



サインと 景観

第9回

高橋芳文

広告景観研究所 所長
興和サイン株式会社 代表取締役
特定非営利活動法人 ストリートデザイン研究機構 理事長

今回の当コーナーでは、景観について何かと話題になる京都で、まちづくりや屋外広告物の規制に関する問題などに取組んでいるふたりの人物との対談をお伝えする。ひとりとは京都市中京区の「姉小路界隈を考える会」事務局長の谷口親平氏。もうひとりとは京都府広告美術協同組合理事長で(株)コダマ製作所の代表取締役社長・児玉雅人氏である。(聞き手：高橋芳文／構成：編集部)

5年や10年の年月では まちづくりの合意は成立しない。 果てしない作業になるが 私は姉小路の景観を残したい。

【取材協力】

谷口親平氏
姉小路界隈を考える会 事務局長
<http://www.aneyakouji.jp>

文人墨客による木彫看板が 多数現存する姉小路

高橋 谷口さんが事務局長を務める「姉小路界隈を考える会」は1995年に発足し、「看板の似合うまちづくり」をテーマに、地域住民や行政と協力しながら、町家が建ち並ぶ姉小路の良さを大切に、景観を守る活動を展開されています。

ボク自身も、行政だけに頼らず地域住民や有識者、デザイナーなどの方々と一緒になって景観を良くするための仕組みを作りたいと考え、さまざまな活動をしています。そこで今日は「姉小路界隈を考える会」の取組みについてお聞きしたいのです。まずは姉小路の特長からお聞かせいただけますか？

谷口 「姉小路界隈」と呼ぶ地域は、京都の中心部に位置し、御池通、寺町通、三条通、烏丸通といった主要な通りに囲まれている東西700mほどの小路です。姉小路には職住一体型で木造2階建ての町家が多く残っています。

この地域の看板についてご説明すると、昔ながらの木彫看板を掲げている老舗が多いのが特長です。今から100年くらい前は京都中に木彫看板があったようですが、戦中・戦後と時代が移り変わる中で減っていき、今では姉小路通が一番たくさん残っている地域となりました。

姉小路に現存する看板の中には、山本竟山、竹内栖鳳、北大路魯山人、富岡鉄斎など、名だたる文人墨客の手によるものが多いのです。しかもこれらには、商店と文人墨客とのかかわり合いのエピソードまで残っています。

一例を挙げると、「彩雲堂」(写真①)という絵画材料や絵具を販売する老舗は、富岡鉄斎が入り込んでいました。江戸時代末期に「伊勢屋」というところから分家し、明治半ばに今の場所に移った際に、鉄斎が「彩雲堂」と名付けて書を贈りました。この書をもとに、木彫の看板を作ったのです。

また、私が老舗の店主から実際に聞いた話ですが、「今の自分があるのは家が代々商売を営んできたおかげであり、お客様のおかげ。その感謝の気持ちを表して毎日看板に向かって身を引き締める」といった店主もいるのです。

このような老舗の看板は特別に目立ってはいないのですが、ひいきにしているお客さんがついており、客単価の高い商売をされているようにお見受けします。

高橋 それらのお店は、看板と商売に一貫性があって素晴らしいと思います。しかし世の中にはインクジェットプリンターやLEDなどの技術革新によって、必要以上に派手でキラキラした看板も増えています。最近になって姉小路に進出してくるお店は、どういった看板を掲げているのですか？

谷口 チェーン店の支店などは、とにかく収益を上げなければいけません。そうすると、まずは看板を目立たせようと考えます。姉小路の良さをどこまで理解し



① 絵画材料を販売する「彩雲堂」。富岡鉄斎が名付けて書を贈り(左)、それをもとに看板を作った(右)。

てくれているのか疑問です。私をはじめこの地域の元から住人と、転入してくる方々の価値観は一致しないかもしれません。

私はそういった方々には「いいお店を開いて末永く仲良くやっていきましょうね。繁盛するように応援してますから、姉小路の良さも尊重してくださいね」とエールを送る一方でプレッシャーもかけています。

ここが私の今後のテーマです。転入してくる方々に対してきっちりと意見を言い、それを聞き入れてもらえるだけの実績を作らなければいけないと思っています。

「姉小路界わい地区地区計画」がこのたび承認された

高橋 実績といえば、姉小路界隈を考える会では「建築協定」や「姉小路界わい地区地区計画」など、確かな成果を上げていますよね。このあたりについてお聞かせください。



姉小路界隈を考える会の谷口親平事務局長。

谷口 1995年に姉小路界隈を考える会を設立したのは、同年に公表されたマンションの建設計画がきっかけでした。11階建て高さ31m、容積率400%のマンションです。マンションを建てるなどはいませんが、この計画通りに作られるのは姉小路界隈の風情が損なわれてしまうと危惧しました。

そこで近隣住民の方々74名と会を結成し、“京都のためになり”“事業者(大阪ガスグループ)の顔が見えて”“地域が誇れるような建物”を目指してほしいとの要望を出しました。当初の建設計画は白紙撤回となり、その後、事業者との話し合いを繰り返して、8階建て・容積率240%で、100年間の耐用年数を持ったスケルトンインフィル構造の「アーバネックス三条」が出来上がったのです。

このデザインコンセプトは京都市の中高層集合住宅のプロトタイプとなり、後々の条例化のモデルに発展しています。

またこの地域では、11年前に「建築協定」を結んでいます。今では地域内の88軒の方々が加盟しています。さらに建築協定よりも広範囲にわたって「姉小路界わい地区地区計画」を昨年8月に京都市に提出し、この度承認されました。

建築協定は、キャバレー、ナイトクラブ、マージャン店、パチンコ店、24時間営業のカラオケボックスやコンビニエンスストア、ワンルームマンション(所有者の住宅が付随する場合は除く)などを認めず、建築物の高さは18mまでとする、などの内容です。この10年間、一度もこの協定は破られていません。



② 1630年から続く家の蔵から見つかった「町式目」を現代流に読み解いた「姉小路界隈町式目 平成版」。

しかし建築協定はあくまで任意なので、もっと強制力のある「地区計画」を作ろうと取り組み、地域の人々の同意を得るために2年がかりで京都市の都市づくり推進課と一緒に住民の方々にお手紙を送り、反対意見に対しては直接お目にかかって趣旨を説明し、ご理解をいただきました。そして今年8月に京都市都市計画審議会で承認されたのです。

簡単ではありませんでしたが、我々民間人による任意団体がここまでやったことは誇れることだと思っています。

姉小路には、1630年から住いを構えているお宅があります。元は庄屋だったその家の蔵から、「町式目」という京都の人々の生活のルールを記したのが見つかりました。この町式目を現代流に読み解いて、「姉小路界隈町式目 平成版」をつくりました(写真②)。これを我々のまちづくりの基本理念にして、建築協定を定めたのです。

高橋 非常に実りある活動をされていますね。姉小路界隈を考える会は、普段はどのくらいの頻度で集まっているのですか？

谷口 毎月1回、10名くらいが集まります。毎回、行政の担当者も参加してくださっています。

まちづくりをするには地域が主体になることが大事ですが、行政を味方に付けることも重要です。行政を批判するだ

けでは、何にもなりません。行政の方々が“ひと肌脱いでやろう”と思ってくれるような関係を築くべきなのです。“姉小路は魅力的なまちで、あそこの住民は打てば響く”と思ってもらえれば、京都市が景観に関する政策を具現化しようとする際に、姉小路界隈を対象にしてみようかという可能性が生じます。

そのように魅力的、かつ打てば響く地域を作るのが、私の役割だと思っています。

高橋 なるほど。そうは言っても地域住民の方々と共に、景観に対する合意形成を図っていくことの大変さは並大抵ではありませんよね。

谷口 高橋さんもいろいろな活動がされているのでご存知でしょうけど、保守的な人もいるし住民全体の足並みを揃えるのは非常に難しいことです。

世界に目を向けると、パリ、ロンドン、

ローマなども、たやすく今の景観を残せた訳ではありません。各地域でなんとかしようと思って活動を始めた人々が50年間くらい頑張って、ようやくみんなが腰を上げていくのです。5年や10年の歳月で合意が成立し、まちづくりを実現できることなどはあり得ません。

こういったことはひとりの活動する人が生きているうちにできるかどうか、私はそのくらい果てしないことだと思っています。

私はもともと土木の専門家なので、インフラを整備して不特定多数の人々の生活を支え、同時に安全・安心を守れることを仕事にしていました。この考え方が原点にあり、土木屋には自分が死んでも道路やトンネルを残す、という想いがあります。ですから私も、姉小路の景観を後世に残したい。そんな土木屋なりのまちづくりをしたいと思って、18年間活動してきました。そしてこれからも続けていければと思っています。(了)



明治～昭和初期に制作された木彫看板が多数現存する京都市中京区の姉小路界隈。

京都市の条例は厳しいが 撤去だけで終わったら 自分達の存在意義はない。

【取材協力】

児玉 雅人氏

京都府広告美術協同組合 理事長

(株)コダマ製作所 代表取締役社長

行政と対立するのではなく 目的を共有して協力

高橋 最近、新聞で京都市の屋外広告物について取り上げられていました。2007年の条例改正で細かく定めたが、全体の7割程度が違反している。昨年秋の時点で2万8千ほどあった、とあ

ります。これらについて、地元で活動している児玉さんのご意見をお聞かせいただけますか。

児玉 京都市内でも大きな通り沿いの目立つ場所など、京都市が強化地区として力を入れた地域については、ある程度成果をあげていると思います。

また最近京都市が広告主に対して指導文を送付し、役所に出るように連絡しているので、広告主も動きはじめています。ですが現状で、違反数2万8千件という数字は、大きく減ってはいないと思います。

高橋 新聞を見た限りでは、京都市はかなり強行な姿勢をとっているようですが、反発はないのですか？

児玉 2007年の条例改正以前から無届けの違反広告物に対しては、京都市は強行な姿勢で臨んでいます。一方で難しいのは旧条例に適合していて、新条例には不適合になった広告物です。

例えば「次に看板を直すときには条例に合ったかたちにしてくださいね」という要望であれば、広告主は納得してくれると思います。しかし、「条例が変わったのでこの広告物は7年以内に改修してください」と、勝手に期限を切って通達しても、理解を得るのは難しいかもしれません。我々看板屋も、きちんとメンテナンスすれば10年、15年と保つ看板を作っています。「7年で取り替えましょう」といった売り方は

していないのです。

京都市は、最初から条例違反と判っていて取付けているような、再三注意しても改めない広告主に対しては、行政代執行などの手段を取ると言っています。それ以外に対しては、今のところいきなり強行なことは言っていない。

平成18年に今の条例の素案ができたときには、我々業界団体はかなり反対しました。ですがそれまでに我々のほうも、行政に意見を伝え切れていない部分があり、反省すべきところもありました。私自身、組合活動もしていますが、一介の看板屋として行政と戦っていくべきなのかと考えたこともあります。

当時、市民の方々や京都の市議など、京都の景観を守ることに反対する人はいませんでした。我々は全面的に反対するのではなく、もう少し看板を利用して街を活性化する方法もあるはずだと主張したのですが、そのときはご理解



京都府広告美術協同組合の理事長を務める(株)コダマ製作所の児玉雅人代表取締役社長。



広告景観研究所の高橋芳文所長。

をいただくことができなかったのです。

条例制定が決定してからの組合は、行政とは対立するのではなく京都の景観を良くしていくという目的を共有しつつ、意見交換しながら言うべきことは言うといった方向性に進んでいます。昔は看板業者と行政はどちらかと言うと対立している感じでしたが、今は風通しが良くなっています。それを外から見ると、京都市の行政と業界団体が手を結んで取り締まっていると見えてしまうかもしれません。

違反看板の撤去後は 条例に適合し街並に合った看板を 提案していきたい

高橋 ボクは京都に住んでいる訳でもないのにこんな事を言ったら無責任かもしれませんが、厳しい基準で違反看板を無くしたとしても、それで街の景観が良くなるとは思えないのです。これは京都に限ったことではなく、常々思っていることです。ボク自身が看板屋ですから、看板を積極的に活用して街の賑わいを演出するのが理想的だと思います。この質問は京都市の行政にするべきかもしれませんが、京都市は違反広告物をなくした後に、どのような街を目指しているのですか？ また児玉さんはどう考えていらっしゃるでしょうか？

児玉 京都市は行政が厳しい条例を作っていますが本来はそれぞれの地域や商店街が、地元の良さを出して観光客に楽しんでもらえるような街並を作っていくべきだと思います。地元のお店が並んでいるだけのときは京都らしい秩序がありましたが、空いた場所に全国チェーンのお店などが入ってくると、周りとは合わなくなってしまいます。そのようなことが重なって、今の京都のおかしな部分が出てきたのかと思います。行政には、そういった無秩序な状態をもとに戻したいという考えもあるでしょう。

しかし行政は違反した広告物を取り除いたあとに、景観をどうするかという明確なビジョンを示せていません。まずは違反をなくするのが目的なのです。私は行政との意見交換の場では、我々が考える景観とはどんなものか、何度か話をしています。看板を上手く活用すれば、街並にある程度の統一感を出せるかもしれないと考えています。

我々看板屋は、「是正・撤去」という指導文を送られたお客様から相談を受けて、そこで撤去するだけで仕事を終わらせてしまったら存在意義はないと思います。看板屋として、その地区の条例に適合し、かつその街並に合うかたちで「せっかく外すのなら、今度はこういう看板を付けてはいかがですか？」と、撤去後の提案までするべきです。

もっと我々のほうから行政や地域に対して、「この商店街はこうしましょう」とか「この街並はこういったイメージを目指しましょう」と働きかけていかなければならないのですが、そこまではやり切れていません。ここが我々の今後の課題でもあります。

高橋 ボクが理事長を務めるストリートデザイン研究機構では、研究会を立ち上げ、屋外広告物を活かした広告景観の研究をしています。東京と京都では事情が異なりますが、方向性は同じだと思います。そこで、市民の方々、看板業者、デザイナー、有識者などをお呼びして、今後の街づくりのためのシンポジウムみたいなものを一緒に開催させていただけたらと思うのですがいかがでしょうか？

児玉 それはぜひやりたいですね。我々も京都市の行政とはいろいろな研究をしています。行政も先々のことを考えていこうとの意識が強く、提言には耳を傾けてくれるはずです。

高橋 では来年あたりにぜひ実現させましょう！（了）