

創造的イルミネーション事業〈ヨルノヨ 2024〉における
実験的な演出の結果報告と今年度実施について（報告）

1 主旨

〈ヨルノヨ 2024〉において、時間限定の演出であるハイライト・オブ・ヨコハマの参加施設の一部の演出照明を活かし、以下の2点について実験的な演出（カラー照明演出）を行いました。

- ① 〈ヨルノヨ 2024〉の協賛や街全体の回遊促進・にぎわい創出に資する企業との連携に対するメニューのひとつとした“協賛企業カラー照明演出”
- ② 公共的な情報発信の遡及効果を高めるため、多くの来街者が集まる機会を捉えた“行政施策 PR カラー照明演出”

実験演出後は効果検証の結果（来街者等の意見など）を踏まえ、次年度以降の実施について検討の上、都市美対策審議会で共有することとしていたことから御報告するものです。

（参考）〈ヨルノヨ 2024〉での実験的な演出の内容

演出日数：実施期間（26日間）のうち、計8日間

演出時間：5分間の点灯を1日あたり8回、計40分間

（それぞれ17:15、17:45、18:15、18:45、19:15、19:45、20:15、20:45から）

対象施設：ハイライト・オブ・ヨコハマを実施している42施設のうち約20施設


実験内容：次の4テーマを2日間ずつ実施します。

- ① 協賛企業カラー（単色）
- ② 行政施策カラー（単色）
- ③ ②と異なる行政施策のカラー（単色）
- ④ ②③と異なる行政施策のカラー

（複数色／対象施設を複数エリアに分け、エリアごとに決めた色で点灯）

配慮事項：歴史的建造物の特定照明は実施しません。

		表現する内容	実行委員会の 連携先	日程
①	赤 	「日本コカ・コーラ株式会社の企業カラー」 〈ヨルノヨ 2024〉のトップスポンサーであり、ドローンショーや花火、コスモクロックの特別演出など、一体的に実施することによる回遊施策を展開。	日本コカ・コーラ株式会社	12/7(土)、 12/9(月)
②	青 	「GREEN×EXPO 2027のイメージカラー」 SDGsの達成やGX*の実現に貢献する博覧会であり、本市の重点施策のひとつ。	横浜市	12/14(土)、 12/15(日)
③	緑 	「YOKOHAMA GO GREENのイメージカラー」 脱炭素・環境施策を推進するための合言葉	横浜市	12/21(土)、 12/22(日)

④	赤黄緑 	「TICAD9（第 9 回アフリカ開発会議）のイメージ カラー」 2025 年 8 月に横浜で開催。	横浜市	12/28(土)、 12/29(日)
---	--	--	-----	-----------------------

※GX（グリーン・トランスフォーメーション）：産業革命以来の化石燃料中心の経済・社会、産業構造をクリーンエネルギー中心に移行させ、経済社会システム全体の変革

2 都市美対策審議会政策検討部会（R6.10.29）での委員からのご意見

- ・ 協賛金を増やすという狙いのようなが、**費用対効果のバランス**はとれているのか。
- ・ ヨルノヨの夜景演出として**魅力的になるかどうか**というのが一番大事で、もうちょっと何か演出性があったほうがよいのではないか。
- ・ 観てみないことにはわからないので、**まずはやってみて**はどうか。

3 実施結果

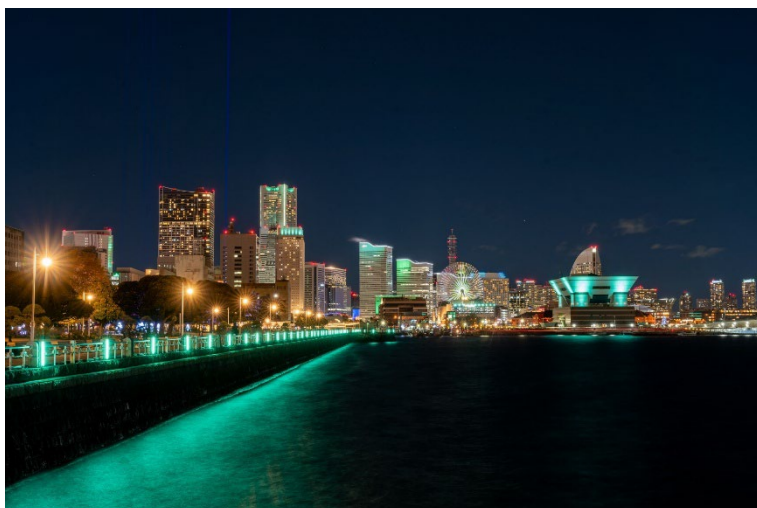
① 日本コカ・コーラ株式会社



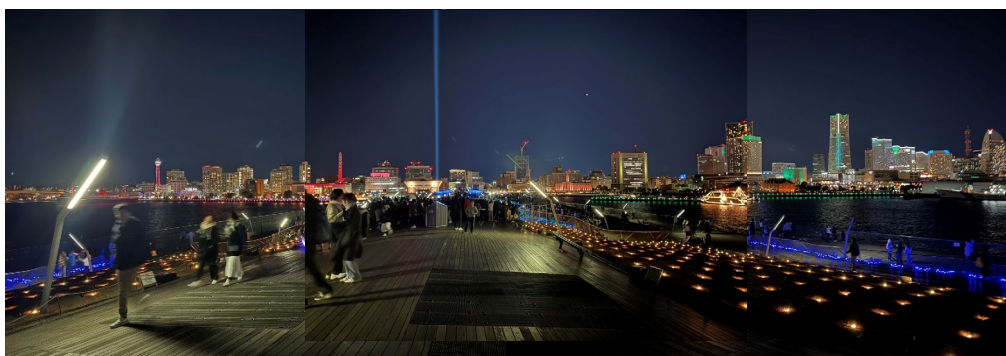
② GREEN×EXPO 2027



③ YOKOHAMA GO GREEN



④ TICAD9（第9回アフリカ開発会議）



4 取組みに対するご意見

○一般の方を対象とした Web アンケート調査の結果(N=186/うちヨルノヨ来場者 81%) (設問)

「ヨルノヨ」では、週末に 17 時以降毎時 15 分と 45 分に 5 分間、高層ビルなどを民間のイベントと連携したカラーライトアップや、GREEN×EXPO や脱炭素などをアピールするためのカラーライトアップを実施しています。この取組についてどう思いますか。

(選択肢：選択率)

- 1.街一体で盛り上がっていて良いと思う：84%
- 2.GREEN×EXPO2027 等を意識するきっかけになった（きっかけになると思う）：4%
- 3.GREEN×EXPO2027 等について詳しく調べてみたくなった：3%
- 4.わからない：9%

○協賛企業（①実施企業）からの意見

- ・ インパクトのある展開ができ、消費者に対して“体験”を提供できた。
- ・ ドローンショーと一緒に実施することでスケール感のある表現ができた。

○行政施策所管課（②～④実施課）からの意見

- ・ プログラムが伝わりにくかったと思う。ライトアップの意味が来訪者にも伝わるような仕掛けが必要。
- ・ 通常の演出においても周りが色づいており、カラーライトアップによるものなのか、プログラムによるものなのか、一般市民からは判別しにくい。
- ・ 「公共的な情報発信」であれば、カラーライトアップだけでなく、「この場所でそれについて詳しく知ることができる」などの追加情報も必要ではないか。

○景観制度所管課の意見

- ・ 地元団体等からの意見はなかった。
- ・ ライトアップの色によっては景観協議が難しい。
- ・ 思っていたより奇抜な色ではなかった。
- ・ 景観として好ましくない（不快感を与えるなど）ものは避けるべきだが、色や演出には自由度があっていると思う。
- ・ イベントを契機に実績を積み上げ、景観・歴史性とにぎわいが調整できるとよいのではないか。

5 実施結果まとめと令和 7 年度の実施に向けた景観に関する配慮事項

景観的視点

- ・ 単色でのカラーライトアップは街としての一体感を出す装置として効果的（ただし、複数色の場合は認識しづらい）
- ・ 背景の建物の色や素材によっては、指定色の再現が難しいため、指定色に忠実である必要はないのではないか。
- ・ 各施設が個別に色をコントロールするより、一括して色指定することで、街として

の一体感を出す方が意図が伝わりやすい。

協賛企業・行政施策所管課のメリットとしての視点

- 色の意味を表現する手段が必要。プロジェクションマッピングなどを活用した情報発信手段と併せて実施すること、またそれを SNS などで発信する必要がある。

行政としての視点

- 点ではなく面での展開により、回遊性向上が期待でき、横浜で実施することの意義が出しやすい。



令和7年度の実施に向けた景観に関する配慮事項

- カラーライトアップの意図が伝わりやすいようにする工夫（cf.点灯時間の調整、日数、現地での情報表示など）
- 魅力的な演出となる工夫（単色で動きをつけるなど）
- 参加施設に対するアンケート調査を実施

5 令和7年度の実験内容

演出日数：〈ヨルノヨ 2025〉の実施期間（27 日間）のうち、計 5 日間

演出時間：5 分間の点灯を 1 日あたり 8 回、計 40 分間



（それぞれ 17:15、17:45、18:15、18:45、19:15、19:45、20:15、20:45 から）

対象施設：ハイライト・オブ・ヨコハマを実施している 45 施設のうち約 20 施設

実験内容：次の 2 テーマを以下の予定で実施します。

- ① 協賛企業カラー（単色（5 分間の中で色の変化あり））
- ② 行政施策カラー（単色）

配慮事項：歴史的建造物の特定照明は実施しません。

		表現する内容	実行委員会の 連携先	日程
①	青から赤 	「アバター：ファイヤー・アンド・アッシュのテーマカラー」 〈ヨルノヨ 2025〉のトップスポンサーであり、地域のイルミネーションとの連携演出など、一体的に実施することによる <u>回遊施策を展開</u> 。	ディズニー社 (調整中)	12/18(木)、 12/19(金)、 12/20(土)
②	青 	「GREEN×EXPO 2027 のイメージカラー」 SDGs の達成や GX の実現に貢献する博覧会であり、本市の重点施策のひとつ。	横浜市	12/13(土)、 12/14(日)