

マスタープランの基本的な考え方

(将来像について)

- 今機能しているみなとみらいにテコ入れをしなければいけない時期。オフィスや商業についても、今の形で2050年に通用するかどうか。国際会議も、今は大収容力が求められているが、IT等のあり方が変わると、そうでなくなるかもしれない。
- 2050年に向けた将来像では、教育、人材、市民の生活のあり方考える必要がある。
- **超高齢化社会の先進国となる日本の中で、横浜が世界をリードする社会モデル**となることも考えられる。その中で、文化芸術・クリエイティビティ、その他研究・開発、ビジネスが一つとなる将来像もあるのでは。
- みなとみらいでは地盤が丁寧に造られたことでBCP対応力が高く、現在の企業誘致に繋がっている。長スパンで、これまでやってきた取り組みを果実とするような方向性がいいのではないか。
- **30年後のライフスタイル**を演出する観点が必要。例えば、オペラができたとしても、昼から夜まで時間を費やせるアフターシアターなどを、充実させないといけない。
- 将来像が一番重要。横浜の経済を支えている都心臨海部が、横浜の成長エンジンという要素を忘れず、他をどのように連携させていくのか見ていきたい。

(東京都の関係性について)

- 国内での横浜ブランドはかなり強く問題ない。海外からの観光を考えると、**一定期間は東京も活用**しなければならないだろう。
- 昔は、ニューグランド、中華街、山手地区など、横浜にしかない魅力があり、東京都民がそれを目指して訪れてきた。今は逆に、みなとみらいを越えるショッピングエリアが六本木・丸の内内にあり、それと違う魅力を**横浜らしさとして再考**する必要がある。
- 東京はある面ではライバルであるが、横浜もしたたかにやっていくところはあると思う。日本人は、1位になりきれないときに、〇〇三景とか、〇〇百景とか、スタンプラリーとか、ちょっとした違いを売り出して人を寄せていたりもする。
- 英国に、ロンドンから1時間と非常に近い場所に**プリストルという街があり、イノベーションや多くの研究機関のビジネスなど、クリエイティブな経済活動に力を入れている**。クリエイターも、**ロンドンは発表の場、作るのはプリストル**としている。デジタルや映像、テクノロジーに特に取り組んでおり、大学機関との連携も良く、ある種のリーダーシップをとっていく知の戦略がある。
- 横浜には、**歴史的資産や港町としての国際的なイメージ**があり、それらを活用して、東京に近い横浜だからでできることを考えるのが良い。

(全体のシナリオ)

- 横浜市民はどういうライフスタイルになっていくのか、**横浜市民とは何かというのがあっての方法論**。ライフスタイルを豊かにする問題を本質的に解決しなければならないものがないと、手段と目的が逆転する可能性がある。
- 問題を明確にした上で、それを解決する手段を示すべき。それが最終的には都市のブランドになると更に良い。(事例：赤道直下の環境から、多くの木陰をつくりガーデンシティとよばれる、シンガポール)
- マスタープランを見た人が、**横浜市に投資してみようと思うようなメッセージ性**がもっとあった方が良い。特に、**産業についての言及が欠けている**。
- **歴史的な部分や文化**が表に出るように、資料が組み込まれると良い。

まちづくりの基本的な考え方

(都市づくりの手法について)

- 建替えや再開発を進める従来型の都市づくりよりは、むしろ、**リノベーションを進めるような、地価を顕在化させない都市づくりを、特に旧都心部で展開**したら良い。マーケットから評価されていない部分については、思い切って方針転換をすることが必要。
- ドイツのハーフェンなどの海外都市では、特徴をうまく活かして再開発をしているが、日本では土地利用を変えようとした途端、品川・大崎のようなオフィスビルや幕張新都心のようなものになってしまう。
- 都心臨海部を土地利用転換していく際に、こういった形で、今まで取り組まれてきた**クリエイティブシティを顕在化**できるのか、整理して頂けると良い。また、水際線には、開かれた施設を配置していくとよい。

(都市機能について)

- 現在の都心臨海部は、**商業・業務、住宅、観光の要素が三すくみ状態**にある。例えば、住宅がこれ以上増えると、観光のイベントがやりづらくなり、オフィス街として企業立地も難しくなる。
- 市庁舎の移転を控え、民間のオフィスの流動性は高まる。今でも都心の家賃が高い中、**横浜でスタートアップする企業を増やしていく環境**をどのようにつくっていくのか。
- 業務・商業と住居、観光系と、分けるのではなく、相互に良い影響を与え、**相乗効果で伸ばしていく**ようなことでないと、限られた範囲の中でやってけない。各地区で特徴をしっかりと出していく事が必要。

(まちづくりのターゲットについて)

- **首都圏の高齢者はマーケットとして一番大きい**のではないか。時間やお金もあり、街を楽しむ目も肥えている。観光客として落とす金額は少ないかもしれないが、高齢者が満足できる場所をつくることを示しても良いのでは。
- 日本に来ている中国人、韓国人などの留学生は、自分たちの時代は再生の時代と捉えており、**日本の歴史的な街並み再生の手法を学びに来ている**。
- 外国から来た人が相互に出会うある種のハブになるようなやり方があるように思う。
- 将来は、やはり**若者と企業を集めることが重要**。現在のロンドンにすばらしいアートやパフォーマンスが生まれているように、若い人達に共感される場所とならないといけない。高齢者にやさしいまちづくりと言った途端に、魅力を失くしてしまう。
- 新たに人を呼び込むには、**現在の住民・企業にとって既に良い環境だ**ということを示すことが必要。
- **生活者というのが一番大事なポイント**としてあって、そこに、企業、市民がくる。
- 南の方にいる市民、首都圏の人、首都圏外の人、外国人、そういう人達が**リピーターになるために何が足りないのか、マーケットの対象がはっきりしていない**。

(みなと交流軸について)

- この大きな軸によって、開発するものが必ず結ばれる、多面的なグランドデザインになると思う。
- **人・モノが動くため何かをやるというより、漠然としたイメージ**として広げておくことはできないか。常に軸のイメージを市民や街の人達が持ち、色々な媒介となりながら、みんながこのゾーンを考えていけば良いのではないか。

(瑞穂ふ頭について)

- 環境問題を提起はできないか。例えば、緑の問題であるとか、環境の基準を横浜並みとするような新たな考え方ができないか。

横浜らしさ(テーマ)について

(現状)

- 横浜も成熟しきっており、海路という役割も終わり、何のテーマの街か分かりにくくなっている可能性がある。
- 横浜は働く場所であっても住む場所でない方もおり、イメージは様々である。
- **横浜のイメージというものが薄くなってしまっている**。日本全国や海外の人が共通で横浜を語る一つのイメージを定め、それに応じた土地利用としていくガイドが必要なのではないか。

(都市構造)

- 横浜は、モノセントリック（一極集中）となっているアジアの他都市とは異なり、**ポリセントリック**にできていることは非常に重要。
- 都心臨海部のユニークで良い点は、**海に直接面してこれだけの都心部が広がっている**こと。東京都と違った魅力としてアピールできる。

(他都市との比較)

- **横浜らしい強力なテーマ**を考えていかないと、人もお金もなかなか集まらず、都市総合ランキングの10位以内には入れない。**シンガポールは、食・文化全てのキャピタル・オブ・アジア**と言い切っている。
- 世界の外国人観光客の人気の都市とされている広島では、資料館を目的としてきた方が、街の美しさに感動し、広島の大ファンとなって、自ら情報発信している。横浜に来られた外国人観光客が、横浜は良かったよと、世界に発信していくようにしないといけない。
- 最近中国の天津が大きく変わり、川沿いがすごくきれいになっている。シンガポールも対岸の開発に着手しているが、横浜でみなとみらいを造ったときと同じことをやっても、あんまりかと思う。
- 臨海部だけ見た時に、世界の港町と比較してどういう位置にあるのか。港町でも川沿いの閉鎖的なものや、ニューヨークのような島になっている所がある。**他の港町と比べたとき、港と歴史に加えて横浜の売りがもう一つあると良い**。
- 横浜は首都ではないので、**全方向ではなく、成長力の高いところを伸ばす**のがよい。例えば、最初の10年はここ、次はここと、時代毎に成果をみながら対象を変えても構わない。地勢学的に見て、横浜がアジアから見て有利なものは何か、誰からの目的地となろうとしているのか、その上で競合はどの都市なのかを考えていかななくてはならない。
- 岩手県では、宮沢賢治に出てくるイーハトーブという言葉を打ち上げている。今では岩手県の観光ののぼり旗になるなど、ひとつの分かりやすいイメージとなり、大きな経済効果を生みだしている。
- 信号が少ない海岸線は、皇居のようなジョギングコースとしての魅力がある。
- **臨海部だけで他都市と比較**することで、横浜の売りのヒントになるかもしれない。

(歴史)

- **港町としての歴史と文化**を中心にすべきではないか。アジアでは、古い建物を残す都市計画に変わってきているが、その中で、横浜は本物が残る街という方向性も考えられる。**新しい開発を目指しても、上海の方が進んでいる**。
- 横浜の特色として、文明開化を支えたのは実は富士山から来た水であるとか、掘り起こしていくと色々ある。改めて確認していくと、競争力も上がっていくのではないか。
- ヘルシーなライフスタイルが国際都市の基準となっている中、横浜港が開港したときからずっと**皆が携わってきたソーシャルな部分**があることを示すとよい。

(イノベーション)

- 横浜は歴史的にみると、外国人の商人が集まり全国の人が絹・糸を売りにきたという流通革命が起こるなど、パラダイムシフトを起こす街という役割を果たしてきた。一方、今ではその役割が東京に移ってしまっている。**横浜にとって、イノベーションは非常に重要なテーマ**である。
- 横浜は、アジアのイノベーションのハブとして、色々なことができるのではないか。環境省も横浜市の環境への取り組みは全国に広げたいと話しており、世界の要人もたいてい首相官邸に伺った後、横浜に立ち寄ると聞いている。
- 課題先進国日本として、**街が色々なチャレンジ**をしていないと、魅力的にはならない。MICEの誘致の際にも、特色が盛り込めないと競争力にはならない。
- 例えば、ライフイノベーションについて多く議論がされているとか、行き詰って商品開発がなかなか進まない企業がブレイクスルーするような、**フューチャーセンターのような機能**を街が果たせば、魅力的な街になると思う。
- 横浜はデザイン・クリエイティブを大切にしている街であるが、更に、**社会をデザイン**するようになれば、若者もエキサイティングするだろう。
- **関内・関外地区の再生**を、公共施設の再構築などの論議を進め、表に出さなければいけない。
- **横浜には外国人の使節団**が多く来ており、面白い。

(アーバンデザイン)

- 世界的なアーバンデザインのトレンドは、**公共空間をいかに、人の集まるパブリックスペースに転換**していくかということにある。**ニューヨークのタイムズスクエアも、道路を通行止めにして、人の集まる所に転換**している。横浜でも、**道路空間自体も使われ方を見直し**、もっと人が歩いて楽しい都心にしていく、そこに**文化芸術が絡んでいくようなイメージ**があっても良い。
- 今後を考えていく上で、**これまで横浜で培ってきたものに対するチャレンジとリスペクト**が必要ではないか。
- 例えば、アーバンデザインの分野では、首都高を掘割にした70年代・80年代のチャレンジの成果がある。それらに敬意を払い、**ハマっ子のマインドや、プライドを明確化して、皆が共有できる形**にしていくことが大切である。今あるテーマだけでなく、これからの時代の変化を見通した横浜のテーマが何かということが非常に重要。

施策のアイデア

(産業・ビジネス)

- 国際化を進めるには、例えば **24 時間仕事ができる環境**を整えるなど、時間的・空間的なバリアを取らなければいけない。
- 企業誘致の面でも、**国際企業に対する思い切った環境整備**や、**インセンティブを与える施策**も必要ではないか。
- 京浜臨海部は土地が安く、他都市からはうらやまれる研究拠点が分散して立地しており、うまく使えるとよい。**専門性の強い人達が楽しめる街**とか、**研究拠点と連携した本社機能**が横浜にきているとか。東京に比べ土地が安いので、横浜は投資すれば、こんなに豊かなスペースが得られるというストーリーもありそうである。
- ドイツでは、3都市だけに数百億を集中投資するコンペがあり、選定を受けるために、都市側で世界の企業に呼び掛けてプランを作る。結果として、企業や大学などが誘致でき、人間や留学生も集まる。日本では平等性を重んじるため、そういう戦略がなかなか打てない。
- **外国人の子供をすぐに小学校に入れたり、留学生を下宿させたりする場**がなかなかつくれる。
- どういった産業を育てていくのか。(事例：ホスピタリティ産業を成長産業の一つと位置づけた、ニューヨークのブルームバーグ)
- 成長が見込まれる創造産業のうち、**就業者数が一番伸びているのは IT 関連**。しかし、横浜市の施策の中では抜け落ちている。
- 商業効率が落ちている中、IR で商業系の大規模集客施設ができると、他地区を苦しめることになる。**どういった産業を育てていくかというビジョン**をもっと明確に出した方がよい。
- **広域に人を集め、全体の商業・業務を底上げをする IR は、積極的に導入すべき**。
- 街中にシャワー効果を落とすよう、IR は街と一体となって打ち出すことが必要。
- 観光のように人との交流の中でお金を稼ぐよりも、もっと内部的に**企業収益が上がるようなシステム**を考える計画になるのでは。
- 全国で IR の意向がある中、横浜が選ばれるにはコンセプトが弱い。
- IR で MICE 都市として売っていくのであれば、**都市全体での戦略**が必要。(事例：年間 80 の国際会議を行うフェスティバルシティとして発信しているヘルシンキ)
- **IR から得られる一部の収益が、もし基金化できて、文化芸術活動の資金になる**のであれば、やる意味はある。
- **カジノも、横浜はハイセンスなものが活きる**。そこにシルクドソレイユのようなものを入れてくると、**繊維産業だとかアートが生まれ、若者のクリエイティブなアクティビティと一緒に、文化も育てることができる**。
- 横浜は夜が早く、アフターコンベンションでは東京に飲みに行っている。**夜の経済**というものを本気で取り組んでも良いのでは。

(観光)

- 観光の質を考えると、横浜には、買い物のみを主目的とする観光客というよりも、**文化を学ぶという視点で訪れる方を観光客をより招き入れたい**。そういう人たちに評価される街になることが本物と感じる。
- 日本の素材は、アジアの人達から見て安全できれい、おいしいと言われているが、日本人側がそれに合う料理をつくっていない。上海料理と北京料理は違うように、違うニーズを持っている人には、その味がちゃんと分かるコックがいないと対応できない。
- 外資のホテル誘致や大規模宿泊施設ではなく、**既存のホテルを改編**していくことで、**横浜らしい宿泊施設**になる。(事例：1 階がオープンカフェの宿泊施設があるパリ)
- **多言語でシティプロモーション**をやるというのも、エリアマネジメントの一部として必要。
- 我が国のプロモーションは市町村単位となるため、それぞれの人達にあわせた魅力を選択しにくい。
- 欧米人は日本のインサイトの部分を求めており、**野毛や黄金町のような生活空間として魅力の高い場所**に、賑わいや交流をセットにして、人々を呼び込んでいくことが重要。
- 日本で外国風の街並みをつくるのではなく、**日本らしさにこだわらないと、デスティネーションにはなりにくい**。
- 必ずしも建物をそのままにするのではなく、何か**物語性**があると良い。(事例：天津のイタリアの町)
- 世界から人を惹き付けるためには、カジノやスポーツ施設も、世界の中でつきぬけた何かが必要。

(都市デザイン)

- アジアのどの都市も歴史を大事にするというが、それはプレモダンに対する敬意であるため、**それを保存していくとテーマパークのような形にもなってしまう、アイコンとしての歴史性の保存、デザイン**となる。
- 横浜の関内などには、**高度経済成長から日本を支えてきた建築として、一人一人の小さな会社やオフィスのゆりかごになったような中低層の建築物**が非常にたくさんある。それが 10 年 20 年とすると立派な歴史的資産となる。今きちんと手を打ち、継承しなければならない。
- 歴史性を育んできたものとして、官主導というより、民がつくり上げてきた街の活力、街のつくられ方に敬意を表して、それを継承することを考えていきたい。
- **駅、市役所、大規模施設を一体として風格ある景観形成の拠点**として考えたときに、自ずと横浜らしい空間というものが出てくる。
- 都市デザインがきれいに見える、**視点場**をつくった方がよい。
- 都市のイメージをレベルアップするには、どのような都市デザインが必要か、具体的に示す必要がある。黄金町は、小規模だが面白い。

施策のアイデア

(環境)

- **技術的な発展と将来像**をうまく組み合わせると良い。例えば、環境技術についても、分散型で効率の良いものができており、まちの拠点がお互いに連携し合い、効率や安全性を高めることがより可能になってきている。情報技術についても、立地のよいこの場所で、環境への取り組みが見えると、より価値を高めていける。
- シカゴのイメージを一掃したミレニアムパークでは、ハーブとか非常に多様な植物があり、樹木中心でない緑のあり様が提示されている。横浜港を再生するときにも、**新しい緑のあり方や、クリエイティブシティの一環としての色々な土地利用**などを仕掛け、それが**港に入ってくる時の横浜港の美しさに繋がるよう演出**できると、東京港には無いものになる。
- 海をきれいにするため、**シンガポールのように工場をつくり、山下公園の前から段々と進める**ことを考えている。横浜は海をきれいにするだけで、アジアで売りものになるかもしれない。
- **特色が異なる拠点間のエネルギー連携**により、効果的な環境負荷低減が図れるとともに、災害時の供給安定性を高めることができる。
- 予想以上に横浜の丘陵部の緑は見えない。**みなとみらいの足元周りを緑でカバー**できないか。
- 四季折々特徴があり、クリエイティブさを感じさせる、**庭園型の公園づくり**が必要。
- 公園が商品じゃないのが問題。**市民の力により、集客を競う品格を競う位の特徴ある公園にかえていく**。そうすると、緑や花が豊かな、色々な景観が見えてくるのではないか。
- 環境などの取組みを一般の方に見せるためにも、**行事を使って人を呼び寄せる**ような施策が必要。(事例：みなとみらいのF1 構想)
- **大通公園の再生・利活用**の方法を考えていただきたい。
- 世界の都市が環境に取り組む中、**横浜は今ある生活の中で環境未来都市を実現**しており、汎用性が高く、大きな価値を持つ可能性がある。

(文化・芸術)

- **大きなオペラ劇場を建てる際には、稼働率や営業的な面を慎重に考えていかなければいけない**し、建物をつくるだけでなく、専用のオーケストラや歌手の団体、音楽監督、それに付随するたくさんの人を抱える必要がある。
- 同じプログラムでは東京に勝てないので、横浜では**ここでしか聴けないもの**をつくっていく必要がある。例えば、横浜出身のバレエダンサーが世界で活躍していることから、バレエ学校とバレエ劇場、それに特化した宿泊施設、日本初のバレエ専用のホールなども考えられる。
- **文化に関する投資**がまだまだ足りない。ソフトのマネジメントの部分も重要であり、**港湾緑地などで文化芸術活動をやりやすい環境**をつくるだけでも変わってくる。
- ロンドンでは、ゲーム産業を1位に戻すため、**産業振興だけでなく、教育、ビジネス、規制、コピーライトなど、色々な税制も含めて、包括的に戦略を練り直している**。
- 成長と創造性とイノベーションとは非常に関係していて、それが都市の魅力にも重なってくる。色々な部局が連携をして、更に議論をする必要がある。
- 横浜は世界の音楽に門戸を叩いた日本を代表する場所で、いわゆる**吹奏楽やジャズの発祥の地**である。ただ、その音楽や歴史がモニュメントとして見えない。
- **文化施設は、新しいものより、いかに年を重ねてきたのが重要視される**。長い目で考えると、神奈川県民ホール、みなとみらいホール、KAATなどを横浜の歴史として残しつつ、文化都市としてのモニュメントをつくっていくのが良い。
- 横浜市民に一流の文化を見ていただくために、**単独では運営できないホールをIRの中でやっていく**となると、意義が出てくる。

(交通)

- **土地利用転換が見込まれる山下ふ頭の方に、客船受入れ機能を持たせる**選択もある。耐震護岸についても、山下ふ頭の方に入れる方が、全体のバランスが良い。
- **多彩なモードはどういう役割分担をするのか。既存の交通と新しい交通の整理が必要**。
- 水上交通や超小型モビリティを積極的に導入するのであれば、**交通結節点のつくり方の見直しが必要**。
- 街の移動に、ロープウェイがあると面白い。

(都市ブランド)

- 横浜のブランドをどうつくっていくか。横浜で全てをやるのも戦略の一つだが、例えば、**箱根とか鎌倉とか三浦半島とか、他地域と連携していく中で横浜の良さを出していき**ようなことが、もう一つの戦略として考えられるのではないか。
- 街の中に色々な街の雰囲気があって、**多様な地域ブランド**がある方が面白い。
- 横浜のまちづくりを見学に来る、**海外の視察団**は大切にしたい方が良い。発信力がある。(事例：福岡の、アジアからの視察団を受け入れるワンストッププラットフォーム、アジアエイジングセンター)
- **映画の撮影地**として利用されることで、**横浜のイメージを世界に発信**。

(防災)

- **海からの船を使った色々な災害対策**が重要。
- **災害時の交通**など、回遊性と安心安全が同時に追求できる視点を入れると良い。

(エリアマネジメント)

- 横浜では大規模企業による支援体制は難しく、小規模な事業者が集まっている中で、**オール横浜として人を呼び込む体制**が必要。
- シティプロモーションをやるためには、**原資のあり方を含めたエリアマネジメント**を言及すべき。
- 韓国では、外国人(日本人)が来る**カジノを原資**として、外国人誘致のための国際会議を開催している。
- **入江などの公共空間を活用**し、周辺と連携したイベントがあっても良い。(事例：入江の大規模セミナー会場構想)