

ひょうごの景観ビューポイント150選の取組 —クラウドファンディングを活用した 発展的景観まちづくり—

福池 章平¹・八幡 竜介²

¹兵庫県県土整備部まちづくり局都市政策課景観形成室（〒650-8567兵庫県神戸市中央区下山手通5-10-1）

²兵庫県県土整備部まちづくり局都市政策課景観形成室（〒650-8567兵庫県神戸市中央区下山手通5-10-1）

2018年度に県政150周年記念事業の一環として、兵庫の魅力ある景観を見ることができる場所「視点場」を「ひょうごの景観ビューポイント150選」として選定した。選定後は紹介冊子の配付やSNSでの発信に取組み、継続的に情報発信を行っている。今後の景観形成を進めるにあたり、「より優れた景観」が見える場所が、県民を惹きつけ、交流を生み出すことを活かす必要がある。このことから、ビューポイントを制度化し、地域の魅力を周知する場所として定着させて地域の活性化に取り組むモチベーションを高め、地域住民によるまちづくり活動を刺激させるための提案を行う。

キーワード 景観形成の取組、情報発信、景観形成の今後の施策展開

1. はじめに

兵庫県では、1985年の「都市景観の形成等に関する条例」（1993年「景観の形成等に関する条例」に改称）制定以降、「景観形成地区等」や「景観形成重要建造物等」の指定など、歴史的な町並みや豊かな自然等の創造や保全を図り、市町や県民、まちづくり団体等においても、県内各地で景観まちづくりを進めてきた。

これまでの姫路市大手前通り、豊岡市城崎温泉、出石城下町、篠山城下町、龍野地区などにおける景観形成地区の指定は、観光振興や重要伝統的建造物群保存地区の選定など地域活性化に寄与した。2018年度に選定した「ひょうごの景観ビューポイント150選」（以下「150選」という。）は、これまでの取組成果を見ることができる場所として選定し、県民の関心をひくなど一定の成果が見られた。

今後は、新型コロナウイルスの影響で変わりつつあるライフスタイルや社会情勢の変化も踏まえつつ、150選で得た成果を発展させた新たな景観形成の取組について提案する。

2. 取組の契機

2016年12月、「景観行政における今後の施策展開の方向性」についての景観審議会の答申において、「これま

で保全・創造を行ってきた景観が効果的に見える場所の発見や整備が必要であり、景観形成に「視点場」の概念を導入すること」という提言がなされた。

2018年度の県政150周年記念事業として、地域の魅力の再認識やふるさと意識を高め、未来へ引き継いでいくことを目的に、兵庫の魅力ある景観を見ることができる場所「視点場」を選定することを提案したところ、150周年にちなんで「150選」という名称で取り組むことになった。選定を通じて、景観形成地区等の良好な景観を見ることができる「視点場」を知ってもらい、多くの人に訪れてもらうことで、これまでの取組成果を伝える好機と捉え事業を進めることとした。

3. 取組内容

県政150周年記念事業の一環ということで、県民参加型とし、表-1の流れで県民からの公募やインターネット

表-1 選定までの流れ



表-2 地域別の応募・選定数

	神戸・阪神	播磨	但馬	丹波	淡路	合計
応募数	250	324	207	89	61	931
選定数	41	51	31	13	14	150

表-3 ビューの類型別件数 ※主たる「見えるもの」で分類

類型	まちなみ	自然	田園	史跡	その他
事例	近、中、遠景	海、山、川など	棚田、農地	城跡、古墳など	施設など
掲載件数	70(47%)	47(31%)	12(8%)	7(5%)	14(9%)

表-4 SNSによる情報発信 (2021.5.31時点)

媒体	フォロワー数	閲覧数
Instagram	10,595	4,500/日
Twitter	5,747	1,600/日



投票を行い、これらの結果を参考に景観審議会の審議を経て、150箇所を選定した。

(1) 選定までの流れ

150選の選定について、インターネット等で約45日間公募し、景観審議会において1次選考を行ったのちに、県民によるインターネット投票を実施した。

その後、投票結果を参考に審議会での2次選考の末、150選を選定した。

チラシや各種メディアで広報した結果、表-2、表-3のとおり各地域から様々な種類のものが応募され、SNS等で投票を呼びかけたところ、多くの投票数を得られた。

(2) 150選の情報発信

多くの人に訪れてもらい、兵庫の景観の魅力に直接触れてもらうことが重要であるため、150選を選定後も以下の取組を行った。

a) HPによる情報発信

掲載内容：選定写真、選定経緯、応募写真、投票結果(上位のみ)、季節の写真、紹介冊子(図-1)など

b) 紹介冊子の作成・配布配信

- ・写真、アクセス方法、ビューポイントにまつわる歴史などを掲載
- ・配布先：市町観光協会、県内外の図書館、レンタカー営業所等
- ・兵庫県庁で初めての「電子書籍」としても発行
※インターネット上の電子書店(アマゾンKindle、楽天Kobo)にて無料で入手可能

図-1 150選紹介冊子表紙



図-2 ルート案内アプリの仕組み

ダウンロード部数：アマゾンKindle：444冊、(2021.5.31時点) 楽天Kobo：8冊

・新聞掲載された際には1日30件ほどの問い合わせが数日続いた。

c) SNSによる情報発信

Instagram及びTwitterを活用し、「ひょうごの景観ビューポイント150選」の公式アカウントから情報を毎日配信(表-4)。

兵庫県公式のInstagramで、フォロワー数1万越えは、3つのアカウントだけであり、Instagram全体でも1割程度しかない。

d) 季節の写真募集(2019年度)

季節を感じるSNS映えする写真を季節毎に募集し、オススメ画像をHP、SNSやyoutubeで紹介。(Instagram・Twitter、HPの応募フォームから応募可)

写真投稿総数: 1,503件 (春: 310件、夏: 409件、
秋: 399件、冬: 385件)

e) ビューポイントまでのルート案内アプリの製作

スマートフォンを片手に、ビューポイントまで円滑に誘導するアプリ(図-2)を制作。

f) 150選のプレート設置

設置可能なビューポイントに、150選に選定されたことを示すプレートを設置。

4. 課題と提案

150選は、募集段階から現在まで、写真投稿や情報発信など多くの県民の参加協力を得ながら取組を進めており、インスタグラムのフォロワー数が1万を超えるなど、古いまちなみや豊かな自然など景観や風景についての関心の高さを認識できた。今後の景観形成を進めるにあたっては、「より優れた景観」が見える場所が、県民を惹きつけ、交流を生み出すことを活かす必要がある。こうしたまちなみ景観や豊かな自然景観は屋外であり、密になることも少ないため、コロナ後のこれからの社会情勢を踏まえた取組を検討する。

(1) ビューポイントの制度化

150選は、150周年記念事業の一環として選定したものであり、過去の取組として、認知度の低下とそれに伴う地域の関心が薄れてしまう恐れがある。そこで、ビューポイントを条例に基づく指定制度として創設し、その価値の重み付けを行う。

指定の対象としては、図-3のとおり現在指定されている景観形成地区や広域景観形成地域に関わるビューポイントとし、景観形成地区等の魅力を周知する場所として定着させ、地域の活性化に取り組むモチベーションを高め、地域住民によるまちづくり活動を刺激させる。



図-3 重点区域指定のイメージ

(2) まち(景観形成地区等)の顔づくり

上記で指定したビューポイントから見える区域を重点区域とし、ビューポイントの環境やそこから見える景観の整備・修景への支援の充実を図ることで、訪れたいまちの顔をつくる。具体的には、空き家や古民家、さらには改修に協力いただける建造物を対象に、理想とするまちの顔を描いてもらい、交流スペースやカフェ、レストラン店舗等の提案を募集し、優秀なものについては、クラウドファンディングを活用して、その実現に向けた事業として展開する。

(3) 定住・交流人口への期待

新型コロナ危機を契機にテレワークが進展し、快適に働く場所へのニーズが高まっている。このことに着目すると、重点区域は、優れた景観を有しており、働くにも快適な環境となり得る要素を有している。各地区で他とは違った景観の特徴を有する景観形成地区は、ユーザーの要求に対応できる選択肢になるという強みを活かし、以下により、定住・交流人口の増加につなげる。

a) クラウドファンディングの資金により、所有者や地元のみまちづくり協議会等がワーケーション施設やゲストハウス、宿泊施設など、交流施設の整備や空き施設の改修を行う。

b) クラウドファンディングの出資者は、a)で整備した全ての重点区域における施設を、自由に優先して利用できる。

(4) SNSの活用による更なる情報発信

150選で得たSNSツールを活用して、さらなる情報発信をするとともに、新たにできた施設の情報発信による相乗効果を期待する。

この150選のSNSを活用し、上記の重点区域の候補、交流施設としての物件提供、クラウドファンディング、交流施設の利用者のスムーズかつ効果的な募集を行う。

なお、SNSの発信情報の更新やフォロワーへの対応など維持管理の負担も増えることから、クラウドファンディング出資者が、SNSの内容の更新など情報発信に協力する場合、重点区域の交流施設の利用に係る経費を一部免除するなど考えられる。

5. おわりに

150選の取組は、2016年度の景観審議会の提言を契機に、2018年度からインターネット投票を参考にした選定、ルート案内アプリの作成、SNSの活用や兵庫県庁初の電

一般部門(活力): No.09

子書籍の無料配布による情報発信など先進的な取組を2年以上行ってきた。

2021年度は小中高生を対象にした出前講座を予定しており、ビューポイントを題材にしたSNS文案を作成してもらうなど、今後も取組を続けていく。

今後の景観形成においては、どのような影響や効果をもたらし、これらのノウハウをどのように活かすかの検証

が必要であるが、クラウドファンディングの活用など思い切った挑戦をしてみたい。景観形成の外側だけでなく、古民家活用支援事業等との横の連携を図ることも重要である。

景観形成に取り組むべき対象や方向性を共有しながら、景観形成の取組を推進できるものとして、更なる活用を進めていきたい。