

第6章 景観重要建造物、樹木の指定の方針

1 景観重要建造物の指定の考え方

滋賀県では歴史的、文化的価値の高い文化財級の建造物等が多数現存し、その数も全国有数である。またヴォーリズ建築をはじめとする近代建造物で景観上重要なものが多数存在する。また、県民に親しまれ、シンボルとなっている建造物や地域固有の様式を継承する建造物など良好な景観形成に重要と認められるものを景観重要建造物として指定を行う。

指定にあたっては、県民および市町等からの推薦制度や、所有者からの提案により、景観行政団体の長である滋賀県が候補となる建造物リストを作成し、現地調査による指定基準の適合審査等を行ったうえで、所有者と協議・調整し、景観および建築に関連する分野の専門家および第三者機関の意見を聞いて指定を行う。

- 登録有形文化財である建造物
- 歴史的、文化的価値を有する建造物
- 歴史的な様式や地域固有の様式を継承する建造物
- 県民に親しまれ、周辺景観のシンボルとなっている建造物
- 県民、市町による推薦があった建造物

2 景観重要樹木の指定の考え方

景観上重要な樹木は、樹齢や希少性だけでなく、地域住民に親しまれ、シンボルとなっていることが重要である。指定にあたっては、県民および市町等より推薦があり、現地調査による指定基準の適合審査等を行ったうえで、所有者と協議・調整し、景観および樹木に関連する分野の専門家および第三者機関の意見を聴いて行う。

- 健全で樹形が景観上優れているもの
- 地域の固有の自生種で希少品種のもの
- 地域に元来ある樹種で樹齢が高いもの
- 景観上シンボリックな場所に位置しているもの
- 県民、市町による推薦があった樹木

第7章 景観重要公共施設

道路や河川、公園など公共用に供する施設のうち重要なものについては、その管理者との協議、同意に基づき、景観重要公共施設として位置づけ、景観上必要な整備に関する事項や占用の許可の基準に良好な景観の形成に必要な事項を定められることとなっている。このことから、沿道・河川景観形成地区内で核となる河川、道路については、その管理者と協議・現地調査等を行い、可能なものから景観重要公共施設として位置づける。

対象公共施設

- ①国道307号線
- ②芹川
- ③宇曾川
- ④その他景観上重要な道路や河川等

第8章 屋外広告物に関する方針

1 屋外広告物行政に関する基本方針

屋外広告物は、県民生活の利便に資するものであると同時に、地域の活力ある社会・経済・文化活動を反映し、にぎわいある街並みを形成する景観の重要な構成要素である。一方で、地域の歴史や文化から乖離していたり、無秩序に設置される場合には、景観に対して悪影響を与え、外部不経済が生じやすいことも事実である。

このことから、屋外広告物については、最低限守るべき基準について、屋外広告物法に基づく条例により「規制」を行うとともに、行政、県民、事業者等が景観に対する意識を共有し、協働して、より積極的に良好な景観形成を図り、地域の魅力向上に繋げるため、屋外広告物の「誘導・活用」に関する取組を行うことが重要である。これら屋外広告物の規制・誘導・活用の取組は、景観施策の一部として位置づけ、湖国風景づくり宣言および本計画で掲げる「ひろがりの風景づくり」、「つながりの風景づくり」、「地域らしさの風景づくり」、「風景を守り育てる人づくり」という4つの基本目標に即したものとするとともに、屋外広告物に固有の特性や地域のまちづくりの方針にも配慮しながら検討を行うものとする。

なお、これらの取組については、少なくとも10年に一度は、景観保全・安全性に関する効果、土地利用の状況やまちづくり方針等との整合性等に係る検証を行い、必要に応じて見直しを行うこととする。加えて、個々の課題等が生じている場合は、迅速に必要な見直しを行うこととする。

2 地域類型別の広告景観形成方針

湖国風景づくり宣言および本計画で掲げる「ひろがりの風景」、「つながりの風景」、「地域らしさの風景」の視点を具体化するため、地域ごとの歴史文化や土地利用、景観の状況、広告物の設置状況等に応じて、県内を下記のとおり16種類の地域類型に分類し、それぞれについて広告景観形成の方針を示す。それぞれの地域特性を的確に捉え、必要な規制および誘導・活用に向けた施策を推進するものとする。

系統	地域類型	地域の例	広告景観形成の方針
自然農村系統	風致系地域	河川、湖沼、山林等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 風致の維持を意識した広告景観を形成する。 ・ 眺望景観にも配慮する。 ・ 観光地としてのブランディングにも資する広告景観を形成する。
	自然系地域	山地、樹林地等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 自然的な環境と調和した広告景観を形成する。
	田園系地域	田、畑、里山等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 農地、田園と調和した広告景観を形成する。
	集落系地域	農村、山村、漁村等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 伝統的な集落景観や周辺の農地等と調和した広告景観を形成する。
沿道沿線系統	広域的沿線地域	高速道路、鉄道等の沿道沿線等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 主要な交通軸・景観軸にふさわしい良好な眺望を意識した広告景観を形成する。 ・ 駅周辺や I C 周辺等は情報拠点としての機能に配慮する。
	自然田園系沿道地域	自然系地域や田園地域を通る幹線沿道等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 自然景観や田園景観と調和した広告景観を形成する。 ・ 主要な交通軸・景観軸にふさわしい連続的で統一された広告景観を形成する。
	市街地内街路型沿道地域	駅前通り、主要街路	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 街路樹や沿道建築との調和に配慮し、主要な景観軸に相応しいシンボリックで風格のある広告景観を形成する。 ・ 歩いて楽しい街並み景観の形成を図る。

系統	地域類型	地域の例	広告景観形成の方針
	市街地内道路型沿道地域	市街地内を通る幹線沿道等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物を活用し、沿道型商業市街地の賑わいと風格のある広告景観を形成する。 ・ 主要な交通軸・景観軸にふさわしい連続的で統一された広告景観を形成する。
	工業物流系沿道地域	工業系・物流系市街地を通る幹線沿道等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 過度に目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 産業景観として均整のとれた風格ある広告景観を形成する。 ・ 主要な交通軸・景観軸にふさわしい連続的で統一された広告景観、後背地の農地・山林等と調和した広告景観を形成する。
市街地系統	歴史伝統市街地	歴史街道、旧宿場町、参道、文化財周辺等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 歴史的・伝統的景観と調和した広告景観を形成する。 ・ 文化財や観光価値の向上等に配慮する。 ・ 歩いて楽しい街並み景観の形成を図る。 ・ 観光地としてのブランディングにも資する広告景観を形成する。
	低層住宅系市街地	低層住宅地等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 住宅地としての良好な住環境の保全に配慮した広告景観を形成する。
	住宅系市街地	住宅系市街地等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 過度に目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 住宅と小規模な商業店舗等が混在する市街地の風格ある広告景観を形成する。 ・ 住宅地としての良好な住環境の保全に配慮する。 ・ 地域商業振興に配慮する。

系統	地域類型	地域の例	広告景観形成の方針
	商業系市街地	商業系市街地等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物を活用し、商業店舗、事務所等が混在する密度の高い市街地の賑わいと風格のある広告景観を形成する。 ・ 地域商業振興に配慮する。 ・ 歩いて楽しい街並み景観の形成を図る。
	業務系市街地	業務系市街地（官庁街、オフィス街）等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 過度に目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ まちの政治・産業の中心地として格式の高い広告景観を形成する。
	工業物流系市街地	工業・物流系市街地等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 過度に目立つ広告物の表示を抑制する。 ・ 産業景観として均整のとれた広告景観を形成する。 ・ 田園・自然系地域と隣接する場合は、それらとの調和に配慮する。
	拠点的市街地	拠点的な性格を有する市街地等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物を活用し、まちの拠点的市街地としての賑わいと活力のあるシンボリックな広告景観を形成する。

3 風景を守り育てる人づくりに係る取組方針

湖国風景づくり宣言および本計画で掲げる「風景を守り育てる人づくり」の観点から、良好な広告景観を守り育てる人づくりに資する取組を推進するものとする。具体的には、事業者、県民等の意識醸成を図るとともに、良好な広告景観を保全・形成するために行政、事業者および県民が協働して行う取組を推進する。

(施策例)

- ・意識醸成を図るためのセミナー等を実施する。
- ・広告物に関係する業界団体等との連携を強化する。
- ・自治会やNPO等、市民団体・住民組織による取組を支援する。
- ・近隣景観形成協定等の制度を広告景観形成に活用する。
- ・県民等からの施策提案制度を設ける。
- ・良好な広告景観に関する表彰や情報発信を行う。

4 屋外広告物の表示および屋外広告物を掲出する物件の設置に関する行為の制限に関する事項（景観法第8条第2項）

屋外広告物の表示および屋外広告物を掲出する物件の設置に関する行為の制限に関する事項の具体については、湖国風景づくり宣言（景観指針）および本計画に即して、滋賀県屋外広告物条例および滋賀県屋外広告物条例施行規則により定める。

第9章 県土の一体的な景観形成に向けて

景観行政は、住民に身近な市町が中心的な役割を担うことが望ましいことから、できるだけ多くの市町が景観行政団体となることを推奨している。

一方、景観法においては、県または景観行政団体となった市町のいずれか一方が景観法の活用を図ることとされており、県土全体で調和のとれた景観形成を進めるという広域的な観点からは、県と景観行政団体となった市町とが連携・協力を図ることが不可欠である。

このことから、両者で構成される景観行政団体協議会を設置し、県土全体の景観づくりの協議を行い、琵琶湖を中心とした一体的な景観や歴史的街道のつながりのある景観の形成に努める。

近年では眺望景観の保全・創造を検討し、視点場整備PRワーキンググループを設置し、眺望景観ビューポイントの選定、視点場の整備および景と視点場のPRに取り組んでいる。

また、実際に生活されている住民や事業者の意識醸成も必要であることから、現存する景観資源への理解を深めるタウンミーティング等を定期的に開催している。

(1) 景観行政団体協議会のこれまでの主な取組

時 期	項 目	取組内容
平成21年2月	協議会の設立、取組事項の合意	以下3事項の取組を進めることで合意 ・一体的な湖辺の景観形成 ・歴史的な街道の景観形成 ・地域住民や事業者との連携
平成27年1月	「琵琶湖辺における広域的景観形成」に関する合意	以下2事項の取組を進めることで合意 ・琵琶湖景観形成地域内（用途地域を除く）において、広域的景観形成基準を新たに定める。さらに、内陸部に及ぶ広域的景観形成について、検討を進める。 ・琵琶湖辺の屋外広告物規制の適正化の方策として、琵琶湖景観形成地域内（用途地域を除く）において、色彩と発光に関する基準を新たに定める。

時 期	項 目	取組内容
平成29年3月	「琵琶湖辺における広域的景観形成」に関する合意	<p>以下2事項の取組を進めることで合意</p> <ul style="list-style-type: none"> ・琵琶湖景観形成地域に相当する区域（用途地域を除く）における広域的景観形成基準について、一定規模以上の太陽光発電設備等の設置行為を新たに景観影響調査の対象行為とする。 ・琵琶湖景観形成地域に相当する区域（用途地域を除く）において太陽光発電設備等の設置行為を行う場合には、景観影響調査を要しない場合においても、設置者に周辺地域の景観への配慮を促すため、景観法に基づく届出を求めることとする。届出要件、景観配慮基準等については、当協議会で作成したモデル基準を参考に、各市が地域特性を踏まえて検討する。
平成31年1月	視点場整備・PRワーキンググループの設置	<ul style="list-style-type: none"> ・眺望景観ビューポイントの抽出・発信・活用に向けて、景観行政団体協議会および視点場整備・PRワーキンググループで検討を進める。 ・眺望景観ビューポイントは、県民による公募・一般投票を経て、滋賀県景観審議会に諮り決定していくこととする。

第10章

関連施策との連携等による景観形成の推進について

自然の地形や気候風土と調和した姿で造形され、今に伝え残されてきた美しい農地、里地・里山の農村風景や人々の生活や生業によって支えられてきた文化的景観は滋賀県の貴重な財産の一つである。

また、都市の中の緑は生活環境の向上に寄与するほか、景観形成上も大変重要な要素であり、それらを保全・創出することは大変重要である。

一方、林立する電柱や張りめぐらされた電線、周囲の街並みと不調和な規模や用途の建築物、殺風景な駅前駐車場等、都市の景観を阻害している要因は多く見られ、これらの改善を図ることも大切である。

これら農村風景や文化的景観および都市の中の緑の保全・創出はもとより、電線類を道路の地下空間にまとめて収容することによる無電柱化の推進など景観阻害要因の改善を図るためには、都市計画法の各種制度の活用を始め、関連する施策との連携や市町との協働の下、これまで以上に積極的な景観形成を推進する。

1 近江の道づくりマニュアルとの連携

滋賀県では、道路整備計画検討の基本となる道路規格や幅員構成等について、統一的な考え方を整理した「近江の道づくりルール」と、歩道整備における基本的な考え方や設計施工の構造基準を示した「滋賀県歩道整備マニュアル」をもとに地域の状況を踏まえて道路整備を進めてきたが、関係条例の一部改正や自転車活用推進等の社会情勢の変化に伴い、これらを改正・統合し、新たに「近江の道づくりマニュアル」を策定した。

道路の景観は、「沿道の街並み」と「設置されている道路付属物等」により構成されている。多数の道路付属物等が景観形成に与える影響はきわめて大きいことから、景観に配慮した道路付属物等の整備など、道路管理者と連携を図り、良好な沿道景観を守り育てていく。

2 無電柱化推進計画との連携

無電柱化推進計画は、無電柱化法第7条の規定に基づき、無電柱化の推進に関する施策の総合的、計画的かつ迅速な推進を図るため定められたものである。

近年の災害の激甚化、高齢者・身障者の増加、観光需要の増加等の情勢の変化から無電柱化推進の機運が高まっている。

無電柱化推進計画に位置づけられた箇所について、電線、電柱類の地中化等の整備主体である道路管理者や電線管理者等と連携を図り、良好な沿道景観づくりに努める。

3 県の公共事業における良好な景観形成の推進

公共事業は地域の景観を構成する主要な要素であり、良好な景観づくりを先導するものであることから、滋賀県では、国や地方公共団体が行う公共事業に対しても、景観法に基づく通知もしくは「公共事業等の技術指針」により景観への配慮を求めている。景観重要区域に定めている場所では、届出（通知）対象ではない行為に対しても「公共事業等の技術指針」を踏まえた施工を推進する。公共事業を行う発注者に当技術指針を周知し、早い段階からの事前協議を推奨することにより良好な景観形成を図る。

4 夜間景観に配慮した基準等の検討

魅力的な夜間景観を創出するためには、交通安全や防犯といった夜間の明るさの確保や、省エネルギー対策によるLDE照明化の整備のみならず、良質な光による美観や快適性も求めていく必要がある。全国の自治体の事例を参考に、地域の個性を生かした照明設備のあり方など、夜間景観に配慮した景観形成基準の必要性を検討する。

5 景観農業振興地域整備計画との連携

農山村地域は、自然の中で農林業の営みを通じて自然と一体となった風景を醸しだし、地域で永続的に営まれた生業が、今日の地域の個性ある豊かな田園風景を造ってきた。

このことから、地域の文化や伝統を守りつつ、農地の持つ多様な機能を保全活用し、田園、集落、里山、森林、川辺など一体となった風景を維持発展させるため、市町の景観農業振興地域整備計画と整合性を図り、良好な営農条件を確保しながら、地域の特色ある田園風景を守り発展させるものとする。

6 重要文化的景観との連携

文化財保護法において、地域における人々の生活または生業および当該地域の風土により形成された文化的景観を文化財として位置づけており、県内では既に近江八幡市の西の湖とその周辺および高島市海津・西浜・知内の水辺の景観等が重要文化的景観に選定されている。

また、他にも6町域に広く見られる田園・山村景観や歴史的景観などの貴重な文化的景観が形成されている地域も見受けられる。

このような滋賀県の貴重な財産である文化的景観は、重要文化的景観に選定するなど、文化財として積極的に保全を図る必要がある。

7 景観を活かした地域振興、観光施策、まち・人づくりの推進

魅力的な景観は地域のブランド形成に重要な役割を果たす。景観を守り育て、継承していくために、県民、行政、事業者がそれぞれの立場で連携・協働して取り組むことが重要である。タウンミーティング等の開催により県民や事業者の意識醸成を図り、景観と関連の深い部門との連携も視野にいれ、今後の更なる推進に努める。

用語解説

さ行

親水空間

水との親和性がある、水と親しむことができる空間をいう。例えば、河川や湖岸における水辺など、人々が直接水に触れたり、水生生物を見たり楽しむことができる場所を指す。

ま行

マンセル表色系【Munsell color system】

米国の画家で美術教師でもあったアルバート・H・マンセルが1905年に発表した色票集に基づき、米国光学学会の測色委員会で尺度を修正した表色系。色を色相、明度、彩度の三属性で表わす物体色の標準として、アメリカ、日本などで用いられている。

ら行

ランドマーク【landmark】

ある地域においてひととき目立ち覚えられやすい特徴をもつところの点的な空間構成要素であり、地域のシンボル、あるいは目印として人々に認知されるものをいう。

ライフスタイル【life-style】

個人や集団の生き方。単なる生活様式を超えて、その人の生活信条や生活をする上でのこだわりを示す際に用いられる。

刊行物名：滋賀県景観計画
刊行年月：令和4年10月
主管課名：滋賀県土木交通部都市計画課
所在地名：大津市京町四丁目1番1号
電話番号：077-528-4184
FAX番号：077-528-4906
電子メールアドレス：ha06@pref.shiga.lg.jp
印刷業者名：兼松総合印刷株式会社

