

歴史的遺構・第二海堡におけるインフラツーリズムの取組

東京湾口航路事務所 工務課 植村 昌央

事業の背景

「観光ビジョン実現プログラム2018」の制定を受け、関東地方整備局が所有する人工島「第二海堡」の一般公開に向け「第二海堡上陸ツーリズム協議会」が発足。その後ツアーの窓口となる「東京湾海堡ツーリズム機構」が設立され2019年より正式にインフラツーリズムが開始された。これを受け、東京湾口航路事務所では、観光促進に効果的な整備を検討し以下のハード・ソフト面の充実を図った。

ツアー状況



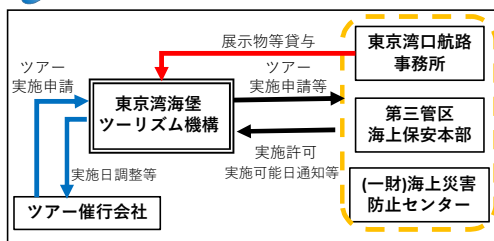
第二海堡



実施体制・取り組み

インフラツーリズムは連携協定者である「東京湾海堡ツーリズム機構」が中心となって推進する。連携協定者はツアー催行会社からの受付から関係者調整を行い、東京湾口航路事務所等はツアー実施の許可をする役割となっている。また、連携協定者はインフラツーリズムのPRを行う役割も持つが、その補助として東京湾口航路事務所では展示物等を貸与している。

実施体制



整備方針

情報提供(ソフト)

情報提供に関しては、「誰に」「何を」届けることを目的とするので、情報の種類や量が異なるため、それぞれに合ったアプローチ(媒体)を選ぶ必要がある。

第二海堡に・・・

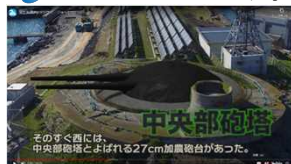
- 情報量が多** (High information volume)
 - 目 来訪意欲を高める (Increase interest in visiting)
 - 鏡 じっくり見られる (Can be seen slowly)
 - HP・PV等 (Website, Video, etc.)
- 情報量の中** (Medium information volume)
 - 目 知ってもらおう (Let them know)
 - 鏡 気軽に見られる (Can be seen easily)
 - パンフレット等 (Pamphlets, etc.)
- 情報量少** (Low information volume)
 - 目 関心を持つきっかけ (Opportunity to get interested)
 - 鏡 目・気を引く (Eye-catching)
 - VR等 (VR, etc.)

受入環境(ハード)

観光振興においては、「口コミ」(来訪者の評価)の影響が極めて大きい。来訪者が不快な思いをしないこと、よい印象を持てるようになっていることが重要となる。

ソフト整備内容

プロモーションビデオ



第二海堡VR



展示ブース



砲台模型



紹介ホームページ



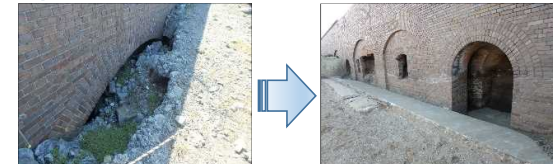
VR体験状況



ハード整備内容

第二海堡におけるインフラツーリズムの満足度向上のため、案内看板や島内で楽しめるAR等の観光用施設や安全設備を整備した。また、第二海堡は元々陥没対策や護岸工事のために一部遺構が埋められていたが、安全性を確認したうえで復元できる部分は土砂を取り除いて見学できるようにしている。

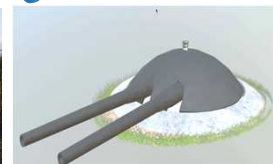
第二海堡遺構復元(掩蔽壕)



第二海堡案内看板



中央砲台AR



注意喚起サイン

