



「NO DOBOKU, NO LIFE.」 写真で伝える「土木の魅力」とは



土木写真部は、土木に対する一般市民の理解を深めてもらうことを目的に、積極的に土木の魅力を発信し続けている。同写真部の出水亨・長崎支部長 & 広報担当、松永昭吾・福岡支部長は、さらに、土木の担い手育成等を目的に「噂の土木応援チーム デミーとマツ」として、情熱的に活動している。そこでお二人に、九州地方整備局の白田雅彦・企画部環境調整官、今田一典・道路部道路情報管理官を加え、土木の記録保存や土木の魅力等について、大いに語っていただいた。

司会は、九州地方整備局の北村明政・企画部企画課長。

—— 本日はインフラを写真に記録して残すことの意義、写真やメディアの特性を生かした土木の魅力の包括的な伝え方などについて語っていただきます。まず、自己紹介からお願いします。

出水 土木写真部の長崎支部長 & 広報担当をしている出水です。長崎大学大学院に勤務の傍ら「噂の土木応援チーム デミーとマツ」（以下、「デミーとマツ」）として、小中学生を中心に実際の土木現場でコンクリートの吹き付けやマンホール蓋の絵付け体験、岩盤の爆破など普段体験できない土木体験イベントを各地で実施しています。

松永 土木写真部創設時メンバーで福岡支部長をしている「デミーとマツ」のマツこと松永です。本業は、(株)共同技術コンサルタント福岡支店長です。土木写真部の活動と併行して、デミーさんと共に小中学生を中心に土木の魅力を伝えるべく活動しています。

白田 九州地方整備局企画部環境調整官の白田です。本日は有意義なお話を伺えると楽しみにしています。

今田 九州地方整備局道路部道路情報管理官の今田です。

業務は、主に災害のまとめ役、管理や交通安全事業等の総括、それから日本風景街道、地域の方々の活動を支える道守等、幅広く担当しています。よろしく願いいたします。

「デミーとマツ」活動の源流は

——まず「デミーとマツ」についてお伺いします。小中学生に土木の魅力を伝える活動をしていらっしゃるようですが、同活動を始めた経緯と目的等についてお聞かせください。

出水 土木の仕事は私たちの暮らしに深く関わっているのに、ほとんど認知されていない。また、子どもが将来、土木技術者になりたいという夢を持っていない。そこで、「土木は非常に大切な仕事の一つ」だと、もっとPRしなければという思いを常々抱いていました。そんな折、2015年秋にマツさんが長崎大学に講師として来たときに意気投合し、子どもたちのために国や自治体の人たちがやり切れていない活動をしようと、翌2016年4月に「デミーとマツ」を結成、第1回目のイベントを開催したのが始まりです。

松永 とともに橋や道路の維持管理を専門にしており、業界に若い人が飛び込んで来にくい環境にあります。それを変えたいという思いが私にもありました。デミーさんは学生と接しつつ「道路等の維持管理はカッコいい仕事」とすすめていく思いを抱いており、それが共通の糸口となりました。私は地震工学や災害が専門ですから、「災害に関してもそうだ」と応じ、どうすれば命を守れるのか、学校教育に頼らず小さい時から社会が教えていかなければいけない等の意見を朝方まで交わし、「デミーとマツ」として活動するに至りました。

「NO DOBOKU, NO LIFE.」に込めた思い

白田 本日お二人は土木写真部のポロシャツ姿でいらっしゃるようで、背中に「NO DOBOKU, NO LIFE.」と記されています。その意味について教えてください。

松永 「NO DOBOKU, NO LIFE.」は、土木写真展に合わせてつくったキャッチコピーです。土木写真部には主婦や写真家も若干在籍していますが、9割以上は土木技術者です。我々は土木を生業にしており、それによって社会をよくしていきたいと願っています。土木こそが自分たちの生きがいという意味で、「NO DOBOKU, NO LIFE.」としました。併せて、写真展を見に来るお客様にとっても土木は生活基盤で、上水道や下水道、道路や橋、ダム等が欠ければ当然、文化的な生活はできません。

座談会の参加者

出水 享氏 DEMIZU Akira
長崎大学大学院工学研究科

福岡県出身。土木技術者、研究者、博士(工学)、土木伝道師。2014年にドローンの空撮画像から軍艦島3D製作。2015年に軍艦島3Dプロジェクトでグッドデザイン賞。2016年に研究で開発したインフラ点検技術が国土技術開発賞(国土交通大臣表彰)。2018年に噂の土木応援チーム デミーとマツで(公社)土木学会土木広報大賞優秀賞。

松永 昭吾氏 MATSUNAGA Shogo
株式会社共同技術コンサルタント福岡支店長

長崎県出身。土木技術者、博士(工学)、技術士、(一社)リペア会副会長、(一社)ツタワルドボク副会長。「橋の町医者」として橋の計画・設計・点検・診断・耐震設計に携わる。長崎大学インフラ寿命化センターで社会人の再教育に関わる中で出水氏とともに「噂の土木応援チーム デミーとマツ」を結成。

白田 雅彦氏 SHIRATA Masahiko
国土交通省九州地方整備局企画部環境調整官

今田 一典氏 IMADA Kazunori
国土交通省九州地方整備局道路部道路情報管理官

そういう2つの意味を込めた「NO DOBOKU, NO LIFE.」です。

土木写真部のコンセプトは土木構造物のPR

——土木写真部は、産学官いろいろな方が参加されていますが、どういった経緯で始められたのでしょうか。

松永 宮崎県庁職員と建設業の方々による「土木のミリョク」というフェイスブックページがあり、おもしろい動画がたくさん上がっていました。これに興味を抱き、発起人である県職員の岡部章さんを訪ねました。岡部さんは、写真で土木の構造物、あるいは構造物の背景や歴史などを伝える、即ち土木の構造物そのものでその功績をPRするサイトをつくりたいと考えていらっしゃいました。そして、2人でスタートしたのが土木写真部です。

——これまで土木写真展は5回開催されていますが、反響はいかがですか。

松永 第4回までは宮崎県庁近くで、5回目は福岡(九州地整)で開催しました。これまで土木に興味を抱けなかった方もたくさん来られています。土木構造物の魅力は、一つひとつがオーダーメイドで、個性豊かで、かつ何かのミッションがありつくりられているから、すごく好奇心をくすぐられること。二度と同じ写真は撮れませんし、非常におもしろい素材だと言えます。九州地整をお借りした第5回写真展(2018.12.25～2019.1.25)は、福岡開催ということで地元紙が取材してくれたり地元テレビ局が放送してくれ、それを見てお客様が増えるという好



出水 氏

循環になった感覚があります。

——九州地整として、土木写真展の反響はいかがでしたか。

白田 通常、我々が主催するイベントや写真展等の取材は、業界紙2～3紙程度ですが、今回は「デミーとマツ」のお二人が来られるということもあって、一般紙をはじめ業界紙、放送局、ケーブルテレビ、WEBニュース等、マスコミは20数社にも及びました。その中で、我々は「九州インフラカード」(以下、インフラカード)のPRを発信することができ、一緒にやらせていただいたことに深く感謝しています。

松永 福岡のローカルテレビ局ではありましたが、小特集を組んでいただき、インフラカードとコラボできたのがよかったです。最初に九州地整の方が登場し、続いて私がフィールドに出て行って、人気モデルの方に土木写真撮影のコツやインスタグラムへのアップの仕方、スマートフォンでの写真撮影のコツ等を教えました。「インフラ映え」、あるいは「インフラ映えポイント」という形で、一般視聴者の方に浸透させられたのではないのでしょうか。「土木写真やインフラカードはおもしろい」というイメージもつくれた気がしています。

インフラカードの普及に向けて

——インフラカードは現在、マニアの人がもらいに来る傾向が高いですが、九州地整としては、できれば一般の観光客にも、もらってほしいと願っています。

松永 問題は、写真のクオリティーにバラツキがあることですね。明らかに工事用カメラで撮っているものが混ざっていますよね(笑)。

今田 各事務所で撮っているため、職員が撮ってくる写真の中にはクオリティーの低いものもありました。や

はり写真にはインパクトが必要だと思います。業務の一環として事務的に撮った写真よりも、例えば子どもたちに土木写真を撮ってもらい、彼らの写真でインフラカードをつくれれば、よりイメージアップにつながるのではと感じました。

松永 インフラカードの真の目的は、カードコレクターに収集してもらうことではなく、インフラに興味を持ってもらい愛してもらうことだと思います。しかし、インフラカードの題材等の詳細が国道事務所や河川事務所のホームページで紹介されているかという点、必ずしもそうではないですね。せっかく関心を持っていただき、裏面に諸元まで記述されているのに、その先が用意されていない。例えば、QRコードをスマホで読み取りインフラカードの公式サイトに飛ぶと詳細が見られるなど、その先のひと工夫があるといいと思います。



図-1 九州インフラカード(出典:国土交通省九州地方整備局)

日本風景街道の撮影ツアー

今田 九州地整では、地域住民と日本風景街道のルートを歩くというツアーを行っています。写真を撮ることも目的の一つで、被写体は家、道、川、柱、屋根など何でもよい。これを3年ほど実施してきました。プロの写真家が同行して各回終了後に時間を設け、参加者の撮った写真をプロが講評します。その結果、最初はスマホだった人が一眼レフを持ってくるようになったり、アップの写真を撮るなど、参加者の意識やスキルが上がって、3年目にはセミプロ的でした。最後に表彰を行います。写真を撮る環境をつくることも、きっかけとして大事だと感じています。

出水 写真の撮り方と、どういう理由でこの橋がつけられたのか等、その2要素を組み合わせた土木ツアー、インフラツアーを実施すると、撮り手の写真の意味も出てくるし、いい写真が撮れます。そして撮影した写真を拡散してもらえると、インフラに関してより多くの人に興味を持ってもらえることにつながるの、そうした活動も今後、土木写真部として実施していきたいと考えています。

今田 同ツアーでは、最後に別府の美術館で写真展を開催、プロの写真展示の傍らに災害と風景ガイドのコーナーを設けて、アマチュアが撮った写真を全部展示しました。

松永 そういうところに展示されると、撮影者のテンションは上がりますね。

土木構造物は、災害があったからつくったとか、便利にするためにつくったとか、目的が明確な割には地味じゃないですか。でも、「これが昭和28年にできたおかげで、こちら側の集落はそれ以降、土砂災害がなくなりました」等と話すと、聞く側はグッとくる。そして、いい写真が撮りたくなる。すると、たくさんの人が災害の歴史や発展の歴史を知り、土木写真の愛好家も増えていくのではないかと思います。

土木写真部のフェイスブックに「いいね！」

出水 土木写真部はフェイスブックだけでなく、ツイッター、インスタグラム等のSNSを通じて若い人を土木の世界に引き込みたい。自分たちが小中高・大学に行って小難しい話をしても、それほど興味を持ってもらえないでしょう。しかし、画像や映像を見せると、彼らの興味は高まります。いい写真を見せようことは非常に大事です。

松永 何を見てほしいかというストーリーも必要です。土木技術者が写真を撮ると、どうしても土木構造物の全体を入れようとします。でも、「橋の裏の、このリベット



松永 氏

がカッコいい」と思うなら、そこにフォーカスして撮ると、みんな「何やこれ？」と興味を持ち、全体が知りたくなる等、心を打つ写真が撮れることも結構あります。

出水 土木写真部の発信は、2014年4月からフェイスブックで行っていて、現在は7,400人ぐらいのファンがいます。今まで投稿した写真の数は2,500枚で、「いいね！」の平均は300~400。現在、ファンの数が少し伸び悩んでいます。2019年2月の段階で日本国内の月間の利用ユーザー数はインスタグラムが2,900万人、フェイスブックが2,800万人で、ユーザーはインスタグラムのほうにシフトしています。我々も媒体はフェイスブックを使っていますが、ユーザーによって利用SNSが違うことも考慮し、違う媒体も使っていかなければ、と考えています。



写真-1 福岡都市高速天神北ランプ(福岡県)



写真-2 筑後川昇開橋(佐賀県)

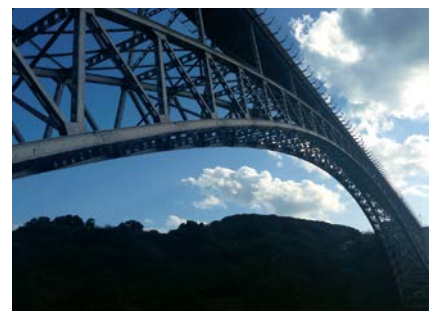


写真-3 西海橋(長崎県)



写真-4 円形分水(大分県)

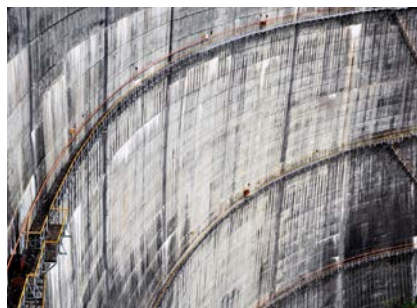


写真-5 上椎葉ダム(猫歩き)(宮崎県)



写真-6 曾木発電所遺構(鹿児島県)



白田 氏

「いいね！」の数が多いのは、やはり「何だこれ？」というものです。テレビ番組でも扱われ話題になっているように、「何だこれ？」というものに関して、みんな反応がいいと感じます。そういうフォトジェニックなものをサイトに上げ続けるということがかなり大事ですね。



写真-7 八角トンネル (熊本県)

土木写真を撮るコツとポイント

—— 写真を撮るときのコツやポイントについてはいかがでしょう。

出水 自分が心を打たれたポイントは何か、ということです。どこを強調して撮りたいかを決めて撮るのが基本だと思います。また、しゃがんで撮るだけでも絵は変わります。全体を撮るのではなく、部分を撮ったり、そのためには、構造物がそこに存在する意味や構造を知ることによって、どう撮りたいかが変わってくると思います。これが大切です。

今田 私が見たい写真は、人の姿です。ただ、それが難しい。人が介在するだけで、「この橋はすごいところにあるな」とか、「高いところでやっているな」ということ

が想像できます。自然な感じで人を入れている写真は、とてもセンスがあると思います。

出水 人が入るだけで、そこにドラマが生まれます。構造物に人を少し入れることでスケール感も出てきますし、土木技術者を入れることで「この人は今から何をしようとしているのか」等、いろいろなイメージが湧くので、人を入れて撮ることは非常に大切です。



写真-8 第一白川橋梁 (立野峡谷) (熊本県)

松永 土木写真のおもしろさは、一つは「非日常感」です。足場がかかっているなら足場とか、あるいは作業員とかクレーンでもいいけれど、ふだん撮れないものが入るだけで、見栄えがよくなります。鉄筋がむき出しであったり、型枠があったり、そういうのは特別感があるので、誰かに自慢したくなるような写真が撮れます。二つめは、歴史がわかりやすいもの。三つめは、橋の桁下など人があまり見ない、注目しないところ。マニアの視点でしか見つけられない箇所を撮れば、特別な土木写真になります。新しい視点で非日常感を撮る。そうしたことを演出するだけで、土木写真は一気におもしろくてかっこよくなります。

出水 いつ、どこで、この橋をどこから撮るといい写真が撮れますよ、といった注釈をインフラカードの写真のところに載せてあげると親切でいいですね。

松永 土木構造物は長い歴史の中で人の生活を支えているし、グッときます。そしてストーリーが大事です。これをもっと書き記して、比較的簡単に触れられるようにしてあげるのが、次のステージなのだと思います。イベントに合わせて歴史を知る、そういうことを続けていくだけで、九州は間違いなくインフラ発信の聖地になれると思います。

今田 事務所でもフォロワーを増やそうと発信してい

ますが、結構反応があったのは、普段は見られないような大きいトンネル掘削マシンや足場、3Dデータのモニターが写っているICTバックホウなどです。重機系のマニアも結構いるようで、インフラそのものではなくて土木の中で動いている重機等をピックアップすると、「いいね!」の数が上がっていきます。そういうものをピックアップするのも、おもしろいと思います。



写真-9 引の平沢治山谷止工（鹿児島県）

工事現場の中は遊園地

出水 工事現場の中を一般市民の皆さんは見たことがないので、チャンスです。ふだんは仮囲いされて見えないので、何をやっているかわかりません。しかし、その中に入ると遊園地のようなおもしろいことが体験できる。私は、土木現場は遊園地だと思っています。発想一つで土木工事現場は遊び場にもなる。そういう考えと一緒に、仮囲いの中の写真を撮ってページに上げてみてください。鉄筋を組んでいる様子などもいいと思います。写真を見た人は、「中でこんなことをやっているんだ」と興味をもってくれるはずです。

松永 私たちが、子ども向けイベントを実施している理由は簡単です。子どもと保護者にこだわっているのは、大人の意識を変えたいからです。子どもがいるだけで、現役世代の人たちが一生懸命聞いてくれます。子どもが入るといい写真や映像が撮れるのでマスコミが目する。土木にはストーリーがあります。災害の歴史であったり、経済活動の歴史であったり、あるいは太古の歴史からの地質・地形の問題であったり、そういう長いストーリーがあるので、そこをもっとフィーチャーしたいと思います。それが、土木写真部の次のテーマです。

行政の情報発信の課題

出水 九州地整では「広報大賞」を実施していますが、九州地整の各担当者が現場で写真を撮りフォトコンテス



今田 氏

トをやってみてはいかがでしょうか。各事務所では進捗状況を撮影していると思いますが、できれば工事現場で働いている土木技術者等の写真を撮って各事務所のフェイスブック等に上げていただきたい。そうすると、写真の腕も上がりますし、働いている土木技術者等の誇りも出てくると思うのです。

松永 国土交通省内では、写真を撮って発信する風土が醸成されていないと思います。当然のことですが、「よいものを安全につくり、提供すること」がメインになっています。だから、「情報を上手に伝え、社会を巻き込み、社会のシステムを変えていく」一環として写真があるという位置づけに、まだ至っていないのだと思います。

出水 土木のイベントも同じで、やりたい人が担当しているわけではないから、一歩踏みとどまったものになってしまい、つまらない感じになっています。我々は土木が大好きで土木を伝えたいという思いが強いので、そういう意味で踏み込んだおもしろいイベントになる。そうした意欲が伝えられるかどうかということですね。役所の人は、広報になかなか個々の思いが込められないので、つい事業紹介等になってしまいますよね。役所の広報には限界があると思います。また、役所の名前を見た時点で、つまらないと思込んで見ない人もいます。

松永 我々は、写真媒体はすごくパワーがあると思っています。どうしても写真で伝えたいものは、この構造物がなぜそこに必要だったのかというところまで遡り、いろいろなものを紐付けしたい。だからインスタグラムよりもフェイスブックが好きだし、ホームページにも紐付けします。もし、それを好きな人が1人でもいるのなら、知ってほしい。それが国民の安全・安心、ひいては人命



を守るという一番大事なところにつながっていくと信じています。

映像や写真等の媒体は、切り口としてインパクトがあり、使い勝手がいいと思っています。国交省の人たちは土木イズムが高い方ばかりですから、広報戦略の一環としての土木写真等を撮るにはベストではないでしょうか。

「行政」と「デミーとマツ」イベントの相違点

——写真以外に土木の魅力を伝える件について、国土交通行政に対してご意見等はございますか。

出水 先ほども話しましたが、国交省が実施する土木イベントは、あまりワクワク感がありません。役所が実施するイベントはつまらないと思込んでいる人が多いし、そこを変えるのはかなり難しいでしょう。継続的にやればいつかは認知されますが、担当者が代替する中で、そのモチベーションがどこまで継続できるか……。

松永 私も同じ感想を持っています。イベント開催にあたってはどうしても事業紹介をせざるを得ないし、それを然るべき人が行うのですが、必ずしも話がお上手ではない(笑)。我々が話すときは、具体的な対象相手に、彼らが共感できるようなシナリオを作成のうえ、対象者に語りかけます。その辺のデザインが少々甘い気がします。もう1点、行政の方は自分の個人的感情をなかなか出しにくいのは分かりますが、とはいえ多少の感情を入れたほうが共感を得やすいと感じます。思い切って若い職員にしゃべらせてもいい。若い人が話せば、聞き手はもっとあたたかい目で見ると思いますよ。私たちがやるイベントは、私たちのキャラクターもあって、メディア(テレビ、新聞、ラジオ等)が必ずきてくれます。

出水 メディアには、これまで140回以上取り上げられています。我々がつくる資料に、専門用語はほとんど使わないので、メディアの人がそのまま理解でき、新聞記事にしやすいと思います。総工費〇億円投入という話よりも、「社会問題を解決する、小学校への通学路が安全になります」と伝える方が分かりやすい。

松永 国交省がつくるものは100～200年残る構造物なので、次の世代に訴えかけるイベントは必要です。イベント開催にあたって、第三者的な視点で話せる我々のような人間が絡んだほうがやりやすいし、一般の方に受け入れられやすいかもしれません。そしていずれは、それを国交省内でできるように、今から若い人に挑戦してほしいと願います。

出水 「デミーとマツ」の今年度の目標は、第二、第三

のデミマツを一人でも多くつくることです。また、国交省のイベントを我々も一緒につくり上げていきたい。それを今後3年間、九州管内全てでやりたい。イベントを一緒に行うことで我々のノウハウを伝承していきたいし、私たちの思いを感じとっていただきたい。

「土木キッズアカデミー」を実施

松永 次の世代につなぐ活動が大事です。それによって国交省や土木業界を目指す子どもが誕生する。特に小学生は、ミッションを与えればしっかりやってくれます。

出水 土木は多くの人がチームワークでやっていることも子どもたちに伝えていかないとはいけません。重機や体験ばかりのイベントから変革する時がきたと感じていて、我々が最近注目しているのが、「学童保育」を対象としたイベントです。学童保育の子どもたちに土木の教室「土木キッズアカデミー」を実施しています。すごく興味を持ってもらえますし、親にもきてもらえます。学童保育の子どもたちに土木を伝えるというのは非常に効果的じゃないかと思い、マツさんと頑張っていこうと思っています。



写真-10 「デミーとマツ」活動状況

メディア活用で土木ファン獲得へ

——土木写真部としては、今後どういった展開を計画されていますか。

松永 今、部員を少し増やし始めています。橋が好きなのは橋の写真、私みたいに災害やメンテナンスに携わっていれば、そういう写真を撮ってくるので、できれば産学官、いろいろな視点で切り取ったシーンを提供できるようにしたいと感じています。また、土木写真展に

関しては、九州地整で開催して味をしめました(笑)。反応がいいし、会場に撮影者や部員が1人いるだけで、すごく話が盛り上がります。そういう機会を徐々に増やしていき、インターネットを使っていない方や、老若男女に土木の魅力を伝えていきたいですね。

土木写真部も、メディアの活用を考える時期がきたと思っています。東京中心ではなく、地方都市でも、テレビや新聞で紹介されるようにしていきたい。それにより、一般のファンが獲得できると思っています。

出水 九州で写真部員を集めて活動したいですね。そうすると、展示会の話も作業もしやすいし、インフラツアーもできます。土木写真部のフェイスブックのファンは現在、女性が19%で男性が81%です。女性のファンを増やしたい。また、若者を増やしたいので、ツイッターやインスタグラムも使って発信したいと思っています。

土木写真部は当初フェイスブックしかなかったのです。フェイスブックはインターネットの検索でヒットしにくいので、ホームページも必要だと思い、私が参加した折に作成しました。「土木写真」というキーワード検索で上位に引っかかるように工夫して作成した結果、メディアに注目されて、問い合わせが増え始めました。今話題になりつつある「インフラツーリズム」等のキーワードで、上位に上がるようにしたい。メディアを使うともっと多くの人に知ってもらえるので、ホームページも、もう少し充実していきたいと思っています。

「土木」が新鮮な語彙に

松永 マスコミからの問い合わせで、「土木写真って何をやるの?」と聞かれます。考えてみると、大学に土木科がなくなってから10年ぐらい経ち、最近「土木」という言葉が新鮮に聞こえるようです。国交省でも、現在、土木とつく部署はありませんし、それぐらい耳慣れない言葉になってしまったのかもしれない。

出水 小学生白書2018や中学生白書2018によると、子どもたちが憧れている職業に、当然、土木は入っていません。そこで、アンケートの選択項目を見てみると、土木そのものがなかった。ただ小学校の7位に「建築・大工」がありました。

今田 大工がかっこいいと感じる子どもたちがいるのかもしれないね。言い換えると、「土木」も同じ言葉になり得るということでしょうか。

松永 土木イコール道路工事となるのは、道路工事しか身近で感じないということでしょうね。とすると、道路工事のイメージをよくすれば、土木のイメージが一気



によくなると思います。おそらくダムの工事現場など見たことがないでしょうから。

出水 ふだんの通勤・通学路でしか工事を見かけないとすれば、ときには地域住民に公開したり、工事の案内板や仮囲いをアレンジして、住民の理解を深めるように努めてほしい。道路工事がかっこよくなることで、土木のイメージアップにつながり、土木すべてがかっこよくなります。

土木写真部の今後の活動計画

——最後に、今後の活動についてひと言ずつお願いします。

松永 とるば(安全な駐車場とセットになった美しい風景などの撮影スポット)や日本風景街道等、自分から外を撮るスポットが数多くあるのに、外から自分を撮るための情報がない。例えば、「名島橋をここから撮ると、かっこいい」と教えてあげるだけでも、写真を撮るにあたってはプラスになるはず。とるば的な駐車場をつくれとまでは言いませんが、「ここまで歩いたら、こんなかっこいい写真が撮れる」と示せば、いい写真スポットになるのに、もったいないと思います。

それと、一般の方が土木写真を楽しむために、もっと身近にしてあげることが大事だと思います。公共の施設で展示してもらえると嬉しいし、事務所長名で表彰してもらえたら、写真オタクたちは相当テンションが上がるはずです。そういうことを地道に、精力的に継続していただければ、人々が土木写真を通じて、土木構造物あるいは土木事業に関心を持ってくださり、ひいては地域の安全・安心につながっていく気がします。

出水 土木写真部の活動を通して、土木という一般の方には馴染みがないものを写真に撮って発信していますが、今は土木をPRする絶好のタイミングです。土木写真部は、写真を通して、「デミーとマツ」は土木体験イベントを通して土木の風を吹かせたいと思っています。土木写真部、「デミーとマツ」は、九州地整の皆さんと一緒にタグを組み、土木の風を西から東に吹かしていきたいと思っています。今後ともご協力をお願いします!

(写真提供:土木写真部(写真-1~9)、噂の土木応援チーム デミーとマツ(写真-10))