

# 1

## 第1章

### 横浜の景観づくりと課題

---

- 1 景観づくりの系譜
- 2 景観づくりをとりまく状況と課題
- 3 景観ビジョンの改定について

# 1 景観づくりの系譜

## ～都市デザインから景観制度へ～

横浜市では景観法施行前から、都市の機能性や経済性とともに、美しさ・楽しさなどの美的価値・人間的価値のある街を目指して「都市デザイン」という手法でまちづくりを行ってきました。すなわち、まちづくりに、「景観づくり」も意識した「都市デザイン」の手法を取り入れることにより、現在の横浜の代表的な景観の骨格を形成してきました。

現在までつくられた代表的な景観を守り、いかながら、さらにより良い景観をつくるために、景観施策の制度を整備し、運用しています。

### ①大規模プロジェクトにおける、都市デザインによる人間的で美しいまちづくり

1960年代後半、高度経済成長期の急激な人口増に伴って生じた道路や鉄道、住宅地の不足などの様々な都市問題に対して、横浜市では六大事業と呼ばれる大規模な公共事業を打ち出しました。六大事業では都市問題への対処的な整備にとどまらず、都市の機能性や経済性とともに、**美しさ・楽しさなどの美的価値・人間的価値のある街を目指す「都市デザイン」の手法**を取り入れることで、**個性と魅力のある都市空間を形成**してきました。この取組は**従来の縦割り組織を超えた、様々な部署からなるプロジェクト方式**により推進し、その結果、みなとみらい21や横浜ベイブリッジなど、**今日の横浜を代表する魅力的な景観が数多く形成**されました。

また、市域の約25%（当時）に及ぶ市街化調整区域の指定や、宅地開発要綱の制定により無秩序に行われていた開発行為が規制されたことで、まとまりのある緑地や農地が現在も残り、憩いや安らぎを与える景観資源となっています。

#### 六大事業において実践された都市デザインの例

- ・ 高速道路の地下化による景観配慮
- ・ 横浜市営地下鉄開通に伴うデザイン調整
- ・ 港北ニュータウンにおける歩車分離、グリーンマトリックスシステム<sup>※</sup>
- ・ 金沢シーサイドタウン住宅地デザイン
- ・ 横浜ベイブリッジのデザイン調整
- ・ みなとみらい21地区のスカイライン調整

※グリーンマトリックスシステム…まちづくりの基本方針をもとに地区内の緑道を骨格として、公園や民有地の斜面樹林などを連結させたオープンスペース計画

## ②行政と地域(市民・事業者)の協働による都心部を中心とした景観づくり

大規模なプロジェクトの推進と並行して、横浜市では都心部の魅力づくりに力を入れました。山下公園、臨港パークなど都心臨海部のウォーターフロントの整備や、くすのき広場、大通り都心臨海部の景観をつくってきました。あわせて1970年代からは、街づくり協議地区や山手地区景観風致保全要綱等による街並みの誘導を行いました。また、駅から港(山下公園)まで歩行者を誘導しながら街並みを楽しんでもらうことを目的とした都心プロムナード事業など、関内地区を中心とした魅力的な歩行者空間の形成を行いました。

これらの行政主体の取組が評価されたことにより、中区の馬車道や元町などの**商店街**においても、**地域(市民・事業者)が主体的に取り組むまちづくりが展開**されました。**行政・地域双方から問題提起し、協議や実験などを通してまちづくりが進められ**、公共空間の整備と地域独自の街づくり協定を組み合わせる手法などにより、地域の個性や魅力のある景観がつけられてきました。

行政主体による取組	地域(市民・事業者)主体による取組
<ul style="list-style-type: none"> <li>・くすのき広場整備</li> <li>・都心プロムナード事業</li> <li>・山下公園通り整備</li> <li>・山手地区景観風致保全要綱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・馬車道商店街再整備、街づくり協定締結</li> <li>・イセザキモール(歩行者専用道)整備</li> <li>・元町商店街整備、街づくり協定締結</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・大通り公園整備</li> <li>・開港広場整備</li> <li>・街づくり協議地区</li> <li>など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>など</li> </ul>

## ③様々な主体・手法による景観づくりの広がり

都心部の街並みや歩行者空間整備を中心に行われてきたまちづくりは、次第にその範囲や手法を郊外部にも広げていきました。1980年代からは「**区**」を中心とした、**地域の魅力ある空間づくり**に取り組まれました。市民や来街者が利用する駅前や区庁舎周辺、道路、公園などの公共空間は、横浜の景観を強く印象付けるものとして、公共サインのデザイン開発や事業者と協力した実験的な取組など、公共空間の質を高めるための総合的な演出を行いました。

当初は行政の事業を主導に、行政の呼びかけに応じて市民がまちづくりに参加していましたが、やがて**市民自らが地域の魅力づくりにつながる活動を展開する**ようになっていき、横浜市では地域のまちづくりを支援する制度を拡充していきました。

また、関内の近代建築、山手の西洋館、郊外部の古民家、土木産業遺構などの横浜らしさの要素となっている**歴史的景観資源の保全活用**のため、1988(昭和63)年に「歴史を生かしたまちづくり要綱」を制定しました。**所有者や市民、専門家などと協力して**歴史的建造物の保全活用を行うとともに、文化財制度とも連携しながら、まちづくりの中で歴史的景観を保全する取組を進めています。

郊外部における展開	手法の展開
<ul style="list-style-type: none"> <li>・区の魅力づくり基本調査</li> <li>・水と緑と歴史のプロムナード事業</li> <li>・よこはま市民まちづくりフォーラム</li> <li>・地域まちづくり推進条例</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・歴史を生かしたまちづくり要綱制定</li> <li>・ライトアップ・ヨコハマ</li> <li>・日本大通りオープンカフェ社会実験</li> <li>・地区計画の活用</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(みなとみらい 21 中央地区など) など</li> </ul>

#### ④ 景観形成手法の確立 ～景観ビジョン策定と景観条例の施行～

2004(平成16)年、景観づくりに関する日本初の総合的な法律である「景観法」の施行を契機に、それまでまちづくりの中で景観づくりに取り組んでいた横浜市においても、改めて景観づくりの施策体系を整理しました。2006(平成18)年には「**景観ビジョン**」を策定し、「**景観条例**」が施行され、景観ビジョンには概ね5年後を目標とした行政の取組を掲げて実行してきました。(P18の表参照)

2008(平成20)年には、景観法に基づく「**景観計画**」を施行しました。横浜市全域を対象に斜面緑地における開発行為に関する景観計画を定めたほか、**地区に応じた良好な景観を形成する地区(景観推進地区)**を指定し、行為制限や必要な手続きについて決めました。地区によっては屋外広告物の規格を定め、屋外広告物の表示・掲出等の制限を決めました。

また景観条例に基づき、魅力ある都市景観の創造が特に必要とされる区域について**都市景観協議地区**を定め、地区内において魅力ある都市景観の形成に影響を与えると認められる行為(都市景観形成行為)をしようとするときには横浜市と協議(都市景観協議)をすることを求めています。都市景観協議は、一定の行為に対して、景観計画などによる基本的・定量的なルールによる統一的な景観づくりだけでなく、話し合いを通じて様々なアイデアを出し合い、魅力と個性ある質の高い景観づくりを行うしくみを行政の手続きとしても位置付けたものです。

2011(平成23)年には地域の良好な景観の形成に重要である樹木を市長が指定し、樹木の維持保全を義務付ける「**景観重要樹木**」の横浜市第1号として、中区日本大通り沿いのイチヨウ並木(65本)を指定しました。

2013(平成25)年には景観条例の一部を改正し、魅力ある都市景観の創造を推進する上で特に重要な歴史的建造物を指定することができる「**特定景観形成歴史的建造物制度**」を新設し、2016(平成28)年には特定景観形成歴史的建造物第1号として旧円通寺客殿(旧木村家住宅主屋)を指定するなど、景観に関する制度は多様化しています。

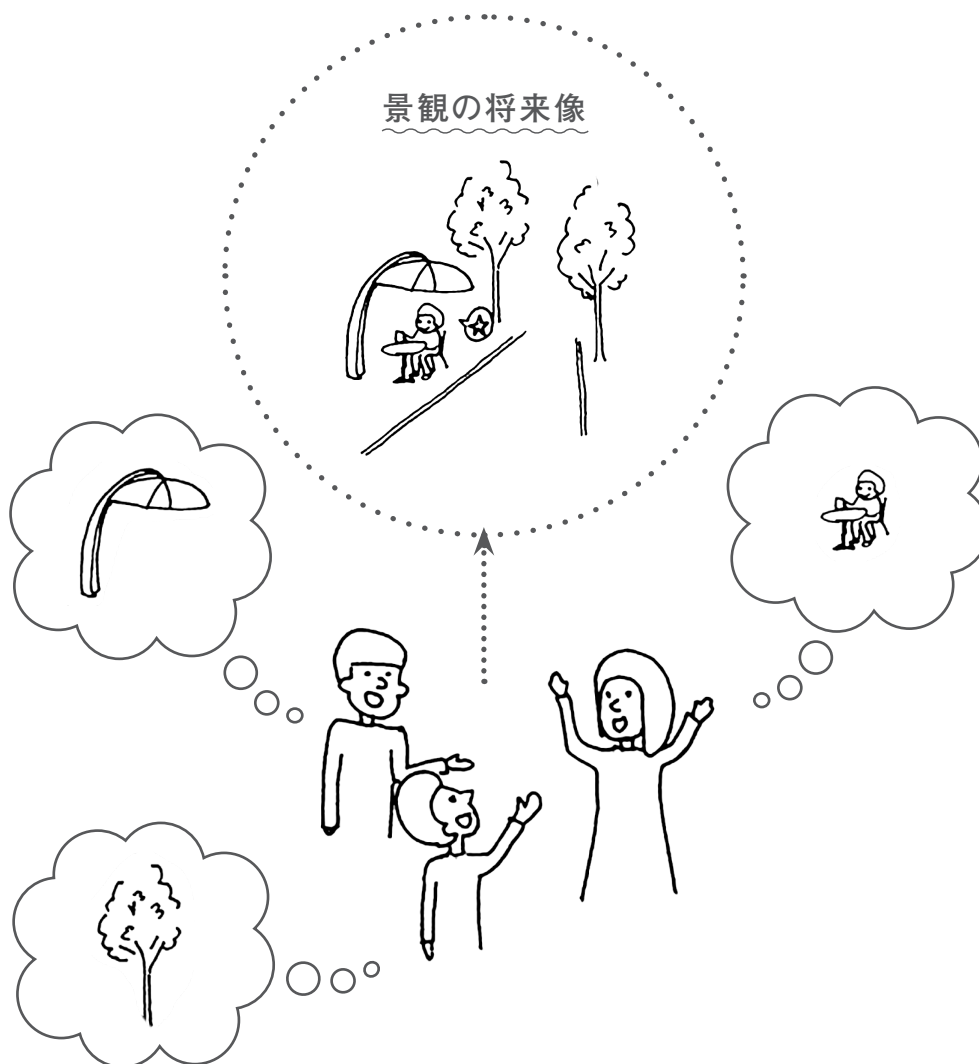
## ✓ 創造的協議とは

私たち市民・事業者・行政が共に議論することにより、具体的な場所における横浜らしい景観や共通の目標を設定し、様々なアイデアを出し合いながら、魅力と個性ある質の高い景観づくりを行う手法を「創造的協議」と呼びます。

横浜市では、プロジェクト方式による部署を超えた協議を積み重ね、横浜市の景観の骨格を形成する大規模プロジェクトを進めてきました。制度が確立されていない時代においても、市民や事業者とよりよいまちづくりのためのアイデアを出し合い、時に新たに手法を生み出しながら、地域ごとに特色ある景観をつくってきました。また、一定の行為に対しては、事業者と横浜市との間で協議を行い、提案を相互に出し合いながらより質の高い景観をつくることを制度としても位置づけ、運用しています。

行政だけでなく、市民や事業者同士でアイデアを出し合うことも「創造的協議」と言えます。

この「創造的協議」の手法そのものが横浜の景観づくりを行う上での最大の特徴といえ、今後も横浜市は、「創造的協議」による景観づくりを進めていきます。



# 2 景観づくりをとりまく状況と課題

## 1. 景観ビジョン策定以降の行政の取組

2006(平成18)年に策定した景観ビジョンでは、当面5か年で取り組む主な施策について示し、これに基づき様々な景観施策を実施してきました。



2006(平成18)年策定の  
景観ビジョン冊子表紙

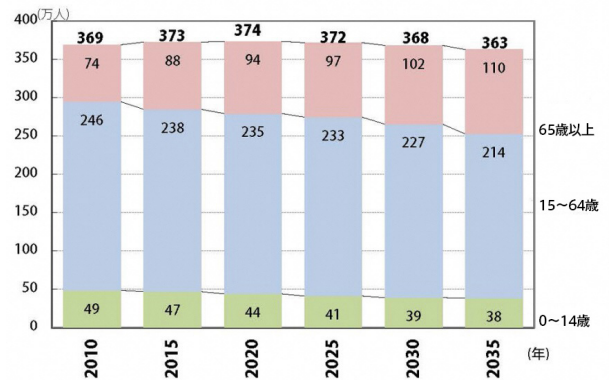
### ■ 景観ビジョン(平成18年)に示された主な行政の取組

主な取組	主な成果・実績等
1 規制・誘導	
(1) 基本的なルールの策定	○景観法に基づく景観計画の策定 ・斜面緑地における開発行為に関する景観計画策定 ・景観推進地区に応じた制限 ・景観重要樹木の指定 ○屋外広告物の設置基準(屋外広告物条例)策定 など
(2) 創造的なルールの策定	○景観条例に基づく都市景観協議地区の指定 ○ガイドラインの策定 など
その他	○景観重要樹木の指定 ○美しい港の景観形成構想の策定 など
2 景観づくりに関する事業の実施と調整	
(1) 歴史的・文化的 建造物保全事業	○特定景観形成歴史的建造物制度の新設 ○横浜サポーターズ寄附金(ふるさと納税) 「歴史的景観保全活用事業」の導入 など
(2) 都市景観の演出事業	○歴史的建造物のライトアップ ○日本大通りの活性化(オープンカフェ等) など
(3) 公共施設のデザイン調整	○金沢八景駅周辺 ○新市庁舎デザインコンセプトブック作成 など
3 良好な景観づくりを支える市民意識等の醸成	
(1) 市民活動との協働	○地域まちづくり推進条例等に基づく協働 ○景観まちづくり学習の取組 など
(2) 良好な景観形成に対する表彰	○横浜・人・まち・デザイン賞 ○横浜サイン賞 など
(3) 景観に関する情報提供・ 意見募集	○景観に関する市民意識調査 など

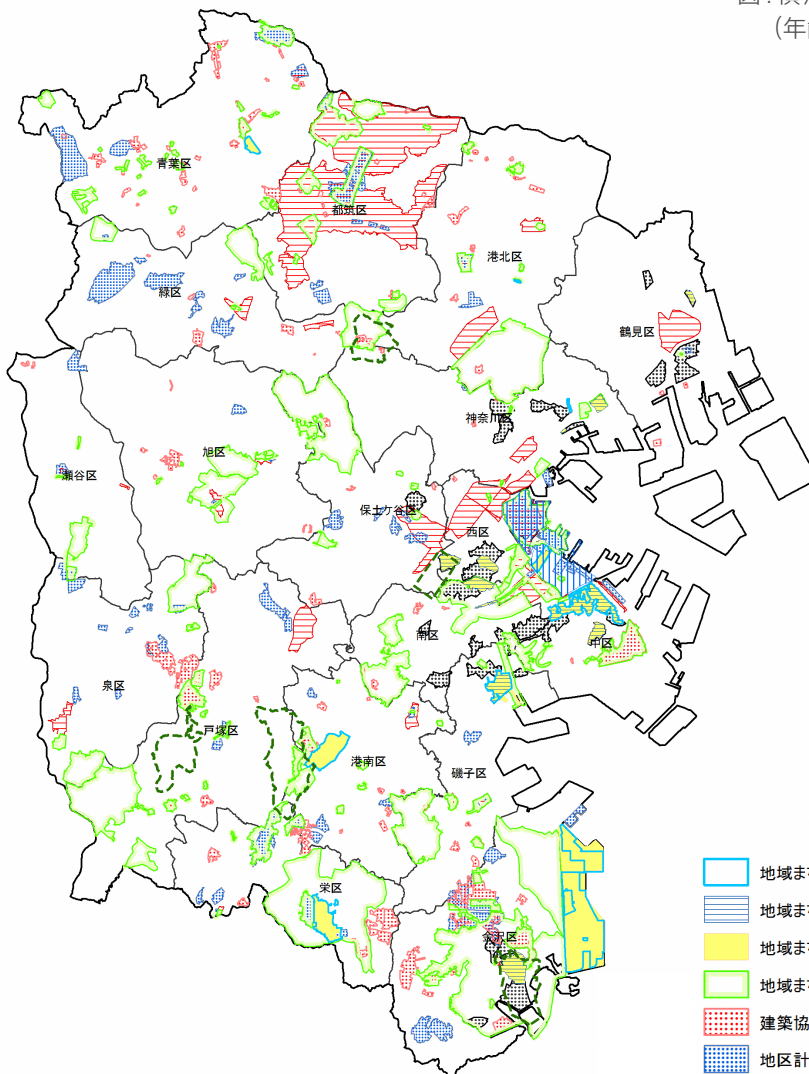
## 2. 社会状況の変化

### (1) 人口減少、人口構造や家族構成の変化／コンパクトシティへの転換と都市施設の老朽化

横浜市の人口は2020年をピークに減少が見込まれており、少子高齢化はすでに始まっていると言えます。同時に、面積・人口とも大変規模が大きい横浜市において、地域ごとの人口減少・少子高齢化に格差ができることも予想されています。また、高度経済成長の人口急増にあわせて整備された都市施設は、老朽化のため更新の時期をむかえています。



図：横浜市の将来人口推計値  
(年齢3区分人口、横浜市政策局政策課HPより)



図：地域まちづくりの推進地区  
(横浜市都市計画マスタープランより、  
2012(平成24)年3月末時点)

- 凡例
- 地域まちづくりルール認定地区(14地区)
  - 地域まちづくりプラン認定地区(11地区)
  - 地域まちづくり組織認定地区(22地区)
  - 地域まちづくりグループ登録地区(139グループ)
  - 建築協定区域(179地区)
  - 地区計画区域(97地区)
  - まちづくり協議地区(32地区)
  - 景観協議地区
  - 地区プラン地区(5地区)
  - いえ・みち まち改善事業区域(23地域)

### (2) 活発な市民主体のまちづくり活動、地域ごとの魅力と個性の継承と創出

人々の価値観や生活スタイルはますます多様化し、様々な課題やニーズが出てきています。一方で、地域らしさを形成する市民主体のまちづくりが広がってきており、それぞれの地域の状況にあわせた取組が進められています。また、地域に根ざしたものの以外にも、好きなこと、興味のあるテーマ等を中心とした活動が広がっています。

### 3. 景観をめぐる市民意識

#### (1) 横浜の魅力に関する調査

横浜市では2012(平成24)年に、横浜市内の施設・イベントの認知率や横浜の魅力などに関する意識調査を行いました。

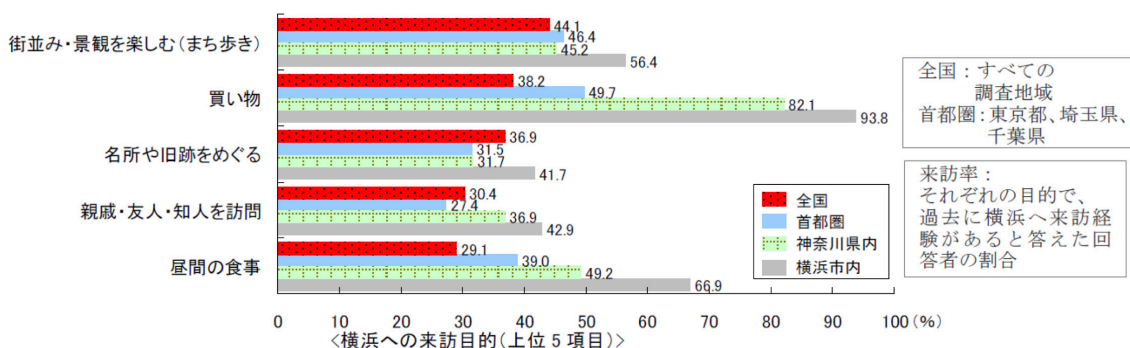
調査対象	16～79歳の一般男女
調査地域	全国 47 都道府県（横浜市、神奈川県（横浜市除く）、東京都、埼玉県、千葉県、静岡県、栃木県、群馬県、茨城県、北海道エリア、東北エリア、中部エリア、北陸エリア、近畿エリア、中国・四国エリア、九州・沖縄エリア）
調査方法	インターネット調査
調査期間	2012（平成24）年8月31日（金）～9月10日（月）
サンプル数	5,963人（横浜市：各区50人以上、その他地域：300人以上）
集計方法	各地域の人口構成比に合わせて集計を実施

（横浜市文化観光局横浜魅力づくり室実施）

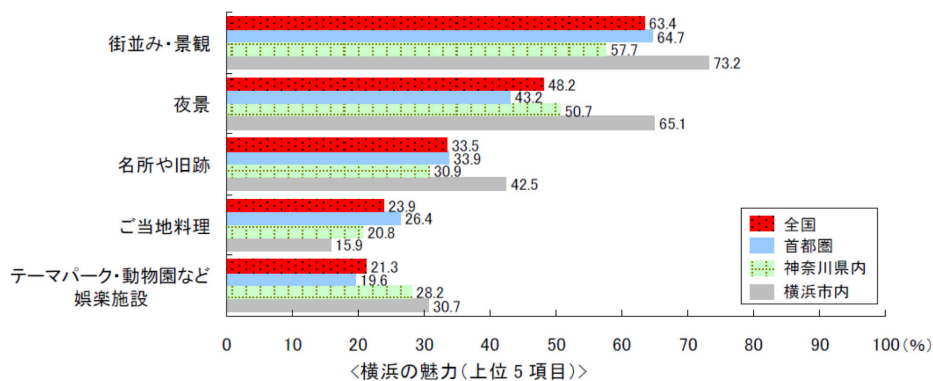
調査の結果から、景観について次のことがわかりました。

- ・全国では、横浜への来訪目的として「街並み・景観を楽しむ(まち歩き)」が最も高い。
- ・すべての居住地において、横浜の魅力としては「街並み・景観」が最も高い。

#### □ 横浜への来訪目的(複数回答)



#### □ 横浜の魅力(複数回答)





## (2) 景観に関する市民意識調査

景観条例制定から約10年が経過したことを踏まえ、市民は横浜の景観をどう捉えているのか、市民アンケート「横浜の景観に関する市民意識調査」を実施しました。

調査方法	インターネット調査
調査対象	横浜市居住者、20歳以上のネット調査会社の登録者
調査期間	2017年1月13日(金)～1月20日(金)
サンプル数	1000人(10歳ごとの階層、東西南北※1で均等回収)
主な調査項目	・市内全域の景観 ・お住まいの区の景観 ・景観に関する取組 など

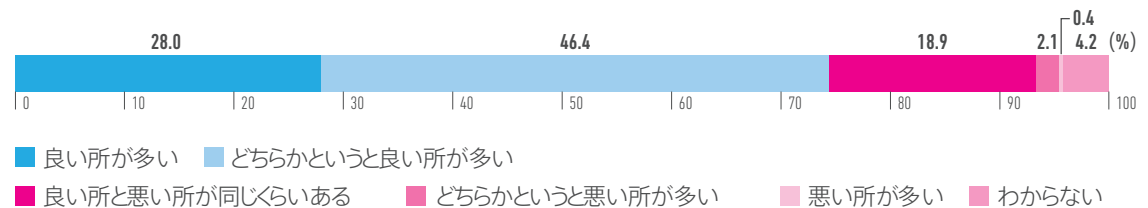
※1 東(鶴見区、神奈川区、西区、中区、南区) 西(保土ヶ谷区、旭区、戸塚区、泉区、瀬谷区)  
南(港南区、磯子区、金沢区、栄区) 北(港北区、緑区、青葉区、都筑区)

(横浜市都市整備局景観調整課実施)

アンケートの結果より、次のような景観に対する評価が見て取れます。

### □ 横浜市全体の景観への評価

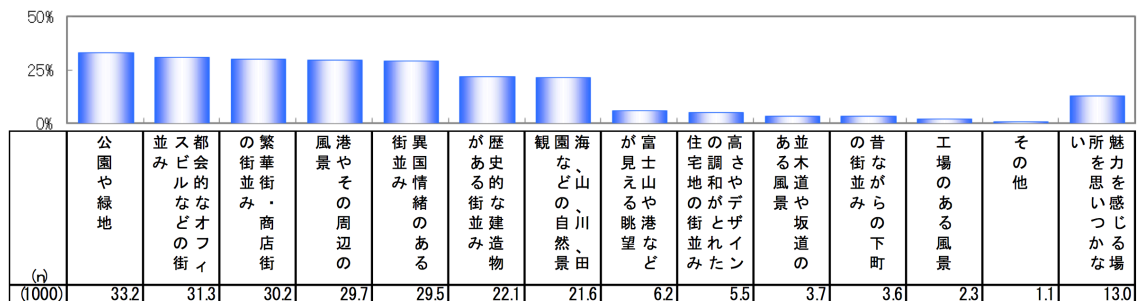
・約7割の市民が現在の横浜市全体の景観について**良い所が多い**と感じている。



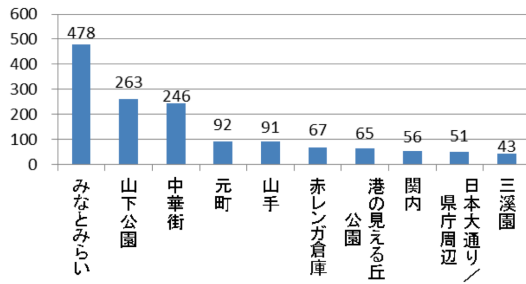
### □ 横浜市内で、特に魅力と感じられている景観

・多くの市民は「市内でも特に魅力を感じる景観」として公園や緑地、都会的なオフィス、繁華街・商店街などの街並みをあげている。これらを具体的にイメージする場所として山手～関内～みなとみらい21地区に至る都心臨海部一帯の施設をあげていることから、横浜市の発展の中で作られた**都心臨海部の景観に魅力を感じている**。

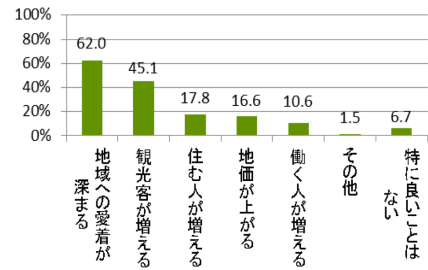
・横浜市の景観が良くなることで地域への愛着が深まると思っている市民は多い。



□ 横浜市内で、特に魅力と感じられている  
景観として思い浮かぶ具体的な場所

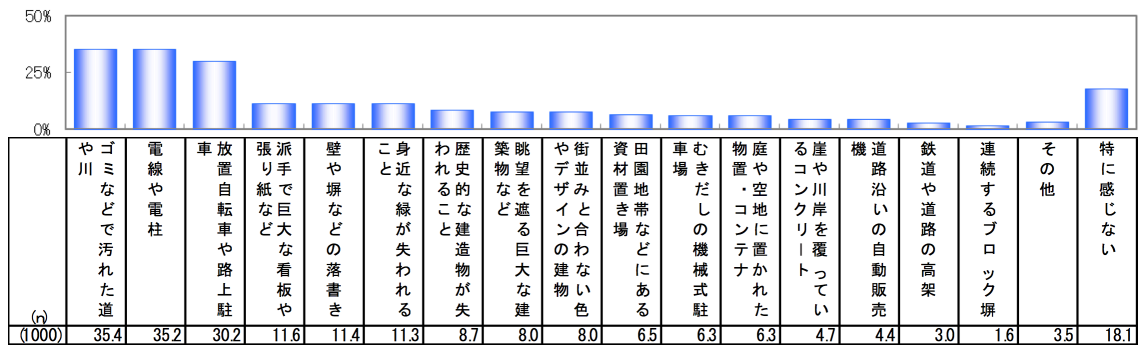


□ 横浜市の景観が良くなることで、どの  
ような効果・影響が望まれているか



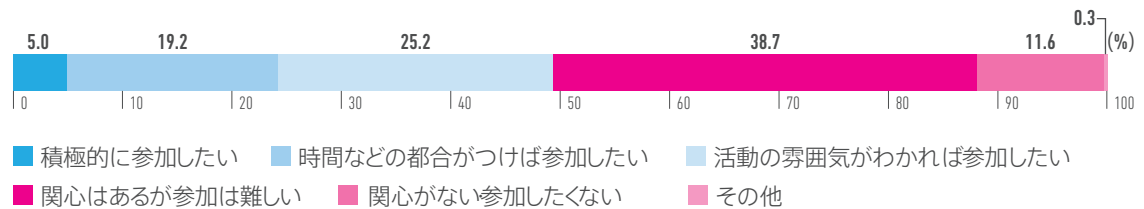
□ 現在の横浜市内で、特に問題だと感じる景観

・ゴミなどで汚れた道や川、放置自転車や路上駐車、壁への落書きなどモラルの低下によって問題とを感じる景観が生じていると考えられる。また、電線や電柱、派手で巨大な看板や張り紙、身近な緑が失われることなど、**身近な場所における景観が問題に感じられている。**



□ 景観を守り、より良くするための活動に参加したいか

・約半数の市民が、景観を守り、より良くするための活動に概ね参加したいと考えている。



□ 住んでいる区で特に魅力を感じる景観

・3割以上の市民が、住んでいる区に魅力を感じる場所を思いつかないと感じている。  
・公園や緑地、海、山、川、田園などの自然景観が、身近な景観として評価されている。



## 4. 景観づくりの課題

### (1) 景観づくりをとりまく状況から見た課題

これまで私たち市民・事業者・行政は、協力し、長い年月をかけて、豊かな水・緑と歴史的建造物や先進的なまちづくりが織りなす景観づくりを進めてきました。その取組の結果として、今ある都心臨海部を中心とした**景観は横浜の特徴かつ最大の魅力として評価され、多くの観光客を呼び寄せ、市民の愛着も育んでいます。**

一方で、身近な場所における景観について、現状の満足度は低いものの、景観を良くすることで地域への愛着が深まる可能性が高く、またその活動に参加したい市民も多いことから、**市民の誇りや愛着の醸成に向けて、様々な資源をいかし、地域の身近な景観づくりを進めていくことが重要になっています。**

横浜市においても人口減少や高齢社会の時代を迎え、地域におけるまちづくりの担い手不足など、地域活力の低下等が懸念されています。また、産業構造の変化やグローバル化による世界規模の競争社会の中で、他都市に対しての独自性や優位性が望まれています。今後、人口構成や産業構造の変化などに対応し、集約・再生型のまちづくりが必要となることが想定される中、市民生活の豊かさや観光振興・企業誘致の観点からも「選ばれる都市」になるために、景観づくりの果たす役割はますます大きくなっています。**市民や事業者の創意工夫や既存ストックをいかしながら、景観面からも更なる魅力づくりや課題解決の取組を進めていく必要があります。**

### (2) 景観制度の運用から見た課題

市民・事業者・行政による景観に関する協議の場が増える中、**協議の前提となる考え方が共有されていないことや、景観に関する具体的な計画のない場所で新たな景観の方向性を考えることの難しさ**が課題として挙げられます。

# 3 景観ビジョンの改定について

## 1. 景観ビジョンの改定

2006(平成18)年に景観ビジョンを策定し、景観制度の確立など当初の目的は一定程度達成しました。2013(平成25)年には「横浜市都市計画マスタープラン全体構想」が改定され、「横浜市水と緑の基本計画」「横浜市住生活基本計画」などの景観ビジョンと関連する分野別計画も改定されました。

景観ビジョン策定から10年がたち、社会状況の変化や市民意識調査の結果からも、横浜市を豊かにするためにますます魅力的な景観づくりを行う必要性が高まっています。そして、質の高い景観づくりを行うためにも、景観制度の運用上の課題に対応する必要があります。

このような状況を踏まえ、横浜市景観ビジョンを改定しました。なお、景観づくりは長期的なビジョンを持つことが重要なため、「第3章 景観づくりの方向性」「第4章 景観づくりに関する取組」の目標年次を概ね2040年と定めます。

## 2. 改定にあたって

これまでの位置づけを維持しつつ、次の点を重視して景観ビジョンの改定を行いました。

- 郊外部では、地域の資源をいかしたまちづくりにおいて、地域から愛着を持たれるような魅力ある景観づくりを進めます。
- 都心部では、市民だけでなく多くの来街者にも楽しんでもらえるきめ細かい景観づくりを進めます。
- 「景観の将来像」について、より具体的なイメージを市民、事業者と共有しながら景観づくりを進めます。

具体的には、

- ・テーマごとに示していた景観づくりのポイントを「横浜らしい景観をつくるポイント」として整理しました。
- ・景観の捉え方や「地域の景観に大きな影響等を与えるものを計画する際に求められる視点」を「景観を考える際の基本的事項」としてまとめました。
- ・具体的な取組を行う際に手がかりとなる「地域ごとの景観づくりの方向性」を、イラスト等を用いて表現しました。
- ・別冊で「景観ビジョン実践ガイド」を作成し、事業を通じた景観づくりの事例と、市民が取り組んでいる身近な景観づくりの事例をまとめました。事業者が行政と協議する際に参考になる事例や市民が景観づくりに取り組むためのヒントを記載しました。