

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

笠間 聡¹・松田 泰明²

¹正会員 (独)土木研究所 寒地土木研究所 (〒062-8602 北海道札幌市豊平区平岸1条3丁目1-34)
E-mail: kasama@ceri.go.jp

²正会員 (独)土木研究所 寒地土木研究所 (〒062-8602 北海道札幌市豊平区平岸1条3丁目1-34)
E-mail: y-matsuda@ceri.go.jp

近年、公共事業の効率性がより求められる中、整備効果の明示や、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。

本研究は、筆者らの先行研究において提案した、景観の効果の発現プロセスに関する試案の検証およびそれら効果の発現状況の評価手法について検討を行うためのものである。全国の優れた景観形成の取組み事例について、自治体担当者を対象としたアンケート調査から、景観の効果の発現状況について調査・分析を行い、試案の妥当性について確認した。また、それら分析結果から、景観の効果の評価に適した評価指標について考察を行った。

Key Words : Landscape, Environment, Improvement, Preservation, Benefit, Outcome, Evaluation

1. はじめに

美しい国づくり政策大綱の発表、景観法の施行から10年が過ぎ、景観という概念は（景観という言葉の定義や概念の範囲に関する議論はあるものの）、全国の行政・自治体や市民に広く行き渡ったように思える。

しかし、景観の形成や景観への配慮に取り組む意義や必要性は十分に議論され尽くしたとは言いがたい。各所で、景観に対する投資や取組みの必要性や有効性、妥当性の議論が紛糾することから見て取れる。

このため、地域景観ユニットでは、景観が地域にもたらす社会的効果やその評価方法に関する研究に取り組んでいる。景観がもたらす効果の範囲やその評価方法について提案を示すことで、景観に関する投資や取組みの必要性の議論に、判断材料を提供することを目指している。

2. 既往の研究の整理と本研究の狙い

(1) 効果の項目や波及範囲に関する既往の研究

景観整備事業がもたらす効果やその評価手法に関する研究は、2005年頃から進められるようになり¹⁾、国土交通省国土技術政策総合研究所における検討²⁾³⁾を経て、2009年の「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)」に、それまでの知見が「事業による景観

向上効果の評価手法」として整理されている⁴⁾⁵⁾。

これらの調査研究では、過去の景観整備事例を対象とした事例調査から、景観整備がもたらした効果と考えられる現象（変化）を広くピックアップし、評価項目や評価手法として整理するという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、効果の成因や効果同士の関連性については明らかにされていないなど、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。

これらを受けて、本研究所では、景観による効果の俯瞰的な把握や効果の関連性の整理に取り組んできた⁶⁾⁷⁾ほか、経済評価手法の適用の可能性に関する研究⁸⁾、さらには、自然地域・農村地域（市街地以外の地域）における景観の効果に関する研究⁹⁾に取り組んできた。

(2) 効果の程度の把握手法に関する既往の研究

先述の「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)」では、効果は、事業を契機にまちや暮らしがどのように変化したかを抽出し評価することで把握するようにされている。効果の程度を、他地域・他事例と比較するために必要な指標については提供されていない。

本研究所では、この課題に対し、CVM法（仮想的市場評価法）を用いて経済的な価値を算出する試行を行ったが、景観が地域にもたらした効果のすべてを評価しきれものとはなっていない⁸⁾。

また、景観を地域が持つ環境の価値のひとつとして捉え、ヘドニック法によりその評価を当該地域の地価にたずねる方法も実施されているが⁹⁾、土地の価値を構成する要素の多様性に対して、サンプル数が十分に確保できていないなど、景観の効果の程度を抽出できるものとはなっていない。

(3) 都市再生整備計画事業の事後評価の実例

各市町村が実施する都市再生整備計画事業の事後評価については、平成16年度の制度創設以来、これまでに1,000に及ぶ事業地区の事後評価が実施されていることから、豊富な事後評価の蓄積を形成している。そのため、これを題材とした調査研究も過去に複数実施されている^{11) 12)}。

都市再生整備計画事業については、各市町村の作成する都市再生整備計画に基づき、道路や公園、市街地などのハード整備を基幹に、その量的な整備のみならず質的な整備も支援の対象としていることから、景観整備の取組みを内包したことが多い。加えて、3～5年の事業期間の終了時に、市町村が独自に設定した評価指標を用いて、

事業の成果を確認することが交付の要件とされている。

この都市再生整備計画事業の事後評価は、国土交通省の手引き¹⁰⁾に従い、事業の目的と内容にあわせて適切な定量評価指標を選定し、実施することとなっている。手引きには、例として、人口・世帯、集客等、商業活動等、イベント開催状況、地価、満足度調査など、18指標分野が例として示されているが、人口・世帯や商業活動などの評価指標は達成が難しく、近年は指標の採用も敬遠されていることが指摘されている^{11) 12)}。

(4) 筆者らの試案¹³⁾

景観に関する投資の効果としては、一般的に、人口・世帯数の増加や、集客の増加、商業活動の活性化等がリターンとして期待されるところではある。

しかしながら、それらの効果は時間遅れを伴って発生するものと考えられ、さらに昨今の社会のトレンドを考慮すればそもそも達成は容易ではない。また、これらによる評価結果には評価対象とする取組み以外の要因が（プラス・マイナス双方ともに）少なからず含まれていると考えられ、これを補正する必要もある。

一方で、満足度指標については、都市再生整備計画事業の事後評価事例でも達成の頻度が高い指標であり、近年指標の採用が増えているとされる¹¹⁾。しかし、現状では、景観に関する投資の効果としては、議論に耐えるも

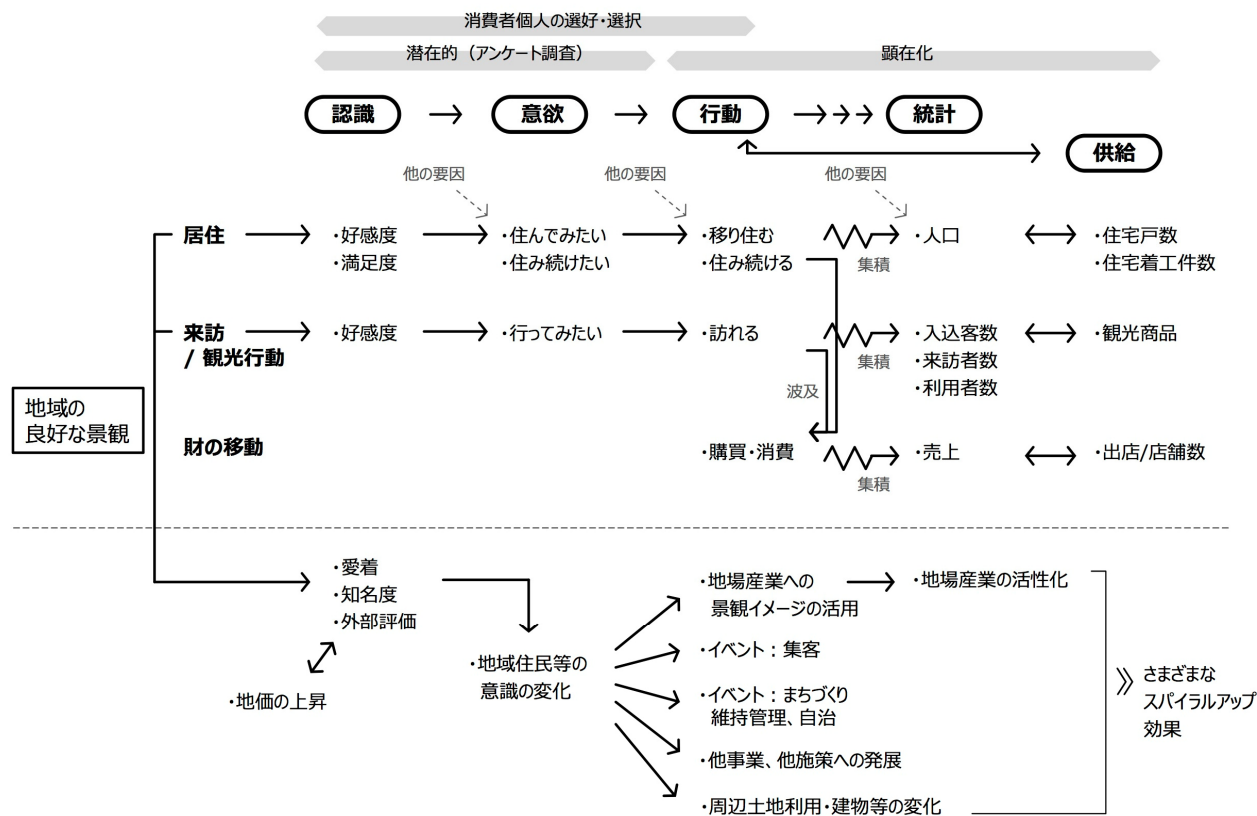


図-1 景観の効果の発現モデルに関する試案¹³⁾

のではないように思われる。

このように景観の効果を単独の指標で議論することは困難と考えられることから、複数の指標を組み合わせる評価を行う必要があると考えられる。そのためには、景観の効果の評価項目（評価指標）間の関連性や、景観の効果の全体像について知見を得ておく必要がある。

そこで、筆者らは、景観の効果の発現プロセスに関する検討を行い、図-1に示すような試案を取りまとめたところである¹³⁾。

(5) 本研究の狙い

本研究の狙いは、図-1に示した、景観の効果の発現プロセスに関する試案について検証を試みることと、景観の効果の把握に適した評価指標のあり方について検討を行うことにある。

先に紹介した筆者らの先行研究¹³⁾では、全国の市町村が実施した都市再生整備計画事業の事後評価事例を用いてこれらの検証と検討を行った。

本研究では、独自の調査を行い、これの検討と検証を行う。

3. アンケート調査

(1) 調査の目的と経緯

本研究の狙いについては、前項2.(5)に示したところである。

この狙いのもと、公共事業における景観整備や沿道建物の改修等、地域の景観の維持向上のための各種取り組み（以下、「景観整備等の取り組み」と記述する）の結果として、どのような効果が地域に発現しているかについて把握するため、全国の自治体担当者を対象としたアンケート調査を実施した。

既往の、景観が地域にもたらす効果に関する調査・研究については、関係者へのヒアリングや現地調査により、景観整備による効果と認められるものの抽出を図ったものがいくつかある¹³⁾。しかしながら、そのような調査方法は手間を要することもあり、いずれの調査研究も単一、あるいは十数程度の限られた事例のみを対象としている。これらの数は、景観整備等の取り組みの多様性と比較すれば、効果の発現の傾向等について比較検証を行うには十分な数ではない。

そこで、本調査では、効果の項目ごとや、取り組みの内容ごとの効果の発現傾向の違いについて分析を行うことを目的に、それに必要な、多数の取り組み事例を対象とした、効果の発現状況に関する調査を行うこととした。

この目的のため、調査方法はアンケート調査とし、調査票を、地域の実情についてそれなりに把握していると考えられる、所在市町村のまちづくりや企画等の部門の

担当者に送付して実施することとした。

(2) 調査内容

具体的には、全国の100の景観整備等の取り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回答を求めた。

対象とする取り組み事例は、優れた景観整備等の取り組み事例と評価されている下の表-1に示す事例集及び表彰に含まれる事例から、景観配慮による効果の切り分けが可能と考えられる事例、取り組み前後の比較や他地域との比較が可能と考えられる事例を、個別に判断して抽出した。その際、道内の事例が3割程度含まれるように選定を試みたが、表-1の事例集及び表彰事例だけでは不足したため、不足分については適宜選定を行った。

調査項目は、①実施された取り組みの内容に関する設問、②取り組みの目的（主眼）に関する設問、③取り組みによる

表-1 アンケート調査の対象事例の抽出元

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

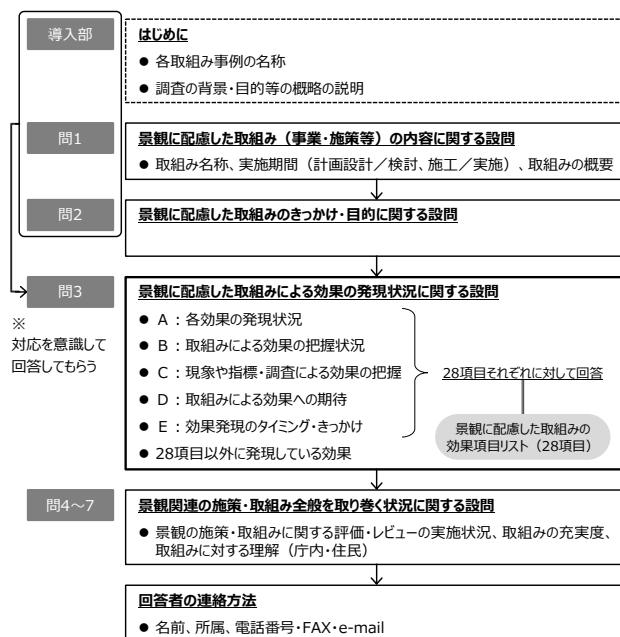


図-2 アンケート調査票の構成

効果の発現状況に関する設問、④その他の設問から構成され、その概要は図-2に示すとおりである。

このうち、③の取組みによる効果の発現状況に関する設問については、筆者による先行研究の成果^リや「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)」をもとに表-2に示す28項目を提示した。そして、それら28項目のそれぞれについて、A.効果の発現の程度、B.効果の把握方法、C.現象や指標、調査による効果の把握の状況、D.取組みによる効果への期待、E.効果発現のタイミング・きっかけ、について回答を求めることとし、調査票を図-3に示すように構成した。

4. 調査結果

本調査は2014年の2～3月に実施し、最終的な回収率は57%であった。

以下、調査の結果を、本調査の主眼である問3（取組みによる効果の発現状況に関する設問）の結果を主体に紹介する。

(1) 効果の項目ごとの全体的な発現傾向

本調査の間3(A)では、効果の発現の程度について、◎（特に大きな効果があった）、○（それなりの効果があった）、△（小さいながら効果があった）、×（あまり効果がみられない）、—（よくわからない）

問3 下表に挙げる28の【景観に配慮した取組みによる効果】について、その発現状況（実情および実感）について、別紙の記入例も参考に、以下のA～Eにお答え下さい。

A. 28の効果項目について、それぞれその発現の程度について、◎、○、△、×、—のいずれかの印を付けて下さい。
凡例：◎ 特に大きな効果があった。 ○ それなりの効果があった。 △ 小さいながら効果があった。 × あまり効果がみられない。 — よくわからない

B. 上記のA.の効果について、どのようにして把握されているものか、当てはまるもの1つに○印を付けて下さい。
C. 上記のB.で、「具体的な指標等で把握されている」に○印を付けたものについて、該当するデータ・資料名等を記述し、また、それら指標等の示す数字と実感との整合について、○、△、×のいずれかの印を付けて下さい。 凡例：○ よく一致している。 △ ある程度一致している。 × 一致しない

D. 取組みによる効果を期待していたかどうかについて、当てはまるもの1つに○印を付けて下さい。

E. 取組みによる効果が現れた項目（上記のA.で、◎あるいは○、△とした効果）について、効果が現れたタイミング・きっかけとして当てはまるもの1つに○印を付けて下さい。

なお、その際に注釈や備考、その他コメント等ありましたら、欄外の余白等を使ってご自由にお書き下さい。

景観に配慮した取組みによる効果		A.各効果の発現の程度	B.取組みによる効果の把握方法				C.現象や指標、調査による効果の把握		D.取組みによる効果への期待			E.効果発現のタイミング・きっかけ		
			具体的な現象や指標等で把握されている	個人的な認識	庁内で一般的に認識	地域の共通認識	現象や指標、調査の名称・詳細	それら指標と実感の整合	期待していた	ある程度期待していた	あまり期待していなかった	取組みの開始/完了後すぐに	取組みの開始/完了後徐々に	取組みの終了/終了後しばらく後、あるきっかけを契機として急に
認識	1 地域の方の、地域に対する評価が高まった													
	2 他地域の方の、地域に対する評価が高まった													
	3 地域の方に、地域に愛着をもつ人が増えた													
	4 他地域の方の、地域に対する知名度が向上した													
	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													
意識変化	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													
意欲	10 地域に住みたい/住み続けたいという人が増えた													
	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													
行動	来訪者・利用者													
	12 地域を訪れる人が増えた													
	13 歩行者や施設の利用が増えた(減少傾向が改善した)													
	14 利用者や利用のされ方が多様化した													
	住民													
	15 地域に移り住む人が増えた													
経済	16 地域の人が地元で過ごす時間が増えた													
	17 地域の人口が増えた(減少傾向が改善した)													
	18 地域での購買や消費が増えた													
	19 店舗等での売上が増えた(減少傾向が改善した)													
	20 店舗等の出店が増えた(減少傾向が改善した)													
	21 住宅の着工・供給が増えた(減少傾向が改善した)													
	22 地価・賃料が上昇した(下落傾向が改善した)													
	23 まちが活き活きとしてきた													
商品化	24 その他、総合的に、地域の経済や産業が活性化した													
	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・マスメディア掲載やロケの増加													

図-3 調査票のイメージ（調査票p2、問3）

った), △ (小さいながら効果があった), × (あまり効果がみられない), - (よくわからない) の5つの選択肢によって回答を求めた。結果を表-3および図-4に示す。

このうちの「-」の回答については、実は解釈が難しいところで、文字通り「効果の有無が判断できない」を

意味するものと、あるいは「効果の発現が確認されていない」という意味の、実質「×」を意味するものの双方が含まれていると考えられる。

そこで、ここでは、◎あるいは○の評価の構成比率にのみ着目することとし、効果の発現頻度が高い効果項目、低い効果項目として整理した (図4に橙マークで記した

表-3 景観が地域にもたらす効果に関する調査項目への回答状況

		景観が地域にもたらす効果に関する調査項目																													
		居住環境の向上					来訪者							経済							コミュニティ					地域イメージ					
事例	タイプ	1	3	10	15	17	2	4	11	12	13	14	18	19	20	21	22	24	6	7	8	9	23	5	25	26	27	28	16		
88	B1	○	◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	×	×	△	△	◎	○	○	○	△	○	-	-	-	-	○		
7	B2	○	○	○	×	×	○	○	◎	◎	○	×	△	○	○	×	×	○	△	△	△	△	○	◎	/	△	○	○	×		
16	B2	○	○	-	-	-	◎	○	-	○	○	○	○	○	○	△	-	○	◎	◎	◎	◎	◎	○	×	-	-	-	-		
72	B2	◎	◎	○	△	△	○	○	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	◎	◎	◎	◎	◎	/	/	△	△	△			
77	B2	○	○	-	×	×	○	-	△	-	△	△	△	-	-	△	-	○	-	△	-	△	○	○	-	-	-	-	-		
79	B2	△	△	△	×	×	-	-	△	-	×	-	×	-	×	/	-	-	△	○	△	-	△	△	/	-	/	×	-		
85	B2	○	○	-	/	/	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	/	○	○	○	○	○	○	◎	/	/	/	◎	-			
92	B2	○	○	△	×	×	△	○	△	△	△	◎	×	△	×	×	×	△	◎	◎	◎	◎	△	○	×	△	/	△	△		
99	B2	◎	◎	△	/	/	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	△	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎	◎	-		
73	B3	◎	○	-	-	-	◎	◎	◎	◎	-	-	-	-	-	-	-	-	◎	-	-	◎	-	◎	-	◎	◎	◎	-		
98	B3	○	○	×	◎	◎	○	○	×	△	-	-	×	△	/	◎	/	○	○	○	○	○	-	○	/	/	/	○	/		
54	B4	○	-	-	×	-	◎	◎	○	○	○	-	/	-	-	-	-	○	-	○	-	-	○	◎	×	-	-	○	-		
66	B4	-	△	/	/	/	-	-	/	○	○	○	/	/	/	/	/	/	△	/	/	/	△	/	/	/	/	/	/		
70	B4	◎	○	-	-	-	○	○	-	○	◎	○	-	-	-	-	-	○	◎	◎	◎	◎	○	-	-	-	-	-	-		
74	B4	◎	◎	/	-	-	○	○	○	△	◎	◎	-	-	-	-	-	-	○	○	○	○	○	-	-	-	-	-	-		
38	B5	○	○	-	/	/	△	-	-	○	○	△	-	○	○	/	/	/	◎	○	○	△	△	○	/	-	/	-	-		
58	B5	○	○	△	×	×	○	○	○	△	△	△	×	×	×	/	/	×	△	○	△	△	×	○	△	△	△	○	-		
36	B6	◎	◎	○	○	△	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	△	△	△	△	△	◎	◎	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎	◎	○		
2	C1	△	-	-	/	/	-	-	-	-	/	/	-	-	/	/	/	-	-	-	-	△	-	-	/	/	○	○	/		
5	C1	○	-	-	-	-	△	△	○	○	○	-	-	-	-	-	-	-	○	○	-	△	○	-	-	-	○	○	-		
6	C1	◎	◎	○	○	/	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	/	/	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○		
8	C1	○	-	-	/	△	◎	◎	◎	◎	◎	/	○	-	-	/	/	○	◎	◎	○	○	◎	/	/	◎	◎	/			
23	C1	○	○	△	△	△	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	△	△	△	/	△	△	○	○	○	△	○	×	△	△	◎	○		
27	C1	◎	◎	○	○	△	◎	◎	◎	◎	◎	◎	/	△	△	△	/	△	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	△	△	◎	△		
31	C1	○	○	△	×	×	○	○	○	○	○	○	×	△	×	×	×	△	○	○	○	○	△	○	△	△	◎	○	×		
32	C1	○	○	○	○	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	/	○	/	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○		
37	C1	△	△	-	/	-	○	○	-	○	○	-	△	-	△	/	/	△	○	◎	△	◎	◎	△	-	○	○	/			
40	C1	◎	◎	-	-	×	◎	◎	◎	◎	◎	◎	-	-	○	-	-	△	○	○	△	◎	◎	-	-	◎	◎	-			
41	C1	◎	○	△	/	×	◎	◎	◎	◎	◎	/	-	-	○	/	/	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	-	◎	-		
42	C1	◎	◎	◎	◎	×	○	○	◎	◎	◎	◎	-	-	○	-	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	◎	◎	-			
44	C1	○	○	/	/	/	○	○	-	○	○	/	○	○	○	/	/	○	/	○	/	○	○	○	/	/	○	○	/		
47	C1	◎	◎	△	/	/	○	○	◎	◎	◎	◎	×	○	○	/	/	△	○	△	△	◎	◎	×	◎	◎	◎	-			
56	C1	○	○	/	/	/	○	○	○	△	△	○	-	-	△	/	/	-	○	○	-	○	-	◎	-	-	◎	/			
59	C1	△	△	-	-	-	○	○	○	○	△	△	-	-	-	-	-	△	○	△	△	-	○	○	△	◎	◎	-			
62	C1	○	○	△	△	△	○	○	○	○	○	○	△	△	△	△	×	△	△	△	△	△	△	○	○	○	○	△			
67	C1	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎		
68	C1	◎	◎	-	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	-	○	-	◎	-	◎	◎	◎	◎	◎	×	△	◎	◎	/			
75	C1	-	-	-	/	/	-	/	○	○	○	○	-	/	○	/	/	○	○	○	/	-	-	○	/	/	○	○	/		
83	C1	◎	◎	△	△	×	○	○	◎	◎	◎	◎	-	-	△	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	-	◎	◎	/		
12	C2	○	○	-	-	-	○	○	○	○	○	○	○	○	×	○	×	△	○	○	○	○	△	○	×	△	-	○	-		
24	C2	◎	◎	○	×	×	◎	◎	◎	◎	◎	△	△	-	-	-	/	△	◎	○	-	○	◎	△	△	△	△	○			
28	C2	◎	◎	△	△	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	△	△	-	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	-	○	-	-			
35	C2	○	○	-	-	-	△	○	-	△	△	△	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎	◎	-	○	-	-	-	-			
51	C2	○	○	△	/	/	○	○	○	△	△	△	×	×	×	/	/	×	◎	◎	◎	◎	△	◎	×	△	/	/	×		
53	C2	○	△	△	/	/	◎	△	○	/	/	/	/	/	/	/	/	△	×	×	△	○	○	△	△	○	△	/			
61	C2	◎	○	×	/	/	◎	◎	○	×	△	△	/	-	△	-	-	△	/	○	/	△	△	-	-	-	○	/			
64	C2	○	○	-	×	/	△	△	△	◎	○	○	×	×	△	×	×	△	◎	◎	◎	◎	△	◎	/	/	△	△	-		
78	C2	◎	◎	△	×	×	◎	◎	◎	◎	◎	◎	×	○	○	×	×	○	◎	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎	◎	-			
100	C2	○	◎	×	×	×	○	○	○	/	/	/	/	-	-	×	/	/	-	-	-	-	○	△	○	-	-	○	-		
71	C3	◎	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	-	◎	/	△	○	○	○	○	◎	◎	○	○	○	○	○	○		
14	D1	○	-	-	/	-	◎	○	-	○	○	-	-	△	-	-	/	-	○	○	-	△	-	◎	/	/	○	○	-		
45	D1	◎	-	-	△	△	◎	◎	◎	◎	◎	△	○	○	○	△	×	○	○	○	-	○	◎	-	◎	-	◎	◎	-		
46	D1	○	○	-	/	/	○	○	-	-	-	-	/	/	/	/	/	-	○	-	○	○	-	○	/	/	/	/	/		
94	D1	△	○	△	/	/	◎	◎	○	△	△	△	×	×	×	△	×	△	○	△	○	△	△	○	○	○	○	○	×		
90	D2	○	△	/	/	/	○	○	△	○	△	/	/	/	/	/	/	△	○	△	×	△	△	○	○	×	×	/			
91	D4	○	○	○	○	△	◎	◎	◎	◎	◎	◎	△	△	○	◎	△	○	○	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎	△		
96	D4	◎	◎	△	△	△	○	◎	◎	△	-	-	-	-	-	-	-	△	○	△	○	○	△	○	△	△	△	△	-		

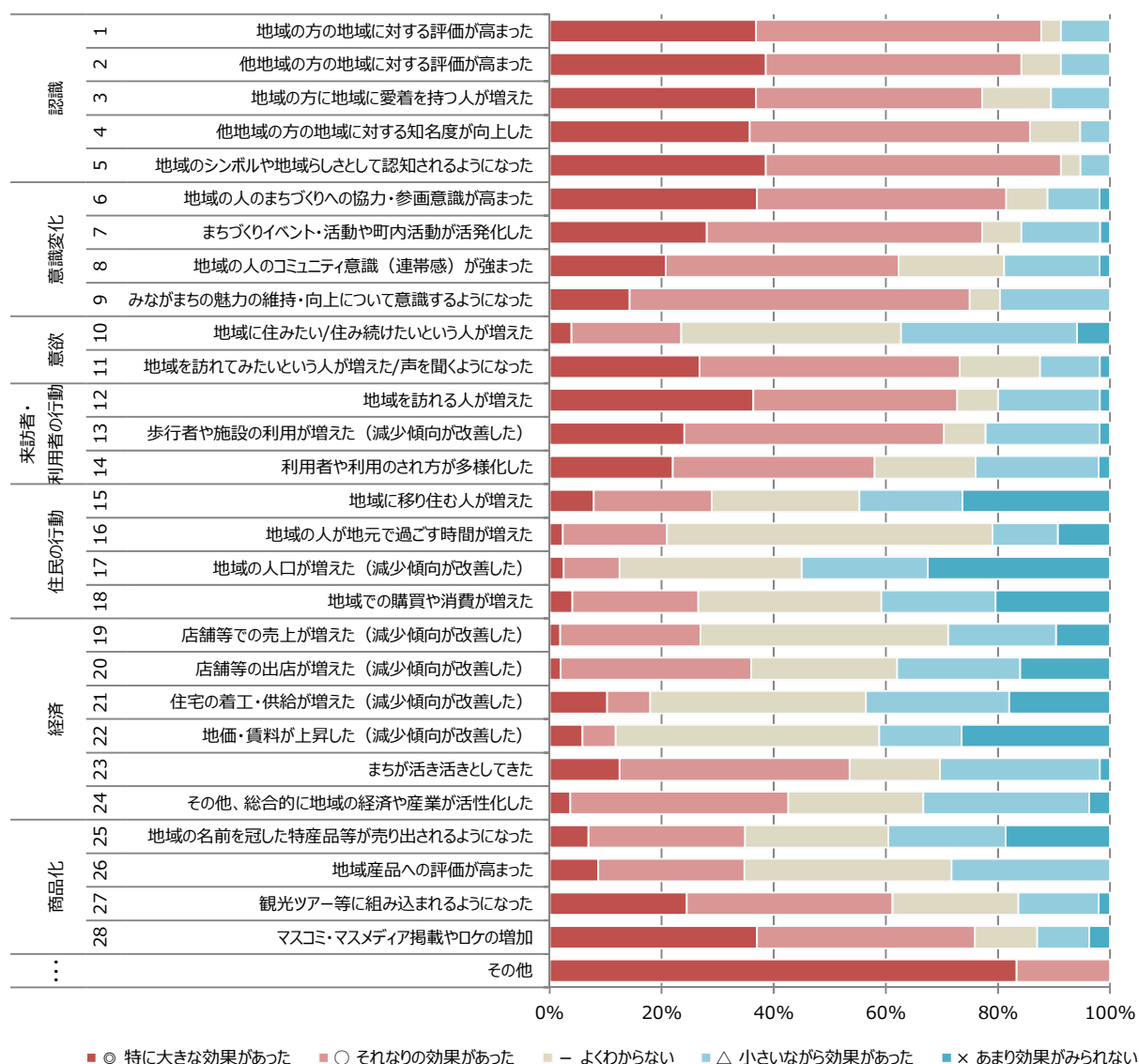


図4 効果項目ごとの効果の発現程度

項目が、発現頻度が低い項目）。なお、その際、効果の発現の程度について△×のいずれかに回答され、かつ、その効果項目について問3(D)により「効果を期待していなかった」と回答された事例については集計から除外している（表3中の「/」）。

図4からは、「住民の行動」や「経済」に分類される効果項目の発現頻度が低い一方で、「認識」や「意識」に分類される効果項目の発現頻度が特に高く、「来訪者・利用者の行動」に分類される効果項目も比較的発現頻度が高いことが読み取れる。これは、都市再生整備計画事業の既往の事後評価事例を題材にした筆者の先行研究で確認された傾向と同様の傾向といえる。

5. 効果の発現傾向の違いに関する要因分析

4章に示した調査結果から、「住民の行動」や「経済」に分類される効果項目の発現頻度が低いことが明ら

かとなったが、その要因について本章で分析を行う。

(1) 分析の位置づけと目的

前述の筆者らの先行研究では、都市再生整備計画事業の事後評価事例で、商工観光、人口などの「地域活性化に直接関係する統計的指標群」の達成頻度が低いのは、それらが景観改善を契機とした個人の行動の変化の積み重ねで変化する統計データで、「感度が悪い」指標だからだという解釈を示した。したがって、それら「地域活性化に直接関係する統計的指標群」の達成度が低い場合でも、時間遅れを伴って効果が発現してくる可能性や、そのような統計や個人の行動として顕在化しない部分で潜在的な効果が発現していると考えられるとし、都市再生整備計画事業の事後評価事例に関する統計的分析からそれを裏付けた。

これを再度検証することを目的とし、今回のアンケー

ト調査結果について以下のとおり分析を行った。

(2) 来訪者の増減と店舗等の売上・出店の増減の関係

まず、調査項目12（地域を訪れる人が増えた）、19（店舗等での売上が増えた／減少傾向が改善した）、20（店舗等の出店が増えた／減少傾向が改善した）に着目する。

図-5は、調査項目12（地域を訪れる人が増えた）の発現程度別に、調査項目19（調査項目19の回答が「－」の場合には、調査項目20の回答を採用）の発現程度を集計したものである。

おおよそ半数程度の市町村が、来訪者の増加を、商業の活性化に結びつけることができていていることがわかる。

では、来訪者の増加を商業の活性化に結びつけることができていない事例には何か共通項が見つけられるだろうか？

図-6は、①調査項目12の発現程度と、調査項目19/20の発現程度がともに高い事例(N=18)と、②調査項目12の発現程度が高いに関わらず調査項目19/20の発現程度が低い事例(N=7)、③調査項目12の発現程度自体が低い事例(N=7)について、それぞれ当該取組みの受賞年度の構成割合を示したものである。ただし、図-6において、H12以前の事例が極端に少ないのは、本アンケート調査では、効果の前後比較に支障をきたすと考えたことから、受賞年度が2000年（平成12年）以前の事例は極力採用を避けていることによる。

H12以前のデータが不足していること、サンプル数が十分でないなどの問題はあっても、ここからは以下のようなことが読み取れる。

②の調査項目12の発現程度が高いに関わらず調査項目19/20の発現程度が低い事例は、受賞年度がH17～20のピークをはじめ、比較的新しいものに偏っている。一方で、③の調査項目12の発現程度自体が低い事例についてはH15以前のピークをはじめ、比較的古いものに偏っている。①の調査項目12の発現程度と、調査項目19/20の発現程度がともに高い事例は、まんべんなく分布している。

したがって、10年以上が経過した事例では、調査項目12（来訪者）に関する効果が発現していれば、おおむね調査項目19・20（店舗等の売上、出店）に関する効果も発現している。取組みから10年程度か、それ以下しか経過していない比較的新しい事例では、調査項目12（来訪者）に関する効果が発現していても、調査項目19・20（店舗等の売上、出店）に関する効果が十分に発現していない事例もある。10年以上が経過した事例で、調査項目12（来訪者）に関する効果が発現していないものに関しては、調査項目19・20に関しても効果が発現していない。といった傾向があると推察される。

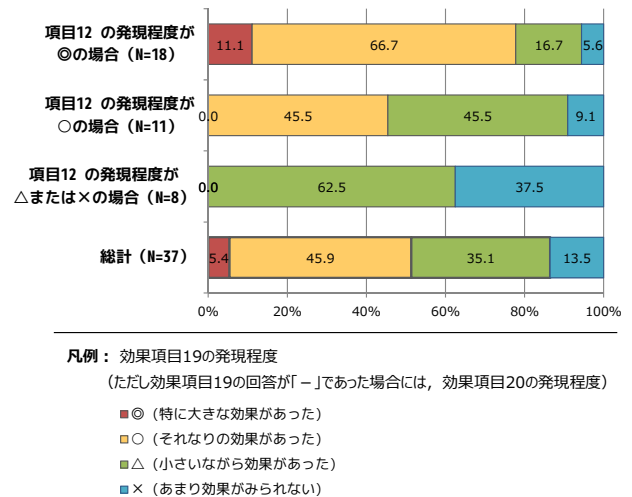


図-5 項目12の発現程度別の項目19/20の発現傾向

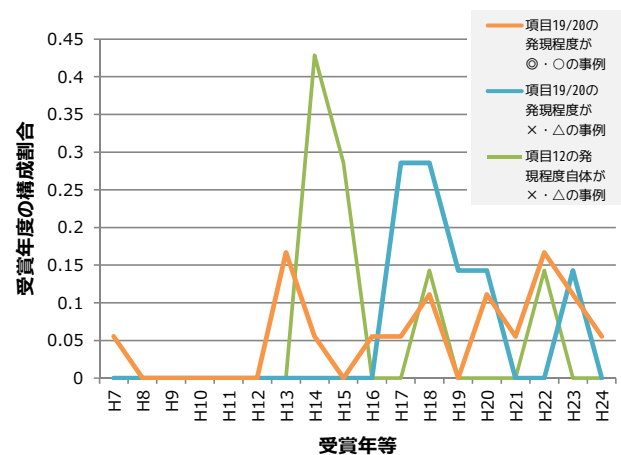


図-6 項目19/20の達成程度別の受賞年度の構成割合

(3) 住む人・暮らす人の変化に関する効果項目間の関係

同じように、住む人・暮らす人の変化に関する効果項目間の関係について、具体的には、調査項目10（地域に住みたい/住み続けたいという人が増えた）、15（地域に移り住む人が増えた）、17（地域の人口が増えた/減少傾向が改善した）について、それぞれの発現程度別の、他の効果項目の発現傾向の違いについて分析を行った。結果を図-7～図-9に示す。

調査項目10（居留意欲）と調査項目15（移住者増）の間にはより強い関連性が認められるものの（図-7）、項目10（居留意欲）や項目15（移住者増）と調査項目17（地域の人口増）の間には、図-7や図-5でみられたほどの強い関連性は認められない（図-8、図-9）。

項目17（地域の人口増）については、居留意欲の向上や移住者の増加などの効果以外の要因の影響も少なからず受けていると推察できる。

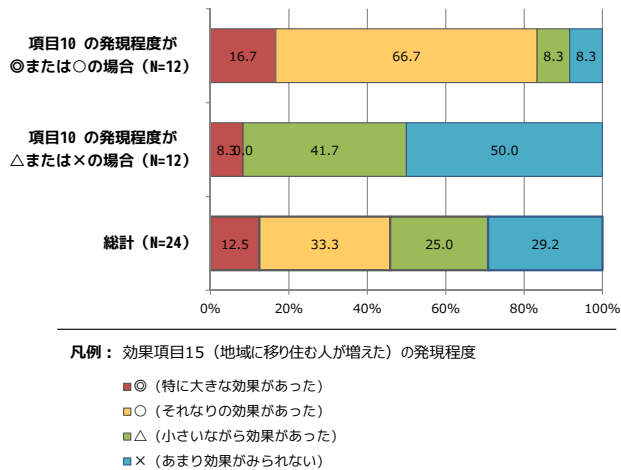


図-7 項目10の発現程度別の項目15の発現傾向

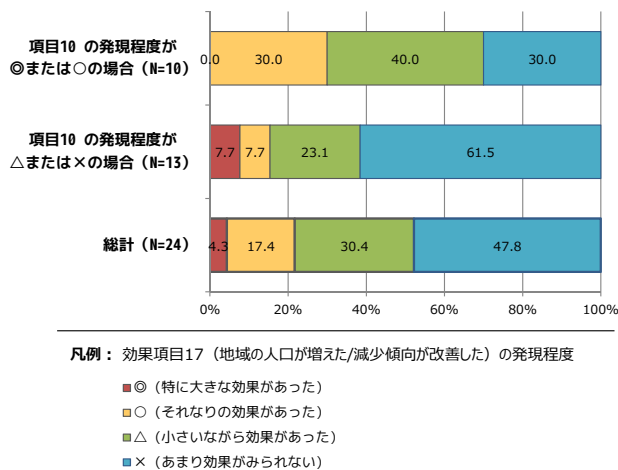


図-8 項目10の発現程度別の項目17の発現傾向

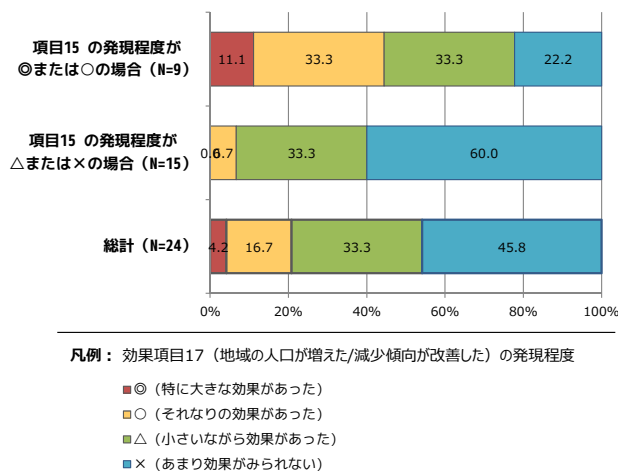


図-9 項目15の発現程度別の項目17の発現傾向

6. 景観の効果の評価手法に関する考察

今回の調査で得られた分析結果から、景観の効果の評価手法について考察を行った成果をここに記す。

(1) 観光交流の促進～地域経済の活性化に関する効果

今回のアンケート調査からは、調査項目12（地域を訪れる人が増えた）の発現頻度が比較的高く、またこの効果項目の効果発現の有無次第で、調査項目19/20などの下流側の調査項目の発現頻度が左右されることがわかった。

このことから、「来訪者の増加・行動の変化」は、観光交流の促進～地域経済の活性化に関する効果の把握に良いソバロメーターの役割を果たすと考えられる。

「来訪者の増加・行動の変化」が達成されていない事例が存在したとすれば、それは他の多くの景観整備等の取組みに比較して、効果の発現の程度のみならず、その後の地域経済の活性化等の効果の発現も期待しがたい。

なお、調査からは、来訪者の増加を店舗等での売上増加などにうまく繋がられていない事例も少なくないことが把握された。この部分に関しては、どれだけの時間的・精神的なゆとりをもって当該地域を訪れるかにも左右されると考えられる。

来訪者の増加・行動の変化と合わせては、来訪者の満足度や再来訪意欲、滞在時間などをアンケート調査などによって把握することで、多面的な評価が可能となるかもしれない。

(2) 豊かな居住環境の実現に関する効果

今回のアンケート調査からは、調査項目1, 3の発現頻度が高い一方で、調査項目15, 17の達成頻度は低く、また、調査項目10（地域に住みたい/住み続けたいという人が増えた）については効果の発現について「－（よくわからない）」との答えが多かった。

この「地域への居住意欲」については、ぜひ自治体で把握を試みるべき項目と考えられる。この項目は豊かな居住環境の実現に関連する景観整備等の効果の程度を推し量るための良い材料となると考えられる。

(3) その他の効果項目

「地域に対するイメージの変化」「地域の知名度の向上」は、筆者らの過去の研究⁷⁾で指摘しているとおり、他の多くの効果を刺激する効果であることから、ぜひ把握が望ましい効果のひとつと考えられる。

前述したことでもあるが、「地域は良い方向に向かっていると思うか」などの漠然とした総合的な評価を地域住民に求めることも有効であると考えられる。

7. 本研究のまとめと今後の課題

本研究では、全国の優れた景観形成の取組み事例について、自治体担当者を対象としたアンケート調査によって景観の効果の発現状況について把握を行った。

この調査データを用いた分析から、筆者らの先行研究において提案した、景観の効果の発現プロセスに関する試案についてその妥当性を確認した。また、それら分析結果から、景観の効果の評価に適した評価指標について考察を行った。

ただし、紙面と発表時間の都合から、本発表では、実施したアンケート調査の結果のうち、本研究の狙いとした仮説の検証・検討に必要な部分に限って紹介した。他の調査結果については、機会を見つけて別の論文で紹介したい。

今後の課題としては、今回考察・提案した景観の効果の評価手法について、実際のいくつかの事例で試行することで、その有効性の検証を行っていく必要がある。

あるいは、経済的な価値での表現にこだわる方も少なくないことから、把握された効果をCVM等の手法によって経済評価を行うことも考慮する必要がある。逆に、CVM等により算出された経済価値とつきあわせることで、効果の評価手法の妥当性を検証していく必要もあるように思われる。

何より、過去に福井¹⁴⁾が問題提起しているように、「人の利用が前提とならない施設や、橋梁の構造美などの価値」の評価方法を考えていくことも忘れてはならない。

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) 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, pp147～154, 2006

- 3) 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
- 4) 福井恒明、小栗ひとみ：公共事業の景観向上効果の事後評価手法開発、国土技術政策総合研究所資料 No.489, pp71～72, 2008
- 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
- 6) 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
- 7) 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
- 8) 笠間聡、福島秀哉、松田泰明：景観整備効果の評価手法に関する研究—小樽運河地区の景観整備をケーススタディとして—、第55回北海道開発技術研究発表会, 2012
- 9) 例えば、
- 10) 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
- 11) 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
- 12) 長谷川直樹、鈴木博志：都市再生整備計画事業の事後評価による実施施策と地域活性化効果に関する分析、日本建築学会技術報告集, 第17巻 第37号, pp.1025～1029, 2011
- 13) 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
- 14) 福井恒明：「景観評価」の整理と「景観整備の効果」、平成18年度土木学会全国大会研究討論会「公共事業の景観評価を考える」当日資料, p6, 2006

(2014.4.25 受付)