

第IV部門

景観計画策定主体の意思構造と地区展開の課題に関する研究

大阪工業大学 学生員 ○中島 正登
大阪工業大学 学生員 三浦 文康
大阪工業大学 正会員 岩崎 義一

1. はじめに

平成 17 年景観法の施行に伴い地域を象徴する諸資源を踏まえた景観づくりを景観計画の策定により推進している自治体が増えている。これらの計画において、共通する法則性や要因ならびにこれを踏まえた特定地区での検証を行った研究は殆どみられない。本研究では大阪湾岸都市等を対象に計画の内容や地域データ等により共通する要因など特性を明らかにする。さらに、ここで得られた要因が景観に対する住民意識とどのような関係になっているかを特定の地区を対象に実態調査を行い景観計画展開の課題を明らかにする。

2. 大阪湾岸都市等における景観計画等の特性

大阪湾岸都市等において景観計画を策定（予定も含む）している 12 自治体¹⁾から一部地区のみ景観計画区域もしくは重点地区を指定している 8 自治体を抽出し、その中に存在する 35 地区を分析対象地区とした（図 1）。

各地区の景観計画が対象とする分野は、

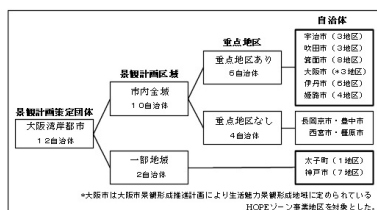


図1 分析対象地区

「歴史」、「自然」、「生活」、「産業」の4大要素（A要素）の何れかに必ず含まれる。また各地区の景観計画の中心的素材は、社寺・仏閣等の「宗教施設（以下、宗教）」、城郭や旧街道等の「遺産」、海岸線や山林等の「自然」、専門店街やモダンな商店街等の「店舗街」の4大要素（B要素）が最も多い。分野として最も多かった歴史は地区において社寺・城郭・旧街道が多く存在している（図2）。

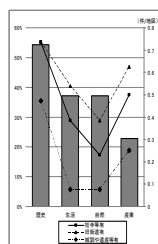


図2 分野と地区情報

このように景観計画は、地域賦存資源（地物）の有効活用を志向する傾向がみられる（表1）。

表1 要素別分類一覧表

B/A	歴史	自然	生活	産業
宗教	4	0	1	0
遺産	12	1	4	2
自然	0	11	6	1
店舗街	3	1	2	5

次に景観計画の中心的素材（B要素）に対する地域の取り組み意思を計画誘導基準との関係から探ることにする。具体的にはB要素を外的基準、表2を説明変数にしてⅡ類分析²⁾より、これを明瞭に分類する軸の

意味から考えることにした。なお、分析では表2の関係から35地区を19地区に再編した（図3）。

表2 景観誘導基準項目内訳

景観誘導基準項目	外生的要素	内生的要素
歴史・文化・風景	歴史・文化・風景	歴史・文化・風景
自然環境・地形・地質	自然環境・地形・地質	自然環境・地形・地質
生活空間・付帯施設・付帯施設	生活空間・付帯施設・付帯施設	生活空間・付帯施設・付帯施設
産業・商業・観光	産業・商業・観光	産業・商業・観光

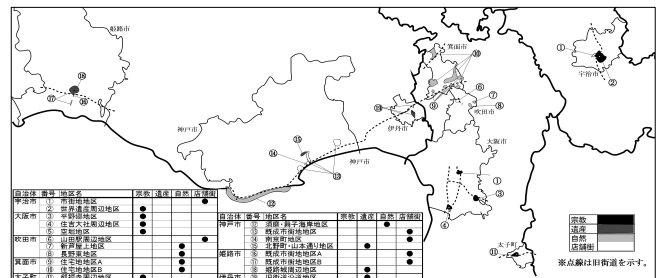


図3 分析対象地区の分布図

これによると、「自然」と残り3要素を明瞭に分類している1軸（縦軸）は、「植栽」が強く影響しており、生活空間の情緒性を意味していると考えられる³⁾。一方、残り3要素のうち「宗教」とそれ以外を明瞭に分類している2軸（横軸）は「壁面後退」や「屋根形状」の形態と眺め、「外壁等の色相・彩度・明度」の落ち着きが強く影響しており、建築意匠がもたらす雰囲気の意味していると考えられる。つまり、景観計画は地域資源（地物等）を使って生活空間の情緒や建築意匠がもたらす雰囲気を確保しようとする意思が働いて展開され、具体化されていると考えられる（図4）。

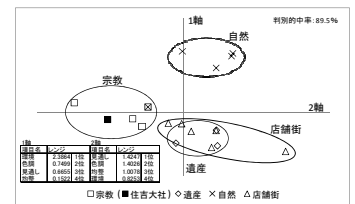


図4 サンプルスコア図 [1]

2章の分析により、例えば「宗教」を対象とした地区では、市民は社寺や周辺家屋等がもたらす意匠特性により歴史などイメージを感じ、また計画推進者もその方向で計画の展開を図っているものと想像される。そこで本章では国内でも有名な住吉大社を擁する地区を対象に、このことがどの程度整合性があるのか確認を含め実態分析を行う。

3. 特定地区における景観意識分析

2章の分析により、例えば「宗教」を対象とした地区では、市民は社寺や周辺家屋等がもたらす意匠特性により歴史などイメージを感じ、また計画推進者もその方向で計画の展開を図っているものと想像される。そこで本章では国内でも有名な住吉大社を擁する地区を対象に、このことがどの程度整合性があるのか確認を含め実態分析を行う。

1) 景観づくりに係る要因分析

A要素の「歴史」、「生活」、B要素の「宗教」に該当する計画（まちなみガイドライン）を策定している住吉大社周辺地区（以下、当該地区）を対象に住民に対

して景観評価に関する聞き取り調査を行った（2008.11実施、有効回答件数 104 件）。調査から当該地区の雰囲気や印象としては「歴史・伝統（以下、歴史的雰囲気）」が中でも強く感じられる傾向にある。また同地区内で景観を構成している各要素の印象度を聞いたところ、象徴（社寺、社寺林）、植生（植栽、植栽の連なり）、形態（瓦屋根、格子等）の順に意識が高かった。周辺景観の印象や雰囲気を誘発する対象物は公的対象物がより影響していることがいえる（図 5）。これらより、住民は住吉大社を中心に歴史や伝統の関心が高く、計画意思と住民評価の整合性がみられる。

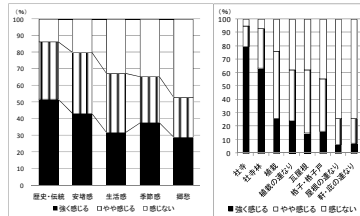


図 5 当該地区の雰囲気や印象

次に、まちなみがもたらす地域らしさに対する意識の程度が「住民個々の関わっていくべき内容（すべきこと）」、「社会との関わり（職業）」、「地区に存在する不易な地区景観要素への意識（歴史・伝統）」のどの項目に深く関わっているのかを見出すため分析を行った（図 6）。

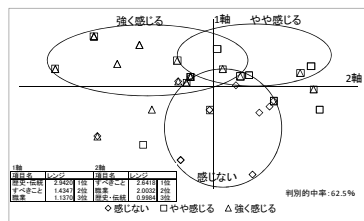


図 6 サンプルスコア図 [2]

分析結果より、「感じる」傾向と「感じない」を明瞭に分類している 1 軸（縦軸）では“歴史・伝統”が強く影響しており、歴史・伝統に対する認識を意味している。一方、「強く感じる」と「やや感じる」を明瞭に分類している 2 軸（横軸）では“地域ですべきこと”や“職業”が大きく影響しており、景観づくりへの主体性を意味している。社寺など地区固有の存在と住民の生業や時間面での関わりが“まちなみがもたらす地域らしさ”の程度に強く影響していることがわかる。以上の 2 つの分析から、計画意思は住民の地域的関与の程度によって、より増幅されるものといえよう。

2) 景観構成要素と住民の景観評価

当該地区では歴史的雰囲気が最も感じられたが、その意識はどの景観構成要素によるものかを調べるため共分散構造分析で評価した（図 7）。なお、ここでの潜在変数は因子分析の結果によるものである。住民からみた当該地区の歴史性のイメージは“社寺”と“社寺林”など地区の「象徴」の影響が大きく、ついで“軒・ひさしの連なり”と“屋根の連なり”といった一定の

統一ある「連続性」の影響が大きいことがわかる。これらより住吉大社を中心としたまちの連続性が当該地区の歴史的雰囲気に強く関係していると考えられる。

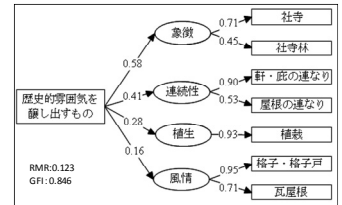


図 7 共分散構造分析

3) 職業別の景観に対する意識

当該地区での「計画の認知度」は自営業が特に高く、続いて無職、主婦の順に高かった。次に「歴史的雰囲気」を“強く感じる”と答えた割合も自営業が最も高く、また、地域景観の形成に重要な要素については、建築物の意匠や建物外構などが多く、ハード面を中心に要素の重要性があ

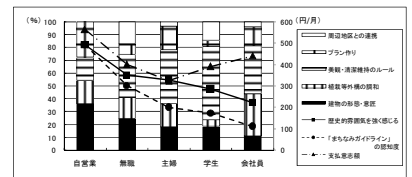


図 8 職種別の景観に対する意識

げられている。また、CVM（仮想評価法）による景観づくりに対する貢献の程度を職業別でみても、自営業が最も高い評価となり、景観に対する意識の高さがみられる（図 8）。これらより自営業、無職、主婦といった地域と密接に関わっている人々は、自ら景観づくりに参画していこうとする意志がより強いといえる。

4. まとめ

以上の分析より、(1) 計画は、その中心となる素材（B 要素）は地域活動や生活者の時間的蓄積のもとで形成されたものであり、これを活かすことが重要である。(2) 計画の策定意思は住民の地域的関与の程度により増幅される。(3) 地域密着度が強い住民ほど景観への関わり意識が高く、彼等を主体とした景観まちづくりの展開が重要である。(4) 建築意匠がもたらす雰囲気は景観の重要な要素である、ことがわかった。このことは土地利用や密度の規制等により都市の安全を保証していくことを柱とする従来のトップダウン（行政主導）型の都市行政だけでなく、住民の意識と参画によって醸成される景観はボトムアップ（市民主導）型の都市行政の必要性を示唆している。そのため景観行政には田村等⁴⁾が指摘しているように地域コミュニティが不可欠であり、ワークショップなど住民・事業者参加型の機会を多く設けることが重要と考えられる。

《参考文献》

- 1) 財団法人都市づくりパブリックデザインセンター：景観行政ネット (<http://www.keikan-net.org/index.html>)
- 2) 菅 民郎 (1998)「すべてがわかるアンケートデータの分析」現代数学社
- 3) 進士 五十八 (2008)「ボランティア時代の緑のまちづくり」東京農大出版社
- 4) 田村 明 (2005)「景観とまちづくり」岩波新書