‘魅せる土木’の工夫と効果的な情報発信による広報プロモーション

吉川　弘道*

地方創生を推進するインフラツーリズムは、百花繚乱の如く花咲いているが、さらなる展開には、‘土木の魅せ方’に工夫と熱意が必要である。本報告では、先ずインフラツーリズムの分類にて記し、魅せる土木の好事例を画像とともに示した。さらには、インフラツーリズム2.0とも呼ぶべき、新たな広報プロモーションと具体的なアクションを提示した。

1. はじめに

インフラツーリズムは、社会インフラを題材とする企画・イベントを総称し、地方創生に寄与する切り札であることは論を待たない[1)]。

社会インフラを構成する土木構造物は、元来見る者を惹きつける要素を具備していることは間違いなく[2)]、既に、現場見学･社会見学、土木マニア、インターンシップなど、全国津々浦々で展開していることからも分かる。インバウンド戦略として、観光立国として、実効ある地方創生として、インフラツーリズムを推進するのであれば、その魅力をアピールする‘土木の魅せ方’にもさらなる工夫と熱意が必要である。

2. 百花繚乱インフラツーリズム

(1) インフラツーリズムの再整理

事程左様にインフラツーリズムは、百花繚乱の如く全国にて花咲いている。土木施設の見学は、従前より、工学教育の一環として、地元住民への公開として、社会見学として数多く実施され、これが後の‘インフラツーリズム’としての隆盛に繋がったと理解している。

本報告では、先ず現状を整理するため、キーとなる２つの用語について、下記のように分けて考える。

➢インフラツアーInfrastructure Tour

個々の現場見学、体験型ツアーなどの、イベントを指す。

➢インフラツーリズムInfrastructure Tourism

エコツーリズムやグリーンツーリズムなどの先進型ツーリズムの一つで、体系化されたツーリズム。土木観光学とも邦訳されるが、近年多種多様な試みがなされ、観光学の域を出ている。

(2) インフラツーリズムを分類すると

**ismとなれば主義／主張を持つ（JournalとJournalismとは明らかに違う）ことになるが、ここでは分類と形態について整理したい。

国土交通省総合政策局では、インフラツーリズムPORTALSITE[3)]を立ち上げ、明日の日本を支える観光ビジョン（総理議長により､昨年３月に公表）の大きな柱ともなっている。

表－１　インフラツアーの９つのテーマ分類

A.「風物詩を彩る」編
B.「歴史的遺産」編
C.「年に一度だから楽しい」編
D.「観光名所」編
E.「アイディア勝負」編
F.「今が旬です！」編
G.「地域に根付くインフラ」編
H.「レアもの・秘境・再発見」編
I.「いっぱいお勉強」編

本サイトでは、全国のインフラツアー情報を収集公開し、文字通りインフラツーリズムの‘Portal=玄

＊東京都市大学 工学部 都市工学科 災害軽減工学研究室 教授　　03-5707-0104

関'として機能している。

ここでは、多種多彩なインフラツアーを都道府県別に整理するとともに、**表－1**のような9つのテーマにて分類している。

さらには、本サイト[3]の趣旨として、下記の説明を追記したい。「インフラツアーは、管理者が主体的に実施する'現場見学'だけでなく、旅行会社が企画立案し、有料にて催行される'民間主催ツアー'もあり、多岐にわたっています。」

一方で、訪問者の目的や期待として分類すると、大規模構造物を目の当たりにしたい！、歴史的価値に触れたい！、施工現場に入りたい！、等々、自ずと分けることができる。そこで、一つの試案として、**表－2**のような4分類にて整理することができる[2]。

表－2　インフラツアーの4分類

・分類1：社会インフラとしての見学 例：首都圏外郭放水路、黒部ダム
・分類2：施工中の現場見学 その時しか見られない建設現場の見学
・分類3：歴史的構造物／土木遺産 例：錦帯橋、選奨土木遺産
・分類4：土木構造物＋付加価値 例：竜神大吊橋＋バンジージャンプ

本学都市工学科では、インフラツーリズムを卒業研究のテーマとして実施しており、**表－1**、**表－2**のような分類を手掛かりとしている。

なお、インフラツーリズムの秘訣を論ずる記事もあり[4]、ここでは、「商品化を阻む五つのハードル」、「インフラツーリズム成功の八つのカギ」などの記述があり、いよいよ一般化してきたと言える。

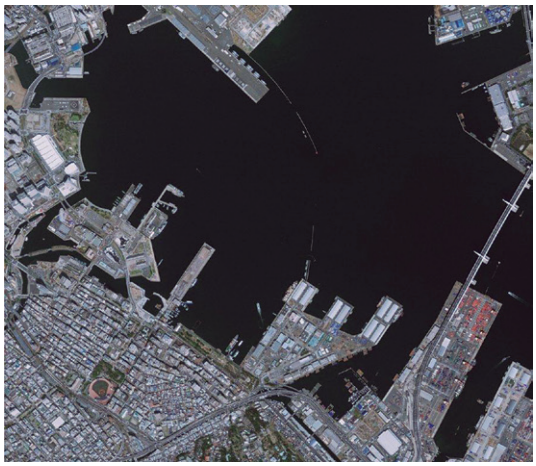
3.「魅せる土木」のアイディアと熱意

さて、隆盛を極めるインフラツーリズムではあるが、さらなる展開には、'魅せる土木'を意識した画像情報・現地情報の提示が欠かせない。既に多くの試みがあるが、著者の関わったものとして、いくつかの事例を紹介したい。

(1) 魅せ方#1：衛星画像/航空写真＋ライトアップ

先ず、インフラツアーの予習材料として画像情報が欠かせない（高画質、分かり易いが必須）。特に衛星画像と航空写真は威力を発揮する。

写真－1は、高分解能衛星GeoEye-1から撮影した横浜みなとみらい（神奈川県）[5]。良く知られた観光スポットではあるが、直上681kmから、その全容を俯瞰することができる。このような画像は、現地を訪問しても見られない画像である（授業では、男子学生諸君に、デートコースの事前調査として活用するように奨めている）。



写真－1　高分解能衛星 GeoEye-1 から撮影した横浜みなとみらい（c）DigitalGlobe

このような遠望ショットは、ライトアップが施されるとさらにその魅力は倍加する。**写真－2**はイルミネーションに輝く、室蘭市白鳥大橋（東日本最大級の吊り橋）。228個の無電極放電灯が、長さ1,620mのメーンケーブルをわたる作業用手すりに取り付けられている。'カップルで白鳥大橋を渡ると結ばれる'というハッピーな縁結びの噂もある（公式HP情報より抜粋）。

写真－2　室蘭市白鳥大橋
（画像引用：北海道室蘭市フォトギャラリー）

夕刻/夜半の観光スポットを提供することにより、

来訪客の宿泊による地元経済効果が期待でき、さらには非常時に遠望目標になることなど、２次的な効果も大きい。訪問客のみならず地元の方々にも恩恵を与えることになる。そして、何よりも、‘遠目から見える’ランドマーク性も強調したい。

一方、これらの画像が公開Webサイトにて常時閲覧できることが肝要であり、自治体や観光協会からロイヤリティフリーにて入手・活用が可能であれば有り難い（写真－２はその事例であり、クレジット表示にて出典を明示している）。インフラツーリズムを支援するソフトインフラとしての整備が望まれる。これは正しく、デートスポットの選択肢とも言える社会インフラの側面を垣間見ることができる。

⑵ 魅せ方#2：WEBサイトによる情報集積

上記のような画像を中心としたインフラ情報をWebサイトに集積・閲覧化にすることは常套手段であり、既往事例は枚挙に暇がない。

図－１　インフラツーリズムパネルコーナー
（国土交通省総合政策局）より２事例を抜粋

例えば、先述のインフラツーリズムPortal Site[3)]にはパネルコーナーが設置され、全国100事例のインフラツアー情報がアップ/更新されている。このうち、（制作担当者のお奨め）２事例を図－１に示した。いずれも１枚のパネルに、観光プロモーションともいうべき有用情報がコンパクトに収められている。オリジナルWebサイトと問合せ先が明示されていることも、お役立ち情報である。

⑶ 魅せ方#3：WEBサイト＋SNS情報発信

次は、著者が主宰するWebサイトとSNS（ここではFacebookページ）による情報発信に触れたい。

2013年４月にWebサイト‘土木ウォッチング’を開設し、サブタイトル（インフラ大図鑑/土木構造物写真集）が示すように、多種多様の土木構造物の画像サイトである。これは、投稿ストック型として構築し、現時点にて、40の事業体及び60人の個人写真家から600件以上の投稿を受け、月間最大5000回のセッションが記録されている（Google Analyticsトラフィックレポート）。本サイトは、土木を愛する写真家の受け皿としての役割もある。

一方、Facebookページ‘Discover Doboku’（日本の土木再発見）は、webサイトに掲載された個々のコンテンツを‘シェア’することにより、不定期に紹介するものである（図－２にDiscover Doboku

図－２　Facebook「Discover Doboku」トップ画面

のトップページを示した)。

言い換えると、Webサイト土木ウォッチングは‘ストック’であるのに対して、Facebookページ Discover Dobokuは‘フロー’の如く機能し、極めて良好な相乗効果を発揮している。ICT全盛期における戦略的手段でもある。

4. 地域創生への具体的なアクション ー機は熟せりインフラツーリズム2.0ー

(1) 新しい広報プロモーションの事例

①画像で見る土木の不思議/土木の秘密

(伊藤忠ソリューションズ：engineering-eye)

社会インフラ建設の要素技術である構造工学や耐震工学の内容から、一般向け（特に高校生/大学生）に書き下ろした記事。構造物のメカニズムや機能を分かりやすく説明し、確実に土木ファン（後の土木技術者）を増やしていると確信している。

②Doboku de Date：月刊誌土木技術（土木技術社）

（唐突であるが）上記月刊誌の奇数号にて連載が始まっている。本企画の趣旨を抄録すると、「多くの人々を魅了して止まない土木施設。土木はデートに最適である！ 異論もありましょうが、これを是として本連載をスタートしました」。ここで言うDateとは、家族連れや女子会、写真家のロケハンなども含むもので、著者が監修を務め、筋金入りの土木ウォッチャーが取材レポートを執筆している。

この他、デザイナーズ土木!?、動画サイト（UAVの活用)、などの提案もあり、アイディア勝負＋実力勝負にて、次世代の広報プロモーションとして鋭意試行している。

(2) 具体的なアクションとして

インフラツーリズムのさらなる推進のため、新たなアクションが、精力的に打ち出されている（以下、順不同にて列挙した)。

①有料ツアー実施のための社会実験

②地方創生インターンシップ[6)]

③インフラツーリズム推進会議の発足。

このうち、①の社会実験の先例として、土木学会、日本建設業連合会、大手旅行会社の協働による、‘工事現場見学ツアー’と銘打った企画がある。本企画は、有料ツアー成立のための「インフラツーリズム」の可能性を検証するねらいがある。

さて、上記のアクションや試案は、インフラツアーの広報プロモーションのアイディアであり、インフラツーリズム2.0とも呼ぶべきもので、本報告の結語として紹介した。

このようなアクション（プロモーション）により、社会インフラの魅力が広く伝わり、訪ねる人々が増え、地方創生のさらなる活性化に繋がることを確信している。

＜参考文献＞

1）佐藤寿延：インフラツーリズムというストック効果（連載：インフラストック効果)、土木施工 VOL. 57 No. 8（2016. 8）

2）吉川弘道：‘魅せる土木’入門講座 -Discover Doboku: 日本の土木再発見ー（特集 土木とアート)、土木技術 71 巻3号（2016. 3）

3）インフラツーリズム Portal Site：国土交通省公式HP（https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/infratourism/）

4）三上美絵：ひと皮むけた企画のカギは？（TOPICS インフラツーリズム)、日経 BP 社（2014 年 12 月）

5）衛星画像・航空写真で見る社会基盤施設 HP（http://www.doboku-watching.com/sp2.php?Kiji_Sp2）

6）地方創生インターンシップ推進シンポジウム「積極的な情報発信で、地方就職を推進」(日本経済新聞 2017 年 3 月 29 日朝刊（全面広告))

7）シェアと「いいね！」で広げる“魅せる土木”ー土木構造物の投稿画像サイトを主宰ー、土木学会誌 Vol.101 No.10（2016）