

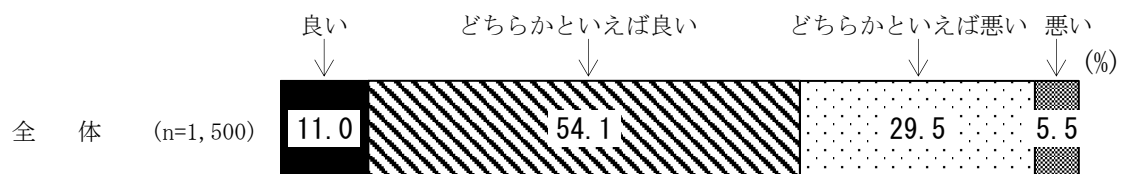
## 2 都市景観について

### 2-1 川崎市全体の景観

◎「良い」と「どちらかといえば良い」を合計した<良い>が65.1%

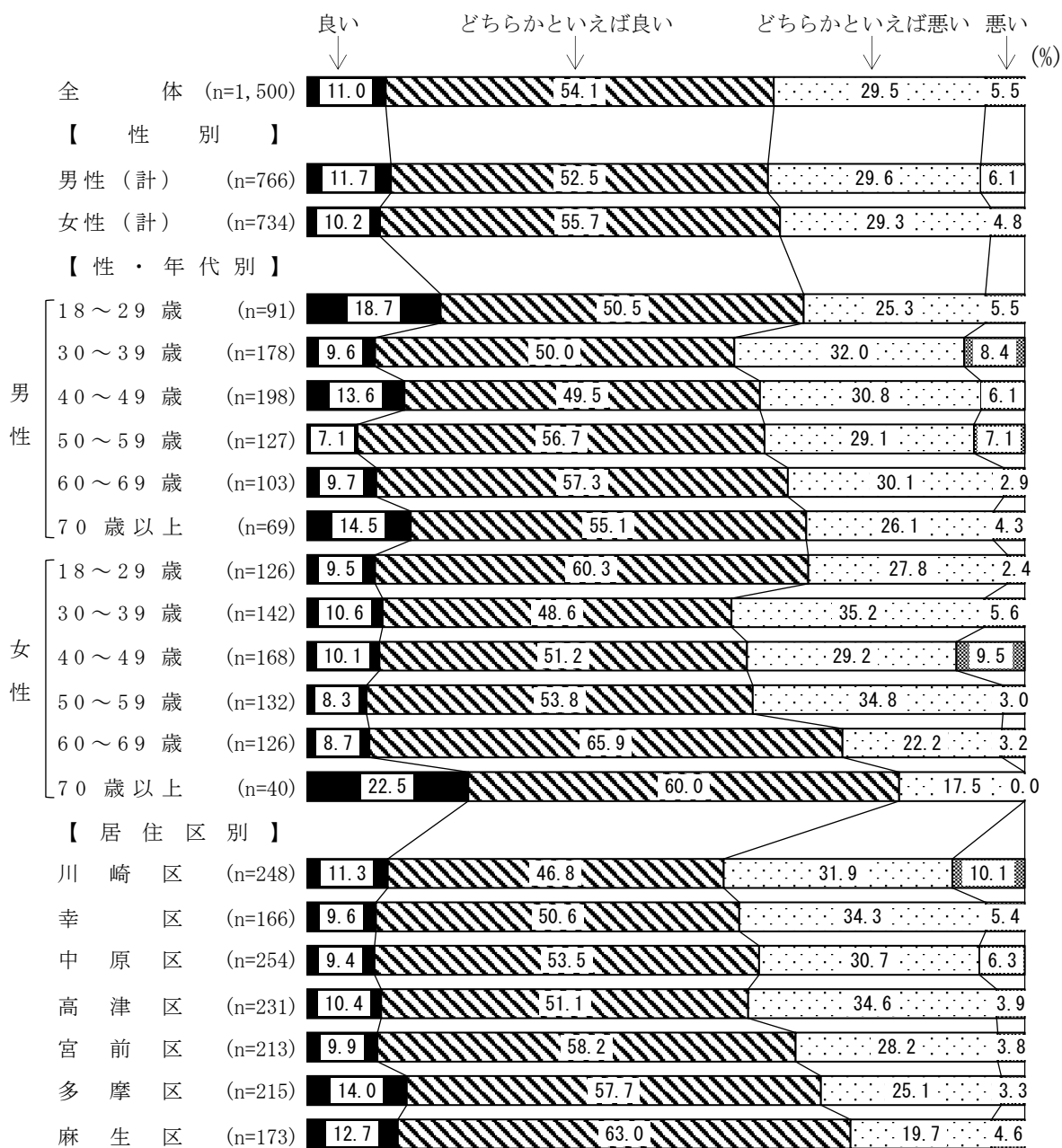
B1. 川崎市全体の景観について、どのような印象をお持ちですか。

図表2-1 川崎市全体の景観



川崎市全体の景観について、「良い」(11.0%)、「どちらかといえば良い」(54.1%)となり、約7割の方が<良い>と回答している。

図表2-2 川崎市全体の景観（性／年齢別・居住区別）



性／年齢別では、男女ともに、30歳以上59歳以下の年代に比べ、18～29歳と60歳以上の年代の方が「良い」と「どちらかといえば良い」の合計が高く、特に女性の60～69歳と70歳以上では「良い」と「どちらかといえば良い」の合計が7割を超えている。

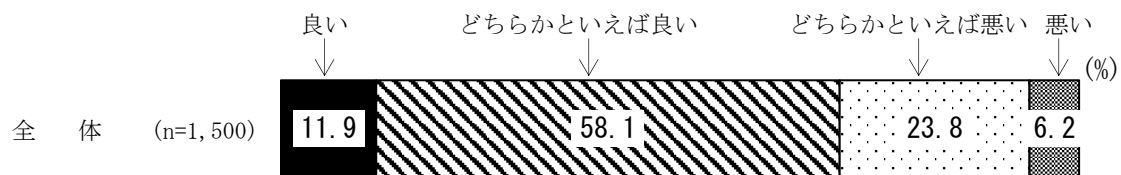
居住区別では、麻生区で「良い」と「どちらかといえば良い」の合計が75.7%と最も高い。

## 2-2 お住まいの地域周辺(町内会や自治会ぐらいの範囲)の景観

◎「良い」と「どちらかといえば良い」を合計した<良い>が70.0%

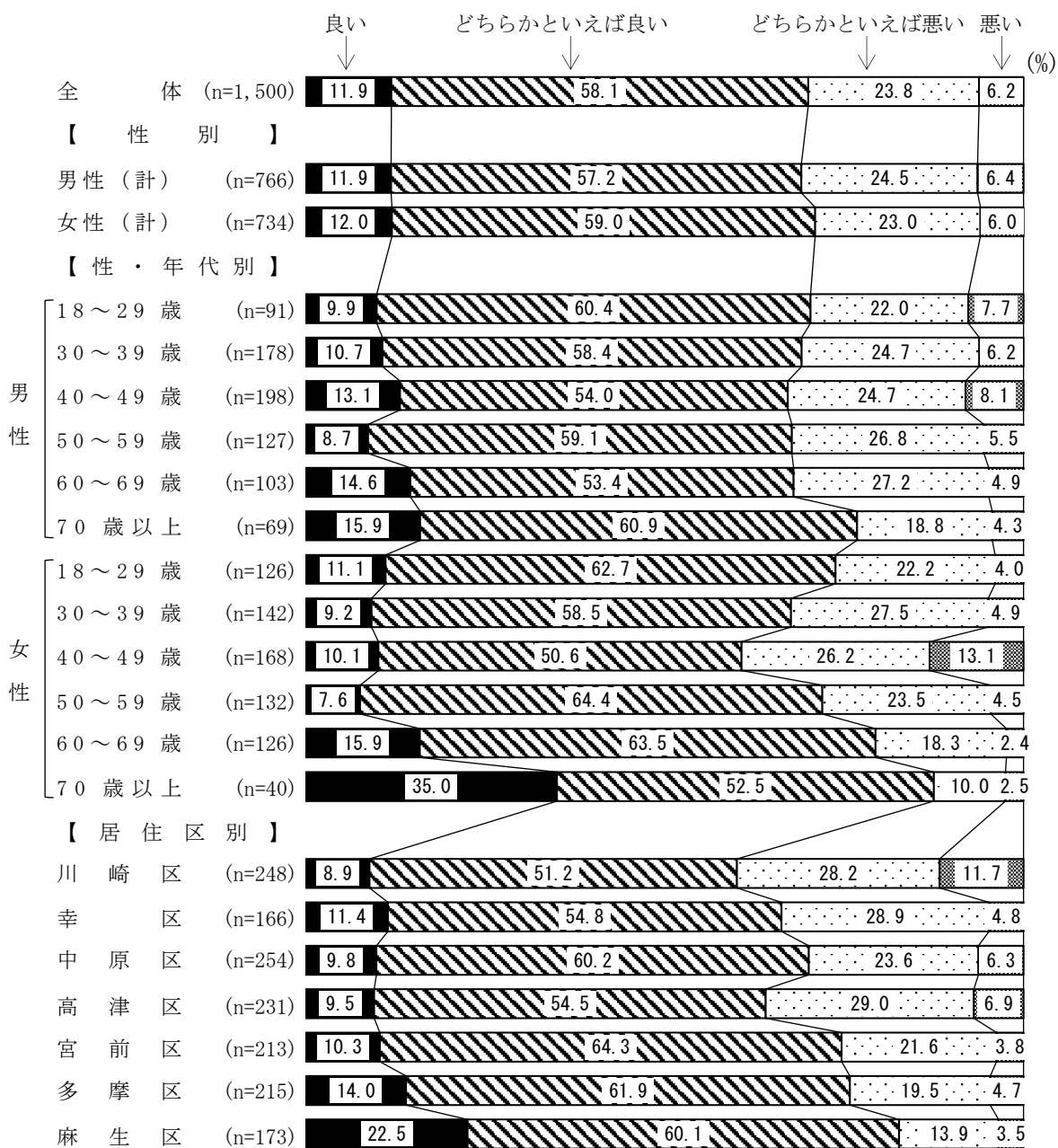
B2. あなたがお住まいの地域周辺(町内会自治会ぐらいの範囲)の景観について、どのような印象をお持ちですか。

図表2-3 お住まいの地域周辺(町内会や自治会ぐらいの範囲)の景観



お住まいの地域周辺(町内会や自治会ぐらいの範囲)の景観については、「良い」(11.9%)、「どちらかといえば良い」(58.1%)となり、川崎市全体の景観と同様に<良い>が7割に上っている。

図表2-4 お住まいの地域周辺(町内会や自治会ぐらいの範囲)の景観  
(性/年齢別・居住区別)

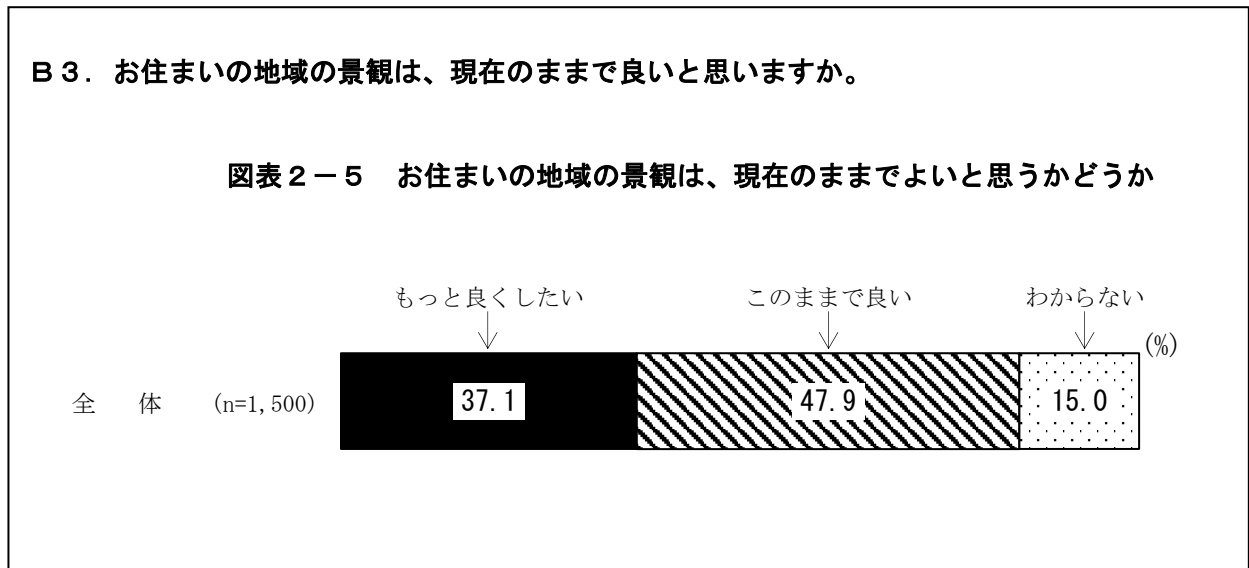


性/年齢別では、男性の18~29歳と70歳以上、女性の18~29歳と50歳以上の年代で、「良い」と「どちらかといえば良い」の合計が7割を超えている。

居住区別では、麻生区で「良い」と「どちらかといえば良い」の合計が8割を超え最も高く、多摩区、宮前区、中原区でも7割を超えている。

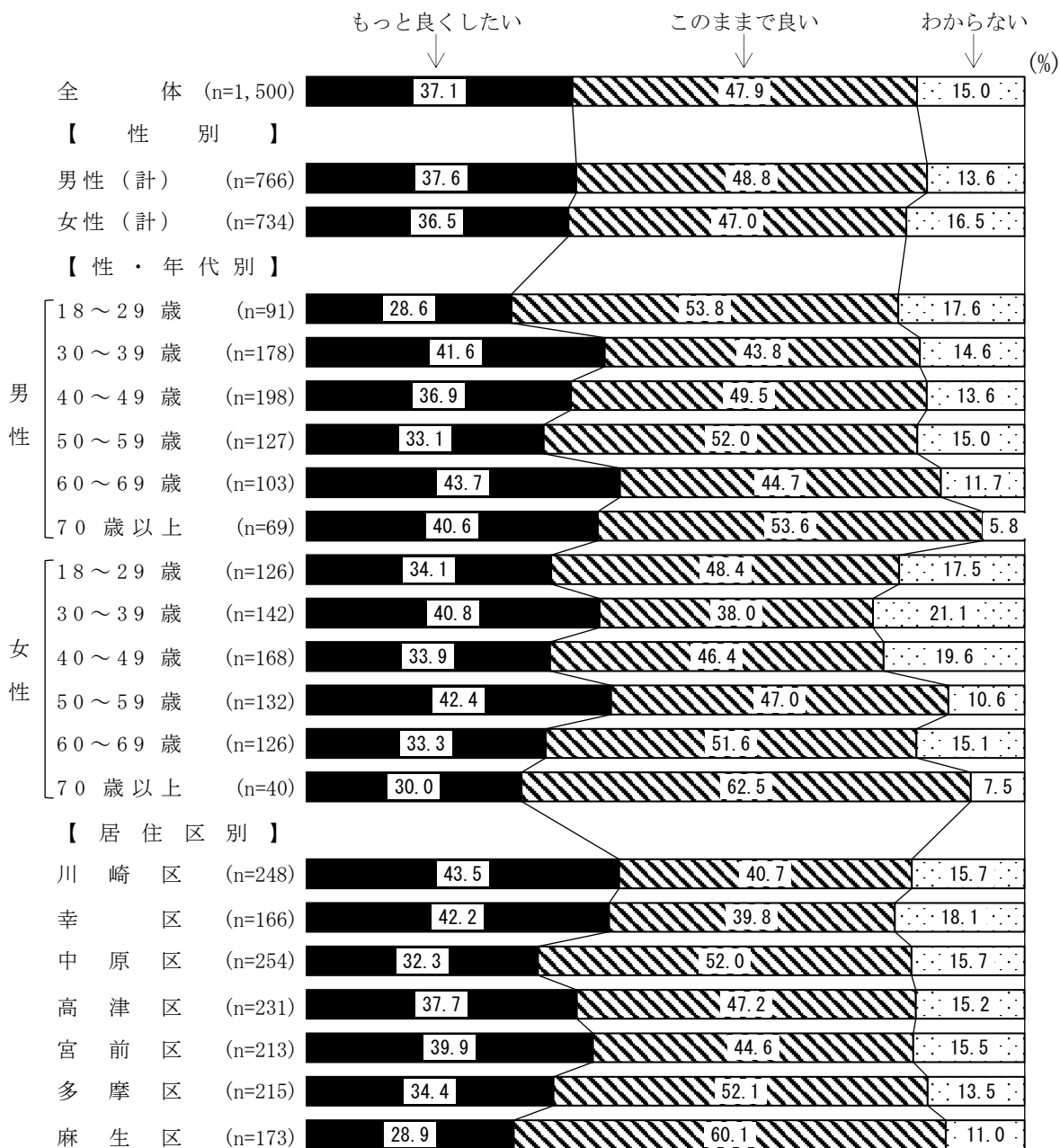
## 2-3 お住まいの地域の景観は、現在のままでよいと思うかどうか

◎「このままで良い」が47.9%



お住まいの地域の景観について、「このままで良い」が47.9%、「もっと良くしたい」が37.1%となっている。

図表2-6 お住まいの地域の景観は、現在のままでよいと思うかどうか  
(性/年齢別・居住区別)

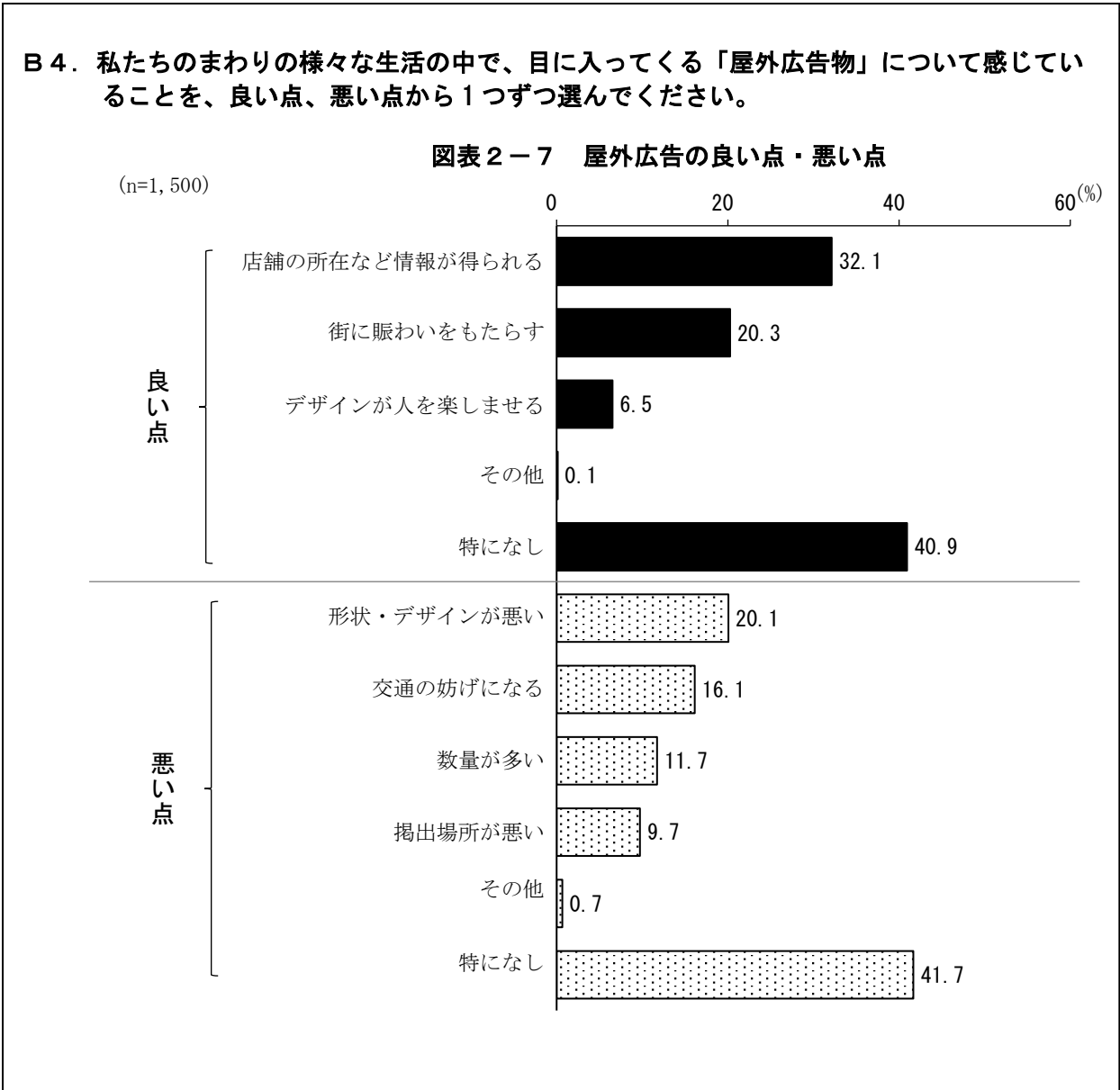


性/年齢別では、女性の70歳以上をはじめとして「このままで良い」が5割程度あるいはそれ以上となる年代が多いが、女性の30～39歳では「もっと良くしたい」が「このままで良い」を上回っている。

居住区別では、麻生区、多摩区、中原区では「このままで良い」が5～6割に上っている一方で、川崎区と幸区では「もっと良くしたい」が「このままで良い」を上回っている。

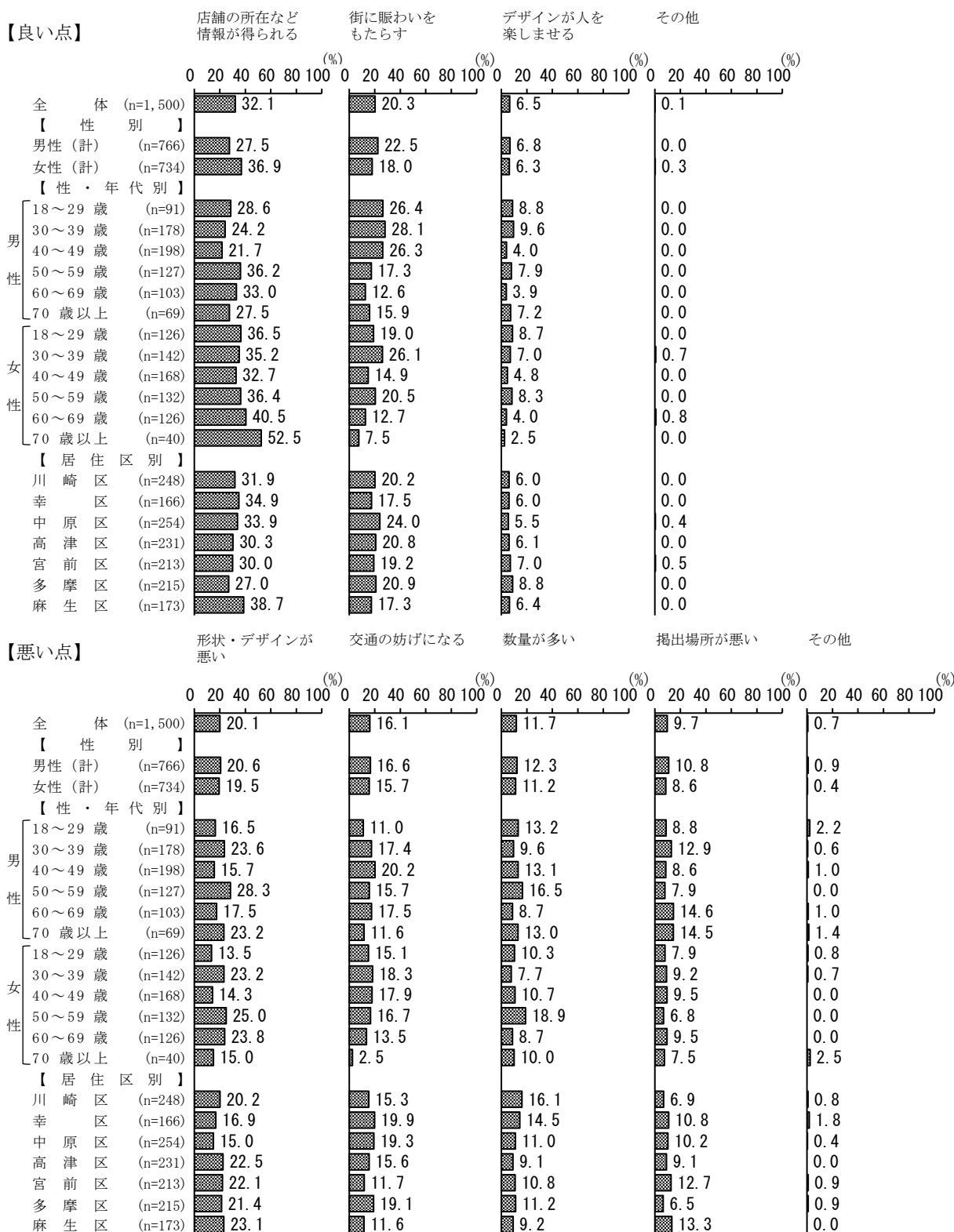
## 2-4 「屋外広告物」について感じること

◎良い点は「店舗の所在など情報が得られる」で32.1%、悪い点は「形状・デザインが悪い」で20.1%



「屋外広告物」の良い点としては「店舗の所在など情報が得られる」(32.1%)、「街に賑わいをもたらす」(20.3%)が高く、悪い点としては「形状・デザインが悪い」(20.1%)、「交通の妨げになる」(16.1%)が高い。

図表2-8 屋外広告の良い点・悪い点(性/年齢別・居住区別 上位4/5項目)



性/年齢別では、男性の49歳以下の年代と女性の30~39歳で「街に賑わいをもたらす」を良い点とする割合が、他の年代よりも高い。

居住区別では、川崎区と幸区で、他の区に比べ、「数量が多い」を悪い点とする割合が高い。



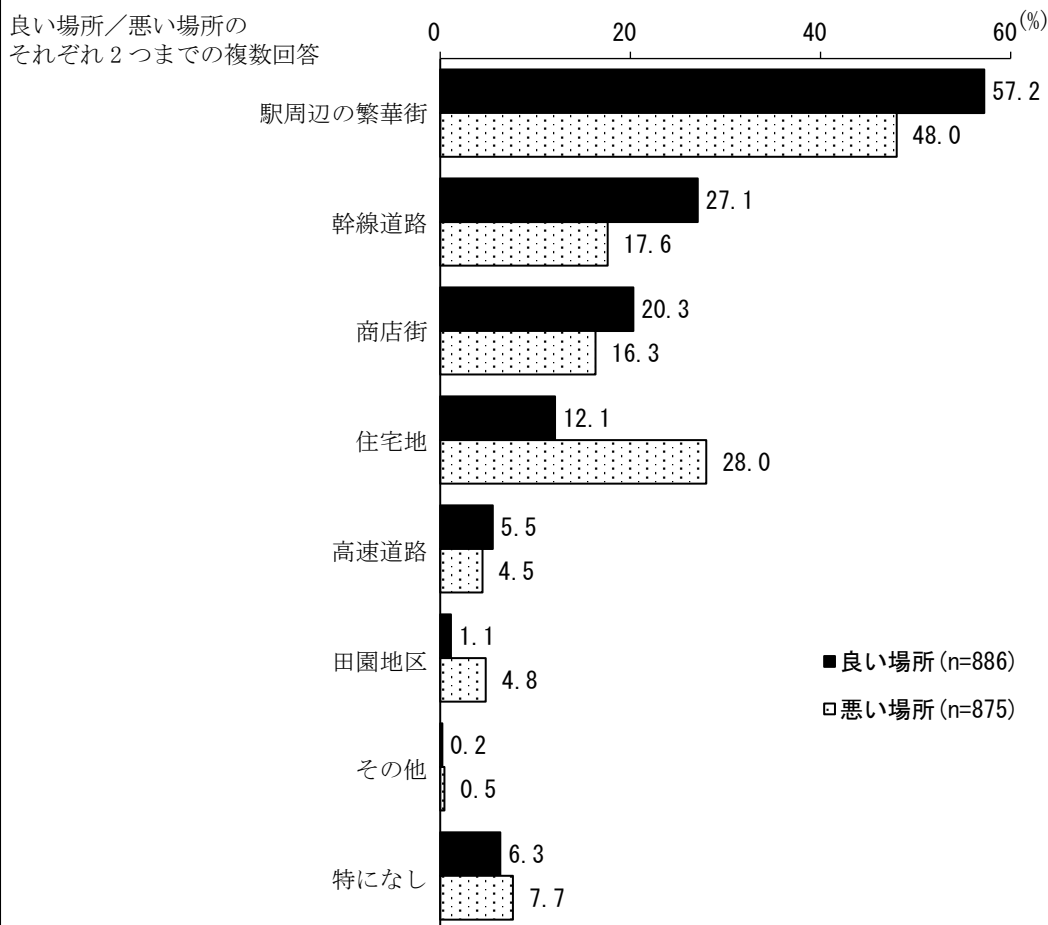
## 2-5 「良い点」「悪い点」を感じる「屋外広告物」を目にする場所

◎良い点を感じる場所、悪い点を感じる場所いずれも「駅周辺の繁華街」

B5. B4で良い点を感じると回答いただいた「屋外広告物」は主にどこの場所で目にしますか。(2つまで)

B6. B4で悪い点を感じると回答いただいた「屋外広告物」は主にどこの場所で目にしますか。(2つまで)

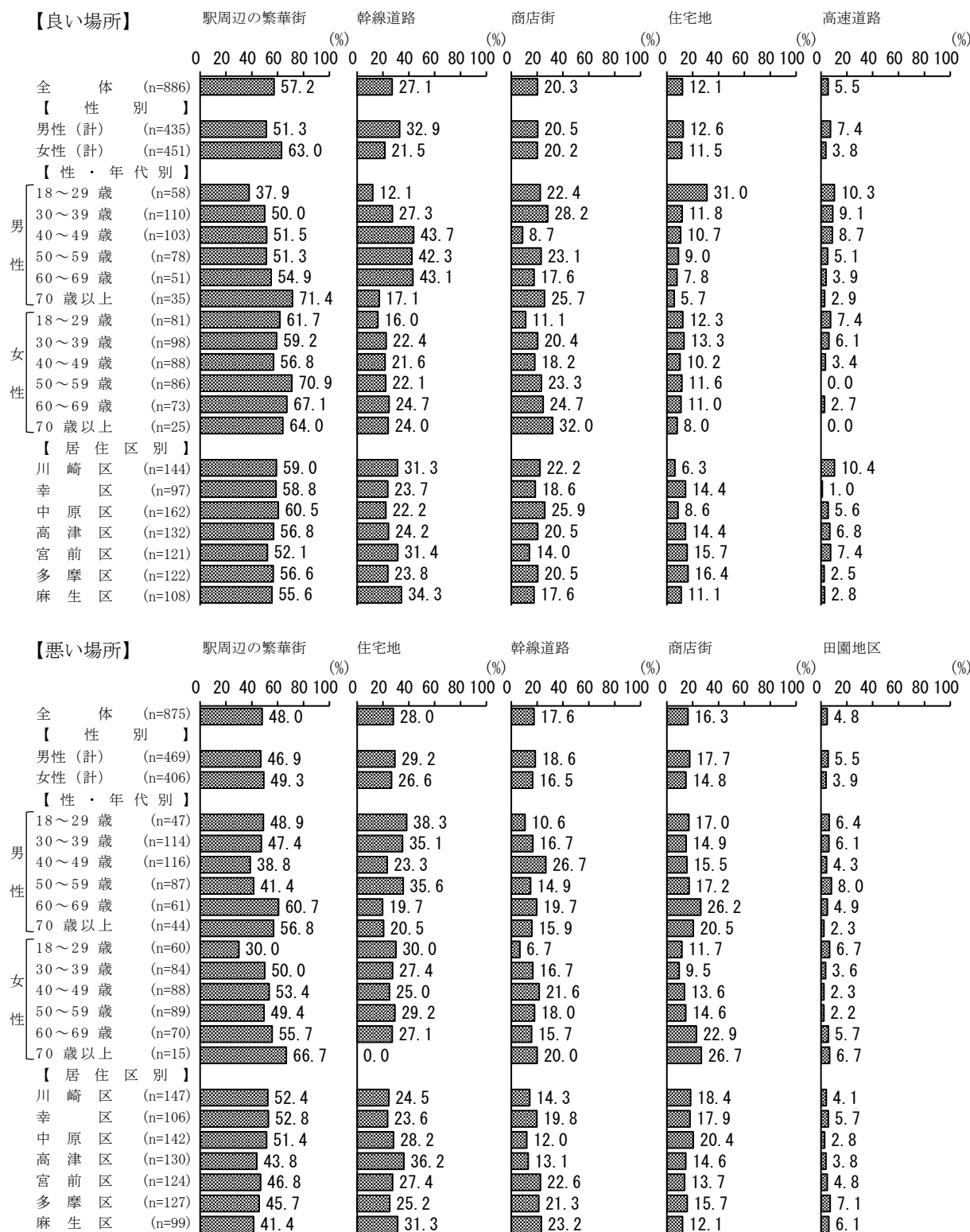
図表2-9 「良い点」「悪い点」を感じる「屋外広告物」を目にする場所



「屋外広告物」に対して「良い点」を感じると回答した人(n=886)が、「良い点」を感じる「屋外広告物」を目にする場所としては、「駅周辺の繁華街」(57.2%)が最も高く、次いで「幹線道路」(27.1%)、「商店街」(20.3%)の順となっている。

一方、「屋外広告物」に対して「悪い点」を感じると回答した人(n=875)が「悪い点」を感じる「屋外広告物」を目にする場所では、「駅周辺の繁華街」(48.0%)が最も高く、次いで「住宅地」(28.0%)、「幹線道路」(17.6%)の順となっている。

図表2-10 「良い点」「悪い点」を感じる「屋外広告物」を目にする場所  
(性/年齢別・居住区別 上位5項目)



性/年齢別では、「良い点」を感じる屋外広告を目にする場所について、男性の40歳以上69歳以下の年代では、「幹線道路」が4割程度と他の年代よりも高い。

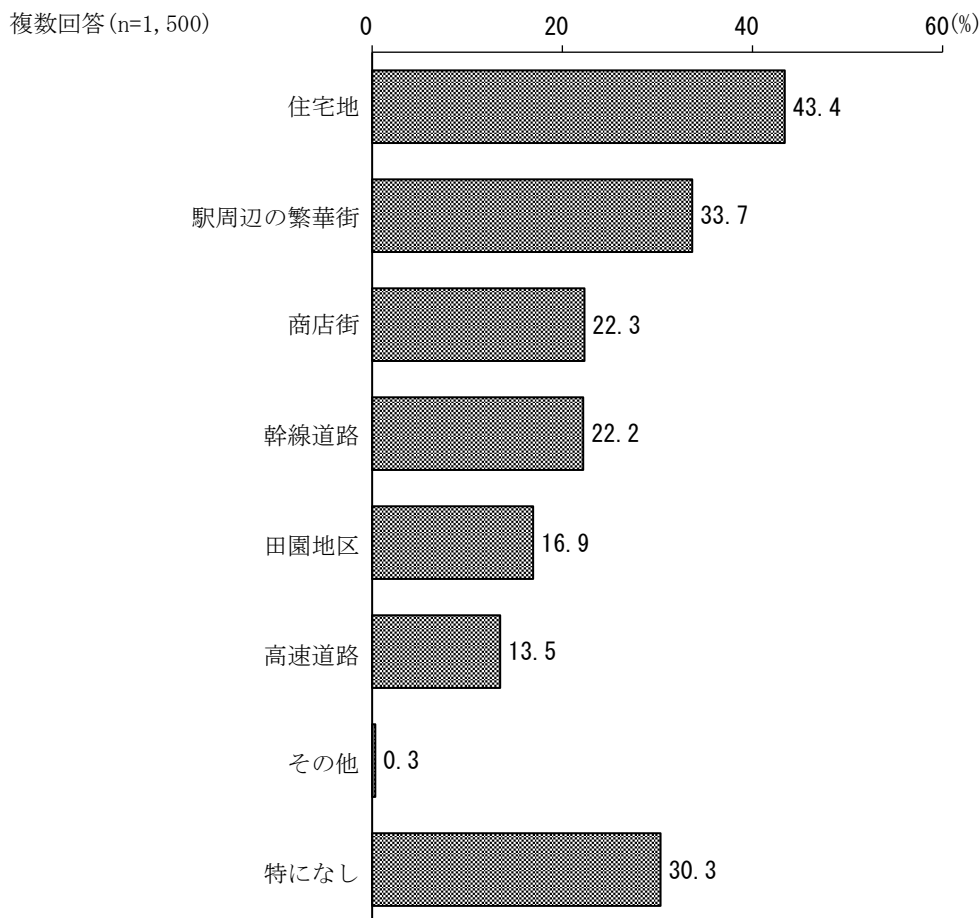
居住区別では、「悪い点」を感じる屋外広告を目にする場所として、川崎区、幸区、中原区では「駅周辺の繁華街」が5割を超えている。

## 2-6 「屋外広告物」についての基準(制限)を定める必要があると思う場所

◎最も基準を定める必要がある場所は「住宅地」で43.4%

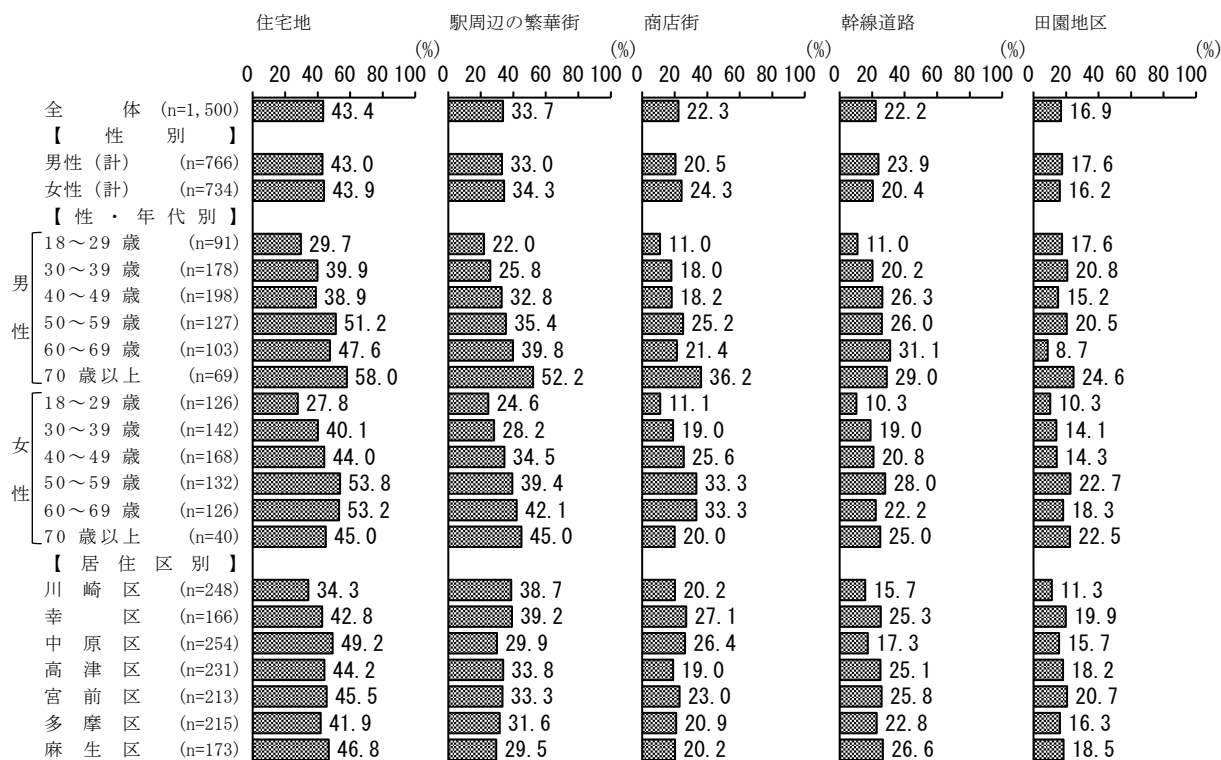
B7. 下記に示す場所において、魅力ある景観形成を進めていくために、屋外広告物の位置や大きさ、色彩といったデザインなどについて基準(制限)を定める必要があると思いますか。基準を定める必要があると思う場所をすべて選んでください。(いくつでも)

図表2-11 魅力ある景観形成を進めるために基準を定める必要がある場所



魅力ある景観形成のために「屋外広告物」についての基準(制限)を定める必要がある場所は、「住宅地」(43.4%)が最も高く、次いで「駅周辺の繁華街」(33.7%)の順となっている。

図表2-12 魅力ある景観形成を進めるために基準を定める必要がある場所  
(性/年齢別・居住区別 上位5項目)



性/年齢別では、男女ともに50歳以上の年代で「住宅地」が5割程度となっている。また、男女ともに、年代が上がるにつれ、「駅周辺の繁華街」が高くなっている。

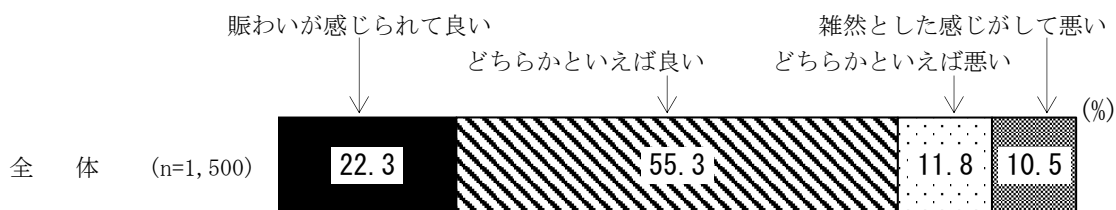
居住区別では、川崎区、幸区で「駅周辺の繁華街」が4割程度と、他の区に比べ高い。

## 2-7 公共空間の利活用についての景観上の印象

◎「賑わいを感じられて良い」と「どちらかといえば良い」を合計した<良い>が77.7%

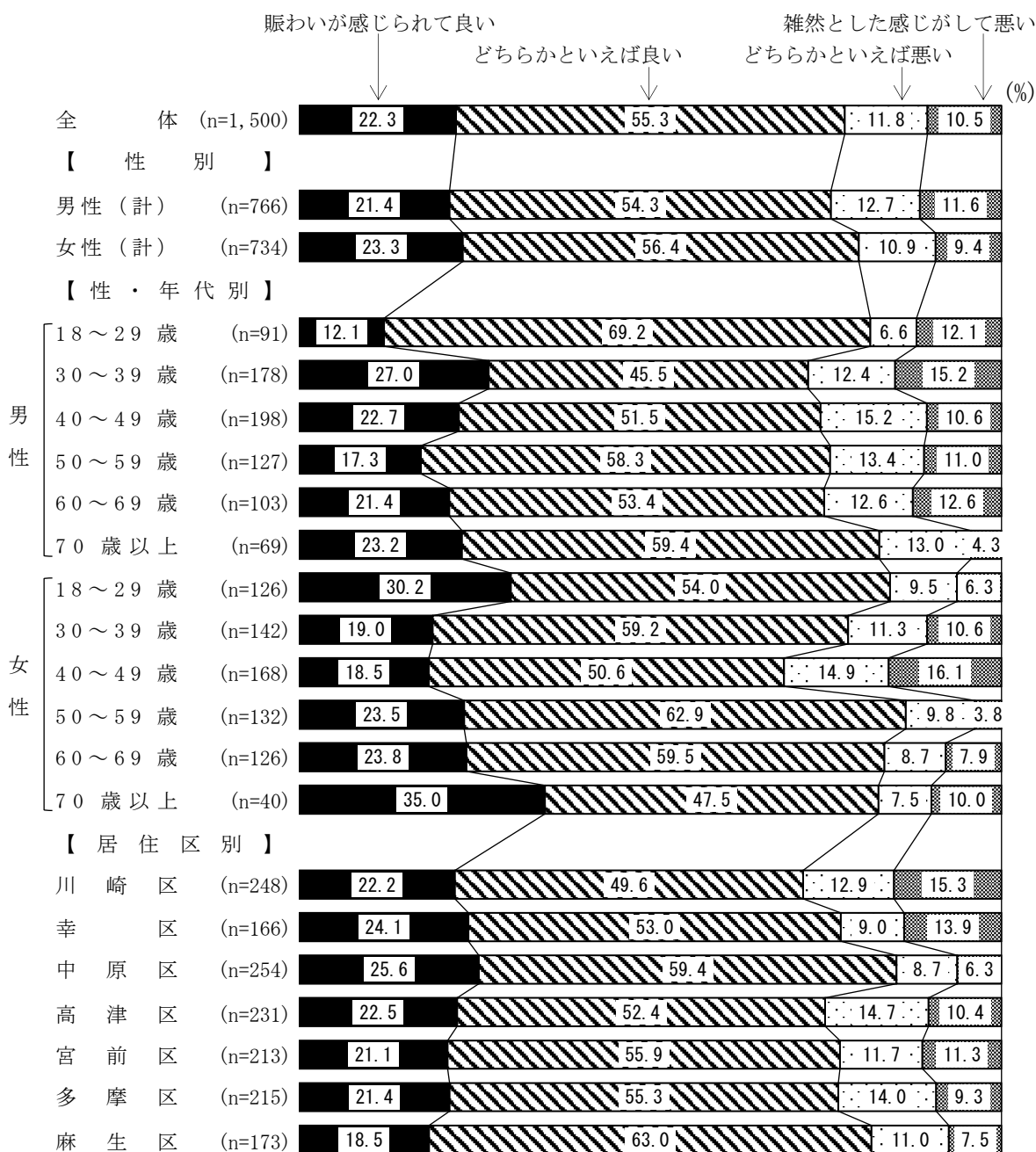
B8. 近年、道路等の公共空間において、カフェを設置したり、イベントを開催したりするような「公共空間の利活用」が増えています。このような「公共空間の利活用」について、景観上どのような印象をお持ちですか。

図表2-13 公共空間の利活用についての景観上の印象



道路等の公共空間において、カフェを設置したり、イベントを開催したりするような「公共空間の利活用」について、「賑わいを感じられて良い」と「どちらかといえば良い」を合計して、77.7%が景観上の印象が<良い>と回答している。

図表 2-14 公共空間の利活用についての景観上の印象 (性/年齢別・居住区別)



性/年齢別では、男性の18~29歳と70歳以上、女性の18歳~29歳と50歳以上の年代で、「賑わいを感じられて良い」と「どちらかといえば良い」を合計した<良い>が8割を超えている。

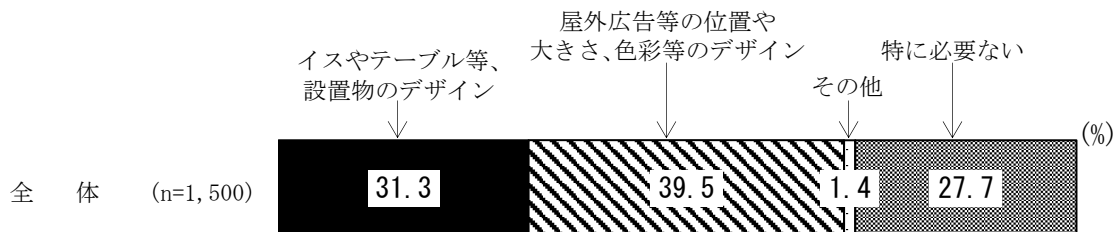
居住区別では、中原区と麻生区で「賑わいを感じられて良い」と「どちらかといえば良い」を合計した<良い>が8割を超えている。

## 2-8 公共空間の利活用について景観上配慮すべき点

◎「屋外広告等の位置や大きさ、色彩等のデザイン」が39.5%

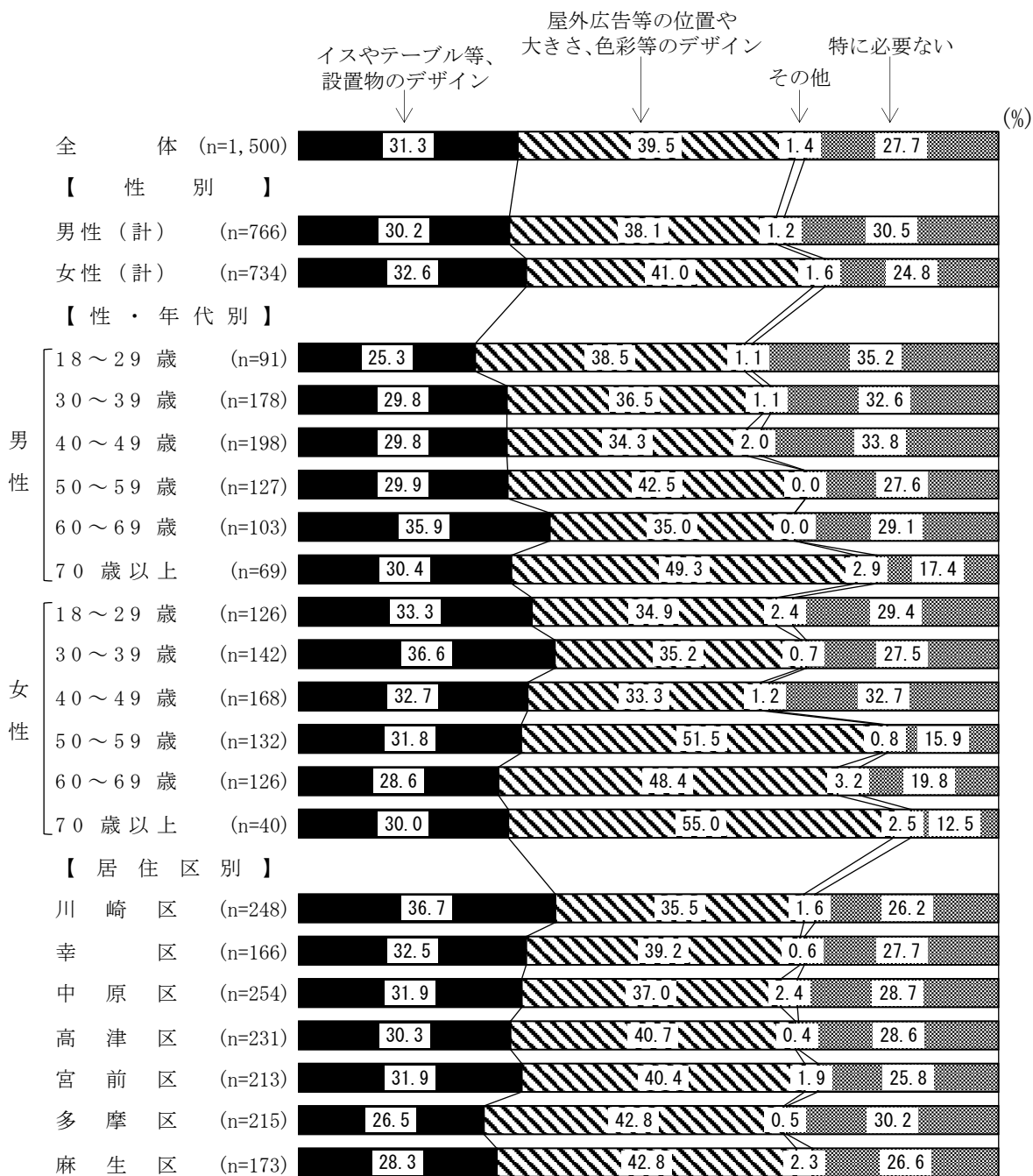
B9. 「公共空間の利活用」について、景観上どのような点について配慮をおこなうべきだと思いますか。

図表2-15 公共空間の利活用について景観上配慮すべき点



公共空間の利活用について景観上配慮すべき点としては、「屋外広告等の位置や大きさ、色彩等のデザイン」が39.5%で、次いで「イスやテーブル等、設置物のデザイン」が31.3%となっている。また、「特に必要ない」が27.7%となっている。

図表2-16 公共空間の利活用について景観上配慮すべき点（性/年齢別・居住区別）



性/年齢別では、男性の60～69歳と女性の49歳以下の年代では、「屋外広告等の位置や大きさ、色彩等のデザイン」と「イスやテーブル等、設置物のデザイン」が同程度となっているが、他の年代では、「屋外広告等の位置や大きさ、色彩等のデザイン」が最も高い。

居住区別では、川崎区では「屋外広告等の位置や大きさ、色彩等のデザイン」と「イスやテーブル等、設置物のデザイン」が同程度となっているが、他の区では、「屋外広告等の位置や大きさ、色彩等のデザイン」が最も高い。