

横浜 ルネサンス

【特集】

横濱発想

歴史的遺物は学ぶではなく生かす 国吉直行	4
私たちの街は出会いの接着剤 岡崎松恵	6
老舗と市街化がもたらす“生き甲斐” 加藤重男	8
おしゃれでアートな街 横濱物語 NU	10
歌謡曲たらそこに音楽がある街にしたい 藤野寅子	12
映画とは時代の真実を記録する役割もある 桐井省志	14
おみやげは“感動を持ち得るモノ” 中川憲造	16
渋のコクテール	18
横浜フランスカレーで歯おこし	20
説解き「ペリー露店の話」	22
伝統を受け継ぐ横濱製菓	24
横浜ベイスターの顧客満足倍増戦略	26
横浜ジェリビーンズ 音楽部通信	28

横濱
いいこと
いいもの
いいひと

Yokohama

横浜銀光プロモーション・ジャパン



横浜信用金庫

クリエイティブシティ横浜

横浜市文化芸術都市創造事業本部提供



ナショナルアートパーク 構想

横浜市は魅力的な都市空間形成（ハード施策）と文化芸術・経済の振興（ソフト施策）を融合させた新しい都市ビジョン「文化芸術創造都市（クリエイティブシティ・ヨコハマ）」を掲げている。その実行戦略のひとつが「ナショナルアートパーク構想」だ。

こうした壮大な構想の背後には現実的な問題もある。関内の空きオフィス状況だ。同地区の空室率(賃貸面積ベース)は、13.4%。これは東京都心の8.6%、大阪都心の11.0%、名古屋都心の8.6%と比較しても高い水準だ。また、空き室を抱えるビルの割合も79.9%と高い(2003年6月時点調べ)。高らかに気高い目標を掲げる一方で、人が集まる街づくりによって横浜市は現実的問題を解決し、街を活性化しようと考えている。

環境をつくることにより個性あふれる街づくりと新しい産業の集積や創出をうながし、クリエイティブ・ティ・ヨコハマを実現します」。

業。これには歴史的建造物の保全活動、臨海部倉庫の活用、空きオフィスの活用を目的とした「クリエイティブ・コア（創造空間形成）」、映像文化関連産業の育成を目的とした「映像文化都市づくり」、市民、行政企業の協働作業による「ナンショナルアートパーク」「横浜トリエンナーレ」がある。

二つ目は、芸術環境整備事業。それには「アーティスト支援」「地域資源の活用」「創造的人材の育成」がある。

三つ目は市民の芸術文化活動を支える事業だ。これには「市民の芸術活動支援」「芸術活動の場の提供」がある。

これらの事業が上手にかみ合うよう、うに運営して街を活性化しようというのがクリエイティブシティ構想の意図だ。

今 横浜市は妙に熱く
なつてゐる。「過去の
記憶」を呼び覚ます歴史的
建造物・都市景観に加えて
そこに集まる人々、そこには
暮らす人々自身を活性化し
てひと味違う街づくりをし
ようとしている。

2004年1月に発表された横浜市
市の「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
沢猛東大助教授）」の提言書を受けて
市は文化芸術都市創造事業本部を設
けて次のような目標を掲げた。
「横浜の地域資源を活かしながら
創造的な文化芸術活動を支える都市

『横浜ルネサンス』第5号をお届けします。本誌は当金庫の創立80周年記念事業として発刊されたものですが、本号から横浜観光プロモーションフォーラムの認定事業「横浜ジエリービーンズ俱楽部」の中心的な事業として発行することになりました。

「一粒もおいしげけど、集めてみると虹みたいにステキな街・横浜」のニックネーム・ジエリービーンズをモチーフとして、本号は雑誌風のスタイルを意識的に採用しました。ジエリービーンズのようにボップでカラフルな横浜の側面をお楽しみいただければ幸いです。　（横浜信用金庫理事長・斎藤寿臣）

「記念事業として発刊されたもの。ジエリービーンズの二ツクネーム・ジエリービーンズ。ジエリービーンズのようにポツン。」(横浜信用金庫理事長・斎藤寿臣)

特集 街をジエリービーンで見る 横濱発想

歴史的建造物は保存ではなく生かすのです

Text & Photo by Wada Masaki

▼横浜赤レンガ2号倉庫 1911(明治44)年竣工



▼日本郵船歴史博物館 1936(昭和11)年建造



▼横浜海岸教会 1933(昭和8)年竣工



存のための財政的余裕がなかった。そんな状況の中で国吉氏らはひとつ、その作戦を打ち出した。「レス・イズ・モア」である。

「色や形を絞るだけでも十分に魅力的な街はつくれる」と、まずは都市空間としての魅力を演出すること。同時に歴史的建造物を保存するのではなく、「生かす」方法を考えた。

「歴史を生かした街づくり」をしながら、「都市空間の演出」としてそれらの建物のライトアップをするという手法である。1986年(昭和61のことだった)。

「民間の力を借りながら地域内に公

的空間をできるだけ確保するのが街づくりの基本。市としては民間に強制はできないが納得してもらうことには可能だろう」と説得に奔走した。

「問題は都市の誘因力です。いくら目標を立てたところで人が来なければ意味がない」。

建物丸ごとが無理なら、せめて道路に面した外壁だけでも残すこととはできないかと、創造的妥協もした。

「都市の生命力を保つには地区ごとの魅力を残して多様性を維持しつつ全体として統一することです。そのためには所有者や地域住民など、ス

テークホルダーとの関係をデザインすることからはじめなければならない」。

日本興亜馬車道ビル、旧第一銀行横浜支店、旧富士銀行横浜支店、旧東京三菱銀行中央支店など閑内地区22軒の外観意匠はこうした意図の下で保存された。

夜間、ライトアップされて浮かび上がる閑内の歴史的建造物は、市民や観光客に暖かみのある懐かしさを思い起こさせる。

それが横浜のアイデンティティとなり、人を惹き付けることを国吉氏は計算していたのだ。▼

街はダイナミックに変化していく間にか変化して表情を変えていく。ふと気が付くと風景はいつの間にか変化している。2003年時点において、横浜都心部に残された歴史的建造物は、全体で46棟。1991年からの12年間に、18棟の建築物が失われた。これは建物総数の28%に達する。

そんな中で横浜市はインフラ整備だけでなく、都市の空間的魅力をいかに演出するか、そして歴史的建造物をいかに残すかにこだわってきた。その中心人物が横浜市都市計画局長国吉直行氏(59)だ。早稲田大学の建築学科の大学院を修士で卒業してから「ちょっとのつもりでお役所に勤めて」33年。一貫して横浜市の都市デザイン計画にかかわってきた。

横浜市の基本的な考え方方は、MM21に代表されるモダンな空間の魅力と、歴史の中で育ってきた歴史的空间の魅力の共存です」。

「ごちやごちやした街にもそれなりの魅力がある。そういうものも共存できるような空間づくりを目指してきた」と国吉氏は語る。

特に、都市間競争の中で東京の衛星都市に陥らないよう、いかに魅力的な街にするかは「大きな課題だった」という。

横浜の都市デザインに対する取り組みは早かつた。1971年(昭和46)に市役所内に担当者が配置され、1982年(昭和57)には都市デザイン室ができた。しかし、開発を先行する市には保



国吉直行氏

横浜市都市計画局長・上席調査役
エグゼクティブアーバンデザイナー

横浜市が全国に先駆けて「都市デザイン担当」を設けたのは1971年(昭和46)。以来33年間、一貫して都市デザイン一筋。横浜にこの人ありと言われる存在だ。

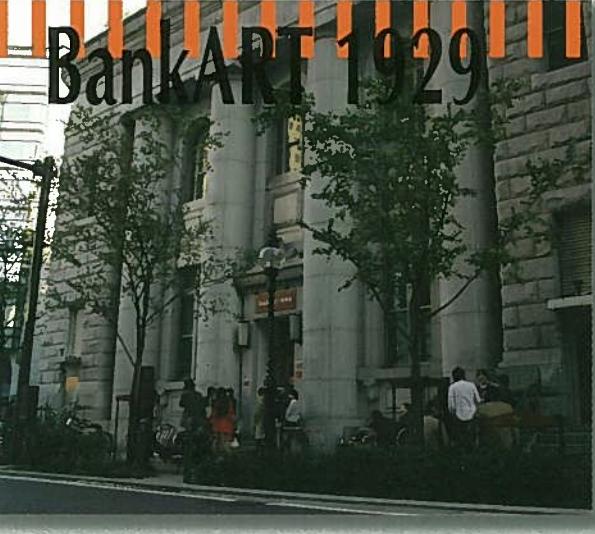
超高層ビルの立ち並ぶみなどみらいは白を基調に、昔からのビジネス街の閑内は茶系を基調に低層の歴史建造物を保存する。間に位置する新港地区には大きな穴を開けたナビオス横浜(横浜国際船員センター)を配置することで未来と過去のハイブリッドを演出した。

そんな発想の背景には横浜市なりでの事情が横たわる。

横浜市の無形財産は150年になろうとするその歴史だ。開港をきっかけに積み上げてきたさまざま文化や伝統がある。横浜の心臓部である、馬車道、閑内、元町・中華街には歴史的建造物や、○○発祥の地と

いう記念碑がたくさんある。市民はそうしたものに思いを寄せてこだわってきた。行政がこれを無視することはできない。新しいものと古いものを共生させながら街を活性化していく

BankART 1929



東京芸術大学では
2005年4月に
新しい大学院として
映像研究科を横浜
市に開設する。キャ
ンパスは旧富士銀
行横浜支店および新
港客船ターミナル(予
定)。

映像技術等を就き日々の私芸云側である映画は、21世紀の基幹産業と期待されるコンテンツ。同大学院は、国際的に流通しうる物語を基礎とした映像作品を創造するクリエーター、および高度な専門知識と芸術性を併せもつ映画制作技術者を育成することを目的としている。

2005年4月開校の映画専攻は、北野武教授以下8名で入学定員は32名。2006年4月にメディア映像専攻開設、2007年4月にアニメーション専攻開設の予定だ。

北野武教授が馬車道にやつて来る

かでも象徴的だったのは、「椅子プロジェクト」。近隣の商店やラジオで呼びかけて、使われなくなつた椅子、こわれた椅子を約350脚集めてホールの椅子としてリニューアルさせたこと。住民の参加、協働、再生というBankARTの理念を感じさせるイベントだった。

2004年12月、とりあえず旧富士銀行のBankARTは閉鎖した。そして1月、新たにスタジオ機能を中心とした日本郵船の倉庫に活動拠点を移しBankART Studio NYKとして再スタートした。稽古場や発表

空間に困っているアーティスト、パフォーマーたちに場所を提供しよう」という狙いに変わりはない。「新しい出会いから新しい発想が生まれることを期待している」という。NPOの魅力は「柔軟な発想、行動力、そして形にする力」。そんな民間の力を集積して「作品発表や制作の場としてだけでなく、市民が気軽に集える場所にし、そこからアイデアを発信していく」と。私たちの役割は出会いの接着材です」と岡崎館長は目を輝かせた。



◀ 濱梨麦酒(ビール)のラベルデザインも手がけた。なんでもありのアートパワーが魅力的だ。

理よりいふと、何かを生み出すことに重点が置かれた斬新な試みだ。

BankART(バンカーム)は、BankART(銀行)とArt(美術)を組み合わせた造語。会場として使用される旧第一銀行横浜支店と旧富士銀行横浜支店はともに1929年(昭和4)に建てられており、銀行の建物を芸術

は文化芸術創造都市を目指す。アーティストに取り組む人が結集する場所にしてほしい」。
要約して言えば、横浜市は都心部をアーティストやクリエイターたちが住みたくなるような街にしようとしているのだ。

はない」と、BankART 1929の畠崎松恵館長は語る。

私たちの役割は 出会いの接着剤です

Text & Photo by Wada Masaki

いくら器を整備したところで、人が集まるわけではない。そこに盛り込む内容が魅力的なものでなければなかなか人は定着しない。また、行政が上から指導していくようではこうしたプロジェクトもなかなか活性化しない。

そこで考へ出されたのが、2004年3月にスタートしたBank ARTT 1929の活動

文化に利用するという意味が込められている。オープニングの記念シンポジウムでの中田宏市長のスピーチがこのプロジェクトへの期待を端的に物語っている。

ティスト5000人(約2000人増)、創造的産業クラスターの形成人増)、地域資源の活用100個所(15個所増)、市民による文化芸術と社会のコーディネイト350万人(約50万人増)となっている。



岡崎松恵氏

BankART1929 館長

横浜駅西口の公設民営小劇場「STスポット」を17年間に渡って運営してきた実績を持つ岡崎館長は、制作条件が多いほど「新しい工夫が生まれる」という。「それがいい、これがいいというのを多くの人たちの力で結集してやってきたからだ。

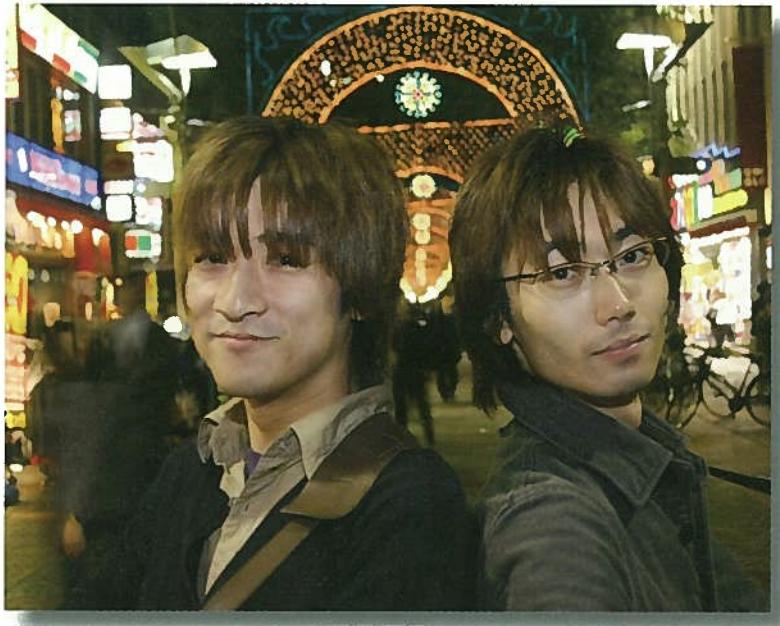
Yokohama Renaissance No.5 7

Yokohama Renaissance No. 5 6

これは僕たちの 「横濱物語」です

Text by Ozaki Hidetoshi/ Photo by Wada Masaki

『ゆず』が無
パフォ
たイセザキモ
もなれば数
カ所でライ
ブの競演と
なる。音楽
のジャンル
はさまざま
だが、そ
の中で回を重
ねるたびに
観客の輪が大
きくなつてき
ていている
男性フォー
クデュオが
N・U・(工
ヌ・ユード)。
田瀬庭一郎さ
(29)と宇ん幸
田晋也さん
(30)は共に
大阪出身だ
が、同じ会
社に勤務し
て寮の部屋
が隣りにな
るまで接点
はなかつた。
ターカーを聴いて、お
りが始まる。



N.U. (左：庭瀬幸一郎 右：宇田晋也)

シンプルで心地よいメロディーが特徴。横浜のストリートライブ・ミュージシャンの中ではトップクラスの人気を誇る。FMヨコハマでレギュラー番組「N.U.のHANASHI GUY!」(毎週月曜日 25:30 ~ 26:00)を担当。

で、いつたんですね。が歌うのは「みなとみらい」り「大桟橋」にかけた今最も人気のあるスポット。しかしながら、CD化の予定はないが舞台にしたドラマが歌われている当地ソングではなく、それをテーマにしたペーパース溢れる歌もある。

5月から毎月シングルを出してきたが10月に4曲入りのマキシシングルが横濱物語・壹で二人のまま『』として売り出されて好評だ。評だ。今全国のコード店のヒットチャートはどの街

うなランキングだ。街それぞれの個性がない。
「自分達の歌が横浜の独自のチャートの先駆けになれば嬉しい」と目を輝かせるN・U・のストリーチラップ活動も、ひょっとすると横浜市が仕掛ける文化連鎖反応のひとつ現れるのかもしれない。

不動坂から見た三ノ谷
(横浜市開港資料館蔵)



藤氏は言う。
「実は、建築の得意な芸術家は重量計算もしています。これはいくらなんでももない。だからここは補強しようとか。さりげなくそういうことをしながら、皆さんに自由にいろんな発想でやつてもらおうとする。壁もきれいに塗った方がいいと思ふ人もいれば、少し手の跡が付いている方が面白いと思う人もいる。そ

アーティストというのは人々の創造性を引き出すコア・ディレクターなのです」

る場づくりのようだ。
発想を大切にすること。それを具体的な形に持ち込むプロセスを大切にする気風をつくること。
それらは21世紀に独創性を重視しようとする産業界の要請にも通じるものがある。クリエイティブシティ構想の経済的効果はまさにここにあるのかもしれない。▼

都市デザイン室の活動や、BankART 1929 の活動は市民の間に新しい食物連鎖ならぬ文化連鎖反応をもたらしている。器を整えるのなら、自然環境にだって関心を払わなければ街に魅力を付けることはできないはずだという主張だ。

島町と、八景島の「海の公園」に人工海浜があるのみだ。これは東京と比べると約 8 分の 1 という延長距離だ。「これでは、横浜の自然、歴史を正しく次世代に伝えることはできない」と立ち上がったのが「ハマには浜を！」の活動だ。

2004 年 11 月 13 日に開催され

たとえば、作家の山崎洋子さんや企画会社「ハッスル」の小嶋寛さんなどが参加するNPO法人「ハマには浜を！」の活動だ。

同団体の活動は、横浜ケンタウロスの飯田繁男さんの「横浜というのに浜がない」という素朴な疑問の投げかけからはじまつた。

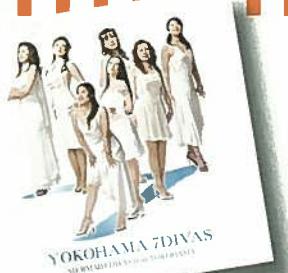
実は、大正の後期から昭和30年代後半にかけて根岸湾はアサクサノリの一大生産地だった。

海苔は浅い干潟のような海で育つ。干潟は微生物の宝庫で、それが海水を浄化し環境を維持する大切な役割を果たしていた。

50歳代前の人には信じられない話だが、今から50年前1950年代末まではまだ本牧、三溪園、磯子から金沢八景に至るまで、海辺には長い浜が連なっていた。そして夏には海水浴や潮干狩りでぎわっていた。

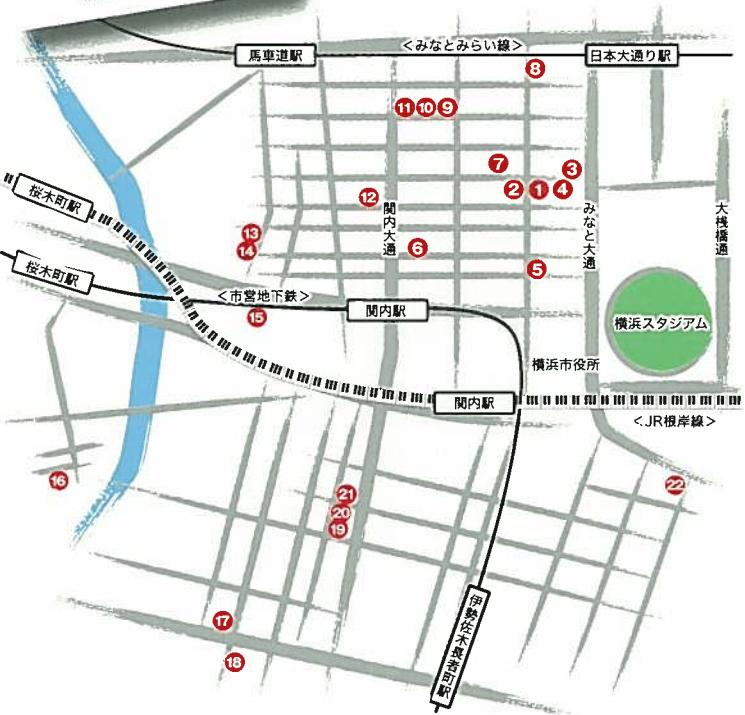
しかし、経済発展を優先するなかで潟の持つ価値は理解されないまま、埋め立てられていった。そしていつしか浜は消え失せ、いまでは金沢区野





7DIVAS

『MERMAID DIVAS from YOKOHAMA - YOKOHAMA 7DIVAS』
定価：2,000円
発売元：キングレコード(株)
<http://www.sevendivas.com/>
全国CDショップで発売中



横浜「関内ライブ音楽マップ」

電話番号の市外局番はすべて045です。

- ①バー・バー・バー☎ 662-0493
- ②ハートアンドソウル☎ 681-8639
- ③リックス・カフェ☎ 663-1672
- ④ネストリリィ☎ 641-2204
- ⑤クリエイション☎ 663-7517
- ⑥ネイビーズ☎ 664-6649
- ⑦チエリオ☎ 651-9013
- ⑧ハーバー・ガイズ☎ 212-1186
- ⑨ジャズクラブ・ザ・ムーン☎ 661-0066
- ⑩プリンセス☎ 681-3881
- ⑪パブリック☎ 650-5123

- ⑫ジャズメン俱楽部☎ 662-6699
- ⑬パラダイスカフェ☎ 228-1668
- ⑭パブリックハウススピーカロウ☎ 641-4468
- ⑮トライベッカ☎ 633-5199
- ⑯ジャズスポット・ドルフィー☎ 261-4542
- ⑰フライデー☎ 252-8033
- ⑱ラフ＆スティング☎ 251-5824
- ⑲よいどれ伯爵☎ 261-0272
- ⑳ふらんす小僧☎ 251-2566
- ㉑ヨコハマ・セブン☎ 261-5252
- ㉒ストーミー・マンデー☎ 664-2085

また、まだ歌を始めたばかりの娘もいた。しかし、今回は上を目指して横浜で頑張ってる娘を選ぼうと思つた。荒削りでも、3年かけねば育つ。何か輝くものを感じる人を選んだ。それ以上に「横浜の曲を横浜から全国へをやつてみたかった」。そして夢はかなうと訴えたかった。

ライブのお店からも街の活性化につながると歌手の发掘と育成に全面協力を得た。横浜に因んだ名曲をそれぞれの個性に合つたアレンジも色んなミュージシャンが協力してくれた。できあがつたジャケットには横浜のライブを聴けるお店の紹介「関内音楽マップ」も載つている。

CDの発売以来毎週末に元町商店街で路上ライブをメンバ交代で行つたり、地元商店街とのタイアップも精力的に行つた。横浜には多くの観光客が来る。がそのほとんどは日帰りしてしまう。ライブが夜の横浜の観光資源になつてくれる期待は大きい。

駅を降りたらそこに音楽がある街にしたいのです

Text by Ozaki Hidetoshi / Photo by Wada Masaki

1 995年頃から盛んに創られたようになってきた女性歌手のコンピレーションアルバムだが、その多くは録音済み音源の再編集かライブ版。白紙からの企画実現には相当の熱意が必要だ。横浜の名曲をアレンジし直して、ご当地横浜のライブスポットで活躍する構想から5年のミュージックシティ横浜の活性化プロジェクトだ。この仕掛け人・藤野康治氏(41)は大阪生まれ大阪育ち。大阪の第一線のライブで活躍していたミュージシャンだったが、遺骨収集団の手伝いで行ったフィリピンに魅せられ5年で住んでしまつてからかなりユニークな経歴が始まる。フィリピンで偶然出会った「東京プロレス」から声がかかり、日本に



藤野康治氏

(有)ふじやま CEO
音楽プロデューサー

「駅を降りたらそこに音楽がある街・ヨコハマ」を演出したいという藤野氏の次の夢は、「神奈川女子応援隊」。横浜には音楽も似合うが、チアリーダーも似合うという。

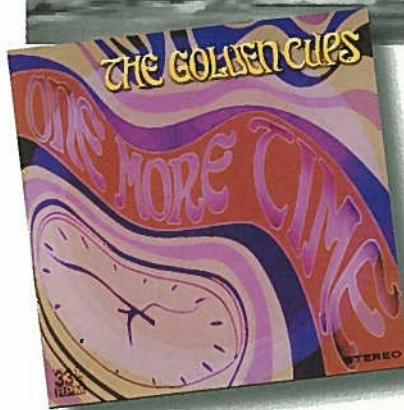
とお客様が同化していること。現在在横浜は130軒を越えるお店でライブが聴けるという全国でもめずらしい環境だそうだ。でも東京の方が絶対数が多いはず

。「東京のライブスポットではお客様は上手いか下手かを求めるけど、

「出稼ぎみたいに一時帰国してはプロレスの音楽や照明の演出を始めないと腰を据えることになる。一番の魅力はライブスポットが沢山あって、どの店もミュージシャン関内地区が音楽シーンとして一番楽しいと感じることになる。また「横浜のライブスポットには必ずオーナーがいて、企画を直に持ち込めるこ

とも魅力的な点」とだと言う。それは他の街にはない音楽的環境だそつだ。しかし「横浜の人はそれについてない」。6年前に長者町に音楽スタジオを持ちプロデュース業が本格化する。そして大好きになつた横浜でしかできない企画、音楽から始める横浜の活性化とは何かを模索し始めた。「ライブを続けるお店の心意気を伝えたかった」から。関内には東京に出て誰にも負けないくらい歌の上手いママもいた。

THE GOLDEN CUPS ONE MORE TIME



▲ようやく探し出した本牧PX前の映像。映画『ザ・ゴールデンカップス ワンモアタイム』のロードショーは2005年1月22日(土)よりMOVIX本牧にて。映画は当時の時代映像を織りまぜながら彼らの影響を受けた44人へのインタビューと、2003年5月、横浜・クラブマトリックスで再結成ライブを行った時の記録の2部構成。

◀ CD『The Golden Cups One More Time』東芝 EMI ¥3,000

音楽ドキュメンタリー映画「ザ・ゴールデン・カップス ワンモアタイム」の製作者・樹井省志氏(47)がこだわったのは伝説のヒーローが輝いた時代の雰囲気を伝

えることだった。ザ・ゴールデン・カップスは、「長い髪の少女」のヒットでグルーパーウンズと呼ばれることがあるが、実は本牧で生まれた日本初の本格的なR&Bバンド。1966年(昭和41)に結成し、1972年(昭和47)に解散するまでの7年間、彼らの音楽はCHAR、矢野顕子、忌野清志郎など、数多くのミュージシャンに影響を与えた。ザ・ゴールデン・カップスの結成当時、日本はビートルズで沸いていた。だが、本牧のクラブ『ゴールデンカップ』を舞台に活躍する彼らはR&Bで独自の音を創っていた。客は本牧に駐留する米兵が相手だったからだ。映画には本牧通りに市電が走り、その向こうに鉄条網で囲われていた米軍基地が見える時代の映像が出てくる。思わず懐かしさがこみ上げてくる記録映像だ。

しかし、その映像記録を見つけ出すのが大変だった。60年代のテレビ局はビデオを使い回しており、収録した番組は次々とダビングされ、保存されていなかったのである。『ヤング720』とか『ヒットパレード』とか、僕が記憶している番組映像は何も見つからなかつた。八方奔走してようやく見つけたのがTV東京に残されていた『R&B天国』という番組。このなかに当時のカップスの

映画には時代の真実を記録する役割もあるのです

Text by Wada Masaki / Photo by Hirachi Isao



映像がかろうじて残されていた。

「ライブラリーの検索ではカップスは存在しなかつた。でも何か使えるものはないかと見ていく中で偶然見つけた。おかげで映画の説得力が増した」

音楽映像のみならず、クラブ『ゴーラーデン・カップ』や本牧の街の日常風景を記録した映像探しにも苦労した。いくら大勢の人をインタビューして輪郭がおぼろげにわかつたつもになつても絵がないと説得力を欠く。映画づくりにとっては大問題だつた。幸いなことに、当時『アサヒグラフ』にザ・ゴールデン・カップスのドキュメンタリーを発表していた写真家の倉持承考さんを探し出しができた。また、本牧の風景映像は神奈川ニュース社のライブリポートの中からやつと見つけ出すことができた。

そんな体験を踏まえて樹井さんは言う。「映像というのは、それを撮っているときはあまり意味や意義を感じられない。しかし時間が経つとどんなものでも記録しておくとそれが出てくる。映画には作品としての評価とは別に、事実の資料としての価値もある」。文化芸術には創造するだけではなく、人々が暮らした時代の真実を記録するという役割もあることを忘れてはならない。

樹井省志氏

(株)アルタミラ・ピクチャーズ代表取締役
プロデューサー

上智大学文学部卒業。大映㈱に勤務後独立。代表作は「シコふんじゃった」「Shall we ダンス?」「卓球温泉」「ウォーターボーイズ」「スウィングガールズ」「タカダワタル的」など。中学生時代を横浜で過ごした樹井氏の次回テーマは遠藤賢司。どうやら同氏は新しい音楽ドキュメンタリージャンルを開発したようだ。写真中央の白髪の男性が樹井氏。左隣がエディ・藩氏。2004年12月18日、本牧『ゴーラーデン・カップ』で行われたエディ氏とブルース・バンド「鬼ころし」とのライブの前に撮影。このライブの仕掛け人も樹井氏。映画制作にとどまらないところが新しい。



Blue Dalは、横浜生まれのダルメシアン犬。お父さんの、お父さんの、そのお父さんのその又お父さんの祖先は、150年前に蒸気船でこの横浜にやってきました。その自立つ風貌を生かして、馬車の先導犬として活躍。斑点模様の美しい姿は、開港横浜の新しい気分の象徴として、横浜絵と呼ばれる版画にも登場する人気者でした。その子孫のブルーダルは、ヨコハマ・カラーの青い色が大好きで、横浜の街で楽しく暮らしています。みなさんが横浜へ来たら、きっと街のどこかで出会うでしょう。

「これまでの10年はWhatを見つけ出す作業。これから10年は新しいものを創りだしたい」とシフトを組み直した中川氏は、元町商店街のみなどみらい線開通記念イベントに、クラインの度肝を抜く新しいキャラクターを提案した。「市民の意識。たとえば市のシンボルカラーを質問すれば78%の答えるがブルー。では、横浜のイメージを代表する犬は? って考えていた時に、ペリー上陸の横浜絵に描かれている2匹の犬を見つけた。その種類はダルメシアンに見えたんですよ。で、斑点の青いダルメシアン犬が誕生しました」。この犬はやがてアニメ化され、「ブルーダル」(Blue Dal)として横浜グッズに登場した。4コマの物語が描かれた絵本には観光横浜の要素

は何も入つてない。しかし、ページをめくつていくとこの絵本にはなぜか横浜の空気が流れているから不思議な気がする。中川氏はそれまで横浜とは関わりのなかった“外來者”だ。だからこそ横浜の良さも悪さもよく見えてしまう。「横浜ではデザインが未開発だった。東京に近づいて輝きを失っていたのではないか。地方都市の方だけ入れる風土があると言われているが、「東京でのパーティ」は横浜は港町で外來者を暖かく受け入れる風土があると言わなければいけません。地元の業者は、(革新的なチャレンジよりも)公的補助金をもらっているのに長けていた様に見える。デザイナーを中心だが、横浜のパーティーでは議員を中心に人が集まってしまう。地元の業者は、(革新的なチャレンジよりも)公的補助金をもらっていることが受け入れられはじめたと思っています」。たとえば元町の老舗が異業種への参入を試み始めているし、都市デザインフォーラムを機にクラブが自然発生し、「横浜街づくりクラブ」に発展してきた。それが確かに手応えだ。

おみやげは“感動を持ち帰るモノ”なのです

Text by Ozaki Hidetoshi.
Photo by Wada Masaki

「おみやげは“感動を持ち帰るモノ”なのです」とつよいもので持つて帰るコミュニケーショングッズ」と語るグラフィックデザイナー、中川憲造氏(57)に聞いた。

都を越える人気を集める横浜。歴史と伝統の遺産によって「西洋モダン・ハイカラ文化」が他の都市と際だつたブランドイメージをつくりあげる横浜。訪れた観光客に横浜土産として何を持ち帰つてもらおうか



中川憲造氏

(株)NDC グラフィックス 横浜スタジオ
デザイン・ディレクター

「気持ちのいい生活デザイン」を企画・制作。チョコレートから環境までをデザイン。また、ユニット名「インフォグラム」で、国土交通省制定「公共ビクトグラム」、横浜市中心街「案内地図」など、インフォメーションデザインにも積極的に取り組んでいる。



始めた頃。「150年前に、新旧、東西、和洋のデザインされた街だった横浜は、ハイブリッドに新しいものが生まれていたんです。今も大きな客船が入ると大勢の市民が物見遊山で集まつてくる。丁度黒船が来たときのみんなが集まつたように。そこでは知ら

川氏はこの10年で1000を越えるアイテムを開発してきた。最大のヒット商品「コレート「赤い靴」は小さなくずくパウダーをまぶし、錦絵風のパッケージを施した「横浜シルクド」は発売3年で160万個売れた。アーモンドにシルクパウダーをまぶし、錦絵風のパッケージを施した「横浜シルクド」は発売3年で17万個売れていた「横浜貯古齋糖」(チヨコレート)や「横濱煉瓦」(チヨコレート)も好評上位はや

濱のコクテール

横浜発祥の食文化はカレー、スキヤキ、ビールなどたくさんある。そのなかで最近はハマの街おこしのムーブメントの一つとして“カクテル”が注目を浴びている。横浜に由来のあるカクテルの紹介をハマの歴史に詳しい浜っ子バーテンダー、馬車道の舶来酒場『らんぶ』の金子昌司氏(40)に聞いてみた。



舶来酒場『らんぶ』

〒2310013 横浜市
中区住吉町5-61 住
五ビル1F
電話 045-641-8901
営業時間：月～土
PM6時～AM2時(土
曜日は PM12時まで)



濱のカクテルの歴史は1860年(文政1)に建てられた我が国初の西洋式ホテルから始まつたんでしょうね。現在はレストラン“かをり”のある場所(中区山下町70番地)に建てられたそのホテルには、ビリヤード台やバーが併設されていたと文献に有り、そこで初めてカクテルが供されたのでしょうか。

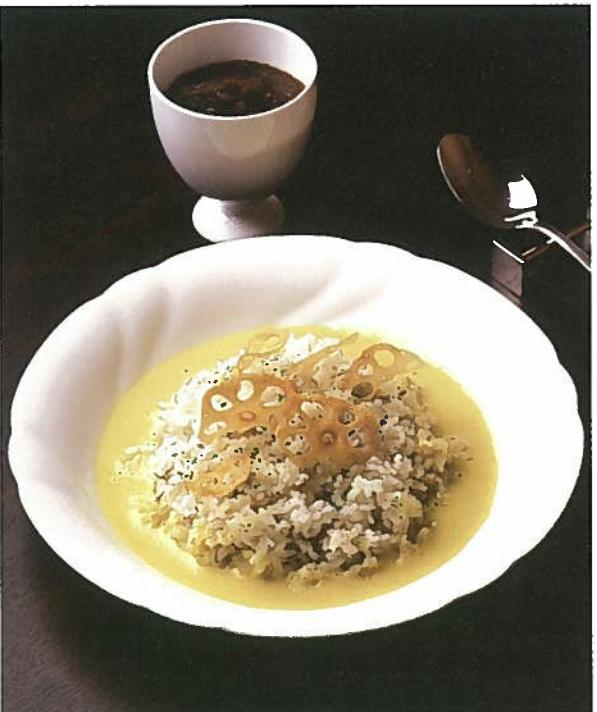
その後、何軒かのホテルが建てられていますが、特筆すべきは1873年(明治6)に中区山下町の現在の「人形の家」辺りに建てられた“グランドホテル”的開店です。1923年(大正12)の関東大震災で倒壊するまで、港横浜の発展と栄華を象徴する場所だったと思いま

す。このホテルのバーから『ミリオンダラー』と『ミリオンダラー』という2つの世界に通用する名カクテルが生まれているのです。これは紛れもなく当時の横浜に洋式文化(洋酒文化)が深く浸透し、日常的にカクテルが楽しめていたことを裏付けるものでしょう。横浜が日本のカクテル発祥の街なのです。

ちなみに現在の「ホテルニューグランド」は震災復興のシンボルとして1927年(昭和2)に市や地元財界人の寄付で建てられたもので、かつての「グランドホテル」の素晴らしさにあやかって名付けられました。当時のハマっ子の気持ちが込められた立派なクラシックホテルです。

その後に生まれた『チェリーブロッサム』や『YOKOHAMA』も横浜にちなんだ世界的なカクテルです。横浜市歌(1909年;明治42年制定)に歌われるよう、外国商船や客船が頻繁に往来した当時の港横浜は、毎晩舞踏会やカクテルパーティーが催され、その賑わいは相当のものだったのでしょう。当時の横浜に想いを巡らせて「濱のコクテール」をお楽しみ下さい。

(談)V



カレーは西洋料理発祥の地。横浜で生まれたが、その由来には複数の説がある。山手に住み着いた外国人が現在の根岸森林公園あたりに牧場や野菜畑をつくり、煮込んだ料

の資料も残っているがはつきりとしたレシピは残っていない。しかしカレーライスが横浜発祥の料理であることに

氏(56)も「このレシピはすべて

ソースは別にするこの3原則が決められ、スペイン専門家など5名のプロジェクトメンバーの協力のもとできあがつた。霧笛楼の浜っ子社長鈴木信晴

昔の資料から当時の食卓の様子を見つけ、スープがあること、ライスは野菜と一緒に炊き込むこと、カレー

▼

の受け入れに協力する元町商店街だが、霧笛楼では子供たちに地元の食材を知つてもらう講座を担当している。

「フォアグラやお肉だけではなく、地元で取れた大根や秋刀魚にも興味を持つてもらわなければ嬉しい」と語る今平シェフ。その

霧笛樓本店横のNext Doorでもランチ時20食限定で「ビーフカレー」(1250円)がいただける。手間がかかるので大量にはつくれないのだと。横濱カレーミュージアムの「ロイヤルポークカレー」「キノコとチキンの赤ワインカレー」(各950円)とちょっと差別化している。

元町商店街は異人文化を勉強しました。料理人にとって街の歴史や食文化の歩みを学ぶことはとても大事なこと」と語るのは今回の料理人に選ばれた元町「霧笛楼」の今平茂総料理長(48)。

横浜で生まれ日本橋「東洋」で修行した今や横浜を代表するシェフの一人。師匠の故矢島政次(まさじ)氏に最初に仕込まれたのがカレーだったこともあり、今回のプロジェクトには熱い思いが込められている。

▼

オーブンにして、カレーが街の料理として拡がっていくことを目指します。それが西洋料理発祥の地としての横浜の街おこしにつながる」と期待している。

元町商店街は異人文化を育ちにくイジングルスがあったそうだ。

しかし、「最近の元町中通りは“職食通り”になりつつありますよ。みなとみらい線の開通で数ヶ月間は6割以上の売上アップを記録したが最近は少し下降気味。せっかく増えたご婦人層を逃さないためにもこの運動が一つのきっかけになれば」と経営者らしい一面をのぞかせる。

地元の元町小学校の課外授業の受け入れに協力する元町商店街だが、霧笛楼では子供たちに地元の食材を知つてもらう講座を担当している。

「フォアグラやお肉だけではなく、地元で取れた大根や秋刀魚にも興味を持つてもらわなければ嬉しい」と語る今平シェフ。その

ふたりの息はぴったりだ。

▼

横浜の集客力を高める観光振興事業「横浜観光プロジェクト2004」によって、創作カレー「横浜フランスカレー」が誕生した。

理にカレースパイスを入れて食していたという説。当時通訳やコックとして外国人住宅に雇われていた中国人によつてアレンジされたという説。最初は中華の高級食材である蛙を使つたと

があり自分たちの街を大事にし料理を作つていて。それを肌で感じて、横浜にも街の料理をつくりたかった。今回の中組みで横浜の歴史をすいぶん勉強しました。料理人にとって街の歴史や食文化の歩みを学ぶことはとても大事なこと」と語るのは今回の料理人に選ばれた元町「霧笛楼」の今平茂総料理長(48)。

横浜で生まれ日本橋「東洋」で修行した今や横浜を代表するシェフの一人。師匠の故矢島政次(まさじ)氏に最初に仕込まれたのがカレーだったこともあり、今回のプロジェクトには熱い思いが込められている。

ソースは別にするこの3原則が決められ、スペイン専門家など5名のプロジェクトメンバーの協力のもとできあがつた。霧笛楼の浜っ子社長鈴木信晴

Text by: Ozaki Hidetoshi / Photo by Hirachi Isao

横浜フランスカレーで 街おこし



鈴木信晴氏

(株)鈴音・霧笛楼代表取締役社長

今平 茂氏

霧笛楼総料理長

霧笛楼 1981年(昭和56)元町に仏蘭西料亭として開店。開港当時の元町周辺を舞台にした大仏次郎の小説「霧笛」に由来する。異人文化とその生活を支える職人工房の町だった元町。そんな横浜のノスタルジーをテーマに「横濱フレンチ」を追っている。

横浜市中区元町2-96

Tel 045-681-2926

<http://www.mumeiro.com/>

謎解き 『ペリー饗応の膳』

『吉田町 滨新』

横浜市中区吉田町3-1

電話 045-251-0039

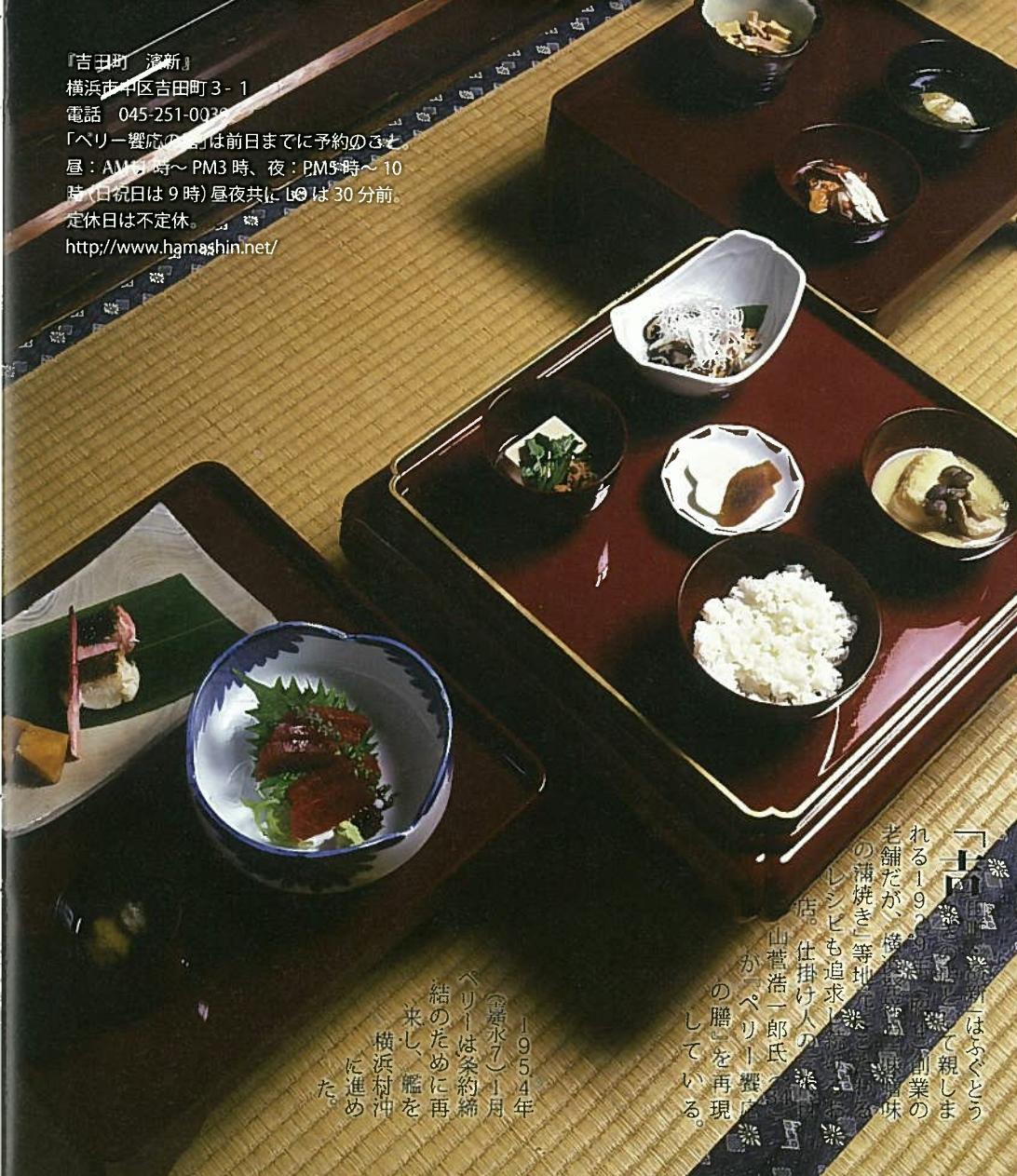
『ペリー饗応の膳』は前日までに予約のひき

昼：AM 11時～PM3時、夜：PM5時～10時

（日祝日は9時）昼夜共にレギュラーハーフは30分前。

定休日は不定休。

<http://www.hamashin.net/>



日本側の饗応は2回行われた

が、初回の2月10日（新暦3月31日）の資料には一人3両の

食事とある。来賓はペリーはじめ船将19名以下相当な人数である。仕出した百川茂右衛門には2000両が支払われている。

「当時寒村だった横浜には料理屋などなかつたので、今の開港記念館に横須賀から小屋を移築して宴席を開いています。ペリーの日記には艦上で日本側を接待した宴席のことがレシピも含めて克明に書かれていますが、日本側から

でも資料には素材しか書かれてなく、当時の食に関する資料を片つ端から当たつてもわからぬ部分が多く、その調理方法を推測していきました。

当時でも長崎のオランダ人や中国人からアメリカ人がどんなものを食べているかの情報を日本側は知っていたのですが、実際に出されたのは純和食のメ



山菅浩一郎氏

（株）浜新代表取締役社長

『濱新』では数年前のカレーコンテストでグランプリを受賞した「らしゃめんカレー」が人気を博している。「外国人のお世話をしたメイドさんが、主人の夜食に供したカレーがあるとすれば……」と想像してレシピを組み立てた。三代目がこれからどんな横浜料理を作ってくれるのか、大いに楽しみだ。

とくに合った料理は何なのだろうか？

現在『濱新』で味わえるのはすべてのコースの半分程度を再現したもの。平目の活つくりやお土産用の鰯姿焼きなどは省略されている。

ところで、ペリーたちの方をお招きし食してもらいましたが、やはり食べられないモノも多かつたですね。鴨肉と京麩の炊き合せなどは好評でしたよ。

説明するのは難しいし、なまこやムツの子など和の珍味は敬遠される。実際ペリーの日記には、「不味かつた。我々の饗応の方が素晴らしい」と書いてあるそ

うだ。異文化に初めて触れたペリーの心情を想いながら、山菅氏がチャレンジするきっかけとなつた「横浜のお料理の始まり」を頂くのは愉快ではある。

ない。山菅氏は、江戸の商人が祝儀の際に用いていた本膳料理のスタイルに照らし合わせながら、わからない部分は食材の組み合わせから推測して料理の再現を試みた。

「料理の品数は実に25品目と多く、本膳は吸い物が一つの区切りなのでかなり長時間の宴席だったでしょうね。」

「お刺身には土佐醤油と煎酒（お酒と梅干しを一緒に割った醤油）の2種類と辛子味噌が添えられています。好みがわからなかつたのでしょうか？」

「あんかけひらめ」の駿掛は餡かけではなく平目の切り込み方の名前。鯛の二色蒸しは鯛

現代でも欧米人に和食を説明するのは難しいし、なまこやムツの子など和の珍味は敬遠される。実際ペリーの日記には、「不味かつた。我々の饗応の方が素晴らしい」と書いてあるそ

うだ。異文化に初めて触れたペリーの心情を想いながら、山菅氏がチャレンジするきっかけとなつた「横浜のお料理の始まり」を頂くのは愉快ではある。

伝統を受け継ぐ 横浜家具職人



鈴木哲朗氏

「蓮華草」ではオーダーメイドにも力を入れていく。かつて英國家具のカタログを見せられただけで、同じ物を作ってきた横浜家具の伝統もある。さらに、お客様のイメージだけで職人の感性に赴くままにつくるという新しい家具つくりにもチャレンジしている。その第1作として3か月かけて完成したのが音楽をモチーフとしたミラー付きキャビネット「Mon Amour」。厚い板を削り出した曲面が確かな技術を感じさせる。その斬新なデザインは「家具」という枠を超えて見る人の心に飛び込んでくる。

「蓮華草 元町工房」 中区新山下

3-3-18

電話 045-621-5803

黒柳 大氏

横浜に渡来し山手・山下地区に居住した西洋人たちはヨーロッパの家具を日本に持ち込んだ。その修理や新しい家具の製作を通じて西洋家具づくりの技術が元町に集約し「西洋家具の街」として発展することになった。周囲には木工所が多くあり、外国人客の注文に応えながら、日本家屋に合ったオリジナル家具をつくる「和魂洋才」の伝統と心意気をもつた熟練職人が集つていた。

以来最盛期には19件もの横浜家具の店が元町に軒を連ねていたが、高度成長期を迎えて、大量生産された安価な工業製品がもてはやされるようになり、元町から家具職人が消えていった。そんななかで、伝統の家具をつくり続けているのは、**蓮華草(れんげそう)**だ。

そのひとり鈴木哲朗さん(45)は大学の卒論のテーマに家具産業を選んだ際に横浜家具の魅力に感激し、職人になることを決意した。そして1年間木工所で道具の使い方を学んでから睦商會に入つた。

代表を務める内田勝人さん(38)は椅子職人は家具職人とは別の

(45)はアパレル産業のデザイナーだった。洋服は企画をして1年半後に流通する。そのサイクルに疑問を感じているとき、たまたまTVで家具職人が2、3週間でひとつのかairをつくり上げる姿を見た。これだと感じた内田さんはアパレル産業を辞めて職業訓練校に通いこの世界に飛び込んだ。

「睦商會に入つて最初の一
年は配達や塗装の手伝い、その後も機械には触れずに先輩職人や親方の下ごしらえを

何年も続ける毎日だった。それでも2人は先輩職人の仕事を見ながらその技術を盗み、頭の中で仕事の行程をイメージ

「仕事のうち約2割は修理作業。

昔の職人が作った家具を分解す

ると、見たことのない「ほぞ」や

「も

う20年になりますが、自分が選ばれましたが、自分もいつかはそうなりたいですね」と内田さん。



横浜信用金庫では、横浜のマーケティングを実践する「横浜ブロモーション部会」を組織して「横浜ジエリービーンズ俱楽部」事業を展開しています。同俱楽部は、横浜の価値を高める各種の活動を行うことを主旨的としており、横浜観光プロモーション・フォーラムによる認定事業になつています。ここでは、これまで展開された事業についてご紹介します。

新横浜パフォーマンス2004で ジエリービーンズ紹介

新横浜

ームとして選出
ンズ」が、第13
マンス2004
た。新横浜パ
04は、新横
総合競技場を

理事長がニックネームにジエリー・ビーンズなどを決めた経緯やこれからの活動などを紹介し、会場ではジエリービーンズ3万5000個を来場者にプレゼントしました。

会場として、2009年の横浜開港150年を意識した市内有数の
ビッグイベントです。

当日は、横浜国際競技場正面入り口に設けられたメインステージで、斎藤寿臣の記念セレモニーで、

発表する斎藤寿臣理事長

2004年10月12日

ズでバーボンを



60店舗で Jelly Beans Week を開催

2004年10月4日

昌美さん：ハーモニカの8cmCD
「Jelly Belly Beans」は故レーラン
大統領がホワイトハウスの執務室
に置いていたもので、アメリカの
代表的なジエリーベーンズです。
もうひとつのはベルティであるC
Dは、当金庫が80周年記念事業の
一環として募集した（根岸線・駅

の歌で上位に入った2曲を収録
した特製CDです。
キヤンペーンに関するお問合
せは左記までお願ひします。

アコースティックフォーラム N・U・とコラボレーション

オのN・U・（エヌ・ユー）と共同して、横浜のプロモーションや地域貢献活動を展開することになりました。

N・U・は横浜をテーマとしてC.Dを毎月1日にリリースしており、C.Dの取扱ショップを横浜市内の8店に限定するなど、横浜に特化した活動をしていくユニットです。テレビ朝日の番組「ストリートファイターズ」に出演する売り出し中のグループです。

同様ハ「」の活動に「」も活躍して、当金庫の横浜エリートーンズ俱楽部とともに、横浜観光プロモーションフォーラムの認定事業（事業主体テレビ朝日ミュージック・ダブルフューイヤー）として認定されています。当金庫のお客さまを対象としたコンサートを開いたり、近隣商店街のイベントなどにN・U・を紹介して演奏してもらうことで、商店街の集客力の向上など地域活性化の一助となればと考えています。

YOKOHAMAホテル バースデー
スペシャルプランに協力

横浜観光プロモーションフォーラムによる「YOKOHAMAホテルベースデースペシャルプラン」に協調

して、ノベルティを提供しています。
「YOKOHAMAホテルバース
デースペシャルプラン」は、誕生日



Yokohama Renaissance No.5 29

Yokohama Renaissance No.5 28

「横浜のニックネーム」

nickname of Yokohama

「横浜にも
愛称があれば…」

そんな一言がきっかけで公募しました。全国5,052作品から選ばれたニックネーム。

1粒もおいしいけど、
集めてみると
虹みたいにステキな街。

「ジェリーピーンズ」 とは？

ゼリーをキャンディでコーティングしたカラフルでポップな砂糖菓子。故レーガン元大統領が、いつもホワイトハウスの執務室に置いていました。

jelly beans

Yokohama

Jelly Beansやジェリービーンズちゃんを使いたい方に
ロゴマークのDataを提供します。お問い合わせは右記まで。

横濱ジェリービーンズ倶楽部事務局(総合企画部内)
TEL 045-651-1451(代)

板に描いた下絵に數十のジェ
リービーンズを貼り付けモザイク
画のような芸術作品に仕上げるの
は、サンフランシスコのアーチス
ト Peter Rocha 氏。



Ronald Reagan: Jelly Belly ArtGallery
[http://jellybelly.com/Cultures/en-US/Fun/
Bean+Art+Gallery](http://jellybelly.com/Cultures/en-US/Fun/Bean+Art+Gallery)

<http://jellybelly.com/Cultures/en-US/Fun/Bean+Art+Gallery>

和56)のレー・ガン大統領の就任式に3トン以上も作られ、祝賀会の中で食べられた。レー・ガン大統領は大統領執務室や大統領専用機にはいつもジェリー・ビーンズを用意させていた。機内でのジェリー・ビーンズが散乱しないよう、ホールダーがつくり出されたほどだ。また1983年(昭和58)のスペインヤトル・チャレンジャー号にはレー・ガン大統領から送られたジェリー・ビーンズが載せられた。

そんなレー・ガン大統領を偲び、1万個のジェリー・ビーンズで作られた彼の肖像画が2004年6月6日レー・ガン夫人に贈呈された。それは現在カリフォルニア州Cinn Valleyにある同大統領記念館に飾られて

横浜観光プロモーションフォーラム

横浜ルネサンス
特別功労者を受賞

横浜の観光振興やコンベンションの普及および誘致に貢献した団体などを表彰するものです。

（横浜のニックネーム）根岸線・駅の歌（横浜のキャッチフレーズ）を公募により決定し、広く横浜を周知したことや経済の活性化に貢献したことが評価されました。表彰式は、12月14日にロイヤルホールヨコハマで行われ、懇親会では横浜のニックネームとして選出した「ジェリー・ビーンズ」を来場者にプレゼントしました。

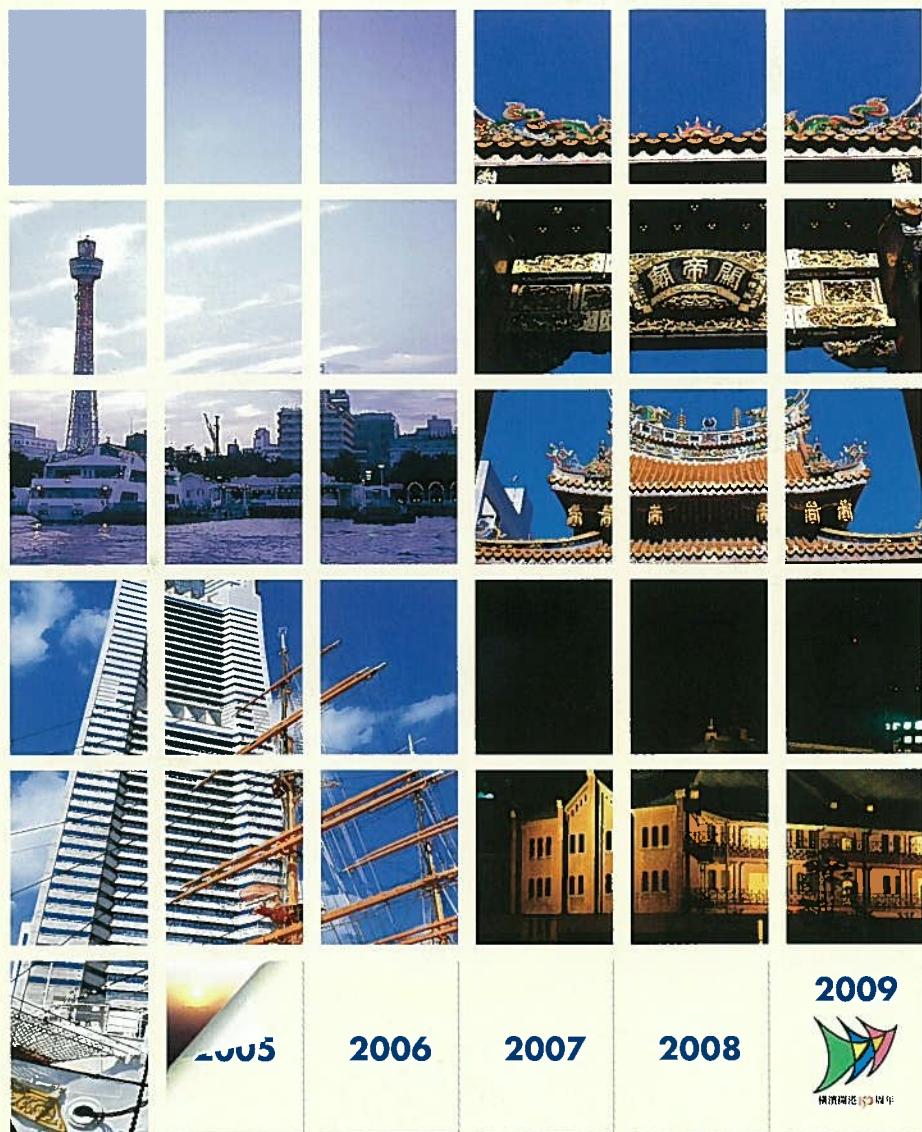
横浜ルネサンス NO.5

2005年1月31日発行

制作：横浜信用金庫総合企画部 横浜プロモーション部会
（横浜ジェリービーンズ俱楽部）
住所：〒231-8466 横浜市中区尾上町2-16-1
TEL：045-651-1451（代）
FAX：045-651-2303
<http://www.yokoshin.co.jp>
デザイン：Portside Station
表紙撮影：平地勲
横浜信用金庫 Printed in Japan
本誌記事の無断転載・複写を禁じます。
※本誌に関するお問い合わせは、
横浜信用金庫総合企画部／TEL：045-651-1451（代）まで

横浜のキャッチフレーズ

「150年前から流行ってます。」



寒村だった横浜村は、1859年の開港によって一気にブレイクし、成長・発展を続けて、人口350万人を超える大都市となりました。横浜は2009年に開港150周年を迎えます。