



YOKOHAMA MARINE TOWER

未来へとつなぐ 新生横浜マリンタワー

運営事業提案書

はじめに

再生の10年 そして未来へとつなぐ新生マリントワー

2007年に実施されたマリントワー再生のための運営事業者コンペにおいて
 私たち現運営事業者は以下のようなメッセージをお伝えしました。

「新生横浜マリントワーは街のシンボルとして存在しつづけると同時に、
 この街で暮らす人たちの誇りであってほしいと思います。
 観光の拠点としてだけの役割ではなく、山下公園と周辺地区の人々にとって
 交流と安らぎの場所であって欲しい。

そんな願いを込めて街の記憶を紡ぎあわせながら、この街の新しい可能性を広げていくことのできる場
 所として、私たちの再生マリントワーの企画提案は生まれてきました。」

この思いは、今日においてもマリントワーに関わっている共同運営事業者と現場のスタッフが変わるこ
 となく共有し続けています。
 単に観光施設の運営を担当しているという発想ではなく、横浜のシンボルの運営に関わっていることに
 全員が誇りを感じています。
 そして何よりも、現場のスタッフがマリントワーに強い愛着を持っていることが、私たちの小さな誇り
 でもあります。

最初に取り組んだのは、LEDによる新しいライティングの手法を取り入れ、横浜のシンボルとしてのマ
 リントワーに新しい輝きを与えることでした。
 そして、横浜市の方々と議論を重ねながら、人々が気持ちよく行き交うことのできるランドスケープ
 デザイン、市民と観光客の方々が共有できる様々なスタイルの飲食施設やイベント空間、観光振興とし
 ての情報サービスの場を再生マリントワーに展開していきました。

その結果として、安定した運営を維持するための事業収支も確立することができました。
 しかし同時に、現場に立つ者の実感として、マリントワーはさらなる進化を成し遂げなければならない
 という強い自覚を持っています。

今回の企画提案は、ハードとしてのリニューアルだけでなく、企画力のあるソフトの充実を目指します。
 現在のマリントワーの価値と機能をさらに高め、未来へとつながる新生マリントワーの姿を共有したい
 と言う願いを込めて作成いたしました。

目次

はじめに / 目次	01
横浜マリントワー活用について	
事業の基本理念	
1. 横浜市民ファーストの進化	02
2. 「クリエイティブシティ ヨコハマ」への共感	03
3. 観光 MICE への貢献	04
まちづくりにおける位置づけと役割	05
現況、課題について	06
事業実施について	
賑わいの創出及び観光交流施設などの類似施設の管理運営に関する事業の実績	07 08
事業実施に係る運営体制	09
事業収支の考え方	10 11 12
資金の調達法	13
内装工事等への投資内容、工事期間	14
修繕の考え方	15
賑わい創出の仕掛けについて	
集客の方策（展望フロア、広場活用やイベント展開等を含む）	16 17 18 19
周辺施設との連携の可能性	20
観光交流施設としての機能	21 22 23 24 25 26
広報・PRの手法	27
市民利用、公共公益性について	28
景観について	29
将来像や波及効果	30



横浜市民ファーストの進化

横浜市民に愛され、利用される場の魅力を、さらに高めてゆくための新たな環境デザイン
「Tower in the Forest Garden」

横浜市民に愛され、利用される場の魅力を、さらに高めてゆくための新たな環境デザインのテーマは「Tower in the Forest Garden」

私たちは、今、市民の方々が自分が住むエリアに求めている大切な環境とは何か？ということをもリンタワーを運営しながら、この場所から見えてくる自然発生的な市民交流の場のあり方を考えつけてきました。

そこでまず、素直に感じることは、人々は気持ちの良い日常生活を楽しめる場所を求めている、ということです。

「これまでの都市の成り立ちとは“初めに産業(職)ありき”で、人々は職のあるところが集まり居住し、やがて街が形成されていった。ところが今、産業構造の変化、情報技術の発達によって、職の有無よりも前に自分たちが住みたい場所を優先して街を選ぶ人々が現れてきた。自分たちの感受性に合致した、気持ちの良い生活が実現することで、人々が集まり、街が発展し、企業はそんな人々が多く住む街を目指して、後からやって来る(あるいは、そこから生まれる)。ポスト工業化・高度情報サービス産業時代ならではの新しい序列である。」

(PDC ポートランド市開発局マネージャーによる解説『グリーンネイバーフッド』吹田良平著より抜粋)

環境先進都市として注目を集めている米国オレゴン州ポートランドは、全米で最も環境に優しい都市として、近年注目を集めています。また、全米で最も出産に遅れた街ともいわれています。

横浜市がかかげている「ガーデンシティ構想」は年々その広がりを見せ、「ガーデンネックレス」「里山ガーデン」などのイベントは、市民からの大きな反響を得ています。

こうした視点に立って、私たちが提案する「未来へとつながる新生マリンタワー」の姿は、「Tower in the Forest Garden」と名づけた、環境づくりをテーマとした新たなデザイン表現をマリンタワーに加えることです。

山下公園通り、山下公園の緑あふれる環境をマリンタワーの広場までつなげてゆきます。また、夜間に山下公園側の樹木にもライティングを行い、山下公園からマリンタワーへの視覚的な光のつながりをしっかりと表現してゆきます。

さらに、「光のつながり」の発展形としては、山下公園の石のステージ・水の階段・世界広場のライティングデザインにまで広げてゆくことも可能だと考えます。

こうした、ビジュアルインパクトのある「緑と光の道」は、このエリアのつながりを表現するだけでなく、近く開発されてゆく「山下ふ頭の大型複開発」ともつながってゆく重要なアプローチです。

マリンタワー敷地内の新たな環境デザインの具体的な提案として、現状の白とグレーのモノトーンの外壁に、存在感のあるパッチカルなグリーンを壁を設けます。この存在感のある緑の壁の表現は、フランスの植物学者パトリック・ブランによって一躍注目を集め、世界的に活躍する建築家の多くが、自らのプロジェクトに採り入れている新しい表現です。単なる緑の壁ではなく、この場所に生息可能ないくつもの植物を緑のグラデーションのように立体的に構成しています。この緑の壁に大型映像モニターを2台設置します。

マリンタワーの広場は大小の樹木をバランス良く配し、ベンチ席も加えた新たなランドスケープデザインとします。

この緑の表現は、屋上庭園へと続き、塔の足許に植栽をほどこし、海からの風や音をリアルに感じるベンチ席も用意します。

そして、こうした新しい環境表現に合わせた新たな、タワーライティングの手法を加えてゆきます。

夕暮れ時になると広場や屋上の植木がイルミネーションで輝き始め、屋上庭園の樹木のイルミネーションの光が塔の足許へとつながり、そこからマリンタワーのライティングが点火されてゆくようなイメージ表現をつくり上げてゆきます。

クリエイティブシティ ヨコハマへの共感

Art & Technology

未来へとつながる新生マリントワーを実現してゆくために、まず重要な要素としてあげられるのは、横浜市におけるマリントワーの存在意義をより一層明確にしてゆくことだと考えます。

私たちは今回の運営事業者コンペを好機としてとらえ、塔のライティングデザインと展望フロアの新たな空間体験を結びつけてゆくテーマを「Art & Technology」として展開してゆきます。

コンピューターによる光と映像の新しい表現が可能になった時代、創造都市ヨコハマらしい文化・芸術表現を新生マリントワーに採り入れてゆきます。

展望フロア活性化のための「メディアアート ギャラリー」

タワーの原点は展望台にあるという発想に立ち返り、来訪者の皆さんに展望フロアまで昇っていただき、いかにしてヨコハマを感じる体験をしてもらうか、という新たな発想と工夫が必要だと考えています。

そのために、展望フロア (30F) にコンピューターによる光と映像の新しい表現を生み出しているメディアアーティストの方々の作品をヨコハマの風景と重ね合わせて楽しんでいただく「メディアアート ギャラリー」を展開します。また展望フロア (29F) には、360 度のパノラミックなヨコハマの風景をゆっくりと感じることのできるベンチシートを設け、外国語での案内も可能な VR などの新たな機器を採り入れ横浜の歴史映像とリアルな映像の両方が楽しめるエンターテインメント性の高いサービスを提供してゆきます。

新生マリントワーの新たなライティングデザイン

2021 年に 60 才を迎える新生マリントワーでは、塔のライティング演出を都市の環境デザインとしてとらえ、さらにその表現力を強化し、市民や観光客が素直に反応し、楽しんでもらえる横浜のシンボルとしての存在感をさらに高めゆきます。マリントワー再生のあとにオープンした「東京スカイツリー」の足許には、住民や観光客が様々な撮影ポイントを見つけ出し、写真に収め、友人に送るという自然発生的な動きが起こっています。

スマホ時代のインスタ映えする場面を友達と交信するという行為は、人々の日常生活のなかにすっかり定着しています。

街のシンボルの輝きは、街の記憶と重なり合っているのだと思います。

再生マリントワーでは、これまで季節ごとの基調デザインに加え、社会的テーマを持ったライティングデザインから、企業イベント、アーティストのためのイメージライティングなど、様々な個別の要望にも応えてきました。その積み重ねは、2007 年の運営事業者コンペにおける「クリエイティブシティヨコハマ」という基本理念にもとづくものでした。

私たちは、マリントワーを街のシンボルとして再生してゆくために、大規模なライトアップ計画に着手しました。

まず、最初に行ったのは、塔の色を変える提案です。「横浜都市都市美対策審美会」の方々へのプレゼンテーションを行い、新しい塔の色の提案に賛同していただきました。パリのシンボルとしてのエッフェル塔も、これまでに 6 度も異なる色に塗りがえられてきた史実を検証しながらマリントワーの塔の内部トラスを「ブラウンオリーブ色」に、外部の 10 本の鉄柱を「シルヴァー色」に変えてゆきました。この提案のベースにあったのは、最新の LED10 機を 10 本の鉄柱の足許に設置し、コンピュータープログラムによって新しいライティングデザインを行い、マリントワーがヨコハマのシンボルとしての新しい輝きを放つという姿を実現することでした。

具体例として挙げると、再生マリントワーの第 1 回目のライトアップイベントは、「フランス月間」に合わせて、フランスの国旗をイメージしたトリコロールカラーの表現でした。このイベントは、横浜市との共同企画でした。

こうした表現が一定の評価をうけて、2010 年、LED の開発で知られるオランダの「フィリップス社」から 2010 年の日本におけるもっともすぐれたライティングデザインに選ばれました。

こうした流れをマリントワーホールでの文化イベント企画へと発展させ、光の演出による都市空間の新たな表現に向けてと題したシンポジウムも開催しました。

このシンポジウムでは、世界的な注目を集めているリヨンの光の祭典「ルミエール祭」を企画しているリヨンのディレクターをお招きし、横浜市のライティングデザインにかかわった方々とのディスカッションを行いました。

「Art & Technology」をテーマとしたプレゼンテーションの場

こうした活動を今後さらに展開してゆくために、イベント型の企画として、展望フロアの「メディアアート ギャラリー」にかかわっていただく新しい世代の才能あるメディアアーティストの方々にも表現者として参画していただき、プロジェクションマッピングなどの表現も加えながら、展望フロア、タワーそして広場へとつながる一体の表現を生み出し新生マリントワーのシンボル性を高めてゆきます。

また、こうした新生マリントワーの表現にかかわってくれた方々を中心に、マリントワーホール (3 階) では、米国マサチューセッツ工科大学の「MIT メディアラボ」が主催している「TED」のような表現の場をつくり「Art & Technology」の視点から、プレゼンテーションをして頂き、文化イベントの企画として、定期開催を目指していきます。さらにこのプレゼンテーションの場には、横浜で活躍する IT ベンチャーの方々もお招きして、自分たちが開発している新たな Technology のお話しもして頂く場を用意します。このような文化イベントの企画を継続してゆくことによって「Art & Technology」というテーマが広がりを見せ、もっと多くのジャンルの方のプレゼンテーションの場として成長してゆくことでしょう。

こうしたプレゼンテーションの場には、横浜の各大学の生徒を抽選で招待するなど、市民とのつながりを深める工夫も採り入れてゆきます。

AI による第 4 次産業革命が起こりつつある今、Art と Technology は不可分のものとして捉えられ、クリエイティブな表現から、技術開発型のビジネスのジャンルにまで広がってゆくことでしょう。

「創造都市 ヨコハマ」にふさわしい新しい時代のクリエイティブな表現を新生マリントワーから発信してゆきます。



観光 MICE への貢献

Well come to YOKOHAMA 「横浜 旅のライブラリー」
海外からの観光客誘致のための連携 「海からの道」
成長するアジアの都市のプレゼンテーション

新生マリンタワーは、単体の観光施設としての魅力の向上だけでなく、海外の観光客や地方からの来訪者に対し、横浜の街全体の魅力を伝える観光拠点となることを目指します。横浜は観光 MICE の推進に積極的に取り組んでいます。観光をテーマに、東京にない魅力をみんなで創出し、内外の観光客を引きよせてゆこうとする流れを受けて、新生マリンタワーでは、公益床である 2 階に、横浜観光の拠点としての大胆な表現が求められているはずです。そして今回、横浜の観光振興・観光 MICE への貢献というテーマのもとに、本格的なリニューアルに取り組みます。

Welcome to YOKOHAMA (横浜 旅のライブラリー)

横浜の主要観光地のすべての情報がビジュアルに伝わってくる映像表現とともに、横浜の楽しさ、見どころを案内し、観光客の方々が自由に情報アクセスできる専用デバイスも用意します。

また、横浜にゆかりのある ART や写真集、建築から都市論、小説、レコード、CD までを一室に揃えたライブラリーも併設します。こうした情報に観光のコンテンツを盛り込むことによって、自分の興味に合わせて、主要観光スポットから、横浜の街に対するマニアックな興味にも対応できる場を創り上げてゆきます。

また、コンセルジュデスクも用意し、横浜 旅のコンセルジュがお客様に直接対応し、観光情報だけでなく「おもてなしの精神」も伝えてゆきます。新生マリンタワーでは、施設全体にも多言語表示を可能な限り採り入れて、海外からのお客様をお迎えします。

海外からの観光客誘致のための連携 「海からの道」

グローバル化の流れが、さらに発展していく時代環境の中にあつて、都市のあり方と世界との関係性をこの横浜からイメージしていくと、山下ふ頭開発は港を臨む横浜の新しい翼としての存在感を高めてゆく開発となることでしょう。

国内的にはリニア新幹線の発着駅となる品川、海外とのつながりとしては羽田空港の国際化、これらの新しいインフラの発展によって、人々を横浜へと 30 分でつないでいくような流れも生まれています。

こうした流れを受けて山下ふ頭開発の新しい交通拠点としてのターミナルもマリンタワーに隣接するような形で生まれてくるはずだ。

山下ふ頭開発 [ハーバーリゾートの形成] はマリンタワーと一体のものとして捉えていく視点が求められているのではないのでしょうか？

このように海側からのアクセスを起点にマリンタワーの存在をとらえ直してゆくと、新生マリンタワーは横浜を代表する最初の観光スポットとなることでしょう。

こうした近未来の横浜のイメージを考えると、私たちはマリンタワーへとつながる [海からの道] を作り上げていくべきだと考えます。

海上バスを運営している F 社と業務提携を行い、海から山下公園、マリンタワーへと観光客を運ぶ定期便を企画します。特に夕方からの時間帯を大切に考え、横浜の夜景を楽しみながら、マリンタワーの新しいライティングに導かれるような [海からの道] を演出していきます。

最近、世界の豪華客船が横浜港に 3 隻同時にやって来たことがニュースとして取り上げられました。

ヨーロッパだけでなくアジアの人々の間では、大型の客船でアジアの都市を楽しむという旅の形が広がりはじめています。

こうした流れを受けて、大型客船を所有し旅を企画している世界の企業とのつながりを作り [海からの道] というコンセプトで、海上バスの企画と連動しながらマリンタワーへのアクセスを企画していきます。

「成長するアジアの都市のプレゼンテーション」

現運営事業者の A 社グループは、横浜を拠点とした地元の企業でありながら、この 10 年ハワイのリゾートマンションの開発に関与し、日本国内で販売するなど積極的に海外展開を進めてまいりました。そして現在、シンガポールをアジアのヘッドオフィスとして、香港、フィリピン、タイなど成長するアジアの都市にも拠点を広げています。

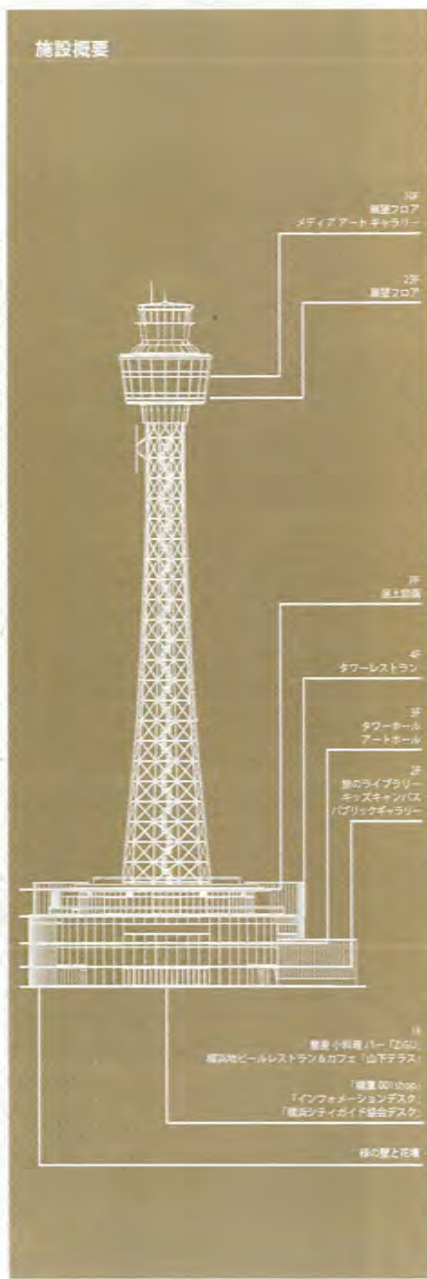
こうしたグローバルな展開は、世界の富裕層とつながりを持つサービスブランドを展開する A 社のグループ会社の存在が大きな役割を果たしています。

このようなグローバルに不動産事業を展開する中で蓄えたネットワークをフルに活用して、横浜の新しい魅力を表現するハーバーリゾートとしての山下ふ頭開発とマリンタワーの存在を世界の人たちに伝えていく工夫を試みていきます。

成長するアジアの都市の魅力プレゼンテーションする場をこのマリンタワーで企画していきます。こうした活動は都市の魅力と、成長する都市のあり方を議論するコンベンションとして発展していくことでしょう。

成長するアジアの都市とその開発を支えている日本企業との関係は、インフラ事業も含め今後大きなつながりとして日本の経済成長を支えていく柱となることが期待されています。多くの日本企業が関心を持って参加していただける可能性のある企画です。こうした活動が、マリンタワーそして近く開発をされていく山下ふ頭開発など横浜の魅力の人々に伝えていく一助となるはずです。

まず横浜市が山下ふ頭開発を中心とした横浜の新しい魅力を紹介する企画を皮切りに、大きな飛躍を遂げた都市国家シンガポール、新しい成長を目指すフィリピンのマニラなど、成長するアジアの都市をプレゼンテーション形式で紹介してゆきます。こうした成長するアジアの都市の魅力を紹介する企画を立案していく中で、アジアの都市の方々との新しいつながりをつくり上げていきます。



まちづくりにおける位置づけや役割



前回の運営事業者コンペにおいて、私たちは山下公園通りにあるマリントワーの存在を様々な角度から分析を行いました。

まず最初に行ったのはロンドン大学で開発された space syntax の理論手法を用いて、マリントワーとその周辺地域の分析を行い、マリントワーのこのエリアにおける新たな位置づけと役割を導き出してきました。

マリントワーの立地の特性と目指すべき未来イメージを持って、私たちは再生マリントワーの運営を担ってきましたが、周辺地区との街のつながりは、今日においてもまだ、道半ばというのが現状です。

街とつながる

そして今回の運営事業者コンペを機に、私たちが是非とも実現したいテーマは、山下公園との強い視覚的なつながりを作り上げ、山下公園と再生マリントワーを人々が一体のものとして感じられる環境表現の場とすることです。

このような視点に立った快適な回遊性を山下公園と一体のものとして作り上げていくことができれば、そこから自然に人の流れが生まれ、内外の観光客や市民の方々が山下公園と再生マリントワーをひとつの流れ、ひとつのストーリーとして楽しんでくれるはずです。

このつながりを作り上げる事は「ハーバーリゾートの形成」をテーマとして開発される『山下ふ頭の大規模開発』とも近い将来必ずつながってゆく、極めて重要なポイントになると確信します。

このテーマを実現していくためには、横浜市との協働事業としてのプロセスが不可欠です。

幸い今回の再生マリントワーの広場の活用方法については、横浜市からこれまでの 10 年よりもはるかに自由度の高い活用方法を受け入れる姿勢を示していただきました。

このことを受けて、私たちは再生マリントワーの基本理念として掲げた「Tower in the Forest Garden」のテーマにもとづいて、山下公園通り、山下公園との一体感を感じさせるような緑豊かな公園の広場としての環境デザインをマリントワーで実現していきます。

この新しい環境デザインの表現は、広場と再生マリントワーの低層部を一体のものとして捉え「Tower in the Forest Garden」というテーマを全体観として示していこうとする試

みです。

再生マリントワーはアーバンリゾート的なイメージを持った場所として生まれ変わります。

山下公園通り地区、元町、中華街へとつながるゲートタワー

マリントワーに面する山下公園通り、山下公園側の植栽にライティングの演出を行うと同時に山下公園側からマリントワーの低層部がしっかりと見えてくる Vista (象徴的な見通し) を確保していきます。

また、相互のつながりをより鮮明にするためのゲートの役割を果たす環境デザインとしてのライティングの演出は、人々の流れをとぎれさせないために極めて重要です。

山下公園とのつながりを「緑と光の道」としてマリントワーと繋げていくことができれば、やがてこの緑と光の表現は「山下ふ頭の大規模開発ハーバーリゾートの形成」とつながる道となることでしょう。

そして、さらに YMC の愛称で親しまれている横浜の観光名所へと人の流れをつなげていくゲートタワー (町歩きの間接点) として重要な役割を担う場所となることでしょう。

人とつながる

タウンマネジメントの手法を取り入れた地域コミュニティの形成

再生マリントワーの運営事業になった時点から、私たちは周辺地域の方々とつながりを大切にしてきました。

「YMC 協議会」「横浜セントラルタウンフェスティバル」などの地元組織に参画させていただき、築き上げてきた地域の方々との関係は、私たち現運営事業者の目に見えない大きな財産となっています。

街の繁栄を支えている地元ローカル企業や様々な地域の活動をリードしている方々との関係は地域コミュニティをみんなで育てていくための基盤となるものです。

私たちはこれからも、街をつなぐベースとなる地域コミュニティの一員としての役割を積極的に果たしていきます。

そして、未来へとつなぐ再生マリントワーの役割は、こうした地域の方々と知恵を出し合って具体的な協創型のコミュニティイベントをより多くマリントワーの内部や広場を活用して表現していくことです。

今回の再生マリントワーのリニューアルデザインは、こうしたコミュニティイベントを表現していくのにふさわしい「緑豊かな屋外劇場的な空間」を作り上げていこうとする試みです。こうした地域活動を実のあるものとしていくためには、ハード以上にソフトとしての企画力が求められているはずで、そのための具体的な手法として、デベロッパーの世界で浸透し始めているタウンマネジメントの手法を取り入れていきます。再生マリントワーでは「YMC 協議会」や「横浜セントラルタウンフェスティバル」など地元の若手経営者との議論を重ねてきた実績を糧にして、パートナー企業を集め、相互のブランド力を高め、ゆく活動のなかからマリントワーを舞台にしたコミュニティイベントを共同開催していきます。こうした活動を、横浜市民の芸術文化活動を支援するイベントへと結びつけていきます。



街のゴミ拾いをスポーツとして捉えるボランティア活動「スポGOMI」は大きな広がりを見せ、自治体からの注目を集めている。



横浜セントラルタウンフェスティバルでの山下公園通り会のイベント「インターナショナルフリーマーケット」をマリントワー広場にて毎年開催。

現況、課題について

2009年5月23日に、横浜市民の期待と共に再生マリントワーがオープンしました。

初年度は34万人の展望フロアの利用があり、閉館時と比較すると約7万人の上昇でのスタートとなりました。同時に、コンセプトの違う3つの飲食店を展開することによって、様々なシチュエーションでマリントワーを利用してもらう機会が増え、賑わいとともにお客様に親しみを持っていただける施設として、マリントワーは生まれ変わりました。

2012年度にはリニューアル後、累計100万人の展望フロア利用者を達成しました。2013年3月には5路線相互直通運行の効果で、埼玉県からの来館者が大きく増え、近隣エリアへのPRの機会も増えました。

2014年以降に関しては、横浜観光における回遊エリアの変化やインバウンド誘致の伸び悩み、さらには悪天候（特に週末や観光シーズン）なども重なり、徐々に来館者数が減少傾向にあり、この回復が今後の大きな課題となっています。

しかし一方で、この運営期間で積み上げてきたお客様や850組以上にも上る結婚式申込数など、今後のマリントワーをさらに輝かせるために必要な多くのお客様に対する楽しさと感動を与えてきました。

現運営に際しては、展望フロアから360°見渡すことのできる横浜の眺望を最大の観光資源と捉え、無駄を省いたシンプルな仕掛けによる魅力創出に取り組んできました。しかし、時代の変化に伴い、そのシンプルな面も見せながらも新たな発見や驚き、新しい体験ができるマリントワーを作り上げるこの必要性を感じています。

国内はもちろんのこと、海外観光客やMICE関連の方々にも新たなマリントワーを感じていただき、多くの思い出を持ち帰っていただける仕組みを作り上げ、課題を克服してまいります。

また、それに合わせて私たちが得意としている飲食の切り口から、昼から夜まで様々なシーンで活用できるカフェ&レストラン、海外からのお客様が日本の食文化や価値を体験していただけるメニューコンセプトを持ったJapanese Food & Bar、そして特別な時間を過ごしていただける洗練されたコンチネンタルレストラン、マリントワーがお二人のステージとなり人生のストーリーの出発点となるウェディング演出などの新しい提案を行い、これまでの運営で培った経験とそこから得られた課題への取り組みを新生マリントワーに活かしてゆくことが私たちの新たな使命だと考えます。

【MICEの現況と課題】

観光MICEの推進に取り組んでいる横浜市と連動しながら、新生マリントワーが取り組んでゆかなければならない大きな課題は、マリントワーとしての観光振興への取り組みです。

現在マリントワーとして参加しているMICE関連の部会は、「横浜MICE部会」「横浜山下MICE推進協議会」「関内・関外活性化協議会 観光・MICE推進委員会」があります。

マリントワーとしての役割はその施策や課題を理解し、それぞれの組織と連動した施設の強みを活かした協働です。

課題のひとつとして、外国人受け入れ体制とWi-Fi環境の整備が挙げられています。飲食店でのメニュー、案内ツールの多言語化、各フロアのWi-Fi環境整備により、外国人が安心して楽しめる環境を整備していきます。

また、山下町周辺エリアでは学会開催可能な会場が少ない事が課題として挙げられています。このエリアの特性を十分に表現し、近隣施設との協働を重ね、魅力ある受け入れ体制を検討していくなかで、新たな観光MICEに貢献する企画をマリントワーでも実現してゆきます。

今後、国際都市横浜としてさらなる発展をしてゆくために、横浜のシンボルとしてのマリントワーのライティングデザインの演出や、充実した環境整備に併せ、国内外の観光客に向けての空間提供、情報提供、横浜らしさを感じることのできるおもてなしを大切に考えた、賑わいと交流施設としての取り組みを常に行って行くことが、課題に対する最大の効果を発揮させるものと考えております。



現在のマリントワー

新生マリントワーの外観イメージ

賑わいの創出及び観光交流施設などの類似施設管理運営に関する事業の実績

運営事業者①

A社

役割：マリンタワーを横浜市より借り受け、その運営業務

魅力向上のためのリニューアルプロジェクト

横浜市営地下鉄「関内」駅4番出口に隣接した、昭和27年築の旧大和銀行のビルを再生し、A社グループの本社ビルとして活用。また、同ビル1階部分をラウンジスペースとしてリノベーションを行い、街とアートの地域イベント「関内外 OPEN9」、都市整備局主催のアーバンデザイナー養成講座、経済局ソーシャルビジネス成長支援事業の成果発表会など、外部のイベントにも利用できるスペースとして提供している。



横浜市の副都心のひとつとして位置づけられている京浜急行線上大岡駅前の再開発「上大岡 C 南地区第一種市街地再開発事業」に参加。既存で所有していた商業ビルと再開発ビルとの合築により新たな大型商業施設を生み出した。街を利用する人たちの意見を取り入れ、地域のニーズが高かったシネマコンプレックスを誘致した。



観光振興に関わる事業

地元で開催されるフルマラソンを走る市民マラソン大会「横浜マラソン」への協賛。毎年数十名の社員が給水ボランティアとして参加。A社グループとしては前身の大会から数え、今年で8年連続の協賛となります。ボランティアは「横浜を支える、世界をつなげる」を合言葉に、仲間とともに支えるスポーツを楽しんで、大会を盛り上げている。



ハワイ、カアコエリアにおいて、オアフ島最大規模のリゾートタウン再開発で、宅地開発や高級コンドミニアムなどの一大プロジェクトに早くから参画。アジア地域においても、シンガポールをアジアのヘッドオフィスとして、香港、フィリピン、タイなど成長するアジアの都市に拠点を広げている。グローバルに事業を展開する中で蓄えたネットワークを活かし、山下町エリアの地域活性化に繋げていく。



運営事業者②

B社

役割：マリンタワーを横浜市より借り受け、その運営業務

ガーデンレストラン徳川園

名古屋市営の地泉回遊式日本庭園「徳川園」の中にあるフレンチレストラン。海外及び国内各地からのゲストを迎え入れるレセプションの需要を見込み、いままでの地域に稀少であった名古屋の文化を感じられるバンケット事業を含むレストランをオープン。来店するゲスト及び、地域の高所得層から文化度の高い客層を確保し、施設全体に対しての動員増加と知名度を引き上げた。



名古屋テレビ塔

2011年のアナログ放送終了と同時に電波塔としての役割を終えた名古屋テレビ塔の存続意義の再構築。観光名所として風化した施設に対し、レストラン・飲食施設・ブライダルといったコンテンツにより全面的にリノベート。全く生まれ変わった名古屋のランドマークとして認知され、集客を促したことにより、施設及びそれを取り巻く久屋大通公園の風紀も向上した。



"R" RIVERSIDE GRILL & BEER GARDEN

2010年、大阪の中之島公園にオープンしたカフェデザイン＆ビアガーデン。中之島の川辺で、バラ園に隣接する水辺と緑を感じられるスポット。昼のカフェ営業から、夏季のビアガーデン。中之島公園のイベントと連動した特別営業など、公園利用の新たな集客、利用動機を創出している。



三井記念美術館 ミュージアムカフェ

国の重要文化財に指定される三井本館「三井記念美術館」のオープンと同時に開店したカフェ。抹茶やコーヒーをはじめ、軽食から甘味処も提供している。美術館の観覧客をはじめ、隣接する日本橋三井タワー及びマンダリンオリエンタル東京の宿泊客等、高感度・高所得の国内外の客層が来店している。またこのような客層に対応するクオリティーの高い商品開発も行っている。



賑わいの創出及び観光交流施設などの類似施設管理運営に関する事業の実績

運営事業者③

C社

役割：リニューアールデザイン設計業務

タワーライティングデザイン業務

展望フロア等でのイベント企画業務

類似施設プロジェクト

東京タワー

東京タワー 50 周年に向けての本格的なリニューアールデザインコンペで新しい表現の担当として選出される。リニューアールプロジェクトの総合プロデューサーとなり、内部施設の構成から、東京タワービルの外観デザイン、内装デザイン、EV 内のライティングデザインを担当。このリニューアールを機に、東京タワーは新たな集客力のある施設として生まれ変わった。



観光施設の魅力向上に関わるプロジェクト

横浜赤レンガ倉庫「創造 100 周年」光のモニュメント

横浜赤レンガ倉庫が「創造 100 周年」を迎える年に、記念イベントとして光のモニュメントの制作依頼を受ける。東日本大震災の年のモニュメントとしてメッセージを添えた「飛翔」を制作。8m の造形と LED によるライティングの演出を担当する。赤レンガ倉庫の広場でクリスマスツリーの点灯式と同時にライティングを行い、翌年のフラワーフェスティバルでも同じモニュメントが会場の演出として使われた。



観光振興に関わるプロジェクト

鹿児島県南さつま市「南さつま海道八景」

宮城県白石市「温泉街の活性化のためのマスタープラン」

鹿児島県南さつま市の海道の魅力を観光資源としてゆくためのプロジェクト「南さつま海道八景」の選定委員となる。さらに、海道八景の魅力向上のためのマスタープランの作成を担当する。新しい視点から海道八景の関心を高めるために海道沿いの歴史的な標田をステージとしたライティングデザインの演出も行った。

宮城県白石市にある温泉地「温泉街」の活性化のためのマスタープラン作成。地域の魅力を引き出すための環境デザインに取り組んでいる。



運営事業者④

D社

役割：広報・PR 業務

音楽イベントの企画運営業務

観光振興に関わるプロジェクト

「SMART BEACH PROJECT」

鎌倉市、逗子市、葉山町の 3 自治体による、海水浴場のマナー向上のためのプロジェクト、「SMART BEACH PROJECT」の企画運営を 2015 年より 3 年にわたって担当。

本プロジェクトは、海水浴場での「お酒」「入れ墨」「音」等のマナー向上への取り組みで、1 年目は、鎌倉・逗子・葉山を訪れる方にはまずはこの取り組みを知ってもらうことを目的に、2 年目は、公式サイト開設など全国に向けた情報発信と、海水浴場での直接的な訴求を実施した。3 年目は「飲酒マナーの向上」を最重要課題とし、海水浴を楽しむ方々に、周囲に迷惑をかけない節度ある飲酒の啓発を行った。



観光施設の魅力向上に関わるプロジェクト

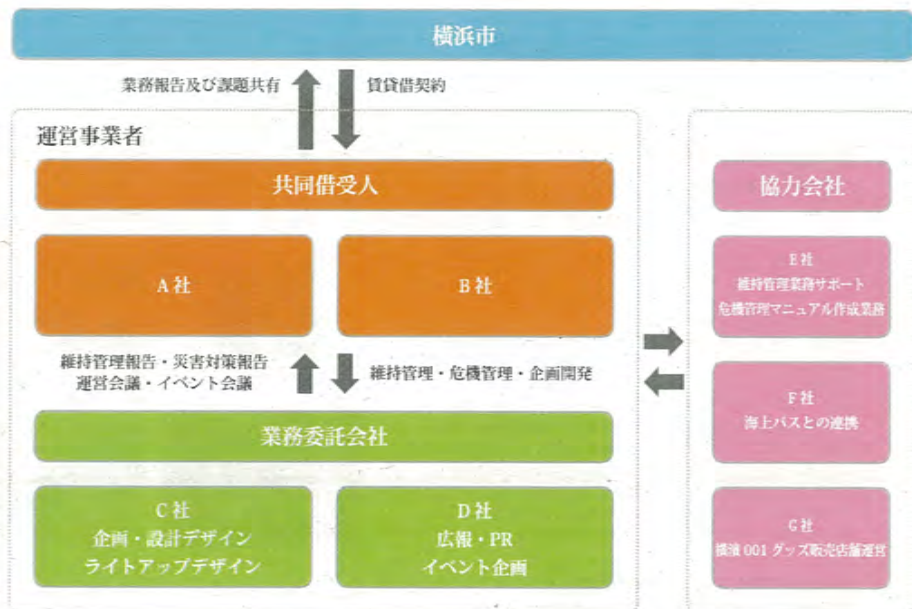
横浜赤レンガ倉庫イベント会場「横浜グルメンタ」

横浜赤レンガ倉庫イベント会場を会場とした、「食」と「エンターテインメント」をテーマにしたイベント「横浜グルメンタ」を 2015 年より 3 年にわたり開催。「食」と「エンターテインメント」をテーマに掲げ、Yokohama Walker の協力によりスタートし、2 年目からは、揚げ物に特化し、神奈川・横浜の地元食材を使ったオススメ「揚げ物」料理を中心とした厳選した揚げ物店が軒を連ね、公開生放送、公開収録、アーティストライブ等、ファミリーが楽しめる様々なエンターテインメントも提供。3 回目となる 2017 年には 68000 人の動員を記録した。



事業実施に係る運営体制

運営体制図



横浜市・運営事業者(共同借受人・業務委託会社)・協力会社の役割分担について

運営事業者のうち、横浜市と賃貸借契約を締結し共同借受人となるのはA社とB社になります。2009年からの運営実績を元に、新生マリントワーの事業運営・管理を行い、変化していく周辺エリアに柔軟に対応しつつ、国内のみならず海外からの観光客誘致、そして横浜市民にとっての誇り、憩いの場として安定的な運営を心掛け、地域と一体になって発展させていくことを目的と致します。本事業を実施するにあたり、A社とB社は、マリントワーの所有者である横浜市と賃貸借契約を結び、業務委託会社と業務委託契約を結びます。また協力会社とはマリントワーとの連携を図っていく事の合意を取り、企画等での相互協力体制を構築します。

- ①横浜市と共同借受人は、定期的な情報共有及び課題報告などを行い、円滑にマリントワーを運営し続ける為の協議を継続していく。
- ②業務委託会社、協力会社とは、リニューアル内容検討段階からマリントワーの次への課題と役割、事業の本質・理念を共有し、互いに理解を深める為の協議をしていく。
- ③契約開始からは、共同借受人が総合的にマネジメントをし、運営上・管理上必要な項目に対し業務委託会社や協力会社と協議しながら、万全な態勢で円滑なマリントワー運営に努める。
- ④定期的に運営会議を行い、賑わい創出の為のイベント会議や課題抽出の為の会議を通して、より魅力ある施設に向けて一体感を持って取り組んでいく。

横浜マリントワー災害対策委員会の設置

ご来館頂いたお客様に安心してお楽しみいただける施設作り、近隣地域との連携による協力体制の構築、災害情報の発信基地となる事を目的として、災害対策委員会を設置します。マリントワーは加賀町警察署管轄区域に存しており、このエリアには繁華街も多いことから、加賀町警察署を中心とした組織「加賀町警察署テロ・災害対策協力会(以下「本会」という)」が設置されており、マリントワーも会員となっております。また、本会は中区長、中消防署長も会員となっており、運営事業者のA社も本会の役員として、マリントワーとは別に参加しています。この加賀町警察署テロ・災害対策協力会にご協力をいただき、マリントワーとしての災害対策委員会の設置を進めてまいります。

<主な業務内容>

- ・マリントワーの運営全般及び維持管理
- ・マリントワーの飲食店の運営及びプライダルの運営
- ・マリントワーのMICEにおける役割の強化
- ・横浜市ウェディング活性化に貢献
- ・職業体験受け入れなどの社会貢献活動
- ・マリントワーのイベント企画及び近隣イベントとの連携
- ・マリントワーの広報・PR活動
- ・業務委託契約企業のマネジメント
- ・地域活性化の為の貢献活動

横浜マリントワー災害対策委員会

- ・マリントワー
- ・三菱電機ビルテクノサービス株式会社
- ・セキュリティ会社
- ・施設管理会社
- ・横浜市(文化観光局)
- ・(協力体制として)警察、消防

主な実施項目

- ・災害別の対策マニュアルの作成
- ・被災場所別(1階~30階)避難方法
- ・周辺地域との連携の確認
- ・定期的な災害避難訓練の実施

事業収支の考え方 ②

●営業種目別収支計画 (4F コンチネンタルレストラン)

営業種目別収支計画①(初年度)

■営業概要		(単位:千円)	
営業内容	4Fコンチネンタルレストラン		
営業場所	4F		
営業予定者	運営事業者		
■初期投資		金額	設定根拠・計算方法等
内装工事費等			
その他			
初期投資計			
■初年度営業収支		金額	設定根拠・計算方法等
営業収益			
営業費用	売上原価		
	販売費・一般管理費 (うち賃借料・共益費)		
	リニューアル費		
	その他		
営業利益			

営業種目別収支計画②(10年)

■営業概要		(単位:千円)										
営業内容	4Fコンチネンタルレストラン											
営業場所	4F											
営業予定者	運営事業者											
■営業収支		年次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
営業収益												
営業費用	売上原価											
	販売費・一般管理費 (うち賃借料・共益費)											
	リニューアル費											
	その他											
営業利益												

【4Fレストラン】

店内席数 ■ 席 テラス席 ■ 席

平日ランチ平均 ■ 名 単価 ■ 円 平日ディナー平均 ■ 名 単価 ■ 円

週末ランチ平均 ■ 名 単価 ■ 円 週末ディナー平均 ■ 名 単価 ■ 円

平均月間客数 ■ 名 年間客数 ■ 名 年間売上 ■ 円 を見込む

●4F レストランは、観光施設を感じさせない非日常的な空間を備えたヨーロッパ各国の料理を楽しんでいただけのコンチネンタルキュイジーヌレストラン。ご友人との会食や大切な記念日、接待などにご利用いただける洗練されたレストランを目指します。また、MICE 関連のバンケット利用をはじめ、ウェディングでの利用もできるレストランとしていきます。

●営業種目別収支計画 (展望フロア)

営業種目別収支計画①(初年度)

■営業概要		(単位:千円)	
営業内容	展望フロア 観光事業		
営業場所	展望フロア・2F・広場		
営業予定者	運営事業者		
■初期投資		金額	設定根拠・計算方法等
内装工事費等			
その他			
初期投資計			
■初年度営業収支		金額	設定根拠・計算方法等
営業収益			
営業費用	売上原価		
	販売費・一般管理費 (うち賃借料・共益費)		
	リニューアル費		
	その他		
営業利益			

営業種目別収支計画②(10年)

■営業概要		(単位:千円)										
営業内容	展望フロア 観光事業											
営業場所	展望フロア・2F・広場											
営業予定者	運営事業者											
■営業収支		年次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
営業収益												
営業費用	売上原価											
	販売費・一般管理費 (うち賃借料・共益費)											
	リニューアル費											
	その他											
営業利益												

<展望フロア>

平均月間客数 ■ 名 年間客数 ■ 名 年間売上 ■ 円 を見込む

【展望料金の考え方】

展望料金の基本的な考え方としては、現運営での料金をベースと致します。
各層動引や水川丸、人形の家とのセット券も継続し、マリンタワーのみではなく、近隣施設を含めてお客様に満足していただく課を作っております。
また、料金変更や特別料金設定、タイアップ割引制度適用などについては、必要に応じて横浜市と協議致します。

【料金】

【基本料金】	
大人	750円
中高生	500円
小学生	250円
幼児(3歳以上)	200円
5歳未満	0円

【企画割引】	
割引対象	料金
団体割引	20~49人 500円/人未満
障害者割引(※1)	350円
シルバー割引	65歳以上 650円

【団体割引】(一人当たりの料金)				
基本料金	大人	中高生	小学生	幼児(3歳以上)
団体割引①20~49人	675円	450円	225円	180円
団体割引②50人〜	600円	400円	200円	160円

●新たな演出を取り入れ、観光資源である360°パノラマビューをさらに価値ある、そして楽しめる展望フロアへと変換させ、体験・体験できる、他の観光施設にはない魅力ある眺望スペースとしての取り組みを行っていきます。また、アート&テクノロジーの観点から、今までにない光と映像の演出を導入することによる、未来を担うアーティストの表現の場となることを目指したスペースとしていきます。

事業収支の考え方 ③

●マリンタワー事業全体収支計画

新生マリンタワーの全体運営計画については、下記の通り初年度、10年間の計画を立案しました。
 現運営においては、展望フロアからの眺望を楽しんでいただくことに合わせ、様々なシチュエーションでご利用いただける飲食店を整えることよっての総合施設としての価値を高めることに重点を置き取り組んでまいりました。
 また、プライダルへの取り組みによる横浜の魅力発信と地域活性化にも注力してきました。その結果、新たなマリンタワーの価値の創造に繋がっていると感じております。
 この経験から、新生マリンタワー運営に関しては市民の方々は当然のことながら、国外からのお客様にもしっかりと目を向け、今まで以上に幅広い客層へのアプローチに力を入れてコンセプトから全面的に作り変えていきます。
 併せて、プライダルによる地域活性化の継続と観光 MICE 振興のための体制としての環境整備、様々なイベントによる賑わい創出に繋げていくことを念頭に収支計画を立てております。

マリンタワー事業収支計画①(初年度)

金額	設定根拠・計算方法等
工事・整備費等	
企画設計料等	
開業費等	
その他	
初期投資計	

■資金調達計画

金額	条件等
自己資金	
借入金他	
計	

■初年度事業収支

金額	設定根拠・計算方法等
営業収益	展望台入場料収入
	売上収入
	賃貸収入
	共益費
	その他収入
営業収益	
営業費用	売上原価
	人件費
	経費
	水道光熱費
	維持管理費・修繕費
	賃借料等
	減価償却費
	公租公課
	その他費用
	営業利益
営業外収支	営業外収益
	営業外費用
税引前利益	

マリンタワー事業収支計画②(10年)

	年次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		営業収益									
営業収益	展望台入場料収入										
	売上										
	賃貸料										
	共益費										
	その他収入										
営業収益											
営業費用	売上原価										
	人件費										
	経費										
	水道光熱費										
	維持管理費・修繕費										
	賃借料等										
	減価償却費										
	リニューアル費(費用計上分)										
	公租公課										
	その他費用										
営業利益											
営業外収支	営業外収益										
	営業外費用										
税引前利益											

■資金計算

資金源泉	税引前利益										
	減価償却費										
	その他										
資金使途	元金返済										
	リニューアル費(資産計上分)										
	その他										
繰越金											

● 営業収益に関しては、初年度を軸に過去実績や参考数値をもとに保守的に変動させております。これまでの運営実績に新たな投資効果加わることで更なる上昇計画を見込んでおります。資金面においても、営業収益に連動して上昇する計画で、これまで以上に健全で安定的な運営を見込んでいます。また、これらの資金活用して、契約期間中のリニューアル工事や修繕工事等の費用を充たさせていただきます。

資金調達の方法

資金調達

運営事業者が負担するリニューアル工事費及び設備投資費の全額を、共同借受人となる2社において、各メインバンク（ ）より全額資金調達するものとします。

したがって、マリントワーの運営に全責任を負う共同借受人となる2社が、本事業を行うための事業者としての設備投資等の全額を負担し、業務委託会社は、共同運営事業者としてそれぞれの役割を担い、協力会社は業務委託方式で、それぞれの施設における、業務に専念できる体制とします。

既存設備については、基本的に最大限活用することを前提としますが、リニューアル内容に応じて新規購入や修繕を行います。

設備投資

具体的なリニューアルの項目

① 外部空間の環境デザインとして、広場部分も、既存のテラスや芝生の良さを活かしつつ、さらに環境価値の高いくつろぎの空間、体験型イベントやフェア等を行うための緑の壁や花壇、屋上庭園などの設備を追加します。

② 1階山下公園側レストラン部分については、現運営におけるクオリティをさらにブラッシュアップし、神奈川及び近郊の地産食材を積極的に使用するなど、地元の方に喜んでいただける横浜地ビールレストラン&カフェ「山下テラス」として生まれ変わるために、既存の厨房、ホールを改装し、全面的なリニューアルを行います。

裏通りとなる水町通り側の「Mizumachi bar」部分については、現運営の既存設備の特徴を活かしつつ、蕎麦、小料理をメ

ニューとし、和食の様式美までをインバウンドの方々に体験していただける食空間として、リニューアルを行います。家具備品なども追加購入し、全体的な改修工事を行う予定です。また、厨房設備に関しても既存設備に追加工事を行い、料理提供の改善を行います。

③ 2階は公益宋としての役割を全面に打ち出し、「ヨコハマ旅のライブラリー」を始めとする観光情報拠点と市民の方々のためのコミュニティラウンジとして全面改装します。

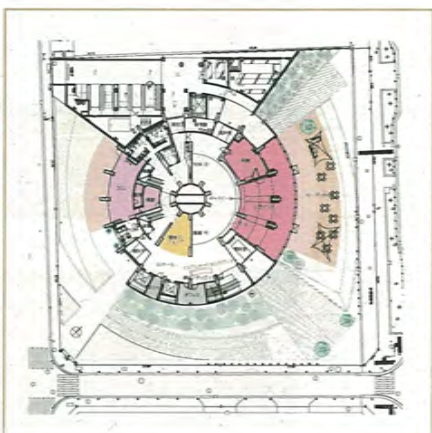
④ 3階のホール、4階のタワーレストランヨコハマについては、既存の内装、厨房設備を活かしつつも、さらに洗練されたレストラン、バンケットホールを目指し、家具類や劣化設備など一部改良を行います。なお、音響映像機材などの設備に関しては継続利用を検討します。

⑤ 展望フロアは30階に新しい映像表現を可能にするプロジェクターを設置し、29階はベンチシートや映像モニターなどの整備の充実を図ります。

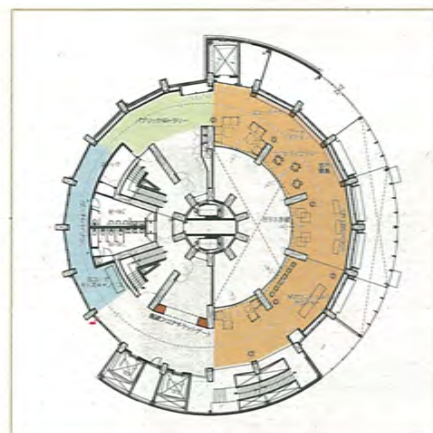
エレベーターやトイレ、その他既存共用設備に関してはそのまま活用致します。それに合わせ、マリントワーの歴史感を残しつつも新生マリントワーにふさわしい新たな空間を目指し、塗装や修繕を一部行い、新しさの中に、歴史を感じる表現の工夫を行います。



新生マリントワーの外観イメージ



1階 平面図



2階 平面図



29階30階 展望フロアイメージ

内装工事等への投資内容、工事期間

- 各スペースについての投資内容を下記の通り計画しています。
 - 投資金額に関しては概算となっています。
 - 費用に関しては全て運営事業者が負担致します。
 - 工事期間については、現時点での想定期間となっておりますので変更となる場合がございます。
 - 2019年9月から始まるラグビーワールドカップ2019日本大会にはソフトオープンできる工事行程を想定しています。
- ※収支計画については2020年4月からの運営計画としております



■投資概要 (単位:千円)

投資場所	マリンタワー外観	主な投資内容
投資金額(概算)	■	外壁モニター ライトアップ 屋上緑化設備
投資担当	運営事業者	外壁緑化 広場整備 イルミネーション
予定工事期間	3ヶ月	

■投資概要 (単位:千円)

投資場所	1F地ビールレストラン & カフェ	主な投資内容
投資金額(概算)	■	内装全般 店内テーブル・椅子・備品類 テラス整備(オーニング・椅子・テーブル等)
投資担当	運営事業者	断房工事
予定工事期間	2ヵ月	

■投資概要 (単位:千円)

投資場所	4Fレストラン	主な投資内容
投資金額(概算)	■	内装全般 テーブル・椅子・備品類 照明工事
投資担当	運営事業者	音響・映像関係 テラス整備(床・テーブル・椅子・オーニングなど)
予定工事期間	1ヶ月	

■投資概要 (単位:千円)

投資場所	展望フロア	主な投資内容
投資金額(概算)	■	映像演出 照明演出 モニター設置 ベンチ設置 カウンター
投資担当	運営事業者	床・天井工事 眺望案内ツール
予定工事期間	3ヵ月	

■投資概要 (単位:千円)

投資場所	1F宴会&バー	主な投資内容
投資金額(概算)	■	内装全般 店内テーブル・椅子・備品類 テラス整備(オーニング・椅子・テーブル)
投資担当	運営事業者	断房工事
予定工事期間	2ヵ月	

■投資概要 (単位:千円)

投資場所	その他	主な投資内容
投資金額(概算)	■	1F内装工事(バックヤード含む) 各フロアトイレ全般工事 ホームページ改修 ショップスペース工事 インフォメーション工事
投資担当	運営事業者	控室内工事 各パンフレット等ツール類
予定工事期間	3ヶ月	

■投資概要 (単位:千円)

投資場所	2F	主な投資内容
投資金額(概算)	■	情報ライブラリー空間工事 観光コンシェルジュカウンター コミュニティールラウンジ工事
投資担当	運営事業者	キッズキャンパス チケットカウンター 映像・照明工事
予定工事期間	2ヵ月	

■投資概要 (単位:千円)

投資場所	3Fホール	主な投資内容
投資金額(概算)	■	内装全般 テーブル・椅子・備品類 照明工事 EVホール 喫煙ブース
投資担当	運営事業者	小ホール工事
予定工事期間	2ヵ月	

- 以上、リニューアルに伴う全体投資計画は ■ を予定しています
- リニューアル後のランニングコストは含まれておりません

修繕の考え方

マリントワーは1961年に、横浜開港100周年記念事業として横浜展望塔株式会社（当時）により、横浜市民の協力のもと建設されました。

以来、マリントワーは横浜港のシンボルとして、長い間横浜市民に親しまれてきました。横浜の観光名所として、1990年及び1991年には年間の入場者数が100万人に達したこともありましたが、その後、施設の老朽化が進み、入場者数の減少もあり、2006年に営業を終了しました。

しかし、横浜市民からマリントワー存続の強い要望があり、マリントワーの横浜における存在意義等を考えた結果、横浜市がマリントワーを取得し、横浜開港150周年に向けて再生することとなりました。

2009年、横浜市はマリントワーの所有者として、築後50年近くが経過し劣化・陳腐化が進んだ施設を、次の50年に向けてこれからも長く横浜市民に愛され続ける施設に再生するため、安全性・違法性の向上、バリアフリー化、環境対策、メンテナンス性の向上などを含めた改修工事を行い、マリントワーに新風を吹き込みました。

それは、横浜開港から始まった歴史や異国情緒のイメージと、創造的で現代的なイメージを併せ持った再生事業であり、横浜市民にとってのシンボルであり長く愛され心に刻まれているマリントワーとして、多くの横浜市民に親しまれ、横浜の魅力あるまちづくりに貢献するための事業となりました。この再生事業によって、マリントワーと周辺地域が持つ街の記憶と、それを活かした新たな魅力を融合させることにより、観光都市横浜にふさわしい街並みの形成に寄与することとなりました。

現在、マリントワーは築57年を迎えており、建物が老朽化していくことを、重要な事実として認識していくことが運営事業者の責任であると捉え、より長く愛される施設であり続けるために、運営事業者として何ができ、何をすべきなのかを考えてまいります。



1961年の横浜マリントワー



現在の横浜マリントワー

安全で快適な環境の維持

マリントワーは不特定多数の方々を利用される施設であることを重視し、常に安全で快適な環境を維持することを第一義とします。

良い環境を維持するためには、維持管理や修繕は必要不可欠な項目です。設備については法定点検を含む定期保守点検を実施し、消耗品の交換時期なども適時行います。設備の故障や損傷についても、お客様に不便をおかけしないよう、その都度、早急に適切な対応を行います。

また、建物の点検についても、月に1度、専門スタッフが巡回を行い、き裂や変形が無いか等の確認を行い、発見された場合は直ちに横浜市と情報を共有していきます。

マリントワーはその名のとおり、海に近接する立地であり、風の影響を受けることも多くあります。

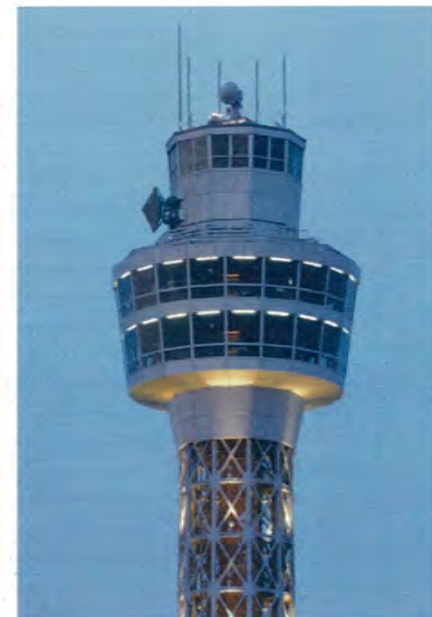
これまで、共用部専有部を問わず、空調設備の故障が多く発生し、そのために多くの修繕費が必要となりました。また、広場においても芝生や植栽のメンテナンスが必要となる状態が発生し、芝の張替えや植替えを行うこともありました。新生マリントワーにおいても、立地特性上の問題を考慮した準備、対応を行っていきます。

現在の契約において、マリントワーにおける一カ所の損傷箇所の修繕費用が20万円未満であるような小修繕については運営事業者の費用負担において実施することとする取り決めとしております。

今後、新生マリントワーの貸付期間中における修繕の考え方としては、建物躯体（構造体）、及び横浜市が敷設した設備（主に共用部分の設備等）については、予算等に応じて横浜市の判断により実施することとする横浜市の考え方に、運営事業者として同意いたします。

また、損傷箇所の修繕においては、ひとつの損傷箇所の修繕費用が20万円未満であるような小修繕については、横浜市と相談の上、現在の契約同様、基本的に運営事業者が実施することといたします。

協議事項として、横浜市が敷設した設備について、修繕が必要な状態となった場合に、それがお客様や従業員などの健康を害する恐れがあるなどのイレギュラーなケースが発生した場合は、営業上支障が生ずると判断された時は、緊急を要する内容として、一旦、運営事業者が修繕を実施し、横浜市へ求償する方法など、その都度横浜市と協議をさせていただきます。

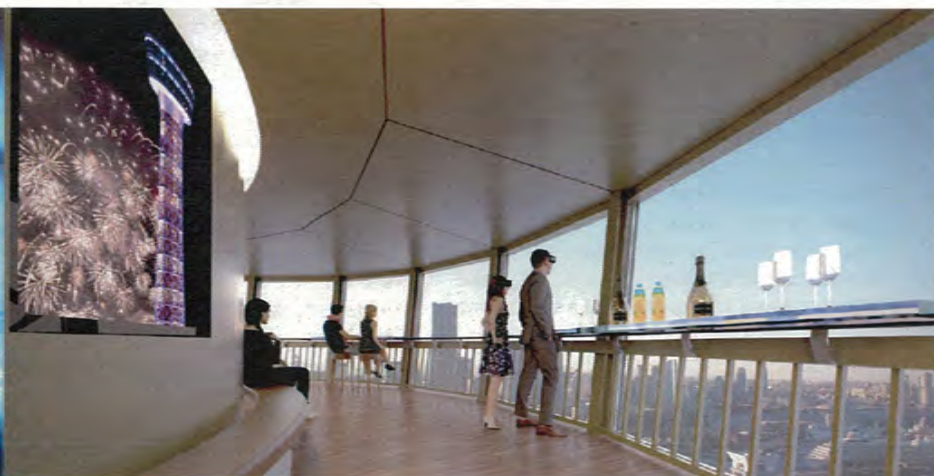


集客の方策①

展望フロア メディアアート ギャラリー



展望フロア (30階)「メディアアート ギャラリー」の内部イメージ



展望フロア (29階) 横浜を楽しむ新しいコンテンツを提供する。

今回の「未来へにつなぐ新生マリンタワー」では、さらに、新しいイメージの施設を創り出して、横浜市民から内外の観光客の方々まで、より多くの人たちが新生マリンタワーを訪れ、横浜をよりリアルに感じる文化的な体験を楽しむ気持ちの良い日常の時間を過ごすこうした、新しい体験と出会いの場を共有していただく時間を施設というハードのなかに新たにプログラミングしてゆく必要があると強く感じています。既存の施設をブラッシュアップしてゆく時、もっとも重要なテーマは、ハードとしての新しい空間表現のなかに、常にソフトとしての企画力を盛り込んだ新しい体験型の時間消費ができる場所のあり方を提供してゆくことです。新生マリンタワーは「文化観光施設」となることを目指して、さらなる進化をとげてゆきます。

展望フロア

再生マリンタワーの初年度 2009 年度は、34 万 4,208 人の方を展望フロアへご案内しました。そして、9 年後の 2010 年度は 22 万 9,806 人と、10 万人以上の減となっています。展望フロアにより多くの人々を迎えたいというタワー観光施設の原点に立ち帰ると、もう一度、新たな表現の工夫を加えて展望フロアの活性化を図ることに、着手しなければなりません。私たちは、運営当初から、全国のタワーを運営している「全日本タワー協議会」のメンバーとなり、定期的な議論をつづけてきました。そこで判ったことは、リニューアルデザイン時を頂点として、塔体観光は、全国どこのタワーも例外なくジリジリと下降線をたどってゆくという事実です。これこそが、全国のタワーを運営している事業者の共通の課題となっています。こうした事実を永年知り尽くしている東京タワーは、今年 (2018 年) も展望フロア「TOP DECK」のリニューアルデザインを行いました。

ディズニーランド的な映像手法で東京タワーの歴史を伝える演出の小部屋から「TOP DECK」へと出てゆくという仕掛けです。「TOP DECK」の内部側の壁は、立体的なガラスの壁として表現されています。このような展望フロアのリニューアルデザインはこれからも 5 年～10 年前後のタームで繰り返されてゆくでしょう。しかし、このタームは、ハードゆえの限界であり、展望フロアを訪れる人々を増やしてゆく手法としては、時間軸として長すぎます。今回、私たちが提案する展望フロアにおける新たな集客の手法は「変化しつづける展望フロア」です。

展望フロア (30階)「メディアアート ギャラリー」

30 階の展望フロアを、若い世代のメディアアーティストの作品を紹介し、ヨコハマの風景と重ね合わせて楽しむ新しい映像空間を体験できる「メディアアート ギャラリー」とします。

新しい展望フロア (30 階) は、夕暮れ時から、もっとも美

しく輝き始める横浜の夜景と重なるように、様々なメディアアーティストによる映像表現を体験できる場所となります。現在、コンピューターの発達によって、様々なビジュアル表現が生み出され、「プロジェクション マッピング」を始めとして、空間全体をまったく新しい映像空間に生まれかわらせてゆくメディアアーティストの作品が注目を集めています。こうした日本のメディアアーティストの活動は、海外からも注目され、高い評価をうけています。

観光振興の新しい視点として、「ナイト、タイム、エコノミー」という考え方が、今、注目され始めています。夕暮れ時からの新たな展望フロアの表現は、夜の時間をもっと楽しみたいと願う観光客を魅きつけてゆくことでしよう。このような新しい集客のための表現が、低層部の飲食スペースの活性化にもつながっていくはずですよ。

集客の方策 ①

展望フロア 横浜を楽しむ新しいコンテンツの提供

運営組織のなかに、この「メディアアート ギャラリー」の企画を立案する部門を設け、次々と新しいメディアアーティストを発掘し、展望フロアに新しい空間表現の場を創り出してゆきます。

こうしたメディアアーティストのなかには、塔のライティングに係わる人も生まれてくるはずだ。

マリントワーのライティング表現に、こうした方々にイベント形式でかかわっていただき、新生マリントワーは話題性のある新たな輝きを加えてゆきます。

また、ドローンを飛ばして、広場から屋上庭園をして、タワーのライティングまでを至近距離でリアルに映し出し、最後は展望フロアにいる人々までを映像化してゆきます。この映像を展望フロアの内部の壁に設置する映像モニターに映し出し、展望フロアにいる人たちにまったく新しい視点からの新生マ

リントワーの姿を体感していただけます。この映像は、広場に設置された大型モニターにも映し出され、マリントワーを訪れた人々を展望フロアへと誘引してゆく仕掛けとして活用します。

横浜を楽しむ新しいコンテンツの提供

展望フロア（30階）から降りて来た展望フロア（29階）では、新しいコンテンツとサービスを提供し、もっとゆっくり展望フロアに滞在していただく仕掛けをつくります。まずハードとしては、ベンチシートを内部壁側に設け、ゆったりした気分で、横浜の風景を感じとっていただく場所を設けます。

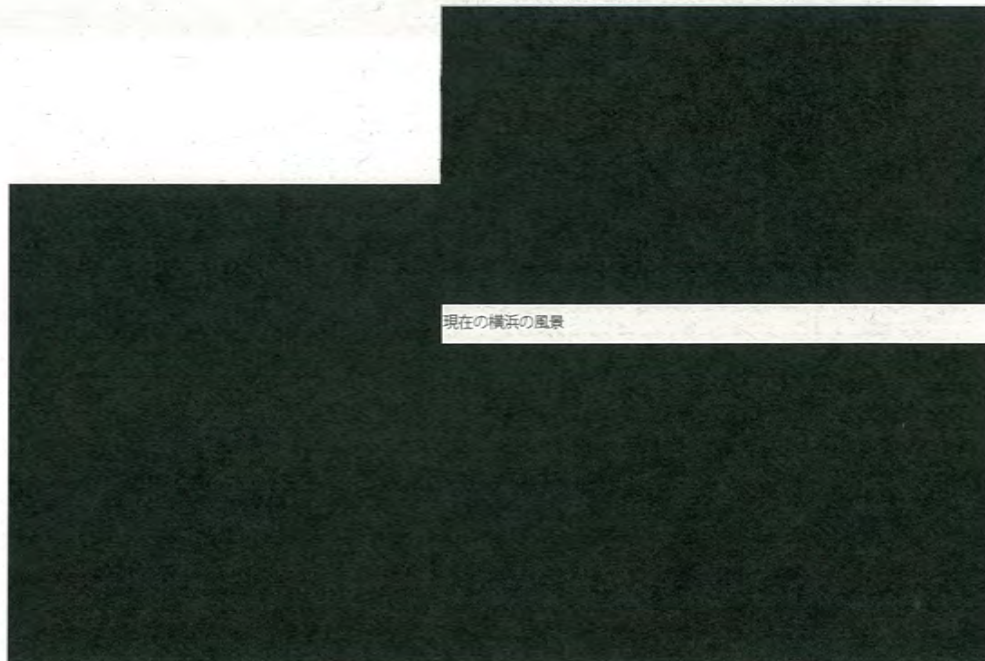
スマホや専用デバイスを活用して、展望フロアから自分の興味のある風景や街をカメラでとらえると、マリントワー周辺の観光地・グルメ・ショッピングの情報がでてくるAR（オーグメントド リアリティ）のサービスを用意します。また、観光スポットの情報や歴史などを知ることができる「横浜 お勧め・見どころ情報」なども楽しめます。

VR（バーチャル リアリティ）の機具を貸し出し、現在と横浜の歴史的風景、四季の変化などが映像としてうかび上ってくるコンテンツを用意し、横浜の街の記憶を楽しく伝えてゆきます。多言語案内も可能な機能を持たせ外国人の方々にも楽しんでいただけるものとします。

「Tower of Music」との連携企画として、週末の展望フロアに「DJブース」を設け、ジャズ、ロック、クラシック、AORなどの多彩な音楽を展望フロアで楽しむ企画も試みます。シャンパン・ソフトドリンクなどを提供する可動式のドリンクカウンターも設置します。常設ではなく、イベントと連動した可動式のテンポラリーなものとして活用しますが、横浜の風景、そして夜景をゆったりとした気分で記憶に残していただくための提案です。エッフェル塔の最上階では、トップデッキで外気にふれながら、シャンパンを楽しむサービスを行っています。一杯のシャンパンとともにパリの街を見渡す体験は、人々にパリの街を強く記憶に残してくれます。



ARの活用 展望フロアからのスマホカメラをかざすと横浜のグルメ、ショッピングの情報がその場で紹介されます。



現在の横浜の風景

VRの活用 横浜の今と歴史の風景が他言語サービスつきの1854年の横浜の風景映像で楽しめます。

集客の方策②

広場の演出 Tower in the Forest Garden

広場の演出

「Tower in the Forest Garden」

今回、私たち現運営事業者がリニューアルデザインとしてもっとも大きな投資を行うべきだと考えているのは、マリントワーの広場と、そこから一体感をもってつながるマリントワー低層部の新たな環境デザインです。そのテーマは「Tower in the Forest Garden」です。公園の広場のように横浜市民の方々が、ここでゆったりとした日常の時間を過ごしてもらうための緑あふれる空間を新生マリントワーの広場に創り上げてゆきます。新たな環境デザインが山下公園とのつながりを生み出し、自然な人の流れをマリントワーまで引き込んでゆくための工夫です。

そして、この広場が新しい市民の憩いの場となることを願っています。また、内外から横浜を訪れる観光客の方々にも、思わず足を止めて、どんな観光施設なのかという最初の興味を持っていただくためのインパクトのある緑豊かなビジュアル表現を目指します。広場の新しい環境は、「アーバン リゾート」ともいえる雰囲気を作り出してゆきます。緑や草花に彩られた広場は、市民の方々の文化イベントを開催するにふさわしい「屋外劇場」のような存在になることでしよう。広場のランドスケープデザインについては、まず、横浜市との入念な打ち合わせが必要です。

そして、ランドスケープの基本形が了承された後、市の造園協会などの協力を得て、こうした環境デザインに興味を持っていただける市民ボランティアを募り、ランドスケープデザインの段階から、新しい環境づくりに参加していただくという手法も考えられます。こうした市民の方々のプロセスの共有が完成後に、市民の方々が新生マリントワーに親しみとさらなる愛着を持っていただく、きっかけになるはずです。

新生マリントワーの広場は、横浜の代表的な観光施設であると同時に、市民の方々の文化的な活動表現の場となり、横浜に住むアーティストの方々の活動も支援する場となることを目指します。

こうした活動を活性化してゆくためのベースとなるのは、「地域コミュニティ」の形成です。「街とつながる 人とつながる」というテーマのもとに、街づくりにおける新生マリントワーの位置づけや役割を記してきましたが、コミュニティとしての真の社交空間を生み出してゆくためには、やはり「Person to Person」の世界から生まれる結びつきがそのベースになくはならないはずです。タウン マネージメントの手法でつながりが生まれている方々と様々なコミュニティ イベントを共創して、広場のイベントを確実に実現してゆきます。



横浜マリントワーと山下公園が光の表現でつながってゆく

集客の方策③

ライブ感あふれる音楽イベントの開催

これまで私たちは、共同運営事業者 D 社の企画力と情報発信力を活用して、2009 年度から毎月第 4 土曜日に無料ライブ「Tower of Music」を開催してきました。この継続的な文化イベントとしての活動は、今年の春 100 回目を迎えることが出来ました。再生マリンタワーから横浜の文化を支援し発信してゆこうという試みでした。「マリンタワーの 1 階の会場と吹き抜けでつながる 2 階を合わせて 100 人位が集まる。マリンタワーが会場 D 社が機材を提供し、ミュージシャンはノーギャラで出演し、ファンとふれ合い、司会者のトークでつなぎ毎回 3~4 組のミュージシャンが出演。出演後に全国区でヒットを飛ばすミュージシャンも出てきた。女子高生のカリスマとしてブレイクした井上苑子さんは、初めて出演した時、まだ高校 1 年生だった」(2018 年 4 月 24 日「朝日新聞」横浜版からの抜粋)私たちは、今後もこの「Tower of Music」を継続し、この



TOWER OF MUSIC 100 回記念の様子

広場を活用したイベント展開

活動を核として、マリンタワーの内部と広場の両方を活用しながら、新しいコミュニティ イベントとしての「市民音楽イベント」をさらに盛り上げてゆきます。「東日本大震災」のあと、音楽が人々の心をつなぎ、勇気づけてゆく力を、私たちは再認識させられました。また同時に CD が売れなくなっている時代の音楽業界では、全国で大小のライブハウスの活動が盛んになってきています。今の時代は「ライブ感」が大切にされ「フジロック」に代表されるような大型イベントとしての音楽フェスティバルにも多くの人々が足を運ぶようになっています。新生マリンタワーでは、これまでの実績と新たな広場の環境整備とをつなぎ合わせ音楽をテーマにライブ感覚を味わえる場として発展させていきます。1 階に新装オープンする「山下テラス」は山下画伯の壁画に向かってオープンなスペースとして改装し、横浜の食材をふんだんに採り入れた食事やドリンクとともにライブ演奏が楽しめる空間づくりとします。

広場に面した大型モニターで Tower of Music の演奏を映し出していきます。また「パブリックビューイング」としての表現にも活用して横浜で開催されるスポーツ競技やコンサートなどの文化イベント、花火大会などを広場の映像で、みんながいっしょに楽しめる企画も実現していきます。



企業イベント

マリンタワー広場の活用としては、タワーのライティング表現と連動させた広場イベントも企画します。これまでの実施したイベントとしては、横浜を代表する日産自動車とタイアップした広場イベントが好例です。NISSAN の新しい電気自動車「LEAF」のプロモーションとして、「LEAF」一台分の電気容量でマリンタワーのライトアップを行い、電気自動車のパワーを表現しました。第 1 回目は、広場で現マリンタワーの名誉会長を務めていただいている「クレイジーケンバンド」の横山剣さんのトークショーと点灯式。第 2 回目は、平原綾香さんの生の歌声とともにマリンタワーのライティングが変化してゆくという演出でした。こうした地元を代表する企業、地元を支えるローカル企業とタイアップして広場の活用策をさらに広げていきます。

アーバンキャンプとしてのグランピング (ラグジュアリー キャンピング) イベント

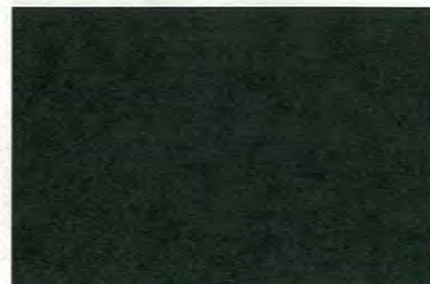
山下公園側のテラス席に、アウトドア商品を開発している企業とタイアップして「グランピング (ラグジュアリー キャンピング)」施設を設け、アーバンキャンプイベントを開催し、キャンピングカーなどを広場に導入して、多くの人々に楽しんでいただけます。横浜でとれた農産物を集めた「地産地消マーケット」や「横浜地ビール飲みくらべ」など生活文化を彩る多彩なイベントも同時に開催します。

オーガニックライフ「マリンタワー朝ヨガ」

都市空間なので、今人々が求めている感覚として「ナチュラル、オーガニック、サステナブル」という言葉に象徴されるようなウェルネスな雰囲気大切にされています。アーバンリゾート的な広場に生まれかわる新生マリンタワーでは、「朝ヨガ」の定期開催も企画します。「LDH」が主催するヨガイベントは、大きな反響を呼んでいます。こうした企業とのタイアップも行い、横浜市民の方々に興味を持っていただける企画を育てていきます。



アーバンキャンプの舞台となるマリンタワーテラス



「朝ヨガ イベント」

周辺施設との連携の可能性

観光をベースとした複合型施設としてのマリントワー

横浜は日本国内でも有数の観光地として知られていますが、観光のトレンド、人気スポットは時代とともに変化し続けています。展望フロアから横浜の全体像が見渡せる塔体観光としての価値も、不動産のものとは言えません。横浜を代表する高層ビル「ランドマークタワー」は296メートルの高さを誇り、マリントワーをはるかにしのぐ視点を人々に与えています。東京タワーも周辺の高層ビルに囲まれ、東京タワーから東京を眺めるという視点だけでなく、見つめられている東京タワーという観点から塔ライティングに取り組み始めています。

現在のマリントワーは、高さを売り物にするだけで人を呼べる施設ではなくなってきています。こうした時代の変化に合わせて、今回私たちは展望フロアに新たな表現を加える【メディアアートギャラリー】を提案すると同時に、1階のレストランとbarを全く新しいコンセプトの飲食施設として展開していきます。インバウンドの方々に和食のエッセンスを感じていただく

ための蕎麦と小料理の店「ZIGU」横浜及び近郊の地産食材をふんだんに使った横浜地ビールレストラン&カフェ「山下テラス」2階も内外からの観光客のための【横浜旅のライブラリー】を始めとして、市民のための地域コミュニティラウンジ、パブリックギャラリー、横浜キッズキャンパスなど新しいコンセプトのもとに大胆にリニューアルを行います。

このように、新生マリントワーは時代の変化に合わせて、内外からの観光客の方々、市民の方々、そして昼も夜も、大人から子供までが楽しめる複合的な施設へと進化していきます。この施設内容は、これまでの観光施設という概念ではなく、市民の方々を中心とした地域の人々と一緒に繁栄していく都市型の複合施設としてのあり方を示しています。

周辺地域の組織、施設との連携

こうした観点上でマリントワーを運営して行く時、最も大切なことは、周辺地域の組織、施設との連携です。これまでも広報PR活動や営業活動を、近隣施設の方々と共同で行ってきました。

地域のつながりを重視したイベントを共同で企画開催し、【オール横浜の精神】で、先ず横浜全体で来訪者を増やしていく活動を展開してきました。このような相互の協力活動を通じ、横浜全体の観光が活性化され、横浜のルーツともいえる山下町周辺地域にも多くの人々が訪れるようになり、中華街、元町などの周辺エリアの賑わいが増えてきました。

地域共創型のイベントの開催

2009年、横浜港開港150周年記念として【開国博 Y150】が横浜市主催で開催されました。これを機に、2010年からは民間主体で、新たな横浜の発展を目指して、馬車道、関内、中華街、元町・山手、山下公園通りが一丸となり、多くの人たちに私たちの街横浜の良さを伝え楽しんでいただくための【横浜セントラルタウンフェスティバル】がスタートし、これまで数多くのイベントを開催してきました。毎年5月末から6月初旬にかけて、山下公園をメイン会場としてお客様からお年寄りまで楽しんでいただける様々なイベントも開催されています。こうした私たちの活動は【山下公園通り会】[YMC協議会]

からさらに【関内・関外活性化協議会】へと連帯の広がりを見せています。【横浜セントラルタウンフェスティバル】としてスタートした【スポ GOMI 山下公園通り大会】は、毎年多くの周辺地域の企業やボランティアの方が集まり、新しい形の社会貢献イベントとして話題を呼んでいます。また、毎年クリスマスシーズンに開催される「アメリカ山公園とマリントワーの光のコラボレーション」も街のつながりから生まれたイベントです。具体的な営業活動の一環としては、氷川丸、人形の家とマリントワー展望フロアの子チケットをセット券として格安で提供しています。氷川丸・山手十番館とはウェディングでの連携を行っています。この地域の歴史的建造物、観光資源を活用したブライダル企画は、地域の活性化と新しい横浜の発見につながる企画として好評です。

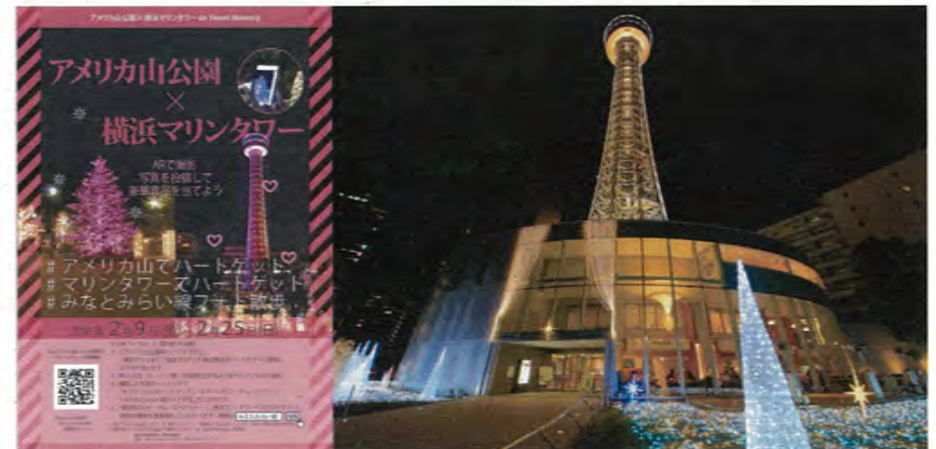
新生マリントワーは、こうした周辺地域との連携をさらに深め、多彩な地域共創型のイベントを実現し、新しい観光交流施設を作り上げていきます。



氷川丸ウェディング



山手十番館ウェディング



アメリカ山公園とマリントワーの光のコラボレーション

Well come to YOKOHAMA 横浜 旅のライブラリー



市民のためのコミュニケーションラウンジ

Well come to YOKOHAMA [横浜 旅のライブラリー] イメージ

今回の運営事業者コンペを機に全面的にリニューアルする内部空間は、公益床としての2階です。

横浜の観光振興「観光 MICE」への貢献を目指して、横浜の観光情報の拠点としての役割をこの2階のスペースでしっかりと表現し、その役割を担っていきます。

マリントワーの2階が公益床であることを十分に考慮し、2階の全ての空間を活用して観光情報の拠点と横浜市民の方々のコミュニティ形成の場を融合させた空間を提案します。

今回の提案の運営にあたっては、専属のスタッフを常駐させ、運営事業者の直接運営管理とします。

基本理念③で掲げた構想をここで確実に具現化します。

Well come to YOKOHAMA [横浜 旅のライブラリー]

横浜市民が気楽に利用できるコミュニティラウンジ
子供たちの自由な創造性を育む [横浜キッズキャンパス]

Well come to YOKOHAMA [横浜 旅のライブラリー]

山下清画伯のモザイクタイル壁画に面した2階のスペースを全て活用して、横浜の観光情報をビジュアルに表現していく場として展開していきます。

マリントワーには、横浜の観光情報の全てがあるということを確認に感じ取っていただくための場所です。

またこのスペースは、一般的な観光案内的なイメージの場所ではなくリラックスしたカフェ ラウンジのような雰囲気とします。

外部側の壁面にはカフェカウンターのような場所を設け、そこに「旅のコンシェルジュ」が常駐して、内外の観光客の方々に対応していきます。

単に観光情報を伝えるだけでなく「おもてなしの精神」も伝えてゆかためです。

多言語化された横浜観光コースガイドをご提供します。

「横浜お勤めの1日コース」

「横浜夜のお勤めスポット」

こうしたコースガイドを提供しながら、旅のコンシェルジュが内外の観光客の皆様と face-to-face で情報サポートし、その人の興味に合った観光コースをアレンジしていくお手伝いをします。

カウンターの次の壁には、横浜の写真をパノラミックに表現して横浜の主要な観光地をビジュアルに伝えていきます。主要な観光施設が一目でわかるようなデジタルサイネージも設置し、観光名所の映像や現在開催されている展示イベント等の内容までをリアルに伝えていきます。

ここには iPad や専用のデバイスを用意し、自分なりのコースをカスタマイズすることができる機能も提供します。

次につながる壁は本格的なライブラリー スペースです。横浜の写真集や ART、建築や都市論、横浜にゆかりのある小説やエッセイ、そしてレコードや CD まで文化的な作品

を一室に展示します。

誰もが自由に閲覧できる形式です。

山下清画伯の壁画に面する側には、変化のある椅子やソファを配置します。

ゆったりとしたスペースの中で横浜の情報を楽しめるだけでなく、「Tower of Music」などのライブイベントでも有効活用できる場所です。

さらに、横浜観光の案内役としての役割を果たすために、横浜の観光スポットのリアルな情報を、広場に設置する大型モニターでも伝えてゆきます。

また日常的には横浜市民の方々に自由に使っていただくコミュニティラウンジとして開放していきます。

観光情報の提供と市民交流が共存できる場のあり方を目指します。

子供たちの自由な創造性を育む 横浜 キッズ キャンパス

【横浜キッズキャンパス】

公益床としての2階のあり方をさらに深めていくと、現在通路的な存在となっている水町通り側の空間を家族連れの方々に有効に使っていただくための場所として活用することが考えられます。

単なる子供さんの一時預かり所的な場所で終わらせないために、子供たちの自由な創造性を育むための工夫も加えます。通路の床をソフトクッションに変え、壁や窓周りをカラフルなクッション性の高い素材でカバーし、安全性を確保します。子供たちが素足で走り回れるような空間作りです。さらに、子供たちの自由で伸びやかな独創性を育てていく一助とするために、内部側の壁面を全てホワイトボードで仕上げます。ここを子供たちが自由な発想で横浜をイメージして描ける「横浜キッズキャンパス」とします。VR(バーチャル リアリティ)の機具を貸し出して映像のイメージを刺激したり、ペイントガンで染色できるなど楽しく描けるキットも用意します。

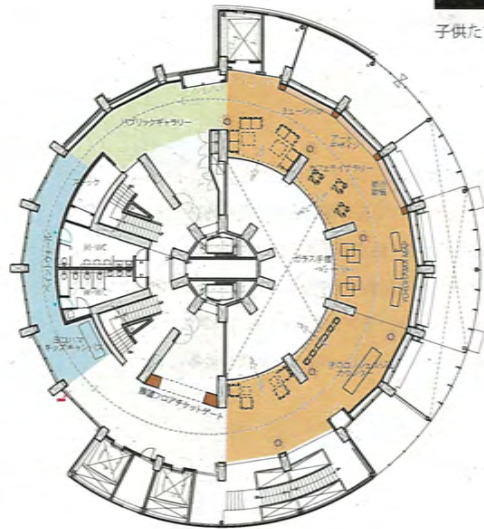
2階の公益床をこのような全体構成にすることによって、横浜のきめ細かい観光情報と市民のコミュニティ、そしてファミリー層が子供たちを自由に遊ばせることのできる場が共存するフロアが誕生します。



子供たちが自由で伸びやかな独創性を育ててゆく



「横浜キッズキャンパス」イメージ



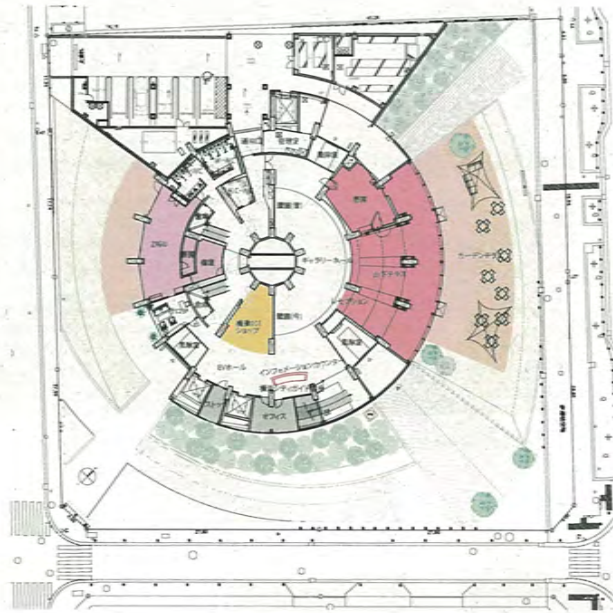
	機能	床種別	面積	プラン
(1)	狭のライブラリー	公益床	230㎡	観光交流機能
(2)	パブリックギャラリー	公益床	50㎡	観光交流機能
(3)	キッズキャンパス	公益床	56㎡	観光交流機能

2階 平面図 S=1/400



2階 公益床の全体イメージ

1階 観光交流施設としての機能



配置図 & 1階 平面図 S=1/600

一階山下公園通りに面する飲食スペースは、横浜の地ビールや横浜とその近郊で育てられている地元の食材をふんだんにメニューに取り入れた「山下テラス」として、リニューアルオープンします。地元の方々にとっては「産地と消費者」を結びつけるきっかけづくりとなり、内外の観光客の方々には、横浜のテラスをバラエティのあるメニュー構成で味わっていただけます。



Eat Local
神奈川・横浜
地元食材

for Inbound
多言語
MENU

山下テラス

横浜 地ビール レストラン & カフェ

港の風と山下公園の緑を望む開放的なテラスがある
マリントワーの顔となるレストラン・カフェ

- 横浜の地ビールがいろいろ楽しめる。
- 神奈川及び近郊の地産食材を積極的に使用。
- PIZZA 釜で焼き上げるモチッと芳ばしいピザ
- PASTA 地産食材を使ったパスタや横浜ナポリタンなど。
- オールデイ・ランチやディナーコースもご用意。
- 春夏はテラスバーベキューも楽しめる。

営業時間 10:30~23:00 予定

面積表

	機能	床種別	面積	プラン
(1)	山下テラス	営業床	225㎡	店舗リニューアル
(2)	ガーデンテラス	外部	235(既99+新136)㎡	テラス拡大
(3)	ショップ	公益床	34㎡	2階より移動
(4)	ZIGU	営業床	90㎡	店舗リニューアル
(5)	オフィス&ストック		44㎡	改修



CRAFT BEER

・横浜ラガー ・ベルエール ・IPA
・ピルスナー ・アルト ・ヴァイツェン 他…

PIZZA

・横浜トマトを使ったシンプルトマトソース “マリナーラ”
・横浜トマトとモッツアレラチーズ “マルゲリータ”
・釜あげ湘南シラスと横浜生ハム 地産 “ピスマルク”
・あつぎ豚の自家製ベーコンと横浜こまつな “ジェノベーゼ”
・季節の鎌倉野菜と4種のチーズ “クアトロフォルマッジ” 他…

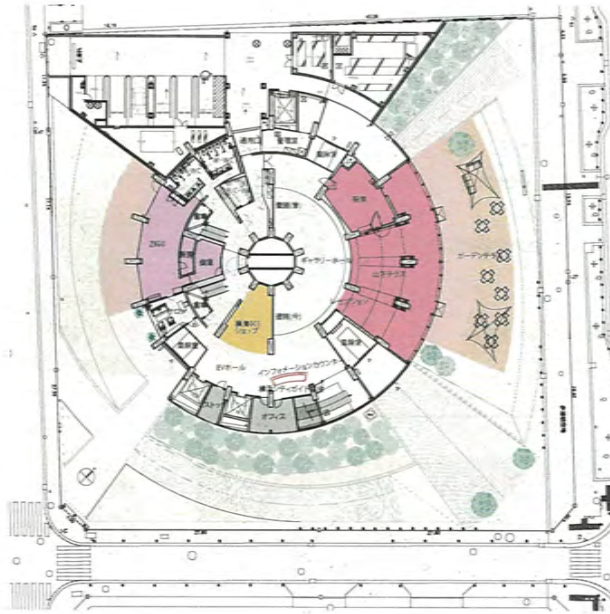
SIDE DISH

・横浜生ハムの盛り合わせ
・鎌倉野菜の自家製ピクルス
・江ノ島のフィッシュ&チップス 他…

PASTA

・横浜ナポリタン
・湘南シラスとからすみのスパゲッティ “アリオオーリオ”
・あつぎ豚ベーコンと地産のスパゲッティ “カルボナーラ”
・さがみ牛のポロネーゼ “タリアテッレ”
・旬の鎌倉野菜のトマトス(ゲッティ “オルトナーラ”
・相模湾で獲れた魚介のリングイネ “ベスカトーレ” 他…

1階 観光交流施設としての機能

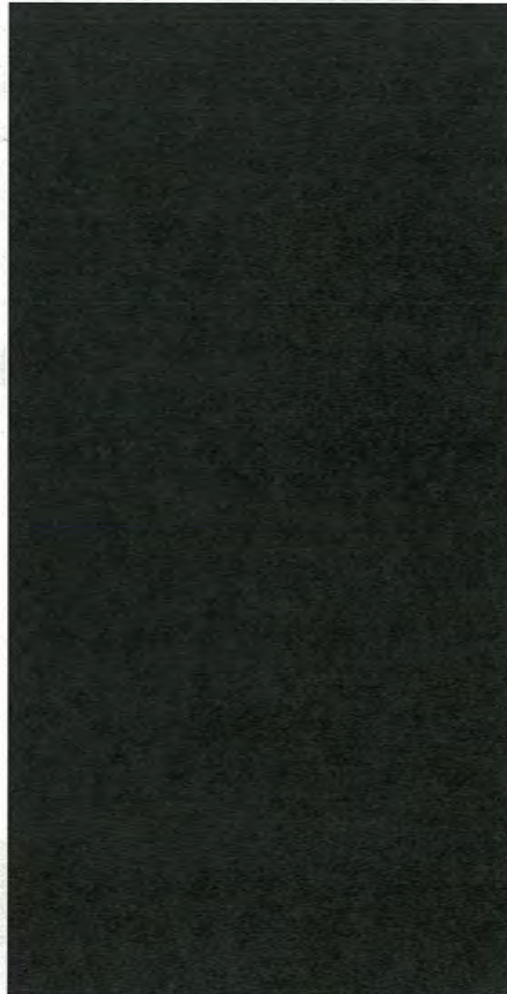


配置図 & 1階 平面図 S=1/600

面積表

	機能	床種別	面積	プラン
(1)	山下テラス	営業床	225㎡	店舗リニューアル
(2)	ガーデンテラス	外部	235(既99+新136)㎡	テラス拡大
(3)	ショップ	公益床	34㎡	2階より移動
(4)	ZIGU	営業床	90㎡	店舗リニューアル
(5)	オフィス&ストック	-	44㎡	改修

水町通り側の「ZIGU」は、バーの形態でありながらメニュー構成として、蕎麦や小料理、日本酒等をラインナップして、外国人の方々に“和の世界”を感じていただく飲食空間として本格的なりニューアルを行います。おもてなしの精神から和食の持つ様式美まで伝えてゆく蕎麦と小料理の店「ZIGU」として生まれ変わります。



横浜・神奈川の食材、地酒、地ビール。
蕎麦と小料理の店

- 昼は、そば単品や定食をご用意。
- 夜は、横浜・神奈川の地酒や焼酎と、地産食材の一品料理。しめの蕎麦など、和バルの感覚で楽しめる。

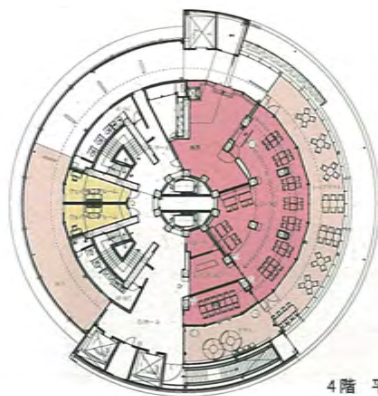
蕎麦	小料理
せいろう	春菊と椎茸のおひたし
十割そば	赤貝と芹の酢みそ
辛味大根	ぶり大根
とろろせいろう	鶏むね肉の酒かすあえ
鴨汁せいろう 他	かきオイル漬
酒 焼酎	おぼろ豆腐
横浜、神奈川の酒や焼酎をご用意。	アサリ卵の花
	出し巻き玉子
	茄子田楽
	鶏とじゃがいもの銀焼き
	鴨コースのあぶり 他

営業時間 11:30~24:00 予定



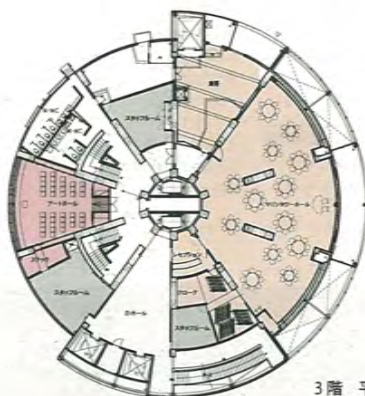
Eat Local
神奈川・横浜
地元食材

for Inbouding
多言語
MENU



4階 平面図 S=1/600

機能	床種別	面積	プラン
(1) レストラン	営業床	242㎡	既存のまま
(2) ルーフテラス	外部	145㎡	既存のまま
(3) ウェディングルーム	営業床	38㎡	既存のまま



3階 平面図 S=1/600

機能	床種別	面積	プラン
(1) マリンタワーホール	営業床	376㎡	既存のまま
(2) アートホール	営業床	90㎡	既存のまま
(3) スタッフルーム	公益床	97㎡	既存のまま

3階 4階 観光交流施設としての機能



3階 MARINE TOWER HALL

マリンタワーホール

歴史ある横浜のシンボルタワーで
各種 **バンケット コンベンション ウェディング** 等

3階にある、多目的ホールでは、観光交流施設として地域と国際交流の拠点となるよう機能します。

- 横浜の企業を中心に、各種 **コンベンション**会場として
- 国際会議の**アフターコンベンション**。
- ウェディング・バンケット**。
- 教育旅行や観光ツアー団体の食事スペース等。
- 各種**イベント**。



3階 ART HALL

アートホール

マリンタワーホールより小規模利用に対応出来る多目的ホール。
ギャラリーや小イベントにも対応可能。



4階

THE TOWER RESTAURANT YOKOHAMA

タワーレストラン・ヨコハマ

山下公園の緑と港の景色を臨む
ネオ・クラシカルなレストラン

記念日や接待など特別な日を、洗練された空間と料理で楽しんでいただける眺望レストラン。海外からのVIPを招いてのパーティーやアフターコンベンション、ウェディングでの利用も可能。

- テラス・店内とも開放的な空間。個室完備。
- 神奈川県産の食材を生かしたフレンチ
- 名物のロースト・ビーフは、ライブ感あるワゴンサービス。
- 夏季限定で、大人のビア・テラス開催。

営業時間 ランチ 11:30~15:00 ディナー 18:00~23:00 予定



APPETIZER

- ・相模湾で捕れた鮮魚のカルパッチョ
- ・小柴アナゴと夏野菜のテリーヌ
- ・三浦松輪サバのオレンジマリネ
- ・やまゆりポークのリゼット
- ・江ノ島カマスのセモリナ・フリット
- ・ムール貝の白ワイン蒸し
- ・湘南ワカメのゼッポリ etc.

PASTA

- ・横浜トマトと冷製カッペリーニ
- ・あつぎ豚のトマトラグー "タリアアッレ"
- ・湘南ハマグリと生海苔のリゾット
- ・相模湾ワタリガニのクリーム "リングイネ"

MAIN DISH

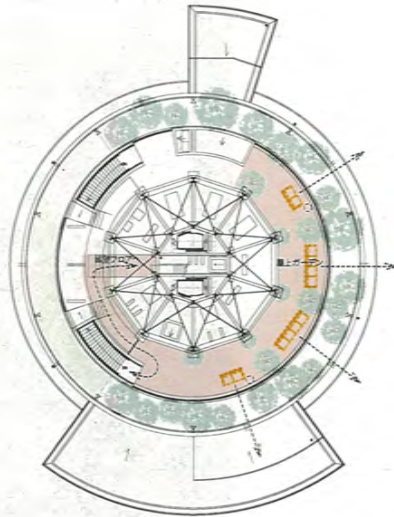
- ・相模湾金目鯛のアクアパッツァ
- ・かながわ産モモ肉のコンフィ 赤ワインソース
- ・やまゆりポークのグリル etc.

Est Local
神奈川県産
地元食材

for Inbound
多言語
MENU

屋上・展望 観光交流施設としての機能

これまで展望フロアへと上下に移動する際に、エレベーターから足元を見ると、この屋上は殺風景なものとして写っていました。塔の内部の階段を昇るイベント [階段 de GO! GO!] 時の通路としての機能だけだった屋上に、ベンチの席のある緑豊かな「屋上庭園」を新設します。海をながめ、風を感じるスペースです。

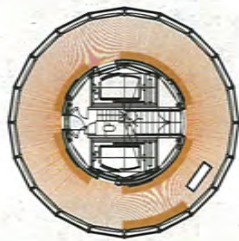


屋上庭園 S=1/400

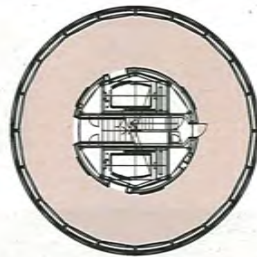
	機能	床種別	面積	プラン
(1)	屋上ガーデン	公共床	130㎡	リニューアル



屋上庭園イメージ



展望フロア (29階) S=1/300



展望フロア (30階) S=1/300

	機能	床種別	面積	プラン
(1)	展望フロア(29F)	共用床	72㎡	リニューアル
(2)	展望フロア(30F)	共用床	87㎡	リニューアル

「変化しつづける展望フロア」というコンセプトのもとに展望フロア (30階) に「メディアアートギャラリー」を展開し、展望フロア (29階) はゆったりとした気分で横浜の風景を楽しむためのベンチシートやAR、VRなどエンターテインメント性の高い新しいコンテンツを提供します。



展望フロア (29階) デジタルサイネージ、AR、VRを活用したコンテンツの充実



展望フロア (30階) 「メディアアートギャラリー」の空間イメージ

賑わい創出の仕掛けについて

新生マリントワーでは、広報・PRの手法として、単にマリントワーの認知やそこで開催するイベントを告知するだけでなく、地域社会の方たちとの信頼関係と連携を大切にしていきます。継続的な情報発信をしていくことで多くの波及効果生まれ、マリントワーを訪れ、親しんでくれる方々を増やしてゆくことを広報・PRの主眼としていきます。

Public relation から Personal relation へ SNSの有効活用

通常の紙媒体メディア（新聞、雑誌、広報誌、フリーペーパーなど）の掲載に加え、SNSを有効活用し、よりタイムリーなPR活動を行っています。現運営事業者で広報PRを担当するD社では、Twitter、Facebook、Instagramといった、主要なSNSプラットフォームを使用し、DJ、イベントなどをメインとして活用し、サステナブルなブランディングの向上を図っています。Twitter、Facebook、Instagramのフォロワー数は、

Twitter 169,812 フォロワー（2018年5月28日時点）
Facebook 37,507 いいね！（2018年5月28日時点）
Instagram 10,000 フォロワー（2018年5月28日時点）

特にFacebookのいいね！数に関しては業界トップとなり、Instagramに関しては、1万を突破し、インスタライブのフォ



ロワー数も順調に伸ばしています。音声メディア以外で、新たなビジネスや需要を生み出すべく、SNSでの発信を前提に、4Kカメラやドローンを使用した動画や画像の制作も注力しており、地方自治体や商業施設のプロモーション等の実績を重ねながら、放送とのシナジー効果を生み出す施策の強化を図っています。最近では、女性DJを起用した元町のチャージングセールの動画も手掛け、反響呼びました。人気DJを起用した横浜マリントワーのプロモーション動画を、年間4回、春、夏、秋、冬の各シーズン毎に制作し、SNSを使って最大限の拡散を図り、マリントワー及び周辺エリアの観光情報を効果的に発信していきます。

マリントワー専属の広報番組 TOWER OF パノラマップ

マリントワーの広報展開として、マリントワーから360度を見渡せる横浜の魅力を紹介する「TOWER OF パノラマップ」という5分のコーナーを、FM放送しています。人気ボーイズグループ「FlowBack」のメンバーであるMASAHARUがDJを務め、自らが取材にも赴き、山下公園、元町、中華街等の近隣エリアを含む横浜の観光情報を発信し続けています。放送のみならず、番組ブログでも丁寧にフォローしており、今後もマリントワー及び周辺エリアの有効な広報・PR手段として活用が期待されます。

コーナータイトル：
TOWER OF パノラマップ
放送時間：毎月第1・3水曜日
23時30分～24時00分
(E★Kradio「Back To Back」内コーナー)
DJ：MASAHARU (FlowBack)



広報・PRの手法

TOWER of MUSIC の継続

TOWER of MUSIC は、D社がプロデュースする無料のライブイベントとして、2009年の10月にスタートしました。毎月第4土曜日、マリントワーの1階のスペースを会場に、良質なポップミュージックをお届けしてきたこのイベントは、スタートから9年が経過し、2018年4月には、100回を迎え、回を追うごとに動員数も着実に伸ばし、地域のライブイベントとしての地位を確立しています。イベントの様子は収録して後日、若手ミュージシャン応援番組である「KANAGAWA MUSIC LAND」でオンエアもされており、マリントワーの広報・PRの役割も担っています。過去に出演したアーティストの中には全国区でのブレイクを果たした例もあり、既に定着したこのライブイベントを今後も継続して実施することで、マリントワーは横浜の音楽文化の発信拠点であるというイメージを醸成し、新規の来場促進や新たな音楽イベントの企画へと結びつけてゆきます。

過去出演アーティスト一覧（一部抜粋）

おかもとえみ / 見田村千晴 / iri / The Wisely Brothers / Sally / Anly / 関取花 / N.U. / Predawn / 小川コータ & とまそん / 仮谷セイラ / 住岡梨奈 / 戸渡陽太 / sources / 町あかり / 野田愛実 / たむらばん / コアラモード / Nozomi Nobody / wacci / 森恵 / 中村中 / D.W. ニコルズ / 菅原愛子 (from Crazy Ken Band) / 吉田山田 / まきちゃんぐ / カネコアヤノ / Style-3! / 丸本莉子 / 植田真梨恵 / 山崎彩音 / ヨースケ@HOME ...etc



「TOWER OF MUSIC」



景観について

緑と光のコラボレーション

成熟した市民社会のなかで、都市に暮らす人々にとって良質な景観形成は、今後ますます重要なテーマとなってくるはずです。

新生マリンタワーを山下公園と一体のものとして市民の方々に楽しんでいただくために、今回私たちが具体的に提案したのは緑と光のコラボレーションです。

山下公園とマリンタワーが緑の演出と光の表現で一体のものとしてつながってゆく。

そしてマリンタワーが横浜の街の風景として溶け込んでいくための緑あふれる広場の形成です。

立体的な表現力のある緑の壁、季節の花々が楽しめる花壇、そしてその周りを取り巻く開放的なテラスや樹木。低層部の壁と一体となった新生マリンタワーの広場は、市民の方々が伸びやかな日常の時間を楽しんでいただくための快適さを、さらに高めていくための表現です。

そして屋上庭園には海を眺める、風を感じるテラス席を用意します。

これらの表現は都市のなかで、季節の変化を感じるこのできる演出です。

新しい輝きを放つマリンタワーのライティングデザインの演出

また1日の時間の変化の中で夕暮れからの景観価値は、そこで暮らす人々にますます重要なものとなっています。

夜景の美しさで知られる横浜は、こうした時間帯が特別な景観表現のシーンとなることでしょう。

新生マリンタワーでは夕暮れ時になると広場の木々、壁の緑、屋上庭園の樹木等がイルミネーションによって彩られていきます。

これらのイルミネーションがタワーのライティングに点火していくイメージを作り上げていきます。このようなドラマティックな光の演出は、人々の心を捉えていくことでしょう。

広場の緑とイルミネーション、そしてタワーのライティングデザインを一体のものとして表現していく演出はもうひとつの緑と光のコラボレーションです。

タワーのライティングは季節によって変化していきます。様々なイベントやテーマのもとに、新しい光の演出が加わっていきます。

桜の季節、クリスマスシーズンなど季節のテーマに合わせた「ライティングフェスティバル」も開催します。

メディアアーティストの方々による新しいライティング演出も試みます。

こうした新たな表現を可能にいくために、現在10機設置している大型LEDのコントローラーを最新のものに変え、タワーの内部トラスに新たなイルミネーションの設備を追加していきます。さらにパリのエッフェル塔で使用されているフラッシュバックなどの設備も追加検討します。

アート & テクノロジーという新たなテーマのもと、新生マリンタワーはさらなる輝きを放ち横浜のシンボルとして人々に親しまれていく景観となることを目指します。

このようなシンボリックな都市景観は、内外の観光客の方々にとっても横浜の街を記憶していく上で重要な存在となっていくことでしょう。



ドローンで撮影されたマリンタワー



現在のマリンタワー

エッフェル塔

将来像や波及効果

ハーバーリゾートの一角をなう観光交流施設

私たちがイメージする新生マリントワーの将来像は、まず山下公園との緑と光のつながりをつくり、この新たな人の流れが、近い将来横浜の新しい観光の目玉となる（山下ふ頭開発）とつながり、この海を感じるハーバーリゾートの一角をなう観光交流施設として成長していくという姿です。

ここから、新生マリントワーの観光拠点としての新しい位置づけや、横浜市民や地域の方々とのコミュニティ形成の役割がさらに明確になってくるはずです。

まず、新生マリントワーは、大きな集客力が期待される「山下ふ頭開発」から横浜の街へと観光客の方々が移動してくるときの最初の観光名所「ゲートタワー」としての位置づけとなることでしょう。

また、「山下ふ頭開発」の交通ターミナルは、海からの水上交通や羽田空港、成田空港からのインバウンドの観光客の方々にとって重要なアクセスの拠点となるはずです。

新生マリントワーのあるべき未来像は、こうした新たな横浜のハーバーリゾートの形成の中でイメージされていくべきだと考えます。

その時、新生マリントワーは、まず横浜のシンボルとしての存在感をさらに強く打ち出していく必要があります。

また単体としての観光名所という位置づけではなく、内外の多くの観光客の方々に横浜の観光情報の全てを知っていただく拠点となることが重要です。

多言語化した情報サービスと「おもてなしの精神」を伝える旅のコンシェルジュがお迎えする「横浜旅のライブラリー」はインバウンドの客様にも大きな貢献を果たすものと確信します。またインバウンドの観光客の方々には、蕎麦、小料理を提供しながら和食の様式美まで体験できる「ZIGU」、横浜とその近郊で育てられている多彩な食材を提供する横浜地ビール レストラン&カフェ「山下テラス」などの飲食空間で、和と横浜のテーストを伝えてゆきます。

人々を結びつけてゆく「交流の場」

緑豊かな野外劇場のような環境整備は市民の方々が日常的に集まってくる場所となることでしょう。

そこは、地域コミュニティの交流と活動の舞台となり、そこから芸術文化や日常生活を豊かにしていく様々なイベントが生まれていくはずです。

「朝ヨガ」などの日常的なウェルネスの体験から、アートや映像、「TOWER of MUSIC」を核としたライブミュージックの企画など、これまで以上に生活感とライブ感のある表現ができる施設として、市民生活の中に溶け込んでいく存在となることを目指します。

音楽やアートなどのジャンルだけではなく、アート & テクノロジーを広義にとらえ、IT企業やソフトインダストリーを担う人たちが、幅広い層の方々のプレゼンテーションの場を設けます。

こうした方々との出会いと、新しい表現手法や最新技術にふれることは、第4次産業革命という新しい産業社会の始まりのなかで、横浜の大学生、社会人など、こうした議論に参加する人々を刺激し、アートとビジネスが融合してゆく社会に生きる人々にとって、大きな刺激をもたらしゆくことでしょう。

成長するアジアの都市をプレゼンテーションする企画も立案し、アジアの都市と横浜の新たなネットワークを形成していく場もつくり上げていきます。

これからの10年は、成長するアジアの国々と日本が経済的に強い結びつきを築き上げてゆかなければならない時代です。そこでは、人の交流が不可欠です。

成長するアジアの都市を知り、多くの人々と出会い、語り合う。そこから、アジアの人々とのつながりが生まれ、ビジネスも発展してゆくことでしょう。

新生マリントワーが、こうした議論の流れを生み出す場となることを願っています。

こうした活動を積み上げてゆくことによって、新生マリントワーが単なる観光施設ではなく多くの人々を結びつけてゆく交流の場となることを目指します。

10年後のマリントワー

今回私たちが提案するTower in the Forest Garden という新たな

環境デザインは、横浜という都市を選び、ここで暮らす人々にとっての近未来の公共空間のあり方をイメージしたものです。かつて国が所有管理していた公共空間は、戦後の経済成長のもとで、その役割が地方自治体へと移っていききました。

しかし日本全国で人口減少が起り始めている今、これからの10年、そしてその先へ思いを馳せる時、これまでの形が、これからは持続可能なのかという議論も始まっています。

しかし、都市のあり方を考える時、人口が減少していくとしても単純に都市のスケールをシュリンクしていくという考え方には向かっていかないでしょう。

これまで地方自治体支えてきた公共空間を、民間企業やNPOのような組織が支えていくというケースも生まれてくるのではないのでしょうか。

これから10年間のマリントワーの運営実績によってこれまで以上に横浜市民の方々が、マリントワーを日常的に不可欠な場所として感じていただけるような存在となる。

タウンマネジメントで繋がったパートナー企業の方々との協創イベントを通じて、地域の活性化と相互のブランド化が図られていく。

内外の観光客の方々にもっと多くの体験をして頂ける場となり、マリントワーの来場者が増加していく。

こうした流れを築き上げていければ、運営会社や地元企業、そしてNPO的な存在の方々も含め、このマリントワーに関わる人たちが、公益性を担保しながら、横浜市に対してもっと主体的な立場で、10年後のマリントワーにかかわっていく提案も生まれてくるのではないのでしょうか。



山下公園とつながり、「山下ふ頭開発」が目指すハーバーリゾートの一角となる新生マリントワー



新たな人の流れが生まれる「山下ふ頭開発」から横浜の街へとつながるゲートタワーとしての新生マリントワー（「山下ふ頭開発基本計画資料」を使用）



