

平成18年度国土施策創発調査

京都を中心とした歴史都市の総合的魅力向上調査に係る
歴史都市にふさわしい戸建て住宅の検討に関する調査報告書

要約編

平成19年3月

国土交通省近畿地方整備局

京都市・大津市・宇治市

目 次

第1章 調査の目的と概要

1 - 1 調査の背景	1
1 - 2 調査の目的	1
1 - 3 調査体制	1

第2章 対象地域の選定

2 - 1 対象地域の選定	2
2 - 2 対象地域の建替えにおける建物と空地の関係	3

第3章 普及に向けた事業者や地域とのネットワークのあり方の検討

3 - 1 事業者・地域との連携における課題	5
3 - 2 住宅供給ネットワークのモデル検討	5
3 - 3 今後の課題	8

第4章 市民意識と情報発信方策の検討

4 - 1 調査目的	10
4 - 2 調査内容	10
4 - 3 今後の情報発信方策のあり方	11

第5章 歴史都市にふさわしい戸建住宅の普及方策の提案

5 - 1 本調査において得られた知見	12
5 - 2 普及方策のモデル提案	15

第 1 章 調査の目的と概要

1 - 1 調査の背景

（１）歴史都市における伝統的な町並みの変容

町並みの変容が著しく、都市価値の減少、都市のアイデンティティの喪失も懸念される。

（２）町家等の伝統的建築物の急速な減少

京都においても、京町家は、年間 2 %、500 戸/年を超えるペースで減少。半数弱が戸建住宅への建替である。

（３）新しい景観形成の枠組みへ

景観法の施行を受けて、各都市でも景観形成のあり方が検討されている。

（４）ガイドラインづくりからムーブメントづくりへ

普及につながる具体的提案、供給の仕組みづくりなど、ムーブメントを起こしていくことが必要である。

1 - 2 調査の目的

本調査は、歴史都市において更新が進む戸建住宅を、歴史都市にふさわしいものに誘導する方策を検討するものである。

本調査では、住宅供給に関わる事業者や市民の連携のあり方を検討するとともに、市民の意識調査を行い、これを踏まえた情報発信などの普及方策を検討する。

1 - 3 調査の体制

- 「京のすまい・まちづくり研究会」は、京都市景観・まちづくりセンターを事務局として、学識経験者、地元不動産業者やハウスメーカーなどの民間事業者、行政で構成する研究会で、京都を中心とした歴史都市の総合的魅力向上調査の景観分科会にあたる。
- この研究会を核に、地域組織や、事業者と連携しながら、調査研究を進める。

第2章 対象地域の選定

2 - 1 対象地域の選定

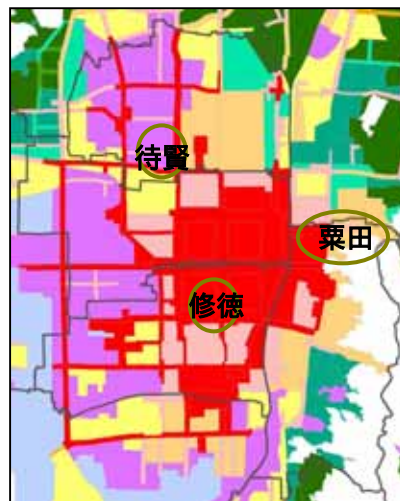
本調査は、京都市のなかでも、近世までに市街化が進行した旧市街地にあたる、都心4区（上京区、中京区、下京区、東山区）を対象地域とする。

これらの地域は、現在も京町家が多く残るなど、京都らしい町並み景観を色濃く残している地域である一方で、マンション建設や周辺地域への配慮がない建築活動などによって、景観の変容が著しい地域でもある。本調査では、以下の3学区にご協力いただいた。

<東山区>（粟田学区）

【地域と事業者の連携のあり方に関する調査対象地域】

- 三条通りと白川の交差する付近。岡崎公園の南に位置する地域。
- 東部に「京の七口」の一つに数えられていた粟田口があり、古くから京の出入り口であった。



<上京区>（待賢学区）【市民意識調査対象地域】

- 二条城の北、堀川丸太町の西に位置する。東は西洞院通，西は日暮通，北は下長者町通，南は竹屋町通に囲まれた地域。
- 平安京ができた頃，大内裏の東側に位置し，その門の一つ待賢門が現在の樫木町通大宮あたりにあったところから，「待賢」と称されるようになった。

<下京区>（修徳学区）【市民意識調査対象地域】

- 五条烏丸の北に位置する。北は松原通、南は五条通、東は東洞院通、西は西洞院通に囲まれている。
- 歴史的に室町通の繊維関係をはじめ、扇、荒物、材木など、様々な商業・手工業が営まれてきた地域
- 近年は、マンションの建設が著しく増加した。

2 - 2 対象地域の建替えにおける建物と空地の関係

次頁の建物と空地の関係からみた住宅モデルは、西陣地区、および、御池北地区において 1993 年 4 月から 2002 年 3 月までの 10 年間に建設された戸建住宅を、敷地内の建物と空地の関係から分類を行ったものである。

モデルは、前面空地の有無、駐車場の有無、駐車場形式の 3 項目により、7 つの分類を行っている。

京町家を生かした町並み形成を考える際には、モデル E、F のようなセットバックをすると、前面道路に面した壁面や軒の連続性を分断することになる。特にモデル F のセットバック距離が大きいものによる影響が大きい。

モデル F タイプは、西陣地区では 3 割強、職住共存地区でも 4 割強と多くを占めている。前面に駐車場を設けること自体は、自動車の所有が標準的である現代生活からみれば、鰻の寝床と称される奥行き深い敷地形状の利用方法として、非常に合理的だと言える。

職住共存地区では、2003 年施行の「新しい建築ルール」によって、中高層建築を対象にセットバック距離を抑える規制が実施されている。しかし、戸建住宅に関しては、その規制は適用されていない。今後、戸建住宅においても、セットバック距離のコントロールによる町並み形成の誘導策を検討する必要がある。

その一方で、敷地内における駐車場の確保の方法と、町並み景観の形成への寄与を同時に実現していくための住居プランのあり方を検討することが、歴史都市にふさわしい戸建住宅の検討においても、大きな課題だと言える。

モデル A

建物をセットバックさせないため、敷地前面に前面道路に接道した空地を持たず、さらに建物内部にも駐車場を持たない。

モデル B

建物をセットバックさせないため、敷地前面に前面道路に接道した空地を持たない。建物 1 階部分の一部を駐車場として利用する。

モデル C

建物をセットバックさせる事で、敷地前面に前面道路に接道した空地を持つが、駐車場としては利用しない。玄関や庭等に利用する。

モデル D

建物をセットバックさせる事で、敷地前面に前面道路に接道した空地をもつが、駐車場としては利用しない。建物 1 階部分の一部を駐車場として利用する。

モデル E

建物をセットバックさせる事で、敷地前面に前面道路に接道した空地を持ち、駐車場として利用する。空地の奥行きが充分確保できないため、車を横向きに駐車する。

モデル F

建物を大きくセットバックさせる事で、敷地前面に前面道路に接道した空地を持ち、駐車場として利用する。空地の奥行きが充分確保できるため、車を縦向きに駐車する。

【建物と空地の関係からみた住宅モデル】

■セットバック無

駐車場形式	配置図	写真	地区	集計
駐車場 無	A		西陣地区	12/118
			職住共存地区	8/39
駐車場 有 屋内 縦向き	B		西陣地区	44/118
			職住共存地区	6/39

■セットバック有

駐車場形式	配置図	写真	地区	集計
駐車場 無	C		西陣地区	6/118
			職住共存地区	2/39
駐車場 有 屋内 縦向	D		西陣地区	8/118
			職住共存地区	5/39
駐車場 有 屋外 横向	E		西陣地区	12/118
			職住共存地区	0/39
駐車場 有 屋外 縦向	F		西陣地区	36/118
			職住共存地区	16/39
駐車場 有 1F 全面 ピロティ	G		西陣地区	0/118
			職住共存地区	2/39

(資料：京都大学大学院工学研究科都市環境工学専攻高田研究室)

第3章 普及に向けた事業者や地域との ネットワークのあり方の検討

3 - 1 事業者・地域との連携における課題

歴史都市にふさわしい戸建住宅の普及に向けて、事業者や地域のネットワークのあり方を検討するにあたって、3つの課題認識を改めて整理した。

（１）不動産業を含む住宅供給ネットワークの形成

ユーザーに対する最終的な供給者であり、かつ量的にも多くの供給を担っている不動産業、建売事業者などをどう巻き込んでいくこと。

（２）地場産業製品の住宅向け普及品の開発と事業者相互の連携

（１）で述べたような不動産事業者に地場産業を結びつけることも視野に入れながら、地場産業製品の経済性や機能性を担保した住宅内装等への活用方策や安定的な供給ルートの構築を促すこと。

（３）地域と事業者の連携

地域の景観まちづくり活動に、有効な形で事業者が協力・連携していくこと。

3 - 2 住宅供給ネットワークのモデル検討

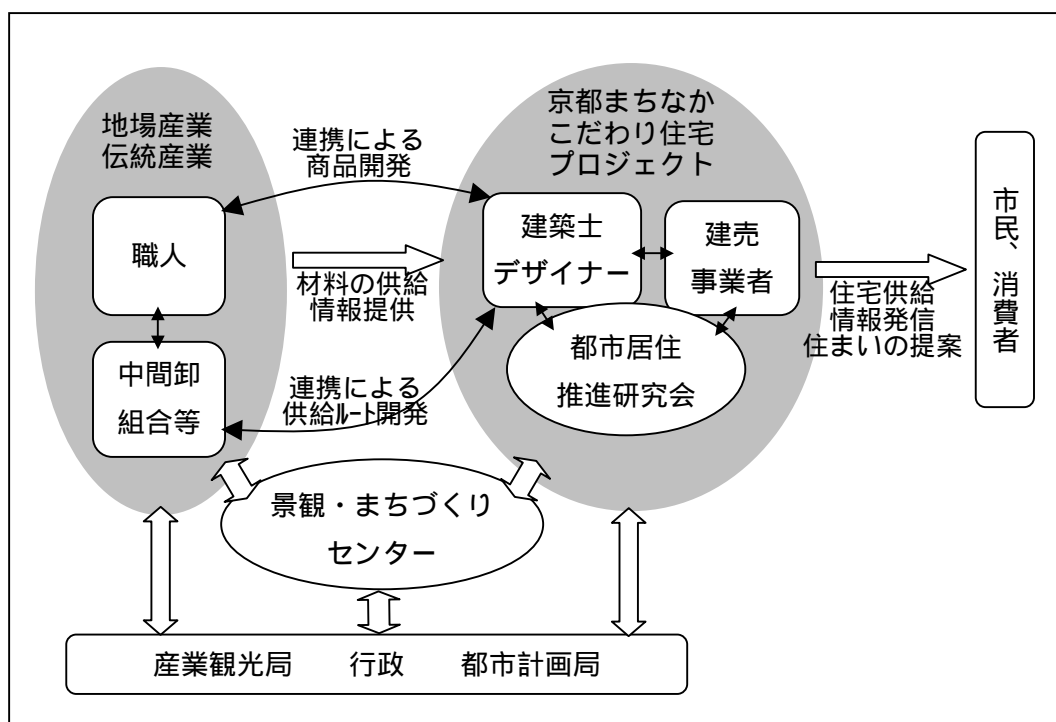
（１）目的と概要

平成 17 年度に京都市景観・まちづくりセンターと都市居住推進研究会が共催で実施した「京都まちなかこだわり住宅設計コンペ」の優秀賞のモデルプラン（詳細については、本編を参照）を活用させてもらい、モデルハウス建設のプロセスを通じて、事業者間の連携による地域産材などの新たな活用方法の検討や供給ルートの構築をモデル的に実施した。

（２）住宅供給ネットワークのモデル構築

京都まちなかこだわり住宅のモデルハウスを活用させてもらい、住宅供給ネットワークのモデルを検討した。ネットワークのモデルイメージを図に示している。

【住宅供給ネットワークのモデルイメージ】



不動産業を含むネットワークのあり方について

前述のように、今回の住宅供給ネットワークモデルでは、地場産業から不動産業までをつなぐモデルを構築した。建売住宅として考案されたモデルハウスであることから、今後の普及が大いに期待されるところであり、今回新たに構築された地場産業の産品や地域産材などの流通ルートも継続が見込まれる。不動産業までをつないだことの意味が大きいと言える。また、景観・まちづくりセンターなどの公的機関が支援していることから、新聞やテレビなど多様なメディアでニュースとして取り上げられるなど、情報発信力を強めることにつながっている。

一方で、今回協力いただいた事業者には、大きな事業負担ともなった。モデルハウス自体は、活用後、売却し事業費の多くを回収する予定ではあるが、その建設プロセスでは、構造や内装など様々な新しい試みを行っているため、工期も大幅に長くなった。そのため、かなりの負担となっているが、こうした負担の大きさは事業者との連携にとっては大きな障害となる。

今回、こうした負担をしても協力していただけた背景には、その事業者が、地域経済の中でも大きな役割を担っている住宅供給を、地域にあったものにする、あるいは地産地消で供給することで、地域経済の活性化に寄与しながら自らも持続的・安定的な経営を進めようという方針を持っているおり、かつ負担が可能な事業規模を持つこ

となどがあげられる。また、こうした方向性をもつ事業者の受け皿として、都市居住推進研究会が存在することが大きかったと言える。

地場産業産品の住宅向け普及品の開発と 事業者相互の連携のあり方について

今回のモデル構築を通じて、地域産材の活用や、伝統産業品の内装への活用に向けた企画立案とコーディネートを行っている。その中で明らかになった成果と課題を以下に述べる。（今回の地場産業産品の活用事例については、本編を参照）

地域産材として、今回は、主に北山杉を中心に京都府内の産材の活用を試みた。設計段階から製材所と打ち合わせし、流通の川上にあわせた設計とすること、また流通経路を直通とすることで、コスト削減が可能となった。地元の産材を活用することで、運搬費も削減が可能となった。ただし、今回の取り組みでは、住宅に新しい構造を取り入れており、これに対応したプレカットが可能な製材所が近傍になかったため、結果的に運搬費の削減は実現できなかった。新しく歴史都市にふさわしい戸建て住宅を提案していく際に考慮すべき問題といえる。

伝統産業品としては、西陣織、漆、京焼、黒谷和紙などを活用している。これらを住宅内装に活用する方策は、まだまだ途上にあると言えるが、今回の取り組みでは、一級品を使うのではなく、少し質は落ちても機能性やデザイン性を確保することで、比較的安価な普及品を作る可能性が見えた。

たとえば、モデルハウスの玄関に漆塗りの飾り板を用いているが、微妙な凹凸がよい風合いを出している。しかしこれは職人の側からいうと、下地の処理を大幅に簡素化できるため、コストダウンが可能とのことである。また、和室の天井仕上げに西陣織を使用しているが、全面に使用せずとも一部にアクセントとして使用することでデザイン性が担保されている。

地域と事業者の連携のあり方について

今回のモデルハウスでは、設計段階から、周辺地域（粟田学区）の住民をはじめ、京都のまちなかの地域住民の参画を得て、ワークショップなどの企画を通じてプランが出来上がっている。（資料編の京都まちなかこだわり住宅参照）

こうした取り組みの反響は、非常に大きく、モデルハウスのオープン前に、地域向けに見学会を行ったが、100 名近い参加があった。周辺地域にも非常に強い関心をもっていただいていた証左である。取り組みへの評価は、後述の見学会における評価を参照されたい。

(3) パブリシティの展開を通じたモデルの検証

本調査では、検討したモデルについて、様々な角度からの検証を得るため、あわせて、広く情報発信を行うため、様々なパブリシティを展開し、これを通じて評価をいただいている。

「京都まちなかこだわり住宅」見学会における評価

都市住宅学会メインシンポジウム「地域産材と住まいづくり」における評価

京都創生景観シンポジウム第2分科会

「次代を創る京都まちなか住宅」における評価

3 - 3 今後の課題

(1) 不動産業を巻き込んだ市場コントロール方策の検討

これまで地域産材と住いを議論するときに、林業と建設業の関係ではいろいろな議論が行われてきたが、不動産業を巻きこんだ議論というのはほとんど行われていない。そのようななか、今回の「京都まちなかこだわり住宅」では、不動産業者が事業主として参画することで、技術論にとどまらず、実際に普及させていく仕組みやシナリオを検討することができた。京都では、都市居住推進研究会が大きな役割を担うこととなったが、こうした団体の存在をひとつのモデルとしながら、不動産業を巻き込んだ市場コントロールの方策を検討していく必要がある。

また、都市住宅学会のシンポジウムにおいても指摘があるように、特に不動産の役割として、建物の査定マニュアルの市場の整備が必要で、いいものを建てれば必ず価値が出るという市場形成に向けた取り組みの展開も長期的課題である。

(2) 伝統的技術や伝統産業等、構築したネットワークの活用

今回、モデルハウスにおける内装を検討する段階で、伝統技術や伝統産業等から不動産業までをつなぐネットワークの構築をコーディネートした。供給ルートや商品開発において、ひとつのモデルを示すことができたと言える。そうした中で、伝統産業の産品は高価なものも多いが、これらをとってつけたような内装に活用しても決していいものにはならないこと、伝統産業の産品としては三流であってもそれが返って普及に有利に働くこと、その機能に合理性を持った商品である必要性などが確認できたところである。

こうした視点を踏まえながら、今回の取組の教訓をフィードバックし、さらにより良い商品開発の促進につなげること、モデル的に構築した供給ルートを確立していくための、販路拡大の取組などを展開していく必要がある。

（３）地域の景観まちづくりと連動した事業者提案の実現

京都まちなかこだわり住宅は、良質な住宅供給のモデルとしてだけでなく、「良質な都心部のまちづくりにつながることを最終的な目的としている。

「地域の町並みや暮らしにあう住宅」と一言にいても、人の感覚には個人差があるため、十人十色となってしまう、あるいは、個人の権利に対し、行き過ぎた制限は好ましくない、といった点が、地域の合意形成を困難なものとしている。

今回の取組で、プランニングの段階から地域住民との意見交換の機会をもつなど、地域と連携する形で取り組みを進めた結果、地域住民の方にも概ね地域に見合うひとつのモデルとしての評価を得るとともに、地域住民自身も、自らの地域の町並み景観を考える機会になった。

第4章 市民意識と情報発信方策の検討

4 - 1 調査目的

歴史都市にふさわしい戸建住宅の普及に向けて、市民の京都らしいあるいは地域らしい住まいや町並みについてどう捉えているか、住まいの建替や改修に際してどのような情報を必要としているかといった市民の意識の把握を行い、これを踏まえた情報発信などの普及方策を検討する。

4 - 2 調査内容

調査としては、修徳学区、待賢学区を対象として、アンケート調査及びグループヒアリング調査を行った。

【アンケート調査対象】

	配布方法	配布数	回収数 (有効回答数)	回収率 (%)	調査期間
待賢学区	自治会配布・回収	1,560	674	43.2	H18.12 上旬 (H18.12.17 締切)
	調査会社配布・郵送回収	500	186	37.2	同上
	-	2,060	860	41.7	-
修徳学区	自治会配布・回収	548	325	59.3	H18.12 上旬 (H18.12.18 締切)
	自治会配布・郵送回収	517	97	18.7	同上
	-	1,065	422	39.6	-
計	-	3,125	1,282	41.0	-

【グループヒアリング調査対象】

修徳学区：まちづくり委員会

待賢学区：自治連合会役員

4 - 3 今後の情報発信方策のあり方

今回の調査では、市民の地域のまちなみ形成に対する意識は高いことが傾向として確認された一方で、現実に供給されている住宅が、これらの意識とはギャップがあることも指摘された。こうしたことから、多くの人が、まちなみ形成を少しは意識はしながらも、それ以外の要素をより重視し、まちなみにあった住宅の選択肢を与えられないままに、購入、建替を行っていることが想定できる。これらの層の多くに情報発信し、市場において、経済的な負担も大きくならないようなまちなみにあう住宅の選択肢を増やし、かつそれを選択することが、“お得”であること（その享受するメリット）が正確に伝えていくことが重要である。

1 . 住まいのポータルサイトの企画・運営・管理

- 住まい手に対して
 - ・ 住まい手が、住宅選択や業者選択における二次情報源として、また地域の固有の情報や暮らしの知恵を提供する情報源として、住宅の建替、購入をする際に一度は情報取得を行うようなポータルサイトを立ち上げる。
 - ・ サイトを活用して、住まいの「新築・購入予定者」、「改修・建替え予定者」を対象とした、囲い込み（サークル化）を行う。（予定のない人も可）
 - ・ サークル会員をグルーピングし、それぞれのニーズにあった情報を提供。
 - ・ 会員の書き込みページの設置による情報収集。（ただし、常時適正な管理が必要。）
- 施工者に対して
 - ・ 施工者（工務店・大工、建築家・設計事務所、ハウスメーカー等）グループのサイトを設置。
 - ・ 各社共通様式で、事業者の信用情報、外観の提案プラン、町並みづくりに対する・姿勢等を掲載し、住まい手が比較検討できるものとする。
 - ・ なお、住まい手の要望（例：本ヒアリング調査結果（「京都らしい」「現代的な和風」の要素等）を施工者にフィードバックする。

2 . ワークショップ・イベントおよびセミナー開催

- ・ 住まいに関するワークショップ（ある程度、知識や興味のある住まい手に参加してもらう）を開催し、住まい手の持っている要望を顕在化し、施工者に提供する。同時に、住まい手には、住まいプラン等の情報を提供する。

3 . 総合相談窓口の設置

- ・ 敷地の法的条件や住宅ローン・税制、京都市の景観規制や町家の保存支援等、住まいに関するさまざまな相談に一元的に対応する相談窓口の設置。

第5章 歴史都市にふさわしい戸建住宅の 普及方策の提案

5 - 1 本調査において得られた知見

知見1 事業者、地域が連携した住宅供給モデルの有効性

- 地域の林業や伝統産業といった地場産業の産品を用いることで、地域内の産業連関を意識した供給の仕組みづくりも可能となった。とりわけ、不動産業を巻き込んだことが普及に向けた大きな特徴といえる。

これまで地域産材と住いを議論するときに、林業と建設業の関係では様々な議論が行われてきたが、不動産業を巻きこんだ議論というのはほとんど行われていない。今回の取組では、不動産業者が事業主として参画することで、技術論にとどまらず、実際に普及させていく仕組みやシナリオを検討することができた。

- こうした事業者との連携を可能とした背景には、今回連携した都市居住推進研究会のような業界内での地域社会貢献を目指した団体の存在が大きな役割を担った。
- 一方で、地域住民との意見交換等の交流や、調査研究を通じた地域情報の取得は、事業者にとっても地域の住文化を深く理解する糧となり、より地域にあった提案へと質を向上させることに功を奏した。
- ハウスメーカーなど全国展開している事業者においても、地域ごとの住文化に根ざした商品を展開するエリア戦略が、今後の方向性のひとつとして認識されており、こうした傾向も追い風となると考えられる。
- また、個別のユーザーを相手にすることがほとんどの事業者にとって、地域全体を相手にした事業は、リスクもある反面、新しい営業ルートの開拓につながるものである。

知見2 市民の景観意識の構造的分析とこれに対応した普及方策

- 市民の意識調査により、市民が住宅建設時に、周囲のまちなみへの配慮する意思をもつ人が7割と高く、また、デザイン的にも京町家風や和風のものを中心に、落ち着いたもの、周囲と調和するものを嗜好する意見が8割を占めていることが

分かった。

- 一方で、現実に地域で建て替わっているものと、本調査における市民の意向とはギャップがあることもわかっているが、ヒアリングでは、実際に供給されている住宅と市民のニーズが合致していないことや、まちなみ形成に関心の薄い層があまりこだわらず目の前にあるものを購入している、景観よりも安全性を優先しているといった指摘があった。研究会において事業者から、ユーザーはあまり景観のことを考えていない人が多く、ある意味、事業者の提案しだいというところがあるとの意見にも合致する。
- したがって、ヒアリングでも景観上問題とされている、建売住宅やハウスメーカーの住宅を景観に配慮したものに誘導することは、非常に効果的と考えられる。また、これらの市民意識を考慮した情報発信を行っていくことが考えられる。

【建替時にどのようなデザインにしたいか】



知見 3 地域の主体的な景観まちづくりの有効性

- より歴史都市にふさわしいものをつくっていくためには、ユーザー自身も学び成長することが必要である。そのためには、地域住民による景観まちづくりを進めることが大いに有効である。

- アンケートにおいても、建替時の周囲への配慮を求める意見は7割を占めているが、ヒアリングでは、特に、建替の際に、地域の住民と、あるいは少なくともお隣やお向かいと相談することが必要との声も多く聞かれた。地域の住民に相談する機会をつくり、地域住民の納得をえた上で建替を行うようなシステムが有効だと考えられる。地域住民にとっては、日常的に景観について考える機会が増えることになり、啓蒙にもつながる。また、これに伴い、建築技術の重要性も高まり、これを守ることにともなうと考えられる。

知見4 中間的組織によるコーディネート、情報提供の有効性

- 事業者と地域や行政との連携には、そのコーディネートを担う組織が必要であるが、本調査においても、特定の事業者と連携することに対し、公平性を欠くという批判がでたことは事実でもある。中間的な組織がこれを担うことが望ましい。
- 信頼できる情報提供を望む声が高く、今後まちづくりセンターのような公的側面を持つ組織の情報提供と相談体制の強化が重要である。

5 - 2 普及方策のモデル提案

これまでの成果を踏まえて、一般的な歴史都市において、地域にふさわしい戸建住宅の普及に向けた取組モデルを提案する。

行政のコーディネートで、事業者と市民つないでいく取組は、これまでも行われてきたが、本調査におけるモデル提案の特徴は、不動産業を含む住宅供給ネットワークとすること、及びそれらと地域の景観まちづくりの取組の連携を図る点にある。

（不動産を含む住宅供給ネットワーク）

住宅供給ネットワークでは、地場産材の職人などから、不動産業までをつなぐことで、普及に向けて大きな効果が期待できることは、本調査のモデル構築の取組で明らかになったが、不動産業をどのように巻き込んでいくかが大きなポイントになる。本調査においては、都市居住推進研究会という任意団体が、不動産業との連携の実現に大きな役割を担った。これはひとつのモデルとなるものと言える。地域にふさわしい住宅供給を地域経済に寄与する形で実現していこうという経営方針と行動力をもつ事業者は少なくないと言えるが、一方で業界全体ではそうした方向が主流とはいえない。事業者有志を集めて、有志での勉強会から取組始めるといった仕掛けが必要だといえる。その際、景観まちづくりセンターのような中間組織が、そのリード役としては適任といえる。また、業界団体などにもそうした動きが期待できる。

また、地場産業の産品を活用する際には、コーディネータが必要である。今回のモデルでは、設計を担当した建築士がその役割もになっているが、そうした専門的コーディネートを担える人材を、中間組織などが直接的、間接的に育成していく必要がある。

（地域の景観まちづくりの促進）

地域住民が主体となって、地域の特性を活かした魅力ある景観を保全、創出していく、地域の景観まちづくりを促進することは、歴史都市にふさわしい戸建住宅の普及に直接的に寄与するものである。

市民意識調査であったように、地域のデザインコードなどの基準をつくるにとどまらず、建替時に地域住民に相談する仕組みなど、住民が日常的に地域の景観づくりに関わっていくことで、住民自身の意識や経験も高まっていくことが期待できる。また、これに応える事業者、技術者にとっても、より高い技術力を求められることになる。

（地域の景観まちづくりと住宅供給ネットワークの連携）

市民意識調査でも明らかになったように、地域の景観を考える際には、住民相互のイメージ共有やルールにいたる合意形成の難しさがある。

今回のモデルハウスの取組では、提案を可視化することで地域に与えるインパクトが大きくなることがうかがえる結果となった。また、住民のニーズは、単に景観にとどまらず、住まい全般にわたるもので、建替や改修における景観形成を意図するにしても、多様なニーズにこたえることはさけて通れない面もある。

こうした際に、事業者や建築士などの住宅供給ネットワークが、地域に提案、情報提供などができると、地域にとっても力強い支援になる。一方で、事業者にとっても、地域を通じたユーザーとの接点が、これまでにない商品開発に向けた情報源あるいは新たな営業ルートにもつながるものと考えられる。

この場合も、地域の受け皿としてまちづくり協議会などがあたることが考えられ、また、事業者等との間をコーディネートする役割を中間組織などが行うことが望ましい。

【モデル提案のイメージ】

