

- インフラツーリズムの推進に向け、有識者や経済団体、自治体等と意見交換を実施。
- 論点1 広報を強化し、インフラツーリズムの好事例を増やすには、どのような取り組みが必要か？
- 論点2 インフラツーリズムを地域の観光資源として活用していくためには、どのような取り組みが必要か？

## ■意見交換会概要

日 時：平成30年12月17日(月)16:00～17:30  
 場 所：イオンコンパス名古屋駅前会議室  
 出席者：佐藤 久美 金城学院大学国際情報学部 国際情報学科 教授  
 大久保 あかね 日本大学短期大学部 ビジネス教養学科 教授  
 矢嶋 敏朗 (一社)日本旅行業協会 広報室長  
 長瀬 正明 (株)KADOKAWA 東海ウォーカー編集部編集長  
 経済団体 (一社)中部経済連合会、東海商工会議所連合会  
 自治体 長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県  
 (観光関連部局、社会資本整備担当部局)  
 中部運輸局 観光部  
 中部地方整備局 勢田局長、岩田企画部長、建政部、河川部、道路部、港湾空港部  
 事務局：企画部広域計画課



金城学院大学 教授  
佐藤 久美 氏



日本大学 教授  
大久保 あかね 氏



日本旅行業協会  
広報室長  
矢嶋 敏朗 氏



(株)KADOKAWA  
東海ウォーカー編集長  
長瀬 正明 氏



## ■主な意見

### 論点①：広報を強化し、インフラツーリズムの好事例を増やすには、どのような取り組みが必要か？

- ・インフラには色々な種類があり、それぞれどういう目的で何が出来るか、どういうキーワードで売り出していか整理が必要。
- ・インフラは素晴らしい技術力により造られ、生活を支えている。「観光」という言葉を越えた重要な方向性を示すべき。
- ・旅行者は、開発エピソード、現場で働いている人の苦労や成功や歴史が頭に残って、SNS等で情報発信していただける。
- ・マーケティングサイズにより広報や市場開拓、ターゲティングが変わってくる。
- ・広報の仕方は、メディアへの発信だけでなく、例えば画像をゲーム会社に提供し、インフラの壮大な景色を発信してもらう等。
- ・ガイドがとても重要。どのように伝え、どのように見てもらうかインフラが重要だった時代背景も含め、できたことによって社会がどのように変わったかをきちんと説明していくことが非常に大事。ガイドを雇う、トレーニングするということも必要となる。人材育成や外部トレーニングの予算を組み込んで商品化していくべき。予算、手間暇をかけて広報することも必要。

### 論点②：インフラツーリズムを地域の観光資源として活用していくためには、どのような取り組みが必要か？

- ・地域の方々とともに人に来てもらいたいという思いを共有して地域が一体として取組み、盛り上げていくことが重要である。そのためには地域の方がインフラにメリットを感じられることが大切。インフラをつくる前、つくった後で何故ここにできたのか、ストーリーが語られ、感じられることが取組みの動機に結びつく。意識の高い地元の方にボランティアで案内していただくことなども重要。また、地域への経済的メリットも重要。
- ・取組を進めていくためには、音頭をとる人が重要であり、行政においてもしっかりと長く担当としてやりきれぬチームを作らないといけない。
- ・インフラ施設での受入対応については、全てを行政がやるのではなく、予約など本業と異なるところは地域のDMOや旅行会社に委託し、説明は行政等が行うことも一つの案。
- ・学校は、来年度の計画を立てる段階で見学先を探すため、「旬な現場」は少なくとも1年先の情報を入れてほしい。さらにWEBで最新情報を補足する形だと計画が立てやすい。
- ・日本が近代化していく過程の中でインフラがいかに大事な役割を果たしてきたかということも含めて、歴史的なことを伝えていくことも大事な学びだと思う。
- ・若い層には、インスタグラムや写真が人気があるので、インフラ写真のコンテストを行い、良かったものをダムカードとして印刷する等を行うと一気に広がっていくのではないかな。
- ・完成した現場に行き、インフラの完成前後や建設過程が時系列的に見ることができるようなAR技術を活用したアプリがあれば、現場に行ってもものを見る以上の経験ができる。