

第 19 回 関門景観審議会 議事要旨

日 時：令和元年 2 月 17 日（月） 15:00～17:00

場 所：北九州市役所本庁舎 5 階 特A会議室

出席者：委 員 坂本（紘）会長・浅田委員・河本委員・坂本（マ）委員・柴田委員・
外戸保委員・濱野委員・福島委員・松下委員・領家委員 10 名

事務局 下関市都市整備部都市計画課

北九州市建築都市局総務部都市景観課

会長の選出

事務局 ・関門景観審議会規約により、会長を 1 人、委員の互選により定めることとなっているが、推薦などいただきたい。

委 員 ・前期まで会長を務めていただいた坂本（紘）委員がよろしいのではないか。

事務局 ・他に無いようであれば、坂本（紘）委員を審議会会長とすることでよろしいか。

委 員 ・異議なし

議事（1） 景観形成基準運用上の課題について

1. アクセントカラーの取扱いについて（下関市提出議題）

事務局 ・現在下関市では、外壁の基調色の基準は設けているが、アクセントカラーについての明確な基準を設けていない。

・先般、基調色の色彩基準に適合しないコーポレートカラーを使用する事例があった。当該部分の面積が 50%未満であったことから外観の大部分を占める基調色にあたらないうアクセントカラーと解し、基調色の基準は適用されない、景観の形成に支障がないものと判断した。

・今後、アクセントカラーの使用を許容する外壁に対する割合は、どの程度が適切とすべきか。

委 員 ・この範囲内がアクセントカラーとしての範囲内であるという、一般的な定義みたいなものは多分ない。

・アクセントカラーの外壁に対する割合について一律に基準を設け、その範囲であれば使ってよいというものでもない。

- ・アクセントカラーについては、関門景観の景観特性に対する阻害要因や影響要因みたいなものを検討して決めていくべき。
- ・（建築物の）対面の道路が狭い場合に外壁のアクセントカラーの割合が多いと非常に圧迫感があるが、通りが広ければそれほど圧迫感はないのではないかな。
- 事務局 ・下関市では区域が国道9号を境に海側と山側で取扱いを分け、海側についてはもう少し基準を厳しくし、国道から山側については従来どおりの、柔軟な対応をしていくよう変えることも考えている。
- 委 員 ・コーポレートカラーは企業によって全部違い、その全てが、アクセント的に使用し景観の質を高めるアクセントカラーに使用できるわけではない。
- 委 員 ・コーポレートカラーに対する規制は、屋外広告物条例の制度が適しているのではないかと思う。
- 事務局 ・屋外広告物条例の制度で、赤色系については定性基準となるが、最小限の使用に止めるという基準を設けている。
- 委 員 ・例えば、最小限という定性基準はその都度担当者が判断しないといけないが、これが全国の自治体で景観計画の運用で問題になっているところ。ここを協議会なり審議会なり、専門家などのアドバイザーなりをつかっていく等の仕組みづくりが景観計画の実効性で一番大事なポイント。
- 事務局 ・今後の検討課題としたい。

2. キャノピーのアクセントカラーの色彩指定について（北九州市提出議題）

- 事務局 ・北九州市側では「和布刈」「大里新市街地」「門司港レトロ」「西海岸・片上海岸・小森江」の4地区において、外壁基調色およびアクセントカラーの色彩基準を設定している。また、使用できるアクセントカラーの面積上限を見付面積の5分の1未満としている。
- ・先般、事業者から、当該地区においてガソリンスタンドの新築の外壁の色彩について相談があり、色彩基準を超えるコーポレートカラーを使用したいとの内容であった。
- ・ガソリンスタンドのキャノピーというものが、通常の建築物として考えた場合、特殊な形であり、普通の建築物で考えれば、屋外広告物に該当するような大きさ、位置である。

- ・この案件について、あくまでも一般建築物と同様に地区の色彩基準に基づいた協議をすべきか、または、ガソリンスタンドキャノピーという特殊な建築物であることから、個別に、関門専門委員会や両市の専門家等の意見を聞き、周辺との状況を勘案した上、景観上問題がないと判断される場合に認めていくべきか。

- 委員
- ・海に向けて開けた場所であるので、問題はないと思う。もっと面積の大きいものであれば問題となってくると思うが。
 - ・門司港地区においては、地域のまちなみづくり協議会に諮って門司港駅周辺のコンビニエンスストアの看板の色彩を変えていただいた事例がある。経済的な負担もあるので必要があるのかとの意見もあったが、実際変えたところ建物とマッチして景観が良くなったと好評である。
 - ・規制を強くすれば街の活気がなくなってしまうが、逆に門司港地区のような場所ではこの事例のようなものであっても阻害要因になるかもしれない。場所によってきめ細やかな対応をしていくべきで、審議会とかデザイン委員会とかをうまく利用されることが一番ふさわしいのではないか。
 - ・アクセントカラーとコーポレートカラーは、基本的には違うものとして扱い、屋外広告物の規制で抑えていくべきと考える。その屋外広告物の規制も地区ごとに基準にメリハリを付け、厳しくするところは厳しく、はっきり明記、明確化する。これが民間企業に対する意思表示になる。このあたりがあやふやであると、担当者の協議がうまくいかない事例が全国で多い。
 - ・協議においての担当者の拠り所は基準しかない。うまく協議を進めるには、説得力のある基準や、人や組織づくりが大事で、それらをどうつくっていくかにより、色彩基準を実効性ある規制にしていく。
 - ・周りの環境や場所性等に応じた議論が必要で、基準だけでうまくいかない部分を議論し判断するような仕組みがあればいい。

議事（２）条例制定 20 周年に向けた今後の取組

- 事務局
- ・現在まで関門景観の取組に一定の評価を頂いてきたが、20 周年を迎えるにあたり、さらなる関門景観のPRをし、良さを広めていくための取組を行いたい。
 - ・関門景観というのはこの場所だ、この風景だというのが、具体的に共通で思い浮かべることができるポイントを絞りきれていない点がPR上の課題と感

じている。

- ・そこで関門景観を代表する視点場を選定し、それを今後広く啓発PR等に使っていきたいが、視点場選定の進め方や選定後の効果的なPRについてご意見を伺いたい。

(視点場選定について)

- 委員
- ・観光客のトレンドはインバウンド（訪日外国人）。視点場を発見するという点では、日本人の感覚だとちょっと見落としがちな景観もある。ぜひ外国人の目というものをいれていただきたい。下関も北九州にも多い留学生にアンケートしてはどうか。
 - ・下関と門司、それぞれ10ポイントずつくらいを提示して、市民の方からも応募して、さらにそれをみんなで議論して選んではどうか。
 - ・数は発見するという観点から、たくさんあっていい。
 - ・視点場を公募するとき、どの位置からどちらの方向を見ているかの情報をきちんと取れるようシンプルなフォーマットとすること。
 - ・観光という視点でいうと、景色を見るという行為はパンフレットを見て行きたいと思い、次に実際にその場所に行ってそれを確認する作業となる。行って確認することで何が変わってくるかというと、香りやおいしさなどの五感が行かないと分からない。それをビビッドに伝えるのは、写真1枚よりも動画の方がそういったものが伝わりやすい。写真と動画の二本立てにしてはどうか。
 - ・動画は、景観でいえばシークエンスで、動いて感じられる景観の良さがあるので大賛成。公募方法を工夫してはどうか。
 - ・視点場の選定は、写真展をし、実際見てもらったあとで投票をするのはどうか。
 - ・選定へのアクションとして参加型の景観を知るためのワークショップをしてはどうか。
 - ・写真は撮る人によって違うので、ビューポイントのマップを市民に発信してそのビューポイントで撮った写真をフォトコンテストするという、2段階がいいのではないか。
 - ・小学生や中学生の視点があっても面白い。
 - ・視点場のマップをつくり、市民の間で、私たちが知らない、なかなか気付いていないものを集めたい。

(視点場選定後の PR について)

- 委員 ・選定後の PR では、関門海峡で短い距離をゆっくりとクルージングし下関や北九州の景色を海側から見てもらうことを提案したい。
- ・視点場選定後、景観行政とどうつなげるかが大切。例えば視点場を紹介するアプリとかを使いながら、どこがどういうふうに頑張っているかとか、工夫した点とかを PR していくことが大切。
 - ・現地に行ってスマホをかざせば説明が表示されて、外国語にも対応するとよい。
 - ・インスタグラムの投稿数をみると、関門海峡で 500 程度。他の場所では多ければ 1~2 万はある。地元の人が好きな場所が観光客や来訪者にとって魅力的な場所になるかは別で、地元の人しか知らない場所では観光客は行くことが難しいので、そこまで行くマップなどがあれば、行って撮るのでは。
 - ・視点場が選定された後、10 年後 20 年後に魅力が増大しているかが大切で、それがどう維持管理されていくか、両市の取組が重要となる。
 - ・このような取組を行政の担当者だけで実行するのは難しいので、企画会社等に委託をすることになると思う。少ない予算ではそれなりの仕事しかしてくれないので、事業予算をしっかりと確保してほしい。