

# 景 / 観 / 文 / 化

NPO法人 景観デザイン支援機構 けいかん・きこう <http://www.tda-j.or.jp>

2017-06-01

特集 景観と色彩 その1

## 目次

- P1  
 ■巻頭  
 「現地・現場・現物のお勧め そして方向性の明確化」  
 ／(写真・文) 杉山 朗子
- P2～3  
 ■TDA NEWS  
 「TDAサロン開催後記」／西田 幹  
 「日本の色、まちのいろ」  
 ／うおた まさみ
- ランドスケープ事情  
 「農地防風ネットの色」  
 ／吉田 慎悟
- P4～5  
 ■特別寄稿  
 「景観色彩に対する数値によるコントロールの功罪」  
 ／山本 早里
- P6  
 ■シリーズ：地域から  
 「結城市」その2  
 ／野口 純一  
 ■景観ビジネス最前線  
 ／東洋工業(株)  
 ■ホワイトボード



## 現地・現場・現物のお勧め そして方向性の明確化・・・色彩計画の現場から

色彩を取り扱っていると単純な法則に気づきます。「色彩は見慣れていないとわかりにくい、意識してみるだけで色彩の感性が養われる」ということです。しかし近年、ファッションもプロダクトなどシンプルなデザイン中心で、生活の中で色や配色になじむ機会が格段に減りました。そこで気軽に色彩を扱えるようになる方法があるので試してもらいたいと思っています。

お勧めは、「現地」での調査、「現場」付近の状況の確認、仕上げに用いる材料「現物」の組み合わせや現地でのチェック、といった「3現チェック」です。何か困ったら、現地・現場・現物です。「現地」では、気候風土の様子をとらえる自然環境色、建築物や土木構造物や交通機関で使われている色彩をとらえる社会環境色、歴史や生活文化の現在をとらえる文化環境色、それぞれを測色あるいは観察して色彩の現状をとらえましょう。独自性を持つ地域色を必ず見出せます。

「現場」というのは、予定地などの状況を確認することです。地形や眺望、背景など様々な状況での色の見え方や、実際の大きさや、具体的な素材と色と現地との関係を確認してみましょう。

「現物」とは、塗装見本や舗装材などの現物です。小学生のワークショップ等でも現物の色見本を用意すると、組み合わせも楽しく、意見交換も活発になります。また、現物見本を現場で確認してみると、専門分野やキャリアに関わらず、見え方を実感できます。マンセル数値も体感できます。そして、まちや建物の目指す方向性が決まっていれば、「色」はそれを具現化する要素の一部ですから、計画が容易になります。「方針」が明確であれば、単に「合う」「合わない」を論議するのではなく、皆で目指した方向性にあっているかを検討すればよいので、結果を共有しやすいでしょう。

色彩研究・計画家/TDA理事 杉山 朗子

## TDAサロン 2017 『日本の色、まちのいろ』開催報告

平成29年5月10日、台東区立浅草文化観光センターにおいて、色彩について2名の専門家の方をお招きしたTDAサロンが開催されました。60名弱の皆様にお集まりいただき、盛況なサロンとなりました。

まず最初は、「日本のいろ」の成り立ちから日本人の色彩感について日本の色プランナー、うおたまさみさんに語っていただきました。続いて、色彩計画家の吉田慎悟さんから「地」をつくる色の重要性について事例を交えて紹介していただきました。

TDAサロンでは、今後も日本の景観色彩をテーマに深堀りする場の提供を行っていきたいと考えています。



## 1 TDAサロン開催後記

西田 幹 (株)デジタル キアロ 副社長  
TDA 理事

明治時代に日本を旅行したイギリス人、イザベラ・バードは「日本は私が見た街の中で最も整然として清潔であり、最も居心地の良さそうな街である」と日本の景観を旅行記に残しています。しかし、現在の騒色化した日本の景観を見て東京オリンピックで訪れた旅行者がどんな印象を持って帰り日本の街について何を語るのか疑問を持たざるを得ません。

### <うおたまさみさん：日本の色>

日本には明確な四季があり、季節ごとに移りゆく日本人特有の微妙な感じ方があります。色の和式名の由来もこうした四季の変化から生まれる感受性からきています。西欧の単色文化と日本の混色文化の違いや、十二単の組み合わせによる格式の高さなど、丁寧な説明があり、最後に景観の中に日本の色を取り入れるアイデアなども提案いただきました。

### <吉田慎悟さん：まちのいろ>

自然界には人工的に出せない花や緑の色があったり、お祭りでは絢爛豪華な山車や神輿が練り歩いたりまちは常に色彩が変化しています。そのために、自然色やその街の文化伝統が「図」となり、まわりの景観は「地」の色であるべきという方向が今後求められていくとの提案がありました。また、看板、外観、舗道色が煩雑化し色彩から感じられる地域性が希薄になってきているとの問題提起もありました。

## 2 日本のいろ、まちのいろ



うおた まさみ

色彩計画家  
日本の色のプランナー

### ◇いま「日本のいろ」に注目

2020年に東京オリンピックが開催される日本。海外からの観光客も年々増加しており、日本の文化は世界から大きな注目を集めています。そして私たち日本人もあらためて日本の伝統文化を見直しはじめています。そのひとつが伝統色といわれる「日本のいろ」です。

2001年に日本工業規格 (JIS) は物体色の和色名として「147色」の慣用色名を選定しました。また、DICカラーガイドの日本の伝統色は「300色」を選定しています。実際の日本の和色名は、濃淡を合わせると700色とも、それ以上とも言われています。

今も身近で、私たちの生活を彩るたくさんの方の伝統ある「日本のいろ」。それらを使い新しい日本のカラーコーディネートを考える時代がやってきたのだと思います。

### ◇色彩文化の歴史、飛鳥～奈良(天平)・平安・江戸

日本の色彩がはじめて記録に登場するのは飛鳥時代です。聖徳太子が定めたと言われる「冠位十二階」は、当時の先進国であった中国や朝鮮にならって、宮廷における地位身分を象徴する色の序列を定めたもの。当時の日本では着色材料のほとんどが植物染料だったため、たくさんの材料を必要とした紫や紅などの濃い色が「高級」であるという価値観が

## ランドスケープ事情

## 農地防風ネットの色

ここ数年、景観懇話会委員として静岡県の景観形成に協力してきた。懇話会委員による検討は、「ふじのくに色彩・デザイン指針」で示す推奨色の適応が難しい場合や、規模が大きな施設等の新設、維持修繕による外観変更が行われるものが対象とされている。委員は景観工学や地域計画、色彩計画等の専門家で組織されている。

景観に配慮した農地防風ネットの最初の色彩検討は平成25年2月に行われた。静岡県の大切な景勝地となっている日本平山頂から富士山や三保の松原を臨むと、清水市の村松地区や矢部地区のみかん畑も前景として見える。そしてそこでは彩度の高い青い防風ネットが慣例的に使われていた。このネットの青はみかん畑の緑の葉よりも派手で目立ち、市民から問題視する声も挙がっていた。そこで県は清水区矢部地区を対象として、畑地帯総合整備事業を活用して景観に配慮した防風ネットの色彩についての検討を始めた。

色彩検討会では実際に景観に配慮した色彩で着色されたネットを現地に持ち込み、周辺の様々な視点場からその効果を検証することになった。そのため県内で防風ネットを製作している企業を探し、新しい製品の開発を依頼した。私はこれまでも自然地における隠蔽色を検討した経験から、暖色系の低彩度、低明度色の焦げ茶色を指定した。矢部地区での検討会の当日、この焦げ茶色のネットの製作は間に合わず、塗料で塗装したネットが用意されたが、焦げ茶色の他にメーカーが他の用途で展開していた黒とやや明るい赤茶色の



農地防風ネットの色彩検討 みかん畑の前に低明度・低彩度色のネットを置いてその見え方を検証した。

生まれ、近年まで残っていました。

その後、天平から平安時代にかけての王朝文化において色彩の黄金時代を迎えます。身分階級による禁色制度は許可制になり、選べる色の範囲が格段に広がったため、同時代のヨーロッパよりも遥かに豊富で優美な色名が生まれました。

当時、顔はもちろん姿すら見せない平安貴族の女子たちは「文や歌」「香り」「色彩」などで、自分のセンスをさりげなく表現しました。世界最古の衣服配色マニュアルともいわれる「かさねの色目」は季節と年齢で着る色を提案。上品で洗練された雅な色を組み合わせることや、季節を先取りした配色を着ることは「インテリの証」でもありました。

江戸時代になると、経済的な主導権を町人が握るようになります。幕府は奢侈禁止令を出して華美な染色を制限しますが、庶民の間では茶色や鼠色などの中間色の色合いが「粋」とされ、わずかな色の違いに洒落心を見出しました。いわゆる「四十八茶百鼠」といわれる「侘び寂び」のグレイッシュトーンの色彩が人気を博します。

#### ◇「日本のいろ」と「外国のいろ」の違い

欧米では、神が作った物質を混ぜるのは冒流行為であるというキリスト教の影響で、混色をよしとしない文化が発達しました。15世紀まで、ヨーロッパの画家や職人たちは必要な色をすべて自然の中から見つけ出さなければなりません。緑も黄と青を混ぜて作るのではなく、天然の緑青やマラカイト（孔雀石）などから抽出しました。

日本では、紫（赤と青の混色）、緑（黄と青の混色）、天皇の黄櫨染（濃い黄褐色）や、皇太子の黄丹（オレンジ色）もすべて混色の2次色が使われました。

世界的に見ると国王や皇帝の色は原色が多く、日本のように最高権力者の象徴の色が2次色というのは大変珍しいことなのです。それだけ染色にかかる労力や工夫を高く評価する民族性もありますが、微妙な色を見極める力も強かったといえるでしょう。

#### ◇日本人が持つ「色を見分ける力」

中国には鉱物からとられた色名が多く、欧米では食べ物や動物由来の色名が多いといわれています。一方、日本の伝統色は、そのほとんどが花や草木からの由来です。それは四季のある日本の季節感が強く影響しており、自然の中の季節の移ろいを表す繊細な色調を愛でる文化だからと推測されます。

繊細な色を見分けるという点では、冬の終わりから早春にかけて、梅にまつわる色名一つとっても、白梅色、薄梅鼠、梅鼠、白梅鼠、梅紫、紅梅色、蒼紅梅、薄紅梅、梅重、一重梅、梅染、赤梅、栗梅などの色名が存在します。

#### ◇まちにもっと「日本のいろ」の提案を

昔は地域により地域色がありましたが、残念なことに現在は消えてしまいました。しかし、今また、街にもっと個性を提案するために「日本の色」を使える時代が来たのではないのでしょうか。

たとえば、京都の花見小路、花街の街並み。名古屋、四間道の白い街並み。飛騨高山の陣屋と酒蔵の町並み。

建物への色彩だけでなく、サインや関係するファブリックやインテリア製品などに新しい提案ができるのではないかと思います。

ファッションや、ダンス、アニメ、映像、料理などのカルチャー分野では、日本の強みと個性を生かした創作を「クールジャパン」と呼び、世界からも高く評価されています。

2020年オリンピックまで注目が集まるこの時期に「日本の色」を使った新しい提案を。そして、その後に続く未来に向かって、新しい日本の景観カラーコーディネートを考える時代がやってきたのだと思います。



新潟日報の夕刊紙おとなプラスに筆者が連載中の日本の色コラム「色いろいろ」



TRINUS が販売する「花色鉛筆（意匠登録）」。日本の伝統的な花の色と形。削るとまるで本物の花びらのような削りかすが。

色彩計画家 / TDA 理事 吉田 慎悟



農地防風ネットの色彩検討 離れてみるとブルーネットは目立ち、手前に置かれた焦げ茶色のネットはほとんど見えなくなるのが分かる。

ネットも揃えてあった。

色彩検討会では集まった矢部地区の人たちに何故青を使用するかを聞いてみたが、他に色がないから使っているということで特に青の効用はないようだった。同じ質問をネットメーカーに訊ねてみたが、ネットは魚網として使われることが多かったために海のイメージに合わせて製作し、農地でも同色の製品を販売してきたということだった。

みかん畑の一角に、試作した焦げ茶色とメーカーの製品色の赤茶色と黒を並べて検証が始まったが、これまでのブルーネットと比較するとその効果は歴然としていた。少し離れてみると焦げ茶色や黒のネットはほとんど見えなくなり、集まった多くの人達から驚きの声があがった。この検討会の模様は幾つかの新聞でも記事として取り上げられ、ネットメーカーのダイオ化成は、すぐに糸を調色して、こげ茶色の防風ネットの製造を始めた。この検討会以降、静岡県矢部地区では使用する防風ネットは焦茶色に変わっていった。数年が経過し、ネットの色が穏やかになったことで、畑に置かれていた明るいグレーやクリーム色の農機具倉庫が目立つことも分かり、再度、色彩検討会を開いて、この倉庫の色彩も明度を下げたアースカラーに変えた。この防風ネットの例でも分かるように、慣例的に使われている色彩を見直すだけでも、日本の景観は向上する。

## 特別寄稿

# 景観色彩に対する数値によるコントロールの功罪

筑波大学芸術系准教授 山本 早里

今回「景観と色彩」という特集にTDAのメンバー以外の方から、このテーマに沿った寄稿文をいただいた。色彩の役割を文化的側面からも求められていることは傾聴に値する。

### 山本早里さんのプロフィール

専門分野は環境色彩、環境心理。茨城県つくば市や文京区公共サイン計画、茨城県立土浦第三高校色彩計画などに携わる。日立市の高速バス輸送システムのデザインは、2014年にJCOMMデザイン賞、EST交通環境大賞優秀賞を受賞。著書『光と色の環境デザイン』（共著、オーム社）など。

景観法が施行されて以降、景観審議会の有識者委員に色彩の専門員を入れる自治体が多くなったように感じられ、喜ばしく思う。また後述するように、景観ガイドラインなどで色彩の基準が示される例がほとんどといってよいほどになった。しかし、この内容をよく見ていくと、日本における色彩の扱いは数値に頼りがちになっていることがわかる。色彩が数値で扱いやすいがために、結果、手段が目的になってしまったのではないかと残念である。ここにまで至る経過を見ていくと、その問題が浮かび上がる。紙面の都合で乱暴な書き方になってしまうかもしれないがお許し願いたい。

よく比較される欧米では、色を塗る文化が長年続き、そこでは試行錯誤があったと見え、例えば、オーストリア、Salzburgのアルターマルクト広場では180年前には白の壁面であったのに対して（写真1）、今では色相（色み）はカラフルなもの、色の調子はパールトーンからソフトトーンの色で統一されて塗られている（写真2）。現在では数年で別の色に塗り替えられているが、色相が変わっても全体のトーンは同じ調子で守られている。長年の塗る文化によって、全体の調和が考えられてきていることがわかる。

一方日本では、木の文化であり、明治以前は、地産地消は建物にも同じで、地域で手に入る材料で建物が作られるために、色彩も同じ調子のもので並ぶことになる。塗り壁であっても漆喰の白がほとんどで、瓦の色もその地で焼かれるものが主であり、このために特に意識しなくても全体の色の調子が整い、また、地域それぞれの独自色が作られてきていた（写真3）。

ところがこれが明治に入り、建築の仕方が変わって煉瓦や石造りがでてきた。この時でもまだ素材の色がそれほど幅広くなく、色の組み合わせを難しく考える必要はなかったと思われる。その後、新建材が自由に出回り、流通も広く安く便利になるにつれ、またインターナショナルスタイルが流行り、土地固有の建物という概念が薄れ



写真1 Salzburgの色彩 1825～1929頃 塔に一部隠れた小さな広場がアルターマルクト  
Johann Michael Sattler, Salzburg Panorama (部分)、1825～1929、Salzburg Museum蔵

写真2 Salzburgの色彩 アルターマルクト 2012



ていくと、どこも同じような材料が使われるようになり、かつ、化学産業のおかげで色材も豊かになり、色彩の幅も広がった。もちろんその恩恵に十分与っているのではあるが、一方で、色彩の使い方に対する教育や教養は、便利さに比してさほど追いついていないのではないだろうか。

色彩の豊富さと自由さを手に入れた一方で、建築や都市での色彩の使われ方には特に指針がなかったこと、そして外部の空間の色彩が公共のものであるという意識が醸成されてこなかったことから、都市、建築の色を個人の自由に使う事例がまま見られるようになり、都バス問題のように騒動に発展したいわゆる「騒色」問題も起きています<sup>注1)</sup>。

騒色問題とはではいかずとも、日本の景観は美しくないとOECDから指摘されたのは2000年であり、日本の地方創生、観光立国の施策もあって2004年に景観法が作られた。それまでも自治体による景観条例はあったものの、国の施策として景観法が作られたのは画期的であり、この法律は、地域の景観は地域が最もよく知っていること、その施策もそれぞれ地域で異なる方式があるだろうという考えで、自治体ごとに景観施策を実行できることを後押しするものである。その後、この法律に基づき568団体の地方自治体が景観行政団体になっている<sup>注2)</sup>。2014年のわれわれの調査<sup>注3)</sup>では、景観行政団体が作る景観計画<sup>注2)</sup>には

デザインや色彩の規制が盛り込まれることが多くなり、現状、色彩の規制がみられるのは8割以上となっている。

ただし、その中での色彩の規制は、市街化区域と調整区域とで許容最高彩度を変えるとか、屋根と壁面で最高彩度を変えとかいった記述にとどまっておき、市町村の中で地域分けをしたうえで色彩をきめ細かく誘導するというところまではなかなか見られない。また、上述したように最高彩度を示すという規制の仕方がほとんどである。つまり彩度6までとか、色相ごとに最高彩度の値を決めているのである。これは一見騒色を防げるように思えるが、この値の中ならば何色でもよいように思われかねず、配色の妙という観点からは外れているように思われる。

前述の調査<sup>注3)</sup>からは、問い合わせが多い事項は「建造物の色彩」が最も多く(表1)、今後景観形成基準をきめ細やかにした方がよい項目の1位に「色彩」が入り(表2)、「地域の個性および特色を表すため景観計画で扱うと効果的と思う順位」でも色彩が1位である(表3)。色彩への期待が高いことが窺える。

地区の中でも地域性を活かすためには、色彩規制に関しても、例えば用途地域のように、全体に網掛けをするのではなく、その中での地域性を重要視することが今後求められているのではないと思われる。さらにいえば、用途地域のように数値で規制

をして誘導するのではなく、周囲と比較して配色を検討する「協議会」のような方法が、優れた色彩やデザインには有効なのではないかと思われるのである。実際に「景観アドバイザー制度」を設け、一定の規模以上の建物には専門家の意見をきくようにしている自治体もある。たとえばフランスではこのような専門家の協議会が有効に働いているという<sup>注4)</sup>。日本も彩度規制のやり方ではない方法を模索する時期が来ていると思われる。今後の動きに期待したい。

表1 景観指導を行う際に問い合わせが多い順位 N=300

問い合わせ項目	順位平均 (位)
建造物の色彩	1.5
建造物の高さ	3.3
屋外広告物	3.3
建造物の緑化	4.6
建造物の形	4.8
建造物の配置	5.0
建造物の素材	5.0
その他	7.1

表2 景観形成基準を現在よりもきめ細やかにする必要があると答えた自治体が具体的に必要と思う項目 N=143

きめ細かな景観形成基準が必要と思う順	順位平均 (位)
建造物の色彩	2.0
屋外広告物	3.2
建造物の高さ	3.6
建造物の形	4.2
建造物の緑化	4.3
建造物の配置	4.7
建造物の素材	5.3
その他	7.0

表3 地域の個性及び特色を表すため景観計画で扱うと効果的と思う順位 N=266

地域の個性・特色のため効果的な項目	順位平均 (位)
建造物の色彩	1.8
建造物の高さ	3.3
建造物の形	3.6
建造物の素材	4.2
屋外広告物	4.6
建造物の配置	4.8
建造物の緑化	4.9
その他	7.8



写真3 吹矢の街並み 2009

注

- 1) ピンクマンション、オレンジ保育園、漫画家の自邸など。詳細は省く。
- 2) 2013年1月1日現在。このうち384団体が景観計画を策定している。
- 3) 前掲2)の384団体を対象に2014年にアンケート調査を行った。詳細は、山本早里他：地域の特色を活かした景観色彩計画に関する行政の考え方の変化、日本建築学会学術講演梗概集、環境工学I, pp.517-520, 2014
- 4) 熊澤貴之、フランスのローヌアルプス地域圏アン県における協議型景観色彩計画、日本デザイン学会第59回研究発表大会概要集, pp.378-379, 2012

※本稿は、以下の文章を再構築し加筆修正したものです。  
 山本早里：建築・都市と色彩、建築/保全、Vol.37 No. 1, pp.14-19, 2015  
 山本早里他：地域の特色を活かした景観色彩計画に関する行政の考え方の変化、日本建築学会学術講演梗概集、環境工学I, pp.517-520, 2014

# 「結城市」その2

シビック・プライドの醸成



「結い市」当日の打ち合わせの様子



活動のシンボル「結いの前掛け」



結いプロジェクトメンバー

結いプロジェクトという一つの市民ボランティア団体が、「結い市」や「結いのおと」という市街地全体をイベント会場とした「街なか回遊型イベント」を実施することで、外部からの来訪者のもとより、多くの市民の方にこの街を歩いてもらい、参加者全員で結城の魅力や地域資源を再発見するというまちづくり効果を生んでいる。

いままでの取り組みは、魅力的な地域資源を数多く持ちながら、それらがまちづくりに有効に活用されなかったため、どのように活用してよいか分からないのが実情だった。

そこで結いプロジェクトがこれまでに仕掛けた地元の素材をそのまま活かし展開していく事業を目の当たりにして、地元住民や店主は自分の建物やお店に少しずつ自信を持つようになった。

こうしてこの街の持つ潜在的な魅力を発掘。その結果、観光客や出展者など「外部」からだけでなく、地域の店主や市民など「内部」からの意見・感想も多く聞かれるようになり、これからの街の在り方を再考する機会が増えてきている。また活動を重ねていくなかで、「結いプロジェクトに参加したい!」という新しいメンバーが増えている。地域を越えた20代、30代を中心に職種は様々でお互いの立場を尊重しそれぞれのスキルを発揮できることが結いプロ

ジェクトの特徴といえる。10名程度でスタートしたのが現在では、30名近くのメンバーが結いの活動を支えている。いま結いプロジェクトを中心に新しいコミュニティが生まれている。メンバーの居住エリアは結城でなくても活動拠点を同じ結城に置く事で、自分自身が「この街に関わっている」という自負が芽生え、それぞれの視点での愛着や誇り(シビックプライド)が自然と生まれている。

そして何より活動を続けていくことで街の人々との信頼関係が強くなっている。このように私たちの取り組みが成功した一番のポイントは何と言っても地域住民の理解が生まれた事であると考えている。このように地域住民との関わりや行政との連携が柔軟に構築できる今、私たちの将来像をカタチにする為に、今後は街の資源となる遊休不動産を積極的に活用し、発信の場、人を呼び込む場、交流の場として機能するような場所を作っていきたい。

私たち結いプロジェクトが考える街づくりとは、ゴールがあるのではなく全てが通過点である。沢山の人の手によって生まれる結城紬のように、一つひとつのプロジェクトを丁寧に続け、次の世代へ橋渡しをしていくことが、私たちの使命です。

## 景観ビジネス最前線

「景観を美しくしたい」  
そんな願いを実現する舗装材。ベーシックペイブ。



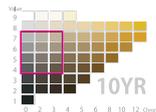
地色舗装材  
ベーシックペイブ  
**Basic Pave**

自然石の色を生かしたベーシックペイブは、日本の景観に秩序ある図と地の関係を取り戻すために普及したい舗装材である。

色彩計画家 吉田慎悟

**TOYO 東洋工業株式会社**

東京営業所 〒116-0014 東京都荒川区東日暮里5-41-2 NNビル9F  
TEL (03) 5615-7230 FAX (03) 5615-7233



□10YR・中明度・低彩度の舗装材  
日本の建築物や街並みに見られる10YRの色味を意識した、自然・地域・文化を引き立てる舗装材です。

自然 地域 文化

## ホワイトボード

今号はサロン担当者の素早い対応で、その報告を緊急に纏めることができました。これにより、そのテーマの「色彩」にそった、多様な立場の方からの、色彩と景観についての特集を作り上げることができました。このテーマは、TDAの景観デザインを支援するとい

う活動にも密接に関係する予感があり、特集(その1)とした。(その2)が何時とは確約できないが、ご期待願いたい。また、拙紙を読みたいという方のために「景観文化定期購読」の募集も始まった。詳しくは事務局に問い合わせさせていただきたい。

**TDA**  
TDA JAPAN  
頒価 ¥200

NPO法人 景観デザイン支援機構 事務局

私達は下記の企業・団体のご協力をいただいています。  
(株)昌平不動産総合研究所 / (株)住軽日軽エンジニアリング / 都市環境デザイン会議 / (株)コトブキ / (株)都市環境研究所 / 東京ガス用地開発(株)

〒111-0043 東京都台東区駒形 1-5-6 金井ビル 3F  
Tel : 080-6722-4114 Fax : 03-3847-3375 E-mail : main@tda-j.or.jp  
http://www.tda-j.or.jp https://www.facebook.com/tda.public

【編集】(株)アーバンプランニングネットワーク 2017061000