

景 / 観 / 文 / 化

NPO法人 景観デザイン支援機構 けいかん・きこう <http://www.tda-j.or.jp>

2012-12-01

目次

- 表紙
都市農地のゆくえ
／(写真・文)井上 洋司
- 見開
TDA NEWS
第7期定例総会及び
記念シンポジウム「景観と文化」報告
／高橋 徹
- 見開
ランドスケープ事情
「商業地域の景観づくり・
エリアマネジメント広告展開の可能性」
／田口 敦子
- 裏表紙
景観文化Q & A
「生き物の場所と景観」／粕谷 正則
- 裏表紙
景観ビジネス最前線
／ヨシモトボール(株)
- 裏表紙
ホワイト・ボード
- 別冊
景観コラム「第6期TDAサロン」
第6回～第9回



都市農地のゆくえ

「私がこの街に住みだした頃、家の周りは東京近郊とは思えないほどの田園が広がり、それが気に入って住宅を求めた。しかし今、そのような景観は望むべくもない。」

ある会合でのこの市民の発言こそ、日本の景観問題を象徴していると思った。

城壁の中は都市、外は農地といった土地利用概念があったヨーロッパでも、産業革命をへて都市への人口が集中、労働者の劣悪な住環境を改善しようと、田園風景と都市景観の融合という新しい都市空間の創造が田園都市構想 (garden city) として始まる。これが近代都市デザインの幕開けと言える。翻って、日本では農地と都市の間に明確な境が存在しないまま、近代を迎え、都市形成がなされてきた。それ故に「・・・東京近郊とは思えない・・・」といった理想的な都市空間が偶然生まれることはあっても、計画なき都市景観がスプロールしていった。その多くの原因は農地の改変の有り様にある。今でも東京都だけで毎年約 100ha の農地が、様々な理由で消滅している。

人口が減り、税収が減る時代、公園等公共団体が維持管理する都市緑地は、その質・量を担保できなくなる可能性は大きい。そんな中最近、都市農地は、地産地消としての生産拠点、災害時のオープンスペース、あるいは都市温暖化の防波堤として、議論されるようになってきた。

しかし、それ以上に大切な視点があるのではないだろうか。ハードを引き合いに出すまでもなく、都市景観デザイン上からの都市緑地としての農地という議論である。より多様な利用を包括できる都市農地の成立は、garden city を田園都市と訳した先人の思いを引き継ぎ、ひょっとすると庭園のような美しい農地が実現し、欧米にない新たな日本型の都市景観の形成を可能にするのではないだろうか。

TDA 理事 井上 洋司

特別レポート 第7期定例総会及び 記念シンポジウム「景観と文化」報告 TDA代表理事 高橋 徹

NPO法人景観デザイン支援機構（以下TDA）の第7期定例総会が平成24年10月20日（土）開催されました。併せて、記念シンポジウムが開かれ、今年は「景観と文化」の全体テーマの下、基調講演を都市デザイナーの国吉直行氏、パネルディスカッションはTDA会員の井上洋司氏、小林正美氏、高見公雄氏のメンバーで行われました。TDAは、この11月からは第7期がスタートしますが、役員等は前期のメンバーが継続します。今後とも皆さまのご協力をよろしくお願いいたします。



ランドスケープ事情



丸の内仲通り ANA 街区案内サイン内ポスター



丸の内仲通り ANA 街路灯柱フラッグ

第7期定例総会報告

日時：平成24年10月20日（土）
会場：コトブキDIセンター 2階
Dスタジオ

■第6期事業報告

機関紙「景観文化」を4回発行、第6期定例総会記念シンポジウムを「景観・防災・再生」のテーマで開催した。TDAサロンとして、景観産業の第一線で新素材・製品などを開発している実務者をゲストに招き会員との交流から新たな空間創造の可能性を探る議論を計8回行い、延べ約100名の参加者を得た。まちなみスケッチ塾を11回開催、1月には品川区民ギャラリーで展示会を実施し、約250名の来場者があった。このほか、北京大学・呂教授の特別講演会を行った。また、これまで実施してきた景観講座の記録のデータ化を進めた。

■第7期事業計画

役員構成は前期からの継続とし、理事12名（高橋、内山、杉山、小林、井上、藤波、吉田、粕谷、長濱、宮沢功、八木）、監事は2名（高見、栗原）が再任された。今後、実行体制や各事業の内容の詳細について新役員による検討を行う。基本的には、前期の諸事業を継続するが、これまでの反省を含めて、専門範囲に留まらずに他団体や企業の開発部門などの連携を積極的にさぐり、新規活動の開拓や新会員の獲得に努める。同時に、収入支出規模とのバランスに留意した活動等の見直しや、財政改善に向けた各種の対応を検討する。

1

基調講演

「都市空間作りの構造的変質、課題と可能性」



国吉 直行 氏

都市デザイナー／
横浜市立大学 特別契約教授

講師の国吉氏は横浜市に入庁以来、田村明局長の下、岩崎俊介氏と組んで横浜の都市デザインに取り組み、お二人が市から去られた後は、その中心として40年にわたり横浜の都市デザインの歴史を支えてきた。講演は、造船所のあった街から新しい都心になったMM21地区やその隣の新港地区で今まさに景観論争をおこしている問題を中心に、横浜市の景観誘導手法などについて極めてタイムリーで具体的な話を頂いた。景観法が出来て数年たった現在、ややもすると手続き制度が出来たことでその実効性が形骸化する傾向が問題視されているが、そのトップランナーである横浜市の対応が語られた。

横浜市の景観誘導は創造型で、単に抑え込むだけでなく良いものを育てるという方針で行われている。これまで横浜が培ってきた協議型の自主的の制度を上手く活用してきたと言える。いわゆる総合設計制度に対応する横浜市の市街地建築環境設計制度は制定以来、その制度骨格は変えていない。制限緩和は高度地区、容積制の組み合わせをベースに、基本的には高さ31mを遵守し、もしそれを突破するなら景観や環境整備上の工夫を求めると、無条件突破は認めない。このことは地元では「まちづく

「商業地域の景観づくり・ エリアマネジメント広告展開の可能性」

最近屋外広告物掲出の背景となる社会環境に大きな変革が起きている。従来屋外広告物法はサインメディア全般のあり方を、道路行政と深く関わって取上げた法律である。ここに来て自治体は商業地域の空洞化への危機感から、エリアマネジメント（まちづくり）にこれまで以上に積極的に取り組み、そのまちづくりの財源に広告収入を得る手法を導入しようとしていることは周知されてきた。しかしこの場合の広告物とは自身の存在を明らかにする目的の「自家広告」ではなく、掲出場所とは関わりのない「第三者の広告」情報発信であり、その情報内容も告知広告が目的である。サインデザインではなく広告デザインの領域に踏み込んだ媒体を使用し、短期的な広告情報発信が目的である。大企業の広告発信であれば、メディアミックスに組み込まれた一媒体として、統合的な広告表現が表示されることになり、ここで展開される広告表現は、アドバタイジング・アートとして制作者達は単なる情報伝達目的を越えた表現手法を駆使する。街並み景観にメッセージが明快でアート性の強い個性的な表現物が参加してゆく時代と言える。しかし、存在証明の広告物を主に扱ってきた行政或いは屋外広告制作者達に戸惑いが広がっている。マスメディアを使った第三者広告の歴史は、都市の拡大による分業と、生産活動、商業活動に競合関係が出現する江戸時代中期に入ってその認識が発生しており、自家広告とは情報の性質が異なることから、その後制作の現場は枝分かれしているのが現状である。屋外広告物業と異なる

りの作法」として受け入れられてきたが、近年は外部から緩和の要求が過大になってきた。これに対しては景観法という国の制度を使いながら、自主条例を制定して取り組み、同時に「協議」の組み合わせで上手く対応する。

今般問題となった結婚式場は、MM新港地区に位置するが、この地区は赤レンガ倉庫らに代表される港の産業遺産を積極的に景観イメージとして形成していくゾーンである。一方、対象建築物は地区のコンセプトとは全く異なる南フランス風の外観で、高さ45mのチャペル尖塔（フェイク建築）を持つ。31m超であるため都市美対策審議会の対象となり変更案が出されるものの手続き上は不調となった（この間の状況は、当機関紙18号参照のこと）。その後、要請を受けて国吉氏が協議に加わり変更案の調整が行われ、チャペルは高さ31mとし、フェイクの尖塔様式は止めるなど幾つかのデザインが変更された。その調整案は都市美対策審議会で一定の評価を受け、最終的に結審することとなった報告がされた。

基調講演の国吉氏を交えて、高見氏のコーディネートの下、パネルディスカッションが行われた。最初に、小林氏、井上氏から最近の活動が紹介され、創造的な空間や文化的プロジェクトを行うにあたって、専門家の関わりや役割について示唆に富む報告が行われた。小林氏からは、姫路駅の高架化に伴う駅前広場周辺の再整備事業について車優先の従前案が、市民らが参加することによって変わっていくプロセスが紹介された。この検討は、シャレットワークショップ方式により、専門家グループ会議に加えて、市民勉強会（フォーラム）、市民と学生らによるワークショップなどを公開で行ったところに特徴がある。学生は全国公募で集められ、専門家は高見公雄氏、倉田直道氏、吉田慎悟氏、中井検裕氏なども協力し、会議はUstreamで中継されるなど、市民の前での検証が行われた。駅広前の街路はトランジットモール化し、サンクンガーデンやオープンカフェなどが設けられる。お城という伝統的なイメージに配慮したデザインと組合せて、デッキ上部はモダンなイメージで城への視点場が創られる計画である。

井上氏からは、氏自らが主宰する「アートインファーム」プロジェクトが紹介された。都市の中の農地は貴重な緑を提供してくれるが、これらを持続的に維持してためには困難も多い。単に農地として使うだけでなく、いろいろな使い方を考えて農地を守るという考え方は共感できる。2007年より、氏は立川にある自分のブドウ畑を皮切りに、手作りアートの展示や、プロのアーティストによるイベントを行っている。NHKでも放映され、周辺の農家からの反響も大きく開催を希望する農家も現れ、今年は世田谷のぶどう園で行われた。何もしないと宅地化される都市の農地という土地利用の最初の入口を、デベロッパーでなく計画者が考えることが大事であるとの主張であった。

コーディネーターの高見氏は、基調講演も含めて、景観をめぐる議論と問題は改めて公共空間と敷地の関係がバラバラであること、頼りとすべき景観法も行き着くところ建築コントロールと公共施設の景観ガイドラインの域を出ないことが問題であると指摘したうえで、専門家として「じゃ、次に何をすればよいのか」と問いかけた。

2 パネルディスカッション
「景観はこれから何をすべきか」

井上 洋司 氏
ランドスケープアーキテクト／
背景計画研究所 代表

小林 正美 氏
建築家／
明治大学 教授

高見 公雄 氏
コーディネーター
都市デザイナー／法政大学 教授



田口 敦子 多摩美術大学 教授



丸の内通り 丸の内商店会 フラッグ



フランス地方都市の街角

り、企業のキャンペーンを扱う広告制作の現場の特性を理解しなければならない時代が来たようである。ところが、私企業の広告が公共の場である道路（歩道）を占有しても良いとの国土交通省の通知が知られる前に、景観法の施行に伴う各地の景観計画の策定が進み、「行為の制限」の対象に屋外広告物があげられる事になった。自家広告と第三者広告というサインメディアが空間に並立することへの対応を念頭に置かないまま進められてしまったことになる。

海外渡航が日常化した1980年代、単に広告情報発信目的だけではなく、街並み景観に豊かな表情を付与し、短期掲出の効果である都市空間に季節感を出表するポスターやバナー表現の掲出をするヨーロッパの街並みでは、魅力的な街並みを形成していることは羨ましい光景であった。そこでは、適確な掲出の場の設定と、美しいフォルムを見せるポスタースタンドの準備がなされ、第三者広告に公共的な情報を併置させる形式にするとか、自転車置き場などの機能をポスタースタンドに持たせる等々、人々の日々の生活に寄与するアイデアが溢れており、参考にすべきとの思いを強くしてきた。エリアマネジメントとしての広告への取り組みは始まったばかりであり、景観形成の積極的な役割を果すものになりつつある。行政と商店街の共同作業の中で、今後どのような展開を見せるのか見守ってゆきたい。

Question : ホタルの復活は、ビオトープですか？

Answer

1. ゲンジボタルのビオトープ

「田んぼの水路を清掃したら、ホタルが戻ってきた」とか、「自然環境を整えたら、ホタルが観察できるようになった」などの話を耳にすることがあります。この現況に手を加え、整えた環境をビオトープと呼ぶのでしょうか。

まず、ホタルの生態について述べます。ホタルの成虫は、10日程の命で、交尾後2・3日で、水辺の湿った苔や草の茎に産卵します。1月ほどで孵化した幼虫は、小川に入り、水の流れを利用して、画の豊富な場所に移動します。半年以上、昼は川底の石影などで過ごし夜間カワニナ、ヒメタニシなどを捕食します。四月ごろ、ホタルの幼虫は岸に上がります、草の根元などの柔らかい土に潜り土繭つちまゆを作ります。一月ほどで蛹になり、やがて成虫となります。

このホタルの一生の間に必要な環境は何でしょう。ホタルの飛べる暗い夜のほか、水辺と湿った岸辺、清らかな流水。餌になるカワニナの生息、生息場所としての川底の小石や、岸辺の小穴など。蛹になる場所として、登り易い岸辺や、柔らかい土と草地。これらの環境が全て整い、ゲンジボタルが生息する場所を「ゲンジボタルのビオトープ」と呼びます。

2. ゲンジボタルは象徴種

ホタルと同様、メダカやトンボは、自然を代表する生物種とされ、自然度を表す象徴種として扱われることがあります。これらの代表的な主を保護する意味は、これらの象徴種と共に生育する環境、生育する空間・時間の全てを含めて保護することにあります。

先の質問で「ホタルが戻ってきた」とありますが、そもそも潜在的にホタルが成育できる環境に近かった（昔は生育できた）のでしょうか。人為的に、水路の清掃などや、河川護岸を直した結果と思われる。このように、人為的に環境を再構成することを、エコアップなどと呼びます。そして復活させたホタルを楽しむためにも、通年の維持管理が必要となります。



(写真) 景観にも配慮した「生き物の住む水辺」 福島県

ホワイト・ボード

■新規事業の提案や景観相談を受け付けています

第7期の活動が始まりましたが、会員の皆さまから新規事業の提案や、また自治体、一般の皆さまから景観に関わる諸相談を常時受け付けていますので、事務局までご一報ください。

■皆様の情報をお寄せ下さい！

景観を左右しそうなアイテムで、「これは景観を考慮してるな！！」と思われる良質な環境・建築資材の情報をお知らせ下さい。分析・評価を行い、時には提案も含め、本誌をはじめ広く周知する努力をすることで、景観行政にも反映させ、より優れた景観形成の一助となるような活動を考えています。



美しいくにづくりの良い品を

ヨシモトポール株式会社

〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-10-1 (有楽町ビル7F)
TEL: 03-3214-1552 FAX: 03-3212-1751
<http://www.ypole.co.jp/>

編集後記

編集をお願いしている永山さんが暇な時間を割いてくれるから、紙面の大体はたちどころに観られるようになった。慣れも危険だからそろそろ編集長は交代しようとするのだが委員の皆さん聞いてくれないでいる。今号の表紙とQ&Aは緑地の話である。「景観法」は建築で埋まった都市の「緑」だけでなく、遠望の海や山まで対象にしているのだから自然は大切だ。それを解ってもらうのが私たちのNPOなのだから。