

1 ※下線部 . . . 第 6 回懇談会からの主な修正箇所。

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12 日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会
13 報告書（案）

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30 平成 27 年 7 月

31

日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会

32

1 1 はじめに

2 平成 16 年に景観法が制定されて 10 年が経過した。景観法制定以前から自主
3 条例等に基づく景観行政を行っていた地方公共団体（約 500）が景観法に基づく
4 取組みを進めていることに加え、景観法の制定を契機に新たに景観行政に取り
5 組む地方公共団体も多数ある。景観法では地域で景観行政を担う主体を景観行
6 政団体としているが、現在、景観施策に取り組む景観行政団体は 658 団体（平
7 成 27 年 3 月末時点）、景観計画は 478 団体（同時点）が策定済みと着実に増加
8 する等、良好な景観に対する国民の関心が高まっている。平成 21 年に行った調
9 査※によると、景観行政団体になる意向のある地方公共団体が約 600（当時す
10 べてに景観行政団体であったものも含む）であったことから考えても、近年、特に景
11 観への意識の向上が伺える。

12 実際に、例えば、歴史的なまち並みの整備、家屋等の屋根の色彩の統一やファ
13 サードの修景、目抜き通りにおける屋外広告物の是正や無電柱化等を行うなど、
14 地域が主体的に良好な景観を保全・創出することにより、さらなる取組みを誘引
15 するという「良き循環」を実現し始めている。これにより、地域ブランドとして
16 観光客増加など地方創生につながっている事例や、住民の誇りの醸成、地域価値
17 の向上等につなげる事例が見られるなど、一定の効果が現れている。

18 一方、良好な景観は地域により様々であり、市街地、郊外、農村などの立地や
19 歴史・文化などの地域性、また過去の景観形成の取組実績など、それぞれの地域
20 の実情に応じて具体的な取組方策も効果発現のスピードも異なり、全国的に見
21 れば、発展途上の地域もまだまだ多い。

22 今後、本格的な人口減少社会を迎えつつも、2020 年の東京オリンピック・パ
23 ラリンピックの開催、訪日観光客増加、地方創生の流れなど社会経済情勢の変化
24 に対応しつつ、「良き循環」を一層促進するため、5 年後、10 年後を見据えた取
25 組みを加速させていくとともに、良好な景観形成には長期間を要することもふ
26 まえ、中長期的に取組みを継続していく必要がある。

27 本報告書は、こうした状況や景観法の活用実態といった我が国の実情を踏ま
28 えた上で、地域において連綿と積み重ねられてきた地形、自然、歴史、文化等か
29 らなる「景域」を読み解くことにより、良好な景観が、地域に暮らす人々の誇り
30 となり、地域全体の価値の向上につながることを示すとともに、国内外の人々が
31 日本的で美しいと感じる景観の「創出」と「保全」のために必要な方策のあり方
32 についてとりまとめるものである。

33
34
35

※景観法活用意向等調査（国土交通省 H21.8.1）。全ての都道府県及び市町村を対象に実施。

1 2 本懇談会の開催主旨と中心テーマ

2 (1) 趣旨

3 景観法制定から 10 年経過したこと等を踏まえ、景観の「創出」と「保全」
4 の両面から、昨今の社会情勢や関連施策の展開状況を踏まえて景観行政を
5 一歩前へ踏み出すべく、新たな施策展開のあり方を研究することを目的に、
6 平成 26 年度から本懇談会を開催した。

7
8 (2) 中心テーマ

9 本懇談会を開催するに当たって、以下の 4 つの大きなテーマを設定した。

10
11 <創出部門>

12 テーマ 1 「都市を象徴する『風景』を形成するにはどうすればよいか」

13
14 テーマ 2 「集約型都市構造への転換にあわせて景観施策をどう展開すべ
15 きか」

16
17 <保全部門>

18 テーマ 3 「まち並み景観を『生きた資源』として保全するにはどうすれ
19 ばよいか」

20
21 テーマ 4 「富士山等の広域的景観資源の保全施策をどう展開すべきか」
22

1 3 懇談会における論点

2 2で設定したテーマについて議論を重ねるうちに、各テーマに横断的な論点
3 をまとめることが適当であることから、以下の通り、テーマと論点を整理した。

	テーマ1 都市を象徴する『風景』を形成するにはどうすればよいか	テーマ2 集約型都市構造への転換にあわせて景観施策をどう展開すべきか	テーマ3 まち並み景観を『生きた資源』として保全するにはどうすればよいか	テーマ4 富士山等の広域的景観資源の保全施策をどう展開すべきか
総論 良好な景観形成を進める上での基本的な考え方				
論点1 広域景観の形成	○	○		◎
論点2 創造的な景観協議の推進	◎	<u>○</u>	◎	
論点3 景観を資産として捉えることによる地域価値の向上	○	◎	◎	<u>○</u>
論点4 景観マネジメントにおける様々な課題	◎		<u>○</u>	◎

4 ※ ◎はテーマと特に関連性の高い論点、○はテーマと関連性の高い論点として整理。
5

6

7

8

9

10 4 各論点における今後検討すべき方向性

11 総論および4つの論点について、懇談会で提示された意見を、以下にまと
12 めた。

13 なお、総論については、景観形成に取り組む様々な主体がどのように景観を
14 捉え、向き合えばよいか、論点1から4までの前提としてまとめたものである。

15

16

17

18

総論：良好な景観形成を進める上での基本的な考え方

地域固有の地形、自然、歴史、文化等によって作り上げられてきた景観の成り立ちを理解し、その基本を共有することから良好な景観の保全、創出の取組みを進めることが重要。

■現状と課題

景観行政において、地域固有の景観の成り立ちを理解した上で、景観計画の策定や景観協議等に取り組むという姿勢が不足している地方公共団体がある。

一方、行政区域にとらわれず、河川の流域単位など、地形的、歴史的に見て一体として捉えられる区域で、地方公共団体が連携して、景観形成に取り組んでいる事例が見られる。

■検討の方向性

○景観形成への取組姿勢

景観計画の策定や景観協議等を行う前提として、その地域において出現している景観が、どのような地形、自然、歴史、文化等の積み重ねによって成り立ってきたかという「景域^{*}」のストーリーについて、行政区域にこだわらず、各方面のデータや情報を元に、詳細に調査するとともに、その調査プロセスや調査結果を関係者間できちんと理解・共有し、読み解くことが重要である。これにより、今後の良好な景観形成（保全・創出）のためには何をどうすればよいのか、将来の景観の目標像を共有し、景観形成を適切にマネジメントしながら取り組むことが可能となる。

このような考え方について改めて景観行政に浸透させることにより、「日本らしく美しい景観」の形成に貢献できると考えられる。

※本報告では、「景域」を地理的、生態的、歴史的、文化的に同様の特徴を有する一定の地域として定義する。

1 論点 1 : 広域景観の形成

2 景観法上、市町村が景観行政団体に移行すると、都道府県の権限や役割は
3 縮小するが、複数市町村による協働や、市町村と都道府県の協働など、景観
4 行政団体間等の積極的な連携が重要。

6 ■現状と課題

7 景観法上、都道府県、政令市、中核市に加え、都道府県との協議を経た市町
8 村が景観行政団体になることができるが、景観行政団体となった市町村の区域
9 については、都道府県の景観行政の対象から除かれることとなっている。した
10 がって、市町村の景観行政団体への移行が進展すれば、自ずと都道府県におけ
11 る景観法上の権限や役割は縮小することとなる。

12 一方、複数の地方公共団体が関わる広域景観の形成では、景観行政の運用主
13 体が複数存在する中で、いかに広域景観の形成のための統一的な目標や方針、
14 基準を設定して運用するかが課題となる。例えば、富士山や琵琶湖など、都道
15 府県の景観ガイドラインを作成したり、都道府県と市町村等で構成する協議
16 会を活用して、都道府県がコーディネートを図るなど、都道府県が一定の役割
17 を果たしている事例が見られる。

19 ■検討の方向性

20 ○景観行政団体間等の連携の仕方

21 景域を一定のまとまりとして景観形成を図る場合、一つの市町村内に複数の
22 景域が存在する場合がある一方で、その景域が市町村や都道府県の行政区域を
23 越えることもある。

24 後者の場合には、各市町村等が同じ景域を対象とした景観像を共有し、景観
25 計画作成の際の拠り所とすることができるよう、景域全体を対象とした、いわ
26 ば「景域マスタープラン」を策定することが考えられる。その策定に当たって
27 は、複数市町村が協働して、もしくは市町村と都道府県が協働して、あるいは
28 市町村の意向を踏まえつつ都道府県が取り組むことも考えられる。なお、各地
29 方公共団体における景観形成に向けた実際的な取組みの内容が異なる場合であ
30 っても、施策の方向性を共有するだけでも効果的なときがあることに留意が必
31 要である。

32 また、例えば、組織体制やノウハウに乏しい小規模な市町村や景観行政団体
33 になっていない市町村が、自然景観を中心とした大きな景域で景観形成に取り
34 組む場合や、景観を素材とした広域観光を促進する場合などにおいては、都道
35 府県が市町村間の調整を図る等により、取組みを主導することも有用である。

36 このように、今後、景観行政団体である複数市町村同士、または市町村と都

1 道府県などが積極的かつ継続的に連携することが望ましく、運用段階において
2 連携して取り組める適切な組織体制を構築することも重要である。そのため先
3 進的な事例について調査・周知していくことも効果的である。

4 さらに、景域が都道府県の行政区域を越える場合や世界遺産をコアにした景
5 観形成に取り組む場合などについては、国の関与する仕組みを検討することも
6 考えられる。しかし、その一方で地方分権の流れや地方公共団体を景観行政の
7 基本単位とする景観法の体系にも鑑みつつ、適切な役割分担や連携の観点を含
8 めて、更なる議論が必要である。

11 **論点 2：創造的な景観協議の推進**

12 景観協議について、その実施のタイミングや期間、方法、協議に関わる主
13 体など、様々な観点からそのあり方を見直すことで、より創造的・効果的な
14 景観誘導を図ることができる。

16 ■ 現状と課題

17 現行の景観法では、景観計画区域において事業者が建築等を行う場合、原則
18 として行為着手の30日前までに景観行政団体への届出が義務づけられてい
19 る。当該建築等が形態意匠等に関する景観形成基準に適合しない行為であった
20 場合には、景観行政団体は勧告や変更命令を行い、事業者に対応を求める必要
21 がある。しかし、適切な景観協議をするには、届出後の協議の時間が限られて
22 いること、届出時には事業計画が固まっております計画の変更が困難な場合がある
23 ことなど、事業者との協議の実効性を担保しづらいとの指摘もある。

24 そのため、柔軟な協議・調整による計画の質の向上を図るよう、運用上、事
25 前協議を実施している景観行政団体も多い。また、協議に当たっては、例えば、
26 景観アドバイザーとなっている専門家からの意見をもとに事業者とデザイン
27 協議を行うとともに、協議経過や結果を公表することにより、良質な景観の形
28 成に向けた誘導を図る事例も見られる。

30 ■ 検討の方向性

31 ○ 事前協議のあり方

32 建築等の行為の届出に関する事前協議は、多くの景観行政団体において条例
33 等に位置づけて実施している。事前協議は、良好な景観形成に向けて、計画の
34 熟度の低い段階において、個々の建築等の場所との関係で、当該建築等の行為
35 に関する設計のコンセプトを事業者と景観行政団体の間で確認的に共有でき
36 るなど、事業者、景観行政団体双方にとってメリットがある。また、事前協議

1 を行うことにより、定性的で解釈に幅がある景観形成基準をより創造的に運用
2 することが可能となる場合もある。

3 一方、事前協議を法に基づく手続きとして取り込むことも可能ではないかと
4 の考えもあることから、引き続き、景観協議の実効性を高めるための検討を行
5 う必要がある。その際、事業者の負担の程度にも留意しつつ、景観行政団体の
6 運用の実態をよく注視することが必要である。

7 8 ○景観協議の進め方

9 景観計画が一度策定されると、計画に定める景観形成基準等の内容が固定化
10 され柔軟性が失われがちになる。そこで、適切な景観協議を行うためには、景
11 観計画や景観形成基準を作成する際、作成の背景や地域の目標像、景域の捉え
12 方、基準数値の根拠などを十分確認するとともに、抽象的な基準を設ける場合
13 にはその解釈や運用の方法等についても整理し、関係者間で共有することによ
14 り、協議の手続きの透明性、実効性を高めておくことが重要である。

15 また、景観計画区域における建築物の形態意匠、高さの制限等に関する基準
16 である景観形成基準には、大きさ、色彩など定量的なもの、「周辺と調和を
17 図る」など定性的なものがあることから、定量的な景観形成基準だけに適合す
18 ればよいものではなく、周辺も含めた景観の質的向上に資するよう、定性的な
19 基準についても個別の協議において的確に解釈し、良好な景観形成のための創
20 造的な景観協議を進めるべきである。例えば、条例に基づく景観審議会等での
21 専門家による検討、現場における景観シミュレーションや模型の活用による協
22 議、意思決定能力のある者による景観協議への参加の義務づけ、市民やNPOな
23 どの第三者機関による協議プロセスへの参画、事業者が協議結果を尊重するた
24 めの協議の経緯や結果の公表などといった様々な手法を講じることが有用で
25 ある。

26 さらに、景観協議の実効性を向上させるためには、できるだけ早期に届出が
27 なされることが有効であることから、事業者が建築等を行う際に関連する各種
28 届出等の窓口において、必要な届出等に関する一覧表を作成・配布するなど、
29 関連部局間での情報共有や、連絡体制の構築を図ることが望ましい。

30 また、景観行政に関して、建築や都市計画だけでなく自然を含めた土地利用
31 全体の観点から幅広く専門性の高い知識を有する専門職や豊富な経験を有す
32 る担当者など人材の育成、確保を図り、継続性、一貫性のある景観行政の促進
33 を図ることが重要である。

34
35
36

論点3：景観を資産として捉えることによる地域価値の向上

持続的で良好な景観を形成することが、地域の価値や魅力の向上、ひいては地域の活性化につながることを、地域の景観形成の主体である住民をはじめ、広く社会全体が認識できるようにすべき。

■現状と課題

良好な景観は、訪日外国人旅行者が日本を選んだ主な理由の一つとしてあげられるなど、経済的価値を生み出す重要な要素の一つである。

良好な景観を形成するためには、景観づくりの主体でありその価値の享受者でもある地域の住民等が、地域での活動や景観行政への参画などのための時間や費用を捻出することが望ましい。しかし、現状では景観による地域の価値の向上について、一般的に十分な認識がなされておらず、時間や費用がかけられない場合も多い。ただ一方で、例えば富士山周辺でのトレイルランイベント等、良好な景観を活用したイベントの開催など、景観の重要性を再認識する機会を提供している事例も見られる。

また、人口減少等に伴う都市構造の変化を踏まえ、低未利用地の暫定的な利活用を進める柏市のカシニワ制度等、「建築物をつくらない」ことを前提とした良好な景観形成に取り組む事例も見られる。

■検討の方向性

○持続可能な景観維持の方法

地域の景観は、その土地における生業・祭事・伝統芸能など地域に根付いた営みを守っていくことで保全される。しかし、さらに、新たな営みや主体が加わることで地域の人々が自らの地域の景観の良さを再発見し、景観の保全・創出への新たなモチベーションが生まれることも考えられる。例えば、景観のきれいな場所で開催されるスポーツイベントなどで清掃活動が併せて行われることにより、地域の景観の良さに改めて気付く契機となったり、持続的に都市住民等が新たな担い手として農業等の活動を行うことにより、長期的な景観形成に寄与したりするなど、地域において多様な主体による活動が一時的又は継続的に実施されることで、結果として地域の良好な景観が維持され地域の新しい価値や利益、さらには地域に暮らす人々の誇りを生み出すといった「良き循環」につながる可能性もある。

一方、地域の良好な景観を観光に活用する際、観光客が一時に大量に来訪すれば一過性のブームにより地域の良好な景観が損なわれるおそれがあるため、既存の景観を観光資源として持続的に活用できるよう地域での受け入れ方を整えることも重要である。

1 ○景観の価値

2 良好な景観は、地域を再生・活性化させる可能性を有する貴重な資産として
3 捉えるべきであり、その保全・創出は地域の経済的価値を向上させる大きな要
4 因となり得ることから、景観政策は経済政策の面からも重要である。

5 その際、良好な景観が維持されることで地域の資産価値が向上したり、観光
6 客が増加するといった、直接的に市場を通じて観察される利益だけでなく、市
7 場の中では計測されない外部経済を発生させる場合があることについても留
8 意すべきである。例えば、良好な景観の下、快適な職場環境で働けるとい
9 価値を実質的に給与以外の「所得」と捉えることもできることから、良好な景観
10 は有能な人材を呼び込む原動力にもなり得る。また一方で、例えば、住宅地の
11 生け垣や樹木が管理されず荒廃することで、周囲の景観の悪化をもたらされる
12 など、地域資産の劣化（外部不経済）を抑制することも重要となる。

13 また、良好な景観は、長期的な保全の取組みが求められることから、世代を
14 越えて適切に維持管理がなされることが望ましい。その際、例えば、一定の地
15 域の住宅所有者が全員加入し、賦課金により共有地の維持管理や建築行為のコ
16 ントロールなどを行うアメリカの HOA (Homeowners Association: 住宅所有
17 者協会) のように、罰則まで設けて劣化資産を排除し、地域の不動産価値を維
18 持する手法も参考になる。

19 このように、良好な景観が経済市場（例えば不動産市場など）で直接に考慮
20 され、市場メカニズムを通じて維持管理されることが重要である。

21 また一方で、必ずしも経済的価値として明示的に数値化されない場合であっ
22 ても、都市の持続可能性に着目すれば、良好な景観により、その地域の住民が
23 誇りとアイデンティティを持って住み続けることが、ひいては地域の活性化に
24 資することになる。こうした景観の持つ価値を認識することも重要である。

25 今後、良好な景観の形成への国民的理解を広めていくためにも、景観の価値
26 がきちんと評価・認識できるような手法や説明ツールを検討し、活用すること
27 が重要である。

28 ○コンパクトシティにおける景観

29 従来、景観の形成を図る場合には、建築物等の新築、改築等のタイミング
30 で景観上良好なものとするが多かった。しかし、人口減少が進行する
31 中、今後コンパクトシティへ都市構造を転換するに当たっては、政策的に集
32 約を進める地域では引き続き魅力を向上させることが必要となるものの、集
33 約を進める地域の外側では低未利用地化が加速することが想定される。その
34 ため、荒廃した空き家や大規模商業施設等の建築物、資材置き場のコンテナ
35

1 等の工作物の除却、空き地の緑化など、 言わば「建築物をつくらない景観」
2 の視点も必要である。

5 **論点4：景観マネジメントにおける様々な課題**

6 良好な景観の形成を図るに当たって顕在化してきた様々な景観課題につ
7 いて、社会経済状況の変化を踏まえつつも、適宜適切に対応すべき。

10 **■現状と課題**

11 景観法制定以降、ICT技術の進展や自然再生エネルギーの活用など、景観
12 以外の公益の観点から、携帯電話会社の中継アンテナや太陽光発電施設、風力
13 発電施設の増加等に起因する景観上の課題が顕在化しつつある。こうした状況
14 に対し、景観行政団体の中には新たに対応を講じる動きが見られる。

15 また、屋外広告物については、景観や安全性の観点から、引き続き違反広告
16 物等の適正化を着実に進める一方、新たな形態の屋外広告物を含め、官民連携
17 によるエリアマネジメントや第三者機関による審査・誘導により、良好な景観
18 形成に資するようデザインの調整を図られている事例が見られる。

19 さらに、公共土木工事における景観の配慮については、国の直轄工事であれ
20 ば景観アセスメントの仕組みを取り入れるなどにより、一定の効果が見られる
21 ところである。

22 加えて、東京都心部において、再開発などを契機に、オフィスビルを中心と
23 して大規模ビルの供給割合が増加するなど、大都市都心部の景観が大きく変容
24 してきている。

26 **■検討の方向性**

27 ○様々な公益への対応

28 景観上支障となる携帯電話会社の中継アンテナや太陽光発電施設、風力発電
29 施設の設置について、すでに多くの景観行政団体では、こうした施設が景観上
30 著しい支障とならないよう景観計画や運用上の基準の策定を進めるなど、適切
31 に対応が行われつつある。例えば、中継アンテナについては形態・色彩・位置
32 などの基準を設定、太陽光発電施設については届出対象面積を厳しく設定、風
33 力発電施設については色彩・位置等の基準を設定するなどの事例がある。その
34 他の景観行政団体においても、こうした先行事例を参考に、地域の実情に応じ
35 て、景観やそれ以外の様々な公益を総合的に判断して、適切に対応を図ること
36 が重要である。 また、景観上支障となり得る既存の施設等について、将来の更

1 新に備えて予め景観計画を見直すなど、地域の実情に応じて、事前の対策を講
2 じることも考えられる。

3 4 ○屋外広告物による景観

5 いわゆる商業看板だけでなく公共的な広告も含め、屋外広告物は、景観形成
6 を図る上で、重要な要素である。地域の状況によっては、まちの賑わいの創出
7 に資する景観構成要素と捉えることもできるし、景観を維持するため一定の広
8 告収益を確保できる手法と考えることもでき、地域の特性を踏まえて、屋外広
9 告物のあり方を考えることが重要である。

10 屋外広告物の取扱いについては、例えば銀座や大丸有においてタウンマネジ
11 メント組織による屋外広告物のデザイン調整等が行われるなど、ノウハウを持
12 つ地域の組織が中心となって、屋外広告物をイベント要素やブランディング要
13 素として、地域らしさの演出に活用することで、地域の価値や知名度を向上さ
14 せるとともに、そこでの収益を活用することで更なる取組みへとつなげていく
15 ことも考えられる。

16 一方で、屋外広告物は、現在も違反広告物等が多く見られ、さらに屋外広告
17 物条例に基づき一旦設置が許可されると、その後適切に管理されずに放置され
18 る場合もあることから、景観上、安全上の観点から、引き続き、違反広告物等
19 の改善を積極的に進めるとともに、その適切な維持管理を含めて屋外広告物の
20 適正化を図る必要がある。例えば、京都市では、中心部の繁華街などにおいて、
21 違反对策を強化して屋外広告物の是正指導を行い、観光地に相応しい良好な景
22 観の形成に努めている。

23 また、東京都では、屋外広告物条例により、公益財団法人が都や関係業界と
24 協議し車体広告の審査を行うなど、屋外広告物の自主審査を事前に行う第三者
25 機関が出てきており、可能な地域では同様な取組みを進めるべきである。た
26 だし、当該第三者機関が地域の景観を的確に捉えた上で適正に審査できる力があ
27 るのかどうかについて、慎重に見極める必要がある。

28 29 ○公共土木工事における配慮

30 公共土木工事によって生み出される構造物や空間は景観に大きな影響を与
31 えうることから、構想・計画段階から景観への配慮が求められている。国の直
32 轄工事であれば景観アセスメントの仕組みを取り入れるなどにより、一定の効
33 果が見られているところであるが、事業主体に関わらず配慮が必要である。

34 公共土木工事における良好な景観の保全・創出のための配慮としては、事業
35 関係者が景観への公共土木工事の影響についての認識を深め、必要に応じて、
36 景観重要公共施設制度の活用等の検討結果を事業へ反映すべきである。

1
2
3
4
5
6
7

○都心部における新たな都市景観の創造

三大都市圏の都心部などにおいては、今後、土地の高度利用等の都市機能の高度化や国際競争力強化の観点から、大規模ビルの建設が増加することが見込まれる。大都市都心部の景観形成を進める際には、長い将来にわたって都市全体、あるいは国全体の都市景観や都市の魅力づくりに大きなインパクトとなり得ることに十分留意しながら取組みを進めていくことが必要である。

1 5 おわりに

2 今後、我が国において日本らしい良好な景観形成を進めていくに当たり、4
3 つの大きなテーマを中心に議論された内容について、1つの基本的考え方と4
4 つの論点に整理した。

5 景観法の制定からまだ10年。息の長い取組みが不可欠な景観の保全・創出
6 に比べれば、法の後ろ盾のある景観への取組みはまだ始まったところである。
7 景観行政団体の数や作成された景観計画の数は、この10年で着実に増加して
8 いるものの、景観行政団体は全地方公共団体数のおよそ三分の一程度に留まっ
9 ている。

10 こうした中、本懇談会の中で大きな共通認識とされたことは、景観行政団体
11 である各地方公共団体における景観施策の取組みの認知度や質を高めること、
12 そのため取組みのすそ野を広げる必要があるということであった。景観法が制
13 定されただけでは良好な景観形成が図られるわけでないことは言うまでもな
14 く、景観形成に取り組む景観行政団体の意欲や体制のほか、地域の住民、事業
15 者等をはじめとする社会全体の景観への理解と積極的な参加があつて初めて
16 達成されるものであり、そのためには日頃からの住民等への情報公開や住民活
17 動の支援等が求められる。

18 また、景観形成は個別の建築等における形態意匠の問題ではなく、景域全体
19 から読み解くことの重要性も指摘した。景観協議は、個々の建築等の行為と、
20 周囲の地形、自然、歴史、文化等との関係から、景観形成の基準の意味とデザ
21 インを調整することと解釈できる。だからこそ、地域の景観形成の目的に沿っ
22 て、総合的な土地利用計画としても、環境保全のためにも活用することができ
23 るなど、各自治体の取組みは多様であることは当然であり、工夫次第でいくら
24 でもその可能性が広がることが景観法の最大の特徴といえる。

25 景観形成への取組みは基本的には景観行政団体である地方公共団体が責任
26 を持つことに鑑みつつも、本報告書で示された考え方を踏まえつつ、国、都道
27 府県、市町村、住民、事業者等が適切に役割分担を図りながら進めることが不
28 可欠であり、その運用にあたっては、今後も長期にわたり不断の見直しを行う
29 ことが肝要である。

1 (参考) 日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会 委員名簿

2
3
4 (敬称略50音順、○：委員長)

5

6 池邊 このみ	千葉大学大学院教授 園芸学研究科 環境造園デザイン学研究室
7 ○卯月 盛夫	早稲田大学教授 参加のデザイン研究所所長
8 北村 喜宣	上智大学法科大学院長
9 小浦 久子	神戸芸術工科大学教授 芸術工学部 環境デザイン学科
10 清水 千弘	シンガポール国立大学教授 不動産研究センター
11 出口 敦	東京大学大学院教授 新領域創成科学研究科 社会文化環境学専攻
12 西山 徳明	北海道大学教授 観光学高等研究センターセンター長
13 福井 恒明	法政大学教授 デザイン工学部 都市環境デザイン工学科
14 山畑 信博	東北芸術工科大学教授 建築・環境デザイン学科

15
16
17
18
19
20
21
22
23
24