

ポストコロナにおける地方映画館存立方法についての予備調査報告

瓶内栄作 高橋伸佳 近藤のぞみ

Post-Corona (COVID-19) Report on Preliminary Survey on the Existence of Local Movie Theaters

KAMEUCHI Eisaku TAKAHASHI Nobuyoshi KONDO Nozomi

Abstract

Movie theaters function as familiar cultural facilities in the community. In the COVID-19 disaster, the number of visitors has been decreasing and is in danger of extinction. As a preliminary study to examine the viability of movie theaters, this study conducted a survey of progressive movie theaters that generate income other than ticket revenue in the midst of the COVID-19 disaster. Next, a workshop was conducted with young people, who could be potential future customers, to examine the youth's approach to movie theaters. As a result of these two preliminary studies, we were able to see the potential of movie theaters as a place for interaction other than as a venue for showing movies.

Key words: COVID-19, Movie theaters, Community development, Cultural facilities

(2022年3月4日受付, 2022年6月1日受理, 2022年9月30日発行)

はじめに

映画館は、地域における身近な文化施設として機能をしているが、昨今のコロナ禍において、来場者が激減し、存続の危機に瀕している。ポストコロナにおいても、サブスクリプション型ネット視聴サービスの普及により、需要回復が見込めない状況である¹⁾。

本活動においては、社会的存在意義のある映画館を存立させる方法を、2つの視点から調査する。1つ目の視点は、チケット収入以外の収益手段を確立している先進事例の調査である。2つ目の視点は、映画館に対する若者のイメージとニーズ調査である。本結果を、人口減少局面、市場環境変革期における映画館の事業存立方法について、考察する端緒とした。

1. 地方映画館についての先行研究

石垣(2010)は、「映画上映」がメディア芸術振興の施策として政策上位置付けられ、映画鑑賞機会拡大のために、地方映画館の存在が有用であると指摘している。石垣(2010)が映画上映の文化芸術振興の拠り所としている一つに、「文化芸術振興基本法」、「文化芸術の振興に関する基本的な方針(第2次基本方針)」ならびに、「これからの日本映画の振興について日本映画の再生のために(提言)」、「コミュニティシネマ憲章」が存在する。このうち、「文化芸術の振興に関する基本的な方針」については、2015年に第4次基本方針が閣議決定されている。文化芸術の振興に関する基本的な方針第4次基本方針p.17において、重点的に取り組むべき施策の一つとして、次の記載がある。

貴重な各種文化芸術資源を継承し、次代の文化芸術創造の基盤となる知的インフラを構築するため、映画、舞台芸術、アニメ、マンガ、ゲーム、デザイン、写真、建築、文化財等の文化資産及びこれらの関連資料等の収集・保存及びデジタルアーカイブ化等を促進するとともに、国立国会図書館等の関係機関と連携しつつ分野横断的整備を検討する。特に、メディア芸術について、関連の文化施設や大学等の連携・協力を推進することにより、情報拠点を構築し、我が国のメディア芸術を広く海外に発信する。

文化芸術の振興に関する基本的な方針において、映画は、保存をするべきメディア芸術として扱われているものの、上映場所である映画館についての明言はない。

一方、文化芸術振興基本法（平成13年12月7日法律第148号）においては、次の記載があり、メディア芸術に係る上映について言及している。

（メディア芸術の振興）

第九条 国は、映画、漫画、アニメーション及びコンピュータその他の電子機器等を利用した芸術（以下「メディア芸術」という。）の振興を図るため、メディア芸術の製作、上映等への支援その他の必要な施策を講ずるものとする。

文化芸術振興基本法における、地域の核となる文化芸術拠点とは、劇場、音楽堂等をさし、映画館については対象の施設としてみなされていない。つまり、映画はメディア芸術の一部とされながらも、映画を公表する場である映画館については、文化芸術拠点としては扱われていないと考えられる。映画産業を一つの産業構造としてみた際に、産業構造の川上である映画製作については、製作費や撮影環境などでの公的な支援も存在するが、映画産業の川下である、製作された映画を上映する映画館については、支援や研究が行き届いているとは言えない。

映画産業に関する助成の少なさについて、熊野（2021, p.246）は「日本の映画界は文化助成など必要のないぐらいの繁栄産業だった。」としており、助成がなくとも成立していた過去の映画産業について、歴史経緯を含め考察している。

これら先行研究から見える、映画館の現状としては、従来映画産業全体が高収益で助成等がなくとも存在できる芸術分野であったが、それがゆえに、上映環境としての映画館は助成の対象には含まれないまま現状に至っているということが分かった。人口減少によって採算性の悪化した地方映画館は、文化芸術の一端を担っているという認識を持たれながら、なぜ維持のための助成は受けられないのかという理由を示している。

地方映画館をめぐる動きについては、変化の最中であるため、今後の動向について注目をする必要がある。

2. 調査対象及び手法

2.1 チケット収入以外の収益手段を確立している先進事例の調査

人口減少に直面し、採算性を悪化させた地方映画館では、その存立のためにどのような取り組みを行っているのだろうか。神戸映画資料館（兵庫県神戸市）、高田世界館（新潟県高田市）、豊岡劇場（兵庫県豊岡市）に対して、経営者又は運営責任者へのヒアリングならびに、現地視察を実施した²⁾。ヒアリングについては、半構造化インタビューとして、施設の現状や、損益構造、将来構想などを聞き取った。

2.2 映画館に対する若者のイメージとニーズ調査

将来の顧客となりうる、映画に興味のある若年層に対して、「映画館の常識」として、映画館に持つイメージと、映画館に期待することを検討するワークショップを開催した。

3. チケット収入以外の独自の収益手段を 確立している先進事例の調査

3.1 事例1 神戸映画資料館（兵庫県神戸市） 施設の概要

神戸映画資料館は、神戸市・新長田商店街内のテナントビル「アスタくにづか1番館」にあり、38席のミニシアター、カフェ、会員制の資料室、そして事務所を構えている。その他に資料の収蔵庫として、同じフロア続きで2か所、事務所から徒歩5分程度の距離に1か所がある。

阪神・淡路大震災後の新長田に映画資料をもとにした映画文化施設として2007年に開館。開館当時は安井が代表を務める任意団体神戸プラネットが委託を受けて運営していたが、2009年には独立採算事業となった。2019年に、神戸プラネットと収蔵資料の調査を行っていた一般社団法人神戸映画保存ネットワークを一本化し、現在の運営はNPO法人プラネット映画保存ネットワークが行なっている。

事業構造

神戸映画資料館の事業は、第1に映画上映、第2に映画資料の収集・保存および調査研究である。映画上映は主に週末での特別上映会の形をとり、テーマに沿った旧作の上映や所蔵資料の上映を行っているが、映画上映の収益は、全体の割合としては大きくない。専門家と連携した映画に関連したレ

クチャープログラムの数も多く、一般的なシネコンとは一線を画した上映プログラムである。

次に映画資料の収集・保存および調査研究についてのべる。もともと神戸映画資料館は、個人による映画収集から出発しており、国公立施設では収集しにくい個人蔵の映像作品や、ホームビデオなどの映像資料も収集・保存している。これらのコレクションから、貴重な映像フィルムも発掘されており、2014年に一般社団法人神戸映画保存ネットワークを設立し、文化庁の「美術館・歴史博物館重点分野支援事業」を受け、コレクション資料の調査やデジタル化を進めている。その他、他団体に上映会場として貸し出す貸館運営や、カフェの併設（テナント）も行っている。

事業存立における特徴

神戸映画資料館を特徴づけているのは膨大なコレクションで、フィルム、チラシ・ポスター、雑誌等が収蔵されており、国内外の研究者の問い合わせにも対応している。特に、日本のアニメーション黎明期につくられた映像コレクションは貴重で、国立映画アーカイブの「日本アニメーション映画クラシックス」シリーズに11作品を提供している。文化庁などからの助成金や事業委託金は、映像資料のデジタル化や資料整理に関するものであり、神戸映画資料館の活動の中核であると同時に、経営面でも大きな割合を占めている。



図1 神戸映画資料館（左：側面、右：ミニシアター）

出所：筆者撮影

しかし同時に、事業の存続の不安定さもここから生まれている。助成金や補助金、受託金が入れば、資料整理の要員として臨時雇用が可能だが、入らなければ人は雇えず、資料整理も進まない。2019年にNPO法人を設立したのは、行政の事情によって受ける運営への影響を減らす目的もあり、映画愛好家や研究者など志のある市民が参画できる「市民参加型フィルムアーカイブ」³⁾を目指している。

3.2 事例2 高田世界館（新潟県高田市）

施設の概要

高田世界館は現役で稼働しているものとしては日本で最も古い映画館といわれる1スクリーンの映画館である。1911年に芝居小屋「高田座」としてオープンしたが、1916年には「世界館」と改称し、常設映画館となる。さまざまに名称を変えながらも常設映画館として営業を続けるが、施設の老朽化が甚だしく、閉館の危機に陥った。2009年にNPO法人「街なか映画館再生委員会」が発足。施設の譲渡を受け、「高田世界館」と改称、映画館の営業を続けている。建物の歴史的価値が高く、国の登録有形文化財および近代化産業遺産にも登録され、旅行会社の観光ツアーにも組み込まれるなどしている。

事業構造

事業としては、興行での映画上映、歴史遺産としての価値を活かして、有料での見学客受け入れ、街

なかイベントの開催の3つが主だったものとして挙げられる。最も中心となる事業は映画上映であるが、高田世界館の運営主体であるNPO法人「街なか映画館再生委員会」は、映画館の運営の他に、映画館界隈での賑わいの創出に貢献すること、映画、演劇、落語、コンサートなどの事業によって地域文化の向上に貢献することを目的とするとあり⁴⁾、街づくりに関する事業を高田市からの補助金を受けつつ実施していた。しかし、行政からの業務委託は期間終了となっていることから、近年は活動割合としては下がっているが、落語などの公演は行っている。

観光ツアーの受け入れについては、コロナ禍で現在は少ないが、観光客からの評判がよいことから、旅行会社としては組み込みたい傾向にある。また、地域の人々にとっても、観光名所として案内できることから、好意的に受け止められている。高田世界館にとっては、団体で1時間程度の視察は、効率的な収入となっている⁵⁾。

事業存立における特徴

高田世界館の事業の特徴は地域のハブとなる仕掛けづくりにある。2009年に設立されたNPO法人街なか映画館再生委員会は、高田世界館を修復するために、市民の有志や映画ファンが集まって、募金活動や作業を行った。旅行プランに組み込まれた観光ツアーは、もともとはガイド付きの館内見学であり、ゴールデンウィークや年末年始などには人

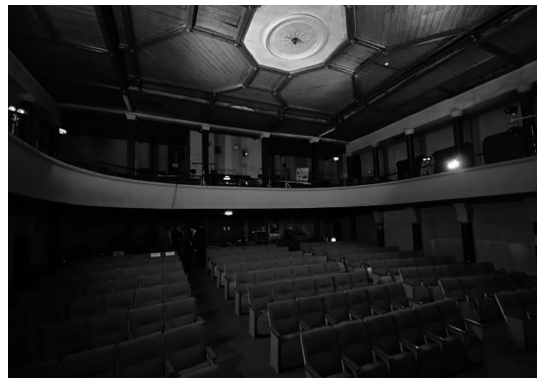


図2 高田世界館（左：前景、右：大ホール）

出所：高田世界館WEBサイト

<http://takadasekaikan.com/history>, 2022年3月3日取得

気のイベントであった。高田世界館となる前は成人映画館であったこともあり、イメージを刷新するためにいろいろなイベントを行ったと支配人の上野氏は明かしたが、それらのイベントが高田世界館を街に開くと同時に、高田世界館の映画以外の収入を生み出している。

3.3 事例3 豊岡劇場(兵庫県豊岡市)

施設の概要

豊岡劇場は、兵庫県豊岡市に位置し、地域の不動産事業者でもある、有限会社石橋設計によって運営されている。豊岡劇場の設立は、現在の所有者とは別の創業家により、1927年に芝居小屋として開業され、営業を続けていたが、採算悪化と、映写設備のデジタル化など設備投資の負担増により2012年に閉館した。その後、映画館の敷地建物を購入する形式で有限会社石橋設計が事業を引き継ぎ、2014年に再度開業、現在に至っている。石橋設計による経営開始後、順調に来場客数を伸ばしてきたが、コロナ禍においては、来場客数が激減、採算が悪化している。

事業構造

映画館としては大小2スクリーンであり、自社運営の館内施設として、飲食スペースならびに、ハンバーグ専門店が存在している。その他、映画配給事業やオンラインでの配信事業など、ミニシアターな

らではの目利き力を生かした事業を展開している。映画館は収益源としての側面だけでなく、現実的に映画館を運営し、上映プログラムを作成しているという点をブランディングとして活用することで関連する事業の充実を図ろうとしているというのが、豊岡劇場の事業構造であるといえる。

事業存立における特徴

豊岡劇場では、「映画だけではない映画館」をコンセプトに、ハンバーグ専門店や、カフェなど複合事業を営んでいる。これらは場所貸しのテナントではなく直営としており、飲食収益も含めて客単価を増大させ、採算性向上を狙っている。また、代表である石橋氏の企画により、クラウドファンディングの活用を積極的に行っている。コロナ禍においては、クリエイティブ系のクラウドファンディングプラットフォームであるMotion Galleryを活用し、複数のプロジェクトに取り組んでいる。プロジェクト成果として、新たに映画配信事業に取り組むこととなった。その他、最新の動向としては、豊岡劇場に隣接する、豊岡劇場創業家の旧家を取得し、映画資料施設としての活用を準備している。

豊岡劇場は、経営母体が不動産事業者である強みを活用し、事業開発を行うことで、映画館を単なる映画鑑賞の施設としてではなく、地域における集客スポットと位置づけ、周囲の商業者と連携した活動を行っている。



図3 豊岡劇場(左:前景、右:大ホール)

出所:筆者撮影

3.4 事例まとめ～存立構造についての考察

各館経営者へのヒアリングにおける共通認識として、「興行収入の多くは作品の流行により決まるため、単館の努力でチケット売上を安定させることは困難である」ということがある。対して、多くの関連法規の制限を受け、広大な空間ゆえの光熱費や、定常的な人件費を抱えており、固定費の節減もままならない状況にある。つまり、収入は安定しないが、固定費が高額・損益分岐点が高い、高リスク業態であるといえる。

映画館が構造的に持つ、収入の不安定さと損益分岐点の高さに対応するため、先進事例においては、映画館の観光施設化や、会員制度、飲食業など、チケットを購入しての映画鑑賞とは異なるサービスを複合させることで解決を目指している。しかし、映画館経営の持つ弱みを根本的に改善するよりは、採算性を一部改善させる取り組みに終始しており、根本的な解決には至っていないとみられる。かつての映画全盛期の様に、毎回多くの席が埋まる状況は想定しがたいなかで、既存の設備類の改修費用等を多くかけることなく、設備や集客力、立地などの強みを生かして、チケット収入以外の収入割合をより高める取り組みが求められる。ポストコロナの時代においては、人々の行動様式が変化し、既存の事業が存続を危ぶまれるなか、リモートワークや、居住地の郊外化などあらたな機会も存在している。地方映画館における、活用すべき機会は何かといった点を、より精緻な調査分析により、明らかにすることで、今後の取組み方向性創出をめざしたい。

4. 映画館に対する若者のイメージと

ニーズ調査

～ビジネスモデルの新たな創造のための

マーケティング

映画を鑑賞するという文化自体は消滅していない。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前からネット経由の映画支出は拡大する半面、映画館の支出は大幅減となる傾向が継続している。帝国データバンク(2021)によると、2018～

2019年の平均を100とした場合、2021年5月現在ネットの映画支出は217であったが、映画館での支出は50と半減している。

フィルムアート(2020)では、「(映画館に求められるものは)1本の映画の情報だけでなく、ともにスクリーンを見つめる匿名の他者の存在だったのではないかと思う」と述べられている。テクノロジーが進化し、コロナ禍も相まってオンラインが前提の社会となった現在、「オフライン」という価値、そしてこれに対応したビジネスモデルはどのように提えていけばよいのだろうか。

こうした問いから映画館としての事業存続のビジネスモデルを検討するにあたり、映画館鑑賞率が高い層への定性調査を計画した。映画館のメイン顧客を特定するにあたっては、NTTコムリサーチ(2019)を参照した。NTTコムリサーチ(2019)によれば、10～70歳代の性年代別の映画鑑賞率でみると女性10歳代の鑑賞率が最も高く71.2%に達していることがわかった。これに続き女性20歳代の52.4%、男性10歳代の51.2%と鑑賞率が高い状況である。こうしたトレンドは同調査が開始された2012年からほぼ同様の傾向にある。そこで、調査対象は、本学の映画館、映画に興味がある有志を募った結果、調査に応募した10歳代～20歳代の6名(男性2名、女性4名)とした。本調査については、ワークショップ形式で実施することとした。このワークショップは、知識・想像力・姿勢・資源・環境・文化を組み合わせることで創造性を高める「イノベーション・エンジン」の手法におけるリフレーミング(顧客視点でのフレームの変更・設計)を用い、映画館という産業の常識を検討したうえで、その常識の拡張、常識を反転(非常識)させることを通して新たなビジネスモデルの種を発見していくことを試みたものである。

本調査結果として抽出できた「映画館の常識」は、空間としてのハード、映画館のルールのもと映画を観るという行為、施設が醸し出す雰囲気に関するイメージが目立った(図4)。

一方、「映画館の常識」に対して、誇張した場合、常識を反転(非常識)させる形で自由な議論をした

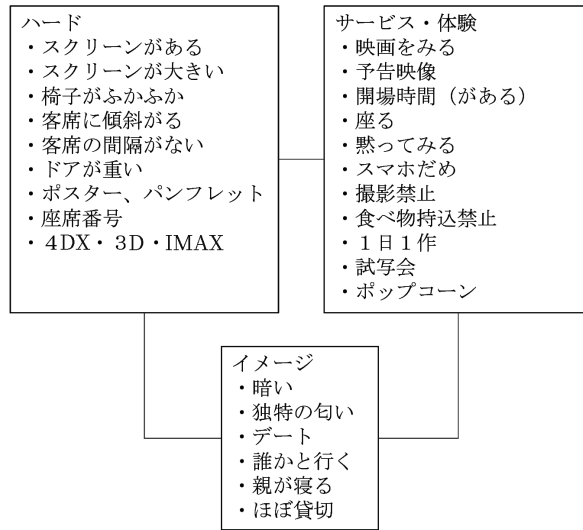


図4 映画館の常識

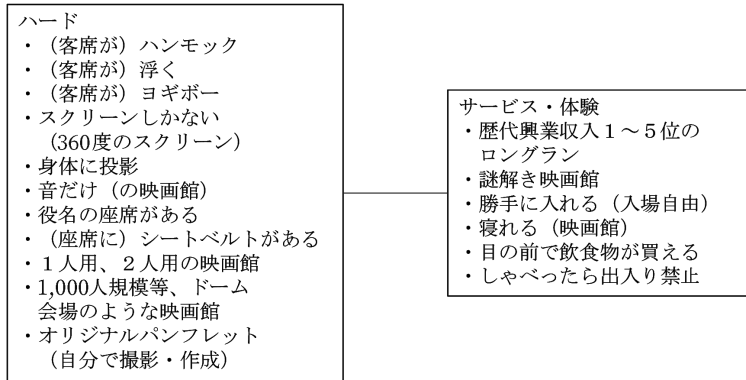


図5 映画館の常識を誇張

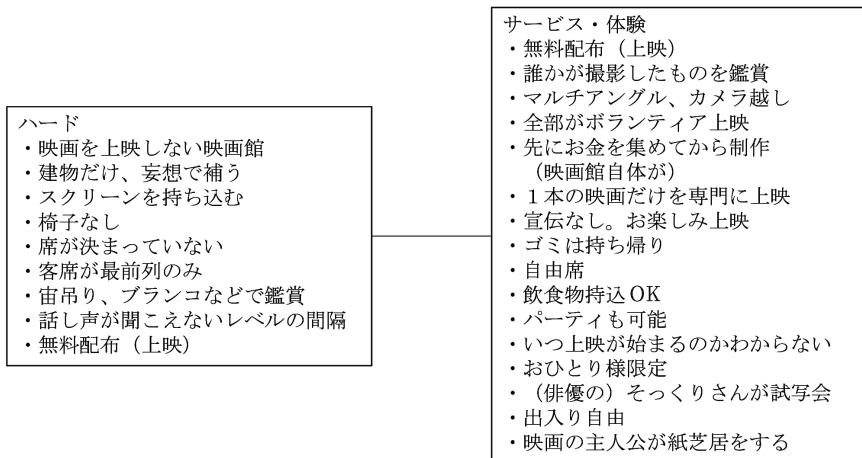


図6 映画館の常識を反転 (非常識)

ところ、新たなハードの在り方、サービス・体験の可能性につながる因子が浮かび上がってきた(図5、図6)。この議論は、バイアスをかけないように、豊岡劇場に活用できる観点か否かという発想の基点を設けずに自由な発想で議論したものである。このため、内容も因子としての粒度も玉石混合ではあるものの、現在の映画館のメインターゲットが考える映画館の在り方を示唆する内容も含まれていた。

本調査の対象者は、デジタルネイティブの10歳代から20歳代であったが、映画館で映画を観る行為で特別な常識を抱いている者は確認できなかった。一方で、スマートフォン等、個人のデジタル機器での映画鑑賞とは異なり、映画館での映画鑑賞は開場時間があり、黙って視聴する、スマートフォンの活用や飲食の持ち込み禁止など制約条件がある点を特徴として挙げる意見が多く確認された。

こうした背景と関係し、常識を誇張した場合、常識を反転(非常識)する議論をした際、多くの自由な映画館の活用方、在り方が示唆された。ハードについては顧客発想の自由な空間の使い方を挙げる者が多く確認でき、投資を伴わないでも新たな空間づくりに応用できそうな発想でもあった。半面、サービスや体験については、配給される映画を単に鑑賞するのではなく、顧客である自分たちが自由にサービスに参加し、使いこなすという点が確認された。この点、事業存続においては、顧客視点を最大化するために「サービス共創価値」を創出するという観点で映画館としての在り方、サービスの在り方を検討していくことも有効であると考えられた。サービス共創価値について戸谷(2014)は、「提供者と被提供者が共に資源を提供し合い相互作用の中で価値を創造する」というものであり、経営学分野では鍵概念になりつつあると指摘している。今後は映画館における、企業・従業員・顧客の共創モデルの構築を進める必要がある。

おわりに

映画館の社会的役割は何かと考えた時、一つは映画という作品を人々に公開することであるが、そ

こには支配人による作品の識別眼、いわゆる目利きが重要になってくる。日本では、コロナ前には年間1000本以上の映画が封切りされていたが、例えばスクリーンが1つしかない映画館の場合、1日に上映できる作品は、1日1回上映として、多くて5本となる。封切り作品が巡回しているいわゆる興行館の場合、1つの作品は2週間上映するのが基本的なパターンとすると、1年間で上映できる作品は130作品程度となり、年間公開されている作品の1割程度と考えることができる。映画館には日頃からいろいろな映画サンプルが送られてくるが、それらや配給会社、他映画館との情報交換によって、どの映画を自分の劇場でかけるかを、支配人は考えている。豊岡劇場が新しく取り組んでいる配信事業は、そういう意味で、新しいようで、映画館の実は根本的な役割を使った仕組みである。映画作品を多く知っている劇場だからこそできる目利きサービスといえる。

インターネットを活用した映画鑑賞の普及は、映画館以外の新たな映画鑑賞の場を設けることにつながり、映画を見る場としての映画館の存在意義は縮小した。映画を見る場所の選択肢が増えた結果、映画館の来館者数は減少し、収入の減少を招くという結果となった。上映会場としての映画館の価値が問われる今こそ、映画館という場所の社会的意味を問い直すときではないかと考える。神戸映画資料館や高田世界館は、映画館の上映会場として以外の在り方について、展開可能性をしめしている。

神戸映画資料館が取り組む映画資料の収集・保存・調査は、娯楽や趣味の領域で産業として発展してきた映画を、文化作品として、あるいは社会の記録映像として、捉え直し、アーカイブ化していく試みである。スタッフはさながら映像専門の図書館司書のようにあり、映写技術だけでなく、作品の時代背景や美学的視点、フィルム保存や修復の知識など、映画や映像作品に関する高い専門性が求められる。映画資料館という名称の施設は、広島県尾道市や岐阜県羽島市にも存在するが、それらと比べて神戸映画資料館の特徴は、コレクションが増加し続けていることと、調査を行い、成果を発表し続けていることである。つまり展示して終わりではな

く、人々に新しい発見と知的好奇心を提供し続けている。

他方、高田世界館はまた別の方向性を持っている。その場所自体が文化財であり、観光名所となっていることと、トークイベントやマルシェを企画するなど、まちづくりの装置として、機能していることである。支配人の上野氏へのインタビューの中で、「当初は映画に関するトークイベントなどを企画していたが、映画の集客にはあまり結び付かないので、映画上映とまちづくりは別にしてもよいと考えた⁶⁾」という発言は、映画館という場所のもつ、映画上映だけでない街の交流の場としての新しい可能性を示唆している。

謝辞

本稿は芸術文化観光専門職大学令和3年度芸術文化観光学研究プロジェクト(代表:瓶内栄作)の助成を受けたものである。ここに謝意を表する。

注

- 1) 経済産業省 経済解析室「映画離れは本当か?映画、テレビ、インターネット、利用動向に年代差あり」https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto_kako/20190320hitokoto.html 2022/5/8 閲覧
- 2) 調査概要
 神戸映画資料館(兵庫県神戸市)
 2021年8月19日(木)13:00~16:00
 高田世界館(新潟県高田市)
 2022年1月26日(水)15:30~17:30
 豊岡劇場(兵庫県豊岡市)
 2022年1月26日(水)18:00~19:30
 高田世界館については、新型コロナウイルス拡大に伴う、まんえん防止等重点措置の時期と重複したため、訪問ができなかった。そのためWEB会議システムを用いたヒアリングのみで、視察に関しては延期されている。
- 3) 神戸映画資料館HPより、NPO法人プラネット映画保存ネットワーク設立趣旨書、https://kobe-eiga.net/wp-content/uploads/2017/04/shushisho_PFPNet.pdf(2022年3月3日閲覧)
- 4) 内閣府NPOホームページより、特定非営利活動法人街なか映画館再生委員会の項目、<https://www.npo-homepage.go.jp/npoportal/detail/015000539>(2022年3月3日閲覧)
- 5) 高田世界館 支配人上野氏へのインタビュー。2022年

1月26日オンラインにて実施。

- 6) 上野氏へのインタビューより(2022年1月26日)

文献

1. NTTコムリサーチ(2019)「第8回「映画館での映画鑑賞」に関する調査」,<https://research.nttcoms.com/database/data/002133/>,2022年5月10日閲覧。
2. 石垣尚志(2010)「映画文化の現状と可能性」『目白大学人文学研究』第6号、pp.99-111。
3. 熊野雅恵(2021)「日本における文化助成はどのようにあるべきか その歴史から考える」『阪南論集 社会科学編』第57巻2号、pp.241-252。
4. 帝国データバンク(2021)「20年度の映画館・シネコン市場、コロナ禍で半減し過去10年で最少「鬼滅」なければ3分の1に縮小した可能性も」,<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000323.000043465.html>,2022年5月10日閲覧。
5. 戸谷圭子(2014)「サービス共創価値の構造に関する考察」『マーケティングジャーナル』第33巻3号、pp.32-45。
6. フィルムアート社編(2020)『そして映画館はつづくあの劇場で見た映画はなぜ忘れられないのだろう』フィルムアート社。

付記

2022年2月28日に、豊岡劇場代表石橋氏より、同劇場が2022年8月末をもって休館となる告知がなされた⁶⁾。休館の理由としては、映画館事業の経営不振によるものとされている。事前には、営業時間の縮小や定休日の追加など、経費縮小のための対策が取られていたが、根本的な改善策にはならず、休館に至った。石橋氏いわく、閉館ではなく休館という用語を用いた意味として、豊岡劇場が所有している映画館営業に関する諸権利を放棄せず、存続可能性を残して、営業を一時取りやめるという意思を伝えたいとのことであった。

石橋氏の考えに呼応し、同年5月に、「豊劇の未来を考える会」が発足した。同年5月5日に豊岡劇場にて開催されたイベントにて、豊岡劇場現スタッフである田中重衣子氏を代表とした会の発足が公表され、今後の存続に向けた取り組みが始まった。今後の存続においては、市民や企業への協力を呼びかけ、上映事業を担う法人を設立する方向での検討を進めるとのことである⁶⁾。