

令和2年度 第4回横浜市創造界限形成推進委員会

次 第

日時：令和3年1月22日（金）

15時00分～17時00分

実施方法：WEB会議形式

（事務局）横浜市役所 18階共用会議室みなと4

【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) 特別分科会の実施報告について

【資料】

- ① 次第
- ② [資料1] 委員名簿
- ③ [資料2] 委員会議事録（令和2年10月21日、11月19日開催分）
- ④ [資料3] 「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
- ⑤ [資料4] 特別分科会の実施報告について

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
★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

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 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
簗谷 則美	(株)ミノヤアソシエイツ	代表取締役	まちづくり
★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 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 2 年度第 2 回横浜市創造界限形成推進委員会会議録	
日 時	令和 2 年10月21日（水）14時00分～16時00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）今後の創造界限拠点の動きについて 2 その他
決定事項	<p>【開会】 事務局 ○令和 2 年度第 2 回横浜市創造界限形成推進委員会を開始する。</p> <p>【資料確認】 事務局 ○配付資料の確認が行われた。</p> <p>【定足数の確認】 事務局 ○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>【会議の公開・非公開】 事務局 ○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）「今後の創造界限拠点の動きについて」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。 （了承）</p> <p>【委員の変更について】 事務局 ○旧第一銀行横浜支店事業評価及び運営団体選考分科会委員の変更について報告が行われた。</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 ○創造産業とまちづくりは場所に基づく形で議論しないと難しいだろう。つまり、横浜という場所に根差した社会活動や経済活動でお金が</p>

	<p> 回るという視点で議論していく段階に来ている。例えばフランスの社会的連帯経済のように、凄く儲かるわけではないが継続性と文化性を持った経済行為が重要である。特に全体については、1つ目に物事をつなぐという意識を持たなければいけない。空間、時間、次世代、多様な市民をつなぐという捉え方が良いと思う。2つ目に述語を重視すること。すごい人が何かやるというよりも、市民がこういうメリットを感じたとか、そういう発想転換がそろそろ必要な時期かと思う。3つ目に、新型コロナでは、経済や社会へ働きかける中間組織がないことについて ACY 活動を通して感じており、この辺を把握していくということが必要になると思った。全体的には社会的経済活動をしっかり捉えて、継続性・文化性のある場所に根付いた行為として創造産業とまちづくりを進めること。そのときに意識するのは、1つはつなぐ意識、2つ目は述語発想、3つ目は中間組織。 </p> <p> 各拠点のプランニングでは、自立するため、あるいはつないでいくためのチャレンジをする提案というのを出示してもらったほうが良いと感じた。急な坂スタジオについては、パフォーミングアーツのエコシステムをしっかりと横浜で構築できる契機になる活動を積み上げている。KAAT、TPAM、赤レンガ、多彩な NPO などのプレイヤーがいるので、そういう意識を改めて持つと良いと思う。象の鼻テラスは公共空間の難しさがあるが、前面の大さん橋前の水域から対岸の赤レンガと象の鼻がゲートをなす運河へと範囲を広げていくという発想もある。黄金町は不動産として解く段階に来ているが、この時に中核であるアートとリバーフロントを外すと全然違うものになってしまうが、不動産的発想を無視するわけにはいかない要件がある。場のブランディングはみんな共有できるので、そのときのまちづくりの考え方をもう一回再構築しないといけないと感じた。 </p> <p> 事務局 ○これまでの皆さんからの意見として、社会経済、場に根差した営みになるような日常的なところを創造都市の文脈でどう支えるか、インキュベーションやスタートアップ等とは切り分けた日常的な営みをどう持続させるかという観点でもっと議論を深めていったほうが良いという理解でよろしいか。 </p> <p> 恵良氏 ○概ねそういうことです。例えば IPO とか M&A を目指すようなビジネススキームで戦う人たちは別の目標がある。横浜のアーティスト・クリエイターは、必ずしもそういうわけではない。世界で勝負することを目指す方もいるけれども、ベースは横浜に置いていますので、産業を議論するとき場所との関係というのを意識していくほうが創造都市施策的かなと思っている。1つだけ補足ですが、クリエイティブ産業の定義として英国等のものがあるが、それらは考えていくヒントとしてはいいが、横浜の目指してきた創造都市型の産業は何か。アーティスト・クリエイターがどこを目標にされているか、あるいは出口 </p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>論かもしれませんが、なぜ横浜でやっているのかというのをしっかり把握することが必要で、計画するサイドではなくて、活動されている方の思いというのを尊重していく方向で多分選別されてくるのではないかという予感はある。</p>
日沼委員	○	<p>創造都市の一つの特徴として、アーティスト・クリエイターの集積がある。今は誘致・支援される側で、それを受ける市民という2つの立場になっている。創造都市がもし豊かな帰着点を持つとしたら、アーティスト・クリエイター自身が市民でありステークホルダーになるという、その地で営みをして何らかの形で収益を得て定着して住むという社会が理想的なものと考えた。例えば、地方の地域創生ではクリエイターたちの移住・定住を目標にしてやっているところは目的もはっきりしている。一方で、横浜はクリエイティブなイベントが行われる拠点はあるが、そこで本当に営みを行って、経済活動に参加しているアーティスト・クリエイターがいるのか、収入源や仕事の内容がいまいちピンとこない。そのステークホルダーになるという流れが集積の目標かなど。またそういう調査ができればよいと思った。</p>
事務局	○	<p>関内外 OPEN!のように、定着し街に関わっていく、街に広がっていくという動きは、街場の方にも分かりやすく届くので可能性はあると思う。また施策を立案する上でのミッションやゴールはもう少し明確にする必要があると感じた。</p>
事務局	○	<p>アーティストが、住んでいる横浜という舞台でマーケティングができて日常的な営みができるということが、定着する上では非常に重要だと思う。そういう意味では、文化芸術も創造産業の両方とも横浜のマーケットはまだ成立していない。ただ、アーティストが市民になることもあるが、底上げという意味では、市民そのものもクリエイターであると。クリエイティブマインドを市民一人一人が最終的には持っていくというのも一つのゴールだと感じている。そのために横浜の関内地区、あるいはみなとみらいを含めたところでクリエイターの集積があり、そこから何か価値創造が生まれていく、エリアの価値が上がるということを市民に広げていくという意味からすると、「横浜市民一人一人がクリエイターである」ということを改めて目標に立てていいのかなという気がしている。そうすることによって横浜全体の都市ブランディングや横浜市そのものの価値が上がっていく。</p>
菅野委員	○	<p>論点について、ターゲットによって目的、達成目標、成果というものが異なるので、この辺をもう少し立体的に整理すると分かりやすくなると思う。これまでの歴史や集積により、各拠点の性格、長所・短所が見えてきたので、地域や拠点によってそれぞれの違いを明確にし、特徴を生かしたブランディングや市民に対しての目標設定、クリエイターにとっての目標設定も含めて考えたほうがいい。また、市民がクリエイターになるというのは、最終目標としてそういう考え方もあると</p>

		<p>思う。ちなみに、イギリスのアーツカウンシルが今年1月に発表した2020年から2030年までの計画の中で、イングランドに住んでいる人たち全員の創造性を伸ばすという、「Let's Create」というスローガンが目標設定された事例もある。</p> <p>事務局 ○論点の3つの分野については、平成16年の提言を踏まえて、まちづくり、経済、文化芸術の振興としたが、本来はもう一つ縦軸が必要になると思う。そういったクロスする部分は、今後たたき台や骨格を考えていく上で、検討させていただければと思う。</p> <p>恵良氏 ○市民に届ける話では、受け取る側からの広報の発想が大切。創造都市には15年のアーカイブがあるはず。そういうものを使いながら、届けようとする圧力が強過ぎるよりかは、受け取りやすいものを具体的に考えたらいいのではないかと感じた。</p> <p>簗谷委員 ○資料に書かれている課題は相反するものも含めて納得できる。まず停滞感という言葉だが、皆が何となく感じているものの、その原因やどうすればなくなるのかは現状明確な答えが分からない。単にPRを上手にやればいいのか、各拠点の活動内容に何か手を加えることが必要なのか、その理由が分からないと考えるににくい。例えば、BankARTでは高いクオリティーで非常に多岐にわたる活動をやっているが、果たしてそこに問題があるのかと考えるとそういうことではない気がする。課題がそれぞれあると言っても、やっていることの大筋は間違っていない。今やっていることがうまく横浜のブランディングにつながっていないことが、もどかしさになっているのではないか。もしくは関係者の飽きやアートやクリエイティブが各地でまちづくりに参入し、先進性が薄れた、コモディティー化しているのかもしれない。ただ、アートやクリエイティブはますます社会で力を持つことになるのは間違いないので、取組が始まったとき以上に、欠かせないものになっていると感じる。ブランディングの視点でのPR、横浜の街はクリエイティブだから住んでいることが価値になると思ってもらえる手立てができればいい。</p> <p>事務局 ○クリエイティブマインドを全市民が持つということについて、具体的にはどういったことをやるとそれが実現するのか。</p> <p>岡本委員 ○市民がクリエイティブマインドを持つという話だが、恐らく市民の方々は既にクリエイティブマインドをお持ちだと思う。それを発揮する機会や手法をいかに市や様々な人がアイデアを出し合ってつくるかということではないかと思う。</p> <p>六川委員 ○論点の中のまちづくりにおいて、民間事業者の投資を呼び込むスキームとあるが、例えばインセンティブや規制緩和など、全て事業者の採算性に重きが置かれているような気がする。その辺をコントロールしないと、容積率の緩和に伴う高層建造物だらけにもなりかねない。呼び込むスキームは大事だが、街に調和した建物やある程度の規制も必</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>要ではないか。市民に認知してもらおうという意見は多く出ているが、具体的にどうやって認知してもらおうかを考えたほうがいいのではないかと思う。例として、旧第一銀行横浜支店では、ミュージックビデオの舞台になったということで、周辺はすごく潤った。つまり市民が参加して、見たいという場所になっていった。みんなが競って参加していただくような企画が各拠点でできるといいのではないか。もう少し広がりを持つためにも、広報も含めて考えていく必要があると思う。</p>
事務局		<p>○まちづくりについて、やみくもに規制緩和するということではなく、目的は何かということ。例えば映像産業などの創造産業を集積する、誘致するためにこんなことが必要だとか、インハウスやクリエイターをどのように引き出し活性化していくかなどの目的を少し明確化する必要がある。また簗谷委員からは停滞感の話があった。これはクリエイティブシティの歴史を紐解きたいと思うが、施策開始当時の横浜では、歴史的建造物の減少、関内地区の空き室増加による都市の衰退という現実があった。それを文化芸術が持つ創造性を生かして街を再活性化していこう、エリアの価値を上げていこうということで始まった。当時は衰退を意識して、クリエイティブで街を興していくということで始まった歴史があるが、現時点では拠点も当初と比べ活性化しているし、担い手も集積してきたということもあり、初期の目的は第1段階としては達成していると思う。ただ、第2段階以降を考えると現状でも衰退している、停滞しているという思いを皆さんが感じている。これは、ある程度集積したが、ここから新たな価値を生み出しているのか、新たに集積した担い手の人たちが普段の営みとして生活できているのか、マーケットがあるのか、という感覚が停滞感として如実に現れている気がしている。これからはエリアの価値をどうやって上げていくのか、一人一人の担い手の方々が活動していく場をどうつくれるのかが問われている。またその見える化が重要で、市民とのコミュニケーション不足、クリエイティブシティへの理解がうまくできていないので、何となく停滞感を感じているのではないか。</p>
	事務局	<p>○まちづくりについて、横浜らしい魅力的な都市空間の形成や地域資源の活用で、クリエイター・アーティストの集積を促す創造環境の実現のために取り組んでいるということで全体像としては押さえている。北仲 BRICK&WHITE は BankART1929 のシェアオフィスから始まり、再開発が終わり、文化芸術活動スペースとして BankART KAIKO も入ったが、もう少し計画に参加する方法もあったのではないかと感じている。旧市庁舎や港町地区等の開発などの民間事業者の投資スキームの中にどう組み込んでもらうのかという観点もあり、資料に記載している。六川委員が仰っているように、歴史的な景観も含めたヒューマンスケールに合う魅力的な空間を残すことが大前提であるということは誤解のないように伝えていきたい。</p>

野原委員長

○拠点に留まらず、その先にある「創造界限」をどう創っていくかが、プロジェクトの大事な面でもある。もともと横浜の界限はそれぞれキャラクターやポテンシャルがあるが、その辺をうまく引き出し切れていないのではないか。次のステップとして、界限づくりに拠点をどう発展させていけるかを施策の中で意識していただきたい。大きな創造都市施策の中に文化芸術、産業振興、まちづくりの3つの柱があるという考え方も分かるが、それぞれが最後に枝分かれし、縦割りに感じる。それぞれ出てきた課題をクリエイティブに解決するときには創造産業とまちづくりを重ねるだとか、相乗効果を生み出す観点もあると思う。クリエイティブそのものを育てるだけでなく、クリエイティブに課題解決を図るあり方もある。市役所ではセクションに分離しているが、これをアーティスト・クリエイターが結びつける場が生まれてくると広がり生まれる気がする。まだ協働できていない部署同士も様々な場に顔を出していければ、事業としても回せるものになるのではと思った。他の委員からも示唆的な意見を頂いたので、この辺をベースにして、次回、議論ができる材料を整理していただければと思う。

菅野委員

○今まで各拠点が点や線で動いていたのが、今度こそ面で動く。それぞれ実績や歴史があるので、それが面として見えるようにしないと駄目。広報という点からも、拠点が連携・補完しあう協力体制や面化していく努力が第2ステップとしては欠かせないと思う。象の鼻テラスは市民が入りやすい場所になっているが、他の拠点は先進的ゆえの分かりづらさや敷居の高さがある。地理的要因などで入りにくい、行きにくいということがあれば、そうではない場所で市民が参加できるような企画をするなどの手法は考えられる。学校等との連携などによるアウトリーチは、横浜市別の部署でも既に実施していると思うが、市民に開いていく努力も第2ステップにおいては重要だと思う。これからは必ずしも経済成長が全てではなく、インクルーシブ経済やクリエイティブ経済、持続可能な発展の仕方をそれぞれの地域と場所で考えていく必要があると思う。創造界限でこれまで作ってきた実績と歴史を発展できるような形で大切に考えていければと思う。

報告事項（2）：今後の創造界限拠点の動きについて

<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。>

その他

情報提供1：Creative Railway 実施報告について

<事務局より説明が行われた。>

<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>事務局</p> <p>○これをもって、第2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>
<p>資 料</p>	<p>①次第</p> <p>② [資料1] 委員名簿</p> <p>③ [資料2] 前回議事録（令和2年7月31日開催分）</p> <p>④ [資料3] 「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>⑤ [資料4] 今後の創造界限拠点の動きについて</p> <p>⑥ [資料5] Creative Railway 実施報告について</p>
<p>特記事項</p>	

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>を移すとすると、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。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いいと思う。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良いと感じた。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限界拠点、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		
叢谷委員		
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ティ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、国際的なつながりと言えば、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いたり、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ところは、確かに大事な視点だと感じた。</p>
野原委員長		<p>○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>
日沼委員		<p>○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>
野原委員長		<p>○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ると、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	

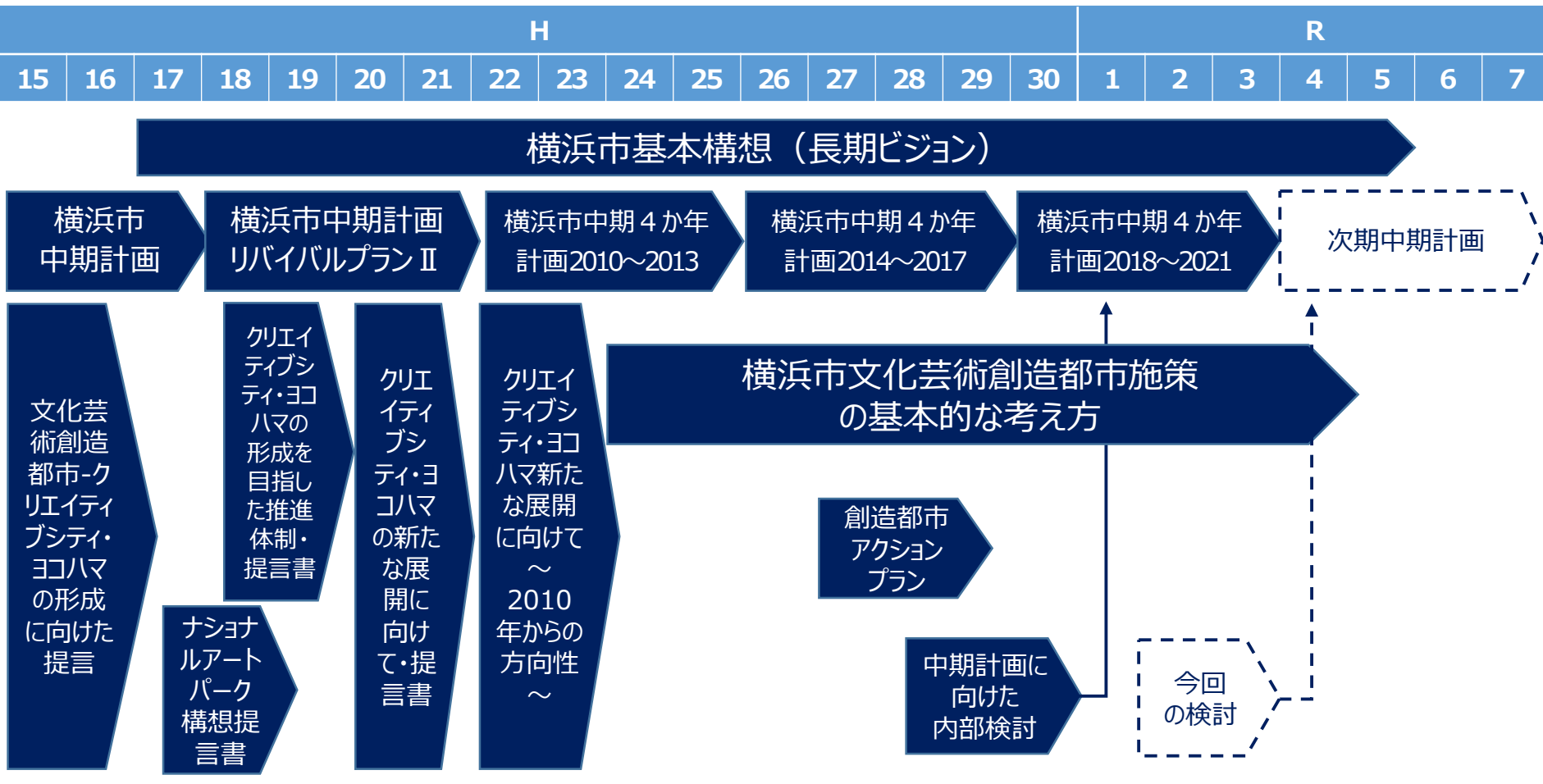
これからのクリエイティブシティ・ヨコハマ を考える (第4回)

令和3年1月22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. スケジュールと進捗
2. 調査結果報告
3. 創造都市施策の方向性（案）

スケジュールと進捗



あうたびに、あたらしい

Find Your YOKOHAMA

City of YOKOHAMA



スケジュールと進捗

【基礎調査】

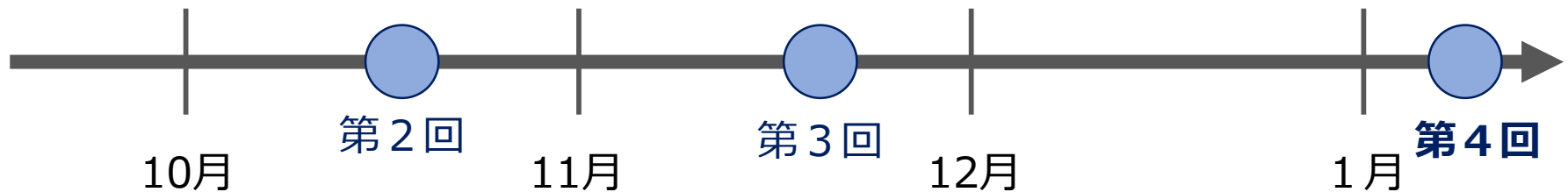
関内・関外地区をはじめとする

- ・創造的産業、従事者の集積状況
- ・アーティスト、クリエイターの経済規模

【ヒアリング】

- ・委員、有識者

【方向性（案）の検討】



あうたびに、あたらしい

Find Your YOKOHAMA

City of YOKOHAMA



これからのクリエイティブシティ・ヨコハマを考える

1. スケジュールと進捗
- 2. 調査結果報告**
3. 創造都市施策の方向性（案）

統計調査からみえた現状

※ 経済センサス等による調査

■ 調査対象となる創造産業の範囲

分野	日本標準産業分類（小分類）
1 広告	731広告業／415広告制作業
2 建築設計	74A建築設計業
3 工芸、美術・骨董品、生活文化	327漆器製造業／60F中古品小売業（他に分類されないもの）／82C博物館，美術館／82G書道教授業／82H生花・茶道教授業／82Mその他の教養・技能教授業
4 デザイン	726デザイン業
5 映画・映像・写真	411映像情報制作・配給業／416映像・音声・文字情報制作に付随するサービス業／801映画館／70A音楽・映像記録物賃貸業（別掲を除く）／746写真業／79D写真プリント，現像・焼付業／32C情報記録物製造業（新聞，書籍等の印刷物を除く）
6 音楽	412音声情報制作業／60C楽器小売業／82F音楽教授業／80Nカラオケボックス業
7 舞台芸術	802興行場（別掲を除く），興行団／951集会場
8 芸術、学術、文化団体	727著述・芸術家業／933学術・文化団体
9 出版	414出版業／41Aニュース供給業
10 コンピュータ・ソフトウェア	391ソフトウェア業／401インターネット付随サービス業／60Bがん具・娯楽用品小売業／80Lゲームセンター
11 テレビ・ラジオ	381公共放送業（有線放送業を除く）／382民間放送業（有線放送業を除く）／383有線放送業

※ニッセイ基礎研究所吉本光宏氏による創造産業分類を基に作成

あうたびに、あたらしい

Find Your YOKOHAMA

City of YOKOHAMA



横浜市の傾向

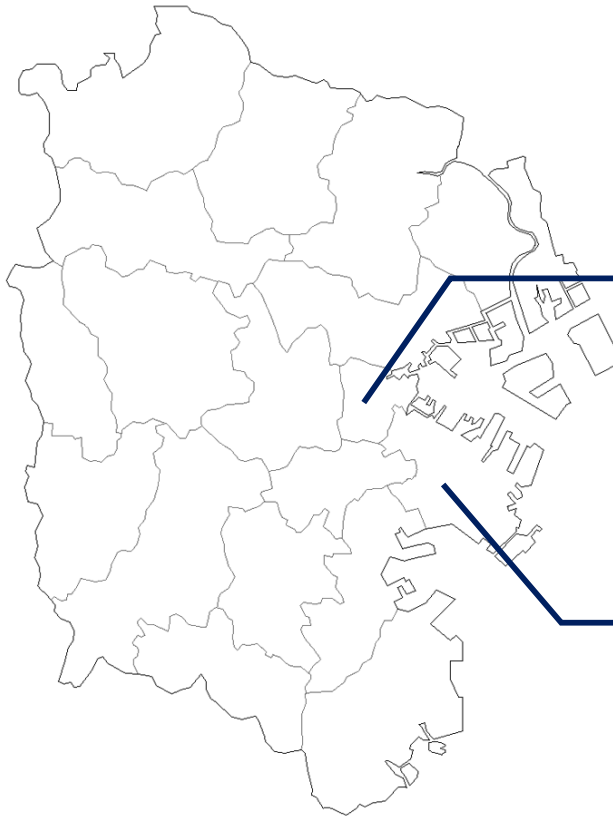
- 全国的な傾向では、創造産業は事業所数、従業者数ともに全産業の傾向と比較して減じている状況。
- 横浜市では、事業所数は減じているものの従業者数は増加しており、全国的な傾向とは異なる。

西区の傾向

- コンピュータ・ソフトウェア分野が横浜市全体と比べて特化して集積し、西区の強みとなっている。
- 特にコンピュータ・ソフトウェア分野の従業者数は、同分野の市内従事者の約3割を占めている。

中区の傾向

- 横浜市全体に比べ特化して集積している分野が多く、特に建築設計分野や広告分野などが多いことが特徴となっている。
- 事業所数と比べ従業者数の増加が顕著なことから、事業所規模が拡大傾向と見込まれる。(コンピュータ・ソフトウェア分野とテレビ・ラジオ分野を除く)



アンケート調査からみえた現状

※ インターネット調査（回答:104件）

■ アンケート調査の概要

期 間：9月25日（金）～ 11月27日（金）

方 法：Google Formsによるインターネット調査

回答数：104件

対象者：市内アーティスト・クリエイター

（創造界限拠点、ACY及び民間施設の協力により調査依頼）

■ 主な調査項目

- 団体・個人の概要
- 現在の入居場所を選んだ理由
- 入居前後で影響を受けた団体や個人
- 事業者との協働、地域との交流・活動
- 今後の活動についてお答えください。
- 創造都市施策や横浜市の支援制度

■ 集積したアーティスト・クリエイターの特徴

- 2000年代以降から活動を開始した事業者が多く、特に2010年代に現在の活動拠点に入居した事業所が多い。
- 約7割が5人以下の事業所となることから、小規模事業所が多い。
- 入居場所の選定理由として、交通の便の良さ、賃料の安さのような直接的な利便性に関する項目を重視している。一方で、街に対する愛着のポイントも高く、重視していることがわかった。
- 今後も横浜市を活動拠点としたいとの回答が多く、活動における課題としては、資金調達や拠点の維持、情報発信などがあげられた。また活動を継続するうえでアーティスト等同士や企業とのつながりを重視する傾向が強い。
- 市の助成制度は約9割に認知されており、ACYの認知度も高い。

これからのクリエイティブシティ・ヨコハマを考える

1. スケジュールと進捗
2. 調査結果報告
- 3. 創造都市施策の方向性（案）**

創造界隈の現状と課題

【現状】

- 2004年より文化芸術・創造的産業・まちづくりによる都心部活性化の取組を進め、「クリエイティブ・コア-創造界隈形成」、「映像文化都市」、「ナショナルアートパーク構想」のプロジェクトをはじめ、**個々の事業や創造界隈拠点の取組は着実に実績を積み上げている。**
- 関内・関外地区への**アーティスト・クリエイター**の集積が進み**多様な人材が集まる**とともに、**歴史的建造物や公共空間などの地域資源の活用が行われた。**
- 初期の勢いと比べた安定した事業展開、成果の見えづらさ等により**停滞感という印象。**

【課題】

- アーティスト・クリエイターや企業のニーズが高い**交流・活動の機会の拡充**を図る必要がある。
- 都心臨海部に様々な拠点や担い手が集積しているが、単発での事業展開が多く、**エリア全体で連動した事業展開となっていない。**
- 既存事業での海外との交流が進んだ一方、**世界のトップレベルとの交流の機会がない。**
- アーティスト・クリエイターの活動が他分野や都心臨海部以外に広がっているが、**都市全体での魅力向上やブランディングにつながっていない。**
- **市民への創造活動の体験の機会の拡充**を図る必要がある。
- 地域資源を有効に活用するため、**公設、民設を含めた歴史的建造物の活用、柔軟な公共空間の活用を一層進める必要**がある。
- 市の支援制度だけではなく、**民間も含めた持続的な活動を支えるスキームを検討**していく必要がある。

創造界隈の目指すべき姿(方向性)

活発な創造活動

創造活動の担い手たちの交流、活発な活動が次々に起こることで横浜のポテンシャルを高め、多様な人材が集まり新たな創造活動につながる好循環を生み出す。

国際性

開港以来の海外との玄関であるまちの歴史をふまえ、これまで培った海外とのネットワークに加え、新たな海外交流や横浜発の海外に向けた活動のきっかけをつくるとともに、世界のトップレベルとのネットワークがひろがる。

活動領域の拡大

創造活動の担い手たちの活動により創造活動の領域が教育・福祉・まちづくりなど多くの分野に広がり、人々が創造活動を体感できる機会が増えるとともに、人々の創造性が豊かになる。

空間活用

開港当時の面影を残す歴史的建造物、港・水際線が身近にある都市空間、都心機能がコンパクトに集積した都心臨海部の魅力を生かしつつ、創造活動が生み出される空間活用がひろがる。

創造活動の支え手

創造活動が付加価値の高い横浜らしい先進的な取り組みを生み、活動の場や環境づくりへ投資する支え手が増える。

あうたびに、あたらしい

Find Your YOKOHAMA

City of YOKOHAMA



目指すべき姿の実現に向けた創造界隈拠点の役割

創造界隈拠点の役割	手法例	創造界隈の目指すべき姿(方向性)との関係
創造活動の担い手たちの育成支援	<ul style="list-style-type: none"> ・アーティストの発掘、育成 ・アーティスト・イン・レジデンスの実施 	<div data-bbox="1586 297 1870 586" style="border: 1px dashed black; padding: 10px; text-align: center;"> 活発な 創造活動 </div>
多様な組織、人材を巻き込んだ活動の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・創造産業の振興 ・拠点間連携 ・民間企業、施設等との連携 	
国際的なネットワークの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・海外との交流、連携 ・先進的取組の発信 ・海外アーティストとの相互AIR 	<div data-bbox="1586 644 1870 748" style="border: 1px dashed black; padding: 10px; text-align: center;"> 国際性 </div>
市民が創造活動を体感できる機会の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・市民に開かれた施設運営 ・次世代育成事業の充実 ・体験型プログラムの実施 	<div data-bbox="1586 812 1870 916" style="border: 1px dashed black; padding: 10px; text-align: center;"> 活動領域 の拡大 </div>
公共空間の活用促進	<ul style="list-style-type: none"> ・拠点 + 公共空間の一体的活用 ・新たな空間活用の発掘 	<div data-bbox="1586 986 1870 1090" style="border: 1px dashed black; padding: 10px; text-align: center;"> 空間活用 </div>

 拠点の特性や強みを生かした実施（= 役割分担）

拠点連携

【これまでのご意見】

- 拠点それぞれ実績や歴史があるので、それが面として見えるようにしないともったいない。
- 拠点間のネットワークをきちんとつくり、面として見せていくべき。
- 拠点同士の対話が少ないのでは。自らの拠点事業に集中するあまり、創造都市施策における自らの役割が見えなくなっている。各拠点ディレクター同士が話し合う場が必要。



- トリエンナーレ開催年における全拠点の連携にとらわれず、例えば **2 拠点間や、民間施設も含めた事業連携**などを積極的に進め、面的な展開を図っていく。
- **拠点ディレクターが定期的に集まる場を設け**（例：四半期ごと）、情報交換や課題解決に向けた議論等を実施していく。