

高知県の「まんが王国」としての活動に関する一考察

1190559 矢野 沙織

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 概要

高知県が「まんが王国」であることはご存じだろうか。高知県は多くの漫画家を輩出しており、現在までアニメが放映されている「アンパンマン」の作者であるやなせたかし氏も高知県で育った漫画家である。その他にも「まんさい」といったまんがイベントや、「横山隆一記念まんが館」といったまんが関連施設、「しんじょう君」といったご当地キャラクターが存在する「まんが王国」である。県自体がまんが王国を自称し、県庁に「まんが王国土佐推進課」といった課を設け、「まんが甲子園」や「漫画教室」など、まんが文化を活用した取り組みを行っている。

しかしながら、高知県の全国に先駆けて作られた本家本元のアンパンマンミュージアム「香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム」への来客数は全国6か所のアンパンマンミュージアムの中で最下位と低迷している。来客数が低迷している理由は、やなせたかし記念館アンパンマンミュージアムへ訪れたことの情報や、撮影した写真がSNSで公開・拡散されないことによる知名度低迷にあると考えられる。

このように高知県のアンパンマンミュージアムの来客数が低迷し、知名度が向上しない原因は、高知県にあるまんが関連施設の情報やSNSやネット記事、論文などのメディアに取り上げられるといった露出が限定的であるからである。

こうした現状を踏まえ、本研究では高知県の「まんが王国」としての活動を、いかにしてメディア露出度の向上や来客数の増加に結び付け、知名度の向上を図っていくかを明らかにすることを目的に研究を行う。

2. 背景

高知県は「まんが王国」を自称しているにも関わらず、まんが文化を体感できる施設についての情報をほとんど発信していない。このことにより、高知県のまんが関連施設の一つであるやなせたかし記念館アンパンマンミュージアムの知名度が向上せず、来客数の増加に繋がらないのではないかと考えられる。やなせたかし記念館アンパンマンミュージアムの来客数は、全国に6か所あるアンパンマンミュージアムの中で最下位と低迷している(図2-1)。

アンパンマンミュージアムの来客数ランキング		来客数
1位	横浜アンパンマンこどもミュージアム&モール	50万人以上
2位	神戸アンパンマンこどもミュージアム&モール	50万人以上
3位	名古屋アンパンマンこどもミュージアム&パーク	50万人以上
4位	福岡アンパンマンこどもミュージアム&モール	50万人以上
5位	仙台アンパンマンこどもミュージアム&モール	25万人以上
6位	香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム	10万人以上

図2-1 全国のアンパンマンミュージアム来客数ランキング (資料: SM ART GUIDE JAPAN「アンパンマンミュージアム | 入館者数・来場者数ランキング」2018年11月25日閲覧 (<https://teg-jpn.com/archives/18101201.html>) より、筆者作成)

SNSやネット記事、論文などのメディアに、高知県のまんが関連施設を取り上げる露出が限定的であり、このことから高知県のアンパンマンミュージアムの知名度が

向上しないのではないかと考えられる。以下の図は、2018年に高知県の各メディアがまんが関連施設の情報を取り上げた件数である（11月27日（火）時点）（図2-2）。

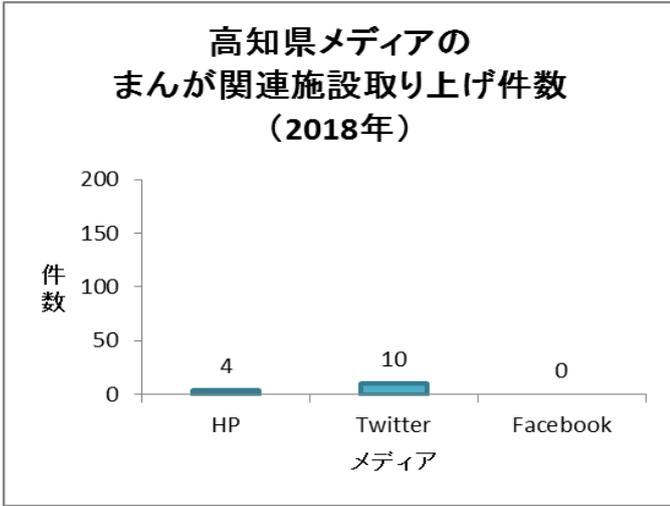


図2-2 高知県メディアの2018年のまんが関連施設取り上げ件数（資料：HP「まんが王国・土佐」2018年7月3日閲覧（<https://mangaouku-tosa.jp/>） Twitter「まんが王国・土佐」2018年11月27日閲覧（<https://twitter.com/mangaoukokutosa>） Facebook「まんが王国・土佐」2018年11月27日閲覧（<https://www.facebook.com/MangaOukokuTosa/>）より、筆者作成）

比較として、同じく「まんが王国」を自称する鳥取県のデータも掲載する（図2-3）。

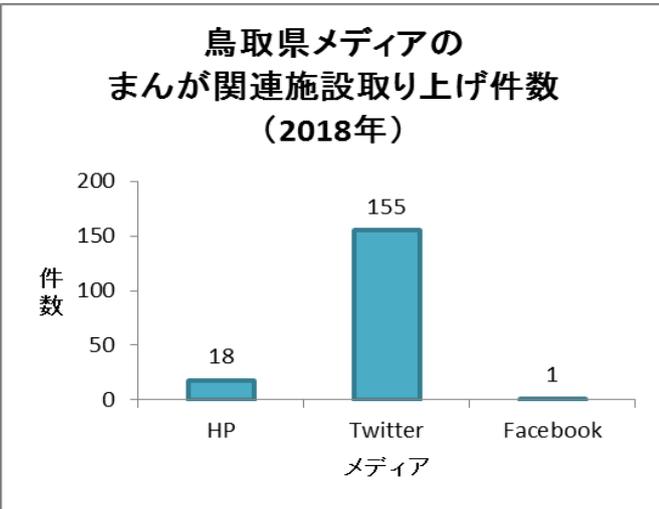


図2-3 鳥取県メディアの2018年のまんが関連施設取り上げ件数（資料：HP「まんが王国官房」2018年6月28日閲覧（<https://www.pref.tottori.lg.jp/mangaoukoku/>） Twitter「まんが王国とっとり」2018年11月27日閲覧（<https://twitter.com/mangatottori>） Facebook「ま

んが王国とっとり」2018年11月27日閲覧（<https://ja-jp.facebook.com/mangaoukokutottori/>）より、筆者作成）

高知県と鳥取県は、まんが文化情報の発信にHPやSNSをそれぞれ運用しており、そういったメディアでまんが関連施設の情報を取り上げた件数を数えたものが、図2-2と図2-3である。HPのメディア件数は、2018年11月27日（火）時点でトップページにまんが関連施設の情報やキャラクター画像が活用されている件数を表している。高知県は、全体的にまんが関連施設の情報を取り上げた件数が少なく、ほとんどがまんが関連イベントの情報であった。鳥取県は、特にTwitterでのまんが関連施設情報の取り上げ件数が150件以上と、高知県と比べると桁違いに多い。

本論文では、各用語を以下のように定義する。

1-1 まんが王国

まんが関連の施設やイベントの活動が盛んで、漫画家を多く輩出しており、「まんが王国」を自称する県のこととする。

1-2 まんが文化

漫画・アニメ・キャラクターといった二次元の作品を総称して「まんが」と呼び、その「まんが」を産む・活用する文化を「まんが文化」とする。

本論文では特にやなせたかし記念館アンパンマンミュージアムについて取り上げているが、あくまで高知県のメディア露出の代表一例として取り上げているのであり、研究結果や課題解決策については高知県の「まんが王国」の活動全体に対して伝えたい。

3. 目的

高知県の「まんが王国」としての活動を、いかにしてメディア露出度の向上や来客数の増加に結び付けるか、その仕組みについてマーケティングの手法を用いて明らかにし、課題解決策を提案する。

4. リサーチクエスチョン

上記目的を明らかにするため、

- ①高知県の「まんが王国」としての活動の現状について、鳥取県の活動と何が違うか
- ②高知県はどのような課題を抱え、どのような方針が課題に有効かの2点を追及する。

5. 研究対象

研究対象は、「まんが王国」を自称しており、県庁にまんが文化を活用する課を持つ高知県と鳥取県の2県とする。両県の概要を踏まえ、高知県を課題事例、鳥取県を成功事例として比較分析し、高知県の「まんが王国」としての活動提案を行う。この2県のそれぞれの概要について紹介する。

5-1 高知県（課題事例）まんが文化の紹介

漫画家のやなせたかし氏（代表作「アンパンマン」）の記念館である「やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム」や、横山隆一氏（代表作「フクちゃん」）の記念館である「横山隆一記念まんが館」といった高知県のまんが文化に触れられる施設がある。まんが関連イベントを盛んに開催しており、小中高校生向けに「まんさい」「漫画教室」、高校生向けに「まんが甲子園」、大人向けに「漫画家大会議」といったイベントを毎年行っている。ご当地キャラクターにはゆるキャラグランプリで優勝を果たした「しんじょう君」がいる。県庁に「まんが王国土佐推進課」がある。

5-2 鳥取県（成功事例）まんが文化の紹介

漫画家の水木しげる氏（代表作「ゲゲゲの鬼太郎」）の記念館である「水木しげる記念館」や商店街の「水木しげるロード」、青山剛昌氏（代表作「名探偵コナン」）の記念館である「青山剛昌ふるさと館」といった施設、「米子鬼太郎空港」や「鳥取砂丘コナン空港」などがある。地域を上げてまんが文化を活用した活動が行われ、県と市町の連携が強い。県庁に「まんが王国官房」がある。

6. 研究方法

以下の3点の調査を踏まえ、高知県と鳥取県をマーケティングの手法を用いて比較し、高知県の課題とその解決方法を導き出す。

6-1 アンケート調査

高知県と鳥取県のまんが関連施設を訪れた顧客にアンケート調査を行い、どのような顧客が施設を訪れているか、顧客にどのようなニーズがあるのかを分析する。なお、高知県は「やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム」、鳥取県は「水木しげる記念館」にて調査を実施する。

6-2 文献調査

書籍とインターネット（HP、SNS、論文）で調査を行い、文献中に高知県と鳥取県のまんが関連施設について取り上げた回数や情報発信数を分析する。

6-3 インタビュー調査

高知県庁まんが王国土佐推進課と鳥取県庁まんが王国官房に調査票へ記入頂く形でインタビューを行い、それぞれの県のまんが文化の現状を調査しつつ、メディア露出の現状を調査する。

7. 結果と考察

調査より、高知県の「まんが王国」としてのメディア露出の現状について、以下の結果が出た（図7-1）。

- ① 顧客の大半は親子（6-1 アンケート調査）
- ② ファンである子どもの親の間でやなせたかし記念館アンパンマンミュージアムの情報が拡散していない（6-2 文献調査）
- ③ ターゲットに情報が行き届かない（6-3 インタビュー調査）

	高知県
アンケート調査 (20名回答)	30代女性客が多く、子ども連れで訪れた客が多い →顧客の大半は親子
文献調査	Twitter「#アンパンマンミュージアム」

	ム」で検索した結果、100 件のツイート中「香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム」の情報が明記されたツイートは 2 件のみ →子どもの親の間でやなせたかし記念館の情報が拡散していない
インタビュー調査	高知県庁まんが王国土佐推進課「SNS で情報発信をしているが、フォロワーが少なく拡散しない」 →ターゲットに情報が行き届かない

図 7-1 高知県での調査結果（筆者作成）

鳥取県の「まんが王国」としてのメディア露出の現状については、以下の結果が出た（図 7-2）。高知県と比べ、ターゲットに情報が行き届いていることが分かる。

	鳥取県
アンケート調査 (21 名回答)	男女・年齢層幅広く、作品ファンが観光目的で訪れる→顧客の大半は家族
文献調査	Twitter「#ゲゲゲの鬼太郎」で検索した結果、100 件のツイート中「水木しげる記念館」や「水木しげるロード」の情報が明記されたツイートは 3 件 →施設よりアニメの情報が多いものの、鬼太郎情報は拡散している
インタビュー調査	鳥取県庁まんが王国官房「施設のリニューアルに伴い、多くの顧客が施設に訪れた。ターゲットが新しい話題を求めていることが分かった」 →ターゲットに情報が行き届いており、多くの顧客が施設に訪れている

図 7-2 鳥取県での調査結果（筆者作成）

調査の結果、ターゲットである親子に情報が行き届いていないことが、高知県の抱える課題であると分かった。

8. 小括

8-1 便利情報の発信

調査の結果、「まんが王国・土佐」SNS で、親子が楽しめる施設としてアンパンマンミュージアムの情報を発信することや、親子のお出かけを促す便利情報を発信することが、親子に情報を拡散するために重要であることが明らかになった。そこで以下のような文面を一例として考えてみた。

情報発信例

- ・「子どもと遊ぶ時は『アンパンマンミュージアム』へ行こう！」
- ・「お出かけの際は『アンパンマン列車』をご活用下さい！」
- ・「まんさいを楽しんだ後は『横山隆一記念まんが館』でお子様と共に高知のまんが文化を堪能してみたいかが？」

8-2 SNS で情報発信を行う際のポイント

SNS は家族や友達とのコミュニケーションツールとして活用される場合がほとんどであり、企業の情報を収集する目的で SNS を始める人は少ない¹。単に高知県のまんが文化やイベントの情報を発信するのではなく、「子どもと遊ぶ時には、こんな面白い施設に来てみてはいかが？」といった情報を流すことにより、子どもとの遊び場所に困った親への便利情報を発信する場として、高知県の SNS を見てもらう工夫が必要である。

8-3 情報発信の際の著作権の課題

情報発信の際には、文章だけでなく画像や動画を用いた情報発信を行うことが多くの人々に情報を見てもらう効果的な方法である。現に筆者自身も、研究室の広報活動にて SNS で画像を用いた情報発信を行った所、文章のみの情報発信より閲覧数が増加した経験があり、画像や動画を用いた情報発信方法が閲覧数を高める効果があることが分かる。しかし、今回取り上げた香美市立やなせ

¹林 雅之（2018），『デジタル時代の基礎知識「SNS マーケティング」 「つながり」と「共感」で利益を生み出す新しいルール』翔泳社

たかし記念館アンパンマンミュージアムの情報をアンパンマンの画像を用いて発信するとなると、著作権の問題が生じる。アンパンマンの作者が作成したイラストやアニメの画像を用いた情報発信は、著作権者に許可なく行うと著作権侵害として問題となるのである。アンパンマンに限らず、全ての著作物には生みの親である著作者が存在し、著作権者本人またはその他の者が著作権を保有する著作権者である²。漫画やアニメのキャラクターといった著作物を、県のまんが関連施設のPRといった営利目的で使用するには、必ず著作権者に著作物を使用する許可を得なければならない。

8-4 担い手不足・炎上・ファン離れの課題

高知県の「まんが王国」としての活動をメディア露出度の向上やまんが関連施設の来客数増加へ結びつけるためには、情報発信の担い手不足・炎上・ファン離れを防ぐための対策等の課題を複合的に捉えた上で、課題解決策を考えていく必要がある。情報発信の担い手不足については、「まんが王国・土佐」のSNSやHPを運用している県庁の者に若者がいなくなった場合、運用する担い手がなくなることで情報発信が途絶え、持続的に情報を発信することが困難になるといった課題がある。炎上については、SNSやHPの運用目的とは外れた情報を発信することにより発生する可能性がある課題で、ファン離れの課題については、炎上から発生する可能性がある。

以上を踏まえた包括的なメディア露出度の向上、来客数増加への提案を最終的に行う。

9. 再調査とその結果

小括にて浮かび上がった課題に関して、特に著作権の使用方法についての文献調査・インタビュー調査を再度行った。

9-1 文献調査

著作権法について書籍にて調査を行った。また、香美

²池村 聡 (2018), 『はじめての著作権法』日本経済新聞出版社

市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアムと横浜アンパンマンこどもミュージアム&モール、水木しげる記念館について、HPの著作権ページにて調査を行った。それぞれの著作権についての規定は以下の通りである(図9-1)。

<p>香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム</p>	<p>キャラクターの著作権は、当館の確認の他に著作権に関わる各関係機関への連絡が必要な場合がある。</p> <p>ミュージアム内での写真やビデオ撮影は、やなせたかしにより特別に許可されているが、SNSやブログに写真・ビデオを掲載することはお断りしている。</p>
<p>横浜アンパンマンこどもミュージアム&モール</p>	<p>使用しているイラスト等に関する著作権の権利は、(株)ACM、(株)やなせスタジオ、(株)フレーベル館、(株)トムス・エンタテインメント・日本テレビ放送網株式会社に帰属する。</p> <p>これらの著作物を著作権者の許諾を得ずに、使用・複製・ダウンロード・転載・改変その他一切の利用をすることは禁じられている。</p>
<p>水木しげる記念館</p>	<p>使用しているイラストは全て水木プロダクションの著作物であり、水木プロダクションの許可を得た場合を除き、コピー・複製・再出版を禁じる。</p>

図9-1 各施設の著作権使用規定 (資料:「香美市立やなせたかし記念館 | アンパンマンミュージアム&詩とメルヘン絵本館」2018年7月6日閲覧 (<http://anpanman-museum.net/>)「香美市立やなせたかし記念館 | アンパンマンミュージアム&詩とメルヘン絵本館 | マスコミのみなさまへ (取材・撮影条件、注意事項)」2018年7月6日閲覧 (<http://anpanman-museum.net/files/notice.pdf>)「このサイトについて・サイトマップ | 横浜アンパンマンこどもミュージアム&モール」2018年11月25日閲覧(<http://www.yokohama-anpanman.jp/etc/siteinfo.html>)「著作権について | 水木しげる記念館」2018年11月16日閲覧 (<http://mizuki.sakaiminato.net/?id=16>)より、筆者作成)

調査の結果、香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム内で撮影された写真・動画は SNS 等に載せることは出来ず、写真・動画を活用した情報発信は、申請などの特別な許可を貰わない限り困難で、気軽に情報発信出来るものではないことが分かった。また、「アンパンマン」に関しては複数の会社が著作権者であるため、著作権の使用申請を出して許諾されるまでが複雑であり、許可を頂けることが難しく、費用が掛かる等の問題が生じると考えられる。「アンパンマン」に限らず水木しげる氏の作品にも言えることであるが、HP に使用している画像を無断で複製・使用することは禁じられており、県の SNS で画像を使用した情報発信を行う際には申請が必要である。

9-2 インタビュー調査

香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアムと鳥取県庁まんが王国官房に調査票へ記入頂く形でお話を伺うことが出来た。著作権についての規定は以下の通りである（図 9-2）。

	<p>度初めに締結し、許諾ルールや手続きを相互確認している。</p> <p>案件ごとに使用許諾を申請し、許諾を得た後に著作物を使用している。</p> <p>許諾の範囲を逸脱しないことと、手続きに関する適切なスケジュール調整に注意している。</p>
--	---

図 9-2 インタビュー調査（筆者作成）

調査の結果、香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアムへのインタビュー調査では、関連会社間での著作権使用は複雑な申請はないが、全く関係のない会社が著作権を使用する際は複雑な申請や使用料が必要となってくることが分かった。また鳥取県庁まんが王国官房へのインタビュー調査では、著作物を長期間使用する際、年度初めに年間契約等の締結をした上で、1 年間の著作物使用が可能となっていることが分かる。使用する著作物が多い程、多くの著作権者に許諾申請を行う必要があり、許可が下りる時間を考慮したスケジュール管理が重要であることが分かった。これらの硬い契約と密なスケジュール調整は、著作権者との信頼関係の構築と来年・再来年と長期に渡る著作物使用が可能であることに繋がると感じた。

以上の再調査から、著作物を使用した情報発信は申請の複雑さと費用が掛かることから、今すぐ行うことは困難であり、画像を使用した情報発信を可能とする方法を考えるか、画像を使用しないで子どもを持つ多くの親に便利情報を届ける工夫が必要であると分かった。

10. 提案

10-1 著作権者との信頼構築と著作権侵害対策

やなせたかし記念館アンパンマンミュージアムでは、館内で写真や動画を撮影することは良いものの、SNS やブログ等で発信することは禁止されており、著作権については厳しい規制が掛かっている。県が情報発信を行う際は、まずは文章のみで施設の便利情報を持続的に発信

<p>香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアム</p>	<p>やなせたかし氏の作品の著作権は事務所であるやなせスタジオにある。</p> <p>アンパンマンはアニメ・映画・絵本と発表媒体が様々であるため、それぞれの制作会社が著作権を管理している。</p> <p>各権利会社とも協力関係にあるため各権利会社間での著作権の使用については複雑な申請はないが、全く別の団体・企業が著作権を使用する場合は様々な手続きや使用料が必要となり、使用許諾が下りない場合もある。</p>
<p>鳥取県庁まんが王国官房</p>	<p>水木しげる氏の作品は（株）水木プロダクション、青山剛昌氏の作品は（株）小学館集英社プロダクション、谷ロジロー氏の作品は（株）パピエが著作権管理法人であり、これら法人と「許諾に係る年間契約」を年</p>

することから始める。この方法では画像の著作権は関係してこないものの、誤った情報を発信しないよう施設と相互確認するなどの連携が必要である。こういった県と施設との相互関係を深め、香美市立やなせたかし記念館アンパンマンミュージアムとの信頼構築に務めることで、著作物を少しでも使いやすい環境を作ることを目標に取り組む必要がある。

10-2 ボランティアによる情報発信

高知県庁まんが王国土佐推進課とのインタビューにて、「まんさい」などのイベントを企画しているのはファンや民間団体が構成されたボランティアであり、まんが文化を愛するファンが運営しているからこそ顧客のニーズが分かり、「まんさい」が成功したというお話を伺った。そこで、高知県のまんが文化に関する情報発信についても、県が情報発信を行うのではなく、高知県のまんが文化のファンや民間団体が構成されたボランティアが SNS での情報発信を担うと、顧客のニーズを汲み取った情報発信が可能となると考えられる。学生ボランティアなどの若者を募ることで、情報発信の担い手を確保出来る。また、ファンが好きなまんが文化についての情報を持続的に発信することにより、フォロワーの増加やメディア露出度の向上に繋がる。

10-3 「まんが文化」情報のみ発信する炎上・ファン離れ対策

時事や政治についての発言など、SNS や HP を運用する目的とは関係のない情報発信は、時に問題となり炎上に繋がる。運用目的とは全く関係のない情報やファンが嫌がる情報は発信しないよう、注意する必要がある。また、ボランティアによる情報発信では、どのような情報は発信して良いか・悪いか、どのような画像や動画は使用して良いか・悪いかを決めたマニュアルを作ることで、炎上予防に繋がる。

10-4 画像を使用しない情報発信で多くの閲覧数を得る方法

上記 3 点の方法を実行することで、SNS のフォロワー

(まんが王国・土佐のファン)を増やすことが、画像を使用しなくても多くの人々に情報を見てもらえる方法であると考えられる。地道な取組みにはなるが、便利情報を発信しているというお得感、ファンが見ていて安心だと感じてもらえる程炎上対策に徹底していることによる信頼感からフォロワーを増やし、画像を使わずとも多くの人に持続的に情報が拡散する状態を作る必要がある。

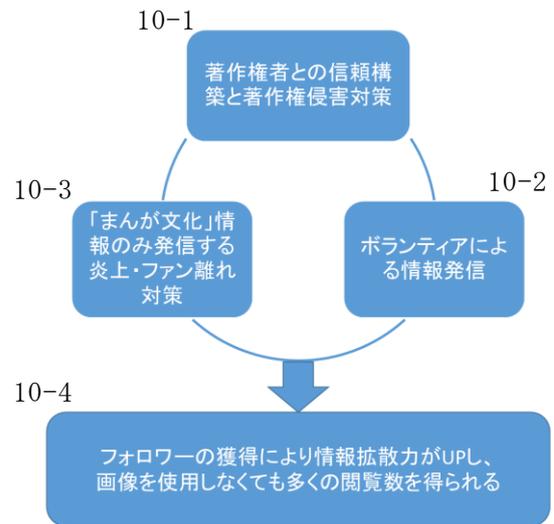


図 10-1 提案の図化（筆者作成）

11. 総括

現在の高知県の「まんが王国」としての活動内のメディア展開に関しては、自県のまんが関連施設についての情報よりイベントについての情報発信を重点的に行っているということが分かった。著作権によりキャラクター画像の使用が厳しいことから、やなせたかし氏の記念館についての情報を画像付きで発信することが難しいために、多くの人に施設情報が行き届いていないと感じた。

本研究の課題であるターゲットである親子に情報が行き届いていないことの解決策として、提案で述べたサイクル（図 10-1）より、ファンで構成されたボランティアに的確な便利情報を持続的に発信させることで、獲得した多くのフォロワーに情報を拡散してもらい、最終的にはターゲットである親子に情報を行き届かせ、イベントだけでなくまんが関連施設への来場も促し、来客数の

増加に結び付けることを提案する。この提案から、高知県の「まんが王国」としての活動である情報発信により、更なるメディア露出度の向上に結び付け、発信した情報から高知県のまんが関連施設を知ってもらうことで、多くの親子連れに施設に足を運んでもらうというサイクルを地道に形成していく必要があるということが結論である。

12. 今後の課題

本研究で提案した課題解決策は、提案通りの SNS・HP 運用を実際に行った場合に、本当にフォロワー（「まんが王国・土佐」のファン）が増加するのか、子どもを持つ親の元に必ず情報が行き届くのか、といった問題が生じ、結果がすぐに出せないといった課題があるため、課題解決策を実行するなどして、今後検証していく必要がある。課題解決策の効果がすぐに出せないという性質上、途中で情報発信が途切れることなく、持続的に便利情報を発信し、地道にファンを増やしていくよう心掛けた取組みを長期間に渡り行うことが重要である。

今回の研究から、特にまんが関連施設についての情報発信の在り方が改められ、県の運用する「まんが王国・土佐」HP や SNS でまんが関連施設に関する便利情報が盛んに持続的に発信されることを望む。そして、「まんが王国・土佐」のファンを増やし、多くの親子連れのターゲットに向けて高知県のまんが関連施設の便利情報が拡散され、来場に繋がることを願う。

参考文献・参考資料

【書籍】

- 1) 酒井 亨 (2016), 『アニメが地方を救う!? 「聖地巡礼」の経済効果を考える』ワニブックス PLUS 新書
- 2) 林 雅之 (2018), 『デジタル時代の基礎知識「SNS マーケティング」 「つながり」と「共感」で利益を生み出す新しいルール』翔泳社
- 3) 池村 聡 (2018), 『はじめての著作権法』日本経済

新聞出版社

【インターネット】

- 1) 「まんが王国土佐推進課 | 高知県庁ホームページ」 (閲覧日: 2018 年 7 月 3 日 (火))
<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/141701/>
- 2) HP「まんが王国・土佐」 (閲覧日: 2018 年 7 月 3 日 (火))
<https://mangaoukoku-tosa.jp/>
- 3) Twitter「まんが王国・土佐」 (閲覧日: 2018 年 11 月 27 日 (火))
<https://twitter.com/mangaoukokutosa>
- 4) Facebook「まんが王国・土佐」 (閲覧日: 2018 年 11 月 27 日 (火))
<https://www.facebook.com/MangaOukokuTosa/>
- 5) 「香美市立やなせたかし記念館 | アンパンマンミュージアム&詩とメルヘン絵本間」 (閲覧日: 2018 年 7 月 6 日 (金))
<http://anpanman-museum.net/>
- 6) HP「まんが王国官房/とりネット/鳥取県公式サイト」 (閲覧日: 2018 年 6 月 28 日 (木))
<http://www.pref.tottori.lg.jp/mangaoukoku/>
- 7) Twitter「まんが王国とっとり」 (閲覧日: 2018 年 11 月 27 日 (火))
<https://twitter.com/mangatottori>
- 8) Facebook「まんが王国とっとり」 (閲覧日: 2018 年 11 月 27 日 (火))
<https://ja-jp.facebook.com/mangaoukokutottori/>
- 9) 「水木しげる記念館_(ノΘ..ヴ)」 (閲覧日: 2018 年 11 月 16 日 (金))
<http://mizuki.sakaiminato.net/>
- 10) 「横浜アンパンマンこどもミュージアム&モール」 (閲覧日: 2018 年 11 月 25 日 (日))
<http://www.yokohama-anpanman.jp/>
- 11) SMART GUIDE JAPAN「アンパンマンミュージアム | 入館者・来場者数ランキング」 (閲覧日: 2018 年 11 月

25 日 (日))

<https://tcg-jpn.com/archives/18101201.html>