

【計画名：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】

①計画目標の達成状況

目標項目名(単位)	R2			R3			R4		R5		R6	
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	目標	実績	目標	実績
まんが美術館・来訪者満足度(日本人)(%)	50	74.0	148%	55	77.0	140%	60		65		70	
まんが美術館・来訪者満足度(外国人)(%)	50	—	—	55	—	—	60		65		70	
まんが美術館・来訪者数(日本人)(千人)	70	83.7	120%	130	87.2	67%	150		155		160	
まんが美術館・来訪者数(外国人)(千人)	0.2	0.03	15%	1.0	0.00	0%	1.3		1.4		1.6	
まんが美術館・リピーター率(%)	22	90.7	412%	24	84.3	351%	26		28		30	
まんが美術館・県外での認知度(%)	50	24.1	48%	55	15	27%	60		65		70	
まんが美術館・団体客数(千人)	3.9	3.0	77%	4.2	7.0	167%	4.5		4.7		4.8	
まんが美術館・HP閲覧件数(千件)	1,020	9,009	883%	1,022	7,717	755%	1,023		1,024		1,025	
まんが美術館・他施設を利用・訪問した割合(%)	30	37.9	126%	35	40.0	114%	40		45		50	
まんが美術館・東北以外の来訪者数(千人)	13.5	2.8	21%	14.7	4.0	27%	15.8		16.3		16.8	
横手市・来訪者満足度(日本人)(%)	58	70.8	122%	61	76	125%	64		67		70	
横手市・来訪者満足度(外国人)(%)	58	—	—	61	—	—	64		67		70	
横手市・来訪者数(日本人)(千人)	900	2,365	263%	1,600	2,102	131%	2,270		2,930		3,600	
横手市・来訪者数(外国人)(千人)	1.7	0.6	35%	3.0	0.2	7%	4.3		5.6		7.0	
横手市・延べ宿泊者数(日本人)(千人)	60	162	270%	105	193	184%	145		190		246	
横手市・延べ宿泊者数(外国人)(千人)	0.5	0.6	120%	0.8	0.2	25%	1.2		1.6		2.0	
横手市・リピーター率(%)	58	89.6	154%	61	71	116%	64		67		70	
横手市・県外での認知度(%)	68	—	—	69	72	104%	70		71		72	
横手市・観光消費額(千円)	6	26	433%	8	27	338%	10		13		17	
横手市・市民満足度(%)	14.6	15.6	107%	15.0	13.0	87%	15.5		16.0		16.5	

③計画で取り組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業1—①	横手市増田伝統的建造物群保存地区修理等事業	3件5棟の修理等事業を実施。	3件5棟の修理等事業を実施。	0.8百万円
事業1—②	増田景観重点地区景観形成事業	屋外広告物の設置、建物の外観修景、ゴミ集積所木製修景。	景観に配慮した建造物の修理修景事業を実施。	
事業1—③	建造物文化財等調査事業(市全域)	旧真人発電所の調査を実施、完了。「季子家住宅主屋」「季子家住宅内蔵」「季子家住宅外蔵」「科亭貞好」「旧加藤茶舗店蔵」の5件について、国登録有形文化財の手続きを進め、令和3年2月4日に告示された。	市内建造物、文化財等の調査。	
事業1—④	横手市増田まんが美術館等観光ボランティアガイド養成事業	ボランティアガイド等養成講座、外国語ガイド養成講座、既存ガイドスキルアップ講座を実施。	観光ガイド養成講座、外国語ガイド養成講座の実施。	
事業1—⑤	魅力増進マーケティング調査事業	「よこて得盛観光キャンペーン(令和2年8月1日～令和3年1月31日)」と連動し、マーケティング調査を実施。	「よこてトク旅観光キャンペーン(令和3年11月1日～令和4年1月31日)」と連動し、マーケティング調査を実施。	
事業1—⑥	令和4年度日本マンガ学会開催による魅力増進事業	—	—	
事業1—⑦	マンガ活用アドバイザー事業	Webも併用して年3回アドバイザー会議を開催。	Webも併用して年4回アドバイザー会議を開催。	
事業1—⑧	増田のまちなみ活用起業支援事業	—	—	
事業1—⑨	誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成事業	「マンガファンが集まる!「原画探しの漫遊記」推進事業」を実施し、市内宿泊施設や飲食店、観光施設と連携した市内全域の滞在周遊型の観光コンテンツ造成を行った。	—	
事業1—⑩	地域連携による魅力あるツアー造成事業	—	4-⑤と連動実施。	
事業1—⑪	まんが美術館ユニークベニュー事業	—	コロナウイルス感染症拡大により事業中止。	
事業1—⑫	マンガ原画魅力強化事業	—	まんが美術館での特別企画展と連動した展示企画を隣接する伝建地区内の施設「蔵の駅」で実施。	

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の影響により訪日外国人観光客は皆無であり、外国人観光客に対する調査はできていない。 観光客等の入込みを目標値としていたが平時の目標であり、コロナ禍においてはその実績値が全体的に下回った。特に県を越えての移動が自粛され、他県からの往来が少なく直近では85%以上が県内需要である。 一方で団体客は想定を上回った。これはコロナ禍により一般団体旅行が減った分、県内を中心とする修学旅行の受入れ先として選ばれたためである。 まんが美術館HPにおいては、新しくTwitterやFacebook、Instagramも加えて情報発信したため多くのアクセスがあった。 <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> コロナ禍で人の移動が制限されている中、令和元年度の美術館リニューアル時の入込み(約14万人)に対し50%程度の落ち込みを想定していた。しかし、美術館で開催される特別企画展のヒット等により、美術館に行きたいというはっきりとした目的を持った人が多く訪れ、40%程度の減少でとどまっている。特別企画展以外は無料で入館できる当美術館は、コロナ禍の影響により全体としては入込みが落ち込んでいるが、逆に有料企画展への入込みが収益とともに年々増えている。 人の行動範囲がしばらく県内に限られたこともあり、美術館来館者のほとんどが県民である。これは想定以上に県民に対しての認知向上に繋がっていると考えられる。また、教育旅行の需要が急激に伸びたこともあり、アフターコロナでの新たな美術館利用として定着が期待できる。

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業2—①	2次アクセス連携事業	—	事業4—①および事業4—⑥と連動し市内バス会社やタクシー会社と連携した情報発信事業を実施。	0.0百万円
事業2—②	モバイルWi-Fiルーターレンタル事業	—	—	
事業2—③	横手市増田まんが美術館案内機能強化事業	—	まんが美術館音声ガイド「ON THE TRIP」のタッチポイントの更新を実施。	
事業2—④	文化観光施設等回遊性向上事業	—	事業5—②の整備後に実施予定。	
事業2—⑤	文化観光施設案内誘導事業	横手市公共サインガイドラインの策定に伴い、重点区域内および重点区域間の周遊性を高められるような案内板のデザインと設置場所について検討。	事業5—③のまんが美術館および町並み案内所の案内看板整備に合わせ、まんが美術館および町並み案内にかかる内容の多言語化を実施。	
事業2—⑥	来訪者利便増進事業(公衆トイレ洋式化)	市内観光施設の公衆トイレについて、現状調査を行い、整備計画を検討。	事業5—④と連動し、R4年度整備に向けた整備計画策定。	

③計画で取組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業3-①	「秋田県りんご栽培発祥の地」事業	—	平鹿地域で9月開催予定だった「平鹿りんご味覚まつり」はコロナウイルス感染拡大により中止。増田地域では10月に「真人公園りんごまつり」を開催。	1.3百万円
事業3-②	リング染めまんが美術館商品開発事業	—	リング染め体験を実施。体験メニューとしての商品化、または染め物自体の商品化も含め関係者と協議。	
事業3-③	マンガを活用した地元食材等活用食品開発事業	—	増田地区生活研究グループ連絡協議会に協力依頼をし、地元伝統食である「すしまんま」に「釣りキチ三平」にちなんだ図柄を表現。製作した作品は、まんが美術館にてお披露目し、まんが美術館の来館者先着33名に対して無料配布した。	
事業3-④	横手市文化観光施設等での情報発信事業	—	まんが美術館で開催した「ゲンガノミカタ展」の内容をもとにした、原画の観方・楽しみ方を提供する動画を作成。それらを放送するデジタルサイネージを導入し、観光情報と併せて放送。	
事業3-⑤	歴史的風致を活かした文化観光振興事業①（果樹園景観）	—	—	
事業3-⑥	歴史的風致を活かした文化観光振興事業②（手倉街道沿線）	—	—	
事業3-⑦	「三平の里」世界観体験事業	—	—	
事業3-⑧	マンガを活用した教育観光推進事業	—	「園芸拠点センター」「増田のまちなみ」のマンガ版学習パンフを作成。	
事業4-①	横手市増田まんが美術館PRバスラッピング事業	—	まんが美術館で開催した特別企画展に併せたラッピングバスを地元交通事業者の協力で制作し、企画展およびまんが美術館のPRを実施。	12.3百万円
事業4-②	横手市マンガ活用PR戦略策定事業	—	—	
事業4-③	市内歴史的風致映像作成事業	横手市内の9つの歴史的風致を紹介する映像素材を制作。	—	
事業4-④	増田まんが美術館PR事業	「横手市増田まんが美術館」出張展示会を大阪国際空港、秋田空港、十文字道の駅で実施。	「横手市増田まんが美術館」出張展示会を秋田空港で実施。また横手のかまくらPRイベントと合わせたPR事業と併せて東京タワーにて出張展示会を実施。他、旅行エージェント商談にてPRを実施。	
事業4-⑤	横手市増田まんが美術館情報発信事業	—	当市とタイのLanguage Design Center社と連携し、Facebookでまんが美術館をはじめとするイベント等の情報発信を実施。また、台湾向けのバーチャル観光ツアーを実施。	
事業4-⑥	利便性の増進情報発信事業	—	市内タクシー会社の協力のもと、ラッピングタクシーを制作。併せて既存WEBページを改修して市内周遊モデルコース等の情報発信を実施。	
事業4-⑦	横手の魅力全国発信事業	コロナウイルス感染症拡大により事業中止。	—	
事業4-⑧	ファン通信 まんが特化版	—	まんが特化版の発行の時期、内容について関係者と検討。	
事業4-⑨	「リトルよこて」まんがコーナー展示事業	—	コロナウイルス感染症拡大により事業中止。	
事業4-⑩	声優プレミアム企画事業	—	コロナウイルス感染症拡大により事業中止。	
事業4-⑪	みちのくマンガロードスタンプラリー事業	コロナウイルス感染症拡大により事業中止。	コロナウイルス感染症拡大により事業中止。	
事業4-⑫	まんが美術館等文化スポットPRパンフレット製作事業	—	まんが美術館と町並みの回遊を目的とし、紙での情報発信に加えAR等デジタルも活用したパンフレットを制作。	

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業5-①	まんが美術館分館（マンガ原画収蔵庫）整備事業	—	—	0.0百万円
事業5-②	公衆無線LAN（Wi-Fi）環境整備事業	—	まんが美術館近隣の増田の町並みをカバーする公衆無線LANを整備。	
事業5-③	案内板設置事業	—	まんが美術館および町並み案内所に案内看板を設置。	
事業5-④	公衆トイレ洋式化事業	—	R4年度整備に向けた整備計画の作成。	
事業5-⑤	果樹園景観眺望視点場整備事業	—	—	
事業5-⑥	手倉街道沿線環境整備検討及び整備事業	—	—	
事業5-⑦	「三平の里」整備事業	—	—	
各年度ごとの実績額→		2.8百万円	11.5百万円	14.4百万円

④事業の進捗状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度リニューアルを機に当面は事業4の宣伝に関する事業に力を入れる予定であったが、コロナ禍により事業の中止や内容の変更を余儀なくされた事業が多くあった。 また、事業1の魅力増進事業においても、当初イベントやツアー等での集客を活用した魅力増進を期待したが、同様に事業の中止や内容の変更を余儀なくされた。 一方で事業1から事業3の中で受入れ態勢の整備・強化にかかる事業はハード、ソフトともにほぼ予定通り進めている。 <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業計画策定時後のアクションプランは平時を想定した事業であったため変更を余儀なくされるものもあったが、計画自体の方向性に大きな変更はなく、アフターコロナも見据えた準備や事業展開が求められている。 コロナ禍で一時的に代替措置が取られる状況もあったが、社会情勢が大きく変化している昨今では単なる代替措置ではない、新しい取り組みに着手する必要がある。特に、ネットの活用やデジタル化が飛躍的に発展した中で、これらをどのように今後に生かしていくかが、美術館の魅力増進や集客にもつながると考えられる。 一方で、リアルが制限されている昨今において、これまで以上にリアルの価値が上がることも期待される。美術館での体験はリアルが基本あり、この価値をさらに上げていくための事業展開が期待される。

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

要件	↓文化観光拠点施設名
	横手市増田まんが美術館
・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	①常設展示 まんが美術館には約180名の作家のマンガ原画が収蔵されており、常時は74名分を定期的に入れ替えて展示している。これはマンガ原画の劣化防止の観点と、いつ訪れても新しい出会いや発見が生まれる機会を創出することを目的としている。 ②特別企画展 マンガ原画を軸としてテーマに基づいた企画展などを開催し、マンガ原画を鑑賞するポイントや単行本や雑誌を読むのとは違ったマンガの楽しみ方を解説。
・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	来館者が所有するスマートフォン・タブレット端末とインターネット環境を活用し、マンガ原画の魅力を音声・テキスト・写真を交えてストーリー性のあるガイドで伝えている。
・外国人観光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	①多言語対応 横手市は台湾、中国を主たるターゲットとして、アジア圏の誘客を中心に行っているため「まんが美術館パンフレット」「館内案内」「オーディオガイド」については、英語、中国語に対応している。 ②外国人作家の作品展示 マンガライブラリー内には外国作家コーナーを設置し、韓国・中国・台湾・マレーシアの作家のマンガ原画を展示。併せて日本の単行本の海外版も用意している。
・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	①一般社団法人横手市観光推進機構との連携 横手市と連携し、横手市来訪の観光客に対してマーケティング調査等を実施。その結果および分析データは関連する庁内各部署や関係企業・団体と共有し、観光戦略に反映をしている。当推進機構は「横手市マンガ活用事業実行委員会」および「横手市地域資産活用推進事業協議会」の一員でもあり、マンガ原画を活用した特色ある美術館運営にも携わっており、連携協力体制が構築されている。 ②一般財団法人横手市増田まんが美術館との連携 まんが美術館の指定管理者として横手市が指定し、管理・運営を行っている。「横手市マンガ活用構想」の実現に向け、常に市と協働でマンガを活用したまちづくりを進めている。 ③市内事業者との連携 「横手市増田まんが美術館PR サポーター制度」を設け、市内宿泊施設、飲食店、交通事業者等がPR サポーターとして登録されており、まんが美術館および企画展等のPRを行っている。
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	美術館運営を行っている横手市増田まんが美術館財団による来館者調査のほか、横手市観光推進機構や観光部局が実施する横手市来訪の観光客に対するマーケティング調査等を活用し、各種データの収集や分析結果を共有している。
・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	「横手市マンガ活用構想」に基づく「横手市マンガ活用基本計画」を策定し、基本目標および方針の中に文化観光に関する事業と成果指標を設定し事業を実施している。事業成果については横手市地域資産活用推進事業協議会や横手市マンガ活用アドバイザーと共有し、意見やアドバイスを事業へと反映する仕組みを整えている。

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

<p>【横手市観光推進機構より評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和3年度までにおいて、横手市でもコロナ禍による観光客の減少が著しく、観光業の経営は非常に厳しい状況にある。特にイベント観光が主軸となっている本市においては、相次ぐ事業中止、縮小によって繁忙期がなくなり、閑散期が長期化したため経済に直接的な影響があった。 訪日外国人観光客については、コロナ前まで増加傾向にあったが、まだ本市の観光業の主軸となるほどの来訪数ではない。このため、外国人の減少自体が大きく観光業に響かなかったのは不幸中の幸いとも言える。 R1年度にリニューアルした横手市増田まんが美術館は、美術館という性質、またマンガという訴求力のあるコンテンツから国内外問わず本市の通年観光の軸として期待される。また同地区内でまんが美術館と隣接する増田の町並み（伝統的建造物群保存地区）も観光地として定着してきており、面としての文化観光を推進する土台はできている。コロナ禍の影響はあるものの、エリアへの一定数の来訪、および美術館来館があること、また美術館に関しては有料入場がコロナ禍でも伸びているとの結果も出ていることを考えれば、本計画実施による効果は一定程度あったと考える。 また、まんが美術館を含めた市内の観光施設において、教育旅行の需要が急増したという結果も出ている。これはコロナ禍による県外への移動制限があり県内需要が高まったためだが、これを機会に新たな旅行先として認知が広がったことは事実であり、アフターコロナにおいても一定数の需要は継続して見込めるものと思われる。しかしながら、県内観光客における観光消費額は低い傾向になり、観光消費額増加へとつなげる仕組み作りが急務であると考える。 コロナ禍による社会変動はあるものの、本計画の方向性を大きく影響を与えるものではないと考える。ただし、目的達成のための具体的なアクションについては、今後どう世の中の変化に合わせていくかが課題となる。
--

⑦今後の改善の方向性

<ul style="list-style-type: none"> 横手市増田まんが美術館への来訪はコロナ禍に減ってはいるもの、美術館自体の取組が評価され、発信力のあるマンガ業界（漫画家、出版社、学会、研究者等）での認知や期待が広がっている。今後はこれらの影響による来訪やコロナ禍やデジタル化で高まるリアルの価値を見据え、事業1から事業3において来訪者に対して美術館および文化財の価値や魅力を十分に伝えるための事業、受入れ体制強化を進める必要がある。
