

—山形市—

景観計画の策定による景観まちづくりについて

1. はじめに

山形市では、景観法施行前の平成6年に「山形市都市景観ガイドプラン」を策定するとともに、平成8年には「山形市景観条例」を制定し、独自の景観まちづくり行政を進めてきた。

その後20年以上が経過する中、平成31年4月からの中核市移行に併せて、景観法に基づく景観行政団体への移行が決定的となったことから、これを機に景観法に基づく新たな景観計画の策定や景観条例の見直しを行い、山形市が持つ豊かな自然や歴史資産などの景観をより際立たせる手法について検討を進めることとなった。

同時に、屋外広告物に関する事務権限も山形県より移譲され、新たに屋外広告物条例を制定する必要が生じたことから、景観施策と一体的に屋外広告物を制限・誘導する手法についても検討を行った。

2. 景観重点地区の指定

山形市の風趣に富んだ景観は、観光資源の一つとなっており、観光地としての魅力向上を図るうえで、景観の向上は欠かせないものとなっていた。

このため、観光地や歴史的建造物が多く残るエリアなど、特に優れた景観のある地区について、「景観重点地区」として指定を行い、地区独自の景観形成方針や基準を設定することで、より統一感のある景観づくりを進めていくこととした。

特に「蔵王温泉」や「山寺」といった、古くから山形市を代表する観光地においては、近年、周辺景観に調和しない現代的な建築物が目立ち始め、また、高齢化や人口減少に伴う老朽化した空き家・店舗も増加している状況にあることから、景観重点地区に指定し、建築物の意匠や色を統一するなど、情緒豊かな温泉街や歴史性の高い建築物と調和した格調高い景観まちづくりを進めることで、地区の魅力や活力の向上を図っていきたく考えている。

なお、景観重点地区の指定にあたっては、住民が発意できることとしており、住民の主体的な取組みを促し、地元景観への愛着や誇りの醸成につながる仕組みとしている。



蔵王温泉

山寺

3. 屋外広告物の新たな誘導基準の設定

屋外広告物についても、景観重点地区ごとに設定する景観形成方針・基準と整合した屋外広告物の誘導基準を新たに設定し、高さや表示面積といった従来の制限だけでなく、地区景観を阻害するような華美なものとならないよう、形態意匠や色彩などの誘導も図っていくこととしている。

4. おわりに

新たな景観計画は、今後の景観まちづくりの方向性と、取組みの枠組みを整理したものに過ぎない。重要なことは、市民や事業者、行政のそれぞれが、景観の重要性を認識し、景観計画で定める目指すべき景観像と基本方針について共通したイメージを持ちながら、実際の行動につなげることでありと考えている。

今後の進め方としては、山形市全域の景観形成を一斉に推進することは困難であることから、まずは、景観形成による地域への効果が大きい観光地の景観まちづくりに注力し、地区住民や関係団体の協力を仰ぎながら、地区全体として景観形成に取り組んでいきたい。

取組みの効果が目に見えるようになれば、他の地区もそれに追従するなど、市全体としての気運が高まり、結果として多くの地区で良好な景観が形成されることになる。

このため、新たな制度である景観重点地区制度を活用し、早期の指定を目指すとともに、地区の主体的な取組みにより新たな景観が創出されるよう、必要な支援を行いながら積極的な働きかけを行っていく予定である。

(山形市 まちづくり政策部 まちなみデザイン課
景観係長 五十嵐 大朗)