

# 北海道における景観の社会的効果に関する研究

研究予算：運営費交付金（一般勘定）

研究期間：平 22～平 26

担当チーム：地域景観ユニット

研究担当者：笠間聡、松田泰明、二ノ宮清志

## 【要旨】

近年、公共事業の効率性がより求められる中、整備効果の検証や、事業や施策の妥当性や必要性に関する明確な説明が重要になってきている。これに対応するため、景観に関する事業や施策についても、その効果に関する評価手法の確立が期待されている。

本研究では、景観形成の取組みをその目的や地域特性格別の 19 のタイプに整理するとともに、それらのうちの大多数を占める、地域活性化への寄与を期待する景観形成の取組みを対象として、良好な景観の形成から地域活性化の実現に至るまでのプロセスについて検討を行い、「景観の効果の発現プロセスモデル」として提案を行った。また、景観の効果の評価に適した評価指標について検討を行い、これら成果を技術資料（ガイドライン）に取りまとめた。

キーワード：景観整備、景観検討、景観アセス、事業効果、事業評価

## 1. はじめに

### 1.1 研究の背景

近年、公共事業の実施に際しては、「美しい国づくり政策大綱」<sup>1)</sup> 以来の景観関連の施策等の拡充や、地域の魅力向上、地域活性化への期待、さらには景観に対する市民意識等の高まりなどを受け、景観への配慮やその検討の必要性が高まっている。一方、これら公共事業における景観配慮は、時にコストの増加を伴うが、そのためその効果も期待されるところである。しかしながら、魅力ある景観がもたらす社会的効果や価値の向上などは把握することは難しく、それら进行评估する手法も確立されていない。

そこで、良好な景観創出の効果や価値を適切に把握、評価することを可能にすることで、事業や取組

みの妥当性の検証や、合意形成の促進に寄与することが必要とされている。

### 1.2 研究目的

本研究では、写真-1 に一例を示したような、景観が地域にもたらす効果について整理・体系化を行い、



写真-1 様々な景観形成のタイプと社会的効果のイメージ

(下段左：観光客で賑わう小樽運河、中：東京丸の内のシンボルであるとともに国指定の重要文化財でもある東京駅駅舎、下段右：緑豊かな住宅街(札幌市内)、上段右：美瑛を一躍北海道を代表する観光地とした農村風景)

また、これらの効果に関する適切な評価手法を提案することを目的とした。

これにより、社会資本整備における良好な景観創出の理解の促進や事業評価における景観評価に寄与し、良好な景観創出の促進を図ることを目指している。

### 1.3 研究内容

前節に述べた目的のため、本研究では、①景観形成事例のタイプ別分類、②景観形成による価値や効果の項目の体系的整理、③景観効果に関する分析と指標の提案、④景観形成による価値・効果の評価手法とガイドラインの提案、の4つの達成目標を設け、研究に取り組んできた。

本稿では、以降に、本研究で実施した調査・研究と、その成果について、上記の4つの達成目標ごとに詳述する。

## 2. 景観形成事例の収集とタイプ別分類

### 2.1 調査の目的

景観が地域に及ぼす効果を検討するにあたり、これらの効果はその事業の内容や、立地によって異なり、そもそも事業の目的によっても期待される効果は異なる（写真-1）。したがって、景観の効果に関する分析や評価にあたっては、これらの特性の違いを考慮する必要がある。

本研究では、これらの景観形成の取組みの特性の違いを景観形成のタイプと呼び、景観の効果の評価手法の検討に先立ち、その分類整理を行うこととした。

### 2.2 調査方法と概要

既存の景観形成に関する事例集や表彰事例等から、全国の景観形成事例を収集し、これらを材料として、景観形成のタイプ分類について検討を行った。

具体的には、「事業地域のタイプ」「景観配慮のタイプ」「事業目的のタイプ」の3つの視点の組合せから36分類（4×3×3のマトリックス）とする試案（図-1で後述）を作成。これについて、上述の収集事例を用いた分類試行を通じて妥当性の検証を行った。これに基づき分類の再検討を行い、「形成された景観の体験のされ方」の視点を4つめのタイプとして追加するとともに、区分が不明瞭な分類項目の統合整理を行うなどして、19のタイプ分類（図-2で後述）を取りまとめた。

以降に、この過程の詳細について記述する。

### 2.3 景観形成事例の収集

景観形成の取組み事例を広く網羅的に収集し、景観形成のタイプについて検討するための材料とすることを目的とした。

取組み事例の収集は、景観形成事例を紹介する既刊の事例集や、景観形成の取組みに関する表彰事例

表-1 景観形成の取組みに関する事例収集元一覧  
（このうち茶色の網掛けのものは、2.6節(表-3)の分析に使用したもの）

文献名	著者	発行年月	抽出事例数	
景観法を活かす-どこでもできる景観まちづくり-	景観まちづくり研究会	2004.12		
景観法と景観まちづくり	社団法人日本建築学会	2005.05		
日本の都市環境デザイン1 北海道・東北・関東編	都市環境デザイン会議	2003.11		
日本の都市環境デザイン2 北陸・中部・関西編	都市環境デザイン会議	2003.11		
日本の都市環境デザイン3 中国・四国・九州・沖縄編	都市環境デザイン会議	2003.11		
ランドスケープデザイン No.81 公園のランドスケープ	マルモ出版	2011.12		
高速道路百景	公益財団法人高速道路調査会	2005.10		
農村景観-農と歩む景観とともに、地域の魅力を伝える-	農林水産省	-		
景観デザイン規範事例集(道路・橋梁・街路・公園編)	国土交通省 国土技術政策総合研究所	2008.03	75	
景観デザイン規範事例集(河川・海岸・港湾編)	国土交通省 国土技術政策総合研究所	2008.03		
表彰名	実施主体	実施年度	収集範囲	抽出事例数
土木学会デザイン賞	土木学会景観・デザイン委員会	2001年度～継続中	2001～2012	114
都市景観大賞「美しいまちなみ賞」	国土交通省	2001年度～2010年度	2001～2010	
都市景観大賞「都市空間部門」	国土交通省	2011年度～継続中	2011～2013	114
美の里づくりコンクール	一般財団法人農村開発企画委員会	2005年度～継続中	2005～2012	

から収集を行い、その収集元の一覧は表-1 に示すとおりである。

## 2.4 景観形成のタイプに関する試案とそれに基づく分類の試行

景観形成のタイプ分類の検討にあたっては、仮説検証型で検討を行うこととし、まずは仮説すなわち試案の検討を行った(図-1)。

この当初試案には、以下に示す事業地域、景観配慮の方法、事業目的の3つの視点を盛り込んだ。

「事業地域のタイプ」については、取組みが高密度な都市で行われるか低密度な農村で行われるか、あるいは人里離れた自然的な地域かによって、期待される効果に違いが生じると考えられることから設けた。具体的には、国土交通省の事業分野別の景観形成ガイドライン<sup>2)</sup>や、「街路の景観設計」<sup>3)</sup>といった景観形成のための指南書における分類を参考として、「市街地」「田園・農村」「自然地域」「都市の水辺・史跡・ランドマーク・公園等」の4分類を設けた。

次に、「景観配慮のタイプ」については、規範となる景観(守るべき、手本とするべき景観)が存在するか否かの視点で、各自治体の景観計画などでも多く採用されている「つくる」「まもる」「活かす」の3分類を設けた。

「事業目的のタイプ」については、大きくは観光集客を期待するか否か、どのような利益、だれのための利益を期待して事業を行うかの視点である。これについては、景観法の第2条(基本理念)の記述から、「豊かな住環境の創出」すなわち地域の住民生活の向上のため、「観光・交流の促進」すなわち集客の向上による経済的な見返り等の獲得のため、「風格ある国土の形成」すなわち誰のための利益うんぬんよりも高次の利益のために実施するもの、の3分類を設けた。

これらに基づく、タイプ分類の試案を図-1 に示す。

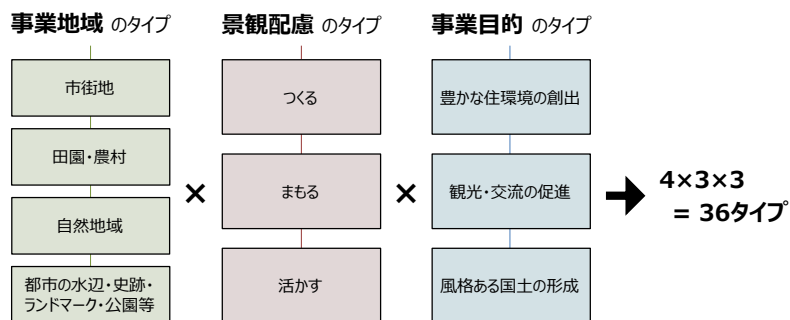


図-1 景観形成のタイプ別分類に関する試案1 (4x3x3=36分類マトリックス)

次に、このタイプ分類の試案に基づき、各タイプに該当する景観形成事例を表-1 に示した事例集などから選定し、取りまとめた。

表-2がこの結果と、次節に示す考察の結果をあわせて示したものである。

## 2.5 分類結果の考察とタイプ分類の再検討

表-2によると、4×3×3=36分類のマトリックスに、該当する事例が見つからない分類タイプが6タイプ、区分があいまいで明確な線引きが困難な分類タイプが8組、分類タイプの細分が必要と考えられるものが2タイプあった。

このように、図-1の分類マトリックスは少なからずの修正が必要であると考えられた。

そこで、表-2の検討も踏まえ作成したタイプ分類の新たな試案を図-2である。

大きくは、対象とする景観が、街路や住宅街、河川、公園などの「そこで過ごせる空間」か、道路、橋梁などの土木構造物とその周辺など、「眺める/通過する」対象なのか、すなわち「形成された景観の体験のされ方」の視点を追加することとした。つまり、風景という容れ物全体を扱うのか、その容れ物の中にある一要素のみを扱うのかで分類するものであり、これによって期待される効果も大きく変わると考えられるためである。

その他、表-2の結果を踏まえ、分類の統廃合を行ったほか、分類の名称も取組みタイプの概要がわかりやすいように呼称することとした。

## 2.6 再検討後のタイプ分類に基づく分類の試行

次に、表-1に茶の網掛けで示した303事例を用いて、図-2のタイプ分類に基づき分類を試行することで、その分類の妥当性について検証を行った。

表-3に分類の試行結果として、事例の抽出元別の各分類タイプの該当事例数および該当事例の一例を

示す。これによると、事例の抽出元ごとに収集されている事例のタイプが異なることがわかり、例えば、景観デザイン規範事例集では、A1 や A2 に分類される事例が豊富であるが、逆に B2 や B3 に分類される事例は少ない。一方で、都市景観大賞ではそれら B2

や B3、あるいは C1 や C2 に分類される事例が豊富である。

ところで、収集した事例からは、A3、A4、B6、C3、C4、D2 に分類される事例が少なく、B3'、D3、D4 はひとつも該当するものが抽出されなかった。た

表-2 タイプ分類試案に基づく適合事例収集結果と分類修正の考察

事業地域タイプ: 市街地		個性ある街並み/ストリート/商店街をつくる		歴史・資源を活かした観光まちづくり	
事業目的	景観配慮	つくる	活かす	守る	
観光交流の促進		上川町: 層雲峡キャニオンモール B2 美瑛町: 美瑛町本通 神奈川県横浜: 元町ショッピングストリート	函館市: 金森倉庫および周辺 C1 神奈川県横浜: 横浜赤レンガ倉庫	函館市: 函館市西部地区の歴史的な町並み 埼玉県川越市: 一番街ほか、蔵造りの町並み 愛媛県内子町: 内子の歴史的町並み 長野県南木曾町: 妻籠宿	
豊かな住環境の創出		札幌市: 真栄四季のまち B3 千葉県千葉市: 幕張新都心	江別市: 江別赤煉瓦の町並み C2 新潟県金山町: 金山住宅の町並み	千葉県流山市: 市野谷の森 (おおたかの森) を活かした都市開発	
風格ある国土の形成		宮城県仙台市: 定禅寺通り 東京都港区: 絵画館通りイチョウ並木 B1	東京都千代田区: 丸の内 (外観保全)	京都府京都市: 町屋の保存 C3 / C4 岡山県岡山市: 岡山後楽園周辺の高さ制限	
<p>豊富な住環境・ライフスタイルを演出する</p> <p>都市の骨格軸/シンボルゾーンをつくる</p> <p>地域のシンボル・個性をまもる演出する</p>					
事業地域タイプ: 都市の水辺・史跡・ランドマーク・公園		都市・地域の憩いの空間をつくる 交流の拠点を演出する		地域の個性・暮らし・風土の保全・継承	
事業目的	景観配慮	つくる	活かす	守る	
観光交流の促進		札幌市: 創成川公園 B4 / B5 大阪府大阪市: 道頓堀川	小樽市: 小樽運河周辺 札幌市: 大通公園(イベント) 富山県富山市: 富岩運河周辺整備 神奈川県横浜: 横浜ウォーターフロント 福岡県北九州市: 門司港レトロ地区 新潟県新潟市: 信濃川親水空間(やすらぎ堤)	函館市: 函館公会堂色彩まちづくり 都市の身近な自然を取り入れた暮らし	
豊かな住環境の創出		東京都世田谷区: 用賀プロムナード B3	東京都江戸川区: 江戸川区親水公園	札幌市: 精進河畔公園拡張整備ワークショップ 東京都世田谷区: 国分寺崖線保全の取り組み B6 静岡県三島市: 源兵衛川・暮らしの水辺 埼玉県さいたま市・川口市: 見沼田んぼの農地	
風格ある国土の形成		広島県広島市: 平和大通り・平和祈念公園周辺 B1	札幌市: 北三条広場 京都府京都市: 高瀬川会議	広島県福山市: 鞆町のまちづくり	
<p>地域個性の演出・創出</p> <p>観光ルートの演出</p> <p>地域の景観・環境との調和・共生</p>					
事業地域タイプ: 田園・農村		人為による景観(文化的景観)を保全・継承し、演出する			
事業目的	景観配慮	つくる	活かす	守る	
観光交流の促進		北竜町: 日本一を誇るひまわりの里 神奈川県南足柄市: 四季の風景を創り出す花による地域づくり D2	根室市: 根室フットパス 秋田県秋田市: 日本の原風景を育むきれいな水とともに (河辺鶴巻地区)	美瑛町: 丘陵地の農地 D4	
豊かな住環境の創出		当別町: スウェーデンヒルズ B3	東川町: 東川グリーンヴィレッジ C2	京極町: 羊蹄山麓の農村景観 黒松内町: プナ北限の里づくり	
風格ある国土の形成		※該当事例が見つからなかった。 ・田園・農村景観 (Rural Landscape) とは、農民による生活景観・生業風景と直結していることから、新たに「創る」、「活かす」という概念と整合しないためであると考えられる。		帯広市: 十勝平野 300間区画の園場と防風林 D4 中標津町: 根釧台地の格子状防風林 岐阜県大野郡白川村: 白川郷合掌造り集落 長野県千曲市: 娵捨 (おぼすて) の棚田 滋賀県近江八幡市: 近江八幡市風景計画	
事業地域タイプ: 自然		地域個性の演出・創出		地域の景観・環境との調和・共生	
事業目的	景観配慮	つくる	活かす	守る	
観光交流の促進		清水町: 北海道ガーデン 十勝千年の森 D2	弟子屈町: 釧路温泉-阿寒-摩周シーニックパウェイにおける道路付属物の景観改善 A3	千歳市: 支笏湖畔の集団施設地区(温泉ホテル群) 苫小牧市: 幌内川苫小牧地方演習林の川づくり	D1
豊かな住環境の創出		※該当事例が見つからなかった。 ・住環境という人間の都合から俯瞰した時点で、田園・農村となるためと考えられる。		地域の景観・環境の保全・復元・再生	
風格ある国土の形成		広島県尾道市、愛媛県今治市、上島町: 瀬戸内しまなみ海道 (橋梁群) A2	※該当事例が見つからなかった	鶴居村: タンチョウが住まう暮らし 斜里町、羅臼町: 100平方メートル運動の森トラスト D3 熊本県阿蘇市: 阿蘇草原再生 苫小牧市: 道央自動車道 (苫小牧の樹林) 千歳市: 支笏湖畔での道路の景観基準策定 和寒町・剣淵町: 道央自動車道 (和寒の丘陵地)	
<p>地域のシンボル・ランドマークとする</p> <p>自然環境への影響を極力抑える(周囲の景観・環境との調和・共生)</p>					



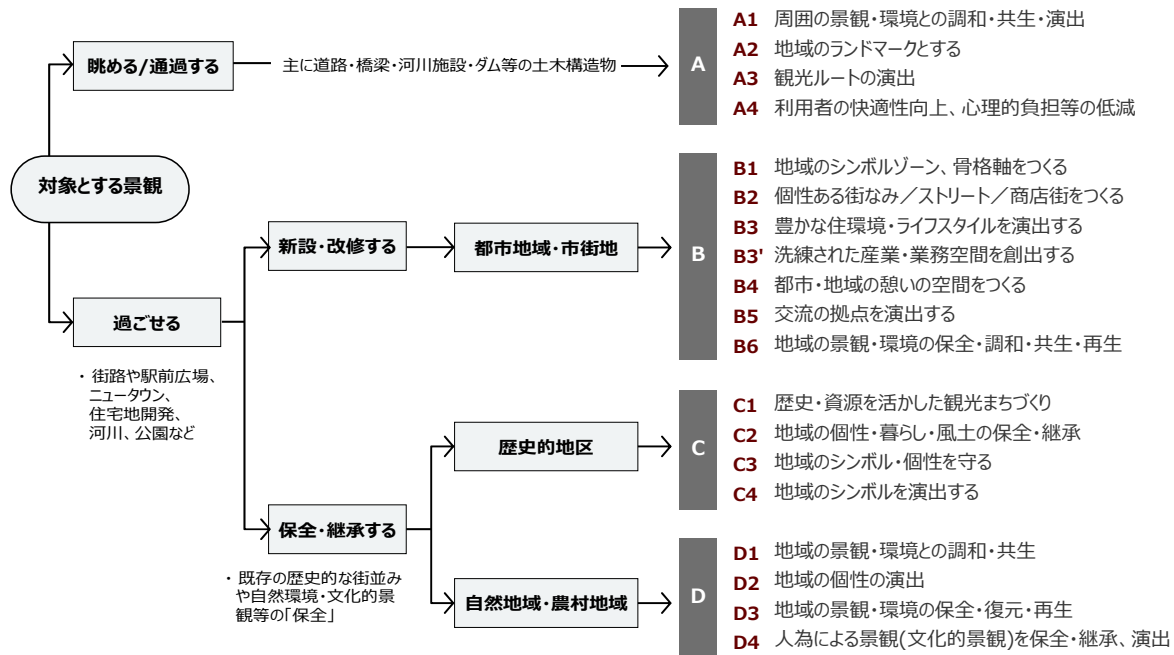


図-2 景観形成のタイプ別分類に関する試案2 (表-2の考察結果に基づく19分類)

表-3 景観形成のタイプ別分類に関する試案2に基づく、分類の試行結果

景観配慮の取組みタイプ	景観デザイン規範事例集	土木学会デザイン賞	都市景観大賞	計	適合事例の例
A1 周囲の景観・環境との調和・共生・演出	17	27	1	45	雷電廿六木橋(埼玉県秩父市)、銀山御幸橋(秋田県湯沢市)、志津見大橋(島根県飯南町)
A2 地域のランドマークとする	12	7	0	19	鮎の瀬大橋(熊本県山都町)、牛深ハイヤ大橋(熊本県天草市)
A3 観光ルートの演出	2	1	0	3	やまなみハイウェイ(大分県由布市～熊本県阿蘇市)、房総フラワートライン(千葉県館山市)
A4 利用者の快適性向上、心理的負担等の低減	0	1	0	1	新潟みなとトンネル(新潟県新潟市)、九州縦貫道・加久藤トンネル、小島トンネルシークエンスデザイン(岐阜県高山市)
B1 地域のシンボルゾーン、骨格軸をつくる	11	17	10	38	常禪寺通(宮城県仙台市)、日本大通(神奈川県横浜市)
B2 個性ある街なみ/ストリート/商店街をつくる	1	4	9	14	丸の内仲通り(東京都千代田区)、横浜元町ショッピングストリート(神奈川県横浜市)
B3 豊かな住環境・ライフスタイルを演出する	1	1	21	23	緑園都市住宅地区(神奈川県横浜市)、スウェーデンヒルズ(北海道当別町)
B3' 洗練された産業・業務空間を創出する	0	0	0	0	横須賀リサーチパーク(神奈川県横須賀市)、九州大学学術研究都市(福岡県福岡市)
B4 都市・地域の憩いの空間をつくる	9	20	4	33	用賀プロムナード(東京都世田谷区)、江戸川区親水公園・親水緑道(東京都江戸川区)
B5 交流の拠点を演出する	0	12	6	18	片山津温泉砂走公園あいあい広場(石川県加賀市)、創成川公園(札幌市)
B6 地域の景観・環境の保全・調和・共生・再生	1	2	1	4	街中がせせらぎ事業地区(静岡県三島市)、国分寺崖線の保全(東京都世田谷区)
C1 歴史・資源を活かした観光まちづくり	2	4	37	43	日田市豆田地区(大分県日田市)、倉敷美観地区(岡山県倉敷市)
C2 地域の個性・暮らし・風土の保全・継承	9	4	19	32	金山住宅の街並み(山形県金山町)、岡山後楽園の背景保全(岡山県岡山市)、東京駅丸の内駅舎の背景保全
C3 地域のシンボル・個性を守る	1	0	3	4	皇居周辺道路(東京都千代田区)、松本城周辺道路(長野県松本市)
C4 地域のシンボルを演出する	1	2	0	3	北塩原村の裏磐梯の自然に調和した街並みづくり(福島県北塩原村)、黒川温泉(熊本県南小国町)
D1 地域の景観・環境との調和・共生	8	9	3	20	八雲町パノラマロード(北海道八雲町)、北竜町ひまわりの里(北海道北竜町)
D2 地域の個性の演出	0	2	0	2	ウトナイ湖(北海道苫小牧市)、サロベツ自然再生事業(北海道豊富町、幌延町)
D3 地域の景観・環境の保全・復元・再生	0	0	0	0	
D4 人為による景観(文化的景観)を保全・継承・演出する	0	0	0	0	砺波平野散居村(富山県砺波市ほか)、姥捨の棚田(長野県千曲市)
分類不能	0	1	0	1	
計	75	114	114	303	

だしこれは、これらの分類が不要であることを示すものではなく、先ほど確認したように、事例の抽出元の特性によるばらつきが原因と考えられる。

そこで、これらの事例集に限らず、広く該当する事例を検討したところ、該当事例数が少なかった分類タイプについても、表-3の右欄のとおり該当する事例がいくつか把握できた(表中の赤字)。

これらをもって、図-2の19タイプ分類にはそれなりの妥当性があると考え、これを景観形成のタイプ分類(案)として取りまとめた。

### 3. 景観形成による価値や効果の項目の体系的整理

#### 3.1 調査の目的

景観形成による効果の項目については、過去にくつかの研究があり、最も広範な調査・分析を行ったものとしては、国土交通省国土技術政策総合研究所により行われた調査研究<sup>4)</sup>およびそれをもとに取りまとられた「公共事業における景観整備に関する事後評価の手引き」<sup>5)</sup>がある(表-4)。

しかしながら、これにおいて示された効果は、過去の景観整備事例を対象とした限られた件数の事例

表-4 参考文献<sup>5)</sup>に示された景観整備効果の分類と効果例

分類		効果例
景観整備による効果		
整備された空間に対する認知・印象		・整備した空間の機能向上に対する認知 ・整備した空間の印象の向上 等
意識に与える効果		・親しみ・愛着、誇りの向上／その他 ・地域のシンボル・ランドマークとしての認知、地域らしさの認知 ・景観やまちづくり、環境等に関する意識の高まり（住民、事業担当者） ・住民、行政、設計者、施工者の信頼関係の構築 等
活動に与える効果	住民の日常生活での利用に与える効果	・利用の増加 ・利用の多様化 ・コミュニティの形成 等
	団体活動、維持管理活動に与える効果	・イベントの開催 ・維持管理活動の実施 ・地域活動団体の活動の発展 等
景観整備による波及効果		
周辺の空間に与える効果	隣接する空間整備に与える効果	・建物の形態、ファサード、意匠等の変化 ・建築外構の変化 ・公共空間整備の拡張 等
	周辺の空間整備に与える効果	・周辺施設整備との連携 ・視点場の形成 等
	良好な景観形成に寄与	・景観条例、景観計画等の策定 ・景観形成に関する協議会の設置 等
地域経済に与える効果		・地場産業の活性化 ・観光振興 ・民間投資の誘発 等
外部評価の高まり		・外部機関（専門家）からの表彰 ・マスコミ・マスメディア掲載の増加 ・地価の上昇、居住者の増加 等

調査から、景観整備がもたらした現象（変化）をピックアップし、評価項目や評価手法として整理する方法が取られている。このため、景観整備の効果に関して多様な評価項目が示されているものの（表-4）、効果の成因や効果同志の関連性については明らかにされていない。このため、それらの個々の効果（現象）が、地域にどのような意味（利益）をもたらすのかの理解を支援するものとはなっていない。

そこで、本研究では、景観の効果の発現プロセスや、効果と効果の関連に着目して、景観の効果の項目の体系的整理を行うこととし、以下に詳述する種々の調査と分析を行った。

### 3.2 自然景観・農業景観がもたらす効果とその関連性に関する調査<sup>6)</sup>

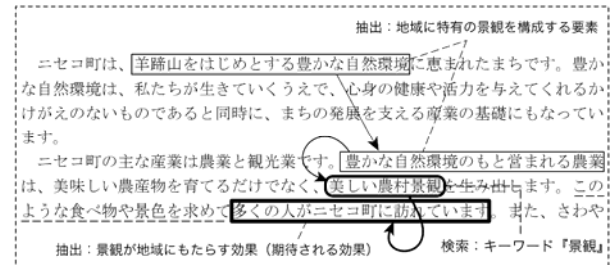
景観の効果に関する既往の研究では、ほとんどが都市や市街地における景観形成の事例を対象として

調査分析を行っており、北海道に多く存在する、自然景観や農村景観が地域にもたらす効果については十分な研究がなされていない。

そこでまず、自然景観や農村景観が地域にもたらす効果に関して、その効果項目を、地域的な特性も含めて網羅的に収集するため、道内の83町村の総合計画（平成23年5月2日改正前の地方自治法第2条第4項に基づく「基本構想等」に該当するもの）等を用いた調査を実施した（詳細は<sup>6)</sup>で報告）。

具体的には、収集した総合計画等の資料について、「景観」に類する言葉（景観、風景、景色、景勝の4語）をキーワードとした全文検索を行い、前後の記述から、「地域に特有の景観を構成している要素」と「それらの景観が地域にもたらす効果や貢献」について抽出を行った（図-3）。そして、抽出された記述をもとに各町村ごとに、図-4に例示したようなネットワーク図に整理し、これらの共通部分を重ね合わせていくことで、図-5の体系図を得た。

これにより、自然景観や農村景観が地域にもたらす効果としては、「観光の促進にかかる効果」「生活環境としての魅力向上にかかる効果」「農畜産業の



※ 町村の総合計画等から、「景観」に類する言葉をキーワードに全文検索を行い、その前後の記述から、「地域に特有の景観を構成する要素」と「景観が地域にもたらす効果（あるいは、期待される効果）」を抽出した。

図-3 景観がもたらす効果に関する調査イメージ（ニセコ町：第5次ニセコ町総合計画における調査例）

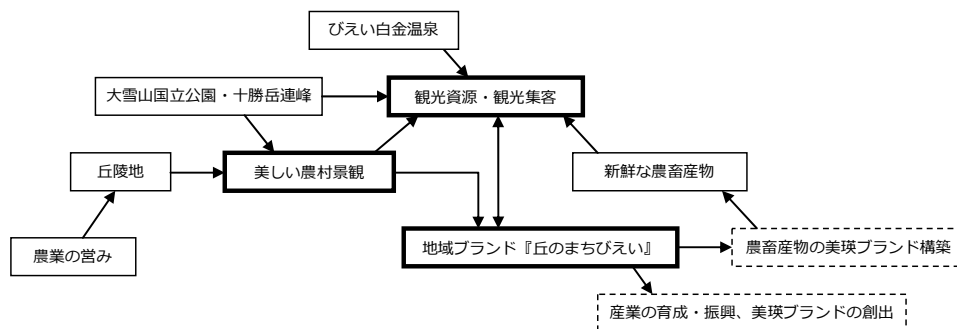


図-4 総合計画から抽出された景観の効果に関する記述から作成したネットワーク図の例（美瑛町の例）

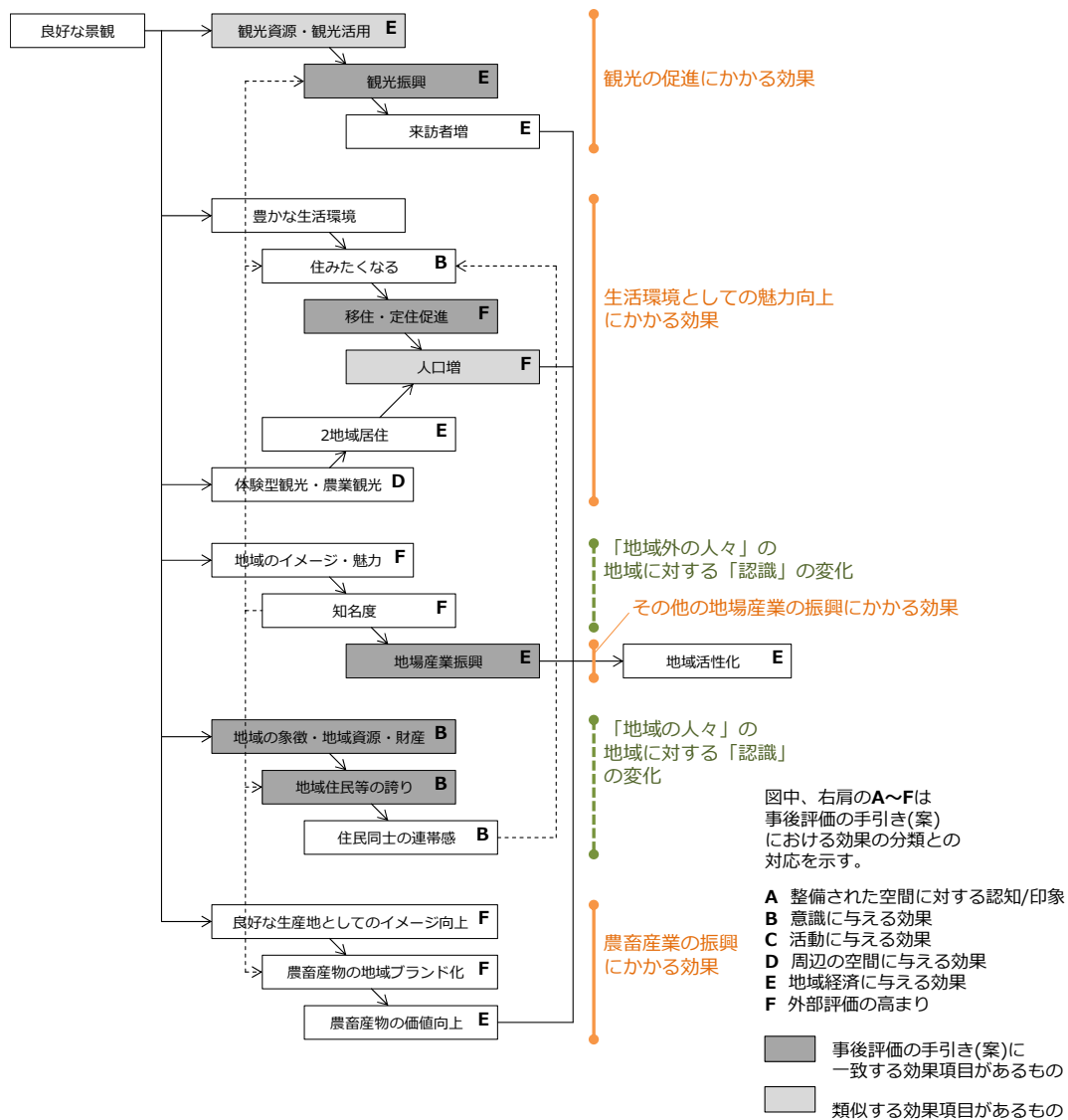


図-5 道内83町村の総合計画の記述から得られた景観の効果に関する体系図

振興にかかる効果」「その他の地場産業の振興にかかる効果」のグループが存在し、これが地域活性化につながると考えられていることが明らかになった。

また、このほかに、地域のイメージ・魅力の向上や知名度の向上など、「地域外の人々の」地域に対する「認識」の変化にかかる効果のグループ、地域の財産、地域の誇り、地域の連帯感など、「地域の人々の」地域に対する「認識」の変化のグループの存在も明らかとなったが、これらは地域活性化との直接的な関連について多くの総合計画では指摘されておらず、間接的、触媒的な効果の項目といえる。

### 3.3 景観が地域にもたらす効果の発現プロセスに関する検討とモデルの提案<sup>7)8)</sup>

次なる調査に先行して実施した、道内のいくつか

の自治体や関連団体に対するヒアリング調査からは、景観や環境の魅力に関しては、移住者の存在によって最も良く効果が実感されるとのことであった。しかし、それらの実数については、年間に数人、数件というレベルとのことであった。

一方で、まちづくりに関する事業、例えば、都市再生整備計画事業の事後評価事例や、中心市街地活性化基本計画事業のフォローアップ事例を参照すると、多くの自治体で、事業の目標の達成を確認するための指標として、居住人口や小売販売額、歩行者交通量などの指標が参照されている。しかしながら、それらの指標は縮退傾向の地方都市経済の状況下では、概して達成が容易でない<sup>9)</sup> ことに加え、それらの指標にはマンションや小売店などの新規立地などの影響も大きく、景観に関する取組みの効果だけを

抽出するには適さないケースも多い。

したがって、地域活性化あるいはまちづくりのための一方策として景観整備等の取組みが位置付けられるとしても、その効果を検証するには、マクロ的な統計的な指標から、ミクロ的な個々の人の動き・行動の変化や、その理由に遡る必要がある。

そこで、本研究では、「消費者の意志決定プロセスモデル」に着目することとした。マーケティングの分野では、消費者に「購買」という行動を促進するための方法について古くから研究と議論が行われており、販売促進のために必要な消費者へのアプローチ手法について論が多数展開されている<sup>10)</sup>。

このモデルには過去半世紀の間に、マーケティング環境の変化などにあわせて多数が提案されているが、その中でも最もシンプルで汎用性が高いと考えられるものが、図-6 に示した「CAB」モデル<sup>11)</sup>で

ある。

この概念を、景観まちづくりの効果の発現にあてはめて考えれば、来訪者数の増加の達成とは、より多くの消費者にその土地を訪れてもらう（行動）ということであり、そのためには消費者に「訪れたい」と思ってもらわなければならない（意欲）ことが必要で、そもそも、その景観的な魅力を理解（認識）してもらわなければならない。

このように考えることで、人がその場所の景観からどのような影響を受け、どのように行動し、それがどのような経済的な効果を引き起こすのかを体系的に整理できる可能性がある。

そこで、①景観やまちづくりに関する事業の効果として期待されることの多い、商工観光や人口などの統計的指標で把握される効果（地域活性化効果）を出発点に、②それら（マクロ的な）統計的指標で

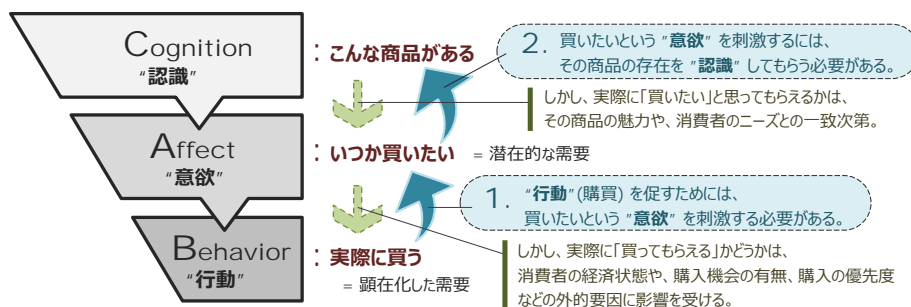


図-6 消費者の意志決定プロセスモデルの一例（CABモデル）とその考え方

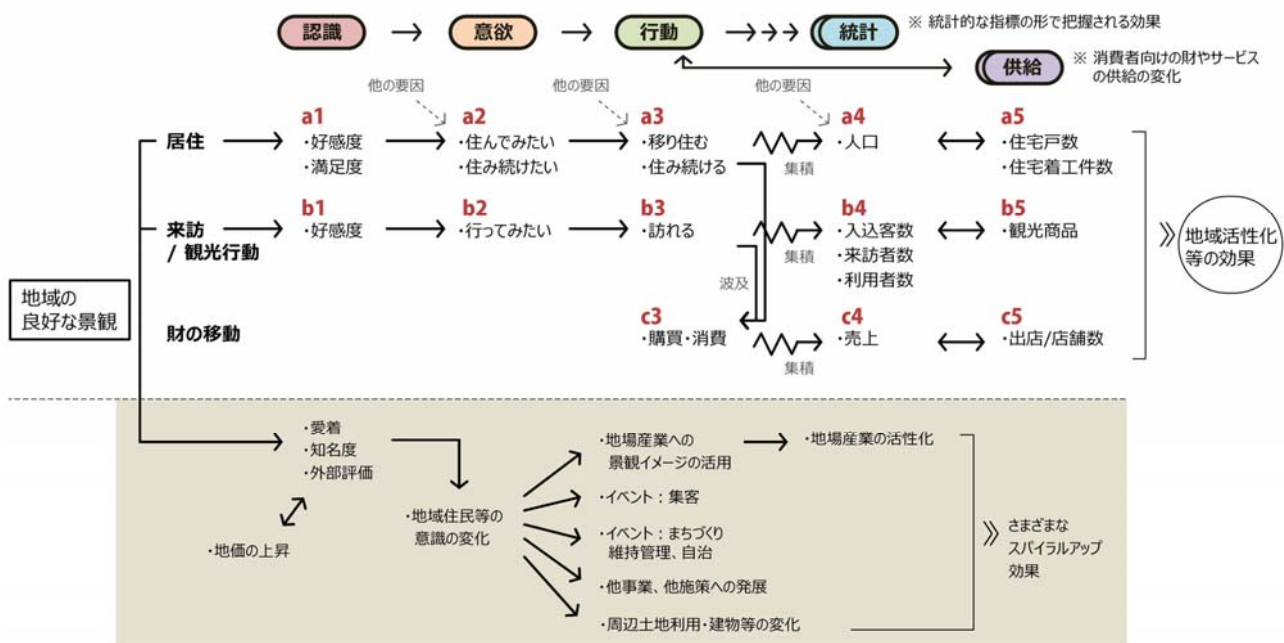


図-7 景観の効果の発現プロセスモデル（2014.2）



把握される効果は、個々の個人（消費者）のミクロ的な行動の集積として発現すること、③それら個人の行動は、Cognition：認識→Affect：意欲→Behavior：行動の段階を経て実現する、の3点を原則として、**図-7**に示す、景観の効果の発現プロセスモデル(2014.2)を得た<sup>7)8)</sup>。

### 3.4 前述のモデルの課題

一方で、**図-7**に示したモデルの課題としては、景観やまちづくりに関する投資の効果として期待されることの多い経済統計的な指標に着目してモデルの構築を行ったことから、既存の景観の効果に関する調査・研究（例えば、文献<sup>12)</sup>や<sup>6)</sup>）で指摘されている効果項目に体系化できていないものがあるなどの課題があった（**図-7**の下半分の網掛け部分に示した項目）。

そこで、景観の効果に関する既往の調査・研究で指摘されている「効果の項目」を収集し、それらを網羅するように**図-7**のモデルの拡張を行うこととした。

### 3.5 新モデルの検討<sup>13)</sup>

#### 3.5.1 既存のモデルの修正の方針の検討

まず、既往の調査・研究等で指摘されている景観の効果項目の収集と、それら項目の**図-7**のモデルとの照合を行った（詳細は論文<sup>13)</sup>で報告）。これにあたっては、景観の効果に関する調査・研究の収集とレビューを通じ、以下の6つの文献を参照することとし、そこから指摘されている景観の効果項目の抽出を行った。

- ①国土交通省大臣官房技術調査課・公共事業調査室：公共事業における景観整備に関する事後評価の手引き(案)、2009年<sup>5)</sup>
- ②溝口、福井ら：公共事業の景観向上効果に関する考察、2008年<sup>6)</sup>
- ③福井、安藤ら：利用者のコメントに基づく景観整備効果の分析、2006年<sup>14)</sup>
- ④安仁屋、福井ら：景観整備に関する事業の事後評価についての研究～浦安・境川をケーススタディとして～、2005年<sup>12)</sup>
- ⑤三好、筆者ら：社会資本整備における良好な景観形成の社会的効果について(第1報)、2010年<sup>15)</sup>
- ⑥筆者ら：自然景観・農業景観に関する良好な景観が地域にもたらす効果について、2013年<sup>6)</sup>

表-5 景観の効果項目の抽出と、筆者らのモデルとの照合作業の一例（論文①及び②に関する部分）

文献①及び②による効果の分類	#	効果の項目	図-2における区分との照合
整備された空間に対する認知・印象	1-1	整備した空間の機能向上に対する認知	
	1-2	整備した空間の印象の向上	a1* b1*
意識に与える効果	1-3	親しみ・愛着、誇りの向上	a1
	1-4	地域のシンボル・ランドマークとしての認知、地域らしさの認知	
	1-5	住民、行政、設計者、施工者の信頼関係の構築	
活動に与える効果 ／住民の日常生活での利用に与える効果	1-6	利用の増加	b3
	1-7	利用の多様化	
	1-8	コミュニティの形成	
活動に与える効果 ／団体活動、維持管理活動に与える効果	1-9	イベントの開催	
	1-10	維持管理活動の実施	
	1-11	地域活動団体の活動の発展	
周辺の空間に与える効果 ／隣接する空間整備に与える効果	1-12	建物の形態、ファサード、意匠等の変化	
	1-13	建築外構の変化	
	1-14	公共空間整備の拡張	
周辺の空間に与える効果 ／周辺の空間整備に与える効果	1-15	周辺施設整備との連携	
	1-16	視点場の形成	
周辺の空間に与える効果 ／良好な景観形成に寄与する制度等の構築	1-17	景観条例、景観計画等の策定	
	1-18	景観形成に関する協議会の設置	
地域経済に与える効果	1-19	地場産業の活性化	
	1-20	観光振興	b4 b5
	1-21	民間投資の誘発	a5 c5
外部評価の高まり	1-22	外部機関（専門家）からの表彰	
	1-23	マスコミ・メディア掲載の増加	
	1-24	地価の上昇	
	1-25	居住者の増加	a4

赤字：図-2のモデルに該当する区分のあったもの

まちのソフト部分の変化にかかる効果

まちのハード部分の変化にかかる効果

新たな整備や取組みへの発展や波及を促す効果

これらの文献から抽出された景観の効果項目は類似のもの重複を含み、全部で112であった。この112項目について、**図-7**のモデルのa1～c5までの13の効果の分類との照合を行ったところ、該当するものが存在した効果項目は、このうち30に限られ、結果、**図-7**のモデルで体系化できていなかった効果項目として82が得られた。

**表-5**にこの照合作業の一例（論文①及び②に関するもの）を示す。

次に、これら82項目の分析を通じ、以下の方針で前節のモデルを修正することとした。なお、以下に記述する修正の方針を図示したものが**図-8**である。

#### (1)「人々の過ごし方の変化」の追加

既存のモデル（**図-7**）では、人々の「行動」の変化については、経済的な効果への波及を強く意識し、新たな顧客の獲得といった意味合いの強いものであった。しかしながら、前述の82項目の中には、「利用形態の変化」「休憩、滞在時間の変化」などがあり、個人の体験の質や暮らしの質の観点からも効果を捉える必要があると考えられた。そこで、これらにあたるものとして、「人々の過ごし方の変化」という区

分を新たに設けることとした（図-8のE）。

なお、この区分の効果は、既存のモデルの「行動」の段階に相当するものであるが、基本的には時間的、金銭的なコストを伴わない（いわば既存の顧客の）行動の変化であることから、「意欲」の段階を経ずに即座に「行動」として発現するものと考えられる。

また、この「人々の過ごし方の変化」の結果生じるさらなる効果としては、その際に購買や消費といった経済活動が発生することが考えられ、したがって図-8のGなどに波及する効果の区分と考えられる。

## (2) 「まちの変化」と「まちの魅力の変化」の追加

「まちの変化」とは、例えば、文献①及び②で指摘されている「イベントの開催」「地域活動団体の活動発展」などのまちのソフト部分の変化にかかる効果、「建物の形態、ファサード、意匠等の変化」「公共空間整備の拡張」などのまちのハード部分の変化にかかる効果などが該当するもので（表-5）、このうちのハード部分の変化にかかる効果のグループには、図-7のモデルで「供給」と区分していた項目の多くがこれに該当すると考えられる。

しかしながら、これらの「まちの変化」は必ずしも地域にプラスの効果を生むものだけではない。例えば、景観を阻害するマンションや商業施設、人の過剰な集中などの、マイナスの影響も考えられる。

そこで、「まちの変化」とそれによる「まちの魅力の変化」という2項目を区分して設けるのが妥当と考えられ、図-8のIとAに示した。なお、図-7のモデルのインプットにあたる「地域の良好な景観」の

項目は、この「まちの魅力の変化」を喚起するものと考えられる。

## (3) 人々の認識・意欲・行動の追加

図-7のモデルでは、いわゆる消費者を、居住者と来訪者に区分してモデルを構築していたが、居住者が地元の施設を訪れる場合など、元来、居住者と来訪者の区分はあいまいである。そこで、今回モデルの拡充を計る一方で、モデルを極力シンプルに保つためにも、居住者と来訪者の区分を無くして「人々」とまとめることとした（図-8のB、C、D、F）。

## 3.5.2 修正後の効果項目の分類の検証

前節で検討した修正の方針をまとめて図化したものが、前述の図-8である。これにより、景観の効果項目は図-8中のA～Iまでの9項目に整理された。

そこで、この分類に基づき、改めて前節の6調査から抽出された112の効果項目の分類整理を試行し、これをもって図-8の9分類の妥当性の検証を行った。

その結果をまとめたのが表-6である。112項目のうち、A～Iまでの9区分に分類することができたのが、表-6に無着色で示した97項目であり、分類できずに残ったのが表-6にて薄茶および茶の網掛けで示した15項目である。

次に、これら15項目について、類似のもの集約を検討したところ、表-6に示したとおり「J 景観に関する取組みの拡大・円滑化」と「K まち(空間)に対する評価の向上」という2区分を追加することで、このうちの13項目を整理することができた。

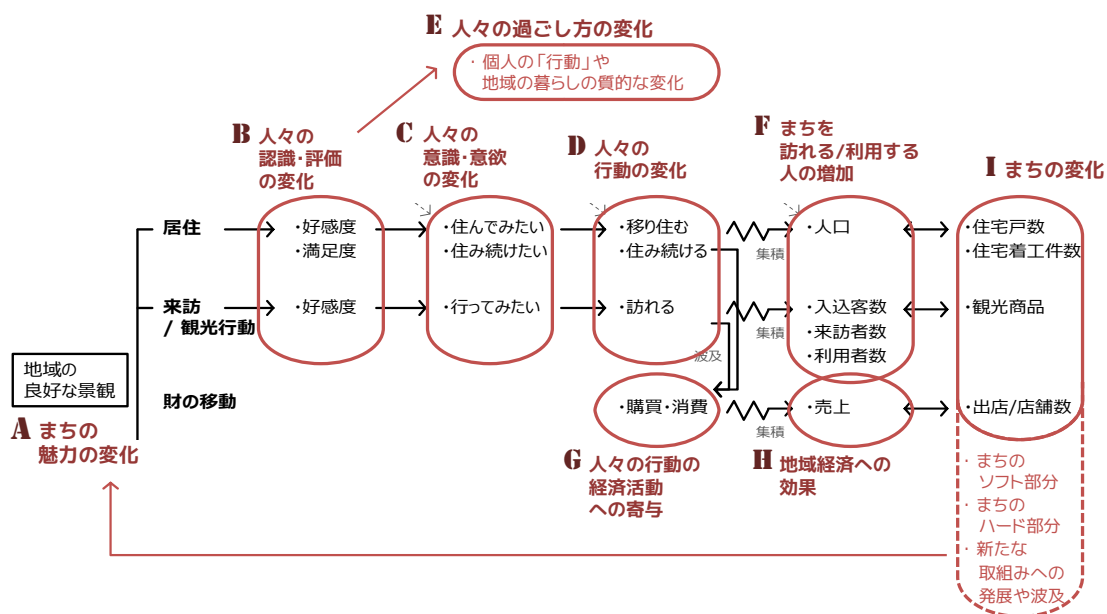


図-8 図-7（景観の効果の発現プロセスモデル（2014.2））の修正の方針

他方、区分Ⅰの効果項目については、該当する効果項目が43項目と多岐に渡ることから、細分類を設けることが妥当と考えられ、そこで、表-6に示したⅠ1～Ⅰ5の5区分を設けることとした。

この結果、先の112の効果項目のうち、分類しきれずに残った効果項目は表-6に茶の網掛けで示し

た2項目のみとなり、十分に既存の文献で指摘されている景観の効果項目を網羅できたといえる。

なお、表-6中の「G：人々の行動の経済活動への寄与」は、既存の研究で存在が全く指摘されていなかった効果であるが、図-8のモデルで示したとおり、「D：人々の行動」が「H：地域経済」に寄与する

表-6 既往の調査・研究から抽出された効果項目を用いた、A～Iの9区分(図-8)の妥当性検証及び再検討結果

図-3で検討した効果の分類	#	効果の項目	図-3で検討した効果の分類	#	効果の項目					
A まち(空間)の魅力の変化	4-1	魅力的な沿道景観の形成	I2 まち(空間)の変化 / 建築、都市空間等の変化	1-12	建物の形態、ファサード、意匠等の変化					
	4-2	地域のイメージ向上		1-13	建築外構の変化					
	4-11	沿道の求心性、中心性向上		1-14	公共空間整備の拡張					
	4-24	子育てしやすい環境		1-15	周辺施設整備との連携					
	4-25	生きがいある地域		1-16	視点場の形成					
	4-26	地域景観の向上		2-21	沿道建物の修景、枝線路地の修景、軒先への花壇の設置等、既存建築物のファサードや軒先空間の変化					
	5-4	豊かな生活環境		2-22	周辺商業施設の入出口付け替えなど連携性の向上					
	5-10	地域のイメージ・魅力		2-24	対岸等、周辺景観の改善					
	5-13	地域の象徴・地域資源・財産		4-20	農地の保全、自然環境保全					
	5-16	良好な生産地としてのイメージ向上		I3 まち(空間)の変化 / イベント等の開催	1-9	イベントの開催				
	1-2	整備した空間の印象の向上			2-10	商業目的のイベントの開催				
	B まち(空間)に対する人々の評価	1-1			整備した空間の機能向上に対する認知	2-12	祭り等の地域行事の開催			
		1-3			親しみ・愛着、誇りの向上	2-13	花見等、自然を活かしたイベントの開催			
		1-4			地域のシンボル・ランドマークとしての認知、地域らしさの認知	2-14	船舶による遊覧事業			
		4-3			安らぎ、感動、憧れ	2-15	環境保全、学習活動			
4-7		誇りと愛着	2-17		花火や花見の会場					
4-15		知名度向上	2-18		花火の見物会場					
5-14		地域住民等の誇り	2-19		ヨット等の船舶による水域の利用活性化					
5-11		知名度	3-3		河川を利用したイベント					
C 人々の意識・意欲の変化		4-4	訪れたい、ドライブしたい		3-5	テラスを主としたイベント				
		4-6	住んで居たい、住みたい		3-7	小段を利用した定期的なイベント				
		5-5	住みたくなる		4-17	イベントなどの開催				
	4-5	道路空間への関心	I4 まち(空間)の変化 / コミュニティ活動の活性化		1-8	コミュニティの形成				
	D 人々の行動の変化	1-6			利用の増加	1-10	維持管理活動の実施			
2-5		利用者の増減		1-11	地域活動団体の活動の発展					
2-8		買い物や通勤の合間の休憩、滞在時間の変化		2-25	利用ルールの形成					
2-9		障害者、高齢者の積極的利用		2-26	樹木の手入れ、花壇等の設置					
3-1		散歩・通過・休憩などの活動頻度の増加		2-27	清掃活動					
5-6		移住・定住促進		4-8	景観の意識向上					
5-9		2地域居住		4-12	モラルの向上					
2-7		待ち合わせ場所としての活用		4-13	自治意識の向上					
E 人々の過ごし方の変化		1-7		利用の多様化	4-14	景観形成活動				
		2-1		利用形態の変化	4-18	安心・安全なコミュニティ				
	2-2	散策の頻度、散策路の変化、通勤通学路の変化		4-19	沿道景観形成の活動					
	2-3	休憩、滞在時間の変化		I5 まち(空間)の変化 / 地域資源等の利活用の拡大	3-6	船の乗降場としての利用				
	2-4	近所の子供連による遊び場としての利用			4-10	利活用の企画				
	2-6	水面を利用した遊びの発生			4-31	コミュニティビジネス				
	3-2	散歩距離の増加	5-1		観光資源・観光活用					
	3-4	両岸のテラスの一体的利用	5-8		体験型観光・農業観光					
3-8	緑道と連続した散歩コースの増加	本整理をもとに追加した効果の分類	J 景観に関する取組みの拡大・円滑化		1-5	住民、行政、設計者、施工者の信頼関係の構築				
F まち(空間)を訪れる/利用する人の増加	1-25				居住者の増加	1-17	景観条例、景観計画等の策定			
	4-21				交流人口の増加	1-18	景観形成に関する協議会の設置			
	4-22				参加者数の増加	4-16	景観のための団体立上げ			
	4-23				定住人口の増加	K まち(空間)に対する評価の向上	1-22	外部機関(専門家)からの表彰		
	5-3				来訪者増		1-23	マスコミ・マスメディア掲載の増加		
	5-7				人口増		4-9	観光地化、ドライブルート化		
	G 人々の行動の経済活動への寄与 (該当なし)				H 地域経済への効果		1-19	地場産業の活性化	4-27	地域ブランド形成
1-20							観光振興	1-24	地価の上昇	
2-11							商業活動の活性化	4-30	物産の高付加価値化	
4-28				観光関連産業への波及			4-33	不動産価値の上昇		
4-29				沿道事業などへの波及			5-17	農畜産物のブランド化		
4-34				地域の活性化			5-18	農畜産物の価値向上		
5-2				観光振興			未分類のまま残った項目		2-16	施設を核とした避難体制の構築
5-12				地場産業振興					5-15	住民同士の連帯感
I1 まち(空間)の変化 / 新規投資等の誘発		1-21	民間投資の誘発							
		2-20	テラスの設置などによるオープンカフェや、新規店舗の立地など、通行客を客とした、商業活動の活性化							
		2-23	テラスの設置などによるオープンカフェや、ホテルなど、公園を借景とした商業活動の変化							
		4-32	新規出店の誘発							

プロセスを考える上で、欠かせないものである。

このことから、表-6の調査結果に関わらず、そのまま存置することとした。

### 3.6 新しい景観の効果の発現モデルの提案<sup>13)16)</sup>

前節の分析を踏まえ、取りまとめた新しい景観の効果の発現プロセスモデルが図-9（景観の効果の発現プロセスモデル(2014.12)）である<sup>13)16)</sup>。

本モデルは、旧来のモデル（図-7）で採用した「認識→意欲→行動→統計→供給」の5段階モデルに立脚しつつ、既往の研究で存在が指摘されていた効果項目を網羅するよう、前節で示したいくつかの効果の区分を付加することで得られたものである。図-9では、今回のモデルで新たに追加した効果のグループと効果の発現の関係を赤茶で示した。

なお、本モデルは、前節で述べたとおり、既存の文献で指摘されている景観の効果項目のほぼすべてを網羅したモデルとなっており、旧モデル（図-7）に比較してより広範な景観の効果項目を取り込んで体系化を実現している。一方で、モデルの拡充にあわせ、モデルのシンプル化を図った結果、モデル中の各効果項目については、旧モデル（図-7）に比較してやや抽象的な表現となった。そのため、地域活性化の指標として旧来から着目される、居住人口や小売販売額、歩行者交通量といった指標に効果が現われるまでのプロセスを説明するには、図-7のモデルのほうが適当である。

したがって、図-7のモデルと図-9のモデルについては、それぞれモデルA・モデルBとして、互いに補完しあう関係として、ともに活用していく方針を考えている。

## 4. 景観効果に関する分析と指標の提案

### 4.1 調査の目的

本研究の最終的な目的である、景観の効果の評価手法の提案に向け、3章の研究の成果として得られた「景観の効果の発現プロセスモデル」に基づき、効果の発現を確認し、評価するための手法について検討を行う必要がある。

このため、景観の効果の発現に関する事例調査として、表-7に示す4つの調査を実施し、前章で提案した景観の効果の発現プロセスモデルの妥当性を検証するとともに、景観の効果の把握に適した評価指標について検討を行った。

### 4.2 都市再生整備計画事業の事後評価事例を用いた分析<sup>7)8)</sup>

景観の効果の発現に関する分析と、指標の検討に資するため、これまでに1,000に及ぶ事業が実施され、事後評価事例の蓄積が顕著な、都市再生整備計画事業の事後評価事例を収集・活用して分析を行うこととした。

調査は、国土交通省のウェブページを経由して、

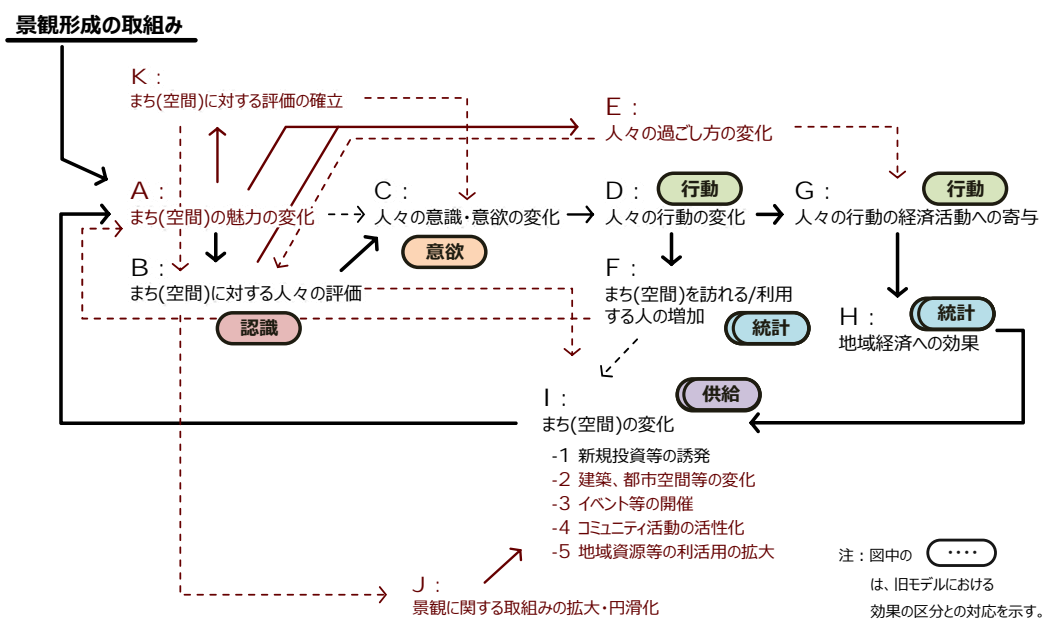


図-9 景観の効果の発現プロセスモデル (2014.12)



表-7 本研究で実施した景観の効果の発現に関する事例調査の一覧

実施調査	調査方法	候補事例数	有効(対象)事例数	調査時期
景観の効果の発現状況に関する聞き取り調査(ヒアリング)	自治体職員等への訪問によるヒアリング調査	5	5	2002年2月頃
都市再生整備計画事業の事後評価事例を用いた分析	国土交通省のWebページ経由で収集	772	186	2003年1月頃
景観の効果の発現状況に関する聞き取り調査(アンケート)	全国96自治体に対するアンケートの送付	100	57	2003年2月頃
景観の効果の発現状況に関する聞き取り調査(ヒアリング)	自治体職員等への電話によるヒアリング調査	18	18	2003年3月頃

インターネット上で収集できた772の都市再生整備計画事業地区の事後評価シート(2013年1月時点)のうち、条件(全文検索が可能なpdf形式のもの)のうち、本文中に①「土地区画整理事業」などの語句を含まず、②「高質空間形成施設」「地域生活基盤施設」「街なみ環境整備事業」のいずれかの語句を含むものに適合する186の事業地区(事後評価事例)を対象とした。なお、①の条件は、市街地の大規模な改変を伴い、必然的に大きな効果が期待しやすい事業を除くため、②は景観に関する取組みを多少なりとも含む事例のみに限るためである。

当該事後評価事例で使われていた事後評価のための指標と、その指標の評価値に基づく目標達成度の自己評価(都市再生整備計画事業にかかる事後評価の手引き<sup>17)</sup>により、○・△・×の3段階)を抽出して、分類・整理・集計したのが図-10である。なお、

本分析における評価指標の分類については、分析を行った当時は、都市再生整備計画事業の事後評価事例に関する既往研究の結果<sup>9)</sup>と比較を行う必要があった都合上、本研究で提案した効果の項目とは一致しない。

図-10の結果から読み取れるのは、「d、景観的な満足度・好感度に関する指標」(図-9のモデルのB、あるいは、図-7のモデルのa1、b1に該当)の達成率は非常に高い一方で、「l、人口・世帯数」「m、商工業関連」「n、観光客数・入込み客数」などの指標(図-9のモデルのFやH、図-7のモデルのa4、b4、c4、c5に該当)の達成率は相対的に低い。また、図-10の、イベントに関するaおよびb、まちづくり活動に関するe、f、gなどの項目(図-9のモデルのI-3やI-4に該当する項目)の達成率も高い一方で、「p、景観形成の推進・進捗」などの項目(図-9のI-2

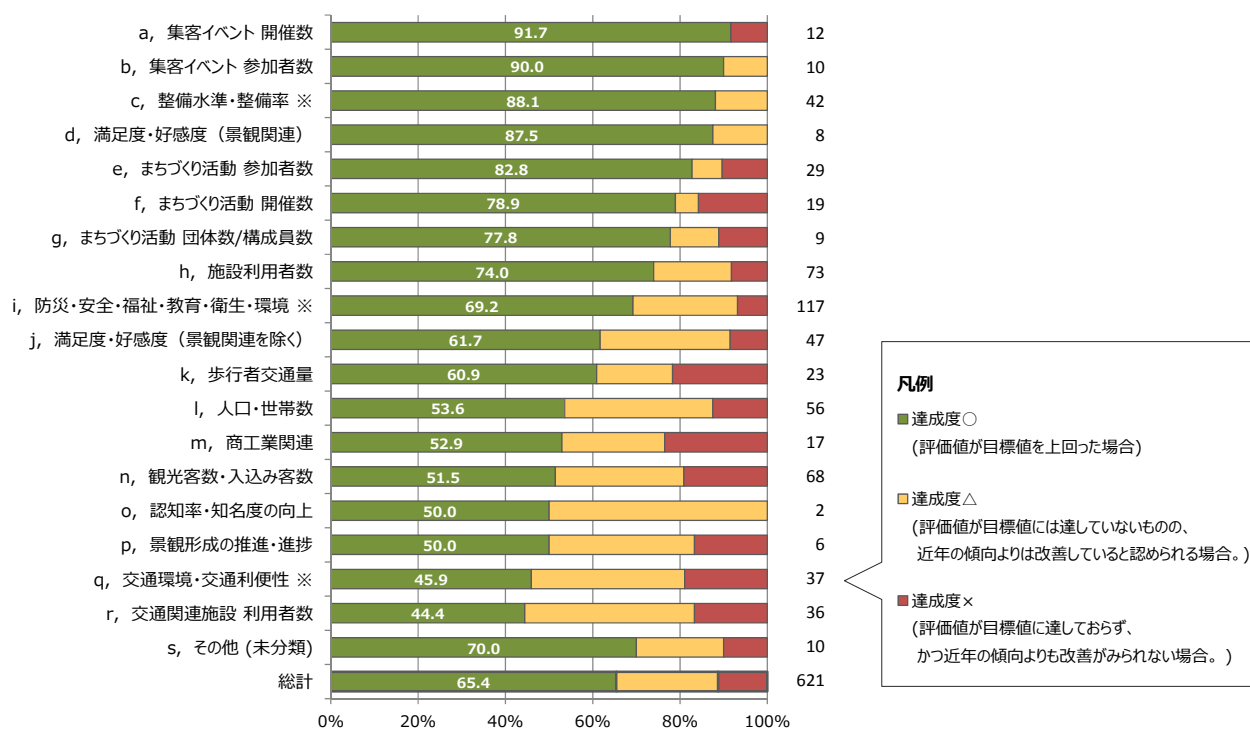


図-10 評価指標の分類ごとの目標達成度の構成割合

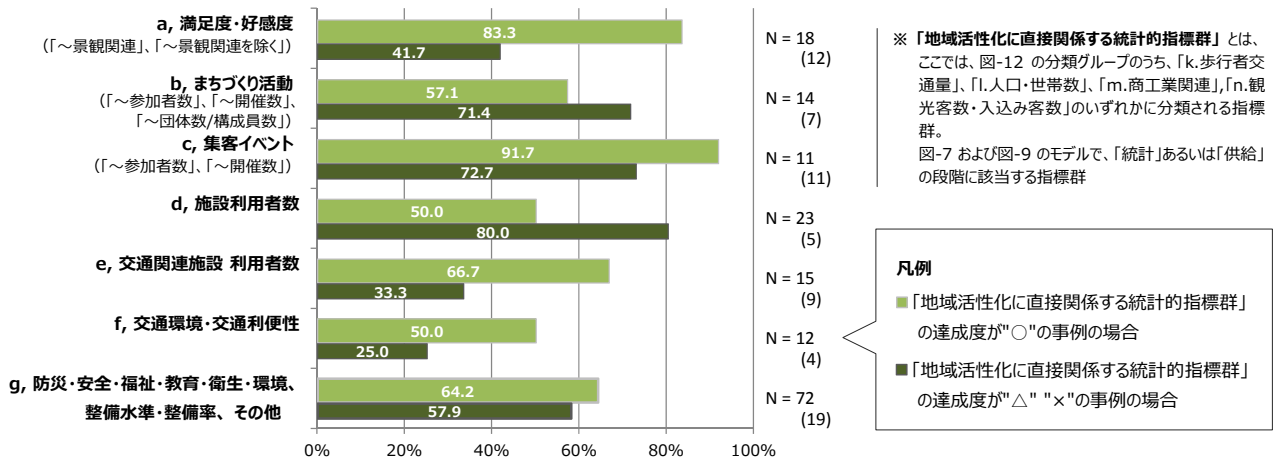


図-11 「地域活性化に直接関係する統計的指標群」の達成度別の他の評価指標の達成割合

に該当する項目)の達成率は低い。

次に、図-11は、「統計」あるいは「供給」の段階に該当する効果指標群(図-9のモデルのFやH、図-7のモデルのa4～c5に相当)の達成度別に、他の指標の達成率を集計したものである。「統計」や「供給」の段階に該当する効果指標群の達成度の高い事業(図-11中の黄緑色)では、多くの事業で「満足度」に類する指標の達成率が高いことが読み取れる。

#### 4.3 自治体担当者を対象としたアンケート調査<sup>18)</sup>

前節の調査に引き続き、景観の効果の発現に関する分析と、指標の検討に資するため、次に、全国における良好な景観形成の取組みとして評価されている事例を対象に分析を行うこととした。このため、表-8に示した景観整備等の取組み事例を対象とし、その立地する96自治体に調査票を郵送して、表-9に示す28の効果の発現の程度について、回答を求めた。なお、本調査では、無効な回答を減らすため、具体の調査データが存在しなくても回答者の主観等で回答することも可能としている。この調査では57件の回答を得、回収率は57%であった(表-8)。

図-12が効果項目ごとの効果の発現程度について集計したものである。これらの調査項目は、図-7のモデルと「公共事業における景観整備に関する事後評価の手引き」の25の効果項目例(表-4)に基づき構成している。

図-12からは、前節の調査結果同様に、「認識」の段階の効果項目群は達成頻度が高い一方で、「経済」の段階の効果項目群は相対的に達成頻度が低いことが読み取れる。また、図-7のモデルで「居住」に分

表-8 アンケート調査の対象事例の抽出元と構成内訳

抽出資料	アンケート調査		
	調査票送付	回答受領	
土木学会デザイン賞	2001-	19	9
都市景観大賞「都市空間部門」	2011-	10	5
都市景観大賞「美しいまちなみ賞」	2001-2010	44	28
景観デザイン規範事例集	2008	4	1
全国街路事業コンクール	1989-	5	3
国土交通大臣表彰「手づくり郷土賞」	1986-	3	1
その他		15	10
計		100	57

表-9 景観の効果の発現に関する調査項目

効果の対象	景観整備等の取組みによる効果	効果の発現プロセス	
住む人/暮らす人の変化	1 地域の方の地域に対する評価が高まった	A. 認識	
	3 地域の方に地域に愛着を持つ人が増えた	A. 認識	
	10 地域に住みたい/住み続けたいという人が増えた	B. 意欲	
	15 地域に移り住む人が増えた	C. 行動	
	16 地域の人が地元で過ごす時間が増えた	C. 行動	
	17 地域の人口が増えた。(減少傾向が改善した)	D. 統計	
	訪れる人の変化	2 他地域の方の地域に対する評価が高まった	A. 認識
11 地域を訪れてみたいという人が増えた/声を聞くようになった		B. 意欲	
14 利用者や利用のされ方が多様化した		C. 行動	
12 地域を訪れる人が増えた		C. 行動 / D. 統計	
13 歩行者や施設の利用が増えた。(減少傾向が改善した)		C. 行動 / D. 統計	
地域の商業/経済活動		18 地域での購買や消費が増えた	C. 行動 / D. 統計
		19 店舗等での売上が増えた。(減少傾向が改善した)	D. 統計
	20 店舗等の出店が増えた。(減少傾向が改善した)	E. 供給	
	21 住宅の着工・供給が増えた。(減少傾向が改善した)	E. 供給	
	22 地価・賃料が上昇した。(減少傾向が改善した)	E. 供給	
	24 その他、総合的に地域の経済や産業が活性化した	D. 統計	
	23 まちが生き活きとしてきた	※実感	
地域のコミュニティ・一体感(内的な活性化)	6 地域の人のまちづくりへの協力・参画意識が高まった	※	
	7 まちづくりイベント・活動や町内活動が活発化した	※	
	8 地域の人のコミュニティ意識(連帯感)が強まった	※	
	9 みながまちの魅力の維持・向上について意識するようになった	※	
	地域のイメージ・ブランド・評価(対外的な活性化)	4 他地域の方の地域に対する知名度が向上した	A. 認識
5 地域のシンボルや地域らしさとして認知されるようになった		A. 認識	
25 地域の名前を冠した特産品等が売り出されるようになった		※	
26 地域産品への評価が高まった		※	
27 観光ツアー等に組み込まれるようになった		※	
28 マスコミ・メディア掲載やロケの増加		※	

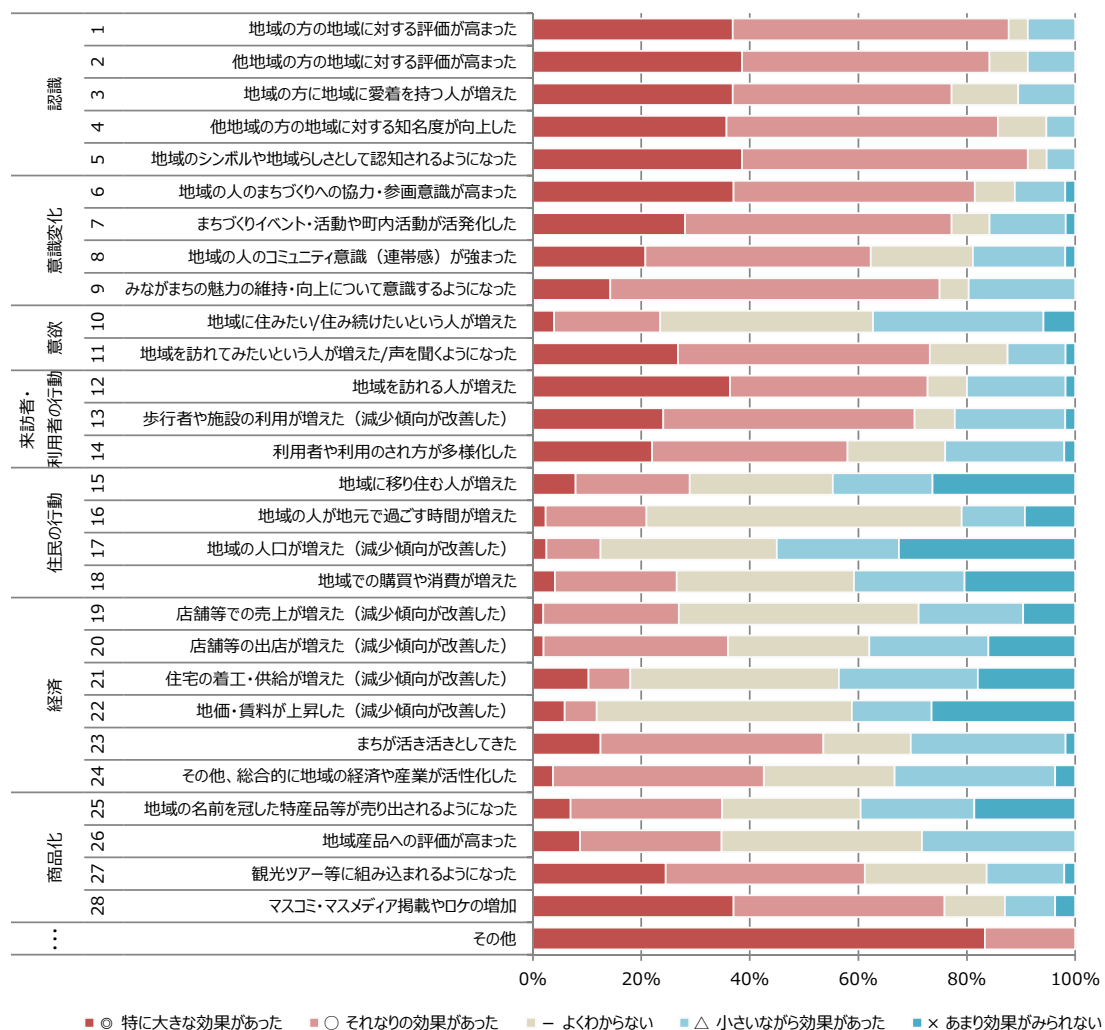


図-12 効果項目ごとの効果の発現程度（アンケート調査結果）

類される効果項目（例えば、図-12の項目10や15～17）は、同じく図-7で「来訪/観光行動」に分類される効果項目（同、項目11や12～14）よりも、効果の達成頻度が低いことが読み取れる。

#### 4.4 結果の考察と指標の検討

4.2節及び4.3節の調査分析の結果からは、景観形成の取組みの成果として、図-7のモデルでいう、「統計」の段階の効果項目のうち、「a4：人口」や「c4：売上」に分類される項目は、表-8に示したような表彰の対象となるような取組み事例でも、効果が十分に確認できている事例は数少ない。したがってこれらの効果項目は、効果の発現が容易ではなく、効果の発現を捉えるのが困難な効果（指標）といえる。

他方、同じ「統計」の段階の効果項目でも、「b4：入込客数/来訪者数/利用者数」に分類される項目は、比較的效果が発現している事例が多く、一方で、好

感度/満足度」などの「認識」の段階の効果項目ほど効果の発現頻度が高すぎないことから、景観の効果の発現を把握するための指標としては有効性が高そうである。

また、図-7のモデルでいう「居住」の分野に分類される効果項目群は、前述の「来訪/観光行動」の分野の効果項目群と異なり、「行動」の段階はもちろん、「意欲」の段階に相当する「a2：住んでみたい/住み続けたい」の項目でも発現の頻度はさほど高くない（図-12）。住居を移すという行動は、訪れるという行動と異なり、簡単には実行に移せないものであることが影響していると考えられる。しかしながら、図-12の調査結果でも「小さいながら効果があった」の回答も含めれば、効果の発現頻度はそこそこ高くなる。これらを考慮すると、「居住」の分野の効果の発現を把握するための指標としては、「意欲」の段階で評価するのが有効と見込まれる。

一方、「財の移動」の分野の効果は、「統計」「供給」のいずれの段階でも把握が困難に見込まれる。したがって、「c3：購買/消費」などのミクロな個人の行動の変化に着目して、詳しく効果の発現を確認する作業が必要になると見込まれる。

## 5. 景観形成による価値・効果の評価手法とガイドラインの提案

### 5.1 概要

2章から 4章までに示した各成果をもとに、景観形成による価値や効果の評価手法について検討を行い、ガイドラインとして取りまとめを行った(図-13)。ガイドラインについては、寒地土木研究所地域景観ユニットのウェブページで公開する<sup>19)</sup>。

ガイドラインは大きく5章構成とし、①景観形成による価値や効果の評価の意義、②景観形成の19のタイプの紹介、③人を集めることを目的としない景観形成とその評価、④人を集めることを目的とする景観形成とその評価、⑤景観形成の効果の発現プロセスモデルを用いた評価手法、についてそれぞれ解説する内容とした。

### 5.2 ガイドラインにおける提案内容の概要

#### 5.2.1 まえがき

前書きとして、景観形成による価値や効果の評価の意義や必要性、国土交通省の「公共事業における景観形成の事後評価の手引き」との関係、費用便益分析への適用の可能性などについて、本ガイドラインの位置づけや活用方法について解説を行った。

#### 5.2.2 景観形成の19のタイプの解説

2章の成果をもとに、景観形成の取組みの対象および対象地域、取組みの主たる目的などの観点から整理した、図-2の19のタイプ分類の解説を作成し、取りまとめた(図-14)。

本タイプ分類の解説からは、景観形成に取組む意義や目的についても理解が進むように配慮した。

#### 5.2.3 人を集客することを目的としない景観形成とその評価手法

人を集客することを主たる目的としない、すなわち、図-2に示した19のタイプ分類のうちの、A1「土木構造物の、周囲の景観・環境との調和・共生・演出、補償」やA4「利用者の快適性向上、心理的負担

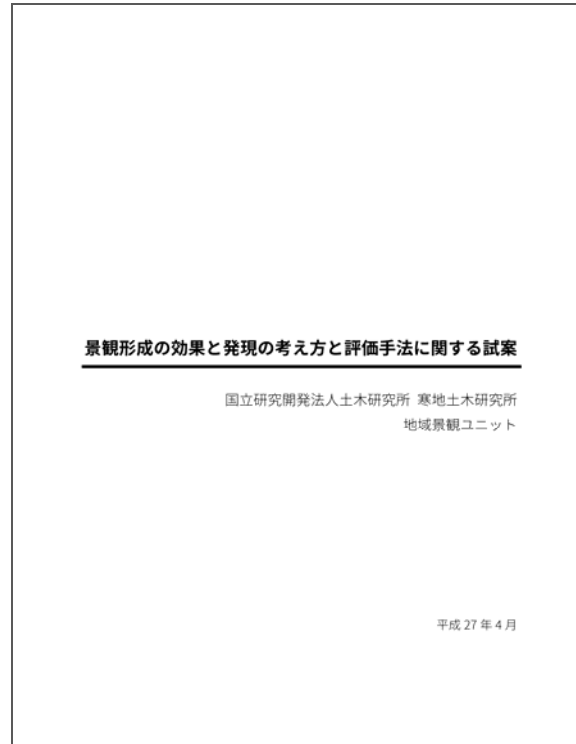


図-13 本研究で取りまとめた景観形成による価値や効果の評価手法に関するガイドラインの案



図-14 景観形成の19のタイプに関する解説の一例(図-13のガイドラインより抜粋)



低減」に分類されるタイプの景観形成の場合に採用すべき評価手法について検討し、記述した。

これらのタイプの景観形成の取組みによって生じる効果は、3.章で検討・提案した景観の効果の発現プロセスモデル、4.章で検討した評価指標では適切に評価できない。そもそもがこれらのモデルで前提としている経済的な見返りや地域活性化を目的として取組まれるものでないからである。したがって、これらの取組みの効果や意義、妥当性を評価するに当たっては、これらとは違う枠組みを採用する必要がある。

このうち、例えば A1 の取組みのタイプでは、景観形成の目的は、景観への影響の最小化、つまりは環境への影響の最小化ということになり、したがって、環境影響評価であるとか、ミチゲーション、環境経済学といった考え方が移入できることとなる。この分野における研究の蓄積は、CVM（仮想的市場評価法）やヘドニック法を用いたものなど、多数が存在する。

景観に関する投資内容と投資目的、投資結果（インプットとアウトプット）を説明し、利用者、費用負担者、学識者、市民などに、投資の妥当性を問う方法について、既往の文献等<sup>20)21)</sup>との関連やそれらの活用方法とあわせて整理を行った。

#### 5.2.4 集客を目的とする景観形成とその効果

集客を目的とする景観形成の効果とその評価手法については、本研究で検討をすすめてきた「景観の効果の発現プロセスモデル」が適用できる。ここでは3.章の成果に基づき、景観形成の効果の発現プロセスモデルと、A~K までの 11 効果項目について解説を行った（図-15）。

#### 5.2.5 景観形成の効果の発現プロセスモデルを用いた評価手法

主に 4.4 節の分析・検討結果をもとに、以下の提案を行った。

- ①景観の効果の発現プロセスモデルをもとに、景観形成の取組みの目的と照らし合わせ、最終的に発現が期待される効果の項目を確認する。
- ②モデルにもとづき、効果の発現プロセスをさかのぼって、効果の発現の把握に適した評価指標を選択する。その際、取組みによる効果の発現の全体像を把握するために、極力複数の指標で評価を行

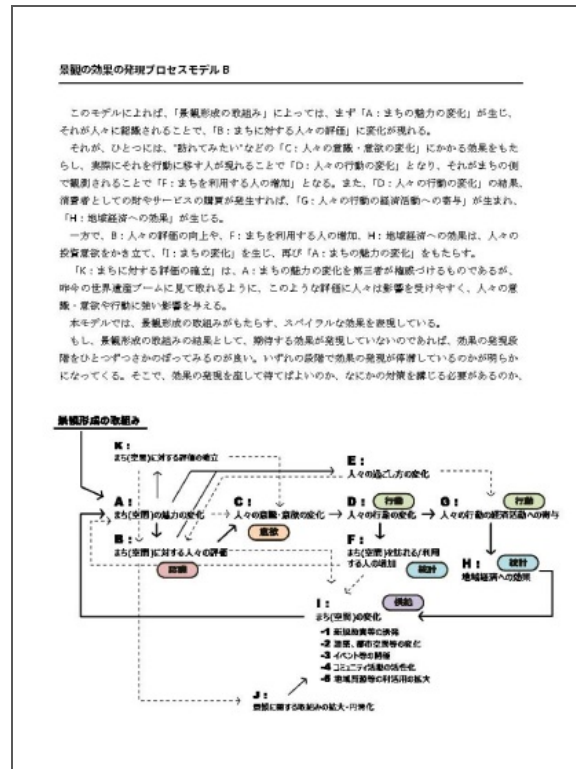


図-15 景観の効果の発現プロセスモデルの解説の一例（図-13のガイドラインより抜粋）

うことが望ましい。

- ③当該指標で、効果の発現を確認するとともに、次の段階の効果や最終的に発現が期待される効果への波及の見込みについても評価する。

これに基づき、例えば、「居住継続意欲」の変化をもとに、将来の人口の社会的な増減への効果を試算したり、「来訪者の消費行動」の変化などに着目するなどの提案についても記述を行った。

#### 6. まとめ

本研究では、良好な景観が地域にもたらす社会的な効果とその評価手法について基盤研究として5か年で調査研究を行ってきた。

近年、景観形成の取組みの目的・目標として、多くのケースで地域の魅力向上とそれによる地域活性化といったことが期待されることから、したがって、これらの取組みの効果は地域活性化への寄与の程度で評価する必要がある。

しかしながらこれまで、景観形成の取組みの効

果の多様性や、様々な指標による効果の計測が提案・実践されていたものの、地域活性化などの事業の最終的な目標との関係性にまでは踏み込まれていないケースが多かった<sup>4)</sup>。このため、ケースによっては、景観に対する投資の目的と、評価に用いられる指標とに乖離があることを説明できなかった。

本研究の成果のひとつである「景観形成の効果の発現プロセスモデル」(図-7 および図-9)は、この点に関して、景観形成の取組みを契機として発現すると見込まれる効果・変化と、取組みの目的である地域活性化との関係を、その間の発現プロセスとともに体系的に示したものであり、地域活性化への貢献の程度や、到達の程度の理解の促進に非常に有意義な知見を提供できたと考える。

特に、景観形成の効果を適切な時期に適切に評価するためには、取組みの実施から時間を経ずに発現する効果に着目し、その効果と景観形成の取組みとの因果関係、さらには、その効果と取組みの目的・目標との整合についても確認する必要がある。このためには、これまで着目されてきた顕在化した効果だけでなく、潜在的な効果(需要の変化)などにも着目する必要がある。本研究ではこの観点から、地域住民の居留意欲、事業者の事業継続意欲、利用者・来訪者の増加、行動の変化といった指標に着目することの有効性を示した。

これらの成果を取りまとめた5章のガイドラインについては、今後、景観形成の取組みの妥当性の評価や診断、フィードバックに活用され、景観形成の取組みの促進や熟度向上に寄与することを期待している。

なお、本研究の成果は、国の事業における整備効果の評価や、景観に限らず広くまちづくりや市街地活性化に関する事業や取組みの評価にも活用できる可能性がある。今後機会を得た際などに、適用を試行し検証を行っていきたい。

## 参考文献

- 1) 国土交通省：「美しい国づくり政策大綱」、2003年
- 2) 国土交通省 景観ポータルサイト：「景観形成ガイドライン」、[http://www.mlit.go.jp/toshi/townscape/toshi\\_townscape\\_tk\\_000016.html](http://www.mlit.go.jp/toshi/townscape/toshi_townscape_tk_000016.html)
- 3) 土木学会編：「街路の景観設計」、技報堂出版、1985年
- 4) 溝口宏樹、福井恒明、角真規子、太田啓介：公共事業の景観向上効果に関する考察、景観・デザイン研究講演集

- No.4、pp1～10、2008年
- 5) 国土交通省大臣官房技術調査課・公共事業調査室：公共事業における景観整備に関する事後評価の手引き(案)、2009年
- 6) 笠間聡、松田泰明：自然景観・農業景観に関する良好な景観が地域にもたらす効果について、第56回北海道開発技術研究発表会、2013年
- 7) 笠間聡、松田泰明：良好な景観が地域にもたらす効果とその評価の考え方について、第57回北海道開発技術研究発表会、2014年
- 8) 笠間聡、松田泰明：良好な景観が地域にもたらす効果の発現プロセスと把握モデルについて、寒地土木研究所月報、No.734、pp.2～9、2014年
- 9) 谷口守、宮木祐任：まちづくり交付金活用自治体による評価指標設定と自己評価の傾向分析、公益社団法人日本都市計画学会 都市計画論文集、Vol.46 No.3、pp.1003～1008、2011年
- 10) Thomas E. Barry, Daniel J. Howard : A review and critique of the hierarchy of effects in advertising, *International Journal of Advertising*, Vol. 9, No.2, pp.121-135, 1990
- 11) John A. Howard : *Marketing Management : Analysis and Planning*, Homewood, 1963
- 12) 安仁屋宗太、福井恒明、篠原修：景観整備に関する事業の事後評価についての研究～浦安・境川をケーススタディとして～、景観・デザイン研究講演集 No.1、pp.73～82、2005年
- 13) 笠間聡、松田泰明：景観が地域にもたらす効果とその評価手法に関する考察、景観・デザイン研究講演集 No.10、2014年
- 14) 福井恒明、安藤義宗、兼子和彦：利用者のコメントに基づく景観整備効果の分析、景観・デザイン研究講演集 No.2、pp.147～154、2006年
- 15) 三好達夫、松田泰明：社会資本整備における良好な景観形成の社会的効果について(第1報)、第53回北海道開発技術研究発表会、2010年
- 16) 笠間聡、松田泰明：事例分析に基づく景観形成の取組みの効果に関する分析整理、第58回北海道開発技術研究発表会、2015年
- 17) 国土交通省 都市・地域整備局 まちづくり推進課 都市総合事業推進室：まちづくり交付金 評価の手引き 平成20年度版、2008年
- 18) 笠間聡、松田泰明：良好な景観が地域にもたらす効果とその評価手法に関する考察、第49回土木計画学研究発表会(春大会)、2014年
- 19) 寒地土木研究所 地域景観ユニット：<http://scenic.ceri.go.jp>
- 20) 国土交通省：仮想的市場評価法(CVM)適用の指針、2009年
- 21) 国土交通省 都市・地域整備局 まちづくり推進課 都市総合事業推進室：まちづくり交付金 評価の手引き 平成20年度版、pp.2-21～2-29、2008年

# STUDY ON THE EFFECTS OF LANDSCAPE IN HOKKAIDO

**Budged** : Grants for operating expenses

-- General account

**Research Period** : FY2010 - 2014

**Research Team** : Scenic Landscape Research Unit

**Author** : KASAMA Satoshi,  
MATSUDA Yasuaki,  
NINOMIYA Kiyoshi

**Abstract** : In recent years, efficiency of public works is required than ever, and clear explanations of appropriateness and necessity of programs and projects are thought. To respond to such needs, there have been calls for methods to evaluate programs and projects that involving "landscaping".

In this study, we classified projects involving landscaping into 19 types by project objective and local features. Many of the 19 types of projects involving landscaping are expected to contribute to regional revitalization. Using them as the research subjects for our case study, we analyzed effects of favorable landscaping and those occurring sequence, on contributes to regional revitalization, and we developed a model called "the process model for realization of effects of landscaping". In addition, we selected indicators that are appropriate for evaluating the effects of landscape, and we compiled a technical material (guideline).

**Keywords** : Landscape, Environment, Improvement, Preservation, Benefit, Outcome, Evaluation