

# テーマF-A「関内駅周辺地区まちづくり全体像」

## ①まちづくりのコンセプトと将来像のイメージ

・東京に無い横浜の個性を活かす（東京化しない）こと、多様な主体が関わるまちづくりをディレクションすることを目的とし、横浜のアイデンティティにもとづいた、まちづくりのコンセプトの設定をする。

### 【コンセプト】 「RE・OPEN ～第二の開港と文明開化～」

黒船（市庁舎移転）の来襲を契機に、第二の開港を巻き起こす。

- ・横浜の旧市街である関内地区と関外地区は「開港と文明開化」の原点となったまちである。横浜の中でもこのエリアだけがもっている「みなとまち」の風土と、常に新たなものを取り入れ続けてきた進取の気象、この揺るぎない横浜のアイデンティティを取り戻すため「第二の開港と文明開化」を目指して、まちのブランドを再構築する。
- ・個性ある地区が寄り添い関内・関外のまちは形成されており、各地区の「際」に位置する関内駅周辺地区は、それぞれの個性をつないでいる。「進取性」、「つなぐ」をキーワードに、関内に集まる、人、もの、国、新住民と旧住民、ビジネスパーソン、観光客、歴史資産、産業、過去と未来をつなぎ、エリアの活力再生を図る。  
→現状ではみなとまちは埋没している。各エリアがそれぞれの特色を活かしインパクトを持っていく必要がある。

### 【RE・OPEN ～第二の開港と文明開化～を導く3つの戦略】

#### 開港・文明開化を導く「外国人」が働き・暮らすためのインフラの再構築

- 156年前、第一の開港の際には、日本・世界の商人たちが開港場に集まり、住宅・倉庫・商館を構えビジネスをした。彼らが集まることで、開港場のポテンシャルは高まり、更に世界から人を集める好循環を生み出した。「進取性」、「つなぐ」キーとなる人の存在がまちのブランドの核となる。
  - 第二の開港・文明開化を巻き起こすには、再び「外国人」が集まるための、業務／商業／金融／情報／生活インフラを構築していく必要がある。
- ※「外国人」とは、まちの価値を高める象徴的モデルであり、日本人を含めグローバル視点を持つ多様な人を示す。

#### 既成市街地の中でも特殊なエリアとして新しい時代の「開港場」の創造

- JR線が現代の「城壁」、市庁舎街区は現代の「関所」（開港場への入口）として考える。
- 現代の「開港場」として、際だって特異な場としていく。
  - ・海外との通商・民間外交・市民交流の窓口になり、地区内は公用語が英語（英語だけの店舗・企業の集積）など、グローバルなコミュニケーションが前提となる場とする。
  - ・特例的な規制緩和や、まちの価値を高める規制が行われるエリアとする。（例：パーソナルモビリティの特区（パーソナルモビリティの公道走行を可能にする）、車でのアクセスを制限する（歩行者優先）など）

#### 個性ある周辺各エリアとの新ネットワークの形成 まちの魅力向上と、楽しく、わかりやすく、快適な、移動環境づくり

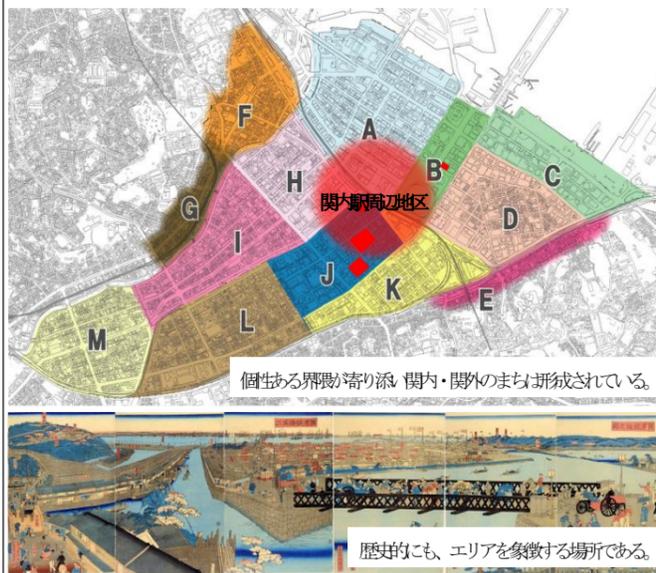
- 各エリアの個性と魅力の向上
  - ・歩ける範囲に個性ある界隈が寄り添い、関内・関外のまちは形成（様々なまちの魅力がコンパクトに集約）されており、均質化せず、界隈を際立たせることが関内・関外地区の活性化につながる。
- 都心交通システムの再編
  - ・LRT、BRTパーソナルモビリティ等新しい交通の活用
  - ・既存の基盤の活用
    - ・バス路線の再編、料金体系の見直し
    - ・車道ペイントによる歩行者空間創出
    - ・道路体系見直しと、通過交通規制



### 【まちづくりを進める上で留意すべきこと】

- プロジェクトをマネジメントする運営組織の構築
- 地域の主体的関わり
  - ・ファンディングの仕組みをつくる
  - ・思いのある人・企業から寄附を集める。
- 魅力を高める効果的なプロモーション
- ソフトの仕掛け
  - ・スタンプラリーなどより楽しく歩く仕掛けをする。
  - ・ICT技術を活用した、街のインフォメーション（翻訳アプリの活用など）、Wi-Fiの整備 等

### 【関内駅周辺地区の位置づけ】



- 関内駅周辺地区は、魅力ある周辺の界隈が接する際にあり、大通り公園や日本大通りへ続く骨格的な緑の軸の中央に位置している。さらには、かつて関所があったなど、物理的、空間的、歴史的に象徴的な場所である。
- 個性ある界隈を相互につなぎ、人と人をつなぎ、過去と未来をつなぐ。エリアの活力再生の核として、周辺界隈と連携し、機能補完する役割を関内駅周辺地区で果たしていく。

### 【課題認識】

**業務**：これまで純粋な業務エリアであったが、市庁舎移転により状況が大きく変わる。現状でもビジネス書も売れない業務の個性のないエリアだったが、今後は商業や観光機能と連動してMM21や横浜駅周辺などと差別化し、特色をつくっていく。

**商業**：ネット通販が浸透し、実店舗でしか得られない価値を提供して魅力を高めなければならないが、現在でも、横浜らしさがなくなり（東京化し）、個性を喪失しかけている。歩ける範囲の魅力的な商をつくりたい。

**観光**：ベイエリアの集客を呼び込めておらず観光PRが不十分。

**居住**：居住エリアをつくるのではなく、業務・商業・観光機能に牽引される地域の魅力向上により、訪問したい、住みたいと思ってもらえる人を増やす。居住者の苦情によって商業等の賑わい・活力再生を阻害してはならない。

人・企業を惹きつける ↑ エリア価値向上の好循環創出 ↓ みなとまちの魅力向上

### みなとまちのライフスタイル創出

- 昼夜間人口のコントロールにより、業務・商業と住宅の適切なバランスをつくり、まちの賑わいと持続的な経済循環をつくる。新たな人の流入によってみなとまちのライフスタイルが生み出される。
- 第一の開港の際には、公園、鉄道、銀行、街路、ガス灯など社会の基盤や、アイス、ビール、競馬、テニスなどの嗜好品やアクティビティなどを、開港場に集まる人が持ち込み、生み出していった。横浜がエキゾチックな（異国情緒の感じられる）まちとなったのは、既存のものだけにとらわれず、そうした新しいものを柔軟に、積極的に取り込んできたためである。
- エンターテイメントや飲食、仲間とのコミュニケーションの場があり、平日午後3時からアフターワークを楽しむ人が集まるなど、新しいライフスタイルの場とそれを楽しむ人が集まることで、みなとまちのライフスタイルが生み出される。
- 関内にはスポーツエンターテイメントの場として横浜スタジアムがあり、プロ野球だけでも年間約150万人の観客を動員する。さらにKAAT、小規模なライブハウス、野毛や中華街をはじめとしたダウンタウンの魅力ある街、商店街など、集客の核が既にあり、さらに、新文化体育館の整備等もまた、その一つとして取り込んでいく。

## ②現市庁舎街区等についての検討

### 【基本的な考え方】

- ・「外国人」を集める拠点を担う。
- ・「外国人」が活動しやすいインフラとして、業務／商業／金融／情報／生活インフラ（「外国人受け入れインフラ機能」）とともに、新たなものが生み出される拠点、交流が生み出される拠点、関内の各エリアへの入口として人の回遊をつなぐ拠点、（つなぐ機能）を整備していく。
- ・各エリアの際（きわ）、関内・関外エリアの中心にあり、利便性の高い駅直近の立地を最大限活かし、第二の開港と文明開化のシンボルとなる、新しい時代の「関所」とする。

### 【導入機能】

#### <「外国人」受け入れインフラ機能>

- グローバルビジネス展開のためのオフィス
  - ・海外企業のオフィス
  - ・国際弁護士事務所、会計士、通訳等グローバルビジネスをサポートする専門サービス
  - ・国際金融機関の支店（金融インフラ）
- 海外からの訪問客に対応できるホテル
- 世界クオリティのエンターテイメント施設
- インターナショナルスクール、英語しか使わない大学
  - ・例）東海大学はキャンパス内のカフェを完全英語カフェにする。
  - ・実証実験としてのエリア展開。
- 各国の領事館機能の集積
  - ・国際都市基盤を形成する各国の出先機関を誘致。

#### <つなぐ機能>

- アーバンデザインセンター
- 観光インフォメーション拠点施設
- 象徴的な広場空間
- 新しい交通のターミナル

### 【周辺に波及する機能】

- 外国人サービスアパートメント等賃貸住宅
- 外国人スタッフが従事するクリニック
- 外国人の居住に必要なコンシェルジュサービス
- ホテル
- 観光インフォメーション施設
- シアター、ミュージアム、スポーツなど多様なエンターテイメント系施設
- SOHOやコ・ワーキングスペース
- 新しい交通インフラ