

10 スカイライン

スカイラインについて

海から山にかけて自然地形が緩やかに高くなっているのと同様に、人工的な建築物群も海から山にかけて高さが高くなっていくことや適当な隣棟間隔によって眺望に配慮することにより、自然になじんだ景観をもたらし、人の心を安心させます。

さらに、建築規模が大きな本地区のスカイラインは、遠望した時に大味な印象とならないよう、個々の建築物の方向に応じたデザインの工夫が必要です。

そのため、スカイラインの行為指針は、次のような特徴をもった空間を確保することを意図しています。

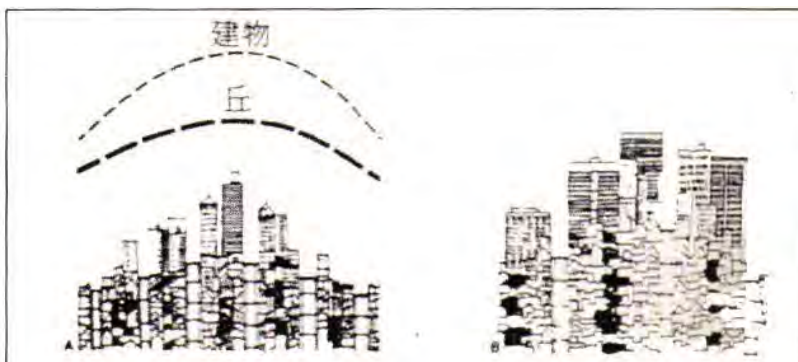
- ・ みなとみらい2 1 中央地区は2つの軸によって街全体のスカイラインを構成している。
 - ①海から山への軸では山側に向かって高くなっていく地区全体のスカイラインとの調和
 - ②みなとみらい大通りに沿った軸では、超高層の建築物を誘導し、スカイラインにおいては、隣接する建築物との関係性を意識し、群として高低差の少ないスムーズな連続性のある流れをもった建築スカイラインの形成
- ・ 街区ごとにビル群としての造形や眺望に配慮した景観づくり
- ・ 単体としてのデザインのきめ細かさを感じさせる美しい屋根デザイン

□地区全体のスカイラインの考え方

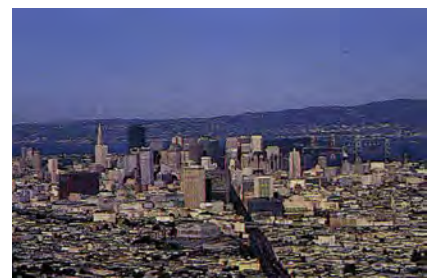
みなとみらい21中央地区の現在のスカイライン。ランドマークタワーが頂点となって海にかけて低くなっている



□参考：サンフランシスコ・アーバンデザインプランに示されたスカイラインの考え方



(左) 丘の頂部付近では細くて高い建物が丘の形状を強調するとともに、眺望を確保する。
 (右) 丘頂部におけるボリュームの大きい建物は自然地形を損なうだけでなく眺望をブロックする。



特徴あるサンフランシスコ市の市街地スカイライン

図版出典：アーバンデザインレポート（1992 ヨコハマ都市デザインフォーラム実行委員会）

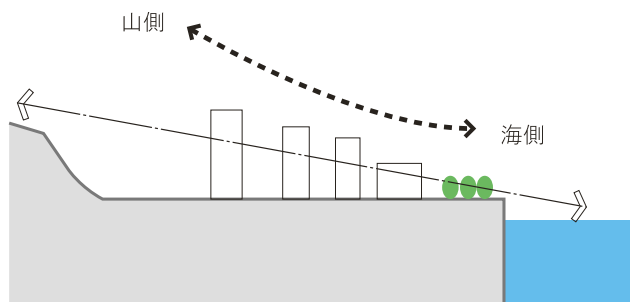
根拠法制度	景観形成基準 (景観法)	対象	外構部	建築設備類
	行為指針 (景観条例)		建物低層部	その他工作物
			建物中層部	広告物
			建物高層部	その他



行為指針 1

建築物の高さは、地区全体で海側から山側に向けて徐々に高くなることや、周辺建物の高さとのバランスを図ること等について配慮し、魅力的なスカイラインを形成する。

- スカイラインの連続性に配慮して、急激な高さの変化とならないよう、隣接する建物高さとの関係に配慮しましょう。
- 屋上塔屋やパラペット、あるいは屋上工作物等を工夫して、周辺建物高さと同調するよう高さ調整を図りましょう。



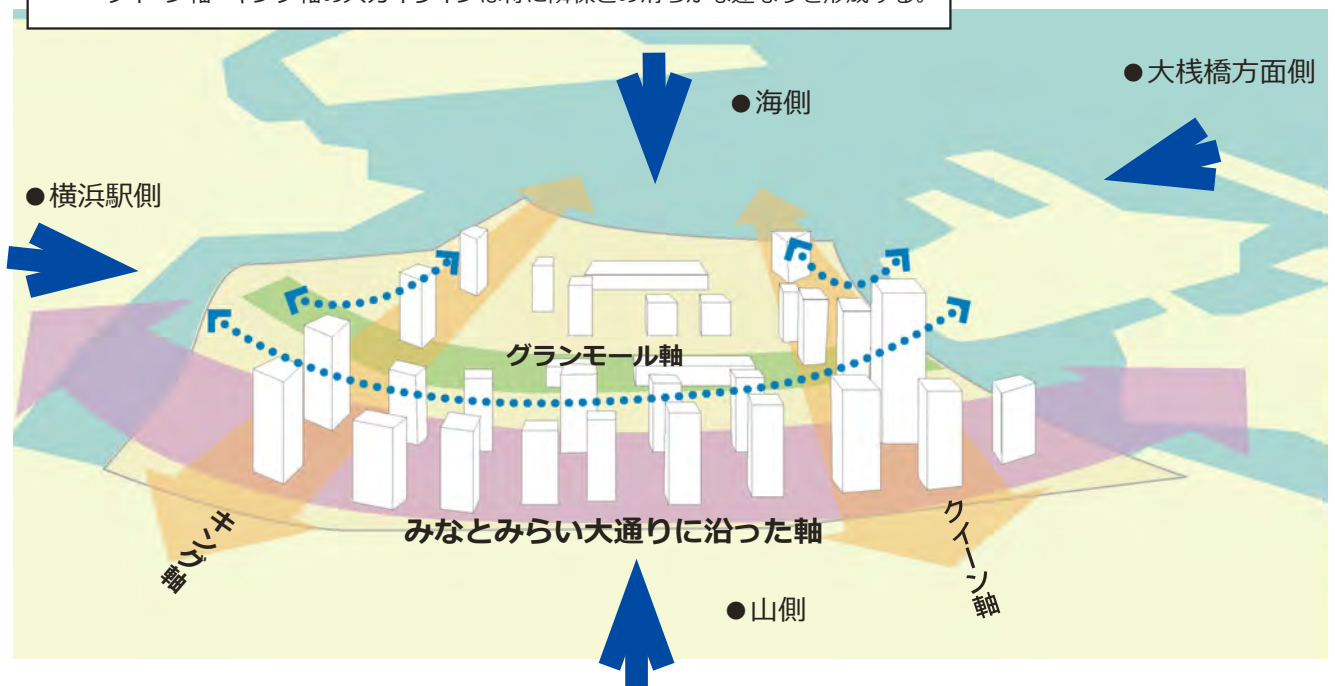
海への眺めや水辺の景観を共有しあうため、ゆとりある隣棟間隔を確保するとともに、海辺に向けて低くなるスカイラインを構成する。



高さが大きく異なる建物でも、連続性に配慮した建物頭部の工夫で美しいスカイラインを生み出している事例(地区内)

山側から海側へのスカイラインの構成

- ・山側から海側へ低くなっていくよう、軸上のスカイラインの構成を意識する。
- ・クイーン軸・キング軸のスカイラインは特に隣棟との滑らかな連なりを形成する。



- スカイラインの形成にあたっては、海側、山側、横浜駅側、大榎橋方面側などからの見え方に配慮を行うものとする。

11 沿道通景

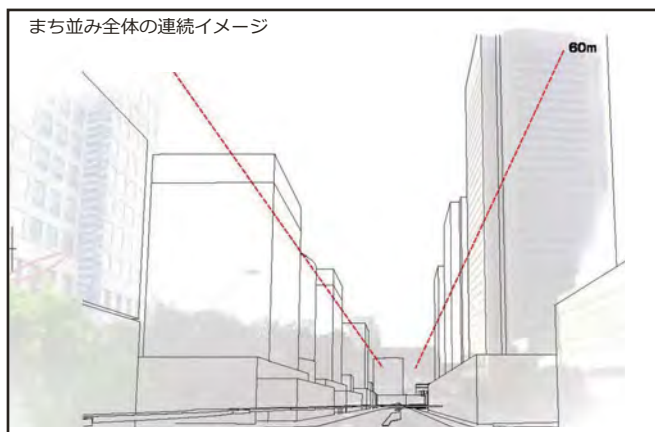
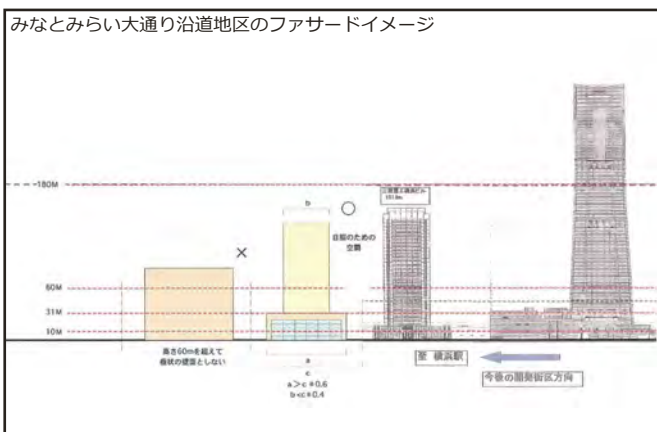
沿道通景について

みなとみらい大通り沿道地区は、地区の景観構造上、山側の外郭をなす通りであるとともに、みなとみらい地区の目抜き通りとして位置づけられ、桜木町駅から横浜駅方面へと連続する、風格ある沿道景観を形成していく必要があります。

そのため、沿道通景の基準は、次のような特徴をもった空間を確保することを意図しています。

- ・海から山へと高くなる、みなとみらい地区のスカイラインの頂点としての超高層街区となる街並み形成
- ・山から海への眺望や、通りへの採光・通風の確保
- ・低中層部で構成される連続的な街並みファサードの形成

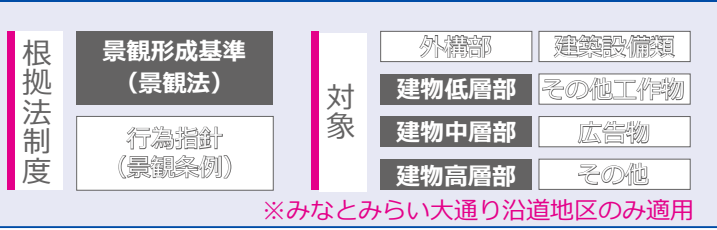
□みなとみらい大通りの沿道通景イメージ



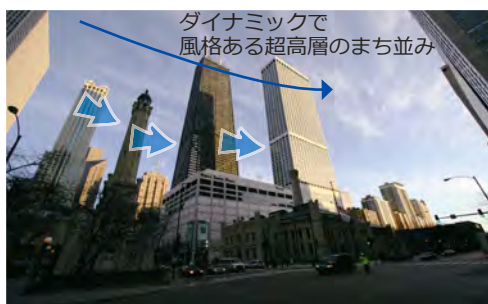
景観形成基準 1

みなとみらい大通り沿道地区内でみなとみらい大通りに面する敷地においては、超高層建築物が集積する風格ある沿道景観とするため、建築物の高さを60m以上とするものとする。ただし、次のいずれかに該当する建築物については、この限りでない。

- ア 敷地面積が2,500㎡未満で、極端に低層ではなく周辺の景観と調和していると市長が認めるもの
- イ 暫定土地利用施設
- ウ 建築物に附属する小規模施設等
- エ 街区（道路又は公園で囲まれた一団の土地をいう。以下同じ。）全体で沿道景観の形成を図るものとして、市長が超高層建築物敷地（みなとみらい大通りに面する敷地のうち、街区全体での沿道景観の形成のために建築物の高さを60m以上とする敷地をいう。以下同じ。）を指定した街区において、超高層建築物敷地以外の敷地に存する建築物で、高さが31m以上のもの



- 超高層部は目抜き通りにふさわしい風格と美しさの感じられる形状とするとともに、隣棟との間に通風や採光、山側から海側への眺望が確保されるようデザインしましょう。
- 超高層建築物敷地の指定にあたっては、街区全体でバランスのとれた沿道景観の形成が図れるものであって、超高層建築物の建築に適切な一定規模の敷地が確保され、かつ、不整形な敷地とならないよう配慮したものとします。



超高層の沿道景観イメージ (シカゴ)

※超高層建築物敷地については、下記URLにてご確認ください。
<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/machizukuri-kankyo/toshiseibi/mm21/keikansakutei/keikan.html>

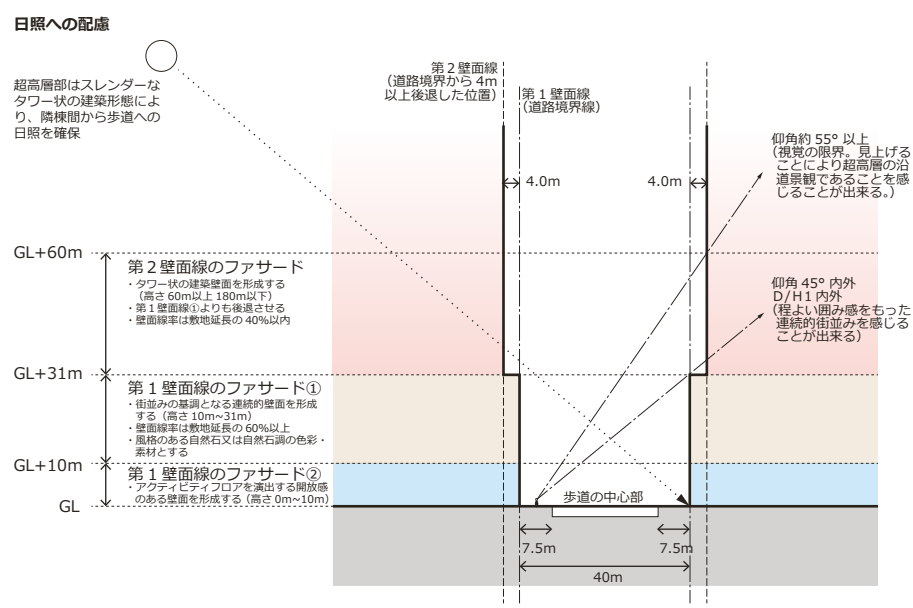
景観形成基準 2

みなとみらい大通りの通景を確保するため、建築物の高さ 31m を超える部分の外壁又はこれに代わる柱の面は、計画図 (p2) に示す壁面の位置を超えて建築してはならない。

- 高層部を壁面後退することで、基壇の部分と高層部の分節化を図るとともに、沿道空間上空部の開放感を確保しましょう。
- 低中層部は、程よい囲み感を持った沿道の街並み形成に配慮し、隣接敷地との間に大きすぎる空間を設けず、連続的な壁面線を構成しましょう。



上層部をセットバックし、上空部の開放感を確保するとともに、低層部では、重厚なファサードを形成している例 (シカゴ)



12 屋外広告物— 1

屋外広告物について

屋外広告物は、企業や店舗の様々な情報を利用者に伝える上で欠かせないものです。

一方で、建物や他の工作物と同様に都市景観を構成する重要な要素でもあります。

特に、周辺から遠望される対象という認識のもとに形成してきた本地区の街並みを損ねるような外観の屋外広告物は好ましくありません。

また、屋外広告物は、街並みの美観を維持する上で、また広告物としての機能を適切に果たす上でも、競合することなく整然と配置されることや、個々の広告物が派手さ・大きさではなくデザインの質の高さによって個性を表現することが求められます。

そのため、屋外広告物の行為指針は、次のような特徴をもった空間を確保することを意図しています。

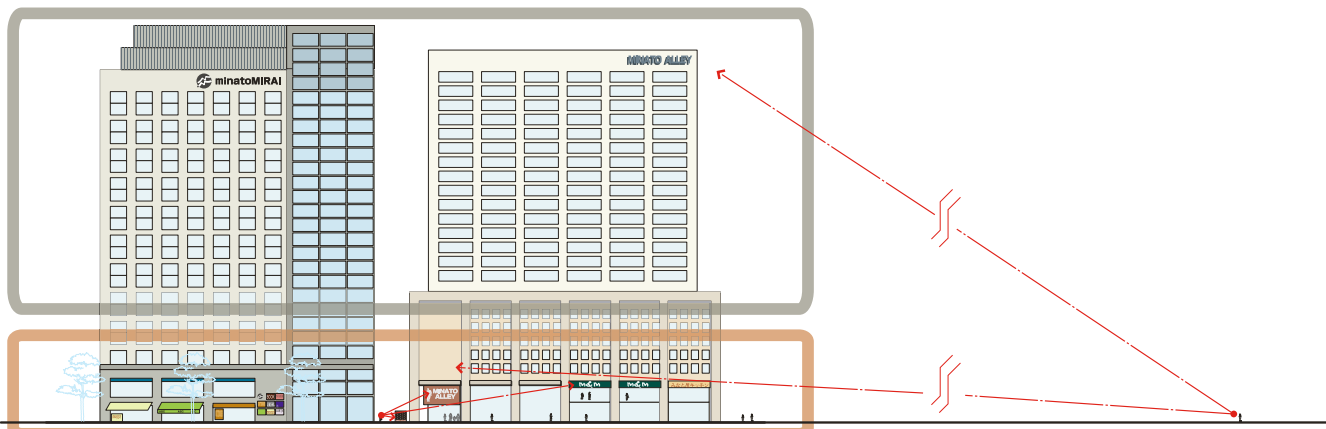
- ・ 大きさや数、色彩の鮮やかさ、色数を最小限にとどめ街並みへの配慮が感じられること
- ・ 建物、敷地、通り単位で秩序だった配置がなされ、周囲との調和が図られていること
- ・ 視認性や企業イメージを同時に高める質の高いデザインであること

行為指針 1

屋外広告物は、ア、イにより秩序ある広告景観を形成し、街のにぎわいを創出する。ただし、街のにぎわい創出や活性化を目的としたエリアマネジメント活動（※）によるもので、「にぎわい形成」（p38）に適合するものは、この限りでない。

- 近景として、直近または通り沿いで見た際に街並みに魅力を添える質の高いデザインとしましょう。
- 遠景として、地区外又は、地区内の離れた地点から見た際に街並みと調和し、これを損ねない大きさ、形状、配置としましょう。

※エリアマネジメント活動については38ページ参照



近景として見た場合

まちなぎわい要素として、歩行者レベルに近い所ではある程度の彩りは好ましいが、他の広告物や他の彩りある要素との不調和とならない配慮が必要。

また、歩行者等の目を楽しませ、魅力あるまち並みの形成に寄与する質の高いデザインを目指す。

遠景として見た場合

高層階に設置するもの、規模の大きなもの、鮮やかな色彩のものは遠くからも目立ちやすく、建物のまち並みとの調和を図るため、特に慎重な検討が必要。

根拠法制度

景観形成基準
(景観法)

行為指針
(景観条例)

対象

外構部	建築設備類
建物低層部	その他工作物
建物中層部	広告物
建物高層部	その他



遠景として見る本地区の街並みは、周囲に運河や広幅員道路など視界の開けた場所が多く、又、旧市街地側に小高い丘があり、横浜駅方面からはみなとみらい大橋、関内・新港地区方面からは汽公道や北仲橋、市街地側からは紅葉坂といった、比較的近くに遠景の視点場が存在する。そのため、建築群の概観だけでなく、低層部のディテールもある程度視認できる。現況では、全体として屋外広告物は目立たず、落ち着いた表情となっている。(東側から見た本地区の外観)



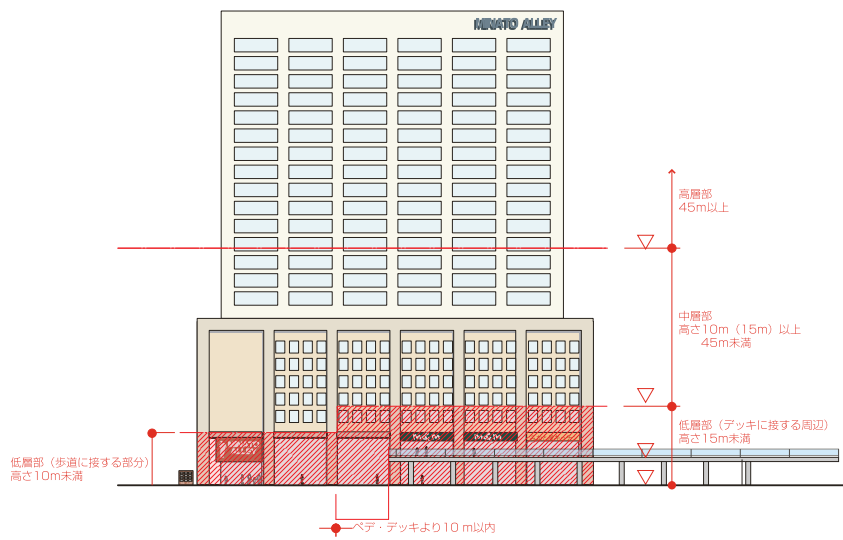
近景として見る本地区の街並みは、歩行者空間が豊かであり、またデッキを含めた多層の視点場があることから、足元から中層部を中心に、視界が開ける。その中で広告物のデザインは重要な景観要素となっている。現況では屋外広告物だけが突出することなく、適度なバランスで街並みに彩りを与えている。(ランドマークプラザ)

本行為指針で用いる用語の定義

広告物の種別

○広告物について、その目的別にビルサインとビルサイン以外の広告物に分類する。さらにビルサイン以外について3分別する。

(1) ビルサイン	・施設関係者(所有者・施設・店舗・テナント・協賛団体等)の名称・マークを表示するもの
(2) ビルサイン 以外	・自家用広告物 施設関係者が取り扱う商品やサービス等の営業内容を表示する広告物
	・案内広告物 催事・便利情報・行政情報等の案内・告知を主な目的とする広告物
	・一般広告物 上記以外の広告物。施設関係者以外が取り扱う商品やサービス等の営業内容を表示する広告物



建物の地盤面からの高さと呼称

高層部	地盤面から高さ45m以上の部分
中層部	地盤面から高さ10m以上(ペDESTリアンデッキに接する周辺は15m以上)、高さ45m未満の部分
低層部	地盤面から高さ10m未満(ペDESTリアンデッキに接する周辺は15m未満)の歩行者空間レベル

ペDESTリアンデッキに接する周辺

ペDESTリアンデッキと建築物の接する部分から水平方向10m以内の範囲

12 屋外広告物—2

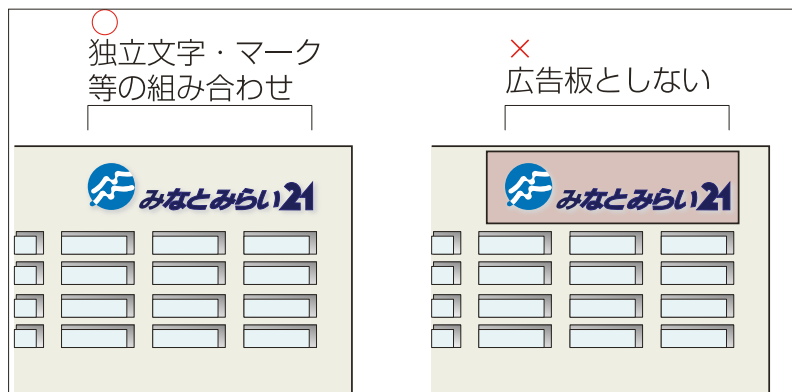
ア. 屋外広告物は、にぎわいの創出に効果的な色彩、デザイン等について工夫し、別表1の規格による質の高い広告景観を創造する。

別表1

表示内容・デザイン	表示内容は地域のにぎわいや良好な環境の演出に寄与するものとし、商品・サービス等の営利目的の部分を最小限の大きさとした、品位の良さを感じられるデザインとする。
	ビルサインは独立文字・マーク等の組み合わせによるものとする。
色彩	表示面の色彩は、マンセル表色系で色相がR系若しくはY系で、明度が4以上8以下のものは、彩度8以下の落ち着いた色彩を基調とする。
照明	照明は、点滅式のもの、著しく高輝度のもの等を避け、街のにぎわいや地区全体の夜景の演出を阻害しないものとする。
映像広告 (投影広告物を含む)	映像装置を利用する屋外広告物は、設置位置、大きさ、放映内容、期間、放映時間、照度、輝度、音量等について良好な景観に十分配慮するものとする。

●映像広告（投影広告物を含む）は、みなとみらい21街づくり基本協定の承認等と連携した協議を行います。

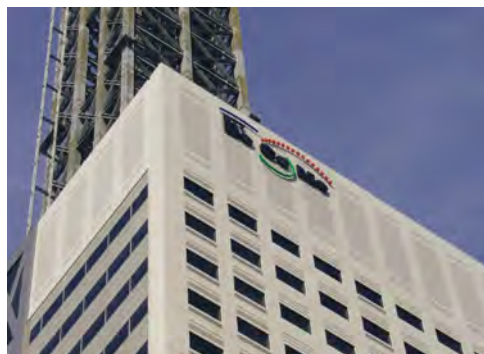
ビルサインの基本構成



独立文字によるビルサインの例



独立文字によるビルサインの例

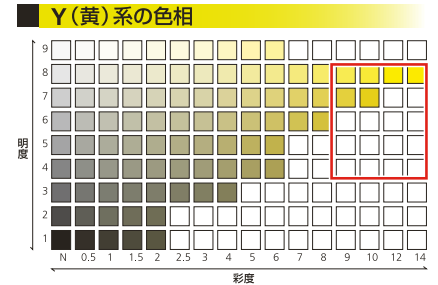
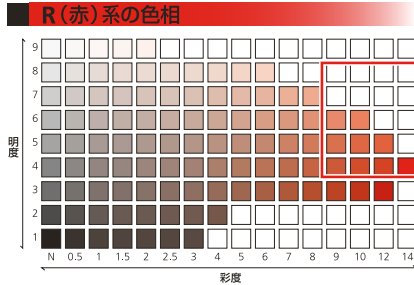
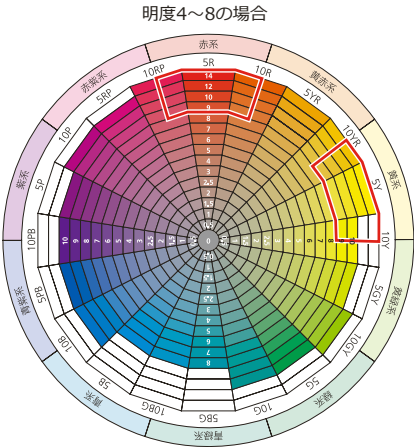


独立文字によるビルサインの例

根拠法制度	景観形成基準 (景観法)	対象	外構部	建築設備類
	行為指針 (景観条例)		建物低層部	その他工作物
			建物中層部	広告物
			建物高層部	その他



屋外広告物の表示面の基調色として使用できない色の範囲



- 中・高層部のビルサインに使用するコーポレートカラーは、別表1の色彩基準を適用しません。
- 蛍光色及びこれに類するものは用いない。
- C M Y K方式によるカラーチャートでの表示する場合は、以下の範囲内の使用としてください。
 - ・ 赤の場合： $M \leq 90$ 、
あるいは、 $M > 90$ では $(M + Y) - (C + K) \leq 160$
 - ・ 黄の場合： $Y \leq 90$ 、
あるいは、 $Y > 90$ では $Y - (M + C + K) \leq 90$

企業イメージを大切にしつつ、良好な環境の演出に寄与し、品位の良さを感じられる広告物の例



色数を最低限に抑つつも、上品な企業イメージをアピールしている広告物



建築デザインと調和を図り、洗練されたデザインのテナント集合サイン



企業イメージとの調和を考慮した木製の質感が、背景となる石の壁面との穏やかな対比感によってひきたてられている広告物

好ましくない広告物の照明の例



激しい点滅光や著しく高輝度の演出照明で構成されている広告物

12

屋外広告物—3

イ. 屋外広告物は、地区内外からの眺望景観、街路景観に配慮し、形状、大きさ、配置等について、別表2の規格による秩序ある広告景観を形成する。

別表2

建築物に表示・設置するもの	屋上・屋根	<p>屋上広告物は表示・設置しない。</p> <p>屋根を利用した広告物は表示・設置しない。ただし、ビルサインで表示面積の合計が当該屋根の水平投影面積の5%以下、かつ50㎡以内のものは、この限りではない。</p>
	高層部	<p>高層部に広告物は表示・設置しない。ただし、各棟1種類2カ以内のビルサインで、長辺方向の長さを当該壁面の見付幅の20%以下、かつ、表示面積を見付幅に0.5を乗じた数値以内としたもので、周辺の景観に十分配慮したと認められるものについては、この限りではない。</p>
	中層部	<p>中層部に広告物は表示・設置しない。ただし、以下の各号のいずれかに該当するものについては、この限りではない。</p> <p>(1) ビルサインで1カ所当たりの表示面積が20㎡以内、表示する文字の高さが3m以下のもの</p> <p>(2) 桜木町駅前に面する壁面(窓面を除く)に表示・設置するもので、大きさ、配置、内容、デザイン、掲出期間等、良好な景観に十分配慮したと認められるもの</p>
	低層部	<p>低層部に表示・設置する広告物については以下の各号によるものとする。</p> <p>(1) 壁面(窓面を含む)に表示・設置するものは、1カ所当たりの表示面積を25㎡以内とし、かつ、表示面積の合計を当該低層壁面部分の面積の15%以下とする。</p> <p>(2) 窓面に表示・設置するものは、窓面1カ所当たりの表示面積の合計を当該窓面の面積の50%以下、かつ、25㎡以内とする。</p> <p>(3) 袖看板は設置位置、高さ、設置数等に配慮し、壁面からの出寸法が1m以下とする。</p>
独立広告物 (広告塔・広告板)	<p>表示内容は、当該建物名称、施設名称、入居する企業・店舗名称等(いずれも略称、愛称、マークを含む)とし、商品広告はしない。</p> <p>1カ所当たりの表示面積は25㎡以内とする。また、1敷地内の独立広告物の総表示面積は敷地面積の5/1000(25㎡未満の場合は25㎡とする)以下とする。</p> <p>地盤面から独立広告物上端までの高さは10m以下とする。ただし、ペDESTリアンデッキ上に設置する場合は、地盤面から独立広告物上端までの高さを15m以下とする。</p> <p>店舗等の名称を示す場合は集合表示のものとする。やむを得ず、店舗等の名称を単独で設置する場合は、設置位置、大きさ、形状、設置数等について周辺の景観に配慮し、当該店舗の近傍に設置する。</p>	
その他	<p>立看板は、自家用広告物または案内広告物で、次に掲げるもののうち、デザイン及び設置数等周辺の景観に配慮したものとする。</p> <p>ア 表示面積は、1面あたり2㎡以内とする。ただし、景観上特に配慮し、質の高いデザインと市長が認めた場合は、この限りではない。</p> <p>イ 原則、施設近傍で、歩行者の妨げにならない場所に設置することとし、ペDESTリアンネットワークや「歩道状空地」(p10)等には設置しない。</p> <p>広告旗は設置しない。ただし、イベント・キャンペーン等の短期のもので周辺の景観に十分配慮したと認められるものについては、この限りではない。</p>	

立看板

- ・設置数は必要最小限とする
- ・同じ内容の立看板を連続して設置しない。
- ・アのただし書きの適用にあたっては、みなとみらい2 1 街づくり基本協定の承認と連携した協議が必要



立看板の例



好ましくない立看板の例

根拠法制度

景観形成基準
(景観法)

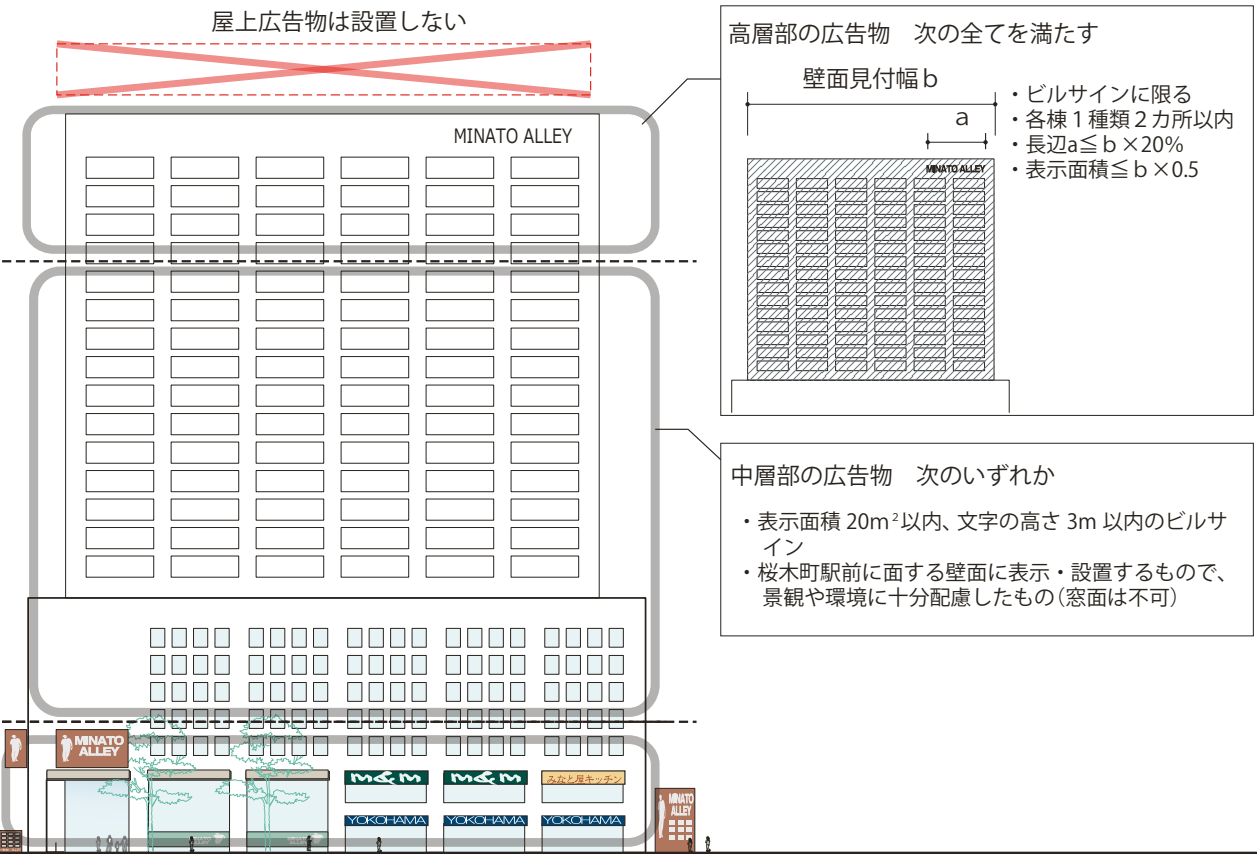
行為指針
(景観条例)

対象

外構部	建築設備類
建物低層部	その他工作物
建物中層部	広告物
建物高層部	その他

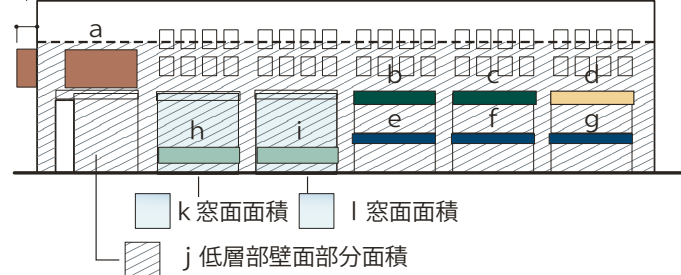


秩序ある広告景観の形成



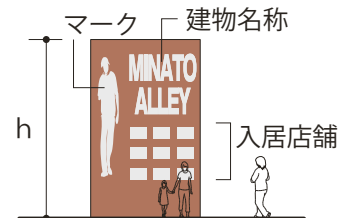
低層部の広告物

- 壁面に表示・設置するもの(窓面を含む)
 - 表示面積が $a \sim i$ のいずれも 25m^2 以内
 - $a \sim i$ の合計面積 $\leq j \times 15\%$
- 窓面に表示・設置するもの
 - $h \leq k \times 50\%$ $i \leq l \times 50\%$
 - $h, i \leq 25\text{m}^2$ (窓面単位で算定)
- 袖看板
 - 設置位置・高さ・数に配慮
 - $m \leq 1\text{m}$



独立広告物

- 商品広告は掲出しない
- 表示面積 $\leq 25\text{m}^2$
- 1敷地内での合計表示面積 \leq 敷地面積 $\times 5/1000$ (25m^2 未満の場合 25m^2)
- $h \leq 10\text{m}$ (ペDESTリアンデッキ上は 15m)
- 店舗名は原則集合表示
- 両面表示の場合は両面とも表示面積に算定



13 にぎわい形成

にぎわい形成について

みなとみらい2 1 地区では、道路、公園や公開空地等、さまざまな公共的空間が整備され、質の高い空間を生み出しています。また、当地区では、地権者企業によるエリアマネジメント団体（一般社団法人横浜みなとみらい2 1等）が地区の環境維持・向上のため活発な活動を行っています。

エリアマネジメント活動として公共的空間を有効活用し、街のにぎわいやアクティビティの創出、コミュニティの形成を図り、親しみ楽しめる街の実現を図っていくことを目指しています。

また、公共的空間に限らず、みなとみらい2 1 地区における地区全体の活性化に資する活動については、質の高い演出等を行うことにより、新たな街の魅力の創出につなげていくことを目指していきます。

この項目は、にぎわいの点と点がつながり、地区全体のにぎわいの連続性をつくるとともに、エリアマネジメント活動の中でデザイン調整が行われたものについては、通常の屋外広告物等の基準を緩和することで、活発な活動を促し、街の魅力を高めていくことを意図しています。

※エリアマネジメント活動

ここでは、地区全体の活性化に資する活動（エリアマネジメント団体（一般社団法人横浜みなとみらい2 1）が主催する活動若しくは主体的に参加する実行委員会等が実施する活動又は複数施設で連携して取り組むイベント活動等）をいいます。

行為指針 1

エリアマネジメント活動として、公開空地やコモンスペース、隣接する公園等を活用して、オープンカフェや来街者向けのイベントの開催等を積極的に展開し、次の事項について配慮するとともに、街のにぎわい創出に努める。

ア にぎわいが地区全体に広がるようエリアマネジメント活動について、地区内の他の場所で実施されているものも含めて、積極的に情報発信に努める。

イ 建築物や工作物は、当地区にふさわしいにぎわいの演出に寄与するよう、色彩、デザイン等について工夫されたものとする。

ウ 屋外広告物や照明は、にぎわいの演出に効果的で当地区にふさわしいものとなるよう、色彩、デザイン等について工夫されたものとする。映像装置や照明によるイベント演出は、季節や時間に合わせた限定的なものとし、近隣施設への影響や周辺地区からの見え方に配慮し地区全体の良好な景観を阻害しないものとする。

- デザインや設置数等について特に配慮し、エリアマネジメント団体において調整された屋外広告物については、「1 2屋外広告物」の規定は適用しません。



公開空地（内部）を活用したフリーマーケットの例



公開空地とグランモール公園を活用したオープンカフェの例

根拠法制度

景観形成基準
(景観法)

行為指針
(景観条例)

対象

外構部	建築設備類
建物低層部	その他工作物
建物中層部	広告物
建物高層部	その他

MINATO
MIRAI 21



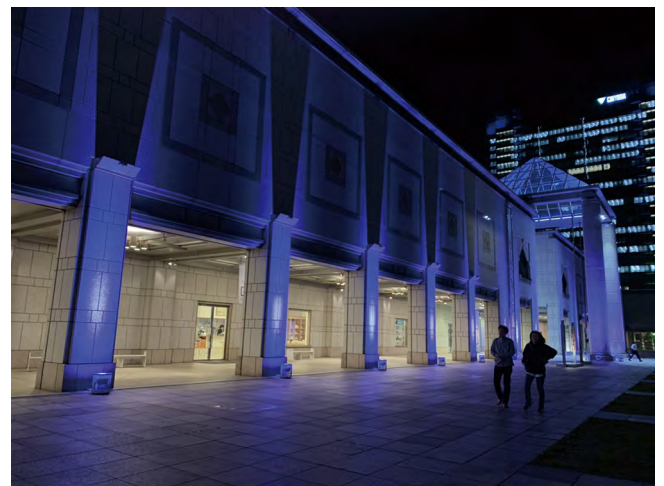
建物壁面を利用したイベント時の照明演出の例



周辺地区と連携したにぎわい演出の例



地区全体でにぎわいの連続性を創出している演出の例



周辺地区と連携したにぎわい演出の例