

## 台東区景観計画改定について

### 1 背景・目的

本区では、平成 23 年 12 月に「台東区景観計画」（以下、「景観計画」という。）を策定し、良好な景観形成に向けた取組を行っている。しかしながら、「台東区都市計画マスタープラン」の改定（平成 31 年 3 月）や、「谷中地区地区計画」が策定（令和 2 年 10 月）されるなど、本区における景観を取り巻く環境に変化が生じている。

そこで、令和 6 年度にこれまでの景観まちづくりに関する取組状況などを整理し、景観計画の改定に向けた基礎資料を作成するため基礎調査を行った。その調査結果を踏まえ、より良い景観まちづくりを実現していくために景観計画の改定を行う。

### 2 基礎調査結果概要

#### (1) 区の景観行政を取り巻く社会状況の変化

##### ① 上位計画・関連計画の整理

###### 【東京都景観計画】

- ・ 夜間景観に関する記述が追加（平成 30 年）

###### 【各地区における関連計画】

- ・ 東上野地区、谷中地区において地区計画、まちづくりビジョン、景観形成ガイドライン等を策定。
- ・ 現行計画との齟齬は見られないが、関連計画にのみ記載されている事項がある。

###### 【台東区屋外広告物ガイドライン】

- ・ 地域特性に応じた屋外広告物の誘導を図るために策定（平成 30 年）
- ・ 配慮事項を定めたが、基準に関する具体的な数値等の記載はない。

##### ② 景観を取り巻く状況の変化

- ・ 国立西洋美術館が世界文化遺産に登録（平成 28 年）
- ・ 国土交通省が進めるウォークブル推進都市に登録（令和 3 年）
- ・ 新たな屋外広告物としてデジタルサイネージが増加。
- ・ 国では DX 化の推進を受け、特に多言語への対応のしやすさ等から、防災や観光面でのデジタルサイネージの活用を推奨。

## (2) これまでの取組の検証

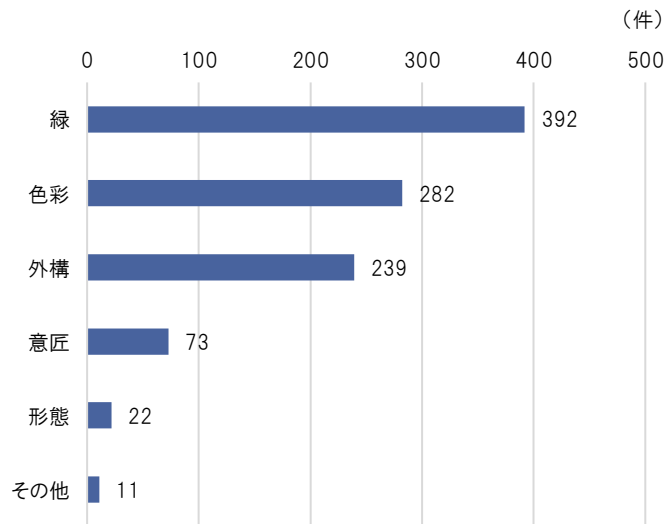
### ① 建築物の景観事前協議

#### ■調査対象

- ・平成26年度から令和5年度の景観事前協議1,503件（新築）のうち、582件を対象とした。

#### ■景観事前協議による助言・指導事項

- ・アドバイザー会議にて、景観事前協議を行った案件のうち約88%に対して助言・指導をしており、特に「緑」「色彩」「外構」に関する助言・指導が多い。
- ・アドバイザーからの助言・指導内容は、景観形成基準における表現よりも具体的なアドバイス（マンセル値や樹種など）が示されることが多い。



#### 【主な項目における助言・指導内容】※各項目で多い順

<p>◇緑</p> <p>①周辺にあわせた樹種の選定（樹種の変更）</p> <p>②植栽の追加（植栽スペースの拡大）</p> <p>③樹木本数の増加</p>	<p>◇色彩</p> <p>①コントラスト（明度差）を抑える</p> <p>②色を明るくする</p> <p>③落ち着いた色にする（明度や彩度を下げる等）</p>	<p>◇外構</p> <p>①仕上げや目地の工夫（インターロッキングやタイル貼りにする）</p> <p>②表情をつくる</p>
--	--	---

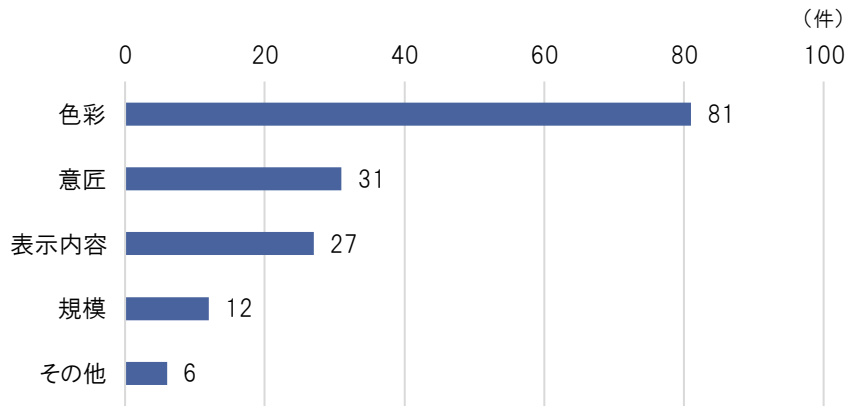
### ② 屋外広告物の景観事前協議

#### ■調査対象

- ・平成26年度から令和5年度の景観事前協議実績377件（屋上広告物及び袖看板）のうち、166件を対象とした。

#### ■景観事前協議による助言・指導事項

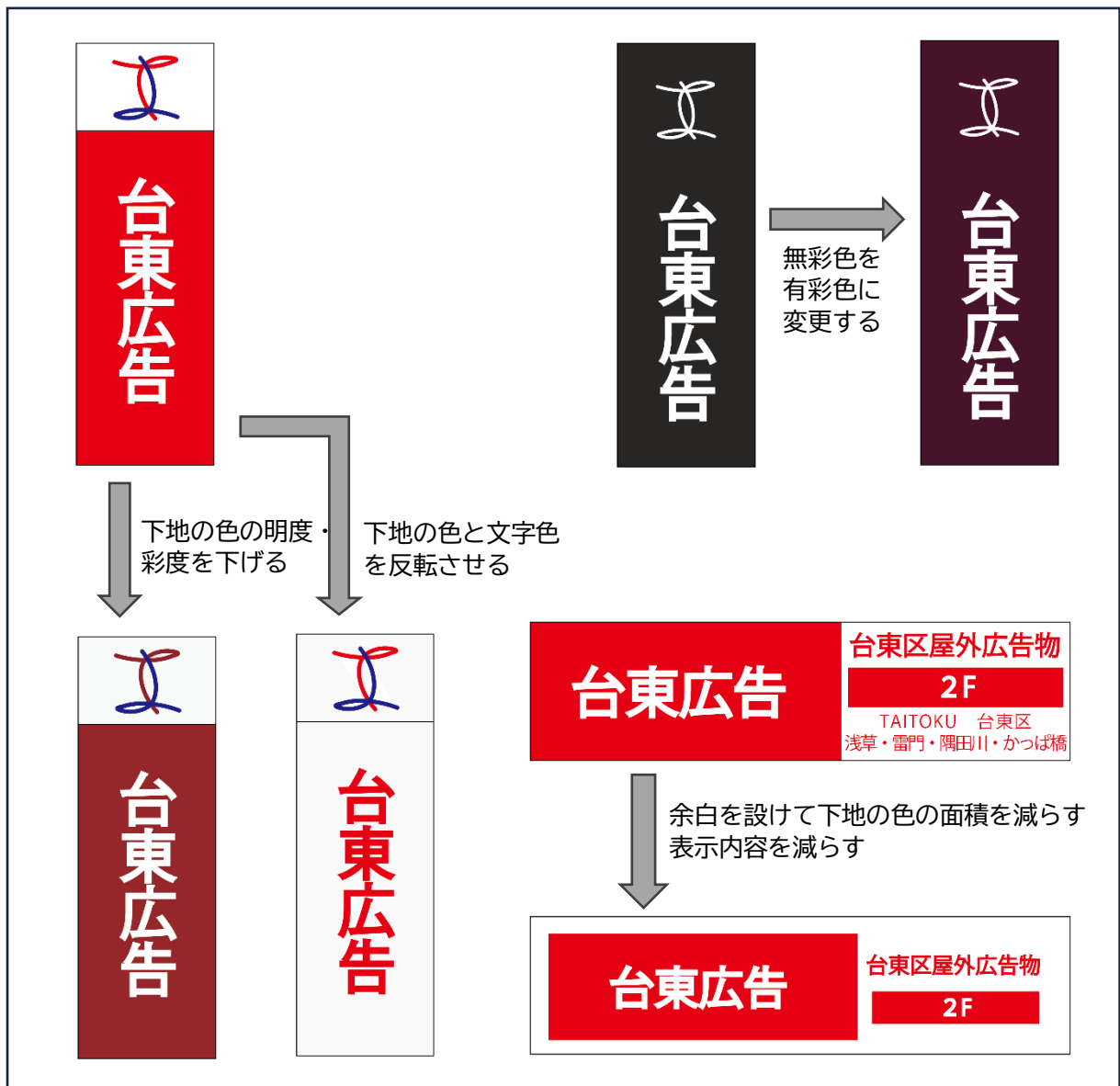
- ・アドバイザー会議にて、景観事前協議を行った案件のうち約60%に対して助言・指導をしており、特に「色彩」「意匠」「表示内容」に関する助言・指導が多い。
- ・下地の色は、赤系及び青紫系の鮮やかな色（高彩度）が多い。なお、下地の色に赤系が用いられた案件は助言・指導を行う傾向がある。



【主な項目における助言・指導内容】 ※各項目で多い順

<p>◇色彩</p> <p>①下地の色の明度・彩度を下げる</p> <p>②下地と文字の色を反転させる</p> <p>③落ち着いた色彩にする</p>	<p>◇意匠</p> <p>①余白を設ける</p> <p>②周辺のまちなみとの調和</p>	<p>◇表示内容</p> <p>①情報量を減らす</p> <p>②文字を小さくする</p>
--	---	---

■景観事前協議による屋外広告物の見直し例



### ③ 景観重要建造物・樹木

	建造物	樹木
調査日	令和6年10月2日（水）	令和6年10月7日（月）
調査方法	ヘリテージマネージャー（地域歴史文化遺産保全活用推進員）による目視調査。当該建造物の現存状況、劣化状況、改変状況のほか指定理由について確認。	樹木医による目視調査。当該樹木の生育状況のほか、樹形や樹勢などの見映えや周辺との調和性を確認。
結果概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・13件指定（令和6年12月時点）</li> <li>・全体的に経年劣化は見られるものの、概ね良好な状態が保たれている。</li> <li>・見た目を変えないような配慮された修理が行われ、景観要素をよく残している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・10件指定（令和6年12月時点）</li> <li>・剪定等により景観上良好な樹形を保っている樹木もあるが、腐朽や倒壊危険性のため大きく切断した樹木もあり、詳細な調査が必要と思われる樹木が見受けられる。</li> </ul>

### (3) 区民意向

区民が台東区の景観や屋外広告物等について感じていることを把握し、今後の台東区の景観形成の方向性を検討する際の基礎資料とすることを目的として、区民アンケート調査を実施した。

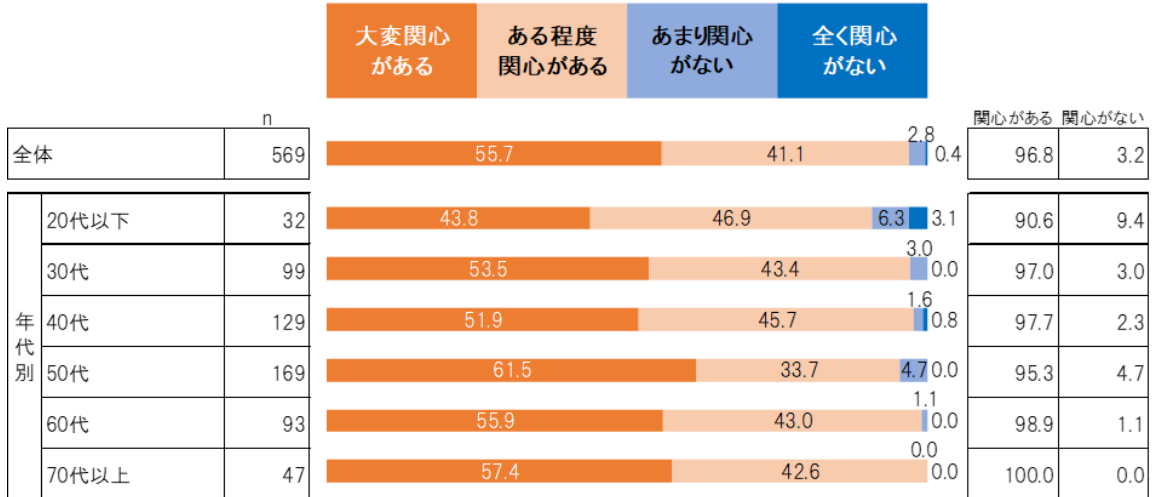
#### ■実施概要

調査概要	基本属性、台東区の景観について、屋外広告物について
調査対象	区内在住者
調査方法	Microsoft Forms を用いた Web アンケート
調査期間	令和6年10月15日（火）～令和6年11月5日（火）
回答数	569件
周知方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 住民基本台帳から無作為抽出した区内の中学生以上の男女 1,000名に対する、案内ハガキの送付</li> <li>② 台東区ホームページへの掲載</li> <li>③ 公式 SNS（LINE、X）を通じた情報発信</li> <li>④ 回覧板への掲載</li> <li>⑤ 区内イベント等でのチラシ配布</li> </ul>

## ① 台東区の景観について

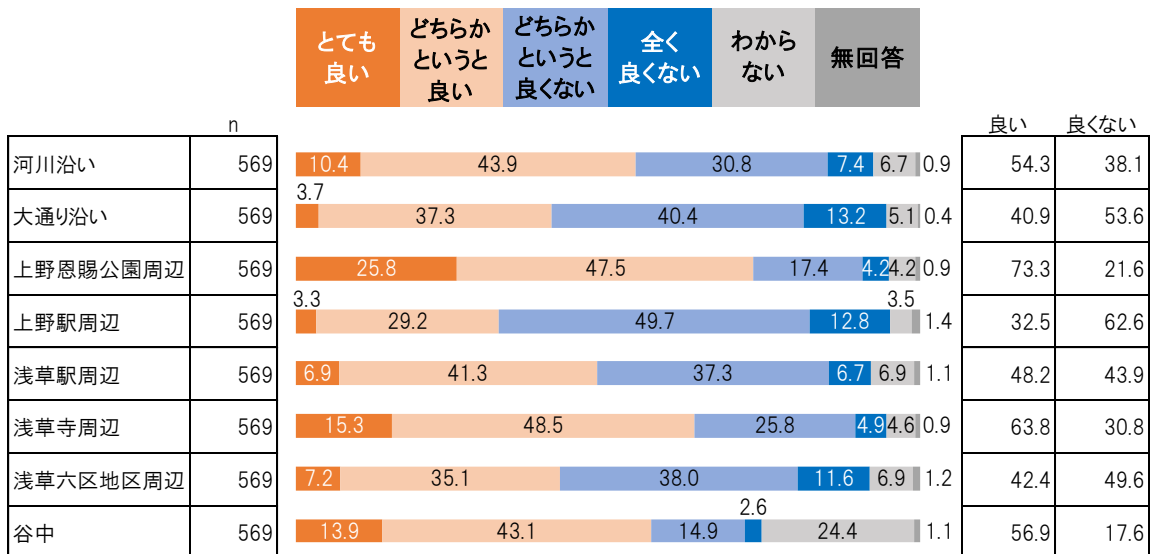
### 【景観への関心度】

- ・回答者の約97%が台東区の景観に『関心がある』と回答。
- ・年代別に見ると、『関心がある』の割合が高いのは、70代以上で100%、最も低いのは、20代以下で90.6%である。
- ・年代が高くなるほど『関心がある』の割合が高くなる傾向がある。



### 【各地域の景観に対する評価】

- ・区内各地域の景観の評価については、上野恩賜公園周辺や浅草寺周辺が良い傾向にあり、上野駅周辺や大通り沿いが良くない傾向にある。
- ・上野恩賜公園周辺の良い評価の理由は、「まちに緑が多い」が最も多い。
- ・浅草寺周辺の良い評価の理由は、「地域の歴史や文化を感じられる」が最も多い。
- ・上野駅周辺や大通り沿いの良くない評価の理由は、「まち並みがごちゃごちゃしている」が最も多い。



## ② 屋外広告物について

### 【屋外広告物の規制や誘導の認知度】

・台東区による屋外広告物の規制や誘導については、「知らない」が全体の7割以上。

■知っている ■聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない ■知らない ■無回答



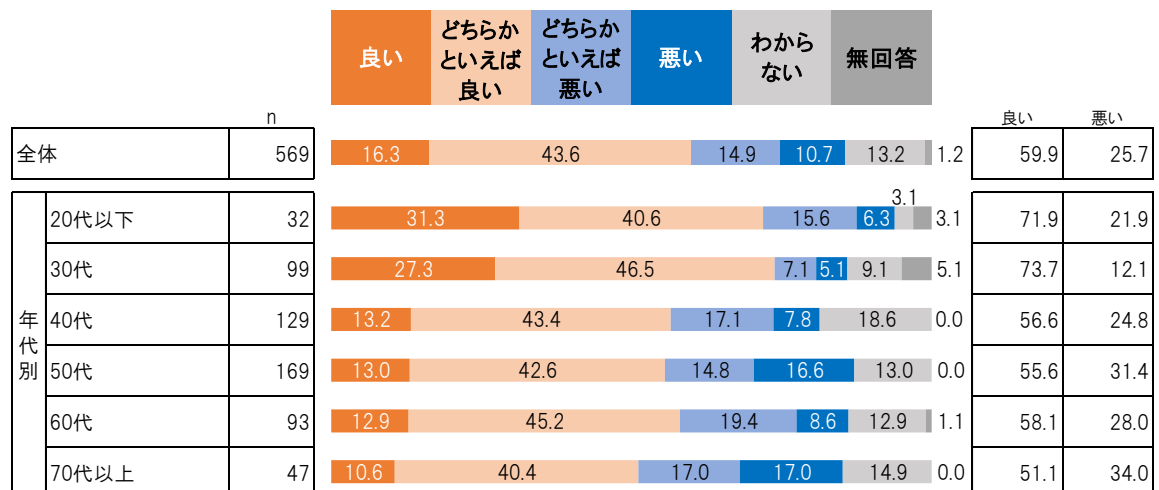
### 【各地域において望ましい屋外広告物】

- ・各地域において望ましい屋外広告物については、河川沿いと浅草寺周辺では「広告物はない方が良い」が最も多い。その他の地域では「周囲になじむデザインや色彩の広告物」が最も多い。
- ・どの地域においても、「周囲になじむデザインや色彩の広告物」や「統一感のある広告物」が一定の割合を占める。

	河川沿い	大通り沿い	上野駅周辺	浅草駅周辺	浅草寺周辺	浅草六区地区周辺	谷中	その他商業地域
1	広告物はない方が良い 323件 (56.8%)	周囲になじむデザイン・色彩 315件 (55.4%)	周囲になじむデザイン・色彩 305件 (53.6%)	周囲になじむデザイン・色彩 348件 (61.2%)	広告物はない方が良い 323件 (56.8%)	周囲になじむデザイン・色彩 272件 (47.8%)	周囲になじむデザイン・色彩 268件 (47.1%)	周囲になじむデザイン・色彩 270件 (47.5%)
2	周囲になじむデザイン・色彩 256件 (45.0%)	統一感のある広告物 215件 (37.8%)	統一感のある広告物 224件 (39.4%)	統一感のある広告物 213件 (37.4%)	周囲になじむデザイン・色彩 237件 (41.7%)	個性的で目立つ広告物 193件 (33.9%)	広告物はない方が良い 236件 (41.5%)	個性的で目立つ広告物 206件 (36.2%)
3	統一感のある広告物 125件 (22.0%)	個性的で目立つ広告物 106件 (18.6%)	個性的で目立つ広告物 115件 (20.2%)	広告物はない方が良い 132件 (23.2%)	統一感のある広告物 149件 (26.2%)	統一感のある広告物 175件 (30.8%)	統一感のある広告物 159件 (27.9%)	統一感のある広告物 152件 (26.7%)

### 【デジタルサイネージに対する評価】

- ・デジタルサイネージについては、全体では約6割が肯定的な評価。特に、30代以下の世代においては肯定的な評価が7割超。
- ・デジタルサイネージの良い評価の理由は、「映像や音楽を利用した魅力的な広告が流れている」が最も多い。良くない評価の理由は、「画面が目立ちすぎて、まち並みになじまない」が最も多い。



### 3 改定に向けた課題

#### (1) 各地区のまちづくりの進展状況や新たな景観要素に合わせた対応

- ・まちづくりの進展に合わせて策定された計画等を適切に反映させる必要がある。
- ・新たな景観要素であるデジタルサイネージや夜間景観に関する内容の明記をする必要がある。

#### (2) よりわかりやすい景観形成基準への対応

- ・景観事前協議実績に合わせた、わかりやすい景観形成基準の記載の見直しが必要である。
- ・周辺環境を踏まえた屋外広告物の規制・誘導を行う必要がある。

#### (3) 景観まちづくりの維持・向上のための対応

- ・景観まちづくりに対する周知・啓発の強化をする必要がある。
- ・景観重要建造物・樹木への継続的な維持管理への支援等の検討をする必要がある。

### 4 令和7年度の取組

基礎調査の結果を踏まえ、景観計画を改定するため、以下の取組を実施する。

- (1) 景観審査委員会にて、改定案の検討
- (2) 現場での色彩調査の実施

### 5 予算額（案）

16,053千円

### 6 今後の予定

令和7年第4回定例会 産業建設委員会に中間のまとめ案報告

令和7年12月～令和8年1月 パブリックコメント実施

令和8年第1回定例会 産業建設委員会に最終案報告

令和8年3月 景観計画改定・公表

令和8年度 運用開始