

地域景観
リーダー
のための
初級本

○はじめに

地域景観リーダーは、行政と地域住民を繋ぎ、手を取り合って地域を良くする活動に取り組み、「景観まちづくり」を広く普及する人材である。

本書は、地域景観リーダーの活動の助力になること及びこれから景観行政やまちづくり活動を始めようという人向けの初級本になることを、目指して、制作した。

○目次

ポリシー編

第1章 「景観は好み」発言に、ちょっと！

第2章 景観法では、すべてを防げない！

第3章 やってみよう、景観まちづくり！

テクニック編

第4章 景観配慮のポイント

第5章 色の使い方のヒント

事例編

先進地の事例

－ 言葉の定義 －

景観

- ・視覚による認識
- ・工学的
- 【良し、悪しあり】
- ・客観的なものの見方

眺め

眺めること
眺望

光景

目の前の場面
のありさま

風景

- ・視覚以外でも認識
- ・芸術的、文学的
- 【教養が必要】
- ・主観的なものの見方

景色

自然界の眺め
気色

情景

心の場面の
ありさま

第1章 「景観は好み」発言に、ちょっと！

景観が人に与える影響は大きい。「あの眺めは感動した」、「この景色はずっと記憶に残ってる」など誰でもこのような体験があるはずだ。

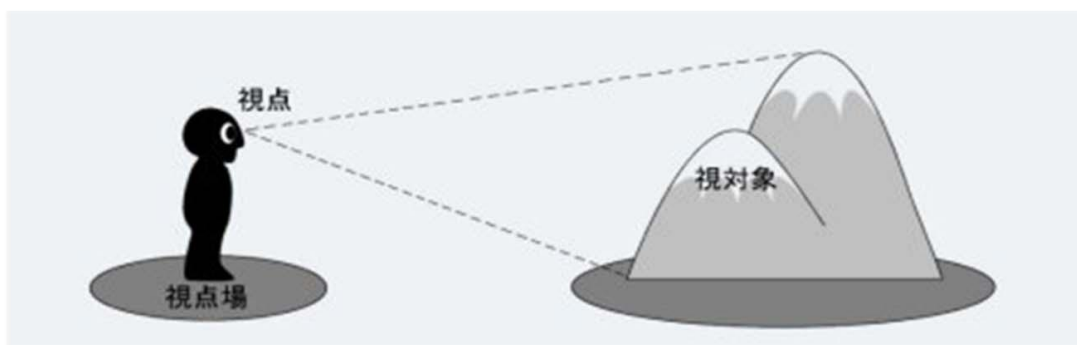
しかし、自分はイマイチだなと思っても、他の人が良いと思うことがある。この体験が「景観は好み」

「景観は主観」を生む原因になっていないだろうか。景観には、誰もが共通する良い景観が存在し、決して好みだけではないことを理解していただきたい。

この章では、景観の仕組みを説明しよう。

○景観の定義

「景」: 眺められる対象



篠原修(1982)

「観」: 眺める人の感覚

景観 = 「景」 + 「観」

視対象・・・人が見たいもの

視 点・・・人の目の位置

視点場・・・人間が立つ・いる場所

景観とは、

「人の目（観）に映るもの（景）すべて」

である。

○なぜ、景観が大切なの？

人は、常に自分以外の外の世界を認知（外界認知）して生きている生物である。

例えば、

「この橋はヒビが入って、危なそうだ・・・」

「この鍋触ったら熱そうだな・・・」

人の外界認知の殆どが「五感」によって行われ、その**80%以上が視覚**により行われている。人の評価の基準のなかで、景観が占める役割は大きい。

○人はなぜ外界認知をする？

人は、能力限界をもった生物である。危険なもの、自分の身に優しくないものを周辺の状況から正しく判断できないと命を落とす可能性がある。

そのため、人は**無意識に生きるのに「都合の良いもの」「都合の悪いもの」を見つけ、自分が置かれている状況を把握**しようとする。

これは、人である限り共通しており、それゆえ、人は違和感のあるもの、偽物をすぐに見抜く力がずば抜けて高いのである。

○人の目のメカニズム

人の視角（視野）は、水平方向で120度、垂直方向で60度程度と言われている。ただし、「視角に入る」と「見る」は別の話である。

人が注意していっぺんに見える角度は、1～2度と言われている。**人は見たいものを選んで見る生物**なのである。

例えば、本を読むとき、今読んでいる文字は「見えている」が、二行隣の文字や端にある図などは「視角に入って」いるが、「見えてはいない」のである。

○人が見たいものとは？

人によって傾向（好み）は異なるが、外界認知をする際に人にとって、共通する都合が良い「見たいもの」は以下のとおり。

(1) その場所を構成する環境・もの

⇒今、自分がどこに存在しているのか判断するために必要な情報（地形、まちなみ等）、その場所にしかない特別なもの



富士山、金鳥居、町並み
（富士吉田市）



地形、山並み
（韮崎市）

(2) 自分に都合の良いもの

⇒その場所にいたくなる、おもてなしされていると感じるもの（ベンチ、解放されたお店）



歩道が真ん中
（スペイン バルセロナ）



歩道に開かれたお店
（フランス パリ）

(3)見る人の好み

⇒道路の仕事をしている人は道路を、下水の仕事ならマンホールを見るなど、多岐に渡る。
統一を図ることは難しいが、(1)(2)に比べ万人の「見たいもの」ではないため、目立たせないことが大切



看板、道路、八ヶ岳



建物、看板、祭りの様子

見る人の好みは人それぞれで指定できないが、客観的に大多数の人が見たいものの優先順位をつけることはできる。左と右の写真では、どちらが見やすい？

○逆に人が見たくないものとは？

(1)その場所に似つかわしくないもの

⇒その場所を構成する環境において、不自然なもの（歴史、文化、色、素材 等）

(2)自分に都合の悪いもの

⇒その場所にいたいと思わない、おもてなしを感じないもの
（身の危険のあるもの、閉じた店）

(3)見る人の好みではないもの

⇒不要な情報や興味のないものを押し付けられることに人は特に嫌悪観を抱く

○人に共通する良い景観・悪い景観の一例

良い景観

- (1)見たいものが、邪魔されずに見える
- (2)見たくないものが、見えない

悪い景観

- (1)見たいものが、邪魔されて見えない
- (2)見たくないものが、よく見えてしまう



○自然が1番良い景観じゃないの？

人の手が入っていない自然が一番の景観だ、という人もいるだろう。確かに一理ある。自然が人を豊かにすることは間違いない。しかし、人の手が入らない自然の中で人は生活できるだろうか。安心できる？

人と自然、お互いが上手に付き合う形を景観を通して見つける必要がある。実は、**人は人の手が入っている景観を良いと感じ易い傾向**がある。右図の2枚の写真どちらが良い？



○景観の価値とは？

戦後、「経済成長」や「資本主義思考」に伴う農地・空地での開発は、日本らしい景観を排除してきた。その危機から、国は平成16年に景観法を策定した。

これまで景観は、内面的価値、社会的価値の色が強く、お金にならないと言われて来た。しかし、実際のところ、景観は金銭的価値を創出している。例えば、ホテルやレストランの窓から富士山が見えるか見えないかで料金は全く違うだろう。

人は、良い景観、悪い景観を瞬時に評価する。当然のことながら悪い景観を持つ地域に観光客は訪れず、住民の愛着は薄くなる。観光客の来訪や地域住民の誇りの醸成が「地域の景観」により左右されている可能性を理解しなければ、地域の衰退は避けられない。

○だから、良い景観がいる！

人は自分の目を通して、景観を評価している。その場所が良いところか、悪いところかは、一目瞭然だ。

周りの景観を見てほしい。その地域住人が何を大切にしている、何を疎かにしているかがわかる。**景観は、その地域に住む人の心を写す鏡**である。結局のところ、**景観とは、「人」が重要**なのである。人がイキイキしていれば、その地域は間違いなく良い景観である。

なぜ、良い景観が必要なのだろうか？良い景観は、生活的にも、心理的にも、経済的にも、人を豊かにする。**人が良い景観を生み、また、良い景観が人を豊かにする。**循環しているのである。

良い景観をつくり、人をつくるサイクル活動を「景観まちづくり」という。そのためには、住民、行政が協力して、取り組む必要がある。景観まちづくりについては、第3章を参照いただきたい。

第2章 景観法では、すべてを防げない！

景観と言えば、景観法や景観条例が頭に思い浮かぶ人も多いだろう。なんとなくしか知らないけど、景観法があって、市町村が景観条例を定めれば、景観を阻害するものは建たなくなる、なんて思っていないだろうか。実は、そんな美味しい話はないのである。景観法にもできないことがある。法にできないことを正しく理解すれば、地域住民と行政が同じ方向に進むことができる。この章では、景観法について説明する。

○景観法って、そもそもなんだい？

平成16年に国が策定した法律。

法文の目的を要約すると「日本の都市や農村等の景観はとても素晴らしいので、地域の生活を豊かにするために、みんなで守り、つくりましょう」という感じ。

また、景観法では、景観は市町村によって多種多様であり、**市町村がそれぞれの地域に適した景観条例・景観計画を定めることを推奨**している。

○景観条例・景観計画にできること

市町村は、景観条例・景観計画を定めることで、指定した地域内において、景観の規制ができる。

【規制の例】

「高さは、15m以下にする」

「色彩は、彩度4以下とし、周囲に調和すること」

これはかなり厳しくしている方である。殆どの市町村では、「できるだけ～」「～配慮すること」という基準が殆どとなっている。

景観法では、**著しく悪い景観を排除することはできるが、過度な規制はできない。**

○景観条例・景観計画にできないこと

- ①「このエリアには設置してはいけない」など明らかに設置を妨げるような**厳しい規制はできない**。このため、努力義務のような「できるだけ〜」という基準が多くなっているのが現状である。ただし、根拠を詰めていけば、前ページの【規制の例】のような規制も可能である。
- ②行政は、規制に不適合な届出が提出された場合でも、基本的に届出を受付けなければならない。この場合、行政は、この届出者に対して、指導、勧告、命令※などを行うことになるが、届出者が行政を無視し、強行すれば、設置できてしまう。法律の力でも、設置を防ぐことができないのである。

※命令は、形態意匠の事項にしかできない。

○なぜ、できないの？

個人の土地、いわば財産に対して、「してはいけない」という制限をする行為は、**日本国憲法違反（財産権の侵害）**となる。そのため、景観法であっても、財産を制限するような規制はできない。

○厳しい規制をしている市町村もあるけど？

市町村の条例によっては、エリアを指定し、その中への設置を禁止している場合がある。これは当然、法的根拠がない。市町村の意思において、**裁判で負けることを覚悟のうえで定めている**。全ての市町村がそうであれば良いと思うかもしれないが、考えてほしい。もし、市町村が敗訴したとき、事業者を支払われる賠償金は、住民の税金から支払われるのである。市町村としては難しい判断なのである。

○景観に悪いものを建たせないには？

行政職員だけでなく、地域住民も問題意識を持つことが必要である。**空いた土地を無暗に「売らない」、「貸さない」**。事業者が何を建てるのか、ちゃんと理解し、目先の利益でなく、未来の子供たちのために何を残したいかを考えることが大切である。

地域の住民同士で日頃からコミュニケーションを取り、地域に悪いものが建たないかどうか、**情報と問題意識を共有**しておくことが重要である。

一方、行政職員は、規制の適否を見るだけでなく、地域の景観がより良くなるように**事業者を導くことを心がける**べきである。また、事業者に対して、地域住民の同意を図るよう促すことを忘れてはいけない。

○良い景観をつくるには？

規制では、良い景観は生まれにくい。実際のところ、**ネガティブチェック（マイナスの景観をゼロ）**しかできないのだ。プラスの良い景観を生むために、行政は規制以外についても取り組まなければならない。

必要なのは以下の2点である。

①「**景観まちづくり**」

地域の景観は住民が創り出すものである。行政は、地域住民と協力し、良い景観をつくり、地域の活性化を図る必要がある。

②「**景観教育**」

住民だけでなく行政でさえ、景観への理解は薄い。実は、工作物を整備する設計業者や施工業者でさえ、ちゃんと景観を理解している人は少ない。子供からお年寄りまで、行政職員も含めて景観的見地をしっかりと持つことが、1番の景観形成である。

第3章 やってみよう、景観まちづくり！

まちづくりと聞くと、都市計画や建物の外見を整えることだと思っている人が多い。そもそも、まちづくりは、形をつくることではない。地域住民が主役となり、自分の地域を行政と一緒にあって、より良くする活動を「まちづくり」というのである。この章では、「まちづくり」について説明する。

○まちづくりと都市計画の役割って、そもそも

まちづくり

⇒住民が地域を最高レベルにもっていく行為

住民が主体
行政が補助

都市計画

⇒行政が地域の最低レベルを保証するための行為

行政が主体
住民の参加

都市計画は非常に重要だが、都市計画をいくら頑張っても人を豊かにする地域にはならない。豊かな生活環境をつくるのは「まちづくり」なのである。

○まちづくりは地域によって違う

まちづくりに決まった型はない。地域を取巻く環境や人によってやり方は無限大である。しかし、他の地域のまちづくりをそのまま自分の地域に持って来ても、うまくいかない。地域ごとに手探りで、自分の地域だけのまちづくりを見つけていくのだ。

ただし、共通している部分もある。それは、「**地域への愛着と誇り**」を持つこと。「**公民が互いに協力し合うコミュニティ**」を再生・構築することである。

○まちづくりは、行政と住民が協働する

まちづくりは、地域住民の取組みが非常に大切であると同時に行政職員の役割も非常に重要である。

行政には行政の取組みがあり、地域住民には地域住民の取組みがある。お互いに協力できること、できないことを理解した上で、両者が繋がり、それぞれの取組みを達成することを「**協働**」という。

まちづくりには、この両者を繋げ、協力活動をコーディネートする人材が必要であり、その役割こそ、地域景観リーダーに担っていただきたい。

○行政職員のあるべき姿

行政職員の業務の根幹にある理念は、「地域・住民生活をより良くすること」である。この理念のうえで、日々の業務があることを忘れてはいけない。

住民たちが取組むまちづくりに対して、「やってあげている」、「余計な仕事だ」と思ってはいけない。できる範囲で助力し、一緒に汗をかく。**行政職員の1つの選択・行動が、地域住民100人分の価値**があることを十分に理解しよう。住民からの協力依頼があれば、できる限り協力しよう。

○地域住民のあるべき姿

地域住民は、地域のお客様ではない。**自分たちの住む地域は、自分たちで良くする意識**を持つ。

「行政はなにもしない」、「やる気がない」ということもあるだろう。そういう人は職員でなくても必ずいる。やる気のある職員を見つけたら、そのタイミングでとことん連携しよう。注意点は、職員に負担をかけすぎないこと。職員に花を持たせてあげること。職員から協力依頼があれば、できる限り協力しよう。

○行政と住民、一緒にやってみよう！

一緒に活動すると良いことづくし！地域住民にとっては、活動が行政に認知され、市町村の補助対象となる可能性が高くなる。行政からお墨付き？みたいな立場となり、活動がしやすくなる。

行政職員にとっては、地域がより良くなることは間違いないので、住民と一緒にやる価値は大きい。

○ところで、景観まちづくりって？

景観まちづくりとは、良い景観をつくり・守ることを念頭にしたまちづくりである。観光まちづくり、防災まちづくりなど、様々なまちづくりがあるが、景観は、誰でも意見でき、ポジティブな話ができるところが優れている。

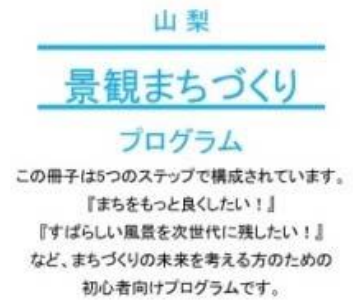
○景観まちづくりのきっかけって例えばどうやる？

後世に受け継ぐ地域の景観は、どうあったら良いか、考えてみよう。それを達成するには、今の景観のどこを残す？どこを排除？なにをつくる？**豊かな生活を想像し、想像したことを地域の人と共有する。**

地域について考える場などを計画してみよう。例えば、行政職員であれば、公共工事を行う前に周辺住民の意見を聞く機会などを設定してみる。地域住民であれば、区会などで地域の景観の話をしてみよう。地域の景観について、考えてみる場が始まりのきっかけになることは多い。そして、自分達にできることをやってみることが大切だ。まちづくりに失敗はない。なぜなら、成功するまで続けられるからである。「**楽しく**」「**継続**」「**小さな成果を重ねる**」これが、成功するまちづくりの秘訣である。

○景観まちづくりの進め方

山梨県では、景観まちづくりの進め方の参考とするため、プログラムを策定しました。これから景観まちづくりをしようという人は是非参考にしてみてください。山梨県のホームページからダウンロードできます。



山梨県 景観まちづくりプログラム

検索

○なんのためのまちづくりか？

まちづくりをする**目的が何かを定めよう**。目的によってまちづくりの手法も異なる。例えば、そこにお金が発生するかどうかである。

①ボランティアベースで取組む。お金にとらわれず、善意によるおもてなしができるが、時間に余裕のある定年後の人など特定の人しか参加できない。生涯学習的な部分が大きく、やりがいを感じ、自由度が高い。自分達も楽しみながらできる。

②活動に対して、お金をもらう仕組みで取組む。お金が発生することにより、高いサービスが求められる。内容によってはNPO、株式会社として、地域に雇用が生まれ、若者の参加も可能。収益を求める場合があるため、必ずしも自由度が高いとは言えず、責任が課される。

どちらの手法が正しいということはない。目的を定め、それに沿ったそれぞれの地域に合ったやり方を導き出すのである。

第4章 景観配慮のポイント

道路などの構造物や建築物の建設、屋外広告物の設置など人は生活のために人工物をつくる必要がある。これらを地域の景観に配慮するにはどうしたら良いだろうか。景観に詳しくなると意見を求められることもあるはず。そういった地域景観リーダーのために景観配慮のテクニックをまとめたい。ただし、「これだけしておけば良い」という安易な考えは持たないことに注意されたい。

○景観とは関係性のことである

景観とは、**人の目（観）に映るもの（景）すべて**であり、「良い景観」「悪い景観」に評価できると第1章で説明したところであるが、実は景観とは、「**関係性**」によって評価されていることに気付く。

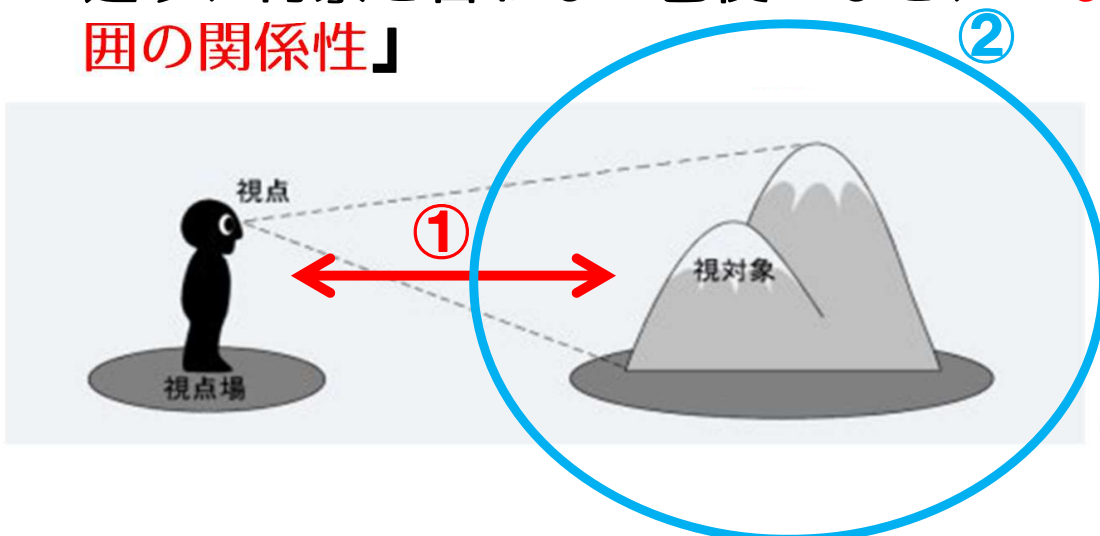
正確に言うと、2つの関係性によって人は景観を評価しており、それぞれに配慮する必要がある。

①見る人と見たいものの関係性

⇒人と見たいものの距離、間に邪魔が入っていないなど、「**人とももの関係性**」

②見たいものとその周囲（背景含む）の関係性

⇒見たいものと周囲の建物の様式が違う、素材が違う、背景と合わない色使いなど、「**ものと周囲の関係性**」



○①の関係における景観配慮の一例

・ 見たいものが見えるようにする

見たいものを邪魔しないことを心がける。見たいものは、人により異なる可能性がある。また、「見たいもの」に優先順位があることを理解する。

客観的に考え、優先順位の高いものは、人から見えるように配慮する。

・ 見たいものがちょうど良い大きさで見える

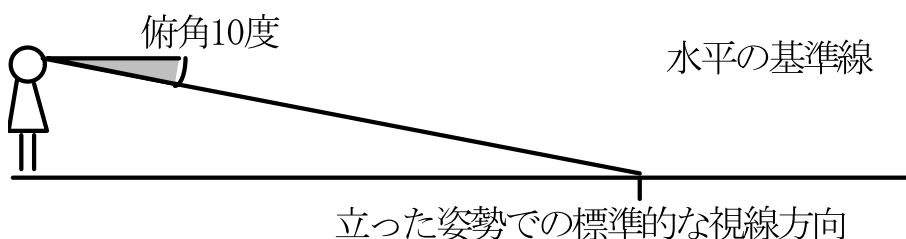
人には、見たいものが気持ちよく見える大きさがある。見たいものが大きくても、小さくても不快に感じる。見たいものが、人間の視野のうち、10~15度に納まる大きさが気持ちが良い。

・ 見る場所は人のために整備

見る場所（視点場）は、非常に大切だ。人が見るためには、必ず見る場所があり、**場所の良し悪しで景観の良し悪しが決まってしまうこともある。**

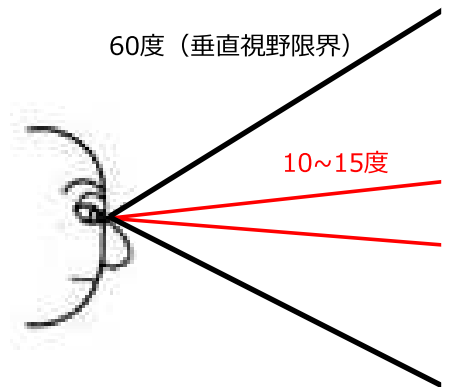
見る場所は、丁寧につくり、極力立ち上がりを設けないようにする。

また、人の目は構造的に約10度ほどを下を向いているため、見る場所がつま先下り、俯瞰する景観は気持ちが良い。



here

there



○②の関係における景観配慮の一例

・ 人工物を設置する地域を確認

地域の自然環境、地形・町並みの環境、歴史、文化を理解する。**その地域にしかないものが主役**であるため、人工物は脇役に徹することが求められる。都市部においては、沿道の建物と道が景観上大きな役割を担う。



・ 背景に対する違和感の確認

人工物がどこから人に見られるかを検討し、そこからの見えと背景を理解する。**山梨の場合、多くの背景は、山や空、盆地となり、これが地域の主役**となることが殆どである。



これについて、配慮を考えたときに人工物の高さは低く、色はあまり目を引かないものとすることが求められる。



・ 周囲の人工物に対する違和感の確認

人工物の設置には、**周囲の人工物との調和が不可欠**である。その地域に根付いた建物様式や素材や色など細かに観察し、理解することが求められる。



ただし、状況によっては、地域を牽引する人工物を設置する可能性もある。そういった場合においても、できる限り周囲への理解を示す。



→他にも色々な景観配慮があるので考えてみよう！

○景観配慮の思考回路(例1)

景観に配慮するときは、地域や背景を読み解き、自分の好みだけではなく、客観的に色々な価値観で考えることが大切である。

以下の写真を見ていただきたい。



忍野村にあるお店である。閑静な観光地に青や赤大きな看板が目立つお店であった。このお店の背景には富士山が見え、周囲の建物は木造で落ち着きがある。

このお店を取り巻く環境を整理しよう。

人(視点)は、「店主」、「店利用者」、「その他大勢」に分けられる。それぞれの『見たいもの』はなにか。第1章を参考に以下のように整理できる。

(1)その場所を構成する環境・もの

・「その他大勢」⇒富士山、周囲の木造の建物

(3)見る人の好み

・店主、店利用者⇒お店や看板

それでは、上記『見たいもの』の優先順位はどうか。

「その他大勢」にとって、お店は「見たくないもの」となる可能性があり、お店の優先順位は決して高くないだろう。自ずと富士山、木造の建物が「見たいもの」とならないだろうか。

こういう環境の場合、お店は景観配慮すべきである。そもそも実は、**お店などは目立たせるよりも景観配慮させた方が得策なことが多い**。下図を見て欲しい。景観に配慮させた結果、清潔感が生まれ、高品質な印象になっている。大切なのは、「**目立つ店**」と「**商品を買いたい店**」は違うということである。景観に配慮した方がお店の価値が高くなる可能性があることを理解しよう。



人工物が、見たくないものである可能性が高いのであれば、高さを抑える、色を抑える、もしくは設置しないなど配慮の仕方が見えてくる。この思考が重要であり、**人と地域の環境、背景を総合的に観察し、関係性について最適な解を導き出す**。これが景観整備である。

○景観配慮の思考回路(例2)

景観に配慮するのは、色の話だけではない。地域や背景を読み解いた結果、工事の設計・施工法が良い景観を生み出すのである。その事例を紹介する。

以下の写真を見ていただきたい。



富士河口湖町精進湖にある道路である。この場所からは、精進湖と富士山（子抱き富士）が眺望できる優れた視点である。現状として、道路脇には花が植えられ、柵も配慮されている。決して悪い景観ではないが、ここは道路であると同時に眺望ポイントでもある。**第4章「人とももの関係性」**を参考にしてどうだろうか。この道路には、人が安心して精進湖、富士山が見える環境が整っているか。「人とももの関係性における景観配慮」を整理してみよう。

・見る場所は人のために整備

- ・視点場⇒人が安心して見る場所
立ち上がりを無くす

この場所に歩道を設ける工事が行われることとなった。湖側に歩道を広げれば、擁壁や転落防護柵が必要となる。道路と視点場の両用途を考慮した景観検討を行い、次のとおり施工した。

- ・ 斜面を盛り土し勾配を緩やかにした。
- ・ 緩やかにしたことで植栽帯で転落防止をカバー。
- ・ 歩道を通常よりも広く設けた。

これらの景観配慮により、この道路は、優秀な視点場へと生まれ変わっている。



右写真にもあるとおり、歩道は写真を撮る際に、ものや人を画角内に入れて撮影できる歩道幅に設計されている。

この場の景観が良くなることで、この地域の価値が大幅に上がったといえる例である。



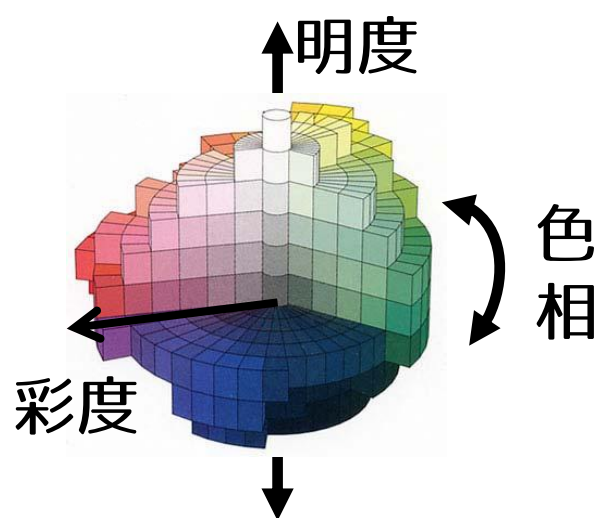
第5章 色の使い方のヒント

景観に関する仕事をしていると「ガードレールやコンビニを茶色に塗る仕事でしょ」と言われる。これは大きな間違いである。色は景観を評価する際の重要な要素であることは間違いないが、茶色＝正義ではない。

そもそも景観に配慮した色とはなにか、色の仕組みについてここでは説明する。

○色の3属性

- 色相 (しきそう)
- 明度 (めいど)
- 彩度 (さいど)



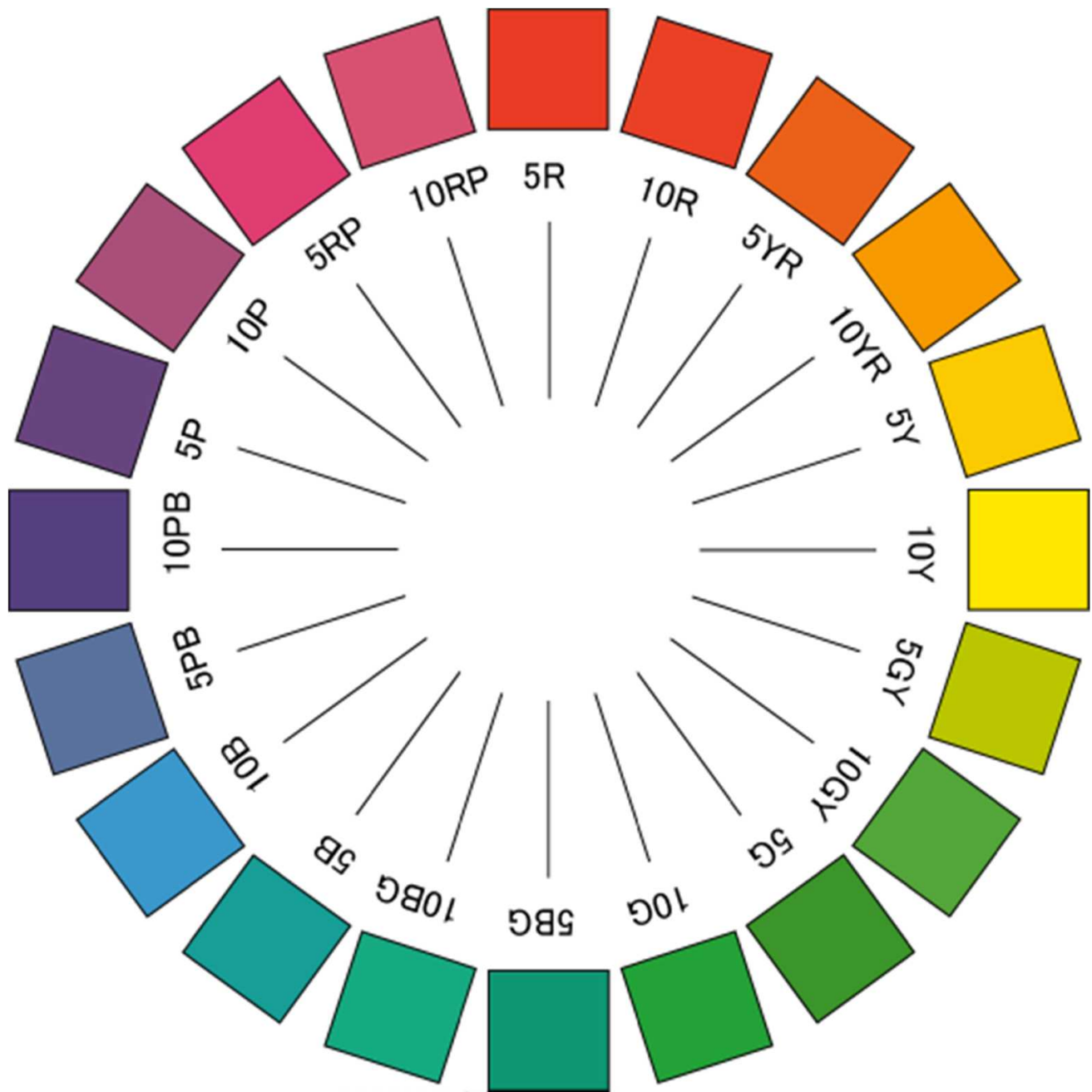
色は、この3つの属性で構成されている。このことから、色は上図のように3次元の色立体で昔から表現されてきた。

○マンセル表色系

この3属性を、誰でも平等に理解するために、5つのアルファベットと数字を用いて表現するマンセル表色系という手法がある。この手法により、色が値（マンセル値）で表され、定規で測るように色ごとの距離感が理解できるのである。

それでは、マンセル値を用いて、色の3属性について説明する。

○色相とは「色のジャンル」みたいなこと



色相は、色のジャンル分けみたいなイメージだ。赤系の色、青系の色、黄系の色みたいに色をジャンル分けしている。

ジャンルは、大きく分けて5つだ。Red 赤、Yellow 黄、Green 緑、Blue 青、Purple 紫に部類され、更に詳細に分けると、1~10の数字、中間色には、YR 黄赤、GY 緑黄、BG 青緑、PB 紫青、RP 赤紫などアルファベットの頭文字を繋ぎ合わせて表す。

数字は、5が中心色となっており、5Rは真っ赤、2.5Rは紫っぽい赤、10Rは黄っぽい赤である。

○自然界の色の仕組み

地球上、自然界にはたくさんの色がある。四季折々、朝昼晩と毎日の時間と共に色は常に動いている。その中で、自然界では「地（背景）となる色」と「図（見たいもの）になる色」の2つに大きく分かれている。

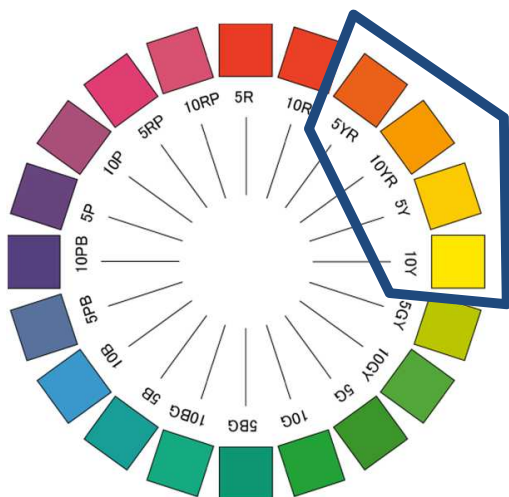
・自然界の地の色(基調色)

⇒不動の大面積を持ち、季節や時間の推移に影響を受けにくい色

土や砂、石や木の幹など



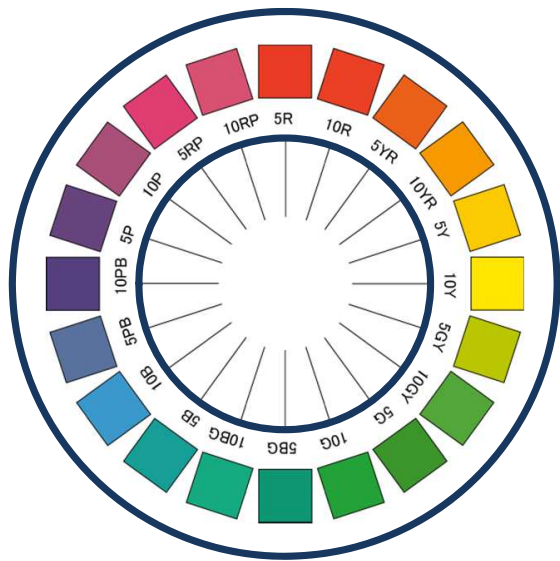
右図では土や石が、半分水に濡れている。水に濡れると明度は2程度下がり、彩度が少し高くなる。



自然界の基調色のほとんどが、色相YR~Yの中に収まっている。また、明度であれば4~6程度、彩度であれば3以下が大半である。コンビニや看板が茶色に塗られている理由はここにある。茶色であれば良いということではなく、自然界の基調色に近づけることが重要なのである。

・自然界の図の色

⇒命ある小さなものが持つ色。命、時間に限りがあり、長く地上に留まることはない。
草花や虫、小動物など



自然界の図の色は、様々な色相を持つ。そして、どれも色が鮮やかであり、目をひくが、必ず時間に限りがあり、移ろい、亡くなる。

また、鮮やかな色ほど面積が小さく、地表近くに集まる傾向がある。

○空や水面の色はどうなの？

空や水面の色は、物体が持つ色の見え方と認識の構造が違う。空や水面は、時間によって赤や青、紫など様々な色に移ろう。それでいて、自然界の中では、大面積を持っているが、自然界の基調色ではない。

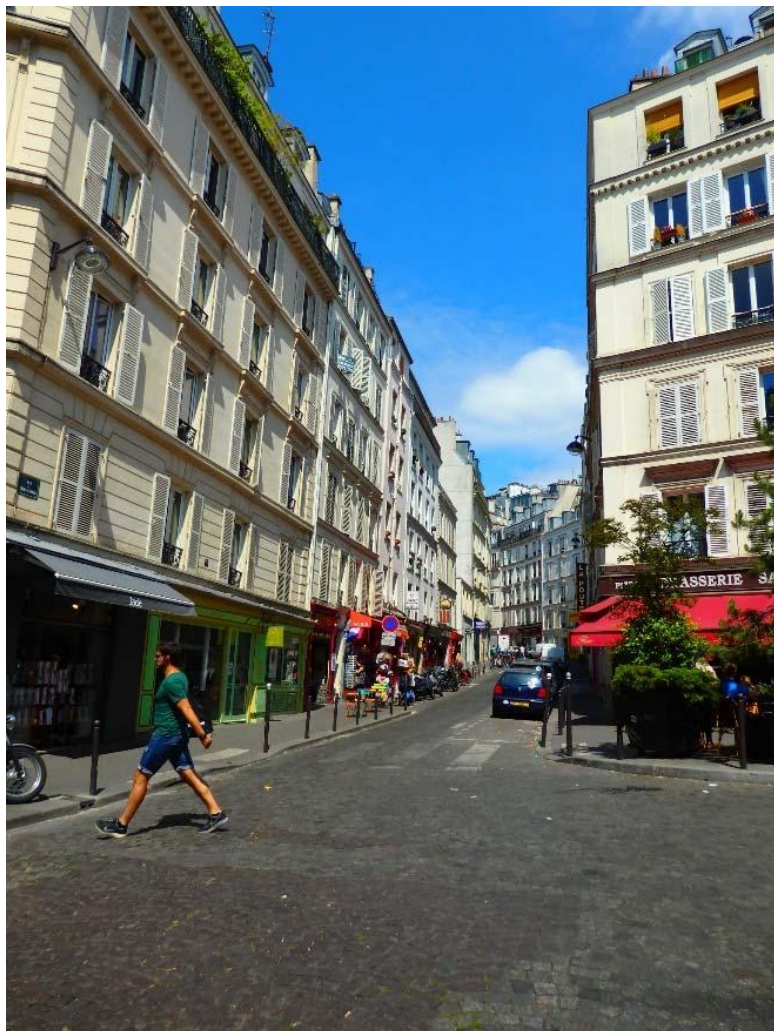


○自然界の色の仕組みに倣うのであれば

長い時間変わらず、あり続ける人工物（土木工作物や建築物など）は、自然界の基調色に倣うべきである。そもそも、建築物などの人工物は、木や石など素材の色がそのまま使われ、自然界の地の色で造られていた。

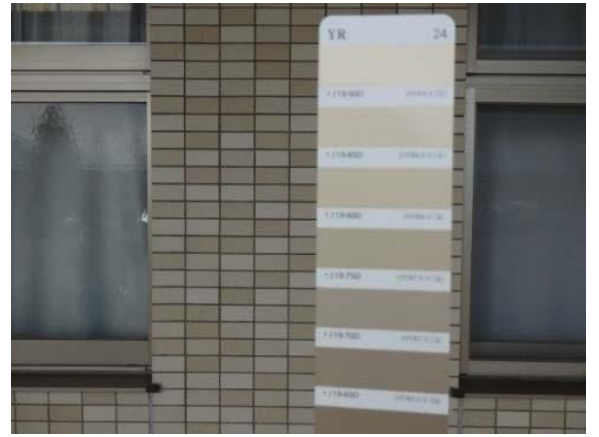
人工物でも、面積の小さなもの、動きのあるもの（パラソル、車など）に、鮮やかな色を使用することは自然界の図の色と同じく、腑に落ちた色使いである。

図の色は誘目性が高く、地の色は誘目性が低い。この仕組みを無視した色の使い方をすると、人は違和感を覚える。特に誘目性が低くあるべき人工物が、鮮やかな色を使用すると違和感が強くなるのだ。ただし、建物の用途や歴史・文化によっては、鮮やかな人工物もありえる。下図のように図の色は、しっかりとした基調色があって初めて映えることを理解しよう。



○とりあえず、色を測ってみる！

色の仕組み、自然界の色の仕組みが、なんとなくわかったら、とりあえず、色票を使って、色を測ってみよう。色は寸法と同じ。色相、明度、彩度の尺度が身につくと色の仕組みをよく理解できる。



○人の目と騒色(そうしょく)

人の目は、無意識に彩度の高い（鮮やか）色を見てしまう。人の進化のなかで、木の実を取るため？毒のある生物から警戒するため？全ての人に共通する。

そのため、人は注目してほしいものに鮮やかな色を使うことが多いが、その成果はどうだろうか？



こういった高彩度の色がひしめき合っている色の使い方を「騒色」という。人の目は無意識にそちらを見てしまうが、騒色が多くなると人はそれを逆に認識しない傾向がある。目立ちはしても読まれることがなく、ただ嫌な気分だけが残る。

○ブルーシート・ネットに待った！

山梨県は果樹や田畑など農業が盛んであり、農業景観の影響は多大である。農業では、昔からブルーシート・ネットが当然のように使われてきたが、**実はその色である意味は全くない。**

自然界に青という色は、ほとんど存在しない。人の目は、無意識に鮮やか色を目で追ってしまうため、**景観の中にブルーシートがあると青だけ浮かんで見えてしまい、山梨の素晴らしい農業景観を邪魔してしまう。**景観の主役は、畑であるはずなのにシートが主役になっていることが以下の写真からわかるだろうか？



上右図のように**茶色ネットを使うと花や果実の色がきれいに写り、中の様子がよく見える。**花の色より鮮やかなブルーネット、果たしてどちらが良いのだろうか。

静岡県三島市「協働によるまちづくり」



三島市の川はもともとヘドロの川だった。住んでいる住民も水遊びなんて信じられなかった。しかし、行政と住民が協働で動き出し、川がきれいに。川がきれいになると、商店街が復活・人口増加に繋がったのである。

○街中がせせらぎ事業

三島市役所とNPO法人グランドワーク三島が協力し、地域の住民と400回以上のワークショップを実施。

【提案】 テーマ「回遊性」「楽しく歩くための工夫」

- ①土色の脱色アスファルト ②源兵衛川の再生
- ③水の仕掛け ④案内サインの整備 など

【保全】 景観重点整備地区の指定

- ①白滝公園・桜川地区 ②源兵衛川地区
- ③蓮沼川 ④大通り地区 ⑤芝町通り地区

【創出】 三島市の景観資源に「花」を追加。

- ①市街地の花飾り ②地域花壇、企業花壇 など

住民の意識はまちにも表れている。例えば、川沿いの道路にも転落防止柵がない箇所がある。柵がないことで、浸水性が高まっている。また、川がきれいになる前は建物は、川に背を向けていたが、川に開いたお店が建ちはじめている。



長野県松本市「協働による街なみ環境整備事業」



松本市は、城下町周辺は人が全く歩かない時期があった。行政と住民は協働で動き出し、街並みの整備を始めたことで、今では観光名所となっている。

○歩いてみたい城下町整備事業

松本城周辺の5地区（中町、お城下町、お城東、中央東、お城周辺）について、行政と住民が何度もワークショップを行い、整備を行った。整備方針の策定、まちづくり協定を策定した。

事業が終わった今でも、継続的に行政と住民でワークショップを行い、道路や集会所、公園などの改善を続けている。

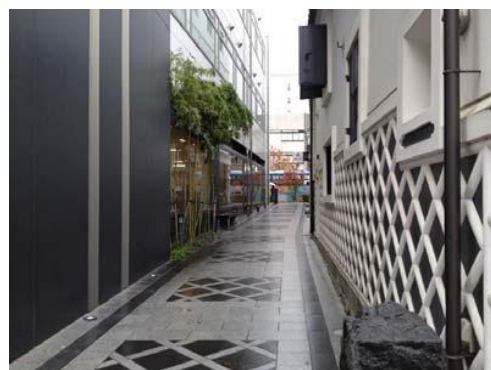
○松本市景観計画による高さ規制

松本城周辺には、天守閣の高さ29.3m以下の建物高さ及び周辺の山を見たときの目線よりも低くなるように高さの規制をしている。

○水めぐりの井戸整備事業

湧水が街のいたるところに湧いてることに気付き、資源にしようと思い始まる。公共が触れられる井戸に整備する際に補助金による支援を行っている。

松本市城下町周辺は、様々な舗装パターンがある。まさに通りごとに味が違い、歩きたくなる仕掛けになっている。



東京都町田市「フットパスによるまちづくり」



町田市は、都心から近く再開発により多くの山の自然が失われた。そのなかで、山の自然を残すためにフットパス※を行うことで、住民意識の変化、観光客増加に繋がっている。

※フットパス…ありのままの地域を歩いて楽しむ小道

○まちづくりに役立つフットパスの理論的枠組み

①まちづくり資源の発見

⇒地域を歩くことで、資源を発見。外の目に触れ、資源が活用される。

②まちのファンづくり

⇒フットパスを通じて、ファンが増える。町田のフットパスでは、リピーターが80%とのこと。

③共同体の再生と地元産業の復活

⇒フットパスを通じて新旧住民が合わさった共同体ができた。最近では、若い農業後継者も参加。

④フラットフォームの形成

⇒町田市が建設した小野路里山交流館は、フットパスの拠点になると同時に、地域に雇用が生まれている。

⑤経済効果（地元の第一次産業にも効果）

⇒地域の農家が小野路里山交流館に野菜を卸し、フットパスの来客者が、農家の野菜を買っていき、ファンになる。



長野県小布施町「住民による町並修景事業」



小布施町は、観光客が全くいない時代があった。住民の暮らし満足度を高めるために栗菓子屋を中心に、町も企業も個人もすべて対等の協働事業者として町並を修景した（小布施方式）。その結果、100万人以上が訪れる観光地となった。

○住民主動の町並修景事業の特色

- ①時間を十分にかけて関係者の納得を得ることを前提
- ②補助金を受けない（全て自己資金）
- ③官民、民民の境界を見えるようにしない
- ④田舎らしさを大切にする
- ⑤生活の居住空間の快適性を上げる

○花のまちづくり(オープンガーデン事業)

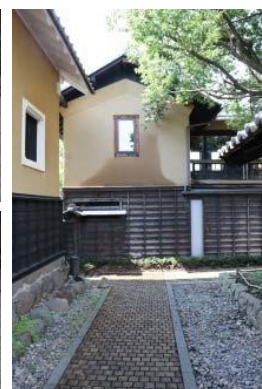
丹精込めた家庭の庭を開放し、景観と住民のオープンマインドの向上、おもてなしの醸成がされる。庭には、訪問可否の看板が置かれ、それを目印に観光客は庭に入る。

○協働のまちづくり

町民や大学・研究機関、地場企業、町外（優良で志の高い）企業との協働を行い、常に発展を続ける。

○若者の流れをつくる

全国から35歳以下が集まる若者会議の開催や海外大学生のサマースクール、地元・町外の若者の活動を受け入れている。



←舗装材に栗の木が使用されている。小布施町内の舗道や路地など多くの箇所で見ることができる。

長野県南木曾町妻籠「売らない、貸さない、こわさない」



妻籠宿は、50年前観光客のいない過疎の町だった。スラップ & ビルズの時代に逆行して、古民家の町並みが資産になると「住民憲章」を制定した。日本人観光客だけでなく、今では欧米人の観光客が増えた。時代に合せたまちづくりに取り組んでいる。

○妻籠を愛する会の活動

設立50年となるこの会は、「税金のかからない村役場」をモットーに町役場からの補助金に頼らず、自らの利益で町並整備・管理を行っている。住民も町役場でなく、まず会に相談に行く。

○住民憲章について

古民家の町並みを残すために「売らない、貸さない、こわさない」という妻籠宿保存の約束事を同会がつくった。この活動により、本物の町並みが残り、地域としてのブランドを確立している。

○電柱移転

地中化ではなく、観光のメインとなる通りから見えない位置に移転した。50年近く前の話であり、先進的な取り組みであった。

○10年後を見据えたまちづくり

観光客入数調査や訪問目的調査を行い、観光客の要望に対する対応を行っている。海外観光客へのプロモーションを行い、町の運営をしている。



山梨県甲州市勝沼「フットパスまちづくり」



勝沼は、勝沼宿やぶどう畑、ワイナリーなど多くの資源を有し県内でも有数の観光地である。その一躍を担っていたのはフットパスによるまちづくりであった。

○1%のハードを活かすのは99%のソフト事業

建造物などの近代化遺産を再生するだけでなく、それらをつなぐフットパスルートの構築やツアーイベントなどを行政と市民の協働によって取組んだ。有志の住民による勝沼フットパスの会が立ち上がり、ガイドツアーなどを中心とした活動を行っている。

○まちづくりが広げる輪

市内外の有志の青年によりはじまった「ワインツーリズム」。コースの設定や案内、地域住民の協力体制などまちづくりによる受け皿があった役割は大きい。

農家自身による「縁側カフェ」は、地区の人々が地域を元気にしようとした。フットパスを楽しむ観光客が立ち寄り、地区の人々も元気になっている。

○宮光園という拠点

ワインの文化や歴史を伝える場として、甲州市により改修がされた施設。フットパスの拠点となっている。



山梨県忍野村「支援事業によるハード修景」



看板や自動販売機を修景！



忍野村は、富士山からの湧水である忍野八海が有名であり、海外からの観光客が多い。観光化が進むなかで、バラバラになったハードを統一するように整備を始めた。

○世界文化遺産支援事業

富士山が世界文化遺産に登録されたことを受け、構成資産周辺のさらなる景観向上を図るため、県と市町村により行った事業。住民や市町村の行う修景事業に対して補助金を県と市町村とで補助金を交付する。

住民事業であれば、最大で県160万円、市町村160万円が交付され、市町村事業であれば、県200万円を市町村に交付した。

○ハード整備からの住民意識の変化

ハードが目に見えて良くなったのはもちろん、店舗などの景観が向上されると、お客さんの入りが変わったという住民の話があった。そうすると、自ら進んで修景する人も出てきた。



○おわりに

本書は、地域景観リーダー育成研修のおさらいと、+α（景観配慮、色彩）を補足する内容となっている。地域景観リーダーをはじめ、景観行政職員、まちづくり活動に取り組む人にとって、この初級本が、役に立てば幸いである。研修や勉強会などにどんどん使用し、配布していただいで構わない。

最後に、地域景観リーダーの活動とそれぞれの地域の発展を心より願っております。

第1版 2019.3.29

作成：山梨県 県土整備部
県土整備総務課 景観づくり推進室
協力：山梨県 景観アドバイザー
山梨大学 大学院総合研究部
大山 勲 教授
山梨県 景観アドバイザー
カラープランニングコーポレーション
クリマ 加藤 幸枝

地域景観
リーダー
のための
初級本