

# 国営ひたち海浜公園における 大規模花修景の取組みを通じたマネジメント

Park management through efforts of Large-scaled Flower Landscaping in Hitachi Seaside Park

安達 明彦 Akihiko ADACHI

一般財団法人公園財団 ひたち公園管理センター  
Parks and Recreation Foundation



## 人々はなぜ「みはらしの丘」を目指すのか

国営ひたち海浜公園内にある「みはらしの丘」は、春は一面青に染め上げるネモフィラが、夏から秋にかけては緑から赤に色が移り変わるコキアが楽しめる花の丘である。平成24年(2012)に「死ぬまでに行きたい!世界の絶景」の1つとして紹介されたのをきっかけに、米国テレビ局CNNが選んだ「日本の最も美しい場所31選」でも紹介されるなど、その風景は国内外を問わず多くの人々から共感を頂くようになった。ここに至るまでの取組みは後述するが、この花の風景がなぜ多くの人々を魅了するのか、その大きな要素としてみはらしの丘の立地特性と姿かたちにある。

ここはかつて米軍の射撃場であった時代に標的があった場所である。公園整備の一環で建設発生土を使って造成された人工の丘で、日本庭園の築山をイメージして設計された。3つのピークから成る標高58mの逆L字型をしたなだらかな形状をしており、すぐ東側には太平洋を望み、且つ周囲に風景を遮る物がないため、花と空と海の織りなす景色を楽しめる空間構成となっている。このロケーションこそが他にはない最大の強みであり魅力となっている。



## なぜネモフィラ、コキアだったのか

みはらしの丘が現在の形になるまで20年以上に渡って整備が続けられてきたが、大規模花修景の取組みは、まだ整備中であった平成13年度のコキア導入から始まっている。翌平成14年度からネモフィラを、そして平成17年度からはコキ

アを使った修景が始まった。ネモフィラもコキアも導入当初は一般的にあまり馴染みのない植物材料であった。どちらも当時の公園管理センター職員の発案であったが、単にもの珍しさだけではなく、海浜部故の風の強さにも耐えられる材料であることに先ずは着目した。

ネモフィラは他の草花との組み合わせで使われることが多く、どちらかという脇役的な存在であるが、この花を単独で使うことで海と空と丘とが青で繋がる風景を作り出したいという想いと、桜と同じように優しい色合いを日本人は好むのではないかというねらいがあった。

また、コキアの導入にあたっては、マツ等の常緑樹が多く、紅葉する木々が園内に少ないことから、季節の移ろいを感じて欲しいという想いがあった。そのユニークな草姿や柔らかな手触り感もさることながら、夏の爽やかな緑から秋にかけて徐々に紅葉していく様子は正にねらいに適した材料であった。現在の品種に辿り着くまで試験植栽も含めて5年を要したが、この間、苗の生産のタイミングから植栽方法、植栽後の管理、コスト管理等様々な課題にも直面しながらクリアを重ね、一連の作業サイクルも確立された。



## 期待を裏切らないための品質確保の取組み

丘と空とが繋がる壮大な景観を楽しんでいただくために、均一な生育環境の整備に取り組んでいる。以下にその主な内容を紹介する。

### ①土壌基盤整備

3.5haもの広大な修景エリアである上に、建設発生土によ

り造成された丘であるため土壌環境は必ずしも良い状態とはいえない。そこで排水不良エリアの改善のための暗渠管や集水柵の設置、有機質肥料等を使った土壌改良を少しずつではあるが実施し、生育環境の改善を図っている。



#### ②シーダーテープを使った播種（ネモフィラ）

法面部分は種子の流亡等により均一な育成が得られない可能性が高いため、シーダーテープを使った植栽（播種）を実施している。



#### ③冬季・防霜シートによる養生（ネモフィラ）

北関東の厳しい寒さから苗を守るため、12月から2月にかけて不織布シートによる養生を行っている。この期間丘は一面雪山のような白い丘となる。



#### ④人海戦術による雑草との戦い

春の青一面、秋の赤一面の景観を作り出すためのいちばん大事な作業は除草である。ネモフィラは花の見頃を迎える直前まで、コキアは個々の固体が一定の大きさに生育するまでの特に夏の期間、作業員が丁寧に抜き取っている。この地道な作業が一大景観を作り出している。



### きれいに花を咲かせて終わり、ではない

当公園では長きに渡り、広域利用を促進するため、1) 公園の魅力向上、2) 地域連携による公園の魅力向上と地域振興、3) 戦略的な広報 を3本柱として重点的に取り組んできた。公園の魅力向上とは、みはらしの丘をはじめとする大規模花修景のことであり、スイセン、チューリップ、バラ、ヒマワリ、コスモスなどネモフィラ、コキア以外にも季節ごとに楽しめる景観づくりを進めてきた。

また、こうした公園の魅力発信を後押しする要素として、高速道路網の整備や茨城空港の開港、JR常磐線上野東京ラインの開業など交通インフラの充実が好条件となった。これらを背景に、これまでも隣接する大洗町のアクアワールド茨城県大洗水族館等と連携し、地域の観光資源等を紹介する情報紙の発刊により、エリア周遊観光の促進を図ってきたのはじめ、茨城県の国内外からの観光促進施策と連動した観光部局との連携・協力によるインバウンドを含めた観光誘致策の強化等にも努めているところである。



茨城県主催のタイ・メディア、旅行会社視察案内協力

### ブランド力を活かし積極的エリアマネジメントへ

みはらしの丘の花修景面積は現在の約半分である1.5haからスタートし、試行錯誤しながら現在に至っている。それまでの計画や知識経験に捉われないチャレンジがあったからこそ、新たな価値（ブランド）を生み出す結果に繋がり、国内外から多くの観光客も訪れる広域周遊観光拠点として、平成26年度には「いばらきイメージアップ大賞」を受賞するなど、地域から高評価も頂くようになった。

この「海浜公園ブランド」を活かし、さらに高めていきながらサイクリングや交通機関による地域周遊の促進、オリジナル商品の開発等をはじめ、地域と連携しながらの取組みは今後もまだまだ可能性が広がる。パークマネジメントからエリアマネジメントへ、我々の仕事は多岐に渡る。

（略歴）明治大学農学部卒業後1989年（財）公園緑地管理財団（現（一財）公園財団）入団。国営武蔵丘陵森林公園をはじめとして全国各地の国営公園に勤務。2016年4月より現職。