

### (3) 景観形成の波及効果の把握手法

#### 1) 調査の手順

景観向上効果の調査において最も重要なのは、対象とする景観向上効果を適切に選定し、それを顕在化させる調査手法の選択である。そのためには当該事業の設計意図を適切に把握し、また、現地の利用状況に関する事前確認のための現地調査やプレアンケートの実施が重要である。

調査手法は、ヒアリング調査、定点観測調査、アンケート調査の3種類の調査を実施することを基本とする(標準版)。ただし、基本方針(案)における重点検討事業以外の場合には、アンケート調査を省略することができる(簡易版)。アンケート調査の省略を補うため、継続的に調査対象事業の利用・維持管理・運営等を行っている市民団体等に調査を依頼し、利用者等の声をよりきめ細やかに収集することも有効である。

調査の手順と各段階の内容を図 5-2 に示す。

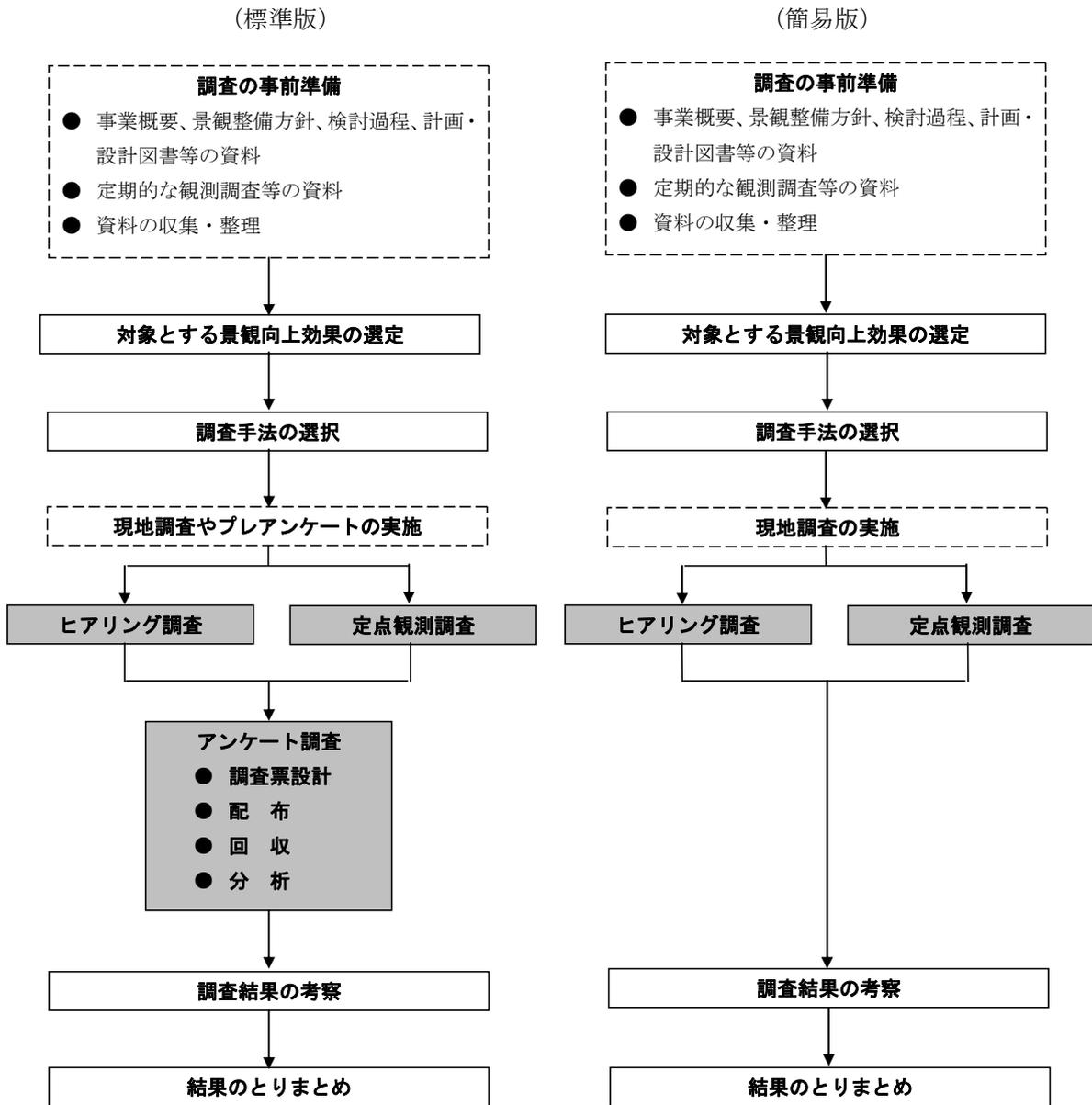


図 5 - 2 調査の手順

## 2) 調査対象とする景観向上効果の選定

調査項目の選定は、事業景観アドバイザー等の有識者に意見を聞くことが望ましい。事前準備において利用状況を記録している場合は、この結果も十分参考にする。調査対象とする景観向上効果として、「景観整備による効果」については、4分類（整備された空間に対する認知・印象、意識に与える効果、活動に与える効果、空間に与える効果）すべてについて、1項目以上の適切な項目を検討・選定する。「景観整備による波及効果」については、事業特性によって調査可能な項目を検討・選定する。

また、選定した景観向上効果が適切であるかどうか、計画・設計者ならびに事業実施当時の担当者へのヒアリングにより確認することが望ましい。

表5-7 景観向上効果の分類と主な効果例（表5-5を再掲）

分類		効果例
景観整備による効果（例）		
整備された空間に対する認知・印象		<ul style="list-style-type: none"> <li>整備した空間の印象の向上</li> <li>整備した空間の機能向上に対する認知 等</li> </ul>
意識に与える効果		<ul style="list-style-type: none"> <li>親しみ・愛着、誇りの向上／その他</li> <li>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</li> <li>景観やまちづくり、環境等に関する意識の高まり</li> <li>住民、行政、設計者、施工者の信頼関係の構築 等</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用の増加</li> <li>利用の多様化</li> <li>コミュニティの形成 等</li> </ul>
	団体活動、維持管理活動に与える効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベントの開催</li> <li>維持管理活動の実施</li> <li>地域活動団体の活動の発展 等</li> </ul>
空間に与える効果	隣接する空間整備に与える効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>建物の形態、ファサード、意匠等の変化</li> <li>建築外構の変化</li> <li>公共空間整備の拡張 等</li> </ul>
	周辺の空間整備に与える効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>周辺施設整備との連携</li> <li>視点場の形成 等</li> </ul>
	良好な景観形成に寄与する制度等の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>景観条例、景観計画等の策定</li> <li>景観形成に関する協議会の設置 等</li> </ul>
景観整備による波及効果（例）		
地域経済に与える効果		<ul style="list-style-type: none"> <li>地場産業の活性化</li> <li>観光振興</li> <li>民間投資の誘発 等</li> </ul>
外部評価の高まり		<ul style="list-style-type: none"> <li>外部機関（専門家）からの表彰</li> <li>マスコミ・マスメディア掲載の増加</li> <li>地価の上昇、居住者の増加 等</li> </ul>

### 3) 調査手法の選択

調査手法は、「ヒアリング調査」、「定点観測調査」、「アンケート調査」がある。対象とする景観向上効果の項目を勘案し、それぞれに適切な調査手法を選択する。それぞれの調査手法において、捉えやすい効果は異なり、一般的には表 5-8 のように整理される。

ただし、対象事業により、調査対象や周辺状況が異なるため、事業ごとに特性を勘案し十分に吟味する必要がある。

表 5-8 景観向上効果と調査手法の関係

効果		手法	ヒアリング調査	定点観測調査	アンケート調査
景観整備による効果	空間に対する認知・印象		△	—	◎
	意識に与える効果		△	—	◎
	活動に与える効果		○	◎	○
	空間に与える効果		◎	—	○
景観整備による波及効果	地域経済に与える効果		◎	—	—
	外部評価の高まり				

◎：相対的に効果を捉えやすい手法

○：効果を捉える事が可能な手法

△：簡易版の際に対応すべき手法

#### 4) ヒアリング調査

##### a) ヒアリング対象

対象とする景観向上効果の項目を勘案し、ヒアリング対象を設定する。ヒアリング対象は、景観向上効果の「整備された空間に与える認知・印象」、「意識に与える効果」、「活動に与える効果」、「空間に与える効果」、「景観整備による波及効果」について、関係する団体及び個人を対象として設定する。

対象は、施設を実際に利用している団体や利用実態を把握していると想定される組織とする。なお、下表以外にも関係する団体及び個人がいる場合は、対象とすることが望ましい。

##### b) ヒアリング項目

ヒアリング項目は、対象とする景観向上効果の項目及びヒアリング対象を勘案し設定する（表 5-9 参照）。

活動に与える効果としては、活動内容や利用方法が変化する「内容」とその回数が増える「頻度」について把握するとともに、その周辺状況等も含め把握する。併せて、関連資料等を入手、整理する。なお、下表以外にも関係する事項がある場合は、把握することが望ましい。

##### c) 留意事項

- ・ヒアリング結果のうち事実関係を確認出来る事項については現地調査等により確認をとることが望ましい。
- ・事前にヒアリング対象者を設定し、アポイントを取ってヒアリングを実施する以外に、現地の利用者、来訪者に直接話を聞く方法もある。これらの方法は、アンケート設計やヒアリング項目を設定する上での参考となる場合が多いことから、現地調査と併せて、可能な限り実施することが望まれる。

表 5-9 ヒアリング調査対象と項目

ヒアリング対象	ヒアリング項目
<p><b>行政関係者</b>                      (事業主体および、都道府県、市町村等の地元自治体関係各課等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当該地の利用内容、利用頻度等、利用実態の変化、利用者の意見等</li> <li>・ 地域住民、来訪者の意識の変化</li> <li>・ 事業をきっかけとして変化した周辺建築物、周辺の空間等</li> <li>・ 雑誌、論文、新聞等への紹介状況</li> <li>・ テレビ、ラジオ、映画等マスメディアへの取り上げられた回数、内容の変化</li> <li>・ 表彰等の外部評価の状況</li> <li>・ 利用者、住民等への意向、景観向上効果等の調査（アンケート等）等、既存調査</li> <li>・ 景観向上効果を調査した資料（アンケートなど）</li> <li>・ 他にヒアリングすべき対象</li> </ul>
<p><b>各種団体等</b>                      (当該施設を管理する団体（指定管理者、管理委託者等）                      当該施設を利用する団体または、隣接する位置にある団体（自治会、商店会、市民団体、NPO団体等）                      当該施設周辺の施設管理者及び所有者（隣接・近接する施設の管理者及び所有者等）)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在の活動内容、目的、活動頻度、活動におけるルール、活動対象範囲、構成メンバー</li> <li>・ 団体発足のきっかけと対象事業との関わり、対象事業による意識の変化、活動の変化等</li> <li>・ 他団体の対象事業との関わり、対象事業による意識の変化、活動の変化等</li> <li>・ 他にヒアリングすべき対象</li> </ul>
<p><b>大学等研究機関</b>                      (当該施設を研究対象としている大学等研究機関)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 研究内容</li> <li>・ 他にヒアリングすべき対象</li> </ul>

## 5) 定点観測調査

### a) 定点観測の範囲及び場所・方法の設定

定点観測を行う範囲は事業実施箇所が基本となる。この中で、事前の現地調査やアンケート調査の結果を参考に、定点観測を行う場所及び方法を適切に設定する（表 5-10）。

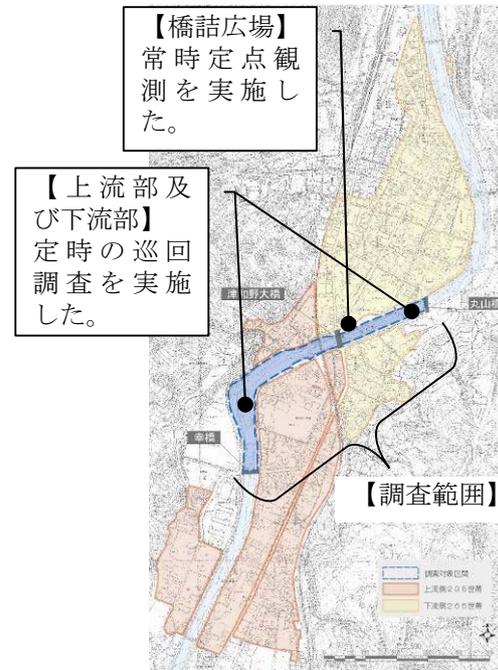
表 5-10 定点観測の場所及び方法の考え方

捉える利用の様態	定点観測の場所及び方法の考え方
①滞留型の利用を捉える場合	利用が集中する拠点となる場所において実施することが望ましい。
②通過型の利用を捉える場合	通過型の利用を捉える場合は、主要な動線上や動線の分岐点において実施することが望ましい。
③広範囲の通過型の利用を捉える場合	観測範囲が観測箇所からの視認範囲を超えて広範囲に及ぶ場合、限られた調査人数で調査を行うために、時間を区切り定期的に巡回して利用状況を把握することも考えられる。

#### 【参考事例：津和野川河川景観整備】

滞留型の利用が集中する橋詰広場において常時定点観測を実施するものとし、通過型の利用が主である上流部及び下流部については定時の巡回調査を行うこととした。

このような調査方法を採用することで、広範囲の調査を少人数で行い、利用を適切に捉えることが可能となる。



## **b) 調査日時の設定**

捉える利用の特性に配慮し、調査日時を適切に設定する。

### **①調査の曜日**

日常・非日常に関わらず、平日と休日とでは利用が異なることが想定されることから、平日（月～金）と休日（土日祝祭日）の両方において実施することを基本とする。

### **②調査の実施時間帯**

利用者が存在する時間帯において実施する。特に、優れた景観整備が行われた事例については、ジョギングやウォーキング、散歩等の利用が顕著に見られることが多いことから、早朝及び夕方の時間帯を含めて調査を行うことが必要である。

### **③場所の特性の考慮**

季節変動の大きい利用（水遊び、花見等）が想定される場合や、特定の自然現象（御来光、夕日等）が注目されている場合、イベントの開催が多い場合（イベント広場等）など、場所の特性を考慮して調査日を設定する。

なお、特定の自然現象や利用目的が想定される事例の場合、それらの出現時と非出現時の双方の利用を捉え、比較できるように調査を実施することが望ましい。

## **c) 調査実施時の留意事項**

### **①事前の連絡と腕章の着用**

調査実施に際しては、事前に関係機関（管理者、自治体の関係各課、隣接する施設等）に調査の実施と必要事項を連絡しておくことが必要である。

また、調査員は常時腕章などを着用することで、不審者と思われないよう注意する。

### **②調査の実施場所**

定点観測を行う場合、利用者の自然な動態を把握する目的からも、既存の東屋やベンチなどの便益施設を占拠せず、折りたたみ椅子などを用いて調査を行う。

### **③調査の内容**

実際の調査においては、事前に想定された利用だけでなく確認された利用を網羅的に捉え、利用者の区分（市民、観光客等）や利用の目的（通勤・通学、観光、散策、ジョギング、買い物、休憩、遊び等）、人数や滞留時間などを確認された時刻と共に記録する。

また、随時写真撮影を行い、多く見られる利用方法や特徴的な利用方法を把握する。

d) 取りまとめの方法

時間帯毎に異なる利用が想定されることから、調査結果は時系列で写真と共に整理することが有効である。

また、現地での聞き取り調査を行う場合、定点観測結果と聞き取り調査結果を合わせて見ることで、詳細な利用目的や利用者の区分が可能となる。

① 拠点における定点観測の取りまとめ例

【参考事例：岸公園（夕日出現時）】

観測時刻	利用者行動	写真
18:30～ 18:55	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夕日待ち 14 人</li> <li>・散歩（ウォーキング）・散策 6 人</li> <li>・自転車 1 人</li> <li>・犬の散歩 1 人</li> <li>・宍道湖ウサギ詣で 4 人</li> </ul> <p>【利用の概況】            夕日を見物するために岸公園に集まった人々が多く見られるようになった。夕日待ちの人々は、緑地と水際線沿いの歩道の間の段差、緑地上部の歩道と緑地間のブロックに腰掛けるケースが多かった。</p>	<p>○緑地に座り夕日を待つ人</p>  <p>○宍道湖をバックに写真を撮る人</p> 
19:10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・夕日見物 31 人</li> </ul> <p>【利用の概況】            夕日の見物者が多く、夕方からの観察では、最も賑わいを見せていた。同時時間帯の夕日スポットには、岸公園よりも多い約 100 人の見学者が集まっていた。</p>	<p>○夕日を眺める人々</p>  <p>○岸公園から見た夕日</p> 

② 巡回調査による定点観測の取りまとめ例

【参考事例：津和野川河川景観整備（津和野大橋～幸橋間：早朝）】

観測時刻	利用者行動	写真
6:10～ 6:30	(左岸) ・ 散歩（ウォーキング）2人 ・ ジョギング1人 (右岸) ・ 散歩（ウォーキング）1人 ・ 地元自転車1人 【利用の概況】 この時間帯は、住民のみの利用であり、観光客は見られなかった。	○ジョギングと散歩（左岸） 
6:40～ 7:00	(左岸) ・ 犬の散歩1人 ・ 散歩（ウォーキング）2人 (右岸) ・ 犬の散歩1人 ・ 散歩（ウォーキング）2人 【利用の概況】 この時間帯は、住民のみの利用であり、観光客は見られなかった。	○犬の散歩（右岸） 
7:25～ 7:40	(左岸) ・ 通学（高校生）10人 ・ 散歩（ウォーキング）1人 ・ 車1台 (右岸) ・ 犬の散歩2人 ・ 通学（中学生）1人 ・ 地元自転車3人 ・ 車1台 ・ 清掃活動2人 【利用の概況】 左岸においては通学の高校生が多く見られた。また、幸橋の橋詰部では会話を交わす散歩の方や、清掃活動を行う消防署員が見られた。	○橋詰での会話、通学の中学生、消防署員による清掃活動（右岸幸橋橋詰） 
9:08～ 9:25	(左岸) ・ 地元通過者1人 ・ 散歩（ウォーキング）2人 ・ 地元自転車5人 ・ 車2台 (右岸) ・ 散歩（ウォーキング）1人 ・ 地元自転車1人 ・ 車6台、バイク1台 【利用の概況】 左右岸共に散歩（ウォーキング）を行う人が見られた。	○自転車と散歩（左岸） 

## 6) アンケート調査

### a) アンケート調査の手順

アンケート調査の手順は以下の通りである（図 5-3 参照）。以降に、各手順の具体的内容を示す。

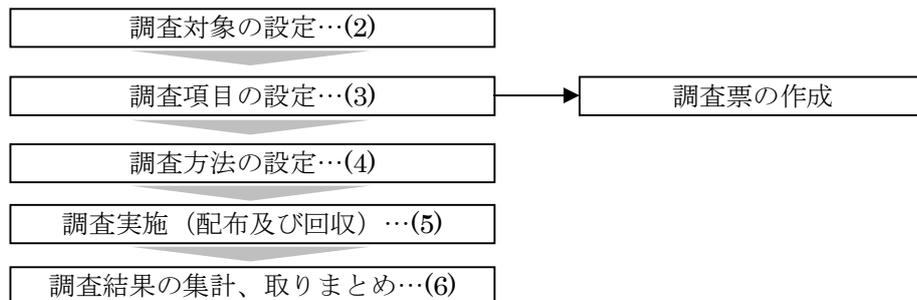


図 5 - 3 アンケート調査の手順

### b) 調査対象の設定

調査対象は、主に地域住民と観光客等の来訪者とし、対象施設の特性や立地状況、利用状況を踏まえて具体的に設定する。

#### ①地域住民

地域住民については、対象施設の利用範囲（利用の背後圏）を考慮し対象範囲を設定する。配布数は、基本的に対象範囲の全戸数とする。ただし、範囲内の世帯数が非常に多い場合は、一般的に郵送の場合、回収率は約 2～3 割程度であることを考慮して、配布数を設定することも考えられる。（（参考）モニター選定の考え方を参照）

対象範囲を設定する際の考え方の例として以下のようなものがあげられる。

（範囲設定の考え方）

- ・ 主な利用が散歩等と想定される場合、整備対象から徒歩圏の半径 500m の範囲
- ・ 主な利用が散歩等と想定される場合、かつ、整備対象が河川や道路など線形の場合、線形の軸方向に徒歩圏の 500m の範囲
- ・ 関連する事業について事業範囲のエリアが設定されている場合、そのエリア（たとえば、街並み整備事業の範囲など）
- ・ 利用者が市町村域全体にわたると想定される場合、市町村域全体 等

②来訪者

来訪者は、現地における実際の施設利用を対象とする。

対象施設の利用状況を勘案し、サンプル数を適切に定める。

(参考) モニター選定の考え方

統計学上、母集団の大きさが 10,000 程度以上の場合、実用上無限母集団とみなすことができ、384 (≒400) 票が標本数として有効な数字であるといわれている。(参考文献「土木計画システム分析 現象分析編」飯田恭敬・岡田憲夫 編著 森北出版)

統計学上の見地から、母集団数 N に対して必要な「標本数 n」は、一般的に以下の式で求められる。

$$n \geq \frac{N}{(b/1.96)^2 \times \frac{N-1}{P(P-1)}} \approx \frac{1.96^2 \cdot P(1-P)}{b^2}$$

b : 標本誤差、P : 回答比率

※「1.96」は、信頼水準によって定まる値で、通常のケースでは、信頼度 95%に対応した「1.96」が採用される。(平成 16 年度版「統計実務知識」: 総務省統計局基準部監修より)

(標本誤差は政府機関および政府関連機関にて実施される世論調査では 1~3%となっている。)

c) 調査項目の設定

対象とする景観向上効果の選定に従って、「整備された空間に与える認知・印象」、「意識に与える効果」、「活動に与える効果」、「空間に与える効果」、「景観整備による波及効果」の別にアンケート調査で確認する内容を抽出し、調査項目を設定する。また、各項目について、それぞれの程度の差異を把握するため、5段階程度の選択肢を設定する。

なお、調査項目については、事前ヒアリングやプレアンケートを実施し、言葉づかいや言い回しなどアンケート内容を照査し改善を加えることで、より正確な回答が得られることが期待されるため、積極的に実施することが望ましい。

設定した調査項目に対してアンケート調査票を作成する。調査票は、誰もが記入しやすいように、文字の大きさや行間、当該事業位置を説明する地図等を見やすく工夫する。また、具体的な意見を記述できるよう、可能な限り自由回答欄を設ける。

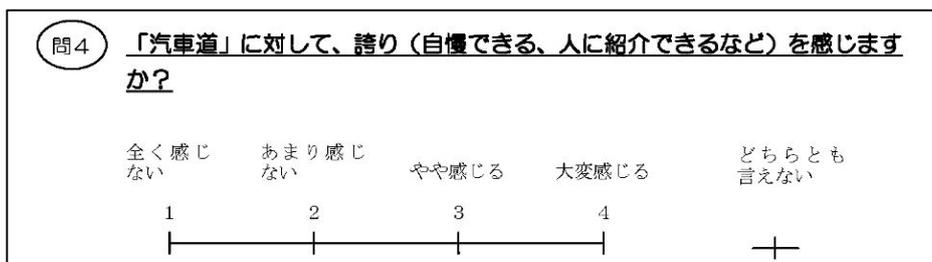


図 5 - 4 調査項目と選択肢の例

①地域住民を対象とする場合

- ・「整備された空間に与える認知・印象」、「意識に与える効果」、「活動に与える効果」を中心に項目を設定する。
- ・事後評価の対象事業が新設ではなく改良事業である場合には、事業による景観向上効果をより明確にするため、「整備された空間に与える認知・印象」、「意識に与える効果」、「活動に与える効果」について事業前後で比較する項目を設ける。
- ・施設周辺に住宅や商業施設等がある場合、そこに居住する住民等を対象に事業をきっかけに建物や外構の物理的変更があったかどうかを「空間に与える効果」として把握する。

②来訪者を対象とする場合

- ・地域住民を対象とする場合の調査項目から、住民でなければ答えられないような質問(たとえば、地域の景観に対する意識の変化など)を除き、「整備された空間に与える認知・印象」、「活動に与える効果」を中心に項目を設定する。

表5-11 アンケート調査項目例

景観向上効果		調査項目例	
		地域住民	観光客
景観整備による効果	空間に与える認知・印象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「使いやすさ」や「街並みとの調和」など整備内容に関する評価（5段階評価）</li> <li>・上記内容に関する整備前後での評価の変化（5段階評価）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「使いやすさ」や「街並みとの調和」など整備内容に関する評価（5段階評価）</li> </ul>
	意識に与える効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「親しみ・愛着」、「誇り」などの意識及びその変化（5段階評価）</li> <li>・地域の景観やまちづくりに対する意識及びその変化（5段階評価）</li> <li>・「〇〇らしい風景」、「〇〇を眺める代表的な視点場」などの変化（地図への記入）</li> </ul>	—
	活動に与える効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「通過」、「散歩」、「休憩」、「周囲を眺める」、「写真撮影」等の利用内容に対する頻度（5段階評価）</li> <li>・上記内容に関する整備前後での利用頻度の変化（5段階評価）</li> <li>・利用ルート及びその変化（地図への記入）</li> <li>・イベントや地域活動団体による維持管理等の活動の実施及び参加（5段階評価）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「通過」、「散歩」、「休憩」、「周囲を眺める」、「写真撮影」等の利用の有無</li> <li>・利用ルート（地図への記入）</li> </ul>
	空間に与える効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・所有施設および周辺施設において、整備施設側への入口の設置やセットバックなど整備対象との調和や連続性に配慮した空間の変化の有無（地図への記入）</li> <li>・対象施設に面した箇所での植栽等の設置など建築外構の変化の有無（地図への記入）</li> </ul>	—
景観整備による波及効果	地域経済に与える効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地価の上昇や観光客の増加、マスコミ・メディアの掲載の増加の有無など（自由解答形式等）</li> </ul>	—
	外部評価の高まり		

#### d) 調査方法の設定

アンケート調査実施の際には、配布および回収に複数の方法があり、それぞれ特性がある（表 5-12）。効率的な調査のため、これら特性を踏まえて調査方法を設定する。

表 5-12 アンケート調査方法例

対象	方法	注意点
地域住民	対象範囲へのポスティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・手間が少ないが回収率が低くなる傾向がある</li> <li>・回収率向上の方法として、各戸訪問により顔を合わせて協力依頼を行うことが有効</li> </ul>
	無作為抽出による郵送	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対象範囲が広範囲、かつ住所氏名の把握が可能な場合に限る</li> <li>・手間が少ないが回収率が低くなる傾向がある</li> <li>・回収率向上の方法として、事前に自治体や自治会に協力を要請することが有効</li> </ul>
	現地での聞き取り	<ul style="list-style-type: none"> <li>・その場で質問内容の説明の補足が可能であるため、正確性は高まる</li> <li>・回収数を確保するために人手がかかる</li> </ul>
	公民館等の地域の人が集まる施設へのアンケート票の設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>・回答者の属性に偏りが生じる傾向がある</li> </ul>
来訪者	現地での聞き取り	<ul style="list-style-type: none"> <li>・その場で質問内容の説明の補足が可能であるため、正確性は高まる</li> <li>・回収数を確保するために人手がかかる</li> </ul>
	ボランティアガイド等現地案内の参加者への実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボランティアガイド等現地案内を行う団体の協力が必要</li> </ul>

#### e) 調査実施—留意事項

アンケート調査の実施において、調査票の配布と回収について留意事項を以下にあげる。

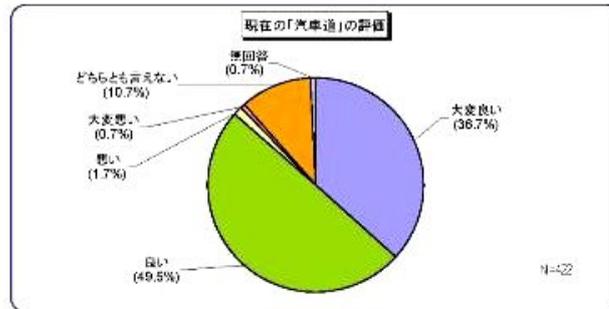
- ・地域住民に対するアンケート調査を実施する場合、事前に地元の自治会や役所にアンケート調査の実施について連絡を入れておくことで、トラブルを避けることができる。
- ・ポスティングや郵送の場合、回収率が低くなる傾向がある。可能な限り配布時に各戸に訪問し顔を合わせて協力を依頼するなど、回収率を向上させる工夫が必要である。
- ・調査票の回収締切りは、配布後、10日から2週間程度に設定するのが標準的である。

#### f) 調査結果の集計、取りまとめの方法

アンケート調査の結果は、個々の質問事項について集計し、グラフ化して分かりやすく取りまとめる（図 5-5 参照）。

現在の「自動車」をどのように思いますか？

現在の「自動車」の評価



「自動車」に対して、誇り（自慢できる、人に紹介できるなど）を感じますか？

「自動車」に対する誇りについて

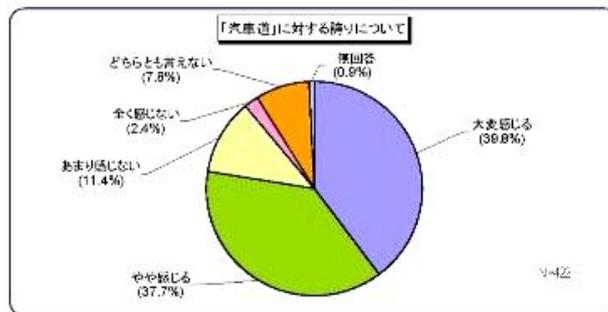


図5-5 アンケート調査結果取りまとめ例

## 7) 調査結果の考察

### a) 景観向上効果発現の有無の判断

調査対象とした景観向上効果が発現したかどうかを判断する際には、以下のような考え方による。

- ① ヒアリング調査において、複数のヒアリング対象者から同様の効果を聴取できた場合
- ② 複数の調査手法において、同様の効果が確認された場合
- ③ アンケート調査において、対象事業実施の前後比較により効果の出現を確認した場合
- ④ アンケート調査において、他の項目や類似事例の評価と比較して突出した数字・割合が確認された場合

また、複数の調査結果に対する総合的な考察から、景観向上効果の出現を判断することができる。

#### 【参考例A：津和野川河川景観整備】

##### 【ヒアリング調査結果】

- ・ 事業実施以前は川沿いを歩く観光客は殆どいなかった。

##### 【定点観測調査結果】

- ・ 川沿いを歩く人は周辺住民の方が多かったものの、散策、レンタサイクル、人力者を利用する観光客が多数確認された。

##### 【観光客へのアンケート調査結果】

- ・ 駅前での聞き取り調査の結果、約70%の観光客が津和野川沿いを歩いたと回答した。

##### 【景観向上効果】

- ・ 以前は見られなかった観光客の津和野川沿いの周遊が、事業の結果見られるようになったと判断される。

#### 【参考例B：岸公園】

##### 【ヒアリング調査結果】

- ・ 美術館の来館者が多いことの要因として、ランドスケープの素晴らしさがあると考えている。(美術館談)

##### 【定点観測調査結果】

- ・ 美術館が岸公園内に設置した彫刻を見に訪れる来園者が多く確認された。

##### 【来園者へのアンケート調査結果】

- ・ 来園者の約30%が美術館を見学していた。

##### 【景観向上効果】

- ・ 岸公園(湖岸堤)が美術館と一体的に整備されたことによる、相乗的な効果が出現していると判断される。

各調査により得られる結果をもとに景観向上効果の有無を判断する場合、以下のような点に留意する必要がある。

#### ①ヒアリング調査

ヒアリング調査は特定の対象に対して実施されるものであり、必ずしも一般性を持った意見を聴取できるものではない。

#### ②定点観測調査

その場の特性に配慮して複数日において観測を実施したとしても、利用状況のすべてを観測するものではない。また、事業実施前に同様の調査を行わない限り、事業実施前後の比較を明確に行うことはできない。

#### ③アンケート調査

アンケート調査においては結果が数字や割合として現れるものの、定量的な判断基準は無く、効果の有無は慎重に見定める必要がある。

#### 【参考例】

- ・事業への住民参加や景観向上施策の浸透を介して、住民の審美眼が向上した結果、印象評価が厳しくなることも想定される。
- ・事業実施前のその場のポテンシャルの高低が、事業実施後の印象評価に大きく影響することも想定される。

また、調査対象事業のみを抽出してのアンケートは難しく、調査対象事業に由来しない変化がノイズとして影響する可能性があることにも留意する必要がある。

#### 【参考例】

- ・河川の護岸整備の事例調査において、事業との関連性が薄い水量の減少や水質の悪化などの変化により事業が批判的に見られる可能性がある。
- ・高齢者においては事業実施時よりもはるか昔の幼少期の状態と現状を比較し、長期の開発による自然の改変を要因として、事業を批判的に評価してしまうことも想定される（設問の設定や説明の工夫だけでは限界がある）。

## **b) 景観向上効果の内容・程度に関する考察**

発現していると判断された景観向上効果については、調査結果から得られた具体的内容、頻度・割合などのデータについて考察を加える。厳密な意味で事業による景観向上効果を定量的に考察するためには、事業実施前後で同じ調査を行い、その差について検討する必要があるが、簡便のため、前後の比較に関する考察はヒアリング調査およびアンケート調査の結果に対する総合的な考察により行う。

調査対象項目としたにも関わらず発現しなかったと考えられる項目については、発現しなかった要因が調査結果から読み取れるかどうかを確認し、可能な場合には考察に加える。

### **【参考例：岸公園（意識変化）】**

アンケート調査の結果、「親しみ、愛着を感じる」と答えた方が73%であり、他、自由回答において、「近所に住むことの幸せの享受」、「大切な場所」、「心の支え」といった回答が見られた。また、「知人が松江に来た時に案内したい」と答えた方が73%、「街の顔だと思う」と答えた方が61%であり、他、自由回答において、「共有の財産」、「松江を代表する場所」といった回答も見られた。

ヒアリング調査の結果、事業実施以前の岸公園は学校の裏手のイメージが強い暗い雰囲気のある公園であったことが明らかとなっており、このことと上記を合わせて考察すると、事業実施により親しみや愛着、誇りが大きく出現しているものと判断される。

## **c) 考察上強調すべき事項の抽出**

調査により、印象の大きな向上や、利用者の大幅増、活動の大きな発展、周辺空間の明白な改善等が顕著に確認された場合や、顕著な波及効果（地域経済の活性化や観光振興、外部評価の高まり等）が確認された場合、それらは特に注目すべき効果として重点的に記述する。なお、波及効果を見極める際には、後掲図「効果の波及フロー図」（図5-8参照）による整理が参考になる。

## 8) 結果の取りまとめ

当該事業の効果として確認された内容を明確に把握し、また、複数の調査実施事業において横断的に結果が参照できるように、調査結果の整理を行うものとする。

取りまとめの際には、①事業概要および想定される効果、②調査により確認された効果及び波及効果、③効果が発現する波及フロー、④調査結果と確認された効果との対応、を標準的な項目とする（下表 5-13 参照）。

表 5-13 調査結果の標準的な取りまとめ項目

	内容	参照
事業概要および想定された効果	①対象事業について、事業名、事業規模、事業主体、事業概要等を整理する。 ②計画・設計の意図、および景観に配慮した内容、想定された効果を整理する。	図 5-6
調査により確認された効果一覧とその整理結果	①調査対象、調査手法に応じて、確認した効果を整理する。 ②さらに、確認した効果の具体的内容を「整備された空間に与える認知・印象」、「意識に与える効果」、「活動に与える効果」、「空間に与える効果」、「整備による波及効果」の別に整理する。 ③実施した各調査の調査対象範囲および調査地点を地図上にプロットする。 ④確認した効果に関する写真等を整理する。	図 5-7
効果の波及フロー図	①発現を確認した景観向上効果について、対象事業のどのような成果に対して発現した効果であるのか、その関連性を分析し、整理する。	図 5-8
各事例における調査結果と確認された効果との対応	①「調査により確認された効果一覧とその整理結果」のバックデータとして、グラフや収集資料等を配し整理する。	

(事業概要および想定された効果)

【事業名】	太田川基町護岸	【事業分野】	河川
【特に参考となる効果】	利用形態・頻度の変化	【事業の種類】	2003年土木デザイン賞特別賞 (太田川基町護岸)
【事業対象・規模】	対象：旧太田川左岸基町地区、相生橋から上流に約800mの区間（広島県広島市中区基町） 太田川基町護岸整備規模：L:約880m、堤防高5m（H.W.L:4.4m+余裕高0.6m）		
【事業主体】	・国土交通省中国地方整備局太田川河川事務所(太田川基町護岸)	【周辺の関連事業】	・リバーフロント建築物等美観形成協議制度 ・原爆ドームおよび平和記念公園周辺建築物等美観形成要綱
【景観検討の段階】	構 想 ・ 計 画 ・ 設 計 ・ 施 工 ・ 維 持 管 理		
【事業期間・竣工】	太田川基町護岸：昭和54年(着手) ～ 昭和58年、元安川親水護岸：平成8年(竣工)		
【事業概要】			
<p>広島市内を流れる太田川には戦災復興の区画整理事業によって川岸緑地が設けられ、良好な水辺空間として広島市のシンボルとなっていた。しかし、太田川の堤防は、高潮対策として堤防嵩上工事が計画され、河岸緑地の景観悪化が懸念されていた。そこで、東京工業大学協力の下、景観に配慮した河川環境整備の基本設計が立案され、太田川基町護岸が造られた。1983(昭和58)年の竣工後は多くの広島市民の憩いの場として利用され、広島市発行図書、新聞、報告書などで好評を得ている。</p> <p>本事業の設計意図は概ね達成されており、景観に配慮した護岸のデザイン事例が少ない当時においては先駆的存在として認知され、その後の多くの事業の規範として貢献していくこととなった。その功績が讃えられ、2003(平成15)年には本事業は土木学会デザイン賞特別賞を受賞している。</p> <p>また、元安親水護岸は原爆ドームの対岸に位置しており、毎年原爆が投下された8月6日には灯籠流しが市民によって行われている。このように、市民のゆかりの深い場所をより近づきやすい水辺にしようと元安川護岸整備策定委員会によって整備計画が検討され、整備が行われた。</p>			
【計画・設計の意図および想定された効果】			
文献調査によると、太田川基町護岸・元安川親水護岸のデザイン目標、設計意図と期待される効果は以下のように整理される。			
デザイン目標		整備方針	
歴史的景観の継承		既存する石積護岸・水制工をデザイン要素として保存・活用	
設計意図		景観に配慮した内容	想定された効果
A. 沿川の景観を取り入れた河岸親水設計			
1	背後に広がる公園や住宅棟との一体感の創出	○堤防天端から低水護岸までを緩やかなスロープで結び緑地広場の整備	●利用形態・頻度の変化、地域活動(イベント・行事)の活性化 ●周辺景観の改善
2	背後にあるシビックセンター等との調和・広島城を借景とした空間の活用	○直線的な間知地の石垣を整備	
B. 親水性を活かした空間デザイン			
1	水辺に近い場所を歩くことができるよう土工の工夫	○平坦な場所と座りやすい傾斜箇所を配備	●利用形態・頻度の変化、地域活動(イベント・行事)の活性化 ●建築物ファザードの変化、視点場の形成
2	川筋の統一感の創出	○低水護岸は親水性の高い玉石積で統一	
3	展望や水際でのイベントの場所、店の立地となることへの配慮	○石張りの低いテラスの整備 ○水面までの階段護岸の整備	
4	水辺風景を楽しめる空間の創出	○高い位置に石張りテラスの整備	
C. 眺められることを意識したデザイン(太田川基町護岸のみ)			
1	シンボリックな空間の創出	○既存樹木であるポプラをデザイン要素として導入	●利用形態・頻度の変化、環境保全・学習活動、樹木の手入れ・花壇等の設置
2	太田川の美しい曲線を見せるエッジラインの創出	○水辺に近い割石のテラスと玉石の護岸をずらして接続	
3	メリハリの利いた景観の創出	○水制工を用いて単調になりがちな空間の分節化	

図5-6 事業概要および想定された効果



(効果の波及フロー図)

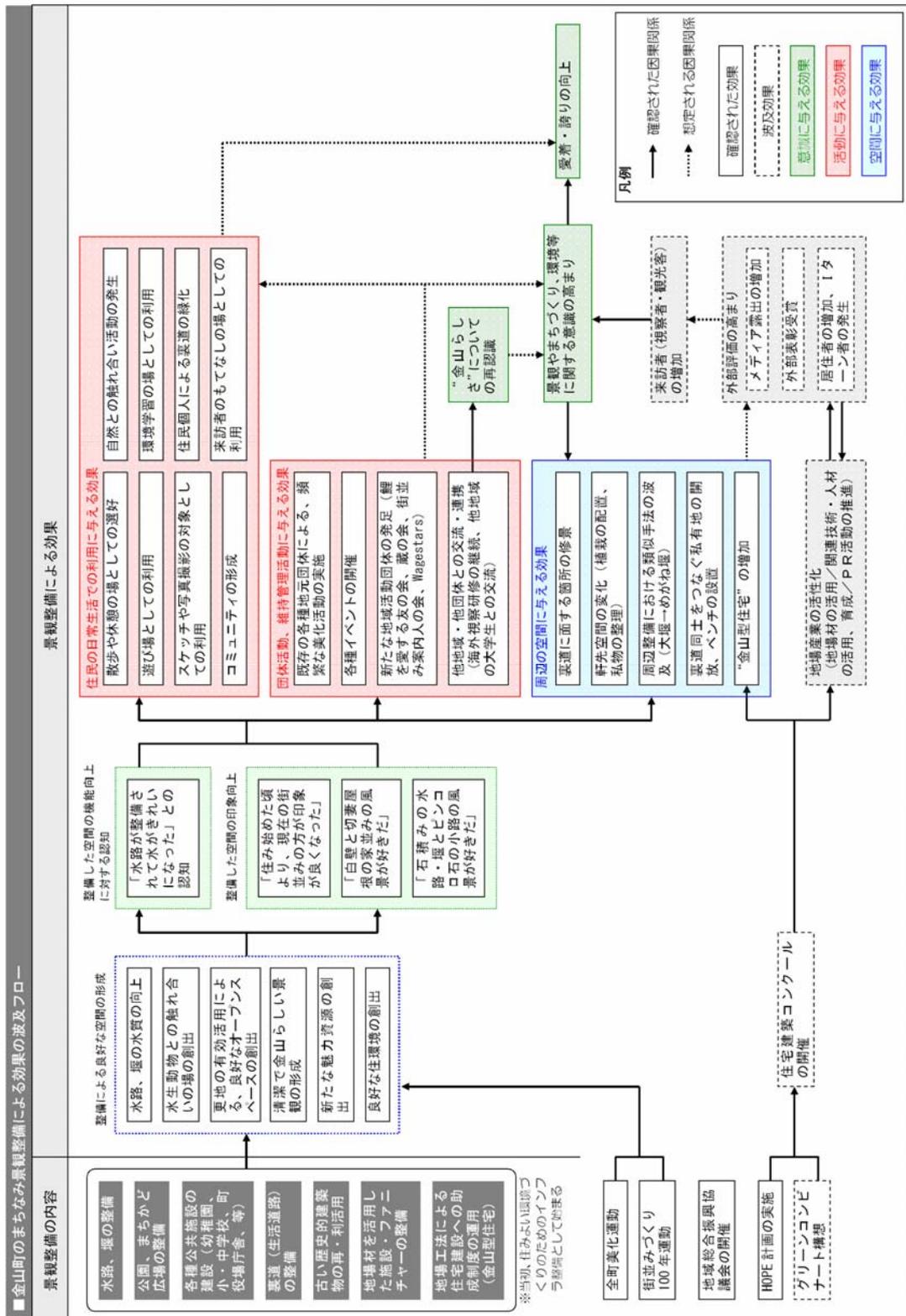


図 5-8 効果の波及フロー図