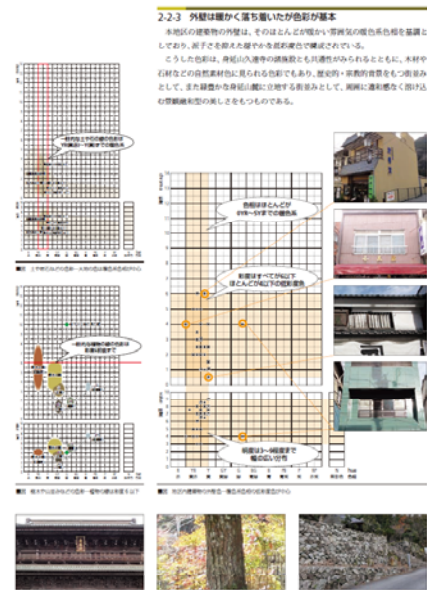


景観アドバイザー制度の成果 事例① 「身延山門内商店街」

- 身延山門内商店街の景観に魅力が感じられないことから、平成21年4月から地域住民、町、県の3者で景観整備の勉強会を開始。(計5回)
- 住民勉強会1回を含め、景観アドバイザーを7回派遣。
- 当地域の景観づくりへの動きが発端で、今年度から身延町は景観計画に着手することとなった。
- 中部横断自動車道の全線開通を見据えた具体的な取組みとして、景観形成モデル事業の着手に向け、現在、修景計画を検討中。(今後も景観アドバイザーの派遣が不可欠)



【H23.5.17 住民勉強会の実施状況】

3-1-2 くどい印象のある過剰な広告物やサイン

本地区の街並みは、D(道路幅員)・H(建物高さ)が1:1のスケール感で構成されており、歩行者の目線にあわせた親しみやすい参道景観が形成されている。また、店先にはセットバックによる空間が設けられており、多くの店舗ではこうした空間を利用した店舗演出が採り入れられている。

一方、通りには参拝客の目を誘う過剰な広告物が設置されており、これらの中には派手な色使いのものや季節感を減失させるものも多い。また、公共サインや観光案内などのサイン類が多く見られ、文字情報の羅列によって眼前の美しい景観を陳腐化しているものも見られる。

今後の景観形成にあたっては、歩くスケールにあわせて過剰な広告物やサインを整理し、来訪者が落ち着いて散策し、身延山の歴史や自然を直接肌で感じ取ることができる穏やかな情報環境を整えることが大切である。



【色彩の整理・分析と問題点の整理結果】



【住民勉強会で提案された修景の方向性や具体例】