

都市づくりの開始(1968年～)

3つの取り組み

- ① 公的プロジェクトのプロデュース
- ② 開発のコントロール
- ③ 都市デザイン(個性的な街並みづくり) (1971年～)

都市デザインの理念

地域の魅力と個性を
生かした
人間的な都市空間の創造

都市デザイン活動7つの目標

- ①歩行者活動を擁護し、安全で快適な歩行者空間を確保する。
- ②地域の地形や植生などの自然的特徴を大切にする。
- ③地域の歴史的、文化的資産を大切にする。
- ④オープンスペースや緑を豊かにする。
- ⑤海、川などの水辺空間を大切にする。
- ⑥人々がふれあえる場、コミュニケーションの場を増やす。
- ⑦形態的、視覚的美しさを求める。

3

都市デザイン成果例

既存市街地の再生

①くすのき広場周辺地区

広場やプロムナード創出と
整った色彩の街並み景観の誘導形成(要綱)



現在、景観法・景観条例で対応



関内駅前くすのき広場 広場整備1974年

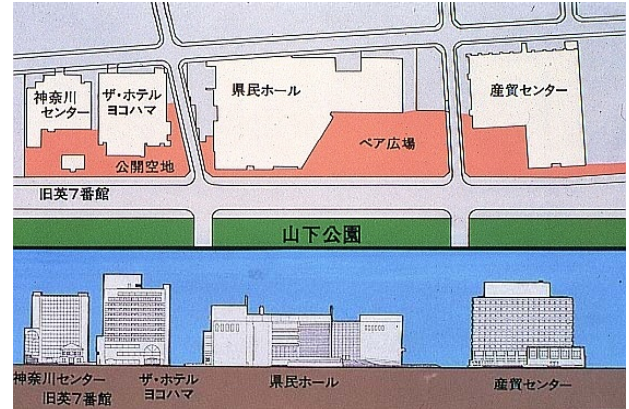
・広場整備後、周辺建築物の整備演出へ協力を求め続ける。

4

連続する広場や歩行空間の創出と
街並みや色彩の演出、歴史的資産の保全活用
・街づくり協議制度による(当初は要綱による誘導)

➡ 現在、景観法・景観条例で対応

②山下公園周辺地区



山下公園通り

- ・魅力的な街並みを誘導するデザインガイドライン
- ・豊かな広場や歩行空間の創出
- ・いちょう並木の維持・保存

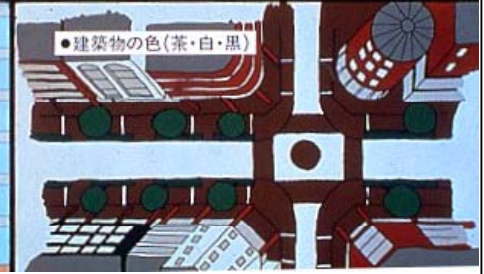
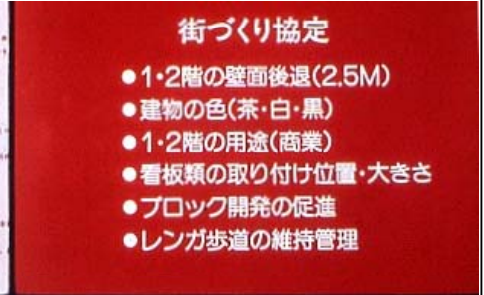
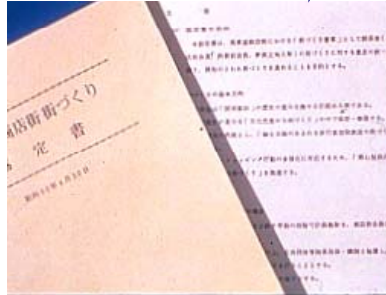
③個性的な商店街づくり 馬車道地区

- ・道路空間の再構成、演出
- ・街づくり協定運用
壁面後退、色彩演出、用途
- ・歴史的資産の保全活用



馬車道

- ・地区の特徴である歴史的建造物を保全活用
- ・歩行者にとって楽しく歩ける街を創る
- ・街づくり協定により、建築物のデザイン演出を図る

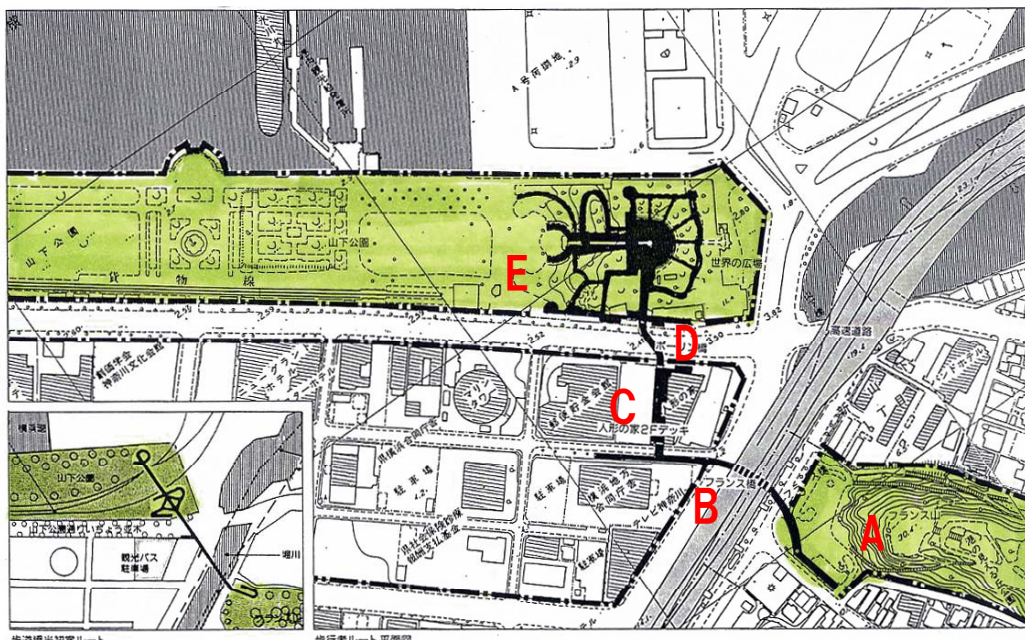


歴史的資産の保全活用



④多様な事業の情報調整による新たな空間創造の事例

Aフランス山～Bフランス橋～C人形の家～Dポーリン橋
～E山下公園駐車場屋上デッキ(世界の広場)を結ぶ
歩行者空間の創造—デザイン調整プロデュース



当初計画—150m直線歩道橋

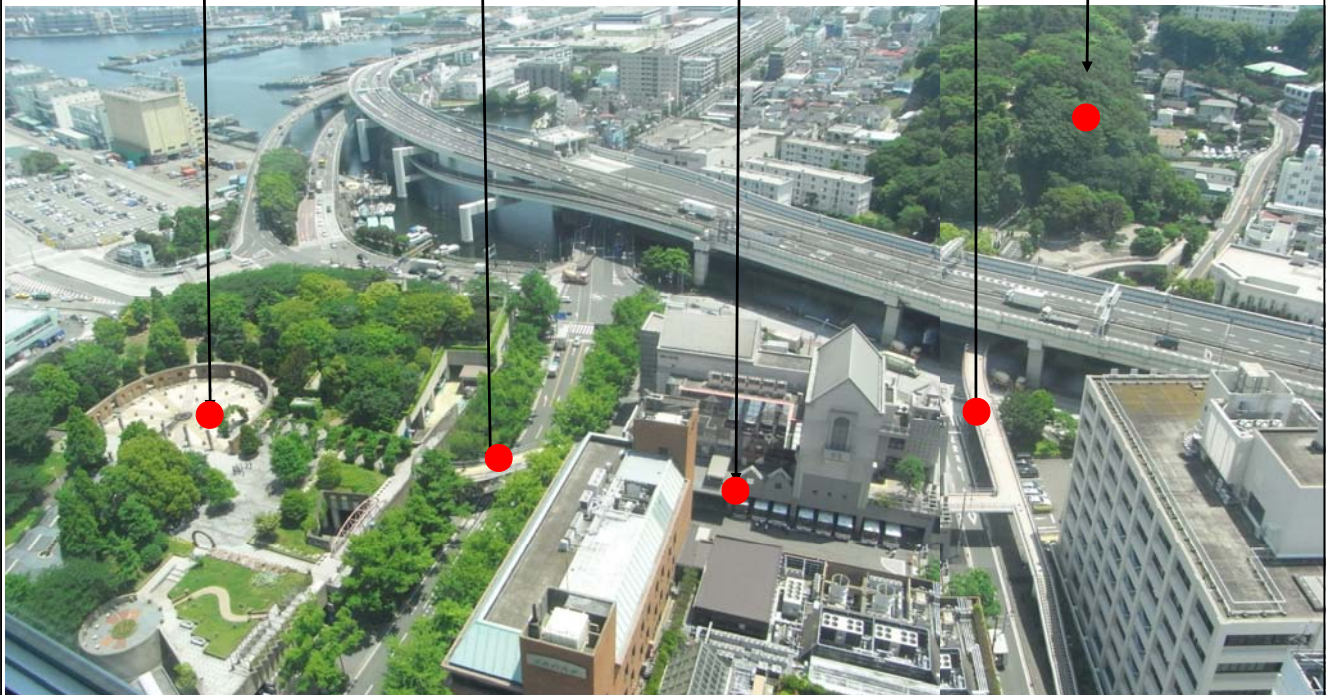
E 山下公園
世界の広場

D ポーリン橋

C 人形の家2F
歩行者デッキ

B フランス橋

A フランス山



⑤大規模開発地区ーみなとみらい21中央地区

個性的な景観創出～スカイラインの創出ほか～

[街づくり基本協定や地区計画など] 街づくりルールによる

➡ 現在は景観法・景観条例でも対応



11

⑥水際線空間 3. 5kmの歩行者空間完成

開港の道 2002～ 約40年の個別事業の積み重ねと調整による



象の鼻パーク整備2009

日本大通りの活用

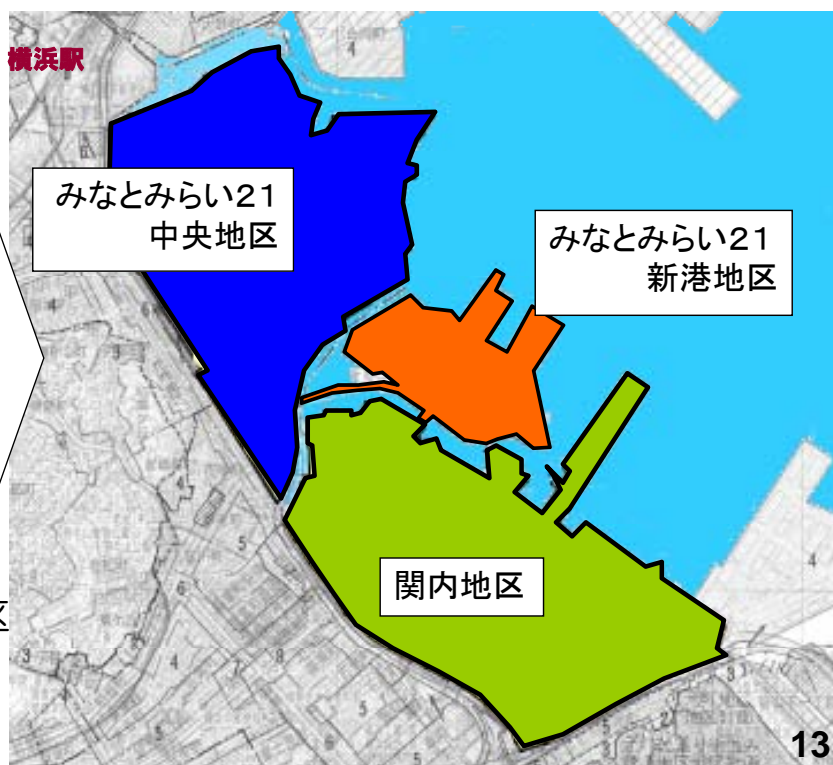


12

横浜市都心部3地区における都市デザインの取り組み
景観制度の運用は地区ごとに対応などが異なっている。

- ◆景観計画(景観法)
「景観推進地区」
- ◆景観条例
「都市景観協議地区」

3地区それぞれ担当の地区別所管課がある。



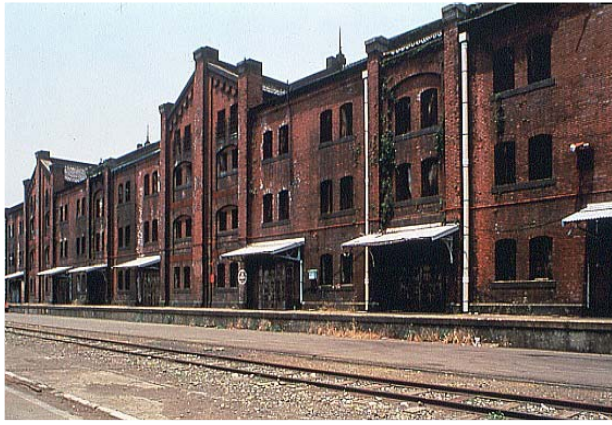
取り組み事例

みなとみらい21新港地区の都市デザイン

- ・赤レンガ倉庫などの横浜港の歴史的資産を保全活用し、地区の個性的都市空間演出を図る。
- ・赤レンガ倉庫を地区のシンボルとして維持し続けるために、地区の建築物の高さを低く維持する。
建築物外壁面の素材、色彩の選択にも赤レンガとの連続性を重視する。
これらにより、新港地区とみなとみらい21中央地区との景観的対比演出を図る。
- ・関内地区馬車道通りからの景観軸の連続性を確保する。

赤レンガ倉庫の保存活用

2002年(改修後)



5

赤レンガ倉庫
横浜港の産業遺産を保存
商業、文化施設に活用

汽車道
旧臨港貨物線の
保存活用による遊歩道



新港地区

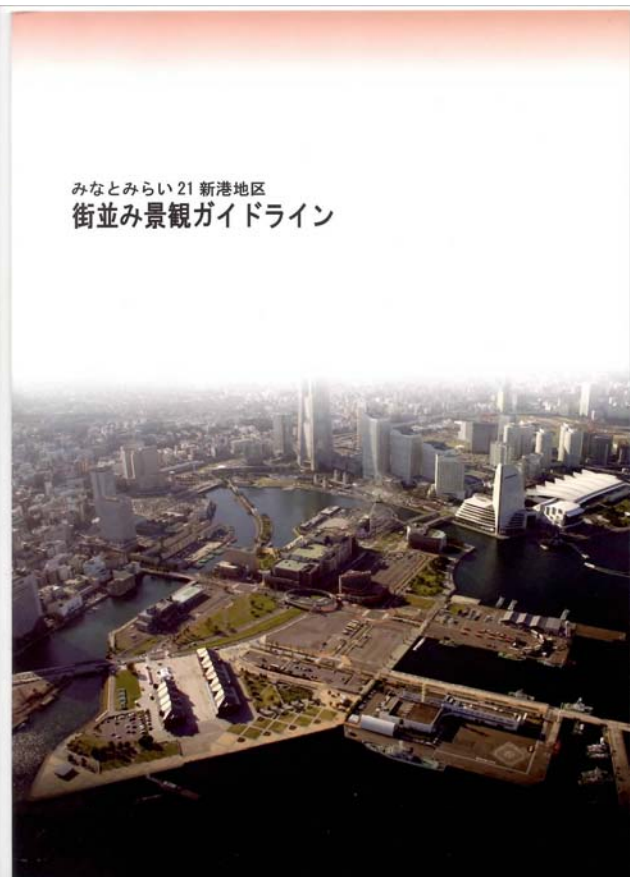


6

汽車道 旧臨港貨物線の保存活用による遊歩道



みなとみらい21 新港地区 街並み景観ガイドライン



新港地区の個性と街づくりの考え方

(1) 地区の個性

新港地区は、都心臨海部の中でも独自の豊かな個性を持っています。

①近代港湾発祥の地としての歴史性

- ：みなとまちらしい風景
- ：歴史資産とその活用
- ：背後の関内市街地からの街並みの連続性



海から見たみなとみらい21 新港地区と周辺市街地

②“島”としての個性

- ：独自の領域性、橋によるアプローチ
- ：都心部と近接した開放感ある水辺、「海」が介在する風景

③みなとみらい21中央地区と関内・山下地区の結節点

- ：開港以来の市街地（関内）と新しい市街地（みなとみらい21中央地区）の結節点
- ：臨港パークから山下公園へのウォーターフロントの快遊動線を中心

④賑わいのあるみなとまち

- ：多様な利用者、市民、国内外からの観光客による賑わい
- ：非レングス倉庫や多様な緑地等の魅力的な施設



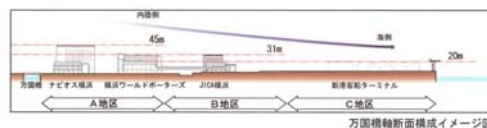
都心臨海部の一体化概念図

（出典：「みなとみらい21 新港地区 都心臨海部を軸としたまちづくり」）

1 建物高さに関する事項

基本的考え方

- ・内陸側からも海が感じられ、ゆとりのある街並みを実現するために、建物高さを抑制します。
- ・海への開放感を演出するために、水際に面する部分はプロムナードに配慮し、圧迫感を与えない建物高さとなります。

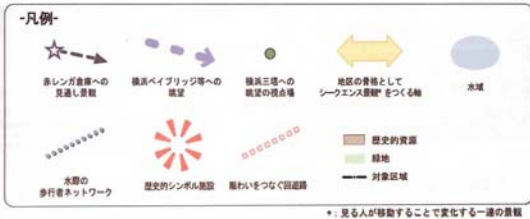


万国橋軸断面構成イメージ図

20m軒高さの連続性創出 馬車道～万国橋の歴史的建造物との連続性確保

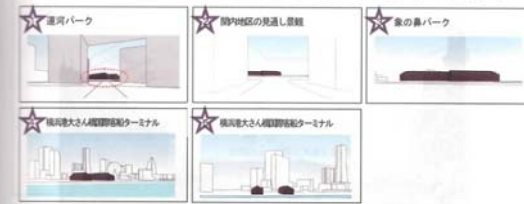


地区のシンボル・赤レンガ倉庫への見通し景観



景観形成基準（景観計画）1 対象：㊸

・建築物の外壁又はこれに代わる柱の面は、図2-1に示す「見通し景観軸」内に建築してはならない。ただし、赤レンガ倉庫への見通し景観を著しく阻害しないと市長が認めた場合は、この限りでない。



景観形成基準（景観計画）2 対象：㊹

・工作物（小規模で明らかに見通し景観を阻害しないものを除く。）は、図2-1に示す「見通し景観軸」を避けて設置し、赤レンガ倉庫への見通し景観を創出する形態意匠とするものとする。ただし、敷地周辺の状況、敷地の規模、形状などによりやむを得ないと市長が認めた場合は、この限りでない。

行為指針（景観協議）1 対象：㊺ ㊻

・図2-1に示す「視点場6」から赤レンガ倉庫への眺望を確保する見通し景観を形成する。

国際協力センターからの眺望

行為指針（景観協議）2 対象：㊼

・図2-1に示す「見通し景観軸」上の植栽や盛土は、魅力ある見通し景観を確保するような配置とする。

植栽を設置した通行路や植栽の配置

赤レンガ倉庫に対して開放的な緑地

みなとみらい21・新港地区の景観ルール

赤レンガ倉庫への眺望を確保
する見通し景観を形成
(建築物の外壁等は、見通し
景観軸に建築してはならない)



見通し空間の確保

汽車道からナビオス横浜を通して赤レンガ倉庫を見る見通し景観



逆から見ると未来的景観が見える



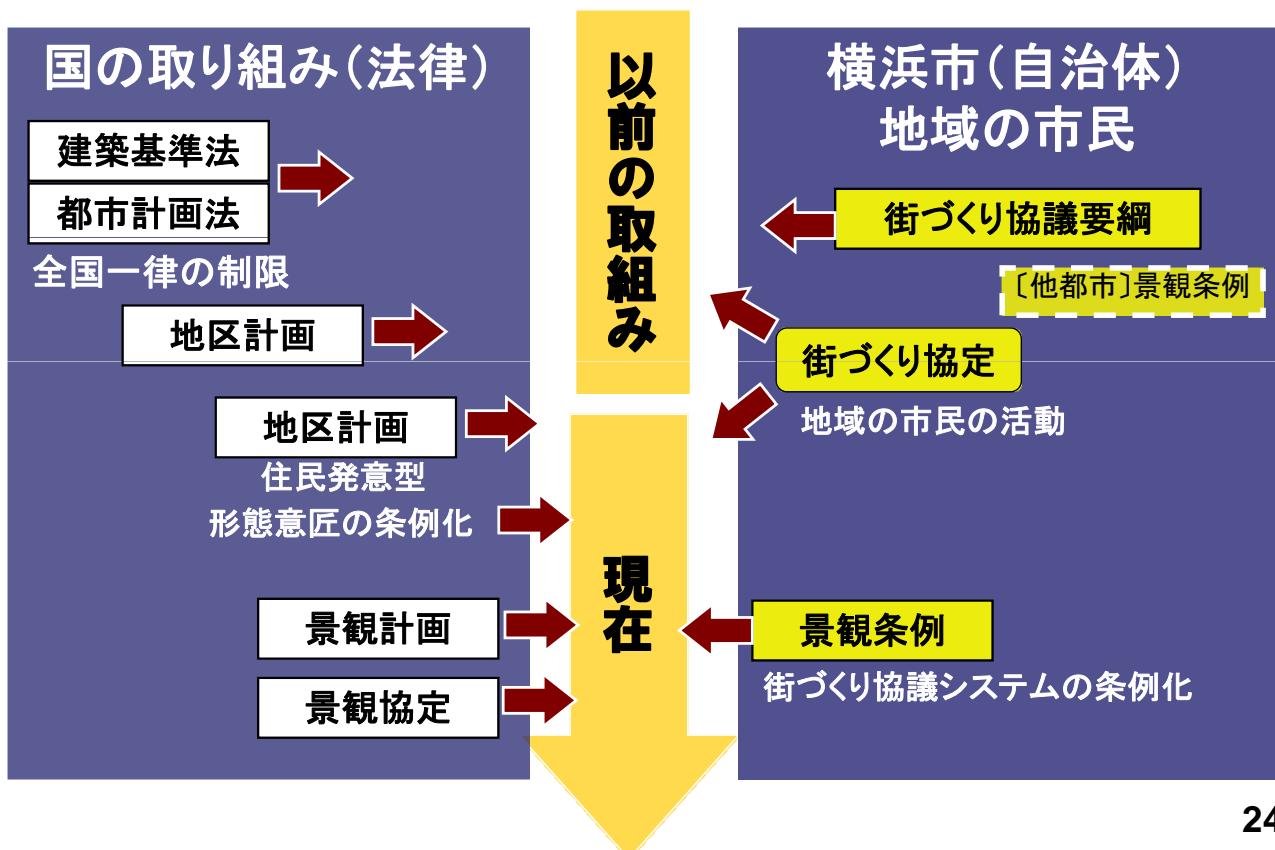
過去と未来をつなぐ空間の創出
ナビオス横浜

景観誘導施策の変遷

- 1970年代～2006年
都市デザイン施策の一環として、主に要綱を用いて個性ある街並みの誘導を図った。
誘導の根拠制度—地区別協議指針(要綱)
地区別街づくり協定
部分的に地区計画を併用
- 2006年以降
景観法に協議制度を併用した
景観条例
「横浜市魅力ある都市景観の創造に関する条例」を運用

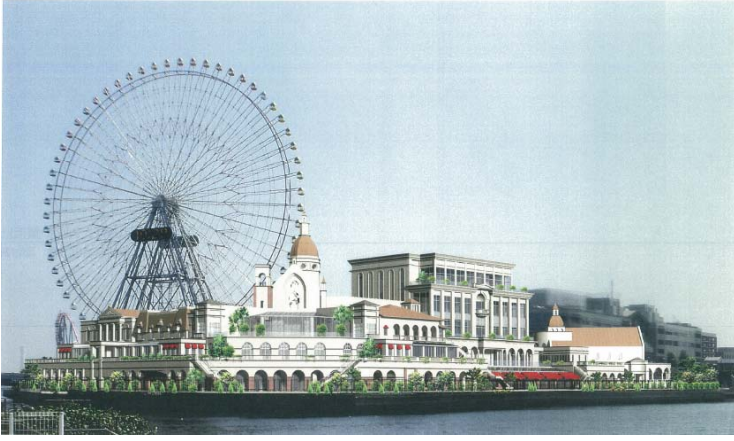
23

横浜市における景観づくりの制度対応

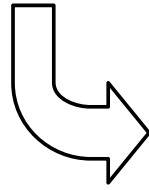


24

結婚式場計画－当初案



協議調整後の最終案



27

結婚式場・竣工後の景観



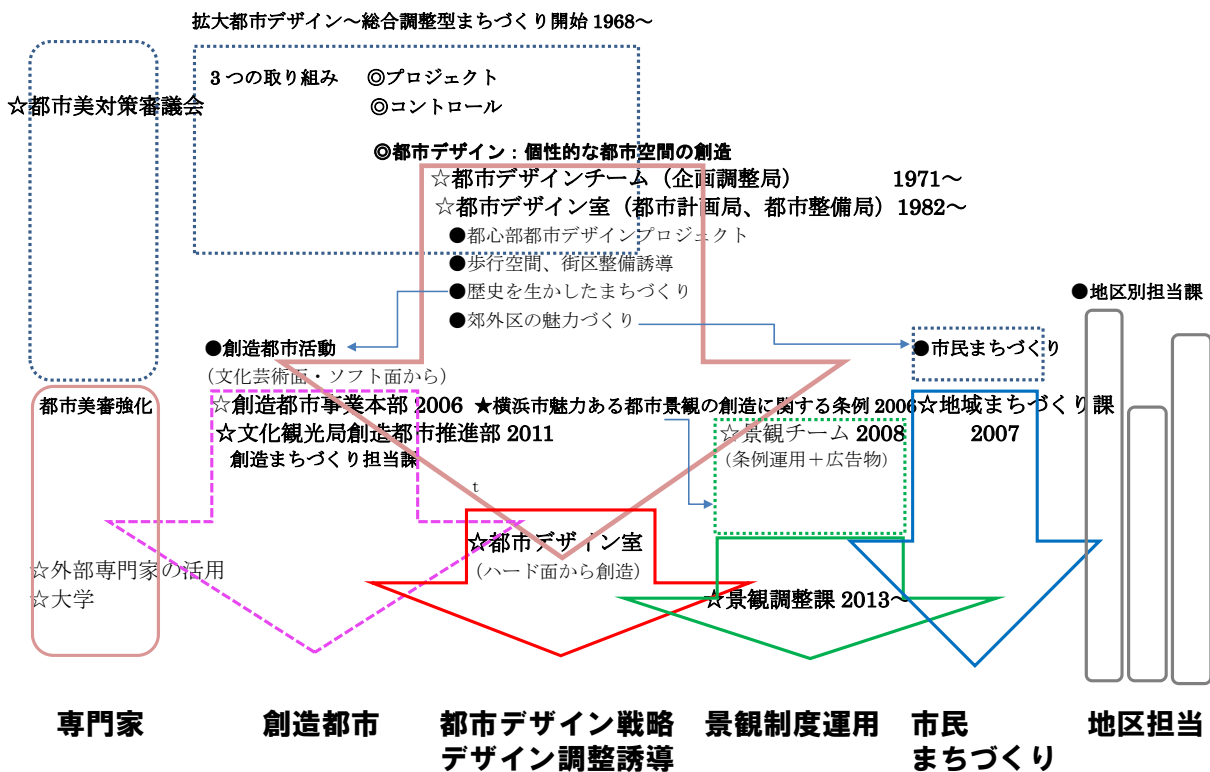
28

横浜市都市デザイン行政・景観行政の現在の展開

- 都市デザイン—デザイン開発と創造
デザイン調整、歴史を生かしたまちづくり
- 景観調整—景観制度の効果的運用
- 創造都市—文化やソフト面から
- 地域まちづくり—市民主体のまちづくり
- 地区別担当

※各課分担して対応しているが、相互の情報共有など横断的な連携が図られている。

横浜都市デザイン活動の系譜(庁内体制)



景観制度(景観法、景観条例に基づくガイドライン運用、協議など)対応の課題

☆画一的な対応に陥りがち、協議の結果として、創造的な成果が生れにくい。

☆手続きの流れから、どうしても申請を受けてから対応を開始(受け身)となりやすい。
課題のある案件への対応が後手になる。

☆平準的な景観誘導に陥りやすい。

☆個性的、大胆な空間づくりを仕掛けるには他の手法が必要。

☆ガイドラインの数値基準など決定する前の試行期間の活動と、基準決定後の柔軟な対応、協議の体制(担当者の資質)が重要。

☆都市の魅力形成に必要な賑わい形成など土地利用に関係できない点は大きな課題。

新たな都市空間の創造性と可能性を求めて



スマート・イルミネーション横浜
横浜都心臨海部を舞台にした、アーティストの創造性と新しい省エネ技術の融合や企業、大学、商店街、市民などによる多種多様な参加による新たな夜景の創造を試みるアートイベント。

ご清聴ありがとうございました。32

参 考 資 料

33

横浜の魅力に関する調査



横浜市に関する意識・生活行動実態調査（平成24年12月）

1 調査概要

- ▼調査対象 16～79歳の一般男女
- ▼調査地域 全国47都道府県（横浜市、神奈川県（横浜市除く）、東京都、埼玉県、千葉県、静岡県、栃木県、群馬県、茨城県、北海道エリア、東北エリア、中部エリア、北陸エリア、近畿エリア、中国・四国エリア、九州・沖縄エリア）
- ▼調査方法 インターネット調査
- ▼調査期間 平成24年8月31日(金)～9月10日(月)
- ▼サンプル数 5,963人（横浜市：各区50人以上、その他地域：300人以上）
- ▼集計方法 各地域の人口構成比に合わせて集計を実施

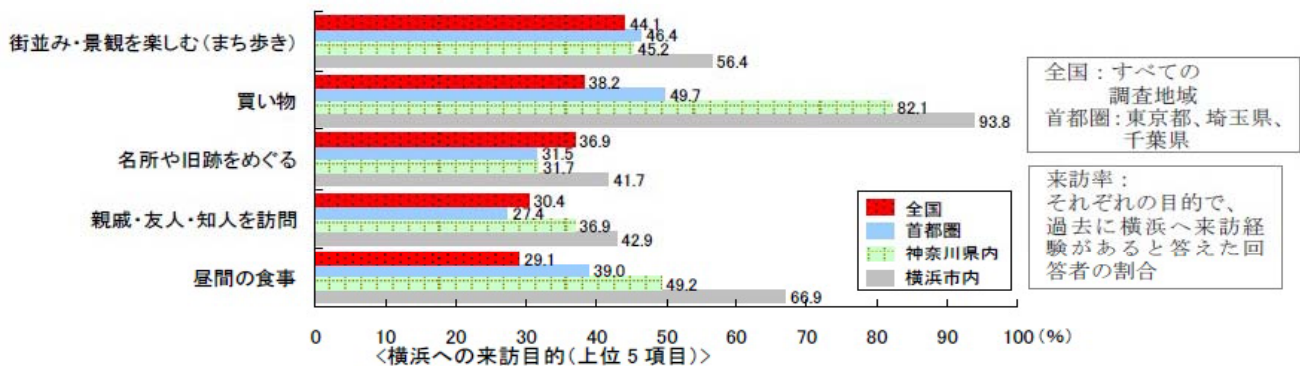


34



(1) 横浜への来訪目的（複数回答）

全国では、「街並み・景観を楽しむ（まち歩き）」が最も高く44.1%、首都圏、神奈川県内、横浜市内では「買い物」が最も高く、それぞれ49.7%、82.1%、93.8%となっています。



(2) 横浜の魅力（複数回答）

すべての居住地で「街並み・景観」、「夜景」の順となっており、「景色」が横浜の魅力であることが浮き彫りになりました。

