

(別紙) 応募用紙「土木広報大賞 2021」

団体名：紀寿橋梁生誕祭 2020 実行委員会（共催：CATS-B）			
応募部門 (複数選択可)	<input checked="" type="checkbox"/> イベント部門	<input type="checkbox"/> 映像・メディア部門	<input type="checkbox"/> 広報ツール・アイテム部門
	<input type="checkbox"/> 教育・教材部門	<input type="checkbox"/> 商業広告部門	<input checked="" type="checkbox"/> 企画部門

土木広報活動または作品名：紀寿橋梁生誕祭 2020 in 周南～橋にねがいを

広報活動または作品の概要

【概要】

建設後 100 年を迎えた松室大橋（1920 年、大正 9 年 11 月 日本橋梁株式会社製作、管理者：周南市）をメイン会場として、良質な社会基盤を 100 年前に造り・守ってくれた先人への感謝とこれから 100 年の安心・安全な未来を願い、社会基盤を身近なものとして愛する心を育むために、全国の紀寿（百歳）橋梁にスポットをあてるリアルとオンラインのハイブリッドイベントを産・官・学・民の有志で 2020 年 11 月 15 日に開催した。コロナ禍に開催することもあり、SNS を積極的に活用して全国的な盛り上がりを期待するとともに、メイン会場となる松室大橋には限定スタッフと地域住民、その他の参加者はリモート参加とした。感染拡大防止に配慮した企画を創意工夫により手作りで開催した先駆的なイベントである。



【実施内容】

(1) 感謝の橋みがき と ”橋にねがいを”プロジェクト

産（当時製作した会社を含む一般社団法人日本橋梁建設協会）・官（管理者である周南市）・学（徳山工業高等専門学校で松室大橋を研究対象とした研究室）・民（地元自治会をはじめとする地域住民他）の有志で 100 年の感謝を込めた橋みがきを実施した後、願いの込められた約 3,000 羽もの折り鶴を飾り付けた。この折り鶴は、市民や地元の学校はもちろんのこと、全国から寄せられた。



(2) 神事・感謝の交換会・橋とのふれあい会

普段、松室大橋を利用される松室自治会の会長から松室大橋を製作した日本橋梁株式会社の代表取締役へ、「長持ちする橋をつくってくれてありがとう」という想いを「感謝状」で伝えた。企業から地元へは「橋を大切に使うてくれてありがとう」という感謝を「紅白饅頭」で伝えた。その後、普段から松室大橋を利用される地元の方々から橋にまつわるエピソードを紹介していただいた。



(3) 全国の橋梁紹介（オンライン）

橋が好きで本イベントの主旨に共感してくれた4名の方とオンライン中継を繋ぎ、紀寿橋梁を中心に自分たちが住む地域の自慢の橋（合計10橋）を動画で紹介した。（付属資料参照）

(4) SNS 配信

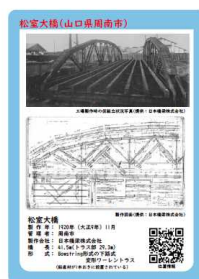
Facebook、Instagram、Twitter を活用し、紀寿橋梁や100年前に創業した企業等を紹介しながら、長く利用されているインフラや当時の日本をふり返る情報発信を行った。当日の様子はダイジェスト版として施設管理者である周南市の公式 YouTube で配信している。



(5) 記念グッズ制作

<https://youtu.be/1RM0QAQ3Cv4>

インフラへの愛着創出を目的として限定の記念グッズ（Tシャツ、橋カード、缶バッジ）を制作した。



広報活動または作品の効果

インフラを利用できることが当たり前すぎるがために伝わらないインフラの重要性について、供用後100年が経過したインフラ（松室大橋）を広報媒体として、産・官・学・民の有志で橋を磨く行為や橋にまつわるエピソードを共有することにより、参加者自らがインフラをあらためて意識し、インフラに愛着をもつことができる本企画を参加型の広報と位置付けた。

この企画は、SNS等を活用した情報発信だけでなく、地元調整や各種準備（道路占用、折り鶴制作やその連結作業等イベントに必要な準備）を通じた対話により、インフラの重要性を草の根レベルで拡散する工夫が意図的に図られており、大きな予算をかけるわけではなく、自主的な持ち寄りで実施した想いのこもった手作りイベントであるからこそ伝わるリアルが企画に携わったすべての人に強い印象を残した。また、イベント中に実施された「橋みがき」は誰でもできる単純な活動であることから継続性が期待できる。実際に、共催したCATS-Bにより翌年の2021年7月31日に「みずべの橋みがき」として実施された。

本イベント終了後、現地参加者やオンライン参加者、並びに準備等に携わった関係者へのヒアリングにより、各々の立場で以下の意識の変化が認められた。

「産」の立場では、土木技術者として自分が携わる職業に対するやりがいやモチベーションを向上させることができている。「官」の立場では、施設管理者として市民協働によるインフラ維持管理の重要性を再認識できている。「学」の立場では、実構造物に触れる学びの機会を獲得できている。「民」の立場では、日ごろ無意識に利用しているインフラへの愛着と重要性を楽しみながら体験できている。

全てのステークホルダーが、インフラに対して当事者意識をもつことができていることより、質の高い広報の効果が得られていると言える。

なお、SNSの開設後約4ヶ月（2020.12.31現在、実行委員会調べ）の実績は以下の通りである。

Facebook：投稿数130件で34,974件の閲覧と8,717件のアクション。

Instagram：投稿数87件で3,444件の♡。

Twitter：延べ11,239人の閲覧。

現在も不定期に情報発信しているが、イベント終了後、約1年が経過しているが、今もなおフォロワー数が増えている。