

4 行動計画

(1) 行動計画の基本的な考え方

景観形成は、景観形成の基準（ルール）を守るだけで、実現されるものではありません。まちの中のいきいきとした活動と結びつき景観を守り育む活動の主体が存在することによってはじめて、景観を時代の要請や地域の実情に合った生きたものとすることができます。

「行動計画」は、この生きた活動を育てていくための取組みであり、行政及び多様な活動主体が、その時取り組むべきアクションを「行動メニュー」としてまとめたものです。行政は、自ら掲げた「行動メニュー」を実践するとともに、「市民への情報発信・広報活動」（詳細は、「第6章 推進体制」を参照）の中でそれぞれの多様な活動主体の活動レベルに適合した「行動メニュー」を提案し、その活動をもう一步先に進めていく役割を担います。

また「行動メニュー」は、活動レベルや社会情勢等の変化に合わせて適宜、更新していくものであり、行政は、常日頃から時機を失しないよう「行動メニュー」を作成するため、地域情報の収集、景観資源データの蓄積とネットワーク化、マーケティング情報の分析等を行っていく必要があります。その際、本計画の「計画のテーマと方針」に基づいた景観形成の方向がぶれることがないように十分に配慮し、「行動メニュー」を更新するように心がけます。

- A 「行動メニュー」の活動主体は、行政を含め、地域住民、NPO、企業、大学関係、建築士会、農協、商工会議所などの多様な活動主体
- ... 行政が取り組むべき、景観形成重点地区等の指定や景観資源のデータの蓄積化の取組み、地域住民が取り組むべき、「赤城山百景」づくりや原風景を守り創る「原風景創出隊」の立ち上げ、農協や商工会議所が取り組むべき、地場産業がつくる生産風景の商品化など
- B 行政は、営業マンとして、「市民への情報発信・広報活動」の中で、多様な主体に活動の段階に合った「行動メニュー」を提案
- ... 行政は、自治会などに定期的に「市民への情報発信・広報活動」に出向き、地域の実情を把握するとともに、地域の活動レベルに合った「行動メニュー」を提案します。また、行政が積極的に進めたい活動については、その協力が必要な商工会議所や農協、建築士会といった専門知識を有する主体に「市民への情報発信・広報活動」を行い、協同で進めていくことを提案します。
- C 「行動メニュー」は、活動段階や社会状況等に合わせて更新
- ... 活動の初期段階に提案すべき行動メニューと、ある程度活発化してから提案すべき行動メニューは異なります。また、行政が行う景観資源のデータの蓄積化やマーケティング調査等が進むことによって、提案できる行動メニューも更新されていくことになります。

(2) 行動メニュー

本計画では、主に活動の初期段階に取り組むべき「行動メニュー」を以下に提案します。

景観形成方針による行動メニュー

赤城山等が創り出す眺めの保全

行動メニュー 1 地域住民とともに、愛される赤城山を子どもたちに受け継いでいくための「赤城山百景」づくり

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

庁内有志、地域住民、商工会議所、農協、地元企業、赤城山を愛するその他の有志からなる「赤城山百景」チームの立ち上げ

各地の赤城山と言伝えの情報蓄積・発信による日本の自然崇拜文化の伝承

「赤城山百景」のネットワーキング（各ポイントのネットワーク化、各地域有志のネットワーク化）

地形によって造形された田園風景の継承

行動メニュー 1 美田、扇状地、里山、棚田などからなる田園風景と農村集落からなる風景を一体的に保全していくための、「農村風景協定」づくり

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

各地域に残る養蚕家屋、檜ぐね、農村家屋、蔵、神社、祠、社、集落内村道からなる農村集落の風景を、極め細やかに保全していくための地域毎のルールづくり（建物・工作物・生垣・造園などの高さ・形態・意匠・色彩の保全、敷地形状の保全など）

農村集落と田園風景を一体的に保全していくための、農業施策等と連携したルールづくり

行動メニュー 2 美田、里山、棚田などの日本的田園風景を継承していくための活動の立ち上げ

〔想定される活動主体：地域住民、農協、市〕

「美田・里山・棚田データ」の整理（今後の保全・活用の方向性を決めるための基礎資料となる資源情報のデータ化・共有化）

食品産業などと連携した休耕田の活用（大豆や小麦高騰による国内生産力増強を志向する企業との提携など）

環境活動と連携した教育フィールドとしての活用（小中学校向けに、田園を、自然循環を活用した昔からあるバイオマスとして、日本農業の実態とともに学習する場として提供）

日本の美意識を醸造してきた美田、里山、棚田の美しさを全世界に発信するための、アートイベントの企画立案・実施（美田、里山、棚田のネットワーク化）

異風景を創り出す、多種多様な景観資源の継承

行動メニュー 1 異風景を創り出す景観資源「異風景データ」の整理

〔想定される活動主体：市〕

背景を異にするさまざまな景観資源が重なり合う風景を前橋独自の異風景として捉え、これら異風景を創り出す景観資源を後世に引き継いでいくため、「異風景データ」として整理（今後の保全・活用の方向性を決めるための基礎資料となる資源情報のデータ化と共有化）

行動メニュー 2 前橋独自の景観資源として、「異風景ゾーン」づくり

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

地域力の一つとして、「異風景」を積極的に活用する方策として、「普段、身近にあって気がつかないけれど、よく考えてみるとおもしろいゾーン」として 異風景ゾーンを定義、候補地を選出

「異風景ゾーン」実行委員会の設立（庁内有志、地域住民、商工会議所、農協、地元企業、赤城山を愛するその他の有志からなる実行委員会）。候補地としてあがったエリアを「異風景ゾーン」としていかに整備し、どう活用していくか企画立案・実行

市民がまちへの新しい視点をもってもらうきっかけとして、また新観光地の一つとして「異風景ゾーン」を売り込み

無数の河川景観と湖沼景観の保全及び川と橋のある風景の創出

行動メニュー1 「川と橋・湖沼周辺の風景データ」の整理

〔想定される活動主体：市〕

無数の河川とそれに架かる大小の橋を前橋を特徴づける風景として捉え、「川と橋・湖沼周辺の風景データ」として整理（大小の河川や橋からの赤城山の眺めや水の色の特徴、河川敷での地域住民の取組み、川風なども資源情報としてデータ化し、共有化）

行動メニュー2 五感で感じる「川と橋のある風景」の創出

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

河川敷における子どもが裸足で遊べる場づくり、川堤のある風景、赤城山から吹き降ろす赤城おろしの温度と香りといった、五感で感じることを大切にした「川と橋・湖沼周辺の風景」を地域住民とともに創出



大沼(富士見地区)



広瀬川と石川橋(本庁管内地区)

ランドマークとなる樹木群や大木の保全

行動メニュー1 「ランドマークとなる樹木データ」の整理

〔想定される活動主体：市〕

前橋の古い屋敷内にたつ2本の大ケヤキを初めとして、民間の樹木も対象として、地域のランドマークとなっているまたはなりうる樹木を「ランドマークとなる樹木」として「ランドマークとなる樹木データ」を整理（データ化と共有化）

行動メニュー2 景観法に則った「景観重要樹木」に指定

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

景観法に則った「景観重要樹木」に指定



プラタナスと赤城山(大胡地区)

中心市街地の再評価・現在価値化

行動メニュー 1 無名の洗練された建築資源に「前橋近代化建築物」という称号

〔想定される活動主体：建築士会、市〕

赤レンガ倉庫など、名作といわれた建築や元高級な建築物が、時を重ね熟成することで魅力を増していく、そんな物件（高度成長期に建てられ、むやみに豪華ではないが洗練されたデザインの建築物）を発掘、都市の魅力として「前橋近代化建築物」という称号を付与

「前橋近代化建築物・データ」の整理・発信、「前橋近代化建築物」を地域力の一つとして利活用（イベント利用、ベンチャー企業・アトリエ・ギャラリーなどへ貸与）

行動メニュー 2 都市の時間に取り残された空間として「一坪の風景」の保全

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

昔ながらの食堂や中華そば屋、^{こみせ}小店など、街角にある何気ない風景、路地がつくり出す迷路のような風景など、都市化の荒波の中で大切に守られてきた、古きよき日本を彷彿とさせる風景や^{がいわい}界隈を「一坪の風景」として保全

行動メニュー 3 前橋の顔としての品格を放つ、ケヤキ通りの再生

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

人が集う基礎的環境の整備（ケヤキ通りの路上駐車規制などによる歩道空間の魅力化、空店舗の利活用、青空駐車場の抑制・緑化、良質なマンション立地の推進、低層部の店舗・事務所看板のまちなみへの配慮など）

新たな人の流れをつくり出すため、「前橋近代化建築物」（赤レンガ倉庫など）、「一坪の風景」（昔ながらの食堂など）を再活用した小拠点づくり（イベント利用、ベンチャー企業・アトリエ・ギャラリーなどへ貸与）

行動メニュー 4 都市生活への河川資源の取り込み

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

広瀬川及び馬場川河畔に整備されてきた無数の施設（ストリートファニチャ、休憩施設、植栽など）を再整理し、統一感のある風景を再创出。周辺の空き地などの有効活用と合わせて、季節感のあるイベントを開催

市街地内に流れる河川は、まちと川の空間的つながりを強化（河川側からみたまちの眺めを意識した建築物などのしつらえなど）

進化するまちにおける景観形成の誘導

行動メニュー 1 地場産業がつくる風景の積極的活用

〔想定される活動主体：企業、商工会議所、農協、市〕

工業団地における「工園」づくり

製造工場を、単なる工場ではなく、環境・歴史・遊びなどに配慮した一つの資産「工園」として消費者に提供する取組み。工場敷地内の自然環境やアトラクションなどを充実させ、工場の見学・体験と合わせて、くつろぎ、遊び、学べる環境として提供している。

都市近郊型農業という立地条件を生かした、「魅せる農村」づくり（枝豆、レタス、キュウリなど都市近郊野菜について、作っている農村の風景もセットにして、商品として販売など）

高速道路 IC 周辺における輸送産業や商業施設に対する、前橋の風景を生かした質の高い施設建設の奨励（風景に配慮した立地が、企業イメージアップに繋がる、更なる施設誘致・企業誘致の起爆剤となる）



前橋南 IC の夕景と榛名山の眺め(下川淵地区)

体制整備方針による行動メニュー

地域資源を育てる体制づくり

行動メニュー 1 多種多様な活動主体が景観づくりに取り組めるよう、景観資源のデータ化と、誰でもアクセスできる情報検索システムの構築

〔想定される活動主体：市〕

文化財的価値・自然資源として価値のある景観資源データとともに、前橋独自の景観資源データとして「美田・里山・棚田データ」「異風景データ」「川と橋のある風景データ」「ランドマークとなる樹木データ」「前橋近代化建築物・データ」を収集、多種多様な活動主体が利用できる情報として整理

上記の資源情報とともに、景観に係る制度、団体、活動、ニュース、イベントなどあらゆる情報について、誰でも簡単に利用できる情報検索システムの構築

行動メニュー 2 景観資源データを生きるデータとして活用するため、地域住民などの需要を把握するためのマーケティング調査を実施、「行動メニュー」を随時企画立案し、適正な活動主体に提案

〔想定される活動主体：市〕

どの景観資源データを、どういった組合せで、どのように行動メニューとして提案していくのか企画立案していくため、需要把握のマーケティング調査（トレンド、ターゲット、地域の抱える問題など）を実施

マーケティング調査に基づき「行動メニュー」を企画立案し、地域住民など適正な活動主体に随時提案

行動メニュー 3 地域の景観づくりの活動状況に合わせて、段階的な取り組みが展開できる仕組みとして「景観形成重点地区」の創設

〔想定される活動主体：市〕

段階的な優先地区指定が行える仕組みとして、「景観形成重点地区」を創設（景観地区や準景観地区への指定、協定づくり等、地域にあった段階的な取組みに移行することができる仕組み）

地域活動の熟度などから優先地区指定が望ましい地区については、景観形成重点地区の指定（市民への情報発信・広報活動で掘り起こされた地域住民等による主体的な活動の行われている地区や、率先して守るべき景観資源のある地区等）



棚田と農村集落(宮城地区)



馬場川通りの商店街(本庁管内地区)

行動メニュー 4 行政が政策的に景観施策に取り組むべき地域について、景観法に基づく「景観地区」の指定

〔想定される活動主体：市〕

政策的に行政主導で地区指定を行うべき地区については、景観法に基づき景観地区、準景観地区を都市計画として指定



雪の三夜沢赤城神社(宮城地区)



三夜沢赤城神社の参道(宮城地区)

突出した資源を生かした先導的景観を創り出すための体制づくり

行動メニュー 1 地域の景観づくりの活動状況に合わせて、段階的な取組みが展開できる仕組みとして「景観形成重点地区」の創設(再掲)

〔想定される活動主体：市〕

段階的な優先地区指定が行える仕組みとして、「景観形成重点地区」を創設（景観地区や準景観地区への指定、協定づくり等、地域にあった段階的な取組みに移行することができる仕組み）

地域活動の熟度などから優先地区指定が望ましい地区については、景観形成重点地区の指定（市民への情報発信・広報活動で掘り起こされた地域住民等による主体的な活動の行われている地区や、率先して守るべき生きた景観資源のある地区等）

行動メニュー 2 行政が政策的に景観施策に取り組むべき地域について、景観法に基づく「景観地区」の指定（再掲）

〔想定される活動主体：市〕

政策的に行政主導で地区指定を行うべき地区については、景観法に基づき、景観地区、準景観地区を都市計画として指定

行動メニュー 3 今に生きる日本古来の自然崇拝を体現する、広域的観光戦略「赤城風景街道」の展開

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

赤城山信仰というストーリーに乗せて、五感に訴えかける多様な景観資源をネットワーク（赤城山がつくる眺望、裾野の地形の起伏によってつくられる里山や棚田、赤城山の水脈がもたらす田園、赤城山信仰の中心的存在である三夜沢赤城神社、大小様々な祠や神社、豊穰を願う祭りや獅子舞・太々神楽、無数の古墳、地場産業など）

個々に活動する各種団体のネットワーク

資源と人材のネットワークによる文化的効果の波及

原風景として残る景観をつくる体制づくり

行動メニュー 1 地域活動の現状を把握し、活動段階に合った「行動メニュー」を提案していく、定常的な「市民への情報発信・広報活動」の実施

〔想定される活動主体：市〕

自治会や町内会、まちづくりに取り組む団体、商工会議所、農協などに対して、常に活動実態・状況を把握し、次なるステップへ進めていくための「行動メニュー」を段階的に提案する「市民への情報発信・広報活動」(詳細は、「第6章 推進体制」を参照)を実施

行動メニュー 2 原風景と地域活動を結びつける「原風景創出隊」の結成

〔想定される活動主体：地域住民〕

「地域の原風景は地域住民がつくり出す」を理念にもつ「原風景創出隊」を地域ごとに発足

「原風景創出隊」による、原風景の創出(河川敷や沼周辺における子どもが裸足で遊べる場づくり、川堤のある風景、赤城山から吹き降ろす川風の温度と香りといった、五感で感じることを大切にした原風景の創出)と継続的な維持管理

「原風景創出隊」による、自分の生まれ育った地域の歴史文化と景観の関わりについて勉強する、「地域教育」の実施

「原風景創出隊」による、地場産業を見学・体験する課外研修、地域の地場産材を使った料理をふるさとの味として伝えていく食育の実施

地域教育の体制づくり

行動メニュー 1 風景学を教える人材の育成と、学ぶ機会の創出

〔想定される活動主体：建築士会、市、教育委員会〕

「風景学」を教える人材の育成（人材のネットワーク化など）

学校教育や市民講座、地元企業のセミナーなどにおける「風景学」授業の開設（風景についての知識と考え方を身につけるための授業、「富士見かるた」など、郷土かるたの活用など）

各専門家（都市計画、建築、色彩、造園、土木など）が学校教育などで出張出前講座を開催できるような仕組みづくり

行動メニュー 2 原風景と地域活動を結びつける「原風景創出隊」の結成（再掲）

〔想定される活動主体：地域住民〕

「地域の原風景は地域住民がつくり出す」を理念にもつ「原風景創出隊」を地域ごとに発足

「原風景創出隊」による、原風景の創出（河川敷や沼周辺における子どもが裸足で遊べる場づくり、川堤のある風景、赤城山から吹き降ろす川風の温度と香りといった、五感で感じることを大切にした原風景の創出）と継続的な維持管理

「原風景創出隊」による、自分の生まれ育った地域の歴史文化と景観の関わりについて勉強する、「地域教育」の実施

「原風景創出隊」による、地場産業を見学・体験する課外研修、地域の地場産材を使った料理をふるさとの味として伝えていく食育の実施

成熟した地域コミュニティをもつ住宅団地環境の次世代への継承

行動メニュー 1 住宅団地における、現在の質の高い居住環境を次世代に受け継いでいくための、施設管理や建替え誘導を適正に行うための基準づくり

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

空き家の発生、不動産売買に伴う新たな開発行為によって、現在の質の高い居住環境が阻害されないよう、地域住民とともに、協定づくりや地区計画等を活用した基準づくりに取り組む

行動メニュー 2 新旧の住宅団地が提供できる取組み（知恵・技術・労力など）をメニューにした「出前メニュー」の作成

〔想定される活動主体：地域住民〕

新旧の住宅団地でそれぞれ、「出前できる地域活動メニュー、出前してほしい地域活動メニュー」などと題したワークショップを開催

需要と供給から、新旧の住宅団地住民がそれぞれ「地域活動・出前メニュー」を作成

新旧の住宅団地住民による「地域活動・出前メニュー」を携えた営業活動

観光戦略方針による行動メニュー

日本古来の自然崇拝としての赤城山信仰の表層化

行動メニュー 1 今に生きる日本古来の自然崇拝を体現する、広域的観光戦略「赤城風景街道」の展開（再掲）

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

赤城山信仰というストーリーに乗せて、五感に訴えかける多様な景観資源をネットワーク（赤城山がつくる眺望、裾野の地形の起伏によってつくられる里山や棚田、赤城山の水脈がもたらす田園、赤城山信仰の中心的存在である三夜沢赤城神社、大小様々な祠や神社、豊穰を願う祭りや獅子舞・太々神楽、無数の古墳、地場産業…）

個々に活動する各種団体のネットワーク

資源と人材のネットワークによる文化的効果の波及

前橋ブランド観光戦略

行動メニュー 1 都市生活への河川資源の取り込み（再掲）

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

広瀬川及び馬場川河畔に整備されてきた無数の施設（ストリートファニチャ、休憩施設、植栽など）を再整理し、統一感のある風景を再创出。周辺の空き地などの有効活用と合わせて、季節感のあるイベントを開催

市街地内に流れる河川は、まちと川の空間的つながりを強化（河川側からみたまちの眺めを意識した建築物などのしつらえなど）

行動メニュー 2 前橋の顔としての品格を放つ、ケヤキ通りの再生（再掲）

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

人が集う基礎的環境の整備（ケヤキ通りの路上駐車規制などによる歩道空間の魅力化、空店舗の利活用、青空駐車場の抑制・緑化、良質なマンション立地の推進、低層部の店舗・事務所看板のまちなみへの配慮など）

新たな人の流れをつくり出すため、「前橋近代化建築物」（赤レンガ倉庫など）、「一坪の風景」（昔ながらの食堂など）を再活用した小拠点づくり（イベント利用、ベンチャー企業・アトリエ・ギャラリーなどへ貸与）

行動メニュー 3 地域の景観づくりの活動状況に合わせて、段階的な取り組みが展開できる仕組みとして「景観形成重点地区」の創設(再掲)

〔想定される活動主体：市〕

段階的な優先地区指定が行える仕組みとして、「景観形成重点地区」を創設(景観地区や準景観地区への指定、協定づくり等、地域にあった段階的な取り組みに移行することができる仕組み)

地域活動の熟度などから優先地区指定が望ましい地区については、景観形成重点地区の指定(市民への情報発信・広報活動で掘り起こされた地域住民等による主体的な活動の行われている地区や、率先して守るべき生きた景観資源のある地区等)

行動メニュー 4 行政が政策的に景観施策に取り組むべき地域について、景観法に基づく「景観地区」の指定(再掲)

〔想定される活動主体：市〕

政策的に行政主導で地区指定を行うべき地区については、景観法に基づき、景観地区、準景観地区を都市計画として指定

こだわりの前橋(見直される風景)観光戦略

行動メニュー 1 こだわりの前橋(見直される風景)観光戦略の実施

〔想定される活動主体：市、商工会議所、建築士会〕

需要把握のためのマーケティング(トレンド、需要のある地域、年齢層、職業、趣味などに関するマーケティング)

こだわりの資源の環境整備(質の高い保全環境の整備、周辺インフラ環境の整備、アクセス環境の整備など)

こだわりの資源の情報整備(要望に耐えうるこだわりの資源の個別情報の収集・整理、市内のこだわりの資源の体系化、世界的見地からのこだわりの資源の再評価など)

こだわりの資源の広報活動(大学、各種団体、企業など、専門性の高い組織に対する、こだわりの資源の広報活動)

「異風景ゾーン」の演出

行動メニュー1 異風景を創り出す景観資源「異風景データ」の整理(再掲)

〔想定される活動主体：市〕

背景を異にするさまざまな要素が重なり合う風景を前橋独自の異風景として捉え、これら異風景を創り出す景観資源を後世に引き継いでいくため、「異風景データ」として整理(今後の保全・活用の方向性を決めるための基礎資料となる資源情報のデータ化・共有化)

行動メニュー2 前橋独自の景観資源として、「異風景ゾーン」づくり(再掲)

〔想定される活動主体：地域住民、市〕

地域力の一つとして、「異風景」を積極的に活用する方策として、「普段、身近にあって気がつかないけれど、よく考えてみるとおもしろいゾーン」として 異風景ゾーンを定義、候補地を選出

「異風景ゾーン」実行委員会の設立(庁内有志、地域住民、商工会議所、農協、地元企業、赤城山を愛するその他の有志からなる実行委員会)。候補地としてあがったエリアを「異風景ゾーン」としていかに整備し、どう活用していくか企画立案・実行

市民がまちへの新しい視点をもってもらうきっかけとして、また新観光地の一つとして「異風景ゾーン」を売り込み

行動メニュー3 「異風景ゾーン」の演出

〔想定される活動主体：建築士会、市〕

インフラ施設の共通デザインコード化(街路、照明・ガードレールなどの交通施設、案内板などの公共サインといったインフラについて、異風景を引き立たせるデザインで共通コード化)