

小施策評価シート (平成 28 年度実績評価)

施策コード	15	施策名	良好な景観の形成	
小施策コード	15-2	小施策名	良好な景観形成の誘導	
小施策 主管課等コード	0975000	小施策 主管課等名	景観政策課	
評価責任者名	藤村 淳		内線番号	7290
評価シート作成者名	村上 智		内線番号	7295

Step 1 施策目標の達成状況

まちづくり指標	目指す 方向	単位	25年度 実績 (当初値)	27年度 実績	28年度 実績	31年度 目標値	36年度 目標値
まちづくり評価アンケート調査「誇れる市街地の景観があると思う」と答えた市民の割合	↑	%	70.1	70.8	69.7	74.7	79.3
まちづくり評価アンケート調査「誇れる田園・丘陵地の景観があると思う」と答えた市民の割合	↑	%	59.6	59.6	52.3	69.4	79.3
まちづくり評価アンケート調査「誇れる山間地の景観があると思う」と答えた市民の割合	↑	%	69.9	71.1	66.6	74.6	79.3
まちづくり評価アンケート調査「屋外広告物(屋外に表示・設置されているはり紙や看板など)は、景観に配慮されていると思う」と答えた市民の割合	↑	%	28.1	28.8	26.8	31.1	33.6
まちづくり評価アンケート調査「盛岡市の景観について、改善したい景観がある」と答えた市民の割合	↓	%	20.6	18.8	20.1	17.4	14.8

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていくことを目標とする指標， →：数値を維持することを目標とする指標)

Step 2 小施策の全体像

小施策の概要等（構成事業は別紙ロジックモデルシートのとおり）

対象（誰（何）を対象として行うのか）	意図（対象をどのようにしたいのか）
街並み，山並み	地域にあった景観になる。
市民・建築関係者	地域の景観に沿った建物等を建設する。
現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> 景観計画の目標を実現するために、景観計画の内容や景観法に基づく届出制度等について、引き続き、広く市民や事業者等に周知していくほか、景観に関する意識の高揚を図る必要がある。 景観への影響が大きい屋外広告物の適正化のために、許可制度などの周知・啓発を推進する必要がある。
取組の方向性	これまで取り組んできた景観施策の実績を踏まえ、次世代に継承できる「美しいまち盛岡」を実現するため、更なる景観施策の充実と向上を図り、良好な景観の形成を推進する。

Step 3 小施策指標の推移

小施策の指標	目指す方向	単位	25年度実績 (当初値)	27年度実績	28年度実績	31年度目標値	36年度目標値
まちづくり評価アンケート調査「誇れる市街地の景観があると思う」と答えた市民の割合	↑	%	70.1	70.8	69.7	74.7	79.3
まちづくり評価アンケート調査「誇れる田園・丘陵地の景観があると思う」と答えた市民の割合	↑	%	59.6	59.6	52.3	69.4	79.3
まちづくり評価アンケート調査「誇れる山間地の景観があると思う」と答えた市民の割合	↑	%	69.9	71.1	66.6	74.6	79.3
まちづくり評価アンケート調査「屋外広告物(屋外に表示・設置されているはり紙や看板などは、景観に配慮されていると思う」と答えた市民の割合	↑	%	28.1	28.8	26.8	31.1	33.6
まちづくり評価アンケート調査「盛岡市の景観について、改善したい景観がある」と答えた市民の割合	↓	%	20.6	18.8	20.1	17.4	14.8

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていることを目標とする指標， →：数値を維持することを目標とする指標)

Step 4 市民ニーズの把握

- ・ まちづくりアンケート調査の結果、「誇れる景観がある」と答えた割合が減少している。
- ・ 景観審議会において、景観形成重点地域の拡充、再生エネルギー施設に対しての基準について、景観計画の変更の手続きを進めるよう了承を得ている。
- ・ 広告景観タウンミーティングにおいて、盛岡らしい広告物や、美しい街並みに調和した広告物を求める意見が多く出されており、市として取組んでいく必要性が生じている。

Step 5 役割分担分析

1 各主体の役割の状況

		役割の内容	役割分担比率 (%)
各主体の 役割の状況	市	<ul style="list-style-type: none"> ・ 景観法に基づく届出審査及び指導並びに景観シンポジウムの開催により、景観政策について啓発・周知する役割。 ・ 屋外広告物に関する官民連携の周知・啓発活動については、屋外広告物業者や県とともに活動することとしている。 	25
	国・県・ 他自治体	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広域連携や制度上の共通・類似事項については、各自治体間で協力して進める必要がある。 	25
	市民・ NPO	<ul style="list-style-type: none"> ・ 盛岡固有の地域の特性に調和した景観形成に配慮し、良好な景観を保全し創造する役割。 	25
	企業・ その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 盛岡固有の地域の特性に調和した景観形成に配慮し、良好な景観を保全し創造する役割。 ・ 屋外広告業者や広告物の所有者及び占有者と市が、官民連携の上進める必要がある。 	25

2 今後の市の役割の比重の方向性とその理由

- 市の役割の比重を拡大していくことを検討する
 現状維持（現在の市の役割の比重を維持する）
 市の役割の比重を縮小していくことを検討する

（理由）

景観からのまちづくりは、日々の暮らしの中で行われる身近な活動から育まれていくものであり、市民一人ひとりが、盛岡らしい良好な景観の形成に向け、盛岡の良さを発見し、参画し、その活動の輪を広げていくことが大切である。そのため、取組については、市民、事業者、行政など多様な主体の協働により進められることが必要であるため。

Step 6 前年度に分析した課題・改革改善案に対するアクション

1 平成28年度に分析した問題点・課題に対する改革改善案

- ・ 制限基準を明確化するために景観計画の見直しを行う。
- ・ 官民が連携して、タウンミーティング等の啓発イベントを行い、屋外広告物制度について周知を図るとともに市民ニーズの把握に努める。
- ・ 毎年度、屋外広告物の制度に関する周知・啓発及び適正化に係る行動計画を策定し、重点指導事項を中心に、効率的かつ継続的に取り組む。

2 1の改革改善案の実施状況

(A：着手済, B：平成29年度に着手(予定含む), C：未着手または見送り)

改革改善案	具体的な取組(予定)内容	状況
景観計画の見直し	計画の見直し案を作成した。平成29年度に景観計画の変更を行う。	A
屋外広告物制度に関するタウンミーティングの実施	八幡町界限においてタウンミーティングを実施した。平成29年度は本町界限で行う予定である。	A
屋外広告物制度に関する周知・啓発及び適正化にかかる行動計画の策定及び実施	平成28年度の行動計画を策定し、計画に沿って取組を行った。平成29年度も引続き、同様に取り組む。	A

3 2で挙げた取組状況がCの場合、その原因

Step 7 成果・問題点の把握

1 成果の把握と要因分析及び課題の設定

(1) 小施策の中で成果をあげた点

- ・ 周囲の景観に影響の大きい建築物及び工作物の建築等の行為の際に、景観に配慮するよう指導したことにより、良好な景観形成の誘導に効果があった。
- ・ 景観計画で景観形成促進地区に位置づけられ景観地区に指定した「大慈寺地区」については、施主、または設計者に対し事前相談を促し、適正な認定申請となるよう推進した。
- ・ 無許可広告物の許可申請指導を強化し許可数が増加している。

(2) 成果をあげた要因

- ・ 全ての建築物を届出の対象としていること、及び景観形成基準チェックシートの導入により、届出者及び設計者等に、景観形成基準について周知することができた。
- ・ 市民や屋外広告業者とともに、官民連携して屋外広告物制度に関する周知・啓発活動を行ったことが、屋外広告物の許可数の増加に貢献したと考えられる。

(3) さらなる成果向上に向けた課題（課題がある場合に記載）

- ・ 都市景観賞の表彰，都市景観シンポジウム及び都市景観賞受賞作品写真パネル展を開催し，市民や事業者へ景観形成のPRに努めているが，より多くの市民や事業者に関心を持ってもらえるよう，一層の工夫が必要である。
- ・ 屋外広告物制度について，引き続き官民連携の周知・啓発活動を進める。
- ・ 市民，屋外広告業者，屋外広告物の所有者及び占有者の理解を深めながら，屋外広告物の適正化を進める。

2 問題点の把握と原因分析及び課題の設定

(1) 小施策における現状の問題点

- ・ 再生可能エネルギー政策により，太陽光パネル等の設置が促進される中，設備の設置に係る景観的な配慮を指導する機会が増えているが，景観計画において具体的な設置基準が示されていないため実効性のある規制や指導ができない。
- ・ 建築基準法の建物高さ規制の緩和により，これまで想定できなかった高さの高層建築物（マンション）の建築が可能となり，景観に及ぼす影響が大きいことから，景観形成基準の充実が求められている。
- ・ 屋外広告物の許可数は増加したが，まだ，無許可の違反広告物が散見される状況である。

(2) 現状の問題点が生じている原因

- ・ 景観計画において，太陽光パネル等についての具体的な設置基準が示されていない。
- ・ 景観形成重点地域等が限られているため，高層建築物について十分な景観形成指導が出来ない。
- ・ 指導等を行なった広告物の所有者及び占有者に対しては，屋外広告物の制度を理解して頂いたが，まだ，制度が広く浸透していない状況である。

(3) 分析した原因の解決に向けた課題

- ・ 景観計画を変更し，景観形成重点地域の拡充，景観法に基づく景観地区の指定により，景観形成の基準を充実させる。
- ・ 景観計画において，太陽光パネル等の具体的な設置基準を定める。
- ・ 官民が連携し，屋外広告物制度についての周知・啓発活動を行う。
- ・ 屋外広告物の適正化を，効率的かつ継続的に進める。

Step 8 小施策と構成事業の関係性

1 小施策との結び付きが弱い，もしくは他の事業と重複していると考えられる事業

該当事業なし。

2 1で記載した事業についてその理由

3 1で記載した事業の今後の方向性（案）（縮小・廃止・統廃合等）

Step9 Step7, 8を踏まえた改革改善案

- ・ 景観計画を変更し、景観形成重点地域の拡大により良好な景観形成の誘導を図り、太陽光発電施設等に対して設置基準等を定める。
- ・ 官民が連携して、タウンミーティング等の啓発イベントを継続して行い、屋外広告物制度について周知を図るとともに市民ニーズの把握に努める。
- ・ 毎年度、屋外広告物の制度に関する周知・啓発及び適正化に係る行動計画を策定し、重点指導事項を中心に、効率的かつ継続的に取り組む。