MMM

みなとメディアミュージアム

2012 報告会

MMM

みなとメディアミュージアム

2012 報告会

～全体総括～

MMM2012
概要報告

みなとメディアミュージアム2012

- 場所

  茨城県ひたちなか市
  ひたちなか海浜鉄道湊線沿線

- 期間

  2012年 8月5日〜9月1日（28日間）

みなとメディアミュージアム2012

- 主催

  みなとメディアミュージアム実行委員会

- 共催

  ひたちなか海浜鉄道株式会社
  おらが湊鐵道応援団
  ひたちなか商工会議所

- 後援

  ひたちなか市

MMM2012
収支報告

MMM2012収支

収入: 1,559,205円

支出: 1,668,219円

収入詳細

区分	金額
協賛金	507,000円
商店街活性化コンペ賞金	601,617円
個人援助金	200,000円
みなとカフェ粗利	190,588円
慶應義塾大学関係者から	60,000円
合計	1,559,205円

支出詳細

区分	金額
作品設置	61,197円
コンペティション賞金	140,000円
みなとカフェ（材料費抜き）	552,527円
ワークショップ費	49,090円
イベント開催費	11,770円
印刷費	305,430円
郵送費	22,814円
交通費	327,870円
スタッフハウス維持費	181,241円
その他雑費	16,280円
合計	1,668,219円

赤字部分

赤字: 109,014円

スタッフの交通費返還を削ってまかなう

3

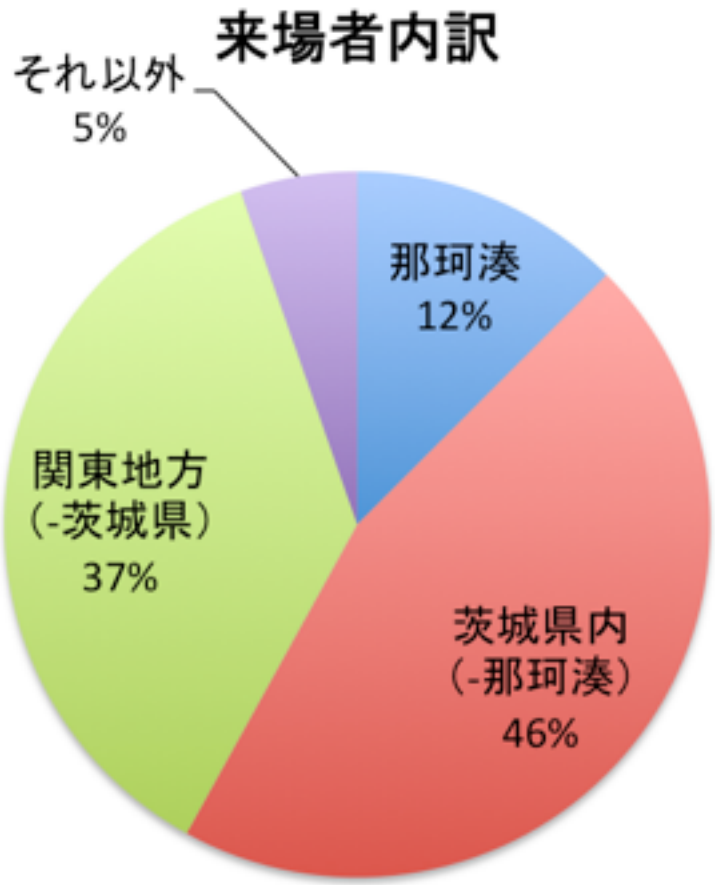
アンケート分析と
そこから分かる効果

総来場者数

6215人

（累計）

どこから来たか

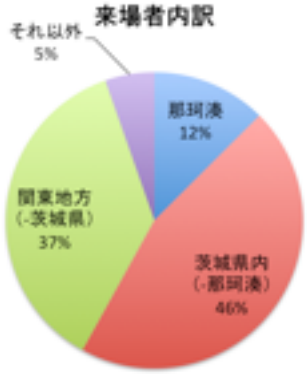


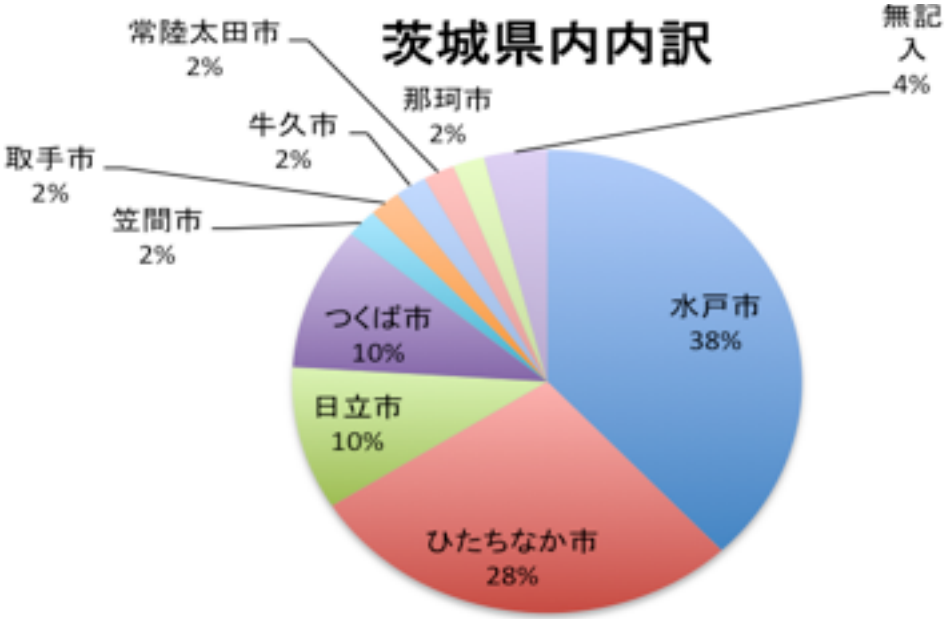
- □ 約60%が茨城県内から
- □ 他のアートイベントと比べて県内の割合が高い
- □ 来たことない人にきてもらうためにも県外を

■ 関東地方の増大に向けてマスな広報に力を入れるべき

※MMM2012開催期間中のアンケートより

どこから来たか



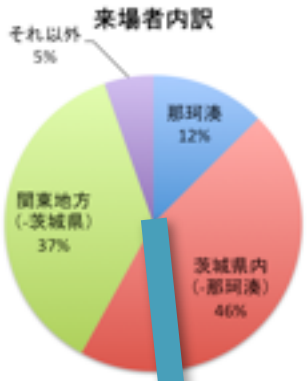


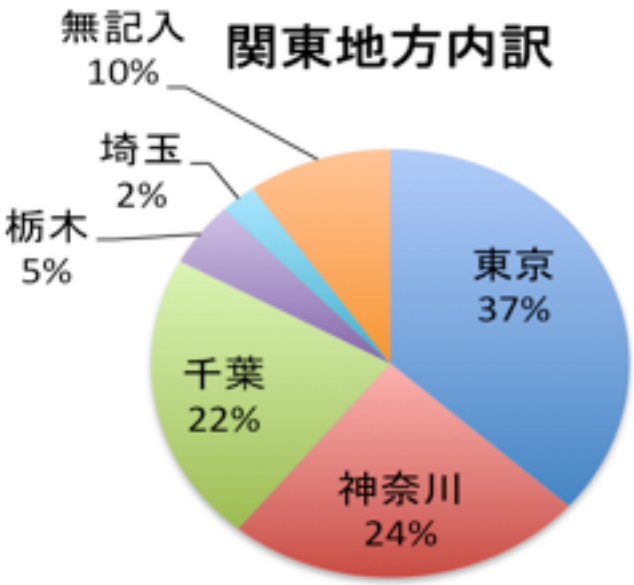
□ 水戸市とひたちなか市の二強 → 人口と地理的に妥当

■ 東京芸大のある取手市からのお客様が少ない？

※MMM2012開催期間中のアンケートより

どこから来たか



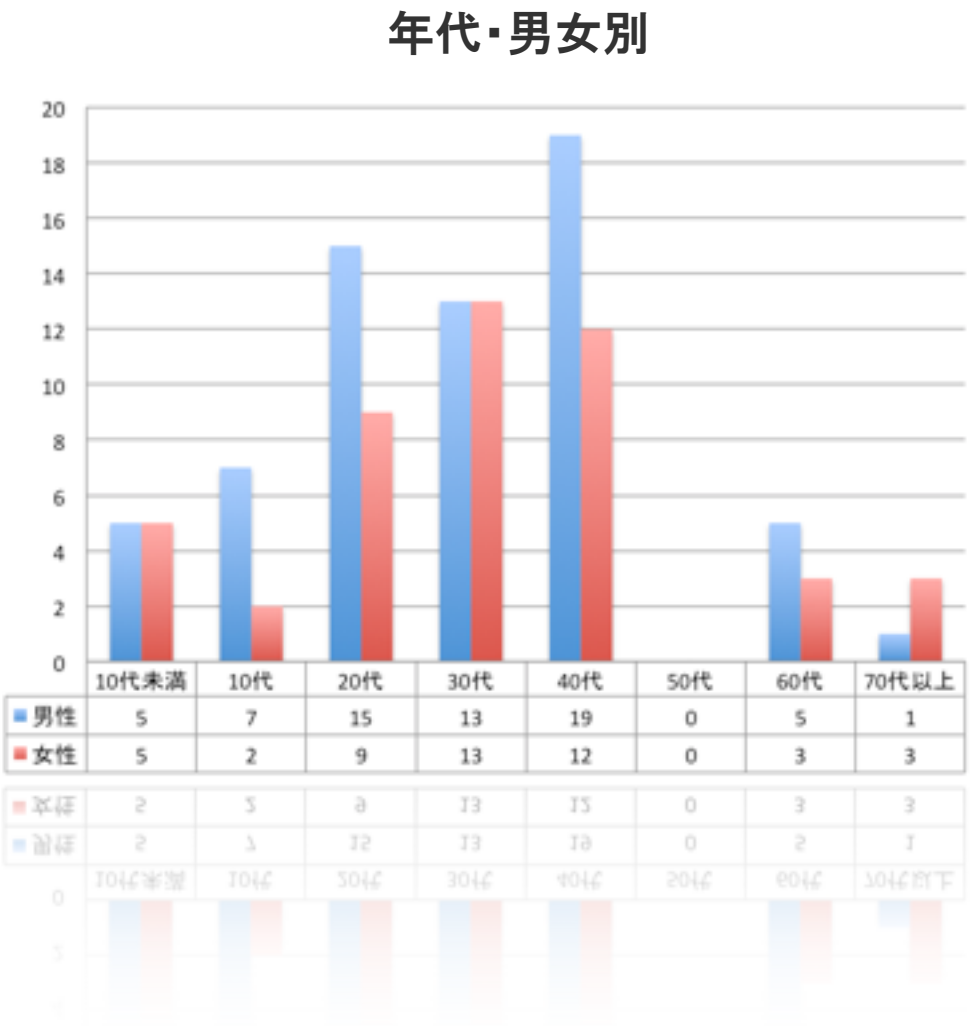


□ 東京・神奈川・千葉が多い
→人口比と地理を考えると妥当

□ 岐阜の方はホームページで
青森と大阪の方は知人から
存在を知りご来場に

※MMM2012開催期間中のアンケートより

誰が来たか

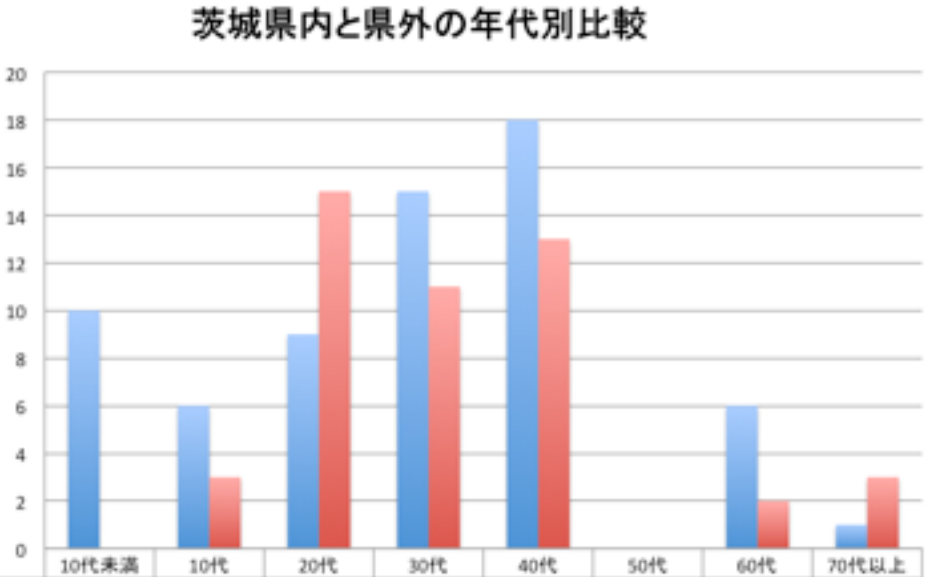


	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
男性	5	7	15	13	19	0	5	1
女性	5	2	9	13	12	0	3	3

- □ 40代をピークに上昇
- □ 男性の方が少し多い
- □ 0〜10代は
  30〜40代の子供か？

※MMM2012開催期間中のアンケートより

どこから誰が来たか

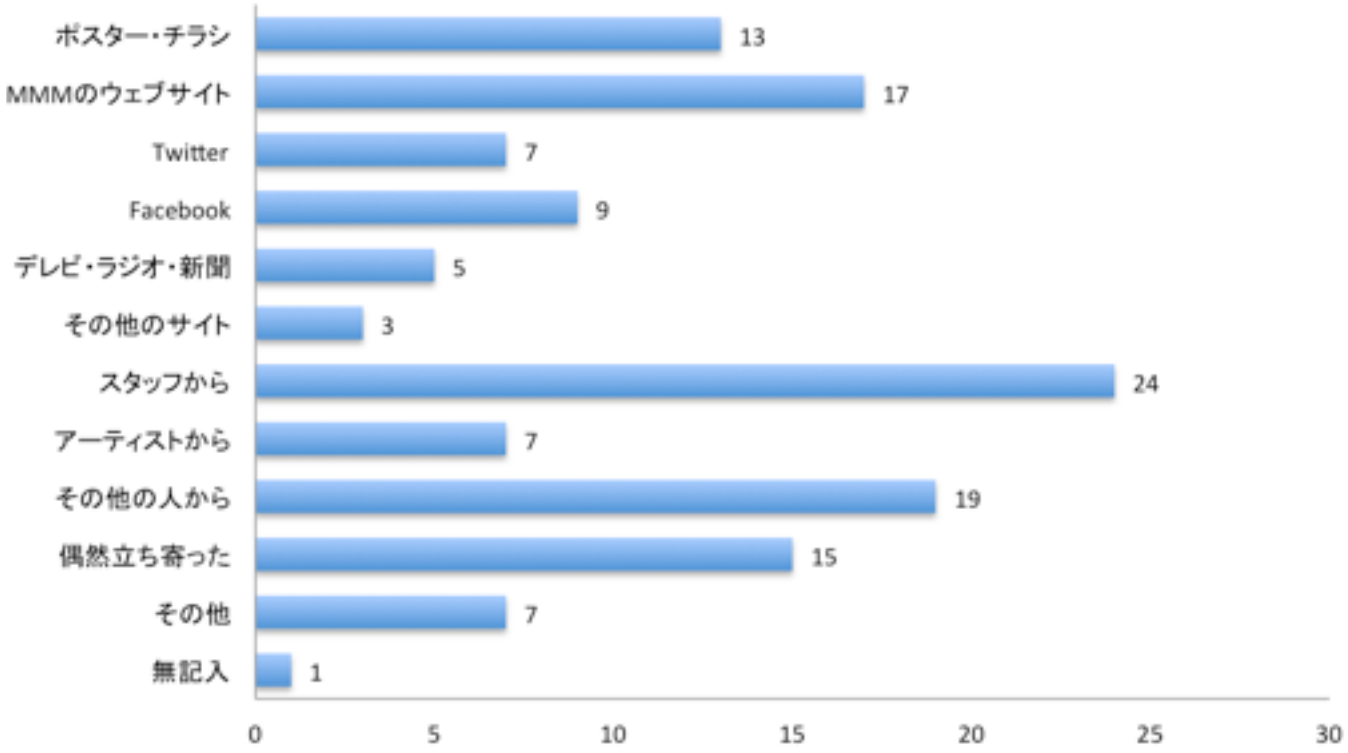


	10代未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
茨城県内	10	6	9	15	18	0	6	1
県外	0	3	15	11	13	0	2	3

- □ 20代（若者）は圧倒的に県外から
- □ 県内の30〜40代が
  0〜10代の子供を連れてくる

※MMM2012開催期間中のアンケートより

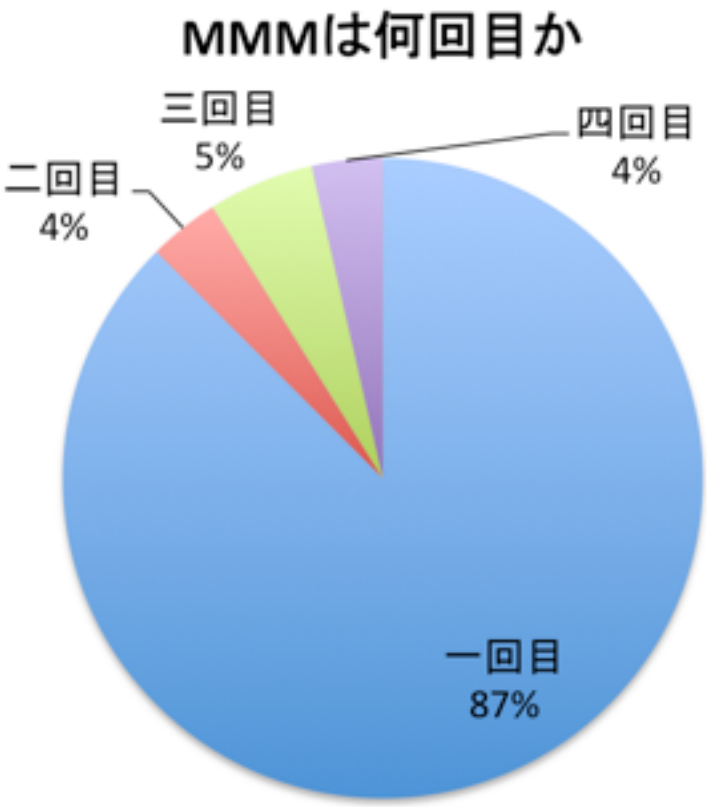
どうやって知ったか



- □ MMMを目的に来場している人の多さ
- □ 口コミの強さ

※MMM2012開催期間中のアンケートより

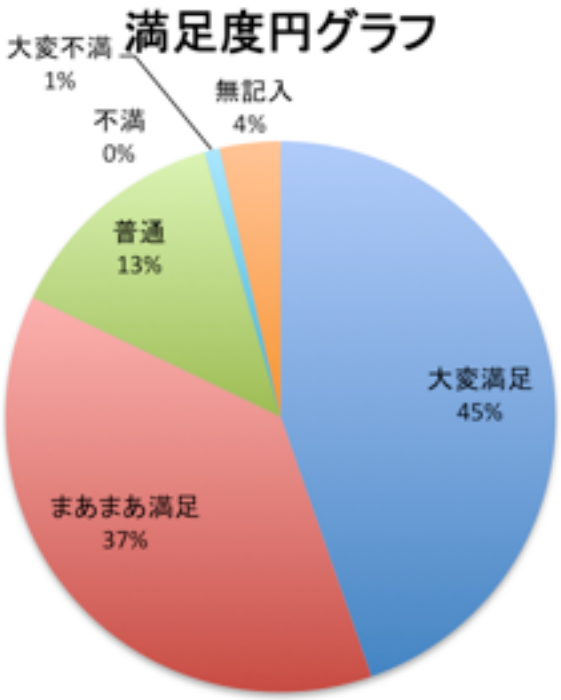
リピーターの発生



- □ 8分の1がリピーター
- □ わずかかもしれないが、固定客として見込まれる
- □ 少なくとも”毎年”一度はひたちなか・那珂湊に訪れる

※MMM2012開催期間中のアンケートより

満足度



- □ 8割の人が満足
- □ 「アート見れたし、お魚美味しかった！」
- □ 「予想以上によかった」
- □ 「まちにアートがあって素敵」
- □ 「すごかった」
- □ 「来年もやってほしい」
- □ 「すごい」
- □ 「やばい」

※MMM2012開催期間中のアンケートより

人が来て
お金を使って
楽しいだけ
なのか？

人が来て
お金を使って
楽しいだけ
なのか？

まち中を歩きまわる

- □ 町を歩いてアートがあって・・・とてもステキ
- □ 芸術作品と合わせて、街中を巡れたので
  とっても楽しかったです
- □ 町全体を巡るイベントでよいと思う

※MMM2012開催期間中のアンケートより

アートを探しに人がまちを歩きまくる

MMMの展示を周ることで人が回る

MMMの展示を周ることで人が回る

地域の魅力発信

- □ 普通は車で通りすぎるところを歩いてみて、街にはいろいろなお店があることが分かった
- □ 天満宮が気に入りました
- □ 湊鉄道のすごさがわかった
- □ 作品を置いてくれるまちの人の優しさを知った
- □ 色々なお店見れた。おいしいコロッケ屋さんを知った

※MMM2012開催期間中のアンケートより

MMM自体が地域の魅力を発信している

MMM自体が
地域の魅力を
発信している

気づかなかった魅力に気づく

- □ 作品を捜し歩くことで、普段は気付かずに通り過ぎてしまった景色に出会えた
- □ 日常に新たな意味が加わった
- □ 街の奥に土倉があったことを知った
- □ レンガとトタンの組み合わせはカッコイイ
- □ 古い建物古い蔵に入ることができた。これまではいったことなかった

※MMM2012開催期間中のアンケートより

気づかなかった
魅力に気づいて
愛着が湧く

気づかなかった
魅力に気づいて
愛着が湧く

お町自慢

- □ このイベントをもっと多くの人に知ってほしい
- □ 久しぶりに帰省したらこのようなイベントがあって
  とてもうれしかったです
- □ ロコミ率の高さ

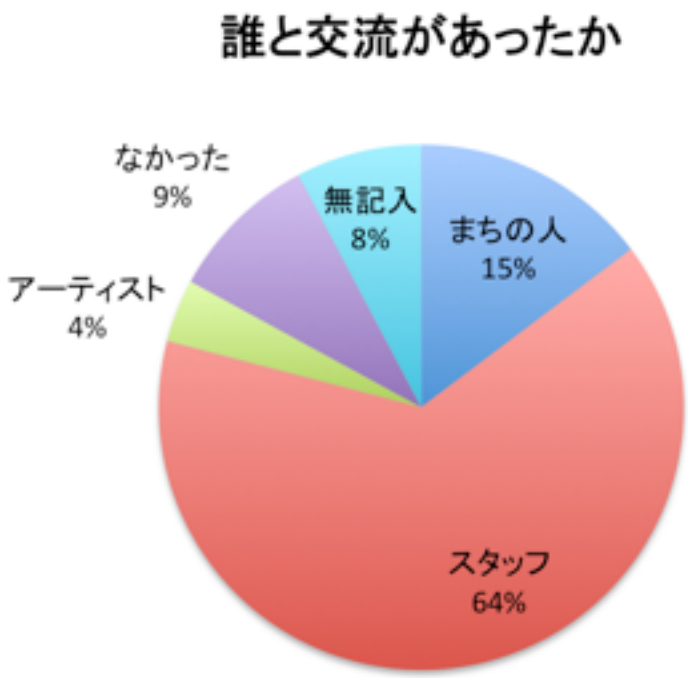
※MMM2012開催期間中のアンケートより

わたしのまちって
こんなおもしろいことが起きてるのよ

自分のまちが
少し誇らしく
なってくる

自分のまちが
少し誇らしく
なってくる

交流が生まれる



- □ まちの歴史を知った
- □ 世間話をした
- □ お互いの身の上話をした

※MMM2012開催期間中のアンケートより

そしてファンに

- □ まちを歩くことはまちを知ること
- □ 人と話すことはその人を知ること
- □ まちの人を知ることはそのまちを知ること

そのまちの優しさに触れるとまちが好きになってくる

MMMがまちのファンやお店のファンを増やす

MMMがまちのファンやお店のファンを増やす

不満点

- □ 地味
- □ 展示会場がわかりにくい
- □ 看板がわかりづらく、インパクトがない
- □ もっとPRをするべき。
  たまたま訪れて始めて知った。

※MMM2012開催期間中のアンケートより

4

MMM2012
具体内容とその効果

4-1

MMM2012
出展作品について

28作家 / 29作品

作品と受賞結果

大賞

ハコの中のハコ / 太田遼

作品と受賞結果

審査員賞

モナドロジー
/落合陽一

Brilliant Noise
/ゼロバイゼロ

作品と受賞結果

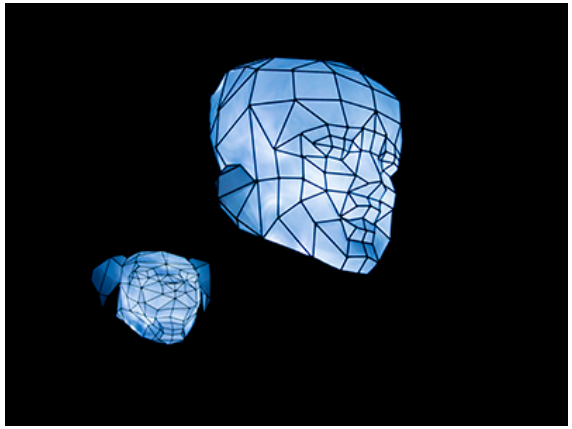
地域賞

カラフルパネル
/服部桜子

ひたちなか海浜鉄道賞

あばれる写真 みなとらま展
/マスダユタカ

作品と受賞結果



作品が散らばることでまちをまわる

知らなかった所の魅力に気づく

4-2

みなとカフェについて

後ほど時間をとって発表します

4-3

ワークショップについて

うちわづくりワークショップ
地図作りワークショップ
ジェルキャンドルワークショップ
鉄道モビールワークショップ
ラッピングトレインワークショップ

うちわづくりワークショップ

□ 8月12日 那珂湊駅ホーム

□ 那珂湊を歩いて、野草を採取
野草を使って絵の具を作成
和紙を絵の具で塗ってうちわデコ

□ 30人の体験者

■ まちを歩き、細部に目を向ける

■ 思い出の品として残る
うちわを見ると那珂湊を想起する

まち歩きで愛着を
創出する

那珂湊を想起する
お土産を持ち帰る

地図作り
ワークショップ

□ 8月17日 みなとカフェ

□ 那珂湊を歩いて、気に入ったところ
好きだと思ったところをメモする。
カフェに着いたら、みんなの好きな
場所を白地図に書き込んでいく。

□ 15人の体験者

■ まちを歩いて、好きなところを
主体的に見つける

■ 見つけた好きなところを地図に
おこすことで、より深く記憶する

まち歩きで愛着を
創出する

アウトプットを
させて強く刻む

ジェルキャンドルワークショップ

- □ 8月18日 ドゥナイトマーケット会場
- □ ろう部分が透けるジェルキャンドルを作る
- □ 46人の体験者

■ ドゥナイトマーケット（那珂湊）という思い出を持ち帰る

ドゥナイトマーケット（那珂湊）という思い出を持ち帰ってもらう

鉄道モビール
ワークショップ

□ 8月18日 ドゥナイトマーケット会場

□ 鉄道を模したモビールを作る

□ 29人の体験者

■ ドゥナイトマーケット（那珂湊）
という思い出を持ち帰る

■ 湊線を強く意識する

思い出を持ち帰ってもらう

湊線を意識させて愛着を生む

ラッピングトレイン ワークショップ

□ 8月18日 ドゥナイトマーケット会場

□ 湊線の車両の絵にぬり絵をし、
できあがったものを那珂湊駅につるす

□ 体験者計測データなし

■ 湊線を強く意識する

■ 完成したものが飾られている様子を
見に来る

湊線を意識させて
愛着を生む

また那珂湊に来て
くれることを狙う

ワークショップ
全体として

地域のこれからを担う小さい子どもに
働きかける

地元に対する愛着を生み
将来の定住やUターンを狙う

4-4

アートツアーについて

アートツアー

- 8月12日、19日、26日
- 作品を解説しながらまちを周り、
  まちのことも解説する
- それぞれ8人、9人、13人の参加者
- 参加者は様々で都内の男性、地元の家族
  水戸の老夫婦、宇都宮の中学生などがいた
- 必ず、那珂湊のお店に寄って
  休憩時間をとる。

アートツアー

- まちの中を歩くことで、魅力を伝える
- まちの細かい話などをすることによって、隠れた魅力も同時に伝える
- 立ち寄った那珂湊のお店では、必ずみんな何かしらを買ってくれた

魅力を伝えて
ファンを増やす

立ち寄ったお店で
買ってもらう

4-5

トークセッションについて

メディアアートってなんだろう？

トークセッション

- □ 8月22日 みなとカフェ
- □ テーマ
  「メディアアートってなんだろう?」
  若手メディアアーティストによる
  トークセッション
- □ 会場: 10人
  ネット生中継: 62人
  終了後動画公開: 168人
- ■ MMMに不足してた”アート談義”
  がなされた
- ■ 面白い話がおこる場所として
  那珂湊が認知される可能性

アート現場としての那珂湊

そのような場所として噂になる

5

最後に短く
私の印象と想い

私の印象

- 外国人がいた
- 学生スタッフの増加によって地域を想う人の増加
- リピータの出現
- まだ来場者は増やせる
- MMMにくる人の層がはっきりとしてきた
  地元の親子連れ、地元の老夫婦
  都会のカップル、都会の女子旅行、都会の男一人旅

私の想い

地域を真剣に思っている・考えている人は沢山いる

地域を真剣に思っている・考えている人は沢山います

もっと考えてから書け

MMM2012総括

人が歩きまわって地域の魅力を知る

人が歩きまわって地元の愛着が湧く

▼

地域を好きになる人が増える
という変化がおきた！！！

ありがとうございました