

平成29年度観光・創造都市・国際戦略特別委員会中間報告書 構成（案）

1 付議事件

MICEの推進、国際コンテナ戦略港湾の推進、国際戦略総合特区の推進、文化・芸術等の大規模集客イベントの開催に関すること。

2 今年度の調査・研究テーマ

横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組みについて

3 テーマ選定の理由

横浜市はラグビーワールドカップ 2019™及び東京2020オリンピック・パラリンピックを控え、国内外からの来浜客をもてなし、横浜の魅力を国内外に発信していく取り組みがさらに重要になっている。そのため、この好機を捉え、横浜が持つ多くの魅力をつなぐことにより、さらに大きな魅力を生み出し、それを効果的にアピールし、横浜の魅力を大きく広げていくことが必要である。そのことにより、さらに多くのお客様に横浜が選ばれ、訪れた方々に御満足いただくことが重要であり、さらには五輪終了後にも何度でも横浜に足を運びたくなる都市となるよう、横浜の魅力を持続的なものとする取り組みが必要と考える。当委員会では、今年度はこのテーマに基づき、本市の取り組みの検証、他都市の取り組みの調査及び有識者からの意見聴取などを実施し、多面的に調査・研究を行うこととした。

4 委員会活動の経緯等

(1) 平成29年6月7日 委員会開催（第1回）

ア 議題

平成29年度の委員会運営方法について

今年度の委員会運営方法について意見交換を行った後、調査・研究テーマについては「横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組みについて」と決定した。

イ 委員意見概要（別紙1参照）

(2) 平成29年8月31日 委員会開催（第2回）

ア 議題

調査・研究テーマ「横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組み」について

イ 当局説明概要

調査・研究テーマに関連する本市の施策の現状等について、文化観光局より説明を聴取し、質疑・意見交換を行った。

【所管局】文化観光局

(ア) 都市ブランド向上につなげる魅力発信（当局説明の概要を記載）

(イ) 文化芸術創造都市の取り組み（当局説明の概要を記載）

ウ 委員意見概要 (別紙1参照)

(3) 平成29年9月26日 委員会開催 (第3回)

ア 議題

調査・研究テーマ「横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組み」について

イ 当局説明概要

調査・研究テーマに関係し、特にこの日の論点「都心臨海部における魅力向上の取り組みについて」に関連する本市施策の現状等について、事業所管局より説明を聴取し、質疑・意見交換を行った。

【所管局】文化観光局、環境創造局、都市整備局、港湾局

(ア) 都心臨海部における歴史的建造物の保全活用 (当局説明の概要を記載)

(イ) 港の歴史性を活かした新たな賑わい拠点づくり

(当局説明の概要を記載)

(ウ) 創造都市施策で活用している歴史的建造物について

(当局説明の概要を記載)

(エ) 都市緑化よこはまフェアにおける都心臨海部の取り組みについて

(当局説明の概要を記載)

ウ 委員意見概要 (別紙1参照)

(4) 平成29年10月20日 委員会開催 (第4回)

ア 議題

参考人の招致について

イ 委員会開催概要

本委員会の付議事件に関連して、次回委員会において参考人からの意見聴取を行うことを決定した。

参考人：武蔵野美術大学客員教授

株式会社 ライティング プランナーズ アソシエーツ

代表取締役 面出 薫 (めんで かおる) 氏

案件名：歴史的都市と建築の照明デザイン

(5) 平成29年11月30日 委員会開催 (第5回)

ア 議題

歴史的都市と建築の照明デザイン

イ 参考人講演概要 (参考人講演の概要を記載)

ウ 委員意見概要 (別紙1参照)

(6) 平成30年2月8日 委員会開催 (第6回)

ア 議題

調査・研究テーマ「横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組み」について

イ 委員意見概要 (当日の概要を記載)

(7) 次回委員会 (第7回)

当日の概要を記載

5 横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組みについてのまとめ

委員意見等から導き出される本委員会のまとめを記載

＜委員意見概要＞

第 1 回委員会（平成 2 9 年 6 月 7 日開催）

【議題】平成 2 9 年度の委員会運営方法について

【主な意見】

- ・横浜は開港の地、港、異国情緒あふれるまちというイメージだが、歴史性、文化性もあり、極めて日本らしいものも地域に残っている。例えば横浜能楽堂などを外国のお客様に見ていただくような仕組みや、地域のお祭りなど、日本らしさを感じていただける機会があるとよい。
- ・観光客の増加を考えると、パッケージ化された時間の中で幾つかの物語を体験したり、体感したり、見たりする仕掛けづくりが必要ではないか。そういった研究を文化観光局なりはもう少し踏み込んで、行政としても努力していく必要があるのではないか。
- ・横浜は、外国の観光客のゴールデンルートから少し外れている中で、ゴールデンルートをしっかりとサポートできるような都市という位置になると思う。横浜が日本にある自然遺産などをつないでいくための役割を担うところではないか。
- ・歴史性とか文化的な価値を感じてもらえる、体験してもらえるものを横浜から発信することが大事である。
- ・横浜市は 1 8 区から成り立っており、それぞれの区に特色があるということをもう一回見直す必要がある。港に面しているのは 1 8 区の中のわずかなので、それぞれの区のものもしっかり共有することも大事ではないか。
- ・国内の方が望んでいることと外国の方が望んでいることは、恐らく全然違う。それを一緒に議論すると焦点がぼけてしまうので、どちらかに焦点を絞るべき。
- ・日常的にいと何が横浜の魅力なのかかわからないことがある。我々自身が横浜の魅力は何なのか、さまざまなものをもう一度認識する作業も必要だと思う。
- ・この界隈を歩くだけでも横浜らしい歴史的な遺産がたくさんあるが、すぐ近くなのに知らないことがよくある。もう一回私たち自身の目で見て、それをどう発信して集客につなげるかも重要だ。
- ・インバウンドに対する横浜の魅力の提示の仕方を新たに提案していく研究をしたらどうか。
- ・海外の方が一泊か二泊くらいで横浜を拠点に、または次へ行けるような行程の提示の仕方を考えてはどうか。

第 2 回委員会（平成 2 9 年 8 月 3 1 日開催）

【議題】調査・研究テーマ「横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組み」について

【主な意見】

- ・拝見したプロモーション動画は、誰に対して、横浜の何を訴求しているのかわ

- からない。また、クリエイティブ・インクルージョンやクリエイティブ・チルドレンなどは、市民にもわかりやすい言葉を使ってほしい。外国の方は近代的なことより歴史、人の生活や文化というものに対して関心を持っていると思う。
- ・動画は訴求力があり、人種を問わず見てわかり、こういう側面のあるまちなのだという入門編としてつくったと思うが、さらに横浜はこんな面もあるという魅力を発信する段階に入りたい。例えば都市農業や日本的なもの、スポーツなど、場面設定の違う動画をつくってはどうか。
 - ・横浜の魅力をアピールしながら、いかに観光客に来ていただくかというのは、国内の人向けと海外の人向けと戦略としては違う。横浜の立地条件や、置かれた状況、歴史等を踏まえ、何をアピールしていくかが大事だ。
 - ・プロモーション動画をホームページに出しているといっても、ホームページを見てくれなければ、見えない。ホームページを見ようという人はもともと横浜に興味ある人だ。ターゲットというのはたまたま動画を見た人の中で、横浜おもしろそうだと興味を持ってもらうという仕掛けをしなければいけない。
 - ・海外の人が横浜にどうしてほしいという気持ちと国内の人の気持ちは違うのだから、文化芸術創造都市の取り組みはきちっとわけた方がよい。もう少し明確に色づけをして、誰をターゲットに何を訴えるのか、必要としているのか、明確にしたほうがよい。
 - ・都市の魅力とは、その都市にしかないからこそ魅力になっていく。横浜にしかないというのが横浜の魅力だと思うので、歴史的な資産、建築物の魅力を引き出すというのは、横浜独自の歴史が横浜の魅力にひもづいている。いかに横浜独自の魅力を国内外に向けて発信できるかが重要だ。最近では、ユーチューブやインスタグラム、フェイスブックで映えるような撮影スポットに行きたいからとその場に足を運ぶ方も多い。一般の観光客にいかに自主的に発信してもらえるかというのはすごく重要な視点だ。横浜に来た人にいかに発信してもらえるか、まだ未開発な歴史的建造物をいかに開発してつなげていくかが重要。よって本市の歴史的建造物等の活用は徹底的に検討していかなければいけないと思う。
 - ・観光客に対し、横浜に来た目的は何か、横浜に来てどうだったか、というアンケート調査、動向調査、データ分析がもっとできるとよい。
 - ・ダンス・ダンス・ダンス、トリエンナーレ、パラトリエンナーレなど、いろいろな分野の人たちの持っている芸術力の高さも一つの横浜の財産だと思うので、横浜の持っている魅力や文化、人に着目するというのはとても大事だと思う。伝統文化をプラスしながら、文化観光局らしい発信の仕方も考えてほしい。
 - ・横浜のイメージをつくっていくというのは、滞在型で横浜の生活や人と会い、またリピーターになってもらう、長期的に積み上げていくという作業が必要だと思う。
 - ・横浜のイメージは、やはり港なので、いろいろな分野でやるよりも、何か一つ、これだというのが必要で、それが港だと思う。海洋としての横浜というのを打ち出すことで、関係者の間で横浜がおもしろいと伝わっていく。横浜の港、海、その歴史を徹底してターゲットにし、そのターゲットに結びつけるような

日ごろのプロモーションをやるという二本立てがいいのではないか。

- ・食文化を通じて何か観光施策につなげていくような考え方はどうか。食に関することは食品衛生法などの関係で難しいとは思いますが、そういったものを国際交流の中で誘致し、短期間でもモデル的にでもやれば、国と国との友好につながる。食を通じていろいろな発信ができればいいと思う。
- ・魅力をつなぐ、広げる取り組みの軸となる部分をきちっと整理すべき。魅力づくり室はもっと本質的なところをじっくりと戦略を考え、特化して作業をしてもらうとよいのではないか。余り何人来たとか、観光地の認知度がどうかというよりは、もっと前のところで、本当に横浜の魅力って何なのだろう、イメージとは何かという作業を何となくやっつけてしまっている。少し日々の事業運営から離れて高い視点からやってもらいたいと思う。本質的なイメージ、どういうブランドなのかという分析をしっかりやってもらいたい。
- ・一つ一つの事業がそれぞれ目的を分けたほうがいい。イベント的なものは、どれだけお客さんを呼べたか、盛り上がったかというリターンをきちっと評価しなければいけない。しかし、ブランドイメージ向上のためにやる事業とかイベントは、興行というよりは投資で、単年度一発でできるものではないので、ここはじっくり取り組んで、ブランドイメージの蓄積を目指していく。きちっと分けて取り組むとわかりやすいし、効果も出やすいのではないか。
- ・横浜は、18区の中で海に面している区は6区ぐらいだが、横浜を一言でどういうイメージのまちかと言われると港横浜となってしまうが、あとの12区にもズーラシア動物園などたくさんの魅力があるので、横浜市全体の魅力をうまく発信できるとよい。
- ・横浜の税収アップには、企業を誘致して横浜経済の活性化につなげていかないとだめだと思う。そんな中で横浜のものとして売っている001グッズを文化観光局中心にやっているが、市民もあまり知らないと思う。また、大さん橋でクラシックカーのラリーニッポンのスタートを切ったり、新聞に客船入港情報が載ったり、トライアスロンやフォーミュラEなどのイベントがある。まさに観光・創造都市として、積極的に世界に発信するという意味合いの中で、経済とイコールになるような方向性も見出してほしい。

第3回委員会（平成29年9月26日開催）

【議題】調査・研究テーマ「横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組み」について

【主な意見】

- ・個人の方や企業の方が建築物を残すにあたり、いろいろな御都合や資金的な裏づけの必要があるため、あなたの建物はすばらしいということを早目に告げていくことが1つの評価にもなると思う。
- ・港周辺の再開発が進んでいく中で、横浜らしい歴史的な風情をどこまで、どのように保存できるかは課題だ。古さを感じるような景観を1区画残して再開発するのも手だと思う。映像を通しての横浜の魅力発信の取り組みをさらに積極的にお願したい。
- ・日本大通り周辺の花と緑の増強については、回遊性を高めつつ、都市緑化フェ

アほどの規模ではなくていいが、ポイント、ポイントでマップに落とせるほどのものをつくってはどうか。

- ・日本大通りのイベント時の飲食等の出店については、現状では給排水の関係でキッチンカーを持ってこないといけないので、もっとイベントをしやすいしつらえにしているかどうか。
- ・市庁舎からベイスターズ通りを含めた内側の部分は、だんだん寂しいまちになりつつある状況の中で、市庁舎の移転に伴うこの周辺のまちづくりをこういう取り組みの中で取り上げてほしい。新市庁舎と関内駅との動線というものをしっかり捉えた上でのまちづくりをしてほしい。
- ・広報については、横浜市民向け、市外から見える方向け、外国からいらした方向けの案内、広報の普及ということにもう少し力を入れると、横浜の魅力をさらにわかってもらえるのではないかな。
- ・各局が横断的になった魅力発信拠点のようなものがあるとよい。各局の範囲内での広報にとどまらないものになるとよい。
- ・大黒ふ頭からベイブリッジ側を見ると景色がよいが、反対側は多少工夫する必要があるのではないかな。灰色の倉庫街のところに新たに公園らしいものをつくるとか、大黒ふ頭の緑化などを考えてはどうか。
- ・港周辺を含めて、横浜は空が広いのがよいので、高層ビルが多く建設されて空が縮まってしまうような状況にならないように横浜全体の観光にかかわるまちづくり、デザインを考えていかないといけない。
- ・臨海部のもう一つ大事なところは神奈川地区で、お寺や歴史的なものが多くある。物すごく売りだと思えるので、横浜駅などにリンクしていく動線をつくるべき。東神奈川地区と台場は、開発で崩されて埋めてしまうことが絶対にあってはならない。
- ・歴史的建造物の活用には、そこにふさわしいコンテンツを入れて、うまく組み合わせるようなことを考えてほしい。例えば、横浜らしい歴史的建物にプロモーション拠点をいれれば非常にわかりやすい。文化的コンテンツと歴史的建造物の活用を結びつけていただきたい。また、しっかり守っていくべきわざや、コンテンツ、カルチャーというものをまず優先的に入れていくことも検討してほしい。
- ・今後にぎわいや集客施設をつくっていく際に、トラフィックというもののあり方を相当大きく考えるべき。自動車で来るまちなのか、それとも自動車はどこかに置いて公共交通機関で回遊するまちなのか、大きなコンセプトだと思う。混雑して目的地に入れないと、せっかく観光に来た方ががっかりして、評判が物すごく落ちてしまう。

第5回委員会（平成29年11月30日開催）

【議題】歴史的都市と建築の照明デザイン

【主な意見】

- ・これからの横浜の観光戦略、観光MICE都市横浜として、いろいろなライトアップを使った見せ方の都市戦略を組んでいくべき。具体的なライトアップ方

法のガイドラインや制約規制がないと思うのでつくるべき。

- ・ 今後縮小していく社会と横浜市の経済成長を考えると、観光によってより多くの消費を生み出していくことが非常に重要だ。照明を使うことによって、人の動線を生み出し、我々が観光資源として持っているもの、横浜市の魅力である食文化などいかに人を導けるか。次のステップとして、照明を生かしていくのは重要ではないか。
- ・ 横浜市がスカイラインというグランドデザインを持ってみなとみらいの開発を行ったということは、横浜市の一つの誇るべき都市計画、都市開発だったと思うが、さらにその先をどう進めるかが非常に重要なのではないか。昼は太陽でコントロールできないが、夜は、光量や光の色、光の数、置き方などが人の手によってコントロールができるものだ。世界中の人が横浜の夜景を見に行きたいと思うような夜景をいかに作り出せるかが、横浜市の都市としての生き残るために重要ではないか。
- ・ 開港から160年近くある港町という、ほかの都市にはないアイデンティティも持っている中で、この横浜らしさをどう生かしていくかといったときに、横浜はとて夜がいいというのを住民の人たちが誇れることこそが、その先にある観光、もしくは都市ブランドの成長になっていくのではないか。
- ・ 今はインスタグラムでいかに写真映えしていくか、インスタ映えしていくかというのもポイントの一つだ。
- ・ 市民や横浜で働く人が、横浜の夜景はとてもいいと言えるのは重要だが、一方で、民間企業の投資があつてこそ成り立つことだと思うので、経済効果がどこまで見えるのかわからないと、なかなか投資意欲が湧かないのではないか。
- ・ 建物を建てることばかりに意識がいきまいて、建った後の景観ということでの光というのを意外と軽視していたと思う。人が住み寝る場所と、にぎわいが必要な場所とでは全然コンセプトが違うので、そういうことを考えて都市計画をしなければいけない。そういう点でまちづくりをルール化していくのも、大事な視点だと思う。

第6回委員会（平成30年2月8日開催）

【議題】 調査・研究テーマ「横浜の魅力をつなぐ・広げる取り組み」について

【主な意見】 当日の意見概要を記載

第7回委員会（次回委員会）

当日の概要を記載