

創造的イルミネーション事業 令和元年度の実験イベント実施結果(速報)

11月1日～12月27日の約2か月間、新港地区を主会場に、横浜の街を、風景を、人を光で SYNC(同調)させるナイトアートイベント『NIGHT SYNC YOKOHAMA』を開催し、多くの方にご来場いただきました。先端技術を活用したクリエイティブな都市スケールの光の演出により、「進取の気性」や「文化芸術創造都市」、「港」といった横浜らしさを体現する新たな夜景演出の可能性を内外に示すことができました。

1 実施概要

〈名称〉 ナイト シンク ヨコハマ
NIGHT SYNC YOKOHAMA

〈期間〉 令和元年11月1日(金)～12月27日(金)

〈体制〉

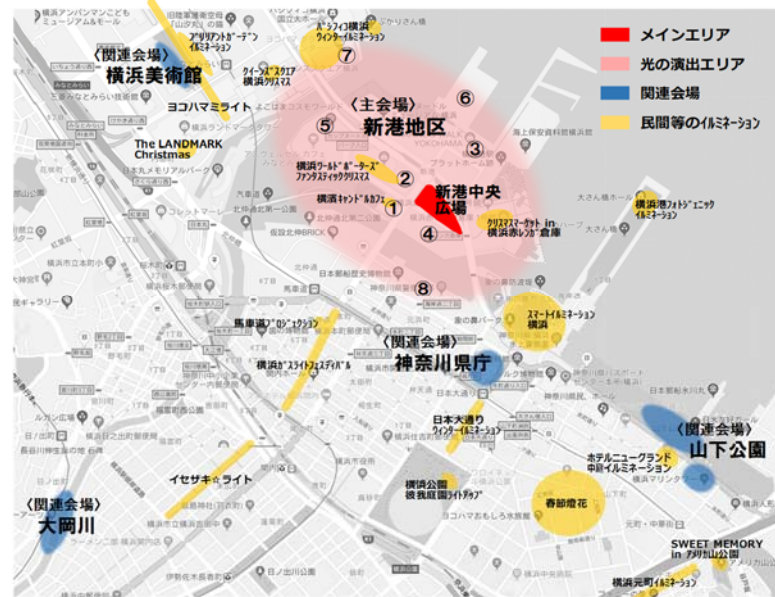
主催：クリエイティブ・ライト・ヨコハマ実行委員会

共催：横浜市

クリエイティブディレクター：

齋藤 精一(株式会社ライゾマティクス代表取締役)

〈会場〉



【10分間の特別演出参加施設】

- ① ナビオス横浜 ◎
- ② 横浜ワールドポーターズ ◎●
- ③ MARINE&WALK YOKOHAMA ●
- ④ 横浜地方合同庁舎(仮称)建設予定地 ●
- ⑤ よこはまコスモワールド・
大観覧車コスモクロック 21 ◎○
- ⑥ 横浜ハンマーヘッド(新港ふ頭客船ターミナル) ○●
- ⑦ ヨコハマグランドインターコンチネンタルホテル ◎●
- ⑧ 神奈川県警察本部庁舎 ◎

- ◎カラーライトアップ演出 赤：IoTシステム一括連動
- ライン照明カラー演出 青：タイマープログラム連動
- サーチライト演出

2 実施状況

(1) 主会場

① 10分間の特別演出(壁面ライトアップとサーチライトによる演出)

〈新港中央広場での見え方〉



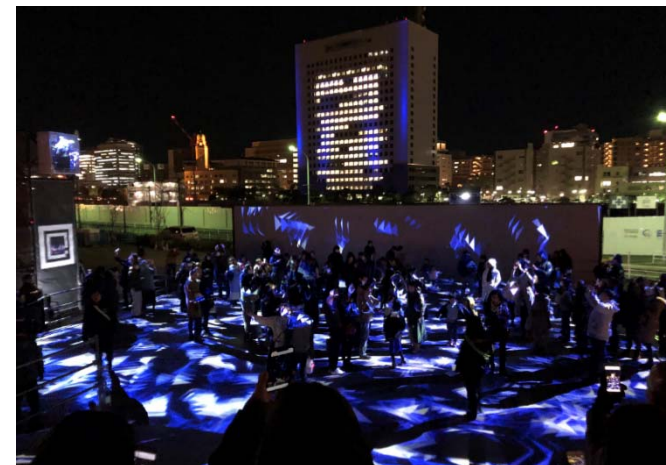
▲ステージのプロジェクション映像と周辺施設の光の動きが連動



▲ステージの映像と周辺施設の光の色がシンクロ



▲サーチライトによる一体的な演出



▲参加者がステージで選択した色に光の色が変化

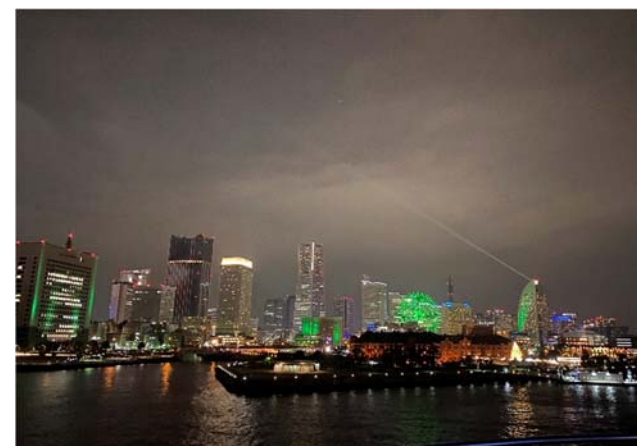


▲空まで一体的に包含するスケール感

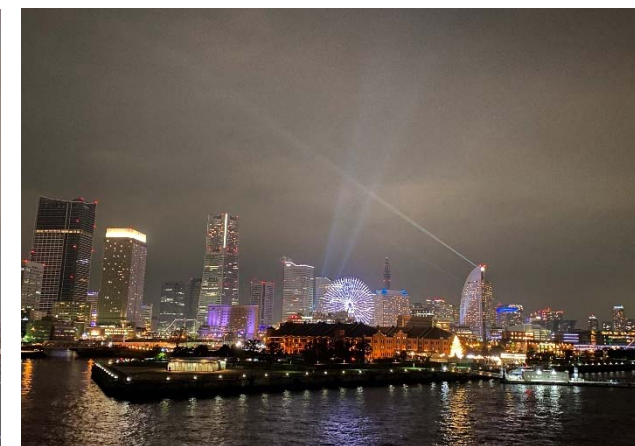


▲広場と周辺施設の光の色がシンクロ

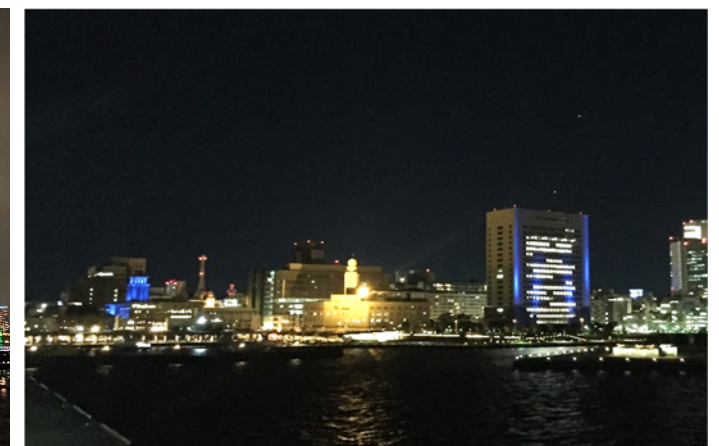
〈大さん橋からの見え方〉



▲連動している様子が画角に収まり、わかりやすい



▲遠景ではサーチライトが見えにくかった

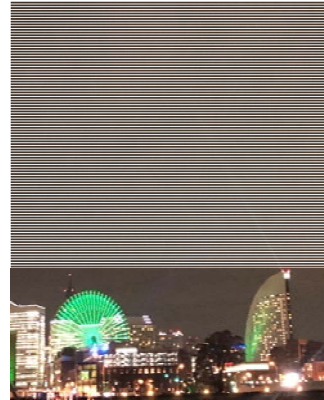


▲県庁と県警本部の光の色のシンクロ

〈象の鼻パークからの見え方〉



▲中景で参加した全ての施設を一体的に見ることができる視点場



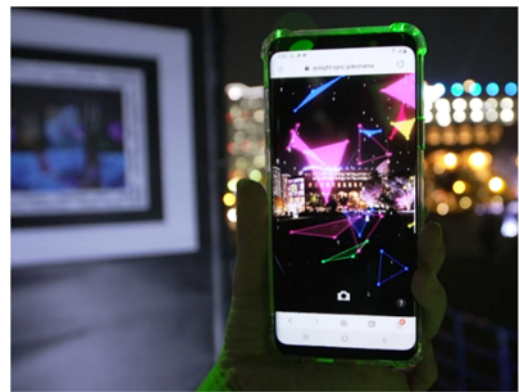
〈汽船道からの見え方〉



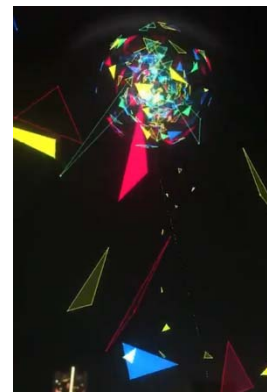
▲歩きながら演出を楽しめる視点場

② 10 分間の特別演出 (WebAR[®]による演出)

※スマートフォンのカメラを通して、実際の風景にCG映像を付加して表示する手法



▲広場、周辺施設の光の色と AR の映像の色がシンクロ



▲空へと吸い込まれる演出



▲広場では、自分の周りや上空に AR 画像が浮かんで見える



▲都市スケールでの拡張現実には圧巻

③ 常時楽しめるイルミネーション (18 時~21 時 10 分)



▲バラ型のイルミネーションと樹木ライトアップ



▲インタラクティブに変化する映像等が楽しめ、鑑賞できる巨大ステージ



(2) 関連会場

① 神奈川県本庁舎 (神奈川県) 〈カラーライトアップ、IoT システムによる一括連動〉



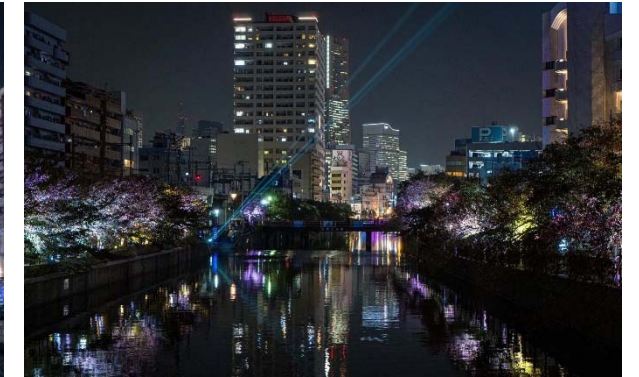
② 横浜美術館 (文化観光局) 〈カラーライトアップ、タイマープログラムによる連動〉



③ 山下公園 (環境創造局) 〈イルミネーション、毎時演出あり、連動なし〉



④ 大岡川 (文化観光局) 〈サーチライト・樹木ライトアップ、毎時演出あり、連動なし〉



3 実施結果（速報）

実験イベントを通して把握したい点

- ①時間限定での先端技術を活用したクリエイティブな都市スケールの光の演出に対するニーズ
- ②同演出により、横浜の夜景の魅力をさらに高めることができるかの可能性

(1) 定量的評価（主にニーズ把握の視点）

	データ	※速報値のため今後変わる可能性があります。	評価													
来場者数等	<p>〈来場者数〉約 55 万人 ※新港中央広場の来場者数に、AR マーカー設置場所（広場以外の 4 か所）で「WebAR に参加する」ボタンを押した数を加えたもの</p> <p>〈ホームページ PV 数〉約 28 万 2 千 PV（うち英語・中国語ページ：約 5,900PV）</p> <p>〈「WebAR に参加する」ボタンを押した数〉約 16 万 4 千回（うち英語・中国語ページ：約 7,300 回／主会場：14 万 8 千回、その他：1 万 6 千回）</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・初開催ながら 2 か月間で約 55 万人と多くの方に来場いただいた。また、先端技術を活用した都市スケールの演出を多くの方が体験しており、<u>ニーズの高さを把握することができた。</u> ・会場では多くの外国人が夜景演出を楽しんでいる状況がみられ、<u>インバウンドも楽しめるコンテンツとしての可能性を把握することができた。</u> 													
メディア露出数	<p>〈テレビ〉 10 件 主なテレビ番組名</p> <p>〈ラジオ〉 13 件</p> <p>〈新聞〉 40 件</p> <p>〈雑誌等〉 23 件</p> <p>〈WEB〉 426 件</p> <p>〈合計〉 512 件</p>	<p>主な雑誌名</p> <ul style="list-style-type: none"> ・翼の王国 国際線版（ANA、10 月号） ・横濱（神奈川新聞社、10/5 号） ・旅の手帖（交通新聞社、11/10） ・横浜ウォーカー（KADOKAWA、11/20） ・女性自身（光文社、12/3） 	<ul style="list-style-type: none"> ・メディア露出数は、全体で 500 件を超え、10 のテレビ番組でも取り上げられるなど、ニーズの高さをメディアからも把握することができた。 ・内容も単なるイベント紹介だけでなく、<u>街ぐるみで夜を演出する新たな取組や、ナイトタイムエコノミー活性化に資する取組として紹介されるなど、評価も高かった。</u> ・海外のメディアでは、ほとんど取り上げられなかった。 													
SNS による投稿	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>twitter</th> <th>Instagram</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>公式ページフォロワー</td> <td>300 人</td> <td>110 人</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">投稿数</td> <td>#nightsyncyokohama</td> <td>816 件</td> </tr> <tr> <td>#ナイトシンクヨコハマ</td> <td>597 件</td> </tr> <tr> <td>#ナイトシンク横浜</td> <td>8 件</td> </tr> </tbody> </table> <p>※令和 2 年 1 月 16 日現在</p>		twitter	Instagram	公式ページフォロワー	300 人	110 人	投稿数	#nightsyncyokohama	816 件	#ナイトシンクヨコハマ	597 件	#ナイトシンク横浜	8 件	<p>主な投稿内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・きれい。素敵。楽しかった。幻想的。不思議で面白い。すごい。未来的。圧巻。没入感のある驚きと迫力。素敵な夜景をさらに素敵に演出。粋な演出。 ・サーチライトが目立たない。イメージパースと違う。もっと派手にサーチライトが光ると思った。 ・わかりにくい。AR の操作がよくわからないまま終了。 ・県庁の特別演出のライトアップ、イチョウとの組み合わせが綺麗。 	<ul style="list-style-type: none"> ・公式ページのフォロワー数は、まだまだ少ない状況。 ・イベント期間中は、演出された夜景の写真が毎日投稿され、コメントもポジティブなものが多く、ニーズの高さを把握することができた。 ・<u>はっきりと目立つサーチライトが見たい、写真をとりたいたい</u>というニーズの高さを把握することができた。
	twitter	Instagram														
公式ページフォロワー	300 人	110 人														
投稿数	#nightsyncyokohama	816 件														
	#ナイトシンクヨコハマ	597 件														
	#ナイトシンク横浜	8 件														
来場者アンケート	<p>〈主会場 N=524〉</p> <p>Q 今回のイベントにより、横浜の港の夜景の魅力が高まりましたか。</p> <p>Q 時間を限定して光で一体的に演出する取組を、どれぐらいの頻度で実施するのがよいか。</p> <p>Q 来年も本イベントが開催された場合、また行きたいと思いませんか。</p> <p>〈関連会場 N=52〉</p> <p>Q 今回のイベントにより、横浜の港の夜景の魅力が高まりましたか。</p> <p>Q 時間を限定して光で一体的に演出する取組を、どれぐらいの頻度で実施するのがよいか。</p> <p>Q 来年も本イベントが開催された場合、また行きたいと思いませんか。</p>	<p>主な個別意見</p> <ul style="list-style-type: none"> ・きれい。感動した。 ・複数の施設が連携しているのが、他にはない良さと感じた。面白い。 ・カラフルで動きがある夜景が楽しく、見ていて飽きない。 ・イルミネーションやライトを増やすなど、もっと盛大にしてほしい。 ・AR の操作がうまくいかなかった。わかりづらかった。 ・10 分間では短い。もう少し長くしてほしい。30 分に 1 回がよい。 ・ライトアップの色が原色ではなく、もう少し淡い色がよい。 ・県庁の周りの建物も一体的にライトアップするとよい。 ・船から見れるようにするとよい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜の港の夜景の「<u>魅力が高まった</u>」と回答した方が 8 割を超えており、今回の演出方法で横浜の港の夜景の魅力をさらに高められる可能性を把握することができた。 ・演出の頻度については、「<u>数か月のイベントを年に数回</u>」が主会場で 48%、関連会場で 39% と最も多く、次いで主会場では「月に 1 回程度」が 19%、「毎日」が 16%、関連会場では「毎日」が 31%、「月に 1 回程度」が 15% と多かった。現在は、年に 1 回の期間限定イベントとして実施しているが、<u>さらに頻度高く実施することのニーズの高さを把握することができた。</u> ・来年も本イベントに「<u>行きたい</u>」と回答された方が主会場、関連会場共に約 9 割となっており、アンケート結果からもニーズの高さを把握することができた。 													

(2) 定性的評価（主に景観的な視点）

	成果	今後の課題
演出方法	<p>【時間限定の演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> 会場では、特別演出の時間になると人数が極端に増えていたことから、時間を限定することで特別感・非日常感が高まり、集客にもつながることが確認できた。 	<p>【時間限定の演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> WebAR の操作に戸惑った人からは、操作時間も含め 10 分間では短いという意見もみられた。 食事の時間とのバッティングからか、20 時台の人数が少ない傾向にあった。将来的に実施時間を絞り込む際は、20 時台が本当によいのか検証が必要。
	<p>【先端技術の活用による演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> IoT プラットフォームによる照明機材の一括コントロールの技術は、エリアをまたいだ複数の施設の光や主会場の映像ステージ、樹木、フラワーの光の色、WebAR の映像の色を同時に変えることができ、国内では例のない都市スケールでの夜景演出を提供できた。 WebAR 技術により、現実の夜景に、さらに動きやストーリー性のある映像を付加することができたことから、よりスケール感、没入感のある非日常の夜景を演出することができた。 センシング技術により、街の光の色を来場者が選択できる仕掛けを用意することができ、参加型で楽しめるインタラクティブな演出を実現できた。 	<p>【先端技術の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設的环境や費用面から、IoT プラットフォームのネットワークにはつなげられずに、タイマープログラムにより演出した施設では、<u>タイムラグが発生し、シンクロ感が弱まる面</u>があった。 AR の操作に手間取り、演出を鑑賞できない人が少なからずいた。また、没入感がある反面、AR の映像に気を取られ、周囲の施設の光の演出に気づかない人もいた。 センシングにより、映像ステージで来場者が色を選べるパートを設けたが、選択方法が直感的に伝わりづらかったこと、WebAR に気を取られてしまうこと等から、色の選択に参加する人数が思いのほか少なかった。
	<p>【ライトアップの色の変化による演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> 普段は電球色による照明が基本となっていることから、ライトアップの色を多色で変化させることで、<u>非日常の動的な夜景</u>を演出できた。 神奈川県警本部やナビオス横浜など、普段はライトアップしていない施設をライトアップできたため、特別感をさらに高めることができた。 	<p>【ライトアップの色の変化による演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> 色の変化のわかりやすさから<u>原色に近い色</u>を使用した<u>が、色がきついと</u>の意見もあった。 <u>施設の元々の壁面の色により</u>、特に白色時に顕著であったが、<u>同じ光の色でも色の見え方が異なり</u>、シンクロ感が弱まる面があった。 常時から光の色を変化させている施設で、<u>今回参加していない施設</u>がいくつかあり、それにより<u>シンクロ感が弱まる面</u>があった。
	<p>【サーチライトによる演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> インターコンチネンタルホテルの女神像をはじめ、<u>建物上部からサーチライト</u>を出すことで、<u>ワクワク感のあるダイナミックな非日常の夜景</u>を演出できた。 <u>複数台のサーチライトが動きながら新港中央広場の中心に集まる演出</u>により、<u>360° を見渡す動的な夜景</u>を提供できた。 	<p>【サーチライトによる演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>大気の状態</u>でみえにくい日があり、特に大さん橋からは、光量の多い機材を採用したインターコンチネンタルホテル以外は、ほとんど見えない状況だった。
視点場（眺望点）	<p>【近景（新港中央広場、各施設）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新港中央広場では、<u>周囲を取り囲むようにライトアップやサーチライトの配置</u>をしたことにより、様々なアングルでの写真が投稿されており、近景としての<u>港の夜景を 360° 見渡せる視点場</u>として機能していた。 	<p>【近景（新港中央広場、各施設）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新港中央広場では、映像ステージの立ち上がりにより、ステージの外から鑑賞する人たちが 360° 見渡す視界を遮る面があった。 横浜美術館及び神奈川県庁は、<u>近くに演出に参加する他の施設がなかった</u>ため、近景で見ると港全体でシンクロしてライトアップの色が変わっていることが伝わりづらかった。
	<p>【中景（象の鼻パーク、自動車道等）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 象の鼻パークは、比較的近い距離で、参加した全ての施設を一体的に見ることができ、<u>中景としての港の夜景</u>を楽しめる<u>視点場</u>となっていた。 自動車道は、見える施設は少ないが、海に向かって歩きながら、徐々に演出している施設に近づいていく動的な夜景を楽しめる<u>視点場</u>となっていた。 	<p>【中景（象の鼻パーク、自動車道等）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 象の鼻パークにイベント案内と AR マーカーを設置したが、参加者数は少なく、<u>視点場としては十分浸透しなかった</u>。 自動車道は、BGM を新港中央広場での特別演出の音楽と同期したが、イベント案内と AR マーカーは設置しなかったためか、<u>視点場として十分浸透しなかった</u>。
	<p>【遠景（大さん橋、山下公園等）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 大さん橋は、日常から港の夜景の視点場となっているが、海面や夜空を背景に、<u>参加した全ての施設が一望できる</u>ため、都市スケールで光の演出が行われていることが最も体感できる<u>視点場</u>となっていた。ここを視点場にした写真を投稿する人が、新港中央広場に次いで多かった。 	<p>【遠景（大さん橋、山下公園等）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ナビオス横浜と県警本部との間に参加施設がなく、遠景で見ると<u>2つのゾーンに分散して見えた</u>。 山下公園にイベント案内と AR マーカーを設置したが、参加者数は少なく、<u>視点場としては十分浸透しなかった</u>。