

地域の底力——境港市

# 「妖怪の町」として 全国からリピーターが集まる 境港市を訪ねて

鳥取県境港市



取材・文 千葉 望 写真 栗原克己  
協力／© 水木プロ





境港は山陰一の水揚げ量を誇る境港町。繁華街から少し車を走らせると、港町らしい光景が広がる。だが海産物などだけでは観光地としては力不足。

## 漁港だった境港が「妖怪の町」に変身

山陰一の水揚げ量を誇る漁港・境港。境港はかつて、豊富な海産物の魅力で観光客を呼び込もうとする典型的な地方都市だった。

日本で「妖怪」といえばまず思い浮かぶのが水木しげる氏描くところの妖怪キャラクターたち。彼ら（？）を活かして町に活気を取り戻したのが鳥取県境港市である。町を歩けば出会える魅力的な妖怪ブロンズ像、数々のオリジナル商品。老いも若きも引き付けてやまない「目玉おやじ」や「ねずみ男」人々の力を集めて海産物や温泉も楽しめる総合観光地に脱皮していた。

だが四方を海に囲まれている日本では、海産物だけを地域経済の起爆剤にすることは難しい。どこへ行ってもその土地ならではの美味があるからである。そのため境港市も他の地方都市と同じく市の中心部にある商店街が活気を失い、シャッターを下ろす店が増えた。若者は仕事を求めて故郷を出ていく。目立つのは高齢者ばかりという事態に陥っていた。

ところが今ではどうだろう。シャッター街だったはずの商店街には次々に新しい店がオープンし、平日でも観光客で賑わっている。五月の大型連休には「まるで東京の原宿・竹下通り」と関係者が口をそろえるほどの混雑ぶりだという。その秘密は、メインストリートに並ぶ、「妖怪」のブロンズ像にあった。

境港入りに便利な空港は「米子空港」であるが、四月七日、「米子鬼太郎空港」の愛称化が決まった。この名を聞けば、「ははん」と思い当たる方も多いことだろう。「ゲゲゲの鬼太郎」は老若男女に親しまれてきたコミックである。作者の水木しげる氏は境港で育った。幼いころ面倒を見てくれた「のんのんばあ」からさまざまな妖怪の話を聞かされ、しげる少年の想像力は大きく羽ばたいていく。その後水木氏は兵士として戦争を経験し、片腕を失いながらも奇跡的に生還。紙芝居からスタートして、やがて「ゲゲゲの鬼太郎」で大ブレイク。妖怪への興味から民俗学的研究にも分け入り、奥深い作品を描き続けている。境港で育った縁で、現在では市のさまざまな活動に全面的に協力しているという。

なるほど、空港から境港に向かって車を走らせていると、鮮やかな色のディーゼル列車が並走し、追い抜いて行つた。よく見れば車体にはおなじみのキャラクターが描かれている。「目玉おやじ」に「鬼太郎」である。数両ある通

称「鬼太郎列車」は通勤通学に使われる地域の足だが、観光客や鉄道ファンにも大人気だという。

境港駅に降り立てば、駅のロータリーも「妖怪」一色。仕事中的水木氏を模したブロンズ像がまぶ目に入る。幼い「鬼太郎」が「目玉おやじ」と共に水木氏の仕事ぶりを見守っているのが楽しい。ロータリーだけで「ぬらりひょん」など何体ものブロンズ像がお出迎え。三月には水木氏夫妻のプロ



これが「鬼太郎列車」のうちの1台。全国の「鬼太郎」ファンのほか鉄道ファンも引き付ける。





境港市観光協会会長・榊田知身氏は民間出身。全国からスポンサーを公募して、「水木しげるロード」のブロンズ像を少しずつ増やしていった。



念館」があり、ここもたくさんさんの観光客を集める人気のスポット。この「妖怪」たちが今の境港を支える存在である。

## アイデアマンの観光協会会長腕を振るう

ンズ像もお目見えした。紋付き袴姿の夫の、失われた腕の袂に自分の腕を回している夫人との仲むつまじい姿が、なんともほほえましい。一つ一つのブロンズ像はどれもつつましい。聞けば台座のデザインまで水木氏が監修しているという。完成度の高さに納得がいった。

そこから始まるおよそ八〇〇

メートルの「水木しげるロード」には現在のところ一三九体の「妖怪」ブロンズ像が並んでいる。突き当たり近くには「水木しげる記

水木しげるロードのオープニングセレモニーが行われたのは平成五年のこと。スタート時にあったブロンズ像は二三体だった。経緯について、境港市観光協会会長の榊田知身氏が語る。

「JR境港駅と商店街を結ぶ道をコミュニティロードとして整備し、妖怪のブロンズ像を設置しようという構想ができたの

は平成元年のころでした。なんとなくでも境港は水木しげる先生ゆかりの町。それを活かさない手はないと思ったんでしようが、実は簡単には実現しなかったんです」

寂れていく地元商店街がもう手を挙げて賛成したかといえ、決まらずにはない。人通りが少なくなった町にお化けのブロンズ像など置かれては、もつと不気味な印象を与えて人が来なくなるのではないか。家の扉を開けた途端に目の前に妖怪があるので自分たちも気持ちが悪いく……ロード沿いのほとんどの人が反対した。

「しかし当時の市長が『妖怪と言っても怖いとかおどろおどろしいものばかりじゃない。妖怪にはさまざまなキャラクターがあるし、ユーモアもあるのだ』と説得し、実現にこぎ着けたそうです」（榊田氏）

オープン時にはマスコミにも話題を呼んで、予想を上回る反響があった。それを見て以前は反対していた人々も、「これなら地域が生まれ変わるかもしれない」と



右／駅前ロータリーに新たにお目見えした水木しげる夫妻のブロンズ像。その小ささがかえって水木氏の人柄を物語る。左／「存じ」ねずみ男」は大人気。

協力／© 水木プロ





前向きな気持ちに変わってきたという。

だが問題は持続力である。一度話題を呼んだとしても、その後の工夫がなければすぐに飽きられてしまふのが常。息の長い活動にする努力が求められていた。その一つがブロンズ像の増設である。観光客は境港を訪れるたびに新しいブロンズ像に出会えるわけで、妖怪ファンならずとも楽しみが増える。平成十五年には「水木しげる記念館」がオープンし、観

光客の数が一気に年間六〇万人台から八五万人台へ上昇。梶田氏が境港市の観光協会会長と「水木しげる記念館」の館長を兼務して就任したのは平成十六年春のことだった。ところが、この年には早くもオープン効果が薄れ、一割ほど観光客が減ってしまったのだという。このままでは観光客が減る一方だと梶田氏は考えた。「そこで、スポンサーを全国に公募してブロンズ像を設置しました。それまで記念館に五億円、

左／観光施設の一つ「夢みなと公園」内にそびえる「夢みなとタワー」からは境港の三六〇度の景色が眺められる。下／「境港さかなセンター」ではやはり松葉ガニが一番人気。平日でも賑わっていた。



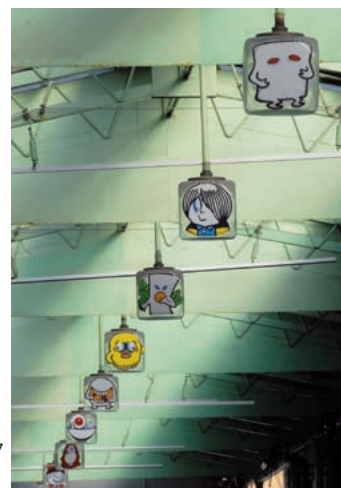
ロード整備に五億円かけていましたが、それに対する反対意見ももちろんあったんです。漁獲量が多かったから、『お化け屋敷に五億円もかけるなら漁業をもっと助けてほしい』というわけですね。それで市としても、記念館の後にはそれほど施設整備に対して予算を割けなくなりました。でもまだまだブロンズ像は足りません。そこで、ブロンズ像一体につき一〇〇万円でスポンサーを募集したんです。結局二九ものスポンサーが集まりました」

スポンサーのうち地域外から応募してくれたのは六割、個人が同じく六割。妖怪の威力、水木しげる氏の影響力は地元予想をも超えていたのである。現在では一三九体の妖怪たちがそれぞれ個性を競うまでになった。観光客数もそれにつれて伸びていき、「竹下通り並み」の混雑さえ出現するに至ったのだ。周辺にある施設に訪れる観光客も増え、港近くの市場は買い物や食事をする客で大賑わい。皆生温泉など伝統ある観光地にも新たな客

が訪れ始めている。

## 「鬼太郎第一世代」が振興の中心にいた

「水木しげるロード」はまさに妖怪たちの道である。「ゲゲゲの鬼太郎」でおなじみの「一反木綿」や「ぬりかべ」「子泣き爺」もあれば、日本古来の「一寸法師」「小僧」などもあるのが楽しい。妖怪「サラリーマン山田」の前には地ビール「鬼太郎ビール」がお供えされている。商店街もほとんどが妖怪一色。それぞれ商品を工夫して観光客を引き付けようと知恵を絞る。古い料亭を改築したという「水木しげる記念館」前の広場には、「鬼太郎」と「目玉おやじ」が向かい合うブロンズ像があり、人気を集めていた。



アーケード内街灯。水木プロダクション監修なので統一感がある。





「水木しげるロード」では電話ボックスもちゃんと「妖怪」仕様。あちこちにいろいろな仕掛けが隠れているのが楽しい。

記念館の現館長・庄司行男氏と「水木しげるロード振興会」会長の権田淳一氏は共に妖怪漫画にリアルタイムで親しんだ世代である。とはいえ、当時の「鬼太郎」は「ゲゲゲの鬼太郎」より前の「墓場の鬼太郎」時代で悪いこともするダーティーヒーロー。今浸透している正義の味方・鬼太郎とは違う魅力があったらしい。

「水木しげるロード」の話が持

ち上がったのは権田氏の父が商店経営の当主だった時代。古い商店街がまとまるまでの紆余曲折は父親から聞かされていたという。現在は妖怪のキャラクターを活かした町づくりを振興していくことで会の意思が一致。毎月一度役員会を開催して情報交換を行い、イベントの実施や協力体制づくりなどの打ち合わせもする。

「三月には『妖怪ひなまつり』がありますが、これは周辺のいくつかの幼稚園から園児が作った妖怪のおひなさまを集めて、地元の酒造会社の中に展示しています。準備や飾り付け、撤収も私たちの役目。『カニ感謝祭』や夏の『みなと祭』などのイベント、また、観光協会さんが行うイベントにも、私たちができることは協力しています」

役員は一五名。最近では境港で生まれ育った人ばかりではなく、新たに「水木しげるロード」に店を開いた経営者も参加している。このように新しい血がどんどん参加してくる地方の商店街は珍しい。ところで、これだけ土産物店などがたくさん並んでいると、競

合して低価格競争に走ることはないのだろうか。

「どちらも自社のオリジナル商品の開発に熱心です。手作りのお土産品、たとえば『鬼太郎』が着ているしま模様のちゃんちゃんこを手縫いで出しているところもありますよ。八〇過ぎの高齢者が下駄に『鬼太郎』のデザインを入れて商品化しているケースも。低価格競争に走らない工夫をしていますね」（権田氏）

これだけキャラクターが人気を集めていると、さまざまな副次効果が出てくる。観光協会が出版している一冊一〇〇円の「妖怪ガイドブック」は、年間十数万部売れるというから大ベストセラーである。梶田氏がその秘密を、



右／「水木しげるロード振興会」会長を務める権田淳一氏。子供のころは水木漫画で育った世代だ。下／「妖怪ひなまつり」では幼稚園児が作った妖怪ひなが展示される。



「これはスタンプラリーの台紙も兼ねているんです。協力してくれる商店の前に三七個の妖怪のスタンプが置かれていまして、それを全部集めれば完走証をお渡ししています。完走証を出したら売れ行きが倍になりました（笑）」と話す。「水木しげる記念館」には水木氏のスタンプがあつて、こちらも大人気である。





妖怪たちの展示が怖くて楽しい「水木しげる記念館」内部。妖怪の民俗学的な知識も得られる構成になっている。



「水木しげる記念館」館長の庄司行男氏。ますます高まる人気を喜ぶ。5月の大型連休には「水木しげるロード」には東京の原宿・竹下通り並みの観光客が訪れるという。

このほか観光協会では「妖怪川柳」を募集したり、「妖怪そっくりコンテスト」で妖怪の仮装を競うイベントを実施したり、募金をしてフェリーや飛行機に妖怪キャラクターを描いてもらったりと、「妖怪の町」浸透に余念がない。「米子鬼太郎空港」と決まった愛称企画キャンペーンもその一つだ。水木しげる氏が生み出した妖怪キャラクターという核があるから、アイデアが生まれやすく、求心力もあるのだろう。イベントのたびにマスメディアへの登場回数も増え、年間広告予算三〇万円の観光協会ながら広告宣伝費換算だと三〇億円にもなる。

「水木先生のお申し出で、ブロンズ像は触ってもよいことにな

っています。それがとても喜ばれますね。また記念館内部は写真撮影できるところとできないところに分かれています。妖怪の世界に浸って楽しんでいただけるコーナーと撮影可能なコーナー、どちらも楽しんでいただけます。今は皆さんインターネットのブログなどで写真を載せられますので、撮影できるかどうかはとても大事なんです」（庄司氏）

触りやすいのか、記念館前庭にある「目玉おやじ」はぴかぴかに光っていた。さりげなくブロンズ像の台座に点字の案内が貼られているのもいい。視覚障害者も存分に妖怪の世界を楽しむことができる。

## 若い世代が考える「チーム境港」とは

副次効果の最たるものは、若い世代の活躍の場が増えていることだろう。代表的な存在が、地元で妖怪キャラクターの開発と土産物店や飲食店の経営などを行う会社の代表取締役を務める佐名木知信氏だ。本社の横には「妖

怪神社」があり、観光客が喜んで参拝していた。「カニ感謝祭」ではここにカニが奉納される。佐名木氏は、

「別に神社本庁に登録してあるわけではありません。でも参拝する方がおさい銭をあげてくださ



記念館前庭にある「鬼太郎」と「目玉おやじ」のブロンズ像。触っても、乗ってもOKだ。協力／©水木プロ



るものですから、それを還元することを考えています」  
と話す。鳥居の前にある湧水を利用した御影石の「目玉」が回る噴水は、おさい銭で造った。ロードを歩いていると何カ所か、青の「鬼太郎」と赤の「ねこ娘」のシルエットがついたトイレ案内の看板が目につくが、これもおさい銭を使わせてもらった。  
「たくさん観光客が来ていただけるようになったのはありがたいのですが、まだそれにふさわしいインフラができていないとはい

えません。そこで、商店街の中から買い物をしなくてもトイレを使用していただいていたというお店にご協力いただき、その目印として『鬼太郎』『ねこ娘』の看板をつけることにしたのです」(佐名木氏)  
佐名木氏の店舗で販売するお土産品は、自社で開発したものが多い。デザインは地元出身の社員が行い、製造もできるだけ地元で元で作れないものは県外に発注することもある。経営する飲食



左／境港を支える若い世代・佐名木知信氏。市議会議員も務めるアイデアマンだ。下／佐名木氏の会社の横にある「妖怪神社」にはお参りするファンが後を絶たないという。



店では特産のイカを地元で加工した「一反木綿焼き」なる料理が人気を集めているという。ささやかでも地元の振興や雇用につながることだろう。

「それぞれのお店が工夫していけば、オンリーワンのお店づくり、オンリーワンの町づくりにつながると思うんです」(佐名木氏)

急増する観光客のためにインフラ整備を進めることはもちろんだが、追い付かない点は知恵を出し合っていく。「各自が得意分野を受け持つ『チーム境港』で機能していけばいい」という佐名木氏の言葉が印象に残る。行政任せではなく、自分たちでできることは何かを考え、前に出てパスを

受けることが今後ますます大事になっていくだろう。

「私は今、地域の商店街に隣接した老人ホームを計画しているんです。そばには託児所も設ける。老人は賑やかなところが好きなんです。子供の笑い声が聞こえる場所では老後を過ごせたらいいでしょう?」

佐名木氏の話からは、賑わいを取り戻した故郷に対する愛情が伝わってきた。次の世代に活気ある境港市を残し、たとえ少子高齢化が進んでも、住民が元気で訪問客が喜ぶ境港にすればよい。さまざまな世代がさまざまな立場から支える「妖怪の町」は、リピーターを呼ぶ魅力に満ちていた。



トイレの男女マークも「鬼太郎」と「ねこ娘」のシルエットが使われている。キャラクターを活かす徹底ぶりが魅力となる。