

# 博士論文

## Value, experience and place: The characteristics of tourist landscape in large-scale infrastructure

(価値、体験とプレイス: 大規模インフラ構造物におけるツーリストランドスケープの特性に関する研究)

朱 棟文 Zhu Dongwen

Department of Civil Engineering

Graduate School of Engineering

University of Tokyo

August, 2019

## **Abstract**

This research is aim to investigate the content and characteristics of tourist landscape experience embedded in the large-scale infrastructures (LSI) field, which have been turning to be a newly developing tourism attraction partly known to be infra-tourism, one of new tourism genre in Japanese context. Many studies have attempted to arrive at a more cohesive understanding of how tourism and landscape development interests might work together, for instance by using a cultural ecosystem services framework along with a landscape values assessment. However, despite an increasing interest in enabling large-scale infrastructural projects, such as bridges and dams, to become prospective tourist attractions, there has been little discussion about how to implement and align an integral landscape tourism perspective in these kinds of massive objects, and this study would approach to this issue with mainly two parts of achievements.

In part I work, on the basis of a landscape cultural values model, the study examines how certain type of landscape values is perceived by tourists from three different countries when visiting the sites of different bridge developments and a dam project in Japan. By developing a new approach to capture user-generated online reviews from online tourism review sites, we have managed to arrive at a deeper quantitative way of analyzing the content of such reviews. A comparative statistical examination of the results suggests that: (1) most people's landscape values are quite distinct from those involved in actually constructing bridges and dams; (2) different tourist groups exhibit different kinds of landscape preferences according to their cultural

background; and (3) landscape values structurally vary depending on the surrounding environment within which projects are being undertaken. The cultural values model used in this paper is turned to be suitable for a landscape-focused assessment of how large-scale infrastructural work in the tourism experience field.

Part II work has explored the formation and characteristics of tourist-landscape provided to the infra-tourists by the large-scale infrastructure (bridge) subjects. Extraction of characteristics of tourist-landscape is approached by mainly three factors, that is landscape experience, viewpoints, and place perception from landscape and tourism study field, and the interrelationship of these elements has been clarified. From the analysis on both UGC and survey data, the main result could be concluded as: (1) The perceived landscape value (experience) intend to focus on the value of practice due to the increasing of volume as kind of “themed space” which is consistent with new tourism idea. The value of practice is basically derived and provided from the structure inner-itself, developed largely from the original function and original existence form, rather than the former-image and recreation from tourist, in other words, the structure construct the value. (2) LSI in general has to some extent expressed the symbolic property of certain area compared to the non-LSI counterparts, which is largely connected to the landscape aesthetics and images. The symbolic aesthetics is still remaining dynamic in some certain cases, for the instance that the awareness to the place and certain change of place perception, together with the promotion on tourism elements may deduce the structural centrality, while the social-cultural values attached to the subject would conversely reinforce the structure existence, in turn to strengthen the symbolic

salience. (3) The tourists' image of LSI is rather not a single imagination or a fixed composition, but a comprehensive synthesis varied internally at its field compared to non-LSI counterparts. This variation is expressed by the interrelationship of transformation of viewing, particular perception element on the place and respective landscape experience.

The research is achieved in both level of application containing theoretical perspective and approach development, and the level of content in which tourist-landscape of LSI subject is clarified. The result is expected to assist tourist authorities in thinking about more efficient strategies for improving the tour planning and possibility of further development of social infrastructures.

**Keywords:** *Infrastructure; tourist landscape; tourism experience; landscape perception; place perception; user-generated-content*

# Table of Contents

Chapter 1	Introduction .....	1
1.1	Background .....	1
1.1.1	Development of civil landscape towards tourism focus .....	1
1.1.2	Development of new tourism and other similar concept .....	3
1.2	Development of infra-tourism practices in Japan .....	5
1.3	Research scope .....	13
1.3.1	Problem awareness.....	13
1.3.2	Research focus .....	15
1.4	Research aim .....	18
1.5	Research framework .....	19
Chapter 2	Theoretical base of tourist-landscape perspective.....	22
2.1	Development of tourist-landscape framework.....	22
2.1.1	Demand and effort on tourist and landscape integration .....	22
2.1.2	Reviews on the tourist-landscape concept .....	25
2.1.3	Construction of tourist landscape of infrastructures .....	30
2.2	Review of tools: specific approach to tourist landscape framework .....	31
2.2.1	Reviews on CES assessment.....	31
2.2.2	Framework of landscape values.....	33

2.2.3 Utilization of CVM framework .....	36
2.3 Concept of place perception within tourism and landscape context.....	41
Chapter 3    Methodology and analysis approach .....	46
3.1 Overview of methodology in this research .....	46
3.2 Overall review of methodology in tourism experience and landscape perception.....	47
3.3 Study on UGC data and online user group .....	51
3.4 Background information of study sites .....	54
3.5 Content analysis for text reviews .....	61
3.5.1 Data collection and processing .....	62
3.5.2 Construction of categorization system.....	65
3.5.3 Representation building .....	69
3.5.4 Statistical test .....	72
3.6 Content analysis for images .....	77
3.6.1 Data collection .....	78
3.6.2 Data encoding .....	79
3.7 Field survey .....	83
Chapter 4    About <i>what</i> – content of tourist landscape experience in LSI sites .	90
4.1 Overview .....	90

4.2 Overall result of landscape experience represented by landscape value .	91
4.3 Distribution of landscape values across different kinds of construction .	98
4.4 Distribution of Landscape values across different cultural groups.....	103
4.5 Distribution of Landscape values across different locations and environments.....	107
4.6 Summary and conclusion .....	112
 Chapter 5 About <i>how</i> – characteristics of tourist landscape experience of LSI field .....	 115
5.1 Overview .....	115
5.2 Overall inclination of landscape experience between LSI and non-LSI group .....	116
5.3 Tendency of tourist viewing at LSI sites.....	122
5.4 Relationship between tourist viewpoints and landscape experience .....	125
5.5 Interaction between tourism viewings and landscape experience in LSI field .....	134
5.6 Relationship between landscape experience and place perception on-site .....	140
5.6.1 Effect of viewpoint on tourist place perception.....	140
5.6.2 Effect of perceived landscape values on tourist place perception .....	144

5.7 Conclusion on the characteristics of tourist-landscape of large-scale infrastructures.....	150
Chapter 6 Conclusions and discussions .....	153
6.1 Main conclusions and achievements.....	153
6.2 Further discussion and future development .....	156
6.2.1 Implications for tourism management practices .....	156
6.2.2 Possibilities on UGC and text analysis approach .....	158
6.2.3 Change of images on infrastructure with times .....	160
6.2.4 From value of images & feelings to the tourist sentiments .....	163
6.2.5 Develop a tourist landscape towards a cultural landscape.....	165
6.3 Limitations .....	168
<b>References</b> .....	170
<b>Appendix I.</b> Transactions of the first administrative conference on promotion and development of infra-tourism project	
<b>Appendix II.</b> Survey questionnaire of volunteer-employed-photographing of on-site survey at Akashi Kaikyo Bridge site	
<b>Appendix III.</b> Profiles of UGC review text	



## List of Tables

Table 2.1 Review of related discussion on tourist landscape concept in previous literature .....	28
Table 3.1 Summary of study sites .....	55
Table 3.2 Overview of the datasets .....	63
Table 3.3 Identification on the user profiles of UGC data at Akashi, Rainbow and Kurobe sites.....	64
Table 3.4 Category system for the review content based on CVM framework .....	67
Table 3.5 Categorization system of UGC images .....	80
Table 3.6 Demographic backgrounds of participants.....	87
Table 4.1 Average proportion of landscape values across large-scale infrastructure sites (%). .....	91
Table 4.2 Top 10 terms under each types of landscape value at Akashi Bridge site .....	92
Table 4.3 Top 10 terms under each types of landscape value at Kurobe Dam site	93
Table 4.4 Comparison of average proportion of landscape values (%) between Akashi Bridge and Kurobe Dam Project .....	98
Table 4.5 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between Akashi Bridge and Kurobe Dam .....	99
Table 4.6 Comparison of average proportion of landscape values (%) of different cultural background visitor groups .....	103
Table 4.7 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between domestic Japanese group and foreign Chinese group from Asia .....	103

Table 4.8 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between English group (abroad) and Asian group (Japanese & Chinese) .....	104
Table 4.9 Comparison of average proportion of landscape values (%) among bridge structures at different locations .....	107
Table 4.10 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between Akashi Bridge and Irabu Bridge .....	107
Table 4.11 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between Akashi Bridge and Tokyo Rainbow Bridge .....	108
Table 5.1 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between LSI and non-LSI group .....	116
Table 5.2 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between LSI and non-LSI group .....	116
Table 5.3 Proportion of different viewpoints respectively in LSI and non-LSI group (%) .....	123
Table 5.4 Distribution (%) of view-objects within different viewpoints in LSI group .....	124
Table 5.5 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between two kinds of viewpoints in non-LSI group .....	126
Table 5.6 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between two kinds of viewpoints in non-LSI group .....	126
Table 5.7 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between two kinds of viewpoints in LSI group .....	128
Table 5.8 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on	

proportions of perceived landscape values between two kinds of viewpoints in LSI group .....	128
Table 5.9 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between different viewing types in LSI field.....	136
Table 5.10 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between two kinds of view types in LSI field .....	136
Table 5.11 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between viewing types with different viewpoints in LSI field .....	138
Table 5.12 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between viewing types with different viewpoints in LSI field.....	138
Table 5.13 Group comparisons of sense of place components between the two kinds of viewpoints (Wilcox test) .....	141
Table 5.14 Group comparisons of place perception between landscape values (Wilcox test).....	144

# List of Figures

Figure 1.1 Summary of new tourism creation and promotion idea (Dept. of Tourism, MLIT) .....	3
Figure 1.2 Collections of infra-tourism project panels identified by the Ministry of Land, Infrastructure and Transportation (MLIT) from administrative portal website (2016) .....	7
Figure 1.3 Types of infrastructure tourism identified in previous work .....	9
Figure 1.4 Conduction framework of infra-tourism practices .....	12
Figure 1.5 Thesis organization .....	21
Figure 3.1 Study site of Akashi Kaikyo Bridge and promotion of official tour ....	56
Figure 3.2 Study site of Tokyo Rainbow Bridge and official guidance of walking route .....	57
Figure 3.3 Study site of Irabu Bridge at Okinawa .....	58
Figure 3.4 Study site of Kurobe Dam project and guidance of tour path .....	59
Figure 3.5 Study site of Bandai Bridge at center of Niigata urban area .....	60
Figure 3.6 Study site of Eitai Bridge at Tokyo urban area.....	60
Figure 3.7 Content analysis framework for online text reviews.....	62
Figure 3.8 Typical profile of UGC data form from <i>tripadvisor.com</i> : including text reviews and images, user and ratings respectively under each study site object...	63
Figure 3.9 Difference presentation of two verbal topics based on STM method ..	77
Figure 3.10 Typical categorization for UGC images .....	82
Figure 3.11 Design of field survey questionnaire .....	87
Figure 4.1 Distribution of landscape values at Akashi Bridge site .....	92
Figure 4.2 Distribution of landscape values at Kurobe Dam site .....	92
Figure 4.3 Difference of perceived landscape values between Akashi Bridge and	

Kurobe Dam.....	100
Figure 4.4 (1) Difference of perceived landscape values between domestic Japanese group and foreign Chinese group from Asia.....	104
Figure 4.4 (2) Difference of perceived landscape values between English group (abroad) and Asian group (Japanese & Chinese).....	105
Figure 4.5 (1) Difference of perceived landscape values between Akashi Bridge and Irabu Bridge.....	109
Figure 4.5 (2) Difference of perceived landscape values between Akashi Bridge and Tokyo Rainbow Bridge .....	109
Figure 5.1 Difference of perceived landscape values between LSI and non-LSI group .....	117
Figure 5.2 Proportion of different viewpoints in LSI and non-LSI group.....	123
Figure 5.3 Proportion of view-objects with different viewpoints in LSI group ..	125
Figure 5.4 (1) Difference of perceived value between internal and external viewpoint in non-LSI group.....	127
Figure 5.4 (2) Difference of perceived value between internal and external viewpoint in LSI group .....	129
Figure 5.5 (1) Mean proportion of perceived value of structure form about viewpoints in non-LSI.....	131
Figure 5.5 (2) Mean proportion of perceived value of structure form about viewpoints in LSI.....	131
Figure 5.6 (1) Mean proportion of perceived value of aesthetics about viewpoints in non-LSI .....	133
Figure 5.6 (2) Mean proportion of perceived value of aesthetics about viewpoints in LSI group .....	133
Figure 5.7 Difference of perceived value between two patterns of viewing in LSI field .....	137

Figure 5.8 Difference of perceived value between two patterns of viewing in LSI group considering viewpoints .....	139
Figure 6.1 Adding a future dimension to the landscape cultural values model ...	162

# Chapter 1 Introduction

## 1.1 Background

### *1.1.1 Development of civil landscape towards tourism focus*

The civil infrastructure, originally as social investment and constructed for the public and civic function, has now found by the general and special interested group to be a kind of relaxing object for a special interest on tourism activities. In most of cases, infrastructure has originally designed with its own landscape features, which has been discussed for a relatively long time in the civil engineering field. The civil engineering projects involved here may include: various large-scale structures, roads, bridges, and water conservancy facilities such as dams and dykes, as well as various engineering facilities combined with parks, plazas, etc. and their visible spaces. It is said that the original civil landscape may own its features in mainly four aspects as (1) Publicity: Except for underground facilities, most civil works are publicly placed in the space exposed to people's line of sight, reflecting the civilization of the times and locality; (2) Large-scale: civil engineering, especially urban public facilities, are mostly large in scale and thus easy to be captured by sight, changing the original spatial structure rather greatly. So it is easy to have a huge

impact on the surrounding visual aesthetic environment and landscape resources due to the existence of such objects. (3) Persistence: Most of the civil works are composed of reinforced concrete materials. The functional requirements are sturdy and durable. The long service life is characterized by its characteristics. Therefore, it has a great influence on the natural landscape. Although some historical architectural structures have lost their functions, they can still be preserved as protective relic or heritage, documenting and continuing the history of history, and thus has a potential and situation becoming a kind of specific resource. (4) Fundamental: Most of the civil facilities are basic facilities: Roads, bridges, etc. are the most basic conditions for people to first enter the venue to engage in various activities; on this basis, build houses, shops, and form a residential area. It is the activity space for people's life and work; therefore, the street road is the basic element of the urban landscape, the leader of the landscape that affects other elements, and often the axis of the visual corridor that appreciates the important landscape. Therefore, the choice of places and the scale of the street roads bring historical significance to the original or future landscape cultural characteristics, and lay a potential impact on future landscape development and even the functional effects of the site. In addition to the fixed natural elements such as topography, water, and plants, the civil construction facilities may have been the most visually influential on the existing environment in certain area and region.



Based on the special landscape form of this structures, in recent years, there has been more and more discussion and highlights towards the infrastructure objects, partly in local area and community, entering into the eyesight of more general visitors and tourists.

### *1.1.2 Development of new tourism and other similar concept*

In addition to the transformation of character image on infrastructures, there is also a gradually increasing discussion on the tourism field considering and exploiting much of new resources as tourism attractions and advocating some new experiential form for a more sustainable effects of tourism, which is called as “new tourism” trend and the new tourism genre which takes the public infrastructure as touristic attractions has also been comprised into its frame.

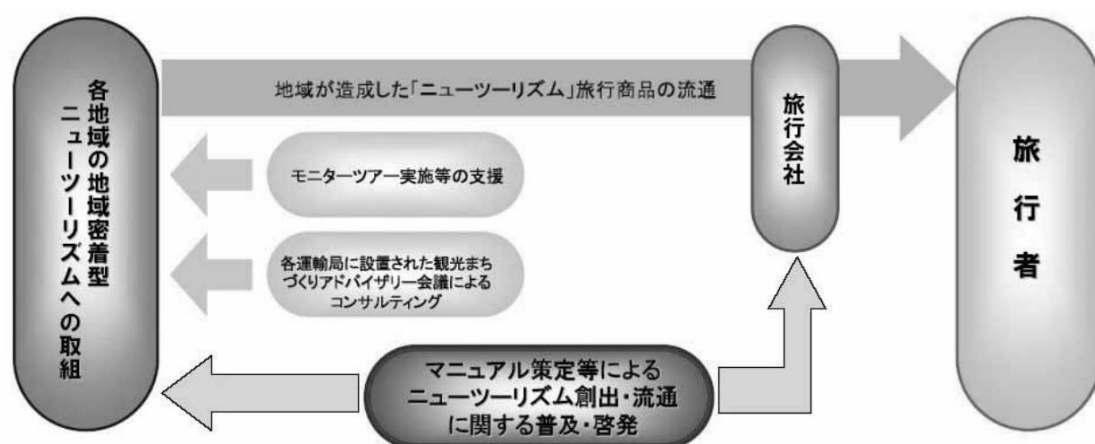


Figure 1.1 Summary of new tourism creation and promotion idea (Dept. of Tourism, MLIT)

About new tourism, although strict definition cannot be made, it refers to a new

form of travel that has a strong theme and incorporates elements of experience-based and exchange-type, in contrast to conventional sight-seeing tourism. Themes are industrial tourism, ecotourism, green tourism, health tourism. It is expected that it would lead to regional revitalization because it can easily utilize regional characteristics during travel commercialization. On the other hand, it is possible to position as a concept of new tourism the creation of a travel product distribution system, as well as an approach to travel commercialization that has such strong themes and is inspired by new domestic travel demand and travel style. In other words, it refers to the entire construction of a new travel system that includes the creation and distribution of community-based new tourism travel products for the development of new travel fields.

Not only the new tourism concept proposed in Japanese context, there is similar tendency to develop the tourism resources from common and normal things as a new trend in other place all of world. For example, in the “all-field tourism” framework in China, the new tourism is to bring into play the tourism + function, so that tourism and other related industries will be deeply integrated and blended to form new productivity and competitiveness. Give full play to the driving force of tourism, the ability to integrate, and the role of catalysis and integration, provide tourism platforms for the development of related industries and fields, insert the

wings of “tourism”, form new formats, and enhance their development level and comprehensive value. In the region, through combination of tourism and urbanization, promote the development of characteristic tourist towns, and play a leading role in tourism for new urbanization; With tourism development by industrialization, local is able to promote the development of tourism equipment manufacturing, outdoor products, specialty tourism products, and develop industrial tourism. Innovative corporate culture construction and new forms of sales; For the tourism development with agricultural modernization, it is able to promote the development of new forms of modern agriculture such as rural tourism and leisure agriculture; Under the information technology, the tourism industry will be cultivated as the most active frontier industry in informationization, with informative armed tourism; through the promotion of tourism and ecologization, vigorously develop eco-tourism, promote tourism ecologization, and transform tourism development from environmental building or individual collection to integration of districts and industry integration, to promote tourism Integration with other industries, the industrial chain is globalized, and the tourism industry is driven by the whole field.

## **1.2 Development of infra-tourism practices in Japan**

Holding this background, tourism genre which takes the public infrastructure as

touristic attractions, naming as the “infra-tourism” used in Japanese context, has been also received focus from both official and general perspective in high passion.

“Infra-tourism” is now promoted positively by the Japanese authorities expecting to be part of a new peak of national tourism charm under the “Tourism-based country” plan proposed in former years by government. All this time the country, as many other counterparts, tries to attract visitors with ancient cities, historic traditions, and landscapes untouched by time. However, some are trying to tap into much more modern attractions in the less apparent beauty of ambitious present-day engineering projects. Japan now is spearheading this “infra-tourism” to bring in visitors who, instead of shrines and ancient temples, have their hearts set on visiting bridges, dams, motorways, and power plants. The country, already in the midst of a tourism boom, is hoping that it can add hundreds of thousands more visitors by promoting itself to people whose interests are more futuristic than traditional. Earlier this year, Japan’s tourism ministry put together a list of 270 of the best “infra-tours” where visitors can be wowed by modern constructions, in which for example the Kurobe Dam was one of the first of Japan’s big mega-projects to tap into increasing visitor tastes for engineering. The tallest dam in Japan at 186 metres, it offers bus tours and between late June and mid-October has timed water releases so that sightseers can catch the massive surges. Other popular spots are the spectacular

trans-Shiretoko mountain road, which is closed for half of the year and must be dug out from deep snow every year, and the Akashi Kaikyo Bridge. This two-and-a-half-mile bridge has the longest central span of any suspension bridge in the world and connects Kobe on mainland Honshu to Awaji Island. Last but not least is the Metropolitan Outer Underground Discharge Tunnel, which despite its unwieldy name has quickly become a major tourist draw. The extraordinary underground project in Kasukabe is designed to draw vast quantities of water away from the city and into its storage tanks in the event of a flood. However, it has become better known for its monumental temple-like design and draws thousands of visitors to its daily tours.

都道府県	対象インフラ・事業	頁	都道府県	対象インフラ・事業	頁	都道府県	対象インフラ・事業	頁	都道府県	対象インフラ・事業	頁	都道府県	対象インフラ・事業	頁	都道府県	対象インフラ・事業	頁
A.「風物詩を彩る」編			宮城	仙台塩釜港	16	徳島	善徳砂防・地すべり事業	33	福島	相馬福島道路	49	京都	天ヶ瀬ダム	66	埼玉	滝沢ダム	83
岩手	四十四田ダム	1	千葉	利根川河口堰	17	愛媛	しまなみ海道等	34	茨城	茨城港	50	和歌山	新宮港	67	岐阜	小里川ダム	84
宮城	釜房ダム	2	新潟	新潟港	18	沖縄	やんばるダム	35	群馬	ハツ場ダム	51	岡山	橋梁全般	68	兵庫	六甲砂防	85
山梨	笛吹川	3	福井	九頭竜川ダム	19	E.「アイデア勝負」編			愛知	環状2号線	52	山口	宇部港	69	和歌山	紀の川大堰	86
沖縄	国道58号	4	奈良	大滝ダム	20	青森	津軽ダム	36	三重	近畿日本鉄道名古屋線等	53	徳島	徳島小松島港	70	鳥取	殿ダム	87
B.「歴史的遺産」編			山口	国道9号、国道191号	21	山形	酒田港	37	徳島	長安ロダム・川口ダム	54	愛媛	野村ダム	71	岡山	苫田ダム	88
北海道	小樽港	5	山口	島地川ダム	22	茨城	マンホール	38	愛媛	鹿野川ダム	55	高知	高知港、須崎港	72	広島	大州雨水貯留池	89
宮城	杜の都れんが下水洞窟	6	D.「観光名所」編			茨城	前川排水施設	39	福岡	有明海沿岸道路	56	高知	早明浦ダム	73	I.「いっぱいお勉強」編		
福島	荒川流域 砂防堰堤群	7	北海道	美瑛川ブロック堰堤	23	栃木	道西川ダム	40	福岡	JR筑豊本線等	57	熊本	下釜ダム・松原ダム	74	北海道	札幌市下水道科学館	90
東京	旧三河島汚水処分場 唧筒場施設	8	秋田	玉川ダム	24	埼玉	浦山ダム	41	佐賀	西九州自動車道唐津伊万里道路	58	大分	耶馬溪ダム	75	東京	東京臨海広域防災公園	91
新潟	萬代橋	9	山形	月山ダム	25	富山	宇奈月ダム	42	熊本	南九州西回り自動車道 芦北出水道路	59	宮崎	宮崎港、細島港等	76	東京	虹の下水道館	92
新潟	八十里越	10	山形	横川ダム	26	兵庫	明石海峡大橋	43	宮崎	東九州自動車道	60	鹿児島	鶴田ダム	77	香川	四国技術事務所	93
富山	白岩砂防堰堤 他	11	千葉	道の駅・川の駅「水の郷さわら」	27	広島	温井ダム	44	G.「地域に根づくインフラ」編			沖縄	那覇港	78	福岡	北九州市日明浄化センター	94
岐阜	丸山ダム	12	神奈川	宮ヶ瀬ダム	28	香川	瀬戸大橋	45	群馬	草木ダム	61	H.「レアもの・秘境・再発見」編			佐賀	佐賀市下水浄化センター	95
京都	三栖閣門資料館	13	三重	四日市港	29	福岡	ぼんブラザ	46	石川	手取川ダム	62	北海道	豊平峡ダム	79	長崎	大野木場監視所	96
大阪	亀の瀬地すべり	14	大阪	大阪港	30	大分	大分川ダム	47	長野	天竜川総合学習館	63	福島	大川ダム	80	鹿児島	桜島国際火山 砂防センター	97
C.「年に一度だから楽しい」編			鳥取	境港(ベタ踏み坂)	31	F.「今が旬です！」編			静岡	長島ダム	64	埼玉	首都圏外郭放水路	81			
北海道	知床横断道路	15	鳥根	央道湖夕日スポット	32	岩手	宮古盛岡横断道路	48	滋賀	瀬田川洗堰・アクア琵琶	65	埼玉	水循環センター	82			

Figure 1.2 Collections of infra-tourism project panels identified by the Ministry of Land, Infrastructure and Transportation (MLIT) from administrative portal website (2016)

There have been studies and discussions round the infra-tourism issues in Japanese

specific journals and articles, mainly about the practical implementation and practical surveys. Previous discussions in Japan recognized positively roles of the civil infrastructure played in the tourism section and development. They are seen as the gateway and access to the tourism destination and local area, including the flight airport and harbor facilities, and the road and highway as access network. Development and management for railway and highway had connected over the range of nation, varying the destination visiting and choices for both domestic and foreign tourists. It becomes more convenient for moving and transport, thus enhance the time spent in the destination and in turn improve the consumption and appealing. Besides, over the background of new tourism promotion, the function as special tourism spaces of civil structures are also identified by the planners and managers. Towards a better realization of this tourism function, various operations are took including the “electric-pillar-free” or the greening infrastructure maintenance in road space, and facilities raised for the cycling and marathon activities are also developed in road and river side areas. Moreover, civil structures also play as tourism planning point and service station to supplement the function of destination and local region. A typical civil facilities of this type in Japan is the “road station” set in the highway and main stream road across cities and prefectures. The station is designed for the far-distance transportation service as well as recreation and entertainment, and they provide the information and message about the road

condition and tourism hotspots in local areas, promoting the tourism appealing in the imperceptibly influence. Last but not least, civil infrastructures themselves have been identified as the tourism attractions and resources to have a direct involvement in the tourism sections. As described above, the tourism genre which is recognized as “infra-tourism” is developed in more than 246 places inside Japan (2016.1.) including the official tours and nongovernmental tour packages. Studies have identified some specific forms of these civil infrastructure tours according to the structure type and organization forms, mainly contains both the large-scale and advanced contemporary civil structures, and structures as historical heritage. It contains either the existing and completed civil structures or the developing construction settings and environments, to appeal the general tourists by the industrial technologies and impress them in social and national development.

土木遺産観光のタイプ	主な事例
スケールや形態、機能に優れた土木インフラを鑑賞する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 黒部ダム(富山県)</li> <li>・ 本州四国連絡橋</li> <li>・ 東京スカイツリー(東京都墨田区)</li> <li>・ 河津七滝ループ橋(静岡県)</li> <li>・ 首都圏外郭放水路(埼玉県)</li> </ul>
土木インフラの建築工事現場を見学する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「東京湾トンネル」おとなのトンネル工事現場見学(東京都)</li> <li>・ 東京外かく環状道路親子現場見学(千葉県)</li> <li>・ 秘境八十里越体感バス(新潟県)</li> </ul>
歴史的な土木インフラを鑑賞・見学する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デ・レーケの大谷川堰堤(徳島県)</li> <li>・ 祖谷のかずら橋(徳島県)</li> <li>・ 通潤橋(熊本県)</li> <li>・ 錦帯橋(山口県)</li> </ul>
土木インフラを他の用途で活用する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 神岡レールマウンテンバイク(岐阜県)</li> <li>・ 碓氷峠「アプトのみち」(群馬県)</li> <li>・ 札幌大通り公園での雪まつり(北海道)</li> </ul>

Figure 1.3 Types of infrastructure tourism identified in previous work

Among various infra-tourism structure types, main civil structures like road, bridge, dam as well as other civil facilities are all contained to realize the tourism attractions in various places through various approaches and organizations. In the type of road, construction tour of road projects has been largely promoted compared to other types structures, as the road space provide the openness and visual field enough and the construction process is relatively unblock, being unfolding and secure which is convenient for the touristic visiting and sightseeing. The bridge structure is a traditional and pioneer structure type for being tourism spots and local regional landscape elements for a long time. It is developed recently for the tourism function of the structure itself towards the bridge tour and is conducted in some of typical spots and performed quite well for the tourism and economic effect. Fans of dams are also quite increasing especially in infra-tourism. So far the dam has been focused and interested mainly from “Dammania” group for a long time, but it has also recently spread to the general public. The government's “tourism vision to support Japan of tomorrow” is also said to “open 'attractive public facilities' to the broad public and the world”, and media promotion including release of dam card and dam manga have largely improved the dam tourism energy. As for the government consideration, there are some of perspectives to be emphasized in promoting dam tourism practices: The first is the cooperation with local people. If there is access or a local trick that encourages visitors to consume, having a local person make a



concierge can lead to employment. The second is an initiative to have visitors stay for a long time or stay, such as holding a morning or night tour. And the third is conversion from government-led to region-led sustainable promotion. Specifically for instance, at Miyagase Dam (Aikawa-cho, Kanagawa Prefecture), a tourist release was conducted on Saturday, and about 800 people arrived a day, and 90% were from outside the town. At the Habita Dam under construction (Naganohara Town, Gunma Prefecture), 10 local visit plans were set up and guidance was provided by the concierge, and the number of visitors was more than 6 times the number of the previous year, to 18,000 people. Amagase Dam (Kyoto Prefecture Uji City) is working on a theme such as conducting social experiments on projection mapping in collaboration with a local university. In addition, the popular dam card spreads to 649 dams, and about 100 types of dam curry are created over the nationwide. Among these major civil engineering and tourism contents, the Sabo (Sand-protection) facility is a minority. The main reasons may be the inconvenience of the location environment and the maintenance environment at normal times. The dam for power generation is stationed in the vicinity of the facility by a manager, and security can be secured by restricting the accessible area. The dam lake can often be explored with pleasure boats and rowboats, and the development as a tourist resort is in progress; also, bridges and roads are easy to reach the destination, with access routes and destinations. One side of Tanjima, Sabo facilities are mostly

located in the remote and far-away regions like deep mountains, lack of convenient access and rich environment. Many of facilities are lack of management and maintenance once they were set. The diversion as a tourist resource is delayed because of the characteristic that it is difficult to set up and maintain an area. But recently, the facilities are also newly developed as the tourism resources with a considerable effect in the development of local regions in some cases like Kotani Civil Art and Otani sand protection weir in Mima as historical remains.

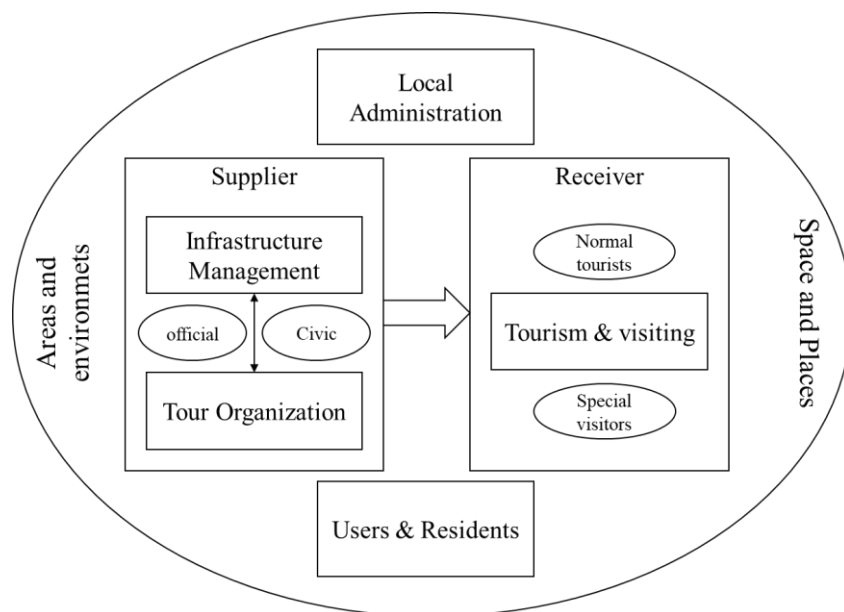


Figure 1.4 Conduction framework of infra-tourism practices

Among the various infra-tourism projects and cases, and consider the roles involved by the related actors and aspects, a conduction framework of infra-tourism practice could be constructed to indicate the relations. Around the interaction of local and area with the tourism practices, promotions and measures are seriously considered from recent seasons (e.g. see discussions of the first infra-tourism committee council

attached in the appendix I).

### **1.3 Research scope**

#### *1.3.1 Problem awareness*

Considering the prosperous infra-tourism practices as one form of new tourism group and based on the previous discussion and indications of articles and papers, it is able to identify some special properties that infrastructure-based tourism different with some traditional visiting objects.

As described in the background, generally the civil infrastructures are designed and constructed being originally as social investment and public facilities with an examination on practical landscape impacts. With recently an active or negative rediscovering as tourism attractions, the touristic infrastructures has been enforced to provide the touristic and entertainment function to specific tourists and visitors without too much reorganization and improvement on the sector or tourism facilities or services. That is, this kinds of infrastructure is rather being “naked” exposed to touristic insight with its original appearance and configuration. It is a form of tourism with the structure entity as main appreciation rather than traditional area or “destinations”, which is different from area-orient new tourism such as eco-tourism and geo-tourism. Generally when tourists and visitors arrive to the tourism

destination, they had “fallen into” the interior field of the attraction and thus all of the experience and perception had been derived from the internal elements contained in such field of area. While in the case of structure focused tourism and visiting, the integral tourism space at such field had been clearly divided by the relative position to the focused structure entity. The internal space of structure is fairly limited and restricted and thus have the possibility providing rather diverse experience compared to the scenery sightseeing and viewing. Focus on the existence of structure entity has also provided a possibility for these touristic objects, either being extraordinary or normal ones, forming a multilateral connection to the place on-site and local area, which can be seen that hold potential meaning with relate to the place and regional image. Originally the civil landscape assessment is proposed to evaluate the impact of civil structures on environment and community, and with the occurrence of tourism perspective added, the touristic effect of such new developed tourism spots on the local area had also been one of interest as advocated in the infra-tourism projects promoting the regional revitalization in various planning files. That is, what the infrastructures appealing with a touristic viewing play in the context of place and area is one of the subjects in the topic. Finally, the infra-tourism genre is one of tourism form appealing both to the ordinary tourists and the special interested group which is identified as kind of “fan” of such civil landscape. It is very possible for the infrastructures to own diverse characteristics and meanings for

the two kinds of perspectives and thus has provided us a good case for connecting the ordinary and special fan group for a reference on other similar form.

### *1.3.2 Research focus*

Among the factors regarding the topic of touristic infrastructures and infra-tourism practices introduced in above, focus of this research mainly lies around the experience and perception of tourists and visitors concerned with landscape elements & tourism activity at the infrastructure sites, in which the research subjects is determined with following three aspects.

Large-scale infrastructures (which is referred by the term “LSI” in following part of the thesis), mainly on the large-scale bridge sites. As said before, there has been studies indicating the main types of infra-tourism practices, while in this research, we mainly concentrate on the civil infra-structure which are featured by the special volumes and construction completed in modern time, and taken granted as the touristic planning or being evidently visiting-concerned.

Besides, the research perspective would fall on the tourists’ point. In this research, we focus on the subjects which are touristic or visiting objective to have an intentional access to the large-scale infrastructure sites and those who are general

public without special characteristics or purposes such as mania fun group. Since analysis of the research is based on the online user-generated data, the subject is aimed at particularly online user group, which is gradually considered to be critical information source for many of public evaluation field. The rationality on the online research approach would be further discussed in chapter of methodology. For a more explicit statement, for the sites owning tour package and organization, the subject is identified as “tourist” supposing the participation of tour while in normal tourist spot without an organized tour practice, the group is identified as “visitor” indicating a relatively free tourism form.

This research is trying to combine the perspective and approach simultaneously from landscape and tourism field expecting to obtain a more comprehensive and overall knowledge around the particular object of interest which is restricted as large-scale infrastructure represented mainly by bridge projects. Based on the subject of object and tourist group, the research mainly discuss the concept related to landscape perception and tourism experience. There are much of discussions on the similar construct, in which, the tourism experience and the landscape perception is dealt mainly about the subjective assessment and evaluation from tourists respectively in tourism and landscape field. Studies making the same effort on unify the two kinds of consideration into a wider framework has dealt with the issue with

different approaches. Some indicated that the selection of a tourist destination also depends on one's perception of the landscape (Bernatek, 2013); Some suggested that people's landscape results from human interaction with the surrounding space (physical and cultural), interaction that is the core in certain tourism practices and thus it can decisively shape the provided experience and be designed, interpreted, managed and marketed to increase visitor enjoyment (Carneiro, 2015); Also there are much studies realized the unity through applying the methods about the landscape perception, such as visual evaluation, to the evaluate the tourism experience issues. With the judgement of critical importance of landscape-existence in tourism issue and upon on all these previous reference, we propose the tourist landscape experience, which covers the perception and experience related to the all elements on large-scale infrastructure sites from tourists and visitors group's perspective, as our main focus and approach it from a relatively new path.

For the new infra-tourism context and condition of tour implementation, it is important and meaningful to understand the tourist-landscape provided in the touristic infrastructure space, towards a better tour planning practices and prospect of infra-development. On the other hand, in view of the mass social focus and some of unique properties, we identified the field of infrastructure, particularly at the large-scale sites as one of special tourism space with a specific tourism landscape

embedded in them. This research would make some basic effort on investigating the tourist experience and perception on this kind of new tourism spots and provide some fundamental insight into the content of tourism landscape embedded in the large-scale infrastructure which have rarely been considered so far from academic views.

#### **1.4 Research aim**

To approach to the problematic subject described above, this research aims to investigate two main problems that (1) What and (2) How the infra-tourists and visitors would experience and perceive with the large-scale infrastructure tourist landscape. Specific research question would thus be described as following:

- (1) The research question one is that what kind of tourist landscape experience and the performance would be owned at LSI field? We supposed that the tourist landscape experience could be described completely and unified with tourist landscape framework in different sites and the content of experience would perform varied regarding the external properties involved in the infra-tourism practices. Since the infra-tourism projects nowadays have advanced at various structure sites with various types of infrastructure and different tour package was organized and promoted by respective authorities providing to tourists group



either from domestic and foreign languages, we want to know that whether the LSI tourist landscape would perform diversity related to the structural form, location and tourists' cultural background.

(2) The research question two is that how would the tourist-landscape provided in LSI field experienced by the infra-tourist groups? We supposed that the large-scale infrastructures would present the particular tourist-landscape owing to their identification. That is, compared to the normal structure, massive in the scale would influence the presence of tourist landscape in particular ways. Besides, the tourist landscape at large-scale infrastructure site is considered to be an integral system with various cognitive factors perceived by the tourists, and the factors would influence with each other to form the tourist landscape together. Here, we suppose tourist landscape experience would particularly be interrelated about the viewing point and perception of place on the field.

## **1.5 Research framework**

This research is generally organized in following sections:

Chapter of introduction. The section introduced the main topic of infrastructure-based tourism, and some knowledgeable background information about the topics,

and then proposed the research objective and research questions as main point.

Chapter of theoretical base. This section has proposed the main theoretical base which is utilized for any of technical analysis and base of statement. The theory is derived from the reviews on the existing studies and reports involved in tourism and landscape field discussing related topics and issues.

Chapter of methodology. This section explained the main methodology this research developed and applied towards the research question. The methodology contains the data source and form as basic analysis units, different analyzing approaches dealing with different forms of data and the origins and rationality of methodology is also discussed in this part.

Chapter of result, which is constituted by two main part, corresponding to the two research questions. Part I mainly answer the Contents and characteristics of tourist-landscape experienced by visitors, and discussed different performances with three external factors; Part II indicated the Perception form of tourist-landscape systems embedded in the LSI, through a comprehensive analysis on the three main concepts involved in the tourist-landscape concept.

Chapter of conclusion and discussions. Finally the main content and result of this research would be summarized in this section. As the title indicated, the characteristics of tourist-landscape in large-scale infrastructure would be concluded based on the analysis result and the implication for tour practices and the possibility of future development would be referred.

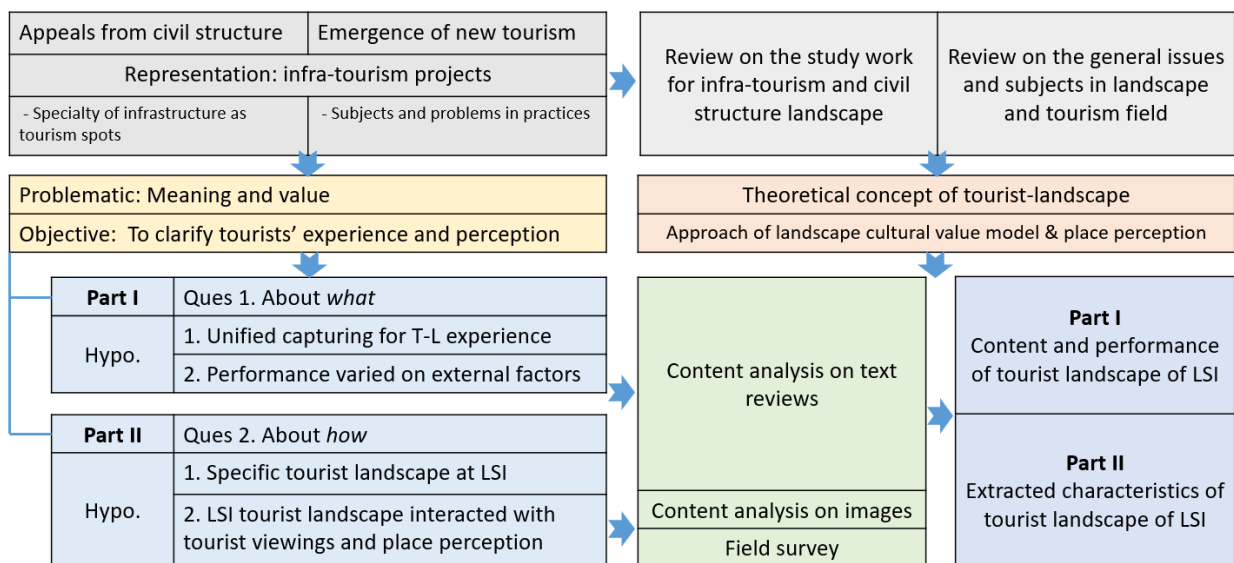


Figure 1.5 Thesis organization

## Chapter 2      Theoretical base of tourist-landscape perspective

### **2.1 Development of tourist-landscape framework**

#### *2.1.1 Demand and effort on tourist and landscape integration*

A number of studies have tried to develop a more cohesive approach for understanding the relationship between tourism and judgments about the landscape. The Millennium Ecosystem Assessment (MEA, 2005) has been proposed as a framework for understanding the advantages this might offer to environments, including the development of cultural ecosystems services (CES) and other kinds of value-based approaches. It is generally thought that landscape elements being as an important component in tourism and recreation activities, but capturing people's experiences and perceptions is both challenging and complex, making it difficult to assess and measure their effects.

The possible landscape attributes of artificial structures have also been discussed previously, including the landscape changes arising from the planning and construction of projects such as roads (Zandersen et al, 2017), new hydroelectric

developments (Chen et al, 2017), and wind turbines (Frantál & Kunc, 2011). At the same time, there is an increasing demand from the tourism industry, in what has come to be known as “new tourism”, to appreciate the interest ordinary people have in large-scale engineering projects using sophisticated technologies to build artificial structures, reflecting the social infrastructure arguments put forward in the original positioning of such projects. Like many other forms of “new tourism” such as eco-tourism and cultural heritage, a better understanding of the role played by the landscape in the infrastructure of visiting is fundamental to the development of the tourism sector in general (Smith, 2017).

Besides, as referred in introduction, there has been much studies indicating the strong relationship between landscape and tourism issues to be an integrity. When interpret the landscape approach to the tourism theory, the author suggests that (Metro-Roland, 2016) one of the starting points of tourism theory through the view of seeing or reading the landscape and explaining its meaning. It is said that tourism should generally be understood as a discourse among the three actors: (1) tourists; (2) locals; (3) intermediaries (including government departments, travel agencies, and tourism propaganda boards). This shows that if tourism is a spectacle, then of course there will be multiple groups involved in the creation of this spectacle. It is believed that because the landscape is to be read, it is open to multiple

interpretations. However, when an individual's reaction to events and texts is not privileged, social institutions and structures do introduce some commonality or concordance to personal meaning. The meaning of the landscape, like all meanings, is created, recreated, and then objected in the social process (Mitchell, 2001). Simply put, there is no objectivity in landscape research. Every space is interpreted differently by different actors, and the interpretation of space (and place) is based on subjective reading (Metro-Roland, 2016). Indeed, a single landscape cannot be the same for any two people, because each person has a different interaction with the landscape, so they have different perceptions of the landscape. Upon on this judgement, All of this means that tourism is far from being a simple one-way process (as the phrase "tourism gaze" shows), and there are more nuances in tourism, which bring out the proposal that the center of research on tourism is also the landscape.

Tourism by definition takes place in a "tourism landscape" or "tourist landscape". - The "tourism landscape", as Oakes & Minca (2006) showed in their re-theorization of tourism using the place view derived from the humanistic tradition of geography: more or less a tour. The reflection of that place. In this regard, the construct is the end result of a social construction process that has been played for decades or even hundreds of thousands of years. Tl may or may not be highly controversial, it may

or may not be deliberately constructed by a state that wishes to highlight certain attributes & hide other things. The tour is also quite complex and revolves around - deciphering/interpreting the identity of a place and its inhabitants from the landscape of that place - using all the tools available to modern tours (previous experience, internet, pocket history, guidebooks, travel guides ... and many more). Although for some people, tourism is still about to get rid of all or collect "trophy" in the form of monuments from exotic places, even then tourism involves the deciphering/interpretation of identity (from the clues in the landscape). That is, tourist is using various tools to decipher/interpret the identity of the place from the landscape of place (Metro-Roland, 2016)

In addition to the construct original from landscape and tourism field, many researchers consider the place perception as one of concept for a better understanding on the internal mechanism and interactions involved in the tourism practices of users.

### *2.1.2 Reviews on the tourist-landscape concept*

Social awareness of the importance and function of landscape has been increasing in recent years. It is commonly considered as the primary element of European heritage, and as an important factor affecting the quality of life of people (Costanza

et al. 1997, De Groot, Wilson and Bouman 2002; Millennium Ecosystem Assessment 2005; Gkoltsiou and Terkenli 2012). The establishment of the European Landscape Convention (ELC) in 2000 aptly demonstrates this importance and demonstrates landscape's social, economic, cultural, and ecological role, as well as contribution to society's wealth (European Landscape Convention 2000). Because landscape is a "common resource", and its state is subject to continuous changes, it requires continuous assessment, protection, management, and planning. Proper functioning of landscape is supported by development based on long term and mutually sustainable relations between social needs, economic activity, and the environment (Nučič 2012).

Tourism, as a currently important area of the economy, also benefits from landscape, leading to its positive and negative transformations (Millenium Ecosystem Assessment 2005). Supporting sustainable development of tourism in relation to landscapes requires treating it as a necessary factor in finding the balance between the maintenance of natural and cultural heritage and social needs and regional economy (Briassoullis 2002). Following the aims of developing sustainable tourism requires paying close attention to the description and evolution of landscape, and ways of managing its resources (Bole, Pipan and Komac 2013).



A review of the available literature referring to the relationship between landscape and tourism (see as table 2.1) shows that it is a new but growing concern amongst geographers, ecologists, and landscape architects. Moreover, a detailed analysis of this literature revealed the appearance of a new term, namely “tourist landscape”, reflecting some evolution in outlining the relationship between the two. However direct descriptions and definitions of the term appear only in a handful of current publications. It is most commonly used in titles of papers without a clear definition (Skowronek, 2018). On the other hand, regarding the new tourism focusing objects of large-scale infrastructure objects as subject in this research, there are still few reference during the previous discussions and it is a meaningful effort to fit it into the tourist-landscape framework.

Generally, the theme and topics involved in the “tourist-landscape” concept existing in the previous studies may referred to the issues mainly including issues as following points:

- (1) About the research theme like landscape and tourism experience by users; landscape as value in tourism development; and the significance and performance of place perception factors (for tourist purposes);
- (2) About the elements and factors including certain tourist attractions (general landscape or other specific objects, like heritage and eco-resources), tourist

context (condition, measures and effect evaluation for tourism) or the existence of tourists – concentrating on the tourists features and valuation.

- (3) About the features and performance, in which it may show the development of a given function in a geographical space and a consequence of the relation between human (the tourist) and environment, both natural and cultural, and it is often perceived through the approach represented by concept of symbols, images or values.
- (4) Potentially as one type or one part of the cultural landscape, which is constructed embedded through the social and cultural identification and recognitions.

Table 2.1 Review of related discussion on tourist landscape concept in previous literature  
(Skowronek, 2018)

Author	Year	Definition of “ <b>tourist landscape</b> ”	Point
Gunn	1979	The tourist landscape – total physical and visual environment utilized by all tourism activities, including the whole context and infrastructure of tourism development, such as transportation, services, information, direction and, generally speaking, all such developments that attract people to a destination	(1) (2)
Wall	1982	The tourist landscapes are both natural and human-made, designed to serve – or products that emerge from – the accommodation of all needs of tourism development	(2)
Lozato-Giotart	1993	The tourist landscape is a type of cultural landscape, which is reconstructed both in its functional and symbolic structure, from the phenomenon of tourism	(4)
Dietvorst	1998	A tourist landscape can be described as constructed through a myriad of symbolic and material transformations of an original physical and/or	(2)

		socioeconomic landscape in order to serve the interests of tourists and the tourist industry.	
Krzymowska - Kostrowicka	1999a	Tourist and recreational landscape is the physiognomy of geographic environment and subjective world of values perceived by a tourist in accordance with a given cultural model it is a natural or urbanised area, where tourism plays at least temporarily a predominant role	(1) (2) (3)
Terkenli	2001, 2002	The tourist landscape... a social interface where local and global perspectives, the sides of supply and demand, production and consumption etc. come together in the ready construction and consumption of place identity. The tourist landscape emerges as the product of tourism activities, which tend to dominate an area and “infect” its appearance.	(4)
Van der Duim	2007	“tourismscape” – hidden network of agents/actors and the relations between them which constitute a tourist space, what is consequently called “tourist landscape” (as in Włodarczyk 2009b, 96). Significant features of “tourist landscape” include network links (internal and external) and its internal coherence (complementarity of facilities and services) (as in Kowalczyk, Derek 2010).	(1)
Włodarczyk	2009, 2011	“... tourist landscape is a physiognomy of tourist space synthesizing natural and cultural elements and the effects of man’s tourist activeness in space ... [...] it can also be defined as a peculiar third dimension of tourist space” [...] “it is a specific kind or a part of broadly understood cultural landscape”	(1) (4)
Kowalczyk, Derek	2010	“Tourist landscapes a type of cultural landscape that can be shortly defined as a natural landscape that was modified by tourist and leisure activities of men , [...] it concerns the areas that were modified by tourism to such an extent that they have their own specificity which makes them different from other of types landscape”	(4)
A. Richling	2010	“Tourist landscape [...] can be defined [...] as a natural or natural-anthropogenic system which triggers, or can potentially trigger temporary	(1) (2)

		population dislocations away from their place of residence [...] it is a landscape featuring a potency (non-necessarily used) to have tourist functions or a system which is dominated by tourism or in which tourism plays an important role”	
Myga-Piątek	2012	Tourism landscape is a prototype of cultural landscape, which forms as a result of tourism development, with its predominant function of serving incoming tourists. Tourist type of landscape is primarily determined by not only potential values or dominating functions, but by material elements of tourist infrastructure, which clearly define the space and make it different from other functional types of landscape	(2) (4)

### *2.1.3 Construction of tourist landscape of infrastructures*

Based on the existing reviews and consideration on the concept, and considering the practical property and behavior owned in the infrastructure object, this research would define the “tourist-landscape” as the comprehensive tool seizing the tourism and landscape characteristics of such newly developed attractions that the tourist landscape of infrastructure field is:

- (1) A specific type of civil-landscape, which is basically focused from infra-touristic perspective;
- (2) An integrated and comprehensive whole, which is mainly composed with existence of structural material (regarding infra-components) and place (containing environmental (natural and artificial) elements surrounding and existence of locality as a perceived integrity);

- (3) Reflected and evaluated by the perceptions and experience from the two objects above of tourists and visitors.

## **2.2 Review of tools: specific approach to tourist landscape framework**

### *2.2.1 Reviews on CES assessment*

One mature measurement for the framework is the cultural ecosystem services (referred as CES in following part). There has been relatively little research on human perceptions of CES, especially in the context of landscapes. CES are socially and culturally sensitive (Riechers, Barkmann, & Tschardtke, 2016), subjective, intangible, non-scalable, temporally and spatially specific and are therefore difficult to measure (Leyshon, 2014). The elusive nature of CES has led to a gap in scientific research between what can be or is measured and what actually matters to people (Chan, Satterfield, & Goldstein, 2012; Milcu, Hanspach, Abson, & Fischer, 2013). As Satz et al. (2013) determined, some cultural values can be measured economically but others need different metrics and tools to be able to capture their essence. On the other hand, Norton, Inwood, Crowe, and Baker (2012) point out that few studies have attempted to provide measures of cultural services as they relate to ecosystems or landscapes. Although there have been numerous studies in a tourism context about the socio-cultural impacts of tourism, cultural heritage management or ecotourism, few studies have attempted to combine all of these in a

landscape context. CES research can help to bridge this gap. The meta-analyses of CES research conducted by Plieninger, Dijks, Oteros-Rozas, and Bieling (2013), and Hernández-Morcillo, Plieninger, and Bieling (2013) determine that researchers mainly focus on recreation and ecotourism services, leaving out other qualifying categories like aesthetics, spirituality or inspiration. Therefore, Tratalos, Haines-Young, Potschin, Fish, and Church (2016) argued that CES are so rich and multifaceted that any set of indicators is likely to appear incomplete and only partly to measure the full range of services provided. Several research methods are now being used to assess or measure the impacts or perceptions of CES. Winthrop (2014) describes how “many non-economic techniques are now used to characterize cultural ES, applying well-established tools of ethnography, surveys, social impact assessment, regional planning, spatial analysis, and collaborative process.” Research methods include mapping visible manifestations of CES, however, these are not good indicators for intangible CES, for example, inspiration (Bieling & Plieninger, 2013). Szücs et al. (2015) suggest that CES trends can be analyzed on the basis of historical maps, pictures and written materials. They argue that cultural landscape inventories could serve as an essential database (e.g. characteristics, features and use), and that mapping landscapes can be used to initiate discussions with stake- holders. Hernández-Morcillo et al. (2013) suggest that benefit indicators were the most frequently used for measuring inspirational, educational and overall

recreational services. Pleasant et al. (2014) advocated that stakeholder participation methodology can be used to determine values which are not defined by the market. Riechers et al. (2016) interviewed 41 different stakeholders in the urban context of Berlin for the urban green area and gave a variety of intricate cultural ecosystem service perceptions.

### *2.2.2 Framework of landscape values*

As said in the tourist-landscape definition above, studies approach to the concept through the value perspective – that is to investigate the value landscape and other tourism elements provided to the users reversely as the perception and experience human had received from those sites. The concept of landscape mainly relates to the visual properties or characteristics of an environment. It is generally considered to consist of two components: 1) substantive biological and physical elements of both a natural and constructed character that can be identified visually by people; and 2) non-visual and immaterial aspects such as cultural/historical values, wilderness opportunities for recreation, and a large array of tastes, smells and feelings. Various approaches have been employed to investigate human landscape perception and visual assessment. Using the two basic paradigms of objective and subjective viewpoints, four approaches to landscape evaluation can be identified, which incorporate expert, psychophysical, cognitive and experiential perspectives (Zube

et al, 1982). Each has its own theoretical basis that has been developed to provide a different kind of emphasis (Kaymaz, 2012). For a long time, researchers have tried to integrated social, cultural, historic and other hidden values into landscape value frameworks (Beckley, Stedman, Wallace, & Ambard, 2007; Brown & Reed, 2000; Dakin, 2003; de Vries et al., 2013; Gómez-Sal, Belmontes, & Nicolau, 2003). Vouligny et al. (2009) evaluated landscape from a more comprehensive perspective including 19 attributes, among which detailed dimensions were described, such as sense of home, memories, tranquility, particularities, and community. Butler (2016) studied various landscape value typologies utilized in previous research and synthesized them into a six-category list: economic, natural significance, aesthetic/scenic, recreation, cultural significance, and intrinsic. Despite comprehensive landscape value typologies like these, it can still be challenging to understand perceived social and cultural values at an individual level. Individuals evaluate landscapes based on personal knowledge and their experience of nearby spaces, communities they foster, assessments of utility, and feelings of belonging, established lifestyles, and many other factors (Vouligny et al., 2009; Zube, 1982).

One way of understanding the human perception of landscape is to look at the various values that are proposed to be associated with people's feelings, images and socio-cultural lifestyles. Through a synthesis of research on landscape value issues,



Butler (2016) identifies landscape-related values that are communicated through the characteristic assessment of various categories including: economic value; natural significance; aesthetic/scenic value; recreational value; cultural significance; and intrinsic value. Chen et al. (2017) undertook a spatial exploration of the landscape values embedded in assessments of hydroelectric dam projects, grouping value-related aspects of textual information and online photographic data into six types: aesthetics; sense of home; community attachment; lifestyle; memory; and cultural identity. Stephenson (2008) came up with an integrated cultural values model (CVM) that conceptualizes the multiple ways in which people perceive value in different aspects of the landscape. Her approach integrates the two basic landscape concepts of biophysical and immaterial phenomena. Based on case studies undertaken in New Zealand, she arrives at three kinds of principal value attached to landscapes, namely: the physical, tangible, and measurable aspects (e.g., physical land features, natural elements, and man-made structures); practices, including human practices as well as natural processes (e.g., ecological processes and human activities); and relationships, where value is derived from people's interactions with one another in the landscape or with the landscape itself (e.g., sense of place, aesthetics, sensory responses, memories, meanings, and ecological relationships). The values attached to landscape are thus seen to contribute to people's cultural identity and environmental sustainability. Several case studies have subsequently been

undertaken using the CVM framework. Bieling et al (2014), for instance, have interviewed both residents and visitors in various settings to explore the extent to which landscape can affect people's sense of well-being. Their results were reported to be consistent with the conceptual framework of Stephenson's CVM, whilst also fitting some aspects of the ecosystem services framework.

### *2.2.3 Utilization of CVM framework*

With her cultural values model, Stephenson (2008) presents an approach for conceptualizing the multiple ways in which people value landscapes. Aiming at a holistic conceptual structure, the model integrates the two basic understandings of landscapes as a biophysical as well as a socio-cultural phenomenon (Termorshuizen and Opdam, 2009). Stephenson draws on an extensive literature survey on landscape value models and empirical findings from New Zealand. On the basis of the clustering of values evident from the case studies and on commonalities between conceptual outlines in the different disciplinary approaches, she distinguishes three components of values attributed to landscapes: - Forms: physical, tangible and measurable aspects (e.g., vegetation, historic features, natural landforms, and human-made structures); - Practices: human practices and natural processes, acknowledging "that human practices and the processes of nature are a continuum of dynamic action rather than conceptually separate" (Stephenson, 2008: 134) (e.g.,

ecological processes, historic events, human activities); and - Relationships: values based on people–people interactions in the landscape or on people–landscape interactions; including also valued relationships within a landscape where there is little or no direct human involvement (e.g., sense of place, aesthetics, sensory responses, memories, meanings, ecological relationships). Stephenson (2008) highlights that values embedded in landscapes have a pronounced dynamic and temporal dimension. Landscape forms, practices and relationships interact and reinforce each other over time. The landscape framework provided by CVM attempts more than one metaphor - by providing a conceptual link between the current theory of landscape, space and time (in which the insider and the discipline express in many ways what is important to the landscape). It is hoped that the model will be at a stage in the process of dealing with the actual and critical needs of maintaining a better way of maintaining the landscape and surrounding its diverse values.

As explained in the paper, the author mentioned that CVM was proposed to provide a framework to understand the potential value range that may be included in a given landscape, helping to deal with the problem of broken understanding of landscape values and consider the contribution of landscape to cultural sustainability. The CVM framework has indicated the existence and study perspective of interactions

of main elements. The same landscape features are also valued for a variety of different reasons. Sometimes these reasons are unrelated, and occasionally weird (for example one destination may be sacred to many interviewees, but other one may see it as a potential site for a beach settlement). In other cases, there seems to be a dynamic relationship between Form (F), Relationship (R) and Practice (P), especially for key features. To sum up, where F, R, and P continue to interact dynamically, value is experienced the most and such value is cross-generative: for example, ongoing P strengthens F Value, and to maintain R. Just as ecological sustainability depends on the interaction between a local plant, animal and environmental condition, perhaps cultural sustainability also depends on the local dynamic interaction between the valued F, P and R. This may be a promising area of research exploring how to achieve local cultural sustainability.

The findings also show that part of the landscape power lies in how it represents diverse cultures and makes them visible and accessible. Especially analysis shows that many values are recognized and shared between different cultural streams. For example, many European descendants have given high value to the cultural component of the landscape in the case study site. This suggests that the visibility and accessibility of other cultural codes in the landscape may contribute to a cross-cultural awareness and appreciation. This is another potential area for future

research.

CVM has also proved useful on the relevant contribution to identify the overall understanding of landscapes in multidisciplinary research. The model can roughly "locate" the contribution of any given study to the landscape as a whole. This can be done by looking at the landscape component of the object that the expert is evaluating (for example, F, P, R, or their interactions) and whether it is related to the surface or potential landscape and mapping it to CVM. By verifying and "locating" all landscape-related studies available for a given landscape, it is possible to identify some of the basic gaps in understanding the landscape as a whole—for example, the lack of information about potential P and R that are important to Europeans who are external visitors. It also helps provide an overview of the types of knowledge that are already available in the landscape as a starting point for a more comprehensive understanding of development. This opinion - a comprehensive understanding of the value of the landscape requires multi-disciplinary input from the community – is not new: this is the approach adopted in the World Heritage Cultural Landscape. What CVM might offer is a clearer way to approach this "untouchable value" complex problem. Untouchable values are harder to capture and therefore more easily overlooked or removed – often grouped together as “associated” or “spiritual”. CVM may provide a way to - pass the "untouchable" confusion concept - by

suggesting that the focus should be placed on a more granular level to determine the important P and R. By directly pointing to the identification of local stories, traditions, genealogy, naming P, etc., and considering surface and potential value, non-touchable curtains are more easily pulled aside to reveal the richness and diversity of these values.

CVM has a far-reaching potential to provide a holistic framework for multidisciplinary landscape work - by providing a common frame of reference - for those interested in landscapes. In particular, it will provide a framework through which you can explore more regional sustainability ideas - with a special focus on how human-landscape relationships contribute to social and ecological resilience.

As a future perspective of this model, more research, testing and refinement of the model is needed. It should benefit from being tested in a wide range of application scenarios, including urban landscapes, 'ordinary' landscapes, and highly valued landscapes. It may also include the critical viewpoints of tourists and other visitors, and compare the viewpoints of these external persons in the same landscape with the viewpoints of the insiders. Cross-cultural applications can also test whether the framework is effective in expressing non-Western landscape understanding. Upon the review above, a study framework was constructed based on a landscape cultural

values model, which focused on tourism in relation to the structures. With the theoretical framework, a four-step procedure approach to the content analysis of online travel reviews (OTRs) for each site was developed in this research, together with a quantitative statistical test for analyzing the results. The findings are meaningful for the improvement of the tourism potential of large infrastructures beyond any one single location.

### **2.3 Concept of place perception within tourism and landscape context**

Landscape research in human geography and environmental psychology refers to the meaning that people assign to places as the concept of place perception (Manzo, 2005; Patterson and Williams, 2005) or the construct as sense of place. Place perception is understood as the total collection of meanings that people assign to a place (Jorgensen and Stedman, 2001) and is an overarching concept which includes nearly all meaning and sensation that an individual produces for the place (Hay, 1998). The concept of place meaning is a broad concept that stresses any practical form in which a person relates to a place – for instance, the ways of using a place, aesthetic values, feelings of belonging, emotional attachment, memories of a place, or knowledge of a place. Some scholars have distinguished specific dimensions for place perception such as cognitive, affective, and behavioral or conative meanings (Altman and Low, 1992). Compatible distinctions among attachment to (emotional

bonds with the place), dependence on (perceived behavioral advantage of a place), and identification with (the role of the place in overall self-identity) were used to develop a psychometric scale and test for quantitative measurements of place perception (Jorgensen and Stedman, 2001, 2006).

Jacobs and Buijs (2010) adopted a different approach to reveal the various dimensions of place perception in two studies. Through an open, in-depth account of people's place meanings, they elicited five categories of abstract place meanings: beauty (place meanings related to aesthetic judgments), functionality (place meanings that express ways of using the landscape), attachment (place meanings that convey belonging relations between subjects and the place), biodiversity (place meanings pertaining to species and nature), and risk (place meanings that articulate worries about current or expected problems). Jorgensen and Stedman (2001) indicated that place dependence pertains to the functional attachment to a place and how well the places' functions support certain goals or desired activities, while Lewicka (2011) recognized place attachment as relevant to the emotional attachment and affective bonds of a place. These categories of abstract place meanings that considerably overlap with the categories revealed by other studies represent the basic aspects of places that stand out to people.



Perception of place is not only about the individually developed place meanings which guide how people perceive particular landscapes. Variation between landscape perceptions can result from the differences in the personality of the perceiving individuals and their physical environment (Jacobs, 2011). As an example of the effect of personal characteristics, Berg and Winsum-Westra (2010) demonstrated that a personal need for structure positively correlated with the perceived beauty of manicured allotment gardens and negatively with the perceived beauty of wild allotment gardens. Another study revealed that specific characteristics of physical environments were identified as attributable to the form of place perception, including size, location, scale, and texture (Yazdanpour, 2014), and certain landscape attributes (i.e., level of shoreline development) as predictive of certain meanings related to place perceptions and satisfaction (Stedman, 2003). Regarding landscape issues, considerable work has been done on the relationships between landscape, place, and place perception. The common approach is to consider landscape as an object of analysis (an area, district, and scene), emphasizing the physical character of the landscape as a product of natural and cultural elements, and refer to “place” in the context of experience (Saar & Palang, 2009; Soini, 2007; Wylie, 2007). In the case of residents and citizens, “landscape” is defined as the dwelling place in a normal geographic or administrative district that is not external to the respondents (Brown, 2007; Soini, 2012). From this

perspective, “landscape” and “place” cannot be seen as opposites but rather as inseparable (Cresswell, 2003; Saar & Palang, 2009). Every place is a part of some landscape and, conversely, every landscape is part of some place (Soini, 2012). Landscape is mostly considered not as a view subject but that which can be operated; this leads to landscape and land management issues (Locokz, Ryan, & Sadler, 2011; Soini, 2012). In this situation, most studies point toward a positive relationship between landscape appreciation and the degree of place perceptions and emphasize the effects of aesthetics and social relations on the components of place perception (Brown, 2007; Soini, 2012; Wartmann, 2018).

Another perspective was traced to the place perception from external tourists and visitors. Research indicates that visitors’ place perception plays an important role in visiting a destination as it may be involved with tourism experience and motivation (Cheng, 2015; Poria et al., 2006). Additionally, it has been confirmed that the attributes of the destination and tourists’ identity will also lead to certain levels of sense of belonging and emotional involvement with a place (Poria, Butler, & Airey, 2004). Subsequently, many researchers have suggested that place emotional bonding can be used in destination management and marketing (Gu & Ryan, 2008; Tsai, 2012; Walsh et al., 2001). Some specific factors of the two constructs have been identified to explain the interactions involved in visitation and tourism

processes. Landscape experiences perceived with familiar elements or aesthetics and touristic recreation values are significant in forming a higher perception of the place. Research has also discussed variances in the components of place perceptions, including place identity and place dependence (Allan, 2016; Hwang, Lee, & Chen, 2005; Williams & Vaske, 2003). It has been demonstrated that attachment to a natural area represents an individual's internalized perceptions of the natural area (i.e., identity) and the extent to which people feel that visiting the natural area will fulfill motivational goals (i.e., dependence; Line & Costen, 2011). Regarding a cultural destination, tourists from the same cultural background as the host community develop place identity while tourists from different cultural backgrounds tend to express place dependence (Hou et al., 2005).

Yet, factors of place perception concepts embedded in landscape values and special place approach have not been fully examined. In this research, we included scale items pertaining to place attachment and place dependence developed in the previous empirical studies in a survey of visitors to the large-scale sites, to determine potential associations between factors of place perception constructs and tourist landscape experience.

## Chapter 3      Methodology and analysis approach

### **3.1 Overview of methodology in this research**

Corresponding the research questions dealt in this study, three kinds of method combining the online content analysis and field work was adopted and developed. First is content analysis on the online text review, in which the data is coming from UGC (user-generated-content) text reviews with the method of text processing and quantitative analysis transformed from information processing field. It is used for investigate the content and characteristic of tourist landscape experience in chapter 4 and 5. Second is the content analysis on image data, in which the data is coming from UGC (user-generated-content) photographs with a method based on qualitative categorization and description. It is used for investigate the content and variation of viewpoints and view-objects in Chapter 5. The last is field work survey collecting the on-site responses of measurement about on items of place perception factors using on-site questionnaire of scale. It is used for investigate relationship between place perception and landscape experience in Chapter 5.

### **3.2 Overall review of methodology in tourism experience and landscape perception**

Basically, there are two approaches identified in the landscape research field: objective and subjective. Objective approach assumes that the landscape is an inherent characteristic and physical attributes of the environment determine its aesthetic value. On the contrary, subjective approach assumes that is in the eye of beholder and aesthetic value of an environment can be determined through subjective evaluation. There are also studies which have integrated both objective and subjective approaches. Based on the two main directions, Zube et al. (1982) identified four research paradigms on landscape evaluation and perception which are; expert, psychophysical, cognitive and experiential paradigms (Taylor et al., 1987). The expert paradigm: this paradigm is based on expert judgments of visual quality of landscapes. Evaluation of landscape quality depends on formal characteristics of the landscape such as landform, vegetation, color, texture etc. Another assumption of this paradigm is that natural ecosystems have the greatest aesthetic value. This paradigm is criticized for the lack of user environment and being incompatible with users' perceptions (Kaymaz, 2012). Furthermore, S. Kaplan (1988a) points out that experts perceive visual environment different to other people, and expert judgments are "a dubious source of objective judgment" about what other people really care about in the landscape. The psychophysical paradigm: In psychophysical paradigm, in contrast to expert paradigm visual quality

of the landscape is evaluated by the general public or special interest groups. The main assumption of this paradigm is landscapes have a stimulus property which is external to the observer who perceives the landscape without conscious thinking. Ranking and sorting are widely used techniques in visual assessments within this paradigm. The cognitive paradigm focuses on why people prefer particular landscapes. This kind of research is directed mostly towards developing a theoretical basis. In contrast to psychophysical paradigm, cognitive paradigm assumes that cognitive processes influence aesthetic judgments. Mostly verbal evaluation techniques, such as semantic differential analysis and adjective checklists, have been used to evaluate preferences and meanings. Most of the evolutionary theories on environmental perception (e.g. prospect- refuge theory and information processing theory) form a basis for this paradigm. However, this paradigm neglects the physical environment and rather focuses on meanings associated with landscapes (Taylor, 1987). Finally, the experiential paradigm focuses on human-environment interaction. Human experiences affect the landscape's perceived value. This approach is commonly used in "sense of place" studies and mainly by geographers. However, experiential approach is more subjective than cognitive and psychophysical paradigms (Taylor, 1987).

Although paradigms explained above may seem completely different from each

other, each contributes to overall comprehension of environmental perception. In terms of design and planning, the expert paradigm has been the most used approach in visual landscape perception. However, there is a certain need for involvement of public or users in order to create enjoyable places for people. Under cognitive and experimental paradigm, landscape preference and evaluation studies are generally based on public or user (non-expert) evaluations. One common approach is to use ranking, rating or sorting of visual stimuli and verbal instruments which are popular tools in determination of landscape preferences. Participants are asked to rank, rate or sort visual stimuli according to their preferences. The outcomes can be evaluated in terms of most and least preferred scenes, preference predictors (e.g. elements of preference including coherence, diversity, naturalness etc.), correlations between preference and predictors, content analysis of preferred environments or comparison of different landscape characteristics.

Another common method evaluate public landscape perception is represented by the Scenic Beauty Evaluation (SBE), or the Semantic Difference (SD) Method derived from psychological field, in which the landscape object is evaluated based on the descriptive adjectives, commonly picked and selected from dictionary by researchers, to be presented to the public participants. The participant would value the object at different levels in the dimensional space constituted by these adjectives

with different tendency, and then the factor analysis can be conducted to determine the main dimension for the assessment of object. Problem is that the descriptive items are selected from a given fixed context, and the result is exclusively referred to the landscape and sensory aspects of users or local communities which is rarely connected to the real perception and experience embedded in real practices. Besides, the method is basically based on the field survey on-site, which is quite restricted to obtain the wide opinions from general public and thus present limited both in validity and efficiency.

The perception and experience of landscape is kindly evaluated by text and images. Usually the verbal instruments such as verbal descriptions and bipolar adjective scales are used for studies such as assessment of human landscape preferences. People can explain their preferences better by using words in details rather than rating or ranking visual stimuli. Although verbal assessments are quick and low-cost, analysis of the data may not be easy. Different people may use different adjectives or descriptions for the same preference judgment. Therefore content analysis of verbal descriptions should be done in a rather scientific way in order to improve accuracy of results. On the other hand, methods like bipolar adjective lists, or semantic differentials as described above, have been criticized for presenting adjectives selected by the researcher and therefore limiting representing the real



attitude and feelings of people. Although Echelberger (1979) states that semantic differential may contribute to landscape preference assessment, R. Kaplan (1985), on the contrary, claims that using adjectives does not tell much about preferences.

Alternatively, photo-based landscape perception and assessment methods are also definitely applicable for the study of tourism-related landscapes, particularly in relation to ocular-centric tourist experiences. The use of photographs is regarded basically as a valid surrogate for the real landscape even if there are some limitations. In instances where the principal academic goal is to advance theory, qualitative photo-based approaches such as participant photography, open-ended queries and sorting tasks might be a primary choice. Visitor-employed photography (VEP) might operate as unprompted response and is thus particularly interesting as a measure of landscape experience in tourism. A main drawback with this experimental approach is that if one has specific research questions, such as asking tourists about their perceptions and preferences for certain landscape features, one has no guarantee that visitors will take pictures of the particular areas under the researcher's consideration.

### **3.3 Study on UGC data and online user group**

UGC has been described as creative work that is published on publicly accessible

websites and is created without a direct link to monetary profit or commercial interest. Since its appearance in the 1990s (Shao, 2009), UGC websites have evolved into multiple forms: virtual communities (e.g. Lonely Planet), consumer reviews (e.g. TripAdvisor), personal stand-alone blogs, blog aggregators (e.g., LiveJournal), and microblogging platforms (e.g. Twitter); as well as social networks (e.g., Facebook), media sharing tools (e.g. Instagram, Flickr for images, YouTube for videos), and wikis (e.g., Wikitravel; Xiang & Gretzel, 2010). Arguably, blogs and virtual communities are the earliest UGC providers, and are also become far earlier a common tool for research.

The emergence of UGC data has apparently brought new opportunities for landscape research and tourism studies. By providing enormous and cost-effective data beyond expensive and labor-intensive on-site observations and surveys, the data have the potential to change the way research is conducted in understanding the surrounding environment and society. While users can provide comments, share information and communication through these platforms, they also record geo-located information and personal and commutation information, which can be further analyzed. UGC data is often unstructured and can be either textual (direct language and comments) or non-textual (pictures, videos or audio). Capable of reflecting users' real emotion and opinions, it has been widely used in a series of

studies from different perspectives, such as understanding disasters, demonstrating temporal and spatial patterns of happiness, revealing thematic characteristics of places and the meaning of specific locations, tracing the patterns of tourists in the city as well as in natural settings, depicting urban activities and traffic behaviors and presenting cultural ecosystem services. Photos on Flickr or other imagery data can be used to visualize environmental perceptions in novel ways, including urban image at a global scale and green urban impressions in Shanghai and Tokyo. The topics and the extent of studies based on UGC data have expanded drastically in recent years (Wang et al., 2018).

Compared to traditional surveys, UGC has a number of advantages as a research mode, including data availability, speed and simplicity of data collection, and its use as a nonintrusive source that lacks the complications associated with direct interactions with human subjects. It has been applied in various academic fields and is considered to be implicated and beneficial in the issues of service quality, destination image and reputation, electrical word of mouth regarding marketing, experience and behavior pattern of tourists particularly in tourism field as listed partly above. Online text material is abundant for its semantical information which may reveal simultaneously the interesting preference, the special description and the affective tendency owned by the consumers. On the other hand, the images shared

online provide visual evidence of travels or vacations and data produced and registered have helped researchers create and define new methods of observation and analysis of a place to understand tourism dynamics. Such data contributes to a common knowledge about places visited and people's behaviors, information that could be very important for local administrations, travel agencies and other organizations. For this kind of reason, we chose the online UGC data containing both text and images as our main data source to investigate the touristic landscape experience and perception presented by online users.

### **3.4 Background information of study sites**

Our study selected the Akashi Kaikyo Bridge in Japan as a focus of analysis, which has a massive visitor population of diverse groups coming from all over the world, taking the Tokyo Rainbow Bridge as sub subject constituting the large-scale structure group. As a source of comparison, we also chose the Kurobe Dam as a contrasting kind of structure, together with the Irabu Bridge which provided a contrast of location for the same constructed form. In part II, we take the Bandai and Eitai Bridge as representation of non-large-scale structure group which are attracting touristic focus enough. All of these sites are considered to be good representatives of where tourists undertake visits specifically to infrastructure sites (table 3.1).

Table 3.1 Summary of study sites

Site	Location	Form	Tour condition
Akashi Kaikyo Bridge	Akashi, Hyogo	Large-scale bridge	Tour package in IT panel*
Tokyo Rainbow Bridge	Tokyo	Large-scale bridge	Visiting spot
Irabu Bridge	Okinawa	Large-scale bridge	Visiting spot
Kurobe Dam	Kurobe, Toyama	Large-scale dam	Tour package in civil field
Bandai Bridge	Niigata	Normal bridge	Tour package in IT panel
Eitai Bridge	Tokyo	Normal bridge	Historical heritage

\* IT panel refers to the collection of infra-tourism projects posted in the infra-tourism portal website of MLIT (see figure 1.2)

Completed in April, 1998, the Akashi Bridge was built to be the world's largest suspension bridge, covering a span that is 3,911m long, with a main tower that is about 300m high. From 2005 onwards, official commercial tours called the Akashi Kaikyo Bridge - Bridge World, were offered to visitors. Based on existing tours of the Sydney Harbor Bridge in Australia, the Akashi official tour aimed to deepen public understanding of the business of road and bridge infrastructure construction, thereby seeking to enhance public interest in the technology involved in the administration and management of social-capital. The Akashi Kaikyo Bridge is located across the Hyogo Prefecture city of Kobe on Honshu with Awaji Island, the largest island in the Seto Inland Sea. Completed in April, 1998 and built as the world's largest suspension bridge, it owns a span of 3,911 m length and a main tower of about 300 m height. Running with the Kobe-Awaji-Naruto Expressway, the bridge functions as a key structure of the infrastructure groups planned to link

Honshu with Shikoku. Tour participants are guided to discover the hidden technologies and history of the bridge, owning the chance traversing the maintenance pathway and reaching the top of the tower that is usually not accessible to the public. The tour is now included as one of the official tour panels of infra-tourism presented on the portal sites by Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism of Japan (see figure 3.1).



Figure 3.1 Study site of Akashi Kaikyo Bridge and promotion of official tour

The Tokyo Rainbow Bridge, officially called the Tokyo Bay Connector Bridge, is a 798m suspension bridge that crosses from the Shibaura Pier to the Odaiba waterfront in the Minato Ward. The bridge was completed in 1993, carrying the Capital Expressway as well as a subway route. Due to the excellent scenic views it offers, especially of the illuminations at night, and its superb geographical location,

it has also proved to be a great tourist attraction and it has acquired symbolic status that exceeds its original conception (figure 3.2).



Figure 3.2 Study site of Tokyo Rainbow Bridge and official guidance of walking route

The Irabu Bridge is also both large structures that are famous visitor destinations. The Irabu Bridge is located in Miyakoshima, Okinawa. It is one of the most popular tourist destinations in Japan. Completed in 2015, the structure stretches a total of 3,540m, linking Miyakoshima with Irabu Island as part of the prefecture road in Okinawa (figure 3.3).



Figure 3.3 Study site of Irabu Bridge at Okinawa

The Kurobe Dam, completed in 1963, is the largest and tallest arched dam structure in Japan. Its massive scale, the superb surrounding mountain and lake environment, and the impressive flow of 10m<sup>3</sup> of water per second have made it a popular tourist attraction, with more than 1 million tourists visiting the dam every year. The dam is a prominent candidate in a dam visiting wave named “dam mania” that has developed in recent years across Japan. The dam construction process also provides an impressive tale of difficulties and hardships, which was recorded by mass media and is made available to visitors to the site. The structure is located in the upstream of Kurobe River, in the Toyama Prefecture, and functions as the key structure in the Kurobe Fourth Electricity Projects. The tourism facilities in Kurobe Dam are now sufficiently developed to meet visitors’ demand, including a mountain sightseeing



route, trails and cable cars as well as transportation tools. Normal people who is extremely interested in the dam structure would visit the dam across the nation and collect the dam cards which are released by the official authorities at the dam sites.



Figure 3.4 Study site of Kurobe Dam project and guidance of tour path

The Bandai Bridge is a road bridge over the Shinano River in Chuo Ward, Niigata City, Niigata Prefecture, designated as an important cultural property of the country. The existing bridge was completed in June 1929, and it is a reinforced concrete bridge connecting six arches with granite (granite) veneers on the sides with a length of 306.9m and width of 22.0m. It is recognized as a civil engineering heritage recommended by the civil engineering society on November 23, 2002 because of high cultural value (figure 3.5).

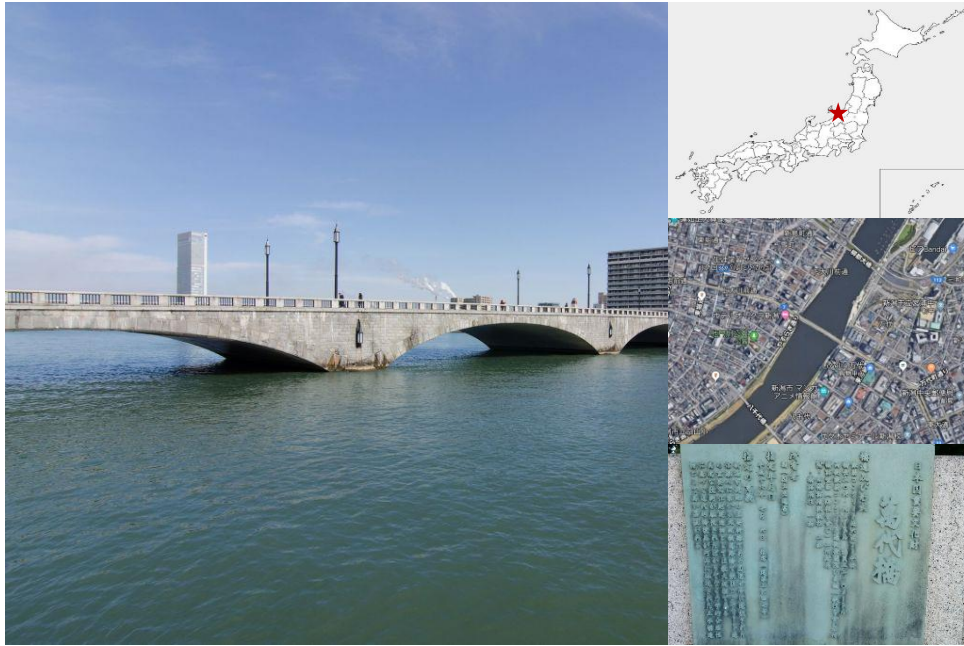


Figure 3.5 Study site of Bandai Bridge at center of Niigata urban area



Figure 3.6 Study site of Eitai Bridge at Tokyo urban area

Similarly, The Eidai Bridge is a bridge that spans the Sumida River, Tokyo, designated Important Cultural Properties of the State, with a span of 184m length and width of 25m, On June 18, 2007, the bridge was designated as an important

cultural property (building) of the country along with the Katsusu Bridge and the Kiyosu Bridge, both of which are the same as the prefectural road bridge and spans the Sumida River (figure 3.6).

### **3.5 Content analysis for text reviews**

The online review text from infra-tourist users is used as main data source to reveal the tourist-landscape experience for these infrastructure objects. A four-steps process has been developed for extracting information on landscape values from the online user-generated-reviews by tourists (see figure 3.7). Based on a framework which is presented by the DIKW (data, information, knowledge, and wisdom) Pyramid (Rowley, 2007). The part of data-building at the bottom layer is responsible for gathering the reviews from the attraction page at TripAdvisor website by a self-made scraping program. The review texts would then be pre-processed for later stages. The part of category system building, lying in the middle of the framework, aims at applying the theoretical framework of cultural values model (CVM) into the processing objects. The part of statistical analysis at the top layer is designed to quantitatively compare the categorizing result in different groups and extract the significant meaning from those variation.

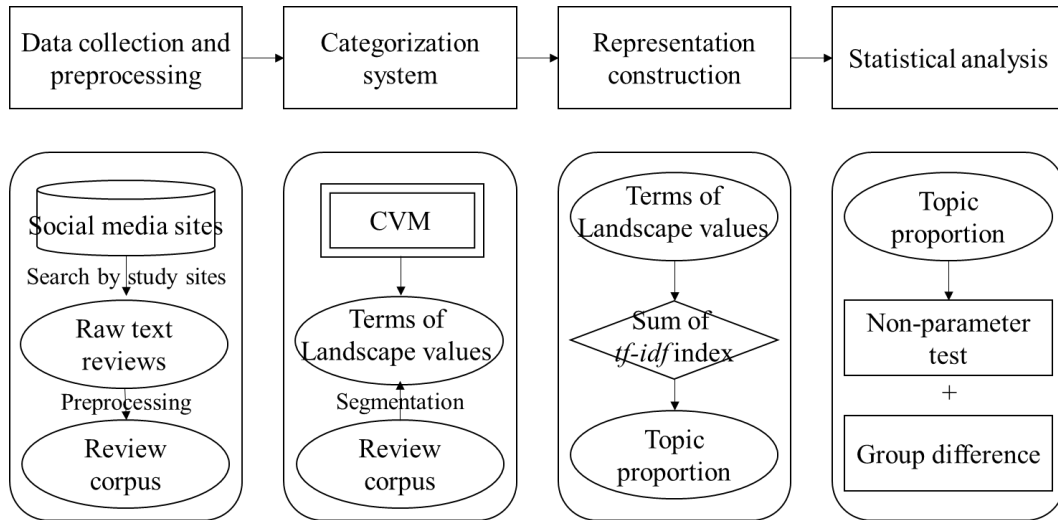


Figure 3.7 Content analysis framework for online text reviews

### 3.5.1 Data collection and processing

We chose the TripAdvisor website, which is the largest online travel service, to collect tourist review data (figure 3.8). We used a self-developed web-scraping program to gather the review data for subsequent processing. After the study sites were determined, the standardized names of the various structures were input as keyword searches. As review texts can only present a language consistent with the language settings in the domain name, the data for each separate Japanese, Chinese and English cultural group had to be extracted using the relevant name in the corresponding language (this can be automatically provided by the website search box). The initial variables in the dataset included: the review id, user id, user name, date of review publication, review title, review content as well as user-produced images. All of the review content was processed as text to be analyzed. Drawing on

our previous experience of text processing (Marine, 2016), a pre-process was performed after the data had been gathered. The cleaned dataset after pre-processing was then prepared as material for content analysis. Finally, the collected text review data is presented as table 3.2.



Figure 3.8 Typical profile of UGC data form from *tripadvisor.com*: including text reviews and images, user and ratings respectively under each study site object

Table 3.2 Overview of the datasets

	Time period	Number of reviews	Total length of review content	Number of specific word units being extracted
Akashi Kaikyo Bridge		377		
Japanese group	2009~2018	235	17,715	1,927
Chinese group	2008~2018	94	6,305	1,573
English group	2008~2018	48	6,991	1,175
Kurobe Dam	2009~2018	460	45,260	3,115
Irabu Bridge	2015~2018	710	48,149	2,864
Tokyo Rainbow Bridge	2009~2018	626	38,677	2,756
Bandai Bridge	2015~2018	302	24,760	2,045

It should be noted that it is not common to provide and present the user profile at the case of UGC research context. Since this research is expected to do the comparison among different study sites based on the same UGC data source, the data reliability and comparability should be specified through part of the profile information which is summarized as table 3.3. (Akashi, Rainbow and Kurobe sites)

Table 3.3 Identification on the user profiles of UGC data at Akashi, Rainbow and Kurobe sites

	Akashi Bridge	Rainbow Bridge	Kurobe Dam
<b>Gender</b>			
Male	106	230	183
Female	54	147	115
<i>Unknown</i>	75	249	162
<b>Age Group</b>			
13-17	0	1	1
18-24	2	3	5
25-34	21	38	37
35-49	86	130	104
50-64	59	121	81
65+	12	33	27
<i>Unknown</i>	67	300	205
<b>Other index</b>	Location; Registration time; User level; Visiting numbers...		
Chisquare Test for G	Sig for A_R: 0.2935; Sig for A_K: 0.3565;		
Chisquare Test for A	Sig for A_R: 0.4342; Sig for A_K: 0.2995;		

It is verified that the respective numbers under each index and the test result between

each of sites have indicated a similarity of distribution of each index, which rationalize the tourist groups comparable among these kinds of infrastructure sites.

### *3.5.2 Construction of categorization system*

The constructed analysis framework would then be applied to the analysis units. This study, consistent with the previous content analysis practices, took the basic text component – word – as the analysis unit. To achieve this, a word segmentation, which is common and universal processing technique used in text mining, is demanded to extract the word components in the content text of six datasets. To fit the research question on the different cultural groups represented by the content in different language, we use the KH Coder with a latest version for our segmentation tool, as the free software support the multi-language processing including Japanese, Chinese and English.

A Stanford manager for English, Chasen system for Japanese, and Jieba system for Chinese text were used respectively as segmentation engines fooled by the software settings. The word segmentation process was performed by following procedures: Import the each dataset into the KH Coder software as each project, setting review content text as analyzing target and select processed language and the segmentation engine. Input the self-defined dictionary and list of stop words. Despite the existing



libraries on the online dictionary and stop words lists for general text mining, a self-made specific term lists is still required to fit into the study objects. Firstly, we randomly choose the subset of one dataset as the pre-segmentation test to import into the software without specifying the words list. We then check the segmentation result combining with the original content, to identify the special words which should be processed as integrate terms, and identify the meaningless words added into the stop words list. The new terms dictionary and stop-words list were then be used in the repeated segmentation process of the same dataset. The output would be again checked to find if there are odd results included in the segmentation. Repeat the process until no modification is needed and then the formal segmentation was conducted with the self-made dictionary and the segmentation result was then saved as the term list for each dataset. Arrangement of extracted words in the term list is based on the term frequency in the one overall dataset.

The purpose of the categorization system was to build a middle layer through which review content could be identified for analysis by using an existing theoretical framework. First of all, the categorization system had to be determined on the basis of previous studies. For this we used the CVM model proposed by Stephenson, which was outlined in chapter of theoretical base above. On top of this, finer degrees of classification were developed according to the work of previous related study



(Bieling 2014), which added further sub-categories to the basic CVM, especially with regard to relationship values.

After reviewing these two principal categorization systems, we made some additional modifications to suit the large-scale infrastructures we were focusing upon in our study. The categorization system and operational definitions applied to the dataset are shown in table 3.4.

Table 3.4 Category system for the review content based on CVM framework

Categories of Landscape values	Description for the index	Representation sample of typical words
Forms	physical, tangible and measurable aspects of objects	
Nature	Physical forms of nature elements	Sea, sky, mountain...
Structure	Physical forms of structure elements	Bridge, dam, building...
Practices	Activities and practices of human at place, as well as natural process	Walking,           photographing, cycling...
Relationships	Values based on the interaction of human-landscape and human-place	
Aesthetics	Aesthetic perception for landscape and scenery	Beauty, lighting, scenery...
Images & feelings	Images and feelings derived from visiting and viewing	Worth, pleasant...
Landscape properties	Perceived values based on landscape properties	Longest, massive...
Place-awareness	Reference of place and location	Name of locations
Socio-cultural	Perceived values based on social and cultural related information	World, japan, country...
Tourism elements	Tourism and hospitality activities	Tourism, visiting, hotel...

Word segmentation was applied to the review content so as to extract single words as terms to be categorized. The segmentation process was performed using the KH Coder tool because it is able to deal with multi-language text in its latest version. A self-made dictionary and stop-words list was used in the segmentation processing and the segmented results were saved as a term list. After the term list was completed, the words extracted from the review content could be assigned to their respective categories. The process of assignment had to fully consider both the contextual meaning of each word and the operational definition of each category, so as to ensure specific units were correctly assigned, as far as possible. There was neither any need, nor was it practical to deal with all of the words in the term list. We therefore set a threshold level for term frequency in order to ensure that only the more commonly-used words featured in our analysis. Low-frequency words have little impact upon representative approaches to textual content. As there was not a consistent average number of reviews across the six datasets, we set the threshold as 10% of the highest frequency in the term list rather than a fixed number, so that we could produce a similar number of words to be analyzed in each dataset. In the end, a total of about 200 words was included in each category and the results were then saved as term-category lists for each of the objects.

To ensure the validity of the categorization process, the categorization was

conducted twice by the research separately, then the results were compared to examine any discrepancies regarding specific terms. For any terms where this happened, because of multiple meanings or specific contextual pairing, they were placed back in the content and a judgement was made collectively regarding which category they might most appropriately be assigned to.

### *3.5.3 Representation building*

The segmentation results and term-category lists produced in the previous stage were used to establish a representation for the content of each single review of these datasets. All of the review content was decomposed into single words, which represented the major terms present in the term-category lists. These terms then corresponded to their over-arching category and the word composition could be mapped to the category composition using a specific conversion rule. As a result, the content of each review could be represented by categories derived from the theoretical framework. This approach is similar to the topic-model approach used in text-mining, where it is assumed that each text document can be regarded as a distribution of specific topics composed of identifiable topic words. The difference here is that the topics in the topic-model are automatically formed using computational algorithms and the distribution is a collection of all the words presented, with different probabilities relating to each topic. Thus, the category

representation is a definite result that can be seen as artificial topic-formation with each of the words contained in the category also being artificially determined. Borrowing on the idea of the topic-model, the content of each review can be seen as the distribution of the theoretical categories.

Here, we used a *tf-idf* index for each word instead of a frequency index to calculate the proportional distribution of each category of landscape value. The *tf-idf* is the product of two statistics, term frequency and inverse document frequency. There are various ways for determining the exact values of both statistics. In the case of the term frequency  $tf(t, d)$ , the simplest choice is to use the raw count of a term in a document, i.e., the number of times that term  $t$  occurs in document  $d$ . If we denote the raw count by  $f_{t,d}$ , To remove the effect the length of different reviews, we choose the term frequency as:

$$tf(t, d) = \frac{f_{t,d}}{\text{total number of words in } d} \quad (1)$$

The inverse document frequency (*idf*) is a measure of how much information the word provides, i.e., if it's common or rare across all documents. It is the logarithmically scaled inverse fraction of the documents that contain the word (obtained by dividing the total number of documents by the number of documents containing the term, and then taking the logarithm of that quotient). In this research, the *idf* value is calculated by:

$$idf(t, D) = \log \frac{N}{|\{d \in D: t \in d\}| + 1} \quad (2)$$

In which  $N$  is the total number of documents in the corpus, and  $|\{d \in D: t \in d\}|$  is number of documents where the term  $t$  appears. Since the term is possible to be not in the corpus, this will lead to a division-by-zero, therefore it is common to adjust the denominator to plus 1 to the value. Then  $tf-idf$  is calculated as:

$$tfidf(t, d, D) = tf(t, d) \cdot idf(t, D) \quad (3)$$

A high weight of  $tf-idf$  is reached by a high term frequency (in the given document) and a low document frequency of the term in the whole collection of documents; the weights hence tend to filter out common terms. Since the ratio inside the  $idf$ 's log function is always greater than or equal to 1, the value of  $idf$  (and  $tf-idf$ ) is greater than or equal to 0. As a term appears in more documents, the ratio inside the logarithm approaches 1, bringing the  $idf$  and  $tf-idf$  closer to 0.

The  $tf-idf$  value is a common index for evaluating the importance of specific words in a single document. It is controlled by both the  $tf$  as a frequency and the  $idf$  that is derived from the frequency of documents containing that word. Using the  $tf-idf$  value as an evaluation weight for calculating the distribution is a reasonable way to proceed because it excludes the effect of word commonality and consequently reflects the actual importance, not just the numerical proportion of each category in the overall distribution. Generation of the content-category distribution was performed using an R tool and the results were saved as content-category

distributions that could then be statistically analyzed in the next stage.

#### 3.5.4 Statistical test

To fit the analysis approach of comparison, we first transformed the topic-document dataset in *tf-idf* value into interpretable topics proportion related to the category of landscape values. Since the *tf-idf* value of each topic depends on the context in each of corpus, topic proportion is set to be the index in order to do the comparison in a unified level without effect of original text in collected in different groups.

$$v_{k,d} = \frac{\sum tfidf(t \in k)_d}{\sum tfidf(t)_d} \quad (4)$$

Based on the content-category distribution, a comparison of each category between two or more datasets was performed to find statistical variations. The datasets to be compared were grouped as one large set for analysis, with the variables identifying their type added according to the research questions. As the study was mainly investigating the relationship between landscape value categories for each group, other variables were excluded and only the categories relevant to the element analysis were preserved as features (or attributes) of the review content records. The proportional distribution of each category was seen as a continuous numerical value, whilst the group types for the datasets were set as classification variables. For the comparison between the different datasets for the different groups, a non-parametric test, i.e. the Kruskal-Wallis test, was performed because of the non-normal data

distribution. The Kruskal-Wallis test can handle comparison of two or more multi-value groups. The results of the test can then indicate if any variation in response values can be considered statistically meaningful and help to identify the significance of the difference between the different groups. In view of the relatively large amount of review data in each dataset, this test enabled us to identify any significant differences within the content. Considering relatively rough precision of non-parameter test compared to the t-test method used for normal distribution, the standard value of significance is prone to be sensitive due to the form of dataset, this research thus would set the different value as 0.001 or 0.0001 to control the judgement. Besides, it should be informed that the non-parameter test is not directly used to compare the difference of mean value, which is basically used as representation of difference. Case that a largely different distribution (say with a different variance) may generate a similar mean value might provide an uncertain result to be further discussed.

The other analysis method is to use the differential figure developed in structural text modeling method, as the complementary and graphic tool for visualization. Here, we fit the dataset after categorization and *tf-idf* calculation process into the topic-modeling paradigm, in which, each category of landscape value is considered as the one “topic”. The different is that the topic in the normal topic-modeling

method is mathematically extracted from the review text by the probabilistic model with one topic covering all of terms with different probability of being assigning to the topic, while in the content analysis, the “topic” is turned into the artificial defined categories covering only certain terms respectively according to their definitions. The ultimate result of both method has generate the proportion of each “topic” within certain text and the proportion could be used for subsequent analysis and simulation.

The generated topic (= category of landscape value) proportion of each review text  $v_k$  is considered as a kind of influenced consequence under the effect of external properties of research objects or group on the  $k$ th topic which are considered as varied independently, and they are identified by a single-factor linear regression model. Using  $v_k$  as the dependent variable and the external properties of group, denoted by *group*, as the independent variables. The regression models are shown as follows:

$$v_k = \beta_{0,k} + \beta_{1,k}group \quad (5)$$

Where  $\beta_{0,k}$  and  $\beta_{1,k}$  is the estimated regression coefficients about variable group, which were used to measure the effects of external properties on the proportion of the  $k$ th topic in the text corpus. Since in this research, the comparison is basically conducted between two kinds of group, the external property group is dummy variables with 1 indicating that the text was under the group identified with certain



property, and 0 indicating that the text was not in the group without the certain property. The regression formula means the average change of  $k$ th topic proportion by the variation of group category.

To visualize the average change of topic proportion and in order to compare the difference with a statistical meaning, first we generate a simulated normal distribution  $sim\beta_k$  of coefficients  $\beta_{0,k}$  and  $\beta_{1,k}$  to balance the deviation for the non-normal distribution of original proportion data used in regression model. The dimension of distribution  $ns$  is set the same as the larger size of dataset in the two of each group, and the mean and deviation of the simulated distribution are respectively specified as the estimated value and covariance between the two categories (1 and 0) of group.

$$sim\beta_k = \begin{pmatrix} N(\beta_{0,k})_{ns} \\ N(\beta_{1,k})_{ns} \end{pmatrix} \quad (6)$$

Then, we calculate the simulation result for the proportion with the simulated coefficient and covariance to obtain the simulated distribution of topic proportion under each category of group based on the former regression formula:

$$\begin{pmatrix} simv_1 \\ simv_0 \end{pmatrix}_k = \begin{bmatrix} 1 & 1 \\ 1 & 0 \end{bmatrix} sim\beta_k \quad (7)$$

With the result, we are able to get the difference of  $k$ th topic proportion between the two categories by:

$$diff_k = simv_{1,k} - simv_{0,k} \quad (8)$$

and the mean value of the difference as:

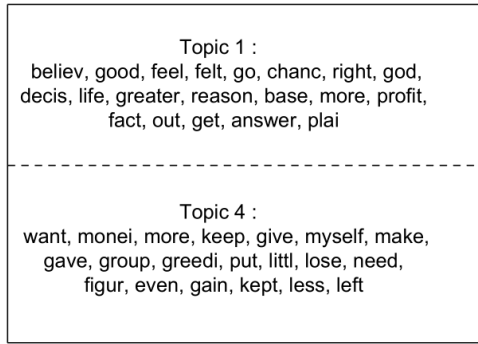
$$meandiff_k = \frac{\sum_i^{ns} diff_{k,i}}{ns} \quad (9)$$

for a certain level of confidence interval *ci.level* (such as 95%), we can get the terminal point of the difference  $diff_k$  according to the probability density function of normal distribution at:

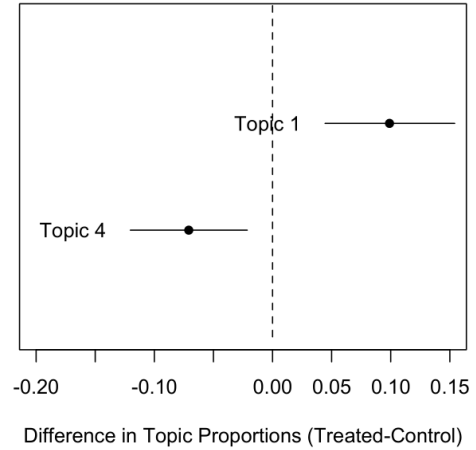
$$a_k = \frac{1 - ci.level}{2}, b_k = 1 - a_k \quad (10)$$

That is to say, if we take the 95% as the default level of confidence interval, then we have 95% confidence to convince that the difference of the topic proportion between two category of group would fall into the range of  $a$  to  $b$ . A difference scope containing 0 would indicate that we cannot reject the possibilities of 0 differences which means that there is no significant difference between the two categories of group for  $k$ th topic. And if the scope has leave away from 0, then we can convince that there is rare possibility for the difference being 0 as no difference.

The analysis approach is originally used in the estimation of effect on topic proportion in structural topic modeling (STM) method, and has applied in much of work addressing text information and external factors (figure 3.9).



(a) Topics identified by certain terms



(b) Visualization of difference (diff is produced between value of right & value of left)

Figure 3.9 Difference presentation of two verbal topics based on STM method (Roberts, 2013)

Besides, it should be informed that either of the statistical method is considered to be a relatively rough estimation for the effect of external factors due to the abnormal distribution form of topic proportion remained in the context. In following analysis on the tourist landscape experience extracted from the text reviews, we would combine the two types of approaches to conduct a comprehensive judgement to examine the tendency of experience and perception on each group.

### 3.6 Content analysis for images

Analysis on online user images is conducted to reveal the trend of touristic viewing at the infrastructure sites and investigate the relationship between the viewing and the tourist landscape experience which is represented by the review text analyzed in

the former section.

### *3.6.1 Data collection*

Data of images is also collected from the tripadvisor.com platform by the self-made program in the site of Akashi, Rainbow, which are specified as the group of large-scale infrastructure subjects, and in the site of Bandai and Eitai Bridge, which is collected as the contrast to the former. Generally, the online UGC images are the common research tool to reveal and investigate the public landscape perception and tourism experience in many of studies as reviewed in former chapters. Particularly, since the online images is basically originally generated by the visitors and tourists themselves in the real visiting field, it is also considered to own the function with the photo records from VEP (volunteer-employed-photograph) method, and since those uploaded to the platform for the review are often the most representable and impressive ones the users considered as their personal records, online images are much better suit for the evaluation on the tourists' actual viewing preference and visual experience refers to the tourist-landscape.

It should be informed that one tourist may produce multiple photos. There are basically two ways to deal with the replication. Some studies had conducted a selection process to pick only one photo for one user as the analysis unit. There is

also studies to fill out most of the repeated and similar photos to keep the uniqueness for subsequent analysis. This way may remove the information about the personal preference. Another way used in this research is that the images are dealt as the single dataset and one image would be referred as one analysis unit at the single site. When it comes to the relationship between the text review and images, the landscape experience represented by the photo is considered to be occurred multiple times by the same producer, which is supposed to be the same content regarding the corresponding review.

### *3.6.2 Data encoding*

The encoding paradigm is generally followed by the landscape perception model developed in civil engineering field, which had been constituted by the three parts of viewpoint, view-object as well as viewing field constituted by the former.

To explore the distribution of scenic views perceived by the visitors, photographs were classified by the breadth of view. All photos were organized and coded under the same configuration. The photographs were aggregated and placed into categories firstly according to viewpoint, the relative location regarding the structure object when taking photos. Basically, we specify the “Internal” viewpoint as viewing taken inside the bridge structure and the “external” viewpoint as viewing

taken outside the bridge structure, which can be easily cleared from the content of image. As for the external viewpoint, we further refine the location considering the relative distance and the viewing compositions as close-viewing, mid-viewing and far-viewing. Related method was described by De Veer and Burrough (1978), which suggests that the effectiveness with which an element covers a view depends on its distance from the observer. According to De Veer and Burrough (1978), objects farther than 1200m away are normally considered not to delimit the space perceived, because the fine details can no longer be discerned by the naked eye. In practice, the critical distance varies from approximately 1000 to 1300 m depending on the color, contrast, and extent of the objects seen, and the meteorological conditions. Objects further than the critical distance are called “extraocular.” The near ground extends from the observer to approximately 0 to 500m and objects lying within this space are called “intraocular.” Between the two critical distances are objects called “ocular”. The idea was also applied in this research, providing a reference threshold distance to help determine the types of external viewpoint to be close/foreground, middle ground, and far/background (table 3.5).

Table 3.5 Categorization system of UGC images

Viewpoint	View-object	Photo types
Internal: inside structure	S1: Structure main	N: Scenic viewing
External1/close viewing	S2: Structure detailed	P: Practices & activities
External2/Mid viewing	E: Surrounding environment	SC: socio-cultural
External3/Far viewing	K: Overview & paranomic	Others

There were no predefined expectation for the content of images and thus no limitations for the number for categories or thresholds for the concurrency of a landscape element to be classified into a particular category. Rather, through a process of reviewing the photographs repeatedly, categories were convergent to be the certain types that reflected the users' viewing forms. We specify the photos reflecting the whole integrity or main part (covering the main span with a complete structural form) of structure as "structural main", photos reflecting the only part or details of the structure material as "structural-detail", photos reflecting the overview landscape and scenery combing the structure and environment without evident focus, including viewing form of panorama specified as "overview", and the photos only recording the environmental elements of the place specified as "environmental".



(a) Internal viewpoint with a viewing on structural details



(b) Internal viewpoint with a viewing on main part of structure



(c) Close viewpoint with a viewing on structural details



(d) Close (linear) viewpoint with a viewing on integral structure



(e) Mid viewpoint with a viewing on main integral of structure



(f) Mid viewpoint with a viewing on mainly tower part of structure



(g) Far viewpoint with an overview viewing on scenic landscape



(h) Far viewpoint with viewing focus on the tower part of structure

Figure 3.10 Typical categorization for UGC images

Finally, addition to the images reflecting the scenery and landscape, there are number of images recording other elements and content. For example the relaxing activities conducted by the visitors and the cultural elements discovered by the



photographers. These images were categorized as practices or other type but would not be directly used for analysis on interrelationship of tourist landscape.

### **3.7 Field survey**

The field work of on-site survey is conducted to investigate the relationship between tourist landscape experience and the place perception on-site. Although it is possible to extract information on the public place perception directly from UGC data in some cases, it is presented that there is less accessible terms referred to the place perception construct in this research situation and thus the field work comes to be kind of supplementary to obtain the perception on this field as effort applied in previous work. The survey is conducted in the area of Akashi Kaikyo Bridge, which is the main research objects in the research and the most representable subject in the scope of large-scale bridges. The survey is conducted in the form of VEP (volunteer-employed-photograph) method and is measured by a comprehensive questionnaire which contains three parts.

The participants to the Akashi Bridge World, who are the main subjects of this survey, were introduced and asked to take photos wherever they felt impressive and valuable for them in the visiting process during the tour. The participants are requested to pick up various photos which has taken in the Akashi Tour -generally

one photo for one place - during the whole tour route. Then, following the indications on the survey paper, fill in the questionnaire sheet attached in the survey paper. It has been indicated that the content of photo selected is free. While the photos which contain the personal face or other individual information would not be used in the research.

Part one of the survey aims to collect the basic demographic information of survey participants, which refers to gender, Nation, Age group and visiting frequency (means the visiting experience to the infrastructures, such as bridge, dam, tunnel, rail and so on). To keep the data source kind of consistency with the general group from online source, the identification of subjects who are randomly chosen could be keep general and widely as much as possible, no obvious tendency to one side of properties, to reveal the general features of tour participants.

Part two of the survey instrument consisted of 4 place perception construct taken from studies that had dealt with the place perception and sense of place concept in landscape and tourism field. To enhance the voluntary responses as much as possible, we used one representable scale item to represent each element of place perception from previously demonstrated good internal consistency (Jorgensen & Stedman, 2001; Williams & Vaske, 2003). The scale items were preceded by the following

directions: “For statements Q1~Q4, please value the extent of agreement with 1 ~ 5 ranking”. Items were presented on a 5-point Likert scale where “1-Strongly Disagree”, “5-Strongly Agree”, and “3-Neutral”.

Inside the measurement, place attachment, which is indicated as the most core concept in the place perception idea, is proposed to evaluate the personal intensity of affections to the visiting place, and it is measured by the item “I feel the place I had took is deeply impressive in my mind”; place dependence, another core construct in the place perception concept, is proposed to evaluate the particularity and importance for the visiting purpose and tourist activity, which is similarly stated by the item “I feel the place I had took is particular that is different from any other visiting spot”; Construct of place image is proposed to detect the tourists’ comprehensive image based on the expectation. It is derived from the review of online UGC context in infra-objects and thus is constituted into the place perception framework of this research. It is measured by the item “I feel the scene or the landscape of this place I had took is the one I had expected”, which is basically followed by the review context; Finally, the risk perception, originally proposed in tourism field, is also derived from the online review context in the large-scale infrastructure sites. The construct is to evaluate the extent of personal awareness being dangerous or not too much safe, by the measurement item “I feel kind of risky

and/or anxiety at the place I had took”. It is constituted into the place perception framework to fit into the context of large-scale infrastructure case distinguished from general tourism issues. The measuring items for place perception was derived from verified item scale of previous related studies, like Hammitt et al. (2004). In this research, to facilitate the participants for a better response rate to the questionnaire, avoiding a long and complex situation that could have caused experiential delay among tourists, this study referred the items determined by Hammitt et al., (2009) and Cheng (2015), extracting the most representable item from each of the multiple constructs of the measuring scale. The identical abbreviation method was also applied in the work of Petrick (2002) and Stedman (2003). This approach abbreviated the scale of place perception to a short version that contained 4 items respectively for 4 factors in this study.

Part three of the survey solicited the items of tourist landscape experience represented by the landscape values derived from content analysis from online reviews at Akashi Bridge site. It is expressed respectively by Bridge, Nature, Practice, Scenery, Cultural, Atmosphere, and tourism elements. The participants were expected to check whatever they had perceived at the any of site they had took their photos. The landscape value item which had been checked would be considered to get the considerable focus and impressed at the viewing location, and

thus is connected to the viewing point in the analysis process. Finally the participants could rate the integral score for their tour and give out any of suggestion or thoughts about their visiting process. Main part of measurement in the survey is designed as partly showed by figure 3.11 and the complete survey paper could be check in appendix II.

For each photo, please fill in the following (1) and (2) as well as time of photograph in the sheet.

Statement

Q1 : I feel the scene or the landscape of this place I had took is the one I had expected

Q2 : I feel the place I had took is deeply impressive in my mind

Q3 : I feel the place I had took is particular that is different from any other visiting spot

Q4 : I feel kind of risky and/or anxiety at the place I had took

(1 : Strongly disagree 2 : Disagree 3 : Neutral 4 : Agree 5 : Strongly agree)

Photo	( 1 ) Statement	( 2 ) Particularly experienced items
P1	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality... <input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling <input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain... <input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other ( )
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	
	Q3 1 2 3 4 5	
	Q4 1 2 3 4 5	
P2	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality... <input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling <input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain... <input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other ( )
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	
	Q3 1 2 3 4 5	
	Q4 1 2 3 4 5	

Figure 3.11 Design of field survey questionnaire

In total, 78 photos were collected from the 11 participants. The sample size was typical of VEP studies, many of which have 10~20 participants (Jutla, 2000; Markwell, 1997; Garrod, 2008; Lee, 2017). The participants were primarily between 40 and 70 years old, mainly from Japan, and slightly more female in number than male. Most participants were domestic tourists and came from outside the Akashi area, were traveling with one companion, and were first-time visitors (see table 3.6).

Table 3.6 Demographic backgrounds of participants

Variables	Frequency	Variables	Frequency
<b>Gender</b>		<b>Nationality</b>	
Male	4	Japanese	9
Female	7	Foreign	2
<b>Age Group</b>		<b>Tourism form</b>	
11–19	1	Single	4
20–29	1	Couple	3
30–39	1	Partner & Group	4
40–49	3	<b>Visiting experience of infra-tourism</b>	
50–59	2	First	6
60–69	3	1–3 times	2
<b>Photo number</b>		3 times more	3
Mean, Min, Max	7.1, 3, 10		

The field survey on place perception on-site is conducted particularly on the Akashi Kaikyo Bridge site, considering the Akashi project as the main representation of infra-tourism projects of contemporary large-scale infrastructure (bridge) and the core research subject in this research. There has been official tour organized by the structure management and operation authority appealing fixed number of participants group of tourists. The existence of tour may provide the unified tourists group perceiving and experiencing the same tour contents at the same time in the same space. It also facilitate the execution of survey activity. Besides, the result of on-site place perception of Akashi tourist is expected to be instructive in other similar situation like Rainbow Bridge site due to the similarity of structure form and experience paradigm – if considering particularly that there is no significant

differences of landscape value in place-awareness.

The ratings for the 4 factors of place perception would first get a descriptive statistical analysis presenting the mean value in each category of viewpoint. Then it would also be subjected to the similar statistical analysis with the proportion of landscape value with non-parameter test and the visualization tool, based on the existence of certain landscape experience checked by participants at each location they had took photos representing their impressive perception on-site. The ratings of 5 point item scale is taken as the ordinary variable and applied to the non-parameter test as explanatory value and revealed the difference mainly from the gap of mean value and verified by the test significance. Similar approach was also applied in the ratings of material objects of online users due to the existence of utilization of particular elements (Lu, 2012).

## Chapter 4 About *what* – content of tourist landscape experience in LSI sites

### 4.1 Overview

In this chapter, we identified the content of landscape experience of LSI sites and conducted the statistical tests on three comparison groups based on the proposed research questions. We tested the review contents for the Akashi Bridge and Kurobe dam for the factor of construction form; we tested the review contents for the Akashi bridge from Japanese, Chinese and English tourists for the factor of cultural background; and we tested the review contents for the Akashi bridge, Irabu bridge and Tokyo Rainbow bridge for the factor of locations. We found that, despite a similar overall distribution of the three types of landscape values, most of the categories for the sub-values showed significant differences. For the cultural groups, there turned out to be a good level of consistency across large aspects of each category, especially in relation to the Japanese and English groups, although, for three of the categories, there were obvious differences between the Japanese and Chinese groups, which were of varying levels of significance. With regard to the groups for the three bridges, there was also a significant difference amongst most of



the categories relating to landscape values, but the variation is largely founded upon a distinction between two of the objects. The difference between the Akashi and Irabu bridges is mainly in relation to matters of form and practice. This is only followed partially with regard to relationships. However, the difference between the Akashi and Rainbow bridges is entirely bound up with relationships, including aesthetics, landscape, socio-cultural aspects and tourism. The categories for the landscape values between the Irabu and Rainbow bridges are generally different, except for the image relationships and overall composition.

#### 4.2 Overall result of landscape experience represented by landscape value

Applied the text analysis approach described above, the integral content of landscape experience of infra-tourists in various sites are presented as following results.

Table 4.1 Average proportion of landscape values across large-scale infrastructure sites (%)

Category of landscape value (based on CVM)	Large-scale infrastructure sites			
	Akashi Bridge	Rainbow Bridge	Irabu Bridge	Kurobe Dam
Forms	16.7	16.9	15.3	14.4
Nature	3.4	3.4	8.5	9.9
Structure	13.3	13.5	6.8	4.6
Practices	28.8	32.9	36.0	33.9
Relationships	54.5	50.2	48.7	51.7
Aesthetics	9.1	18.4	9.7	4.2

Images & feelings	13.4	14.4	14.3	18.6
Landscape Prop.	7.0	1.4	6.7	2.4
Place-awareness	13.1	11.0	7.3	6.3
Social-culture	3.6	1.8	4.3	10.8
Tourism elements	8.3	3.3	6.4	9.4

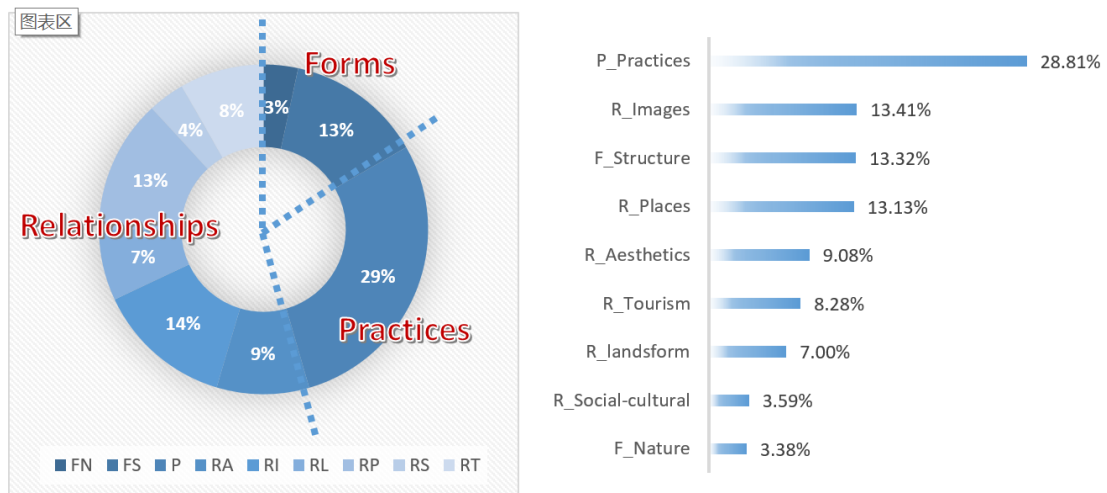


Figure 4.1 Distribution of landscape values at Akashi Bridge site

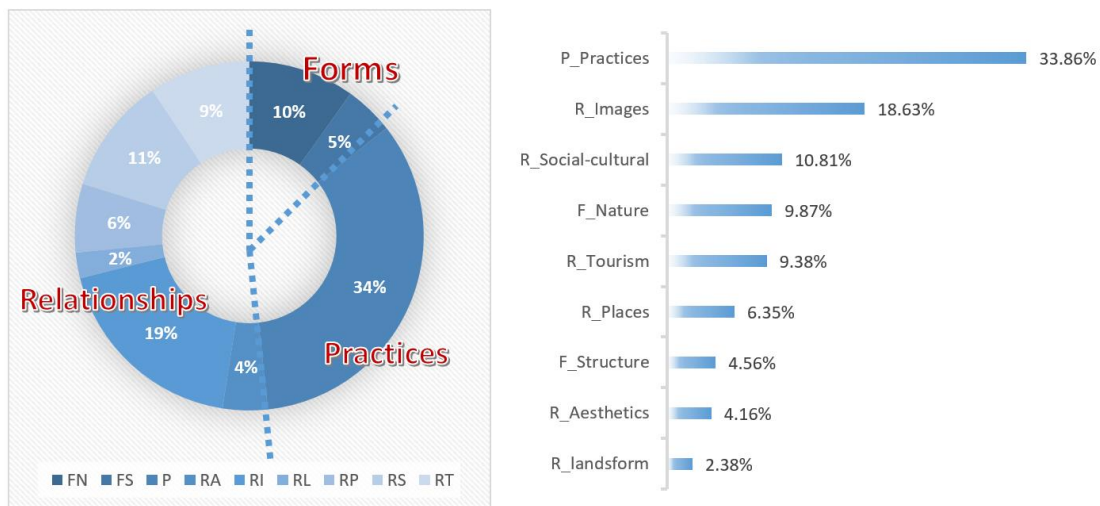


Figure 4.2 Distribution of landscape values at Kurobe Dam site

Table 4.2 Top 10 terms\*\* under each types of landscape value at Akashi Bridge site

ID	Structure	Nature	Practices	Aesthetics
1	Bridge	Sea	See	Light up
2	Akashi Bridge	Sea level	Walking across	Scenery

3	Big Bridge	Weather	Going to	Night viewing
4	Suspension Bridge	*Wind	Looking at	Scenic viewing
5	Main tower	*Sunset	Driving	Beautiful scenery
6	Tower top	*Ocean breeze	Pathing through	*Landscape
7	Connection	*Wave	Boating	
8	Elevator	*Rainbow	Stepping	
9	Highway path	*Island mountain	Walk back	
10	Road	*Seagull	Looking upon	
<b>Images &amp; feelings</b>	<b>Landscape properties</b>	<b>Social-cultural</b>	<b>Place-awareness</b>	<b>Tourism elements</b>
Good	High	Nation	Awaji Island	Service area
Beautiful	Pretty form	Technology	Kobe city	Participation
Feeling	Large	Japan	Akashi city	Tour services
Great	Longest	World first	Maiko	Tour
Wonderful	Long way	*Nationwide	Honshu area	Visiting around
Appreciated	Massive	*Construction field	Shikoku Island	Tourism
Pleasant		*technical Advance	Akashi Channel	Monetary
Powerful		*National development	Places	fees
Comfortable		*Earthquake	Station	*Journey
Overwhelming			Osaka	*hotel

\* The words are occurred with a frequent under the 10% of word amount at this site

\*\* The terms are referred from Japanese tourists' reviews transforming to English

Table 4.3 Top 10 terms\*\* under each types of landscape value at Kurobe Dam site

ID	Structure	Nature	Practices	Aesthetics
1	Dam	Water	Drainage	Scenery
2	Kurobe Dam	Red leaves	Going to	Rainbow
3	Tunnel	Lake	See	Big scale
4	Dyke	Mountain	Sightseeing	Beautiful scenery
5	Concrete	Snow	Step upstairs	Viewing
6	Artificial structure	Weather	Taking bus	Landscape

7	Water conservation	Summer	Parking	Spreading (water)
8	Arch	Rain	Exploring	Excellent view
9	*Dam body	Hills	Walking	Remarkable
10		Mother nature	Climbing	Enjoyment
<b>Images &amp; feelings</b>	<b>Landscape properties</b>	<b>Social-cultural</b>	<b>Place-awareness</b>	<b>Tourism elements</b>
Powerful	Large	Construction	Ogizawa	Tourism
Good	High	Film	Kurobe	Visiting bus
Appreciated	Massive	Construct work	Tachiyama city	Visiting Season
Outstanding	Long	History	Nagano Ken	Alpen rout
Great	*Big volume	Japan	Station	Cable car
Regretful (-)		<Sun of Kurobe>	Places	Visiting trip
Essential		Hard work	Toyama	Free
Many		Knowledge	Murodo	Tour
Wonderful		Building	Surroundings	Lope way
Pleasant		Consolation	Spot	Monetary

\* The words are occurred with a frequent under the 10% of word amount at this site

\*\* The terms are referred from Japanese tourists' reviews transforming to English

From the figure 4.1 and 4.2, it can be seen that both the bridge and dam objects share the similar distribution of the three types of perceived landscape values, which partly validate the stability of CVM model catching infra-tourists experiences. From the integral proportion of landscape value, the common feature of distribution either at the Akashi site or the Kurobe site is that the practices value and the images & feelings has accounted for the most of experiences and perceptions of infra-tourists from the information extracted from review text. The result had simply suggested that the infra-tourist had focused or conveyed their infra-tourism experience and

perception most by the description on the practices and activities, as well as the emotions they had sensed during or after the visiting process. According to the suggestion of studies applied content analysis, the intention users expressed in the content might basically represent their actual intention or experiential focus. The prominent proportion of this two kinds of values might also represent the visitors' experience and perception inclined on the two kinds of landscape values at the infrastructure tourism space, and since it is the results common among the bridge and dam structure, it turns highly possible to be the common characteristics around the large-scale infrastructure tourist landscape. As regard to other types of landscape values, the result had presented varied due to the two kind of structure form. Inside the structure form, values of structure form and place-awareness seem quite standing at the Akashi site while the value of nature form and social-cultural aspects are rather neglected. On the other hand, while at the Kurobe site, the valued of nature and social-cultural aspects re perceived rather following the value of practices, but the value of aesthetics and landscape forms (properties) are relatively unimportant ones compared to other attributes. The difference between the two kinds of form would discussed in following section through the quantitative group test to identify that whether the difference of inclination at either of the two sites would be meaningful and characteristic for each object due to their structural properties. It should be noted that there would be various reasons influencing the tourists

perception and experience on-site when comparing the two kinds of group, not only the structural form itself, but the profile of tourist group, related conditions to the structure as well as areas, the organization situation of infra-tours and development for tourism facilities would all contribute to the performance of landscape values.

The case would be more explicit when look into the specific content embedded under each type of landscape values at each site. As for the details, value of practices and evolved images & feelings are mostly presented at both of two sites, while the other types of values are differently distributed in their own cases and the differences are easily presented by the content (terms) extracted from text reviews, as showed in table 4.2 and 4.3. About the structure, it can be seen that the terms are relatively rich and substantial in the case Akashi Bridge, and there are range of structural components of the bridge to be perceived and observed by the infra-tourists, not only the bridge itself as a whole, but also the tower and pathing roadway. In the case of Kurobe Dam, however, the condition gets changed since the structural values contains exclusively the dam body itself. The dam has presented as one whole entity to be perceived, together with other accessories structure to contribute fewer values to the dam tourist landscape compared to the bridge counterparts. About the nature value, it is easily to see that the bridge case has a simple and unitary natural elements while in the dam site, the natural elements has been much more varied and abundant.

It should be noted that the natural elements are generally coming from the location and surrounding environment either of the structure and the surrounding settings are also part of the infrastructure tourist landscape system at the tourism spaces. Properties of surrounding environment would promote the integral value of infra-landscape experience, like the dam cases, and thus enhance the structure-place (area) relationship for the positive effect, and in turn, the existence of structure would also have impact on the place and environment, which are discussed in many other references. The content of practices value is also more rich at the Kurobe site, containing drainage as the most appealing activity (although it is performed by the tour suppliers but not visitors themselves), and activities related to surrounding settings like climbing, while the walking and seeing is the dominant movement at the Akashi site. The aesthetics value is generally tourists' appreciation on the scenery and landscape and both of the site had presented a goof perception on the landscape perspective. Similar as the landscape properties that the massive and large-scale volume are both perceived and focused in the two kinds of structure sites. Tourists have expressed the plenty of emotions and feelings to the infrastructure but it can be seen that in the dam cases, the negative sentiment ("regretful") has a considerable proportion on-site. It is one of the advantages applying the content analysis approach rather than the survey on image-theory as both of positive and negative sentiments could be captured by the users' own material without pre-

interference of researchers. The social-cultural value is perceived more abundant in the case of Kurobe Dam. Besides the common content of national and technical elements in the two largescale structure, the content describing the construction work (construction, hard work, labors, ...) and the film production (named <Sun of Kurobe>) has to some extent verified the effect of mass media on the formation of tourism motivation and tourism experience as indicated in many other tourism references. Furthermore, both of the sites are perceived with the local areas and regions as references of place names and the tourism elements are also identified enough by the visiting tourists. In the following section, the difference of landscape values between the two kinds of structure forms would be identified and the possible reason and influencing factors would be explained regarding the structural properties, the experiential content and previous studying work.

#### **4.3 Distribution of landscape values across different kinds of construction**

The result that differences between two groups of review content are significant under most of the categories suggests that the perceived landscape values by tourists at any particular site can be notably influenced by structural form, for instance, a long-span bridge versus an arched dam.

Table 4.4 Comparison of average proportion of landscape values (%) between Akashi Bridge and Kurobe Dam Project



Types of Landscape Values	Akashi Bridge	Kurobe Dam	<i>p</i> -Value
Forms	16.7	14.4	0.054
Nature	3.4	9.9	<0.0001***
Structure	13.3	4.6	<0.0001***
Practices	28.8	33.9	<0.001*
Relationships	54.5	51.7	0.042
Aesthetics	9.1	4.2	<0.001*
Images & feelings	13.4	18.6	<0.0001***
Landscape Prop.	7.0	2.4	<0.0001***
Place-awareness	13.1	6.3	<0.0001***
Social-culture	3.6	10.8	<0.0001***
Tourism elements	8.3	9.4	<0.0001***

Table 4.5 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between Akashi Bridge and Kurobe Dam

Landscape values	Mean topic proportions	Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature	- 0.064	- 0.079	- 0.047
Structure	0.087	0.076	0.100
Practices	- 0.050	- 0.082	- 0.018
Aesthetics	0.049	0.035	0.066
Images & feelings	- 0.051	- 0.068	- 0.031
Landscape-properties	0.047	0.034	0.058
Place-reference	0.069	0.056	0.082
Socio-cultural	- 0.071	- 0.086	- 0.053
Tourism-elements	- 0.009	- 0.025	0.005

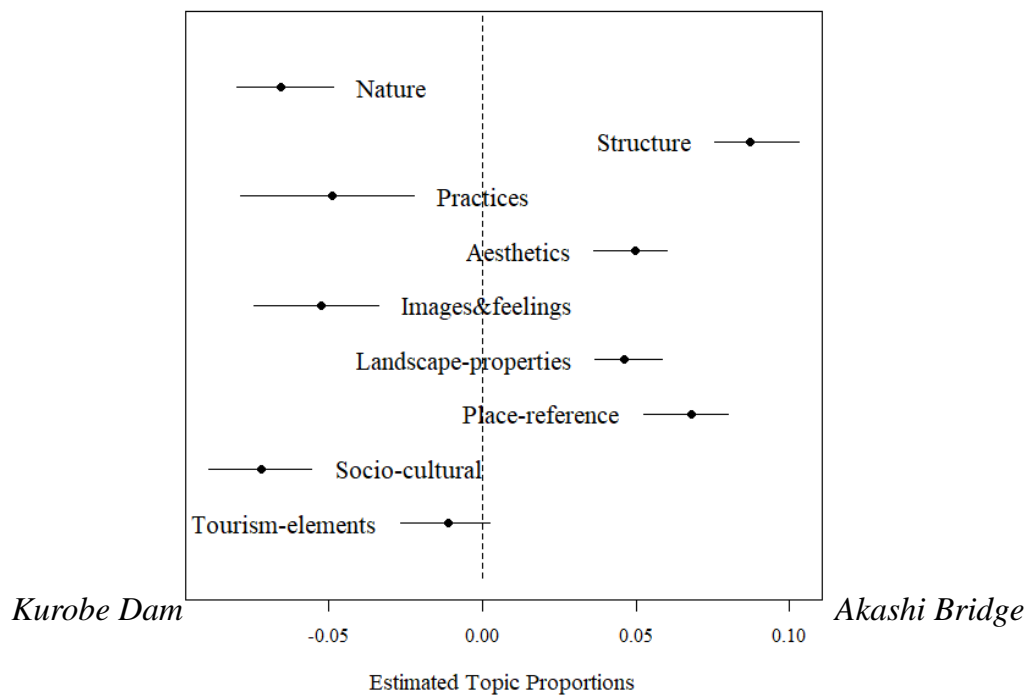


Figure 4.3 Difference of perceived landscape values between Akashi Bridge and Kurobe Dam

Forms: Despite there being similar overall proportions, the composition of the forms, including the juxtaposition between nature and the structures, provoked nearly opposite values in the two projects. The proportion of domestic visitors referring to natural aspects at the Kurobe Dam was much larger than it was at the Akashi Bridge. Although the latter is not totally lacking in natural elements, the notable amount of sea, sky, and sea wind, seems to be seen as somewhat monotonous, thus limiting the degree of natural appreciation. On the other hand, the elements relating to the water (lake), mountain (peaks, red leaves), weather (snow, rain), and so on, offers a pronounced environmental variety in the location where the dam project is based, thereby significantly enhancing visitors' natural appreciation. The conditions are reversed when it comes to the actual structures. Visitors were obviously more

receptive to the structural elements of the long-span bridge, together with the main tower and the highway, whilst the structural elements in the arched dam were perceived as being relatively poor. People tend to regard massive concrete arches as a single block and therefore pay more attention to the surroundings.

Practices: The differences in kinds of practice were not as significant as they were for the structures or relationship sub-categories. This suggests that considerable attention was paid to their activities and behaviors by the visitors to both the dam and the bridge projects. The tourists got interested in traversing the bridge deck from one end to the other and enjoyed walking along the road so as to view the scenery from the deck. This validates the attraction targets set by the tour organizations and was well accepted by the tourists themselves. Another possibility was to take a boat and take photos from a special viewpoint at sea level. For visitors, the most interesting thing at the dam was the water discharge process, which is exclusively a feature of the structural form. Walking up some stairs and along a mountain route was also a popular activity for people to perform. The proportion of practice-based values was somewhat higher for the dam project than it was for the bridge. As there was a lake activity, the practices at the dam could match the ones at the bridge to some extent.

Relationships: Aesthetics in relationships refers to direct appreciation and enjoyment of the landscape and scenic views. This, mainly arises from the structures themselves in the context of large-scale infrastructure. It turned out that people expressed more landscape-related aesthetic values for the long-span bridge than they did for the dam project. This is partly because of the night scenes afforded by the illuminations and the panorama that could be obtained from the top of the high tower, which both surpass what could be offered by the massive volume of the dam. Similarly, perceived values for the landscape form of the structure itself were stronger for the bridge than the dam because of its linear nature and the height at which it stood. As for place-based values, the bridge, by functioning as a link between two locations, prompted a greater awareness of place for the visitors, whilst the dam project seemed less connected to a specific location. From a socio-cultural point of view, the Kurobe Dam generally offered more comprehensive information about its relation to society, which was further strengthened by the mass media recordings of its construction process. The tourism function attached to both of the structures appears to be given a similar degree of focus by the visitors (although the p-value is quite small), with it being just slightly higher for the dam. In all probability, this relates to the scope for natural recreation at the dam entering tourists' consideration. Finally, relational feelings and images were bound up with a complex body of elements, with the variety of the landscape and touristic possibilities leading

to a more significant set of image values for the Kurobe Dam.

#### 4.4 Distribution of Landscape values across different cultural groups

Unlike the variation in values attached to the type of structure, differences arising from nationality and cultural background were quite focused around several specific components, namely the structural form, practices, and socio-cultural relationships.

Table 4.6 Comparison of average proportion of landscape values (%) of different cultural background visitor groups

Types of Landscape Values	Japanese group (J)	Chinese group (C)	English group (E)	<i>p</i> -Value	<i>p</i> -Value of J_C	<i>p</i> -Value of J_E	<i>p</i> -Value of C_E
Forms	16.7	24.0	15.0	0.011	0.005	0.874	0.023
Nature	3.4	3.9	5.2	0.002	0.125	0.008	<0.001*
Structure	13.3	20.1	9.8	<0.001*	<0.001*	0.188	<0.001*
Practices	28.8	19.8	22.5	<0.001*	<0.0001***	0.026	0.262
Relationships	54.5	56.2	62.4	0.025	0.414	0.006	0.070
Aesthetics	9.1	11.0	8.1	0.137	0.283	0.197	0.033
Images & feelings	13.4	10.5	14.2	0.013	0.008	0.679	0.009
Landscape Prop.	7.0	5.1	5.0	0.074	0.043	0.813	0.027
Place-awareness	13.1	11.1	16.0	0.037	0.043	0.288	0.016
Social-culture	3.6	12.3	6.3	<0.0001***	<0.0001***	<0.0001***	0.323
Tourism elements	8.3	6.2	12.9	0.004	0.478	0.004	0.001

Table 4.7 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between domestic Japanese group and foreign Chinese group from Asia

Landscape values	Mean proportions	topic	Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature		0.005	- 0.018	0.023
Structure		0.066	0.037	0.096

Practices	- 0.090	- 0.136	- 0.053
Aesthetics	0.017	- 0.019	0.055
Images & feelings	- 0.030	- 0.062	0.003
Landscape-properties	- 0.019	- 0.044	0.003
Place-reference	- 0.020	- 0.048	0.010
Socio-cultural	0.088	0.063	0.112
Tourism-elements	- 0.024	- 0.059	0.006

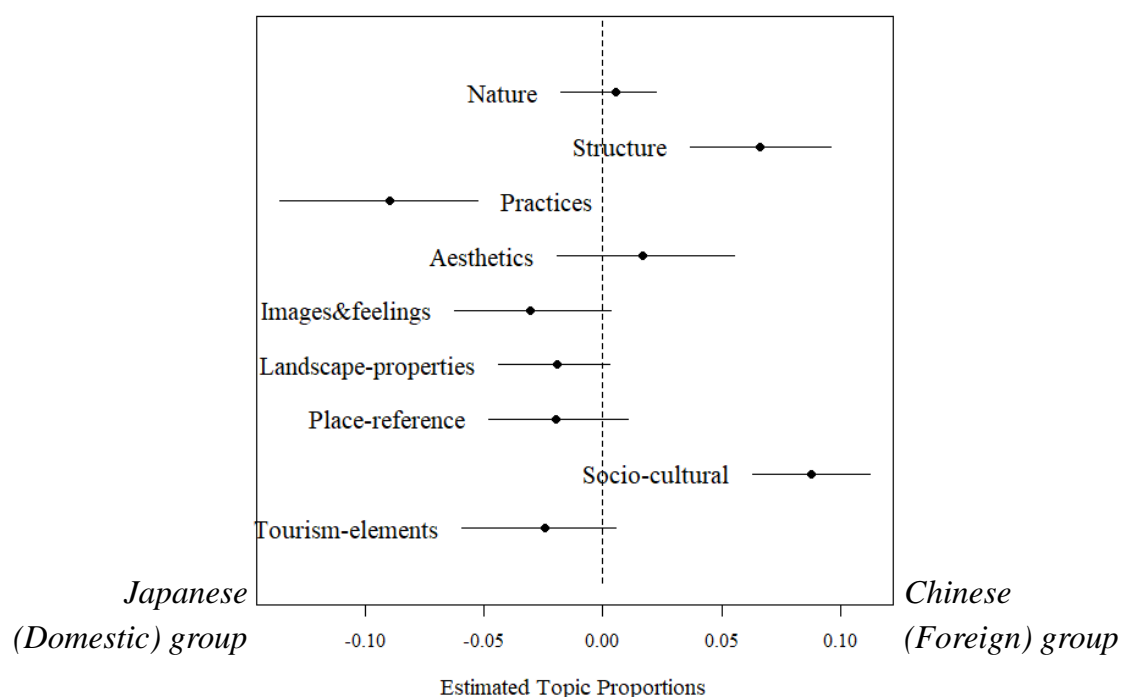


Figure 4.4 (1) Difference of perceived landscape values between domestic Japanese group and foreign Chinese group from Asia

Table 4.8 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between English group (abroad) and Asian group (Japanese & Chinese)

Landscape values	Mean topic proportions	Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature	- 0.020	- 0.045	0.009
Structure	0.053	0.009	0.100
Practices	0.033	- 0.025	0.091
Aesthetics	0.016	- 0.023	0.058

Images & feelings	- 0.012	- 0.053	0.027
Landscape- properties	0.014	- 0.018	0.045
Place- reference	- 0.034	- 0.073	0.005
Socio- cultural	- 0.001	- 0.037	0.030
Tourism- elements	- 0.052	- 0.084	- 0.016

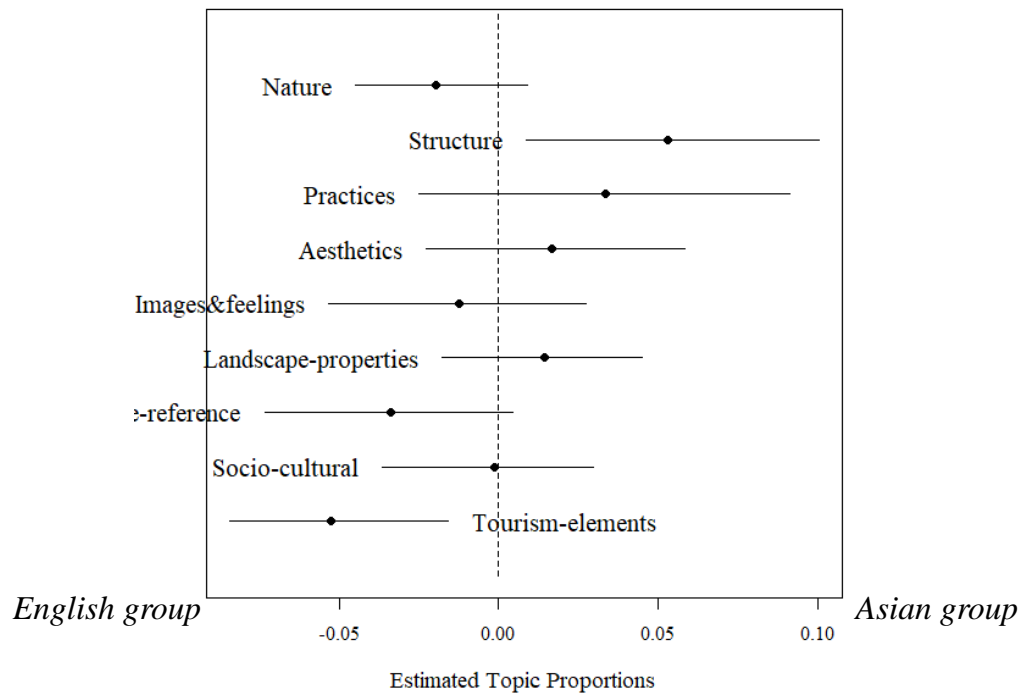


Figure 4.4 (2) Difference of perceived landscape values between English group (abroad) and Asian group (Japanese & Chinese)

From the figure 4.4, as the three cultural groups perceived natural forms in a similar way, differences in Form values were generally bound up with the form of the structures themselves. Whilst expressing the most natural values, structural form values were relatively scarce amongst English visitors. Chinese visitors displayed the most focus on the structural form, especially for the bridge. This can be side-interpreted as part of a bias in socio-cultural relationships, which will be explained in due course. Practice-based values also differed amongst the three groups. In this

case, the Japanese visitors turned out to have the most interest in activities performed at the sites, including walking, boating and photography, whilst the English and Chinese groups paid less attention to this aspect. This may relate to the extent of familiarity the sites have with this kind of provision. Infrastructural tourist destinations are still not ones that put much emphasis on activity-based experiences. Although the official guided tours offered the possibility for some activities, overseas visitors, who are not familiar with local arrangements, are mainly attracted to the sites by their scenic and spectacular properties.

The most significant difference visible amongst the three cultural groups is at the level of socio-cultural relationships. The Japanese group paid the least attention to this. As the structures are in their own country, this can be explained by their existing familiarity, so the focus of their values is upon practices and other relationships. Followed by the English group, the Chinese visitors displayed the strongest interest in the socio-cultural values associated with the bridge. They tended to refer more frequently to the effect and roles of government and the country within the construction and management process. They were also more willing to voice respect for how the building and construction work had been realized, especially in relation to earthquake protection. This probably derives from images of large-scale construction works performed in recent times in China when it was a developing



country. Thus, their interest in infrastructure also relates to a stronger awareness of their political and social lives.

#### 4.5 Distribution of Landscape values across different locations and environments

As with the results for the two distinct constructed forms, the perceived landscape values also showed notable differences according to the location and the environment for the same overall structural form of bridges. However, the specific variations presented quite distinct features across different pairs.

Table 4.9 Comparison of average proportion of landscape values (%) among bridge structures at different locations

Types of Landscape values	Akashi (A)	Irabu (I)	Rainbow (R)	<i>p</i> -Value	<i>p</i> -Value of A_I	<i>p</i> -Value of A_R	<i>p</i> -Value of I_R
Forms	16.7	15.3	16.9	0.597	0.453	0.975	0.366
Nature	3.4	8.5	3.4	<0.0001***	<0.0001***	0.551	<0.0001***
Structure	13.3	6.8	13.5	<0.0001***	<0.0001***	0.899	<0.0001***
Practices	28.8	36.0	32.9	<0.0001***	<0.0001***	0.007	<0.001*
Relationships	54.5	48.7	50.2	<0.001*	<0.0001***	0.004	0.220
Aesthetics	9.1	9.7	18.4	<0.0001***	<0.001*	<0.0001***	<0.0001***
Images & feelings	13.4	14.3	14.4	0.211	0.072	0.176	0.657
Landscape Prop.	7.0	6.7	1.4	<0.0001***	0.057	<0.0001***	<0.0001***
Place-awareness	13.1	7.3	11.0	<0.0001***	<0.0001***	0.047	<0.0001***
Social-culture	3.6	4.3	1.8	<0.0001***	0.005	<0.0001***	<0.0001***
Tourism elements	8.3	6.4	3.3	<0.0001***	0.221	<0.0001***	<0.0001***

Table 4.10 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between Akashi Bridge and Irabu Bridge

Landscape values	Mean	topic	Left side of confidence	Right side of confidence
------------------	------	-------	-------------------------	--------------------------

	proportions	interval at 2.5%	interval at 97.5%
Nature	- 0.050	- 0.061	- 0.036
Structure	0.065	0.052	0.078
Practices	- 0.073	- 0.101	- 0.043
Aesthetics	- 0.007	- 0.020	0.011
Images & feelings	- 0.009	- 0.026	0.008
Landscape-properties	0.003	- 0.011	0.018
Place-reference	0.059	0.045	0.071
Socio-cultural	- 0.007	- 0.023	0.004
Tourism-elements	0.020	0.001	0.031

Table 4.11 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between Akashi Bridge and Tokyo Rainbow Bridge

Landscape values	Mean proportions	topic Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature	- 0.000	- 0.013	0.009
Structure	- 0.003	- 0.025	0.015
Practices	- 0.041	- 0.064	- 0.011
Aesthetics	- 0.094	- 0.120	- 0.076
Images & feelings	- 0.012	- 0.033	0.005
Landscape-properties	0.057	0.046	0.067
Place-reference	0.023	0.005	0.042
Socio-cultural	0.019	0.009	0.026
Tourism-elements	0.050	0.037	0.063

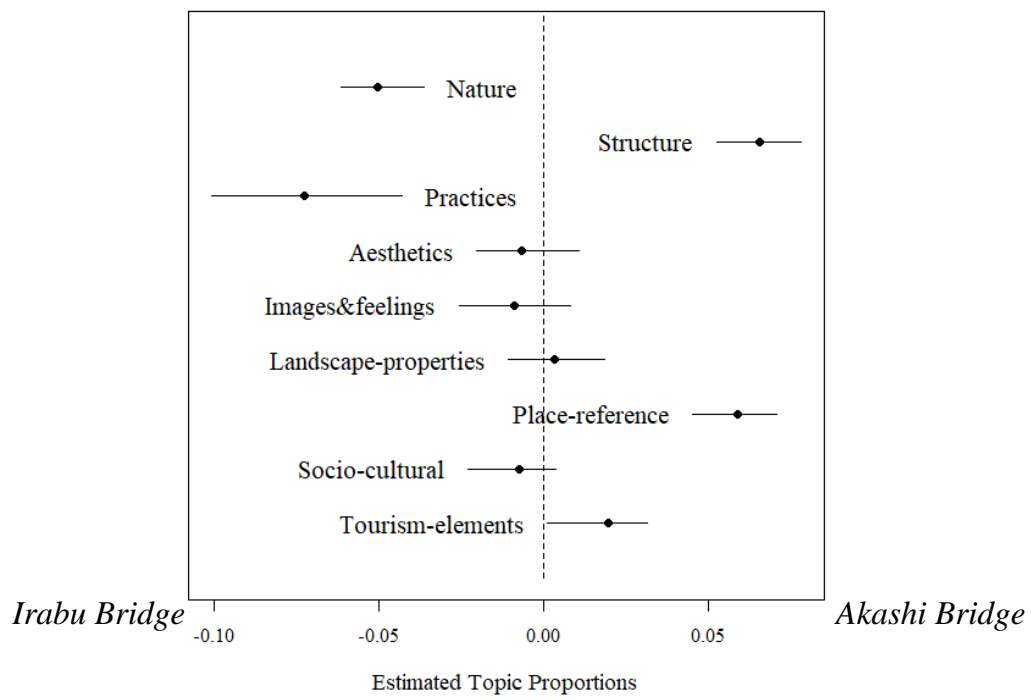


Figure 4.5 (1) Difference of perceived landscape values between Akashi Bridge and Irabu Bridge

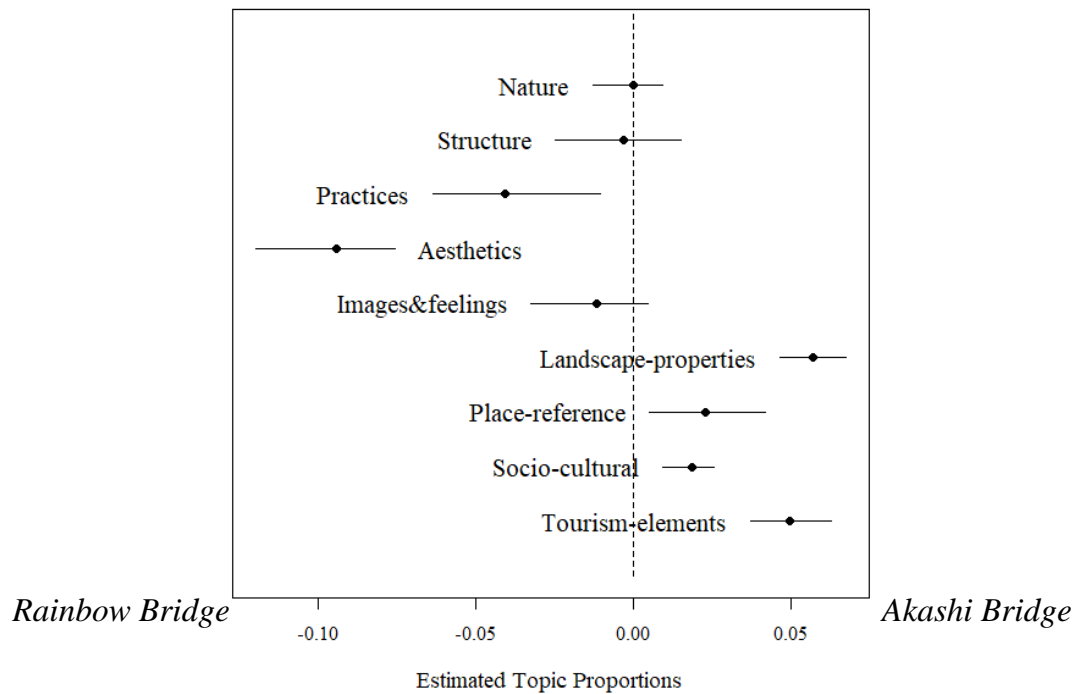


Figure 4.5 (2) Difference of perceived landscape values between Akashi Bridge and Tokyo Rainbow Bridge

Forms: There were obviously higher levels of appreciation for natural forms in relation to the Irapu Bridge, which is located in the famous tourist destination of Okinawa. Both common natural elements like the sea, weather or sky and distinct natural elements such as typhoons, sea turtles and corals attracted more attention here than they did in relation to the other two bridge environments. Correspondingly, the importance of values pertaining to the bridge structure itself decreased at tourist sites like Okinawa. This reveals that characteristic expectations relating to tourist destinations have an ordinary impact on the perceptions of visitors to infrastructural sites. On the other hand, although the structural forms of the Akashi and Rainbow Bridges are rather similar, the Rainbow Bridge actually contains a large number of city buildings and facilities, so relatively little reference is made to the bridge itself.

Practices: The largest differences can be found between the Akashi Bridge and the Irapu Bridge, with the Tokyo Rainbow Bridge sitting in the middle. Outside of common activities such as walking and boating, the most distinctive practices performed by domestic visitors at tourist destinations were bound up with driving experiences. A large proportion of the activities associated with the Irapu Bridge revolve around automobiles: driving across the bridge, parking the car, find a parking space, not to mention navigating one's way there in the first place. Cycling was also referred to by some people. At the Rainbow Bridge, however, walking on

foot and cycling are normal activities that are undertaken by everyone as an ordinary part of life in the city.

Relationships: The conditions relating to relationship values were different from the other values. The Rainbow Bridge was perceived to have the strongest aesthetic values by visitors, mainly with regard to the landscape and the beauty of the scenery. When combined with values associated more broadly with landscape forms, it is obvious that, compared to the other objects, the Rainbow Bridge will be popular not just for its scale and size but also for the scope it offers for scenic views and the nature of the urban landscape around it. The night-time viewing of the illuminations also contributed a lot to its perceived aesthetic value. Relationships regarding the actual places also displayed some variation. Again, the Akashi Bridge was perceived to promote the most awareness of place because of its function and position. The tourist destination of Okinawa, by contrast, demotes any specific visitor focus on places and locations. Once again, it was confirmed that domestic visitors are not as concerned with the socio-cultural aspects of their own structural objects as their counterparts from overseas, especially if they come from neighboring areas. When it comes to the same structural forms, the effect of organized tours at the Akashi Bridge is more noticeable because it promotes a wider set of touristic provisions such as accommodation and transport. Finally, relationships associated with images

and feelings proved to be more or less the same across the three bridges, suggesting that the same structural form has a similar impact on emotional reflection and spiritual expression.

#### **4.6 Summary and conclusion**

It is appropriate to describe the infrastructure tourism experience covered by the value of forms, practices and relationships with detailed explanations. The landscape values relating to infrastructure are impacted upon by actual structural forms, with environmental variety mattering most for the dam and form regularity mattering most for the bridge project. For bridge structure, the tourist landscape experience tends to be structure-dominant, remarkable in landscape and scenery aesthetic and identifiable in the awareness of place, while in the case dam project, the tourist landscape has present to be nature-dominant, convergent to the surrounding place and be able to generate much more and richer image and feelings.

Besides, different visitor groups perceive landscape values with different preference levels according to their background. Domestic groups are more familiar with local practices but are somewhat indifferent to socio-cultural aspects, whilst for other groups (i.e. the Chinese in this case) the inverse may be true. For the result, the Japanese domestic group would perform to be practice-focused while the foreign

tourists group would perform to be structural-focus and much more interested in social-cultural affairs embedded in the structure. Either of the two groups share the similar landscape appreciation.

The characteristics of locations and environments were also seen to have a significant influence on perceived landscape values. Thus, the configuration of an urban setting can promote greater levels of aesthetic value, whilst the identity of a tourist destination have the possibility to undermine a specific sense of location and place. It can be concluded that the effect of the destination attributes on the specific allocation of form value and certain influence on place-awareness.

As a plan to become a “tourism-focused country” has been promoted by the nation’s minister of tourism, the Japanese government and authorities have paid a lot of attention to tourism development, especially with regard to the inbound tourist market. Significant variation was found in the results of the comparative analysis regarding the perceived landscape values bound up with large-scale infrastructures. These are closely linked to landscape and tourism management practices. A considerable proportion of the various practices and expressed tourist values make clear the effectiveness of the local authority providing official guided tours at the Akashi Bridge. At the same time, the relatively low interest shown in practice-

related values by the overseas groups indicates that it would be beneficial to improve internationalized services that offer better guidance to visitors who are unfamiliar with how local practices usually proceed. A fairly large number of the English visitors referred to the language barrier at tour sites. A more understandable and user-friendly introduction to the background and history of the various structures would also promote greater levels of socio-cultural interest. Clients at the dam would also benefit from collaboration with environmental managers and the local authority to improve the overall experience for visitors who are interested in either the natural or the structural aspects of the environment. The significant impact of certain aspects of peoples practices, such as the parking issues at the Irabu Bridge, also underscore the task confronting tourism destination administrators when it comes to providing more effective facilities to support tourism around the structures.



## Chapter 5      About *how* – characteristics of tourist landscape experience of LSI field

### 5.1 Overview

In this chapter, the analysis result would be presented on the formation and characteristic of tourist landscape of large-scale infrastructures through the perspective of comparison of integral landscape values between LSI and non-LSI group, the trend and relationship of tourist viewpoint, and the actions of on-site place perception at Akashi Bridge area. To reveal the particular characteristics on the large-scale structure, the Bandai and Eitai Bridge are taken as the normal bridge structure group in order to conduct the contrast to the main subjects of Akashi Bridge, while the Rainbow Bridge is taken as the complementary subject with Akashi to turn into the large-scale group. Thus the comparison among the structure has turned into the comparison between two groups. Analysis on the landscape values and tourist viewpoint is based on the content analysis from online text and image dataset, while the analysis on the place perception is based on the result from the field survey on Akashi site.

## 5.2 Overall inclination of landscape experience between LSI and non-LSI group

The result that differences between two groups of review content are significant under particular categories suggests that the tourist-landscape perceived by tourists can be notably influenced in some specific aspects by identification of large-scale property.

Table 5.1 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between LSI and non-LSI group

Landscape Values	Large-scale group (Akashi, Rainbow)	Non-large-scale group (Bandai, Eitai)	<i>p</i> -Value
Forms	16.6	20.2	
Nature	3.4	8.2	<0.0001***
Structure	13.2	12.0	0.234
Practices	31.9	15.8	<0.0001***
Relationships	51.5	63.0	
Aesthetics	15.9	12.9	<0.0001***
Images & feelings	14.2	8.6	<0.0001***
Landscape Prop.	2.9	3.4	<0.001*
Place-awareness	11.4	11.4	0.873
Socio-culture	2.3	17.6	<0.0001***
Tourism-elements	4.7	4.1	0.091

Table 5.2 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between LSI and non-LSI group

Landscape values	Mean topic proportions	Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature	- 4.794	- 5.921	- 3.625
Structure	1.712	0.055	3.271
Practices	18.976	17.111	20.892
Aesthetics	3.720	2.109	5.461

Images & feelings	5.788	4.611	7.415
Landscape-properties	- 2.046	- 2.753	- 1.217
Place-reference	- 0.592	- 2.304	1.097
Socio-cultural	- 15.904	- 17.558	- 14.596
Tourism-elements	- 0.743	- 1.701	0.176

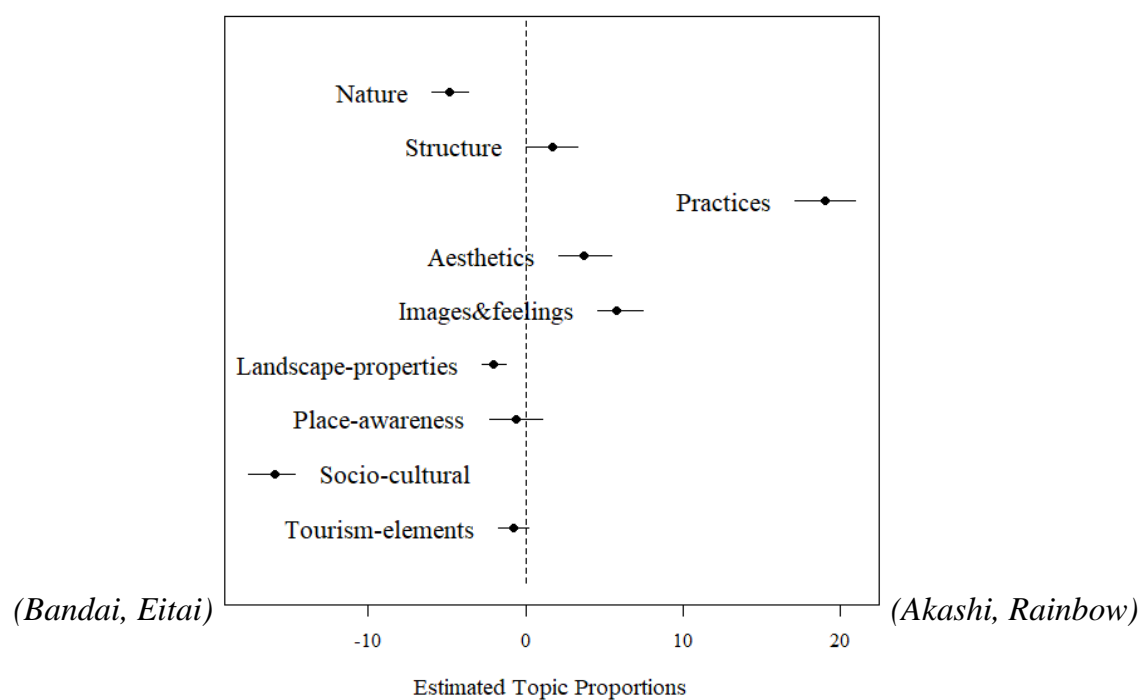


Figure 5.1 Difference of perceived landscape values between LSI and non-LSI group

The table 5.1 and figure 5.1 had indicated the differences of landscape values between the two kinds of structure group and following results could be found.

Forms: generally, the structural form is kindly inclined towards the side of large-scale group through the mean value, indicating an integral higher focus on the structural elements in large-scale sites, while the statistical variance is not so significant between the two groups, meaning that a considerable attention on bridge

elements is also being paid on the normal structure sites. In other words, infra-tourists valued the structural elements both at the large-scale and normal site of infrastructure area. On the other hand, the proportion of infra visitors referring to natural elements at the Bandai and Eitai sites was larger than it was at the Akashi and Rainbow. Although the latter is not totally lacking in natural elements, the notable amount of sea, sky, and sea wind, seems to be seen as somewhat monotonous, thus limiting the degree of natural appreciation. On the other hand, the natural elements in Bandai and Eitai sites is possibly related to a kind of contrast to the surrounding building environment in the urban area where they had located. As analyzed in former chapter, the location has an effect on the distribution of form element, in which the perception on nature value is also being subjected under the influence of location variation.

Practices: The difference in value of practice is the most significant among all of the landscape values they had experienced. This suggests that the most distinguishable difference of infra-tourist landscape between large-scale and normal infrastructure group would lie on the human practices and activities. In the Akashi and Rainbow Bridge, visitors had largely referred to their experience and pleasure on the walking, driving and other relaxing activities, while at the Bandai and Eitai site, on the contrary, visitors rarely referred to the actual movements. They tend to

take the structure as a stationary item, just as the “heritage” property they had owned, and appreciate them from a third aesthetics perspective. In the case of large-scale group, however, the visitors had got adequate opportunities to get into the inside of the structure to move their physics, and they are also allowed to both passing through and around the structure in and outside at the area. Owing to the massive volume of structure material, it would spend much more time and energy to appreciate the structure from place to place, and the movement itself is turning into an exclusive pleasure embedded in the large-scale sites.

It should be noticed that the practices, mainly presented as walking, driving and photographing, are largely connected to the original function of the structure itself. The Akashi and Rainbow, originally as the passing road for the public transportation, had also provided the tour or sightseeing walkway for the pedestrian, and the linear form of bridge structure linking the two side of region, also give out the possibility to be a natural walking platform. To summary, most of practices and activities visitors and tourists performed at the large-scale infrastructure sites is highly consistent with the building form and original function of the structure itself, which proposes the suggestion that the value of practices is generated and derived directly from the structural function without much manual intervention by neither suppliers nor users,

Relationships: Aesthetics in relationships refers to direct appreciation and enjoyment of the landscape and scenic views. This, mainly arises from the structures themselves in the context of large-scale infrastructure. It has turned out that people expressed significantly more landscape-related aesthetic values for the large-scale than they did for the normal structure group. This suggestion that the large-scale structure group tend to provide more landscape appreciation for the tourists due to their properties. Besides, one important aspects in the aesthetics aspects relied on the “symbolic” expression. In the categorization process in text content analysis, terms similar with the “symbolic”, “symbol” expressed by the visitors were categorized to the landscape aesthetics class, and through the simple frequency description, it can be seen that the emergence of such a kind of voice is much more conveyed at the site of Akashi and Rainbow and rarely seen at case of Bandai and Eitai. Consequently, it can be suggested that the large proportion of aesthetics tendency is contributed considerably to the symbolic feature embedded in the large-scale group. Another reason of the tendency is partly because of the night scenes afforded by the illuminations and the panorama that could be obtained from the top of the high tower, which effect would be largely enlarged by the massive volume of structure itself. On the other hand, the landscape properties of bridge is kindly inclined to the normal infra group at the Bandai and Eitai sites. Some of this value

is considered to come from the construction material and integral structural style of arcuation, as more obviously presented as a whole from tourists' perspective than the part of large-scale.

Similarly, perceived values on the images and feeling generated from the visiting process is still much higher than at the large-scale sites than the normal group. Similar with the conclusion drew from the comparison between the construction form, it can be seen that the large-scale property could bring more expression on the feelings and thoughts during and after visiting. These emotional sense is commonly derived from the existence of structure material as well as the surrounding environment, and is much derived from the experience of practices and extraordinary landscape aesthetics as presented the same tendency with the value. Another significant difference between the two groups occurred at the socio-cultural value. Consistent with the expectation, the socio-cultural values rely significantly much more on the Bandai and Eitai sites than the Akashi and Rainbow sites. Due to their identity of being civil historical "heritage", visitors tend to talk about their historical facts and monumental meaning on these objects much more than the will they talk about the construction story and social impact on the contemporary buildings. As analyzed in former chapter, the Japanese domestic group has less willingness to focus on the socio-cultural aspects on those large-scale constructions

and thus strengthen the variance between the two groups.

Finally, there is no much significant difference on the place and tourism values, indicating a similar focus on the two kinds of experience embedded between the large-scale and the normal structure groups.

### **5.3 Tendency of tourist viewing at LSI sites**

Analysis on the online image data is based on the categorization explained in the section of content analysis in chapter of methodology.

The table 5.3 and figure 5.2 have indicated the trend of mean proportion of viewpoints respectively in normal and large-scale structure groups. Based on the content analysis for the online images data, there have been four main viewpoints during the infra-visiting process, that is internal viewpoint, close-linear viewpoint, mid-built viewpoint and far-integral viewpoint. In the external viewpoint, the viewing is gradually increasing from close views to far views in the case of large-scale sites, while in the case of normal structure, viewing from mid-built viewpoints received the most focus from viewers. On the other hand, viewing from the internal viewpoint – that is perception and appreciation coming inside the bridge has also obviously increasing at the large-scale sites than the normal structure group, which



means an increase of internal experience of structure. As a whole, still viewing from the far-integral viewpoints has received the most focus from visitors in the lar-scale structure group.

Table 5.3 Proportion of different viewpoints respectively in LSI and non-LSI group (%)

Viewpoints	Large-scale group	Non-Large-scale group
Internal viewing	24.6	11.7
External-close viewing	8.5	14.2
External-mid viewing	20.3	33.5
External-far viewing	34.5	32.0

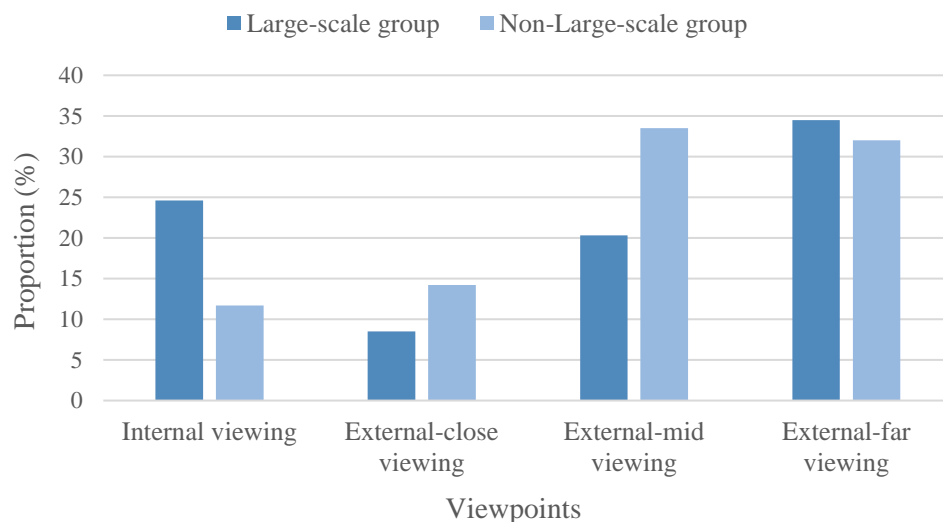


Figure 5.2 Proportion of different viewpoints in LSI and non-LSI group

As for the viewing object, the main constitution has been changed obviously between the case of internal and external viewpoints at large-scale bridge sites.

In the case of external viewpoint, focus on the integral structure (bridge itself) remains the most proportion either for the close, mid or far perspective, and the

viewing for the structural body obtain the most focus on the mid-built viewpoint; from far to close viewpoint, viewing for the structural details get increasing indicating the raising of the structural prominence along approaching to the object. Generally the overview viewing remains most from the far-integral viewpoint. When it comes to the internal viewpoint, consistent with the expectation, viewing on the structure details has largely increased. The large-scale structure has provided for visitors a chance to have a close look on the internal structure and configuration, which has also been a kind of value of structure form of landscape experience. Besides, viewing for the surrounding environment also get increased in the internal viewpoint. Consider the photographing activities remained in the practices value, visitors tend to pay more attention on the environment around the structure while the structure inside has provided a suitable platform for taking photos.

Table 5.4 Distribution (%) of view-objects within different viewpoints in LSI group

View-objects	Internal	External-close	External-mid	External-far
Structure-main	32.2	45.1	68.1	50.4
Structure-detail	41.3	33.1	31.3	17.1
Overview	8.1	12.2	7.5	25.2
Environment	18.4	4.6	4.1	7.3

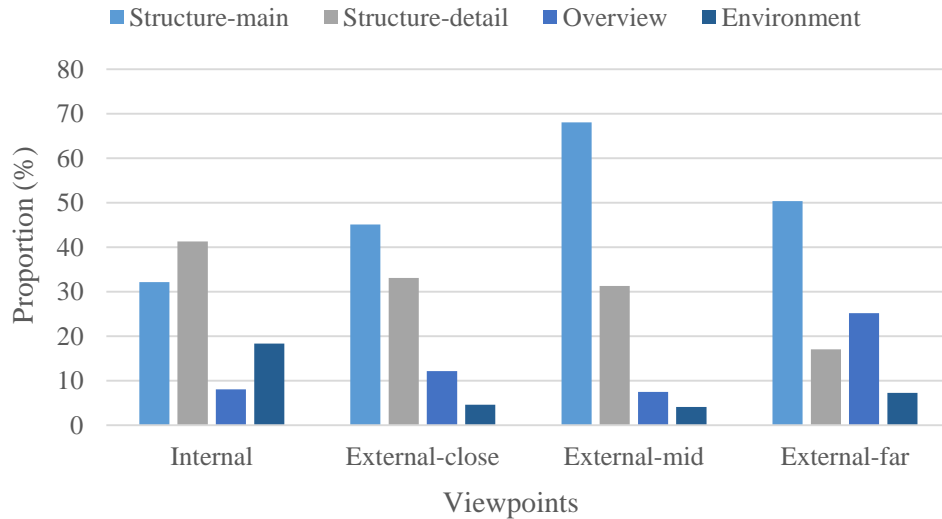


Figure 5.3 Proportion of view-objects with different viewpoints in LSI group

In addition to the images of landscape and scenery, there are also records for other content, such as images reflecting human activities and socio-cultural thoughts. Among the other types of images, it is still can be seen that the images recording practices and relaxing are took more at the large-scale bridge sites than the normal structure sites, which is consistent with the result of landscape experience extracted from text reviews.

#### 5.4 Relationship between tourist viewpoints and landscape experience

To put the analysis result of text reviews and images together, the relationship between perceived landscape value, which represent the tourist landscape experience, and the tourist viewpoints could be revealed. As explained in the chapter of methodology, the multiple of images would not influence the effectiveness of

mean value of landscape values, and thus can be directly used for a wider investigation. Basically, despite the discrete number of images per tourist, the higher mean landscape values in one group would indicate an inclination of landscape experience due to the property of group, and thus reveal the relative relationship between the group feature and the tourist landscape experience. Here, we divide the tourist group into the two section by the viewpoint from image analysis result as “Internal” and “External”. In one section, the dataset of text reviews contains the tourists that exclusively remained the internal / external images records, and the comparison between the two sections would tell out the relationship between the tendency of landscape experience and the two viewpoint groups.

Table 5.5 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between two kinds of viewpoints in non-LSI group

Landscape Values	Internal viewpoint	External viewpoint	<i>p</i> -Value
Forms			
Nature	5.6	6.8	0.8842
Structure	11.4	15.4	0.2452
Practices	15.6	12.1	0.4318
Relationships			
Aesthetics	16.5	15.8	0.7302
Images & feelings	9.9	8.0	0.5286
Landscape Prop.	10.5	4.4	0.3388
Place-awareness	12.5	12.1	0.8747
Socio-culture	9.7	15.8	0.273
Tourism-elements	3.6	3.1	0.4504

Table 5.6 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between two kinds of viewpoints in non-LSI group

Landscape values	Mean topic proportions	Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature	- 1.093	- 4.974	3.922
Structure	- 3.988	- 9.895	2.276
Practices	3.264	- 1.893	10.027
Aesthetics	0.499	- 7.017	8.460
Images & feelings	2.065	- 3.076	6.856
Landscape-properties	6.214	0.028	11.122
Place-reference	0.469	- 4.971	6.200
Socio-cultural	- 6.133	- 14.131	3.801
Tourism-elements	0.351	- 2.142	3.257

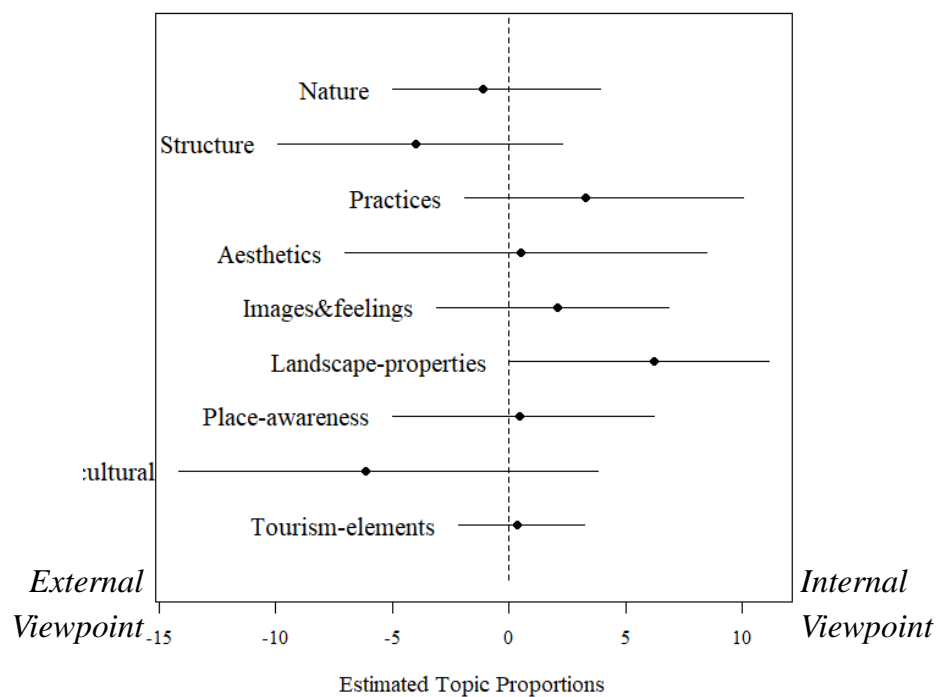


Figure 5.4 (1) Difference of perceived value between internal and external viewpoint in non-LSI group

The table 5.6 and figure 5.4 (1) has indicated the difference between two kinds of viewpoints in the case of normal structure group of Bandai and Eitai group. It can

be seen that apart from the landscape value of landscape properties which is kindly inclined to the internal viewpoint, all of the landscape values revealed no significant variance between the two viewpoints, which had indicated the general homogenous performance of landscape experience regarding the change of tourist perspective in the case of normal structure. The slight inclination of landscape properties is kindly derived from the material and construction of structure body that is presented more explicitly inside the bridge.

Table 5.7 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between two kinds of viewpoints in LSI group

Landscape Values	Internal viewpoint	External viewpoint	<i>p</i> -Value
Forms			
Nature	4.6	3.0	0.014
Structure	17.7	13.7	<0.0001***
Practices	30.6	34.1	0.411
Relationships			
Aesthetics	4.8	8.7	<0.0001***
Images & feelings	10.4	12.3	0.142
Landscape Prop.	6.1	6.4	0.311
Place-awareness	12.3	11.1	0.945
Socio-culture	3.2	4.6	0.109
Tourism-elements	10.3	6.0	0.001*

Table 5.8 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between two kinds of viewpoints in LSI group

Landscape values	Mean topic proportions	Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature	1.648	- 0.081	3.368
Structure	3.994	0.665	7.308
Practices	- 3.842	- 8.970	1.514

Aesthetics	- 3.890	- 6.997	- 1.527
Images & feelings	- 1.900	- 6.032	1.899
Landscape-properties	- 0.692	- 2.936	1.886
Place-reference	1.402	- 1.408	4.189
Socio-cultural	- 1.316	- 3.526	0.496
Tourism-elements	4.329	1.193	6.769

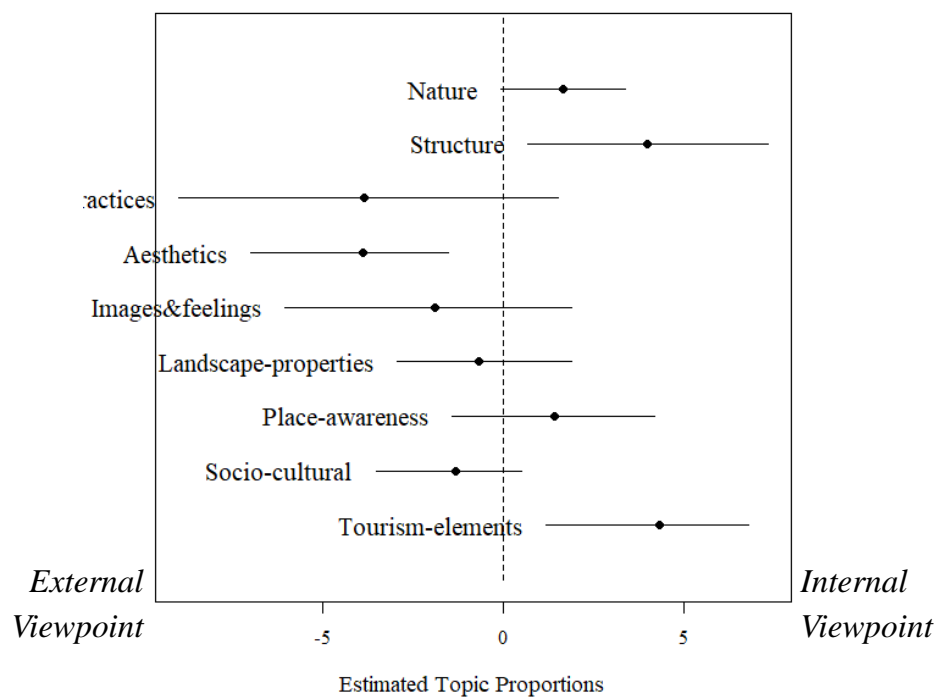


Figure 5.4 (2) Difference of perceived value between internal and external viewpoint in LSI group

Regarding for the large-scale infrastructure objects, the distribution of landscape values has presented certain trend due to the variation of viewpoints which is different with the one in the case of normal structure group as showed in figure 5.4 (2).

Form: As a whole, the landscape value on forms is generally lies more on the internal viewpoint, with respectively a slightly higher mean value of nature form and significant inclination of structure form. The perception of nature form is considered partly coming from the increasing viewing of environment from inside of bridge as discussed in the trend of viewpoint and view-objects. That is, the platform of sightseeing provided by the internal space of bridge had also been reflected by the landscape experience of nature elements while the nature form perceived from outside of the structure has been also not ignorable. On the other hand, the structure form is much more perceived in the group of internal viewpoint than the group of external viewpoint. That is visitors who kept the internal records tend to focus more on the structure elements than the group kept the external records. As discussed in the former part, in the case of large-scale infrastructure, focus on the structure detail would largely increase when turns into the internal viewpoints, which has suggested that the higher focus on the structure form performed in the internal viewpoints may mainly contributed by the structure details and components. The close access to the structure configuration and construction, the special space different with outside and ordinary situation and the awareness of being “beside” can all act on the particular landscape value.

Besides, when look into the variation trend of landscape value of structure form



regarding on the change of viewpoint, it can be seen that from the internal to the external far viewpoint, there is no significant trend in the case of normal structure group at Bandai and Eitai sites. While in the case of Akashi and Rainbow sites, the proportion of structural value is gradually decreasing from the internal to the external far viewpoints, that is, the form of structure has hold a more important part in the perception of infra-tourists in the internal viewpoints but a less important part in the far-integral viewpoint (figure 5.5).

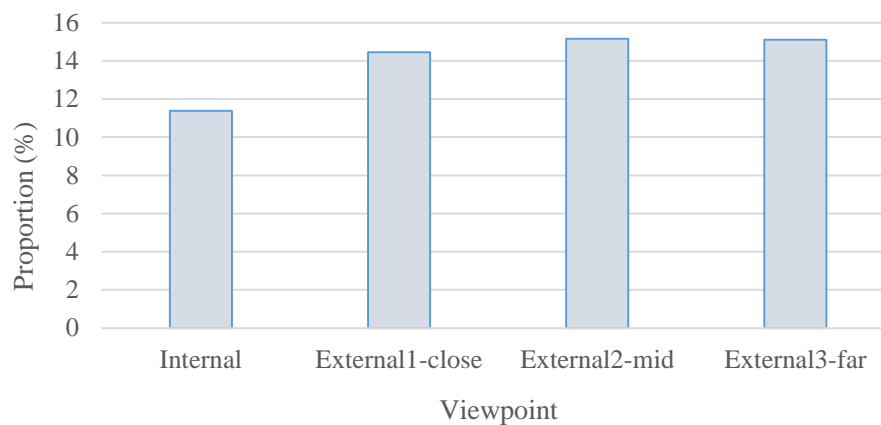


Figure 5.5 (1) Mean proportion of perceived value of structure form about viewpoints in non-LSI

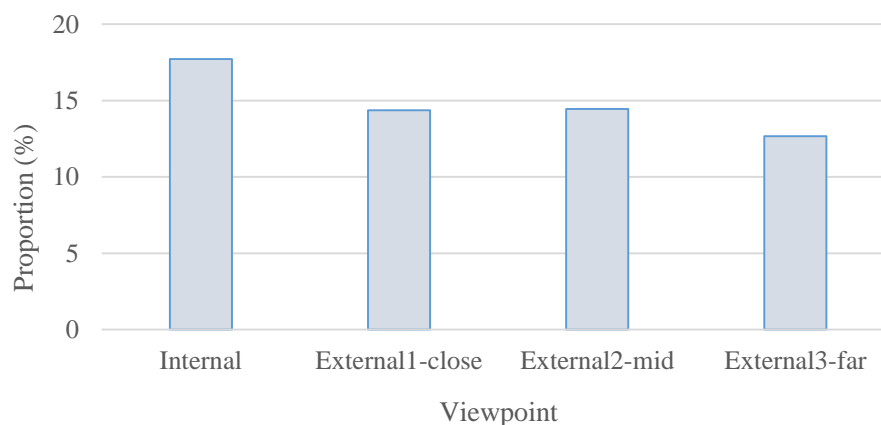


Figure 5.5 (2) Mean proportion of perceived value of structure form about viewpoints in LSI

Practices: Landscape value of practices present no significant difference regarding to the change of viewpoint. Generally the mean value of practices get slightly higher in the external viewpoint, partly suggested the more widely action scope laid in the area around the structure than the internal place.

Relationships: Besides the landscape value of structure form, another significant experiential difference between the internal and external viewpoint is on the aesthetics on the landscape and scenery. On the contrary to the structure form, the landscape aesthetics relied largely on the external viewpoint, which is constituted with both structural viewing and overview and environmental viewing. This inclination has suggested that tourists' aesthetics of landscape and scenery is mainly perceived from the perspective outside the structure – in which the main structure body, the environment and the place are all contained into the scope. It can also be seen that from the internal viewpoint to the external-far ones, the mean proportion of aesthetics value has been decreased gradually which is just opposite to the trend presented by the structure value (figure 5.6). In other words, with the movement from external to internal viewpoint, the tourists' landscape experience at large-scale infrastructure fields has transformed from the landscape aesthetics to the structure form, the trend that not seen at the normal structure sites, and in the internal viewpoint, the structure components has instead of the landscape aesthetics to give

out the touristic experience.

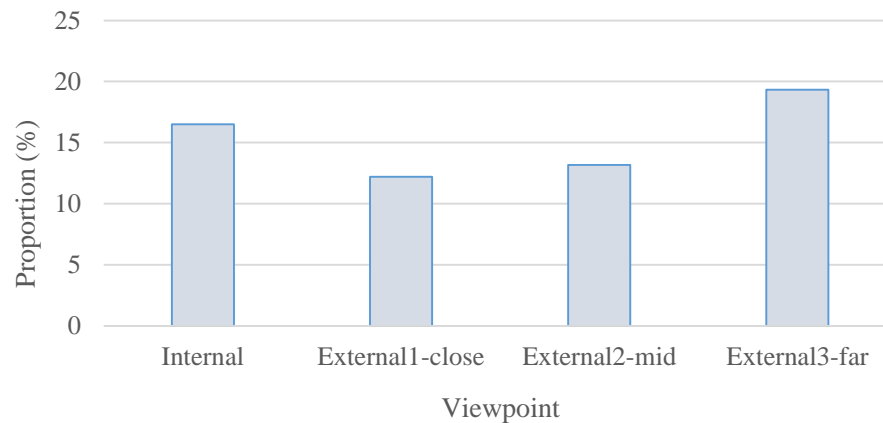


Figure 5.6 (1) Mean proportion of perceived value of aesthetics about viewpoints in non-LSI

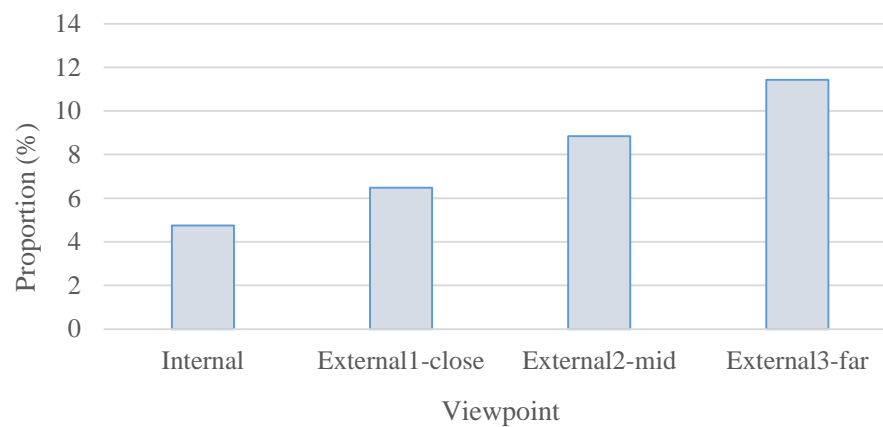


Figure 5.6 (2) Mean proportion of perceived value of aesthetics about viewpoints in LSI group

In addition to the structure and aesthetics value, perception on the tourism elements is also significantly inclined to the internal viewpoint according to the figure. Based on the content analysis process, the tourism elements mainly refer to the factors and reference related to the tour organization and entertainment & relaxing elements used in the tourism field, including the tour guides, touristic facilities, visiting and

hotel information and so on. There is indeed a tour package organized in the Akashi site, providing a direct pathway to the bridge inside and top, and there is also a similar visiting process at the Tokyo Rainbow Bridge due to their similar form. The analysis result had indicated that the tour effect on the tourists and visitors has largely give out the tourism experience inside of the structure, which is partly consistent with the aim and intention of the tour organization and supplier, while the facilities and information presented outside of the structure remain relative less influence on the tourists' perception if considered to the external complex context. Other relationship values, including images, landscape-properties and place-awareness present no significant differences between the two viewpoint groups both in the case of large-scale and normal structure sites.

### **5.5 Interaction between tourism viewings and landscape experience in LSI field**

In the former section, the landscape experience towards the large-scale infrastructure sites has been discussed and the result has revealed that particularly the landscape value of structure and aesthetics are more perceived and experienced at those large-scale sites through the comparison. Regarding the landscape aesthetics, the textual review on terms had also indicated that the visitors and tourists had referred the symbolic feature much more often at Akashi and Rainbow sites, while from the result of viewpoint trend, the aesthetics is mainly conveyed

from external viewpoints away from the bridge than the internal viewpoint inside the structure. It is thus meaningful to investigate deeper that how the symbolic representation which may revealed from the view-object information, would vary about the change of viewpoint and other landscape values.

Generally the view-objects information obtained from the analysis on the image data could tell about the viewing patterns of tourists on their touristic focuses. Since the view-object has been classified to four main types as structural-integral, structural details, integral-overview and environment, viewing form about the aesthetics could further split into the structural-centered and integral-comprehensive viewings. The former viewing form lies largely on the structural-integral type, particularly remain prominent and outstanding from surroundings, and a few types from the structural details with part of environment presented as contrasting background. The latter type is mainly dealt as the integral-overview type, with a small composition ratio of bridge structure in a wider extensive environmental background (sometimes foreground).

The table 5.9 and figure 5.7 has indicated the difference between the two kinds of viewing patterns, which suggested the inclination of perception of landscape experience about the symbolic property embedded in the large-scale sites.

Table 5.9 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between different viewing types in LSI field

Landscape Values	Overview-Integral	Structural-Symbolic	<i>p</i> -Value
Forms			
Nature	3.1	3.4	<0.001*
Structure	14.4	14.1	0.515
Practices	32.4	32.6	0.864
Relationships			
Aesthetics	9.3	11.2	0.178
Images & feelings	12.5	12.1	0.432
Landscape Prop.	6.4	6.9	<0.001*
Place-awareness	13.5	9.3	<0.0001***
Socio-culture	5.2	5.4	<0.0001***
Tourism-elements	7.8	4.9	<0.0001***

Table 5.10 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between two kinds of view types in LSI field

Landscape values	Mean topic proportions	Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature	- 0.247	- 2.305	1.592
Structure	0.454	- 2.907	3.233
Practices	- 0.511	- 6.662	5.131
Aesthetics	- 1.642	- 5.879	2.610
Images & feelings	0.070	- 2.618	4.582
Landscape-properties	- 0.345	- 3.046	2.692
Place-reference	4.227	1.216	7.474
Socio-cultural	- 0.009	- 2.310	2.228
Tourism-elements	2.789	- 0.179	5.904

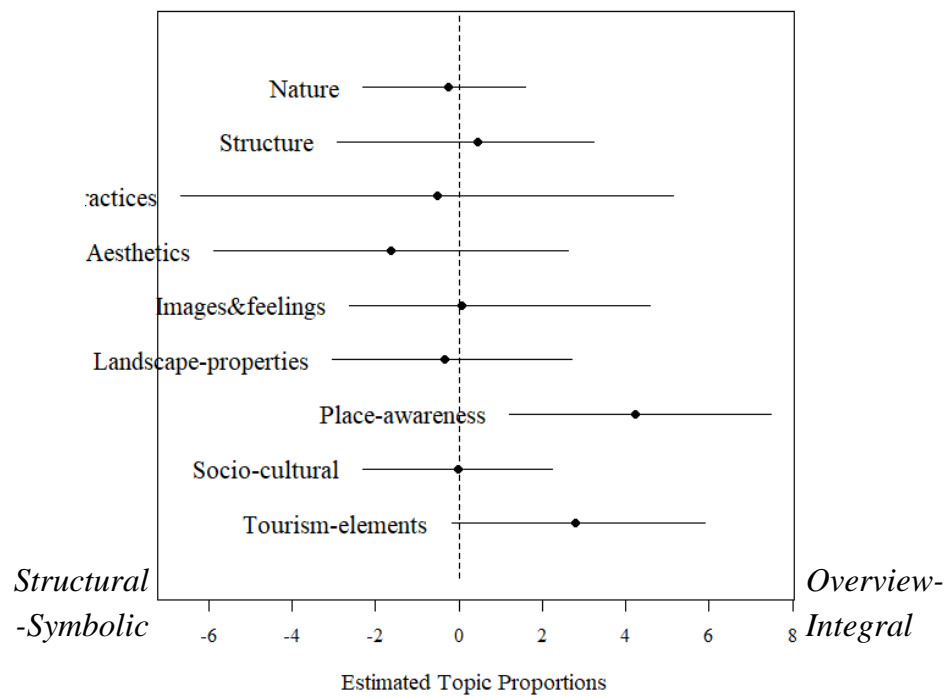


Figure 5.7 Difference of perceived value between two patterns of viewing in LSI field

From a general perspective, the landscape aesthetics would not change significantly about the two kinds of viewing, while the mean value is slightly inclined to the structural-symbolic viewing groups, suggesting that to some extent, the bridge itself still plays a main role on the tourist-landscape production than the overview scenery, as the bridge structure has the structural-centered tendency when compared to dam form. On the other hand, among the landscape values balanced between the two sides, landscape values on the place-awareness and tourism-elements has significantly perceived more on the overview-integral forms. The tendency has revealed that integral scenic landscape combining the bridge structure and environmental place surrounding as a whole would provide visitors more experience on the cognition of place and area, at the same time, providing them with more

touristic relaxing experience rather than the single bridge structure (although the experience inside the structure would also enhance the tourism values as explained in former part).

Besides, if take variation of viewpoints into consideration, condition would change subtly due to the factor.

Table 5.11 Mean topic proportion (%) and result of Kruskal-Wallis test on CVM between viewing types with different viewpoints in LSI field

Landscape Values	Far-away&Overview	Close/Mid&Structural	<i>p</i> -Value
Forms			
Nature	2.2	3.7	0.030
Structure	12.7	15.1	0.043
Practices	34.3	27.2	0.665
Relationships			
Aesthetics	9.9	8.2	0.071
Images & feelings	10.3	13.5	0.002
Landscape Prop.	5.7	6.3	<0.001*
Place-awareness	13.4	12.0	0.822
Socio-culture	3.9	7.0	<0.0001***
Tourism-elements	7.6	7.4	0.002

Table 5.12 Mean and confidence intervals (at 95% level) of differences on proportions of perceived landscape values between viewing types with different viewpoints in LSI field

Landscape values	Mean topic proportions	Left side of confidence interval at 2.5%	Right side of confidence interval at 97.5%
Nature	- 1.509	- 3.345	0.301
Structure	- 2.321	- 6.139	1.606
Practices	3.103	- 2.766	9.503
Aesthetics	1.502	- 1.815	4.924



Images & feelings	- 3.360	- 7.303	0.480
Landscape-properties	- 0.679	- 3.438	1.889
Place-reference	1.409	- 1.968	4.912
Socio-cultural	- 3.577	- 5.893	- 1.042
Tourism-elements	0.142	- 2.644	3.734

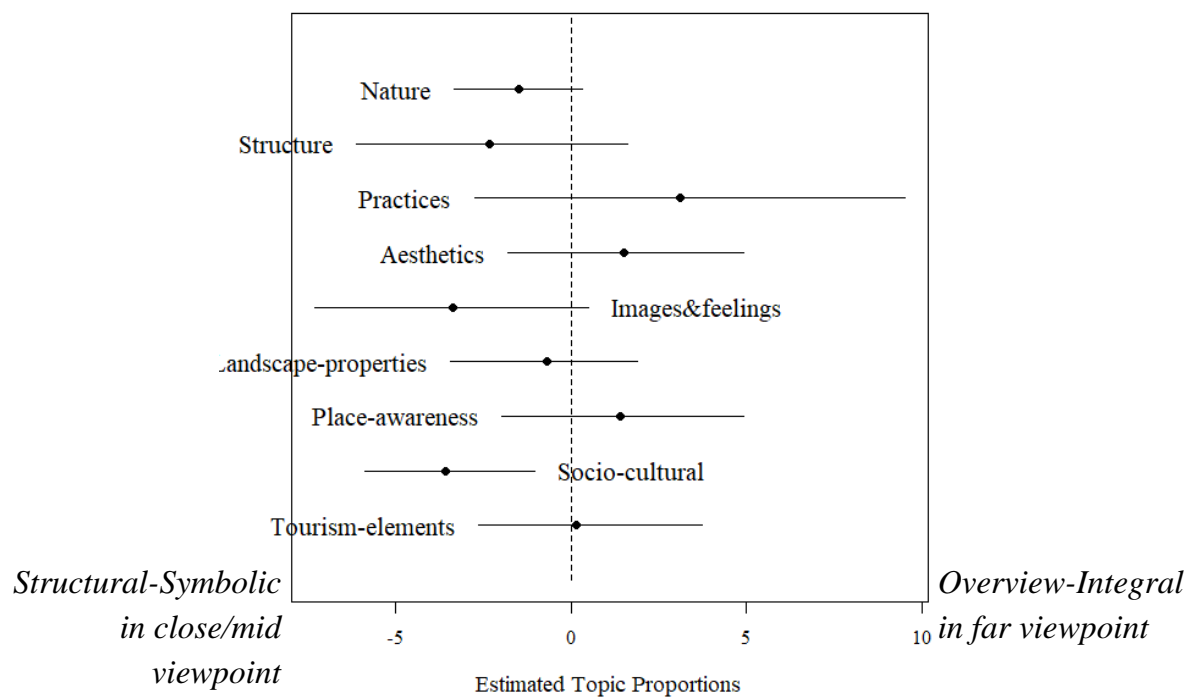


Figure 5.8 Difference of perceived value between two patterns of viewing in LSI group considering viewpoints

The table 5.11 and figure 5.8 has indicated the difference result between the two kinds of viewing form under the specific viewpoint conditions. Without significant difference between the two groups, the average landscape aesthetics has shifted to slightly to the overview-integral side at far-way viewpoint. On the other hand, the socio-cultural values has turned into prominent to the structural-symbolic side under the close and mid viewpoint, that is, with the close of distance to the bridge structure

body, the social and cultural aspects hidden in the structure get more concentrated than other landscape values for visitors and tourists to give out the tourist landscape experience together with the strengthening of structural symbolic viewings. If consider the tendency of landscape experience of foreign groups, the subtle connection of structure focus and the socio-cultural interests has been highlighted in the foreign visiting group.

## **5.6 Relationship between landscape experience and place perception on-site**

### *5.6.1 Effect of viewpoint on tourist place perception*

Based on the photo records provided by the infra-tourism participants, we generally categorized the viewpoints as locations of landscape perception as internal, which included inside the bridge structure and the top of the bridge tower, and external, which included views of the bridge as an object from an outside perspective. From table 5.13, it can be seen that the tourists' viewpoint – from the environment (ex) and within structure (in) – significantly influences the sense of place particularly through image, attachment, and risk cognition, while place dependence was not found to significantly vary across the viewpoints. The mean value of external place image and place attachment was significantly higher than that inside the bridge, while the score was higher in the internal space for risk perception. The difference of the mean score of sense of place items indicated that external elements influenced

the sense of place through image and attachment while internal elements mainly affected risk cognition and dependence items (although this is not significantly meaningful). The viewing experience on the top of the bridge tower, presented as the main attraction of the tour, was significantly beneficial to sense of place through image and attachment compared to the other items.

Table 5.13 Group comparisons of sense of place components between the two kinds of viewpoints (Wilcox test)

components of place perception	Average ratings			<i>p</i> -value
	Internal view		External view	
Place image	4.12	<	4.72	0.0117 **
Place attachment	3.62	<	4.17	0.0756 *
Place dependence	4.06	>	3.89	0.2423
Risk perception	3.18	>	1.67	0.0017 ***

Significance: \*:  $p \leq 0.1$ , \*\*:  $p \leq 0.05$ , \*\*\*:  $p \leq 0.01$

Place image, which represents the expectations and impressions of the visitors before and after visiting a site, demonstrated a higher value than the external context rather than the internal cases. This indicated that the visitors gained place image mainly from external environmental elements. As an external example, the bridge structure is presented closer as the viewpoint object, and objective appreciation and the structure and surrounding environment come together to create the general image of this rather than the bridge body itself or its existence. As place image is generally derived from the imagination and generalization of thoughts about a place

based on various sources of information (Clouse, 2016; Kotler et al., 1993), it can be supposed that potential visitors generally associate large-scale structures with the integral environment rather than a single element or the excluded existence of the structure's material. Along with the structure's value, all of the on-site dimensions (including physical, social, cultural, and economic values) included impact how the visitors and residents view the place (Luque-Martinez et al., 2007).

Similar to the performance of place image, visitors expressed their attachment to the infrastructure tourism site more from an external perspective than an internal perspective. This indicates that place attachment is associated with an affective and emotional response to the place of people (Cheng, 2015). Subsequently, the results also suggest that visitors evoke more emotions and feelings in the outside environment compared to the internal space of the structure. Research has identified the effect of many physical environmental features on place attachment such as size, scale, proportion, colors, variety, and texture, and other intangible aspects such as memories, security, and mysteries (Najafi, 2011). This research demonstrated that the outside environment provided visitors with much more rich landscape elements, including both natural and structural elements, and with a wider viewpoint and greater variety for the place and bridge structure, all of which may contribute to the higher perception of place attachment held by infra-tourists.

The statistical results from the non-parameter test indicated a subtle variance of place dependence between the external and internal viewpoints, as both the external view and internal experience inside the bridge generally contributed to the importance of place at a similar level toward the visitor's visiting purposes. For a long time, the tour organizations set the overlooking images taken from the top of the tower as representative of the walking tour and used them as the most appealing attractions for infra-tourists. It is expected that the images coming from the viewing combining bridge structure and surrounding environments elements and viewing on the bridge structure itself would also contribute to the perception of visitors to the located place. Although there are relatively higher ratings of the inside space (with the highest average rating of 4.5 at the bridge tower), generally the visitors view the infrastructure as their ideal tourism site considering the structural experience and the normal landscape from an external perspective. The latter is also associated with a higher place image and place attachment perception, as described above. Unlike the other items, place dependence is likely to be affected less by other factors; this is consistent with previous studies on residents that have demonstrated that all of the response variables have a much stronger connection with place identity than with the place dependence (Brown, 2007).

Finally, risk perception was perceived significantly much more in internal spaces than in the external environment, which is reasonable and understandable considering the high altitude and relatively rudimentary space presented inside the bridge. It should be noted that one of the appealing factors of infra-tourism is the “non-everydayness” and “abnormal” experience of large-scale infrastructure objects, and their inside elements and space are more unfamiliar to visitors. The familiar landscape elements could enlarge the place bonding of image and attachment (Cheng, 2015), while the unfamiliar ones could enlarge visitors’ risk perception.

#### *5.6.2 Effect of perceived landscape values on tourist place perception*

From Table 5.14, we can identify that the perception of place image is mainly affected by the existence of nature, landscape, and tourism values. The perception of place attachment generally remained similar across the items, which means that place attachment was equally affected through most of the landscape values. The perception of place dependence is significantly influenced by the landscape property item and the cultural-society level, which indicated that the two landscape values are strongly associated with dependence across the viewpoints. The risk perception is also particularly related to practices and activities.

Table 5.14 Group comparisons of place perception between landscape values (Wilcox test)

Landscape value	Components	of	Average ratings	<i>p</i> -value
-----------------	------------	----	-----------------	-----------------

	place perception	Experienced		No-experienced	
Structure form	Place image	4.28	>	4.22	0.4454
	Place attachment	4.15	>	3.75	0.2579
	Place dependence	4.09	<	4.19	0.7160
	Risk perception	2.17	<	2.91	0.0528*
Nature form	Place image	4.59	>	4.08	0.0303***
	Place attachment	4.11	>	3.92	0.1232
	Place dependence	4.22	>	4.08	0.7801
	Risk perception	2.04	<	2.71	0.0649
Practices & activities	Place image	4.18	<	4.27	0.5288
	Place attachment	4.00	>	3.99	0.8260
	Place dependence	3.91	<	4.16	0.5696
	Risk perception	3.45	>	2.31	0.0460**
Landscape aesthetics	Place image	4.73	>	4.07	0.0067***
	Place attachment	4.14	>	3.93	0.1020
	Place dependence	4.59	>	3.95	0.0082***
	Risk perception	2.82	>	2.34	0.2346
Socio-cultural	Place image	3.85	<	4.34	0.1647
	Place attachment	4.23	>	3.94	0.4879
	Place dependence	4.69	>	4.02	0.0576*
	Risk perception	1.54	<	2.66	0.1811
Images & feelings	Place image	4.36	>	4.24	0.9812
	Place attachment	4.18	>	3.96	0.8320
	Place dependence	4.45	>	4.07	0.2859
	Risk perception	3.09	>	2.37	0.1834
Tourism elements	Place image	3.71	<	4.38	0.0254**
	Place attachment	4.14	>	3.95	0.7363
	Place dependence	4.57	>	4.03	0.1342
	Risk perception	1.86	<	2.61	0.1155

Note: \*:  $p \leq 0.1$ , \*\*:  $p \leq 0.05$ , \*\*\*:  $p \leq 0.01$

Landscape is a product of the combination of natural and cultural elements; so, every tourist site is a result of an ongoing interaction between natural and cultural phenomena, which involved a large range of landscape experiences being either physical or intangible aspects (Wattchow, 2013). Previous studies on the interrelationships between the perception of landscape and place have produced controversial results. Studies on residents and visitors regarding general landscape features or destinations in Europe have reported a similarity in the sense of place levels across different landscape types (Wartmann, 2018). However, there are particular landscape elements that could affect specific place perception items under some conditions (Brown, 2007). In this research, despite some results indicating that there are no significant differences between the performances of landscape experience, there are still particular landscape values that affect the sense of place items, indicating a relationship between tourism experience and sense of place (Allan, 2016).

The presence of natural landscape elements has promoted the visitors' sense of place through images, consistent with the results of general attractive nature landscape destinations and sense of place levels (Kaltenborn & Bjerke, 2002). While an awareness of tourism activities can deduce the place image, converting the visitors'



focus from place appreciation requires practical considerations. Landscape aesthetics values have the most significant influence as its presence has an effect on both place image and place dependence, which is similar to previous findings that demonstrated that the aesthetics value was one of the most important predictors of both place identity and place dependence for residents and visitors (Allan, 2016; Brown, 2007). However, the inconsistencies in the images and feelings from the visitors' emotional response do not demonstrate a relation with the sense of place of an individual. The place dependence was proved to be associated with the landscape properties and cultural-social values of large-scale infrastructure. Considering that landscape properties are the composition (synthetic) of the environmental and structural elements, and is a common property in other tourism fields, this suggested that the tourists perceived the infrastructure tourism space as a special and valuable place for their aims mainly based on general landscape forms, which could be particular with any other landscape-tourism space. Likewise, while Brown's (2007) work has identified that landscape aesthetics also interacts with the spatial distribution of sense of place for infra-tourists at large-scale bridge sites, the landscape aesthetics from both an external viewpoint and internal space contain an overview of the bridge tower and provide a strong effect on a similar level to strengthen the infrastructure sites as a special tourism place for these visitors.

The perception of place dependence is also significantly influenced by the presence of cultural-society values, which means that cultural-social factors attached to large-scale infrastructure objects are also an advantage in underlining the tourism attraction among other tourism resources. Social and cultural values expressed by infrastructure mainly cover a range of social impact, relations to the structure, including self-knowledge and national identity, and the culture regarding construction and the local area. Many studies have identified social relations as the largest factor contributing to a higher sense of place, especially for local residents (Raymond et al., 2010; Stewart, Liebert, & Larkin, 2004). In the previous study investigating the residents' sense of place of rural (nature) landscapes, social bonds were identified as one of the most important components influencing the local's attachment to the place (Soini, 2012). For tourists, the results also supplemented previous findings that demonstrated that the social-cultural experience involving personal education and knowledge recognition was positively related to the visitors' place identity and place attachment (Allan, 2016; Fredrickson, 2001). It should be noted that although a previous study on the landscape values of large-scale infrastructure sites has indicated that the Japanese domestic group focuses less on social and cultural values as revealed in our former study, the social-cultural focus remained in the visitor's group. The fact that the knowledge and concern of this value mainly refers to the structure itself and is related less to the surrounding

environment may partly explain the reduced effect of the value produced on place image and attachment, which is associated with the external environment while the dependence is generally strengthened and is related to the structure itself, due to the landscape value.

The results of table 5.14 also demonstrated that risk perception is particularly related to practices and activities, and risk perception for the infrastructure tourism viewing is mainly derived from the internal characteristics of the structure. Practices such as pedestrians walking under the road high above the sea surface during the tour (which was also the presented dominant attraction) were the main source for the risk cognition, and this affected the sense of place to a similar level. In the light of the primary form of tourism at the infrastructure site and the general absence of tourism facilities, the visitors were expected to access the structure in a specific form without any detours (the walking path, elevator to the top of the tower, stairways, and the crossbeam at the top are the working devices used by bridge engineers and maintenance staff). Landscapes and tourism activities cannot remove the sensation of being insecure or in danger for most tourists, which have been part of the sense of place in the internal spaces of the bridge.

As a main conclusions, the place perception at the Akashi Bridge onsite would be

concluded as following that:

- (1) It can be seen that a good satisfaction could be received with a good sense of place in the large-scale infrastructure field
- (2) The infra-tourism viewpoints with relative location of structure and environment could influence the place perception through image, attachment as well as risk perception.
- (3) Place dependence perception in the large-scale infrastructure field is mainly affected by the landscape properties and cultural-social values of the structure objects.
- (4) Risk perception aroused in the participation of infra-tourism is mainly derived from the internal practices experienced by tourists.

## **5.7 Conclusion on the characteristics of tourist-landscape of large-scale infrastructures**

From the result above, it can be concluded from the performance around the interrelationship among the tourist-landscape experience, tourist viewing and the place perception as the characteristics of tourist landscape in the large-scale infrastructure sites as following three points:

- (1) Functional centering. The perceived landscape value (experience) intend to

focus on the value of practice due to the increasing of volume as kind of “themed space” which is consistent with new tourism idea. On the other hand, The value of practice is basically derived and provided from the structure inner-itself, developed largely from the original function and original existence form, rather than the former-image nor re-creation content from tourist, in other words, the structure construct the value.

(2) Conditional salience. Large-scale infrastructures in general has to some extent expressed the symbolic property of certain area compared to the normal structure counterparts, which is largely connected to the landscape aesthetics and images. The symbolic aesthetics is still remaining dynamic in some certain cases, for the instance that the awareness to the place together with the promotion on tourism elements may relate to the deduction of structural centrality, while the social-cultural values attached to the subject would conversely reinforce the structure existence, in turn to strengthen the symbolic salience.

(3) Formative variation. The general tourist image of Large-scale infrastructures is rather not a single imagination or a fixed composition, but a comprehensive synthesis varied internally in some trend inside the space. This variation is presented on the interrelationship of transformation of viewing, particular perception element

on the place and respective landscape experience. The change of viewpoint has brought the transition between the landscape aesthetics and structure material, in which the aesthetics value is connected to the place perception on the image and attachment, while the dependence on the place largely rely on the social-cultural value, which had also strength the structural prominence.

## Chapter 6      Conclusions and discussions

### **6.1 Main conclusions and achievements**

The research is considered to achieve four fruits as below:

(1) To indicate the comprehensive tourist-landscape perspective applied to the evaluation on landscape and perception on infrastructure objects. Based on the previous theoretical discussion on the combination perspective of tourism and landscape fields, we proposed the tourist-landscape system in the tourism space of infrastructures as constituted with main aspects containing the focus on touristic viewpoint and the touristic landscape experience from structure and place on-site.

(2) To indicate the possibility of utility of UGC information and available processing and analysis approach in the infrastructure and tourist landscape research field. We collected all of available online review and image data generated by online tourist users on the research objects. For the text reviews, we had further developed the content analysis approach by absorbing the statistical analysis into result examination and thus achieved a relatively validated identification on the extracted information on tourist perception and experience.

(3) To clarify the main content and performance of tourist landscape experience referred to the inherent properties in LSI field. It is appropriate to describe the infrastructure tourism experience covered by the value of forms, practices and relationships with detailed explanations. The landscape values relating to infrastructure are impacted upon by actual structural forms, with environmental variety mattering most for the dam and form regularity mattering most for the bridge project. Also, we have identified that different visitor groups perceive landscape values with different preference levels according to their background. Domestic groups are more familiar with local practices but are somewhat indifferent to socio-cultural aspects, whilst for other groups (i.e. the Chinese in this case) the inverse may be true. Besides, the characteristics of locations and environments were also seen to have a significant influence on perceived landscape values. Thus, the configuration of an urban setting can promote greater levels of aesthetic value, whilst the identity of a tourist destination have the possibility to undermine a specific sense of location and place.

(4) To reveal the particular presence of tourist-landscape formed in LSI field, which refers to the interrelationships among the landscape experience, viewing point and place perception concept. The perceived landscape value (experience) intend to



focus on the value of practice due to the increasing of volume as kind of “themed space” which is consistent with new tourism idea. The value of practice is basically derived and provided from the structure inner-itself, developed largely from the original function and original existence form, rather than the former-image nor recreation content from tourist, in other words, the structure construct the value. LSI in general has to some extent expressed the symbolic property of certain area compared to the non-LSI counterparts, which is largely connected to the landscape aesthetics and images. The symbolic aesthetics is still remaining dynamic in some certain cases, for the instance that the awareness to the place together with the promotion on tourism elements may relate to the deduction of structural centrality, while the social-cultural values attached to the subject would conversely reinforce the structure existence, in turn to strengthen the symbolic salience. The general tourist image of LSI is rather not a single imagination or a fixed composition, but a comprehensive synthesis varied internally in some trend inside the space. This variation is presented on the interrelationship of transformation of viewing, particular perception element on the place and respective landscape experience. The change of viewpoint has brought the transition between the landscape aesthetics and structure material, in which the aesthetics value is connected to the place perception on the image and attachment, while the dependence on the place largely rely on the social-cultural value, which had also strength the structural prominence.

## **6.2 Further discussion and future development**

### *6.2.1 Implications for tourism management practices*

As a plan to become a “tourism-focused country” has been promoted by the nation’s minister of tourism, the Japanese government and authorities have paid a lot of attention to tourism development, especially with regard to the inbound tourist market. Significant variation was found in the results of the comparative analysis regarding the perceived landscape values bound up with large-scale infrastructures. These are closely linked to landscape and tourism management practices. A considerable proportion of the various practices and expressed tourist values make clear the effectiveness of the local authority providing official guided tours at the Akashi Bridge. At the same time, the relatively low interest shown in practice-related values by the overseas groups indicates that it would be beneficial to improve internationalized services that offer better guidance to visitors who are unfamiliar with how local practices usually proceed. A fairly large number of the English visitors referred to the language barrier at tour sites. A more understandable and user-friendly introduction to the background and history of the various structures would also promote greater levels of socio-cultural interest. Clients at the dam would also benefit from collaboration with environmental managers and the local authority to improve the overall experience for visitors who are interested in either

the natural or the structural aspects of the environment. The significant impact of certain aspects of peoples practices, such as the parking issues at the Irabu Bridge, also underscore the task confronting tourism destination administrators when it comes to providing more effective facilities to support tourism around the structures.

On the other hand, visitors' perception to the visiting place which is examined in the part II, also expressed as authenticity and sustainability, of most communities around the worldwide, is being threatened and challenged. This threat stems from a lack of awareness of sense of place and leads to an imbalance among the tourists' interests and needs of tourists, the tour authenticity, and local communities. The preservation of perception to of the place is critical to the management of changes in the external pressures of the community that are inevitably derived from the micro- and macro-economic needs inherent in tourism, and for long-term tourism destination viability, the development of tourism objects and the locating place or area should promote each other. To further promote sustainability further, community preservation needs to consider both the tangible and intangible values embedded in the landscape at the site. Planning work should allow the tourism development of tourism to be integrated into with community values, encourage sustainability, and distribute public and private interests. This research focused on large-scale infrastructure tourism sites and demonstrated a comprehensive

understanding of a tourism space by combining the landscape experience and sense of place of the sites' tourists and visitors. The results can be used for by infra-tour stakeholders to share a general vision to create a "landscape of experience – experience escapes" within the scope of the new sustainable tourism trends (Ritchie & Crouch, 2003).

#### *6.2.2 Possibilities on UGC and text analysis approach*

The study has also revealed certain advantages pertaining to methodologies that draw on UGC data: (1) There is abundant data regarding the perceptions and assessments of various groups that can be obtained at little or no cost; (2) UGC provides valid, informative and real perceptions and feelings that arise from actual experiences; (3) The analysis process has no influence or effect upon the study subjects; (4) Calculations based on the *tf-idf* weightings for words can generate quantitative representation of content and its distribution related to theoretical categories regarding landscape values, which in turn provides for a statistical analysis of the differences between different groups.

Another problem of the quantitative text analysis approach developed in this research is that the quantification for the review text only concerned on the semantic information without the consideration about the internal structure and text

organization ways. That is to say, the analysis is conducted completely on the word and term level, but it did not consider the interrelationship among these terms and thus lack of the structural messages embedded in the text reviews. Although it is recognized that most of content analysis studies are achieved based on the term level of semantic meanings, like the common word frequency, the text structure study revealing the internal structural information of text has been developed and extended to unfold the opinions and perceptions in text more comprehensively. For example, the most newly text mining approach used the word embedding to consider the close context could transfer the wording terms to the directional vector while the vector is able to be calculated directly to obtain their interrelationship (e.g, distance and similarity). Other methods are also proposed to study the word organization to investigate the distribution and formation of human perception and experience through text. For instance, the network graph produced by many text mining tools could be used to find the aggregation of words and terms. Mapping tool are also applied to this field. By mapping the terms with different function and properties, the way that how can human memorize the landscape experience in mind is suggested. In further research, the approach combing the semantics meaning and structural relationship is preferred to comprehensively reveal the perception and experience embedded in the text in other cases.

### *6.2.3 Change of images on infrastructure with times*

Consistent with the previous studies on structural image as well as destination images, for example, the image change on the Capital Highway (Shuto Kousoku) had identified the image of design aesthetics, contemporary modernism, environmental hazard and nuisance, towards the modern destination with the advance of time from construction period and new century. Although this research is mainly focused on the current experience and perception owned by tourists in infrastructure spaces, we completely suggest that the landscape values and experiences would change with the time and period according to many of factors, including the environmental changes brought by the tourism development of structure and regions, the promotion of structural tourism function and the awareness and cognition of general public as well as social conditions.

In fact, with regard to the landscape value model applied in this research, it has been suggested that it is still critical to consider the time change in the landscape values embedded in the tourism space. According to the reference of Stephenson and other related applied works, the use of the landscape cultural values model in the present offered a method that delivered abundant information on the forms, practices and relationships, in which key values relating to socio-cultural, spatial distribution (tourism viewpoints), forms of structural types, temporality and continuity of

aesthetics came through with symbolic prominence. However, based on the structure of the model, there was no obvious place to reflect the intensity of concern with regard to the future of the infrastructure landscape. A modification of that model is offered here that includes future values in reciprocal relation to the surface and embedded values. It should be noted that the future value is not simply a maintenance of current values, rather the clear proactive shaping of future values – recognition of the benefit of actively changing values. In the modified cultural values model in related study, future values can interact with surface values, but as future values are not fixed there will always remain the opportunity for them to change, in turn creating further potential for changes to surface values. The modification highlights the dynamic nature of the tourist landscape, and more importantly it emphasizes how preferred values can become part of the future form of tourist landscape.

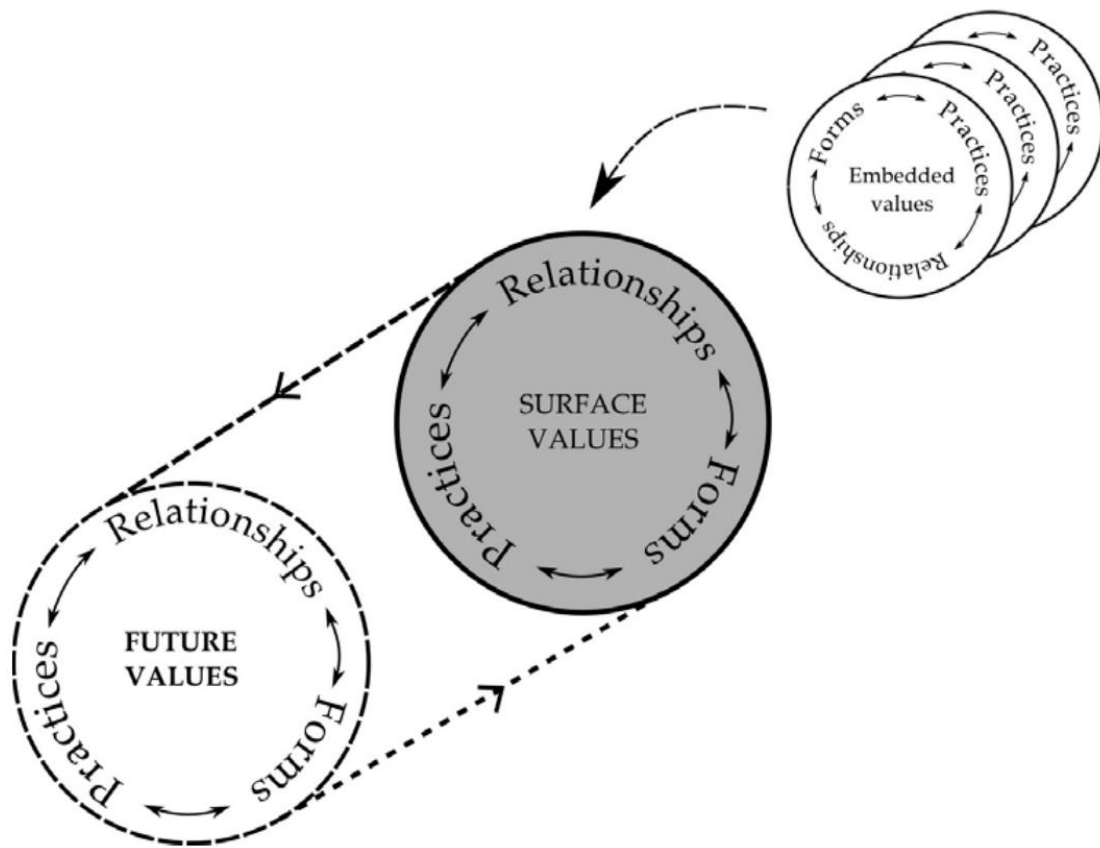


Figure 6.1 Adding a future dimension to the landscape cultural values model (Thompson-Fawcett, 2015)

The addition of future values provides a means to move beyond a static or backwards-facing view of tourist landscape, as is currently common when dealing with landscape in tourism development. The model allows for an extended continuity of the temporal. The beneficial simplicity of the cultural values model is retained with its interactions between surface and embedded values. The additional component ensures a full assessment of the temporal dimension, across future, present, and past values. The recognition of the dynamics of landscape, and ensuring the possibility of adaptive processes, is an important aspect of successful landscape planning. In the case of large-scale infrastructure tourist landscape, tourism



exploiting develop pressures on the structural utilization and maintenance, as well as the coordination with the local regional community. The stressful impacts of the developing processes were powerfully evident in the some official-local collaboration tour cases like dam tour. That stress was compounded by a landscape management approach that gave too little credence to the interpretations from lived experience of dynamic practices and shifting relationships over time.

#### *6.2.4 From value of images & feelings to the tourist sentiments*

In this research, the feelings and affective images produced in the visiting to the large-scale infrastructure fields of tourists are unified under the landscape value framework, being one of the perceived experience of tourists interacted and effected with other types of landscape values and place perceptions. On the other hand, there are also other perspective to investigate the tourists' affection and sentiment with other approaches. For example, in the studies of destination image, tourists' images to destination are theorized to contain two main dimensions as cognitive images and affective images, in which the latter is developed to measure the level and extent of sentiments tourist' owned to the visiting destinations. But in this kind of theory, the tourists sentiments is generally restricted to four affective dimensions which are presented as relaxing, exciting, pleasant and arousing. Form the result of this research however, the images and feelings of tourists had contained much more of

elements, there are personal emotions and reflections with appreciation on the landscape and experience, and the recommendation, suggestions and opinions, and there are also complaints and critics for the facility and tour arrangement. The destination image theory is quite common used in the previous survey and evaluation studies while with the development of social listening and public opinion application, more complex and comprehensive description for tourists' feelings and sentiments is called upon and the UGC analysis is employed as a relatively effective tool to detect the tourists' real emotions. For that, the sentiment analysis based on the text analysis approach for tourists is developed in tourism research.

Current studies on the sentiment analysis in tourism field have explored the relations among tourist emotions, satisfaction and destination evaluations using various methods (Hosany & Gilbert, 2009; Hosany & Prayag, 2013). Such studies tend to obtain data through questionnaire surveys and interviews. These methods are good for verifying specific mechanisms and causal relationships, but they always face the challenge of sampling bias and the timeframe constraint of conducting the surveys. Therefore, how to develop a comprehensive and effective approach to using massive UGC such as tourist reviews is an urgent issue in tourism marketing and management research. The present sentiment analysis based on travelers' online reviews is mainly restricted to the hotel industry and based on a general lexicon that

is not specific to tourism (Ding, Ci, & Huang, 2010; Yang & Yang, 2010). In addition, an adequate technique for a reliable evaluation on the sentiment from UGC for tourism and landscape researchers remains lacking (Liu, 2019). It is meaningful and perspective to combine the content analysis result on the images & feelings values from landscape value model with the study paradigm using sentiment analysis to investigate deeply for the relationship among the tourists' sentiment variation and external factors since the content analysis approach has been realized quantitatively to engage to the sentiment analysis without the technical problem.

#### *6.2.5 Develop a tourist landscape towards a cultural landscape*

In human geography, the concept of "cultural landscape" is proposed, a meaning the "cultural properties that represent the combined works of nature and of man", as defined by the World Heritage Committee. It includes the meaning that it is a landscape designed and created intentionally by human beings, an organically evolved landscape which may be a "relict (or fossil) landscape" or a "continuing landscape" or an "associative cultural landscape" which may be valued because of the "religious, artistic or cultural associations of the natural element. One landscape is not only a scenic or visual spectacular with objective elements and objects but involved with the human subjective meaning and cultural connotations, or has been transformed into part of the living culture or the cultural itself. Like the terrace field

heritage area originally as local agricultural farming land, or the Inca Road System in South America, originally as transportation facilities. In the case of large-scale infrastructures utilized as tourism space and attractions, despite the current perception on practices and aesthetics values experienced by infra-tourists which remains still largely related to the original function and form as civil structure, the transformation of landscape experience is on the way during the ordinary (starting from original civil function) and unordinary (starting from tourism exploiting) utilization, which reflecting in turn as the future value development of landscape values discussed above. Based on relationship between the landscape experience and the place perception, it is easy to identify a mere silhouette of a notable bridge's architecture set off a series of mental and emotional associations with a particular place. Based on the symbolic viewing of large-scale structure, this kind of iconic value is linked to a combination of a number of factors: the structure's scale, its role in the collective and popular social-cultural context in the locale, its architecture and construction, or a combination of all of these. This means that some structures, without these characteristics, have little iconic status to anyone, although this still does not deny their importance to some. For example, the concrete footbridge across a motorway may mean nothing to most of those who flit underneath it in their cars, but for others it may constitute an alternative and meaningful narrative – a significant waymarker on a regular journey; a place of spiritual reflection (as in the

unique personal histories encapsulated in the sites of known deaths) or spiritual enlightenment (Warnaby, 2008).

For that reason, the infrastructure could be rebuilt to add in many other descriptions (narratives) derived from external social condition or tourists themselves. Except for the tourism attractions and appeals being the tourism space, it could be in other way exploited in other way based on its values and relations in other ways. Bridges structure can be expected sometimes be used in an attempt to create symbolic places for areas. In some cases, it is the large iconic bridges which capture the attention of place marketing effort. It has been illustrated in this research how a place is perceived and differentiate inside the tourism space could be consciously effected by landscape experience and tourism viewings of tourists and visitors. It has the potential to being part of the visual identity system of a place brand, as evidenced by the featuring of bridges in many logos of local public administrations. Moreover, the infrastructure landscape sometimes exceeded what it owns or presented and is added to other content derived from external social conditions and tourists themselves. In this research, the Kurobe Dam site has presented high values on the social-cultural aspects compared to the Akashi Bridge just as the existence of film production. In other words, the effect film media has largely influenced the images and perception on the structure itself – it is one type pf valued embedded in the

structure currently, while what if the content has been powerful enough to in turn “substitute” the structure object in the future. In this case, the infra-tourism viewings actually shift into one kind of content tourism viewings as the tourism space or the tourist landscape itself is meaningful and appreciated due to the content but not the structure. Or it could say that the infrastructure landscape is viewed within the context of content and another form of landscape is produced due to the combination of both content and actual spaces. All of those aspects would finally forms one kind of landscape viewed by the external viewers (not only tourists and visits) and in this stage, the tourist landscape would finally achieve to be turned into the cultural landscape in the future.

### **6.3 Limitations**

Some limitations need to be noted regarding this study, largely resulting from time issues and the research approach. For the methodology developed in the study, the categorization system had to be pursued by two separate individuals to avoid any bias deviations arising from personal judgements. It has also been reported that statistical tests are more reliable for the building of categorization systems if more people are employed in their creation (Oteros-Rozas et al, 2017). There are some other processing approaches to the segmentation of phrases at a multi-word level that are able to provide a better consideration of contextual meanings and word

combinations than is possible with single words. Outside of this, calculations to obtain the representation of the review contents were realized according to a single weighted value for the *tf-idf* of each word within the categories. A vectorized representation of the words would be an alternative technique to enable a more precise expression of content. The content analysis and discussion were generally based on a CVM theoretical framework, along with some additions and modifications derived from other related studies. Consideration of landscape values offers the possibility of close links with other theories such as the cultural ecosystem services theory mentioned briefly at the outset (Smith, 2017). Future studies could therefore investigate the applicability and possible inter-relationship between these two approaches, not only with regard to large-scale infrastructures, but also other objects involving both tourism functions and landscape features.

## References

- Allan, M. (2016). Place attachment and tourist experience in the context of desert tourism—the case of Wadi rum. *Czech Journal of Tourism*, 5(1), 35–52.
- Altman, I., and Low, S. (1992). Place attachment. New York, Plenum Press.
- Anahita Yazdanpour & Hamed Moztarzadeh. (2014). Sense of Belonging in Research Building. *Advances in Environmental Biology*, 8(17), 561–567.
- Beckley, T. M., Stedman, R. C., Wallace, S. M., & Ambard, M. (2007). Snapshots of what matters most: Using resident-employed photography to articulate attachment to place. *Society & Natural Resources*, 20(10), 913–929.
- Berg, A. E. van den, and Winsum-Westra, M. (2010). Manicured, romantic or wild? The relation between need for structure and preference for garden styles. *Urban Forestry & Urban Greening*, in press.
- Bernatek-Jakiel, A., & Jakiel, M. (2013). Landscape perception and its implications in tourism. In N. Kozak, & M. Kozak (Eds.), *Tourism research: An interdisciplinary perspective* (pp. 95–108). Newcastle: Cambridge Scholars.
- Bieling, C., Plieninger, T., Pirker, H., & Vogl, C. R. (2014). Linkages between landscapes and human well-being: An empirical exploration with short interviews. *Ecological Economics*, 105, 19–30.
- Birkeland, I. (2008). Cultural sustainability: Industrialism, placelessness and the reanimation of place. *Ethics, Place & Environment*, 11, 283–297.
- Bole, D., Pipan, P., & Komac, B. (2013). Cultural values and sustainable rural development: A brief introduction. *Acta geographica Slovenica*, 53(2), 367-370.



- Bonaiuto, M., Aiello, A., Perugini, M., Bonnes, M., & Ercolani, A. P. (1999). Multidimensional perception of residential environment quality and neighborhood attachment in the urban environment. *Journal of Environmental Psychology*, 19, 331–352.
- Briassoulis, H., van der Straaten, J. (2000). Tourism and the environment: regional, economic, cultural and policy issues. Dordrecht.
- Brown, G., & Raymond, C. (2007). The relationship between place attachment and landscape values: Toward mapping place attachment. *Applied geography*, 27(2), 89-111.
- Brown, G., & Reed, P. (2000). Validation of a forest values typology for use in national forest planning. *Forest Science*, 46(2), 240–247.
- Brown, G., & Brabyn, L. (2012). An analysis of the relationships between multiple values and physical landscapes at a regional scale using public participation GIS and landscape character classification. *Landscape and Urban Planning*, 107(3), 317–331.
- Butler, A. (2016). Dynamics of integrating landscape values in landscape character assessment: The hidden dominance of the objective outsider. *Landscape Research*, 41(2), 239–252.
- Carneiro, M. J., Lima, J., & Silva, A. L. (2015). The relevance of landscape in the rural tourism experience: Identifying the important elements of the rural landscape. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Chan, K. M. A., Satterfield, T., & Goldstein, J. (2012). Rethinking ecosystem services to better address and navigate cultural values. *Ecological Economics*, 74, 8–18.
- Chen, Y., Parkins, J. R., & Sherren, K. (2018). Using geo-tagged Instagram posts to

- reveal landscape values around current and proposed hydroelectric dams and their reservoirs. *Landscape and Urban Planning*, 170, 283–292.
- Cheng, A. S., Kruger, L. E., & Daniels, S. E. (2003). “Place” as an integrating concept in natural resource politics: Propositions for a social science research agenda. *Society & Natural Resources*, 16, 87–104.
- Cheng, C. K., & Kuo, H. Y. (2015). Bonding to a new place never visited: Exploring the relationship between landscape elements and place bonding. *Tourism Management*, 46, 546–560.
- Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management*, 28(1), 118–129.
- Choi, T. Y., & Chu, R. (2000). Levels of satisfaction among Asian and Western travellers. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 17(2), 116–132.
- Clouse (2016). Chapter 1: Defining Place Image. Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist Attraction.
- Costanza, R., d’Arge, R., deGroot, R., Farber, S., Grasso, M., Hannon, B., Limburg, K., et al. (1997). The Value of the World's Ecosystem Services and Natural Capital. *Nature*, 387 (6630), 253-260.
- Cresswell, T. (2003). Place. A short introduction. Malden, Oxford, and Victoria: Blackwell Publishing.
- Cross, J. E., Keske, C. M. H., Lacy, M. G., Hoag, D. L. K., & Bastian, C. T. (2011). Adoption of conservation easements among agricultural landowners in Colorado and Wyoming: The role of economic dependence and sense of place. *Landscape*

*and Urban Planning*, 101(1), 75–83.

- Dakin, S. (2003). There's more to landscape than meets the eye: Towards inclusive landscape assessment in resource and environmental management. *Canadian Geographer*, 47(2), 185–200.
- Davenport, M. A., & Anderson, D. H. (2008). Getting from sense of place to place-based management: An interpretive investigation of place meanings and perceptions of landscape change. *Society & Natural Resources*, 18, 625–641.
- De Groot, R. S., Wilson, M. A., & Boumans, R. M. (2002). A typology for the classification, description and valuation of ecosystem functions, goods and services. *Ecological Economics*, 41(3), 393–408.
- De Vries, S., Buijs, A. E., Langers, F., Farjon, H., van Hinsberg, A., & Sijtsma, F. J. (2013). Measuring the attractiveness of Dutch landscapes: Identifying national hotspots of highly valued places using Google Maps. *Applied Geography*, 45, 220–229.
- Ding, J., Ci, X., & Huang, J. (2010). Orientation analysis of web reviews (in Chinese). *Journal of Computer Applications*, 30, 2937–2940.
- Donahue, M. L., Keeler, B. L., Wood, S. A., Fisher, D. M., Hamstead, Z. A., & McPhearson, T. (2018). Using social media to understand drivers of urban park visitation in the Twin Cities, MN. *Landscape and Urban Planning*, 175, 1–10.
- Dorwart, C.E., Moore, L.R., & Leung, Y.-F. (2007). Visitor employed photography: Its potential and use in evaluating visitors' perceptions of resource impacts in trail and park settings. In *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium*. New York, NY, April 9–11.
- Echelberger, H.E. (1979). The semantic differential in landscape research, *Proceedings*

- of Our National Landscape: a conference on applied techniques for analysis and management of the visual resource, April 23-35, Nevada, 524-531.
- Eisenhauer, B. W., Krannich, R. S., & Blahna, D. J. (2000). Attachments to special places on public lands: An analysis of activities, reason for attachments and community connections. *Society & Natural Resources*, 13, 421–441.
- Eleftheriadis, N., Tsalikidis, I. & Manos, B. (1990). Coastal landscape preference evaluation: a comparison among tourists in Greece, *Environmental Management*, 14, 475–487.
- Fredrickson, L. (2001). The Importance of Visitors' Knowledge of the Cultural and Natural History of the Adirondacks in Influencing Sense of Place in the High Peaks Region. In S. Todd et al. (Eds.), *Proceedings of the 2001 Northeastern Recreation Research Symposium*, April 1-3, 2001, Bolton Landing (pp. 346–355). New York: U.S. Dept. of Agriculture, Forest Service, Northeastern Research Station.
- Fox, C. A., Magilligan, F. J., & Sneddon, C. S. (2016). You kill the dam, you are killing a part of me: Dam removal and the environmental politics of river restoration. *Geoforum*, 70, 93–104.
- Frantál, B., & Kunc, J. (2011) Wind turbines in tourism landscapes: Czech experience. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 499–519.
- Funck, C. (2013). Welcome to Japan. In: C. Funck, & M. Cooper, (Eds.) *Japanese tourism: Spaces, places and structures* (Vol. 5). New York, NY: Berghahn Books.
- Garrod, B. (2008). Exploring place perception a photo-based analysis. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 381–401.
- Gkoltsiou, A., & Terkenli, T. S. (2012). An interdisciplinary analysis of tourist

- landscape structure. *Tourismos: An international multidisciplinary journal of tourism*, 7(2), 145-164.
- Gómez-Sal, A., Belmontes, J. A., & Nicolau, J. M. (2003). Assessing landscape values: A proposal for a multidimensional conceptual model. *Ecological Modelling*, 168, 319–341.
- Gou, S., & Shibata, S. (2017). Using visitor-employed photography to study the visitor experience on a pilgrimage route—A case study of the Nakahechi Route on the Kumano Kodo pilgrimage network in Japan. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 18, 22–33.
- Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity, and community impacts of tourism - the case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, 29(4), 637–647.
- Gunn, C. A. (1979). Landscape assessment for tourism. Proceedings of our national landscape: a conference on applied techniques for analysis and management of the visual resource. Berkely.
- Hall, E. T. (1989). *Beyond culture*. New York, NY: Random House LLC.
- Hammit, W. E., Backlund, E. A., & Bixler, R. D. (2004). Experience use history, place bonding, and resource substitution of trout anglers during recreation engagements. *Journal of Leisure Research*, 36(3), 356–378.
- Hammit, W. E., Kyle, G. T., & Oh, C.-O. (2009). Comparison of place bonding models in recreation resource management. *Journal of Leisure Research*, 41(1), 57–72.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of planning literature*, 18(3), 251–266.
- Hay, R. (1998). Sense of place in developmental context. *Journal of Environmental*

*Psychology*, 18(1), 5–29.

Haywood, K. M. (1990). Visitor-employed photography: An urban visit assessment. *Journal of Travel Research*, 29, 25–29.

Hernández-Morcillo, M., Plieninger, T., & Bieling, C. (2013). An empirical review of cultural ecosystem service indicators. *Ecological Indicators*, 29, 434–444.

Hosany, S., & Gilbert, D. (2009). Measuring tourists' emotional experiences toward hedonic holiday destinations. *Journal of Travel Research*, 49, 513–526.

Hosany, S., & Prayag, G. (2013). Patterns of tourists' emotional responses, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Business Research*, 66, 730–737.

Hou, J. S., Lin, C. H., & Morais, D. B. (2005). Antecedents of Attachment to a Cultural Tourism Destination: The Case of Hakka and Non-Hakka Taiwanese Visitors to Pei-Pu, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 44(2), 221–33. DOI: 10.1177/0047287505278988

Hwang, S., Lee, C., & Chen, H. (2005). The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks. *Tourism Management*, 26(2), 143–156.

Hu, Y., Gao, S., Janowicz, K., Yu, B., Li, W., & Prasad, S. (2015). Extracting and understanding urban areas of interest using geotagged photos. *Computers, Environment and Urban Systems*, 54, 240–254.

Hull IV, R. B., & Reveli, G. R. (1989). Cross-cultural comparison of landscape scenic beauty evaluations: A case study in Bali. *Journal of Environmental Psychology*, 9(3), 177–191.

Jacobs, M. (2011). Psychology of the visual landscape. *Research in Urbanism Series*, 2(1), 41–54.

- Jacobs, M. H., and Buijs, A. E. (2010). Understanding stakeholders' toward water management interventions: the role of place meanings. *Water Resources Research*, in press.
- Jiang, H., Qiang, M., & Lin, P. (2016). Finding academic concerns of the Three Gorges Project based on a topic modeling approach. *Ecological Indicators*, 60, 693–701.
- Jones, T., & Ohsawa, T. (2016). Monitoring nature-based tourism trends in Japan's national parks: Mixed messages from domestic and inbound visitors. *PARKS*, 22, 25–36.
- Jorgensen, B. S., & Stedman, R. C. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners' attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233–248.
- Jorgensen, B. S., and Stedman, R. C. (2006). A comparative analysis of predictors of sense of place dimensions: Attachment to, dependence on, and identification with lakeshore properties. *Journal of Environmental Management*, 79(3), 316–327.
- Jutla, R. (2000). Visual Image of the City: Tourists' versus Residents' Perceptions of Simla, a Hill Station in North India. *Tourism Geographies*, 2:404–420.
- Kaltenborn, B. P., & Bjerke, T. (2002a). Associations between landscape preferences and place attachment: A study in Røros, Southern Norway. *Landscape Research*, 27(4), 381–396.
- Kaltenborn, B. P., & Bjerke, T. (2002b). Associations between environmental value orientations and landscape preferences. *Landscape and Urban Planning*, 59, 1–11.
- Karjalainen, P. T. (1986). Geodiversity as a lived world: On the geography of existence. Joensuu.
- Kates, R. W. (1966). Stimulus and symbol: The view from the bridge. *Journal of Social*

*Issues*, 22(4) 21–28.

Kaymaz, I. C. (2012). Landscape perception. In M. Ozyavuz (Ed.) *Landscape Planning* (pp. 5089–6550). London: Intech Open.

Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (1993). *Marketing Places: attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. New York: The Free Press.

Kirchhoff, T. (2012). Pivotal cultural values of nature cannot be integrated into the ecosystem services framework. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(46), <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.1212409109> E3146–E3146.

Kruger, L. E., & Jakes, P. J. (2003). The importance of place: Advances in science and applications. *Forest Science*, 49, 819–821.

Lee, C. C., & Hu, C. (2005). Analyzing hotel customers' e-complaints from an Internet complaint forum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(2/3), 167–181.

Lee, K. C., & Son, Y. H. (2017). Exploring landscape perceptions of Bukhansan National Park according to the degree of visitors' experience. *Sustainability*, 9(8), 1306.

Lewicka, M. (2011). Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 31(3), 207–230. DOI: 10.1016/j.jenvp.2010.10.001

Leyshon, C. (2014). Cultural ecosystem services and the challenge for cultural geography. *Geography Compass*, 8(10), 710–725.

Liang, X. S., Ma, Y. F., & Li, T. S. (2006). A comparative study on cross-cultural behavior of tourists between east and west in cultural marginal region. *Tourism Tribune*, 21(1), 36–39.

Liang, X. S. (2010). The research for the interaction behavior of east-west intercultural



- tourism under the view of sociology. *Economic Geography*, 30(7), 1221–1226.
- Line, N., & Costen, W. (2011). Environmental attitudes, motivation, and attachment: Toward a model of nature-based tourism. In International CHRIE Conference-Refereed Track 5. Amherst: University of Massachusetts. Retrieved from <http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1751&context=refereed>
- Liu, X., Schuckert, M., & Law, R. (2018). Utilitarianism and knowledge growth during status seeking: Evidence from text mining of online reviews. *Tourism Management*, 66, 38–46.
- Liu, Y., Huang, K., Bao, J., & Chen, K. (2019). Listen to the voices from home: An analysis of Chinese tourists' sentiments regarding Australian destinations. *Tourism Management*, 71, 337–347.
- Locokz, E., Ryan, R. L., & Sadler, A. J. (2011). Motivations for land protection and stewardship: Exploring place attachment and rural landscape character in Massachusetts. *Landscape and Urban Planning*, 99, 65–76.
- Lu, W., & Stepchenkova, S. (2012). Ecotourism experiences reported online: Classification of satisfaction attributes. *Tourism management*, 33(3), 702–712.
- Lu, W., & Stepchenkova, S. (2015). User-generated content as a research mode in tourism and hospitality applications: Topics, methods, and software. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(2), 119–154.
- Luo, Z., Wang, Y., & Marnburg, E. (2013). Testing the structure and effects of full range leadership theory in the context of China's Hotel Industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(6), 656–677.
- MacKay, K. J., & Couldwell, C. M. (2004). Using visitor-employed photography to

- investigate destination image. *Journal of Travel Research*, 42(4), 390–396.  
<http://dx.doi.org/10.1177/0047287504263035>.
- Maeda T. N., Mitsuo, Y., Fujio, T. & Hirotada, O. (2018). Extraction of tourist destinations and comparative analysis of preferences between foreign tourists and domestic tourists on the basis of geotagged social media data. *International Journal of Geo-Information*, 7(3), 99.
- Mak, A. H. (2017). Online destination image: Comparing national tourism organisation's and tourists' perspectives. *Tourism Management*, 60, 280–297.
- Manzo, L. C. (2005). For better or worse: Exploring multiple dimensions of place meaning. *Journal of Environmental Psychology*, 25(1), 67–86.
- Marine-Roig, E., & Clavé, S. A. (2016). A detailed method for destination image analysis using user-generated content. *Information Technology & Tourism*, 15(4), 341–364.
- Markwell, K. (1997). Dimensions of Photography in a Nature-based Tour. *Annals of Tourism Research*, 24, 131–155.
- Metro-Roland, M. M., Knudsen, D. C., & Greer, C. E. (2016). Landscape, tourism, and meaning. Routledge.
- Milcu, A. I., Hanspach, J., Abson, D., & Fischer, J. (2013). Cultural ecosystem services: A literature review and prospects for future research. *Ecology and Society*, 18(3), 44.
- Millennium Ecosystem Assessment. (2005). Ecosystems and Human Well-being: Synthesis. Island Press, Washington, DC
- Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism, Japan. Infra-tourism Portal. Retrieved from <https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/infratourism/>

- Mitchell, D. (2001). The lure of the local: landscape studies at the end of a troubled century. *Progress in human geography*, 25(2), 269-281.
- Murakami, K. H. (2018). A comparison of destination images from three different perspectives. *Journal of Global Tourism Research*, 3(2), 107–114
- Najafi, M., & Shariff, M. K. B. M. (2011). The concept of place and sense of place in architectural studies. *International Journal of Human and Social Sciences*, 6(3), 187–193.
- Norton, L. R., Inwood, H., Crowe, A., & Baker, A. (2012). Trialing a method to quantify the ‘cultural services’ of the English landscape using countryside survey data. *Land Use Policy*, 29, 449–455.
- Nučič, M. (2012). Is sustainability science becoming more interdisciplinary over time?. *Acta geographica Slovenica*, 52(1), 215-236.
- Oakes, T., & Minca, C. (2006). *Travels in Paradox: remapping tourism*. New York: Rowman.
- Oskamp, S., & Schultz, P. W. (2005). *Attitudes and opinions* (3rd edition). New York, London: Psychology Press, Taylor and Francis.
- Oteros-Rozas, E., Martín-López, B., Fagerholm, N., Bieling, C., & Plieninger, T. (2018). Using social media photos to explore the relation between cultural ecosystem services and landscape features across five European sites. *Ecological Indicators*, 94, 74–86.
- Pan, B., MacLaurin, T., & Crotts, J. C. (2007). Travel blogs and the implications for destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46(1), 35–45.
- Pang, Y., Hao, Q., Yuan, Y., Hu, T., Cai, R., & Zhang, L. (2011). Summarizing tourist destinations by mining user-generated travelogues and photos. *Computer Vision*

*and Image Understanding*, 115(3), 352–363.

Papathanassis, A., & Knolle, F. (2011). Exploring the adoption and processing of online holiday reviews: A grounded theory approach. *Tourism Management*, 32(2), 215–224.

Patterson, M. E., & Williams, D. R. (2005). Maintaining research traditions on place: Diversity of thought and scientific progress. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 361–380.

Pearce, P. L., Wu, M. Y., & Chen, T. (2015). The spectacular and the mundane: Chinese tourists' online representations of an iconic landscape journey. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 24–35.

Petrick, J. F. (2002). An examination of golf vacationers' novelty. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 384–400.

Pleasant, M. M., Gray, S. A., Lepczyk, C., Fernandes, A., Hunter, N., & Ford, D. (2014). Managing cultural ecosystem services. *Ecosystem Services*, 8, 141–147.

Plieninger, T., Dijks, S., Oteros-Rozas, E., & Bieling, C. (2013). Assessing, mapping, and quantifying cultural ecosystem services at community level. *Land Use Policy*, 33, 118–129.

Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2004). Links between tourists, heritage, and reasons for visiting heritage sites. *Journal of Travel Research*, 43, 19–28.

Poria, Y., Reichel, A., & Biran, A. (2006). Heritage site perceptions and motivations to visit. *Journal of Travel Research*, 44, 318–326.

Raymond, C. M., Brown, G., & Weber, D. (2010). The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 422–434.

- Richards R. D. & Friess D. A. (2015). A rapid indicator of cultural ecosystem service usage at a fine spatial scale: Content analysis of social media photograph. *Ecological Indicators*, 53, 187–195
- Riechers, M., Barkmann, J., & Tschardtke, T. (2016). Perceptions of cultural ecosystem services from urban green. *Ecosystem services*, 17, 33-39.
- Ritchie, B. R., & Crouch, G. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Wallingford: CABI.
- Roberts, M. E., Stewart, B. M., Tingley, D., & Airolidi, E. M. (2013). The structural topic model and applied social science. Advances in Neural Information Processing Systems Workshop on Topic Models: Computation, Application, and Evaluation, 1-4.
- Rowley, J. (2007). The wisdom hierarchy: representations of the DIKW hierarchy. *Journal of information science*, 33(2), 163-180.
- Saar, M., & Palang, H. (2009). The dimensions of place meanings. Living Reviews in Landscape Research, 3(3). Retrieved August 19, 2010, from <http://www.livingreviews.org/lrlr-2009-3>
- Satz, D., Gould, R. K., Chan, K. M. A., Guerry, A., Norton, B., Satterfield, T. Klain, S. (2013). The challenges of incorporating cultural ecosystem services into environmental assessment. *Royal Swedish Academy of Sciences*, 42(6), 675–684.
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7–25.
- Shaw, B., & Bieling, C. (2015). Eliciting valued forms, practices and relationships: Informing policy and management by combining the Cultural Values Model with empirical Cultural Domain Analysis. Culture(s) in Sustainable Futures: Theories,

Practices and Policies International Conference, Helsinki, 6-8 May 2015.

Skowronek. (2018). What is the tourist landscape? Aspects and features of the concept.

*Acta geographica Slovenica*, 58(2), 73–85.

Smith, M., & Ram, Y. (2017). Tourism, landscapes and cultural ecosystem services: A new research tool. *Tourism Recreation Research*, 42(1), 113–119.

Soini, K. (2007). Beyond the ecological hotspots: The perceptions of the local residents of the biodiversity of agricultural landscape. *Annales Universitatis Turkuensis AII*, 206. University of Turku.

Soini, K., Vaarala, H., & Pouta, E. (2012). Residents' sense of place and landscape perceptions at the rural–urban interface. *Landscape and Urban Planning*, 104(1), 124–134.

Stedman, R. C. (2003). Is it really just a social construction? The contribution of the physical environment to sense of place. *Society and Natural Resources*, 16(8), 671–685.

Steen Jacobsen, J. K. (2007). Use of landscape perception methods in tourism studies: A review of photo-based research approaches. *Tourism Geographies*, 9(3), 234–253.

Stepchenkova, S., & Zhan, F. (2013). Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user-generated photography. *Tourism Management*, 36, 590–601.

Stephenson, J. (2008). The cultural values model: An integrated approach to values in landscapes. *Landscape and Urban Planning*, 84, 127–139.

Stephenson, J. (2010). The dimensional landscape model: Exploring differences in expressing and locating landscape qualities. *Landscape Research*, 35(3), 299–318.

- Stewart, W. P., Liebert, D., & Larkin, K. W. (2004). Community identities as visions for landscape change. *Landscape and Urban Planning*, 69, 315–334.
- Stoffelen, A., & Vanneste, D. (2015). An integrative geotourism approach: Bridging conflicts in tourism landscape research. *Tourism Geographies*, 17(4), 544–560.
- Stockigt, L., Hoogendoorn, G., Fitchett, J. M., & Saarinen, J. (2018). Climatic sensitivity and snow-based tourism in Africa: An investigation of TripAdvisor reviews on Afriski, Lesotho. In Proceedings of the Society of South African Geographers Biennial Conference.
- Szücs, L., Anders, U., & Bürger-Arndt, R. (2015). Assessment and illustration of cultural ecosystem services at the local scale – a retrospective trend analysis. *Ecological Indicators*, 50, 120–134.
- Taylor, J. G., Czarnowski, K. J., Sexton, N. R., & Flick, S. (1996). The importance of water to Rocky Mountain National Park visitors: an adaptation of visitor-employed photography to natural resources management, *Journal of Applied Recreation Research*, 20(1), 61–85.
- Termorshuizen, J. W., & Opdam, P. (2009). Landscape services as a bridge between landscape ecology and sustainable development. *Landscape Ecology*, 24(8), 1037–1052.
- Tratalos, J. A., Haines-Young, R., Potschin, M., Fish, R., & Church, R. (2016). Cultural ecosystem services in the UK: Lessons on designing indicators to inform management and policy. *Ecological Indicators*, 61(1), 63–73.
- Thompson-Fawcett, M., & Picard, S. (2015). Future values: addressing the moving target of sustainable cultural landscapes. *International Journal of Society Systems Science*, 7(4), 352–367.

- Tsai, S. P. (2012). Place attachment and tourism marketing: investigating international tourists in Singapore. *International Journal of Tourism Research*, 14, 139–152.
- Velasco, M., San Lucas, C., Ortiz, K., Vélez, J., & Vaca, C. 2017. Secrets of Quito: Discovering a city through TripAdvisor. 2017 Fourth International Conference on eDemocracy & eGovernment (ICEDEG), IEEE.
- Vouligny, É., Domon, G., & Ruiz, J. (2009). An assessment of ordinary landscapes by an expert and by its residents: Landscape values in areas of intensive agricultural use. *Land Use Policy*, 26, 890–900.
- Walker, A. J., & Ryan, R. L. (2008). Place attachment and landscape preservation in rural New England: A Maine case study. *Landscape and Urban Planning*, 86, 141–152.
- Walsh, J. A., Jamroz, U., & Burr, S. W. (2001). Sense of place as a component of sustainable tourism marketing. In S. F. McCool, & R. N. Moisey (Eds.), *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment* (pp. 195–216). New York: CABI.
- Wang, Z., Jin, Y., Liu, Y., Li, D., & Zhang, B. (2018). Comparing social media data and survey data in assessing the attractiveness of Beijing olympic forest park. *Sustainability*, 10(2), 382.
- Warnaby, G., & Medway, D. (2008). Bridges, place representation and place creation. *Area*, 40(4), 510–519.
- Wartmann, F. M., & Purves, R. S. (2018). Investigating sense of place as a cultural ecosystem service in different landscapes through the lens of language. *Landscape and Urban Planning*, 175, 169–183.
- Wattchow, B. (2013). Landscape and a sense of place: a creative tension. In *The*



- Routledge companion to landscape studies (pp. 105–114). Routledge.
- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalisability of a psychometric approach. *Forest Science*, 49(6), 830–840.
- Winthrop, R. H. (2014). The strange case of cultural services: Limits of the ecosystem services paradigm. *Ecological Economics*, 108, 208–214.
- Włodarczyk, B. (2009). The landscapes of tourism space. *Tourism*, 19(1-2), 83–91.
- Wylie, J. (2007). *Landscape*. London and New York: Routledge.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.
- Xu, F., La, L., Zhen, F., Lobsang, T., & Huang, C. (2019). A data-driven approach to guest experiences and satisfaction in sharing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(4), 484–496.
- Yang, B., & Kaplan, R. (1990). The perception of landscape style: A cross-cultural comparison. *Landscape and Urban Planning*, 19(3), 251–262.
- Yang, D., & Yang, A. (2010). Classification approach of Chinese texts sentiment based on semantic lexicon and naive Bayesian (in Chinese). *Application Research of Computers*, 27, 3737–3743.
- Yu, K. (1995). Cultural variations in landscape preference: Comparisons among Chinese sub-groups and Western design experts. *Landscape and Urban Planning*, 32(2), 107–126.
- Zandersen, M., Lindhjem, H., Magnussen, K., & Helin, J. (2017). Assessing landscape experiences as a cultural ecosystem service in public infrastructure projects: From concept to practice. Copenhagen: Nordic Council of Ministers, TemaNord.

- Zhang, C., Gursoy, D., Deng, Z., & Gao, J. (2015). Impact of culture on perceptions of landscape names. *Tourism Geographies*, 17(1), 134–150.
- Zube, E. H., Sell, J. L., & Taylor, J. G. (1982). Landscape perception: Research, application and theory. *Landscape Planning*, 9(1), 1–33.

## **Appendix**

### **Appendix I.**

Transactions of the first administrative conference on promotion  
and development of infra-tourism project (2018.11.)

# 第1回インフラツーリズム有識者懇談会

日 時:平成 30 年 11 月 9 日(金)10:00～12:00

場 所:中央合同庁舎2号館第2会議室

## － 議事次第 －

1. 開 会
2. 挨 拶
3. 議 事
  - (1) インフラツーリズムのこれまでの取組と課題
  - (2) インフラツーリズムの今後の方向性
4. 閉 会

---

### <配付資料>

議事次第

配席図

資料1:設立趣旨(案)、規約(案)、委員名簿

資料2:インフラツーリズムのこれまでの取組と課題

資料3:インフラツーリズムの今後の方向性

資料4:今後のスケジュール(案)

参考資料

**第1回インフラツーリズム有識者懇談会 配席図**  
(中央合同庁舎2号館 第2会議室)

平成30年11月9日(金)

10:00~12:00

速記	篠原委員	清水委員	河野委員	阿部委員
	大臣官房 公共事業調査室長	観光庁 観光地域振興課長	総合政策局長 公共事業企画調整課長	総合政策局 事業総括調整官
		事務局		
		傍聴席		
		報道関係者		
		報道関係者		

## 第1回インフラツーリズム有識者懇談会

平成30年11月9日

【観光・地域づくり事業調整官】 定刻より少し早いですが、皆さんおそろいでございますので、ただいまより第1回インフラツーリズム有識者懇談会を開催させていただきたいと思います。

本日の進行を務めさせていただきます総合政策局公共事業企画調整官の菅でございます。よろしくお願いいたします。

本日は、冒頭、挨拶までカメラ撮りがございますので、希望された報道関係者の方々は、撮影をお願いいたします。

それでは、懇談会の開催にあたりまして、総合政策局長の栗田より、一言ご挨拶を申し上げます。

【総合政策局長】 栗田でございます。

委員の皆様におかれましては、本日は大変お忙しいところお集まりいただきまして、どうもありがとうございます。

観光はまさに地方創生の切り札と我々は考えています。観光産業を我が国の成長に資する基幹産業にするために、政府全体で取組を進めています。その中で、魅力あるインフラの公開・開放として、インフラツーリズムについて積極的に取り組んで、5年が経過しております。宮ヶ瀬ダムの観光放流には年間10万人が訪れ、多くの来訪者を集める魅力的な施設も増えてきております。一方、インフラの魅力を十分に生かせていない施設も多数存在していると思っています。このため、本懇談会を立ち上げまして、インフラツーリズムの付加価値を高め、さらに拡大させることによりまして、成長産業にしていくことを目指して、今後の取組の方向性について検討することとしたところでございます。

インフラを観光資源として活用するインフラツーリズムを全国で拡大していくためには、地域や民間と連携して、地域と一体となって観光資源に磨き上げ、地域活性化に資する新たなインフラツーリズムに育てて、実際のものとして展開していく必要があると思っています。

本懇談会では、これまでの取組、課題を把握して、今後の方策を幅広くご議論いただき

たいと考えております。委員の皆様には、忌憚のないご意見を頂戴いたしますよう、よろしくお願い申し上げます。

【観光・地域づくり事業調整官】      ありがとうございます。

続きまして、本懇談会の委員の皆様のご紹介をさせていただきます。資料1の最後に委員名簿がございますので、そちらと併せてご覧ください。委員名簿の順に、ご紹介させていただきます。

阿部貴弘委員でございます。

【阿部委員】      よろしくお願いいいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】      河野まゆ子委員でございます。

【河野委員】      よろしくお願いいいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】      篠原靖委員でございます。

【篠原委員】      よろしくお願いいいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】      清水哲夫委員でございます。

【清水委員】      どうもよろしくお願いいいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】      なお、行政側の参加者は、お手元の配席図にかえさせていただきます。

次に、お手元に配付しております資料のご確認をお願いいたします。配付資料につきましては、次第の下のところに一覧として載せておりますので、資料に不備がございましたら、事務局までお申しつけいただきたいと思います。

続きまして、本日は第1回の懇談会となりますので、設立趣旨（案）、規約（案）について、事務局より説明をさせていただきます。

【事業総括調整官】      では、資料の説明をさせていただきます。事務局をしております公共事業企画調整課で事業総括調整官をしております吉田と申します。よろしくお願いいたします。

お手元の資料で、右上に資料1と書いてあるものがございます。こちらは3枚物になっておりまして、まず1枚目ですが、今回のインフラツーリズム有識者懇談会の設立趣旨の（案）というものをつけております。ざっとポイントでご紹介させていただきますと、インフラを観光資源として活用できる地域固有の財産として捉えて、観光産業を今後我が国の成長に資する基幹産業としていくために、魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・

開放として、これまでもインフラツーリズムについて積極的に取り組んでいるところです。

今後、さらにその付加価値を上げていくために、本懇談会は、インフラを観光資源として活用するインフラツーリズムの付加価値を高め、地域や民間と連携した新たなインフラツーリズムに育て、展開していくために必要な方策について、幅広く議論することを目的として設立することを設立趣旨として考えております。

1枚おめくりください。この懇談会の規約の（案）でございます。ポイントになりますところは、第3条に委員ということで、別紙のとおりということで次のページになりますが、本日ご参加の先生方に委員をお願いしたいと考えております。

また、第4条、委員長でございますが、懇談会に座長を置き、座長は、事務局の推薦及び委員の確認により定めるとしております。

第6条は議事の公開で、懇談会は原則として公開とするということで考えております。こちらをご議論いただいて、お認めいただけたら、本日から施行するということで考えております。

以上でございます。

【観光・地域づくり事業調整官】 今説明させていただきましたが、設立趣旨（案）及び規約（案）につきまして、委員の皆様、よろしいでしょうか。

（「はい」の声あり）

【観光・地域づくり事業調整官】 ありがとうございます。それでは、議事に先立ちまして、規約第4条の2に基づき、事務局より、座長の推薦をさせていただきます。

【事業総括調整官】 本日ご参加の委員の先生の中で、座長として、公益社団法人日本観光振興協会総合調査研究所の所長を務められていて、観光行政に広く精通しておられる清水委員をお願いしたいと思っております。

【観光・地域づくり事業調整官】 委員の皆様、よろしいでしょうか。

（「異議なし」の声あり）

【観光・地域づくり事業調整官】 ありがとうございます。委員の皆様のご了解がいただけましたので、清水委員に座長をお願いしたいと思います。

それでは、清水座長から、一言ご挨拶をよろしくお願いいたします。

【清水座長】 どうも皆さん、おはようございます。今、座長に指名されました首都大学東京の清水と申します。良いインフラツーリズムの取組が今後続いていくように微力を



尽くしたいと思います。

最初に、私から一言、コメントを申し上げたいと思います。私ごとですけれども、もともと土木工学を修めまして、今は観光科学で教鞭をとっています。その意味で言いますと、土木の事情と観光の事情、この両方からインフラツーリズムがどうあるべきか深く考えたいと常々思っています。ここまで5年間、いろいろな方のご努力が結集して、ポータルサイトもできたり、各地でいろいろなインフラツーリズムの取組、新聞でも定期的にインフラツーリズムの記事が出たりして、隔世の感があると個人的には思っておりますが、厳しい目で見ますと、インフラのPR、それから、社会科見学とインフラツーリズムは何が違うのかが、数が増えてくると、だんだん認識をしなければいけないことが今抱えている課題と思っています。今回議論する内容も、多分、こういうところが論点になってくるだろうと座長としては考えているところです。

ポイントは3つありまして、1つ目は、資源性というか、観光資源としてどうなんだということを、きちんと観光学の理論的な背景からきちんと整理をすることが、まずは重要だろうと思っています。

2点目は、先ほど設立趣旨でもございましたように、インフラ資源をツーリズムとして展開していく上で、地域の協力が欠かせないということで、地域組織、それから、その中の担い手。担い手も、運営するのが誰かという点と、それから3点目のガイドですね。ここはが多分一番頭が痛いと思うんですけれども、どういう方にインフラツーリズムの魅力を伝えていただけるかが、今後、広範にインフラツーリズムを展開していく上で重要になるのではないかなと思っています。

ちょっと長くなりましたけれども、座長としては、こんなことを思って、この審議に参加したいと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】 清水座長、ありがとうございました。

それでは、冒頭のカメラ撮りはここまでとさせていただきますので、撮影を終了していただきますと思います。よろしくお願いいたします。

(カメラ退室)

【観光・地域づくり事業調整官】 それでは、議事に移らせていただきます。

以降の進行は、清水座長にお願いしたいと存じます。清水座長、よろしくお願いいたします。

【清水座長】 それでは早速、議事に入らせていただきます。

まず初めに、議事の（１）ということで、インフラツーリズムのこれまでの取組と課題について、事務局より、ご説明をお願いいたします。

【事業総括調整官】 資料２と書いてある綴りをご覧ください。

インフラツーリズムのこれまでの取組と課題ということで、現状と課題の分析と、今回の懇談会で論点としていただく案を、ご説明させていただきます。１枚おめくりください。

１、２、３とありまして、まず、１のインフラツーリズムのこれまでの取組から、ご紹介させていただきたいと思います。

３ページをごらんください。インフラツーリズムのこれまでの取組といたしまして、大きな流れといたしましては、平成１９年に観光立国推進基本法、観光を２１世紀における政府の施策の重要な柱として位置づけた法律が制定されています。平成２５年には、観光立国推進関係閣僚会議の中で、観光立国実現に向けたアクション・プログラムというものが策定されていて、この中で、インフラツーリズムの概念が打ち出されているということです。ここから５年ということで、今動いてきているということです。平成３０年にも、観光ビジョンの実現プログラム２０１８というものがつくられていまして、魅力ある公的施設・インフラの更なる公開・開放に向けた重点施設・インフラが掲載されているような状況でございます。

国土交通省としてのインフラツーリズムのこれまでの取組は次のページになります。平成２５年以降から、インフラツーリズムという取組は全国各地で進んできていて、そういったものを一元的に情報発信していく場として、平成２８年１月からポータルサイトを開設して、四半期ごとに旬なツアーを公表して、多くの方々に利用していただきやすいようにしていたものでございます。旅行会社等と施設管理者が調整して、民間が主催するインフラツアーというものも年々増加してきています。下のグラフでいきますと、上の青線がポータルサイトに取り上げられている現場見学会の件数で、当初の２４６件から、現在では３５０件を超す数になっています。民間が主催するツアーが赤線になりまして、当初３件ぐらいだったものが、現在では４１件ということで、年間の民間が主催するツアーになりますと、平成２８年度は３２件、平成２９年度は８０件ということで、民間の方々との連携も、どんどん広がってきているという状況でございます。

次が５ページになります。そういったインフラツーリズムポータルサイトの中で、どの

ような施設をインフラツーリズムで取り上げてきているのかというところを整理しております。左の縦にある 15 の分野が国土交通省が所管するインフラの大まかな分野でございます。右に、その他の施設等と書いてありますが、道の駅とか、みなとオアシスとか、これはもともと観光そのものが目的になっているようなところで、インフラツーリズムポータルサイトとしては、左側に入れている、特にインフラそのものを見るというものをメインターゲットにしているものを主なインフラツーリズムとして、これまでご紹介してきたということでございます。

次のページをご覧ください。インフラツーリズムのこれまでの取組の中で、四半期ごとの情報発信と、併せて、全国のツアーの中で代表的なものについて、幾つかの分類をして、パネルをつくって、平成 27 年から、いろいろなところでパネル展も開催してきているというものです。テーマごとの分類ですけれども、次のページと併せて見ながら聞いていただけるといいかなと思っています。今、写真で表示しております A、B、C、D についてありますが、テーマとしては、9 つの分類があります。A が風物詩を彩るということで、この写真の中では、山梨の笛吹川の鵜飼の状況等をご紹介しています。B が歴史的遺産ということで、長良川と木曽川をつなぐ船頭平閘門をご紹介しています。C が年に一度だから楽しいということで、時期を限定した紹介ということで、北海道の知床横断道路の雪の壁をご紹介しています。D が観光名所ということで、以前、車の CM でベタ踏み坂として取り上げられた鳥取の境港の江島大橋、こういったところもご紹介をしています。アイデア勝負というところでは、青森の津軽ダムですが、水陸両用の車両をインフラツーリズムに活用しているということでこういった紹介。F が今が旬です！ということで、事業のいろいろな断面でご紹介しているケースとして、相馬福島道路の建設中の状況をご紹介しています。G が地域に根付くインフラということで、インフラとしては、供用が始まってからかなり期間も経っているんですけれども、この天ヶ瀬ダムのケースだと、放流とライトアップをあわせてやっているというようなところで、供用中のものが地域と一緒に取組んでいるとか、あとはレアもの・秘境・再発見の六甲砂防とか、鹿児島県の桜島のところ、現地に行くと、単に観光だけではなくて、火山に関する勉強もできる場、そういう 9 つの視点で、これまではご紹介をしてきたというところでございます。

次の 8 ページでございますが、こういった取り上げてきた施設にどれくらいの方々が訪れているのかというのを整理してみました。今まで、あまりこういった数字の整理を行っ

ていなかったのですが、今回の委員会で初めて求めさせていただいたということになっています。ポータルサイトで取り上げた施設の見学者を平成 29 年度でまとめたものが左側のグラフになります。これが大体、160 万人となっています。分野ごとに、円グラフで何%かというものと、その分野で何千人かということでご紹介しています。特に多いのが航路標識、これは灯台ですね。全国 17 の灯台で歴史的遺産として開放されているものに多くの方々が来ているというものと、港湾という緑色のところがあるんですが、これは大阪湾の湾内クルーズが 39 万人の中の 38 万人ぐらいを占めていて、有料でのサービス等を行っているといったような取組も進められています。こういった全体の取組の中で、今ご紹介した灯台、湾内クルーズが 112 万人ぐらいいるんですが、ここは近年では既に観光と一体となって運用されているところだと考えています。事務局としては、今回の懇談会で、主に観光資源として、今後、活用の拡大を検討していく部分はどこかと考えておきまして、灯台、クルーズを除いたところで、今後、より活用の拡大を検討していくべきではないかということで、右のグラフの中に、そこを除いた数字として入れております。ここを見ると、約 46 万 7,000 人、約 50 万人ということで、今回の議論としては、主に、この右の 50 万人のところを対象として、ご検討いただければどうかと考えているところでございます。

次のページは、参考までに、施設の数ではどういったような割合になるのかというのをまとめております。ポータルサイト全体では、左のグラフにある 385 施設が取り上げられている状況になります。先ほどご紹介した灯台は 17 施設で、湾内クルーズは 1 施設ですので、先ほどの 50 万人が幾つぐらいの施設なのかということになりますと、右のグラフにあります 367 施設ということで、全体として、施設の数としては、ほぼ、ボリュームとして、大きい部分を押さえてご議論いただけるのではないかと考えてございます。

次がインフラツーリズムに対するさまざまな方の意識を調べてみましたというところでございます。

11 ページは、この 7 月にウェブアンケートを行っております。1,000 人の方に答えていただいているんですけれども、「インフラツーリズムという言葉を知っていますか」という質問に対しては、「知っている」という方は 16%にとどまりました。ただ、「インフラ施設を見学したいと思いますか」という質問をさせていただいたところ、「見学したい」とおっしゃる方が 72%いたということで、知っている人、知らない人で分けると、インフラツーリズムを知っている人の 94%は「見学したい」と思っていますが、インフラツーリ

ズムという言葉が知らなくても、約7割の人、68%の方が「見学したい」と思っているということがわかったというところでございます。

次が、インバウンドの観点で、訪日外国人の方にもヒアリングをして、インフラに観光として行ってみたいと思いますかということを聞いたところです。行ったのは、これも今年の7月で、場所は東京駅のK I T T Eの施設の地下に東京シティアイというスペースがあります。ここで外国語に対応したスタッフが、訪れた外国人、約60名の方に意見を聞いたものです。状況は、この写真にありますとおり、インフラツーリズムの写真、パネル等を多数貼って、「こういったところに行ってみたいですか」ということを聞いたものです。お伺いさせていただいた方々の中で、87%、人数でいうと55名の方は、「インフラツーリズムに興味があり、行ってみたい」とおっしゃっていただいたというところでございます。

以上が現状の分析でございます。

ここからは課題ですけれども、1ページめくっていただきまして、今後、インフラツーリズムを現状より拡大していくといったときに、こういったところが課題になるかというのを、これまでのアンケート調査とか、先ほどご紹介した観光ビジョンの中でこういったことが書かれているかというところで整理をしております。広報周知、どのように知らせていくかというところと、2番目が施設の見せ方、公共施設をどのような形で見せていくのか。3番目が地域につなげていくために地域との連携をどのようにしていくのか。あとは、こういった取組を継続させていくための持続性の確保をどのようにやっていくのか、大きくは、この4点ではないかと考えております。

次のページでございますが、こういったインフラツーリズムを拡大していく際に、もともとが公共施設としてのインフラですので、施設管理者としての観点も必要ではないかと考えております。こちらについて、施設管理者に対するアンケートを行ったところ、やはり、多くのお客さんが来るようになると、対応する要員をどう確保していくのかということと、見に来ていただいたお客様、参加していただいている方々の安全性の確保と、あとは人が入っていく際には、動線の確保とか、お手洗い、駐車場、安全施設、こういった受入環境を整備していく、この大きく3点が課題ではないかということが挙げられているところでございます。

以上のようなところで、今後のご検討いただく論点を整理しておるところでございます。ご紹介させていただきました現状と課題を踏まえますと、現状としては、さまざまな施設

の公開が進んでいて、訪れる方々も増えてきている状況です。さまざまな分野の施設があって、今後、広報の仕方、施設の見せ方、地域との連携、持続性の確保など、上げていく上での課題や、受入施設として、対応要員、参加者の安全の確保、受入環境の整備などがあるのではないかとこのところでございます。

次のページに、そういったことを踏まえまして、論点として、大きく3つ挙げさせていただきます。1つ目は、アンケートをとった結果でもわかりましたように、インフラツーリズム、言葉自体は認知度があまり高くないところでございます。集客が多い施設というのも、今のところ限定的な状況になっていますので、より多くの方々に知っていただいて、訪れていただく。広報を強化して、全国各地でインフラツーリズムの好事例を増やすにはどういった取組が必要か、これが1つの論点と考えております。

2つ目は、インフラツーリズムとして活用している施設には、さまざまな種類、段階、規模のものがあり、こういったところで、それぞれレベルアップしていくために、手引き、ガイドのようなものをつくっていく必要があるのではないかと考えておるところですが、その中にどのような項目を盛り込んでいくべきかというところでございます。

また、これまでインフラツーリズムとして施設ごとに頑張ってきたところはあるんですが、地域に波及効果があるというところで捉えると、あまり多くはなかったというところもあると思いますので、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組が必要かというところが、もう1つの論点として挙げられるのではないかとこのところでございます。

以上、現状、課題の分析と、そこから、今後ご検討していただく上での論点の案を考えてみましたので、こちらについてご議論いただければと考えております。よろしくお願いいたします。

【清水座長】 どうもありがとうございました。ただいま事務局から、これまでの取組と今後の課題のご説明がございました。まずはこれを中心に、大体30分程度時間をとりまして、議論したいと思います。ご質問、ご意見等、ご自由に。まずは、特に何か方向性を示させずに承るということで、よろしくお願いします。

まず確認として、この懇談会のアウトプットとして定義をつくるということなので、そこにつながる議論になるということですね。

私から質問ですが、12ページで、外国人の方に調査をされたということですが、具体的

にどういう説明をして、どんなものを見せて、「興味がある」となったんですか。

【観光・地域づくり事業調整官】 具体的なやり方としては、あまり多くの質問をする  
と、なかなかご意見がとれないだろうということで、シティアイの五、六人のいろいろな  
言語に対応できるスタッフの方に、大体、5項目ぐらい、まず、今日お見せしている関心  
度を確認するということと、この写真では見えにくいんですけども、このような形で、  
全国的にこういう代表的な箇所がありますという写真、例えば、ダムだったり、橋だつた  
り、いろいろお見せして、その概要をご説明した中で、関心度ということと、例えば、  
施設も何種類かつけておりましたので、施設なり、あとは日本の技術みたいなところにご  
関心があるかみたいなところをお聞きしたところでございます。インバウンドの関係につ  
きましては、もう少し、今後、詳細な調査をしていきたいとは思っておりますけれども、  
まずはニーズとしてどうかというのを今日お示ししたいと思ひまして、そのような調査を  
させていただきました。

【清水座長】 「興味がある」87%をどう捉えるかということで。インフラツーリズム  
に参加する機会があつて、それがそれなりにリーズナブルで、魅力があれば行ってみたい  
という意味での87%だと理解します。ただ、もうちょっと細かく考えていったとき、今回  
の調査は重量級のものをを見せていると思うので、軽量級の対象を見せたときに、周りで何  
も楽しめないよねという状況になったときには、興味があると答える割合は下がると思う  
んですよ。87%をどう捉えるかというのは、もう少し深読みしたほうがいいと思います。

【篠原委員】 跡見女子大の篠原でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、私の過去のインフラツーリズムとの関わりを冒頭お話しさせていただこうと存じ  
ます。今からちょうど10年ほど前ですけども、以前、事業総括調整官をされておられま  
した佐藤寿延さんが湯西川ダムの所長でおられた時代に、水陸両用車を関西から持ってき  
たいというご相談をいただきまして、その運行と、そして、湯西川温泉という山深い温泉  
地、疲弊しておるものをどうやって有効化させようか、まさに考えてみると、その時代、  
インフラツーリズムというはしりがあつたのかと思います。

そして、局長のお話に出てまいりましたように、5年前ぐらいから、いろいろと調査を  
いただきまして、パネル展示とか資料がつくられて、ダムツーリズムなどを中心にして、  
今に至っていると思います。

今、清水座長のお話がございましたように、やはり今後の観光を考えますと、インバウ

ンドの部分というのも非常に有効な手段でございますし、一例を申しますと、これも七、八年前になるんですけれども、しまなみ街道がございます。私、当初、観光庁からご相談いただいて、集中しているゴールデンルートから分散させるために、新ゴールデンルートをつくりたいというお話で、現状の京都、大阪から先、広島までつなげて、その後どのように分散させるかというときに、しまなみ街道を渡って愛媛県に入り、そして、今度、道後温泉までつなげよう。これは非常に成功したんですが、成功した背景の1つの要因は、やはり、インフラの見方が外国人には非常に新鮮だったということですね。自国の建築物を見ている彼らからすると、我々は十分見なれてしまっているんですけれども、大変な脅威だったようでございます。日本の土木技術の深さといいいましょか、長い間の島々を縫うようにしたあの橋の景観、そしてまた、あのとき観光的な要素を提案したのを覚えているんですが、そこにサイクリングをつなげていったらどうだということで、サイクリングステーションのフォローをするような仕組みと、言語の部分とうまくつなげていったときに、今のしまなみ街道と新ゴールデンルートが成功している。ですから、さっきの清水座長のお話のように、あんまりがちっとした構造的なものだけでなく、地域資源とか特殊性を、顧客価値といいいましょか、その辺とどうつなげられるかということが、今後の発展の要因ではないかなと思うわけでございます。

お示しさせていただいた資料がございまして、お手元に配付されていると思います。この間、事務局がお越しになられたときに、資料をお示ししようと思ってお願いしております。篠原からの情報提供という資料でございます。最近、各紙から、インフラツーリズムというご興味が増えていると思ひまして、いろいろな投稿を依頼されております。

2 ページ目、これは建通新聞さんの土木のほうの新聞で、「インフラは地域を動かすだけでなく、人の心も動かせる」という、いいタイトルをつけていただいたんですけれども、ちょうど昨年でございますが、国土交通省と地元の関係が非常によくないまま、65 年間の歳月が過ぎてまいりました八ッ場ダムでございますが、あと 1 年で完成になるわけでございます。その中で、結局、現地事務所が撤退した後に、地域が自立をしていくためにどうしたらいいかということで、水局を含めて、大変、課題だったわけでございます。地域の方々からは、憎むべきダムが観光資源になんかなってたまるかというお話があったんですが、よくよく入って、地域とダムをつなげていくストーリーを考えていったときに、やはり、地域の方は、自立をするための欲求というんでしょうか、これは非常に強かった



ということは私も驚いたんですけれども、ダムをはじめ、インフラが疲弊している地方も多いわけですから、地域の資源としてインフラをどのように活用したいかという入り口がわからないだけで、きちんと地域の観光と、こうしたインフラ資源をどうつなげたらいいかというサジェスションをきちんと示してあげていったときに、可能性として、非常に深く掘り下げられるのではないかなとも思うわけでございます。

そして、もう1つ、裏側を見ていただきたいんですけれども、実はハッ場の後に、これも国交省から依頼を受けまして、今、九州地整の管轄で8月に着工したダムがございます。立野ダムでございますが、南阿蘇村が、地震の後、観光復興に大変苦勞しているわけなんですけれども、新たに地域資源とダムをつなげていくような仕組みの中で、日本航空を巻き込んで、東京発のダムと地域資源をつなげるようなツアーを定例的にやっていくことになりました。着地型商品として、このダムツアーを現地で受けていただくことになりまして、来年の春以降のオプションとして、JALでPRしていくような取組も、先ほどのお話と同じようにつながってきています。

そして、次のページ、首都圏外郭放水路でございます。これも関東地整からのご要請でございまして、今までのインフラをもっともっと活用していくにはどうしたらいいんだろうというご相談を受けたわけです。当初は民間開放にというだけだったんですが、民間開放を民間委託で運営するという話ですが、その受け入れ方を新たにつくるだけでなく、一番ポイントは何かといいますと、下に書かれておりますプレミアの1から8までございますが、先ほど局長のお話にもあったように、現状のインフラをどのような利用者視点で興味を持ってもらえるかということ。それをベースにして、安全性を確保しながら、人手をかけずに行っていこうということを試みたわけでございます。今では、陸の孤島だったこのエリアも、民間の路線バスをうまくつなげることに成功しまして、車でしか行けなかったお客様が自由に入れるようになったわけでございます。

裏側を見ていただきたいんですが、これも有識者会議から提案いたしまして、具体的に有料化にもっていったわけでございます。1人650円の料金を取りながら、有料化に成功しまして、国交省の人件費の支出はゼロで、新たにこのような話で収益が出始めております。何とひと月1万人のお客様が8月、9月と続いておりまして、来年に向けまして、さらなる調整をしていこうということになっております。

そしてまた、地元は春日部市でございますが、ここの部分では、大夙といいまして、日本

でも浜松に次いで大きいのがあるんですが、こうしたことをきちんとつなげていき、隣町の岩槻のひな人形、そして、そのまた隣の大宮の盆栽村、こうしたこととつなげながら、日本の土木技術をインバウンドにもつなげていきたいという構想で、今、関東地整と一緒に動いているということでございます。

そして、最後に出ておりますのが、やんばツアーズでございます。先ほどこちょっと触れたやんばツアーズでございますが、これも全国共通で言えると思うんですね。一辺倒のご案内の仕組みだけではなくて、旅行の形態はまず2つ、団体なのか、個人なのかがありまして、それを解説していくときのシナリオ、楽しみ方が、全部違うわけでございます。要は、同じダムを見ながらも、10本の角度の違いでガイドをする仕組みができ上がってきておりまして、当初、私どもが入ったときは5,000人だったものが、今5万人、最新の数字は7万人と聞いておりますけれども、今、大ヒットして、地域の経済にこのダムが繋がったということがございます。

長くなりまして済みません。このようなご披露をさせていただきます。

【清水座長】      ありがとうございます。今のご説明も含めまして、先ほどの事務局からの説明の質疑を引き続き受け付けたいんですが、いかがでしょうか。

お願いします。

【阿部委員】      日本大学の阿部と申します。よろしくお願いいたします。

私も清水先生と同じ土木工学科出身でして、何だか最近、インフラツーリズムというのがやり始めているというのを、もともとインフラの専門ですから、何がおもしろいのだろうと思いながら傍観しておりました。現在、私が所属しておりますのが、まちづくり工学科といって、幅広くまちづくりを取り扱う学科でして、その中で、せっかくインフラツーリズムが盛り上がっていることだし、まちのどこにでもインフラがあるわけですから、それをうまくまちづくりにつなげていけないかということで、“ツアー”というよりも“まち歩き”と言った方が良いかもしれませんが、身近なインフラを解説して歩くようなことを五、六年やっております。参加してくださる方は、身近なインフラについて解説すると結構喜んでいただいて、悲しいかな、学生よりもよく話を聞いてくれるような状況でして、そういったところに、インフラツーリズムの本質というか、何が人を引きつけているのかという魅力が見いだせるのではないかと思います。インフラツーリズムというものに向き合っています。

先ほどご説明いただきましたさまざまな課題のなかで、インフラツーリズム全体の課題と、管理者サイドとといいますか、受け入れサイドの課題を挙げていただいております。これには全く異論はないのですが、管見の限りではございますが、おそらく、これまでのインフラツーリズムというのが、どうも手段先行で進められてきたのではないかという印象を持っております。まずはインフラツーリズムをやってみようということで、手段が先行していく中で出てきている課題なのではないかなと見ております。

こうした課題を踏まえて、今回のような有識者会議が立ち上がるということは、一度立ち止まって、今までの取組を見直そうというのが大きな背景にあるのではないかと理解しております。そうした中で、有識者懇談会のアウトプットとして手引きを作成する際には、例えば、インフラツーリズムの好事例に係る手段を示す前段として、なぜインフラツーリズムに取り組むのかということを、当然、誰に向けた手引きとするのかということもございますが、管理者向けのメッセージとして、あるいは自治体向けのメッセージとして示した上で、施設や立地等の類型に応じた手段であるとか、あるいは好事例を示していく必要があるのではないかと考えております。本日を含めた議論の中で、そもそも“なぜインフラツーリズムに取り組むのか”という本質にかかわるキーワードが出てくればよいと思っております。

【清水座長】      ありがとうございます。

では、引き続いて、お願いします。

【河野委員】      ありがとうございます。

今おっしゃっていた手段先行というところはまさに同感でして、これから、コンセプトなり、そもそも顧客に提供する価値とは何なのかということを、今年度、きちんと議論できればいいと思うのが1つと、もう1つは、現状分析をしていただいていますけれども、多分、これを手引きに落とし込んでいく際に、取組が進んでいるかどうかというステップだけではなくて、立地環境や、それだけで人を呼べるような第一級資源なのかそうではないのかという幾つかの軸で整理して考えていく必要があると思います。また、ツーリズムですから、急成長している八ッ場ダムの場合は、100 万人を超える人たちがすぐ近所の草津に来ているという、極めて恵まれた環境が整っているということがあるとか、春日部の首都圏外郭放水路は国際的にも第一級の、世界に誇れるものであり、存在を知れば、来たい人は多くいる。一方で、既存の著名観光資源がないから、ダムを活用して一丁やってや

ろうかという地域もあるわけですね。観光資源なので、どうしても、立地や交通の便の悪さに訴求力は左右されます。それぞれのインフラのうち、どういうタイプのものがどのような活動をしていれば成功事例なのか、進んでいる取組と言えるのか。そういう切り口で整理していくと、手引きを作成していくときに、コバンザメ商法を必勝プランとする方もいるでしょうし、一方でまさに春日部のように、インフラを自分たちの地域の核として、周りも一緒になって連携して盛り上げていくんだというような地域もあるでしょう。自分たちの地域はどのパターンなのかというのが分かるような、資源の分類だけではない分類の仕方が必要ではないかなと思っています。

あと、日本人に対するアンケートで気になったところがありまして、「見学したいですか」と聞いているところに、既に思考の硬直が見られると感じます。インフラツーリズムを推進していくときに、これはこれからの議論ですけれども、ゴールは見学ではだめだと思うんですね。見学というのは今までの概念であって、見学して新しいことを知る大人の社会見学的な知的好奇心を満足させるようなコンテンツに魅力を感じる人はもちろんいますが、やんばツアーズのたくさんあるプログラムの中には、見学ではないものに魅力を感じて来訪している人ももちろんいます。そのような消費者の意識を変えていくようなメッセージを広報として行っていくということが、まず、インフラツーリズムを促進していく端緒となる時期の一番大事なところだと思っています。ですから、論点で挙げていただいていた広報周知の部分については、広報周知というものをブレイクダウンすることが必要で、認知度を上げたり、こんな場所があり、こんなことができるよということを知らせるだけでは不足します。どんなコンセプトなのかとか、単なる見学ではないどんな価値を提供できて、その体験をしたら自分の暮らしの中でどんなプラスがあるのか、どんな楽しみがあるのかというようなブランディングに近いようなことも一方でしつつ、情報を消費者に適切にリーチさせるように発信することも必要になります。この広報周知の部分を綿密に設計していくことが、今後、必要になってくるのかなという気がいたしました。

以上です。

【清水座長】      ありがとうございます。今、お二方からかなり本質的なコメントを頂きましたが、この段階で事務局からお答えすることはありますでしょうか。

【事業総括調整官】      この段階では特にはないです。

【篠原委員】      初回の会議でございますので、入り口をしっかりと確認したほうがいい

と思うんですね。インフラ観光は、やっぱり、今まで特殊なといいましょうか、土木に興味がある方とか、ダムマニアという方が中心で動いていたマーケット、これが大分、広がりがつつあるわけですね。ですから、やはり、観光庁的な観点からこれを見ていくべきだと思っていて、観光立国の中の日本の観光コンテンツの奥行きを示していくということだと思いますが、一番大切なことは、今後、マーケットを広げて、一般観光とつなげていくことを考えれば、ダムと地域資源をつなげていって、それで初めてダムに付加価値というのがついてくると思うんですね。したがって、地域創生の中で、ダムという一ダム以外のものでもいいんですが、インフラがどのように連携できるかというお話だと思います。八ッ場ダムの話、そして、立野ダムも同じですけども、ジオツーリズムといいまして、地形の観光の切り口がございしますが、まさに八ッ場のほうは、浅間山の噴火の部分のベースのジオツーリズムであり、そしてまた、熊本の阿蘇は、阿蘇のジオツーリズムのベースとなるのが立野峡谷であって、立野峡谷があり、そして、どうしてここにダムが建設されてきたのか。実は神話と一緒に解説しているんですよ。そのように物語性をきちんと一般観光につなげられるようなことを前提にした、例えばマニュアルだったり、そうしたような形につなげていくようにしないと、今までの延長線上のマニュアルといいましょうか、ガイドブックのようなものでは、非常に今と変わらなくなってしまうから、そこを気をつけたほうがいいかなと思います。

【清水座長】      ありがとうございます。触発されたわけではないんですけども、お三方がおっしゃっていたことは、私も非常に同感で、事前に説明を受けたときに、大体そのようなことを申し上げていたと思います。やはり、まず理念というか、何でインフラツーリズムをやるのかということは、国交省的な立場もありますが、ツーリズムと称している以上、観光側の価値で判断されるべき話なので、結局インフラツーリズムは何をしたいのかがきちんと冒頭に整理されないと、多分だめだろうなと思います。河野さんのコメントは、私も同感で、単体でインフラツーリズムとして成立するところがどれほどあるのか。八ッ場はちょっと違うかもしれないけど、外郭放水路はうまくやれば単体でいけるかもしれない。基礎マーケットたる後背人口はすごく大きい。一方八ッ場は、多分、無理やり来てももらわないと厳しい立地だけれども、たまたま近くに一級の観光地があるかもしれないという環境が助けになるかもしれない。今回の手引きを一線級でないインフラ資源に向けて発信するとしたときに、このようなことを考えなければいけない。一線級のところは、

ひょっとしたら、手引きなんかつくらなくても、市場性と、そこに関わっている方の努力で何とかなるかもしれない。次のクラスに控えているところに対して、それを一線級に近づけるためにこの手引きを使うんですということだと思うので、それには相当な工夫が要るなと思います。

あとは、こうやってインフラ資源を仕分けていくと、残念ながら、市場性もだめで、やってもしょうがないのではないかとこのところが正直出てくるかもしれないですね。だから、ちょっと頑張れば何とかなるところをどうやって救うかというところに、ひょっとしたら今回の手引きの意味があるかなと思いました。

あとは、例えば、資源性としては期待できるけれども、危ないとか、現場の事情でだめというのものもあるかもしれないので、微妙なバランスで考えなければいけない話題だと、3人の先生方のコメントと私が常々考えていることと重ね合わせて思った次第ですね。

【篠原委員】 14 ページを見ていただきたいんですが、拡大に向けた課題の整理をいただいております、ちょっと私懸念するのは、手引き書をつくったとしても、それは実効性があるのかということも含めてのご提言でございますけれども、順番で、黄色のところですが、広報周知、次は施設の見せ方となっているんですが、民間のマーケティングと戦略でいきますと、まず、広報周知するとき、具体的にどのような成功事例があつて、形として、具体的に地域資源とつながりを持って動いているというような全国モデルのインフラツーリズムのところ、大体、今、5カ所ぐらいあるかなと思うんですが、そのぐらいのこと。その次に、今後、重点的に伸びていきそうな施設はどこなのかということをしつかり分析をしながら、新しい見せ方の仕組みというものも、我々がある程度ベースを持った上でPRしていきませんか、インフラツーリズムということこれから攻めていくにあたって、今までと同じように一辺倒の、こんなことがあります、インフラツーリズム、観光のなんていう話ではなくて、具体化したシナリオを持った上で、整った上で、が一んとマスコミさんをお願いしていかないと、どうしても薄くなってしまう。これはいつも感じるんですね。ですから、その辺のつながりを、全国モデルをきちんと選び、真ん中に位置する重点を選び、その後続くレベル、3つぐらいの段階をつくるような選定をしながらつなげていくということだと思います。

あとは、清水先生のお話に出てきましたが、そこを誰がどのようにご案内をしていくのかということとか、そうしたことの基本形をモデルとして示していければ、全国展開が広

がると思います。

【清水座長】      ありがとうございました。多分、次の議題にかかわるようなところに話  
が移っていますので、事実確認として、資料2、あと、先ほど篠原先生からご紹介いた  
だいた範囲で質問があれば受け付けて、なければ次に進みたいと思いますが、よろしいで  
すか。

【河野委員】      はい。

【清水座長】      わかりました。それでは、次の議題に移りたいと思います。今後の方向  
性ということで、事務局から説明をお願いいたします。

【事業総括調整官】      では、ご紹介させていただきます。資料2の現状の把握と論点の  
ところで、今、非常に多くのご意見をいただいております。やはり大きく見ると、最後、  
篠原先生がおっしゃったように、一辺倒にやっていくのではなくて、ターゲットを見きわ  
めて、そのターゲットに合った方策で進めていくべきだし、特に重点化するものを見きわ  
めて進めていくべきだということで、ご意見をいただいたかと思っております。

事務局といたしまして、では、どのような観点でターゲットを決めていくのかというこ  
ろを考えているのが資料3でございます。インフラツーリズムの今後の方向性というこ  
とで、1枚おめくりいただきまして、冒頭、ご紹介させていただいた中で、今後、観光資  
源として活用を拡大していくところが、現状で約50万人ぐらい人が来ているということが  
ありました。事務局としては、目標値を掲げて、それに向かって取り組むということで手  
引きをつくっていったらどうかと考えております。ここに書いてありますとおり、平成29  
年度で50万人だったものを、3年間、平成32年までの間に100万人、倍にするとしたら、  
どういうところを取り組んでいく必要があるのかということテーマに、ご検討いただい  
てはどうかと考えているものです。これが1つでございます。

インフラの分類につきましては、先ほどの資料の5ページでインフラのリストをお示し  
したところではございますが、もう1つ考えてみますと、インフラツーリズムということ  
で紹介しているものには、インフラのライフステージの中で、いろいろな場面を活用して  
いるのではないかと考えてみました。インフラのライフステージとは何かとい  
うのをあらわしたのが2ページです。インフラをつくるにあたっては、やはり大きな施設  
が多いので、計画をします。計画に基づいて工事をします。計画から工事まで時間が長く  
かかるものもありますし、工事の時間が長いものもあります。早いものもあります。ここ

はさまざまです。工事が終わったときに、完成の瞬間というのを迎えます。完成の瞬間を迎えた後、供用ということで、インフラの数十年にわたる供用の期間というのは、大体ここで始まります。供用している中で、どんどん歴史が過ぎていって、社会がどんどん変わっていく中で、インフラが昔の姿を伝えているというような歴史的価値を持ってくるものも出てくるのではないかと考えています。あとは供用が廃止された後に、時間の経過とともに、だんだんと変わっていくインフラの様子を愛でるというような、廃止された後を見に行くといったこともあるのかなと考えております。計画段階としては、工事前の現場で将来を見据えたような形で公開をする。工事中は、まさにハッ場ダムのように、今しか見られない工事現場ということで公開をする。完成のときには、よくいろいろなイベントがありまして、ウォーキングとか、完成イベントとかもあります。供用が始まると、定期的に開放していって、外郭放水路もそうですけれども、供用が開始されてから、多くのお客さんが来られているとか、あとは歴史的施設ということで、土木遺産とか世界遺産クラスのものも今後出てくるのではないかと考えています。跡地を見ていただくというのがトンネル跡、観光で見ていただくといったものもあるのではないかと考えているということです。

3 ページは、具体的に何かデータがあるわけではないんですけれども、大づかみに、今のライフステージということで見たときに、大規模な施設、身近な施設と大まかに分かれるのではないかと考えています。大規模な施設というのは、施設規模もさることながら、先ほどから「一級品」という言葉もご紹介いただいていたと思いますが、単体で旅行の目的になるようなものをどう捉えるかということと、あとは身近な施設ということで、地域の魅力とあわせて回ること、そこが利活用されていくものもあるのではないかと。主には、工事中、完成時、供用中ということで活用されているケースが多いのではないかと。思うんですけれども、大規模なものになると、未来を見据えた計画段階とか、あとは廃止された後というようなものを活用されているケースもあるのではないかと考えています。

以上がざっとしたイメージだったんですけれども、次のページは、インフラポータルサイトに今載っている施設について、各施設分野で、ライフステージの中でどこを紹介しているケースが多いのかというのを分類してみたものです。縦の棒がそれぞれの施設名で、左から、道路、河川、ダム、砂防、下水道、港湾、空港、自動車道、航路標識——航路標識というのは灯台です。全部の合計というふうに縦の棒をつくっています。色分けしたのが、下から順にいくと、青の工事中、赤の完成時、緑の供用中、紫の歴史的施設と今回分



けてみたものです。特徴的なのは、一番左の道路、右から3番目の自動車道も道路系と同じですが、道路系は工事をしている最中を見ていただいているところが多い状況です。完成のときとか供用後のものを見ているものもあるんですが、割合としては、工事中のものが多い。河川、ダムについては、完成した後を見せているものが多い。工事中のダムを見せているケースもありますので、お客さんの数にすると、また変わってくると思いますが、施設の数でいうと、こんな感じだということです。下水道は地中にあるものなので、完成後の姿を見せているものが多いです。今回、議論を分けて考えてはいるんですけども、特徴的なのが航路標識、灯台で、歴史的なものが多くて、明治期につくられた灯台を紹介しているケースが多いので、これが歴史的なものになっているというところでございます。施設の分野ごとに、どういうところを紹介しやすいかというのを、現在進めている事例から見てとれるのかなと考えてみたところでございます。

次は、ターゲットにするものをどういうふうを選んでいくのかということや、そうでないところも希望を持って取り組んでいくにはどういうことをしたらいいのかというところを考えてみるヒントになればということで考えてみたところですけども、施設の特徴や地域目標に応じて、レベルアップ・ステップアップをそれぞれ図っていくことができるのではないかとこのところでございます。グラフにしたもののイメージとしては、年間何人ぐらいお客様が訪れているのかというところを縦軸にしました。目盛りを1桁ずつ増えていく対数目盛りに書いています。数字が下からいくと100というのは年間100人、右に小さく書いてあるのが、年間で50週とざっくり考えたときに、週当たりどれくらい人が来るかで、年間100人オーダーのところは週当たり数名ぐらい、年間1,000人オーダーのところは週当たり20名ぐらいというような目盛りになっています。施設を大きく3段階ぐらいに分けてみたんですが、非常に一級品ということでご紹介いただいている首都圏外郭放水路をAクラスと捉えたときに、現在、年間2万人ぐらいお客様が来られているということで、グラフにすると、ちょうど左の目盛りの1万よりちょっと上に青丸のAというのをつけています。これをさらにぐっと増やしていくにはどういった取り組みをすればいいだろうか。真ん中がBですけども、事例として、ここをどうこうしていこうということではないんですが、イメージしていただけるような事例として、青森の津軽ダムが、今、年間8,000人ぐらいお客様が来られているそうなので、真ん中にBということで入れています。これが年間1万人ぐらいなので、週当たり大体200人とか、それぐらいのお客様が

来られているのではないかと。当然、ピークの時期があるので、多いときはもっと多いと思うんですけど、ベタでならずと、これぐらいかなと。ここを増やしていくにはどうすればいいか。あと、Cと書いてあるのが霞ヶ浦導水ですが、ここは今、年間 600 人ということなので、数百人オーダーのところを増やしていくにはどうすればいいかということで書いてみたところなんです。非常に大きなイメージですけども、Cのところからご紹介しますと、年間数百人だと週当たり数名なので、たまにお客様が来られますというようなところをレベルアップして、1,000 人以上ぐらいにすると、週当たり 20 名以上になるので、コンスタントにお客様が来られます。こういうところで何を注意する必要があるかというところ、おそらく、施設管理者として、今まで人が来ていなかったところに人が来るようになるので、受け入れの動線とか、トイレとか、安全といったようなところをまず考え始めるのがこの時期なのではないかなと考えてみたところでございます。真ん中のBぐらいになりますと、年間 8,000 人なので、週当たり数十名から 100 名を超すようなお客様がコンスタントに来られている。これを年間万人を超すようなところにする、週末あたり数百人を超えるようなお客様が来られるということになると、やはり、施設管理者だけではなかなか対応が難しい、もしくは地域としても、これは価値があると思い始める時期ということで、こうなると、地域と連携した協議会とか、そういった体制づくりに力を入れていく時期なのかなと考えてみたところでございます。Aのところは、どんどんお客様が来られていて、これをもっと大きくしていくには、地域との連携を進めてここまで来られている施設が、さらに広げていくとなると、民間の方々もどんどん入っていただいて、マーケティングとかも生かして、数万人ぐらい受け入れていく。例えば、年間 10 万人にしますと、50 週で割るだけでも毎週 2,000 名ぐらい訪れて、特に観光のピークのときには、またこのオーダーが1つ上がったりすることもあるのではないかと。というぐらいお客様が来られるということになると、やはり、民間のいろいろな業界の方々と連携してやっていくというのはこういう時期なのかなと、大まかに考えてみたところでございます。そうではないケースも多々あると思いますので、このあたりについても、ご意見をいただければなと思っております。現状、自分たちの施設がこのぐらいだと、地域として目指していくのがこのぐらいのところまで行かせたいとしたときに、どんな注意事項を見ればいいのかというような手引きをつくっていくことで、地域として活用しやすくなるということにつながっていかないかなと考えてみたところでございます。

その次のページは、現在いらしているのはどういった方が多くて、これをこういうふうに変えていくときに、どういったところにチャレンジしていくとお客様のニーズに応じていけるのかということで、例えば、左にインフラを見たい人と書いてあるのは、要するに、ダムマニアとか、非常にコアな方々の場合は、多分、現場に行って写真を撮りますとか、そのデザイン、機能に非常に引かれていますというところが中心であったのではないかなど。一般のお客様で見ると、写真を撮るのも、格好いい写真というだけでなく、映える写真、SNS映えする写真を撮りたいと、写真のニーズも少し変わってくるのではないかと思いますし、うんちく等もさることながら、インフラカードはどっちにも行くとは思いますが、地域でどんな体験ができるかとか、インフラのことだけではなくて、地域のことも知ったり、つながりを持ったり、歴史の中でストーリーを感じたり、これをつくった人たちの地域にどんな効果をもたらしたかといったメッセージ性とか、あとは観光地としての魅力、お土産、食事、ダムカレーとかもここに入るのではないかと思います、あとは経路として行きやすいとか、地図がわかりやすいといった、非常に広がりを持ってくるようなこともご紹介していくと、効果が出てくるのではないかと考えているところでございます。

これが個々の施設に対してどういうふうで紹介していくかということと、インフラツーリズム全体の認知度を上げていくときに、これまでもインフラを活用した観光ということで、道の駅とか、みなとオアシスといったものは、名前、ロゴマークが統一的につくられていて、いろいろな場面で、道路の地図に出たり、観光パンフに使われたりしながら、これはこういうグループの施設だと、分かりやすくやっていました。右は事務局の試案で、デザイン的にもどうかというものも入っているんですが、インフラツーリズムについても、わかりやすいロゴマークを統一的につくってお知らせすることで、この間ここに行ったけど、次はマークがついているここに行ってみようという方々も広がってくるのではないかなど考えているところでございます。

あとは今後の方向性として、先ほどからお話いただいています周辺とのつながりでも、やはり、インフラを中心として、人気の自然スポットとか、温泉地とか、地域の観光資源、お土産とか、いろいろなつながりをつくっていく必要があると考えていて、これまでのよかった事例をご紹介していくことも進めていきたいと思っていますのと、今回ご議論いただいている内容等をもとにして、我々としても、モデル的な取組を地域と一緒に進めてい

くことを考えてみてはどうかなのと思っているところでございます。具体的には、その中で、手引きも活用していただきながら、実際のところ、より活用できるようなものにしていくようなことも進めていってはどうかと考えております。

今後の検討の方向性といたしまして、先ほどからご議論いただいておりますさまざまな観点を事務局として決して受けきれているとは思っていないんですけれども、今考えられる範囲で、いろいろな切り口がありますということをご紹介させていただきました。よろしくお願いたします。

【清水座長】      ありがとうございます。それでは、ただいまのご説明につきまして、ご質問、ご意見がある方、お願いしたいと思います。いかがでしょうか。

はい。

【篠原委員】      5 ページでございますが、非常にわかりやすくこの段階を示していただいております、これは非常にいいなと思うんですけれども、例えばCの部分の話でございますが、施設管理者中心の取組という部分があります。全国を歩いておりますと、今回、我々が議論しているところに、何とか、ぎりぎり土俵に乗ってくれるインフラと、ちょっとそうじゃないよねという、今、各地整の管理事務所も人が少なくて、それどころではないというのもよく見えていますので、その土俵に乗る部分をまずしっかりとつくって、セグメントしなければならないと思うんです。そして、人の数が増えるという図式の中で、このような話ですが、例えばCの部分も、一例を言うと、この間、耶馬溪ダムに行ってきたんですね。九州地整で、ぜひということで視察させていただいたんですが、確かに1人の管理課長が一生懸命、弁も立つ方で、楽しくやるんですね。目的別にやっているんですけれども、ご着任何年ですか、もう2年半やっていますという話で、多分、想像によると、いなくなるわけです。その後の継承はと聞いたところ、その人ばかり、1人に任せっきりだったりしているんですね。いいお話なんです、例えば、社会見学用、土木の専門家用、一般観光用、彼はしっかりとセグメントしていたんですが、それがきちんと台本として整備されていないんです。ですから、基本的な土俵に乗るところは、ベースをきちんとつくるような話が、本省からもきちんとご指示が出ながら、整備していかないといけないと思うんですね。その後は、ガイドの仕方をしっかりと最低限学んでもらうような仕組みもつくっていかないと、底辺が上がってこないと思うんですね。そんな中で、先ほど申し上げたように、全国レベル、重点、そして重点候補といいたしまししょうか、このようなと

ころのセグメントがないといけないかなと思いました。

【河野委員】 同じ5ページですけれども、過去これまでの事例を整理された中でこのステップの図をおつくりいただいたと思うので、現状に関しては、非常によく整理されていると思います。

ただ、今後、インフラツーリズムを推進していくためには、今、篠原先生がおっしゃっていたようなすごい人、牽引する人がうまく施設管理者としていたからCの段階にいられたけど、そういう人がいないと、そもそもCが生まれないという状態が目に見えない課題としてある気がします。今はCにも載っていないけれど、最初から周りを巻き込むことで、いきなりBになれるものはたくさんありますよね。今後そういうものを増やしていくことが目的とした場合、今の整理に則ってCから始めなければいけないということになってしまうと、それが施設管理者の負担になって、Cが増えないということになる懸念があります。地域のDMOも最近増えていますし、地域の面的なマンパワーを使って、最初から地域を巻き込んでいながら始めていくことによってエンジンがかかるような地域が多く存在する可能性があります。縦軸を人数として仮に置かなかったとしたら、別の整理の仕方にもなるかもしれません。もしかしたら、Cから始めないほうがやりやすいと考える地域ともきっとあるのではないかなという気がいたしました。

もう1つは、6ページに関してです。ツーリズムの目的という、今は来られる方を主語にして分類をしてくださっていますが、今後、もし手引きをつくっていくとした場合、そして、その前のページの段階に合わせた体制強化に関することとつなげていくとしたならば、それをどう売るかというコンテンツの種別や分類という整理の仕方にも必要になります。今はこれが混ざっている状態ですが、知るとか、遊ぶとか、体験するというインフラそのものを楽しむパターンと、最後に、事例でコンサートの写真が挙がっていますがインフラを場として活用する場貸しのパターンがあります。この10月に上五島空港で星空ツアーを実施しましたが、このような場貸し的な活用であれば、管理者側としては負担が小さいので、このパターンだったらやってみようかという気になるけれど、インフラの価値や意義、その本質をみっちり楽しませるコンテンツを作っていくにはマンパワーが足りないから取組推進が進まない、といった可能性もあると思われます。今回取り上げるインフラツーリズムは、インフラをどのように使うことを指すのか。それが整理されると、参入のハードルを下げられる可能性があったり、地域のマンパワーでできること、できないことを決

めやすくなる可能性があるかと思いました。

以上です。

【清水座長】      ありがとうございました。ほか、いかがでしょうか。

お願いします。

【阿部委員】      1つ質問ですけど、4ページの施設分類の中で、橋梁は道路に含まれるんですかね。

【観光・地域づくり事業調整官】      一般の橋梁は道路、あと、高速系のものは自動車道ということで、このどちらかに含まれるという形で整理しています。

【阿部委員】      おそらく、たまたまここだけ目についたので質問したのですが、橋梁は道路とは見せ方が大分違うと思いますので、橋梁を個別に項目出ししたほうがよいのではないかと思います。河川についても、水門があったり、護岸があったり、あるいは河川自体であったり、もう少し見せ方、使い方に応じた分類をすれば、取り組み方が見えてくるのではないかと思います。それと絡めて、先ほどから話題に上っている類型化については、あまり細かく分けても理解しにくくなりますが、まずはしっかりと、ライフステージとか、立地とか、施設分野とか、規模というので分けてみると、なるほど、こういう状況なのかと、現状の整理がつくのではないかとと思います。

それから、5ページのA、B、Cに関する話題提供ですが、私の専門が土木史ということもありまして、現在、東京湾第二海堡のインフラツーリズムの協議会に入っております。第二海堡は、5ページの分類でいうとおそらくAに位置づけられると思います。第二海堡は東京湾の真ん中にある施設でして、ツアー船が出るのは横須賀市からですが、底地は富津市です。そうしたこともあり、横須賀市と富津市の両市が連携して、第二海堡をいわば客寄せパンダにして、観光振興を図ろうとか、地域振興を図ろうという動きが出てきております。

東京湾第二海堡のインフラツーリズムで、何が一番大きく変わるかということ、船で行きますので、観光の動線が変わります。さらに、その船は、結構酔うんですね。そうすると、船で戻ってきても酔いを覚ますまですぐには帰れないということで、ツアー参加者の滞在時間が延びて、そうするとだんだんおなかもすいてくるでしょうから、海堡丼や海軍カレーといった地元の食事を提供したりしてはどうかといった、いろいろなアイデアを考えて、楽しみながらやっております。つまり、Aに位置づけられる施設については、インフラを

客寄せパンダのように使って、地域で儲けようとか、活性化しようといった取組も考えられます。一方、頑張らなければいけないのはBやCです。おそらく、霞ヶ浦のCが悪いわけではないのですが、週に2人しか来客が来ないとなると、社会科見学ですらうまくいっていないのではないかととらえられかねません。こうした施設では、なぜインフラツーリズムに取り組まなければいけないのかと思っていらっしゃる管理者の方も多いのではないかと推測します。たとえば、インフラツーリズムの目的が、きちんとインフラの役割を周知するというのであれば、管理者の方もそれはやらなければいけないと思っていただけるのではないかと思います。Cに関しては、そうしたところからきちんと始めていけば、いろいろ変わってくるのではないかなと思います。

地域連携という観点では、おそらく、インフラツーリズムはすごくやりやすくて、インフラというのは、もともとシステムやネットワークの構築を前提として整えられています。つまり、インフラのネットワークをたどるだけでも地域連携になりますし、ダムへ行っても、ダムだけ見るのではなくて、水源や導水路、発電施設といったシステム全体を見るだけでも十分時間が使えます。インフラだからこそその観光という観点からすると、コンテンツというか、何を伝えるべきかというのを踏み外さなければ、BやCであっても、急には伸びないかもしれませんが、少しずつ地に足がついた取組が膨らんでいくのではないかと思います。

【清水座長】      ありがとうございます。私も関係する話ですが、先ほど河野さんから、縦軸が人数という話がありました。最近の行政は、よく人数を目標に立てますよね。すごく意地悪な言い方をすると、50万人というのは、施設あたりで平均すると1,000人程度なんですよね。先ほどの分類ではほぼCなんですよね、平均が。もう少し細かく見ていくと、そもそもBがどのくらいあるのかも気になります。実は、人数の面でいうとかなり悲惨であると思うんです。

最近、観光庁でも、人数の目標とかいろいろあるんだけど、人数だけでいいのかとよく言っているんですね。例えば、人数が増えても滞在時間が減ることもありますし、そもそも、今回、インフラツーリズムの理念があったときに、必ずしも人数ではないよねという整理もあるかもしれない。認知が増えるとか理解が増えるというのも、多分、理念の1つだと思うんですよね。目標を立てなければいけないのはしょうがないとして、一方でそこに拘泥しないのもありだと思うんですよね。多分、インフラツーリズムが持つべき

理念に合わせたときに、もうちょっと違う切り方もあるだろうなと。人数を増やそうと思ったら、はっきり言うと、他の資源と組み合わせるコバンザメ作戦で幾らでも増えるんですよ。それがほんとの望むべき姿かどうかということですよね。さりとて、多分、BやCだったら、ほぼ単体で食えないところなので、人数はそういう形で増えるにしても、むしろ違うところに目指すべきものがあるのではないかなと思うんですよ。

それから、あとはロゴマーク原案について、もうちょっと、人とか地域が見えるといいなという感じがしないではないね。例えば、右側の図案だとインフラだけしか見えない。インフラツーリズムを全体的に示すためにしても、もうちょっと違う発想があって良いのでは。あとはごちゃごちゃして見えるので、もうちょっと簡素化できないかと思います。時間的な都合もあると思うものの、作るならきちんとやったほうがいいと思うので、あまり拙速にやらないほうがいいかなと思います。

あと、ガイド。行政の宿命で人が変わる。でも、インフラツーリズムは、インフラ部分の説明をどうしてもそういう方をお願いしないといけないこともありますね。民間の語り部がガイドしたときに、全体としてはコーディネートできるかもしれないけど、インフラの部分については担当者でないから迫力がないかもしれない。ひょっとしたら、例えば、マニア的な人が来るような場合と、いわゆる普通の観光客でテーマの中の1つの要素としてインフラがある場合で、ガイドは誰がやるべきかが全然違うかもしれないし、説明すべき内容も全然違うということですよね。だから、手引きの中では、こういう需要に対してはこういうガイドをお願いして、というレベルで示さないといけないですね。

【篠原委員】 今の清水先生のお話は、私も非常に納得するわけでありまして、確かに6,000万人のお客さんと呼ばばいいというものではなく、どこの国のどういう方が欲しいのかということを、今、観光庁でも悩まれておられると思うんですね。

基本的に、インフラツーリズムで地域活性とつなげていこうということが、治水とか防災をPRするということはもちろんあるものの、今後は、やはり地域創生とか観光の誘客にもつなげていきたいということが趣旨だと思うので、最低、Bのような体制をきちんとつくっていかないと、これは公務員の皆さんの宿命で、人のパワーでみんなつなげていたものが、みんな切れていっているんですね。だから、迫力を出す問題もあるんですが、まずはきちんとした地域の中で協議会など、強弱はあったとしても、きちんとつくる体制を仕組み、システムとしてつくっていかないと、今までのことの繰り返しになるのだろうな



と思いますね。

ガイドの方向、目的別によって違うわけですが、篠原資料の一番最後のページをもう 1 回、見ていただきたいんですね。個人向けと団体向けに分かれていまして、一般的なツアーは、コンシェルジュといって、比較的若い地元の女性がダムを一生懸命勉強して、認定制をとっています。最低限クリアしないと、ダム所長からの認定書が出ないんですが、今、これを地域の方々にも広げて、何と川原湯温泉の若い人たちが認定書をとるために勉強しているんですね。この上の 2 つございますけれども、今、500 円ずつ取って、何と、あれだけ反対していた地元の人たちがダムを案内するようになったんですよ。おとといやったとき、100 名来たんですね。夜やるんです。川原湯温泉に泊まないと見られないんですが、けれども、地域創生とお金が落ちるような仕組みをしっかりとつくっていかないと、今後、我々が力を入れてやっていく流れが、何か浮ついてしまうのかなと思いますね。

【清水座長】      そうですね。多分、インフラのところにはお金は落ちないと思うんですよ。なので、周りに落ちるというふうにしないと……。

【篠原委員】      落とす仕組みを合わせていかないといけないですね。

【清水座長】      仕組みをね。地域の最終的な理解はなかなか得られないというか。やっぱり、インフラツーリズム、インフラ自体が地域観光に貢献していますというようなストーリーが多分、A はともかく、B や C には必要だと思うんですよ。

【篠原委員】      もう 1 つ、全国ガイド、観光ボランティアガイド、いろいろいるんですが、今回、インフラツーリズムを立野ダムでやったときに、ダムの所長は非常に熱い方なので、言いたいことがいっぱいあるんですね。ですから、どうしても説明を短く、この場所で 15 分と言っても、どんどん入って行ってしまって、観光で来ている人たちは、その話がなじまないんですよ。今度、ジオパークのガイドさんは一生懸命なので、その話があるんですが、全然、融合できなかったんですね。今回、学生を入れていろいろやったんですけど、学生からの提案で、こんなことになったんですよ。最終的に、NHK の人気番組の「ブラタモリ」ってあるじゃないですか。「ブラタモリ」は、地元の有識者が来まして、そして、タモリがいて、あと、新人のあんまり知識がないようなアナウンサーがいるんですよ。ガイドが説明してしまうのではなくて、質問をしますでしょう。ガイドが質問して、答えて、わからなくて、おもしろく回っているんですが、今回は、シナリオをきちっとつくって、現地で予行練習を重ねながらやったんですが、これはばちっとおさまっ

たんですね。だから、それも1つ、今後、ダムとかインフラだけではないんですが、観光庁全体のガイドの育成というのも、そういう工夫をしていかないといけない時代だと思いますから、ぜひ、アウトプットのときには、その辺も大事だろうと思いますね。

【清水座長】      ありがとうございます。ほか、いかがでしょうか。

はい、お願いします。

【河野委員】      ガイドの話については、インフラに限らず、今、物見遊山から体験観光にという市場の流れの中で、どの地域でも一番難題として上がっているものです。インフラに限らず、マニアックと言ったら失礼ですけども、説明を聞かないと、ぱっと見ただけではわかりにくい資源に関しては、顧客タイプに合わせたガイドタイプやスキル段階を用意しておくことが望ましいねという話は各地域で耳にします。

長崎の池島では、その炭鉱で昔働いていた企業OBが案内をしてくれますし、夏しかやっていない小谷の砂防のツアーは、あれも砂防事務所のOBが説明してくれることによっておもしろくなっています。五島列島のガイド付きの教会を回る着地型ツアーは、やはり、信者さんである人がガイドするのと、そうでない人がガイドするのでは、質の違いというか、すごみが違いますし、スキルレベルによっても満足度に差が出ます。ガイドの質や知識レベル、伝えたいことをどのように設計し、人を育成するかということも、今、検討の余地があるところではあります。ただ、どこの地域でも課題になっているのは、最初、ボランティアガイドから始めて、それを有料ガイドに育てていこうとするのがなかなかうまくいかないということです。ボランティアガイドさんは地域にとって非常にありがたい存在ではあるんですが、篠原先生がおっしゃるとおり、自己満足のためにしゃべってしまう方が発生します。無償である分、厳しく育成できないという地域の行政側の立場もあり、半分の長さにしてよとか、この話ではなくてあの話をしてよという要望や指導がなかなか徹底できません。最初から有料を見込んでガイドを活用していくことをベースにしておいて、それでもだめだったら、ボランティアの活用も推進していく、というようなスタンスの基準をどこに置くかというのを最初にイメージしておいたほうがよいと思います。地域にとって、観光は経済効果や雇用に貢献できるという効果もありますので、ボランティアに頼り切らないで済む方法をベースに置きながら、手引きを作成したほうがいいのかと思います。

あと、先ほど阿部さんから資源の分類の話がありましたけれども、私もこの河川につい

てはいつも困るんですけれども、最近は「ミズベリング」という単語が生まれていて、水辺でにぎわいをつくって、河川の隣で何かできる滞在の場や境界をつくるような活動を指します。このような水辺空間活用の話が、最近は都市計画、特に観光まちづくりの文脈の中でよく行われていますが、それは今回取り扱うインフラ活用に入るのかというのは悩むところです。確かに、河川という場所で人が滞留し、そこでお金を落としてくつろいで、場合によってはイベントもできる場として活用できるので、広義では確実にインフラツーリズムに入ってくる話です。先ほどの場とコンテンツの話ではないんですけれども、「河川」というインフラ種別ごとの整理の仕方では、見えてこないもの、整理しきれないものがあるように思います。そうすると、分類が非常に難しくなってきます。訴求力ランクの問題と管理者の問題、また立地環境や周辺観光資源の問題など、幾つかの軸で全部分類をしていくと細くなり過ぎてしまいます。とはいえ、手引きを読んだ方々が、自分のところにあるあのダムは、あの橋はどのタイプに該当するんだ、そのタイプの資源はどうやっていけばいいんだ、ということがわかるような整理ができると望ましいです。例えばの1案ですが、若い女性が読むファッション雑誌などに、質問を辿ってYES／NOで進んでいって、何らかのタイプ分けをするページがありますよね。同様に、あなたの地域のインフラは、誰が見てもその形だけで格好いいと言えますか、イエス、ノーみたいな感じで進んでいって、体制の話や周辺環境の話などを織り込んでいき、では、あなたの資源は〇〇タイプなので、何ページから読んでください、というような整理になっていると、ある程度、自分で何パターンかシミュレーションをしていくことで、自身の地域のインフラのポジションが客観的にわかっていくかもしれません。地域の方々にとって理解しやすい、感覚的に理解できる整理の仕方というのをお勧めしたいなと思います。

【清水座長】      ありがとうございました。

はい、お願いします。

【阿部委員】      インフラツーリズムを現場で誰が引っ張っていくのかというのは非常に重要な課題だということを、先生方のお話を聞いて、改めて認識しました。私、国交省の入省2～3年目のキャリア向けの土木技術者研修で、1時間程度、土木の歴史を中心として講義をしているのですが、そこで「インフラツーリズムを知っていますか？」と聞きますと、知っている人が1割もおりません。これも、検討すべき一つの課題ではないかと思っています。

また、振り返ってみると、私が大学を出たのは 20 年ぐらい前ですが、インフラ施設について説明するような教育というのは受けていなくて、プレゼンテーションするというのは、卒論の発表会で初めて経験したような記憶があります。そうしたインフラの役割を広く伝えるというトレーニングは、ほとんどしてきませんでした。

現在、私がいる学科では、演習科目で学生にプレゼンさせると、私が学生時代のときより、よほど上手にプレゼンをいたします。おそらく、少しずつ、人に伝えるためのプレゼンテーションのできる若い人というのが増えてきているのではないかと実感しています。そこで、やはり先生方がどこかのインフラツーリズムのサイトに行って人材育成するというのは 1 つの方法としてあるにせよ、そうすることのできないところも多数あるわけで、インフラツーリズムの対象とする 400 カ所の中で、専門家が全部張りつくわけにはいかないでしょうから、まずは管理者の方がアクションを起こす際に、プレゼンテーションをする技術ですとか、あるいはガイドを育成する技術というのも、これからのインフラの管理者に求められてくるのではないかと実感しております。さらに、教育に携わる者としては、こうしたことも重視していかないと、インフラツーリズムの底辺が上がっていかないなというのがよくわかりました。

だからどうすればよいのかという解決策はないわけですがけれども、地道にやることと、今やっておかなければいけないことというのは仕分けが必要かと思います。長期的にやることと、すぐやることというのは分けて考える必要もあると感じました。

【清水座長】      ありがとうございました。

提案の類型も、今はどちらかというとサプライサイドの都合になっていますよね。ですから、ダイヤモンドサイドからの切り口も、複雑になってしまいますけど、クロスをかける意味があると思います。さきほどのミズベリングや、大阪でやっているような取組というのは、インフラツーリズムといえそうなものかもしれないけど、ただ、参画している人たちは、そういう意識はないかもしれないですよ。多分、こういう例はインフラツーリズムではないような気もするんですけども。では、どういう基準でそういうものを外していくのかは、かなり難しいですよ。

さきほど場貸しという話がありましたけど、結局は場貸しなんですよ。場貸しみたいなものをインフラツーリズムというのかどうかはかなり微妙になってくると正直思ったところですね。多分、こういうものは検討の対象から外すんだろうと個人的には思って

います。そういうケースは勝手に市場で動いているし、いろいろな人の思惑で動いているので、そこは放っておいて、あえてインフラツーリズムと声高に言ってやらないと動かないようなところが対象なんだろうなと。ミズベリングで動いているところは、ひょっとしたら、かなり高いBとかAというステージにいるはずですよ。

それから、人材育成も。今、研究室の修論で、学芸員がいるじゃないですか、博物館に。そういう人をどうやって地域の観光で生かすかというのを考えてもらっていますが、それと全く同じ議論なんですよ。結局、話の上手な学芸員がいるとオールオーケーなんですけど、必ずしもそうではなくて、学芸員の中には観光なんかに関わらず専門的にやりたいという方もいらっしゃるし、高校の先生になったりとか、大学の教員になったりする通過点として働いているケースもあって、地域に定着しないこともあったりして、それと全く同じ構図だなと思ったんですよ。インフラも観光周遊の中の1つの資源であるという切り口は変わらないので、インフラが周遊コースの中で重要な意味を持つときに、そこに関わる人というのをどういうふうに育てるかは、かなり重い課題だなと、阿部先生のご発言を聞いて思いましたね。

【篠原委員】 おっしゃるとおりだなと感じるわけですが、ですから、成功事例をある程度つくっていかなくてはならないと思うんですね。全国モデルというものを定めて、専門家が総合的にプロデュースして、地域の方々も参画しながら、ガイドの仕組みもきちんとできるようにしていくという、これが幾つか全国の各地で出てきたりすると、みんな目指すポイントというか、マニュアル的なものが出ていったときに、みんなが視察に行きながら学んでいくというか、やっぱり、モデルをつくっていかねばならないのかと思いますね。

【清水座長】 そうなんですね。地域も担い手が限られている中で、最近いろいろなところから人材育成しろというプレッシャーがかかるんですよ。だけど、みんな似たような人材育成講座をやっていて、すごい無駄ではないかなと。私は今、これらを交通整理したいと思っているんですけれども。そういうとき、例えばガイドも、こういう向きのガイドとか、きちんと戦略的に細かく分けていったときに、インフラツーリズムにも何かの形で講座が提供されていないといけないなという話だと思うんですよ。今回このレベルまで考えるかですが。

【河野委員】 成功事例をこれから整理されていくにあたって、今、インフラツーリス

ムそのものが成長途中なので、インフラツーリズムのテーマの中だけで成功事例を集めても、多分、抜け漏れが出てくると思います。先ほどの学芸員の話もそうですが、動物園、水族館の飼育員も、今、同じガイドとしての課題を与えられているような状況にありまして、似たような施設といいますか、ジャンルは違うけれども同じ課題を持っている施設なりテーマなりというものはインフラ以外にも多くあって、そういうものたちの中から、インフラツーリズムに当てはめても、非常に参考になる成功事例というものが出てくるのではないかと考えています。インフラツーリズムではない部分から新しい視点を取り込んでいかないと、今までのインフラツーリズムがやってきたものの延長線にしかならないかもしれません。先ほど来ずっとお話にありました理念に照らして、インフラでない分野で、これは格好いいという成功事例をよその分野から探して持ってくるというのは、おもしろい取組になるのではないかなと思います。

【清水座長】      ありがとうございます。ほか、いかがでしょうか。

我々、一方的に言ったんですけれども、事務局のほうで、いかがですかね。

【事業総括調整官】      貴重なご意見をいただき、ありがとうございます。事務局としても、考えられるだけ広げてみようと思いつつ、たたき台をつくってはみたんですけれども、やはり、先生方のご意見をいただくと、この外側にもっと大きな世界が広がっていくべきだと思いましたし、あとは、細かく分けていく中で、結局、ユーザーとして見た人が使いやすいような受け取り方の工夫も、先ほどのフローチャートの的にするとか、そういったのも要るなということも感じたところでございます。また、いろいろな施設を活用して地域を盛り上げていっているという意味で、ほかの類例をあわせて参考にしながら進めていってはどうかということも感じたところでございます。幅を広げていくときの体系立てる立て方と、あとは、何を目指していくのかという目標の立て方をもう少し検討した上で、また、ご議論いただくといいのかなと感じました。

【観光地域振興課長】      観光側、ツーリズムという側から、やっぱり、スタートはインフラ側から来ていますので、インフラに対する理解をいかに深めるかというのがまずは頭にあって、「見学」という言葉が出てきています。

一方、ツーリズムという側から見ると、今、いろいろな観光立国で進めていて、地域に眠っているというか、これまで使われなかったような資源をいかに観光に使っていただくか、その間にあるんだろうなと思います。

今、お手元に出ているような今後の方向性というところで見ると、例えばCみたいなところは、理解を深めるために、管理者がいかに工夫をして、どれだけ来ていただけるのか、そういうところが目標になって、いわゆるツーリズムというところとは、ちょっと遠いのかなと。

一方、BとかAは、活用していただくためにどういうことができるのかというのを考えないといけないんだろうなと思います。

では、そのときに何を目標に置くのかとか、どういう形で進めるかということを考えると、やっぱり、ツーリズムの側で考えると、地域に経済的にも活性化という面でもどれだけメリットがあるのかということで出てきます。

あと、単体だけ、インフラの側からだけでほんとにできるのかというのが少しあって、8ページをごらんいただければと思うんですけど、このイメージだと、まずはインフラ側がしっかり頑張って、それを周りに広げていくというイメージなのかなと思います。そういう本当の一級品、エース級であれば、こういうこともあるのかもしれませんが、むしろ、地域の中で、ここはどういうお客さんが来ている、どういいうお客さんをこれから目指したい、どういうルートでやりたいというところがあって、その中にはめてもらう、そういうことも必要なのかなと思いますし、あと、あえて言えば、1つの地域の中でなくても、連携して、例えば、ちょっと話は違いますが、アニメツーリズムというようなものもあります。全国のアニメみたいなものを関連する聖地めぐりみたいなものもあります。多分、そういう売り方もあるんだろうなと思いますので、そこは少し柔軟に、手引きにするときも、地域との連携とか、同じような施設の連携というのとも考えながらやったほうがいいんだろうなと思いました。

その意味からいうと、7ページのインフラツーリズムだけで何か、それ全体をつくるというよりは、少し興味のある、ここを回してみようというもの単位で何かつくるといのが効果的ではないのかなというのは感じました。

済みません、少し長くなりましたが、以上です。

【清水座長】      ありがとうございます。いわゆる、これでAに相当するところというのは、もう出尽くしている感はありますか。

【観光地域振興課長】      まだあると思います。

【清水座長】      手引きでどこに訴えかけるかを考えるときに、仮にAはほぼ出尽くして

いて、これ以上はなかなか難しいのであれば、最初からBを目指して作るという方法もあるし、Aがまだ埋もれているんだったら、Bもにらみつつ、まずはAを念頭に置くことも。作業時間も短いので、きちんと詰めるところですけど、Aがまだ出尽くしてなくて、やっぱりAだというのであればAだし、Bみたいなところを巻き込んでやるといったときはBを目指したつくり方になるし。今、畠中さんのおっしゃっていたようなところを踏まえると、そういう整理もいいかなと思うんですね。

【篠原委員】 今、畠中課長のお話を受けて感じたことは、全部のインフラ、国交省直轄のインフラを対象とするのは当然無理だと思うんですね。あと、私の中で答えが出てしまっているのは、インフラ単品で、なかなか集客といっても、これは限度が見えてきているように思うんですね。今までは、ダムマニアや土木マニアだの、皆さん、世界から脱しないと思うんですね。だから、一般観光とどうやってつなげていくかという、先ほどの8ページの図のようなことをきちんとつなげていくということをしなければならないと思いますね。ですから、今回のマニュアルといいましょうか、それは、もちろんCの啓蒙はするものの、B以上のものを具体的にやっていくというように絞っていかなければならないかと思いますね。

それから、今、清水座長から、Aは出尽くしていますかという話があったんですが、私から言わせていただくと、ちょっと工夫して、こうすれば、もっとお金が取れるよねとか、あるいはBでここまでできているけれども、まだまだ甘いなというのがたくさんあるんですよ。ここをきちんと油を塗って滑るようにしてあげたら、多分、Aも増えていくし、Aのレベルも上がるだろうなとは思っておりますので、その辺を絞ってやらないと、総花にはならないのではないかと思います。

【河野委員】 今のお話の中で思ったのですが、ツーリズムの観点から考えたときに、8ページを見たとなると、ここにコンサートの写真があるように、場貸しをすることによって、そこに一泊するのであれば、面的な経済効果が見込めるから地域として連携して取り組んでやってみよう、という考え方になる可能性もあります。インフラツーリズムのうち、インフラそのものにスポットを当てていく取組を振興していくという思いをゴールにするのか、それとも地域の手引きを読む側に、当地域の観光経済全体を活性化させるためのインフラ活用というツーリズムの論点のほうをベースとするかによって、場貸しを取り扱うか取り扱わないかという考え方も変わってきます。そのあたりから検討をスタートし



ていって、仕分けとか、A、B、Cの段階とかを考えていかれるのがよいのではないでしょうか。

【清水座長】      ありがとうございました。阿部先生、何か追加でございますか。

【阿部委員】      では、一つだけ。手引きは誰向けに出すご予定ですか。現場の人なのか、地整レベルなのか、あるいは地域の人なのか。

【観光・地域づくり事業調整官】      現時点では、まずは施設管理者というところの展開を一度念頭に置いてございます。ただ、本日いろいろご意見をいただきましたので、その件も含めて検討はしていきたいと思うんですが、まずは施設管理者が、先ほどからお話があるような、自分のレベルだったり、いろいろな可能性だったり、そういうところが全然わからないところが多数ございますので、まず、そういうところに広めるというところから始めると。

【篠原委員】      もちろん施設管理者にもですけど、そこの中に、やはり行政の方との連携の可能性という部分、そこは管理者と行政がきちんと読んで、共感できる内容でないといけないかと思いますね。

【阿部委員】      私、国総研にいたころに、手引きやガイドラインを作成しましたが、研修会などでそれらを読んだことがありますかと聞くと、大体、読んだことはない。そうならないように、管理者向けであれば、かゆいところに手が届くようなものにする努力を私もしたいと思いますので、よろしくお願いします。

【清水座長】      ありがとうございました。ちょっと関連するので、資料4だけ、簡単にご説明いただいて、また追加で議論したいと思います。

【事業総括調整官】      資料4につきまして、ご紹介させていただきます。今後のスケジュールでございます。本日が1回目ということで、これまでの取組、課題、今後の方向性について、今、非常に貴重なご議論をいただいているところでございます。

第2回目を12月から1月ぐらいに、一度、今回お受けさせていただいたものを、風呂敷を思いっきり広げさせていただいたので、その中のどの部分を今回たたんでいくのかということで、また、短期、中期、長期とか、そのあたりで、スケジュール感もさらに持たせながら、一度ご提案させていただくのを第2回としたいと考えております。今年度のまとめということで、2月から3月に向けて、特に今年、今年度のうちにやっていくべきことということでのツーリズム拡大に向けた取り組みのあり方ということで、先生方にまとめ

のご提言をいただければと考えております。どうぞよろしくお願いいたします。

【清水座長】      ありがとうございます。かなりタフですね。今日も思いっきり風呂敷が広がりました。感触として2種類。1つは、どうしても事情があって管理者向けということであれば、例えばBのタイプみたいなものを念頭に置いたときに、管理者は何をやらなければいけないか、どういうところまで発想を広げなければいけないかという観点のもの。

それからもう1つは、今後どういうところまで我々の発想を広げなければいけないのかというところ。こちらは、多分、手引きには全然そぐわないですね。検討のアウトプットは、2種類の性質の違うものが必要だという感じが、今日の議論を無理やり取りまとめるとすると、よろしいのではないかなと思いましたけど、いかがですか。多分、管理者向けに何かやらなければいけないという行政の事情もありそうなので、そこはやっていただくとして、それ以外に、せっかくいろいろな議論が出ましたし、今後、別の〇〇ツーリズムを検討するときにインフラツーリズム検討のエッセンスが役立つかもしれないと、横展開できそうな気がしますし、民間側がある意識を持って興味をもってくれるように、使える提言のようなものを出していく必要があると思いました。

おおむね時間で、議事は一応終わったんですが、何か追加でコメント等ございますか。

【阿部委員】      大丈夫です。

【河野委員】      大丈夫です。

【清水座長】      それでは、以降の進行は事務局にお返しします。よろしくお願いします。

【観光・地域づくり事業調整官】      清水座長、円滑な議事進行をいただきまして、ありがとうございます。また、委員の皆様には、長時間にわたるご議論をいただきまして、本当にありがとうございます。

それでは、第1回インフラツーリズム有識者懇談会の閉会にあたりまして、総合政策局公共事業企画課調整課長の丹羽より、ご挨拶申し上げます。

【公共事業企画調整課長】      公共事業企画調整課長の丹羽でございます。

本日は、非常に活発なご議論をいただきまして、ありがとうございます。今日は、インフラツーリズムのこれまでの取組と課題、今後の方向性をご議論していただきました。非常に示唆に富んだ、いろいろなご意見をいただきまして、本当にありがとうございます。

次回、中間取りまとめはなかなか大変なことになったなと思っていまして、とりあえず

頑張って、取りまとめのイメージなるものを次回ご提案させていただいて、それについて、また、いろいろなご指導をいただければと思っております。本日は、本当にありがとうございました。

【観光・地域づくり事業調整官】      ありがとうございました。

本日の議事概要につきましては、後日、事務局より各委員の皆様へ確認をとらせていただきます。その後、ホームページへ掲載させていただく予定となっておりますので、よろしく願いいたします。

それでは、以上をもちまして、第1回インフラツーリズム有識者懇談会を閉会させていただきます。本日は、本当に活発なご意見をまことにありがとうございました。

## Appendix II.

Survey questionnaire of volunteer-employed-photographing of  
on-site survey at Akashi Kaikyo Bridge site (in Japanese and English)

# 研 究 調 査 票

## ■全体説明■

### 【調査目的】

この調査は明石海峡大橋ツアーに参加する観光客がどのような観光体験をしているかを調査して、より魅力的なインフラ観光の実現に寄与することを目的としています。

### 【調査実施者】

部局： 東京大学大学院工学系研究科・社会基盤学専攻・景観研究室

名義： 博士課程・朱 棟文

連絡先： 〒113-8656 東京都文京区本郷 7-3-1

Tel: 080-3319-7768

E-mail: zhu-dw@keikan.t.u-tokyo.ac.jp

### 【調査取組】

一、調査票を記入してください。調査票は Part I ~ Part III からなっています：

Part I	調査参加者に関する基本情報： <u>性別</u> 、 <u>年齢層</u> 、 <u>国籍</u> 、 <u>インフラ観光経験</u>
Part II	<p>参加者はツアーに撮った写真の中に、ツアー途中の<u>様々ところでの代表的な写真を数枚拾い出してください</u>。そして、調査票の指示に従って、その写真を撮った場所での体験を振り返りながら、別紙のシートに情報を記入してください。</p> <p>＊ 写真の内容は橋や風景だけではなく、人物やその活動なども含め、自由に選定してください。ただし、参加者個人の顔などの個人情報映っている写真は研究に使用しませんので、ご注意ください。</p> <p>＊ 調査票には最大20枚写真のための記入欄がありますが、足りない場合は適宜加えてください。</p>
Part III	観光終了後、調査票に今回の観光全体について評価をしていただきます。

二、最後に拾い出した全ての写真を、調査票とともに調査者に渡してください。

(電子データは USB や無線で調査者のパソコンに導入する)

### 【備考】

- ＊ 調査で得たすべての紙面と電子データは厳重に管理し、研究以外の目的に使用されることは絶対にありません。
- ＊ 他に研究実施に関するディテールは別紙の「研究内容説明書」をご参照ください。
- ＊ 何かの不明や疑問点があれば、上記の調査実施者にご連絡ください。

## ■Part I. 基本情報■

該当する□にチェックを入れてください

性別： □男 □女

国籍： □日本（\_\_\_\_\_都/道/府/県） □海外（\_\_\_\_\_）

年齢層： □10代 □20代 □30代 □40代 □50代 □60代と以上

インフラ観光経験\*： □初めて □1～3数回 □それ以上

\*（橋、ダム、トンネル、鉄道施設などの土木構造物を目的とする観光経験）

## ■Part II. 体験情報■

毎写真ごとに、附表のシートに撮影時刻及び（１）と（２）を記入してください

（１）Q1～Q4の項目について、それぞれ５段階で評価してください：

（１：そうではない ２：やや違う ３：どちらでもない ４：大体そうだ ５：その通りだ）

評価 項目	Q1： この写真を撮った場所の印象は期待通りのものです
	Q2： この写真を撮った場所は深く印象に残っています
	Q3： この写真を撮った場所はここにしかない、特別な場所だと感じます
	Q4： この写真を撮った場所は私にとって危なさや不安を感じます

（２）写真を撮った場所で、特に印象深かったり・楽しんでいたもの・ことを「✓」でチェックしてください（多選でもよい）

## ■Part III. 総合評価■

今回の観光の全体的な満足度を５段階で評価してください：[\_\_\_\_\_]

（１：満足できない ～ ５：満足できる）

その他感じたことを自由にコメントしてください：（必須ではない）

\*\*\*\*\* 調査はこれで終わりです。ご協力誠にありがとうございました！\*\*\*\*\*

## Part II. 附表シート

毎写真ごとに、撮影時刻及び、(1)と(2)について記入してください。

- 評価項目
- Q1: この写真を撮った場所の印象は期待通りのものです
- Q2: この写真を撮った場所は深く印象に残っています
- Q3: この写真を撮った場所はここにしかない、特別な場所だと感じます
- Q4: この写真を撮った場所は私にとって危なさや不安を感じます
- (1: そうではない 2: やや違う 3: どちらでもない 4: 大体そうだ 5: その通りだ)

\*「雰囲気、気持ち」: 全体的な雰囲気、またはツアー途中で生まれた感動、喜び、驚き...など

写 真		(1) 評価項目	(2) 特に印象深かった・楽しんでしたこと
P1	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻 :	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち*
	Q3	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 活動: 歩く、撮影... <input type="checkbox"/> ツアー: ガイド、解説...
	Q4	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 景色: 俯瞰、広さ... <input type="checkbox"/> その他 (_____)
P2	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻 :	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 活動: 歩く、撮影... <input type="checkbox"/> ツアー: ガイド、解説...
	Q4	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 景色: 俯瞰、広さ... <input type="checkbox"/> その他 (_____)
P3	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻 :	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 活動: 歩く、撮影... <input type="checkbox"/> ツアー: ガイド、解説...
	Q4	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 景色: 俯瞰、広さ... <input type="checkbox"/> その他 (_____)
P4	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻 :	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 活動: 歩く、撮影... <input type="checkbox"/> ツアー: ガイド、解説...
	Q4	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 景色: 俯瞰、広さ... <input type="checkbox"/> その他 (_____)
P5	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻 :	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 活動: 歩く、撮影... <input type="checkbox"/> ツアー: ガイド、解説...
	Q4	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 景色: 俯瞰、広さ... <input type="checkbox"/> その他 (_____)
P6	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻 :	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 活動: 歩く、撮影... <input type="checkbox"/> ツアー: ガイド、解説...
	Q4	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 景色: 俯瞰、広さ... <input type="checkbox"/> その他 (_____)
P7	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻 :	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 活動: 歩く、撮影... <input type="checkbox"/> ツアー: ガイド、解説...
	Q4	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 景色: 俯瞰、広さ... <input type="checkbox"/> その他 (_____)
P8	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻 :	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 活動: 歩く、撮影... <input type="checkbox"/> ツアー: ガイド、解説...
	Q4	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 景色: 俯瞰、広さ... <input type="checkbox"/> その他 (_____)
P9	Q1	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 橋: 橋自体、橋塔... <input type="checkbox"/> 文化: 建設話、歴史、地域...
撮影時刻	Q2	1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> 自然: 海、空、風... <input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち

：	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P10	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P11	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P12	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P13	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P14	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P15	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P16	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P17	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P18	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P19	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）
P20	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 橋：橋自体、橋塔...	<input type="checkbox"/> 文化：建設話、歴史、地域...
撮影時刻 ：	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 自然：海、空、風...	<input type="checkbox"/> 雰囲気、気持ち
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 活動：歩く、撮影...	<input type="checkbox"/> ツアー：ガイド、解説...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> 景色：俯瞰、広さ...	<input type="checkbox"/> その他（_____）

（足りない場合は、ご自由に加えてください）



# Survey Questionnaire

## ■ABSTRACT■

### 【Aim】

The survey is aim to know about the tour visiting experience of visitors in Akashi Kaikyo Bridge. The findings and results could be a reference for tour organizers to promote the management in the future.

### 【Executor】

Dept. : Landscape Lab, Dept. of Civil Engineering, Graduate School of Engineering, UT

Name : Ph.D. candidate, ZHU Dongwen

Contact : 〒113-8656 Hongo 7-3-1, Bunkyo, Tokyo, Japan

Tel: 080-3319-7768 E-mail: zhu-dw@civil.t.u-tokyo.ac.jp

### 【Procedure】

The survey consists of three parts:

Part I	Basic information of participants: <u>Gender</u> , <u>Age group</u> , <u>Nation</u> , <u>Visiting frequency</u>
Part II	<p>The participants are requested to pick up various photos which has took in the Akashi Tour - generally one photo for one place - during the whole tour route. Then, following the indications on the survey paper, fill in the sheet attached in the survey paper.</p> <p>* Content of photo selected is free. However, photos which contain the personal face or other individual information would not be used in the research.</p> <p>* The attached sheet has contained columns for at most 20 photos. If it is not enough, please add the column in free by self.</p>
Part III	Participants evaluate the personal visiting satisfaction for the whole tour

After the survey paper completed, participants deliver the photo they had picked up, as well as the survey paper, to the researcher. (electronic data is exchanged in USB or wireless to the researcher's computer)。

### 【Note】

- \* All of data and information gained in the survey is ONLY used for the aim of this research.
- \* If there is any problem or questions, please refer to the research with the contact above.

## ■Part I. Basic Info■

Please check in the “☐” for following questions

Gender : ☐Male ☐Female

Nation : ☐Japan ☐Abroad (\_\_\_\_\_)

Age Group : ☐10's ☐20's ☐30's ☐40's ☐50's ☐60's and above

Visiting frequency\* : ☐ First time ☐ 1 ~ 3 times ☐ 3 times More

\* (The “visiting frequency” refer to the visiting experience to the infrastructures, such as bridge, dam, tunnel, rail and so on.)

## ■Part II. Experience Info■

For each photo, please fill in the following (1) and (2) as well as time of photograph in the sheet.

( 1 ) For statements Q1~Q4, please value the extent of agreement with 1 ~ 5 ranking :

(1 : Strongly disagree 2 : Disagree 3 : Neutral 4 : Agree 5 : Strongly agree)

Statement	Q1 : I feel the scene or the landscape of this place I had took is the one I had expected
	Q2 : I feel the place I had took is deeply impressive in my mind
	Q3 : I feel the place I had took is particular that is different from any other visiting spot
	Q4 : I feel kind of risky and/or anxiety at the place I had took

( 2 ) Please fill in the 「☐」 for the particularly experienced items at the place the photo was took (MultiSelect).

## ■Part III. Evaluation■

Please evaluate the personal satisfaction for the whole tour (1 ~ 5 ranking) : [\_\_\_\_\_]

( 1 : Not satisfied ~ 5 : Satisfied)

Please white in if you have any comments or feeling : (Not compulsory)

\*\*\*\*\* The survey has completed. Thanks a lot for your kind cooperation ! \*\*\*\*\*

## Part II. Sheet

For each photo, please fill in the following (1) and (2) as well as time of photograph in the sheet.

Statement

Q1 : I feel the scene or the landscape of this place I had took is the one I had expected

Q2 : I feel the place I had took is deeply impressive in my mind

Q3 : I feel the place I had took is particular that is different from any other visiting spot

Q4 : I feel kind of risky and/or anxiety at the place I had took

(1 : Strongly disagree 2 : Disagree 3 : Neutral 4 : Agree 5 : Strongly agree)

Photo	(1) Statement	(2) Particularly experienced items
P1	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other (_____)
P2	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other (_____)
P3	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other (_____)
P4	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other (_____)
P5	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other (_____)
P6	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other (_____)
P7	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other (_____)
P8	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama... <input type="checkbox"/> Other (_____)
P9	Q1 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower... <input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind... <input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo... <input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...

	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P10	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P11	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P12	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P13	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P14	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P15	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P16	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P17	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P18	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P19	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)
P20	Q1	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Bridge: body, tower...	<input type="checkbox"/> Cultural: history, locality...
Moment :	Q2	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Nature: sea, sky, wind...	<input type="checkbox"/> Atmosphere, feeling
	Q3	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Practice: walking, photo...	<input type="checkbox"/> Tour: guide, explain...
	Q4	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Scenery: oversee, panorama...	<input type="checkbox"/> Other (_____)

(Please attach for free when the sheet is not long enough)

## Appendix III.

### Profiles of UGC review text (source: *tripadvisor.jp*)

- Akashi Kaikyo Bridge
- Tokyo Rainbow Bridge
- Irabu Bridge
- Kurobe Dam
- Bandai Bridge
- Eitai Bridge

## Data profile at Akashi Kaikyo Bridge site

no.	review_date	review_title	review_content
1	2018/3/5	ここでとれるタコは美味しいよ	毎年、夏になるとこの橋の近くでタコと取りに行きます、多い時には40匹ほど取れるので釣 ……
2	2018/3/4	本州と淡路島の架け橋	須磨浦公園や菊水山山頂展望台などからも良く眺めることができますが、淡路サービスエリア ……
3	2018/3/3	夕日が綺麗	世界的に見ても巨大な橋ですが、それに恥じない壮大な景色を望めます。近隣には有料の駐車 ……
4	2018/2/26	淡路島にわたる橋	明石海峡大橋ができて、大阪から淡路島、四国に行くのがとても便利になりました。明石海峡 ……
5	2018/2/17	ライトアップがきれい	淡路島へ行くため車で通行しました。明石海峡大橋わたってすぐの淡路サービスエリアからき ……
6	2018/1/18	世界一の太橋です	神戸や大阪方面に出かけるときはいつもお世話になっています。もの凄く大きな橋で、世界 ……
7	2018/1/13	下からの眺めも格別です。	明石海峡大橋は何度か通りましたが、車を運転しながらではその醍醐味はわかりません。まし ……
8	2018/1/10	おススメは舞子公園からの眺め	舞子駅を出るとすぐそこに見える。大迫力の美しい橋を眺めながら少し足を延ばし、舞子公園 ……
9	2018/1/3	世界最長のつり橋	徳島の鳴門から淡路島経由でこの橋を利用しました。橋の上を走行しているときは、橋の全容 ……
10	2017/12/29	世界最長の吊り橋	淡路島岩屋と神戸市舞子を明石海峡を跨いで結ぶ世界最長(3,911m)の吊り橋。その雄大で美し ……
11	2017/12/13	明石海峡大橋<U+266A>	大阪から徳島へ向かうときにバスにてこちらをわたりました。こちらの橋からいろいろな景色 ……
12	2017/12/10	好きな橋	好きな橋の1つです。淡路サービスエリアから見る姿がお気に入り、帰省の度に淡路には必 ……
13	2017/11/17	明石海峡大橋の通行料	本州と淡路島を結ぶ世界最長の吊り橋です。明石海峡大橋の足元にある舞子海上プロムナード ……
14	2017/10/14	渡るのも良いが明石の天文台の	淡路島の帰りに明石に寄り、天文台の展望台から観たら素晴らしい景観だった。公共交通機 ……
15	2017/9/24	見晴らしとても良いけど駐停車	本州側の舞子と淡路島の岩屋を繋ぐ海峡大橋。橋の上はもちろん駐停車禁止。舞子高速バス停 ……
16	2017/9/22	美しいフォルムの大橋	明石海峡大橋は、車で四国に行く時に度々利用しています。この大橋が出来まではフェリー ……
17	2017/9/20	ブリッジワールド	当サイトに見学会の紹介があり、訪ねる機会を狙っていました。台風18号通過の翌日、キャン ……
18	2017/9/18	夜景も綺麗な立派な橋です	三宮から高速バスで30分で淡路島に着きます。橋を渡る景色は、海が光り綺麗です。夜の ……
19	2017/9/15	駐停車できないのが残念	本州と淡路島を結ぶ巨大なつり橋。走りながら見る景色は絶景です。が、運転しながらは無理 ……
20	2017/9/9	明石海峡大橋	明石海峡大橋海から撮影しました、とても綺麗な夕焼けです。この辺の海ではタコが取れ、明 ……
21	2017/8/21	端っこの車線がおススメ	急いで追い越し車線で行くのもいいですが、端っこの車線だと車窓から眼下に瀬戸内海が広が ……
22	2017/8/14	橋のふもとは観光施設です。	明石海峡大橋は、神戸市と淡路島を結ぶ、世界最大級の吊り橋です。この橋のふもとは観光施 ……
23	2017/8/11	揺れる揺れる	吊り橋だから揺れると言われたらそれまでですが…地震かと思うくらい揺れました。展望台は ……
24	2017/8/8	吊り橋工法では日本一	舞子の浜と淡路海峡を乗り越えて淡路市への架け橋だ。ここを高速バスで通過する際に真下に ……
25	2017/7/23	来年開通20周年	2018年4月に開通20周年を迎えます。今現在でも全長1991mで世界最長の吊橋としてその座を守 ……
26	2017/7/22	ブリッジワールドツアー最高!	事前に予約がいります。当日は三時間タプリーかかります。注意事項、橋の歴史、構造の話を ……
27	2017/7/20	橋	景色が好きで何度でも行きたくなります。出来れば料金を下げてほしいと思いますが、また、 ……
28	2017/7/17	ぼったくり橋 sucking bridge	通行料5160円、片道2580円、これは淡路島北端からの最小距離の価格。ぼったくりで腹がった ……
29	2017/7/16	さすが世界一です!	四国一周旅行を計画した私たちは、明石海峡大橋から淡路島ー徳島に入り、しまなみ海道から ……
30	2017/7/15	世界一のつり橋	日本が誇る技術を総動員し、作業に関わる人々の熱意で完成した素晴らしいつり橋です。調査 ……
31	2017/7/15	世界一の吊り橋	本州と淡路島を結ぶ、世界一の吊り橋です。近くには「橋の科学館」という、どうやってあれ ……
32	2017/7/11	夕映えが非常に美しいです	近くから見た橋はスケールが非常に大きく、日本の建築技術の高さを実感します。特に夕映え ……
33	2017/7/9	ホームタウン	私のホームタウンの象徴です世界一の吊り橋は圧巻です近頃は海の水も綺麗になり、近くには ……

34	2017/7/1	渡るときの車窓の風景も、下	世界一のつり橋で、淡路島の交通の流れも変えてしまった明石海峡大橋。淡路島に行く予定が	……
35	2017/6/21	いつもはバス等で通過していた	今日は時間の関係で近くからじっくりと観賞することが出来ました。世界最大の吊橋で別名「	……
36	2017/6/19	明石海峡	世界一の吊橋と言いますが、大柱、支柱間の長さが一番長い橋のことで、橋の全長から言うと	……
37	2017/6/10	世界最大の吊り橋	姫路観光を終えて、神戸と淡路島にかかる明石海峡大橋を見たくなり、この巨大な橋を通過し	……
38	2017/6/7	眺めが最高	舞子公園から見た橋の眺めが最高でした。今回は車で行ったのですが、公共交通機関でのアク	……
39	2017/6/7	さすが世界一の吊り橋ですね！	初めて淡路島に訪れるために通りました。平成10年に完成したということなので、もう2	……
40	2017/5/28	海上ウォーキング	明石大橋を神戸側から淡路島へ歩いて渡るイベントに参加約1時間30分のウォーキング最初の	……
41	2017/5/13	おー、スゴイ！	神戸から淡路島へ通じる「自動車専用道路」の橋です。今更ながら、橋が出来たことによりそ	……
42	2017/5/7	明石海峡大橋ブリッジワールド	予約が必要ですが、絶対おすすめです。歩きやすい靴で参加しましょう。橋の科学館で受け付	……
43	2017/5/4	フェリーで橋の下から	関西の旅行に父を連れて行きました。北九州の新門司から出航して、早朝に神戸六甲アイラン	……
44	2017/5/1	ライトアップがきれいです	橋を渡ったのは数年ぶりです。淡路島観光をして、夕方~夜、淡路側のSAから橋を眺めました。	……
45	2017/4/24	Tio舞子の展望デッキ	舞子駅の山手側にあるTio舞子に展望デッキがありました。間近に橋を望む事が出来、対岸の	……
46	2017/4/21	ライトアップ	神戸港からの夜のクルーズ船でライトアップされた明石海峡を眺めることができました。昼間	……
47	2017/4/15	日本一の海峡横断橋として有名	瀬戸内海と神戸港の境にあって美しい橋げたをしている。鉄道はないがこの橋の下を悠々と大	……
48	2017/4/12	飛行機から見て感動	何回か渡ったりくぐったこともあるし、ライトアップを船と温泉から見たこともあります。今	……
49	2017/4/3	世界に誇る明石海峡大橋	全長3,911mと、日本の技術を結集して吊り橋としては世界一を誇る明石海峡大橋はどの方向か	……
50	2017/3/31	何時見ても素晴らしい	訪れるまで知らなかったのですが、世界最長のつり橋だそうです。日中、夕暮れ時、日没後の	……
51	2017/3/27	何度通っても凄い橋	本州と淡路島の壮大な架け橋。何度通っても当時の最高の技術を結集して造られたこの橋に感	……
52	2017/3/7	晴れて最高	大橋は日本一長いし、県民にとって最高です。いつもゆっくり味わいたいのですが、そうもい	……
53	2017/2/13	やはり快適	晴れた日にこの大橋を渡るのは、とても気持ちがいい。完成以来、もう数十回渡っているが、	……
54	2017/2/8	技術と美観	この大橋の技術は、完成後各地で拡散して道路網は広がって来た。その美しい曲線とバランス	……
55	2017/2/6	デカイ橋	神戸から淡路島に掛かっている橋で風が強いと結構車が揺れる。淡路島に掛かって渡ると大き	……
56	2017/2/3	素敵	ダイナミックで、景色も最高！神戸空港発着便は橋の上を通過し、迫力もあります。夜のライ	……
57	2017/2/2	眺めのいい明石海峡大橋	本州明石から淡路島に渡る最初のパーキングエリアからの眺めは最高です長距離運転の疲れを	……
58	2017/1/15	ここを車で通過すると感動する	完全な吊り橋であるこの明石海峡をまたぐ有料道路を兼ねたブリッジは、通過中に見える海上	……
59	2017/1/2	日本一のつり橋	本州側から電車で行く場合は舞子駅が最寄です。駅から少し歩くとつり橋の袂にすぐにつきま	……
60	2016/12/24	本州と淡路島を結ぶ日本一の吊	淡路島へ向かうバスで明石海峡大橋を渡りました。3,911M。日本一の吊り橋です。シルエット	……
61	2016/12/18	駅から降りると、圧巻！	舞子駅で友人と待ち合わせ。初めての舞子駅に降り立つと、そこには明石海峡大橋が目の前に	……
62	2016/12/15	天気良ければ、ぜひテラスヘ	スターバックス横のテラスからは神戸のまち、明石海峡大橋、ハーバーが一望できます。観覧	……
63	2016/12/14	本州と淡路を結び世界最長の吊	本州神戸市と淡路島を結ぶ全長3,911mの吊橋で、塔と塔の距離が1,991mと世界一の長さです	……
64	2016/12/11	建造物として綺麗	明石海峡の風景と溶け合って明石大橋がとても綺麗です。晴れた日は特に綺麗で、青い空と海	……
65	2016/12/9	とにかく大きい！	神戸側から高速道路を走ると、道はストレートでしばらくすると、とても大きな主塔が出迎え	……
66	2016/11/20	ランニング	海沿いをランニングしながら、明石海峡大橋を見ることができます。ランニングコースにおす	……
67	2016/11/5	スーパーはくと	スーパーはくとで鳥取三朝温泉へ一泊で出かけました。途中明石海峡大橋や姫路城などが見え	……
68	2016/11/5	念願の橋	以前、明石海峡が完成してないときに四国に行きました。あの時は、神戸から淡路までフェリ	……

69	2016/10/26 ツーリング	早朝が朝日が綺麗で最高。朝6時だったが、ミストがやっており、コーヒーがお代わりむ無料。……
70	2016/10/22 ブリッジワールド	四国観光で、四国に渡る前に寄りました。2か月前に予約をしていたのですが、前日の夜半よ……
71	2016/10/17 いつみてもきれいですよ。	非常にきれいな橋で、最寄り駅の舞子駅などからもきれいに眺めることができます。周囲は県……
72	2016/10/13 淡路島側にSA	淡路島側にSAがあり、橋を眺める事が出来ます。下りにはスターバックスもありそこからの眺……
73	2016/10/10 見事です	世界最長の吊橋だけに雄大壮大でお見事としか言えない規模です。あまりに大きすぎてピンと……
74	2016/10/10 名門大洋フェリー	名門大洋フェリーに新門司港から乗った際に明石海峡大橋の下をくぐりました。フェリーに乗……
75	2016/10/9 海岸から見ると長さ、巨大さが	数年前から1000円強で大橋を渡れるので、よく通ります。以前よりずっと安くなりありがたい……
76	2016/10/5 フェリーから見上げるのはいか	明石海峡大橋。今までは陸から眺めるだけでしたが、高松から神戸までのフェリーで見上げて……
77	2016/9/28 兵庫の舞子浜から淡路島への架	淡路島と対岸の舞子浜を繋げる架け橋（つりばし）である。マイカー、レンタカー、高速バス……
78	2016/9/20 垂水側からと淡路側から	まずはアウトレット側から眺めて、それから車で淡路に渡って眺めました。次回は舞子海上ブ……
79	2016/9/15 通過はあっという間	舞子からウェスティンまで高速バスに乗って通過しました。乗車時間は約15分とあっという間……
80	2016/9/9 最高！！海面から289m 世界一	世界一の吊橋”明石海峡大橋”のブリッジワールドに参加しました。普通できない経験、普通……
81	2016/9/2 素敵な景色でした	初めて神戸旅行に来ました。舞子駅に向かう電車の途中から明石海峡大橋が見えてきてドキド……
82	2016/8/24 明石海峡大橋	明石と淡路島を結ぶ橋で夜景はとても魅力。夏場には明石海峡大橋の塔頂を催しており、上か……
83	2016/8/14 いつ見ても	明石海峡大橋はいつ見ても美しい。ふらりと気軽に淡路島に行けるから、渡るのももちろん良……
84	2016/8/10 サービスエリアから	本日は天気も良く、絶景でした。明石海峡大橋から大阪湾まで一望です。ツアーの途中なので……
85	2016/8/3 大きい吊り橋	広めの道路で片側3車線あり、走りやすいです。明石側からはトンネルを抜けると橋で感動がま……
86	2016/7/24 晴れた日は最高	四国に渡る際、いつも利用しています。晴れた日の午前中は青空がまぶしく、真っ白な橋との……
87	2016/7/19 世界最長の吊り橋	淡路島へ行くのに初めて利用しました。塗装は白く海のに映え、デザイン的にもとても綺麗な……
88	2016/7/16 300mからの景色は最高。	ブリッジワールドのツアーに参加してきました。料金の価値ありです、歩く間もいろんな景色……
89	2016/7/15 海上300mからの絶景	明石大橋主塔に上れるブリッジワールドに参加してきました。通常入ることのできない管理用……
90	2016/6/28 美しい！！	淡路島側から行く際に、明石大橋を渡る前や帰りに淡路サービスエリアから明石大橋を眺める……
91	2016/6/17 空を飛ぶような車窓です	明石海峡大橋は、左側車線で速度を落として走りましょう。海面のはるか上から、淡路島や明……
92	2016/6/8 帰り道	淡路島に行く時は、行きも、帰りも必ず立ち寄るハイウェイオアシスです。明石海峡大橋を見……
93	2016/6/1 長大橋	世界最長の吊り橋橋の袂には博物館もあり橋の建設工程を模型や映像で見せてくれるまた橋桁……
94	2016/5/3 日本が誇れる吊り橋	見た目に美しく、世界最長のつり橋。日本が誇れる橋梁建設技術が使われており完成までに約……
95	2016/4/30 世界最長の吊橋	明石海峡大橋は、神戸市と淡路市を結ぶ明石海峡に架けられた世界最長の吊橋です。その姿も……
96	2016/4/23 何度見ても	普段は電車からみっていますが、淡路に行くとき久しぶりにわたりました。夜のライトアップは……
97	2016/4/23 夜も昼も最高の眺め	ここは、絶対お勧めのスポット。近くにスタバやカフェもあるし、橋をみながらゆっくりする……
98	2016/4/13 四国へもすぐ	四国へ行く時に良く利用します。高速も空いていて、明石大橋がてきてとても便利になりまし……
99	2016/4/4 絶景	垂水のアウトレット等から何度も近くで見ましたが、初めて車で渡りました。瀬戸大橋に比……
100	2016/3/29 大阪から淡路島観光の際は必ず	小さい子が居ると車での旅行も退屈しないようにしたいところ。明石大橋を目の前に沢山の……
101	2016/3/24 海風が心地よい	吊り橋式の橋としては世界一と聞いて近くで見えてみたくなり訪れました。淡路島までまっすぐ……
102	2016/3/19 改めて、スケールデカいですね	いつも、四国へ波乗りや観光に行く時に通過しています。今回、淡路島に観光行く時に思った……
103	2016/3/15 どこからでも	真下から、少し離れたところから、どこからでも橋の大きさを感じれます。陽が落ちるころ、……



104	2016/3/12 下から見ても	関西から四国へ行くのに明石海峡大橋を通る神戸淡路鳴門自動車道が時間的にも最短で、出張 ……
105	2016/3/10 ライトアップ	淡路島と本州を繋ぐ大きな橋です。おすすめは夜です。夜になると綺麗にライトアップされ、 ……
106	2016/2/28 展望台に上りましょう。	神戸側では橋の始まるのところに展望台があります。眺めは絶景です。一部足元が透けて海が ……
107	2016/2/13 巨大建築物 明石大橋	巨大建築物 明石大橋で人工衛星からも眺めることができますそうです。2本ある橋脚の高さは ……
108	2016/1/11 電車からの車窓で	車窓からの眺めがすばらしいです。JR神戸線の朝霧駅と舞子駅の間できれいに見れます。夜に ……
109	2016/1/7 眺めがいいですね	徳島県に仕事に行くため、三ノ宮から高速バスに乗りました。約20分程度で明石海峡大橋で ……
110	2016/1/4 2kmの橋	長さが2kmほどある巨大な橋です。こんなものよく作ったなあと感心します。夜に淡路側から ……
111	2015/12/31 高速で通ったらよらないと損!	高速道路でSAに寄りました。淡路島側のSAからの眺めが美しかったです。橋と本州側の夜景 ……
112	2015/12/30 渡るより眺めるほうが…	実際に渡るより、眺めているほうが好きですね。特に晴れた日の眺めは絶景です。夜のライト ……
113	2015/12/24 淡路SAからの眺めがとても良	明石海峡大橋は、淡路SAから見るのがとても綺麗です!! 上りと下りのSAがつながって ……
114	2015/12/14 観光地と思っていませんでした	トリップアドバイザーにあるんだ。と毎日使っているのに 書き込みしていませんでした。舞 ……
115	2015/11/30 存在感あります	多くの人の生活を変えた橋と思います。ものすごく長い橋で、長い歳月と巨額の資金で作られ ……
116	2015/11/26 フェリーから	福岡から神戸行きのフェリーから下をくぐる。新門司港発の場合は、20時発の便だと7時に橋 ……
117	2015/11/10 生活路線	完全に生活路線になっているようです。淡路島に公共交通機関で渡る際は、概ね路線バスを利 ……
118	2015/11/8 1年ぶりに利用	徳島の帰りに1年ぶりに利用しました。何回通ってもとの大きさに感動を覚えます。よくこんな ……
119	2015/11/7 見学ツアーすごい<U+2757>	迫力満点<U+2757>こんなところ入っていいの?と思うところばかりでした。天気にも左右され ……
120	2015/11/4 橋の科学館	明石海峡大橋の建設の歴史、またその構造など、非常に詳しく解説があり、見るだけでは分か ……
121	2015/11/2 見学ツアーがおススメ	11月に見学ツアーに参加してきました。事前の申し込みが必要ですが、橋脚の天辺まで行け ……
122	2015/10/27 下側からの風景です。	遊覧船ではなく、遊漁船からの風景です。これまで、何百回と下から見上げたり、横から眺め ……
123	2015/10/4 夜景がとても綺麗な大橋	神戸側の橋の下は、舞子公園です。この公園では、エイサー発表会や、フリーマーケット等が ……
124	2015/9/29 世界一の吊り橋	神戸ー淡路島を結ぶ橋です。橋は4,000メートルほどの長さがあるので渡るのにも思っている ……
125	2015/9/23 夜の景色が素晴らしい!	昼間の景色もいいですが、やはり夜の景色のほうがロマンチックで橋がライトアップされてき ……
126	2015/9/23 雄大なスケール	この近くに子供のころから住んでいたが、このプロジェクトは小さいころから耳にしていた。 ……
127	2015/9/16 瀬戸内三橋のうち最もスケール	瀬戸大橋、しまなみ海道は既に利用しました。瀬戸大橋が出来た時は人間の力の大きさを感じ ……
128	2015/9/13 美しいフォルムとライトアップ	ライトアップされた橋は素晴らしかった。日没に合わせてライトアップされた橋はまるで真珠 ……
129	2015/9/5 隠れた日本の誇り	世界最長の吊り橋であり、土木王国<U+30FB>日本の隠れた代表作。淡路島サービスエリアから ……
130	2015/9/5 見事	駅から近く、入場料も手ごろ。夏だったので、あまり遠くまでは見えなかったが、さすがに高 ……
131	2015/8/27 大きな大きな橋	明石海峡大橋を時間がなくて簡単に眺める為には、淡路島SAが最適です。雄姿、というにふ ……
132	2015/8/25 生きてる内に観ておく所	一度は行って見たかった明石大橋の最上部デッキ海拔289mの眺望ツアーを体験しました。こ ……
133	2015/8/24 行きかう船がたくさん	舞子から淡路島へ高速バスで渡りました。舞子から見る橋は壮大で、橋の上からは瀬戸内海を ……
134	2015/8/22 舞子浜からの明石大橋が一番	私は、ここから見る明石海峡大橋が一番いいと思います。砂浜もあり、遊び場にもなってい ……
135	2015/8/14 壮大な大橋にちっぽけな悩みも	明石海峡大橋を眺めていました。壮大な大橋に、なぜ自分はこんなにちっぽけな事で悩んでい ……
136	2015/8/12 大変美しい橋を眺望できます。	大変美しい橋を間地かに見る事が出来ます。自分たちが訪れた時は、少しかすみがかかって、ハ ……
137	2015/8/10 美しい橋です。	夜はライトアップされます。淡路島側に渡るとすぐにサービスエリアがあり、眺めが良いです ……
138	2015/8/8 素晴らしい橋	非常に大きな橋で圧巻でした。明石側にある”橋の科学館”も見学し、明石海峡大橋の事も学 ……

139	2015/8/5 天気の良い日は最高です。	天気の良い日は最高の眺めです。大きなガスタンクを載せたタンカーなどが通り、普段、屋形	……
140	2015/8/1 圧倒的な大きさ	うわさには聞いていましたが巨大さに圧倒されました。瀬戸内海を横断する長い橋と下から見	……
141	2015/7/9 上からの景色は絶景です。	明石海峡大橋の見学ツアー（ブリッジワールド）があります。事前予約が必要で、1人当り3	……
142	2015/6/27 海の上を散歩	行った日は曇りだったけど、海の上なので景色が良くて、気持ちよかった。途中ガラス張りで	……
143	2015/6/11 明石大橋を歩いてみました	J R舞子駅を出るとそこは、存在感豊かに大橋が視界全体に広がる。事前に申し込みをしてお	……
144	2015/6/1 雄大な明石海峡大橋	四国<U+30FB>高松に行く際、淡路S Aに立ち寄った際通行しました。名古屋周辺にも湾岸線に	……
145	2015/4/11 空に吸い込まれそう	「ギネス世界記録」認定の世界最長の吊り橋で、別名はパールブリッジという素敵な愛称です	……
146	2015/4/1 神戸から香川県にうどんを食	神戸から香川県にうどんを食べに行きました。はじめはすぐに着くだろうと思っていたので	……
147	2015/3/26 渡るのに時間がかかる	壮観な橋です。山なりの橋で通過するのに時間がかかります。眺めは良いですが、脇見運転は	……
148	2015/3/17 明石海峡大橋	今日、4時頃、明石海峡大橋に到着しました。4月上旬の暖かさのせいか、凄い霧が発生してい	……
149	2015/2/15 夜のライトアップは必見	明石と淡路島をつなぐ橋。橋の形が美しく、とても絵になる風景です。特に夜のライトアップ	……
150	2015/2/1 何度訪れても大きさと景観には	仕事で高松へ行くとき毎回利用しています。何度訪れても大きさと景観には感動ですね。今回	……
151	2015/1/11 200円なら払って是非展望へく	ご存知、淡路との連絡橋。遠くからでは分らなかった橋の強さ、高さを体感できる展望デッキ	……
152	2015/1/10 巨大な吊り橋	フェリー”さんふらわあ”で夜景を眺めることができます。シンプルなライトアップですが、	……
153	2014/12/18 迫力ある明石の吊り橋	全長3911mという淡路島都証をつなぐ、世界最大級の吊り橋です。見てきれい、渡って便利の	……
154	2014/12/17 淡路との架け橋は荘厳	友人の家の近くにあり、夜のライトアップがとてもキレイです！年に一回、橋の上に登れる日	……
155	2014/12/2 大阪から自転車で行く明石海峡	朝早く出発、7時から開店している芦屋のピゴの店でパンを買って、近くのコンビニコーヒー	……
156	2014/11/28 遠くからでも綺麗ですが	舞子駅から歩いて橋のたもとに行けます。世界最長の吊り橋を下から見上げるととても壮大。	……
157	2014/11/17 ライトアップがきれい	香川県でうどん巡りをした帰りに通りました。鳴門から垂水までを結んでいる橋で大阪に帰る	……
158	2014/11/16 下から見上げる夜の明石海峡大	大阪南港東予間フェリー利用。23:00頃この橋の真下を東から西に通過。フェリー上甲板船尾か	……
159	2014/11/13 車窓からですが、壮観です。	断トツで世界一長い吊り橋。今回、明石の出先事務所で打ち合わせがあったので、山陽電鉄か	……
160	2014/11/11 とても大きな橋です	こんなに大きな橋を見るのは初めてです。神戸空港に降りる際に飛行機から見た橋ですが、そ	……
161	2014/10/29 壮大です	J R神戸線、垂水駅を過ぎ、海が見え隠れしてくると、そこは舞子。左手には壮大な明石海峡	……
162	2014/10/26 偉大な橋	橋が出来てからとできる前の生活の変化を考えると、ロマンあふれる気分になります。船で渡	……
163	2014/9/27 ブリッジワールドに参加しまし	明石海峡大橋でブリッジワールドを体験しました。ブリッジワールドとは明石海峡大橋の主塔	……
164	2014/9/5 日本の技術力	明石大橋、淡路島のサービスエリアから見たその雄大さ、日本の技術力を実感できます。お子	……
165	2014/9/5 スケールがデカすぎ ^^	わざわざ、橋を見に行きました人工建造物では、スケールがデカイ ^^ 橋に下側が、見物ルー	……
166	2014/9/1 世界最長の吊橋なんだそうな	渡るのはもちろん、神戸からのフェリーで瀬戸内海を渡る際その巨大さに圧倒されます。夜明	……
167	2014/8/28 絶景	見た瞬間に大きさに圧倒されます。すごく高さの高いところに橋があるので、橋の下から見上	……
168	2014/8/25 長い吊り橋	舞子駅からすぐ近くにあり、橋を眺めました。遠く淡路島と本州が橋で繋がってるのがよく見	……
169	2014/8/17 ブリッジワールドツアーに参加	片道1kmを歩き、あとはエレベーターで289mの支柱を登ると360度パノラマの別世界が待ってい	……
170	2014/7/29 ドライブに最適	明石海峡大橋は想像していたより、ずっと迫力がありドライブしてて、とても気持ち良かった	……
171	2014/7/27 一見の価値あり	明石海峡大橋を渡って淡路島に行ってきました。それはそれは壮大な橋で日本の建築技術って	……
172	2014/7/17 愛称は『パールブリッジ』です	全長3,910mは、世界最長の吊橋です。この吊橋を支える主塔は、橋げたから上という感覚で身	……
173	2014/5/30 いつ来ても気持ちのいい	ライトアップもきれいだし海も爽快。つい寄り道したくなるSAもあるので....。いつか上まで	……

174	2014/5/27 淡路島一周のゴールとして目指	淡路島一周サイクリングのため、明石から淡路ジェノバラインで岩屋に渡りました。途中、明	……
175	2014/3/26 淡路への近道	本州と淡路島を結び鳴門大橋を経ると四国へも繋がる自動車橋。瀬戸内海の美しさと橋のコン	……
176	2014/1/31 美しい	言わずもがな、本州と淡路島とを結ぶ吊り橋です。山陽本線で明石の近くを通りがかる時は、	……
177	2013/12/4 ブリッジワールド	4月1日から11月30日までの、毎週木曜日から 日曜日までの毎日と、祝祭日に実施しています。	……
178	2013/11/24 なかなかの演出のライトアップ	青い海をバックにした明石海峡大橋も見事ですが、日が落ちてライトアップされた姿もお奨め	……
179	2013/11/16 壮観でびっくりする世界一の吊	橋から眺める景色は言うまでもなく、渡ったところの淡路SAからのビューポイントは家族でも	……
180	2013/10/31 明石海峡と一体になった美しさ	写真は淡路SAからの景色で美しい景色が広がります。世界最長の吊り橋で有名な明石海峡大橋	……
181	2013/9/27 迫力満点！	昼も夜も全く違う顔を見せてくれる美しい大橋です。大型客船で橋の下をくぐった時も感動し	……
182	2013/9/15 すごい	淡路ジェノバラインに乗って、明石海峡大橋の下をくぐりました。遠くから見ていると小さい	……
183	2013/8/23 何度見ても凄いです	埼玉からこれだけを見るために何度も行っています。世界最長のつり橋ということでその大き	……
184	2013/8/2 景色が最高	大塚国際美術館へ行くのに高速バスから景色を堪能しました。前は淡路島に宿泊する時に利	……
185	2013/7/14 壮大ですね！！	舞子駅を降りると目の前に広がっており、その大きさに感動します。橋の内部には、展望室が	……
186	2013/6/29 車で	兵庫県側から高速道路で長いトンネルを抜けると明石海峡大橋が目の前に広がります左右に見	……
187	2013/6/19 景色抜群	明石大橋近辺には孫文ハウスや、お洒落なイタリアンやホテルなどがあり、凄く素敵です。海	……
188	2013/4/26 バスからの景色は最高でした	車での通行料金はわりと高いと聞きましたが、今回はバスで淡路島を訪れる時に橋を渡ったの	……
189	2013/4/12 別名パールブリッジと呼ばれる	4月7日（日）小豆島～四国へ渡り淡路市岩屋から神戸市東舞子町への夢の吊り橋、全長391	……
190	2013/4/11 明石側から眺めてみました	明石側の本州から車窓で見ました。夜のイルミネーションがとてもきれいで印象に残りました	……
191	2013/2/24 海にかかる橋はカッコいい！	明石海峡大橋を初めてわたりました。下から見るのもいいですが、車で渡るのもとてもよかつ	……
192	2012/12/21 イルミネーションがきれい	夏ごろは節電のためか電飾は控えていたみたいですが、12月ごろからは電飾がレインボー（	……
193	2012/12/14 一度は通ってみて	運転している人は景色を見れないので面白くないでしょう。でも淡路島側→本州に行く方向で	……
194	2012/12/7 橋の大きさと高さに浸れます	明石海峡大橋のふもとに舞子海上プロムナードがあり、エレベーターで橋まで上がることがで	……
195	2012/11/27 凄い高い！	本州側のふもとに橋の上まで上られる施設があったのですが、そこから下を見下ろす景色が凄	……
196	2012/11/10 明石海峡大橋 ブリッジワール	明石海峡ブリッジワールは4月から11月の木曜から日曜と祝日に開催される	……
197	2012/10/9 世界に誇る技術	明石海峡大橋は神戸市と淡路島を結ぶ、全長3991mの世界最長の吊り橋です。私の実家からこ	……
198	2012/6/24 上から見ても絶景、下から見て	明石大橋を通っているときに見える景色はなかなか爽快です。渡ったところにあるサービスエ	……
199	2012/6/5 やはり世界一	基本は橋を渡ってみるのが一番よいでしょう。橋の上からの眺めは最高です。橋のたもとは	……
200	2012/6/3 橋を渡る以外にも楽しめます	舞子には、有料ですが橋にのぼって自動車道の下にいけ、ガラスで下が見えるところを歩けま	……
201	2012/6/2 できれば、橋のてっぺんに登れ	予約制だが、橋の中くらいまで徒歩で行き（歩道は車道の下にあり、海が丸見えでちょっと怖	……
202	2012/5/31 瀬戸内海をひとつとび！	四国一周をする旅の始まりに明石海峡大橋を渡りました。晴天で本州側も四国川も遠くまで眺	……
203	2012/5/15 すごいもんだな～	入り口に博物館があり、どうやって造られたのかのビデオが見せてくれます。博物館では模型	……
204	2011/11/1 寒かったけど、壮観！！	風の強い冬に明石大橋に登ってきました。事前の登録で、橋の上まで登る事が出来るツアー	……
205	2011/5/2 ただ渡るだけなら気付かなかっ	神戸から香川に讃岐うどん食べに行った際に通過した明石海峡を横断して架かっていた橋。こ	……
206	2011/3/5 美しい	E T C割引がある土曜日に行ってきました。平日だと橋を渡るだけで結構な金額かかるみたい	……
207	2011/2/6 爽快な景色です	出張で淡路島を訪問したのですが、往復に明石海峡大橋を通る高速バスを利用しました。天気	……
208	2010/12/11 ライトアップされます	本州と淡路島をつなぐ世界最大のつり橋です。1000個以上のイルミネーションライトが取	……

209	2010/11/27	いろんな角度から見てみましょ	明石海峡大橋は、いろんな角度から見るといいでしょう。船上から見ることもできますし、淡	……
210	2010/11/25	海から	機会があれば、橋をくぐる船に乗ってみると良いと思います。昼間橋の構造を下から見ると	……
211	2010/11/25	爽快ドライブいいね<U+30FB><l	大阪から四国へ渡するために明石海峡大橋を利用しました。神戸市と淡路島の淡路市とを結ぶ世	……
212	2010/10/18	夜の明石海峡大橋を、神戸から	百万ドルの夜景と言われた神戸から、淡路島へと渡る夜の明石海峡大橋の最終地点には、淡路	……
213	2010/9/26	明石海峡大橋搭頂	明石海峡大橋では主塔の上にのぼる見学コースがあります。基本事前予約ですが、当日でも空	……
214	2010/6/29	渡るべし！	建つ前は生態系が変わってしまうと反対していましたが、いざ建ってしまえば活用しています	……
215	2010/6/28	見上げた明石海峡大橋もGOOD	明石海峡大橋へは出来たばかりの時に1回だけ往復しておりその時は大きいなぐらいしか思わ	……
216	2010/6/17	世界最大級の大吊橋	舞子公園からだ、足元から見上げる明石海峡大橋は、あまりの大きさに驚くだろう。舞子タ	……
217	2010/5/9	晴れた日には	天気がいい日は対岸の淡路島もくっきりと見えて非常に美しいです。夜間は橋も対岸の淡路島	……
218	2010/5/6	渡った事は無いが何度も見てま	高層ホテルの部屋から、神戸の山から、又ポートタワーから等何度も遠くから見えます。一番	……
219	2010/4/28	明石側と淡路島側	明石側で、たまご焼き（明石焼き）を食べながら明石海峡大橋を見るのみよし。淡路島の高速	……
220	2010/3/25	夜景 イルミネーションがG O	今の季節は海風はつらいですが、夏場など、デートなどの穴場です。橋がライトアップされ	……
221	2010/2/28	綺麗！	大阪、神戸からの近さに驚きました。行きは夕方でしたが、まん丸な夕日が海面に映し出され	……
222	2010/2/23	きれい！	遠くから見るといいが、近くに寄るとその雄大さに驚く。照明が徐々に変色し、寒さも忘れ	……
223	2010/2/17	夜が綺麗です！	四国への行き帰りは明石海峡大橋を通ります。帰りが夜だと海からの夜景がとてもきれいです	……
224	2010/2/8	ぜひ下からの眺めを	ほとんどの方は車で渡って淡路から眺めるのですが、ここはぜひ下からの眺めを。たこフ	……
225	2010/2/7	一度は渡りたいです	一度は渡りたい橋です。景色がいいし、日本の技術力には驚きます。難点は料金の高さです	……
226	2009/12/3	ダイナミック！	橋は渡るものと捉えられがちであるが、この橋のふもとは、橋の博物館なるものがあり、こ	……
227	2009/11/25	明石海峡大橋を渡ると素敵なの	ウェスティンホテル淡路に宿泊したらサービスで隣接の奇跡の星植物館の入場券を頂く。ちょ	……
228	2009/10/31	圧巻です！	橋の柱と柱の間隔が世界一とされるこの明石海峡大橋は、やはり圧巻です！舞子の方からみる	……
229	2009/9/28	陸路と海路で明石大橋！	淡路島に渡る多くの人が高速で明石大橋を通ると思いますが、行きと帰りでルートを変えてみ	……
230	2009/8/30	夜は絶景	お盆に本州から淡路島を通り、徳島に行く際、明石海峡大橋を渡りました。舞子から明石海峡	……
231	2009/3/15	橋の真下から見ると圧巻です	JR線に乗っていると電車からはいつも見かけていましたが、JR垂水駅から降りて舞子駅まで海	……
232	2009/3/4	淡路島からの景色が素敵でした	京都から車で2時間と少しで淡路島に着きます。思っていたより時間もかからず、独特の雰囲気	……
233	2009/1/22	デートにお勧め	近くで見て圧倒され、人間の力強さを感じる事ができました記念館や資料館も時間をかけて見	……
234	2018/1/24	面白いところ		……
235	2017/11/20	長い吊り橋		……

## Data profile at Tokyo Rainbow Bridge site

no.	review_date	review_title	review_content
1	2018/3/26	自転車押して歩いて渡りました	この橋が歩いて渡れるなんて、天気良く眺めもいいなあ走る車がすぐそばなぜか白バイがサイレ ……
2	2018/3/24	素敵	特に夜景が素敵です！船で下を通るのも素敵です！お台場のヒルトンからレインボーブリッジが ……
3	2018/3/22	ベビーカーでも安心して歩けま	歩道はベビーカーを押しながら歩いても十分な広さがあるので、家族で散歩するのにはちょうど ……
4	2018/3/14	東京湾の架け橋	映画の題名でも有名になった『レインボーブリッジ』、『ゆりかもめ』で渡りました。ループ状 ……
5	2018/3/14	夜明けのレインボーブリッジと	東京モノレールからの撮影。午前6時発のモノレール（3月中旬）。調度日の出と重なり、シャッ ……
6	2018/3/13	実は歩いて渡れます	新橋からお台場に向かう際、ゆりかもめに乗ると渡る橋です。もちろん自動車でも渡れますが、 ……
7	2018/3/5	4通り渡り方のベストワンの紹	この橋は、4通りの渡り方がある。一押しは、高速度道路。芝浦側からお台場やビックサイト、 ……
8	2018/2/25	お台場から	夜にお台場から写真を撮ると綺麗に写ります。そしてお台場からだとうとう東京タワーも一緒に写す事 ……
9	2018/2/23	駅が近くないです	いつもゆりかもめで通過していて、一度歩いて渡ってみたいと思うのですが近くに駅がないのが ……
10	2018/2/21	手軽な散歩<U+30FB>ランニング	手軽な散歩コースです。ノースルートとサウスルートがありますがサウスルートの方が景色は良 ……
11	2018/2/21	お台場の定番スポット	夜になるとライトアップして雰囲気は最高です。写真も手振れ防止をちゃんと使えば綺麗に撮れ ……
12	2018/2/18	カバ遊覧船	水陸両用車のカバさん(^<U+FF61>^)少々お高い<U+203C><U+FE0F>けど、結構沢山回ります！(^<U ……
13	2018/2/14	ゆりかもめからの車窓	フ○テレビ様のお陰で下手すりゃ毎日お姿をテレビ越しに眺めていました。もちろん渡ったのは ……
14	2018/2/12	夜景がきれい	歩いて渡ることができ、橋の上からの夜景が特におすすめ。昼間も眺めがいいです。都心側はJR ……
15	2018/2/12	一般道の方	首都高でなく、一般道の方はゆりかもめと並走。上が首都高なので空は見えないが、それなりの ……
16	2018/2/2	クイーンエリザベス2号が通過	ウォーターフロントのアイコンの一つで、都心を通らず神奈川と千葉を結ぶ渋滞緩和のルートと ……
17	2018/1/28	12月のレインボーブリッジは最	12月土曜日にレインボーブリッジ近くで花火が上がる時などとても綺麗です。他にもイベントな ……
18	2018/1/27	レインボーブリッジ	電車(ゆりかもめ)で渡る車で渡る歩いて渡る…。渡る方法はいろいろありますが先日は船で下を ……
19	2018/1/22	意外な楽しみ方	都内のウォーキングイベントに参加したのですが、あの橋は歩いて渡れるんです。勿論車道と ……
20	2018/1/18	夜景最高	レインボーブリッジはやはり雰囲気を楽しむ場所。夜のライトアップがとても好きです。散歩し ……
21	2018/1/10	橋好きにはたまらない美しさ	お台場と竹芝を結ぶ橋。外から見ると本当に綺麗。夕焼け、夜景ともにロマンチックで、デート ……
22	2018/1/10	女神像とレインボーブリッジ	夜景は特に綺麗です。お台場の女神像のところからレインボーブリッジを入れて一緒に記念写真 ……
23	2018/1/7	景色が最高によいです	はとバスを利用したのですが、大型バスからの車窓はとても眺めがよいものでした。レインボー ……
24	2018/1/2	歩いて渡るのも良いです	毎年大晦日にジョギングして渡ります。田町側からは南側お台場側からは北側を通るように指定 ……
25	2018/1/2	立派な橋	いつ見ても立派な橋ですね。ライトアップするとさらに雄大な景色となり、惚れ惚れします。見 ……
26	2018/1/1	スペシャルライトアップ	例年、12月初頭から翌年1月3日まで橋脚が七色に灯るスペシャルライトアップが施されています ……
27	2017/12/27	成田空港行きのバスで通りまし	大崎駅西口バスターミナルからの成田空港行きバスに乗って通りました。夜のライトアップも綺 ……
28	2017/12/24	クリスマスのライトアップ	12月23日、レインボーブリッジ柱の部分がレンボーカラーに、上の電球の部分がピンク色に ……
29	2017/12/23	迫力が有ります。	お台場レンイボーバスが、レンイボーブリッジ封鎖になりはてさてとら思い、歩けるという事 ……
30	2017/12/22	レインボーブリッジを歩いて渡	夜のレインボーブリッジ 徒歩で渡ることができる芝浦側 お台場側どちらからも入れるエレベ ……
31	2017/12/22	渋滞にはまったことがない	いつ訪れてもスイスイ走れる道で気に入っている道路。夕方から夜にかけては夜景が美しくおす ……
32	2017/12/10	歩道を歩いて景色を楽しむ	台場公園を訪れたとき、歩道があり徒歩で渡れることを知りました。歩道用のゲートが10時に開 ……
33	2017/12/9	絶景	久しぶりにお台場にきました。ショッピングモールから見るレインボーブリッジはとても綺麗で ……

34	2017/12/9	今は車で通る場所	やっぱり車で通るとテンションあがりますね。ロマンチックな気分になります。誰と通ってもw	……
35	2017/12/2	見る	夜に見ると綺麗です。東京のシンボル。渡っている時はただの橋なので、少し離れた所から見る	……
36	2017/11/29	いつみてもキレイ	東京のシンボルの1つ。昼でも夜でも飽きずに見れる。お台場から眺めるレインボーブリッジが	……
37	2017/11/14	ホテルからの夜景がきれい	昼間よりも夜景のほうが格段に綺麗です。今回はホテルに泊まったので夜景を見ながら時間を気	……
38	2017/11/11	竹芝栈橋を出航した船上デッキ	台場方面にとっては重要な生活道路の一端を担っているようですが、今回は橋の下を通航する船	……
39	2017/11/7	水上バスからの眺め！	天王洲からお台場まで、水上バスで向かう途中に下を通過しました。五時頃なので既にライトア	……
40	2017/11/5	夜に晴海大橋から眺めると凄く	都内を移動する際、天気が良ければ自転車を使っているのですが、2017年3月下旬にホテルサンハ	……
41	2017/11/5	下からの眺めも素敵	竹芝栈橋から東京湾へ出る船はすぐにレインボーブリッジをくぐります。暗くなって、ライトア	……
42	2017/10/31	東京を代表する橋	お台場エリアからレインボーブリッジを見るのも良し！レインボーブリッジから周りの景色を見	……
43	2017/10/25	高速が一番上で、一般道は真ん中	高速が一番上で、一般道は真ん中を走ります。高速が一番景色が良いです。景色を見れば高速代	……
44	2017/10/17	砂浜からのレインボーブリッジ	レインボーブリッジをそんなにまじまじと見たこともなく、また、見たいとも思っていなかっ	……
45	2017/10/16	国民の休日には赤く光ります	先日、お台場に行った時に通りました。レインボーブリッジの照明は通常時は30分に一回点滅	……
46	2017/10/13	東京夜景の定番です<U+2757>	家から近いので普段から生活道路として利用していますお薦めは有明テニスの森の前の倉庫の間	……
47	2017/10/12	観るには良いが。通行は夜景は	景観としてホテルの客室等から観るには良いです。車で通行路は二階建構造になっており、上が	……
48	2017/9/30	これがうわさの？	観光時に通過しました。これが噂のレインボーブリッジかと思いました。通過していつ時お台場	……
49	2017/9/28	東京らしい風景	空港からの帰り道。レインボーブリッジと東京タワーを見ると、ああ日本に帰って来たなあと思	……
50	2017/9/28	両サイドとも歩けます！	ゆりかもめに車だけでなく、人も歩けます！サンフランシスコのゴールデンゲートブリッジと	……
51	2017/9/17	夕日が好きです。	レインボーブリッジをバックに見る夕日が好きです。何度か歩いて渡ったことがありますもう	……
52	2017/9/14	ウォーキング	お台場に行くにゆりかもめレインバスといろいろ悩みましたがそうだ、歩いてみようウォ	……
53	2017/9/13	走りました	芝浦からお台場まで、遊歩道を走りました。車がスピード出しているのと、橋が揺れているのと	……
54	2017/9/12	どこから見るか	レインボーブリッジをどこから見るか。電車でも見える。駅からも見える。船からも見える。で	……
55	2017/9/12	シンフォニーから見たレインボ	日の出栈橋からクルージングしながらの昼食に乗船したシンフォニーですが、ディズニー沖から	……
56	2017/9/11	お台場からの眺めは気持ち良い	お台場からの眺めはいつでも開放感があって気持ちいいですがやはり夕方から日没が町の明かり	……
57	2017/9/10	ゆりかもめと並走	ゆりかもめと並走して走ってるのは面白いなと思います！いつかレインボーブリッジを歩いて	……
58	2017/9/6	白バイ	白バイ、覆面走ってます。注意してくださいよ。曇り、雨の日は景色見えません。道は空いてま	……
59	2017/9/5	徒歩で渡るかバス	首都高速11号線というイメージが強いかもしれませんが、ゆりかもめが通るルートは無料です。	……
60	2017/8/30	夜景が綺麗	お台場で遊んだ後に夜レインボーブリッジを見に行きました。ちょうど、東京タワーが見える所	……
61	2017/8/29	レインボーブリッジからの綺麗	東京港からお台場海浜公園と都心とベイエリアの摩天楼の夜景はとても綺麗で素敵ですよ！東京	……
62	2017/8/26	ゆりかもめで	渡りました。橋を渡っているのに、トンネルをくぐっているような光景となり、それはそれで面	……
63	2017/8/26	よく利用します	都内に行くときや出かける時によく利用します。ただの道とは違い、ドライブの目先が新鮮でい	……
64	2017/8/22	ホテルから	ホテルからレインボーブリッジを眺めることが多い。夜は特に美しい。2020年、たくさんの海外	……
65	2017/8/20	散歩	徒歩でわたったのですが、排気ガスがすごい！眺めは楽しめなかったです大きいトラックくると	……
66	2017/8/19	建築の構造美	荒々しい骨格で、建築の構造美を味わえます。眺める場所や角度によって、さまざまに表情が変	……
67	2017/8/16	やっぱり夜景はきれい	ホテルがシーサイドだったので、よく見えました。夜景はやっぱりベイブリッジよりも、こちら	……
68	2017/8/16	格好いい！	吊橋自体の大きさは瀬戸内海の巨大な橋に比べると見劣りするものですが、大都会の入口にビル	……

69	2017/8/14 昼も夜も綺麗	お台場にいったのでレインボーブリッジをみました。やはり綺麗ですね。昼はランチを食べなが ……
70	2017/8/12 下から見て	晴海ふ頭から、コスタピクトリアでクルーズに出発しました。初めて下から見上げましたが、フ ……
71	2017/8/11 夏の夜は鉄板な夜景で	今回はホテル滞在で丸2日この景色を眺められ癒されました。平日御盆前で人混みもまあまあで ……
72	2017/8/8 夜景が綺麗	お台場に住んでいたことがあり、レインボーブリッジは、毎日のようにみていました。あらため ……
73	2017/8/5 見て綺麗、通って綺麗	イルミネーションとしても綺麗だし、実際にその上を通っても綺麗です。「レインボーブリッジ ……
74	2017/8/3 歩くのも良いよ！	レインボーブリッジ、色々な手段で通行できますが、歩けるのをご存知ですか？東京の街並みを ……
75	2017/7/30 夜のドライブ<f0><U+009F><U+C	お台場で夜ご飯たべて、ドライブがてらにゆっくり渡りました夜は車も少なくてよかったです。 ……
76	2017/7/24 東京で最も好きな場所	ここを通りながら見る東京の夜景が素晴らしい。どの国にいるのか一瞬わからなくなる（看板の ……
77	2017/7/22 眺めが綺麗	高速、鉄道、一般道、歩道から構成。どれを使っても、お台場や東京タワーを眺める事ができま ……
78	2017/7/14 徒歩で初めて良さを感じた	家族で車の免許を持つのは私だけなのでここを通る時はいつも運転に集中してあまり景色を見て ……
79	2017/7/11 お台場の象徴	時期によってはライトアップの色が変わっていて、とてもきれいです。いつもと違う色を見た時 ……
80	2017/7/3 シンボル	車で渡ることもあれば、電車で通ることもあります。後は歩いて渡っていないだけ。歩いている ……
81	2017/6/24 レインボーブリッジ(東京<U+3C	レインボーブリッジは外から何度か見ていましたが、初めて渡ってみました。すると<U+30FB><U ……
82	2017/6/23 解放感あります	お台場へ向かうゆりかもめに乗って渡りました。橋からの眺めは最高で気持ちがいいです。夜見 ……
83	2017/6/22 自由の女神のあたりからよく見	お台場の自由の女神の近くから全景が見えます。時間帯によって見える表情が変わるので、天気 ……
84	2017/6/22 お台場の顔と言えるレインボ	レインボーブリッジが映るとあーお台場なんだなと思います。臨海副都心となったお台場、海と ……
85	2017/6/14 インターコンチネンタル東京ベ	インターコンチネンタル東京ベイの部屋の窓から正面に見え夜景は素晴らしい点滅する光が都会 ……
86	2017/6/10 いつものところ	毎度、東京に来たときは寄ってまます。東京に来た感が味わえる所です。東京タワーとレインボ ……
87	2017/6/8 絵葉書のような写真が撮れます	ただシャッターを切るだけで立派な写真が撮れました。アクアシティ側から見るとレインボーブ ……
88	2017/6/6 お台場への玄関口	都心からお台場へ向かうには必ずと言って良いほど通る道です。ご存知の通り車では首都高、下 ……
89	2017/6/5 ああ！都会の景色！朝も夕方も	6月4日に訪問早朝と夕暮れ時に通過しました。地元区民でありながらシティな生活とは無縁な ……
90	2017/6/1 東京湾のシンボル	新橋方面からお台場へ行くときに渡ります。車<U+30FB>もゆりかもめ、どちらで通っても、東京 ……
91	2017/6/1 景色がきれい	右を見ても、左を見ても景色がキレイです。橋から見える景色はキレイだけど、離れた場所から ……
92	2017/5/28 花火の背景	5月27日の花火大会の背景には、レインボーブリッジが見えていたのですが、花火とレインボ ……
93	2017/5/27 眺めが良い	ゆりかもめでレインボーブリッジを渡りました。レインボーブリッジが歩けるのを知りました。 ……
94	2017/5/15 虹の散歩	GWの初日に汐留駅から”ゆりかもめ”に乗り「芝浦埠頭」駅で降りてレインボーブリッジを散歩 ……
95	2017/5/15 車から観たり、歩いて観たり<f	色んな方面から見える位置にありますので、たくさんの方面から楽しめます 近くのレストランか ……
96	2017/5/10 歩くのは大変	歩いても行けるといことで、歩いてみましたが、これはおすすしめしません。とっても空気が悪 ……
97	2017/5/10 ゆりかもめで通る	お台場の眺めもいいし、東京タワー方面もきれい。ゆりかもめに乗っていると、公共交通機関で ……
98	2017/5/7 下から眺めてもいいですね	ディナークルーズを利用した時に下から眺めました。飛鳥がくぐる時はギリギリの高さなのも面 ……
99	2017/4/29 朝と夕方、カメラを構えるのが	観光の目的地としてもなかなか良い眺めなのですが、自分が車両で移動しながらカメラを構える ……
100	2017/4/25 ホテルから見ましたが、夜も昼	宿泊していたホテルから夜景のレインボーブリッジと昼間のレインボーブリッジを見ましたが、 ……
101	2017/4/19 職場の窓からいつも見えてます	曇った日は、橋を縁どられたライトがピカピカ点灯していて綺麗です。仕事に疲れた時、目が疲 ……
102	2017/4/18 夕暮れと青い海	夜景や夕暮れの神秘的な色もいいけどやっぱり紺碧の海とライトブルーの空が織りなすコントラ ……
103	2017/4/9 散歩	レインボーブリッジは歩いてわたれます。芝浦方面とお台場海浜公園の間を30分くらいで歩いて ……



104	2017/4/6 お台場の象徴	お台場といえば！レインボーブリッジ！わたるよりも眺めるほうがおいしいと思います。朝日、夕 ……
105	2017/4/6 船からの眺めが一番	お台場海浜公園から見る、レインボーブリッジは見事でした。さらに、私達は東京クルーズの水 ……
106	2017/4/4 ランニングにもおすすめ！	24時間ではありませんが、遊歩道を歩いたり、走ったりして渡ることが出来ます。スピード出し ……
107	2017/4/4 歩いてきました	みんなで歩いてみました 景色はいいですが 排気ガスがすごかったですお台場に入ってからが意 ……
108	2017/4/1 レインボーブリッジ	お台場と品川を繋ぐ綺麗な橋は、お台場側から見るもよし、品川側から見るもよし、ゆりかもめ ……
109	2017/3/31 夜景が素敵	レインボブリッジと東京タワーと一緒に見える夜景がほんとに綺麗で好きです。品川からお台場 ……
110	2017/3/30 歩いて渡れる橋です	遠くから景色を眺めたり、高速道路を走ったりというイメージが強いですが、歩いて渡ることが ……
111	2017/3/28 都バスで渡るのもよし、歩くも	品川駅の港南口からレインボーブリッジを渡ってお台場に行くバスがあります。また、暇があれ ……
112	2017/3/28 遠くから眺めるのがお勧め	その名の通り、橋げたが光るので夜見ると美しい。実際に渡ってしまうとあまり実感が湧かない ……
113	2017/3/26 素晴らしい夜景	大東京、冬の夕焼けから素晴らしい夜景に変わるパノラマをため息と共に分かち合える場所です ……
114	2017/3/25 世界都市東京を代表する構造物	お台場と都心を結ぶ大動脈でありながら、そのインダストリアルな姿は世界都市東京を代表する ……
115	2017/3/15 お台場から	竹芝や汐留からも綺麗ですが、お台場から見るレインボーブリッジは、東京タワー<U+30FB>スカ ……
116	2017/3/12 遊歩道	お散歩にお台場側から歩いてみました。高所恐怖症の人は少し怖いかも…車の振動で手すりなど ……
117	2017/3/12 踊る大捜査線	ご存知、踊る大捜査線の舞台となったレインボーブリッジロケで使われたのは違う橋であり、実 ……
118	2017/3/5 遠くから眺めていた方が美しい	「ゆりかもめ」で通過するのが楽しいです。車で通過するとあっという間。橋自体の美しさを楽 ……
119	2017/3/1 車線減少に気をつけて	レインボーブリッジは観ても通っても素敵な場所ですが、途中で車線が減り1車線になる部分がま ……
120	2017/2/26 レインボーブリッジは時間帯で	レインボーブリッジは時間帯や正午などの時間によって照明の色が変わること知ってましたか？ ……
121	2017/2/24 港南大橋から夜景を見ることが	品川界隈を散策した際、京浜運河に架かる港南大橋からライトアップされたレインボーブリッジ ……
122	2017/2/22 自転車や徒歩で、絶景の散歩ス	車やゆりかもめのイメージが強いレインボーブリッジですが、徒歩や自転車で車道の下の歩道を ……
123	2017/2/21 もう10回くらい歩いてます	東京で少し時間ができたら行きます。片道は歩いて、片道はゆりかもめを使ったり、木場、豊洲 ……
124	2017/2/18 港の年越し	元日の午前零時 一斉に霧笛がなります。毎年大晦日から元日にかけては、東京湾に停泊中の船の ……
125	2017/2/16 ゆりかもめで通りました。	本当は車で渡りたかったのですが、ゆりかもめでも、十分に満喫できました！ぐるり、と回りな ……
126	2017/2/14 とにかく気持ち良い！	もし観光や遊びで行くのであれば、ゆりかもめより都営バスがオススメです。ただの道路といえ ……
127	2017/2/13 レインボーブリッジを走りまし	レインボーブリッジを走りました！！汐留のホテルからトレーニングを兼ねてのランニングです ……
128	2017/2/12 バイク	バイクで走ると気分がいいです。特別見に行くというよりお台場の浜辺に行けば見れるので特別 ……
129	2017/2/12 ただの高速です。	今日初めて通りましたが、普通の高速道路にある橋です。それ以上でも以下でもなく、只とタダ ……
130	2017/2/8 レインボーブリッジの足の下	レインボーブリッジの橋脚の下にある公園です。見上げるとさすがに迫力があります。ここから ……
131	2017/2/6 見てるときのほうがきれい	房総半島からの帰りに通りました。夜で、房総半島がとても暗かったので、レインボーブリッジ ……
132	2017/2/5 遠くから見ても虹のように美し	これまで、何回か渡りましたが、今回、竹芝桟橋からその遠景を眺める事が出来ました。遠く ……
133	2017/2/2 きれい	お台場海浜公園でレイボブリッジの夜景を見る。デートの鉄板な気がします。海岸から見える ……
134	2017/2/1 港区湾岸エリアといえば！	港区湾岸エリアといえば！ここ！車で渡るもよし、ゆりかもめでしょう渡るもよし、船で渡るも ……
135	2017/1/28 歩いて渡れます	浜松町側から歩いて渡れます。駅から橋の入り口を探して歩いたときは迷いました。湾岸の人気 ……
136	2017/1/25 歩いて渡る！	レインボーブリッジを歩いて渡って見たいと思い、クリスマスの日に実行しました！結構長いの ……
137	2017/1/23 商業施設裏から	海辺へ歩いて行ったら右側に綺麗に見えます。無料でみれる絶景にうっとりします。周囲にはべ ……
138	2017/1/20 ドライブ	友人の誘いでドライブに行きました。お昼もいいけど、夜のライトアップされた姿は絵になりま ……



139	2017/1/20 東京の中で一番好きな景色	横浜から首都高に乗って都内に行く時、もしくは帰り、可能な限り通るのがここレインボーブリ ..... .....
140	2017/1/19 徒歩で渡れば景色を堪能出来ま	芝浦とお台場を結ぶ大きな橋です。二層構造になっていて、上が首都高、下が一般道とゆりかも ..... .....
141	2017/1/18 マリオカートで渡ってみた	最近はやりのマリオカートをレンタルして、レインボーブリッジを渡ってみました。景色もよく ..... .....
142	2017/1/17 竹芝から眺めたレインボーブリ	竹芝からのレインボーブリッジは天気が良かったので綺麗に見えました。夜はもっと綺麗でしょ ..... .....
143	2017/1/16 東京の夜景は美しい<U+266A>	お時間ある夜は東京の橋だけ見に行くのも楽しいです<U+266A> 晴れた夜空ならば、ドライブにも ..... .....
144	2017/1/13 歩いて渡れます	レインボーブリッジというと、ゆりかもめや車しか通れないイメージがあると思いますが、何と ..... .....
145	2017/1/9 外から眺める方が綺麗かな<U+3	東京港のランドマークにもなっている橋。夜はレインボーカラーにライトアップされ綺麗です。 ..... .....
146	2017/1/9 花火を見に行きました	年末に花火を見に行きました。橋の名前通りレインボーに輝く橋の上に上がる花火はとてもきれ ..... .....
147	2017/1/7 王者	ベイブリッジも良いですが、おしゃれ橋の王者はやはりレインボーブリッジだと思います。夜景 ..... .....
148	2017/1/5 レインボーが綺麗	レインボーブリッジがレインボーになったのを初めて観ました。お台場から橋の全景が見え、辺 ..... .....
149	2017/1/3 ブリッジゲートから昇る初日の	レインボブリッジはほぼ東西に走っているの、朝日がブリッジゲートの真ん中に登ってくる時 ..... .....
150	2016/12/29 お台場レインボー花火2016	ヒルトンお台場からレインボーブリッジを見ていて屋形船などが集まっているので「どうしたの ..... .....
151	2016/12/25 レインボー	丁度クリスマスシーズンだったからか、レインボーブリッジがレインボーにライトアップされて ..... .....
152	2016/12/25 虹の7色をイメージしたライト	レインボーブリッジは、芝浦と台場を結ぶ吊り橋で、平成5年に完成しました。新橋側から「 ..... .....
153	2016/12/24 非日常的です	天気の良い祝日に訪れました。芝浦ふ頭駅から少し歩いて橋に到着です。倉庫街でこの駅で降り ..... .....
154	2016/12/23 ランニングでお台場へ	お天気の良い日は、時々お台場へ走りに行きます。行きは東京タワーの見えるノースルート、帰 ..... .....
155	2016/12/22 歩いて渡ろう！	一言で言えばお台場に渡るための交通手段で普段は車やゆりかもめで渡るだけの橋ですが、実は ..... .....
156	2016/12/21 綺麗！	先日屋形船でレインボーブリッジの周辺を回りました。夜半に花火が打ち上げられてブリッジが ..... .....
157	2016/12/17 スペシャルライトアップされた	この時期限定の素晴らしい夜景を楽しむことができました。虹色にスペシャルライトアップされたレイ ..... .....
158	2016/12/11 自転車は台車を取り付ければ渡	天王洲アイルからお台場を抜けるのに歩行は可能なのは知っていましたが台車を後輪に取り付け ..... .....
159	2016/12/7 眺めがいい	最近何かと首都高を使うのですが、レインボーブリッジから見る景色が好きでわざわざレインボ ..... .....
160	2016/12/6 歩いて渡れます	時間帯は限られてますが 歩いて渡れます。田町方面からテクテク歩いて 無料のエレベーターに ..... .....
161	2016/11/27 湾岸の景観を楽しむ	土曜日<U+30FB>日曜日<U+30FB>祭日、お台場でのイベント事、こういう日は、若者あるいは観光 ..... .....
162	2016/11/21 歩いて渡れる！	こんな大きな、そして東京の象徴であるレインボーブリッジは歩いて渡れるのです！天気や時間 ..... .....
163	2016/11/18 外から見ても、橋からの景色も	橋自体もライトアップされるので、とてもきれいです。さらに、橋を渡るときにはお台場の景色 ..... .....
164	2016/11/18 港区のひとつの象徴	名前の通り夜の夜景がレインボーに輝いてとてもきれいです。歩いて渡ることもできるので長距 ..... .....
165	2016/11/13 お台場の景観の一部	夜景が綺麗です。お台場で夜景を撮るとき、必ずといっていいほど入っているのではないでしょ ..... .....
166	2016/11/13 遊歩道散歩	遠くから見るのもいいが、歩いて渡るのもひとつの楽しみ方。田町から歩いて行くと、案内は少 ..... .....
167	2016/11/6 昼間は普通ですよ	夜のイルミネーションを遠くから見るもので、車で渡ったところで、見える風景はお台場のテレ ..... .....
168	2016/11/3 歩いてわたれます	結構長い距離歩く事になるのですが、あるいてわたる事ができます。すごい景色がいい！という ..... .....
169	2016/11/3 歩けます。	車で通るのは夕暮れ 朝 天気の良い昼間 夜景の綺麗な夜がオススメ。外から見るならお天気の星 ..... .....
170	2016/11/2 海から見よう	浜松町にいくつかある廻船屋さん。そこで予約をして、屋形船のナイトクルーズがお勧め。夕刻 ..... .....
171	2016/11/1 橋の下からの眺めもなかなか	クルーズ船で下から眺めてみました。以外と汚れている？等の新しい発見がありましたが、普段 ..... .....
172	2016/10/30 東京港の顔	東京港の顔です。有料ですが歩いて渡ることもできますが、それはあまりお勧めしません。交通 ..... .....
173	2016/10/29 橋を歩く	日曜日の昼過ぎにレインボーブリッジを歩きました。自転車は、下駄のようなものを履き、乗る ..... .....

174	2016/10/28	ホテルから見えました	お台場のヒルトンに宿泊しました。夜のライトアップされたレインボーブリッジは、本当にきれ	……
175	2016/10/22	歩いて行くのがいい	早朝に自転車で行ったら、歩行者路は閉鎖されていた。朝は9時から歩行通路は開放されるのを	……
176	2016/10/10	東京一番の眺め	客先と一緒に台場へ行く途中で通過した。晴れていたのが景色素晴らしく、皆喜んでた。湾	……
177	2016/10/7	クリスマス時期が良いようです	レインボーカラーじゃないのにレインボーブリッジというのはなぜなのかと、宿泊ホテルで尋ね	……
178	2016/10/3	夜景を遠くに見ながらランニン	夜、初めて、レインボーブリッジをお台場から田町方面に、3人の友人とランニングした。思っ	……
179	2016/9/28	大混雑だがまた行きたい	混雑しているのはわかっているのちクリスマスシーズンに行きたくなくなってしま。混んでいるけ	……
180	2016/9/26	ゆりかもめでお台場へ	新橋からお台場へ行くときには、ゆりかもめで必ず通ります。ぐるっと回ってお台場へ向かう途	……
181	2016/9/24	お台場にわたるランドマーク	首都高速、ユリカモメ、一般道の3路線がお台場にわたる吊橋昼間より夜景がおすすめです。お	……
182	2016/9/19	東京湾納涼船から見ました(´o	東京湾納涼船が気に入り、カミさんと申し込み乗船！浴衣を着てくると1,000円OFFという事らし	……
183	2016/9/18	綺麗	夜はライトアップされていてとても綺麗です。車で通るだけでも綺麗ですが、ホテルの高層階か	……
184	2016/9/17	水上バスから	隅田川の水上线から遠くに見えるレインボーブリッジです。写真では小さいですが、吊り橋	……
185	2016/9/16	ドライブでよく通ります	首都高速をドライブする際に、特に冬のレインボーライトアップの時期など、よく通っています	……
186	2016/9/8	クリスマスだけレインボー	普段のライトアップは白ですが、クリスマスだけはレインボーカラーになります。個人的には、	……
187	2016/9/8	夜景が綺麗	東京湾の象徴 レインボーブリッジは 船から見る事をお勧めします。夜は 水とネオンで輝くブリ	……
188	2016/9/8	歩いて渡るとさらなる感動！	レインボーブリッジは、東京都心と臨海副都心を結ぶ大きな橋でと都心を結ぶ架け橋として、19	……
189	2016/9/3	屋根のないバスで	夜に屋根のないバスでレインボーブリッジを渡りました。2月で信じられないくらい寒かったです	……
190	2016/8/29	夜景がとてもきれいでした。。	お台場に行き、日が暮れ始めた時間にレインボーブリッジを望めるお店のデッキに出てみました	……
191	2016/8/29	夜のレインボーブリッジが好き	夜の12時までライトアップされるレインボーブリッジがとくに好きです。カメラにおさめるなら	……
192	2016/8/29	散歩するとい	ゆりかもめや、車で渡るのもいいですが、歩いて渡るのもなかなかです。空気が悪いのは難点で	……
193	2016/8/26	夜景がきれい<U+266A>	水上バスの上から夜景を眺めにいきました<U+266A>ライトアップされた橋はやっぱりキレイです	……
194	2016/8/25	高所恐怖症の方はやめたほうが	ゆりかもめでお台場へ向かうときに渡る橋です。レインボーブリッジは徒歩でも渡ることができ	……
195	2016/8/25	歩いてみると。	車で渡っても、全景が見えない。歩いて渡るには、空気が悪い。いちばん良いのは豊洲のららぽ	……
196	2016/8/21	臨海副都心の眺望がすばらしい	湾岸地域のランドマークになってます。海と臨海副都心の景色は最高でドライブが楽しめます。	……
197	2016/8/13	走って渡ってみた。走りやすか	レインボーブリッジを走って渡ってみようと思い立ち出かけてみました。夏の暑い日のランニン	……
198	2016/8/13	夜がとてもきれい	品川駅から出ている、お台場を巡回するレインボーバスにのって台場のレインボーブリッジを	……
199	2016/8/6	歩いて渡ってみたい	完成して何年か過ぎていますが、車やゆりかもめで橋を通過しています。今回もゆりかもめで橋	……
200	2016/8/4	夕刻から夜間はライトアップが	車で走るのとは違い、陸地からくっきり見えるブリッジは、橋梁技術だけではなく、東京の生み	……
201	2016/8/3	一番好きなのがアプローチ	レインボーブリッジは遊覧船に乗って観るのが お勧めです様々なシュツエーションで感動出来	……
202	2016/7/26	歩いて渡るのがおすすめ	ゆりかもめを1駅分で約2kmだと思います。となりをクルマがビュンビュン通る（もちろん歩	……
203	2016/7/26	水上バスで	水上バスで下から見るのはとてもワクワクした。高速を車で走るよりも水上バスでくぐる方が楽	……
204	2016/7/24	お台場から眺めてよし、ゆりか	新橋からゆりかもめに乗って芝浦ふ頭で降り、5分ほど歩くとレインボーブリッジのふもとの三	……
205	2016/7/23	写真撮るなら、アクアシティか	いつも見慣れてる橋ですが、夜の見た目はやはり綺麗ですね。アクアシティ台場の海側のテラス	……
206	2016/7/21	ゆりかもめでお台場に行きまし	お台場に行く時にレインボーブリッジを渡ります。この橋を渡ると、都内とは思えないリゾート	……
207	2016/7/17	特別なサイトではなくなってきた	レインボーブリッジの魅力はだんだんうすれてきているみたいです。少し前は名所といえたとお	……
208	2016/7/15	綺麗でした。	渡るときは一般道でしたので、首都高の下を。夜、久しぶりにみたら、東京タワーと自由の女神	……

209 2016/7/15 穏やかな運河。異国にいるよう 今年の春休みに訪れました。都内在住のため、近くではあるのですが、なかなか行く機会がなく ……  
 210 2016/6/30 歩いて渡れます 東京のランドマーク、レインボーブリッジ。ゆりかもめや自動車で渡るのが一般的だが、遊歩道 ……  
 211 2016/6/29 歩いて渡れる いつも車で渡るが二層構造の一階部分には歩道があり歩いて渡れる。ゆりかもめの最寄駅からア ……  
 212 2016/6/21 羽田へのシャトルバスでよく通 レインボーブリッジを封鎖できません<U+30FB><U+30FB><U+30FB>。当たり前です。交通量はかな ……  
 213 2016/6/19 眺めて良し、通って良し、昼も やっぱり何度見ても美しいし、そこを通る時はなんとなくワクワクします。今までに、車で、ゆ ……  
 214 2016/6/12 外国人ばかりでした 夕刻時に行きました、見事に外国人ばかりでした。レインボーブリッジを見るのはやはり夕方が ……  
 215 2016/6/8 いつ見ても堂々としています やはりこの橋の醍醐味はライトアップされた姿を眺めることだと思います。見るポイントは様々 ……  
 216 2016/6/6 夜景が良い！ 昼間も良いですが、やはりライトアップされた夜景が素晴らしいです。ゆりかもめから見えると ……  
 217 2016/6/3 眺めるのに良い はっきり言うと、自分で渡るよりも近くで眺めている方がずーっときれいです（笑） でも ……  
 218 2016/6/1 夜に映えわたる美しさ ライトアップされた夜の景観が美しく<U+FF64>周りの景色よりひととき映える姿は何度見ても綺 ……  
 219 2016/5/30 歩けます。 お台場海浜公園はずれのあたり、スーパーイオンの先から遊歩道があり、橋を歩いて渡れます。 ……  
 220 2016/5/27 いつ見ても いつ見ても癒されます。ドライブ中に目に入ると気分があがります。空港への行き帰りにも見ま ……  
 221 2016/5/20 夜景が素敵 ゆりかもめに乗ってレインボーブリッジを渡り、お台場へ行きました。ぐるっとまわるところが ……  
 222 2016/5/20 風光明媚な 東京の観光風光明媚な価値がある良い場所夜は、絵のようなものですあまりにも美しいです寒い ……  
 223 2016/5/19 夜のブリッジは最高 昼でもキレイではありますが、やっぱり夜の眺めは最高です。ゆりかもめに乗って、フジTV前に ……  
 224 2016/5/18 <f0><U+009F><U+008C><U+0083> 何度見ても飽きないレインボーブリッジはゆりかもめからも綺麗に見えまし ……  
 225 2016/5/14 行くよりも見るスポット ゆりかもめで、通過しましたが、ぐるっと回りながら昇っていくところは、このレインボーブリ ……  
 226 2016/5/14 やっぱり夜が綺麗！ バスで観光した時に見えました。昼も良いと思いますが、やっぱり夜ですね。レインボーブリッ ……  
 227 2016/5/12 首都高で羽田空港へ 首都高で羽田空港へ行くときに通ります。いつ見てもああ、東京だ、きれいだな、って感じでワ ……  
 228 2016/5/11 船に乗って、潜り抜けるのも素 折角、東京湾深くに位置する優れた、美しい鉄橋ですから船舶から見上げて通るのも、感動です ……  
 229 2016/5/10 遠くから見るとカッコいい レインボーブリッジを下り銀座方面に向かう首都高でよく事故を見ますので、何となくこの橋を ……  
 230 2016/5/8 いつ見ても美しい！ お台場ビーチからの眺めは最高！ ビーチハウスでビールを飲みながら眺めれば、ストレス発散間 ……  
 231 2016/5/8 芝浦南ふ頭公園(かいがんばん〜 レインボーブリッジ芝浦側の真下にある芝浦南ふ頭公園(かいがんばん〜く)から撮ったレインボー ……  
 232 2016/5/5 見ているだけでイイ ヒルトン東京お台場の部屋から見る事が出来ました。朝と夜のどちらもレインボーブリッジを ……  
 233 2016/5/4 早朝に通過 地方よりディズニーリゾートに行く際に通過しました。早朝5時くらいに通過しましたが、レイ ……  
 234 2016/5/2 ホテルの目の前 ヒルトンに宿泊し、目の前にレインボーブリッジをみる事が出来ました。個人的には昼間みる ……  
 235 2016/5/1 何でレインボーブリッジ？ 一般公募で選ばれた愛称がレインボーブリッジだそうだが、正式名称は、東京湾連絡橋。完成後 ……  
 236 2016/4/28 レインボーブリッジを真下から 芝浦南ふ頭公園運動広場（かいがんばん〜く）<U+30FB><U+30FB><U+30FB>港区海岸3ー3 3ー2 0 ……  
 237 2016/4/26 ゆったりした時間を味わえます ホテル グランパシフィック LE DAIBAのクラブプレジデントフロア専用ラウンジより、レインボ ……  
 238 2016/4/26 映画の舞台にもなった美しい橋 湾岸エリアの象徴であるレインボーブリッジの夜景はとても素敵です。人気映画の舞台にもなっ ……  
 239 2016/4/26 車で利用する方へ 地元民です。自家用車でレインボーブリッジアンダーを利用するときは、時間帯問わず法定速度 ……  
 240 2016/4/24 タクシーで移動に利用 お台場に泊まっていたので移動は基本ゆりかもめでしたが、高齢の伯母といっしょにタクシーで ……  
 241 2016/4/23 壮観です。 東京に来た！！ってまさにそんな感じ。一階は地道、二階は有料(首都高速)。もちろん首都高速 ……  
 242 2016/4/16 無料の穴場です。 レインボーブリッジは、無料で歩いて渡る事が出来ます。自転車も歩いてならOKです。風が強い ……  
 243 2016/4/16 歩いて渡れます 夕方歩いて渡ると、東京の夜景が一望できて、とてもきれいです。汐留のビル群、東京タワーを ……

244	2016/4/13	夜の海からの眺めも最高です。	レインボーブリッジを車で渡る事は多いのですが、今回は友人に誘われてディナークルーズで海	……
245	2016/4/13	上下線ともに、歩道がついてい	水曜どうでしょうでも浜松町側から歩いていましたが、現在でも日中は散歩がてら歩いている方	……
246	2016/4/9	歩いて渡れます	ベトナムの友人をお台場に案内した時、新橋からゆりかもめの先頭席に寄せ、あえて芝浦ふ頭で	……
247	2016/4/9	東京を代表する景色	海外から来た友人と行きました。東京が一望できる、東京を代表する景色として、友人も喜んで	……
248	2016/4/5	首都高から眺める夜景は別格	くるまでの移動中にレインボーブリッジを首都高から眺めますが、夜景は格別です。しかし、起	……
249	2016/4/4	忘れてならない撮影ポイントで	すっかり東京のアイコンの一つに定着しています。何時に行っても、撮影ポイントとして欠かせ	……
250	2016/4/3	夜もいいけど<U+266A>	昼もいいです。車が有るなら渡ってほしい、昼も夜も。スカイツリー、フジテレビ、楽天。。。	……
251	2016/4/2	お台場からの夜景が美しい	なんといってもデックス東京のデッキから見る夜景が美しい。遠くに東京タワーが見えて、手前	……
252	2016/4/1	景色が綺麗	いつ見ても夜景で綺麗に輝いてる。癒される。車で通るときも、気分が良い。綺麗なブリッジ！	……
253	2016/3/31	湾岸ドライブーお台場通過	横浜<U+30FB>千葉方面へ行くときはいつも首都高環状線から分岐してレインボーブリッジを目指	……
254	2016/3/31	最高のロケーション	どの時間帯も、いつ見ても綺麗です。一番のおススメはやはり夜景が最高です。東京タワーと海	……
255	2016/3/27	歩いて渡るのが楽しい！	晴れた日にレインボーブリッジを歩いて渡るのが楽しい！ ゆりかもめの芝浦ふ頭から歩いて数分	……
256	2016/3/27	フェリーも素敵	お天気が良ければフェリーで見るレインボーブリッジが超おすすめです。とてもものんびりしま	……
257	2016/3/27	遊歩道を歩いてみました、、、	天気が良かったので、お台場側から遊歩道を歩いてみました。はじめ入り口がわからず迷いまし	……
258	2016/3/23	夜景が<U+25EF>	お台場公園から見るレインボーブリッジはさすが虹色橋という感です。スケールが大きい為、小	……
259	2016/3/20	【休日の散策に良い】	近所なのでたまに散策します。本土 <U+21D2> 台場の道程は、気持ち良く、到着して橋を降りて	……
260	2016/3/18	封鎖できませんでした	コンラッドのチャイナブルーから見るレインボーブリッジが好きです。色が代わると何だか嬉し	……
261	2016/3/16	あまり評価されてはいないが	勿論、いろんな場所からその優雅な形を観て楽しむのも良いんだが、冬場の朝は特別。台場から	……
262	2016/3/14	素敵な風景です	他のレビューの方が書かれているように夜景は最高です。竹芝側からの風景もお台場側からの風	……
263	2016/3/13	名前からして、良いですね。	それほど規模の大きな橋ではありませんが、楽しめる所がいっぱいあるお台場に渡る橋という位	……
264	2016/3/10	やっぱり夜が綺麗。	やっぱり夜のライトアップされたバージョンのほうが見ごたえあります。ゆりかもめのモノレー	……
265	2016/3/9	綺麗なレインボーブリッジ	いつも綺麗にライトアップされてます。昔は、デートの時にお台場側から、よく見ていました。	……
266	2016/3/9	夜景がいいです<U+30FB><U+30F	ライトアップされてレインボーブリッジが美しくていいです。ゆりかもめでゆっくり回りながら	……
267	2016/3/2	海からの眺めのほうが好き	乗用車、ゆりかもめで上から、水上バスで下から、両方渡った（くぐった）ことがあります、	……
268	2016/2/29	路線バスで通過できます	お台場へ向かうときに通過する橋です。ゆりかもめに乗って通過するよりも、バスで通過したほ	……
269	2016/2/28	ゆりかもめから	お台場から見るのも、ゆりかもめで体感するのもオススメです。特に、夜景のレインボーブリッ	……
270	2016/2/28	走って渡る	ランナーです。L S Dのコースとして、皇居のあたりから、レインボーブリッジを渡ってお台場	……
271	2016/2/27	初めてバスでレインボーブリッ	TVのドラマなどではよく見るレインボーブリッジですが、今回の日帰りツアーで初めてバスでレ	……
272	2016/2/25	ウォーキングコースです	芝浦から遊歩道に出られます。マジックアワーの黄昏時はとても良い雰囲気です。サウスルート	……
273	2016/2/20	レインボーブリッジ	列車と車が1つの橋で渡れる便利な橋ですが、外観も綺麗で、特に夜景が気に入っています。	……
274	2016/2/14	お台場に行く際にはだいたい通	お台場への主要な交通路として利用しています。利用している時間が出張時の行き来ですのにな	……
275	2016/2/12	夜のドライブ	お台場あたりにドライブに行く際に通りますがきれいです。高いビルの前に海もあり近未来的な	……
276	2016/2/8	お台場の代表的な夜景を楽しめ	できたばかりの頃は車で夜に何度もドライブしたものです。逆に混んでる時の方がゆっくり眺め	……
277	2016/2/8	絶景が楽しめます！	レインボーブリッジは片道約1.7km、約30分程度で徒歩と自転車が通行でき（自転車は後輪に台車	……
278	2016/1/30	あまりにも綺麗で…	都内で大変素敵ナブリッジに通行出来るとは本当にラッキーですね。景色があまりにも綺麗なの	……

279 2016/1/30 レインボーブリッジからの眺めあまり知られていないレインボーブリッジの歩行。芝浦側とお台場側にそれぞれ遊歩道の入口が ……  
 280 2016/1/27 ハイヤーで通りました いつもはコンラッド東京の部屋から眺めるだけでしたが、前回と今回、ハイヤーを利用して横浜 ……  
 281 2016/1/24 下から見上げるレインボーブリッジゆりかもめや首都高、一般道でも幾度となく、渡りましたが、意外と真近で見上げることはない ……  
 282 2016/1/18 たまには歩いてみませんか？ 歩レインボーブリッジを歩いて渡ることが出来る事を案外知らない人がいるようですが、浜松町方 ……  
 283 2016/1/18 ゆりかもめで渡れます。 レインボーブリッジは、歩いて渡ることができますが、オススメはゆりかもめです。車窓からの ……  
 284 2016/1/14 ユリカモメから久しぶりに見まユリカモメから久しぶりに見ました。相変わらず形が綺麗なのと、海面からはとても高く架けら ……  
 285 2016/1/14 インターコンチネンタル東京べいろいろなポジションからレインボーブリッジを眺めたことがあります、インターコンチネン ……  
 286 2016/1/12 歩いて渡れるんですよ 有名なレインボーブリッジですが意外と知られていないんですが歩いて渡ることができます。車 ……  
 287 2016/1/11 お台場の夜景といえば<U+30FB>お台場の夜景といえばやはりレインボーブリッジでしょう。虹色にライトアップされたレインボ ……  
 288 2016/1/9 格好いい橋も渡る時はなんとも長男の家族と一緒にバスツアーに参加しました。浅草寺にお参りした後に、お台場に行きました ……  
 289 2016/1/8 中よりも外からの眺めが良いブ今やお台場といえばレインボーブリッジというくらい、象徴的な場所になったと思いますが、や ……  
 290 2016/1/7 夕方が綺麗ですね。 東京に遊びに行くと必ずこのレインボーブリッジをわざわざ車で通ります。（笑）理由は夕方か ……  
 291 2016/1/3 夜のライトアップがいい お台場に繋がっている橋です。よく羽田に行くのに首都高で使います。橋の下には歩道と一般道 ……  
 292 2016/1/3 変化がたのしめる 時間によっても、様々な角度からでも、また、天気によっても違った表情が楽しめます。晴れ渡 ……  
 293 2016/1/2 ディズニーリゾートへの玄関口東京以西からディズニーリゾートへ向かう際は必ず通るのであともう少しで着くぞという感覚が ……  
 294 2016/1/1 歩いて渡るのもおすすめ 電車や車の横に無料の遊歩道があります約1.7km、迫力あるお散歩です柵があるので恐くはありま ……  
 295 2015/12/31 レインボーブリッジを渡ってお本数は限られますが、品川駅からバスが出ています。新幹線を降りて、乗り換えなしでお台場に ……  
 296 2015/12/31 自転車で渡れないのがとっても歩いて渡れます。景色を楽しむにはゆりかもめが一番です。車だとあっという間です。無料です ……  
 297 2015/12/31 徒歩で渡ると40分くらいかかりお台場と港区の田町サイドをつなぐ橋。夜は毎日ライトアップします。お台場側から東京タワー ……  
 298 2015/12/30 フジテレビから見れました かの有名なレインバーブリッジ。フジテレビを見学した際にみることができました。上から見 ……  
 299 2015/12/30 混みます。 神奈川からディズニー行く途中に利用しました。1時間レインボーブリッジにいました。笑 余裕 ……  
 300 2015/12/30 年末年始はレインボーにライト 最近仕事ではお台場に行っていたのですが、初めて宿泊しました。都会の湾に掛かる橋は、シ ……  
 301 2015/12/28 ゆりかもめで通るのも楽しい お台場海浜公園から昼間にみて、夕方に新橋行きのゆりかもめに乗りました。ゆりかもめで通る ……  
 302 2015/12/25 よく渡ります 月に数回は千葉でゴルフをするのでその度に渡ります。ここからは東京湾岸の広大な高層ビル群 ……  
 303 2015/12/22 季節やイベントでライトアップ 七色になるときがあったり、いろいろな色が期間限定で変わります！海浜公園から見ると遮るもの ……  
 304 2015/12/22 イルミネーションが綺麗 都心よりお台場を結ぶ橋、首都高速、ゆりかもめ、一般道が渡る橋でも有る。フジテレビ方面か ……  
 305 2015/12/14 イルミネーション イルミネーションが付くが、虹色に7色のイルミネーションが付くことがある。車で通るのも良い ……  
 306 2015/12/13 偶然の夜景 アクアラインができてから、公私においてレインボーブリッジを利用することはありませんでし ……  
 307 2015/12/11 芝浦ループ レインボーブリッジ芝浦側から見るループ橋越しの虹色の主塔が綺麗でした！海面のリフレクシ ……  
 308 2015/12/5 レインボー色のライトアップ 今日は、レインボーブリッジの柱の部分がレインボーカラーにライトアップしていました。いつ ……  
 309 2015/12/5 わたり方によって楽しみ方が違眺めを楽しみたいのであれば首都高でお台場に向かう方向が良い。新宿方面から羽田空港に行く ……  
 310 2015/12/4 湾岸の代名詞 東京芝浦とお台場をつなぐ湾岸エリアの代名詞である”レインボーブリッジ”デートスポットであ ……  
 311 2015/12/4 夕暮れのレインボーブリッジ 夕暮れ時にレインボーブリッジを見ることが出来ました。とても綺麗で優雅です。台場のオープ ……  
 312 2015/12/2 橋を下から眺めても 楽しいねのんびりとプチ船旅気分を、味わいました。 豊洲のららぽーと〜お台場の所まで往復しました ……  
 313 2015/12/2 カレッタ汐留4 6階スカイビュー 港区芝浦地区とお台場地区を結ぶ吊り橋であるレインボーブリッジをカレッタ汐留4 6階にあるス ……

314	2015/11/28	いろいろな渡り方	レインボーブリッジを渡るには、自家用車で渡る他ゆりかもめ、バス、あるいは徒歩でもわたる ……
315	2015/11/26	歩いて渡れます<U+203C><U+FEC	田町駅から徒歩15分ほどで橋のたもとにたどり着き、そこから歩いて渡れます。オススメは晴れ ……
316	2015/11/24	レインボーブリッジ	お台場海浜公園からも良く見えますが、綺麗な橋ですね。今回は、ゆりかもめに乗車して橋を渡 ……
317	2015/11/24	綺麗です。	夜のレインボーブリッジはいいですね。昔から変わらずですがいつまでも綺麗って思えます。ヒ ……
318	2015/11/22	ヒルトン東京（旧ホテル日航東	車で橋を渡りながら見る景色も最高ですし、お台場から見るレインボーブリッジも美しいです。 ……
319	2015/11/17	歩いて渡れる	歩いたりランニングが可能。 今まで合計3回ランニングで走りました。東京湾をぐるっと一周。 ……
320	2015/11/16	レインボーブリッジは便利で	織田裕二が思い浮かびます。この東京レインボーブリッジができてから何年経つか忘れてしまい ……
321	2015/11/16	車で通行の際にはご注意を！	首都高速と一般道（首都高の真下）、ゆりかもめからも最近では通行こそしてませんが、名所の ……
322	2015/11/16	レインボーブリッジ。	有名な警察系のドラマにも使用されたレインボーブリッジ。羽田空港へ向かい際によく渡ります ……
323	2015/11/11	遠くに見える	お台場のショッピングセンターから、自由の女神越しに見えるレインボーブリッジは、最先端大 ……
324	2015/11/10	レインボーブリッジを渡ってお	田町周辺にはおもちゃ屋さんが見つけにくく、アクアシティの中にあるトイザらスヘショッピン ……
325	2015/11/8	夕暮れ時がお奨め	レインボーブリッジを、芝浦から新木場方面へ、夕暮れ時に走ると良いです。また台場のはずれ ……
326	2015/11/2	東京湾のシンボル、無料で通る	芝浦からお台場へ、東京湾の真上にかかる眺望抜群の巨大な橋、吊り橋？ 上が首都高速、下が ……
327	2015/11/2	結構高い場所を走ります	東京都港区の台場と芝浦を結ぶ橋です。上を首都高が走り、下をゆりかもめと一般道が通ってい ……
328	2015/11/2	遊歩道を歩いてみました	風が強いとなかなかスリルがあるし、車ではわからないブリッジが常に少し揺れてるのがわかり ……
329	2015/10/24	歩いて	レインボーブリッジは、海から船で楽しんだり、車で通行して景色を見るのも良いですが、オス ……
330	2015/10/19	走りにくい	勝どき駅付近のホテルからジョギングして行った。台場側からいったが登るところが分かりずら ……
331	2015/10/10	昼、夕、夜とそれぞれ違った美	東京における観光ポイントの中の一つと言える場所です。都内に住んでいるので、よく目にする ……
332	2015/10/10	気分爽快はブリッジ	レインボーブリッジは台場から見る景色も最高です 特に晴れている夏の夕方は最高です、僕は ……
333	2015/10/8	昼間の景色も	夜のレインボーブリッジは何度が通ったことがあるのですが 今回は昼間利用しましたが 天気 ……
334	2015/10/3	自転車でも渡れます	レインボーブリッジは徒歩で渡れます。だいたい1.5kmくらいあるので20<U+301C>30分くらいで渡 ……
335	2015/10/3	夜のライトアップされたレイン	踊る大走査線でも登場した橋です。おすすめは、夜のライトアップされたレインボーブリッジで ……
336	2015/10/2	夜景がきれい	ゆりかもめに乗っているときは、自分が今レインボーブリッジを渡っている、という実感があま ……
337	2015/10/1	歩いて渡るときは<U+30FB><U+3	南側（サウスですね）を渡りました。芝浦側から歩くと、南側はお台場の景色を見ながら歩きま ……
338	2015/9/30	首都高速の橋からの風景	東京のウォーターフロントの風景、夕日<U+30FB>朝日とも素晴らしい。但しPKないので運転手 ……
339	2015/9/29	歩いて渡ろう。	車、ゆりかもめと、ここを渡る手段はいろいろありますが、徒歩もなかなかお勧めです。自転車 ……
340	2015/9/28	船の上から見るべき	この橋、夜になると次々とライトの色が変わる、なるほどレインボーブリッジだ。台場のホテル ……
341	2015/9/28	遊歩道入口を探索のにすこし手	芝浦埠頭からならすぐ。芝浦側の入口しかトイレはないようなので、ご注意を。10月1日からは1 ……
342	2015/9/23	キレイ	東京に住んでいるとわざわざ見に行こうとは思いませんが、キレイだとは思いますが。色々なところ ……
343	2015/9/15	東京って感じる	レインボーブリッジを見ると、どうしても某テレビドラマの映画を思い出してしまうが、夜にこ ……
344	2015/9/11	夜景がきれい	湾岸地区の色々なところから見えるレインボーブリッジ。ゆりかもめから東京タワー、スカイツ ……
345	2015/8/31	バスの中から楽しめ	京王プラザホテルから成田空港へ行く際にリムジンバスを利用したところ、レインボーブリッジ ……
346	2015/8/26	バスで走ると気持ちがいい	空港行きの高速バスで通りました。やはり東京湾、東京港周辺が一望でき眺めは大変にすばらし ……
347	2015/8/25	晴れていてよかった。	宿泊したホテルから見えるレインボーブリッジはやはり夜景がキレイでした。もちろんこの夜景 ……
348	2015/8/22	ゆりかもめで渡って下	離れたところから眺めるのも良いですが、ゆりかもめを利用して渡ってみることをお勧めします ……



349 2015/8/22 きれいな眺めが広がります。 昼間は車と船の往来が良いコントラストで見事な景色が広がっています。夜はライトアップがき .....  
350 2015/8/21 きれいで便利な橋です。 (今回は日中の通行でしたが)仕事の後に空港へ向かう深夜通行時には、橋自体のライトや、橋か .....  
351 2015/8/16 東京湾に入るシンボリックな、格 夜景がとっても素敵で、眺めていると とってもゆったりした気持ちになります。クリスマスの .....  
352 2015/8/10 歩いて渡れます ゆりかもめで移動しても、当たり前だけど感動しない。車でわたっても、それでけのこと。歩く .....  
353 2015/8/8 東京湾大華火祭 日の出会場で花火を見ました。17時開場なのが、行列が長くなったために15分早くなりまし .....  
354 2015/8/4 お台場からのバスで走行 クリスマス時期のイルミネーションを見にお台場に行きました。その時浜松町からバスに乗り走 .....  
355 2015/7/31 下から 何度かゆりかもめや、バスで通ったことがありますが、今回は屋形船で下から見上げました。い .....  
356 2015/7/29 東京夜景の定番 お台場の象徴となっているレインボーブリッジ。車で渡るとなんてない普通の橋ですが、湾岸か .....  
357 2015/7/24 東京湾をまたいで 芝浦から台場へと東京湾を渡る橋。上部は首都高速、下部に一般道<U+30FB>ゆりかもめ<U+30FB> .....  
358 2015/7/15 一般の自動車道だとタダだけど 首都高+一般道&ゆりかもめの2層構造になっています。首都高はスリリングで眺めもばっちり .....  
359 2015/7/15 歩いて渡れる事をご存知ですか レインボーブリッジは歩いて渡れます。夏季と冬季で開門時間が違いますが、夏の夕暮れは風も .....  
360 2015/7/11 ライトアップには期待外れ "ゆりかもめ"で往復しました。ライトアップされたレインボーブリッジを期待したのですが、" .....  
361 2015/7/8 クリスマスにはレインボーイルデットにぴったりのレインボーブリッジ。クリスマスにはお台場全体がきれいですが、7色に輝く .....  
362 2015/6/30 散歩コース レインボーブリッジはゆりかもめで渡っている人が多いと思いますが、徒歩で歩けます。 .....  
363 2015/6/30 やはり、好きな橋 東京では、とても有名な橋。私はとても好きです。カーブが少し苦手ですが眺望がいい、夜景も .....  
364 2015/6/27 ゆりかもめに揺られてお台場と レインボーブリッジを渡るには、ゆりかもめ、車、徒歩、の3つの方法がありますが、気兼ねな .....  
365 2015/6/26 高速からみる方がいい 首都高からみるか、電車からみるか<U+30FB><U+30FB><U+30FB>障害なくみられる橋上の首都高か .....  
366 2015/6/25 お台場から見えるレインボー あいにく、行った日は雨風がひどくて、傘がさせないほどの強風でしたが、レインボーブリッジ .....  
367 2015/6/23 Rainbow bridge walk! レインボーブリッジを無料で歩いて渡れます。展望も良くとても爽快です。とてもお勧めのアト .....  
368 2015/6/23 お台場からの眺めが最高 お台場に行った時に、見る事ができました。お昼も夜も、とても良く見えて、きれいでした。 .....  
369 2015/6/16 ディズニーランドからの帰りに 新高輪グランドプリンスにくるまでの間に通りました。夜景がとても綺麗ですね。本当に日本の .....  
370 2015/6/12 休日にも混まなくなってきた 中央環状品川線がつながり、最近、休日にも渋滞しなくなった。(新宿から南が少し混むが)便利 .....  
371 2015/5/27 夜景がきれいです 東京駅から、お台場や東京タワーなどをまわるオーブントップバスがあります。夜景がとてもき .....  
372 2015/5/26 息を飲む夕暮れ時 個人的には東京で好きな景色TOP10に入ります。夜景もいいけれど、敢えて暮れなずむ時に軍配を .....  
373 2015/5/19 すばらしい景色 レインボーブリッジから見る景色は、圧巻。夜景も素晴らしいし、晴れている日は広い海の景色 .....  
374 2015/5/8 通るよりは見る橋 何度か通りましたが通ると橋が見えなくなってしまうので、やっぱりレインボーブリッジは見 .....  
375 2015/5/8 自転車も通行可 よくサイクリングで台場に行くために利用してます。自転車は後輪に台車をつけて押していくこ .....  
376 2015/4/29 東京湾と台場のシンボリックなか 有名な映画(レインボーブリッジを封鎖せよ)でも表現された東京湾と台場を結ぶシンボリックな .....  
377 2015/4/25 未来都市 ゆりかもめでレインボーブリッジを通った。レインボーブリッジからの眺めは<U+FF64>子供の時 .....  
378 2015/4/16 雨のレインボーブリッジ 何回か通ったことはありますが、今回は雨のレインボーブリッジでした。台場があって、フジテ .....  
379 2015/4/15 11号上り 首都高速湾岸線東行きから入る事が多いが夜景は呆れる程綺麗である一般道(1階)ではほとんど .....  
380 2015/4/11 絵になります 東京の芝浦からお台場に架かる橋がレインボーブリッジで東京の観光名所の一つです<U+FF61>お .....  
381 2015/4/6 外からの眺めとゆりかもめから 全体の外観をお台場やモノレールから見ると良いのですがゆりかもめで橋の下から眺めるのが子 .....  
382 2015/4/5 イマイチ シドニーやサンフランシスコ、NYの橋の方が綺麗です。何故か少しこじんまりしているように思 .....  
383 2015/4/5 国民の休日は赤色に輝く 先日、レインボーブリッジを通りお台場に行ってきました。お台場から見るレインボーブリッジ .....

384	2015/4/5 お台場に行くなら	ゆりかもめでお台場に行く時にレインボーブリッジを渡ります。ゆりかもめの前と後ろはガラス ……
385	2015/4/3 遊歩道をランニング	会社終わりに大江戸温泉までランニングするときに通りました。夕日がきれいでした。割と道幅 ……
386	2015/3/7 通ればただの橋	まわりの岸からみればレインボーブリッジに感動するが通ればただの橋。高速道路の一部です。 ……
387	2015/3/1 ランニング	何度かここを橋でジョギングしました。車が走っているので空気はよくないですが、景色は楽し ……
388	2015/2/28 成田空港から都内に入るときの	成田空港から都内に入るときのレインボーブリッジは見事です！東京のシンボルですね。イルミネ ……
389	2015/2/28 定番のドライブスポット	夜景ではレインボーブリッジを眺めるのがよいですがドライブでも十分楽しめます。特に、ここ ……
390	2015/2/28 イルミネーションがきれい	イルミネーションが見られると、とてもきれいです。映画、踊る大捜査線でも登場した橋です。 ……
391	2015/2/28 通るだけでもワクワク	ゆりかもめで通るのはしょっちゅうですが、車で通るのはめったにないので、通る時はなぜかワ ……
392	2015/2/27 夜はとても綺麗	車やゆりかもめで実際に渡ったことは何度もありますが、クルーズで海上からレインボーブリッ ……
393	2015/2/26 お世話になってきました	都心へのアクセスには結構利用し、お世話になってきましたが、品川～渋谷の環状線が完成した ……
394	2015/2/23 お台場から一望できます	お台場と芝浦をつなぐ連絡橋です。一番上を高速道路、その下をゆりかもめと一般道路が走って ……
395	2015/2/22 節目節目で通る道。	徒歩でも、ゆりかもめでも、一般道でも、高速でも通ったことのある橋なのでいい思い出があり ……
396	2015/2/14 夜景がきれい	遠方から眺めるレインボーブリッジの夜景のも綺麗ですが、今回は周辺をドライブしました。有 ……
397	2015/2/14 はとバス観光で通りました	テレビでよく拝見するので気になっていたのですが、たまたまはとバスのツアーで通ったのでラ ……
398	2015/2/8 徒歩	お台場で遊んだ帰りに思い切って歩いて渡ることにしました。車やゆりかもめならあっという間 ……
399	2015/2/6 夜景がきれい	お台場に行ったとき、夜景がきれいでした。背景の高層ビルも普段だと何気なく見ていますが、 ……
400	2015/1/23 絶景	東京の湾岸エリアを象徴するステキな場所だと思っています。つつい写真を撮りたくなるロケ ……
401	2015/1/18 歩行者は無料	歩いてレインボーブリッジを渡るべく、ゆりかもめの芝浦ふ頭駅で下車。橋のたもとの白いビル ……
402	2015/1/12 往復しました。	レインボーブリッジを歩いて往復しました。排気ガスがたくさんで空気は良くありませんが、思 ……
403	2014/12/23 歩いて渡ろう	JR田町駅からアンカーまで2徒歩20分。そこからエスカレーターに乗って8階相当の高さまで登ると ……
404	2014/12/18 風によってすぐ通行止めにU+3	今回は、レインボーブリッジのはとバスナイトツアーに参加しました（品川プリンスホテルから ……
405	2014/12/14 歩いて渡ると海の上を飛んでい	レインボーブリッジには、橋の両側に歩道があって、歩いて渡ることができます。田町駅側は案 ……
406	2014/12/2 徒歩で行ける	新交通ゆりかもめに乗車し芝浦ふ頭駅で下車し、海岸方面へ歩いていきます。すると、レインボ ……
407	2014/12/2 ぜひ徒歩で	レインボーブリッジは見ても綺麗ですがおすすめは徒歩で渡る事です。冬は寒いかも分かりませ ……
408	2014/11/25 見るというより	ここは見るというより、道路、高速道路の橋ですね。ロマンチックな場面に合いませんが、たま ……
409	2014/11/15 自転車でも	芝浦ふ頭、お台場間。自転車は乗ることはできませんが、入口で後輪に装着する台車(無料)を貸 ……
410	2014/11/12 夜景は最高	ゆりかもめでレインボーブリッジを渡りますが、ブリッジ全景を見ることはできません。そのた ……
411	2014/11/11 夜のライトアップが最高に綺麗	フジテレビからライトアップしたレインボーブリッジが見えてとても綺麗でした。オープンカー ……
412	2014/11/10 東京の夜景を満喫	昼間も素敵ですが、夜はもっと素敵です。お台場や東湾岸エリアの夜景を独り占めできます。す ……
413	2014/11/10 くるっと	お台場に行く際にゆりかもめでいくと、途中停留所もないのに、くるっと円を描いて回るコース ……
414	2014/11/8 すばらしい	いつみてもすばらしいと思います。高速からみてもきれいです。お台場からの夜景もすばらし ……
415	2014/11/2 首都高	ゆりかもめや一般道でも渡れますが、一番眺めが良いのは首都高です。ここは何回わたってもい ……
416	2014/10/22 1.7キロで渡れます	レインボーブリッジを初めて渡りました。お台場の方からでしたが、人工海岸沿いをそぞろ歩き ……
417	2014/10/14 自転車は…	自転車で都内一周しようと思ったが自転車は通行ができないらしく断念、勝どきの方からアクセ ……
418	2014/10/5 ゆりかもめで渡れる	ゆりかもめに乗ればレインボーブリッジを渡ります。ゆりかもめは無人運転で、先頭の座席に座 ……



419	2014/9/10 ライトアップがきれい	車で走っていると普通の橋ですが、離れてみるとその美しさがわかります。特に、夜のライトア ……
420	2014/9/9 憧れ	田舎者なので、初めて見た<U+30FB>通った時は感動でした（笑）特に夜景が！レインボーブリッ ……
421	2014/9/8 歩けるレインボーブリッジ	レインボーブリッジは歩けると知り、行って来ました。JR田町から15分程度。目標は目の前に見 ……
422	2014/9/4 昼も夜も好きな景色！	昼も夜も綺麗だし、お台場から見ても対岸から見ても景色が良いので、たまにふらっと行ってし ……
423	2014/9/3 車から見えるレインボーブリッ	レインボーブリッジはだいたい歩いて見るか、建物から見るのが一般的ですが、晴海の隣の豊海 ……
424	2014/8/31 いつみてもキレイ！東京お台場	お台場で海上から眺める事が多いのですが、いつ見てもキレイで東京を感じるスポットのひとつ ……
425	2014/8/30 夜が綺麗	朝の顔と夜の顔では全く違う表情をしている。朝は朝で清々しい面持ちだが、夜は時間で色んな ……
426	2014/8/30 知ってました？	レインボーブリッジって歩いてわたれるんですよ！！特に夕方の景色はサイコーです！！ですが ……
427	2014/8/28 良く見るとレインボーカラー	夜になると、イルミネーションが綺麗です。30分後とに変化する特別カラーも見られると嬉しく ……
428	2014/8/18 歩いて渡る	レインボーブリッジ、歩いて渡るのもまた一興です。交通量は多いし、騒音や排気ガスもたくさ ……
429	2014/8/12 通って感激！	もちろん夜景も素晴らしいし、遠くから眺めるその形状の美しさにも感激しますが、オープンエ ……
430	2014/8/9 ここの景色	ここの景色を見ようと思うと、お台場のホテルがいいと思います。パスルームからも見えたりし ……
431	2014/8/8 眺めが最高	遠目で、景色の一部として見るのも素敵だけど、やっぱり、ゆりかもめに乗って、わたりながら ……
432	2014/8/6 台場から見たレインボーブリッ	台場から見るレインボーブリッジの景色が好きです。天気によって変わったり、季節にも影響す ……
433	2014/8/5 徒歩でも渡れます	東京の都心とお台場を結ぶ、東京の言わずと知れた観光名所です。瀬戸大橋と同じ、二層構造で ……
434	2014/7/30 夜景No1	首都高からの景色が良いです、高速料金を払って下道だと景色がいまいちです。空に抜けている ……
435	2014/7/23 ゆりかもめで渡るのがおすすめ	以前、わかりにく〜い芝浦アンカレイジ（レインボーブリッジの徒歩ルート入口）から徒歩で渡 ……
436	2014/7/17 綺麗な橋	都心とお台場方面を繋ぐ、レインボーブリッジ昼間は、白く大きな橋の曲線美が美しく、夜には ……
437	2014/7/17 夜景は素敵！	空港行きのバスからも近くから見るのですが、やはりお台場海浜公園からの夕暮れのレ ……
438	2014/7/4 ビックリ！吊り橋は揺れました	レインボーブリッジは『上下2層構造』になっています。上層は『首都高速』。下層には『ゆりか ……
439	2014/6/27 夜が最高！	お台場から見るレインボーブリッジは最高です。レインボーブリッジの先には東京タワーと東京 ……
440	2014/6/26 夜景が美しい	ゆりかもめで台場を一周しながら眺めたり、ブリッジをゆりかもめで通るときも屋形船を下に見 ……
441	2014/6/21 車で通りました	首都高速の橋はベイブリッジをはじめ綺麗で見ごたえがありますよね。私は横浜に住んでいるの ……
442	2014/6/18 世界に誇れる絶景	台場のホテルを利用した際にいつも散歩しながら、またはホテルのレストランやラウンジから ……
443	2014/6/9 夜はキレイです	夜に車で通ったのですが、かなりキレイですね。デートコースとして考えても十分楽しめそうで ……
444	2014/5/31 レインボーブリッジとピンボー	皆様ご存知かとは思われますが、首都高速、一般道、ゆりかもめで渡れる橋です。高速道路は橋 ……
445	2014/5/22 とてもきれい	お台場に遊びに行ったとき行きました。ゆりかもめからもキレイに見ることができました。つい ……
446	2014/5/15 何度見ても、何度通ってもテン	ただの橋ではありますが、お台場にはなくてはならない存在！羽田空港へ行く時によく通ります ……
447	2014/5/13 きれいな橋	テレビでは見ていたものの、なかなか見る事のなかったレインボーブリッジ。実際に見ると、 ……
448	2014/5/8 絵になります	以前は竹芝側からレインボーブリッジを見て、素敵だなと思ったのですが、今回はお台場側から ……
449	2014/5/8 歩いて渡れます。	お台場から歩いてみました。景色も良くとても楽しいお散歩となりました。ただ排気ガスが凄い ……
450	2014/5/1 クリスマスのライトアップが素	レインボーブリッジ（Rainbow Bridge）は、東京都の港区芝浦地区とお台場地区（港区台場およ ……
451	2014/4/30 海に映える	お台場側からみてもよし、ゆりかもめや高速に乗りながら通ってもよし！船で下を通ってもよし ……
452	2014/4/29 やはり夜ですね	初来日のタイカノを成田空港に迎えに行きホテルに行く途中経路に設定。後日行くライトアップ ……
453	2014/4/29 首都高から眺めるととても美し	まさに東京といった景色です。首都高を走りながら眺めると東京に来たという実感がしますね。 ……

454	2014/4/29 夜がきれい	都心からお台場に行く時には、このレインボーブリッジを通ります。レインボーブリッジという ……
455	2014/4/27 クルーズ船から	夕方、クルーズ船から眺めました。夕暮れのレインボーブリッジもいいかなと思いますが、やっ ……
456	2014/4/14 自転車	芝浦埠頭からレインボーブリッジを自転車で渡りました。自転車は乗ってはいけないので、タイ ……
457	2014/4/12 テレビで見たあの風景☆	テレビで見たことのある、あのレインボーブリッジを目の前で生で見れた時は感動しました。や ……
458	2014/4/11 夜景がきれい	竹芝のホテルからの眺めもきれいでしたが、依然にクルーズ船から夕暮れ時に眺めたレインボー ……
459	2014/4/7 通るより眺める方が良い！	首都高速道路、一般道路、新交通システム『ゆりかもめ』、歩道、といろいろあるけど、橋を通 ……
460	2014/4/6 眺めは THE TOKYO	レインボーブリッジからの東京の眺めは最高です。お昼でも夜でもその眺めは THE TOKYO と言 ……
461	2014/3/30 歩いて渡るもんじゃない<U+30F	遊歩道があるというので、お台場方面から田町方面へ歩いてみました。すると、ちょうど車が向 ……
462	2014/3/30 モノレールから見える	浜松町からのモノレールで、日が暮れた後、ぐるぐる景色が変わる車窓から眺めるのがとても好 ……
463	2014/3/23 実は歩けるレインボーブリッジ	お台場へ行くときに目にするこの橋。ゆりかもめと車だけ通れるかと思っていたら、歩いて渡れ ……
464	2014/3/21 走ってみるとなご楽しい	せっくなのでランニングがてら走って渡ってみるのはどうでしょうか。田町側から行く場合は ……
465	2014/3/21 お台場から	レインボーブリッジが見えるレストランがお台場にたくさんあるので、そこで食事をしながら眺 ……
466	2014/3/20 オープントップバスで	オープントップでレインボーブリッジを渡るバスツアーがあります（スカイバスとはとバス）。 ……
467	2014/3/19 ドライブでは<U+30FB><U+30FB>	なんだか、よくわからないうちに、通りすぎてしまったという感じ。レインボーブリッジは、通 ……
468	2014/3/13 遠景よし、歩くのもよし	東京都港区の芝浦地区とお台場地区を結ぶ橋がレインボーブリッジです。夜にベイエリアを走っ ……
469	2014/3/6 歩いて渡ってください	お台場で食事をした後、運動を兼ねて田町まで歩きました。途中のレインボーブリッジを歩いて ……
470	2014/3/2 歩いて渡るも、また一興	言わずと知れたお台場へのカッコイイ橋。ゆりかもめから眺めるのが王道ですが、歩いて渡るこ ……
471	2014/2/28 夜のレインボーブリッジはとて	いつも東京へ行くときは、夜中に通過するのですがやはりライトアップしたレインボーブリッジ ……
472	2014/2/25 お台場のシンボル	このレインボーブリッジが見えるホテルは沢山ありますがどのホテルも人も このレインボー ……
473	2014/2/12 有名な橋ですね	レインビーブリッジというと某映画を思い出します。私はあまり橋に興味はありませんが、それ ……
474	2014/2/5 離れて見ないと美しさがわかり	港区の芝浦地区とお台場地区を結ぶ吊り橋です。橋のデザインは素晴らしく、夜はライトアップ ……
475	2014/2/2 ゆりかもめで渡る	聖地ピックサイトへ！ ゆりかもめや高速でお台場に行くのに渡る橋。徒歩で渡る人のために歩道 ……
476	2014/1/31 歩ける	レインボーブリッジを徒歩で横断しました。昼間だけですが夜も通行できたら夜景を楽しめいい ……
477	2014/1/29 南側がお勧め	排気ガスで空気は悪いが、眺めは良好です。南側は品川<U+30FB>大井<U+30FB>青海に入出港する ……
478	2014/1/28 走るよりは眺めるほうがいい	走っていても「ふーん」というカンジですが、遠くから眺めるとやっぱりきれいです。朝は走っ ……
479	2014/1/26 楽しいお散歩コースです	見るのはもちろんとても綺麗ですが、無料の散歩コースも素晴らしいです。車道が横にあるので ……
480	2014/1/24 虹色に輝く橋！	隅田川クルーズで、レインボーブリッジをくぐり、お台場に行きました。お台場では、昼間から ……
481	2013/12/31 橋のライトアップが名前通りレ	成田空港からの帰り道にレインボーブリッジを通りました。いつもは単色が交互に変わるライト ……
482	2013/12/27 レインボーブリッジ	11月末に行きました。クリスマスシーズンの為か、春休みや夏休みシーズンの時よりホテルの部 ……
483	2013/12/27 ライトアップが素敵でした	12月11日から14日まで東京ディズニーリゾートとお台場のホテルを予約し宿泊しました。 ……
484	2013/12/22 レインボーな橋	今年もレインボーブリッジのライトアップの時期が来ました。年末の風物詩となりつつあります ……
485	2013/12/1 お台場の夜景	お台場での夜景ではこれを外せません。夜のライトアップはきれいで見とれてしまいます。ただ ……
486	2013/12/1 お台場のシンボルでも困った存	お台場のシンボリック存在です。けれど高さが低いために大型客船が通れず東京湾の困った存在で ……
487	2013/11/27 お台場といったら	一般道<U+30FB>首都高<U+30FB>ゆりかもめと通るルートによって高さ、見える感じが変わるのが ……
488	2013/11/21 爽快 ^0^*	昼間、車でドライブしただけですが<U+30FB><U+30FB><U+30FB><U+30FB>ハンドルを握っていたも ……

489	2013/11/13 徒歩で渡るのがお勧め	余り知られていないかもしれませんがレインボーブリッジは徒歩で渡ることができます。渡る時 ……
490	2013/11/13 意外に昼間もよい	できた当初から夜景の名所です。都内から湾岸エリアに抜けるとき必ず通る橋ですが、昼間に通 ……
491	2013/10/15 きれいです	レインボーブリッジからの景色はもちろんよくて夜は夜景がきれいです。またレインボーブリッ ……
492	2013/10/15 未来的なトーキョー。	東京ではなく、ここはトーキョーです。夜景ではもっと未来的に感じます。TOKIO CITYの水辺に ……
493	2013/10/8 車で。	車でたまに通りますがいつ見ても最高の景色。お台場だけでなく、羽田からの飛行機も見えたり ……
494	2013/10/8 昼間	レインボーと名前がついていても、昼間はただの橋なのが残念です。それでも、車とゆりかもめ ……
495	2013/9/30 夜景が一番	お台場といえばレインボーブリッジ。昼間の景色もいいですが、やはり夜景で見るのが最高です ……
496	2013/9/24 夜景も昼間の景色も楽しめる！	宿泊場所はお台場なのでナイター観戦を楽しんだ帰りにとってもキレイな夜景を見ることができま ……
497	2013/9/20 ぜひ一度徒歩で渡ってほしい	晴れた日なら、徒歩で横断してみてほしい。ビルの屋上ほどの高さから強烈な海風に吹かれなが ……
498	2013/9/11 お台場の	よくお台場に行くときに使うのですが橋からの眺める景色もととてもきれいですがお台場から見 ……
499	2013/9/9 竹芝栈橋から	見る角度や時間帯によって様々な顔を持つ橋です。私のお勧めは竹芝栈橋（東京港埠頭、客船タ ……
500	2013/9/6 砲台から眺めてみました	いつも車で通り過ぎてしまう景色もととても素敵ですが、砲台からのんびりと眺めると屋形船とレ ……
501	2013/8/16 お台場といたら…	というテーマが仮に出されたらほとんどの方が口にするであろうレインボーブリッジ。ゆりかも ……
502	2013/8/16 夏の海に浮かぶ美しい橋	ゆりかもめの走るレインボーブリッジは東京湾の他の夜景と相まって素晴らしい眺望です。何 ……
503	2013/7/15 絵になる橋	都心とお台場を結ぶ橋で、首都高と一般道、ゆりかもめが通っている。ドラマをはじめ、さまざ ……
504	2013/7/11 お台場のシンボル	お台場といえばレインボーブリッジという感じでシンボルになっています。車で通るのも良いで ……
505	2013/7/5 浜松町駅近くから	浜松町駅近くのインターコンチネンタルホテル東京ベイのまわりからレインボーブリッジをきれ ……
506	2013/7/3 夜景もいいし、朝も爽快です	今回は、首都高速を利用して羽田空港まで家族の海外出発の見送りで通って来ました。夜の景色 ……
507	2013/5/25 本当にきれいです！	レインボーブリッジと聞いただけで胸が躍るような橋です。遠目から夜景を見るのが一番きれい ……
508	2013/4/30 ゆりかもめからのレインボー	いつもは車でレインボーブリッジを渡るのですが、今回はアクアシティお台場に用があったので ……
509	2013/4/18 たまには歩くのもおすすめ	お台場に行くときは車で通過しますが今回は歩いてみました。いつもよりもゆっくりと景色を眺 ……
510	2013/4/17 レインボーバスで渡りました	渋谷港南口からレインボーブリッジに乗ってレインボーブリッジを渡りました。お台場海浜公園 ……
511	2013/3/31 車<U+30FB>ゆりかもめ<U+30FB>	車<U+30FB>ゆりかもめ<U+30FB>徒歩の3通りが共存出来る貴重な場所です。車からだ眺めを楽 ……
512	2013/3/28 ランニングコースにもなります	道路の下部分が歩道橋になっていますので、歩けますし、走ることも出来ます（歩行者には注 ……
513	2013/3/27 見るのも通るのも楽しい	車で通るのもなかなかですが、ゆりかもめで眺めを楽しむのもとてもいいです。昼間はお台場一 ……
514	2013/3/26 歩いて渡れるんですよ<U+2763>	風のない恵まれた日、青い空と青い海を眺めながら楽しみました。レインボーブリッジを歩いて ……
515	2013/3/25 ランニングで渡りました！	車道と歩道が分離されていて安全にランニングできます。自転車は、台車をつけて押して通行で ……
516	2013/3/24 アクアシティお台場から見るの	お食事をしながらレインボーブリッジを眺めるには、アクアシティお台場のレストランがお勧め ……
517	2013/3/14 感動よもう一度<U+30FB><U+30F	半年ぶりに東京にきました。今回もレインボーブリッジは、七色に光ってくれないの？ って思い ……
518	2013/2/18 夕陽を正面にゆりかもめの先頭	ちょうど日暮れ時に、新橋からゆりかもめに乗ってお台場へ。先頭の子供たちがはしゃいで飛び ……
519	2013/2/15 ホテルからの夜景に感動<U+30F	実際に橋を渡っている間はバスだったのであまり感動はなかったのですが、やはり夜になって来 ……
520	2013/1/30 東京湾の眺望が素晴らしい！	天気の良い日には、最高のお散歩コースです！海から陸地に抜ける、海風が強いので（天気の良 ……
521	2013/1/29 やはり夜景が素敵	都内に行くのによく通っていますが、橋からの左右の眺めは気持ちが良いです。今回、橋自体の ……
522	2013/1/26 夕方のレインボーブリッジも良	レインボーブリッジといえば、夜景が有名でイルミネーションがとても綺麗です。ですが、私は ……
523	2013/1/24 バスで観光	バスで観光したので、ガイドさんが、詳しく説明してくれて、楽しかったです。橋の上を通るよ ……

524	2013/1/18	サンセットの撮影に<U+30FB>	タイの友達が遊びに来たときに「バイエリアの夜景を撮りたい」というのでお台場からレイン	……
525	2013/1/9	東京の観光スポット	地方から両親を連れて初の東京観光でした。ホテルがお台場ということもあり、いつもテレビで	……
526	2013/1/5	夕陽がきれいです	田町駅から歩いてレインボーブリッジを渡り、お台場海浜公園を經由して東京ダイバーシティま	……
527	2013/1/5	確かに虹色。でも、まるで韓流	1月1日に拝見。早朝出発便に乗る為羽田へ向かう日の出前のモノレールの車内からみました。	……
528	2012/12/25	夜景か夕暮れ時。	夜景もきれいですきですが、夕暮れ時も捨てがたいです。ただ道は渋滞の時間ですが。景色を楽	……
529	2012/12/22	東京湾景の主役	レインボーブリッジが建設される以前、足元の第3台場は夜になると、肝試しに利用できそうな	……
530	2012/12/21	やけいが素敵です	夜のライトアップがクリスマスらしさと相まって素敵な雰囲気です。また朝に見える橋の優美さ	……
531	2012/12/17	やっぱりきれいですね	オフィスからも見えるので、特に気にしたことはありませんでしたが、久しぶりにホテルのお部	……
532	2012/12/11	夜景は綺麗	遠くから見て夜景としては綺麗ですが、車で通ると、当たり前ですが、普通の大きな橋です。お	……
533	2012/12/10	渡るより<U+30FB><U+30FB><U+30FB>	湾岸夜景として、遠目で見た方が色とりどりのライトが降り注いで綺麗です。車で渡ってしまう	……
534	2012/12/9	意外と揺れます	道路の脇にある遊歩道。一度歩いてみようと思ってみたら、車では気付きませんでしたけど意外と	……
535	2012/12/9	微妙な色合いですよ(^_^)	ホテルから見えていましたが、なんだか色のバランスが良くないような<U+30FB><U+30FB><U+30FB>	……
536	2012/12/7	素敵!	シンフォニーから眺めた景色は今でも忘れられない程綺麗で感激でした。写真で見ると何倍も	……
537	2012/11/30	歩いて渡れます	何度も自動車で通った場所です。窓から見えるお台場の風景は美しいのですが、夜景は特に美	……
538	2012/11/24	東京湾を一望	遊歩道を利用しました。芝浦方面を眺めれば東京タワーがあり、お台場方面を眺めればフジテレ	……
539	2012/11/17	朝焼けの時の景色も格別です	昼間と夜景の景色がとかくクローズアップされますが、朝焼けの景色も格別です。朝早い時間に	……
540	2012/11/10	お台場の夜景	お台場から、レインボーブリッジを望む夜景は、絶好のポイント時折、クルーザや屋形船が通る	……
541	2012/11/2	遊歩道	レインボーブリッジには遊歩道がありました。夜景が非常に綺麗でした。季節によって空いてい	……
542	2012/10/29	一般道の時は有明から見よう	今までレインボーブリッジを通る時は首都高を走っている時が多かったのですが、今回は渋滞し	……
543	2012/10/28	夜景が素晴らしい	夜景が素晴らしいですね。東京タワーとレインボーブリッジの組み合わせが最高に素敵ですね。	……
544	2012/10/18	夜景	アクアラインを通りレインボーブリッジを渡り木更津東京間の高速バスから見る夜景はいつもな	……
545	2012/10/14	夜景としてぜひどうぞ	渡る分には普通の大きな橋ですが、夜景としては非常にきれいです。お台場のデックスビーチに	……
546	2012/10/8	ゲートブリッジのおかげで少し	レインボーブリッジは何度も通過したことはありましたが、10月連休の最終日、ゲートブリッ	……
547	2012/10/7	通過するだけでももったいない	最近ではめっきり話題にもあがらなくなってしまったこのレインボーブリッジですが、車で通過	……
548	2012/10/7	眺めても渡っても楽しい	夜のライトアップはもちろんきれいですし、ゆりかもめに乗ってわたるのも楽しい。さらには歩	……
549	2012/10/6	夜久しぶりに走ってみました。	昔からこの橋のドライブはとっても好きです。最近は走りながらスカイツリー、トウキョウタワ	……
550	2012/10/4	いろいろな角度から眺めて!	アクアシティお台場側からの眺めるのがメジャーですが、私は、夜、車でレインボーブリッジを	……
551	2012/10/2	お台場の代名詞	お台場からの眺めでレインボーブリッジは外せません。昼も夜もどちらも綺麗です。海辺に座り	……
552	2012/9/29	歩いて渡れる	芝浦とお台場を繋ぐレインボーブリッジは2層構造になっており、2階部分は首都高速、1階部	……
553	2012/9/27	夜のドライブに<U+30FB><U+30FB>	東京湾にかかる美しい橋です。夜のドライブに最適です。首都高速を走るのもいいですが、実は	……
554	2012/9/24	天気の良い日は景色を楽しみな	近所に住んでいることもあり、今までに3度ほど歩いて渡りました。一般道(下層)のすぐ隣に遊	……
555	2012/9/21	観光ならば夜	関東の親戚の家から都内の自宅に帰ってくるときによく利用します。やはりライトが照る夜に通	……
556	2012/9/20	レインボーブリッジからの夜景	日が暮れてから 車でお台場に行く途中、レインボーブリッジを通る時に見えた お台場の建	……
557	2012/9/19	派手派手しくなく綺麗です	日航ホテル東京に宿泊した際に、目の前にあるので、出掛けました。夜は数分おきに色が変わる	……
558	2012/9/16	徒歩で横断	芝浦ふ頭からレインボーブリッジを渡れますが、橋上は海面から50M位の高さなので、台場はもち	……

559	2012/9/8	車のときは必ず寄ってしまいま	東京に車で訪れるときは回り道をしても寄ってしまいます。遠くから見える橋もいいですが、橋 ……
560	2012/9/2	お台場からの眺めが最高！！	お台場の海岸からの眺めると最高です。本当にきれい。特に夜の夜景は暫く眺めちゃいます。コ ……
561	2012/8/27	素敵★	実際に渡るよりも、お台場からの眺めがイイ感じですよ。東京タワーと重なり、見ごたえがありま ……
562	2012/8/20	わたっただけですが…	東京を感じられるいい眺望だと思います。ただ、運転していると景色は見れませんか、ゆりかも ……
563	2012/8/15	一般道からの眺めはイマイチ	視界を遮るものが多いのは残念ですが、海やお台場の眺めはまあまあかな。まだ、高速を走って ……
564	2012/8/14	何時間見ても飽きない、心	やはり、なんといっても、お台場デッキのデッキから眺める夕方からの雰囲気は最高～です。金 ……
565	2012/8/10	東京タワーとのコラボが好き	2階建てになっている橋です。2階部分は首都高速道路、1階部分はゆりかもめ<U+30FB>一般道 ……
566	2012/7/28	『生きがい』	レインボーブリッジ…最高です、本当に大好きです。お台場海浜公園から眺める、夕日に映える ……
567	2012/7/1	歩いて渡れます。	レインボーブリッジを渡るときは、ゆりかもめか首都高速、都道を利用するのがポピュラーかと ……
568	2012/6/26	眺めは良い	ベイブリッジの遊歩道が閉鎖してしまった今としては貴重なレインボーブリッジの遊歩道は一般 ……
569	2012/6/14	見渡しヨシ！	快晴の昼間に通ったレインボーブリッジ。青空の下、あちこちに広がる観光名所が橋の左右に広 ……
570	2012/5/30	夜景が素敵	ライトアップされたレインボーブリッジはとてもきれいで素敵です。夜景を見ながらの食事はロ ……
571	2012/5/27	歩いて渡ろう	友人に、歩いて渡れるのを聞いて、歩いてみました。横をクルマがびゅんびゅん走っていて、風 ……
572	2012/5/13	遊びに行くと、違った趣き	G Wにお台場に行ったので、台場公園からまったりと眺めてました。通勤では良く通ってた道な ……
573	2012/5/7	ワクワク感の高い	動いてくビル群と時に全身を見せる東京タワーを後にし、お台場へと。いったん高所に昇るその ……
574	2012/5/4	デートで行きたい名所	東京湾に掛かる有名なレインボーブリッジ、東京の夜景が楽しめます。駐停車は基本的に駄目で ……
575	2012/4/22	歩道橋	お台場に通う用事がある度に何度も何度も往復した歩道橋がなつかしいです。ス ……
576	2012/4/21	日本一の夜景	レインボーブリッジから観る夜景は日本で1番綺麗だと思います。高速道路はバイクで2人乗りが ……
577	2012/4/16	遠くから見ると綺麗、通ると素	東京に仕事できました。やはり、レインボーブリッジを見てきました。遠くから見ると、まるで ……
578	2012/4/9	歩いても渡れます	東京の芝浦とお台場を結ぶ吊り橋です。2層構造になっており、上が首都高、下が一般道と新交 ……
579	2012/3/28	やっぱりキレイ。1度は見た方	久々にレインボーブリッジを見ましたが、やはり美しいです。カップルが多いですが。。お台場 ……
580	2012/3/26	レインボーブリッジからの眺め	レインボーブリッジからの東京は世界一の眺めと感じています。特に夜景は素晴らしいと！ただ ……
581	2012/3/15	私見ですが	東京湾の巨大な橋。開通して便利になりました。橋の景観も見事ですが、個人的には「ベイブリ ……
582	2012/2/26	ライトアップがとても美しいで	帰省の際に車で通りました。やはり、皆さんがおっしゃっているように、車で通るよりも遠目か ……
583	2012/2/23	夜のライトアップが素敵	ゆりかもめや首都高を利用するときによく通りますが、橋からの景色は最高です。ライトアップ ……
584	2012/2/19	ライトアップが綺麗！	とにかくライトアップされたレインボーブリッジは、車のライトと相まって綺麗です！遠くから ……
585	2012/2/18	夜景が最高	レインボーブリッジと言えば、特に夜景が最高です。（もちろん昼も好きです。）お台場からレ ……
586	2012/2/12	遠目からの景色が綺麗	レインボーブリッジを車で走りました。東京湾を望む景色は綺麗ですが、橋自体を望むなら遠目 ……
587	2012/2/8	車で行くといマイチ	車でレインボーブリッジを往復してみた。高速ではなく一般道だった。そのせいか、とくにわく ……
588	2012/2/1	遠くからだときれいです。	よくレインボーブリッジは通るのですが、通る前はとても綺麗だなと思うのですが、実際に上 ……
589	2012/1/31	お台場への入口	新橋駅からゆりかごめに乗って橋を渡る予定でしたけど、現地の友人と車で渡りました。自動車 ……
590	2012/1/31	レインボーブリッジ	ゆりかもめから見るレインボーブリッジも綺麗で好きですが、今回はクルージングで橋の下から ……
591	2012/1/30	夜景が素晴らしい	やっぱり、夜見るレインボーブリッジは、本当に素敵です。車で通るときも、何度通っても感動 ……
592	2012/1/20	お台場への人気観光コース	浜松町駅から都バスで渡るのが好きですが、新橋駅から”ゆりかもめ”で渡るのが普通だと思 ……
593	2012/1/13	まさにレインボーブリッジ	1 2月のレインボーブリッジはレインボーカラーのライトアップになります。お台場から眺める ……

594	2012/1/11	ちょっと排気ガスくさいけど	車で渡っても良い景色は見えますが、歩いて渡るのもおすすめです。田町側とお台場側の両方に	……
595	2011/12/24	外からも内からも素敵!	お台場から夜景の一部としてキラキラ輝くレインボーブリッジを眺める「外」からの景色も良い	……
596	2011/12/11	橋の姿より渡って見る景色がお	この橋は、首都圏ではまれである「吊橋」の代表です。中央と両脇のアンバランスさが特徴です	……
597	2011/11/30	ゆりかもめで	ゆりかもめに乗ってわたることが多いです。目の前に見えてくるのですが、レインボーブリッジ	……
598	2011/11/24	いいけど	前に自転車でお台場に行こうとしたら自転車はダメだと言われて使えないなって思った。遠目	……
599	2011/11/7	楽しめるかは天候次第	楽しめるかは天候次第。強風→ゆりかもめ以外の交通手段（徒歩含む）では恐怖を味わいます。	……
600	2011/9/19	徒歩で	夕方にお台場から徒歩で途中まで行きました。震災前だったので、節電もなく絵葉書のように浮	……
601	2011/8/25	夜景が最高!	徒歩で渡る<U+30FB>車で一般道で渡る<U+30FB>ゆりかもめで渡る<U+30FB>車で高速道で渡る、一	……
602	2011/8/24	ゆりかもめでも満足	できることならレンタカーでレインボーブリッジを通して見たかったんですが、予算の都合上、	……
603	2011/8/16	節電?	夜になって、夜景がきれいな時間になっても、普通の橋でした。節電でしょうか? 仕方ないです	……
604	2011/8/9	4種類の渡り方があります	4つの渡り方があります。①首都高速を車で	……
605	2011/8/7	歩いて渡るのがお勧めですよ	首都高、一般道、ゆりかもめ、歩道と多彩な交通手段が通っています。歩道を歩くと、橋の中央	……
606	2011/8/4	私は浜松町からバスで	なんでしょう、お台場って近いのに旅気分をそそりますよね? (関東人にとっても) 私はゆり	……
607	2011/7/21	歩いて渡るのもアリ	無料で歩いて渡れます。歩道までエレベーターで昇れます。橋の途中から見る、お台場の風景が	……
608	2011/7/1	あまり感動しなかった	千葉に住んでいまして、川崎に住んでいたことがあったのでちょっと懐かしくバイクで行ってみ	……
609	2011/5/16	何といっても夜景	夜景が一番です。レインボーブリッジとは思いついたネーミングですが、名前に恥じない美しさ	……
610	2011/4/29	何と言っても夜景!	姿の美しい吊り橋、昼間もきれいですが、やはり夜景が一番。お台場の公園や展望台からの眺め	……
611	2011/3/28	とてもきれい	レインボーブリッジを渡るのも好きですが、きれいなその眺めを見るのが好きです。お台場の	……
612	2011/3/5	首都高速、一般道、ゆりかもめ	レインボーブリッジは首都高速、一般道、ゆりかもめで渡ることができます。一般道には歩道も	……
613	2011/2/8	スカイバスで渡るのすすめ	スカイバスに乗って、レインボーブリッジを渡りました。風が強いけど、とっても面白いです。	……
614	2011/2/3	歩いて渡れます	もちろん無料です。新橋側からは橋に近づく真下にエレベーターがあります。それに乗って橋	……
615	2011/2/1	やはり夜はものすごくきれいで	いつも首都高速道路でこの橋を渡るのですが、やはり夜がものすごくきれいです。車をとめて降	……
616	2011/1/31	スカイバスから	2階建てのスカイバスでレインボーブリッジを通りました。オープンエアなので風はすごいですカ	……
617	2010/12/31	海上から良好な眺望	レインボーブリッジを通るだけでは橋の美しさはわかりません。自由なアングルで橋を楽しめる	……
618	2010/12/31	夜景を楽しんで	横浜のベイブリッジもきれいですが、東京はレインボーブリッジ! お台場の景色と一緒に夜景を	……
619	2010/12/30	東京のシンボルを結ぶ橋	東京の夜景で綺麗な場所は昔から有名な東京タワーと新しく名所となったお台場が有りますが、	……
620	2010/11/5	眺めは最高です。	よくドライブ中に通るのですが天気が良ければ昼夜問わずに素晴らしい景色が堪能できます。私	……
621	2010/11/3	夜景が最高	何と言っても夜景が最高です。車で橋を渡ってる時に見えるフジテレビ方面の景色が良いです。	……
622	2010/9/25	お台場の有名な橋です	有名過ぎて何を書こうかとかえって思うのですが、お台場のフジテレビ、自由の女神像、観覧車	……
623	2010/7/27	台場から日の出桟橋まで	夕方7時15分出発のフェリーに乗りました。7月末だったので陽がながく乗船した時はうっす	……
624	2009/12/17	歩いて渡ってみてください	歩いて渡れますので、お時間がある方は是非歩いて渡ってみてください。ただし夜になると閉ま	……
625	2009/7/31	夜のドライブへぜひ	日が沈んで、お台場の光が鮮やかに灯される頃が一番キレイな景色を見られると思います。特に	……
626	2009/7/9	竹芝桟橋からの眺め	伊豆諸島などへの起点となる竹芝桟橋。船内への搭乗ターミナルの屋上は木製のデッキとなって	……

## Data profile at Irabu Bridge site

no.	review_date	review_title	review_content
1	2018/3/25	最高! (天候次第かも)	宮古島から伊良部島方面行きがいい。少しずつ登り坂になりまた少し下り、そして急な登り坂に……
2	2018/3/25	景色最高	市内から空港へ帰る途中に寄りました。景色が最高です。橋を渡ったところの右手に駐車スぺー……
3	2018/3/24	よそ見注意	宮古ブルーの海の上にながーくかかっている橋なので、ついよそ見をしたくなります。途中3箇所……
4	2018/3/13	晴れていたら気持ちよさそう	本当に長い。きれいな海の上をドライブすれば楽しいと思います。自分が行ったときは曇ってい……
5	2018/3/13	橋も海も綺麗<U+2757>	海がなんとと言ってもきれい。バスからですが、時々海亀もみえるとか。私達は発見できませんで……
6	2018/3/13	海からの景色がとってもいい	レンタカーで廻りましたが、写真を撮るのに止めるスポットもありました。自転車でも廻っても気持……
7	2018/3/5	すごい景観	完成して数年の立派な橋です。伊良部島に簡単に渡れます。借りたレンタカーのナビには まだこ……
8	2018/3/3	ずっと走っていたいほどの気持ち	ずっと行きたかった場所、伊良部大橋を渡りました。何回渡っても飽きない。何往復もしました。……
9	2018/3/3	絶景!	橋のからの景色は沖縄一だと思ひます。ゆっくり景色を見ながら運転していたり、停車している……
10	2018/3/2	素晴らしい眺望一何より無料がい	全長3 5 4 0 メートルの素晴らしい眺望の伊良部大橋を渡る。しかも通行料は無料なのがいいね。……
11	2018/2/21	日本で一番長い橋	無料の橋では日本で一番長い橋です。フラットなのかと思ひましたが、途中中央付近はかなり昇……
12	2018/2/20	アーチがアクセント	宮古島は、離島へ渡る橋がいくつもあることが魅力ですが、この橋は、アーチになっているので、……
13	2018/2/20	無料で通れる日本最長の橋	宮古島と伊良部島を結ぶ伊良部大橋です。だいぶ先の方で橋が盛り上がりて見えますが、大きな……
14	2018/2/16	夢に出てきそうな景色	何度訪れても、ここの景色は素晴らしい。夢に出てきそうです。自動車でのドライブは最高です……
15	2018/2/16	宮古島3大大橋で一番!	宮古島で一番長く迫力がある伊良部大橋。橋の長さだけで3540メートル。この日は北からの風が……
16	2018/2/15	無料の橋で日本一の長さ<f0><U+0	クルマのCM などでお馴染みの橋。この橋の美しさは 橋の曲がり具合と高低差。とにかく 周り……
17	2018/2/10	天気	天気が良くなかったせいもあり、本や写真でみるような綺麗さはありませんでした。綺麗さを求……
18	2018/2/9	ここへ来たら是非!	沖縄<U+30FB>宮古島へ来たら是非行って欲しい橋です。渡る前の駐車場に車を止めて降りてゆ……
19	2018/2/8	右も左も絶景	たっぷり3.5 kmあるので、絶景ロングドライブを楽しめます。クリスマスの時期に渡り、曇り空……
20	2018/2/6	風が強い日は車がかなり揺れます	雨で風の強い時(風速20m位)に行きましたが、それでも感動しました。本土なら通行止めになり……
21	2018/2/3	朝焼けは絶景	マラソン大会で走りました! 足の速いランナーさんだと暗闇の間にこの大橋を通過してしまいま……
22	2018/2/2	日本最長	無料で渡れる橋では最長らしい橋がこの伊良部大橋。美しい海岸線を見ながら海上を走るという……
23	2018/1/31	大好きな伊良部大橋	宮古島旅行中は、毎日行きました! もおなんととっても綺麗な海を見渡す事が出来て、たまらん……
24	2018/1/29	なんといっても宮古島のメイン	本土なら有料道路になる大橋を渡るのは圧巻。ガイドブックには必ず写真が出てくる宮古島の最……
25	2018/1/29	歩いて往復	行きは楽しく渡れました。最高地点30mも美しい景色に感動しながら楽々渡りました。折角だから……
26	2018/1/27	見るのも渡るのも美しい橋	原付バイクで伊良部大橋を渡りました。絶景を見ながら風を切って走るの、とても気持ちの良……
27	2018/1/26	晴れた日に行きたい	残念ながら自分が行った日は曇り。ちょっとテンションは下がりましたが宮古ブルーの海があま……
28	2018/1/25	天気の良いときに	前は曇ったときに行きましたが、今回は快晴だったので、海の色がすごくきれいに見えました。……
29	2018/1/22	伊良部大橋の写真スポットは〜?	宮古島の橋の代表と言えば「伊良部大橋」です。宮古島と伊良部島とを結ぶ橋で、全長3540m、……
30	2018/1/21	形が美しい橋	曲線の形が美しい橋ですね。昔のTVCMで「地図に残る仕事」というのがありましたが、まさに地……
31	2018/1/17	ポイントは橋上から見る景色では	橋を通過しているときに海の水の美しさは堪能できますが橋の美しさはあまりわかりませんし、見え……
32	2018/1/16	日本一の無料橋	美しすぎる景色を見ながらのドライブは最高幸せです! バイクでも行ってみたいとなりました。途……
33	2018/1/15	橋からのロケーションは普通!	橋の両端に駐車場があるので、そこから橋と海を観ると良いと思います。宮古島側の駐車場は売……



34	2018/1/13 感動	嫁さんと車借りて行きました！多分、日本で一番綺麗で、少し感動しました。車止めて、写真撮
35	2018/1/8 とにかく長いです	宮古空港から観光タクシーを利用し、同大橋を往復しました。橋の中央部分に差し掛かると天に
36	2018/1/8 晴れていたら最高の景色です	午前中は宮古島側からの写真が綺麗で、午後は伊良部島からの写真が綺麗に映るそう
37	2018/1/2 強風に注意	あまりの強風で本来は橋の途中では停車禁止でした。かなりの強風で、立っているのもままなら
38	2018/1/2 絶景	宮古島側に駐車場があり橋の全景が見れます。途中、山になる部分がありそこを下ると、両側に
39	2017/12/28 素晴らしい青のグラデーションが	宮古島ドライブの2日目。島の北部と池間島を回ってきた私たちは、次に、伊良部大橋を渡って
40	2017/12/24 凄くキレイです	お天気も良くて、海が透き通って見えるので、お魚も泳いでるのが見えます。近くにトイレはない
41	2017/12/23 絶景なり	宮古島旅行で伊良部島のホテルに宿泊しました。伊良部島に渡るには、伊良部大橋を通るのです
42	2017/12/21 かなり長い橋	見渡す限り海でした。晴れていれば、エメラルドグリーンの海が見られるらしい。曇りだったの
43	2017/12/21 無料で渡れます	海が左右に見えて、見える青がとてもきれい！！橋の入り口にある駐車場に車を止めて、歩いて
44	2017/12/21 トライアスロンで行きました	素晴らしい眺めの橋です。宮古ブルーの海が360度見る事が出来てここに行くだけでも価値があり
45	2017/12/18 海の色がすごい！	ここは日本なのか？という感じの海の色が見られます。途中で車を止められる場所があるので、
46	2017/12/15 夜	夜車で走りましたが電灯が少なく、あることはあるのですが、小さいライトのようなものしか
47	2017/12/7 日本で1番綺麗な橋だと思います。	今まで、船か、飛行機でしか行けない場所に出来た橋。美しい海を壊さないデザインされた素敵
48	2017/12/5 すばらしい	昼間通ってさらに夜にも通りたくなりました。ブルーで染まる中央をガンガン来るので攻めれる
49	2017/12/3 風が強い	ドライブして真ん中の休憩スポットで車を停めて写真撮影をしました。私たちが行った数日後に
50	2017/12/1 絶景な大橋	とにかく絶景。宮古島（伊良部島）に来た一！って感じがします。橋の途中では停車できません
51	2017/11/30 素晴らしい景観	橋の上から見る海の色がとてもきれいでした。また、橋の中央部付近に停車スペースがあり、車
52	2017/11/27 美しい。アップダウンがあっ	アノ事故があった橋ですが、同じ場所で車を停めている子連れの人とかいて
53	2017/11/24 長い	宮古島の新しい観光名所の伊良部大橋は残念ながら事故のせいで車を止めることはできなくなっ
54	2017/11/19 サンゴ礁の中を通る大きな長い橋	天気が曇りだったので、サンゴ礁のきれいな海の色が暗めでしたが、ドライブで行ってみる価値
55	2017/11/18	綺麗な橋でした。車もすいていて、の運転手さんもゆっくり
56	2017/11/17 無料の長い橋	滞在中レンタカーで2往復しました。地元の車両はゆっくりとしたスピードで走っているため、
57	2017/11/16 暴風注意	事故の影響で橋の上では車を止め降りることが禁止されております。ですが、橋からはと
58	2017/11/16 さすがの伊良部大橋	以前から宮古島の旅行の際に橋が出来たら渡りたいと思ってました。やっと出来たという事だっ
59	2017/11/14 空港から往復1時間弱、良い景色	帰りの飛行機まで時間があつたので、往復1時間弱で行ってきました。あいにくの曇りでしたが、
60	2017/11/11 ドライブ最高です。	エメラルドグリーンの海の上をドライブ最高です。運転手は景色をゆっくり見れないのが残念で
61	2017/11/9 海の濃淡を堪能	橋が一番盛り上がっているところで車をとめ、写真をとりました。（自己責任で）宮古島、
62	2017/11/7 景色がとても良い！！	長さ約3Kmと長い海中道路です。景色も素晴らしく運転していても気持ちいい道路です！！島の展
63	2017/11/1 風強いですが…	長く宮古ブルーの海が眺められるので、楽しいです。たまにサイクリングしてる人いますが、起
64	2017/11/1 観光客だらけ	よくぞこんな長い橋を造ったもんだ！と感心させられます。伊良部島の人は良かっただろうな（
65	2017/10/31 良い景色	長くのびる橋とエメラルドグリーンの海がとてもマッチしていて、とてもきれいでした！宮古島に
66	2017/10/31 長さ と高さ	この10年以上ずっと出来上がりを楽しみにしていました。伊良部に行くには以前はフェリーで
67	2017/10/31 橋上からの宮古ブルーに感激です	この日、宮古島ドライブを続けていた私たちは、池間島と宮古島の北部を走った後、この伊良部
68	2017/10/28 車でドライブ！	窓を開け心地よい風を感じながら走りました最高の景色に大満足夕日が沈む頃に渡ると最高だと



69	2017/10/25 絵になる橋です	伊良部島と宮古島を結ぶ橋です。エメラルドグリーンの海の上に来るまで浮かんでいるような、きれいな景色が広がります。
70	2017/10/25 美しい綺麗な	テレビでニュース、CMとかでは見たことはあるんですが、いざ現地で見てびっくりです、橋と海がこんなに美しいです。
71	2017/10/23 日本一綺麗な	日本中に橋もいろいろありますが、この宮古島の海の色にはかないません。伊良部展望台からが綺麗です。
72	2017/10/22 台風による強風の中	超大型台風21号の影響で雨は降っていないものの強風が吹き荒れる中、旅行中にもう一度渡りたかったです。
73	2017/10/22 いわずと知れた人気スポット	日本一長い無料の橋ですね。長さは3510M(サンゴの島(トウ))で覚えやすいです。橋自体は起伏が少なく、走りやすいです。
74	2017/10/21 長い長いコンクリート橋	確かに長いですね。かなりのアップダウンがあって、見ごたえがあります。でも、武骨な感じがして、走りやすいです。
75	2017/10/20 天気のいい日にぜひ	無料の海上橋としては日本最長だそう。橋の下を船が通るため、アップダウンがあり、それによって、走りやすいです。
76	2017/10/18 にどもさんどもなんども	伊良部のゲストハウスに宿泊。出かける度に、通ってました。朝、昼、夕方と様々な美しさを感じました。
77	2017/10/18 素晴らしい	前回訪れた時は建設中で船の上からすごい橋ができるなと思っていました。宮古には長い橋がいっぱいあります。
78	2017/10/14 長くて景色もいい橋だけど、マナーが悪い	景色といい、その長さといい非常に自動車でゆっくり渡ると非常に感激します。しかしマナーの悪い人が多いです。
79	2017/10/11 レンタカーがあったら必ず行って	無料の3キロ以上の海上の橋です。宮古島側の橋の入口に、パーキングがあります。また、橋の途中にトイレがあります。
80	2017/10/10 名物の橋	距離が長く、海の色がとても綺麗です。また、高低差があるので、景色だけでなく橋の作りも楽しめます。
81	2017/10/7 HONDAオデッセイのCM見ました？	海の色が素晴らしいので、ぜひお天気の良い時にドライブして下さい。ただし橋は駐停車禁止なので、ご注意ください。
82	2017/10/6 約3.5キロのきれいな橋！	駐停車禁止ですが、つい止まりたくなる、見とれていたい橋です(笑)！パトカーに注意されています。
83	2017/10/3 違法駐車	車を停めてはいけないのに、違法駐車写真撮る人が沢山いて、運転中は怖かった綺麗な景色で、違法駐車が多いです。
84	2017/10/3 全長約3Km、海の上を走る	旅行中の天気等にもよりますが、朝や夕方ではなく、晴れた日の日中にこの橋を渡ってほしいです。景色が綺麗です。
85	2017/10/2 景色が素敵<U+2757>	全長3000メートルは圧巻でした(*' <U+2207> ')初めて行きましたが、途中車を止めて写真撮影もできます。
86	2017/10/1 伊良部大橋	大人気の宮古島の新名所。無料の橋では日本一の長さだそうです。とにかく景色が素晴らしい！写真を撮りたいです。
87	2017/9/25 宮古島の先の伊良部島の自然史と	どうも、、、沖縄の観光というと、太平洋の島でマリンレジャーというだけではないやはり、琉球文化の宝庫です。
88	2017/9/21 宮古島マラソンで走ってきました	美しい海中道路がマラソンコースになっています。今まで参加したどのマラソンコースよりも気持ちよく走れました。
89	2017/9/21 壮大<U+203C><U+FE0F><U+203C><U+203C>	さすが全長3000メートル以上の橋です☆エメラルドグリーンをバックにした壮大な橋の景色が綺麗です。
90	2017/9/21 ランニングにもいいです	往復すると6キロほどになりますが、景色は最高です。橋の勾配がかなりあるので、ランニングは少し大変です。
91	2017/9/21 天気が良ければサイコー！	とても素敵な場所です。天気が印象を左右すると思いますが、訪れた時は快晴だったため、本当に良かったです。
92	2017/9/20 一見の価値はあり	一見の価値はあり。ただ、それ以上でも以下でもない。観光客のマナーが問題になっているそうなので、ご注意ください。
93	2017/9/20 海の上のドライブ	天気がよければ、青い海の上を気持ちよくドライブできます。外国の観光客が橋の途中で写真撮影をしていますが、邪魔です。
94	2017/9/20 眺め最高	日中はもちろん最高の眺め、夕日が沈む頃も最高の眺め。何度通っても無料なんて最高に便利で、景色も綺麗です。
95	2017/9/16 伊良部大橋	海の青さと空の青さが最高ですよ。お天気が良いことを祈ります。車を停めてゆっくり眺めたいです。
96	2017/9/16 無料の長い橋。	青い海に伸びる白い橋。青い空と白い雲。ゆっくり走行したくなる眺めでした。橋の真ん中は船が通るため、走りやすいです。
97	2017/9/15 橋は長く景色はいいし、橋の上から	伊良部大橋には途中何箇所か車を停めて景色を楽しむ場所があり、2回停めて展望を楽しみました。景色が綺麗です。
98	2017/9/13 空いてる橋って感じかなあ？	与那覇前浜ビーチのすぐ目の前に、最近出来たらしいです。いざ通ってみると、あまり車通りは多くないです。
99	2017/9/9 宮古島の大橋で随一の景色	宮古島にある3つの大橋の中で随一の規模と景観を楽しめます。この橋の特徴は橋の途中にセーリング船が通る事です。
100	2017/9/7 宮古島に行ったら一度はぜひ	絶景の青い海の上を洒落たデザインの橋が通る、これだけで十分ですよ。わたったあとにあるのは、伊良部大橋です。
101	2017/9/6 すばらしい景色	あいにくの天気でしたが、海の上を走っている感覚になるととても爽快感を感じました。みなさんもぜひ訪れてください。
102	2017/9/6 日本一長い橋	日本一長い(無料で渡れる)橋なので、宮古島に来た際に何回か渡りました。私は運転に集中して、景色はあまり見ていません。
103	2017/9/4 美しい橋と海	宮古島と伊良部島を結ぶ伊良部大橋無料で渡れる日本最長(3540m)も橋3(サン)5(ゴ)と、数字が綺麗です。

104	2017/9/4 ウミガメ	宿の方に「ウミガメが息継ぎにあがってくるのが見えるかもしれないから、運転手さん以外は良	……
105	2017/9/3 初宮古島	あいにくの曇り空であまり天気がよくなかったのですがそれでもキレイな海とスゴイ長さの橋の	……
106	2017/8/30 橋の上からの景色は格別！	写真を見て頂けると分かると思います。橋の両側に広がる水色の海と青い空…絵葉書見たいに綺	……
107	2017/8/30 宮古島の中では普通かな	今までに見たこと無いような立派な橋なのは間違いなし、景色もいいです。まあ、宮古島に来	……
108	2017/8/29 絶景ドライブ	伊良部島や下地島のシュノーケリングスポットへ行くときによく通ります。橋の上は駐停車禁止	……
109	2017/8/29 素晴らしい	橋を渡り市場へ！おいしいイカやマグロの刺身をいただきました。近くに下地島空港、少し離れ	……
110	2017/8/28 駐車場があります	ちゃんと駐車場がありますので落ち着いて写真を撮ることが出来ます。気持ちのよい絶景です。	……
111	2017/8/28 橋の上は駐停車禁止！ ルールを	Google Mapのストリートビューでも標識が確認できる。路側帯に停車することを促す書き込みが	……
112	2017/8/24 噂通りの橋	初日泊のホテルからも見えていて、偉大さを感じました。翌日朝から出発橋も凄いけど、海はも	……
113	2017/8/20 通る時間帯で表情が違う橋	下地島のホテルに4泊したため、宮古島との往来で何度も渡りました。最初は皆さんの感想同様、	……
114	2017/8/19 美しい橋と素晴らしい海	レンタカーでドライブしました。橋の形と海の綺麗さが素晴らしかったです。橋の途中に駐車ス	……
115	2017/8/17 車が少ないと<U+30FB><U+30FB><U	初伊良部で宮古島ブルーの海は大満足だったけど、路肩に多くの車が駐車していて写真を撮って	……
116	2017/8/15 橋が見どころ	国内の橋の中でも最も有名で綺麗な橋の1つです。車で走っていると両サイドにコバルトブルー	……
117	2017/8/15 ドライブに最高です。	昨年にも下地島空港に行く際に通りましたが、今回初めて橋の途中にある停車スペースに止めて	……
118	2017/8/15 夜景も綺麗	夜に伊良部島に用事があって通りました。夕焼けがとても綺麗に見えました。昼間も左右の海が	……
119	2017/8/14 開通したばかり	開通したばかりだそうです。途中、道路脇に止めて撮影ができます。島の入り口には、まもるく	……
120	2017/8/12 宮古ブルーが堪能できる長い橋	3540Mの長い橋。昔、来たときはフェリーのレンタカー乗っけて島観光してました。便利にな	……
121	2017/8/12 美しい	以前のフェリーの方が趣があるかと思いましたが、大橋もほんと美しいの一言です。少し人が増	……
122	2017/8/11 何度渡っても最高	再度訪問となりますが、やはりこの景色は何度見ても感動に値します。橋の頂上から下る瞬間。	……
123	2017/8/11 伊良部島は3回目、橋ははじめて。	前回来たときは、フェリーで渡りました。まだ、Touch&Goも見れた。中の島海岸が目的でしたが、	……
124	2017/8/10 圧巻でした！	車のCMに登場しそうな、真っ直ぐにのびた道路、両側に見えるエメラルドグリーンの海に感激	……
125	2017/8/9 CMで見えるような風景	宮古島にある伊良部大橋は美しい海の上を車で走ることが出来る橋です。思わずワッー<U+301C>	……
126	2017/8/9 最高なドライブ！	伊良部大橋ができてから、2度目のドライブ！晴天に恵まれ、景色が最高<U+301C><U+266A>橋の手	……
127	2017/8/8 天気の良い時に渡りたい	宮古島と伊良部島を結ぶ橋で無料で通行できる橋としては日本一の長さです。路線バスで往復し	……
128	2017/8/7 長い橋です	伊良部島に向かう、とても長い橋です。周りの景色は最高！途中何か所か車を止められる場所が	……
129	2017/8/4 景色が最高です。	ホテルからレンタカーで宮古島と伊良部じまを渡す、伊良部大橋を渡りました。とても素敵景	……
130	2017/8/4 長い	エメラルドグリーンの海の中を走る気分は爽快です。途中の駐車場で車を止めて、暑いですが、	……
131	2017/8/4 絶景です。	橋の入り口で記念撮影をしました。入り口からの景色もきれいです。途中で停まるところが無い	……
132	2017/8/1 気持ちいいですね<U+301C>	オプショナルツアーの場所が伊良部島が多かったので、何回か渡りました。相変わらず素敵な風	……
133	2017/7/31 おすすめ撮影スポットは伊良部島	伊良部島側には伊良部大橋と青い海の素晴らしいコラボレーションが撮影できるスポットがいく	……
134	2017/7/31 大きい<U+2757>長い<U+2757>	出張の余り時間で通りました。こんな遠く離れた南の島にこんなにも大きな橋があるなんて<U+27	……
135	2017/7/30 最高の景色	何度も通りましたが、沖縄で一番素晴らしい景色が楽しめる橋だと思います。満天の星の夜空を見	……
136	2017/7/27 無料の橋では国内最長	宮古島と伊良部島を繋ぐ橋。一応駐停車禁止の標識があるので、途中で止まれないはずだが、ど	……
137	2017/7/26 無料で渡れる最長の橋	この橋は日本で無料で渡ることができる最長の橋です。天気がよいと宮古ブルーの海が見られる	……
138	2017/7/26 さすが宮古島<f0><U+009F><U+008	曇りの日に訪れましたが、やっぱりもったいないと思って橋を渡らず帰って、晴れの日を待って	……

139	2017/7/25 伊良部ブルー最後！！	伊良部大橋、ドライブにはほんと最高です！景色は、壮大で目の前に広がる伊良部ブルーは、感動……
140	2017/7/25 日本最長の橋	無料の橋では日本最長らしいです。両側に美しい海が広がっており、ロケーション最高です。平……
141	2017/7/23 やはり新しいだけあって最高の橋	伊良部大橋に車を停めてしばし眺めます。平な伊良部島がみえます。伊良部大橋の中央部分が高……
142	2017/7/22 橋を巡る旅のハイライト	宮古島の旅は、奇しくも橋を巡る旅のようになってきましたが、その中でもやはりハイライトです。……
143	2017/7/22 すごくきれい！！	天気がいい日と悪い日に二度行きましたが、断然天気がいい日が良かったです！海の青さと空の……
144	2017/7/21 長い長い素敵なお橋	ロケーションも良く綺麗な橋で、海がキラキラと輝いて見えます。滞在中、2度車を走らせドライ……
145	2017/7/21 船上から	宮古島エリアのダイナミックな地形ダイビングとのんびり沈船ダイビングを楽しんだ帰りに遠目……
146	2017/7/19 こんなすばらしい橋が無料なんて	両側コバルトブルーを横目に青い空に飛び込んで行く様に感じた橋です。私は運転中なので、泣……
147	2017/7/19 日本一長い無料の大橋	日本一長い無料の大橋で気分よくドライブ。山口県の角島大橋（日本で二番になってしまった）……
148	2017/7/15 綺麗	見応え十分綺麗な青い空、青い海、綺麗な橋、何度見ても感動します。しかも無料で渡れる。宮……
149	2017/7/14 2015年1月31日に開通	宮古島旅行の観光として、真っ先に訪れました。無料で通行出来る橋としては日本最長の3540m……
150	2017/7/12 わき見運転注意！！	空と海がとにかく綺麗で、わき見運転しちゃうので、注意！！原付バイクで渡りましたが、気持……
151	2017/7/12 絶景	初の伊良部大橋です。来間大橋と池間大橋は以前に行きましたが、どちらもとても海が綺麗で癒……
152	2017/7/11 巨大な橋とコバルトブルーの海に	宮古島と伊良部島を結ぶ3.5kmの道路。無料で通れる橋としては日本最長なのだから。普段見るこ……
153	2017/7/11 美ら海に架かる伊良部大橋	クルマのCMをみて本物が観たくなり宮古島に行ってきました無料の橋では長さが日本一、CMのイ……
154	2017/7/9 長い	長いのですが、景色が良いためあつという間に感じます。夜は車のテールランプや橋のライトが……
155	2017/7/9 車より	宮古へ行き、絶対に渡りたい橋でした。本来はバイク（自転車）でゆっくりと橋の上での景色を……
156	2017/7/6 絶景	サトウキビ畑かな？を抜けると海の中に向かって橋というよりは、道が通ってます。高い建物も……
157	2017/7/6 凄い橋です。	大きな橋で、真ん中が高くなっています。船を通すためだと思いますが、この橋を造る計画した……
158	2017/7/5 昔を懐かしんで	いきなり便利になりました。以前は、平良港からフェリーでのんびり40分。今はこの橋を渡れば……
159	2017/7/4 観光タクシー	2年前は開通してなかったのか初めて渡って来ました。とにかくきれいな！途中止まってくれて写真……
160	2017/7/3 素晴らしい	最終日に伊良部に行こうと思ったのですが、時間がなく伊良部大橋を往復しただけですが、宮古……
161	2017/6/28 眺めがすばらしい	途中で停まってきれいな海が見られます。でも、いついっても風がきついので帽子、日傘には気……
162	2017/6/27 大きく持ち上がった橋がおもしろ	全長3540メートルもある長い橋です。橋から見る景色は海が青く絶景でした。橋のたもとが……
163	2017/6/22 最高	天気のいい日に是非。平良港トゥリバー地区と伊良部島の長山の浜を結ぶ離島架橋。通行料金を……
164	2017/6/21 ゆっくり渡る。	橋なんだけど向こう側に渡ることが第一目的ではなく、景色のために渡る橋。制限速度をきっち……
165	2017/6/19 自転車で渡りました	伊良部島を自転車で1周したくて伊良部大橋を渡りました。けっこう傾斜があつてかなりきつ……
166	2017/6/11 とにかく長い	本島側の入り口に駐車場があり 少し高台もあり 写真は1枚はこの場所でとった方が良いでしょう……
167	2017/6/7 絶景です	伊良部島へこのは伊良部大橋で渡れます。海の真ん中にすーっと一本伸びています。お天気……
168	2017/6/1 無料で快適	伊良部島、下地島へレンタカーで行きました。レンタカーのカーナビにはまだ載ってなく、海の……
169	2017/5/29 念願の	3年振りの宮古島。前回来たときには建設中だった伊良部大橋。今回初めて車で渡ることができ……
170	2017/5/28 古めのナビには登録されていない	スケールの大きな雄大な橋です。橋の真ん中付近がアーチ状に高くなっているのは、大きな船で……
171	2017/5/27 やっと出来ましたね<U+266A>	初めて見た時は、ダイビングの時にまだ作っている最中で、今度来た時は出来てるかなって思っ……
172	2017/5/25 伊良部島ヘレッツゴー！！	日本一長い橋、伊良部大橋、綺麗な海の上を走るのはとても気持ち良かったです。途中には3……
173	2017/5/25 爽快なドライブ	かなり長い橋ですが通行料無料です。右を見ても、左を見ても本当にきれいな海です。橋手前に……

174	2017/5/24 交通に注意	当たり前ですが、観光地である前に公道なので、交通ルールは守りましょう。駐車禁止場所での駐	止は厳禁です。……
175	2017/5/23 絶景！！	今まで見たことのない景色にビックリ！ 天気が良くで宮古島ブルーの海が一面に！ ちょうど	……
176	2017/5/23 沖縄、宮古島で一番新しい大橋	唯一の小島に渡る大橋が工期が最後であって、ここの伊良部だった。対抗する2車線だが美しい	……
177	2017/5/22 最高のドライブ	自分の両側に広がる海がキレイで、目の前の橋が長く伸びて、橋好きには欠かせないスポットで	……
178	2017/5/20 綺麗な海のど真ん中を突っ切る	新しくできた橋でとても綺麗です。車を寄せれる場所もあり、車から降りて綺麗な海を眺めるこ	……
179	2017/5/20 宮古島の絶景ポイント	比較的最近出来た橋で、ナビによっては海を走っているように表示されます。高低差のある長い	……
180	2017/5/18 長ーい！	レンタカーのナビにははいつてませんでした。海の上を走ってました。両側の海がきれい！高い	……
181	2017/5/18 海を見渡せる新しい橋	2015年ごろに出来たと思いますが、伊良部島と宮古島本島を結ぶ新しい橋です。この橋が出来	……
182	2017/5/17 宮古島旅行	宮古島観光で訪れました。あいにくの雨模様で景色は今ひとつでしたが、天気が良ければ海も綺麗	……
183	2017/5/13 3キロ以上の橋！	とにかく長い橋で、また遠浅の海なので天気が悪くても青く見えるので良かったです。無料で渡	……
184	2017/5/13 感激	約3kmのアップダウン。両側に宮古ブルー。特に下りの時、宮古ブルーがひらけていく感じは最高	……
185	2017/5/13 環境に配慮した弓状の橋	橋が潮の流れを壊すことが無きよう弓型にカーブしてる長大な橋です。本土なら間違いなく通行	……
186	2017/5/6 絶景	宮古島で一番綺麗なビーチではないでしょうか？GWに行きましたが、天候に恵まれ最高の絶景を	……
187	2017/5/6 丁寧	海がとても綺麗、途中の休憩スポットで写真撮れます。環境を汚さず、こんな橋を建てるなんて、	……
188	2017/5/5 日本で一番長くて無料の橋	日本で一番長くて無料の橋、と地元の人に自慢げに説明を受けた橋。一番が長い、で終わらずに	……
189	2017/5/4 綺麗な海と橋	バスからの眺めですが、橋を通過中に海の色が変わるのが綺麗です。歩いている人もいて散歩コ	……
190	2017/5/4 海の上を最高な気分で渡れる橋	本当に長い橋です。ゆっくりと走れるし、途中で止まれるスポットもあるので、写真も撮れます。	……
191	2017/5/3 景色を楽しみゆっくり走りたい	エメラルドグリーンやコバルトブルーの海を楽しみながら走れる橋。ちょっとカーブしたり、ア	……
192	2017/5/3 路肩と車道	路肩と車道が同じ高さで危険な感じす。大型車両が通るときに特に危険に感じます。自転車	……
193	2017/5/3 まさに海上道路	飛行機から見た時には、あー長い橋だなあ…っと。実際に見たら、長いし大きいし海はきれい	……
194	2017/5/1 今回も強風でした	あいにくの天気で、風が強く。飛ばされそうになりました。伊良部から宮古島方面が写真するに	……
195	2017/4/30 海の上をドライブしている気分	海の上をドライブしている気分になれますが、高所恐怖症の私にとっては一瞬怖い気持ちになり	……
196	2017/4/29 途中で車を止められるスポットが	宮古島の3つある大橋の中で、最も新しく、最も長い橋です。全長3.5kmと、車で走っても時間が	……
197	2017/4/22 やっとつながった！	以前はフェリーでしか行けなかったのものでものすごく便利になりました。宮古島からつなが	……
198	2017/4/22 宮古島で一番の観光スポットかな	初めての宮古島、レンタカーで島一周をドライブしました。ガイドブックで見えていましたが、	……
199	2017/4/22 開通を確認しました。	前回2014年10月宮古島観光の時は、平良港からフェリーで伊良部島に渡り渡口の浜や通り池を観	……
200	2017/4/21 最高のドライブルート	3年前初めて行ったときはまだこの橋はありませんでした。今回はこの橋を渡ってみるのが一番	……
201	2017/4/19 きもちいい	車で走っててサイドにエメラルドグリーンが広がっているのが気持ちいいです。こうりじまへ渡	……
202	2017/4/19 行くべき！	何度も行っている宮古島に、新しく増えた絶対行くべき場所です。この橋を渡る度、この長さ	……
203	2017/4/19 非常に長い橋で、自然環境を配慮	長さは3540メートルと説明してました。クルーズ船から橋全体の眺めを楽しんだ後、橋の袂	……
204	2017/4/18 快適ドライブ	10年前に宮古島へ来たときには無かった橋。車で通行。もう最高！海の色もきれいだし、なんと	……
205	2017/4/17 ドライブに最高	絶景とはこの事を言うのでしょうか。まるで海の上を飛んでいるかのようです。しかも無料とは	……
206	2017/4/15 無料の日本一長い橋 3540メ	伊良部大橋いらぶおおはし 料金無料の日本一長い橋 全長3540メートルは圧巻です 通行	……
207	2017/4/4 凄い橋	言い方は悪いけどこれ程の橋をワザワザ伊良部島に向けて作るとは沖縄凄い。兎に角凄い橋。ぜ	……
208	2017/4/2 古いカーナビ装備のレンタカーに	長い距離の橋上ドライブなので運転し甲斐があります。あいにくの曇天の訪問だったので宮古	……

209	2017/4/1 橋からの絶景	橋の途中に車を停める退避場所があるのでそこで車を停めて絶景を楽しめる。曇りだったのでテ	.....
210	2017/3/31 まあ、橋ですね！ 笑	他の場所から外観を見て「すごい」と思いました。最初渡るとき橋の上はどうなんだろうと思	.....
211	2017/3/30 素晴らしい	宮古島旅行では橋と島、全て制覇しました。まずはここですね。無料の橋で一番長いです。そし	.....
212	2017/3/29 期待が大きすぎました	TVコマーシャル等で海上をずっと走る映像を何度も目にして、その素晴らしさに何時か行きたい	.....
213	2017/3/29 長い長い橋です	宮古島をぶらぶら歩きながら探検したら伊良部大橋が存在感を醸していたので行ってみることに	.....
214	2017/3/28 高低差がGOOD<f0><U+009F><U+009	言わずと知れた伊良部大橋。天気は曇りでしたが、やっぱり海は絶景、橋の途中に駐車ポイント	.....
215	2017/3/27 海上より眺める橋は最高です	伊良部大橋大橋をくぐるクルージングと観光バスで橋を渡り宮古島から伊良部島へ渡りました、	.....
216	2017/3/27 最高のロケーション	宿泊したシギラからは少し遠いのですが、レンタカーを借りて行って来ました。橋の両側に見え	.....
217	2017/3/26 美しい！	景色も橋も本当に綺麗。天気は曇りだったのですがとてもテンション上がります！海の色もエメ	.....
218	2017/3/24 絶景です	気合いで自転車で横断しました。かなり疲れたけど、両側に広がる海が本当に美しく行ってよ	.....
219	2017/3/21 宮古島の橋の中では最も眺めよし	道路に坂が作られており、坂の上からの眺めが非常によい。駐車できるよう、路肩が作られてい	.....
220	2017/3/21 1日10往復したい橋	高所恐怖症の私でも何故か全く怖がらずに渡れました。旅行中はずっと曇り空でしたが、それで	.....
221	2017/3/16 どんな天気でもすごい！	2泊3日の旅程で、伊良部大橋は2往復しました。快晴無風の時にはブルーの濃い海が見渡す限り	.....
222	2017/3/15 やっと走れました	前回は最後のブロックの設営遅れにより完成していませんでした。やっと渡る事ができました◎	.....
223	2017/3/15 気持ち良い	宮古島では一番長い橋。晴れた日は最高です！伊良部に向かって橋を渡る手前に、「橋の駅 んみ	.....
224	2017/3/11 一度は走って下さい	宮古島に行ったら、是非海の上を走る気分を味わう事をお勧めします。日本で、最長の海上を無	.....
225	2017/3/7 ジェットコースターのよう	レンタカーのナビに伊良部島の施設を入力しても橋には案内してくれないので注意です！おそら	.....
226	2017/3/7 いつの間に！	前回宮古島を訪れたときは無かった伊良部島と宮古島を繋ぐ橋が出来ていました。以前は伊良部	.....
227	2017/2/28 ★見てもきれい、渡って気持ちい	クルーズで夕日が沈む中で伊良部大橋を見ました。次の日、長さもあり、アップダウンがあり、	.....
228	2017/2/25 気持ち良いRun	朝6時に宮古島市街地から伊良部島目指してRunning日の出が7時なので真っ暗街灯も少なく足元注	.....
229	2017/2/18 曇り空..残念	当日はあいにくの曇り空で景色を楽しむという感じではありませんでした。晴れていればきれい	.....
230	2017/2/18 宮古島で海を渡る「一番長い橋」	遂に「宮古島のその小島に通じる橋が全部完成した」都合で3本もの巨大な橋が小島に連絡橋に	.....
231	2017/2/17 乗船して。。見ましたよ。。	2月にツアーで行きました。。モンブラン船から大橋をくぐりました。。本州なら有料道路ですね	.....
232	2017/2/16 最高	宮古島の橋はどれも感動的。1番長い事もありドライブとしてゆっくり走りたい。伊良部島も宮古	.....
233	2017/2/15 通行料金 無料です。	車で ドライブ 伊良部島に渡るとぜひ 牧山展望台に行ってください。橋全体が見渡せます。	.....
234	2017/2/14 雨でしたが 良かったです。	できれば 晴れて青空の下 走りたかった。真ん中に 2台ほど車を寄せれる場所があります。	.....
235	2017/2/14 様々な青色が観られる場所です。	橋下の海は様々な色をしてとても綺麗で（宮古の海はどこも綺麗ですが）、空も、何も遮るもの	.....
236	2017/2/12 風が強くて	日本一長い橋ということでレンタカーで渡りました。車の数も多くなかったので帰りは私が運転	.....
237	2017/1/31 感動しました！	まるで恐竜の背中を通るような迫力満点な伊良部大橋！以前より宮古島の3橋を渡りたい思いが実	.....
238	2017/1/30 日本最長の無料大橋！	空港側の「伊良部大橋」と書いた看板前には軽食やさんみたいなのがあり、ちょっと混んでまし	.....
239	2017/1/30 3450メートルの絶景	エメラルドグリーンの海をわたる。9年間掛けて2年前に完成した橋は、まるで自分が海の中を歩	.....
240	2017/1/30 3540m&33m	12月26日。東急ホテルから伊良部島のホテルへ向かうのに渡りました。4年前は平良港から船で	.....
241	2017/1/27 両側に広がる青い海	日本一長い無料の橋ということで楽しみにしていました。予想をはるかに超えて快適なドライブ	.....
242	2017/1/26 無料で渡れる日本一長い橋	前回行った時はまだ工事中でしたが、スッカリ整備され伊良部島や下地島にも簡単にアクセスで	.....
243	2017/1/21 宮古島観光では外せないです	言わずと知れた宮古島観光で外せない場所です。夏場は橋の途中で駐車する車で溢れ返るそうで、	.....

244	2017/1/20 伊良部島へ。	伊良部島へ何か観光というよりは、この橋を渡りたくて、行ってきました。想像以上に長く高低差が激しい橋です。……
245	2017/1/20 海の色が最高。	伊良部大橋を渡りました。海の色が岸から沖へと変わって最高にきれいでした。また途中で車を降りて歩きました。……
246	2017/1/18 とっても長い橋	伊良部島へ渡る長い長い橋です。途中高くなっているところは、下を船が通ります。たまたま船が通ると揺れます。……
247	2017/1/18 橋の途中に駐車帯あり。いずれはCMでも有名な大橋です。	宮古ブルーの海の上にこんな美しい橋があるなんて、「なんて島だ!」と感動しました。……
248	2017/1/17 青い海の上を快走	2016年1月に開通した宮古島と伊良部島を結ぶ海の橋です。長さが4キロ近くもあり、前後左右の景色が素晴らしいです。……
249	2017/1/17 パノラマビュー	空港に降り立ち、一番に向かいました。天気が良く、空も海も橋もきらきらしていました。交通の便も良いです。……
250	2017/1/16 素晴らしい	2年前にやっと繋がった橋。待った甲斐があった。宮古島に滞在中、毎日ドライブしたけど、やっと繋がりました。……
251	2017/1/15 長い	長い橋をゆっくり車で走っていると、様々な景色が見える。好きな音楽を流すと最高な気分になります。……
252	2017/1/13 夕日が沈む伊良部大橋	今回は、橋を渡りにではなく、夕日を見に行きました。場所は、トゥリハ<U+3099>一海浜公園のすぐそばです。……
253	2017/1/9 龍の背に行く	風が強く、観光の車が多いので、止まれますが、一番高いところに路側帯があり、止まっています。……
254	2017/1/9 絶景です	とても風が強く曇りのお天気。それでもこの橋を渡りたくて行ってみました。橋の入り口に大きな石碑があります。……
255	2017/1/9 本当に長い橋でした	宮古島から車で渡りました。橋の真ん中位まで進むと、下に船が通るのでかなり勾配が上がり、運転が難しいです。……
256	2017/1/8 ダイナミック!	ホンダのオデッセイのCMのロケ地。眺望がいい。観光タクシーで島内を周遊したので、一番いい景色を見られました。……
257	2017/1/6 空へ続く道のように<U+301C>	橋を渡って伊良部島へ行く<U+301C>エメラルドグリーンの海が最高伊良部島から橋を渡って本島へ行くのは最高です。……
258	2017/1/5 ぜひとも自転車で渡ってもらいた	風が強いと危険ですが、宮古島から伊良部島まで自転車で往復すると景色の変化と風を味わうことができます。……
259	2017/1/3 無料で最長の橋です。	タクシーをチャーターして、見に行きました。一番高いところに車を止めるスペースがあり、左側に歩道があります。……
260	2017/1/3 最高<U+301C><U+301C>	毎年毎年 待ちに待って繋がった日は一般通行が16時からで飛行機の時間があり側まで行っただけです。……
261	2017/1/2 新しい橋! 楽しい!	それまでは船だけだった伊良部島への橋が2015年に新しくできたそうです。全長3540メートル。伊良部島と宮古島を結ぶ橋です。……
262	2017/1/2 絶景でした	人が作ったとは思えないほどの建造美がこの橋にはあります。中央付近は大型船が通り抜けられます。……
263	2017/1/2 沖縄の海を感じながら最長の無料	沖縄の海を感じながら最長の無料海橋を走るの最高ですね。夏もいいと思いますが、冬も晴れれば最高です。……
264	2016/12/31 素晴らしい	日本で一番美しい橋といっても決して過言ではない。ドライブにサイクリングに最高。歩いてても気持ちいいです。……
265	2016/12/29 無料で渡れる日本一長い橋	こんなに小さな島に何故にこの様な立派な橋が架かっているのか気になって渡って見ました。橋の景色が素晴らしいです。……
266	2016/12/28 2年ほど前に完成したとこの日本	凄く大橋です。何と云っても、この素晴らしい橋を世知辛い時代に、何でもかでも金儲けにしかかかっている感じがします。……
267	2016/12/27 圧巻!	池間大橋<U+30FB>来間大橋を快晴の中観光した後での、小雨<U+30FB>突風の中の伊良部大橋でした。……
268	2016/12/24 長い長い伊良部大橋	初めて宮古島に訪れた際に、一番最初に渡った橋が伊良部大橋でした。ネットでは何度か拝見していましたが、実際に渡ると……。……
269	2016/12/19 長いっす	とにかく長いっす。蒼い海の上に綺麗な白い橋、なかなかの絶景です。橋の手前に橋の駅なるものがあります。……
270	2016/12/17 ながめよし	伊良部島への橋です。開通したばかりです。車道と自転車や歩行者の通路部が狭いため、自転車や歩行者は注意が必要です。……
271	2016/12/15 どこかのCMみたい	オススメしなくても宮古島でレンタカー借りたら絶対行くでしょ? 行く価値は勿論あり! 天気がいいと最高です。……
272	2016/12/14 ここを渡らなければ話にならない	宮古まで来て、この大橋を見逃すことはできない。全長四キロほどで、あまりにも細長く、走っていると気持ちいいです。……
273	2016/12/14 長い長い橋	この橋を作ったせいか、海が汚れているのが気になりました。宮古島は山がなく、川から流れる水が少なくて、海が汚れているのは……。……
274	2016/12/13 無料です 最長の海上橋	2015年に竣工した宮古島と伊良部島(下地島)を結ぶ3540mの橋。サンゴ礁海域特有の2色の青色の海が美しいです。……
275	2016/12/13 完成まで時間がかかって」います	10年前、伊良部島に平良港からフェリーで渡りました。その時、島で、ここから宮古島まで橋が通らなくて、不便でした。……
276	2016/12/12 新観光スポット	近年できた長い橋。伊良部島観光のひとつです。途中で停車しては行けないそうですが、やはり伊良部島への橋です。……
277	2016/12/9 便利になりました	船に乗らずに、車で伊良部島に行かれるようになったので、大変便利になりました。空港からも近いので、観光客にも……。……
278	2016/12/7 必ず渡ってほしい橋!	2015年2月に開通した無料で渡れる橋としては日本一の大橋です。3,540mあります。高さも高くても、景色も最高です。……



279	2016/12/3 長い橋	橋の途中で高くなっているのは、船が通る為だそうです。そこに車寄せがあるので、止めて海を眺め……
280	2016/12/2 最高のドライブ<U+266A>	また出来たばかりの伊良部大橋 景色は最高でうっとりします 私が訪れたのは冬の天候が良く、……
281	2016/11/29 お天気次第	私は時間的な都合で、ほぼ日が沈み切った夕刻～夜に渡りました。しかも天気悪し。天気が良ければ……
282	2016/11/25 午前中に行くのがおすすめ	日本最長の無料の橋です。午後は水面がキラキラと光ってしまいますので、晴れた午前に綺麗だ……
283	2016/11/24 冬の北風に注意	冬場は北風が強く橋を渡っている最中は車のハンドルがとられます。また風の影響で雲の動きも……
284	2016/11/22 長ーい！ きれーい<U+2661>圧巻で	無料で渡れてきれいな海を上がって下りる長い橋！ 航路のために一部高くなってるらしいですね。……
285	2016/11/22 景色最高	車で渡る際に海を見る眺めは最高です。さすがエメラルドグリーンの海を誇る宮古島の海だと感……
286	2016/11/19 走ってよし、見てよし	最初に見た目の空から。石垣から宮古に向かう飛行機の窓から見たのが初めてだ。宮古空港に……
287	2016/11/17 凄いです！	2015年に出来た大橋です、約3キロちょっとあり車で横断をおすすめします、たまに自転車の人……
288	2016/11/16 海の上を走ってるみたい<U+266A>	義弟の結婚式に合わせて、家族で宮古島へ。最近できたという伊良部大橋から伊良部島へ、レン……
289	2016/11/15 何もかも綺麗	浅瀬の海の上を渡る橋ですから、そこから見る海の色は想像以上の美しさでした。そしてさらに、……
290	2016/11/12 感激	橋の真ん中が繋がっていない4年前に見た橋が繋がった事に素直に感動しました。最適なドライ……
291	2016/11/8 絶景！	この橋を渡りたくてマラソン大会に参加しました。橋からの眺めは素晴らしく、風も気持ちよか……
292	2016/11/6 橋から見る海の色に感動	橋の手前で車を止められるので、記念撮影に良い場所があります。橋を渡り、見下ろすと日本とい……
293	2016/11/5 快適ドライブ	全長3.5kmあるので、ドライブし甲斐があります。眺めを楽しむためにも、制限速度を守ってゆ……
294	2016/11/5 悲願の離島架橋	離島の宮古島のさらに小離島の伊良部<U+30FB>下地島にやっと架かった橋を初めて通行しました。……
295	2016/11/4 無料ってのがうれしいね	昨年行った時は工事の真っ只中でしたが、立派に完成してました。前は船で伊良部島の宿まで行……
296	2016/11/3 気持ちいい！	無料で渡れるし、景色も最高です。車を借りたらずひ行くべきです。というか車がないと不便な……
297	2016/11/1 ドライブに最適！	無料で通行できる橋の中で日本一の長さだそうです。宮古島には同じように島へ渡る大きな橋が……
298	2016/10/30 宮古の風に吹かれて	橋の一番高いところには2～3台の駐車スペースがあります。晴れて光の差込の良い時間には……
299	2016/10/30 最高です！	宮古島で一番のオススメスポットです。本当に圧巻の絶景です！ 橋の前後や途中にも駐車スパー……
300	2016/10/30 安全運転に気を付けて！	海の青さ、橋からの絶景については評判通り。ただし、カメラやスマホ片手に橋の上をうろうろ……
301	2016/10/29 宮古島の新しいスポット	2015年に完成した伊良部大橋。これで伊良部島にくるまで行くことができるようになりました。……
302	2016/10/29 ここぞ宮古島！ 伊良部島！	橋自体もちろんキレイですそして青とエメラルドグリーンの海と青い空が本当に感動します！ ……
303	2016/10/29 景色抜群です<U+266A>	とりあえず宮古島に来たら行っとかないと、ということで行ってきました(^_^予想通りではあり……
304	2016/10/29 景色が良い	最近の宮古島の観光スポットとしてはここが1番ではないでしょうか。エメラルドブルーの海に……
305	2016/10/28 車のCMにも登場	スズキのCMに使われたとガイドさんの説明がありました。天気も最高で、青い海にまっすぐ伸び……
306	2016/10/27 頂上からの景観が最高	無料で渡れる橋の長さは日本一。大きな船が往来できるようにアップダウンがあり一番高いとこ……
307	2016/10/27 宮古島の大橋はどこもきれい	一番新しい長い大橋で渡るときの爽快感は素晴らしいです。ただ、池間大橋、来間大橋も素晴ら……
308	2016/10/26 伊良部島一人旅	伊良部島へ、橋から見る景色は、サイコーです。島には、コンビニが一件あります。ファミリー……
309	2016/10/24 気分爽快	毎年、宮古島に行きますが、全てダイビングのため、この橋を通ることはなかったのですが、今……
310	2016/10/23 最高の景色です！	伊良部島に行くときに通りました。1日目は天気が悪かったのですがそれでも海のきれいさはす……
311	2016/10/19 次回は天気が良いときに…！	宮古島旅行の一番の目的が伊良部大橋をドライブすることでした。一言で”素晴らしい” 実は行……
312	2016/10/15 素晴らしい	気持ちが豊かになります。こんな場所が日本にあると思うと時間を忘れて楽しむことができます。……
313	2016/10/13 オデッセのCMは偉大！	長らく行きたかった伊良部大橋にやっと思行けた。想像以上に長い橋。フェリーで行ったときに魅……

314	2016/10/12	宮古島のそばにある離れ小島には	沖縄もそうだが、宮古島旅行での楽しみ方は、空港前でレンタカーを借りる事が重要である。な	.....
315	2016/10/11	壮大なスケール	もはや定番スポット。この橋が開通したおかげで、宮古→伊良部間を気軽に往来することが可能	.....
316	2016/10/9	強風時は気をつけましょ	う 台風18号が来た10/3に通過しました。通行止めにはならなかったですが、風が強く台風を感じて	.....
317	2016/10/8	ドライブの定番コース	宮古島と伊良部島を結んでいる通行料無料の高架橋です。ドライブの定番コースとして、宮古島	.....
318	2016/10/3	走りやすく、ドライブに最高です	無料の橋としては、日本で最長の長さで、天気良ければ、ドライブには最高です。橋の上は駐	.....
319	2016/10/3	運がよければ	橋の途中に駐車できるところがあります。そこから、海を眺めているとウミガメとウミヘビ（白	.....
320	2016/10/3	海の青さはまさに楽園	宮古島と伊良部島を繋いだ長い橋です。橋の中央付近には船がくぐれるように橋が盛り上がり	.....
321	2016/10/2	素晴らしい	天気にも恵まれ、最高のドライブを堪能出来ました<U+203C><U+FE0E>坂の高い所で停車出来るの	.....
322	2016/10/2	絶景	車から見える景色が絶景です。ひたすらドライブしていたい気分になります。海の色が美しく、	.....
323	2016/10/2	便利！便利！	以前に宮古島を訪れた際には伊良部大橋が掛かっておらず、車ごとフェリーで伊良部島に渡りま	.....
324	2016/10/1	渡り甲斐のある大橋	日本で一番長い無料の橋、車のコマーシャルに出てくる橋、実際に走ってみないと、この素晴ら	.....
325	2016/10/1	3つの大橋で最も長い	大橋の中でも長い橋。途中で止まれる場所もある。海は伊良部島寄りの方がやはり綺麗か。ゆっ	.....
326	2016/9/30	やっと開通	開通を長年待ち侘びておりました。素晴らしい景色なので、ゆっくり運転しながら通りたい橋で	.....
327	2016/9/28	天気がねえ。	雨こそ降っていませんでしたが、生憎の曇天で慶良間ブルーがやっと少し見られたかというところ	.....
328	2016/9/27	凄い<U+FF65><U+FF65><U+FF65>	以前は、船で渡りました。伊良部島の先にダイビングスポットが有り、浅瀬から多くの魚が出迎	.....
329	2016/9/26	ながー————い！	宮古ブルーの海を上から余すことなく堪能できる長い長い橋。気軽に伊良部島をドライブできる	.....
330	2016/9/26	爽快	2015年1月に出来たばかりの伊良部大橋。途中で車をとめられるスペースもあり 写真を撮ること	.....
331	2016/9/22	途中で駐車スポットあり	2015年1月に開通した伊良部大橋。橋の途中には車を駐車出来る場所もあり、未だに多くの観光客	.....
332	2016/9/22	出来ればランニングしたい	宮古島ステイで何度となく渡る。 無料の橋では日本最長とか。 橋の途中で車を止められる場所	.....
333	2016/9/22	ゆっくりと走り橋の上で一時停止	伊良部大橋見学するのには、橋の真ん中辺りに路肩駐車できる場所があり海を一望できます。全	.....
334	2016/9/22	通行無料の最長の橋	この橋の開通のおかげで、島の人の生活は大きく変わりました。旅行者も同じで、フェリーに乗	.....
335	2016/9/22	★無料で渡れる橋としては日本一	2015年に完成した橋で、晴れた日は、橋から見る景色は素晴らしいです！車をとめて、ゆったり	.....
336	2016/9/20	気持ちのいいドライブができる	途中で駐車ポイントもあるので写真も撮れる。風は強いがゆっくり景色を楽しみながら走る場所	.....
337	2016/9/19	絶景です	海の青さ、空の青さを堪能できます。橋の中ほどに車を止められるのですが、私が行ったときは	.....
338	2016/9/18	360度海に囲まれたドライブ	海のただなかにいるような感覚になる道路です。中央部が山なりに高くなっているので駐車して	.....
339	2016/9/16	圧巻です！	無料道路では日本一長い橋。海の上を走って景色は最高です！車道の両側に一応歩道があるので	.....
340	2016/9/16	伊良部大橋	まるで、海の中に入っていくかのような長い橋で、綺麗な蒼い海を2つに分けて、進んでい	.....
341	2016/9/16	伊良部大橋	完成するまで数十年かっただけあって、見事なものでした。 左右の海の色が、青だっ	.....
342	2016/9/14	360度の最高の宮古ブルー	天気によって色が変わりますので、天気の良い時に行ってみましょう。快晴の昼下がり、この世	.....
343	2016/9/14	また離島が減りました<U+30FB><U	平成27（2016）年1月31日に供用開始された宮古島と伊良部島を結ぶ全長3,540mの伊良部大橋。昭	.....
344	2016/9/13	天気が良かったらなー	今年の1月に開通した橋で、宮古島と伊良部島を結ぶ橋です無料で通行できる橋としては日本一	.....
345	2016/9/13	ドライブに	日本で一番長い、無料で渡れる橋です。絵はがきになりそうな風景に見とれてしまいます。途中	.....
346	2016/9/13	やはり国内で無料で渡れる橋で最	昨年1月30日までは、フェリーで20分程で渡っていたのですが、3540mの無料橋が出来たので、フ	.....
347	2016/9/12	渡るのも気持ちいいし、全体を眺	橋の途中で車を停めてはいけないと思っていましたが、タクシーの運転手さんは、路肩のような	.....
348	2016/9/12	行くべき！	宮古島に行ったなら絶対に行くべきだと思います！運転しながらでも絶景に感動します！緩やか	.....



349	2016/9/12 残念!!	始めた渡った時が、台風13号が発生して少し移動を始めた9/6 12:00ころだったので、10m先も……
350	2016/9/11 誰でも感動できる場所	伊良部大橋を初めて渡るときには海の綺麗さに誰でも感動できると思います。端のてっぺんでは……
351	2016/9/11 爽快!	宮古島に來たらずひ訪問してください! 海の上を車で走るなんて快適です。しかも、日本で一番……
352	2016/9/7 サイクリングにもお奨め	ロードバイクを持参して、宮古島空港からツーリングしました。最大傾斜5%程度で、路側帯も……
353	2016/9/5 ダイナミック!	都島の大橋の中でも、ここが一番長くてシャレた造りになっています。ただ一直線に延びる橋で……
354	2016/9/5 まるで海の上をとんでいるような	前日の大雨とは打って変わり、とてもいいお天気エメラルドクリーンの海を眺めながらレンタカ……
355	2016/9/4 便利にはなりましたが…。	宮古島から伊良部島までの間にかかる全長3,540mの伊良部大橋は、無料の橋としては日本最長で……
356	2016/8/31 日本一長い無料の橋	真ん中あたりに車を停車できる場所があります。とっても絶景で綺麗でした。風邪が強いので帽……
357	2016/8/31 まだ新しい橋	この橋ができて、伊良部島までのアクセスがだいぶ楽になりました。まだレンタカーのナビだと……
358	2016/8/30 カーナビにはない橋	レンタカーを借りた際、カーナビがまだ追いついていないので。と、近くの中学校に設定して行……
359	2016/8/29 スゴイ	綺麗で感動します橋の右と左で海の色が違うのです。時間帯でも違って色々な海が見られます。……
360	2016/8/26 4分半くらいかな?	車で法定速度で走れば渡るのに大体4分半くらいかかります。たまーに歩いて渡ろうとしています……
361	2016/8/25 日本一長い通行料無料の橋	宮古島より伊良部島へは交通機関は船だったのが、昨年開通し橋の中間地点で車を止め(違反では……
362	2016/8/24 景色が最高	いつ完成するんだろう、いつ完成するんだろう? で今まで船に乗っていたのでやっと橋を渡れた……
363	2016/8/24 壮大です!	無料な橋で日本最長の伊良部大橋! 感動しました。早朝06:00には日の出が見れるスポットとして……
364	2016/8/23 渡るだけでも価値あり	伊良部島にダイビングに行った時に通りました。この日はお天気も良く、海がまぶしいくらいで……
365	2016/8/22 信じられない景色…	この日は快晴。宮古空港に近づくと思いがけず伊良部大橋が姿を現したので、夢中でスマホにタ……
366	2016/8/21 快適に伊良部、下地島へ	時間を気にせずいつでも渡れるようになりました。池間大橋も良いけど、ここも素晴らしいハイ……
367	2016/8/16 ウミガメ発見!	橋の上から、ウミガメが〜〜〜なんか浮いてきたとおもったら、でっかいウミガメちゃん! 本当……
368	2016/8/13 壮大	行けば「人間すげー!」って思うこと間違いなし。よくこんなもん造ったな! ほんまどこまで橋……
369	2016/8/12 まさに海の上を走る感じ	素晴らしい景色。橋の中央付近の坂の頂上から下るときの景色は最高でした。ちなみに橋の一番……
370	2016/8/10 渡り甲斐のある橋	長い! 青い海の上を渡る、気分爽快な橋! レンタカーしたら是非一度渡って損なし。橋の向こう……
371	2016/8/8 でかい<U+30FB>長い	無料で渡れる橋としては日本一の長さがある。なんと言っても橋からの景色が最高にすばらしい。……
372	2016/8/8 最高の景色	宮古島に來た目的の一つは この橋を横断すること。ガイドブックで見る景色そのものでした。宮……
373	2016/8/8 初上陸	昨年に伊良部大橋ご開通し、車で初めて上陸しました。大橋の真ん中くらいの所に車を止めるこ……
374	2016/8/7 便利になりました	伊良部大橋ができたおかげで、伊良部島への観光がとても楽になりました。平良市街から15分……
375	2016/8/4 長く気色よし	海の真ん中を走っている気分させる橋。坂道は案外急なので、下りの速度に気をつけましょ……
376	2016/8/2 青い海を飛ぶように渡る	フェリーでのんびりというか、乗れるかな、次の便まで待たないといけないかな、と、心配して……
377	2016/8/2 初宮古 橋の途中で停車してみま	午前中に行きましたが、橋の上から眺める海面が波も穏やかで水面が透き通って素晴らしい景観……
378	2016/7/31 とても長い見ごたえのある橋	以前宮古島に行ったときは建設中だったため是非と思い訪れました。橋の規模が非常に大きく宮……
379	2016/7/29 より大きい島間の新名所	池間、来間同様島間を結ぶ新しい大きな橋です(車のCMにも使用されています)。市街地からも……
380	2016/7/29 何度も使わせてもらいました	伊良部島に泊りました。滞在中何度も往復しました。以前はフェリーを使わないと宮古島へ行けな……
381	2016/7/28 ちょっとした停車スペース	無料の橋を渡って、伊良部島まで行けます。両サイドの海の色がキレイで、ウツトリしてしまい……
382	2016/7/28 海を渡っている感じ!	一直線の橋をレンタカーで渡りました。マリンブルーの海を車で渡れるなんて感動です。伊良部……
383	2016/7/27 まっすぐに伊良部島へ伸びていて	新しく開通したので、橋が新しくきれいで、景色もとっても素敵でした。真ん中くらいに「車を」……

384	2016/7/26 一度は走ってみましょう。	伊良部島の通り池を見に行くために通りました。さすがに大きい！橋の上からの海の景色も素晴
385	2016/7/26 絶景	天気が良いと最高にきれいです。海の透明度は潮の具合で あまり良く無かったのですが、途中の
386	2016/7/26 眺めはいいけど	せっかく宮古島に来たのだから！と訪れましたが確かに眺めは良かったけど、風が強く窓を開け
387	2016/7/23 眺めが最高	とにかく眺めが最高です。橋の途中に車を一時停止できる場所があるため一度車から降りること
388	2016/7/21 テンションがあがります	車のCMで綺麗な橋と海をみて、どこかと調べたら、伊良部大橋だったので、すぐに宮古島のホテル
389	2016/7/20 曇っていても綺麗な海	晴天を期待してきましたが、あいにくのお天気。長い橋を渡って伊良部島に到着。お天気が悪く
390	2016/7/16 死ぬ前に一度は絶対渡るべき橋で	車のCMで見て日本だと知ってびっくりしました。前に宮古島に来た時はまだ完成していなかった
391	2016/7/15 昼間も夕方も	珍しく橋の途中に駐車出来る場所があり橋の上から宮古の景色や下を見れば海を眺める事ができ
392	2016/7/15 風が強い	海も橋も景色もとてもキレイで、なかなかこんな場所はないと写真を撮りに車を途中で停車させ
393	2016/7/14 橋上最高部付近に停車スペースが	橋上、最高部位付近に停車スペースがあります。片側に三台程度、停車できます。最高の撮影ス
394	2016/7/4 2度目の体験、素晴らしい橋	天気にも恵まれ、ものすごい青い海の中、優雅なカーブを描いた大橋は素晴らしかったです。途
395	2016/7/3 圧倒されます	とにかく長い<U+203C><U+FE0F> 人間の叡智と言うか、素晴らしいとしか言いようがありません。……
396	2016/7/2 海中に行く	宮古島と伊良部島を繋ぐ橋です。基本全線駐停車禁止ですが、二箇所路側帯に駐車できるところ
397	2016/7/2 とても長い橋	レンタカーで、行きましたが、宮古側に、車を、止め、歩いて、往復するのも、良いです 海の
398	2016/6/30 海	伊良部大橋を夢見て、実際に行ったら想像をはるかに超える海のスケールが広大であることと、
399	2016/6/29 長い橋です	宮古島から伊良部島へは、以前はフェリーでしたが、2015年1月に橋が開通して便利になりました
400	2016/6/27 絶景！！	宮古島に来たら是非とも通って欲しい橋です。途中工事している箇所があり、オーバーに動いて
401	2016/6/26 最高地点には2～3台の車が駐車	フォルムが美しい。特に海の色が橋の景観を高めています。また最高地点から宮古島、伊良部島、
402	2016/6/26 なが～い橋	伊良部島まで続く長い橋からの眺めは、宮古ブルーの海が左右に広がり絶景です。橋の中央が高
403	2016/6/25 できたて。	日本で最も長い通行料のかからない橋とのこと。周辺の海が浅く、目の前に広がるエメラルドグ
404	2016/6/19 2015年1月に開通した無料橋道路	伊良部島にシュノーケルに行く時にレンタカーで渡りました。行き交う車もほとんどなくて、左右
405	2016/6/16 歩いててもわたれます	無料で渡れる日本で最長の橋ですが、歩いてても渡れます。車で渡り、伊良部島側の駐車場に停め
406	2016/6/14 新しい橋で車も少なく爽快です	伊良部島にわたって突き当りを右に行って、左に上がる道に牧山展望台続く道があります。ここ
407	2016/6/12 ドライブ	日本？ここは日本？と疑うほどの美しい海。空と海の青が違うんだなあ。途中2ヶ所ほど車を停
408	2016/6/11 無料で渡れる日本でいちばん長い	無料で渡れます。絶景です！途中でクルマを駐車できるスペースがあるため、クルマから下りて
409	2016/6/11 雄大	凄いい迫力で、走っても走っても、渡れない<U+301C>って思いました。日本で無料で渡れる橋最長
410	2016/6/11 長い長い大橋	ドライブに最高のところです。真っ青な海と空が沢山楽しめ、途中ジェットコースタ見たいなア
411	2016/6/9 日本一なが～い橋	一番橋の高いところからぐっと360度沖縄の海を眺めることができる橋の途中では、車を停めら
412	2016/6/9 昨年1月開通	無料の橋としては日本最長だと聞いてレンタカーで渡りました。お天気がイマイチだったのであ
413	2016/6/9 無料で伊良部島へ	一度はフェリーで伊良部島へ渡ろうと思っていたのですが、願い叶わず工事中だった伊良部大
414	2016/6/8 タクシーのおじさん一押し!!!	2015年1月31日に開通した伊良部大橋、3.5kmもあって走りがいがあります。宮古島にきたら絶
415	2016/6/6 無料で通行できるなんて	島の人の足だからだろうが、無料で通行できる橋。美しい宮古島の海を眺めながら、かなりの距
416	2016/6/5 絶景のドライブコース	日本一長い、通行料無料の橋。ここは走っていて爽快！！海の青がキレイ。途中、車を止めて景
417	2016/6/4 海とのコントラストが最高	途中で停まり海を見たくなるほど、海の透明度に感動しました。車で通り過ぎるのはもったいない
418	2016/6/2 天気の良さと車の少なさの条件が	後ろから車が来なかったのも、ゆっくり走ってもらい、助手席から、ビデオを撮りました。海の

419 2016/5/31 橋の最上部で車を止めて写真を撮 橋が出来たのが昨年でレンタカーのナビは3年前なので、橋にたどりつくのに苦労した橋の手前に……  
 420 2016/5/31 雄大！ 全長約4 kmの海越えの橋はとにかく雄大です。橋の両端から橋の前景が見られますが、伊良部！……  
 421 2016/5/30 日本一の長さ 通行無料の、という条件付きですが日本一の長さの橋です。その長さ3540m。遠くから見るとすっ……  
 422 2016/5/29 運が良いと海亀が見られるらしい 4キロある無料の橋です。橋の途中に駐車スペースがあり、そこで記念撮影をみなさんしています……  
 423 2016/5/28 絶景です！ どこまでも続きそうな長い橋。そしてどこまでも続く青い海の中を通り抜けます。海は浅そうに！……  
 424 2016/5/28 絶好の景色 料金フリーでこれだけの橋を渡れるのは凄い。旅行中に何回も往復した。ぜひ、立ち寄りたい観……  
 425 2016/5/27 天気はいまいちだったけど 27年に開通した、伊良部大橋に行ってきました。なかなかの絶景で途中止まって写真も撮りまし……  
 426 2016/5/26 絶景 以前は船を利用しなければいけなかった伊良部島へ、簡単に行けるようになりました。橋からの……  
 427 2016/5/24 駐停車禁止なのに～(笑) あまりの眺望の良さに皆さん橋の途中で記念写真撮ってました。思わず止まりそうになってしま……  
 428 2016/5/24 便利になりました。 昔はフェリー一つだったので非常に便利になりました。一番高いところで車をとめて写真とりまし……  
 429 2016/5/23 素晴らしい景観 宮古島に着いた日は雨でしたが、取りあえず走ってみました。中央部分が船を通すために高く盛……  
 430 2016/5/22 伊良部島へ 宮古島と伊良部島を結ぶ日本一長い無料の橋です。2015年1月の開通から1年が経過しましたが、……  
 431 2016/5/19 スケール感がちがうはし 橋が見たくタクシーをチャーターして行きました。余りひとがいない時間帯のお陰で、たくさん……  
 432 2016/5/19 綺麗！長い！ できたばかりなので綺麗でとても長い橋でした。そして何より景色が最高です！！橋の途中には……  
 433 2016/5/18 晴れた日にぜひ 橋の形がきれいで、コバルトブルーの海にかかっている姿が絶景です。橋の何か所かに展望ボイ……  
 434 2016/5/18 長～い橋でした！ CMで見た時から一度行って見たい所でした。車で渡っている途中も、下車して眺望を確認でき……  
 435 2016/5/17 開通して間もない新しいきれいな 宮古島と伊良部島を結ぶ長さ3540メートルの橋で、無料で通行できる橋としては日本一の長……  
 436 2016/5/17 レンタカーで とにかくきれいな海です。他の季節はわかりませんが車も少なく、ゆっくり橋を渡れて感動の……  
 437 2016/5/16 素敵な洋上ドライブが無料で！ 海の色自体は近隣の来間島大橋に多少譲るものの、やはりその架橋距離の洋上ドライブは圧巻で……  
 438 2016/5/14 宮古島本島と離島を結ぶ3つの橋 宮古島と近接する離島とを結ぶ3つの橋の中で一番美しい橋とを感じるのがこの伊良部島大橋です。……  
 439 2016/5/11 海の綺麗さでは他に譲りますが、 無料で通行できる橋としては日本最長というだけのことはあります。とにかく進んでも進んでも……  
 440 2016/5/9 これが見たかったアー<U+203C><U 旅行中 雨マークで期待してなかった宮古旅行。期待に反して晴天！伊良部大橋に向かいました。……  
 441 2016/5/8 想像以上 旅行3日間雨の予想だったのが2日目に晴れたので伊良部島に行きました。写真で見ていた青い海……  
 442 2016/5/8 素晴らしい橋 こんなに長くて海の近い橋！内地では考えられない！ここでしか体感出来ない素晴らしさです。……  
 443 2016/5/8 最高 最高のドライブです。でも、路肩の車に気をつけて！伊良部島側にわたったところにある小さな……  
 444 2016/5/7 無料で通行できる日本最長の橋 昨年開通したばかりの新しい橋です。海の上を片道10分くらい走りますが、眺めがとても良い……  
 445 2016/5/3 やはりキレイ 宮古島から入る橋の入り口付近は、薄い、そして橋の中央付近は濃いめの、宮古ブルーの海が広……  
 446 2016/5/3 風を感じられる レンタルバイク（グランドマジスティ250CC）をサーウエスト宮古島さんでお借りして走り……  
 447 2016/5/3 段差がない 見た感じでは分かりにくいですが、道路に段差がありません、歩道は白い線で仕切られています。……  
 448 2016/4/30 見ているだけで癒される きれいなカーブをした橋は竜の背のようで不思議な感じがします。歩いている人、自転車に持っ……  
 449 2016/4/30 海を渡る感覚 伊良部島の悲願とも言われた橋だけあって、感慨深く通行した。橋のたもとは展望台もあって、……  
 450 2016/4/29 新名所 橋の最高地点の手前と先に退避スペースがあるので、そこに車を停めて眺めるのがよい。ただし……  
 451 2016/4/29 無料です！ 3.5<U+3314>と距離も長く最高の景観でした。ただ写真撮影の為か道の途中で車を駐車している方……  
 452 2016/4/28 絶対行くべき この日はとても風の強い日で、宮古島はお天気が良くなく、海の色が濁ってる？様に思いました……  
 453 2016/4/27 やっと開通<U+266A> 開通して間もない頃に訪れた時は、島の方も渡っていて混んでいましたが、今はそのような事は……

454 2016/4/25 太陽が出ると信じられない美しさ 宮古島からすぐに行けますし、太陽が出ると信じられない美しさでした。旅客機の訓練施設の空が……  
 455 2016/4/25 一面コバルトの上を走る快感 お天気が良いと右も左もコバルトブルー。開放感と海の青さと、よくぞお作りになりましたと人……  
 456 2016/4/24 素晴らしい絶景が望める伊良部大 半年ぶりに宮古島島内チャリポタのため宮古島を訪れた際、絶景が望める伊良部大橋をチャリポ……  
 457 2016/4/24 車で渡りました 橋の途中に車が止められるスペース（知人に聞いたので、本来の用途は不明です）があったので、……  
 458 2016/4/22 2015年1月に開通した宮古島と伊 全長3,540mにもなる永一い橋で、曲線美が美しく感動します。曲線で上下するので橋の途中で ……  
 459 2016/4/22 大変でした 歩いて渡れる橋です。1月に自転車で渡ろうとしたら、風が強くて押して歩いていても風で飛ば……  
 460 2016/4/21 圧巻の景色！ とにかく感動しました！ こんなにも長い長い立派な橋が架かったなんて！ 10年ほど前には宮古島……  
 461 2016/4/21 真っ青でした 橋の途中から眺める海は、それはも一見渡す限り『青』一色で、本当に感動ものでした<U+203C>……  
 462 2016/4/21 長い橋 初めてわたりました。かつては船で通ったのですが、橋は便利です。伊良部島行きの協和バスで……  
 463 2016/4/20 最高の眺め 宮古島本島と離島をつなぐ橋で、最も新しく長い橋。ドライブコースとしても最適です。特に天……  
 464 2016/4/19 中なかスリルのある橋 暴風雨の中初めての伊良部大橋でした。期待していなかったのですが、お腹がきゅっとなるよう……  
 465 2016/4/16 全長3.5kmの無料日本最長の橋、こ この橋を渡りたくて宮古島にきました。橋は緩やかにカーブしていて、中央付近はフタコブラク……  
 466 2016/4/10 景色最高！ 毎年、伊良部島へはフェリーで行っていましたが、橋ができてアクセスが便利になりました。橋……  
 467 2016/4/10 高い 長さと高さにビックリしました。途中で止まれて海の眺めが最高でした！ 車でも3540メートル……  
 468 2016/4/8 長く優美な曲線のアート橋です 直線ですが2つの山がある優美な橋です。これも変化のある紺べきの海ばらがあるから映えるので……  
 469 2016/4/8 橋の途中に中スアスペースがあり 橋の途中に中スアスペースがあります。これは良いアイディアだと思いました。今回は、残念な……  
 470 2016/4/7 とっても気持ちいい場所です。 宮古島に行ったら是非行ってほしい場所です。橋の上からでも泳いでいる魚が見えました。車の……  
 471 2016/4/1 走り心地が最高です 長い橋ですが、海と空が非常にきれいで宮古島の美しさの一端を知ることができます。シャッター……  
 472 2016/4/1 撮影出来る場所もあってうれしか ちょうど美しい海が観れるあたりに車を止められるスペースがありました。高所恐怖症気味なの……  
 473 2016/4/1 渡らなきゃ損！ 宮古島周辺の海の美しさには、機内にいるときから驚きっぱなしでしたが、これの上を走るこの……  
 474 2016/3/31 一回は行ってみるといいです 個人的には池間大橋や来間大橋のほうが感動が大きかったかなと思いますが、伊良部大橋も長く……  
 475 2016/3/31 ドライブに！ 海に入れない季節でも、ドライブが楽しめます。青い海の上を走っている感動を写真に撮ろうと……  
 476 2016/3/31 海と空の青に映える見事な景観 一年前に開通したので、是非行きたいと思い真っ先に駆けつけました。全長3540mは無料の橋とし……  
 477 2016/3/28 橋 やっとできた橋です。いままではフェリーで通っていました。これからはとても便利になると思……  
 478 2016/3/19 サイクリングで伊良部島へ 出来たての伊良部大橋をサイクリングで渡る。途中小高いところ（下を船が通るところ）以外は……  
 479 2016/3/18 絵葉書なのか？ 写真集なのか？ 渡口の浜めがけてのドライブ、この橋も一つのお目当てでした。海の青さとできたばかりの橋の……  
 480 2016/3/18 すごいフォルム 横から見ると、ものすごく急な坂になっていてこんなの登れるのかななんて心配になるくらいで……  
 481 2016/3/14 圧巻 無料通行できる橋としては日本最長。さすがに頂上地点の風は強い。ここから見る池間<U+301C>……  
 482 2016/3/14 美しい 宮古島ブルーの海に大きくかかる新品ピカピカの大きな橋！ 本当に綺麗！ ただ、出来れば途中……  
 483 2016/3/9 ジェットコースターな橋 さすが宮古島。橋の途中に駐車場が作ってある。これは便利だね。宮古ではレンタカーが良い……  
 484 2016/3/8 日本一長い無料の橋 日本一長い無料の橋を渡って隣の島に行きました。橋の上から下を見ると、とても綺麗な海が……  
 485 2016/3/4 渡るだけでも美しい南の海を堪能 渡るだけでも南の海を堪能できます。仕事で宮古島に行ったので、刊行する時間はなかったの……  
 486 2016/3/4 ドライブに良いですね。 伊良部島へ伸びる大橋。本州ではないロケーション。海の中へ進んでいるみたいです。のろのろ……  
 487 2016/3/1 歩いて渡れます 両側に歩道があって、歩いて渡れます。しかし、歩道は狭いので、雨の日や風の強い日は危険か……  
 488 2016/2/26 古宇利大橋に並ぶ絶景 新しい橋なのでレンタカーのナビには出てきませんでした。地図を頼りに走りましたが非常に快……

489	2016/2/20 眺望抜群	2016年1月に開通したばかりの新スポットです。この橋から眺める海は抜群です。宮古島には他に……
490	2016/2/18 ありえない美しさ	橋から見える海が美しく、運転がおろそかになるくらい。一度行って海の色が忘れられず、もう……
491	2016/2/18 眺めがよかった<U+266A>風もきつ	レンタカーの一部の古いナビではまだ”橋が出来ていません”ので、よく確認していきましょう。……
492	2016/2/16 伊良部島、下地島へのアクセスが	宮古にきた際はいつも下地島でシュノーケルをするのですが、この橋が出来たおかげですごくア……
493	2016/2/15 素晴らしい眺めと利便性。	伊良部島が近くなりました。物理的に近くなったわけではありませんが、車を運転してそのまま……
494	2016/2/14 伊良部島と宮古島を最長で結ぶ 2	宮古島から伊良部島への緩やかにカーブしながら、大小2つの山を形成している素晴らしい曲線……
495	2016/2/11 ながい橋です	前に行ったときはまだ工事中で船から橋の建設途中の現場を覗けたものでした。立派に長い橋……
496	2016/2/9 風の強い日は要注意	車で渡る場合は、橋が通行禁止になる強風まで問題は無いと思うが、モーターサイクルやバイク……
497	2016/2/9 夜も走ってみて！	橋に灯りがないので、夜走っていると上り坂から宇宙へ飛び立つような感覚が味わえます。最近……
498	2016/2/6 晴れの日に走りたい！！	伊良部大橋ができたことを全く知らず、友達から橋のことを聞いて行ってみました！！きょう……
499	2016/2/4 橋に対する既成概念を壊された	宮古空港からレンタカーで橋に向かう。距離的には10分ほどで到着するはずが、何度も道を間違……
500	2016/2/2 ながい！	美しい海の上をドライブしました 島は あちこちに カフェかなあ？ ホテルかしら？ と！……
501	2016/1/30 とにかく長い	かつては船でしか行けないと考えたら、人間は凄いものを作るなあと思わざるを得ません。カー……
502	2016/1/30 海の上のショートトリップ	古宇利大橋もいいですが、伊良部大橋良いです。開通を待って宮古島に行った甲斐がありました。……
503	2016/1/30 キレイ<U+2757>	見渡す限り、キレイな景色。12月と言うこともあり、人も少なく、景色を独り占めできました。……
504	2016/1/30 すごい～	こんなに長い橋をよく作ったな～、と溜め息がでるくらいすごい橋です。渡る最中もその長さ……
505	2016/1/29 きれい	開通した橋をみてびっくり綺麗すぎてため息が出るほど。美しい橋の景観も、走りやすさも、海……
506	2016/1/23 長かったです	意外に交通量も少なく、素晴らしい景色が見渡せるのと、海の色が本当にブルーなのに感動しま……
507	2016/1/20 無料で通行できる 3 5 4 0 <U+334	建設開始から9年の月日を経て2015年1月31日に開通したとの事、エメラルドグリーンの……
508	2016/1/19 夕日を眺めながら	夕日が落ちる時間に行きました。素敵なロケーションです。橋の一番高くなっている所に車をと……
509	2016/1/19 感動する長さ！	数年前に宮古島からフェリーで渡った伊良部島に、今回初めて橋を渡って行きました！宮古島で……
510	2016/1/17 無料の長い橋	2015年1月に開通した日本では無料の橋で最長のものです。橋の途中に車を止められる場所がある……
511	2016/1/17 橋の上で駐車できる場所があり	2015年の1月に開通した、無料の橋としては日本で一番長い橋だそうです。橋の上に車を駐車する……
512	2016/1/17 宮古の美しい海をドライブしなが	宮古島と伊良部島をつなぐ海上に架けられた橋です。緩やかにカーブしながら途中に2か所、上り……
513	2016/1/17 感動の景色	とてもきれいな海の上をながい橋が伸びていて、とても気持ちよかったです！！宮古島の青い……
514	2016/1/15 素晴らしい爽快感	新しく出来た橋で、左右の眺めが素晴らしく、日の出とともに走行したので、他の車もなく素晴……
515	2016/1/14 壮観	今月初めての宮古島旅行時にドライブでわたりました。あいにく天気が晴天ではなかったの……
516	2016/1/12 気持ちいい橋です。	ただただ車で走るだけです。気持ちいい橋です。カーブと高低差が楽しい！何のためのカーブで……
517	2016/1/12 3日間毎日2往復しました	以前はフェリーしかなく、往復の乗船時間を気にしながらの観光でしたが、橋が出来てからは……
518	2016/1/10 ゆるやかなジェットコースター	長さ3,500mを超える長さの橋がまるでジェットコースターのレールのように上下、左右に……
519	2016/1/10 一気に行動範囲が広がる	伊良部大橋は新しくできた橋で、この橋のおかげで宮古島から車で伊良部島まで行けるようにな……
520	2016/1/8 待望の橋	走ってみるとあっという間。途中車を止めて降りることもできる箇所があります。今までの船で……
521	2016/1/6 すばらしい橋	宮古島と伊良部島を結ぶ橋です。全長3540mという長い橋で渡り終わるのに数分はかかるとい……
522	2016/1/6 最高のドライブコース	宮古島と伊良部島のあいだに架かる橋で、2015年に1月に完成しています。3540mの橋……
523	2016/1/5 海の中を走ってるみたい	海の青さに感動しながらのドライブは最高です。天気が晴れで本当によかった！伊良部大橋を渡……

524	2016/1/4 滞在中 良い天気恵まれたら何	日本の交通料を取らない橋で一番長い橋だということ アップダウンがありますが 360℃海
525	2016/1/4 高くて、長い！	風の強い日に渡ると、車が揺れて怖い。軽自動車だったからハンドルとられて余計怖い。と
526	2016/1/2 素晴らしいドライブスポット	このような絶景を楽しめる橋で途中に停車スペースがあるのは珍しく、車から降りて海を眺めた
527	2016/1/2 海の色が、太陽の光を受け、とっ	天氣に左右される海の色、キラキラ海の色は、この色です
528	2015/12/31 通行無料な日本最長橋！	きれいな景色&透明に近い青い海の上を、往復7Km強程、午前中に気持ちよくジョギングしてきま
529	2015/12/31 とても雄大な眺め	どうしてこんなに大きな橋を作ったんだろうと思うほど、長く雄大な橋です。初心者ドライバー
530	2015/12/31 自転車でするには少し危険かも	宮古島へ一人旅をした際に、電動自転車を借りて渡った。完成したばかりのため、キレイで観光
531	2015/12/28 海上ドライブ	近づくほどに摩訶不思議なうねりを見せる伊良部大橋。レンタカーで疾走するとそこは青い空と
532	2015/12/27 海の上を走る	全長が3.5kmもあると海の上を走っている感じがします。海面からの高さが27mもあるので風が
533	2015/12/26 すごい	一言で言うとすごい。長いし、きれい。車止められないかなあ、だめかなあと思っているとちょ
534	2015/12/23 絶景な橋です	家族旅行でいきました。いままで船でしか行けなかった伊良部島。簡単に日帰りで行くことがで
535	2015/12/19 ぜいたくな橋です	想像するよりずっとずっと長い橋です。どっちを向いても青い海。上を向けば青い空と、とても
536	2015/12/18 伊良部大橋 3540m (さんごのし	今年4月に行きました。いらぶ大橋を自転車で走りました。結構な勾配のが2箇所あり其処から眺
537	2015/12/16 通行料無料の橋としては日本最長	2015年、今年開通した長さ3540mの大橋です。海の色が変化に富んですばらしいです。伊良部島
538	2015/12/12 いろいろな海の色が楽しめました	宮古島空港からも近いので、アクセスしやすいです。海の色が場所によって違っていてとてもき
539	2015/12/11 きれい	3キロほどあるので、車必須です。窓全開で走るととても気持ちがいいです。橋を渡っているとき
540	2015/12/10 完成おめでとー	長くてきれいでうねって。バギーで行こうかと思いましたが、車で通ってよかった。美しい海
541	2015/12/8 絶景	やっと出来た伊良部大橋を渡って伊良部島と下地島の観光に行きました。この橋を渡るなら、絶
542	2015/12/5 待ってました	毎回 宮古島に訪れる度に、あと少し、あと少しと眺めてました。フェリーで渡っていた時は、き
543	2015/11/27 きれい！	新しくとても綺麗な橋です。橋の入り口？には看板があり、写真スポットに。橋の途中にもア
544	2015/11/26 ドライブ最高です。	開通したての橋だからでしょうか、カーナビに表示されなくて海を渡っていることになっていま
545	2015/11/23 伊良部大橋	伊良部島に渡るのに、今までは宮古島からフェリーでしたが、伊良部大橋ができてとても便利に
546	2015/11/21 便利	今までフェリーで行っていた伊良部島でしたが車で行けるようになり便利です。海の上に浮かん
547	2015/11/21 眺めは最高です。	11月に行った時には工事中の場所がありましたが、橋の所々には停車するスペースがあり、そ
548	2015/11/16 ロングドライブ	窓を開けて車で走ると最高に気持ちいい！一番高くなるところは車を止められるスペースのよう
549	2015/11/15 できたての橋は大人気	観光客がたくさんいます。橋の途中には車を止められるスペースがあり、多くの人が写真を撮っ
550	2015/11/6 絵になります。	宮古に来たなら定番の観光地ですね！絵葉書のような写真が撮れますよ^^途中で車を止めて景
551	2015/11/6 見晴らしがよい。	遠くからこの橋を見ると湾曲がおもしろい。途中で停車できる場所があり、写真も撮れます。橋
552	2015/11/5 旅情はなくなったけどアクセス好	橋ができることは地元住民の方にとっては念願でしょうね。病気になれば宮古の病院に運んでも
553	2015/11/5 素晴らしい景色、これぞ宮古の観	車通りも多くなく、橋の途中で下車しての記念撮影は宮古島の観光では欠かせない。 天気が素晴
554	2015/11/3 海の道	今年開通したばかりとの事でした。海の上を走るようで景色は最高ですね。意外とアップダウン
555	2015/11/2 一度は渡ってください！	最高のドライブが楽しめます。ところどころにある駐車帯がカメラポイントです。ちなみに歩い
556	2015/11/1 素晴らしい海の色に感動	橋が開通してから二度目の宮古島ですが、何度渡っても感動の景色と出会える伊良部大橋です。
557	2015/11/1 3500mずっと下はエメラルド	宮古島旅行の絶対ノルマで伊良部大橋を歩いて渡りましたが、考えていた以上に風が強くて、自転
558	2015/10/31 最高の眺め	こんなに綺麗な景色が見られる橋を無料で通れるなんてすごいです橋の途中に、



559	2015/10/30 あっかん	無料で渡れる一般橋脚として日本最長の橋。もうその姿は橋脚マニアとしてはずっと見ていたく……
560	2015/10/30 とても長い橋で眺めも良いです	今回は宮古島訪問はこの橋を渡ること。新しい橋なのでとてもきれいで素晴らしかったです。他(……
561	2015/10/29 自転車で橋を走ると、海の上を走	自転車で橋を走ると、素晴らしい景色が広がり、まるで海の上を走っている気分になる。しかも、……
562	2015/10/29 どんな天気でも綺麗	1回目に渡ったときは雨だったので、最終日に晴れている日にリベンジしました！雨の日でも晴れ……
563	2015/10/28 海の上	今年できたばかりで新しい橋です。ぜひ行ってほしいと思います。レンタカーして走りましたが、……
564	2015/10/27 照明がないのが良い	現地で星を眺めるのを楽しみにしていたので、ライトアップしていない大橋に好感を持ちました。……
565	2015/10/25 アップダウンなどの流線型伊良部	宮古島チャリボタのため、伊良部大橋をサイクリングしながら伊良部島<U+30FB>下地島を楽しみ……
566	2015/10/24 とにかく長いが運転手からすれば	車で往復し、その翌日にはマラソンで往復しました。車を運転したときには強風でハンドルをと……
567	2015/10/23 海の上を爽快に駆け抜ける	真っ青な海とどこまでも続く地平線を見ながらながーい道のりをただまっすぐ走ります。途中路(……
568	2015/10/22 雨が降っていても、曇っていても	台風が近づいてきていましたが、通れたので行きました。この橋は、今まで渡ってきた橋の中で……
569	2015/10/21 伊良部島から帰る際の勾配がすご	宮古島にある橋は一見どれも似た様に見えましたが、この橋は伊良部島から帰りの際の勾配がす……
570	2015/10/20 青い海のうえを駆け抜ける爽快感	青い海の上を駆け抜ける爽快感は素晴らしい。途中で停車スペースもあるので、橋の上からの景1……
571	2015/10/20 キレイな橋	無料で渡れる橋です。宮古島と伊良部島が簡単に行き来できて便利がよくなりました。キレイな海……
572	2015/10/20 自転車では無理	ホテルアトールエメラルド宮古島に宿泊すると3時間無料レンタサイクル券がついてくる。「よ……
573	2015/10/20 長い！	本当に長いです。たぶん評価は5なのでしょうが、今回の私たちの旅行ではコンビにに行くので……
574	2015/10/16 伊良部大橋	出来上がるのを 楽しみに 楽しみにしてました素晴らしい ビューティフルー!!絶対 宮古島に行……
575	2015/10/15 晴れた日は絶景	開通した日、その翌日はものすごくこんでいきましたがもう落ち着いていました。何度も通ってい……
576	2015/10/15 行ってみる価値がある	宮古島が伊良部島と長い橋で繋がったと聞いて行って見ました。柵や歩道が綺麗なので確かに新……
577	2015/10/15 素晴らしい景色	宿のオーナーのお奨めに従い、出来立てのこの橋をレンタカーで走ってきました。オーナーの話……
578	2015/10/15 綺麗でした	まさに海の上を走る感じで気持ちいいです。途中坂になっていて一番高いところから見るのが絶……
579	2015/10/14 アップダウンのある橋	下を船が通れるように高くなっている部分があり、遠くから眺めても面白い橋。途中、車を駐車……
580	2015/10/12 日本一長い無料橋	全長3540m（サンゴノシマ）の日本一長い無料の橋だそうです。橋の途中何か所かに数台の駐車ス……
581	2015/10/11 気分爽快！	今年の1月に竣工した伊良部大橋。今年の宮古旅行は伊良部大橋を渡ることも目的の一つでした。……
582	2015/10/10 ながい！すごい！	最近できた伊良部大橋。宮古島でレンタカーを借りても、まだ橋と認識してくれなくて、海上を……
583	2015/10/9 長い長い	橋が開通して間もない頃、初めての宮古島旅でこの橋を訪れました。透き通るブルーの海の上を……
584	2015/10/8 すばらしい景色	これだけの距離を、この海の上を通っているのですから、爽快でないはずがないです！もちろん……
585	2015/10/7 長い長い	レンタカーを借りるときに係員から伊良部大橋はカーナビに対応していないとの説明を受けまし……
586	2015/10/6 爽快ドライブ	評判通り、長い橋を爽快な気分で渡ることができました。橋の上は駐停車禁止ですが、何台かの……
587	2015/10/3 よそ見したーい！橋	まぁ～、すごいきれいです！！この橋を毎日通る方がいるかと思うと、うらやまします。こ(……
588	2015/9/30 なが～い橋	5年ほど前にも宮古島に訪れましたが、その際伊良部大橋が将来的に出来るよと言われていまし……
589	2015/9/29 カーナビにも載っていない新しい	平成27年1月にできた橋。レンタカーのカーナビに入っていないので、伊良部大橋を入力した……
590	2015/9/28 凄い	よくこんな橋を作ったと思います。そしてインフラが観光施設にもなることが良く解りました。……
591	2015/9/28 出来たばかりの橋！フェリー不要	去年行ったときには出来ていなかったのフェリーを使いました。長い橋ですが、海がとても綺麗……
592	2015/9/27 眺めがよいです	2015年1月に完成した新しい橋。約3.5キロにわたって両側海の素晴らしい風景の中を車で走れま……
593	2015/9/26 宮古島と伊良部島を結ぶ3450mの	開通1週間後の偶然訪れることができました。ロードバイクで渡ったのですが風が強くて大変でし……

594	2015/9/25 とてもきれいでした	市街地から近くアクセス良好です。新しいということもあり天気が良いと海の碧さが引き立ちま……
595	2015/9/24 長い	地元の方の話によると人だけでなく水や電気など、いろんな重要なものを運んでいる大事な橋な……
596	2015/9/19 絶景のドライブコース	今年開通したばかり、絶景のなが<U+301C>い橋です。離れた所から見てみると、ジェットコース……
597	2015/9/17 絶景！！！！	無料でこんなピクスケールの橋が利用できるなんてびっくりしました。最高の景色と透明の海……
598	2015/9/17 宮古島最高！	こんなに長いのに気持ちいい橋は他にないでしょう。途中でとまって写真をとることもできます。……
599	2015/9/16 伊良部大橋は、すごい。	伊良部大橋は、すごいね。長いし、畝っていて、初体験でした。橋から眺める海の綺麗なこと。……
600	2015/9/15 干潮時がオススメ	宮古島と伊良部島を結ぶ、長い橋。美しい海をわたる橋の頂上には、数台分の停車スペースがあ……
601	2015/9/13 必ず通って！	晴れた日に渡ると、海の青さと空の青さでどこ見ても綺麗なブルー！絶景です。簡単に伊良部島……
602	2015/9/10 ジェットコースターのような橋！	宮古到着初日に行きましたが、起伏がありジェットコースターのような橋でした。自転車で渡っ……
603	2015/9/10 絶景です	ゆっくりと走ってください。渡ってすぐの鰹節屋さんで安くて美味しいのでおすすめします。夕……
604	2015/9/8 出来たばかりの橋	伊良部島と結ぶ長い橋ができたので、ドライブに。登って下りる時の見渡す景色がキレイですが、……
605	2015/9/3 海の上のながーい橋	あいにく渡る時は大雨でしたが、その長さにビックリでした。帰りは雨が止んだので橋の途中で……
606	2015/9/2 ようやく完成	遅れていた伊良部大橋がようやく完成したので行ってきました。走ってみると来間や池間に比べ……
607	2015/9/1 さすが～～日本一長い無料橋<U+266A>	宮古島のマリブルーを思う存分見渡せますよ～とにかく爽快です<U+266B>おもわず飛び込みた……
608	2015/8/31 ナビには伊良部大橋が入ってませ	きれいでした。ただ、レンタカーのナビは当然ですが、まだ「伊良部大橋」が入ってませんでし……
609	2015/8/29 爽快、海の上を飛んだみたい。	長～い大橋が良かったです。のんびりと走って、色がきれいな海を見ながらで、宮古島からさら……
610	2015/8/29 これで無料？ 絶景の橋	無料で通行できる最長の橋と知って、渡ってみました。橋から見える牧山展望台へ向かい、景色……
611	2015/8/29 爽快ドライブ<U+266A>	昨年訪れたときはまだ完成していなかったので、出かけるのを楽しみにしていました。無料で渡……
612	2015/8/26 海の色が橋の左右で違う。それだ	橋を境にして、海の色が左右で異なります。それだけで驚きます。そして、交通量が少なかった……
613	2015/8/20 橋の中央部は、下車してはいけな	レンタカーで行きました。橋の上は、少しゆっくり目に走行し、景色を楽しんだのですが、車を……
614	2015/8/20 日本最長の海上大橋	今年1月31日に開通した宮古島と伊良部島を結ぶ海上大橋です。無料の海上大橋としては、日……
615	2015/8/19 沖縄最大の橋とエメラルドグリー	平成27年1月に竣工したとにかく長い橋です。宮古島と伊良部島を結ぶことで、伊良部島へのアク……
616	2015/8/18 青い海の中の壮大な橋	宮古島と伊良部島を結ぶ橋です。これができて、いつでも伊良部島にわたることができるように……
617	2015/8/16 ナビ注意！	宮古島とまた少し違い、さらに素朴さと自然を感じられる伊良部島。以前行ったときは、小さな……
618	2015/8/13 3,540mは無料の橋で最長	北九州空港連絡橋が従来の無料で渡れる橋で最長でしたが今年遂に記録を更新し3,540mの全長を……
619	2015/8/13 夢の大橋	その規模に圧倒される感じです。途中で二回高くなっている所があって、少しでも駐車スペース……
620	2015/8/12 ジェットコースターのよう	今年できたばかりの橋です。起伏があって、ダイナミックな印象です。途中で少しでも路肩の広……
621	2015/8/12 全長約3.5km、	2015年1月に開通した、宮古島と伊良部島を結ぶ橋です。長さは約3.5kmで、無料で渡ることが……
622	2015/8/9 完成したばかりの新しい橋。	3540m（サンゴの島と覚えよう!）といたる現地情報誌に書いてある。今までは船や飛行機でしか……
623	2015/8/9 宮古島と伊良部島を繋ぐ橋	今年出来たばかりの日本最長の橋で、景色は絶景です。青い海を見ながらのドライブは最高でし……
624	2015/8/8 無料で通行できる日本最長の橋	伊良部大橋は395億円かけて作られた無料で通行できる橋としては日本最長の3,540メートルとい……
625	2015/8/8 日本離れした風景です	宮古島側からは、しばらく海面近くに架けられた橋を進み、大きいアップダウン、小さいアップ……
626	2015/8/5 新しい伊良部への道	平成27年1月に開通したばかりの長い橋です。いままで伊良部島へは船でしか渡れなかったのです……
627	2015/8/4 ウミガメ	地元の方も今一番人気の観光名所と言っていました。とはいえ、渋滞等はありません。青空と海……
628	2015/8/1 とにかく長いです！	今年開通したばかりの橋です。この橋は宮古島の中でも唯一、橋の途中で車を停車させることが……



629	2015/7/31 日本一の橋	伊良部島に行くために渡りました。無料で渡れる橋では、日本一だそうです。途中、車を停める ……
630	2015/7/30 爽快な橋	昨年開通したばかりのながい橋。美しい海の色を見ながら走るのは気持ちいい。これで佐和田 ……
631	2015/7/29 宮古島の新たな観光スポット	宮古島を更に楽しめるようにしてくれた伊良部大橋。これで中ノ島ビーチや渡口の浜にも気軽に ……
632	2015/7/28 宮古ドライブ必須のスポット	今年開通したばかりの伊良部大橋は、大橋自体もきれいですが、海の色も最高にきれいでした。 ……
633	2015/7/24 天気がいいと最高の眺め！	橋の途中に車を数台止められるスペースはありますが、ぜひ天気が良ければ「いらぶおおはし」 ……
634	2015/7/22 3540(サンゴの島)と覚えましょう	無料の橋なら日本一長い橋で、全長3540メートルはサンゴの島と覚えると良いと何かの本に書い ……
635	2015/7/22 さすがに長いです	橋までの案内がまだ整備されていません。ナビより目視して下さい、とにかく無料でこのビュー ……
636	2015/7/21 美しい海をまたぐ1本道	2015年1月31日に開通した無料で渡れる日本最長の橋です。ドライブ中に見られるミヤコブルーに ……
637	2015/7/20 天気が良ければ最高。	1月末に開通した伊良部大橋。やっと渡る事が出来ました。残念な事に天気がイマイチでしたが、 ……
638	2015/7/20 天気が良いと最高です！	晴れていると青い海がとても綺麗で最高のドライブが楽しめます。橋の中央に車を止められる場 ……
639	2015/7/20 ドライブには最適です	伊良部島にはフェリーにより渡っていたためか、海の色はそんなに感じませんでした。橋を通 ……
640	2015/7/19 無料の橋で日本一長い	とのことなので、そりゃ渡っておかなきゃ(笑)全長3.5kmとにかく長い(^▽^;)橋の上は「駐停 ……
641	2015/7/19 見る、魅せる、渡る橋	宮古島へ行ったら、外せない場所の一つ。夜の眺めが格別とも聞きましたが、昼に行ってみまし ……
642	2015/7/18 テーマパークのよう	青い海の上を美しい曲線を描いて島をつなぐ橋。アップダウンがあるので見栄えがするし、ドラ ……
643	2015/7/17 宮古島の海に堂々と	宮古島の海に堂々と横たわっています。長く美しい曲線でできた伊良部大橋の存在感に圧倒され ……
644	2015/7/17 新しく開通した最長の橋	2010年は船で島に渡り ふなうさぎバタナや砂嘴塔を見たり飛行機の訓練でタッチダウンを繰り返 ……
645	2015/7/16 キレイな橋	新しくとてもきれいな橋です。池間大橋よりきれいかも。車で走り抜ける時は爽快です。伊良 ……
646	2015/7/16 無料です。便利です。長いです。	初めて利用しました。台風接近中で海が荒れていたのでは海は楽しめませんでした。が車で行けるの ……
647	2015/7/14 強風の時は注意が必要！	伊良部島まで続く長い橋ですが、橋の途中に車を停める所が数箇所あるので、そこに車を止めグ ……
648	2015/7/11 美しい橋です。しかも無料なのだ	2015年に開通したばかりの大橋。無料の橋としては最長らしく、実際走ってみるとかなり長い。 ……
649	2015/7/9 空中ドライブ感がいい	流石に「無料で走れる最長の橋」(2015年)。桁橋なので360度の眺望、空中を飛ぶようなドライブ ……
650	2015/7/8 素晴らしい眺めが堪能出来ます	今年出来たばかりの宮古島と伊良部島を結ぶ無料の橋です。3Kmを越える長さで素晴らしい眺め ……
651	2015/7/6 爽快です。	早朝と真昼間にレンタカーで走行しましたが、青い空と碧い海のコントラストと相まって爽快な ……
652	2015/7/6 無料の最長橋<U+2757><U+2757>	ドライブに最適です。途中で路駐できるスペースもあって海のど真ん中から360°の絶景を楽しめ ……
653	2015/7/3 とにかく絶景です<U+2757>	トリアスロンでも今年使用されたということに絶景の伊良部島大橋。海の上で吹きさらしの ……
654	2015/7/3 海の色が最高	新しい橋を通ったで。景色が最高。でも安全運転に注意必要。伊良部島側は、これからの観光 ……
655	2015/7/3 眺めがとにかく良い	ゆっくりと時間をかけて橋と海とのコントラストを楽しむところです。とにかく景観が素晴らしい ……
656	2015/6/30 橋自体が観光名所	今まではフェリーで渡らないといけなかった伊良部島に渡れるようになりました！とても長く、 ……
657	2015/6/30 宮古島の魅力アップ	伊良部大橋ができて3大橋はすべて無料。伊良部大橋からの景観、海の色すべてが素晴らしい。 ……
658	2015/6/27 すごいきれいな海と空	できたばかりの橋です。海の色と空の色とのブルーがすごくきれいです。伊良部島に渡る際に、 ……
659	2015/6/26 長いです	結構な距離です。一番高い所は結構な高さなので、高所が苦手な人は途中で車を止めて風景を楽 ……
660	2015/6/22 日本一の無料橋	高さとお急ご心配にびっくりしました。途中二か所の車寄せがあるのでゆっくりと景色を楽しま ……
661	2015/6/17 自転車で行くと爽快です	今年からツールド宮古島のコースに加わった約3.5キロの日本一長い無料の橋です。そこそこの ……
662	2015/6/10 早速渡ってきました	早速開通したばかりの伊良部大橋をレンタカーで渡ってきました。そんなに交通量も多くなく、 ……
663	2015/6/10 思わず途中で！	真ん中で車を停めて写真が撮りたくなります！まず、橋の手前で写真を！その海の綺麗さに感動 ……

664	2015/6/8 長ーい無料の橋	ほんとに長いので歩く気になれなかった、離島がそうでなくなった時の変化が怖い。住んでいる、……
665	2015/6/6 絶景。	15年1月に開通したばかりの橋。3キロ以上ありアップダウンも激しいため、歩いてる人はほとん、……
666	2015/6/4 絶景大橋	眺めが良いからなのか速度遅めの島民の運転だからか…ゆーくり眺めを楽しめました。途中、駐、……
667	2015/6/3 開通日に渡りました	景色は最高です！しかし、もちろん島の足となる道路なので、一車線しかなくこの素晴らしい景、……
668	2015/5/30 便利になりました。	3.5 kmは、やはり長い。アップダウンもあり、走りがいいがあります。（車でですが、バイクとバ、……
669	2015/5/30 素敵な橋(^-^)	最近出来た橋ということで行きました！橋に行くまでの標識がまだ無かったので迷いました。橋、……
670	2015/5/25 雨降りに	完成してから初めての宮古だったので行きましたが、当日はあいにくの雨で景色を楽しむという、……
671	2015/5/22 サンゴ礁の海に掛かる絶景の橋	宮古島の美しいサンゴ礁の海に長さ3 5 4 0 mの伊良部大橋は無料で通行でき、走りやすく途中、……
672	2015/5/22 無料の最長橋	宮古島の無料で渡れる最長の橋、伊良部大橋。途中には車を止めれる場所があるので少々停車。、……
673	2015/5/21 伊良部大橋を渡って、伊良部島を	宮古島の美しい海の上を無料で渡れる最長の橋です。最近できたばかりなので、マナーの悪い人、……
674	2015/5/19 出来たてはやほや絶景の橋！	今まで飛行機やフェリーでしか行けなかった伊良部島に橋で行ける様に。平良から車で1 0 分ち、……
675	2015/5/18 なかなか絶景	開通したばかりということで、レンタカーで往復してきました。できたての橋で、走りやすかつ、……
676	2015/5/18 凄いねェ〜 日本の橋梁技術	絵にも描けない景観がそこにはあった。あまりのすばらしさに一往復で帰るのは勿体無く二往復、……
677	2015/5/13 少しだけ、見ました	1月に開通した伊良部大橋を宮古島側、伊良部側から見ました。天気はあまりよくなかったですが、……
678	2015/5/10 優雅な橋とエメラルドグリーンの	伊良部島3540mの長さの大橋、無料の橋では日本最長。一部が高さ2 3 mの船舶が往来できるよ、……
679	2015/5/10 通行料金無料としては日本最長	宮古島と伊良部島、下地島を結ぶ、通行料金を徴収しない橋としては日本最長です。全長3,540m、……
680	2015/5/9 今年開通	宮古島で一番長い橋です。伊良部島に行くのに非常に便利です。乗り口は、車のカーナビで検索、……
681	2015/5/8 天国まで続きそうな海上を走る大	2015年1月31日に開通した全長3,540mの伊良部大橋。モータボートで走っている感覚にさえなる。……
682	2015/5/8 国内最長の無料の橋	2015年1月31日に開通した3 5 4 0 mの長大な橋で、無料で渡れる橋としては国内最長です。、……
683	2015/5/8 絶景	無料の橋では日本最長6 kmもあり沖縄復興支援策の象徴ともいえる395億もかけた橋なので、見、……
684	2015/5/6 横風は強いです	自転車で往復しました。歩道はありませんが、広めで色分けされた路側帯が両側にあります。二、……
685	2015/5/6 絶景が楽しめる橋	鮮やかなブルーの海を見渡せる橋です。今回は車で渡りましたが、歩いてのんびり渡っても良い、……
686	2015/5/5 とても長い	海中道路とセットでとても長い橋です。すごく絵になります。路上で撮影されている方も多かつ、……
687	2015/5/4 海に行く橋	地元の方によれば、予算が削られた関係で歩道が整備されず、欄干もいたってシンプルなものに、……
688	2015/4/30 ドライブに最適	絶景です！ドライブにオススメです(*^^*)長くて、綺麗で走っているととてもきもちよすぎます！、……
689	2015/4/30 風が強いので注意	新しくできた走ということもあり、通行されている方はたくさんいましたが、私的には、風が強、……
690	2015/4/29 すごい<U+30FB><U+30FB><U+30FB>	3 5 4 0 mの長い橋です。距離はサンゴの島（3 5 4）からつけられたのか、3 5 4 0 だから、……
691	2015/4/26 ドライブに最適	初めて渡った時に、絶叫でした。綺麗過ぎて、叫ぶしかありませんでした。新しい橋だけあって、……
692	2015/4/22 ドライブに！	ドライブは最適です！驚くほど綺麗な景色がみれます！交通量もほとんどなくゆっくり回りを見、……
693	2015/4/18 伊良部島に簡単に行けるようにな	伊良部大橋が2015年1月に開通して、初めて伊良部島に行きました。全長3,540mで無料の橋として、……
694	2015/4/16 眺望	今年開通、橋を渡る前に手前で記念写真。伊良部大橋をバックに、駐車場が狭いので、通り過ぎ、……
695	2015/4/14 とてつもなく長い橋	無料で渡れる日本一長い橋と聞いて行ってみました。確かに長い橋ですが、途中で車を止めると、……
696	2015/4/14 広めの路側帯に車を留めて	緩やかなカーブとアップダウンのある巨大な橋です。上下左右のうねりは、伊良部島にわたって、……
697	2015/4/7 朝昼晩と感覚が違って面白い	架橋要請活動開始から4 0年かかり（詳しくありませんが）やっと実現した日本最長の無料大橋。……
698	2015/4/6 新しくできた橋	2 0 1 5年1月完成の新しい橋でドライブしたら気持ちよかったです。ただ途中一か所だけし、……

699	2015/3/25	できたてはやはや	前回は船で渡りましたが、今回はなんと橋ができていますのですね！海を眺めながらのドライブは！……
700	2015/3/19	南の島に架かる素晴らしい橋	宮古島の美しい海を左右に見ながら渡る事ができる4キロ近くあるとても素晴らしい橋です。無料……
701	2015/3/18	日本最長の無料の橋。	まだ開通したばかりで、レンタカーのカーナビも設定されていなく、標識もあまりでていなくて、……
702	2015/3/18	日本最長の無料大橋	宮古島から伊良部島まで3,540mの無料橋、左に来間島、右には池間島が観える。橋の最高部が中！……
703	2015/3/17	完成！伊良部大橋	例年は、6月に宮古島を訪れます。何故だと申しますと”マンゴー”のシーズンだからです。ふる……
704	2015/3/16	あまりに長すぎて歩けません	この端は、自動車専用道路ではなく国道の一部です。なので歩いて渡ることができます。自転車……
705	2015/3/7	1月31日開通日本最長長さ3540mの	1/31に新しく開通した橋「伊良部大橋」を渡り 伊良部島へ 行きました。伊良部大橋は 1月31……
706	2015/3/4	宮古島といえば橋	年2回行こうと決めている、すっかりお気に入りの宮古島。完成したばかりの「伊良部大橋」行っ……
707	2015/3/1	海の上の快適なドライブ	無料の橋としては日本一の長さの開通したばかりの橋。海の上のドライブは期待通り快適でした。……
708	2015/2/28	気分爽快ドライブ	宮古島と伊良部島を結ぶ橋で、約3 kmもあります。左右に広がる海の色がとてもきれいでした。……
709	2015/2/26	宮古島観光の1番の目玉	宮古島から伊良部島間にある海の上を渡る約3 kmの橋です。無料で27年1月に開通したばかりで……
710	2015/2/6	日本国内では、無料で渡れる最長	1月31日に開通したばかりの橋です。宮古島と伊良部島を結ぶ橋で、海の上を3 km位走るドラ……

Data profile at Kurobe Dam site

no.	review_date	review_title	review_content
1	2018/3/9	圧巻!	黒部ダム駅を降りると220段の階段が待っています。かなりきついですが爽快感がたまりません……
2	2018/3/4	バスツアーで参加しましたが、や	メインポイントは、黒部ダムですね! 私の出向いた時期は、放水イベントは有りませんでし ……
3	2018/2/9	放水が見たくなりました。	何々、凄いダムです。長野アクセスで行きました。ダムは、ラスベガスのフーバーダムを最後 ……
4	2018/1/31	大自然を満喫したいのならココ	立山<U+30FB>黒部へは、長野県側からのルートと富山県側からのルートがそれぞれあり色々と ……
5	2018/1/22	もう一回訪れたい。	一般解放最終日11月30日に、念願の『黒部ダム』へ。ただただ、圧倒される大パノラマ。胸に ……
6	2018/1/3	迫力あります	一度は見たい迫力ある大きなダムです。富山からのアクセスと長野からのアクセスがあります ……
7	2017/12/29	夏でも涼しい<U+203C><U+FE0E>	初めての黒部ダム。4時ごろに扇沢駅に到着してそれからトロリーバスに乗車してダムに向かい ……
8	2017/12/24	ダム好き	感動、感激、感謝最高のダム 昭和30年代での建設現場は過酷な状況の中でつくりあげた日本人 ……
9	2017/11/12	迫力に圧倒されました。	高さ1 8 6 mの巨大ダム。とにかく迫力ある建造物です。人間の力でよくこんな物が造れたと思 ……
10	2017/11/3	大自然の中の偉大な建造物	トロリーバスが来年でなくなるということで乗りました。220段の階段を登り、展望台へ。残念 ……
11	2017/10/31	放水はしていませんでしたが、	とってもダイナミックなダムを見下ろす事が出来ます。立山連峰を潜ってよく、ここまで来れ ……
12	2017/10/23	大迫力の黒部ダムですが放流が前	紅葉真っ盛りの黒部ダムを訪問。冷たい雨模様で室堂平では今年の初雪を記録した。放流は前 ……
13	2017/10/18	見えました	地元を出る時からトロリーバスに乗るまでずっと雨が降り、乗り場辺りではけむっていて回 ……
14	2017/10/17	壮大です! 圧巻です!	大きすぎてすぐ側で放水を見ているのに何だか現実味がないぐらい…大きいです。立山側から ……
15	2017/10/9	ダム展望台など見どころがたくさ	標高1,508mのダム展望台まで、外階段で上りました。ここからは、黒部ダムを眼下に見下ろす ……
16	2017/10/8	寒さ対策が必要です!	9月末に黒部第四ダムへ行って来ました。室堂付近の気温は7度。標高2500メートルを超えるの ……
17	2017/10/3	壮大な<U+30FB><U+30FB><U+30FB>	10/1に行ってきました。すでに山々が色づき始めていて、紅葉が始まったばかりでした。後1〜 ……
18	2017/10/3	船に乗るのが最高	黒部ダムの水が勢い良く 放出されている所に虹が出てました。天気の良い午前中に行くと見 ……
19	2017/10/3	観光放水はぜひ!	扇沢駅まで自家用車で向かい、トロリーバスで黒部ダムへ。トロリーバスでは黒部ダムの解説 ……
20	2017/10/2	やはりくろよんは最高です	今回、黒部ダムは二度目ですが、いつ見ても迫力があり、展望台からの眺望も、天気の良い ……
21	2017/9/20	ダイナミックな水量に圧巻	一秒10 tの水が出ているそうです。ダムがどのように出来たかを知ることでもできるようにな ……
22	2017/9/14	歩きながらも	ダムの壁に水の流れが速くてかなり高いです。展望台だけではなく、歩きながらも強い水の流 ……
23	2017/9/9	放水シーズン	テレビで見たことのあるダムの瀑布を見に行きました。迫力は実際に見ないと分かりませんね ……
24	2017/9/9	避暑にぴったり	車を扇沢駅で無料の駐車場に停めトロリーバスに乗り黒部ダムへ着いたなりに220段の階段が! ……
25	2017/9/7	虹の見えるダム噴射	好転に恵まれ、ダムからの噴射口に何度も虹が現れて素敵でした。湖の色も幻想的ですし、反 ……
26	2017/9/7	放水	ダムの放水は迫力ありました遊覧船ガルベも良かったですダムカードは売店のレジで乗車券を ……
27	2017/9/6	お天気次第ですが<U+30FB><U+30FB>	4月下旬のゴールデンウィーク直前に訪問しました。この時期、放水は有りませんが、周りの ……
28	2017/9/6	黒部ダム	高所恐怖症なので、歩けるか心配でしたが、そんなことより壮大で美しくて、気持ちよかった ……
29	2017/9/3	壮大な景色	初めて訪れる事が出来ました、この時期にまだ雪が残っていました。とても、空気が澄んでい ……
30	2017/9/2	別世界の爽やかさ、スケールの大	トロリーバスでしか行けない、ということで、乗り物好きの子供たちは期待度大! 駅員さんが ……
31	2017/8/29	5人家族で3万弱	5年生、1年生、年長の3人連れて行ってきました。2回目です。今回は扇沢<U+301C>室堂の5時間 ……
32	2017/8/27	大迫力	今回は黒四発電所の見学会参加の為に朝早く来たので、あまり時間無かったのですが、先日の大 ……
33	2017/8/27	圧巻、一度は行ってみるべき。	プロジェクトXの黒四ダムに感動し、灼熱隧道も読破し、いつかは行きたいと願い、やっと行き ……

34	2017/8/20 迫力の黒部ダム	8/18に今年社会人になった娘と立山黒部アルペンルートで黒部ダムにいきました。今年は、東 ……
35	2017/8/20 想像以上に広々としてました	8月のお盆明けの木曜日、ちょうど雨の晴れ間の1日でした。扇沢の駐車場に10時少し前に到着 ……
36	2017/8/20 すごい絶景！歩きやすい靴が良い	100段以上の階段が何か所もあり、湧き水で足元が濡れているため、歩きやすい靴でないと危な ……
37	2017/8/18 夏でも涼しい<U+203C><U+FE0E>	初めての黒部ダム。4時ごろに扇沢駅に到着してそれからトロリーバスに乗車してダムに向かい ……
38	2017/8/18 行って損はない	長野側、扇沢からトロリーバスで行きました。8月ハイシーズンは朝8時でも扇沢駐車場は満 ……
39	2017/8/16 日本が誇る雄大なダム	1秒あたり10tの放水を間近でみると、その圧倒的な迫力には圧巻されます。ただ、階段での昇 ……
40	2017/8/14 絶景、壮大	お盆の最中に長野側から行きました。最寄りの扇沢駅の駐車場や、トロリーバスが混んでるこ ……
41	2017/8/12 素晴らしい	圧巻の風景、素晴らしいの一言あの頃の職人の意地、魂を感じる事が出来ました。夏休みだか ……
42	2017/8/5 約40年ぶりの訪問	約40年前に父に連れてきてもらった黒部ダム。レインボーテラスなどは当時ありませんでした ……
43	2017/8/4 圧巻	観光放水は圧巻です！ダムの上から下まで200段以上でしょうか、良い運動になりました。トン ……
44	2017/8/4 ただただ感動！	立山黒部アルペンルートから黒部ダムを見学に行ってきた。黒部ダムに行ったのは初めて ……
45	2017/7/5 放流の期間で迫力がありました	ちょうど、放流の期間で、以前よりもダムの下まで観光できるようになっているので、迫力が ……
46	2017/7/3 トンネルをトロリーバスで抜ける	富山湾にそそぐ黒部川の上流の峡谷につくられた巨大なダムです。その過程での工事用のトン ……
47	2017/6/28 アルペンルートに感動	アルペンルートのツアーに参加して通過しました。この黒部ダム、数十年前に作られたのに ……
48	2017/6/25 自然と溶け込んだ雄大な黒部ダム	天候にも恵まれ、黒部ダムを見渡せる展望台にも行きました。展望台から眼下に見下ろした黒 ……
49	2017/6/16 とにかく大きい	山の中にこんな巨大な人工物が建設されたと思うと、当時の関係者の苦労が偲べれます。なに ……
50	2017/6/15 違う季節にも行ってみたい	GWでしたので放水はまだしていませんでした。空気が薄く展望台への長い階段は息が切れて苦 ……
51	2017/6/13 240段頑張って登る価値のある絶景	扇沢からトロリーバスで16分、黒部ダム駅を降りて階段を240段上がった先には素晴らしい絶景 ……
52	2017/6/3 いつ行っても楽しめます	春は雪山と青空とダム、夏は新緑と放水中のダム、秋は紅葉とダム。いつ行っても楽しめます ……
53	2017/5/26 おすすめ	ダムの放水を見て、とても感動しました。虹も出ていたので、とてもラッキーでした。風がち ……
54	2017/5/18 ダムの放流が印象的。	立山から電車や、ロープウェイで黒部ダムに向かうルートと扇沢からトロリーバスとトロッコ ……
55	2017/5/15 戦後日本の復興の象徴	昭和30年初旬より8年の歳月と171人の殉職者、現在の貨幣価値で言うと1兆円の費用をかけて作 ……
56	2017/5/11 大自然と人間との闘いの舞台	出かける前に映画「黒部の太陽」を見ることをお勧めします。実際に現場に立ってみると、よ ……
57	2017/5/9 ダムからの山々、湖の眺めは、素	7年の歳月をかけて1963年に完成した巨大水力発電ダム。黒部ダムからの、雪に覆われた ……
58	2017/5/9 放水している時期がベスト！	昨年夏に行ったときは放水していて圧巻でした。今回GWに雪の大谷を見に来たときは放水して ……
59	2017/5/8 観光放水、迫力満点	観光放水は迫力満点でした。ただ、雨風の強い日で非常に残念。天気の良い日にまた行きたい ……
60	2017/5/7 放水はまだでした。	是非見る価値ありますのでお勧めです。私が見た時はまだ放水していませんでしたが放水の時 ……
61	2017/1/31 凄い迫力<U+203C><U+FE0E><U+203C>	こんな大きな偉大なダムを何人もの人が犠牲になりながらも何年もかけて手作りで作ったかと ……
62	2017/1/12 晴れた夏に	晴れた夏に訪れましたが、素晴らしい景色。公式サイトで推奨コースの案内をダウンロードし ……
63	2016/12/19 絶景が楽しめます	ダムまでは、長野県側から向かって富山県側から向かって、トロリーバスやケーブルカー ……
64	2016/11/28 黒部ダムの絶景	黒部ダムは何度か行きましたが、人手でよく作った物だと、行くたびに思います。観光放水も ……
65	2016/11/17 夏の時期	夏の時期でも、トンネルの中は肌寒かったので、上着が有ると良いと思います。小さい子供は ……
66	2016/11/16 富山に行くなら訪れるべき場所	アニメ「クロムクロ」の舞台としても話題となった黒部ダム。観光放水はやっていない時期に ……
67	2016/11/3 昭和30年代に	昭和30年代に建設されたダムですが 凄いの一言です。ダム展望台やレストハウスをめぐり ……
68	2016/11/3 一度は訪れておきたい。	思っていた以上の感動がありました。ちょうど虹がかかり絵はがきなどで見るのと同じ景色を ……

69	2016/11/2 記録映画も是非！	10月22日に訪れました。残念ながら放水は終わっていましたが、迫力ある黒部ダムと見頃を迎
70	2016/11/2 絶景！	ダムの中央に、ここが中心ですと目印があり、記念撮影してる方がたくさんいました。あと、
71	2016/10/30 観光放水	10月15日で観光放水が終わってしまうと寂しいです。あとは日本一標高が高い遊覧船ですね。
72	2016/10/29 迫力満点の雄大な景観が楽しめま	10月27日にツアーで行きました。観光放水は終了していましたが、紅葉がピークで回りの
73	2016/10/24 素晴らしい紅葉	10月23日に訪問。ちょうど紅葉が見頃でした。山全体が赤、黄、オレンジになり壮大なスケー
74	2016/10/20 富山県民の誇りです！	富山県民なのに40数年生きてきて初めて訪問しました。観光放水を実施する今期最終日に滑り
75	2016/10/19 迫力満点の景色	扇沢からトロリーバスでダムに到着。壮大な景色に、何度訪れても感動します。晴れた日に
76	2016/10/19 観光放水は10/15頃で終了	確か10/15までと言っていたような<U+30FB><U+30FB><U+30FB>ギリギリの日に行けてラッキー<
77	2016/10/15 誰もいない絶景スポット	トロリーバスでダム駅に着いて、寒いくらいのトンネル内の歩道に行く。そしてトンネルを出
78	2016/10/12 壮大	トロリーバスの駅から展望台までは、220段を上ります順路では無いので展望台は、カットして
79	2016/10/10 扇沢駐車場の混み具合	今年のシルバーウィークに行きましたが<U+FF64>事前の口コミ調査で前年のシルバーウィーク
80	2016/10/9 迫力が凄い	とにかく巨大なダムを感じられます。立山黒部アルペンルートの通り道として利用しただけで
81	2016/10/8 迫力満点	動きやすい服装とシューズ、ちょっと肌寒いので羽織れる物があるとよいかも！ 駅員さんスタ
82	2016/9/30 立派なダム	「黒部の太陽」は出来た当初とても話題になった映画でしたが、その映画の舞台であるこの黒
83	2016/9/30 壮大なスケールのダムと峡谷	富山市内から車で行了きました。山の麓に大型駐車場がありますが、9時前に着いた時には、駅
84	2016/9/25 絶景の放水と工事関係の方たちの	黒部ダム及び「黒四」といえば、やはり放水の迫力と映画「黒部の太陽」、NHK「プロジェクト
85	2016/9/24 未来少年コナンな景色	とにかくダイナミック！ 冬は閉鎖になるそうですが、館山のホテルの方がたは春の準備の為、
86	2016/9/22 黒部ダムに行って来ました。	黒部ダムに行って来ました。8月の下旬で観光客でいっぱいでした。この黒部ダムで展望台か
87	2016/9/21 大迫力！	社員旅行でアルペンルート黒部ダムにやってまいりました。観光地の中の観光地という事で楽
88	2016/9/20 日本一のダム。	水力発電を目的として、建築されたダム。とても難工事でしたが豊富にある水を利用した、発
89	2016/9/18 スケールの大きな風景とお約束の	何十年振りの二度目の来訪。扇沢からトロリーバスで行く。平日午前中だがトロリーバスは3台
90	2016/9/18 アルペンルートの主役は大迫力で	映画やテレビ書籍等で見聞きした黒部ダムへ生まれて初めて来れました。ゼネコンに勤務して
91	2016/9/15 すごい一言です！	想像以上の場所でした。景色も良く歴史のお勉強もできます。人間の力のすごさを思い知らさ
92	2016/9/9 トンネルを抜けたあとの、壮大な	長野の信濃大町から入りました。「黒部の太陽」で描かれた建設当時の苦難を思いつつ、トロ
93	2016/8/30 幻想的な景色にうっとり！	黒部溪谷の先に黒部ダムがあると勘違いしていたら全く反対側になるんですね。(笑)夫は黒部
94	2016/8/28 観光放水はすごかった！	念願の黒部ダムの観光放水を見ることができました。長野駅からバスに揺られること約2時間。
95	2016/8/27 観光放流時は特にお勧め	8月に訪問。トロリーバスを降り、220段の有名な階段を出ると展望台から雄大なダムが一望
96	2016/8/14 迫力満点！	扇沢から黒部ダムへ。観光放水が迫力満点で、虹も綺麗。朝早くに行ったので、混雑もそれほ
97	2016/8/14 圧巻の放水	ダムの放水口は上と下、二カ所あるようです。上から出てる日の方が綺麗に虹がかかると駅員
98	2016/8/13 『山の日』この時期人が多い！	8月12日は立山駅で朝8時前でケーブルカー2時間半待ち。上がっても移動に待ち時間はあり、
99	2016/8/12 念願の黒部ダム<U+266A>	やっと行けたのでそれだけでも感動なのですが、行った日はかなりお天気がよく、観光放水<U
100	2016/8/6 観光放水を満喫	関東一円が猛暑日となった8月6日に、避暑をかねて黒部ダムに行ってきました。長野側の入
101	2016/8/5 迫力満点です	一度は見てみたい、と思い、上高地のついでに行ってみました。放水は迫力満点でとても見ご
102	2016/7/22 放水の時期に行くこと。	やはり6月下旬からの放水の時期に行くべきでしょう。迫力満点の放水で、虹が見られます。
103	2016/7/22 先人の皆さまありがとう！	長野県側からトロリーバスに乗り黒部ダムに到着。本当によく造ったなとつくづく感心して言

104	2016/7/18 結構歩きます。	7月上旬に立ち寄り。一度は訪れてみたかった黒部ダム。あいにくの天気のため、日曜日の朝……
105	2016/7/17 圧巻です！	周りに景色と目の前のダムが壮大すぎて、日頃のストレスが吹っ飛びますよ(^)事前に黒部に……
106	2016/7/17 避暑地には最高の場所です。	御存じの通り日本最大級のダムです。真夏に避暑地を求めて行くにはとても良い所で、長野県……
107	2016/7/14 黒部立山アルペンルート	黒部ダム～立山アルペンルート一度行きたかったエリアでした。宇奈月のトロッコ列車からの……
108	2016/7/12 偉大な自然と人を重ねて	若い頃に行ったことがあり、つまらない印象が残っていたのですが、行きたい友人のお供で行……
109	2016/7/9 放水は迫力があります	扇沢からトロリーバスに乗り、15分程地下トンネルを抜けていくと、黒部ダムに着きます。た……
110	2016/7/5 夏期の放水時期がGOOD>	昭和30年代、電力不足を補う国策の建造物だと思います。多くの殉死者を出した難工事であり……
111	2016/7/1 最高の天気恵まれて	6月26日は、今迄の天気とは打って変わり、朝から最高の青空でした。梅雨の中の旅行だったの……
112	2016/6/26 念願でした	ずっと行ってみたかった黒部ダム。予定した日が観光放水が始まる前日だったので迷いました……
113	2016/6/21 放水してない！！	前回に行った時は放水していましたが、放水は夏だけのようで、ゴールデンウィークの頃は放……
114	2016/6/19 四季折々 楽しめます	9月下旬、立山の紅葉を見たくて、出かけました。ダムの放水は、迫力がありました。時間がま……
115	2016/6/19 通称「くろよんダム」	日本を代表するアーチ式コンクリートダム扇沢からトロリーバスに乗り最初にたどり着くのか……
116	2016/6/11 大きなダム	アルペンルートに行くのに関電トロリーバスで降りたら黒部ダムに着いたので、観光しました……
117	2016/6/10 一度は行ってみたいと思っていた	ゴールデンウィークに訪問しました。非常に強風が吹いていたことと、放水時期ではなかった……
118	2016/6/6 一度は行かないと	山なら富士山。ダムなら黒四です。日本人の誇りです。トロリーバスから降りて階段を歩かな……
119	2016/5/30 晴天の黒部ダムは雄大です	晴天に恵まれ、緑の静かな黒部湖の雄大で心に残りました。展望だいまでの会談は、とっても……
120	2016/5/25 高所恐怖症には厳しいです	高所恐怖症には、外階段の移動や展望台での見学で足が竦みます。正直怖いので、新展望広場……
121	2016/5/23 大迫力の放水	目の前で見える放水は迫力があります。結構歩くので歩きやすい靴がオススメです。名物のダム……
122	2016/5/22 大自然の中の迫力のダム！！	お天気に恵まれて晴天の中、室堂からトンネルトロリー、ロープウェイ、ケーブルカーと乗り……
123	2016/5/18 力強さを感じました、道中も楽し	トロリーバスでトンネルを通るのがまず楽しく、ダム自体も立派で迫力がありました。ダム……
124	2016/5/14 放水の迫力が凄い	昨夏お盆時期に、富山までの移動としてアルペンルートでの移動で立ち寄りしました。前日まで……
125	2016/5/13 放水見たかった	一年中放水していると勝手に思っていたのですが、6月下旬からでした……富山側から行っても、……
126	2016/5/8 夏はどこでも暑い	長野県側からアルペンルートでいきました。さすがに黒部なら涼しいだろうと思いましたがU……
127	2016/5/5 迫力に感動！	なかなか行きづらい場所にありますが、たどり着いたときの感動はひとしおです。巨大なダム……
128	2016/5/5 黒部の太陽の映画の最終シーンは	関西電力の社運をかけた大工事や日本一のダムでGWの時期は雪解けが始まっていないので水……
129	2016/5/3 歴史があります	放水は、6月ぐらいからだそうです。とても迫力があり、下を見るとちょっと怖いです。高所恐……
130	2016/5/2 迫力！	放水はさすがに迫力のある光景！虹が見えたり、真上で見るのと少し離れたところから見るの……
131	2016/4/22 開通時期、観光放水時期を確認し	ダムが放水して、そこに虹がかかっているような景色が見たいなら、観光放水の時期を確認し……
132	2016/4/22 三回目でしたが放流されていてよ	早朝出発し、中央高速で一路、松本方面へ。中央高速では土砂降りで、長野自動車道を北上し……
133	2016/3/28 展望台からの眺めは最高	夫婦で立山黒部アルペンルートに二日間の旅をしました。扇沢からバスに乗って最初に着いた……
134	2016/3/18 豪快	とにかく豪快です。思った以上に大きくて、どれほどの人達によって作られたのかな…なんて……
135	2016/3/17 豪快な放水！ビューティフル	初めは私一人で訪れ、感動し、二回目は妻にも見せたいと思って、旅行会社のツアーで訪れま……
136	2016/2/22 最高でした！	初ダムでした！紅葉が残ってて、虹は出てるし、天気はいいし、放水されてるし、山の上には……
137	2016/2/22 でかい！！	立山登山の帰りに寄りました。感想はでかい！！人生の中でこれ程大きな人工建造物を見たの……
138	2016/1/25 ダムの放水が見れてよかった	夏の暑い中、黒部ダムを見に行きました。その時偶然にもダムの放水を見ることができました……



139 2016/1/22 大迫力のダムに圧倒されました。 とても大きなダムで、展望台に上がり、ダムの全景を見ることができましたが、想像をはるか ……  
 140 2016/1/7 ド迫力 黒部ダムの放水は水量が多く、ドドドという音が迫力を物語っています。ダムは上を歩けるの ……  
 141 2015/12/27 豪快！ 事前にダム建築の本を読んでいたので、感慨深いものがありました。ここに至るまでの道のり ……  
 142 2015/12/20 期待が大きかった分子想より小さ テレビ等で何度も見ていたので、それはそれは大きいだろと期待していきました。もちろん ……  
 143 2015/12/9 映画にもなったように巨大で大感! バスツアーで行きました。ダムも巨大ですが、放水が大量で感動的でした。上から見ると人間 ……  
 144 2015/12/6 一回は、来ないと後悔するほど絶 初キャンプカーの旅2日目、白馬から扇沢駅へ、そこからトロリーバスで黒部ダムへ。8月 ……  
 145 2015/12/1 建築美 このような秘境にこのような建造物をつくるなんてすごいことです。実物を見て、そのスケー ……  
 146 2015/11/25 日本最大のアーチダムと放水の迫 いつもテレビや写真で見えていた黒部ダムに、やっと念願かなって行きました。ダムの堤体を歩 ……  
 147 2015/11/23 迫力満点です レンタカーを借りて、長野県側からトロリーバスに乗って行きました。ダムの規模はやはり大 ……  
 148 2015/11/11 迫力はすごいですが、放水してい コンクリートの絶壁は他に類のない迫力だと思います。ただ、やはりせっかく行くなら観光放 ……  
 149 2015/11/8 日本人の努力の結集 黒部ダムに行きました。9月の後半でしたが山の上は少し紅葉になっていました。今までずっと ……  
 150 2015/10/31 ツアーで行くと全てが効率良く見 初めてだったのでツアーを利用しました<U+203C><U+FE0E>それぞれの乗り物のチケットももち ……  
 151 2015/10/30 感動以外の何ものでもない 黒部ダムへ至るまでの道のりがすごくて、勿論ダムも素晴らしいのですが、よくこんな道<U+3 ……  
 152 2015/10/30 素晴らしいダムです。 日本の夜を明るくするための電気を起こす為に、先人が作ってくださった素晴らしいダムです ……  
 153 2015/10/27 迫力 立山駅から約2時間、何度も乗り継ぎをして最後の黒部ケーブルカーを降りて、しばらくトンネ ……  
 154 2015/10/26 人が造ったとは思えない巨大なダ 前日、上高地を観光し昨夜は、白馬に1泊し、黒部ダムに向かいました。夫と小学2年生の孫と ……  
 155 2015/10/26 ダム上でお手軽に迫力のある記念 有名な黒部ダムですが、高齢者には階段の上り下りに苦勞する方もいると思います。今回、ダ ……  
 156 2015/10/26 歴史的な大型ダム 昭和38年のこんな所にダムを作った日本人の技術の素晴らしさに感動。映画「黒部の太陽」で ……  
 157 2015/10/23 是非、放流をご覧ください 立山黒部アルペンルートを行きたかったのですが、時間の都合で残念ながら扇沢駅からトロリ ……  
 158 2015/10/20 雄大なダム 何度も訪れてる黒部ダム。今回はイベントに当選し、ライトアップの黒部ダムツアーに参加し ……  
 159 2015/10/19 大迫力の放流 扇沢駅には無料駐車場がありますが、すぐ満車になるそうです。トロリーバス（往復2570円） ……  
 160 2015/10/18 迫力がヤバイ！ 一度は行きたくて、今回は時間がないのもあったので長野側の扇沢から行きました。天気恵 ……  
 161 2015/10/15 一度は見ておくべき 8月下旬、立山（雄山登山）旅行の最終目的地として訪れました。プロジェクトXも見だし、映 ……  
 162 2015/10/14 年に1度は、黒部ダムへ！ 何回行っても良いところ！今回はアルペンルートのうち、ダムエリア中心に散策。紅葉にはち ……  
 163 2015/10/12 さすが雄大な黒部ダム 黒部ダムへは何回か乗り換えて、また混んでいたのも、かなりの時間をかけて行った。途中の ……  
 164 2015/10/12 壮大な建造物と自然のコラボ お盆の8/16に扇沢～大観峰まで行きました。朝9時頃に行きましたが、扇沢駅前の駐車場はすて ……  
 165 2015/10/11 産業遺産！ アルペンルートのハイライトとも言うべき、巨大なダムです。扇沢からのアクセスだと比較的 ……  
 166 2015/10/11 さすが黒部ダム アルペンルートからの予定が、台風の影響で急遽扇沢ルートからに。サクッと黒部ダムまで着 ……  
 167 2015/10/10 朝の黒部の太陽と 観光放水が開始されるのは実は早朝5時台です（時期によって少し異なりますが）。いちばん ……  
 168 2015/10/10 放水時期に間に合いました 10月15日までの放水でした。写真と違って、本物は、迫力満点ですよ。展望台に登れば、 ……  
 169 2015/10/8 これぞプロジェクトX 長野県大町市からトロリーバスに乗って行きました。バスのルートは15分くらい、ずっとトン ……  
 170 2015/10/6 THE 放流 行きたかった黒四ダム<U+203C><U+FE0E>やっも行けました<U+301C><U+301C>富山から入りまし ……  
 171 2015/10/6 先人の偉業に感謝。 大町からトロリーバスに乗って黒部ダムへ。天気にも恵まれ、アルプスの山並みをバックに雄 ……  
 172 2015/10/6 壮大と言えそうですが 長野側からトロリーバスを利用して訪れました。トロリーバスは片道10分程度?ずーっとト ……  
 173 2015/10/4 放水シーンが圧巻 長野の信濃大町側から行けば、扇沢駅から20分ほどで到着できます。展望台から望む放水風景 ……



174	2015/10/1	日本の高度成長期を支えたシンボル	長野側の扇沢からトロリーバスで入りました。今更黒部ダム？と期待していませんでしたが ……
175	2015/10/1	今が秋期の旬	放水期間だったので迫力ある放水を見る事が出来感激！！その放水に「虹」がかかりパンフレ ……
176	2015/9/30	やっとたどり着いた黒部ダム	富山電鉄立山駅からケーブルカー 高原バス トロリーバス ロープウェイを乗り継いでやっ ……
177	2015/9/27	観光放水は壮観です	アルペンルートを新潟県<U+30FB>扇沢から上った最初の観光スポットです。アーチ式ダムの堤 ……
178	2015/9/24	すごい迫力！！	隣の富山県の超人気な観光地ですが、好天に誘われてシルバーウィークに初めて行ってきまし ……
179	2015/9/22	雄大なすばらしい眺め	紅葉には早かったですが観光放水も見ることができました。室堂からトロリーバス→ロープー ……
180	2015/9/22	放水の迫力	工事の困難さと高さ186mで日本一で知られる名所です。黒部ダムには晴れた日に行きたい ……
181	2015/9/19	圧倒的な迫力	シルバーウィーク前に訪問しました。他のダムに行ったことはありましたが、日本一の黒部ダ ……
182	2015/9/18	山いちごソフトとビデオ上映	観光放流がされている天気の良い日は虹が見える。展望台そばに作成の過程を展示するコーナ ……
183	2015/9/17	スケールがデカイ！	夏だったので観光放水もされていて、まさに圧巻の迫力でした！標高も高く、比較的夏でも涼 ……
184	2015/9/17	絶景	天気にも恵まれました。大自然のなかの黒部ダムは絶景です。遊覧船に乗れなくて残念、便が少 ……
185	2015/9/16	黒部ダム	先人たちの血と汗と涙の結晶の黒部ダム。その雄大な姿は、とても美しいものです。放水のど ……
186	2015/9/14	想像以上にきれい！	真夏に黒部立山アルペンルートを観光へ。黒部ダムでは観光放流がされており、綺麗な虹が見 ……
187	2015/9/14	圧巻！！	所詮ダムと思って行ったが、ビックリ。なかなか日常では味わえないすごさ。ただ階段が多い ……
188	2015/9/11	見応えありでした	行ってみたかった黒部ダムを訪れました。まわりの山の緑がキレイで癒されます。放水は迫力 ……
189	2015/9/10	大自然の中の巨大な人造建造物！	以前より行きたいと思っていた黒部ダムへ長野県側（扇沢）より行ってきました。生憎の雨で ……
190	2015/9/9	すごい迫力です	念願の黒部ダムに行くことができました。始発のトロリーバスに乗ることができたので、思っ ……
191	2015/9/9	迫力！	8:30頃に扇沢から黒部ダムに向かいました。早い時間に行きましたが、既に大型バスでの団体 ……
192	2015/9/7	すごい迫力に圧倒されました	長野県側から入りました。長野側からだとはトロリーバスに20分ほどのり、きつい階段を登る ……
193	2015/9/6	壮大なダムでした。	8月11日に行きました。前日に室堂に泊まり9時45分頃のバスに乗りました。混雑を心配し ……
194	2015/9/5	長野側からのアプローチが便利で	以前訪れた際には、秋の終わりだった為放水が行われていませんでした。今回は夏場に訪問し ……
195	2015/9/3	爽快感と悲壮感	黒部立山アルペンルートの観光コースに入っていて、今回初めて訪ねた。石原裕次郎主演の映 ……
196	2015/9/2	迫力ありました	家族旅行で訪れました。立山側～横断して、黒部ダムに行きました。天気予報では、午後から ……
197	2015/9/1	先人達の苦労と努力の結晶	先人達の苦労と努力の結晶、言わずと知れた日本一のダムです。観光シーズンは、観光放水も ……
198	2015/9/1	やっぱり晴れていた方が	訪問当日はあいにくの雨模様でした。夏休み中ということもありソコソコの人出だということ ……
199	2015/8/30	観光放水はなかなかの迫力	小雨模様の天気だったので残念ながら虹は見れませんでした。観光放水はなかなかの迫力で ……
200	2015/8/30	雨の日のダム	雨でしたが、すごく良かったです色々学べて勉強にもなりました最も登山の格好で行くと良い ……
201	2015/8/29	全てが大きい	ムーンライト信州で信濃大町に到着、朝一番のバスで扇沢から入りました。天気にも恵まれ、 ……
202	2015/8/28	電気について考える	きっかけになると思います。171名の尊い命と引き換えに建設された巨大ダム、黒部ダム。水力 ……
203	2015/8/28	虹をみるなら午前中	お盆休みに、扇沢駅方面から行きました。朝9時頃に駐車場に到着しましたが、あと50台ほど後 ……
204	2015/8/27	扇沢で天気を確認してから	25日台風の影響で信濃大町は曇り扇沢は霧が発生していました。切符売り場のモニターでは ……
205	2015/8/26	景色だけでなく、歴史を学べる場	2015 summer 長野側から黒部ダムへ行ってきました。黒部ダムに向かうためには、必ず電気 ……
206	2015/8/21	雄大な峡谷美と人知の融合	富山県立山町にある黒部ダムは、戦後日本の経済復興の基盤を支える電源開発として、関西電 ……
207	2015/8/20	観光放水の迫力	黒部ダムへは扇沢駅からのアプローチでした。扇沢の駅前には駐車場がありますが、当日は満 ……
208	2015/8/18	最高の眺め	280段の階段を登り展望台へ。下のレストハウスより空いてて軽食程度ならこの方が良いかも ……

209	2015/8/17 初めての黒部ダム 20150814	念願かなって黒部ダムへ行くことができました。東京から約230キロ、お盆休みということも……
210	2015/8/15 素晴らしい眺めです。	2年前には立山に登り、大観峰から見下ろした黒部湖に行って見たいと思い、今年、家族で行き……
211	2015/8/14 涼！	トンネルの中と外での気温差にくらっときます。ふぉっとダムが二か所あるとは知らなかった ……
212	2015/8/14 観光放水は圧巻！	扇沢駅まで車で行き、そこからトロリーバス（幼児無料）でダムへ。片道16分で着きます。黒 ……
213	2015/8/13 大迫力の観光放水	黒部ダムは立山黒部アルペンルートの目玉のひとつです。放水観覧ステージやダムえん堤など ……
214	2015/8/13 ダムに至る道のりも楽しいです	初めての黒部ダム。7月の日曜日に行きました。日本一の規模でもあるのですが、観光放流も ……
215	2015/8/13 別世界の涼しさ	お盆期間に扇沢～大観峰まで行きました。早朝に行きましたが、扇沢駅前の駐車場はほぼ満車 ……
216	2015/8/10 すずしい<U+266A>	今回二度目の旅行です。十数年前に主人と二人で。今回は息子と10歳の孫を連れて<U+266A>【 ……
217	2015/8/9 避暑を兼ねて	猛暑の8月に扇沢側からトロリーバスで訪問。バスを降りると空気がひんやり、快晴でも、湿 ……
218	2015/8/9 一見の価値あり	映画黒部の太陽などで有名な昭和土木史を語るに不可欠なダム。観光放水の時期を見て訪れた ……
219	2015/8/7 ダムえん堤を歩く。	アーチ型のコンクリートダム。富山県最大の建造物。8月に訪れたがダムより放水が行われてい ……
220	2015/8/7 先人達の苦労に思いを馳せる黒部	猛暑の8月に黒部ダムを訪れました。新展望台の途中にある黒部ダム建設の歴史を紹介するビ ……
221	2015/8/5 ダム放水時に出来る虹の壮観さ。	映画「黒部の太陽」で山奥のダム建設の困難さは見ていた。扇沢からトロリーバスに乗り、黒 ……
222	2015/8/5 気持ちいいです	放水が上段と下段があるみたいで、この日は上段からでしたので豪快でした。雪も残るなか、 ……
223	2015/8/2 壮観の一言に尽きる	立山黒部アルペンルートの中で、立山側の室堂と黒部側の黒部ダムは絶対に押さえておかなけ ……
224	2015/8/1 圧倒的な規模	当時の関電の資本金の 5倍に 当たる 建設費 戦前からの 難工事。トロッキ電車に乗り行きま ……
225	2015/7/29 コンパクトにたためる上着がある	天気も良く、素晴らしい景色でした。松本駅から行ったところ、黒部平まででも10度近くの気 ……
226	2015/7/24 晴れた日の観光放水は大迫力でし	2012年4月に雪の大谷を見るために通ったときは氷結していて通過するだけだったので、今回は ……
227	2015/7/19 観光放水は迫力。	トロリーバスの黒部ダム駅から地中階段を220段のぼって展望台へ。この階段が少しキツイです ……
228	2015/7/17 放水時期に行くべし	大迫力の放水はぜひ上の見学場所から見ればさらに迫力が増すと思います高所恐怖症の友人は ……
229	2015/7/3 感動した！	翌日観光の予定でしたが、天気が良かったため急きょ向かいました。扇沢駅では無料の市営駐 ……
230	2015/6/24 ダムの端から端まで！階段で登る	登山の方からダムまで行きました。すでに結構歩いていたのでダムに着いた頃はへとへとでし ……
231	2015/6/18 圧倒されるスケール、スゴイ！	想像を超えたスケール、圧倒されました。富山からトロリーバス、ケーブルカーなど非日常の ……
232	2015/6/17 放水が見たかった	訪れたのが5月ということもあり、まだ放水をしていませんでした。放水をしていれば、もう ……
233	2015/6/16 放水の次期に訪れたい。	黒部ダムは一度は行きたいと思っていましたが、6月初旬に訪れてみたら放水は6月26日からと ……
234	2015/6/13 時期によると思います	いわゆる「観光放水」が始まるのは6月で、それ以前に訪れると、とてもさみしい感じのただよ ……
235	2015/6/12 すごい迫力<U+30FB>スケール！	数ある黒部川にあるダムの中で最大のダム、すごい迫力<U+30FB>スケールでした。6月初旬の ……
236	2015/6/12 階段の上り下り頑張って	富山駅から各駅停車の電車で一時間半位で立山駅に着きます。そこからケーブルカー7分バス5 ……
237	2015/6/11 圧倒的な存在感。人工建造物がこ	まだ何もなかった頃に、どうやってこんなにかいものをつくったのか、その説明も驚いたが、 ……
238	2015/6/11 自然の中の巨大建造物	ケーブルカーに乗って立山側から黒部ダムへ。駅は、トンネルの中にありとてもひんやりとし ……
239	2015/6/10 お尻がキュッ！と締まるほどの高	5月31日に訪問トンネルを抜けてダムの上を歩いていきます。一方は碧の水をたたえた湖。もう ……
240	2015/6/1 景色とダムカレーと展望台	HISのバスツアーで参加しました。観光放水は6月半ばからということで見所ないのでは？と思 ……
241	2015/5/25 雄大	ものすごい大自然の中、扇沢からトロリーバスに揺られて行きます。下車後、展望台に行くに ……
242	2015/5/24 大迫力	アルペンルートで黒部ダムに。想像以上に巨大で、高所恐怖症の人は足が竦むかもしれません ……
243	2015/5/21 壮大な産業造形物	この大自然の中によくぞこれだけ大きな建造物を作ったな！の言葉につきと思います。あい ……

244	2015/5/13 黒部ダム	夏には観光放水が行われる黒部ダム。この時期はみぞれ交じりの天候も珍しくない。放水は行	……
245	2015/5/12 展望台からの眺めがオススメ	先日、家族でアルペンルートに行ってきました。トロリーバスやロープウェイを乗り継ぎ、	……
246	2015/5/8 <U+301C>トンネルを抜けると…、	黒部ダムは、大町から2度目の訪問。前は、トレッキング帰りに夏の観光放水を見に来ました	……
247	2015/5/7 次は放水している時に	GW中 白馬にスノボしに行ったのですがあいにくの雨だったら前から行ってみたかった黒部ダ	……
248	2015/5/6 圧巻です	室堂の雪の壁を見るついでで行きましたが、ダムの大きさに圧倒されます。展望台までコンク	……
249	2015/4/29 放水している時期に行きましょ	う映画にもなった黒部ダムですが、その規模は圧巻です。春から秋まで行けませんが、放水は観光	……
250	2015/4/4 是非一度。	有名なダムとは知っていたけど凄い興味が有った訳ではない状態で誘われて行ってきました。	……
251	2015/3/26 ど迫力！	こんな山の中にダムを造るなんて誰が思いつくのか分かりませんというくらいの場所に唐突に	……
252	2015/3/9 壮大さに感動	前は長野側から凄いダムを見に行ったという記憶しか残っていませんでしたが、二十数年ぶ	……
253	2015/3/3 デカイ	トロリーバスを使って黒部ダムに行ってきました。トロリーバスに乗るだけで楽しかったの	……
254	2015/1/1 湖と山々の織り成す美しさ	黒部ダムに行くのは一苦勞です。ツアーで行ったので添乗員さんに従っていればいいのですが	……
255	2014/12/25 壮大なダム	とてもとても大きなダム。放流される音は轟音で、でもとても景色がよくて見ていて飽きない	……
256	2014/12/21 紅葉と放水	立山駅からケーブルカー、バス、トロリーバス、ロープウェイ等々乗り継いで、たどり着いた	……
257	2014/12/19 山山山山山の中の巨大建造物	日本一の堤高を誇る黒部ダムはとにかくものすごい山の中にあります。ケーブルカー、バス、	……
258	2014/12/17 何しろカネがかかる	立山側から行くには、ケーブルカー<U+21D2>バス<U+21D2>トンネルトロリーバス<U+21D2>ロー	……
259	2014/11/10 ダム汁ブシャー！	聞きしに勝る、ダム放水の瞬間でした！圧巻の一言！！ただ水を出してるだけじゃないか、何	……
260	2014/11/9 コンクリートと山のコントラスト	11月に訪れましたが、背後の山はすでに雪化粧。コンクリートとアルプスの自然のコントラス	……
261	2014/11/4 素晴らしい紅葉でした	10月最終週末に扇沢～大観峰迄往復しました。最高の天候に恵まれ紅葉を満喫しました。湖面	……
262	2014/10/31 観光も社会的意義も最高です	3 0 0 0 メートル級の山々の立山連峰の中、日本最大級のダムです。美しくもあり、社会生活	……
263	2014/10/31 1度行けば良い、観光地では無い！	大町から室堂に抜ける時、秋<U+30FB>春と3度訪れた。工事がさぞかし大変だっただろう<U+30	……
264	2014/10/30 ぜひ、黒部ダムの遊覧船？に乗っ	黒部ダムに行くのは、二回目でしたが、今回のルートは前回と逆から扇沢から行きました。赤	……
265	2014/10/30 なぜ行楽シーズンなのに観光放水	2014. 10. 22 生憎の雨だったが大町～扇沢駅まで紅葉見物、途中たくさんの方の軍団に道を	……
266	2014/10/16 大迫力の観光放水	テレビや映画では良く見る黒部ダムだが、実際に見るのは初めて。行ってみるとさすがの迫力	……
267	2014/10/14 4月はまだダメ	昔行った時の印象が良く、近くに行く機会があり再訪しましたが、4月のGW前だとまだ寒く、	……
268	2014/10/14 世界一のダム	通称黒四ダム。プロジェクトXでも取り上げられた事のある水量世界有数の水力発電のダムです	……
269	2014/10/9 黒部ダム	観光放水がとても迫力があって見ごたえがあります。ダムが出来までのビデオを見ることも	……
270	2014/9/30 雄大な景色	アーチ式のダムでとても雄大な景色を楽しめます。3 0 0 0 M級の立山連邦とのコラボは最高	……
271	2014/9/29 高地にあるダム	ダム自体には、それ程のスケールの大きさやユニークさがあるわけではないのですが、やはり	……
272	2014/9/27 発電所も見れたらなお良いと思う	黒部ダムだけ訪れるのは少し物足りないかも、と思いました。水力発電の施設も実際に見れた	……
273	2014/9/25 ダイナミックな景色	9月の連休初日に扇沢駅からトロリーバスに乗って行きました。朝9時半ごろに扇沢につきまし	……
274	2014/9/21 湧水がおいしい	天気も良く、放水にかかる虹もきれいに見えました。トロリーバスから降りて2 2 0 段の階	……
275	2014/9/19 何度見てもすごいです	放水、大迫力です。感動しました。お天気がよく、放水にかかる虹を見ることができました。	……
276	2014/9/19 壮大！	トロリーバスを降りて、階段を登ると、大きな湖が見えてきます。展望台から見下ろす黒部ダ	……
277	2014/9/18 ハンパない規模のダム	黒部溪谷の弱点(もっとも狭まった場所)に建築されたダム。くろよんの名前で親しまれるが、	……
278	2014/9/17 何回行ってもいいね!!	黒四は何回行ってでも四季折々良いですね。これから雪景色のダムや山々もGOOD!!ただ、食事が	……

279	2014/9/16 ヤッパリ壮観	初めて行きました今まで見たダムの中では、ヤッパリ一番凄いと思いました少し寒かったので ……
280	2014/9/15 すごい迫力	立山黒部アルペンルートの途中にあります。扇沢からは、ダム目当ての観光客もたくさんいる ……
281	2014/9/13 技術力と構造美	日本一の堤高を誇るアーチ式コンクリートダム、通称『くろよんダム』。石原裕次郎主演の映 ……
282	2014/9/11 観光放水の時期<U+30FB>晴れの日	アクセス拠点である扇沢駅に近づくにつれて路上駐車が目立ち始め、歩いている人達の姿も散 ……
283	2014/9/9 これを当時の技術で造ったの？	凄いです、凄いとしか言えません。圧巻。これだけの規模のダムを当時の技術で造ったなんて ……
284	2014/9/8 かなり歩きます	立山から黒部に入りました。ロープウェイからバス乗り場までかなり歩き階段もあります。 ……
285	2014/9/4 いつ来ても雄大な姿	2回目の黒部ダムですが、初回と同様に迫力のある放水でした！（前日の雨のおかげ。。。）肩 ……
286	2014/9/4 迫力の放水	夏季は黒部ダムの放水が行われているとの情報の元、子供とたちの夏休みの思い出に見学に来 ……
287	2014/8/29 大迫力！！	日本最大級のダムです！放水は豪快で、かなり見ごたえがありました！今年は50周年記念との ……
288	2014/8/25 迫力ある光景です	旅行のパンフレットでよく見かけていましたが、やっぱり本物は迫力あります！お盆休み後に ……
289	2014/8/23 さすが日本最大級のダム！	富山立山側より黒部ダムに。えん堤よりは放水を直上より見ることができる。向かい風が吹く ……
290	2014/8/23 ダム作った人凄すぎる	こんな山奥なのに、このダム作った人、凄すぎる！と思わずにいられないほど大きなダムでし ……
291	2014/8/21 放水、大迫力！！	日本最大級のダムです！山のなかに、こんな大きなダムをどうやって作ったんだろう<U+30FB> ……
292	2014/8/21 夏の旅	放水が開始直後に家族旅行で行きました。周りの山はまだ雪が残っていたため、普段見られる ……
293	2014/8/17 ダム作りに関わったすべての方を	トロリーバスでお通るトンネルや、ダム、ケーブルカー、ロープウェイ。これらすべてを戦後 ……
294	2014/8/17 人知の結晶	あまりの雄大さに感動します。今年は50周年のイベントで、新展望台にてダム建設時の特集フ ……
295	2014/8/16 すごい。感動的。	上から見るとよし。横から見るとよし。放水の勢いが半端ない。そして、くろよんができるま ……
296	2014/8/6 放水が豪快	新しくできた放水展望台は、全く階段なしで行けますので、誰でもいけます。ここから見た放 ……
297	2014/8/6 自然に配慮された巨大ダム	記念館では世紀の大事業である黒部ダムの歴史を知ることができた。慰霊碑やスライドに感動 ……
298	2014/8/5 日本人の誇り	扇沢から関電トロリーバスに乗り、赤沢岳を抜けるところから、ダムは始まります。ダムを造 ……
299	2014/8/3 日本一のダムです	待ちに待った黒部ダムに行ってきた。長野県の扇沢駅からトロリーバスで行くのですが、 ……
300	2014/7/30 圧巻です	まさに圧巻です。ただ、やや高所恐怖症なのであまり端には行けませんでした。がんばって ……
301	2014/7/30 スケールのデカさと大自然	私はダムマニアでもなんでもありませんが、そのダムのスケールの大きさと周りの大自然に圧倒 ……
302	2014/7/30 壮絶な風景	ダムの放水時間ではない時期に訪ねたから、放水を見れなかった、ちょっと残念だけど。ダ ……
303	2014/7/29 スケールがすごい！	放水の時間にいったんですが太陽がほどよく照らされて虹が綺麗でした迫力とまわりの大自然 ……
304	2014/7/29 大きい！	扇沢からは20分、富山側からは1時間半ほどかかります。ダムそのものはとても大きく50 ……
305	2014/7/28 まさかの関西電力	本年はちょうど50周年のようです。所在地が北陸なので施工元も北陸と思ってましたが、関 ……
306	2014/7/26 大変な工事の末の雄大な建築物	ひんやりと少し涼しさを感じる山の中、とても大きい建築物を一度見てみようと思ってきまし ……
307	2014/7/25 土木技術の凄さに驚きました。	今年で50周年を迎えた黒部ダム。建設当時、発電のために働かれた先人の皆様の努力を感じる ……
308	2014/7/21 巨大建造物	写真などで見るより大きくとても迫力あるダムです。展望台からは立山も見えとても素晴らし ……
309	2014/7/12 大迫力	初めて黒部ダムを見にきましたが大迫力で圧巻でした!!!その日は天気も良く虹も見え大満足! ……
310	2014/7/8 黒部ダム	ダムから放出される水は圧巻だった。特に夏休みは観光客が多く、水が放出される時期に行く ……
311	2014/7/6 放水は今のうちに見学	6月末から始まった放水は圧巻！ちょっと肌寒いので防寒具は必要！トロリーバスを乗る扇沢 ……
312	2014/6/29 大自然のダム	立山の自然の景観の中にあるので、雄大です。観光放水は、とても迫力があります。放水は夕 ……
313	2014/6/27 スケールの大きさが凄すぎる	「日本人なら夫婦で一度は見ておかないと」ということで行ってきました。トロリーバスを ……

314	2014/6/26 人間って凄い	ダム大きさにビックリしました。人間があんなにも大きいものが作れるのに感動しました。 ……
315	2014/6/23 5月初め、まだ水量が少ない。	ゴールデンウィーク期間中に行きました。黒部ダム付近の山の雪はほとんどなくなっていまし ……
316	2014/6/19 放水がダイナミック	放水が間近でみられるすごいところ天気がいいと虹も出たり紅葉の時期もまた格別ですし夏も ……
317	2014/6/9 初「くろよん」体験	50年以上前の難工事、知識としては知っていましたが、初めての訪問となった黒部ダム。よく ……
318	2014/6/4 大きなダム	父がこのダムの発電所に発電機を設置した話を聞いたことがあるので、一度行ってみたいと思 ……
319	2014/5/26 観光放水は無かったものの	ダム上を横断しているときは、その大きさを実感できませんでしたが、展望台から眺めるとな ……
320	2014/5/18 放流の大迫力	夏にいったので、ちょうどダムの放流を見ることができました。雪解けの水の多さとあの迫力 ……
321	2014/5/14 放水シーズンに行くべきかと	土日にはしか行けなかったのでは混雑を避けるべく、できるかぎり早いバス<U+30FB>トロッコで行 ……
322	2014/5/11 天気に左右されるが、放水なしで	当日は悪天候で放水期間でもなかったですが、残雪とダムの水の対比が美しかったです。5月 ……
323	2014/5/10 こども素晴らしい	ツアーで行きました。結構時期的に混雑はしましたがでもとても楽しめました。景色、ダムの ……
324	2014/5/7 天候に恵まれると絶景が楽しめま	ダムの景観は時期的に観光放水がないので少し物足りないかもしれませんが、GW期間でも十 ……
325	2014/5/2 豪快です	石原裕次郎の名作の黒部の太陽の舞台です<U+FF61>長野の長野から訪れたので<U+FF64>まさに ……
326	2014/5/1 やっぱすごい！	35年ぶりに行きましたが、土木屋から見て、やはりさすがのスケールでした。放水は6月からと ……
327	2014/4/29 アルペンルートと言えば、くろよ	立山黒部アルペンルートで外せないスポット。扇沢側の展望台まで、足を伸ばして<U+203C><U ……
328	2014/4/29 日本を代表する観光スポット	室堂への移動の途中で立ち寄りました、ダムの上からのぞいた放水口は圧巻です。階段を登る ……
329	2014/4/28 黒四ダム	マダマダ雪の中で、観光放水もしておらず表面は凍りついていて、余り楽しいものではなかつ ……
330	2014/4/18 放水時の黒部ダムは圧巻	5月上旬と9月と2回行きました。あの大きさは雪があっても夏でもいずれの季節も圧巻ですが、 ……
331	2014/4/11 でかいダムだな	でかいダムだな。と思いました。ただし、良くも悪くもダムでしかないです。アルペンルート ……
332	2014/3/21 素晴らしい	紅葉の時にきました。今までこんなに大きなダムを見たことないので圧倒されました。階段 ……
333	2014/3/20 夏にオススメ	夏は観光シーズンということだったので、近場で前泊をして朝一に出かけました。ロープウェ ……
334	2014/3/7 凄い一言	迫力<U+30FB>建設力<U+30FB>景色、全てが凄い。自然と巨大建造物が融合した景観は見事です ……
335	2014/3/7 紅葉	ダムの放水は終わって残念だったけど、紅葉がとってもキレイでした。ガルベ（船）にも乗 ……
336	2014/3/1 大迫力	アルペンルートの途中にあります。人がこんなに大きいものを作れるのかと圧倒されました。 ……
337	2014/2/21 手軽に行ける秘境です	見学ツアー？で宇奈月→（黒部峡谷鉄道）樺平→（関西電力専用鉄道、専用バス）地下発電所 ……
338	2014/2/8 地上の星	ここを訪れると頭の中で中島みゆきの地上の星が流れてきます（笑）宇奈月からトロッコでこ ……
339	2014/1/12 圧倒的な存在感	圧倒的な存在感を誇る黒部ダム、見るたびに人の英知の素晴らしさを感じます。周囲の大自然 ……
340	2014/1/5 威容を誇る巨人のよう。人間の力	新宿から特急あずさに乗って約三時間半。信濃大町直行のあずさが一日一本あり、お昼前11時 ……
341	2014/1/3 さすが	さすが黒部ダム。こんな山の中にすごい物をつくったなあ実感する。これまでに2回訪問した ……
342	2013/11/25 雪の黒部も最高<U+266A>	紅葉の黒部を見たいと思いつつ、少し行くのが遅れ11月も下旬の訪問で、既に積雪が1 m弱。 ……
343	2013/11/20 陽が当たる時間がいい	朝は谷間にダムがあるので、陽が当たらない時間は寒い。しかし空気は気持ちいい。夕方の陽 ……
344	2013/11/10 圧巻の光景	放流している様子は、まさに圧巻の光景です。周囲は大自然ですが、その自然と人間が作り出 ……
345	2013/10/29 圧倒的な水量	ダムに行くまでのルートが大変ですが、階段を登り終えて目に飛び込んでくる観光放水の水量 ……
346	2013/10/26 雄大な山、ダム、放流、見応えあ	三連休の真ん中に行ったため、まず駐車場に入れるのに時間がかかりました。ただ渋滞中、唯 ……
347	2013/10/16 絶景！	ダムの迫力は満点でした。このダムを造った背景には歴史が流れていて多くの人の力と苦勞が ……
348	2013/10/7 黒部ダム	山奥にあり、途中からは公共のバスを使わないと辿り着けないし、道中の料金もそれなりに高 ……

349	2013/10/3 放流は圧巻	関西電力によって作られたアーチ型のコンクリートダムだが、完成までに1千万人以上の作業	……
350	2013/10/2 今年で4度めの黒部ダム	20歳の時に初めて訪れ40数年で4度目です。長野県扇沢からトロリーバスで破碎帯を通り	……
351	2013/10/1 黒部の太陽	黒部ダムの迫力は最高でした。天気がよかったので、山々も遠くのほうまで見る事ができ、	……
352	2013/9/21 本当によくこんなもの作れたなあ	扇沢駅からトロリーバスでトンネルを抜けると、ダムの脇に出ます。見渡す限り峻厳な立山連	……
353	2013/9/11 50周年の黒部ダム	8月末に家族で行って来ました。ちょうど黒部ダムは50周年で大町にはそこらじゅうにのぼ	……
354	2013/9/9 迫力と美しい眺め	ダムの放水を見ることが出来ました。迫力はすごかったです。またここはダムの迫力はもちろ	……
355	2013/9/7 黒四ダム	凄い迫力です、50年も前にこんな物を作ったのかと圧倒されます。夏は涼しくて良いが、天候	……
356	2013/8/27 造った人たちの執念に驚嘆	この奥深い山中に、トンネルを掘って、破碎帯の難所を克服しこのダムを作り上げた人たちの	……
357	2013/8/26 50周年	50周年特別展示があり、ダムの現物とともに感激しました。観光放流期間が終わっていたの	……
358	2013/8/24 壮大!	初めて黒部ダムを見ました。夏休み期間中ということで、観光放流をしていましたがすごい迫	……
359	2013/8/15 圧倒されました!	高度成長期だったから出来た大事業なのか、あの頃の日本人が団結力あったから可能になった	……
360	2013/8/15 展望台の眺めはすばらしい	残念ながら前日の大雨のため観光放水は中止されていましたが、スケールの大きさだけでも迫	……
361	2013/8/8 十分に時間を取るとより楽しいで	ダムを抜けるだけなら、30分もあればいけてしまいましたが、展望台に上がったり、資料室のビ	……
362	2013/8/8 スケールがでかいです	撮影に行きました。観光放水をしていてダムの水がシャワーのように体にかかりとてもいい気	……
363	2013/8/8 すごい迫力	念願かなってやっと行ってきました。予定した8月1日は雨で放流中止でした。翌日小雨の降	……
364	2013/8/3 GWはオススメ出来ません	5月GWに行きました。GWなので、とても混んでいましたが、時期的にはあまり良くない時	……
365	2013/7/25 車イスで黒部ダムへ	ゴールデンウィークに両親を連れて黒部ダムに行きました。両親を連れて黒部ダムに行きまし	……
366	2013/6/22 小さな人間が創った、大きなダム	黒四ダムを見ると、よくぞ50年も前にこの山奥に、これだけ大きなダムを造ったものだと感	……
367	2013/6/7 ダムは大きい、自然はさらに大き	黒部ダムはアプローチが難しい所にあるため、訪れたときの感慨はひとしおですが、ダムの	……
368	2013/6/3 朝一番が宜しい	人が多いのは好きではないので、大町ルート朝一番で入りました。静かなダムは見ていても飽	……
369	2013/6/1 凄いところだな	高校生の頃におとずれて以来、2回目の観光です。5月ということもあり、観光放水(6月以降	……
370	2013/5/26 リアルプロジェクトX	何度行ってもあの山深いところにあの巨大建造物って男性は萌えますね。冬期で水が少なく観	……
371	2013/5/26 解放される〜〜〜!	1年位前に行ったときに、景色のよさに感動しました。立山駅から行ってバスからの景色もいい	……
372	2013/5/8 スケールの大きさに感動	とてもスケールが大きく感動しました。大町側から行ったのですが、トロリーバスも良かった	……
373	2013/2/27 雄大さに圧倒	いろいろ違った交通機関を乗り継いでやっとたどり着くだけの価値のある景色が見られます	……
374	2013/2/26 日本の技術力と造形美	日本一の堤高を誇るアーチ式コンクリートダム、通称『くろよんダム』。石原裕次郎主演の映	……
375	2012/12/8 迫力あります!	初冬の11月中旬にいったので、既に放水が終わっていてちょっと残念。室堂に宿泊だったので	……
376	2012/11/22 高い交通費	黒部ダムに行くなら、ルートを調べてから行くといいですよ<U+30FB>。私は、富山側より行き	……
377	2012/11/10 紅葉の頃もまた良し<U+30FB><U+30FB>	山の奥深く、夏の観光放水など避暑のイメージがありますが、紅葉の頃も素晴らしいです。ダ	……
378	2012/11/4 雪山と紅葉のコントラストが素晴	10月30日に行きました。丁度紅葉が見ごろで、山々に降り積もった雪とのコントラストが	……
379	2012/11/3 なかなかの迫力、一見の価値あり	一度は見てみたいと思っていた黒部ダムでしたが、立山黒部アルペンルートの途中で目にする	……
380	2012/10/29 迫力と重厚	トロリーバスの車窓からは紅葉の山がみえ、長いトンネルの中は歴史を解説してくれるアナウ	……
381	2012/10/26 ペットボトルを持っていくと黒部	トロリーバスの扇沢駅に4時近くに着きました。駅員さんに黒部ダムを見て帰れるかきいたと	……
382	2012/10/24 さすがです	ぎりぎりこの歳(4?才)で行っておいてよかったと思いました。このすばらしい景色を見るため	……
383	2012/9/24 巨大な大きさを感じてください	黒部ダムは歩いて渡り大きさを感じることが出来ますが、なんといっても11時ごろにある放	……



384	2012/9/22 運が良ければ虹が見えます	放水は圧巻ですが、11時頃には虹も見え幻想的でした。雲がややあり日差しが強く、前日には ……
385	2012/9/20 迫力ある放水(残念な関電トロリーバス)	ですが、黒部ダムは迫力があります。観光用の放水ですが、迫力があり、覗き見ようとしまし ……
386	2012/9/20 日本一の迫力	黒部ダムに初めて行ってきました。さうが日本一の規模で、迫力がありました。放水も行われ ……
387	2012/9/19 最大のダムと放水量に感動	テレビで何度か見たことがあり、一度いってみたいなぁと思って行って来ました。行き方は大 ……
388	2012/9/18 存在感すごい	立山黒部アルペンルートを通り抜けたときに通った。人工のダムである黒部ダムから放流され ……
389	2012/9/18 大迫力!!	ダム自体の大きさと、とにかく放出されるとてつもない水量に圧倒されました。建物内では黒 ……
390	2012/8/24 観光放水は迫力満点	日本最大のダムだけあって、放水時の音と風と迫力がスゴイ。いろいろと歴史を調べてから行 ……
391	2012/8/22 価格は高めですが、楽しめます!	一度行って見たかった黒部ダムに行ってきた。大きさは想像以上で迫力満点です。長野側 ……
392	2012/8/22 人間の可能性を再認識するダムで	8月8日に、大町方面からトロリーバスの扇沢駅に。難航し大変な工事だったことがうかがわれ ……
393	2012/8/13 黒部ダムの放水を見上げ、感動	7月27日から29日、快晴の立山、前劔岳をテント泊で縦走して、真砂沢を5時に発ち約1 ……
394	2012/8/8 ダムの放水は圧巻です。	日本一のダムです。一度は訪れて欲しいオスメの場所です。夏がいちばんいい季節だと思い ……
395	2012/8/5 虹がかかる大放水	8月4日、黒部ダムの観光放水を見ました。豪快にとぐろを巻き、散っていく水しぶきが、圧巻 ……
396	2012/8/5 真夏の黒部ダムについて	観光放水は迫力があり、水しぶきと太陽の日差しで見事な虹がかかりとても綺麗でした。黒部 ……
397	2012/7/19 壮大な景色	長野県にまわってこちらから行きました。まず最初にはトロリーバスに乗ります。テレビでは ……
398	2012/6/29 迫力の大スケール	秋口に富山方面から行きました。まずは、ロープウェイから見下ろした黒部ダムが、こんな大 ……
399	2012/5/31 巨大なアーチ式ダム	あの時代の日本人の努力を感じた。とてつもない大きさのダムが、こんなに山奥の道なき所に ……
400	2012/5/12 圧巻	4月下旬、GWにツアーで行きました。雪の大谷は今年は最高17m!! 圧巻でした。天候に恵 ……
401	2012/5/9 春まだ遠き黒部、立山<U+30FB><U-	黒部<U+30FB>立山アルペンルートツアーで黒部ダムに行ったのですが、4月半ばなのに黒部は ……
402	2012/1/16 迫力	ちょうど水が多いときだったのでしょうか。放流しっぱなしでした。午前中だったので、横の ……
403	2012/1/13 豪快!!!	黒部立山アルペンルートツアーに組み込まれたお楽しみのひとつ、程度に考えていたら意外や ……
404	2011/11/19 壮大	9月の連休中の混雑する時期のお昼前に訪れたのですが、信濃大町からのバスは満員になると ……
405	2011/10/29 大自然のなかの巨大なダム	まずはダムの壮大さに感動しました。ダムから放水している水の量もびっくりするくらい大量 ……
406	2011/10/23 技術大国日本の歴史	まさに技術大国日本の歴史を感じることができます。是非放水のある時期に行くことをお勧め ……
407	2011/10/11 乗物への乗り方が重要	紅葉シーズンということもあり、ダムやその先の室堂へ向かう乗物は観光客でいっぱいの状態 ……
408	2011/10/2 迫力ある放水	8月のお盆の時期に行ったのですが、ちょうどダムからの放水が一年で一番多い時期でした。毎 ……
409	2011/9/30 ブルー	いわずとした日本を代表するダムの1つです。ダムの高さは186mで日本一を誇るそうで、スク ……
410	2011/9/29 なにかもビックなダム	扇沢駅からトロリーバスで約16分で黒部ダムに着きます。こんなに大きなダムは初めて見ま ……
411	2011/9/28 すごい大きいです。	5月にいったので、放水はなかったですが、この高さからの放水は見たいですね。遊覧船もあり ……
412	2011/9/27 大きく壮大ではあるが<U+30FB><U-	ずっと以前より見たかった黒部ダムにツアーで行きました。確かに大きく壮大で迫力があるこ ……
413	2011/9/21 どの季節とっても魅力的	雪の大谷<U+30FB>夏のダムの放水<U+30FB>秋の紅葉といつ行っても楽しめます。3回目ですが ……
414	2011/9/19 本当に大きかった	大町側から行きましたが、扇沢からのトロリーバスを降りて、暗いトンネルを抜けると、そこ ……
415	2011/8/31 大きい!	黒部ダムは富山県に位置していますが、長野県の大町市から行くほうが近くて便利です。扇沢 ……
416	2011/8/24 大放水	ダム展望台までの階段はちょっと大変だが、そこから見える、毎秒10t以上の放水は大迫力。 ……
417	2011/8/15 壮大です。	季節的に放水されていませんでしたがスケールは壮大です。季節ごとに見える風景が違うでし ……
418	2011/8/4 圧巻	6月だというのに涼しく(トンネル内は寒いくらい)、出来上がるまでの工程の写真が展示され ……

419	2011/6/22 壮大なダムです。	6月の放水開始前に行きましたが楽しむことが出来ました。レストランのソフトクリームはリ	……
420	2011/5/14 ツアーでいくのがおすすめ	友人と6人でツアーに参加。おばちゃんに囲まれて、ちょっと居心地がわるかったんですがツ	……
421	2011/5/9 大きい	とても大きくてのまれそうになります。展望台に登りましたが、全て階段で相当登りました、	……
422	2011/3/4 甘かった	妊娠8ヶ月の私と、旦那さんと長女6歳の3人で初めて行きました。階段が多かったので、妊婦	……
423	2011/3/4 寒い！！	1月という寒いなか、黒部ダムに向け出発！！何が大変だったかというところ階段ですね。長っ！長	……
424	2011/2/24 黒部！	9月に立山に1泊する旅行で黒部ダムをおとすれました！およそ、20年ぶりに訪れたました。小	……
425	2011/2/15 立山連山の雪景色と共に黒部へ	初冬の立山、年に一度あるかないかの好天、地元の方も驚くほどにすっきりした連峰の景色に	……
426	2011/2/12 三段紅葉	10月中旬に黒部ダムに行ったとき、上は、雪（白）、紅葉（赤）、木々（緑）と三段紅葉が	……
427	2010/11/14 晩秋はおすすめしない	11月中旬に黒部ダムに行きました。観光放水はされない。新展望台にも行けない。遊覧船は	……
428	2010/11/9 大きさに感激	黒部ダムは、ハンパなくてっかいです！まるで湖の様でした。ロープウェイからの景色もすば	……
429	2010/11/5 連休はかなり込んでます。	2年ほど前のGWに遊びに行きましたが、連休ともあってかなり込んでました。富山側から向い	……
430	2010/10/3 壮大なダムです	一言、壮大なダムです。これを作るための労力は<U+30FB><U+30FB><U+30FB>とか書いてみよう	……
431	2010/9/26 ダイナミックな展望	地下のトロリーバス駅からダム展望台までの階段がづらいが、トンネルを出てからの立山連峰	……
432	2010/8/31 圧巻	8月のお盆明けの週末に行ってきました。想像していたよりもずっと大きくびっくり！ダムの上	……
433	2010/8/12 乗り継ぎ時間にご注意下さい	8月の日曜日に行ってきました。朝8時半頃扇沢に車で着きましたが、既に駅前の1000円と表示	……
434	2010/8/3 放水は見応え充分	ダム本体の迫力もすごいです。夏の間のみの放水も虹がかかってキレイで見応えがあります	……
435	2010/7/31 雄大な建造物に圧倒	とにかく大きい！この一言に尽きる。スケールの大きさにただただ圧倒される。ダムという	……
436	2010/7/28 大自然	7月連休に行ったのですが、朝早く（8時まで）いくとたいていは、そんなにストレスなく観光	……
437	2010/7/19 立山から黒部ダムへ<U+30FB><U+30FB>	8月のアルペンルートは大混雑と聞いていたので、混雑を避ける時間を選ぶためにも室堂近く	……
438	2010/7/12 大迫力ダム	ウワサ通り、スケールが大きなダムで、トロッコやトロリーを乗り継いでの到着。造った方	……
439	2010/3/31 水がないときもまた良いです<U+2013>	黒部ダムというと放水が有名ですがオフシーズンに訪れるのもまた良いです。というのも、こ	……
440	2010/2/28 ダム	ここでしか体験できない感動がいっぱいです。黒部ダムの玄関口となる大町<U+30FB>白馬<U+30FB>	……
441	2010/2/27 絶叫！！	紅葉の季節に家族で訪れました。黒部ダムだけが目的なら長野県側から行くと富山県側から行	……
442	2010/2/11 虹がきれい	黒部ダムの見事な放水と、その下に見える虹はとても素晴らしいです。天気良ければ放水自	……
443	2010/1/25 圧巻！	立山黒部アルペンルートは日本で必ず一度は訪れるべき場所でしょう。縦断するには様々な乗	……
444	2010/1/10 雄大な光景です	立山側から黒部ケーブルカーを乗って黒部湖、黒部ダムへ。信じないほどの大きさ、放水の迫	……
445	2009/11/30 景色びっくり	11月中旬に行きましたが、なんと大量の雪が積もっていて、そんななかの黒部ダムは幻想的	……
446	2009/11/11 雄大さ No.1	扇沢からダムまでとダムから室堂まで行きました。往復4時間位です。紅葉を見にいったんで	……
447	2009/10/28 混んでる	黒部ダムは人気がありいつも混んでるとは聞いていました。朝から言っても駐車場並ぶだろう	……
448	2009/10/25 絶景の黒部ダム	大町から扇沢に行きトロリーバスを利用して黒部ダムに向かいました。シーズン中にマイカー	……
449	2009/10/22 放水は大迫力！	下調べもせず突然行ってしまったため、少し痛い目に遭ってしまいました。ダムまではトロ	……
450	2009/10/18 迫力満点	観光放水が終わっていましたが、その分静かな中で散策できました。 関電トンネルができ	……
451	2009/10/2 大迫力のパノラマ絶景	40年ぶりにいったみたが、道路も扇沢の駅も完備されていて昔にくらべれば快適。往復二千五	……
452	2009/10/2 やっぱ水量がすごい	放水している時間を確認して行くといいと思います。雨が大量に降った後だったからか放水時	……
453	2009/9/26 連休は渋滞覚悟で！	シルバーウィークに車で行きましたが、朝10時の時点で入場規制がかかっていました。3時	……



454	2009/9/24 要塞みたいです。	放水を見に行ってきました。車からバスに乗り換えて駅へ、その後は徒歩で見に行くのですが ……
455	2009/9/23 壮大な風景、人間の偉業	毎秒 10 ～ 15 t の放水は見事で、覗いた観光客からはオーっと必ず声があがっていた。黒部 ……
456	2009/9/20 人間の力強さと自然を満喫！！	夏でも羽織るものが必要なくらい空気がひんやりしていて、夏のレジャーとしてオススメの場 ……
457	2009/9/6 先人の偉業に感動	長野県扇沢駅からトロリーバスでいきました。途中難工事で知られる約 80 m に及ぶ破砕帯を ……
458	2009/8/31 男のロマン 黒部ダム	長野方面から黒部ダムに行きました。扇野からトロリーバスにのって、着いたダムは本当に圧 ……
459	2009/8/25 想像を絶するスケール	苦難だらけで作られたダムだけあって予想以上に大きかったです。高さ 186 m の堤から見下 ……
460	2009/8/21 ダイナミックなダム！！	とにかく黒部ダムはすごい一言ですね。ダムから放たれた水の勢いはすごい。また、水もき ……

## Data profile at Bandai Bridge site

no.	review_date	review_title	review_content
1	2018年11月28日	信濃川	にかかっているレトロな橋です。少し離れて横から見るとよくわかります。電灯もレトロでかわい……
2	2018年10月29日	吹き抜ける風が良いですね	ホテルオークラに宿泊する際には、ホテルの窓からも見えますし、食事に出るときには歩くこと ……
3	2018年10月26日	夜景&ライトアップがきれ	昼は新潟シティマラソンのランニングコースで走って渡り、夜は夜景を眺めながらゆっくりと渡 ……
4	2018年10月22日	きれいです！	広い信濃川にかかる石造りの橋。美しいので是非寄りたいスポットです。新潟駅からも歩いて着 ……
5	2018年10月10日	夜の景色	萬代橋の川沿いでLED照明を使ったライトアップがされており、対岸の景色と合わせて眺める(……
6	2018年9月24日	栄えてる！	人がたくさんいました。新潟の中でも、若者が結構集まるところだそうです。時間がなくてゆっ ……
7	2018年9月16日	信濃川にかかる橋	新潟駅から歩いて15分位でつきます。信濃川にかかっている橋です。橋の上から川の流れを眺(……
8	2018年9月7日	特に夜の雰囲気がいい	万代橋は新潟市が誇る遺産?で、非常に綺麗な橋です。新潟市の大動脈を形成しているといっても……
9	2018年9月4日	名所のひとつ	新潟駅と中央区役所近くの古町の間地点にある橋です。バスと車が頻繁に往来しており、橋の ……
10	2018年8月23日	歴史ある橋	新潟市のシンボルと言ってもいいかもしれません。古町と新潟駅をつなぐ橋としても交通の面で ……
11	2018年8月22日	地震に耐えた橋	信濃川にかかる新潟市のシンボル。130年余の歴史の中、現在の橋は3代目で、昭和4年に掛けられ……
12	2018年8月18日	新潟と言えば「萬代橋」	毎年新潟祭りの大民謡流しをこの付近で観ています。確か新潟地震にも耐えた橋だったと思いま ……
13	2018年8月18日	ランドマーク	新潟市と言えば、万代橋。やすらぎ堤と命名された堤防に広がる公園は、ランニングや散歩、観 ……
14	2018年8月15日	シンボル	新潟市といえばこの橋といえるくらい、新潟を象徴する橋です。下には信濃川が流れており、な ……
15	2018年8月13日	新潟市のシンボルです	日本で一番長い川、信濃川。その川が日本海にそそぐ河口にかかる萬代橋。石造りの橋は新潟市(……
16	2018年8月7日	新潟駅と古町を結ぶ重要文	JR新潟駅北口から繁華街の古町に向かう途中にかかる重要文化財の橋！信濃川沿いは風光明媚で、……
17	2018年8月5日	萬代橋	宿泊場所からも近く、観光スポットとなっていたので散策がてら向かいました。とても大きな橋 ……
18	2018年7月29日	信濃川を眼下に。	大きな橋で雄大な信濃川を見下ろせます。夏は遮るものがないのでかなり暑いですが。駅からも歩 ……
19	2018年7月21日	有名	新潟のシンボリックな大きな橋。まっすぐ通ると、ただの広い橋に思えますが、横からみると、い ……
20	2018年7月17日	信濃川にかかる橋	信濃川にかかる大きな橋です。駅と古町(新潟市の繁華街)のちょうど中間ぐらいに位置してまし ……
21	2018年7月14日	夏の夕暮れ時は最高！	2018年7月14日土曜日 日本海に沈む夕日を見たくて新潟港までタクシーを飛ばしました。その帰 ……
22	2018年7月12日	新潟の顔	歴史ある橋が新潟市街にどんと雄大にあります。川沿いを朝ランしながら眺めてました。夜は ……
23	2018年7月8日	美しい橋	万代シティから歩いて渡ってみました。歩道がかなり幅広いので安心して歩けます。信濃川沿い ……
24	2018年6月27日	新潟市を見続けて	新潟駅周辺と古町周辺の2大歓楽街を繋ぐようにして信濃川をまたぐ大きな橋である。石造りで ……
25	2018年6月9日	ゆっくりと渡れる	信濃川に掛かっている橋です。交通量が多いところではありますが、歩道が広いためゆっくりと ……
26	2018年6月3日	散歩もジョギングも気持ち	新潟駅前のホテルから信濃川を見たくて散歩しました。やっぱり雄大な川ですね。万代橋はユニ ……
27	2018年5月28日	橋です。観光してたら何度	普通に地元の方々が通常使いされている橋です。観光地というよりも、渡るのに利用するという ……
28	2018年5月21日	新潟の代表的な橋	とても大きな長い橋です。真っ直ぐ新潟駅に向かって伸びています。せっかくなので、歩いて渡 ……
29	2018年5月7日	新潟市内を代表する橋	新潟市内の中心にある感じがします。他にも何本か橋がありますが、この橋は存在感がなんと ……
30	2018年4月30日	実は昔は今より3倍の川幅か	4月14日に訪問新潟駅からバスセンターに向かうと流作場五差路という大きな交差点があります。 ……
31	2018年4月10日	朝の散歩におすすめ！	新潟の晴れた朝に、川のほとり、橋を渡り、のんびり散歩し、朝のスタートを切るのにおすすめ ……
32	2018年3月28日	新潟を代表する橋	豊富な水量を有する信濃川にかかる新潟を代表する橋。19世紀の難工事の末に完成した橋で、い ……
33	2018年3月28日	景色がいい	萬代橋は眺めても、眺めるもいい景色です。某歌手の「新潟ブルース」に出てくるので、勝手に ……

34	2018年3月9日	風邪が強すぎる	車で通りましたが、真冬の風が凄まじい時だったので、歩行者の傘が壊れて反対向きになってま ……
35	2018年3月5日	新潟市のメインストリート	新潟駅から旧市街にかけての国道7号線の石造りの橋です。 左右の歩道には電気式融雪が施され ……
36	2018年3月5日	景色いい歴史的な橋	新潟駅から5分ほど離れて居ますが、有名な橋です。見た目も重厚感があり記憶に残ります。街中 ……
37	2018年2月24日	ユニークなのかな<U+30FB>	バスで通っただけなのですが、そんなに特別な橋には思えなかったのですが、一応観光スポット ……
38	2018年1月30日	花火	花火ショーがやっていた時期に行きました。特に夜は夜景とともに川の景色が綺麗に見えてとて ……
39	2018年1月24日	新潟のシンボルですね。	大河を思わせる幅が広く信濃川にかかっている町の中心の橋。新潟を散策するときは1番のシンボ ……
40	2018年1月22日	これは故郷の誇りです	万代橋というだけで、新潟市民なら知らない人はいないでしょう。正に故郷の誇りと言って良い ……
41	2018年1月11日	言わずと知れたところです	バスで渡ると、あまり風情を感じませんが、川沿いから眺めると、古くて趣のある橋であると感 ……
42	2017年12月14日	新潟を代表する橋	萬代橋は、日本最長を誇る信濃川の河口近くの新潟市の真ん中に架かる、新潟を代表する橋です。 ……
43	2017年12月14日	きれいなところですよ。	川の周辺はせいびされていて、お散歩やピクニックによさそうです。私が訪れたときは天気が悪 ……
44	2017年11月22日	酔っぱらって風に当たると	渡っていると普通の橋。遠くから見ると綺麗な石造りの橋。建築した時のことを考えると、これ ……
45	2017年11月22日	鮭がのぼる川です。	今の三倍の広さがあった萬台橋は、万代クロッシング付近にかつての基礎杭が有ります。今でも ……
46	2017年11月15日	夜の萬代橋	ホテルの近くにあるので 夕食のあと ぶらっと行きました。萬代橋の上だとわからないので その ……
47	2017年11月12日	ニュースでよくみます	新潟駅方面と市内の中心部を結ぶ橋です。特に特徴は、ないと思います。観光の目印になる、ポ ……
48	2017年11月7日	新潟市のシンボル	新潟地震にも耐えた丈夫な橋で、新潟市のシンボリック存在です。歩いて渡ったことは数回しかあ ……
49	2017年11月6日	立派な橋です	風情があって良い橋。新潟市を代表する観光スポットの様でしたので散歩がてら見に行ってみま ……
50	2017年11月5日	眺めの良い橋	日本一長い信濃川にかかる立派な橋です。多分3代目かな。新潟駅側から新潟島に渡ることができ ……
51	2017年10月25日	信濃川にかかる眼鏡橋	実は日本最長の川である、信濃川にかかる橋です。普通の橋なので、写真を撮るほどではない気 ……
52	2017年10月24日	新潟市を代表する景色	新潟市といえば、萬代橋を思い浮かべるぐらい有名な橋ですが、実際見て、渡って、信濃川と一 ……
53	2017年10月24日	新潟の観光スポット	新潟観光のスポットのひとつ。行ってみたいと思っていましたが、幸運にも新潟シティマラソン ……
54	2017年10月11日	味わい深い橋	とても、味わい深い橋です。アーチと川面と風が、とても似合います。ゆったりと流れる信濃川 ……
55	2017年10月11日	風格の有る大きな橋	新潟市の中心市街地を横切る大きな川 信濃川にかかった大きな橋です。一帯の風景がヨーロッパ ……
56	2017年10月4日	散歩に最適	信濃川にかかる大橋。200メートルはあろう川幅と、すぐそこに見える日本海が景色が絶景！ 気持 ……
57	2017年10月1日	信濃川に架かる 6 連アーチ	初めての新潟で宿泊した翌朝、ホテルから徒歩数分のところにあった万代橋のあたりまで散歩 ……
58	2017年9月12日	気持ちいい川辺	どことなく欧米を思わせるような、都市の中心になるよう美しく整備された川辺。天気が良い日 ……
59	2017年9月8日	信濃川	新潟駅と旧市街地を結ぶ、雄大な信濃川を渡る橋です。視界がすごく開けていてとても気持ちがい ……
60	2017年9月3日	雄大な橋	日本一大きい橋ではありませんが、日本一長い川<U+FF62>信濃川<U+FF63>にかかる橋であり、新 ……
61	2017年9月3日	重厚な造りがたまらない。	市民が日常の通り道として徒歩や自転車、自動車も通ることのできる橋です。隣にもこの橋を模 ……
62	2017年8月30日	新潟のシンボル！	新潟と言えば萬代橋という位シンボリックな名所です。8月中に行きましたが、河川敷でビアガー ……
63	2017年8月27日	橋です。	新潟といえば万代橋。大変有名ですし、歴史がありかつ重要文化財である橋。美しい橋ですが、 ……
64	2017年8月24日	信濃川のメイン橋	定番スポットということで立ち寄りました。確かにアーチが美しく、ほとんど海拔がないので、 ……
65	2017年8月23日	今年米寿	今年（2017年）に米寿を迎えた橋です。橋の欄干が今の基準では低すぎるため、改修するかどうか ……
66	2017年8月22日	新潟のシンボル	良く新潟市の写真に使われる橋です。アーチが特徴です。春にはチューリップが橋全体に並べら ……
67	2017年8月17日	夜の萬代橋	駅前が栄えているのにもあるが、この萬代橋を超えていくとまた華やかな街並みがある。買い物 ……
68	2017年8月16日	2004年に重要文化財に指定	新潟駅周辺の万代シティ周辺地区と古町を結び、新潟市街の発展を支えてきた重要な橋です。現 ……

69	2017年8月14日	側面に御影石の化粧板<U+3	信濃川に架かる国道7号線の道路橋梁で、国の重要文化財に指定されています。新潟市の信濃川に……
70	2017年8月13日	柳都、水の都のシンボル。	新潟の上越に住んでいたもので、1ヶ月に何度も来ていた。まさに新潟のシンボル。信濃川に凜とし……
71	2017年8月13日	風が気持ちよくて気分よし	夏の新潟は思ったより湿度が高くじっとり暑かった。萬代橋周辺は散歩や休憩ができるようにき……
72	2017年8月11日	結構綺麗	天気が良かったので景色もなかなか。風もいい感じでふいていました。どうしてもということも……
73	2017年8月11日	新潟まつりで交通閉鎖” 萬	ちょうど「新潟まつり」をやっていました。宿泊したホテルから万代橋を渡って” ピア” に車で……
74	2017年8月10日	新潟の発展を願って	新潟の発展を願って1886年11月に信濃川に掛けられた「萬代橋」1代目の橋 木の橋 当初は通……
75	2017年8月5日	萬代橋のそばには景浦安武	この橋はブルースや上の人たち向けの読物や歌に萬代橋が歌われたり書かれたり…と子供の頃か ……
76	2017年8月2日	新潟の象徴	日本一の大河！信濃川にかかる、新潟の象徴のひとつです昔は、路面電車が走っていたかとか、……
77	2017年7月25日	日本海に沈む夕日	新潟市のシンボル万代橋。地元民にとってはなくてはならない交通の要所です。観光で来られた……
78	2017年7月11日	歴史ある新潟市の名所	子供のころから、なじみはあるが、外国人の友達を遊覧船に乗せたら喜んでた。川からの長江……
79	2017年6月27日	美しいアーチ	新潟駅からは徒歩だと10分強かかるのでバスを利用して行きました。橋脚が鉄筋コンクリート製……
80	2017年6月18日	新潟の名所のひとつ？	新潟市内にかかっている大きな橋です。歴史は古く現在の橋で3代目になります。自動車を使っ……
81	2017年6月17日	普通の橋	普通の橋です。わざわざこの橋目当てで訪れるような場所ではなさそう。とくに印象に残るよう……
82	2017年5月27日	休憩には	広い川 時間なく橋は渡らなかつたのですが人が少なかったので川沿いのベンチで休憩がてらぼん……
83	2017年5月5日	萬代橋	新潟の風景写真には必ずでてくる歴史的建造物。言葉は硬いですがその優雅な姿、6つのコンク ……
84	2017年5月3日	歴史のある橋	上を歩いてみるとあまり実感がありませんが、歴史のある橋です。近くには古くの新潟市もあり、……
85	2017年5月1日	古町と新潟駅を結ぶ橋	新潟のシンボル。古町と新潟駅を歩いていると道なりに現れます。車で通り過ぎてしまうことも……
86	2017年4月25日	観光客としては<U+30FB><U-	新潟市民ではないので、ノスタルジーや思い出はないのですが、渡って楽しいというような橋……
87	2017年4月25日	新潟を訪れたら取敢えず訪	橋のそばのホテルに宿泊したこともあり、朝夕とこの橋を眺めました。美しいアーチ形の橋です。……
88	2017年4月6日	新潟市民の誇りなんだと思	新潟歴史博物館で萬代橋に多少予備知識をつけたので、この橋が新潟の方にとって重要であるこ ……
89	2017年4月2日	重要文化財なんですね。	最近になって復元された個所も多いのですが、趣のある雰囲気は歴史を感じさせます。夜明け前……
90	2017年3月19日	市内のランドマーク	新潟駅前から徒歩10分くらいの所にあります。市内中心部には欠かせない、日本一長い川の信濃……
91	2017年3月14日	民謡流しでお越し下さい	もちろん、日中や夕暮れ時、夜も美しい萬代橋ですが、8月上旬の大民謡流し、4月の近隣小学生……
92	2017年3月12日	歴史を感じるアーチ	朱鷺メッセの展望台から見ると、信濃川にかかる新しい橋の中に一つだけ、歴史を感じる数連ア……
93	2017年3月8日	架橋130周年！	初代萬代（木造）の架橋から数えて130年。架橋前、旧沼垂町と旧新潟町を繋ぐのは渡し舟でした……
94	2017年3月7日	美しい橋	ゆたりと流れる信濃川をこの橋から眺めていると、悠久という言葉が浮かんできました。アーチ……
95	2017年3月4日	新潟の象徴	新潟駅から真っ直ぐ行くと、日本一の川、信濃川にかかる大きな橋があり、それが萬代橋です。……
96	2017年1月16日	新潟での数少ない名所の一	新潟市の中央を縦断、最後を日本海にそそがれる日本一の大河信濃川。その流れを長年讃えてき……
97	2017年1月11日	故郷の象徴	天気の良い日に、この橋から見る信濃川と街の風景は世界中のどんな景色よりも美しいと思う。……
98	2017年1月10日	新潟駅から徒歩で移動	新潟駅から徒歩で古町方面に移動しました。少し寒かったのですが、歩いていると体が温くな ……
99	2017年1月8日	夕暮れ時はとくに美しい	古町から駅前のホテルまで、酔い覚ましにと思い、のんびりと歩きました。気持ちのいい散歩。……
100	2017年1月4日	新潟の有名な橋	新潟で歴史を感じれるポイントです石のアーチ橋が川にかかり、何連にもなっている様は遠くか ……
101	2017年1月3日	新潟のシンボルですね！	今の近代的な橋とは違い、昔ながらの形をしていたので、歴史好きにはオススメでした。また、……
102	2016年12月29日	旅の思い出	新潟にきたからには萬代橋には足を運びたいですね。新潟駅からまっすぐ歩けばありますが少 ……
103	2016年12月22日	新潟にとってとても大切な	新潟に住む人にとっては原風景的な存在の橋です。大火や地震、そして大きなイベントなどのた……

104	2016年12月11日	ホテルの隣	オークラに泊まりましたので否応なく渡ります。新潟に古くからある貴重な橋のようで、昔の写	……
105	2016年12月4日	たまに自転車に注意	ホテルオークラに宿泊するとき、たらたら歩くことがある。天気がいいときはなかなか快適であ	……
106	2016年12月3日	重要文化財の橋	新潟駅から歩いて10分ほど、橋のたもとに、重要文化財としては日本最大の建造物という説明	……
107	2016年11月23日	川岸は散歩にとっても適して	新潟のシンボリック存在で、信濃川の上にかかっている大きな橋です。川岸は整備されていて、早	……
108	2016年11月20日	立派な橋	新潟への出張があり、時間があつたので散歩してきました。新潟駅からまっすぐ歩くと着きます	……
109	2016年11月7日	綺麗な橋ですが寒いです	新潟駅から銀杏を眺めて歩いていくと、メディアシップを右に望んで、前方に橋が見えてきます	……
110	2016年11月3日	国の重要文化財 市のシン	信濃川にかかるアーチ式の橋です。新潟市のシンボルです。朱鷺メッセの展望台に行くと、全体	……
111	2016年10月27日	「新潟に来た」という気持	きれいなアーチ状の橋で、デザインはシンプルですけど、「新潟に来た」という気持ちにさせて	……
112	2016年10月21日	萬代橋をながめながらの散	萬代橋から朱鷺メッセを経由して、佐渡汽船にいたる川沿いの道を散歩しました。小雨模様の秋	……
113	2016年10月16日	天気もよくて気持ち良かつ	晴れ渡り、天気もよくて川沿いを歩くのは気持ち良かったです。橋を渡って、川縁を歩くのがいい	……
114	2016年10月5日	立派な橋でした	なかなか立派な橋でした。川沿いにはベンチがあり、橋を眺めることができました。川がおだや	……
115	2016年10月1日	新潟市のシンボル	信濃川沿いにやけに重厚な橋があるなと思っていたら、新潟市内のシンボルでもある「萬代橋」	……
116	2016年9月24日	散歩にもいい	信濃川にかかる橋で、実際にわたるのも素敵だと思います。信濃川の両側はやすらぎ堤と言って	……
117	2016年9月23日	新潟の観光名所？	新潟の名所ということで散歩がてらに観にいきました。JR新潟駅から歩くと15分くらかかります	……
118	2016年9月22日	THE 新潟	新潟駅から歩くこと15分程度。新潟にやってきたなーと実感します。近代的な建物に囲まれなが	……
119	2016年9月21日	大きな橋。新潟の新旧どち	新潟の街の倉庫などの古い建物と朱鷺メッセの新しいビルの双方が視界に入る。JR駅方面と良い	……
120	2016年9月20日	健康的な昼間の顔と大人を	近くのホテルに泊まって、朝1時間ほど散歩しました。良く歩道が整備されていて、ベビーカー	……
121	2016年9月18日	夜のライトアップが綺麗	かつては木造のものだったそうで現在は鉄筋コンクリート製のものに建て替えられていますが美	……
122	2016年9月13日	川沿いのベンチが心地よい	重要文化財で周辺の整備もされています。川沿いに置かれたベンチに腰かけてゆったり過ごせま	……
123	2016年9月13日	昔…新潟市内に住んでいた	先ず、訪問月に関係ありません。転勤で新潟市内に住んでいた時、ちょっとしたランニングコー	……
124	2016年8月28日	朝と夜の景色が綺麗で、ラ	タイトル通り、朝と夜の景色が綺麗です。ANAクラウンプラザ新潟ホテルに近くにあり、朝のラン	……
125	2016年8月18日	信濃川にかかる重要文化財	信濃川に架かる橋。国の重要文化財との事で、見に行った。アーチ式の綺麗な橋だった。以前は	……
126	2016年8月17日	頑丈そうな橋	新潟駅から徒歩で15分ほど北上した場所にある橋。アーチの形状がとても美しく、街灯が完成当	……
127	2016年8月16日	新潟といえば萬代橋	新潟といえば萬代橋です。歌にもなっていますね。コンクリートの桁橋ですので、特に特徴はあ	……
128	2016年8月13日	街の中心	ここを起点に、東西南北どこへでも迷わず行けますね。駅からもそれほど遠くなく。近くに色々	……
129	2016年8月6日	どうしても新潟ブルース	カラオケで上司が必ず歌っていた新潟ブルースの中に登場するのが萬代橋。歌詞だけで聞いてい	……
130	2016年7月28日	ドラマ？映画？のロケ地	ロマンスの香りがする場所ですが、七月ということで新潟でも暑く、やはり、深々と降る雪がに	……
131	2016年7月26日	ただの古いコンクリート橋	市内に歴史的建造物が少なく、地元では「柳」と「万（萬）代橋」がシンボル化されています	……
132	2016年7月25日	夕暮れの景色が綺麗	夕暮れ時に近くにいました。川岸には出店もあり、川を眺めながら、軽食やビールなどが楽しめ	……
133	2016年7月18日	名前は有名だけど	新潟といえば萬代橋を想像する方もいらっしゃるかもしれませんが。ですが、良くも悪くも普通の	……
134	2016年7月18日	信濃川	新潟市内を流れる信濃川に架かる橋。初代は、信濃川に架かった最初の橋の様です。構造は、コ	……
135	2016年7月16日	夜に見るとキレイ	昼間に見てもきれいな橋ですが、個人的には夜に見る方がオススメです見る場所によりますが周	……
136	2016年7月12日	新潟を代表する普通の橋	新潟駅から一本道を歩いて15分くらいの海に流れる直前の信濃川に架かる普通の橋です。50メー	……
137	2016年7月6日	ホテルオークラのすぐ近く	宿泊したホテルオークラのすぐ近くでした。写真はホテル側から撮ったものです。夜、タクシー	……
138	2016年7月6日	さすが重要文化財	新潟ブルースにも歌われた憧れの萬代橋。駅からの歩き疲れも吹っ飛ばす造形の美しさに感動しま	……

139	2016年6月28日	名所とは知らなかった	新潟駅からタクシーで古町に行く際に信濃川を渡るのですが、その時に通った長い橋です。夜は静か……
140	2016年6月27日	マンホールのデザインにも	新潟市のデザインマンホールは萬代橋が元になっていると知り、マンホールと実際の橋を見てみ……
141	2016年6月26日	萬代橋(新潟<U+30FB>万代)	新潟を代表する橋とのことですが、知らない人が見れば至極普通の橋です。端の周りは整備され……
142	2016年6月19日	新潟ブルースを口ずさみ…	朝、早い時間に訪れましたが…萬代橋からの眺めは四方八方どちらを見ても絶景で大満足！！早……
143	2016年6月15日	新潟の象徴。	新潟を象徴とする建造物の一つ、日本有数の河川信濃川の火口付近に悠然と佇む姿は存在感抜群……
144	2016年6月13日	快適な新潟	川の流れはいつ見ても心を動かしてくれます 雄大な気持ちとなり新潟にきてよかったなとかん……
145	2016年6月8日	やはり新潟のさりげないシ	新潟の繁栄の礎ともいえる橋ですね。頻繁には新潟には足を運びませんが、萬代橋から見る景色……
146	2016年6月7日	いつもこの橋のお世話にな	新潟へ来たら一度は渡って下さいね。「新潟ブルース」を口ずさみながら<U+2048>ここからの景……
147	2016年6月5日	美しい新潟の風景	朱鷺メッセから新潟駅への帰り道、地元の方に案内していただいて歩いているとこの橋に出会い……
148	2016年6月4日	天気の良い夕方は万代橋へ	久しぶりに万代橋を歩きました。万代橋は遠くから見より自分で歩くのが一番です。季節の良……
149	2016年6月2日	6連のアーチが美しい、新潟	90年近く前に作られたとは思えない6連のアーチが美しい新潟市のランドマークです。夜間ライト……
150	2016年5月28日	文化財の橋	建築家の山田守設計の新潟を代表する橋です。戦前の木造橋は、1.5倍の長さがあったそうです。……
151	2016年5月27日	種々の歌にも唄われた	萬代橋は交通の要衝だけど新潟市内のシンボルでもある。この橋を越えると美味しいものが豊富……
152	2016年5月23日	古き新潟の架け橋	万代橋の両岸には安らぎ堤という散歩に適した護岸エリアがあります きれいに整備されていて……
153	2016年5月6日	新潟市民で知らない人はい	数々の新潟の地震でも落ちること無く、市民の生活を守り続けた橋です。また、萬代橋は新潟県……
154	2016年5月6日	ウォーターシャトルから眺	信濃川に掛かる6つのアーチからなる石造りの橋です。車で通るとごく普通の橋ですが、信濃……
155	2016年5月6日	信濃川に架かる橋	新潟駅から古町方面へと通ずる橋です。橋や信濃川河川敷周辺も綺麗に整備されていて、レトロ……
156	2016年4月25日	景色の良いアーチ橋	通りすがりに歩いてみたけど、堤には遊歩道も整備されていて市民の憩いの場となっているので……
157	2016年4月23日	見事！	新潟駅から繁華街の古町に行く途中に渡る橋です。日本で一番長い信濃川にかかる新潟を代表す……
158	2016年4月21日	レトロな素敵な橋	1泊2日の間に何度か渡ったり、船でくぐったりしました。昔はもっと長がったらしいです。レト……
159	2016年4月20日	万代橋と言えば新潟ブルー	新潟駅から古町に行く際一瞬で通り過ぎてしまいましたが『新潟ブルース』の歌碑が橋のたもとに……
160	2016年4月13日	レトロな橋	古町に飲みに行く際にはタクシーでこの橋を通過しますが、今回はのんびり歩いて行ってきまし……
161	2016年4月12日	川に沿って散歩	万代橋その物わ全国どこにも有る橋<歌謡曲の新潟ブルース有名>で特別特長のある橋でわなく……
162	2016年4月2日	川沿いの景色	橋自体も美しいですが、川沿いが少し開けていて、散歩したり休んだりできるのがいいです。今……
163	2016年4月1日	川べりからの橋の眺めも素	信濃川にかかる、美しいアーチ構造の橋です。橋の横の階段を降りれば、川べりの遊歩道に出ら……
164	2016年3月20日	レトロな雰囲気	この橋はなぜかレトロな雰囲気です。橋を渡って行くと古町の繁華街に行けます。ホテルオーク……
165	2016年3月19日	新潟市のシンボル	日本一の長江 信濃川に架かる3代目萬代橋は、政令指定都市新潟市のシンボル。優美で落ち着……
166	2016年3月19日	駅から徒歩10分ちょっと	新潟駅付近では有名な橋です。以前新潟で勤務していた時は何度もお世話になりました。当時は……
167	2016年2月19日	歴史を感じつつ	綺麗に整備され、思ったより大きかったです。近代化の中にも歴史を感じました。宿泊先の夜の……
168	2016年2月11日	美しい	12月の夕暮れに散歩しました。信濃川に消えていく夕日がとても美しくしばらく見とれていまし……
169	2016年2月4日	立派な大きな橋	新潟に下車したことがなかったので、おときゅうバスで訪ねてみました。新潟駅万代口から真っ……
170	2016年1月23日	やっぱり外せない新潟のシ	何ていうことはないただの橋なんです、新潟に来たら徒歩で渡ってみたいくなります。冬は風が……
171	2016年1月22日	駅<U+30FB>万代側と、海<U	広々としていて、気持ちのいい橋です。ほんのり海の香りのする風が吹き、歩いてわたると気分……
172	2016年1月21日	夜景も◎眺めのいい、大き	新潟の中心にある大きな橋。駅、万代側と古町、海側を繋ぎます。晴れた日は、バスではなく歩……
173	2016年1月3日	日本の名橋	昭和39年の新潟地震でもびくともしなかった頑丈な、そしてデザインの美しさは日本を代表す……

174	2016年1月3日	新潟のシンボル	誰もが口コミで書いているように、まさに、新潟のシンボルです。形がとても美味しい。歩いて渡ると、
175	2015年12月30日	新潟を象徴する重厚な橋	新潟市内を流れる大河、信濃川にかかり旧市街と新市街を結ぶ交通の要所です。新潟駅から大通
176	2015年12月27日	新潟のシンボルのひとつ、	もはや新潟のシンボルのひとつとなっている萬代橋。たもとかから眺めるとなかなか良い眺めです。
177	2015年12月23日	日本一長い川に架かる橋	新潟旅行の際に古町行く時に渡りました。日本一長い信濃川に架かるだけあり、橋の幅も川の幅
178	2015年12月22日	重要文化財の橋	日本では数少ない重文指定の橋。新潟地震でも、新しい橋がおちたにもかかわらず、おちなかつ
179	2015年12月1日	歴史が感じられる	新潟市は思った以上に近代都市でしたが、その中にある石造りの萬代橋は歴史を感じられ、ほっ
180	2015年11月30日	新潟の象徴です。	新潟駅万代口から10分ほど徒歩移動。もしくは駅前からバスで万代シティで降りて歩いてすぐで
181	2015年11月29日	きれいでした	小雨が降り、風が強い夜遅くに行きましたが、明りがオレンジにひかり、水面にうつってとても
182	2015年11月21日	新潟市のシンボルの橋です。	信濃川に架かり新潟市のシンボルで側面の御影石と6つのアーチが美しいです。国の重要文化財
183	2015年11月17日	新潟のシンボルの存在	この橋を見ると新潟に来たなぁと実感します。また、ここから駅まで徒歩で歩くと銀杏並木があ
184	2015年11月15日	川べりからみる萬代橋	万代シティバスセンターから古町の繁華街に行く時に、歩いて通りました。橋の上から見る信濃
185	2015年11月8日	美しいアーチ橋	日本一長い川の信濃川にかかる新潟を代表する美しいアーチ橋です。川幅も広く御影石で飾られ
186	2015年10月25日	広々とした	バスでこの橋の上を通りすぎましたが広々として外国の橋?のようで眺めがよかったでした。真冬
187	2015年10月25日	新潟市のランドマーク	新潟市と言えば萬代橋ということで訪れました。萬代橋を車で通過してもあまりその魅力はわか
188	2015年10月24日	アーチが素晴らしい。	新潟駅の萬代口から1 km弱、徒歩10分程度で萬代橋に到着します。現在の萬代橋は、昭和44
189	2015年10月17日	素敵なランニングコース	朝5時に起きて、ホテルからランニングに行きました。朝のすがすがしい風景と空気と河川敷の整
190	2015年10月13日	素敵です	とても良い雰囲気です。歩いて渡ると結構距離がありますが、散歩に最適です。眺めも良いし、
191	2015年10月12日	普通の橋ですが	JR新潟駅から繁華街「古町」に行く途中、必ず渡る橋です。歴史を語る銘板には、いろいろと書
192	2015年10月4日	お散歩に最適	新潟駅から歩いていくことが出来ます。河川敷が整備され、散歩にはぴったりでした。しかし、
193	2015年10月2日	雄大な景色	新潟の中心地にかかる橋、水量の多い川に雄大にかかる橋で、素晴らしい眺望に恵まれました。
194	2015年10月1日	んんんん-----	信濃川にかかるゴクゴク普通の見慣れた橋です、歴史を知っている方々には非常に興味深い物な
195	2015年9月29日	人口80万都市の幹線道路に	日本一の大河信濃川の河口にかかり、河口部は江戸開港五港の新潟港。国の重要文化財ながら交
196	2015年9月23日	新潟のシンボル	萬代橋と言えば新潟のシンボルの一つです。アーチが他の橋と違ってレトロな感じを出していま
197	2015年9月20日	石造りのきれいな橋	ライブ帰りのホテルまでの道のりで万代橋があったので夜、通りました。石造りのきれいな橋で
198	2015年9月14日	歴史です。	新潟の歴史を語る上でなくてはならない建造物です。橋を歩いて渡るもよし、土手から橋を眺め
199	2015年9月12日	明治を感じさせられる石造	歴史を感じさせる趣のある石造りの橋ですね。夜も照明に照らされて雰囲気があります。夏のお
200	2015年9月5日	新潟のシンボル	萬代橋は新潟駅から新潟市中心部に向かう大通りを進むと、信濃川にかかっており、重要文化財
201	2015年9月2日	石造りで素敵。	石づくりでとても趣きがあって素敵な橋でした。アートコラボをしている期間で、橋のほとりに
202	2015年9月1日	新潟市内で信濃川に架かる	新潟市内で信濃川に架かる橋の代表格でしょうか。少し離れた場所から眺めないと、全容が見え
203	2015年8月31日	端から眺める景色が素晴ら	新潟駅万代口からメインストリートをまっすぐ歩いて10分ほどのところにあります。大きく水
204	2015年8月28日	歩いて渡りたい	古町と万代という二つの繁華街の間にある信濃川にかかる由緒正しい橋。普段は車やバスで通り
205	2015年8月20日	新潟市の名所萬代橋	新潟市内をゆったりと流れる川信濃川にかかっている橋です。橋の上から新潟港がみえます。
206	2015年8月9日	立派な大橋	初めて新潟に行きました。新潟まつりの真っ最中でした。昨今の猛暑も橋の上では涼を感じまし
207	2015年8月4日	信濃川の大河にかかる橋	新潟駅と旧繁華街の古町方面をつなぐ橋で、駅前から橋を渡ったところが、昔の新潟の町でした。
208	2015年7月31日	きれ	綺麗な形をした橋をみれます。7月にいきました、川べりには地ビールが飲めるちょっとしたc



209	2015年7月23日	重厚な新潟のランドマーク	大河信濃川のかかる歴史ある重厚な石橋。やすらぎ堤が眺める景色が最高。また重要な生活道路 ……
210	2015年7月10日	美しいアーチ	橋の上からでは判りませんが、信濃川の堤防から眺める萬代橋のアーチは洗練されたデザインで ……
211	2015年7月7日	駅からも歩けます	駅から古町まで徒歩で行けば必ず渡れる橋です。ホテルオオクラが目印です。必ず天気予報で映 ……
212	2015年6月30日	天気の良い日はおすすめで	この橋から見る景色はいいです。夕方の夕陽があたる時間はきれいです。渡るとアーケード街で ……
213	2015年6月22日	新潟市内の新と旧を結ぶ橋	駅からお知り合いの家まで行く間に必ず通る橋。橋の手前にはショッピングモールや、店舗が並 ……
214	2015年6月8日	重要文化財の橋	新潟の方に、是非見てほしい橋だと勧められて訪問。昭和初期建造の橋は、モダニズムを感じる ……
215	2015年6月6日	信濃川を眺める	有名な川を眺められて満足。ちょっと渡るには時間がかかるけど。ピアホールも見かけた。オー ……
216	2015年6月4日	散歩	川沿いを散歩してそのまま歩いて万代橋をわたりました。川幅が広いなあという印象でした。風 ……
217	2015年6月3日	信濃川に架かる大きな橋	幅も広く長さのある石の橋です。解説板もあり、照明灯に実現しなかった路面電車の架線を張る ……
218	2015年6月1日	信濃川にかかる趣のある橋	信濃川の下流に架かる橋でゆったりと流れる川をやさしく見守っている雰囲気がある。橋を渡る ……
219	2015年5月31日	重要文化財	信濃川にかかる重要文化財になっている橋です。それほど大きくはありませんし、他の橋と同様 ……
220	2015年5月3日	近代史の香り漂う場所	前夜、タクシーから見た光景に誘われて、ホテルをチェックアウト後に散歩しました。明治以降 ……
221	2015年4月30日	歴史ある場所	生まれ育った新潟に帰るたびに万代橋の夜景を見ると癒されます。静かな川に新潟市の街並みの ……
222	2015年4月29日	交通の要点の重要文化財	長流信濃川を見下ろす国道7号線と113号線が交差する交通の要点となっている六連アーチ式 ……
223	2015年4月28日	新潟のシンボル、守り神で	新潟市内を流れる信濃川には何本かの橋が架かっていますが、歴史と景観を兼ね備えた橋といえ ……
224	2015年4月19日	橋そのものも、また橋の上	このはしは見ていだけで気持ちが良くなります。逆に橋の上からみる景観もとても良いです。 ……
225	2015年3月30日	夜の街は風光明媚	新潟駅から、新潟古町に向かう途中にかかる橋で、夜は特にビルやホテルなどライトが照らし出 ……
226	2015年3月29日	いつも新潟のシンボル	いつの時代でも新潟のシンボルですね？オータニから見た萬代橋はいいですよ、角度的に。目の ……
227	2015年3月14日	信濃川やすらぎ堤から眺め	新潟駅(万代口)からまっすぐ10分～15分程大通りを進んでいくとたどり着く橋。道沿いに橋を歩 ……
228	2015年3月7日	立派でした	言われなければわかりませんが、国の重要文化財らしく立派な橋です。ぜひ一度横から眺めてみ ……
229	2015年3月1日	新潟駅から古町まで、歩く	出張時に夕方時間ができたので、古町まで行ってみようと、歩き始めました。万代橋はライトア ……
230	2015年2月16日	新潟のシンボルです。	新潟市のシンボルといえば、萬代橋です！重要文化財です。橋を渡ってもよくわからないと思 ……
231	2015年1月31日	キレイな橋です	新潟駅から古町にかけて歩く場合にはこの橋を渡る事になります。歩道もゆったりしています ……
232	2015年1月26日	新潟といえば	新潟に最初に訪れた観光の名所がこちら。新潟駅から程近い場所にある信濃川にかかる有名な橋 ……
233	2014年12月23日	石造りの橋	信濃川の河口にかかる国の重要文化財に指定されている橋です。新潟駅から繁華街である古町方 ……
234	2014年12月14日	気が済みました	歌にもでてくる萬代橋を渡って写真をとりました。橋以外の何者でもありませんが、昔からして ……
235	2014年12月13日	新潟のシンボル	出張で1時間ほど時間がありましたので、新潟駅から徒歩で行け範囲の萬代橋へ行ってみることに ……
236	2014年12月13日	石造りの重厚な橋です。	美川憲一の新潟ブルースにも歌われている萬代橋です。昭和30年代の新潟地震でも、鉄筋コンク ……
237	2014年11月15日	新旧の萬代橋を見てくださ	何も知らずに歩いていたら、交差点で川が無い場所に木造の「萬代橋」が出てきてびっくりしま ……
238	2014年11月12日	新潟市の代表的な橋	初代は木製で明治時代に建設された歴史的な橋萬代橋。新潟駅の方へ少し歩くと地下に初代萬代 ……
239	2014年10月17日	夜景が特にきれい	昼間の姿もきれいですが、ライトアップされた夜の方が私は好きですかね。函館に行った帰りに ……
240	2014年9月29日	ライトアップ19時から遅	せっかくライトアップするのなら、17:30時から18時からの夕暮れ時から点灯して欲しいも ……
241	2014年9月29日	新潟を代表する橋です。	海に近い方から、柳都大橋、萬代橋、八千代橋、昭和橋。その中でも一番歴史があるのがこの ……
242	2014年9月28日	日本海からの心地よい風	単なる橋なのですが、眼下に流れる川が日本海にすぐつながっているとおもうと旅情を誘いま ……
243	2014年9月25日	昔の橋長は現在の2.5倍！	「珍しい、五差路」と思ったら、路上に欄干。昔の信濃川は川幅が広く、橋の長さも現在の2.5倍 ……



244	2014年9月16日	下を見てはいけない	橋から眺める眺望は、吊られていないために360度障害物がなく、受ける風も心地よい。ただ、歩……
245	2014年9月10日	新潟の橋	流れゆく水と風が心地よいです。日本の地方都市の平和な風景という感じでほっとします。幼少……
246	2014年9月8日	味がある	歴史については詳しくないが、なんとなく歴史を感じる橋である。それはたまたまいのせいか、……
247	2014年9月5日	夜のライトアップも◎	信濃川にかかるこの橋は、流域面積が日本最大であることを実感させてくれます。歩いて橋を渡……
248	2014年8月24日	駅から少し歩きます	新潟の繁華街です景色も良いです食べるところも結構あり新潟に来たら行ってみると良い場所で……
249	2014年8月9日	きれいな橋	石造りのきれいな橋です。夜は、街灯の明かりがよい雰囲気を出しています。近くでみるのもよい……
250	2014年8月5日	街灯がレトロ	石造りの素敵な橋です。橋に付いている街灯がレトロな感じで素敵でした。リバーサイドから眺……
251	2014年8月2日	日本では良い橋だと思いま	ドナウ川、セーヌ川、モルダウ川にかかる世界有数の橋と比べる対象にはならないかも知れませ……
252	2014年7月31日	ああ、これが有名な橋なん	展望台からも信濃川に架かるこの橋は特徴があり、よくわかります。駅の方に行くにはバスやタ……
253	2014年7月4日	いい景色	ホテルに泊まるのに万代橋を歩いて渡りましたが見晴らしもよくとても気持ち良かったです。……
254	2014年6月25日	あれれ	万代橋どこかなー？ っと駅から歩いているうちに、これがそれか？ という感じで辿りついたのに……
255	2014年6月24日	橋の造りがよいです	何の気はなしに見ると、どうってことないのですが、前もって色々新潟について調べていたら、……
256	2014年6月6日	新潟市のシンボルなのでし	自転車で渡ると結構勾配があり、運動になります。信濃川の景色は素晴らしいです。新潟は落ち……
257	2014年5月20日	信濃川にかかる大きな橋	新潟駅から歩くと20分くらいかかります。丁度 桜が満開だったので、ライトアップもしてあり……
258	2014年5月19日	寒い	やはりこの時期雪まみれで寒い。風がすごく橋の上はなかなか歩けない。演歌に出てきた味わい……
259	2014年4月29日	水量に圧倒	橋はゆっくり歩いて渡りましょう。良いですよ。水の流れに圧倒されます。中央付近で一息です。……
260	2014年4月28日	立派な石橋	大変立派な石橋です。新潟駅側から古町側に向かって歩いて渡ったのですが、信濃川の河口の景……
261	2014年4月25日	新潟を代表する橋	新潟のシンボルとしてよく登場するのがこの萬代橋です。ホテルなどの高いところから見ると、……
262	2014年4月13日	風格ある橋	信濃川にかかる、新潟市の目玉的な構造物です。車道の車線数、歩道も広く、大変立派です。橋……
263	2014年4月12日	新潟のシンボル	新潟駅から古町方面へ直進10分程、信濃川に架かる橋です。川岸からの眺めも美しいですが、毎……
264	2014年4月7日	30年萬代橋を楽しむ	萬代橋を撮影して30年、「初めて萬代橋を」という方は是非夕暮れ時から夜にかけてご覧くだ……
265	2014年2月22日	新潟のシンボルです	新潟県内を流れる信濃川にかかる萬代橋は新潟のシンボルです！ いつもは車で通過するためあ……
266	2014年2月11日	夜景が素晴らしい。	重要文化財に指定されている六連のアーチが美しい橋です。夜、妻と散歩しながら行って見まし……
267	2014年2月8日	新潟の中心的シンボルの一	新しい新潟日報メディアシップの展望階からも眺められましたが、新潟の陸側と海側を結ぶ重要……
268	2014年2月4日	信濃川に架かる六連アーチ	萬代橋（万代橋）は、新潟市内を流れる信濃川に架かる橋。数少ない新潟市内の見どころスポ……
269	2014年1月31日	すごいですね	とにかくすごいですね～と感心です。国の重要文化財だけあり、長さ、も景観もただただ感心で……
270	2013年11月30日	夜景が美しい	信濃川にかかる万代橋は夜になるとうっすら明るく幻想的な風景になります。日本一の信濃川は……
271	2013年11月29日	デザインに注目	新潟駅から歩いて約10分。信濃川にかかる6連アーチの橋です。最初に見たときには、有名な……
272	2013年10月31日	新潟市の中心を貫く橋	確かに特別感はないですが、子供たちが清掃をしている日があったりして比較的きれいに保たれ……
273	2013年10月24日	コンクリートの橋	この橋自体に何か特別なものはありません。ただ、橋を渡った先にある旧繁華街<U+30FB>古町に……
274	2013年10月17日	渡って眺めて、堤防に座っ	新潟市のシンボルともいえる美しい橋。美川憲一の歌碑がたち、同じようなマンションが立ち並……
275	2013年10月15日	昔は新潟島に渡る唯一の橋	近代的な建築手法、砂地の上に建つ、美観を保った手すりの高さ、幾何学的なアーチ、など、エ……
276	2013年9月19日	きれいな河原です	新潟駅から繁華街に行くのにみんな通る橋です。歴史もある橋で新潟の発展を支えてきた信濃川……
277	2013年9月6日	新潟と言えば信濃川にかか	信濃川にかかる万代橋は新潟のシンボルであり風情があります。一見石橋に見えますが実際は鉄……
278	2013年8月15日	夏の夜に歩いて渡りました	萬代橋からすぐのホテルオークラに宿泊したので、食事の帰りの20時くらいに歩いて渡りまし……

279	2013年8月13日	新潟のシンボル	なんと言っても新潟のシンボルです。橋の中ほどで立ち止まって上流を眺めてください。なんと	……
280	2013年8月6日	新潟の代名詞	この橋こそ、新潟が世界に誇れる一番の橋です。新潟がまだ、沼地だった頃より掛けられている	……
281	2013年4月20日	歴史ある橋です	萬代橋をみるなら、その前にみなとびあに行くことをお勧めします！歴史ある橋が今でも色あせ	……
282	2013年1月29日	雪の日は歩けません	特に風が強いときは厳しい長い道のりです。日本海も見渡せて景色も良く、気持ちもいいのです	……
283	2012年12月31日	天気の良い日には歩いて渡	新潟のシンボル、表面を御影石で覆った美しいフォルムの橋です。昭和39年の新潟地震でも被害	……
284	2012年12月7日	風格漂う橋	橋のたもとに建つオークラホテルに宿泊しました。部屋からの萬代橋の眺めも素晴らしかったで	……
285	2012年11月8日	新潟市の象徴	新潟地震でもビクともしなかった新潟市の象徴の石橋です。信濃川の上にかかり新潟駅、万代と	……
286	2012年11月2日	まあ普通です	期待して行ってみましたが、行ってみればこんなもんかって感じでした。でも、歴史があるので	……
287	2012年10月28日	新潟のシンボルの一つ	この橋は信濃川にかかる新潟市のシンボルの一つです。古くからかかる歴史ある橋で、現在もメ	……
288	2012年9月30日	日本一の川にかかる橋	河口付近で川幅も広いのに、石橋なので、たいへん風情があります。新潟市も景観保護に努めてい	……
289	2012年9月6日	とても美しい昭和の橋	渡り始めると空間がずっと開けます。風情があって新潟を忘れることはないでしょう。夕涼みにい	……
290	2012年9月3日	圧巻です！	新潟のガイドブックには必ず載っています。しかし、本物は凄いです。重厚感と海へとつながる	……
291	2012年8月22日	毎日通ってます	通勤に通っていますが、川幅が狭いので	これが信濃川
292	2012年8月21日	重厚感が良い	この日は花火大会でした。大輪の花火を見ながら、ゆっくり歩いて往復しました。重厚感のある	……
293	2012年8月12日	美しい橋	新潟に立ち寄った時に訪ねた。万代橋は、昭和四年に建造された信濃川に架かる六連アーチの重	……
294	2012年6月15日	天気が良いと眺めが最高！	萬代橋を遠くから眺めても良し！ 萬代橋から眺めるも良し！ 雰囲気ある橋でちょっとした散歩	……
295	2012年5月28日	遊歩道	新潟駅から歩いて20分くらいのところに萬代橋があり、川の両サイドには遊歩道が整備されてい	……
296	2012年5月27日	通勤で徒歩で通った者より	観光的な視点では他の方が多く書かれているので、日々通勤で徒歩で歩いた経験のある者からの	……
297	2012年3月22日	おしゃれな橋という印象で	万代シテイバスセンターから10分程度歩いて行きました。私が行った時は吹雪で橋の半分くら	……
298	2012年3月11日	昔は有料が領ける	新潟っ子が自慢できる重厚な橋ですが引っ込み思案のためなかなか全国的には知名度は低いと思	……
299	2012年2月15日	信濃川ウォータシャトルで	信濃川ウォータシャトルで通過しました。歴史を感じられる名橋です。上部を歩くのも趣があり	……
300	2012年1月6日	アーチが美しい	アーチが美しい、重厚な雰囲気のある橋です。新潟旅行中、そうとは知らずに度々通行しました	……
301	2011年12月22日	きれいな橋でした	仕事先と滞在先のホテルとの往復で3日ほど行き来しましたがとても美しい橋だなあ〜と眺めなが	……
302	2010年9月30日	重要文化財の橋です	新潟駅から海に向かう真っ直ぐの道を行くと萬代橋に行き着くというか、通過することになる。	……

## Data profile at Eitai Bridge site

no.	review_date	review_title	review_content
1	2018年11月17日	時間帯によって車線が変わる橋	隅田川にかかる永代橋は都内では珍しい？時間帯によって走行車線が変わる橋です。入口……
2	2018年11月2日	ライトアップがきれい	隅田川にかかる橋です。夜はライトアップやタワーマンションの明かりがきれいで、歩……
3	2018年9月16日	隅田川の代表的な橋の1つです。	茅場町と門前仲町を結ぶ、隅田川に架かる大きな橋です。橋からは隅田川を行き交う大小……
4	2018年9月3日	墨田川に架かる橋	1926年に関東大震災復興で架けられた橋で永代通りの一部を構成しています。豪壮雄……
5	2018年8月25日	深川と日本橋を結ぶ	上野寛永寺本堂の材木を使い深川と日本橋を結ぶ橋としてかけられました。赤穂浪士が討……
6	2018年8月1日	最初の架橋は元禄11年	永代橋通りが隅田川を渡る時の橋が永代橋です。最初の架橋は元禄11年（1698年）……
7	2018年5月7日	きれいです	いつも渡るたびにきれいな景色（特に夜）だな～と思います。はたから永代橋を見てもラ……
8	2018年4月26日	土木遺産	ここに橋が架けられたのは、江戸時代だが、その後何回も架け替えられたが、関東大震災……
9	2018年4月12日	川べりのお散歩は気持ちいい～	桜の時期は永代橋周辺は最高にきれいです！お天気が良いときはスカイツリーも良く見え……
10	2018年2月27日	現代的な景色に溶け込む歴史ある	隅田川に架かる橋。初めて架橋されたのは1698年。現在の端は1928年に造られたもの。永……
11	2018年1月21日	小学生の時、この美しいアーチの	生まれも育ちも永代橋の袂。小学生の時、やんちゃだったのでこの美しいアーチに登って……
12	2017年12月23日	船から夜景を	隅田川をのぼる船から見た橋はキレイキレイでした橋の上は歩いていないので次回は歩い……
13	2017年10月29日	広がる景色	都内の空が狭い道を通して、ここに辿り着くと、広がる景色に癒されます。夜のライトア……
14	2017年9月20日	古い鉄の橋	隅田川の河口にかかる、鉄でできた古い橋です。この橋のオススメの点は、東京湾、月島……
15	2017年8月27日	穴場	夜はライトアップが綺麗昼でも、隅田川の雄大な眺めが見どころただ、現在は橋が工事中……
16	2017年8月20日	夜景もきれいです	日曜日でしたので資料館は締まっていたましたが、真ん中まで渡り引き返してきました。夜……
17	2017年8月17日	四季折々の美しさ	昼も夜も橋自体の美しさと、橋からの眺めが楽しめるのはもとより、春は隅田川沿いの桜……
18	2017年7月13日	都内の交通の要、夜はライトアッ	1698（元禄11）年に隅田川に架けられた古い橋。橋の上は永代通りで、都内の幹線道路……
19	2017年6月5日	お散歩	清澄橋から永代橋まで、お散歩がてら歩いて見ました。門前仲町駅から西へ徒歩10分程度……
20	2017年4月8日	青空に溶け込むような水色のアー	吾妻橋から浜離宮庭園まで水上バスに乗ると、途中いろいろな橋を潜るので楽しめます。……
21	2017年3月2日	ランニングに最高！	永代橋を走っている人はよくいますが、私もその一人でした。隅田川沿いのランニングは……
22	2017年2月24日	スカイツリーからもみえた	夜のライトアップがキレイです。橋の中央付近からスカイツリーが見えるので、スカイツ……
23	2016年12月20日	美しい橋	隅田川に架かる橋のひとつです。橋の構造については何もわかりませんが、優美なアーチ……
24	2016年12月20日	便利な橋です	月島と門前仲町をむすぶ大きな橋です。私はよく、散歩やお買い物でも使いました。いま……
25	2016年12月15日	バブルからの復興を感じる場所	若い世代の方々は知らない言葉で、「倒産ストリート」。これは、バブルの時代に山一證……
26	2016年12月4日	永代橋の鑑賞<U+FF8E><U+FF9F><U	【日の出棧橋/浜離宮】～【浅草】間で水上<U+FF8A><U+FF9E><U+FF7D>に乗船すると 10倍……
27	2016年10月30日	ライトアップが最高です	隅田川にかかる橋の一つ。墨田川にはたくさんの特徴的な橋が架かっていますが、この橋……
28	2016年10月4日	夜のライトアップが美しい	夜、ランニングで出かけました。ライトアップされた橋はきれいでした。デートに良さそ……
29	2016年9月30日	今は工事中ですが。	只今、工事の真っ最中で、歩道幅が半分近く削られていますので、のんびりは出来ません……
30	2016年9月17日	永代橋	永代通りに架かる永代橋、江戸時代からありましたが、落ちたり、日本で最初の鉄の橋で……
31	2016年9月5日	交通の要所	ほぼ毎日通る重要な橋、車で通る場合は両方向左端車線は要注意！時間帯で車線が増減し……
32	2016年8月28日	橋の奥にスカイツリーが見えます	永代橋は古い橋で、補強工事中でした。橋から水面が近いこと、橋の奥にはスカイツリー……
33	2016年7月23日	夜きれいです	しょちゅう歩いて渡ってました。夜歩くときれいですよ、橋はブルーにライトアップされ……

34	2016年6月22日	青いアーチの橋	隅田川にかかる橋、永代橋。隅田川には似たような青いアーチ型の橋がありますので個性が	……
35	2016年5月19日	都市と下町に架かる、永代橋	隅田川に架かる重要文化財指定の橋。橋の上からは、河口側からは川に浮かんだような高	……
36	2016年5月7日	隅田川の橋の中でも目立つ橋	夜景が美しい橋ですが、昼間も鉄の曲線美が綺麗だと思います。忠臣蔵で赤穂浪士が吉良	……
37	2016年5月4日	景観は抜群	江東区側から中央区に向かって渡りました。手前のビルを抜けると一気に視界が広がって	……
38	2016年3月15日	下町の橋	夜はライトアップされて綺麗です。ここを歩いて渡ったことが何度かあるのですが、気候	……
39	2016年3月11日	アクセント	アーチ型に鉄骨を組んだ、この辺りでは一般的な造りですが、大きなアクセントがありま	……
40	2016年3月9日	綺麗なスカイツリー	夜になると青くライトアップされてとても綺麗です。中央大橋からスカイツリーと一緒に	……
41	2016年2月4日	隅田川大橋からの夜景が素晴らし	駅から徒歩5分の隅田川大橋からの夜景がきれいです。綺麗な写真を撮るには、三脚必須。	……
42	2016年2月1日	スカイツリーも見えたのが印象的	交通の要衝である永代通りで茅場町駅と門前仲町駅の中間位にある、隅田川に架かる橋で	……
43	2015年12月31日	夜がきれい	仕事等でよく通ります。昼はなんてことないですが、夜はライトアップされてきれいです。	……
44	2015年12月31日	ごく普通の橋だと思うけれど、な	よく利用するが、なぜこの橋の名前がよく知られているかわからず調べたところ、いろい	……
45	2015年12月15日	ライトアップも綺麗な永代橋	橋からは清洲橋越しにスカイツリーが綺麗に見えます。また反対側は勝どき橋も見えthe東	……
46	2015年11月30日	夜は、ライトアップ	夜はライトアップして、きれいだし、朝も、スカイツリーが見えて、東京って感じがする	……
47	2015年10月10日	青白くきれいなライトアップ	永代橋は青白くライトアップされ、きれいです。冬は寒々しい色ですが<U+30FB><U+30FB>	……
48	2015年10月9日	由緒ある江戸の大橋です	隅田川の数ある橋でも、永代橋は特別な存在ですね。夜のライトアップは言うまでもなく	……
49	2015年10月4日	隠れた癒やしスポット	隅田川をかける橋。夜はライトアップされて綺麗です。永代通りから歩いて川沿いに降り	……
50	2015年9月29日	なんといってもライトアップ	何度も訪れている好きな橋の一つです。昼間は無骨な橋、夜はライトアップが美しいです	……
51	2015年8月29日	重厚で歴史ある感じでした。	兜町に行ったときに通りました。テレビでは何度も見たことがありましたが、重みがあり	……
52	2015年7月23日	綺麗な橋	ドラマの撮影などで有名な橋です。隅田川の風を感じるにはとてもいい橋です。川沿いの	……
53	2015年7月8日	東京のシンボルアーチ橋	隅田川にかかる永代橋は、中央大橋からみるとバックにスカイツリーが、箱崎側からは佃	……
54	2015年6月14日	夜景がきれいです。	東京都と浦安を結ぶ永代通りあり、隅田川にかかる永代橋は夕方からの青と白で構成され	……
55	2015年6月8日	東京らしい景色の見える橋	隅田川の向こうにスカイツリー、反対には佃の高層マンション群とその奥にはお台場が望	……
56	2015年6月6日	隅田川越の佃のビル群が大迫力	永代橋から見た正面の景色が素晴らしい。朝焼けも白昼も輝く夜景も夕刻からライトアップ	……
57	2015年5月17日	天気の良い夜がおすすめ	東京に出向して毎日この橋を歩いて通勤しています。川上にスカイツリー、川下に豊洲の	……
58	2015年5月1日	マンハッタンのような夜景が素晴	桜の季節は言うまでもなく、夜景の素晴らしい橋です。佃島のマンション群はまるでニュ	……
59	2015年4月7日	時代を感じるスポット	行ったのが昼間だったのでライトアップはされていませんが情緒のある橋だなと感じまし	……
60	2015年3月21日	美しいアーチ橋	地下鉄茅場町駅の南東を流れる隅田川に架かる橋。最初の永代橋は元禄11年に架橋された	……
61	2015年3月11日	橋、ただそれだけ？	会社のそばで、夜はライトアップがキレイで、時々ドラマのロケもやっていますが、あとは	……
62	2015年2月26日	海上からの眺めもよし	日本橋から船の観光を利用しました。東京は江戸時代より水路の開けた町であり、この観	……
63	2015年1月19日	力強さを感じる橋	この橋から眺めるスカイツリーやリバーシティの高層ビルの夜景は最高。道路の交通量は	……
64	2014年12月4日	交通の要所	ライトアップを見るなら橋を渡るより水上バスが絶対お勧め。昼間で有れば両側兩岸4面	……
65	2014年10月27日	歩いて渡る方がいい	橋周辺は、隅田川の写真や映像でよく出てきますね。自動車で渡るとあっという間ですね	……
66	2014年10月26日	散歩	橋を渡ると一方には高層ビル群、反対側にはスカイツリーが見られます。天気の良い日に	……
67	2014年10月25日	夜は特にきれいです。	永代橋は国の重要文化財指定を受けているのですが、これは全国の道路橋ではじめてだっ	……
68	2014年10月24日	ライトアップは22時まで	門仲から、隅田川に行ったときに渡りました。歩道側がブルーにライトアップされていて	……

69	2014年10月20日	重要文化財。	隅田川にかかる重要文化財の橋です。中央区と江東区にまたがる橋です。夜にライトアップ……
70	2014年10月15日	お散歩道に	友人が月島に住んでして、もんじゃを食べた後、お散歩しました。この辺の夜景は、人も……
71	2014年10月6日	夜景が美しい。	ライトアップされた永代橋が美しい。佃や越中島方面から眺めるのがよい。永代橋から佃……
72	2014年6月17日	月島の途中下車で夜景を堪能	6月17日に永代橋と中央大橋辺りの夜景を撮りに行きました。夕方17時頃に月島駅に着着ま……
73	2014年4月29日	アーチが美しい	電柱や電線や看板などの余計なものがなく、アーチがすっきりと美しい曲線を描いていま……
74	2013年10月26日	絶景ポイントです。	永代橋から見るウォーターフロント方面の景色は、現代東京の絶景の一つです。夕暮れが……
75	2013年7月26日	アーチ型の美しい橋	中央区～江東区にかけて散策した時に永代橋を渡った。名前は聞いたことはあったが、渡……
76	2013年7月7日	夜景がきれいです。人も少なく、	中央区の新川公園から見ると、ライトアップされたスカイツリーとの組み合わせがとても……
77	2013年7月1日	夜訪れてください。永代橋、スカ	タイトル通りです。永代橋のライトアップもなかなかきれいですが、何より東京スカイツ……