

# 三遠南信自動車道の開通に伴う広報

戸川 一彦<sup>1</sup>

<sup>1</sup>中部地方整備局 浜松河川国道事務所 (〒430-0811 浜松市中区名塚町466)

公共事業の顧客は国民であり、事業の透明性・必要性といった観点から、これまで公共事業の進め方など、積極的なアカウンタビリティの向上に努めてきたところである。

今回、開通に先立ち、道路の必要性を再認識していただくとともに、利用促進を促すことを目的に、三遠南信自動車道をひとつの商品におきかえ、中山間地域の実情を踏まえた価値ある情報を発信するなど戦略的な広報を実施した。

キーワード：整備効果、中山間地域、情報収集、交流実態、戦略

## 1. はじめに

三遠南信自動車道の一部区間、鳳来峡 I C（愛知県新城市）～浜松いなさ北 I C（静岡県浜松市）間が2012年3月4日に開通した。

三遠南信自動車道は三河・遠州・南信地域の背骨を形成し、地域間の連携強化を進め、地域の秩序ある開発と発展に貢献する道路である。

今回の開通区間は中山間地の一部区間の開通であり、道路の必要性の再認識とともに利用促進を図ることを目的に、供用開始前から沿線の中山間地域の実情を踏まえた整備効果を戦略的に広報し、道路の必要性をわかりやすく国民に周知することとした。



図-1 広域図

## 2. 戦略的広報の概要

今回の広報は単なる開通のお知らせに終わるのではなく、三遠南信自動車道の必要性や整備効果をアピールし、広く国民に当道路を認知してもらい、利用促進を図るため、次のような戦略のもとで広報を実施した。

### (1) 多様な視点からの地域に根ざした情報収集（情報収集における戦略）

三遠南信自動車道に期待される一番の効果は、地域間の交流連携を促進し、地域の秩序ある開発、発展に貢献することであり、広報ではこれらの効果をアピールすることが重要であり、地域の産業、観光交流、医療、生活、歴史文化といった多様な観点からの整備効果を把握・分析する必要があった。

そこで、様々な分野におけるキーパーソンを選定・ヒアリングを実施し、地域に根ざした情報収集をおこなった。

また、このようなキーパーソンは、今後の未開通区間の整備における効果分析においても重要な情報源となると考えられたことから、全線開通に向けた人的ネットワークづくりに留意してヒアリング調査を実施した。

### (2) 波及効果がねらえる価値ある情報の創造（情報分析、整備効果分析における戦略）

国民に広く興味を持ってもらい、より深く三遠南信自動車道を認知してもらうためには情報として価値があり、わかりやすく、共感してもらえるような情報であることが重要であった。

今回の開通区間が県境をまたいでいることから、あまり知られていないが、実は様々な分野で“交流している”もしくは“交流して相乗効果を狙うべき”事例を発掘し分析することで、価値ある情報の創造を目指した。

### (3) 低廉でしかもより多くの人を対象にした周知理解 (情報発信における戦略)

新聞広告等有料のメディアによる広報には予算面で限界があることから、職員が三遠南信自動車道という“商品”を売り込むセールスマンといった姿勢で低廉で、しかもより多くの人に効率的に周知できるような情報発信を目指し、供用半年前からイベントの開催等に併せてパネル展示する等、草の根的な広報を展開した。(図-2参照)

## 3. 広報の実施内容

### (1) 効果的なヒアリングによる情報収集

#### a) 課題

県境をまたいだ広域なエリアを対象にして、しかも道路交通だけでなく産業、医療、観光、地域住民の暮らし、歴史・文化といった多様な視点からの整備効果に関する基礎情報を収集する必要があったが、とすれば、労働力を空費するだけで成果があらならない作業になる恐れがあったことから、効果的な情報収集が不可欠であった。

#### b) 工夫：“人の輪”を意識したキーパーソンの発掘

地元の“人”をよく知っている市町村にまず1次ヒアリング調査を実施し、基礎情報・データの入手を行うとともに、キーパーソンもしくは、キーパーソンを知っている人の紹介を依頼した。

2次ヒアリングとして、さらに事情をよく知る人の紹介を依頼し、3次ヒアリングまで実施し、“人の輪”を広げながら、情報収集を効果的に行った。最終的に、概ね30の団体、個人にヒアリング調査を実施し、ほとんど“空振り”はなく効果的な情報収集ができた。

また、この“人の輪”は今後の情報ソースとしても貴重なネットワークになると考えられる。

表-1 ヒアリング先

分類	ヒアリング先 (個人・団体数)
市町村	浜松市, 飯田市, 東栄町, 豊根村 (4)
商工会	新城・鳳来商工会 (2)
森林組合	津具森林組合 (1)
第3セクター	とよね木サイクセンター等 (3)
J A	愛知東北設営農センター (1)
旅行会社	浜松市内の旅行代理店 (3)
福祉施設	地元老人ホーム (2)
青果市場関係	浜松中央卸市場 (2)
消防署	新城消防本部, 天竜署佐久間出張所 (2)
商業施設	地元商業施設 (3)
地元企業	製造業 (1)
Uターン者	東栄町住民 (1)
伝統芸能継承者	東栄町花祭りのリーダー (2)
NPO等	浜松市ひよんどり関係者、東栄町観光農園運営者 (2)
計	29

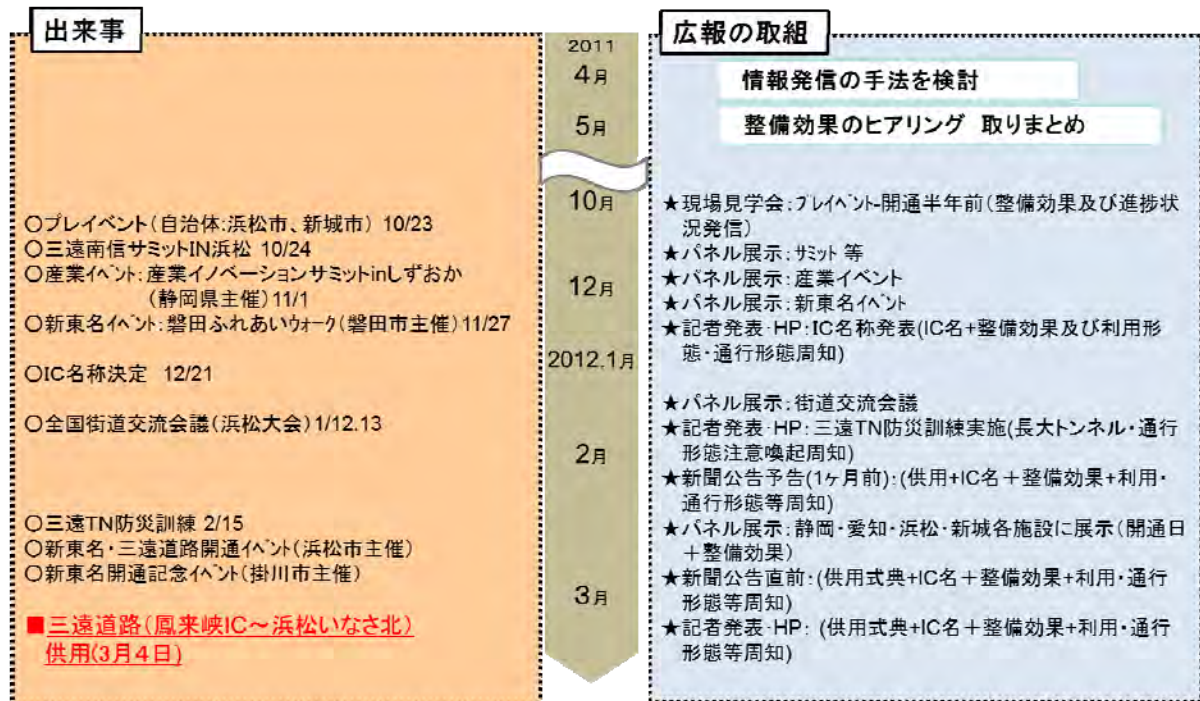


図-2 広報スケジュール

(2) 価値ある情報の発掘

a) 課題

生産地（愛知県奥三河）と消費地（静岡県浜松市）、観光の受け入れ側（愛知県奥三河）と送り出す側（静岡県浜松市）及び伝統芸能を介した地域間連携等において、県境をまたぐエリアであることから、相方がどのような関係にあるのか、どのような関係にあるべきかがこれまで明確にされておらず、交流の実態が不明であった。

b) 工夫：情報のマッチングによる価値の創造

県境をまたいだ様々な団体、個人からの情報を整理・分析し、これまであまり周知されていなかった交流の実態を明らかにし、三遠南信自動車道が果たすべき役割をうきぼりにした。例えば、夏場の浜松市で消費されているトマトの大半が奥三河産であること、浜松市の旅行会社のバスツアーにとって豊根村の芝桜の商品価値が高いこと、奥三河から北遠にかけて伝統芸能の宝庫であること等を個々に取り上げるのでは価値が低くなるため、それらの情報をマッチングさせることにより、これまであまり知られていなかった県境を越えた交流事例として三遠南信自動車道の果たす役割を明らかにした。



図-5 伝統芸能による交流（分析事例）

(3) 多様なメディアを活用した情報発信

a) 課題

三遠南信自動車道を多くの国民に周知理解してもらうためには、どうしても多頻度の広報が必要となるが、新聞広告等有料の広報では予算面で限界があることから、本広報ではいかに低廉で多頻度に広報ができるかが大きな課題であった。

b) 工夫：草の根的な広報セールス

新聞広報といった有料広報は、開通1ヶ月前と直前の2回とし、他は無料の広報とした。通常、開通関連の広報は1~2ヶ月前から実施するのが一般的であるが、今回は6ヶ月前から各種イベントでのパネル展示や自治体広報誌、HP、記者発表と様々な手段により、草の根的に広報を行った。そして各自治体の庁舎、各種イベント及び道の駅等集客施設にパネル展示を依頼するようセールス的な広報を実施し、広く国民に三遠南信自動車道の周知理解に努めた。

表-2 パネル展示場所

イベント	三遠南信サミット、全国街道交流会議、三遠道路開通イベント、産業イノベーションサミット、三遠トンネル防災訓練、新東名・三遠道路開通イベント、新東名開通記念イベント
施設	愛知県庁、静岡県浜松土木事務所、東三河総合庁舎、新城設楽総合庁舎、新城設楽建設事務所、浜松市役所本庁ロビー、浜松市北区役所、東栄温泉、湯〜らんどバルとよね、豊根グリーンポート宮嶋等

表-3 広報に活用したメディア

分類	内容等
新聞広告	・開通1ヶ月前（IC名決定、開通日時決定時） ・開通直前
ホームページ	浜松河川国道事務所に適宜広報
広報誌	浜松市広報誌、新城市広報誌
記者発表	適宜投げ込み
パネル展示	自治体庁舎、各種イベント、道の駅等で展示
沿道住民への資料配布	工事便り（毎月発行）

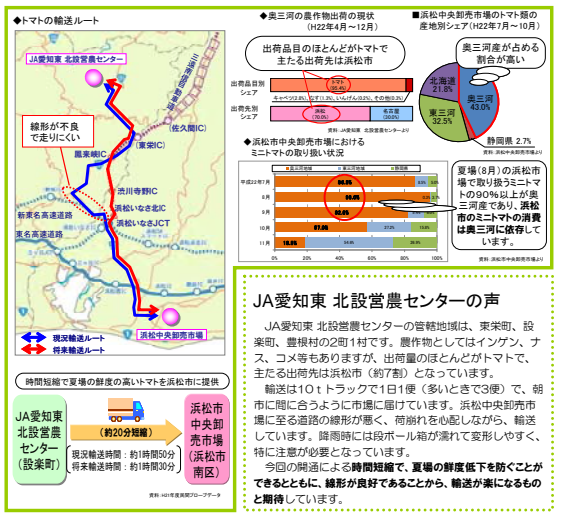


図-3 トマトによる交流（分析事例）



図-4 観光による交流（分析事例）

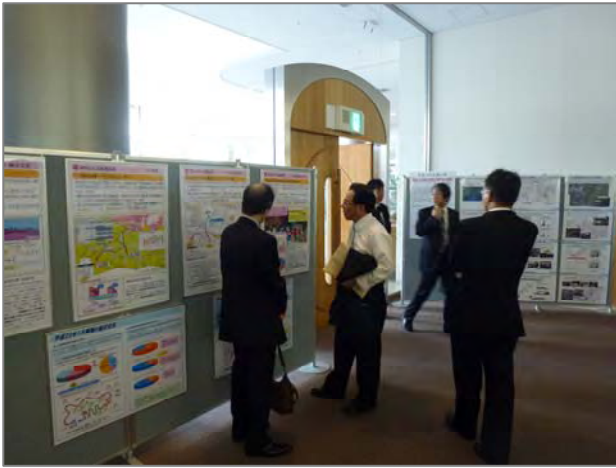


図-6 パネル展示の様子(三遠南信サミット)



図-7 開通後の三遠南信自動車道

#### 4. 広報の評価

広報の効果について、定量的な評価は確認できないが、今回作成した整備効果事例のいくつかが新聞記事として掲載されるなど、アピール性のある情報発信ができたと思われる。

##### (1) 価値のある情報発信

本広報で作成した資料のいくつかが新聞記事に掲載され、これまであまり認知されていなかった県境を越えた交流事例と三遠南信自動車道が担う役割として紹介された。このことは、マスコミにも興味を持たれるような、価値ある情報が発信できたものと考えられる。

また、このような新聞への掲載は職場での話題となり、副次的に職員のモチベーションアップにつながった。

##### (2) 地域で共感が得られた広報

パネル展示等を関係団体に依頼しているうちに、逆に地元自治体等6団体からのパネル借用依頼があった。

これは、地域特性に即した三遠南信自動車道の整備効果事例に共感が得られたものと考えられる。

## 社説

<2012.3.23>

### 三遠道路開通

## 県境越えた観光連携を

浜松市北区と長野県飯田市を結ぶ高規格道路計画「三遠南信道路」の一部をなす「三遠道路」が開通した。新しい道によって結びつきが深まる。奥浜名湖、奥三河エリアは、浜松市が連携強化を目指す三遠南信地域の中心に位置する。道路沿線は歴史、芸術などの宝庫だ。点在する文化財資源や温泉などの行楽拠点が有機的につながれば、発信力と求心力は確実に高まる。観光面からまず県境を越えた連携を強め、広域圏の幹を大きく育てていきたい。

三遠南信地域の広域連携は関係首長による20年近いサミット交流の歴史を持つが、交流から広域連合への移行もじらんだ連携強化へ歩み始めたのは、ここ数年。また関係自治体間で目標のぼらつきがあり、将来像も明確ではないだけに、連携実績を一つずつ積み上げていくことが求められている。自然、歴史、文化などで密接な関係がある観光地が、観光庁の認定を受けて2泊3日以上滞在型観光地を目指す「観光圏」の取り組みがある。同工区内でも環浜名湖地域で形成する浜名湖観光圏が観光地としての魅力、競争力を高めている。これさらに県境をまたぐエリアに広げれば、集客効果は高まる。静岡県内の観光地には既に「箱根・湯河原・熱海・あしがら」や「富士山・富士五湖」など県境を越えた観光圏の事例がある。行楽客には風土の違いなども楽しめる。両観光圏の取り組みを参考にした。新道路の開通以来、沿線の産物を集めたPRイベントが増えている。各観光地や施設の関係者で協議会を立ち上げ、周遊コースづくりや着地型観光の実践にも挑戦してほしい。

織田・徳川連合軍と武田軍が争った長篠の古戦場(愛知県新城市)や、徳川家康をまつた鳳来山照宮(同)、徳川四天王とつたれた井伊直政の菩提寺・龍潭寺(浜松市北区)など、家康ゆかりの史跡もこの地域の貴重な資源だ。浜松城や二俣城址など、周辺の史跡も結んで物語性のある旅を提案してもいい。

豊かな農林水産物も、奥浜名湖と奥三河の大切な資源だろう。道路の開通以前から、浜松中央卸売市場が夏場に扱ったマトの9割を奥三河産が占めるなど両者の結びつきは深い。両地域の産物を載せたバンフレットを作ったり、旬の詰め合わせセットを企画するの面白い。

観光を足がかりに人の往来が増えれば、他の産業や生活の交流など連携の輪はおのずと広がっていくはずだ。

図-8 新聞記事掲載事例 平成24年3月23日静岡新聞(朝刊)

### (3) 今後の道路整備に向けた重要な布石

三遠南信自動車道の全線供用に向け、今後とも国民の周知理解に努めていく必要がある。本広報で得られた人的ネットワーク“人の輪”は、今後の整備効果分析、PI、広報資料作成等において重要な財産になると考えられる。

## 5. むすび

道路事業は今後ますます事業の透明性、合理性が厳しく問われるものと予想される。事業を円滑に進めていくためには、「道路の価値をより広く報せること」が必要不可欠であり、単なる“お知らせ”に終始するのではなく、あまたある情報の中、価値ある情報を広報していく必要がある。

三遠南信自動車道の整備は緒についたばかりであり、今後とも地域に即した価値ある情報を発信し、全線供用に向け円滑に事業が推進できるような広報に取り組みたいと考えている。