

# 整備だけでは終わらない別大国道 ～盛り上がる地域活動～

石元 直哉<sup>1</sup>

<sup>1</sup>九州地方整備局 大分河川国道事務所 調査第二課 (〒870-0820 大分県大分市西大道1-1-71)

従来から公共事業の広報の重要性がうたわれてきており、各部署において国民にわかりやすい広報に努めてきているところである。

広報は、行政と地域社会を結び、行政が何を行っているのか認知してもらうために重要であるが、単発的かつ、お知らせ的な広報が多い状況であり、効果的な広報が求められている。

今般、大分市と別府市を結ぶ国道10号の通称別大国道の現道拡幅事業で行った効果的な広報「場面づくり」について報告する。

キーワード 場面づくり，別大国道，広報，記者発表

## 1. はじめに

別大国道とは、大分市と別府市を結ぶ唯一の主要幹線である国道10号であり、1961年に交通混雑の解消と交通安全性の向上を目的として事業化された別大拡幅事業全延長22.6kmの別大地区7km区間である。(図-1)

2012年2月に、事業化から約50年という長い歳月を経て6車線化が完成した。これにより幅広い歩道の整備が行われ、今までの車中心の道路から、散策やジョギング、サイクリングなど様々な使われ方がされる道路へと変化した。また、別府大分毎日マラソンやべつたいウォークをはじめ、多くのイベントが開催される場ともなっており、別大国道と言えば大分市生石～東別府までの区間であることが大分県民に伝わるほどメジャーで地域の関心の高い道路である。(写真-1)

## 2. 以前の広報の課題

大分河川国道事務所が2009年から2年間にを行った別大国道に関する広報を確認すると、2009年度1件、2010年度3件であり、新聞・TVに取り上げられた件数はそれぞれ、1件、9件と少ないため、これでは事業の必要性が地域や道路利用者にとっかりと伝えきれていないと思われる。そのため、改善に向けた課題と原因について検討を行った。課題は情報発信の数が少ないこと、事業に関心を持ってもらえないことである。その原因として、広報が交通規制や事業完了のお知らせ等単発的な記者発表に終始しており、記者が興味を示すような広報となっていないことが考えられた。

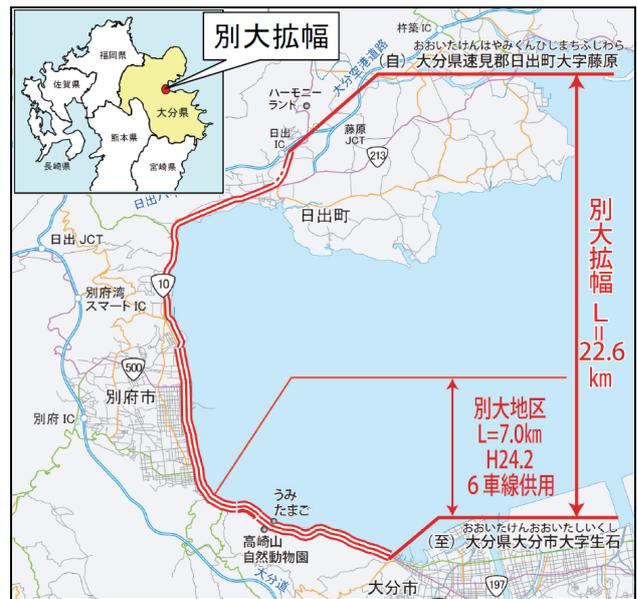


図-1 別大拡幅事業概要図



写真-1 別府大分毎日マラソン開催時

### 3. 戦略的広報の実施について

事業に関心を持ってもらうため、供用前から工事進捗と道路利用に関する広報を「場面づくり」という手法を用いて行った。その手法は、工事進捗の状況において情報発信できる場面を多く作ることである。その際、地域や道路利用者に対し、「自分たちの道路であるという意識づけの活動」をあわせて記者発表に組み込むこととした。そしてこれら個々の出来事を「場面」とし、時系列的に配置して年間計画を行うというものである。

「自分たちの道路であるという意識づけの活動」としては①半世紀にわたる本事業を紹介する「昔の写真展」②別大国道沿いの植栽帯の木に個人がネーミングしたプレートをつけて管理する「マイツリー活動」③ボランティアによる道路清掃等を行う「道守活動」などである。これらの活動をいわゆる「場面」として広報することにより、一事業の過程で多くの露出アップが狙えると考えた。(写真-2・3)

#### (1) 場面づくり (Step1: 広報計画策定)

(図-2)のように事前に事業の進捗によって訪れる場面を想定した。工事の進捗以外にも歩道の利用状況調査、バス運行調査、道路利用者へのインタビュー、供用後の効果の把握等、利用状況調査の場面を想定。さらに自分たちの道路であるという意識づけの活動である、マイツリー植樹も別大国道の愛護という面から場面を想定。マイツリー活動の情報発信では、植樹の募集告知と併せ事業の進捗についても発信可能とした。マイツリー活動のように一般の方が参加する活動と組み合わせることで、記者の興味を引くことを期待した。

#### (2) 場面づくり (Step2: 供用前の広報)

別府大分毎日マラソンが毎年2月に別大国道を舞台とするルートで開催され、全国放送で放映されることから、大分のPRのためにも色々な機関から「別府大分毎日マラソンまでには供用を」との声が多く寄せられていた。そのため、2011年10月末の記者発表では「別府大分毎日マラソン」開催までに供用を行うという記者発表を行った。供用日を発表したことにより、日増しに地元からの期待の声が高まり、問い合わせ等も増えたため、当初予定していた記者発表以外には2011年12月に別府市・大分市の市報にてマイツリー募集を実施し、さらに、別大拡幅事業の概要や別大国道の歴史とこれからの別大国道をイメージできるパネル展、並びに昔の別大国道写真展をJR大分駅・別府駅・高崎山の観光施設・百貨店(トキハ別府店)・田ノ浦ビーチレストハウスで実施した。なお、これら全てにおいて事前告知の記者発表を行った。

#### (3) 場面づくり (Step3: 供用後の広報)

供用後は、整備効果・道路利用者のアンケート調査等の記者発表(3ヶ月後、半年後、1年後)だけではなく、道路愛護活動の告知(マイツリー植樹や別大マラソンにあわせた清掃活動等)の場面づくりを行い実施した。また、想定した「場面」以外では日本風景街道登録に向けた動きへの対応を行った。

風光明媚な別大国道を観光や地域の活性化につなげていこうと、地元NPO等が日本風景街道に登録する構想を供用前から発表していた。供用後は、その機運が高まって来たため、大分河川国道事務所調査第二課では、地元NPOの総会等地域の人々が集まる機会にあわせて「日本風景街道とは？」と講演を重ねて行い、さらに機運を高め、登

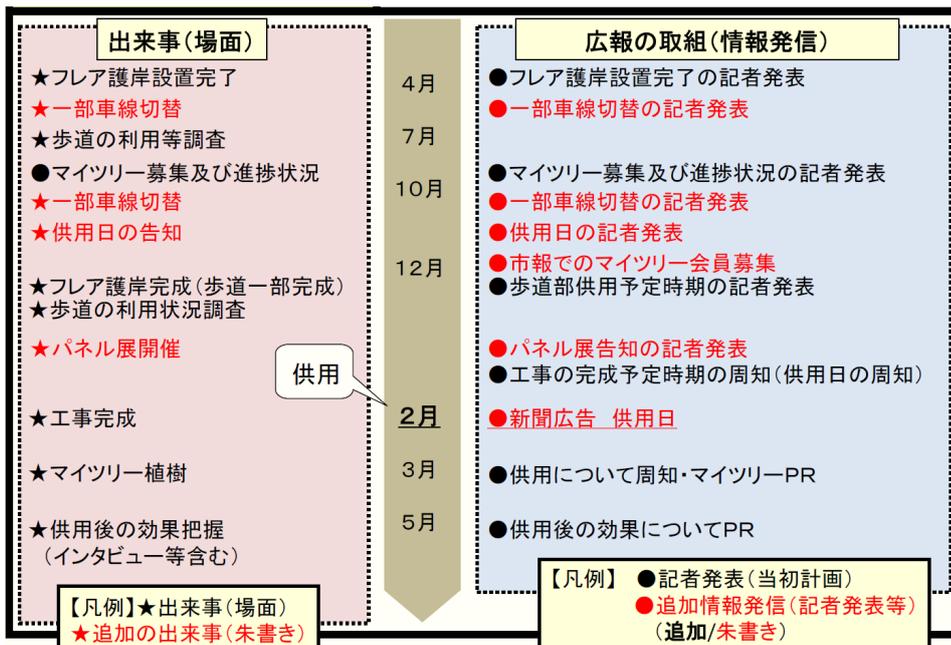


写真-2 マイツリー活動



写真-3 ネームプレート

図-2 場面づくりイメージ

録に向けたバックアップを行う姿勢をアピールしてきた。さらに外部に招かれた際の事務所長挨拶では、必ず今後の別大国道の利活用について触れる情報発信を行った。

#### 4. 広報効果の分析

地域の方々の事業への期待が高い状況で細かな情報発信を行うことにより、取材の数も多くなった。この結果、多数のメディアで取り上げてもらうことができた。場面づくりを行った2011年度から2013年8月末現在まで、記者発表を17回、新聞広告1回、取材を13回受け、結果のべ新聞43紙掲載、TVで21回放映された。供用日には広告を含め4面もの特集が組まれるなど、広報の効果としては式典を行わずして、式典を行ったような周知効果が得られたと思われる。現在まで実際に広報にかかった費用は、供用日に行った新聞広告、パネル展・写真展の製作費用のみである。

仮定の話になるがこれまで新聞掲載された記事をすべて広告として出したならば、掲載面積から算出する方法だとおおよそ5段広告22回分と1段広告1回分の費用がかかることとなる。これを大分合同新聞社のHP<sup>1)</sup>を参考に算出すると、106万円/5段、23.6万円/1段であり、金額にすると約2,350万円になる。さらにTV報道において広告料を払って放映した場合を、放映料が公表されているテレビせとうちのHP<sup>2)</sup>を参考に算定した。昼・夕のニュース時間帯20万円/15秒(スポットCM料金)であり、これまで21回計1,690秒TV放映されているため約2,240万円となる。新聞・TV放映あわせて約4,590万円の効果があったと考えられる。(図-3・4)

#### 5. 盛り上がる地域活動

##### (1) 供用後に始まったイベント

供用後は、これまでも開催されていた別府大分毎日マラソン、べつだいウォーク、大分国際車いすマラソンのほか、大分市誕生100年・別大国道完全6車線化記念イベントのサイクル&ジョグ、JR九州ウォーク、地元体育協会主催のウォーキングイベントなどが行われている。べつだいウォークについては、歩道が整備された後、年々参加者が増加しており、3年前に比べ約1,000人増加するなどウォーキングの聖地となりつつある。また、今年4月には大分市が旧別大国道に桜並木風景街道を整備したほか、新たなイベントが計画され、さらなる活用が期待されている。(図-5)



図-5 べつだいウォーク参加者推移

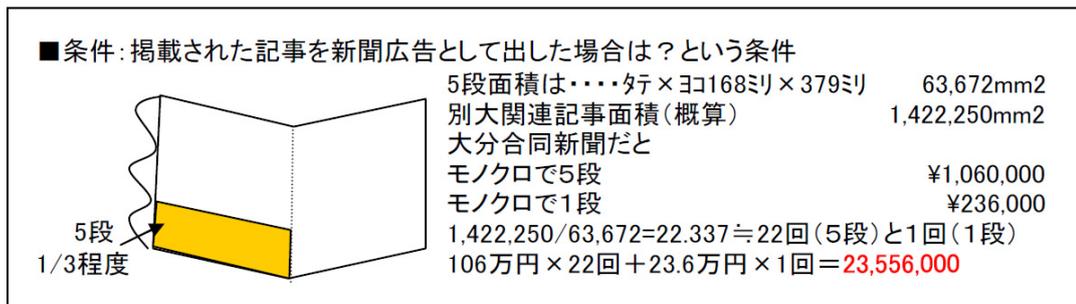


図-3 掲載記事を新聞広告として算定

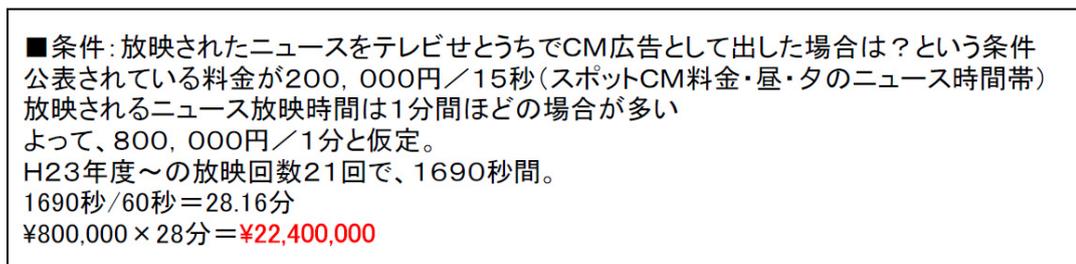


図-4 放映ニュースを広告として算定

## (2) 日本風景街道の登録

当初、地元 NPO 等では別大国道を中心とする日本風景街道登録を目指していたが、機運は広がり、大分市佐賀関から国東半島全域に渡る範囲での登録を目指すことになった。大分市・別府市・日出町・杵築市・国東市・豊後高田市の 5 市 1 町と民間事務局、道路管理者と協議を進め、風景街道の理念に賛同した地域での活動団体(風景街道ではパートナーシップという)が 49 団体集まり、大分市佐賀関～豊後高田市までの約 150km に渡るルートでの申請を行った。そして 2013 年 3 月、九州風景街道推進会議により日本風景街道「別府湾岸・国東半島海への道」として登録が承認された。(図-6)

## (3) 日本風景街道登録後

2013 年 5 月に登録証交付式と同時に第一回「別府湾岸・国東半島海への道」協議会総会が行われた。協議会総会では年間活動計画、「別府湾岸・国東半島海への道」のロゴマークが発表された。その模様は TV 報道 3 社、新聞社 5 社、地元 CATV1 社で報道と地域の関心の高さを覚えるものとなった。(写真-4)

## (4) 報道による効果

数日後、報道を見た音楽関係者から大分河川国道事務所に協議会の作成したロゴマークを大分県を PR する歌に使用したいという連絡があった。その後、別府湾岸・国東半島海への道協議会と協議を進め、大分県出身の作曲家と大分県出身の歌手による日本風景街道応援曲の発売へと繋がり、その収益の一部を協議会の活動資金に充てることになった。(図-7)

## 6. おわりに

計画的な「場面づくり」を行うことで多くの報道実績、地域の関心を集めることができた。また、地域の興味を引き続けることができた結果、日本風景街道登録への機運の高揚、そして登録へとつながったと思われる。

日本風景街道の広報では事務局発の記者発表だけではなく、ルート内の自治体への情報発信の協力要請や「別府湾岸・国東半島海への道」事務局の積極的な広報活動が実を結んだ。同じイベントであっても各方面から情報発信することで記者の興味を集めることができた。その結果、こちらの意図しないところまで地域の盛り上がりが進んでいる。

今回の事例は結果として良い方向へと進んだが、課題が無かったわけではない。パネル展・写真展開催時に人数の把握、アンケート調査等を行っていないため、地域の人々や道路利用者に事業の必要性が伝わったかどうか不明なこと、他の事業で同様の企画を行う際の参考意見を得ることが出来なかったことが悔やまれる。また、会場を別大国道沿線であること、さらに無料の施設にこだわり

過ぎたため、より人が集まる郊外型大型商業施設等に展示依頼を行っていない。多くの人の目に触れることも広報の目的であるため、検討すべきであったと思う。

今後も今回の反省点も踏まえ、いかに道路を活用し地域貢献できるかを大分河川国道事務所では検討し、大分の発展につなげていきたい。



図-6 別府湾岸・国東半島海への道活動範囲



写真4 登録証交付式 ルート内 6 市町首長の交手



図-7 ロゴマーク

## 参考文献

- 1)大分合同新聞社 HP :  
<http://www.oita-press.co.jp/company/ad.html>
- 2)テレビせとうち HP :  
<http://www.webtsc.com/sub/company/media/index.html>