

1. 業務概要

1. 業務概要

(1) 業務名

第 02065001 号

景観まちづくり刷新支援事業事後評価業務委託

(2) 作業場所

長崎市景観まちづくり刷新モデル地区 （長崎市南山手町ほか）

(3) 履行期間

自) 令和 6 年 9 月 4 日

至) 令和 7 年 3 月 21 日

(4) 発注者名

長崎市 まちづくり部 景観推進室

住所 長崎市魚の町 4-1

(TEL) 095-829-1177

主任監督職員 岩谷 道則

監督職員 中井 有花

(5) 受注者名

株式会社 ペック

住所 長崎市下西山町 7-1

(TEL) 095-824-6677 (FAX) 095-821-0234

管理技術者 天野 充

担当技術者 北原 敬次郎

担当技術者 有馬 聡

(6) 業務目的

本業務は、景観まちづくり刷新支援事業の事業完了に伴い、事業の効果の発現及び環境の変化、社会経済情勢の変化への影響等の確認を行い、必要に応じて適切な改善措置、同種事業の計画・調査のあり方等を検討するものである。

(7) 業務内容

工種/種別/細別	単位	数量
費用便益分析業務		
計画準備	式	1
資料収集整理	式	1
費用の算定	式	1
CVM調査		
CVM調査方法の設定	式	1
CVM調査票の作成	式	1
CVM本調査の実施	式	1
CVM便益の推計	式	1
TCM調査		
TCM調査方法の設定	式	1
TCM調査票の作成	式	1
TCM本調査の実施	式	1
TCM便益の推計	式	1
費用便益分析	式	1
事後評価カルテ及び報告書作成	式	1
報告書作成		
打合せ協議（中間3回）	式	1

(8) 適用基準等

業務の実施にあたっては、本業務の特記仕様書によるほか、下記の基準等に 準拠して実施するものとする。

- (1) 公共事業評価の費用便益分析に関する技術指針（共通編）
国土交通省 令和5年9月
- (2) 景観まちづくり刷新支援事業費用便益分析マニュアル 国土交通省都市局
公園緑地・景観課 平成30年3月
- (3) その他関係基準

(9) 成果品

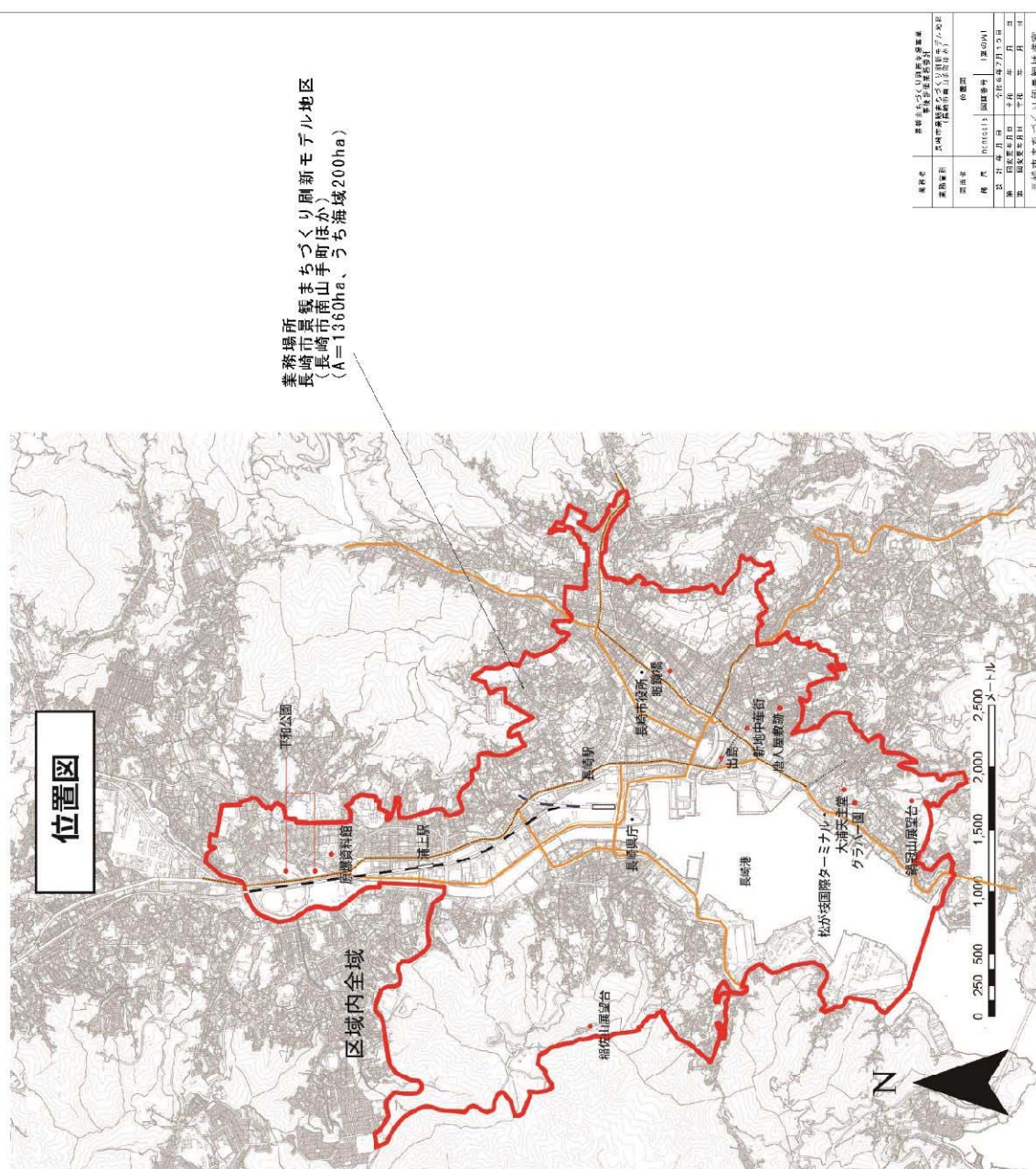
提出する成果品は下表に示すとおりとする。また、その他必要に応じて監督員の指示する資料を提出するものとする。

	名 称	部数	摘 要
1	報告書	2 部	A4 版 正・副各 1 部
2	納品書 (成果品写真を含む)	1 部	
3	電子データ (CD-R)	2 部	PDF, Word, pptx 形式 正・副各 1 部

報告書は以下の資料を収録するものとする。

事後評価カルテ
費用の算定結果
第三者委員会に必要な資料作成
協議打合せ簿
以下の調査・分析の過程と結果が分かる資料
・ CVM 調査
・ TCM 調査
・ 費用便益分析
その他、監督員が指定するもの

(10) 業務位置図



2. 本調査の実施

2.1 本調査の背景

2 本調査の実施

2.1 本業務の背景

長崎市は平成 29 年度から 3 年間にわたって、集中的に景観の整備を行う「景観まちづくり刷新支援事業（以下、本事業）」に指定された 10 都市の一つであり、九州では唯一指定された都市である。

本事業採択後の平成 30 年度に費用対効果による事前評価を実施した。その結果、 $B/C=7.87$ と 1.0 を大幅に上回る値を算出し、本事業を実施することは有用であるという評価を受けた。その後、令和 2 年度までに全ての事業が完了した。

本事業では、平成 30 年度に実施した事前評価と同様の方法で、事業完了後 5 年以内に事後評価を実施する必要がある。しかし、事業完了した令和 2 年度は世界的に新型コロナウイルス感染症が大流行した年であり、観光の需要が大幅に低下した。その後は感染症の流行が落ち着いたこともあり、観光需要が回復をし続けている状況であるため、事業完了後 4 年にあたる令和 6 年度に事後評価を行うものである。

本章では、本事業により刷新された景観を維持するために得られる便益を算出することを目的に市民と訪問客を対象にしたアンケート調査について詳述する。

2.2 本調査の実施方法

2.2 本調査の実施方法

①市民向け

市民向けアンケートは無作為に抽出した 18 歳以上の 2,000 人を対象に郵送法により実施した。図 2.1 の示すような封筒の中に、あいさつ文・事業内容を記した文書、調査票及び返信用封筒(図 2.2)を同封して、令和 6 年 10 月 9 日(水)に発送した。回収率を向上させるために、図 2.3 のように返信用封筒に 110 円切手を貼ったうえで同封した。また、スマートフォンでも回答できるよう、あいさつ文や質問票に回答用の QR コードを掲載した。QR コードを読み取ると Google フォームが開き、回答を選択および記入する形を取っている。

なお、Google フォームでは、設問の中で性別、年齢及び居住する町丁目名を伺っており、メールアドレスや氏名、番地を含めた詳細な住所を入力させないことにより、回答者の個人情報が特定されないように配慮している。調査期間については留め置き期間を 2 週間程度設けることが一般的であることや、発送後 3 連休を 2 回含む期間にしたことから、回答の締切を令和 6 年 11 月 5 日(火)とした(消印有効)。締切後に届いた調査票についても可能な限り集計の対象に入れるようにした。



図 2.1 発送した封筒の例

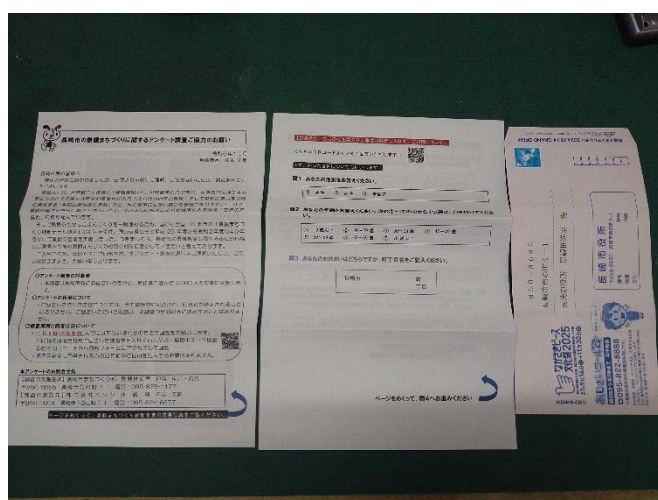


図 2.2 発送した封筒に同封した書類
(左から挨拶文・事業内容説明文、質問票、返信用封筒)



図 2.3 同封した返信用封筒の例



図 2.4 回答後、返送された返信用封筒の例

②訪問客向け

訪問客向けの調査については、表 2.1 に示すように訪問客が多く訪れる場所であつ、調査票を回答する時間に余裕があると考えられる場所を選定して実施した。

調査場所は大波止ターミナル、常盤棧橋、プラタナス広場、稲佐山展望台、鍋冠山展望台の5ヶ所である。調査方法は調査員が観光客に声をかけ、表 2.2 に示す方法でアンケート調査を実施した。使用した調査票の例を図 2.4 に示す。また、調査の実施状況を図 2.5 に示す。

表 2.1 調査を実施した場所と選定した理由

実施場所	選定した理由
大波止ターミナル 常盤棧橋 プラタナス広場	・軍艦島上陸クルーズの乗客に受付から乗船までの間に待ち時間があるため。 ・離島行き船舶の乗客は時間に余裕を持って大波止ターミナルに到着することが多いため。
稲佐山展望台 鍋冠山展望台	・景観をゆっくり眺めるという行動から、時間に余裕のある訪問客が多いと考えたため。

表 2.2 調査の方法

調査の方法	特 徴
QR コードを載せたビラを配布 (ビラ配布法)	・調査員と訪問客のやり取りが最小限にできる。 ・1 つの QR コードをグループ全員に共有できる。 ・ビラを受け取っても実際に回答するかどうかは <u>訪問客の意向に左右される</u> ため、回答率が低い傾向にある。
調査票に記入させる方法 調査員が聴き取る方法 (調査票法)	・調査員と訪問客のやり取りが多く、拘束時間が長くなる傾向がある。 ・回収の進捗は調査員の交渉技術に左右される。 ・ <u>調査への承諾をいただいた上で、説明を適切に行えば、確実に回答を得ることはできる。</u>

当初、軍艦島クルーズの乗船客を対象とした調査では QR コードを記したビラを配布する形で実施した。しかし、ビラを受け取ったからといって乗船までの待ち時間を利用して回答する訪問客は少なく、調査票の回収数は伸び悩んだ。

このため、稲佐山展望台・鍋冠山展望台、大波止ターミナルで調査を行う際は、調査票に直接記入させるもしくは調査員が回答を聴き取る方法を中心に切り替えることにした。



図 2.4 観光客向けアンケートの調査票(左:ビラ配布法、右:調査票法)



図 2.5 訪問客への調査状況(左:大波止ターミナル、右:稲佐山展望台)