり興味のない方々へも、鬼太郎空港の名前で、憶えてもらえる。
具体的な内容	高知龍馬空港、阿蘇くまもと空港、縁結び空港など全国の愛称がついている空港が連携して、地方空港のアピールをするとともに、愛称空港地域からの来訪者を創出する。
場所	米子鬼太郎空港
期待される効果	愛称化がなされている地域への空港のPRができる。乗り換えとして、韓国アジア便のPR。DBSのPRが出来る。全国へ話題の提供ができ飛行機及び空港の利用促進となる。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&ハートを考えて)
想定する事業主体	鳥取県、境港市、境港市観光協会、中海四市観光協会会議、米子空港利用促進懇話会等

要素	ソフト
項目	⑪ 妖怪ゆかりの地 連携組織の構築
提供時期	23年秋閑散期対策
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国及び妖怪を用いて「まちづくり」を推進している地域。
集客のターゲットハート	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 全国の妖怪ファン
具体的な内容	世界妖怪会議が発展的解散をした今、全国や世界で妖怪談義をする場がなくなった。そこで、世界妖怪サミットの開催を視野に入れた、妖怪ゆかりの地連携を構築する。当面は、東京都調布市、広島県三次市、徳島県三好市、岩手県遠野市、京都市などと連携を図り、サミットを持ち回りで開催する。
場所	夢みなとタワー
期待される効果	境港市が妖怪の聖地であることの世界宣言ができ、今後、妖怪を活用した観光でイニシアチブをとって行ける。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&ハートを考えて) 妖怪ファンへ向けては、専門誌・インターネットなどを活用したPRを講じる。
想定する事業主体	境港市・境港市観光協会・水木しげるロード振興会・境港商工会議所・夢みなとタワー

要素	ソフト
項目	⑫ 妖怪学の聖地を目指す
提供時期	平成23年度
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国、韓国、ロシア、中国
集客のターゲットハート	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 全国の妖怪ファン、妖怪検定初級中級合格者、「ゲゲゲの女房」のファンの方
具体的な内容	①境港妖怪シンポジウムの継続開催妖怪シンポジウムを継続開催することで、世界の妖怪の聖地の位置づけを強化する。②妖怪検定の上級試験の実施現在実施している妖怪検定の運営に、水木先生や妖怪学の専門家に参画していただき実施する。合格者は、大学の非常勤講師、妖怪学芸員の資格授与などの特典を付与する。③水木ワールドのガイドの育成とガイド料の有料化妖怪検定の合格者を対象にお金が取れる水木ワールドのガイドを育成をする。妖怪検定を合格した者が一定の研修を受けたのち、ガイド資格を付与する。なお、上級試験合格者は学芸員研修を受けられ、妖怪学芸員として、水木しげるロードや水木しげる記念館などで活躍していただく。
場所	水木しげるロード
期待される効果	①妖怪の聖地となることで、世界中の妖怪ファンが巡礼にやってくる。②妖怪検定の特典が明確になり、全国からの受験者が増える。③ガイドをすることで、より興味が深まり、水木しげるロードのファン層が広がる。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&ハートを考えて) 全国へホームページでのPR、チラシ
想定する事業主体	境港市・境港商工会議所・境港市観光協会・境港市ボランティアセンター・水木しげるロード振興会

【観光協会提案事業重点施策】

要素	ハード・ソフト
項目	⑬ 外国人観光客誘致受入対策
提供時期	
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 韓国・ロシア・中国・台湾・アメリカ
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 韓国・ロシア・中国・台湾・アメリカの方
具体的な内容	宍道湖中海広域圏域での取り組みが肝心①外国語看板の整備(英語・中国語・台湾語・韓国語・ロシア語)②国際公衆電話の設置(特に境港国際旅客ターミナル内は急務)③水木しげるロード及び夢みなど公園に公衆無線ランを設置して、携帯端末機(スマートフォン等)が快適に使える環境を作り、携帯端末機を用いて、案内が出来るようにする。④外国語パンフレット及び交通案内パンフレットの整備をする。(英語・中国語・台湾語・韓国語・ロシア語)⑤外国語対応観光案内係員の育成(英語・韓国語・ロシア語・中国語・台湾語)
場所	中海宍道湖圏域の広域
期待される効果	①外国人が迷わず目的地に行けるようすることで受入体制を整えることができる。②電話を持っていない外国人への受入対策を整えることができる。③④⑤外国人の受入体制を整えることができ、誘客のセールスポイントとなる。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パースを考慮して)パンフレット、観光案内図、ホームページ等
想定する事業主体	鳥取県・境港市・中海市長会・中海四市観光協会会議・境港市観光協会

要素	ソフト
項目	⑭ 米子鬼太郎空港から JR 境港駅までの直行バスを作る
提供時期	
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 米子鬼太郎空港の利用者(首都圏・韓国)・妖怪観光スポット「鬼太郎空港」の来訪者。
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 飛行機を使った来訪者。水木しげるロードへの来訪者。
具体的な内容	「はまる一歩バス」を用いると30分以上かかる。そこで鬼太郎空港⇄JR境港間を、15分で結ぶ直行バスを、飛行機の発着時間に合わせて運行する。※JR境線米子空港駅⇄境港駅15分180円だが飛行機到着時間によっては、50分程度待つこともある。
場所	鬼太郎空港～JR境港駅
期待される効果	米子鬼太郎空港の利用者の利便性が高まり、飛行機利用以外の観光客も鬼太郎空港に気軽に訪れることが出来、米子鬼太郎空港の賑わいの創造が出来る。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パースを考慮して)各種パンフレット
想定する事業主体	バス会社・境港市・米子空港利用促進懇話会

要素	ソフト
項目	⑮ 妖怪着ぐるみを用いたイベントの実施
提供時期	23年度から
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国
集客のターゲットパース	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) 全ての方
具体的な内容	①平日対策として「妖怪着ぐるみパレード」の定時実施を図る。来訪者に今以上に着ぐるみと接していただくことで、水木しげるロードの魅力を向上させる。ボランティアメンバーと着ぐるみ隊職員により実施する。②着ぐるみ隊員のパフォーマンス教育と着用時のルール策定をすることにより、水木しげる先生の妖怪のイメージを向上させる。
場所	水木しげるロード
期待される効果	来訪者が動く妖怪と接し、一緒に写真を撮ることにより、妖怪観光の魅力が向上する。水木しげる先生の妖怪の魅力を着ぐるみを通して、来訪者へ伝えることができ、魅力向上につながる。
認知向上のためのPR手法	(注:集客のターゲット地域&パースを考慮して)観光パンフレット、ホームページ、ツイッター、ブログ
想定する事業主体	境港市・境港市観光協会・境港市ボランティアセンター

【観光協会提案事業重点施策】

要素	ソフト
項目	⑩ さかなと妖怪のまち境港市のPRDVDの制作
提供時期	予算確保次第
集客ターゲット地域	(どこから来て頂けそうか) 全国及び韓国・台湾・中国・ロシア
集客のターゲットパターソン	(どんな方が興味・関心を持って頂けるか) まだ来たことのない方。以前来たことがある方。
具体的な内容	①観光PRの動画DVDを制作し各種全国大会などで配布する。DVDの仕様は、パソコンでも対応するものとして、境港市観光ホームページへのリンクさせ、新着情報がホームページから提供できるようにする。
場所	
期待される効果	映像で境港を説明でき、興味を引くことが出来る。
認知向上のためのPR手法	(注：集客のターゲット地域&パターンを考慮して) 国際漫画フェスティバル等で来訪した方へ配布する。県外、海外において開催される各種大会で配布する。
想定する事業主体	境港市・境港市観光協会