

(別紙) 応募用紙「土木広報大賞 2021」

団体名：いわみインフラツーリズムガイド戦略会議（事務局：島根県浜田県土整備事務所）

応募部門 (複数選択可)	<input type="checkbox"/> イベント部門	<input checked="" type="checkbox"/> 映像・メディア部門	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 企画部門

土木広報活動または作品名：新たな発見！しまねインフラツーリズム in IWAMI

広報活動または作品の概要

島根県西部の石見地域の観光入込客は、県東部の 25 百万人と比べると、5.6 百万人と少なく、観光振興が地域の大きな課題となっている(H30 島根県観光動態調査)。そこで、公共インフラを地域固有の観光資源として発掘し、魅力を発信していくことで、既存観光スポットからの誘導や新たな立ち寄り場所となり、石見地域の観光振興や地域活性化につながることを期待し、インフラツーリズムの取り組みを実施した。

■ガイドブック「新たな発見！しまねインフラツーリズムガイド in IWAMI」の発行

特徴は、いわゆる“縦割り”ではなく、国県市町・民間企業が各々管理しているダム、橋梁、港湾、漁港、空港、建築物、発電施設、鉄道、灯台、上下水道など、様々な部門の施設情報を多数掲載している点で、地域に整備されているインフラを幅広く知り、楽しめるマニアックな内容となっている。また、島根ふるさと親善大使がインフラを巡り執筆されたコラムを盛り込んでいるほか、一般の方々が撮影された SNS 映えインフラ写真を多数掲載し、読者に親しみやすい頁も設けている。ガイドブックは、初版 40,000 部発行し[R2.3 月]、観光施設、県内外の道の駅、高速道路 SA・PA、JR 山陰本線主要駅等にて無料配布した。さらに、地元の公共インフラに関心を持ち、技術職を志す動機付けになることを期待し、石見地域の全 40 の中学校全校生徒に配布した。好評につき、40,000 部増刷した[R3]。



区分	参加機関名等
国(3)	松江国道事務所、浜田河川国道事務所、浜田海上保安部
県(11)	県中央土整備事務所、県中央土整備事務所大田事業所、浜田県土整備事務所、益田県土整備事務所、益田県土整備事務所津和野土木事業所、浜田河川総合開発事務所、浜田港湾振興センター、企業局西部事務所、西部県民センター、西部農林水産振興センター、萩・石見空港利用促進対策室
市町(9)	大田市、江津市、浜田市、益田市、川本町、美郷町、邑南町、津和野町、吉賀町
民間等(7)	石見観光振興協議会、山陰道沿線活性化協議会、西日本旅客鉄道(株)、中国電力(株)、日本高速道路(株)、石見空港ターミナルビル(株)、中国ウィンドパワー(株)
アドバイザー(4)	島根ふるさと親善大使(道島使)、島根県立大学、山陰中央テレビジョン放送(株)、(株)山陰中央新報社
アドバイザー(3)	土木部土木総務課、商工労働部観光振興課、政策企画局広報広聴課

■無人航空機(ドローン)を活用したインフラ空撮映像の公開

規模の大きなダムや橋梁など、普段見ることのできないアングルやそのスケール、魅力をより感じてもらうため、無人航空機(ドローン)による空撮を職員自らが YouTube 島根県公式チャンネル「しまねっこ CH」で公開を始めた[R2.2.27~]。公開件数は 32 件、全体の視聴回数は 9,348 回である(R3.8.30 現在)。



■様々なツールを活用した情報発信

(1)ウェブサイトでの広報

島根県の観光情報を発信するサイト『しまね観光ナビ』(運営者：(一社)島根県観光連盟)において、特集ページ「しまねインフラツーリズム in 石見」を公開[R2.7.1~]した。特集ページ内では、石見地域のインフラを巡るモデルコースの紹介(位置情報付き)、ガイドブック電子版の掲載及び無人航空機(ドローン)を活用したインフラ空撮映像などを紹介し、デジタルを好むユーザーにも配慮した情報発信を展開した。



『しまね観光ナビ』内、特集ページ

(2)テレビ、ラジオでの広報

県政広報番組を活用し、石見地域のおすすめインフラスポットを紹介した(テレビ[R2.1.27 放送]、ラジオ[R2.3.13 放送])。また、民放情報番組の特集コーナーで、「旅の新ジャンル！インフラツーリズム」として、リポーターにインフラスポットを巡ってもらい、現地ではしかできない体験やインフラの魅力を紹介した[R2.9.19 放送]。さらに、NHK 夕方ニ

ニュース内の特集コーナー枠でも紹介された[R2.12.8 放送]。

(3)Facebook、Twitter、YouTube での広報

ガイドブックの発行、ウェブページの公開、テレビ等での特集放送など、インフラツーリズム情報を Facebook 等で随時発信し、観光部署や国市町等他機関とも連携(SNS でシェア)し、情報の拡散に努めた。また、Facebook で「インフラストラクチャー、土木工学など」に興味・関心をもつユーザーを対象に、広告配信を実施した[配信期間:2020年3月7日(土)~3月20日(金)14日間]。配信の成果は、34,096人のFacebookに広告が表示され、うち659人がリンク先を閲覧した[関連度スコア:7(10段階評価)]。YouTube では、インフラ空撮映像のほか、インフラの現地レポート映像も公開した[R2.11.18~]。



配信した広告

(4)インフラツーリズム PR ポロシャツによる広報

職員がデザイン(ダム、橋、鉄道、風車など)したオリジナルポロシャツを制作、職員有志で着用し、インフラツーリズムのPRを行った。



■石見地域の全13道の駅でのPR展開

職員によりPRポスターおよび地域のインフラ紹介チラシを制作し、石見地域の全13道の駅において、期間集中のインフラツーリズムPRを同時展開した[R2.12.1~R2.12.15]。



PRポスター



道の駅でのPR展示状況(左:ディスプレイ、右:掲示板)

広報活動または作品の効果

●インフラツーリズムの反響および波及効果

「インフラツーリズム」という新しい楽しみ方に触れた一般の方々からは、「このような特集は素晴らしい」「普段入る事のない裏側を見ることができ、支えてくださる人のお仕事を知る事ができ、ワクワクした」「まだ訪れたことがない橋も紹介されていますので、参考にしながら再訪したいです」など、好感を持たれた感想が多数寄せられ、取り組みが石見地域への訪問意欲を高めていると感じている。また、波及効果として、石見地域のインフラを巡るツアー(ダム、灯台、風力・火力発電所)の開催、町観光協会によるオリジナル「橋カード」発行や「江の川橋めぐり」が企画されるなどの好事例が見られる。



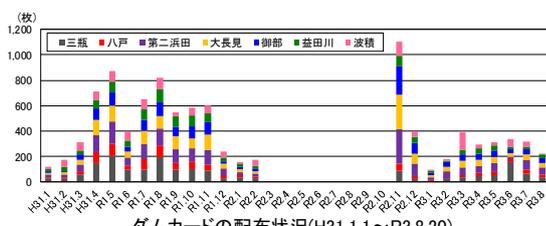
風車を見上げるツアー見学者



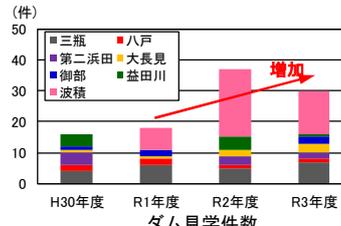
お買い物をして橋カードを揃えよう

●ダム見学者数およびダムカードでみるダム来訪者数の推移

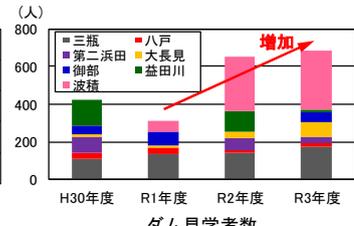
インフラツーリズムの魅力発信を始めて以降、ダムへの来訪者の増加が見られる(R2.11,12月は前年同月比約1.8倍、R3.1月以降は移動自粛要請の影響により停滞)。これまでにあまりなかった旅行会社からの見学問合せもあり、ダム見学者数(出前講座含)も増加してきている。なお、石見地域の空の玄関口、萩・石見空港の利用促進を図るため、空港利用者限定オリジナルダムカードの配布も実施している。



ダムカードの配布状況(H31.11~R3.8.20)
※新型コロナウイルス感染症対策のため、R2.2.28~R2.10.31は配布休止。



※R3年度は、既申込み含む。



増加

●さらなる展開

石見地域からの良い流れに乗り、県東部の出雲地域においても関係機関の連携により出雲地域版ガイドブックの発行[R3.6月]、Instagram公式アカウント(shimane_doboku、#しまねインフラツーリズム)での発信が展開されている。今後、隠岐地域(離島)版の動向に注目が集まる。

◎受賞歴 令和2年度全建賞受賞(一般社団法人全日本建設技術協会)