

「まちに溢れる身近なアートに関する調査」 ～アートと融合したマンホールによるまち歩き促進の可能性～

令和4年度市民まちづくり研究員 三淵涼菜

はじめに

今年度の市民まちづくり研究員の研究テーマである『歩きたくなる福岡のまちづくり』～居心地よく、アートあふれる空間～について考えた際、マンホールが筆者の頭に浮かんだ。なぜならマンホールは、まちのあらゆる場所に設置されており、実際に見に行くことのできる気軽さや身近さがあるからだ。マンホール自体のデザイン性に加え、長く設置されることで摩滅や劣化し、自然の風景や人々の暮らしに溶け込んでおり、それら一つ一つから個性が発揮され、アート性を感じることも可能である。一見、地味に感じられるマンホールも観光資源として注目を浴びているため、実際に活用されている事例が日本各地に多く存在する。

まちを歩くことはまちの良さを知る機会となると考える。また、まちの良さを知ることはまちに必要である人を惹きつけ続け、引き寄せることにつながる。これらの機会づくりのツールの一つとして、マンホールを活用できるのではないか。したがって、マンホールというツールを活用し、まちを歩く人を増やしたりまちを歩く機会の提供を増やしたりする必要があると考える。本研究では、福岡市におけるマンホール活用の現状や課題を明らかにし、市民と市を訪れる人がまち歩きを通じて福岡市の良さを知ることにつながるために、どのようにマンホールをツールとして活用できるか、その方策を提案する。

1. 現状提示

三土たつお著の街角図鑑によると、マンホールとはMAN（人）が入るHOLE（穴）から、マンホールと呼ばれており日本語では人孔（じんこう）と書くとされている。直径は、60 cmのものが一般的だが用途によって30 cm、90 cm、120 cmの大きさの蓋も存在するⁱ。

また、一言にマンホールといっても様々な種類の役割を担っている。マンホールの博物誌によると、同じライフラインが埋設されているマンホール蓋であっても、ビルや住宅などの私有地に設置されているマンホール蓋は「建設用マンホール」と呼ばれ公道上のマンホールとは区別されている。特に、公道上の下水道用マンホール蓋は道路の一部として考えられており、全国的に統一した強度基準を満たした規格品であることから特別に、「グラウンドホール」と呼ばれているⁱⁱ。

続いて筆者が福岡市内を歩き回って発見したマンホールをそれぞれ概観する。

(1) 福岡市のマンホールの現状

図表 1 福岡市マンホール一覧

基本デザイン	その他デザイン				
	コラボデザイン				
基本デザイン	FUKU51MANHOLE	福岡ソフトバンクホークス	アビスパ福岡・福岡市地下鉄	福岡市動植物園	世界水泳
					

出典：筆者作成

現在、福岡市内には約 149,700 個ⁱⁱⁱの下水道用マンホールが設置されている。福岡市のマンホールは、基本デザイン 1 種と民間企業団等とのコラボデザインマンホール 4 種を含むその他デザインの 5 種となっている。(図表 1)

1-1 福岡市基本デザイン

基本デザインは、平成 2 年（1990 年）3 月末に福岡市下水道普及人口 100 万人を突破したことを記念し「下水道施設のイメージアップと都市にふさわしい個性的なデザイン」をテーマにマンホール蓋を募集し、全国 735 点の応募作品の中から決定された。鳥、ヨット、街並みなどを連想させるこのデザインは、平成 3 年（1991 年）4 月から切り替えが始まった。なお、このデザインマンホールはカード型パンフレットであるマンホールカード^{iv}に登録されており、福岡市博多区にある福岡市下水道博物館で配布されている。



写真 1 福岡市マンホール
筆者撮影 2022 年 9 月 2 日福岡市

福岡市内に設置されているマンホールは、基本的に写真 1 のデザインである。北九州市や太宰府市など福岡市近郊の都市では、このような基本のデザインに種類があることが多い。しかし、福岡市の通常デザインには種類はなくこの 1 種に限られていることが特徴として挙げられる。また、福岡市近郊の都市で多くみられる基本デザインのマンホールが色付けされたカラーバージョンも福岡市には存在しないことも特徴として挙げられる。

1-2 FUKU51MANHOLE

デザインマンホールの一つ「FUKU51MANHOLE（フク コイ マンホール）」^vは、平成 30 年（2018 年）下水道 88 周年を記念しマンホールの耐久重量を示す小さな数字部分をハートマークに差し替えたデザインを 51 枚限定作成している。（写真 2 の点線で囲んだ部分）下水道管のように福も恋も縁も「見えないところにつながっている」というコンセプトの通り、限定で施されたハートマークは瞬時にを見つけることは難しい。福恋縁結び、福岡の「福」と幸福の「福」、福岡に「来い」と「恋」、マンホールの形「円」と人と人とのつながり、巡りあいの「縁」を掛けている。企画、設置を行っている福岡市道路下水道局は、マンホールを探すわくわく感とまち歩きを促進させる効果を高めるため、設置場所を示すマップ等の正確な情報を公表していない。



写真 2 FUKU51MANHOLE

筆者撮影 2022 年 8 月 19 日福岡市

「福岡 100」プロジェクト^{vi}とコラボし、ハートのマンホールを探しながらまち歩きをする「FUKU51MANHOLE プロジェクト（ウォーキングをしよう編）」が 2020 年 10 月 30 日に開始された。このプロジェクトは、あえて詳しい場所は公開せず設置されていた FUKU51MANHOLE に関する写真をフリーペーパー「ファンファン福岡」（2020 年 10 月 30 日号）やウォーキングアプリで公開し、ウォーキングを促す取り組みである。身体活動の多い人は少ない人に比べ生活習慣病の発症リスクが低いことが実証されている。以降、福岡市では取り組みやすい運動としてウォーキングを推奨している。そのため、福岡の歴史や魅力が再発見できる場所に設置された FUKU51MANHOLE は、歩道のみを設置されていてまち歩きやウォーキングを促進する効果を高めている。

1-3 福岡ソフトバンクホークスデザイン

福岡ソフトバンクホークスコラボのデザインマンホールは、2014 年からホークスの本拠地である福岡 PayPay ドームの最寄り駅である福岡市地下鉄唐人町駅からホークスとうじん通り、また PayPay ドーム周辺に 16 ヶ所設置されている。（現在 14 ヶ所）このマンホールは、福岡ソフトバンクホークスと福岡市の共同事業で、「ホークスと福岡の絆をより強く、PayPay ドームでのホークス観戦の高揚感アップや PayPay ドーム誘導サインに一役買うこと間違いなし」と福岡ソフトバンクホークス公式ホームページにて紹介されている^{vii}。



写真 3

福岡ソフトバンクホークス

筆者撮影 2022 年 8 月 31 日
福岡市

1-4 福岡市地下鉄/アビスパ福岡デザイン

福岡市地下鉄福岡空港駅とアビスパ福岡の本拠地であるベスト電器スタジアムの動線上に設置されているコラボマンホールも、同様の役割を果たしていると考えられる。このコラボマンホールは、福岡市地下鉄福岡空港駅から 1.8 km 離れたアビスパ福岡の本拠地であるベスト電器スタジアムまでの間に設置されている。福岡市地下鉄のキャラクター「ちかまる^{viii}」やアビスパ福岡のチームキャラクター「アビーくん^{ix}」、福岡市地下鉄の「地下鉄車両」がデザインされており、デザインの種類は全 10 種存在する。

ホークスマンホールに比べ、地下鉄・アビスパマンホールの方は移動距離が長いことからデザインマンホールの誘導サインとしての側面を強く感じる。また、デザイン自体に目的地までの距離が記されていることも誘導サインとしての側面を強く感じさせる要因の一つとなっている。



写真4
福岡市地下鉄/アビスパ福岡
筆者撮影 2022年8月24日
福岡市

1-5 福岡市動植物園デザイン

福岡市地下鉄薬院大通り駅から福岡市動植物園まで設置されているコラボマンホールは、渋滞緩和の効果が大きく現れている。最寄り駅である福岡市地下鉄七隈線薬院大通り駅から同園までは一本道でデザインマンホール設置前の休日は渋滞がたびたび発生していた。しかし、この一本道であることを逆手に取り、徒歩で片道 15 分の距離でかつ道幅も狭いところがあり看板設置スペースが確保しにくいこの道にデザインマンホールを設置した。これにより、ただ歩くことに加えマンホールを探すワクワク感をプラスすることに成功したといえる。このデザインマンホールはマンホールの特性上、地面にあり踏まれる

ことから看板に比べ耐用年数が短いというデメリットがある。一般的に、マンホールの平均耐用年数は車道で 15 年、歩道で 30 年^xといわれているのに対し、福岡市動植物園のコラボマンホールは設置から 8 年でリニューアルすることとなった。しかし、頻繁にデザインを変えることは話題性づくりになり、さらなる集客効果が得られることからメリットとしてとらえられている。実際に、同園では平成 27 (2015) 年 3 月から使用されていたデザインマンホールは老朽化により 8 年後の令和 4 (2022) 年 3 月 16 日にリニューアルが行われた。同時に開催されたリニューアルイベントは、マンホールの写真を見せるとマンホールと同じデザインの缶バッジがもらえるという内容のもので、3 日間で 371 名が参加した。これに合わせ、メディアからの問い合わせも多くあったことからデザインマンホールへの関心度が高いことが伺える^{xi}。



写真5 福岡市動植物園
筆者撮影 2022年8月24日
福岡市

1-6 世界水泳デザインマンホール

こちらのマンホールは、2023年7月に開幕するFINA世界水泳選手権福岡大会及びFINA世界マスターズ水泳選手権九州大会の開催1年前を記念し、行われている様々な取組みのうちの一つである。世界水泳のデザインマンホールは、福岡市内装飾等という位置づけで、福岡市内8カ所（博多区大博通り：5カ所、中央区地行浜：3カ所）に設置されている^{xii}。



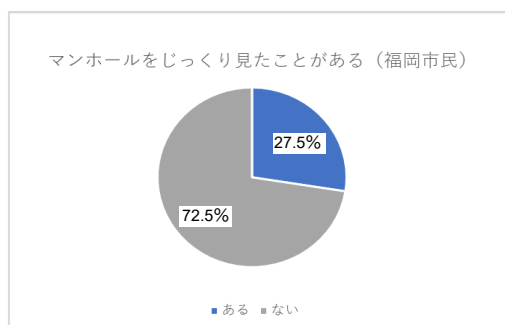
写真6 世界水泳

2022年8月31日筆者撮影
福岡市

(2) 市民の意見、関心度

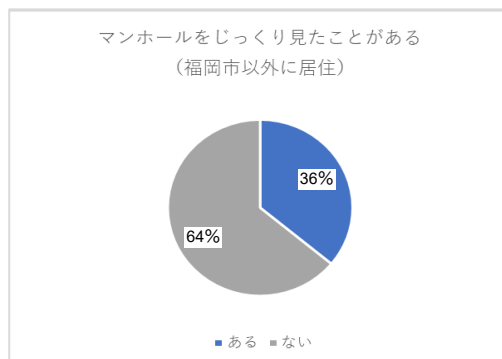
今回、Instagramの公開設定機能を使って周知した無作為の男女54名（居住地：福岡市民29名、福岡市以外に居住25名）にGoogleフォームで作成したオンライン・アンケートに誘導する形で、マンホールに関するアンケートを実施した。福岡市のマンホールに関するアンケートのため福岡市の居住の有無が結果に影響することが考えられるため居住別（内訳 福岡市民；福岡市以外に居住）に集計を行った。

図表2 マンホールに対する関心度
(福岡市民)



出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

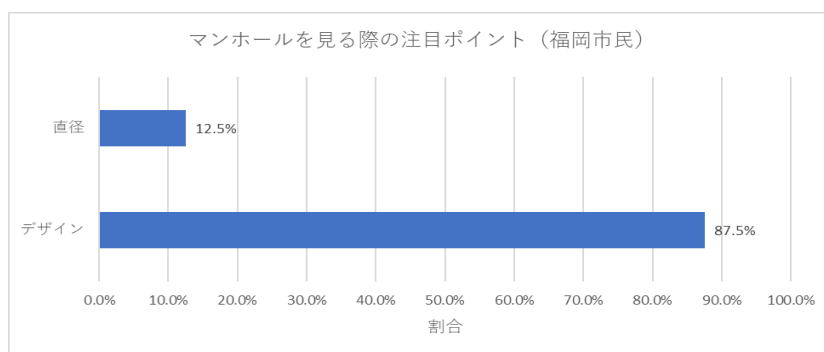
図表3 マンホールに関する関心度
(福岡市以外に居住)



出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

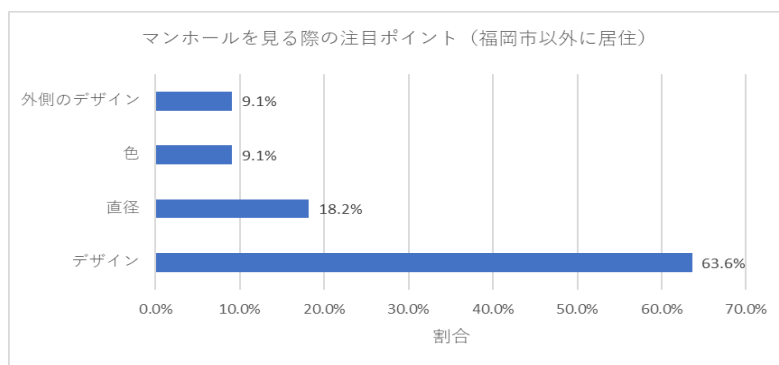
すると、居住地に関わらず半数を超える人がマンホールのデザインをじっくり見たことがないことが分かった。居住地別にみると、福岡市以外に居住している人に比べ、福岡市民の方がマンホールをじっくり見たことがないという回答割合が多い。

図表4 マンホールを見る際の注目ポイント（福岡市民）



出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

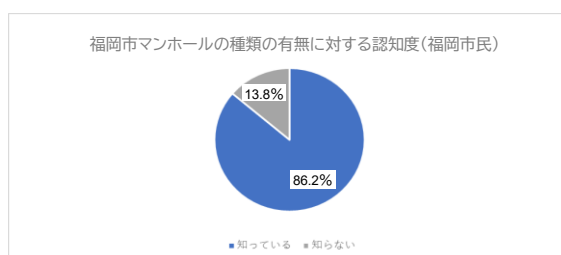
図表5 マンホールを見る際の注目ポイント（福岡市以外に居住）



出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

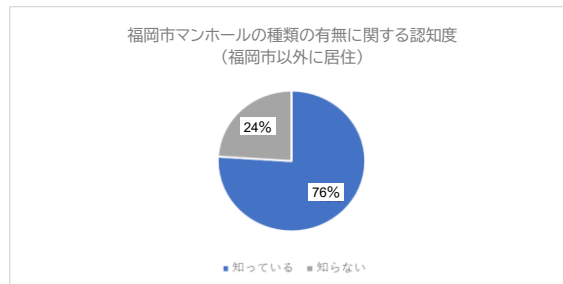
少数派であるマンホールをじっくり見たことがあると回答した人たちは大きさやデザイン、色の有無に着目していることがわかる。前述の通り、他の都市の基本デザインには種類が複数あり、色が付けられているものがあるが福岡市の基本デザインは1種類のみである。福岡市民と福岡市以外に居住している人でマンホールをじっくり見たことがあるという回答に差があることも、デザインが豊富であることや色が付けられていることの有無が要因となっていると考えられる。したがって、マンホールへの興味はマンホールのデザインの種類の有無やカラーであるかといった見た目からくる要素に影響を受けるということがわかる。

図表6 福岡市マンホールの種類の有無に関する認知度（福岡市民）



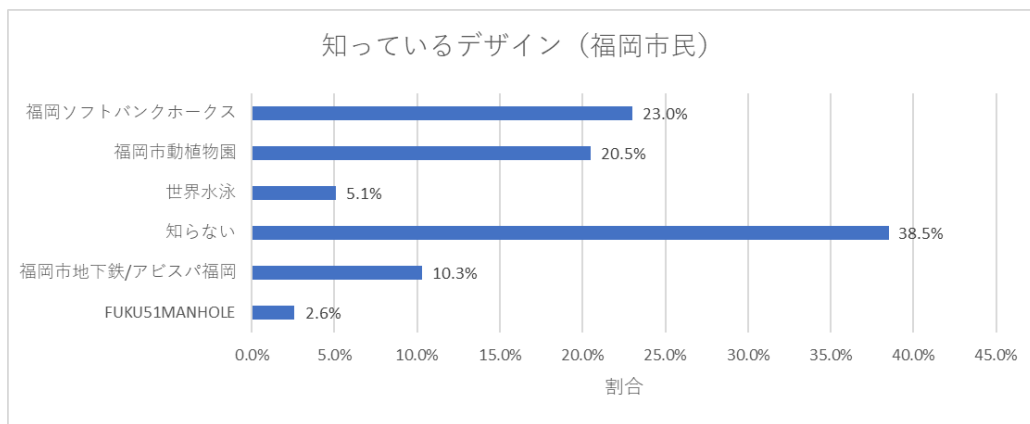
出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

図表7 福岡市マンホールの種類の有無に関する認知度（福岡市以外に居住）



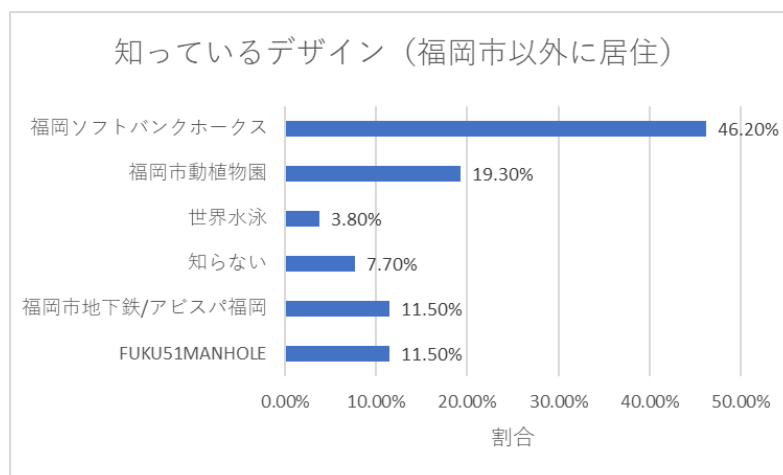
出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

図表8 知っているマンホールデザインについて（福岡市民）



出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

図表9 知っているマンホールデザインについて（福岡市以外に居住）

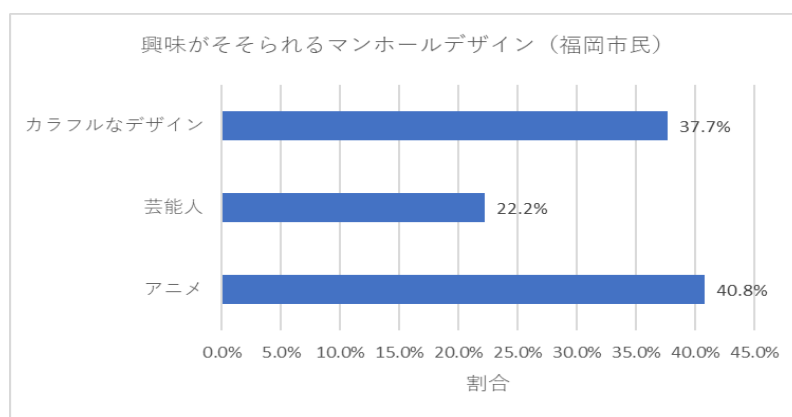


出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

福岡市のマンホールに種類があることは、居住地に関わらず 7 割を超える人に認知されている。居住地別にみると、福岡市民に比べ福岡市以外の市に居住している人には、福岡市のマンホールに種類があることは認知されにくい状況にある。また、知っていると答えていた人でも、具体的なデザインまでは知られていない現状である。一方で、福岡市以外に居住している人にとってホークスとのコラボデザインの知名度がとても高い。これは、福岡市民とは違い、遠方から PayPay ドームに行く際に通る道に設置されているため知名度が高いのではないかとと思われる。アビスパ福岡もホークスと同じスポーツチームであるが、ホークスの本拠地である PayPay ドームが試合以外に音楽ライブにも使用されるのに対し、アビスパ福岡の本拠地であるベスト電器スタジアムが PayPay ドームに比べ試合以外の用途で使用される頻度に差があることも影響しているのではないかと考えられる。

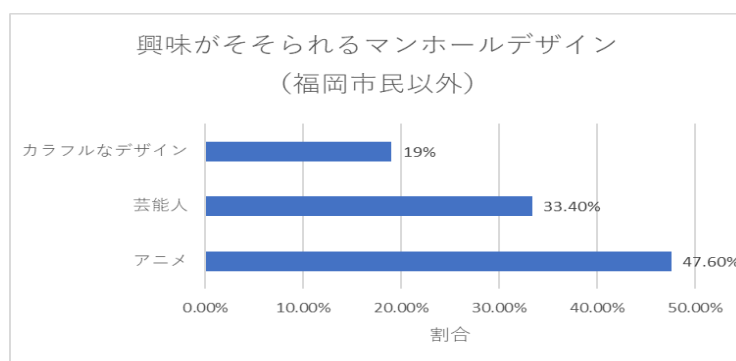
福岡市が企画している FUKU51MANHOLE や世界水泳のコラボデザインの知名度が低い現状がある。そのため、新たな PR 方法の再考を試みるとよいのではないかと考える。

図表 10 興味をそそられるマンホールデザイン（福岡市民）



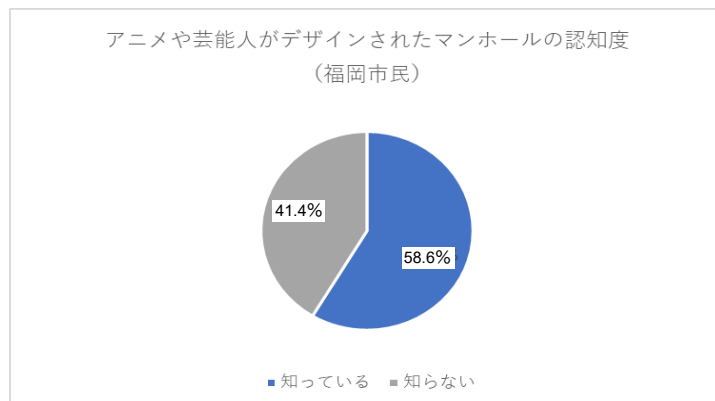
出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

図表 11 興味をそそられるマンホールデザイン（福岡市以外に居住）



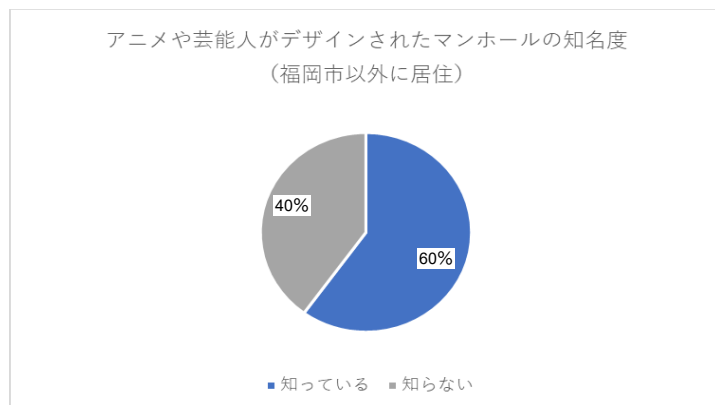
出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

図表 12 コラボマンホールの知名度（福岡市民）



出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

図表 13 コラボマンホールの知名度（福岡市以外に居住）



出典：アンケートの結果をもとに筆者作成

近年、人気 YouTuber とのコラボマンホールやアニメコラボマンホールを目的とした旅行などを行う人もいる。実際に、愛知県岡崎市には YouTuber の「東海オンエア」^{xiii}がデザインされたデザインマンホールがあり多くの「東海オンエア」ファンが聖地巡礼としてデザインマンホールを巡る旅を行っている。

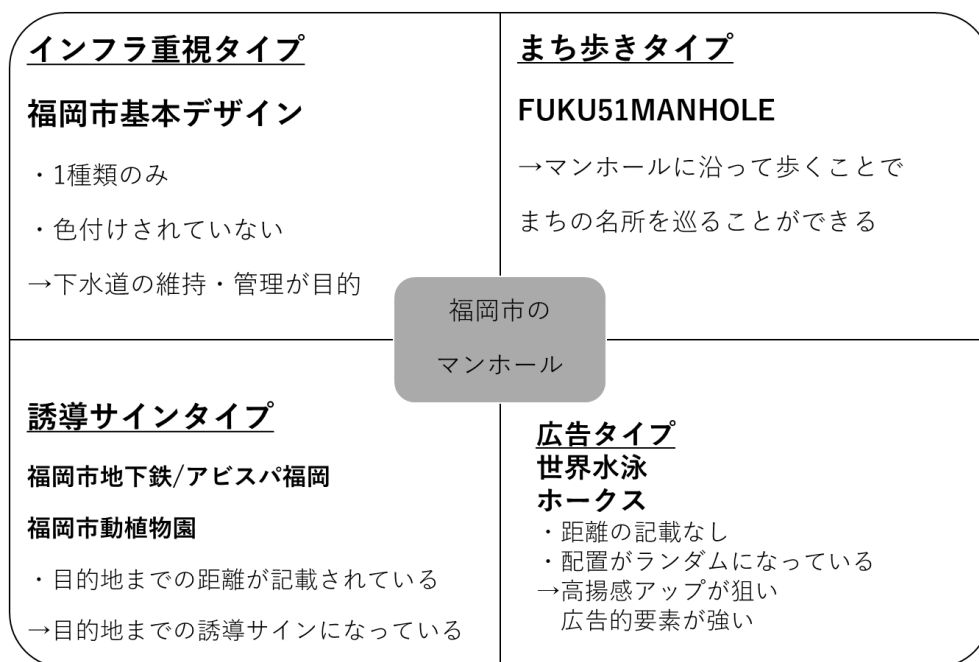
こういったデザインマンホールの知名度は全体の半数を超えている。一方で、YouTube やアニメを知らない方には、大きな影響をもたらさないことから、回答数が6割にとどまっているのではないかと考えられる。しかし、デザインマンホールの存在の認知の有無にかかわらず、多くの人が興味を持っていることから考慮すべきデザインの一つである。また、聖地巡礼の例はデザインマンホールが観光資源となり得る可能性を示している。

2. 課題

マンホールのデザインにも、それぞれ意図があると考えられる。筆者はマンホールデザインの意図別にマンホールを大きく分けてインフラ重視タイプ、まち歩きタイプ、誘導サインタイ

プ、広告タイプの4種類のタイプに分類を行った。このようにマンホールを分類した場合、インフラ重視タイプは下水道の維持・管理というマンホールの基本的役割のみを担っている。一方で、インフラ重視タイプの基本的役割に別の効果を期待し、デザインを変更しているものがその他のタイプである。福岡市のマンホールを分類すると以下の図のように分類される。

図表 14 福岡市のマンホールの分類



出典：筆者作成

福岡市の基本デザインは、マンホールの基本的な役割である下水道の維持・管理を徹底している。マンホールは、道路上に置かせていただいているものという概念の下、交通の妨げにならない様、細心の注意が払われている。そのため、福岡市のマンホールは色付けされたマンホールの設置はない。交通の際に発生する可能性があったスリップによる転倒をなくすため従来のデザインから滑りにくいデザインへと変更が行われている。デザインの変更が行われても、あくまでインフラ設備の向上に関する変更である。したがって、下水の維持管理以外の意図や狙いは福岡市基本デザインのマンホールにはない。そのため、福岡市基本デザインのマンホールをインフラ重視タイプと分類した。

このタイプのマンホールは、そもそもまち歩きを誘発する要因を仮定してデザインされていない。そのため、このタイプのマンホールはまち歩きのきっかけになりにくい。下水道の維持・管理に徹底しているためデザインが渋かったり色合いが地味だったりする。これは、マンホールの維持・管理として万全の対策が取られている。しかし、まち歩きのきっかけとして活用するとなると万人受けする要素が少ない。「蓋活」と呼ばれるマンホール好きな人には、受枠の違いや鉄の摩耗具合、隙間に生えるコケや雑草などの植物といったマンホール

に魅力を感じる注目ポイントが存在し、注目されている現状がある。しかし、これらの着目ポイントは普段マンホールに魅力を感じていない人にとっては、地味でマニアックな要素のため魅力に感じない。そのため、普段マンホールに興味のない人へ向けてインフラ重視タイプの福岡市基本デザインマンホールをまち歩き促進のきっかけとするのは、難しいと考える。

一方で、福岡市地下鉄/アビスパ福岡や福岡市動植物園のマンホールはインフラタイプの下水道の維持管理という目的に加え、目的地までの誘導の役割を担うことを期待しデザインされている。デザインに目的地までの距離が記載されており、地図やスマホの地図アプリで確認しなくても目的地まで誘導している。道順を示すことで、調べるという手間が省け、子連れの子が手をつないで歩くことを可能にしており、安全面のメリットもある。また、目的地までの道順をスマホで確認することが多くなった現在、道順を示すことは「歩きスマホ」の防止にもつながる。そのためこの2種のマンホールを、誘導サインタイプとする。

このタイプのデザインマンホールの意図は、目的地まで徒歩での移動を誘導することだ。そのため、インフラタイプのマンホールとは違い、このマンホールに影響されて人が歩くという因果関係がある。この因果関係が成立するのは、マンホールが案内しようとしている目的地に行く人に限定される。因果関係が成立した場合、徒歩で移動することとなるため、渋滞緩和策となるというメリットが生じる。福岡市動植物園のデザインマンホールでは、実際に大きな効果が現れている。そのため、福岡市の他の場所でも活用することを前向きに検討すべきである。

世界水泳、ホークスコラボのマンホールは、目的地までの距離は記載されていない。また、デザインマンホール設置場所に規則性がなくマップ化しにくい。そのため、誘導サインタイプには分類されない。これらのマンホールは、誘導の目的ではなく世界水泳やホークス戦観戦への高揚感アップを目的としている。世界水泳のマンホールの場合、道を歩くたびに世界水泳の福岡での開催を広める手段となる。また、大会開催後も開催地であったことの記録となることやまちをあげて世界水泳を盛り上げるムーブメントとなる。ホークスの場合も同様に、デザインマンホールを設置することで球団とまちの活性化が期待できる。したがってこの2種マンホールを広告タイプと分類する。

このタイプのマンホールは、ターゲットの範囲がほかのデザインマンホールに比べて広いということが特徴である。誘導サインタイプは、ある目的地まで向かう人をターゲットにしていたのに対し、こちらの広告タイプマンホールは試合や大会の観戦者に加えて、多くの人にホークスという球団や世界水泳の開催を知ってもらう意図を含んでいるため、ターゲットの範囲も広がっている。また、この広告タイプのデザインマンホール自体は、まち歩きを誘発させることを狙いとしていない。まちを歩いている人にまちを歩いているときの何気ない瞬間でもホークスや世界水泳のデザインマンホールを目にすることで高揚感や期待を高めてもらいたいという狙いである。設置も目的地に誘導することを目的としていないためランダムであることが多い。そのため、まちおこしや試合・大会の高揚感アップには

有効であるが広告タイプのデザインマンホールの設置方法ではまち歩きの促進を進めることは、設置方法の観点から有効ではないと考える。

一方で、まち歩きタイプのデザインマンホールはマンホールの設置により人々にまち歩きを行ってもらふことを狙いとしている。FUKU51MANHOLE は探すワクワク感を大事にしていることから設置場所も明確にされていない。しかし、「福岡 100」プロジェクトとコラボし、「FUKU51MANHOLE プロジェクト（ウォーキングをしよう編）」の開始により設置場所のヒントが公開された。これにより、設置場所のヒントを基に福岡のまちを歩くことが可能になったことでウォーキングがしやすくなり、まち歩きの促進を加速させたといえる。しかし、写真を基に歩くことは土地勘のない人にとっては、容易なことではない。もし、このプロジェクトのターゲットを福岡市以外に居住する人に設定する場合は、このままでは定着しないのではないかと考える。

3. 比較～福岡県北九州市の事例～

福岡県北九州市では、デザインマンホールを活用したまちづくりが行われている。

通常デザインに加え、官営八幡製鐵所旧事務所やJリーグに所属している「ギラヴァンツ北九州」などをモチーフにしたデザインマンホールが市内各地に設置されている。

官営八幡製鐵旧事務所デザインのマンホールは、平成 27（2015）年 7 月 5 日、第 39 回ユネスコ世界遺産委員会において、官営八幡製鐵所旧事務所を含む産業遺産群が世界文化遺産に登録されたことから平成 28（2016）年 2 月から設置されている。JR スペースワールド駅などの歩道部分 10 ヶ所に設置されている。カラー写真のマンホールで、解説のようなコメント付きのデザインマンホールとなっている。こちらのデザインは、マンホールカードに登録されており平成 28（2016）年 4 月 1 日から配布が開始されている。なお、英語版は平成 30（2018）年 12 月 14 日から配布を開始している。

Jリーグに所属するプロサッカーチームの「ギラヴァンツ北九州」とコラボしたデザインマンホールは、平成 30（2018）年度の北九州市下水道 100 周年を記念して「ギラヴァンツ北九州」のクラブマスコット「ギラン」や市の花「ひまわり」をデザインしている。JR 小倉駅付近周辺 5 ヶ所に設置されている。こちらのデザインマンホールもマンホールカードに登録されており、平成 29（2017）年 8 月 1 日に配布を開始している。なお、英語版は平成 30（2018）年 12 月 14 日から開始している。

北九州市はデザインマンホールの種類が多い。なかでも、「ポケモン」をモチーフにした「ポケふた」と呼ばれるマンホールが人気を集めている。「ポケふた」とは、アニメ「ポケットモンスター」に登場するキャラクターがデザインされているマンホールのことである。全国各地に、設置されており設置枚数も年々増加している。この取り組みは、ポケモンがデザインされたマンホール蓋を全国の様々な場所に設置し、各地域への来訪者の増加を目指

す取り組みである。設置に関して株式会社ポケモンは、ポケモンマンホール蓋をただ設置するだけでなく、観光資源化などとして積極的に広報に活用することを条件に自治体に寄贈している。同社の公式サイトによると、新たにポケモンのふたの設置を希望する自治体を募集していたものの、各自治体からの反響も大きく当面の製造枚数を上回っていたため2019年12月19日で新規受付を一旦停止している^{xiv}。

北九州市の「ポケふた」は令和3(2021)年8月7日に小倉城庭園でお披露目会^{xv}が実施され、その後北九州市内5カ所に設置された。全5枚の「ポケふた」には、8種類のポケモンが北九州市の様々な景観をイメージしてデザインされている。

このマンホールの設置場所は、「ポケモンGO」というスマートフォンゲームのアクセスポイントである「ポケスポット」になっている。そのため、設置場所についての問い合わせが多くあるという現状がある。また、「ポケふた」の新設要望も多いことから人気を博していることがうかがえる。実際に、北九州市下水道局下水道部下水道保全課の方に対するインタビューにおいても、「ポケふた」の反響が一番大きいとの回答があった。

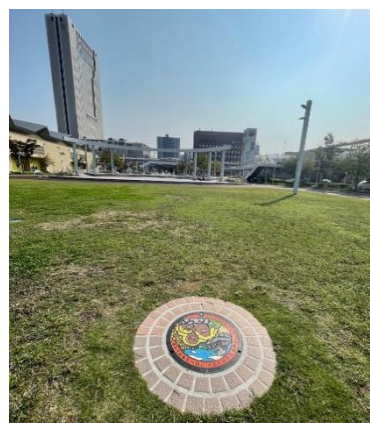


写真7 「ポケふた」
北九州市あさの汐風公園
2022年10月2日筆者撮影



写真8
銀河鉄道999 デザイン
JR小倉駅前
2022年10月2日筆者撮影



写真9 銀河鉄道999 デザインマンホールマップ
JR小倉駅
2022年10月2日筆者撮影

ほかに、北九州市にゆかりのある松本零士氏の作品である銀河鉄道999デザインのマンホールもまち歩きへの促進に大きく貢献している。こちらのデザインマンホールは、北九州市下水道100周年を記念して設置された。JR小倉駅周辺と北九州空港周辺に設置されている全9種のデザインマンホールに加え、アニメに登場するキャラクターの車掌さんフィギュアやメーテルと銀郎のブロンズ像等も設置されている。北九州市の街中を散策しながら、漫画の街・北九州を満喫することのできるフォトスポットマップが市内各地で配布が行われている。このマップでは、デザインマンホールの設置場所だけでなく小倉駅と「銀河鉄

道 999」の関わりといった豆知識も掲載されている。

このように、作者ゆかりの地のように地域と作品の接点を明確にすることでアニメによるまちおこしも可能であると山村高淑氏著の『アニメ・マンガで地域振興～まちのファンを生むコンテンツツーツーリズム開発～』^{xvi}に記されていた。

【福岡市との比較】

図表 15 福岡市と北九州市のマンホールの比較

福岡市			北九州市		
	マンホールカード	PR方法		マンホールカード	PR方法
基本デザイン	○	マンホールカード	基本デザイン	○	マンホールカード
FUKU51MANHOLE		フォトブック	官営八幡製鐵所	○	マンホールカード、PDF（地図付き）
福岡ソフトバンクホークス	○	マンホールカード、グッズ販売	ギラヴァンツ北九州	○	マンホールカード、PDF（地図付き）
アビスパ福岡・福岡市地下鉄		PDF（地図付き）	銀河鉄道999	○	マンホールカード、PDF（地図付き）
福岡市動植物園		PDF（地図付き）	北九州市下水道発祥の地「若松」	○	マンホールカード、PDF（地図付き）
世界水泳		PDF（文章のみ）	ポケふた		オリジナルMAP
			地元の小学生による絵画		なし
全6種	2種	—	全6種	5種	—

出典：福岡市下水道局ホームページ、北九州市ホームページをもとに筆者整理

福岡市と北九州市のマンホールを比較した場合、デザインの種類は北九州市の方が 1 種類だけ多い^{xvii}。種類数にあまり変わりはない一方で、北九州市のデザインマンホールである官営八幡製鐵所デザインやギラヴァンツ北九州デザイン、銀河鉄道 999 デザイン、北九州市下水道発祥の地「若松」は、マンホールカードという形で配布されている。これに対し、福岡市のマンホールカードに登録されているデザインマンホールは、基本デザインとホークスコラボデザインの 2 種である。北九州市は、全 5 種を登録したマンホールカードというツールを利用し、居住地を問わず多くの人に知ってもらう機会を設けており、デザインマンホールの存在認知を高めるため積極的に PR を行っている。

なかでも、銀河鉄道 999 デザインはマンホールカードの配布に加え、北九市内の観光名所を巡る解説付きマップを作成しており、北九州市以外に居住する人に目を向けた取り組みを行っている。デザインマンホールの設置に加えて解説付きマップを作成することで、デザインマンホールの観光資源化の可能性を最大限に高めている。一方で、福岡市のデザインマンホールは、マップ化されていないものが多い。また、マップ化されていても PDF 版のみであることが多く手に取る機会、目につく機会が少ないように感じられる。

また、福岡市のマンホールと同様に北九州市のマンホールを分類した場合、以下の図のように分類が可能である。

図表 17 福岡市のマンホールと北九州市のマンホールの分類分け

<p><u>インフラ重視タイプ</u></p> <p><福岡市> ・福岡市基本デザイン</p> <p><北九州市> ・北九州市基本デザイン</p>	<p><u>まち歩きタイプ</u></p> <p><福岡市> ・FUKU51MANHOLE</p> <p><北九州市> ・銀河鉄道999 ・ポケふた</p>
<p><u>誘導サインタイプ</u></p> <p><福岡市> ・アビスパ福岡・福岡市地下鉄 ・福岡市動植物園</p> <p><北九州市> 該当なし</p>	<p><u>広告タイプ</u></p> <p><福岡市> ・福岡ソフトバンクホークス ・世界水泳</p> <p><北九州市> ・ギラヴァンツ北九州 ・官営八幡製鐵所旧事務所 ・北九州市下水道発祥の地「若松」 ・子供の絵画</p>

出典：筆者整理

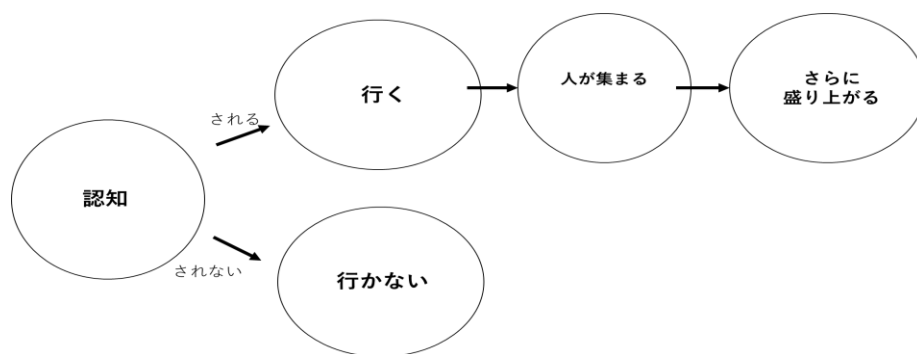
このようにタイプ別に比較した場合、インフラ重視タイプは北九州市の基本デザインには色付きがあるものの、機能性やデザインの意図に大きな変わりはない。また、誘導サインタイプに分類することのできる北九州市のデザインマンホールは、距離を示したデザインがないことから該当するものがない。広告タイプに分類することのできる北九州市のデザインマンホールは多く存在する。どのマンホールも前述のように、福岡市のデザインマンホールに比べマンホールカードや設置場所のマップ化等、デザインマンホール設置のPRを積極的に行っている。

特に、タイプ別比較で大きく差を感じられるのは、まち歩きタイプのマンホールである。北九州市のデザインマンホールは、設置場所がマップ化し設置場所を明確にしている。また、マップ化だけにとどまらず、関連グッズ販売やパンフレットやポスター作成を行い、多くの人の目につく機会、手に取る機会を設けている。福岡市のマンホールはデザインマンホールを探すワクワク感を重視しているため、マップ化はせず、設置場所もあまり明確にされていない。これらの違いは、両者のまち歩きの促進を促すターゲットの違いによるものであると考える。北九州市は、同市に居住していない人をターゲットにデザインマンホールを活用して観光名所を巡ってもらうことを目的としている。福岡市は現在、居住している福岡市民をターゲットにデザインマンホールを活用し、市民の健康推進やまちの歴史や魅力の再発見につなげることを目的としている。

4. 課題解決、今後の提案

マンホールは、地味で魅力を感じてもらいにくく、人々のマンホールに対する関心も低い。そのため、マンホールをまち歩きの促進に活用するためには、デザインや設置方法に工夫することが大切だといえる。しかし、マンホールに対する関心が低いためデザインや設置を工夫した場合でもデザインマンホールの存在を知ってもらわないと、まち歩きの促進には活用されにくい現状がある。

図表 18 デザインマンホールの認知の有無とまち歩きの関係性

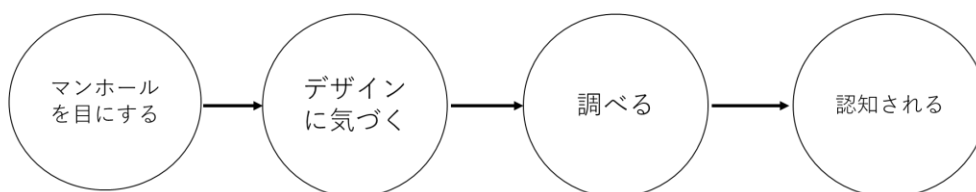


出典：筆者作成

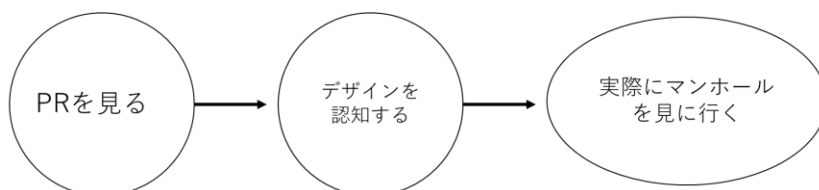
図表 18 より、デザインマンホールがまち歩きのきっかけとして活用される場合はデザインマンホールの存在を認知しているかに左右される。つまり、まち歩きの促進を目的にデザインマンホールを活用する場合、まずはデザインマンホールの存在を認知してもらうことが重要だといえる。

図表 19 デザインマンホールの認知パターン

パターン 1；デザインマンホールを偶然見つける場合



パターン 2；PRを見てデザインマンホールを見つける場合



出典：筆者作成

デザインマンホールの認知パターンは、2通り存在する。

一つ目は、実際にデザインマンホールを目にしたことによりデザインマンホールの存在を認知するパターンである。(図表 19; パターン 1) デザインの存在を知らなかった人がまちを歩いた際に、ふと気づくという状況である。この場合、ふと見たときに気づくという状況を生むマンホールデザインであることから、色付きやコラボデザインなどといったように見た目に特徴のある、気づかれやすいものであることが多い。

二つ目は、PR を基に認知されるパターンである。(図表 19; パターン 2) このパターンは、デザインの見た目や気づかれやすさに関わらず、マップやパンフレット、SNS といった様々な方法で紹介されてデザインマンホールのことを認知するパターンである。

このように、デザインマンホールの見た目によっても認知のされ方にパターンが存在する。そのため、それぞれのデザインに合わせて PR することが必要だと考える。

実際に、現在設置されている FUKU51MANHOLE は前述の通り、福岡市民、福岡市以外に居住する人ともに存在が認知されにくい現状がある。加えて、デザインが基本デザインと見分けが付きにくく主張が控えめであることから、FUKU51MANHOLE の存在を知らない人は一瞬見ただけではデザインの違いに気づいてもらいにくい。ではほかの福岡市に設置されているデザインマンホールに比べ、デザインの違いに気づかれにくいという点から図表 19 のパターン 1 のような認知方法は起こりにくいのではないかと考える。そのため、存在を認知してもらうためには、図表 19 のパターン 2 のような FUKU51MANHOLE に特化した PR 活動が必要である。

また、FUKU51MANHOLE は設置場所が明確に示されていない。ターゲットを福岡市民に限定せずに観光客も含め、現行のフォトブックを配布した場合、土地勘のない観光客にとって設置場所の一部が写った写真を基に街を歩くことは時間や労力を費やすこととなり、容易なことではない。しかし、FUKU51MANHOLE の設置場所の多くは、福岡の歴史や魅力を感じられる場所に設置しているため市民のウォーキングコースとなるだけでなく観光客の観光ウォーキングコースにもなるのではないだろうか。

この問題を解決するために、ターゲット別に FUKU51MANHOLE の PR 方法を提案するべきだと考える。ターゲットごとのコースづくりやアプローチ方法といった PR 方法を提案することで、それぞれのニーズを満たすだけでなく FUKU51MANHOLE の楽しみ方も増えるため一度だけでなく二度、三度と FUKU51MANHOLE によるふくおかのまちを巡り、楽しんでもらうこと

図表 20 ターゲット別マップ作成時のポイント

	狙い	情報	ルート
観光客	集客	写真と地図	観光名所を巡るルート
身体活動の多い人	ウォーキングの促進	写真のみ	高低差や坂道を含むルート
身体活動の少ない人	ウォーキングの促進	写真とヒント	高低差や坂道を含まないルート
子供向け	地元理解を深める	写真とヒント	安全に歩くことが可能なルート

出典：筆者作成

ができるのではないだろうか。市民をターゲットとしたウォーキングコースは、身体負荷の少ないコースや身体負荷の大きいコースのようにレベル分けする。これにより、それぞれの年齢や身体活動能力に応じたコース選びが可能となりより多くの人にまち歩きを促進させる効果が期待できる。市民をターゲットとする場合、土地勘がある人が多いため従来通り写真のヒントを基に FUKU51MANHOLE を探すワクワク感を重視してよいのではないかと考える。一方で、観光客向けのウォーキングコースを示す場合は、FUKU51MANHOLE の設置場所を明確に示してもよいのではないかと考える。この場合もヒント写真を用いてなるべく探すワクワク感を残して場所を提示できれば観光客も楽しめるのではないかと考える。福岡市民はまちの歴史や魅力を再発見するきっかけに、観光客はまちの魅力に気づくきっかけになるのではないだろうか。(図表 20)

また、ターゲット別にマップ化するだけでなくハートマークを色付けするといった視覚的变化を加えることも PR 方法の一つであると考え。やはり、大きくデザインに変化を加えほかのデザインマンホールとの差別化を図ることは、図表 19 のパターン 1 のように FUKU51MANHOLE の存在を知らずに偶然通りかかった人の興味を引くことを可能にする。マップ化での PR に加えて行うことで新たな層の興味を引くことを可能にし、まち歩き促進を可能にし得るのではないかと考える。現代、SNS の普及により、映える写真の共有スピードはとても速いことから色付けすることは有効な PR 方法の一つであると考え。

また、福岡市全体でも PR することでより多くの人に、デザインマンホールの観光資源化、またそれによるまち歩きの促進が可能となると考える。現在、福岡市では彩りにあふれたアートのまちを目指して、暮らしの中で身近にアートに触れる機会を増やし、アーティストの成長支援に取り組む「Fukuoka Art Next」という取り組みを推進している。「Fukuoka Art Next」の二本柱の一つである「アートのある暮らし」は、市民がアートの持つ価値と魅力を再確認し、これらを国内外に発信することを目的としている。本研究のデザインマンホールはアートにあたり、デザインマンホールを PR することは市民がアートの持つ価値と魅力を再確認するきっかけとなると考える。そのため、福岡市全体でデザインマンホールを PR し広めていく必要がある。

このように、普段の生活の中で地味で関心度の低いマンホールもデザインやターゲット別に PR 方法を工夫することでまち歩きを促進させる効果が期待できるツールの一つとなり得る。したがって、この取り組みは市民だけではなく市民以外の人にも「歩きたい」と思うような居心地よくアートあふれるまちづくりの一環になりうる。また、歩くことでまちの良さを知り、「これから（も）暮らしていきたい」と思ってもらうことにつながる。

参考文献・注釈

ⁱ 三土たつお：『街角図鑑』 実業之日本社発行 2016年4月28日
(マンホールページ 小金井美和子 文・写真)

ⁱⁱ 株式会社 G&U 技術研究センター：『マンホールの博物誌』ダイヤモンド社発行 2005年8月5日

-
- iii 福岡市道路下水道局。平成 30 年度末時点。
- iv マンホールカードとは、「下水道プラットフォーム (GKP)」のプロジェクトチームである「マンホール・エンジョイ・プロモーション」(マエプロ) が中心となりマンホールを管理する自治体と共同で制作しているカード。
GKP マエプロ：『マンホールカードのコレクション①』スモール出版 2017 年 7 月 27 日
累計は、全国で 624 自治団体・団体 872 種。累計発行枚数は、約 835 万枚。
(令和 4 年 6 月 30 日 国土交通省)
- v 福岡 100 公式ホームページ FUKU51MANHOLE プロジェクト
<https://100.city.fukuoka.lg.jp/actions/3296>
閲覧日 2023 年 1 月 27 日
- vi 『『福岡 100』は、人生 100 年時代を見据えた持続可能なまちづくりを目指し、2017 年にスタートしたプロジェクトである。2025 年までに産学官民『オール福岡』で 100 のアクションを実践することを宣言し、民間の力をはじめとする社会資源や AI・IoT といった先進技術、エビデンスやデータなどを積極的に活用し、持続可能な制度や仕組みづくりに取り組んでいる。』
福岡 100 公式ホームページ
[福岡 100 ラボとは | 福岡 100 ラボ \(f-100lab.jp\)](https://100.city.fukuoka.lg.jp/actions/3296)
閲覧日 2023 年 1 月 27 日
- vii 福岡ソフトバンクホークス公式ホームページ
<https://www.softbankhawks.co.jp/news/detail/10664.html>
閲覧日 2023 年 1 月 27 日
- viii 福岡市地下鉄のキャラクター「ちかまる」
『『地下鉄に乗ると目的までの距離がちかまる』ことから名前が付けられている。』
[ちかまるの部屋 | 福岡市地下鉄 \(fukuoka.lg.jp\)](https://www.fukuoka.lg.jp/characters/chikamaru/)
- ix アビスパ福岡の公式キャラクター「アビーくん」
「チーム名である「アビスパ=熊ん蜂」をマスコット化」している。
[【公式】アビスパ福岡 アビーくんプロフィール：Jリーグマスコット総選挙 \(2021/サッカー\)：Jリーグ.jp \(jleague.jp\)](https://www.fukuoka.lg.jp/characters/abee/)
- x マンホール蓋の耐用年数
[管路とマンホール蓋の老朽化の現状 - 日本グラウンドマンホール工業会 \(jgma.gr.jp\)](https://www.jgma.gr.jp/pipe-manhole/)
閲覧日 2023 年 2 月 13 日
- xi 福岡市動植物園へのインタビューによる聞き込みを実施。(2022 年 12 月 2 日金曜日)
- xii 世界水泳デザインマンホール
[sekaisuieifukuokataikaimadeatoichinen.pdf](https://www.fukuoka.lg.jp/design-manhole/)
- xiii 「愛知県岡崎市を拠点に活動する 6 人組 YouTube クリエイターの東海オンエア。メンバーはてつや、しばゆー、りょう、としみつ、ゆめまる、虫眼鏡からなる。個性溢れるネタ動画を中心に様々なジャンルの動画を投稿し、人気を集めている。平成 28 (2016) 年には岡崎観光伝道師に任命されるなど活動の幅を広げている。』
[東海オンエア | Uuum\(ウーム\)](https://www.uuum.com/)
- xiv ポケふた 募集要項
[ポケモンマンホール『ポケふた』 \(pokemon.jp\)](https://www.pokemon.jp/pokefuta/)
閲覧日 2023 年 2 月 5 日
- xv 北九州市上下水道局公式ホームページ 「ポケふたが北九州市に登場!」
<https://www.city.kitakyushu.lg.jp/suidou/s01101089.html>
閲覧日 2023 年 1 月 27 日
- xvi 山村高淑：「アニメ・マンガで地域振興～まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発～」
(株) 東京法令出版 2011 年 4 月 23 日出版
- xvii 北九州市デザインマンホール
[デザインマンホール蓋 - 北九州市上下水道局 \(kitakyushu.lg.jp\)](https://www.kitakyushu.lg.jp/design-manhole/)

