

令和2年度第3回横浜市創造界限形成推進委員会会議録	
日 時	令和2年11月19日（木）13時30分～15時50分
開催場所	WEB会議形式（事務局設置：横浜市役所18階共用会議室さくら14）
出席者	野原委員長、六川副委員長、岡本委員、菅野委員、重松委員、日沼委員、簗谷委員、山口委員、恵良氏
欠席者	遠藤委員
開催形態	一部非公開
議 題	1 報告事項 （1）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 （2）創造界限拠点の役割・今後の方向性について 2 その他
決定事項	<p>事務局 【開会】 ○令和2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> <p>事務局 【資料確認】 ○配付資料の確認が行われた。</p> <p>事務局 【定足数の確認】 ○委員9名中8名が出席しており、委員会の成立となる。</p> <p>事務局 【会議の公開・非公開】 ○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、報告事項（2）「創造界限拠点の役割・今後の方向性について」は、同条例第7条第2項第5号に当たるため非公開とするが、よろしいか。</p> <p style="text-align: center;">（了承）</p> <p>報告事項（1）：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 ＜事務局より説明が行われ、議題について意見交換が行われた。＞</p> <p>野原委員長 ○ここまでの説明について、質問や意見はあるか。 恵良氏 ○1つ目に、海に向かう6つの軸と横をつなぐ2つの海辺の創造都市の都心軸を表す図があったのですが、これをもう一回見直したほうがいいかと思う。公共空間やウォーターフロントが重要になり、今年はCreative Railwayも実施したので、馬車道とみなとみらいの2軸、日本大通りの軸あたりでリアルな戦術を考えるのが効果的かと思う。2つ目に、「クリエイティブな人」から「クリエイティブな活動」に視点</p>

		<p>を移すとする、クリエイティブな街の風景を見せていくというのが広報・ブランド戦略的にも重要になってくる。あわせて先ほどの空間配置も念頭に置くことが重要になる。3つ目に、創造産業の分野の事例を挙げていたが、この他にもその産業を支えるビジネス、例えば弁護士やマーケッター等もあるので、これらを活性化するためのサポートビジネスと意識するといいい。4つ目に、最近まちづくりでは無形文化財の議論がよく出てくるが、無形文化財にはなっていないくても、地域コミュニティーで育んだ活動、例えばお祭り等も創造都市のキーワードを入れることによって違う展開を見せるかもしれない。</p>
菅野委員	○	<p>目指すべき都市像案の語順は主語と述語を意識して「すべての人が創造性を発揮し、多様な価値観を紡ぎ、新しい価値を生み出す都市」の方がよい。ただもう少し具体的なイメージが湧きやすい言葉のほうがよいと思う。全体の言葉遣いを誰もが理解、共有できる言葉に落とし込めないか。クリエイティブシティのコンセプトの中に、社会包摂という言葉に記載しているが、今後はダイバーシティや多様性という言葉に置き換わっていくのではないかと考えており、こちらの方がよりトレンドに合っていると感じた。創造産業の分野については、文化遺産もフィールドの一つだと思う。比較的新しい分野は含まれているが、横浜の場合は歴史的建造物が大きな財産で、そこから産業や創造性が生まれてくると思う。また、アーティスト・クリエイターだけでなく、プロデューサー、仕掛ける人も入ってこないといけない。創造性は創る側の人だけでは成り立たないので、仕掛ける側の人材も必要。ソーシャルアントレプレナーのような単なる利益追求だけでない社会的企業もターゲットになるかと思う。</p>
事務局	○	<p>創造性の循環イメージ図は、少しデザイナー・クリエイター型の表になっていたので、もう少しアートの切り口を追加した方がよいと感じた。例えば横浜から新たな表現が生まれる、新たな課題を提起するなど。それがエリアの価値上昇や価値創出につながると思う。</p>
事務局	○	<p>文化遺産も創造産業のフィールドであることについて詳しく教えていただきたい。</p>
菅野委員	○	<p>歴史遺産は文化観光とリンクする。歴史的建造物を使用したレストランやカフェ、クリエイティブ産業の人たちの入居などの活用の仕方が研究されており、文化遺産を生かすことで経済化できるという考え方があるので、創造産業の分野に含まれるということである。</p>
野原委員長	○	<p>実際に活動される方を集めるのはもちろん重要だが、ある程度15年間の成果として出来てきたとするなら、その人たちが活躍するための場をつくるため、プロデューサーのような仕掛ける人の存在を大きくしていくことを目標の中で見えるようにしてもいいと思う。</p>
六川委員	○	<p>観光については別格で扱ってもいいのではないかとと思う。創造都市と同様に観光は力のある言葉だと思うので、出し方をもう少し変える方</p>

		<p>法があるのではないか。都市軸については、縦横のリンケージがとても大事。例えば、馬車道を中心としたガス灯プロムナードができたり、汽公道ができたりと、今プロムナードが強化されているが、そういうのは戦術の一つとしてあり得るだろう。それらをクリエイティブシティの中でどう組み立てられるのかということだと思う。都市ブランディングや歴史的建造物など、観光を考える視点はいくつかあるが、それらが切り離されているように感じる。例えば、イルミネーションや創造界限拠点、横浜ハンマーヘッドなどには、コンテンツがたくさんあるので、それを切り離すのではなく一緒にやれると、クリエイティブシティにとっても有効ではないかと思う。</p> <p>○観光を考えるときにB to BとB to Cを明確に意識したほうがいい。観光をBの人に伝えるのとCの人に伝えるのでは、コンテンツも手法も異なるので、意識的にやったほうがより効果的に伝わると思う。例えば、ビジネスを創る人にも多様な分野がある。また、Cの人を集めるにしても、一般の方、お金持ちの方、ターゲットによって得意とするBの人の分野が違ったりする。明快に意識しながらマーケットを広げるとか、業界の重なりを深めるとかを考えることで、間に介在するビジネスとして、クリエイティブ産業に従事する人たちの活動の場も広がっていく。</p> <p>○方向性案に、歴史的建造物や横浜ならではの魅力ある街並みという言葉はあるが、それらを除くとある意味横浜でなくても成立してしまう気がする。アクションプランのようなものではない大きな方針とはいえ、方向性の中にもう少し横浜らしさは何なのかや、これまでの創造都市への取り組みで積み上げてきた、今後の活動に生かすべき実績をもっとわかりやすく表記すべきだと思う。でない、本事業の歴史や継続性を反映した計画だとは言えないし、市民にとってもわかりにくいと感じる。例えば点から面への広がりや課題の一つだと思うが、では面とは何なのかを具体的にイメージできる内容になっていると良いと思う。個人的には、点から面へという横浜らしい空間、つまり港や川、黄金町など、横浜らしさを活用してやる何々みたいなことをイメージできるような表記が加えられないかなど。歴史的建造物というのはもちろん、横浜らしさだと思うが、それ以外にも横浜らしい場所、機会の拡充とは何か、集積のための動機づくりとは何かをイメージし、整理ができるとより良いと感じた。</p> <p>○アーティスト・クリエイターの集積とあるが、これは定住者か、それとも来訪者、働きに来る人のことか。集積の定義を聞きたい。</p> <p>○横浜に住む方、事務所を構えて活動される方など広く捉えた定義を想定している。</p> <p>○アーティスト・クリエイターにとって、収入が十分ないと、住んだり事務所を借りたりするのが困難。そのため家賃の安い地域にクリエ</p>
	恵良氏	
	簗谷委員	
	重松委員	
	事務局	
	重松委員	

		<p>ーター等が集まる。例えば、東京で言うと東東京が今すごく注目されていて、蔵前、馬喰町、浜町などがクリエイターの集積している場所になっている。家賃が安いほか、お金がそんなにかからない状態で好きなことができるというのがある。また、クリエイターたちが住む、事務所を借りるときの条件として、どういう街並みがいいかと考える。東京の例では、小さな本屋、パン屋、小物雑貨屋があったり、個人店を創業する人たちが出てきたり、街の人が集うカフェがあると、クリエイターが来たりする。食や生活の基本となるパン屋が人の集まる仕掛けとして注目されていて、まちづくりのプロデューサーらはどのパン屋を呼ぼうかという話をスタート地点にしている。そういう中で、家賃の面では関内という場所はきついと思うが、どうなのか。</p> <p>六川委員 ○地区の賃料はそんなに高くなく、坪当たり 8,000 円前後の物件もある。</p> <p>重松委員 ○面白い店、素敵な場所ができ始めると、クリエイターたちが集まってきたりやすい。あとは緑が多い、川がある、海があるといった自然があるところにも人が集まりやすくなってきている。</p> <p>事務局 ○以前、関内に集積した方々へのアンケート調査をやったことがあるが、関内の魅力は何ですかと聞いたときに、開港以来の歴史や、横浜の特徴である港、手の届く範囲内でコミュニケーションが取れることなどが支持された。そういう意味では、コンパクトシティではないが、関内というのはクリエイターが集まりたいと思う魅力があるということがアンケートから分かっている。家賃も、現在は老朽化したビルをリノベーションし、そこにアーティスト・クリエイターが入居するなど、ある程度関内に集積しているのではという実感を持っている。住みやすさや居住に関する項目は新たに気付いた視点なので、考えていきたいと思う。</p> <p>事務局 ○現在実施中のアーティスト・クリエイターの集積状況調査では、環境的要因の中でも交通の便がいい、家賃が安い、街に対する愛着がある、といった要因が集積の理由と皆様には回答いただいている。</p> <p>山口委員 ○横浜市らしさを考えると、大きな特徴は、歴史ある港町ということだと思う。その港を通して、すぐに隣の国や世界とつながっているという位置づけにあり、かつこれまでの努力、施策の結果、多くの才能が集まってきているということを踏まえて、やはりもう少し国際的につながっていく視点が必要。先ほど六川委員がおっしゃった観光ともつながるし、若手の才能の育成というアーティストックな面とも関係する。海外から人が集まってきて、そこで色々な交流や協働が行われるという観点も、創造都市施策を考えるときに、一つの項目として言語化していただければと思う。それは、色々なレベルでの活性化、豊かさ、多様性、ひいては世界の創造都市の一つとしての横浜のマーケティングにも十分つながる。黄金町ではすごく息の長い交流のレジデンスがあるし、横浜トリエンナーレや TPAM などに力を入れていけば、</p>
--	--	--

		<p>より横浜市の世界レベルでの可視化にもつながるのではないかと思います。創造都市の循環のイメージ図では、循環の最初が社会的課題しかないというのは違和感がある。よりよい社会をつくっていくことが大元にあって、その中には社会的課題の解決もあるし、社会形成への参画もあるし、アーティスティックな作品による気づきなどがあるので、ここも少し言葉を変えたほうがより間口が広がるのではないかと思います。</p>
事務局		<p>○関係者へのヒアリングの中でも横浜らしさの話題が出ている。例えば、横浜は開港の街で、アイスやビールといった初物の街、新たな文化を取り込む開放性のある街というところがある。また、国際的なつながりで言えば、グローバル化において文化芸術は共通言語であり、世界の一線で活動している人たちとの交流を視野に入れたほうがいいとのアドバイスも頂いている。</p>
事務局		<p>○例えば台湾では 10 個ぐらいの倉庫街のリノベーション活用やたばこ工場の跡地活用がある。市場を改良して文化施設にするなどの事例もある。エリアの中だけでエコシステムを完結して価値を生み出していくということだけではなくて、そこに観光という視点、つまり海外から見に来てもらえる、海外から選ばれるようになることも意識しながら組み立てていく必要はある。日本というよりはインバウンド、観光資源的な見方としての創造界限あるいは拠点といったものがあると改めて感じた。</p>
野原委員長		<p>○現在の案では、グローバル目線が国内外への情報発信くらいしかないなので、その辺をどう考えるか。海外の人たちも、横浜で居心地よい振る舞いができるような場所を提供し、受けてもそのように準備してゆくというのはとても大事。徳島県神山町は小規模な街であるが、世界への発信力がすごくある。レジデンスでは毎回数組しか来られないが、経験者の口コミによりつながりが生まれる。逆に海外で活動していた日本人が神山町で活動するといった循環も広がっていて、横浜でもっとやれないわけがない。横浜では、いろいろな人たちを受け止められるやり方が考えられるといいのではないかと思います。</p>
岡本委員		<p>○「市民が身近に創造性を発揮できる場や機会」ということが気になっている。例えば横浜トリエンナーレでボランティアをするという機会はそれなりにあると思うが、創造性を本当に発揮していただこうと思ったら、もう少しプロジェクトや施策の計画段階から関わっていただくべきではないかと思った。その辺について詳しく伺いたい。</p>
事務局		<p>○横浜市自体は地域のまちづくりについて、市民の方にご意見を言ってもらったり、ワークショップをしたりして、愛着を持ってもらい、完成後の活動にも参加してもらおうという積み重ねを他都市よりもかなり古くからしてきている。文化芸術についてもそういった形で地域での活動を支援したいということで、STスポット、横浜市芸術文化振</p>

		<p>興財団でそういったプロジェクトへの支援、交流会、計画・企画段階からのアーティスト・クリエイターも含めた市民参画などを幾つかしてきているところである。社会実験の形でクリエイターが課題解決をし、街に開く形で展開するという取組もある。例えば、みなぶん（みなと大通り及び横浜文化体育館周辺道路の再整備事業）という名称でみなと大通りの道路上に交流の場をつくるという市が仕掛けた社会実験には、関係者に計画段階から携わっていただいている。お客様や単なる参加者ではなくて、アイデアを出すところから巻き込んでコーディネートしていくということは、確かに大事な視点だと感じた。</p> <p>野原委員長 ○市民が体験する場を増やすという点では、今までだとワークショップをやり、増やしますになってきた。クリエイターがサービスの提供側となり市民がそれを享受するような一方通行感があったので、一緒に考えて課題解決したり、創造行為を協働したりしていくといった形づくりができないか。クリエイティビティを発揮するところにどう市民の方が関わるかというのは、意外と考える必要があると思う。</p> <p>日沼委員 ○横浜で経済活動が成り立つという点で、市内でお金を回す仕組み、手法というのが気になる。地産地消のような横浜だけのものではなくて、海外ともマーケットがつながるみたいなことではないか。「市内で」という、閉じられた中での経済行為ということだと少し狭い感じがするので、何かほかの言い回しがあればよいのかなと思う。</p> <p>野原委員長 ○これからは、色々なクリエイティブの種をまいて、それを広げていくハチの受粉のようなイメージ。以前はハチを担う役割がいなかったもので、その役割を担う人材の集積をやってきたが、今度は花を広げていく、つまり取組や活動を広げていくことでもあるかと思う。先ほどのみなと大通りの取組は文化観光局が直接的には携わっていないが、まさにクリエイティブな活動だと思う。旭区の左近山団地（お散歩フェスティバル：ACY が助成）や、南万騎が原駅のみなまきラボも直接的には関係していないが、関連する活動でもある。そういうものを創造活動として「認証」するようなイメージで、クリエイティブな活動を支援する。要は横浜市が自ら出ていくのみならず、既にある活動を応援してあげるような取組があってもいいのかなと思った。クリエイティブシティで育った人たちが、既に各地でいろいろな創造活動を繰り返していたりするところもあり、それも本当はこの15年の創造都市施策の成果なのではないか。何でもかんでも自前でやらなくてもよく、仲間を増やしていくような取組も併せて、「全ての人が」という目標像を達成していく道筋をうまく分かりやすく描いていただければ、次の創造都市施策はこういうことを目指しているというのが皆さんにも伝わるのではないかと思う。</p> <p>報告事項（2）：創造界限拠点の役割・今後の方向性について</p>
--	--	--

	<p><事務局より説明が行われ、分科会議長からの補足説明後、議題について意見交換が行われた。></p> <p>その他</p> <p>情報提供1：創造的イルミネーション事業について</p> <p><事務局より説明が行われた。></p> <p><事務局から議事録の確認依頼や今後のスケジュールなどについて、事務連絡が行われた。></p> <p>事務局 ○これをもって、第3回横浜市創造界限形成推進委員会を終了する。委員の皆様、長時間ありがとうございました。</p>
資 料	<p>①次第</p> <p>② [資料1] 委員名簿</p> <p>③ [資料2] 「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</p> <p>④ [資料3] 創造界限拠点の役割・今後の方向性について</p> <p>⑤ [資料4] 創造的イルミネーション事業について</p>
特記事項	