平成 27 年 4 月 10 日　静岡国道

地域力を活かした富士山の包括的な道路景観管理に向けた社会実験

（静岡県富士宮市）

１．検討・実施体制

富士山朝霧高原景観管理協議会

（地元自治会、学識経験者、事業者、観光団体、ＮＰＯ法人、道路管理者、行政から構成）

※下線部は、協議会事務局。

２．実験期間・実験区間

〇実験期間　平成２６年８月６日（水）～平成２７月３月１８日（水）

（実験区間：国道１３９号山梨県境～猪之頭入口交差点（歩道整備区間７．５㎞））

静岡県富士宮市朝霧（高原）地区

３．背景

（１）実験対象区間の概要

国道139号の山梨県境から静岡県富士宮市猪之頭入口交差点の間は、ススキ野原や酪農地帯が続く牧歌的な雰囲気であり、富士山の風景を安全に楽しむ絶好のエリアとなっている。また、国道139号を含む富士山麓は富士・箱根・伊豆国立公園内の自然公園法の特別地域に指定されており、国道139号（朝霧地区）については、富士宮市景観計画において「景観重要公共施設」に位置づけられ、

「美しい景観を維持するために行われる、地域住民や自治体等各種団体の活動との協働に努める」ものと計画されている。

（２）実験対象区間で発生していた事象とその要因

１）国道 139 号の自転車歩行者道路及び外側の法面等については、維持管理費が削減されるなか、安全管理を主眼においた維持管理をしており、安全上支障がない範囲の草刈等が十分に行き届かず、世界文化遺産・富士山にふさわしい十分な『美しい景観の維持＝景観管理』が出来ていない。

２）過疎・高齢化が進行する実験対象地域では、地域の自治会が担っているコミュニティ活動において、住民１人ひとりへの負担が大きくなっており、広大な富士山麓における道路の景観管理を住民の無償によるボランティア活動だけに頼ることは限界と

なっている。

（３）実験が目標とする状態

地域力を活かした持続可能な道路の『景観管理』の仕組みを創造する。

（４）目標を実現するための対応方針及び具体の施策

道路を賢く使いながら景観管理を行うための資金開発を行い、地域の「人」や「技術力」を活かし、活動に参加できない住民、道路利用者（受益者）、遠方に暮らす協力者とも協働して、持続可能な道路の『景観管理』の仕組みを創造する。

４．実験内容

（１）ヒューマン・テクノロジーファンド実験

１）住民等による地域力を活かした景観管理実験

牧畜業、農林業などの地域力を活用して、住民等が継続的に草刈や清掃を行うための体制づくりを検証。

２）道路利用者や来訪者による景観管理実験

トレイルウォーカーやツアー客など（来訪者）による清掃活動への参加を検証。

（２）マネーファンド実験

１）道路空間を活用した資金開発

道路空間を活用した施設（シーニックマルシェ）の出店による資金開発の仕組みを検証。

２）民間事業者とタイアップした資金開発

インターネットによる活動支援「READYFOR？」や読み終えた本の寄附による（ＢＯＯＫ募金）資金開発の仕組みを検証

また、旅行会社とタイアップして、道路利用者や来訪者による活動支援の仕組みを検証。

５．実験結果及び評価

実験内容（項目）	期待する効果	実験結果	結果に対する評価
（１）ヒューマン・テクノロジーファンド実験			
◇住民等による景観管理	・牧畜業、農林業などの地域力を活用して、住民等が継続的に草刈や清掃を行うための体制づくりを検証。	・区が窓口となって、住民等が地区単位で、保険に加入のうえ、草刈や清掃等の景観管理を行った。 ・住民等の理解が得られ、次年度以降も継続していく意思を確認出来た。	・安全、品質管理の向上により、地域住民や事業者、市民団体との協働が、『景観管理』の担い手として期待出来ることが検証できた。 ・住民等には、関係機関への手続きは不慣れであるうえ、手続きが煩瑣であり、時間とコストを要することから改善が必要
◇道路利用者や来訪者による景観管理	・トレイルウォーカーやツアー客などによる清掃活動への参加を検証。	・ウォーキングイベント参加者による清掃活動を実施し、参加者からは高評価を受けた。	・道路利用者や来訪者の参加による「景観管理」への関与は可能。
（２）マネーファンド実験			
◇道路空間を活用した資金開発　シーニックマルシェ	・道路空間を活用した施設（シーニックマルシェ）の出店による資金開発の仕組みを検証。	・「道の駅」朝霧高原と朝霧さわやかパーキングで、マルシェを 11 日間出店し、出店協力金として、33,000 円の資金が得られた。	・資金開発手法として評価は高いが、今年度は認知度が低く費用対効果は低かった。認知度が高まり、定着すれば効果的な手法である。 ・本実験の出店規模や期間では、高率な出店協力金は見込めない。

実験内容（項目）		**期待する効果**	**実験結果**	**結果に対する評価**
◇民間事業者とタイアップした資金開発	**ｸﾗｳﾄﾞﾌｧﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ**	・社会貢献（募金）による資金開発の検証。	・インターネットサイト「READYFOR？」に登録・募金し、本実験のなかで、最も高額な資金（約 40 万円）を得た。	・今回は高額な募金があったが、継続的な資金開発については検証が必要。
	ＢＯＯＫ募金	・読み終えた本の寄附による資金開発の仕組みの検証。	・関係行政等に回収ボックスを設置し、76 千円の資金を得た。	・地域外や幅広い年齢層からの協力も多く得られる一方で、1 冊あたりの単価が低く一定の収入を見込むには、量を確保する必要がある。
	道路利用者等への募金活動	・道路利用者や来訪者による活動支援の仕組みの検証。	・旅行会社とタイアップしたウォーキングイベントを開催し、1 回の開催で 47 千円の募金を得た。	・ウォーキング等現地で楽しんだ後の募金は、趣旨が理解されやすく効果的であった。

（1）ヒューマン・テクノロジーファンド実験

1）住民等による景観管理

牧畜業、農林業などの地域力を活用して、住民等が継続的に草刈や清掃を行うための体制づくりを検証。

≪実験の結果≫

・安全、品質管理の向上により、地域住民や事業者、市民団体との協働が、『景観管理』の担い手として期待が可能。

〇実施状況一覧

地　区	実施日	実施体制	範　囲

根原区	11/15（土）	区の住民単独	0.65km
麓区	10/4（土）	区の住民単独	0.75km
富士丘区	10/18（土）	酪農事業者と区の住民の協働	1.00km
猪之頭区	10/25（土）	区から市民団体への委託	1.20km

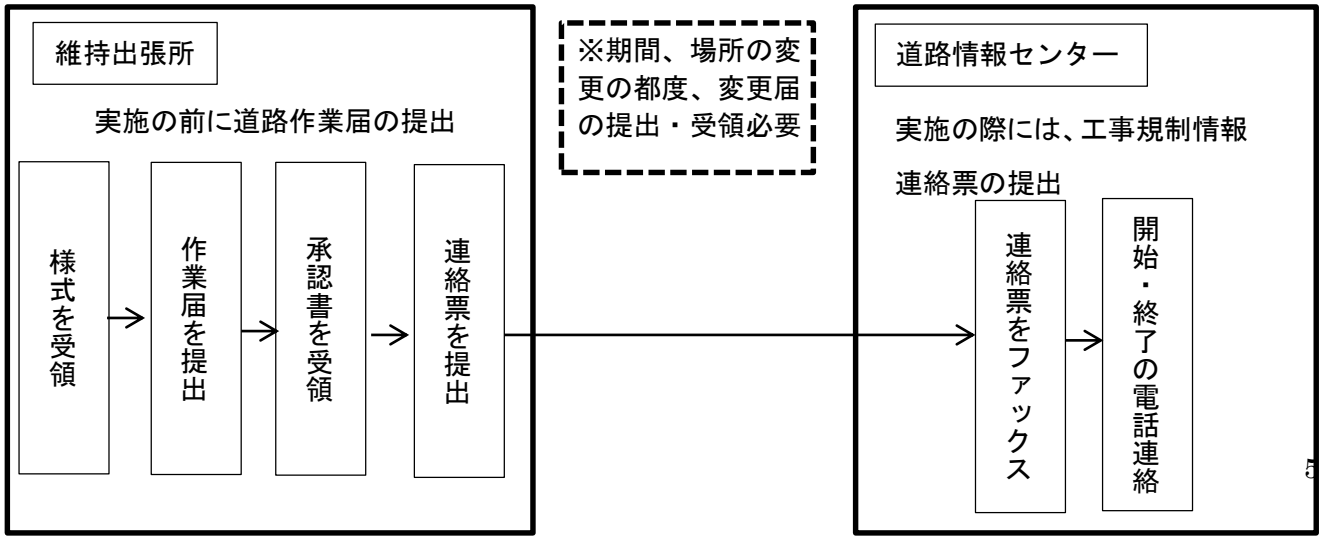
○主な参加者の意見

区　分	内　容
作業内容	○ 作業自体は容易 ○ 年１回の作業だと作業負担が大きい（2 回程度が適当） ○ 境界杭やフェンスが作業効率を低下 ○ 刈草の運搬・処分など道路管理者の協力が必要 ○ 区民のコミュニケーションの場としても機能
安全・品質管理	○ 道具や作業の安全に関する知識が必要 ○ 安全装備（飛び石防止機能付き草刈機、飛散防止ネット、ヘルメット、ゴーグル、安全チョッキ等）が必要 ○ 林業従事者等は機械の扱いにも慣れており、一定の品質確保が可能 ○ 歩道と車道の境は危険を伴うため作業が困難であり、品質確保に影響する
景観管理の必要性その他	○ 草の中へのゴミの投げ捨てが多く、状態の悪さと景観管理の重要性を認識 ○ 富士山の撮影スポットなのでキレイにしておきたい。 ○ 住民にとって、道路作業届などの手続きは不慣れで大変

≪実験の結果≫

・住民には、関係機関への手続きは不慣れであるうえ、手続きが煩瑣であり、時間とコストを要したことから改善が必要

【草刈作業にあたって実施した今回実施した手続き】



↑ ４つの作業エリアごと提出・連絡　　↑

景　観　管　理　協　議　会

２）道路利用者や来訪者による景観管理

トレイルウォーカーやツアー客などによる清掃活動への参加を検証。

≪実験の結果≫

・道路利用者や来訪者による「景観管理」への寄与は可能。

①　道路利用者による景観管理「朝霧クリーン＆モニターウォーク」

モニターウォークを企画・開催し、地区の魅力を学びながら、ゴミ拾いを実施。

〇主な参加者の意見

内　容
〇 ゴミが思った以上に多い。
〇 ゴミを減らす工夫（利用者への啓発）必要。
〇 魅力的な企画である。
〇 企業の巻き込みが必要。

②　旅行会社と連携した来訪者による景観管理「ツアー客による清掃活動」

旅行会社と連携したツアー客による清掃活動を実施。

〇主な参加者の意見

内　容
〇 ゴミが思った以上に多い。
〇 風景の良いところにゴミが捨てられており残念
〇 キレイな景観を楽しんだ後に恩返しが出来て良かった。
〇 ツアーの中の体験プログラムとしても魅力的。

（２）マネーファンド実験

１）シーニックマルシェによる資金開発

道路空間を活用した施設（シーニックマルシェ）の出店による資金開発の仕組みを検証。

≪実験の結果≫

・景観管理活動への広報効果もあり、資金開発手法として評価は高いが、今年度は認知度も低く費用対効果は悪かった。今後認知度が高まり、定着すれば効果的な手法である。
・本実験の出店規模や期間では、高率な出店協力金は見込めない。

○実施状況一覧

実施場所	実施日	店　舗	備　考
「道の駅」朝霧高原	10/11、12	2 店舗	道の駅で実施の内、1 店舗は協議会直営。他は、地域の事業者や団体による出店
朝霧さわやかパーキング	10/11～11/23 の土・日	1～3 店舗	

○出店店舗

店舗名	内　容	備　考
NPO まちづくりﾄｯﾌﾟﾗﾝﾅｰふじのみや本舗	地元の食材を使用したグルメの販売等	
景観管理協議会	道の駅朝霧高原の商品を販売	直営店舗
茶屋の家	朝霧高原の牛乳を使った菓子の販売等	
まかいの牧場	朝霧高原の牛乳を使った菓子の販売等	
NPO あさぎり古里創生ネット	地元の食材を使用したグルメの販売等	

○売上げ実績（円）

【「道の駅」朝霧高原】

実施日		まちづくり トップランナー	協議会	計	備　考
10/11	土	136,000	48,654	184,654	
10/12	日				
計		136,000	48,654	184,654	約 92 千円/日

【朝霧さわやかパーキング】

実施日	茶屋の家	まかいの 牧場	あさぎり 古里創生	計	備　考

10/11	土	1,200	―	―	1,200	
10/12	日	400	―	―	400	台風の影響
10/18	土	4,800	7,280	60,000	42,080	※あさぎり古里創生
10/19	日	―	5,775		35,775	分は両日に等分
10/25	土	6,800	12,810	―	19,610	
10/26	日	4,200	7,770	―	11,970	
11/1	土	―	―	―	0	荒天中止
11/2	日	3,800	―	―	3,800	
11/8	土	―	―	―	0	荒天中止
実施日		**茶屋の家**	**まかいの牧場**	**あさぎり古里創生**	**計**	**備　考**
11/9	日	―	―	―	0	荒天中止
11/15	土	19,800	―	―	19,800	ﾓﾆﾀｰｳｫｰｸ開催日
11/16	日	3,600	―	―	3,600	
11/22	土	2,400	―	―	2,400	
11/23	日	1,600	―	―	1,600	
計		48,600	33,635	60,000	142,235	約 13 千円/日

本実験の出店規模や期間では、出店者として一定以上の売上げ見込みが立たず、出店者と調整したうえで出店協力金を 5%で設定。出店規模の拡大や期間の延長等により、認知度が高まり定着すれば、出店者としても売上げ見込を立てることが可能となり、出店協力金を見直すことで、費用対効果の改善が図られる。

また、シーニックマルシェは、道路利用者に対して景観管理の必要性をＰＲする良い機会であり、次年度以降もシーニックマルシェを通じて、景観管理に対する道路利用者の意識啓発に取り組んでいく。

さらには、シーニックマルシェの開催に合わせて募金活動することで、より多くの協力が得られるものと思われる。

２）クラウドファンディング
　　インターネットを通じた社会貢献（募金）による資金開発の仕組みを検証

≪実験の結果≫

・今回は高額な募金があったが、継続的な資金開発については検証が必要。

〇実施概要

サイト	READYFOR？	全国規模の社会貢献に特化したクラウドファンディング
募金額	目標）400 千円 実績）504 千円	・手数料 15%（目標額に達しない場合は成立しない。） ・募金は、3,5,10,30,50 千円の 5 種類で設定 ・リターン品購入費を募金から支出
募集期間	10/1～11/30（60 日間）	

〇募金内訳

募金額	**募金人数**	**備考（リターン品）**
3 千円	18 人	・クーポン券付朝霧高原散策マップ ・HP への掲載とサンクスメール ・朝霧高原のソフトクリーム引換券（３ヵ所・２枚）
募金額	**募金人数**	**備　考（リターン品）**
5 千円	14 人	・3 千円募金へのリターン品 ・朝霧の茅を利用した飾り物
10 千円	24 人	・3 千円募金へのリターン品 ・朝霧高原の富士山ポストカードセット ・朝霧高原富士ミルクランドのスウィーツセット又は朝霧高原レストランでのペアランチ券（道の駅、富士ミルクランド）
30 千円	3 人	・5 千円募金へのリターン品 ・朝霧高原の富士山ポストカードセット ・朝霧高原富士ミルクランドのスウィーツセット ・まかいの牧場レストランのペアランチ券
50 千円	1 人	・10 千円募金へのリターン品 ・朝霧高原まかいの牧場の手作りソーセージ詰め合わせ ・朝霧高原ふもとっぱらでセグウェイ乗車無料券又は牧場での酪農体験無料券
	60 人	計 504 千円、平均 8 千円/人

３）ＢＯＯＫ募金
読み終えた本の寄附による資金開発の仕組みを検証

≪実験の結果≫

・地域外や幅広い年齢層からの協力も多く得られる一方で、１冊あたりの単価が安く、量を確保する必要がある。

〇実施概要及び実績

回収ボックスを市内外の公共施設や企業、ＮＰＯに配置したほか、協議会関係施設など２５箇所に設置し、インターネット上でも募集

・実施期間：平成２６年１０月１０日～２月２８日
・実施場所：行政機関・企業等２５箇所及びＨＰにて募集
・回収　　：４，５３３点（４２人）
・金額　　：７５，７００円（１７円／点）

４）道路利用者等への募金活動

道路利用者や来訪者による活動支援の仕組みを検証

≪実験の結果≫

・ウォーキング等現地を楽しんだ後の募金は、趣旨が理解されやすく効果的であった。

〇実施概要及び実績

・実施日　：平成２６年９月６日　旅行会社のツアーとタイアップ
・参加者　：約６００人
・募金　　：４６，５８５円

（３）持続可能な道路の『景観管理』の仕組みの創造

≪実験の結果≫

・ヒューマン･テクノロジーファンドと各種マネーファンドの組合せによる持続可能な「景観管理」の仕組みを次年度以降も継続検証。

〇ファンドにかかる収支の内訳

（単位：千円）

ファンド		具体の取組	Ｈ２６実績	備　考
ヒューマン・テクノロジー		地元住民による景観管理	（※）－６００	※作業コストのみ、手続・調整等コストを含まない
マネー	地域内の資金開発	シーニックマルシェ	３３	
		ＢＯＯＫ募金	７６	
	地域外の資金開発	クラウンドファンディング	３９７	
		ウォーキングツアーその他	９５	
収支			１	

６．本実験中における課題と対応策

本実験を通じて確認された課題に対して、以下の通りの対応を行った。

課　題		対　応
（１）ヒューマン・テクノロジーファンド実験		
諸手続き	道路使用届等の諸手続きが煩瑣	実験当初は、実験内容の確認や手続きの説明等も必要であり、一般的な手続きを行ったことで、全て平日に担当維持出張所での窓口対応を行ったが、その後は郵送対応を行うなど一部手続きの簡素化を図った。
（２）マネーファンド実験		
占用許可	シーニックマルシェの出店場所	当初は、道路法に基づく一般的な占用として、「道路の構造又は交通に支障を及ぼさない」場所として、敷地内の浄化槽の上にて占用申請、許可を行ったが、利用者の動線から離れ認知されにくかったことから、道路管理者と協議のうえで「地域の活性化に資する路上イベントに伴う道路占用の取扱について（国道利第 28 号　平成 17 年 3 月 17 日）」に基づき、賑わいの創出等の観点から弾力的な判断を行うことにより、占用場所を見直し、「十分な歩行空間を確保した」歩道上にて占用申請・許可。 ■当初の売上げ（２日間） 　１，２００円／日・店舗 □変更後の売上げ 　５，９００円／日・店舗

諸手続き	占用許可等の諸手続きが煩瑣	占用手続きについては、現在も電子申請が可能であるが、手続きに不慣れな区民にとっては、記載内容や使用方法に不明な点が多く、また今回は手続き期間も短かったことから、道路管理者が記載方法等を直接指導し書類にて手続きを行った。

７．本格実施に向けた課題

（１）ヒューマン・テクノロジーファンド実験の課題

課題整理	課　題	対応策
安全管理・品質管理（スキルアップ）	・作業者や第三者への安全確保 ・歩車道境界（作業危険箇所）の品質確保	・道路管理者や専門業者との協働（安全指導の徹底等） ・道路管理者との協働による歩車道境界の品質確保
諸手続き	・道路作業届等の手続きが煩瑣（雨天順延による日程変更手続きを含む）	・ＶＳＰ協定を締結（道路作業届の省略） ・道路管理者との協働（様式・マニュアル等）
景観管理コスト	・安全管理、品質管理、手続き等の管理コスト負担	・道路管理者との協働 ・NPO 等、中間組織との連携の活用

（２）マネーファンド実験の課題

実験項目	課　題	対応策
シーニックマルシェ	・認知度、魅力の向上 ・占用手続き等の簡素化	・「地域活性化イベント」通達に基づき、占用規模や期間を拡大して実施 ・実施時期（夏などの繁忙期等）の検討 ・企業との連携 ・周知期間・媒体の充実（SNS やﾒﾃﾞｨｱ） ・各種イベントとの連携 ・道路管理者との協働（様式・マニュアル等）

ＢＯＯＫ募金	・１冊あたりの単価が低い。	・地域外を含めた企業や団体の協力による規模の拡大（量の確保） ・効率的な回収方法の検討（費用対効果の改善）
道路利用者等への募金活動	・旅行会社とタイアップした継続的なイベントの開催が不可欠	・旅行会社への働きかけ（魅力的なイベントの提案等）

８．次年度計画

本実験の仕組みを活用し、ヒューマン・テクノロジーファンドと各種マネーファンドの組合せによる、現スキームにおける持続可能な「景観管理」の仕組みの創造について継続して検証を行う。

【主な継続検証項目】

① 道路管理者や専門業者等との協働による安全管理・品質管理
② VSP 協定締結や道路管理者との協働による煩瑣な諸手続きや管理コストへの対応
③ マルシェの規模・期間の拡大等や周知強化など認知度向上による資金開発力の向上

（１）ヒューマン・テクノロジーファンド（景観管理）

実施内容	継続検証項目
○本実験の仕組みを活用し草刈・清掃活動を実施	
・道路管理者と市と協議会による VSP 協定の締結	②煩瑣な諸手続きや管理コストへの対応
・住民等による景観管理作業は、道路管理者との作業時期と併せて夏前（７月頃）に実施。必要に応じて秋以降に２回目を実施。	①品質管理への対応
・景観管理作業にあたっては、予め第三者被害を含めた保険に加入すると共に、道路管理者や専門業者等による安全指導を実施	①安全管理への対応

（２）マネーファンド（資金開発）

実施内容	継続検証項目

○シーニックマルシェ ・規模・期間を延長して実施 ・４月から十分な周知期間を確保したうえで繁忙期に入る夏頃から実施 （規模）３～４店舗（実験では１～３店舗） （期間）７月～１０月（実験では１カ月程度） （場所）道の駅（※）・さわやかパーキング ※ 道の駅での出店は事業者と調整が必要	③認知度アップによる資金開発力向上への対応
○クラウドファンディング ・資金の支援が得られやすい内容や協力団体、情報発信等を研究	

実施内容	継続検証項目
○ＢＯＯＫ募金 ・地域外を含めた企業や団体の協力による規模の拡大を図りながら継続実施	③認知度アップによる資金開発力向上への対応
○道路利用者や来訪者による活動支援 ・旅行会社とタイアップしながら各種イベントで募金活動を実施	
○民間の助成金への応募等を検討	

９．新たな『景観管理』システムの提案

今後、景観管理システムを担っていく地域の住民団体と道路管理者の協働を支える中間支援組織の活用や維持コストの確保、また道路管理者、専門業者と地域との協働の体制について、今後の新たな『景観管理』システムの創造の観点から提案を行う。

これらの提案については、今回の社会実験の実施主体であり、道路管理者も構成員に含む景観管理協議会にて、今後、研究・検討していく。

（１）地域の住民団体と道路管理者の協働を支える中間支援組織の活用等

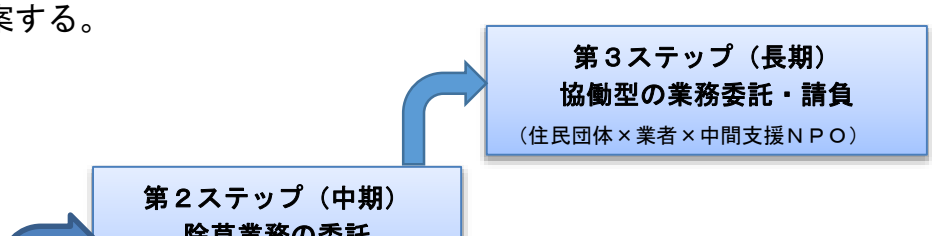
・住民団体が不得意とする諸手続の支援など、道路管理者と住民団体等の中間支援を行う組織が必要

・マネーファンドの支援者や地域・企業を繋ぐ、地域に精通した中間支援組織が必要

・中間支援組織の維持コストの確保について、今後も検討が必要

（２）地域力を活かした景観管理システムの構築

景観管理の技術水準の高度化に応じて道路管理者と地域との協働の体制がステップアップする方策について提案する。

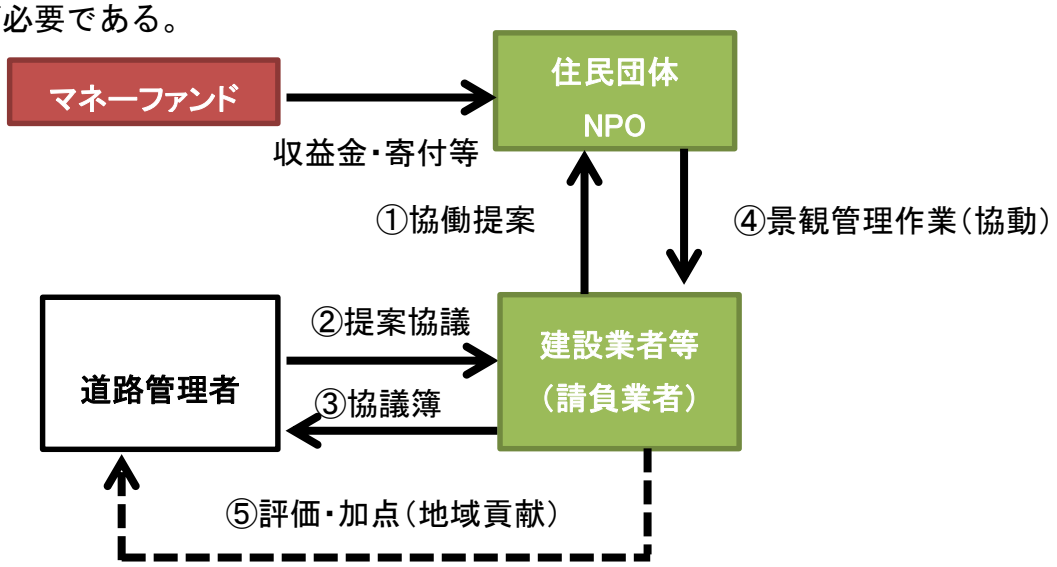


【図１　技術水準の高度化に応じたステップアップ】

① 第１ステップ（建設業者との協働による景観管理）

地域の住民団体等から請負業者へ景観管理に対する協働提案を行い、請負業者は道路管理者との協議による承認を受け、住民団体等は請負業者の管理のもと景観管理作業を担う制度を提案する。

請負業者には地域貢献としての評価・加点など、事業者へのインセンティブ等を付与することが必要である。



【図２　道路管理者との協働スキーム図】

② 第２ステップ（住民団体等に対して除草業務を委託する事のできる仕組みを構築）

・住民団体等が、継続的に景観管理活動ができるよう住民団体等に国の管理道路の一部区間について除草業務を委託できる制度の創設を提案する。

・同様の既存制度として、地方公共団体が管理する道路では既に道路の除草業務を地域の住民団体等に直接委託できる仕組みがあり一定の効果がでている。そのシステムを国道にも活用し、一定の条件と範囲において業務の委託をすることを研究する。

・河川法ではこれまで地方公共団体にのみ委託が可能であったが、平成２５年６月の一部改正により「河川協力団体制度」を創設し、自発的に河川の維持、環境保全等に活動するＮＰＯ等の民間団体に河川管理施設の維持・操作、除草等の業務委託することが可能となった。

河川協力団体制度と同様の制度創設を道路法で実現するよう研究を進める。（河川と道路の条件の違いを整理して、道路においても実施することができるかを検証していく）今後の法改正に向けた検討にも期待したい。

【図３　河川協力団体制度の仕組み】

実【現行】地方公共団体にのみ委託可能 拡大 【法改正後】国土交通省令で定める要件に該当するもの に委託可能 体等へ 能

となった「河川協力団体制度」を参考にしたスキームは図４のとおりである。

【図４　住民団体等に景観管理業務を委託するスキーム図】

※道路と河川のボランティア活動には、大きな違いがある。同じ景観管理活動を行うとすると、河川では、機械の安全管理のみであるが、道路の場合は機械の安全管理と、道路の安全管理の２点になる。道路でこのような仕組みを実施する場合は、機械の安全管理と道路の安全管理を徹底した中で行うことが必要。

③　第３ステップ（協働型の業務委託・請負）

長期的にも道路の維持管理費の中で安全上支障とならない“景観管理”への予算は、長期的にも十分に確保されることが見込めないため、住民団体が地域のＮＰＯ等や請負業者と共同事業体となり、包括的な道路の維持管理について協働事業提案ができる制度を創設し、受託した事業体の中で役割分担を行い、地域の住民団体・ＮＰＯ等が景観管理を担うことができる発注システム（制度）について研究を進める。

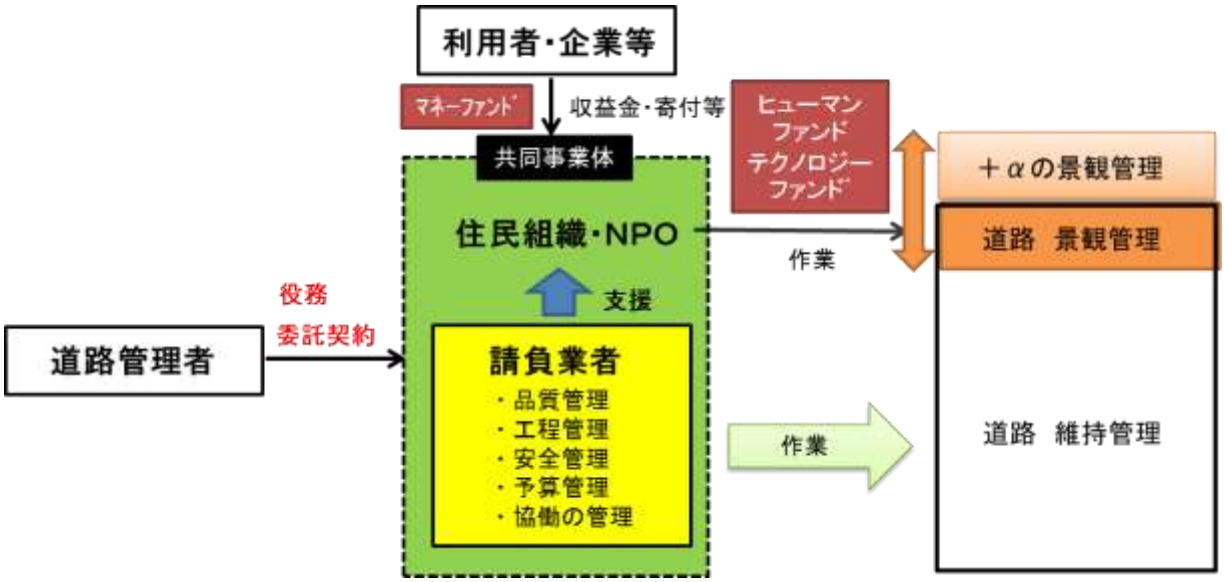
このことにより、作業回数の増加や維持管理コストの削減にも効果が見込める。

この第３ステップに対して、２つの仕組みを提案する。

１）地域・企業協働の景観管理システム

維持管理の請負業者が、業務委託区域内で地域の住民団体等と共同事業体として景観管理に取組む。（事業体として住民に対して安全管理等の専門技術について支援を行う。）

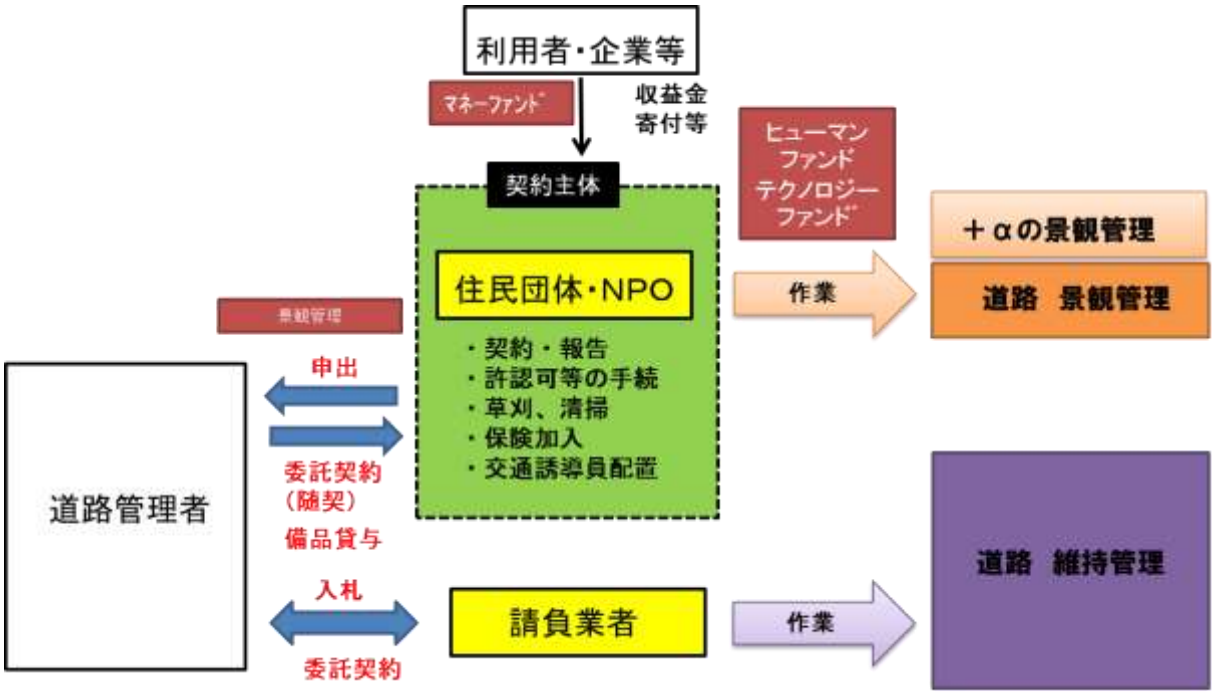
このことは、請負業者のＣＳＲやイメージアップにもつながるだけでなく、維持管理コストの削減にも効果が見込める。住民団体等は本実験で試行したマネーファンドによる資金も充当しながら景観管理に取組む。



【図５　地域・企業協働型の景観管理のスキーム】

２）地域主体型の景観管理システム

地域主体型の景観管理システムは、道路管理者が地域との協働により住民団体に景観管理の業務委託を行う仕組みである。住民が担えない区間（歩道が未整備・自動車専用道など）では、従来の請負業者が通常の業務委託で景観管理を維持管理と併せて実施する。この提案は一括で請負業者に業務委託する場合とのコスト比較で費用の削減が見込める場合に限る。



【図６　地域主体型の景観管理のスキーム】

■テクノロジーファンドによる景観管理のコスト比較（試算）

	国土交通省積算単価	今回（テクノロジーファンド）
除草・集草作業費	・1.0km×4.5m×180 千円＝810 千円 うち運搬搬出分を 30%とした場合 ・810 千円×70%＝567 千円	・実績：1.0km×4.5m（歩道・柵 2.5m＋道路脇の法面 2m） 作業費　400 千円（作業２回相当）
	住民団体等への業務委託 （参考）岩手県「住民団体等への草刈業務委託制度」の委託料（年２回の場合） ・除草・集草　61,560 円（1,000～1,200 ㎡）　※H26 年度単価 ・面積加算分　9,072 円（200 ㎡毎） 〇委託料換算：61,560 円＋9,072×（3,300/200）×２回≒422 千円	
	国土交通省積算単価 ＞ テクノロジーファンド ≒ 住民団体等への業務委託（２回）	

※@1,000 ㎡の単価（180 千円）は、国土交通省積算基準で除草・集草積込運搬作業積算単価を基に試算

（２）道路空間を有効に活用して活動資金を確保

●道路占用の特例の拡充＝安定的な収入確保

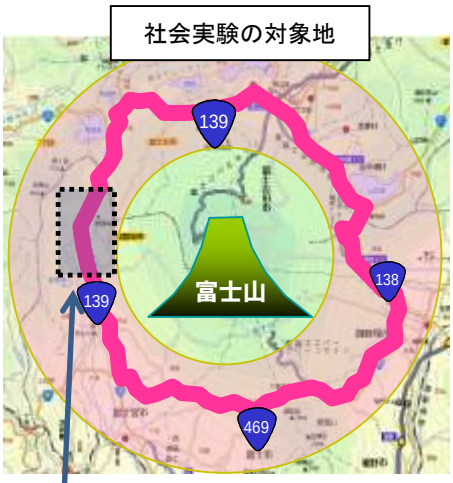
（食事施設・購買施設（自販機を含む）、屋外広告物の設置）

現在は、道路区間内に民間企業の広告や自動販売機、常設の販売施設などを設置することは道路占用許可基準・通達等では認められていない。

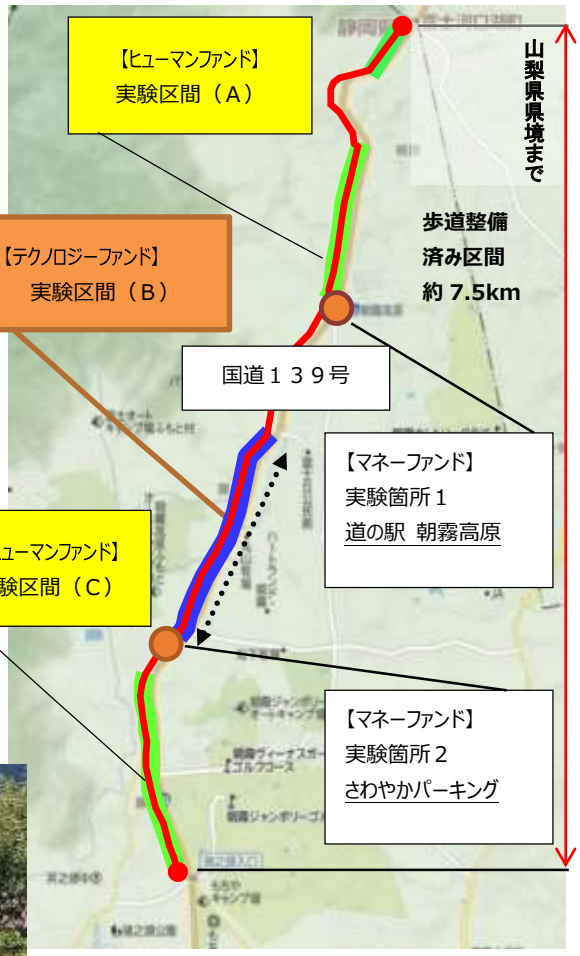
道路空間への民間の食事施設・購買施設、屋外広告物の設置等については、都市再生特別措置法による道路法施行令の改正による道路占用許可の特例制度があるが、都市再生整備計画に位置付けられた区域及び事業に基づくことが要件となっている。

本件のように自然豊かで日本風景街道ルートとなっている環境や風景を守るべきエリアでは都市再生整備計画に位置付けられにくい。したがって、道路関連法以外での特例措置にはなるが、地方創生の動きと併せて、今後の法改正に向けた検討に期待したい。この課題は長期的な取組み課題とする。

※参考資料【位置図・実験概要図】



静岡県富士宮市
朝霧高原



【社会実験の概要図】

●課題

・道路の維持管理費の減少

・景観管理の優先順位は低い（安全管理優先）

・美しい風景が魅力（観光地、日本風景街道登録ルート）

⇒地域や受益者が道路の景観管理を協力

地域力を活かした道路の景観管理の仕組みづくり

Ⅰ　ヒューマンファンド実験
住民、地域事業者、道路の利用者による景観管理

Ⅱ　テクノロジーファンド実験
牧場や農林業の技術力活用と包括管理委託による継続的な景観管理

Ⅲ　マネーファンド実験
持続可能な景観管理活動のための資金開発

【写真】	
作業前の講習会の実施状況	道路の景観管理作業の実施状況（実験区間Ｃ）
道路の景観管理作業の実施状況（実験区間Ａ）	道路の景観管理作業の実施状況（実験区間Ｂ）
景観管理実験前の状況（実験区間Ｂ）	景観管理実験後の状況（実験区間Ｂ）
景観管理実験前の状況（実験区間Ｃ）	景観管理実験後の状況（実験区間Ｃ）

クリーン＆モニターウォークでの草取り（Ｒ139）	バスツアー参加者の清掃体験（さわやかＰ）
道の駅「朝霧高原」でのシーニックマルシェ	朝霧さわやかパーキングでのシーニックマルシェ
朝霧さわやかパーキングでのシーニックマルシェ	ウォーキングツアーでの募金活動
クラウドファンディング	ＢＯＯＫ募金