

道路維持修繕工事の効果的な工事PR（広報活動）の手法について

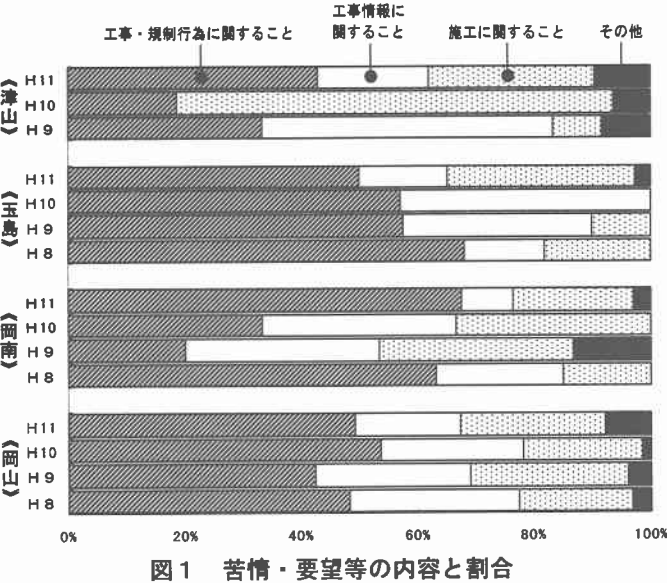
国土交通省 岡山国道工事事務所 非会員 吉木 辰雄
(株)荒谷建設コンサルタント ○正会員 宮迫 勇次
(株)荒谷建設コンサルタント 正会員 田辺 博樹

1. 背景と目的

道路の保全・機能更新を目的として行う維持修繕等の道路工事は、道路利用者や近隣住民からの苦情が後を絶たず、その多くは工事の実施時期・内容・状況等の認識不足によるものと思われる。これらは工事PR（広報活動）の強化によって軽減を図ることが期待できるため、本業務では、過去の苦情や工事PR手法の傾向分析を行うとともに、工事PRに際しての有効手段を検討し、さらにその効果をモデルケースを通して検証することを目的とする。

2. 道路工事に対する苦情等の実態調査

国土交通省岡山国道工事事務所管内の4維持出張所（岡山・岡南・玉島・津山）を対象に、過去4年間（平成8～11年度）に寄せられた道路工事に関する苦情・要望等の実態を調査した。図1は苦情・要望等の内容とその割合を示したものであるが、工事・規制行為に関する内容が多く、岡山・玉島・津山では平均50%前後を占め、岡南では60%を超える年度もある。これらの苦情は「なぜ工事をするのか」「なぜこの時間帯に行うのか」など工事の意義や必要性を訴える情報が伝達できればある程度減らせる部分と考えられる。



その他苦情等の特性から見た工事PRに対する主な留意点としては、「広範囲の道路利用者に対しても事前の情報提供が必要である」ことや「走行中のドライバーに対しては、前方の交通規制・渋滞情報の提供が特に望まれている」こと、「歩道や交通安全施設等を含む工事に関しては、PR対象を周辺地区に限定し、工事についての理解・必要性が得られるような情報提供が必要である」ことなどが挙げられる。

現PR手法の問題点としては、「うまく情報が伝わっていない」ことや「PRの対象外となっている層がある」こと、また、伝わっていても「欲しい情報がない・わかりにくい」など発信側と受取側の認識のズレが見受けられることなどが挙げられる。

3. 効果的なPR手法の選定

苦情等の実態調査を踏まえ、また新規PR手法も含め、考えられるPR手法を「事前入手」「走行中入手」「停車時入手」の3つに分類し、それぞれの伝達度ランクを評価した（表1）。その結果、新聞折込チラシを最も効果的なPR手法として選定した。

表1 PR手法一覧

入手時期	PR手法	入手形態	認識形態	情報保持	伝達度ランク
事前入手	チラシの配布	P	視覚	—	C
	ポスターの掲示	P	視覚	—	B
	市町村広報誌	P	視覚	○	B
	ラジオCM	P	聴覚	—	A
	テレビCM	P	視覚	—	A
	インターネットホームページ	A	視覚	△	B
	新聞折込チラシ	P	視覚	○	AA
	電話インフォメーション	A	聴覚	—	B
	FAXインフォメーション	A	視覚	○	B
走行中入手	道路情報板	P	視覚	—	B
	路側放送	P	聴覚	—	B
	道路交通情報センター	P	聴覚	—	B
	仮設看板	P	視覚	—	B
	仮設横断幕	P	視覚	—	B
	仮設型LED板	P	視覚	—	B
	iモード	A	視覚	○	B
	VICS	A	視覚	○	AA
	道の駅情報コーナー	A	視覚	—	C
停車時入手	コンビニ等へのポスターの掲示	P	視覚	—	B

注)入手形態のAはActive、PはPassive。
伝達度ランクは評価が高い方からAA、A、B、Cの順。

4. モデルケースの選定と手法の実施

選定したPR手法を実施するため、以下に挙げるモデルケースを郊外と市街地からそれぞれ選定した。2モデルとも舗装修繕工事であり、工事期間中は片側交互通行規制が行われた。

郊外モデルケースの概要

工事場所：国道2号（備前市）

実施PR：新聞折込チラシ・仮設LED板等

市街地モデルケースの概要

工事場所：国道180号（岡山市）

実施PR：新聞折込チラシ・仮設看板・横断幕等

5. 事後調査

実施したPR手法の効果を検証するため、市街地モデルケースにおいて、新聞折込によるアンケート調査を実施した。配布数（折込数）は59,350、回収数は315（回収率0.53%）であった。

図2は「新聞折込チラシによる工事のお知らせは役に立ったか」という質問の結果であるが、約6割の人が「とても役に立った」または「役に立った」と答えており、その有効性が実証されたといえる。また、「今後もPR手法として新聞折込チラシを実施することは有効であるか」という質問では、8割以上が「有効である」と答えた。

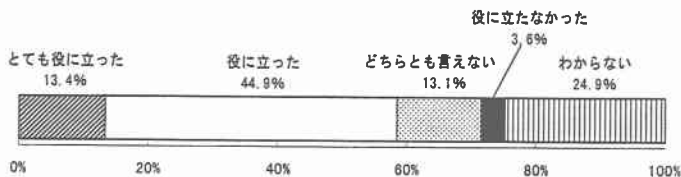


図2 新聞折込チラシの有効度

掲載して欲しい情報としては「工事場所・位置図」「工事期間」「交通規制時間帯」や「工事内容」「工事による影響」を挙げる人が多かった。PR手法の利用頻度としては「工事看板」を挙げる人が圧倒的に多く、逆に「インターネットHP」や「電話インフォメーション」はあまり利用されていないことがわかった。

6. 工事PR手法の策定

苦情等の実態調査、モデルケースにおける広報活動及び事後調査から、PR手法毎のメリット・デメリットや道路利用者が必要としている情報内容が明らかになり、そのヒエラルキーづけ（序列化）を行った（表2）。

表2 PR手法毎の情報内容とヒエラルキーづけ

情報内容	PR手法										情報の重要度
	チラシの配布	ポスターの掲示	市町村広報誌	新聞折込チラシ	仮設看板	仮設横断幕	仮設LED板	民間施設のポスター			
工事概要	工事名	◎	◎	◎	◎	×	◎	◎	◎	◎	B
	工事場所名	◎	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎	◎	A
	工事場所位置図	◎	◎	△	◎	×	×	×	×	×	AA
	工事期間	◎	◎	◎	◎	△	◎	◎	◎	◎	AA
交通規制内容	規制内容	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	AA
	規制時間(作業時間)	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	AA
作業日	作業日・休業日	◎	◎	◎	◎	△	◎	△	◎	◎	A
	施工会社	◎	◎	×	◎	△	△	×	◎	◎	C
連絡先	発注者	◎	◎	◎	◎	◎	◎	×	◎	◎	C
	その他の情報入手先	◎	◎	×	◎	×	×	×	◎	◎	C
迂回路	迂回路の図示	◎	◎	△	◎	×	×	×	◎	◎	A
	工事の必要性・効果	◎	△	△	◎	—	—	—	△	△	AAA
FAQ	工法・工事手順	◎	×	×	◎	—	—	—	×	×	B
	工事による生活への影響とそれを抑える工夫	◎	△	×	◎	—	—	—	△	△	A
	雨の日や日曜日に工事をしない理由	◎	×	×	◎	—	—	—	×	×	B
	交通規制が必要な理由	△	×	×	△	—	—	—	×	×	C
	工事時間・期間の決定根拠	◎	△	×	◎	—	—	—	△	△	AAA
	コスト削減の試み・施工方法の検討過程	◎	△	×	◎	—	—	—	△	△	AA
リアルタイム情報	迂回路への案内誘導	—	—	—	—	◎	△	◎	—	—	AAA
	交通規制による渋滞情報	—	—	—	—	×	×	◎	—	—	AAA

注)◎:掲載する △:レイアウト上余裕がある場合に掲載する ×:掲載しない —:該当なし
情報の重要度は評価が高い方からAAA, AA, A, B, Cの順。

ここまでの調査・分析結果より、工種・交通規制別や地区別など、それぞれの工事内容によって、実施するPR手法の選定とPR対象エリアを設定することができた。

また、現PR手法のうち仮設看板の改善策試案として、道路利用者の混乱を回避するため、工事区間の直近とそれ以外の区間で異なる色の表現を行う「ゾーンカラーシステム」(図3)と、文字情報よりも判読しやすい「ピクト(絵文字)化システム」(図4)等を提案した。

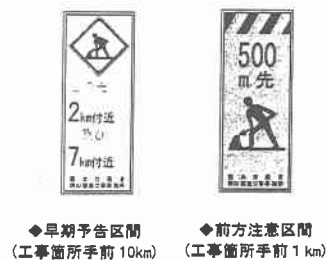


図3 ゾーンカラーシステム

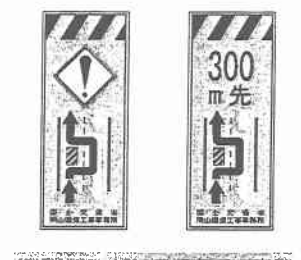


図4 ピクト化システム

7. おわりに

今回のモデルケースで実施したPR手法は、検証の結果一定の効果を見ることができた。しかし、あくまで試案段階のものであり、今後PR手法を一般化させるためには、対象工事の選定方法やPR費用対効果など、更に検討を重ねていく必要がある。