

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

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	3
1-3 調査体制	3

第2章 対象地域の選定

2-1 対象地域の選定	4
2-2 対象地域の建築動向	6

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	11
(1) 不動産業を含む住宅供給ネットワークの形成	11
(2) 地場産業製品の住宅向け普及品の開発	11
(3) 地域と事業者の連携	11
3-2 住宅供給ネットワークのモデル検討	12
(1) 目的と概要	12
(2) 住宅供給ネットワークのモデル構築	12
(3) パブリシティの展開を通じたモデルの検討	15
3-3 今後の課題	21
(1) 不動産業を巻き込んだ市場コントロール方策の検討	21
(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	21
(3) 地域の景観まちづくりと連動した事業者提案の実現	21

第4章 市民意識と情報発信方策の検討

4-1 調査目的	23
4-2 調査内容	23
(1) アンケート調査	23
(2) グループヒアリング	24
4-3 調査結果	25
(1) 地域の町並み、景観に対する市民意識	25
(2) 戸建住宅のプランに対する意識	31
(3) 事業者の選定に関する市民意識	35
(4) 情報獲得状況と情報ニーズ	38
4-4 今後の情報発信方策のあり方	41

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	43
5-2 普及方策のモデル提案	46

資料編

資料1 京都まちなかこだわり住宅プロジェクトの概要	資料 1
資料2 都市住宅学会平成18年度学術講演会メインシンポジウム	資料 8
資料3 京都創生景観シンポジウム記録	資料 17
資料4 住まいと町並みに関するアンケート原票及び調査結果	資料 35
資料5 グループヒアリングシート及び調査記録	資料 65
資料6 アンケート結果の地域住民へのお知らせ	資料 83
資料7 京のすまいまちづくり研究会構成	資料 94

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

歴史都市においては、近年の国際化の進展や価値観の多様化、建築技術の進展などに伴い、伝統的な町並み等が急速に失われている。歴史都市の風情を残す旧市街地都心部における建築物の更新が、地域らしさへの配慮なしに進められている。ユーザーの多様な要望やより安価への志向、あるいは供給者側の効率性の向上などを理由に、全国どこでも見かけるような住宅やあるいは奇抜なデザインのものなどへと更新され、地域固有の生活文化や景観の継承を阻害することにつながっている。

日本の美しい景観や生活文化を継承してきた歴史都市が、その都市価値の減少とともに、都市のアイデンティティさえも喪失しかねない状況にさらされている。

(2) 町家等の伝統的建築物の急速な減少

もう1点、歴史都市の変容を象徴するものとして、町家等の伝統的建築物の急速な減少があげられる。歴史都市の代表といえる京都市の中心部においては、この5年間に約13%の京町家が除却されており（平成15年度「京町家まちづくり調査」より）、その半数近くが一般戸建住宅に建替えられている。特に敷地規模25坪以下のものにその傾向が強くなっている一方で、大規模な京町家においては敷地分割を伴う戸建住宅への建替え、もしくは中高層共同住宅への建替えが進んでいる。

京都のような都市型の歴史都市においても、戸建住宅への更新がかなりを占めており、こうした傾向は今後しばらく継続すると考えられる。連担する伝統的建築物による町並みの崩壊が危惧される一方で、「まちなみ景観」を居住環境の付加価値として活用しつつ、都心居住や京都志向に応える方策も求められているといえる。

(3) 新しい景観形成の枠組みへ

これまで歴史都市では、地域住民の要望にこたえ、地方自治体において条例などを定めて、景観保全に取り組んできたところが多くある。しかし、法律の委任に基づかない自主条例のため、建築確認の際に必ずしも従う必要がなく、その効果には限界があった。こうした中、景観問題への社会的な関心の高まりを背景に、景観法が施行され、景観行政団体となる地方自治体が景観問題に大きな役割を果たすことも可能にな

った。

景観法の施行を契機として、現在、各都市においても、景観政策のあり方が検討されているところである。景観形成への新しい枠組みが組み立てられようとしているこの時期にあたり、個性的で活力ある地域社会の実現に向けた実効性のある方策を検討することが必要となっている。

(4) ガイドラインづくりからムーブメントづくりへ

これまでも、景観形成に向けて、それぞれの都市、地域にふさわしい建築物のガイドラインやモデル住宅といった、あるべき姿を求める取組は数多くなされてきている。しかし、そうしたモデル住宅のような建築物が普及するには至っていない。

これには幾つかの理由が考えられる。1つは、経済性の観点の欠如である。同質のものであれば、より安価なものを求めるのは消費者心理として当然のことである。モデル住宅のようなデザインとするために、特殊な部材や技術が必要となりコストアップにつながるとすれば、選択されなくなるのも道理である。コストアップを抑えるか、多少のコストアップがあってもそれに見合う付加価値となるよう経済性の観点も必要である。2つは、供給合理性である。普及していくには、それだけの供給を担う生産供給システムが必要である。これまでは、具体的な供給の仕組みを組み立てる観点が弱かったといえる。

これらの課題をクリアしていくために、モデルやガイドラインづくりではなく、実際にモデル住宅を建設、可視化し、そのプロセスに多くの主体に関わってもらうことで、ムーブメントを起こしていくことが必要である。消費者にとっても、特に建築業界は供給側と消費者側の情報格差も大きく、消費者が供給側が発信する情報に流されているのは否めないところであるが、こうしたムーブメントにより、自らが住まう地域の価値を高め、住まいや暮らしの質を高めるための動きが拡大していくことも期待される。

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。

こうした歴史都市にふさわしい戸建住宅の普及には、住宅供給者だけがその気になっても、また建築主である市民だけがそう求めても、実現に至るのは困難である。住宅供給者と素材を提供する地場産業などと市民が、歴史都市にふさわしい戸建住宅を求めようとする糸でつながりながら、経済性や供給合理性などのハードルを越えていく必要がある。そのため、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。

また、歴史都市に住まう市民は、他の都市と比較して景観形成に対する意識は相対的に高いことはこれまでの世論調査などからもうかがえるが、現実には町並みの変容は進んでおり、市民が建築物の更新にあたって町並み景観をどのように捉えているのか、どういった点がハードルとなって歴史都市にふさわしいものが選択されないのかといった、意識構造について現状を把握した上で方策を検討する必要がある。そのため、本調査では、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。

【調査体制】

京のすまい・まちづくり研究会 (景観分科会)

構成：学識経験者
地元不動産業者
ハウスメーカー
行政
事務局：景観・まちづくりセンター
(景観整備機構)

第2章 対象地域の選定

2-1 対象地域の選定

(1) 対象地域の選定

本調査は、「京都を中心とした歴史都市の魅力向上調査」の一環であり、京都市を対象としているが、歴史都市にふさわしい戸建住宅の検討にあたっては、伝統的建築物が残されており、歴史都市らしい町並み景観を有する地域が対象としてふさわしい。したがって、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。

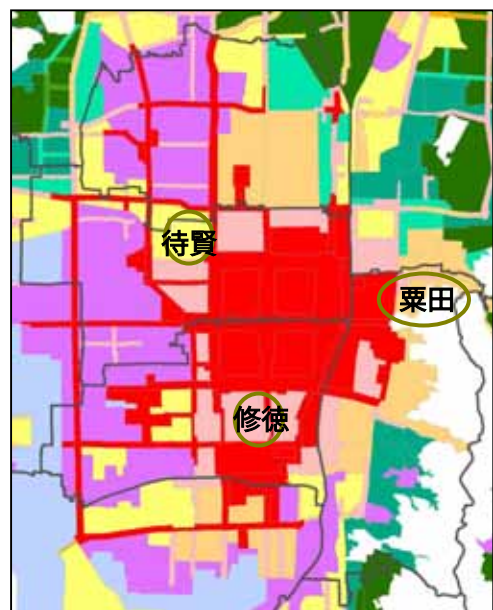
これらの地域は、現在も京町家が多く残るなど、京都らしい町並み景観を色濃く残している地域である一方で、マンション建設や周辺地域への配慮がない建築活動などによって、景観の変容が著しい地域でもある。

具体的な調査にあたっては、市民との連携のあり方においても、意識調査においても地域組織と連携することが効果的である。京都市では、明治初期の番組小学校の設置以来、継承されている自治の単位として、元学区と呼ばれる地域区分があり、この単位ごとに自治組織が存在している。今回の調査では、この元学区単位で呼びかけ、応じていただいた3学区に協力いただいた。

<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。
- 粟田という名称は、平安時代以前から存在する古代の郷名で、のちに広く粟田学区を指した地名といわれている。東部には「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。
- 現行規制では、第二種住居地域、美観地区第4種



注）京都市では、景観法に基づく景観地区について、従来通り美観地区の名称を使用することを京都市市街地景観整備条例に定めている。

<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。
- 現行規制では、準工業地域（西陣特別用途地区）、美観地区第 4 種

<下京区> (修徳学区)

【市民意識調査対象地域】

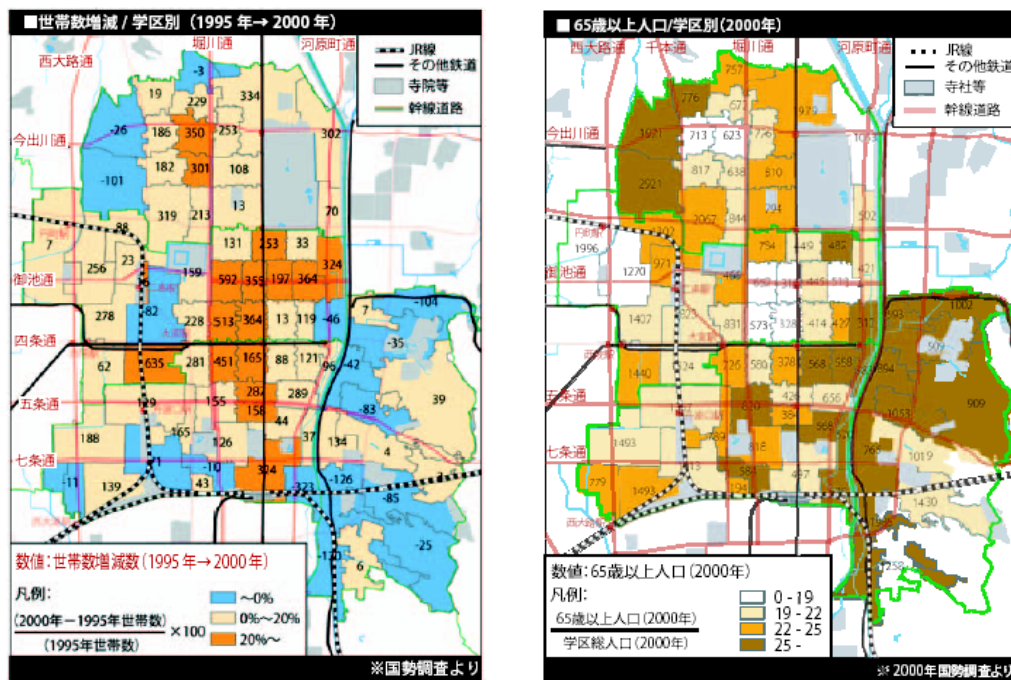
- 五条烏丸の北に位置する。北は松原通、南は五条通、東は東洞院通、西は西洞院通に囲まれている。
- 歴史的に室町通の繊維関係をはじめ、扇、荒物、材木など、様々な商業・手工業が営まれてきた地域
- 近年は、マンションの建設が著しく増加した。
- 現行規制では、商業地域。幹線道路に囲まれた内部は職住共存地区に指定されており、美観地区第 4 種

2-2 対象地域の建築動向

(1) 対象地域の人口・世帯動向

京都市都心 4 区全体では世帯増加の傾向にあり、特に田の字地区（職住共存地区と幹線道路沿道地区からなる都心中心部）で共同住宅居住世帯/ 単身世帯の集中がみられる。

一方、田の字地区の周辺 4 区（都心フリンジ部）では、戸建住宅居住世帯/ 核家族世帯が集中するエリアが目立つ。また、世帯が減少するエリア、高齢人口が集中するエリアが存在するなど、世帯減少に伴う土地/ 住宅の遊休化、及び高齢化の進行に伴う単身高齢者の増加が顕在化することが懸念される。



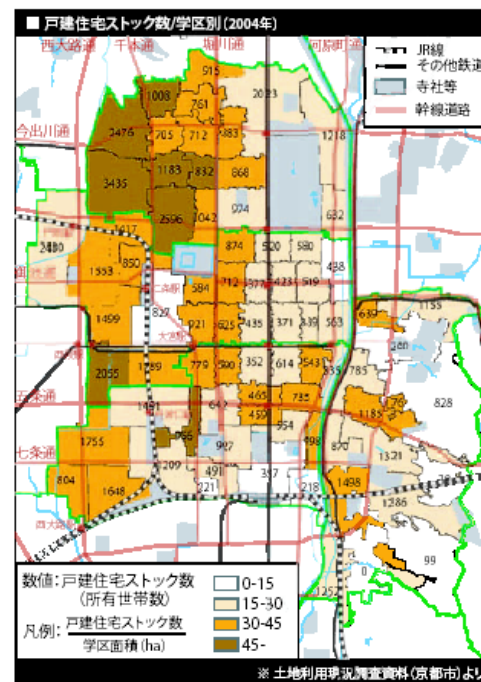
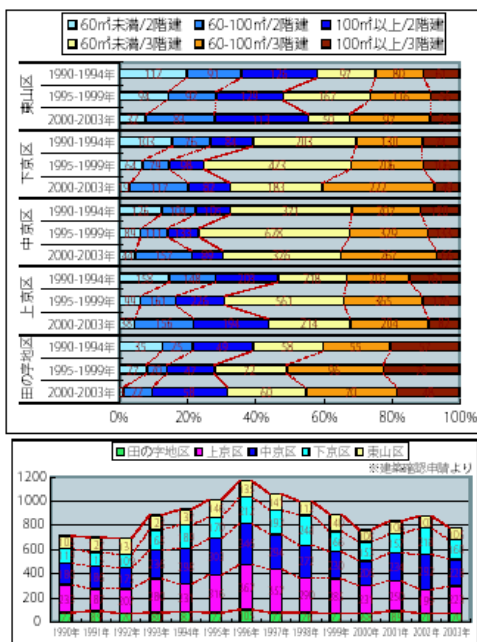
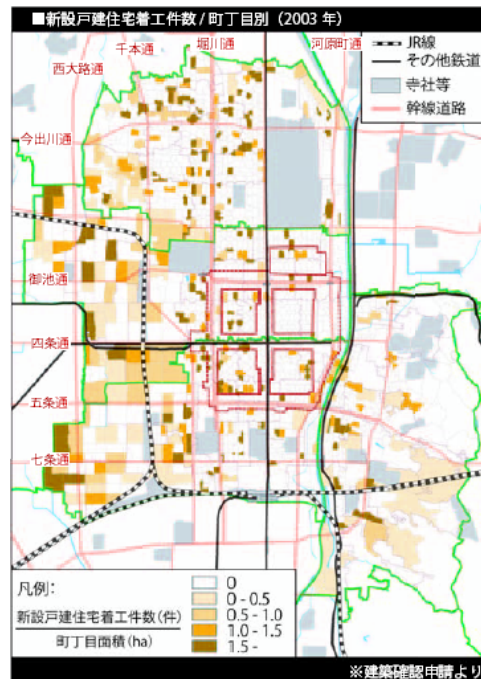
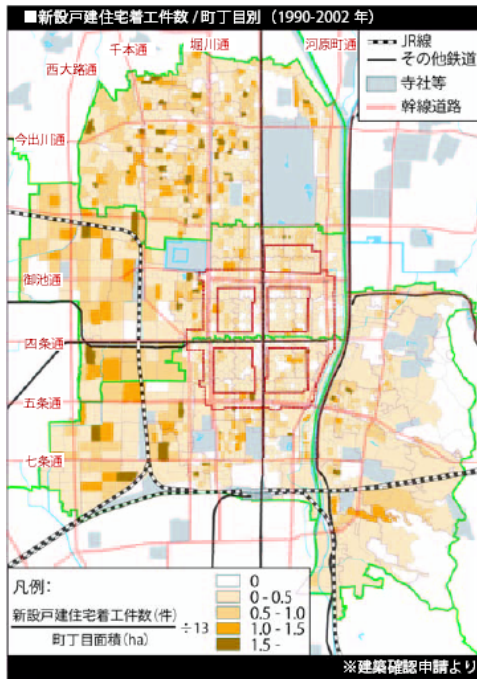
(資料：京都大学大学院工学研究科都市環境工学専攻高田研究室)

(2) 対象地域の戸建住宅建設動向

新設戸建住宅供給は堀川通以西において集中がみられ、田の字地区では毎年 80 件前後で大きな変化はない。

近年、超狭小敷地 (60 m²未満) における新設戸建住宅供給 (宅地の細分化) が減少するなど、敷地規模の拡大傾向がみられ、それに伴い 2 階建が増加してきている。また、2003 年 4 月から「京都市都心部の新しい建築のルール」が施行された後は、共同住宅の建設が落ち着いており、今後は、戸建住宅の建設動向に注目する必要がある。

る。



(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)

(3) 敷地内の建物と空地の関係

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。

尚、西陣地区は、伝統産業の衰退に伴って新設戸建住宅が増加している地区である。敷地の細分化等により、今後もまち並みに変容することが予想される。一方、職住共存地区内にある御池北地区は、共同住宅と戸建住宅が混在する地区であり、2003 年 4 月から「京都市都心部の新しい建築のルール」が施行されている。

◇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)

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の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だろう。

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。

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、こういった部分の連携をどうしていくことが普及に向けて有効かという課題認識を改めて整理した。以下の、事業者間相互の連携や事業者と地域住民の連携にかかる3つの課題である。

(1) 不動産業を含む住宅供給ネットワークの形成

歴史都市にふさわしい戸建住宅を普及していくためには、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けるか、また、こうした不動産の動きをコントロールできるかが大きなポイントになると考えられる。行政が、特定の不動産事業者と連携することは、慎重さを要することであるため、連携の仕方にも工夫が必要である。

(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

地域産材や地域の伝統産業の産品などを活用することは、地域らしさを創出するための、ひとつの有効な方法だと考えられる。行政においても地場産業の振興には取り組んでいるところであるが、例えば西陣織、京焼などといったものの活用については、住宅の内装などに活用する普及型の商品開発はなされていない現状がある。そのため、(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、地場産業産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が課題と言える。

(3) 地域と事業者の連携

歴史都市にふさわしい住宅の普及には、地域の景観まちづくりを促進していくことが有効であるが、その促進策のひとつとして、地域の活動に、事業者が協力・連携していくことが有効であると考えられる。事業者にとっても、地域住民のニーズを商品に反映でき、地域にとっても、事業者の協力は有効だと考えられる。

3-2 住宅供給ネットワークのモデル検討

(1) 目的と概要

現在、東山区栗田学区において、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」の優秀賞を獲得したプランにそって、都市居住推進研究会のメンバーである事業者が事業主となってモデルハウスを建設している。この事業者は、歴史都市にふさわしい戸建住宅の普及に向けた取組の主旨に賛同し、建設事業を担っていただいているところであり、また、そのモデルハウスの建設プロセスを住宅供給ネットワークのモデル検討に活用することや、モデルハウスを歴史都市にふさわしい戸建住宅の普及に向けた情報発信などへの活用に優先的に使用することを了承いただいている。(京都まちなかこだわり住宅の詳細については、資料編を参照)

上記のような事業者の協力を得て、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。また、シンポジウムや見学会などのイベントを通じて、地域住民、学識経験者などから、今回の取組に対する評価や、今後への示唆をいただき、事業者や地域との連携のあり方を検証する。

(2) 住宅供給ネットワークのモデル構築

3-1 で述べた課題に応じて、取組内容とその成果をまとめた。

京都まちなかこだわり住宅のモデルハウスを活用してもらい、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。

直接的なコーディネータの役割を、財団法人京都市景観・まちづくりセンターが担い、行政は関連部局が連携しながら、その支援や情報提供を行っている。

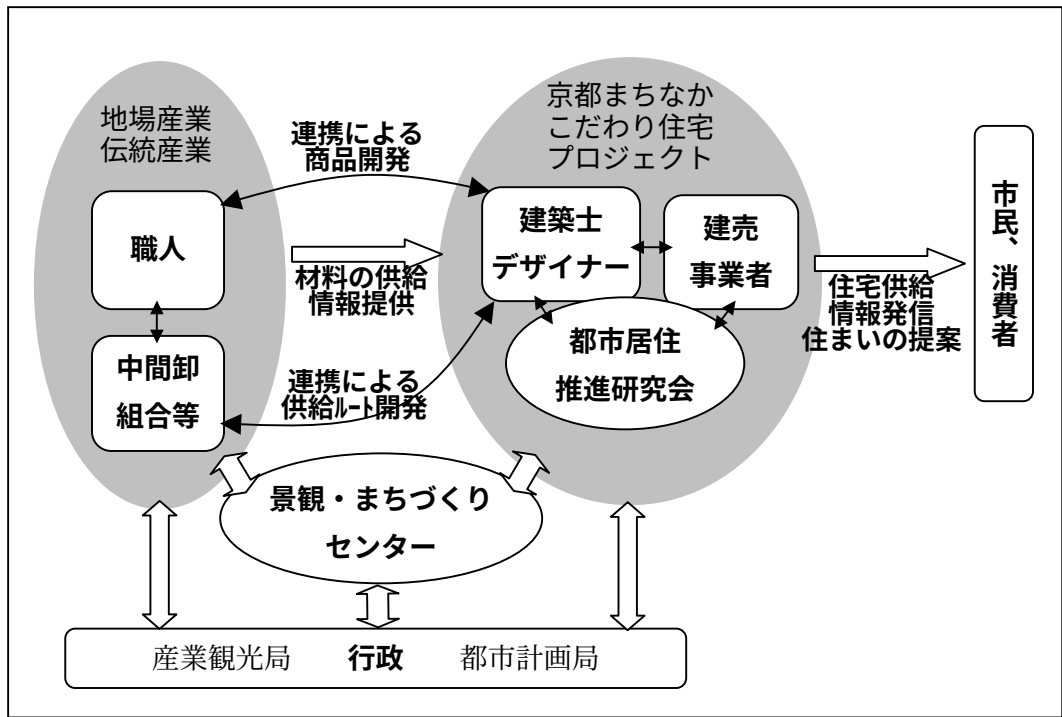
京都まちなかこだわり住宅プロジェクトは、学識経験者や地元の不動産事業者などで構成される都市居住推進研究会が進めており、その一員である不動産事業者が事業主となっている。設計コンペの優秀賞を獲得した建築士もプロジェクトの一翼を担っている。

この京都まちなかこだわり住宅プロジェクトと、伝統産業や林業などの事業者をつなぎ、住宅の材料供給や産品を住宅の部材や内装に活用する商品開発などを行う。今回のモデルでは、建築士が、職人と連携した商品開発や職人あるいは組合などと建売

事業者の間でコーディネート役も担った。

このような連携のもと、市民、消費者に向けて、歴史都市にふさわしい戸建住宅について、供給や情報発信を行っていくモデルである。

【住宅供給ネットワークのモデルイメージ】



① 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。

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。（今回の地場産業製品の活用事例については、資料編を参照）

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。

③ 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。以下にそれらを紹介する。

① 「京都まちなかこだわり住宅」見学会における評価

平成 18 年 12 月 23 日(土)、24 日(日)に内部のレイアウトや構造を見ていただく上棟見学会を開催した。上棟見学会では参加者にアンケートを実施し、29 件の回答をえた。

調査日時：2006 年 12 月 23 日(祝)、24 日(日)

11:00～16:00

調査内容：見学会への来訪者に対して依頼

調査概要：設計コンペやモデル住宅に関する感想や意見などを収集。

調査概要：回答者数 29 (有効回答数 29)

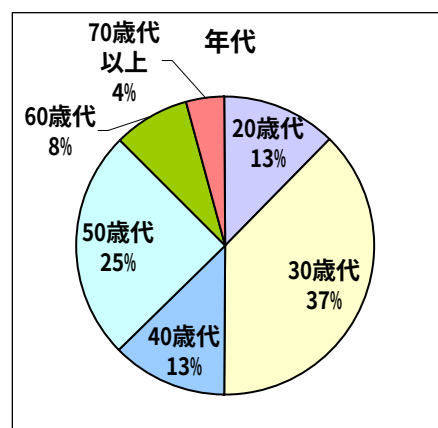
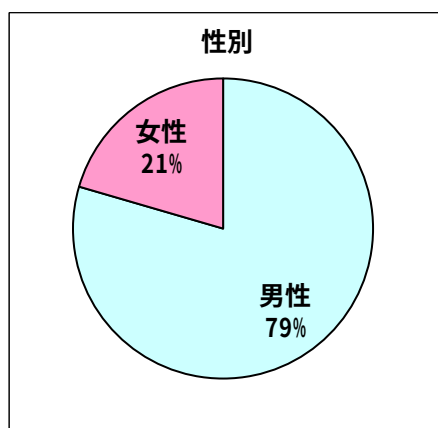
※期間中来訪者は約 90 名



【年齢・性別】

アンケート回答者の性別は、男性が多数を占めた。家族連れや夫婦での来訪者も多く、代表しての回答が多かったためと思われる。

年代については、ほぼ万遍なくあったが、やや 30 歳代及び 50 歳代が多くみられた。

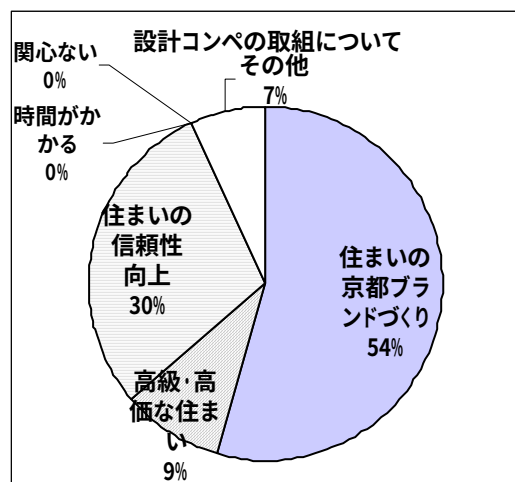


【設計コンペの取組みについて】

取組の評価については、過半数の人が「住まいの京都ブランドづくりに繋がる取組だ」と評価した。次いで「住まいの信頼性向上に繋がる取組」という評価が高かった。本コンペに対する否定的と考えられる意見は寄せられなかった（ただし、口頭での意見等はいくつかあった）。

寄せられた記述としては、下記の通りである。

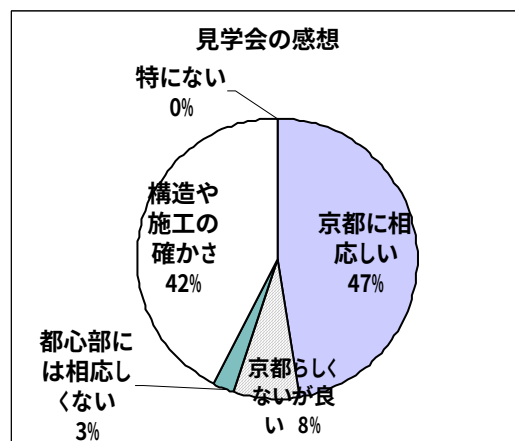
- ・まちなみや建築に対する一般の関心を高める良い機会だと思います
- ・完成を見ないと何とも言えない
- ・コスト的にどうなのか



【見学会の感想】

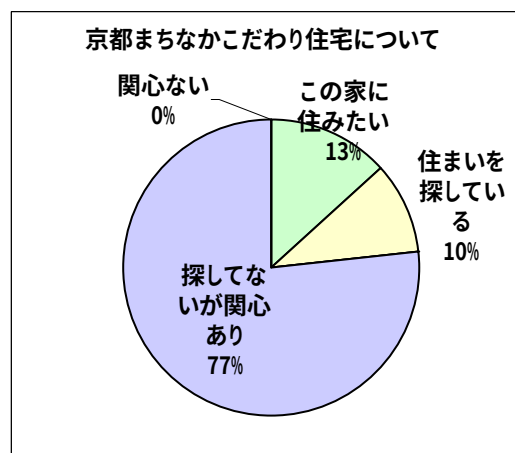
「京都にこだわった京都らしい取組だ」「構造や施工の確かさを感じた」という評価が半数近く寄せられた。ただし京都らしさについては「完成を見ないとわからない」という意見も複数寄せられた。寄せられた記述としては、下記の通りである。

- ・現段階では京都らしいとは言えない
- ・間取りやデザイン、構造が興味深い
- ・これからの住宅の新しい可能性を感じた。
- ・新しい構造に興味がある。
- ・京都らしいかどうかは今後の近所とのインタラクションで決まるだろう。



【京都まちなかこだわり住宅について】

実際に住まいを探している人は少数であったが、探している、探していないにかかわらず「関心がある」とした意見が約8割と高くなった。



② 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

（「京都まちなかこだわり住宅」と今後）

「京都まちなかこだわり住宅」の取組は、とくに最近、町家や和の住宅の提案を行っており、多くの消費者の方に喜んでいただいていることが報告された。このような提案型の住宅は付加価値を持った新しい商品として位置づけられ、積極的な展開が示唆された。また、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、不動産の視点からの報告がなされたのだが、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とのことであった。いいものを建てれば必ず価値が出るという市場に育てていかなければいけないというものであった。（摘録は、資料編を参照）

<参考>

○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」概要

平成 18 年 11 月 25 日（土）、社団法人都市住宅学会大会（関西）第 14 回学術講演会のメインシンポジウムが、「地域産材と住いづくり」をテーマに次項の通り開催した。本シンポジウムでは、基調講演の後の主題解説で、「地域産材活用住宅と都住研の試みー不動産業の視点からー」として、吉田光一氏（株式会社フラットエージェンシー代表取締役・都市居住推進研究会運営委員）から、「京都まちなかこだわり住宅」の取組が報告された。

本シンポジウムでは、まず、環境問題の視点から地域産材活用の意義を明確にし、ついで、その具体的な取組を通じて見えてきた課題について議論した。まず、植田和弘氏（京都大学大学院経済学研究科・地域環境学堂教授）による基調講演「環境経済学視点から見た地域産材と住いづくり」をもとに、「森林資源は回復のシナリオ」「地域産材による住いの多面的な価値」「地場産材の活用のための重層的ガバナンス」についての議論が重ねられた。

○2006年度 都市住宅学会学会賞・業績賞 表彰式 (15:00~)

会場 芝蘭会館本館 稲盛ホール

※芝蘭会館別館 2階の廊下にて業績賞受賞プロジェクトのパネル展示を予定しております。

(展示場所は会場側の事情により変更になる場合がございます。当日、会場にてご確認下さい。)

都市住宅学会全支部共催事業

○第2回学生論文(博士)コンテスト表彰式 (15:15~)

会場 芝蘭会館本館 稲盛ホール

○メインシンポジウム (15:30~18:00)

会場 芝蘭会館本館 稲盛ホール

●テーマ

「地域産材と住まいづくり」

●主旨

地域産材を活用した住まいづくりの試みが各地で展開されています。資源破壊を伴う住宅生産の制御と木造文化の再生、行き詰まりを見せる林業と荒廃する山間地域の自然の回復などがねらいとされています。本シンポジウムでは、まず、環境問題の視点から地域産材活用の意義を明確にし、ついで、その具体的な取り組みを通じて見えてきた課題について議論します。

「森林と人との共生・木の香るぬくもりのある暮らしの創造」を提案・推進することにより、市内産木材の需要を拡大して、地域林業や木材関連業界の活性化及び健全な森林の保全を図ることを目的とした「京の山杣人工房事業」や、新しいまちなか住居をデザインして情報発信するとともに、循環型地域経済に寄与する住宅供給モデルを構築することを目的とした「京都まちなかこだわり住宅事業」などを、様々な主体の連携によって展開している京都を例として、各分野のパネリストによって多面的な検討を行い、地域産材と住まいづくりの可能性を展望したいと思います。

●主旨説明 高田光雄(京都大学大学院工学研究科教授)

●基調講演

「環境経済学視点から見た住まいづくり」

植田和弘(京都大学大学院経済学研究科・地球環境学堂教授)

●主題解説

「京の山杣人工房事業と住まいづくり—行政の視点から—」

大島 仁(京都市都市計画局長)

「北山杉林業の現状と近年の取り組み—林業の視点から—」

中田 治

(中源株式会社代表取締役・京都北山丸太生産協同組合専務理事)

「地域産材を活用した新しい住まいの提案—建築家の視点から—」

西巻 優(建築家・クカニヤ代表取締役)

「地域産材活用住宅と都住研の試み—不動産業の視点から—」

吉田光一(株式会社フラットエージェンシー代表取締役・

都市居住推進研究会運営委員)

●パネルディスカッション「地域産材と住まいづくり」

【パネリスト】

植田和弘(前掲)

大島 仁(前掲)

中田 治(前掲)

西巻 優(前掲)

吉田光一(前掲)

【コーディネーター】

高田光雄(前掲)

③ 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

京都市および景観・まちづくりセンターの共催で、京都のまちで、地域のコミュニティ活動の場として中心的な役割を担ってきた「通り」に焦点を当て、平成 19 年 2 月 18 日（日）、京都創生景観シンポジウム「通りが舞台 人が行き交う 京のまち」が開催された。あわせて企画展示も行われている。

この景観・まちづくりシンポジウムの分科会Ⅱには、本調査のパブリシティ企画として実施したもので、事業者と連携し、「次代を創る 京都まちなか住宅～都心部にふさわしい 新しい戸建住宅を考える～」と題し、事業者からの報告（提案）と、パネルディスカッションを行った。（摘録については、資料編を参照）

参加者からは、事業者から提案されたプランに対し、周辺との調和は必ずしも取れていないなど厳しいご意見もあり、いずれも苦労を重ねた活動ながら、住宅供給の産業の仕組みと生活文化の維持発展の間にはまだまだ大きなギャップがあり、ユーザー、事業者双方ともこのギャップを埋める仕組みが必要だとの認識を新たにした。

一方で、参加したハウスメーカーにとっては、地域社会と向き合う最初の間になった。日常的には個々のユーザーを相手にしているのみであるが、こうした地域のまちづくりの担い手などと共に地域にふさわしい住宅を考える機会が、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を進めるハウスメーカーにとっても、示唆に富む機会となった。

次代を創る 京都まちなか住宅
～ 都心部にふさわしい 新しい戸建住宅を考える ～

京都の都心部において、新しく建てられる戸建住宅を、いかに京都のまちにふさわしいものにしていくか。この分科会では、「京都のまちなかにふさわしい住宅」とはどんなものかそれをどうすれば普及できるか等について、事業者の方々と交えて考えます。

【分科会進行イメージ案】

最近の建替動向も踏まえつつ、京都まちなかこだわり住宅やハウスメーカーからの話題提供をもとに、それぞれの立場から、京都のまちなかにふさわしい住宅について意見交換

○はじめに 高田先生から、主旨と流れ、報告について紹介

○報告1 京都まちなかこだわり住宅プロジェクトの取組
井上 誠二 氏（都市居住推進研究会運営委員）
魚谷 繁礼 氏（現代京都都市型居住研究会）

○報告2 まちなかでの建替への新しい住まいと暮らしの提案
中沢 嗣朗 氏（旭化成ホームズ京滋営業部長）
田盛 克哉 氏（旭化成ホームズ京滋営業部 設計責任者）
（K-style、二条展示場のまちなかタイプの提案を想定）
曽根 幸彦 氏（三井ホーム株式会社京滋支店）
（新京町家、二条展示場のまちなかタイプの提案を想定）

○パネルディスカッション

コーディネーター：高田 光雄 氏（京都大学大学院教授）
パネラー：井上 誠司 氏（都市居住推進研究会運営委員）
魚谷 繁礼 氏（現代京都都市型居住研究会）
中沢 嗣朗 氏（旭化成ホームズ京滋営業部長）
曽根 幸彦 氏（三井ホーム株式会社京滋支店）

※ 適宜、京のすまいまちづくり研究会メンバーや、これまでの取り組みで関わった地域の方々、事業者の方々、会場の参加者からも意見をもらう。

※ 会場は、研究会を行っているワークショップルームか、人数が多い場合は、ひとまち交流館2階の大会議室（シンポ本会場）で行う。

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

(1) アンケート調査

① 調査期間

平成 18 年 9 月～平成 19 年 3 月

② 調査対象エリア

修徳学区、待賢学区

③ 調査対象および調査方法

	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	-

④ 調査項目

地域に住む人として、「地域（〇〇学区）の住まい、町並み、暮らし」についての意識（どのくらい大切に思っているか等）を把握するアンケートとする。

- ・ 地域や町並みの評価
- ・ 外観に関する規制強化
- ・ 住まいの新築・購入時の町並みへの配慮・外観へのこだわりについて
- ・ 住まいに関する情報（量・経路・必要性等）について
- ・ 回答者属性・建物属性、居住特性 等

＊アンケート票（案）参照

（２）グループヒアリング

情報発信方策を検討するためのアンケート調査の補足。とりわけ、

- ・ 情報発信の対象である市民のまちなみ、景観に対する意識構造
- ・ 建替え時に求める外観の具体的な内容と傾向
- ・ 事業者選定の実態
- ・ 建替時の情報ニーズ

を明らかにする。

① ヒアリング対象

修徳学区：まちづくり委員会

待賢学区：自治連合会役員

② ヒアリング方法

○方 法：６グループに分かれたヒアリングを想定

各グループごとに、スタッフ２名配置（進行役、記録役）

○流れ（１時間 20 分を想定。）

- ・ あいさつ (2 分)
- ・ 調査の主旨説明 (3 分)
- ・ 全体でヒアリング内容の説明 (10 分)
- ・ 各グループでヒアリング (60 分)
- ・ まとめ (5 分)

○ヒアリングシート：各質問テーマごとに１枚程度の資料を作成。（資料編参照）

（質問項目と、その質問の背景となるアンケート結果などの説明）

【質問テーマ】

- 1 住民のまちなみ、景観に対する意識構造
- 2 建替え時に求める外観の具体的な内容と傾向
- 3 事業者選定の実態
- 4 建替時の情報ニーズ

4－3 調査結果

(1) 地域の町並み、景観に対する市民意識

① 結果のまとめ

- 町並みに対する意識は高いが、実際に町並みに魅力を感じているのは約 1/4にとどまる。
- 現在の町並みに対する評価に関わらず、約 80% が建物の高さ・色などの規制強化を肯定している。

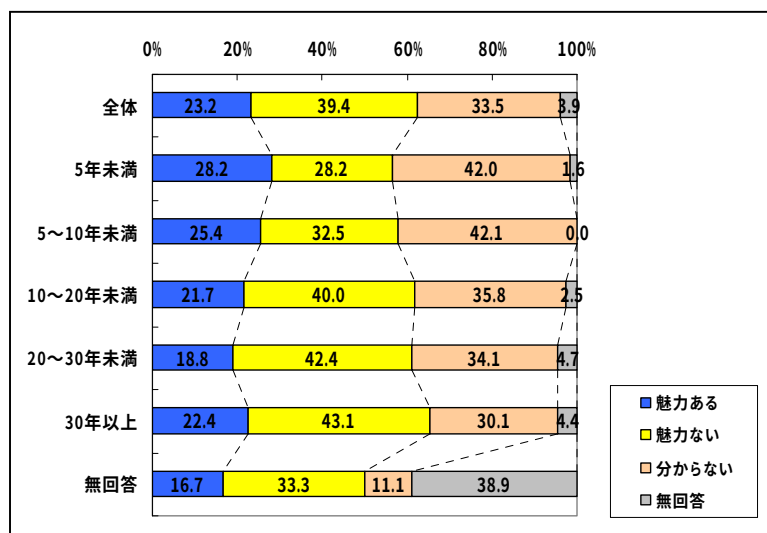
- ・ 地域の町並みに『魅力を感じている』のは 23.2%。残りは、『わからない』(33.5%) と、『魅力を感じない』(39.4%) が半々である。
- ・ 自分の住む地域での住まいの建築について、町並みに『配慮して欲しい』は 68.3%、『配慮は必要ない』は 7.8%、また、自分が住まいを建築するにあたり、町並みに『配慮する』は 67.6%、『配慮しない』は 4.2%であり、多くの人は町並みを意識している。
- ・ 建築物の規制強化については、『強化する方がよい』39.5%、『どちらかといえば強化する方がよい』38.8%をあわせて、80%近くが規制強化を肯定している。
- ・ 本調査結果は、H18.8 読売新聞社の『「街並み」や「景観」に関する世論調査』(*)より約 20%高い。

*住んでいる地域の街並みを良くするため、建物の高さや色などの規制を強化する方がよいかどうかについて、「どちらかといえば」を含めて「そう思う」は 58%。

② 調査結果

○ 町並みの魅力度

- ・ 地域の町並みに『魅力を感じている』のは 23.2%。残りは、『わからない』(33.5%) と、『魅力を感じない』(39.4%) が半々である。
- ・ 地域の町並みに対しては、居住年数の短い人ほど、魅力を感じている。昔からの住民は、昔に比べると魅力がないと感じているのに対して、新住民は、他の地域に比べて町並みに魅力があると感じていると思われる。



			地域の並みは力るとか				
			件数	思う	思わない	分からない	無回答
問23・2・世帯主の年齢	全体	件数	1,282	297	505	430	50
		構成比	100.0	23.2	39.4	33.5	3.9
	20歳代	件数	27	13	5	9	0
		構成比	100.0	48.1	18.5	33.3	0.0
	30歳代	件数	117	34	29	53	1
		構成比	100.0	29.1	24.8	45.3	0.9
	40歳代	件数	165	36	0	56	3
		構成比	100.0	21.8	42.4	33.9	1.8
	50歳代	件数	275	48	117	103	7
		構成比	100.0	17.5	42.5	37.5	2.5
	60歳代	件数	274	49	127	89	9
		構成比	100.0	17.9	46.4	32.5	3.3
	70歳以上	件数	392	111	144	109	28
		構成比	100.0	28.3	36.7	27.8	7.1
	無回答	件数	32	6	13	11	2
		構成比	100.0	18.8	40.6	34.4	6.3

			地域の並みは力るとか				
			件数	思う	思わない	分からない	無回答
待賢修徳	全体	件数	1,282	297	505	430	50
		構成比	100.0	23.2	39.4	33.5	3.9
	戸建・長屋	件数	616	143	258	197	18
		構成比	100.0	23.2	41.9	32.0	2.9
	集合	件数	186	44	61	5	6
		構成比	100.0	23.7	32.8	40.3	3.2
	無回答	件数	58	17	14	22	5
		構成比	100.0	29.3	24.1	37.9	8.6
	小計	件数	860	204	333	294	29
		構成比	100.0	23.7	38.7	34.2	3.4
修徳	戸建・長屋	件数	286	59	122	92	13
		構成比	100.0	20.6	42.7	32.2	4.5
	集合	件数	97	26	34	35	2
		構成比	100.0	26.8	35.1	36.1	2.1
	無回答	件数	39	8	16	9	6
		構成比	100.0	20.5	41.0	23.1	15.4
	小計	件数	422	93	172	136	21
		構成比	100.0	22.0	40.8	32.2	5.0

○ 町並みへの配慮（自分の住まいの周辺）

- ・ 自分の住む地域での住まいの建築について、町並みに『配慮して欲しい』は 68.3%、『配慮は必要ない』は 7.8%である。
- ・ 比較的、居住年数が短いか長い人、年齢が若い人か高齢者で、『配慮して欲しい』率が高い傾向がみられる。

			問 1 0 ・ 1 . 住まいの建築についての配慮の度合(自分の住まいの周辺)				
			件数	配慮して欲しい	配慮は必要ない	分からない	無回答
問 1 ・ 居住年数	全体	件数 構成比	1,282 100.0	875 68.3	100 .8	253 19.7	54 4.2
	5年未満	件数 構成比	188 100.0	131 69.7	8 4.3	46 24.5	3 1.6
	5～10年未満	件数 構成比	126 100.0	82 65.1	11 8.7	33 26.2	0 0.0
	10～20年未満	件数 構成比	120 100.0	81 67.5	12 10.0	23 19.2	4 3.3
	20～30年未満	件数 構成比	85 100.0	54 63.5	8 9.4	20 23.5	3 3.5
	30年以上	件数 構成比	45 100.0	521 69.9	59 .9	129 17.3	36 4.8
	無回答	件数 構成比	18 100.0	6 33.3	2 11.1	2 11.1	8 44.4
			問 1 0 ・ 1 . 住まいの建築についての配慮の度合(自分の住まいの周辺)				
			件数	配慮して欲しい	配慮は必要ない	分からない	無回答
問 2 3 ・ 2 ・ 世帯主の年齢	全体	件数 構成比	1,282 100.0	875 68.3	100 .8	253 19.7	54 4.2
	20歳代	件数 構成比	27 100.0	20 4.1	1 3.7	6 22.2	0 0.0
	30歳代	件数 構成比	117 100.0	3 62.4	12 10.3	30 25.6	2 1.7
	40歳代	件数 構成比	165 100.0	110 66.7	15 9.1	37 22.4	3 1.8
	50歳代	件数 構成比	275 100.0	183 66.5	26 9.5	59 21.5	7 2.5
	60歳代	件数 構成比	274 100.0	198 72.3	17 6.2	50 18.2	9 3.3
	70歳以上	件数 構成比	392 100.0	272 69.4	25 6.4	66 16.8	29 7.4
	無回答	件数 構成比	32 100.0	19 59.4	4 12.5	5 15.6	4 12.5

○ 町並みへの配慮（自分が住まいを建築する場合）

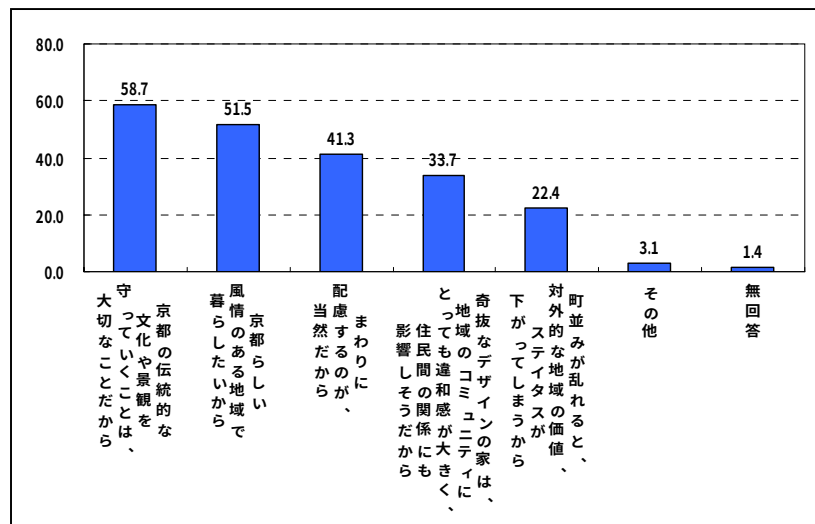
- ・ 自分が住まいを建築するにあたり、町並みに『配慮する』は 67.6%、『配慮しない』は 4.2%であり、前述の自分の住まいの周辺での建築に配慮を求めるのが同数程度あったこととあわせて、多くの人は町並みを意識しているといえる。
- ・ 比較的、居住年数が短い人、年齢が若い人に、『配慮する』率が高い傾向がみられる。

			問 1 5 . 住まいの建築についての配慮の度合(自分が新たに住まいを持つ場合)				
			件数	配慮する	配慮しない	分からない	無回答
問 1 ・ 居住年数	全体	件数 構成比	1,282 100.0	866 67.6	54 4.2	268 20.9	94 7.3
	5年未満	件数 構成比	188 100.0	135 1.8	9 4.8	37 19.7	7 3.7
	5～10年未満	件数 構成比	126 100.0	91 2.2	6 4.8	27 21.4	2 1.6
	10～20年未満	件数 構成比	120 100.0	82 68.3	5 4.2	25 20.8	8 6.7
	20～30年未満	件数 構成比	85 100.0	55 64.7	16 8.2	16 18.8	7 8.2
	30年以上	件数 構成比	45 100.0	496 66.6	25 3.4	160 21.5	64 8.6
	無回答	件数 構成比	18 100.0	2 38.9	2 11.1	3 16.7	6 33.3

			問15. 住まいの建築についての配慮の度合（自分が新たに住まいを持つ場合）				
			件数	配慮する	配慮しない	分からない	無回答
問23・2. 世帯主の年齢	全体	件数 構成比	1,282 100.0	866 67.6	54 4.2	268 20.9	94 7.3
	20歳代	件数 構成比	27 100.0	24 88.9	1 3.7	2 .4	0 0.0
	30歳代	件数 構成比	117 100.0	7 65.8	31 6.0	26.5 1.7	2 1.7
	40歳代	件数 構成比	165 100.0	103 62.4	12 .3	47 28.5	3 1.8
	50歳代	件数 構成比	275 100.0	203 3.8	8 2.9	55 20.0	9 3.3
	60歳代	件数 構成比	274 100.0	191 69.7	14 5.1	54 19.7	15 5.5
	70歳以上	件数 構成比	392 100.0	252 64.3	11 2.8	69 17.6	60 15.3
	無回答	件数 構成比	32 100.0	16 50.0	1 3.1	10 31.3	5 15.6

○ 配慮を望む理由

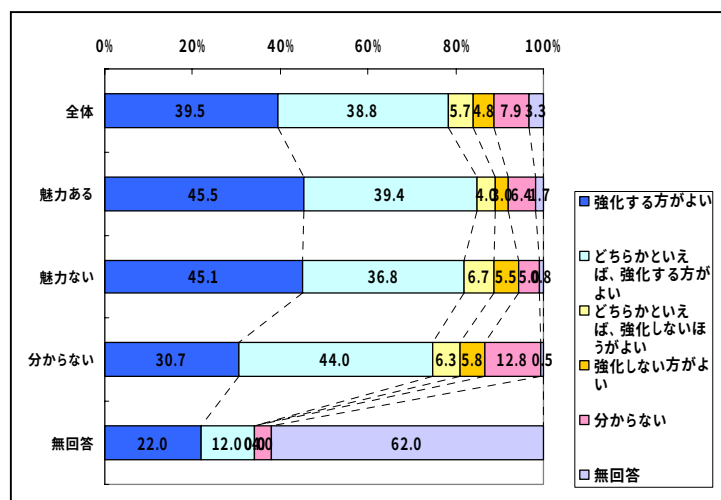
- ・ 住まいの周辺における住まいの建築に配慮を望む理由として「京都の伝統的な文化や景観を守っていくことは大切なことだから」（58.7%）、「京都らしい風情のある地域で暮らしたいから」（51.5%）など、京都らしさを大切にしたい様子が伺える。
- ・ 年齢別では、20歳代で「京都らしい風情のある地域で暮らしたいから」と自分が暮らすにあたっての快適性を第一としているのに対して、60歳代・70歳以上では「まわりに配慮するのが当然だから」「奇抜なデザインの家は、地域のコミュニティにとっても違和感が大きく、住民間の関係にも影響しそうだから」も多く、地域に対する思いやりが感じられる。



			0・配慮 由							
			件数	京都らしい風情のある地域で暮らしたいから	奇抜なデザインの家は、地域のコミュニティにとっても違和感が大きく、住民間の関係にも影響しそうだから	町並みが乱れると、対外的な地域の価値、ステータスが下がってしまうから	京都の伝統的な文化や景観を守っていくことは、大切なことから	まわりに配慮するのが、当然だから	その他	無回答
問 23・2・世帯主の年齢	全体	回答数(件)	875	451	295	196	514	361	27	12
		回答率(%)	100.0	51.5	33.7	22.4	58.7	41.3	3.1	1.4
	20歳代	回答数(件)	20	15	4	3	10	2	1	0
		回答率(%)	100.0	5.0	20.0	15.0	50.0	10.0	5.0	0.0
	30歳代	回答数(件)	3	37	15	20	49	23	6	1
		回答率(%)	100.0	50.7	20.5	27.4	67.1	31.5	8.2	1.4
	40歳代	回答数(件)	110	48	34	19	65	20	1	3
		回答率(%)	100.0	43.6	30.9	17.3	59.1	18.2	0.9	2.7
	50歳代	回答数(件)	183	86	60	46	111	3	9	0
		回答率(%)	100.0	47.0	32.8	25.1	60.7	39.9	4.9	0.0
	60歳代	回答数(件)	198	102	0	38	110	94	7	3
		回答率(%)	100.0	51.5	35.4	19.2	55.6	47.5	3.5	1.5
70歳以上	回答数(件)	272	157	107	65	161	140	3	3	
	回答率(%)	100.0	57.7	39.3	23.9	59.2	51.5	1.1	1.1	
無回答	回答数(件)	19	6	5	5	8	9	0	2	
	回答率(%)	100.0	31.6	26.3	26.3	42.1	47.4	0.0	10.5	

○ 建物の規制強化

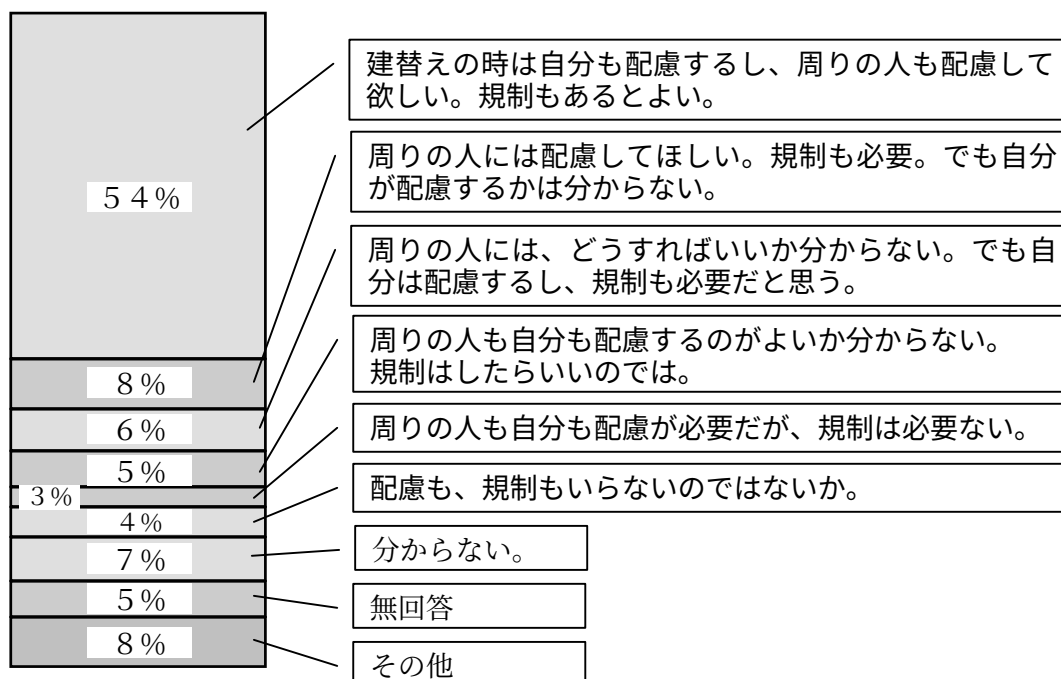
- ・ 建築物の規制強化については、『強化する方がよい』39.5%、『どちらかといえば強化する方がよい』38.8%をあわせて、80%近くが規制強化を肯定している。
- ・ 町並みに『魅力を感じている人』および『魅力を感じない人』は、『分らない』という人より、規制強化した方がよいとしており、現在の町並みに魅力を感じる感じないに関わらず、町並みに対して思いのある人は、規制強化に前向きだと思われる。
- ・ 住まいの建築に配慮して欲しいと思っている人、自分が建築するときに配慮するという人は、そうでない人に比べて、より規制強化した方がよいとしている。



			1 建築物の制強化するよいとか						
			件数	そう思う	どちらか といえ ば、そう 思う	どちらか といえ ば、そう 思わない	そう思わ ない	分からな い	無回答
度建問	全体	件数 (件)	1,282	506	498	3	62	101	42
合築1 ～0・ 1つ・ 周辺	配慮して 欲しい	件数 (件)	875	451	359	24	16	22	3
	配慮は必 要ない	件数 (件)	400	11.0	25.5	40.0	19.0	2.0	2.0
	分らない	件数 (件)	253	35	10	13	15	73	2
	無回答	件数 (件)	1,282	506	498	3	62	101	42
い建問 のつ	配慮する	件数 (件)	866	412	345	37	24	29	19
	配慮しな い	件数 (件)	54	10	14	8	18	3	1
	分らない	件数 (件)	268	45	115	25	18	58	7
	無回答	件数 (件)	94	39	24	3	2	11	15
を分い5 持つた 場合	配慮する	件数 (件)	866	412	345	37	24	29	19
	配慮しな い	件数 (件)	54	10	14	8	18	3	1
	分らない	件数 (件)	268	45	115	25	18	58	7
	無回答	件数 (件)	94	39	24	3	2	11	15

○ 周りの配慮、自分の配慮、規制の必要性にみる意識構造

- ・ 建替時の周りの配慮、自分の場合の配慮、規制の必要性をクロス集計してみると、以下の図に示すような意識のモザイクが浮かび上がる。
- ・ 周り、自分いずれの場合も配慮が必要とし、規制も必要とする人が半数以上を占めていることは、地域の景観づくりを住民主体で考えていく際の素地があることを示している。
- ・ 一方で、「配慮は必要だが、規制は必要ない」など、規制や配慮のあり方に関しては、色々な捉え方があることがうかがえる。



(2) 戸建住宅のプランに対する意識

① 結果のまとめ

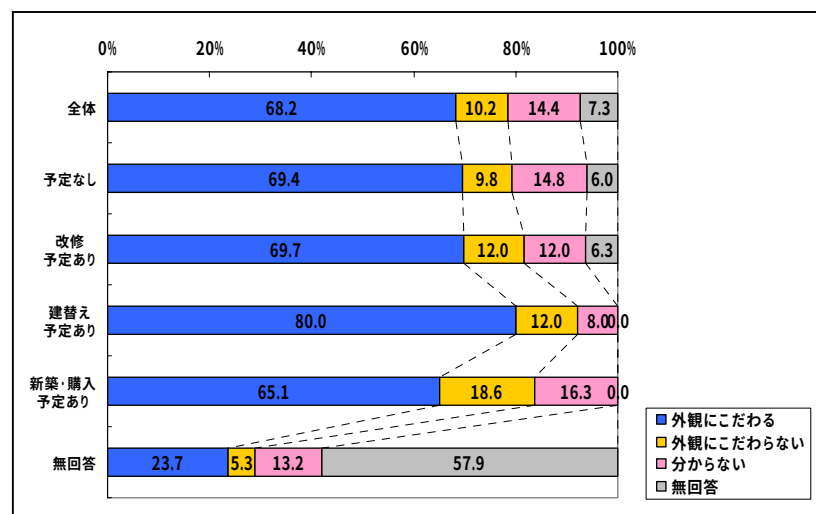
○ 建物の外観にこだわる人は約 70% にのぼり、その多くは、京都らしい住まい（和風・落ち着いた・京町家 等）を望む。

- ・ 建物の外観に『こだわる』が 68.2%、『こだわらない』は 10.2% にすぎない。
- ・ 建物外観については、全体の約 60% の人が何らかの要望を持っており、外観についても高い関心を持っているといえる。
- ・ しかし、その具体的内容については、『和風』『落ち着いた』『京町家』など、抽象的なものが多い。

② 調査結果

○ 住まいの外観へのこだわり

- ・ 建物の外観に『こだわる』が 68.2%、『こだわらない』は 10.2% にすぎない。『分らない』は 14.4% である。
- ・ 今後の住まいの予定が、建替え予定ありの人で、外観に『こだわる』人が多い。

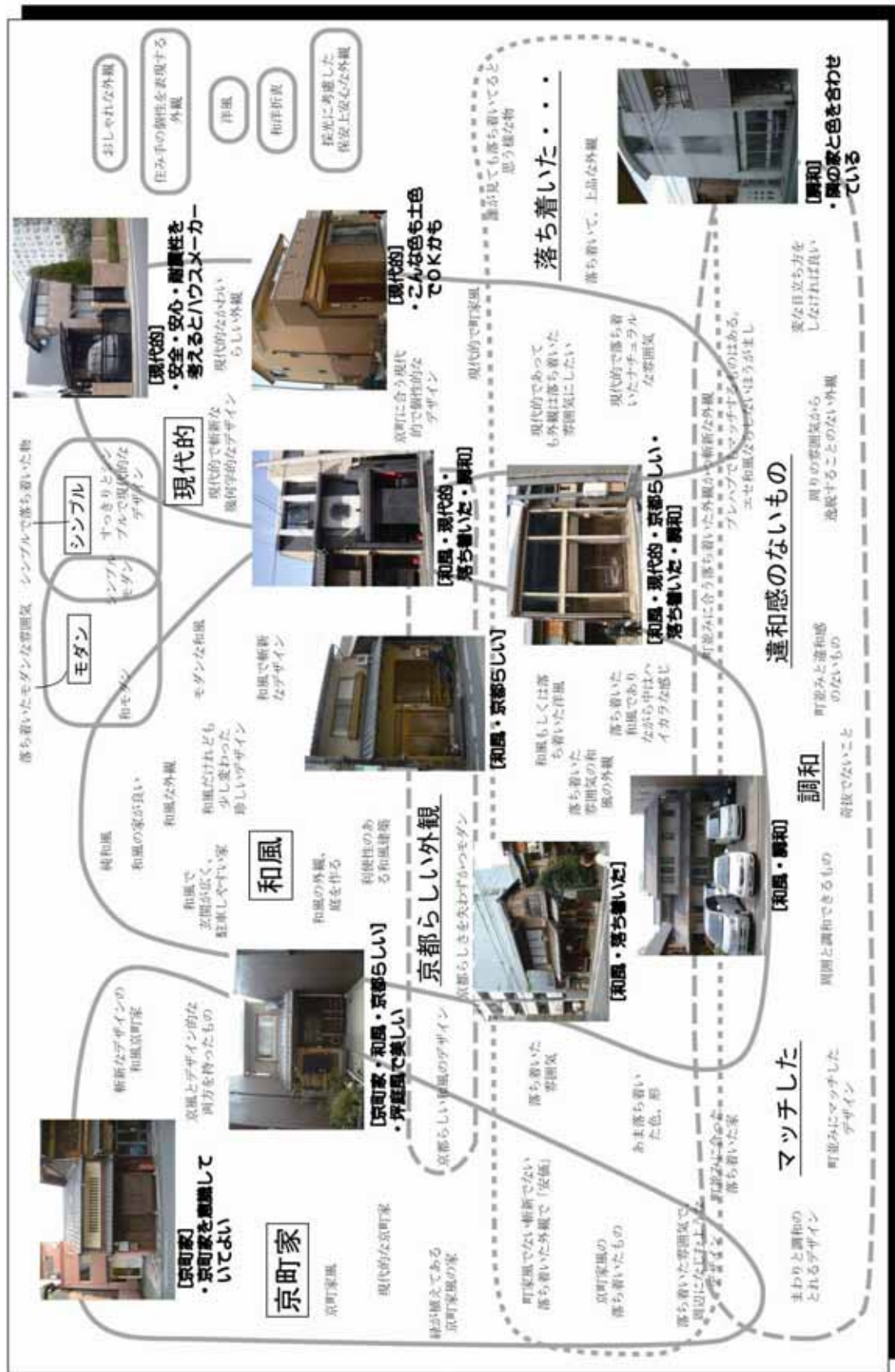


○ 建替、新築時に望む外観

- ・ 次々頁の図は、アンケートで建替時に望む外観を言葉で回答していただいたものを、キーワードでグループ化し、ラインで囲んだものである。左がより伝統的なもの、右がより現代的となるよう配置している。
- ・ ラインで囲まれた面積は、回答数とほぼ比例するように、作成している。
- ・ 囲みが重なっているところは、複数のキーワードを含む回答を表している。
- ・ 内部に小さく表示した言葉は、言葉で回答いただいた例をあげている。

- ・ 図中の写真は、ヒアリングにおいて、最近 10 年間に京都の都心部で建てられた事例から、イメージが近いものを選んでいただいた例で、下に写真に対するコメントをのせている。
- ・ 京町家風、和風をあわせると半数以上を占めている。
- ・ また、京町家風や現代的なもの限らず、落ち着いたもの、まわりと調和したものをという意見が半数近くにのぼっている。
- ・ 単純に京町家風や和風に加え、落ち着いたもの、まわりと調和するものなどをあわせると 8 割を越える。一方で京都の歴史的なまちなみにあまりにもあわないと思われるもの、奇抜あるいは個性的なものを志向する人は、1 割程度とみられる。この 1 割程度の志向に対しては、ある程度制限をかけていくこともやむを得ないと考えられるが、その他の 8 割強に対しては、供給側もそのニーズに応えること、ユーザー側もよりまちなみ形成に配慮したよいものを選ぶようなインセンティブを与えていくことで、容易にまちなみに配慮した建替にシフトしていく可能性を示唆していると言える。

【希望する外観のイメージ図】



【希望する外観のイメージに書かれたキーワード】

	戸建て		集合		計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
京町家風	119	20.1	31	15.3	150	18.9
落ち着いた雰囲気のと風	124	20.9	24	11.8	148	18.6
落ち着いた雰囲気	86	14.5	24	11.8	110	13.8
和風	76	12.8	33	16.3	109	13.7
町に溶け込む、まわりに調和する、違和感のない	36	6.1	21	10.3	57	7.2
現代的(モダン・斬新)な和風・町家	22	3.7	13	6.4	35	4.4
現代的な・斬新な・今風の・幾何学的な	17	2.9	5	2.5	22	2.8
落ち着いた色・美しい色	14	2.4	7	3.4	21	2.6
オーソドックスな・奇抜すぎない・シンプルな・普通の	10	1.7	9	4.4	19	2.4
京都らしい・古都らしい	9	1.5	10	4.9	19	2.4
落ち着いた現代的な・洋風	8	1.4	4	2.0	12	1.5
和風と洋風(アジア風)が調和した	8	1.4	2	1.0	10	1.3
洋風・カントリー風・ヨーロッパ風(洋館)	5	0.8	3	1.5	8	1.0
おしゃれな・スタイリッシュな・新しいデザインの・かわいらしい	4	0.7	4	2.0	8	1.0
木のある・庭のある	6	1.0	2	1.0	8	1.0
落ち着いた京町家風	5	0.8	1	0.5	6	0.8
こだわりのある・センスを生かした・少し変わった珍しい	4	0.7	2	1.0	6	0.8
落ち着いた飽きのこない	4	0.7	1	0.5	5	0.6
木造の和風・町家/シンプルな木造	4	0.7	2	1.0	6	0.8
明るい・温かい感じのする	3	0.5	0	0.0	3	0.4
京町家風の表庭のある・庭付きの	3	0.5	0	0.0	3	0.4
現在の外観・普通の建売・ハウスメーカー任せ	3	0.5	0	0.0	3	0.4
伝統的なデザイン・京都のイメージを損なわない	3	0.5	0	0.0	3	0.4
重厚な・がっちりした	3	0.5	0	0.0	3	0.4
平屋	2	0.3	1	0.5	3	0.4
和風二階建て・瓦屋根	2	0.3	1	0.5	3	0.4
道路からセットバックした	2	0.3	0	0.0	2	0.3
町並みにあう高さ	0	0.0	2	1.0	2	0.3
屋根付き	2	0.3	0	0.0	2	0.3
コンクリート打ちっぱなし	1	0.2	0	0.0	1	0.1
和風・町家を意識したデザイン建築	1	0.2	0	0.0	1	0.1
門付き	1	0.2	0	0.0	1	0.1
昔ながらの本物の家	1	0.2	0	0.0	1	0.1
和風のゆったりとした	1	0.2	0	0.0	1	0.1
保安性の高い	1	0.2	0	0.0	1	0.1
平成の新しい町家	1	0.2	0	0.0	1	0.1
外壁が低い	1	0.2	0	0.0	1	0.1
駐車しやすい	0	0.0	1	0.5	1	0.1
	592	100.0	203	100.0	795	100.0

具体的希望

- ・ 現代的で斬新で幾何学的なデザインでありながら、京都の町並みにあうデザインがあるはず。木造で、明るい白やベージュを基調にしたシンプルで、まわりが明るくなるような外観にしたい
- ・ 町並みにあう昔ながらの本物の家
- ・ 京都の町並みにあう和風モダンな外観→東山に点在する新築物件
- ・ 京都の町並みにあうが、新しいデザインのもの
- ・ 町家ではない京都らしいもの
- ・ プレハブでも町並みにあうものはある。エセ和風ならしない方がよい
- ・ 明治・大正・昭和の町家ではなく、平成の新しい町家
- ・ 和風・京町家風ではない、落ち着いた雰囲気と周辺に馴染むようなデザイン

(3) 事業者の選定に関する市民意識

① 結果のまとめ

- 住まいの建築を頼みたいところは、『工務店・大工』『建築家・設計事務所』『大手ハウスメーカー』は 4 : 3 : 2 の割合である。
- 建築を頼みたい理由は、依頼先によって異なる。

- ・ 住まいの建築を頼みたいところは、「工務店・大工」が約 40%、「建築家・設計事務所」が約 25%、「大手ハウスメーカー」が約 20%である。
- ・ 依頼したい理由は、
 - 「工務店・大工」は、「施工が確かである」
 - 「建築家・設計事務所」は、「設計の自由度が高い」
 - 「大手ハウスメーカー」は、「価格の提示がはっきりしていて納得できる」
 であり、依頼先により違いがみられる。

③ 調査結果

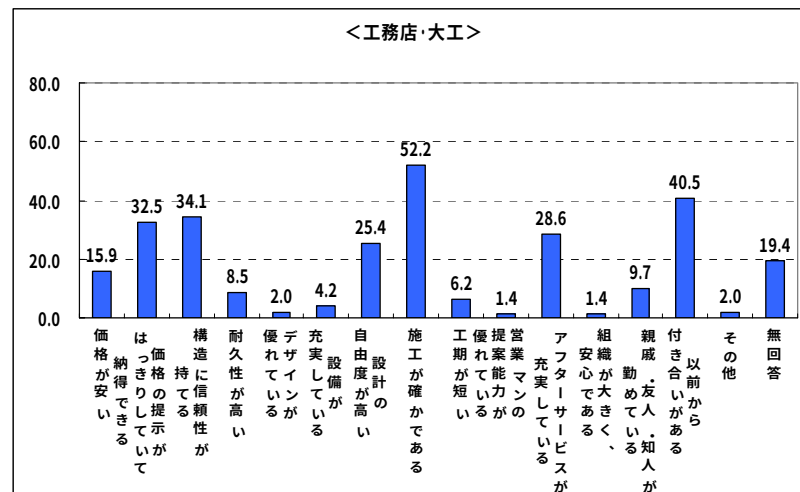
○ 依頼先

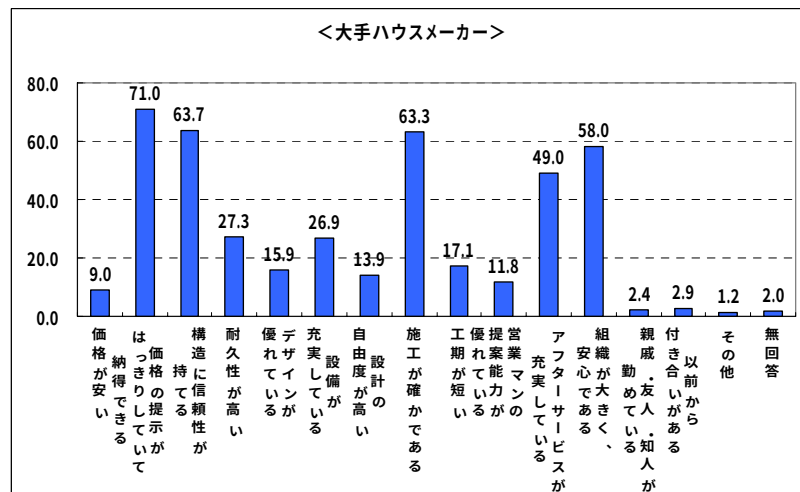
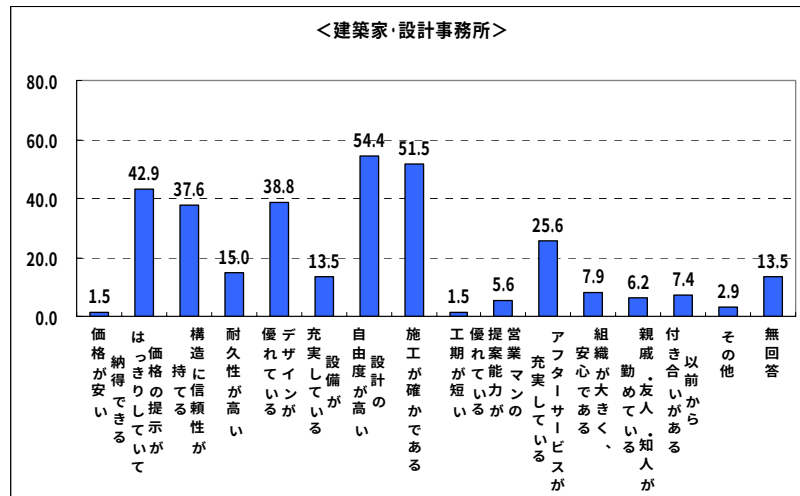
- ・ 住まいの建築を頼みたいところは、「工務店・大工」が 39.5%、「建築家・設計事務所」が 26.8%、「大手ハウスメーカー」が 19.1%である。
- ・ 年齢別では、若い世代が『建築家・設計事務所』、高齢者が『工務店・大工』、その中間の世代は『大手ハウスメーカー』を志向している。

			3・望 る建築依頼先					
			件数	大手ハウスメーカー	工務店・大工さん	建築家・設計事務所	その他	無回答
問 2 3 ・ 2 ・ 世帯主の年齢	全体	回答数(件)	1,282	245	506	344	30	164
		回答率(%)	100.0	19.1	39.5	26.8	2.3	12.8
	20歳代	回答数(件)	27	5	13	1	1	1
		回答率(%)	100.0	18.5	25.9	48.1	3.7	3.7
	30歳代	回答数(件)	117	40	22	42	7	7
		回答率(%)	100.0	34.2	18.8	35.9	6.0	6.0
	40歳代	回答数(件)	165	48	55	49	5	9
		回答率(%)	100.0	29.1	33.3	29.7	3.0	5.5
	50歳代	回答数(件)	275	52	97	93	9	26
		回答率(%)	100.0	18.9	35.3	33.8	3.3	9.5
	60歳代	回答数(件)	274	33	125	82	5	31
		回答率(%)	100.0	12.0	45.6	29.9	1.8	11.3
	70歳以上	回答数(件)	392	63	186	59	3	82
		回答率(%)	100.0	16.1	47.4	15.1	0.8	20.9
	無回答	回答数(件)	32	4	14	6	0	8
		回答率(%)	100.0	12.5	43.8	18.8	0.0	25.0

○ 依頼理由

- ・ 40%以上の回答があったものは、
工務店・大工では、
施工が確か
以前からつきあいがある
建築家・設計事務所では、
設計の自由度が高い
施工が確か
価格の表示がはっきりしている
大手ハウスメーカーでは、
価格の提示がはっきりしている
構造に信頼がもてる
施工が確か
組織が大きく安心
アフターサービスがしっかりしている
- ・ なお、設計の自由度が高い、デザインが優れているからは「建築家」、提案能力が優れているからは「大手ハウスメーカー」が多い。





(4) 情報獲得状況と情報ニーズ

① 結果のまとめ

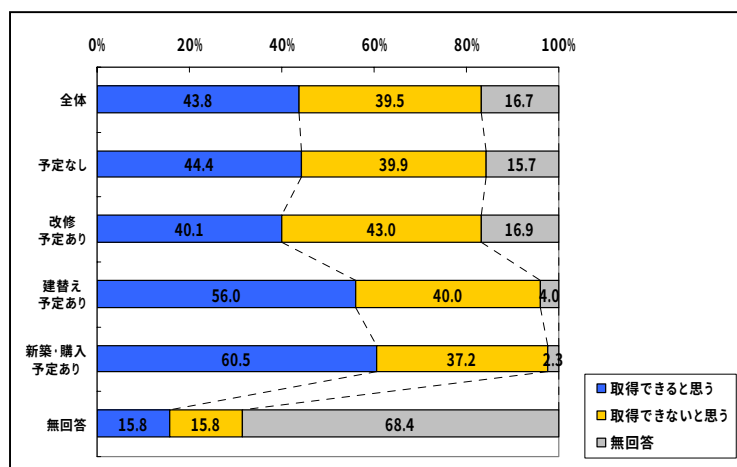
- 住まいに関する情報が得られると思っているのは、半分以下にとどまる。特に、改修に関しては、建替えや新築・購入より少ないと感じている。
- 重視する情報は、『知人・友人などからの情報』『モデルルーム・ショールーム』の2つが多い。

- ・ 住まいに関する有用な情報の取得は、『できると思う』が 43.8%、『できないと思う』が 39.5%である。
- ・ 重視する情報の入手経路は、『知人・友人などからの情報』53.9%、『モデルルーム・ショールーム』47.3%、『チラシ・雑誌等の紙媒体』26.5%が多い。
- ・ 住まいに関する情報でわかりにくい点は、1 位：『住宅の価格がどのように決まるのか、適正なのかが分らない』(49.6%)、2 位：『建築等に関する専門知識がとても難しい』(45.2%)、3 位：『情報の発信元の事業者が信頼できるかどうか判断できない』(43.9%)である。
- ・ 公的機関から最も欲しい情報は、1 位：『最初に相談できる総合相談窓口』(21.4%)、2 位：『業者選びの参考となる情報』(15.7%)、3 位：『京都のまちなかにあう住宅商品・住宅プランの提案』(10.3%)である。

③ 調査の結果

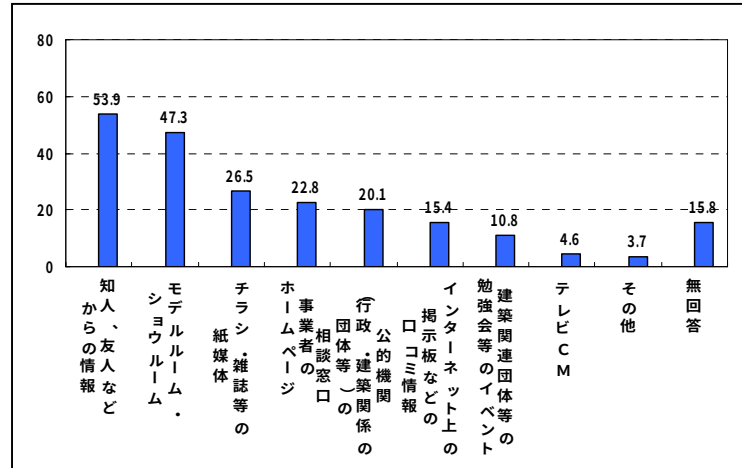
○ 情報量

- ・ 住まいに関する有用な情報の取得は、『できると思う』が 43.8%、『できないと思う』が 39.5%である。
- ・ 新築・購入予定ありでは、『できる』が 60.5%、建替え予定ありでは 56.0%であり、比較的情報取得できるとしている一方で、改修予定ありでは、『できる』が 40.1%、『できない』が 43.0%であり、改修に関する情報取得は難しいと感じている。



○ 重視する情報の入手経路

- 重視する情報の入手経路は、『知人・友人などからの情報』53.9%、『モデルルーム・ショールーム』47.3%、『チラシ・雑誌等の紙媒体』26.5%が多い。
- 改修予定ありでは、『公的機関の相談窓口』も多い（25.4%で3位）。



			問19. 重視する情報の入手経路										
			件数	事業者のホームページ	インターネット上の掲示板などの口コミ情報	テレビCM	チラシ・雑誌等の紙媒体	モデルルーム・ショールーム	建築関連団体等の勉強会等のイベント	知人・友人などからの情報	公的機関（行政・建築関係の団体等）の相談窓口	その他	無回答
問12 替え住まいの予定 改修・建	全体	回答数(件) 回答率(%)	1,282 100.0	292 22.8	197 15.4	59 4.6	340 26.5	606 47.3	139 10.8	691 53.9	258 20.1	48 3.7	202 15.8
	予定なし	回答数(件) 回答率(%)	1,034 100.0	241 23.3	170 16.4	50 4.8	289 27.9	501 48.5	105 10.5	560 54.2	201 19.4	37 3.6	155 15.0
	現在の住まいを改修して住み続ける予定である	回答数(件) 回答率(%)	142 100.0	33 23.2	18 12.7	5 3.5	30 21.1	54 45.1	16 11.3	82 57.7	36 25.4	6 4.2	23 16.2
	現在の敷地に建替えをして住む予定である	回答数(件) 回答率(%)	25 100.0	9 28.0	1 4.0	0 0.0	2 8.0	11 44.0	2 8.0	12 48.0	4 16.0	1 4.0	2 8.0
	現在とは別の敷地に住宅を新築または購入する予定である	回答数(件) 回答率(%)	43 100.0	9 20.9	6 14.0	3 7.0	17 39.5	16 37.2	6 14.0	28 65.1	12 27.9	2 4.7	1 2.3
	無回答	回答数(件) 回答率(%)	38 100.0	2 5.3	2 5.3	1 2.6	2 5.3	14 36.8	6 15.8	9 23.7	5 13.2	2 5.3	21 55.3

○ 住まいの情報でわかりにくい点

- 1 位：『住宅の価格がどのように決まるのか、適正なのかが分からない』（49.6%）、
- 2 位：『建築等に関する専門知識がとても難しい』（45.2%）、3 位：『情報の発信元の事業者が信頼できるかどうか判断できない』（43.9%）である。
- 改修予定あり、建替え予定ありでも同様の傾向である。

			0 住まいに関する情報の満点									
			件数	建築等に関する専門知識がとても難しい	住宅の価格がどのように決まるのか、適正なのかが分からない	税金や住宅ローンなど金融面がとてつらく分かりにくい	情報の発信元の事業者が信頼できるかどうか判断できない	情報がそろって、各社の情報の比較ができない	何が問題かわからない	その他	無回答	
問12 替え、住まいの予定 改修・建	全体	回答数(件) 回答率(%)	1,282 100.0	579 45.2	636 49.6	314 24.5	563 43.9	265 20.7	175 13.7	15 1.2	230 17.9	
	予定なし	回答数(件) 回答率(%)	1,034 100.0	479 46.3	479 46.3	510 49.3	248 24.0	461 44.6	213 20.6	151 14.6	10 1.0	182 17.6
	現在の住まいを改修して住み続ける予定である	回答数(件) 回答率(%)	142 100.0	62 43.7	5 52.8	41 28.9	61 43.0	31 21.8	16 11.3	2 1.4	22 15.5	
	現在の敷地に建替えをして住む予定である	回答数(件) 回答率(%)	25 100.0	10 40.0	18 2.0	6 24.0	8 32.0	8 32.0	1 4.0	1 4.0	1 4.0	
	現在とは別の敷地に住宅を新築または購入する予定である	回答数(件) 回答率(%)	43 100.0	20 46.5	22 51.2	15 34.9	22 51.2	10 23.3	6 14.0	1 2.3	4 9.3	
	無回答	回答数(件) 回答率(%)	38 100.0	8 21.1	11 28.9	4 10.5	11 28.9	3 7.9	1 2.6	1 2.6	21 55.3	

○ 公的機関から最も欲しい情報

- ・ 1 位：『最初に相談できる総合相談窓口』（21.4%）、2 位：『業者選びの参考となる情報』（15.7%）、3 位：『京都のまちなかにあう住宅商品・住宅プランの提案』（10.3%）である。

			問 2 1 . 役に立つ公的機関からの情報（複数回答）										
			件数	京都のま ちなかに あう工夫 をほどこ した住宅 商品、住 宅プラン の提案	住まわれ の地域の 歴史や風 物詩など の地域情 報	地域の自 治連合会 や町内会 などコミ ュニティ 活動の様 子	京都のま ちなかに 特有の住 まい方な ど暮らし 方情報	事業者の 比較の仕 方など業 者選びの 参考とな る情報	規制の分 かりやす い解説な ど敷地の 法的条件 に関する 情報	住宅ロー ンや税制 など住ま いにお金 に関する 情報	相談にの つたり、必要 に応じて 専門家な りを紹介 するなど、住 まい選び に関して 最初に相 談できる 総合相談 窓口	その他	無回答
問 1 2 替え等 の予定 改修・建	全体	回答数(件) 回答率(%)	1,282 100.0	332 25.9	97 .6	209 16.3	198 15.4	573 44.7	463 36.1	441 34.4	637 49.7	13 1.0	241 18.8
	予定なし	回答数(件) 回答率(%)	1,034 100.0	261 25.2	87 8.4	177 17.1	160 15.5	465 45.0	382 36.9	366 35.4	523 50.6	7 0.7	187 18.1
	現在の住まいを改修して住み 続ける予定である	回答数(件) 回答率(%)	142 100.0	46 32.4	5 3.5	16 11.3	26 18.3	67 47.2	46 32.4	43 30.3	69 48.6	3 2.1	26 18.3
	現在の敷地に建替えをして住 む予定である	回答数(件) 回答率(%)	25 100.0	9 36.0	2 8.0	3 12.0	3 12.0	9 36.0	12 48.0	9 36.0	12 48.0	0 0.0	4 16.3
	現在とは別の敷地に住宅を新 築または購入する予定である	回答数(件) 回答率(%)	43 100.0	12 27.9	3 .0	10 23.3	6 14.0	22 51.2	16 37.2	17 39.5	20 46.5	2 4.7	3 .0
	無回答	回答数(件) 回答率(%)	38 100.0	4 10.5	0 0.0	3 9.9	3 9.9	10 26.3	6 18.4	6 15.8	13 34.2	1 2.6	21 55.3

4-4 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。

アンケート調査では、まちなみ形成に向けた高さや形態規制を容認する回答者がおよそ 8 割を占め、建替時の周辺景観への配慮も 7 割の回答者がすべきと回答しており、まちなみ形成への意識の高さがうかがえる結果となっている。建替時に望む外観についても、京町家風、和風を含め、落ち着いたものや周囲と調和したものといった、伝統的なまちなみとなじむ範囲を考えられる選択をした回答者も多い。その一方で、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との指摘もあった。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。研究会においても事業者から、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。

こうしたことから、一部のこだわり派（例えば京町家風の伝統的な住まいや暮らし方に強いこだわりもつ人や、逆に、斬新、奇抜といった京都になじまないものにこだわる人）を除いて、多くの人が、まちなみ形成を少しは意識はしながらも、それ以外の要素も重視し、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。これらの層は、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）が正確に伝われば、その多くの人々がまちなみにあうものを選択するようになる可能性を秘めている。そのため、これらの層への情報発信は非常に重要であり、特に建替や購入を行う人のいかに多くに情報を届けることができるかという点が問われる。

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、デザインの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、これを守ることにもつながると考えられる。

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】

