

第二次足立区景観計画 施策・指標の達成状況

目標達成^{※1} 26 / 35指標^{※2} 追加指標 15指標

成果指標

【世論調査による評価】 目標達成 1 / 1指標 追加指標 1指標

重点指標「景観・まち並みが良好である」と思う区民の割合 R1 44.7% → R6 56.1%

新規指標「まちなかの花や緑が多い」と思う区民の割合 62.6%

第一次景観計画
重点施策

**施策群1
【保全・活用】**

重点施策
魅力ある景観資源を
保全・活用する

既存の良好な景観資源の保全に努め、区民の景観の重要性に対する認識向上、将来の景観形成の推進のために景観資源を活用する

施策1-1
景観資源や景観重要公共施設の重要性を認識する
目標達成 3 / 3指標
追加指標 2指標

施策1-2
公共施設を活かして周辺景観を誘導する
目標達成 2 / 3指標
追加指標 1指標

施策1-3
景観資源を保全・活用するしくみをつくる
目標達成 3 / 4指標
追加指標 3指標

**施策群2
【特定地区】**

重点施策
地域の個性を活かした
まち並みをつくる

景観形成地区等を中心に、景観資源の発掘や地域ごとのルール作りを通し、地区特性を活かした景観形成を図る

施策2-1
景観形成地区の景観を誘導し、まち並みを創る
目標達成 2 / 2指標
追加指標 3指標

施策2-2
特別景観形成地区のまち並みを保全する
目標達成 2 / 4指標
追加指標 1指標

施策2-3
景観ガイドライン等で新しいまちづくりの景観を誘導する
目標達成 2 / 2指標
追加指標 0指標

**施策群3
【規制・誘導】**

重点施策
建築計画等で景観の質を
高める景観誘導を行う

建築物や屋外広告物の規制等の法令の適切な運用により、良好な景観を維持し、目指すべき景観形成へ誘導する

施策3-1
庁内外における規制誘導の体制を強化する
目標達成 3 / 4指標
追加指標 0指標

施策3-2
建築物等の規制誘導を強化する
目標達成 3 / 4指標
追加指標 1指標

施策3-3
屋外広告物の規制誘導を強化する
目標達成 3 / 3指標
追加指標 0指標

検証結果
施策指標

【協働・協創】

重点施策
協働・協創により施策を推進する

庁内及び国や都など関係機関との連携と、区民、事業者及び区の協創により、目指すべき景観形成を誘導する

施策 協働・協創による施策を推進する
目標達成 2 / 5指標 追加指標 3指標

新規指標 みどり豊かな景観形成に取り組む区民・団体数
「足立まちの風景資産」の投票人数
現地勉強会（フィールドワーク）の実施回数

※1 「目標を上回った」「目標どおりだった」指標を「目標達成」とする ※2 指標数は重複あり

第二次足立区景観計画 各施策の中間検証

■「累計」← 第一次景観計画策定の平成21年度から
 ※ただし、SNSの発信は平成26年度から

□ 成果指標



↑ 目標を上回った
目標を上方修正



→ 目標どおり
目標を現状維持



↓ 目標を下回った
目標を下方修正

施策群	施策	指標番号	指標	計画時 初期値 R2年度	中間検証時 実績値 R7年度 (括弧内は当初目標値)	評価・検証	中間検証時 見直し最終目標 R12年度 (括弧内は当初目標値)	今後の 主な取組		
足立区景観計画 P5.0										
【世論調査による評価】										
世論調査による評価	世論調査による評価									
	良好な景観の形成と快適なまちづくりを推進する。									
	1		「景観・まち並みが良好である」と思う区民の割合 【世論調査参照】	44.7%	56.1% (50.0%)	↑	・まちづくりが進み良好な景観形成がなされている。 ・SNSやイベントを通じ景観への関心度が上昇している。	60.0% (55.0%)	↑	・各種制度により適切な景観誘導を行う。 ・区内景観への関心を抱いてもらう施策を進める。 ・世論調査は長期的に広範囲の意見を聴取できるメリットがあるため、今後も活用していく。
2	追加新規	「まちなかの花や緑が多い」と思う区民の割合 【世論調査参照】 ※令和2年度は「花や緑が増えている」という設問。	※ 27.2%	62.6%	-	・景観形成においてみどりについての指標も必要である。 ・世論調査ではわからないこともあるため、定点観測、具体的には緑の協力員などへのヒアリングなどで実態を把握するべきである。 ・花や緑の増加量など、客観的な変化がわかる指標が必要である。	66.9%	-	・世論調査は長期的に広範囲の意見を聴取できるメリットがあるため、今後も活用していく。 ・世論調査で把握が難しい部分は、パークインベーション推進課が実施しているアンケート等で補足していく。 ・当該指標は「緑の基本計画」から抜粋している指標となるので、今後の方向性について所管であるパークインベーション推進課と調整を図っていく。	
足立区景観計画 P6.0										
1【保全・活用】魅力ある景観資源を保全・活用する										
1-1 景観資源や景観重要公共施設の重要性を認識する										
区民、事業者及び区が、それぞれの立場から景観資源や景観重要公共施設の重要性を正しく認識する。良好な景観に対する保全の意識を高めるため、区による情報発信や意識啓発などを継続的に実施する。										
1【保全・活用】	3		SNS (X, Facebook) による区からの情報発信回数 ※当初は累計数を指標としていたが、年単位の回数に変更した。	累計90回	※31回/年 Facebook 31回 X 31回	↑	35回/年 Facebook 35回 X 35回	↑	・区民の景観資源の重要性に対する認識向上を目的としたSNSの活用を進めていく。 ・見せ方や切り口の異なるSNSの活用を進める。 ・閲覧数及び「いいね」の数を新指標として設定する。 ・情報の収集、発信及び分析に関し、DX等の最新技術を積極的に活用できるよう研究を進める。 ・現在でも月2回以上の定期的な情報発信を行っているため、これを継続していく。 ・インスタグラム及びLINEでの周知を広報報道課に依頼する。 ・SNSの種別ごとの評価も行う。 ・季節ごと及び場所ごとの切り口で、あだち広報の掲載を積極的に行う。また、季節ごとの景観資源の写真など質の高い掲載材料を確保する。	
	4	追加新規	区発信のSNS (X, Facebook) の閲覧数 ※1投稿あたりの平均値を記載。	-	※5,241人/投稿 【「いいね」の数】 54人/投稿	-	6,000人/投稿 【「いいね」の数】 60人/投稿	-	・閲覧数を指標として設定する。 ・指標は今後も変わっていくことが想定されるので、情勢に合わせて検討していく。 ・今後XやFacebookの仕様の変更に合わせて分析できないか検討していく。	
	5		啓発イベントの開催回数 (まち歩き・ワークショップ・パネル展示・講演会・写真コンテスト等)	累計2回	累計8回 (累計5回)	↑	累計12回 (累計10回)	↑	・まち歩き・パネル展示などのイベントを年1回実施する。 ・イベント参加者へアンケートを行い新指標とする。 ・区民向けのイベントとして、誰にでもわかりやすく景観に興味を持ってもらえるような内容を企画する。 ・イベント参加者の人数など、第二次景観計画に合わせて成果の把握ができる指標の見直しを検討する。	
	6	追加新規	啓発イベントにおける参加者調査で「景観に関する認識が向上した」と回答した割合	-	-	-	80%	-	・参加者へ満足度調査を行い、新指標とする。 ・アンケートの自由記入欄を活用しながら、低評価な意見に対してその理由等をくみ取り次回イベントに改善できるようにする。 ・イベントごとにアンケート内容を精査し、参加者の特性等に合わせたアンケートを実施する。	
	7		啓発パンフレット等の発行回数	累計3回	累計8回	→	累計13回	→	・パンフレット等の目的をしっかりと抑えたいうえで、目的に沿った発行をすることが大切である。 ・イベント等の周知も大切だが、そもそも足立区がどんなところかを発信していくことも大事である。 ・SNSが発達した現在でも、紙媒体も一定の周知効果がある ・配布場所の固定化に対処する必要がある。	
										・パンフレット等を作成する際は、目的やターゲット等を事前に整理したうえで、作成を進めていく。 ・一般的な景観事例だけでなく、景観の背景である足立の歴史や地形などについても、情報発信していく。 ・年1回の頻度で魅力的な媒体を作成する。 ・内容に合わせた配布先を選定する。

施策群	施策	指標番号	指標	計画時 初期値 R2年度	中間検証時 実績値 R7年度 (括弧内は当初目標値)	評価・検証	中間検証時 見直し最終目標 R12年度 (括弧内は当初目標値)	今後の 主な取組	
1-2 公共施設を活かして周辺景観を誘導する									
公共施設が周辺の良好なまち並み景観を先導していくため、公共施設の整備や維持管理において、庁内及び関係機関との連携を強化し、関連施策と一体となった地域の景観形成を誘導する。									
	8		足立区公共施設等整備基準に基づく事前協議件数 (公共建築物等に求められる水準を確保するための協議)	10件/年	13件/年 (10件/年)	↑	10件/年	→	<ul style="list-style-type: none"> 事前協議制度で適切な景観誘導を行っていく。 情報共有できる庁内体制を構築する。 一定の実態把握ができる指標として用いているが、今後、第3次景観計画策定に合わせて成果把握ができる指標の見直しを検討する。
	9	追加新規	届出・通知における事業者自己評価で「地域の特性に配慮した」と回答した割合	-	87%	-	100%	-	<ul style="list-style-type: none"> 現在の事業者自己評価チェックリストを見直し、規制誘導の成果を明確にしていくことで、運用の強化に活用する。
	10		景観法に基づく景観重要公共施設の数	10施設	10施設 (11施設)	↓	12施設	→	<ul style="list-style-type: none"> 「足立まちの風景資産」の中から候補を選び、施設管理者との協議を踏まえ、景観重要公共施設の指定につなげる。 「足立まちの風景資産」選定風景を含め、目標値達成に向けた候補施設をリストアップする。 景観重要公共施設に指定した後は、施設の景観資源としての活用施策を進めていく。
	11		景観形成共有化のための関連部署を交えた庁内研修等の実施数	-	累計4回	→	累計9回	→	<ul style="list-style-type: none"> 関連部署を交えた研修を年1回実施する。 景観関連法規に関する制度理解について庁内周知を年2回程度行うと共に、職員向けのアンケートを行う。
1-3 景観資源を保全・活用するしくみをつくる									
「足立まちの風景資産」選定を通して、多くの区民に身近な景観資源の魅力と重要性を認識してもらい保全・活用への意識を醸成する。また、歴史的・文化的な価値のあるものについては景観重要建造物等の制度を活用し保全体制の強化を検討する。									
1 【保全・活用】	12		「足立まちの風景資産」の選定	-	延べ33件 (延べ30件)	↑	延べ50件	→	<ul style="list-style-type: none"> 「風景資産」の選定を3年周期で実施していく。 風景資産の候補にあがった風景についても、次回投票時にリーフレットやHP、SNSへの掲載により周知していく。
	13	追加新規	「足立まちの風景資産」の投票人数 ※一人5票まで投票可能	-	1,741人 ※【投票数】 7,846票	-	1,800人 【投票数】 9,000票	-	<ul style="list-style-type: none"> 関心度を測る指標として投票数を新指標とする。 投票人数を新指標として設定する。
		整理統合 13	「足立まちの風景資産」の選定に向けた部会開催回数	累計5回	累計21回 (累計10回)	↑	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 「足立まちの風景資産」については、選定数及び投票人数により評価できると考え、当該指標を廃止する。
		整理統合 5	まち歩き、ワークショップ等の開催回数	-	累計6回 (累計5回)	↑	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 「まち歩き」など魅力ある景観資源を探すイベントを実施。 参加者からは高評価を得ていたが、満足度は数値化されていない。 指標5「啓発イベント」との区別が分かりにくい。
		追加再掲 5	啓発イベントの開催回数 (まち歩き・ワークショップ・パネル展示・講演会・写真コンテスト等)	累計2回	累計8回 (累計5回)	-	【再掲】指標番号5		
		追加再掲 6	啓発イベントにおける参加者調査で「景観に関する認識が向上した」と回答した割合	-	-	-	【再掲】指標番号6		
		16		景観法に基づく景観重要建造物、景観重要樹木の指定	-	累計0件 (累計1件)	↓	累計2件	→

施策群	施策	指標番号	指標	計画時 初期値 R 2年度	中間検証時 実績値 R 7年度 (括弧内は当初目標値)	評価・検証	中間検証時 見直し最終目標 R 12年度 (括弧内は当初目標値)	今後の 主な取組
-----	----	------	----	---------------------	--------------------------------------	-------	---	-------------

2【特定地区】地域の個性を活かしたまち並みをつくる

足立区景観計画 P 7 1

2-1 景観形成地区の景観を誘導し、まち並みを創る

景観形成地区（2地区）の景観資源の発掘や魅力発信により、地区景観の重要性への認識を向上させるとともに、理想とする景観の共有により地区の個性を活かした景観形成を誘導していく。

17	追加新規	区内の良好な景観について実例をもとに研究する現地勉強会（フィールドワーク）の実施回数	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・景観形成地区内の現状確認として良好な景観を維持している事例を現地確認などを通して収集するべきである。悪いところを探していくと監視になってしまうので、良い事例を見つける事例勉強会としてフィールドワークを行うべきである。 ・良好な景観を知らせてくれるサポーター的な制度の実施と共に、まちづくり委員や景観審議会委員のOB、OG、部会委員など多様な人材の参加を促すべきである。 ・指標5などにある「まち歩き」との区別が必要である。事例勉強会は実施して満足するのではなく、事後検証を行い次につなげるようにするべきである。 ・足立区らしさのある景観形成のためにどうすべきかを検討していく必要がある。 ・最終の成果指標の達成に向かって進捗が可視化できる途中の成果指標が必要である。 	2回/年	-	<ul style="list-style-type: none"> ・区内の良好な景観を好事例として探していき、区として残すべきものを確認するための現地勉強会（フィールドワーク）を行う。 ・現地勉強会（フィールドワーク）には、地域の居住者、関係者及びキーパーソンなど、多様な人材の参加を促していく。 ・区民向けのイベントをまち歩きと区別し、職員や関係者による事例研究の場を現地勉強会（フィールドワーク）とする。 ・良好な景観の形成のため、先進自治体の考えなども参考としながら、現地勉強会（フィールドワーク）を実施する。足立区らしさのある景観形成を検討していくため、開催ごとの結果を踏まえたブラッシュアップを続けていく。 ・地区の景観のあり方やルール作りの検討を進め、まちづくりに関する機運を高めていく。 ・成果指標については、実践を重ねていき、その結果をもとに適切な指標を設定する。
18	再掲3	SNS（X、Facebook）による情報発信回数	累計90回	31回/年 Facebook 31回 X 31回	↑			【再掲】指標番号3	
19	追加再掲4	区発信のSNS（X、Facebook）の閲覧数 ※1投稿あたりの平均値を記載	-	※5, 241人/投稿 【「いいね」の数】 54人/投稿	-			【再掲】指標番号4	
20	再掲5	啓発イベントの開催回数 (まち歩き・パネル展示・講演会・写真コンテスト等)	累計2回	累計8回 (累計5回)	↑			【再掲】指標番号5	
21	追加再掲6	啓発イベントにおける参加者調査で「景観に関する認識が向上した」と回答した割合	-	-	-			【再掲】指標番号6	

2-2 特別景観形成地区のまち並みを保全する

特別景観形成地区（5地区）の景観ルールや理想とする景観について、区民及び事業者の認識を向上させるとともに、法令上の手続き制度の適切な運用により、地区内のまち並みを保全する。

22		地区内の景観法に基づく届出件数 (一定規模の建築行為等に対する届出)	15件/年	19件/年 (15件/年)	↑	<ul style="list-style-type: none"> ・窓口対応や書類のダブルチェックにより適切な景観誘導を実施している。 ・他部署との連携により手続き漏れを未然に防いでいる。 ・行政側の取組で増減する数値ではないので、指標としては、対象の何割が手続きしているのか分かるような成果指標が望ましい。 	15件/年	→	<ul style="list-style-type: none"> ・窓口説明や書類確認により適切な景観誘導を行う。 ・一定の実態把握ができる指標として用いているが、今後、第3次景観計画策定に合わせて成果把握ができる指標の見直しを検討する。
23	追加再掲9	届出・通知における事業者自己評価で「地域の特性に配慮した」と回答した割合	-	87%	-			【再掲】指標番号9	
	整理	地区内の足立区景観条例に基づく事前協議件数 (大規模建築物、特定建築物、大規模開発事業、個別建設事業を対象)	2件/年	1件/年 (2件/年)	↓	<ul style="list-style-type: none"> ・特別景観形成地区の特性上、大規模建築物が少ないため事前協議件数も少なかったが、部会の意見が建築計画に反映され、適切な景観誘導を実施している。 ・他部署との連携により手続き漏れを未然に防いでいる。 ・行政側の取組で増減する数値ではないので、指標としては、対象の何割が手続きしているのか分かるような成果指標が望ましい。 	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・特別景観形成地区の特性上、今後も事前協議が必要な大規模建築が多くないと想定されるため、当該指標を廃止する。
24		地区の啓発パンフレットや景観デザインガイド等の作成地区	延べ2地区	延べ2地区 (延べ3地区)	↓	<ul style="list-style-type: none"> ・需要の高かった2地区のリーフレット刷新を行った。 ・リーフレットのデジタル版を作成し、SNSで発信してはどうか。 	延べ4地区	→	<ul style="list-style-type: none"> ・他の地区についてもリーフレット等を作成する。 ・デジタル版も作成し活用していく。
	整理統合5	景観まちづくりを相談できる場を設ける	-	累計3回 (累計2回)	↑	<ul style="list-style-type: none"> ・まち歩きイベント等で区民が専門家に相談できる機会を創出した。 ・専門家と接する機会は景観への関心度の向上、まちづくりの担い手育成の効果があると考えられる。 	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・他のイベントに関する指標に包含されると考えられるため、当該指標を廃止する。

施策群	施策	指標番号	指標	計画時 初期値 R2年度	中間検証時 実績値 R7年度 (括弧内は当初目標値)	評価・検証	中間検証時 見直し最終目標 R12年度 (括弧内は当初目標値)	今後の 主な取組	
2-3 景観ガイドライン等で新しいまちづくりの景観を誘導する									
大規模開発やエリアデザイン計画及び公共住宅の建替え等に際し、庁内外の関係機関と連携し、その地区にふさわしい景観形成について共通認識を図る。また、事業者による景観ガイドライン作成等、事前協議制度の活用により、地区内の統一感ある景観形成を誘導する。									
	25		足立区景観条例に基づく景観ガイドラインの作成地区数（任意含む）	累計12地区	累計17地区 (累計15地区)	↑	累計19地区 (累計18地区)	↑	・景観形成調整部会での意見聴取を含め適切に景観誘導を行う。
	26		地区内の個別建設事業に対する足立区景観条例に基づく事前協議件数	累計40件	累計45件	→	累計50件	→	・事前協議によりガイドラインに即した景観誘導を行う。 ・一定の実態把握ができる指標として用いているが、今後、第3次景観計画策定に合わせて成果把握ができる指標の見直しを検討する。
3【規制・誘導】建築計画等で景観の質を高める景観誘導を行う								足立区景観計画P78	
3-1 庁内外における規制誘導の体制を強化する									
建築関連手続における関係所管との連携により規制誘導の体制を強化する。また、届出や事前協議の実績検証により、効果的な形成誘導を行う。									
	27		建築手続き関連書類の庁内供覧件数 (手続き漏れ防止のための庁内情報共有)	400件/年	371件/年 (400件/年)	↓	400件/年	→	・書類の供覧を含め、関係機関との連携を深めていく。 ・一定の実態把握ができる指標として用いているが、今後、第3次景観計画策定に合わせて成果把握ができる指標の見直しを検討する。
	28		事前協議の実績検証として景観形成調整部会委員からの評価、助言を得る回数	-	1回/年	→	1回/年	→	・引き続き事前協議の実績検証を行い、委員から聴取した意見を景観施策に活用していく。
	整理		景観形成調整部会における事前協議の配慮事項集の作成	作成済み	毎年更新	→	-	-	・配慮事項集の作成は今後も進めていくが、指標としての評価が適さないと判断されるため、当該指標を廃止する。
	整理		特殊事例運用マニュアル作成	作成済み	適宜追加	→	-	-	・マニュアルの作成は今後も進めていくが、指標としての評価が適さないと判断されるため、当該指標を廃止する。
3-2 建築物等の規制誘導を強化する									
届出や事前協議等、法令の適切な運用により、地区や規模に応じた景観形成基準を守るよう規制誘導する。									
	29		大規模建築物に対する足立区景観条例に基づく事前協議件数	累計27件	累計50件 (累計35件)	↑	累計80件 (累計40件)	↑	・専門家による意見が建築計画に反映されるよう誘導する。 ・各課との情報共有により、届出漏れがないよう対策している。 ・完了届出が提出されていない案件などは事業者を確認するなどの対応を行う。 ・一定の実態把握ができる指標として用いているが、今後、第3次景観計画策定に合わせて成果の把握ができる指標の見直しを検討する。
	30		足立区景観条例に基づく完了届出の提出割合	60%	70% (80%)	↓	100%	→	・すべての届出に対して完了届が提出される状況を目指す。 ・SNSや広報での情報発信により、完了届出提出義務の周知徹底を図る。
	31	追加再掲9	届出・通知における事業者自己評価で「地域の特性に配慮した」と回答した割合	-	87%	-	【再掲】指標番号9		
	整理		一般建築物の誘導指針（努力義務）を新設	新設済	改善検討	→	-	-	・誘導指針は計画初期の段階で設定済みであり、今後の方向性の分析として指標としての評価が適さないと判断されるため、当該指標を廃止する。
	32	再掲7	啓発パンフレット等の発行回数	累計3回	累計8回	→	【再掲】指標番号7		

施策群	施策	指標番号	指標	計画時 初期値 R2年度	中間検証時 実績値 R7年度 (括弧内は当初目標値)	評価・検証	中間検証時 見直し最終目標 R12年度 (括弧内は当初目標値)	今後の 主な取組	
3-3 屋外広告物の規制誘導を強化する									
屋外広告物に関する景観形成誘導基準に対し、屋外広告物担当所管と連携して実効力のある誘導を進める。									
3	【規制・誘導】	33	東京都屋外広告物条例に基づく届出件数	150件/年	150件/年	→	150件/年	→ ・時代や環境にあった基準となるよう見直しを行う。 ・一定の実態把握ができる指標として用いているが、今後、第3次景観計画策定に合わせて指標の見直しを検討する。	
		34	屋外広告物担当所管との情報共有	適宜	2回/年	→	2回/年	→ ・引き続き屋外広告物許可担当所管と定期的な情報共有の場を設定し、広告規制の変更の必要性などを協議していく。	
		整理 統合 35	広告物の規制誘導で専門家の助言を得た件数	-	累計5回	→	-	- ・広告物を含め専門家からの助言を景観審議会等で得ていることから、景観審議会の開催実績に包含されると考え、当該指標を廃止する。	
【協働・協創】								足立区景観計画P83	
協働・協創により景観形成を推進する									
行政間の協働と、区民、事業者及び区の協創により、目指すべき景観形成を誘導する。									
3	【協働・協創】	35	景観審議会・部会の開催回数 ※当初は景観審議会のみ回数を指標としていたが、部会を含んだ開催回数・議題数・参加人数を指標とする(年ごとの延数)	※ 2回/年	10回/年 【議題数】 17件/年 【参加人数】 56人/年	→	12回/年 【議題数】 18件/年 【参加人数】 60人/年	→ ・景観計画推進部会、景観形成調整部会との役割分担、情報共有により、景観審議会での意見が景観形成に正しくつながるよう体制を維持していく。 ・開催回数だけでなく、議題数、参加人数も指標とする。	
		整理 統合 35	景観計画推進部会の開催回数	4回/年	4回/年 (6回/年) 5件/年	→	-	- ・景観審議会での開催回数及び議題数に包含されると考えられるため、当該指標を廃止する。	
		整理 統合 35	景観形成調整部会の開催回数	6回/年	4回/年 (6回/年) 【議題数】 9件/年	↓	-	- ・景観審議会での開催回数及び議題数に包含されると考えられるため、当該指標を廃止する。	
		整理 統合 35	区民公募委員の人数	延べ20人	延べ24人 (延べ26人)	↓	-	- ・景観審議会での開催回数及び参加人数に包含されると考えられるため、当該指標を廃止する。	
		整理 統合 35	景観審議会委員OB・OG等の景観形成の場における活動人数	-	延べ1人 (延べ5人)	↓	-	- ・現地勉強会(フィールドワーク)、みどりの活動団体への参加を促し、当該指標を廃止する。	
		追加 再掲 13	「足立まちの風景資産」の投票人数	-	1,741人 【投票数】 7,846票	-	【再掲】指標番号13		
		追加 再掲 17	区内の良好な景観について実例をもとに研究する現地勉強会(フィールドワーク)の実施回数	-	-	-	【再掲】指標番号17		
		追加 新規	みどり豊かな景観形成に取り組む区民・団体数 【緑の基本計画参照】	1,163 【内訳】 団体720 個人443	1,233 【内訳】 団体764 個人469	-	1,467 【内訳】 団体820 個人647	- ・景観審議会委員OB・OG等に団体への参加を促していく。 ・緑の協力員へのヒアリング結果を今後の景観方針に反映できるよう連携を強化する。	