

亀有地域観光拠点施設
管理運営計画

令和6年3月
葛飾区

- 目 次 -

第1章	運営基本方針 -----	02
	1. 亀有地域観光拠点施設管理運営計画の基本的な考え方	
	2. 運営業務内容の整理、検討体制	
	3. 施設概要	
第2章	運営計画 -----	10
	1. 施設運営の基本情報の考え方	
	2. 運営形態	
	3. 運営組織体制	
	4. 安全・危機管理	
	5. おもてなし	
第3章	維持管理計画 -----	21
	1. 建物の維持管理の考え方	
第4章	事業計画 -----	23
	1. イベントの考え方	
第5章	物販計画 -----	28
	1. グッズの考え方	
第6章	広報・PR計画 -----	31
	1. 広報・PRの考え方	
第7章	BI計画 -----	35
	1. BIの考え方	
第8章	開館準備計画 -----	37
	1. 開館準備業務の考え方	
	2. 開館準備スケジュール	
	3. オープニングイベントの考え方	
第9章	収支計画 -----	43
	1. 年間収支の考え方	
	巻末資料 -----	46
	1. 検討の経過	
	2. 参考資料	

第1章 運宮基本方針



[運営基本方針]

亀有地域観光拠点施設（以下「本施設」といいます。）は、これまで漫画『こちら葛飾区亀有公園前派出所』（以下「こち亀」といいます。）の舞台として様々な観光施策を推進してきた亀有地域において、観光まちづくりを大きく発展させるため、令和4年度に策定した「亀有地域観光拠点施設整備の基本的な考え方」（以下「基本的な考え方」といいます。）に基づいて整備するものです。

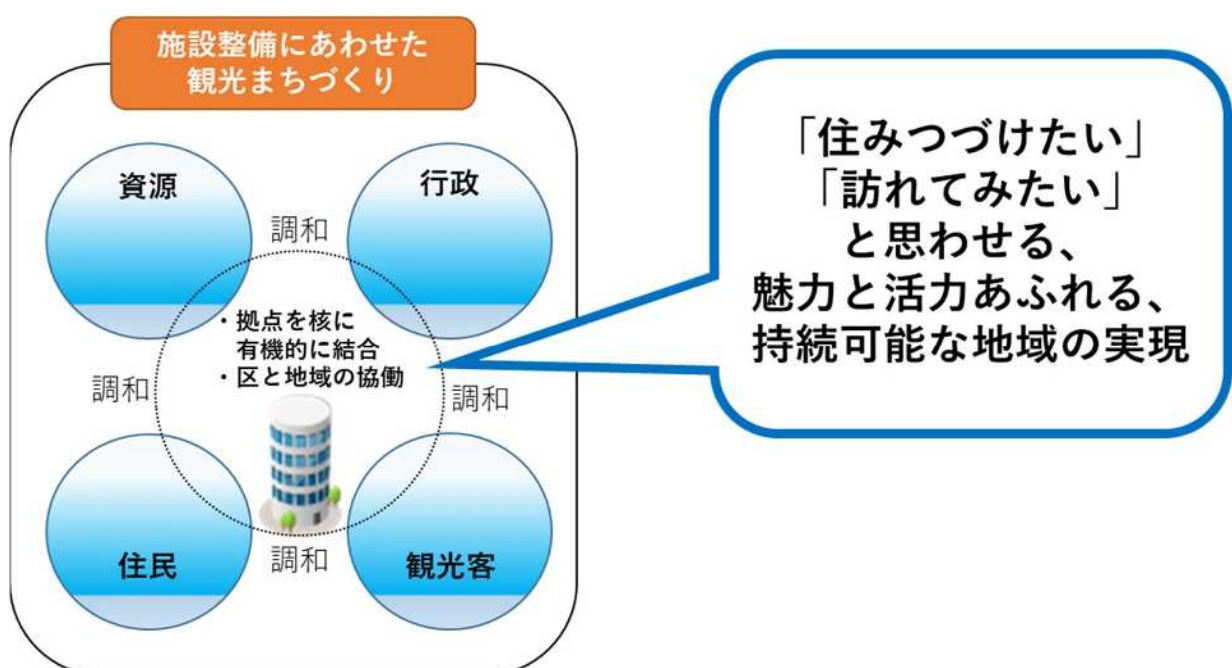
基本的な考え方では、持続可能な観光を進めるため、住民と観光客の双方にとって魅力あふれる地域をつくり、区と商店街・自治町会が協働して観光まちづくりを推進していくことを目指すことといたしました。

本施設の管理運営においても、つくって終わりにするのではなく、地域の意見や企画を地域との協働により実行していくことでより良い施設へと育てていき、観光客はもとより、地域の方々にも末永く愛される施設づくりを目指します。

地域との協働を念頭に置いているからこそ、この「亀有地域観光拠点施設管理運営計画」（以下「管理運営計画」といいます。）には、亀有地域の方々に参加いただいた「地域検討会」や「ワーキンググループ」の意見を可能な限り反映しています。

また、管理運営計画に基づき、施設を軸として様々な施策を推進することで回遊性を向上させ、これまで以上の地域活性化及び商店街振興を図ることで、地域の発展に寄与することを目的とします。

< 亀有地域における観光まちづくりのイメージ >



出典：「亀有地域観光拠点施設整備の基本的な考え方」

[運営基本方針と各計画との関係]

運営基本方針に基づき、本施設の各業務を8つの計画として整理します。

この8つの計画には、観光拠点施設として、集客的な側面を持つ部分が多く含まれています。

それぞれの内容については、次章以降で触れていきます。

<管理運営計画の概念図>



[検討体制]

管理運営計画の策定にあたり、地域住民や関係機関で構成する地域検討会及びワーキンググループにおいて様々な検討を行いました。

○地域検討会

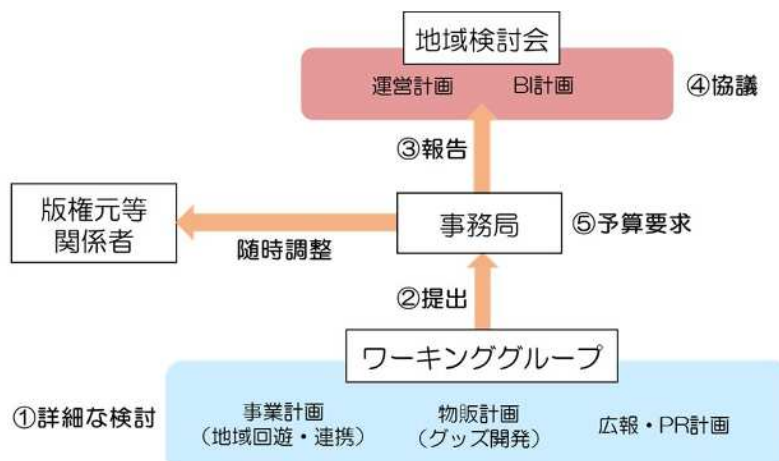
運営計画（施設運営の前提となる休館日や利用料金など）やBI計画について検討

構成：自治町会、商店会、関係機関

○ワーキンググループ

事業計画（地域回遊・連携、一部開館準備計画）、物販計画（グッズ開発）、広報・PR計画について検討

構成：地域住民有志、関係機関



3.施設概要

[所在地及び建物概要]

本施設は亀有駅より約250m（徒歩3分）に位置しており、当該地は亀有駅からアリオ亀有までの動線上という非常に人通りが多い場所です。

施設所在地 葛飾区亀有三丁目32番17号

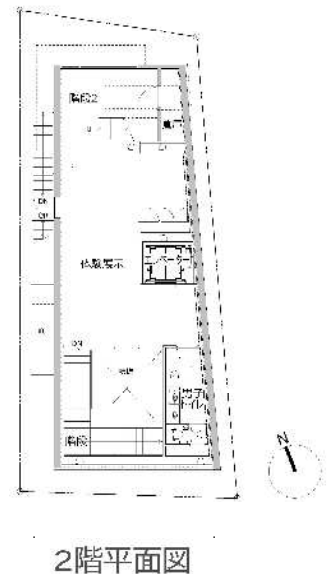
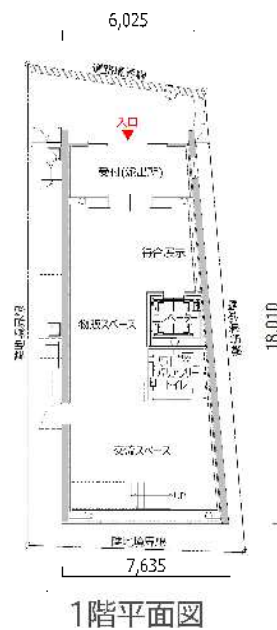
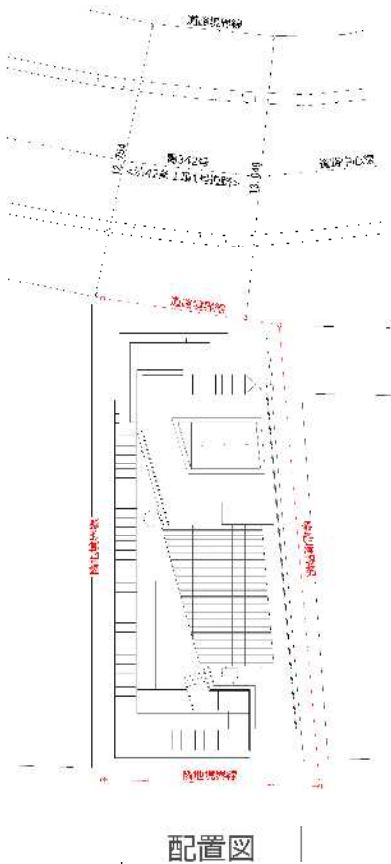
土地面積 約190㎡

構造等 鉄筋コンクリートと鉄骨の混構造、5階建て

延床面積 約540㎡

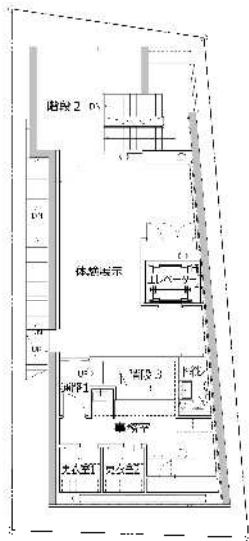


[施設平面図]

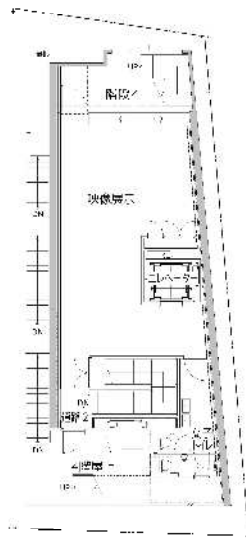


階層等	面積 (㎡)	備考
展示	308.92	
待合室	21.94	
管理階層	33.09	倉庫・更衣室等
共用部分	177.50	トイレ・エレベーター・階段等
延床面積	640.45	

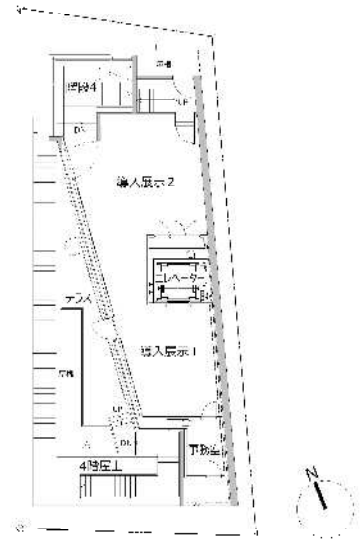
3.施設概要



3階平面図



4階平面図



5階平面図

[施設パース図]

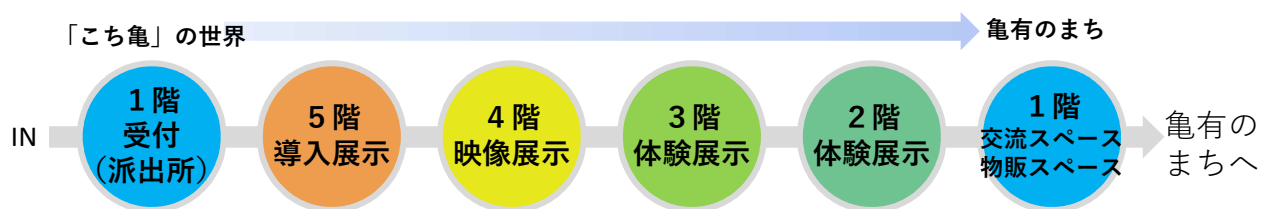


[展示コンセプト]

<展示の基本的な考え方>

施設全体を一つのストーリーで繋ぎ、「こち亀」の施設から亀有のまちへと誘う

「こち亀」の世界観を表現しながら、「亀有のまち」とシンクロしていく展示構成とすることで、来館者が施設にとどまらず、亀有のまちに繰り出したくなる展開とします。



<ストーリー>

逃げる両津を大捜査！！

～派出所から始まる両さんの追跡ストーリー～

派出所の上に自分の記念館を作ってしまった両さん。

それに気づいた大原部長は激怒。

来館者は、大原部長からの依頼により、逃げ出した両さんを追いかけて館内を巡ります。

<展示の特色>

○「こち亀」の「遊び心」を取り入れた体験性

ゲーム性のある展示や、五感で楽しむ展示を展開します。

○何度でも来たいと思える、常に新鮮な体験を提供できる更新性

デジタルコンテンツなど、更新しやすい手法を活用します。

○誰もが楽しめる展示環境

「こち亀」の世界観を大切にしつつ、ユニバーサルデザインや多言語対応に配慮します。

3.施設概要

[展示内容]

1階



エレベーターを待つ間に見ていただく展示です。両さんが自らお出迎えしてくれます。



「こち亀」の舞台となっている派出所を表現したエントランスです。季節に応じた外観装飾など実施します。



グッズの販売スペースです。物販計画のもと、リピーター獲得を目指し魅力的なグッズを検討します。



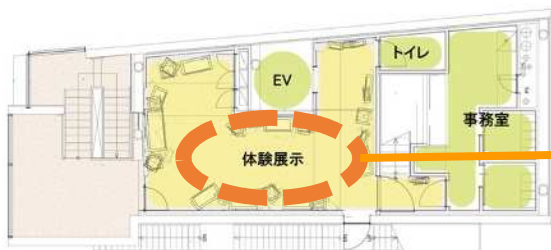
亀有のまちの魅力を発信して、まちを巡る起点となる場です。また、展示コーナーも併設し、両さんが亀有の歴史や風景を紹介します。

2階



1フロア使用する大きな体験展示です。物が動く、においがするなど、五感で楽しめる展示を展開します。また、展示物の配置や見た目が少しずつ変化します。

3階



「こち亀」の名場面を再現します。ゲーム性のある展示やデジタルコンテンツの活用など、様々な体験展示を展開します。

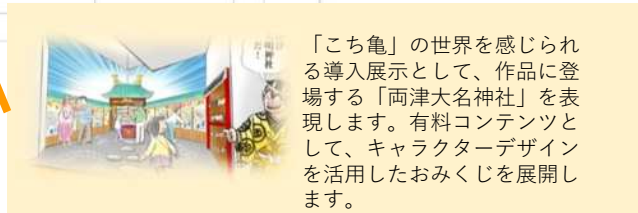
3.施設概要

4階



「こち亀」の原画（二次元）を展示するだけでなく、映像を組み合わせた、次元を超えた動きのある展示空間とします。また、企画展示を実施する空間としても活用します。

5階



「こち亀」の世界を感じられる導入展示として、作品に登場する「両津大名神社」を表現します。有料コンテンツとして、キャラクターデザインを活用したおみくじを展開します。



両さんや「こち亀」が生まれるきっかけとなったアイテムがずらりと並びます。

その他



館内案内にも「こち亀」に登場したキャラクターが登場します。各所に登場することで、「こち亀」尽くしの世界を表現します。

[ファサード（建築外観）]

1階部分は「こち亀」に登場する見慣れた派出所ですが、上層階に目を移すと、ファサード（建築外観）がマンガのコマ割りによってなっていて、道行く人びとを「こち亀」のマンガ世界へと誘います。



第2章 運営計画



[運営計画概要]

運営計画は、施設運営の根幹である「開館時間」、「休館日」、「利用料金」、「入場方法」といった諸条件を定め、明確に示すものです。

これらの項目は、実際に亀有地域で生活・活動している地域の方々の意見を取り入れるため、地域検討会で議論いただきました。

[開館時間について]

開館時間は、地域との連携の図りやすさや、運営にあたってのスタッフ配置などを考慮したうえで決定する必要があります。本施設の前面道路は、亀有駅からアリオ亀有へ向かう通りであるうえ、生活道路としても機能していることから非常に人通りが多く、その属性は、通勤・通学から観光まで様々です。

検討を進めるにあたり、地域検討会においては、「周辺商店街の営業時間とあわせたほうが良い」、「インバウンド対応が必要（遅い時間に開いているほうが良い）」との意見がありました。

これらを踏まえ、開館時間は**午前10時から午後6時までの8時間**を基本とします。

ただし、亀有地域では様々なイベントが開催されていることも考慮し、行祭事などに合わせて開館時間を延長することも想定しています。



1.施設運営の基本情報の考え方

[休館日について]

本施設は建物の設備のほか、デジタルコンテンツや体験型展示が多いため、定期的なメンテナンスが必要不可欠です。そのため、定休日の設定を前提とします。定休日を設定することで、来館者にとっても計画が立てやすくなります。

これらを踏まえ、定休日を週1回と月1回にて検討を行いました。地域検討会において週1回では多いとのご意見があったことなどから、**月1回（平日）**とします。また、年末年始については、一定の来館者数が見込めることから、開館することとします。

[入館料について]

入館料は、来館ターゲットがファミリー層であることや「こち亀」が少年誌の作品であることから、子どもが来館しやすい料金設定とする必要があります。また、料金区分はシンプルかつ来館者に分かりやすい設定であることが必要です。

区分は分かりやすさを重視し、**大人（高校生以上）、子ども（小中学生）及び未就学児**の3区分とします。

入館料の設定に当たっては、地域検討会において、「区内外類似施設とバランスをとったほうが良い」、「安いほうが良い」とのご意見がありました。また、本施設は観光施設であると同時に区民にも親しまれる施設を目指していることから、区民が気軽に入館できるよう、区民割引料金を設定します。

これらを踏まえ、次のような料金体系を検討します。

	大人	高校生	中学生	小学生	未就学児
	大人		子ども		未就学児
通常料金	700円		300円		無料
区民料金	500円		100円		

※このほか、団体等各種割引についても検討します。

<参考>

葛飾柴又寅さん記念館 山田洋次ミュージアム	豊島区立 トキワ荘マンガミュージアム	江戸川区 角野栄子児童文学館	三鷹の森ジブリ美術館	川崎市 藤子・F・不二雄ミュージアム
一般：500円 小中学生：300円 シニア（65才以上）：400円 団体（20名以上）：400円	大人：500円 小中学生：100円 ※特別企画展期間中のみ全館有料 ※企画展により変更の場合あり ※団体割なし	（区内在住、在勤、在学） 一般（15歳以上）：500円 子ども（4歳～中学生）：200円 （その他） 一般（15歳以上）：700円 子ども（4歳～中学生）：300円 ※団体（20名以上）2割引	大人、大学生：1,000円 高校、中学生：700円 小学生：400円 幼児（4歳以上）：100円 ※団体割なし	大人、大学生：1,000円 高校、中学生：700円 子ども（4歳以上）：500円 ※団体割なし

[入館方法について]

施設の入館方法は、時間指定の事前予約制や当日券（現地販売）が考えられます。

開館後は、本施設のキャパシティ、混雑状況や滞留時間、各フロアのボトルネックとなるポイントなどを見定めるため、一定期間、来館者動向をモニターする必要があります。

また、特に混雑が予想される開館当初は、施設前面道路に来館者があふれてしまうことが想定されます。地域検討会においても同様に、「安全面を考慮すると事前予約制が良い」といったご意見がありました。

これらを踏まえ、**開館当初は事前予約制を中心とした運用とし、予約状況を見ながら当日券の販売を行う運用**を検討します。

※1階（交流・物販スペース）については原則入館無料の想定ですが、上記と同様、開館当初は混雑が見込まれるため、チケット購入者のみ入館可とする運用を検討します。

[想定来館者数]

施設のキャパシティや来館者の動線を考慮すると、来館者が快適に施設を見学できる人数は、1日当たり約500人と考えられます。また、前述のとおり定休日を月1回と設定することから、開館日数は1年あたり約350日となります。

そのため、開館日数や営業時間（1日8時間）を踏まえて計算すると、1年間の来館者数は**約15万人～17万人**と想定されます。

※参考：葛飾柴又寅さん記念館来館者数

平成30年度：153,769人

平成31（令和元）年度：180,234人

令和2年度：43,051人

令和3年度：45,054人

令和4年度：95,747人

2.運営形態

[運営形態]

新規施設の運営にあたっては、まず、来館者数や有料コンテンツ体験者数、物品販売数などの各種実績の情報を整理しつつ、ノウハウを蓄積する必要があります。そのため、本施設の運営形態については、開館当初から5年間を「業務委託」とします。

その後、委託契約期間内で整理した情報及びそれに伴う業務量を精査したうえで、指定管理者制度ガイドラインに基づき、指定管理者制度への移行の適否を検討します。

<委託契約から指定管理者制度への移行イメージ>

開館からの運営イメージです。指定管理者制度ガイドラインに基づき検討する場合、以下のような想定となります。

開業年度	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目
業務委託期間					指定管理者による運営開始
移行準備期間			事業者選定準備期間	締結	
情報整理・業務量精査				選定・議決	
	業務委託（一部を含む）			指定管理者	
民間の関与	小			大	
事業方式のねらい	公共性担保の 確実性			事業全体の 経費抑制	
運営方式	業務委託（一部を含む）			指定管理者	
概要	主要業務を業務委託等により外部組織が担当する。			主要業務をはじめとする全ての業務を、指定管理者となった外部組織が担当する。	
導入事例	<ul style="list-style-type: none"> ・杉並アニメーションミュージアム ・高岡市藤子・F・不二雄ふるさとギャラリー ・豊島区立トキワ荘マンガミュージアム 			<ul style="list-style-type: none"> ・石ノ森萬画館 ・川崎市藤子・F・不二雄ミュージアム ・新潟市マンガ・アニメ情報館 ・氷見市潮風ギャラリー 	

3.運営組織体制

[本施設の組織について]

施設運営にあたっては、地域との連携や広報・PR施策などの情報発信事業にも注力することが求められます。そのため、運営機能及び施設管理機能ともに専門分野に特化した運営体制を構築する必要があります。

	担当	担当内容
運営機能	施設管理者 (館長/副館長)	施設全体の管理運営責任者 ・担当部局との連携および報告 ・労務管理・維持管理 ・システム、サービス管理・危機管理 ・金銭及び業績・財務管理 ・個人情報管理 ・外部との折衝および状況把握 ・各種事業の計画・実施（企画・調整） ・日常管理および調整 他
	広報・地域連携管理者	情報発信や地域連携推進責任者 ・各種情報発信 ・地域との連携事業推進 ・各種事業の計画・実施（企画・調整） ・システム管理
	運営担当チーフ	管理者 補佐 (運営担当)
	物販担当チーフ	管理者 補佐 (物販担当)
	運営職員	各運営事業の実施 ・来館者の案内誘導 ・受付対応 ・巡回対応 ・各種問い合わせ対応 ・物販
	運営スタッフ	運営職員の実施補助

施設管理機能	施工管理者	建物・展示物の維持管理
	警 備	施設内雑踏警備・周辺雑踏（交通）警備・機械警備 ※開業当初期間および繁忙想定日に配置
	清 掃	日常清掃および定期清掃 ※営業前清掃を基本、日中は非常勤の巡回

3.運営組織体制

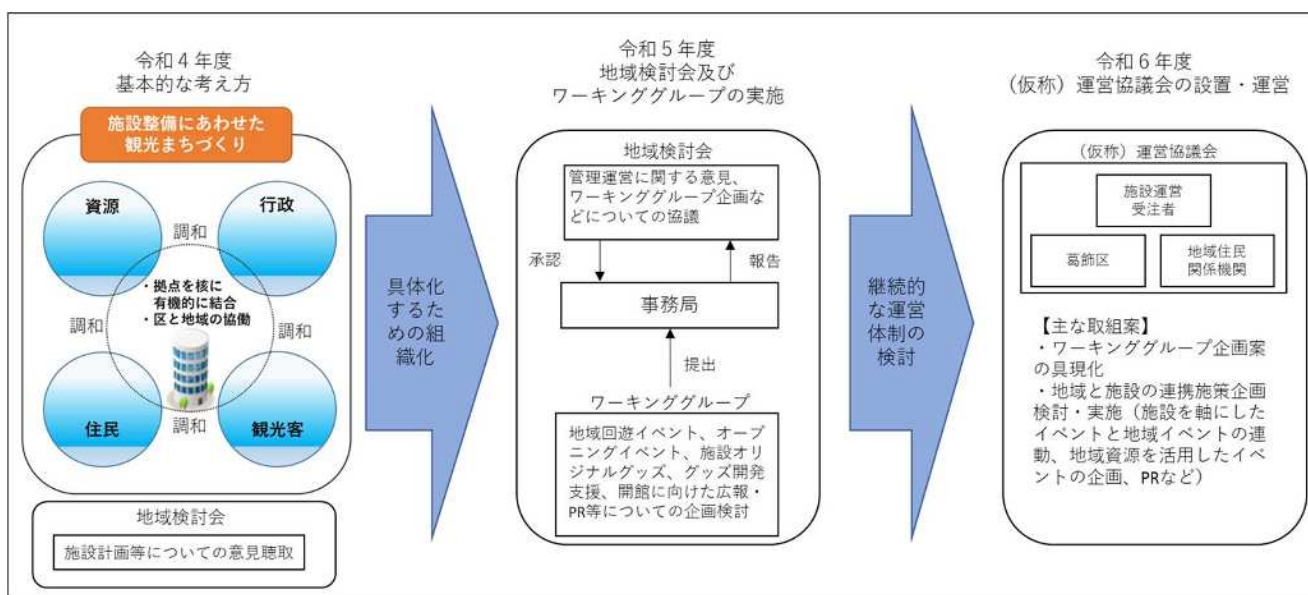
[地域を含めた運営体制の構築について]

本施設の整備については、これまで2年間にわたり、地域の方々と協働して進めてきました。令和6年度末のオープンを迎えるにあたり、引き続き地域の方々と協働し、より具体的なイベントの企画や広報・PRを推進していきます。

それらを含めた開館後の施設運営についても、地域の方々の意向を反映させるため、地域検討会やワーキンググループを土台とした（仮称）運営協議会の設置を検討します。

[施設と地域との連携・運営組織体制の構築について]

<組織機構の流れ（案）>



<組織体制（案）>

組織	担当	担当内容
本施設	館長 事業担当 受付担当 スタッフ	施設全体の管理運営責任者 地域連携事業等の企画立案・実施 来館者おもてなしサービス実施 各担当者のサポートなど
亀有地域	亀有地区町会自治会連合会 亀有地区商店街協議会 関係機関 各種団体（学校、地域団体など）	地域のステークホルダーとしての活動内容の共有、運営協議会への協議員推薦
(仮称) 運営協議会	各組織からの推薦	施設運営の方向性、具体的な施策についての協議
葛飾区	観光課 商工振興課 など	本施設の設置者、観光振興事業 商店街振興事業
維持管理	設備保守担当事業者 清掃事務担当事業者 セキュリティー担当事業者 展示保守担当事業者	定期的なメンテナンス、清掃、突発事態への対応など

[安全・危機管理体制の構築について]

来館者が安心・安全に楽しめる施設運営を行えるよう、そして、地域住民の迷惑にならないよう、日常的に安全対策を行い、事故・事件を未然に防ぐ必要があります。一方で、地震や台風等の天災や、事故・怪我人・急病人などの思わぬ事態はいつ発生するかは予測ができません。

そのため、事前にこれらの事案を想定した予防や安全対策を準備しておく必要があります。また、緊急時には冷静かつ迅速に対応をすることが大切になるため、日ごろから訓練や研修などを実施し、有事に備える教育を行っていきます。

[安全・危機管理の準備]

施設の管理者は普通救急救命及び防火・防災管理の有資格者とします。

[消防計画及び災害発生時の誘導計画について]

消防計画等は、防火対象物の位置、構造及び設備の状況や、その使用状況に応じて防火管理者が作成し、所轄の消防署長に対して届出を行います。

また、消防計画書作成とともに、有事の際に誘導計画を作成しておく必要があります。

スタッフが実際に誘導できるように各フロアごとに誘導計画を作成し、避難訓練を実施します。

[安全・危機管理の研修]

危機管理の研修は、開業前から実施していきます。特に各フロアにおける避難経路の確認と消火設備の場所やその使用方法などを中心に実施していきます。

避難訓練のうち、年1回以上を大規模訓練とし実施していきます。

- ・避難訓練（発火）
- ・地震訓練
- ・AED訓練
- ・救急救命訓練 などを計画していきます。



[事案別対応マニュアル<案>]

危機対応マニュアル(リスクマネジメント)の作成

消防計画書の作成 (所轄消防との調整)

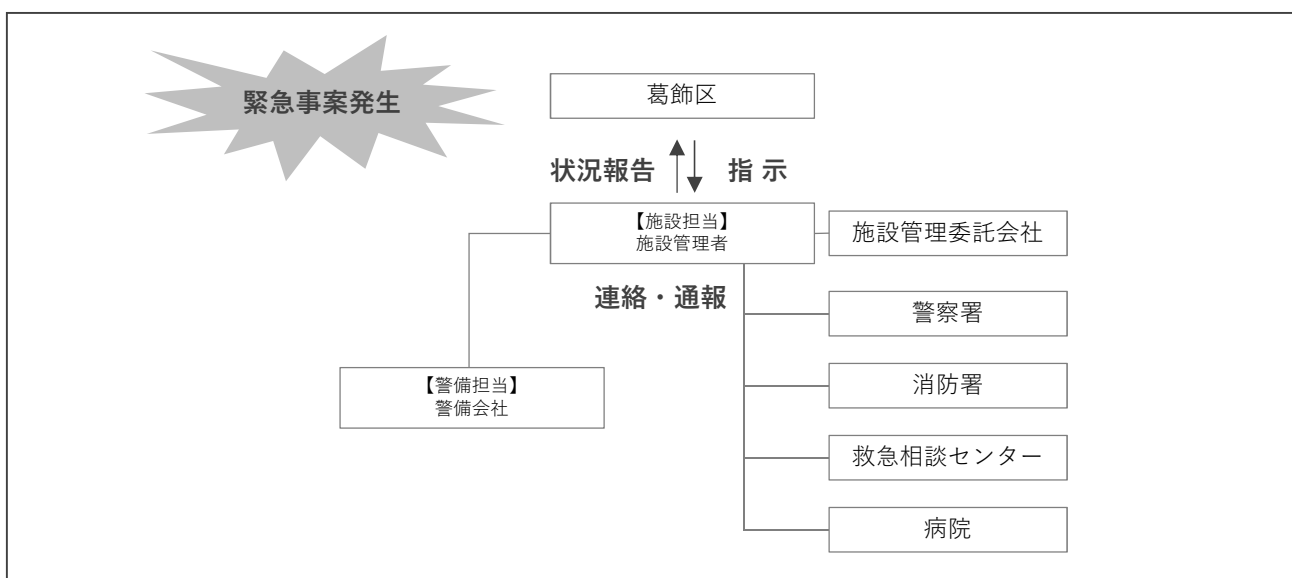
緊急連絡網の作成 (葛飾区・事業者・所轄警察・所轄消防など)

不審者、不審物対応マニュアルの作成

病院一覧の作成

救急搬送マニュアルの作成

【緊急時連絡体制】 (例)



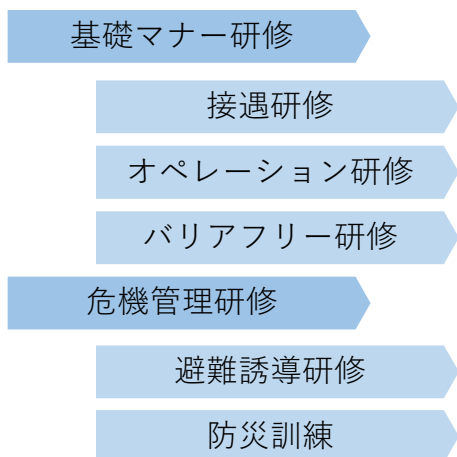
[サービス水準について]

亀有のイメージや「こち亀」のイメージ、施設特性などに合わせたサービス水準を設定することで、楽しさ・賑わいの空間づくりと来館者の思い出づくりに寄り添っていきます。

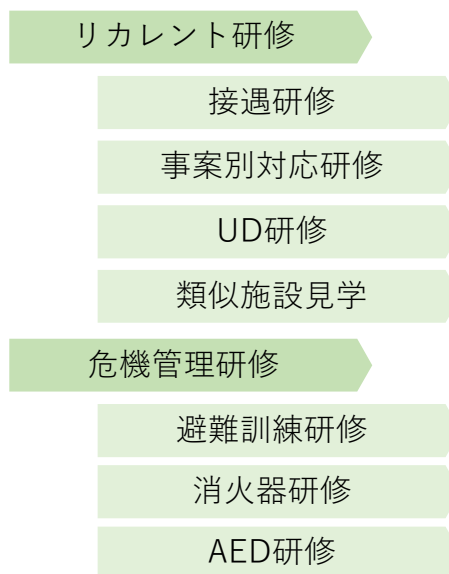
[研修について]

安定した施設運営を遂行するため、基礎研修マニュアルを基本とした教育及び研修計画を推進していきます。

<開業前（案）>



<開業後（案）>



[ユニフォーム計画]

施設運営におけるユニフォームは、スタッフの一体感を醸成し、プロフェッショナルリズムを示す重要な要素です。ユニフォームは来館者に清潔感や信頼性を伝える役割があり、施設のイメージやブランディングに反映されます。

ユニフォームについては「こち亀」らしさや亀有らしさを考慮したデザインを検討していきます。

※ブランディングとアイデンティティ：

ユニフォームは施設のイメージやブランドを代表する要素となり、色やデザインなどが統一されていることで、来館者へ明確なアイデンティティを提供できます。



[ユニバーサルデザイン計画]

施設内において、多様な来館者（高齢者、障がい者、外国人など）が快適に楽しめる空間を提供する必要があります。

ハード面では、ピクトグラムや段差のない床、だれでもトイレなどを整備します。

ソフト面では、手話ボードや翻訳アプリによる対応などを進めていきます。

また、イベントについても、企画段階から多様な来館者が参加できるよう工夫していきます。

[多言語対応計画]

インバウンド来館者に向け、多言語対応を計画していきます。新規開館時の対応言語は、日本語・英語・韓国語・中国語（繁体字）の4か国語として計画します。

来館者の動向に合わせて他の言語が必要と判断した場合は、対応言語を増やすことも検討します。

<多言語対応（例）>

- ・パンフレット
- ・施設内サイン
- ・案内板
- ・展示説明
- ・商品案内
- ・ホームページ
- ・SNS
- ・ポスターやチラシ
- など

[誘導サイン計画]

誘導サインは、施設へのアクセスをより分かりやすくするために設置するものです。

本施設の整備にあわせ、施設への誘導に加え、「こち亀のまち 亀有」として、地域全体で作品の世界観を作り出すことができるよう、「こち亀」キャラクターなどを活用した誘導サインの設置を検討します。

また、既存のキャラクター銅像やデザインマンホールなどと組み合わせた回遊イベントを実施することで、地域回遊を一層促進していきます。



キャラクター銅像



デザインマンホール



公共サイン

第3章 維持管理計画



1.建物の維持管理の考え方

[維持管理計画概要]

施設維持管理計画では、「施設そのもの（建築物）」および「施設に設置されている設備（造作物）」や「展示物」などを中長期的な計画のもと、修繕やリニューアルなど多角的に予測し計画していきます。

[維持管理の考え方]

施設及び保有財産の状態を良好に保ち、安心・安全に施設を利用できるよう、以下の内容を実施していきます。

- ・施設（建築物）、設備などの保守管理
- ・施設（建築物）、設備などの定期点検、法定点検
- ・展示物、装置、備品などの保守管理 など

また、法定点検及び任意の自主点検を実施していきます。

[施設（建築物・設備）]

修繕計画は、建物の機能を維持していくために必要な修繕・更新工事の時期とそれらの費用を予測する計画です。

中長期修繕計画の対象とする期間は幅があり、作成する目的や作成する時点の築年数によって計画していきます。

[施設に設置されている造作物]

○予防保全

設備が問題なく稼働している状況において、トラブルが発生する前に予測し、事前に対策を講じることです。事前に決められた点検項目をチェックし、保全にあたっていきます。これらは定期メンテナンスのことを指します。

○事後保全

設備停止や不良品などが発生した際、その部品の交換や修理を行っていきます。また、その原因を追究し、定期メンテナンスの点検項目に反映させていきます。



第4章 事業計画



1. イベントの考え方

[事業の考え方]

本施設を拠点とし、亀有地域全体を楽しむことができるよう、亀有地域及び本施設に相応しい事業を構築していきます。

事業計画は、大きく「施設内でのイベント」と「地域全体を活用したイベント」に分けられます。

その中で、特に「地域全体を活用したイベント」について、ワーキンググループにおいて地域の方々と検討を行いました。

[施設内でのイベント]

施設内でのイベントとして、周年イベントやキャラクターに焦点を当てたイベント（主要キャラクターの誕生日記念など）、原画などを活用した企画展などについて検討をしていきます。

なお、施設内のイベントであっても、地域と協働することで、回遊に繋がるよう取り組んでいきます。



1. イベントの考え方

[地域全体を活用したイベント]

地域全体を活用したイベントについては、「施設を拠点とし、亀有地域全体を楽しんでいただく」ことを目的とします。

そのため、施設のストーリー（部長から逃げる両津）にあった常設の回遊プラン及び地域イベントとの連携について検討を行いました。

また、開館と同時に地域の賑わいを創出するための開館記念イベントについても検討を行いました。こちらについては「8 開館準備計画」で触れることとします。

[イベントの方向性]

前述の目的を前提とし、ワーキンググループにおいて、常設の回遊プラン及び地域イベントとの連携について、以下のとおり整理しました。

常設の回遊施策

亀有地域には、キャラクター銅像やデザインマンホールといった回遊スポットが存在しています。これまで亀有地域では、一般的によく見られるスタンプラリーや謎解きイベントなどの回遊施策を、回遊スポットを絡め期間限定で実施してきました。

本施設は観光拠点施設として常設されることから、本施設の特徴を生かした、いつ来ても参加できる回遊施策を実施していきます。

例1) スタンプラリー

概要	スマートフォンを活用し、様々なコンテンツを集めることができ、本施設を中心に亀有地区を訪問者が回遊できる施策を展開する施設発信の事業として、開業から展開させていく
展開	既存の銅像やマンホール、商店街などを回遊し、デジタルスタンプを集める集めたスタンプの数によって特典やサービスを付加するスタンプの内容や特典やサービスは定期的に追加変更などを視野に入れ、リピートしてもらえらる展開を検討していく また、商店街店舗での買い物や飲食につながる仕組みとする。
コンテンツ	コミック表紙（扉絵） キャラクター 秋本先生の書きおろし など
ターゲット	来館者・来街者



例2) 「こち亀」まちなか装飾

概要	公共サインの修正にあわせ、キャラクターパネルの設置や地上設備へのこち亀装飾を行うことで、施設への誘導を図るとともに、「こち亀のまち」として亀有全体を盛り上げる。
展開	ただ設置するだけでなく、デジタルスタンプラリーなどの常設回遊施策や撮影スポットとして設定することで、観光客の広域での回遊を促す。
設置場所	亀有地域の商店街の入口など、これまで銅像などが設置されていなかった場所 施設前面道路 など
ターゲット	来街者

地域イベントとの連携

亀有地域では、自治町会・商店街のお祭りやイベントなどが数多く開催されています。本施設においても、亀有地域全体を盛り上げるため、既存の地域イベントなどと積極的に連携していきます。

例) クイズラリー

概要	亀有地区および葛飾区を中心にしたクイズラリーを展開する 本施設はそのひとつに位置し、地域の魅力や歴史などに触れることのできる内容とする
展開	亀有地区の各所にクイズラリーの台紙を配置させ訪問者が参加できるようにする デジタルスタンプラリーと重ならないこととし、亀有地区および葛飾区に特化した内容 正解者（参加者）には正解数に応じて特典やサービスを付与する 開催時期は、亀有地域の既存行催事に合わせて期間限定で検討する また、商店街店舗での買い物や飲食につながる仕組とする。
コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> ・亀有に特化したクイズ ・葛飾区の観光地のクイズ ・亀有の歴史クイズ ・葛飾区の歴史クイズ など
ターゲット	来館者・来街者



1. イベントの考え方

地域性を活かしたイベント

開館後についても、以下のような亀有ならではのイベント・取組を企画・運営することで、地域全体を盛り上げます。

例1) イラストコンテスト

「こち亀」と亀有をテーマにしたイラストコンテスト。入賞者にはオリジナルグッズをプレゼントするほか、施設内や商店街などのまちなかに作品を展示する。

※区分例：一般の部／中学生の部／小学生の部



例2) 亀有かるた（グッズとの連携）

「こち亀」にゆかりのある風景や亀有の歴史など、地域にまつわるかるたを作成する。イラストコンテストと連動し、入賞者の絵を採用するなどの展開も考えられる。

例3) 子ども神輿

地域のイベントなどと連携し、施設前の道路などで子ども神輿を担いでもらう。



商店会との連携

商店会と連携し、入館者が店舗で様々なサービスを受けられるチケット特典サービスの導入についても検討します。

学校との連携

児童・生徒が描いた絵の掲出やオープニング式典での楽器演奏など、亀有地域の学校との様々な連携方法を検討します。



第5章 物販計画



1.グッズの考え方

[グッズの考え方]

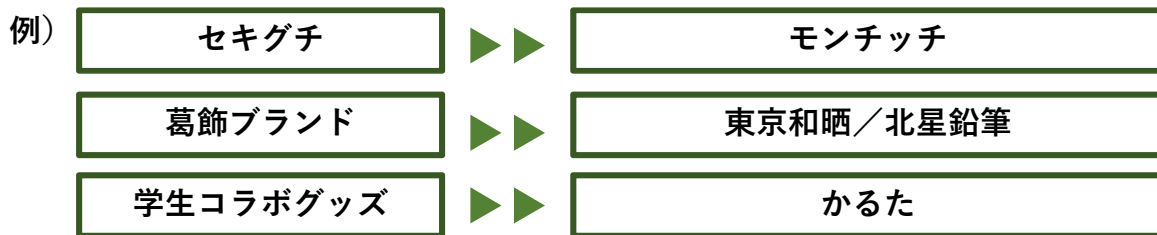
観光地におけるグッズについては、一般的に「施設で販売するグッズ」と「地域で販売するグッズ」に分けられます。中でも施設で販売するグッズは、施設に来館した思い出を持ち帰っていただくことができる非常に重要なもので、リピーターの獲得にも繋がります。

ワーキンググループでは、施設オリジナルグッズをどのようなものにするかについて検討を行いました。

[施設で販売するグッズ]

施設で販売するグッズについては、来館・再来館の促進を目的とし、本施設でしか購入できない、葛飾区ならではのオリジナルグッズに焦点をあてました。

その上で、オリジナルグッズの考え方として、地域産業とのコラボ商品を検討しました。



このほかにも、「こち亀」と親和性の高い「こち亀」ならではのグッズや、来館者が手に取りやすいグッズについても検討しました。

例) 「こち亀」ならではの：作品と親和性の高いグッズ（祭・昔遊び・既存観光資源など）

縁日グッズ・花札・ベーゴマ・かるた・トランプ
カプセルトイ・銅像消しゴム・マンホールメモ帳 など

手に取りやすいもの

アクリルスタンド・カレンダー（日めくり、卓上）・文具 など

また、開館後についても売上の動向や最新のトレンドを分析しながら、継続してグッズ開発に取り組みます。



[地域で開発・販売するグッズ]

現在、亀有地域では、亀有地区商店街協議会が企画・制作したグッズが地域の各店舗で販売されています。これ以外にも、様々な商店街や店舗などが「こち亀」に関するグッズを開発・販売することで、「こち亀のまち 亀有」として、より一層の盛り上がり期待できます。

また、亀有地域は飲食店が数多くあることもあり、開発・販売するグッズについては、モノだけでなく、ランチメニューなどのグルメ関係も考えられます。

例) 「こち亀」ランチ

両さんソーダ

中川財閥御用達スーツ

麗子特製ショートケーキ など



ただし、店舗が単独でグッズを開発・販売するには、著作権利用などについてハードルがあります。

そのため、「こち亀のまち 亀有」として、地域全体で盛り上がるためのグッズ開発に対し、企画や著作権元との交渉など、様々な支援を検討していきます。



第6章 広報・PR計画



[広報・PRの考え方]

広報・PRは、各種メディアを活用し、区民にとどまらず区外やインバウンドに向けた発信を行い、亀有地域への来街促進を目的として実施するものです。

このため、広報・PRにあたっては、施設情報はもちろん、地域情報についても発信していくことで、亀有地域への誘客を促進します。

例) ・地域イベント情報

盆踊り大会、亀有香取神社例大祭、亀有まつり、
おいでよ亀有WinterFestival、両さんまつり
亀有西三自治会SummerFes など

・グルメ情報

また、時期についても、開館前から戦略的に取り組むことで、施設開館の認知度向上及び機運醸成を図っていきます。

これらを踏まえ、広報・PRについては、「施設と亀有地域全体を効果的にPRすること」を目的とし、施設情報の発信方法及び地域情報の発信方法について、ワーキンググループにおいて検討を行いました。

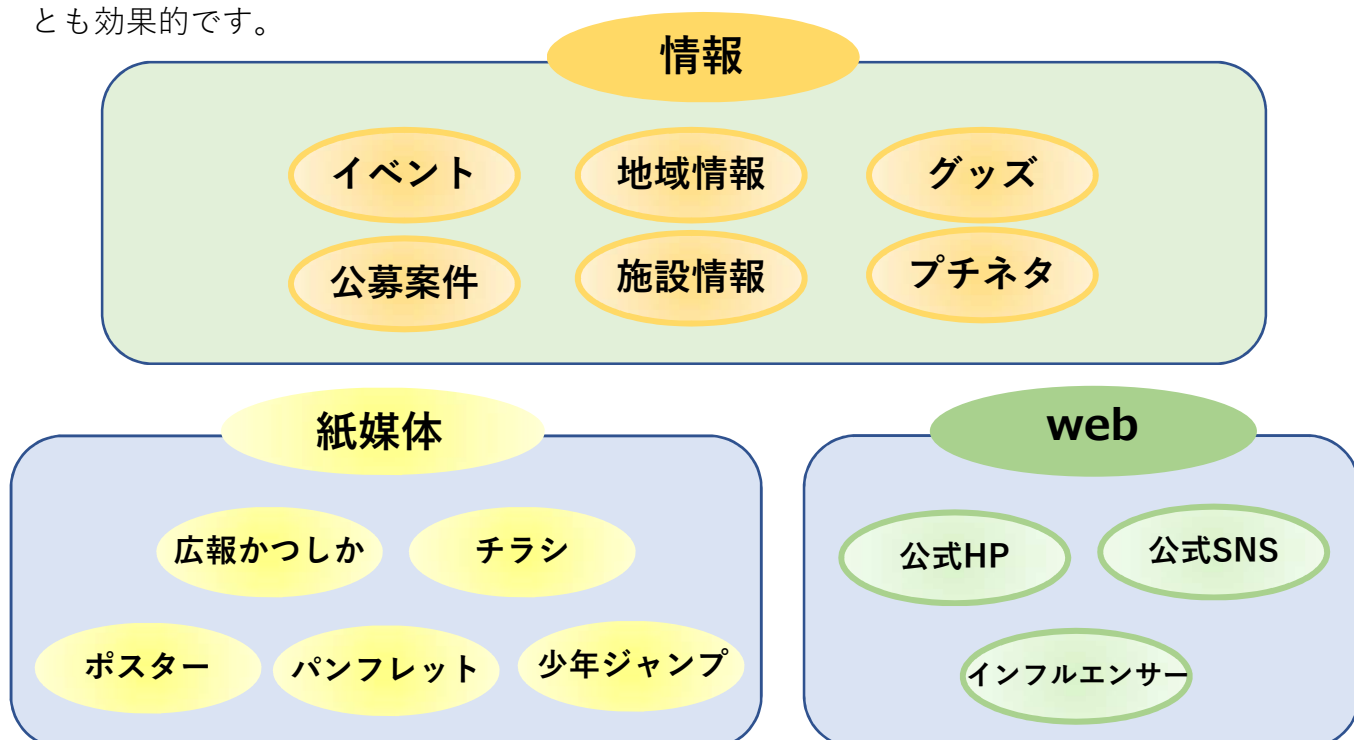


[広報媒体の種類と情報]

広報媒体の種類は大きく分けて“紙媒体”と“web系”に区分することができます。

発信する情報にあった媒体を有効に活用し、PRしていくことが重要です。

また、特に地域情報に関しては、実際に活動している地域住民に自ら発信していただくことも効果的です。



[広報・PRの方向性]

発信する媒体を明確にしたうえで、ターゲット（国内・国外、年齢層など）ごとに効果的な告知方法をとることとします。

例1) YouTuberやインフルエンサーなどによるPR

概要	亀有ゆかりの著名人に、それぞれの視点で施設・地域を取り上げてもらい、動画などで魅力を発信する。
ターゲット	各著名人のファン、こち亀ファン
頻度	開館前に3～4回程度 ※開館後の定期的な制作も検討
配信場所	各著名人のYouTubeチャンネル、施設公式SNS など

例2) 公共交通機関を活用したPR

概要	ラッピングバスの復活や空港広告でのPR、亀有駅ジャックなど、人目に付きやすい公共交通機関において大々的にPRする。
ターゲット	他地域含めた公共交通機関利用者、インバウンド
実施期間	施設開館月を含めた前後3か月程度



※平成20年度～令和3年度運行
現在は運行していません。



※平成22年度～平成25年度運行。現在は走行していません。

例3) 台湾旅行博への出展

概要	烏龍派出所として知られている台湾向けのPRとして「台湾旅行博」にブース出展してPRするとともに、繁体字SNSをフォローすることによる特別ノベルティ配布などとセットにすることで、現地での盛り上げを図る。
ターゲット	インバウンド（台湾）
必要事項	繁体字版チラシ 繁体字版SNS 特別ノベルティ



例4) 「こち亀」まちなか装飾

概要	公共サインの修正にあわせ、キャラクターパネルの設置や地上設備へのこち亀装飾を行うことで、施設への誘導を図るとともに、「こち亀のまち」として亀有全体を盛り上げる。
展開	ただ設置するだけでなく、デジタルスタンプラリーなどの常設回遊施策や撮影スポットとして設定することで、観光客の広域での回遊を促す。
設置場所	亀有地域の商店街の入口など、これまで銅像などが設置されていなかった場所 施設前面道路 など
ターゲット	亀有地域への来街者

例5) 地域人材の活用

概要	おまつりなどの地域ネタ等の発信について、地域の方々に、施設公式SNSなどで直接紹介していただく。
展開	地域検討会やワーキンググループといった組織を引き続き設置し、その中で実施していくなども考えられる。
ターゲット	誰でも



第7章 BI計画



[BI（ブランド・アイデンティティ）の考え方]

BI（ブランド・アイデンティティ）とは、顧客に持ってもらいたいイメージのことです。本施設における顧客は、区民はもとより、「観光客」、「こち亀ファン」、「週刊少年ジャンプ読者層」などがあたります。

BI計画においては、これらの層に本施設の印象を強く植え付けることのできる、名称とロゴについて検討します。

施設名称と施設ロゴは、一般的に印象的であることや親しみやすいことを念頭におきつつ、亀有地域と「こち亀」に相応しいものを検討していきます。

[施設名称]

施設名称の決定方法については、地域住民や全国の「こち亀」ファンの期待感を高めるため、投票形式を採用します。

地域検討会及びワーキンググループでの意見聴取後、著作権元と協議を行い候補を決定し、広報かつしかや『週刊少年ジャンプ』誌上で投票を呼び掛けることで、施設の開館に向けたPRにも繋げていきます。

[施設ロゴ]

施設ロゴについては、広報PRやグッズ開発での活用も考慮し、親しみやすく、かつインパクトのあるものとします。

ロゴの方向性としては、以下の4つが考えられます。この方向性をもとに、より亀有地域や「こち亀」に相応しいロゴを検討します。

両さんのイメージ



コミックのタイトルのイメージ



週刊少年ジャンプのイメージ



施設フォルムのイメージ



※名称はロゴイメージを示すためのもので、今後決定していきます。

第8章 開館準備計画



[想定される開館準備業務]

施設の開館準備は、大きく分けて収支計画、運営計画、要員計画となります。
特にサービスの根幹である運営計画と要員計画に関して準備する必要があります。

収支計画

収支計画／事業基盤（入館料／グッズ販売） など

入館券販売計画／販売プラットフォーム など

商品計画／開発・価格・販路 など

事業計画／企画立案・調達調整・実施 など

広報計画／媒体選定・取材・原稿作成・撮影 デザイン制作 など

運営計画

運営計画／館のルール・来館者対応 など

配置計画／安全・サービス面など機能面

動線計画／入退館動線・HC動線 搬入出動線 緊急時 など

ユニフォーム計画／コンセプトにあったデザイン、パーツ検討 など

緊急時対応計画／有事別対応のルール作成・地域との連携 など

消防防災計画／設備・公的機関への申請 など

要員計画

採用計画／掲出時期・媒体選定・原稿作成 など

研修計画／コンセプトから研修カリキュラム作成・期間時期設定 など

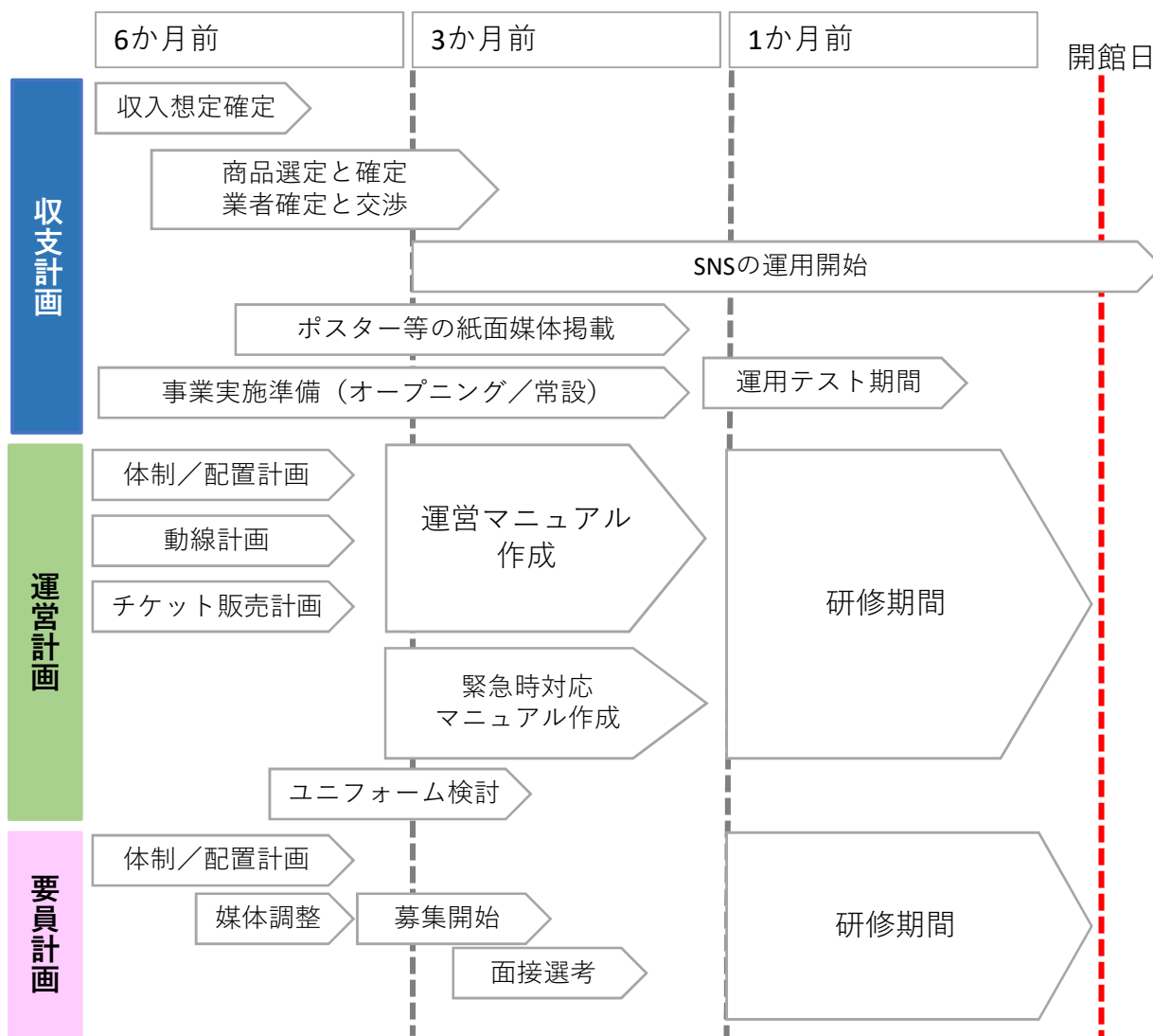
労務管理計画／雇用契約・社会保険・福利厚生・労働時間管理方法 など

2.開館準備スケジュール

[開館準備スケジュール<案>]

施設を運営していくためには、少なくとも約半年前から、開館に向けた準備を本格的に実施していく必要があります。

このスケジュールは、発注・契約締結の時期により前後する場合があります。



[開館に向けた課題]

新型コロナウイルスの感染が落ち着き、控えられていた団体旅行への需要が高まっています。こうした状況から、観光バスの受入体制を整える必要があります。

現在は大型バスの受入実績を持つ公共施設や民間の観光バス駐車場を案内する想定ですが、いずれも亀有地域外となるため、引き続き亀有地域内での受入れを検討します。

一般旅行者には公共交通機関での来館を周知していきますが、自転車・自動車で来館された場合には、施設近隣の駐輪場・駐車場を案内することとします。

[オープニング記念式典]

施設開館にあたり、開館前の内覧会及び開館当日の記念式典を開催することが考えられます。原作者である秋本治先生のほか、関係者や地域代表などによるセレモニーを検討します（テープカット、除幕式など）。なお、セレモニー会場については、施設前面道路や亀有リリオパーク、亀有公園などの活用を想定しています。

また、亀有地域の小中学校との連携についても検討します。

例1) 小中学校との連携

概要	オープニング記念式典に小中学生の吹奏楽部や軽音楽部などをお呼びし、こち亀に関する曲を演奏してもらう。
会場	施設前面道路、リリオパーク、亀有公園 など
実施期間	オープニング記念式典にあわせて



3.オープニングイベントの考え方

[オープニングイベント]

施設開館をより一層盛り上げるため、オープニング記念式典にあわせたオープニングイベントを実施します。

地域回遊につながるイベントや集客イベントのほか、若年層へアプローチできる方法についても検討し、地域全体がお祭り気分で盛り上がり、「こち亀」の雰囲気を出せるよう取り組んでいきます。

例1) 子ども神輿の活用

概要	オープニング記念式典にあわせて子ども神輿を出す。参加者にはこち亀半纏をプレゼントする。
会場	施設前面道路、リリオパーク、亀有公園 など
実施期間	オープニング記念式典にあわせて



例2) 限定ノベルティの配布

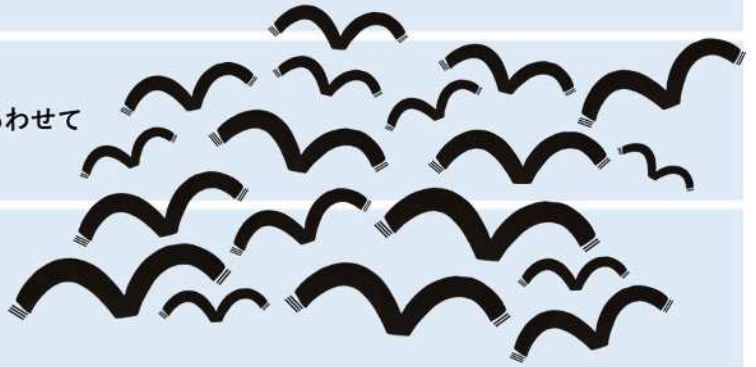
概要	通常は来館者のみ参加できるスタンプラリーについて、オープンから1か月はだれでも参加できるものとし、完走者には、通常よりもグレードアップしたオープン限定ノベルティを配布する。
会場	亀有地域全域 ※ノベルティ配布場所は施設や商店街
実施期間	施設オープン日から1か月程度
対象	来街者



3.オープニングイベントの考え方

例3) 両津大発生中！

概要	オープニング記念式典の参加者や施設来館者に両さんの特徴の一つである眉毛などを配り、身に着けて街を回遊してもらう。 あわせて、商店街側に身に着けている方への特典を用意していただき、個店への来店を促すことも考えられる。
会場	亀有地域全域 ※配布場所は施設や商店
実施期間	オープニング記念式典にあわせて
対象	式典参加者や来街者



例4) オープン記念トークショー

概要	こち亀芸人などの著名人を呼び、トークショーを実施する。 また、来街者参加型のクイズ大会なども検討する。
会場	施設前面道路、リリオパーク、亀有公園 など
実施期間	オープニング記念式典にあわせて
対象	来街者



第9章 収支計画



1.年間収支の考え方

[年間収支の考え方]

本施設の年間収支は、収入項目として事業収入（入館料、グッズ販売収入及び有料コンテンツ収入）、支出項目として管理運営経費、集客事業関連経費及び保守管理関連経費で構成する想定です。

<収支の構成（ランニングコスト）>

支出	収入
管理運営経費 (人件費、光熱水費、著作権使用料等)	事業収入 (入館料、グッズ、有料コンテンツ)
集客事業関連経費 (イベント、広報・PR、グッズ等)	※葛飾区の実質的な負担
保守管理関連経費 (設備保守点検、清掃等)	

このほか、開館年度にはイニシャルコストが発生します。イニシャルコストには、開館準備にかかる管理運営経費のほか、開館記念イベントにかかる経費や事前の広報・PRにかかる経費、備品関係の経費などが含まれます。

[年間支出の想定]

<管理運営経費>

交通費や社会保障費を含めた人件費や研修費、光熱水費などを試算し、約1億1,000万円と想定しています。

<集客事業関連経費>

第4章～第6章において整理した事業として、約2,000万円と想定しています。

<保守管理関連経費>

類似施設の実績などから、約2,000万円と想定しています。

以上より、本施設にかかる年間支出は1億5,000万円を想定しています。

なお、このほかにも中長期的に修繕費及び改修費が発生することが想定されます。

1.年間収支の考え方

[年間収入の想定]

<入館料>

入館料については、第2章に記載の料金体系及び想定来館者数をもとに試算します。

類似施設や区内イベントの実績を参考に、居住地と年齢層の割合を次のとおりと想定します。

○居住地 区内：区外=4：6

○年齢層 大人：子ども：未就学児=7：2：1

これらを踏まえ、想定来館者数を約15万人～17万人として入館料を試算し、約7,000万円～8,000万円の収入を想定しています。

<グッズ>

グッズ販売については、区内類似施設である「葛飾柴又寅さん記念館」の売上実績など（※）を参考に試算し、約1,500万円～1,800万円の収入を想定しています。

<有料コンテンツ>

有料コンテンツについては、現在1コンテンツ（おみくじ・1回100円）を想定しています。利用者割合を想定来館者数の2～3割として試算し、約200万円～350万円の収入を想定しています。

以上より、本施設の年間収入は約8,700万円～1億円を想定しています。

※葛飾柴又寅さん記念館実績：来館者1人あたり約100円

「科学博物館におけるミュージアムショップの在り方調査検討委員会」報告書より

購入者数：来館者（大人のみ）の20%、購入額：平均約800円

[年間収支の想定]

以上より、区の負担は年間約5,000万円～6,300万円を想定しています。この負担を軽減するため、支出経費の定期的な見直しを図る一方、魅力ある展示やグッズなどにより、収入を増やす取組が必要です。



卷末資料



1.検討の経過

～令和4年度～

令和4年4月11日 「亀有地域観光拠点施設整備の基本的な考え方」の策定

4月28日 住民説明会

- 1 事業概要について
- 2 基本的な考え方について

5月10日 住民説明会

※4月28日と同内容

8月29日 第1回地域検討会

- 1 会長・副会長の選出について
- 2 地域検討会の進め方について
- 3 事業概要について
- 4 施設計画等について

10月27日 第2回地域検討会

- 1 前回の振り返り
- 2 設計の進捗について
- 3 地域連携・地域回遊について

令和5年1月30日 住民説明会

・基本設計概要について

3月22日 第3回地域検討会

- 1 これまでの振り返りについて
- 2 令和5年度の検討体制について

～令和5年度～

令和5年7月31日 第1回地域検討会

- 1 亀有地域観光拠点施設地域検討会運営要領の改正について
- 2 ワーキンググループメンバーについて
- 3 令和4年度のおさらい及び令和5年度の進め方について
- 4 管理運営計画について

8月17日

9月19日

10月5日

ワーキンググループ（地域回遊・連携、広報PR、グッズ開発）

10月23日 第2回地域検討会

- 1 管理運営計画の策定状況について
- 2 ワーキンググループ企画書について

令和6年3月13日 第3回地域検討会

2.参考資料

～令和4年度～

亀有地域観光拠点施設整備の基本的な考え方

<https://www.city.katsushika.lg.jp/tourism/1000064/1030204/1028437.html>

亀有地域観光拠点施設地域検討会

第一回 <https://www.city.katsushika.lg.jp/tourism/1000064/1030204/1029882.html>

第二回 <https://www.city.katsushika.lg.jp/tourism/1000064/1030204/1030664.html>

第三回 <https://www.city.katsushika.lg.jp/tourism/1000064/1030204/1032139.html>

亀有地域観光拠点施設基本設計概要（住民説明会資料として配布）

<https://www.city.katsushika.lg.jp/tourism/1000064/1030204/1031247.html>

～令和5年度～

亀有地域観光拠点施設地域検討会

第一回 <https://www.city.katsushika.lg.jp/tourism/1000064/1030204/1033257.html>

第二回 <https://www.city.katsushika.lg.jp/tourism/1000064/1030204/1033607/1033754.html>

第三回 令和6年4月頃に葛飾区公式ホームページに掲載予定。



©秋本治・アトリエビーだま／集英社

亀有地域観光拠点施設管理運営計画

令和6年3月

<<編集・発行>>

葛飾区産業観光部観光課観光担当係

〒125-0062 葛飾区青戸7-2-1 テクノプラザかつしか2階

03(3838)5558