

景観形成の取組みの効果に関する評価手法について

国立研究開発法人土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット
同

○笠 間 聡
松 田 泰 明

1. 研究の背景と目的

美しい国づくり政策大綱の発表から10年、この間、景観検討の原則化を打ち出した「国土交通省所管公共事業における景観検討の基本方針」など、景観関連の施策は拡充が進んだ。しかしながら、景観形成の取組みの効果に関する考え方や評価手法は十分に確立されておらず、公共投資削減等の逆境もある中、これが景観に関する取組みの推進・普及あるいは合意形成に際しての課題のひとつとなっている。

本報告では、筆者らが進めてきた景観形成の取組みが地域にもたらす効果の範囲やその評価手法に関する研究から、その成果として得た「景観の効果の発現プロセスモデル」と、これに基づいた取組みや事業の効果の評価手法の考え方について報告する。

2. 景観の効果の発現プロセスに関するモデル(2014.2)の提案とその検討経緯

景観形成の効果の評価手法の検討に際し、まずは検討の参考として、多くの評価事例の蓄積がある都市再生整備計画事業の事後評価事例に着目した。この事後評価事例の蓄積を対象とした調査研究はこれまでにいくつかが報告されており、例えば、谷口らのもの¹⁾がある。これらでの指摘を参考に、筆者らも独自の調査分析を行い、事業の最終的な効果として期待されることの多い、経済的な統計指標による評価は、利用者等の満足度を用いた指標による評価と連動して達成度の高まる傾向にあることなどを明らかにした(図-1)²⁾。

これを足がかりに、①それら「統計的な指標」(人口、商業販売額など)で把握される効果は、「個人の行動の個々の変化」の積み重ねで発現すること、また、②それら「個人の行動の個々の変化」は、マーケティングの分野で消費者の意志決定プロセスとして提案されているCABやAIDAといったモデル(図-2)を参考に、「認識→意識→行動」というプロセスを経て発現すること、さらに③利用者等の満足度はこのプロセスのうちの「認識」に該当する、という考えの下、「景観の効果の発現モデル(2014.2)」(図-3)を提案した²⁾³⁾。

しかしながら、このモデルの課題としては、「地域活性化」と関連づけられる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、より広範な景観の効果をも十分に網羅できていないという点があった。

3. モデル(2014.12)の提案とその検討経緯

そこで、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・整理を行い、図-3のモデルで網羅されていない効果項目の抽出を行った。結果、6の文献から、112の効果項目が収集され、それらの項目に

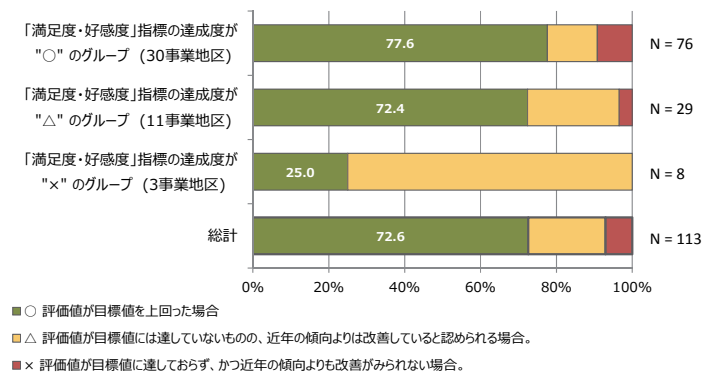


図-1 「満足度」指標の達成度別の、他の評価指標の達成割合

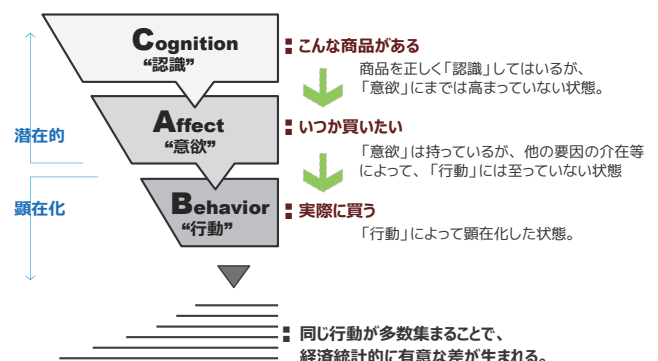


図-2 消費者の意志決定プロセスモデルの一例

ついて図-3 の 13 分類との照合を行ったところ、当該モデルで網羅出来ていなかった効果項目として 82 項目が抽出された。

これら 82 項目について分類整理を行い、これに基づき、図-3 のモデルの 13 項目を 7 項目に統合した上で（図-4 の黒字項目）、図-4 の A, E, I-2~I-5, J, K（赤字項目）を追加して、新たなモデル(2014.12)を得た⁴⁾。

4. 本モデルの解釈と活用

このモデルによれば、「景観形成の取組み」によっては、まず「A：まちの魅力の変化」が生じ、それが人々に認識されることで、「B：まちに対する人々の評価」に変化が現れる。それがひとつには、「訪れてみたい」などの「C：人々の意識・意欲の変化」にかかる効果をもたらし、実際にそれを行動に移す人が現れることで「D：人々の行動の変化」となり、それがまちの側で観測されることで「F：まちを利用する人の増加」となる。また、「D：人々の行動の変化」の結果、消費者としての財やサービスの購買が発生すれば、「G：人々の行動の経済活動への寄与」が生まれ、「H：地域経済への効果」が生じる。一方で、B：人々の評価の向上や、F：まちを利用する人の増加、H：地域経済への効果は、人々の投資意欲をかき立て、「I：まちの変化」を生じ、再び「A：まちの魅力の変化」をもたらす。

本モデルの構築によって、以上のような景観の効果の発現のプロセスを広く体系化することができた。

これらの成果は、景観形成の事業や取組みの効果を評価する際に、指標の選択や、調査により確認された現象の解釈などに役立てられると考える。特に、これまでは事業の地域活性化等への寄与を、「実」のある指標や現象で評価することに重点がおかれてきた感があるが、より潜在的な、人々の認識や意識といった効果の段階で把握することの必要性や有効性を明確化できた。なお、モデルに基づけば多数の指標が候補となるが、その中でも特に着目すべき指標として、「住み続けたい」等の居留意欲に関する指標や、「来訪者の増加」「人々の行動の変化」といった指標のあることを過去に筆者らは示している³⁾。

参考文献

- 1) 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、平成 23 年
- 2) 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、平成 26 年 2 月
- 3) 同：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、土木計画学研究・講演集 Vol.51、26 年 6 月
- 4) 同：景観が地域にもたらす効果の体系に関する論考、景観・デザイン研究講演集 No.10、26 年 12 月

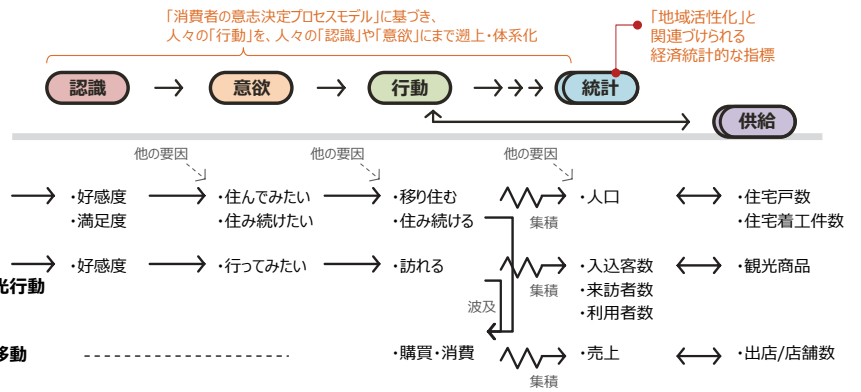


図-3 景観の効果の発現プロセスモデル(2014.2)

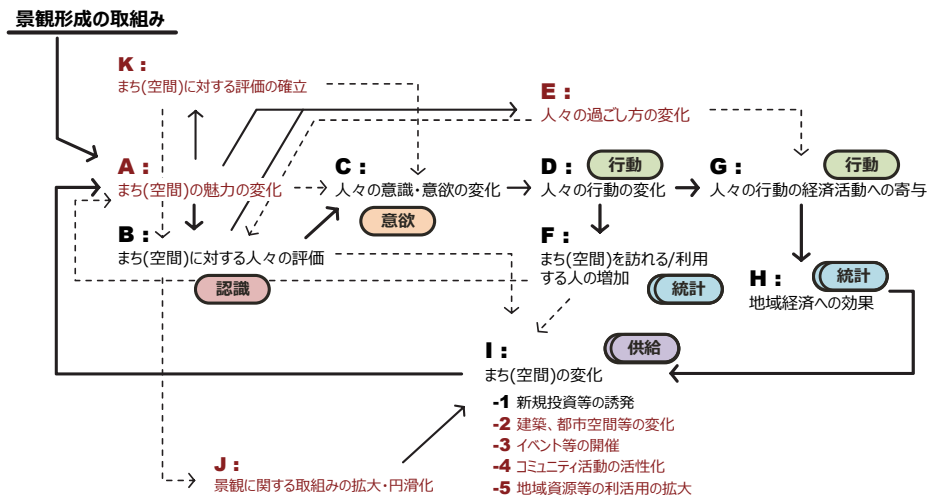


図-4 景観の効果の発現プロセスモデル(2014.12)