

公共事業の景観向上効果に関する考察

溝口 宏樹¹・福井 恒明²・角 真規子³・太田 啓介⁴

¹ 正会員 工修 国土交通省大臣官房技術調査課

(〒100-8918 東京都千代田区霞が関2-3-1, E-mail:mizoguchi-h2cb@mlit.go.jp)

² 正会員 博士(工) 国土交通省国土技術政策総合研究所環境研究部緑化生態研究室

(〒305-0804 茨城県つくば市旭1, E-mail:fukui-t92ta@nilim.go.jp)

³ 非会員 (株)地域開発研究所

(〒110-0015 東京都台東区東上野2-7-6 東上野T.Iビル, E-mail:kado@rdco.co.jp)

⁴ 正会員 工修 (株)オリエンタルコンサルタンツ社会環境事業部

(〒150-0036 東京都渋谷区南平台町16-28 グラスシティ渋谷, E-mail:ohta-ki@oriconsul.co.jp)

本研究では、公共事業による景観向上の効果の考え方の検討を行うため、景観上の配慮を行った事例調査を行ったものである。事業の概要や経緯、設計意図を整理した上で周辺住民へのアンケートや利用者・周辺施設・市民団体へのヒアリングや現地調査を実施し、事業による景観向上の結果生じたと考えられる事項を把握した。これらを横断的に整理し、公共事業による景観向上がもたらす効果として、「意識に与える効果」「活動に与える効果」「空間に与える効果」の内容を具体的に示すとともに、景観向上の波及効果として、地域経済に与える効果や外部評価の向上についても指摘した。

キーワード：公共事業、景観整備、整備効果、事後評価、アンケート

1. はじめに

(1) 背景と目的

国土交通省は2007年3月に「国土交通省所管公共事業における景観検討の基本方針(案)」を公表し、同4月より運用を開始した。同基本方針(案)では景観上の重要性が高いと判断される「重点検討事業」について、事業完了後数年程度が経過した後、当該事業の「景観整備方針」に照らして事後評価を実施するものとしている。

事後評価の視点としては、まず、計画・設計段階で検討した景観整備方針が実現しているかどうかの確認が必要である。さらに、公共事業の実施に関する説明責任を果たす必要が高まる中で、景観の向上が地域にどのような効果をもたらしたかを確認し、事業の成果としてわかりやすく示すことは重要である。それは将来実施する事業の計画・設計においても活用すべき有用な知見であると考えられる。

景観向上による効果を実証的に把握することについては、いくつかのケーススタディが実施され、基

本的な考え方は提示されているものの、事後評価として一般的に実施できるような知見の蓄積はなされていない。

そこで本研究では景観への配慮がなされた代表的事例に対する調査によって景観向上の効果を把握し、これらを横断的に整理して、「公共事業における景観向上効果」として具体的な項目を提案することを目的とする。

(2) 研究の位置づけ

公共事業の景観向上効果については、境川¹⁾、津和野川²⁾、自動車道³⁾でのケーススタディがあり、景観向上の効果としてどのような事項があるかが指摘され、アンケート等によってその実態が把握されている。また、雑誌に掲載された利用者のコメント分析により景観整備の評価項目を整理した研究⁴⁾では景観向上効果を俯瞰的に示している。

既存研究の成果を踏まえ、本研究は、公共事業の事後評価実施の際に参照されることを前提に、公共事業による景観向上効果について、横断的な整理を

行い、具体的な項目を提案しようとするものである。

2. 景観向上効果の考え方と整理

(1) アウトカムとしての景観向上効果

政策評価を行う場合、施策・事業による直接的、物理的の結果のことを「アウトプット」という。公共事業においては、整備によってできあがった施設や空間がこれに相当する。こうしたアウトプットを意味や価値に置き換えたもの（成果）が「アウトカム」である。前掲の既往研究では、公共事業で景観が向上したことによるアウトカムを捉えようとするものである。本研究も同様の立場をとり、公共事業の実施や適切な維持管理により、景観が向上することによってもたらされる様々な成果（アウトカム）を「景観向上効果」と呼ぶ。

(2) 評価主体

景観向上効果の評価主体としては、地域住民や来訪者、景観の専門家、事業主体、マスコミ・メディア等が考えられ、主体によって効果の意味やその発現傾向が異なると考えられる。本研究では、公共事業（特に景観を重視する場合）の主な受益者である、「地域住民や来訪者」を評価主体として設定する。

(3) 着目する価値

景観向上の価値を幅広く捉えれば、造形・空間の価値（計画・デザインの良し悪し、維持管理の良し悪しがもたらす物理的実態に関する価値）、機能の価値（事業が人の意識や利用者活動に与える効果による価値）、経済的価値（交流人口増加、地価の上昇、産業活性化など、経済活動に与える価値）等が考えられる。

これらはどれも重要な価値だが、景観を重視する公共事業の直接的な受益者が主に住民や利用者であることから、本研究では「機能の価値」に着目する。

(4) 本研究における景観向上効果の整理

既往研究では、公共事業による景観向上の効果について、①周辺住民等の「意識変化」、②事業によってつくられた施設・空間を利用する人々の「活動変化」、③事業の実施がその周辺に影響を与えることによる「空間変化」に着目している。また、それらの前段階として、事業に対する「認知」が指摘されている。本研究でもこの分類を踏襲するが、これ以上の細かい項目については既往研究では十分に提案されていなかった。そこで本研究では、既往研究

の内容やいくつかの事例における事前調査等をもとに、景観向上効果として想定されるより具体的な項目を仮説的に提案する（表-1）。

3. 景観向上効果把握のための事例調査

(1) 事例の選定

「景観向上効果」を具体的事例において把握するために、事例調査を行った。対象とする事例は、景観向上効果が明確に把握できるよう、効果が大きいと考えられる事例を選定した。まず、土木学会デザイン賞（2001～2007年度）の受賞作品すべてをリストアップし、これに加え、景観向上効果を把握しやすいと思われる、地元に着した整備事例を加えて候補リストとした。これらの中から、景観向上効果を網羅的に把握できるよう、整備の種類（新規整備か改修か）、事業の総合性（単体の事業か複数の施設整備か）、事業規模の大小、パブリックインボルブメントの実施の有無、主な利用者の属性（地域住民の日常的な利用か、来訪者の利用か）等に配慮して調査対象事例を選定した。その結果、表-2に示す13事例を選定した。

(2) 調査の方法

景観向上効果を把握する際には、発現した効果をできるだけ直接的に捉えることが重要であると考えられる。そのため、活動の現状や空間など、外部から見えるものに関しては現地における観察によることが適切である。一方、人の意識や活動の変化など観察では捉えにくいものは、ヒアリングやアンケート等の意見聴取による調査が適当だと考えられる。そこで、景観向上効果の具体的な調査手法として、現地観測調査、アンケート調査、ヒアリング調査の3種から、調査内容に適した手法を選択する。また、的確な調査を行うには、事前に対象事例の概要や計画・設計意図、経緯について十分に情報を収集し、整理することが有効である。

以上を踏まえ、事例調査は次の3段階で実施した。
①事前調査 施設周辺の概要や対象事例に関する計画・設計の意図等について、事前に、文献の収集や、計画・設計者へのヒアリングを実施する。「景観向上効果を意識して整備した内容・箇所」及び、効果の具体的内容として「期待する効果」を抽出・整理する。

②現地での調査 現地観測調査では、利用者の活動や施設周辺の建築物・施設等における景観向上効果を確認し、整理する。アンケート調査の対象は、主

表-1 景観向上効果の分類と具体的項目の想定

分類	項目	例
認知	①整備した空間の機能向上に対する認知	
	②整備した空間の印象向上	
意識変化	①機能評価	・「使いやすくてよい」など、整備された施設・空間の機能に対する評価
	②造形・空間の印象評価	・「雰囲気がよくなった」、「気持ちいい」、「自然環境に馴染んでいる」など、整備を通じて施設・空間の印象が向上した 等
	③親しみ・愛着	・「整備されて川に親しみが持てるようになった」など、景観整備によって施設・空間に意識が向い、地域住民などが親しみや愛着を抱くようになった ・景観資源・歴史的構造物等を保存・顕在化した整備の結果、既存の魅力的景観が顕在化され、地域の景観に対する意識（親しみ・愛着）が高まった ・事業プロセス（ワークショップ、出前講座・シンポジウム等）への参加を通じて地域の景観に対する意識が向上し、整備された施設や空間、周辺地域に対してより親しみを持つようになった 等
	④誇り	・事業プロセスへの参加等を通じて、施設や空間、地域に対して「自分たちがつくった」という誇りが生まれた ・景観整備により、地域の代表的な景観・空間として認知・評価されたもの 等
活動変化	①利用形態・頻度等の変化	・散策の頻度、散策路の変化、通勤通学路の変化 ・休憩、滞在時間の変化 ・近所の子供等による遊び場としての利用 ・水面を利用した遊びの発生（海水浴、釣、磯遊び） ・待ち合わせ場所としての利用 ・障害者、高齢者の積極的利用 ・利用者、来訪者の増減 ・ヨット等の船舶による水域の利用活性化 等
	②商業活動の活性化	・商業目的のイベントの開催、商業活動の活性化（フリーマーケット等） 等
	③地域活動（イベント・行事）活性化	・祭り等の地域行事の開催（花火の見物会場等） ・花見等、自然を活かしたイベントの開催 等
	④環境保全、学習活動	
	⑤施設を核とした避難体制の構築	
	⑥近隣住民同士の会話の場	
	⑦利用ルールの形成	
	⑧樹木の手入れ、花壇等の設置	
	⑨清掃等の維持管理活動	
空間変化	①商業活動の変化	・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、通行者を客とした商業活動の変化 ・テラスの設置などによるオープンカフェやホテルなど、整備施設を借景とした商業活動の変化 等
	②建物ファサード変化	・沿道建物の修景、枝線路地の修景など、既存建築物のファサードの変化 等
	③軒先空間の変化	・軒先への花壇の設置等軒先空間の変化 等 (看板等のしつらえの変化、プライバシーの保護のための変化も含む)
	④周辺景観の改善 （緑化、対岸の景観改善等）	・自然環境・景観資源・歴史的構造物等を保存・顕在化した整備を行った結果、既存の魅力的景観が保全・顕在化されるとともに、類似した手法が周辺整備に波及した ・地域の自然環境や生態系・水循環等の保全・再生を図る、周辺の自然環境を保全しつつこれと一体的な整備を行うなどによる、周辺地域の生態系の多様化、豊かな自然環境の創出 ・周辺景観を眺める新たな視点場が整備により形成されたことにより、見られる対象となる周辺の景観の改善が図られた 等
	⑤周辺施設の連帯性の向上	・周辺商業施設の出入り口の付け替えが行われるなど、周辺商業施設との連帯性の向上 等
	⑥視点場の形成	・整備された施設を眺める新たな視点場が整備された ・周辺の景観資源を顕在化させるような視点場を新たに形成した (地域の魅力的な自然環境や景観資源に配慮し、その景観的魅力を活用し道路内部景観に取り込み、顕在化したもの（山アテ道路等）、周囲の景観資源との視覚的関係性を意識した橋詰め広場やバルコニー、歩道配置等により、その資源を顕在化させた橋梁整備 等) 等

に施設周辺の住民とし、施設に対する印象評価、整備前後における印象の変化、日常的な利用の内容、整備前後における利用の変化等について調査する。これと計画・設計意図とを比較することにより、景観整備による波及効果を捉えることができる。なお、来訪者の利用が中心と思われる事例については、周辺住民のみを対象とするのではなく、現地での利用者全般とする。ヒアリング調査では、調査対象を利用団体とし、アンケート調査と同様の項目についてより詳細を聴取する。

③調査結果の整理 以上の調査結果を整理する。

4. 調査例（油津堀川運河・夢見橋）

紙面の都合上、すべての事例を掲載することができないので、代表例として、油津堀川運河・夢見橋の例を紹介する。

(1) 事業概要

表-2 調査対象事例と想定される景観向上効果

区分		都市・地域	公園	河川			海岸	道路	街路	橋梁		駅前広場	港湾	
事例番号		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
名称		まちなみ整備 金山町	豊田市 児ノ口公園	基町護岸 太田川	河川整備 津和野川	岸公園	指宿海辺の 散歩道	福島西道路	やちむん通り 壺屋	勝山橋	油津堀川運河・ 夢見橋	周辺地区整備 日向市駅	地区環境整備 門司港レトロ	汽船道
所在地		山形	愛知	広島	島根	島根	鹿児島	福島	沖縄	福井	宮崎	宮崎	福岡	神奈川
竣工年		—	1995	1983	1996	1999	1994	1998	1998	2000	2007	—	—	1997
土木学会デザイン賞 受賞年度		2007	2004	2003	2002	2003	—	—	2003	2006	—	—	2001	2001
(目次)	事業の特性	整備の種類	改修	改修	改修	改修	改修	新規	改修	改修	新規	改修	新規	新規
		事業の総合性	総合	単独	単独	単独	総合	単独	単独	単独	総合	総合	総合	単独
		規模	大	小	大	小	小	大	小	大	小	大	大	大
		PI実施	実施	実施	—	—	—	実施	実施	—	実施	実施	実施	—
		主な利用者	住民	住民	住民 来訪者	住民 来訪者	住民 来訪者	住民 来訪者	住民 来訪者	住民	住民	住民 来訪者	住民 来訪者	住民 来訪者
想定される整備効果	意識変化	①機能評価	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○
		②造形・空間の印象評価	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		③親しみ・愛着	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○
		④誇り	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	活動変化	①利用形態・頻度等の変化	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		②商業活動の活性化	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		③地域活動活性化	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		④環境保全、学習活動	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		⑤施設を核とした避難体制の構築	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		⑥近隣住民同士の会話の場	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		⑦利用ルールの形成	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		⑧樹木の手入れ、花壇等の設置	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		⑨清掃等の維持管理活動	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	空間変化	①商業活動の変化	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		②建物ファサード変化	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		③軒先空間の変化	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		④周辺景観の改善	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		⑤周辺施設の連帯性の向上	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		⑥視点場の形成	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

○想定される効果 ●想定される効果のうち、設計意図や現地の状況から特に注目すべきだと考えられる効果

油津港堀川運河は、江戸初期に、地場産材・飫肥杉の搬出のための運河として開削された。昭和初期までは飫肥杉搬出場として繁栄した、歴史的石積護岸等の残る歴史的施設である。

水質悪化により運河埋め立ての計画が1976年に策定されたが、これに対する市民の反対運動により歴史的港湾施設として再生されることになり、1994年に「歴史的港湾環境創造事業」の指定を受けた。その後、専門家による現地視察をきっかけとした文化財調査によりその価値が認められ、堀川運河の石垣等の保存・修復を軸に堀川運河を中心としたウォーターフロント・デザイン、地区全体の魅力的なまちづくりが進められている。

運河に架ける木橋・夢見橋の整備においては、地場産木材である飫肥杉の利活用、維持管理のための供給システムの構築をめざし、県・市・地元木材関係者・設計者による協議・調整等を行った。地元大工有志がボランティアで1/5あるいは原寸の模型製作を行うなど、地元の自主的な取り組みが進んでい

る。行政、専門家、地域住民等が一体となった検討体制＝「油津地区・都市デザイン会議」を構築し、様々な事業調整・連携を図っている。

(2) 対象施設

景観向上効果の調査対象とする夢見橋（図-1、写真-1）は、歩行者専用の木橋（屋根付きゲルバー桁橋）であり、屋根全長：45.60m、橋長：18.45m、幅員：3.6m（最大4.7m）である。事業主体は宮崎県である。

(3) 設計意図の整理と期待される景観向上効果

文献調査ならびに計画・設計者へのヒアリングより、設計意図として次のような点があげられる。①親水性の高い歩行・滞留空間の創出・回遊性の向上、②地域のシンボルとなる歴史的景観資源を意識した整備、③地域性の演出。

こうした設計意図から期待される景観向上効果を表-3に整理した。

(4) 調査方法

本事業を通じて、市民の自主的なまちづくり活動への意識が高まり、市民を主体とする自主的な検討組織の設立や地域活動の活性化等、市民意識・行動に係る多様な効果を生んでいることから、主な調査対象主体は、事業対象地近傍の住民だけではなく、より広範に、油津地区住民と設定した。

く、より広範に、油津地区住民と設定した。

アンケート調査は、利用者（市外、県外からの来訪者も含む）を対象とした現地での聞き取りアンケート調査と日南市油津地区の住民 1000 人（無作為抽出：男女均等、年齢層は人口比率での均等抽出）を対象とした郵送式アンケート調査を行った。アン



図-1 夢見橋の配置および調査範囲等



写真-1 夢見橋と堀川運河



写真-2 橋上ベンチでの休憩



写真-3 屋根下でのピクニック



写真-4 隣接施設の整備（駐車場）



写真-5 橋に向けた椅子

表-3 夢見橋の設計意図と期待される景観向上効果

設計意図		期待される景観向上効果		
意図	具体的内容	意識変化	活動変化	空間変化
①親水性の高い歩行・滞留空間の創出・回遊性の向上				
木材の使用による人の利用にやさしい歩行・滞留空間の創出	利用者の利用の快適性に配慮し、地場産材の飫肥杉をふんだんに使用した屋根付き人道橋を整備し、人にやさしく快適な歩行・滞留空間を創出した		・夢見橋を通勤・通学・近道等で利用している ・夢見橋周辺を歩く回数が増えた ・屋根付橋で休憩するようになった	
運河兩岸を結ぶ橋梁の整備による回遊性の向上	地区全体の回遊動線を検討した上で、運河を挟んだ対岸相互の行き来に配慮し、夢見橋の整備による回遊性の向上を図った			
②地域のシンボルとなる歴史的景観資源等を意識した整備				
歴史的な石積み護岸や周辺景観整備を顕在化させる視点場（夢見橋）の整備	堀川運河に架かる「夢見橋」を新たな視点場として活用し、運河の歴史的な石積み護岸や関連事業等の景観整備により形成された魅力的な景観資源を顕在化させた	・夢見橋から運河を眺める ・観光名所として人が訪れるようになった ・イベント等が開催されるようになった	・再生した運河を眺める視点場の形成 ・運河へ向いた建物 ・再生した運河を眺める視点場となるレストランの建設 ・運河に向いた建物の増加	
③地域性の演出				
地場産材の飫肥杉や飫肥石の活用による地域性の演出	地場産材である飫肥杉・飫肥石を活用した	・歴史的資源に対して誇りを持つようになった ・飫肥杉や飫肥石により地域らしさを感じる ・地域の景観に対して愛着を持つようになった	・杉利用に関する情報普及 ・清掃等の維持管理活動を行う	・飫肥杉や飫肥石などの地域の素材の利用が進む
地域の寺社を参考とした素材の採用	鵜戸神宮を参考とし、屋根は銅板とした			
地場産材・工法の活用による地域性の演出と地場産業の活性化	地場産材である飫肥杉の木材供給システムの構築をも視野に入れて、地元職人の技術と伝統的な工法を採用して地域性の演出と地場産業活性化を図った			

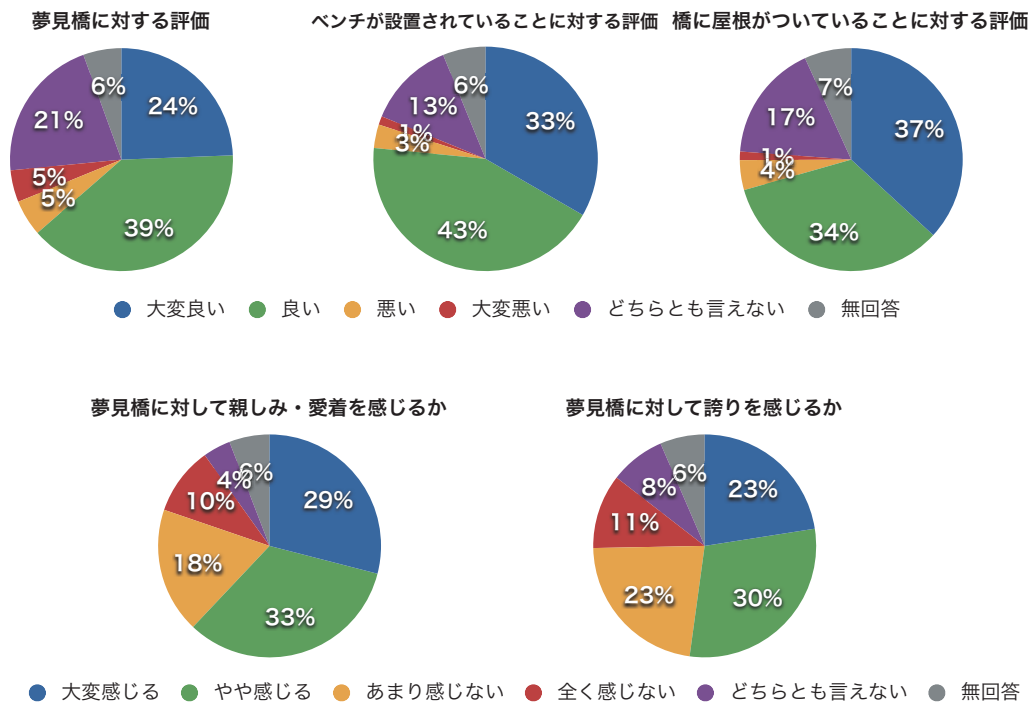


図-2 夢見橋の景観向上効果（意識変化に関する項目，抜粋）
（油津地区住民アンケート N=324）

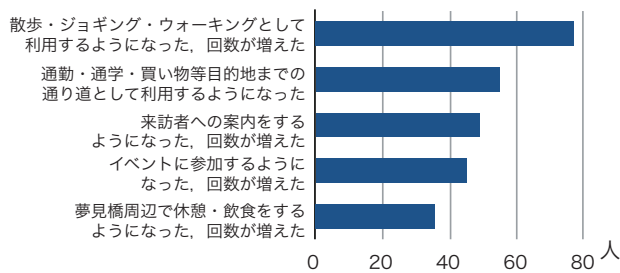


図-3 夢見橋の景観向上効果（活動変化に関する項目，抜粋）
（油津地区住民アンケート N=305）

ケートの内容は、夢見橋に関する、認知、評価（地場産材の利用、屋根の設置、ベンチの設置等）、愛着・誇りの有無、夢見橋周辺の利用頻度とその整備前後の変化、整備による活動変化等である。聞き取りアンケートの標本数は82、郵送アンケートの回収数は324（回収率32.4%）であった。

ヒアリング調査の対象は、事業実施当時の担当者を中心とした事業主体関係者ならびに施工会社代表者とし、意識変化等について具体的な効果を聞いた。また日南市の協力の下、長年、日南地区のまちづくりに関わっている住民の方にも利用団体としてヒアリングを実施した。その他、夢見橋及び堀川運河沿いに面する建設物所有者及び勤務者、写真撮影で夢見橋を利用している写真館を対象にヒアリングを実施した。

現地観測調査については、できるだけ多くの利用実態を捉えるため、平日と休日の両日調査を行った。

表-4 夢見橋の景観向上効果（活動変化と空間変化に関する項目，特記なき項目はヒアリングによる，抜粋）

景観向上効果	調査結果
活動変化	
③地域活動活性化	事業者、住民、木橋建設関係者を中心に「堀川に屋根付き橋をかくっかい実行委員会」が結成され、市民が木橋の完成を祝うイベント（上棟式、竣工式）が企画・実施された（竣工式に約5,000人が参加）
④環境保全・学習活動	小学校の総合学習で、夢見橋の見学を実施、施工法や屋根のある理由を事業者、施工者が説明
⑨清掃等の維持管理活動	整備をきっかけに清掃活動を始めた。毎日実行している。夢見橋に面した会社の駐車場を清掃するようになった
空間変化	
③軒先空間の変化	夢見橋に面する駐車場を整備、舗装を改修し、花壇を設置（写真-4）
④周辺景観の改善	自宅や店舗を堀川運河や夢見橋に配慮した改装を実施（9名／アンケート324名中）夢見橋や堀川運河が見えるように垣根や塀を変えた（1名／アンケート324名中）
⑥視点場の形成	夢見橋に向けてベンチを設置した。自分たちの庭のように思っ利用している（写真-5）
その他	
・木橋建設を通じた地場産材に関する新技術開発 ・市役所内に「飼肥杉課」設立、既存組織を横断して飼肥杉普及をプロモーション ・外部の関心の高まり（関係者への講演依頼、視察者増加、テレビ・雑誌・新聞等の取材）	

(5) 調査結果

a) 意識変化

意識変化に関する調査結果の抜粋を図-2に示した。夢見橋全体に対する評価は63%が肯定的で、

ベンチや屋根の設置についての支持率も7割以上と高い。親しみ・愛着についても6割以上が感じているが、誇りを感じている人は相対的にやや低く見える。「誇り」に関しては、13事例全体で見た場合、大規模・複合的な事例で高く、小規模・単体の事業では相対的に低い傾向が見られる。夢見橋では地場産材を使い、地元の技術により実現したことが周知されていることから、小規模な事業としては「誇り」の評価は高く出ているものと思われる。

b) 活動変化

活動変化の発現には、活動を担保する条件（施設の近傍に住居や職場がある等）が必要となるため、全体に対する効果発現の割合は意識変化に比べて小さくなると考えられる。図-3で最も効果が高く出た「散歩・ジョギング・ウォーキングの利用」は全体の1/4程度である。しかし、4人に1人の活動が変わった、と考えれば、その効果は大きいと捉えるべきであろう。

現地観察調査でも活動変化は捉えられており、橋上のベンチでの休憩（写真-2）や、屋根の下で子供たちがピクニックをする（写真-3）といったことが日常的に見られる。これは意識変化の項で把握された、ベンチや屋根の存在に対する肯定的な評価と整合する。また、ヒアリングにより、住民による維持管理活動が始まっていることや（表-4）、近傍のデイサービスセンターでは夢見橋を行き先とした散歩を実施していること、近所の写真館では結婚記念写真を夢見橋で撮影している、といった利用も抽出された。

c) 空間変化

空間変化は活動変化に比べてさらに発現の割合は小さくなる。周辺の建物の更新や公共事業の実施といった機会に効果が発現する可能性があるが、それ以外は景色のよい方向に向けてベンチを置くといった、小規模・仮設的な効果が中心とならざるを得ない（写真-5）。それでも夢見橋の場合は、竣工後短期間しか経過していないにもかかわらず、住宅や住宅外構、駐車場の改修において、明確に橋と運河を意識した例が複数あり（表-4）、空間変化についても着実に効果が出ていると判断すべきであろう。

d) その他の効果

2章で整理した「意識」「活動」「空間」の各変化の他に、より高次の効果として、地場産材の活用、技術開発、これを後押しする市役所の体制構築（飢肥杉課設立）が見られた。また、講演依頼や視察者、メディア掲載の増加といった外部の関心の高まりは、地域の価値を高める端緒としてきわめて重要な景観向上効果であると捉えられ、こうした点が具体的

的に捉えられたことの意義は大きい。

5. 景観向上効果に関する考察

13事例の調査結果を踏まえ、表-1で示した景観向上効果の分類を改善した（表-5）。表-1からの大きな改善点として、油津堀川運河・夢見橋の事例でも指摘した、地場産業の活性化など「地域経済に与える効果」と、外部からの表彰やマスメディアへの露出といった「外部評価の高まり」を新たに分類として追加した。

また、この分類を用いて、把握された景観向上効果の代表的な具体例を表-6に示した。

6. 結論

(1) 本研究の成果

本研究では景観への配慮がなされた13事例に対して、景観向上効果を調査し、その結果を横断的に整理した。これにより、既存研究における景観向上効果の分類を具体的なものに改善し、また、公共事

表-5 本研究の結果改善した景観向上効果の分類

分類		例
整備された空間に対する認知・印象		①整備した空間の機能向上に関する認知 ②整備した空間の印象の向上
意識に与える効果		③親しみ・愛着、誇りの向上 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 ⑤景観やまちづくり、環境等に関する意識の高まり ⑥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利用の増加 ②利用の多様化 ③コミュニティの形成
	団体活動、維持管理活動に与える効果	①イベントの開催 ②維持管理活動の実施 ③地域活動団体の活動の発展
空間に与える効果	隣接する空間整備に与える効果	①建物の形態、ファサード、意匠等の変化 ②建築外構の変化 ③公共空間整備の拡張
	周辺の空間整備に与える効果	①周辺施設整備との連携 ②視点場の形成
	良好な景観形成に寄与する制度等の構築	①景観条例、景観計画等の策定 ②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地場産業の活性化 ②観光振興・交流人口の増加 ③民間投資の誘発
外部評価の高まり		①外部機関（専門家）からの表彰 ②マスコミ・マスメディア掲載の増加 ③地価の上昇、居住者の増加

表 - 6 景観向上効果の具体例

景観向上効果の分類		具体例（ ）内は事例番号		
整備された空間に対する 認知・印象	①整備した空間の機能向上に 関する認知	・「周辺住居の風通しが良くなり、公園内も涼くなった」 ・「車の通行が少なく、安全である」 ・「幅の広い歩道、ゆとりのある沿道空間が生まれた」	(2) (4) (7)	
	②整備した空間の印象の向上	・「木橋に飴肥杉と飴肥石を使ったところが良い」 ・「川と触れ合える雁木があり、魅力を感じる」	(10) (3)	
意識に与える効果	①親しみ・愛着、誇りの向上	・「整備前と比べて、今現在の方が愛着や親しみを感じる」 ・「整備前と比べて、今現在の方が誇りに感じる」 ・「大切な場所である」「心の支えである」	(8 他) (9 他) (5)	
	②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	・「石積みの堰や水路と、その脇の小路の風景が好きである」 ・「広島の水辺でもっとも好きな場所である」 ・「観光地事例Ⅵの拠点として認知されている」 ・「街のシンボルになったと感じる」	(1) (3) (6) (11)	
	③景観やまちづくり、環境等 に関する意識の高まり	・施工者の意識変化（環境教育漫画の自費出版、研究会） ・「津和野町まちづくり検討委員会」発足の布石となる ・（ワークショップや清掃活動への参加を通じて）「私たちの道路」「大切に 使いたい」という意識の発生	(2 他) (4) (7)	
	④住民、行政、設計者、施工 者の信頼関係の構築		(11)	
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利用の増加	・川沿いでの散歩・散策・ウォーキングの回数の増加 ・利用者層の拡大 ・散歩ルートの変化（整備されてから通えるようになった）	(4 他) (2) (13 他)
		②利用の多様化	・結婚式の記念撮影の場としての利用（6組撮影） ・自分の描いた風景画をベンチに並べて紹介 ・ボーイスカウトの学びの場、環境学習の題材 ・雁木タクシーでの夕涼みクルーズの実施 ・子供たちの遊び場としての利用	(10) (12) (2 他) (3 他：写真左) (4 他：写真右)
		③コミュニティの形成	・井戸端会議の場の形成 ・散歩仲間同士の交歓の場の形成 ・花木の手入れを通じた、住民同士の会話の場の形成	(1) (3 他：写真左) (7 他：写真右)
	団体活動、維持 管理活動に与え る効果	①イベントの開催	・地域団体企画運営による、年間数回の稲作イベントの開催 ・各種イベントの通年の開催（青空市、花火大会、ウォーキング大会等） (3「映画上映会」：写真左、7「こどもでコンサルティング」：写真右)	(2) (12 他) (3 他：写真左) (7 他：写真右)
		②維持管理活動の実施	・利用ルールの設定（「自己責任」「危機管 理」「自然共生」等） ・樹木の手入れ等、美化活動の発生 ・個人や地元団体による定期的な清掃活動 の実施 ・地域情報誌の発行	(2 他) (1 他) (3 他：写真) (12)
		③地域活動団体の活動の発展	・整備をきっかけとした新たな地域活動団体の発足 ・地域団体の運営企画によるイベント数の増加 ・地域団体の規模の拡大 ・他地域や他団体との交流・連携の発生 ・管理協定やボランティアサポートプログラム協定の締結など、地域団体と 行政との連携の発生	(8 他) (12 他) (1 他) (2 他) (3 他)

表 - 6 景観向上効果の具体例（つづき）

空間に与える効果	隣接する空間整備に与える効果	①建物の形態、ファサード、意匠等の変化	・ 背後施設の建替（ホテルロビーから遊歩道への接続） ・ 通景空間の設置（ナビオス横浜） ・ 整備後における、景観に配慮した建物の外観の修景 ・ 整備をきっかけとした屋内空間の改装	(6：写真左) (13：写真中) (4他：写真右) (事例8)
		②建築外構の変化	・ 隣接する家屋の外周りににおける花壇の設置 ・ ブロック塀の撤去 ・ パーゴラ・ベンチ等の休憩施設の設置	(7他) (6他：写真左（旧）、中（新）) (10他：写真右)
		③公共空間整備の拡張	・ 湖岸の周遊ルートのさらなるネットワーク化 ・ 枝線路地の修景（舗装等の一体的整備）	(5) (7)
	周辺の空間整備に与える効果	①周辺施設整備との連携	・ デザインを踏襲した周辺施設の整備(3他：写真沿川の親水テラス) ・ 周辺拠点との連携強化(5：夕陽スポット整備の提言の契機、3：背後公園間の道路移設他) ・ 整備により関わりの生まれた専門家との周辺整備の実施	(9：堤防の照明・街路整備等)
		②視点場の形成	・ 跳ね橋等の新たな視対象の創出と、既存資源の活用による視点場の形成	(12)
	良好な景観形成に寄与する制度等の構築	①景観条例、景観計画等の策定	・ 北九州市景観条例における“都市景観整備地区”への指定、および関門景観条例の制定	(12他)
		②景観形成に関する協議会の設置	・ 土地区画整理事業における地区協議会の設置	(7)
	地域経済に与える効果	①地場産業の活性化	・ 公共事業における地場材活用の標準化 ・ 地場産業をとりまく技術・人材の活用および育成 ・ 地場産業に関わる情報の積極的な発信	(1他) (10他) (11他)
		②観光振興・交流人口の増加	・ 観光客数の増加、観光消費額の増加 ・ 周遊型観光の促進	(12) (4)
		③民間投資の誘発	・ 水辺の魅力を活かした商業施設の立地 ・ 周辺地区でのマンション立地による居住促進	(12他：写真左) (12他：写真右)
外部評価の高まり	①外部機関（専門家）からの表彰	・ 土木学会デザイン賞受賞 ・ 専門家や他自治体からの視察者の増加 ・ 自治体における景観100選への選出	(9他) (1他) (7)	
	②マスコミ・マスメディア掲載の増加	・ 観光ガイドへの掲載 ・ 映画やドラマ、TVCM撮影を通じたメディア登用機会の増加	(8他) (5他：写真)	
	③地価の上昇、居住者の増加	・ 周辺地価の上昇、マンション建設時のPR材料として活用 ・ Uターン者の発生、居住者の増加	(2) (12他)	

業における景観向上効果として具体的な項目を提案した。これにより、今後実際の事業において事後評価を実施する上で有用な知見を得ることができた。

今後我が国の人口が減少して行く中で、地域の健全な生活基盤を確保していくことは重要である。本研究で対象とした景観向上効果は、生活者の視点に立脚しており、今後の公共事業の目的のひとつとして重視すべき点を示唆していると考えられる。

(2) 今後の課題

本研究で整理した景観向上効果は、住民や利用者の評価や、利用者の活動を対象としている。そのため、山中の道路や砂防施設など、人の日常的な活動を前提としない公共事業における景観向上効果は、本研究のアプローチでは十分に把握できないと考えられる。こうした事業における景観向上効果の把握について、別途考え方を整理し、手法を検討する必要があると考えられる。

また、本研究における調査を踏まえて、景観向上効果に関する事後評価手法を整理し、実際の事業に適用できる知見を調える必要がある。そして、事後評価の蓄積によって本研究の成果を検証し、より適切な景観向上効果分類への改善、項目の更新を行う必要がある。

謝辞：本研究の実施にあたり、「公共事業の景観整備効果に関するアドバイザー会議」の篠原修座長、齋藤潮委員、佐々木葉委員、中井祐委員にはご指導・ご協力を頂きました。また、調査対象事例の事業者、関係者、周辺住民、利用者の皆様には資料の提供、ヒアリング、アンケート調査等にご協力いただきました。ここに厚く謝意を表します。

本研究は平成 19 年度景観形成事業推進費（調査分）の採択を受けて実施したものです。

参考文献

- 1) 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
- 2) 後藤祐樹，篠原修：景観整備事業に関する複合的事後評価手法の研究～津和野川をケーススタディに～，景観・デザイン研究講演集，No.2，pp.137-146，2006
- 3) 福井恒明，角真規子，鈴木洋，兼子和彦：景観整備事業の効果と評価手法に関する研究～横浜・汽船道をケーススタディとして～，景観・デザイン研究講演集，No.3，pp.98-107，2007
- 4) 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