

平成30年7月20日

まちづくり委員会資料

所管事務報告

「川崎市景観計画」改定素案の策定について

<添付資料>

- 資料 1 「川崎市景観計画」改定素案の策定について
- 資料 2 「川崎市景観計画」改定素案における行為の制限（景観形成基準等）の概要
- 資料 3 パブリックコメント手続き資料
- 参考資料 川崎市景観計画改定素案

まちづくり局

1 現行計画とこれまでの景観施策の取組経過

(1) 景観計画とは

景観計画とは、良好な景観の形成、創出又は保全を図るため、景観法第8条の規定に基づき定める**法定計画**であり、区域、景観形成方針、規制基準、景観重要建造物・樹木の指定方針等について定めるものとされている。

(2) 景観施策の取組経過

本市の景観施策は、川崎市景観計画策定以前、1981（昭和56）年の川崎市都心アーバンデザイン事業からスタートしており、1994（平成6）年度に条例を制定して進めてきた。

2004（平成16）年に景観法が制定されたことを受け、本市では、2007（平成19）年に川崎市景観計画を策定。

川崎市景観計画策定以降は、**法に基づく施策**とそれまでに取組んできた**条例に基づく施策の2層による景観形成**を進めてきた。

【景観施策の取組経過】

1981（昭和56）年 川崎市都心アーバンデザイン基本計画策定

第1期 公共事業等の先行による都市イメージの転換

1994（平成6）年 川崎市都市景観条例制定

第2期 条例による市民参加の景観づくり

2004（平成16）年 景観法制定

2007（平成19）年 川崎市景観計画策定

第3期 景観法と自主条例の2層による景観形成の推進

【現行の景観施策：景観法と自主条例の2層による景観形成】

これまでの川崎市景観計画の範囲：法に基づく施策に限定

【景観計画に基づく施策】

魅力ある川崎らしい景観の実現

・市全域で共通の色彩基準により、街なみから著しく突出した建築物等の出現を防ぎ、都市景観を保全・誘導
⇒市内の景観形成を緩やかに誘導し、異質な景観の出現を抑制

都市拠点の顔づくり

・都市拠点において、景観計画特定地区（6地区）を定め、都市景観を保全・誘導
⇒川崎の顔となる景観づくりを先導

【条例に基づく施策】

市民発意の景観形成

・市民が主体となって街なみのルールづくりを行う地区を都市景観形成地区（7地区）に指定し、支援を通じ地域特性を活かした都市景観を誘導
⇒住民の手による独自性のある景観づくりが進められてきた

2 景観施策を取り巻く主な課題

現行計画は、本市の特性を活かした良好な景観形成に寄与し、一定の実績と成果を上げてきたが、**策定から10年以上が経過し、本市を取り巻く社会情勢等は大きく変化しており、景観形成の考え方や景観誘導の対象等について変化が生じている。**

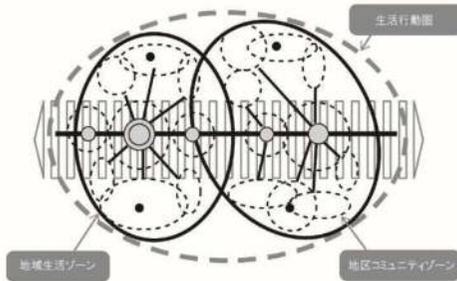
① 上位・関連計画の改定策定への整合

・上位・関連計画において超高齢社会の到来を見据えた身近な地域におけるまちづくりへと政策転換が図られている中、これまでの景観施策は、都市拠点を中心として主に景観づくりに取組んできており、地域資源を保全・活用するといった**より一層身近な地域の個性を活かす取組が求められている**

■これまでの景観施策：広域拠点を中心に行われてきた川崎の顔となる景観づくり



■これからの景観施策：身近な地域においても取組をより推進していくことが必要



上位・関連計画における身近な地域連携の概念イメージ

② 策定時想定していなかった新たな取組等への対応

・近年、活性化が見られる公共空間の利活用や公有財産の有効活用等の**新たな取組や技術革新等、時代の変化への対応が求められている**



オープンカフェ（横浜市）



広告を活用した案内板（海外）

③ これまでの運用の見直しと景観の更なる質の向上

・数値基準による一律的な景観誘導を行っているため、**時代に合ったより優れたデザインの創出に向けた柔軟な誘導が求められている**

3 改定の基本的な考え方

(1) 景観計画改定の目的

景観施策を取り巻く背景・課題を踏まえ、**これまでの本市の景観施策を継承しつつも、地域の個性を活かし、時代の変化に対応した柔軟で質の高い景観形成を推進するため、景観計画の改定を行うものとする。**

(2) 改定の視点

次の3つの視点に基づき改定を行う。

視点 1 地域の個性を活かす

これまで取組んできた地域の個性を活かす取組を更に進め、**都市拠点だけでなく、身近な地域においても取組を推進するとともに、景観を「つくる」だけでなく、「保全・活用する」ことで川崎の多彩な魅力をより一層引き出します。**

- ・基本目標に「つくる」だけでなく、「保全・活用する」といった視点を追加 **1章**
- ・景観拠点に「都市」だけでなく、「自然」「文化」といった新たな類型を追加 **3章**
- ・大きな景観のまとまりだけでなく、身近な地域の景観要素を新たに位置づけ **3章**

視点 2 時代の変化に対応する

社会情勢の変化に伴い、景観施策に求められる内容も変化しています。**時代の変化に対応した施策を推進します。**

- ・オープンカフェ等の公共空間の利活用等の活性化を踏まえ、賑わい創出等の効果を有する広告等について、規制緩和の考えを追加 **5章・7章**
- ・デジタル広告物等の新たな技術等へ対応した景観誘導を行うことを新たに位置づけ **8章**

視点 3 質をマネジメントする

景観に影響を及ぼすものを広く対象とし、必要な基準の強化を行うとともに、単に規制を行うだけでなく、**一律の規制によらない柔軟な誘導を行うことで景観の質をマネジメントします。**

- ・建築物等の景観形成基準に数値基準によらない定性的な基準を明文化するとともに届出対象要件を細分化 **4章**
- ・市全域を対象に新たに屋外広告物に関する基準等を設定 **5章**
- ・アドバイザー制度等、専門家による技術的助言を得ながら景観誘導を行う仕組みの検討 **8章**

※本市独自の景観施策を含めた一体的な計画へと見直し

今までの景観計画は、**景観法で規定されている内容**を定めていたが、改定にあたり**本市独自の施策**である**条例に基づく都市景観形成地区等についてもあわせて、本計画に位置づける**ことにより、総合的に施策展開を図る。

また、本計画の別表に定める景観計画特定地区の景観形成基準等について、本改正にあわせ、所要の整備を行う。

4 川崎市景観計画改定素案の概要

はじめに

計画の改定にあたって

序章 川崎らしい景観を目指して

- 1 これまでの川崎市の景観づくり
- 2 景観計画の改定の基本的な考え方
- 3 景観計画の体系図

第1章 基本理念・目標および計画の位置づけ

1 景観形成の基本理念

○引続き、現行計画の景観形成の基本理念を継承

「かわさき百年の風土記づくり」

社会情勢が目まぐるしく変化する中においても百年単位の展望をし、長い年月を経て価値を失わない魅力ある川崎らしい景観形成を推進

2 川崎市における景観のとらえ方

○都市空間だけでなく自然環境や人の営みにも力点を置き、「景観」について広くとらえ直し

「景観のとらえ方」

都市空間はもとより、**自然環境、人の営みにより形づくられる様子など、** **普段人々が目に見ているながめ**

3 景観形成の基本目標

○景観形成の基本目標を見直し

- ・景観を「つくる」だけでなく、「**保全・活用する**」といった**視点を追加**
- ・新たに**景観への愛着を高めることを目標に追加**
- ・市民・事業者・市の**協働による景観づくりについては、目標全体に係るものであるため、景観形成の推進方策に位置づけ、より積極的に取り組む**

現行計画	改定計画
目標1 川崎を形づくる骨格を際立たせる景観づくり	目標1 川崎を形づくる骨格を 活かす
目標2 個性と魅力ある川崎の顔となる景観づくり	目標2 個性と魅力ある川崎の顔を つくる
目標3 地域特性を活かした身近な街なみの景観づくり	目標3 地域特性を活かした身近な街なみを まもり・育てる
目標4 市民・事業者・市の協働による景観づくり	目標4【 新 】 情報発信により川崎の景観への 愛着を高める

4 計画の位置づけ

○新たな関連施策との連携を強化

- ・これまで連携を図ってきた施策だけではなく、新たに観光等良好な景観を形成する上で必要な**関連施策との連携を強化**
- ・法定計画にとらわれず、**市独自の景観施策を含めた一体的な計画とし、より効果的な施策展開を図る**

第2章～第4章

第2章 景観の特徴

- ・川崎市の景観の特徴を大きさや性質の異なる4段階の景観のまとまりと要素に再整理

景観要素	景観の特徴
地形	多様な地形の特性からつくり出される広く緩やかな景観のまとまり ・丘陵部 ・平野部 ・臨海部
農地	
緑地	河川や崖線等がつくる市域を貫く帯状の景観のまとまり
公園	・多摩川沿い ・二ヶ領用水沿い ・多摩川崖線沿い ・多摩丘陵
河川・水辺	
街なみ	
建築物	地域の成り立ちや土地利用を活かした特徴的な景観のまとまり ・都市のまとまり ・自然的要素のまとまり ・文化資源を核としたまとまり
屋外広告物	
工場夜景	
歴史・文化	
賑わい	
おまつり	個性や魅力を引き立てる身近な地域の景観の要素 ・水・みどり ・暮らし ・歴史文化

第3章 景観計画の区域と良好な景観の形成に関する方針

- ・第2章で整理した景観の特徴を踏まえ、景観計画区域を「ゾーン」「帯」「拠点」「要素」の構成に分類し、構成毎に区分した上で、それぞれについて景観形成方針を策定。
- ・景観拠点に新たな類型の景観拠点を追加するとともに、身近な地域の景観要素も、まもり・育てていくものとして新たに位置づけ

景観の区域の構成と区分
景観のまとまりをそれぞれ「景観ゾーン」「景観の帯」「景観拠点」「景観要素」の構成に分類

景観計画区域全体における景観形成 「目標1」川崎を形づくる骨格を活かす

それぞれの景観ゾーンの特徴を活かしながら、緩やかに良好な景観の形成を図るよう基礎的な景観形成方針を定める

景観の帯の美しい景観が際立つとともに周辺地域と一体となった良好な景観形成を図るよう、それぞれに景観形成方針を定める

特色ある景観のまとまりにおける景観形成 「目標2」個性と魅力ある川崎の顔をつくる

新たな類型の景観拠点を追加
・景観を広くとらえ直し「つくる」だけでなく「**保全・活用**」する視点から、**自然系拠点、文化系拠点を追加【新】**
・それぞれの特性や上位計画、関連計画等との整合を図り景観形成方針を定める
・まちづくりの動向を踏まえ、それぞれの地区で独自の景観形成基準を定める

新たな景観まちづくりの創出・育成【新】「目標3」地域特性を活かした身近な街なみをまもり・育てる

身近な地域の景観要素を新たに位置づけ
・景観形成の育成及び創出の対象として、**新たに位置づけ**
・まもり・育てていく旨、景観形成方針を定める。

第4章 良好な景観の形成のための行為の制限に関する事項

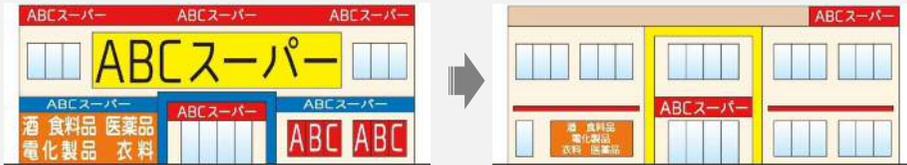
- ・区分ごとにそれぞれ建築物及び工作物を対象とした景観形成基準と届出要件を見直し

- <基準>
- ・より質の高い景観誘導を行い、魅力的な景観形成を図るために、景観ゾーン、景観の帯ごとに、**数値基準によらない定性的な基準を明文化【新】**
 - 【定性的な基準の例】
配置・規模：本市の骨格的景観や周辺の建築物群のスカイラインとの調和を図り、著しく突出した高さの建築物は避ける
など
 - ・数値基準による「色彩基準」の範囲は従来通りとしているが、**適用除外の条件を一部見直し**
✓ 景観拠点等、個別の基準を定めている場合に適用除外条件に追加

- <届出>
- より地域の個性を活かした景観形成を図るために**届出要件を細分化**
- 【建築物】
・地域特性に応じて以下の通り届出要件を見直し
✓ 「高さ」だけでなく、「長さ」要件についても高度地区ごとの基準を設定
✓ 高度地区指定のない市街化調整区域に第1種高度地区同様の届出要件を適用
- 【工作物】
・周辺景観に与える影響の大きい大規模工作物を届出対象とし、従来の「高さ」要件に加えて、以下の**届出要件を新たに追加**
✓ 橋長100m超の橋梁【新】
✓ 跨線橋と一体となった駅舎【新】
※具体的な改定基準については資料2を参照

第5章 屋外広告物等による景観形成に関する事項

- 1 市全域（景観計画特定地区を除く）を対象に屋外広告物に関する基準等を新たに設定【新】 **規制強化**
- 屋外広告物等の表示に関する基本的な配慮事項を定める
 - これまで景観計画特定地区にのみ定めてきた屋外広告物に関する行為の制限（景観形成基準）を周辺景観に及ぼす影響の大きい大規模小売店舗の壁面広告物を対象として市全域に新たに設定



現行：景観計画における制限なし

改定案：壁面看板の面積制限を設定
外壁の色彩とあわせて規制

※具体的な改定基準については資料2を参照

- 2 窓裏を利用する広告物を届出の対象とし、誘導していくことを明文化【拡充】

- 窓裏を利用する広告物（屋外広告物に該当しない）であっても、景観に影響を及ぼすものとして届出の対象とし、誘導していくことを明文化



窓裏を利用する広告物

- 3 屋外広告物等の特性を活かした販促の創出や地域の魅力向上を図る **規制緩和**

- 地域活性化・販促創出を目的とした広告物等については、優れたデザインであって、エリアマネジメント等の組織によって適切に運用されるものに限る、自家用広告物に限定するなどの基準を一部緩和しながら、適切な景観誘導を行う



エリアマネジメント広告
(札幌大通りまちづくりHPから引用)

公共空間の利活用
(京急川崎駅ナカイベント)

第6章 景観重要建造物及び景観重要樹木の指定方針

- 景観重要建造物及び景観重要樹木の指定に関する基本的な考え方
- 景観重要建造物の指定の方針
- 景観重要樹木の指定の方針

具体的な対象を例示するなど、表現を一部見直し

第7章 公共施設の整備における景観形成に関する事項

- 1 公共施設の整備における景観形成に関する基本的な考え方

○新たに2つの事項を追加【新】

- 従来の「快適な道路空間づくり」「橋梁や道路、鉄道等の高架橋の景観づくり」「多彩な水辺景観づくり」「市街地の緑化推進と緑地の適切な保全・管理」「景観形成の先導的な役割を果たす公共建築物の整備」といった事項に加え、「公共空間を活用した魅力的な賑わい景観の創出」「公共広告等の景観配慮」の考え方を新たに追加

- 2 景観重要公共施設の整備及び占用許可等の基準に関する事項

○景観重要公共施設の占用許可等の基準に関する考え方を新たに位置づけ【新】

- 本市の景観形成において特に重要な役割を果たす公共施設として指定する景観重要公共施設に関して、全国的に活発化している公共空間の利活用等の取組を踏まえ、従来の「基本的な考え方」「整備に関する事項」に加え、「**占用許可等の基準に関する考え方**」を新たに位置づけ

第8章 景観施策の推進方策

- 1 協働による景観形成の実践

- 市民・事業者・市が協働して景観形成に取り組む
- ・魅力ある景観形成を推進していくために、市民・事業者・市がそれぞれの役割を果たし、協働して取り組んでいく

- 2 景観形成に向けた取組体制の構築

- 専門家によるアドバイザー制度等の創設を検討【新】
- ・地域の個性に応じたより質の高い良好なデザイン誘導を行うために、専門家による技術的な助言を得ながら誘導を行う景観アドバイザー制度等の創設を検討する。

- 3 関連施策・事業との連携

- 景観に関連する事業等との連携による多様な景観形成を推進【拡充】
- ・良好な景観形成を推進するために、自然、歴史文化、公共施設、まちづくり、観光など、関連する多様な分野の施策等との情報共有や連携・調整を積極的に図る

- 4 魅力ある景観情報の発信

- 魅力ある景観情報の発信とシビックプライドの醸成【拡充】
- ・川崎の魅力ある景観情報を SNS 等各種媒体を用いて積極的に発信する等、これまで以上に市民や事業者との協働による景観まちづくりを推進する

- 5 新たな技術や社会情勢の変化への対応

- 新たな技術や社会情勢の変化へ対応した景観誘導【新】
- ・技術革新等により新たに出現する事業、社会情勢の変化により規制が必要となる事業等についても、協議の対象として適切な景観の誘導を行う



普及イベント



景観啓発ツールの作成



プロジェクションマッピング



左：神奈川県庁（神奈川県庁 HP から引用）、右：国立西洋美術館（東京都）

5 スケジュール

2018年度 (平成30年度)			2019年度 (平成31年度)	2020年度	2021年度
7月 ・パブコメ ・まちづくり委員会	10月～11月 ・パブコメ結果報告 ・審議会答申※1	12月 ●景観計画告示	H31年3月 ●事例※2改正公布	7月 ●景観計画施行 ●事例※2改正施行	<p>新たな景観施策の展開</p> <p>景観計画の改定にあわせ 条例改正</p> <p>※1 都市景観審議会 屋外広告物審議会 都市計画審議会 の3審議会にて諮問</p> <p>※2 ○都市景観条例 ○屋外広告物条例 ○地区計画の区域内における建築物等の形態意匠の制限に関する条例</p>

赤字：改定計画で新たに策定、若しくは見直しをした箇所

建築物・工作物の行為の制限 (第4章 良好な景観の形成のための行為の制限に関する事項)

景観形成基準に基づき、景観を誘導するものとする。

景観形成基準 (景観法第8条第4項第2号)

■景観形成基準 (一般基準)

<定性基準>【新】

	丘陵部 ゾーン	平野部 ゾーン	臨海部 ゾーン
<ul style="list-style-type: none"> □周辺環境との調和及び配置・規模 □形態・意匠 □外観の色彩・素材 *色彩基準は下表のとおり定量基準を定めている。 □建築付属設備 □敷地境界部及び敷地内の外構 □駐車場・ゴミ置き場、その他の外構付帯工作物 □屋外照明 			
景観ゾーンごとに「景観ゾーン基準」、景観の帯ごとに「景観の帯基準」を定めている。			

<定量基準：色彩基準>

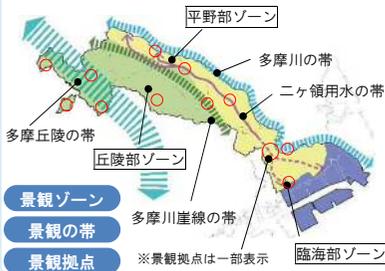
	色相	明度	彩度
R系	OR~9.9R	—	4以下
YR系	OYR~9.9YR	—	6以下
Y系	OY~4.9Y	—	6以下
	5Y~9.9Y	—	4以下
その他の色相			—
ただし、景観ゾーン別の推奨基準を基本とする			

また、素材本来が持つ色彩や見付面積の1/5未満の範囲で外観のアクセント色として着色される部分の色彩の場合は除く。ただし、**高彩度 (OR~9.9Y においては彩度10超、その他の色相においては彩度8超) の色彩を用いる場合**については、**見付面積の1/5未満かつ100m²以下の範囲に限る。**

その他、次に示す場合、適用除外を認める

- ・ 景観拠点等において、**個別の基準を定めている場合 (それぞれの地区の色彩基準を優先)**
- ・ **工作物の色彩について、他の法令等で使用される色彩が定められている場合**
- ・ 都市景観審議会の意見を聴いて市長が景観形成上必要と認める場合
- ・ 川崎市臨海部色彩ガイドラインに基づき、市と協議して色彩計画を策定した場合

■景観形成基準の区分



- 景観ゾーン
- 景観の帯
- 景観拠点

※景観拠点は一部表示

屋外広告物等の行為の制限 (第5章 屋外広告物等による景観形成に関する事項)

屋外広告物等の表示に関する基本的な配慮事項を新たに設定【新】

屋外広告物等*の設置を検討する際は、川崎市屋外広告物条例に定める規制に加え、次の事項にも配慮するものとする。

*屋外広告物等には、窓裏を利用する広告物(屋外広告物に該当しない)も含めることとする。

■屋外広告物等の表示に関する基本的な配慮事項【新】

一般	・ 地域の性格に合わせた節度あるものとする。なお、特に屋上広告物を設置する際は、周辺景観に与える影響が大きいことを踏まえ、必要以上に伝達効果や視覚的效果を持たせたデザインは避け、周辺景観との調和を図るものとする。
配置	・ 必要以上に数を増やしたりすることは避け、集約化し統一的なデザインとする。
高層部における広告物の設置	・ 高層部に設ける屋外広告は避ける。ただし、建築物の壁面に表示する施設名称はこの限りではない。
住宅地における広告物の設置	・ 人々が暮らす空間にふさわしい落ち着いた色調、形態とする。
照明	・ LEDやネオン管などの発光型サインは、街なみの調和に配慮した節度あるものとし、点滅するものや光の色が変化するものは避ける
映像装置を有する広告物	・ 映像装置等を有する広告は、周辺の明るさ等の状況(昼間、夕方、夜間)に応じて輝度や点灯時間、音声等について配慮する。

届出を要する行為 (景観法第16条第1項)

- 【建築物】新築、増築、改善若しくは移転、外観を変更することとなる修繕若しくは模様替え又は色彩の変更
 - 【工作物】新設、増築、改善若しくは移転、外観を変更することとなる修繕若しくは模様替え又は色彩の変更
- *ガラス面の内側からの表示物(窓裏を利用する広告物)は、建築物等の一部として取扱うものとする。

届出を要する行為の規模等

<市全域(景観計画特定地区を除く)>

建築物や工作物の建築等を行う場合、下表に示すいずれかの要件に該当するもの^{注)}を届出対象とする。

区域区分及び 高度地区	要件		
	高さ*	壁面の長さ*	構造等
市街化区域	建築物/工作物	建築物のみ	工作物のみ
第1種高度地区	1.0m超	3.0m超	【橋梁 ^{※1} 】橋長が100m超 又は 【鉄道駅 ^{※2} 】高架鉄道の駅、 若しくは跨線橋と一体の駅
第2種高度地区	1.5m超	5.0m超	
第3・4種高度地区	2.0m超	7.0m超	
高度地区指定なし	3.1m超	7.0m超	
市街化調整区域	1.0m超	3.0m超	
(図解)	<p>※高さは、塔屋や広告塔を含めた高さとする ※高さは、建築物が周囲の地面と接する位置の平均高さにおける水平面からの高さとする。ただし、建築物が周囲の地盤と接する位置の高低差が3メートルを超える場合においては、周囲の接する地盤のうち最も低い位置からの見付の高さとする。</p>	<p>※一棟とみなされる建築物の最も長く見える見付の壁面の長さとする。</p>	<p>※1：橋梁には鉄道駅なども含む(道路を横断する橋)</p> <p>(河川を横断する橋)</p> <p>※2：駅舎は外壁などの外観のみ</p>

注) 要件には、高さ、壁面の長さ、構造等以外に、「景観の形成に大きな影響を与えると市長が認める建築物・工作物」がある。また、改定前の計画で要件としていた「延べ面積」については、廃止とした。

<景観計画特定地区> 建築物や工作物の建築等を行う場合、建築物等の規模に関わらず届出が必要となる。

罰則等：景観法に基づき、届出に係る行為が景観形成基準で定めた範囲を超えた場合、勧告や変更命令の対象となる。また、届出をしなかった場合、変更命令に違反した場合等は、罰則規定が適用される。

行為の制限に関する事項 <市全域(景観計画特定地区を除く)>を新たに策定【新】

市全域を対象に大規模小売店舗に設置される屋外広告物の表示等に関する行為の制限を新たに設定。

■届出を要する行為と行為の制限【新】

届出を要する行為	屋外広告物に関する行為の制限の内容
「大規模小売店舗」の壁面を利用する広告物又は掲出物件(以下「壁面広告物」という)の設置、変更、改造	壁面広告物の1つの壁面における表示面積の合計は、当該壁面の面積の1/5未満かつ100m ² 以下*とする。 *建築物の外観のアクセント色として着色される部分がある場合は、その色彩の使用面積を含めるものとする。

<適用の考え方の例>



【各表示面積の合計】
a1+ a2+ a3+...+b1+b2+.../A1 < 壁面全体の1/5
かつ
≤ 100m²

罰則等：川崎市屋外広告物条例に基づき、許可を受けずに屋外広告物の表示等を行った場合等は、罰則規定が適用される。

「川崎市景観計画」改定素案について意見を募集します

「川崎市景観計画」の策定から 10 年以上が経過する中で、本市を取り巻く社会情勢等は大きく変化しており、景観施策に求められる内容も変化していることから、これまでの景観施策を継承しつつも、地域の個性を活かし、時代の変化に対応した柔軟で質の高い景観形成を推進するため、「川崎市景観計画」を改定することといたしました。

この度、「『川崎市景観計画』改定素案」を作成いたしましたので、これについて市民の皆様の御意見を募集します。

1 意見募集期間

平成 30 年 7 月 23 日(月)から平成 30 年 8 月 22 日(水)まで ※消印有効

2 閲覧場所

川崎市ホームページ、各区役所市政資料コーナー、各支所、各出張所、かわさき情報プラザ（川崎市役所第 3 庁舎 2 階）、各市民館、各図書館、市民文化局コミュニティ推進部協働・連携推進課（川崎フロンティアビル 7 階）、まちづくり局計画部景観担当（明治安田生命川崎ビル 5 階）

3 意見書の提出方法

次のいずれかの方法により提出してください（電話による意見等は受け付けておりませんので御了承ください。）。

なお、様式は自由ですが、別添の「意見書」も御活用いただけます。

(1) 郵送又は持参

〒210-8577 川崎市川崎区宮本町 1 番地

川崎市まちづくり局計画部景観担当（明治安田生命川崎ビル 5 階）

(2) FAX

FAX 番号 044-200-3969

(3) 電子メール

市ホームページのパブリックコメント専用ページから所定の方法により送信

- ※ 意見書の書式は自由です。必ず「題名（「川崎市景観計画」改定素案について）」、「氏名（法人又は団体の場合は、名称及び代表者の氏名）」及び「連絡先（電話番号、FAX 番号、メールアドレス又は住所）」を明記してください。
※ 電話や来庁による口頭での御意見はお受けできませんので御了承ください。

4 その他

お寄せいただいた御意見は、個人情報を除き、類似の内容を整理又は要約した上で、御意見とそれに対する本市の考え方を取りまとめてホームページ等で公表する予定です。