

「MMoP | 御代田写真美術館」を中核とした
環浅間エリアの文化・観光推進拠点計画

目次

1. 実施体制	3
2. 事務の実施体制	5
3. 基本的な方針	6
4. 目標	21
5. 目標の達成状況の評価	26
6. 文化資源保存活用施設	27
7. 文化観光拠点施設機能強化事業	32
8. 計画期間	50

1. 実施体制

文化資源保存 活用施設	名称	MMoP 御代田写真美術館 (仮称)	所在地	長野県北佐久郡御代田町馬瀬口 1794-1
申請者 文化資源保存活用 施設の設置者	名称	株式会社アマナ	所在地	東京都品川区東品川 2-2-43
	代表者	代表取締役社長 兼 グル ープCEO 進藤博信		
	地方公共 団体内部 の役割			
共同申請者① 文化観光推進 事業者	名称	御代田町役場 産業経済 課 商工観光係 企画財政 課 地域振興係	所在地	長野県北佐久郡御代田町 大字馬瀬口 1794-6
	代表者	御代田町町長 小園拓志		
	役割	施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者		
共同申請者② 文化観光推進 事業者	名称	一般社団法人 長野県観 光機構	所在地	長野県長野市南長野幅下 692-2 長野県庁 2階
	代表者	理事長 野原 莞爾		
	役割	施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者		
共同申請者③ 文化観光推進 事業者	名称	株式会社地域ブランディ ング研究所	所在地	東京都台東区雷門 2-20-3 8F
	代表者	代表取締役 吉田博詞		
	役割	施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者		

共同申請者④ 文化観光推進 事業者	名称	しなの鉄道株式会社	所在地	長野県上田市常田 1-3-39
	代表者	代表取締役社長 春日良太		
	役割	施行規則第 1 条第 2 項第 2 号の文化観光推進事業者		
共同申請者⑤ 文化観光推進 事業者	名称	ブレックファースト&カフェ キャボットコーヴ	所在地	長野県北佐久郡軽井沢町大字追分 78-26
	代表者	代表 出口 清人		
	役割	施行規則第 1 条第 2 項第 2 号の文化観光推進事業者		

2. 事務の実施体制

MMoP | 御代田写真美術館の開館までの準備期間では株式会社アマナ内の事務局を中心に御代田町役場、長野県観光機構、地域ブランディング研究所、しなの鉄道、キャボットコープの5社が互いに連携を取りながら計画の策定、実行をする。その際の会計管理はアマナ内の経理部門が行う。

MMoP が開館する 2022 年までに「一般財団法人 写真文化振興財団（仮称）」を設立。実質的な写真美術館運営は当財団が行うが、文化観光に関わる様々な観光施策は引き続き株式会社アマナ、御代田町役場、長野県観光機構、地域ブランディング研究所、しなの鉄道、キャボットコープが連携し、プロジェクトごとにそれぞれの事業体が中心的役割を担いながら様々な事業を推進していく。その際の会計管理は写真文化振興財団が行う予定である。

3. 基本的な方針

3-1. 現状分析

3-1-1. 主要な文化資源

●MMoP | 御代田写真美術館 (旧メルシャン軽井沢美術館跡地)

雄大な浅間山の麓の冷涼な気候と、季節ごとに表情を変える自然が豊かな御代田町に、新たな文化拠点を形成するべく、「Miyota Museum of Photography (以下MMoP) | 御代田写真美術館」を2022年に開館することを目指している。美術館の建築は、東急文化村やルーヴル美術館の内装などを手掛けたフランス人建築家ジャン・ミシェル・ヴィルモットにより旧メルシャン軽井沢美術館時代に建てられたものを整備・リノベーションする計画で、その静謐な現代建築自体も文化資源としての高い価値を有している。

総面積約 18,000 m² (約 5,300 坪) の広大な敷地内には大きく 4 つの建物があり、エントランスやチケットカウンター、ショップを兼ねた「インフォメーション棟」(床面積: 270.76 m²)、内部は吹き抜けを活かした巨大な展示も可能な「エキシビジョン棟」(床面積: 1F343.05 m² / 2F148.35 m²)、1階はイベントや展示スペース、2階はキッチン設備がありカフェ・レストランを運営してきた「ラウンジ棟」(床面積: 1F545.24 m² / 2F160.10 m²)、最も建物として大きく、旧メルシャン軽井沢美術館時代もメインの美術館として運営されていた様々な展示が可能な「ミュージアム棟」(床面積: 1F749.51 m² / 2F 141.56 m²)に分かれている。それぞれの建物の外壁には蔦が豊かに茂り、新緑の初夏、紅葉の秋など四季によって建物自体の表情も変わる。

写真作品の展示だけでなく、来訪者がくつろいで過ごすことができるカフェやショップを併設し、将来的には写真集のライブラリーの設置なども視野に入れており、「滞在」を楽しめる美術館施設として整備する計画である。

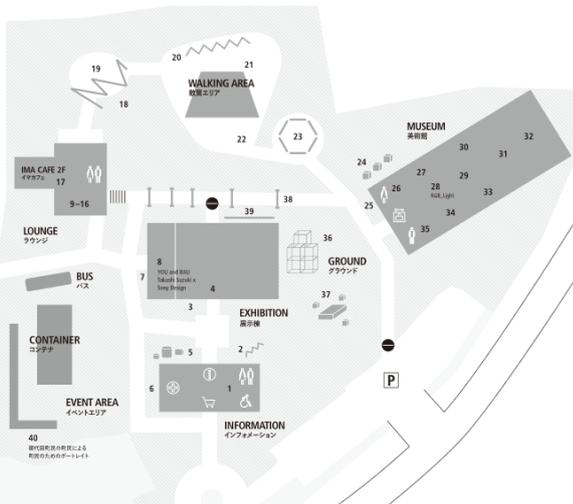
また、緑が豊かな屋外は鑑賞者が散策を楽しむことができるように、遊歩道にはウッドチップを整備。より自然を感じられるような植樹も行い、屋外の展示や鑑賞も楽しめるよう整備を進めている。



MMoP のメインの美術館になる「ミュージアム棟」。
後述する「浅間国際フォトフェスティバル」では奈
良原一行、森山大道など巨匠の作品を展示

大型作品の展示も可能な「エキシビジョン棟」。外壁
にも「浅間国際フォトフェスティバル」において大
型の展示を行った

エントランスやショップも兼ねた「インフォメーシ
ョン棟」。「浅間国際フォトフェスティバル」期間中
は作品の展示も行った



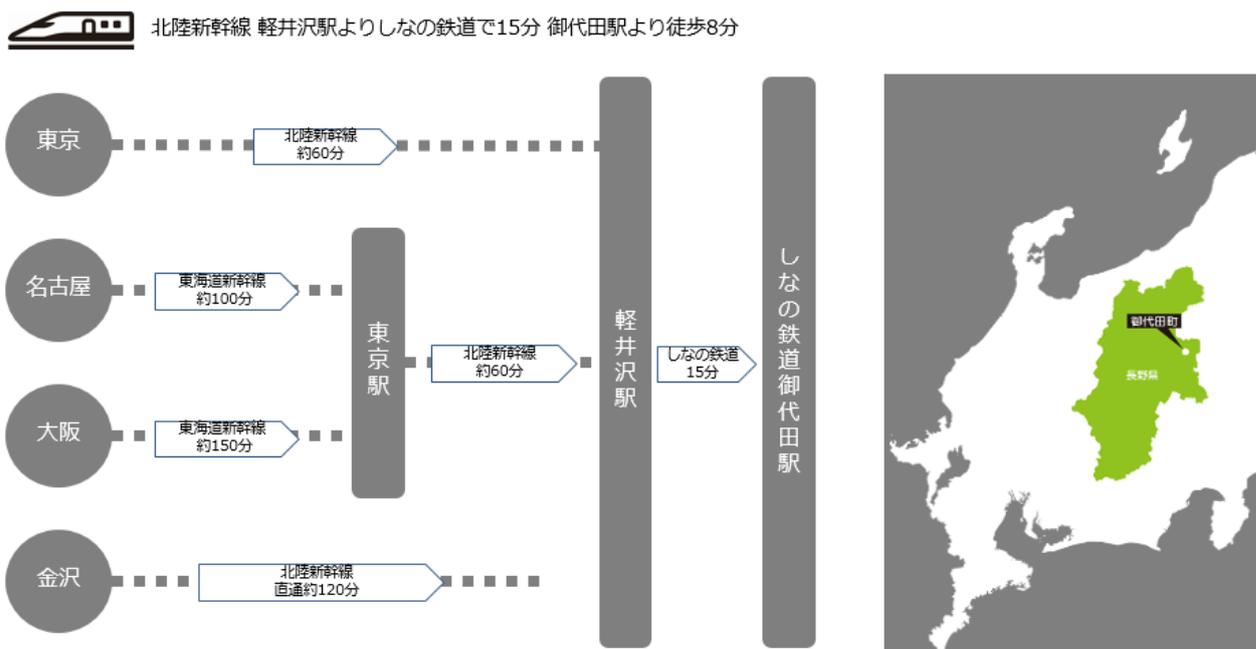
◀会場全体マップ

(別添:【参考資料3】浅間国際フォトフェスティバル2019_会場ガイドマップにより精細なマップ表記あり)

MMoP | 御代田写真美術館へのアクセス

御代田町は軽井沢駅から、しなの鉄道で約 15 分とアクセスしやすく、東京駅からの所要時間も約 1 時間半である。越後妻有トリエンナーレ（新潟県十日町市）や瀬戸内アートサイト（香川県、岡山県）など、地方のアート施設と比較しても都市圏からアクセスしやすい立地である（下図参照）。また、北陸新幹線の大半の列車が軽井沢駅に停車することもあり、首都圏はもちろん、北陸方面からの誘客も含め、より潜在的な来訪客の増加を見込める場所である。また、北陸新幹線は京都・大阪まで延伸することが決定しており、今後関西方面からのアクセスも改善され、更なる誘客が期待できる。

メイン会場「御代田写真美術館（MMoP）」へのアクセス

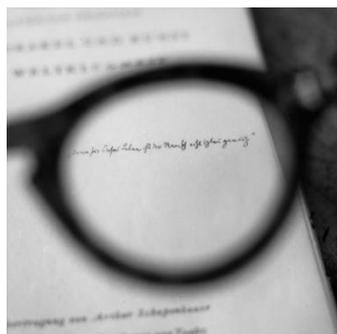


●ザ アマナ コレクション (the amana collection)

the
amana
collection

株式会社アマナが現代、そして未来の写真家を支援することをミッションに掲げ、2011年よりコレクションを開始した、日本の現代アート写真を代表する作家たちの企業コレクション。現在、計70作家、約900点（2019年12月末時点）の作品を保有しており、御代田写真美術館の常設展示におけるメインコンテンツとする計画である。

主な作家陣として森村泰昌、川内倫子、米田知子、蜷川実花、ホンマタカシ、野村佐紀子、志賀理江子、横田大輔、小山泰介、ネルホル、畠山直哉、西野壮平、片山真理、津田直など。



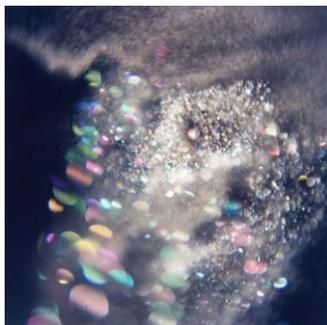
米田知子



蜷川実花



森村泰昌



川内倫子



志賀理江子



ネルホル



天王洲「IMA gallery」での展示の様子

5 年計画目標

- 2020 年度：展示面積 4000 坪／展示作品数 400 作品
- 2021 年度：展示面積 4000 坪／展示作品数 400 作品
- 2022 年度：展示面積 5300 坪／展示作品数 700 作品
- 2023 年度：展示面積 5300 坪／展示作品数 750 作品
- 2024 年度：展示面積 5300 坪／展示作品数 800 作品

●浅間国際フォトフェスティバル

株式会社アマナと御代田町とで組織する実行委員会が運営主体となり、前述の MMoP 開館予定地の 5,300 坪の広大な敷地を利用して、2018 年、2019 年の 2 カ年にわたり、国内外の作家陣を招聘したアートフォトの祭典「浅間国際フォトフェスティバル PHOTO MIYOTA」を開催してきた。フランスやスイスなどのヨーロッパ諸国ではポピュラーな、アートフォトに特化した屋外型フェスティバルを参考に、日本独自のモデルをつくるべく企画されたイベントであり、御代田町だけでなく、近隣の自治体とも連携し、広域での同時開催を実現し、インバウンドを含めた町の観光促進にも取り組んできた。また、この過去 2 回のフォトフェスティバルに参加した作家は計 68 組。そのうち海外の作家は全体の約半分の 32 組に上り、国際色豊かな作品を展示し、会期中は多くの作家やその家族、関係者も現地を訪れた。この地で写真に特化したアートフェスティバルの開催実績と、作家とのコネクションを含めた運営ノウハウも本企画における主要な文化資源と捉え、今後も毎年フォトフェス開催を継承していく方針である。

主な海外作家例：アニエス・ヴェルダ×ジェイ・アール、ロジャー・バレン、ダミアン・プーラン、シャルル・フレジェ、サナ・レート、ロバート・メイプルソープ、スティーヴン・ギル、ヴィヴィアン・サッセン、イナ・ジャン

元々アートフォトに特化したフェスティバルはフランス、スイスをはじめヨーロッパでは各地で多数開催されており、海外のアートに精通した富裕層は世界各地のフェスティバルを巡るサーキットツアーを行っている。そのサーキットの中の 1 つに、日本を代表するフォトフェスとして新たにこの「浅間国際フォトフェスティバル」が組み込まれるようになることも目指している。さらに常設の MMoP を開館することで、観光資源の少ない御代田町に新たな文化観光拠点を誕生させ、日本におけるアートフォトの地位向上や地域における写真文化の醸成を行い、将来的にこのエリアが日本における“写真文化の聖地”となることを目指している。

MMoP 開館後も夏の集客の目玉として、フォトフェスは毎年開催しながら、御代田町のみならず、周辺の軽井沢町、小諸市、長野原町、佐久市、東御市など環浅間エリアにサテライト会場を増やしていき、同時多発的に開催する回遊性のあるフォトフェスに拡大していく。



エキシビジョン棟の内部。昨年はフランスの写真家シャルルフレジェの作品を多数展示



マッシモ・ヴィッターリの写真に建築家の谷尻誠が鉄製のプールをつくり水を張ったコラボ作品



フェス期間限定でオープンしていた「IMA」カフェ。現在は軽井沢追分の有名店「キャボットコーヴ」が営業中（11月まで）



布に写真をプリントをして、風になびくように展示をしたイナ・ジャンの作品



巨大な板面にプリントし、数か所穴を開け、鑑賞者が顔を出して撮影できるように工夫したウィージーの作品。背景に見えるのは浅間山



カフェの2F テラスから MMoP を見た様子。右側に見えるのはフォトフェス期間中にワークショップや撮影会を行ったコンテナとスクールバス



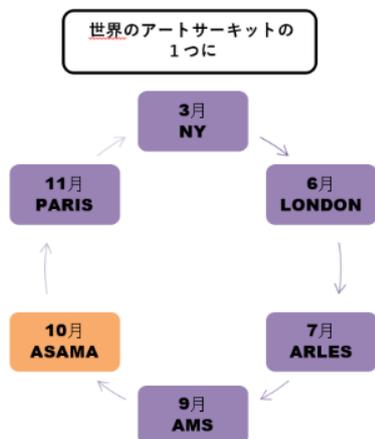
ダミアン・プーランの立体作品「猫も杓子も」。猫のオブジェの前に立つと自動で写真が撮影されるマホでデータを受け取れる仕掛けを設けた



フランス在住の石橋英之の作品。林の中の小路に、自然環境と調和する展示を行った



写真家・鈴木崇氏によるワークショップの様子。他にも作家のトークショーや写真を切り口にしたイベントも多数開催



◀「浅間国際フォトフェスティバル」が目指すビジョン

●IMA (イマ)



IMA とは株式会社アマナが運営するアートフォトを中心にした総合的なプラットフォームのことであり、“LIVING WITH PHOTOGRAPHY” をテーマに、さまざまなアプローチで日常の中でアートフォトを親しむ提案を行っている。アートフォト専門誌『IMA』を発行しており、世界中の旬なフォトグラファーの最も新しい写真表現を紹介しながら、写真史から日々の中での写真との付き合い方までを紹介している年 4 回 (2、5、8、11 月) 刊行の季刊誌。写真家は巨匠から若手まで、テーマは写真をめぐる深い歴史の話から現代の最新情報まで、さまざまな切り口で写真の魅力に迫る内容である。そのほか、アートフォト専門のギャラリー「IMA gallery」、2014 年にスタートした写真集レーベル「IMA Photobooks」、誰もが応募できるオンラインの写真コンテスト「IMA next」を展開。あらゆる角度から余すことなく写真を楽しめるプラットフォームとして機能している。

前述の浅間国際フォトフェスティバルのキュレーターは雑誌 IMA 編集長の太田睦子が務め、IMA のプラットフォームで積み上げてきた世界中の作家とのリレーションや信頼関係のもと、作品の提供や共同での作品制作、オリジナルの展示方法などに取り組み、ユニークなフォトフェスティバルを開催することができた。

MMoP 開館後も、IMA のプラットフォームを活用し、雑誌と連動した企画展や「IMA next」のコンテスト受賞作家の展示など、様々なコラボレーションを行っていく。



●アマナサルト (amanasalto)



株式会社アマナが高品質ポートフォリオを制作・出版するベルギーのサルト・ウルビーク社との合弁会社として 2012 年に設立し、世界最大級のプラチナプリント工房を有している。500 年以上の耐久性があると言われるプラチナプリント従来の技法に、最新のデジタル技術を融合した世界初のテクノロジーを導入し、最高のプリントディレクションと共に写真表現を日々高めている。これまで数多くの国内外のトップ写真家から指名を受け、彼らの作品のプリントに携わってきた。他にもアートフォトに造詣のある富裕層から依頼を受け、特注プリント作品の制作も行っている。

主な作家陣に、杉本博司、森山大道、石内都、荒木経惟、安藤忠雄、田原佳一、野村佐紀子、ル・コルビュジェ、エリオット・アーウィット、イモージン・カニンハムなど

このアマナサルトのプラチナプリント工房を 5 年以内に MMoP 内に移転する計画がある。移転した後はプ

プリント作業を行うだけでなく、フォトフェスティバルや美術館の展示企画とも連動し、ワークショップや作業中の様子を見学する工房ツアーなども開催し、プラチナプリントの普及活動も行っていく。国内外の富裕層が、プラチナプリント作品発注のために、この工房を訪れることも想定される。



杉本博司 「ON THE BEACH」



ル・コルビュジェ、ルシアン・エルヴェ 「ENSEMBLE」



森山大道 「実験室からの眺め」



安藤忠雄 「ANDO BOX」 シリーズ



40年以上のキャリアを誇るプリンティングディレクター 久保元幸

3-1-2. 来訪客の動向

●御代田町及び周辺地域の来訪客動向

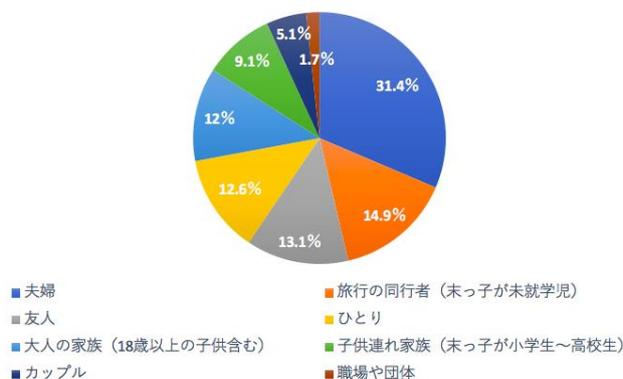
御代田町観光客数推移

H25/2013年	H26/2014年	H27/2015年	H28/2016年	H29/2017年	H30/2018年	R1/2019年
120	120	120	126	115	145	149

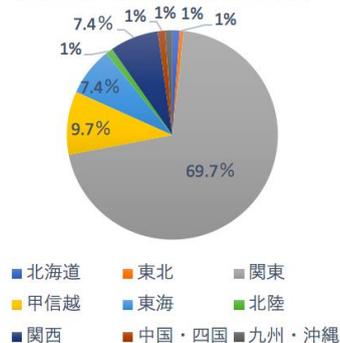
(単位：千人)

御代田町は「平成 28 年総合戦略」の基本目標において、新しい人の流れを創出するための観光資源の開拓や交流イベントの実施を掲げている。平成 29 年までは観光客数 12 万人にとどまっていたが、浅間国際フォトフェスティバルの開催がスタートした平成 30 年から観光客数は約 3 万人増加した。

佐久地域を訪れる観光客の同行者



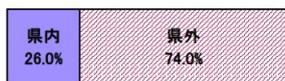
佐久地域を訪れる観光客の居住地 (国内・都道府県)



出所：長野県「来訪者満足度等アンケート調査」より再作成

佐久地域の県内 県外別及び日帰り 宿泊別の割合、日帰り客 宿泊客の1人当たりの単価

佐久（延利用者数 15,312千人、観光消費額 57,782百万円）



出所：長野県「令和元年 観光地利用者統計調査結果」

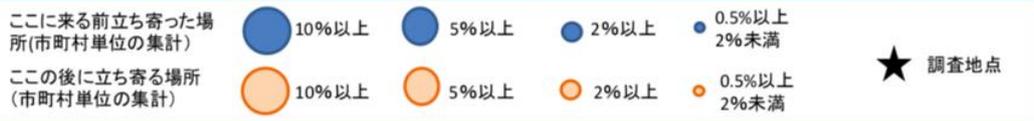
御代田町を含めた佐久エリアを訪れる観光客は7割が関東地域からの県外客が占める。観光客属性として、夫婦やファミリー層が大多数占める。宿泊客の割合は県平均33%を上回り、約40%を占める。宿泊客の1日あたりの観光消費額も県平均と比べ、2倍近くにまでのぼっている（令和元年 長野県観光地利用者統計調査）。しかし、佐久エリアには御代田町の他にも、年間800万人以上が来訪する県内屈指の観光地である軽井沢町も含まれていることを十分に留意する必要がある（令和元年度 軽井沢町の統計）。また、観光地である上田城跡（上田市）や懐古園（小諸市）を訪れた観光客の約1割は、軽井沢にも訪問しており（平成27年 統計から見る長野県観光の現況）、東信地域の周遊ポテンシャルの高さがうかがえる。

また下図より、「軽井沢ショッピングプラザ」（軽井沢町）を訪問目的とした観光客は近隣エリアに立ち寄り、懐古園を訪問する観光客は軽井沢を含め他市町村まで立ち寄っていることが分かる。軽井沢と小諸の中間に位置する御代田町は、しなの鉄道を利用して小諸駅より10分、軽井沢駅より15分という好立地であることから、双方を訪れる観光客を御代田町に誘導することが可能である。

観光地点パラメータ調査（長野県）※平成23年調査

※各観光地点に来る前に立ち寄った場所（市町村）及び調査地点の後に立ち寄る場所について、回答のあった観光地ごとにサンプル数を集計し、全サンプル数に対する割合を算出。割合の区分別に地図上にマークを記載

■凡例



■軽井沢ショッピングプラザ（軽井沢町）

主な立ち寄り地点		
ここへ来る前	軽井沢観光会館(軽井沢町)	7.3%
	ハルニテラス(軽井沢町)	3.4%
	白糸の滝(軽井沢町)	2.9%
この後行く	軽井沢観光会館(軽井沢町)	5.4%
	白糸の滝(軽井沢町)	1.0%
	ハルニテラス(軽井沢町)	0.6%

■懐古園（小諸市）

主な立ち寄り地点		
ここへ来る前	アリスショッピングプラザ(軽井沢町)	9.5%
	マンスアイン小諸(小諸市)	5.0%
	善光寺(長野市)	5.0%
この後行く	湯田中央温泉郷(山ノ内町)	13.2%
	北斎館(小布施町)	8.5%
	篠山美術館(安曇野市)	8.3%

■上田城跡（上田市）

主な立ち寄り地点		
ここへ来る前	善光寺(長野市)	11.1%
	別所温泉(上田市)	8.7%
	懐古園(小諸市)	7.3%
この後行く	別所温泉(上田市)	10.2%
	善光寺(長野市)	6.7%
	アリスショッピングプラザ(軽井沢町)	4.2%



出所：長野県「来訪者満足度等アンケート調査」

●「浅間国際フォトフェスティバル」来訪客動向

▶2018「浅間国際フォトフェスティバル」

期間：2018年8月11日（土祝）～9月30日（日）（51日間）

来訪客実績：約2.1万人（うち、国外約0.1万人）

▶2019「浅間国際フォトフェスティバル」

期間：2019年9月14日（土）～11月10日（日）（58日間 ※うち台風により2日間休館）

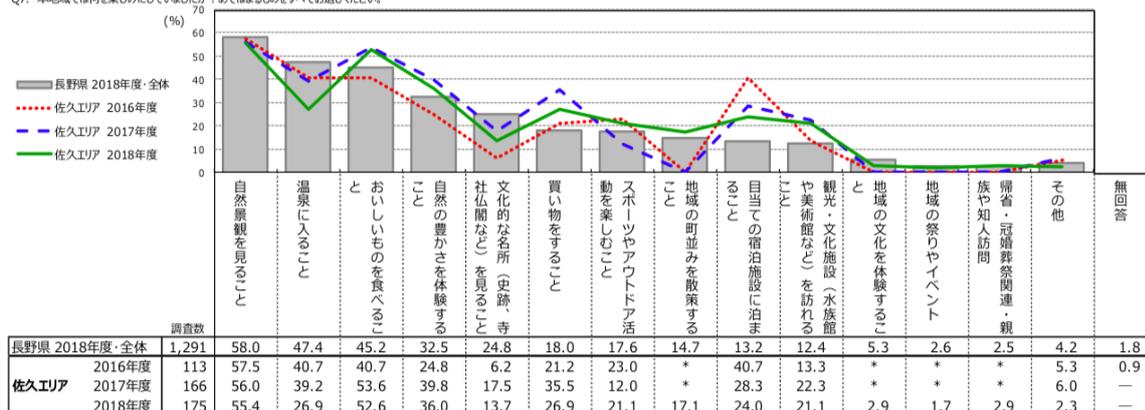
来訪客実績：約2万人（うち、国外約0.1万人）

2018年と2019年に浅間国際フォトフェスティバルを開催した際には各年2万人ほどが訪れた。一方、フランスのアルル国際フォトフェスティバルは来訪客数が14万人（83日間、2018年）を記録していることもあり、今後国内のアートフォトファンや観光客、近隣住民を含めて来訪客数を増加させる余地がある。

下図では、佐久エリアの観光客の属性として、県全体の中でも文化観光に興味を持つ観光客層が一定数いることがうかがい知ることができる（2018年度長野県来訪者満足度等アンケート調査）。2016年度では「観光・文化施設を訪れること」に対する期待度が13%程度だったが、2017年度には20%を上回り、文化観光への期待が高まっていることが表れている。また、来訪客が長野県での観光において興味を持つ点としては「自然景観を見ること」への期待が高いことが分かる。MMoPと浅間国際フォトフェスティバルは、文化観光と自然景観の両面を楽しめるという特徴を活かした相乗効果を狙いつつ、御代田町の課題の1つである宿泊施設の充実化にも取り組んでいく必要がある。

■楽しみにしていたこと（全体/複数回答）

Q7. 本地域では何を楽しみにしていましたか？あてはまるものをすべてお選びください。



※「*」は2018年度追加項目のため、データなし

出所：長野県「来訪者満足度等アンケート調査」

●既存観光客層の困いこみ

上記のデータより、これまでは御代田町周辺に位置する軽井沢町や小諸市への観光客を取り逃していたことが明瞭である。自然、文化をキーワードに近隣を訪れる国内外の観光客へ向けて、MMoPが新たな文化観光拠点であることを認知させ、御代田町へ誘致を促進させる。

また、2回のフォトフェスティバルに来訪した国内のアートフォトファン層についても、更なるアプローチを行い、MMoPのファンとなってもらえるよう働きかける。

●外国人観光客の動向

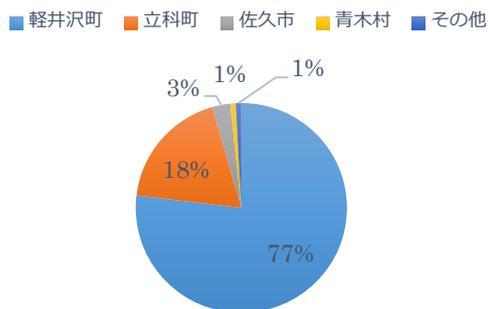
(単位:人泊、%)

区分	平成29年		平成30年		対前年増減	対前年比
	延宿泊者数	構成比	延宿泊者数	構成比		
東信州	244,428	24.1	283,961	23.6	39,533	16.2
佐久	230,174	22.7	266,477	22.2	36,303	15.8
上田	14,254	1.4	17,484	1.5	3,230	22.7
諏訪	53,376	5.3	57,479	4.8	4,103	7.7
伊那	22,068	2.2	23,737	2.0	1,669	7.6
上伊那	14,392	1.4	14,137	1.2	△ 255	△ 1.8
南信州	7,676	0.8	9,600	0.8	1,924	25.1
木曾路	21,907	2.2	22,700	1.9	793	3.6
日本アルプス	376,733	37.2	446,348	37.1	69,615	18.5
松本	186,167	18.4	197,567	16.4	11,400	6.1
北アルプス	190,566	18.8	248,781	20.7	58,215	30.5
北信濃	294,461	29.1	368,674	30.6	74,213	25.2
長野	109,802	10.8	129,750	10.8	19,948	18.2
北信	184,659	18.2	238,924	19.9	54,265	29.4
合計	1,012,973	100.0	1,202,899	100.0	189,926	18.7

地域振興局別外国人延宿泊者数

出所:長野県「平成30年外国人延宿泊者数調査結果」

佐久地域市町村別外国人延べ宿泊者数割合

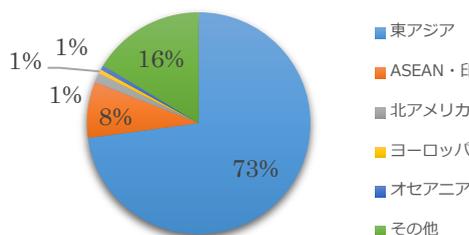


※宿泊者数200人泊以上市町村のみ集計。

出所:長野県「平成30年外国人延宿泊者数調査結果」より再作成

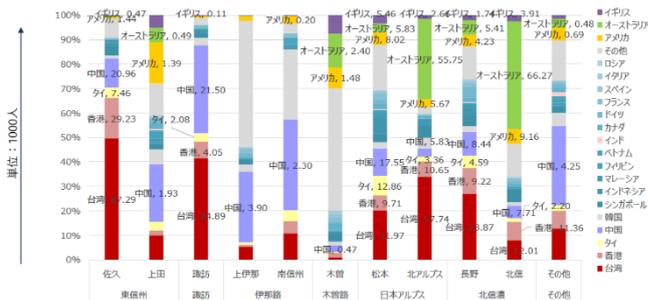
佐久地域は、2018年の外国人延宿泊者数が266,477人泊で長野県全地域の2割以上を占めている。特に、軽井沢町の外国人延宿泊者数が佐久地域宿泊者数の77% (204,940人泊) を占めていることから、佐久地域を訪れる外国人の大多数が軽井沢への訪問であり、御代田町を含めた他地域はまだ外国人観光客が少ないと考えられる。しかし、前述したとおりに御代田町は軽井沢と距離が近く、本事業の取組により軽井沢からの入込み客の増加が期待される。

主要6地域外国人宿泊者数割合(佐久地域)



出所:長野県「平成30年外国人延宿泊者数調査結果」より再作成

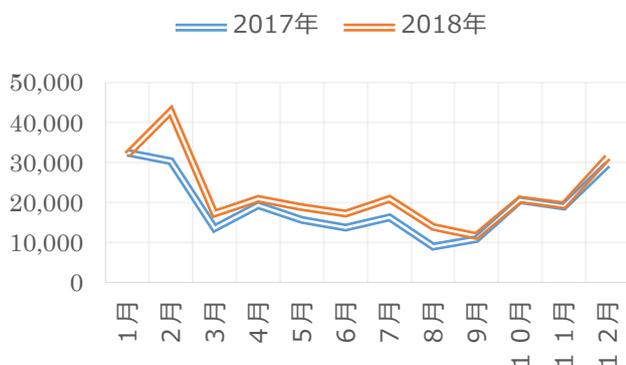
訪日外国人観光客国・地域別人数10圏別割合



出所:長野県「平成30年度訪日外国人観光客動向調査」

佐久地域を訪れる外国人観光客の特徴は台湾、香港、中国等東アジアが73%で多く、欧米豪は数%にとどまっている。その中でも台湾が87.29%とトップを占めている。

月別外国人宿泊者数(佐久地域)



また、来訪時期としては12月~2月の冬季が最も多く、旧正月等長期休みが冬季にある中華圏観光客の影響だと考えられる。しかし、前年増加比率から見ると、夏期の増加(8月54.1%増、7月28.6%増)が目立つ。

出所:長野県「平成30年外国人延宿泊者数調査結果」より再作成

●新たなターゲット「欧米富裕層」の可能性

一方で、世界的に現代アートファンの多くは欧米富裕層であり、彼等は世界各国のアートイベントやアート施設を回るなどアートツーリズムへの興味・関心が高いとされている。中でもアメリカのアート市場は2.84兆円で全世界の42%を占めており、(Art Basel and UBS「The Art Market 2018」)中国、英国が続く。特に、アートコレクターの52%が北米(ほぼ、アメリカ)、次が欧州で29%であることから欧米のアートへの興味・関心が高いことが分かる(Art Basel and UBS「The Art Market 2018」)。アートフォトに関しても同じ傾向にあり、新たなターゲットとして欧米豪富裕層は潜在性が高いと言える。

軽井沢町「軽井沢インバウンドビジョン」(2020年3月)では成熟市場であるアジア・東南アジアから新たなターゲットとして欧米(特に、北米)観光客誘致を強化すると発表した。前述の通り親和性の高い欧米の観光客誘致を地域間連携を取りながら進めることでより欧米富裕層の取り込みを強化する。

※佐久地域の市町村

小諸市、佐久市、北佐久郡(軽井沢町、立科町、御代田町)、南佐久郡(佐久穂町、小海町、川上村、南牧村、南相木村、北相木村)

3-1-3. 他の文化資源保存活用施設との比較

●「東京都写真美術館」との比較

写真をテーマにした美術館の中で、日本で最大規模の「東京都写真美術館」(東京・恵比寿)は年間の来館者数は約40万人、1995年の開館以来の入館者数は700万人を突破している。(東京都写真美術館2017-2018年報より)

都心部という立地もあるが、写真に特化した美術館としてのポテンシャルを見る上でMMoPにとって大きな指標になると言える。また、写真集や写真文化に関する書籍を閲覧できる図書館機能があることや、「恵比寿映像祭」も年に1度開催しており、写真から派生した企画の広がりを見せていることは、来館者のリピート率の向上や、写真芸術の新しい可能性として参考にするべき点である。

●「清里フォトアートミュージアム」との比較

同じく写真をテーマとした美術館の中でも、地方で運営を行っている「清里フォトアートミュージアム」(山梨県北杜市)とは共通する点が多い。

特徴の1つとして、世界中の若い写真家の作品コレクション「ヤング・ポートフォリオ」を収集・展示しており、若い才能や日本の写真文化の発展のサポートを行っている点がある。これは「ザ アマナ コレクション」の未来の写真家を支援するミッションと通ずる部分である。

2つめは清里も八ヶ岳のリゾート地に隣接する立地であり、高原の豊かな自然に囲まれた環境の中に、建築家・栗生明氏による現代的な建築の美術館が佇んでいる。近隣には星野リゾートなど高付加価値型の宿泊施設や、レストランなどの施設が充実しており、軽井沢町に隣接する御代田町と共通した部分がある。そのため、周辺に訪れた観光客を誘致するためのイベントや運営方法など、参考になる点が多いと考える。

今後MMoPが常設で開館した後は、清里と御代田間は1時間半ほどの距離ということもあり、美術館同士を行き来する展示ツアーを双方協力して企画するなどの施策も検討している。

反対に、MMoPと比較した際に「清里フォトアートミュージアム」は平成7年に開館、25年の歴史があり、別荘地付近の写真美術館としての運営や展示、人材確保や育成の面など、総合的に参考になる点が多い。また館長に著名な写真家の細江英公氏が就任されていることもあり、影響力のある人物を館長に据える

という観点もMMoPでも参考にしたい。

他にもコレクション「ヤング・ポートフォリオ」は美術館のHP上にアーカイブされており、だれでも閲覧できる環境になっているので、このオープンに作品を開示し、より広く写真文化を普及する取り組みは、まだ「ザ アマナ コレクション」には足りない部分である。

また、山梨県北杜市を活動拠点とする立体作家たちの集団「feel」と毎年夏のイベントを開催し、写真だけでなく彫刻などの立体作品を美術館内に展示している。来訪者が幅広いアートを楽しめるだけでなく、地元の作家たちの研鑽・発表の場を提供することで、総合的なアート分野への貢献を行っている点も参考にしたい。

●MMoP | 御代田写真美術館の強みと弱み

<強み>

・浅間国際フェスティバルでの地域との連携

前述したように、2018、2019年と2回に渡り、アートフォトに特化した「浅間国際フォトフェスティバル」はアマナと御代田町役場が設立した実行委員会形式により、開催・運営してきた。ヨーロッパのフォトフェスティバルを参考に、屋内だけでなく屋外でも自然環境を活かした展示や巨大なプリントを行った展示、子供が自由に触れられ、遊べるような展示、ARやVRの技術を用いた展示など、様々な展示手法を行い、訪れる人に写真表現の新たな可能性を提示してきた。さらにアマナと御代田町役場が実行委員会を設立して共同運営を行うことにより、町民を被写体にした作品の展示、地元小中学生への課外授業を通じての写真文化の啓蒙活動、町民のアルバイトスタッフ雇用、町役場主導の町民イベント「MIYOTA DAY」の開催などにつながり、地域との連携の強化という点からも今後常設化した後に活かされる実績と経験になった。こういった地方公共団体との連携体制の構築は、他の写真美術館には見られない強みである。

・アマナのアートフォト振興活動の蓄積

また、アマナはアートフォト専門誌「IMA」をこれまで8年間発刊してきたことや、「ザ アマナ コレクション」にてアートフォトのコレクションを行ってきたこと、「アマナサルト」での著名な写真家の作品をプリントしてきたことなどのつながりもあり、世界中の作家とのつながりがあった。そこにこのフェスティバルを開催し、時代の最先端を切り取り表現する国内・海外の様々な作家の作品を扱い展示することで、作家陣とのリレーションも強化された。さらに彼らを通してアートフォトの専門家や業界に精通した学芸員などを中心に、海外での認知も徐々に広まっている。

このようにアマナ独自で積み上げてきた下地の上に成り立っていく美術館であるという点は、他の写真美術館との差別化にもつながるMMoPならではの強みである。

・軽井沢に隣接する立地

軽井沢には年間800万人以上の観光客が訪れる地であり、そこに隣接する御代田町は文化観光で多くの誘客ができるポテンシャルが高い場所である。また、観光客の大半は避暑を求める層やアウトレットで買い物を行う層であり、アートを目的に訪れる層はまだ少数である。そこにMMoPが最先端のアートフォトを展示することで、アートへの関心や感度が高い層もこのエリアを観光で訪れるようになり、新たな人の流れを生み出せると考える。

<弱み>

・建物の老朽化

旧メルシャン軽井沢美術館が建設されたのは25年前の1995年である。また、2011年に美術館が閉館し

てから 2018 年まではこの土地と建物は活用されていなかったため、水道管の腐食など様々な修繕箇所があった。現状、施設として最低限の改修や整備は行っているが、来訪客の満足度を上げるためにはバリアフリー施設の整備は必須であり、コレクションを展示。保管するうえでも空調や照明設備など、美術館の水準レベルの環境を整える必要がある。

しかし、それらを整備すれば今の時代でも充分魅力を感じられるだけの建築的魅力がある建物である。

3-2. 課題

課題 1：中核施設となる「MMoP | 御代田写真美術館」のコンテンツの磨き上げ

「ザ アマナ コレクション」、「浅間国際フォトフェスティバル」「IMA」、「アマナサルト」により蓄積された、アマナ独自のアートフォトコンテンツのクオリティを世界から誘客できるレベルにまでさらに磨き上げていく必要がある。若手作家の援助や育成、世界的な写真家との共作など、今まで行ってきたことを継続しながら、常設展示と企画展示の両方を充実させていき、来場客の増加につなげていく。

課題 2：アートフォトを常設展示する、美術館施設の整備

旧メルシャン軽井沢美術館時代の設備は老朽化しているため、現代の美術館として最低限の作品を鑑賞、保管するためのハード面の環境を整える必要がある。現状、建物内の空調、照明設備や、バリアフリー環境が不十分な部分があるため、このエリアの文化観光の中核となり、インバウンドも含めた来訪客が快適に作品を楽しめるよう、またコレクション作品を安全に保管できるように整備していく。

課題 3：御代田町への観光来客数の少なさ、受け入れ基盤の不足

御代田町は観光地である軽井沢町や商工業が盛んな佐久市、小諸市に隣接しているためベッドタウンとしての特性があるだけでなく、近年は移住者が増加していること、またミネベアミツミなどの工場誘致により機械工業等の産業競争力が高かったためか、観光には力を入れていなかった背景がある。しかし、2020 年に町が作成した総合戦略により「文化・高原公園都市御代田」となることを掲げ、観光が新たな産業として成立するための模索も行っており、「浅間国際フォトフェスティバル」はその一翼を担っている。しかしまだ宿泊環境や飲食店の充実など、観光地としての基盤が整っていないのも事実である。そのため、MMoP は文化観光の中核を担う拠点施設となるため、2021 年春オープン予定のレストランひらまつが手掛けるオーベルジュや、9 月に本社を移転したクラフトビールメーカーのヤッホーブルーイング社などとも協力し、御代田町の観光コンテンツの開発や観光産業の発展を促進していく。

課題 4：訪日外国人旅行者への情報発信、多言語対応などが不十分

過去 2 回のフォトフェスでは、アートの専門知識のある翻訳家により日本語、英語の 2 か国語に対応した展示環境を整えてきたが、欧米豪の富裕層やアート感度の高い層に向けてさらに磨きをかけていく。また、軽井沢に多く訪れるアジアからの訪日客も見据えた中国語、韓国語などの多言語対応を今後促進していく必要がある。スマートフォンアプリによる音声ガイドや、展示説明の図録・パネルの多言語対応だけでなく、言語対応できる人材の確保も必要であると考える。

課題 5：フォトフェスティバルでの各会場間の回遊性の向上、交通機関との連携

昨年 2019 のフォトフェスティバルでは、メイン会場の御代田町に加え、フォトフェスに賛同していただいた「軽井沢プリンスホテルイースト」の屋外敷地や、群馬県長野原町の「浅間火山博物館」、キャンプ場「ルオムの森」など北軽井沢エリアにも展示会場が拡大した。新型コロナウイルス感染拡大が理由で中止になった 2020 年のフォトフェスでは、さらに小諸市の「懐古園」や中軽井沢の星野リゾート「ハルニレテラス」なども展示会場として開催が内定していた。しかし、課題として御代田町には公営バスの運行

がなく、現状は会場間の移動を行うシャトルバスの整備ができておらず、しなの鉄道を利用した移動か、来訪者個人の車、タクシーを利用した移動しか手段がない。そのため今後は公共交通機関で訪れた来訪客も回遊性が向上するような施策が必要である。

課題6：各施策に対する新型コロナウイルス対策の整備、新しい美術館鑑賞スタイルの確立

今後数年間はウィズコロナの生活様式になることは明白であり、あらゆる産業がコロナ対策を念頭に置いて活動を行わなければならない。そのため、アマネ内でもすでにCGなどバーチャル技術を取り入れた美術館の鑑賞スタイルを開発中であり、今後さらに加速させていく計画である。また、リアルな美術館鑑賞環境も同時に整えていく必要があり、バーチャルと有機的に融合した企画により、コロナ以前よりも多面的にアートフォトを楽しめるような展示方法も目指していく。

3-3. 文化観光拠点施設としての機能強化に向けて取組を強化すべき事項及び基本的な方向性

取組強化事項1：常設展示の充実、展示内容の整備（課題1及び2関連）

（具体的な内容を記載。）

これまで過去2回行ってきたフォトフェスは、この地に写真美術館をオープンするための実証実験の側面もあり、御代田町及びこの地域をアートフォトを軸にした地方創生を実現させていくための下地づくりであった。コロナ禍の影響を受け、当初の予定より開館時期を延長せざるを得なくなったが、これまで通り、軽井沢の観光シーズン最盛期である夏にはフォトフェスを開催しながらソフト面、ハード面、両面においてMMoP開館準備を進め、2022年には第一期の開館ができるよう計画を遂行していく。

第一期においては敷地の約3分の2のスペースを使って、屋内ではコレクションや企画展を、屋外にも国内外の作家のプリント作品を展示する。展示方法についても自然を活かした屋外展示やVR・ARなど最新のテクノロジーを用いたこれまでのフェスティバルの流れを踏襲しつつ、さらに磨き上げ工夫された展示を行っていく。

そして第一期のオープン中にも館内の空調や照明設備などの整備を進め、インバウンド客の増加も見込める世界情勢が想定される2024年には第二期のリニューアルオープンとして、MMoP内最大の建物であるミュージアム棟の整備を完了させて敷地全体での完全な形でのオープンを完了する。

取組強化事項2：「浅間国際フォトフェスティバル」の継続と運営改善、写真アートコンテンツの強化、（課題4及び6関連）

（具体的な内容を記載。）

これまでのフォトフェスでも、現代アートフォト界の最前線で活躍するアーティストから、歴史をつくってきた大御所アーティストまで、世界中から選りすぐりの写真家の作品を扱ってきたが、美術館が常設オープンすることにより、より1人のアーティストにフォーカスした大規模な企画展を行うことも可能になる。話題性のあるアーティストの展示を行えば、今まで以上に海外からのアートファンの来館も見込めると考える。また、バーチャルミュージアムを実装することで、世界中のどこからでもMMoPの展示の一部を鑑賞することが可能になり、様々なアートファンの拡大やPRにもつなげていく。

それに伴い、作品解説に関わる音声ガイドアプリやパネル、ガイドスタッフなどを日英はもちろん多言語対応することに加え、海外旅行客も参加できる体験コンテンツやツアーの実施、日本人写真家と外国人写真家のコラボ展示などの企画も行っていく。

取組強化事項3：地域の観光事業者との連携強化（課題3及び7関連）

（具体的な内容を記載。）

課題3にあるように、現在の御代田町は観光産業を成長させていくうえでの基盤がまだ整っていないと言える。そのため、宿泊施設や食文化の発信などを地元企業等と連携して行っていく必要があるが、それに加えて、美術館の運営のみならず、町役場や町民とも連携を行い「写真文化の聖地、御代田」のブランディングを拡大していく。

そのためMMoPが開館し、常設化するタイミングに合わせてMMoPのWEBサイトとは別に、ブランドWEBサイトも公開する。瀬戸内の直島や豊島などの美術館群をまとめたWEBサイト「ART SETOUCHI」に近いイメージで、フォトフェスやMMoPへのリンクはもちろん、様々な地域のイベント情報、写真に関する記事、関連地域の観光情報などを発信することで、御代田町を“写真文化の聖地”としてブランディングすることを進めていく。

また観光事業者と連携した事業も強化していく。2020年夏、軽井沢追分の人気店である「キャボットコーヴ」にMMoPの敷地内の一部を貸出し、カフェレストランの運営を行っているが、連日入店待ちの客の行列ができるほど盛況なこともあり、2021年以降も店舗運営を委託することで、フォトフェスやMMoPの来館者も増加する可能性が高い。

その他にも、2020年9月に御代田町に本社機能を移転した日本のクラフトビールシェアNo.1企業「ヤッホーブルーイング社」と連携し、MMoPで野外ビールイベントを開催したり、2021年3月に御代田町にオープン予定の、レストランひらまつが手掛けるオーベルジュやプリンスホテルなど、軽井沢地域のリゾート宿泊施設との入場券付き宿泊プラン（2022年度を目途）、富裕層向けのナイトミュージアムなどの限定鑑賞プランなど、様々な連携事業が実施できるよう協議を継続していく。

取組強化事項4：地域公共交通機関と連携した他会場・他エリアへの回遊性の向上（課題5関連）

（具体的な内容を記載。）

課題5を改善するために、今後フォトフェスティバルのサテライト会場が増加するにあたり、臨時シャトルバスの運営や、宿泊施設への特別割引送迎タクシーの運営などの取り組みを行うことで、会場間の回遊性を向上させていく。そのために地元のタクシー会社である「軽井沢観光」やアマナの取引先の自動車メーカー等との協議を継続する。また、今後はしなの鉄道とも連携して入館券付きの特別切符を販売し、軽井沢地域からの誘客を強化する。また、駅舎や列車車内でのアートフォトのコラボ展示などにも取り組み、アートを楽しみながら会場へアクセスできる環境を整えていく。

取組強化事項5：自走可能な収入源、ビジネスモデルの開発（課題1関連）

（具体的な内容を記載。）

入場料収入、カフェ収入以外にも、マネタイズモデルの確立に向けて以下のような取り組みを強化する。

- ・MMoP内「キャボットコーヴ MUSEUM TERRACE」のカフェレストラン収入
- ・オリジナルグッズや公式カタログ販売などの物販収入
- ・ツアーやイベントなどの体験コンテンツによる収入
- ・大企業とコラボした企画展示などによる協賛スポンサー収入
- ・スペース貸しによるテナント収入
- ・「プラチナプリントサービス」の導入や、「星野リゾート」など軽井沢の高級リゾート施設との連携によって、アートフォトに関心の高い国内外富裕層のファン化を図る

以上のような取り組みを行っていく予定である。

取組強化事項6：軽井沢からの誘客強化

(具体的な内容を記載。)

2019年の御代田町に訪れた観光客数は約15万人であったが、軽井沢の観光客数は年間840万人に上る(軽井沢町による平成29年統計より)。隣町にありながら、これだけの観光客数ギャップが現在あることは、逆に考えれば今後御代田町に訪れる観光客数の増加ポテンシャルが高いと言える。そのため、軽井沢からの誘客を促す取り組みを強化する必要がある。例えば、浅間国際フォトフェスティバル2019で連携を行った軽井沢プリンスホテル内やアウトレットモール・軽井沢ショッピングプラザにMMoP・フォトフェスのPRブースを設置して認知を広げる。また、新たなターゲットとして設定している、軽井沢を訪れる欧米豪富裕層向けの誘客活動にも積極的に取り組んでいく。共同申請者である「長野県観光機構」と連携し、ワイナリーの多い長野県産のワインの中でも高級なものを楽しめるイベントやワークショップをMMoP内で開催し、食の視点から富裕層の行動を喚起することなども考えられる。また、今後はJRと北陸新幹線車内や、国際空港でのPR活動なども強化していく。

3-4. 地域における文化観光の推進への貢献

MMoPにて現代の空気を反映したアートフォトの常設展や、自然の中で最前線の現代アートフォトを体験できるフォトフェスティバルを行っていくことで、世界中から感度の高いアートツーリストだけでなく作家が集まるような、日本における“写真文化の聖地”になることを目指している。

御代田町にMMoPという新たな文化観光施設が誕生し、世界中のアーティストと交流ができる土地になることで、町民や移住者にシビックプライドを芽生えさせることにもつながる。それにより、地域住民によるボランティア活動が活性化し、質の高いおもてなしを提供することで、写真美術館や地域の価値が向上する効果も期待できる。観光客が増加する過程で宿泊施設や食、物販など高付加価値型のサービスも生まれ、文化と観光の相乗効果を生み出していく。

3-5. 文化の振興を起点とした、観光の振興、地域の活性化の好循環の創出

日本における“写真文化の聖地”というポジションを確立していくことで、MMoPへの来訪者が増加していき、環浅間エリアを回遊・滞在する人口が増えていくことが考えられる。

また、軽井沢に隣接していることもあり、富裕層の旅行者も多く来訪し、御代田町の中での高付加価値型の消費が増え、経済効果を生み出していくと考える。

また、軽井沢にはこれまで少なかった「都市部に住むアート感度の高い層」が新たに訪れるようになり、新たな消費が促進されていくことも見込んでいる。

これらの活動により美術館の収益も上げていき、コレクションの充実など文化資源への投資が促進され、さらに文化拠点としての美術館の魅力を向上させることで、さらなる収益増加にもつなげていく。そのような好循環を生み出していくことで、将来的な目標として国内外の作家が住むアーティストインレジデンスの設立や、アート系映画作品を扱うミニシアターの開館など、より地域の魅力を上げるような文化的施設の開設も視野に入れている。

4. 目標

目標①：来訪者数（国内）（課題1、2、3、6関連、取組強化事項1、2、3、6関連）							
（目標値の設定の考え方及び把握方法） チケット販売数、入館者のカウント、公共交通機関の乗降者数のカウント							
年度	実績		目標				
	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
目標値	2万人	2万人	0人（開催中止）	2.5万人	4万人	5.5万人	8万人
事業1-①：世界水準の写真美術館の常設化によるアート写真資産の魅力増進事業	・アマナコレクションの強化	・アマナコレクションの強化	・アマナコレクションの強化 ・人材の確保 ・オペレーション検証施策の実施	・アマナコレクションの強化 ・人材の確保	・アマナコレクションの強化 ・人材の確保 ・常設展示の開始	・アマナコレクションの強化 ・人材の確保 ・常設展示の実施 ・企画展の実施	・アマナコレクションの強化 ・人材の確保 ・大規模企画展の実施
事業1-②：イベント等関連企画によるアート写真資産の魅力増進事業	浅間国際フォトフェスティバル開催	浅間国際フォトフェスティバル開催	—	・浅間国際フォトフェスティバル開催 ・作家イベント実施 ・ワークショップ開催	・浅間国際フォトフェスティバル開催 ・作家イベント実施 ・ワークショップ開催	・浅間国際フォトフェスティバル開催 ・海外作家イベント実施 ・ワークショップ開催	・浅間国際フォトフェスティバル開催 ・海外作家イベント実施 ・ワークショップ開催
事業4-①：アマナサルト「プラチナプリント」工房移転（東京→御代田）による関連文化普及	プリントマイスターによるワークショップの実施	プリントマイスターによるワークショップの実施	・移転計画の策定	・移転計画の策定 ・移転準備 ・フェスティバルでのワークショップの実施	・移転準備 ・プラチナプリントワークショップの実施 ・作品販売	・移転準備 ・プラチナプリントワークショップの実施 ・作品販売	・移転完了 ・作品販売 ・工房ツアーの実施 ・プラチナプリントワークショップの実施

目標②：来訪者数（海外）（課題1、2、3、4、5関連、取組強化事項1、2、3、6関連）

（目標値の設定の考え方及び把握方法）

チケット販売数、入館者のカウント、公共交通機関の乗降者数のカウント

年度	実績		目標				
	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
目標値	約2千人	約2千人	0人（開催中止）	500人	3千人	8千人	2万人
事業2-①：携帯端末等活用による文化資源理解促進事業	AR、VRを用いた展示の実施	音声ガイドアプリの開発		・AR、VRなどを活用した展示の実施 ・音声ガイドアプリの機能拡充（日英）	・AR、VRなどを活用した展示の実施 ・音声ガイドアプリの機能拡充（多言語対応）	・AR、VRなどを活用した展示の実施 ・音声ガイドアプリの機能拡充（多言語対応） ・新たな体験型展示の開発	・音声ガイドアプリの機能拡充（多言語対応） ・新たな体験型展示の実装
事業2-②：アートフォトビギナー層・インバウンド向け文化資源理解促進事業	作品解説の日英2か国語対応	作品解説の日英2か国語対応	・ネイティブスピーカーの人材確保	・ネイティブスピーカーの人材確保 ・国内ビギナー層向けのツアーガイド育成 ・インバウンド向けコンテンツの造成	・ネイティブスピーカーの人材確保 ・国内ビギナー層向けのツアーガイド育成 ・インバウンド向けコンテンツの造成	・ネイティブスピーカーの人材登用 ・国内ビギナー層向けのツアー実施 ・インバウンド向けコンテンツの実施 ・作品解説の多言語対応	・ネイティブスピーカーの人材登用 ・国内ビギナー層向けのツアー実施 ・インバウンド向けコンテンツの実施 ・作品解説の多言語対応
事業5-①：バーチャルミュージアムの開設と海外への宣伝事業			・バーチャルミュージアムシステムの開発	・バーチャルミュージアムシステムの実装 ・海外へのバーチャルミュージアムのPR活動	・バーチャルミュージアムシステムの実装 ・海外へのバーチャルミュージアムのPR活動	・バーチャルミュージアムシステムの機能拡充 ・海外へのバーチャルミュージアムのPR活動	・バーチャルミュージアムシステムの機能拡充 ・海外へのバーチャルミュージアムのPR活動

目標③：来訪者の満足度（課題1、2、3、4、5、6関連、取組強化事項1、2、3、4関連）

（目標値の設定の考え方及び把握方法）

スマートフォンを利用した音声ガイドアプリ内でのアンケート調査、リアルな紙によるアンケート調査の実施。（5段階評価）

年度	実績		目標				
	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
目標値	—	—	—	3.6	3.9	4.0	4.2
事業3-①：MMoP来訪者の利便性向上事業			・新型コロナウイルス対策措置	・新型コロナウイルス対策措置 ・バリアフリー環境のハード面整備 ・キャッシュレス、Wi-Fi環境の導入	・新型コロナウイルス対策措置 ・バリアフリー環境のハード面整備	・新型コロナウイルス対策措置 ・バリアフリー環境のハード面整備	・新型コロナウイルス対策措置 ・バリアフリー環境のハード面整備
事業3-②：地域公共交通機関との連携によるエリア回遊促進事業	—	—	—	・しなの鉄道特別周遊切符の販売 ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告	・しなの鉄道特別周遊切符の販売 ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告	・しなの鉄道特別周遊切符の販売 ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告 ・観光列車ろくもんとの連携企画	・しなの鉄道特別周遊切符の販売 ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告 ・観光列車ろくもんとの連携企画 ・巡回シャトルバス運行
事業3-③：アートフォト・観光情報を統合したブランドWEBサイトの開設	—	—	・ブランドサイト設計、企画	・ブランドサイト制作 ・連携メディア協議	・ブランドサイトオープン ・情報更新、運営	・情報更新、運営	・情報更新、運営

事業4-③:「キャボットコーヴ MUSEUM TERRACE」カフェ運営事業	—	—	・7月～11月の期間限定オープン	・フェスティバル開催に合わせてオープン	・MMoP 開館に合わせて通年オープン（冬季除く）	・MMoP 開館に合わせて通年オープン（冬季除く）	・MMoP 開館に合わせて通年オープン（冬季除く）
事業6-①:「MMoP 御代田写真美術館」の老朽化した設備の整備事業	・駐車場整備 ・植樹 ・給水設備の整備	・駐車場整備 ・植樹 ・給水設備の整備	・整備計画の策定 ・設計図の制作	・一期オープンに向けた照明設備の整備 ・一期オープンに向けた空調設備の整備 ・トイレ整備 ・メンテナンス	・電気設備の補修 ・一期オープンに向けた照明設備の整備 ・一期オープンに向けた空調設備の整備 ・トイレ整備 ・メンテナンス	・電気設備の補修 ・二期オープンに向けた照明設備の整備 ・二期オープンに向けた空調設備の整備 ・トイレ整備 ・メンテナンス	・電気設備の補修 ・二期オープンに向けた照明設備の整備 ・二期オープンに向けた空調設備の整備 ・トイレ整備 ・メンテナンス

目標④: 来訪者消費額の増加、地域への経済効果の波及（課題1、2、4、6関連、取組強化事項1、2、6関連）

（目標値の設定の考え方及び把握方法）

美術館の入館チケット収入以外の、カフェ売上、グッズなど物販売上、「Attractive JAPAN」・長野県運営のECサイトでの体験コンテンツ販売、地域事業者と連携した施策の売上金額の総計を指標とする（これを運営売上とする）。また、アンケートや聞き取り調査による経済波及効果のリサーチも別途行う。

年度	実績		目標				
	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
目標値（年間運営売上）	—	—	—	2,000万円	5,500万円	7,000万円	11,000万円
事業1-③: 浅間エリアにおける文化観光拠点としての地域の魅力増進事業	—	—	・地域ボランティア、サポーター団体設立準備 ・御代田中学写真コンテストの開催	・地域ボランティア、サポーター団体設立・運営開始 ・小中学生写真教室の開催 ・「MIYOTA DAY」の開催	・地域ボランティア、サポーター団体運営 ・小中学生写真教室の開催 ・「MIYOTA DAY」の開催	・地域ボランティア、サポーター団体運営 ・小中学生写真教室の開催 ・「MIYOTA DAY」の開催	・地域ボランティア、サポーター団体運営 ・小中学生写真教室の開催 ・「MIYOTA DAY」の開催

事業4-②: 地域事業者と連携したコンテンツ造成事業	—	—	・計画、連携準備	・ヤッホーブルーイングでの別会場展示 ・ひらまつでの別会場展示	・ヤッホーブルーイングでの別会場展示、MMoPでのビール販売 ・ひらまつでの別会場展示、特別宿泊プラン販売	・ヤッホーブルーイングでの別会場展示、MMoPでのビール販売、オリジナルビールの開発 ・ひらまつでの別会場展示、特別宿泊プラン販売	・ヤッホーブルーイングでの別会場展示、MMoPでのビール販売、オリジナルビールの開発 ・ひらまつでの別会場展示、特別宿泊プラン販売
事業番号5-②: 文化資源コンテンツの販売促進事業			・体験コンテンツ開発	・体験コンテンツの企画、販売 ・長野県観光機構 EC サイト準備	・体験コンテンツの企画、販売 ・長野県観光機構 EC サイト販売開始	・体験コンテンツの企画、販売 ・長野県観光機構 EC サイト販売	・体験コンテンツの企画、販売 ・長野県観光機構 EC サイト販売開始
事業番号6-②: しなの鉄道との連携によるサテライト会場の展示整備事業	—	—	—	・御代田駅での作品展示 ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告	・御代田駅、小諸駅、軽井沢駅での作品展示 ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告	・御代田駅、小諸駅、軽井沢駅での作品展示 ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告 ・観光列車ろくもんとの連携企画	・御代田駅、小諸駅、軽井沢駅での作品展示 ・特別周遊切符の販売 ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告 ・観光列車ろくもんとの連携企画

5. 目標の達成状況の評価

毎年度、アマナと御代田町役場（産業経済課 商工観光係）、長野県観光機構が中心となって、アンケートを基にした来訪者の満足度調査を年に1度行う。

また連携するホテルや公共交通機関などのステークホルダーへの聞き取り調査を行い、目標値の達成率や実績値の伸び率などを検証する。それらに基づいた分析を行い、課題や改善点を見出し、時流の変化にも対応しながら次年度はもちろん、中期的な計画の見直し、新たな計画の策定などを行っていく。

6. 文化資源保存活用施設

6-1. 主要な文化資源についての解説・紹介の状況

6-1-1. 現状の取組

●文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介（施行規則第1条第1項第1号）

- ・作家によるトークショー、ワークショップ、イベントの開催
- ・浅間国際フォトフェスティバル図録（公式ガイドブック）
- ・オーディオ作品ガイドアプリ
- ・展示パネル、スタッフによるガイドツアー

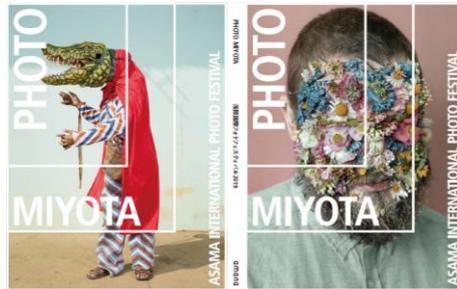
過去2回の浅間国際フォトフェスティバル期間中は、毎週末に写真やカメラを切り口としたワークショップ、イベントなどを開催した。その中には写真家 鈴木理策によるトークショー、うつゆみこ、鈴木 崇によるキッズ向けのワークショップ、アマナサルトのプリントディレクターによる写真の原型と言われる日光写真を制作するイベントなど、アートフォトへの理解を深めたり、写真の様々な楽しみを感じてもらおうための企画が数多くあった。

また、フォトフェスティバル期間中は会場内だけでなく、カルチャーコンビニエンスクラブ（TSUTAYA）が運営する「軽井沢書店」（軽井沢町）の店内でも公式ガイドブックを販売。また、週末には「軽井沢書店」がMMoPに移動販売車を出店し、アートフォト関連の写真集を販売するなどの相互連携も行っていった。また、2019年からはスマートフォンアプリによる音声ガイドサービスも開始し、来場者自身のスマートフォンで音声ガイドを聞きながら快適に作品鑑賞ができる環境も整備した。

加えて、VIP招待客に対しては、アマナ社内のアートフォトに精通したスタッフが、作品1点1点の説明をしながら会場を案内するガイドツアーも実施した。



写真家・うつゆみこ氏の子供向けワークショップ



2019年の浅間国際フォトフェスティバル公式カタログ



オーディオ作品ガイドアプリ

●情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第2号）

- ・AR、VRを用いた作品の開発、展示
- ・SONY社とコラボレーションしたリアルタイム合成技術を用いた展示

2018年の初回のフォトフェスティバルから、アメリカ人写真家チャーリー・エングマンの360度カメラで制作した作品をVRゴーグルで体験できる展示や、同じくアメリカの写真家ルーカス・ブレイロックの作品にはAR技術を使用し、スマホのカメラをかざすと写真が動き出すインタラクティブな展示も行っていった。また、2019年にはSONY社の最新技術を用いた、作品の中に鑑賞者がリアルタイムで合成され、その姿をプリントアウトして持ち帰ることができる体験型の展示も実施。今後はバーチャルとリアルを融合した新しい展示や企画をこれまで以上に行っていく。

また、上記のアプリによる音声ガイドサービスには今後アンケート機能や、ARカメラ機能などの新システムを実装することも検討している。



VR を用いた展示の様子



SONY 社とのコラボ展示の様子



合成した写真をその場でプリントアウトできる

●外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第3号）

- ・浅間国際フォトフェスティバル公式ガイドブック（日英対応）
- ・展示パネル（日英対応）

過去2回のフォトフェスでは公式HP、公式ガイドブック、会場内の作家紹介パネルなどを全て日英2か国語対応で制作した。作品解説や作家紹介の翻訳は、現代アートに精通したジョン・カイザー氏、谷口由賀氏に依頼。両名ともアマナ発行のアートフォト専門誌「IMA」の翻訳や安藤忠雄氏の「ANDO BOX」シリーズの翻訳にも携わっているため、アートフォトにも造詣が深い。また、海外作家との契約内容など法務関係の翻訳は株式会社トランス・アジアに依頼し、作家との円滑なコミュニケーションに留意した。

6-1-2. 本計画における取組

●文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介（施行規則第1条第1項第1号）

- ・人材確保（学芸員・アートディレクターの採用）
- ・理解を深める文化体験コンテンツ造成、体験展示開発

より文化資源に精通した人材を確保し、アートフォトや写真文化の理解を深める体験コンテンツを充実させていく。また、浅間地域の文化資源をストーリーで繋げた一体的なツアーコンテンツ・回遊促進企画を他事業者と連携して行なっていく

●情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第2号）

- ・バーチャルミュージアム開設（展示棟常設化への接続）
- ・バーチャルライブラリー
- ・オーディオ作品ガイドアプリの機能拡充

AR、VRを用いた作品展示は今後も作家と共同で制作を行っていく。

今後はwithコロナの状況も鑑みて、実際の展示空間を拡張させるようなバーチャルミュージアムやこの場所に来れば写真集や写真文化に関する本が閲覧できるバーチャルライブラリーの開発も実施していくことを予定。オーディオガイドアプリも、ビーコン技術を用いた解説システムやアンケート機能の拡充など、さらに利便性の高いものにアップデートしていく。

●外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介（施行規則第1条第1項第3号）

- ・オーディオガイドアプリの多言語化
- ・英語、中国語などに対応できるスタッフの雇用

今後はこれまでの軽井沢エリアのインバウンド客の動向に合わせて、中国語、韓国語などに対応した音声ガイドの制作や、外国語が喋れるスタッフの雇用なども視野に入れ、外国人観光客の訪日観光の本格的

な再開に備えていく。また、オーディオガイドアプリも多言語に対応したものに機能拡充していく。これら多言語対応していくうえでの翻訳家も、英語翻訳と同じくアートの専門知識のある方を登用していく方針である。また、モニターツアーなどで外国人アーティストにチェックし、クオリティを担保してもらうことで幅広い外国人層を受け入れられる体制を構築する。

※多言語での解説は観光庁「魅力的な多言語解説作成指針」に沿って実施する。

6-2. 施行規則第1条第2項第1号の文化観光推進事業者との連携

6-2-1. 現状の取組

●文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築

>御代田町役場との連携

- ・浅間国際フォトフェスティバル実行委員会を共同設立し、フェスを毎年開催、運営
- ・町営施設（町営ホール、役場駐車場など）の有効活用
- ・町内小中学校への写真文化啓蒙活動（作品制作、展示）

>長野県観光機構との取り組み

- ・実績としては無し

●文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析

>御代田町役場との連携

- ・シンクタンク（長野経済研究所、矢野経済研究所）に依頼したフェスティバル開催による経済波及効果のレポート作成
- ・商工観光係による観光客数の集計、分析

>長野県観光機構との取り組み

- ・実績としてはなし

●文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立

>御代田町役場との連携

- ・すでに過去2回のフェスティバルで設立している御代田町役場（企画財政課 地域振興係）とアマナによる「浅間国際フォトフェスティバル」実行委員会により、計画を策定。毎年実行委員会でKPIを設定し、スケジュールや会計管理、フェスティバル運営などのPDCAサイクルを回していく。

>長野県観光機構との取り組み

- ・実績としてはなし

6-2-2. 本計画における取組

●文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築

>御代田町役場との取り組み

- ・地域事業者（ヤッホーブルーイング、レストランひらまつ、ミネベアミツミ）などとの連携仲介
- ・町民へのPR、ボランティアの募集

>長野県観光機構との取り組み

- ・しなの鉄道との連携促進、周遊切符を活用したフェスティバル独自の観光切符の販売準備、駅舎内の

展示スペース、駅前のサテライト会場の企画

- ・「ヴィラデストワイナリー」など県内のワイナリーとの連携促進、他にも長野県産のワインや日本酒を軸にした「SAKE ツーリズム」や、MMoP 内での試飲会など食をテーマにしたコンテンツ開発
- ・地域住民のボランティアスタッフの募集、育成。ボランティアによる地域のプライベートガイドなどの実施。

●文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析

>御代田町役場との取り組み

- ・商工観光係、企画財政課でのデータの取得（フェスティバルでの来場者アンケート、町のイベントでのデータ取得）

- ・専門家によるモニター実施
- ・参加者などによるアンケート調査・分析

>長野県観光機構との取り組み

- ・しなの鉄道の乗降客数調査
- ・佐久地域の観光データの集計、分析、レポート作成

●文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立

>御代田町役場との取り組み

引き続き、浅間国際フォトフェスティバル実行委員会を中心としたフェスティバル運営のKPIの設定、美術館と連動した計画の策定、PDCAサイクルの実行

>長野県観光機構との取り組み

- ・地域運営組織づくり協力（特に、行政民間間調整及び組織づくりの合意形成）
- ・公共交通機関しなの鉄道との連携事業での協力（事業者との連携調整）
- ・地域事業者連携コンテンツ開発のアドバイス
- ・地域のアンケート調査・検証への支援
- ・情報発信や販売支援：GoNagano（WEB サイト）、SNS を使った情報発信、アクセス分析
今後立ち上げ予定のEC サイトでの販売など

6-3. 施行規則第1条第2項第2号の文化観光推進事業者との連携

6-3-1. 現状の取組

>地域ブランディング研究所との取り組み

- ・文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めた賑わいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施

>しなの鉄道との取り組み

- ・御代田駅構内における作品の展示
- ・ポスターやのぼりなどのPR物の設置

>キャボットコーヴとの取り組み

- ・MMoP 敷地内のラウンジ棟にて2020年7月～11月の期間限定で「キャボットコーヴ MUSEUM TERRACE」をオープン

6-3-2. 本計画における取組

>地域ブランディング研究所との取り組み

・文化観光を推進するための交通アクセスの充実や商店街を含めた賑わいづくりなど、文化観光の推進に関する事業の企画・実施

・文化資源「アートフォト」への理解を深める取組。

来訪者（特に、ライト層・外国人観光客）向けのガイドツアーや体験コンテンツの造成
ガイドツアーのための地域ガイド育成（ガイド研修会開催等）

・御代田町文化観光促進取組

地域事業者との連携をしてコンテンツやツアーを造成して、来館者が美術館だけではなく御代田町の観光にもつながるような取組

・造成したコンテンツの実際誘客・販売に結びつけるための販売促進取組

オンライントラベルエージェンシー、旅行会社等への販売展開

・計画実施における検証（※間連計画のみ）

来訪者（来館者）のアンケート調査・分析

関連専門家（芸術家、旅行会社等）によるモニター実施による取組の検証

>しなの鉄道との取り組み

・御代田駅だけでなく、小諸駅、軽井沢駅など、フォトフェスティバルのサテライト会場があるエリアにおける駅舎内での作品展示

・特別周遊切符の開発、販売

>キャボットコーブとの取り組み

・MMoPの公式カフェとして、写真美術館開館中は「キャボットコーブ MUSEUM TERRACE」をオープン、カフェレストラン運営を行う

7. 文化観光拠点施設機能強化事業

7-1. 事業の内容

7-1-1. 文化資源の魅力の増進に関する事業

(事業番号 1-①)

事業名	世界水準の写真美術館の常設化による文化資産の魅力増進事業
事業内容	<p>日本のアート写真資産である「ザ・アマナコレクション」を常に展示できる施設かつ幅広い対象に文化資産の魅力を伝える拠点施設として下記の事業を実施する。</p> <p>●日本の現代アート写真の拠点施設「御代田写真美術館（以下、MMoP）」の常設化 旧メルシャン軽井沢美術館跡地を活用し、現代アート写真文化の価値を創出する新たな文化拠点として「MMoP」を開館し、日本のアート写真を代表する作家陣のコレクション「ザ アマナ コレクション」を常設展や企画展で屋内に展示。なお、開館期間については冬期以外期間常設展示を予定しているが、地域の特性を考慮して検討する。</p> <p>●世界に並ぶ文化施設として確立 屋外展示施設を活用した「自然×アートフォト」を楽しめる場として、世界的にもユニークな写真美術館の魅力創出を図る。そのため、企画初期段階から関連専門家（芸術家、外国人芸術家、外国人愛好家等）によるオペレーション検証により課題を抽出し解決することで文化資産の魅力増進を図る。</p> <p>●関連専門人材確保 学芸員2名採用予定。また、専属アートディレクターを配置し、自然の中のアート展示の利点を生かした「地域の自然×文化資源」展示や企画が持続的に可能な体制を作る。</p>
実施主体	株式会社アマナ、御代田町
実施時期	2022 年度開館
継続見込	入館料収入、財団寄付金、カフェレストラン運営、グッズ販売により継続
アウトプット 目標	<p>●「自然×アート写真」の展示により日本現代アート写真文化の価値を創出する拠点施設として確立させる。期間限定開館から3年後(2022年)常設化を目指す。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5 年展示計画目標 <ul style="list-style-type: none"> 2020 年度：展示面積 4000 坪／展示作品数 400 作品 2021 年度：展示面積 4000 坪／展示作品数 400 作品 2022 年度：展示面積 5300 坪／展示作品数 700 作品 2023 年度：展示面積 5300 坪／展示作品数 750 作品 2024 年度：展示面積 5300 坪／展示作品数 800 作品 ・常設開館計画 <ul style="list-style-type: none"> 2022 年度：第 1 期開館 展示棟のみ開館 2024 年度：第 2 期開館 美術館棟開館 (MMoP 常設化完了) <p>●世界のフォトフェスティバルや美術館を巡るアートサーキットツアーに「MMoP」や「浅間国際フォトフェスティバル」が含まれることを目標にする</p>

必要資金 調達方法	46.8 百万円(内訳: 7.3 百万円(自己資金)(内訳: 13.5 百万円(入場料) 26 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。
--------------	--

(事業番号 1-②)

事業名	イベント等関連企画によるアート写真資産の魅力増進事業
事業内容	アート写真文化の魅力を発信・定着させることで客層拡大及びリピーターの確保に繋がるよう下記の事業を実施する。 ●文化資源魅力を増進させる「作家トークショー」「ワークショップ」等実施 単に文化資源を「見る」だけの美術館ではなく、トークショーやワークショップ等アートを「体験」するイベントを実施することで、現代アートに詳しいコア層だけではなくライト層も接しやすくする。なお、多様な関連体験イベント実施等により何度も訪問するリピーター確保を図る。(※アマナサルト プラチナプリント工房含む) ●毎年「浅間国際フォトフェスティバル」を開催 また、当施設を中心として開催される「浅間国際フォトフェスティバル」で日本作家だけではなく海外からの作家も参加しフォトフェスティバルを持続的に開催する。(※新型コロナウイルスの影響により、今年は開催中止)
実施主体	株式会社アマナ、御代田町
実施時期	2021 年度より実施
継続見込	入館料収入、財団寄付金、カフェレストラン運営、グッズ販売により継続
アウトプット 目標	●世界のフォトフェスティバルや美術館を巡るアートサーキットツアーに「MMoP」や「浅間国際フォトフェスティバル」が含まれるよう取り組む。 「浅間国際フォトフェスティバル」は毎年夏に開催予定、作家トークショーやワークショップは MMoP 開館後は毎月 1 回は開催を予定。
必要資金 調達方法	105.1 百万円(内訳: 17.9 百万円(自己資金)(内訳: 29.2 百万円(入場料) 58 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号 1-③)

事業名	浅間エリアにおける文化観光拠点としての地域の魅力増進事業
事業内容	●関連地域と連携し、「写真文化の聖地」としてのブランディング確立 御代田を中心とした環浅間エリア(御代田、軽井沢、小諸等)の関連施設、地域関係者等と連携し、文化観光振興及び地域活性化の好循環のため地域のブランディングを推進する。 文化観光地域としての魅力発掘や課題の抽出のため関連専門家(旅行会社、外国人)等来訪客目線からのオペレーション検証を行う。その時、得られた情報や意見などを反映しながら文化観光振興のための企画を推進する。 (具体案) ・「写真文化の聖地、御代田」の地域ブランド事業(事業番号 4-②, ③に関連)

	<ul style="list-style-type: none"> ・町民参加型のイベント「MIYOTA DAY」の定期的開催 ・地域住民によるボランティア団体、サポーター団体の設立支援 ・地域住民のシビックプライドの醸成 <p>地域住民向けの「写真文化」などの勉強会開催や地域住民向けに本事業における定期的な調査、課題抽出、解決策の提案(PDCA)を実施することで地域住民が自ら「写真文化の聖地」として御代田町を認識・誇れるように取り組む。</p> <p>●持続的可能な魅力創出のため地域内の運営組織設立</p> <p>当事業運営はもちろん、事業終了後にも地域が自走できるように地域内の運営組織を設立し、地域行政・地域団体・観光推進事業者等が円滑に連携・協力を図る。</p>
実施主体	株式会社アマナ、御代田町
実施時期	2020 年度より実施
継続見込	企画・推進を行う運営協議会を設立
アウトプット 目標	<p>●地域連携による地域の文化観光魅力増進企画を図る。</p> <p>2020 年度より実施。その後年 1 回のペースで繰り返し実施予定。</p> <p>●地域住民のボランティア、サポーター団体の設立</p> <p>2021 年度の「浅間国際フォトフェスティバル」までに設立を目標とする。</p>
必要資金 調達方法	<p>10.5 百万円(内訳：3.9 百万円(自己資金) 内訳：0.6 百万円(入場料) 6 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁))</p> <p>国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。</p>

7-1-2. 情報通信技術を活用した展示、外国語による情報の提供その他の国内外からの観光旅客が文化についての理解を深めることに資する措置に関する事業

(事業番号 2-①)

事業名	携帯端末等活用による文化資源の理解促進事業
事業内容	<p>(事業番号 1-①) に関連して</p> <p>●AR・VR 等活用した体験型作品の開発・展示</p> <p>VR ゴーグルを着用し 360 度カメラで制作した作品を鑑賞、AR 技術活用し携帯端末機をかざすと動きだすインタラクティブな展示など、AR・VR 技術を活用した体験型作品を開発・展示によりアート写真を楽しめることで満足度の向上を図る。</p> <p>●音声ガイドアプリの機能拡充(多言語対応)</p> <p>2019 年に制作した音声ガイドアプリにてシステムアップデートや観光旅客の理解を深めるための機能(AR カメラ機能など) 拡充や多言語対応を行う。また、アンケート機能を追加、実際利用者の評価・意見などを収集しその課題を改善することでより満足度向上を図る。</p> <p>外国人翻訳に関しては、日本語原稿翻訳だけではなく、実際にネイティブスピーカーを招き、文化観光資源を見てもらい、分かりやすい紹介・解説の原稿を作成してもら</p>

	<p>うことを検討する。</p> <p>※多言語での解説は観光庁「魅力的な多言語解説作成指針」に沿って実施する。</p> <p>※日本語、英語、他言語は動向調査により必要言語追加予定</p>
実施主体	株式会社アマナ
実施時期	2021 年度より実施
継続見込	入館料収入等により継続
アウトプット 目標	<p>●AR・VR 機能等を活用した展示や分かりやすい音声ガイドにより美術館の満足度向上を図る。</p> <p>●来訪者アンケート調査により、実施事業の効果検証及び課題や改善点を抽出し、事業改善に活用する。</p> <p>また、アンケートにより 5 段階の満足度調査を行い、5 年計画最終年度の 2024 年度には満足度 4.2 を目標とする。</p>
必要資金 調達方法	<p>6.75 百万円(内訳: 3.25 百万円(自己資金)(内訳: 1.5 百万円(入場料) 2 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁))</p> <p>国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。</p>

(事業番号 2-②)

事業名	アートフォトビギナー層・インバウンド向け文化資源理解促進事業
事業内容	<p>(事業番号 1-②) に関連して</p> <p>●文化資源理解促進のガイドツアー開発</p> <p>屋外の展示や地域各所にあるサテライト会場の利点を活かしてアートや地域の魅力を同時に感じられるガイドツアーを造成する。特に、アートフォト文化にまだ慣れていないビギナー層の理解を深めるガイドツアーを造成する。そのため、アートフォトという文化資源や地域について熟知しているガイド育成を行う。</p> <p>(※インバウンド見込み、外国人対応ガイド育成も検討する)</p> <p>●外国人に分かりやすい文化紹介・解説</p> <p>上記の音声ガイドと同じく、外国人が理解しやすい紹介・解説を目指すため、ネイティブスピーカーであるライター招き、外国人が理解できる紹介原稿を作成する。又、外国人アーティストを招き、外国人目線から当文化資源の理解を深めるための企画などへのアドバイスをもらう。</p> <p>※日本語、英語、他言語は動向調査により必要言語追加予定</p> <p>●外国人理解を深めるインバウンド向けコンテンツ造成</p> <p>インバウンド向け体験コンテンツ造成を行う観光関連事業者「株式会社地域ブランディング研究所」と連携し、外国人観光客が日本のアート写真文化の理解を深め、魅力を感じられる体験コンテンツやツアー等の造成を行う。</p> <p>※日本語、英語、他言語は動向調査により必要言語追加予定</p>
実施主体	株式会社アマナ、株式会社地域ブランディング研究所、御代田町、長野県観光機構
実施時期	2021 年度より実施
継続見込	入館料収入及びツアー・コンテンツ参加料により継続

アウトプット 目標	<ul style="list-style-type: none"> ・アートフォトツアーの実施。MMoP 開館後には月に 1 回の実施、また長期休暇や夏季の繁忙期、「浅間国際フォトフェスティバル」期間中には週に 1 回の実施を目標とする。 ・外国人観光客が当文化資源の理解を深めるとともに魅力を感じる機会を創出する。
必要資金 調達方法	6.5 百万円(内訳: 2.25 百万円(自己資金)(内訳: 2.25 百万円(入場料) 2 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-1-3. 国内外からの観光旅客の移動の利便の増進その他の文化資源保存活用施設の利用に係る文化観光に関する利便の増進に関する事業

(事業番号 3-①)

事業名	御代田写真美術館の常設化による来訪者利便性向上事業
事業内容	(事業番号 1-①)に関連して ●アートフォトを快適に鑑賞できるダイバーシティを考慮した環境整備 老若男女、外国人、障害者の方々など多種多様な来訪者が快適に文化資源を楽しみ、またその文化資源の理解を深めるために、安全性かつ利便性を提供できる環境整備を行う。 <ul style="list-style-type: none"> ・バリアフリー環境の整備 ・館内案内の多言語対応(案内板、外国語対応スタッフ配置) ・新型コロナウイルス対策措置 ・キャッシュレス、Wi-Fi 環境の導入 等
実施主体	株式会社アマナ
実施時期	2020 年度より実施
継続見込	入館料収入等により継続
アウトプット 目標	安全かつ利便性を提供する環境整備することで多様な来訪者により快適に、深く文化資源を理解する機会提供を図る。 来訪者へのアンケート調査による満足度 4.0 以上を毎年の目標とする。
必要資金 調達方法	8 百万円(内訳: 3.5 百万円(自己資金)(内訳: 1 百万円(入場料) 3.5 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁))

(事業番号 3-②)

事業名	地域公共交通機関との連携によるエリア回遊促進事業
事業内容	(事業番号 1-②)に関連して ●フォトフェスティバル会場間移動の利便性向上 「浅間国際フォトフェスティバル」では、メイン会場の御代田町だけではなく、周辺エリアにもサテライト会場を設け実施しているが、会場間移動手段に課題がある。移動の利便性を工夫するため地域公共交通機関である「しなの鉄道」や「軽井沢観光(地元タクシー会社)」と連携しより地域回遊性促進を図る。

	<p>(事業番号 1-③)に関連して</p> <p>●地域公共交通機関連携による地域内回遊促進</p> <p>一部サテライト会場はフェスティバル期間以外の時期も活用して来訪者が地域を回遊しながらアートフォトを楽しめる仕組みづくりや環境を整える。アート展示やワークショップが可能なサテライト会場の開設を検討する。地域内回遊することで交流人口増加による地域内経済活性化効果を図る。また、利用者減少の地域公共交通機関の利用客数増加にもつながるように取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・しなの鉄道の各駅にアートを楽しめる仕組みづくりを企画 <ul style="list-style-type: none"> : 地域を巡りながらアートを楽しめるようにし、各駅での降車を促す <p>※これらは関係者と連携・協議のうえ、検討・実施する。</p>
実施主体	株式会社アマナ、しなの鉄道
実施時期	2021 年度より実施
継続見込	交通利用費を含む入館料収入等により継続
アウトプット 目標	<p>・来訪者の地域移動の利便性の向上、地域公共交通機関の利用客の増加により地域経済活性化の好循環の創出を図る。</p> <p>しなの鉄道との周遊切符の販売、各駅へのアート展示は 2021 年度より、その他二次交通であるバスやタクシーとの連携は 2022 年度より実施を目標とする。</p>
必要資金 調達方法	<p>2 百万円(内訳: 0 百万円(自己資金)(内訳: 0 百万円(入場料) 2 百万円(文化クラー スター推進事業補助金(文化庁))</p> <p>国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。</p>

(事業番号 3-③)

事業名	アートフォト・観光情報を統合したブランド WEB サイトの開設
事業内容	<p>(事業番号 1-①、②、③)に関連して</p> <p>●ブランド WEB サイト構築</p> <p>「MMoP」を含めた浅間地域の文化観光情報を総合的に発信可能な公式 WEB サイト「写真文化の聖地、御代田」を構築(日本語、英語等多言語対応予定)</p> <p>瀬戸内アートサイトのようなエリアのブランドサイトとして、「MMoP」の情報だけではなく、関連地域の観光情報などを発信することで文化観光地域としての魅力を発信することで、このサイトを見れば来訪客は宿泊や食、イベント、地域文化などの情報を得ることができ、観光満足度の向上にもつなげるサイト作りを目指す。</p> <p>また、長野県観光 WEB サイト「GO NAGANO」と WEB サイト連携することにより、より観光客の誘致を目的としたプロモーション企画や、拡散力を増幅させる。</p> <p>●SNS 媒体活用プロモーション</p> <p>SNS 媒体を活用した情報発信を国内外に向けて継続的に発信し、上記ブランド WEB サイトの認知度アップを図り、来訪客の行動喚起につなげていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ SNS 広告 <ul style="list-style-type: none"> Instagram/Facebook/Twitter 等での SNS を活用して関連イベントや地域情報を配信。(※インフルエンサー活用)

実施主体	株式会社アマナ、地域ブランディング研究所
実施時期	2021 年度より実施
継続見込	入館料収入等により継続
アウトプット 目標	国内・国外観光客向けの情報発信における機能強化と MMoP を含む浅間エリアの文化観光地域としての価値向上を図ると共に、来訪客に有益な観光情報も掲載し、満足度向上につなげる。 ・公式 WEB サイト「写真文化の聖地、御代田」 2022 年度に開設、月間 PV 15 万を目標とする。 ・SNS などの広告 SNS 媒体：Instagram/Facebook/Twitter/Youtube/LINE（予定） 2021 年度より実施。2024 年度までに SNS フォロワー5 万人増加を目標とする。
必要資金 調達方法	7 百万円（内訳：2.5 百万円（自己資金）（内訳：2 百万円（入場料）2.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）） 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-1-4. 文化資源に関する工芸品、食品その他の物品の販売又は提供に関する事業

（事業番号 4-①）

事業名	アマナサルト「プラチナプリント工房」移転（東京→御代田）による関連文化普及事業
事業内容	●世界最大級の「プラチナプリント工房」移転 アマナサルトの「プラチナプリント工房」を5年以内に東京から MMoP 敷地内に移転する。これにより新たな文化資源魅力の創出とともに、「MMoP」の展示企画と連携することでアート写真文化の魅力の増進による誘客強化を図る。 ・販売機能：プラチナプリントによる作品販売（特に、富裕層向け販売） ・関連知識提供機能：ワークショップ、工房ツアー等のイベント企画により関連文化の知識提供し、プラチナプリント及び写真文化啓蒙活動を行う。
実施主体	株式会社アマナ
実施時期	2024 年に移転完了予定
継続見込	工房内の販売収入や関連イベント参加収入により継続
アウトプット 目標	プラチナプリントによるアート写真作品販売や関連イベント実施による文化資源の魅力増進と誘客強化を図る。 サービス開始は2022 年度より段階的に実施予定。
必要資金 調達方法	7 百万円（内訳：4.5 百万円（自己資金）（内訳：1 百万円（入場料）1.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）） 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

（事業番号 4-②）

事業名	地域事業者と連携したコンテンツ造成事業
事業内容	（事業番号 1-③）に関連して

	<p>●地域事業者との連携したコンテンツ造成</p> <p>下記の地域事業者と連携し、文化観光に関連するコンテンツ造成を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ヤッホーブルーイング（クラフトビール、2020年御代田町に本社機能移転） <p>ヤッホーブルーイングの敷地内をサテライト会場として作品の展示、オリジナルビールの物販などの連携を協議中。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ひらまつ（ホテル、食） <p>2021年3月に御代田町にオープン予定のオーベルジュ施設と連携し、MMoP入館券付きのプランや、富裕層向けにナイトミュージアムなどの高付加価値型のアクティビティ開発を協議中。</p> <p>（事業番号2-②）のインバウンド向けコンテンツ造成とともに日本全地域の体験コンテンツ造成を行っている観光関連事業者「株式会社地域ブランディング研究所」と長野県観光機構、関連地域事業者が共同で地域コンテンツ企画や造成を行う。</p>
実施主体	株式会社アマナ、株式会社地域ブランディング研究所、長野県観光機構
実施時期	2021年～実施開始
継続見込	クラフトビールの物販や、宿泊プランの販売により継続
アウトプット目標	<p>食や宿泊などの地域の観光コンテンツ充実化を図ることで、来訪者の誘致、地域観光の活性化を図る。</p> <p>各事業者とは2021年度より毎年2つ以上のコンテンツを実施。</p> <p>ヤッホーブルーイングとの物販・食イベントコンテンツは1人あたり3千円～の消費額を目標とし、ひらまつとの宿泊コンテンツは1人あたり5万円～の消費額を目標とする。</p>
必要資金 調達方法	<p>4百万円（内訳：1百万円（自己資金）（内訳：1百万円（入場料）2百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁））</p> <p>国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応もしくは関係者による出資等について検討する。</p>

（事業番号4-③）

事業名	「キャボットコーヴ MUSEUM TERRACE」カフェレストラン運営事業
事業内容	<p>（事業番号1-③）に関連して</p> <p>●地域事業者「キャボットコーヴ」との連携カフェレストラン運営</p> <p>「キャボットコーヴ MUSEUM TERRACE」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・カフェレストラン機能：美術館に訪れた来訪者が、作品のみならず食も楽しんでもらうためのカフェレストランとして運営を行う。「行列ができる朝食のお店」として有名な軽井沢の人気店「キャボットコーヴ」のブランド力も活かした、誘客効果も期待できる。 ・展示機能：カフェレストランの店内にもアートフォトの作品展示を行うことで、アートフォトも食も楽しめる豊かな空間として総合的な演出を行う。

実施主体	株式会社アマナ、キャボットコーヴ
実施時期	2020年～2021年は一部実施、2022年以降のMMoP開館後に本格オープン
継続見込	カフェレストラン運営収入により継続
アウトプット 目標	・カフェ利用者数：毎月3000人 目標
必要資金 調達方法	2.4百万円(内訳：0.3百万円(自己資金)(内訳：0.1百万円(入場料)2百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

7-1-5. 国内外における文化資源保存活用施設の宣伝に関する事業

(事業番号5-①)

事業名	バーチャルミュージアムの開設と海外への宣伝事業
事業内容	<p>●バーチャル技術を用いた新しい美術館鑑賞スタイル確立</p> <p>コロナ禍による新しい生活スタイルに合わせた、新しい美術館鑑賞スタイルとしてバーチャルミュージアムを開設する。MMoPに展示、収蔵するアートフォト作品の一部をスマートフォンなどのオンラインでも鑑賞できるミュージアムとして運営。海外からもアクセス可能なため、より幅広い層への認知・関心を高める。又、バーチャルでの鑑賞のみならず、実際に現地への来訪につながる仕掛けを企画する。バーチャルミュージアムでは体験できない自然の中でのアートフォト鑑賞の魅力など「五感で感じる」ようなコンテンツを発信する。</p> <p>●バーチャルミュージアムの海外でのPR</p> <p>海外プロモーションについては、日本政府観光局(JNTO)による海外発信について検討・協議の上で実施する。バーチャルミュージアム自体を海外でもPRすることで、MMoPの海外での認知も広め、訪日時の来訪を促していく。海外でのPR方法は欧米の富裕層向けの媒体や手法を選定するために、地域ブランディング研究所とも連携して行う。</p>
実施主体	株式会社アマナ、地域ブランディング研究所
実施時期	2021年夏 浅間国際フォトフェスティバル開催時より実施予定
継続見込	入館料収入等により継続
アウトプット 目標	MMoPの常設化に合わせてバーチャルミュージアム開設を行う。こちらは公式WEBサイト(事業番後3-③)連携できるように構築する。 ・2022年度：第1期開館 展示棟のバーチャルミュージアム開設 ・2024年度：第2期開館 美術館棟のバーチャルミュージアム開設
必要資金 調達方法	13百万円(内訳：3.5百万円(自己資金)(内訳：1百万円(入場料)8.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号5-②)	
事業名	文化観光コンテンツの販売促進事業
事業内容	<p>下記の販売チャネルを活用して文化資源や関連コンテンツの情報を発信する。</p> <p>●体験コンテンツ販売プラットフォーム「Attractive JAPAN」での販売展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化体験コンテンツを販売する国内・国外の STAND オンライントラベルエージェンシー（以下、OTA）に連携し、観光客をターゲットにコンテンツ販売展開する。 ・海外旅行会社（特に、富裕層向け）にも営業及びメールマガジン配信などによる販売展開する。 ・販売媒体については、観光客動向調査、アンケート調査等を分析し、ターゲットを設定する。そのターゲットにリーチできる媒体を選定し販売展開を行う。 <p>※Attractive JAPAN とは:株式会社地域ブランディング研究所が運営する体験コンテンツに特化した販売プラットフォームシステムで、BtoC、BtoB での販路拡大サポートシステム。</p> <p>●長野県 EC サイトでの販売展開</p> <p>長野県観光機構が現在開発に携わっており、今後立ち上げ予定の長野県が運営する EC サイトでも本事業の体験型コンテンツを販売していく。</p>
実施主体	株式会社アマナ、株式会社地域ブランディング研究所、長野県観光機構
実施時期	2020 年～企画開発、2022 年～販売開始
継続見込	コンテンツ販売収入等により継続
アウトプット 目標	<p>●本事業での造成コンテンツの販売展開 2022 年度よりサービス開始</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンライントラベルエージェンシー（OTA）に掲載 ・文化観光商品販売旅行会社への営業 等 <p>●国内・海外旅行会社への関連情報発信メールマガジン配信</p>
必要資金 調達方法	<p>4 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：2 百万円（入場料）2 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）)</p> <p>国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応または関係者による出資等について検討する。</p>

7-1-6. 7-1-1～7-1-5 の事業に必要な施設又は設備の整備に関する事業

(事業番号6-①)	
事業名	「MMoP 御代田写真美術館」の老朽化した設備の整備事業
事業内容	<p>多様な来訪者が快適に作品鑑賞を楽しめる機会を提供する環境整備を行い、文化資産に対する理解を深める機会の増進を図る。</p> <p>(事業番号1-①)に関連して</p> <p>●旧メルシャン軽井沢美術館跡地に「MMoP」を開館するための環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空調・照明設備 ・展示作品を安全に保管する環境整備 など <p>(事業番号4-①)に関連して</p> <p>●アマナサルト「プラチナプリント工房」の東京から御代田町移転に必要な設備・整備</p>

実施主体	株式会社アマナ
実施時期	2020年1月より継続的に実施
継続見込	-
アウトプット 目標	様々な来訪者に対して魅力的なアート写真作品を鑑賞・体験する機会を提供する環境整備を推進することで「MMoP」運営を促進する。
必要資金 調達方法	370百万円(内訳:26百万円(自己資金)(内訳:154百万円(入場料)190百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応等について検討する。

(事業番号6-②)

事業名	しなの鉄道との連携によるサテライト会場の展示整備事業
事業内容	<p>(事業番号3-②)に関連して</p> <p>●御代田駅、小諸駅、</p> <p>しなの鉄道の御代田駅、小諸駅、軽井沢駅などのフォトフェスティバル同時開催エリアの駅舎内・沿線車両内にも作品の展示を行い、来訪客の周遊意欲の促進や、鉄道利用者の増進を図る。</p> <p>また、各駅前に残る空き家や登録文化施設などの場所を使い、フォトフェスティバルのサテライト会場として運用。作品展示だけでなく、ワークショップなどのイベント会場としても利用する。また、サテライト会場を運営するのは地域住民のボランティアに委任することを目標とする。ボランティアスタッフの募集や育成に関しては長野県観光機構のノウハウと知見を活かして行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沿線でのポスター掲示、電車内中吊り広告 ・観光列車ろくもんと連携企画
実施主体	株式会社アマナ、長野県観光機構、しなの鉄道
実施時期	2020年より準備開始 2021年より実施予定
継続見込	ボランティアスタッフを育成し運営-
アウトプット 目標	来訪者がの地域を巡ることができる周遊環境の整備を推進することで、地域活性の好循環を図る。しなの鉄道各駅へのアート展示は2021年度より、頻度はフォトフェスに合わせ年1度実施予定。
必要資金 調達方法	5百万円(内訳:2百万円(自己資金)(内訳:1百万円(入場料)2百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)) 国の予算事業等について、記載のとおり調達できない場合には、自己資金による対応または関係者による出資等について検討する。

7-2. 特別の措置に関する事項

7-2-1. 必要とする特例措置の内容

事業番号・事業名	
必要とする特例の根拠	文化観光推進法第 条（ 法の特例）
特例措置を受けようとする主体	
特例措置を受けようとする事業内容	
当該事業実施による文化観光推進に対する効果	

(留意事項)

- ・「事業番号・事業名」には、4-1の事業番号及び事業名を記載してください。
- ・「必要とする特例根拠」には、特例を受けようとする文化観光推進法の条文を抜粋し、「〇〇〇法の特例」と（ ）内に記入してください。
- ・「特例措置を受けようとする事業内容」には、以下のいずれかの事業の概要を記入するとともに、当該事業の内容を特例措置との関係が分かるよう簡潔に記入してください。
 - ・文化資源保存活用施設に来訪する国内外からの観光旅客を対象とする共通乗車船券に係る運賃又は料金の割引を行う事業
 - ・国土交通省関係文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律施行規則（令和2年国土交通省令第47号。以下「国交省令」という。）第2条に規定する事業
 - ・国交省令第3条に規定する事業
 - ・国交省令第4条に規定する事業

7-3. 必要な資金の額及び調達方法

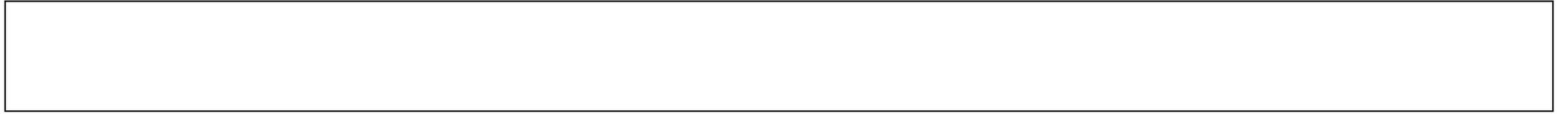
	総事業費	事業番号	所要資金額	内訳
令和2年度	15.0 百万円	事業 1-1	2 百万	2 百万円(内訳: 1 百万円(自己資金)(内訳: 1 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)))
		事業 1-3	6.5 百万	6.5 百万円(内訳: 2.5 百万円(自己資金)(内訳: 4 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)))
		事業 3-1	1.5 百万	1.5 百万円(内訳: 0.5 百万円(自己資金)(内訳: 1 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)))
		事業 5-1	5 百万	5 百万円(内訳: 1 百万円(自己資金)(内訳: 4 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)))
令和3年度	119.25 百万円	事業 1-1	11.9 百万円	11.9 百万円(内訳: 1.9 百万円(自己資金)(内訳: 0 百万円(入場料) 10 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁) 予定)
		事業 1-2	26.5 百万円	26.5 百万円(内訳: 10.5 百万円(自己資金)(内訳: 0 百万円(入場料) 16 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁) 予定)
		事業 1-3	1 百万円	1 百万円(内訳: 0.5 百万円(自己資金)(内訳: 0 百万円(入場料) 0.5 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁) 予定)
		事業 2-1	1.5 百万円	1.5 百万円(内訳: 1 百万円(自己資金)(内訳: 0 百万円(入場料) 0.5 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁) 予定)
		事業 2-2	1.25 百万円	1.25 百万円(内訳: 0.75 百万円(自己資金)(内訳: 0 百万円(入場料) 0.5 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁) 予定)
		事業 3-1	2 百万円	2 百万円(内訳: 1 百万円(自己資金)(内訳: 0 百万円(入場料) 1 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁) 予定)
		事業 3-2	0.5 百万円	0.5 百万円(内訳: 0 百万円(自己資金)(内訳: 0 百万円(入場料) 0.5 百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁) 予定)

		事業3-3	2百万円	2百万円(内訳:1百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)1百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業4-2	1百万円	1百万円(内訳:0.5百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業4-3	0.6百万円	0.6百万円(内訳:0.1百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業5-1	5百万円	5百万円(内訳:2百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)3百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業5-2	0.5百万円	0.5百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業6-1	65百万円	65百万円(内訳:1百万円(自己資金)(内訳:24百万円(入場料)40百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業6-2	0.5百万円	0.5百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
令和4年度	163.2百万円	事業1-1	13.4百万円	13.4百万円(内訳:2.4百万円(自己資金)(内訳:6百万円(入場料)5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業1-2	26.2百万円	26.2百万円(内訳:7.2百万円(自己資金)(内訳:5百万円(入場料)14百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業1-3	1百万円	1百万円(内訳:0.5百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業2-1	2百万円	2百万円(内訳:1.5百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業2-2	1.5百万円	1.5百万円(内訳:1百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業3-1	2百万円	2百万円(内訳:1.5百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業3-2	0.5百万円	0.5百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)

				百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業3-3	2百万円	2百万円(内訳：1.5百万円（自己資金）(内訳：0百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業4-1	5百万円	5百万円(内訳：4.5百万円（自己資金）(内訳：0百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業4-2	1百万円	1百万円(内訳：0.5百万円（自己資金）(内訳：0百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業4-3	0.6百万円	0.6百万円(内訳：0.1百万円（自己資金）(内訳：0百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業5-1	1百万円	1百万円(内訳：0.5百万円（自己資金）(内訳：0百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業5-2	0.5百万円	0.5百万円(内訳：0百万円（自己資金）(内訳：0百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業6-1	105百万円	105百万円(内訳：25百万円（自己資金）(内訳：30百万円（入場料）50百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業6-2	1.5百万円	1.5百万円(内訳：1百万円（自己資金）(内訳：0百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
令和5年度	155.05百万	事業1-1	8百万円	8百万円(内訳：2百万円（自己資金）(内訳：1百万円（入場料）5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業1-2	26.2百万円	26.2百万円(内訳：0.2百万円（自己資金）(内訳：12百万円（入場料）14百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業1-3	1百万円	1百万円(内訳：0.4百万円（自己資金）(内訳：0.1百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業2-1	2.25百万円	2.25百万円(内訳：0.75百万円（自己資金）(内訳：1百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業2-2	2百万円	2百万円(内訳：0.5百万円（自己資金）(内訳：1百万円（入場料）0.5百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）

		事業3-1	2百万円	2百万円(内訳:0.5百万円(自己資金)(内訳:1百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業3-2	0.5百万円	0.5百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業3-3	1百万円	1百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0.5百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業4-1	1百万円	1百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0.5百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業4-2	1百万円	1百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0.5百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業4-3	0.6百万円	0.6百万円(内訳:0.1百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業5-1	1百万円	1百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0.5百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業5-2	2百万円	2百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:1.5百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業6-1	105百万円	105百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:55百万円(入場料)50百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業6-2	1.5百万円	1.5百万円(内訳:1百万円(自己資金)(内訳:0百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
令和6年度	145.55百万円	事業1-1	11.5百万円	11.5百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:6.5百万円(入場料)5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業1-2	26.2百万円	26.2百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:12.2百万円(入場料)14百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業1-3	1百万円	1百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0.5百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)
		事業2-1	1百万円	1百万円(内訳:0百万円(自己資金)(内訳:0.5百万円(入場料)0.5百万円(文化クラスター推進事業補助金(文化庁)予定)

				百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 2-2	1.75 百万円	1.75 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：1.25 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 3-1	0.5 百万円	0.5 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：0 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 3-2	0.5 百万円	0.5 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：0 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 3-3	2 百万円	2 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：1.5 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 4-1	1 百万円	1 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：0.5 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 4-2	1 百万円	1 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：0.5 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 4-3	0.6 百万円	0.6 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：0.1 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 5-1	1 百万円	1 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：0.5 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 5-2	1 百万円	1 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：0.5 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 6-1	95 百万円	95 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：45 百万円（入場料）50 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
		事業 6-2	1.5 百万円	1.5 百万円(内訳：0 百万円（自己資金）(内訳：1 百万円（入場料）0.5 百万円（文化クラスター推進事業補助金（文化庁）予定）
合計	598.05 百万円			



8. 計画期間

本計画では2020年12月より2026年12月まで6年間のロードマップを策定している。

2022年夏の「MMoP | 御代田写真美術館」第一期常設オープンを経て、写真美術館とフォトフェスティバルの運営を行いながら、更なる環境整備を同時並行で行い、インバウンド客の回復が見込まれる2024年には「MMoP」の第二期リニューアルオープンを実施する。その間にチケット収入のみならず、関連グッズ販売収入、カフェレストラン運営収入、各種ワークショップ、体験コンテンツやイベント収入、スペース貸し・テナント貸し収入など様々な収益の柱をつくることで、自走可能な美術館経営を軌道に乗せる。

またMMoPを運営する財団法人「写真文化振興財団(仮)」の設立も行う。

2026年度には日本全国はもちろん、世界中から写真ファン、現代アートファンが集うような、日本を代表する「写真文化の聖地」として環浅間エリアのブランディングが進み、「MMoP | 御代田写真美術館」が文化観光拠点の中核として機能している状態を目指す。