

令和6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6年11月13日（水）

13時00分～14時30分

場 所：横浜市役所 28階N03会議室

議題

1 審議事項

新高島駅地下1階展示場及び隣接道路区域運営事業者公募の結果について

2 報告事項

事業評価の進捗状況について

3 その他

資料

① 次第

② [資料1] 委員名簿

③ [資料2] 前回議事録（令和6年8月26日開催分）

④ [資料3] 新高島駅地下1階展示場及び隣接道路区域運営事業者公募結果

⑤ [資料4] 新高島駅地下1階展示場及び隣接道路区域運営事業者選考報告書

⑥ [資料5] 事業評価の進捗状況

委員名簿

氏名	所属団体(役職名)		出欠
恵志 美奈子	世田谷パブリックシアター 劇場部		
岡部 友彦	コトラボ合同会社	代表	○
木村 絵理子	弘前れんが倉庫美術館	館長	○
野原 卓	横浜国立大学大学院	准教授	○
宮尾 弘子	株式会社良品計画 営業本部	イデー事業・ディレクション部長	○
六川 勝仁	馬車道商店街協同組合	理事長	

分科会委員

旧第一銀行横浜支店事業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
簗谷 則美	(株)ミノヤアソシエイツ	代表取締役
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
南條 史生	森美術館	特別顧問
吉田 育代	(株)日本経済研究所	公共デザイン本部上席研究主幹

新高島駅地下1階倉庫及び隣接通路運営団体選考分科会

◎岡部 友彦	コトラボ合同会社	代表
日沼 禎子	女子美術大学 芸術学部	教授
小島 レイリ	芸術・文化コンサルタント	

事業評価分科会

六川 勝仁	馬車道商店街協同組合	理事長
野原 卓	横浜国立大学大学院	准教授
山口 真樹子	国際文化交流・コミュニケーション	
◎菅野 幸子	アーツ・プランナー／リサーチャー	
日沼 禎子	女子美術大学 芸術学部	教授
簗谷 則美	(株)ミノヤアソシエイツ	代表取締役

◎・・・議長

事業評価の進捗状況

第4回創造界限形成推進委員会

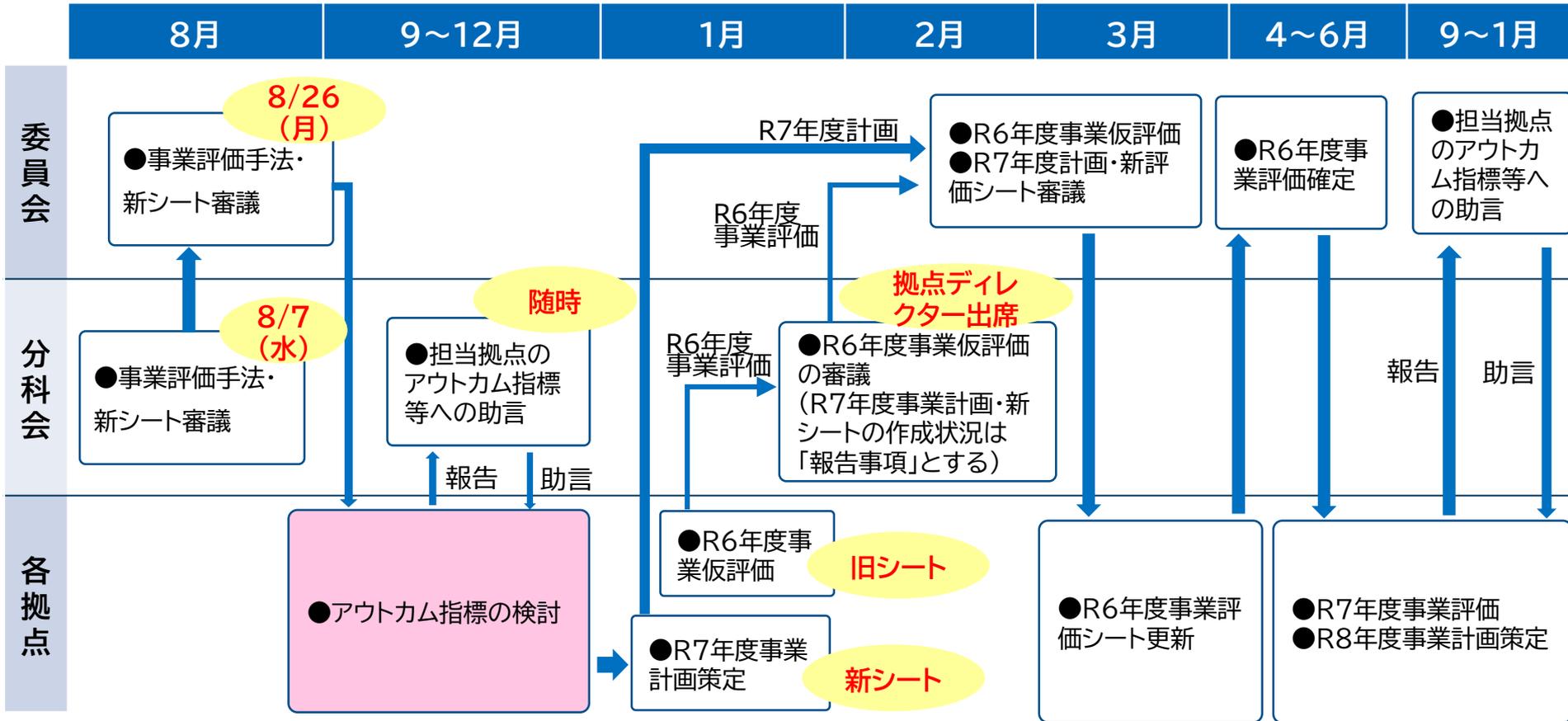
令和6年11月13日

- 1 進捗状況
- 2 拠点全体のアウトカム
- 3 アウトカム達成に必要な取組
- 4 各拠点の中長期アウトカム（案）
- 5 今後のスケジュール

- 1 進捗状況
- 2 拠点全体のアウトカム
- 3 アウトカム達成に必要な取組
- 4 各拠点の中長期アウトカム（案）
- 5 今後のスケジュール

1 進捗状況

第3回委員会資料より再掲



1 進捗状況

■第3回委員会における主な意見

- ▶フォーマットの統一や、ゴール設定をするという点においては、そのようにしていく方が良いとは思いますが、数値データを集めることは拠点への負担が大きい
- ▶拠点によって何をアウトカム指標にするのかというところは違ってくるため、そこはじっくり市と拠点で話し合っ決めて、やっぱり外部からの意見も重要
- ▶それぞれが得意なメインの足し算や掛け算で総合化されたときに拠点全体の成果が上がってくる見せ方が効果的。
- ▶創造界隈拠点に関しては何をアウトカムとして設定して、それぞれが拠点同士でどうなっているのか、大きなマッピングが示された上で、まずはそこを検討するべき
- ▶各拠点の事業を横並びにしたときに創造都市としてどういう価値を提供したいのか、ここはむしろ横浜市なり委員会が設定しないと、事業者さんにそれを任せるのは難しい

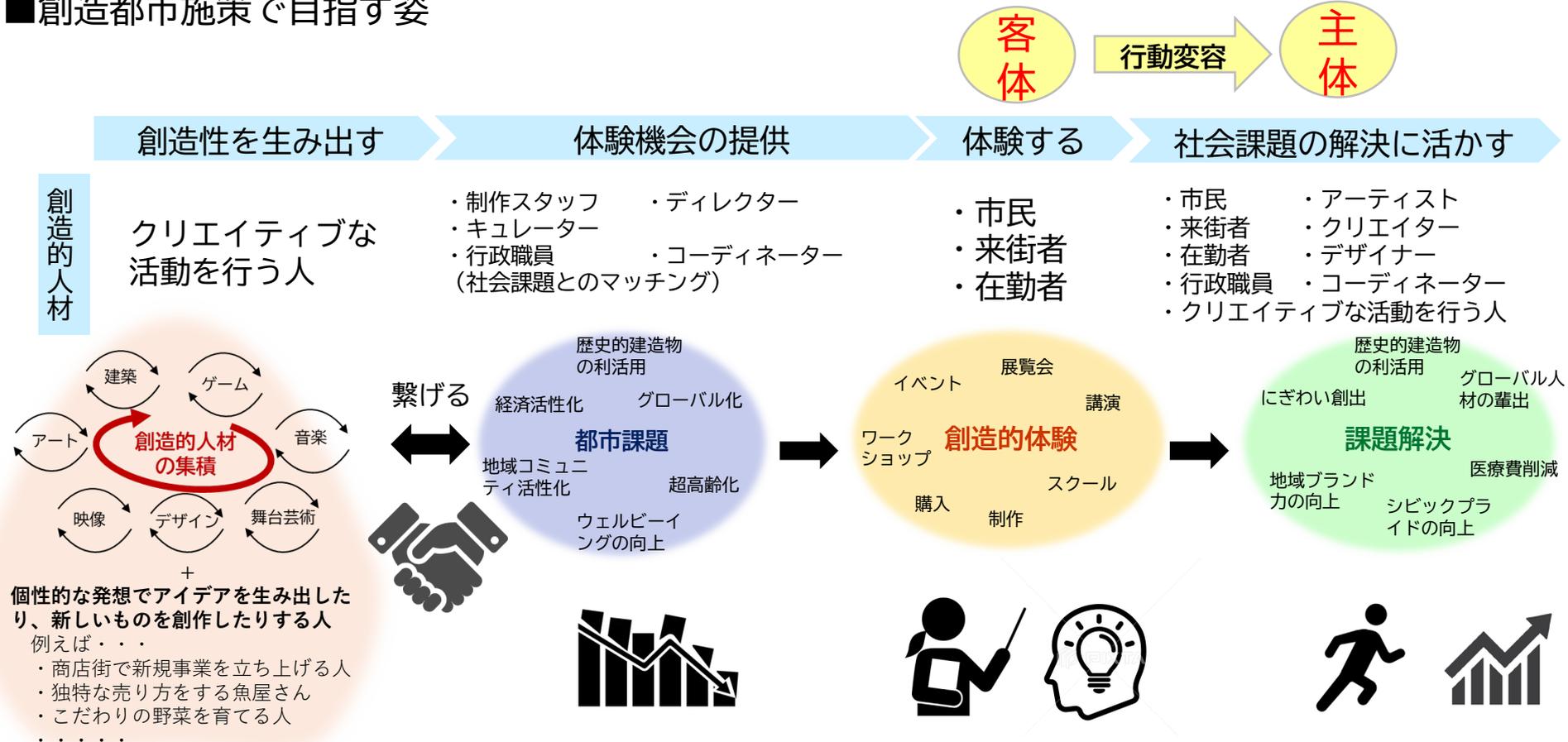


本市で創造界隈拠点全体のアウトカム及び拠点の役割分担を検討

- 1 進捗状況
- 2 拠点全体のアウトカム
- 3 アウトカム達成に必要な取組
- 4 各拠点の中長期アウトカム（案）
- 5 今後のスケジュール

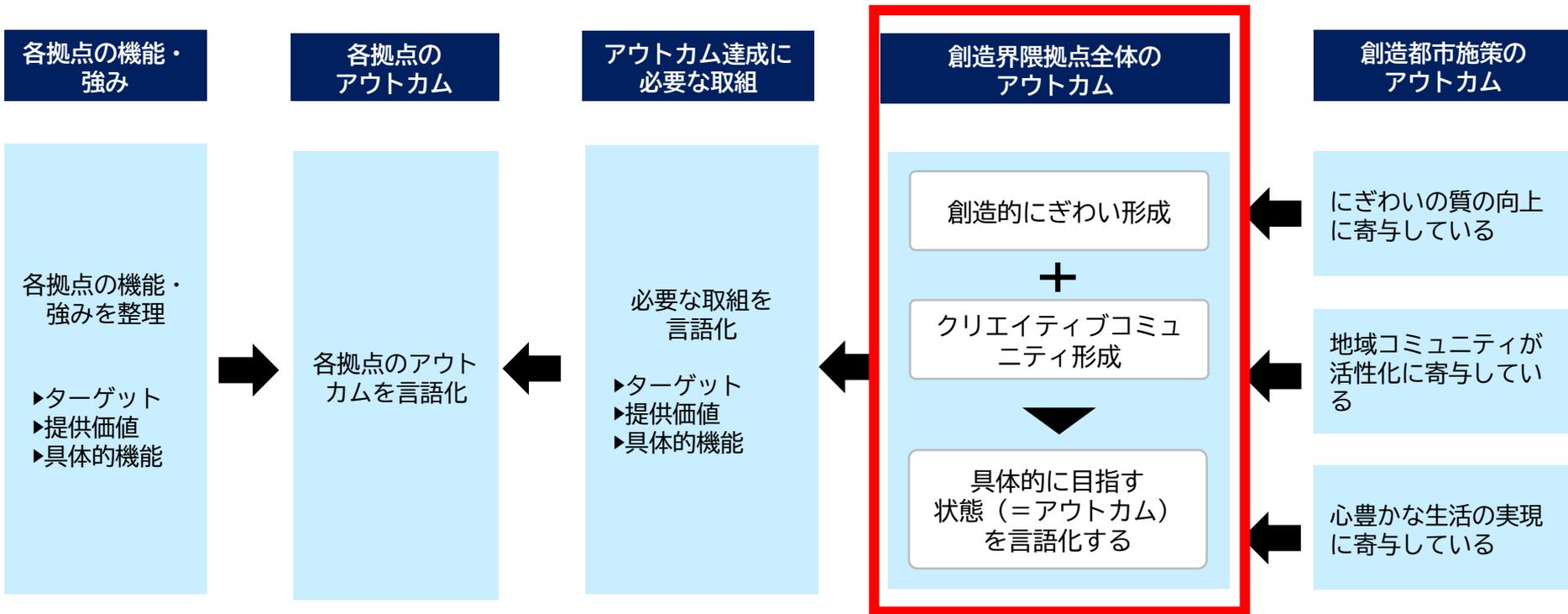
2 拠点全体のアウトカム

創造都市施策で目指す姿



2 拠点全体のアウトカム

■アウトカムの検討の考え方



2 拠点全体のアウトカム

■創造界隈拠点全体のアウトカム

創造界隈拠点全体の
アウトカム

創造的にぎわい
形成

+

クリエイティブコ
ミュニティ形成

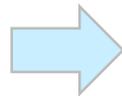


具体的に目指す
状態 (=アウトカ
ム) を言語化する

【論点①】「創造的なにぎわい」とは？

➡都心臨海部を中心とした魅力的な地域資源を活用しながら、先進的かつ多様性に富んだ手法により、様々な人々が能動的に関わるイベントや取組を展開することで、新たな産業創出や価値観を発信するなど、多くの付加価値を生み出すようなにぎわい

他にぎわい



回遊性向上による
経済波及効果
都市のブランドイメージ向上



創造的にぎわい



新たな産業創出
地域資源の掘り起こし
行動変容



2 拠点全体のアウトカム

■創造界隈拠点全体のアウトカム

創造界隈拠点全体の
アウトカム

創造的にぎわい
形成

+

クリエイティブコ
ミュニティ形成

具体的に目指す
状態 (=アウトカ
ム) を言語化する

【論点②】「クリエイティブコミュニティ」とは？

➡特定の目的の達成に向けて、創造的な手法により多様な人材を惹きつけ、新しい価値の創造や地域の魅力の維持・向上・拡大に主体性をもって取り組む関係者の集団

【コミュニティの類型（総務省資料参考）】

地域コミュニティ

その他コミュニティ

地縁団体

地域ごと・特定
のテーマなし

- ・自治体
- ・町内会
- ・婦人会
- ・子ども会
- など

アソシエーション（機能団体）

地域ごと・特定目的あり

- ・まちづくり委員会
- ・地区防犯組織
- ・地区子育て支援グループ
- ・消防団
- ・お祭り実行委員会
- など

郊外部

BAYS

黄金町

地域性なし・特定目的あり

- ・スポーツクラブ
- ・語学サークル
- 動物愛護団体
- 福祉ボランティア
- など

急な坂

クリエイティブコミュニティ

地域資源の活用・新しい価値を創造・クリエイティブな手法・地域課題の解決

2 拠点全体のアウトカム

■創造界隈拠点全体のアウトカム

創造界隈拠点全体の アウトカム

創造的にぎわい
形成

+

クリエイティブコ
ミュニティ形成

具体的に目指す
状態 (=アウトカ
ム) を言語化する

【論点①】「創造的にぎわい」とは？

➡都心臨海部を中心とした魅力的な地域資源を活用しながら、先進的かつ多様性に富んだ手法により、様々な人々が能動的に関わりながらイベントや取組を展開することで、新たな産業創出や価値観を発信するなど、多くの付加価値を生み出すようなにぎわい

【論点②】「クリエイティブコミュニティ」とは？

➡特定の目的の達成に向けて、創造的な手法により多様な人材を惹きつけ、新たな創造的人材を育てつつ、新しい価値の創造や地域の魅力の維持・向上・拡大に主体性をもって取り組む関係者の集団

アウトカム

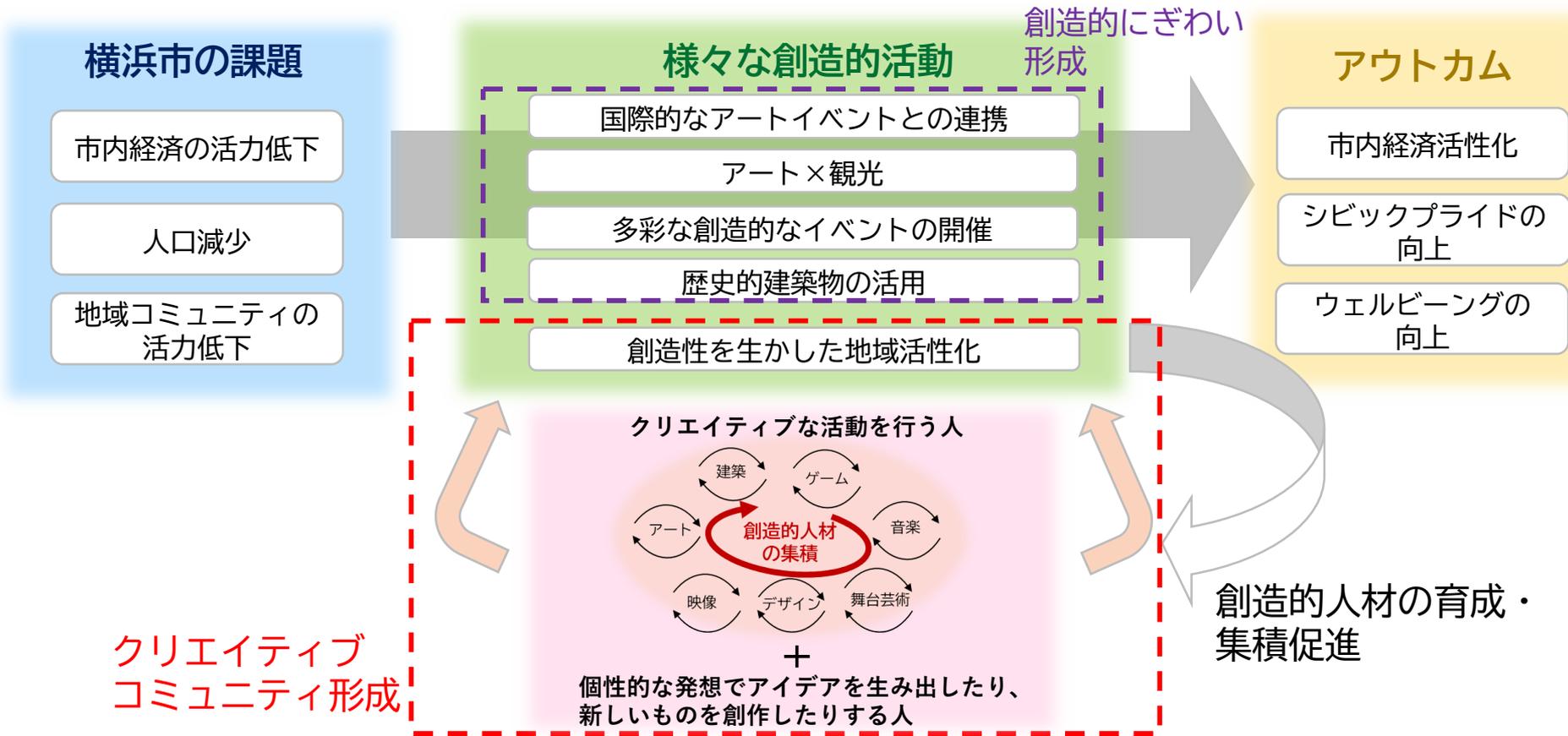
市内外から多くの人々が訪れ、多様な創造的活動を体験することで、経済的効果のみならず、横浜の強みである先進性や国際性を体感することで、都市ブランドイメージや国際的プレゼンスが向上に寄与している。

創造的人材が、地域の新たな魅力を掘り起こしながら、関係性を広げることで、新たな創造的人材が育ちつつ、主体的に関わる人々が増え、シビックプライドやウェルビーイングの向上に寄与している。

集積した創造的人材が、エリアが持つ魅力や価値を掘り起こしながら、多彩な創造的活動を展開し、エリアに新たなにぎわいを創出している。さらに、その創造的活動へ主体的に関わる市内外の人々が增多することで、1人1人の創造性やウェルビーイングが向上するとともに、新たな創造的人材が育ちその創造的活動が更に広がることで、創造都市としてのプレゼンスが向上し、市民のシビックプライドが醸成されている。

【参考】「創造的にぎわい」と「クリエイティブコミュニティ」の位置づけ

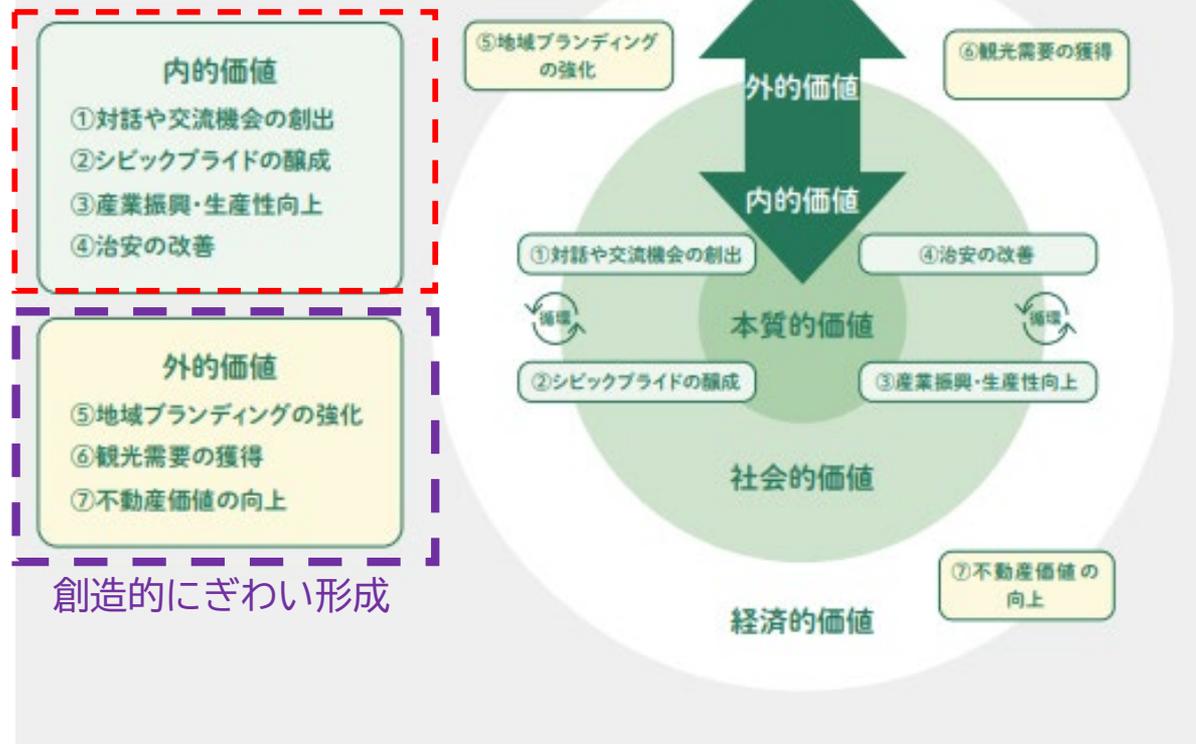
■創造界隈拠点全体のアウトカムのイメージ



【参考】「創造的にぎわい」と「クリエイティブコミュニティ」の位置づけ

■創造界隈拠点全体のアウトカムのイメージ

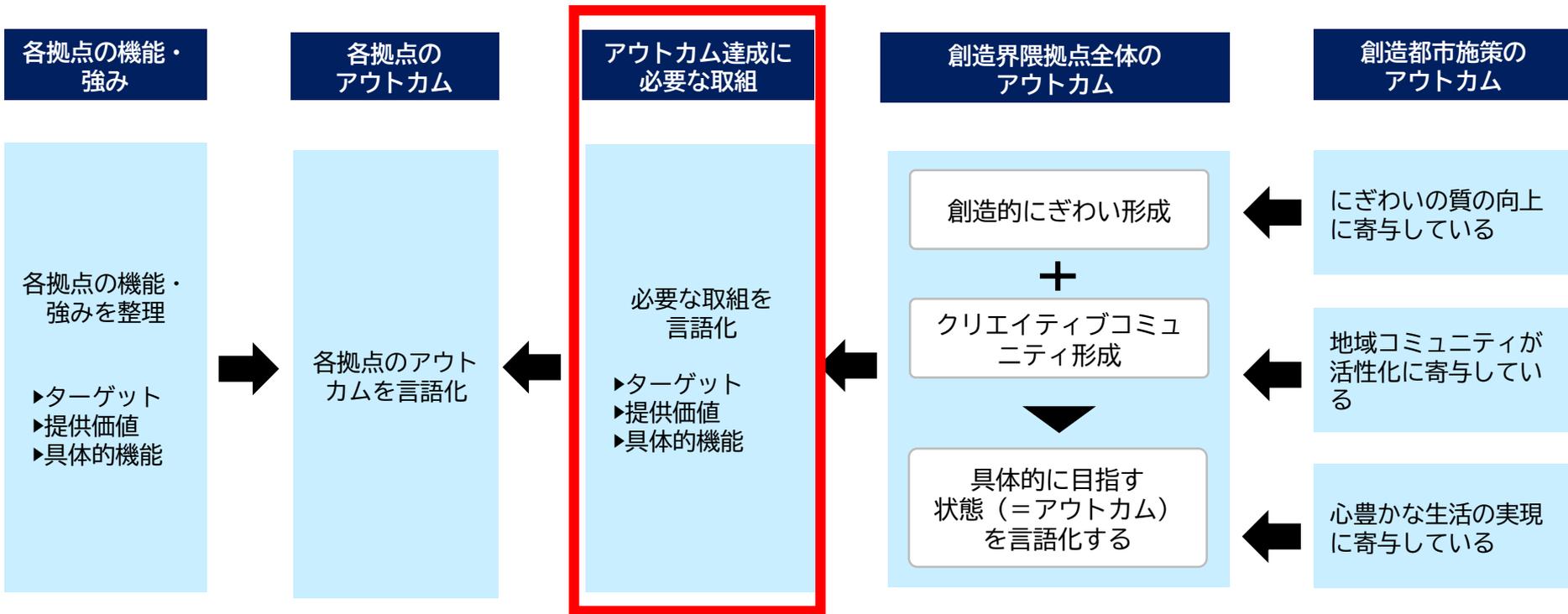
クリエイティブコミュニティ形成



- 1 進捗状況
- 2 拠点全体のアウトカム
- 3 アウトカム達成に必要な取組**
- 4 各拠点の中長期アウトカム（案）
- 5 今後のスケジュール

3 アウトカム達成に必要な取組

■アウトカムの検討の考え方



3 アウトカム達成に必要な取組

■各拠点のアウトカムの考え方

創造界隈拠点全体のアウトカム

集積した創造的人材が、エリアが持つ魅力や価値を掘り起こしながら、多彩な創造的活動を展開し、エリアに新たなにぎわいを創出している。さらに、その創造的活動へ主体的に関わる市内外の人々が増えることで、1人1人の創造性やウェルビーイングが向上するとともに、新たな創造的人材が育ちその創造的活動が更に広がることで、創造都市としてのプレゼンスが向上し、市民のシビックプライドが醸成されている。

外的
価値

「創造的にぎわい形成」のアウトカム

市内外から多くの人々が訪れ、多様な創造的活動を体験することで、経済的効果のみならず、横浜の強みである先進性や国際性を体感することで、都市ブランドイメージや国際的プレゼンスが向上に寄与している。

内的
価値

「クリエイティブコミュニティ形成」のアウトカム

創造的人材が、地域の新たな魅力を掘り起こしながら、関係性を広げることで、新たな創造的人材が育ちつつ、主体的に関わる人々が増え、シビックプライドやウェルビーイングの向上に寄与している。

各拠点で必要な取組は？

各拠点のアウトカム

旧第一銀行
横浜支店

象の鼻

新高島

各拠点のアウトカム

黄金町

BAYS

急な坂

地域クリエイティブ事業
(仮)

3 アウトカム達成に必要な取組

■各拠点のアウトカムの考え方

創造界隈拠点全体のアウトカム

集積した創造的人材が、エリアが持つ魅力や価値を掘り起こしながら、多彩な創造的活動を展開し、エリアに新たなにぎわいを創出している。さらに、その創造的活動へ主体的に関わる市内外の人々が増えることで、1人1人の創造性やウェルビーイングが向上するとともに、新たな創造的人材が育ちその創造的活動が更に広がることで、創造都市としてのプレゼンスが向上し、市民のシビックプライドが醸成されている。

「創造的にぎわい形成」のアウトカム

市内外から多くの人々が訪れ、多様な創造的活動を体験することで、**経済的効果**のみならず、横浜の強みである先進性や国際性を体感することで、**都市ブランドイメージや国際的プレゼンスが向上に寄与している。**

各拠点のアウトカム

旧第一銀行
横浜支店

象の鼻

新高島

「クリエイティブコミュニティ形成」のアウトカム

創造的人材が、地域の新たな魅力を掘り起こしながら、関係性を広げることで、**新たな創造的人材が育ちつつ、主体的に関わる人々が増え、シビックプライドやウェルビーイングの向上に寄与している。**

各拠点のアウトカム

黄金町

BAYS

急な坂

地域クリエイティブ事業
(仮)

3 アウトカム達成に必要な取組

■各拠点のアウトカムの考え方

「創造的にぎわい形成」のアウトカム

市内外から多くの人々が訪れ、多様な創造的活動を体験することで、**経済的効果**のみならず、横浜の強みである先進性や国際性を体感することで、**都市ブランドイメージや国際的プレゼンスが向上している。**

外的
価値

要素
抽出

- ①集客
- ②経済的効果
- ③都市ブランドイメージの向上
- ④国際的プレゼンスの向上

具体化

各拠点のアウトカム

旧第一銀行
横浜支店

象の鼻

新高島

【考え方】

- ①集客：ターゲットの整理
- ②経済的効果：経済的効果の内容
- ③都市ブランドイメージの向上：イメージの内容
- ④国際的プレゼンスの向上：向上のプロセス

どの拠点で何を担うのか？

各拠点の
役割整理

3 アウトカム達成に必要な取組

■各拠点のアウトカムの考え方

	ターゲット						経済	ブランドイメージ			
	国外	専門家	コア アート ファン	アート ファン	観光客	企業 団体	観光需 要	国際性	歴史性	多様性	先進性
新高島	◎	◎	◎	○		◎	○	◎			◎
象の鼻	○	○	○	◎	◎		◎	○		○	
旧第一				○	◎	○	◎		◎	◎	

専門家・・・アーティスト、クリエイター、デザイナー、批評家

コアアートファン・・・文化芸術を目的としたおでかけ経験がある人のうち、月1回以上美術館に行く人

アートファン・・・文化芸術を目的としたおでかけ経験がある人のうち、年1回以上美術館に行く人

観光客・・・文化芸術を目的としたおでかけ経験がない人（観光目的で横浜訪問経験はある）

3 アウトカム達成に必要な取組

■各拠点のアウトカムの考え方

創造界隈拠点全体のアウトカム

集積した創造的人材が、エリアが持つ魅力や価値を掘り起こしながら、多彩な創造的活動を展開し、エリアに新たなにぎわいを創出している。さらに、その創造的活動へ主体的に関わる市内外の人々が増えることで、1人1人の創造性やウェルビーイングが向上するとともに、新たな創造的人材が育ちその創造的活動が更に広がることで、創造都市としてのプレゼンスが向上し、市民のシビックプライドが醸成されている。

外的
価値

「創造的にぎわい形成」のアウトカム

市内外から多くの人々が訪れ、多様な創造的活動を体験することで、**経済的効果**のみならず、横浜の強みである先進性や国際性を体感することで、**都市ブランドイメージや国際的プレゼンスが向上に寄与している。**

各拠点のアウトカム

旧第一銀行
横浜支店

象の鼻

新高島

内的
価値

「クリエイティブコミュニティ形成」のアウトカム

創造的人材が、**地域の新たな魅力**を掘り起こしながら、関係性を広げることで、**新たな創造的人材が育ちつつ**、主体的に関わる人々が増え、**シビックプライドやウェルビーイングの向上に寄与している。**

各拠点のアウトカム

黄金町

BAYS

急な坂

地域クリエイティブ事業
(仮)

3 アウトカム達成に必要な取組

■各拠点のアウトカムの考え方

「クリエイティブコミュニティ形成」のアウトカム

創造的人材が、**地域の新たな魅力を掘り起こしながら**、関係性を広げることで、**新たな創造的人材が育ちつつ**、主体的に関わる人々が増え、**シビックプライドやウェルビーイングの向上に寄与している。**

内的
価値

要素
抽出

- ①地域資源の掘り起こし
- ②創造的人材の育成
- ③シビックプライドの向上
- ④ウェルビーイングの向上

各拠点のアウトカム

黄金町

BAYS

急な坂

地域クリエイティブ事業
(仮)

具体化

どの拠点で何を担うのか？

各拠点の
役割整理

【考え方】

- ①地域資源の掘り起こし：プロセスの具体化
- ②創造的人材の育成：定義
- ③シビックプライドの向上：プロセスの具体化
- ④ウェルビーイングの向上：プロセスの具体化

3 アウトカム達成に必要な取組

■各拠点のアウトカムの考え方

	ターゲット					クリエイティブコミュニティ活性化					
	専門人材	媒介者	住民	来街者	在勤(企業)	資源発掘	交流促進	地域への愛着	産業振興	地域課題	Well-being
急な坂	◎	○					◎				
BAYS		○	◎		◎	○	◎	○	◎	○	
黄金町	◎	◎	◎	○	○	◎	◎	◎		◎	◎
郊外部	○	○	◎	○	○	◎	◎	◎		◎	◎

専門人材・・・アーティスト、クリエイター、デザイナー
 媒介者・・・プロデューサー、コーディネーター、ディレクター
 住民・・・対象地域の周辺住民

3 アウトカム達成に必要な取組

■各拠点が担うアウトカム

外的価値

内的価値

創造的にぎわいの創出

クリエイティブコミュニティ活性化

	ターゲット	外的価値		内的価値					
		経済効果	ブランディング	資源発掘	交流促進	地域愛着	産業振興	地域課題	Well-being
新高島	国外、専門家、コアアートファン、在勤者（企業）	○	国際性、先進性						
象の鼻	アートファン、観光客	◎	国際性、多様性						
旧第一	観光客	◎	多様性、歴史性						
急な坂	専門人材				◎				
BAYS	在勤（企業）			○	◎	○	◎	○	
黄金町	専門人材、媒介者、住民			◎	◎	◎		◎	◎
郊外部	住民			◎	◎	◎		◎	◎

- 1 進捗状況
- 2 拠点全体のアウトカム
- 3 アウトカム達成に必要な取組
- 4 各拠点の中長期アウトカム（案）**
- 5 今後のスケジュール

4 各拠点の中長期アウトカム（案）

新高島

- ①日本を代表する先進的な現代アートの拠点としての横浜のプレゼンスの向上に寄与している
- ②創造性が刺激されるまちづくりに寄与している
- ③新たなものや価値が生まれ、発信される実験場となっている
- ④自律的な運営による持続可能な拠点となっている

旧第一

- ①横浜の魅力を感じ体験する場として人を惹きつける目的地となり、都心臨海部の回遊性を向上させ、にぎわいを創出している
- ②様々な文化・価値観の交流を促し、市民・来街者の多様なライフスタイルに作用し、WELL-BEINGの実現に寄与している

象の鼻

- ①質の高いアートをはじめとした多様な催事を通じて、都心臨海部の回遊性やにぎわい創出に寄与している
- ②横浜の魅力として認知され、都市のプレゼンス向上に寄与している。

ターゲット

経済

ブランドイメージ

	ターゲット						経済	ブランドイメージ			
	国外	専門家	コアアートファン	アートファン	観光客	企業団体		観光需要	国際性	歴史性	多様性
新高島	◎	◎	◎	○		◎	○	◎			◎
象の鼻	○	○	○	◎	◎		◎	○		○	
旧第一				○	◎	○	◎		◎	◎	

4 各拠点の中長期アウトカム（案）

急な坂

- ①アーティストが作品を「つくる」支援と、その体制を「ととのえる」支援により、人材が育成されている。
- ②次代を担う人材（アーティスト・観客双方）が出逢う場所となっている。
- ③誰もが安心して使える稽古場の運営が行われている。
- ④新しいディレクターが育成され、新たな運営体制となっている。

BAYS

- ①関内外地区において、多様な人材による創造的な産業や創造的な活動を活性化させている
- ②本施設の活用を通じて、日本大通りをはじめとした都心臨海部の賑わいを創出し、エリア全体の価値向上に寄与している

黄金町

- 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
 - ④大学、研究機関等との連携により、まちの活性化、地域再生のモデル地区として全国に発信する。

ターゲット

クリエイティブコミュニティ活性化

	専門人材	媒介者	住民	来街者	在勤 (企業)	資源発掘	交流 促進	地域への 愛着	産業 振興	地域課題	Well- being
急な坂	◎	○					◎				
BAYS		○	◎		◎	○	◎	○	◎	○	
黄金町	◎	◎	◎	○	○	◎	◎	◎		◎	◎
郊外部	◎	◎	◎	○	○	◎	◎	◎		◎	◎

- 1 進捗状況
- 2 拠点全体のアウトカム
- 3 アウトカム達成に必要な取組
- 4 各拠点の中長期アウトカム（案）
- 5 今後のスケジュール

5 今後のスケジュール

