

第2回「日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会」

意見の概要

開催日時：平成26年8月1日（金）10：00～12：30

（本意見の概要はゲストスピーカー、行政も含む出席者から出た意見を掲載しています）

■意見の概要

○景観と営み・生活の関係性について

- ▶ 静的な物としてあるだけでなく、そこでの営みや生活も含めたものが景観である。文化、ライフスタイルなど景観の背景にあるものを提示しながら、景観形成を進める必要があるのではないか。
- ・人は何かを見られることで意識が働くが、まちも同様に見られるという視点が大事だと思う。そのため、交流人口は大切である。
- ・これまで、農業や漁業などに対して補助金を出しながら現状維持するという方策が進められてきたが、現在は補助金があっても、機能を維持することが難しい状況にある。そのため、新しい機能を入れることで景観を維持していく工夫が必要である。
- ・景観づくりのためには、敷地が持っている履歴等からストーリーを見出す必要があるが、建築家や施主が活用できるよう、「文化的景観」や「歴史文化基本構想」のように、地域のストーリーをデータベースとして蓄積・提示することが大切である。

○景観の保全について

- ▶ これまで数十年単位であった建物の価値観に対し、評価軸を変えることにより価値観が変わり、景観保全につながっていくのではないかと。
- ・少子高齢化に直面する中で、経済学の中で今考えなければいけない視点は、ストックからどれくらいのフローを生み出せるかということを考えていかなければいけない。
- ・景観に対する投資により良好な景観を残し、将来それを使うために投資をするという流れにつながられるとよい。
- ・不動産鑑定と銀行融資などの企業は、本来物に対する価値をつくる商売ではないだろうか。企業の評価軸を変えていくことができれば、景観は変わると思う。

○景観行政における地方自治体と国の役割について

- ▶ 地方自治体の役割が景観法において強調されてきたが、国と地方公共団体がやるべきことを改めて考える必要がある。
- ・国が国民の意識を変える手段は限られているが、方法の一つとして、法律をつくったり、変えたりすることがある。法律をつくったり変えたりする効果は、届出・勧告などができる直接的な効果だけでなく、全国へのPR効果もある。このようなことを踏まえ、景観政策を進めていくことが効果的であると感じた。
- ・今後10年の景観行政として、地域が景観を考える上で根底となるストーリーや根拠を探す方

法を、法律ではない方法で国が示していく必要があるのではないかな。

- ・景観形成を進める上では、人を惹きつけ住民や外部の人を納得させるストーリーが必要である。このストーリーは、景観に魅力を付け加えたり、裏付けたりするものとして重要である。
- ・これからの景観づくりは、従来のガイドラインのようなものではなく、都市分析の結果などの敷地の意味を拾い上げたデータベースをカルテとして蓄積し、それを建築家や施主が使いこなし、他人と相談できるような仕組みを整えていく方法が有効ではないか。
- ・文化庁の文化財保護のノウハウは非常に幅が広く、物や景観の価値を見出す技術的な蓄積は多くあるので、これを上手く使いこなしてほしい。また、景観形成を進める上では、国土交通省や文化庁等にもっとコラボレーションしてもらう必要がある。可能性を検討してほしい。

○土木事業における景観の視点について

- 土木事業において、安全面は大切な視点であるが、平常時の景観に大きな影響を持っている。技術者の拠り所となる基準や技術者への教育が必要ではないか。
- ・土木の業界では、国土や人命を守る等の思いを持って仕事をしているが、景観の観点でも関わってもらえるべく、技術者教育も必要ではないか。
- ・海外では、公共工事の際は周辺の環境に対して影響を少なくするということが、技術者の腕試しになるが、日本では、立派なものをつくるのが技術とされており、規制や人の感覚も含め、抜本的な意識と技術の改革が行われてないと難しい。

○明示されていない地域のルールについて

- ルールは行政が提示しているものだけでなく、地域のルールもあり、この場合は明示されていないことが多い。明示されていないルールの整理が必要である。
- ・日本では、明示されていないことはルールではない、という認識の傾向がある。景観法もその前提に立っていると感じるが、何も決まっていないことはノールールではなく、何かあるはずである。この辺りは日本ではうまく整理できていないのではないかな。
- ・景観法の事前手続きは、自治体によっては任意で行っているが、これはあくまでも行政指導の範囲であり、半法治主義的な部分がある。

■その他事項

○観光について

- ・観光の面から見ると、景観をつくるだけでなく、景観以外の魅力づくりと情報の発信の仕方などが大切である。
- ・日本では、短時間観光が多いが、短時間観光からステイする観光への移行など、観光のあり方を変えていく必要があると思う。

○屋外広告物等について

- ・日本らしい景観づくりを考える上で屋外広告物は大切であるが、屋外広告物法は別の枠組み

として取り組みにくいネガティブな要素であり、これを変えることは課題である。

- ・商業看板だけでなく、公共的な看板も設置場所や設置数に課題がある。
- ・不要なものや老朽化したもの、撤去されて工作物となったものへの対応も必要である。
- ・携帯のアンテナは会社それぞれが立てており、これも景観上の課題である。

○その他

- ・公共工事は、地域への経済効果が大きく、公共工事そのものが悪いわけではない。公共工事の内容が問題であり、従来のような道路や護岸工事などを進めるのだけでなく、将来的な投資を考える必要がある。
- ・景観法は、地域の主権や判断力を信じてつくった法律で、国が日本の景観をこうすべきという押しつけがましく何かを指し示す法律ではない。一方で、地方が悩んでいることに対して、国はアドバイスや方針を定めていないという指摘があり、この辺りを検証する必要がある。
- ・景観法を上手く使いこなせていない自治体が相対的に多いように感じるが、景観法の趣旨を踏まえ、この次の議論は国が何かを指し示す方向にならないように注意する必要がある。
- ・景観形成を議論する際は、会議室ではなく現場で議論することが重要である。
- ・今後、縮小する社会の中で、集落や町や都市は淘汰されていく状況にあり、住む人にとっての魅力、訪れる人にとっての魅力などを創り出すことが大切である。
- ・近代化の中で日本は、建物を機能とスピードを重視したビルディング別の分野が生まれたが、まちをつくる建築のデザイン、空間をつくるデザインを作りえなかった部分は課題である。

以上