

6

協働の景観づくり

- 6-1 地域の特性を生かした広告景観を形成する取組
- 6-2 地域の組織や民間活力を活用する屋外広告物の制度
- 6-3 屋外広告物を含む景観向上を図る制度



6 協働の景観づくり

屋外広告物は、屋外広告物法、熊本市屋外広告物条例等により、市全域への基本的な規制基準が定められています。しかし地域の特性ごとに住民の発意や同意等により、これらの基準の緩和や地域独自のルールづくりが可能です。地域特性にあった制度の活用を検討しませんか？

<取り組み主体別の制度の種類>

行政が地区を指定して定める制度

6-1-1 広告物活用地区

6-1-2 景観保全型広告整備地区

6-1-5 地区計画

事業者・市民等の広告活動を支援する制度

6-2-1 公共表示を維持するための屋外広告物利用

6-2-2 エリアマネジメント※活動のための屋外広告物利用

地区の住民が定め、行政が認定等を行う制度

6-1-3 広告物協定地区

6-1-4 任意協定(まちづくりマネジメント)

6-1-4 任意協定(都市空間デザインガイドライン)

6-1-4 任意協定(町並みづくりガイドライン等)

6-1-5 景観協定

6-1-5 建築協定

6-1 地域の特性を生かした広告景観を形成する取組

6-1-1 広告物活用地区 (熊本市屋外広告物条例第7条)

屋外広告物を積極的に活用し、活力あるまちなみの形成や表情豊かなまちづくり等を進めるために、屋外広告物条例による規制を緩和する地区を指定します。

掲出できる屋外広告物等の表示又は設置の許可の基準を別に定めることができます。

他都市の事例 札幌市すすきの地区

店舗や飲食店が集まるすすきの地区で、屋外広告物が街の活気を向上させる要素となっているとして、この地域を「広告物活用地区」に指定し、広告物の規制を緩和しています。屋上広告物、壁面広告物、突出広告物等は、安全なものであることを条件として、大きさや高さの規制はありません。

その他、横浜駅周辺地区等でも基準を定めています。



6-1-2 景観保全型広告整備地区 (熊本市屋外広告物条例第8条)

特に良好な景観を目指す地区を指定します。地区の景観特性をふまえ、対象とする屋外広告物等を限定して、望まれる表示及び設置の詳細な基準を定めます。

他都市の事例 札幌市南口地区・北口地区・駅前通地区

札幌市の玄関口として、品格と機能性を備えた地区景観を創出するため、デザイン性が高い屋外広告物とするための詳細な基準が定められています。基準には共通許可基準と、広告種別許可基準があり、専門家にデザインの評価を受ける等の自主的取組についても定められています。

その他、金沢市都心軸等でも基準を定めています。



※エリアマネジメント：地域における良好な環境や、地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取組み。民間が主体となって、まちづくりや地域経営(マネジメント)を積極的に行う。

6-1-3 広告物協定地区（熊本市屋外広告物条例第9条）

屋外広告物を地域の景観と調和する優れたデザインとするため、地域に住んでいる人々が自主的なルールを定め、守っていく制度です。地域の土地・建物の所有者等が、優れた景観を形成するために協定を締結し、市の認定を受けることができます。

他都市の事例 仙台市泉中央駅前広場

広場空間の演出やイメージアップのために広場内のサインや広告物の協定が締結され、屋外広告物の大きさや高さ、色彩等の方針が定められています。エリアマネジメント制度により、道路空間の維持管理のための収益事業として、ペDESTリアンデッキの柱等に広告物を設置しています。

その他、東京都港区等でも基準を定めています。



6-1-4 任意協定

1 桜町・花畑周辺地区まちづくりマネジメント基本計画

熊本城と中心商店街をつなぐ地区です。熊本城へ向かう景観に配慮しつつ、賑わいを創出するために、官民協働で一体的なまちづくりが進められています。

「熊本城と庭つづき」、「まちの大広間」として親しまれ、楽しく歩ける歩行者中心のまちづくりを進めています。屋外広告物は「高いデザイン性を備え、賑わいの創出や回遊性の向上に貢献できるもの」、「中～高層部には常設の広告物を設置しない」、「低層部には賑わい演出に寄与するデザイン性の高い広告物を一定のルールのもと設ける」、「壁面後退区域では、自動販売機は設置しない」等の基準が定められています。

熊本市ホームページ
https://www.city.kumamoto.jp/hpkiji/pub/detail.aspx?c_id=5&type=top&id=5862



2 熊本駅周辺地域都市空間デザインガイドライン

九州新幹線開業を契機に、さまざまな事業が展開されている地域です。熊本の玄関口にふさわしい、魅力あるまちづくりが進められており、まちづくりに関する独自の基準が定められています。

良好な都市空間を形成するため、住民・民間事業者・行政が連携してまちづくりを進めていくために策定されたガイドラインです。「屋外広告物は形態に配慮して、魅力的な市街地景観を形成する」、「緑化空間やタマリ空間を配置する」、「建物の低層部は、街のにぎわいづくりに配慮する」等の基準が定められています。

熊本市ホームページ
https://www.city.kumamoto.jp/hpKiji/pub/detail.aspx?c_id=5&id=4229&class_se_t_id=3&class_id=666



3 新町・古町地区の城下町の風情を感じられる町並みづくりガイドライン

加藤清正や西南の役など、幾多の歴史が刻まれ、積み重ねられてきた地域です。今でも町屋をはじめ、多くの歴史的なものが残されています。このようなまちの個性を活かしたまちづくりを進めるため、様々な活動が活発に行われています。

新町・古町地区の住民と熊本市が、城下町の風情を感じられる町並みづくりに取り組むために作成されました。屋外広告物は、「外観を大きく隠さない形状で、町並みに調和した意匠・材料とする」、「色調は町並みに調和する色彩で、原色は使用しない」等の基準が定められています。

熊本市ホームページ
https://www.city.kumamoto.jp/hpkiji/pub/detail.aspx?c_id=5&id=5905



Voice

住民の方の声

地域の建物や看板の基準をまとめたガイドラインがあることで、魅力的な町並みづくりが進めやすくなりました。今回、ガイドラインを参考に、みんなで話し合いながら家の改修をいたしました。

<源 ZO-NE 上村 元三さん>

4 川尻地区の歴史を活かした町並みづくりガイドライン

川尻は中世以来の港町として、宿場町・職人町の市街地が栄え、熊本市の南部から城南町周辺の中心地でした。その後も歴史を感じるたたずまいと、神社仏閣や、地域に根ざした精霊流しなどの古伝承が、今もまちづくり活動の中で継承されています。

川尻地区の住民と熊本市が、歴史を活かした町並みづくりに取り組むという考えの基にガイドラインが作成されました。屋外広告物は、「町並みに調和する意匠や色彩、大きさとする」、「素材の持ち味を活かし、低彩色・無彩色等の色を基調とする」等の基準が定められています。

熊本市ホームページ
https://www.city.kumamoto.jp/hpKiji/pub/detail.aspx?c_id=5&id=8769&e_id=6



Voice

住民の方の声

今まで漠然としている部分があった歴史的な町並みづくりですが、ガイドラインが出来たことで、地域で共通認識を持つことができました。ガイドラインに沿った新築や改修で建物が綺麗になり、町並みが形成されていく様子を見ると、住民の意識が少しずつ変わってきているな、と実感します。さらに波及効果があり、町並みに合った建物を建てたいと考える方も増えてきています。

<すまい塾古川設計室（有） 古川 亮さん>

6-1-5 その他 - 屋外広告物以外の建築物等も合わせて景観づくりを行いたい時の制度

1 都市計画法・地区計画

地区の特徴を踏まえ、住民と行政が連携して将来像を設定し「まちづくり」を進めていく手法です。地区の住民が将来像を共有し、一体感を持つまちづくりを進めます。

屋外広告物の大きさや高さなど、きめ細かなルールを決め、地区の特性を活かした良好な住環境や美しい街並みを守り、誘導することができます。熊本駅南 A 地区では、「広告物や看板、自動販売機等は原色をさけ、落ち着いた色調とし、建築物と一体的なデザインで周囲の景観と調和したものとする」等の基準が定められています。



2 景観法・景観協定（景観法第 81 条～91 条）

地域の景観を保全し、増進するために住民が自主的に規制を行うことができる制度です。土地所有者や借地権者全員の合意があれば、建築物の形態、位置、規模、用途等に関する事項や、屋外広告物の基準などを幅広く定めることができます。

3 建築基準法・建築協定（熊本市建築協定条例第 2 条）

土地の所有者、借地権者等の全員の合意によって建築基準法や屋外広告物条例の基準に加え、一定の制限を互いに守っていくものです。地区住民による運営委員会で進められ、地域の環境保全、魅力あるまちづくりの実現に役立ちます。

熊本市では以下のような地区が建築協定を定めています。

ブルースカイ長嶺台団地建築協定／協同組合熊本コスモ建築協定／秋津レークタウン建築協定 他



まちづくり団体のつくり方

景観形成や屋外広告物の規制・誘導を進めるための組織は、自治会や商店街振興組合等の既存組織を活用できます。近年では、まちづくり団体や NPO 法人等を組織して活動をおこなう事例も見られます。任意団体の場合は、地域の人々に認知された上で、一定数の会員の加入が必要です。行政や景観の専門家等と連携をとることで、専門知識の蓄積や人材の育成、公的支援等を得ることができます。

準備委員会の設立

- 地域の有志による設立
- 目的と活動項目の整理
- 会則や規定の案を策定
- 行政や専門家へ相談

勉強会 先進事例等の 見学会

- 専門知識の蓄積
- 運営方法の学習

会員の拡大

- 地域住民、事業主、地権者等の賛同者（会員）を拡大

設立

- 会員による、会の名称、目的と活動項目、会則と規定、会費等の合意形成
- 地域や行政に広報

活動

- 行政や専門家、地域の学校等との連携
- 他の組織との連携

6-2 地域の組織や民間活力を活用する屋外広告物の制度

6-2-1 公共施設等を維持するための屋外広告物利用（熊本市屋外広告物条例第10条6項）

道路などの公益上必要な施設等の維持管理を行うために、禁止地域であっても、屋外広告物を掲出し広告料収入を得ることが認められています。

6-2-2 エリアマネジメント活動のための屋外広告物利用（熊本市屋外広告物条例第10条7項）

地域における公共的な取り組み（清掃活動等）を行う費用を捻出するために、禁止地域でも、屋外広告物を掲出し広告料収入を得ることが認められています。

熊本市では、株式会社 JR 熊本シティが掲出許可を得て広告物を掲出しています。広告料で得た収入は、駅周辺地域の清掃活動や、災害時のマンホールトイレの設置、非常用電源の設置などに充てています。



6-2-3 違反広告物簡易除却協力員制度

屋外広告物条例に違反した広告物のうち、違反のはり紙等を除却する制度です。除去は市が委任したボランティアにより行われます。

熊本市域では、市長が委任した人は簡易除却を行うことができます。この制度では、除却活動を行う団体を認定し、その会員でボランティアとして活動していただけの方に、違反広告物の除却員を委任しています。

熊本市ホームページ
https://www.city.kumamoto.jp/hpKiji/pub/detail.aspx?c_id=5&id=25013&class_set_id=2&class_id=3084



6-2-4 関係団体・住民・地権者等との合同パトロール

熊本市防犯モデル地区推進委員会が進める事業です。民間団体と警察が合同で、安心安全な街になるような活動を行っています。

熊本市のアーケード街を中心に昭和 40 年から続く事業です。夜間パトロールでは、違法看板の排除活動を進めています。



6-3 屋外広告物を含む景観向上を図る制度

6-3-1 景観アドバイザー制度

熊本市の良好な景観づくりに取り組む方に対して、助言を行う制度です。専門知識と実務経験を有するアドバイザーを派遣します。派遣に係る経費は市が負担します。



6-3-2 景観審議会 専門委員会

景観への影響が大きい事業について相談ができます。主要観光地や交通結節点周辺での事業等が対象となりますが、その他、協議をご希望の事業はご相談ください。



6-3-3 くまもと景観賞

熊本県が主催の景観に関わる表彰制度です。地域の良好な景観形成に貢献している方を表彰します。広告景観の向上に貢献しているものを表彰する部門賞もあります。



2018 年度くまもと景観賞「トヨタカローラ熊本 東バイパス店」 2021 年度くまもと景観賞「大劇会館」

