

平成26年度の委員会運営方法について

【調査・研究テーマ】 横浜における創造都市戦略とその検証について

(前回委員会での主な意見) (抜粋)

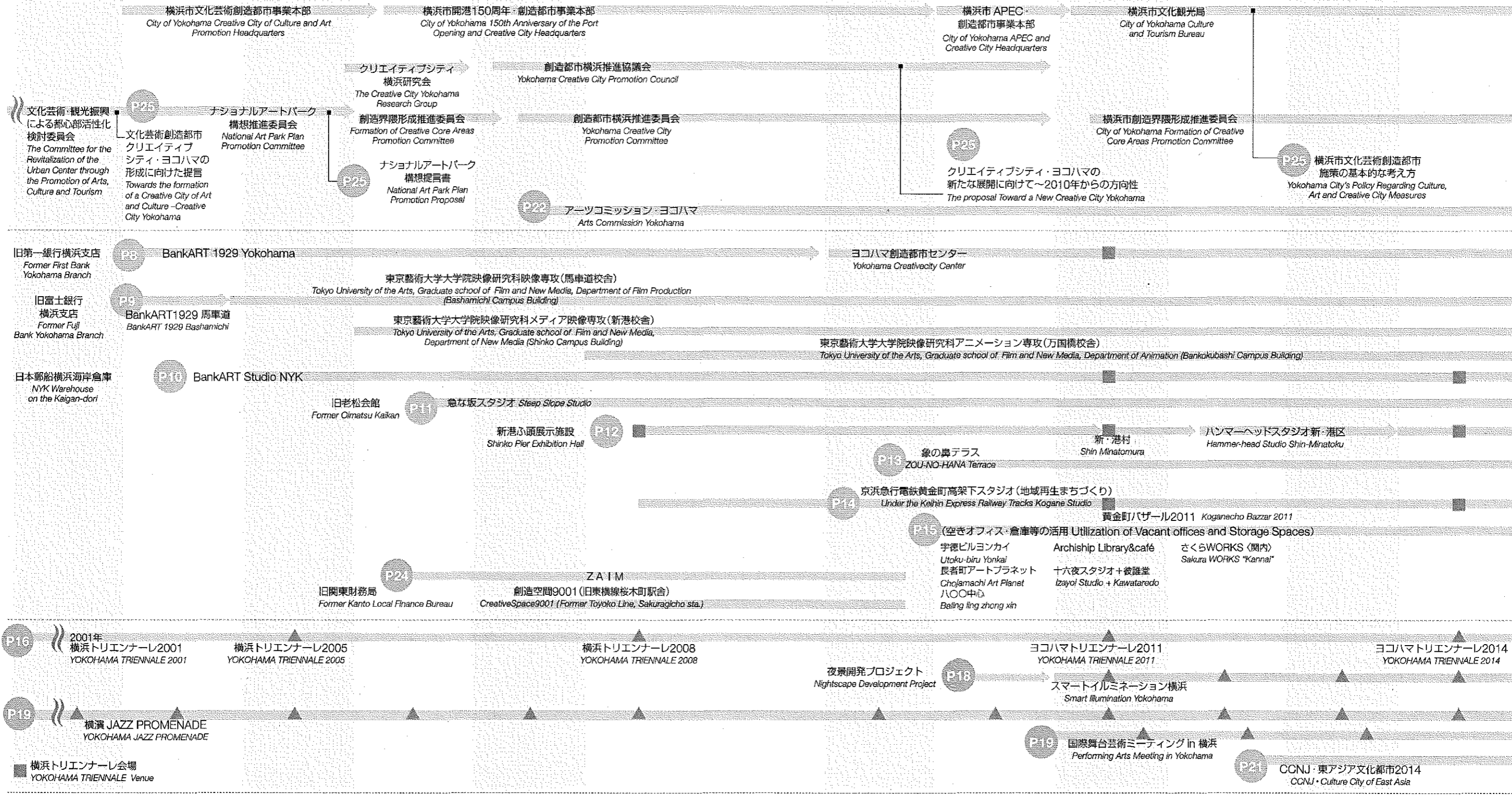
- ・文化はすぐお金に直結しない側面もある。現在の横浜市のイベントについても、その検証を行うことが必要なのではないか。
- ・創造都市という言葉について、本来の意味と本市のそれでは意味が違う気がする。日本の創造都市という言葉は、文化予算の獲得の理由づけになっている。創造都市という言葉の本来の意味を考え、横浜市が進めている施策、これまで歩んできた横浜の創造都市の歴史を検証すべきである。
- ・観光的に影響が大きいのは、山下埠頭や根岸の接収地の開発である。観光都市として楽しみがある町にしていく必要がある。Y150のように終わったら何も残っていないというのではなく、それが横浜にどのような経済効果をもたらしたのか等について議論し、意見具申していくべきなのではないか。
- ・集客について、横浜市のターゲットは誰なのか漠然としている。外国人を呼び込むという話はあるが、外国人が横浜を選ぶのかは不明である。日本人が横浜にたくさん来ているのではないかと感じる。データをもとに検証していく必要があるのではないか。
- ・創造都市に関して、実際の施策は表面的な施策になっている。議論をし、創造都市に関する理解を深めていくということも必要なのではないか。
- ・MICEの推進、国際戦略コンテナ港湾、フロントとバックヤードの話になる。分けて議論をしたほうがいいのではないか。
- ・文化・芸術を考えた時に、横浜らしさとは何かというのが重要になる。新しいものを取り入れるだけでなく、歴史を残していくことが重要である。行政がどこまで関与し、どのように誘導していくのか、局を横断して横浜の文化歴史のあり方を調査・研究し、提言していくことが必要なのではないか。

(テーマ選定理由)

横浜市においても、ヨコハマトリエンナーレ2014や東アジア文化都市2014横浜などさまざまな創造都市に関する事業を行っているが、本来の創造都市が意味するところは、地域の人的・文化的資源を活用し、文化と産業を融合させ創造的な問題解決をしていき、持続可能な都市に再生させていくことや、多様性があり寛容で新しいアイデアに開放的な場所を好むクリエイティブクラスが集まることにより、地域経済が成長していくことである。現在の施策については文化的な要素に偏りがちであるため、横浜市がこれまで行ってきた創造都市戦略の検証及び今後の施策のあり方等について調査・研究を行うこととした。

■横浜市における創造都市施策の変遷 ※「創造都市横浜」年表 抜粋

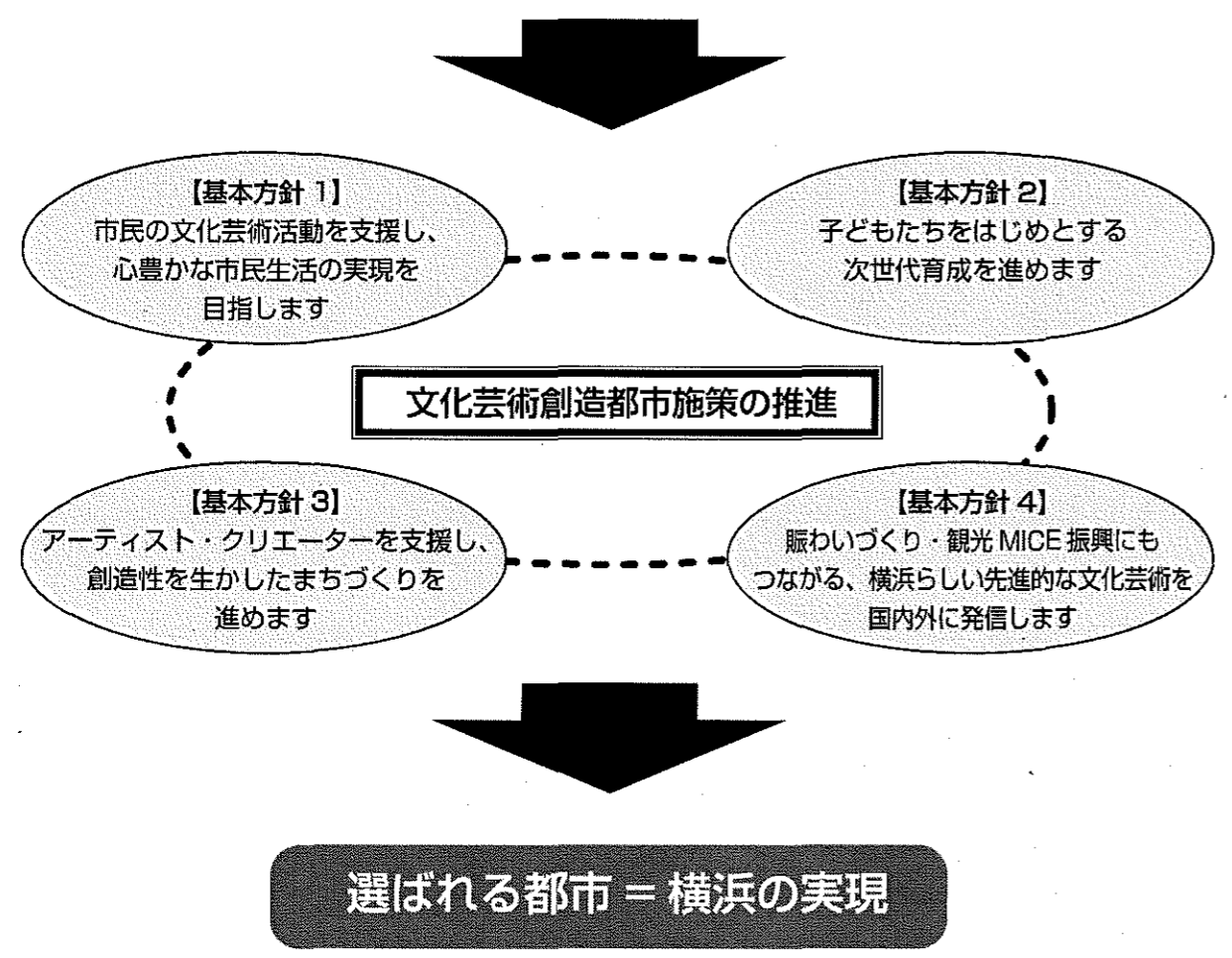
2003年度 2004年度 2005年度 2006年度 2007年度 2008年度 2009年度 2010年度 2011年度 2012年度 2013年度 2014年度



4 基本理念及び基本方針

基本理念

- 人々の活力や創造力の源泉であり、市民生活の向上につながる文化芸術の振興を図ります。
- 文化芸術のもつ創造性を様々な施策に生かして、コミュニティの活性化を図るなど、創造的なまちづくりを進めます。
- 横浜の社会資源を生かした創造的な取組や、人々に感動を与える文化芸術の展開により、賑わいづくりと経済の活性化につなげます。



「横浜市が文化芸術創造都市施策を推進する意義」や「展開の視点」を踏まえ、文化芸術創造都市施策を推進する「基本理念」と4つの「基本方針」を定めます。

「基本方針1～4」は、優先順位をあらわすものではなく、一つ一つの基本方針が施策展開の基礎となる方針で、これに基づき、文化芸術創造都市施策を推進します。

基本方針3 アーティスト・クリエイターを支援し、創造性を生かしたまちづくりを進めます。

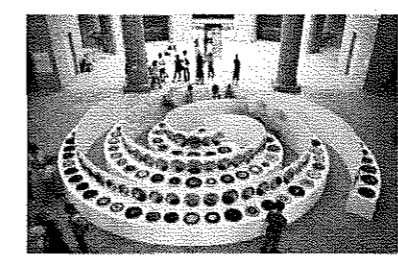
横浜市は、全国に先駆けて文化芸術創造都市＝クリエイティブシティ・ヨコハマを都市戦略として推進してきました。こうした取組の結果、国内外からも高い評価を受けるとともに、アーティスト・クリエイターなど創造的な人材が集積しつつあります。

アーティスト・クリエイターなど創造的な人材の一層の集積を進めるとともに、企業や地域との協働を推進し、創造的産業（※6）の集積につなげ、創造性を生かしたまちづくりを進めます。

- (1) アーティスト・クリエイターの集積の推進**
- ・創造界隈拠点において、アーティスト・クリエイターの制作・発表・滞在（居住）を支援するとともに、民間の空きビルや倉庫等のスタジオやアトリエ、ギャラリーなどへの転用を促進し、アーティスト・クリエイターの集積を進めます。
 - ・大学等の教育機関と連携し、アーティスト・クリエイターなど創造的な人材の育成を進めるとともに、市内での継続的な活動につなげます。
 - ・クリエイティブシティ・ヨコハマのリーディングプロジェクトとして横浜トリエンナーレを開催し、市内のアートNPO等、様々な主体と連携し、まち全体で魅力の発信に取り組みます。
 - ・横浜ならではの地域資源である歴史的建造物や倉庫などを創造活動の場として活用し都市のランド力を高めます。

- (2) 創造的産業につながるネットワーク形成**
- ・アーティスト・クリエイター同士のネットワークづくりを進めるとともに、企業や団体、起業家などとの協働を推進し、新たな価値やビジネス機会を創り出し、創造的産業の集積につなげます。
 - ・近隣の商店街やまちづくり団体とアーティスト・クリエイターの協働を推進し、創造性を生かしたまちづくりを進めます。

- (3) アーティスト・クリエイターへの支援機能の充実**
- ・ヨコハマ創造都市センター（※7）を中心に、起業家や創造的産業の支援を行う様々な企業・団体との連携により、アーティスト・クリエイターを支援するアーツコミッション（※8）機能を充実します。
 - ・多様なメディアを戦略的に活用し、創造都市横浜の取組を市内外に効果的に情報発信します。



YIN Xiuzhen <One Sentence> 2011
Courtesy ALEXANDER OCHS GALLERIES BERLIN | BEIJING
Photo by KIOKU Keizo
Photo courtesy of Organizing Committee for Yokohama Triennale

【コラム4】横浜トリエンナーレ

3年に1度行われる、我が国を代表する現代アートの国際展。市民や地域と協働して、街全体で盛り上がりを出すとともに、世界最新の現代アートの動向を提示してきました。

開港のまち横浜にふさわしく、アートを通じて、まちにひろがり、世界とつながり、横浜のまちづくりに寄与しつつ、文化芸術創造都市横浜の取組を国内外へアピールしていきます。

【コラム5】関内外OPEN!

関内・関外地区周辺に拠点を構えているアーティスト・クリエイターの仕事を期間限定で公開し、市民の皆様へ彼らの活動を紹介するイベントです。活動分野は、デザイン、ファッション、建築、アート等多岐にわたり、その多くはかつての倉庫や銀行、オフィスビル等を個性的なリノベーションで事務所やアトリエに再生したものです。回を重ねるごとに仕事を公開する参加者は増え、彼らの創造性を身近に感じることができるイベントです。



関内外OPEN!