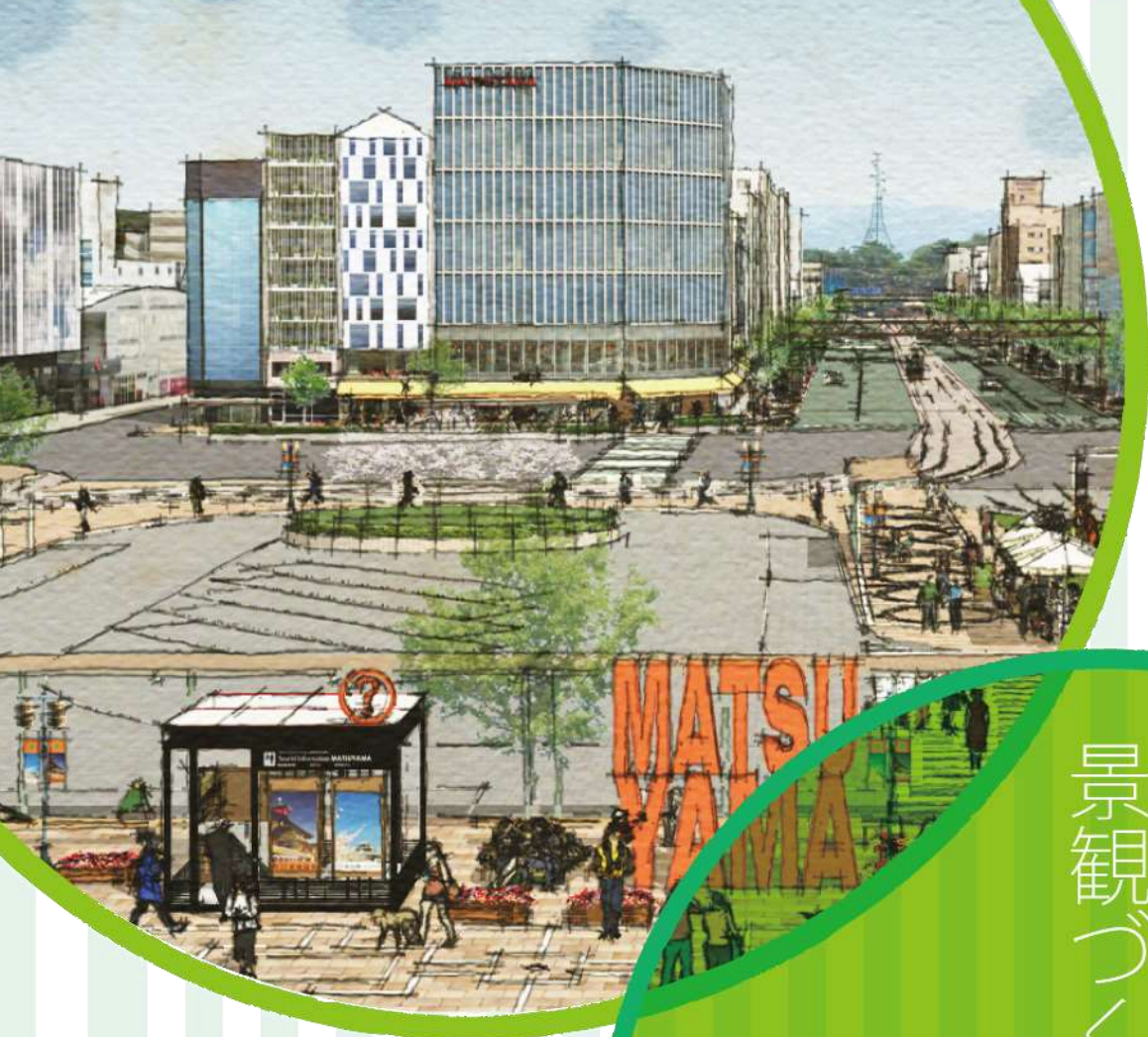




松山駅周辺・大手町通り
景観づくりのポイント



目次

はじめに	3
1. 本書について	3
2. 本書の目指す景観づくり	3
 I 対象とする区域と景観づくりの考え方	4
 II 景観づくりのポイント	6
1. 景観づくりの視点	6
2. 景観づくりのポイント	8
1) 県都松山の陸の玄関口にふさわしい、美しく品格ある駅前景観をつくる …	8
2) 建物や敷地が道路等の公共空間と一体となり、 賑やかで楽しく魅力的な街路景観をつくる	10
3) さまざまな人々が憩い、交流し、 心地よく過ごせる潤いのある店先景観をつくる	12
3. 景観づくりの解説とアイデア	14
4. 景観計画の景観形成基準等	24

コラム

関連する取組の紹介や、これまでのセミナーでご講演いただいた先生方からの地域での景観づくりに対するアドバイスなどを掲載しています。

- ◆「松山駅周辺フューチャーデザイン 2018 ほしい未来は自分でつくる。」
～ ワークショップでの議論を踏まえて ～ 7
- ◆私的領域～境界領域～公的領域の考え方
(愛媛大学南予水産研究センター客員准教授(愛媛県景観形成アドバイザー) 郡司島 宏美)18
- ◆稼げる景観(東京大学名誉教授 堀 繁)21
- ◆賑わい景観のマネジメント(札幌駅前通まちづくり株式会社 白鳥 健志)27
- ◆松山における地域主体の景観づくり
(道後温泉誇れるまちづくり推進協議会 会長 宮崎 光彦)27

はじめに

1. 本書について

本市では、地域が主体となって作成された「松山駅周辺拠点地区まちづくりガイドライン」に示される基本目標のうち、景観形成に関する事項を確実に達成していくため、平成 30 年 4 月に景観計画に「松山駅周辺景観形成重点地区」を追加しました。また、松山駅周辺と本市の中心地区をつなぐ大手町通りの沿道についても、時期を同じくして「大手町通り景観形成重点地区」として景観計画区域に追加し、両地区ともに、同年 10 月から運用を開始しています。

一方、平成 30 年度には「松山駅周辺フューチャーデザイン 2018（ほしい未来は自分でつくる。（松山駅周辺まちづくりに関する土地利用勉強会）」を開催し、土地・建物所有者や関係者の方々の参加のもとで松山駅周辺の将来の景観のあり方を議論し、目指すべき景観像を共有しました。

本書は、景観計画に込められた景観形成の意図や地域での議論を踏まえ、景観づくりにあたって配慮すべきポイントを具体的に解説するものです。

2. 本書の目指す景観づくり

まちの景観には、建物の見た目（まちなみ）だけでなく、まちを訪れる人々の姿も含まれます。ですから、魅力的な景観をつくろうとする場合、建物のデザインを整えることも重要ですが、それと同じくらい「訪れる人々が快適で楽しそうに過ごしている姿」をどれだけ引き出せるかが大切です。

そのためには、訪れる人々を上手に迎え入れる^{しつら}設えが必要になります。本書では、景観計画に定められた建物のデザインを整えるためのポイントを整理することに加えて、訪れる人々を迎え入れるアイデアをたくさん収録しています。

このように本書では、「建物」と「人」というふたつの景観を魅力的にしていくことを目指しています。これを通じて、松山駅周辺の景観づくりが、まちの活力や賑わいを生み、地域の価値を高め、まちに関わる皆さんの満足度を高めていくことを願っています。



I 対象とする区域と景観づくりの考え方

本書の対象地域は、松山市景観計画に定められている「松山駅周辺景観形成重点地区」と「大手町通り景観形成重点地区」です。その区域と景観づくり（景観形成）の考え方や方針を以下に示します。

松山駅周辺景観形成重点地区 ●

景観形成の基本的な考え方

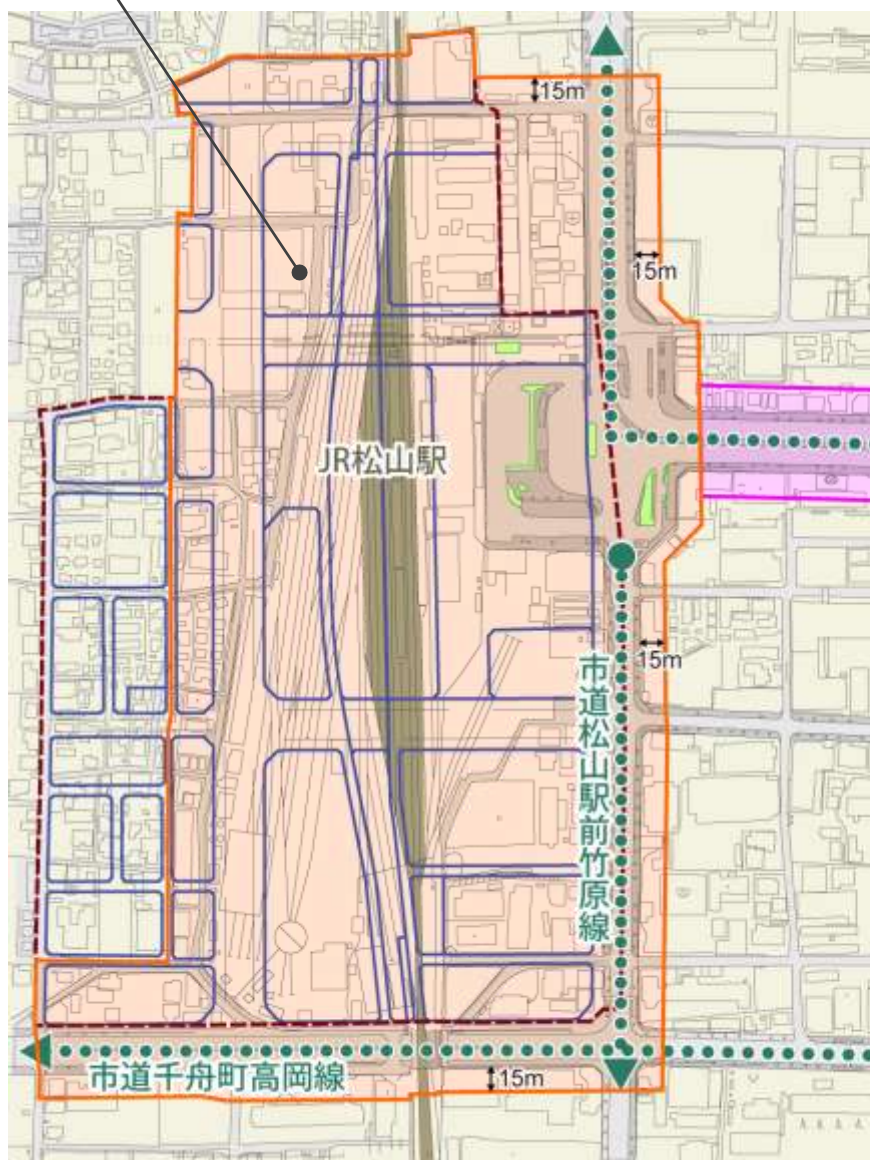
松山駅周辺地区は、今後新設道路の整備や街区ごとの建物建設が進み、新市街地として、県都松山の陸の玄関口にふさわしい景観形成が望めます。

松山市内各地区への出発点となる拠点空間においては、公共と民間が連携協力して、人が自然に集まり、新たな交流や出会いが生まれ、市民が誇りに感じる、賑やかで楽しく魅力的な環境を創出します。

また、一日を通してさまざまな人が利用する松山駅周辺で、夜も安心して回遊できる、美しく品格のある景観を整備するとともに、松山を強く印象づけ、また訪れたいと感じさせるおもてなし空間の形成を図ります。

良好な景観の形成に関する方針

- 建築物等が景観に与えるイメージに配慮し、松山の陸の玄関口にふさわしい、美しく品格ある駅前空間を形成します。
- 建物や敷地が道路等の公共空間と一体となり、賑やかで楽しく魅力的な空間を形成することで、人々が快適に回遊し、滞留できる環境を創出します。
- 緑の連なりにより、四季の移り変わりが感じられ、さまざまな人々が憩い、交流し、心地よく過ごせる潤いのある都市空間を形成します。
- 市民や来訪者が、夜間も安全・安心に、回遊を楽しむことのできる光の環境を整備します。





● 大手町通り景観形成重点地区

景観形成の基本的な考え方

大手町通りは、JR 松山駅と城山公園、さらに市の中心地区をつなぐ重要な都市軸であり、路面電車利用者や歩行者が、松山の陸の玄関口から松山城や道後に向けて移動する際、最初に通行する通りです。広幅員の街路と沿道建築物が調和した、美しさ、賑わい、風格の感じられる魅力的な景観の形成を図ります。

良好な景観の形成に関する方針

- 建築物壁面の配慮により、街路の広がりと開放感を維持しつつ、ゆとりある街路景観を形成します。
- まちなみの連続性に配慮し、周辺建築物との調和を図るよう努め、美しく潤いのある沿道景観を形成します。
- 歩行者の視点や路面電車からの車窓風景を意識し、落ち着いた色彩やデザインの使用により、市の中心部へと誘う風格あるシンボルロードを演出します。

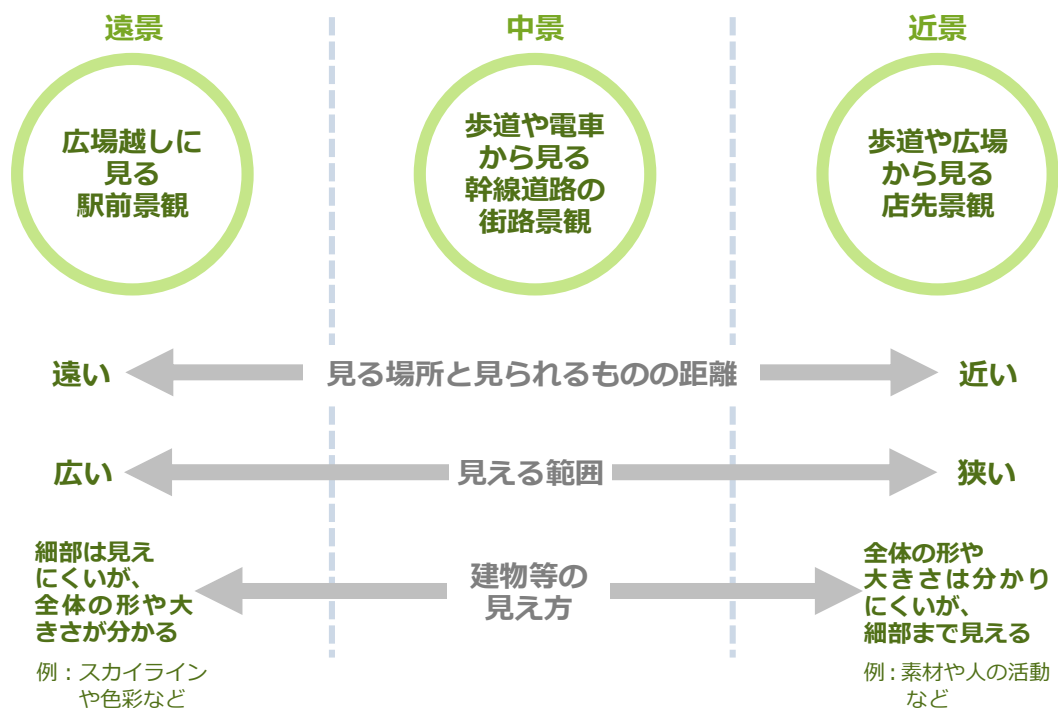


Ⅱ 景観づくりのポイント

1. 景観づくりの視点

景観は、「どこから見るのか」「どこにあるものを見るのか」の違いで大きく印象が異なります。景観づくりにあたっては、離れた位置から広い範囲を見る景観（遠景）、中くらいの距離からまちなみ等を望む景観（中景）、近い位置から建物などの細部まで見える景観（近景）を、バランスよく検討することが大切です。

本章では、松山駅周辺景観形成重点地区、及び大手町通り景観形成重点地区において、特に地域を印象付ける景観である次の3つの視点を基に“景観づくりにあたって特にポイントとなる事項”を説明しています。



コラム / 「松山駅周辺フューチャーデザイン 2018 ほしい未来は自分でつくる。」 ～ ワークショップでの議論を踏まえて ～

平成 30 年度に開催した「松山駅周辺フューチャーデザイン 2018 ほしい未来は自分でつくる。（松山駅周辺まちづくりに関する土地利用勉強会）」では、計 5 回のワークショップ（WS）を開催し、将来の松山駅周辺や大手町通りにおける景観像について議論を行いました。また、議論した内容はパースとして具体的に表現することで、将来の景観イメージを地域で共有しました。

P. 8 ～ P. 13 に掲載している“景観づくりのポイント”は、WS での議論の結果を踏まえて、整理したものです。建物を建てる際や、屋外広告物を設置することをお考えの際は、是非、こちらをご参照ください。

WS の内容

- WS 1 : 昨年度の成果であるビジョンの基本方針とコンセプトを振り返り、これまでの到達点を確認しました。
- WS 2 : フィールドワークに出て、まちの現状を再確認し、「パースとして共有していきたいシーン」や課題について議論しました。
- WS 3 : 第 2 回の議論で共有したシーンにおける景観づくりのポイントについて議論しました。
- WS 4 : 第 3 回で議論した景観づくりのポイントを踏まえ、作成したパースを基に、更なる改善点について議論しました。
- WS 5 : 第 4 回で出た意見を基にパースを修正し、景観の将来イメージについて共有しました。



2. 景観づくりのポイント

1) 県都松山の陸の玄関口にふさわしい、美しく品格ある駅前景観をつくる

ここでは、高架化された駅に降り立った際に、まず目にする駅前の広場とそれを取り囲むまちなみにおいて、特に大事なポイントについてご紹介します。

これらを意識することで、来訪者に松山に対する期待感を持ってもらうとともに、県都松山の陸の玄関口として市民が誇れる美しさや品格あるものを目指します。

Point 1-1

品格のある都市の玄関

広場や歩道を歩く人が、
屋外を快適に楽しめるまちなみをつくれます

➡ 解説:P.14



Point 1-3

一体的な賑わい空間

広場の賑わいが建物につながる
ように建物をデザインします

➡ 解説:P.16

Point 1-2

緩やかにつながるスカイライン※1

広場を程よく取り囲み、緩やかに
つながるスカイラインを描きます

➡ 解説:P.15

※1：スカイラインとは
建築物等が空を区切ってつくる輪郭線のこと。



2) 建物や敷地が道路等の公共空間と一体となり、賑やかで楽しく魅力的な街路景観をつくる

ここでは、幹線道路沿道の街路景観において、特に大事なポイントについてご紹介します。

街路空間とは、道路と沿道の建物・敷地が一体となり形成される空間です。大手町通りや市道松山駅前竹原線、市道千舟町高岡線等のまちの顔となる幹線道路においては、公共空間と民間敷地の親密な関係をつくりながら、歩きたくなる魅力的な街路空間を形成します。

Point 2-2

そぞろ歩きを誘うまちなみ

賑わいを感じられ、
歩いて楽しいまちなみをつくれます

➡ 解説:P.17



Point 2-1

つながるファサード※2

通りの軽快な連続感や
すっきりとした見通しをつくります

➡ 解説:P.17

※2：ファサードとは
建築物等の外観をつくる面。主には正面
を指しますが、側面なども公共空間から
良く見える場合等は、同様にファサード
といいます。

Point 2-3

存在感と協調の共存

統一感や落ち着きが感じられる
とともに、先進的で地域らしさ
が感じられるデザインに
挑戦します

➡ 解説:P.19



3) さまざまな人々が憩い、交流し、心地よく過ごせる潤いのある店先景観をつくる

ここでは、街路や広場に面する店先、低層部のデザインにおいて、特に大事なポイントについてご紹介します。

建物の低層部は街路や広場といった公共空間に接する部分であり、最も歩行者（人）に密接な関係にある部分といえます。低層部を丁寧につくることにより、それ自体が魅力的なまちなみになるとともに、人々を引き付け、そこで生じる活動が景観に活力と彩りを加えます。

Point 3-1

人を呼び込む店構え

まち行く人がついのぞいてしまう
人々を「歓迎」するデザイン
とします

➡ 解説:P.20

Point 3-2

こだわりの質感

素材や細部にこだわり、
まちなみに深みを与える
魅力的な質感を意識します

➡ 解説:P.20



Point 3-3

感度の高いサイン

サイン等は単に視覚だけでなく、
シンプルでも感性に訴えかける
質の高いデザインを追及します

→ 解説:P.22



Point 3-4

おせったいの装置

一休みできる・したくなる
“おせったい”のための装置
を備えます

→ 解説:P.22

3. 景観づくりの解説とアイデア

「2. 景観づくりのポイント」でお示した内容の意味や、実現のためのアイデアをご紹介します。

※本節の読み方

「2. 景観づくりのポイント」(P8～13)に関する概念や主旨について図説を用いて説明しています

ポイントとする事項を実現するためのアイデアをイラストや事例写真を用いて紹介しています

「4. 景観計画の景観形成基準等」(P24～26)に記載する基準のうち、特に関連のあるものの番号を記載しています

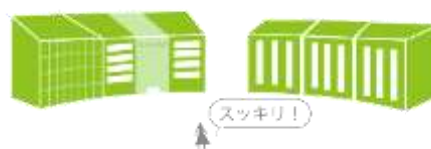


Point 1-1：品格のある都市の玄関

松山駅前が県都松山の玄関口として相応しい空間になるよう、建物のデザインや屋外広告物の設置方法を工夫し、威圧感や雑多な印象を抑え、スッキリとした品格のあるまちなみを目指します。



威圧感のある・雑多な印象



スッキリした・品格のある印象

実現のためのアイデア

威圧感・圧迫感を抑えるデザイン

- 大きな建物は、途中でデザインを切り替える（分節化する）等、単調で大きな面をつくらないようにすることで威圧感や圧迫感を軽減することができます。
- 建物の中高層部は、周辺や背景（空など）に馴染む軽い印象の色彩やデザインとすることも有効です。



デザインによる分節化



低層部と中高層部の色彩による分節化

明るい色
落ち着いた色

シンプルな広告物

- ・広告物がたくさん見えると、歩行者を過度に刺激するだけでなく、雑多な印象となり、本来の情報伝達の役割を損ないます。
- ・広告物は低層部にできるだけ集約し、壁面の中高層部への広告物を設置する場合は、建物名や自社名など最小限のもののみとし、シンプルなデザインにすることが大切です。



シンプルな施設名表記

落ち着いた夜の景観

- ・暖かみのある色合いで、明るすぎない照明を用いることで、夜間においても、品格が感じられる、落ち着いた印象をつくることができます。



暖かみのある光によるライトアップ



建物のデザインを生かしたライトアップ

Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

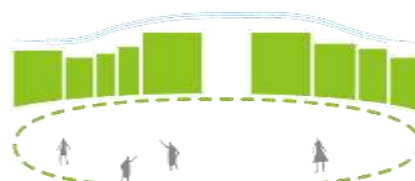
2 3 5 16 17 24 31 32 35 43 44 45 46 47 48 49 50 51

Point 1-2 : 緩やかにつながるスカイライン

広場を取り囲む建物の高さや形を緩やかにつなげることで、程よい囲まれ感のある心地よい広場空間をつくります。



雑多な印象



心地よい印象

実現のためのアイデア

周辺との関係を考える

- ・建物の高さや形は、隣りや周辺の建物との関係を踏まえて検討することが大切です。
- ・また、建物のデザインや色彩についても、特に中層部以上は、過度に目立つものを避け、周辺との一体感を演出することが大切です。



スカイラインを揃えたまちなみ



デザインや色彩を揃えたまちなみ

Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

2 5 6 8 9 11 16 17 31 32 48

Point 1-3 : 一体的な賑わい空間

駅前広場の賑わいをその周囲の建物にもつなげることで、駅前広場からまちへと人が回遊したくなる期待感のあるまちなみをつくります。

駅舎や広場から見たとき、「行ってみたい」と思えるデザインを考えましょう。



実現のためのアイデア

効果的なアクセントカラーの使い方

- ・アクセントカラーは、デザイン上、特に目立たせたい箇所にワンポイントで、使用するものです。建物の低層部（2階以下の部分）に使用することで、広場と一体的な空間をつくることができます。
- ・また、アクセントカラーの目立ち方は、周囲の色彩とのコントラスト（彩度や明度の差）によるため、建物のベースカラー（基調色）を落ち着いた色彩（低彩度）とすることで、その選択肢は広がり、シックな色や品格のある色もアクセントとしての効果を発揮します。



賑わいを演出するアクセントカラー



低層部のアクセントカラー

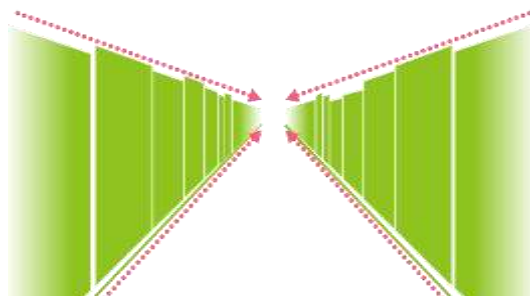
Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

5 6 7 16 17 31 32

Point 2-1 : つながるファサード

緩やかにつながるスカイラインや連続感のある壁面を形成することで、大通りらしい統一感のあるすっきりとしたまちなみや、見通しの効いた街路空間をつくります。



実現のためのアイデア

周辺との関係を考える

- ・建物の高さや形、壁面の位置は、隣りや周辺の建物との関係を踏まえて検討することが大切です。
- ・また、隣りの建物と、軒の高さや窓面の構成などデザインを合わせることで、連続性を表現することができます。



壁面の位置と高さを合わせることで
連続性を演出



低層部の軒高を合わせることで
連続性を演出

Check!

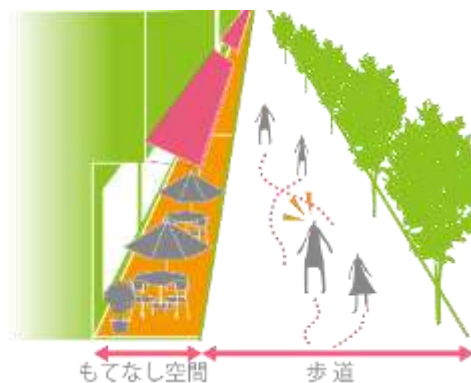
特に関連する景観計画の景観形成基準

1 2 5 8 9 11 13 16 17 25 32 48 49

Point 2-2 : そぞろ歩きを誘うまちなみ

歩道に沿って、素敵なお店等が連なる街路は歩きたくなるものです。

建物の低層部のデザインを工夫したり、店先やエントランスに、人々が休憩できるスペースや潤いを感じられる植栽スペースなど、もてなしの空間を設けることで楽しめる歩行者空間をつくります。



実現のためのアイデア

低層部のデザインを工夫する

- ・建物のデザインを切り替え、低層部と中高層部を分節することで、地上を歩く歩行者の目線に合ったまちなみとすることができます。
- ・また、間口の大きい建物では、歩道に沿って複数の入り口やお店等を設けることも有効です。



沿道から店舗の様子が分かるファサードデザイン

“おせったい”のスペースを生む

- ・1階部分の壁を少し下げることで、オープンカフェなどの休憩スペースや、植栽を配置する“おせったい”の空間をつくることができます。



1階部分を活用した緑化空間



後退部分を活用したオープンカフェ

Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

1 2 4 7 26 27 28

コラム / 私的領域～境界領域～公的領域の考え方

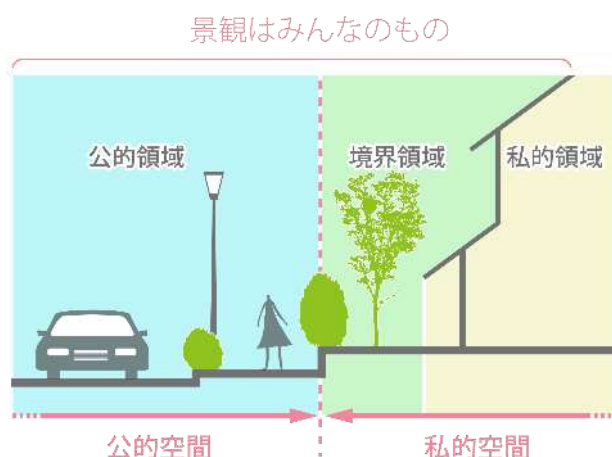
愛媛大学南予水産研究センター客員准教授（愛媛県景観形成アドバイザー） 郡司島 宏美

街路景観では、道路は公的領域となり、自分の敷地は基本的には私的領域になります。

しかし、私的領域でも外側から見えている建物の外観や塀、生垣、門等の街路に面している部分は「境界領域」といい、自分だけでなく第三者たちも見ることになります。

「境界領域」をどのようにデザインするかで、その通りの雰囲気が決まってきます。

「境界領域」のデザインに一定の共通ルールがないと、みなさんが思ってもいないような景観になってしまいます。



Point 2-3 : 存在感と協調の共存

周辺と調和したまちなみをつくることは、単に平凡な建物をつくることではありません。周辺の建物への尊重や背景に馴染ませることを考えるとともに、新しくできるまちの価値を上げる存在感のあるデザインに挑戦します。



実現のためのアイデア

さまざまな技術を取り入れたファサードデザイン

- ・ルーバー※³や壁面緑化等、さまざまな技術を積極的に用いることでデザインに変化をつけることができます。
- ・また、夜間においても、建物のデザインを生かした照明により印象的なまちなみとすることができます。

※ルーバー：短冊形や棒状の部材を平行に並べたもので、太陽光や雨、風、視線等をさえぎることができるものを言います。



木質のルーバーを用いたデザイン



エントランスの壁面緑化



建物のデザインを生かした照明

松山らしさを生かすデザイン

- ・地域に昔からあるもののデザインや、地域の自然色を参考にすることで、松山らしさを演出することができます。



松山らしいデザインの例：
正岡子規の直筆を採用した照明灯
(花園町通り)



地域に昔からあるものの例：
(上) かつての松山駅
(下) 電車軌道の石畳

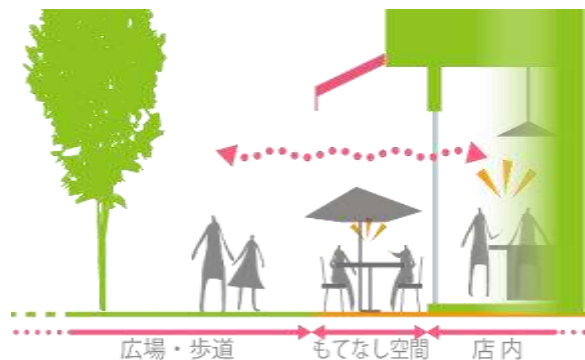
Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

2 3 5 6 14 15 16 17 22 23 24 25 32 33 34 35

Point 3-1：人を呼び込む店構え

駅前広場や歩道沿いから、建物の内外で行われる人々の活動や雰囲気が見て取れるような設えにすることで、賑わいが感じられるようにします。



実現のためのアイデア

まちに開いた低層部の設え

- ・低層部をガラス壁面にしたり、大きな開口を設けることで、室内を見通せるようにすることができます。
- ・また、飲食店などについては、オープンテラスを設置し、屋内と屋外を緩やかにつなぐことで、賑わいを駅前広場や歩道に表出させることも大切です。



開口の大きな店舗（物販）



開口の大きな店舗（飲食店）



オープンテラスの例

Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

1 4 7

Point 3-2：こだわりの質感

駅前広場や歩道を歩く人に一番近いところである1階部分の店先空間は、人々をもてなす上で非常に重要です。素材や細かなデザインにもこだわり、つい足を止めたくなる設えとします。



実現のためのアイデア

メンテナンスを見越したデザイン

- ・低層部の壁面は、駅前広場や歩道から、その材質まで見えてしまいます。高質な材料を用いるだけでなく、時間が経つことにより味わいが出る素材等を用いることで、好印象なデザインとすることができます。



経年により味わいが出る
自然石の外壁

前面の舗装を切り替える

- ・前面の舗装素材を切り替えることで、店先の印象を演出することができます。
- ・また、人々の印象に残りやすいよう、模様やパターンを舗装表現に用いることも効果的です。



エントランスを演出する舗装



店先をデッキ舗装としている例

Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

6 7

コラム / 稼げる景観

東京大学名誉教授 堀 繁

景観の真髄“ホスピタリティー表現”

人は目で見たものを評価して、良いか悪いか決めています。では、良い評価とは何でしょう。人は誘う表現、誘うメッセージが出ているものを必ずプラスに評価します。入口が開いており、のれんがあり、縁台がある建物を見ると、人は、「お入りください、お上がりください」と誘ってくれていると感じます。また、「人は丁寧であること」をプラスに評価します。のれんや、障子の墨書など手を抜きたくなることを丁寧にやることで、人はプラスに評価するのです。これらを、ホスピタリティー表現といいます。

稼げる景観のつくり方

お店の売上を2倍にするには、どうすればよいでしょう。「客数」は、「お店の前を通る人の数」×「私のお店に立ち寄ってくれる人の割合（立ち寄り率）」で決まります。お店の前を通る人が2倍になれば、売上も2倍になります。では、「立ち寄り率」を上げるにはどうすればよいでしょう。上記のホスピタリティー表現に加え、お店づくりで一番重要なのは店前の舗装です。人間は自分に近いところを過大に評価するため、足で踏むことができる舗装部分が最重要といえます。京都のまち

は、その店前舗装のスペシャリストであるといえます。また、お店の前の設えも重要です。「挨拶の装置」「迎客の装置」「集客の装置」は、売り上げアップの三種の神器といえます。例えば、植物は「挨拶の装置」で、ベンチは「迎客の装置」、看板は「集客の装置」といえます。

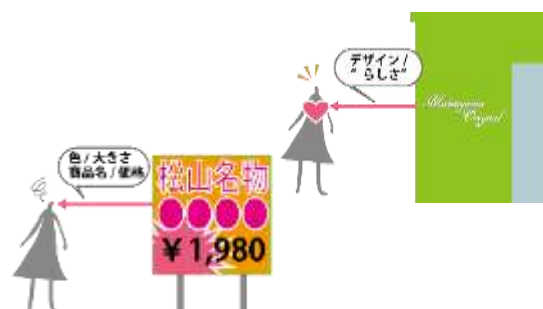
松山駅周辺でも、是非、これらのポイントを取り入れて、松山の経済を盛り上げてもらいたいと思います。



京都のもてなしのあるエントランス

Point 3-3 : 感度の高いサイン

広告物は、派手な色や大きさで視覚を刺激するのではなく、人々の感性に訴えかける洗練されたデザインとします。



実現のためのアイデア

センスの光る情報伝達

- ・雑多な印象とならないように、値段や商品そのものの写真などの直接的な表現や多すぎる色表現を避け、限られた情報でも、お店や企業の世界観を表現することで印象的なデザインとすることができます。

立体的な文字表現

- ・文字を掲出するときは、切り文字や箱文字等を用いることで、洗練されたデザインとすることができます。

恒久的なサイン

- ・窓面へのチラシ等の貼付や、のぼりなど簡易的な広告の掲出を避け、できるだけ、恒久的なサインのみに限定することで、雑多な印象を与えないようにすることができます。



お店のモチーフをデザインした例



箱文字を用いた例



切り文字を用いた例



企業ロゴをあしらった例

賑わいをつくるサイン

- ・ここで言う“賑わい”とは、単にごちゃごちゃした雰囲気や多くの人がいることではなく、その場所に合った人々の生き活きとした活動がうかがえる様子をいいます。
- ・そのため、“賑わい”をつくるためには、広告物も、その場所に合った見せ方が大切です。松山駅周辺に相応しい、上質な賑わいが表現できる広告物を自身や周辺の建物等と一緒に計画しましょう。



文化や歴史をコンセプトとしたまちに調和したデザイン



レトロな雰囲気に調和したデザイン

Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

43 44 45 46 47 49 50 51

Point 3-4 : おせたいの装置

建物の前に、さまざまな装置を備えることで、入店する人やまち行く人に対し、「歓迎」「ゆっくりして」「快適に通行して」など状況に応じたメッセージを伝えることができます。

また、それらを利用する人々自身が、賑わいの要素となり、より活気あるまちなみとなります。



実現のためのアイデア

潤いの装置

- ・植栽を設置することで、まちなみに潤いを与えることができます。
- ・また、落葉樹や果樹、花卉などを用いることで、四季や彩りを演出することも効果的です。

ほっとする装置

- ・一休みすることができるイスやベンチ、テーブルなどを置き、まちに来てくれた人々をねぎらうことで、おせたいのまちに相応しいまちなみとします。

快適を生む装置

- ・日よけテントや庇^{ひさし}を設けることで、店先に滞留する人や歩行者に快適な環境を提供することができます。

安心を生む装置

- ・かさ等を用いた間接的で温かみのある照明や室内の漏れ光により、柔らかな印象の光環境をつくることで、安心感のある夜間景観をつくることができます。



緑や花卉を配置した例



ベンチを配置した例



テーブルとイスを配置した例



日よけテントを設置した例



ベンチと照明を設置した例

Check!

特に関連する景観計画の景観形成基準

7 22 23 24 26 27 28 29 30

4. 景観計画の景観形成基準等

景観計画に定められている景観形成基準、及び屋外広告物設置基準をご紹介します。これらは、建物を建築したり、屋外広告物を掲出する際に守らなくてはならないルールです。

また、景観づくりのポイントを考える際には、P14～P23 に記載している「特に関連する景観計画の景観形成基準」と「No」欄を合わせてご確認ください。

区域の凡例	駅	：松山駅周辺景観形成重点地区の基準
	大	：大手町通り景観形成重点地区の基準
	共	：上記2地区において共通の基準

①景観形成基準

対 象	No	基 準	区 域
建築物	配置	1 まちなみの連続性に配慮し、周辺建築物等と調和する配置とする。	共
	形態意匠	2 まちなみの連続性に配慮し、周辺建築物等と調和するデザインとする。	共
		3 壁面に変化をもたせるなど、威圧感をできる限り軽減させる。	共
		4 駅前広場や幹線道路に面する場所の建築物低層部（2階以下）では、建物内部の賑わいの様子が外からもうかがえるよう、ガラス壁面の使用やオープンテラスの設置等による開放感の演出に努める。	駅
	色彩	5 落ち着きのある色彩とし、周辺のまちなみや自然との調和を図る。	共
		6 建築物の外壁に使用できる色彩は以下のとおりとする。 （色彩の表示は日本工業規格 Z8721（色の表示方法－三属性による表示）に規定されたマンセル表色系によるものとする。） ●ベースカラー：見付面積（鉛直投影面積）の85%以上	共
		色 相	
		R（赤）・YR（黄赤）・Y（黄）	
		GY（黄緑）・G（緑）・BG（青緑）	
		B（青）・PB（青紫）・P（紫）・RP（赤紫）	
		N（無彩色）	
		基 準	
		彩度4以下	
		彩度2以下	
		明度1～9.5	
		●アクセントカラー：見付面積の15%以内 明度及び彩度の上限及び下限規定は設けない。ただし、各色相の純色（最も彩度が高い色）の使用は見付面積の5%以内とする。 ＊【色彩基準の適用除外】 次に掲げるものについては上記の色彩基準を適用しない。 (1)他の法令の規定により義務付けられている場合 (2)歴史的又は文化的な事由等により、社会通念上認められている場合 (3)着色していない木材・石材・金属材・漆喰・ガラス・レンガ・コンクリート等の材料によって仕上げた場合 (4)その他、地域の特色に資するものとして市長が認める場合	
	7	駅前広場や幹線道路に面する場所の建築物低層部（2階以下）では、外壁、日よけテント、庇等にアクセントカラーを用いるなど、賑わいの演出に努める。	駅
	屋根屋上	8 ペントハウス等を設ける場合は、建築物本体と一体的な意匠とし、すっきりとした屋上となるよう努める。	共
		9 屋上設備は、壁面の立ち上げ又はルーバー等により適切な覆いで隠すよう努める。	共
		10 屋上緑化による緑の創出に努める。	共
		11 まちなみに配慮し、周囲と調和する形態・素材・色彩とする。	共
		12 屋根（勾配屋根）の色彩は、明度6以下、彩度4以下とするよう努める。 ＊外壁における色彩基準の適用除外規定は、勾配屋根の色彩について準用する。	共
	屋外階段	13 建築物本体と一体化させる、又は建築物本体と調和する色彩・デザインとする。	共

対 象		No	基 準	区 域
建築物	バルコニー等	14	建築物本体との調和を図り、洗濯物等が通りから見えにくい形態や意匠とするよう努める。	共
		15	屋外駐車場及び屋外駐輪場は、植栽等により公共の空間からの見え方に配慮する。	共
	駐輪場 駐車場	16	立体駐車場及び立体駐輪場（高架下含む）は、周囲の建築物と一体感のある色彩・デザインとし、壁面緑化等の工夫により、威圧感の軽減と周辺環境の向上に努める。	駅
		17	立体駐車場は、周囲の建築物と一体感のある色彩・デザインとするよう努め、周辺との調和に配慮する。	大
		18	幹線道路に面して駐車場・駐輪場の出入り口を設ける場合は、歩行者の安全に配慮するとともに、路面仕上げや緑化などの工夫に努める。	駅
		19	大手町通りに面して駐車場・駐輪場の出入り口を設ける場合は、歩行者の安全に配慮するとともに、路面仕上げや緑化などの工夫に努める。	大
		20	給排水管やダクト等は、外壁に露出させないよう設置する。	共
	建築設備	21	やむを得ず露出する場合は、外壁と同一の色調とし、目立たないよう努める。	共
		22	空調室外機や電源・水源用設備等の屋外施設は、公共の空間から見えにくいよう設置場所を工夫し、目隠しを施す等、目立たないよう努める。	共
	照明装置	23	敷地から出ないよう設置場所を工夫し、できる限り点滅しないものを使用する。	共
		24	照射角度は歩行者や通行車両等に影響がないよう配慮する。	共
		25	駅前広場や幹線道路に面する場所では、歩行者の安全性に加え、魅力的な夜間景観創出のため、間接照明や店舗の漏れ明かり等、落ち着いた明かりによる雰囲気演出に努める。	駅
	その他	26	公共の空間からの見え方に配慮し、ベランダの形状や建築物の前面における植栽等に工夫を行う。	共
		27	道路等公共空間に面する部分、敷地内や屋外駐車場等のオープンスペースの緑化に努める。	共
		28	道路との敷地境界にかき又は柵を設ける場合には、生垣を主体とした植栽に努める。	共
		29	駅前広場や幹線道路に面する場所には、公共空間と建築物の一体的な空間利用ができるよう、固定されたかき又は柵を設けないよう努める。	駅
		30	自動販売機やくずかご等は、建築物と調和するよう、意匠や設置場所に配慮するとともに、出来る限り道路等の公共の空間に面して設置しないよう努める。	駅
		31	自動販売機やくずかご等は、建築物と調和するよう、意匠や設置場所に配慮する。	大
工作物		32	まちなみと調和した素材や色彩を使用するよう努める。	共
		33	周囲に与える突出感を軽減するよう形状・配置・大きさ等に配慮する。	共
		34	照明装置は敷地から出ないよう設置場所を工夫し、できる限り点滅しないものを使用する。	共
		35	照明装置の照射角度は、歩行者や通行車両等に影響がないよう配慮する。	共
		36	駅前広場や幹線道路に面する場所では、歩行者の安全性に加え、魅力的な夜間景観創出のため、間接照明や店舗の漏れ明かり等、落ち着いた明かりによる雰囲気演出に努める。	駅
土地の開墾、土石の採取、鉱物の掘採、その他の土地の形質の変更		37	できる限り現況の地形に沿った変更とし、やむを得ない場合でも法面や擁壁の規模を抑えて穏やかな勾配とするよう努める。	共
		38	法面や擁壁については、周辺景観と調和するような形態や材料とし、周囲を含めた緑化に努める。	共
		39	良好な樹林、樹木、河川及び水辺等は極力保全するよう努める。	共
木竹の伐採		40	大規模な木竹の伐採は可能な限り避ける。	共
		41	やむを得ない場合は、周辺景観への影響を最小限にとどめるよう努める。	共
屋外における土石、廃棄物、再生資源、その他の物件の堆積		42	生態系に配慮する。	共
		43	公共の空間から見えにくいよう配置を工夫するとともに、可能な限り低くし、整然かつ威圧感のないよう堆積する。	共
		44	堆積させた物件を遮蔽する場合は、道路等の公共の空間から容易に眺め見ることのできないよう、植栽の実施や木塀の設置等、まちなみとの調和に配慮する。	共

②屋外広告物 設置基準

対 象	No	基 準	区 域
共通基準	43	表示する面積は必要最小限にとどめる。	共
	44	高彩度の色彩の使用はなるべく避け、建築物に設置する場合は、その外壁等と調和する色相や彩度を用いるよう配慮する。	共
	45	テナントビル等、複数の事業所が混在する場合は、なるべく掲出箇所を一箇所にまとめる。	共
	46	表示・掲出する広告物は自家用広告物、道標及び案内図板等とし、第三者広告物は設置しないよう努める。	共
	47	駅前広場や幹線道路に面する場所に設置する広告物は、デザイン、素材、色彩等を十分検討し、通りの品格を阻害しないものとするとともに、建築物低層部（2 階以下）では、賑わいづくりに配慮する。	駅
屋上 広告物	48	設置しないよう努める。やむを得ず設置する場合は、周辺のスカイラインを乱さないよう配置や形状等に配慮する。	共
突出し 広告物	49	設置しないよう努める。やむを得ず設置する場合は、沿道景観に配慮し、建築物壁面からの出幅及び枠のサイズを最小限とする。	共
壁面 広告物	50	大きさは最小限とするよう努める。	共
	51	窓や扉等のガラス部分への掲出はできる限り控える。	共

コラム / 賑わい^{にぎわい}景観のマネジメント

札幌駅前通まちづくり株式会社 白鳥 健志

○まちなかの賑わいとは・・・

人が集まれば、交通量が多ければ、商業の売上が多ければ、賑わいがあるということではないと思っています。私が考える賑わいとは、日常的に人が介在する「場」がきちんとあるという、人の介在と日常性がセットになった状態です。

この場合の「場」は、第一に公共空間が考えられます。国も道路や河川敷、公園を賑わいのために使ってよいという流れになってきています。次に、公共建物やデパート等の建物内外のスペースを使うのも1つの考え方です。日常性のある場所に人が集まれる場所があるということが賑わいの条件ではないかと考えています。しかし、それらをつくっていくのは簡単なことではなく、皆さんが仕掛け人となる必要があります。

○札幌における賑わいの「場」づくり

1000人規模の市民ワークショップ等の意見を踏まえ、札幌市ではJR札幌駅から大通公園の間の札幌駅前通の地下に札幌駅前通地下歩行空間（「チ・カ・ホ」）を整備しました。

ここでは、地下歩行空間の両側4mや交差点下に「広場」を設けており、このスペースを貸し出すことで、市民や企業がさまざまな活動を展開しており、賑わいを生み出す「場」となっています。これからも、公共の場に限らず民間の建物内部にも人々が交流する場を設け、創造の場としての活用を図ろうと考えています。

また、「チ・カ・ホ」では壁面を広告スペースとして貸し出すことで、広告収入を獲得し、まちづくり事業の資金としています。この取組みは、我々、まちづくり会社が景観などの観点から掲出される広告物をしっかりと審査することで成り立っています。これからは、景観ルールも地域で運用することで、賑わいや活力に繋げるエリアマネジメントの視点が重要といえます。

コラム / 松山における地域主体の景観づくり

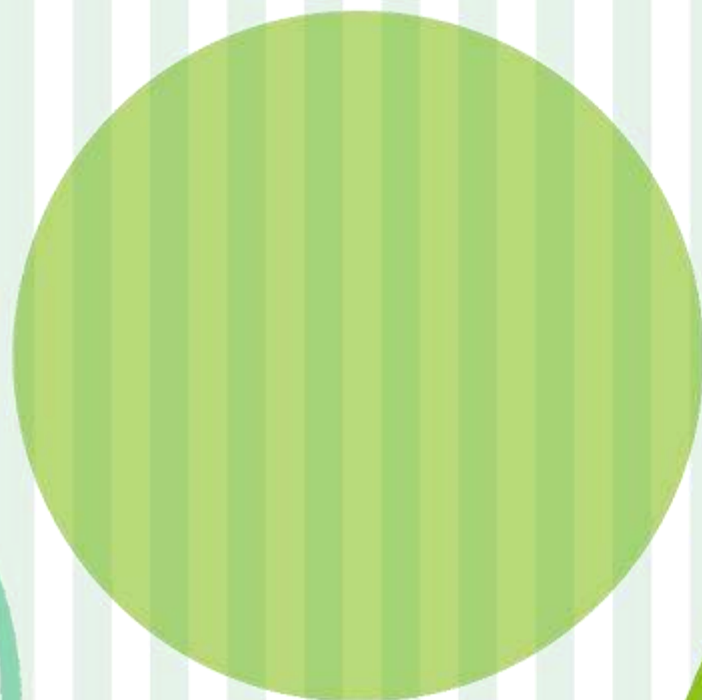
道後温泉誇れるまちづくり推進協議会 会長 宮崎 光彦

「道後温泉誇れるまちづくり推進協議会」では、勉強会を通じ、地域の住民又は事業者、関係者が自らも景観形成の主体として認識し、活動していくための行動指針を作りました。協議会で別途策定した「景観まちづくり宣言」を実現していくために、行動指針に従い、まちづくり通信の配布や屋外広告物の自主撤去、歩行者優先空間の確保、ファサード整備などを行いました。屋外広告物の自主撤去については、道後の景観にふさわしくない看板などを全額自己負担で撤去してもらうというものです。

景観の基本原則である日常の人の営みを魅力化することが、人の心を動かす魅力的な景観づくりであり、日頃の挨拶やゴミ拾いなどが大事で、ファサード整備等地域ぐるみでさらに推進して行政と協働で景観計画の順守を図ることが重要であると考えています。

「見える化による価値化」つまり、自分たちの住んでいるまち、あるいは働いているまちをいかに良くするかという想いを形にすることが景観づくりでは大切だと思います。

新しく生まれ変わる松山駅周辺と一緒に、松山を盛り上げて行ければと思います。



2019 年 1 月発行

発行：松山市 都市整備部
松山駅周辺整備課

TEL：(089) 948-6467

