

2025 年度 総合型選抜 A O 入試＜第 1 次選抜＞小論文

【理工学部 住環境デザイン学科】

受 験 番 号								氏 名	
					-				

日本では、2004 年に地方自治体(市町村)が主体となって地域の良好な景観の形成のための景観計画の策定、地域の特性に合わせた景観の規制を行う景観法が制定され、地方自治体の法律である景観条例の制定など各自治体で良好な景観を形成・保全する動きが全国に広がっています。

上記を踏まえて次の文章を読み、「地域の個性を反映し居住者の誇りとなる景観をデザインする上で重要なこと、そして景観のデザインを含む住環境デザインを考えるために必要な力」について、あなたの考えを 600 字以内で記述しなさい。

屋外広告物を規制する日本で最も厳しい景観条例を 2016 年に施行した A 県 X 市の景観行政が次のステージに入る。不適合とされた看板撤去のための補助が 3 月末に終了するのを機に、「規制から地域の景観の素晴らしさを住民で共有することに力点を移す」(同市都市政策部)。(中略)

景観の保全・整備に取り組む自治体は今も着実に広がる。国土交通省によると 2024 年 3 月末時点で、地域の景観行政を担う「景観行政団体」となった自治体は都道府県を含めて 806 に達する。

X 市は 2014 年に景観行政団体に移行し、景観法に基づく条例で市域全体を対象に屋外看板の色や大きさを制限。すでに設置されていた看板も期限内に撤去しなければならなくなった。予想された住民や事業者からの反発もほとんどなく、逆に「もっと厳しい規制を」と訴える住民が多数を占めたという。

大阪から B 市に向かう国道を走ると、明らかに X 市に入ったと感じるほど沿道の建物に屋外看板が無くなる。2017 年 7 月時点の市の調査で市内の屋外広告物は 7871 あり、約 2 割にあたる 1603 が不適合だった。それが 2024 年 3 月末見込みで 602 と 6 割以上減少するほか、撤去工事が必要なものに限り 174 まで減る。

「住宅地としての美しい景観はシビックプライド^{注1}の根幹になった」と同市幹部。大企業もコーポレートカラー^{注2}を使わずに X 市の雰囲気に合わせて看板にしているケースが多いほか、条例の範囲内でデザインを施した広告物を掲げる店舗も増えた。X 市独自の都市景観が構築されつつある。

市は今後、この都市景観が形成されるまでの「物語」を地域住民だけでなく全国に発信して「景観保全につなげる」。2024 年度には景観に対して優れた活動をしている人や、理想的な建物、広告物を表彰する都市景観賞の対象を募る。

かつて景観行政に対しては「開発か景観か」といった対立軸が地域内で生まれることもあった。景観行政に詳しい東京大学大学院の中井祐教授は「景観はその地域の『健康状態』を示す。周囲との調和、地域の人たちの生活ぶりからにじみ出る雰囲気などが表れる」と指摘。景観を損なう結果となる開発には経済的デメリットも多いという。

人口減少が加速する中で、選ばれる地域になるための要素として「景観」は重要だと多くの自治体が認識し始めている。

注 1 シビックプライド : 自分が居住する地域に対する誇り、愛着を指す

注 2 コーポレートカラー : 企業や団体の個性や目標を統一し、社内外にイメージを印象付けるため

の象徴的な色 (例 : コンビニエンスストア セブンイレブンのオレンジ・緑・赤)