

# 熊本らしい快適で美しい環境を守り、創る — 熊本県景観条例



三角西港

(1) 熊本らしい個性ある豊かな景観を守り育てる。  
 (2) 緑豊かな潤いのある快適な景観を創る。  
 そして、その達成をめざして「自然との調和」「歴史との調和」「機能性との調和」という観点で景観形成を進めるものである。例えば景観形成地域の指定を受けている南阿蘇では「外輪山への眺望を生かす」、熊本空港周辺では「空の玄関として田園の景観を保全する」など地域の特性と調和した統一感ある景観づくりが進められている。  
 また、助くまもと緑の基金を設立し、民間個人等の生垣づくりや民間事業所の緑化に対する助成、緑化ボランティア団体への助成をしたり、郷土の景観形成や地域のまちづくり等に貢献している人々の功績を「くまもと景観賞」として表彰するなど、環境づくりに取

り組んでいる。  
 景観整備が進み、町並が人々の生活にゆとりや潤いをもたらすことは、即ち人々がより快適に暮らすこと。「森の都」の名にふさわしい、美しい景観をデザインすることは、住み心地のよい生活空間をデザインすることなのである。

景観という言葉も最近よく聞くようになった言葉の一つだろう。「地域の身だしなみ」とも言える。この景観に対して、地域の特性が生かされた保全と創造を図り、県民にとって誇りと愛着のもてる県土にしようと昭和六十二年三月に制定されたのが「熊本県景観条例」である。モノが豊かな時代になり、私たちが取り巻く環境は、建物や看板を含めた多くの点で、決して心地良いものばかりではない。雄大な自然や豊かな緑、長い歴史の中で培われた個性ある地域の環境や文化を守り、次代に引き継ぐことは現代の県民一人一人の責務といえる。そこで景観条例とは、別表のような届出制で、話し合いながら県民の間に景観に関する合意形成を図ろうというものである。その際の基本目標は



第二空港線

## 熊本県景観条例のしくみ

1. 県、市町村、県民ならびに事業者が力をあわせて熊本の景観を守り、育てていこうとするものです。
2. 景観を守り、育てるうえで重要な一定の行為について届出をしていただき、県民のあいだに景観に関する合意形成をはかりとうとするものです。このため次のような地域・地区の指定等を行います。

### ■届出対象となる行為

#### 《景観形成地域》

●山や高原等の風景、田園風景、都市施設が集積した景観等、県土を代表する景観を有する地域を指定し、建物、工作物、広告物などについて対処することにより総合的な景観形成をはかります。

#### 《特定施設届出地区》

●幹線道路沿いで景観形成をはかる必要がある区域を指定し、景観構成上、重要な建物、工作物などについて対処することにより景観形成をはかります。

#### 《大規模行為の届出》

●全県を通して景観を形成する上で著しい影響をおよぼす大きな建物、工作物などについて対処することにより景観形成をはかります。

3. 県民が主体となる景観形成住民協定や、特定事業者との景観形成協定の締結等の促進をはかるとともに、援助などの支援を行います。

景観形成地域	特定施設届出地区	大規模行為の届出
<ul style="list-style-type: none"> <li>・建築物等の新・改・増築、移転、撤去、外観の変更</li> <li>・本竹の伐採</li> <li>・屋外における物品の集積、貯蔵</li> <li>・鉱物・土石等の採取</li> <li>・土地の区画形質の変更</li> <li>・屋外における自動販売装置の設置</li> <li>・広告物の設置、外観の変更</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パチンコ店、ゲームセンター、モーテル等、ガソリンスタンド、広告塔、その他規則で定める施設、設備の新・改・増築、移転、撤去、外観の変更</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・規則で定める規模を超える建物、工作物、さく、塀の新・改・増築、移転、撤去、外観の変更ならびに鉱物・土石等の採取、および土地の区画形質の変更</li> </ul>

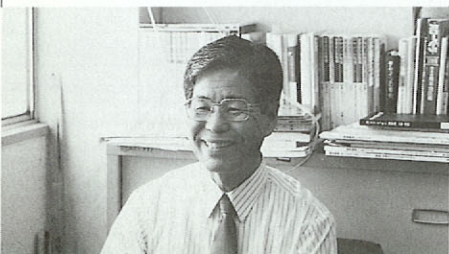
これらKD21、熊本商品計画センター、景観条例をはじめとして、アートポリス計画や熊本型新木造住宅「郷の匠」の推進など、機能を生かし、デザインを切り口とした施策で、時代の価値観に呼応した地域の活性化が進められている。「デザインとは、何かをひっくり返すような革命的なものではなく、現実の生活を見つめてより良い生活をするための問題点を探して是正していくこと。そんなに難しいことはありません」という東政美KD21会長の言葉に、その意義が集約されているだろう。何もデザインは誇大PRではなく、正しく理解してもらったための表現。例えばパッケージを良くすると売れる。という考え方は、中身さえ良ければパッケージの良し悪しは関係ない。という考え方があるとすると、それはどちらか誤りで、良い中身があっても、その中身にふさわしい、中身を表現するパッケージがあつて初めて売れる。というのが本当でしょう。また「機能的なものを考えないデザインは存在し得ない」とも。デザインの意味を正しく認識することが活用するための第一義と言えるだろう。また、熊本は豊かな自然に恵まれ、住環境や産品の素材に恵まれているゆえに、自然そのもの、素材

そのものに依存し、高付加価値化への努力を怠っている点を指摘されてきた。デザインとは、一種の緊張でもあり、ほんやりしては生まれてこないものである。ある種のハングリー精神、向上心を持ち、デザインを利用して活性化していくこと。これがひいては熊本県の目指す魅力ある田園文化の創造につながっていくのではないだろうか。長い目で育てていけば、熊本という素晴らしい土壌に、よりすぐれた文化が生まれてくるだろう。

## 魅力ある田園文化圏創造の一翼を担って

特集「デザイン」

# DESIGN



東 政美 KD21会長