

# 「関東の富士見100景」 ～富士山の見えるまちづくり～

石田 和也<sup>1</sup>・前川 秀和<sup>2</sup>・津久井 俊彦<sup>3</sup>・越智 茜<sup>4</sup>・  
田中 満<sup>5</sup>・與儀 亜希子<sup>6</sup>

<sup>1</sup> 関東地方整備局企画部企画課事業景観係長（〒330-9724 埼玉県さいたま市中央区新都心2番地1，  
E-mail:ishida-k8310@ktr.mlit.go.jp）

<sup>2</sup> 正会員 関東地方整備局企画部長（〒330-9724 埼玉県さいたま市中央区新都心2番地1，  
E-mail:maekawa-h2ui@ktr.mlit.go.jp）

<sup>3</sup> 関東地方整備局企画部企画課長補佐（〒330-9724 埼玉県さいたま市中央区新都心2番地1，  
E-mail:tsukui-t8310@ktr.mlit.go.jp）

<sup>4</sup> 関東地方整備局企画部企画課事業景観係（〒330-9724 埼玉県さいたま市中央区新都心2番地1，  
E-mail:ochi-a8310@ktr.mlit.go.jp）

<sup>5</sup> 関東地方整備局道路部道路計画第一課計画第二係長（〒330-9724 埼玉県さいたま市中央区  
新都心2番地1，E-mail:tanaka-m8311@ktr.mlit.go.jp）

<sup>6</sup> 関東地方整備局河川部河川計画課調査第一係（〒330-9724 埼玉県さいたま市中央区  
新都心2番地1，E-mail:yogi-a8310@ktr.mlit.go.jp）

「関東の富士見100景」は、富士山への良好な眺望を得られる地点を選定し、周辺景観の保全や活用への支援を通して、美しい地域づくりの推進を目的としている。富士山を背景とした良好な眺望が得られる公共空間で、その保全や活用が望まれる場所の募集を行い63景を一次選定した。選定後は、新たな富士見眺望を一体的かつ広域的な広報により広く紹介、富士見眺望と周辺地域が一体となった景観保全に関する事業などを支援、広報やネットワークづくり等を通して、富士見に関する住民等の活動を支援、関連機関の連携づくりや整備推進に関する事業等の検討を行い、富士見景観の保全・活用を推進、などを進め、富士山の見えるまちづくりを推進していく。

**キーワード:** 富士山, 関東の富士見100景, 富士見景観, また訪れてみたい地域づくり

## 1. はじめに

我が国は気候・風土の多様性、四季の変化に富み、美しい自然景観・風景に恵まれている。また、地域の歴史や文化に根ざした街並み、建造物が各地に残されており、それらの保全や復元の取り組みが見られる。

他方、国土づくり、まちづくりにおいて、経済性や効率性、機能性を重視したため、美しさへの配慮を欠いた景観等も見られるとともに、公共空間でのごみの投棄など国民のモラルが問題となっている事例もある。行政としても良好な景観形成のための事業や規制・誘導策に取り組んできたところだが、近年、良好な景観形成に対する関心やニーズが高まる中、各地で眺望・景観をめぐる紛争が発生していることや地域の景観問題への対応のため独自の条例を定める地方自治体が増加するなど景観を取り巻く情勢に様々な動きが見られる。

このような現状に対し、国土交通省では、美しい国づ

くりのための基本的考え方ととるべき具体的な施策について「美しい国づくり政策大綱」として取りまとめ、平成15年7月に公表した。大綱では、地域の個性重視に加え、公共事業や建築の際には美しい景観をつくることを目的に含める、行政だけでなく民間非営利団体（NPO）、住民、企業などが継続的に取り組む、などを基本姿勢として示している。

関東地方整備局では、「美しい国づくり政策大綱」の策定を受けて、美しい関東づくり実現のための視点から具体的な施策の一つとして、「関東の富士見100景」を推進している。現在、63景を一次選定し、二次選定作業中であるが、本プロジェクトのねらい、選定プロセス、フォローアップ、今後の展開について、報告する。

## 2. 富士山の見えるまちづくり

### (1) 富士山の魅力と「関東の富士見100景」のねらい

富士山は我が国の象徴（シンボル）であり、畏怖、信仰、愛しみの対象として「敬い」、絵、和歌を含む美的観賞、眺める対象として「観て」、観光、資源利用・環境保全の対象として「親しむ」ものとして、その姿は古来より人々に愛されてきた。

特に関東地方において多様な富士見の眺望は、地域のシンボルとして芸術作品や地名など様々な形で残されている。しかしながら、都市開発の進行等に伴い、そのような眺望は減りつつあり、地域の個性ある景観を次世代に継承し、美しい国土を形成していくためにも、富士見景観の保全・活用は重要な課題となっている。

「関東の富士見100景」は富士山への良好な眺望を得られる地点を選定し、富士見景観を活かした持続可能な都市の誕生を目指し、周辺景観の保全・活用を支援することを通して、美しい地域づくり（美しい景観の啓蒙、眺望景観の保全及び整備）の推進を目的としている。さらに、この取り組みが広く理解されることで、選定地域周辺に独自の環境整備や交流振興が可能となり、地域の活性化に寄与できることを期待するものである。

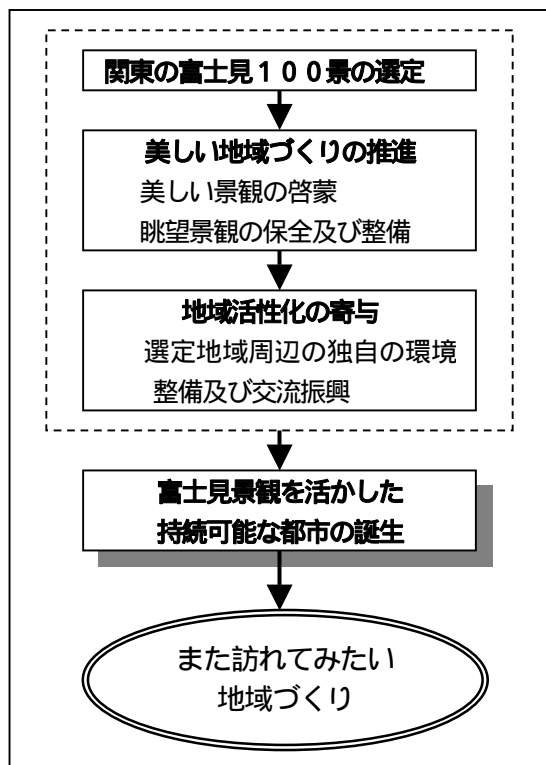


図-1 富士見100景のねらい

### (2) 「関東の富士見100景」事業展開の検討

「100選」事業として対象を選定し公表する意義として、選定する過程を通して対象に関する関心や関連

事業へのコンセンサスが形成させる、優れたものを選定し一括して発信することで、話題性や注目度が高まる、選定後、一体的な事業計画・事業推進ができる。が考えられる。

「富士見100景」の目的や展開を検討する参考として、過去の「100選」概要とその特徴を整理した。これまで、官公庁・地方自治体等公共機関において実施されてきた「100選」は、その目的・展開方法により概ね以下の3タイプに分類される。

#### a) 広報イベント型

対象への認知度・注目度をあげるためのキャンペーンとして展開されるもの。選定過程・選定後の広報効果が主目的

#### b) 顕彰型

多くの中から特に優れた業績・活動等を100選定し、賞賛するもの。表彰を通して、対象事業・活動への社会的評価を高め、その活性化を図るもの。

#### c) 事業推進型

新規事業、既存事業拡大のため、その対象となる地域等を選定するもの

「関東の富士見100景」では、前述のねらいから、選定時の一過性な広報に終わりがちな単なるフォトコンテストなどの a) 広報イベント型ではなく、b) 顕彰型による既存の景観保全活動の活性化と、c) 事業推進型による眺望環境の保全・整備事業の推進を混合して展開して行くこととした。

### (3) 「関東の富士見100景」の方向性

これまでの検討結果から、「関東の富士見100景」事業の方向性を以下のようにとりまとめた。

#### a) 目的

- ・100の富士見景観を選定する過程及び選定結果を一体的に発信することで、富士見景観の保全・整備への国民の理解・関心を高める。
- ・周辺の保全活動について把握し発信することで、活動の活性化・連携の促進を図る。
- ・選定地域において、景観保全活動や眺望環境整備を総合的に展開することで、実質的なシンボル景観保全・整備を図るとともに、その効果も一体的にアピールする。これをモデルとして、今後の景観保全活動・事業の発展を期待する。
- ・保全・整備内容とその効果について、あらかじめ広く理解することで、選定地域周辺における独自の環境整備や交流振興への展開を可能にする。

#### b) 概要

関東における多様な富士見ポイントを選定し、その保

全と眺望環境の整備を推進する。

- ・良好に保全・整備された富士見ポイントにおける、保全整備に係わる活動・事業を賞賛し支援する。
- ・公共空間等における良好な富士見ポイントを選定し、具体的な保全・整備事業を計画・実施する。

c)選定対象

関東各地における富士山への眺望が開けた地点で以下のような条件(例)を考慮

- ・アクセス性：誰でもアクセスできる空間
- ・シンボル性：地域のシンボリック空間
- ・地域活動：保全活動の存在、あるいは保全の要望の高い地点
- ・多様性：富士見景観及び周辺環境の多様性が感じられる地点

d)選定後の事業展開

- ・公共空間における富士見ポイントで、必要かつ可能なポイントについては、環境整備事業等を計画する。
- ・現在良好な眺望が維持されている空間については、保全事業推進に向けて、保全活動の支援、景観意識啓発事業の推進等を行う。
- ・効果をあげている地域住民の景観保全活動については、顕彰するとともに、活動の発信や地域自治体との連携支援等により、活動の継続・拡大の支援を行う。

### 3. 「関東の富士見100景の」選定プロセス

(1)関東の富士見100景選定委員会

100景の選定にあたっては有識者等による選定委員会を設置し、応募方法、応募要項の検討から選定までを行うこととした。

委員会は、まちづくり、観光、景観、NPO、富士山に関連する学識を有する専門家8名の委員で構成する。

委員長	花岡 利幸	山梨大学大学院教授
委員	漆原 美代子	環境デザイナー
委員	佐々木 葉	早稲田大学理工学部教授
委員	世古 一穂	NPO研修・情報センター代表理事
委員	原 重一	観光プロデューサー
委員	丸山 壽雄	富士市観光協会新富士駅事務所長
委員	溝尾 良隆	立教大学観光学部教授
委員	三田 育雄	東北芸術工科大学デザイン工学部教授

(敬称略：委員長を除き五十音順)

なお、委員会での議論は、客観性・透明性の確保にも配慮し、配付資料と併せて報道機関に公表している。

(2)募集活動

富士見100景の目的は「富士山の良好な眺望を表彰

する」ことではなく、「富士山をきっかけとして地域の景観を見直し地域づくりに活かす」であるため、募集にあたっては、主旨が理解してもらえるよう工夫した。

特に、「写真コンテストではない」ことを理解いただくため、その旨をパンフレットに明記し、「景観の保全・活用への取り組みが高い」「まちづくりへの展開が期待できる」など、評価のポイントについても記載した。募集広報用のポスター・パンフレットのデザインでは、当初、富士山の美しい写真を利用したもので検討を進めたが、美しい写真を使えば使うほど、写真コンテスト的なイメージを与えてしまうことから、「富士山への景観を活かしたまちづくり」というコンセプトのもと、葛飾北斎の「富嶽三十六景」から「まち」が描かれている「江戸日本橋」を使用しデザインすることとした。

募集活動では、記者発表を行うとともに、関東地方整備局のホームページで応募用紙や募集要項がダウンロードできるようにし、富士山に関連した活動をしている市民団体が運営しているホームページにリンクを貼っていただけようお願いした。

さらに、まちづくりの観点から、自治体から積極的な応募がいただけるように、各都県に「関東の富士見100景」趣旨説明と協力要請を行った。

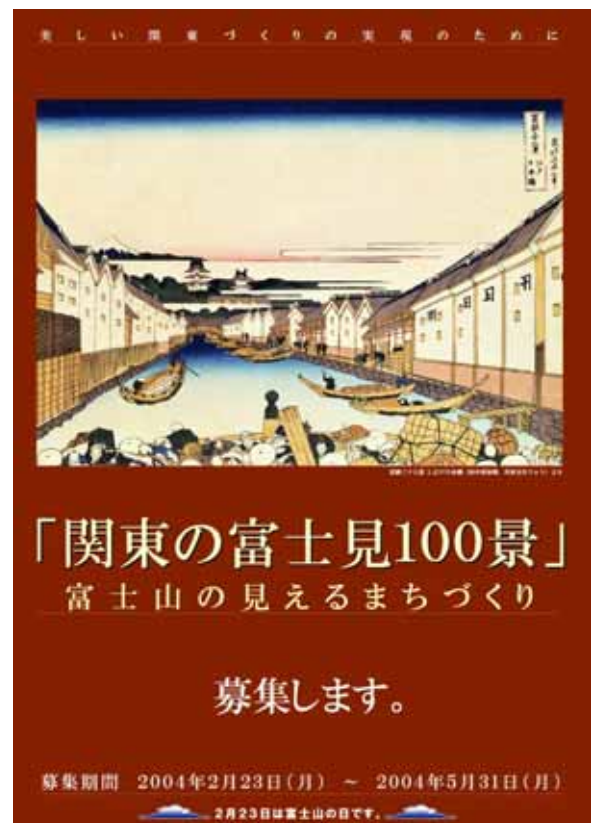


図-2 募集パンフレット(表)

(3)現地確認・ヒアリング

平成16年2月から5月にかけて行った一次募集では、

山梨県や神奈川県を中心に関東地方整備局管内の1都8県、129件(123地点)からの応募をいただいた。

応募の動機や、応募用紙からは確認できない地域の熱意や意気込み等を確認するため、全ての応募箇所の現地確認・ヒアリングを行った。

現地確認・ヒアリングのポイントは以下のとおりである。

a) 現地確認時のポイント

- ・ 応募用紙の写真を撮った視点場を確認
- ・ 富士山がどういう形で見えるかを確認(時期的に見えなければヒアリング時に確認)
- ・ 応募地点の状況確認(公共空間か、危険な場所ではないか、施設はどうか)
- ・ 周辺状況の確認(地域資源があるか)

b) ヒアリング時のポイント

- ・ 応募の動機の再確認
- ・ 応募地点のこれまでの取り組みの確認
- ・ 応募地点のこれからの活用予定
- ・ 地域におけるシンボル性の確認
- ・ 選定された場合の展開についての意志
- ・ 一般からの応募に関しては、施設管理者に対し協働の意志を確認



図-3 現地調査・ヒアリングの状況

(4) 評価資料の整理

応募用紙、現地調査・ヒアリングをもとに、景観評価・活動評価を総合して選定評価を実施した。基本条件である富士山が見える、自由に利用できる、保全活動への関心と「コンセプトの明確さ」を整理し、これをクリアすることを前提に、景観の評価と活動の評価を行った。

a) 景観の評価

選定委員会での委員のアドバイスをもちに、景観の評

価指標を作成し、応募写真や現地調査の写真を確認しながら、景の美しさ、視点場の快適性、対象地点の位置づけ(周辺の景観まちづくりへの展開の可能性)それぞれをとりまとめた。



図-4 応募地点の現地写真

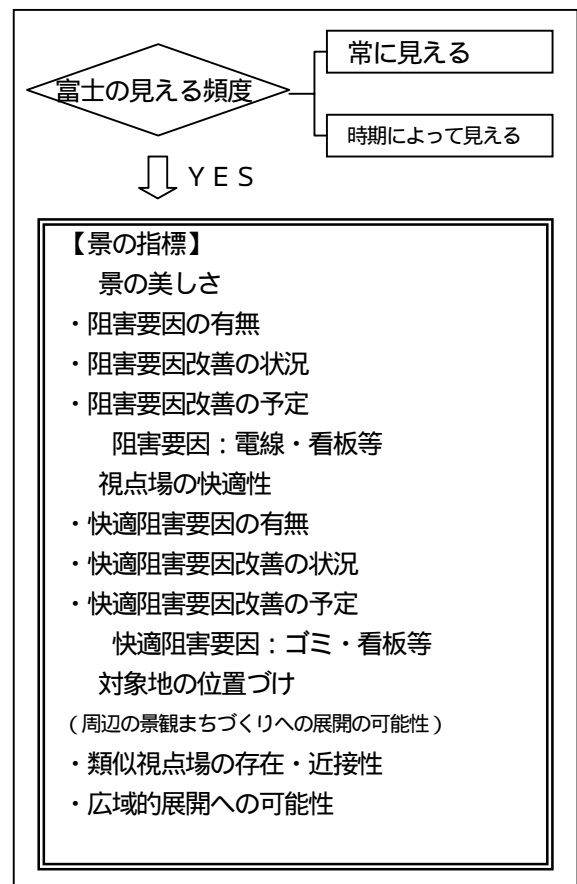


図-5 景観の評価の考え方

b) 活動の評価

活動の評価についても、選定委員会でいただいたアドバイスをもちに、応募地点で住民による活動等があるか、またその活動が富士山を意識したものであるかという点を整理した。

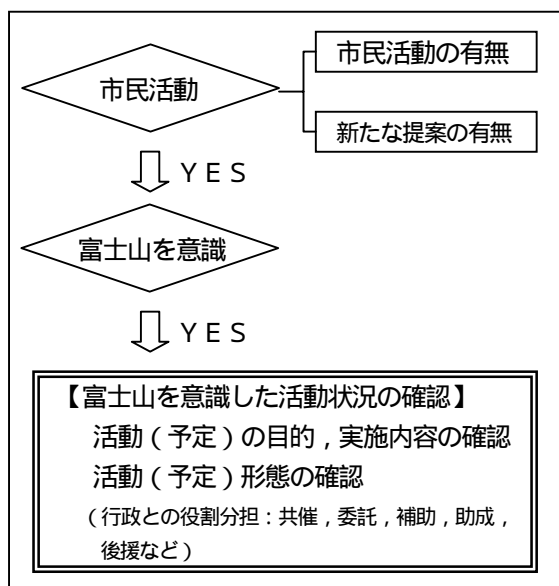


図-6 活動の評価の考え方

(5)選定

全ての応募箇所で、まず先述の景観面での評価を実施し、景観的に評価できる地点については選定とした。条件に満たない地点については、活動面から今後の地域活性化の発展性について吟味し、そこでの評価が高い地点については選定したが、そうでない地点については保留とした。

対象地の位置づけは、隣接する類似視点場との一体性が一つのまとまった景観エリアを形成し、まとまりで見た方がより景観保全のポテンシャルが高まる場合、隣接地点の幾つかをグループ化した。さらに、ひとつの応募景とし評価できる地点でも、観光振興やまちづくり展開としての効果が期待できる場合はグループ化した。

応募方法、応募要項の検討を含め3回の選定委員会を経て、平成16年10月に「関東の富士見100景」の63景(115地点)を一次選定した。

(6)選定結果の通知

選定の結果は、選定、保留を問わず全ての応募者へ文書により通知した。

景観と活動がともに評価され選定された箇所については、選定の決め手となった具体的な理由を通知文に記載した、また、複数の地点をグループ化してひとつの景として選定した箇所については、エリアとして選定するメリットも併せて通知している。

現状では、評価できないが、景観阻害要因への対応計画や景観の保全活動への期待を評価しての条件付き選定の箇所もその理由を通知した。

一方保留となった箇所は、現状で何が評価できなかったのか、今後どのような取り組みを行えば良いのかについて、通知することとした。

これらを通じて、選定、保留を問わず今後の景観形成や地域振興に関するヒントとして役立ててもらい、改善事項を認識していただくようにした。

表-1 都県別一次選定箇所と二次応募箇所(選定箇所の詳細は関東地整ホームページ<http://www.ktr.mlit.go.jp/>へ)

	一次選定			二次募集	
	応募数	応募地点	100景	応募数	応募地点
茨城県	5	4	2	5	5
栃木県	1	1	1	10	8
群馬県	2	2	2	4	4
埼玉県	8	8	5.5	14	13
千葉県	18	17	8	12	11
東京都	20	18	10.5	14	14
神奈川県	29	29	14	26	24
山梨県	42	40	17	47	47
長野県	4	4	3	5	5
合計	129	123	63	137	131

)「荒川下流からの富士」は、埼玉県・東京都にまたがる

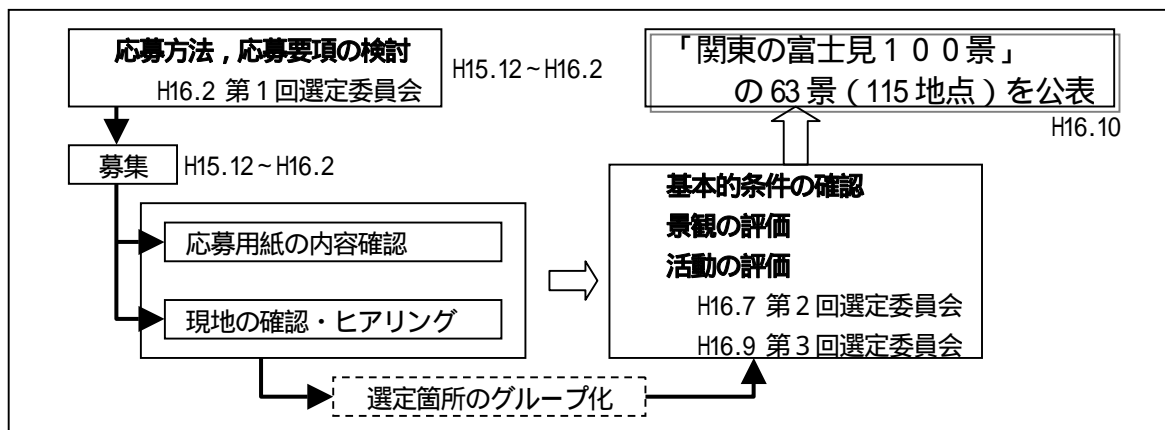


図-7 「関東の富士見100景」選定プロセス



#### 4. 選定後のフォローアップ

##### (1)地域づくり交流会の開催

選定証書の授与式を兼ねて、第1回地域づくり交流会を開催した。この交流会では、個性と魅力ある地域を目指し、“また訪れてみたい地域づくり”に向けて、地域づくり活動を行う人々の継続的な活動展開を支援するための方策のひとつとして、企画したものである。地域づくりの事例や活動について、情報交換や意見交換を行うことにより、人と人とのつながりが深まり、連携・協働の手法をはじめとした情報が共有化され、交流・連携の拡大に寄与できればと考え、選定証書授与式の他に選定箇所でも活動している人々の活動紹介や「富士山の見えるまちづくり」をテーマにパネルディスカッションを行った。

##### (2)地域づくり応援団

選定された箇所は、応募に至った背景や富士見100景に対する期待も違っており、地域の主体性を活かした個性ある地域づくりを展開していくには、選定箇所のニーズを十分把握し、対応していくことが望ましい。

一方、関東地方整備局では、平成15年度に地域のニーズに円滑に対応していくため、地域づくりの主角を担う住民、団体、地方自治体、NPO、企業、町内会、教育関係者などからの相談窓口として、1都8県の1～2の出先事務所に「地域づくり応援団」を設置した。

これら地域づくり応援団を活用しながら、富士見100景選定箇所の地域づくりにおいて、各種制度を活用した良好な景観形成に資する事業の実施などについて、積極的に取り組んでいきたい。また、自治体や市民団体などが協働で実施する地域づくりのコーディネーターとして、継続的な支援をしていきたいと考えている。

##### (3)一次選定箇所の地域づくりのはじまり

一次選定箇所では、富士見100景の選定をきっかけに、具体的な地域づくりが、始まっている。その具体的な例を紹介する。

富士河口湖町では、関東の富士見100景選定をきっかけとして、富士見景観を活かして、心地よい住環境を整え、地域を活性化していくためには、どんな取り組みが必要か、自治体や町民、地域で活動を実践している方々とも意見交換を行っている。

塩山市三窪高原では、富士見100景選定記念イベントとして、「三窪高原ウォーク2005」が塩山市の商工観光課と観光協会の主催で開催され、県内外から約600名が参加した。

茅ヶ崎市においても、景観保全を活動の目的にしてい

る市民団体「まち景まち観フォーラム・茅ヶ崎」が主催者となって、富士見100景の選定委員、早稲田大学佐々木葉教授を講師に、眺望景観の重要性と保全について、勉強会(=講座)が開催された。

山梨市が作成している観光パンフレットでは、富士見100景について、紹介いただくとともに、マップ上に選定箇所を記載し、新たな観光資源としての役割を果たしている。

また、富士見100景の選定をきっかけとして、千葉県野田市のみずき小学校と山梨県富士河口湖町の大石小学校が学校間で交流を始めている。みずき小学校の児童が描いた富士山の絵に加え、大石小学校の児童が描いた富士山の絵など41点を「富嶽407景」として併せて展示。今後は、総合的学習の時間などで交流を深める予定である。



図-8 「富士見100景」選定後の各地の取り組み(左上から)「まち景まち観フォーラム」「三窪高原ウォーク」「みずき小学校の“富嶽407景”」

##### (4)積極的な広報展開

関東地方整備局のH.P.では、トップページに富士見100景のバナーを配置。一次選定箇所及び周辺の観光情報を提供している。また、各地で行われている活動やイベントについても、適宜リンクを貼るなどして紹介している。インターネットを活用し、選定箇所と一体的な広報展開を図っているところである。

その他、一次選定箇所を紹介したパンフレットの作成

と自治体を通じた配布にも積極的に取り組んでいる。

平成16年10月に一次選定されたが、富士山がお正月のイメージとマッチするためか、多くの市町村が発行する公報や市民団体が発行する機関誌の平成17年1月号のトップページに、関東の富士見100景選定に関するニュースが美しい富士山の写真とともに紹介された。お正月に帰省した人々も含め、富士見100景の取り組みはもとより、郷土の代表的な景観として富士見景観の重要性がPRできたと考える。



図-9 「関東の富士見100景」の選定を報じる公報  
(左から木更津市広報 国上市報 とともに  
H17.1)

## 5. 今後の課題

富士見100景のそれぞれの選定箇所を分類すると、大きく以下の4つに分類できると考える。

### a) 観光振興型

富士山のすばらしい眺望を観光や地域の振興に活用しようとするもので、既に富士見景観が観光資源となっている山梨県や神奈川県の子町村の環境部局や観光組合(協会)からの応募が多い。

### b) 景観保全型

都市部における景観保全活動のシンボルとして活用しようとするもので、富士見景観が失われつつある都市部で景観保全活動をしている市民(団体)からの応募が多い。

### c) 活動発展型

地域で環境保全活動や総合学習の支援など、これまで富士山と関連が希薄な活動を行っていたが、選定をきっかけに富士山を活かした活動のバリエーションを増やすことにより、活動の拡大につなげようとするもの。市民団体からの応募が多い。

### d) まちづくり型

富士見景観を意識して行われたまちづくりや、これか

らのまちづくりに、富士見景観を活かしていくため、そのシンボルとして応募したもの。市町村のまちづくりや都市計画部局からの応募が多い。

これらについては、実情に応じて適宜フォローアップを継続していくことが重要であると考えますが、現在行っている富士見100景の広報活動については、全ての一次選定箇所で見込まれている具体的なフォローアップのひとつである。現在、一次選定に引き続き二次募集、二次選定作業を行っており、これと併せて、「関東の富士見100景」の選定箇所を幅広く浸透させていく必要がある。

また、選定箇所の景観保全活動等の景観意識啓発事業業などのソフト対策に関する支援や、良好な景観形成に係わるハード整備などを「地域づくり応援団」を活用しながら着実に推進していく必要がある。

さらに、「関東の富士見100景」をきっかけにまちづくりの効果をあげている自治体や市民の取り組みを積極的に情報発信するとともに、必要があれば顕彰することについても検討していきたい。

## 6. さいごに

今回の一次選定作業においては、応募箇所の全てを現地確認し、応募者や施設管理者へのヒアリングを実施した。地域の方々が地域づくりをどのように考え、どのような要望があるのか、その他様々な意見交換ができた。この過程で地域とのコミュニケーションが始まったことも成果であったと考える。また、現地確認・ヒアリングを通じたコミュニケーションが「関東の富士見100景」が目指す目標を実現するうえで、重要なきっかけであることの認識を新たにしたところである。

「関東の富士見100景」は、市民、自治体の応募者のみならず、マスコミの関心も非常に高く、新聞・テレビなど取り上げられる機会も多かった。マスコミへの露出やホームページ、パンフレットなどの広報などが、「関東の富士見100景」が浸透したことで、現在選定作業中の二次募集では、一次募集を上回る137件(131地点)の応募をいただいている。今回の報告は選定作業を中心に報告させて頂いたが、このプロジェクトはフォローアップの充実が、目標達成の成否の鍵を握っていると考えている。「地域づくり応援団」を軸に選定箇所との継続的に関わりを持ち、協働することにより富士見景観を活かした持続可能な都市を誕生させ、また訪れてみたい地域づくりを実現していきたい。