

関内・関外地区の地元組織・団体への説明状況

「第 3 回 新市庁舎に関する調査特別委員会」を受け、関内駅周辺地区のまちづくりに
ついて、関内・関外地区の地元組織・団体に説明し、意見交換を行いました。

1 対象団体（24 団体）

① 関内・関外地区活性化協議会所属のまちづくり団体	16 団体
② その他まちづくり団体	2 団体
③ 連合町内会	5 団体
④ 横浜商工会議所	1 団体

2 実施期間

10 月 8 日～12 月 2 日

3 まちづくりに関する主なご意見

(1) 現市庁舎について

- ・現市庁舎を再利用するのか壊すのか、扱いが決まらなと次に進めないのではないか。
- ・整備費用を抑えるために、現市庁舎を再利用すべき。

(2) 関内・関外地区のまちづくりについて

- ・文化体育館の建替時期、横浜総合高校や教育文化センターの具体的な跡地利用に
ついて。
- ・港町地区周辺の民間街区の状況について。
- ・関内・関外地区全体の回遊性を高めるため、交通網の整備が重要になる。
- ・横浜スタジアムについても、検討対象とすべき。
- ・市民ギャラリーを駅近くに再整備して欲しい。
- ・関内は大人のエンターテインメントのまち・夜のまちなので、教育施設などを導入する
ことにより、風営法で営業できなくなる店舗がでることが考えられるので、用途に
ついては、気をつけて欲しい。
- ・関内駅にバスターミナルを整備して欲しい。
- ・関内駅自体も合わせて再整備する必要がある。
- ・居住者から騒音などに対する苦情が出ないよう、住宅と商業を分ける
ゾーニングを考えて欲しい。
- ・河川を利用した水上交通の活用が考えられる。
- ・新市庁舎から桜木町郵便局側の旧駅前広場へ至る、動線の整備、活用が必要になる。
- ・外国語を教える教室など国際色がある教育機能を整理すべき。
- ・関内・関外地区活性化のために都市軸の整備と動線の強化が必要だ。

(3) その他

- ・テーマが提案されたが、これだけでは良くわからない。
- ・理念が書いてあるが、具体的な計画が見えない。

関内駅周辺地区のまちづくりのテーマと目的

資料 2

- ・関内・関外地区の特徴や課題を踏まえ、現段階で考えられるテーマと、その目的を整理した。
- ・4つのテーマを融合、取捨選択したり、更なるテーマを追加したりしながら、関内駅周辺地区のまちづくりを進めていく。
- ・関内駅周辺地区が、横浜市全体の成長や、時代の変革の原動力となるためには、人材の集積とネットワークの形成が重要となる。

テーマ①：アート＆デザイン

【現況】

- ・文化芸術創造都市の政策により、横浜都心部において、アーティスト・クリエイターの集積が進んでいる。

47都道府県のグッドデザイン賞受賞作品の展示会の様子



【目的】

■ 創造力により、横浜の都市としての価値や魅力を高め、発信する。

- ・横浜にとって、文化芸術は市民生活を充実させるだけでなく、国際的な競争力を獲得していくための力となる。
- ・多彩な人材の創造力を活かし、都市の新しい価値や魅力を高め、発信する。

■ 横浜の産業・ビジネスに新しい価値を与える。

- ・アート・デザインが、様々な産業やビジネスと結びつくことで、それらに新しい価値を与える。

テーマ③：観光・エンターテインメント

【現況】

- ・開港の歴史を受け継いできたことが、横浜の重要な誘客要素となっている。
- ・臨海部や中華街を中心に観光やエンターテインメントの機能が集積している。
- ・関内駅前という立地を活かした誘客機能が求められている。



© 2010 Caroline Gagné, on Flickr, CC BY 2.0.

【目的】

■ 横浜への来街・滞在を促し、支える。

- ・横浜独自の資源を活かし、観光・エンターテインメントを集積することで、横浜の都市ブランド力を高め、来街や滞在を促す。
- ・アフターコンベンション機能（レセプション会場、観光インフォメーション施設、飲食店や小売店、シアター等）を関内・関外地区に集積し、みなとみらい21地区との連携を強化することにより、都心部全体でMICE都市の機能強化を図る。

まちづくりを進めるにあたって重要なこと 人材の集積とネットワーク

- ・いずれのテーマにおいても、これまでにない新しいものやサービスを生み出していくことが求められている。
- ・その為には、現在の横浜の人材を活かしていくとともに、世界から人材が集まる都市となる必要がある。
- ・「みなとまち」横浜の資源を活かし、有能な人材にとって魅力的に感じられる都市環境を創りだしていく。

【必要な機能】

人材育成の場（次世代を担う有能な人材を育てる）

交流の場（分野・立場を超えてアイデアを出し合う）

創造の場（新しい製品・サービス・作品をつくりだす）

発信の場（世界に伝え、つながりをつくり、市場開拓する）



写真http://www.rijkswaterstaat.nl/over_ons/lef_future_center/ より

テーマ②：成長産業

【現況】

- ・開港以来、常に新しいことを発信し、多様な人材を受け入れてきた「みなとまち」としてのブランド力がある。
- ・居住人口が多いため、商品やサービスを購入する人を多く抱える都心部としてのポテンシャルがある。



【目的】

■ 地域社会の中の持続可能な産業がこれからの横浜の成長を支える。

- ・縮小する時代において、地域社会と密接な関わりを持ち、地域内で自立可能で持続的な産業を生み出す。

■ 世界を相手としたビジネスを、横浜から生み出す。

- ・世界の市場に対して、横浜の位置づけを考え、海外に売り出していく産業を生み出す。

テーマ④：スポーツ＆健康

【現況】

- ・横浜スタジアムや文化体育館等が立地しており、スポーツのイベントなども数多く開催されている。
- ・平成25年には、関内地区（2か所）がライフイノベーション特区に追加指定された。



© 2010 Rondo Estrello, on Flickr, CC BY-SA 2.0.

【目的】

■ スポーツを通して都市活動を生み出す。

- ・集客施設としてまちなかにプロスポーツ施設を立地させ、周辺施設やイベントを連携させることで、経済波及効果が期待できる。

■ 市民の誇りを醸成し、世界に誇るスポーツ都市を発信する。

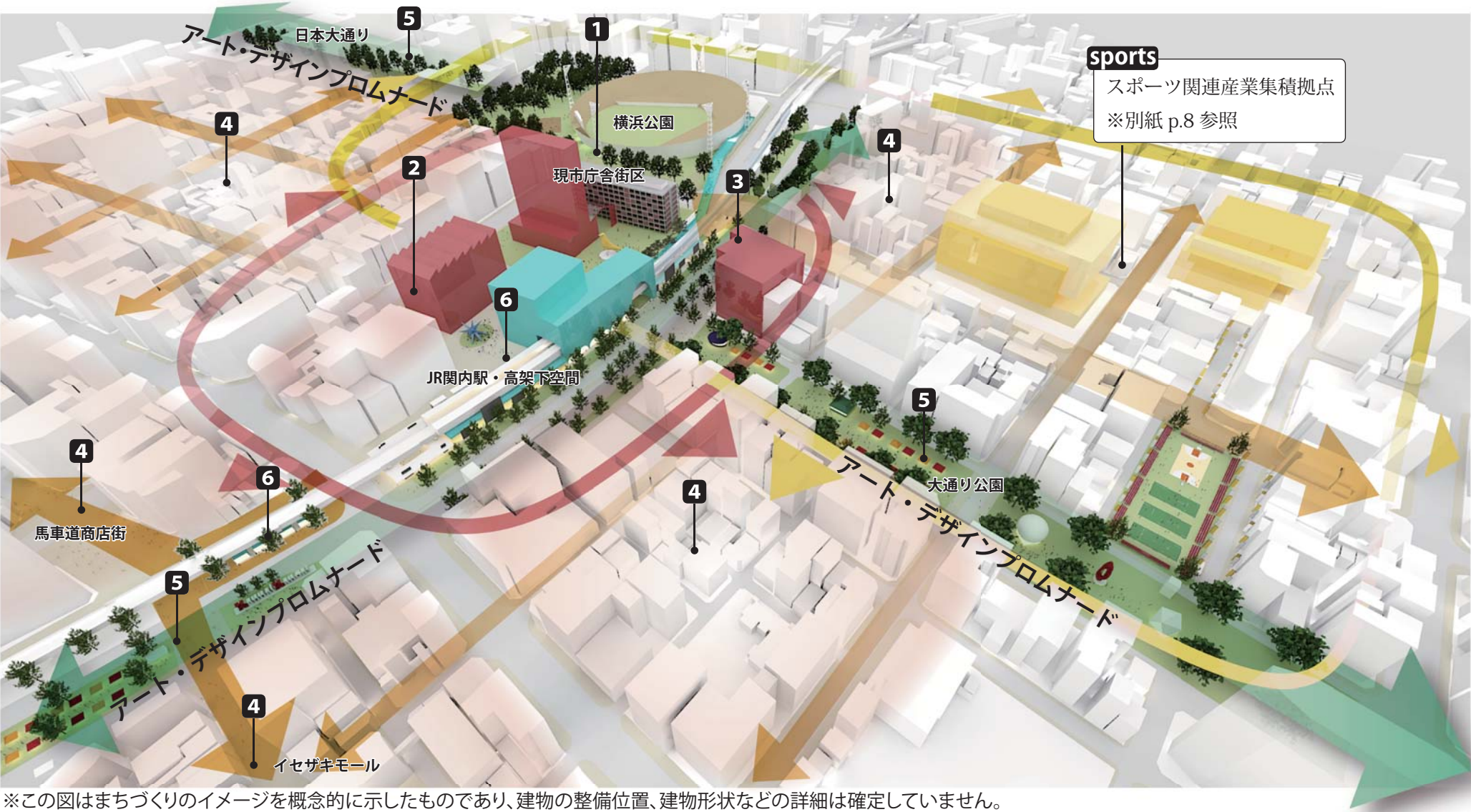
- ・市民の誇りにつながるスポーツ（特にプロスポーツ（例：ワールドカップ開催都市））を、国際都市横浜の都市外交の重要な力と捉え、国内外への発信力強化を図る。

■ 健康的な社会づくりを進める。

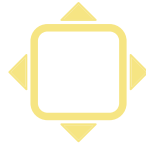
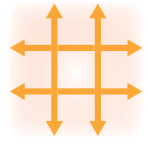
- ・今後、ますます高齢化が進む中で、スポーツを含めた健康づくりや予防医学などの市場の拡大を意識したまちづくりを進める。

創造性を刺激し、未来をつくるアクティブ・デザインタウン

- ・市民、企業、行政等多様な主体の共創により、都市のアイデンティティを形成する文化、芸術、デザインの水準を高める。
- ・都市体験の質を向上させる、芸術、デザイン、スポーツ、医療分野の市場を開拓する。
- ・文化芸術創造都市のアジア地域におけるリーダーとして相応しい、文化芸術・デザインのグローバルな発信拠点、ハブ機能を創出する。



※この図はまちづくりのイメージを概念的に示したものであり、建物の整備位置、建物形状などの詳細は確定していません。

凡例	 文化芸術創造都市拠点 ・現代美術・デザインミュージアムを核とし、文化芸術・デザインに携わる人材育成やビジネスインキュベーション、産官学交流などを行うための、芸術デザインの文化と産業の創造発信の場。	 スポーツ関連産業集積拠点 プロ・市民が利用できるアリーナ施設を核とした、スポーツ関連の多様な産業が集積する拠点 スポーツ関連産業集積拠点 ※別紙 p.8 参照	 拠点形成とともに進める界隈形成 まちづくりのテーマに沿った用途の導入等により、賑わいを創出する路地や界隈の形成
	 交通拠点機能の強化 ・既存の公共交通拠点機能と歩行者ネットワークの強化に加えて、新たな交通手段等の拠点機能を付加し、強化を図る。	 大規模公共空間軸 ・公園、広場、高架下、道路等の公共空間をまちの賑わいを生む象徴的な空間として捉え、規制緩和や設備の工夫、活動の多様化等を推進する。	アート・デザインプロムナード ・公共空間を使った作品の創作・展示、アート・デザインのイベントを行う。 ・創造都市横浜を発信し、新進アーティスト、クリエイターの発掘を行うための、パビリオン（仮設・常設）を設置する。

施設例・波及効果のイメージ

12

© 2011 Oh Paris, on Flickr, CC BY 2.0.
(事例) ポンピドーセンター (フランス)

現代美術館・デザインミュージアム

- ・創造都市の取組みを国際的に発信するミュージアム。
- ・展示機能を有するだけでなく、芸術系の大学等の、教育機関との連携、若手発掘や人材育成、ビジネスインキュベーションなど、文化芸術デザインの市場開拓に資する拠点。

1234

© 2006 Tarquin Binary, on Wikipedia, CC BY-SA 2.5.
(事例) セントラル・セント・マーチンズ・カレッジ・オブ・アーツ (イギリス)

**芸術・デザイン大学や専門学校
キャンパスタウンの形成**

- ・芸術・デザインの次世代の担い手を育成する。先進的な専門分野の教育などにより、創造性あふれる人材の誘致につなげる。
- ・まちなかの既存ビルなども活用し、まちに開かれたキャンパスタウンを形成する。

1234

(事例) スタンフォード大学 d.school (アメリカ)
写真 <http://dschool.stanford.edu/learning-experiences/> より

デザインスクール

- ・様々な分野の人と企業が集まり、技術・アイデア・ビジネスと人間を結びつけ創造産業を強化する、実践的なデザインスクール。
- ・アートや技術・産業、スポーツ・健康等を繋ぎ、新たなもの・ことを生み出す原動力となる

既存施設を活用した施設更新イメージ

© 2011 Jean-Pierre Dalbéra, on Flickr, CC BY-SA 2.0.

芸術・デザインやスポーツのミュージアム

(事例) ローマ現代アート美術館 (イタリア)

- ・20 世紀初めに竣工したビール工場を改修し美術館として活用した事例。中庭部分に大屋根をかけて半屋外の展示空間、エントランスとしている。重厚な工場の建物と現代建築による架構のコントラストにより、現代美術に相応しい展示空間を創出している。

※現市庁舎のあり方については、今後、関内・関外地区のまちづくりの中で検討します。

1 2 4 6



© 2008 Impact Hub, on Flickr, CC BY-SA 2.0.
(事例) THE HUB (ロンドン)

シェアオフィス

- ・多様化する働き方に対応したオフィス空間の整備。
- ・創造的な人材の集積やコラボレーションを促進し、世界的ネットワークのハブとなる、シェアオフィスの立地を促進する。

3 4



(事例) アーバンデザインセンター柏の葉 (柏)

アーバンデザインセンター

- ・都市デザインや創造都市の取り組みを進めるために、産・官・学と市民が集い、都市デザインを研究・実践する場。

4



© 2012 USFWS Mountain-Prairie on Flickr, CC BY 2.0.



© 2013 Magda Wojtyra on Flickr, CC BY-NC-SA 2.0.

アーティストの作品制作滞在施設

- ・アーティストが中長期間滞在し作品制作を行うアーティスト・イン・レジデンスを推進する。
- ・空き家活用や、地域の案内役等の人的サポートの充実など、地域が一体となった取組みとする。

5



© 2006 Metro Centric, on Flickr, CC BY 2.0.
(事例) サーペンタイン・ギャラリー (ロンドン)

創造都市横浜を発信するパビリオン

- ・広場や公共空間に世界の各都市や企業のパビリオン、ギャラリー等を設置(仮設、常設)。

1 2 3 4



© 2010 sarspri, on Flickr, CC-BY-NC2.0.

国際教育支援型の多言語対応型スクール

- ・外国人への日本語教育や日本人、外国人への国際教育を重点的に支援する学校。
- ・関内・関外地区の国際色豊かな特性を活かした、国際人材教育、講師の養成等を行う。

3 4 6



(事例) CLASKA (東京)



(事例) STORY HOTEL (スウェーデン)

デザインホテル

- ・従来の画一的な居室プランとは異なり、優れたインテリアデザインや宿泊環境により、質の高い滞在体験を提供する個性的なホテル。

5 公共空間の利活用促進



© 2013 NYCDOT, on Flickr, CC BY-ND 2.0.



© 2008 NYCDOT, on Flickr, CC BY-ND 2.0.



© 2011 NYCDOT, on Flickr, CC BY-ND 2.0.

(事例) ニューヨーク市運輸局の取組み

公共空間を使った作品の制作や展示

- ・公園や道路等の公共空間の利活用促進に合わせ、アート作品等の制作・展示を行う。
- ・目を楽しませるだけでなく、現在進行形でまちが良くなっているというイメージを発信していく。

産業集積のイメージ

1 2 3 4 sports



© 2009 Paul Keleher on Wikiprdia, CC BY 2.0.

デザイン性の高いスポーツ用品開発企業

- ・地区に集積するデザイナーや企業が連携した、機能的でデザイン性の高いスポーツ用品、スポーツウェアの開発。
- ・高品質なデザイン等により付加価値・訴求力強化を求める、製品メーカー等の誘致。

1 2 4



© 2012 IDEO Postcards, on Flickr, CC BY-SA 2.0.

デザイン・IT 業

- ・市内に集積が進んでいるデザイン企業、IT 企業のさらなる誘致と共に、企業同士や芸術デザイン、テクノロジー系の大学とのコラボレーションを促進し、発信力を強化する。

1 2 4



© 2012 IDEO Postcards, on Flickr, CC BY-SA 2.0.

デザインコンサルティングを行う企業

- ・新しい商品やサービスなどの開発を行う上でのコンセプト作りや、企業組織デザインによる経営革新など、デザインコンサルティングを行う企業を誘致・育成する。

1 2 4 6



© 2012 hazujunpei, on Flickr, CC BY-ND 2.0.

(事例) 蔦谷書店 (代官山)

メディア・出版関連企業

- ・アフターファイブの時間に使いやすくしたアートやデザインに関する図書館や書店等。

1 2 4 sports



メディア、コンテンツ産業

- ・横浜のプロスポーツイベントなどを発信する多様なメディア産業や広告産業、及びアプリ開発、映像制作、イベント企画など幅広いコンテンツ産業の集積により、横浜の発信力を強化する。

1 2 4



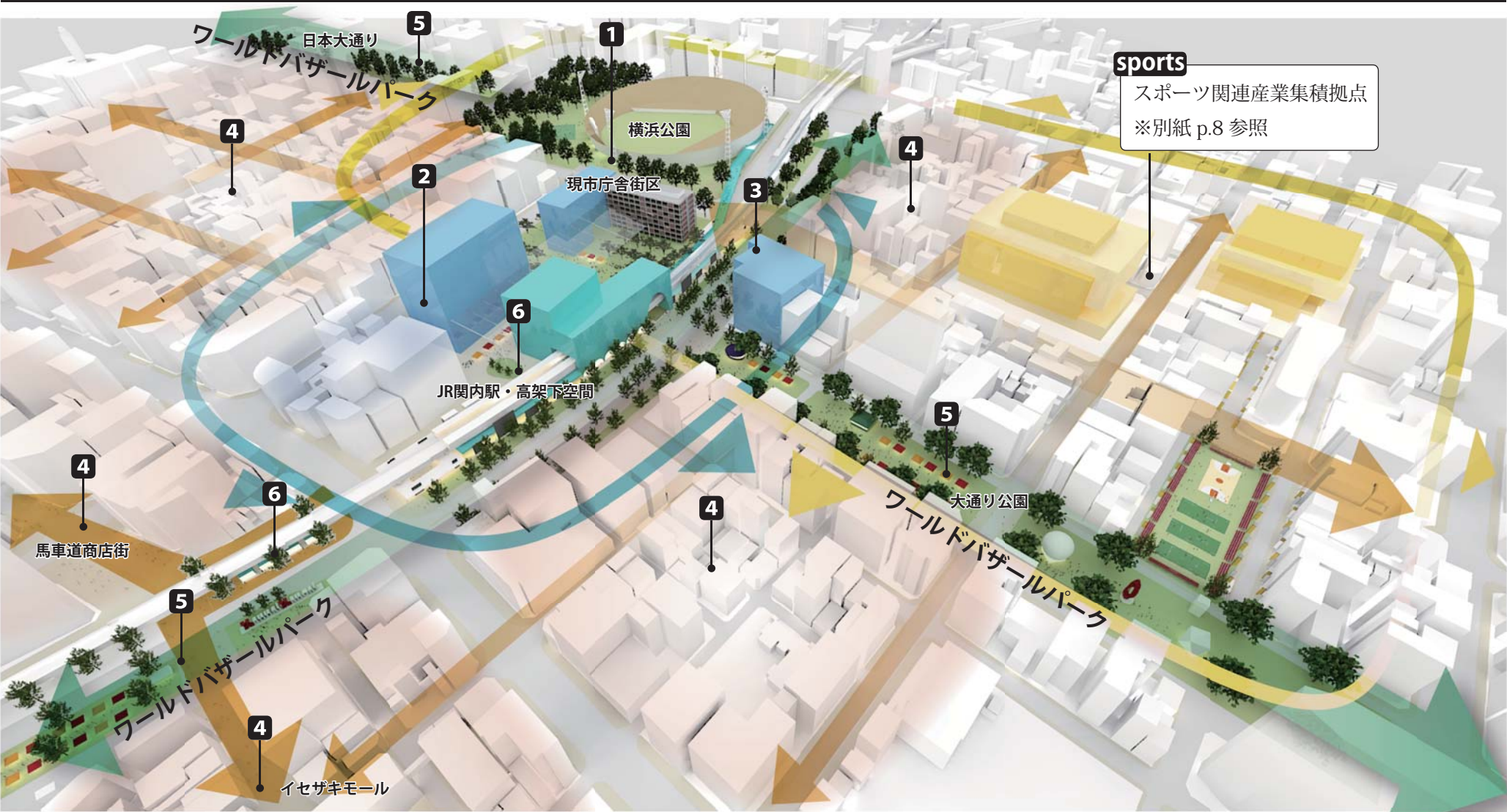
© 2013 j-No, on Flickr, CC BY-NC-ND 2.0.

アート事業を行う企業

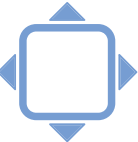
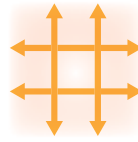
- ・営利、非営利問わず、アートを事業として行う企業の誘致、育成を行うことにより、横浜におけるアートマーケットの多様性、ポテンシャルの強化を行う。

生活の質・働き方・産業を変え、持続可能な社会をつくりだすライフスタイル・イノベーションタウン

- ・質の高い生活や経済活動が行える都心環境を備え、豊かな居住者コミュニティ、ビジネスコミュニティをつくる。
- ・都心部に近接して居住人口が多いという潜在力を活かし、製品やサービスの企画・開発から消費までが一連で行われる、研究開発・ビジネス拠点をつくる。
- ・地区内及び周辺居住者・従業者の多様な価値観、活動の中からビジネスチャンスを見つけ、地区内の産業を育てる。



※この図はまちづくりのイメージを概念的に示したものであり、建物の整備位置、建物形状などの詳細は確定していません。

凡例	 生活関連産業育成・集積拠点 ・本社機能用のオフィス空間や、都市型生活関連産業に関する多様な業種が集まる中小規模のオフィス空間と、コラボレーションのための空間を創出する。	 スポーツ関連産業集積拠点 プロ・市民が利用できるアリーナ施設を核とした、スポーツ関連の多様な産業が集積する拠点 スポーツ関連産業集積拠点 ※別紙 p.8 参照	 拠点形成とともに進める界隈形成 まちづくりのテーマに沿った用途の導入等により、賑わいを創出する路地や界隈の形成
	 交通拠点機能の強化 ・既存の公共交通拠点機能と歩行者ネットワークの強化に加えて、新たな交通手段等の拠点機能を付加し、強化を図る。	 大規模公共空間軸 ・公園、広場、高架下、道路等の公共空間をまちの賑わいを生む象徴的な空間として捉え、規制緩和や設備の工夫、活動の多様化等を推進する。	ワールドバザールパーク ・常設の屋外マーケット空間として活用し、まちに賑わいの連続性を作り出すと共に、横浜への出店を試みる新規参入者の受け皿となるなど、新しいビジネスが育つ空間となる。

施設例・波及効果のイメージ

1 2 4 5 6  © 2012 Tomás Fano, on Flickr, CC BY-SA 2.0.	生活関連製品・サービスのR&D マーケティング拠点（ショールーム等） ・購買行動調査や、販促の効果測定、製品体験を通したプロモーション、公共空間を使ったプロモーション、製品やサービスの利用者へのインタビューなど、企業が様々なマーケティング活動を行うことのできる環境を提供する。
1 2 3 4  © 2013 Friedrich Kirschner, on Flickr, CC BY-SA 2.0. (事例) FabLab Barcelona (スペイン)	アジアデザインセンター ・産学連携のビジネスや研究開発プロジェクトを創出するとともに、3Dプリンター等の高度な機器を備え、試作開発をサポートするデザインセンターの整備。 ・優れたデザインの記録保存や、国内外への発信を行う記録保存館等を併設する。
1 2 3 4  写真http://www.rijkswaterstaat.nl/over_ons/lef_future_center/より (事例) LEF フューチャーセンター (オランダ)	フューチャーセンター ・大学や企業、個人がそれぞれに持つ技術やアイデアを、対話を通して創造的に組み合わせ、新たな商品やビジネスモデル、社会システムを生み出す、「知」のイノベーションの創出の場を設ける。

既存施設を活用した 施設更新イメージ  © 2006 FHans Vandenbogaerde, on Flickr, CC BY-SA 2.0.	※既存施設等を活用することでまちの個性、歴史性を蓄積し、新しさと伝統が融合するブランド形成へとつなげる。 国際会議・展示施設 (事例) LAMOT (ベルギー) ・工場地域から商業、居住地域に変化した地域の中で、元ビール醸造工場であった施設を、会議場やレストラン、デザインショップとして活用した。 ・既存の煉瓦部を残し、重厚さを保ちつつ、エントランスやオーディトリウムとしてガラス部が追加され、新しいまちの中心施設に相応しい設えとなっている。
※現市庁舎のあり方については、今後、関内・関外地区のまちづくりの中で検討します。	

1246



(事例) The Market NYC (ニューヨーク)

写真 <https://www.facebook.com/pages/The-Market-NYC/180965861983122> より

常設バザール

- ・若手デザイナーや、首都圏展開を求める地方産品などの販売企業が集まる、常設の見本市機能。
- ・企業、一般客など多様な人を集める集客施設としての機能も果たす。

1234



(事例) Free Arts NYC (ニューヨーク)

写真 <http://www.freeartsnyc.org/> より

ユニークな子育て支援施設

- ・アート NPO と物販店の共同による子供向けアート体験等、多様なプログラムによる子育て支援や、地域子育て支援拠点の民間事業の参入促進を図る。

1246



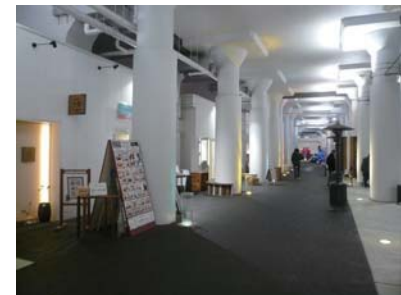
© 2013 Waag Society, on Flickr, CC BY 2.0.

(事例) リビングラボ (FabLab) (オランダ)

リビングラボ

- ・製品の利用者やサービスの受け手などを中心としたイノベーション活動の拠点。ユーザーが実際に製品やサービスを活用する場を間近に観察できる場として、企業の新しい企画に役立てる。

6



(事例) 2k540 aki-oka artisan (東京)

高架下を活用した商業空間

- ・優れたデザインの雑貨やアート作品など、個性的な商品を扱う個店を集め、個性ある都市空間とまちの賑わいの連続性をつくる。

12

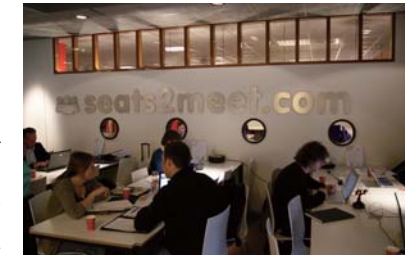


©2006 Ignis, on Wikimedia Commons, CC BY-SA 3.0.
(事例) 大学コンソーシアム京都 (京都市)

大学コンソーシアム拠点施設

- ・複数の大学・研究室が協力し、公開講座や施設の共同利用を行い、さらに国際的な交流や産学官との緊密な連携を図りながら、新しい高等教育モデルの創出を目指す拠点。

1234



© 2011 Seats2meet.com, on Flickr, CC BY-NC-SA 2.0.

(事例) Seats2meet (オランダ他)

会議支援施設

- ・地区内の会議を支援する施設。
- ・会合の内容や活動に適した場を提供したり、個人の知識や人的ネットワークを共有できる仕組により、創造的な議論や予期せぬ出会いを生む。

1234



(事例) ソウル・グローバル・センター (韓国)

写真 <http://japanese.seoul.go.kr/1h/support/scof2.php> より

多言語対応生活者コンシェルジュセンター

- ・横浜都心部に多い外国籍居住者等に対して、生活や言語サポートを行うコンシェルジュサービスを充実させる。

5 公共空間の利活用促進



(事例) ブライアントパークに設置された店舗 (ニューヨーク)

バザール空間としての公共空間活用

- ・常設のバザール空間として公共空間を活用することにより、まちの賑わいを創出し、ビジネスチャンスが生まれる場をつくる。

産業集積のイメージ

124



(事例) 関内野菜を使ったサラダ (横浜)



© 2011 VM II, CC BY-SA 3.0. 植物工場の例

次世代農業

- ・野菜工場と連携した飲食店のように、農・食・テクノロジーが融合する領域の産業育成、市場開拓を推進する。

1246



© 2012 Dan Nguyen, on Flickr, CC BY-NC 2.0.

生活関連製品開発業・流通業

- ・家具や家電、文房具等の製品デザイン・開発・製造販売、流通業など。

124



生活関連サービス産業

- ・働く女性のための子育て支援施設や、アクティブシニアを含めた新しい高齢者福祉のあり方を提案する産業の成長が見込まれる。

1246



© 2013 Krystal K. on Flickr, CC BY-NC-ND 2.0.

生活関連産業ベンチャー

- ・生活関連産業の多様なベンチャー、スモールビジネスを創出する。
- ・「女性」、「子育て・教育」、「クラフト (手工芸)」、等の分野、ターゲット設定により、個性ある界限形成につなげる。

124



© 2008 David Shankbone, on Wikipedia CC BY-SA 3.0.

飲食・食品関連製造・流通業

- ・飲食品の製造販売業、健康食品や有機栽培農産物の製造販売業、高品質食材などの輸入業など。

124



(事例) Real NYC Market (ニューヨーク)

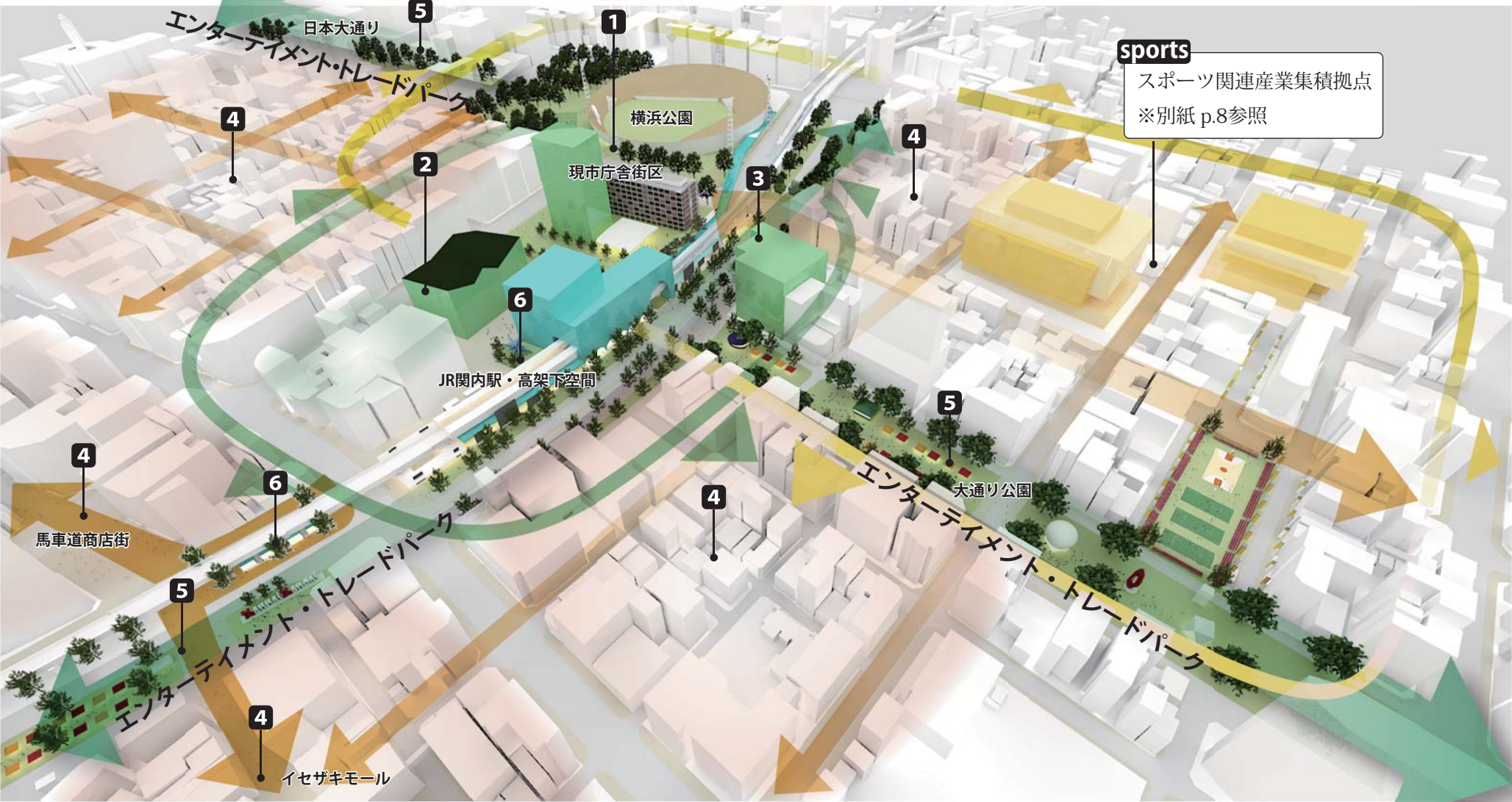
写真 <https://www.facebook.com/TheRealDesignerMarket> より

ファッション、美容関連業

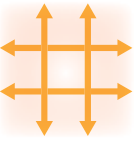
- ・アパレルメーカーや流通関連業 (小売店、店舗プランニングやファッションメディア等)、化粧品関連業、美容関連業など。

横浜独自の文化・産業を発信するスポーツ&エンターテインメントタウン

- ・従来のエンターテインメントの枠にとらわれない、横浜独自のエンターテインメントを生み出していく。
- ・多様な人・企業を惹きつけ、都市の誘引力となる、エンターテインメントの創作・集積・発信拠点を創出する。
- ・エンターテインメントの集客力を活かし、来街者を増やし、産業創出や横浜の文化発信につなげる。



※この図はまちづくりのイメージを概念的に示したものであり、建物の整備位置、建物形状などの詳細は確定していません。

凡例	 エンターテインメント集積拠点 ・横浜独自のエンターテインメントを生み出すスタジオや創作の場所、ホールシアター等の発信の場所、関連産業のオフィス機能などを創出する。	 スポーツ関連産業集積拠点 プロ・市民が利用できるアリーナ施設を核とした、スポーツ関連の多様な産業が集積する拠点 スポーツ関連産業集積拠点 ※別紙 p.8 参照	 拠点形成とともに進める界隈形成 まちづくりのテーマに沿った用途の導入等により、賑わいを創出する路地や界隈の形成
	 交通拠点機能の強化 ・既存の公共交通拠点機能と歩行者ネットワークの強化に加えて、新たな交通手段等の拠点機能を付加し、強化を図る。	 大規模公共空間軸 ・公園、広場、高架下、道路等の公共空間をまちの賑わいを生む象徴的な空間として捉え、規制緩和や設備の工夫、活動の多様化等を推進する。	エンターテインメント・トレードパーク ・多様な屋外のエンターテインメントが行われ、そのための環境(施設・設備・サービス)を整備することにより、エンターテインメント関連産業の成長と、独自のエンターテインメントの創出の場となる。

施設例・波及効果のイメージ

1234



© 2010 Caroline Gagné, on Flickr, CC BY 2.0. © 2007 Steve Jurvetson, on Flickr, CC BY 2.0. © 2005 Alex, on Flickr, CC BY-SA 2.0. © 2009 Cliff, on Flickr, CC BY 2.0.

エンターテインメントの創作活動拠点(スタジオ)

- ・アート、音楽、テクノロジーなど分野を超えたエンターテインメントが融合する機会を創出し、独自のエンターテインメント文化を生み出す創作拠点。

1234



(事例) 新歌舞伎座(東京)

ホール・シアターコンプレックス

- ・食、子育て、ものづくり(ものづくり選手権)、プレゼンテーションなど既成のエンターテインメントの枠を超えた、横浜独自のエンターテインメントの発信。
- ・多様なエンターテインメントの発信拠点としてのホール・シアター。
- ・エンターテインメント関連企業のオフィスの集積。

123456



© 2009 NYCDOT, on Flickr, CC BY-ND 2.0. (事例) Fourth Arts Block(ニューヨーク)

エンターテインメントが集積する賑わいの見える界隈の形成

- ・エンターテインメント施設の集積や、街中でのパフォーマンス、イベントを行うことにより、賑わいを生み出す。

既存施設を活用した施設更新イメージ



© 2008 Jean-Pierre Dalbéra, on Flickr, CC BY 2.0.

※既存施設等を活用することでまちの個性、歴史性を蓄積し、新しさと伝統が融合するブランド形成へとつなげる。

アート・エンターテインメント複合施設

(事例) KAAPOLI(フィンランド)

- ・もともとNOKIAのケーブル工場であった施設を活かし、美術館、ギャラリー、ダンス・シアター、スポーツクラブ、アートスクール、アトリエ、リハーサルスタジオ、ラジオ局、カフェテリアなどの施設が入居している複合施設。約250のテナントが関わっている。

※現市庁舎のあり方については、今後、関内・関外地区のまちづくりの中で検討します。

123



(事例) tkts (チケット施設) (ニューヨーク)

エンターテインメントインフォメーション施設

- ・横浜の様々なエンターテインメントに関する情報が集まる拠点施設。
- ・チケット販売施設。

123456



©Park yong-tae
(事例) TPAM 国際舞台芸術ミーティング (舞台芸術国際見本市) (横浜)

実験的表現活動の発信
アーティスト、エンター
テイナーの養成

- ・舞台芸術の国際的な見本市などをさらに充実させていくと共に、日本初の現代ダンス等の高等教育機関などを立地する。

456



(事例) tkts (チケット施設) (ニューヨーク)

まちがステージとなる仕掛け

- ・まち自体をステージと見立て、休憩機能を兼ねた座席や、エンターテインメントに必要な設備を広場等に備え、イベント、パフォーマンスが常に行われている場として、まちに賑わいをもたらす。

35sports



© 2011 JFerry Ballard, on Flickr, CC BY 2.0.
(事例) High Line (遊歩道) 沿いに設置されたローラースケートリンク (ニューヨーク)

ローラースケートリンク・
バスケットボールコート

- ・未利用空間を活用し、非日常のスポーツの場を民間企業との連携により創出、スポーツのエンターテインメントの場とする。

1246



© 2010 Juska Wendland, on Flickr, CC BY-NC 2.0.
(事例) KAAPALI (フィンランド)

シアター・ライブハウス

- ・映像や音楽のシアター、ライブハウス等の多様なエンターテインメント施設。

124



(事例) NYC & Company (ニューヨーク)

観光インフォメーション施設

- ・市内の観光情報が集まり、横浜らしい観光を提案していく、観光インフォメーション施設。

写真下 <http://www.nyego.com/articles/official-nyc-information-centers/> より

産業集積のイメージ

1246



エンターテインメント産業
(制作)

- ・エンターテインメントのプロデュース・制作業、劇団、楽団、演芸・スポーツ等興業団など。

124



© 2009 marie-ll, on Flickr, CC BY-NC-SA 2.0.

映像・音響機器の
研究開発・製造業

- ・プロジェクションマッピングやウォータースクリーンなど、高度な技術・機器開発により、新しいエンターテインメントをサポートする企業など。

写真 <http://www.geidai.ac.jp/film/index.html> より

12



(事例) コンベンション札幌ネットワーク (札幌)

観光業

- ・横浜独自の資源を活用した着地型のツーリズムを開発する観光業。
- ・まちなか MICE をサポートする、コンシェルジュ企業 (多言語対応等) などの集積により、カンファレンスビジネスの強化と連動する。

写真上 <http://www.sora-ccc.jp/> より

12



(事例) Benchmark Hospitality International Japan (東京)

カンファレンス・ミー
ティングサポート企業

- ・カンファレンスビジネスは、近年、外資系企業が参入するなど日本で市場成長を見せている。
- ・企業の立地需要を喚起する上で、高品質なカンファレンスをサポートする企業を誘致する。

写真 http://www.tokyo-cc.co.jp/features_a.html より

1246



© 2009 SergeyRod, on Flickr, CC BY-SA 2.0.

家具・小物・骨董・衣
装等の販売・デザイン・
製造・輸入等を行う企業

- ・舞台演出用の小道具等を使用される様々なものを扱う商店など。

12



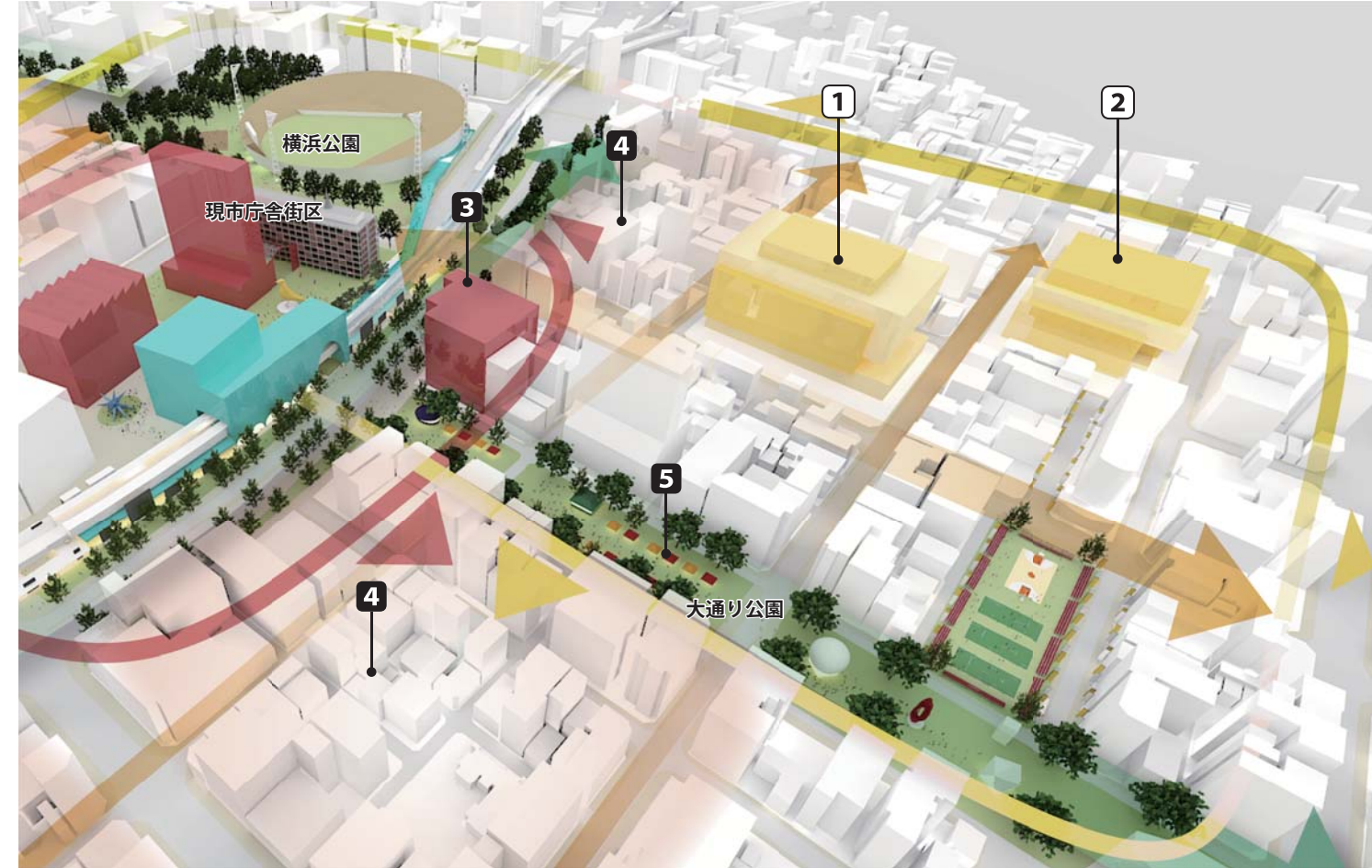
(事例) 電池推進船社会実験 (横浜)

次世代交通関連業

- ・横浜らしい交通手段を充実させ、アクセス性や利便性を高めることで、回遊を促す。
- ・次世代の技術用いたモビリティなど、テクノロジー分野、エネルギー分野における産業を強化する。

スポーツ関連産業集積拠点

※スポーツ関連産業集積拠点は各ケースに共通する内容を記載している。



※この図はまちづくりのイメージを概念的に示したものであり、建物の整備位置、建物形状などの詳細は確定していません。

1 2



© 2013 Blue Letter・Steffen Grocholl, on wikipedia, CC BY 3.0.
(事例) ザンクト・ヤコブ・パルク (スイス)



© 2006 Roberta Rudokienė, on Wikipedia, CC BY-SA 3.0.
(事例) Siauliai Arena (リトアニア)

多機能複合型アリーナ

- ・プロスポーツ大会開催、合宿トレーニング、及び大会やプロスポーツ関連のコンベンションに対応したアリーナ
- ・保育所や福祉施設等、多機能を複合し、収益性を高め、多様なスポーツ関連ビジネスを生み出す施設とする。

1 2 4



(事例) 十坪ジム (柏)

スポーツクラブやジム

- ・市民の健康増進をサポートする施設。
- ・プロのトレーナーから直接指導が受けられるなど、スポーツ界との連携や、人材育成の機会づくりにつなげていく。

写真 <http://www.city.kashiwa.lg.jp/soshiki/060100/p005139.html>より

1 2



(事例) 特定非営利活動法人ソシオ成岩スポーツクラブ (愛知)

写真 <http://www.narawa-sportsclub.gr.jp/>より

市民利用体育館と市民が運営するスポーツクラブ

- ・市民組織が運営する市民スポーツ施設。
- ・市民や地元プロスポーツ選手が講師を務める。

1 2 4



KU.BE (デンマーク)

多様な市民スポーツ・健康アクティビティに対応する新しい公共施設

- ・多様化する市民活動、コミュニティに対応し、「運動」を行う場とアートや音楽、子育てなどの場が併設され、多様な交流が行われる、新しい形態の公共施設。

写真 <http://kubefrederiksberg.dk/>より

1 2 3 5



© 2005 J.Rüdiger Wolk, on wikipedia, CC BY-SA 2.5.
(事例) Radstation(自転車ステーション) (ドイツ)

ランニングステーション
自転車ステーション

- ・ランナーをサポートするランニングステーションや、自転車利用者をサポートする自転車ステーションを整備する。

1 2



(事例) ジョンソン・エンド・ジョンソン川崎サイエンスセンター (川崎)

写真 <http://www.re-port.net/news.php?ReportNumber=33972>より

先進医療研究・情報発信拠点

- ・先進の医薬品や医療機器、臨床試験情報をいち早く、わかりやすく伝える、情報収集・発信の拠点。
- ・健康・医療関連業従事者や患者等の国際的な交流・研修等が行われる。

公共空間の利活用促進



©2013 NYCDOT, on Flickr, CC BY-ND 2.0.



©2013 NYCDOT, on Flickr, CC BY-ND 2.0.



©2013 NYCDOT, on Flickr, CC BY-ND 2.0.

(事例) Summer Streets (New York)

公共空間利用を実験し
楽しみ方を発信するイベント

- ・まちの賑わい創出と、公共空間利活用を促進・PRするイベントを実施する。
- ・多様な屋外空間を企業の製品・サービスのプロモーションの場となるようにすることで、マーケティングやビジネスシーズの発見につながる。

1 2 4 5



(事例) アシックスストア大阪 (大阪)

スポーツ関連産業
プロモーション施設

- ・スポーツ関連製品や健康食品、新サービスなどをプロモーションする施設を創出し、企業とユーザーの接点を生み、製品の改良やニーズの発掘ができる場とする。

1 2



(事例) JOC エリートアカデミー

写真 <http://www.joc.or.jp/training/ntc/eliteacademy.html>より

スポーツエリートトレーニング・コンディショニングサポートセンター

- ・食事療法や疲労回復のためのマッサージなどプロスポーツ選手のコンディショニングづくりをサポートする施設。

産業集積のイメージ

1 2 4



© 2009 Paul Keleher on Wikipedia, CC BY 2.0.

高機能スポーツ製品製造業

- ・アスリートと共同した製品開発や、質の高いデザインの融合による高機能なスポーツ関連製品開発を行う企業。

1 2 4



©2009 LocalFitness, on Wikimedia Commons, CC BY-SA 3.0

ヘルスケアサービス企業
フィットネス施設運営企業

- ・正しいスポーツの仕方や予防医学に基づく健康づくりのアドバイスをするなど、フィットネス関連サービス業の多様化が見込まれる。

関内駅周辺地区のまちづくりのプロセス（案）

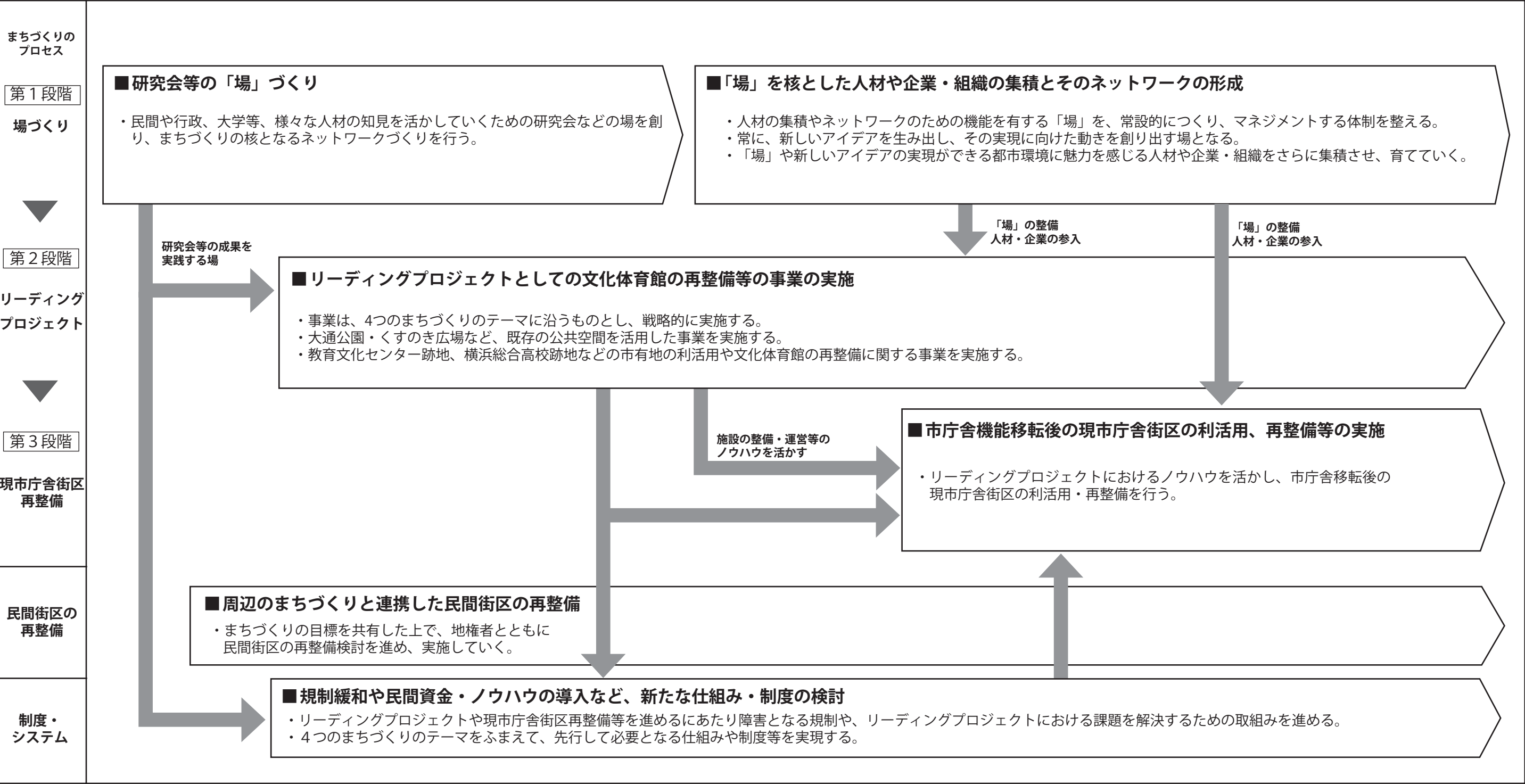
- 来街者、利用者の視点や、人を中心に捉えたプラン及びプロセスづくり

 - まちづくりを実現するためには、テーマに関わる有能かつ影響力のある人材や企業・組織に、選ばれるまちとなっていくことが求められる。
 - このターゲットとなる人材や企業・組織の視点から、まちに必要な空間や機能を整備していく。
 - まちづくりの進め方においては、多様な人材や企業・組織が活躍する段階、場面、関係性など、人的、社会的なまちづくりの機運の高まりを戦略的に捉え、マネジメントしていく必要がある。

■ まちづくりのプロセス自体が人材を集める機会となる

 - まちづくりのプロセス自体が、人材を集める機会と捉え、リーディングプロジェクトを行いながら、現市庁舎街区の再整備に向けた機運を盛り上げていく。
- 交通拠点機能の強化の検討

 - J R 関内駅北口再整備事業や、開発等の具体的な事業検討の内容と整合性を図りながら検討を行う。



北仲通地区の歩行者ネットワークの考え方

- 地上、地下、デッキレベルにおける多様な歩行者動線を確保し、来街者にとって安全で魅力ある歩行者ネットワークの形成を図る。
- 最寄り駅である馬車道駅との接続や桜木町駅との連絡を強化するとともに、みなとみらい 21 地区や関内・関外地区とのアクセス性を確保し、利便性や回遊性の向上を目指す。
- 北地区と南地区の連絡性が高まるネットワーク整備を検討する。

