

【特性と課題】

- 多様で活気のある商業地景観が形成されています。

柏駅周辺は、駅を中心に集積する大型店舗と、それをとりまく中小店舗で賑わいのある商業地となっています。南柏駅周辺は駅前整備により、大型店舗が立地しつつあります。歩道整備や電線類地中化、敷地内通路や小広場の整備などにより、快適な歩行者空間を確保している箇所も見られます。

- 駅ごとに異なる表情があります。

柏駅、南柏駅以外の駅周辺には、周辺地域の利用者を対象とした身近な商業地が形成され、駅ごとに異なる表情のまち並みが見られます。駅前として商店を集積したり顔づくりを進めることが必要な駅もあります。

- 個性的なしつらえの建物や店舗が増えています。

魅力を感じられる建物や、若い世代に好まれるような個性的な専門店が柏駅東口側の裏通りなどに見られるようになりました。

- 広告物の氾濫などが目につきます。

広告看板の氾濫や通路への商品のはみ出し、放置自転車などにより、雑然とした景観と感じられる場所もあります。



上空から見た柏駅周辺の商業地

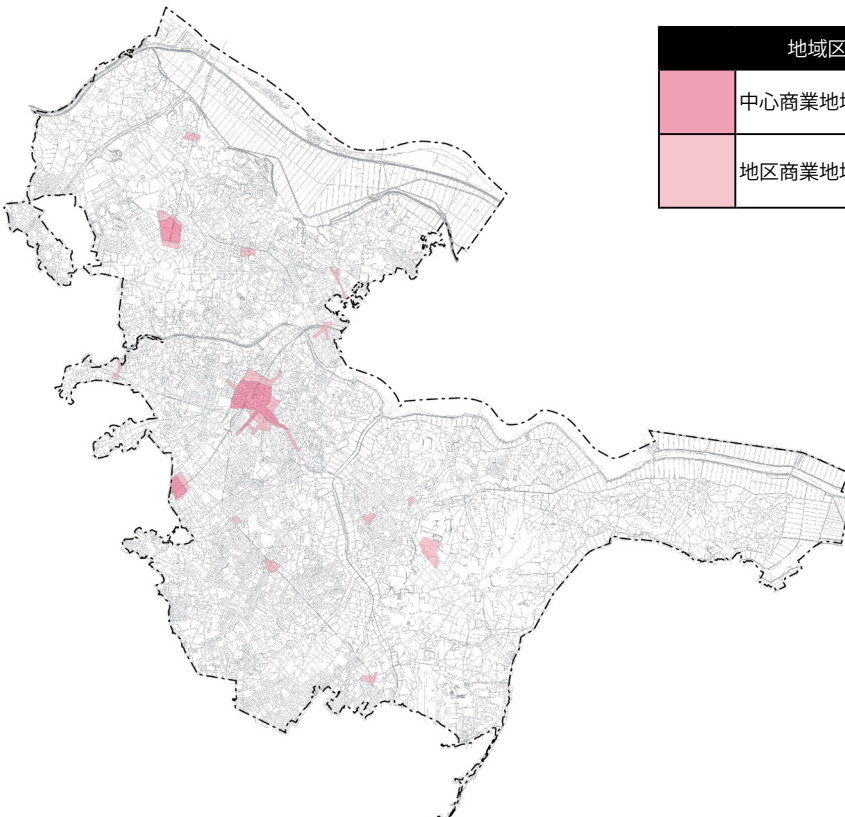


南柏駅東口



増尾駅前

【該当する地域】



地域区分		対応する用途地域
中心商業地域		商業地域
地区商業地域		近隣商業地域

【ガイドラインの内容】

商業系景観づくりの段階	商業系地域の景観づくりに必要な3つのポイント
<p>柏の中心商業地域 景観の基本として 配慮すること</p>	<p>① 柏市の顔にふさわしい商業地の景観づくり</p> <p>駅周辺では、個々の建物や店の創意工夫を活かしつつ、建物のスカイラインや色彩、広告・看板の協調など、通りや境界の特徴をひきたてる柏市の中心商業地にふさわしい景観形成が必要です。</p> <p>その際には、通りや境界の特性に応じ、足元にゆとりのある空間の創出を図り、楽しく歩ける魅力的な地域の景観を育てていくことが大切です。</p>
<p>柏の地区商業地域 景観の基本として 配慮すること</p>	<p>② 駅前ごとの個性に応じた魅力ある景観づくり</p> <p>商業地らしい景観づくりのためには、駅前や商店街の通りに向けた表情が大切です。店の入り口の構えやディスプレイを通りに対して美しくしつらえ、サービスヤード（荷捌き所）、駐車場の修景などを行いながら、表情あるまち並みを形成していく必要があります。</p> <p>地区商業地域では住宅系地域と隣り合う立地となることから、けばけばしい色彩や、まぶしすぎる灯り、大きすぎる看板など住宅地の環境を乱すような要素は避けるなどの配慮を強く促していく必要があります。</p>
<p>個々の建物のデザインや 管理等で配慮すること</p>	<p>③ 魅力ある店構え・店先をまち並みへと拡げていく景観づくり</p> <p>近年では、駅周辺などに、魅力的な店構えや店先を持つ店舗が多く見られるようになってきました。また、商業者や市民による通りの美化・花植えなどが、街をさらに魅力的にしている状況も見られます。このような個々の魅力ある景観づくりを進め、周辺に拡げていく取り組みが大切です。</p> <p>他方で、店舗の商品のはみ出しや放置自転車などにより歩行者空間がふさがれたり、建築時に確保された魅力的なしつらえが後に設置された広告物・荷物などで損ねられる状況が所々で目につきます。</p> <p>店先のスペース、通りのファサード（窓面等）などは、多くの人が利用する大切な場所であり、景観への配慮をマナーとして浸透させていくことが必要です。</p>

行為の基準

枠部分のガイドラインは、景観法第16条第1項に定める行為の届出及び柏市景観まちづくり条例第7条に定める事前協議の際の基準となります。

商業系地域の景観まちづくりガイドライン	計画・設計要素等	頁
柏市の顔にふさわしく、個性の中にも秩序ある商業地景観を創出する	敷地計画・建物デザイン、夜間照明、広告・看板、その他演出デザイン	78
豊かな歩行者空間を形成する	敷地計画	79
表情豊かな商店街の景観を形成する	敷地計画・建物デザイン、スカイライン	80
周辺の住宅地景観への気遣いが感じられるデザインとする	サービスヤード、夜間照明、広告・看板類、その他演出デザイン	81
店先にゆとりのスペースを創出する	敷地計画	82
前面空地は通りに対してうるおいの感じられるしつらえとする	敷地計画、緑の配置	83
建物の低層部は開放感や楽しさを演出する	建築低層部	83
建物の壁面（特に中高層部）は落ち着いたデザインとする	建築中高層部	84
街角を意識したデザインとする	建物デザイン、緑の配置	84
設備類やゴミ置き場を修景する	屋外設備等	85
まち並みに配慮した色彩とする	色彩計画	86
建物や店先、通りを美しく維持する	日常の景観づくり	88

柏市の顔にふさわしい商業地の 景観づくり

1：柏市の顔にふさわしく、個性の中にも秩序ある
商業地景観を創出する

周囲よりも高層
となる場合、上
層部のセットバ
ックなど周辺と
の調和を図る。

著しく派手な色彩・外観を避け、個性はワンポ
イントや緑・花、季節的な演出などで表現

店先へのオープン
スペースの配置や
、楽しさの演出

2：豊かな歩行者空間を形成する

ガイドライン1：柏市の顔にふさわしく、個性の中にも秩序ある商業地景観を創出する

派手さを競い合うのではなく、デザインの質により、個性と秩序が両立するまち並みづくりを目指しましょう。



中心商業地域

柏駅西口の顔として存在感があり、既存本館も併せてデザイン性に優れ、シンボリックな建物となっています。(旭町)



中心商業地域

すっきりとデザインされた広告物でまち並みに秩序が生まれ、建物のデザインが生きてきます。(柏の葉キャンパス駅前)



中心商業地域

季節でさりげなく変化する夜間照明が駅前を彩っています。(柏駅<クリスマス時>)



中心商業地域

デッキと一体性のある回廊風のデザインがまち並みを引き立てています。(南柏)

ガイドライン2：豊かな歩行者空間を形成する

敷地規模に応じてオープンスペースを確保し、豊かな歩行者空間を創出することで、居心地のよい街の環境をつくりましょう。



中心商業地域

ゆとりのある歩行者空間を創出することでお店に近づきやすくなります。(柏四丁目)



中心商業地域

たたずめる広場があれば街にゆっくりと滞在しやすくなります。(柏一丁目)



中心商業地域

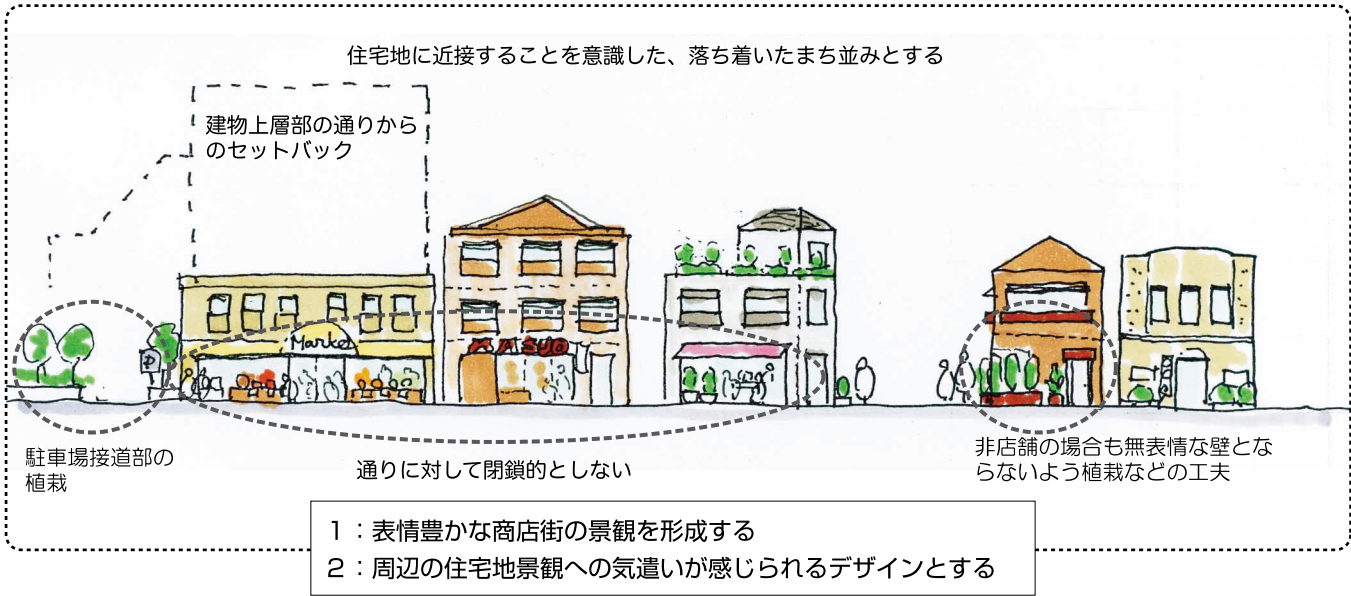
小さなスペースでも引き込み（路地）と奥（中庭）を創ると、街の楽しさへの期待感が高まります。(川越市)



中心商業地域

店先にしゃれた歩行者空間を設けたり、ベンチを置くことで、商業地景観の個性を育てています。(柏三丁目)

駅前ごとの個性に応じた魅力ある 景観づくり



ガイドライン1：表情豊かな商店街の景観を形成する

広場や通りは、商店街としての連なりによって表情が創り出されます。特に駅前広場や駅前通りなどの「表通り」に面する部分は、エントランスや建物のファサードなどは、次のような工夫により、通りに対して魅力的で豊かな表情を創り出すようにしましょう。

- ・通りに対して閉鎖的にならないデザインとし、住宅や駐車場などの店舗以外にも、植栽等により表情ある通りの景観を演出する。
- ・広場周辺や通り沿いで多く見られる建築のスケールやスカイライン、色彩、素材などのデザイン要素を採り入れるなど周囲に協調することで、まち並み全体の個性を大切にします。
- ・季節感のある樹木やプランターやストリートファニチャーなど、通りに合ったおしゃれな店先演出により、まち並みの魅力アップを図る。



低層部の壁面デザインを周囲の中小規模の建物のスケールに合わせた大規模建築物（藤沢市）



屋根の形を協調し、連続感を創り出している店舗群（日立市）



色調や間口、スカイラインなどをゆるやかに協調し、まち並みをつくっている（松本市）



地区商業地域

個性のかつ上品な店先演出（芦屋市）



地区商業地域

建物の隅部を利用した、小さくともきりとセン
スが光る店先演出（世田谷区）

ガイドライン2：周辺の住宅地景観への気遣いが感じられるデザインとする

商店街周辺に広がる住宅地の景観にも気を遣い、不調和とならないようにしましょう。特に商店街と住宅地との境界部では次のような配慮が必要です。

- ・閉じた塀や壁面、荷さばきスペースや設備類などが住宅地に直接面しないよう、周囲を緑化する。
- ・住宅地に面して鮮やか過ぎる色彩や、けばけばしい灯りを用いない。特に広告・看板類についてはこれらのことに配慮する。
- ・店先は落ち着いたしつらえとし、季節感のある樹木を植えるなど、住宅地と調和した空間とする。



地区商業地域

住宅地に近接した所での落ち着いた商業地のまち並み（鎌倉市）



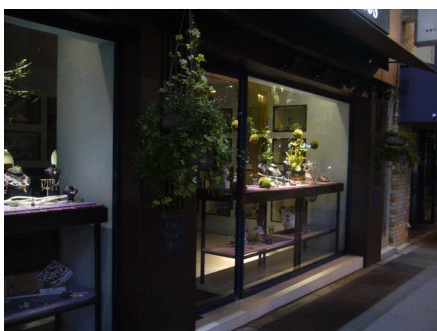
地区商業地域

すっきりデザインされ、まち並みの
落ち着きを損ねないテナントの
集合サイン（世田谷区）



地区商業地域

鮮やかだがコンパクトにしてけばけ
ばしい印象とならないように配慮さ
れた旗のデザイン（福岡市）

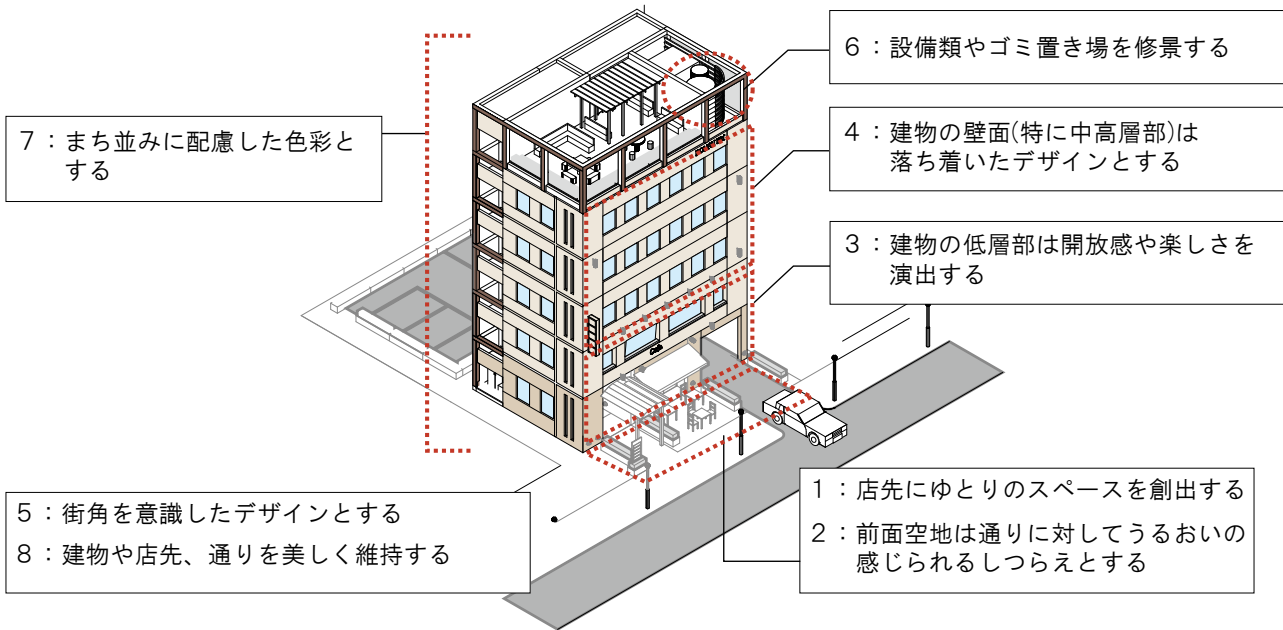


周辺に住宅地の広がる商業地での控えめな照明の演
出（渋谷区）



住宅地となじみやすい落ち着いたデザインの看板と
最小限の照明（渋谷区）

魅力ある店構え・店先をまち並みへと と広げていく景観づくり



ガイドライン1：店先にゆとりのスペースを創出する

商業地では、利用者がゆっくりと歩いたりたたずんだりしながら買い物を楽しめるよう、適度なゆとりを確保しましょう。このような配慮は、お店の演出にもなります。

敷地の規模などに応じ、適切な空地を確保し、利用しやすくしつらえましょう。



1階部分をセットバックし歩道状空地を確保している。(幕張)



大きな施設の規模に応じた少し大きめの街角広場(柏一丁目)



立ち寄りたくなる雰囲気をもったカフェスペース(青山)



中庭の配置(鎌倉市)



にぎわいを集める小店舗のゆとり空間(芦屋市)



さりげない心遣いが嬉しいゆとり空間とベンチ(恵庭市)

ガイドライン2：前面空地は通りに対してうるおいの感じられるしつらえとする

駐車場や自転車置き場等は、まち並みにさびしい印象を与えないよう、周囲や路面緑化など、うるおいが感じられるしつらえとしましょう。

また、塀、建築壁面が通りに対して長く単調にならないよう、前面の緑化や低層部への賑わい空間の演出に努めましょう。



多くの緑を取り入れ並木とベンチを配するなど、駐車場を感じさせない工夫をしています。(柏)



長い建築壁面への緑化による演出 (文京区)

ガイドライン3：建物の低層部は開放感や楽しさを演出する

建物の低層部はお店の顔となり、商店街の顔としてつなげていくべき部分です。次のような方法により、開放感や楽しさの感じられる空間演出を図りましょう。

- ・開口部を広くとるなど開放感のあるしつらえとする。
- ・店先に適度な楽しさ、にぎわい、おしゃれさなどの魅力が感じられる演出をする。
- ・夜間の閉店後に寂しくならないよう、シースルーシャッターの設置、ショーウィンドウのライティングなどに努める。



すっきりとシンプルながら個性の感じられる低層部デザイン (芦屋市)



歩行者の目を楽しませるストリートギャラリー風のしつらえ (横浜市)



開放感とデザイン性にこだわったコンビニエンスストア (仙台市)



建物壁面を照らす間接光によるやさしい照明演出 (渋谷区)



夜間のショーウィンドウの演出 (中央区)

魅力ある店構え・店先をまち並みへと と拡げていく景観づくり

ガイドライン4：建築の壁面（特に中高層部）は落ち着いたデザインとする

建築壁面は、商業地としてのにぎわいを演出する重要な部位である反面、まち並みとしての秩序を創り出す上でも大切な部位です。また、歩行者や周辺の住宅地に対して圧迫感を与えないために、次のような配慮により、落ち着いたファサードデザインを創りましょう。

- ・周囲にあった色彩やデザインを用いたり、植栽との組み合わせにより、落ち着いた印象の外観とする。
- ・大きな壁面は、形態や仕上げ、色彩等の適度な変化により分節化を図る。
- ・外階段は露出させず、建築本体に組み込むデザインとするか、ルーバーなどで目隠しをする。



植栽スペースや壁面デザインの工夫で個性の中にも落ち着いた感じられるしつらえ（世田谷区）



低層部と中高層部で変化をつけている壁面デザイン（松本市）



建築デザインに合わせた外階段の目隠し（左側）（渋谷区）

ガイドライン5：街角を意識したデザインとする

景観上のポイントとなるコーナー部は、建物デザインや小広場、シンボルツリーなどによって、特徴のある街角としましょう。



たまりのスペースとエントランスの配置（渋谷区）



コーナーへの樹木やオブジェの配置（新柏一丁目）



コーナーを意識した建物デザイン（未広町）

ガイドライン6：設備類やゴミ置き場を修景する

設備機器類やゴミ置き場などは、見苦しくないよう通りから見えにくい配置としたり、緑やデザインされたフェンスや壁面を用いて修景しましょう。

また、立体駐車場は、無表情な壁面や機械の露出を避けるとともに、まち並みの連続性を分断しないよう、通り沿いや壁面の緑化修景、外壁の工夫などによりうるおいの感じられる外観としましょう。



屋上設備の修景（文京区）



設備類の目隠し（渋谷区）



建築デザインに合わせたゴミ置き場（芦屋市）

魅力ある店構え・店先をまち並みへと と広げていく景観づくり

ガイドライン7：まち並みに配慮した色彩とする

商業系地域の施設は、商店等を目立たせるために多様な色使いや、派手な色彩になりがちです。中高層部は落ち着いた色彩をベースとし、低層部ににぎわいや華やかさを演出する色彩をアクセントとして用いるなど、周囲の景観とのバランスを考慮した色彩としましょう。

※色彩については、(3) 共通ガイドライン4もご覧ください。

● 現況の色彩景観

落ち着いたまち並みと約2割の派手な色
商業・業務系の建物は、80%以上が5YR（黄赤）から5Y（黄）までの暖かみのある色相をベースとしており、全般的には共通性のある色彩景観となっています。
彩度については、60%以上が落ち着いた低彩度色を採用しているものの、20%程度の建物で派手な高彩度色が採用されています。
現況、多くの建物は暖かみのある落ち着いた色彩をベースとしていますが、その中に派手な色彩をベースとした建物が混在し、まち並みの共通性が感じられなくなっています。

● 景観を混乱させる派手な広告物

商業系地域では、広告物の種類やデザインが多様であり、また多数掲出されています。特に駅周辺では、テナントビル等一つの建築物での広告物の氾濫、また、建築物の外装全体を広告物のように扱う例などが集積することが多く、それらに様々な色彩が用いられ、派手な色彩も多いことから、まち並みの雰囲気も損ねがちとなっています。

● 目指したい色彩景観イメージ



派手な広告物を控え品格の中にも賑わいを感じられる商店街（横浜市）



入口周辺に効果的なアクセントカラーを配した店舗（千葉市）

● 色彩景観づくりの方向性

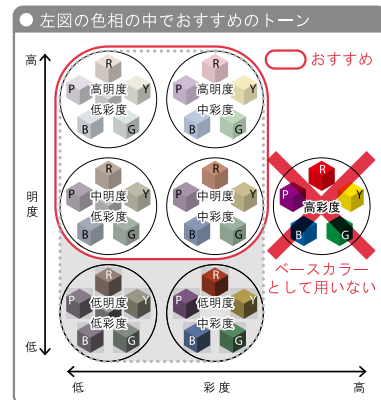
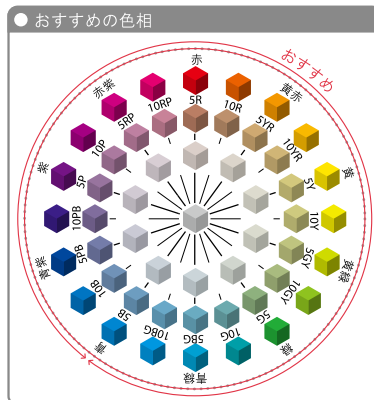
商業施設もまち並みの連続性を考えて
商業施設は、ひとりよがりな色彩で、まち並み全体の雰囲気や調子を壊さないように配慮する必要があります。特に、コーポレートカラーは派手な原色が多いことから、ベースカラーなど大きな面積では用いないようにしてください。

● 広告物の色彩にも十分な配慮を

広告物は目立つことも必要ですが、派手さや大きさはかりを競っていると、まち並み全体に秩序が感じられなくなってしまいます。広告物は、建物やまち並みとのバランスを考え、節度ある表現とする必要があります。

● おすすめの色彩

商業・業務系の建物には華やかさのある色彩表現も必要なことから、多様な色彩表現の妨げとならないよう、比較的幅広い範囲の色彩をおすすめしています。周囲の景観とのバランスを考慮しながら、楽しく魅力的な駅前や沿道となるよう工夫してください。



● おすすめの色彩例 記号はマンセル値、[] は日本塗料工業会標準色見本帳番号を表している

● 高明度・低彩度色					
10YR9.0/0.5 [19-90A]	10YR9.2/1.0 [19-92B]	2.5Y9.0/1.0 [22-90B]	5.0Y8.5/1.0 [25-85B]	5.0G9.0/0.5 [45-90A]	N9.0 [N-90]
5.0YR8.0/1.0 [15-80B]	10YR8.0/0.5 [19-80A]	2.5Y8.0/1.0 [22-80B]	5.0Y8.0/0.5 [25-80A]	5.0GY8.5/0.5 [35-85A]	N8.5 [N-85]
● 中明度・低彩度色					
5.0YR7.0/1.0 [15-70B]	10YR7.5/2.0 [19-75D]	10YR7.0/3.0 [19-70F]	5.0Y7.0/1.5 [22-70C]	5.0GY7.0/0.5 [35-70A]	N7.5 [N-75]
5.0YR6.0/2.0 [15-60D]	7.5YR6.0/2.0 [17-60D]	10YR7.0/2.0 [19-70D]	2.5Y6.0/2.0 [22-60D]	5.0PB7.0/1.0 [75-70B]	N7.0 [N-70]
● 高明度・中彩度色					
5.0R8.0/1.0 [05-80B]	10YR8.0/1.5 [19-80C]	2.5Y8.0/2.0 [22-80D]	5.0Y8.0/1.5 [25-80C]	2.5GY8.5/1.0 [35-85B]	5B8.0/1.0 [65-80B]
● 中明度・中彩度色					
7.5R7.0/3.0 [07-70F]	10YR6.0/4.0 [19-60H]	5.0Y7.0/2.0 [25-70D]	7.5Y7.0/2.0 [27-70D]	5.0BG6.0/1.0 [55-60B]	5.0PB7.0/2.0 [72-70D]

※色見本は、印刷による色再現のため、実際のマンセル値とは若干異なります。

● 色を選ぶときのポイント1…にぎわいは建物の低層部に・中高層部はまち並みのベースカラーを意識して

商業地の景観は派手なように見えますが、建物のベースカラーは暖色系の中・低彩度色が主体です。一部の建物が派手な色彩を全面的に使うことによってまち並みのベースカラーが感じられなくなっています。

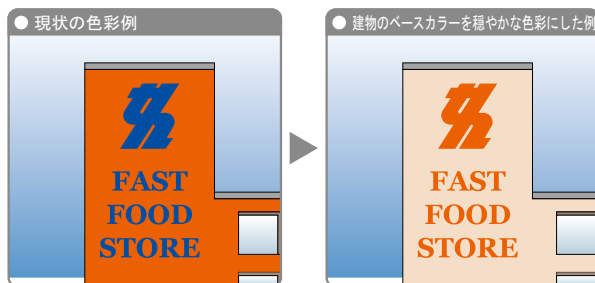


ベースカラーに派手な色彩を用いなくても、来訪者の目につきやすい低層部にまち並み共通のテーマカラーなど、アクセントとなるような色彩を用いれば、十分にアピール力のある外観にまとめることができます。



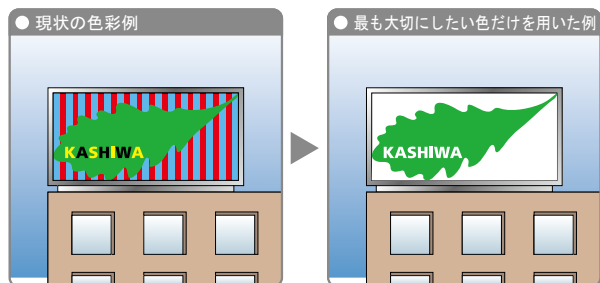
● 広告物のデザイン例1…建築物のベースカラーを生かした表現

建築物本体を広告物のように扱い、ベースカラーに派手な色彩を用いるのは避けましょう。建築物のベースは穏やかな色彩を基本とし、広告物は箱文字などで表現すると品よくまとめることができます。



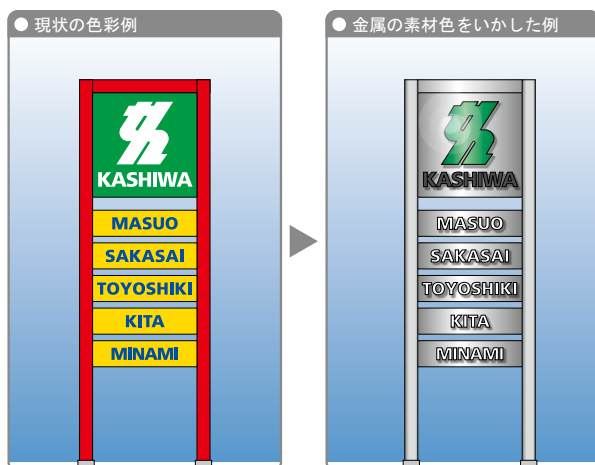
● 広告物のデザイン例2…色数を抑えた表現

コーポレートカラーなど最も大切にしたい色彩を残し、他の色は無彩色などで表現すると、企業イメージを保ちながらも周囲の景観に対して優しい表現になります。



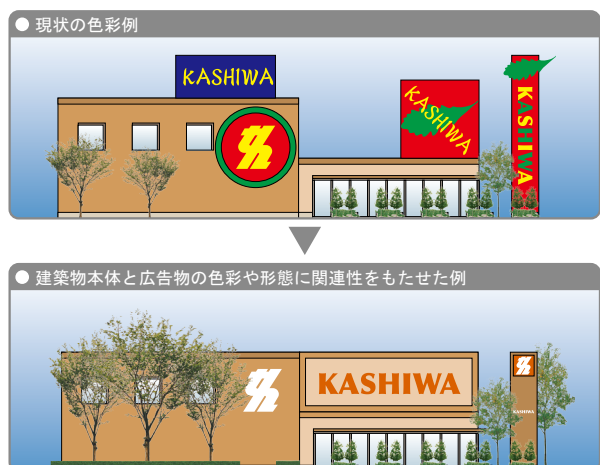
● 広告物のデザイン例3…素材色・質感をいかした表現

表面的に派手な色彩でお化粧するのではなく、木材や金属がもつ素材そのものの色彩をいかし、照明等の工夫をすると、より高級感のある飽きのこない表現になります。



● 広告物のデザイン例4…建物と調和した配置や配色

広告物の掲出方法を工夫し、建築物本体との間に色彩や形態の共通性をもたせると、まとまりのある外観となり、建築物全体の雰囲気向上します。



魅力ある店構え・店先をまち並みへと と広げていく景観づくり

ガイドライン8：建物や店先、通りを美しく維持する

個々の建物や店先、通りを日常的に美しく保つよう努めましょう。

また、建築物の屋根・外壁などは、維持管理が容易な素材や経年変化の美しい素材で仕上げましょう。
大規模建築物は特に気を配りましょう。



窓辺の緑化（横浜市）



通りの花植えなどの活動（柏駅前）