

マンガの街づくり～マンガ文化の育成支援・情報発信を実施

万代シティ商工連合会商店街振興組合

機関名	万代シティ商工連合会商店街振興組合		
所在地	新潟県新潟市万代1-6-1 バスセンタービル7階		
電話番号	025-246-6424		
地域概要	(1)管内人口 - 万人	(2)管内商店街数	90商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 1商店街	(2)会員数	70商店
	(3)空店舗率 - %	(4)大型店空き店舗数	0店
商店街の類型	1.超広域型商店街 2.広域型商店街 3.地域型商店街 4.近隣型商店街		

【事業名と実施年度】

平成14年度 空き店舗対策事業
総事業費

ミニマンガギャラリー整備・運営事業
9,295千円

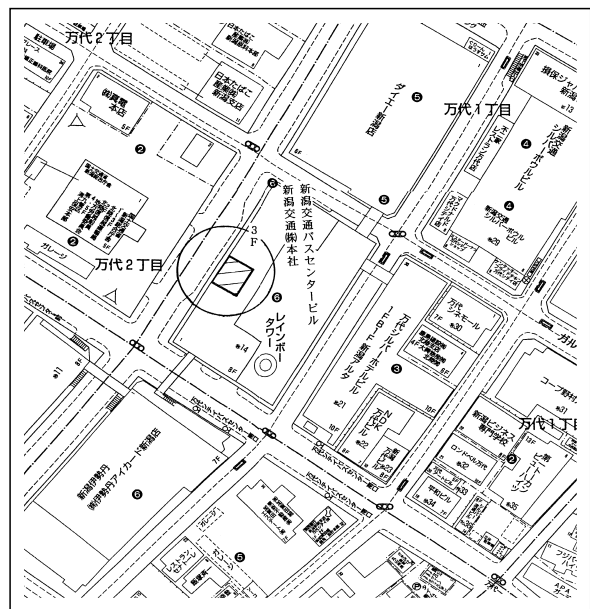
【事業実施内容】

1. 背景

(1) にいがたTMO構想

新潟市は、中心市街地における商業集積の地盤沈下が大きな課題となっていた。特に、古町地区と万代地区の両地区は、信濃川を挟んで対岸に立地していることから、両地区を買物目的で回遊するといった購買行動がとりづらいという状況にあった。

そこで「にいがたTMO構想（平成13年3月策定）」では、古町地区と万代地区等を中心とする商業コア地区の回遊性向上を図ることが、中心市街地活性化のための最重要課題の1つであると位置づけ、複合的に活性化事業を展開している。構想に基づいて、商業者や市民のニーズが高く、かつ、着手しやすいソフト事業を多様に展開することによる相乗効果も狙いとしている。



万代クリエイターズパークの位置

(2) 文化育成・情報発信機能

水島新司、赤塚不二夫など新潟県出身の有名漫画家が多い、日本アニメマンガ専門学校がある、漫画家志望の若者が多数いる、2日間で15,000人の集客があるマンガ同人誌即売会「ガタケット」が毎年開催される、といった特徴を、資源としてまちづくりに活かしていこ

万代シティ商工連合会商店街振興組合

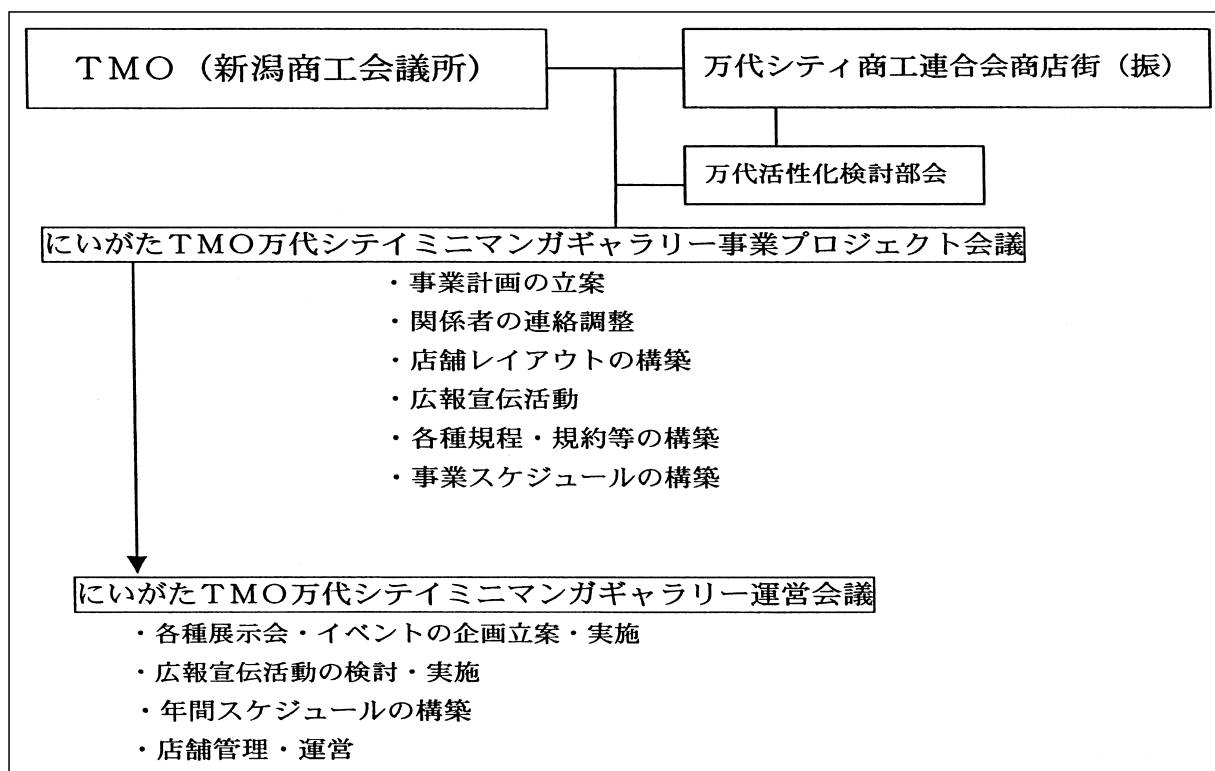
うということになった。TMO構想を策定する中で「マンガアニメ・ミュージアム」を新潟市の施設として開設し、商店街等が管理運営を行うという構想があがった。ミュージアムを作る前に手始めとして、空き店舗を活用したミニマンガギャラリーを中心市街地のいくつかに設置し、回遊性を持たせようということになった。

そこで、将来的にマンガの街として打ち出していくための布石として、まず中心市街地の中でも最大の商業集積である万代シティ商工連合会商店街に、「ミニマンガギャラリーとアトリエ」を設けることとなった。これにより、文化・教養、エンターテインメント性を向上させ、コア地区に位置づけられている万代地区の魅力向上で再来を促し、賑わいの創出と中心市街地の活性化を図ることを目的としている。場所柄、空き店舗はほとんど無い地域であるが、新潟交通バスセンタービルのテナントショップのうち、最も人通りが悪い3階に約1年半空き状態となっていた物件を使用することとなった。

2. 事業内容

(1) 運営体制

にいがたTMO万代シティミニマンガギャラリー事業を実施するにあたっては、TMO（新潟商工会議所）の下部組織として万代シティ商工連合会商店街振興組合のメンバーを中心とするプロジェクト会議および運営会議を設け、運営の円滑化を図った。



にいがたTMO万代シティ「ミニマンガギャラリー事業」運営フロー

(2) 事業概要

- ・万代シティミニマンガギャラリー名称：万代クリエイターズパーク
- ・オープン日：平成14年8月31日（土）
- ・場所：新潟交通バスセンタービル3階（旧100円SHOP）

企画にあたって日本マンガアニメ専門学校、および、卒業生と相談し「展示ギャラリー」と「制作アトリエ」を設けることとなった。実際の運営も卒業生に店長として管理を委託する。

1) ギャラリースペースの整備・運営

当初、新潟県出身の漫画家の作品を展示する等、マンガに限定していたが、なかなか定着しなかったため、マンガにこだわらず「アート」という括りに拡大して開催したり、マンガ講座を開催したり等、徐々に定着化を図った。

2) アトリエスペースの整備・運営

専門学校生や卒業生、漫画家志望の予備軍の人たちからの、「なかなかマンガを描ける場所がない」という声を受けた形で設置した。全20席のマンガを描くスペースを1席2時間100～200円で貸すというものである。また、スペースを管理している店長は、日本マンガアニメ専門学校の講師でもあるため、利用者への指導も可能である。



万代クリエイターズパーク～建物外観（左）と正面入り口（右）

【効 果】

ギャラリー・アトリエとも開設当初は認識されず、集客数においてもまだまだの状態であった。しかし、マンガコレクターからの古雑誌の提供や、商店街イベントとタイアップして似顔絵書きをするなど、事業展開を進める中で徐々に認識されはじめ、ギャラリーの利用者が増え、毎週のように開催したマンガ教室にも参加者が集まるようになってきた。また、既存イベント（新潟マンガ大賞）等との連携により集客力等において効果があった。

【課 題 ・ 反 省 点】

(1) 問題点

ギャラリースペースは、来街者がたまたま立ち寄ったというケースが多く、ここを目当てに来街するまでには至らなかった。

自由な創作の場としてのアトリエスペースは、当初期待していたほどの利用者は無かった。20席用意したが、最大1日5～6人の利用にとどまっており、スペースの活用方法の改善が

