

## 第2次千葉市文化芸術振興計画 2次評価シート（案）

基本施策名	基本施策3_文化芸術を育む場を「支える」		
	(2)活動しやすい環境の整備		
事業名	スタートアップ・チャレンジ事業		
実施主体	指定管理者	(名称) 公益財団法人千葉市文化振興財団	
市との関わり	その他	企画提案事業	指定管理者
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)90-2527

## 【評価指標】

<b>1 基本施策との適合（目的設定の妥当性、目的の達成度、他の基本施策への波及）</b>
<p>(目的設定の妥当性)</p> <p>2次評価は実施主体の自己評価内容と同等</p> <p>(目的の達成度)</p> <p>評価に関連する数値で、応募件数3件を自己評価では「3ほぼ妥当」としているが、募集団体2件に対して3件となると、基本施策3(2)「活動しやすい環境の整備」という目的に対して、参加体験の促進や活動の活性化を図るために「あるべき環境」の整備について十分に検証した上で本事業が実施されたのかどうか疑問が残るため、目的の達成度は低いと考えられる。</p> <p>(他の基本施策への波及)</p> <p>参加型であることと三味線とジャグリングという異業種の組合せという形だけで、新しい表現に挑戦しているとは言い切れない。新しい表現に挑戦しているかどうかは、実施側・参加側にどのような新たな創造的な広がりを提供できるのかどうかという視点での検証が必要である。また、クラシックそらおとについても、これまでも同様なものが実施されているような印象があることから新しい参加型の表現とは見えず、基本施策1(1)に全面的に波及したとは考えにくい。</p>
<b>2 戦略的な視点・基本姿勢との適合（市民主体、子ども・若者、領域の広がり）</b>
<p>(市民主体、子ども・若者)</p> <p>2次評価は実施主体の自己評価内容と同等</p> <p>(領域の広がり)</p> <p>参加する市民を、第2次文化芸術振興計画の戦略的な視点である「子ども・若者」とした点は評価できる。</p> <p>三味線とジャグリングという異業種の組合せであることをもって、新たな魅力ある文化芸術の創造に寄与できたと単純には言い切れないと考える。</p> <p>今回の事業を通して事業実施側はどのような理解が深まったのか、参加した市民にはどのような影響を与えることができたのか等の視点から改めて領域の広がりについてどのような効果があったのか検証が必要である。</p>
<b>3 事業のねらい（設定の妥当性、達成に向けてのアプローチ）</b>
<p>(設定の妥当性)</p> <p>財団が定めている事業のねらいは「潜在的な文化の担い手の掘り出し」「事業実施主体が企画の実施にあたり、参加する市民のニーズや課題点等を認識できる」「千葉市文化センターの文化施設としての認知度を高める」の3点となっている。そうであれば、事業を評価するにあたって、事業実施主体側・参加した市民側・施設側の3点から効果を検証する必要があるはずだが、それぞれにおいて十分に検証できていない。事業を実施したことに対する効果が散在してしまうなら、ねらいをもっと絞る必要があると考える。</p> <p>(達成に向けてのアプローチ)</p> <p>なるべくはやく募集して、実施する側や参加する側にとってベストな時期に実施するのが望ましい。</p> <p>事業のねらいを達成する上でのアプローチの1つとしてチラシがあるが、事業を実施する上で、ねらいとそれに期待する効果の見極めが充分でないために、チラシの表現が曖昧なものとなってしまい、ターゲットと考える方々に主旨が伝わりにくいものとなっている。</p>
<b>4 市民との関わり（満足度、周知度）</b>
<p>(周知度)</p> <p>文化振興財団が作成する企画募集用の実演家が作成する参加者募集用の2種類のチラシがあるが、それぞれのねらいを明確にした上で、それが伝わるデザインとすることが重要である。事業主体がデザイン画を引き受けることが難しければ、デザイン面でアドバイスできるような外部の人材の活用を推奨する。</p> <p>チラシの配付先を見ると、必ずしも一般の方々の目につく場所では無いように思える。企画としての応募も参加する市民もいずれも多いとは言えない状況のため、配布先に工夫が必要と考える。</p> <p>(満足度)</p> <p>この事業での市民とは「実施主体」と「参加する市民」であるため、双方の視点からの検証が必要となるが、自己評価を見ると「実施主体」側の満足度しか見えてこない。「参加する市民」の満足度の検証も備えて総合的に見ないと、「実施主体」の自己満足で終わってしまう可能性がある。</p>

**5 効果（地域活性化、費用対効果）**

（地域活性化）

事業自体がホールを活用することを前提としているので、地域活性化につなげることは難しいものとする。地域活性化を目指すということであれば、例えばそれぞれの表現者や演奏者が自分の地域で実施する事業に関してサポートするなどの方法も考えられる。

（費用対効果）

募集件数2件に対して、応募件数3件という実績から事業の目的を達成しているとは言えない。また、この事業において満足度を計るべき対象は「実施主体」と「参加する市民」であるため、双方の視点からの検証が必要となるが、自己評価を見ると「実施主体」側の満足度しか計れておらず、「参加する市民」の満足度の検証が行えていないことから、費用対効果が高いとは言えない。

**【提言】** ※評価指標毎の評価結果を踏まえ、「今後の方向性」を選択

今後の方向性

A：継続

B：改善

C：見直し

※「今後の方向性」の選択結果を踏まえ、今後の事業実施に向けてのご意見・アドバイス等を記載

- ・事業のねらいを明確にする必要がある。ねらいが複数ある場合は、それぞれの側面から評価することが求められる。
- ・応募件数を増やすため、広報におけるデザイン面の強化が求められる。また、広報時にねらいを明確に示すことで、ねらいどおりの新しいアプローチの企画が出てくることが重要である。