

エリア : 中国・四国
 機能 : 情報発信 / 地域連携
 型 : シンボル型
 拠点種別 : 美術館・博物館
 分野 : コンテンツ・アート

(25) 青山剛昌ふるさと館 : 拠点概要

「名探偵コナン」の作者・青山剛昌氏の出身地である鳥取県北栄町において、作者にスポットを当てて、作品の世界を紹介するとともに、ファンをはじめ、訪れる人々に対し、作品を通じて、作者の魅力や人となりを紹介する「名探偵コナンに会えるまち北栄町」の拠点施設として設置。



所在地 : 鳥取県東伯郡
設立年 : 2007年
運営 : 北栄町
設立趣旨 : マンガのまちづくりの拠点

年間来場客数等	● 約10.8万人 (売上 約0.5億円)
訪日外国人旅行者数等	● 約0.9万人
来場目的	● 名探偵コナンをはじめとした作品の世界の体験
実績	● 2015年度の来館者は初めて10万人を突破し、約1割をインバウンド客が占める

各観点での取組

情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● 公式Webページの3カ国語（英・中・韓）での情報発信 ● 館内常設展示の多言語化 ● 訪日インバウンド旅行客向けツアーとのコラボ
人材育成	—
地域連携	● 県内外の観光施設・旅館等と提携し、チラシの相互設置を実施

(25) 青山剛昌ふるさと館：特徴的な点 他

青山剛昌ふるさと館では、「名探偵コナン」に登場する発明品やトリックが見て、聞いて、体験できる世界で唯一の施設としてオープン。中国・韓国などのアジア諸国からの訪日インバウンド旅行客の来館者数も年々上昇傾向にある。

具体の取組

特徴的な点	<ul style="list-style-type: none">● 作者青山剛昌氏の生い立ち、人となり伝える数多くの展示品<ul style="list-style-type: none">➢ 名探偵コナンのシンボルオブジェ➢ 青山氏の生誕～漫画家になるまでの歴史を伝える写真や実写映像● 作品の魅力や創作の背景を伝える展示品<ul style="list-style-type: none">➢ ベストシーンの立体漫画絵本➢ 映画用ポスターの原画の展示➢ 作品作りへのヒントとなった作家や名探偵の紹介➢ 世界25ヶ国以上の国や地域で発刊されている「名探偵コナン」の単行本展示➢ 「蝶ネクタイ型変声機」「ターボエンジン付スケートボード」の体験コーナー➢ 作品に出てくるトリックの体験コーナー● 青山剛昌ふるさと館が位置するエリア一帯となった盛り上げ<ul style="list-style-type: none">➢ JR由良駅から道の駅大栄までの1.4kmの道を「コナン通り」と命名➢ 名探偵コナンのキャラクターをかたどったオブジェ（16ヶ所）、石製モニュメント（30ヶ所）、ブロンズパネル（12ヶ所）フォトスポットなどが存在
-------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

名探偵コナンのシンボルオブジェ



実際の仕事を再現したコーナー



エリア : 中国・四国
 機能 : 情報発信 / 人材育成 / 地域連携
 型 : ハブ型
 拠点種別 : 美術館・博物館
 分野 : コンテンツ・アート / 観光

(27) 山口情報芸術センター (通称：YCAM) : 拠点概要

作品の展示スペース、劇場、ミニシアター、市立中央図書館が一体となった新しい形の複合文化施設であるYCAMでは、作品をただ展示するのではなく、アーティスト、プログラマー、リサーチャーといった外部の人材に滞在してもらい、ラボと共同でプロジェクトを展開し、その成立過程や技術も公開している。



所在地：山口県山口市

設立年：2003年

運営：山口市文化振興財団

設立趣旨：市民やさまざまな分野の専門家とともに作り、ともに学ぶ

年間来場
客数等

● 約66.7万人

訪日外国人
旅行者数等

—

来場目的

- 展覧会、公演、シネマを見る
- 図書館を利用する
- ワークショップを体験する

実績

- 伊勢丹からの委託に基づき、子ども向けプログラムのR&Dを協働で実施
- 入館者数は開館時から順調に上昇、海外から視察に訪れるケースも目立つ

各観点での取組

情報
発信

- 国内外の先進的なクリエイターと協働した実験的プログラムや作品展示を定期開催することで、独自の創造的な取組を世界に発信
- 作品をただ展示するのではなく、アーティスト、プログラマー、リサーチャーといった外部の人材が滞在し、協働する中で独自の情報発信を狙う

人材
育成

- 小学生を対象にした「教育ラボ」では、子ども向けの学び場「コロガル公園」を国内各地で展開。独自のワークショップやファシリテーション開発に注力
- 国内外クリエイターを対象にした「制作ラボ」では、長期滞在を前提としたプログラムを設計（= Artist in residenceの拡張）

地域
連携

- 地域の課題や資源に関する研究開発の拠点として「地域開発ラボ」を開設
- 各プログラムの成果を積極的に外部発信し、ソニー、伊勢丹といった大手との提携を積極的に実施。双方のノウハウを集約させPDCAサイクルの好循環を実現

エリア : 中国・四国
 機能 : 情報発信 / 人材育成 / 地域連携
 型 : シンボル型
 拠点種別 : 美術館・博物館
 分野 : 地域・伝統文化 / 観光

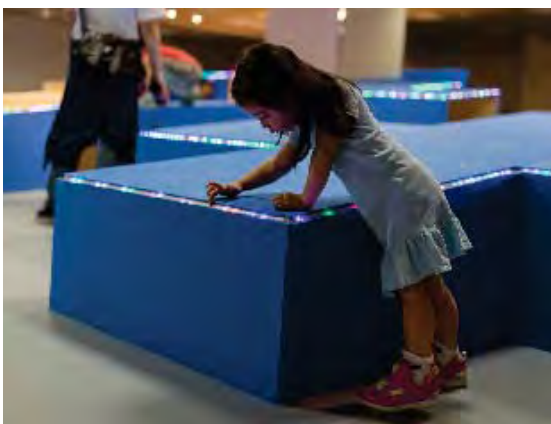
(27) 山口情報芸術センター : 特徴的な点 他 (通称 : YCAM)

センターを運営する中で培われた独自のノウハウ、技術を蓄積し、オープンソース化の取組が進められている。企業や大学と知見を共有することで、地域課題を相互に共有し、地域の再発見や創造性の発信に寄与することを狙う。

具体の取組

特徴的な 点	<ul style="list-style-type: none"> ●国内の大手企業との提携 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ソニーコンピュータサイエンス研究所(Sony CSL)との共同研究 ➢ 伊勢丹・新宿から委託を受け、子どものための学びの場づくりの提携・協力 ●官公庁との共同事業の実施 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 文化庁と協働で「メディア技術を地域課題のテーマとして扱えるプロデューサーの育成」という実験的プロジェクトを実施 ●海外の著名な研究機関との提携 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 英・ブリティッシュ・カウンシル（国際文化交流機関）と連携した、ヨーロッパとアジアをカバーするメディア教育分野のイノベーター育成プログラムを展開
-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

国内の大手百貨店との
協働プログラム



世界的日系電気メーカー
との協働プログラム



エリア : 中国・四国
 機能 : 情報発信 / 人材育成 / 地域連携
 型 : エリア型 / テーマパーク型
 拠点種別 : 美術館・博物館
 分野 : コンテンツ・アート / 観光

(28) ベネッセアートサイト直島 : 拠点概要

1980年代に、福武書店（現株ベネッセHD）と当時の直島町長の思いが重なったことから、「直島文化村構想」として、直島を舞台にプロジェクトをスタート。2004年に、安藤忠雄氏設計の「地中美術館」を開館。2008年からは犬島、2010年からは豊島へと場を拡げ活動を展開している。2010年から香川県を主体とした「瀬戸内国際芸術祭」がスタートし、ベネッセアートサイト直島も参加し、国内外から来島者が増加している。



ベネッセハウス（写真：山本紉）

所在地：直島・豊島（香川県）犬島（岡山県）
設立年：1989年
運営：(株)ベネッセHD、(公財)福武財団
設立趣旨：自然・建築・アートの共生

年間来場客数等	● 60万人(2015年度) (売上 7.1億円 *推定値/ 福武財団)
訪日外国人旅行者数等	● 10万人(2015年度) (売上 1.2億円 *推定値/ 福武財団)
来場目的	● 全体の30%の来場者が「美術が好き/建築が好き」という理由で来館
実績	● ベネッセアートサイト直島に、年間平均して30万人の旅行客が訪れている ● 3年に一度、「瀬戸内国際芸術祭」が開催される年には、芸術祭開催地全体（瀬戸内の12の島+高松・宇野）に、100万人を超える旅行客が訪れる

各観点での取組

情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● 公式HPで「プレスキット」として各施設の概要情報、年表、作品説明等をパッケージ化してダウンロード可能な形式で提供 ● 海外での講演会やシンポジウム等を実施し、海外でも取り上げられやすいネタを継続的に提供
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ● 地元の中高生を対象にした職業体験プログラムを不定期に実施 ● 海外の学生を対象に、数日～数週間の期間でのインターン受入
地域連携	<ul style="list-style-type: none"> ● 地道に地域住民とのコミュニケーションを続け、協力体制を実現 ● 地方自治体と民間企業の協力からプロジェクトをスタート。観光協会・民間企業・地域住民との協働でプロジェクトを運営している

(28) ベネッセアートサイト直島：特徴的な点 他

ベネッセアートサイト直島では、各島の自然や、地域固有の文化の中に現代アートや建築を置くことによって、どこにもない特別な場所を生み出していくことを基本方針としている。「在るものを壊し、無いものを作り続ける」のではなく、「在るものを活かし、無いものを創る」という思いの元、地域とともに成長し続ける関係を築いている。

具体の取組

特徴的な点	<ul style="list-style-type: none">●ベネッセアートサイト直島は、直島を「観光地」として位置付けておらず、あくまでも「Benesse（よく生きる）」の理念を体現するための場であることを島民に説明<ul style="list-style-type: none">➢ 何よりもまず島民の生活、島の自然環境を最優先に考え、次にアートとの融合を検討するステップを地道に約30年間続けている●初期段階では、まず地域住民とのコミュニケーション活性化のために、美術館を起点とした地域住民との接点を積極的に作る<ul style="list-style-type: none">➢ 各島の島民とその同伴者は入館料を無料➢ 各美術施設関連のイベントに島民を招待●海外広報担当、国内広報担当、Web・SNS担当、チラシポスター制作担当を設置し、きめ細やかな情報発信体制を整備<ul style="list-style-type: none">➢ バイリンガルスタッフを配置し、海外に向けた発信体制を整備➢ 海外での講演会、シンポジウム等は年に1～2回実施
-------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(29) ハウステンボス : 拠点概要

ハウステンボスは、単なるテーマパークではなく成長性が高い医療観光領域への進出やベンチャー企業誘致で多角的に再生を進め、集客数・利益率向上を実現。今後も広大な敷地を活用した実験的な取組を実行予定。



所在地 : 長崎県佐世保市
設立年 : 1992年
運営 : ハウステンボス株式会社
設立趣旨 : 世界の人々に喜びと感動を提供し、新しい観光都市を想像します。

年間来場客数等	● 約310万人 (売上 297億円)
訪日外国人旅行者数等	● 25.3万人
来場目的	● テーマパークを楽しみたい
実績	● 2014年9月期には5期連続で増収増益を達成

各観点での取組

情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● 公式HPでの5ヶ国語対応 (英・中繁体 中簡体・韓・タイ) ● 母体の大手旅行会社のネットワーク (公式HP、旅行プラン販売サイト) を活用したインターネット上での発信
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ● 韓国人や台湾人のスタッフ雇用 ● 舞台人養成学校「ハウステンボス歌劇学院」の設置 ● 英語学習可能な園内アトラクションの設置「TOMODACHI FACTORY」 ● 将来の経営者育成を企図した澤田経営道場の実施訓練場所
地域連携	<ul style="list-style-type: none"> ● ハウステンボス周遊観光協議会による周遊観光の取組 ● 事業開発造室の設置 (発電、ロボット、農業などについての研究開発や実証事業、商用化)

(29) ハウステンボス：特徴的な点 他

ハウステンボスは親会社の旅行会社HISのプロモーションノウハウを活用し、長崎から地理的に近い韓国や台湾からの集客強化に注力。全体の来場者のうち1割程度が訪日インバウンド旅行者で占められている。

具体の取組

特徴的な点	<ul style="list-style-type: none"> ● 様々なベンチャー企業や大学の誘致 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 英語体験プログラムを提供するベンチャー企業 ➢ 健康ツーリズムを提供する“ホリスティックセンターTHE SOARA”やベンチャー企業のソアラメディカルと提携した医療ツーリズムの後押し ● 「王国制」という5つのコンセプトに基づく園内の改革 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 1年を通じて様々な花を楽しむ「花の王国」 ➢ 世界最大規模のイルミネーションなどの「光の王国」 ➢ 生演奏や仮面舞踏会、歌劇団による「音楽とショーの王国」 ➢ 新旧のゲームを集めた「ゲームの王国」 ➢ 医療ツーリズムを目的とした「健康と美の王国」 ➢ 最先端技術を持つベンチャー企業と協働した「ロボットの王国」 ● マンガ・アニメ作品とのタイアップ <ul style="list-style-type: none"> ➢ ワンピースのアトラクションや、ドラクエのコスプレイベント、銀魂とのタイアップイベント等、有名作品とのタイアップを実施
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

日本初のリゾート型
アーユルヴェーダ施設「THE SOARA」



席の案内から調理まで
ロボットが行う「ロボットの王国」



エリア : 九州・沖縄
 機能 : 情報発信 / 人材育成 / 地域連携
 型 : シンボル型
 拠点種別 : 観光・娯楽施設
 分野 : 地域・伝統文化 / 観光

(30) 美ら海水族館・首里城 : 拠点概要

美ら海水族館・首里城の管理運営母体である（一財）沖縄美ら海財団では、沖縄県、地元自治体、旅行会社等の関係団体と連携し、国内外での観光プロモーションなどを通じた地域への誘客活動を展開。沖縄に来たら必ず訪れる場所になれるよう、常に新しい発見がある公園づくりを目指している。



所在地：沖縄県	年間来場客数等	<ul style="list-style-type: none"> ● 460万人（推定値・海洋博公園） ● 267万人（推定値・首里城公園）
設立年：2002年(水族館)、1992(首里城)	訪日外国人旅行者数等	<ul style="list-style-type: none"> ● 106万人（海洋博公園） ● 62万人（首里城）
運営・運営：国営沖縄記念公園事務所・（一財）沖縄美ら島財団	来場目的	<ul style="list-style-type: none"> ● 沖縄固有の自然・歴史・文化に触れたい ● 沖縄の観光地をめぐりたい
設立趣旨：沖縄の自然、歴史、文化を広く内外へ伝え、沖縄の持続的な観光の中核となること等を目指す	実績	<ul style="list-style-type: none"> ● 開館から13年間安定した入園者数を誇り、平成27年度には累計3,500万人を突破（美ら海水族館） ● 外国人旅行者の観光地訪問率のTop1は「美ら海水族館」（82.7%）、Top3に「首里城（50.4%）」がランクイン

各観点での取組

情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● 多言語対応のパンフレット、音声ガイド（英語・中国語・韓国語など）を館内で提供（美ら海水族館・首里城） ● アジア圏諸国の映画やドラマの撮影・TV番組のロケ地・取材地利用により、訪日インバウンド旅行客の呼び込みを実現（美ら海水族館）
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ● JICAからの研修生や諸外国からのインターン生受け入れ（美ら海水族館） ● 自然科学系専攻の学生を対象に単位取得補助プログラム（美ら海水族館） ● 体験型学習プログラム、小学校・中学校・高校生を対象にした職場体験学習（美ら海水族館・首里城）
地域連携	<ul style="list-style-type: none"> ● 沖縄県、地元自治体、旅行会社等の関係団体と連携し、国内外での観光プロモーションなどを通じた地域への誘客活動を展開（美ら海水族館、首里城）

(30) 美ら海水族館・首里城：特徴的な点 他

通年でのプレスリリース配信やTV取材、官民一体での観光プロモーションの実施が特徴。取組の効果検証も定期的に実施し、PDCAサイクル化を実現。

具体の取組

特徴的な
点

●ロケ地・取材地としての利用促進

- アジア圏諸国の映画やドラマの撮影・TV番組のロケ地・取材地利用により、訪日インバウンド旅行客の呼び込みを実現

●台湾の人気ブロガーを招聘し、SNSを活用した沖縄の魅力発信・情報拡散

- 台湾の人気ブロガーを招聘し、海洋博公園を含む沖縄県北部地域を観光してもらい、その様子をSNSやブログで紹介

●沖縄県との連携

- 台北国際旅行博等にて沖縄および海洋博公園、首里城公園をPR
- 旅行に関心の高い来場者と直に接し会話することで、質・量ともに効果の高いPRを実現

●実施した取組の効果を定量的に把握

- WEBの取組については、PV数やリーチ数、クリック獲得コスト等の数値をモニタリング
- 新聞やテレビでの報道件数を把握
- 定期的な来園者アンケートやイベント参加者へのアンケートを行い、認知媒体を調査

撮影地としての利用も数多い
美ら海水族館



台北国際旅行博にて
出展の様子



(参考2) 30拠点の属性・特徴一覧

補足資料：クールジャパン拠点のインデックス化（メタデータの可視化）																				
#	拠点名	所在地	機能					施設種別			分野									
			情報発信	人材育成	地域連携	型	ゲートウェイ	ハブ	シンボル	エリア	テーマパーク	商業施設	観光・娯楽施設	教育機関	美術館・博物館	コンテンプ・アート	技術・IT	食	地域・伝統文化	観光
1	ねふたの家 ワ・ラッセ	横浜	○	○	●															
2	遠野ふるさと村・遠野伝承園	岩手	○	○	●															
3	さいたま市大宮芸術美術館	埼玉	●	○	○															
4	安藤百福発祥記念館	神奈川	●	○	○															
5	大田市場	東京	○	○	○															
6	科学未来館	東京	○	○	○															
7	歌川伎屋ギャラリー	東京	●	-	○															
8	KAWAII MONSTER CAFE	東京	●	-	○															
9	新宿・三越伊勢丹	東京	○	○	○															
10	デジタルハリウッド大学	東京	●	○	○															
11	伝統工芸青山スクエア	東京	●	○	○															
12	FabCafe Tokyo	東京	○	○	○															
13	杉並アニメーションミュージアム	東京	●	○	○															
14	三鷹市立アニメーション美術館	東京	●	○	○															
15	森美術館	東京	●	-	○															
16	燕三条地域産業振興センター	新潟	●	-	○															
17	金沢21世紀美術館	石川	○	○	○															
18	国際デザインセンター	徳知	●	○	○															
19	トヨタ博物館	徳知	●	-	○															
20	東映大塚映画村	東京都	●	○	○															
21	京都国際マンガミュージアム	京都	●	○	○															
22	ナレッジゼタル	大阪	○	○	○															
23	白鷺造資料館	兵庫	●	○	○															
24	高野山周辺宿坊群	和歌山	○	○	○															
25	青山剛昌ふるさと館	鳥取	●	-	○															
26	足立美術館	鳥取	○	○	○															
27	山口情報芸術センター（YCAM）	山口	●	○	○															
28	ベネッセアートサイト直島	香川	●	○	○															
29	ハウステンボス	長崎	●	○	○															
30	沖縄美ら海水族館・首里城	沖縄	●	○	○															

【判別】○：関連性が非常に高い
○：関連性が高い
-：該当なし