

## 問題意識9 新景観政策は完結したのか？

- ・京都市「新たな景観政策の推進に関する決議」に関する京都市の取組
- ・2009.11 歴史的風致維持向上計画の策定(国による計画認定)
- ・2011.4 景観政策の進化(地域景観づくり協議会制度等の創設・充実)
- ・2017.11 京町家の保全及び継承に関する条例の制定
- ・2018.3 歴史的景観の保全に関する条例等の改正  
(眺望景観創生条例, 市街地景観整備条例, 景観計画)

- ・ まず, 2 月市会で決議された「新たな景観政策の推進に関する決議」の 8 項目がどのように各施策に影響したかについて見てみることにする(決議の要約は右のとおり)。まず, 2007(平成 19)年度早々の 4 月 3 日には, 「7」の体制について「審査職員を募集 態勢充実へ 10 人程度」の記事がみられ, 14 日には「4」の公共建築物について「地上 4→3 階に 新・左京区総合庁舎は景観配慮」の記事が見られる。5 月 29 日には, 「3」のマンション支援について「マンションに新景観政策助言 建て替えや改修に向け専門家を派遣」の記事が, 6 月 21 日には「4」の協働システムについて「地域特性生かし細分化 デザイン基準策定へ来月に協議会設置」との記事がみられ, 8 月 7 日には「2」の分かりやすい周知について「ネットに規制種別地図 町ごとに検索可能」(以上, 京都)と掲載されるなど, 新景観政策の実施に向けて決議の内容が次々と取り組まれている様子を伝えている。
- ・ 上記の 6 月 21 日の記事にある協議会は, 「京都市景観デザイン協議会(後に, 「景観デザイン会議」)」を指しており, 建築設計団体や建設業団体, 宅建業団体などの事業者と行政に学識経験者を加え, 2007(平成 19)年 7 月に設置されたもので, 地域の特性に応じたきめ細かなデザイン基準のあり方や優れた建築計画を誘導促進するための制度のあり方について調査・検討し, 「5」を含む広範囲な提案を行っている。この成果として 2010(平成 22)年 4 月にまとめられた報告書「景観デザイン基準の進化の取りまとめ」を基に, 翌年 4 月には景観政策の進化を実施している。この時の政策の進化では, 地域景観づくり協議会制度

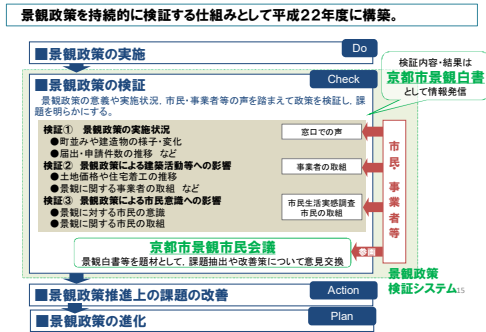
や優れた建築計画を誘導するための制度が新たに創設されている。

- 新たな景観政策の推進に関する決議  
(平成 19 年 2 月市会定例会)《要約》
  - 1 景観政策検証システムの構築
  - 2 新たな景観政策の市民や事業者への分かりやすく効率的な周知徹底
  - 3 既存不適格マンションに関する金融機関への要請, 支援策
  - 4 公共建築物の率先垂範・建築設計関連団体等との恒常的な協働システムの構築
  - 5 狭小宅地以外(100 m<sup>2</sup>以上)についても柔軟に対応
  - 6 京町家等の景観重要建造物の維持管理の助成制度や買取制度の推進
  - 7 デザイン審査体制の整備, 職員の資質の向上等
  - 8 速やかな違反広告物の是正と良好な広告物の誘導

- ・ 更に, 「1」の景観政策検証システムについて, 2007(平成 19)年 9 月 12 日に「検証システム構築へ 新景観政策の地価への影響を分析」(京都)との記事が掲載されている。この検証システムは, 2008(平成 20)年 12 月に設置された「景観政策検証システム研究会」で検討され, ①政策検証結果を「京都市景観白書」として市民に周知し, ②市民との意見交換を行う「京都市景観市民会議」を開催することとし, 定期的に検証する仕組みが整えられた。この仕組みは 2011(平成 23)年 3 月からスタートし, 毎年, 景観白書を発行し, それを基に景観市民会議が開かれている。

【景観白書】(※) 京都市景観白書より作成

景観政策検証システム(景観白書・景観市民会議)



- 「8」の屋外広告物については、5月19日の記事に「新景観政策9月実施控え 看板“無法地帯”撤去を強化 シンボルカラーでも×、厳しい基準、企業困惑」(京都)と掲載され、屋外広告物の指導に臨む京都市の強い姿勢が報じられている。その後も「屋外看板8割違反 繁華街1600点調査 市長『行政代執行も』」(6.21 京都)や「進む看板撤去、地元に影響」(2008.3.8 日経)などが続く。京都市では7年間の猶予期限である2014(平成26)年8月末に向けて、2012(平成24)年度から屋外広告物適正化の取組を抜本的に強化し、屋外広告物制度の定着促進、是正のための指導の強化と支援策の充実、京都にふさわしい広告物の普及啓発を3本柱に、集中的に取り組んでおり、現在では適正表示率が95%を超えるところまで来ている。また、良好な広告物の誘導については、「屋外広告これぞ見本に 市が公募 優良作表彰へ 看板や提灯、旗など対象」(2008.6.20 京都)や「看板へ助成拡充 上限50万円に」(2009.9.15 京都)などが見られ、市の制度を充実させている様子を伝えている。
- また、「6」の景観重要建造物等については、新景観政策実施後も補助対象の拡大や上限の引き上げなどの制度見直しを行い、現在では1,000万円を上限とする助成制度となっている。更に、国においても景観法施行以後、歴史的資産やそれを中心にした祭りなどの活動にも注目した支援策の検討が進み、2008(平成20)年には歴史まちづくり法が制定された。これを受け、京都市では

2009(平成21)年11月に京都市歴史的風致維持向上計画を策定し、同日に国の認定も受けている。この結果、今日では(2018(平成30)年1月末時点)では景観重要建造物97件、歴史的風致形成建造物90件、本市独自の歴史的意匠建造物107件の合計205件(重複指定は1件とカウント)が景観財として指定されている。

【写真】『俄ビル』安藤忠雄氏の設計



- 新景観政策実施後も景観をめぐる環境は変動しており、近年話題になったこととして、梨木神社の境内でのマンション建設や四条通りに面する四条京町家の取り壊しといった事態が起こった。特に前者では、これまで当たり前と思っていた寺社等までもが様々な事情で変容する可能性があることをまざまざと突きつけられる結果となった。このため、大規模寺社周辺の景観対策として、歴史的景観の保全に関する調査・検討を2014(平成26)年度からスタートし、2018(平成30)年2月市会には眺望条例等の歴史的景観に関連する条例の改正を提案している。また、経済団体や市民団体からの要請を受け、京町家に特化した保全・継承の条例を制定する検討が2016(平成28)年度から始まり、翌年11月に京町家条例を制定した。
- このような経過をたどると、新景観政策は完結したかどうかではなく、逆に新景観政策実施の2007(平成19)年9月1日はスタートの日であって、そのゴールは果てしない障害物競走のように、その時々課題を乗り越えながら社会情勢の変化に応じて新たなテーマを設定し、次々とチャレンジしていくようなものと言えるのではないかな。

## 問題意識10 次の政策課題(政策問題)は？

### ・【表－4】 論評記事

・(新景観政策 10 年 特別鼎談, 連続講座, 景観市民会議, 総括シンポジウム)

- ・ 平成 29 年は新景観政策実施から 10 周年にあたり、京都市は鼎談や連続講座、総括シンポなどを開催し、そこで今後の景観政策に影響を与える様々な課題提起や提案があった。この取りまとめは今後出版される市の冊子に委ねるとして、ここでは新景観政策実施前後で掲載された新聞記事をまとめておきたいと思う。
- ・ まず、新景観政策の意義や効果については問題意識8で述べたが、それらの記事の多くが、今後の課題というか、さらに進めるべきテーマを内包している。
- ・ その一つは、既に紹介した高田光雄氏の記事にあるように、景観価値を地域で如何に共有していくか？というテーマである。景観法では、基本理念で「良好な景観は、地域の固有の特性と密接に関連するものであることにかんがみ、地域住民の意向を踏まえ、それぞれの地域の個性及び特色の伸長に資するよう、その多様な形成が図られなければならない。」とし、景観の価値は地域固有であるとしている。このため、地域で景観価値を共有し、それを共通の言葉で表現しルール化する必要がある。そして、そのまちづくりの取組は地域住民の絆をはぐくみ、その結果できる地域の景観は地域の個性と魅力の源泉になることだろう。
- ・ また、地域の建築ルールについては、西川幸治氏が 2008(平成 20)年 1 月 12 日の朝日新聞で「協定結び景観美創造を」と題し、「京都の町なみは近世を通じて形づくられてきた。ここでは各町ごとに町規を定め、生活の向上と景観の保全に努めたことがみのがせない。」  
「細かいデザインの協定で、その地域にふさわしい町なみの形成に努めてきたのである。今、町なみは大きく変貌しつつある。それぞ

れの地域で固有な文化的景観はなにかをたしかめあい、各地域でその伝統をふまえ、その地域にふさわしい文化的景観をうみだすためのデザイン協定を結び、新しい建築がその地域の文化的景観と共鳴しつつ創造されることを期待したい。」と述べている。

【写真】『柊家』の増築



【写真】歴史意匠建造物の増築



- ・ 二つ目は、小浦久子氏が「今、一番望まれていることは『ええもんはええ』といえる計画である。場所性を理解し、歴史と共生しつつ新しい価値を創造する高質のデザインである。それが景観の地域性を豊かにするものであるならば、京都の景観施策は、それを受け入れる制度となっている。新しい景観施策は、作法が共有できない社会状況のなかで、良いデザインと共感できるまちの姿を求めての模索なのである。」と述べているように、次世代に残せるいい計画をどのように創造していくかということである。これは、チャレンジャーとして建物などの計画を造る側の課題で



あり、それを受け止める地域や住民の共感の課題もあり、それらを受け止める制度や行政の体制の課題でもあると考える。

- ・ 伝統と創造については、2006(平成 18)年 6 月 17 日の京都新聞で上田正昭氏が「景観は京の宝」と題して、次のように言っている。「古くからの制度や習俗などを受けついでゆく伝承と、伝承に新たな要素を加味して創生化し系統化してきた伝統とは明らかに異なっている。たんなる古さやたんなる新しさと伝統とはその本質を異にする。京都がパリやフィレンツェのように、世界の多くの人々から敬愛されるまちになるためには、(中略)借景と遠望を含む『小盆地宇宙』の景観を保持する必要がある。保存は放置とは異なる。市民の合意をえた歴史的文化的景観の再生は、京都のブランドイメージを高め、伝統産業の伸張にも寄与するにちがいない。」と。すなわち、伝統の中にも再生や創造の必要性を述べているのである。

【写真】御池通沿道の町並み



【写真】二条城のイベント



- ・ 以上から都市のイメージとして私の意見を述べると、新景観政策によって、京都という都市のブランド力は高まり、その影響範囲も広がった。これば京都の価値が高まり影響もさらに広がるという、

いわば京都の傘が高く広がったと形容できるだろう。この抽象的な京都の傘の下に京都の具体的な事象である地域があり、それぞれの地域が個性と魅力に磨きをかけていくことによって京都の傘がさらに大きくなっていく姿を夢見る。あるところでは自然や歴史に包まれるように豊かに暮らし、あるところでは身近にあふれる産業や文化の営みとともに暮らし・働き、あるところでは一時ドーナツ化やスポンジ化と言われた時期があったが、人々の暮らしの中でファーストステージやセカンドステージにある人々が手を携えてそれぞれの地域でライフを楽しむなど、いろいろな地域が個性と魅力を表出し、相互に連携・補強しあって都市の魅力と活力を生み出していく。そして、時系列的には京都の傘がより高く・より広がり、各地域がメリーゴーランドの馬車のように変化しながら、スパイラル状に高まっていく相互の連関を期待する。

【記事 1 2】〈2007.3.14 読売〉

