ヨコハマトライフ・芸術創造特別支援事業

PHOTO CABIN 2020 報告書

1 PHOTO CABINが目指すもの …… 1
2 PHOTO CABINの取組み …… 2
3 実施報告 …… 3 ~ 11
4 指標 …… 12 ~ 19
5 今後の展望 …… 20

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

1 PHOTO CABINが目指すもの

Experience

五感を刺激する写真体験をデリバリーし、想像力を豊かにしていく

Community

写真を通して人や地域との接点が増えていく

Potentiality

写真の可能性を1人1人が感じ、日常の中に取り入れる人が増えていく

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

2 PHOTO CABINの取組み

Experience **Community** **Potentiality**

カメラオブスキュラ

車そのものがカメラオブスキュラである『PHOTOCABIN』に乗り込むと、いつもの景色がまったく違って見える特別な体験を提供します。
※会場によっては、部屋をまるごとカメラオブスキュラにします。

フォトセッション

プロカメラマンによる、モデルのような体験を演出します。
また、撮られるだけでなく参加者同士がプロの機材でお互いを撮るカメラマン体験も。
相手の新しい魅力を発見し、フォトセッションが普段の生活に、繋がっていきます。

フォトエキシビション

カメラオブスキュラや、フォトセッションで撮られた写真を会場にて展示することで、
“場”への再帰性を高め、また新たな接点を生むことにも繋がります。
写真が人や地域への愛着を高め、PHOTOCABINの取組みを広げていきます。

オンライン

写真を日常に取り入れるには、イベントやワークショップをその日だけの出来事にせず、
撮る相手・見せる相手・一緒に楽しむ相手が不可欠です。
ウェブサイトやLINE公式アカウント、SNS等で“続けていく”動機を提供します。

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ ワークショップ 全体

実施会場

市内４区５会場

（2019年度：市内4区4会場）

参加者数

５６９名

（2019年度：471名）

（参加者数内訳）

・中区	/2回	82組	206名
・金沢区	/3回	74組	197名
・緑区	/1回	33組	81名
・瀬谷区	/1回	31組	85名

①横浜市 新市庁舎北プラザ	……（中区）	11月21日（土） 11月22日（日）
②三井アウトレットパーク横浜ベイサイド	……（金沢区）	11月29日（日） 12月12日（土）
③横浜市立金沢動物園	……（金沢区）	12月 6日（日）
④玄海田公園	……（緑区）	12月19日（土）
⑤オーガスタミルクファーム	……（瀬谷区）	12月20日（日）

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ ワークショップ　会場別

北仲フェス　@横浜市 新市庁舎北プラザ

参加者数　**206**名

①11月21日（土）：**37**組　**89**名
②11月22日（日）：**45**組　**117**名

実施プログラム

- ■PHOTO CABINでカメラオブスクラ体験
- ■ミニ・カメラオブスクラ制作

（北仲フェス 開催チラシ）

新市庁舎アトリウム前に
PHOTO CABINが登場

両日とも天気にめぐまれ
目の前にランドマークタワーの
絶好のロケーション

PHOTO CABINの荷台に
乗り込むと中の壁には
五感をくすぐる映像が映る

ミニ・カメラオブスクラを
つくって覗くと自分だけの
世界が広がる

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ ワークショップ　会場別

三井アウトレットパーク横浜ベイサイド

参加者数　**56**名

①11月29日（日）

ワークショップ：**4**組**8**名 ／ フォトセッション：**7**組**22**名

②12月12日（土）

ワークショップ：**5**組**13**名 ／ フォトセッション：**4**組**13**名

実施プログラム

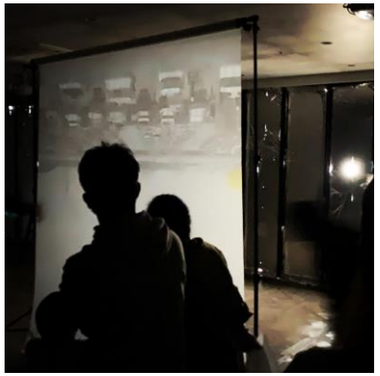
■ベイサイドラウンジを部屋まるごと巨大カメラにしてしまおう！

■フォトセッション（プロの機材で撮ったり撮られたり）

（ 開催チラシ）

ベイサイドラウンジ

参加者でラウンジの
窓を霧吹きとアルミ
ホイルでふさぎ
部屋を暗転します



穴の前にスクリーンを
かざすとマリーナの
景色が映り思わず
おぉ、と歓声が上がる

撮られるだけでなく
お母さんが子供を
プロの機材で撮影

外出が少なかった為
今年は家族の写真が
少なく選ぶ作業も
真剣になったよう

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ ワークショップ　会場別

横浜市立金沢動物園

参加者数　**141**名

12月6日（日）

ワークショップ：**31**組**89**名 ／ フォトセッション：**23**組**52**名

実施プログラム

- ■PHOTO CABINでカメラオブスクラ体験
- ■ミニ・カメラオブスクラ制作
- ■フォトセッション（プロの機材で撮ったり撮られたり）

（ 開催チラシ）

金沢動物園のアフリカ
区キリンの前に
PHOTO CABINが登場

車内の壁に映るキリン
が歩く様子やエサを
食べる様子が
映し出される

段ボール製のカメラ
オブスクラに映るキリ
ンに興味津々

家族連れが多く
ミニカメラオブスクラ
制作に多くの方が
参加いただきました

出来上がったら
早速いろいろな動物を
観察！

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ ワークショップ　会場別

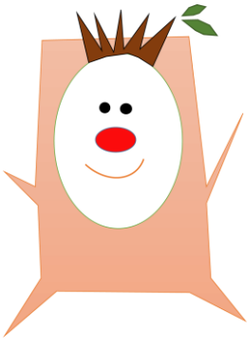
玄海田 自然学校 特別講座　@玄海田公園

参加者数　**81**名

12月19日（土）　**33**組**81**名

実施プログラム

- ■PHOTO CABINでカメラオブスクラ体験
- ■ミニ・カメラオブスクラ制作



年間を通して自然を観察し
学ぶ「自然学校」の
特別講座として
カメラを通した観察を実施

（ 開催チラシ）

近隣住民に愛される
玄海田公園に
PHOTO CABINが登場

ミニカメラオブスクラ
制作は親子で共同作業

逆さに映るのが楽しく
姉妹でお互いを見たり
自然を観察したり

普段見ている景色が
逆さに映るのが
不思議でずっと
覗いていました

北側遊具広場も
カメラオブスクラを
通すとこのように

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ ワークショップ　会場別

オーガスタミルクファーム

参加者数　**85**名

12月20日（日）　**31**組**85**名

実施プログラム

- ■PHOTO CABINでカメラオブスクラ体験
- ■ミニ・カメラオブスクラ制作
- ■フォトセッション（プロの機材で撮ったり撮られたり）

（ 開催チラシ）

オーガスタ
ミルクファームに
PHOTO CABINが登場

美大生の2人組は車の
外と中で記念撮影
SNSにアップしたい
とのこと

デコレーションに
夢中になっている様子

年賀状の写真にしたい！
とお父さん

牧場だけに
3人兄弟で牛の
コスプレをしてきた
オーガスタファン！

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ コミュニティ形成施策（オンライン）

LINE公式アカウント

お友達登録数 **78**名

（※2021年2月28日 現在）

写真を通して双方向のコミュニケーションを継続していくためのプラットフォーム

- プロフィール/事業案内
- 今月のベストフォト
- カメラオブスクラHowTo動画
- みんなの写真集
- イベントスケジュール案内

など

Instagram

フォロワー数**617**名

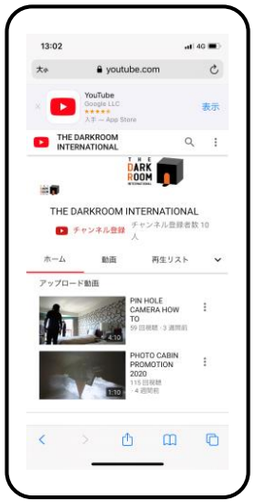
（※2021年2月28日 現在）

写真を撮って誰かに見てもらう、コメントをする、といった発信・共有を通して、写真を日常に取り入れていく為の動機につなげます。LINE公式アカウントとリンクしています。

- 撮った写真の発信・共有
- ハッシュタグやタグをつけた施策の実施

など

YouTube



チャンネル登録数**14**名

（※2021年2月28日 現在）

投稿動画数 **3**件

PHOTO CABINを中心として写真で日常を楽しむためのチャンネル

- PHOTO CABINプロモーション
- カメラオブスクラHowTo動画
- イベントダイジェスト

など

Facebook

フォロワー数**328**名

（※2021年2月28日 現在）

写真を撮って誰かに見てもらう、コメントをする、といった発信・共有を通して、写真を日常に取り入れていく為の動機につなげます。
イベントの告知や報告も実施します。

- イベント情報や撮られた写真の発信・共有
- ハッシュタグやタグをつけた施策の実施

など

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ 写真展（フォト・ヨコハマ連携）

PHOTO CABIN2020　写真展

開催会場
　　三井アウトレットパーク横浜ベイサイド
　　（Aブロック１Ｆ 自由区前）

その他、緊急事態宣言下の状況で、リアルでの開催を中止し、ワークショップ各会場の公式SNS等で、その成果を発信しました。
- ・三井アウトレットパーク横浜ベイサイド
- ・横浜市立金沢動物園
- ・玄海田公園
- ・オーガスタミルクファーム

フォト・ヨコハマ
「撮る・見る・楽しむ」をテーマに、商業写真発祥の地・横浜市全域で毎年1～3月まで、写真月間として様々な関連イベントが行われる。
今回PHOTOCABIN2020写真展は、フォト・ヨコハマのパートナーイベントとして開催。

写真展会場の様子

会場SNSでの発信
@金沢動物園

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

3 実施報告 ／ 広報実績

ウェブサイト、SNS

■ウェブサイト
- THE DARKROOM
- YokohamArtLife
- 横浜観光情報
  （横浜観光コンベンション・ビューロー）
- 三井アウトレットパーク横浜ベイサイド
- NewMarinaLife
  （三井OPから発信する地域/文化情報サイト）
- ぐるっとママ
  （横浜市の子育て支援情報ポータル）
- ヨコハマ経済新聞

■SNS
フェイスブックおよびインスタグラムなど
- ザ・ダークルーム・インターナショナル
- YokohamArtLife
- 地域ママ友コミュニティ「金沢区ママ」
- 各会場

YokohamArtLife
ウェブサイト

YCVB
ウェブサイト
横浜観光情報

金沢区ママ
Facebook

玄海田公園
Instagram

チラシ

■チラシ
【制作】会場別　**4**種　各**400**部
（※北仲フェスのみ主催者作成）
【配架先】
- THE DARKROOM
- 各会場
- 市内文化施設
-

情報誌

■タウンニュース中区・西区版	8月13日号	……	約	42,250部発行
■YokohamaSeasiderMagazine	12月号	……	約	10,000部発行
■タウンニュース金沢区版	12月3日号	……	約	71,850部発行
■タウンニュース緑区版	12月17日号	……	約	31,650部発行
■タウンニュース瀬谷区版	12月17日号	……	約	26,500部発行

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

4 指標　／　概要

設定した指標

【長期指標】　写真と向き合うことで私たちの五感が刺激され、
想像力が豊かになり、また人や地域との接点が増えていく

【短/中期指標】

・写真体験を通して、理解を深め、また表現の楽しさに触発されて、
自らも表現するようになる
・写真を消費するだけでなく生産することで人や地域との接点が増える
・写真体験が、地域への愛着を生む土壌になる

評価の対象と測定方法

【対象】
イベント参加者および会場提供者

【測定方法】
・アンケート実施（紙面/google form）
・事後インタビュー実施
（参加者/会場提供者）
・オンライン施策におけるカウント
（LINE公式アカウント、SNS）
・記録撮影からの分析/考察

測定数

アンケート回収数　**計 7 1 件**

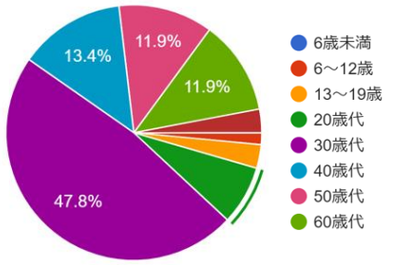
（回答率32%/1組あたり1件回答でカウント）

・北仲フェス　30件（2日間）
・三井アウトレットパーク横浜ベイサイド
11件（2日間）
・金沢動物園　11件
・玄海田公園　13件
・オーガスタミルクファーム　6件

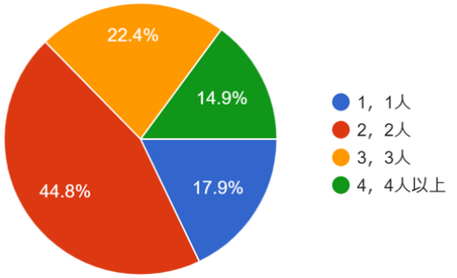
©ザ・ダークルーム・インターナショナル

4 指標　／　アンケートからの測定結果①

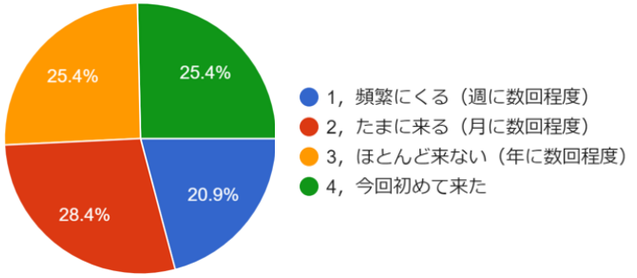
【共通指標】参加者属性



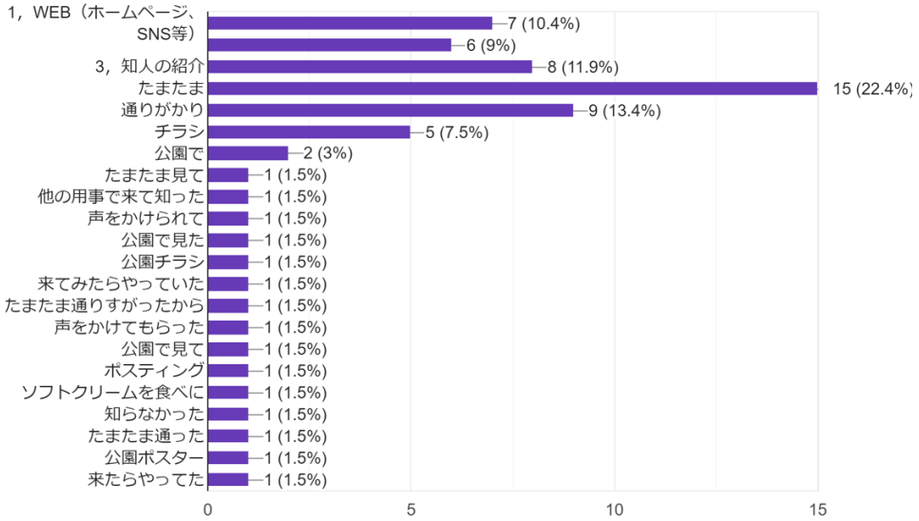
年齢



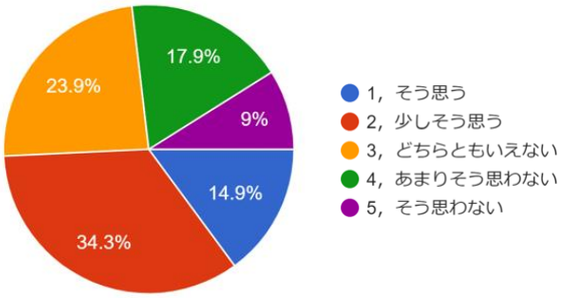
参加人数



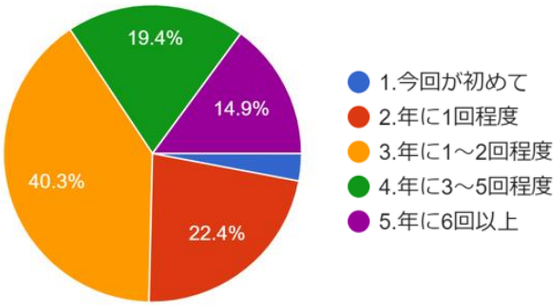
来場頻度



来場理由



機会の充実



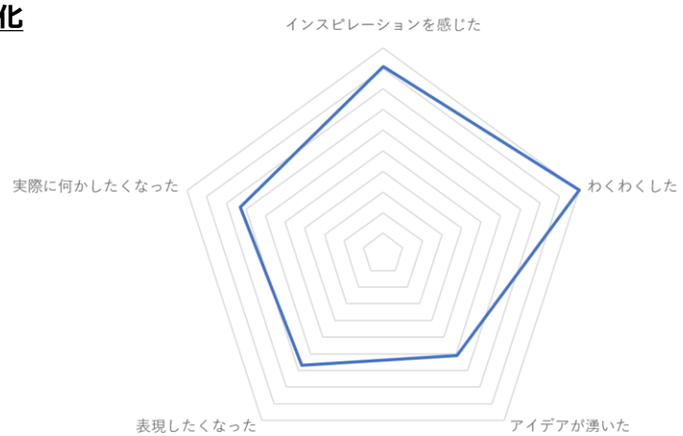
機会の利用

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

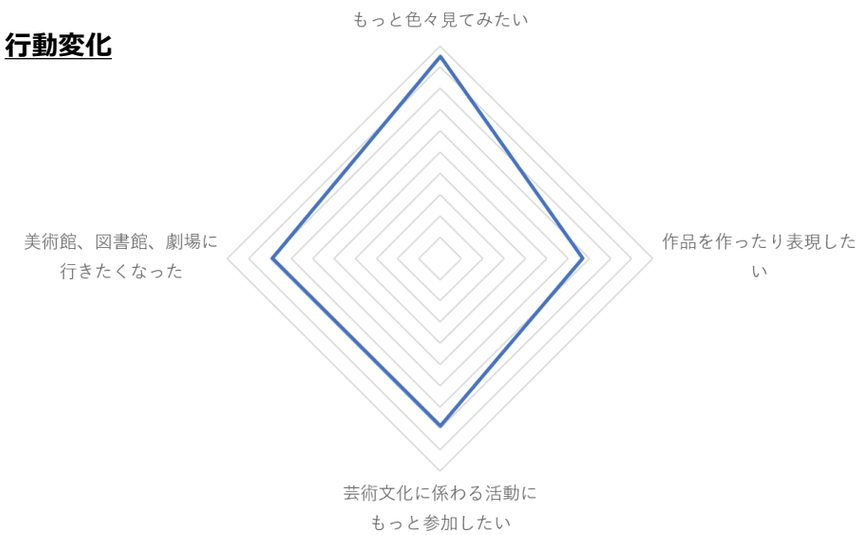
4 指標　／　アンケートからの測定結果②

【共通指標】心理的変化

心理的変化

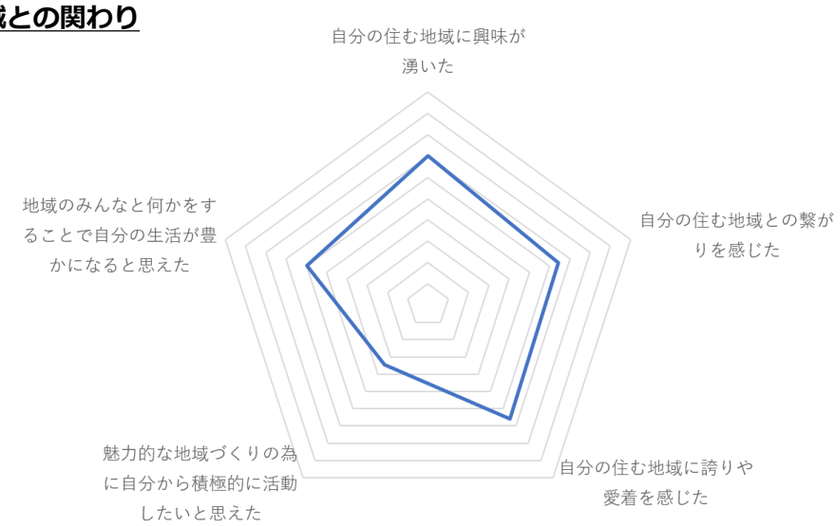


行動変化



自己肯定

地域との関わり

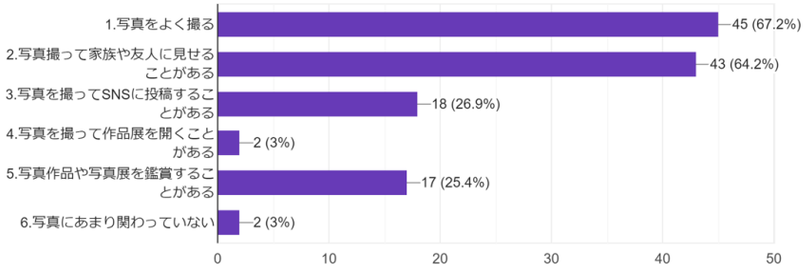


©ザ・ダークルーム・インターナショナル

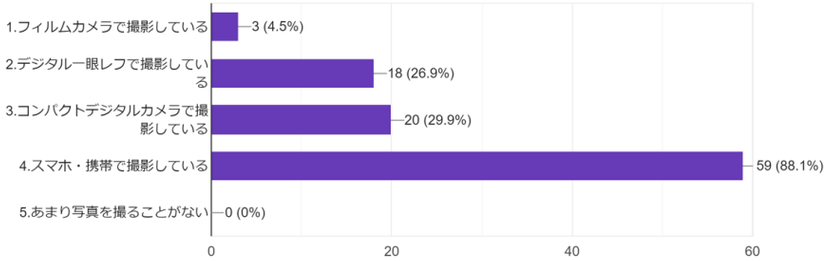
4 指標　／　アンケートからの測定結果③

【個別指標】写真との関わり

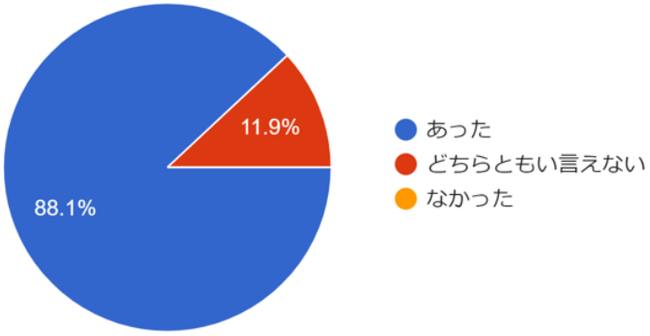
日頃の写真との関わりについて当てはまるもの全てに✓をつけてください



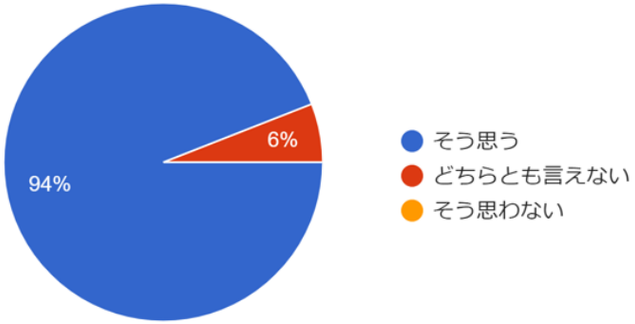
普段、写真を撮る時に使用するツールを全てに✓をつけてください



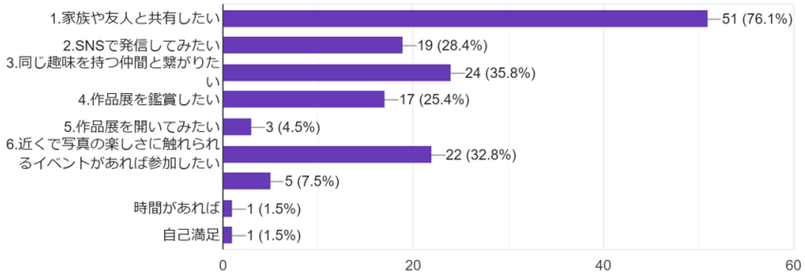
普段の景色が違って見えた、モノを見るときに新しい視点を持てた、感覚はありましたか？



今後も何かしら写真との関わりを続けていきたいと思いますか？



どのような動機があれば、今後も写真と関わり続けたい、あるいは続けられると感じますか？



©ザ・ダークルーム・インターナショナル

4 指標　／　参加者・会場からの声

アンケートから 特筆すべき自由記述等

具体的に何かしたくなったことがあれば教えてください

■私は元々多摩美術大学の油画を卒業しているので実際にうつしだされた絵をなぞって絵をかいてみたいと思いました。みんなでトレースして絵を描くワークショップはありますか？（20代女性@三井OP）
■年賀状（30代女性@オーガスタミルクファーム）
■カメラの原理を少し教えてもらったことで写真を撮ってみたくなった（50代女性@北仲フェス）
■ピンホールで作品作りをしてみたくなった（60代男性@北仲フェス）
■（カメラオブスクラ制作）キットで身の回りの色んなものを子供に見させてあげたい（30代女性@金沢動物園）
■家のものでカメラオブスクラを作ってみようと思う。工作（夏休みとか）。（40代男性@金沢動物園）
■もっと子供達のためにアートにふれさせたい（40代男性@金沢動物園）

ワークショップの中で「何かしてみたくなった」きっかけとなる出来事があれば教えてください

■カメラの中に入り、モノが逆さにうつることを体験できたこと。子供も学校の授業とは違う形で学ぶことが出来たと思うので、その想いを大切にしたい。（40代男性@玄海田公園）
■遠く出かけなくても近くで体験できたので何かしてみたくなった。（70代男性@玄海田公園）

今回のワークショップについて、気付いたこと・感じたことがあれば自由に記述してください

■話をされていた通り、クリエイティブな仕事をしている人または子供達は人生に一度は体験した方が感性が変わると思いました（20代女性@三井OP）
■他のイベントと共に気軽にふらっと芸術について体験できるのは非常に良い機会だと感じた（30代男性@北仲フェス）

普段の景色が違って見えた・モノを見るとき新しい視点をもてた、と感じる理由を簡単にお聞かせください

■簡単な仕組みで大きくきれいな画像を見てびっくりしました。ゲルマニウムラジオをはじめて聴いた時のことを思い出しました。（60代男性@北仲フェス）
■景色が肉眼以上に詳細に見えた（30代女性@三井OP）
■普段公園の自然が当たり前に感じていたが、車の中で見たことで、より興味の対象に改めてなったと思います。（30代男性@玄海田公園）
■暗くて何かが制限されたほうが感性は研ぎ澄まされるのかもしれない（60代男性@北仲フェス）
■動物の映画を見ている気分になった（20代女性@金沢動物園）

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

4 指標　／　考察

共通指標

測定手法

ワークショップ後に、参加者へアンケート（紙/google form）を実施

●参加者属性

・30～40代の子育て世代が全体の61%、60代以上のシニア層が全体の15%。
・1~2人での参加が昨年度の38%から53%に増え、4人以上での参加は昨年の約3割から半数に減った。
・来場頻度は初めての方が減り、頻繁に来る方が倍以上に増えた。
・来場理由は、昨年度は写真体験を目的とした参加者が最も多かったのに対し、たまたま/偶然/通りがかりの方が最も多かった。
・芸術文化に触れる機会の充実に対して肯定的な方は約半数で、昨年度と変わらなかった。

⇒ペルソナに設定した「子育て世代」「シニア層」へのリーチはある程度成功した。
来場頻度を見ると、会場を昨年の全て公園から、商業施設や動物園などに変更したことで、明確な目的がありよく足を運ぶ人の参加者が増えたことが分かる。日常の中で偶然来場した方が期せずして写真体験に出会う狙いが昨年度より達成できたと考えられる。

●心理的変化

・触発の促進に関する5項目全てで前向きな変化が見られた方が60%を超え、平均は約80%と、多くの参加者に前向きな変化が見られた。
・それにより芸術活動へのモチベーションの促進については4項目全てで約80%を記録した。
・自尊感情の向上については多くの項目で肯定的な変化がみられなかった。
・コミュニティ意識の向上については、3項目で高い変化が見られたが主体的な行動については否定的であった。

⇒参加型・双方向型のプログラムを充実させたことで、狙いとする触発の促進、芸術活動へのモチベーションの促進については高い水準を得られたが、自尊感情の向上については、写真展やＳＮＳの投稿など、他者の目に触れて交流が生まれるタイミングで再度測定することを考えたい。

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

4 指標　／　考察

個別指標

測定手法

●ワークショップ後に、アンケート（紙/google form）、ヒアリングを実施。
●ワークショップを動画記録、参加者の自宅での取組みを動画記録したものから抽出。
●LINE公式アカウントやSNSからのカウント、抽出。

●写真との関わり
・参加者のうち、普段写真を良く撮る方は67%。その多くが家族や友人に見せたりすることがある。
・参加者のうち、作品展を開く方は5%に満たないが、4人に1人はSNSへ投稿して自分の写真を発信したり、写真展を鑑賞している
・写真を撮るツールとしてスマホ・携帯と答えた参加者は88%で、昨年の54%から大きく増えており、その分デジカメをツールとしている参加者は減っている。
⇒日常的に写真を撮る参加者は多いが、スマホで撮って家族や友人など近しい人と共有する傾向が強い。スマホカメラの性能向上によるものとも考えられるが、来場理由と併せて考察すると、昨年度よりも写真に関心がそこまで高くない層へのリーチが出来たと考えられる。

●写真を続けるモチベーション
・今後も写真との関わりを続けていきたいと思う方は94%。
・多くが家族や友人など近しい人と共有したいと考えている。
・SNSで発信したり、仲間と繋がりたい方が一定数おり、作品を鑑賞したり同様のイベントへの参加意欲も一定数見られる。
⇒リアルとオンラインを問わず、写真に触れることが特別な行為ではなく、コミュニケーションの手段となっていると考えられる。家族や友人だけでなく、より大きなコミュニティ、他者や地域と如何にして繋いでいくかが求められていると考えられる。

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

4 指標　／　考察（オンラインコミュニティ、動画記録等）

LINE公式アカウント、SNSカウントから（2月28日現在）

- LINE公式お友達登録数78名、Instagramフォロワー617名
- 1月11日～23日ハッシュタグをつけて投稿する“フォトチャレンジ”企画を開催。

「#おうちオブスクラ」をつけた投稿数　5件
「#フォトキャビン」をつけた投稿数　58件

- YouTubeチャンネル登録者数14名、投稿動画数3件、総再生数307回

⇒ワークショップからSNSへの導線デザインについては、準備不足もあり想定した効果は見られなかったが、登録者数やフォロワーは順調に増えており、コミュニケーションを深める企画の定期的な実施が有効と考える。“フォトチャレンジ”企画参加者から、共催したCrew by kpsの求人への問合せがあるなど興味深いリアクションも見られた。

映像記録、ヒアリングから

- ワークショップ後に、自宅でカメラオブスクラに取り組む様子を映像記録として参加者へ協力依頼した。
  ⇒毎日見ている自宅の窓の外の風景でも、普段なら注目しない動きに興味を示すなど想像力を喚起し、子供の心の機微が見られた。
- 付録付き学習雑誌の編集者の参加があり、ワークショップ後にヒアリングした。
  ⇒夏休み号の付録としてカメラオブスクラ工作を企画したいとの声があった。

©ザ・ダークルーム・インターナショナル

5 今後の展望

Experience

誰に向けて、何に取り組むか

引き続き子育て世代とシニア層をペルソナとしたい。芸術体験を格差なく届けていくには、特にシニア層へのリーチを強化したいが、シニア層単体へのリーチを考えるのではなく、この2年間で最も多かった子育て世代の親をイメージし、2世代間を結ぶ企画を工夫すべきと考える。
子育て世代とその親世代が一緒に参加してもらえるプログラムを工夫しつつ、そこに物理的な距離があるならば、オンラインで繋ぐことも想定したい。つまりプログラムの質を上げていくことが重要と考える。

Community

「場」を如何に生み出していくか

2019年度、2020年度で実施した全9会場のうち、継続開催出来るところを確保していく。
また評価指標を振り返りながら、実験的・効果的な新たな地域や、他の芸術分野や領域と協働できる場を検討する。
2020年度に当初想定していた神社仏閣や商店街、お祭りといった「場」にも再挑戦したい。

Potentiality

「芸術体験の価値を如何に伝えていくか」

写真体験の価値を伝えていくためにも、今後も設定する指標やその手法を工夫しつつプロジェクトを組んでいきたい。その積み重ねが写真文化の可能性を広げていくと考えています。

©ザ・ダークルーム・インターナショナル