

みんなで作る橿原の“いいね！” —よりよい景観づくりに向けた取り組み—

森本 泰昭¹

¹橿原市 まちづくり部 緑地景観課 (〒634-8586 奈良県橿原市八木町一丁目1-18)

橿原市では、景観計画等を活用した総合的な景観づくりに取り組んでいるが、それらの情報発信の取り組みは、これまで不十分であった。本稿では、現在担当課で実施している啓発事業のうち、主に「かしはら景観パネル展」について、直近3ヵ年における改善の過程を辿りながら、得られた知見について述べる。あわせて、その他の啓発事業についても紹介する。いずれの事業も、特別な予算や技術がなくとも導入が可能で、かつ効果もあげられており、事業一般の情報発信に、特にその初期段階において、応用できるものといえる。

キーワード 情報発信、啓発事業、パネル展

1.はじめに

橿原市は、奈良県のほぼ中央にあり、東西7.5km、南北8.3kmの全体的に平坦な広がりの中に、万葉の時代を偲ばせる大和三山（耳成山・畝傍山・香久山）や藤原宮跡をはじめ、豊かな歴史と自然を持ちながら、戦後の発展とともに市街地も拡大してきた（図-1）。

景観づくりの取り組みでは、昭和から始まる古都風致制度等の活用に加え、総合的な景観形成の施策を展開していくため、平成14年には橿原市景観形成ガイドプランを策定し、平成19年には景観法に基づく橿原市景観

計画を施行、平成24年にはこれを改正するとともに、橿原市屋外広告物条例を施行した。主な施策として、事前協議を経ての届出や許可申請による行為規制のほか、景観重要樹木の指定と活用、景観まちづくり市民団体の認定と助成などを展開しており、一定の成果が得られている（図-2）。

一方で、課題も出てきている。より地域性を反映させる行為規制の手法の検討や、地域の景観づくりを担う人材の発掘と支援などは、その一例であり、今後これらに取り組むには、市民の理解と協力は欠かせない。

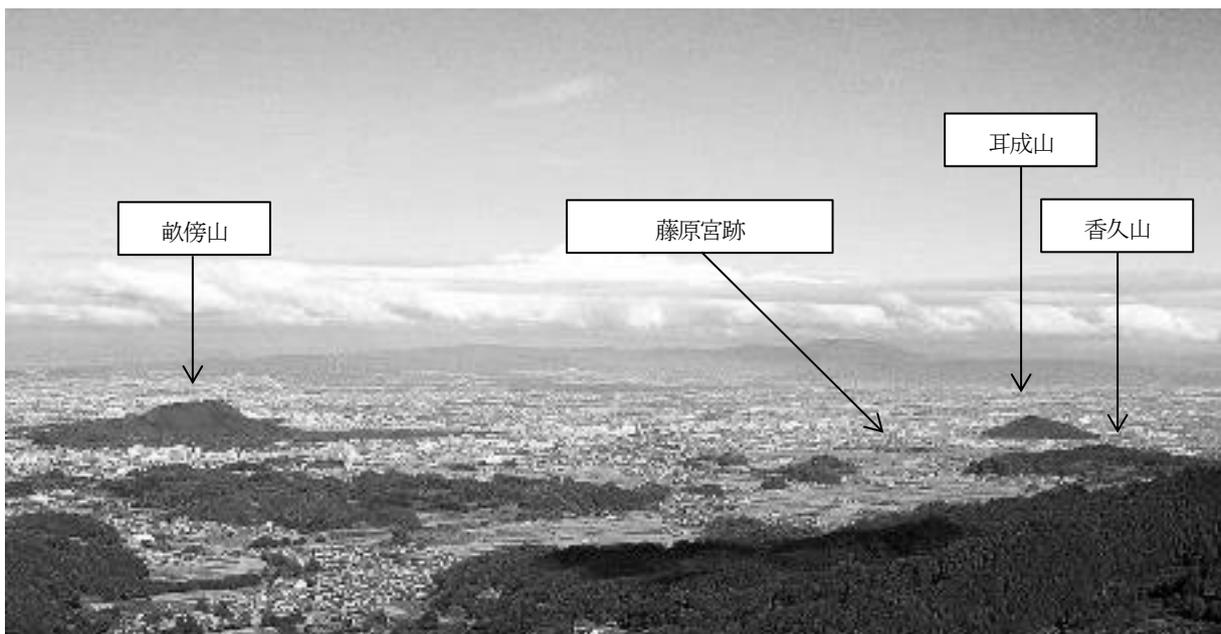


図-1 橿原市の全景



図-2 景観重要樹木「今井町蘇武橋のエノキ」
景観まちづくり市民団体による管理と活用が行われ、その存在は、周辺の町屋利用にも影響を与えている。

しかし、一般の市民において、景観づくりの諸制度の認知度や、景観という概念に触れる機会は、まだまだ不十分であると考えられる。例えば、平成20年度に実施した屋外広告物市内実態調査での、許可が必要な物件の未申請率80%という数字は、規制の認知度の低さを示している。また、平成23年度に景観計画の改正等の機会に実施したシンポジウムでも、会場でのアンケートから、情報発信の不足を指摘する声が複数あった。このような状況から、市民参加の土壌づくりとして、啓発事業を実施していくことが求められていた。

現在実施している複数の啓発事業のうち、最初に導入したのが「かしはら景観パネル展」である。展示を中心としたよくある手法だが、徐々に工夫を重ね、平成29年度には来場者数が大幅に増える等、啓発を進める上で大きな効果が得られた。以下に、その過程を辿りたい。

2.かしはら景観パネル展

(1) 当初の状況と課題

a) 単独イベントへの移行

景観計画の改正等を進めていた平成23年度より、市が主催するイベント会場の一部で、小規模なパネル展は行われていた。しかし、平成26年度からイベントの開催が見送られたことから、別に会場を探し、単独のイベントとして継続することになった。新たな会場の選定にあたっては、主に以下の点を考慮した。

- ① 予算の用意がないため無料で使用できること
- ② 幅広い世代への訴求効果が期待できること

これらを踏まえ、会場としては、図書館・科学館・イベントホール・レストラン等がある市有施設のかしはら万葉ホールを採用し、来場者が必ず通過する、1階多目的ロビーにて行うこととなった。

b) 第1回の実施結果

第1回パネル展は、平成27年度冬期の3週間にわた

り開催し、以前よりパネルを増やして、市の景観づくりを広く紹介する展示内容とした(図-3)。

また、会場には、人員を配置する代わりにアンケートを置くことで、来場者の動向を測定することとした。

しかし、アンケートの回収は13件と少なく、回答者もすべて40~60代だったため、十分に効果を測定できず、若年層への訴求効果にも疑問が残った。回答では、担当者が不在で質問ができない、内容がかたくなつまらないなど、厳しい意見が目立った(表-1)。



図-3 第1回パネル展の会場

表-1 第1回のアンケート設問と代表的な回答

Q1 来場の動機 ⇒「ふらっと立ち寄った」が最多
Q2 内容の満足度(満足・普通・不満) ⇒「普通」が最多
Q3 印象に残ったパネル
Q4 市内でお気に入りの景観
Q5 年齢層 ⇒40代以上が大半を占める
Q6 景観に対して一言(自由記述欄) ⇒運営体制や展示内容への指摘あり

c) 第2回の実施結果

第1回の反省を踏まえ、平成28年度は、以下のような見直しを実施した。

- ① 期間: 施設の特徴に鑑みて、より若年層の集まる夏期(夏休み)に移行、8月下旬の2週間とする。
- ② 人員: 午前午後の2時間ずつ交代制で1名を配置し、来場者数調査も実施する。
- ③ 内容: クイズ等の取り付きやすい展示を追加して、年代に係らず楽しめるようにする。

結果として、アンケート回収28件、来場者131人と、数値的にはやや向上した。

しかし、アンケートの設問ごとの回答を見ると、全体的な傾向は、前回と大きく変わらなかった。また、運営体制や展示内容にも、前回と同様の指摘が散見され、来年度には、さらなる改善が必要とされていた。

(2) 改善に向けた検討

第3回の開催に向けて、過去2回のアンケート結果や担当者の実感を踏まえ、イベントを構成する各要素について、以下のとおり検討を行った。

a) 期間の設定

前回と同じく夏期が望ましいと判断したが、お盆期間を含み、より親子連れや家族連れでの来場者が増えると思われる、8月中旬の2週間に設定した。

b) 周知の手段

これまでの広報誌、HP、庁内での周知に加え、広く市有施設にポスターの掲示等を依頼することとした。

また、アンケート結果が示すとおり、会場で初めて展示を知る方も多いと見られることから、開催期間中は会場周辺での呼び込みも重視することとした。

c) 人員の配置

時間を限定しての配置から、交代制で1名を常駐することとした。係の人数は3人と少なく、その他の業務への影響も懸念されたが、アンケート結果にもあったように、来場者と直接コミュニケーションをとれるせつかくの機会を優先した形である。

d) パネル展の内容

各パネルについては、レイアウトの統一、文字を減らし図表を増やす調整など、読むのが苦にならず、要点を平易に理解できるような内容に一新した。

また、これまでのアンケート結果から、高齢層の来場者はすでに確保できているが、若年層が伸び悩むことについて、足りない要素を以下のとおり整理した。

- ①子供の興味を惹くような楽しげな要素
- ②子供と一緒に快適に閲覧できる環境
- ③親子・家族の記憶に残るような仕掛け

これらへの対応として、まず土日に橿原市の観光PRキャラクターである「さららちゃん」の着ぐるみを登場させ、風船の配布や記念撮影を行うこととした。

また、会場にクラフト製作コーナーとして、折り紙や切り紙により、四季の樹木をイメージしてあらかじめ用意した台紙を飾りつけ、子供たちの手でひとつの作品に作り上げることを計画した。これは、子供たちには体験を通して樹木のある景観に親しんでもらおうという狙いと、製作に取り組む間は子が親の手を離れ、大人には展示を見学してもらおうという狙いを持っていた。

その他にもいくつかの工夫を加え、第3回となるかはら景観パネル展は、いよいよ開催の日を迎えることとなった(図-4)

(3) 第3回の開催状況

初日の開場後は、積極的に周辺で呼び込みを行い、親子連れの来場があれば、早速クラフト製作コーナーを紹介した。すると、思いのほか興味を示してくれる来場者が多く、狙いどおり、子供には体験を、親には製作の手伝いや、展示の見学を楽しんでもらうことができた。



図-4 設営直後の第3回パネル展の会場
中央にまだ台紙の状態の四季の樹木クラフトがある。

楽しそうな雰囲気は、自然と人を惹き付けるらしく、その後はクラフト製作コーナーに滞在者があると、興味を持って人がやってくるという好循環となった。この傾向は、日に日に勢いを増し、ついに1人ではコーナーの監督と展示の説明に手が回らなくなり、途中からは配置人員を2名に増員するなど、嬉しい誤算もあった。

また、土日のさららちゃん登場では、来場者に風船のプレゼントや記念撮影を楽しんでいただき、土曜日の来場者数は、期間中最多の135名を記録した。

全体を通して、好評のうちにパネル展を終えることができ、アンケート回収127件、来場者764名と、それぞれ前年度比で4.53倍と5.83倍の結果となり、効果が大きく向上した(図-5)。



図-5 賑わう会場の様子

(4) 結果の考察と展望

第3回でのアンケートは、すでに表-1に掲げた設問に、クラフト制作コーナーに対する評価を尋ねる設問を追加して実施した。設問ごとの回答の分析から、今回の結果を考察したい(図-6)。

a) 来場の動機

来場の動機では、「ふらっと立ち寄った」が89%と最多で、これは前回までと同じ結果であった。

予想していたとおり、パネル展自体を目的に来場される方は非常に少なく、特殊な催事が伴わない限り、この傾向は変わらないと予想する。このため、人が多く集まる会場や時期を選定し、実施することが重要である。

b) 満足度

満足度では、「満足」が64%と最多で、前回まで最多だった「普通」は33%だった。

評価の理由を見ると、展示の見やすさを評価する声が増え、クラフト制作コーナーについても、親子で楽しめた、手が離せて展示を見学できた等、評価する声が多く聞かれた。

一方で、展示については、さらなる改善を求める声もあった。前述のとおり、来場者の多くがあらかじめ関心を持ち来場する訳ではないことを踏まえると、面白くかつわかりやすい構成とする重要性を再認識した。

また、クラフト制作コーナーについては、夏休みの宿題として実施してはどうかとの意見があった。次世代の育成という観点からも、学校教育との連携は効果が期待できるものであり、今後積極的に検討したい。

c) 年代

年代では、40代が30%と最多で、次いで30代が26%、60代が18%と続いた。来場者には、親子連れや家族連れが多く、親と祖父母の年代がそれぞれ反映されていると考えられる。このように、幅広い年代を呼び込むことに成功した要因は、体験型のクラフト制作コーナーによるところが大きいだろう。

また、小学生でアンケートに回答してくれた子もいたが、多くはクラフト制作に夢中になり、展示自体はあまり見てもらえていない。次世代を担う子供たちに、景観という概念に触れてもらうためにも、今後は展示や体験の内容に、さらなる工夫が必要である。

d) お気に入りの景観・景観に対して一言

お気に入りの景観の有無を尋ねる設問では、ある(具体的な場所も併記)が59%で、ない、無記入がそれぞれ21%、20%だった。

約6割の方が、何らかの景観に愛着を持っており、橿原市を代表する名所旧跡から、身近な場所に到るまで、思い思いの回答をいただけた。

一方で、特にお気に入りの景観のないという方も、約4割おられた。決して小さい数字ではないため、今後も積極的に情報発信を行うとともに、具体的な景観づくりの取り組みを推進することが必要である。

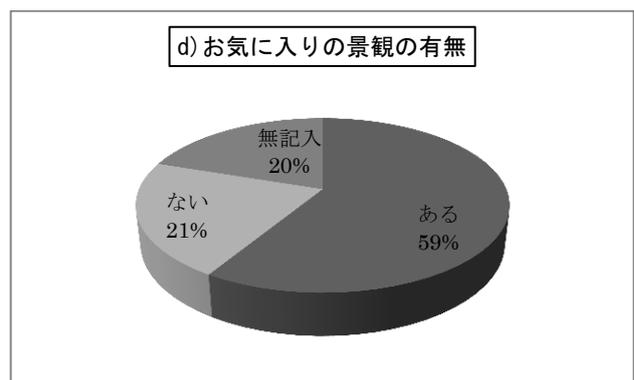
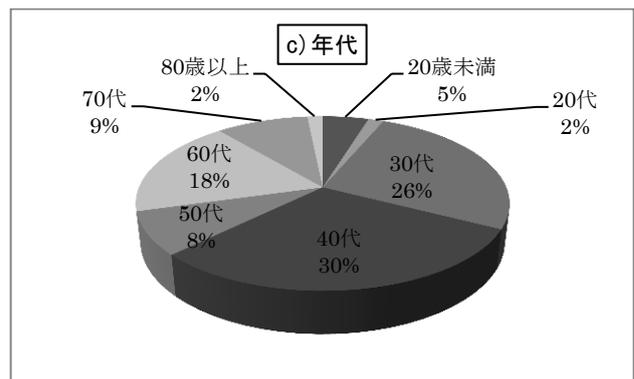
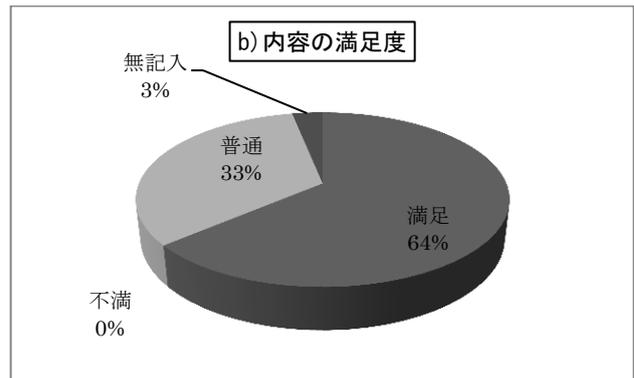
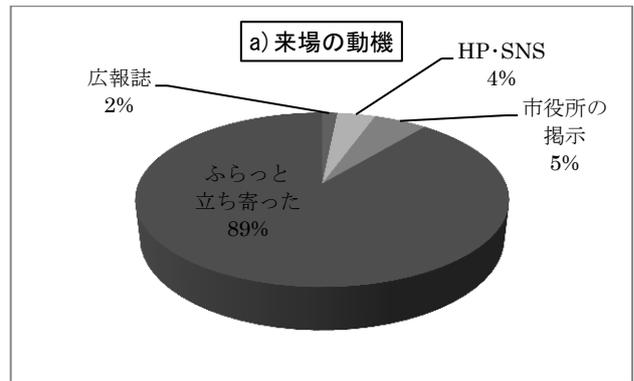


図-6 設問ごとの回答の分布

また、自由記述式の「景観に対して一言」では、橿原市の景観を愛する声や、その将来を憂える声、パネル展についての意見や、具体的なアイデアの提示など、様々な意見が集まり、市の様々な景観づくりの取り組みを初めて知ったという感想も見られた。

(5) パネル展に関するまとめ

第3回のパネル展では、来場者等の数値的成果も改善したが、アンケートの「お気に入りの景観」や「景観に対して一言」の回答が示すように、普段は何気なく眺め、ぼんやりと感想を抱いている「景観」ということについて、改めて考えたり、思いを馳せたりする機会とできたことが、何よりの成果であったと思う。

パネル展では、単に展示内容の充実だけでなく、体験型の要素や、来場者とのコミュニケーションの機会を取り入れることで、その効果を大きく向上させられることが、今回の結果から示された。

また、今回の例では、予算的には消耗品等に数万円を要したのみで、技術的にも創意工夫によるところが大きく、高度な作業は伴わなかった。このことから、様々な事業について応用可能なものであるともいえよう。

なお、完成した四季の樹木クラフトについては、その後市役所の本庁舎や、後述するフォトコンテストの表彰式会場でも展示を行い、パネル展のPRに活用をさせていただいた(図-7)。

3.その他の啓発事業

かしはら景観パネル展のほか、実施している啓発事業についても、簡単に紹介する。これらは、相互に連携させることで、相乗効果も狙うものである。

(1) Facebookを用いた情報発信

榎原市では、全庁的にSNS導入の動きがあり、平成28年度には、市の公式Facebookページを開設した。平成29年度より、緑地景観課でも記事の投稿を開始している。

すでに一般的に指摘されているとおり、HPが受動的な手段であるのに対し、SNSは能動的な情報発信ができることが特徴で、即時性にも優れている。また、基本使用料が無料であることも、大きな利点である。

当課では、現在・過去の事業について、定期的な投稿を行い、HPへの誘導もあわせて行うことで、パネル展等のイベント期間中でなくとも、興味を抱いた閲覧者が情報にアクセスできるよう心がけている。

(2) かしはら景観フォトコンテスト

景観をテーマとしたフォトコンテストは、景観計画の改正等を進めていた平成23年度に創設した。

第3回となる平成29年度のコンテストでは、榎原商工会議所と(一社)榎原市観光協会の協力を得て、表彰式等のスタッフも職員を充てることで、費用を抑えて実施することができた。また、Facebookを活用した応募部門を設けたり、作品展とともにパネル展を同時



図-7 完成したクラフトの展示(市役所本庁舎)



図-8 コンテスト最優秀賞「悠久の町並」(今井町)

開催したりと、各事業を組み合わせることで効果を上げることも狙った。諸条件は異なるものの、作品展への来場者は、パネル展を上回る1,005名を記録した。

全16点の入賞作品は、無償での使用権を市が有することとし、市が発行する様々な媒体への活用を予定している(図-8)。

4.おわりに

本稿では、主にかしはら景観パネル展の改善の過程を追うことで、パネル展という手法を効果的に実施する方法について見てきた。

また、ほかの啓発事業の例と、組み合わせることで、相乗効果を狙おうとするについても触れた。

榎原市景観条例の前文は、「景観は目に見える姿であり、住む者の心を映し出す。」という一節で始まる。パネル展では、多くの方の榎原市を愛する気持ちに触れることができた。今後も啓発事業を継続しながら、実際の景観づくりの活動へと繋げていきたいと思う。