

一般国道42号松阪多気バイパスの 整備効果について ～利用者の視点を意識した広報の取組～

佐藤知規¹・長野健太郎¹

¹紀勢国道事務所 計画課（〒515-0005 松阪市鎌田町144-6）

一般国道42号松阪多気バイパスの整備効果については、部分供用など事業の進捗に合わせ、広報活動を行ってきたが、平成29年度に1.1kmの区間の供用による全線供用を迎えた。これまで以上に、整備効果をより実感できる利用者・企業の視点に立った広報を発信する取り組みを実施し、その活動を紹介するものである。

キーワード：ストック効果、計画的な広報

1. はじめに

一般国道42号松阪多気バイパスは、松阪市街地の環状機能を併せ持ち、慢性的な交通渋滞の緩和を目的に計画された、三重県松阪市古井町から多気郡多気町仁田に至る延長11.9kmの幹線道路である。

本路線は、昭和62年度に事業化され、平成5年度に松阪市西野々町から久米町間約0.5kmの開通を皮切りに段階的な供用を行い、平成30年3月18日に暫定2車線の形態で全線開通した。

松阪多気バイパスが繋がることにより市街地を迂回する環状ネットワークが形成され、渋滞・交通事故の減少はもとより、企業活動の生産性向上・沿道開発の促進など様々な整備効果が期待される。

本稿では、道路利用者やマスコミを意識した広報の取り組みを紹介する。

2. ストック効果の把握の現状と課題

近年、国土交通省では公共事業のストック効果の発信に力を入れており、紀勢国道事務所においても県や市町の道路管理者だけでなく、企業誘致や農業関係部署など、様々な行政面の部署で構成する「松阪多気バイパス整備効果検討会」を通じて、自治体職員の耳に直接届いている効果や実際に感じている変化を聞き取る等の情報収集により企業ヒアリングを実施しストック効果を取りまとめている。

取りまとめに際しては、インパクトある写真を使い視

覚的に訴えかけるポスターにより効果を上げていることは、イベント時の見学者等の反応で実感している。

一方、従来から便益として表現している時間短縮・走行経費の削減・事故件数の削減など直接効果のPRについては、課題があると感じている。その一番の要因は部分開通である。部分開通そのものは効果を少しでも早く発現させるために必要な施策であるが、段階的な開通部分だけでは直接効果のインパクトが少ない形となっているのが現状である。

特にこの松阪多気バイパスにおいては、全線暫定2車線の開通までに9回の部分開通を行っており、今回の全線開通の直接効果をどうPRするのが課題であった。

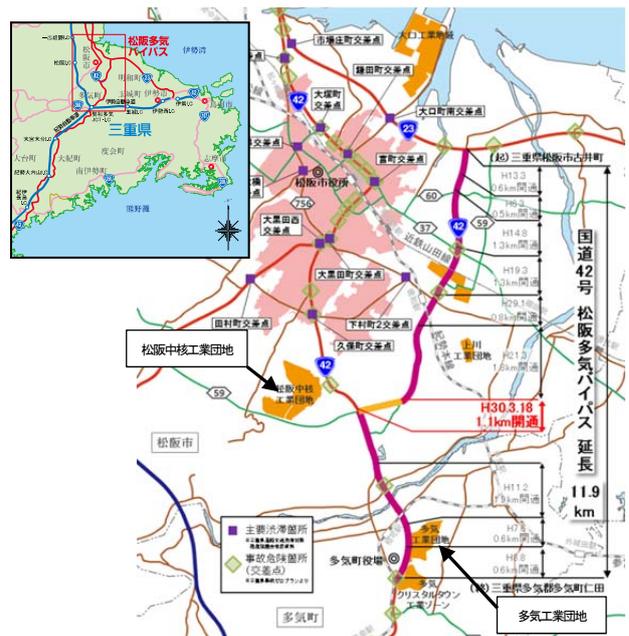


図-1 松阪多気バイパスの位置図

3. 道路利用者の視点で直接効果を広報

道路利用者が松阪多気バイパスの直接効果を開通前に感じるためには、従来とおりの事業パンフレットなどの紙面情報だけでは伝わらないと感じたため、実際にバイパスと現道を走行する比較動画によるPRを行った。PR動画の作成に当たっては、道路利用者の視点を意識し以下の検討を踏まえてPR動画の作成を実施した。

なお、道路利用者の視点では、様々な利用形態があると思われるが、今回は開通区間の沿線で、大きな交通需要があると考えられる松阪中核工業団地や多気工業団地からの発利用を意識した広報を1つの視点として広報媒体の作成を行った。

(1) バイパスとの比較経路について

多気町内から松阪市内を經由して津市へ移動するためには、松阪多気バイパスを利用する経路を含め3つの主な経路が存在している。そのため、比較経路は道路利用者の実情を把握して設定する必要があった。

- ①松阪多気BPを利用して松阪市街地を迂回する経路(松阪多気BP+国道23号)(13.2km)
- ②国道42号で松阪市街地を通過する経路(11.4km)
- ③国道42号と(主)松阪環状線で松阪駅前を迂回する経路(10.5km)



図-2 比較経路の位置図

松阪多気バイパスのパンフレットでは、現道とバイパスとして、①と②を比較した整備効果を記載していたが、実際には③が最短距離になる。そのため、道路利用者の立場に立ってどの路線で比

較すべきが事前の交通量調査を行った。

その結果、③が②より通過交通が多いことが判明したことと多気町役場職員のヒアリングでも③をよく利用するとの意見を頂いたので、比較経路は③とした。

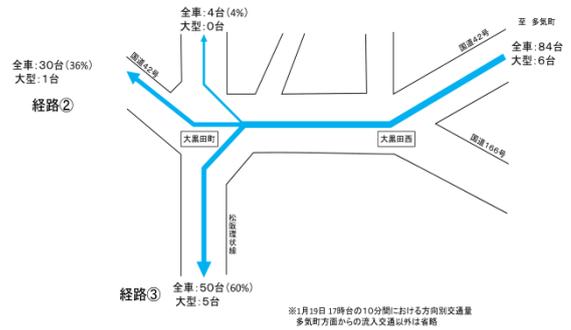


図-3 交通量調査結果(大黒田町交差点)

(2) 走行調査結果による短縮効果の検証

実際に走行する時間帯について、過去の渋滞調査結果から松阪市内では、朝・夕の通勤時間帯における渋滞が課題であるため、その時間帯を意識し事前調査を実施した。なお、事前調査は、朝から夕方にかけて幅広く調査を実施している。

また、走行調査は一回限りの調査であり、調査した日が特異日である可能性も否定できないため、合わせてETC2.0による交通分析も実施した。

1) 走行調査結果

事前調査の結果、夕方ピークが最も時間短縮効果のため、夕方ピークの17時頃を走行調査の採用とし実感できると判断した。

		延長(km)	合計時間		
			走行時	停車時	計※
7時30分	松多気BP	13.2	21分19秒	08分50秒	31分16秒
	環状線	10.5	18分47秒	05分40秒	24分27秒
10時30分	松多気BP	13.2	15分07秒	05分22秒	21分36秒
	環状線	10.5	18分26秒	03分21秒	21分47秒
14時30分	松多気BP	13.2	16分43秒	02分44秒	20分34秒
	環状線	10.5	17分38秒	03分24秒	21分02秒
16時00分	松多気BP	13.2	17分10秒	04分01秒	22分18秒
	環状線	10.5	18分04秒	05分12秒	23分16秒
17時30分	松多気BP	13.2	17分19秒	04分21秒	22分47秒
	環状線	10.5	24分01秒	08分59秒	33分00秒

※: 松多気BPの合計時間について未開通区間(1.1km)の走行時間(67秒)を追加

図-4 走行調査結果

2) ETC2.0の分析結果

ETC2.0プローブデータは、平成29年1月の1ヵ月データを分析し、以下の結果が得られた。

朝ピーク以外は、全てバイパスの経路が早く、時間帯によるバラツキが少ないという結果が得られた。

平日の時間帯別 平均通過時間

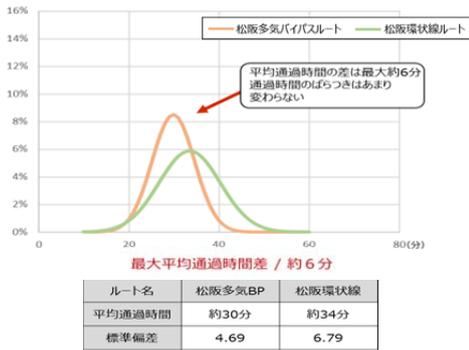
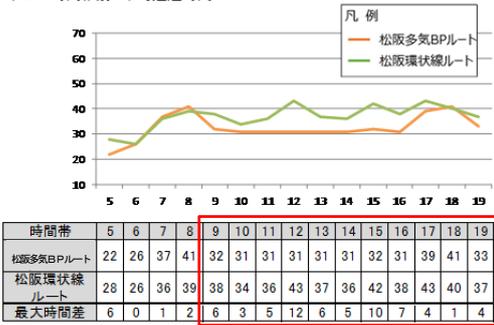


図-5 ETC2.0プローブデータ分析結果

3) まとめ

走行調査結果とETC2.0プローブデータの分析結果から、道路利用者向けには、夕方ピークにおいてPR動画を作成することとした。

なお、今回の走行調査から次の点に留意することが必要である。

- ・一回限りの調査であるため調査日の個別な要素が強いため、予備日を持つことが大切。
- ・阻害要因としては、前方車のスピードや信号での停車回数などがあり、道路利用者の感覚に合った走行を心がけて調査することが重要。

(3) 道路利用者交通安全の視点

PRの動画で路線の交通安全をどう表現したら良いか検討した結果、利用者の視点に立った場合、数字よりもどのような状況が危険なのかを直感的に説明した方が良いとの結論に至り、右上のような写真による沿道の安全性の説明とすることとした。

動画の中では乗入れの状況(写真-1)や歩行者との混在状況(写真-2)がイメージできるものを現道の危険状況として提示した後に、乗り入れが無く歩行者がいない沿道状況(写真-3)を提示することにより、松阪多気バイパスが直感的に安全性が高い道路というイメージを持ってもらえるよう工夫を施した。



写真-1 沿道への出入状況(現道)



写真-2 歩行者の混在(現道)



写真-3 バイパスの沿道状況

(4) PR動画

PR動画の内容は道路利用者にとって利点があることを意識して、以下の3点をメインに4分30秒の動画として完成させた。

1. 所要時間が短い
2. 走りやすく快適な走行
3. 安全な道路交通の走行性実走による

動画を作成するにあたっては、見る人に飽きが来ないように時間を短縮することが必要であるが、速すぎると走行状況がつかみにくなるため試行錯誤の結果、10倍速で短縮することとした。

4. 広報計画

道路の開通に伴う広報については、開通前から予測されるストック効果などを適切なタイミング(計画的)で広報発信することが一般的である。

松阪多気バイパスの開通に伴う広報についても、同様に段階的な広報計画を策定すると同時に広報対象者やマスコミを意識した広報を戦略的に策定した。

実施日	対象者	実施内容
H30.11.27	関係市町 首長・議長	松阪多気バイパスの今年度供用箇所を上空から見学 (関係市町の市長・町長が工事進捗を確認)
H30.1.18	一般住民	【記者発表】国道42号 松阪多気バイパス 3月18日(日)に最後の区間が開通
H30.2.28	報道関係者	国道42号 松阪多気バイパス 開通直前の報道関係者向け現場見学会を開催
H30.3.4	地元住民	イベント開催 (松阪多気BP建設促進期成同盟会主催)
H30.3.9	地元商工 関係者	開通直前の松阪多気バイパスの現場見学会を開催 (全線開通による整備効果を地元企業に伝える)
H30.3.5 ~H30.3.18	一般ドライバー	ラジオ放送による開通日のお知らせ
H30.3.18	国県市町 関係者等	開通式・セレモニー開催 (国交省・松阪多気BP建設促進期成同盟会共催)

表-1 広報計画

より効果的な広報を行うため、段階的な広報計画のねらいは下記のとおりとした。

1. 関係市町の首長を見学対象とすることにより、工事進捗状況が取り上げられやすくなる。
2. イベント前に報道機関を対象に見学してもらうことにより、イベントの告知も同時に行う。
3. 開通前にヘビーユーザーである地元商工関係者に見学してもらうことにより、バイパス利用の促進を図る。

特に前章で述べたPR動画は、企業・商工会議所など直接道路利用する人向けによりわかりやすく理解してもらうために作成したものである。

5. 広報の概要

前章で述べた広報計画のうち、主な取り組みを以下のとおり紹介する。

(1) 「松阪多気バイパスの今年度開通箇所を上空から見学」

【実施日】平成29年11月27日

【概要】

工事の進捗を高所作業車から首長に見て頂き、開通の期待感を高める。(開通後の活用を考える場にも)

【対象者】

一般国道42号松阪多気バイパス整備促進期成同盟会
松阪市長、多気町長、大台町長、大紀町長、南伊勢町長および各市町の議会議員

【掲載されるための工夫】

首長を見学の対象とすることで新聞等の掲載率上昇を期待。



写真-4 首長の視察状況

(2) 「開通直前の報道関係者向け見学会を開催」

【実施日】平成30年2月28日

【概要】開通直前の現場をマスコミに提供

【対象者】報道関係者

(参加者) 中日新聞・朝日新聞・読売新聞
夕刊三重・建通新聞

【参加させるための工夫】

UAV (ドローン) による写真撮影や撮影資料の提供を事前通知や個別に電話にて記者へ案内



写真-5 新聞掲載などに活用できる写真の提供

(3) 「松阪多気バイパス開通前イベント」

【実施日】平成30年3月4日

【概要】

開通直前のバイパスを地元住民がウォーキングして祝う。スタンプラリーなどイベント要素大

(松阪多気BP建設促進期成同盟会主催)

【対象者】

約2,000人の地元住民が参加

【国交省の参加】

整備効果パネルの展示、はたらく車の展示
高所作業車による見学



写真-6 パネル展示の状況



写真7 プレイバントでの上空見学

(4)「整備効果を地元企業に伝えます」

【実施日】平成30年3月9日

【概要】

開通直前の現場を地元企業に見て頂き、バイパス利用を促すPR動画を活用。

【対象者】

松阪中核工業団地、多気工業会、松阪牛協議会、松阪商工会議所

【PRの工夫】

地元有力企業を見学の対象にし、PR動画上映と実際に車両を通行させることで、バイパスを実感していただく。



写真8 PR動画の上映状況



写真9 松阪牛を運搬する車両のプレ走行

6. 広報の現状と課題

今回、広報計画に則し活動することができた。また、松阪多気バイパスの開通前の題材で4回、新聞掲載率も100%と十分な成果を上げることができた。このことは同じ題材であっても対象者や視点を変えれば何度でも掲載されることの証明であり、今後の広報活動のヒントになると考えている。

しかしながら、新聞やテレビといった従来の中心的な広報媒体だけでなく、近年は直接ユーザーへ情報を発信するSNSでの情報発信も重要視されるようになって来た。そのため、ツイッターをはじめとするSNSを広報媒体とした広報も重要である。

7. 広報技術の伝承

広報計画を作成するためには、過去の経験や事例・最近のトレンドの情報を収集した上で作成している。しかしながら、広報計画を立案するにあたり個人の考え方や手法により差が生じるのではないかと感じている。

以上のことを踏まえると地整全体で開通イベント等の広報計画マニュアルを作成し、それを毎年供用を経験した広報担当者からなる組織でバージョンアップするなどの開通広報ノウハウを伝承する仕組みが必要である。

8. おわりに

本稿では、松阪多気バイパスを事例として、戦略的に道路利用者の視点で分かりやすい広報の工夫事例を述べてきた。

部分開通を重ねてきた道路整備によって得られる効果（ストック効果）をこれまでは、事業パンフレットなどによる広報が一般的であったが、今回はわかりやすく直感的な広報媒体としてのPR動画を作成し、上映を行ったところ整備効果を理解してもらうことができた。

また、時期や対象者を考えて広報計画を立案することの重要性を改めて感じる事ができた。

今後も、道路事業の必要性を理解してもらう手法の1試案として他事業の広報の参考となれば幸いです。