

## 第7章 施策（重点施策再掲）

### 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1（16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。 併せて、さかなに関する情報を専門的に取り扱う「おさかな案内所」を設置し、観光客の利便性向上及び「さかなのまち」境港のPRを強化する。
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	民間企業他

新規アイデア重点施策2

中項目	1)賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	② 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・地元住民
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おう。・ライブラリーを充実させるため、水木しげるの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。 また、市民図書館においては、水木しげるの関連図書及び妖怪関連図書の更なる充実を図り、「妖怪公文書館」としての機能を持たせる。
場所	水木しげるロード周辺、境港市市民図書館
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。地元住民に対して妖怪文化の浸透を図る。
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、マスコミへの情報提供・県人会、高校同窓会への情報提供・市報等
想定する事業主体	境港市、境港市教育委員会

新規アイデア重点施策3

中項目	1)賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	③ 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おう。
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&パーソンを考慮して)・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4

中項目	1)賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	④ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・入場口、出発口の壁面に鬼太郎の壁画</li> <li>・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</li> <li>・滑走路周辺に鬼太郎の地上絵</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・米子鬼太郎空港限定の販売物(鬼太郎空弁)</li> <li>・天井吊り下げメインキャラクターオブジェの設置</li> <li>・到着荷物受取ターンテーブルへのオブジェの設置</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>
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&パーソンを考慮して)・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

## 新規アイデア重点施策5

中項目	1)賑わいのあるまちづくりの推進
小項目	⑤ 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&パーソンを考慮して)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6

中項目	2) 宿泊・滞在する魅力の強化
小項目	⑥ 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つ。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。④既存旅館等において、「妖怪」をテーマにした改装を行う。
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

## 新規アイデア重点施策7

中項目	2) 宿泊・滞在する魅力の強化
小項目	⑦ 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	境港市他

## 新規アイデア重点施策8

中項目	2) 宿泊・滞在する魅力の強化
小項目	⑧ 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に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のみ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か、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	境港市観光協会、民間企業、境港市他

## 新規アイデア重点施策9

中項目	2) 宿泊・滞在する魅力の強化
小項目	⑨ 国道431号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号から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られるよう、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	民間企業、夢みなとタワー他

## 新規アイデア重点施策10

中項目	1) 人に優しい環境整備の充実
小項目	⑩ 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場所)
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&パーソンを考慮して) 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

## 新規アイデア重点施策11

中項目	2) 快適に周遊できる環境の充実
小項目	⑪ 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&パーソンを考慮して) 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12

中項目	1)体験型観光の推進
小項目	⑫ 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識を高めてもらえる。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成育にも貢献。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13

中項目	1)体験型観光の推進
小項目	⑬ 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、緋体験
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緋製品(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。また、緋と妖怪を融合させた商品の開発・販売を行い、観光客や地元住民に対し、弓浜緋の更なるPR・浸透を図る
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	伯州綿及び弓浜緋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&パーソンを考慮して)観光協会、弓浜緋協同組合、教育機関等を通じた情報発信。
想定する事業主体	境港市、境港市観光協会他

## 新規アイデア重点施策14

中項目	1)体験型観光の推進
小項目	⑭ 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	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せず、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&パーソンを考慮して)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

## 新規アイデア重点施策15

中項目	2)連携・交流の促進
小項目	⑮ 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、鉄道ファンの中で話題にしていく→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。鉄道ファンの中で話題になり、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	JR西日本米子支社



## 新規アイデア重点施策16

中項目	2) 連携・交流の促進
小項目	⑩ 情報発信連携・強化事業
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) 全観光客、地元住民
具体的な内容	各団体(観光振興プラン策定委員メンバー他)、と情報発信の連携強化を図る。特に、鉄道、飛行機、船などの交通機関に関わる事業者との連携により、全国をターゲットとした情報発信を行う。また、各種イベントと連携した情報発信を行う。(全国豊かな海づくり大会、国際マンガサミット、全国植樹祭等)
場所	全国
期待される効果	全国的な観光地としての知名度が向上することにより、更なる観光入込み客の増加を図る。
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)
想定する事業主体	観光振興プラン策定委員メンバー、境港市他

**既存資源重点施策1（10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。)※浜ひるがお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	

**既存資源重点施策2**

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階のベ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	夢みなとタワー他

## 既存資源重点施3

カテゴリー	イベント・体験
項目	③ 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	境港市観光協会、境港市

## 既存資源重点施4

カテゴリー	食
項目	④ 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	

## 既存資源重点施5

カテゴリー	食
項目	⑤ 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・ご当地グルメ「境港 新かにめし」を中心にPR③「境港ベニガニ有志の会」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&パーソンを考慮して)・「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6

カテゴリー	食
項目	⑥ モサエビ
提供時期	・通年 3月～5月(最盛期) ※松葉がにに休漁の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	※松葉ガニの欄を参照。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&パーソンを考慮して)・松葉ガニの欄参照
想定する事業主体	

## 既存資源重点施7

カテゴリー	食
項目	⑦ 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&パーソンを考慮して)・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	

## 既存資源重点施8

カテゴリー	食
項目	⑧ 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&パーソンを考慮して)・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9**

カテゴリー	食
項目	⑨ 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&パーソンを考慮して)・まずは県外に向けてのPRを強化・着地してから詳細MAPを手にて配布場所を増やす
想定する事業主体	

**既存資源重点施10**

カテゴリー	食
項目	⑩ 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	新・ご当地グルメとして2011年3月26日にデビュー
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&パーソンを考慮して)
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）

境港市観光振興プラン策定委員会において提案され、境港市観光協会から提出された提案である

**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1（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をライトアップする。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する。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も可)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、水木しげる記念館
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・水木しげる記念館(境港市) 灯笼・フォトコンテスト(境港市観光協会)

## 観光協会提案事業重点施策2

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はいるが、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、境港商工会議所

## 観光協会提案事業重点施策3

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4

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ソン	(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&パーソンを考えて)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

## 観光協会提案事業重点施策5

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ソン	(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&パーソンを考えて)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

## 観光協会提案事業重点施策6

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ソン	(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&パーソンを考えて)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7

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ソン	(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&パーソンを考慮して)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

## 観光協会提案事業重点施策8

要素	ハード
項目	⑧ 妖怪トーテムポールの設置
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ソン	(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、妖怪トーテム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テム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活用する。妖怪スポットとして活用する。写真スポットとして活用する。
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&パーソンを考慮して)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

## 観光協会提案事業重点施策9

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ソン	(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ュアをトイレへ配置。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&パーソンを考慮して)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10**

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
集客のターゲットパーソン	(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境港の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&パーソンを考慮して)
想定する事業主体	鳥取県、境港市、境港市観光協会、宍道湖中海圏域の観光協会、米子空港利用促進懇話会等

**観光協会提案事業重点施策11**

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。
集客のターゲットパーソン	(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いきける。
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) 妖怪ファンへ向けは、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

**観光協会提案事業重点施策12**

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
集客のターゲットパーソン	(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の試み 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&パーソンを考慮して) 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13

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ソン	(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&パーソンを考慮して)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、島根県、境港市、中海市長会、宍道湖中海圏域の観光協会、境港市観光協会

## 観光協会提案事業重点施策14

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ソン	(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	「はまる一ふバス」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分程度列車待ちをしなければならない。
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&パーソンを考慮して)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

## 観光協会提案事業重点施策15

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ソン	(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&パーソンを考慮して)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16

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&パーソンを考えて) 国際マンガサミット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

## 第8章 策定までの経緯

以下の日程で、プラン策定業務を遂行した。

### 境港市観光振興プラン策定の経過

年月日	策定経過
H22.10.20	境港市観光振興・調査研究委員会（市役所庁内プロジェクトチーム）設置
H22.10.21	境港市観光振興・調査研究委員会辞令交付
H22.10.21	第1回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.11.4	第2回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.11.10	第3回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.11.16	第4回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.11.24	第5回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.11.30	第6回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.12.6	第7回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.12.10	第8回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.12.14	第9回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.12.16	第10回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.12.22	第11回境港市観光振興・調査研究委員会
H22.12.28	境港市観光振興・調査研究委員会中間報告
H23.1.20	第12回境港市観光振興・調査研究委員会
H23.1.25	第13回境港市観光振興・調査研究委員会
H23.2.10	第1回境港市観光振興プラン策定委員会（委員委嘱）
H23.2.25	第2回境港市観光振興プラン策定委員会（意見交換）
H23.3.8	第3回境港市観光振興プラン策定委員会（意見交換及び素案の承認）
H23.3.10	パブリックコメント開始（～3/24）
H23.3.29	第4回境港市観光振興プラン策定委員会（意見交換及び最終案の承認）
H23.3.31	市長報告

## 第9章 境港市観光振興プラン策定委員会設置要綱

### (設置)

第1条 境港市観光振興プラン(以下「観光振興プラン」という。)の策定を行うにあたり、観光関連団体・企業・市民等の意見を反映させるため、境港市観光振興プラン策定委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

### (所掌事務)

第2条 委員会は、前条の目的を達成するために次の事項について協議を行う。

- ①観光振興プランの事業内容に関すること
- ②観光振興プランの事業実施時期等に関すること
- ③観光振興プランの事業実施主体に関すること
- ④その他、観光振興プラン策定に必要な事項

### (組織)

第3条 委員会は、委員20人以内で組織する。

②委員は、次の各号に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- ①公共的団体の代表者
- ②民間企業の代表者

③委員の任期は2年とする。ただし補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

④委員は、再任されることができる。

### (役員)

第4条 委員会に会長および副会長を置く。会長は、委員の互選により、副会長は、会長の指名によりこれを定める。

②会長は、委員会を代表し、会務を総理する。

③副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

### (会議)

第5条 委員会の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

②委員会の会議は、委員の過半数が出席しなければ会議を開くことができない。

③委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

### (事務局)

第6条 委員会の事務局は、貿易観光課に置く。

### (その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか、必要な事項は、会長が委員会に諮って定める。



## 附則

### (施行期日)

①この要綱は、平成23年2月10日から施行する。

### (委員の最初の任期)

②この要綱の施行後、第3条第2項の規定により最初に任命される委員の任期は、同条第3項の規定にかかわらず、平成24年3月31日までとする。

## 第10章 境港市観光振興プラン策定委員名簿

所属	役職等	氏名	備考
境港市観光協会	会長	柘田 知身	会長
水木しげるロード振興会	会長	権田 淳一	
境港商工会議所	専務理事	門脇 興治	副会長
社団法人境港青年会議所		吉井 巧	
市民総合ボランティアセンター		石橋 文夫	
鳥取県西部総合事務所県民局	大山中海振興課長	下田 太一	
社団法人境港水産振興協会	(有)板倉博商店取締役	板倉 一晃	
財団法人鳥取県観光事業団 夢みなとタワー	館長	亀田 美香江	
西日本旅客鉄道株式会社米子支社	営業課長	南葉 健一	
米子空港ビル株式会社	総務部業務課長	岩根 美香	
全日本空輸株式会社山陰支店	支店長	大塚 直道	
アジアナ航空株式会社山陰支店	支配人	山根 保彦	
鳥取県ハイヤータクシー協会	わかとり交通代表取締役	松本 勇	
社団法人鳥取県バス協会	日本交通(株)米子支社バス営業課長	佐藤 正志	
自治連合会	会長	永井 忠志	
隠岐汽船株式会社境旅客営業所	所長	酒井 修	
DBSクルーズフェリージャパン	支社長	李 竣萬(イジュンマン)	
株式会社フリガト・アエロ・ジャパン	観光部長	BORODULYA DINA (ボロヅリャヂナ)	
株式会社一畑トラベルサービス	観光企画部次長	藤原 久男	
鳥取県西部地区日韓親善協会	会長	岩崎 光春	