
文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマ
の形成に向けた提言

2004年1月14日

文化芸術・観光振興による都心部活性化検討委員会

目次

はじめに～人の創造性を活かすまちづくりへ～	2
I. 創造性による都市再生ビジョン 「文化芸術創造都市－クリエイティブシティ・ヨコハマ」	3
II. 文化芸術創造都市－クリエイティブシティ・ヨコハマの実現に向けた基本的方向 と目標	5
1. アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現	
2. 創造的産業クラスターの形成による経済活性化	
3. 魅力ある地域資源の活用	
4. 市民が主導する文化芸術創造都市づくり	
III. 重点的に取り組むプロジェクト	10
1. クリエイティブ・コアー創造界隈形成	
2. 映像文化都市	
3. (仮称) ナショナルアートパーク	
IV. 横浜都心部のグランドデザイン	21
V. 実現に向けて	23
1. 組織づくり	
2. 特区を活用したまちづくり	
3. シティプロモーション	
【参考】目標値の関連資料	27
検討経過	28
委員会名簿	29

はじめに～人の創造力を活かすまちづくりへ～

横浜の新しい都市づくりは、市民生活の質を高めることを目標にしています。これは、市民の情感を動かす存在感ある都市、そして市民が精神的な充足を実感できる都市をめざすことです。そのためには、人々の想いや創意工夫、創造力が必要で、その結集によって始めて手にすることができるものです。

横浜都心は、港を囲み独自の歴史や文化、豊かな環境や空間が創られてきました。この資産は高く評価され、市民が誇りうるものです。しかし、その求心性には陰りが見えるのも事実です。高いオフィス空室率に代表されるように産業の停滞、人を引きつける文化の低迷があり、みなとみらい線の開業を目前にしながらも、MM21も関内関外の歴史都心も都市づくりが進展しておりません。

その要因としては、東京へ再び機能集中するなど横浜固有の問題、生活スタイルや産業など社会システムの変化による問題が考えられますが、従来の政策や計画の目標、方策の問題も一因と考えられることから、当委員会は、文化芸術そして観光という新たな視点で都心のまちづくりを検討するために設置されました。

結論としては、創造性に溢れ感動を生む都市を目標に、(1) 横浜のもてる力を活かす(2) 質の高い魅力的な空間を整える(3) 芸術や創造的な活動を生み出す(4) 市民や産業の新しい活動を興す、という4つの方針のもとに、横浜都心ひいては都市再生のビジョンとして、『文化芸術創造都市』(Creative City YOKOHAMA)を構想しました。

文化芸術は、市民生活に貢献するばかりではなく、都市の活性化(集客、観光、新産業)、そして横浜市の国際的な競争力にとっても効果が大きいものであり、今後の横浜市の重要な政策となると考えます。民の創造活動が横浜に集まり、その力が自在に発揮されかつ相互に連携していくことが実現への道筋となります。従って、初動期は横浜市が場や資金、情報などの面において、他の都市をしのぐインセンティブや場や環境整備のために積極的に公的投資を行なうべきであると考えます。将来、創造産業として横浜の活力の源泉となることで、税収や雇用、地域経済への成果も期待できるものであり、長期的なスタンスで取り組む必要があります。

計画としては、「クリエイティブ・コアー創造界隈形成」「映像文化都市」「(仮称)ナショナルアートパーク」という3つの戦略プロジェクトを提案いたしました。いずれもビジョンの実現に向けて、即時の実施が期待されるプロジェクトです。

また、都心全体としての魅力を高める都市デザインやまちづくりの新たな計画や方策、例えば、都心の倉庫やオフィスの転用や横浜の魅力を高める独自のルールについても提案しています。

創造都市の実現にむけて、芸術や産業のコンテンツやマネジメントが重要であり、そのための規制緩和や優遇策、公有地活用策、また横浜市の総合的な体制づくり、また参加する様々な主体をコーディネートする機能を強化することを求めています。

本委員会に対して協力をいただいた方々に感謝するとともに、提言を契機にさらに多くの方々の力が集まることを期待しています。

平成16年1月

文化芸術・観光振興による都心部活性化検討委員会委員長
北沢猛

I. 創造性による都市再生ビジョン 「文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマ」

横浜は、1859年の開港以来発展を続け、人口353万人を抱えるわが国第2の都市となりました。この間、港を囲む横浜の都心は、その魅力により多くの市民や観光客を惹きつけ、さまざまな芸術や文化を育んできました。

しかし、近年、関内地区など旧市街地では歴史的建築物が減少するなど良好な景観が失われるとともに、オフィスの空室率が上昇するなど活力が失われつつあります。また、みなとみらい21地区では、これまでの業務機能中心の都市開発から、文化・アミューズメント施設や特色ある商業施設などの整備による賑わいのある多彩な都心づくりへ転換すべきという意見もあります。こうした中で横浜の都心部活性化に向けて、新しいビジョンとそれに基づくあらたなプロジェクトや制度が求められています。

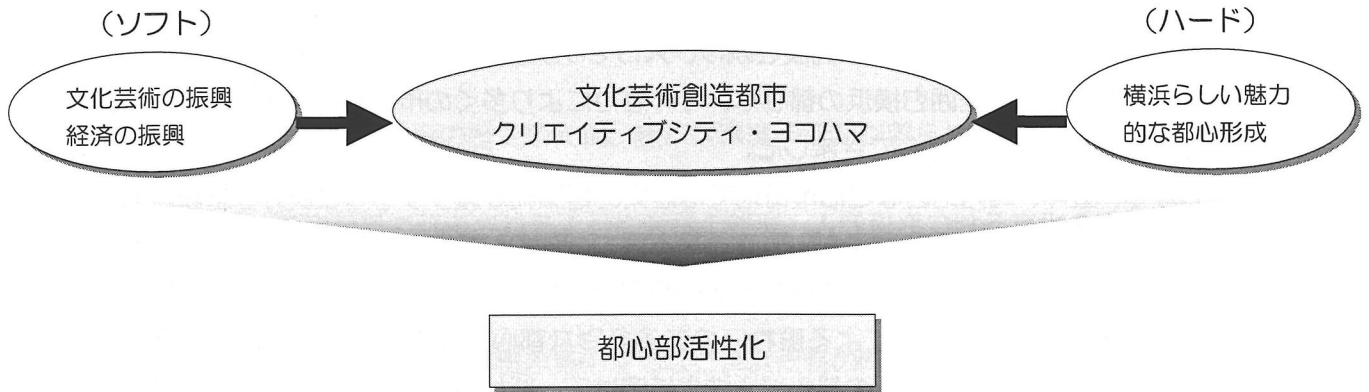
そこで、私たちは、知的財産（価値ある無形資産）の創造の重要性が一層増していることを踏まえ、「創造性」を抛り所に、都市の抱える様々な課題に対してダイナミックな解決の方向性を見出そうとする「クリエイティブシティ（創造都市）」という考え方に着目しました。特に、「文化芸術」は人々に感動を与え、新たな価値を創造するという意味で最も鮮やかに「創造性」が発露される分野であり、その創造性をまちづくりに生かすことで、市民の活力を引き出し、都市の新しい魅力をつくりだし、産業を育むことが可能となります。事実、数多くの都市がこの考え方に基づく都市再生に成功しています。

横浜は長年にわたる都市デザイン活動によって都市の独自性を確立してきた実績があるほか、文化人や芸術家が多く在住し、市民やNPOによる文化芸術活動も盛んであるという土壌があります。こうした資質を生かしクリエイティブシティを実現することによって、横浜のイメージアップを図るべきです。そのことは、市民が文化的で豊かな生活を送るようになる一方で、国内外からの来訪者の増大、企業の立地、投資等を促進するものと考えられます。

横浜でクリエイティブシティの考え方を取り入れる場合、重要な点は、市民の主体的な参加のもとで、これまで個々に取り組まれてきた様々な文化芸術振興や産業振興施策（ソフト）とまちづくり施策（ハード）を融合し、一体的な施策として展開し、真に魅力ある都心部の形成を図っていくことです。また、クリエイティブシティそのものは横浜全体の都市像であると考えられますが、その実現のためには、市全体を牽引するエンジンとしての都心における文化芸術創造活動を振興することが不可欠です。その際、ウォーターフロントに立地した魅力的な横浜都心の空間を舞台に、横浜型の「特区」の概念などを挿入しながら、「文化芸術創造都市」の構築をめざすべきです。

世界の各都市が独自の魅力を競い合っている中、横浜型「特区」の形成を通じて、都心部から文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマを実現し、横浜がさらに魅力的な都市として国の内外に情報発信することを期待します。

図 創造性による都市再生ビジョンの考え方



Ⅱ. 文化芸術創造都市—クリエイティブシティ・ヨコハマ の実現に向けた基本的方向と目標

文化芸術創造都市—クリエイティブシティ・ヨコハマの実現に向けた取組みは、多岐にわたりますが、アーティスト等を対象とするもの、経済活動を対象とするもの、地域資源を対象とするもの、市民を対象とするものの4分野に大別することができます。

市民の主体的な参加のもとで創造活動の核となるアーティスト等の集積形成を促進し、文化芸術創造都市としてのブランドを確立するとともに、これを経済活動、地域資源に着目した都市づくりとの連携のもとで展開することが望まれます。

1. アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現

これからの都市の盛衰は、その都市にどれだけ多くの創造的職業の人々が住んでいるかによって決定されるという説があります¹。例えば、アメリカでは、現在推定4000万人、仕事をもつ人々の30%以上が創造的職業についており、彼らが下す選択は巨大なインパクトと活力を経済に与えはじめているといわれています。

このように創造活動に着目して横浜を発展させていくためには、創造活動の担い手の定着が重要です。そのためには、多くのアーティスト、クリエイター、プロデューサーが横浜に住み、そこで創作し作品を流通させる仕組みを作ることが重要です。例えば、スタジオやアトリエ、練習場といった制作の場所の確保、作品の流通システムの整備、制作資金の確保等が考えられます。また、アーティスト同士、アーティストと市民などが気軽に交流できる場所や深夜も含め24時間の生活を支える交通手段など都市のインフラなども重要です。

しかしながら、現在の都心では、創造環境は十分に提供されておらず、既存の文化施設はもとより、歴史的建築物、倉庫等の地域資源も必ずしも十分に活用されていません。市内には多数のアーティスト等が住んでいますが、その創作や作品流通の場は東京である場合が多いのが現状です。

今後、創造環境をつくり出すためには、これまでの市民文化振興に力点をおいた文化政策から芸術創造も含めた文化芸術政策へ展開させること、また、文化政策を産業政策や都市づくりとの結びつきの中で展開することが望まれます。特に、ソフト施策とハード施策の融合は重要なポイントであり、イギリスのバーミンガム、ドイツのエムシャーパーク、フランスのナント、スペインのビルバオなど世界のクリエイティブシティと呼ばれる都市は、こうした取組みの重要性を伝えてくれます。

横浜都心でも、ソフト施策とハード施策が融合した部門横断的な取組みを通じて、アーティスト、クリエイター、プロデューサー等にとって魅力的な創造環境を実現することが望まれます。

¹ Richard Florida “The Rise of the Creative Class” 2002

目標1：5,000人のアーティスト、クリエイター

国勢調査（平成7年）によれば、横浜都心部（西区、中区）に居住するアーティスト、クリエイター数は3,071人です。

アーティスト・クリエイター等は、都心部の活性化を先導する創造的活動を担う主体であり、集積を促進することが重要です。そのため、文化芸術創造都市—クリエイティブシティ・ヨコハマの実現に向けて、都心部に居住するアーティスト、クリエイターを5,000人にまで増やすことが望まれます。

2. 創造的産業クラスターの形成による経済活性化

政府が示しているように、放送・新聞・出版・映画・ゲーム・音楽・アニメ等、コンテンツ産業の市場規模は、2001年で11兆円に達し、さらにキャラクターを活用したビジネスの成長や、観光産業、機器の開発・普及を通じた家電分野など、幅広い波及効果をもたらしています。

英国では、こうした産業を「創造的産業（Creative Industries）」と位置づけ、ヒット作品を使った観光プロモーション等を始めとして、英国発のコンテンツを生かした産業振興等を積極的に推進しています。経済的にも195万人の雇用（2001年）を産みだしたり、GDPの7.9%（2000年）を占めるなど大きな分野となっています。また、米国では、非営利の芸術機関について約530億ドルの関連支出を通じて200万人の雇用を生み出しているという報告が発表されています²。

こうしたコンテンツ産業を中核とする創造的産業の振興は、横浜都心部における産業活動を活性化し、都市開発を推進する上でも鍵になると考えられます。関内地区の空きビル、倉庫、歴史的建築物等の再生によるオフィス空間やMM21地区の大規模なオフィススペースなど横浜都心部の資源を生かし、文化芸術を含むコンテンツビジネス、裾野の広い関連産業、NPO、大学等との複合的な機能集積からなる創造的産業のクラスターを形成するとともに、コンテンツを生かしたエンターテインメント産業の立地、これらと連携した観光振興などを推進することによって、新たな雇用の創出や、企業立地の進むことが望まれます。

また、文化芸術活動や創造的産業の振興は、横浜の魅力とブランドを高める上でも効果が見込まれます。例えば、アニメ、漫画、音楽等のポップカルチャーをきっかけにした「ジャパニーズクール」といった日本文化ブームが欧米で起きています。文化芸術等の情報発信を通じて横浜の世界的な知名度を向上させることにより、横浜市への国内外からの来訪者の増大、企業の立地、投資等を促進することが望まれます。

² ‘Arts & Economic Prosperity – The Economic Impact of Nonprofit Arts Organizations and Their Audiences’ Americans for the Arts,2002

目標2：30,000人の創造的産業従業者数

横浜市事業所統計（平成13年）によれば、横浜都心部（西区、中区）における創造的産業従業者数は、16,281人となっています。

都心部の活性化に当たっては、今後成長の見込まれる創造的産業の集積形成を促進することが重要です。そのため「映像文化都市」の形成等を通じて産業集積を推進し、都心部における創造的産業従業者を30,000人にまで増やすことが望まれます。

3. 魅力ある地域資源の活用

横浜の都心には、ミナトを中心にして発展してきたその成り立ちから、変化に富んだ魅力的なウォーターフロント空間が形成されており、ここにはみなとみらい21地区をはじめ、北仲通り地区、象の鼻・大さん橋地区さらには山下ふ頭地区など整備中ないしは今後整備が見込まれる大きな可能性を持った地区が存在しています。これらの地区は、文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマを描く恰好の舞台であり、横浜都心部の活性化に向けてその整備・開発を推進することが望まれます。

また、みなとまち横浜の歴史を反映して、関内を中心とする都心部には、博物館・美術館・ホール・観光拠点等の文化・観光集客装置が集積するとともに、多くの歴史的建築物が遺されており、横浜独自の都市景観を形成しています。近年これらの歴史的建築物は急速に喪われつつあり、その保全が急務といえます。歴史的建築物の保存活用は、それ自体文化的意義を持つものですが、それが文化芸術活動の場として活用されれば、都市の再生・活性化を促す象徴的な空間になります。

加えて、古い倉庫や都心の空きオフィス等も活用の望まれる資産ということができます。コンバージョン（用途転換を伴う改修）を施し、SOHOやアトリエ、スタジオ等に転用することによって、創造と発表さらには滞在・居住の場とが三位一体となったアーティストの活動空間を形成し、横浜の新たな魅力や個性のあるゾーンを形成し、多くの人々の来街を促すことが望まれます。世界的にはベルリンのホーフ（中庭を中心とする建物群）に代表される先進事例も少なからずあり、横浜をわが国のモデルと位置づけることも可能です。

歴史的蓄積の重厚感、都市景観の美しさ、そこで行なわれる活動の躍動感などの融合は、多くの人々に感動を与える都市の魅力のひとつです。文化芸術創造都市形成の試みは、そうした都市の魅力形成の牽引力として文化芸術を据えようとするものです。

ウォーターフロント空間や歴史的建築物等、横浜都心部の豊かな地域資源を活かしながら、人々を惹きつけ、人々の集散を通じて活性化に資する都市空間を形成することが望まれます。

目標3：100カ所の文化・観光集客装置

横浜観光コンベンション・ビューローの資料等をもとにした横浜市都市経営局の調査（2003年）によれば、横浜都心部には、博物館・美術館・ホールなどの文化施設（71カ所）、その他の観光スポット（14カ所）、合計85カ所の文化・観光集客装置が存在します。文化芸術活動との連携のもとに都心部の魅力を向上させるため、今後文化的活用が検討されている歴史的建築物の整備等を通じて都心部における文化・観光集客装置を100カ所にまで増やすことが望まれます。

4. 市民が主導する文化芸術創造都市づくり

経済のソフト化・サービス化、価値観の多様化、余暇時間の増大などを背景として市民の文化芸術に対するニーズは、着実に増大しています。文化庁の調査では、「文化は国や社会の基盤の1つであり、したがって文化を振興することが、国や地方公共団体の基本的な課題の1つであるか」という問いに対して、36%の国民が「そう思う」と回答しており、「どちらかといえばそう思う」という回答と合わせると80%の国民が文化を国や自治体の基本的な課題と考えています³。横浜市が実施した調査でも、音楽、美術、演劇、舞踏等、多くのジャンルについてより多くの鑑賞を行いたいという結果がでています⁴。

今後、感動体験へのニーズの高まりや高齢化、労働時間の減少等に伴う自由時間の増大とがあいまって、文化芸術に対するニーズはさらに高まると見込まれますが、これに応え、市民が自ら創造活動に参加する機会をもとより、鑑賞の機会を一層充実することが必要です。

しかしながら、市立文化施設の整備は進んできたものの、アーティストの活動や作品の鑑賞の場は東京に集中しており、市内には、限られた集積しかないのが実情です。しかもせっかくの既存施設の活用が不十分であり、その結果、多くの市民が文化芸術鑑賞を東京で行っています。こうした横浜の現状を踏まえると、まずは文化芸術に親しみを持つことができるようになるため、既存施設を十分活用し市内における文化芸術鑑賞の機会と場を充実することが望まれます。

また、今日では市民は文化芸術の鑑賞者にとどまるだけではありません。市民自身が文化芸術と社会を結びつける活動を行うようになってきていることに注目すべきです。例えば、2001年の横浜トリエンナーレでは、700人を超えるボランティアが参加しました。また、横浜都心部の歴史的建築物（旧第一銀行、旧富士銀行）等を活用した「都心部歴史的建築物文化芸術活用実験事業」に対しても多数のNPO等の関心が示されました。

こうした市民・NPOの参加、協力は、文化芸術による都心部活性化への取組みを成功に導く上で欠かせないものですが、参加する市民にとっても新たな自己実現の場となっていると考えられます。また、こうした取組みへの参加が、まちづくりに対する広範な市民の参加意識醸

³ 平成8年調査

⁴ 平成15年度市民意識調査

成のきっかけにもなることも期待されます。市民が主導する、市民のための文化芸術創造都市づくりに向けて、市民自らがコーディネーターとして活躍したり、サポーターとして盛り上げたりできる場と機会を提供していくことが望まれます。

そのため、市としては、このような文化やまちづくりに関する NPO を人材面から支援するため、大学などと連携しながら人材育成を行うことが望まれます。

目標4：3,500,000人の文化鑑賞者

現在横浜市及び横浜市芸術文化振興財団主催の文化事業の観客が年間 248 万人います。事業の質を向上させるとともに、観光とセットにした効果的な PR など工夫することにより、これを 350 万人まで増やすことが望まれます。

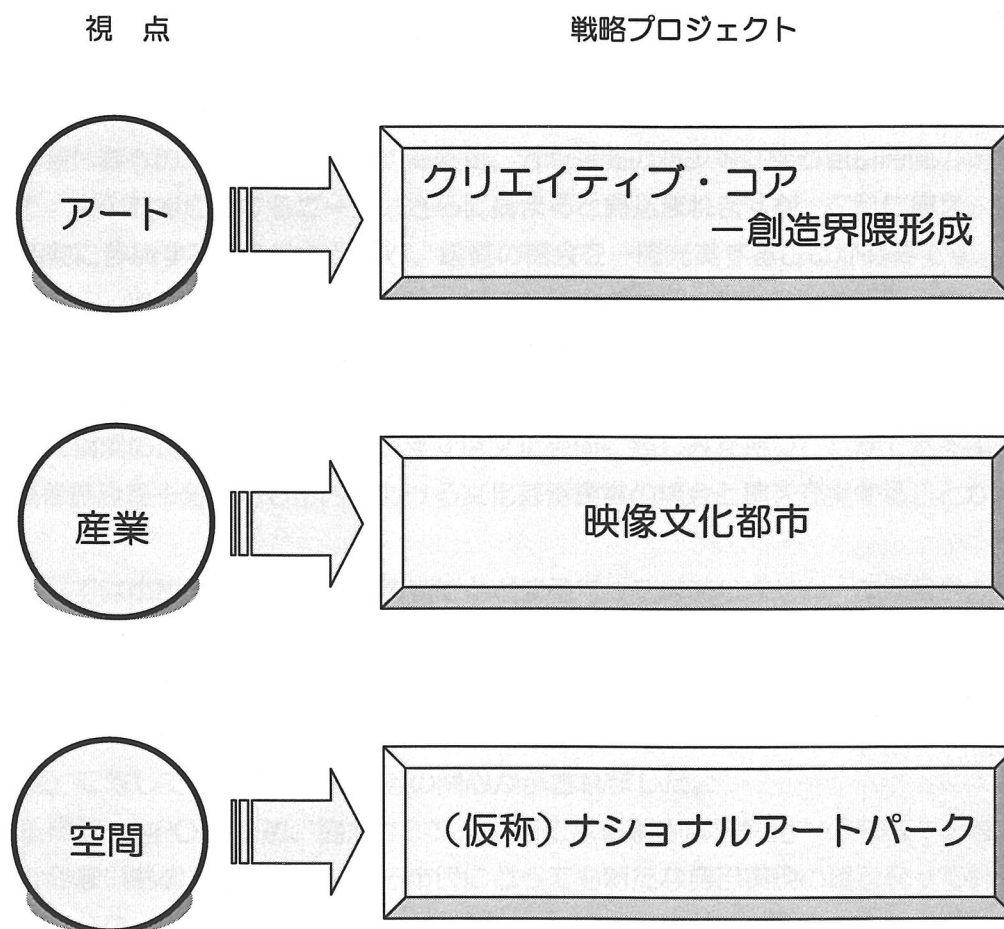
また、市内の文化・観光・まちづくり関連 NPO 数、文化施設等の市民ボランティア等を「サポーター」と定義すると、その数は 7,929 人となります（2003 年横浜市都市経営局調べ）。「クリエイティブシティ・ヨコハマー文化芸術創造都市」形成にあたっては市民が主体になることが重要であり、今後、活動の場や仕組みの充実を通じて、市内におけるサポーターを 30,000 人にまで増やすことが望まれます。

Ⅲ. 重点的に取り組むプロジェクト

文化芸術創造都市—クリエイティブシティ・ヨコハマの実現に向けて重点的に取り組むべき戦略プロジェクトとして、アート、産業、空間の視点から、「クリエイティブ・コア—創造界限形成」「映像文化都市」「(仮称) ナショナルアートパーク」を推進することを提案します。

これらの戦略プロジェクトは、3つの戦略プロジェクト相互間はもとより関連プロジェクトとの連携のもとで、できるだけ相乗的な効果を生み出すように計画し、具体化することが重要です。

また、市民が主導する文化芸術創造都市づくりに向けて、できるだけ市民の主体的な参加の下に推進する必要があります。



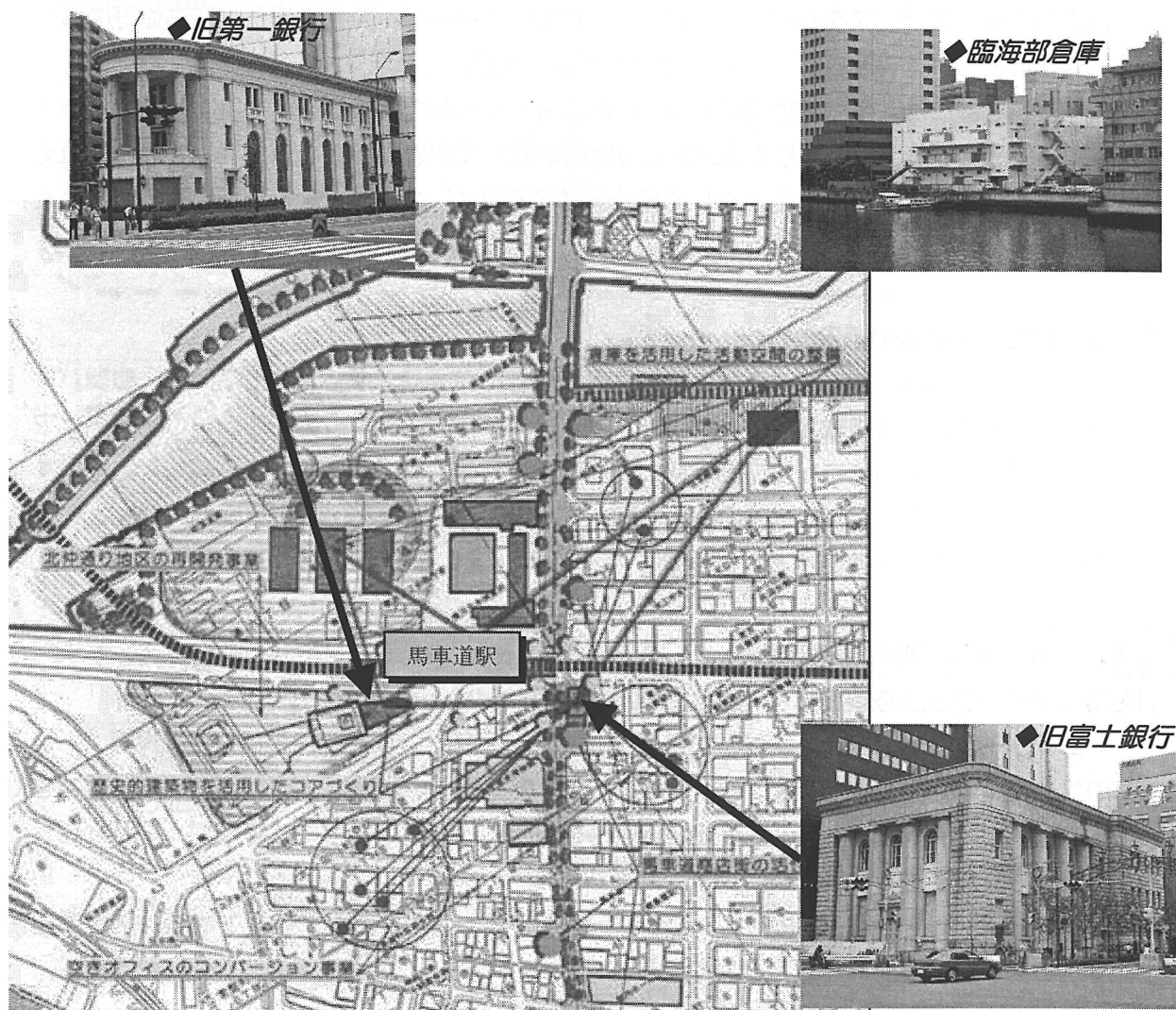
1. クリエイティブ・コア創造界隈形成

(1) プロジェクトの趣旨

都心部でアーティストやクリエイターなどが創造活動を行うためには様々な社会的環境が整えられていることが必要です。作品制作のためには大規模な空間や規制がない空間等、アーティスト等が自由に使える空間が存在していることが重要です。このような観点から、横浜都心のストックに着目し、既存施設や歴史的建築物や古い倉庫、空きオフィス等を有機的総合的に活用し、アーティスト等が制作し、発表し、滞在する三位一体の活動界隈を形成すべきです。

特に、歴史的建築物（旧第一銀行、旧富士銀行）、臨海部倉庫、空きオフィス等が比較的まとまって存在しているみなとみらい線馬車道駅周辺に着目して、この地区にアーティスト等の創造界隈（クエイティブ・コア）を重点的に形成することが望めます。

こうした取組みを、市民やNPOとの協働により、市内企業や周辺商店街とも連携して推進することによって、文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマの実現に向けたムーブメントをおこし、クリエイティブ・コアにおける創造的活動を都心部全体に展開させていくことが望めます。そのためには、そのような働きを担うNPOを中心としたシステムを検討することが必要です。



(2) プロジェクトの展開イメージ

① 歴史的建築物の保存活用

都心部における代表的なストックでありながら、近年急速に喪われつつある歴史的建築物の保存活用を推進することが重要です。

歴史的建築物の保存活用に関しては、明確な価値基準、官民の役割分担、プロジェクトのスキームの構築等についてのコンセンサスの確立が不可欠です。そのうえで、歴史的建築物をコンバージョンして、文化芸術活動の拠点として再整備することが望まれます。

具体的には、馬車道地区に存在する旧第一銀行および旧富士銀行について、NPOによる活用実験事業の成果を踏まえつつ、都心部全体で展開する文化芸術活動や経済活性化のムーブメントコアとして位置づけるとともに、日本大通りエリアに在る旧関東財務局について、その立地条件を活かした芸術拠点として再生を図ることが望まれます。

また、コンバージョンされた空間のアーティスト・クリエイターによる利用を進めるための支援措置を創設することも検討すべきです。

② 倉庫の文化芸術活用

倉庫は、規模が大きく、天井高があり、頑丈に作られていることもあって、現代美術の創作の場や展示空間、スタジオ、さらに音楽・演劇等の稽古場、発表の場としても恰好の資源であるといわれています。作品の保管場所としても適しています。

横浜都心部には、主に水際線に面して、また山下ふ頭を中心に多くの倉庫が立地しています。これらのうち、海岸通りに立地する臨海部倉庫や北仲通り地区の倉庫等についてそれぞれの立地条件や建物の特性を生かして機能転換するため、オーナー等と個別に協議を行うとともに、必要に応じて助成制度を適用し、文化芸術的な活用を推進することが望まれます。

③ 空きオフィスの活用

関内地区を中心に存在する空きオフィスを都心部の有効なストックとして捉え、コンバージョンによる活用を推進することが望まれます。アトリエ、スタジオ、SOHOあるいはアーティストの住まい等に転換するために、都市基盤整備公団、日本政策投資銀行等と連携するとともに、オフィスオーナー等の民間事業者に対する助成制度を創設することによって、プロジェクトを展開することが重要です。

(3) 市が取り組むべき事項

① コンバージョンを促進するための仕組みづくり

コンバージョンに当たっては、できるだけ手を加えないにしても、防災性の確保等、一定の設備投資が必要になるため、「特区」による建築基準法や興行場法など改修条件に関わる規制緩和、支援制度の創設、産業開発資金等を活用した融資制度等の仕組みづくりを検討する必要があります。

また、民間資金の導入に向けて、コンバージョンファンド、アートファンド等の資金調達手法のあり方を検討することが望まれます。

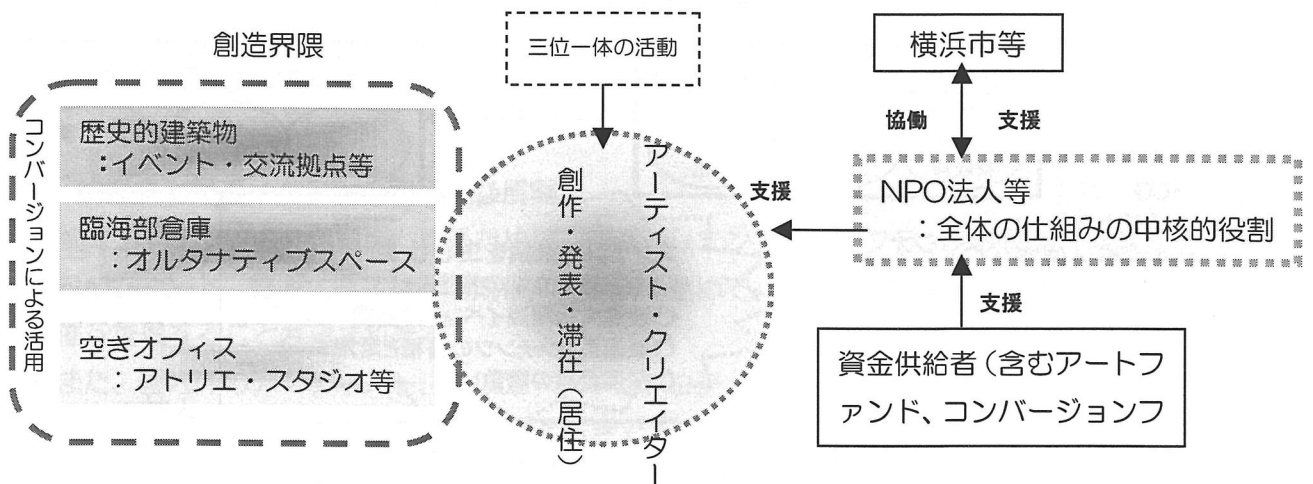
②アーティスト等の活動の支援

アーティストや創造的産業等の誘致、自ら企画するアートイベントの展開等の活動を促進することが望めます。また、創造活動の場の整備のみならず、創作したものの流通システム、マーケットを構築することも重要であり、市内企業や周辺商店街との連携のもとにその支援を行うための仕組みづくりを検討することが望めます。

③既存文化・観光施設の活用

関内地区を中心に都心部に集積する既存の文化・観光施設についてもそれぞれの機能を充実させるとともに、施設利用予約やイベント情報提供などの面での相互のネットワーク化を推進するなど都心部総体としての魅力づくりを推進することが望めます。

図 クリエイティブコア創造界隈形成のプロジェクトスキーム



【関連・展開プロジェクト】

■中核イベントとしての横浜トリエンナーレ等の企画

世界的な現代美術の中核イベントとして、クリエイティブ・コアにおける活動と連携し横浜ならではの斬新な企画が望めます。単なる一過性のイベントに終わらないようにするためには、継続的に活動を行う組織の形成、市民が参画できる仕組みづくり、観光との連携が重要です。

■アーティストインレジデンスの実施

各分野から毎年アーティストを迎え入れ滞在しながら作品を制作・発表し市民と交流する場として、アーティストインレジデンスを各国大使館等と連携し実施することが望めます。

■クリエイティブスクール

アーティスト、クリエイター、プロデューサーを小中学校に派遣し芸術教育を実施することが望めます。市内で活躍するアーティスト等を生涯学習プログラムの講師として招聘することも推進すべきです。

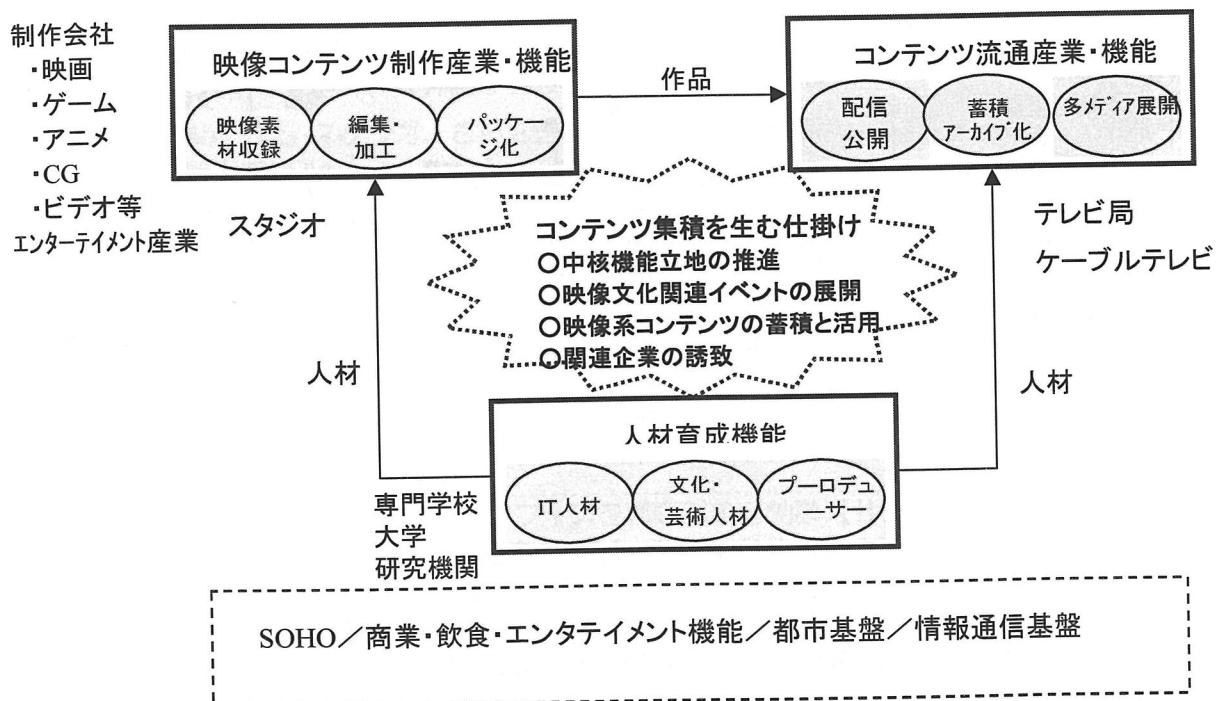
2. 映像文化都市

(1) プロジェクトの趣旨

映像文化都市構想とは、今後成長が期待される映像コンテンツ産業やこれを生かしたエンターテインメント産業、人材育成機関などを市内に集積することにより、映像文化をはじめとした文化芸術活動を活性化すると同時に、新産業の創出や雇用増大といった経済の活性化を目指すものです。

現在、コンテンツ産業は東京に集積していますが、市内でも立地の見込まれる映画、ゲーム、アニメ、ビデオ、CG等のコンテンツ産業やエンターテインメント産業に対して魅力ある立地環境を提供することによって立地誘導を推進し、都心部にブロードウェイ的にぎわいの形成をめざすことが重要です。

図 映像文化都市の機能構成のイメージ



映像文化関係産業の展開フィールドは都心部全域が想定されますが、その中でもエリアの個性を生かしながらその場にふさわしい機能集積を誘導することが望まれます。

- ・ みなとみらい 21 地区：横浜駅からのポテンシャルも活用し、新高島駅を中心とする旧高島ヤード地区における映像コンテンツ産業やエンターテインメント産業の立地を促進
- ・ 関内地区：既存の空きオフィス等のコンバージョンにより、SOHO や低廉なスタジオオフィス等を提供することによるアーティスト・クリエイター等の招致
- ・ 臨海部倉庫地区：大規模な空間を必要とする撮影スタジオ等の立地を促進

(2) プロジェクトの展開イメージ

映像文化都市を実現するためには、映像コンテンツを生みだし産業として展開する企業や機能の集積、仕組みを形成することが重要です。そのため、横浜都心の機能集積や優れた都市イメージも生かしつつ、①中核機能立地の推進、②映像文化関連イベントの積極的な展開、③映像コンテンツの蓄積化と活用、④関連企業の誘致を推進すべきです。

① 中核機能立地の推進

関係機関との連携の下にスタジオ、劇場、映像関連研究開発機関、大学等人材育成機関などの中核機能の立地を推進することが望まれます。

特に、MM21 における劇場はシンボリックな施設として、フランチャイズ方式、仮設方式などを含めた立地を検討し、劇場を中心として新高島駅周辺にブロードウェイ的なにぎわいの空間を形成していくことが望まれます。

また、研究開発機関や人材育成機関の立地等を通じて、創造的な人材の育成・定着を促進することが望まれます。

② 映像文化関連イベントの積極的な展開

映像コンテンツの発信拠点とするために、横浜トリエンナーレ、フランス映画祭、横浜ジャズプロムナード、野毛大道芸などの既存イベントも含めて、映像文化関連イベントの積極的な開催を推進することが望まれます。

また、国内外のアーティスト、クリエイターとプロデューサーの出会いの場として、文化芸術に関するコンベンションの開催を企画すべきです。

③ 映像コンテンツの蓄積化と活用

市内における映像コンテンツ制作の活性化に向けて、デジタルアーカイブの一層の構築を推進すべきだと考えられます。

これまでの取り組みも踏まえて、美術館・博物館・資料館、ホール等に存在する横浜市文化財やイベントなどのデジタルアーカイブ化を推進するとともに、外国人を含め、横浜を訪れる観光客に対する映像を生かした観光案内情報を提供することが考えられます。

④ 関連企業の誘致

地域におけるコンテンツ生産をリードし、関連需要を生み出すため、中核産業として、映画、ビデオ、CG、ゲーム、アニメ等の制作関連企業の誘致を推進すべきです。こうした関連企業に対するオフィス賃料補助、税の減免など立地優遇制度の創設、映画撮影に関する許可の迅速化等、規制緩和を行うことが望まれます。特にベンチャー起業支援の面では、コンバージョンオフィス等を活用して SOHO など低廉なオフィススペースを提供するとともに、政府が検討

を進めている支援制度（日本政策投資銀行による融資や債務補償制度等）の活用による資金提供の仕組みの整備、映像文化関連事業に対するファンドの組成の促進等が望まれます。

（3）市が取り組むべき事項

①中核機能・関連企業の誘致とそのためのインセンティブの具体化
関連企業、中核機能の誘致に向けて、オフィス賃料補助、税の減免制度、規制緩和、資金提供の仕組みの整備など、横浜市としての独自の誘致政策を早急に具体化することが望まれます。

特に、収益力が乏しいものの地区イメージの創出や企業立地の基盤となるスタジオ、劇場、大学等人材育成機関等の中核機能については、手厚いインセンティブの提供を通じて積極的に誘致することが望まれます。

②MM21 地区における開発スキームの見直し

MM21 地区については、早期の機能立地誘導と開発に向けて、企業誘致活動を一層強化するとともに、土地の処分方式の見直し、暫定土地利用の活用、特区等による規制緩和などについて検討することが望まれます。

③（仮称）横浜映像文化フォーラムの設置

映像文化都市構想のアピール、ネットワークづくり等構想の具体化に向けた取組みとして、映像文化関係の学識経験者、映像・コンテンツ産業界、国や関係機関などからなる（仮称）横浜映像文化フォーラムを設置することが必要です。

【関連・展開プロジェクト】

■アートツーリズムの展開

演劇・コンサート等の鑑賞、イベント参加のために横浜を訪れる際の利便性を高めるため、鉄道、バスなどにおける 24 時間型の交通手段の確保が必要です。

また、市内の文化芸術拠点を結び付け、回遊型の利用を行ないやすくするとともに、そのプロモーションを推進する手段として、地下鉄、バス、みなとみらい線などの交通機関と美術館、コンサートホールなど文化施設の共通チケット「アートムーブチケット」の発行を提案します。

■フィルムコミッションの機能強化

市内における映画、テレビドラマ、CM 等の制作活動を振興するため、撮影に係わる公的空間の使用許可権の委譲など、フィルムコミッションの機能を強化することが望まれます。

■ケーブルテレビの活用

市内のケーブルテレビ各社と連携した、アーティスト・クリエイターの作品を紹介する専用チャンネル「(仮称)ヨコハマアートチャンネル」の開設など、作品発表の機会を提供することが望まれます。

■デザインファクトリー構想の検討・アーティストショップの集積促進

横浜に定着し、活動するアーティスト、クリエイターのデザインを地場産業などに活用し、横浜発のブランドづくりを推進するためのコーディネート機関として、デザインファクトリー構想を検討することが望まれます。

また、オリジナルグッズを制作、販売するアーティストショップの集積を促進することが望まれます。

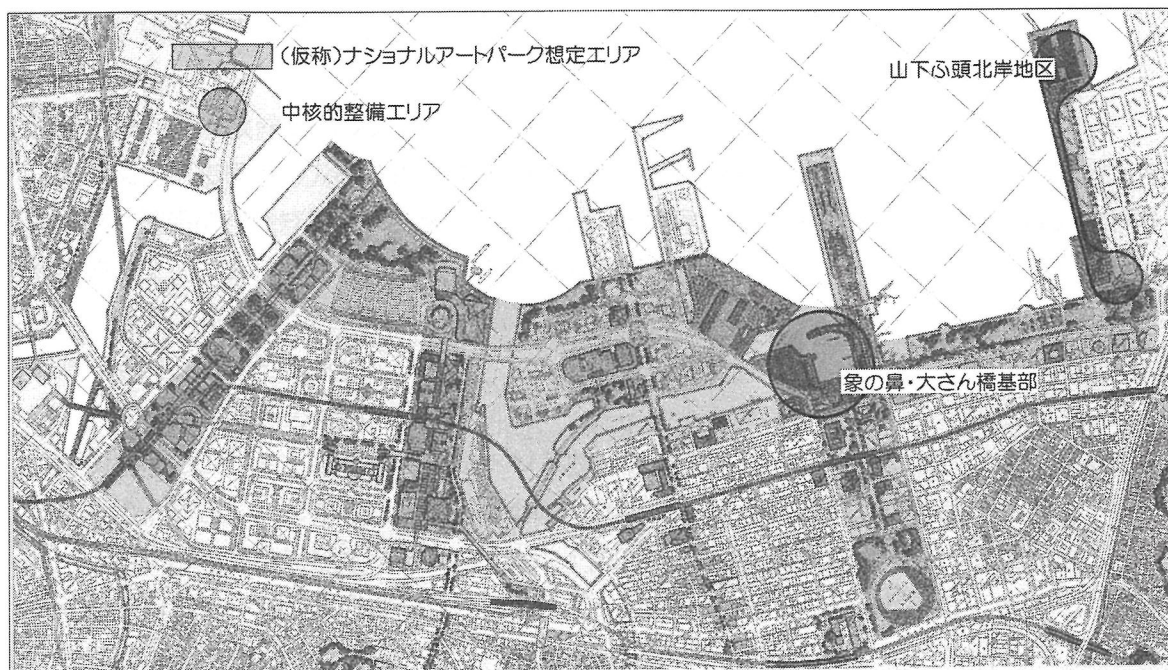
3. (仮称) ナショナルアートパーク

(1) プロジェクトの趣旨

(仮称) ナショナルアートパーク構想とは、臨海部の一定のエリアを国際的な文化観光交流ゾーンと設定し、文化芸術活動と連携してエリア整備を行うものです。横浜港の顔とも言うべき都心ウォーターフロントにおいて、既存のストックを活かしながら新たな魅力を付加することによって、世界にヨコハマの存在をアピールすることが望めます。

具体的には、わが国の近代化を支え、みなとの歴史を色濃く今に伝える歴史地区である象の鼻・大さん橋基部、山下ふ頭地区および周辺の水域を中核として、臨港パークから山下ふ頭地区に至る都心臨海部を、ナショナルプロジェクトとして整備することが望めます。整備に当たっては、既存の整備手法の枠組みに捕らわれず、多様な機能の導入や活動の自由度を確保することが必要です。

既に整備が行われているエリアについても、アートパークの視点からの位置づけを行い、相互の連携のもとで魅力あるウォーターフロント空間の整備を推進することが望めます。



(2) プロジェクトの展開イメージ

① 開港 150 周年に向けた象の鼻地区・大さん橋基部の再整備

近く開港 150 周年 (2009 年) というエポックを迎えるにあたり、時間的にも空間的にもわが国開国のシンボリック地区であると同時に横浜の原点としての位置づけを有し、都心部第一級の資源である象の鼻地区および大さん橋基部において、その優れた立地に相応しい魅力的な空間を整備することが望めます。

具体的には、基本的なテーマとして「歴史性」に着目し、象の鼻防波堤を含めた歴史的な港を復元することが考えられます。また、歴史性を活かした文化芸術の視点を導入するとともに、民間の投資を呼び込み、ウォーターフロント空間を生かした国際的な文化観光交流拠点として賑わい施設を整備することが望まれます。

横浜都心部のシンボリックな空間であるだけに、その他の150周年記念事業と連携をとるとともに、計画立案に際しては、市民の共感を得るアイデアを国内外から広く募るなど知恵の結集が必要です。

② 山下ふ頭地区の整備

2005年に開催される第2回横浜トリエンナーレの会場として、山下ふ頭地区の倉庫・上屋等を活用した会場整備等を行うとともに、併せて、新たに開業するみなとみらい線元町・中華街駅から地区へのアクセスを整備することが望まれます。

将来的には、山下ふ頭地区全体の土地利用のあり方が重要な課題となります。横浜トリエンナーレの開催を契機として、山下ふ頭地区の将来像形成に向けて検討を開始すべきです。地区に要請される様々な経済的、物理的条件を見据えつつ、状況に応じ柔軟に対応するプロジェクトのあり方を検討することが望まれます。

(3) 市が取り組むべき事項

① 公有地の活用、国家プロジェクトとしての推進

ナショナルプロジェクトとして展開するため、公有地の有効活用による国際的文化観光交流拠点としての公園整備を国に働きかけることが必要です。

② 将来的な山下ふ頭地区整備の検討

(仮称)ナショナルアートパークとしては、当面、ふ頭の北側岸壁沿いのエリアが想定されます。そこで、港湾物流の将来見通しや倉庫の多目的活用や機能転換の可能性をふまえながら、既存の倉庫等を積極的に活用して文化芸術活動を展開し、その状況を見据えながら順次ふ頭の機能転換のあり方を検討することが望まれます。

③ 民間による事業展開のあり方の検討

公有地における賑わい施設の整備に向けて、土地利用の可能性、公有地の無償利用、ファンド等を活用した事業スキームのあり方などについて検討することが望まれます。

④ 広範なアイデア募集

横浜の原点ともいえるべき地区を対象とする魅力的な地区の整備に向けて、その計画立案に際しては、多くの市民が共感できるよう国内外から広くアイデアを募集し、知恵を結集させることが望まれます。

【関連・展開プロジェクト】

■北仲通地区周辺における文化芸術拠点形成

みなとみらい21地区と関内地区の接点、クリエイティブ・コア形成の一環として、北仲通地区において文化芸術活動の拠点形成を推進することが望まれます。

■日本大通りアートショーケース

横浜を代表する大通りである日本大通りの道路空間と周辺の歴史的建築物を活用し、歴史と文化に彩られた空間形成を図ることが望まれます。その際、特区を活用した公共空間の利用に関する規制の緩和が必要です。

■アートウォークの整備

横浜駅から桜木町駅へ至る区間の東横線廃線敷を活用して歩行者及び自転車道を整備するとともに、アーティスト等の作品の展示、廃線敷擁壁壁面の活用等、にぎわい創出を図ることが望まれます。

■ウォーターフロントと周辺市街地との連携強化

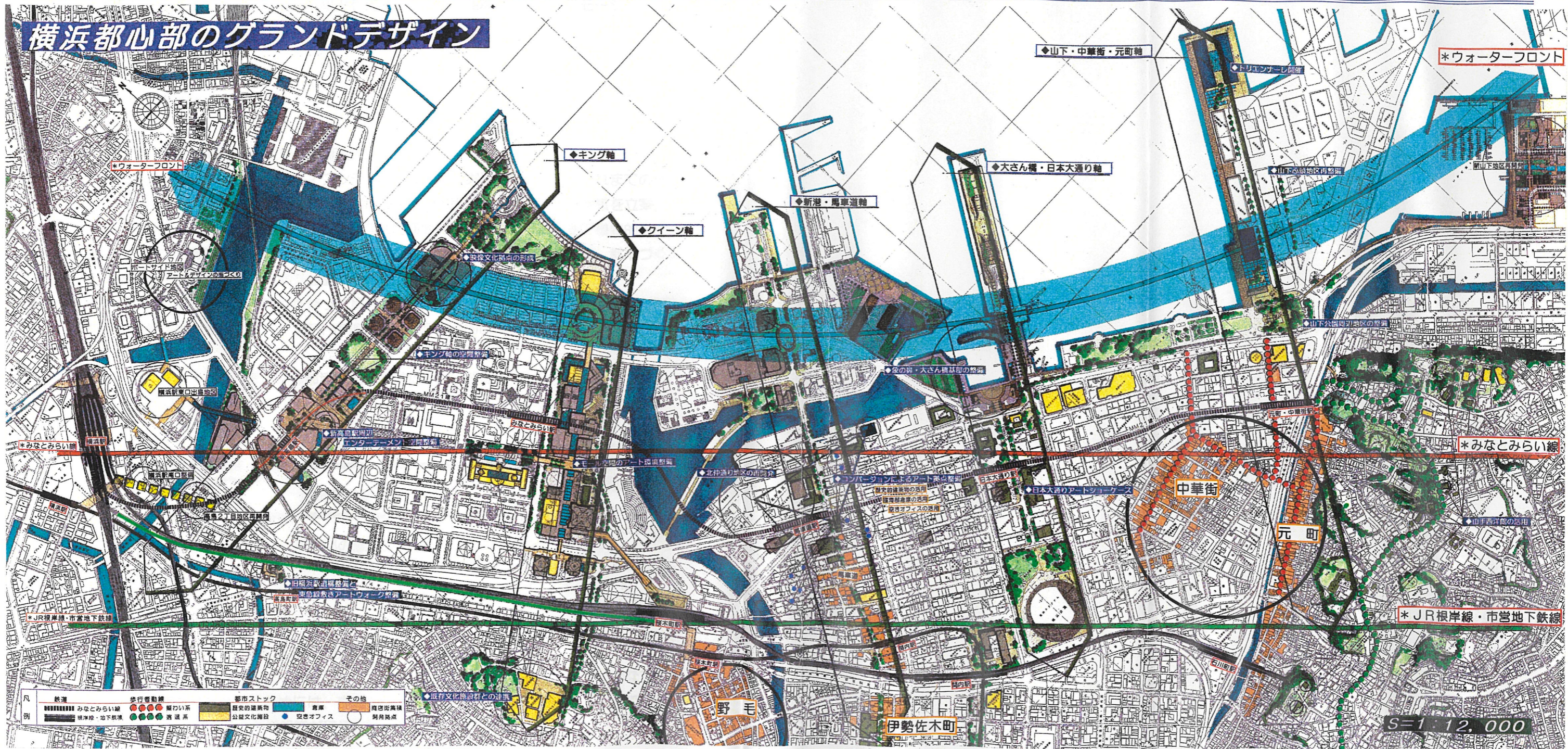
ウォーターフロント背後の周辺市街地においても、地域の歴史や文化、個性を色濃く繁栄したイベントやまちづくりが行われており、相互の連携を強化することによって、より奥行きと広がりのある都心部の形成を図ることが望まれます。

V. 横浜都心部のランドデザイン

* 横浜都心部の基本的な構造は、3つのヨコ軸と5つのタテ軸とによって織り成された網の目構造として理解される。

- ・ 広域からの集客 流動交流連携軸
 - ・ ミナトへの感動 横浜の個性発揮
- 3つのヨコ軸：
 ① JR根岸・市営地下鉄線
 ② みなとみらい線
 ③ ウォーターフロント
- 5つのタテ軸：
 ① キング軸
 ② クイーン軸
 ③ 新港・馬車道軸
 ④ 大さん橋・日本大通り軸
 ⑤ 山下・中華街・元町軸

凡	鉄道	歩行者動線	都市ストック	その他
例	みなとみらい線 根岸線・地下鉄線	賑わい系 遊遊系	歴史的建築物 公益文化施設	倉庫 空きオフィス 商店街集積 開発拠点



◆キング軸
 : エンターテインメント
 フロントウェイ的賑わいの形成

◆クイーン軸
 : プレジャーモール
 商業を核に多様な賑わい

◆新港・馬車道軸
 : ムーブメントコア
 アーツディストリクト形成

◆大さん橋・日本大通り軸
 : 開港シンボルゾーン
 横浜を代表する都市空間

◆山下・中華街・元町軸
 : アートウェーブ
 観光とアートの連携

V. 実現に向けて

「文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマ」を実現するためには、以上で提起した中核プロジェクトや関連プロジェクトを推進することが不可欠です。

そのためには、市の取組み、国・県との連携はもとより、民間主導、市民主導の取組みの促進がなにより重要です。こうした取組みを推進するため、組織、制度、プロモーションのそれぞれの側面で条件整備を行うことが望まれます。

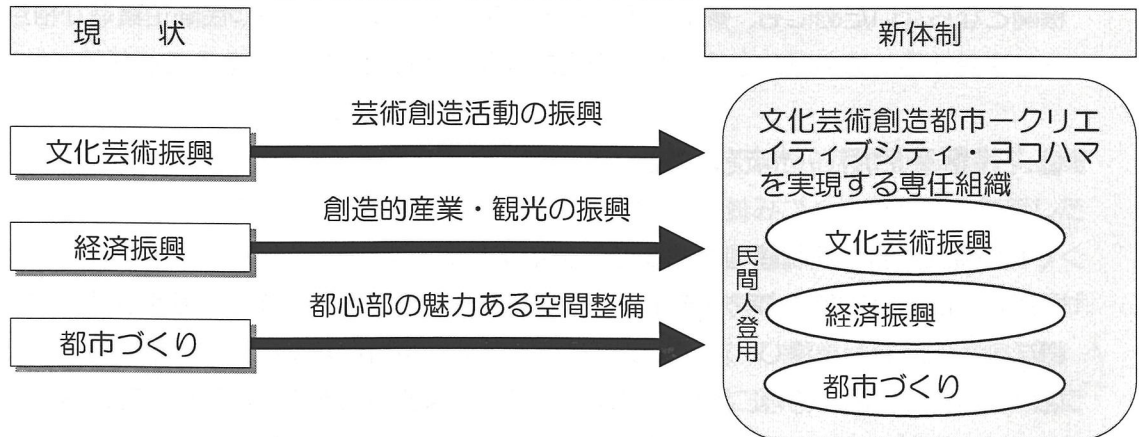
1. 組織づくり

(1) 都心部活性化に向けた新たな組織の設置

文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマの実現に向けては、これまでの庁内部門の枠を超えて、文化、経済、都市それぞれの領域の政策を融合した新たな政策を立案し、実施に移していくことが重要です。このような部門横断的な視点に立った迅速で機動的な意思決定、効率的な組織経営を可能とするためには、新たに文化芸術振興、経済振興、都市づくりなどの機能を併せ持った専任組織を設置することが必要だと思われます。

新たな専任組織に専門的知識を持った民間人を登用することによって、今後の都心部活性化に向けた具体的な施策、プロジェクトの検討と推進を戦略的に行っていくことが期待されます。

図 都心部活性化に向けた新しい組織の機能



(2) コーディネート組織（(仮称) 横浜プラットフォーム）の検討

文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマの実現に当たって、中核的なプロジェクト等を効果的に推進するためには、市民・NPO との協働を推進することが重要であり、このような観点から、市の専任組織が積極的に活動することが望まれます。

また、将来的には、こうした取組みをより広範に定着させ、市、民間企業、NPO 等とが協働するためのプラットフォーム（連携基盤）として機能するコーディネート組織として（仮称）横浜プラットフォームを検討することが望まれます。このコーディネート組織では、各種の関連情報提供、コンバージョンプロジェクトにおけるアーティスト、クリエイター、創造的産業等へのスペース斡旋、仕事を求めるアーティスト・クリエイターと創造的人材を求める企業との橋渡し、ファンドの企画、NPO の支援など、都心部活性化に向けた様々な企画やコーディネート活動を担うことが考えられます。アーティスト・クリエイター等は、一般に民間企業などとの接点が乏しいといわれており、地場産業などにおけるデザイン活用などを実現するためにも、コーディネート機能が求められています。これまでこうした取組みは一部のNPO等が担ってきましたが、こうした取組みの拡大に向けて支援、促進するためにもプラットフォームとしての機能が重要です。

また、アーティスト・クリエイターの創造活動を資金面から支えるための仕組みとして、活動を支援する助成型の仕組み（例：アートファンド）、事業に対する投資型の仕組み（例：コンバージョンファンド）など、様々な仕組みが考えられます。こうした仕組みづくりを企画することによって、都心部で展開される文化芸術活動をビジネスの世界と結びつけていくことが期待されます。

将来的には、コーディネート組織の取組みをさらに実効性あるものとするため、道路占用許可権や助成事業の認定など、都心部活性化に係わる市の一部の権限を委譲することについても検討が望まれます。

こうした取組みには専門的な知見が必要であり、豊富な経験とノウハウを有するアートマネジャーなどの参画のもとに設立することが望まれます。市に設置される専任組織に配属される民間人とも連携することも重要だと考えられます。また、コーディネート組織は、不効率な公的機関とならないためにも、参加するアーティスト・クリエイターや民間企業等が相互にメリットを享受するための行政と連携した自立的な運営組織として設立することが望まれます。

2. 特区を活用したまちづくり

（1）横浜独自の規制緩和とインセンティブ

都心部において多くのアーティストやクリエイターが活発な創造活動を展開し、関連して多様な創造的産業が集積し、また市民にとっても感動や誇りを持ちうる活動空間を形成するためには、活動の自由があり、活動を支える経済のシステムがあり、界限としての活気や景観としての美しさがある等の諸条件が満たされていることが必要です。

国へ提案した「文化芸術創造交流特区」を含む横浜型特区を活用して質の高い文化芸術活動を促進するため、様々な規制緩和や税の減免など各種インセンティブの導入さらには事業や制度を運営していく一元的な体制の構築をトータルに行う必要があります。

具体的には、下記の規制緩和やインセンティブ等の創設が重要だと考えます。

(規制緩和例)

- ・ 建築基準法や興行場法の緩和などコンバージョンをやりやすくする条件整備
- ・ 映画の撮影に関する許可の迅速化
- ・ コンテンツの二次利用を促進する著作権等の諸権利の帰属に関する規制の緩和
- ・ 放送法によるコンテンツに対する料金規制の緩和
- ・ 実験局の免許要件の緩和
- ・ 資金調達が多様化に向けた信託の対象への著作権の追加、等

(インセンティブ例)

- ・ コンバージョンオフィス・倉庫のオーナーに対する支援制度や融資制度
- ・ コンバージョンオフィス・倉庫に入居するテナントへの家賃補助（アーティスト・クリエイター、創造的産業を優遇）
- ・ 臨海部等における国公有地の無償利用
- ・ アートファンド、コンバージョンファンド等の資金提供のための仕組みづくり
- ・ まちづくりやアート系NPOへの支援策
- ・ 横浜都心に立地しようとするアーティスト・クリエイター、創造的産業企業等に対するワンストップ型の情報提供、幅広い支援（市の専任組織、コーディネート機関による支援、等

具体的なエリアを戦略的に限定しつつ、こうした規制緩和やインセンティブの創設を行うとともに、先に述べたような各種のプロジェクトを集中的に展開し、比較的短期間の内に、基本的な骨格を造りあげることが望まれます。

(2) 横浜らしいまちづくりのルールづくり

横浜開港の歴史・文化を伝えるとともに、歴史的建築物等による個性的な街並みを有する関内地区については、これまで新旧が調和した横浜らしい景観・街並みづくりを進めて来ましたが、これまでの成果を生かしながらみなとみらい線開通を契機として、表通りの新たな顔づくりに取り組むことがテーマとなっています。そのために、「よき規制」として（仮）関内デザインプラン（共通デザインコード）を策定し、街並み・景観指針として幅広い要素を盛り込み、事業者・設計者・居住者に建築の配慮を求めるルールとして早急に運用を始めることが重要です。

具体的に盛り込む内容としては、歴史的な街並みを継承する形態・意匠のルール、プロムナード（歩行者環境）のつくり方のルール、街に共存する住宅のルール等が考えられます。市民の意見、デザインプランの運用状況をみて、骨格的な部分は都市計画等に位置づけることが必要です。

また、魅力のあるまちづくりを実現するためには、空間整備とともに、その用途や利用形態なども重要であり、こうしたまちづくりのルールは条例、要綱、行動憲章等として明文化し、市民、企業、来街者等で広く共有することが望まれます。

3. シティプロモーション

(1) シティセールスの推進

国内外との文化交流、横浜への来街者の増加や投資の促進などを実現するために、文化芸術創造都市－クリエイティブシティ・ヨコハマという都市再生ビジョンのもとで戦略的な情報発信とシティセールスを行うことが望まれます。このため、来訪者のニーズの把握等を踏まえたマーケティング戦略を立案し、事業調整、助成金等により民間主導によるプロジェクトを支援することが望まれます。

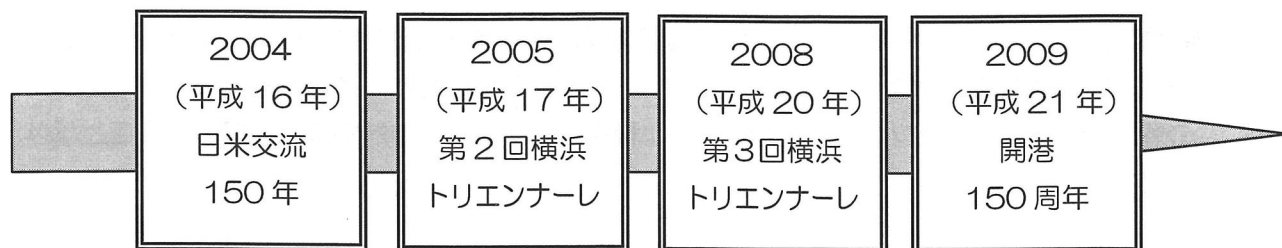
例えば英国では、「クールブリタニカ」というキャンペーンのもと、映画やテレビのロケ地と作品を記載した地図を作成したり、作品を通じた観光地としてのイメージアップを行ったりするなど、過去の名作や最新の話題作をフルに活用した観光戦略を展開し、文化コンテンツを活用した観光戦略を採用しています。

映像文化都市を目指す横浜においても単に関連産業の集積を推進するだけでなく、そこで制作される映像コンテンツやその制作過程そのものを観光資源として最大限活用し、観光客の誘致やまちの賑わいづくりへとつなげていくことが望まれます。

(2) 歴史的エポックの活用

シティセールスを効果的に展開するためには、日米交流 150 年（2004 年）、横浜トリエンナーレ（2005 年、2008 年）、開港 150 周年（2009 年）などといった節目をターゲットとして計画的で戦略的な取組みを展開することが望まれます。そのため、2006 年、2007 年も含めてイベントスケジュールの明確化やイベント相互の関連づけなどを行うことが望まれます。

横浜の集客力向上に向けて、横浜観光プロモーションフォーラム認定事業制度を活用し、観光・コンベンションに携わる意欲ある企業・各種団体・市民事業者が主導するプロジェクトに対して助成金を交付していますが、こうした民の力の活用により、開港 150 周年までの期間を通じてイベント等を継続的に開催し、横浜への集客を促進することが望まれます。



【参考】目標値の関連資料

■国勢調査（中分類）によるアーティスト数

（単位：人）

職種名	横浜市	都心部	
		西区	中区
9 文芸家、記者、編集者	6,576	617	472
10 美術家、写真家、デザイナー	10,349	1,322	713
11 音楽家、舞台芸術家	7,661	1,132	798
合計	24,586	3,071	1,983

出所) 国勢調査 (1995 年)

■事業所統計（小分類）による創造的産業従業者数

（単位：人）

業種	横浜市	都心部	
		西区	中区
761 映画館	391	324	278
762 劇場、興行場	103	31	17
763 興業団	418	109	100
801 映画、ビデオ制作・配給業	473	107	107
802 映画・ビデオサービス業	291	0	-
811 公共放送業（有線放送業を除く）	152	152	121
812 民間放送業（有線放送業を除く）	735	735	686
813 有線放送業	515	34	23
821 ソフトウェア業	37,191	13,992	6,113
846 デザイン業	594	242	199
847 著述家・芸術家業	21	4	3
合計	40,884	15,730	7,647

出所) 事業所統計 (2001 年)

■文化・観光集客装置

◇ホール・映画館、イベント施設 (28 カ所)
◇博物館・美術館・資料館 (43 カ所)
◇その他の文化・観光スポット (14 カ所)

出所) 横浜市都市経営局

■コーディネーター及びサポーター数

（単位：人）

区分	規模	備考
NPO	市内NPO団体所属者数	910 文化(37団体)、まちづくり(54団体) 一団体 10 人と想定
ボランティア	トリエンナーレ	719 入場者数 349,000 人
	ジャズブロードナード	350 入場者数 98,000 人
	フランス映画祭	0 入場者数 20,000 人
	ワールドカップ	1,205
友の会	横浜美術館協力会会員数	1,145
	みなとみらいホール友の会会員数	3,600
合計		7,929

出所) 横浜市都市経営局

検討経過



文化芸術・観光振興による都心部活性化検討委員会名簿

◎北沢猛	東京大学助教授
○加川浩	(有)加川設計事務所代表取締役
加藤種男	(財)アサヒビール芸術文化財団事務局長
熊倉純子	東京芸術大学助教授
根本祐二	日本政策投資銀行審議役(首都圏企画担当)
北山孝雄	(株)北山創造研究所代表取締役
三浦由理	(株)ブレインズワーク・アソシエイツ取締役ディレクター
☆吉本光宏	ニッセイ基礎研究所主任研究員
☆鈴木忍	日本政策投資銀行首都圏企画室課長

◎委員長

○副委員長

☆アドバイザー

文化芸術創造都市－クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けた提言

2004（平成16）年1月

編集：文化芸術・観光振興による都心部活性化検討委員会

（事務局）横浜市都市経営局政策部政策課

〒231-0017 横浜市中区港町1-1

TEL 045-671-3927 FAX 045-662-7362

