

みらいコース [上限 50 万円] 【提案書】

[公開]

提案名 ※25文字以内	「おもてなしマップ」をつくろう！
グループ名 ※25文字以内	横浜トリエンナーレサポーター おもてなしプロジェクト

【1】 提案グループの現在の主な地域社会貢献活動の内容及び最近5年以内の実績、またグループの紹介を記入してください。

横浜トリエンナーレサポーターとは『横浜トリエンナーレ』を応援し、国際展を盛り上げる活動を行っているボランティア団体です。文化芸術に関連する活動を通じて、アートやアーティストと市民をつなげる役割を有するとともに、それらの活動のゴールとして「横浜トリエンナーレ」での活躍を目指しています。サポーターは「アートが大好き」なひと、「街づくりに興味がある」ひとなど様々です。10代から70代まで年齢層も幅広く、肩書などは一切関係なく自由に意見交換を行っています。

本年度はサポーターの自主的な活動として、5つのチーム(企画・イベント/フリペ/LOGBOOK/こども向けアート/デザイン)を結成しそれぞれ活動しており、『あいちトリエンナーレ』への遠足企画や、各種イベント、ワークショップ、フリーペーパー発行などを行ってきました。

■ホームページ	ホームページ http://www.yokotorisup.com フェイスブック https://www.facebook.com/yokotorisupporter
----------------	---

【2】 助成を受けて行う活動の年間計画を記入してください。

月	内容
4月	<ul style="list-style-type: none"> ●横浜トリエンナーレサポーターを中心に、【おもてなしプロジェクト】を立ち上げ、「おもてなしマップ」制作に向けた準備を行う。 ●【広報-1】「おもてなしマップ」制作ワークショップの参加者を募集(みなとみらい 21 地区住民及び横浜トリエンナーレサポーターを対象)
5月	<ul style="list-style-type: none"> ●【広報-2】「おもてなしマップ」制作ワークショップの参加者を募集 ●ワークショップ1 主旨説明、意見交換/どんな視点で制作するか?我がまちのアピールポイントとは? ※5種類程度のおもてなしマップを制作する想定なので5つのチームに分かれる ●ワークショップ2 調査・取材/実際に足を使って歩いてみる。情報を持ち寄る。
6月	<ul style="list-style-type: none"> ●ワークショップ3 編集/調査・取材し収集した情報をもとに「おもてなしマップ」のデザインを考える。 ※5つのチームごとにデザインを検討する。
7月	<ul style="list-style-type: none"> ●ワークショップ4 デザイン~完成(印刷直前の状態まで)/各チーム発表会 ●地域施設(商業施設、文化施設等)などへ配架依頼・配付準備
8月	<ul style="list-style-type: none"> ★横浜トリエンナーレ開幕(会期 8/1~11/3) ●会期中に「おもてなしマップ」を使いまち歩きイベント(スタンプラリーなど)を開催する。
9月	① 【来場者対象】まち歩きイベントの実施 また、横浜美術館等横浜トリエンナーレの会場に「おもてなしマップ」を配架し、来場者が自由にまち歩きできるようにする。
10月	
11月	② 【地域住民対象】まち歩きイベントの実施 自分たちで制作した「おもてなしマップ」をつかって自分たちのまちを歩き、マップの精度、面白さについて再考する。
12月	
1月	●「おもてなしマップ」の改訂、地域施設などへ配架依頼・配付準備
2月	●「おもてなしマップ」の改訂、地域施設などへ配架依頼・配付準備
3月	●改訂版の印刷・配架、年度報告会の実施

(1) 活動の内容

●地域が発信する魅力に触れることができる「おもてなしマップ」の作成

* 「おもてなしマップ」とは

みなとみらい 21 地区の住民、横浜市民ならではの視点でみなとみらい 21 地区にある資産（パブリックアート・パブリックスペース、眺望・景観、歩行空間・動線、歴史・文化（近代から現代））など、雑誌や TV 各種メディアでは取り上げられない情報を集めたマップのこと。

* 上記のようなマップを地域住民ならびに横浜トリエンナーレサポーターが一体となって制作する。現在、みなとみらい 21 地区にて注目されている部分ではなく、当該地区が有する普遍的な価値に注目し、それらを発掘しマップというツールによって可視化することで、来街者に対してあたらしい「おもてなし」を提供することができると考える。また、一般的に情報化されない部分に着目していることから、タバコが吸える場所や車椅子が入れる／オストメイト付きトイレの位置などといった情報も丁寧に拾い集めることで、「おもてなし度」を高めることを目指す。

* 「おもてなしマップ」は半透明な素材に地図を印字したものを用意し、そこにテーマごとに編集された情報が載っている地図を重ねることで自分の趣向に合うマップを自分でつくれるようにする予定。

●「おもてなしマップ」を使った、「まち歩きイベント」の実施

* 「まち歩きイベント」の内容

さまざまなバリエーションの「おもてなしマップ」を使い、マップ制作者による「みなとみらい 21 ツアー」を開催し、地域住民や横浜トリエンナーレの来場者とともにまち歩きを行う。また、おもてなしマップに掲載されている情報をヒント化したマップを新たに制作し、そのヒントから掲載されている情報を発見する「スタンプラリー」を実施する。

* このように「おもてなしマップ」をまち歩きやスタンプラリーのように活用することで、来場者・来街者の回遊性向上を目指す。

(2) 活動の主催者及び参加者

●主催者：横浜トリエンナーレサポーター おもてなしプロジェクト

●参加者：横浜トリエンナーレサポーター、みなとみらい 21 地区の住民・地域施設関係者

(3) 活動を実現するための方法

●「おもてなしマップ」制作ワークショップの実施

┆ みなとみらい 21 地区で活動している団体、住民自治会にプロジェクト参加の呼びかけを行う

┆ より多くの参加者を集めるため、横浜トリエンナーレサポーター活動(課外活動・トリエンナーレ学校)を通じて参加者を募る。(広報手段：フライヤー、横浜トリエンナーレサポーターホームページ・フェイスブック等を用いる)

┆ みなとみらい 21 地区に立地する商業施設等にフライヤー等を配架依頼

┆ 地域住民と横浜トリエンナーレサポーターが協働し、[パブリックアートコース][景観コース][歴史コース][こどもコース]などの様々なバリエーションのマップを制作する

●「まち歩きイベント」の実施

┆ 上記で制作した「おもてなしマップ」を横浜トリエンナーレの来場者に対して提供するとともに、「おもてなしマップ」を活用したスタンプラリーイベントを実施する

(4) 時期

●「おもてなしマップ」制作・ワークショップ：2014年4月～7月

●「まち歩きイベント」実施：2014年8月～10月(横浜トリエンナーレ会期期間)に1回【来場者対象】
2014年11月～12月に1回【地域住民対象】

(5) 場所

●「おもてなしマップ」掲載対象地域：みなとみらい 21 地区全域

●「おもてなしマップ」制作ワークショップ実施会場候補：横浜美術館等

●「まち歩きイベント」(スタンプラリー) 実施会場候補：横浜美術館、新港ピア等

●「おもてなしマップ」の配架箇所候補 ※上記の 2 箇所のほかクイーンズスクエア横浜、横浜ランドマークタワー、MARK IS みなとみらい、赤レンガ倉庫、象の鼻テラス、BankART、YCC、KAAT、他、20 箇所以上を予定

(6) 当地区で活動を行う、また応募の理由

●横浜トリエンナーレは 2011 年展より横浜美術館を主たる会場となってから今年の開催で 2 回目を数えるが、国際展と地域とがより強くつながることが必要と考え、サポーターと地域住民が協働するプロジェクトを提案した。

(7) 活動を行うことによる当地区へのメリット (効果)

●横浜トリエンナーレは、横浜で 3 年に 1 度行なわれる現代アートの国際展であり、国の内外を問わず多くのひとの来場があるが、そのような国際展をいかに地域に着地させるかが重要であると考え。そのため、横浜トリエンナーレサポーターとみなとみらい 21 地区の住民が協働して「おもてなしマップ」を制作することで、地域が来場者・来街者を「おもてなし」するような仕組みが大切だと考える。そして、そのマップはそこに住み働くひとが制作するというプロセスを経ることから、みなとみらい 21 地区という新しい地域に住まうことへの愛着を育むことへとつながると考える。

(8) その他、特徴やアピールする点

●「おもてなしマップ」制作ワークショップをきっかけに、いままで情報化されてこなかった地域の魅力に目を向ける機会が生まれる点。

● 3 年に 1 度開催される「横浜トリエンナーレ」を地域のイベントとして身近に感じることができるようになる点。

● 地域とアートのつながりが生まれる点。

収 支 予 算 書

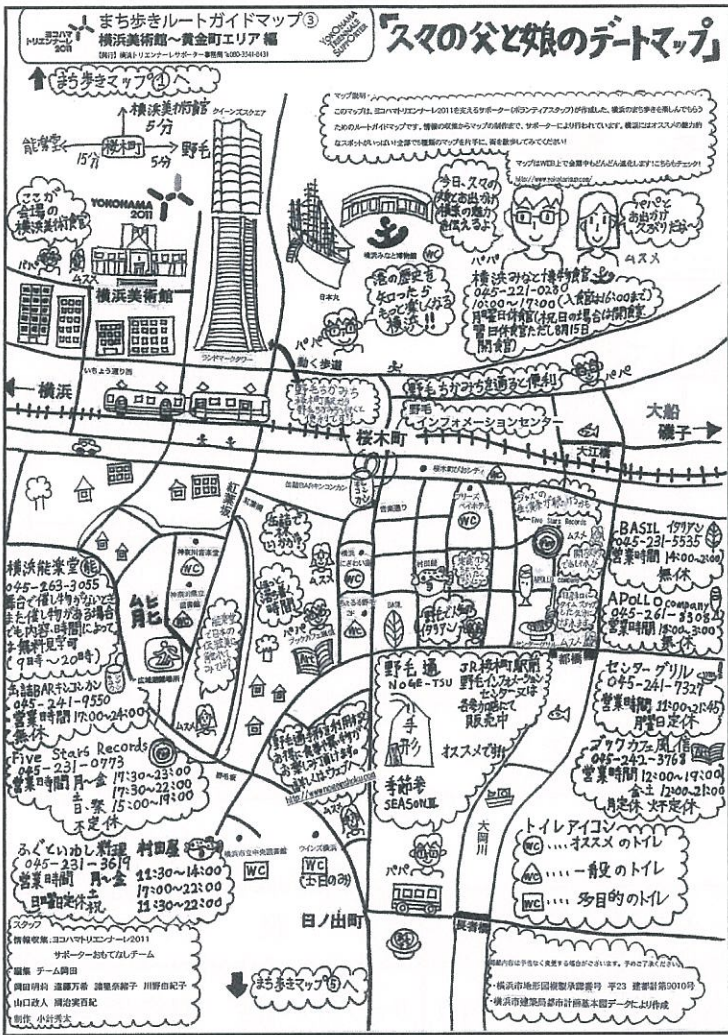
グループ名 横浜トリエンナーレサポーターおもてなしプロジェクト

1 収入 (自己資金や他の助成金などを記入してください。)

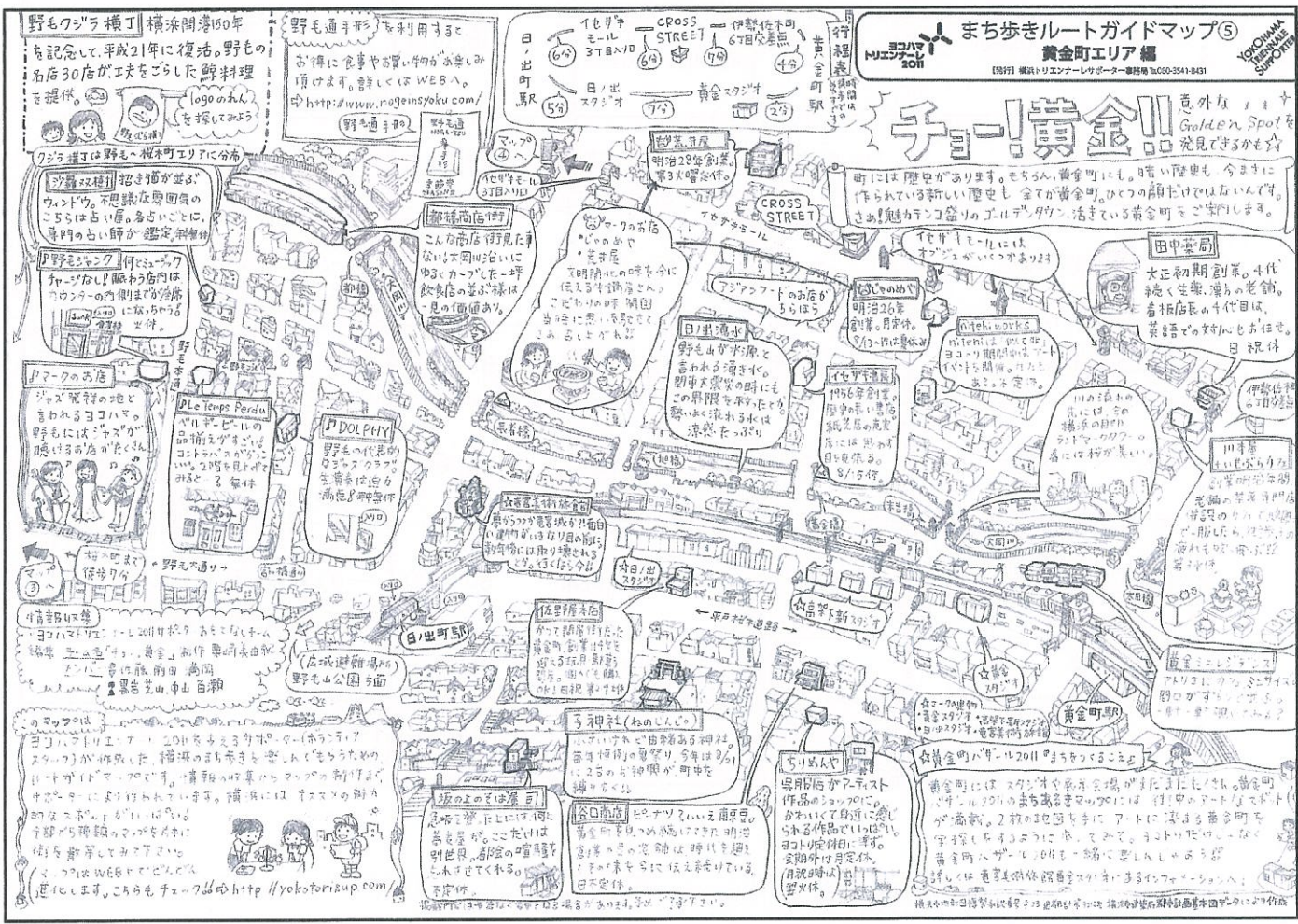
項 目	金 額	説明 (負担者及び負担方法等)
助成金 (A)	424,000	
自己負担等	106,000	横浜トリエンナーレサポーター事務局活動 予算より負担
合 計 (B)	530,000	(B) ≥ (C)

2 支出 (助成金対象経費分)

項 目	数量 (単位)	単 価	金 額	説 明
ワークショップ 会場費	5回	10,000	50,000	ワークショップ4回 報告会1回
メンバー交通費	21回	市内700円 市外1300円	168,000	ワークショップ・イベン ト・報告会及びその事前 打合せ(2回)、市内4 名、市外4名往復相当
マップ印刷費	10,000部	10	100,000	マップ印刷10,000部想定
マップ制作費	一式	50,000	50,000	マップのフォーマット、 イベントチラシ等、基礎 的な部分の発注
宣伝広告費	一式	50,000	50,000	ワークショップ及びイベ ントチラシ印刷
アルバイト費	42人	1,000	42,000	ワークショップ4回、イ ベント2回、報告会1回、 アルバイト各6名
イベント費用	一式	50,000	50,000	まち歩き、スタンプラリ ーの諸費用(サイン、ブ ース設置関連経費)
消耗品費	一式	20,000	20,000	
合 計 (C)			530,000	【みなとコース】(C) ≥ (A) 【みらいコース】(C) × 4/5 ≥ (A)



ヨコハマトリエンナーレ2011の時に作成した「まちな歩きルートガイドマップ」。サポーターが5つのチームに分かれ、みなとみらい21地区、野毛、伊勢佐木、初黄・日ノ出町、山下町を取材し、サポーターの目線でおもしろいところを取り上げ地図化したもの。取材からデザインまで一貫してサポーターの手によって制作されている。ヨコハマトリエンナーレ2011の会場にて配布した。





はがき表面



はがき裏面



YOKOHAMA TRIENNALE SUPPORTER

YOKOHAMA TRIENNALE 2014

Yokohama Triennale 2014

3年に1度、世界の現代アートが横浜に集結!「ヨコハマトリエンナーレ2014」開催まであと200日! カウントダウンイベント

みらいの自分に「忘却の手紙」を送ろう!

ヨコハマトリエンナーレ2014は「忘却」がコンセプト。MARK IS みなとみらいと横浜美術館を巡るスタンプラリーに参加すると、200日後ヨコハマトリエンナーレ2014の開幕の日に「忘却の海」を越えて、自分に手紙が届く! みらいの自分に「忘却の手紙」を送ってみよう!

STEP 1 STAMP
スタンプラリーに参加しましょう。

STEP 2 Jot down!
みらいの自分に手紙を書きましょう。

STEP 3 Entry!
住所・氏名を書いて当日会場でお渡しします。

STEP 4 August!
半年前のことなんか忘れてしまった8月、1月のあなたからメッセージが届きます。それはプレゼント当選のお知らせでもあります!

参加者全員にもれなく **ヨコトリ関連グッズ** をプレゼント!
詳しくは裏面をチェック!

参加無料 **2014 1/13 月・祝 10:00~17:00**
※スタンプカードが無くなり次第終了

MARK IS みなとみらい+横浜美術館

※チェックポイントはMARK IS みなとみらい1Fグランドガリアなど5か所、および横浜美術館グランドギャラリーにございます。

■主催: 横浜トリエンナーレ組織委員会 横浜トリエンナーレポスター 事務局 ■協賛: 横浜トリエンナーレサポート ■協賛: 横浜美術館 ■協賛: MARK IS みなとみらい ■協賛: 横浜トリエンナーレポスター事務局 TEL:045-325-9654 www.yokotri.jp

チラシ (デザインチーム作成)

ヨコハマトリエンナーレ 2014 開催 200 日前にカウントダウンイベントを MARK IS みなとみらいにて実施した。はがきの裏側にスタンプを押すとヨコトリ 2014 のメインビジュアルが完成するスタンプラリー。さらに参加者には、みらいの自分にメッセージを書いて投書してもらった。この手紙はヨコトリ 2014 の開幕日に参加者のもとに届けられる。

実施日：2014年1月13日（月・祝）／参加者：420組（約1,000名）

