

コミックいわて魅力向上プロジェクト

人文社会科学部人間文化課程（芸術文化）／教育学部中学校教育コース（美術）
ヴィジュアルデザイン研究室学生チーム
（発表者：小野寺花音、佐々木華子、藤田華奈）

指導教員：教授 本村健太（人社・芸文）

序

岩手県における政策の一環として、漫画の力で岩手の魅力を県内外に発信する「いわてマンガプロジェクト」が、スタートして11年となった。これまでに岩手県では、このプロジェクトの一環として岩手県ゆかりの漫画家たちが描いた単行本シリーズ『コミックいわて』の全国発売、Web漫画サイト「コミックいわてWEB」による漫画配信など、岩手の魅力が詰まった作品を多くの読者に届ける取り組みを行っている。

いわてマンガプロジェクト（岩手県の公式サイトより）：

<https://www.pref.iwate.jp/kensei/seisaku/manga/index.html>

いわてマンガプロジェクトの概要：

（<https://www.pref.iwate.jp/kensei/seisaku/manga/1011951.html> より）

「いわてマンガプロジェクト」は、マンガを活用して岩手の文化や暮らし、景観、おもてなしの心などのソフトパワーを掘り起こし、その魅力を内外に発信しようと県が取り組む地域振興プロジェクトです。

岩手県には、「伝染るんです。」の吉田戦車さん（奥州市出身）や「ドラゴン桜」の三田紀房さん（北上市出身）、「ときめきトゥナイト」の池野恋さん（花巻市出身）など、ジャンル多彩な数多くの岩手にゆかりの漫画家の皆さんがいます。

岩手県では、「いわてマンガプロジェクト」を立ち上げ、岩手県ゆかりの漫画家によるオムニバスコミック「コミックいわて」の全国発売のほか、WEBマンガサイト「コミックいわてWEB」による定期的なマンガ配信など、岩手県の魅力が詰まったマンガ作品を、多くの読者に届ける取組を行っています。

これらに加え、マンガ文化の振興とマンガを活用した岩手県の魅力発信を目的としたマンガコンテストの開催、観光キャンペーンや県の施策のPRへのマンガの活用などの取組を展開しています。



図1：「コミックいわてWEB」のロゴ

図1に現行のロゴマークを示している「コミックいわてWEB」は、令和2年度で開設から7年目となる時間が経過しており、地方自治体が運営するWEB漫画サイトとしては唯一のもの

令和2年度地域課題解決プログラム

として一定の成果を上げてきている。しかしながら、多様な漫画サイトが存在するなかで、岩手の魅力をより多くの方々に知ってもらうという目的を十分に果たしているとはいえない状況であるという。

そこで、デザインとともにサブカルチャー関連の制作研究も行っている岩手大学のヴィジュアルデザイン(VD)研究室学生チーム(人文社会科学部 人間文化課程 芸術文化専修プログラム/教育学部 中学校教育コース 美術サブコース)を中心に、SNSから誘導を図る方策や若者に訴求するPRコンテンツの可能性などを考察し、「コミックいわて」の魅力向のための情報発信を岩手県と協働で進めていくことにした。以下に「コミックいわて魅力向上プロジェクト」として取り組んだ成果を報告したい。

I. 本研究課題について

(実施計画・方法)

本研究に取り組む学生グループを形成し、依頼主である岩手県の担当者との協議を行ったうえで、学生の力量で可能な課題解決の方法を検討する。

まずは、岩手県の「いわてマンガプロジェクト」における取り組み(『コミックいわて』の刊行、「コミックいわてWEB」の発信、「いわてマンガ大賞」の事業)について、状況調査を行い、学生間で現状の把握に努める。とくに岩手県という地方自治体が取り組む事業としては稀有な「コミックいわてWEB」について、どのようにPR活動を展開すべきかについて、岩手大学の漫画サークルなどとも連携しては具体的な検討を行う。

その内容については、SNSから誘導を図る方策としては何が有効かということ、そして広く若者にも訴求することのできるPRコンテンツにはどのようなものが考えられるかということが大きな枠組みとなる。本プロジェクトはこのような検討課題を実際にSNSで展開したり、PRコンテンツを試作したりすることによって検証を行うものである。

このように、学生たちの若い世代の視点を生かして課題に取り組むという計画であるが、今年度のコロナ禍において活動が制限される場合があることは理解し、感染防止を最優先しながら課題をその都度検討しつつ実施することとした。

○検討会議

- ・令和2年10月8日(木) 岩手大学教育学部サイバースタジオにて

岩手大学ではコロナ禍において前期は遠隔授業で実施しており、打ち合わせの会議を開くことは難しかったが、後期になり、授業が対面で実施できるようになったため、気をつけながら、学生グループ(出席:千葉雄大、小野寺花音、佐々木華子、藤田華奈、前川桃子、都谷森晴、三浦未佳、萩原真結子)は、岩手県文化スポーツ部の大越治仁さん(主幹兼文化交流担当課長)、小笠原暢子さんとともに今年度の研究課題について検討した。(図2)

具体的な実施内容については改めて後述するが、前期においては、各人が自宅で実施可能なものから取り組んでおり、その時点までの成果の報告と今後の課題実施における方向性の確認を行った。検討の結果として、「コミックいわて魅力向上プロジェクト」として学生自らが関連のWebサイトを構築し、岩手大学から発信することにした。



図2：岩手大学における検討会議の様子



図3：「コミックいわて」第1～9巻、外国語版の小冊子

本研究課題の資料として、図3の通り、「コミックいわて」第1～9巻、外国語版（英語・フランス語・中国語）の小冊子を研究室に寄贈していただいた。

○実施計画

本研究課題の実施内容については大きく次のように計画した。

1. 「コミックいわてWEB」のPR方法を検討し、(前期においては夏に実施される「いわて

令和2年度地域課題解決プログラム

マンガ大賞」も視野に) 可能な方法で実施する。

2. 岩手大学の学生の漫画の活動もより活発になる方向で活動する。(できれば、「いわてマンガ大賞」にも応募)

II. 今年度における研究活動の経過について

(結果・考察)

○「コミックいわてWEB」を読んだ感想の送信

前期の「造形実習(視覚文化)A」(担当: 本村健太)の授業内においても履修学生に「コミックいわてWEB」を紹介し、漫画作品を読んだ後に感想を送ることができることを伝え、何名かの学生が実際に「感想フォーム」から送信した。

コミックいわてWEB:

<http://comiciwate.jp>

[対応した学生の報告事例]

- ・「コミックいわてWEB」にて「夜空のレターロ」、「桜ノスタルジア」、「なまる」の3作品に感想を送信したので、併せて報告させていただきます。このサイトの作品を実際に読むのは初めてでしたが、どの作品もイラストが上手でストーリー構成もよく考えられているものばかりだったので驚きました。とても面白かったです。(三ヶ森詩乃)
- ・榊カルラ「よだかとほし」感想フォーム投稿(蔵谷功)

○「コミックいわてWEB」に誘導するバナーの構想

前期の遠隔授業に際して、ヴィジュアルデザイン研究室と共同研究を継続しているWeb制作会社(クーシーラボ岩手)の三上洋介さんも参加してのオンラインのミーティングにおいて、ネット上で特定のウェブサイトをクリック付きで紹介したり、個々の商品のページに誘導したりする役割をもつ「バナー(Banner)」を制作することはデザインの基礎トレーニングになるという示唆があり、希望する学生には「コミックいわてWEB」や「いわてマンガ大賞」のサイトに導くバナー案を構想してもらうことにした。

[バナー構想・制作の事例]



図4: オリジナルイラストによる「いわてマンガ大賞」のバナー(制作: 斉藤楽夢)

図4のバナーは制作した学生(斉藤楽夢)のオリジナルイラストを使用しているため、著

作権に問題がない。そこで、第10回いわてマンガ大賞の応募期限まで約2ヶ月前(7月8日)の時点で、このバナーを指導教員のツイッターに貼って、「岩大生もPRのお手伝いをしています! (岩大生が「応援バナー」を作ってみました。)

第10回「いわてマンガ大賞」
<https://iwatemangagp.com> #マンガ #岩手 #コミックいわて #いわてマンガ大賞」という情報を流した。(https://twitter.com/vjdrkenta/status/1280673767778168833?s=20)

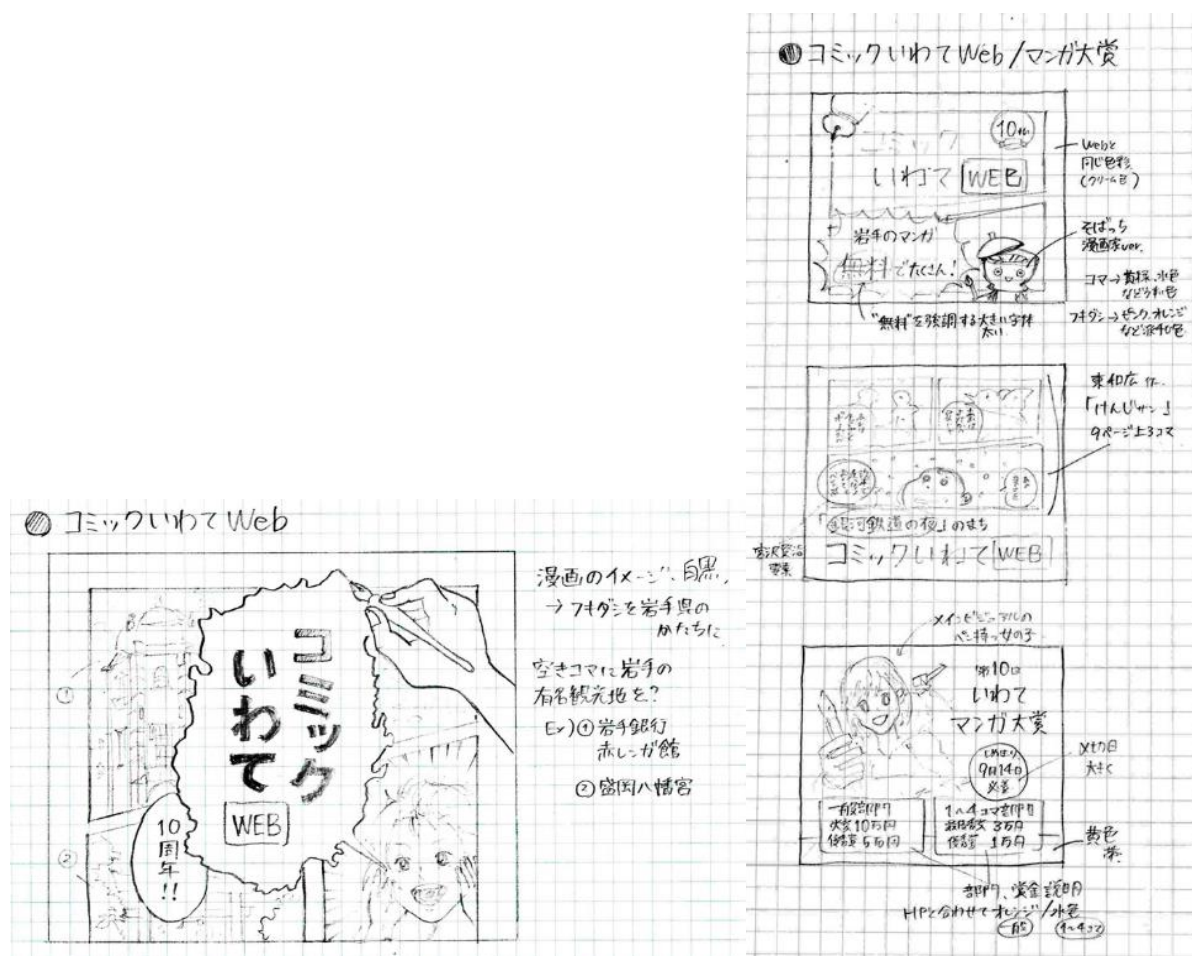


図5:「コミックいわて」・「いわてマンガ大賞」のバナー案(構想:石岡京歩)

図5・図6・図7は、「コミックいわて」や「いわてマンガ大賞」に誘導するバナー案の構想結果である。図7のバナー構想(藤田華奈)においては「無駄な情報は入れないように、シンプルで何のバナーであるのかが分かりやすくなるように意識した」としており、「漫画らしいモノクロ」で構想している。しかしながら、もっと様々な素材を取り入れることができれば良かったということと、「シンプルなのはいいが、クリックしたいと思えるような魅力が足りない」ことを反省点として自己評価した。

確かに、バナーの制作においては、掲載されている漫画の中から注目されそうな場面や魅力的なキャラクターを取り込むのが、ネット上で閲覧者を誘導するには効果的である。しかし、その使用については厳守しなければならない著作権の問題があり、本研究課題だとしても自由に公開することはできない。バナー案の構想においては、前川桃子、三浦未佳、川井くるみ、鱈沢紗良も提案しているが、ここでの公開は割愛させていただくことにする。

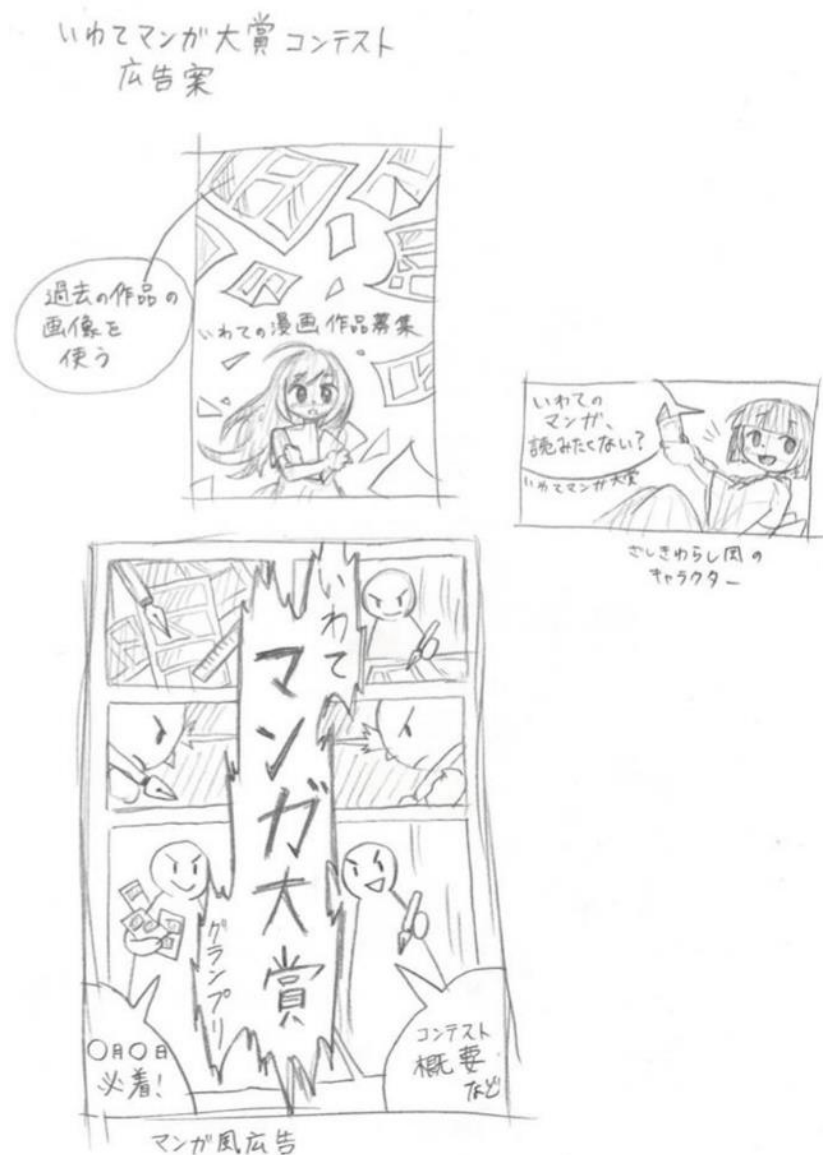


図6:「いわてマンガ大賞」のバナー案(構想:伊藤幸葉)



図7:「コミックいわて」のバナー案(構想:藤田華奈)

令和2年度地域課題解決プログラム

このような著作権の問題がないようにするため、岩手県文化スポーツ部の小笠原暢子さんから、以下のように確認して規定してもらった。

[素材を使用する場合の条件]

- ・コミックいわて単行本表紙（第3～9弾）（※第1、2弾の表紙は使用しない）
- ・コミックいわてWEB掲載マンガ画像・イラスト・ロゴについて：
掲載マンガ画像は、1枚目（タイトルのページ）のみ使用可
- ・第10回いわてマンガ大賞HP掲載画像・イラスト・ロゴなど
- ・素材のイメージを損なうもの、素材の著しい変形、マンガ画像のフキダシの言葉の入れ替えなどは不可
- ・公表前に岩手県文化スポーツ部で確認する機会を入れる

○岩手大学の学生による漫画制作の推進

本研究課題である「コミックいわて魅力向上プロジェクト」に大きな寄与となるものとして、学生自身が漫画を描いて、それが評価されることで「コミックいわてWEB」や『コミックいわて』に掲載されるということがある。このことはとても難しいことであるが、決して不可能なことではなく、これまでに岩手大学の学生や卒業生による活躍も目立っている。

- ・**ナリタカ**「自称河童と迷子少年」（「第5回いわてマンガ大賞」大賞受賞、『コミックいわて』にも収録）

コミックいわてWEB：

<http://comiciwate.jp/comic/jisyoukappa/>

「なつと羅刹鬼」（『コミックいわて ログ』にも収録）

<http://comiciwate.jp/comic/natsuto/>

「ムカデ姫より」（『コミックいわて なななつ』にも収録）

<http://comiciwate.jp/comic/mukade/>

「南面の桜」

<http://comiciwate.jp/comic/nanmen/>

- ・**Kana**「桜の神様」（「第7回いわてマンガ大賞」優秀賞）

コミックいわてWEB：

<http://comiciwate.jp/comic/sakuranokamisama/>

- ・**榊カルラ**「よだかとほし」（『コミックいわてQ』にも収録）

コミックいわてWEB：

<http://comiciwate.jp/comic/yodakatohoshi/>

- ・**しらす**。「ガタゴンの楽しいキャラクター会議」（「第8回いわてマンガ大賞」1～4コマ部門優秀賞）

- ・**齋藤遊野**「青の鼓音」（「第7回いわてマンガ大賞」学生部門金賞）

令和2年度地域課題解決プログラム

- ・神田♥ジョセフィーヌ「ジョセ チャリ ing」(『コミックいわて』創刊号に収録)

また、ヴィジュアルデザイン研究室(旧映像メディア研究室)として漫画関連での学生の活動としては、平成26年度地域課題解決プログラム「岩手のスキー場をPRするためのデジタルコンテンツ企画の検証」において制作したWeb漫画『雪原戦隊アスタリスク*』、平成29年度地域課題解決プログラム「公共施設アセットマネジメントの推進に向けた各種コンテンツによる市民訴求の手法研究」において制作したパンフレット漫画『盛岡アセットマネジメント』などもある。

Web漫画『雪原戦隊アスタリスク*』:

<http://www.art.iwate-u.ac.jp/asterisk/>

公共施設保有の最適化と長寿命化(盛岡市):

<http://www.city.morioka.iwate.jp/shisei/machizukuri/shitsuhoyu/1020220.html>

盛岡『盛岡アセットマネジメント』:

http://www.city.morioka.iwate.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/020/220/moriase01p-08p.pdf

さらに、岩手大学の学生たちの自主的な活動としては漫画のサークルも組織されている。

漫画研究会ちほうじん:

<https://twitter.com/chihojin>

このように、岩手大学の学生たちが漫画制作の成果を岩手県内で展開し、活躍することになれば、「いわてマンガプロジェクト」にも関連して、その波及力を強めていくことにもつながると思われる。

研究室所属学生であるモノコは、NPO法人岩手未来機構主催、盛岡市共催の「スポーツマンガ制作講座」(講師:漫画家そのだつくし)としてのワークショップ(令和2年9月6日、10月11日)に参加して漫画制作に取り組んだ。下記はその成果である。

マンガ塾2020「スポーツマンガ制作講座」が開催されました:

<https://greater-morioka-sc.jp/3478>

(盛岡広域スポーツコミッション、2020年12月21日)

- ・モノコ「いわて健康ウォーク」

[https://greater-morioka-](https://greater-morioka-sc.jp/%E7%9B%9B%E5%B2%A1%E5%BA%83%E5%9F%9F%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%84%E3%82%B3%E3%83%9F%E3%83%83%E3%82%AF%E3%80%8C%E3%81%B1%E3%82%8B%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%80%8D)

[sc.jp/%E7%9B%9B%E5%B2%A1%E5%BA%83%E5%9F%9F%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%84%E3%82%B3%E3%83%9F%E3%83%83%E3%82%AF%E3%80%8C%E3%81%B1%E3%82%8B%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%80%8D](https://greater-morioka-sc.jp/%E7%9B%9B%E5%B2%A1%E5%BA%83%E5%9F%9F%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%84%E3%82%B3%E3%83%9F%E3%83%83%E3%82%AF%E3%80%8C%E3%81%B1%E3%82%8B%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%80%8D)

(盛岡広域スポーツコミック「ぱるスポ」、ぱるスポ × いわてマガジン マンガ塾 2020)

令和2年度地域課題解決プログラム

12月21日公開キラキラぱるスポ WEB版 番外編作品キラキラ

<https://twitter.com/iwatemiraikiko1/status/1339849546487091200?s=20>

(Twitter、2020年12月18日)

・モノコ「モルック体験！」

いわてマガジン コラボ3/26発行『ぱるスポ6巻』番外編のご紹介

<https://twitter.com/iwatemiraikiko1/status/1361875120076169216?s=20>

(Twitter、2021年2月17日)

今年度の第10回いわてマンガ大賞にも、岩手大学の学生からの応募が増えるように働きかけた。(しかし、漫画研究会ちほうじんは、独自に同人誌を企画・発行しているために忙しく、また、コロナ禍において活動も制限されていたため、応募には難しい状況があった。)

第10回いわてマンガ大賞での成果は、佐久間くま「冒険者一行、冷麺と遭遇す。」が学生銀賞であった。



図8:「冒険者一行、冷麺と遭遇す。」の例(佐久間くま)

この学生銀賞の作品は、下記のサイトで閲覧可能となっている。

第10回いわてマンガ大賞 - 学生銀賞

佐久間くま「冒険者一行、冷麺と遭遇す。」:

<http://www.art.iwate-u.ac.jp/reimen/>

〇SNS 上での PR 企画検討

岩手県文化スポーツ部の小笠原暢子さんより、「コミックいわて WEB」へ誘導をはかる SNS 上での企画を考えるという提案があった。

岩手県では、新規読者を開拓することや既存読者に継続的に閲覧してもらうため、「#いわて1コママンガ」セリフあて企画を7月に行っていた。このような SNS 上での企画を学生目線で考えてみるという課題であった。

マンガに親しむ「#いわて一コママンガ」セリフあて企画について：

<https://www.pref.iwate.jp/kensei/seisaku/manga/1031156.html>

[学生による企画案の検討]

三浦未佳：

〈提案1〉お椀の中には…

- ・わんこそばを題材とした大喜利企画。わんこそばのお椀の中を覗いてみると、そこには何があった…？
- ・ハッシュタグ「#コミックいわてお椀の中には」
- ・企画の説明文には「お椀の中を見て驚愕した表情のキャラクターのイラスト（一コマ漫画調に）」の画像を共に添付。
- ・文字のみの参加やイラストでの参加も可
- ・コミックいわてを知ってもらうこと、気軽に参加してもらうこと、岩手について知ってもらう機会のひとつとすることが目的。
- ・可能であれば秀逸な回答はコミックいわてウェブサイトまたは単行本にて一部イラスト化して紹介

〈提案2〉いわて探訪記

- ・岩手を訪れたときの様子をイラストや漫画にして気軽に投稿できるハッシュタグを設置。
- ・ハッシュタグ「#いわて探訪記」
- ・岩手を実際に訪れた時の旅行記でもよいが、仮想の「いわて」を訪れたと想定したものや岩手にまつわるものを取り入れたファンタジーなイラストでもよい。（例：龍泉洞を実際にはあり得ないような構図で描いたもの、宮沢賢治作品に入り込んでいるようなもの等）
- ・まるで岩手に観光に来た思い出を写真として残しているような、SNS の効果を利用したイラスト企画を想定している。
- ・ウェブ上に気軽にイラストや漫画を投稿し、岩手について知ってもらうような、漫画を用いた地域貢献の場をつくることを目的としている。

--

都谷森晴：

〈提案1〉動画

1. 3Dモデル（VTuber 等）を使った PR 動画
 - ・VTuber や Live2D などが普及し、人気や注目が集まっていること
 - ・遠野萌えキャラの4人
 - ・キャラクターのヴィジュアル等から紹介させたもの（コミックいわて WEB 等）に興味を持ち始める
2. 岩手出身の漫画家にインタビュー

令和2年度地域課題解決プログラム

- ・岩手と漫画の繋がりを知ってもらう
- ・著名な漫画家の多い岩手
- ・漫画やイラスト等に寛容な岩手をアピール
- ・コミックいわて WEB に掲載されている作品の紹介（おすすめ等）

3. いわてを PR している VTuber とのコラボ

〈提案2〉クイズ

- ・キーワード・キーになるものを探す
 - － コミックいわて WEB に掲載されている作品に登場するものや言葉でクイズ（1・2問ではなく少し多く、難しめ…）
 - － クイズに正解した人への景品がある（コミック用品・ポストカード等）

〈提案3〉応募

- ・コミックいわて WEB の閲覧、コミックいわて購入による応募権の獲得
 - － ポストカード等の景品がある

〈提案4〉SNS 大賞

1. 漫画の中の一コマを使って大喜利
2. 岩手の名産品などをお題にした4コマ漫画大賞
 - ・「いわてマンガ大賞」の1コマ漫画とは別に、定期的に行われる
3. コミックいわて WEB の掲載作品を紹介するPOP大賞
 - ・漫画やイラストを描かなくても参加できるもの

--

川井くるみ：

- ・コミックいわて WEB の知名度を広めるためには SNS での情報発信が重要となる
- ・SNS での発信だけではなく、それを拡散することも必要（Twitter の例でいうといいねリツイートの数など）

→「Twitter 上でのフリーアイコン配布の提案」

- ・これを促すためにリツイートをした人にコミックいわての作品キャラクターの無料フリーアイコンを提供することを提案する

[使用例]

コミックいわて WEB@comiciwate2020

第〇回いわてマンガ大賞受賞作品

「〇〇〇〇」の主人公〇〇ちゃんフリーアイコン企画

アイコンを配布します、ご自由に使用ください。

#フリーアイコン

- ・SNS 上のアイコンでも他人の作品を勝手に使用することはできないため、フリーアイコンは需要がある
- ・提供することで作品のファンから作品を知らない第三者への宣伝効果も考えられる
- ・この際に #フリーアイコンなど検索数の多いタグを使用することでタグからコミックいわて WEB へと誘導できる可能性もある

[具体的な企画内容]

- ・今までの受賞作品の中からフリーアイコンの作成
- ・フリーアイコンはカラーのものが好まれるため表紙で使用されているものからの抜粋

令和2年度地域課題解決プログラム

- ・ 作者様からの使用許可を得る
 - ・ 可能であればアイコン用のイラストを新規作成
 - ・ Twitter で発信する際には各作品での配布
- 作品で分けることによりそれぞれの漫画に興味を持ってもらう
- ・ リツイート数に応じてプレゼント企画も並行して行えば、拡散される可能性も高くなると考える

--

千葉雄大：

私からは「サイン色紙や記念アイテムを景品に据えた RT プレゼント企画」を提案します。ゾゾタウンの前澤社長がやっているように、ツイッターでのプレゼント企画は知名度やフォロワー数を増やし、より自分達を知ってもらう機会を作る力があります。通常、あまり有名でないアカウントのプレゼント企画は怪しまれたり敬遠されたりするものですが、コミックいわて WEB は県のプロジェクトであることがはっきりしており、アカウントの信頼性においてはかなりのアドバンテージがあるものと考えます。また、RT によるプレゼント企画はプレゼントを欲するだけでなく、そのフォロワーにまで存在を認知させる効果が見込めます。新規読者層の開拓という観点において、これらの効果が有効だと考え、私は以上の提案をするに至りました。

追記：別途、VOICEROID のキャラクター「東北きりたん」を Live2D で動かして VTuber としての動画を作り、SNS でリンクしてコミックいわて WEB に誘導する提案もあった。

作例：



--

鈴木七花：

「岩手の魅力エピソード募集企画」

岩手県の観光地や特産品、名物について、体験したエピソードやあまり知られていないと思う秘密等を一般の人から募集する。募集したエピソードは発信され、選ばれたエピソードは漫画の一部に取り入れられる。

エピソード例1)

岩手県一関市巖美町の観光地「巖美溪」では、美しい谷川の対岸から対岸へと運ばれる、空飛ぶ団子と言われる「かつこう団子」が有名である。しかし、実際に行ってみると、そのすぐ近くにある「滝見だんご」という団子屋さんの団子も素晴らしく美味しい。行って食べたことがある人からは、「今までに食べたことがないほど美味しい。」「信じられないくらい団子が柔らかい。」「出来立ての団子を初めて食べた。」「すぐ売り切れて食べられなかった。」な

令和2年度地域課題解決プログラム

どといった声が聞かれる。

エピソード例2)

岩手県一関市東山町の観光地「猊鼻溪」は明治時代に観光地として有名になったが、それまでは観光が盛んな町ではなく、猊鼻溪は村の住人にすらあまり知られていない秘境だった。その背景には、溪谷が辺境の地にあっために人に知られていなかったからということと、藩の役人がやって来たときに、接待をしなければいけない負担を逃れるために、藩に提出しなければならない風土記や絵図にも記載されることなくその美しい溪谷の存在を隠し続けられてきたからという理由もある。

このように、有名な観光地のあまり知られていない魅力を募集し、漫画にすることで、コミックいわてのWEBへの誘導と地域の魅力発信に繋がると考えた。

企画意図

既存読者に継続して閲覧してもらうためには、今までにないような変化が必要であると考えた。そこで、受け身的に漫画を閲覧して岩手の魅力を知ることだけでなく、読者参加型の形で岩手をできる機会があるとPRしたいのではないかと考え、この企画を考えた。この企画では、読者の中でも特に、岩手のことをよく知る地域の人をメインターゲットとして考えた。そこに住む人間として、その地域に対して愛着や誇りを持っている場合が少なからずあると考え、その気持ちをに生かせるような企画にしたいとPR考えた。

また、私がコミックいわてWEBで漫画を読んだ際に感じた面白さや興味深さには2種類あった。1つ目は「自分が知っている場所が漫画の舞台に取り上げられている感覚」であり、2つ目は「自分が住む県や地域の知らなかった魅力を知ることが出来た感覚」である。これらの感覚は、他の読者も同じように感じたものではないかと考えた。そのため、有名な観光地のあまり知られていない秘密やエピソードを募集し、漫画として発信することで、自分の知る場所の知らなかった魅力を発見することに繋がっていると考えた。

新規読者開発のためには、岩手県以外の人にも広く知ってもらう必要があると考えた。そのため、岩手県の観光地や特産物を紹介しているパンフレット等に、コミックいわての漫画にもエピソードが取り入れられたことを紹介するイラスト、写真、メッセージを加えることで、岩手に興味を持ってパンフレットを手にとった人にもコミックいわての存在を伝えることが出来ると考えた。

--

佐々木華子：

「おすすめ漫画診断」

これは「コミックいわてWEB」で、無料で多くの岩手にまつわる漫画が読める、という点と、人それぞれが持っているであろう岩手の魅力を皆で共有できるものとして考えた。

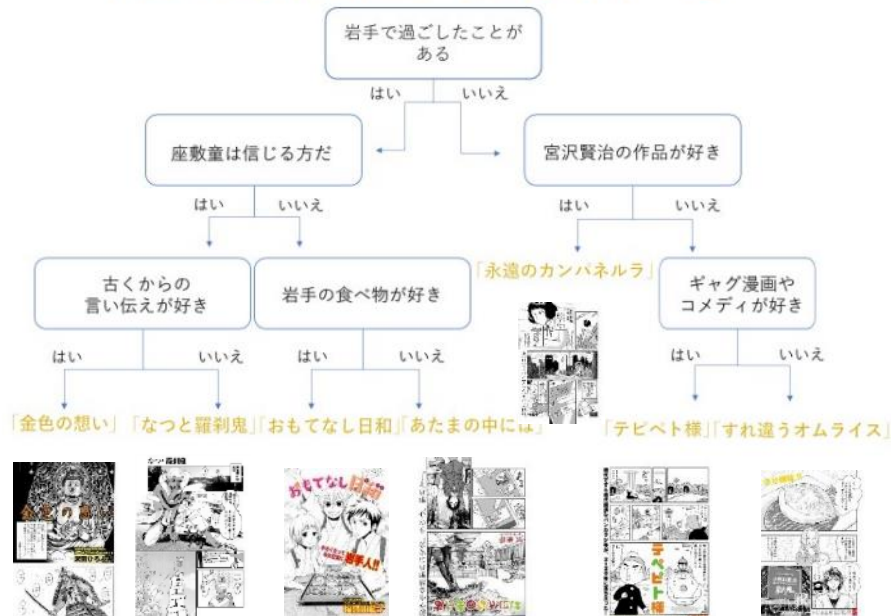
詳細は以下の通りである。

1. 「おすすめ漫画診断」は、YES/NOで質問に答えていき、「コミックいわてWEB」で無料で読める漫画をそれぞれ診断の結果によっておすすめする。

これは一例であるため、診断結果の漫画を「コミックいわてWEB」で分類されているものに沿ったものにしたり、質問内容もそれに伴うものにしたり、ということもできると考える。

例：

「コミックいわてWEB YES/NOチャート」



2. SNS や HP でこの診断を広げ、この診断を「#岩手の魅力見つけた!」をつけてTwitterに投稿してもらい、皆に自分がおすすめされた漫画、また他の人がどんな漫画がおすすめされたのかを共有する。コミックいわての認知度をより高くし、また「コミックいわて WEB」への誘導をはかり読者を増やす効果が見込まれると考える。

藤田華奈：

〈提案1〉「SNS での漫画色塗り大会」

コミック岩手で掲載されている漫画のキャラクターのイラスト（立ち絵、一コマ、新規絵など）に色を塗ってもらい、あらかじめ決めたタグとともに SNS に掲載。

印刷をすれば子供でも簡単に色塗りが可能。絵をかくのが苦手な方でも、色塗りをするのは手軽にできるため参加しやすく、楽しめるのではないかな。

〈提案2〉「漫画数ページ無料掲載」

近頃、一話分（数ページ分）を SNS にリンクではなく画像で張り付け宣伝する漫画家をよく見かける。リンクにしないことで簡単に読むことができ、タイムラインに流れてきたとき目を引くため多くの人が一度画像をクリックし目を通す。また、画像とともに載せる文は決してその漫画のタイトルを載せるのではなく、興味を引くように最終的なオチの展開をあえて提示した文や話の内容を簡潔にした文を載せたほうがよい。

コミックいわての漫画もこのような取り組みをすることで、既読者は積極的に拡散し、未読者の興味も引くことが可能であると考え。

○Web サイト「コミックいわて WEB マンガ診断」の構想

令和元年10月8日（火）の検討会議（図2）において、コミックいわて WEB に誘導する「おすすめ漫画診断」が今後の課題として採用され、Web サイトを構築することになった。（図8）

令和2年度地域課題解決プログラム



図8：Web サイト「コミックいわてWEB 漫画診断」の構想（3年生グループ）

令和2年12月17日（木）岩手大学教育学部サイバースタジオにて、岩手県文化スポーツ部の大越治仁さんと小笠原暢子さんに進行状況の報告を行った。（図9）



図9：進行状況の報告（3年生グループ）

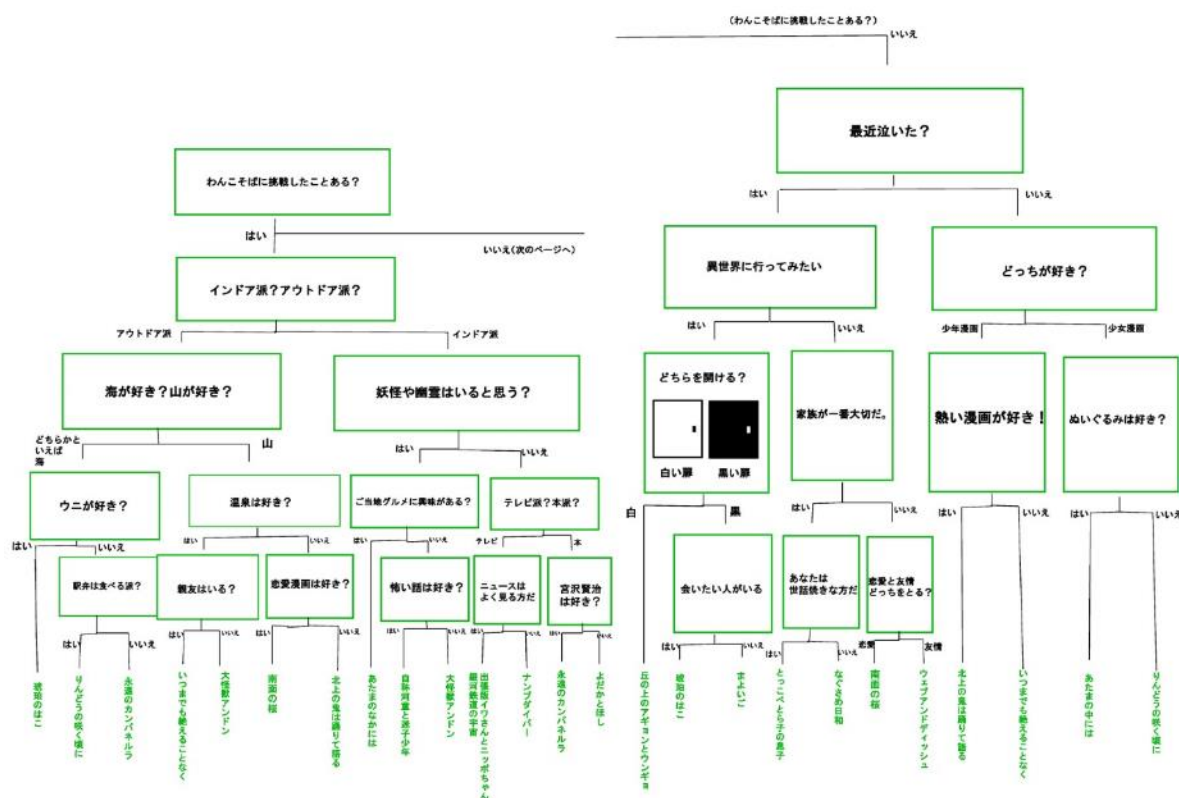


図10：漫画診断の道筋についての検討（小野寺花音・佐々木華子・都谷森晴・三浦未佳）



図 11：Web サイトのデザイン案作成（月舘花菜・藤田華奈・前川桃子）

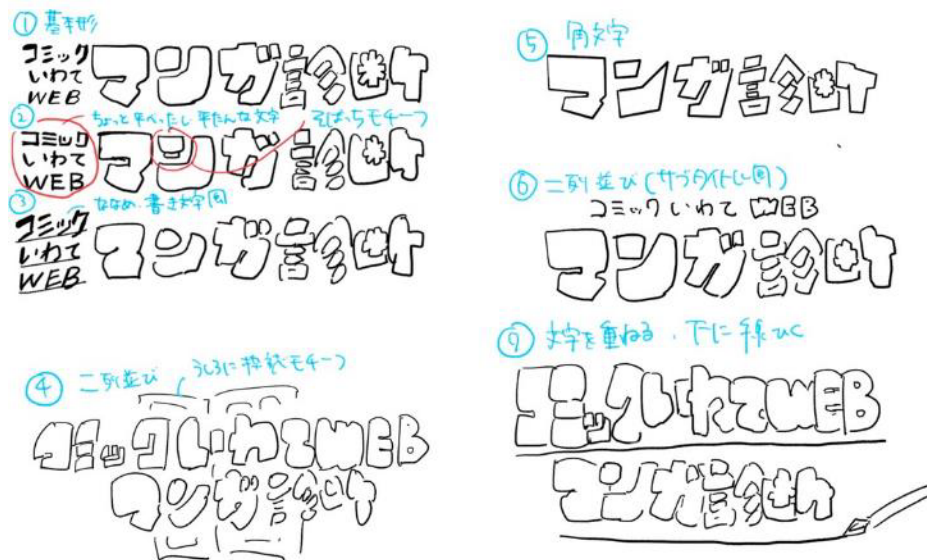


図 12：Web サイトのロゴ案（月舘花菜）

この経過報告の時点での状況は図 10・図 11・図 12 の通りであり、以後、サイトの構築、学内からの発信に向けて活動することになった。

○Web サイト「コミックいわてWEB マンガ診断」の発信

Web 制作は初心者であったが、ヴィジュアルデザイン研究室の3年生が役割分担をして、サイト構築の基本を学習しながらなんとか作り上げることに成功した。一般的なインターネットの利用がパソコンからスマートフォンへの移行してきている状況を踏まえ、「スマホファースト」（スマートフォンの使用者が使いやすいサイト）の考え方で作り上げた。なお、サイト内で使用している「わんこきょうだい」のイラストについては使用許可をいただいた。

コミックいわてWEB マンガ診断：

<http://www.art.iwate-u.ac.jp/comiciwate/>

このサイトではまず「index.html」のページにおいて「診断スタート!」をクリックしてもらい、二択の質問に4回答えてもらうことで、「あなたにオススメのマンガは・・・」というコミックいわてWEB上の漫画を提案するものとなっている。（図 13・図 14・図 15）



図 13：レスポンシブデザインによるインデックスページ



図 14：レスポンシブデザインによる「オススメ」のページ

Q1	Q2
わんこそばに 挑戦したことある？ はい いいえ	アウトドア派？ インドア派？ アウトドア派 インドア派
	
Q3	Q4
どちらかといえば海が好き？ 山が好き？ 海！ 山！	ウニは好き？ はい いいえ
	

図 15 : 「わんこきょうだい」 のイラストを使用した質問のページ（二択4問）



図 16：コミックいわて WEB マンガ診断ロゴ（月館花菜）



図 17：コミックいわて WEB バナー（三浦未佳）



図 18：いわてマンガプロジェクト Twitter バナー（月館花菜）



図 19：岩手大学バナー（前川桃子）



図 20：コミックいわて WEB バナー（前川桃子）

図13・図14のように、佐々木華子と藤田華奈は、ユーザーの使用するデバイスの画面サイズに応じて、例えば、スマートフォンで閲覧される場合には縦一列の縦スクロールのサイトになり、パソコンで閲覧される場合には2段組または3段組のレイアウトで表示される「レスポンシブデザイン」で構築した。また、TwitterやFacebookなどのSNS上で効果的に情報拡散させるために、診断結果のページには、ツイート記事へのリンクを魅力的に見せる機能である「ツイッターカード」を設定することにより、図21のようにアイキャッチ画像やタイトルなどが自動表示されるようにした。



図21：ツイッターカードによるアイキャッチ画像やタイトルなどの表示例

○最後に（本研究課題、特にマンガ診断サイト制作に関わった学生の感想）

- ・頭の中で描いていたものを、自分たちの力で実際に形にするという貴重な経験ができました。現用に満足することなく、より技術と完成品の質を上げられるようになりたいと思うきっかけにもなりました。（佐々木華子）
- ・チームで意見を擦り合わせてひとつのプロジェクトを成功させること、普段目にはしているWebサイトの制作、これらがどんなに大変かということを経験し学びました。（小野寺花音）
- ・初めてのサイト制作だったため上手くいかないと感じた点も多かったのですが、そのどれもが次に繋がる良い経験でした。試行錯誤し一つ完成させたことは自分の中でとても大きな一

令和2年度地域課題解決プログラム

歩です。今後も知識を増やし、視野を広げ、デザインする力をさらに伸ばしていきたいです。

(藤田華奈)

- ・デザインやサイト内容を一から作ることで、Web ならではの必要な表現や視点が学べたため、普段見るサイトも見方が変わりました。(前川桃子)

- ・目的をもって計画を立てて実行するような経験ができるよい機会となりました。役割を分担したり共有したり、チームで活動をするときの大変さや工夫を学ぶことができました。今後の活動に生かしたいと思います。(三浦未佳)

以上、「コミックいわて WEB マンガ診断」のサイトから楽しく診断して、その結果を他の人にも発信してもらうことで、これまでとは違った方向から「コミックいわて WEB」の漫画に誘導する役割が果たせたら幸いである。

コミックいわて WEB の中から
診断であなたにピッタリの
マンガを見つけよう！
岩手がもっと 好きになるかも？

コミックいわて WEB マンガ診断：
<http://www.art.iwate-u.ac.jp/comiciwate/>

[謝辞]

本研究プロジェクトに関してたいへんお世話になりました岩手県文化スポーツ部の大越治仁さん、小笠原暢子さんには心より感謝いたします。