

旧第一銀行横浜支店サウンディング型市場調査 対話概要

「創造都市」に感じる可能性や期待等
世界レベルのデザイナー・クリエイターが集まっている街
生の創造産業に触れる場とし、新たな創造産業を生み出す場
ここでしかできない体験ができるレストラン
アートを活性化した街のブランド
アーティスト、クリエイターと出会える場所
バーチャルショールーム
アート活性だけでなく、食文化を充実させることで一流の街へ
都市の魅力に持続性を持たせる施策
異分野同士が集まって新しい活動が生まれ、それを見た人がまた集まってくる
芸術文化の集積と産業の結びつけが必要
アートだけでなく、市内の幅広い分野について情報を得られる場
多様なコラボレーション
産官学民が集まって何かが生まれる場所
人が生き生きと過ごすことで良さが発揮
来館者の誰もが、受け手だけでなく、参加者や発信者となれるように

活用内容
市民に開かれたクリエイティブライブラリー+デザイン、アートの体験、発信、集積の拠点
これまで横浜になかった体験型レストラン、横浜の観光・文化・芸術の本を集めたヨコハマライブラリー、横浜の歴史をめぐる散策ルートの起点づくり
アートを観ながら食事を楽しめるカフェ&レストラン、ウェディング、スペースレンタル
体験型ライブレストラン×アート、ウェディング、アーティスト、クリエイターと一般市民やクライアントが出会い、繋が り、ネットワークが広がる場づくり
横浜文化創生実験室「コンテンツカルチャーバンク」、 クリエイター・キュレーター育成、デジタルアーカイブの集積と活用、バーチャル体験
食のインキュベーション施設、若手シェフ応援食堂、ポップアップレストラン
多目的複合施設、イベントホール(飲食機能付設)や小規模オフィス積層
オープンイノベーション的な文化・芸術の場、オープンスペースとの一体活用、ギャラリー、シネマ、食文化、まち角 図書館等
クリエイティブ産業振興のための起業支援機能、MICE機能、創造的活動の見える化
ジャンルを限定しないインフォメーションセンター、企業、アーティスト・クリエイター、市民をつなぐ情報のタッチポ イント
文化作品展示、映像系展示
ジャンルにこだわらず人が集まる場づくり、市内集積アーティストのショーケース的な場(月ごとに招致等)
市内アーティスト・クリエイターと連携した横浜文化の発信拠点。SDGsを絡めた小売り拠点
アニメ、フォトグラフなどのイベント、ゲームクリエイター、漫画、アニメなどの発表の場

館外活用
アートの本本市、会社の商品展示、クライアントの製品展示
まちの歴史をたどる回遊ルート作り、また教育活動
オープンカフェ、アートインスタレーション展示等
プロジェクションマッピング等の夜間演出、フォトスポット、屋外アート展示、演奏会・大道芸、マルシェ、オープンテラス
オフラインイベント活用、マルシェ、アートグッズ販売、関連施設ライブビューイング
公開空地で屋台、馬車道駅で食にまつわるギャラリー
館内の活動関連の屋外活用
関内エリアを回遊するミュージックバイク、ストリートピアノの設置、公開空地の有効活用
他の創造界隈拠点とも連動したクリエイティブ産業祭
館外展示・体験
プロモーション活動
マルシェ、オープンカフェ、ポップアップストア等
馬車道駅の展開は検討の余地あり

収支見込

収益性は不要(自社事務所を入れて、その他空間を開放)

収支は数パターンで試算中

概算売上試算済み、収益事業のバランスは要調整

貸付料、維持管理費も含めて、提案内容の収益でカバー可能

現行通り22,000千円程度の補助金を希望

賃料は変動制希望(売上比率に応じた支払い等)

貸付料の減免や助成がないと難しい

収支未定

収支は試算困難、自社のみの運営は難しく、実施する場合は他社との共同実施

高収益を生む事業でないと、採算があわない

活用期間
5年間
10年間
10年以上(長期希望)
15年間
20年間
短期の実験期間を経てから長期に移行
長期はリスクがあるため途中解約のオプション希望

課題等

収益事業として考えていないため大きな課題なし。自社利用として活用するスペースの面積上限等あれば知りたい

厨房や小荷物昇降機等の設備設置や、建物内の改修が必要

キッチン等の設置がどこまでできるか、収益と一般の方への公益性のバランスが難しい

キッチン等の設置がどこまでできるか、運営コストをどこまで下げられるか

高速ネット環境が必要、神奈川県内の組織、施設、団体との連携・調整

初期投資可能な資金は少ない。クラウドファンディング等の外部調達が必要。

収益性、管理組合との各種調整事項

1Fホールは柱があるため、スペース効率が悪い。1F以外の内装が今ひとつ。

オフィス仕様の内装・設備、通信設備等が必要、MICEの運営、営業のプロフェッショナルを呼び込めるか

非日常の演出を行うことに対して、日常の景観条例を適用する意味がない

フロア構成が難しい、1Fホールは柱があるため、スペース効率が悪い

音イベント実施時に音をどこまで出せるか、地域(町内会等)とどこまで連携できるか

商業地として、良い立地ではない。魅せる装飾など、内装変更が必要。

書店だけでは採算がとれないため、組み合わせて考える必要あり