

令和6年度 景観形成審議会

やまがたの誇れる景観魅力発信事業について
『やまがた景観物語』おすすめビューポイント
令和6年度

令和7年2月5日

県土利用政策課景観・地域づくり担当

1

1 「やまがた景観物語」おすすめビューポイントとは

現状
の
課題

① 山形県内には、
観光資源となり得る
優れた景観が多く存在

あまり知られていない

どこにあるのかわからない

② 県内高速道路の供用
→ 自動車利用の
観光客増加の期待

観光地までの
高速道路の往復利用では
波及効果が限定的

課題解決に向けた対応

- ▽ 県内各地の車で立ち寄りが容易な美しい景観の掘起こし
- ▽ 景観の美しさに加えて景観の特徴や歴史・物語を付加情報として提供

→ 「おすすめビューポイント」を選定・活用

ビューポイントに気軽に立ち寄ってもらうことで、
県内の周遊を促し、地域の活性化や交流人口の拡大につなげていく 2

2 ビューポイントの選定

選定に当たっての評価の視点

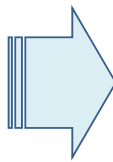
《 景観の条件 》

- ▽ 山形の独自性を持つ優れた景観か
- ▽ 景観に人々を魅了する魅力的な物語があるか
- ▽ 周辺観光スポットの充実度

《 場所の条件 》

- ▽ 車で容易に行けるか、駐車場があるか
- ▽ 展望施設等が整備されているか、周辺が維持管理されているか

H27年度 33か所を選定
H28年度 20か所を選定
R01年度 7か所を選定
R04年度 40か所を選定



県内の全市町村にビューポイントを網羅

R4年度は一般募も行い、応募総数116件（86箇所）の中から40か所を選定、合計100箇所となった

3

3 ビューポイントへの支援

ハード（物的）整備

◆道路案内標識の整備

- ▽ デザインを統一し、ピクトグラム（絵文字）の活用、英語表記の改善により、外国人来訪者へも配慮



◆携帯型リーフレットの整備

- ▽ 道の駅、高速道路SA・PA
行政機関等に配布、設置
- ▽ 県外山形県事務所、県人会で配布。
- ▽ 県内の観光案内所等へ設置
- ▽ 県内で行われる他部局のイベント等に提供、配布。



◆現地標識の整備



※QRコードは(株)デンソーウェブの登録商標です。

QRコード※を読み込むことによって
景観やビューポイントの歴史や
物語に触れる



4

3 ビューポイントへの支援

ソフト的な対応

◆SNSの活用

- ▽ Facebook・Instagramを活用し、ユーザーのつながりを介した認知度の向上



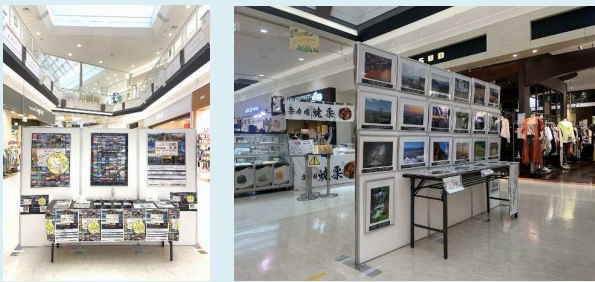
◆マスメディアによる情報発信



- ▽ R1.8 「やまがた旅の見聞録」
- ▽ R6.11 「やまがたサンデー5」
- ▽ R3.6 「やまがた百景」各種放送番組より動画の提供依頼あり。

◆巡回写真展示

- ▽ 県庁・市役所ロビー、山形・庄内空港、イオンモール山形南など



◆イベントの開催

- ▽ 写真コンテスト (H28~R2)
- ▽ スマホスタンプラリー (H30~R3)
- ▽ プロカメラマンとビューポイントを巡るフォトツアー (H29~R1)
- ▽ Instagramフォト・ムービーコンテスト (R3~)



5

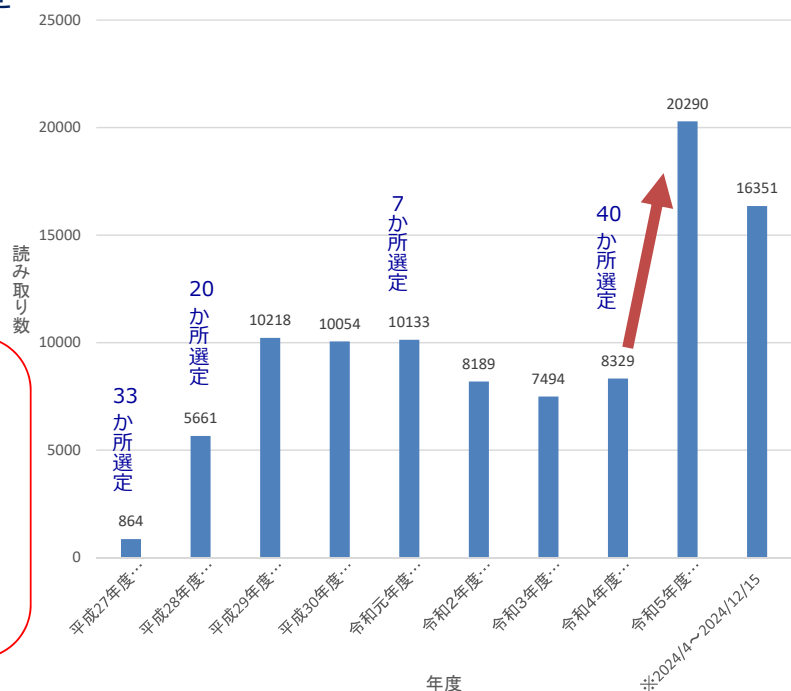
4 QRコード読取情報とSNSによる分析

現地標識QRコードの読取数を「来訪者数」として評価



- ▽ 累計 (H27.9~R6.12.15) **96719**アクセス
- ▽ コロナ渦で減少
- ▽ 令和4年度の追加選定。HPの刷新。
- ▽ 令和5年度60~100の標識を整備。令和6年2月にガイドブック販売。
- ▽ 令和6年5月パンフレットを100に刷新。

QRコード読取数(年度別)

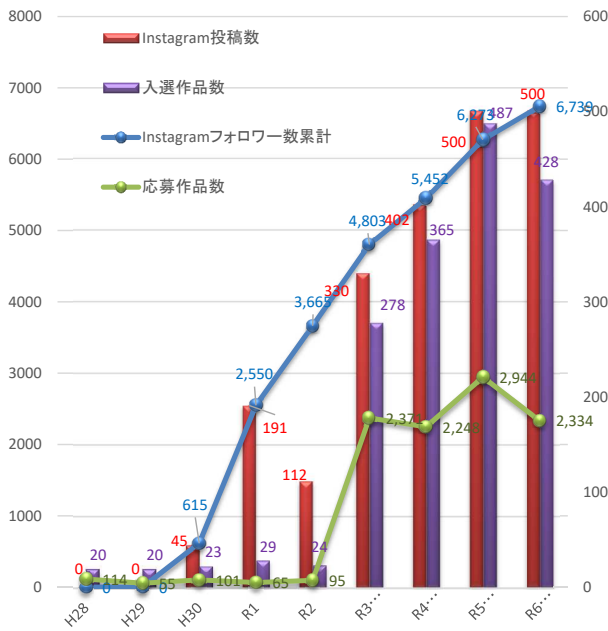


ビューポイントへの県外からの来訪者率は、R2年度コロナ流行で落ち込んだが、R3年度からR4年度にかけて少しずつ増加。コロナ流行中のR2~3年度は県内来訪者が多く、R4年度にはコロナが落ち着き、観光支援も充実して県外からの来訪者が戻った。R4年度の追加選定、R5年度より現地標識を整備し、読取数が大幅に増加。

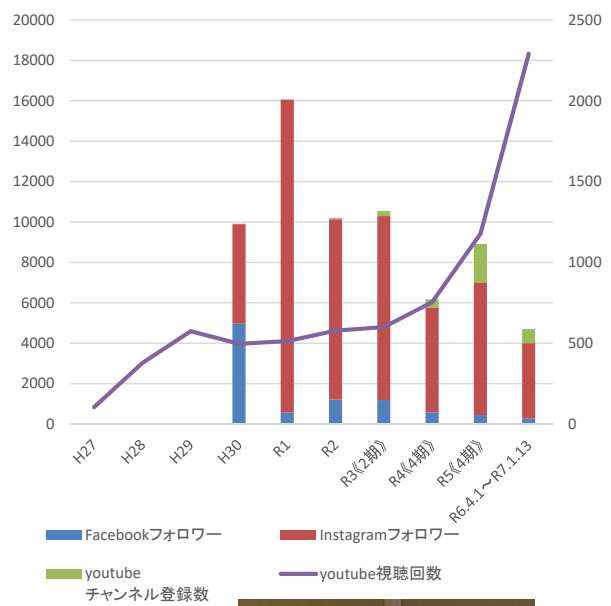
6

4 SNS情報発信による分析

Instagramフォロワー数累計と
フォトコン参加者



SNSのフォロワー数及び視聴数
(年度別)



SNSは、H27年度Facebookを開始し、H29年度にInstagramを開始。
H30～R1年度でフォロワーが増加。現在は、Youtubeへと需要の移行が進んでいる。
背景としては、R4年度からドローン動画の発信開始、R6年度から庄司紗千さんによる
オリジナルソング付のビュールート動画、交流イベント関連の配信で視聴数が伸びた。
ドローン動画は放送制作会社より映像提供の依頼が増え、全国放送での露出が増えた。



7

5 QRコード読取数 上位のビューポイント



8

6 更なる情報発信

イベントの魅力向上

【課題】ビューポイントの魅力向上 ・ 幅広い層に向けたきっかけづくり



Instagramフォト・ムービーコンテスト R3年度から開催

特にSNSが身近な若年層の訪問者増を図る



△R6年度秋期受賞作品

(R4実績) ▽ 応募2,246投稿

▽ 365リポスト (入選作品)

(R5実績) ▽ 応募2,944投稿 (前年比131%)

▽ 487リポスト (入選作品) (前年比133%)

(R6実績) ▽ 応募2,334投稿

▽ 428リポスト (入選作品)

毎日投稿。多くのフォロワーが見る時間帯に発信し、認知度向上を狙う。

市町村nexco東日本、観光施設等と広報連携し、フライヤーを窓口を設置を依頼して周知。

9

6 更なる情報発信

紙媒体による発信強化

【課題】ビューポイントの魅力向上 ・ 幅広い層に向けたきっかけづくり

やまがた景観物語100ガイドブックを発売

- ・ 四季を通じたVPの写真
- ・ VPの歴史や物語
- ・ VP周辺の立寄施設 (温泉・飲食店・観光施設等)
- ・ VP周遊のモデルコース
- ・ VPの保全活動を行う地域住民からのメッセージ

目的と狙い

- ・ 県民に広く「やまがたの誇れる景観」を認知してもらう。
- ・ 県外からの来訪者をVPに呼び込み、周辺地域の活性化を図る。
- ・ VPの保全活動を行う地域住民の取り組みを紹介し、地域住民と来訪者との交流の機会を創出する。
- ・ 景観の他の事業と連携し、保全の担い手の確保へとつなげる。

県内の書店での購入が多く、現在第二版を販売中。エッセイを担当した庄司紗千さんが楽曲を自主制作、動画を制作し発表。マスメディアでの認知度が向上。令和6年度交流イベントでの司会に繋がった。



7 動画コンテンツ



各地域毎に美しい絶景の4K動画、ビュールート、交流イベント動画を発信。

- ・自治体のイベント開催時に放映
- ・自治体の観光部局のホームページ等に当課の公式youtubeチャンネルの動画を貼付
- ・役場ロビーやデジタルサイネージ等で放映



4K空撮動画×14本



交流イベント開催状況×4地域



ビュールート（庄司紗千さんによるオリジナルソング）×4本



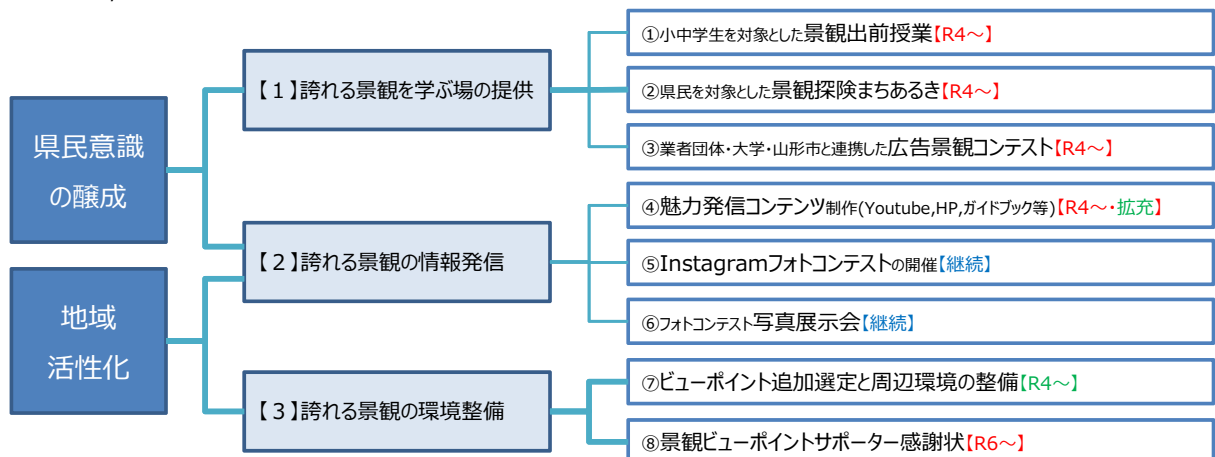
交流イベントプロモーションムービー（地域別4K空撮動画）×4本
全ビューポイントの動画

11

8 やまがたの誇れる景観魅力発信事業

目的	現状	課題
① 将来に渡り景観を整備・保全する県民意識の醸成	・Instagramフォトコン等によりVP来訪者が増加。 ・VPを通じて県民、市町村の景観への関心の高まり。	・SNSを利用しない世代等への発信が不足。 ・誇れる景観を十分に掘り起こせていない。
② 地域の個性や多様な交流の促進による地域活性化	・市町村における景観地域づくりの取組みの停滞。 ・地域で景観保全に取り組む団体等が多数存在する。	・市町村職員は人手不足で余裕がない。 ・高齢化により、景観保全の継続が困難。

対応方針；上記を踏まえ、以下の3つの柱を軸に、R4～6年度取組みを強化。



上記の柱を軸として進めてきたR4～6年度取組みを令和7年度以降も継続。景観保全の担い手不足を解消する支援を強化。 12

事業計画【R4～R6年までの3年間、地方創生推進交付金を活用して重点的に取り組む】

【1】誇れる景観を学ぶ場の提供

(1) 景観出前授業【R4～】

市町村と連携し、小・中学生を対象とした景観の出前授業を実施



(2) 景観探険まちあるき【R4～】

地域住民がまちあるきを通じて地域の魅力ある景観を再認識



(3) 広告景観コンテスト【R4～】

県・山形市・屋外広告業団体・東北芸工大で優れた屋外広告物と屋外広告デザインのコンテストを共催



【2】誇れる景観の情報発信

(1) Instagramフォトコン・写真展【継続】



(2) 景観魅力発信コンテンツ【新規・拡充】

追加指定したVPや眺望景観資産などを盛り込んだWebコンテンツ（HP、YouTube）【R4～】や景観ガイドブック「やまがた景観物語100」【R5】を出版

YTSとのコラボ企画
「やまがた百景」
×景観物語
TV放送+YouTube



景観ガイドブック
「やまがた景観物語」



【3】誇れる景観の環境整備

(1) 景観VPの指定・周辺環境整備【拡充・R4～】

一般公募、市町村推薦等によりVPを追加指定し案内看板の設置など周辺環境を整備



(2) 景観ビューポイントサポーター感謝状【R6～】

地域の景観を保全する取組みをしている団体や個人に対して感謝状を交付し、他地域の取組みを促す



景観保全に関する県民意識の醸成



景観を活かした地域活性化



活力ある地域社会の実現

R7年度からは、自立的に企業版ふるさと納税や使途明示型ふるさと納税で財源を確保して事業を継続。

13

R4年度からの継続事業① 景観出前授業

県内の美しい景観を保全していくには地域の担い手が必要です。

景観出前授業の開催

県では、小学生を対象に出前授業で「景観まちづくり」を学ぶ機会を作り美しいまちづくりへの意識を持ち、郷土の良好な景観を守り育てる行動ができる人づくりを目指します。

- ▽ 教育委員会等への周知
- ▽ 打合せ・市町村での景観を保全する活動や団体の情報提供
- ▽ 当日の同行・現地の説明等
- ▽ 他の学校で市町村が主体となり開催

R6年度開催

山形市立東沢小 6年生

(6月17日 座学1h+蔵王大権現・唐松観音の見学3h)

鶴岡市立湯野浜小 5・6年生

(7月8日 座学3h※豪雨のため、屋外での活動を中止)

東根市立長瀬小 5・6年生

(7月16日 座学1h+長瀬城跡二の堀・黒鳥山展望台・関山大滝3h)

川西町立吉島小 4年生

(7月12日 座学1h(授業参観)+9月18日 校外学習3h)

小国町立小国小 6年生

(10月18日 座学1h+温泉平・天狗橋3h)

R4年度は3校、R5年度は4校(2校共同開催)、
R6年度は5校で開催と、年々要望が増えています。

今年度は、先生達の出前授業後の展開を意識しながら、それぞれの学校に合った授業の構成を考え、座学後、スクールバスで学校周辺の景観を巡り、その場所を保全している方の話を伺う。



- 開催実績 川西町吉島小(授業参観で、親子一緒に景観を学ぶ。)

【成果】授業後、景観について生徒達が自ら考え行動する実践的学習を展開した。

県

- ・子供の頃からの景観を保全する意識の醸成につながる
- ・市町村の景観・地域づくりを支援することができる

市町村

- ・景観保全活動・地域づくり活動等の活性化が期待できる
- ・他の小学校での実施など、景観教育につなげる事ができる

学校

- ・総合学習や修学旅行の充実・活用等につながる
- ・助成金(10万円)活用で学習の充実を図ることができる

地域

- ・景観・地域づくりの担い手を育てることが出来る。
- ・地域の活動や宝に対する住民の理解に繋がる。

子供達

- ・山形の魅力を知り、地域を誇りに思う。自慢できるものが持てる。
- ・将来も、この場所に住み続けたい。地域貢献への意欲がわく。

14

R4年度からの継続事業② 景観探険まちあるき

県内の美しい景観を保全していくには地域の担い手が必要です。景観探険まちあるきは地域住民が「まちあるき」を通じて地域の魅力を再発見するものです。地域の歴史や景観を知り、人々の営みやまちなみを探険し、地域で景観を守り育てる行動につなげることを目指します。

【R6年度開催 鶴岡市】

ふむふむ！鶴岡曲がり角ごとのおどろき探険まちあるき ～城下町の小路と歴史的建造物等を巡ろう～

歴史的風致維持向上計画を改定した鶴岡市で、市民に対する意識醸成のため景観をテーマにしたまちあるき事業を始めたいとの希望があり、ノウハウなどを共有するため県と共催。

令和6年12月3日付で国登録有形文化財に登録された羽前絹練（株）や、山あて（金峰山や鳥海山）を臨む町割、城下町の小路名が残るルートを巡った。令和6年10月27日（日）40名以上参加。



効果

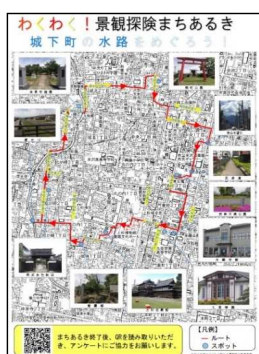
景観探険まちあるきを行うことで、地域の魅力を再発見するきっかけになる。また、市町村が自ら自発的に景観まちづくりを進めていく機運を高めていく事が出来る。

県民の景観意識の醸成や、住民が景観をはじめとしたまちづくり活動等の地域活性化が期待できる。

【R5年度共催後、令和6年度より市単独で開催】

わくわく！米沢景観探険まちあるき ～城下町の水路を巡ろう！～

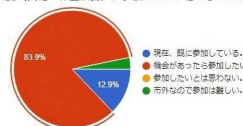
米沢市では、将来を担う米沢の子供達が自分達の町を知る機会を創ることで、郷土愛を育み、子供と共に親も一緒に学び、景観を考え自ら良くなる行動を起こすきっかけとなりとなるような意識醸成を図ろうと開催。



ドキドキ！上山景観探険まちあるき ～お城周辺の坂と歴史的建造物を巡ろう！～

上山市では、幅広い年代の市民に向けて景観に対する意識醸成を図ろうと開催。市ではまちあるきを開催するノウハウを得ようと開催。まちあるき開催後にガイド養成講座を行い、市民自らが町をガイド出来るようなスキルを身につけたり、行政と市民が一体となって景観まちづくりを進められるコミュニティーの形成を目指す。

11、景観づくり活動（美化・保全活動）に参加したいと思いましたが、



15

R4年度からの継続事業③ 広告景観コンテスト

まちなみや景観と調和した屋外広告物によるまちづくり

地域の景観づくりに貢献している屋外広告物と、地域課題を解決するための広告デザインを公募し、表彰するコンテストを開催しました。景観に与える影響が大きい看板について、多くの方に考えるきっかけをつくります。

第3回 やまがた広告景観 コンテスト

募集
山形の景観をより良くする
屋外広告物のデザインを募集

これからもっと
美しいやまがたを
考えていきませんか

9月17日(火)

締め切り

エントリー期間 2024年6月3日(月)～9月17日(火)

A 屋外広告物実作部門 B 広告景観デザイン提案部門

主催/やまがた広告景観コンテスト実行委員会(県庁、市町村、県民生活センター、県民生活センター、県民生活センター)

【成果】

令和6年11月19日、山形市市民活動支援センター（山形市）で、第3回やまがた広告景観コンテストの表彰式を開催しました。

・応募数 実作部門16点（うち受賞4点）、提案部門8点（うち受賞4点）

・表彰式は、山形県屋外広告美術協同組合主催の「第10回山形広告景観タウンミーティング」との合同開催とし、受賞された広告主をはじめ、デザイン・設計者、施工者を含めた関係者に広く出席していただきました。



● 広告景観デザイン部門（山形県知事賞）



● 屋外広告物部門（山形県知事賞）

主催 やまがた広告景観コンテスト実行委員会
構成員：山形県、山形市、東北芸工大、広告業団体

16

R6 年度新規事業① 景観ビューポイントサポーター感謝状贈呈

将来にわたって美しい景観が継続されるには景観保全活動が不可欠である

景観ビューポイントの環境保全を行う地区住民やボランティアグループに感謝状を交付して P R することで、美しい景観を維持する人々の存在の大切さを自他ともに周知・認識してもらい、保全活動への気運高め、賛同する人々をつなげ、将来にわたって地域に愛され受け継がれる景観ビューポイントに育てる。

内容

- ・県土の景観を保全する取り組みへの感謝状を贈呈する。
- ・令和6年度は県内4地域ごとに、交流イベントを開催。
『地域の景観』という広い視点で関係者【地域住民、移住者（海外・IUターン）、自治体関連部局、協賛関連企業など】を横断的に招き、保全活動の取り組みを周知 P R し、将来にわたって美しい景観が持続されるよう、その方々が抱える課題を探り、多様な立場の方々をつなげる場として機能させる。

効果

イベントによる交流により、課題を地域住民や自治体職員が共有し、課題解決に向けた取組みに繋がる機運を高め、地域全体の景観保全意識の底上げを図る。

つながりを創出する場としてのイベント



17

R6 年度事業 やまがた景観物語交流イベント

村山会場



置賜会場



最上会場



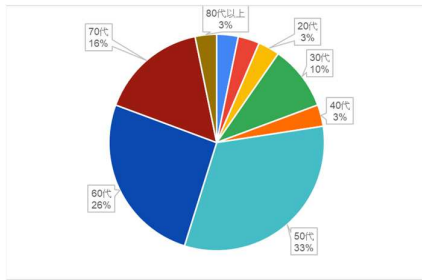
庄内会場



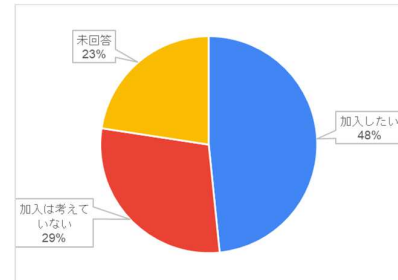
8

やまがた景観物語交流イベント 参加者アンケート

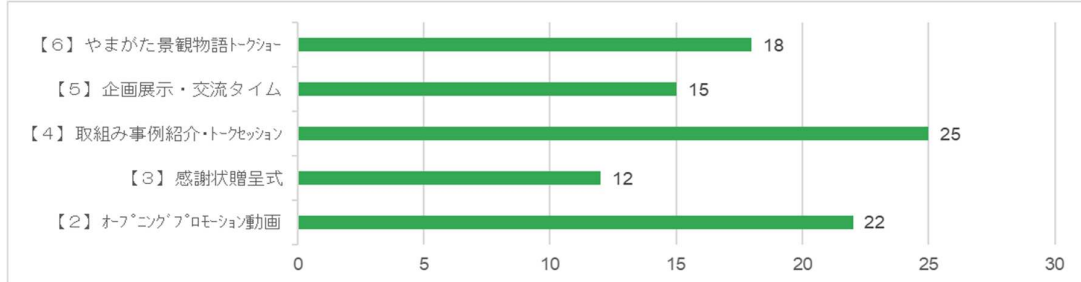
年齢



景観ファンクラブへの加入



良かったコンテンツ



参加者の感想

- ・景観物語にふさわしい素晴らしい話を聞くことができた。
- ・人口減少は寂しいが、これからも景観の美しさを引き継ぐことが大切である。本会の発展を期待します。
- ・山形の景観の良いところを新たに映像を通して発見して、たくさんの場所に行ってみたいと思いました。
- ・色々な人が様々な想いや目的を持っていきいきと活動していることに感動した。ビューポイントの画像は行ったことのある場所ばかりで、このすてきな景観をもっともっと県外や海外に発信してほしい。鮭川の米温原には、子供が小さいころに何回か活動に参加させていたでいて、素晴らしい自然を堪能させてもらいました。災害で崩れてしまった自然の風景を再び取り戻せるよう作業の手伝いに行かせてもらいます。
- ・映像がよかった。トークショーで解説があり分かりやすかった。

19

R6 年度新規事業②会員制やまがた景観ファンクラブ

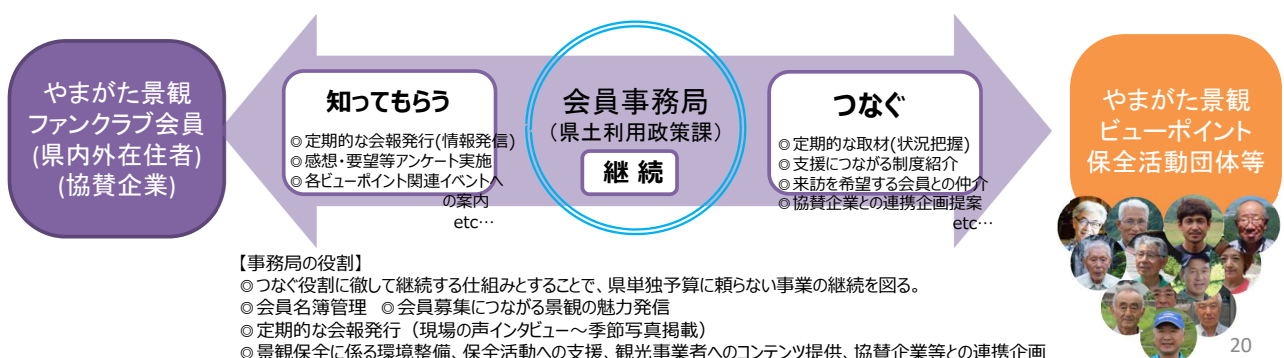
「使途明示型 ふるさと納税 特定プロジェクト」制度を利用した「会員制やまがた景観ファンクラブの創設・運営」

内容

- ・山形県の景観の魅力を維持するために応援してくれる人々を対象に会員制ファンクラブ事業を構築する。
- ・「企業版ふるさと納税」「使途明示型ふるさと納税特定プロジェクト」制度のフレームを利用して、会費＝寄付を募り事業費に充てる。
- ・事業内容として、景観ビューポイントの環境整備、保全活動経費補助、会員向け会報発行、観光事業者と連携した景観魅力発見ツアーなど、将来に渡って景観が保全され、魅力が拡散される取り組みを継続して実施する。

目的とねらい

- ・「やまがたの景観」のPR用として設けているウェブサイトの閲覧者の属性を解析した結果、県外の閲覧者が少なくない（約40%）傾向にある。
- ・山形の景観に興味を持ってくださる方々を対象に会員として募り、県は事務局としてのやりとりを通じて、会員と地域の方々とお互い顔が見えるつながりを生み出すことで、持続的な事業継続を図る。



R6 年度新規事業② 会員制やまがた景観ファンクラブ概要

1 事業の目的とねらい（事業の目標） 4 事業の流れ（成果に繋げるフローイメージ）

- 各景観事業に賛同いただける個人や企業を増やす。
- 景観を有する地域と応援する方々をつなぐ仕掛けを構築する。
- 美しい景観を維持する人々の存在の大切さを自他ともに認識してもらう。
- もって、保全活動への関心を高め、賛同する人々をつなげることで、やまがたの景観が将来にわたって地域内外から愛され受け継がれていくことを目指す。

2 事業化の経過と背景

- やまがたの景観魅力発信事業で実施している各取り組みへの参加者は年々増加しており、やまがたの景観の魅力は、県内外へ着実に進展している。
- 一方、美しい景観が将来にわたって引き継がれていくためには、景観の保全活動が不可欠であること、保全活動の継続には地域住民の力だけでは限界があることが課題としてみえてきた。

3 事業内容

- 山形県の景観の魅力に賛同し、応援してくれる人々を対象に会員制ファンクラブ事業を構築する。
- 「使途明示型ふるさと納税特定プロジェクト」制度のフレームを利用して、会費＝寄附を募り、事業費に充てる。
- 県は事務局として現地取材を実施し、寄附者に年2回会報を発行する。
- 会報では、現地のその時点での魅力と共に、保全活動の状況や各種催しの開催予定などを伝え、「見る」対象から「参加する」対象となるよう動機付けを図る。
- 景観を保全する各活動団体が必要とする支援等を聞き取り、一般の方々が参加できる活動の企画立案や橋渡しも行う。

（ガイドブック制作時に取材させてもらった景観の保全に携わっている方々）

