

屋外広告物による 都市ブランド形成を考える

(京都市中心市街地を対象として)

木屋町



先斗町



Sanjyo



Aneyakoji



まえがき

京都市は、優れた景観を守り、育て、50年後、100年後の未来へと引き継いでいくため、建築物の高さとデザイン、屋外広告物の規制等を全市的に見直した「新景観政策」を2007年9月に実施した。

そこでは、屋上看板や点滅式照明、可動式証明を市内の全域で禁止するとともに、地区ごとの特性に応じて、屋外広告物の表示位置、面積、形態デザイン等に関する基準を定めている。また、2014年8月までに市内全域に無許可で設置されている違反看板をゼロにするよう強力な指導が進行中である。

一方では、優良な屋外広告物への表彰や助成も行われているのであるが、地域の歴史文化に根付いた屋外広告物や店構えが都市ブランドを形成するという、積極的な方向付けがいまだに確立していないように思われる。

2012年8月に、都市環境デザイン会議（JUDI）関西・関東ブロックの有志はプロジェクトチームを立ち上げて、都市ブランドの創造に貢献し、都市の活力を呼び起こすような屋外広告物や店舗のあり方を研究し提案することを目標に「都市ブランドを創造する屋外広告物の研究（京都の歴史的市街地を対象として）」を開始した。

今後、求められるのは、地域住民・事業者とともに細かなエリアごとの望ましい都市ブランドを探り、ブランド力を高めるような屋外広告物や店舗のデザインを具体的に提示する作業であろう。

本研究はその一助となることを目指していたのであるが、対象とした地域のまちづくり団体の活動が目覚ましく進展し、煩雑な広告物の是正、地域景観づくり協議会の立上げ、住民による景観計画の策定などが進行中であるため、それぞれの地域の実情に応じたレポートや提案を小冊子にまとめて、現時点でのたたき台にさせていただくことにした。研究報告としては記述のレベルや方向がまちまちになっているが、2年間のプロジェクトの区切りとして、本冊子を発行した次第である。

2014年5月

都市環境デザイン会議（JUDI）屋外広告物プロジェクトチーム

中村伸之（共同代表、JUDI 関西）、高橋芳文（共同代表、JUDI 関東）、
千種芳幸（NPO 法人ストリートデザイン研究機構）、峰 朗展（JUDI 東北）、
内藤郁子（JUDI 関西）、富家大器（NPO 法人京都景観フォーラム）、辻野隆雄（同）
篁 正康（同）、小林明音（同）、森本浩行（同）、西斗志夫（JUDI 関西）

○顧問 ：宮沢 功（JUDI 関東）、藤本英子（JUDI 関西）

○アドバイザー：渡辺安人（アーキタイプ工房）、谷口親平（姉小路界限を考える会）、
神戸 啓（先斗町まちづくり協議会）

○協力 ：NPO 法人京都景観フォーラム、NPO 法人ストリートデザイン研究機構

目次、調査地域の紹介

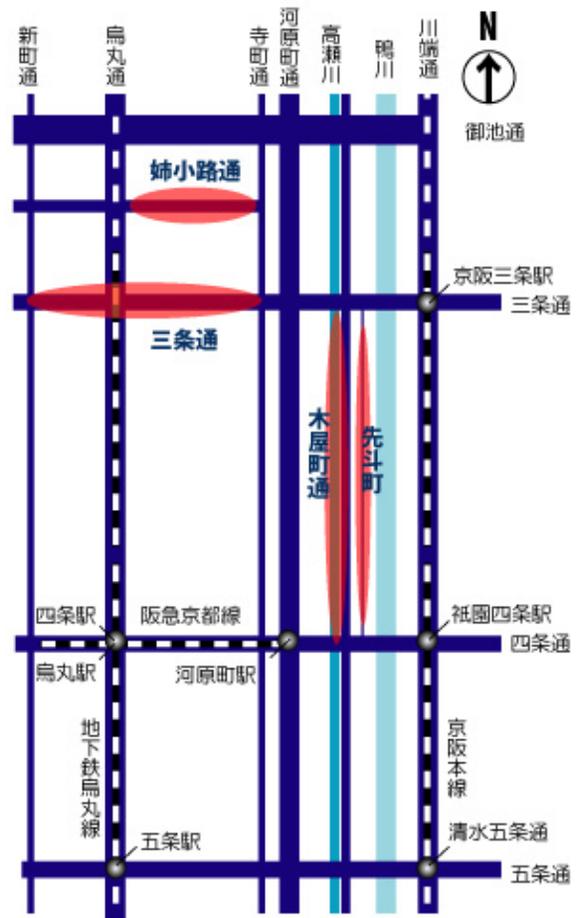
まえがき	・・・1
目次、調査地域の紹介	・・・2
姉小路通	・・・3
三条通	・・・7
先斗町通	・・・11
木屋町通	・・・15

○執筆担当者

- 姉小路通・・・千種芳幸
- 三条通・・・内藤郁子
- 先斗町通・・・中村伸之
- 木屋町通・・・宮沢 功

○編集・デザイン

- 富家大器、峰 朗展



調査地域の紹介

○三条通

江戸時代は東海道の終着点であり、経済・情報の中心として栄えた。明治期のレンガ建築と町家が共存する風格を重視する地区であるが、店舗の更新などによる景観の変化が懸念される。

○姉小路通

暮らしと生業の共存する落ち着いたまちであるが、車の通過通行が多いのが難点である。建築様式は町家を基調としつつ多様化しているものの、マンションやコンビニがないのが特徴的である。由緒ある伝統的な木の看板も多い。

○先斗町

路地的に狭い道幅で、車の通行はできない。花街の文化を反映した町家の町並景観がよく保存されているが、新規の飲食店が逸脱した看板などを出す傾向があった。先斗町まちづくり協議会が路上に張出した看板の撤去を推進し成果をあげている。

○木屋町通

高瀬川沿いの通りであり、並木がヒューマンスケールの空間を生み出している。繁華街であり、ビルや看板が氾濫しているが、不思議と情感があるのは高瀬川と桜並木のおかげだ。多くの人が見過ごしているが、水と緑の美しい原石が埋もれている。

姉小路通

1. 通りの歴史的景観

1-1 多様な町家が混在するまち

姉小路通りは京都中心部にあり、比較的多くの町家が残る通りである。江戸時代の様式を残す厨子二階、明治時代の総二階、昭和初期型が混在する。南北を御池通りと三条通に挟まれているが、短期間での入れ替わりや大きな道路拡幅等がなく、各年代の特徴的な町家が存在する町並みである。



厨子二階



総二階



昭和初期型

1-2 明治期以降の著名な看板がのこるまち

軒上の看板には、明治・大正・昭和初期に作られた、山本寛山、北大路廬山人、富岡鉄斎等著名な書家によるものが現存する。これらの看板は、その由来や製作に至る物語が、店主（数世代）によって語り継がれている。



1-3 職住一体老舗ののこるまち

江戸時代には、通りごとにおおよそ職種が決まっていた。姉小路は車鍛冶屋、木履屋、釘鍛冶屋、桶屋等があったとされる。明治以降、店舗形態の入れ替わりが少なく、まちや本来の“職住一体型”の家屋が多く残っている。地域密着型の、地元玄人向けの茶道具販売や修理、表装、呉服、和菓子、豆腐、酒類、蕎麦等を生業としている老舗が多い。

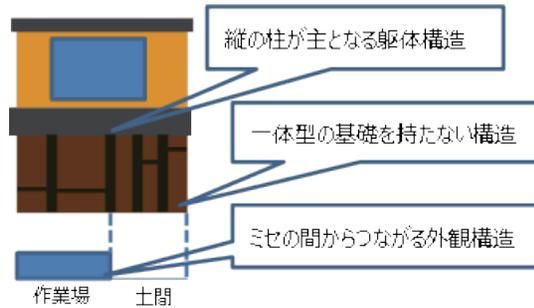


2. 通りの特徴

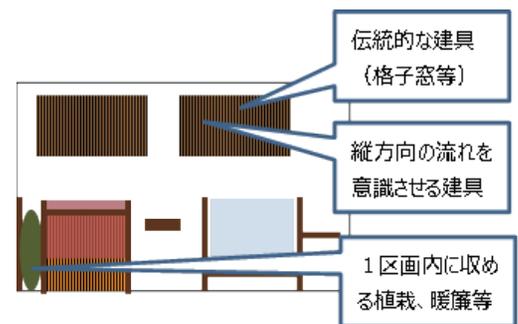
2-1 町家の質感を基調とするまち

質感その1：1階の軒の高さ、軒の出は隣り合う家でそろえる。道路境界から外壁を半間程度セットバックする事で奥行き感を出す。2階屋根は1階屋根より出幅が短く、通りの閉塞感をなくしている。

質感その2：特徴ある躯体構造。職住一体型の名残を外観に残す。縦に通る柱が主となる躯体構造。一体型の基礎を持たない構造。土間と作業場が並んだミセの間からつながる外観構造をもつ。



質感その3：伝統的な建具の活用。配置および形状に特徴を持つ。格子窓、虫小窓等伝統的な建具の配置、縦方向の流れを意識させる格子、出窓、格子戸等をもつ。植栽、暖簾、軒下看板等は、縦柱の1区画に収まる配置、形状を基本とする。



質感その4：外壁は単色。建具、看板含め、全体で3、4色程度。すべて自然素材色を基調とし、原色等の派手な色彩は使用しない。



2-2 まちなみ環境整備事業により積極的な外観の改修がおこなわれているまち

計26件の住宅が、本事業を活用し外壁の改修を実施している。これにより住宅設備を伝統的な建具で覆う、変える、外壁色を周囲との調和を考え変更する、1F軒をそろえる等の改修が実施されている。

姉小路通

3. 通りの目標とする景観

3-1 “歩く” を基本とする通り

歩行スピードと、視野角、視認距離を考慮する。情報を段階的に詳細化しつつ提供する外面づくり。看板、のれん、展示物、立て看板等は、視認距離にあわせて、シンプルにエッセンスのみ伝える。

・ 遠方：通り全体を視認する。軒の連続性はこの段階でのみ印象に残る。

・ 2~3軒先：突出し看板は、遠方から確認させる目的とするが、歩行者の歩行スピードや、周囲との調和を考慮した、サイズ、形状が重要である。建物境界に入ると、歩く人の視野角からははずれる。



・ 建物正面：軒上の看板やのれんは、建物正面（道路幅程度）から、道路中央線程度の範囲で視認させる事を目的とする。この時、背景となる壁面や建具の配色や装飾が派手だと、情報が伝わらない。道路中央線から内側から軒下に入ると、視界からははずれる。

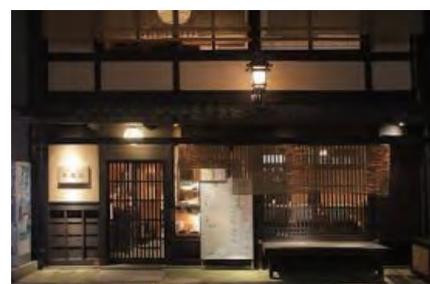


・ 軒下：路上と比較して、軒下は暗めになるため、軒下の看板や様々な要素は、軒下に入って初めて、文字などが見える。歩行者は、店舗の商品やメニューはここで初めて詳細に確認する。



3-2 “光と影” を活用した空間と境界づくり

町家の構造上の特徴を活用し、日中は軒下が暗く、奥行き感を出す。縦方向の柱や、出格子による凹凸も陰影を作り、アクセントとなる。一方夜間は、複数のやわらかい間接照明により軒下が明るく、屋内と一体化した空間を構築する。ただし、隣家との境界は越えない配慮をする。



4. ガイドライン

4-1 現代版姉小路界限式目や、景観協定の順守

1. 姉小路界限が大切に育んできた「居住」と「なりわい」と「文化性」のバランス、そのバランスの維持を意識しながら発展するよう、地域の人が協力してまちを支えましょう。
2. 姉小路界限は住み続け、なりわいを表出するまちとして、その界限性を守り育む「人」や「なりわい」を受け入れ、支えましょう。
3. 姉小路界限は、なりわいの活気と住むことの静けさが共存する、落ち着いた風情のまちです。この環境や風情を大切に、その維持に努めましょう。
4. 生活やなりわいの身丈に合った、姉小路界限の低中層の町並みを維持しましょう。
5. 姉小路界限は、まちへの気遣いと配慮を共有したまちです。周囲（まち）との調和を了解しながら、それぞれの個性を表現していきましょう。
6. 姉小路界限の通りは、地域の人に「もてなしの心」を表現する場として認識され親しまれてきました。その思いを継承し、より心楽しい美しい通りになるよう努めましょう。

（現代版姉小路界限式目）

第8条：既存の建築物等について新築、増改築及び改修を行う場合は、次に定める内容で、色彩、形態、意匠を統一し、京町家と調和した街並みの連続性の確保に努めるものとする。

- (1) 色彩については、原色等の派手な色彩を避ける事
- (2) 外壁は和風を基調とし、過度な装飾を避ける事。
- (3) 屋根は出来る限りこぎ配屋根とし、日本瓦若しくはこれと同程度の仕上げを行う事。
- (4) 道路に面した壁面にはできる限り半間程度の出がある通り庇を設ける事。
- 2 建築物等を新築する場合、建築物などの壁面は道路境界から半間程度以上交代しなければならない
- 3 道路に面して車庫、駐車場、駐輪場等の空き地を設ける場合は、出来る限り屋根を持つ門、塀を設置し、街並みの連続性に配慮しなければならない
- 4 看板を設置する場合は、意匠・表示方法等において、周辺の街並みと調和したものとしなければならない
- 5 通りから見える範囲に設置する建築設備及び自動販売機は、目隠しを施す等、周辺の街並みを阻害しないように配慮しなければならない

（京都市中京区姉小路界限地区景観協定書 抜粋）

4-2 屋外広告物に関するガイドライン

突出し看板：軒上から2階屋根までの高さとする。突出し幅は、軒先までとする。

軒上看板：道路端から視認できる程度のサイズ、形状とする。

軒下看板：軒下近くで視認するサイズ、形状とする。立て看板も同様とする。

共通：色彩、形態、意匠については、建物の基準と同様とする。

4-3 屋外広告物以外に関するガイドライン

柱設置の備品（雨どい、コンセント、インターフォン）等は柱、外壁と同系色とする。

照明：光が道路境界や、隣家の敷地境界を越えない、光量、配置とする。縦方向の区切りを照らす照明を配置する。

三条通

1. 三条通の歴史的景観

1-1. 平安京からの通りとしての発展

平安京が作られたときより三条通りは都の大路として、町の東西をつなぐ主要な通りであった。豊臣秀吉によって、京都のまちの都市改革がすすめられ、三条大橋も架け替えられた。江戸期になって諸街道が整備されると、三条通りは京都の玄関口として、旅籠が建ち並び、土産物屋など伝統技術の粋を集めた店が集まっていた。



東海道五十三次三条大橋（歌川広重筆）

明治期になると、文明開化・近代化の中心として、発展していく。三条通り東洞院に日本銀行京都支店が建設され、金融街としての傾向が強まり、銀行や保険会社、電信局や郵便局、新聞社などの社屋も集まり、さらに近代化の最先端を象徴する西洋ものの店も軒を並べた。（カメラ、ミシン、万年筆、時計、宝石、洋服、洋書など）通りの両側にはハイカラで立派な洋風建築が多く建てられた。



建設（明治39年）当初の日本銀行京都支店

それらの立派な建築群の存在がネックとなり、道路幅を拡幅することができず、三条通りに市電を通す計画は実現されなかった。それが幸いにも明治期の形を留める要因となった。一方、烏丸通りや四条通りは拡幅され、明治45年に市電が開通し、昭和に入り、ビジネス街、ショッピング街が次第にそちらへ移っていくこととなった。その頃の三条通りは、物販のトラックが多く通り、道を歩く人の数は少ない通りとなっていた。



昭和40年頃の烏丸通

その後、昭和56年に地下鉄烏丸線（北大路～京都）が開業し、烏丸通り、御池通りに大きなオフィスビルが増えていった。昭和63年に旧日本銀行京都支店が、京都文化博物館別館として公開され、またその西には予備校の河合塾が開校。さらに平成13年には、烏丸姉小路の旧京都中央電話局が商業施設「新風館」としてリニューアルオープンしたことなどで、三条通りにも人の流れが多くなっていった。



新風館

2. 三条通の目標とする景観

2-1. 「三条通歴史的界わい景観地区」指定から「京の三条まちづくり協議会」発足まで

昭和 60 年（1985 年）	京都市が新町通から寺町通までを「三条通歴史的界わい景観地区」に指定
平成 5 年（1993 年）	（社）京都府建築士会の呼び掛けにより、地区内の 7 つの町内会で勉強会が開始
平成 7 年（1994 年）	「京の三条まちづくり協議会」が発足
	「京都市まちなみデザイン支援事業」により道路のあり方を検討
平成 10 年～ 13 年	三条通歩車共存道路 着工 ～完成



2-2. 品格のある通り



2015 年に発足して 20 年を迎える『京の三条まちづくり協議会』であるが、当会で過去に何度も行ったアンケートによると、まちの人たちが望む三条通のイメージは「品格のある通り」ということであった。歴史を重ねて培われてきた文化的な雰囲気や何となく保たれてきた品格というものを、これからも守り育てていくために、2013 年 9 月より 2014 年 9 月まで 8 回のワークショップを開催し、三条の品格を基本とした目指すまちの姿を「6 つの心得」としてまとめた。

品格ある三条通を守り育てる 6 つの心得

京の三条まちづくり協議会は、京のまちなかで長い歴史に培われた幅広い文化と豊かな自然を尊重し、四季や人の温もりを感じられるように三条通りを設えます。通りに息づく文化や様式の多様性を楽しみ、認め合い、何より人のつながりを大切にして、三条らしい品格ある通りと景観を創造していきます。

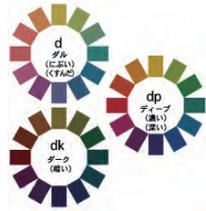
	項目	説明	キーワード
品格ある 三条通り	1 歴史と文化	今日まで積み重ねてきた歴史を尊重し、醸し出されてきた文化の香りを大事に守り育てます。	伝統 変遷 都のみち 重厚な 大人 風格 老舗 プライド ブランド
	2 感性	通りに備わる人の体にあったスケール感を基調に、五感にはたらきかける人間味のある設えを心掛けます。	賑わい オシャレ ハイカラ 温もり 活気 風情 粋 静寂 味わい 香り 眺め
	3 まちなかの自然	美しい山や川に抱かれた京のまちなかで、季節や時のうつろいを感じられる工夫を施します。	風 光 緑 空 風土 季節 昼と夜 光と影 潤い
	4 多様性	通りに息づく多彩な文化や様式を認め合い、懐の深い魅力的な共存を目指します。	様式 和風 洋風 共存 両義性 職住共存 住まい 生業 時間と場所
	5 創造性	私たちが創るものは、常に三条通りの歴史や文化の一端をかたちづけているという自覚のうえにたち、一過性でない本物を積み重ね、未来につなげます。	質感 色彩 尺度 関係性 シンプル 魅力的 進取 革新 調和 バランス 本物
	6 人のつながり	通りに関わるさまざまな人が協働する場をつくり、思いを共有するコミュニティーを育てていきます。	暮らし 商売 祭り 行事 歩いて楽しい 人が中心の道 町内会 参加 もてなし

三条通

3. 三条通の品格を形成する屋外広告物ガイドライン

3-1. 色彩（トーン）による雰囲気づくり

色は、「色相」（赤や青というような色み）、「明度」（色の明るさの度合い）、「彩度」（色みの強さ、鮮やかさ）という3つの属性で説明されるが、さらに色は、「暖かそう」「柔らかそう」「可愛らしい」などという、人の感覚に結び付いた力を持っている。色の「明度」と「彩度」の組み合わせで分類し、相当する形容詞で表現したものを「トーン」（色調）といい、三条のイメージから引き出される形容詞から、「ダル」や「ディープ」「ダーク」というトーンが、三条らしさを演出する色調に当てはまる。多様なスタイルが共存する三条では、色彩によってまとまった雰囲気をつくる方法が有効である。

	<h3>トーンが表すイメージ（形容詞）</h3> <p>ダル・トーン : 地味な・閑静な・渋い・濁った・質素な・シックな ディープ・トーン : 落ち着いた・格調高い・理知的な・古典的な・気高い・伝統的な ダーク・トーン : 大人っぽい・丈夫な・円熟した・ダンディな</p>
---	--

・これらのトーンの組み合わせは、上品に収まる。



・フラッグなどの布の染料は伝統的な色で、三条になじみやすい。



・アクセントとなる色を使う時は控えめに。
全体のスペースに対して挿し色となるように。



・色数を少なくし、色相の対比は避ける
・文字数を極力減らして、バランスよく
・文字は明度のコントラストで表現する

3-2. 伝統的な様式を尊重する



3-3. シンプルにまとめる



3-4. 本物の素材感・質感を大事にする



3-5. 人の暖かさを感じさせるデザイン



3-6. 植栽と組み合わせる



先斗町通

先斗町通りの歴史的景観とまちづくり

歴史ある花街・先斗町

先斗町は京都の花街の一つであり、高瀬川開削後、木屋町通りの発展と並行して300年以上にわたり京都の繁華街として繁栄を続けてきた。お互いにお互いを意識し合い、それぞれが他人の視線で自分を磨くということが大切にされてきた場所である。しかしながら、時代の流れと共に花街先斗町の風情・景観が失われつつあったために、平成23年10月に『先斗町まちづくり協議会』が結成された。

協議会は市の地域景観づくり協議会の認定を受け、景観計画や町式目を策定するなど、先斗町の良い性格を維持発展させ、新しく発生してくる諸問題の解決を目標として活動している。（「先斗町 町式目」参照）

路上に突き出して煩雑な景観となった看板を話し合いによって改修してもらい、通りの景観を大きく改善した活動は、京都景観賞の特別表彰を受け高く評価されている。また、条例で定めるところにより、店の新規出店や改修や看板の設置は町式目を参考にし、協議会との意見交換をすることが義務付けられている。地域主導の画期的な景観まちづくりが可能となったのである。

まちづくりの根底にある先斗町のコミュニティ文化のあり様と目指す方向性について、同協議会の事務局長である神戸 啓氏にインタビューした。

先斗町 町式目（抜粋）

第2条 先斗町通りでの通り側・路地に面した部分の屋外広告物等に関して

（第1項から3項略）

第4項 屋外広告物及び景観に関する規制事項

（前略）・・・350有余年の年月を経て生まれ、今に生きる花街先斗町そのものの屋外広告物のあり方を参照とし、更なる成熟を求めるものとする。以下、以下の規則事項①から⑩を定める。

- ①屋外広告物は、道路上には出さないこと。
- ②屋外広告物は、花街先斗町のお茶屋建築が生み出す町並みに配慮した材料を用い、設置箇所周辺の町並みが本来持つ色調に馴染むようにすること。また、照明には白熱灯色のみを使用し、照明装置の設置には十分配慮すること。
- ③屋外広告物は、設置される建物の間口に応じ、大きさや数に配慮し、暖簾・提灯等の屋外広告物と置き看板等の屋外広告物を除き、基本的に合計で2mまでの大きさにすること。尚、それぞれの住民や事業者が景観や町並みの維持を重視し、維持発展させることを望むものである以上、可能な限り、その最大承認範囲よりも小さな屋外広告物の設置・掲出に努めること。
- ④突き出し看板、支柱型看板等の屋外広告物は、周辺・周囲や先斗町の景観特性と調和するよう、高さを合わせるとともに、目立ちすぎないように設置すること。
- ⑤置き看板等の屋外広告物は、高さを1.5m以下、表示合計面積をA2サイズまでとし、けばけばしくない色を用いること。写真の使用はその半分A3サイズまでとすること。
- ⑥①から⑤の規制事項を守ったうえで、提灯、暖簾、すずらん灯、ガス灯等を設置する際には、その大きさや設置位置、色調、素材、照明等について町並みに配慮したものとする。
- ⑦通りと路地の狭さや町並み・景観保全への配慮と、市道上の空間占有を防止する目的から、のぼり、立て看板、懸垂れ幕、軒先からの吊り下げ式広告物は設置しないこと。
- ⑧敷地の内外に関わらず、建物の外部に露出させた物品類（野菜、酒瓶等）の陳列・露天販売は禁止。但し、ショーケース内など、建物内部であっても通りから容易に見える箇所では町並みに配慮すること。
- ⑨テレビ等電飾看板は使用しないこと。（以下略）

インタビュー「ヒューマンスケールなまちの文化と景観」

神戸 啓氏

2011年より、先斗町まちづくり協議会副会長兼事務局長。

1976年大阪生まれ。京都工芸繊維大学大学院（西洋中世建築史専攻）中途退学。2005年先斗町に「うさぎのアトリエぴよぴよこびよん」開店。2008年より、下樵木町町内会長。2009年より、立誠自治連合会常任理事、立誠自主防災会副会長、立誠高瀬川保勝会副会長、「先斗町の将来を考える集い」世話人。2012年より、立誠交通対策協議会会長。2013年より、立誠まちづくり委員会副委員長。



【まちづくりの世代交代】

――先斗町のまちづくりはこの2、3年で大きな注目を集めるようになりましたね。

少し前までは、「いかにも京都」と言われるような評価の確立した地域がまちづくりの対象だったので「何もなくても成果が出る」ような雰囲気がありました。今は普通のまちや先斗町のようにアイデンティティの危機にあるまちの景観が課題になっています。そこに視点がいったことだけでも新景観政策の成果なのかもしれません。

そういう段階でのまちづくりや町並み対策では、「成果が出なくても何かをする（しかない）」ことが必要になってきます。芽が出るか出ないかという3年後ぐらいの波長を読み取ることも大事です。自分の家の改修や建て替えとまちづくりや景観対策はレベルがちがいますから、すぐに意見はまとまらないし、結果も出ません。

先斗町では、偶然、若い世代がまとまりました。まとまろうとしたのでもないし、まとまらざるをえなかったのでもない。まちづくりを自然に受け止められるようになってきたってことだとおもいます。

職住一体で暮らせるまちですが、わたしなんか小さな商いをしつつ、このまちのおうちをあずからせてもらって、まちづくりに関わらせていただくと、とめちゃくちゃ忙しくなりました。

【形から雰囲気へ】

――90年代末に市が主導した「まちづくり協議会」ブームから10年以上たち、他の地区は世代交代に悩んでいます。先斗町には独特の柔軟さがあるように見受けられますが。

まちづくりに出遅れた先斗町、まさに周回遅れぐらいだったと言えるでしょう。それで横並びになれたのかもしれない。あえていえば、まちの姿を誰に見てもらおうのかという京都の人ではないような気がしています。やはり、いろいろな都市を見て目の肥えた外部の人々を想定して、景観を考えないといけないでしょう。

一方で、他都市でやっているデザインガイドラインづくりは大変なんだろうとおもいます。世界遺産というブランドを守ることも大変だし、伝統的建造物群保存地区もいろいろと規制が多い。他都市でのそのような試みは失敗しているとはいませんが、なにか行きつく先を設定してやっているようで……

デザインの質だとか、雰囲気のドレスコード、そういうものがつくりだせたらいいのであって、デザインガイドラインや法令による指定で、固定的なイメージを具現化するのが目標ではないおもっています。

先斗町の成果としてまず言えることは、協議会の役員が30人居られ、この人たちが醸し出す雰囲気を大切にして、町式目などのソフトな言葉で伝えていったということです。それが重要だと思います。

先斗町通

【職住一体の「普請」と「らしさ」】

――花街独特の生活感というか、生活を芸に昇華したような親しみと美意識がありますね。それが町並みや看板にも反映しているのだとおもいます。良い雰囲気を共有できれば、町家は良いように改修され、看板や店構えも改善される。新しい人も、排除せずにコミュニティの中に入れることで、なつかしい雰囲気が伝わる。そんなコミュニケーションを活かしていきたいとおもいます。

まとめていうと江戸時代なんかの「普請」ってなことだとおもいます。普く請うという、まあ暇な時間をみんながそれぞれにみんなのために、そして自分のために共有する、共有できる空気感がまちの様子、まちは景観を形成するはずで。現代には、その部分が排除されているようです。それは職住一体の解体が根本にあるとおもいます。そんな現代にあって、先斗町は今なお職住一体で、それが京都らしさにつながります。職住飲食観光接待一体型都市・芸妓さん舞妓さん付ってことでしょう。まさに京都。それらのすべてにはひとがいて、ひとの「らしさ」こそがまちをなしています。

【文化が生まれるヒューマンスケール】

――そんな生活文化が成立し根付いている原因は何でしょうか。

くらしている人たちの人間性が反映するヒューマンスケールのまちだからではないでしょうか。現代都市のスケールから見れば、先斗町は小さすぎますが、実は平安京の一条分に近い長さ（約500m）です。

――都市の文化が成熟すると文化が多様化し細分化するということですね。

祇園祭もそうです。それぞれのコミュニティ（町）がエネルギーの赴くままに山鉦を発展させてきました。行政は交通整理というか全体の音頭取りのような役割をになっているだけです。

人がどうゆう風に文化を構成するか？ 言葉とか社会性（制度）だけでは説明しきれないニュアンスのある文化や創造性を維持するには、これぐらいの規模のコミュニティがちょうどいいとおもいます。

町家1軒では成立しない。何軒あっても成立しないようなニュアンスが歴史的な蓄積のあるまちから生まれてくるとおもいます。

一方で、まちの思いを一つにすることは非常に難しい。先斗町は事業者が集まるので、まちづくりの当事者は皆「社長さん」です。接客から経理まですべてこなせる能力があるが、人と連携するのが苦手という面があります。町並み・雰囲気をつくるには、分けあう（シェアする）手法やともに行動することが必要なので、この点で苦労します。この地区の「失敗」も見てもらったうえで他の地区でも参考にしてほしいとおもいます。



2012年3月



2012年10月

突き出した看板を改修して、すっきりとした町並み



煩雑な置き看板をなくした



【雰囲気を生むコミュニケーション】

――看板改善に応じてくれた店は、よく話を聞いてくれましたね。
看板改善に応じない店もありますが、何か方法があるだろうし、急がなくても良いとおもいます。看板のことは話をするきっかけで、このコミュニケーションのプロセスに価値があるとおもいます。一緒に街をつくらうという意識づけです。

また、よくみんな協力してくれましたが、看板撤去などのハード面だけを成果と考えない方が良いでしょう。格子を付けるとか、室外機の目隠しをつけるとかが修景メニューの対象になっていますが、路面や壁面を水で磨くこと、電気の配線を整理すること、日ごろの掃除などもその対象ではないでしょうか。ハードだけではなく、そのような行為＝ソフトもきちんと評価すべきです。

急ぐと「余り（積み残し）」が出ます。「余り」こそ成果であるともいえます。「余り」を見ると、急いでやったことの良し悪しが判断できるはずで、ゆっくりとしたコミュニケーションが町をつくるのです。その結果、みんながしたいことが決まれば、急いでやれば良いのです

【川と町、水と緑のにじみ出し】

――先斗町の持つ風情というか、しっとりした雰囲気は意図的に作れるものではないですね。
建物が個別にまちの印象を作っているわけではありませんね。まちの要素であるトタン張やモルタル塗りの壁、電柱など現代的な素材がバラバラと目につくわけですが、まず、このまちにふさわしい素材感にそえることが大事だと思います。次に、道行く人は大ざっぱに見ているので、目につきやすい妻壁とか軒のラインとかを違和感なくまとめてゆくような工夫が必要でしょう。

伊勢の「おかげ横丁」その点でよくできていると思います。「切妻・妻入り」「入母屋・妻入り」という基本ルールを柔軟に運用して、古い街並みを「新しく」作り上げています。そこには「商売よりも大事なもの」があるのではないのでしょうか？ おかげ横丁ならば伊勢神宮です。

先斗町ならば東山（八坂神社）と鴨川とまちの関係だと思っています。意識として東山に向いています。それが緑と水のイメージにつながるのでしょうか。目には見えなくとも、川と通りの関係、つまり自然と人の関係が感じられるようなしつらえが整い、風情を醸し出すのではないのでしょうか？

実はもうすぐ水道管やガス管の入替え工事で、通りの石畳が撤去されて、アスファルトの仮舗装の状態が数年間続きます。この機会に電線地中化の検討もしたいし、足元に花を飾るなどの次の手を打っておきたいと考えています。



2012年3月



2013年7月

暖かく包まれるような灯りの景が戻りつつある

インタビューを終えて

先斗町は車が通行できないまちであり、神戸氏が語るようにヒューマンスケールのまちである。この条件と花街の歴史が重なり、さらにまちづくり協議会の活動によって、京都文化の一典型が見事に継承されている。

屋外広告物に対する研ぎ澄まされた感性は、このような環境から生まれたものであり、景観のガイドラインを考えるうえで稀有なモデルとなるだろう。

ガイドラインやルールの根底にあるコミュニティの気風や風土性について、興味深い示唆をいただいた。

(中村伸之)

木屋町通

1. 木屋町通の歴史的景観

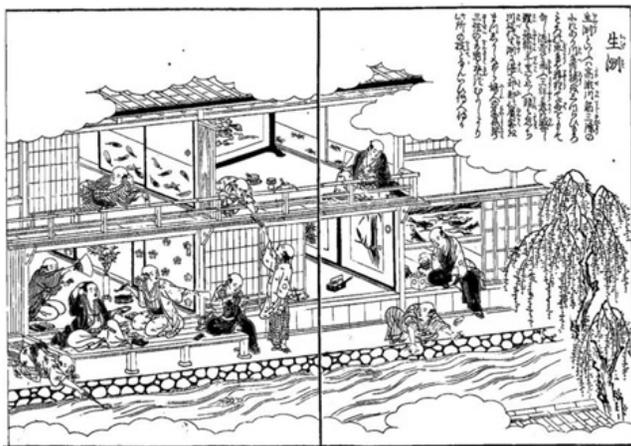
1-1. 水運（高瀬川開削）を核に開発された通り

- 慶長十九（1614）年に門倉了以とその弟子、素案の協力により鴨川の水が引き入れられ、伏見までの延長 11 キロの運河として開削された。
- 1611 年に樵木町を起点に開通したこの通りは、江戸時代初期、大阪や、伏見から薪炭・木材が高瀬舟に積まれて集まり木材問屋・木材賞が倉庫や店舗を立ち並べる様になったため、「木屋町」と呼ばれ、高瀬川の存在を前提に発展した町並み。
- 当時の高瀬川景観は、ものの積み降ろしと舟の方向転回のためいくつもの「舟入」が設けられ、四条以南には舟のすれ違いのための「舟廻し」が存在し主要な景観要素となっていた。



1-2. 鴨川沿岸の水環境と自然景観を楽しむ娯楽・遊興の町

- 四条通、先斗町、五条橋下での鴨川との近接から鴨川沿岸地域として水環境と自然を楽しむ娯楽・遊興的性格を備えていた。
- 木材問屋・木材商の店が並ぶ通りはそこを往来する旅人や商人を目当てに料理店や旅籠、酒店等が店を構え「生洲」「高瀬川」図や「生洲・生亀」図に見られるように高瀬川西側に主な料理店がおかれ主要な街並みを形成していた。



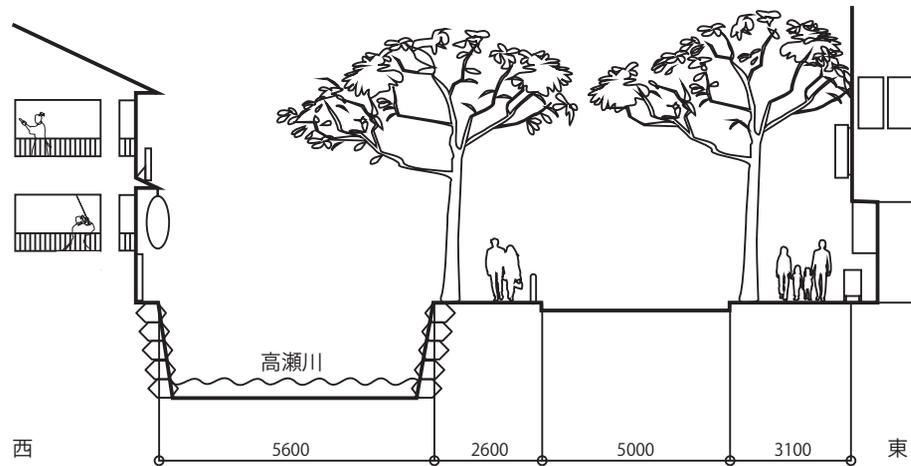
「生洲」図（『都名所図会』）



「高瀬川」図（『拾遺都名所図会』）

2. 木屋町通の目標とする景観

2-1. 高瀬川とその水景観、桜並木、街路の並木を一体的景観として考える。



2-2. 高瀬川を生かした空間づくり、店づくりを行う。

- 高瀬川への親水性、水辺への店舗開口部など水と桜、緑を意識した景観とする。



2-3. 昼と夜の顔を持つ上品で庶民的な歓楽街景観とする

- 昼間は京都らしい水と緑、歴史を感じ、夜はおしゃれな夕食と高瀬川の雰囲気を楽しむ。



2-4. 安心して楽しめる歩行者優先の空間

- 車道の交通制御に関して木屋町通を歩行者優先の空間とし、コミュニティ道路、トランジットモール又は、時間制限に通行制限等を行う。

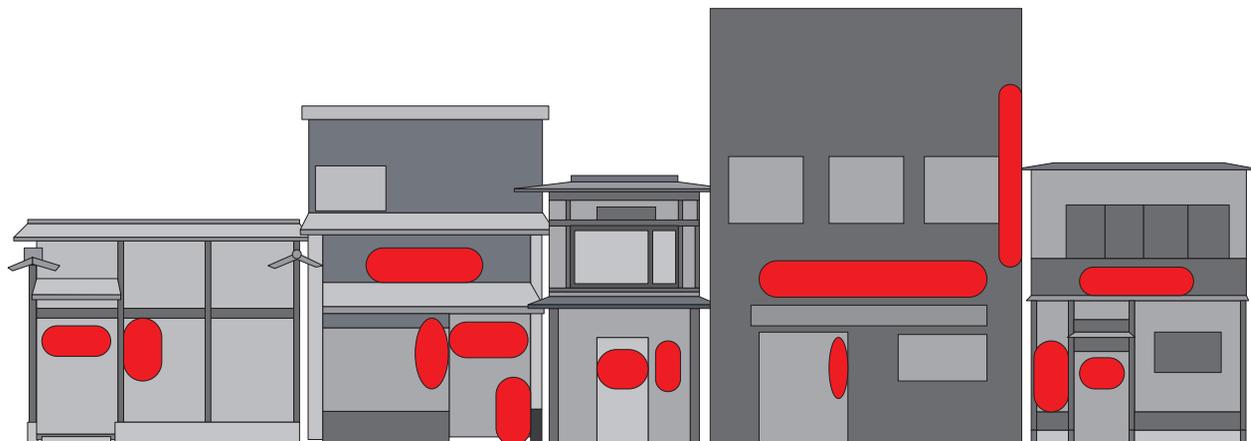


木屋町通

3. 木屋町通の都市ブランドを形成する屋外広告ガイドライン

3-1. 広告による連続景観を作り、町並みにリズムをつくる。

- ・面積、設置位置、デザイン要素などのルールを設定し全体のまとまりをつくりながら、自由なデザインによってリズムをつくる。



- ・素材を設定、デザインを自由にする



- ・設置位置、面積を設定しデザインを自由にする



3-2. 緑を活用した広告を考える



3-3. 水面を意識した広告を考える



3-4. 広告を建物になじませる



都市環境デザイン会議（JUDI）について

都市環境デザイン会議は、わが国の都市環境デザインを取り巻く諸問題を解決し、よりよい都市環境を形成していくために、都市環境デザインに係わる多様な分野や立場の人々の拠り所となり、またネットワークの構築や情報交換等の基盤となる組織として、1991年5月に設立されました。

本会議はこれまでの活動を通じ、都市環境のデザインに係わる各分野、各地域、さらに国、地方公共団体、大学、コンサルタント、企業等の異なった立場にある人々を横断的に結び、これらの人々が相互に意見を交換し、また、協力して魅力ある都市環境の形成に努めるべく実績を積み重ねてまいりました。

JUDI 都市環境デザイン会議は、「日本学術会議」の「日本学術会議会則第三三十五条」に規定する「日本学術会議協力学術研究団体」です。