

重点プロジェクト				3	活力ある持続可能なまちの実現							
推進するプロジェクト				①	地域経済の回復とまちのブランディングによる産業の活性化を進めます							
重点ポイント				新たな魅力の発信・活用による地域ブランドづくりを進めます								
関連成果指標（施策6、7）			目標値 （2025年度）	初期値 （該当年度）	2023 （該当年度）	2024 （該当年度）	2025 （該当年度）	投入資源	2023年度	2024年度	2025年度	
①	SNSで発信した地域資源情報のインプレッション数 （投稿が表示された回数） 【中野区資料】			2, 240, 000件	1, 120, 000件 （2020年度）	420, 904件 （2023年度）	1, 297, 662件 （2024年度）	1, 953, 437件 （2025年度）	事業費（千円）	115, 820	134, 269	160, 980
②	中野区の文化的環境に満足していると思う区民の割合 【中野区区民意識・実態調査】			34%	23. 8% （2020年度）	29. 3% （2023年度）	31. 5% （2024年度）	35. 5% （2025年度）	投入労働量（人）	5. 60	7. 20	7. 60
分析	良かった点 その要因		・チルナイトピクニック及び中野×杉並×豊島アニメ・マンガフェスについて、運営や内容の改善により参加者が増加し、来場者の満足度向上につながるなど、施策の推進に大きく寄与した。 ・チルナイトピクニックの来場者アンケートでは、区内で消費行動（買い物又は飲食）を行った割合が、令和6年度91%、令和7年度89%と高水準であった。これらの結果から、本イベントは消費を喚起し、地域経済に好影響を与えていると考えられる。 ・アニメ企業の参画により認知度が向上したことなどを背景に、「アニメ、サブカルチャー文化やコンテンツ産業が豊富」であることを中野区の街の魅力（ブランドイメージ）として捉える区民の割合が増加したと考えられる。 ・継続的な情報発信の実施により、SNSで発信した地域資源情報のインプレッション数は前年度と比較して増加し、約1.5倍となるなど、取組の広がりとともに事業として着実な成長が見られた。 ・子ども・若者文化芸術振興基金活用事業を区役所をはじめとする区民に身近な場所で実施し、魅力ある文化・芸術活動の促進と、身近に気軽に親しめる文化芸術の環境づくりに寄与した。									
	十分でなかった点 その要因		・区の観光施策に対する満足度は概ね横ばいで推移しており、その背景には、SNS発信により一定のインプレッション数は確保されているものの、取組内容や意義について区民の理解や共感に十分結びついていない状況が見られる。このため、情報の認知が地域資源への関心や来訪・周遊につながらず、施策の効果を実感する機会が十分でなかったことから、満足度の向上に至っていないと考えられる。									
今後の戦略	・観光レポーターによる記事投稿を充実させるとともに、区内の文化・芸術活動や特色ある店舗、地域資源に関する情報を継続的に収集・蓄積する。また、記事投稿とSNSを連動させた発信を強化し、写真や動画等を活用した魅力的なコンテンツを幅広い層に発信することで、地域資源への関心喚起と認知拡大を図る。 ・中野×杉並×豊島アニメ・マンガフェスを実施するとともに、「アニメでつながる中野実行委員会」による産学官連携の取組を通じて、多様なアニメ関連イベントや情報発信を展開する。また、アニメ関連企業や教育機関、地域団体との連携を強化し、アニメを活用した地域ブランドの確立を推進していく。 ・四季の森公園エリア及び千光前通りエリアにおける「NAKANOミューラル・アニメロード」の整備やアニメをモチーフとしたデザインマンホールの設置を進めるとともに、商店街や関係部署と連携した回遊促進の取組を展開することで、エリア全体の魅力向上、にぎわいの創出及び来訪者の回遊促進を図る。 ・アニメ関連イベント、情報発信、ミューラルアート等の取組を有機的に結び付けながら、アニメや壁画アーティストとのコラボレーションを軸とした面的な地域ブランド戦略を推進する。また、台湾との交流・連携も活用し、国内外に向けた中野の魅力発信及び来訪者の拡大を図る。 ・子ども・若者文化芸術振興基金を活用し、区民参加型の企画により、なかのZERO西館にミューラルアートを制作するとともに、文化芸術に触れる機会の創出や発信の充実を図ることで、文化・芸術拠点としての魅力向上につなげる。											
	新規・拡充事業						縮小・廃止事業					

※上段の重点ポイントの投入資源の値は、下段の主な事業の数値から重複を除いた額のため、下段の合計値と一致しない場合があります。

主な事業	決算額（事業費ベース）			投入労働量（人）			実績①				効果①				実績②				効果②				次年度の方針性			所管課
	2023年度	2024年度	2025年度	2023年度	2024年度	2025年度	指標	2023年度	2024年度	2025年度	指標	2023年度	2024年度	2025年度	指標	2023年度	2024年度	2025年度	指標	2023年度	2024年度	2025年度	区分	理由（なぜ）	内容（何をどのように）	
個性豊かな地域資源の発掘と情報発信の強化																										
ナカノミライブプロジェクト	8,478	8,462	2,047	1.50	2.00	2.00	ナカノミライブプロジェクト参加企業数（社）	13	14	12	ナカノミライブプロジェクト参加者満足度（％）	91	96	86	ショートフィルムフェスティバル「ナカノヌ」応募件数	—	101	112	区の観光施策に対する満足度（％）	56	62	61	継続	—	—	文化振興・多文化共生推進課
文化芸術施策総合推進事業	49,862	53,492	63,689	0.40	0.50	0.90	子ども・若者文化芸術振興基金活用事業実施数（回）	—	4	25	子ども・若者文化芸術振興基金活用事業の参加者数（人）	—	484	1,060	子ども・若者文化芸術振興基金活用事業実施数（回）	—	4	25	子ども・若者文化芸術振興基金活用事業参加者の満足度（％）	—	93	97	継続	—	—	文化振興・多文化共生推進課
区有施設を活用した文化芸術空間の創出、パブリックアート推進事業	49,858	53,486	63,682	0.20	0.20	0.20	アトリエDONGURIでのイベント実施数（回）	25	40	10	アトリエDONGURIでのイベント参加者数（人）	3,696	3,825	622	子ども・若者文化芸術振興基金を活用したパブリックアート制作事業実施数（回）	—	1	1	子ども・若者文化芸術振興基金を活用したパブリックアート制作事業参加者満足度（％）	—	90	100	継続	—	—	文化振興・多文化共生推進課
地域資源発掘・情報発信事業	472	565	653	1.50	1.50	1.50	SNSで発信した地域資源情報のインプレッション数(件)	420,904	1,297,662	1,953,437	区の観光施策に対する満足度（％）	56	62	61	観光レポーター記事投稿数(件)	61	65	78	区の観光施策に対する満足度（％）	56	62	61	継続	—	—	文化振興・多文化共生推進課
団体・企業との連携強化による、アニメ、サブカルチャーなどのコンテンツを活用した地域ブランドづくり																										
イベント等推進事業	7,150	18,264	30,909	2.00	3.00	3.00	チルナイトピクニック参加者数(人)	—	3,600	10,500	チルナイトピクニック満足度（％）	—	84	91	中野×杉並×豊島アニメ・マンガフェス参加者数(人)	1,225	2,030	3,021	中野区の街の魅力(ブランドイメージ)としてふさわしいと思うものに「アニメ、サブカルチャー文化やコンテンツ産業が豊富」を選択した区民の割合（％）	45	45	49	継続	—	—	文化振興・多文化共生推進課