

第2節 あす、ヨコハマは、

都市イメージと都市セールス ——横浜らしさへのこだわり

人にその人の顔があり、その人の個性があるように、都市にも顔があり、個性がある。私たちが、魅力ある人間になりたいのと同じように、都市にも魅力をもたせたい。「…らしさ」についても、こだわり続けたい。

ヨコハマその都市イメージ

ヨコハマ——それは安政6年の開港以来、日本の近代文化の最先端をあゆみ、西洋の異文化



ヨコハマを感じる…ヨコハマとミナト、何のためらいもなく、ごく自然に結びついている。ウォーターフロントの再生が頭をよぎる

との出会いの場でもあった。それはまた、港の景観とも相まって、人びとにエキゾチシズムを連想させた。港にいろいろどられたエキゾチックな、そしてハイセンスなまちのイメージは、多くの人びとの支持をえている。

都市イメージの形成要因

芸術の都パリ、音楽の都ウィーン、水の都ベニスなど、都市のイメージは一朝一夕にできあがるものではなく、永い年月とたゆまざる努力を必要とするものである。

イメージの形成要因として、まず都市がもつ景観特性があげられる。横浜港周辺の自然や歴史的建造物がおこなす景観は、人びとの視覚にうったえかけてくる。さらに、開港や文明開化等の歴史的事象の存在も、こうした景観と相まって、横浜のイメージを確固としたものにつくりあげていく。

また、中華街や元町に見られるように、そこ

でしかえられないものや雰囲気、そうした非日常的な体験も、イメージの形成には必要である。

都市イメージの危機

都市の個性をうち出そうとした都市間競争の激化は、皮肉にも都市そのものを画一化していく。また、企業活動の全国展開は、日本のいたるところに画一的な住宅や店舗づくりをもたらす。再開発や区画整理によるまちづくりは、全国一律の法体系のもとに、同じようなまちなみを出現させている。

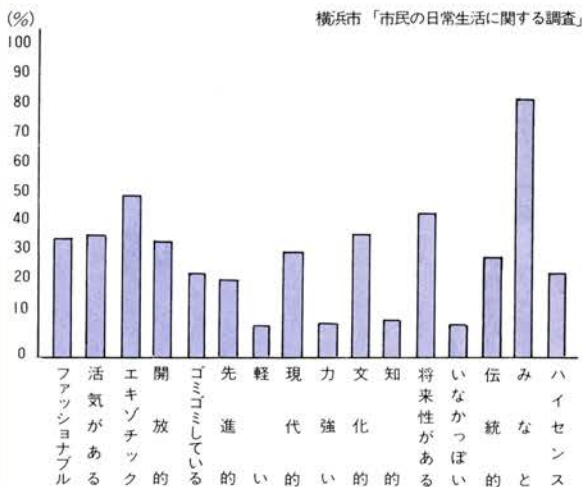
情報化の進展が、こうした傾向にますます拍車をかけているなかで、建物などのハードのみの個性化だけでなく、ソフトをくみこんだ都市イメージ戦略が重要となっている。

都市イメージと都市セールス

激化する都市間競争のなかで、今や都市は、都市そのものを売らざるを得ない。各地でみられる一村一品運動やむらおこし運動は、こ

■市民の横浜に対するイメージ

魅力的な都市イメージは、都市の資産である。イメージ資産は、都市の歴史や地理的条件の他、その都市でくりひろげられる活動によっても形成される。私たちの都市を私たちのイメージによって作っていききたい。



うしたことを物語っている。

都市セールスは、その都市固有の文化を発信することであり、このための情報や人材の集積をはかるうえで、都市イメージのはたす役割はきわめて大きい。

都市セールスにとつての都市イメージは、都市がめざしている都市像とその都市固有の資産とがうまくマッチしたものでなければならぬ。

横浜らしさの追求

都市には本来、その都市がもつ独自の資産がある。それは自然的景観、歴史的建造物、生活文化、人びとの存在など、きわめて幅広いものである。たとえば、私たちは港、山下公園、港の見える丘公園、外人墓地、人形の家、赤レンガ、ジャズ、ハマトラ、スカーフ、こうした

言葉に横浜らしさを感じる。

都市イメージは、こうした資産を保全するだけでなく、ほりおこし、そして、新しく創造していかなければならない。

都市イメージとステイアイデンティティ

都市イメージは、都市の活性化をねらった都市セールスの一環として、外にたいしてだけでなく都市の内をたいしてはたらきかける。横浜らしさの追求は、他者を知る行為をとおり、横浜のもつ個性をひき出すことから始まる。他者とのちがいに注目することは、みずからを確認することである。

多様な310万市民は、横浜らしさという都市イメージをとおり、横浜に住むことの誇りや愛着を感じとることであろう。

■育てていきたいヨコハマ・ブランド

伝統工芸

- ・芝山漆器：貝細工とうるし漆りが美しい独特な工芸品。
- ・横浜クラシック家具：幕末、イギリス人から伝えられた洋風家具。手加工と彫刻加飾が特色

民芸

- ・横浜のはんでん：プリントのはんでん。海外にも室内用として浸透している。

ファッション

- ・横浜スカーフ：明治初期、絹のハンカチが紹介されたのをきっかけに生産が始まった。
- ・横浜のファッションエプロン：スカーフのデザイン、プリントをいかして開発されたもの。ホームウェアとして人気。

室内装飾

- ・ハマ焼：豪華けらんな作風の陶磁器。
- ・横浜のコイのぼり：スカーフのプリント技術を用いてつくられた。あざやかな色彩、耐久性に優れている。

水産加工

- ・鎌倉ハム：明治14年、外国人から技術を習得した2人の日本人が、全国に先かけて生産。
- ・横浜のチャーシュー：大正11年ごろ売り出されたもの。一味違った風味が特徴。

菓子

- ・鶴見の米まんじゅう：「お江戸日本橋」にうたわれた東海道の名物。現代風の製法で復活した。
- ・横浜銘菓「港の丘」：横浜市技能団体連絡(協)が2年の歳月をかけて開発した洋風の味を加えた和菓子。
- ・横浜の中華菓子：中華まんじゅうと並び称される横浜中華街の名産品。
- ・横浜の中華まんじゅう：コクのあるあんまんと栄養満点の肉まん。他にもチャーシューまんなどアイデア商品もある。

果物

- ・ハマナシ：都市化の波で一時的衰退していたが、42年から集団栽培が始まった。品種は新水、幸水など4種。

その他の加工食

- ・横浜のシューマイ：中華街で、駅で、デパートでいつでも買えるハマを代表するエキゾチックな味覚。全国一の生産とおおいさを誇る。

野菜

- ・相模ウド：米軍上瀬谷通信施設の周辺で栽培

水産物

- ・横浜のシャコ：すしダネとして欠かせない。東京湾でとれるまさに江戸前の味。
- ・横浜のアナゴ：すし、てんぷら、かば焼きに淡白な味が好まれる。県内産の80%は横浜市で水揚げされる。
- ・神奈川の乾ノリ：香り、味とも抜群で、品質は全国に定評がある。

林産物

- ・寺家の茶炭：茶道用の炭として全国的に有名。シェア70%を誇る。

神奈川新聞社「かながわの名産100選」



定着した本牧ジャズ祭…若者たちの手づくりの野外コンサート、ヨコハマにふさわしいイベントである