

「土木広報大賞 2019」応募用紙

団体名：国土交通省 関東地方整備局 港湾空港部 ：東京湾海堡ツーリズム機構			
応募部門 (複数選択可)	<input checked="" type="checkbox"/> イベント部門	<input type="checkbox"/> 映像・Webメディア部門	<input type="checkbox"/> 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：第二海堡上陸ツーリズム			前回の応募： <input type="checkbox"/> 有
広報活動の概要 <b>活動の経緯・概要 ～東京湾に浮かぶ秘密の島へ～</b> 近年、橋、ダム、港などのインフラ（公共施設）を地域固有の財産と位置づけて、新たな観光資源とする「インフラツーリズム」の熱が高まっています。そんな中、平成30年1月に首相官邸で開催された「第17回観光戦略実行推進タスクフォース」において、民間の観光業者から「第二海堡」を観光の目玉にできないかという要望がありました。第二海堡とは、東京を防衛するための海上要塞として、明治から大正にかけて建設された人工の島で、「東の軍艦島」とも呼ばれています。建設された背景やその歴史的価値から、歴史マニア、軍事マニア、土木マニア、はたまた廃墟マニアまで、多くの人々が魅せられてきました。 関東地方整備局はこのチャンスを掴むべく、今まで許可なく入ることが不可能だった第二海堡を限定公開し、一般の方向けに上陸ツアーを行う「第二海堡上陸ツーリズム」の開始に踏み切りました。			
活動の内容 <b>トライアルツアーを開催</b> 平成30年1月の要望を受け、同年3月に有識者による現地踏査を行い、7月に関係省庁と有識者によって組織された「第二海堡上陸ツーリズム推進協議会」を発足。トライアルツアーを実施する旅行会社の公募を開始しました。5社の応募があり、平成30年8月から11月にかけて22回のトライアルツアーを開催し、延べ1,024人が参加しました。			
本格ツアー開始  協議会はトライアルツアーの実施状況を分析し、ツアーの開催を円滑に進めるために、協定者として地元観光協会や旅行業協会、有識者によって構成される「東京湾海堡ツーリズム機構」を設置しました。これにより、推進協議会、ツーリズム機構、旅行会社等が産・官・学連携でツアーの開催に当たる体制が整いました。 そして、令和元年5月11日から、いよいよ第二海堡の本格的上陸ツアーが開始され、一般の方が広く第二海堡に上陸できるようになりました。記念すべき第一回目には67人が参加し、その後6月21日時点で参加者は700人以上となり、以降も続々とツアーが開催されています。			



また、東京湾海堡ツーリズム機構はホームページを開設し、ツアーの申込・受付をはじめ旅行会社及び個人の参加希望者等への情報発信、広報などを実施しており、さらに今後 web サイトの充実など協議会とともに様々な取り組みを推し進めていく予定です。

### 訪日外国人をターゲットにした多言語対応、VRコンテンツを活用したガイド

政府の掲げる「観光ビジョン実現プログラム 2018」において、インフラツーリズムと並んで、「文化財の多言語解説の充実、VRの活用による魅力発信」が打ち出されています。

第二海堡上陸ツーリズムでも、この歴史的遺産の魅力を多くの方に伝えるべく、パンフレットの多言語化や、スマホをかざすと当時の島の姿がよみがえるVR・ARコンテンツの開発を検討しており、令和元年度中に実施する予定です。

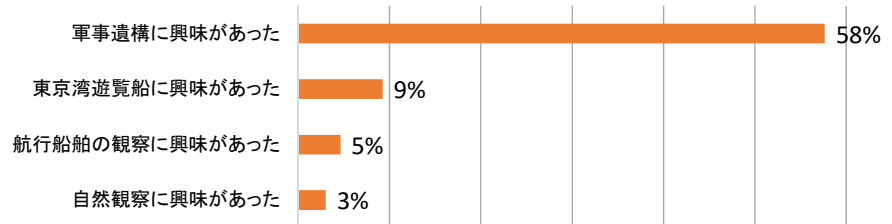


VRコンテンツのイメージ図

### 広報活動の効果

#### 参加者アンケートによる新たなニーズの発掘

トライアルツアーでは、参加者にアンケートをとり、回答について様々な分析を行い、本格ツアー開始への準備に活用しました。特に、ツアーに参加した理由の中で、船に対する興味が14%ほどを占めており、第二海堡そのものだけでなく、第二



海堡から眺める東京湾の船という「船マニア」のニーズも発掘することができました。

#### 案内人の育成

横須賀市側の取り組みとして、第二海堡インフラツーリズムの案内を担当するガイドグループ(TBN:TOKYO BAY Navigator)を平成31年1月に公募しました。地元・横須賀市民から60名以上の応募があった中から選ばれた8名(男性3名、女性5名)は、「ディズニーアカデミー」等の研修でホスピタリティを学び、座学等で歴史遺産等の知識を習得し、多くの現地研修を経て本格ツアーで活躍しています。

TBNの育成は、株式会社トライアングル、株式会社JTB横須賀支店、かながわ信用金庫の民間3者連携によるプロジェクトで行われ、今冬以降には第2期生の募集と育成を行う予定です。

### 地元の新たなグルメが誕生、地域の経済活性化に

第二海堡のある千葉県富津市や、上陸船の出る神奈川県横須賀市では、上陸ツアーの開催に合わせ、東京湾で採れる地魚を使って第二海堡に見立てた「海堡丼」の提供を始めました。また、とあるお店では、丸く握った寿司を大砲の弾に見立てた「手まり寿司」等も提供しています。上陸ツアーの中でこれらの新グルメを昼食として提供している他、横須賀名物「海軍カレー」付きのツアーも企画される等、地元の経済活性化に繋がっています。



横須賀市長記者会見（横須賀市 Twitter より）

### 各メディアに取り上げられ様々な反応が

トライアルツアーの段階から各局のニュースで話題に上がる等、各メディアでも積極的に取り上げていただきました。「東京湾にそんな島があったなんて」「明治時代にこんなものを一体どうやって造ったのか」といった率直な疑問や興味を抱かせ、テレビを見ている人に第二海堡やツアーへの関心を寄せてもらうきっかけとなりました。また、ツアーに参加した方の「実際に行ってみて感動した」という声を届けてもらうことで、自分も行ってみたいという意欲に訴えかけることができたと考えております。

### 第二海堡から始まる、インフラツーリズムのさらなる広がり

ツアー後のアンケートにおいて、第二海堡上陸を通じて、インフラや遺構めぐりに興味を持ったという声をたくさんいただきました。また、その中で、「第二海堡だけでなく、第一海堡、第三海堡の遺構もセットで見たい」、「横須賀の“浦賀ドック”遺構見学コラボも面白いのではないかな」といった様々なご意見をいただいております。こういった一般の方からのご意見が、インフラツーリズムのさらなる広がりにつながると考えております。

付属資料の提出

有・無（どちらかに印（✓）を付けてください。）