

> 景観を数値化して評価する。

- ・ 建物の高さ制限を決める
- ・ 土地の緑化率制限を決める
- ・ 屋外広告物の色彩の範囲を決める

よくあるニーズ

- ・ **客観的**に (誰が評価しても同じ結果になるように)
- ・ **定量的**に

-----> どう実現するか？

「景観の良し悪しの評価」は、属人的なもの。人だけが評価できる。

= 元来、「主観的」なもの

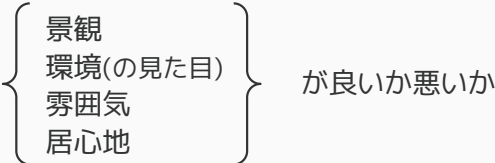
よくあるニーズ

- ・ **客観的**に (誰が評価しても同じ結果になるように)
- ・ **定量的**に

-----> どう実現するか？

そもそも「良い景観」とは何か？

- ・ その人にとって、その場所の



↑
当然、人によって違う。
...どこまで一般化できるか？ ~ もうひとつの課題

i.e. 日本人、中国人、アジア人、欧米人、フランス人、アメリカ人、、
大人、子ども、男性、女性、、
都市的環境志向、自然環境志向、未来志向、懐古主義、、
地元住民、観光客、生産事業者、、

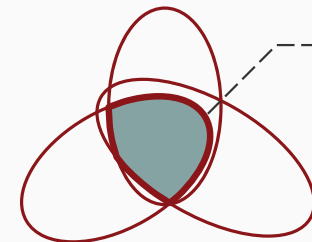
人によって違う評価を、どう一般化するか。。

-1 属性(ペルソナ)別に評価を把握

- ・ 外国人観光客
- ・ 日帰り来訪者
- ・ 地元住民
- ・ 高齢者

} 一般化できるか？
.. 属性別構成比で加重平均取る、などは一策

-2 すべての属性で共通する感覚の部分で評価する ~ 公共空間



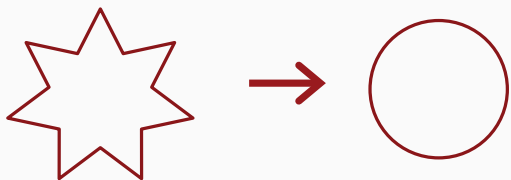
共通部分

「平均」というのは一見雑だけど 妥当な手段である可能性

主観的評価を客観的評価に

お題(2) .. 「定量的」に

景観や空間の魅力



本来は、多角的・多面的に評価されるべきもの

わかりやすい数字に置き換える
= 代表値で“まるっと”評価してしまうに等しい

例：
「りんご」のおいしさを評価

↳ 精度計で数値化 ... 精度〇〇

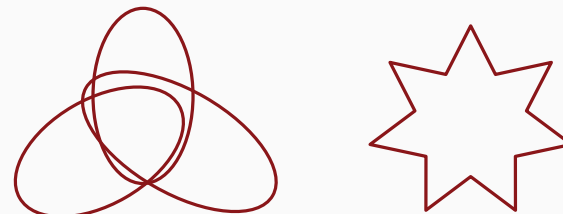
↳ 定量化はされたが、切り捨てられたものが多数

- ✓ ある種の割り切りをもったもの
- ✓ 定量化したからといって正確さが増しているわけではない(むしろ下がっている)ことを前提に考える

... **主観的評価を数値に置き換える**

お題：「誰が評価しても同じ結果になるように」??

景観や空間の魅力



人によって評価は多少なり異なる

多角的・多面的な評価が可能なもの



評価基準・評価のポイントを整理

例：構造物の点検

- ✓ サビ汁が出ていないか
- ✓ 塗装に剥がれや膨れがないか
- ✓ 鉄筋が露出するような破損がないか
- ...

... 眼前にある景観に対する細やかな理解



... なぜこの景観は良いのか/悪いのか？
この景観をより良くするためには何が必要か。
この場所をより魅力的にするためには何が必要か。

<- 景観を評価できるのは人間だけである。元来属人的なもの。

- 誰が景観を評価する？
- 客観的に > 人によって評価が違うという事実をどう扱うか。
- 定量的に > 数字に置き換えることで、評価の精度は下がる(こともある)。
- 誰が評価しても同じ結果になるように
> 評価の視点、評価のポイントを整理して、徹底することができれば可能。

..... ▷ **景観を数値に置き換えて評価するにあたっての留意事項。**

景観をどう評価する？

76

景観の評価 = 環境の評価

- ・そこに行きたいと思うか？
- ・そこで暮らしたいと思うか？



寒地土木研究所 地域景観チーム <https://scenic.ceri.go.jp>

景観をどう評価する？

77

景観の評価 = 環境の評価

- ・そこに行きたいと思うか？
- ・そこで暮らしたいと思うか？

-
- ・そこには行きたくないと思わせるものでないか？
 - ・そこでは暮らしたくないと思わせるものでないか？

-
- ・居心地のよい場所と思えるか？
 - ・すてきな場所と思えるか？

※ だれが？

ただし、
「行きたい」と思う理由、「そこに行く」理由
は一つではない。
別の選択肢が選べるなら、、、、だけど仕方
なく、というケースも



寒地土木研究所 地域景観チーム <https://scenic.ceri.go.jp>

景観をどう評価する？

78

景観の評価 = 環境の評価

- ・どうしてそれが良いと思うのか？
- ・どうしてそれが悪いと思うのか？

〇〇の色がこげ茶だから。
建物の高さが〇m以下だから。
舗装が石畳だから。

※ なぜ？



寒地土木研究所 地域景観チーム <https://scenic.ceri.go.jp>

景観をどう評価する？

79



「なぜ？」がわかる？ なぜ？がわからなければ、適切な手当ての方法もわからない。

>> 景観整備・景観誘導の内容



寒地土木研究所 地域景観チーム <https://scenic.ceri.go.jp>

景観をどう評価する？

> 景観を数値化して評価する。

- ・ 建物の高さ制限を決める
- ・ 土地の緑化率制限を決める
- ・ 屋外広告物の色彩の範囲を決める

「景観の良し悪しの評価」
は、属人的なもの。
人だけが評価できる。
= 元来、「主観的」なもの



よい事例と悪い事例を仕切るボーダーラインを見つけ出す。



よい事例と悪い事例を収集して区分する。
まちの課題を明らかにする。

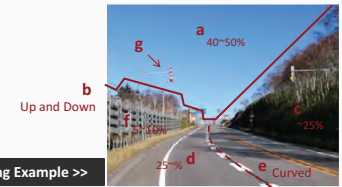
主観的評価を数値に置き換える



寒地土木研究所 地域景観ユニット / 2009

10 question (rate each Roadscape with 5 steps in terms of 10 qualities)

Beautiful 美しい	Refined 洗練された	Ugly 美しくない
Crude 素朴な	Complex 変化のある	Unpleasant 不快な
Simple シンプルな	Dignified 重厚な	Artificial 人工的な
Airy 軽快な	Artificial 人工的な	Distinctive 周辺から離れた
Natural 自然的な	Cluttered ぎちゃぎちゃとした	Delicate 繊細な
Inconspicuous 周辺なじんだ	Grand 雄大な	Rhythmic リズミカルな
Uncluttered すっきりとした	Easy ゆったりとした	un-Hokkaido like 北海道らしくない
Hokkaido like 北海道らしい		



アンケートで
60枚の風景写真に対する評価を尋ねる
= 一般被験者の主観的評価

a - Amount of sky	~30%	30~40%	40~50%	50~%
b - Shape of Skyline	Vertical	Up and Down	"V" shaped	/
c - Amount of vegetation (incl. mountain bodies)	~25%	25~33%	33~50%	50~%
d - Amount of road surface	~15%	15~25%	25~%	/
e - Shape of road surface	Straight	Curved or Crossed	/	/
f - Amount of artificial structures (excl. road surface)	~2%	2~5%	5~10%	10~%
g - Artificial structures in the sky	NO	YES	/	/

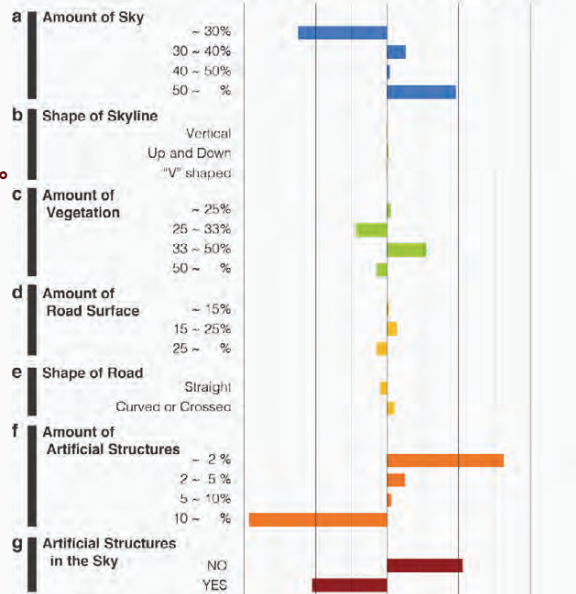
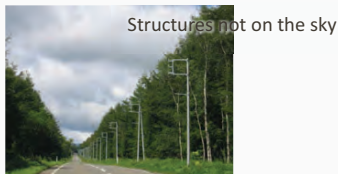
統計解析
道路景観の特徴を
物理量に置き換える
= 客観的数値化

主観的評価を数値に置き換える



「北海道らしい」の評価に大きく影響を与えるのは、「**構造物の量**」と「**空に突出する構造物**」

「北海道らしい」の評価を上げるには「**空に突出する構造物**」を減らせばよい。



主観的評価を数値に置き換える

横浜市：みなとみらい21地区 屋外広告物規準 / 2008

- ・ 許容できる広告とできない広告を分類（主観的判断）。
- ・ これをもとに、「**広告表示率**」という概念を導入し、客観的に適否を判断できるように規準化。



許容できる/できないの線引き判断を「**広告表示率**」という数値で置き換え。

観光地等の魅力向上に寄与する
屋外公共空間のパターン

スケール区分2 徒歩圏規模の観光地単位 ... 4グループ・8項目

見て楽しめる	歩いて楽しめる	休める：くつろげる空間	過ごせる：屋外で時間を過ごす
<p>1. 観光地のアイデンティティとなる象徴景</p> <p>観光地の魅力やそこで観光体験を一意で伝える写真風景、すなわち観光地の「象徴景」が存在すること。象徴景は観光地での観光体験のハイライトそのものである。</p> 	<p>2. 域内の緑・水と周囲の景観への眺望</p> <p>自然を感じられる、心休まる環境が観光地の中にあること。このため、1つには、道ばたに高木や草花、美しい水の流れなどがあること。もう1つには、観光地の周囲に存在する山林や水面などを見通せること。</p>  <p>下：街の中は草木が少なくても、周囲の山林が見えれば、自然と存在しないこと。街並みに統一感がある。</p> 	<p>4. 適度な長さの散策路</p> <p>興味を刺激されながら15分程度を歩くに適した散策ルートがあること。観光地の中心に近接し、さらに行き帰りで違うルートを見通せることとお利便性。</p> 	<p>6. 散策や滞留の拠点となる広場</p> <p>散策や滞留の拠点となり、休憩・写真撮影などに利用できる広場等が、観光地の要所にあること。観光地のハイライトともいえる風景の中で心ゆくまでの時間を過ごすことができる。</p> 
<p>3. 整えられた街並み</p> <p>目をそむけたくなるもの、せつ々の観光体験の邪魔をするものが、視界に存在しないこと。街並みに統一感があること。</p> 	<p>5. 歩行者優先の街路空間</p> <p>車に邪魔されず、気のおもむくままに歩ける環境があること。道路の真ん中までが一等地である。狭い歩道に追い込まれるなどは避けたい。</p> 	<p>7. 道ばたの休憩空間</p> <p>一息つける場所があること。特にそれが店心に備わったものであれば、グループ旅行の際の観光のペースの遅いなども吸収できる場所となる。</p> 	<p>8. 屋外での時間の過ごし方</p> <p>観光客に散策や屋外での滞在を促す「何か」が提供されていること。土産物屋めぐり・食べ歩きはこの典型であるが、物販・飲食精進となる。純粋に街並みや風景、地域ならではのものを楽しめるよう、もう一工夫が欲しい。</p>  <p>上：築き沿いの散策路に新たに設けられた「川床」</p>  <p>下：夜11時まで楽しめる「外観」通り</p> 

・ 全国で評価の高い“温泉街型観光地”の現地調査を実施、共通点を抽出。

共通点 = 魅力的な観光地の共通点

↳ **観光地の魅力向上の「カギ」である可能性**

調査対象 >>
特に評価の高い全国6の温泉街型観光地



4. ではなぜ「景観」のことを考えるのか？

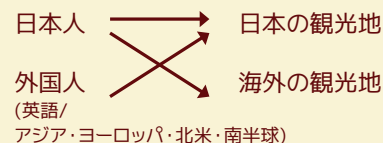
観光地の印象に関するアンケート調査

・ 国内外の観光経験者を対象に、
観光地の評価（や、当該観光地での過ごし方）を尋ねる
アンケート調査を企画して実施。

（2019年2月 / 寒地土木研究所）

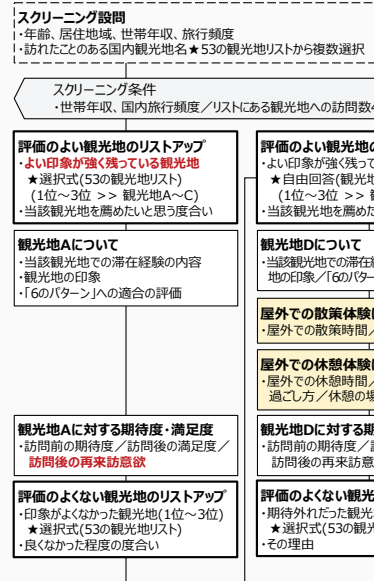
アンケート調査の概要

	アンケート I	アンケート II	アンケート III
対象者	邦人 400名	邦人 200名	外国人(英語圏) 100名 香港、イギリス、アメリカ、 オーストラリア 各25名
調査対象	日本の観光地	海外の観光地	日本の観光地
実施時期	2019年2月		
調査方法	WEBアンケート調査 (アンケート調査会社への委託)		
回答者の抽出方法	委託先の調査会社に登録のモニター会員から、 回答者条件に適合する回答者を無作為抽出して 先着順で回答を募集。		



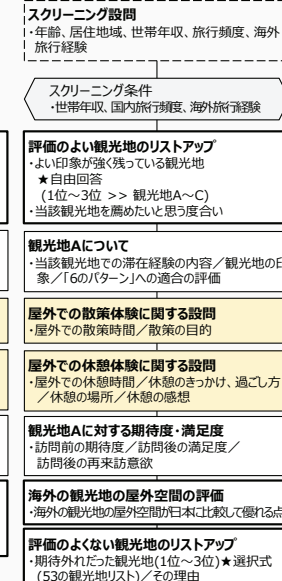
アンケート I (邦人→日本の観光地)

邦人に日本の観光地について評価を尋ねるもの



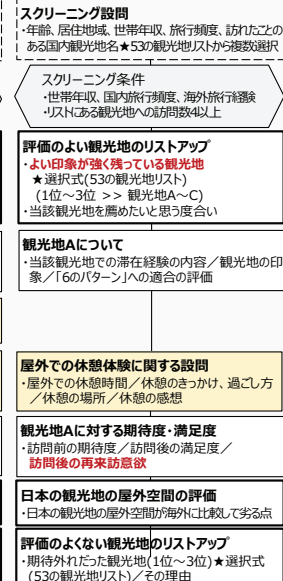
アンケート II (邦人→海外の観光地)

邦人に海外の観光地について評価を尋ねるもの



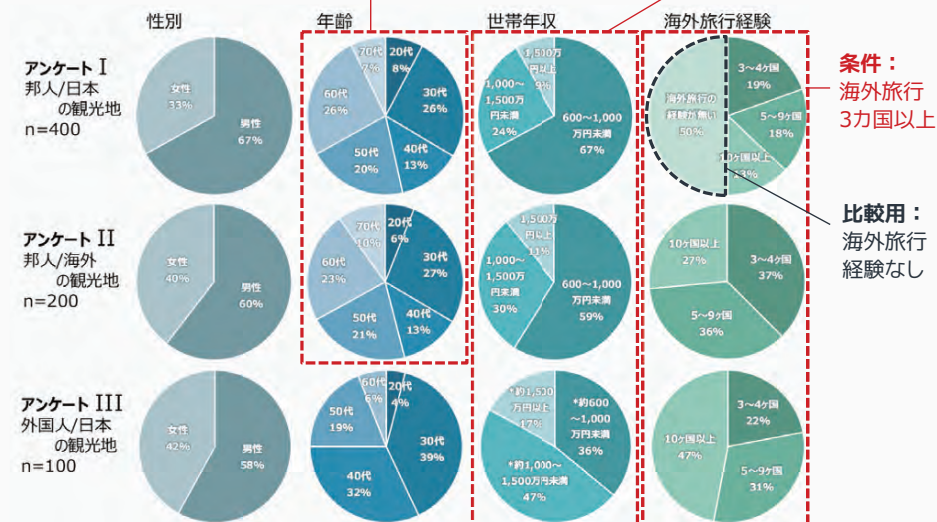
アンケート III (外国人→日本の観光地)

外国人に日本の観光地について評価を尋ねるもの

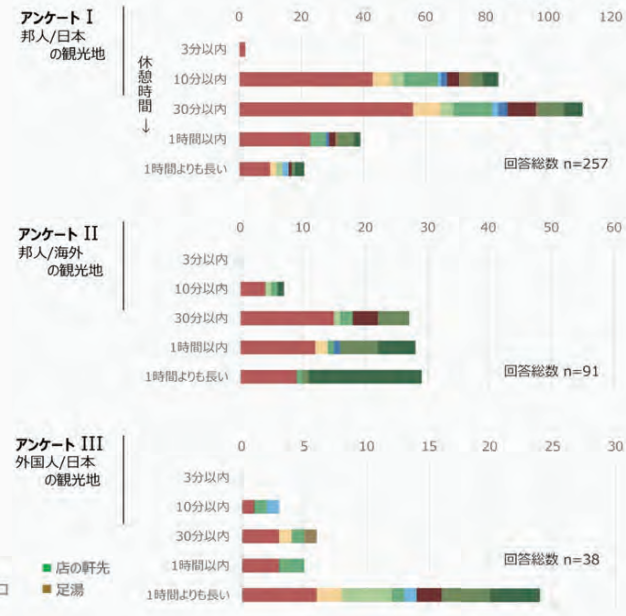


アンケート調査の結果と分析

回答者属性



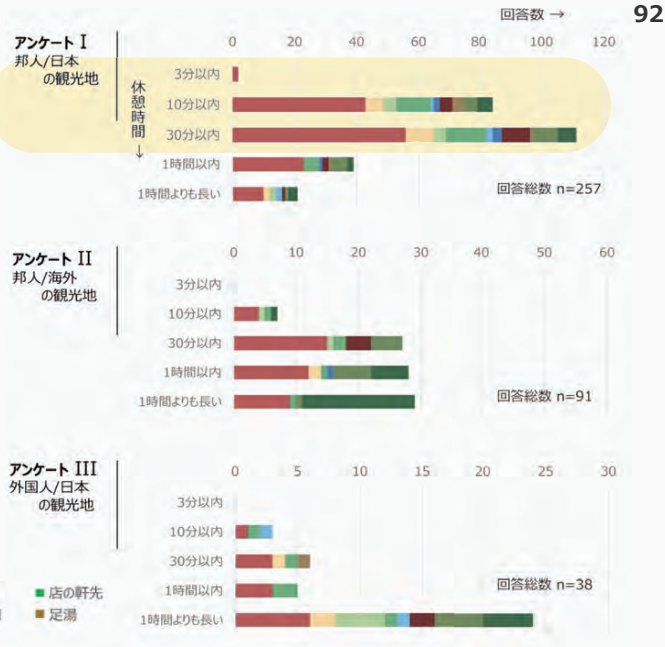
「休憩」の場所・時間



■「休憩」の場所・時間

> 日本人/日本の観光地では、**30分以内**が大半。

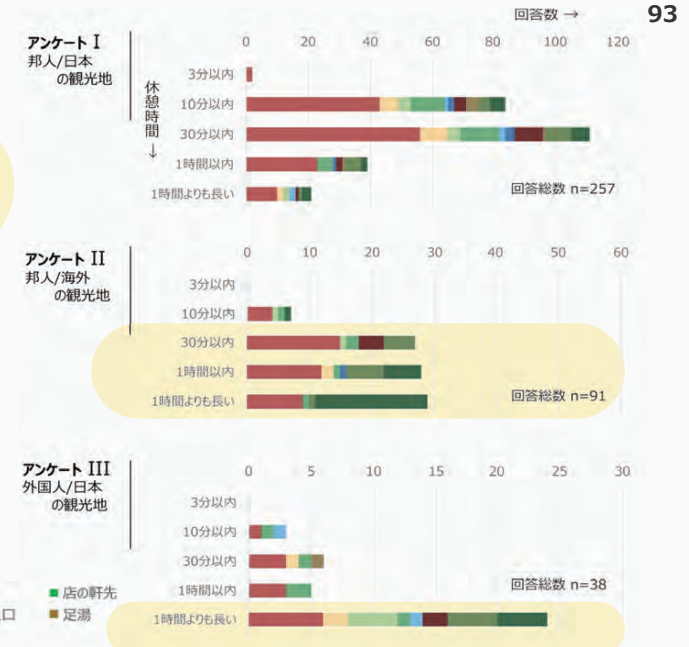
> 日本人/海外の観光地では30分以上、外国人/日本の観光地では、1時間以上が大半。



■「休憩」の場所・時間

> 日本人/日本の観光地では、**30分以内**が大半。

> 日本人/海外の観光地では**30分以上**、外国人/日本の観光地では、**1時間以上**が大半。



■「休憩」の場所・時間

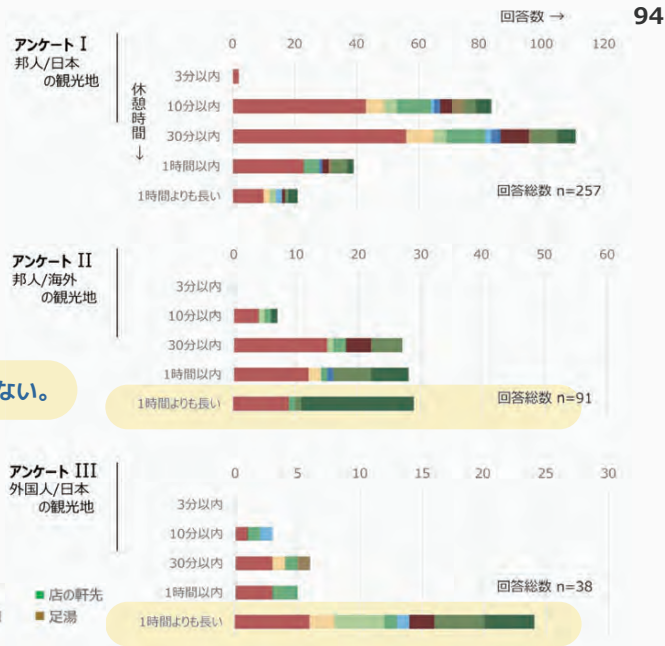
> 日本人/日本の観光地では、**30分以内**が大半。

> 日本人/海外の観光地では30分以上、外国人/日本の観光地では、1時間以上が大半。

> 休憩の場所は様々。

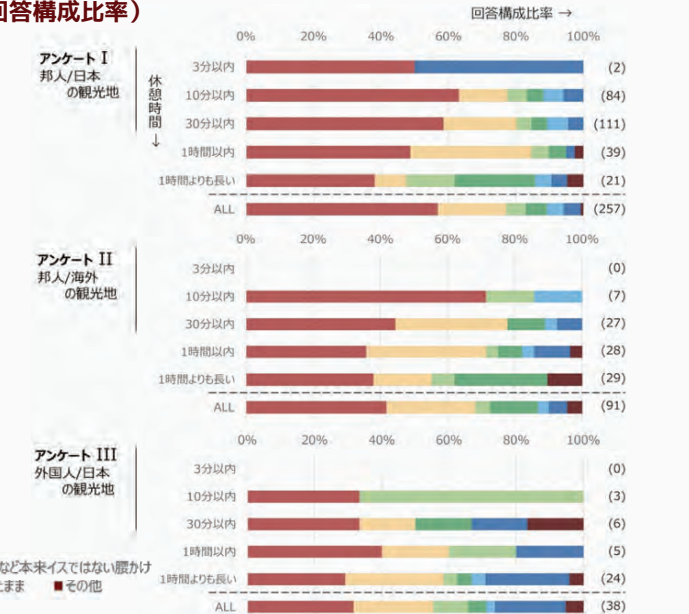
> 基本的には**広場・公園**が半数程度だが、長時間になるとその限りではない。

例：
日本人/海外の観光地における「その他」には
ビーチ・海岸・海の回答が多い。
ハワイ・グアムなど



■「休憩」の際の利用設備

※「休憩時間」別（回答構成比率）



■「休憩」の際の利用設備

※「休憩時間」別（回答構成比率）

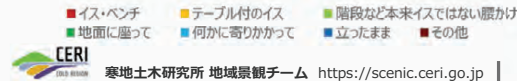
96

> 「イス・ベンチ」の回答が多い。

> 休憩時間が1時間を超える場合などには「イス・ベンチ」や「テーブル付きのイス」の回答比率は低下。

> 外国人の場合は、いずれの休憩時間でも日本人の1時間以上の傾向に類似。

※ 回答数少ない。



■「休憩」の際の利用設備

※「休憩時間」別（回答構成比率）

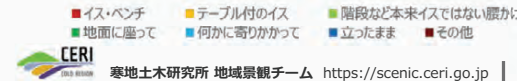
97

> 「イス・ベンチ」の回答が多い。

> 休憩時間が1時間を超える場合などには「イス・ベンチ」や「テーブル付きのイス」の回答比率は低下。

> 外国人の場合は、いずれの休憩時間でも日本人の1時間以上の傾向に類似。

※ 回答数少ない。



■「休憩」の際の利用設備

※「休憩時間」別（回答構成比率）

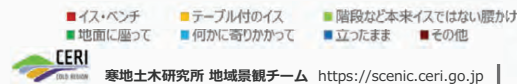
98

> 「イス・ベンチ」の回答が多い。

> 休憩時間が1時間を超える場合などには「イス・ベンチ」や「テーブル付きのイス」の回答比率は低下。

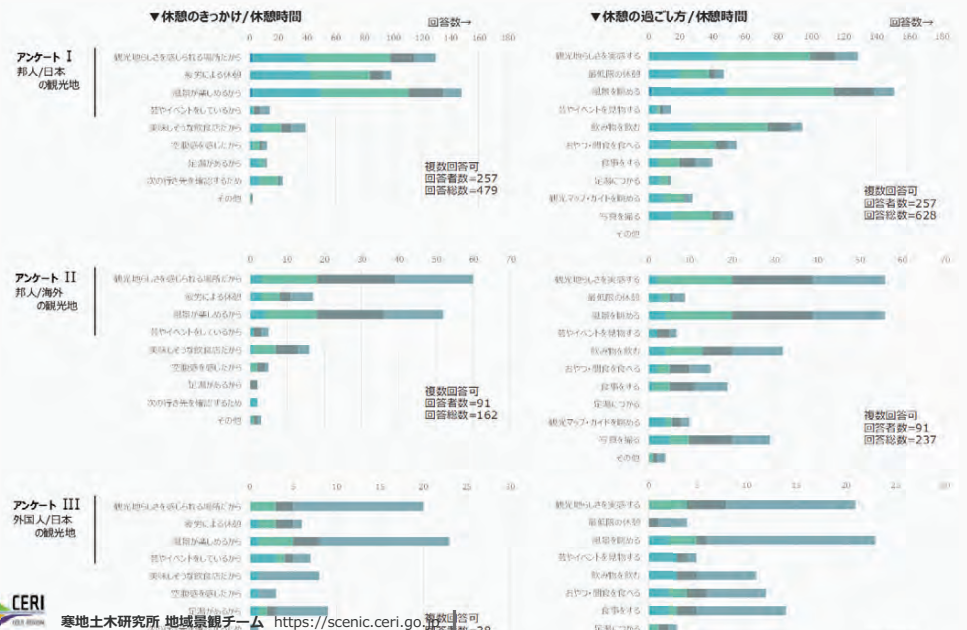
> 外国人の場合は、いずれの休憩時間でも日本人の1時間以上の傾向に類似。

※ 回答数少ない。



■「休憩」のきっかけと過ごし方 ※「休憩時間」別

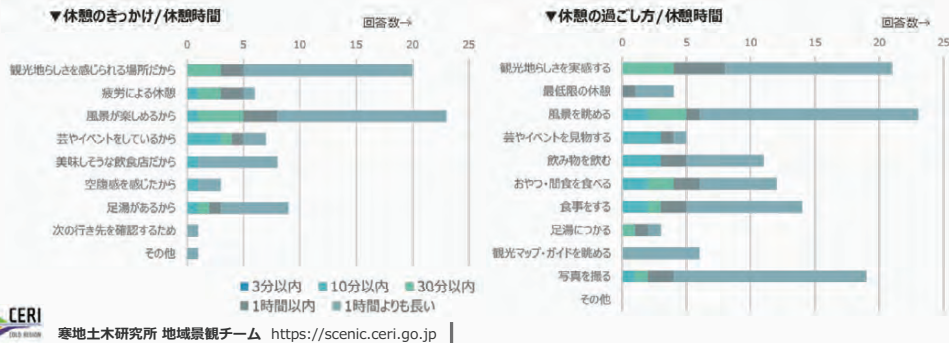
99



■「休憩」のきっかけと過ごし方
※「休憩時間」別

100

アンケート III
外国人/日本
の観光地

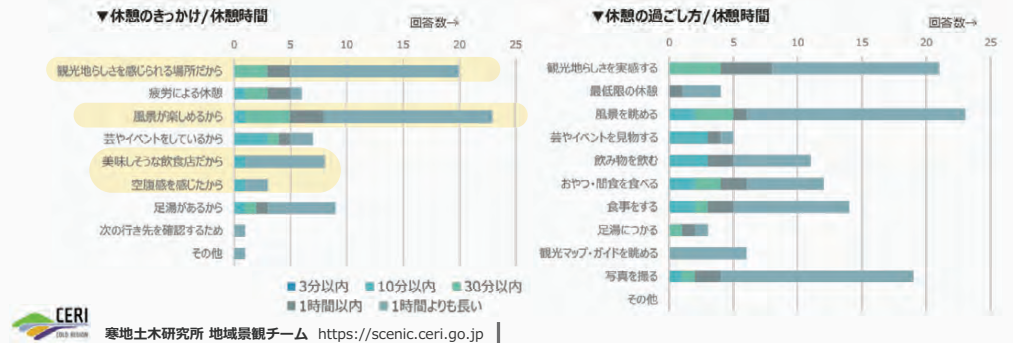


■「休憩」のきっかけと過ごし方
※「休憩時間」別

101

> 休憩のきっかけとしては、「観光地らしさを感じられる…」 「風景が楽しめる」が回答多く、「美味しいそうな飲食店だから」「空腹感を感じたから」はそうでもない。

アンケート III
外国人/日本
の観光地



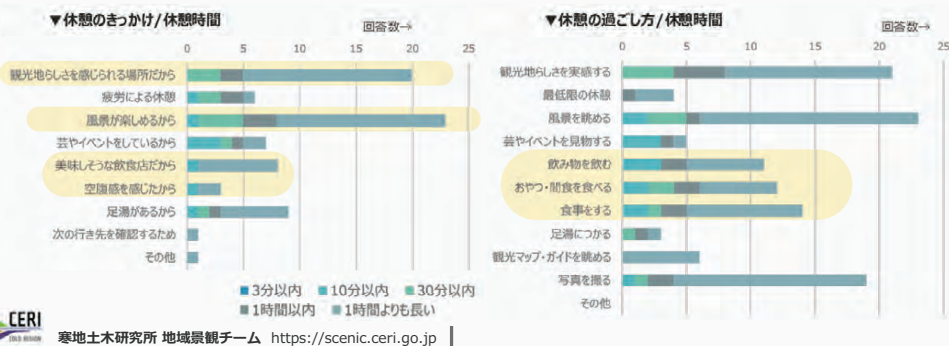
■「休憩」のきっかけと過ごし方
※「休憩時間」別

102

> 休憩のきっかけとしては、「観光地らしさを感じられる…」 「風景が楽しめる」が回答多く、「美味しいそうな飲食店だから」「空腹感を感じたから」はそうでもない。

> 休憩の過ごし方としては、「飲み物を飲む」「おやつ間食を食べる」「食事をする」の回答も多い。

アンケート III
外国人/日本
の観光地



■「休憩」のきっかけと過ごし方
※「休憩時間」別

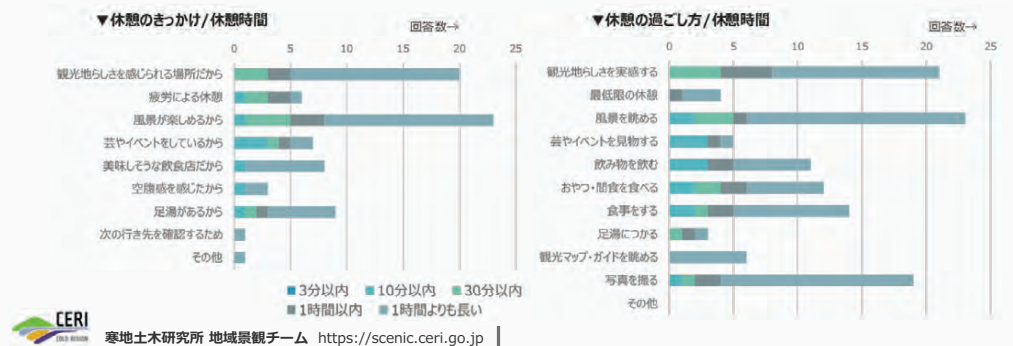
103

> 休憩のきっかけとしては、「観光地らしさを感じられる…」 「風景が楽しめる」が回答多く、「美味しいそうな飲食店だから」「空腹感を感じたから」はそうでもない。

> 休憩の過ごし方としては、「飲み物を飲む」「おやつ間食を食べる」「食事をする」の回答も多い。

アンケート III
外国人/日本
の観光地

▶ 風景や観光地らしさを実感できる空間をきっかけに、食事などの長時間の滞在



■「休憩」の
きっかけと過ごし方
※「休憩時間」別

104

美しい風景・観光地らしさ
= 休憩/滞在のきっかけ



小樽

105



より長時間の
滞在を可能にする
設備/サービス

Whistler / Canada



106



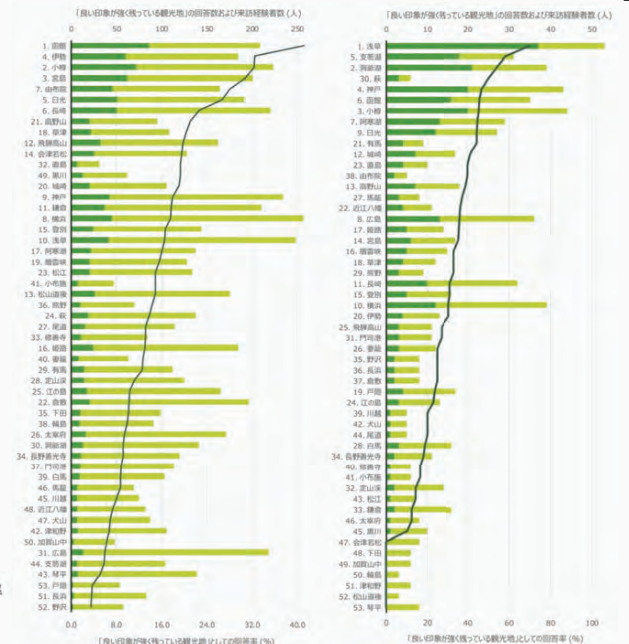
風景 + 飲食 / 加賀山中温泉

107

■「良い印象が強く
残った観光地」
としての回答率
※ 観光地別

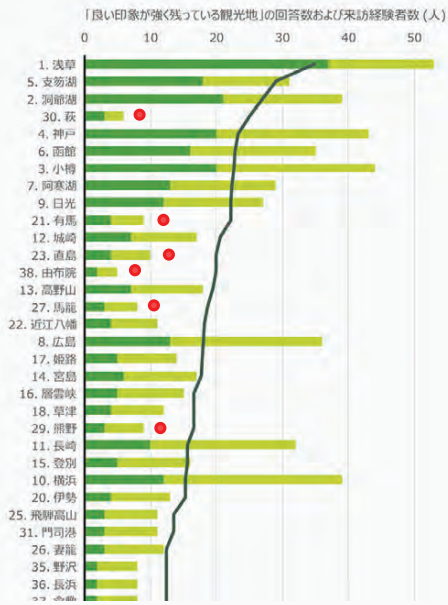
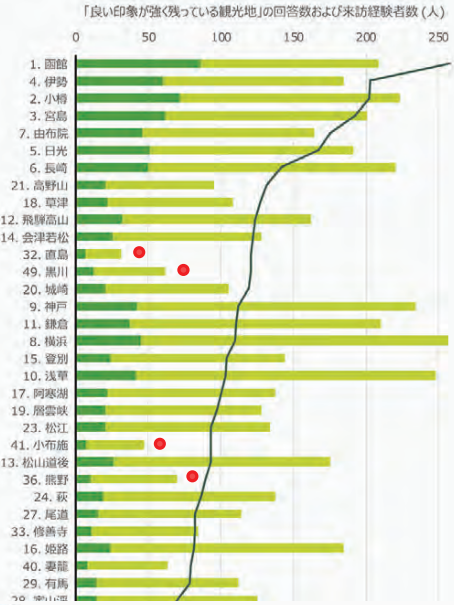
- ・53の国内観光地から選択式
- ・2つの設問
 - ・訪れたことのある観光地 (回答数上限なし)
 - ・「良い印象が強く残った観光地」 (回答3つまで)
- ・日本人 vs 外国人

■ 回答数 ■ 来訪経験者数 — 回答率



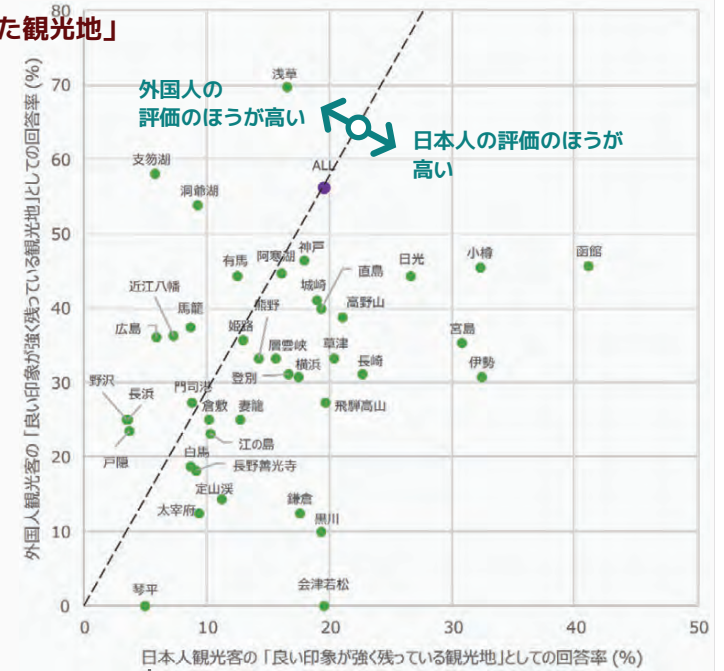
▼ 日本人/日本の観光地

▼ 外国人/日本の観光地

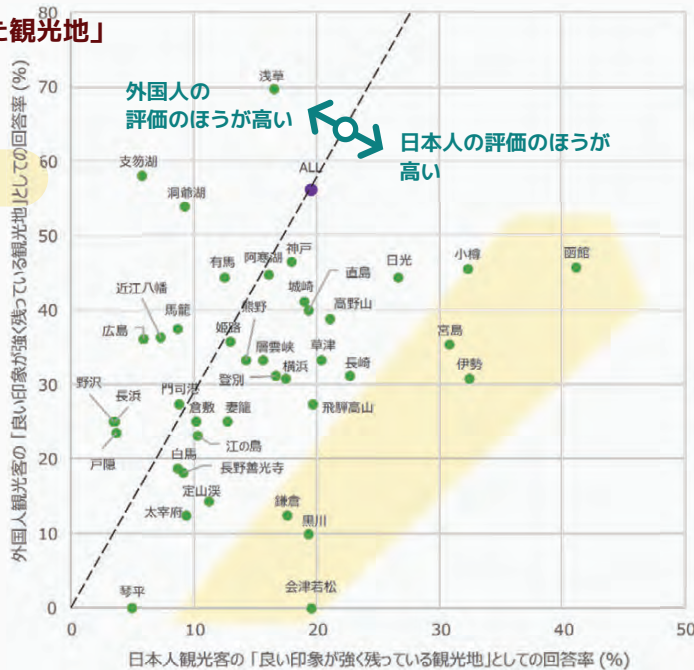


■ 回答数 ■ 来訪経験者数 — 回答率

■ 「良い印象が強く残った観光地」
としての回答率
※ 観光地別



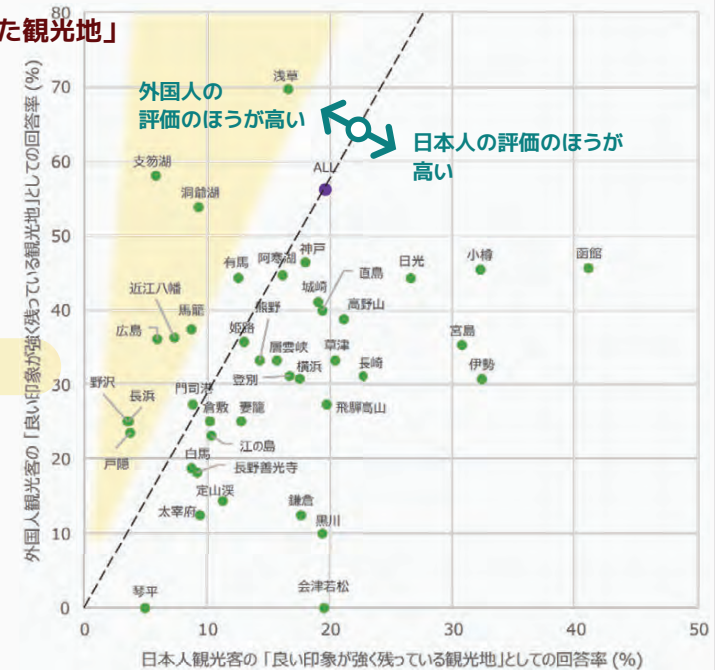
■ 「良い印象が強く残った観光地」
としての回答率
※ 観光地別



日本人の評価のほうが高い

- 一例：
函館、小樽、伊勢、宮島、
黒川、鎌倉、会津若松

■ 「良い印象が強く残った観光地」
としての回答率
※ 観光地別



日本人の評価のほうが高い

- 一例：
函館、小樽、伊勢、宮島、
黒川、鎌倉、会津若松

外国人の評価のほうが高い

- 一例：
浅草、広島、
支笏湖、洞爺湖、野沢、
馬籠、近江八幡、長浜

■「良い印象が強く残った観光地」としての回答率

※ 観光地別

外国人の評価のほうが高い

日本人の評価のほうが高い

一例：

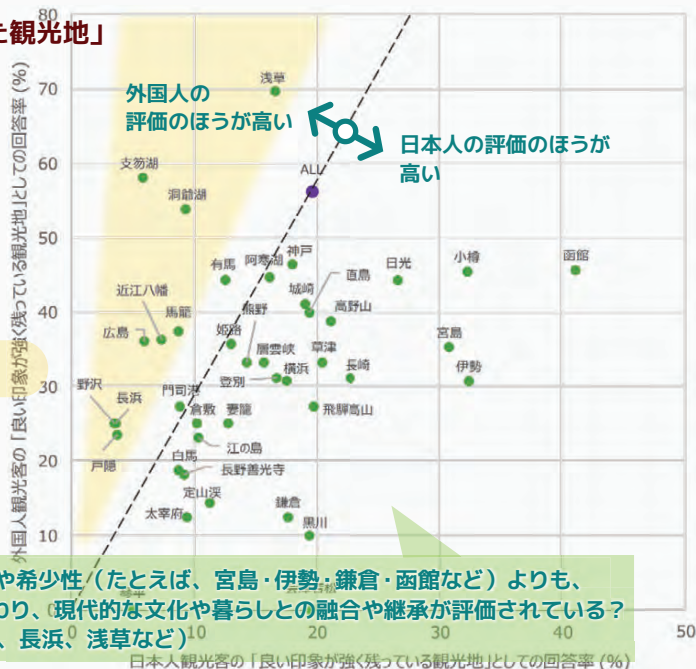
函館、小樽、伊勢、宮島、黒川、鎌倉、会津若松

外国人の評価のほうが高い

一例：

浅草、広島、支笏湖、洞爺湖、野沢、馬籠、近江八幡、長浜

・文化財などの純然たる価値や希少性（たとえば、宮島・伊勢・鎌倉・函館など）よりも、それらと自然や風土との関わり、現代的な文化や暮らしとの融合や継承が評価されている？（支笏湖・馬籠・近江八幡・長浜、浅草など）



アンケート調査結果・分析結果のまとめ

国内外の観光経験者を対象としたアンケート調査 ...

- ・屋外公共空間における「風景」や「その観光地らしさ」といった要素は屋外空間での休憩や滞在のきっかけとして重要な要素である。
- ・長時間の滞在・休憩においては、広場・公園やイスに限らない多様な場所や設備で休憩・滞在が行われている。
- ・日本人は日本の観光地であり長い時間の屋外空間での休憩/滞在を行わないが、外国人は日本でも、日本人も海外の観光地では長時間の休憩/滞在を实践。
- ・文化財などの純然たる価値や希少性よりも、それらと自然や風土との関わり、現代的な文化や暮らしとの融合や継承が評価？（宮島・伊勢・鎌倉・函館 < 支笏湖・馬籠・近江八幡・長浜・浅草）
- ・単純に利便性に優れた場所にベンチを置くなどの整備にとどまらず、風景や観光地らしさに配慮したゆっくりと滞在できる空間づくりや環境づくりが重要。

景観の価値とは？

景観整備により得られる成果・効果がわからない

問題

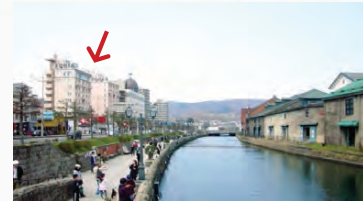
景観整備の内容の 妥当性を説明できない



★ 「景観整備事業の“効果”と“コスト” に関する 確かな理解・説明」が必要

景観の価値とは？

例：小樽運河沿いのホテル



・小樽運河側の客室を指定すると、一人あたり1,000円アップ。

消費者：景観のために追加の支払いを許容している

事業者：景観を資源に単価アップ

景観が価値を生み出している

Main

(観光地等の)
屋外公共空間の魅力向上のススメ

- 観光地等の魅力向上に寄与する屋外公共空間のパターン
- 観光地等の屋外公共空間の診断マニュアル

観光地等の「屋外公共空間」の魅力向上

・ 以上のような「景観」「環境」「空間」に対するスタンスを前提に、

「観光地の魅力向上」を実現する「屋外公共空間のデザイン」とは？

.. 「観光地の魅力」と「屋外公共空間のデザイン」の関係に関する研究



観光地等の「屋外公共空間」の魅力向上

**「観光地の魅力向上」を実現する
「屋外公共空間のデザイン」とは？**

研究成果

観光地等の屋外公共空間の
診断マニュアル

観光地等の屋外公共空間の診断マニュアル
2022



国立研究開発法人土木研究所 寒地土木研究所

観光地等の「屋外公共空間」の魅力向上

→ **観光地等の魅力向上に寄与する
「屋外公共空間のパターン」**

- 評価対象とする観光地のスケール区分 .. 3区分
- 全31の「パターン」
- 「パターン」と屋外公共空間の現状等の一致を確認することで、課題の抽出や改善策の検討を行う。



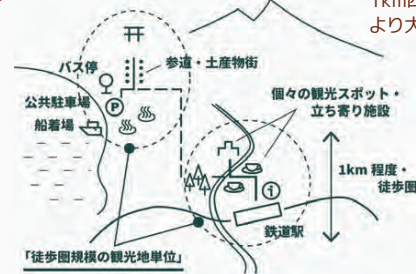
国立研究開発法人土木研究所 寒地土木研究所



パタン・ランゲージ
A Pattern Language

生き生きとした

1 徒歩圏規模の観光地単位 ... 徒歩で一息で回れる観光地の範囲を、単位として捉える。
1km四方、あるいは半径500m程度。
より大きな観光地の捉え方の中に、複数設定できる場合もある。
例：横浜 > みなとみらい、関内、山手、元町・中華街・山下公園



2 個々の滞在空間
... 広場等の屋外の滞在空間



3 広域的な観光エリア
... 「富良野」「美瑛」「阿蘇」など、自動車等で周遊



↑ 稚内・利尻・礼文・留萌エリア
(北海道公式観光サイト HOKKAIDO LOVE!)

各スケール区分ごとに、屋外公共空間の整備のポイントと考えられる事項を、事例分析等を通じて抽出整理。

「観光地の魅力向上に寄与する屋外公共空間のパターン」

3スケール区分で計31項目。

スケール区分1
個別の滞在空間

立地
1. 自然と利用される場所
2. 水面や景観資源への眺望
空間構成
3. 広場の焦点
4. 多様な小空間
5. ふと立ち寄りたくなる境界部
6. 適正な密度感
7. 広場内の高低差
構成要素
8. 自由な懸掛け
9. 守ってくれるもの
10. 通路と溜まりの分離
11. 適切な植栽の配置と管理
12. 豊かな素材とディテール
13. 広場を彩るもの
空間運営
14. 目を楽ませるもの
15. 飲食機会の提供
16. にぎわいの運営

スケール区分2
徒歩圏規模の観光地単位

見て楽しめる
1. 観光地のアイデンティティとなる象徴景
2. 域内の緑・水と周囲の景観への眺望
3. 整えられた街並み
歩いて楽しめる
4. 適度な長さの散策路
5. 歩行者優先の街路空間
6. 散策や滞留の拠点となる広場等
7. 道ばたの休憩空間
構成要素
8. 屋外での時間の過ごし方

→ 「パターン」に基づき屋外公共空間の診断を行うことで、観光地の魅力改善のポイントの抽出や検討が可能となる。

→ 観光地の魅力改善の効果的な実現に寄与

※「パターン」= C.アレグザンダーの「A Pattern Language」で言うところの「パターン」

観光地等の魅力向上に寄与する屋外公共空間のパターン ... 4グループ・8項目

見て楽しめる	歩いて楽しめる	休める：くつろげる空間	過ごす：屋外で時間を過ごす
<p>1. 観光地のアイデンティティとなる象徴景 観光地の魅力やそこで観光体験を一息で伝える写真風景、すなわち観光地が存在すること。象徴景は観光地での観光体験のハイライトそのものである。</p>	<p>2. 域内の緑・水と周囲の景観への眺望 自然を感じられる、心休まる環境が観光地の中にあること。このため、1つには、道ばたに高木や草花、美しい水の流れなどがあること。もう1つには、観光地の周囲に存在する山林や水面などを見通せること。</p>	<p>4. 適度な長さの散策路 興味を刺激されながら15分程度歩くに選んだ散策ルートがあること。観光地の中核に近接し、さらに歩き回りで遊歩道を歩くと歩けること。</p>	<p>8. 屋外での時間の過ごし方 観光客に散策や屋外での滞在を促す「何か」が提供されていること。土産物屋めぐり・食べ歩きはこの典型であるが、物販・飲食併用となる。純粋に街並みや風景、地域ならではのものを楽しまれるよう、もう一工夫が欲しい。</p>
<p>3. 整えられた街並み 目をそむけたくなるもの、せつかの観光体験の邪魔をするものが、視界に存在しないこと。街並みに統一感があること。</p>	<p>5. 歩行者優先の街路空間 車に邪魔されずに、気のおもむくままに歩ける環境があること。道路の真ん中こそが一等地である。狭い歩道に追い込まれるなど避けたい。</p>	<p>7. 道ばたの休憩空間 一息つける場所が至る所にあること。特にそれが高心地に置かれたものであれば、グループ旅行の際の観光のペースの遅いなど吸収できる場所となる。</p>	<p>6. 散策や滞留の拠点となる広場 散策や滞留の拠点となり、休憩・写真撮影などに利用できる広場等が、観光地の要所にあること。観光地のハイライトともいえる風景の中核に、ゆくまの時間を過ごすことができる。</p>

小樽運河（メインストリート）



チェックポイント

A	B	C	D	E	F
域内の高木	域内の草花	域内の水景・その他の自然要素	建物の密度	周囲の自然景観への眺望	眺望される自然景観の印象強さ
ある・かつ印象的である +2 ある +1 ない・ごくわずか 0	ある・かつ印象的である +2 ある +1 ない・ごくわずか 0	ある・かつ印象的である +2 ある +1 ない 0	低層・低密 0 低層だけど高密 -1 中高層 -2	どこからでも得られる +2 限定的だが得られる場所がある +1 ほぼない 0	著名・印象的な景観である +1 特段のものではない 0

プラントナーの草花 水面/小樽運河 = 地域のシンボル

堺町通り（メインストリート）



チェックポイント

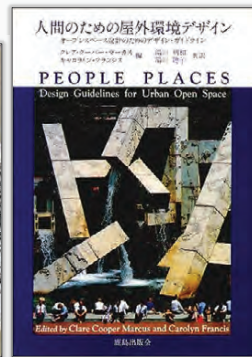
A	B	C	D	E	F
域内の高木	域内の草花	域内の水景・その他の自然要素	建物の密度	周囲の自然景観への眺望	眺望される自然景観の印象強さ
ある・かつ印象的である +2 ある +1 ない・ごくわずか 0	ある・かつ印象的である +2 ある +1 ない・ごくわずか 0	ある・かつ印象的である +2 ある +1 ない 0	低層・低密 0 低層だけど高密 -1 中高層 -2	どこからでも得られる +2 限定的だが得られる場所がある +1 ほぼない 0	著名・印象的な景観である +1 特段のものではない 0

スケール区分1：個別の滞在空間

スケール区分1
個別の滞在空間

立地
1. 自然と利用される場所
2. 水面や景観資源への眺望
空間構成
3. 広場の焦点
4. 多様な小空間
5. ふと立ち寄りたくなる境界部
6. 適正な密度感
7. 広場内の高低差
構成要素
8. 自由な腰掛け
9. 守ってくれるもの
10. 道路と溜まりの分離
11. 適切な植栽の配置と管理
12. 豊かな素材とディテール
13. 広場を彩るもの
空間運営
14. 目を楽しませるもの
15. 飲食機会の提供
16. にぎわいの運営

- 広場等の空間を想定
- 広場の立地、空間構成、その構成要素、空間運営の4グループ
- 既存の書籍等からの記述抽出と体系的整理が主
- 事例分析等により補強



クレア・クーパー・マーカス、キャロライン・フランシス編：人間のための屋外環境デザイン - オープンスペース設計のためのデザイン・ガイドライン 1993刊（原著：1990）

スケール区分1：個別の滞在空間

5 ふと立ち寄りやすい境界部

「パターン」に関する解説の例 >

奥まった位置にある広場などでは、利用者に広場の存在を認知し、広場の魅力を把握し、立ち寄りやすい・利用しやすいと思いたってもらう必要がある。このためには、広場の入り口部分、すなわち境界部分において、利用者を広場に引き込むようなデザインが求められる。

このためには、外部・境界部から広場内部への見通しを確保すること、広場の境界部にベンチや草花などの魅力的な滞在空間や興味の対象を設けること、特に広場の内部と外部に高低差がある広場などにおいては、境界部に高低差なく利用できる小広場を設けること、などが有効である。

ふと立ち寄りやすい、魅力的な境界部
イクエ・サンパーク（東京都豊島区）

< 街路からの近づきやすいエッジ
< 境界部がジョイントの役割
< 広場と歩道間のレベル変化は0.9m以下にしているか
< 人間のための屋外環境デザイン¹⁾

チェックポイント (診断にあたっての着目点)

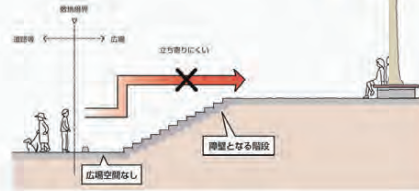
- ・ 広場の外部から、広場の内部を見通すことができるか。
- ・ 利用者は、広場の外部あるいは境界部からその広場の魅力を把握できるか。
- ・ 広場の境界部は、特に魅力的に、かつ誰もが利用しやすくつくり出されているか。

「レシピ」
空間改善の
具体的アイデア・
参考例

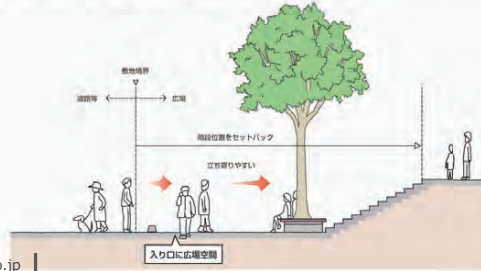
高低差を、広場のエントランスから引いた位置で処理する。

132

↓ 広場のエントランス（出入口・境界部）付近に大きな階段があると、広場の内部を見通せず、気軽な利用も難しい。



↓ エントランス（出入口・境界部）から引いた位置に階段を設け、その前に小広場を設ければ、気軽な立ち寄りができるようになる。

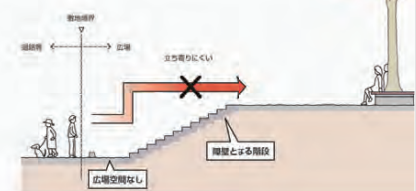


5 ふと立ち寄りやすい境界部

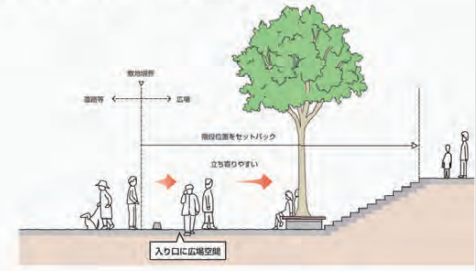
高低差を、広場のエントランスから引いた位置で処理する。

133

↓ 広場のエントランス（出入口・境界部）付近に大きな階段があると、広場の内部を見通せず、気軽な利用も難しい。



↓ エントランス（出入口・境界部）から引いた位置に階段を設け、その前に小広場を設ければ、気軽な立ち寄りができるようになる。



チェックポイント

- ・ 広場の外部から、広場の内部を見通すことができるか。
- ・ 利用者は、広場の外部あるいは境界部からその広場の魅力を把握できるか。
- ・ 広場の境界部は、特に魅力的に、かつ誰もが利用しやすくつくられているか。

既存の書籍・論考における記述

- < 街路からの近づきやすいエッジ
- < 境界部がジョイントの役割
- < 広場と歩道の間のレベル変化は0.9m以下にしているか

< 人間のための屋外環境デザイン¹⁾

「レシピ」に反映・提供

具体の事例による
検証・考察

山中湖村
ゆいの広場ひらり
設計・photo by eau



おわり

今後とも寒地土木研究所 地域景観チームをよろしくお願いいたします。

地域景観チーム 主任研究員 笠間聡

kasama@ceri.go.jp

<https://scenic.ceri.go.jp>