

## 第2次千葉市文化芸術振興計画 1次評価シート

|        |                                     |      |                           |
|--------|-------------------------------------|------|---------------------------|
| 基本施策名  | 基本施策1_文化芸術に親しむ市民の裾野を「広げる」           |      |                           |
|        | (1)多様な文化芸術イベントの開催                   |      |                           |
| 事業名    | 『初音ミク「マジカルミライ」』コラボレーション（メディア芸術振興事業） |      |                           |
| 実施主体   | 市                                   | (名称) |                           |
| 市との関わり | 主催                                  |      | 委託料                       |
| 市担当課   | 市民局生活文化スポーツ部文化振興課                   |      | (連絡先) 245-5961 (内)90-2525 |

|      |      |   |                          |             |
|------|------|---|--------------------------|-------------|
| 事業概要 | 開始年度 | 平成30年度  |                          |             |
|      | 事業費  | (予算) 市： 800   | その他：                     | (決算) 市： 411 |
|      | 内容   | 東京メトロポリタンテレビジョン株式会社、クリプトン・フューチャー・メディア株式会社が主催の「初音ミク」の創作文化を体感できる、ライブと企画展を併催したイベント『初音ミク「マジカルミライ」』（千葉市後援）の開催にあわせ、企画展会場内に千葉市ブースを出展、市ホームページの市章のデザイン変更や千葉都市モノレールとのコラボレーション及びイラスト講座を行う。   |                          |             |
|      | 目的   | 若者を主な対象に、新しい文化芸術の分野であるメディア芸術に関する人材育成及び普及啓発のためのイベント等を実施し、個性豊かな新しい千葉文化の創造を図る。   |                          |             |
|      | 目標   | (数値) グッズ配布数：6,000個、講座参加者数：30名   | (昨年度)グッズ配布数：6,000個、講座：中止 |             |
|      | ねらい  | <p>(対象) 市民</p> <p>(求める効果)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・知名度の高い「初音ミク」とコラボレーションすることにより、ポップカルチャーの振興を図るとともに、個性豊かな千葉市の文化芸術の魅力を発信する。</li> <li>・『「初音ミク」イラスト講座』を実施することで、未来のクリエイターを育成する。</li> </ul> <p>(アプローチ方法)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「初音ミク」と市章デザインのコラボレーションにより話題性を作り、市ホームページの市章デザインの変更やイベント『初音ミク「マジカルミライ」』へ千葉市ブースを出展することで、市のメディア芸術に関する取り組みを多くの方へ発信した。</li> <li>・元々メディア芸術に関心がない方も気軽にメディア芸術に触れることができるよう、千葉都市モノレールとコラボレーションした。</li> <li>・次世代を担う若者の人材育成を目的に、イラストレーターによるイラスト講座を実施。気軽に体験してもらえよう、市内高校に在学し、イラスト作成に興味がある高校生を対象とした。</li> </ul> |                          |             |
|      | 実績   | <p>①ホームページトップページの市章を「初音ミク」デザインに変更<br/>実施日：令和3年11月5日（金）9:00～21:00</p> <p>②千葉都市モノレール（アーバンフライヤー1車輦）のヘッドマークを『初音ミク「マジカルミライ2021」』仕様へ変更。運行期間：令和3年11月1日（月）～令和4年3月9日（水）</p> <p>③千葉市ブース内設置の初音ミクパネルを撮影してくれた方に市章ロゴデザインの缶バッジを配布（3日間計6,000個）日時：11月5日（金）10:00～18:30、11月6日（土）9:00～18:30、11月7日（日）9:00～18:00</p> <p>④市内在学の高校生を対象に、マジカルミライのビジュアルを担当したイラストレータを講師として、初音ミクの描き方のポイントを教える講座を開催。→新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止</p>   |                          |             |
|      | 情報発信 | <input type="checkbox"/> 市政だより <input checked="" type="checkbox"/> HP <input type="checkbox"/> ポスター・チラシ <input checked="" type="checkbox"/> フェイスブック・ツイッター<br><input checked="" type="checkbox"/> その他（記者投げ込み）  |                          |             |

【評価指標】 4：妥当、3：ほぼ妥当、2：工夫により改善、1：見直し

|  |                       |   |   |
|--|-----------------------|---|---|
| 1<br>基本<br>施策<br>との<br>適合                        | (1)<br>妥当性            | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input type="checkbox"/> 3<br><input checked="" type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>千葉都市モノレールとのコラボレーションや市章デザインの変更を行うことで、多くの市民がメディア芸術に気軽に触れることができるよう努め、『初音ミク「マジカルミライ2021」』にブースを出展する等、メディア芸術を取り入れた事業を行った。よって、基本施策1文化芸術に親しむ市民の裾野を広げる(1)「多様な文化芸術イベントの開催」の推進に沿っており、目的設定は妥当である。                        |
|  |                       | (評価に関連する数値等)  |   |
|  | (2)<br>達成度            | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input checked="" type="checkbox"/> 3<br><input type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>ホームページトップページの市章を「初音ミク」デザインに変更した結果、変更日の前日より閲覧数は増加していた。また、『初音ミク「マジカルミライ2021」』の出展ブースでは、缶バッジを各日2,000名へ配布を行った。来場者からは「市として素晴らしい取り組み」など多くのお声掛けをいただき、好評だった。<br>今後は、より多くの市民がメディア芸術に親しめるよう検討していく。                      |
|  | (評価に関連する数値等)          |   | HP閲覧数：市章変更前日4,624人 市章変更当日6,159人、マジカルミライ缶バッジ配布数：計6,000個  |
|  | (3)<br>波及             |   | (評価の内容)<br>千葉都市モノレールとのコラボレーションにより、多くの市民がメディア芸術に気軽に触れることができ、基本施策3(1)文化芸術活動の場の充実に寄与した。  |
|  | (評価に関連する数値等)          |   |   |
| 2<br>戦略<br>的な<br>視点<br>・<br>基本<br>姿勢<br>との<br>適合 | (1)<br>市民<br>主体       | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input checked="" type="checkbox"/> 3<br><input type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>・イラスト講座では、会場である千葉デザイナー学院の学生ボランティアが運営を行っていることから、市民主体の要素が強い事業である。(令和2年度及び令和3年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止)<br>・市民が多く利用する千葉都市モノレールとのコラボレーションにより、気軽にメディア芸術に触れることができ、メディア芸術の振興に繋がるものと考えられるが、市民がより主体性を持てるよう、検討が必要である。 |
|  |                       | (評価に関連する数値等)  |   |
|  | (2)<br>こども<br>・<br>若者 | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input type="checkbox"/> 3<br><input checked="" type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>・若者に関心の高いメディア芸術であるため、イベント『初音ミク「マジカルミライ」』の来場者は若者が多い印象であった。「初音ミク」と市章デザインとのコラボレーションにより、個性豊かな千葉市の文化芸術の魅力を発信できたと考えられる。<br>・イラスト講座は、市内在学の高校生を対象としており、未来のクリエイター育成に繋がるものである。   |
|  | (評価に関連する数値等)          |   |   |
|  | (3)<br>領域<br>の<br>広がり | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input checked="" type="checkbox"/> 3<br><input type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>イベント『初音ミク「マジカルミライ2021」』では、市が市章デザインとコラボレーションしていることや、ブースを出展していることに驚く方が多くいた。市外からも多くの方が来場するイベントであるため、千葉市の文化芸術の魅力を多くの方に発信できたと考えられる。今後はメディア芸術に関心の低い方がより興味を持ってもらえるよう、普及啓発について検討する必要がある。                             |
|  | (評価に関連する数値等)          |   |   |

|              |  |   |   |
|--------------|--|---|---|
| 3<br>事業のねらい  | (1)<br>妥当性   | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input type="checkbox"/> 3<br><input checked="" type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>若者に関心の高いメディア芸術を事業に取り入れ、知名度の高い「初音ミク」とコラボレーションすることでメディア芸術に親しみやすく、かつ、個性豊かな千葉市の文化芸術の魅力を発信できたと考えられるため、第2次千葉市文化振興課計画の戦略視点（子ども・若者）に沿っており、市の文化振興の観点から妥当である。  |
|              | (評価に関連する数値等)   |   |   |
|              | (2)<br>アプローチ   | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input checked="" type="checkbox"/> 3<br><input type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>イラスト講座は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止となってしまったが、イベント『初音ミク「マジカルミライ2021」』ではブースを出展し、缶バッジを各日2,000個（合計6,000個）配布したことから、市民等の関心が高いものと考えられ、アプローチは妥当である。今後はさらにメディア芸術の魅力を発信し、人材育成に努められるよう検討していく。                              |
|              | (評価に関連する数値等)   |   |   |
| 4<br>市民との関わり | (1)<br>満足度   | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input type="checkbox"/> 3<br><input checked="" type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>SNSでの告知の閲覧数はツイッターは前年度比187%、フェイスブックは前年度比145%と件数が伸びている。イベント『初音ミク「マジカルミライ2021」』では、イベント終了時間が18時30分であったが、最短で14時頃には缶バッジを2,000名に配り終わってしまった。こちらも昨年度よりも早く配布終了しており、市民等の関心が高くなっていることがわかる。                             |
|              | (評価に関連する数値等) ツイッター閲覧数：R2年度 59,340、R3年度 110,959<br>フェイスブック閲覧数：R2年度 3,355、R3年度 4,865 |   |   |
|              | (2)<br>周知度   | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input checked="" type="checkbox"/> 3<br><input type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>SNSでの告知の閲覧数は昨年度比べると増えているが、イベント『初音ミク「マジカルミライ2021」』で市出展ブースに訪れた方は、コラボレーションの取り組み内容や経緯などを知らない方もいた。出展ブース内でわかりやすく掲示等の工夫が必要である。  |
|              | (評価に関連する数値等)   |   |   |
| 5<br>効果      | (1)<br>活動の活性化  | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input checked="" type="checkbox"/> 3<br><input type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>・千葉都市モノレールとのコラボレーションにより、モノレールのヘッドマークを初音ミクコラボデザインの市章へ変更し、多くの方にメディア芸術を感じてもらうことができた。<br>・イベント『初音ミク「マジカルミライ2021」』では、過去の初音ミクコラボデザインの市章のパネルを並べ、来場者から好評だった。また、活動の歴史についても発信できた。<br>・今後、より多くの方にメディア芸術を発信できるよう検討が必要。 |
|              | (評価に関連する数値等)   |   |   |
|              | (2)<br>費用対効果   | <input type="checkbox"/> 1<br><input type="checkbox"/> 2<br><input type="checkbox"/> 3<br><input checked="" type="checkbox"/> 4 | (評価の理由)<br>・イベント『初音ミク「マジカルミライ2021」』の缶バッジ配布数：6,000個（各日先着2,000名に配布）、市ホームページトップページの市章を「初音ミク」デザインに変更の当日閲覧数：6,159、SNS告知閲覧数：計115,824<br>・イベント会場では、「市として素晴らしい取り組み」「今後も続けてほしい」などの好意的な意見が多く寄せられた。                              |
|              | (評価に関連する数値等)   |   |   |
|              | (3)<br>その他の効果  |   | (評価の内容) ※上記(1)(2)以外の効果があった場合のみ記載（地域活性化等なんでも可）<br>下水道計画課では、「初音ミク」と市章のコラボデザインを使用した「初音ミクデザインマンホール蓋」を令和3年3月23日に設置した。イベント『初音ミク「マジカルミライ」』会場の幕張メッセ付近に設置されたため、イベント当日はマンホール蓋の設置場所についての問い合わせも多く、好評であった。                         |
|              | (評価に関連する数値等)   |   |   |