

# 令和2年度 第1回横浜市創造界限形成推進委員会

## 次 第

日時：令和2年7月31日（金）

10時00分～12時00分

実施方法：WEB会議形式

（事務局）横浜市役所18階共用会議室さくら14

### 【議題】

#### 1 審議事項

- （1）令和2年度事業計画について
- （2）令和元年度事業評価について
- （3）文化芸術創造発信拠点（BanKART1929）の活用施設の変更について

#### 2 報告事項

今後の創造都市施策の方向性の検討「これからのクリエイティブシティ・ヨコハマを考える」について

#### 3 その他

### 【資料】

- ①次第
- ②委員名簿
- ③前回議事録（令和2年2月20日開催分）
- ④〔資料1〕令和2年度事業計画シート
- ⑤〔資料2〕令和元年度事業評価シート
- ⑥〔資料3〕文化芸術創造発信拠点（BanKART1929）の活用施設の変更について
- ⑦〔資料4〕「これからのクリエイティブシティ・ヨコハマを考える」について

横浜市創造界限形成推進委員会委員名簿(9名)

| 氏名     | 所属団体(役職名)           |              | 分野        | 出欠 |
|--------|---------------------|--------------|-----------|----|
| ◎野原 卓  | 横浜国立大学大学院           | 准教授          | 都市計画      | ○  |
| ○六川 勝仁 | 馬車道商店街協同組合          | 理事長          | 経営と地元     | ○  |
| 遠藤 新   | 工学院大学建築学部           | 教授           | 都市計画      | 欠席 |
| 岡本 純子  | 公益財団法人セゾン文化財団       | プログラム・オフィサー  | 舞台芸術      | ○  |
| 菅野 幸子  | アーツ・プランナー/リサーチャー    |              | アート/国際交流  | ○  |
| 重松 久恵  | ブランド・マネジメント・コンサルタント |              | 創造産業      | ○  |
| 日沼 禎子  | 女子美術大学 芸術学部         | 教授           | アートマネジメント | ○  |
| 簗谷 則美  | (株)ミノヤアソシエイツ        | 代表取締役        | まちづくり     | ○  |
| 山口 真樹子 | ゲーテ・インスティテウト東京      | コミュニケーション・広報 | 国際交流/舞台芸術 | ○  |

◎…委員長

○…副委員長

横浜市創造界限形成推進委員会 分科会委員名簿

旧第一銀行横浜支店事業評価及び運営団体選考分科会

|         |                      |       |         |
|---------|----------------------|-------|---------|
| ◎ 六川 勝仁 | 馬車道商店街協同組合           | 理事長   | 経営と地元   |
| 簗谷 則美   | (株)ミノヤアソシエイツ         | 代表取締役 | まちづくり   |
| ★若林 朋子  | プロジェクトコーディネーター/プランナー |       | 企業支援と芸術 |

旧関東財務局横浜財務事務所事業評価及び運営団体選考分科会

|         |                     |       |                  |
|---------|---------------------|-------|------------------|
| ◎ 野原 卓  | 横浜国立大学大学院           | 准教授   | 都市計画             |
| 重松 久恵   | ブランド・マネジメント・コンサルタント |       | 創造産業             |
| ★田辺 恵一郎 | プラットフォームサービス(株)     | 取締役会長 | まちづくり<br>施設運営・経営 |

旧老松会館事業評価及び運営団体選考分科会

|          |                  |              |           |
|----------|------------------|--------------|-----------|
| ◎ 山口 真樹子 | ゲーテ・インスティテュート東京  | コミュニケーション・広報 | 国際交流/舞台芸術 |
| 岡本 純子    | 公益財団法人セゾン文化財団    | プログラム・オフィサー  | 舞台芸術      |
| ★恵志 美奈子  | 世田谷パブリックシアター 劇場部 |              | 公立文化施設    |

象の鼻テラス事業評価分科会

|         |                  |    |           |
|---------|------------------|----|-----------|
| ◎ 菅野 幸子 | アーツ・プランナー/リサーチャー |    | アート/国際交流  |
| 遠藤 新    | 工学院大学建築学部        | 教授 | 都市計画      |
| 日沼 禎子   | 女子美術大学 芸術学部      | 教授 | アートマネジメント |

初黄・日ノ出町文化芸術振興拠点事業評価分科会

|         |                 |       |                  |
|---------|-----------------|-------|------------------|
| ◎ 日沼 禎子 | 女子美術大学 芸術学部     | 教授    | アートマネジメント        |
| 遠藤 新    | 工学院大学建築学部       | 教授    | 都市計画             |
| ★田辺 恵一郎 | プラットフォームサービス(株) | 取締役会長 | まちづくり<br>施設運営・経営 |

文化芸術創造発信拠点事業評価及び運営団体選考分科会

|         |                   |       |          |
|---------|-------------------|-------|----------|
| ◎ 簗谷 則美 | (株)ミノヤアソシエイツ      | 代表取締役 | まちづくり    |
| 菅野 幸子   | アーツ・プランナー/リサーチャー  |       | アート/国際交流 |
| ★恵良 隆二  | 公益財団法人横浜市芸術文化振興財団 | 専務理事  | まちづくりと経営 |
| ★近澤 弘明  | (株)近澤レース店         | 代表取締役 | 経営と地元    |

◎…議長

★事業評価及び運営団体選考分科会に参加する委員以外の有識者

| 令和元年度第3回横浜市創造界限形成推進委員会<br>議事録 |   |
|-------------------------------|---|
| 日 時                           | 令和2年2月20日(木) 16:00~17:00  |
| 開催場所                          | 松村ビル別館503会議室  |
| 出席者<br>(敬称略)                  | <p>■委員</p> <p>六川勝仁(馬車道商店街協同組合 理事長) &lt;副委員長&gt;<br/>菅野幸子(アーツ・プランナー/リサーチャー)<br/>重松久恵(ブランド・マネジメント・コンサルタント)<br/>簗谷則美(株式会社ミノヤアソシエイツ 代表取締役)<br/>山口真樹子(国際交流基金アジアセンター 舞台芸術コーディネーター)</p> <p>■事務局(説明者等)</p> <p>工藤裕二(創造都市推進課担当課長)<br/>河本一満(創造都市推進課創造まちづくり担当課長)<br/>田中裕記(創造都市推進課担当係長)<br/>長谷部千晶(創造都市推進課担当係長)</p> |
| 欠席者                           | 野原卓(横浜国立大学大学院 准教授)、遠藤新(工学院大学建築学部 教授)、<br>岡本純子(公益財団法人セゾン文化財団 プログラム・オフィサー)、<br>日沼禎子(女子美術大学芸術学部 教授)  |
| 開催形態                          | 議題1 非公開   |
| 議 題                           | 1 令和2年度旧第一銀行横浜支店の活用について(審議)   |
| 決定事項                          |   |
| 事務局                           | <p><b>【開会】</b></p> <p>○定刻となりましたので、令和元年度第3回横浜市創造界限形成推進委員会を開始する。</p>  |
| 事務局                           | <p><b>【配布資料の確認】</b></p> <p>○全4種類の配付資料を確認。</p>   |
| 事務局                           | <p><b>【定足数の確認】</b></p> <p>○委員9名中5名が出席しており、委員会運営要綱第7条第3項により委員会の成立となる。</p>  |
| 事務局                           | <p><b>【会議の公開・非公開の決定】</b></p> <p>○本会議は横浜市の保有する情報の公開に関する条例第31条により原則公開となるが、本日の議題については、同条例第7条第2項第5号の非開示情報にあたるため非公開とするがよろしいか。<br/>→全員、了承。</p>  |
| 事務局                           | <p><b>【前回の議事録について】</b></p> <p>○前回(12月13日開催分)の議事録は現在確認中である。確定した議事録</p>   |

|              |   |   |
|--------------|---|---|
| <p>議 題 1</p> | <p>事務局</p> <p>事務局</p> <p>事務局</p> <p>事務局</p>                                   | <p>については、次回 3 月 26 日に予定している委員会で配付させていただく。</p> <p>○ここから六川副委員長に委員長代理として議事進行をお願いする。</p> <p><b>1 議題 1：令和 2 年度旧第一銀行横浜支店の活用について</b></p> <p>&lt;令和 2 年度旧第一銀行横浜支店の活用について、事務局より説明が行われ、議題について審議が行われた。&gt;</p> <p>&lt;事務連絡&gt;</p> <p><b>【議事録（今回）の確認依頼】</b></p> <p>○本日の議事録については、3 月中下旬頃に各委員に送付し、確認いただくので、ご協力をお願いしたい。</p> <p><b>【今後のスケジュール】</b></p> <p>○次回の委員会は 3 月 26 日（木）13 時半～15 時半、産業貿易センタービル B102 会議室を予定している。詳細については別途案内する。</p> <p><b>【開会】</b></p> <p>○これをもって令和元年度第 3 回横浜市創造界限形成推進委員会を終了する。</p> <p style="text-align: right;">以上</p> |
| <p>資 料</p>   | <p>① 次第</p> <p>② 席次</p> <p>③ 委員名簿</p> <p>④ 資料 1：令和 2 年度旧第一銀行横浜支店の活用方針について</p> |   |
| <p>特記事項</p>  |   |   |

# 令和2年度 事業計画シート

拠点名: 初黄・日ノ出町文化芸術拠点

運営期間: 平成31年度～令和3年度 (2年目／3年間)

資料1

## 【基本方針（使命・理念）】

◆安心・安全のまちづくりを最優先に位置づけ、以下の理念を基に文化芸術によるまちづくりを行う

- ①文化芸術の力で新しい価値観を産み出し、地区の活性化
- ②NPO法人を中心に、地域、企業、行政、警察、ボランティア等を巻き込んだ新しいスタイルの事業運営
- ③産業の振興や暮らしやすいまちづくりへの持続的な展開

| I 運営／経営評価      |  | 実施結果 | 事業評価        |       |
|----------------|--|------|-------------|-------|
|                |  |      | 自己評価(成果・課題) | 委員会評価 |
| 1<br>全体事業収支    | 1 全体事業収支   |      |             |       |
| 2<br>事業収入      | 2 <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 黄金町バザール(チケット収入等)</li> <li><input type="checkbox"/> 黄金町芸術学校(受講料)</li> <li><input type="checkbox"/> 高架下スタジオ利用料</li> <li><input type="checkbox"/> その他物件家賃収入</li> <li><input type="checkbox"/> ギャラリー等販売手数料</li> <li><input type="checkbox"/> 視察受け入れ</li> <li><input type="checkbox"/> その他</li> </ul> |      |             |       |
| 2<br>施設の維持管理状況 | 1 管理施設数  |      |             |       |
|                | 2 施設の利用状況  |      |             |       |
|                | 3 施設の改修状況  |      |             |       |
|                | 4 安全対策   |      |             |       |

※自己評価のチェックについて:取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価                        |             | 事業計画(要旨)   | 評価の着眼点  | 実施結果 | 事業評価   |       |  |
|--------------------------------------|-------------|--|---|------|--------|-------|--|
| 評価軸                                  | 自己評価(成果・課題) |  |   |      | 【チェック】 | 委員会評価 |  |
| 1<br>文化芸術の力で新しい価値観を生み出す              | 1           | AIR事業<br>長期・短期レジデンス/共用施設の運用/成果展/中間面談/アーティストミーティング/作品展示・販売協力/広報協力                 | <目標>入居者数75組、施設整備数8件<br>・プログラムの効果、アーティスト支援の内容<br>[取組の効果]募集スキーム、管理体制の構築/事業者枠の設定/リサーチ向けプログラムの整備/未活用物件の整備/他AIRとの差別化/不動産会社との連携 |      |        |       |  |
|                                      | 2           | 国際交流事業<br>レジデンス交換プログラム/交換展示/東アジア文化都市交流/海外アートシーン紹介                                | <目標>予定団体5団体<br>[取組の効果]新たなアートスペースとの交流  |      |        |       |  |
|                                      | 3           | 黄金町バザール2020<br>公募・推薦選考による国内外のアーティストと黄金町の長期レジデンスアーティストによる作品展示                     | <目標>来場者数50,000人<br>・アーティスト、作品、展覧会構成<br>[取組の効果]横トリ・周辺施設・魅力づくり室事業との連携   |      |        |       |  |
|                                      | 4           | 展覧会イベント企画  | <目標>企画展3企画、イベント12企画<br>・日常的にアートに触れる機会の創出<br>[取組の効果]長期アーティストの個展、ライブラリー企画   |      |        |       |  |
|                                      | 5           | made in Koganecho<br>コミッションワーク/ハブリックアート企画制作                                      | <目標>プロモーション強化<br>[取組の効果]市郊外部での企画/海外販路   |      |        |       |  |
|                                      | 6           | 黄金町芸術学校<br>実技講座/専門講座/ワークショップ   | <目標>講座数10講座、受講者数1000人<br>・講座数、受講者数の拡充   |      |        |       |  |
| 2<br>地域、企業、大学、警察、行政、ボランティア等と連携した事業運営 | 1           | のきさきアートフェア   | <目標>来場者数5,000人、開催回数4回<br>・地域団体、周辺施設との連携、PRの強化   |      |        |       |  |
|                                      | 2           | 初黄・日ノ出町環境浄化推進協議会事務局運営<br>定例会運営/まちのルールづくり/防犯パトロール/Kogane-X Lab活動支援                | <目標>会議出席者50名/回<br>・町内会との連携強化  |      |        |       |  |
|                                      | 3           | 地域活動支援<br>大岡川桜まつり、大岡川水上劇場、運河パレード等の地域イベント支援/黄金町BASE支援/東小放課後キッズとの連携/Kollectiveとの連携 | <目標>活動周知、参加者数向上<br>・地域イベントの支援や連携、PRの強化<br>[取組の効果]Kollectiveとの連携   |      |        |       |  |
|                                      | 4           | 京浜急行との連携<br>エリアマネジメント検討  | <目標>管理施設を中心としたマスタープラン作成   |      |        |       |  |
|                                      | 5           | 日の出スタジオ運用  | <目標>プロモーション拠点としての運用<br>[取組の効果]カフェ事業者との連携  |      |        |       |  |
|                                      | 6           | ボランティア等との連携<br>バザールサポーター   | <目標>実働人数増加<br>[取組の効果]サポーター向けコンテンツの拡充  |      |        |       |  |
| 3<br>産業の振興や暮らしやすいまちづくりへの持続的な展開       | 1           | 施設貸出(1day～)<br>レンタルスペース  | <目標>PR強化、回転率増<br>[取組の効果]時間貸プラットフォームの活用、運用スキームの構築  |      |        |       |  |
|                                      | 2           | エリアマネジメント検討<br>関係者との継続的な協議/マスタープランの提案  | <目標>関係者との協議継続<br>[取組の効果]中長期マスタープランの提案、エリア全体のサイン計画見直し、未整備高架下の活用検討  |      |        |       |  |
|                                      | 3           | 初黄・日ノ出町環境浄化推進協議会事務局運営  | <目標>会議出席者50名/回  |      |        |       |  |
|                                      | 4           | 初黄日商店会事務局運営  | <目標>まちゼミ実施、はつこひ市場開催<br>[取組の効果]地域ブランド商品の開発   |      |        |       |  |
| 4<br>地域再生のモデル地区として全国に発信              | 1           | 地域内外へ向けた情報発信、メールマガジン、SNSでの情報発信   | <目標>HPアクセス数、メールマガジン登録者数、SNSフォロワー数増加   |      |        |       |  |
|                                      | 2           | 視察受け入れ(有料)   | <目標>視察受入数増加<br>・販売資料の増加   |      |        |       |  |
|                                      | 3           | 支援者獲得  | <目標>支援者獲得<br>・広報ソールの整理  |      |        |       |  |

【総評】

【市の取り組むべき事項】

【総評】(令和元年度)

【総評】(平成30年度)  
 ・これまで10年以上、着実に取組を継続してきたことで、収益面以外の成果(文化の耕し)が出ている。  
 ・レジデンスアーティストの海外での展示機会が増えているほか、卒業時には周辺物件を紹介する等、積極的な一貫した支援ができています。実際に周辺に残るアーティストが増加傾向にあることは高く評価できる。  
 ・多岐に渡る業務をこなしているが、マンパワーに見合った事業計画か、成果が出ているか、収支のバランスがとれているか、事業ごとに適宜振り返り、改善・整理していけると良い。

【総評】(平成29年度)  
 ・Tinysの開設は、NPOのこれまでの取組実績によるところが大きい。これによりスタッフの意識や組織力が向上していることが伺える。今後は本実績についての効果的なPR等により、民間投資をさらに誘導していけると良い。  
 ・屋外、特に川沿いの作品展示やアートクルーズは、市民の関心を集める良い事業であり評価できる。  
 ・アーティストの出口(育成・ステップアップ)について戦略を持ってプロモーション活動をすることが望まれる。

【総評】(平成28年度)  
 ・地元や行政と連携しながら順調に事業を実施している。  
 ・アーティスト・クリエイターの適性・実力を見極め、プロへの道しるべを示す役割も望まれる。  
 ・運営者側に従業員の負担が大きいという課題認識があることから、事業の時間対効果、費用対効果を検証し、改善に向けた取組を検討していくことが必要。  
 ・まちが「ふつう」になると、刺激を求めるアーティストにとって魅力が落ちるといった側面がある。これまでの成果をもとに、アーティストにとっての魅力は何か検証し、事業に生かすことが望ましい。

# 令和2年度 事業計画シート

拠点名: 急な坂スタジオ

運営期間: 平成29年度～令和3年度 (4年目/5年間)

## 【基本方針 (使命・理念)】

- ①【横浜発】を、広く国内外に輩出する【創造・創作活動のためのプラットフォーム】
- ②次代を担う若いアーティストたちにとって【使いたいと思う稽古場】
- ③すべての利用者にとって【快適・安全で使いやすい・借りやすい稽古場運営】
- ④市民や将来の観客にとって、舞台芸術を身近に感じるきっかけとなる【体験型プログラム】

| I 運営/経営評価                  |   | 実施結果  | 事業評価        |       |
|----------------------------|---|---|-------------|-------|
|                            |   |   | 自己評価(成果・課題) | 委員会評価 |
| 1<br>施設における活動実績            | 1 | 施設の運営理念に沿った、貸館事業の実施と水準  |             |       |
|                            | 2 | 貸館事業の利用団体数、スタジオの稼働率   |             |       |
|                            | 3 | 自主事業、コーディネート事業等の実績と参加者数   |             |       |
|                            | 4 | 地域・市民に開かれた場所とするためのクリエイティブ・チルドレンに資する活動の実施状況  |             |       |
| 2<br>広報・情報発信               | 1 | <広報・情報発信の基本戦略><br><input type="checkbox"/> メディアを通じた活動成果の発信・積極的な情報提供<br><input type="checkbox"/> 施設のHPの整備状況、バイリンガル表記等<br><input type="checkbox"/> メールニュースの配信、その他新たな双方向メディアの活用<br><input type="checkbox"/> ターゲットを絞った効果的な情報発信  |             |       |
|                            | 2 | <広報活動への反響・効果><br><input type="checkbox"/> 新聞等の取材申込状況・掲載状況<br><input type="checkbox"/> 国内外での専門誌等の掲載状況<br><input type="checkbox"/> 広報ツールの効果・反響  |             |       |
|                            | 3 | <広報活動のアーカイブ><br><input type="checkbox"/> 事業報告書(アニュアルレポート)の作成<br><input type="checkbox"/> 出版物、映像資料、アーカイブなど<br><input type="checkbox"/> 人的ネットワーク構築の効果   |             |       |
| 3<br>施設の維持管理状況             | 1 | 施設の管理状況   |             |       |
|                            | 2 | 施設の修繕・改善状況  |             |       |
|                            | 3 | 安全対策・危機管理体制   |             |       |
| 4<br>運営体制・労務管理             | 1 | 常勤スタッフ数と役割分担(職能)・勤務体制   |             |       |
|                            | 2 | スキルアップ・モチベーションアップのための取組状況   |             |       |
| 5<br>年間総事業費について<br>(収入・支出) | 1 | 年間総支出に占める管理運営費、人件費の割合(常勤スタッフの報酬と待遇等)<br><br>【参考:最低賃金・統計データ】<br>・神奈川県最低賃金:1,011円/1時間※令和元年10月1日改正<br>・民間給与実態調査(29年分調査)<br>業種別及び年齢階層別の給与額(1年を通じて勤務)<br>学術研究、専門・技術サービス業、教育、学習支援業<br>25～29歳:3,831千円、30～34歳:4,270千円、35～39歳:5,021千円、40～44歳:5,114千円、45～49歳:<br>5,583千円<br><br>【参考:横浜市の類似施設(29年度決算ベース)】<br>・長浜ホール(9人):21,366千円<br>・久良岐能舞台(7人):16,375千円 |             |       |
|                            | 2 | 施設の管理運営に係る費用(管理運営費、人件費で事業に係る経費を除いたもの。)に対する年間利用料金収入の割合   |             |       |
|                            | 3 | 収入の内訳等の状況(市補助金、助成金、協賛金、事業収入等)   |             |       |



※自己評価のチェックについて:取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価                                  |  | 事業計画(要旨)   |  | 実施結果 | 事業評価        |        |       |
|--|--|--|--|------|-------------|--------|-------|
| 評価軸  | 評価の着眼点   |  |  |      | 自己評価(成果・課題) | 【チェック】 | 委員会評価 |
| 1<br>すべての利用者にとって【快適・安全で使いやすい・借りやすい稽古場運営】       | 1<br>すべての利用者にとって快適・安全で使いやすい・借りやすい稽古場運営を行っているか                            | 稽古場の見回りや整備・清掃を適正に行っているか<br>稽古場利用者の視点に立った運営をしているか<br>申込方法、利用方法など、新規利用者にもわかりやすい対応をしているか<br>利用者へのサポート体制   |  |      |             |        |       |
| 2<br>【横浜発】を、広く国内外に輩出する【創造・創作活動のためのプラットフォーム】    | 1<br>「横浜発」を意識した、発信力のある創造的活動を展開しているか                                      | 施設の運営理念に沿った、多様な自主事業の実施状況<br>オリジナルなものの創作、「横浜発」にこだわった創作<br>企画から制作までアーティストと連携しながら作品を創作<br>ココハマ・トリエンナーレ等機会をとらえた各種の催事との連携<br>都市空間・立地環境を意識した活動・創作<br>横浜在住のアーティストとの連携           |  |      |             |        |       |
| 3<br>次代を担う若いアーティストたちにとって、【使いたいと思う稽古場】          | 1<br>新たな可能性を持つ人材を発掘、育成しているか  | 若手のプロを育成するスクール・セミナー等の開催<br>レジデントの選定における若手育成の視点の重視<br>アートマネジメントを担う人材の育成<br>アーティスト・イン・レジデンスの実施<br>アーティストフィールドワークの支援  |  |      |             |        |       |
| 4<br>市民や将来の観客にとって、舞台芸術を身近に感じるきっかけとなる【体験型プログラム】 | 1<br>子供たちの創造性を育む創造的プログラムを展開しているか<br><br>2<br>地域・市民に開かれた場所とするための取組を行っているか | 多様なアーティストを講師に迎えたプログラムの実施<br>参加する子供たちが主体的に活動できる企画・運営<br>市内の既存の文化施設、他の創造界隈拠点との連携等<br>市内の既存の文化施設、他の創造界隈拠点との連携等<br>国内外の活動拠点との交流・連携<br>市民を対象としたプログラムの実施<br>関内・関外周辺地域を意識した事業展開 |  |      |             |        |       |

【総評】

【市の取り組むべき事項】

【総評】(令和元年度)

【総評】(平成30年度)

- ・新規事業含め、ニーズを丁寧にすくいあげた企画運営・サポートができており、稽古場としては十分な運営ができています。今後は、運営体制を十分に確保し、体験型プログラム等、市民の創造性を育むプログラムを増やせると良い。
- ・相談室plusや新規サポートアーティストの応募数も増えており、着実に事業を運営している。
- ・運営の継続性を意識し、現在の人件費が適正か、業務内容や業界水準を考慮し見直すべき。

【総評】(平成29年度)

- ・稼働率も安定しており、稽古場として着実な運営ができているとともに、スタッフにアーティストなどを起用することにより、利用者目線での運営を実現している。また、アーティストの不定期な働き方や産休・育休等、ワークライフバランスにも配慮していることが評価できる。
- ・日本舞踊家による小学生向けワークショップを実施するなど、これまで以上にクリエイティブ・チルドレンに資する事業に精力的に取り組んでいる点は評価できる。

# 令和2年度 事業計画シート

拠点名:文化芸術創造発信拠点(BankART1929)

運営期間:平成30年度～令和3年度 (3年目/4年間)

## 【基本方針(使命・理念)】

- ①地域及び周辺施設と連携しながら、新しい横浜文化を創造し、発信していくこと
- ②他都市及び国際的なネットワークの構築
- ③さらなるBankARTの経済的な基盤の確立
- ④創造界隈クリエイターたちの誘致及びその経済的な構造の土俵づくり

| I 運営/経営評価         |  | 実施結果 | 事業評価        |       |
|-------------------|--|------|-------------|-------|
| 評価軸               |  |      | 自己評価(成果・課題) | 委員会評価 |
| 1<br>経済的な基盤の確立    | 1 全体事業収支   |      |             |       |
| 2<br>経済的な基盤の確立    | 1 収入のうち、横浜市の補助金が占める比率  |      |             |       |
|                   | 2 横浜市の補助金以外の収入(助成金、協賛金、貸館収入等)の内訳と比率  |      |             |       |
| 3<br>施設の整備・維持管理状況 | 1 施設の整備状況  |      |             |       |
|                   | 2 施設の管理状況  |      |             |       |
|                   | 3 施設の修繕・改善状況   |      |             |       |
|                   | 4 安全対策   |      |             |       |
|                   | 5 その他  |      |             |       |
|                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・BankART Station (隣接する道路区域を含む)</li> <li>・BankART SILK</li> <li>・BankART Home</li> <li>・R16スタジオ</li> <li>・その他</li> </ul> |      |             |       |

※自己評価のチェックについて:取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価                             |             | 評価の着眼点  | 事業計画(要旨)   | 実施結果 | 事業評価   |       |  |
|---|-------------|---|--|------|--------|-------|--|
| 評価軸                                       | 自己評価(成果・課題) |   |  |      | [チェック] | 委員会評価 |  |
| 1<br>地域及び周辺施設と連携しながら、新しい横浜文化を創造し、発信していくこと | 1           | アーティスト・クリエイターの育成支援や横浜への定住・定着を促すことを主な目的とした短期滞在型アーティスト・イン・レジデンス事業   | <input type="checkbox"/> 主催事業・スタジオ事業<br><input type="checkbox"/> AIRの開催(オープンスタジオの開催)<br><input type="checkbox"/> 台北との交流AIRの実施<br><input type="checkbox"/> 出版事業   |      |        |       |  |
|   | 2           | 横浜で活動するアーティスト・クリエイターや企業・事業者・市民等と連携した街の活性化に寄与する事業  | <input type="checkbox"/> 主催事業<br>・「BankART Life VI」(川俣正氏)<br>・野老朝雄氏等の企画展の開催<br>・UNDER35の開催<br><input type="checkbox"/> スクール事業<br>(みなとみらい地区の企業との連携を含む)<br><input type="checkbox"/> カフェ・パブ・ショップ事業<br><input type="checkbox"/> 出版事業   |      |        |       |  |
|   | 3           | 本事業の成果発信及び最先端の文化芸術に市民が触れる機会の提供等を目的とした様々なプログラム   | <input type="checkbox"/> 主催事業<br>・「BankART Life VI」(川俣正氏)<br>・野老朝雄氏等の企画展の開催<br>・UNDER35の開催<br>・続・朝鮮通信使<br><input type="checkbox"/> コーディネート事業<br>・TPAM、卒展など<br><input type="checkbox"/> スクール事業<br>(みなとみらい地区の企業との連携を含む)  |      |        |       |  |
|   | 4           | 次年度以降の事業を見据えた取組、広報・情報発信   | <input type="checkbox"/> 企画と連動した広報活動・情報発信<br><input type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた広報・情報発信<br><input type="checkbox"/> 文化芸術創造都市・横浜のPRにつながる広報活動<br>・ダイレクトメール送付、メールニュース配信<br>・WEBサイト運営、ブログ運営、SNSでの情報配信<br>・プレスリリース配信およびプレス対応<br><input type="checkbox"/> カフェ・パブ・ショップ事業<br><input type="checkbox"/> 出版事業<br><input type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた周辺企業・地元との関係構築<br><input type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた国内外での事業PR、講演、レクチャー、国内外からの視察受け入れ |      |        |       |  |
| 2<br>他都市及び国際的なネットワークの構築                   | 1           | <input type="checkbox"/> 主催事業<br><input type="checkbox"/> 台北市との芸術家相互派遣プログラム<br><input type="checkbox"/> 海外との相互派遣など<br><input type="checkbox"/> 国内外の組織とのネットワーク構築 | ・続・朝鮮通信使<br>・台北市との交流事業AIR<br>・国内外での事業PR、講演、レクチャー<br>・国内外からの視察受け入れ<br>・他組織との事業協力協定書の締結  |      |        |       |  |
| 3<br>創造界隈クリエイターたちの誘致及びその経済的な構造の土俵づくり      | 1           | <input type="checkbox"/> 主催事業・スタジオ事業<br><input type="checkbox"/> 出版事業<br><input type="checkbox"/> その他   | ・AIRの開催(オープンスタジオの開催)<br>・UNDER35の開催<br>・周辺へのアーティスト誘致(シルクセンターなど)<br>・コーディネーターの養成  |      |        |       |  |

【総評】

【市の取り組むべき事項】

【総評】(令和元年度)

【総評】(平成30年度)  
 ・新しい拠点となって1年目であったが、移行期をうまく乗り越えた。新旧の街に分散して拠点を持つことになったことに対し、ソフト的な意味でのネットワークから各施設をどのように活用していくかまで、新しい可能性を含めて見えてきたことは評価できる。  
 ・Stationは横浜高速鉄道や道路局との調整の結果、よいスペースを作り上げることができた。事業についても、集客数が大きく落ちることはなかった。各拠点の特徴を生かした今後の展開に期待が持てる。  
 ・工事費・整備費等で予想外の支出があったものの、収支を合わせられたことは評価できる。

# 令和2年度 事業計画シート

拠点名:旧第一銀行横浜支店

運営期間:令和2年度

## 【基本方針（使命・理念）】

- ①多くの市民が創造都市横浜に触れ、創造都市横浜への理解・共感を高めること。
- ②地域との協働を推進し、まちの活性化に貢献すること。
- ③未来に向けた新たなアイデアを発信し、市民のクリエイティビティを高めること。
- ④自主的な財源確保及び対象施設の運営に関する財政面での自立化のため、市の認める範囲で行う収益的事業を実施すること。
- ⑤対象施設の施設及び設備の維持保全及び管理に関すること。

| I 運営／経営評価         |  | 実施結果 | 事業評価        |       |
|-------------------|--|------|-------------|-------|
| 評価軸               |  |      | 自己評価(成果・課題) | 委員会評価 |
| 1<br>施設の活動実績      | 1<br><input type="checkbox"/> 施設の理念、基本協定に沿った施設活動実績<br>・ 事業、貸館などの全体活用状況(概要、件数等)     |      |             |       |
| 2<br>利用団体<br>入館者数 | 1<br><input type="checkbox"/> 利用団体<br>・ 分野別など                                      |      |             |       |
|                   | 2<br><input type="checkbox"/> 入館者数<br>・ 月次の推移など                                    |      |             |       |
| 3<br>広報活動         | 1<br><input type="checkbox"/> 独自媒体を通じた活動の発信と効果<br>・ Web、メーリングリストなど<br>・ チラシ・ポスターなど |      |             |       |
| 4<br>運営体制         | 1<br><input type="checkbox"/> 効率的な人員配置と各事業実施主催者との役割分担                              |      |             |       |
|                   | 2<br><input type="checkbox"/> 安全管理、防災の体制   |      |             |       |
|                   | 3<br><input type="checkbox"/> 施設及び設備、備品の維持管理                                       |      |             |       |
| 5<br>活動の蓄積と展開     | 1<br><input type="checkbox"/> 活動についての記録状況  |      |             |       |
|                   | 2<br><input type="checkbox"/> 蓄積を基にした新しい取り組み                                       |      |             |       |
|                   | 3<br><input type="checkbox"/> アーティスト・クリエイター、企業・地域とのネットワーク構築状況                      |      |             |       |

※自己評価のチェックについて:取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価 |  | 実施結果  | 事業評価        |       |
|---------------|--|---|-------------|-------|
| 評価軸・評価の着眼点    | 事業計画(要旨)                                     |   | 自己評価(成果・課題) | 委員会評価 |
| 1             | 多くの市民が創造都市横浜に触れ、創造都市横浜への理解・共感を高めることに寄与しているか？ | <ul style="list-style-type: none"> <li>・デザインやパフォーマンス、建築など様々な分野のプロフェッショナルによる企画を招致し、1～2か月ごとに発信力のあるプログラムを発信。</li> <li>・トリエンナーレや他の拠点との連携事業を実施。</li> <li>・「創造都市の今後」をテーマとした交流の場づくりや、講座型プログラムを実施。</li> </ul> |             |       |
| 2             | 地域との協働を推進し、まちの活性化に貢献しているか？                   |   |             |       |
| 3             | 未来に向けた新たなアイデアを発信し、市民のクリエイティビティを高めているか？       |   |             |       |

【総評】

【市の取り組むべき事項】

# 令和2年度 事業計画シート

拠点名: THE BAYS(旧関東財務局横浜財務事務所)

運営期間: 平成28年度～令和12年度 (5年目/15年間)

## 【基本方針(使命・理念)】

- ① 関内・関外地区における創造産業の集積をさらに推進し、これを横浜経済の活性化につなげる
- ② 旧関東財務局の活用を通じて日本大通り地区の賑わい創出を図る

| I 運営/経営評価      |  | 実施結果 | 事業評価        |       |
|----------------|--|------|-------------|-------|
|                |  |      | 自己評価(成果・課題) | 委員会評価 |
| 1<br>＜施設の運営状況＞ | 1 賃料を滞りなく支払っているか？                          |      |             |       |
|                | 2 文化財の価値を損なわず、建物の歴史を生かした活用を行っているか？         |      |             |       |
|                | 3 コミュニティスペースがクリエイター・企業等の交流の場として十分利用されているか？ |      |             |       |
|                | 4 3階会議スペースがラボ会員等に十分利用されているか？               |      |             |       |
|                | 5 事業計画協定書における事業計画を基本に、事業目的に適った運営がなされているか？  |      |             |       |
| 2<br>＜広報活動＞    | 1 施設及び各事業の効果的な広報活動・情報発信が行われているか？           |      |             |       |
|                | 2 創造都市横浜のPRIにつながる工夫がなされているか？               |      |             |       |
|                |  |      |             |       |
|                |  |      |             |       |
| 3<br>＜施設の維持管理＞ | 1 施設を法令遵守して維持管理しているか？（特に文化財として）            |      |             |       |
|                | 2 施設の変更や修繕について決められた通り報告しているか？              |      |             |       |
|                | 3 利用方法の変更などについて事前に報告・相談をしているか？             |      |             |       |
|                | 4 安全対策、安全管理をしっかりとした体制で行っているか？              |      |             |       |

※自己評価のチェックについて:取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価                   |        | 事業計画(要旨)  | 実施結果  | 事業評価   |        |       |
|---------------------------------|--------|---|---|--|--------|-------|
| 評価軸                             | 評価の着眼点 |   |   | 自己評価(成果・課題)  | 【チェック】 | 委員会評価 |
| 1<br>関内外地区における創造産業の集積をさらに推進する   | 1      | スポーツ×クリエイティブというコンセプトを体現する活動、事業等を総合的に実践できたか？                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・Next Ballpark Meeting等アイデア出しのWS実施<br/>→アイデアの実現3回以上</li> <li>・アウトドアプログラムの実施</li> </ul>                   |  |        |       |
|                                 | 2      | 新たなイノベーション・創造産業の創出・集積に向けた活動が進んでいるか？(創造産業創出にかかる人材等の集積や出口の創出に向けた活動が進んでいるか？) | <ul style="list-style-type: none"> <li>・YOKOHAMA Sports Town ACCELERATORの実施<br/>→採択企業1社以上</li> </ul>  |  |        |       |
|                                 | 3      | 創造界隈のクリエイター、企業、大学、市民、行政との交流・連携が促進されているか？                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・他スポーツ他業界との連動</li> <li>・会員とのコラボイベント・WSの実施<br/>→CSL会員との共同企画実施3回以上、CSL会員同士のマッチング3回以上</li> </ul>            |  |        |       |
| 2<br>本施設の活用を通じて日本大通り地区の賑わい創出を図る | 1      | 日本大通り地区の賑わい創出に貢献しているか？  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たなブランドとのコラボ商品展開</li> <li>・THE BAYS連携イベントの実施</li> <li>・CSL会員や創造界隈クリエイターとのコラボ検討<br/>→1商品以上を実現</li> </ul> |  |        |       |
|                                 |        | 2   | 日本大通り地区の事業に参加・協力しているか？  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本大通り・中庭の活用</li> </ul> |        |       |
|                                 | 3      | スポーツ×クリエイティブという視点から、創造界隈の形成や関内外の活性化にも活動を広げているか？                           |   |  |        |       |

【総評】

【市の取り組むべき事項】

【総評】(令和元年度)

【総評】(平成30年度)

- ・創造産業の集積に対する取組みを行っており、成果が会員数の増加などの数字に表れている。
- ・新規の取組みへの投資もしながら健全経営をしている。
- ・ACYや市との協働も行っており、昨年度の課題を受け止め、それを丁寧に実施している。

【総評】(平成29年度)

- ・入口としての取組は、数多く実施しており評価できる。
- ・今後さらに、活用事業者と市の協力(及び他の拠点との連携)により、アウトプットの発信・販売戦略等を協力して練り、各取組を創造産業の創出・集積という出口につなげていく必要がある。

【総評】(平成28年度)

- ・CSLについては、事業目的に沿った、競争力の高いクリエイターや企業が初動の段階で会員となっている点が評価できる。
- ・他の拠点にはない、一般企業と創造界隈拠点をつなげる役割を担っている点が評価できる。
- ・事前の戦略的な広報等により、多数のマスコミにとりあげられ、話題づくりに貢献した。
- ・建物の歴史をうまく活かして、良いデザインの空間づくりができています。

# 令和2年度 事業計画シート

拠点名:象の鼻テラス

運営期間:令和2年度～令和6年度(1年目/5年間)

## 【基本方針(使命・理念)】

- ①創造都市横浜の推進のため、文化観光交流拠点として、質の高いアートプログラムを国内外に向けて発信する
- ②象の鼻パークとの一体的活用により、利用者の利便性や象の鼻パーク全体のブランド力向上を目指す

| I 運営/経営評価                           |   | 実施結果                                    | 事業評価        |       |
|-------------------------------------|---|---|-------------|-------|
| 評価軸                                 |   |   | 自己評価(成果・課題) | 委員会評価 |
| 1<br>無料休憩スペース/<br>観光インフォメーション運<br>営 | 1 | 無料休憩スペースを年中無休で運営                        |             |       |
|                                     | 2 | 観光インフォメーションの実施                          |             |       |
|                                     | 3 | 日常的に質の高いアート作品・映像作品を館内に展示                |             |       |
|                                     | 4 | 利用者の利便性向上への取組                           |             |       |
|                                     | 5 | 誰でも入りやすい空間づくり                           |             |       |
|                                     | 6 | 営業時間の工夫(休祝前日の時間延長)                      |             |       |
| 2<br>運営体制                           | 1 | スタッフの配置状況(役割・人数)、勤務体制                   |             |       |
|                                     | 2 | 緊急時の体制                                  |             |       |
|                                     | 3 | スタッフのスキルアップ、モチベーションアップ、ワークライフバランスのための取組 |             |       |
|                                     |   |   |             |       |
| 3<br>施設の維持管理                        | 1 | 施設の維持管理状況                               |             |       |
|                                     | 2 | 施設の小規模修繕・改善状況                           |             |       |
|                                     | 3 | 安全対策、安全管理体制                             |             |       |
|                                     |   |   |             |       |

※自己評価のチェックについて:取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価 |                         | 事業計画(要旨)   |   | 実施結果 |  | 事業評価        |        |       |
|---------------|-------------------------|--|---|------|--|-------------|--------|-------|
| 評価軸           | 評価の着眼点                  |  |   |      |  | 自己評価(成果・課題) | 【チェック】 | 委員会評価 |
| 1             | 文化芸術事業                  |  |   |      |  |             |        |       |
|               | 1                       | 質の高いアートプログラムを国内外に向けて発信する事業<br>□新規性・独自性の高い活動並びに象の鼻地区の特性を生かした国際性の高い事業の展開<br>□多様なアーティスト、クリエイターへの活動の場の提供<br>□多様な文化芸術活動主体との連携 | ・PORT JOURNEYS:<br>ディレクターズミーティングを横浜で開催、<br>「We Trees!」フェスティバルを実施  |      |  |             |        |       |
|               | 2                       | まちづくり、賑わいづくりに資する事業<br>□象の鼻パークとの一体的活用<br>□都市文化観光への寄与<br>□都心臨海部の立地環境、歴史性を意識した企画・活動   | ・ゾウノハナ・バレエ・プロジェクト:<br>若手ダンサーの育成と定期的な成果発表、<br>地元のパレエ団旗揚げに向けた推進体制づくり  |      |  |             |        |       |
|               | 3                       | 市民にとってより身近で開かれた事業<br>□市民参加プログラム、教育プログラムの充実<br>□市内教育機関、文化施設等との連携<br>□ガイドボランティアの自立性強化                                      | ・フューチャースケープ プロジェクト:<br>フェスティバル開催<br>・ZOU-SUN MARCHE:<br>企画性・国際性を高めたマルシェを開催<br>・SNACK ZOU-NO-HANA:<br>文化芸術に触れる機会・市民の活発な交流の場を創出<br>・Atelier ZOU-NO-HANA:<br>KO-ZOU CLUBの登録者数と活躍の場を拡大<br>KO-ZOU CLUBメンバーが象の鼻テラスの活動に係る企画を立上<br>・ETB(エレファント・トラベル・ビューロー):<br>象の鼻ならではのアートツーリズムを追求<br>・ダンス縁日:<br>クオリティ向上に向けた検討(参加団体の審査など)<br>世界交流・食とのコラボレーション |      |  |             |        |       |
|               | 4                       | □横浜市主催事業、横浜市の政策に沿った事業、創造界隈拠点と連携した事業等への開催場所提供   | ・スローレーベル/ヨコハマ・パラトリエナーレ<br>・その他協力事業  |      |  |             |        |       |
| 2             | 文化芸術事業                  |  |   |      |  |             |        |       |
|               | 1                       | □カフェからの積極的な文化発信  | ・オリジナルイベントの開催<br>・文化芸術事業との連動  |      |  |             |        |       |
| 2             | 広報活動により施設及び事業の効果的な周知を行う | □象の鼻テラス及び各事業の効果的な広報活動・情報発信<br>□創造都市横浜のPRにつながる広報活動・情報発信<br>□出版物、映像資料等の作成、発行<br>□海外を意識した情報発信(バイリンガル対応)                     | <施設広報計画><br>・公式WEBサイトへのコラムページ新規開設<br>・SNSと公式WEBサイトにおける情報発信<br>・メールニュースを国内外に発信<br>・日英バイリンガル化の徹底<br><事業広報計画><br>・事業趣旨に合わせた手法を活用、バイリンガル化<br>・オウンドメディアを活用した発信<br>・アーカイブの作成  |      |  |             |        |       |

【総評】

【市の取り組むべき事項】

【総評】(令和元年度)

【総評】(平成30年度)

・港にあることの特質や市民への開放性など、象の鼻テラスらしさのある企画が行われている。  
・10年という時間をかけて象の鼻テラスというブランドが確立されている。ここにしかない、かつ、市民に開かれた空間が、市民からの提案という形で実現する可能性があることが、他の拠点と違う特徴であり成果である。  
・分科会で出た課題についてはきちんと改善・向上するよう努力されており、少ない人数でしっかり運営していることは評価できる。

【総評】(平成29年度)

・無料休憩所の運営と文化観光交流拠点の運営の両立という難しいミッションのもと、総合的に質、量ともにレベルの高いプログラムを実施している。  
・事業者の努力により、運営における人員体制は改善されてきている。  
・フューチャースケーププロジェクトは、これからの象の鼻テラスにとって重要なプロジェクトなので、市とワコールとの両輪で進めてほしい。市民との話し合いもキックオフイベントの1回だけでなく、続けていけるとよい。また、その成果も公開するなどして、なるべく多くの市民と共有できると良い。

【総評】(平成28年度)

・例年、施設の規模や人員以上の、質、量ともに高いプログラムを実施してきている。  
・これまでの8年間の事業の積み上げが、象の鼻ブランドとして市民の間に定着している。  
・年度ごとの目標を設定し、その中で課題の解決に向けて動くというマネジメントサイクルが構築されている。  
・国内外の文化芸術関係者にも取組の中身がこれまで以上にリーチするよう発信方法を工夫するとともに、既存プログラムのアーカイブをもっと有効活用できると良い。



# 令和元年度 事業評価シート

拠点名: 初黄・日ノ出町文化芸術拠点

運営期間: 平成31年度～令和3年度 (1年目/3年間)

## 【基本方針(使命・理念)】

- ◆安心・安全のまちづくりを最優先に位置づけ、以下の理念を基に文化芸術によるまちづくりを行う
- ①文化芸術の力で新しい価値観を生み出し、地区の活性化
- ②NPO法人を中心に、地域、企業、行政、警察、ボランティア等を巻き込んだ新しいスタイルの事業運営
- ③産業の振興や暮らしやすいまちづくりへの持続的な展開

| I 運営/経営評価   |  | 実施結果  | 事業評価   |  |
|-------------|--|---|--|--|
| 評価軸         |  |   | 自己評価(成果・課題)  | 委員会評価  |
| 1 全体事業収支    | 1 全体事業収支   | [経常収益計] 119,372,898円<br>[経常費用計] 117,616,144円<br>[(税引後)当期正味財産増減額] 1,190,854円   | 事業ごとの収支管理を徹底し、当期決算は黒字を確保できた。支援者獲得へ向けた寄付キャンペーンやネットショップ(2020年5月オープン)の準備など補助金以外の収入増に向けて、今後も力を入れていく。                     | 短期レジデンスの集客など、これまでうまくいっていた事業も、コロナの影響で状況が大きく変わっていくことが想定される。市からの補てんだけでなく、国やその他のあらゆる助成を受けて経営を継続していくことが求められる。               |
| 2 事業収入      | 2 <input type="checkbox"/> 黄金町バザール(チケット収入等)<br><input type="checkbox"/> 黄金町芸術学校(受講料)<br><input type="checkbox"/> 高架下スタジオ利用料<br><input type="checkbox"/> その他物件家賃収入<br><input type="checkbox"/> ギャラリー等販売手数料<br><input type="checkbox"/> 視察受け入れ<br><input type="checkbox"/> その他 | [黄金町バザールチケット販売収益] 2,013,680円(カフェ飲食含む)<br>[黄金町芸術学校受講料収益] 129,780円<br>[高架下スタジオ利用料] 1,991,980円<br>[その他物件家賃収益] 23,890,086円<br>[ギャラリー等販売手数料] 339,262円<br>[視察料金] 125,400円 | 新たな事業者進出による街の活性化に伴い、イベント収入や物販収入は安定してきている。作品販売やコミッションワークの受注など、今後はアートの専門性を活かした収入増を目指したい。                               | 行政からの補助金がメインとなっている経営基盤の見直しについては、寄付金を集めるなど、工夫ができています。引き続き課題意識を持ち、財政的な自立を模索してほしい。<br>収支予算決算について、詳細で明快な項目をたて、実行する必要があります。 |
| 2 施設の維持管理状況 | 1 管理施設数<br>2 施設の利用状況<br>3 施設の改修状況<br>4 安全対策  | [管理施設数] 113戸<br>[施設の利用状況]<br>貸出施設/展示施設/自営店舗/事務所利用/入居者シェア施設/倉庫利用/未整備/利用不可<br>[施設の改修状況]<br>スタジオへの改修4軒/レジデンススペースへの改修2軒   | 横浜市による施設借上開始から10年余が経過し、多くの建物で外構や設備の劣化が進んでおり、対策が急務である。利用状況については、近年海外からの短期レジデンスの希望が増えており、スタジオ+レジデンススペースを標準として整備を進めていく。 |  |

| II 創造性/政策達成評価        |  | 事業計画(要旨)  | 評価の着眼点  | 実施結果   | 事業評価  |       |
|----------------------|--|---|---|--|---|-------|
| 評価軸                  |  |   |   |  | 自己評価(成果・課題)   | 委員会評価 |
| 1 文化芸術の力で新しい価値観を生み出す | 1 AIR事業<br>長期・短期レジデンス/共用施設の運用/成果展/中間面談/アーティストミーティング/作品展示・販売協力/広報協力               | <目標>入居者数75組、施設整備数10軒<br><プログラム>の効果、アーティスト支援の内容<br>[新規取組の効果]ライブラリー整備/入居者随時募集/リサーチ受入/全体プログラム整備/定住化支援/HP刷新 | [長期レジデンスアーティスト数] 50組54名<br>[短期レジデンスアーティスト数] 13組16名<br>[施設整備数] 8軒  | [AIR]<br>随時募集に切り替えたことにより、利用者数が増え、施設の稼働率は上がった。収益面での改善にはなったが、受入準備や手続きの煩雑さがあり、今後改善を図る必要がある。また、アーティスト同士の交流、事務局や地域との関係づくりにおいては、より一層の努力が必要であると感じている。 | 個々の事業については、十分評価できる。3月以降の事業は中止しているが、同年よくやっているの、存在感が薄れることなく終わられている点は評価できる。レジデンスは、日常の表現を支えるものと、バザールなどイベント系のものとバランスよく実施できている。 |       |
|                      | 2 国際交流事業<br>レジデンス交換プログラム/交換展示/東アジア文化都市交流(中国泉州市・韓国光州市)/海外アートシーン紹介                 | <目標>予定団体5団体<br>[新規取組の効果]新たなアートスペースとの交流/海外アートシーン紹介   | [交流団体/プロジェクト]<br>LUXERLAKES A4 Art Museum(中国・成都)/Bamboo Curtain Studio(台湾・台北)/馬祖島上好プロジェクト(台湾・馬祖)/Space Ppong(韓国・光州)/Clear Mind(韓国・ソウル)/Mamma Project(韓国・世宗)/バスク自治政府ビスカヤ県(スペイン・バスク)  | [国際交流事業]<br>これまで交流があった団体以外にも、スペインバスク自治政府など新しい地域との関係が始まった年であった。黄金町AIRのこれまでの実績が評価されたと考える。  | 国際交流について、受け入れたアーティストに対する環境作りは十分にできている。派遣したアーティストのフォローアップをもう少しできると、多面的な動きができると思う。  |       |
|                      | 3 黄金町バザール2019<br>公募・推薦によって選考された国内外のアーティストによる作品展示<br>会期:2019年9月20日～11月4日 入場料:700円 | <目標>来場者数15,000人<br><アーティスト、作品、展覧会構成><br>[新規取組の効果]周辺施設・魅力づくり室事業との連携/作品販売                                 | [会期] 2019年9月20日～11月4日(39日間)※台風のため、定休日以外に1日休場した。<br>[来場者数] 17,184人<br>[参加アーティスト数] 23組<br>[関連イベント] のきさきアートフェア、パンとコーヒーマルシェ、大岡川ひかりの川辺など   | [黄金町バザール2019]<br>エリア外の会場を設けるなどアニュアル展覧会として変化の工夫を試み、観客動員、チケット収入とも目標数を達成した。テーマの伝達、関連イベントとの連携、台風対策などが課題である。  | 海外とのネットワークの蓄積について、今の状況で交流が途切れてしまうことが懸念される。オンライン等に向けて積極的な展開をするのも一つの手であり、資産としての海外のつながりを無駄にしない工夫が求められる。                      |       |
|                      | 4 展覧会イベント企画  | <目標>企画展3企画、イベント12企画<br><日常的にアートに触れる機会の創出><br>[新規取組の効果]長期アーティストの個展、ライブラリー企画                              | [主催企画]<br>K-Library開室/Re:open body展/チェ・ミンギョンプロジェクト展示/CSLAB×MELLOWゼミ 2019年度成果発表展/Director's selection#1 キム・ガウン個展/Director's selection#2 メリノ個展/Director's selection#3 ごとうなみ個展/第4回初詣でる展/NOddiIN 4th exhibiton/町に残るアートとコロナリズムの跡リサーチ報告展示 | [展覧会イベント企画]<br>年間を通してギャラリーが閉じている期間を少なくすることを目標に、多くの企画展を発表した。黄金町のアーティストを紹介するシリーズ「Director's selection」は今後も継続予定である。                               |   |       |
|                      | 5 made in Koganecho<br>ブランディング事業/パブリックアート企画制作                                    | <目標>ブランディング方針、適用条件等の明確化<br>[新規取組の効果]入居者の作品、イベントのブランディング/広報メディアの整理、販促用品等整備                               | [実施内容]<br>・黄金町アートブックバザール、gallery made in Koganechoでのグッズ・作品販売  | [made in Koganecho]<br>アーティストのグッズ集積は進んでおり、今後は作品の取り扱いを充実させ、ギャラリー運営を行う予定である。<br>[黄金町芸術学校]<br>実技講座を中心に、受講生が定着してきている。少人                            |   |       |

|                                      |   |   |  |   |  |
|--------------------------------------|---|---|--|---|--|
|                                      | 6 | 黄金町芸術学校<br>実技講座/専門講座/ワークショップ                                      | <目標>講座数10講座、受講者数100人<br>・講座数、受講者数の拡充   | [講座開催回数] 90回<br>[延べ参加人数] 266名<br>[講座例]<br>陶芸/編み物/ドローイング/似顔絵/美術講義  | 数制の丁寧な講義に定評があり、今後も講座の拡充を図る。  |
| 2<br>地域、企業、大学、警察、行政、ボランティア等と連携した事業運営 | 1 | のきさきアートフェア  | <目標>来場者数1,000人/回、出店者数10組/回、連携団体数3団体<br>・地域団体、周辺施設との連携、PRの強化  | [来場者数] 延べ41,719名(5日間)<br>[出店者数] 延べ59組(4日間)<br>[連携団体]<br>初黄日商店会/横浜国立大学鈴木ゼミ/Tinys Yokohama Hinodecho/水辺荘/日本おはじきサッカー協会 | [のきさき]<br>秋の台風や春先の感染症流行により、予定していた回数を実施できなかったが、動員数は過去最高記録であった。この動員をアートイベント参加へとつなげる工夫が必要だと考えている。<br>[協議会、地域活動支援]<br>街づくり協議会の事務局運営を始め、地域の活動やイベントに積極的に参加した。新しいプレイヤーを地域にどう繋ぐかということ、二つの町内会の橋渡しが課題である。<br>[京浜急行との連携]<br>京急と連携して、高架下スタジオのソフト開発を行い、日ノ出スタジオにロースターカフェ、黄金スタジオにシェアキッチンスペースが完成した。経済的な活動を文化活動の発展にどうつなげるかを考えていきたい。<br>[ボランティア連携]<br>バザールサポーターは登録者数は増加したが、主だった活動提供ができず、プログラム整理が継続の課題である。横浜トリエンナーレサポーターは今年度で業務受託を終了した。 |
|                                      | 2 | 初黄・日ノ出町環境浄化推進協議会事務局運営<br>定例会運営/まちのルールづくり/防犯パトロール/Kogane-X Lab活動支援 | <目標>会議出席者50名/回<br>・町内会との関係再構築  | [出席者数] 延べ305名(9回実施)   |  |
|                                      | 3 | 地域活動支援<br>大岡川桜まつり、大岡川水上劇場、運河パレード等の地域イベント支援/黄金町BASE支援/東小放課後キッズとの連携 | <目標>活動周知、参加者数向上<br>・地域イベントの支援や連携、PRの強化   | [実施内容]<br>・大岡川桜まつり参加<br>・地域イベント支援(運河チャレンジ、町内会行事)<br>・黄金町BASE支援<br>・東小学校連携   |  |
|                                      | 4 | 京浜急行との連携<br>①エリアマネジメント検討<br>②日ノ出スタジオ運用                            | ①<目標>未整備高架下の活用検討<br>・具体案の提案、高架下他事業者との連携<br>②<目標>プロモーション拠点としての運用<br>[新規取組の効果]イベント時と連動したギャラリー・カフェのオープン/客を意識したレイアウト工夫 | [実施内容]<br>・日ノ出スタジオ、黄金スタジオのリニューアルオープン<br>・Tinys Yokohama Hinodechoとの連携   |  |
|                                      | 5 | ボランティア等との連携<br>①バザールサポーター<br>②横浜トリエンナーレサポーター事務局運営                 | ①<目標>実働人数増加<br>[新規取組の効果]運営システムの再整備<br>②<目標>実働人数増加<br>・2020年に向けた取組の実施   | [バザールサポーター登録者数] 314名(2020年3月末時点)<br>[横浜トリエンナーレサポーター登録者数] 1,632名(2020年3月末時点)   |  |
| 3<br>産業の振興や暮らしやすいまちづくりへの持続的な展開       | 1 | 施設貸出(1day~)<br>レンタルスペース(e.g.黄金スタジオカフェ)                            | <目標>PR強化、回転率増<br>[新規取組の効果]時間貸プラットフォームの活用、運用スキームの構築   | [短期貸出件数] 44件  | [施設貸出]<br>積極的な広報が間に合わず、貸出件数は奮わなかった。短期貸出は清掃や準備の手間がかかるため、経費との兼ね合いを踏まえ、スキームを整理していきたい。<br>[エリアマネジメント]<br>新しい事業者の進出により、NPOの役割は少しずつ変わってきているが、狭小ワンルームマンションの乱立やゴミ問題など依然として課題が残っている。また、感染症流行による経済的打撃は大きく、地域店舗や地域住民が一体となって対策を考えることが急務である。  |
|                                      | 2 | エリアマネジメント検討<br>関係者との継続的な協議/マスタープランの提案                             | <目標>関係者との協議継続<br>[新規取組の効果]中長期マスタープランの提案、エリア全体のサイン計画見直し、未整備高架下の活用検討   | [実施内容]<br>・勉強会実施  |  |
|                                      | 3 | 初黄・日ノ出町環境浄化推進協議会事務局運営   | <目標>会議出席者50名/回   | [出席者数] 延べ305名(9回実施)   |  |
|                                      | 4 | 初黄日商店会事務局運営   | <目標>まちゼミ実施、はつこひ市場開催<br>・インバウンド向け企画検討   | [実施内容]<br>・はつこひ市場、パンとコーヒーマルシェ開催   |  |
| 4<br>地域再生のモデル地区として全国に発信              | 1 | 地域内外へ向けた情報発信、メルマガジン、SNSでの情報発信                                     | <目標>HPアクセス数、メルマガジン登録者数、SNSフォロワー数増加   | [HPアクセス数] 84,563ユーザー<br>[メルマガジン登録者数] 1,819件<br>[SNSフォロワー数] Facebook 4,855件/Twitter 4,446件/Instagram 1,141件          | [広報・視察]<br>SNSなどの登録者数や取材・視察件数は増えており、黄金町エリアへの注目度は高まっているが、効果的な広報発信ができていないというのが課題である。<br>[賛助会員・支援者]<br>会員増には至っていないが、新たな支援者獲得に向けて、寄付キャンペーンを行った。  |
|                                      | 2 | 視察受け入れ(有料)  | <目標>視察受入数増加<br>・販売資料の増加  | [視察・ヒアリング対応実績] 41件  |  |
|                                      | 3 | 賛助会員制度  | <目標>賛助会員数増加<br>・募集方法の工夫<br>・広報誌発行  | [実施内容]<br>・バザールフレンズ(小口の事業寄付)、年末寄付などのキャンペーンの実施   | 公共空間の規制緩和の流れにうまくのり、川を活用するなど、作ってきた空間や環境をより魅力的なものとし、活用・発信する動きが出るという。<br>取組の実績をデータベース化し、効果検証をする必要がある。<br>黄金町の取組は世界的にみてもモデルケースになり得るので、しっかりと取組をアーカイブして発信すること、次の取組に生かしていくことが求められる。   |

**【総評】**  
 ・これまでの着実な事業の実施により生み出した成果は高く評価できる。地元企業等との連携については、さらなる発展が期待できる。今後は、周辺地域との連携も意識し、パートナーを広げていけると良い。  
 ・アーティストインレジデンス事業は、日常の表現を支えるものと、バザールなどイベント系のものとバランスよく実施できており、黄金町の特色を出せている。これまで培った海外とのネットワークを途切れさせることのないよう、オンライン等への展開など、柔軟な対応が望まれる。

**【市の取り組むべき事項】**  
 ・当地区の今後の方向性について、部署を横断した議論が求められる。  
 ・当地区の取組をきちんと発信し、市民の理解を深めることが求められる。

**【総評】(平成30年度)**  
 ・これまで10年以上、着実に取組を継続してきたことで、収益面以外の成果(文化の耕し)が出ている。  
 ・レジデンスアーティストの海外での展示機会が増えているほか、卒業時には周辺物件を紹介する等、積極的な一貫した支援ができています。実際に周辺に残るアーティストが増加傾向にあることは高く評価できる。  
 ・多岐に渡る業務をこなしているが、マンパワーに見合った事業計画か、成果が出ているか、収支のバランスがとれているか、事業ごとに適宜振り返り、改善・整理していけると良い。

**【総評】(平成29年度)**  
 ・Tinysの開設は、NPOのこれまでの取組実績によるところが大きい。これによりスタッフの意識や組織力が向上していることが伺える。今後は本実績についての効果的なPR等により、民間投資をさらに誘導していけると良い。  
 ・屋外、特に川沿いの作品展示やアートクルーズは、市民の関心を集める良い事業であり評価できる。  
 ・アーティストの出口(育成・ステップアップ)について戦略を持ってプロモーション活動を行うことが望まれる。

**【総評】(平成28年度)**  
 ・地元や行政と連携しながら順調に事業を実施している。  
 ・アーティスト・クリエイターの適性・実力を見極め、プロへの道しるべを示す役割も望まれる。  
 ・運営者側に従業員の負担が大きいという課題認識があることから、事業の時間対効果、費用対効果を検証し、改善に向けた取組を検討していくことが必要。  
 ・まちが「ふつう」になると、刺激を求めるアーティストにとって魅力が落ちるという側面がある。これまでの成果をもとに、アーティストにとっての魅力は何か検証し、事業に生かすことが望ましい。

# 令和元年度 事業評価シート

拠点名: 急な坂スタジオ

運営期間: 平成29年度～令和3年度 (3年目/5年間)

## 【基本方針(使命・理念)】

- ①【横浜発】を、広く国内外に輩出する【創造・創作活動のためのプラットフォーム】
- ②次代を担う若いアーティストたちにとって【使いたいと思う稽古場】
- ③すべての利用者にとって【快適・安全で使いやすい・借りやすい稽古場運営】
- ④市民や将来の観客にとって、舞台芸術を身近に感じるきっかけとなる【体験型プログラム】
- ⑤安定した稼働率・利用料収入の維持によるバランスの良い経営

| I 運営/経営評価              |   | 実施結果  | 事業評価  |   |  |
|------------------------|---|---|---|---|--|
| 評価軸                    |   |   | 自己評価(成果・課題)   | 委員会評価   |  |
| 1<br>施設における活動実績        | 1 | 施設の運営理念に沿った、貸館事業の実施と水準  | <p>・稼働率は安定しており、利用の少ないタイミングで長期休館日を設定しているため、長期利用に影響無く運営できている。</p> <p>・BATIK100会やTPAMフリンジなど、年間を通して稽古場利用以外の来場者数が増加した。(年間約1,000人)</p>  | <p>安心して使用できるスタジオとして、利用者からは一定の評価を得ている。スタジオを鑑賞場所とした企画を年間を通して実施したことで、利用者同士の交流がより盛んになった。コロナの影響もあり、子供向けのワークショップの実施が出来なかった。</p>   | <p>BATIK等の企画により、稽古場利用者以外の来館者が増加したことは評価できる。</p> <p>公開文通など、この状況下でできることを探して実施できている。</p>   |
|                        | 2 | 貸館事業の利用団体数、スタジオの稼働率   |   |   |  |
|                        | 3 | 自主事業、コーディネート事業等の実績と参加者数   |   |   |  |
|                        | 3 | 地域・市民に開かれた場所とするためのクリエイティブ・チルドレンに資する活動の実施状況  |   |   |  |
| 2<br>広報・情報発信           | 1 | <p>&lt;広報・情報発信の基本戦略&gt;</p> <p><input type="checkbox"/>メディアを通じた活動成果の発信・積極的な情報提供</p> <p><input type="checkbox"/>施設のHPの整備状況、バイリンガル表記等</p> <p><input type="checkbox"/>メールニュースの配信、その他新たな双方向メディアの活用</p> <p><input type="checkbox"/>ターゲットを絞った効果的な情報発信</p>   | <p>・綾門優季の「余計なお世話です」(2018年11月からサイトにて連載)</p> <p>更新の度にSNSを通じて拡散。様々なメディアで言及されることが増えている。</p> <p>・坂あがり相談室plus「フランケンのサマーキャンプ」企画に連動する形でアンケートの実施や、Twitterでの写真投稿を多く行った。広範囲に情報を届けることで、企画そのものへの関心だけでなく、新しい参加の仕方など考える機会になった。</p> <p>・せんがわ劇場演劇コンクール、横浜ダンスコレクションの審査員</p> <p>様々な地域への「急な坂スタジオ」の名前の露出が増えた。</p> <p>・「となり街の知らない踊り子」NY公演:前パブ13件、レビュー7件</p> | <p>急な坂スタジオそのものは、なかなか取材の対象とはならないが、当館での稽古中に取材を受けているケースは多い。</p> <p>ウェブでの連載企画が読み物として定着しており、サイト訪問者数は多く無いが、ページ滞在時間が長く、きちんと読まれている感じを受けた。Twitterに関してもフォロワー数が多くは無いものの、写真などの拡散力は大きい。</p> <p>NY公演の実施や、TPAMフリンジの会場となったことで、英語ページへのアクセスも増えた。</p>                                | <p>LED化、スタジオ4のリオリウム貼り換えなど、施設管理の面でも、利用者目線で実施できている。</p> <p>収支について、芸術家の発掘、育成に関する事業費が大項目としてあるが、その枠の中で実施しているそれぞれの事業ごとに予算、決算を出せるといい。</p> <p>事業費と人件費のバランスをとって運営できている。</p> |
|                        | 2 | <p>&lt;広報活動への反響・効果&gt;</p> <p><input type="checkbox"/>新聞等の取材申込状況・掲載状況</p> <p><input type="checkbox"/>国内外での専門誌等の掲載状況</p> <p><input type="checkbox"/>広報ツールの効果・反響</p>  |   |   |  |
|                        | 3 | <p>&lt;広報活動のアーカイブ&gt;</p> <p><input type="checkbox"/>事業報告書(アニュアルレポート)の作成</p> <p><input type="checkbox"/>出版物、映像資料、アーカイブなど</p> <p><input type="checkbox"/>人的ネットワーク構築の効果</p>   |   |   |  |
| 3<br>施設の維持管理状況         | 1 | 施設の管理状況   | <p>・スタジオ、ラウンジのLED化</p> <p>・スタジオ4のリオリウムを新調</p> <p>・定期的なスタッフミーティングと、備品のメンテナンス</p> <p>・植栽の手入れ</p>  | <p>スタジオ内の見回りを徹底し、安全に使用できるよう努めている。</p> <p>(現在使用されていない隣接施設の植栽や、雑草がそろそろ心配です。)</p>  |  |
|                        | 2 | 施設の修繕・改善状況  |   |   |  |
|                        | 3 | 安全対策・危機管理体制   |   |   |  |
| 4<br>運営体制・労務管理         | 1 | 常勤スタッフ数と役割分担(職能)・勤務体制   | <p>・館長(1名)、職員(2名)、契約(1名)、アルバイト(10名)</p> <p>・定期的に交流会を実施、事業にスタッフ・キャストとして参加</p>  | <p>勤務体制に大きな変化はない。経理業務の負担が大きくなっている。(国内外含めた出張が難しい)</p>  |  |
|                        | 2 | スキルアップ・モチベーションアップのための取組状況   |   |   |  |
| 5<br>年間総事業費について(収入・支出) | 1 | <p>年間総支出に占める管理運営費、人件費の割合(常勤スタッフの報酬と待遇等)</p> <p>【参考:最低賃金・統計データ】</p> <p>・神奈川県最低賃金:983円/1時間※平成30年10月1日改正</p> <p>・民間給与実態調査(29年分調査)</p> <p>業種別及び年齢階層別の給与額(1年を通じて勤務)</p> <p>学術研究、専門・技術サービス業、教育、学習支援業</p> <p>25～29歳:3,717千円、30～34歳:4,481千円、35～39歳:5,021千円、40～44歳:5,241千円、45～49歳:6,253千円</p> <p>【参考:横浜市の類似施設(28年度決算ベース)】</p> <p>・長浜ホール(9人):21,366千円</p> <p>・久良岐能舞台(7人):16,375千円</p> | <p>・人件費</p> <p>館長・職員・契約:11,373,360円</p> <p>館長:管理責任、事業の企画制作、広報、経理</p> <p>職員1:食堂の管理運営、週休2日、10時から19時</p> <p>職員2:事業アシスタント、工事対応、シフト制(月18日、10時から17時)</p> <p>アルバイト:4,201,088円(1,050円～、交通費全額支給)</p> <p>・年間利用料収入の割合</p> <p>目標とする30%には届いていない。2020年度に値上げ、および開館時間の短縮を実施。</p>  | <p>職員2名は、前年度より昇給。アルバイト給与は増税のタイミングで一律50円アップした。</p> <p>給与水準を上げたいのはもちろんだが、なかなか難しい。</p> <p>今年度単年ではマイナス決算になっているが、全体としては経営状況に問題はない。</p> <p>初の試みとしてBATIK100会を実施したために想定よりも事業費がかかってしまったが、スタジオの新しい使い方の可能性を探れた。</p> <p>またTPAM期間中や3月に関しては通常のシフトではなく、アルバイトスタッフに多く勤務してもらった。</p> |  |
|                        | 2 | 施設の管理運営に係る費用(管理運営費、人件費で事業に係る経費を除いたもの。)に対する年間利用料金収入の割合   |   |   |  |
|                        | 3 | 収入の内訳等の状況(市補助金、助成金、協賛金、事業収入等)   |   |   |  |

| Ⅱ 創造性／政策達成評価                                   |  | 事業計画(要旨)   |  | 実施結果  |   | 事業評価   |   |
|--|--|--|--|---|---|--|---|
| 評価軸  |  | 評価の着眼点   |  | 実施結果  |   | 自己評価(成果・課題)  |   |
|  |  |  |  |   |   | 委員会評価  |   |
| 1<br>【横浜発】を、広く国内外に輩出する【創造・創作活動のためのプラットフォーム】    | 1  | 「横浜発」を意識した、発信力のある創造的活動を展開しているか   | 施設の運営理念に沿った、多様な自主事業の実施状況   | 1)綾門優季の「余計なお世話です」サイトでの不定期劇評連載。3回連載後、往復書簡に切り替えて更新継続。<br>2)BATIK100会スタジオ内でのレパトリー公演。4,6,7,8,11,12月に実施。動員数:300名<br>3)おしゃべりな食堂(発表+トーク+軽食のイベント)・岩澤哲野のメーテルリンクに悩む会<br>4、8、12月に実施。参加者総数:30人<br>・福原冠の場合、あるいは俳優たちの夜。<br>12月21日 動員数:30名<br>4)キュー「景観の邪魔」ワークインプログレス<br>5)坂あがり相談室plus「フランケンズのサマーキャンプ」9月25日から28日、小豆島にて実施。<br>6)F/T19「Changesシーズン2」(F/Tからの制作委託)相談室plusとも連動する形で小豆島でも撮影。<br>7)「となり街の知らない踊り子」NY公演<br>2020年1月10日～14日(4ステ) 動員数:610名 | 1)はあいちトリエンナーレやハラスメント問題についても取り上げ、多くの注目を集めた。新型コロナの影響で公演自粛が続く中、こういった企画を止めないために、綾門と加藤の往復書簡という形に切り替えて継続している。多くの方から「楽しみにしている」との声をいただいた。<br>2)や3)、TPAMフリンジの会場として使用するなど、稽古以外での来館者が多い一年だった。2)では、同じ演目を複数キャストで上演したり、観客をダンス・演劇を学ぶ学生に限定する回を設けたりと、劇場公演では出来ないことに挑戦することが出来た。<br>3)には、「演劇を見たことはないが、気になって」と近隣住民の方の参加や、小さなお子様連れも多く見られた。<br>5)では小豆島で公演を目的としない稽古・地元の方向けの過去の作品の上映会を実施。また育休中のメンバーも子供同伴で参加。事前のアンケート含め、創作活動を続けることと、生活することについて、これまで以上に考えることになった。そして、そのテーマは6)においても重要なこととなった。<br><br>現在の状況を鑑みても、これまでブラックボックスになっていた稽古や創作の場のあり方を考え直す時期に来ていると痛感している。 | BATIKは、稽古場ならではの企画であり、重要な成果となった。運営する中で生じた課題にも、柔軟に対応できている。<br><br>若手育成に意欲的に継続して取り組んでおり、実績も上がっている。<br><br>各企画の詳細、各回参加人数や写真等を資料としてまとめる必要がある。 |   |
|  |  |  | オリジナルなものの創作、「横浜発」にこだわった創作  |   |   |  |   |
|  |  |  | 企画から制作までアーティストと連携しながら作品を創作   |   |   |  |   |
|  |  |  | ヨコハマ・トリエンナーレ等時機をとらえた各種の催事との連携  |   |   |  |   |
| 2<br>次代を担う若いアーティストたちにとって、【使いたいと思う稽古場】          | 1  | 新たな可能性を持つ人材を発掘、育成しているか   | 都市空間・立地環境を意識した活動・創作  | 若手のプロを育成するスクール・セミナー等の開催<br>レジデントの選定における若手育成の視点の重視<br>アートマネジメントを担う人材の育成<br>アーティスト・イン・レジデンスの実施<br><br>アーティストフィールドワークの支援   | 若手のプロを育成するスクール・セミナー等の開催<br>レジデントの選定における若手育成の視点の重視<br>アートマネジメントを担う人材の育成<br>アーティスト・イン・レジデンスの実施<br><br>アーティストフィールドワークの支援   | 若手のプロを育成するスクール・セミナー等の開催<br>レジデントの選定における若手育成の視点の重視<br>アートマネジメントを担う人材の育成<br>アーティスト・イン・レジデンスの実施<br><br>アーティストフィールドワークの支援                    | 若手のプロを育成するスクール・セミナー等の開催<br>レジデントの選定における若手育成の視点の重視<br>アートマネジメントを担う人材の育成<br>アーティスト・イン・レジデンスの実施<br><br>アーティストフィールドワークの支援 |
|  |  |  | 横浜在住のアーティストとの連携  |   |   |  |   |
|  |  |  | 若手のプロを育成するスクール・セミナー等の開催  |   |   |  |   |
|  |  |  | レジデントの選定における若手育成の視点の重視   |   |   |  |   |
| 3<br>すべての利用者にとって【快適・安全で使いやすい・借りやすい稽古場運営】       | 1  | すべての利用者にとって快適・安全で使いやすい・借りやすい稽古場運営を行っているか   | 稽古場の見回りや整備・清掃を適正に行っているか  | ・開館中および、開閉館前の見回りの徹底<br>・共有スペースの定期清掃<br>・スタッフ構成(俳優、制作者、テクニカルスタッフ)<br>・定期的なスタッフマニュアルの見直し・更新<br>・メールリストでの情報共有の徹底   | ・開館中および、開閉館前の見回りの徹底<br>・共有スペースの定期清掃<br>・スタッフ構成(俳優、制作者、テクニカルスタッフ)<br>・定期的なスタッフマニュアルの見直し・更新<br>・メールリストでの情報共有の徹底   | ・開館中および、開閉館前の見回りの徹底<br>・共有スペースの定期清掃<br>・スタッフ構成(俳優、制作者、テクニカルスタッフ)<br>・定期的なスタッフマニュアルの見直し・更新<br>・メールリストでの情報共有の徹底                            | ・開館中および、開閉館前の見回りの徹底<br>・共有スペースの定期清掃<br>・スタッフ構成(俳優、制作者、テクニカルスタッフ)<br>・定期的なスタッフマニュアルの見直し・更新<br>・メールリストでの情報共有の徹底         |
|  |  |  | 稽古場利用者の視点に立った運営をしているか  |   |   |  |   |
|  |  |  | 申込方法、利用方法など、新規利用者にもわかりやすい対応をしているか  |   |   |  |   |
|  |  |  | 利用者へのサポート体制  |   |   |  |   |
| 4<br>市民や将来の観客にとって、舞台芸術を身近に感じるきっかけとなる【体験型プログラム】 | 1  | 子供たちの創造性を育む創造的プログラムを展開しているか  | 多様なアーティストを講師に迎えたプログラムの実施   | ・学校プログラム<br>3校実施、参加アーティスト:かえるP、BATIK、山下恵実(ひとごと)   | ・学校プログラム<br>3校実施、参加アーティスト:かえるP、BATIK、山下恵実(ひとごと)   | ・学校プログラム<br>3校実施、参加アーティスト:かえるP、BATIK、山下恵実(ひとごと)  | ・学校プログラム<br>3校実施、参加アーティスト:かえるP、BATIK、山下恵実(ひとごと)   |
|  |  |  | 参加する子供たちが主体的に活動できる企画・運営  |   |   |  |   |
|  | 2  | 地域・市民に開かれた場所とするための取組を行っているか  | 市内の既存の文化施設、他の創造界隈拠点との連携等   | ・インターンシップの受け入れ<br>立教大学から1名受け入れた。2)の8月公演にアシスタントとして参加。作品と連動する展示を担当。   | ・インターンシップの受け入れ<br>立教大学から1名受け入れた。2)の8月公演にアシスタントとして参加。作品と連動する展示を担当。   | ・インターンシップの受け入れ<br>立教大学から1名受け入れた。2)の8月公演にアシスタントとして参加。作品と連動する展示を担当。  | ・インターンシップの受け入れ<br>立教大学から1名受け入れた。2)の8月公演にアシスタントとして参加。作品と連動する展示を担当。   |
|  |  |  | 国内外の活動拠点との交流・連携  |   |   |  |   |
| 市民を対象としたプログラムの実施                               | ・TPAMフリンジの会場<br>参加アーティスト:岩淵貞太(ホール)、橋本清・山崎健太(S2)、高山玲子(S3)、長谷川寧(S4、ラウンジ)、さんぴん(福原冠・北尾亘、ラウンジ) のべ動員数:675名 | ・TPAMフリンジの会場<br>参加アーティスト:岩淵貞太(ホール)、橋本清・山崎健太(S2)、高山玲子(S3)、長谷川寧(S4、ラウンジ)、さんぴん(福原冠・北尾亘、ラウンジ) のべ動員数:675名 | ・TPAMフリンジの会場<br>参加アーティスト:岩淵貞太(ホール)、橋本清・山崎健太(S2)、高山玲子(S3)、長谷川寧(S4、ラウンジ)、さんぴん(福原冠・北尾亘、ラウンジ) のべ動員数:675名 | ・TPAMフリンジの会場<br>参加アーティスト:岩淵貞太(ホール)、橋本清・山崎健太(S2)、高山玲子(S3)、長谷川寧(S4、ラウンジ)、さんぴん(福原冠・北尾亘、ラウンジ) のべ動員数:675名  |   |  |   |
| 関内・関外周辺地域を意識した事業展開                             |  |  |  |   |   |  |   |

**【総評】**  
 ・限られた予算と人員の中で多くの事業を丁寧に実施されている。若手の支援をはじめ、稽古場ならではの企画や、コロナで人を集められない中で状況に応じた企画ができていく点の評価できる。  
 ・子供向けプログラムについて、子供に関心があるアーティストと協力しながら企画を組み立てるなど、柔軟な発想で考えられるといい。急な坂らしい企画を期待する。

**【市の取り組むべき事項】**  
 ・コロナ対応に関し、団体が安心して運営ができるようガイドラインを設定するほか、対策にかかる費用等に関し、団体の負担軽減に向けた対応を検討することが求められる。  
 ・若手育成事業の成果は長期的な視点で見ること重要である。急な坂の取組や成果は市民に伝わりにくいので、広報面でのフォローを積極的にできるといい。  
 ・急な坂に求めることを整理する必要がある。たとえば、子ども向け事業について、他の拠点や民間施設等と役割分担して市全体としてバランスをとれないか等、柔軟な考え方が求められる。  
 ・市の事業全体を俯瞰してとらえ、拠点の成果を可視化できるといい。

**【総評】(平成30年度)**  
 ・新規事業を含め、ニーズを丁寧にすくいあげた企画運営・サポートができており、稽古場としては十分な運営ができていく。  
 今後は、運営体制を十分に確保し、体験型プログラム等、市民の創造性を育むプログラムを増やせるといい。  
 ・相談室plusや新規サポートアーティストの応募数も増えており、着実に事業を運営している。  
 ・運営の継続性を意識し、現在の人件費が適正か、業務内容や業界水準を考慮し見直すべき。

**【総評】(平成29年度)**  
 ・稼働率も安定しており、稽古場として着実な運営ができているとともに、スタッフにアーティストなどを起用することにより、利用者目線での運営を実現している。また、アーティストの不定期な働き方や産休・育休等、ワークライフバランスにも配慮していることが評価できる。  
 ・日本舞踊家による小学生向けワークショップを実施するなど、これまで以上にクリエイティブ・チルドレンに資する事業に積極的に取り組んでいる点は評価できる。

# 令和元年度 事業評価シート

拠点名:文化芸術創造発信拠点 (BankART1929)

運営期間:平成30年度～令和3年度 (3年目/4年間)

## 【基本方針(使命・理念)】

- ① 地域及び周辺施設と連携しながら、新しい横浜文化を創造し、発信していくこと
- ② 他都市及び国際的なネットワークの構築
- ③ さらなるBankARTの経済的な基盤の確立
- ④ 創造界隈クリエイターたちの誘致及びその経済的な構造の土俵づくり

| I 運営/経営評価         |   | 実施結果   | 事業評価  |   |
|-------------------|---|--|---|---|
| 評価軸               |   |  | 自己評価(成果・課題)   | 委員会評価   |
| 1<br>経済的な基盤の確立    | 1 全体事業収支  | 別紙「令和元年度収支報告書」参照   | 定量的には、昨年の借り上げ額を縮小することができた。定性的なレベルでは、移動、改修を行いながらの、しかもはじめての土地での一年目としては、健闘したのではないのでしょうか？<br>コロナ感染の停滞期には、インフラやWEBの新規システム構築、分散している施設についての統合計画を中心にを行った。 | ・新体制の初年度かつ分散型の施設運営形体の中で、鉄道会社と駅との協調や道路使用上での工夫など、様々な可能性を広げている。<br>・協賛金や寄付金の獲得ができなかった点については、移転・施設整備にコロナも重なり、難しかったと理解できる。次年度以降努力されたい。<br>・R16スタジオについて、アーティストの制作環境改善に尽力されている点が高く評価できる。 |
| 2<br>経済的な基盤の確立    | 1 収入のうち、横浜市の補助金が占める比率<br>2 横浜市の補助金以外の収入(助成金、協賛金、貸館収入等)の内訳と比率  | 収入のうち、横浜市の補助金が占める比率 77%<br>今年は補助金以外は、事業収入のみ                          | 今年度は、横浜市からの補助金がしめる比率が高いです。<br>ほとんど全てのこれまでのクライアントを失ったので仕方がないかと思えます。  | ・人材育成の観点からは、片腕となる人材の育成が必要。<br>・今後は、リスクマネジメント面での考え方、防災、不慮の事態にそなえた体制づくりが必要となる。  |
| 3<br>施設の整備・維持管理状況 | 1 施設の整備状況<br>2 施設の管理状況<br>3 施設の修繕・改善状況<br>4 安全対策<br>5 その他<br><br>・BankART Station (隣接する道路区域を含む)<br>・BankART SILK<br>・BankART Home<br>・R16スタジオ<br>・その他 | ・BankART Station<br>→廊下の改修、カフェの設営など<br>・R16スタジオ<br>→電気引込工事、下水道工事[申請] | 基本的には施錠、火気監視、来館者との関係など、つつがなく、事故もなくこれまで通り管理運営を行えたかと思えます。R16スタジオに関しては、本文に記したように、設備面(トイレ、電源)での展開ができなかったことにより、全体として、戸惑いをみせながらの運営になってしまったことが悔やまれます。    | ・コロナもあり厳しい条件の中で非常に健闘されている。  |

| Ⅱ 創造性／政策達成評価                              |        | 事業評価   |  |   |   |
|---|--------|--|--|---|---|
| 評価軸                                       | 評価の着眼点 | 事業計画(要旨)   | 実施結果   |   |   |
| 1<br>地域及び周辺施設と連携しながら、新しい横浜文化を創造し、発信していくこと | 1      | アーティスト・クリエイターの育成支援や横浜への定住・定着を促すことを主な目的とした短期滞在型アーティスト・イン・レジデンス事業  | <input type="checkbox"/> 主催事業・スタジオ事業<br>・AIR2019の開催(オープンスタジオの開催)<br>・韓国・台北との交流AIRの実施<br>・R16スタジオの運営(オープンスタジオの開催)<br><input type="checkbox"/> 出版事業  | <input checked="" type="checkbox"/> 主催事業・スタジオ事業<br>・AIR2019の開催(オープンスタジオの開催)<br>・台北との交流AIRの実施<br>・R16スタジオの運営(オープンスタジオの開催)<br><input checked="" type="checkbox"/> 出版事業  | 今年度も、前期後期 二度AIRプログラムを開催した。特に新しい取り組みはないが、まずは新しい場所になれて、近隣の人の動きを観察するのが、精一杯である。高速鉄道の場所以外に、道路局が監視している長廊下を活用する事ができて、駅の中ということもあり、一般の人の出入りは増えている。<br><br>近隣の企業とは、丁寧なおつきあいをし始めている。ガジェットまつりに参加したことや、スクールの「ヨコハマみなとみらい物語」で各企業をゲストに招いお話を伺う会は、順調に推移した。この種まきが、花が咲く迄そだてていけるか、勝負である。<br><br>スクール事業も数は少ないが、例年通り展開している。新高島地区、関内地区(BankARTホーム)とも、人気があり、順調に推移している。金沢区への展開も成功したかと思う<br>また、二年目を迎えるBankARTホームもゆっくりだが人が増えてきて、大分関内ゾーンになじんだと思う。続けたい。 |
|   | 2      | 横浜で活動するアーティスト・クリエイターや企業・事業者・市民等と連携した街の活性化に寄与する事業   | <input type="checkbox"/> 主催事業<br>・企画展の開催<br>・UNDER35の開催<br><input type="checkbox"/> スクール事業<br><input type="checkbox"/> カフェ・パブ・ショップ事業<br><input type="checkbox"/> 出版事業  | <input checked="" type="checkbox"/> 主催事業<br>・under35「藤本涼」展、「遠藤章子」展<br><input checked="" type="checkbox"/> スクール事業<br>・「ヨコハマみなとみらい物語」ほか<br><input checked="" type="checkbox"/> カフェ・パブ・ショップ事業<br><input checked="" type="checkbox"/> 出版事業  |   |
|   | 3      | 本事業の成果発信及び最先端の文化芸術に市民が触れる機会の提供等を目的とした様々なプログラム  | <input type="checkbox"/> 主催事業<br>・企画展の開催<br>・UNDER35の開催<br>・続・朝鮮通信使<br><input type="checkbox"/> コーディネート事業<br>・TPAM、卒展など<br><input type="checkbox"/> スクール事業   | <input checked="" type="checkbox"/> 主催事業<br><input checked="" type="checkbox"/> コーディネート事業<br>・横浜ガジェットまつり2019<br>・関内外OPEN!<br>・TPAM2020<br><input checked="" type="checkbox"/> スクール事業<br>・「平成の美術」など  |   |
|   | 4      | 次年度以降の事業を見据えた取組、広報・情報発信  | <input type="checkbox"/> 企画と連動した広報活動・情報発信<br><input type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた広報・情報発信<br><input type="checkbox"/> 文化芸術創造都市・横浜のPRにつながる広報活動<br>・ダイレクトメール送付、メールニュース配信<br>・WEBサイト運営、ブログ運営、SNSでの情報配信<br>・プレスリリース配信およびプレス対応<br><input type="checkbox"/> カフェ・パブ・ショップ事業<br><input type="checkbox"/> 出版事業<br><input type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた周辺企業・地元との関係構築<br><input type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた国内外での事業PR、講演、レクチャー、国内外からの視察受け入れ | <input checked="" type="checkbox"/> 企画と連動した広報活動・情報発信<br><input checked="" type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた広報・情報発信<br><input checked="" type="checkbox"/> 文化芸術創造都市・横浜のPRにつながる広報活動<br>・ダイレクトメール送付、メールニュース配信<br>・WEBサイト運営、ブログ運営、SNSでの情報配信<br>・プレスリリース配信およびプレス対応<br><input checked="" type="checkbox"/> カフェ・パブ・ショップ事業<br><input checked="" type="checkbox"/> 出版事業<br><input checked="" type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた周辺企業・地元との関係構築<br>関内ガジェットまつり、スクール「ヨコハマみなとみらい物語」、「まちづくり都市横浜を読む」<br><input checked="" type="checkbox"/> 次年度以降を見据えた国内外での事業PR、講演、レクチャー、国内外からの視察受け入れ<br>浦項文化財団でのシンポジウム参加 |   |
| 2<br>他都市及び国際的なネットワークの構築                   | 1      | <input type="checkbox"/> 主催事業 続・朝鮮通信使<br><input type="checkbox"/> 台北市との芸術家相互派遣プログラム<br><input type="checkbox"/> 海外アーティストによるAIR事業、海外との相互派遣など<br><input type="checkbox"/> 国内外の組織とのネットワーク構築<br>・国内外での事業PR、講演、レクチャー<br>・国内外からの視察受け入れ<br>・他組織との事業協力協定書の締結 | <input type="checkbox"/> 主催事業 続・朝鮮通信使<br><input checked="" type="checkbox"/> 台北市との芸術家相互派遣プログラム<br><input checked="" type="checkbox"/> 国内外の組織とのネットワーク構築<br>・国内外での事業PR、講演、レクチャー<br>・国内外からの視察受け入れ<br>・他組織との事業協力協定書の締結   | 今年度は、韓国との関係は政府間の日韓問題で逆風の年だった。いくつかの重要な具体的なプログラムが、消え去ってしまった。<br>台北に関しては、例年通り実施。<br>台北に派遣した細淵太麻紀(副理事長)も報告によると、重要なクリエイターと活発に交流をはじめているようである。<br>BankART1929がなくなってしまったと思っている人たちが海外(及び国内)に少なからずいることを耳にする。エンジンを噴かして再構築をしていきたいと思う。焦る気はないが、相当頑張るしかないと感じている。   |   |
| 3<br>創造界隈クリエイターたちの誘致及びその経済的な構造の土俵づくり      | 1      | <input type="checkbox"/> 主催事業・スタジオ事業<br>・UNDER35の開催<br>・AIR2019の開催(オープンスタジオの開催)<br>・R16スタジオの運営(オープンスタジオの開催)<br><input type="checkbox"/> 出版事業<br><input type="checkbox"/> その他 周辺へのアーティスト誘致(シルクセンターなど)   | ・AIR2019の開催(オープンスタジオの開催)<br><input checked="" type="checkbox"/> R16への作家招聘<br><input checked="" type="checkbox"/> Stationでの短期AIRプログラム開催<br>周辺へのアーティスト誘致(シルクセンターなど)<br><input checked="" type="checkbox"/> 出版事業<br>U35など若手作家のカタログ作成  | シルクの方では主に、若い、あるいはあまり評価の定まっていな作家に力をいれている。個展形式で必ずきちんとしたカタログをつくり、販売もしていくという体制で行っている。徐々にお客さんも、購入者も増えてきた。<br>出版事業に関しては、展覧会を通してカタログ出版してはいるが、現在は経済が十分余裕があるとはいえないので、分厚い本の出版は控えている。<br>クリエイターたちに対してのサポートに関しては、多くのクリエイターが横浜に集まってきたことは日々感じ、頼もしく思う一方、仕事が少ないということも事実もある。ヨコハマで仕事はつくれるか？つくったものを世界に発信できるか。脆弱な創造都市構想は、集まった以上、こうした問題に真剣に取り組んでいくしかない。  |   |

**【総評】**

- 分散型施設の本格的な運営初年度かつ、コロナも重なり非常に厳しい条件の中、施設の再編成に着手するなど、今後の安定した運営に向けた取組に尽力されている点が評価できる。
- stationにおいて、鉄道会社、駅舎との協調や道路使用上での工夫がみられるほか、みなとみらいに立地する企業や学校との連携が着実にできており、様々な可能性を広げている点が高く評価できる。
- 客観的に推移・経年変化を把握できるよう、事業の内容や経費などをデータで蓄積し、今後の運営に生かすことを期待する。

**【市の取り組むべき事項】**

- 拠点を中心となり、着実にアーティスト・クリエイターが集積していることについて、市として対外発信をするべき。
- 拠点の運営形態が多様化する中で、BankARTのポジションを再確認する時期にきている。
- 事業のターゲットについて、老若男女できるだけ多くの市民に向けた事業をすべての拠点で一律にやるのではなく、創造界隈全体でバランスがとれていればよいという考え方もある。拠点ごとの特色を踏まえた柔軟な考え方を再検討することが求められる。

**【総評】(平成30年度)**

- 新しい拠点となって1年目であったが、移行期をうまく乗り越えた。新旧の街に分散して拠点を持つことになったことに対し、ソフト的な意味でのネットワークから各施設をどのように活用していくかまで、新しい可能性を含めて見えてきたことは評価できる。
- Stationは横浜高速鉄道や道路局との調整の結果、よいスペースを作り上げることができた。事業についても、集客数が大きく落ちることはなかった。各拠点の特徴を生かした今後の展開に期待が持てる。
- 工事費・整備費等で予想外の支出があったものの、収支を合わせられたことは評価できる。

# 令和元年度 事業評価シート

拠点名: YCCヨコハマ創造都市センター

運営期間: 平成27年度～令和元年度 (5年目/5年間)

## 【基本方針（使命・理念）】

貸し館型運営の施設から体制を刷新し民間のリソースを活用して運営を実施するにあたっては、創造都市政策の2つの目的である、文化芸術と観光を組み合わせた「①観光的な集客」と、欧州の先進事例にみる「②創造産業クラスターの形成」の実現に向けた拠点を目指す。

| I 運営／経営評価                      |  | 実施結果  | 事業評価  |   |  |   |   |
|--------------------------------|--|---|---|---|--|---|---|
| 評価軸                            |  |   | 自己評価(成果・課題)   | 委員会評価   |  |   |   |
| 1<br>施設の活動実績                   | 1<br><input type="checkbox"/> 施設の理念、基本協定に沿った施設活動実績<br>・ 貸館、自主、カフェ事業などの全体活用状況(概要、件数、割合等)          | ・年間を通して自主事業の実施やイベント企画の受け入れ、カフェの運営を行い、市民に開かれた創造界隈拠点として運営を行った。  | <p>・運営最終年となる今年度は、これまでの実績を活かしながら、館全体と各種事業をバランスよく運営することで、5年間で最高の来館者数を達成した。</p> <p>・自主企画事業では、3階での展示と1階での参加者交流など、フロアを超えた空間活用を行ったり、館内でのワークショップ実施後、馬車道商店街でパフォーマンスを実施したりするなど、より広域な展開を行うことができた。</p> <p>・広報についても、自主企画事業に加えて、ラグビーWカップや矢沢永吉展など、発信力があるイベントを絡めて周知することができた。</p> | <p>最後にマイナスが出てしまった件について、スキーム自体の問題、コロナの影響等様々なものが考えられる。</p> <p>経費削減のために後半は自主事業を絞り込んだ印象である。それは、経営の中で収支バランスを考えた結果なのだろう。</p> <p>矢沢永吉展のような集客力のある展覧会を、隔月等で行うとか、横浜市の音祭りなどのイベントがある時に組み込むなどすれば、YCCの価値が上がっていくのではなか。</p> |  |   |   |
| 2<br>入館者数、利用団体、稼働率             | 1<br><input type="checkbox"/> 入館者数<br>・ 目標来館者数:15万人/年<br>・ 時系列の推移、来場目的別など                        | <p>・概況 来館者14.9万人(前年11.6万人)、レンタル稼働のべ197日(前年214日)、レンタル来館4.2万人(前年3.1万人)、カフェ利用3.7万人(前年3.8万人)</p> <p>・レンタル 月間売上474万円(6・3月を除く。前年298万円)</p> <p>・カフェ 月間売上350万円～450万(前年250万円～400万円)</p> <p>・コワーキング 営業終了に向けて退会者が出るも、年間を通して売上あり。</p> |   |   | <p>市民の活動を考えたときに、あまりレンタルを入れすぎると市民利用の機会が減ってしまう。</p> <p>今後の運営団体の選考にあたっては、その点も気を付けていただきたい。</p> |   |   |
|                                | 2<br><input type="checkbox"/> 利用団体<br>・分野別、利用料分類別など  |   |   |   |  | <p>・ウェブを中心に様々なメディアに掲載された。主な内容は、YCCの自主事業やカフェについて。</p> <p>・HPやtwitter、instagram等のYCC独自の媒体を用いて継続的に発信を行った。SNSのフォローは、活動期間を通して右肩上がりだった。</p> |   |
|                                | 3<br><input type="checkbox"/> 稼働率<br>・ 時系列の推移など  |   |   |   |  |   | <p>・毎月定期的に安全点検を行うとともに、必要に応じて施設の修繕・施設整備を行った。</p> |
| 3<br>どのような広報活動を行い、反響はどの程度あるか？  | 1<br><input type="checkbox"/> メディアを通じた活動の発信と効果<br>・ 一般情報誌、専門誌、横浜市の広報誌等への掲載<br>・ 新聞・テレビ等のメディアへの掲載 | <p>・運営最終年にあたり、年度末のクローズに向けて、事業の収束や施設の維持管理等、必要な時期に必要な体制を整えながら円滑に運営した。</p>   |   |   |  |   |   |
|                                | 2<br><input type="checkbox"/> YCC独自媒体を通じた活動の発信と効果<br>・ HP、SNSなど<br>・ チラシ・ポスターなど                  |   |   |   |  |   |   |
| 4<br>どのような体制で運営しているか？          | 1<br><input type="checkbox"/> スタッフ数(常勤、アルバイト)  |   |   |   |  |   |   |
|                                | 2<br><input type="checkbox"/> 勤務時間、休日等の勤務体制  |   |   |   |  |   |   |
|                                | 3<br><input type="checkbox"/> スタッフの専門性の状況とスキルアップ・モチベーション向上の仕組み                                   |   |   |   |  |   |   |
|                                | 4<br><input type="checkbox"/> 安全管理、防災の体制   |   |   |   |  |   |   |
|                                | 5<br><input type="checkbox"/> 施設及び設備、備品の維持管理   |   |   |   |  |   |   |
| 5<br>活動の蓄積を図り今後につなげているか？       | 1<br><input type="checkbox"/> 活動についての記録状況  | <p>・来場者数やレンタル・カフェの売上などの数値データは毎月記録し、月次定例で横浜市と共有</p>  |   |   |  |   |   |
|                                | 2<br><input type="checkbox"/> 数値データの把握/活用の状況   |   |   |   |  |   |   |
|                                | 3<br><input type="checkbox"/> 蓄積を基にした新しい取り組み   |   |   |   |  |   |   |
|                                | 4<br><input type="checkbox"/> アーティスト・クリエイター、企業・地域とのネットワーク構築状況                                    |   |   |   |  |   |   |
| 6<br>総支出をどのような形でまかなっているのか？     | 1<br><input type="checkbox"/> 収入のうち、横浜市の補助金が占める比率  | <p>・総売上1億2487万円、うち横浜市補助金2859万円。</p> <p>・売上内訳 レンタル4807万円(前年3577万円)、カフェ4260万円(前年4276万円)、コワーキング307万円(前年523万円)</p> <p>・YCC Temporary助成金5346万円、自主企画入場料40万円。協賛金なし。</p>  | <p>・これまでの実績をもとに、レンタル、カフェ事業を中心に好調な収益をあげた。</p> <p>・例年と比べて、主に運営終了に向けた撤去作業や現状復旧のコストがかさみ、支出が増加した。</p>  |   |  |   |   |
|                                | 2<br><input type="checkbox"/> 横浜市の補助金以外の収入(助成金、協賛金、貸館収入等)の内訳と比率                                  |   |   |   |  |   |   |
| 7<br>経営の自立化のためにどのような努力を行っているか？ | 1<br><input type="checkbox"/> カフェ、レンタル、コワーキング、ファブラボの取り組み   | <p>・撮影レンタルの増加による施設の知名度向上に伴い、レンタル・カフェ共に売上が増加。</p>  |   |   |  |   |   |
|                                | 2<br><input type="checkbox"/> 横浜市以外の業務受託などの取り組み  |   |   |   |  |   |   |
|                                | 3<br><input type="checkbox"/> 光熱水費等の管理費削減への取り組み  |   |   |   |  |   |   |
|                                | 4<br><input type="checkbox"/> 運営の効率を高めるための業務上の工夫   |   |   |   |  |   |   |

※自己評価のチェックについて：取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価                                     |   | 事業計画(要旨)   |   | 実施結果   |  | 事業評価   |   |  |   |  |   |   |
|---|---|--|---|--|--|--|---|--|---|--|---|---|
| 評価軸   | 評価の着眼点                                  |  |   |  |  | 自己評価(成果・課題)  | 委員会評価   |  |   |  |   |   |
| 1<br>多くの市民が創造都市横浜に触れ、創造都市横浜への理解・共感を高めることに寄与しているか？ | 1<br>活動拠点・ハブ機能：誰もが気軽に集い、新しい可能性に出会える場の創出 | <input type="checkbox"/> カフェ・ギャラリー<br>・常時開かれた運営により、来館者の増加、賑わいの形成に寄与している。             | <input type="checkbox"/> コワーキング事業<br>・アーティスト、クリエイター、市民に創造的な活動の場を提供している。<br>・あらたな人的ネットワークの形成、共同プログラムが行われている。 | <input type="checkbox"/> イベントスペース<br>・多くの市民が来館し、創造都市横浜への理解・共感を高めている。<br>・アーティスト、クリエイター、市民に創造的な活動の場を提供している。 | <input type="checkbox"/> その他<br>・横浜市実施の芸術プログラムとの連携を図り、創造都市横浜への理解・共感を高めている。           | ・カフェは、レンタル利用時、6月の天井脱落対策工事調査による休館期間中及び3月の撤退作業期間中以外は常時オープンしていた。ギャラリースペースでは、3階イベントスペースでの企画展に関連した展示を行った。   | ・年間を通して活動の場を提供した  | ・矢沢永吉展やmt展など、知名度の高いコンテンツの展示から、地元団体の発表会まで、幅広い層のイベントを行った。  | ・ラグビーWカップと連動し、出場国であるスコットランドの文化や歴史などを紹介するスコットランド・ラグビーハウスをオープンした。   | ・カフェ、ギャラリーは、一部休館期間を除き、常時開かれた運営を実施。<br>・子どもから高齢者まで幅広い世代や、地域から国内外まで、多様な方々が参加できるプログラムにより、最高の来館者数を記録した。                | カフェや知名度の高いコンテンツを引き込むことで、客足の増につながったのはよかったのでは。  |   |
| 2<br>地域との協働を推進し、まちの活性化に貢献しているか？                   | 1<br>地域プログラム：地域との連携を図り、コラボレーション         | <input type="checkbox"/> アート・デザイン<br>・人々の創造性を刺激することに寄与している。                          | <input type="checkbox"/> クリエイティブ x ビジネス<br>・地域活性や地域ビジネスとクリエイティブ分野を結び付けることに寄与している。                           | <input type="checkbox"/> 地域連携プログラム<br>・地域の活性化、地域の周知等に貢献している。   | <input type="checkbox"/> 美術展示<br>・人々の創造性を刺激することに寄与している。<br>・クリエイティブ活動の場としての認識を高めている。 | <input type="checkbox"/> イベント・トーク<br>・人々がアーティストと直接対話できる機会を提供している。<br>・人々が出会い、コミュニケーションが促進される機会を提供している。 | <input type="checkbox"/> ワークショップ<br>・親子などさまざまな世代に来館してもらう機会をつくっている。<br>・ものづくりの面白さを伝える、創造性の刺激などに役立っている。 | ・YCC Temporaryでは市民から写真を提供してもらうなど、市民も制作に関わらせる工夫をした。   | ・レンタル事業のmt展では、1階カフェもmt展と連動した内装を取り入れたり、ギャラリーで関連展示を行うなど、市民がアートに触れる機会を創出した。                                    | ・YCCキッズワークショップの第6回目企画として、「ウマジン×横浜馬車道」を開催した。子どもが作成した「ウマジン」を各々が被って、神奈川歴史博物館や馬車道駅構内など街へ繰り出すという企画を行った。                 | ・単なる展示やパフォーマンスに留まらず、市民や来場者参加型の企画を実施することで、人々の創造性の刺激や地域活性化に寄与した。<br>・キッズワークショップでは市内の親子が参加し、作品制作を通じたアーティストとの交流や、パフォーマンス練習を通じたダンサーとの交流機会を持つことができた。<br>・館内を飛び出して馬車道エリアでのパフォーマンスや、横浜市の歴史に触れる企画を実施し、市民×地域×創造性の促進に寄与した。 | 地域との協働について、賀詞交歓会など、馬車道商店街と一緒に進めてくれた。自主企画の一つであるウマジンは、地元の子どもたちが参加してくれてよかった。県立博物館・藝大とコラボレーションできると、幅広い市民に対するアプローチに繋がるのではないかと。 |
| 3<br>未来に向けた新たなアイデアを発信し、市民のクリエイティビティを高めているか？       | 1<br>市民プログラム：人々のクリエイティビティを誘発する          | <input type="checkbox"/> 美術展示<br>・人々の創造性を刺激することに寄与している。<br>・クリエイティブ活動の場としての認識を高めている。 | <input type="checkbox"/> イベント・トーク<br>・人々がアーティストと直接対話できる機会を提供している。<br>・人々が出会い、コミュニケーションが促進される機会を提供している。      | <input type="checkbox"/> ワークショップ<br>・親子などさまざまな世代に来館してもらう機会をつくっている。<br>・ものづくりの面白さを伝える、創造性の刺激などに役立っている。      | <input type="checkbox"/> 美術展示<br>・人々の創造性を刺激することに寄与している。<br>・クリエイティブ活動の場としての認識を高めている。 | <input type="checkbox"/> イベント・トーク<br>・人々がアーティストと直接対話できる機会を提供している。<br>・人々が出会い、コミュニケーションが促進される機会を提供している。 | <input type="checkbox"/> ワークショップ<br>・親子などさまざまな世代に来館してもらう機会をつくっている。<br>・ものづくりの面白さを伝える、創造性の刺激などに役立っている。 | ・RED ROOMやYCC Temporaryなど自主企画のシリーズを継続して行い、多くの市民がアートに触れる機会を提供した。<br>・自主企画のみならずイベントスペースのレンタル利用でも美術作品の展示企画などを受け入れた。 | ・YCC Temporary 高橋匠太の開催に合わせ、トークイベントを行った。本作品についてはもちろん、過去のライティング作品や市民参加型プロジェクトなど幅広い活動の紹介、影響を受けた作家や映画などお話いただいた。 | ・YCCキッズワークショップの第6回目企画として、「ウマジン×横浜馬車道」を開催した。子どもたちと青森県十和田市で誕生した「ウマジン」を制作し、ダンサーとのパフォーマンス練習を経て、「ウマジン」を被って街へ繰り出す企画を行った。 | RED ROOMやYCC Temporaryなどの自主企画を運営期間を通して継続して実施できたのはよかった。市民から写真の提供を受けるなど、市民と協力して進めていくプログラムを実施している点は評価できる。  |   |

**【総評】**  
 ・自主事業費を自己資金で行うというスキームの中で、5年間よく運営されてきた。  
 ・自らの資源で企画運営する「単独自主事業」の幅の広さは、歴代のYCC運営のなかでも随一だった。  
 ・令和元年度は過去最高の収益を上げていることもあり、このまま運営を継続していれば負債をなくすことはできたのではないかと。

**【市の取り組むべき事項】**  
 ・運営団体に負債を負わせる形となってしまうっており、スキームの検証が必要である。評価の仕方や分科会の目的についても検討が必要。  
 ・アートをどの程度プログラムに組み込むのか、市民の集客をどの程度見込むのか、それらを踏まえて検証するべき。6拠点あるので、拠点ごとに対象とする市民の層が異なってもいいのではないかと、という議論も必要。  
 ・創造都市施策を振り返り、今後の軸をしっかりと作るべき。政策の中身に一貫性をもって取り組むこと。政策を更新する場合には、それについて十分な周知を市が行う必要があり、拠点のミッションについて

**【総評】(平成30年度)**  
 ・日本芸術文化振興会からの助成金を得ており、昨年度課題であった財源の多様化が達成できている。過去の課題に対し取り組み、成果をきちんと出している。  
 ・アートという敷居の高いジャンルに対し、子供たちにも触れさせることができるような工夫がなされている。施設のブランド化により、一般の人が使いやすい施設となった。また、地域とのコラボにより、地域の活性化にも寄与している。

**【総評】(平成29年度)**  
 ・運営3年目として取り組んできたことが形になってきている。特にオリジナル企画で新たな事業に取り組んだ点が評価できる。  
 ・Google AdWords等、NPO向けの無償広告枠を獲得した他、SNS等、費用がかからない広報を多用する等、工夫がみられる点が評価できる。  
 ・カフェ顧客と展示鑑賞者など異なる幅広い客層にリーチできており、賑わいが継続して創出されている点が評価できる。  
 ・各事業の実績を定量的に可視化する努力がみられる点が評価できる。

**【総評】(平成28年度)**  
 ・自ら収益を上げ、それを財源として自主事業を企画・実施するという運営手法について、工夫を重ねながら全体として安定的に取り組んでおり、評価できる。  
 ・地元や他の拠点ともコミュニケーションがとれており、コラボレーションした事業の展開など、ハブ的位置づけとしての機能を果たしている点が評価できる。  
 ・カフェの運営による賑わい創出に加え、レンタル事業により知名度が向上し、市民に開かれた場となっている。一方で、レンタル事業によって市民の利用可能日が限られる点については、場を開くことと収益確保の最適なバランスを戦略的に考える必要がある。

**【総評】(平成27年度)**  
 ・運営初年度の試行錯誤のなか、全体的に努力し、事業の遂行においても、当初の想定と違っていた物理的な問題の対応においても、真摯に取り組んだ姿勢がみとれる。  
 ・選定時の提案内容と実績に差が生じているが、収支状況の改善や事業実施方法など、プロセス上で様々な工夫をしている点が評価できる。自主財源を獲得することに、意欲や責任感をもって取り組んでいる。



# 令和元年度 事業評価シート

拠点名: THE BAYS(旧関東財務局横浜財務事務所)

運営期間: 平成28年度～令和12年度 (4年目/15年間)

## 【基本方針(使命・理念)】

- ① 関内・関外地区における創造産業の集積をさらに推進し、これを横浜経済の活性化につなげる
- ② 旧関東財務局の活用を通じて日本大通り地区の賑わい創出を図る

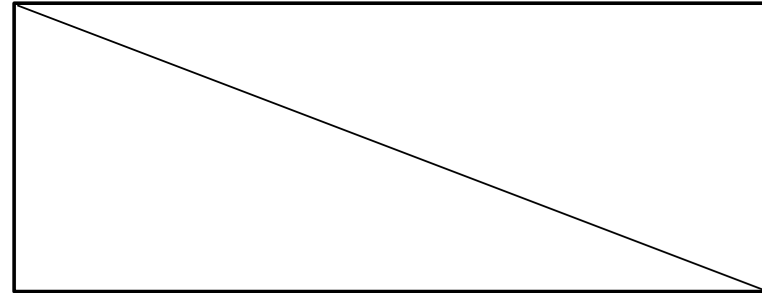
| I 運営/経営評価      |  | 実施結果   | 事業評価  |   |
|----------------|--|--|---|---|
| 評価軸            |  |  | 自己評価(成果・課題)   | 委員会評価   |
| 1<br>＜施設の運営状況＞ | 1 賃料を滞りなく支払っているか？                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・賃料は滞りなく支払っている。</li> <li>・文化財の価値を損なわないようするため、社内で新たな取り組みが検討される際には、施設管理担当が必ず施設面についても確認を行うようにしている。</li> </ul>  | <p>【横浜市報告】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・運営事業者と横浜市で月次定例会を実施し、事業実施状況や課題の共有を図ることで、円滑な連携を行っている。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・施設の運営面はきちんとされている。</li> <li>・施設で行われている活動をより見える化して発信していけるといいのではないかと。</li> <li>・漏水等の問題点については、官民連携して引き続き適正な維持管理に努めていただきたい。</li> </ul> |
|                | 2 文化財の価値を損なわず、建物の歴史を生かした活用を行っているか？         |  |   |   |
|                | 3 コミュニティスペースがクリエイター・企業等の交流の場として十分利用されているか？ |  |   |   |
|                | 4 3階会議スペースがラボ会員等に十分利用されているか？               |  |   |   |
|                | 5 事業計画協定書における事業計画を基本に、事業目的に適った運営がなされているか？  |  |   |   |
| 2<br>＜広報活動＞    | 1 施設及び各事業の効果的な広報活動・情報発信が行われているか？           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・オープンなトークイベント、ワークショップ等の発信コンテンツを定期的で開催している。</li> <li>・自社HP、拠点HPを中心とするオウンドメディア・SNSを活用した効果的な広報活動、情報発信に取り組んでいる。</li> <li>・プレスリリース等を通じて外部メディアへのイベント告知など戦略的に進めることができている。</li> <li>・1FにPRコーナーでは、他の創造界隈拠点で行われるイベント等のちらしを配架し、創造都市横浜のPRを行っている。</li> <li>・2F交流ラウンジでは、会員さんの事業紹介や、創造界隈拠点のイベントのチラシの配架を開始。これをきっかけにCSL会員同士のビジネスマッチングも生み出している</li> </ul> | <p>これまでは自社HPでの広報活動・情報発信がメインだったが、2019年度からは、SNSも有効に活用したことにより、SNS経由での来場者・イベント参加者が増加。</p>   |   |
|                | 2 創造都市横浜のPRにつながる工夫がなされているか？                |  |   |   |
|                |  |  |   |   |
|                |  |  |   |   |
| 3<br>＜施設の維持管理＞ | 1 施設を法令遵守して維持管理しているか？ (特に文化財として)           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・施設の維持管理では、日常清掃と定期清掃をニッソーサービス株式会社へ、設備管理や各種点検は株式会社相鉄企業へ委託し、維持管理に努めている。</li> <li>・施設の変更や修繕については、毎月、横浜市文化観光局様へ維持管理報告書を提出しているほか、利用方法の変更を検討の際にも、文化観光局様へ事前に相談し、都度、判断を仰ぐようにしている。</li> <li>・安全対策、安全管理は、ニッソーサービス株式会社と相鉄企業株式会社とも都度連携し、法令で定められた点検、検査などを実施している</li> </ul>   | <p>建物が文化財であることを十二分に踏まえ、法令に遵守して維持管理をしている。</p> <p>また、安全対策、安全管理についても怠ってはならず、その結果、これまで無事故で施設の維持管理をできていると自負している。</p> <p>【横浜市報告】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当施設が文化財であることを踏まえ、利用方法や設備の変更について、必要都度、事前の相談を受けており、市の文化財担当部門と連携を取りながら着実に対応している。</li> </ul> |   |
|                | 2 施設の変更や修繕について決められた通り報告しているか？              |  |   |   |
|                | 3 利用方法の変更などについて事前に報告・相談をしているか？             |  |   |   |
|                | 4 安全対策、安全管理をしっかりとした体制で行っているか？              |  |   |   |

※自己評価のチェックについて: 取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価                   |  | 事業計画(要旨)  |  | 実施結果   |   | 事業評価 |  |
|---------------------------------|--|---|--|--|---|------|--|
| 評価軸                             | 評価の着眼点   | 事業計画(要旨)  | 実施結果   | 自己評価(成果・課題)  | 委員会評価   |      |  |
| 1<br>関内外地区における創造産業の集積をさらに推進する   | 1<br>スポーツ×クリエイティブというコンセプトを体現する活動、事業等を総合的に実践できたか?                               | ・THE BAYSパスポート発行<br>・アウトドアプログラムの実施                          | 下記の会員・キャンペーンをスタートし、THE BAYS全体を利用する人が増加<br>1.ランチタイムに使えるスタンプカードの稼働<br>2.CSL会員・ASC会員限定でのドリンクパスポート制度<br>アウトドアフィットネスツアー全21回の実施に加えて、他の要素とコラボしたプログラムを実施。<br>・1月26日(土) 参加:35名 YOGA×MUSIC-より豊かな人生を。by DetoxxBros.-<br>・5月28日(火) 参加:5名 巡り美人YOGA×GIRLS☆FESTIVAL 限定ビール飲み放題   | 【成果】<br>・野球イベントと連動したキャンペーン・イベントの実施により、+B/&9それぞれの来館者数も増加<br>・ドリンクパスポート制度をCSL会員・ASC会員限定で稼働し、THE BAYS全体を利用する人が増加<br>・CSLの会員に慶應義塾大学大木聖子研究会が入会してステーキホルダーが増えたり、会員とコラボしたイベントが実現したりこれまでできていなかったCSLの会員とコラボもよるアウトプットができた一年だった<br>【課題】<br>・THE BAYSの継続的な利用者は増えてきているものの、まだまだTHE BAYSの新規ファンの獲得は可能である<br>・ASC/CSL共に更なる会員数の増加が可能である | ・関内の活性化にはしっかり取り組まれているが、創造産業の集積に向けて、外部の人との交流を促進していくことができればいいのではないかと。<br>・今まで関わってきた企業との接点を保つことや、経済局・IDEC等との連携が重要である。<br>・創造産業の集積に向けて行っている活動を発信することにより、そういった取り組みを行っている人たち等のさらなる集積につなげられるとよい。<br>・ヨガマットカバーなどのCSLの成果や、このコミュニティ内の人が行っている活動内容をBAYSがもっと発信していくことができればいいのでは。<br>・フロアをまたいだ会員同士の連携があれば、それを発信していくことでフロア同士の連携をとっていくのもいいのではないかと。<br>・施設のコンセプトを外に打ち出す姿勢を持ってほしい。 |      |  |
|                                 | 2<br>新たなイノベーション・創造産業の創出・集積に向けた活動が進んでいるか?(創造産業創出にかかる人材等の集積や出口の創出に向けた活動が進んでいるか?) | ・BAYSTARS Sports Acceleratorの実施                             | テーマをスポーツに特化していた「BAYSTAR Sports Accelerator」よりも更に広いテーマで関内・関外エリアを中心とした 横浜の賑わい創出とまちづくりのためにDeNAグループ、三井不動産、東急、京浜急行電鉄の4社が協力して行うアクセラレータプログラム「YOKOHAMA Sports Town Accelerator」の実施を検討し、準備を進めた。※新型コロナウイルスの関係で、募集開始は2020年6月  |  |   |      |  |
|                                 | 3<br>創造界隈のクリエイター、企業、大学、市民、行政との交流・連携が促進されているか?                                  | ・CSL×+Bの商品開発プロジェクト  | 【交流促進・マッチング】<br>1.BEACH TOWNさん(CSL会員)×+B<br>ヨガマットケースの商品開発 2020年3月より販売<br>2.ふちばさん(CSL個人会員)×ESSPRIDE(CSL法人会員)<br>ペイスターズ商品(缶バッチ)のデザインの商品化<br>3.エスディジャパンの岡部さん(CSL会員)×横浜DeNAペイスターズ<br>自動販売機を活用した地域活性化プロジェクトにてコラボ<br>【その他イベント】<br>防災シリーズ<br>横浜の守備力を高めることをコンセプトに、防災を野球でアップデートし、新しい防災を考えるプロジェクト<br>1.4月18日(木)33名参加<br>「野球で防災をアップデート#1 横浜の守備力が上がるイノベーション?」<br>2.6月24日(月)20名参加<br>「野球で防災をアップデート#2 商品開発会議」<br>3.7月24日(水) 37名参加 ACYが運営するWE BRAND YOKOHAMA共催開催<br>「防災で社会のムーブメントへ」 |  |   |      |  |
| 2<br>本施設の活用を通じて日本大通り地区の賑わい創出を図る | 1<br>日本大通り地区の賑わい創出に貢献しているか?  | ・勝祭でのイベント実施<br>・CSL×+B商品開発プロジェクト発表会<br>・野球イベントと連動したプログラムの実施 | 【+B】<br>「日常に野球をプラスする」を体現の1年から定着の1年へペイスターズファンのみならず、+B、野球、THE BAYSのファンを増やす取り組みの実施<br>1.新たなブランドとのコラボ商品展開<br>2.自店イベントの充実、こだわりのVMD<br>【&9】<br>試合日以外にもお客様を増やし、THEBAYSの来館者数を増やすためのメニュー等を展開<br>1.日替わりランチの販売実施<br>2.金/土曜日を青星寮の日と設定して、曜日限定メニューを提供<br>3.ポイントカード・パスポートカードの作成   | 【成果】<br>・ドリンクパスポートの実用や試合日と連携したイベント実施により館全体の連携ができた<br>・また中庭や日本大通りを活用し、館全体で外に出ていく活動ができた<br>【課題】<br>・&9・+B・ASC・CSLはそれぞれ特性が異なり、手探り状況での連携となってしまった<br>・更に賑わいを生み出すためには、THE BAYSだけでなくと限界があるので他のステークホルダーや日本大通りのイベントとの連携が必要となる   | ・中庭を使った活動ができたのはよかったが、中庭の活用に制限がある、という課題について、官民連携して引き続き検討して欲しい。<br>・中庭で会員同士の交流会を行う等、BAYS内での活動を外の人にも見えるようにするといいい。<br>・閉鎖的な外観で、中での活動が外に見えにくい建物であるため、オープンカフェを更に開かれた場所にするなど、外へのアプローチを引き続き行ってほしい。  |      |  |
|                                 | 2<br>日本大通り地区の事業に参加・協力しているか?  | ・勝祭でのイベント実施<br>・CSL×+B商品開発プロジェクト発表会<br>・野球イベントと連動したプログラムの実施 | 1.3～10月オープンカフェの参加<br>2.3月22日(金)ガーデンネックレスに参加 13名<br>3.10月28日(月) イルミネーション設置に参加 12名   |  |   |      |  |
|                                 | 3<br>スポーツ×クリエイティブという視点から、創造界隈の形成や関内外の活性化にも活動を広げているか?                           | ・勝祭でのイベント実施<br>・CSL×+B商品開発プロジェクト発表会<br>・野球イベントと連動したプログラムの実施 | 1.YOKOHAMA STAR☆NIGHT RUN2019を初開催@横浜赤レンガ倉庫<br>7月6日(土)/7日(日) 参加者:3550人<br>ASC:「BAYSTARS ORIGINAL FITNESS」を開催<br>球団が使用している楽曲にあわせ身体を動かすクラス<br>2.勝祭「VICTORY☆STREET」を実施@日本大通り<br>8月17日(土)、18日(日)合計29,000人(昨年比 +4000人)   |  |   |      |  |

【総評】  
・4年目を迎えて、活動としては非常に活発化しているが、創造産業に関する活動のアウトプットが不足している。外部との連携も踏まえた創造産業の集積の促進と発展に向けて頑張ってもらいたい。  
・内部の活動を外に見える化していくためにも、中庭の活用など、官民連携して欲しい。

【市の取り組むべき事項】  
・拠点同士の連携がスムーズになるように支援をしてほしい。  
・法規制・施設の維持管理などについては官民連携して課題に向けて取り組んでほしい。



【総評】(平成30年度)  
・創造産業の集積に対する取組みを行っており、成果が会員数の増加などの数字に表れている。  
・新規の取り組みへの投資もしながら健全経営をしている。  
・ACYや市との協働も行っており、昨年度の課題を受け止め、それを丁寧に実施している。

【総評】(平成29年度)  
・入口としての取組は、数多く実施しており評価できる。  
・今後さらに、活用事業者と市の協力(及び他の拠点との連携)により、アウトプットの発信・販売戦略等を協力して練り、各取組を創造産業の創出・集積という出口につなげていく必要がある。

【総評】(平成28年度)  
・CSLについては、事業目的に沿った、競争力の高いクリエイターや企業が初動の段階で会員となっている点が評価できる。  
・他の拠点にはない、一般企業と創造界隈拠点をつなげる役割を担っている点が評価できる。  
・事前の戦略的な広報等により、多数のマスコミにとりあげられ、話題づくりに貢献した。  
・建物の歴史をうまく活かして、良いデザインの空間づくりができています。

# 令和元年度 事業評価シート

拠点名: 象の鼻テラス

運営期間: 平成27年度～令和元年度 (5年目/5年間)

## 【基本方針（使命・理念）】

- ①創造都市横浜の推進のため、文化観光交流拠点として、質の高いアートプログラムを国内外に向けて発信する
- ②象の鼻パークとの一体的活用により、利用者の利便性や象の鼻パーク全体のブランド力向上を目指す

| I 運営／経営評価                           |   | 実施結果   | 事業評価   |  |
|-------------------------------------|---|--|--|--|
| 評価軸                                 |   |  | 自己評価(成果・課題)  | 委員会評価  |
| 1<br>無料休憩スペース/<br>観光インフォメーション運<br>営 | 1 無料休憩スペースを年中無休で運営                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>●例年同様、年中無休の運営が可能な体制づくりに努めており、計画的なシフトローテーションにより、通常時は10時～18時(金・土は～19時)の運営にあたった。さらに季節やイベントにより延長するなど柔軟に対応した。</li> <li>●観光インフォメーションは、市民ボランティアガイドの自発的な活動による観光案内を中心に運営している。</li> <li>●2019年度のプログラム数は総計222件。</li> <li>●利用者の要望を知るため、定期的にアンケートを収集。(回答数インフォメーション:166件、カフェ主導プロジェクト内アンケート:401件)</li> <li>●来場者数は総計539,552名。昨年度と比較し138%に上昇。今年度より、来場者数計測器がすべての出入口において天井設置型となり計測方法が異なるため、これまでの来場者数と単純な比較はできないが、上昇傾向にあることが見て取れる。</li> <li>●朝から夜まで通常時間外の活用も積極的に行い、象の鼻テラスの環境の特性を活かしたプログラムを展開した。</li> </ul> <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●今年度は災害・疫病によりイベント中止や臨時閉館する異例の年となった。</li> <li>・2019年10月12日(土):大型台風19号接近に伴う臨時閉館</li> <li>・2020年2月29日(土)～3月31日(火):新型コロナウイルス感染防止対策に伴う臨時閉館</li> </ul> <p>[中止・延期となったイベント数]22</p> | <p>【I 総評】メリハリをつけた催事の実施と合理的な運営が課題であったが、常勤スタッフを拡充しチーム体制を整え臨んだ。民間会社・団体との連携も積極的に取り入れ、日常的なアートプログラムの創出に取組んだ。施設の維持管理については、開館から11年目に入り、かつ自然災害の影響で修繕の必要箇所が多発している。これまで以上に定期的なメンテナンスを実施していく。</p> <p>パーク利用に関しては、相変わらず、許可制、多くの制限と調整しながらの運営を強いられ、改善に至っていない。会場の認知度向上と催事の性質、PR効果により、週末晴天が重なる作品鑑賞が困難な程の動員がある。また、委託事業、自主事業、協力事業などニーズが多様かつ大量で施設のキャパシティを超えている。よって、事業予算不足、運営負荷が否応なく高まっており、委託費以外の収益性を考慮する必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●安全を基本とした施設運営に取り組み、無事故で締めくることができた。コロナ禍などにより臨時閉館に見舞われた際も適時対応し、混乱なく周知できた。</li> <li>●令和元年度は各国大使館、皇室などVIPの来館もあつた。今後も特別な状況での対応力は備えておきたい。</li> <li>●市民ガイドボランティアの自律性を生み出すサポートができています。新人ガイドさんの受け入れ体制を整える。</li> <li>●来館者が日々新しい文化体験に触れ合えるよう多様なプログラムを多数開催している。今後も質の高い催事を行い、来るたびにあたらしい感動につながるような運営を目指していきたい。</li> <li>●アンケートなどで得た情報は改善に活かしていく。</li> <li>●朝の時間帯の活用や夜の魅力を最大限に生かし、新たなテラスの魅力を創り上げたい。</li> </ul> <p>●運営スタッフを拡充し体制が整いつつあるが、引き続き、業務負荷について、無理のない業務環境を整える。本部スタイルの働き方改革への取り組みとも擦り合わせ、改善に努めていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●市民ボランティアガイドの二期生がガイドスキルを身につけられるよう教育の場づくりと、やりがいある活動の場として運営業務に貢献していただけるような方法を検討していく。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>●さまざまな災害のケースを想定した危機管理マニュアルを常に見直し、スタッフの入れ替わりにも対応できる管理体制を維持していく。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>●各プロジェクト担当は、広い範囲の業務を経験し、次の業務へのステップアップを通じ、テラス運営全体のレベルアップに繋がる職場づくりを継続していく。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>●自然災害によりダメージを受け、例年に比べ修繕箇所が増えたが、いまだに破損したままの箇所もある。観光客や日常的に利用する方が多く訪れる施設なので、速やかに施工できるよう、システムを検討したい。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>●施設オープンより11年が経過し設置備品の劣化も進んでいる。可能な範囲でメンテナンス、備品機材の入れ替え等をおこなっているが、行き届かぬ箇所もあり計画的なメンテナンス、備品の入れ替えをしていきたい。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>●先般のコロナウイルスの影響で施設運営に大きな影響を及ぼすことになったが、今後もコロナウイルス対策については継続的な取り組みが必要であり、できる限りの対策を練って対応していく。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>●施設の維持管理及び運営体制に関しては、体制も整えて管理されているので評価できる。また、象の鼻パークの利用に関し、制限も多い中で、関連団体と密にコミュニケーションをとりながら対応できていると思われる。</li> <li>●第4四半期において新型コロナウイルスの影響を受けたにも関わらず、令和元年度を無事に終了できた点は評価できる。なお、再開後については、イベントも増えていくと思われるので、スタッフ、来館者の安全に対する管理徹底に留意いただきたい。</li> <li>●設置備品の入れ替えに際しては、コロナ禍の状況を見極め、従前どおりのフルスペックでの維持を目指すのではなく、施設の利用状況に応じ柔軟に対応。</li> <li>●リスク・マネジメントなどへのマニュアル化は整備されつつあるが、VIP対応などのマニュアル化、周知の徹底がなされるとなお一層充実する。</li> </ul> <p>あわせて、海に出る企画もあるので、事故防止等の安全マニュアルを市民ボランティア等関係各所と共有することも要検討。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●評価対象者の運営/経営に関する自己評価については尊重し、評価委員としても評価できる。なお一層、来館者が安心して楽しめるような施設運営を期待したい。</li> </ul> |
|                                     | 2 誰でも入りやすい空間づくり                           |  |  |  |
|                                     | 3 日常的に質の高いアート作品・映像作品を館内に展示                |  |  |  |
|                                     | 4 利用者の利便性向上への取組                           |  |  |  |
|                                     | 5 営業時間の工夫(休祝前日の時間延長)                      |  |  |  |
|                                     | 6 営業時間の工夫(休祝前日の時間延長)                      |  |  |  |
| 2<br>運営体制                           | 1 スタッフの配置状況(役割・人数)、勤務体制                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●象の鼻テラス常勤スタッフは7人体制で運営。労働負荷改善と業務内容の充実に向け、適切な人員配置での事業推進に努めている。障がい者のスタッフを受け入れ活躍の場を設けている。</li> <li>●市民ボランティアガイドは約30名のチーム登録となり、運営業務のサポートに大きく貢献している。また第二期メンバーの募集を開始し、9名の応募を得た。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●緊急時対応策をスタッフ間で共有し緊急時の対応に備えている。</li> <li>●臨時閉館中、象の鼻テラス運営スタッフは、感染拡大防止対策に沿った勤務体制で施設管理に取り組んだ。管理に支障のない出勤体制にて、問い合わせ対応、危険行為の監視、室内の換気や衛生管理等施設維持に努め安全面の管理を万全に行った。</li> <li>●個々に経験を積んだスタッフによりチームを編成し、各文化芸術文化事業の企画・推進に取り組んでいる。必要な視察やリサーチは随時行い、事業推進に活かしている。各プロジェクトに担当者をつけ、成果の検証にて今後の業務のスキルアップに繋げている。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●市民ボランティアガイドの二期生がガイドスキルを身につけられるよう教育の場づくりと、やりがいある活動の場として運営業務に貢献していただけるような方法を検討していく。</li> </ul>   |
|                                     | 2 緊急時の体制                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>●個々に経験を積んだスタッフによりチームを編成し、各文化芸術文化事業の企画・推進に取り組んでいる。必要な視察やリサーチは随時行い、事業推進に活かしている。各プロジェクトに担当者をつけ、成果の検証にて今後の業務のスキルアップに繋げている。</li> </ul>   |  |  |
|                                     | 3 スタッフのスキルアップ、モチベーションアップ、ワークライフバランスのための取組 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●緊急時対応策をスタッフ間で共有し緊急時の対応に備えている。</li> <li>●臨時閉館中、象の鼻テラス運営スタッフは、感染拡大防止対策に沿った勤務体制で施設管理に取り組んだ。管理に支障のない出勤体制にて、問い合わせ対応、危険行為の監視、室内の換気や衛生管理等施設維持に努め安全面の管理を万全に行った。</li> <li>●個々に経験を積んだスタッフによりチームを編成し、各文化芸術文化事業の企画・推進に取り組んでいる。必要な視察やリサーチは随時行い、事業推進に活かしている。各プロジェクトに担当者をつけ、成果の検証にて今後の業務のスキルアップに繋げている。</li> </ul>   |  |  |
| 3<br>施設の維持管理                        | 1 施設の維持管理状況                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>●設備点検を定期的実施しているほか、10年を経て劣化が目立つ箇所や、台風被害により損傷した箇所については、市担当者や情報共有しながら順次修繕を行っている。</li> <li>●テラススタッフに防火責任者・火元責任者をおきカフェスタッフも含めた防火対策に努めている。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●自然災害によりダメージを受け、例年に比べ修繕箇所が増えたが、いまだに破損したままの箇所もある。観光客や日常的に利用する方が多く訪れる施設なので、速やかに施工できるよう、システムを検討したい。</li> <li>●施設オープンより11年が経過し設置備品の劣化も進んでいる。可能な範囲でメンテナンス、備品機材の入れ替え等をおこなっているが、行き届かぬ箇所もあり計画的なメンテナンス、備品の入れ替えをしていきたい。</li> <li>●先般のコロナウイルスの影響で施設運営に大きな影響を及ぼすことになったが、今後もコロナウイルス対策については継続的な取り組みが必要であり、できる限りの対策を練って対応していく。</li> </ul>  |  |
|                                     | 2 施設の小規模修繕・改善状況                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>●消防訓練は例年通り実施、非常時対応についてのルール確認も定期的にスタッフ間で行い、常に危機管理意識をもつよう、スタッフの意識改革に努めている。</li> <li>●パーク内での危険行為者に対する、警察との連携対応により、大きな事故の発生前の事前防止に努めている。</li> </ul>   |  |  |
|                                     | 3 安全対策、安全管理体制                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>●予期せぬ自然災害・疫病にも、必要な衛生備品を揃え安全な運営に取り組んだ。</li> </ul>  |  |  |

※自己評価のチェックについて:取組に対する姿勢や成果を自己分析し、10段階で記載すること。目標に対して、概ね良好を「5」とし、目標以上の成果が見込めたものを「6」～「10」、目標を下回ったものを「1」～「4」の範囲で、記載する。

| II 創造性／政策達成評価  |                    | 事業計画(要旨)  |   | 実施結果  |  | 事業評価  |  |
|--|--------------------|---|---|---|--|---|--|
| 評価軸  |                    | 評価の着眼点  |   |   |  | 自己評価(成果・課題)   |  |
|  |                    |   |   |   |  | 【チェック】  |  |
|  |                    |   |   |   |  | 委員会評価   |  |
| 1<br>創造都市横浜の推進のため、文化観光交流拠点として、質の高いアートプログラムを国内外に向けて発信する | 文化芸術事業             | 1   | <p>質の高いアートプログラムを国内外に向けて発信する事業</p> <p>□新規性・独自性の高い活動並びに象の鼻地区の特性を生かした国際性の高い事業の展開</p> <p>□多様なアーティスト、クリエイターへの活動の場の提供</p> <p>□多様な文化芸術活動主体との連携</p> | <p>・PORT JOURNEYS</p> <p>・ゾウノハナ・バレエ・プロジェクト</p>  | <p>●高雄(台湾)とアーティスト交流、同都市においてディレクターズ・ミーティングの実施。</p> <p>●日本に滞在する海外アーティストによるトークとワークショップのミニシリーズ「showcase」を再スタート。</p> <p>●鶴見区を舞台に行う街づくりの実証実験プロジェクト始動に向け、リサーチを開始</p> <p>●安藤洋子をインストラクターに招いた通常レッスンは閉館後会場全体を使用し月2,3回実施、成果発表の機会を夏と冬に設けた。</p> <p>●2020年1月、象の鼻テラス発のパフォーミングアーツ作品「Walk Installation vol.1 ARUKU」を発表。</p>  | <p>【II 総評】第3期の最終年にあたる令和元年度は、この10年間の集大成と、次なる展望に向け進む1年として位置づけた。10周年記念事業は無事遂行し、市民とアーティストの新しい関係性を提案する意義あるプロジェクトになった。各事業においても成果発表や、次年度に向け新たな展開につながる取り組みができた。持続性や発展性について今後検討が必要である。</p> <p>●【PJ】新規参加の高雄と充実した相互交流ができた。これまで議論し培われた知見を実際の街づくりに活かす新たなフェーズに移行。課題は実施意義に比へ活動が周知できていないこと。解決を図りたい。●【BALLET】安藤洋子を中心にクリエイションを行い、象の鼻テラスならではのパフォーミングアーツ作品発表が実現した。WSに参加するコアメンバーや、ジュニア・シニアの参加枠・韓国人アーティストとのコラボレーションなど充実したプログラムとなった。今後事業の継続性を確保するため、参加者の募り方や自立性について検討していく。●【FSP】本企画は市民とアーティストの関係が垣根を超え並列にあり、それぞれ主体性を持って表現活動に参加する画期的な試みとなった。10年間の運営でノウハウを蓄積した成果ともいえる。この取組みを継続し発展させる枠組みを検討していく。●【MARCHÉ】新しいパートナーとの企画など体制が確立。今後はパークを一体活用した展開や、参加店舗の拡充に努めたい。●【BTB】市民ガイドが発案したクルーズツアーが定着。今後メンバーの増員や創造的視点を盛り込んだ新しいツアーの開発に取組みたい。●【SNACK】多彩な展開を生み出した。頻度と運営負荷、事業性のバランスについて検討していく。●【ATELIER】各文化芸術事業内で積極的に子ども向けのWSを実施。組織しているKO-ZOU CLUBメンバーの活躍の場を検討したい。●【ダンス縁日】市民の活動の場として無料開催。年を追うごとに規模が拡大。今後、かかるコストと運営負荷のバランスを取り、ダンスステージとしてのクオリティを向上させていきたい。●【S】今年度で実行委員会解散し節目を迎えた。環境問題への訴求、公共空間の活用、市民参加、若手育成など多くの功績を残した。次年度以降、発展的な次なる企画につなげたい。●【SLOW】2017年よりリサーチを重ねたサーカスが新規プロジェクトに結実した。パトリの本番年となり、着実な成功に向け体制を整える。●【象の鼻カフェ】もともと近い距離で市民と接するカフェならではの訴求に取り組んでいる。名物メニューの開発が滞っている点、アーティストカフェのコンセプトに立ち返って今一度検討し、新しい話題づくりにつなげたい。</p> <p>●掲載数の減少については、これまで、登録し書き込みをすると自動的に外部サイトに掲載されるシステムを活用していたが、例年に比べて作業にあつたなかったことが数字を下げた要因と考える。次年度は体制を整え、確実な情報発信に努めたい。</p> <p>●活動を言語化と発信を掲げていたが、CONCEPT BOOKにてその概略がまとめられた、今後活用していきたい。</p> <p>●課題としては、施設広報の発信力が停滞している。発展していく方法を検討したい。</p> |  |
|  | まちづくり、賑わいづくりに資する事業 | 2   | <p>□象の鼻パークとの一体的活用</p> <p>□都市文化観光への寄与</p> <p>□都心臨海部の立地環境、歴史性を意識した企画・活動</p>   | <p>・ZOU-SUN-MARCHE</p> <p>・ETB(エレファント・トラベル・ビューロー)</p> <p>・SNACK ZOU-NO-HANA</p>   | <p>●今年度も毎週日曜の開催を継続した。海外文化体験の創出ともなるテーマを持たせた特別版マルシェは、17回企画・開催(そのうち2回は臨時閉館により中止)。新たに獲得した連携先とともに、新規企画を打ち出した(アフリカ、エストニア、ブラジルなど)。</p> <p>●市民ガイドボランティアの自立的な活動を中心に観光案内を実践。民間船会社と連携する「おさんぼクルーズ」だけでなく、各文化芸術事業とコラボレーション企画や民間会社・団体からガイドオファーを受けるなど活動が発展した。YCGとの連携も継続中。</p> <p>●市民とアーティストの交流の場「SNACK ZOU-NO-HANA」は各事業に合わせて実施。PJと連動した回では、ドイツ人アーティストのレシピによるスープを振る舞った。日常的に楽しめる企画は、音楽、映画、時には学びの場など多彩に38プログラムを実施。</p> |   |  |
|  | 市民にとってより身近で開かれた事業  | 3   | <p>□市民参加プログラム、教育プログラムの充実</p> <p>□市内教育機関、文化施設等との連携</p> <p>□ガイドボランティアの自立性強化</p>   | <p>・Atelier ZOU-NO-HANA</p> <p>・ダンス縁日</p>   | <p>●各文化芸術事業内や、協力団体からの会場協力の要請において、子ども向けのワークショッププログラムを積極的に取り入れている。小学校へのアウトリーチは今年度も引き続き3校へ派遣。ジャンルを問わないアーティストの活動の場づくりにもつながっている。KO-ZOU CLUBの登録人数は現在220名となった。</p> <p>●市民の創作活動の発表の場として毎年8月の開催が定着。約60組の参加が得られ、民族ダンスからキッズのダンスグループまで多彩な演目が繰り広げられた。バレエプロジェクトの成果発表の場となる連携も図った。飲食ブースは多国籍な4店舗が出店した。</p>  |   |  |
|  | 文化芸術事業             | 4   | <p>□横浜市主催事業、横浜市の政策に沿った事業、創造限界拠点と連携した事業等への開催場所提供</p>   | <p>・スマートイルミネーション横浜</p> <p>・スローレーベル/ヨコハマ・パトリエナーレ</p> <p>・その他協力事業</p>   | <p>●SIは例年に加え、「スマートイルミネーション・サミット2019」を開催。海外2都市からゲストを招聘。郊外展開は泉区で開催。●SLOWは新規プロジェクト「SLOW CIRCUS PROJECT」を発足。●協力催事は実施18(中止2を含む)件、新規連携先15組を獲得。</p>   |   |  |
|  | 文化芸術事業             | 5   | <p>□カフェからの積極的な文化発信</p>  | <p>・オリジナルイベントの開催</p> <p>・文化芸術事業との連動</p>   | <p>●「BENTO PROJECT」では、利用者のニーズ把握のためのアンケートや試飲会を中心に開催。象の鼻テラスの各文化芸術事業と連動し、特別メニューの販売や時間外営業にも取組んだ。●環境問題に配慮したプラスチックゼロの取組みも強化に努めている。</p>   |   |  |
| 2<br>広報活動により施設及び事業の効果的な周知を行う                           | 1                  | <p>□象の鼻テラス及び各事業の効果的な広報活動・情報発信</p> <p>□創造都市横浜のPRにつながる広報活動・情報発信</p> <p>□出版物、映像資料等の作成、発行</p> <p>□海外を意識した情報発信(バイリンガル対応)</p> | <p>・公式WEBサイト運営</p> <p>・定期刊行物の発行</p> <p>・SNSの効果的な活用</p> <p>・国内外からの視察受け入れ(随時)</p> <p>・象の鼻モデルの言語化・発信に向けた活動</p>                                 | <p>●施設広報は、公式ウェブサイト・SNSにより発信。SNSはPeatixを新規に導入。パブリシティでは、2015-2019の記録集と、これまで10年の活動を俯瞰し概略を伝えるためのCONCEPT BOOKを制作した。○公式WEBサイトユーザー数:112,013(前年比:99%)○Facebookフォロワー:3,885人(前年比:+194人)○Twitterフォロワー:4,275人(前年比:+249人)○Instagramフォロワー:765人(前年比:+151人)(2020年3月23日時点)</p> <p>●事業広報は、媒体の掲載数合計772件で前年比70%と減少した。(内訳:WEB:705件/新聞:12件/フリーペーパー:23件/雑誌:20件/ラジオ:4件/テレビ:5件/その他:3件(広告、パンフレットなど))事業ごとのプレスリリース/ニュースレター配信は7回、PR TIMESは8回利用した。毎月のメルマガ配信から掲載につながる事例もあった。</p> |  |   |  |

【総評】  
 ・国有地、港湾施設として制約が多い施設運営にもかかわらず、市民を対象とした質の高い多彩なプログラムを実施し定着させている。10年間に築き上げた実績は大きい。  
 ・これからの5年、10年を見据えたうえでフューチャースケープ・プロジェクトのような意欲的なプロジェクトを実施し、新たな可能性と方向性を見つけたことは評価できる。  
 ・アート・プログラムのターゲットがなかなか絞り込めないという難しさがある中で、市民に開かれたプログラムを着実に実施してきている。

【市の取り組むべき事項】  
 ・施設運営や大規模イベントあるいはVIPが出席するイベントを実施する際には、リスク管理の観点から、市も早めのサポートができることが望ましい。  
 ・港湾施設という特性上規制が多い施設なので、規制のある部分については創造都市推進課も港湾局との調整に必要に応じて協力してほしい。  
 ・ポート・ジャーニーのプログラムとして鶴見区へ出ていくチャレンジは高く評価できるが、一方で、地域との距離感や事業の最終形としての成果がまだ見えにくい点が課題となるため、事業の動向を市としても見守り適宜協力していただくことが望ましい。

【総評】(平成30年度)  
 ・港にあることの特質や市民への開放性など、象の鼻テラスらしさのある企画が行われている。  
 ・10年という時間をかけて象の鼻テラスというブランドが確立されている。  
 ここにしかない、かつ、市民に開かれた空間が、市民からの提案という形で実現する可能性があることが、他の拠点と違う特徴であり成果である。  
 ・分科会で出た課題についてはきちんと改善・向上するよう努力されており、少ない人数でしっかり運営していることは評価できる。

【総評】(平成29年度)  
 ・無料休憩所の運営と文化観光交流拠点の運営の両立という難しいミッションのもと、総合的に質、量ともにレベルの高いプログラムを実施している。  
 ・事業者の努力により、運営における人員体制は改善されてきている。  
 ・フューチャースケーププロジェクトは、これからの象の鼻テラスにとって重要なプロジェクトなので、市とワコールとの両輪で進めてほしい。市民との話し合いもキックオフイベントの1回だけでなく、続けていけるとよい。また、その成果も公開するなどして、なるべく多くの市民と共有できると良い。

【総評】(平成28年度)  
 ・例年、施設の規模や人員以上の、質、量ともに高いプログラムを実施してきている。  
 ・これまでの8年間の事業の積み上げが、象の鼻ブランドとして市民の間に定着している。  
 ・年度ごとの目標を設定し、その中で課題の解決に向けて動くというマネジメントサイクルが構築されている。  
 ・国内外の文化芸術関係者にも取組の中身がこれまで以上にリーチするよう発信方法を工夫するとともに、既存プログラムのアーカイブをもっと有効活用できると良い。

【総評】(平成27年度)  
 ・社会的ミッションなどに注目する拠点多い中、マーケティングと集客を怠らず事業にしっかり取り組んでいる。また、創造限界拠点として街とのつながりを作っていくという視点が他の拠点と比べても飛び抜けて高く、まちづくりに貢献している。  
 ・本来ならシステムティックにやる部分を、良心的に手間をかけて丁寧に行っている。  
 ・象の鼻テラスは他の拠点と比べ、使用できる面積が狭いなど、文化芸術活動を展開するには不利な部分も多いが、その中でこれだけ質・量ともに充実した取組を行っていることは高く評価できる。

・コロナ禍の影響を受けた企画をオンラインに切り替えた柔軟性は評価できる。ポスト・コロナにおいてもオンライン展開どうするか、広報ツールとしてのオンラインの活用が課題。  
 ・広報は新しいやり方も適宜取り入れて実施できるとよい。

# これからのクリエイティブシティ・ヨコハマ を考える

令和2年7月31日  
横浜市文化観光局創造都市推進課

# これからのクリエイティブシティ・ヨコハマを考える

## 1. 概要

## 2. これまでの振り返り

# 概要

## 創造都市施策の開始時とは環境が大きく変化

○人・企業の集積、都心臨海部の開発、文化芸術施設、新型コロナウイルス感染症

## 今後の創造都市施策を見据えた検討

○次期中期計画の素案検討（R3）、創造界限拠点の次期協定期間（R4～）



## 令和2年度はこれまでの振り返りと今後の方向性の検討



# 主な環境の変化

## ここ数年間で関内・関外地区やみなとみらい地区の環境は大きく変化

### 企業(R&D)の集積

【イノベーション都市・横浜】

- ・資生堂
- ・村田製作所
- ・京浜グループ
- ・富士ゼロックス

### 創造界隈拠点と企業の交流

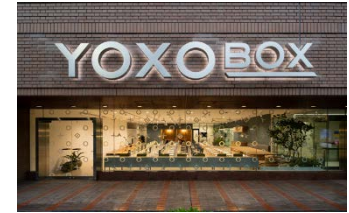


### 大学キャンパスの開設

・神奈川大学

### ベンチャー企業成長支援事業拠点

・YOXO BOX



### 文化芸術施設の集積

- ・ぴあアリーナMM
- ・KT ZEPP YOKOHAMA
- ・ビルボードライブ横浜
- ・Dance Base Yokohama

### 空室率の改善

【H15.4】13.4%  
→ 【R2.4】3.2%

### 北仲地区の開発

- ・市庁舎移転
- ・北仲ブリック&ホワイト  
(旧帝蚕倉庫)



### 文化芸術施設の集積

- ・若葉町ウォーフ
- ・ジャック&ベティ

### 関内地区の再開発

- ・横浜市庁舎街区活用事業  
(レガシーホテル等)
- ・横浜文化体育館再整備事業  
(横浜ユナイテッドアリーナ等)
- ・教育文化センター跡地活用事業  
(関東学院大学キャンパス)



あうたびに、あたらしい

Find Your YOKOHAMA

City of YOKOHAMA





# 今後の主な動き

## 令和4年度は創造都市施策のひとつの転換期

|                |                     | R2     | R3 | R4       | R5       | R6 | R7      |           |
|----------------|---------------------|--------|----|----------|----------|----|---------|-----------|
| 中期計画           |                     | 現行中期計画 |    | 次期中期計画   |          |    |         |           |
| 創造<br>界隈<br>拠点 | (1) 旧第一銀行横浜支店       | 現      | 工事 | 次期 (~R8) |          |    |         |           |
|                | (2) 旧老松会館           | 現      |    | 次期 (~R8) |          |    |         |           |
|                | (3) 象の鼻テラス          |        |    |          | 現        |    |         | 次期 (~R11) |
|                | (4) 初黄・日ノ出町文化芸術振興拠点 | 現      |    | 現 (更新)   |          |    | 現 (~R9) |           |
|                | (5) 旧関東財務局横浜財務事務所   |        |    |          | 現 (~R12) |    |         |           |
|                | (6) 文化芸術創造発信拠点      | 現      |    | 次期 (~R8) |          |    |         |           |

※現：現運営団体 次期：次期運営団体

あうたびに、あたらしい

Find Your YOKOHAMA

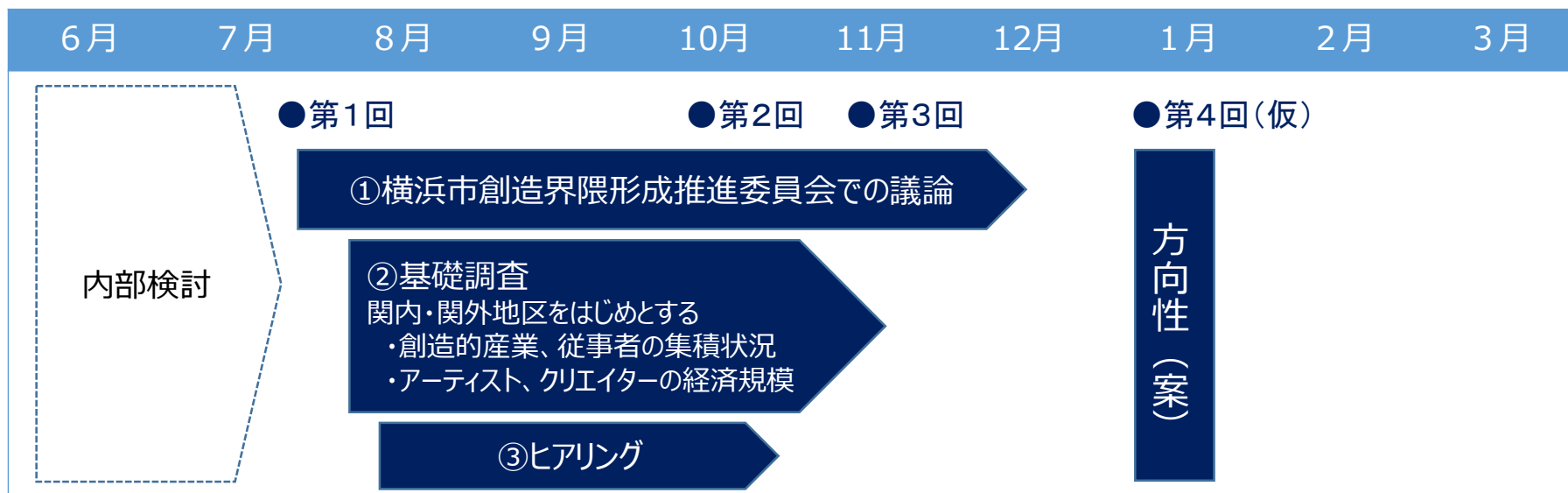
City of YOKOHAMA



# 検討の進め方

年度後半での方向性（案）の策定に向けて検討を進める。

- ① 横浜市創造界隈形成推進委員会での議論
- ② これまでの取組成果の把握のための基礎調査
- ③ 外部有識者、関係者へのヒアリング



# 基礎調査とヒアリングの概要

## 関内・関外地区へ集積したアーティスト・クリエイター等の状況

- 経済センサス等による創造的産業、従事者の集積状況の調査
- アンケート調査による経済規模等の事業展開状況の調査

## 外部有識者、関係者ヒアリング

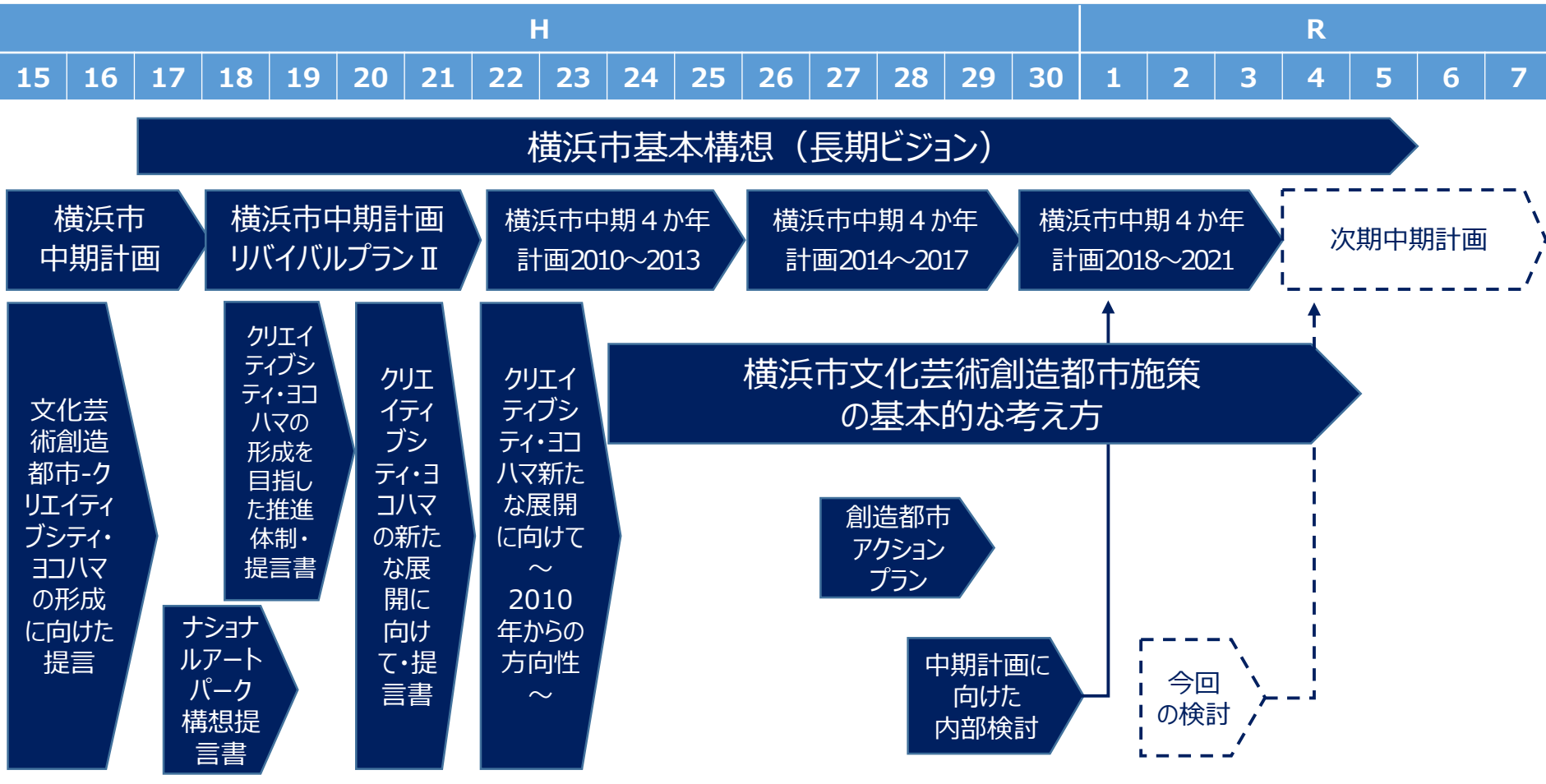
- これまで創造都市施策に関わった方、新たな視点として関わりのない方など、他分野の中から対象者を選び、ヒアリング

# これからのクリエイティブシティ・ヨコハマを考える

## 1. 概要

## 2. これまでの振り返り

# これまでの振り返り



あうたびに、あたらしい

Find Your YOKOHAMA

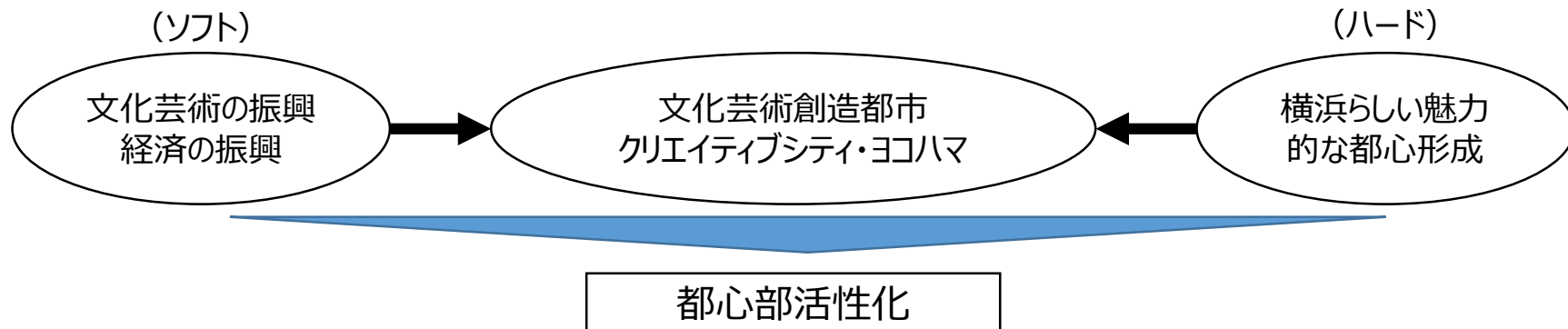
City of YOKOHAMA



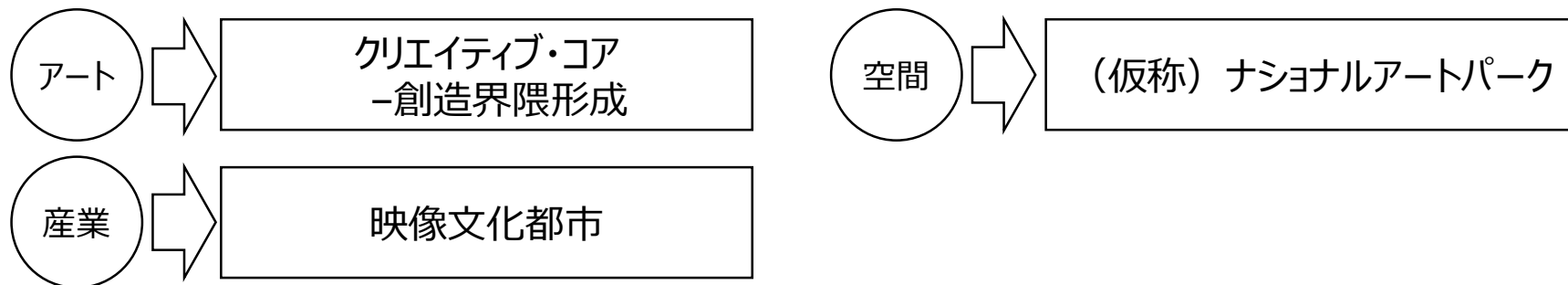
# これまでの振り返り

## 文化芸術創造都市-クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けた提言（H15）

### □ 創造的による都市再生ビジョンの考え方



### □ 重点的に取り組むプロジェクト



# これまでの振り返り

## 文化芸術創造都市-クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けた提言（H15）

### 1 アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現

目標 1 5,000人のアーティスト・クリエイター

### 2 創造的産業クラスターの形成による経済活性化

目標 2 30,000人の創造的産業従業者数

### 3 魅力ある地域資源の活用

目標 3 100か所の文化・観光集客装置

### 4 市民が主導する文化芸術創造都市づくり

目標 4 3,500,000人の文化鑑賞者

|      | 当時の値（2004年）          | 最新値                   |
|------|----------------------|-----------------------|
| 目標 1 | 3,071人（1995年 国勢調査）   | 3,150人（2015年 国勢調査）    |
| 目標 2 | 16,281人（2001年 事業所統計） | 26,474人（2016年 経済センサス） |
| 目標 3 | 85カ所（2003年 都市経営局）    | 143カ所（2020年 独自集計）     |
| 目標 4 | 278万人（2003年 都市経営局）   | 530万人（2020年 独自集計）     |

あうたびに、あたらしい

Find Your YOKOHAMA

City of YOKOHAMA



# これまでの振り返り

・合計人数は微増  
 ・「音楽家、舞台芸術家」はH22国勢調査以降、減少

## 目標1：5,000人のアーティスト、クリエイター

数値：横浜都心部（西区、中区）におけるアーティスト、クリエイター（と定義する職種）

| 職種            | 1995年 国勢調査 |       |              | 2015年 国勢調査 |       |              |
|---------------|------------|-------|--------------|------------|-------|--------------|
|               | 西区         | 中区    | 計            | 西区         | 中区    | 計            |
| 文芸家、記者、編集者    | 145        | 472   | 617          | 250        | 390   | 640          |
| 美術館、写真家、デザイナー | 609        | 713   | 1,322        | 850        | 1,150 | 2,000        |
| 音楽家、舞台芸術家     | 334        | 798   | 1,132        | 100        | 410   | 510          |
| 計             | 1,088      | 1,983 | <b>3,071</b> | 1,200      | 1,950 | <b>3,150</b> |

## 目標2：30,000人の創造的産業従事者数

数値：横浜都心部（西区、中区）における創造的産業従事者数（と定義する業種）

・ソフトウェア業を中心に増加傾向

| 業種              | 2001年 事業所統計 |       |               | 2016年 経済センサス |       |               |
|-----------------|-------------|-------|---------------|--------------|-------|---------------|
|                 | 西区          | 中区    | 計             | 西区           | 中区    | 計             |
| 新聞業             | 270         | 79    | 349           | 12           | 355   | 367           |
| 出版業             | 102         | 100   | 202           | 63           | 40    | 103           |
| 映画館             | 46          | 278   | 324           | 59           | 271   | 330           |
| 興行場（別掲を除く）、興行団  | 23          | 117   | 140           | 100          | 367   | 467           |
| 映像情報制作・配給業      | -           | 107   | 107           | 31           | 250   | 281           |
| 公共放送業（有線放送業を除く） | 31          | 121   | 152           | -            | 99    | 99            |
| 民間放送業（有線放送業を除く） | 49          | 686   | 735           | 476          | 110   | 586           |
| 有線放送業           | 11          | 23    | 34            | -            | 93    | 93            |
| ソフトウェア業         | 7,879       | 6,113 | 13,992        | 16,951       | 6,776 | 23,727        |
| デザイン業           | 43          | 199   | 242           | 63           | 353   | 416           |
| 著述・芸術家業         | 1           | 3     | 4             | 2            | 3     | 5             |
| 計               | 8,455       | 7,826 | <b>16,281</b> | 17,757       | 8,717 | <b>26,474</b> |

※【参考】建築設計業 2001年 1,701名、2016年 2,969名



# これまでの振り返り

## 横浜市文化芸術創造都市施策の基本的な考え方（H24）

### 基本方針3 アーティスト・クリエイターを支援し、創造性を生かしたまちづくりを進めます。

横浜市は、全国に先駆けて文化芸術創造都市＝クリエイティブシティ・ヨコハマを都市戦略として推進してきました。こうした取組の結果、国内外からも高い評価を受けるとともに、アーティスト・クリエイターなど創造的な人材が集積しつつあります。

アーティスト・クリエイターなど創造的な人材の一層の集積を進めるとともに、企業や地域との協働を推進し、創造的産業の集積につなげ、創造性を生かしたまちづくりを進めます。

- (1) アーティスト・クリエイターの集積の推進
- (2) 創造的産業に繋がるネットワーク形成
- (3) アーティスト・クリエイターへの支援機能の充実

# これまでの振り返り

## 中期計画に向けた内部検討（H29）

### 本市の目指すべき姿（「基本的な考え方」の基本理念）

「選ばれる都市・横浜」

### 文化観光局のミッション

「選ばれる都市・横浜」を実現するための「ブランド力」の向上

※共通理念：クリエイティブ・チルドレン&インクルージョン

### ミッション（文化芸術創造都市施策の目指すべき姿）

創造性を「中核」に据え、新しい価値を生み出す都市、人の可能性を広げる都市、魅力を輝かせる都市を目指すことで、「選ばれる都市・横浜」へ

# これまでの振り返り

## 中期計画に向けた内部検討（H29）

### 取り組んでいくプロジェクト

- ◆ **創造性をツールとしたまちづくり（創造界隈の活性化）**
  - ・ 創造界隈（拠点）
- ◆ **創造性をツールとしたまちづくり（創造性×ビジネス）**
  - ・ 創造的産業の集積
  - ・ クリエイティブ・ビジネスの創出・支援
- ◆ **クリエイティブ・チルドレン&インクルージョン**
  - ・ クリエイティブ・インクルージョン
  - ・ クリエイティブ・チルドレン

# これまでの振り返り

|              | H29  |  | R2   |
|--------------|--|--|--|
|              | 目ざすべき姿   | 今後の方向性   | 現状と課題  |
| 創造界限拠点       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・公共空間を活用し、アーティスト・クリエイターの活動が、エリアとしての価値向上・賑わいづくりにつながっている。</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・役割の整理と成果指標の設定</li> <li>・YCC：新市庁舎との連携 &amp; 新たな機能を検討</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・エリアや拠点ごとの役割の見直し</li> <li>・新市庁舎が位置し、関内地区とみなとみらい地区をつなぐ北仲通地区における方向性の検討</li> </ul>             |
| 創造的産業 → 集積   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・創造界限活性化や創造性×ビジネスにつながるアーティスト・クリエイターが集積している。</li> <li>・THE BAYSがアーティスト・クリエイターの集積およびアーティスト・クリエイター同士のネットワークづくりの中核施設になっている。</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務所等開設支援助成の対象分野・活動・エリア等の優先順位づけ</li> <li>・IT系企業の集積を進める経済局との役割分担と連携</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・事務所等開設支援助成の実施</li> <li>・ACYを窓口とした経済局との連携の推進</li> </ul>                                     |
| クリエイティブ・ビジネス | <ul style="list-style-type: none"> <li>・texi yokohamaやTHE BAYSをはじめとする様々な主体が官民連携して「創造性×ビジネス」に取り組んでおり、成果物がクリエイターグッズ・ショップで販売されている。</li> <li>・ACYプラットフォームを通じて、連携拡大や課題解決等のサポートが行われている。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ACY：プラットフォームの継続開催とそこから生まれるプロジェクトのマネジメント</li> <li>・texi yokohama：民間主体の地域ブランドとしての自立に向けた実績作りと体制整理</li> <li>・クリエイターグッズ・ショップ：創造性×ビジネスの成果物を販売するショップの設置・運営</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ACYプラットフォームによるクリエイターと企業の交流や連携事例の創出</li> <li>・クリエイターグッズ・ショップなどの市の取組の自走化及び新規展開の検討</li> </ul> |

# これまでの振り返り

|                         | H29   |  | R2   |
|-------------------------|---|--|--|
|                         | 目指すべき姿  | 今後の方向性   | 現状と課題  |
| パラトリエンナーレ               | 文化芸術を通じて、お互いを理解し、尊重できる寛容性のある社会の醸成につながっている       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年に向けた発展的な展開</li> <li>・2020年以降は、アクセシビリティに関するノウハウや障害者の創作活動を支える仕組みなどを広く波及</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・パラトリエンナーレ2020の開催</li> <li>・2020年以降のレガシー創出に向けた検討</li> </ul>             |
| ACY助成（インクルージョン&フェローシップ） | 助成を受けたアーティストやプロジェクトが、横浜育ち（横浜発）として、国内外で認知、活躍（展開） | <ul style="list-style-type: none"> <li>・丁寧な伴走支援、場の提供等における他事業との連携</li> <li>・PRと実績の積み重ねによる認知・理解の向上</li> <li>・P D C Aによる制度の充実、中長期的な展開の検討</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ACYの紹介による創造界隈拠点などの発表の場の提供</li> <li>・申請者数・質の確保や都市の魅力発信に繋がるPR</li> </ul> |

# これまでの振り返り

## 横浜市中期4か年計画2018～2021（H30）

### 政策5 文化芸術創造都市による魅力・賑わいの創出

- ◆ 歴史的建造物等への賑わいづくりなど、創造性をいかしたまちづくり
- ◆ 誰もが対等な関係で関わり合える社会の実現（社会包摂）
- ◆ 次世代を担う人材の育成

### 施策2 創造性をいかしたまちづくり

- ◆ 関内・関外地区をはじめとする都心臨海部の歴史的建造物や公共空間（道路・公園・水路）等を活用し、アーティスト・クリエイターが創造性を発揮することにより、まちの賑わいづくりを進めます。
- ◆ 様々なビジネスと創造性を掛け合わせ、新たなビジネス機会の創出を図ります。
- ◆ 想像界限拠点は、これらの活動を先駆的に進めます。

|     | 指標             | 策定時       | R30  | R1   | R2 | R3 | 目標値  |
|-----|----------------|-----------|------|------|----|----|------|
| 政策5 | 文化芸術創造都市施策の浸透度 | 3.85      | 3.88 | 3.92 |    |    | 4.00 |
| 施策2 | 創造界限拠点の運営      | 創造界限拠点の運営 | 運営   | 運営   |    |    | -    |

# これまでの振り返り

・他都市と比べ、比較的高い水準を維持

## 文化芸術創造都市施策の浸透度

各項目に対し、とてもそう思う(6点)～まったくそう思わない(0点)の回答により集計

| 分類               | 項目  | 横浜市  |      |       | 他都市(R1) |      |
|------------------|---|------|------|-------|---------|------|
|                  |   | H30  | R1   | 差引    | 東京      | 神戸   |
| 創造性を活かしたまちづくり    | 1 歴史的な建物や公園・水辺等が、文化芸術・にぎわいの場としても活用されている。    | 4.21 | 4.21 | 0.00  | 3.97    | 4.06 |
|                  | 2 アートやデザインを生かしたまちづくりが行われている。                | 3.81 | 3.87 | 0.06  | 3.70    | 3.99 |
| 文化的に豊かな市民生活の実現   | 3 美術館や音楽ホールなど、質の高い文化芸術を鑑賞できる文化施設が充実している。    | 4.02 | 4.10 | 0.08  | 4.40    | 3.86 |
|                  | 4 身近な地域において、気軽に文化芸術活動に参加できる機会・場が充実している。     | 3.76 | 3.74 | △0.02 | 3.95    | 3.72 |
| プレゼンス向上          | 5 アートやダンス、音楽など、国内有数の文化芸術イベントが開催されている。       | 4.02 | 4.01 | △0.01 | 4.34    | 3.86 |
|                  | 6 文化芸術を通じて、海外の都市などと積極的に交流している。              | 3.93 | 4.01 | 0.08  | 4.08    | 4.02 |
| クリエイティブ・インクルージョン | 7 高齢の方や障害のある方も美術館や音楽ホールなどを利用しやすいように配慮されている。 | 3.66 | 3.70 | 0.04  | 3.74    | 3.69 |
|                  | 8 障害の有無や国籍の違いに関わらず、文化芸術イベントを楽しめる工夫がされている。   | 3.76 | 3.81 | 0.05  | 3.90    | 3.80 |
| クリエイティブ・チルドレン    | 9 子どもたちが、学校や市内の文化施設で質の高い文化芸術に触れる機会がある。      | 3.72 | 3.82 | 0.10  | 3.90    | 3.83 |
|                  | 10 アートやダンス、音楽など、様々なジャンルで若手が活躍する機会がある。       | 3.87 | 3.89 | 0.02  | 4.17    | 3.76 |
| 平均値              |   | 3.88 | 3.92 | 0.04  | 4.02    | 3.86 |

# 委員ヒアリング

## 各委員へのヒアリングについて

横浜市創造界限形成推進委員会の委員及び分科会委員へのヒアリングを今後行います。

詳細は別途調整させていただきますので、ご協力をお願いいたします。

### ヒアリング概要

- ・実施時期：8～9月頃を予定
- ・実施方法：対面又はオンラインのいずれか