

半世紀の時を経て 名豊道路全線開通！ ～ストック効果最大化の取り組み～

稲石 翔太¹

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

国道23号名豊道路が2025年3月8日に全線開通した。名豊道路は延長72.7kmと長く、開通によるストック効果も物流や防災、救急面でも大きい効果を発現させることが期待されている。

名豊道路の全線開通に伴い、これまでに発現したストック効果と全線開通後さらに期待される効果を取りまとめた。また、全線開通に向けた戦略的な広報の取り組みを紹介する。

キーワード ストック効果、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の高規格道路である。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、2025年3月8日に唯一の未開通区間であった蒲郡バイパス(豊川為当IC～蒲郡IC：9.1km)が開通した。今回の開通により、1972年度の一部区間の事業化から、半世紀のときを経て、名豊道路が全線開通となった。

名豊道路は事業化以降、段階的な整備を進めてきた。これまでの部分開通により、物流効率化や沿線への企業立地が進展するなど、多くのストック効果が発現している。今回の名豊道路の全線開通では、現道の混雑緩和や

運送時間の短縮による物流効率化に加え、観光周遊・地域間交流の支援や災害に強い道路機能の確保など、さらに多くの分野でのストック効果の発現が期待されている。また、これらのストック効果をわかりやすくまとめPRしていくことで、道路利用者や地域住民など一般の方々に道路整備の必要性・重要性を理解いただくことにつながると考えられる。

本稿では、これまでに発現したストック効果及び全線開通後さらに期待される効果をまとめるとともに、全線開通に向けて行った戦略的な広報の取り組み事例と合わせて紹介する。



2. これまでに発現したストック効果

名豊道路の整備に伴い、これまで多くのストック効果が発現している。

名豊道路沿線には自動車部品工場が多く立地している(図-2)。知立バイパス及び岡崎バイパスの開通により、自動車部品工場から自動車組立工場までの所要時間が約30分短縮した(1977年度、2021年度全国道路・街路交通情勢調査結果より比較)。

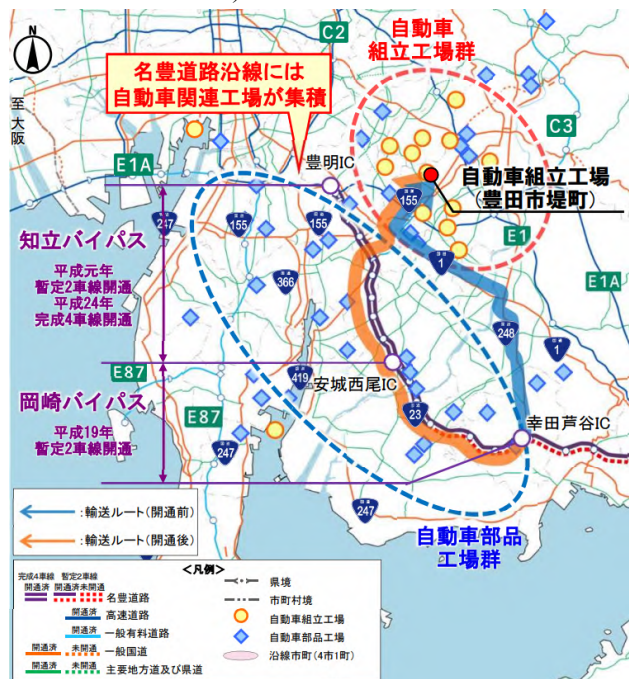


図-2 名豊道路沿線の自動車部品工場・組立工場位置

また、名豊道路沿線市町の製造品出荷額は、全国平均と比較しても高い伸び率を誇り、1972年(S47)から2022年(R4)までの間に約6.3兆円増加している(図-3)。知立バイパス及び岡崎バイパスの事業化による開通後への期待から、企業の投資などが進み、自動車関連事業をはじめとする企業の経済活動が活性化したと考えられる。

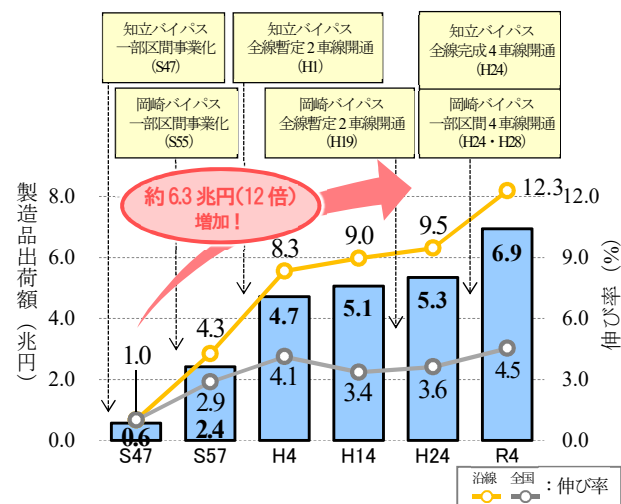


図-3 製造品出荷額推移

(刈谷市, 安城市, 知立市, 西尾市, 幸田町)

3. 全線開通後に期待されている効果

名豊道路の全線開通に向けて、全線開通後に期待されている効果を取りまとめた。

(1) 自動車産業のさらなる成長への貢献

名豊道路に直結する三河港は、完成自動車の輸出台数が全国第2位(図-4)と、全国を代表する完成自動車の輸出港となっている。また、豊田市堤町にある自動車組立工場より、1日当たり400便が名豊道路を用いて完成自動車を輸送している(図-5)。

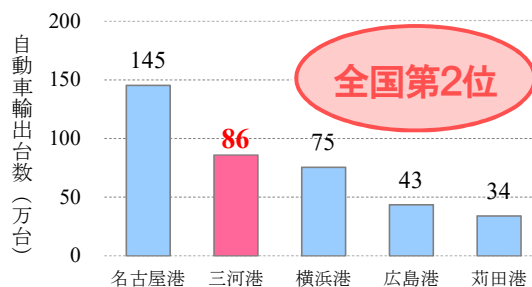


図-4 港湾別自動車輸出台数順位(令和5年)



図-5 三河港までの完成車輸送ルート・台数

名豊道路が全線開通することで、自動車組立工場から三河港までの完成自動車の輸送時間が短縮し、輸送回数増加等の効果(図-6)が期待されている。

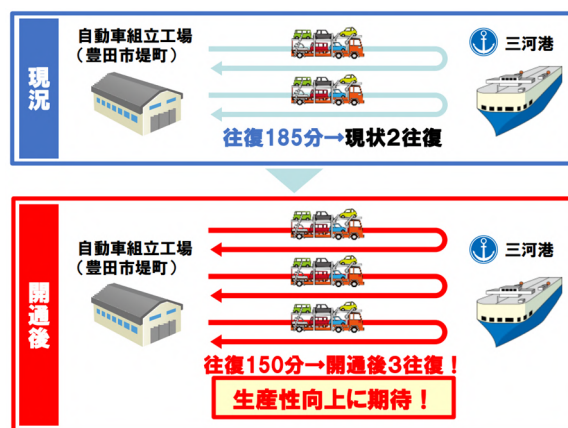


図-6 三河港までの完成車輸送時間・回数の変化

(2) 観光周遊・地域間交流の支援

名豊道路沿線市町には県内有数の観光施設が多数立地しており(図-7)、観光レクリエーション利用者数 愛知県内上位10位に5市がランクイン(図-8)するなど、観光産業が盛んな地域である。名豊道路の全線開通により、名豊道路を軸とした観光周遊や、スポーツイベント等における地域間交流の支援が期待されている。



図-7 名豊道路沿線の観光施設



図-8 市町村別観光レクリエーション利用者数(令和4年)

(3) 災害時の迅速な活動支援への期待

名豊道路沿線に位置する豊橋市や蒲郡市などの三河地域太平洋沿岸部は、東南海地震発生時に津波浸水被害が懸念されている。しかし、名豊道路は内陸部に位置しており、高架構造等で整備されているため、発災時に沿線の現道が浸水した場合でも、災害時の移動・輸送を担う命綱として効果を発揮することが期待されている。

また、名豊道路は、発災時に優先的な道路啓開を行う「くしの軸」となる広域支援ルートを形成している(図-9)。被災時には沿線に整備されている広域物資輸送拠点や防災活動拠点に供給された物資の輸送、避難人員の移動、救援・救助活動を担う道路として、災害時の迅速な活動支援に寄与することが期待されている。



図-9 大規模災害時における名豊道路の役割

4. 広報の戦略的な取り組みについて

(1) 戦略的な広報活動の実施について

前章までに紹介したストック効果を広く一般の方々にPRし周知していくことは、今後の道路整備の必要性・重要性を理解していただくための重要な鍵となる。近年、各国道事務所等が広範囲に広報活動を行う場合、XやYouTubeなどのSNSを用いている事例が多い。SNSの活用は、不特定多数の方々に対して迅速かつ広範囲に情報を発信できる有効な手段であるが、SNSを利用されていないの方々に対しては情報が届きにくいという課題が存在する。これらの方々にとっての主な情報源として、テレビや新聞等の既存メディアが挙げられるが、より身近で日常的に接する情報源として、地域内における住民同士の会話や交流が大きな役割を果たしていると考えた。

以上の点を踏まえ、今回の広報活動では、SNS等のデジタルメディアによる情報発信に加え、地域住民への直接的な広報を併せて実施することとした。これにより、身近な人との対話や地域内でのつながりを通じて、情報が自然に拡散していくことを目的とした、戦略的な広報展開を実施することとした。

(2) 広報手段の概要について

前節で述べた通り、今回の広報戦略では、身近な人や地域内での情報拡散により、より多くの方々が名豊道路のストック効果を認知することを目指した。その第1歩として、地域住民へのPR活動の機会を設けるために、沿線自治体や建設業団体、民間施設などと連携し、沿線地域で開催される祭事やイベント、現場見学会に積極的な参加・実施を行い、ストック効果を紹介するためのパネルや動画を用いて広報活動を行った(表-1)。

また、沿線市町の首長や企業、住民からの期待の声を
取りまとめ、参加者や閲覧者が家族や友人など周囲への
会話を通し、話題が拡散することを期待した。

表-1 2023年度・2024年度に実施した広報活動

	2023年度	2024年度
現場見学会	26回	24回
SNS投稿	X:32回	X:30回 YouTube:28回
地域イベントへの参加	-	9回
ポスター・チラシ掲示	-	29箇所

次項より、実際に参加した沿線地域でのイベントの様子やその他に行った広報活動を紹介する。

a) 全線開通PR用ポスター掲示・チラシ作成・設置

今回の全線開通に向け、全線開通及び主なストック効果をPRするポスター・チラシの作成を行った(図-10)。これらは名豊道路沿線市町にある道の駅やイベント会場、公共施設へ掲示・設置を行い、道路利用者のみではなく、地域の方々に対して全線開通のアピールを行った(図-11)。



図-10 全線開通PRチラシ(左：表、右：裏)



図-11 ポスター・チラシの設置状況
(左：豊橋総合体育館、右：豊川市役所)

b) 沿線自治体イベントでの広報(豊橋まつり)

2024年10月19日(土)・10月20日(日)に豊橋市にて開催された豊橋まつりへ中部建設青年会議及び豊橋市道路建設課とともに合同で参加をした。ブースでは、名豊道路ストック効果等のパネル展示(図-12)・動画放映、VR体験(道路、橋梁等)セメントマグネット工作(中部建設青年会議)などを実施し、2日間で約2,200名(主催者発表)の方々に来場いただいた。来場された一般の方からは、「浜松から名古屋方面まで仕事で向かうことが多いため、

全線開通により通勤時間が短縮できることはありがたい」や「浜松から名古屋まで信号無しで移動できるため、旅行に行きやすくなる」といった期待の声を頂き、今回のイベント参加を行ったことで地域の方々へ名豊道路のストック効果のPRができたものだと考える。



図-12 スtock効果パネル展示の様子

c) 開通前プレイベントでの広報

2025年2月16日(日)に供用前の蒲郡バイパス本線上(五井TN起点坑口～蒲郡IC付近)にて、開通前プレイベント(ウォーキングイベント)を実施し、2,500人が参加した。イベントでは名豊道路ストック効果等のパネル展示(図-13)・動画放映を行ったほか、沿線自治体・中部建設青年会議、警察・消防等にも協力いただき、沿線自治体の特産品PR及びはたらく車の展示を行った。



図-13 ウォーキングイベント及びパネル展示の様子

d) SNSの活用(X, YouTube)

X(旧Twitter)及びYouTubeを活用し、ストック効果や工事状況、沿線自治体からの期待の声などの投稿を行った。2023年度から2024年度の間、名豊道路に関連した投稿(工事だよりは除く)をXで62回、YouTubeで28回行っており、それぞれの閲覧数の合計はXが約79.5万回、YouTubeは約6.7万回と多くの方に閲覧いただいた。

特にYouTubeへ投稿した名豊道路の事業を紹介した動画は約3万回再生、ストック効果の紹介をした動画(図-15)は約7,500回再生と大変多くの方に視聴していただき、一般の方からの名豊道路への関心の高さが伺うことができた。

また、5章2節で示した通り、沿線市町の首長、企業、観光協会・施設、消防署や小学生などに協力頂き、名豊道路全線開通に向けて期待する声を動画にとりまとめた。動画はYouTubeへ投稿し、投稿数は21本・総再生数は約8,500回を記録し(図-16)、多くの方に視聴いただくことができた。これにより、地域の方々が期待している声を地域内だけでなく、地域外の不特定多数の方々へも拡散できたと考える。



図-15 スtock効果紹介動画の投稿(YouTube)



図-16 地域の皆さんからの期待の声 紹介動画(YouTube)

5. おわりに

本稿では、名豊道路全線開通に伴い、これまでに発現したストック効果及び今後期待されるストック効果を紹介した。今回ストック効果の広報活動にあたり、全線開通ポスター・チラシなどの掲示や地域のイベントへの参加などを通し、地域の方々へ積極的なPRを行った。特にイベント等で直接道路利用者や地域住民など一般の方々にストック効果をアピールしたことで、道路整備の必要性・重要性を理解いただく上で一定の周知効果があったと考える。

今後の広報活動においても、今回の実施した様々な事例を参考に、広報手段の1試案として他事業の広報活動の参考となれば幸いである。

謝辞：今回紹介したストック効果を取りまとめるにあたり、ヒアリングに協力いただいた企業の方、資料を取りまとめていただいたコンサルタントの皆様、そして広報や開通に向けた調整に関してご協力いただいた自治体・中部建設青年会議の皆様、期待の声をお寄せいただいた皆様をはじめとした、関係者の皆様のご協力に厚く御礼申し上げます。