

千代田区景観まちづくり計画のポイント

これまでの景観まちづくり行政・計画等との比較



千代田区
Chiyoda City

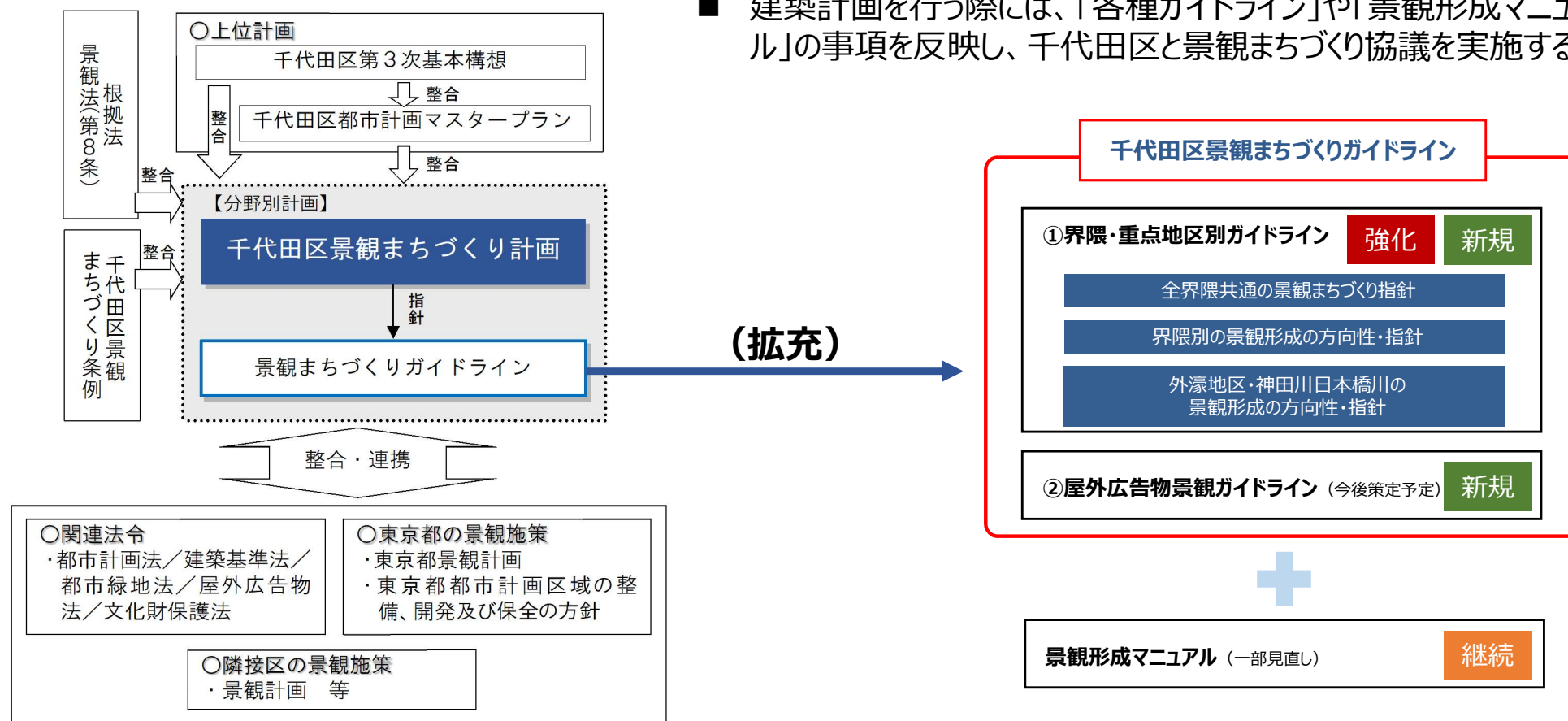


	これまでの景観行政	今後の景観行政
根 拠 等	(区自主条例) 景観まちづくり条例 ※条例に基づく届出+指導	(景観法に基づく) 改正景観まちづくり条例 ※法律に基づく届出+条例に基づく「上乘せ」指導 変更命令可能 (形態意匠)
景観まちづくりの目的	「敷地やまちの文脈を超えリレーのようにつながる景観形成」を目指す	「敷地やまちの文脈を超えリレーのようにつながる景観形成」を目指すデザインコンセプトを 継承
景観協議の特色	地域の景観ルールを「言葉化」(パターンランゲージ)「都市環境の質」や「場所の個性」を表現するキーワードを活用	「言葉化 (キーワード) 」(パターンランゲージ手法)を継承。キーワードの見直しを図る。 <u>(拡充)</u>
景観まちづくりの地域区分	「美観地区」と「その他の地域」の2地域区分のみ。	3地域・3重点地区 に区分。 <u>界限についてガイドラインを策定(強化)</u>
対象建築物	高さ10メートルを超える建築物を対象	重点地区については「 全ての建築物 」を対象にする <u>(拡充)</u>
屋外広告物	屋外広告物については「美観地区の一部のみ」について指導	「美観地区」だけでなく、屋外広告物は一定規模以上の広告物を全域で対象とする <u>(拡充)</u> 屋外広告物景観ガイドラインを策定

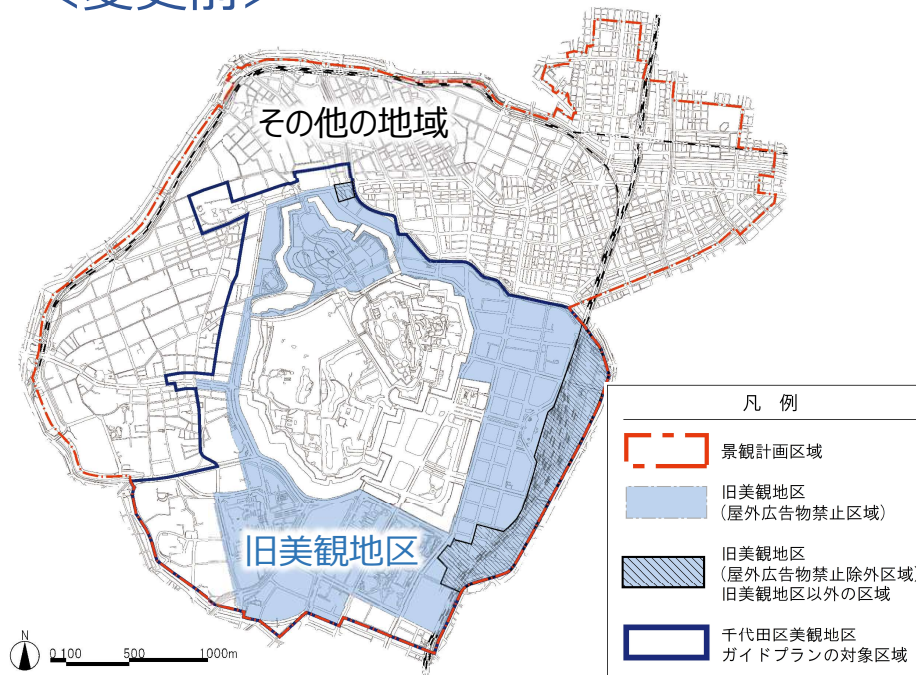
千代田区景観まちづくり計画は、1998（平成10）年に策定した「千代田区景観形成マスタープラン」を見直したものであるとともに、景観法第8条に基づく景観計画に位置づけられる。

また、東京都景観計画や、区における各種行政計画との整合を図るとともに、周辺隣接区の景観計画と連携に配慮する計画である。

- 建築計画を行う際には、「各種ガイドライン」や「景観形成マニュアル」の事項を反映し、千代田区と景観まちづくり協議を実施する。

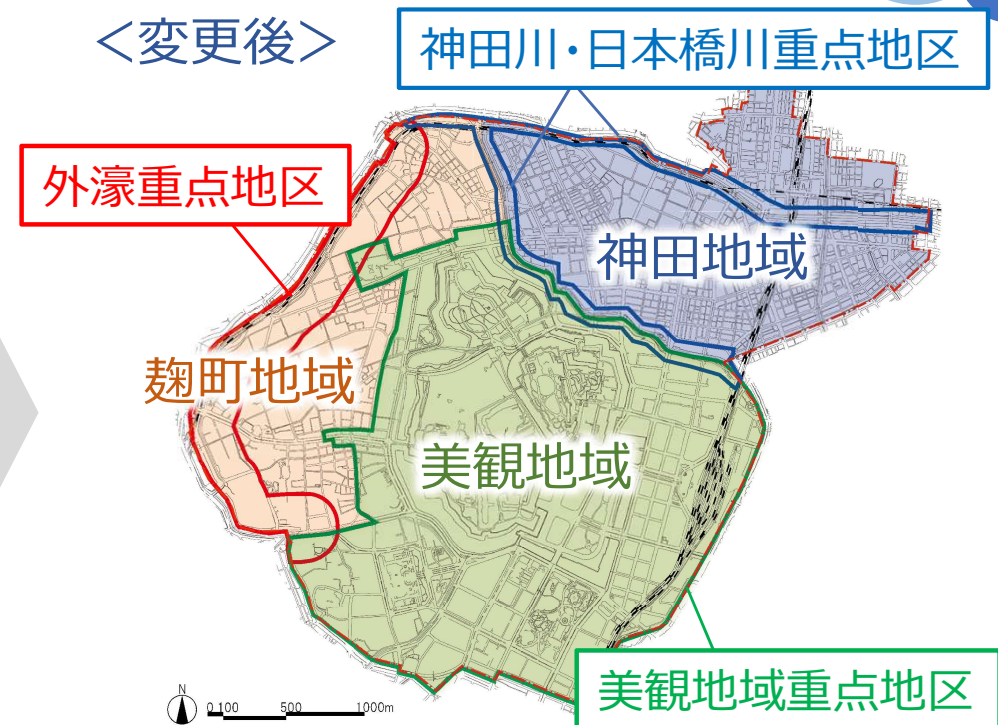


<変更前>



	協議・届出対象
建築物	・高さ10mを超える建築物
屋外広告物	・「旧美観地区」の一部 ➡ 景観法に基づく行為の届出は不要

<変更後>



	協議・届出対象
建築物	・高さ10mを超える建築物 ・重点地区は「全ての建築物」
屋外広告物	・全域（一定規模以上） ➡ 景観法に基づく行為の届出は不要

※工作物の届出対象は変更なし

【赤字】：拡充

<用語説明>

旧美観地区：美観地区は「市街地の美観を維持するために定める地区」として都市計画法第9条で指定された地区を指す。皇居周辺一帯は、昭和8年（1933年）に指定されたが、平成16年の景観法策定に伴い、美観地区は廃止された。しかし千代田区では、美観地区廃止以降も「旧美観地区」として、千代田区景観まちづくり条例に基づき、皇居周辺の景観誘導を図ってきた。

第3章 地域別景観まちづくりの考え方

◆地域区分

- 地域の景観特性を踏まえた景観形成を展開していくために、景観形成方針（景観法第8条第3項）と景観形成基準（景観法第8条第2項第2号）を3つの地域ごとに定める。

◆重点地区

- 景観資源等を活かした地域らしい景観形成を展開していく必要がある地区を「景観重点地区」と指定し、地区毎に景観形成の目標や景観形成方針（景観法第8条第3項）と景観形成基準（景観法第8条第2項第2号）を定める。



※地域区分が重複する場合は、それぞれの地域の景観形成方針・基準に適合すること。

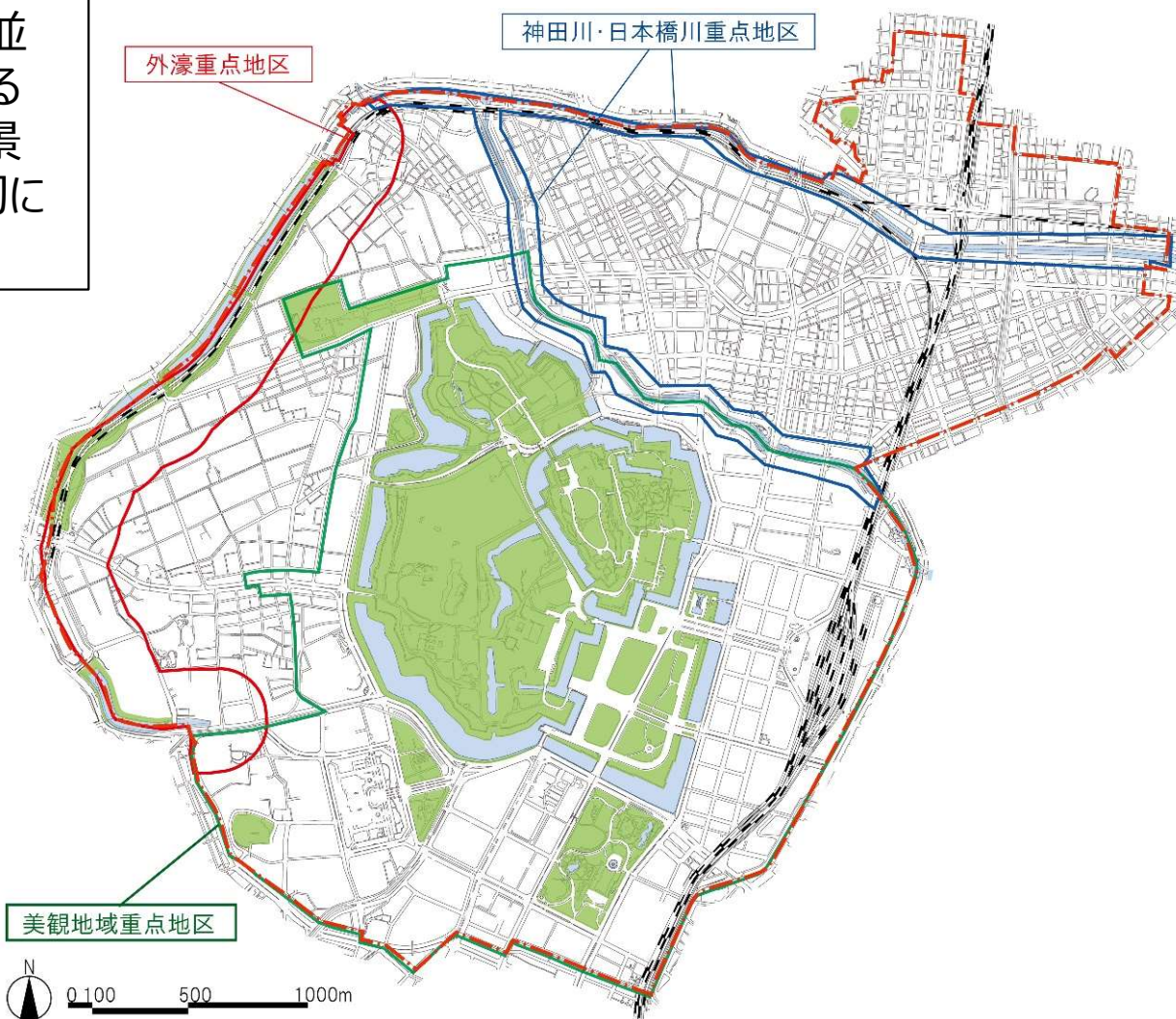
◆建築物の届出対象行為及び規模

	美観地域 美観地域重点 地区	麹町地域	外濠重点地区	神田地域	神田川・日本橋 川重点地区
届出 対象 行為	建築物の新築、増築、改築、若しくは移転、外観を変更することとなる修繕若しくは模様替え又は色彩の変更				
届出 対象 規模	全ての建築物	高さ10mを超える建築物	全ての建築物	高さ10mを超える建築物	全ての建築物

第10章 屋外広告物の景観誘導

屋外広告物は、建築物等と同様に街並み景観や眺望景観に大きな影響を与える要素である。千代田区の風格ある都心景観を形成するために、屋外広告物を適切に誘導していく。

- ◆ デジタルサイネージ等の新たな屋外広告物
- ◆ 屋外広告物に対する光源の景観誘導方針
- ◆ 特定屋内広告物
- ◆ 地区計画区域内における基準
- ◆ 旧美観地区・風致地区内における基準



◆デジタルサイネージ

デジタルサイネージは自由度の高い利用が可能であることから、一部の地域で普及が進んでいる。

しかし、文字や映像が動く広告物は、通常の屋外広告物以上に景観に与える影響が大きい（特に夜間）ため、屋外広告物条例で定める一般的な方針に加えて、景観まちづくり計画において新たに方針を設ける。

【方針の例】

- ✓ 旧美観地区（屋外広告物禁止除外区域を除く）、風致地区では、原則デジタルサイネージを設置しない。ただし、別に定める「（仮称）千代田屋外広告物景観ガイドライン」に規定する手続きにより、同ガイドラインが定める基準に適合すると認められる場合には設置・運用できるものとする。



デジタルサイネージの例

◆特定屋内広告物

特定屋内広告物とは、建築物の開口部に設けられた窓ガラス、ガラス扉その他これらに類するものの内側に掲出された広告物のことを景観まちづくり条例で定義する。



特定屋内広告物の例

屋外広告物関連の詳細は、別途「屋外広告物景観ガイドライン」で示す。

第8章 景観資源の保全・活用

地域の特徴的な景観をつくり出してきた建造物や樹木を、地域の景観資源として積極的に保全・活用していくために、景観まちづくり重要物件制度や景観重要建造物・樹木制度等を活用していく。



ニコライ堂

制度名	対象	指定に伴う制限内容
重要文化財 (文化財保護法)	・有形文化財のうち重要なもの。	・現状変更等を行う場合、文化庁長官の許可が必要 ・所有者・管理者は管理義務発生
登録有形文化財 (文化財保護法)	・重要文化財以外の有形文化財のうち、文化財としての価値にかんがみ保存・活用の措置が特に必要とされるもの。	・現状を変更しようとする場合、30日前までに文化庁長官に届出 ・所有者・管理者は管理義務発生 ・文化庁長官は現状変更に関し指導、助言、勧告が可能
景観重要建造物 (景観法)	・景観計画区域内の良好な景観の形成に重要な建造物。	・増築、除却等にあたって、景観行政団体の長の許可必要 ・所有者・管理者は管理義務発生 ・原状回復命令可能
景観まちづくり重要物件 (千代田区景観条例)	・建築物、工作物その他の物件で景観まちづくり上重要であると認めるもの。	・所有者等は保存に努める
都選定歴史的建造物 (東京都景観条例)	・歴史的な価値を有する建造物で原則、建設後50年経過し、東京における良好な景観の形成を推進する上で重要なもの。	・現状変更等を行う場合、都知事への届出が必要 ・所有者等は保存に努める
景観重要樹木 (景観法)	・景観計画区域内の良好な景観の形成に重要な樹木。	・伐採、移植には、景観行政団体の長の許可必要 ・所有者・管理者は管理義務発生 ・原状回復命令可能

◆スケジュール

