新たな取り組みの例：
日本風景街道（シーニック・バイウェイ・ジャパン）

■ 基本方針

自然、歴史、文化、風景などをテーマとして、「訪れる人」と「迎える地域」の豊かな交流による地域コミュニティの再生を目指した、美しい道路空間の形成

■ 日本風景街道（シーニック・バイウェイ・ジャパン）戦略会議メンバー及び会議開催状況

・委員長： 日本経団連会長 奥田碩氏
・副委員長： 東京工業大学名誉教授 中村良夫氏
（他にファッションデザイナー コシノジュンコ氏、日本野鳥の会会長 柳生博氏等の有識者計１９名で構成）
・第１回戦略会議（H17.12.7開催）

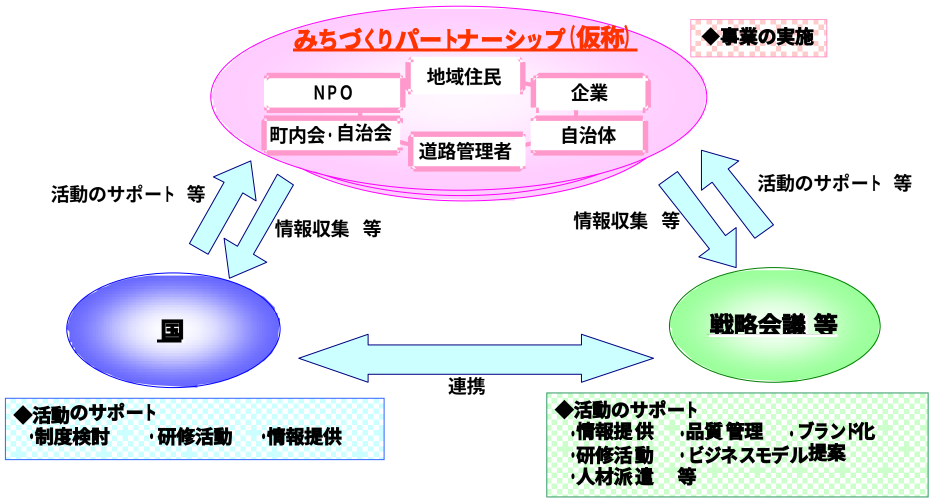
■ 地域の活動主体と戦略会議の関係

地域のみちづくりパートナーシップが行う事業を国、戦略会議がサポートする

■ 今後の戦略会議での検討事項

◇モデルルートの募集・選定
◇運営ルールの検討
◇予算等の支援制度の検討
◇支援体制の検討

【国、戦略会議のサポート体制（案）】



先行事例：米国シーニック・バイウエイ

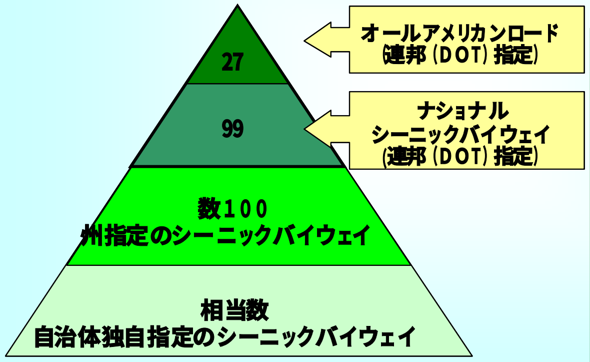
取組の経緯

◆屋外広告対策を発端に、米国のシーニックバイウェイの取組は開始された

- 1978年　：屋外広告規制運動をきっかけとしてシーニックアメリカ協会が設立
- 1989年　：シーニックバイウェイ法の制定
- 1991年　：シーニックバイウェイ国家諮問委員会の設置
- 1996年　：第1回ルート指定（以降、98年、00年、02年、05年に実施）

指定ルート数

◆ 現在、連邦指定のルートは、126ルート



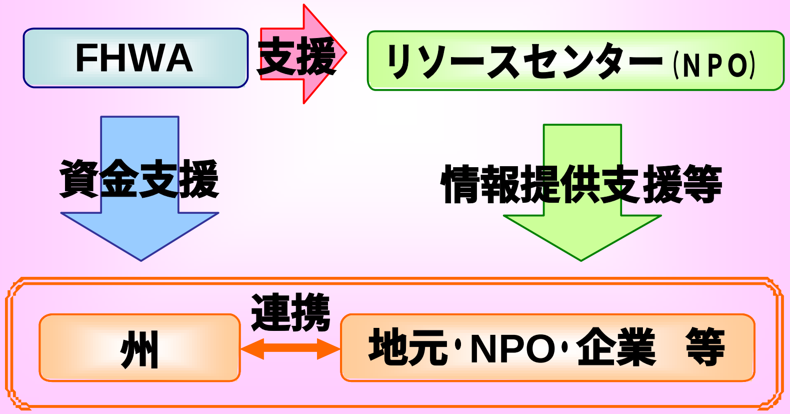
（2005年9月指定の45ルートを含む）

～ 評価項目 ～
景観性
歴史性
自然性
文化性
考古学性
レクリエーション性

取り組み体制

◆多様な主体が各地域で参加、活動

◆行政だけでなくNPOからの支援体制も構築

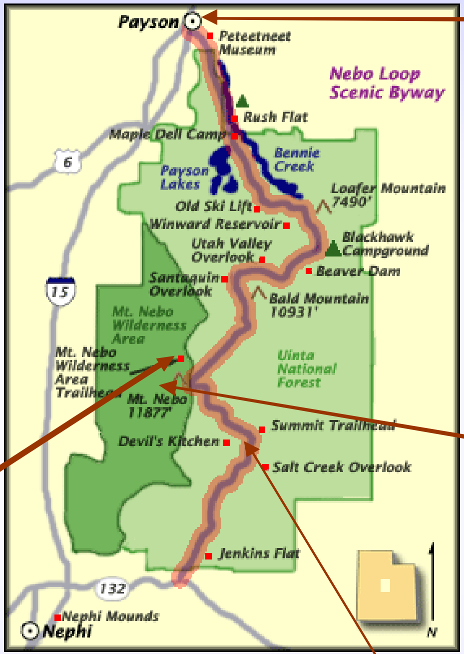


ルートイメージ

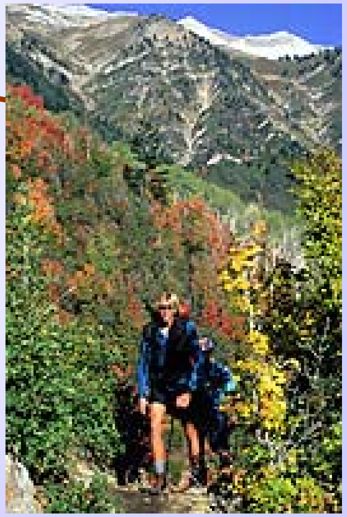
◆活性化：地域内の魅力的な多くの資源を結ぶようにルートが形成されている

◆広域性：道路だけでなく、周辺の公園や観光資源等を含めた範囲を面的に指定している

地域住民による計画立案



花壇の設置



散策道の整備

自転車道・整備

駐車場の整備

ビューポイントの整備

ユタ州 Nebo Loop Scenic

活動内容例

◆多様性：さまざまな主体が、各々の活動分野・領域で活動を実施

＜ボランティアの活動例＞

沿道の清掃活動

アダプトロードの活動を実施するボランティア活動組織名を示す看板
（左：企業　右：個人）

＜行政の活動例＞

AMERICA'S BYWAYS™

USDA

NRCS

ロゴの作成
（左：連邦政府　右：各州）

パンフレットの作成

＜沿道・民地内での活動例＞

案内板の設置（公園内）

看板の改修・撤去

木製ガードレールの整備

ビジネスとの連携
＜簡易宿泊施設の設置＞

沿道駐車帯の整備

観光スポット等を示す
案内表標識

先行事例：シーニック・バイウェイ北海道

取組状況

◆ 2003年より展開を開始し、これまで3つのルートが指定されている

活動内容例

◆官民が役割分担により活動を実施　(道路区域内は行政が、民地内やソフト事業は地域が実施)

地域の活動例）

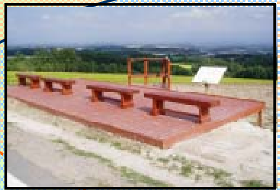
景観診断

カフェデッキ

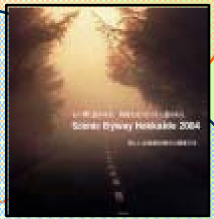
情報拠点の運営

バスツアーの企画・実施

協働活動例）



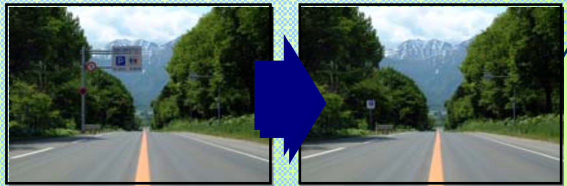
ビューポイントの整備



広報・PR活動

行政の活動例）

電柱の片寄せ



標識の縮小

新しい道空間づくりの4つの視点

地域住民や企業と行政の協働により
① 道の担う役割の復古･再生
② 地域の資産の活用
③ 新たな･多様な価値の創造
④ 使われ方の負の遺産の清算

① 道の担う役割の復古･再生

交流の場、生活空間としての道の機能を復古･再生

② 地域の資産の活用

“人”や“地域に眠る観光資源”等を有効に活用

4つの視点

③ 新たな･多様な価値の創造

オープンカフェ･ビューポイントの設置等により楽しめる道を創造

④ 使われ方の負の遺産の清算

看板や電柱等の負の遺産を清算し、美しい沿道景観を再生

日本風景街道の方針

基本方針

自然、歴史、文化、風景などをテーマとして、「訪れる人」と「迎える地域」の豊かな交流による地域コミュニティの再生を目指した、美しい道路空間の形成

舞台と利用者

- 沿道も含め幅広く
- 地方部、都市部等の全ての地域を対象に
- 「既に美しい道」に加え「美しくなりうる道」を包含
- 自動車、自転車、歩行の3つのモードに対応

連携

- 官民の協働などさまざまな主体の連携
- 祭りやイベントなど沿道のさまざまな活動との連携

日本風景街道がもたらす変化

迎える地域

地域　(地域住民、地元企業、地元事業者、自治体　等)

- ◆地域のストーリーを持ち、広く発信できる
- ◆地域を再生できる
- ◆地域を活性化できる
- ◆地域の誇りを育てる
- ◆地域をブランド化できる
- ◆企業活動を展開する場が生まれる
- ◆もてなす気持ちと喜びが生まれる
- ◆社会貢献の場が広がる

人の交流を支えるみちへ
地域と呼吸し合うみちへ

訪れる人

道路利用者
(来訪者、通過者　等)

- ◆新しい発見、感動の喜びを味わえる
- ◆地域に活気をもたらす
- ◆感動を伝え、広げる人になる

道路管理者 (国・自治体等)

- ◆地域と道が一体となった舞台づくり
- ◆道の使われ方の負の遺産の清算
- ◆効率的な道路管理　等

日本風景街道の活動例

林道・古道

山間部

郊外・地方部

都市部

国道

市町村道

道路 ＋ 沿道

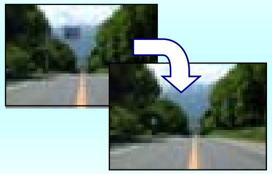
私有地

沿道

道路

自然景観の保護

■景観を阻害する要因を排除することにより、自然風景を保護



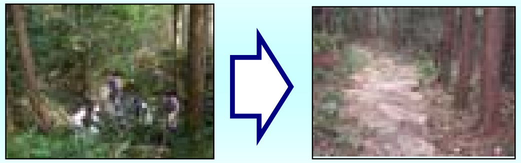
＜標識の簡素化＞

＜電柱の片寄せ＞

事業主体（例）： 自治体　ＮＰＯ　道路管理者

地域資源の発掘

■地域で活用されていない古道などを発掘し、歴史資源等を再生した歩道等を整備



＜古道発掘作業＞　＜遊歩道＞

事業主体（例）： ＮＰＯ　地域住民

広報・ＰＲ活動

広報用パンフレット

■情報誌の配布等により、ルートをＰＲ

事業主体（例）： ＮＰＯ　地域住民　企業　町内会　自治体　道路管理者

祭・イベントの実施

■祭・イベントの舞台として、道路を利用

＜パレード＞　＜大道芸＞　＜オープンカフェ＞

事業主体（例）： 企業　ＮＰＯ　町内会

景色・自然を楽しむ場の整備

■私有地を含む沿道への駐車場、カフェ・デッキ等の整備より、景色・自然を楽しむ場を提供

＜沿道駐車帯の整備＞　＜カフェ・デッキ等の整備＞

事業主体（例）： ＮＰＯ　地域住民　道路管理者

沿道環境の維持管理

■ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱや社会貢献による、清掃活動や植樹活動等により、良質な沿道環境を維持

＜道路清掃活動＞　＜沿道植樹＞

事業主体（例）： 企業　地域住民

沿道景観の修繕

■沿道に乱立する看板、電柱等を撤去、改修し、沿道景観を改善

＜電線の地中化＞　＜看板の改修＞

事業主体（例）： 企業　ＮＰＯ　自治体　道路管理者

モデルルートの公募の概要

■**主催**：「日本風景街道」戦略会議

■**対象地域**：

・様々なタイプの道（幹線道路から遊歩道、長い路線でも短い路線でも）

・都市部でも地方部でも

・沿道と一体となって

・人も車も自転車も

■**公募対象**：みちづくりパートナーシップ（道路管理者及び、地域住民や企業、ＮＰＯ、行政等が、道づくりのための協議を行う場としての組織）※設立予定も可

■**選考基準**：以下の５つの観点から総合的に選考

・地域の魅力　・組織力　・取組の独創性・新規性

・取組の継続性　・取組の効果

■**モデル数**：　２０件程度

■**スケジュール**：

- 公募開始：　平成１８年１月２０日
- 公募締め切り：　平成１８年３月３１日
- 選定及び発表：　平成１８年４月中