

創造的イルミネーション事業 令和2年度の実験イベント実施結果(報告)

11月20日～12月26日の約1か月間、新港中央広場を主会場に、夜の横浜に美しい光が交差するイベント『ヨルノヨ -YOKOHAMA CROSS NIGHT ILLUMINATION-』を開催し、多くの方にご来場いただきました。時間限定の光と音の特別演出は、参加施設の拡大や演出の工夫により、昨年以上に一体感、連動感、スケール感を感じていただける演出となり、横浜の夜景の魅力をより一層高めることにつながりました。

1 実施概要

(名称) ヨルノヨ-YOKOHAMA CROSS NIGHT ILLUMINATION-

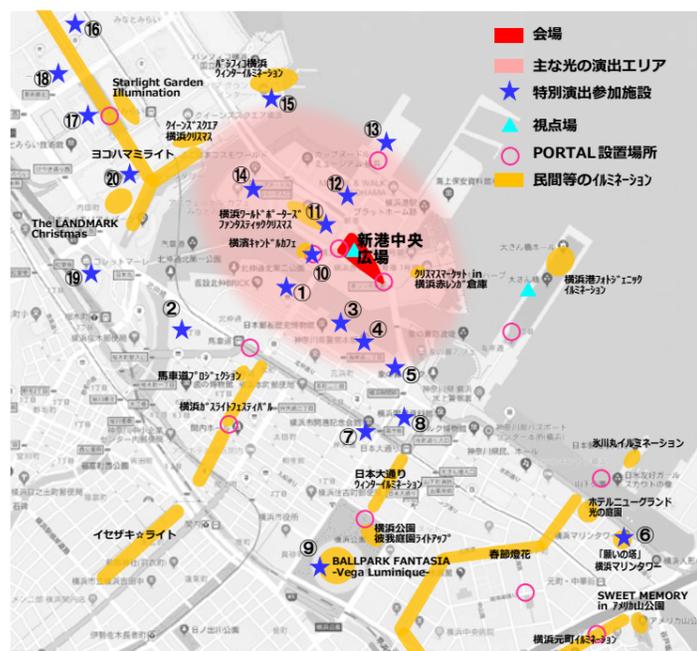
(期間) 令和2年11月20日(金)～12月26日(土)

(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

(会場)



【5分間の特別演出参加施設】

- ① アパホテル&リゾート横浜ベイタワー ◎
- ② 横浜市庁舎 ◎
- ③ 横浜郵船ビル ●
- ④ 神奈川県警察本部庁舎 ◎ ◎カラーライトアップ演出
- ⑤ 横浜税関 ◎ ○ライン照明カラー演出
- ⑥ 横浜マリンタワー ◎ ●サーチライト演出
- ⑦ 横浜市開港記念会館 ◎ 青字：新規参加施設
- ⑧ 神奈川県庁 ◎
- ⑨ 横浜スタジアム
- ⑩ ナビオス横浜 ◎
- ⑪ 横浜ワールドポーターズ ◎●
- ⑫ JICA 横浜 ◎
- ⑬ 横浜ハンマーヘッド(新港ふ頭客船ターミナル) ○●
- ⑭ よこはまコスモワールド・大観覧車コスモクロック 21 ◎◎
- ⑮ ヨコハマグランドインターコンチネンタルホテル ◎●
- ⑯ 横浜メディアタワー ◎
- ⑰ 横浜美術館 ◎
- ⑱ みなとみらいグランドセントラルタワー○
- ⑲ コレットマーレ ◎
- ⑳ 横浜ランドマークタワー ◎

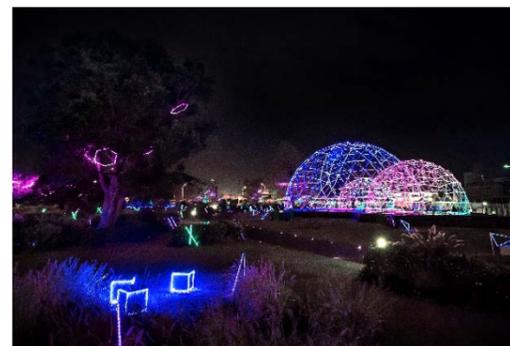
2 実施状況

(1)常時の演出

① NIGHT WALKING (新港中央広場)



▲CROSS DOME を中心に広場全体に広がる光



▲時間の経過やセンサーにより光の色が変化



▲ドームの中でも光の色の変化が楽しめる。

② PORTAL (都心臨海部の10か所に設置)



▲PORTAL 越しの日本大通りのビスタ



▲大さん橋からの軸線を感じることができる。



▲MM 中央地区の主な建物が画角に収まる。

(2)週末限定の回遊プログラム(ヨルノヨ×SAMPO_MAPP)



▲自転車でプロジェクターを搭載。水際線や地元商店街など、横浜を感じられる場所の建物や構造物、みち、樹木などに映像を投影しながら夜の散歩を楽しんだ。



▲動きのある映像は子供たちに大人気。夜間の賑わい形成につながった。



▲ハンマーヘッドルートでは東京藝大大学院の作品を投影



(3) 時間限定の特別演出(NIGHT VIEWING)

① 新港中央広場からの見え方



▲MM 中央地区側。アパホテル、ナビオス、ワールドポーターズ等との連動が楽しめる。



▲馬車道側。県警、アパホテル、横浜郵船ビル of the searchlight and the synchronization is enjoyable.



▲山下ふ頭側。県警、横浜税関、奥に見えるマリインタワー等との連動が楽しめる。



▲ドーム内からは没入感のある音楽、ドームの光とともに周辺施設の演出が楽しめる。



▲光が交差する動きを加えたことにより、サーチライトの視認性が向上



② 大さん橋からの見え方



▲光量の多い機材の採用によりサーチライトの視認性が向上



▲横浜税関やアパホテルの参加により連続性が格段に向上



▲コスモクロックでの動きのある演出にあわせ、周辺施設のライトアップ等の色を変化させる演出。県庁側からインターコンチネンタルホテル側にかけて光が動く演出を入れたことで、ウォーターフロントのスケール感をより感じてもらえるようになった。

③ その他の視点場からの見え方



▲横浜税関やアパホテルの参加により、山下臨港線プロムナードも新たな視点場に。



▲MARINE & WALK と横浜ハンマーヘッドの間の通路。奥に横浜メディアタワーも見える。



▲グランモール公園では、沿道の参加施設が3施設となり連動感が生まれた。



▲汽車道では音楽が連動。ポイントによって見える施設が変わり、歩きながらその変化を楽しめる。



▲山下ふ頭からは、参加施設がコンパクトにまとまって見える。

3 実施結果

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	評価															
来場者数等	<p>〈全体来場者数〉約 85 万人 (R1: 約 55 万人) ※新港中央広場及び都心臨海部 10 か所に設置したポータルの通過者数をもとに算出した推計値</p> <p>都心臨海部 10 か所の PORTAL 来場者数 約 32 万人</p> <p>大さん橋来場者数 約 1 万 3 千人 (R1: 約 7 千人)</p> <p>〈ホームページ PV 数〉約 25 万 7 千 PV (R1: 約 28 万 2 千 PV) うち 海外から約 1, 600 PV</p>	<ul style="list-style-type: none"> 徹底した感染症対策を講じたこともあり、コロナ禍でありながら約 85 万人に来場いただけた。 都心臨海部 10 か所に設置した PORTAL を約 32 万人が通過しており、<u>夜間の回遊性向上にもつなげることができた。</u> 大さん橋にも約 1 万 3 千人が来場しており、<u>演出の視点場としての認知度を昨年以上に高めることができた。</u> 															
メディア露出数	<p>〈テレビ〉 17 件 (R1: 10 件) 主なテレビ番組名</p> <p>〈ラジオ〉 10 件 (R1: 13 件)</p> <p>〈新聞〉 17 件 (R1: 41 件)</p> <p>〈雑誌等〉 11 件 (R1: 26 件)</p> <p>〈WEB〉 625 件 (R1: 536 件)</p> <p>〈合計〉 680 件 (R1: 626 件)</p> <p>主な雑誌名</p> <ul style="list-style-type: none"> ・めざましテレビ (フジテレビ、11/20、12/9) ・ワールドビジネスサテライト (テレビ東京、11/20) ・NHK ニュース (NHK、11/21) ・よじごじDays (テレビ東京、12/9) ・ふるさとの未来 (TBS、11/11、12/16) ・ふらっとあの街旅ラン 10 キロ (NHK BS プレミアム、12/16) ・冬ぴあ/首都圏版 (ぴあ、11/2) ・mirea (cubic、11/20) ・散歩の達人 (交通新聞社、11/21) ・MICE Japan (MICE ジャパン、11/30) ・音楽現代 (芸術現代社、12/15) ・サイン&ディスプレイ (マスコ文化協会、1/10) 	<ul style="list-style-type: none"> メディア露出数は、昨年よりも多い 680 件となり、17 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。 昨年以上に、<u>特別演出時の周辺施設が連動する様子を紹介する番組が増えた。</u> 英文によるプレスリリースを行った結果、119 の海外の web サイトで紹介され、インバウンドニーズも一定程度把握することができた。 															
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>456 (300)</td> <td>813 (110)</td> </tr> <tr> <td>投稿数</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>#ヨルノヨ (#ナイトシンクヨコハマ)</td> <td>513 (597)</td> <td>3,742 (560)</td> </tr> <tr> <td>#yorunoyo (#nightsyncyokohama)</td> <td>33 (816)</td> <td>611 (746)</td> </tr> </tbody> </table> <p>※フォロワー数は最大値、投稿数は令和 3 年 1 月 25 日時点 (公式投稿は除く) () 内は昨年度 (令和 2 年 1 月 16 日時点) の数値</p> <p>主な投稿内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広場は幻想的。綺麗。癒された。音楽がよい。ドーム内の音がよい。 ・ベイエリア全体を使った演出は壮大。躍動的。粋。 ・大さん橋からは全体が見渡せて感動。観光気分を味わえた。 ・ライトアップとサーチライトの連動は見ごたえがあった。圧巻。 ・演出を見て、横浜市民でよかった、横浜が素敵な街と再認識。 ・街一体で取り組むイベントは横浜らしい。 ・慣例に縛られない良いものを受け入れていく横浜らしくてよい。 		twitter	Instagram	公式ページフォロワー	456 (300)	813 (110)	投稿数			#ヨルノヨ (#ナイトシンクヨコハマ)	513 (597)	3,742 (560)	#yorunoyo (#nightsyncyokohama)	33 (816)	611 (746)	<ul style="list-style-type: none"> Instagram の公式ページのフォロワー数、投稿数が昨年よりも大幅に増えた。 昨年以上に特別演出の写真が多く投稿され、<u>大さん橋からのビューを推薦するコメントも多く、ニーズの高さを把握することができた。</u> 演出を通して横浜らしさを感じてもらえたとともに、<u>市民のシビックプライドや横浜の都市ブランドの向上にもつなげることができた。</u>
	twitter	Instagram															
公式ページフォロワー	456 (300)	813 (110)															
投稿数																	
#ヨルノヨ (#ナイトシンクヨコハマ)	513 (597)	3,742 (560)															
#yorunoyo (#nightsyncyokohama)	33 (816)	611 (746)															
来場者アンケート	<p>〈新港中央広場〉</p> <p>Q 光で一体的に演出する取組により、横浜の港の夜景の魅力が高まったと思いますか。</p> <p>Q 光で一体的に演出する取組を、どれぐらいの頻度で行うのが良いと思いますか。</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すか。</p> <p>〈大さん橋〉 ※R1 は関連会場 (県庁前、山下公園、横浜美術館前)</p> <p>Q 光で一体的に演出する取組により、横浜の港の夜景の魅力が高まったと思いますか。</p> <p>Q 光で一体的に演出する取組を、どれぐらいの頻度で行うのが良いと思いますか。</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すか。</p>	<p>主な個別意見</p> <ul style="list-style-type: none"> ・きれいな。幻想的。昨年より良い。 ・光と音の融合がよい。 ・他にはない演出で新鮮だった。 ・街全体が連動している演出が素晴らしい。迫力があつた。 ・横浜の夜景は最高。 ・もっと参加施設が増えるとよい。山下公園側が特に寂しい。 ・物足りない。もっと派手でもよい。サーチライトがまだ弱い。 ・演出時間を長くしてほしい。 ・季節毎、毎週末、毎日など頻度を高めてしてほしい。 ・イベントを継続してほしい。 ・もっと宣伝すべき。特に大さん橋に誘導する工夫が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 横浜の港の夜景の「魅力が高まった」と回答した方が 9 割を超え、うち「大変高まった」と回答した方が昨年よりも大幅に増えており、<u>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。</u> 演出の頻度については、「1 か月程度のイベントを年に数回」が中央広場で 47%、大さん橋で 40% と最も多く、次いで中央広場では「年に 1 回程度」が 23%、「毎週末」が 19%、大さん橋では「年に 1 回程度」が 34%、「毎週末」が 14% と多かった。個別意見でも頻度を高めてほしいという意見が散見され、<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「行きたい」と回答した方が 9 割を超え、うち「ぜひ行きたい」と回答した方が昨年よりも大幅に増えており、アンケート結果からも<u>ニーズの高まりを把握することができた。</u> 														

(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"> 時間を限定することで <u>特別感・非日常感を高める</u> ことができた。SNS でも特別演出の時間を薦めるコメントが多くみられた。 イベント期間が後半になるにつれ、時間限定の特別演出を見るために大さん橋を訪れる人が増えており、<u>時間限定の演出が集客にもつながる</u> ことが確認できた。 	<p>【時間限定の演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> 昨年は1時間毎に10分間（1日4回）、今年は30分毎に5分間（1日6回）で特別演出を実施した。アンケートで「夜景の魅力が高まった」と回答した割合が、昨年よりも大幅に増加した一方、演出時間を長くしてほしいという個別意見が数件見られたことから、<u>適切な時間設定を引き続き検証</u> する必要がある。
	<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 <u>照明機材の一括コントロールの技術</u> を基本に、今年はGPSによる時刻補正システムの併用により、エリアをまたいだ複数の施設の光をタイムラグなく同時に変えることができ、<u>国内では例のない都市的スケールでの夜景演出を提供</u> できた。 期間途中からはなかったが、<u>3Dレーザースキャンやセンシングの技術</u> を活用し、公式ホームページ内に、広場内の人の動きや光の色の変化の状況をリアルタイムに3Dで表示、<u>オンラインでも光や音が共体験できる</u> ようにした。 	<p>【先端技術の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> 音響設備のある大さん橋や汽船道では音楽を流すことができたが、屋外にスピーカーがある場所は限られることから、携帯電話からも演出の音楽が聞けるようにするなど、<u>場所を選ばずに音楽が一緒に楽しめるようにする技術的な工夫</u> が必要。 新型コロナウイルス感染症対策やインバウンド需要の回復に向け、<u>オンラインでも楽しめる工夫や環境整備</u> がより一層必要。
	<p>【ライトアップの色の変化による演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>コスモクロックでの動きのある演出にあわせて、周辺施設のライトアップの色を変化させた</u> こと、県庁側から横浜ハンマーヘッド側にかけて、また施設の灯具毎に <u>光が動く演出を入れた</u> ことで、昨年以上に <u>動的で躍動感、スケール感を感じられる非日常の夜景を演出</u> できた。 横浜税関やアパホテル、横浜市庁舎をはじめ、<u>参加施設数が20施設に増えた</u> ことにより、<u>連続性や一体感が格段に向上</u> した。 	<p>【ライトアップの色の変化による演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> アンケートでは「もっと派手にしてほしい」という意見が散見されたが、昨年は「色がきつい」という意見があったこともあり、<u>バランスの良い色設定を引き続き検証していく</u> 必要がある。 横浜メディアタワーは、網目状の形状で反射がしにくく、遠景では色が認識しづらかった。 <u>建物頂部にカラーの照明機材を設置している施設で、参加していない施設</u> がいくつかあり、それらにより <u>連動感が弱まる</u> 面があった。
	<p>【サーチライトによる演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> 昨年よりも <u>光量が多く、照射距離が長い機材の採用</u> により、サーチライトの <u>視認性が向上</u> した。 <u>色を視認性の高い青色に限定したこと、また光を途中で交差させる演出を加えたこと</u> により、さらに <u>視認性を向上</u> させることができた。 	<p>【サーチライトによる演出】</p> <ul style="list-style-type: none"> 昨年ほどではないが、<u>大気の状態で見えにくい日があった</u>。 機材のトラブルで何台かのサーチライトが点灯できない日が発生した。<u>安定的な点灯ができる環境整備</u> が必要。
視点場（眺望点）	<p>【新港中央広場、各施設（近景）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新港中央広場では、昨年同様、<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>【新港中央広場、各施設（近景）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>マリインタワーや横浜スタジアムは、近くに演出に参加する他の施設がなかった</u> ため、近景で見ると全体で <u>連動</u> してライトアップの色が変わっていること <u>が伝わりづらかった</u>。
	<p>【大さん橋（遠景）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 大さん橋からは、海面や夜空を背景に、ほとんどの参加施設がパノラマで一望できるため、<u>都市的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視点場</u> となっていた。 公式の視点場を大さん橋に限定したこともあり、SNSでは、大さん橋からの特別演出の様子を写真や動画で投稿する人が昨年以上に多くみられた。 	<p>【大さん橋（遠景）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 山下公園側の参加施設が少なく、<u>マリインタワーが孤立</u> していた。機材設置の助成等の仕組みも導入し、<u>参加施設を増やし、連続性やスケール感をさらに向上させていく</u> 必要がある。 <u>水際線が連続して見えるのが大さん橋からの景観の特徴だが、夜は暗いため、水際線部分をライトアップする</u> ことにより、連続性をより高められる可能性がある。
	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>参加施設が20施設に増えたこと</u> で、昨年の象の鼻パークや汽船道、山下公園に加え、山下臨港線プロムナードや横浜ハンマーヘッド前通路、グランモール公園、山下ふ頭など、<u>様々な場所から演出を楽しめるようになった</u>。 	<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>視点場ごとの演出の楽しみ方の整理と情報発信</u> が必要。