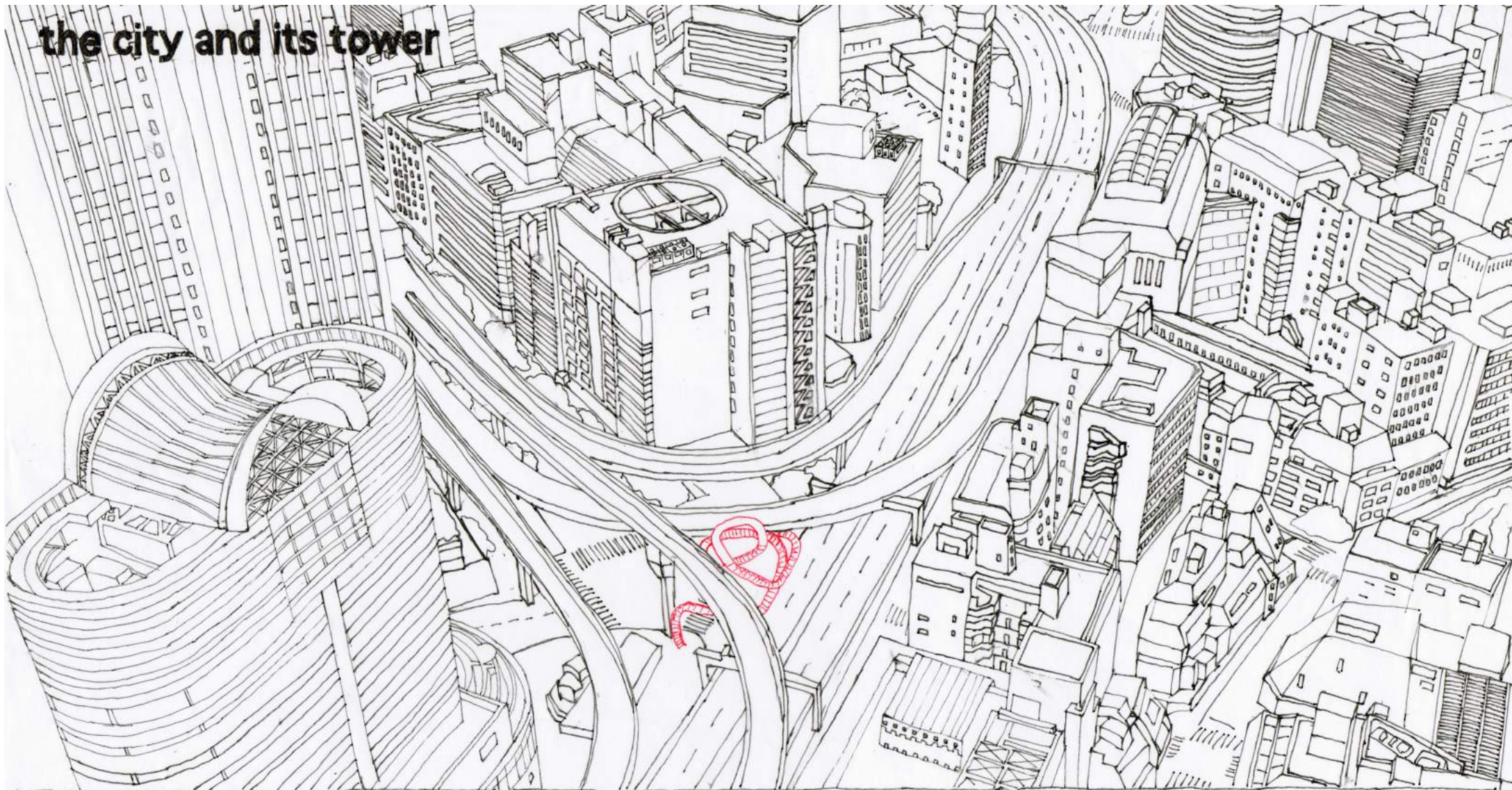
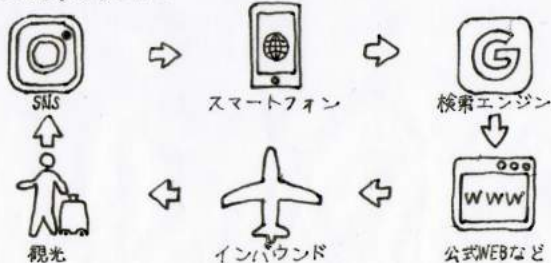


the city and its tower



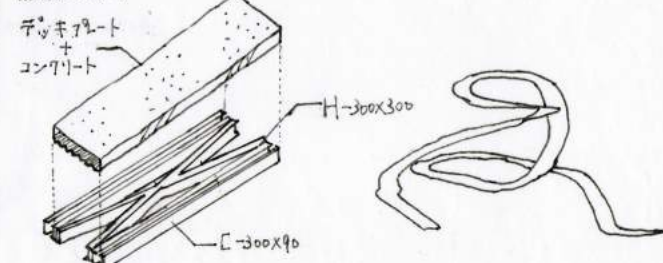
コンセプト
 近年、急激なインバウンドが拡大し、継続的に増加しています。インバウンド需要の強化、観光客の増加などを実現するためにはその地域を知ってもらうことが何よりも重要です。
 現在では、20代30代を中心にSNSを利用して旅行先を決める人が増加しています。具体的には、ハッシュタグ (#) を利用して観光スポットの写真を閲覧し気に入った写真から関連する画像や、ジオタグ (位置情報) などの詳細を得ます。そして検索エンジンを利用して更なる周辺情報を収集します。このようなフローが若者の間では一般化しています。ここで注目すべきは、観光の公式サイトや旅行予約のサイトを閲覧するよりも前に、SNSを通じて予定先を決定しているという点です。実際にSNS利用調査を見るとトレンドを知る際に検索に利用しているものとして検索エンジンとSNSでは、ほぼ同率となっています。
 そこで我々は、若者や外国人に影響の大きいSNSに、フォトジェニックな異色を提供できるフォトスポットを提案します。首都高速道路のジャンクションが持つダイナミックな構造物を様々な角度から体感することのできる、アトラクションのような空中遊歩道 (展望台) を計画しました。ここから世界中に発信される画像を切り掛け、地景の魅力を広めて行けるSEO対策などを自治体と民間が一線になって考えて行く必要があります。

観光名所になるまでのフロー



SNSに投稿された画像をきっかけに現地に訪れる旅行者が増加、更に自分の写真をSNSに投稿することで、等比較的に観光客が増加。

構成について



一般形鋼材を組み合わせることで強固な床版を形成し、交通の妨げにならないよう、柱を最小限に抑える。また、動線を長くすることで傾斜を緩やかにする。