

秋田県市町村未来づくり協働プログラム

横手市プロジェクト「マンガ原画と増田の町並みを活かした交流人口拡大プロジェクト ～『よこて版クールジャパン』の推進～」における事後評価調書

1 プロジェクトの目的

「増田ふれあいプラザ」を、マンガ原画の収蔵・展示に重点を置いた新しいコンセプトの「増田まんが美術館」にリノベーションする。国内外を問わず積極的に原画収集活動を実施することにより、マンガ原画収蔵数世界一の『マンガの聖地』を目指す。

収蔵目標とする約30万点(令和6年度)のマンガ原画を常に展示・閲覧可能なアーカイブルームを設置。アーカイブルーム内でマンガ原画の整理・保存・研究なども行い可視化する。これにより来館者は美術作品としてのマンガ原画をより近い距離で鑑賞することが可能となり、マンガ原画の持つ質感や雰囲気を感じられる、他に類を見ない施設とする。

また、休憩スペースやミュージアムカフェを設置し、町並み散策の休憩ポイントとして連携を図るほか、「増田の町並み」と「増田まんが美術館」の双方向のアクセス環境を整備することにより、「増田まんが美術館」と「増田の町並み」というほかにはない地域資源を最大限に活用した、一体的な観光拠点として相乗効果を図る。

さらに、これらを国内外に向けて情報発信するローカル版クールジャパンの推進や県立近代美術館などとの連携企画により、交流人口の拡大による地域活性化を図り、市内全域へも波及効果をもたらそうとするものである。

2 プロジェクトの概要

策定年月日	実施期間	横手市総事業費 (千円)	交付金 (千円)
		922,232 (942,828)	200,000

※ () 内は計画値

【プロジェクトを構成する事業】

事業名	総事業費 (千円)	うち交付金 (千円)	実施年度
1. 新しいコンセプトのまんが美術館	919,801	200,000	
(1) まんが美術館の施設整備	904,619	200,000	H28～R1
(2) 「マンガの聖地よこて」推進事業	15,182	—	H28～R1
2. 「増田の町並み」と「まんが美術館」の回廊整備事業	2,431	—	H28～R1
計	922,232	200,000	

3 プロジェクトの成果指標と達成状況

指標名	基準値 (H27 年度)	目標値 (R1 年度)	実績値 (R1 年度)	達成率 (%)
①「増田まんが美術館」 入館者数(人)	60,000	120,000	142,316	119%
②「町並み」入込客数(人)	98,257	200,000	123,211	62%
③収蔵漫画家数(人)	158	178	180	101%
④収蔵原画枚数(枚)	45,450	100,000	406,669	407%

4 経済波及効果分析等

本プロジェクトによる経済波及効果は、ハード事業費支出による効果(10億7,300万円)、ソフト事業費支出による効果(5,500万円)、プロジェクト成果による効果(6億4,300万円)を合わせると、合計17億7,100万円であったと推計される。

(単位：百万円)

	直接効果	一次 波及効果	二次 波及効果	総合効果
ハード事業費支出による経済波及効果	717	207	149	1,073
ソフト事業費支出による経済波及効果	39	10	7	55
プロジェクト成果による経済波及効果	424	143	76	643
合 計	1,179	360	231	1,771

※ 端数処理の関係で、総合効果とその内訳の合計が一致しない場合がある。

5 民間アドバイザーの意見

(民間アドバイザー：株式会社バリュー・クリエーション・サービス 代表取締役 佐藤真一 氏)

リニューアルした横手市増田まんが美術館は、これまでとは内容も大きく変わった。特に「マンガ」は様々な文化や芸術的側面をもち、ジャンルを問わない総合的文化力は世界を魅了する一因にもなっている。そのような意味でも、昨今のコロナウイルス感染症の影響は残念ではあるが、当まんが美術館のポテンシャルを考えると、まだまだ多くの可能性を残しているといえる。

本事業では、「マンガ原画」の収蔵を主としてきたが、文化資源といえるマンガ原画の「保存」と「活用」は両輪で進める必要がある。「保存」に関しては、実績も踏まえ、本事業を進める中で他にも誇れる内容となっているが、それらをどのように「活用」していくかが今後の課題となる。

特にデジタルアーカイブされたデータや複製原画の活用ビジネスなどについても、権利等処理を行いつつ、早急に考えた方がよい。

また、マンガ原画の保存には今後相当なランニングコストが見込まれる。行政やまんが美術財団がそのコストを長期にわたって負担するのは現実的に厳しいと思われることから、多様なジャンルをもつマンガには多様なファンが多くいる点に着目し、ファンにもこのマンガ原画の保存事業に参画していただく仕組みづくりを進めることも必要ではないか。具体的には、クラウドファンディングのように原画保存に係る部材等の費用をファンに募り、保存に係る技術面は財団が担う形が良いと考える。

このような観点から、まんが美術館は公共施設ではあるが、マンガという分野を扱う特異性を考え、マンガファンとつながる仕組みづくりを考えたい。我々が事業を通して情報発信するよりも、ファンによる発信力のほうがはるかに大きく効果的である。そのためのファンとのつながり、ファンへの情報発信を積極的に行い、ファンが自発的にこのまんが美術館を発信してくれるようになると、これまで以上に認知が広まると思う。

また、本事業でも課題としていたまんが美術館の近隣に位置する増田の町並みとの連携も強化していきたい。特にまんが美術館側からのアプローチで町並みにもっとマンガを活用し、マンガの町を訴求する仕組みづくりを強化したほうが良い。そのようなまんが美術館と外部とのつながり（協力体制）が強化されることで、来館者を町並みへと誘導しやすくなる。さらに、いま、若い人たちは地方へ出向こうとする傾向があることを踏まえ、移住や関係人口増加の観点からマンガを活用した施策にも取り組んでいただきたい。仕組みと仕掛けを構築し、近いところから伝播していくことを意識しながら、今後の事業に取り組んでいただきたい。

まんが美術館のリニューアルにあたり、当館は文化施設として位置づけることで教育事業の普及にも取り組んできた。本事業の多くが子どもを対象としたものであるが、今後は大人を対象とした教育事業にも、マンガは有効に活用できると考える。

最後に、インバウンドへの対応だが、昨今のコロナウイルスの状況から、世の中のタイミングと合わせながら戦略を練っていく必要がある。特に、海外の方達は食とカルチャーについての関心が高いため、マンガ原画のデジタルアーカイブデータを活用しながら、マンガを通じて、日本文化として認知させるしかけづくりが重要である。

6 全体評価

【成果指標について】

■「増田まんが美術館」入館者数

リニューアルオープンにあたってはPR戦略を策定し、県内外でプロモーションを行った結果として目標を上回る実績に繋がったものと自己評価している。また、魅力ある特別企画展の開催で特にマンガ（作家）ファンには大きく訴求できたと考えている。

今回の実績値はリニューアルオープン初年度であるためオープン特需もあったと思われる。今後安定した入込を維持するには、リピーターを増やしつつ、新規の来館者（マンガファン）を獲得する必要がある。

■「町並み」入込客数

まんが美術館への来館はファン層が多く、マンガ原画や企画展をみることを目的に訪れるため、単にまんが美術館の入込が増えただけでは町並みへの誘客に繋がらないことが分かった。

一方で、企画展等を活用した町並みとの連動企画においては、回遊性が向上したため、マンガをテーマとした連動企画を常に提供するとともに、まんが美術館および町並みの当事者が常に協働関係にあることを意識していく必要がある。

■収蔵漫画家数

作家とのつながりをもつことは、人とのつながり、人脈であり、その点ではこれまで培ってきたまんが美術館と作家や出版社等とのつながりがあってこそその結果と言える。

今後も人脈を大切にしつつ、美術館としてのレベルを向上させていくことで、プロからも注目さ

れる美術館へと成長していく必要がある。

■収蔵原画枚数

リニューアル後、著名な作家による大規模な収蔵があったため、大きく目標を上回り、約40万点となった。

現収蔵庫への最大収蔵数は70万点であり、半分は超えたことになる。しかし、収蔵しただけではまんが美術館のコンセプトが見えづらく、今後、視覚的に訴求していく工夫が必要である。

【取組内容について】

■まんが美術館の認知度とマンガ原画の魅力PR

令和元年5月1日のリニューアルオープンに向けて、休館中から東北圏内および首都圏を中心に戦略的にPRを行ったこと、また、2年間の休館を経てのオープンという期待値増などの効果もあり、目標の12万人を上回る入込となった。また、人気作家の特別企画展の実施とそれが夏休みの時期とも重なり、多くのファン層が来館し、入込増に拍車がかかる結果となった。

しかし、「マンガ原画」の収蔵に特化した美術館というコンセプトが浸透しておらず、入館者数は企画展の入込に左右されている。また、まんが美術館のコンセプトである「マンガ原画」そのものの文化資源としての価値創出も課題となっている。

マンガは海外での評価が高いものの、一般に国内では「一部のマニア層のもの」との捉え方が強い。しかしながら、ファミリー層を中心とする誘客のツールとしての活用可能性もあるほか、海外での高い評価が次第に国内での価値観を変える可能性も考えられる。

今後は当市の文化資源である「マンガ原画」の収蔵に特化した美術館というコンセプトに基づいた常設展等の充実を図り、「ここでしかできない体験」を示し続け、「マンガ原画」の魅力紹介を強化し、新たなファンを生みつつ、リピーターへとつなげていくことが課題となっている。

■まんが美術館を軸とした市内回遊性の向上

まんが美術館をはじめ、横手市内の歴史的建造物、また周辺に点在する文化観光施設、伝統行事など個々のポテンシャルは高いものの、それぞれ地域的・文化的に偏りがあり、市全体のコンセプトが明確ではない。コンセプトはまちの価値基準であるとともに、ビジネスモデルでなければならない。来訪者がそのコンセプトに期待する「世界観」、共感すべき「ブランドイメージ」、コンセプトを具現化した「商品」がなければ、回遊性も、滞在時間も、消費もない通過型で終わってしまう。

特に、まんが美術館への来館者の多くは「マンガファン」であり、ほかの文化観光施設等に足を運ぶことは少ない。また、回遊先も横手市定番の観光施設等に一極集中し、ほかの観光施設（観光資源）にまでその効果が及んでいない。この回遊性が低い理由として、①知らない、②興味関心がない、③二次交通の利便性、案内の悪さなど、「誘導」と「導線」などの要素がある。

マンガを契機に旅行を思い立つ旅行者層は限られており、実際に旅行するケースは限られていることから、まずは国内市場に対して、観光事業者や交通機関等と連携し、マンガ原画、マンガ作品、観光そして地域の魅力をセットにしたアピールに取り組むことが必要となる。

■訪日外国人の受入態勢整備

訪日外国人の不満は、言葉が通じない、コミュニケーションが難しいというソフト面が多い。まんが美術館に外国語のできる職員がいるとは限らないため、施設内の表記やパンフレット、ガイドマップについては、横手市が誘客ターゲットとしている台湾、中国市場を念頭に、英語と中国語を必須とした2か国語以上での表記やピクトグラムを使用している。

今後も、まんが美術館が発するマンガを一つのきっかけとして、マンガ原画をはじめとする地域の魅力要素に対しても興味を持ってもらえるような仕組みが必要である。

■教育の観点からの「マンガの聖地よこて」の推進

日本一多くの漫画家のマンガ原画を収蔵するまんが美術館が横手市にあるという特別な環境を生かし、マンガの魅力を活用した子どもの教育という観点から「マンガの聖地よこて」らしい事業を展開してきた。

まんが美術館の取組やマンガ原画について解説する教育資材を作成し、まんが美術館教室を実施したほか、将来の漫画家育成を目指す「横手市ミライの漫画家発掘マガジン制作プロジェクト」を展開し、このことにより、市内小・中学生にむけて、美術館の取組はもとより、マンガやマンガ原画と向き合う機会が増え、まんが美術館に対するシビックプライド醸成の一助となった。

ほかにも、ワークショップや移動マンガ教室を通してマンガに興味を持つことができる体験型の学びの場を提供した。

7 今後の推進方針

本事業の結果を踏まえながら、横手市マンガ活用基本計画（前期：平成30年度～令和2年度、後期：令和3年度～令和7年度）および令和2年8月12日に国に認定された「横手市増田まんが美術館を中核とした地域資産活用地域計画（令和2年度～令和6年度）」に基づき、横手市増田まんが美術館の魅力増進と市内地域資産との連携によるツアー造成や文化スポットの整備事業、国内外へのプロモーションなどに取り組み、まんが美術館の認知の向上や受入態勢の強化とともに来訪者の市内回遊性の向上を目指す取組を行っていく。

特に美術館における展示は、作品の素晴らしさを伝えることはもちろん、美術館コンセプトを表すものであり、特に常設展は美術館運営そのものを示す基準になる。話題性の高い企画展は一時的な集客効果はあるが、今後は一層の美術館コンセプトの磨き上げを行い、一年を通して観ることができる常設展を通して、ここでしかできない体験を示し続け、安定した入込を実現していく。もちろん産業活用中心という意味ではなく、美術館コンセプトを来館者や地域等と共有（理解）する意味において美術館側が自らの使命や存在意義、専門性を十分に発信していく。

また、マンガの魅力を活用した子どもの教育事業において、豊かな学びの提供の実現を目指し、まんが美術館教室の開催を推進し、まんが美術館のテーマであるマンガ原画についての理解を促していく。特に教育委員会や地元小学校教員、美術財団とも協議し、市内外からの小学校社会科見学で誘致する際の教材の作成等を行っていく。さらに将来の漫画家育成を目指す「横手市ミライの漫画家発掘マガジン制作プロジェクト」を引き続き実施し、児童・生徒の構成力、表現力、創造力を育み、マンガ文化への理解を深める事業を展開していく。

【プロジェクトチーム構成員】

横手市	文化振興課、観光おもてなし課、都市計画課、増田地域課
県	地域づくり推進課、観光戦略課、観光振興課、文化振興課（幹事課）、教育庁生涯学習課、平鹿地域振興局総務企画部