

優れた地域経営戦略としての  
美しい景観  
トスカーナの実践に観るその有効性



濱田 暁生 (はまだ あきお)

(株)シー・アイ・エス計画研究所代表取締役会長  
特定非営利活動法人ふらっと南幌代表理事

旧満州国撫順生まれ。1968年北海道大学大学院修士課程修了(建築計画専攻)。東海大学工学部札幌校舎建築学科講師、建築設計事務所(株)アトリエブク取締役企画調査部長を経て、89年(株)シーアイエス計画研究所設立、代表取締役。江差町、松前町の「歴史を活かすまちづくり」、美唄市の「アルテピアッツァ美唄」、北海道の「北海道景観形成基本調査・同基本計画」をはじめ、羊蹄山麓広域景観づくり、下川町、真狩村、豊浦町、栗山町、釧路町、厚岸町、中標津町等、道内各市町村の景観・まちづくりを手がける。北海道の景観アドバイザー、景観審議会委員、地域づくりアドバイザー等を歴任。現在、北海道地域文化選奨選考委員会委員長、札幌市、中標津町の景観審議会委員等。

トスカーナで感じたこと

今年の5月にイタリア中部のトスカーナ地方に2週間ほど滞在、景観と観光の実情をじっくりと見て・感じて・考える機会を持った。イタリア留学時に当地域の景観施策に関わった経験を持つ知人から折にふれて情報を得、書物を通じフランスのプロヴァンスと並んで、風景の美しさ、食べ物のおいしさ等で観光地として、また、別荘地、移住地として世界的に人気の高い地域であることは知っていたが、今回のレンタカーで1,000km以上も走り回った体験を通じ、その魅力の奥深さに共感し、改めて考えさせられる点が大きかった。

とにかく、景観が美しい。どこを見ても絵になる風景で、思わず路傍に車を止めて写真を撮りたくなり、ゆっくりと眺めていたくなる。北海道にも、自然景観や田園風景においては、美瑛の丘のように遜色ない風景も一部にはあるが、建物や街並み、連続的で広域的な沿道景観においては全くレベルが違う。

「この美しさ、総合的な質の高さは一体何によるものか？」を考えさせられたのだが、その違い・質の高さは、郷土の環境とそこでの暮らしに対する地域の人々の誇りと愛着に支えられている。基本は伝統的な地域素材を使用した歴史的建物の保全・活用やそれらに調和する新築建物におけるデザインコントロールにあるのだが、最も大きな違いは、景観的に余計なもの、醜いものが徹底的に排除されていることである。その徹底ぶりは驚くばかりで、極論すれば、道路標識(極めて控えめで、よそ者には不親切になりかねないほど最小限)を除けば、地域イメージを発信する公共の標示以外には看板類は全くない。建物や施設名称は敷地の前や門、その建物自体の壁に付けられたもの以外には、ほとんど見当たらない。

日本の風景と価値観に慣れている身には、これでよく商売ができ、観光地としてやっていけるものだと最初は思われたが、しばらく滞在しているうちに、実はこれが地域の魅力を創り出し、国際的な観光地とし



道路標識以外に唯一見かけた沿道サイン：世界的に有名なワインの産地を示す公共標識

て世界中から人を呼び込み、地場の生産物を世界中に販売できるブランド力を育てるべく、地域の人々によって時間をかけて創り出され、保全され、活用されてきたものであり、結果的に地域としての総合的な資産価値を高め、地域の産業・経済を活性化し、行政、住民、事業者それぞれにとって、有効な地域経営の戦略として持続的に実践し得る手法として定着しているという事実が理解できた。

### イメージ戦略の重要性と行政の役割

トスカーナでは、多くの人々をひきつける魅力としての「美しい景観」が、地域の産業の優れた営みの強力な表象機能を発揮しているのである。その表象機能をより発揮させるために採られた極めて現実的な手法が、ノイズ（<sup>きょうざつ</sup> 夾雑な情報）の徹底的な排除とそれを支える強力な意志に基づくイメージ情報の発信である。行政としてのシエナ県は、徹底した規制を伴う景観・環境施策の推進だけでなく、民間事業者がその厳しい規制に従った成果としての“美しい景観”を事業経営の武器にできるように強力に支援していることがうかがえた。シエナ県が作成しているパンフレット類やWeb情報には分野ごとのシリーズがあり、美しいデザインで統一され、当地域を訪れる顧客層向けに英語、フランス語、ドイツ語等のバージョンがきちんと用意されていて、地域の歴史・文化・産業、風景や温泉、有名なワイン、チーズ等とトスカーナ料理、体験できるアクティビティー等が紹介されていて、その豊富さと質の高さは地域イメージ戦略上重要な役割を果たしている。

また、国際観光における「滞在型リピーターの顧客化」と滞在体験が高じての「移住者の増加」が目につく。EC諸国からの観光客は毎年のバカンスに繰り返し訪れることが暮らしの一部になっており、その口コミ効果や滞在中の友人・知人招待等を通じての地域イメージ情報の発信が強力に行われ、グローバル経済社会の中で厳しい競争に耐えて蓄えた資金を基に、古い農家や館、城などを買い取って手を入れ、別荘にして

移住する、あるいは、レストランやワイナリー、民宿、オーベルジュ等を経営して自分らしい生活を実現するといった「トスカーナ移住体験」の書物も大変多く、その幾つかはベストセラーになっており、そのようなライフスタイルに対してのあこがれも、地域のイメージアップに強くつながっているようだ。

### 北海道における可能性

このようなトスカーナの在り方は、北海道のめざす方向と大きく重なっているように思える。もちろん、歴史・文化や気候・風土、国民性や社会における価値観の違い、特に法的制度の違い等はあるので、その手法を短絡的に模倣して導入することは無意味であるが、「景観」と「農業」と「食」と「歴史・文化」等を総合的な戦略で「地域の魅力」として演出・活用し、「観光」と「ものづくり」の地場産業の活性化につなげるという視点からは、可能性の証として大いに勇気づけられるものがある。

私自身が多少の関わりを持つ地域での実践例の中では、後志支庁～総合振興局を中心に羊蹄山麓の7町村や地域住民・NPO・民間事業者等の相互連携によって平成15年以来継続的に活動中の「羊蹄山麓広域景観づくり推進協議会」の農業・観光の振興策と景観形成を一体的に考えて活動を推進する取組み、また、空知総合振興局と北海土地改良区・地域で活動するNPO・活動団体・民間企業による管内の農業と炭鉱遺産と北海幹線用水路とワインや温泉等の地域資源を有機的に結びつけた体験・交流型の新しいツーリズムの創出をめざした「広域型フットパス・ウォーキングコース」の充実に向けての取組み、さらには、札幌都市圏と美唄、滝川等の自治体・NPO・観光旅行事業者等の連携による「広域型アートツーリズム」の取組み等は、地域戦略としての広域景観—北海道だからこそ有効な「地域イメージ戦略」としての魅力ある風景の創出に向けての試みとして持つ意義が大きいことをトスカーナ訪問を通じてあらためて確認できた。



余計なもの、景観阻害要素が全くない美しい風景：ワインの原料となるブドウ畑とワイナリーの建物

シエナ県のパンフレット

