

名豊道路における長期通行止めの 交通規制に対する広報戦略について ～令和6年度の名豊道路全線開通に向けて～

藤井 春香¹

¹中部地方整備局 名四国道事務所 工務課 (〒467-0847 愛知県名古屋市瑞穂区神穂町5-3)

国道23号名豊道路の整備にあたり、供用中の国道23号本線の長期通行止め（約4ヶ月）が必要となった。国道23号本線の長期通行止めは、道路利用者や地域に与える影響が大きいため、事前に広報計画を立て、関係機関と連携し通行止めの周知、迂回路案内などを行った。本稿では、長期通行止めに伴い実施した様々な広報手段について紹介する。

キーワード 長期通行止め、交通規制、広報戦略、広報手段、名豊道路

1. はじめに

国道23号名豊道路は、名古屋市と豊橋市を結び沿線の8市1町を通過する延長72.7kmの大規模バイパスで、高規格道路として整備を進めている。

名豊道路は、知立、岡崎、蒲郡、豊橋、豊橋東バイパスの5つのバイパスで構成されており、これまでに全体の約9割にあたる延長約64kmが開通している。

現在、令和6年度の全線開通に向け、唯一の未開通区間である蒲郡バイパスの工事を進めているところである。

この度、開通に向けて、既に開通している区間と新たに開通する区間の接続工事が必要であり、図-1に示す区間において、供用中の国道23号本線の長期通行止め（約4ヶ月）が必要となった。

通行止めとなる国道23号本線は高規格道路であり、通行止め時は、多くの道路利用者及び迂回交通による周辺道路への影響が懸念された。そのため、事前に広報計画を立て、関係機関と連携し通行止めの周知を適切に実施する必要があった。本稿では、長期通行止めに伴い実施した様々な広報手段について紹介する。



図-1 名豊道路の整備状況、通行止め箇所

2. 広報計画の概要

初めに、効率的かつ効果的に広報を実施するため、ターゲットを意識した広報の実施をコンセプトに広報計画を立案した。

広報の主なターゲットとして、①道路利用者（主に不特定多数）と②地域住民・企業が考えられる。

道路利用者（主に不特定多数）に対しては、利用日時や経路の適切な選択（誘導）及び協力を求める広報が必要であるため、道路利用者（主に不特定多数）が利用する拠点、所属する団体や施設、公共施設等へのポスター掲示及び道路空間上で得ることのできる情報ツール（横断幕、看板、ラジオ等）を広報手段として計画した。

地域住民・企業に対しては、迂回路により交通が流入することで渋滞発生等による日常利用・生活への影響が考えられるため、通行止めに対する理解と協力を求める広報が必要である。そのため、チラシ等の配布、道路利用と関係がなくても目にすることができるツール（広報誌、HP、SNS等）を広報手段として計画した。【図-2】

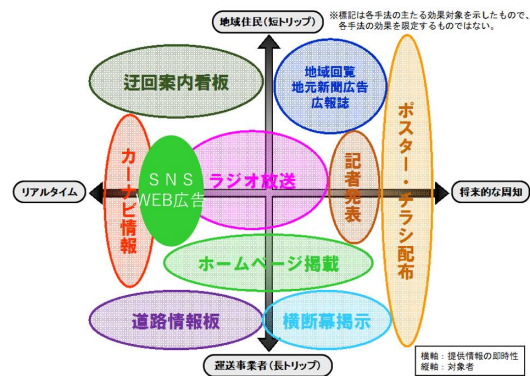


図-2 各広報手段の特性（イメージ）

3. 実施した広報手段の紹介

長期通行止めに伴い下記に記載する13項目の広報手段を実施した。

(1) ポスター掲示

通行止めに関するポスターを制作し、関係機関（沿線市町、警察、消防、トラック協会、道の駅等）に掲示を依頼し、全ての道路利用者に対して周知を図った。

(2) チラシ郵送・配布

図-3に示すように通行止めに関するチラシを制作し、関係機関（沿線市町、警察、消防、商工会議所、観光協会等）に配布を依頼し、全ての道路利用者に対して周知を図った。



図-3 配布したチラシのデザイン

(3) ホームページ掲載

通行止めに関する特設サイトを開設し、通行止め情報の発信、問い合わせ先の案内等を実施した。通行止め期間中には、工事進捗写真等を掲載し、通行止め区間の工事状況についても広報を実施した。

また、当事務所の公式ホームページに通行止め情報や特設サイトへの案内を掲載するとともに、関係機関の公式ホームページ（沿線市町、トラック協会、商工会議所等）にも同様に掲載を依頼し、全ての道路利用者に対して周知を図った。【図-4】



図-4 当事務所の公式ホームページ

(4) 日本道路交通情報センター（JARTIC）

日本道路交通情報センター（JARTIC）へ依頼し、HPへの通行止め予定案内の掲載及びテロップ表示を実施した。また、ラジオ交通情報やラジオ渋滞放送も活用し、全ての道路利用者に対して周知を図った。

(5) 道路情報板

通行止めとなる国道23号本線及び並行する国道1号線にある道路情報板において、通行止め情報の掲示を実施し、全ての道路利用者に対して周知を図った。また、通行止め区間のかかり手前から掲示させることで、広域迂回への誘導を図った。

(6) 横断幕・看板掲示

通行止めとなる国道23号本線及び並行する国道1号線ほか主要県道等において、図-5に示すように横断幕・看板掲示を実施し、全ての道路利用者に対して通行止め実施の周知を図った。また、通行止め区間のかかり手前から掲示させることで、広域迂回への誘導を図った。



図-5 掲示した横断幕のデザイン

(7) ラジオCM放送

地域のラジオ放送局である、ZIP-FM、東海ラジオ、CBCラジオに依頼し、通行止め予告や長期通行止め終了時のお礼の放送を流した。通勤時間帯にラジオ放送を聴きながら走行する方を主なターゲットとし、朝夕2回の放送とした。

(8) 新聞紙面広告

通行止めとなる国道23号本線の沿線に位置する県（愛知県、三重県、岐阜県、静岡県）の朝日新聞と中日新聞に通行止め情報の掲載を依頼し、地元住民・企業に対して周知を図った。【図-6】



図-6 掲載した新聞広告のデザイン

(9) 市町広報誌掲載

通行止めとなる国道23号本線の沿線に位置する市町（幸田町、蒲郡市、豊川市、豊橋市）の地元広報誌に通

行止め情報の掲載を依頼し、地元住民・企業に対して周知を図った。

(10) 高速道路MIB掲出

通行止めとなる国道23号本線と並行する高速道路（東名・新東名）の休憩施設38箇所において、MIB（Multi Information Board）に通行止めポスターの掲出を依頼し、全ての道路利用者に対して周知を図った。【図-7】



図-7 MIB掲出状況

(11) 記者発表・SNS投稿

通行止めに関する記者発表を実施し、新聞に掲載してもらうことで、全ての道路利用者に対して周知を図った。記者発表は全4回実施した。【図-8】

- 1回目：開始3ヶ月前に実施期間と区間のお知らせ
- 2回目：開始1ヶ月前に迂回路のお知らせ
- 3回目：開始1ヶ月後に通行止め区間周辺の交通状況の報告及び引き続きの広域迂回への協力依頼
- 4回目：終了1週間前に通行止めの解除日時のお知らせ



図-8 記者発表・SNS投稿

(12) WEB広告 (YouTube, TVer, YDN, GDN)

通行止めに関する動画及びバナーを制作し、YouTube及びTVerへ動画広告を配信した。また、Yahoo!サイト (YDN) 及びGoogleサイト (GDN) へバナー広告を実施

し、全ての道路利用者に対して周知を図った。【図-9】



図-9 バナー広告のデザイン

(13) コールセンター (フリーダイヤル)

通行止めに関する問い合わせを一元化するため、コールセンターを設置した。

コールセンターの電話番号へ架電後、お問い合わせ内容毎に番号を選択してもらい、内容に適した対応者が対応することとした。選択肢は、以下の3通り設定した。

- 1番：通行止め工事に関するお問い合わせ（施工業者）
- 2番：その他工事に関するお問い合わせ（監督官詰所）
- 3番：事業に関するお問い合わせ（事務所）

結果、通行止め期間中前後で着信件数は397件であった。

4. おわりに

今回の長期通行止めに伴い実施した広報について、「道路情報板を見て、横断幕を見て、ラジオ放送を聴いて」等のコールセンターへのお問い合わせがあったことより一定の周知効果があったと考えられる。

また、WEB広告においても、YouTube「100万回以上」、TVer「50万回以上」の視聴が確認できた。バナー広告においても、Yahoo! (YDN)「10万回以上」、Google (GDN)「15万回以上」のクリック数が確認でき、バナーに設定したリンク先（通行止め特設サイト）へ多くの方を誘導し、通行止めについての周知が実施できたと考えられる。

今後の長期通行止めにおいても、今回の広報手段を参考に効率的かつ効果的に広報が行われることを期待する。

謝辞：最後に、通行止め広報に関する検討等を実施していただいたコンサルタントの皆様、そして連携をとらせて頂いた自治体をはじめとした関係者の皆様のご協力に厚く御礼申し上げます。