

渡良瀬遊水地の トータルデザインについて

利根川上流河川事務所

渡良瀬遊水地の現状とトータルデザインの必要性

○渡良瀬遊水地の更なる利活用を推進しつつ周辺地域の活性化を図るためには、地域の個性や価値・魅力を明確に伝えるための『戦略』が必要

渡良瀬遊水地の現状

渡良瀬遊水地の利活用推進、自然環境の保全等、長年にわたる関係自治体・地域団体等の尽力の結果、現在では、スポーツや自然観察等を行う様々な利用者が遊水地に多く訪れている。



しかしながら・・・



管理者の違いに起因した、案内・誘導看板や、情報発信媒体のデザインの異なりにより、以下の事象が生じている。

- ▶ **渡良瀬遊水地の一体感の低下**
(どこまでが渡良瀬遊水地？看板が異なるここまで？)
- ▶ **メッセージ伝達性の低下**
(真に伝えたいメッセージ（遊水地の個性等）は何なのか？)



今後、更なる誘客促進による遊水地の利活用推進・地域の活性化を図るには・・・

**地域の個性や価値・魅力を明確に伝えるための
戦略（＝トータルデザイン）が必要**

トータルデザインの考え方

- トータルデザインは、地域の個性や価値・魅力（＝ブランド）を明確に伝えるための戦略。
- 目指す将来の姿（コンセプト）を分かりやすい標語（スローガン）やイメージ（キーエレメント）に置き換え、それらを各活動に反映・活用することで、関係者の共通認識のもと、明確な情報発信が可能。

◆コンセプト(一例)

豊かな自然とひとの健康と水の安心安全と。
渡良瀬遊水地は、関東の持続可能な社会を実現する水紋になる。

標語への
置き換え



◆スローガン(一例)

水へ、緑へ、人へ。
みずみずしい未来を、
ここから。

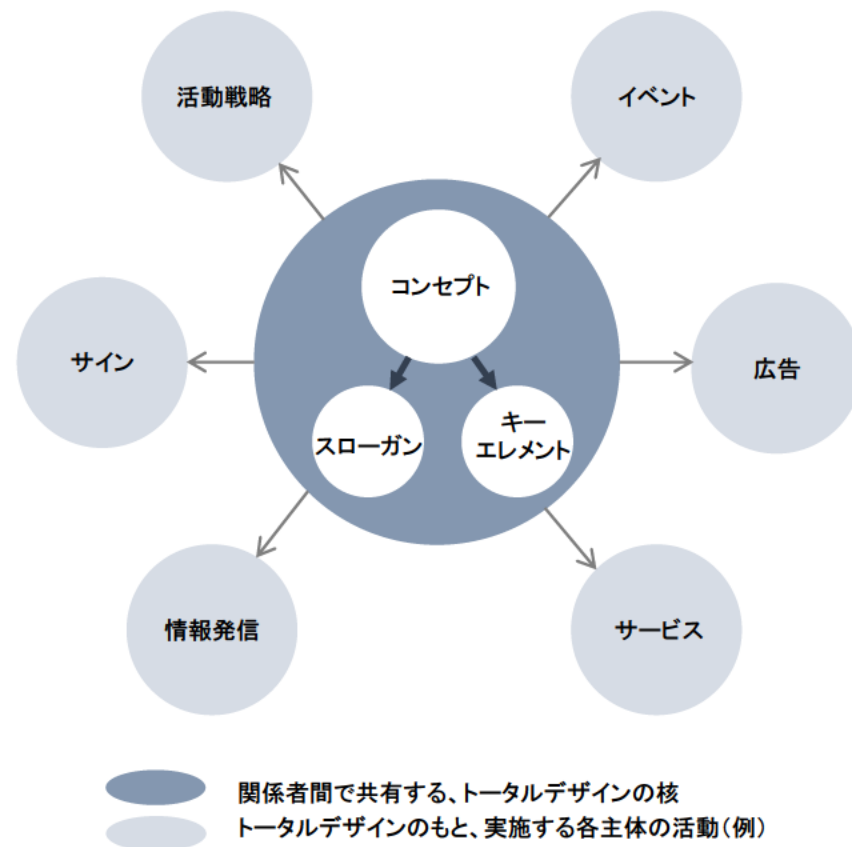
イメージへの
置き換え



◆キーエレメント(一例)

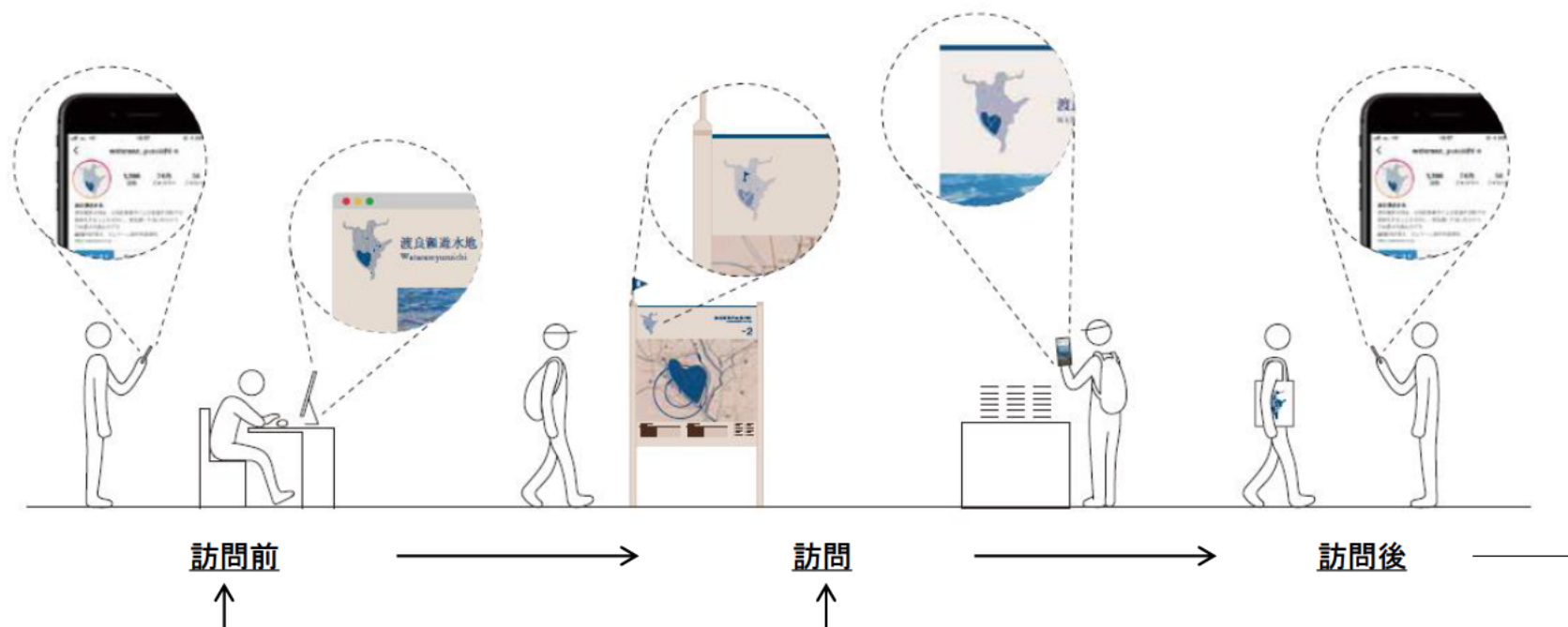


◆コンセプト(スローガン・キーエレメント)の活動への展開イメージ



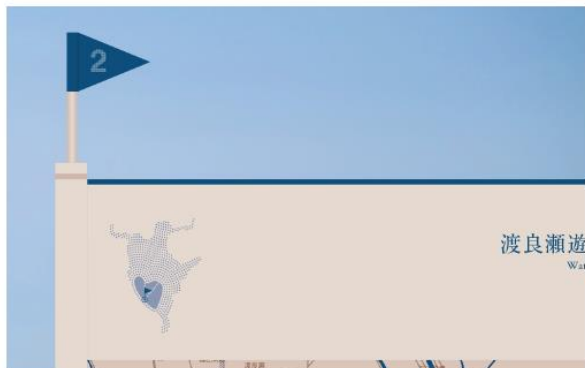
効果的なトータルデザインの推進に向けて

- トータルデザイン（キーエレメントの活用等）に基づく情報発信により、地域の価値・魅力を「適切」に伝えることで、遊水地の一体感や魅力向上、来訪者の地域愛の醸成、遊水地を含む地域の認知度向上を促す。
- 訪問前～訪問後までの全てのタイミングにおいて、一貫した適切な情報発信を行うことで、地域の魅力等を来訪者に余すことなく体験させ、また、再訪問を促す。



来訪者とつながる全ての場面で、トータルデザインに基づく情報を発信し、
好印象を持ってもらうことで、良質な体験や再訪につながる

キーエレメントの活用具体例



▲案内看板への適用



▲誘導看板への適用



▲パンフレットへの適用



◆現在地を伝える

- 案内看板にキーエレメントを適用し、フラッグで現在地を表現・案内
- 遊水地内にいることを表現するだけでなく、目印の少ない中で、ハートの池に対して、どこにいるかをわかりやすく表現



◆距離を伝える

- ドットを活用することで、目的地までの距離や全体のルート等を点線で表現・案内



◆範囲・エリアを伝える

- ドットを面上に活用することで、遊水地内のゾーンやエリアを表現・案内

キーエレメントの活用具体例



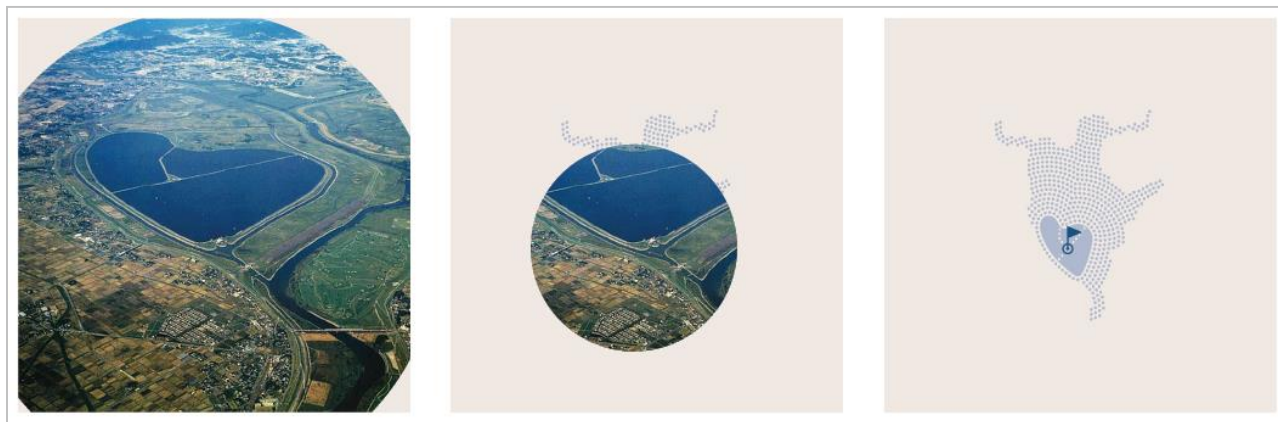
▲名刺への活用



▲組織内ツール、グッズへの活用



▲民間事業者による活用



▲PR動画への活用（対象の場所をキーエレメントを使ってPR(上記は動画のコマ割りイメージ)）