

第3節 都市環境を保全・創造するまち

2 都市景観

～歴史・文化・みどりにより風格ある都市景観が醸成されたまち

<A 基本計画の目標>

豊かな自然環境と歴史的遺産等が融和した古都にふさわしい都市景観の形成をめざします。
都市の歴史を彷彿させ、また自然環境の豊かさを視覚的に認識できる魅力的な都市景観の形成をめざします。

地域の貴重な景観資源の保全とともに、景観資源を活用した地域ごとの個性豊かな景観形成をめざします。
緑で分節化されたヒューマンスケールな都市特性を生かし、地域の個性を重視した風格のある都市景観の形成をめざします。
市民・事業者・NPO等との協働により、景観的な視点からの総合的なまちづくりを積極的に推進します。

<B 目標指標：市民意識調査による市民の満足度>

目標指標	目標指標の定義	当初値	H22	H23	H24	H25	対前年度
市民満足度	サブタイトルにあるまちの実現状況について、市民が実感している割合	56.6 %	63.9 %	58.8 %	66.4 %	62.4 %	↓

<C 目標達成に向けた25年度の実績と自己評価>

※この分野の目標達成のために取組んできた事業の実績(前年度事業及び実施計画事業を中心にコメント)

【まちづくり景観部】

	自己評価
景観地区の指定後、地域ごとの個性豊かな景観形成のため、更に質の高いまち並みづくり等のきめ細かいルールづくりを行い、北鎌倉東地区の住民から北鎌倉景観地区に対する都市計画提案書が提出されたことから、その内容に基づく都市計画変更を実現するため、権利者及び地元住民の合意形成に向けて慎重な調整を図っています。	○
まちづくり条例に基づく自主まちづくり計画及び住民協定を定めている既成市街地の一部の地区において、良好な住環境の維持等を目的とした地域のルールづくりが検討され、地区計画の指定に向けた都市計画提案書が提出されたことから、その内容に基づく都市計画決定を実現するため、都市計画手続等に向けた準備作業を行いました。	○
平成25年度は平成24年度に引き続き、屋外広告物の違反对応を強化しました。平成23年度末に120件あった未申請物件を平成24年度末には78件、平成25年度末には39件にまで減少させました。また、前回調査(平成18年度)から時間が経過したことから、平成25年度上半期には再度調査を行い、新たに32件の未申請物件を確認しました。下半期にはそのうち12件の処理を行いました。その結果、平成26年3月末の未申請物件は計59件(39件+20件)となりました。	◎
平成24年3月に旧華頂宮邸活用検討協議会から市長に提出された「提言」を基に、平成25年9月に旧華頂宮邸暫定活用運営会議を設置しました。平成26年3月までに4回の会議を行い、暫定利用のルール(案)について検討を進めたほか、地域住民によるボランティアの協力を得ながら活用実験を行いました。	◎
景観形成推進委員とともに「古い建物を活かした鎌倉の暮らし」をテーマに第5回景観づくり賞の募集を行い、約130件の応募の中から景観づくり賞5件を選考し、平成26年3月に実施した表彰イベントにて表彰を行いました。現在、この景観づくり賞の経過をリーフレットにまとめ、景観意識の向上をめざした普及啓発に活用すべく、準備を進めています。	◎

前年度当初目標に対し、◎=80%以上○=50%以上△=30%以上×=30%未満

<D 8年間(平成18~25年度まで)の取組の評価>

【まちづくり景観部】

地区計画の指定については、新たな開発において将来的な住環境の維持や周辺住民の意見等を考慮して指定の誘導を進めてきた結果、1地区において地権者との合意形成が整い、平成23年度に追加指定することができました。

景観計画の策定・運用により、景観法を活用した良好な都市景観形成に向けた基盤が整いました。特に、景観地区指定により、従来、鎌倉駅周辺地区で行政指導により行ってきた高さ規制を法に位置付けることができました。また、景観整備機構を指定し、機構による景観形成協議会への支援が行われるなど、市民・事業者・NPO等との協働が進んでいます。

市民満足度は高い水準を維持していますが、市民意識の浸透度は低い水準にあることから、景観づくり賞や親子景観セミナー、あるいは違反屋外広告物除却キャンペーン等の普及啓発事業を通じて、さらなる市民の景観意識の醸成を図っていく必要があります。

<E 25年度までの未達成事業の課題・問題点など>

【まちづくり景観部】

屋外広告物の未申請物件については、引き続き未申請物件の減少に努めていきます。一方、個々の屋外広告物の掲出者に対しては、屋外広告物制度の趣旨説明を行い、十分な理解を求めることが広く事業者の意識醸成につながることから、広告掲出者への意識啓発を図っていくことも重要です。なお、課題克服のためには、体制強化を図る必要があります。

<F この分野の取組が含まれる第3期基本計画の施策の方針>

【まちづくり景観部】

分野名	施策の方針名
都市景観	良好な都市景観形成事業の推進
市街地整備	市街地整備の推進

<G F欄の施策の方針における今後の展開(取組方針)>

【まちづくり景観部】

施策の方針名	北鎌倉景観地区に対する都市計画提案書に関しては、都市計画変更の実現に向けて権利者及び地元住民の十分な理解が得られるよう慎重に対応していきます。合意形成の調整が整い次第、都市計画変更に向けた一連の都市計画手続を進めていきます。
良好な都市景観形成事業の推進	景観法を活用し、景観形成の視点から総合的な施策展開を行います。自然環境と歴史的遺産が融和した景観特性に配慮し、地域の個性を活かした景観形成を推進します。
	景観上重要な公共施設において関係機関との相互調整による公共空間の質の向上に努めます。
施策の方針名	市民・事業者・NPO・行政の責任や役割を明確にし、協働による景観形成を進めます。
市街地整備の推進	屋外広告物等について、鎌倉にふさわしい質の高いデザインとなるような適正な誘導を図ります。
	地区計画を含む地域のまちづくりの推進に当たっては、まちづくり条例に基づく専門家の派遣制度等を活用しながら、引き続き、説明会の開催などの機会を捉えて、理解を深めていただくよう努めていきます。特に地区計画の指定については、まちづくり条例に規定された地区計画の申出制度や都市計画の提案制度の活用に取り組みます。

<H 実績指標：事業ごとの進捗を示す代表的な指標>

目標指標	目標指標の定義	当初値	H22	H23	H24	H25	H22年度 目標値	H27年度 目標値
景観形成のルールを定めている地区の面積(+)	景観計画(全市域対象)に詳細なルールを定めている地区、景観法による景観地区の合計面積	0 ha	252 ha	252 ha	252 ha	252 ha	272 ha	371 ha
都市計画法による地区計画の箇所数(+)	都市計画法による地区計画を定めた地区の合計数	8 地区	8 地区	9 地区	9 地区	9 地区	10 地区	13 地区
屋外広告物の未申請物件数(-)	屋外広告物法に基づく未申請物件数	/	134 件	120 件	72 件	59 件	143 件	87 件
景観意識の浸透率(+)	鎌倉らしい景観に関心を持ち、行動している市民の割合	18.2 %	14.9 %	14 %	14 %	14.3 %	28.2 %	38.2 %

<I 事業コスト総額>

分野別事業費		20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
施策コスト	決算値 (A)	25,438千円	33,363千円	23,392千円	20,065千円	22,404千円	20,752千円		
	(国・県)	190千円	8,896千円	160千円	160千円	160千円	180千円		
	(負担金等)	3,100千円	2,268千円	1,681千円	0千円	0千円	0千円		
	(一般財源)	22,148千円	22,199千円	21,551千円	19,905千円	22,244千円	20,572千円		
	人員配置数	13.4人	14.0人	14.0人	14.0人	13.0人	13.0人		
	人件費 (B)	124,835千円	125,900千円	123,125千円	120,590千円	103,588千円	98,979千円		
	総事業費(A+B)	150,273千円	159,263千円	146,517千円	140,655千円	125,992千円	119,731千円		
	対前年比	/	106.0%	92.0%	96.0%	89.6%	95.0%		

鎌倉市民評価委員会の評価

◎ この分野の8年間の取組の進捗状況・取組のあり方に関する意見

- ・景観地区の指定後、北鎌倉地区にもその動きが見られるなど、鎌倉市は地域別に異なる鎌倉らしい景観づくりを進めてきた。地区計画を追加指定し、鎌倉駅周辺地区を景観法に基づく景観地区に指定した。
- ・まちづくり条例の改正により、自主まちづくり計画や住民協定の策定等、充実した施策が展開された。
- ・これまで、都市景観では歴史環境と自然環境、そして人が暮らすまちの調和を図る努力を重ねてきたことが、鎌倉市が住みたいまちとして期待される結果に繋がっている。
- ・屋外広告物の未申請物件を減らす等、目標に向かって努力していることは明確であるが、その目標自体が何を目的としているのかが不明である。
- ・違反屋外広告物除去が市民ボランティアや事業者等との協働で上手く進んでおり、屋外広告物違反対応を強化し、未申請物件を3年間で120件から59件に激減させた。
- ・景観づくり賞や親子景観セミナー等を実施し、景観意識の醸成に努めた。

きわめて優れていた：◎
 十分であった：○
 不十分であった：△

○

◎ 第3期基本計画に向けたこの分野に関する意見

- ・景観法を有効に活用し、関連組織との協働により、鎌倉にふさわしい都市景観の形成を図っていくべきである。
- ・古都、歴史を感じさせるまち並みは景観的要素が大きいと思うので、屋外広告、看板などきめの細かな対策を進めて頂きたい。
- ・今後も鎌倉らしい都市景観を創るためには、市街化地域や商業地区の整備は必須。特に商業地区を如何に鎌倉らしいまち並みにするかは大きな課題であろう。
- ・市民はどの様な都市景観を望んでおり、どこまで実現可能であるか？どこまでが対応可能か？または、他の要因を考慮した場合、どこまで対応する事が望ましいか？等を判断していただき、その判断に基いた実施計画を制定して頂きたい。
- ・景観形成のルールに統一性がないと市民の目標が定まらない。
- ・行政・市民・事業者等との協働のもと、鎌倉の景観資源である歴史的建造物・丘陵部の緑・海辺を大切に保存し、良好な都市景観形成事業の推進と活用を図られたい。

◎ この分野の指標に関する意見

- ・満足度の目標値が当初値から伸びていない。景観地区等の制定が容易でないことは分かるが、市民からは支持されていると思われる。鎌倉らしい良好な景観形成を標榜している以上、目標値を上げるべきである。
- ・屋外広告の未申請物件数が着実に減少している。満足度と「屋外広告物未申請物件数」との相関性は負であり、好ましい形を示している。
- ・自然環境と都市が融和したまちとしての評価は高いが、屋外広告物への評価は激減している。ごみの放置問題も景観を損ねるので早めの対策が求められる。
- ・景観意識の浸透率が、目標の半分程度で、低位にとどまっている。市民は鎌倉の景観を意識して危機感を持っている人も多いが、啓発に対する根本的な見直しが必要である。
- ・鎌倉らしい景観とはどのようなものか？理想とする鎌倉の景観を明確にし、その為には屋外広告物はどうあるべきか？ルールはどうあるべきか？それはどのくらいの面積が妥当か？等を議論した上で、新たな指標を設定すべきと考える。（「申請していれば良い」「ルールがあれば良い」「多ければ良い」ではなく、開発の概念も考慮した上で、目標を設定すべき。）

◎ この分野に関する総括意見

- ・これまでの取組は十分に評価できるが、鎌倉市に移り住む人も増加する中で、如何に積極的に美しいまち、鎌倉を進化させるかが重要であろう。
- ・鎌倉の景観資源である歴史的建造物・丘陵部の緑・海辺を大切に保存し、それらの相乗効果を活かして鎌倉らしい都市景観の形成事業の推進と活用を図られたい。
- ・屋外広告物も景観資源である。鎌倉に相応しい質の高いデザインの創出を期待する。
- ・専門家派遣などの仕組みを有効に活用し、地区計画を含めた地域のまちづくりを進める必要がある。今後さらに良好な都市景観形成を目指していくべきである。
- ・海岸沿いの避難場所設置のような場合にも景観が優先するのか、整理をしておく必要がある。
- ・この分野も歴史環境、交通、都市景観等様々な分野と密接に関係しているため、相互に連携を取り合い、都市計画全体を考慮して事業を実施して頂きたい。
- ・鎌倉の緑の施策、市街地整備との連携を取り、統一性を持った都市景観づくりを進めて欲しい。