

平成29年度 文教委員会資料①

【所管事務の調査(報告)】

藤子・F・不二雄ミュージアムのワークショップ・管理棟等の整備について

資料1

藤子・F・不二雄ミュージアム ワークショップ・管理棟等の整備について

市 民 文 化 局

(平成29年10月2日)

川崎市 藤子・F・不二雄ミュージアム ワークショップ・管理棟等の整備について

1 ミュージアムの基本概要とこれまでの主な取組内容

基本概要

- 開館：平成23年9月3日 ■指定管理者：株式会社藤子ミュージアム
- 指定管理期間：平成23年7月15日～平成33年3月31日
- 施設概要：地上3階・1階/展示室Ⅰ、事務室、収蔵庫、ショップ他
 - ・2階/展示室Ⅱ、プラザ、キッズスペース、映像展示室他
 - ・3階/屋上ひろば、レストラン他)
- 入館時間：10時・12時・14時・16時（各回500人）
- 入館料：大人1000円、中高生700円、子ども500円（3歳以下無料） ※敷地：小田急電鉄から定期借地



これまでの主な取組

指定管理者の取組

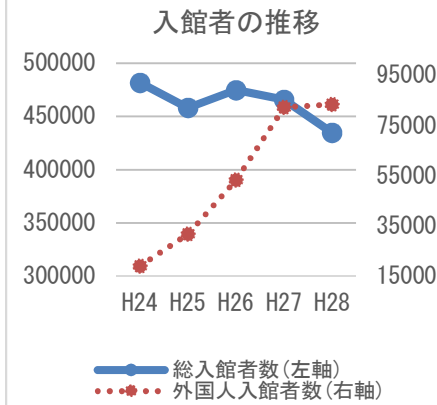
- 藤子・F・不二雄氏の原画展示
- 季節にあわせたイベントの開催
- カフェ&ショップの各種フェアと連動した広報展開
- 区民祭等の地域イベントへのPRブース出展
- 関連会社と連携した全国各地での藤子・F・不二雄展におけるPR

市の取組

- 生田緑地4館連携スタンプラリーの実施
- 市民招待デーの実施
- 周遊マップやフラッグの作成
- 開館5周年事業（発車メロディ変更、直行バスデザインリニューアル、モニュメントシールラリー、登戸駅前花壇設置 他）



2 現状と課題



入館者数及び展示状況

- 平成28年度総入館者数434,775人（前年度465,685人）
 - ・うち外国人83,575人/20.9%（前年度82,527人/19.2%）
- 展示室Ⅰ：季節にあわせた代表作のカラー原画を中心に展示
- 展示室Ⅱ：企画展として年に1回から2回テーマに沿って原画を展示（期間中2～3回原画の入れ替えあり）

バックヤードの狭隘

- 館内に一室しかない会議室（定員6名程度）を救護室として兼用
- 女性更衣室（20㎡）を約150名で使用（ロッカー1台を2人で共用）
- 備品等の収納スペースが不足しており、休憩室等に一時保管している状況

課題分析

- ① 依然高い集客力を維持するなか、日本人来館者が減っているが、外国人は増えている⇒外国人やリピーターを確保するため、参加体験型のワークショップをオリパラ前に実施することで、国内外から多くの来館者を見込める
- ② バックヤードの狭隘⇒狭隘を解消することで、入館者サービスの向上や労働環境の改善を図り、入館者に対するミュージアムの高いホスピタリティの継続的な提供が可能となる

3 課題解決に向けた取組（新たな魅力の発信とバックヤード狭隘の解消）

【方向性】

- 民間ノウハウを活かし、ミュージアムを継続的・安定的に運営するため、ミュージアムの魅力を更に高め来館者の増加を図る。
- 事務室等バックヤードの狭隘化を解消し、来館者サービスの向上につなげる。
- 指定管理者等の費用負担により、施設の拡充整備を図るとともに、来館者に影響がないよう、原則として整備のための休館はしない方向で検討する（⇒整備に係る市の費用負担はなし）。

（整備項目）

ワークショップ・管理棟の建設〈新設〉

新築箇所：藤子プロ所有の隣接地

- ・建物は藤子プロが建設⇒市に寄附
- ・敷地（藤子プロ所有）⇒市に無償貸与

ワークショップ「体験」エリア

- 1階では新たな取組としてミュージアムがワークショップを運営。様々な体験を通じて新たな魅力を発信する
- 団体（学校など）用ランチスペース等としても活用
- 2・3階を女性更衣室・休憩室として活用

本館バックヤードの改修

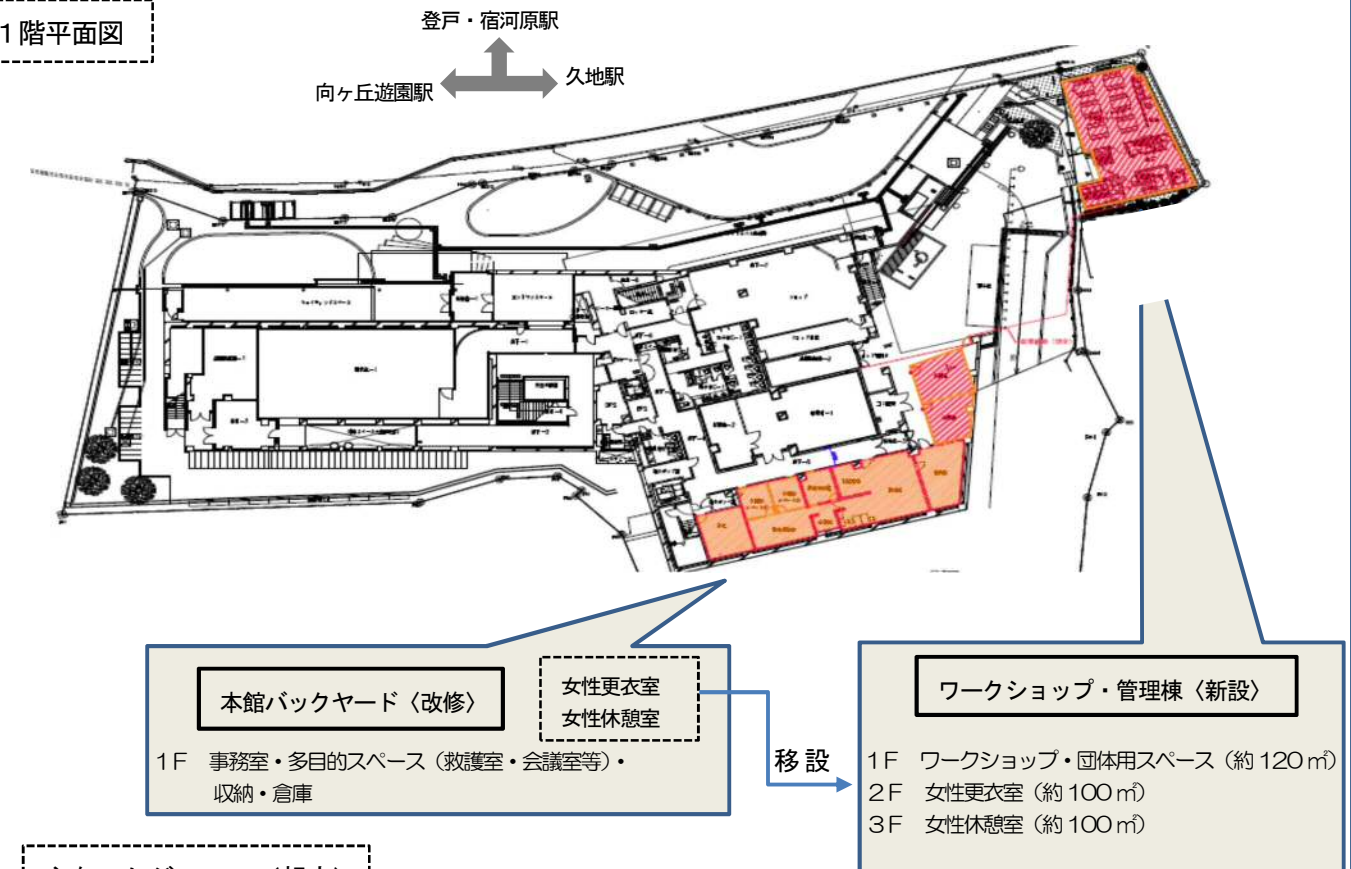
（市所有建物）

改修工事は藤子プロが行う

※共用の会議室・救護室、倉庫等の狭隘化解消

救護室・多目的スペースの設置

- 専用の救護室、会議室等として使用可能な多目的スペースを確保・設置
- スタッフ休憩室・更衣室をワークショップ・管理棟に移転させ狭隘化を解消



主なスケジュール（想定）

- ・平成29年10月～平成30年3月 寄附に係る覚書等締結 調査設計～建築手続き
- ・平成30年4月 着工
- ・平成31年1月 竣工

※本市の関連計画等

- 1) 川崎市文化芸術振興計画⇒重点施策1「文化芸術を活かしたまちづくりによる川崎の魅力増進と地域の活性化」
- 2) 川崎版文化プログラム⇒柱のⅣ「文化施設を核とした魅力発信と回遊性の向上」
 - ・川崎市が世界に訴求できる文化施設の発信や回遊性の向上による国内外からの観光客の増加や地域活性化
- 3) 新・かわさき観光振興プラン⇒戦略2「生田緑地」の観光強化
 - ・集客拡大のための売り込み強化（国内外へのプロモーション強化にあわせてリニューアル）
 - ・首都圏住民等のリピーター化の促進（企画展示やワークショップなど来館する度に新たな体験・感動を得られる施設）