

令和元年度
東北中央自動車道の利用促進に向けた
戦略的広報に係る取組み

令和2年8月

山形県 県土整備部
道路整備課 高速道路整備推進室

■目次

1. 「山形県戦略的広報基本指針」の概要	1
2. 令和元年度 連携主要テーマ「東北中央自動車道開通を生かす」広報取組計画	2
3. 令和元年度 連携主要テーマ「東北中央自動車道開通を生かす」取組内容の紹介	3
4. 東北中央自動車道開通に関するアンケート調査の結果	5
5. 令和元年度 連携主要テーマ「東北中央自動車道開通を生かす」目標の達成状況と今後の方針	10

1. 『山形県戦略的広報基本指針』の概要

現状

- 「山形は魅力的な資源があるのに宣伝下手」「県がどのような施策に取り組んでいるのかわからない」「情報発信がバラバラ」と言われる。
- 社会情勢・環境の変化
 - ・行政へのニーズの多様化
 - ・自治体・地域間競争の激化
 - ・情報伝達手段の多様化 など

課題

- 県民の県政への理解を促す県政情報の積極的な発信
- 山形の魅力をより広く知ってもらうための県内外・国外向けの効果的な情報発信
- ※以上、行財政改革推進プランより
- ・広報の計画性の不足
- ・訴求対象・状況に応じた的確な広報
- ・多様な広報媒体・手法に対するスキル不足
- ・広報の効果検証の重要性に対する認識不足
- ・広報の優先意識が不十分

『戦略的広報3分野』の特性に応じた広報の推進

明確な目的とターゲットの意識、状況に応じた取組意識、的確な媒体選択など、局面に応じた対応が必要となることから、広報について3つの分野に分類し、それぞれに応じた最適な手法・媒体を用いて広報する。

(1) 県民等の理解と信頼を得る広報

- ～自治体と県民、コミュニティ、企業、団体、マスメディア、職員等との「良好な信頼関係」を構築するための広報～
- ①多様な受け手の目線に立ったきめ細かな「伝わる」広報の実践
- ②施策や事業等、県民に知ってもらいたい情報の積極的な発信
- ③県民等の意見・反応の的確な把握・分析と施策等への反映
- ④Web媒体、SNS、パブリシティ等、多様な媒体等の特性を生かした効果的活用

(2) 「外」の「活力」を呼び込む広報

- ～外に目を向け、「人口力(観光客、UJターン者)」「経済力(事業・ビジネス、投資、進出企業)」「購買力(地域産品購入)」「基盤力(インフラ、制度)」などを本県に引き込むための広報～
- ①対象市場におけるターゲットの見極め・明確化と、当該ニーズに対応した効果的な手段や、タイミングによる訴求力の高い情報発信
- ②多様なメディア等との関係構築や新たな広報チャンネルの開拓

(3) 危機管理に係る広報

- ～災害や事件・不祥事等の際の適切な対処や、県民の安全・安心を確保するための広報～
- ①危機発生前の未然防止や危機に際しての対応の情報発信、迅速・正確・わかりやすい情報発信に向けた計画の策定
- ②災害等の有りに際しての県民が必要とする情報の迅速かつ的確な提供

『戦略的広報5原則』の全庁展開

広報のレベルアップに向け、次の(1)～(5)を意識した、全庁的な取組みを展開する。

(1) 組織的かつ体系的取組み

組織全体で広報の指針や計画を整備し、広報分野を体系化し、全庁的に重複なく効果的に展開する。

(2) 訴求対象・テーマの明確化

広報の訴求対象(ターゲット)やテーマ(分野)の重点を選択と集中の考え方によって絞る。

(3) 持続的な展開

広報活動を短期的または一過性のものではなく持続発展的に行う。

(4) 計画的な広報と効果的手段の活用

発信のタイミング、訴求対象、媒体を定め計画的に実行する。SNS等の新たな媒体・手段の研究・導入等により、訴求対象と媒体特性の適合性を考慮し、分かりやすく効果的で効率的な手段選択を行う。

(5) グローバル目線

世界を意識しグローバル目線に立ち、内容・手法・デザイン・ネーミング・キャッチコピー等は、目立つよう大胆に、斬新性・一番性・時間性・社会性に留意する。

PDCAサイクルの確立(広報活動の評価と施策への反映)

推進期間：平成30～令和2年度(3年間)
※社会情勢の変化等に適切に対応し、不定期で適宜見直しを実施。

発信される情報が伝わり、正しく理解されていること、効果測定や評価分析及び見直し改善の取組み

推進体制

(1) 全庁推進体制の構築と運営

- ・副知事をトップにした、各部署報道監等で構成する部局横断・連携の「戦略広報会議」を設置(H29.6)。
- ・部局長のマネジメントのもとで広報を戦略的に明確化し、報道監が中心となり部局内の広報を束ね、他部局と連携を図る。
- ・広報の好機を逃さず、強力な広報を展開するため、年度ごとに主要テーマを設定し、関係部局が連携し重点的に取り組む。

(2) 組織風土の醸成

- ・各部署報道監を中心に、庁内・部局内の広報の成果を把握・評価し磨き上げを行うことで、職員の広報の取組みを適切に評価し、職員の達成感やモチベーションを高める。また、職員一人ひとりの積極的に広報しようとする意識とスキルの向上に努める。

R1 関係部局が連携して取り組む連携主要テーマ

【活用する機会や発信する情報】

- 若者活躍の環境づくり
- 受動喫煙防止
- 日本農業遺産『へにばな』農業システム
- 移住・定住施策
- 東京オリパラ・ラグビーW杯
- 東北中央自動車道開通
- 日本遺産・ユネスコ無形文化遺産
- 平時における危機管理

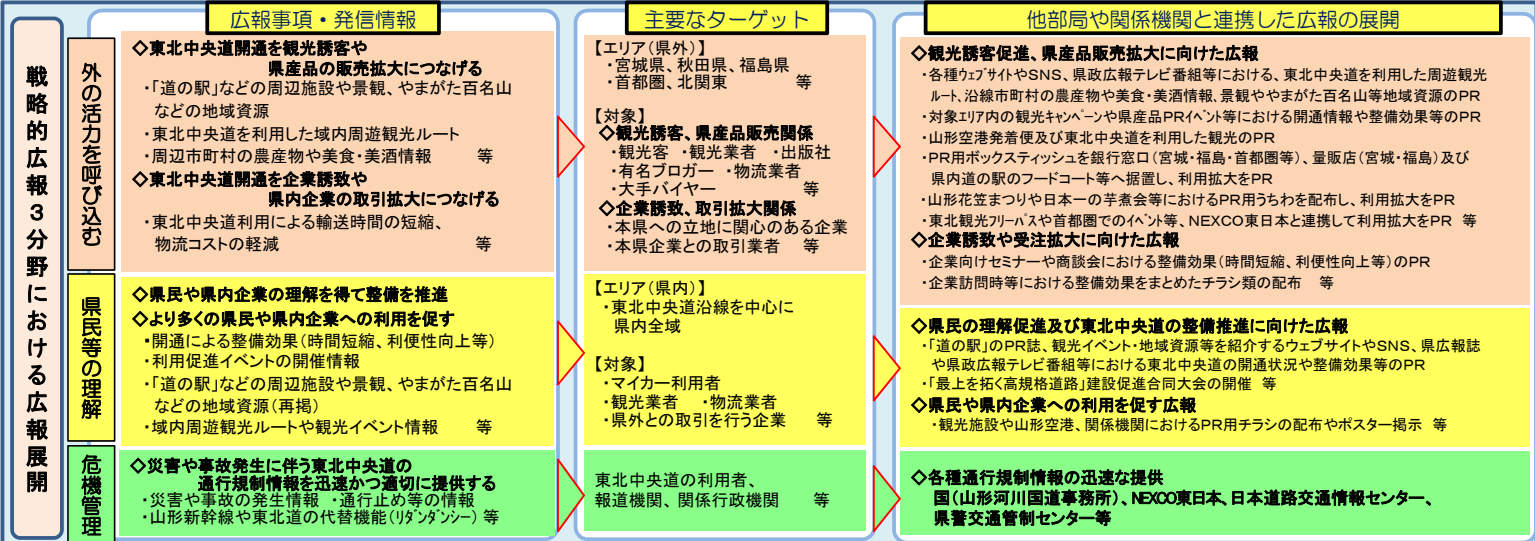
2. 令和元年度 連携主要テーマ「東北中央自動車道開通を生かす」広報取組計画

【関係部局：県土整備部(リーダー)、企画振興部、環境エネルギー部、商工労働部、観光文化スポーツ部、農林水産部、総合支庁】

目的 東北中央自動車道(以下、東北中央道)の開通による効果を幅広く発信し、地域活性化(観光振興、産業振興等)や県民生活の向上につなげる

- 広報のポイント**
- ◇南陽高島IC～山形上山IC間開通を受け、宮城県・仙台市での発信を強化
 - ◇効果測定の結果を踏まえ、ターゲットエリア内のSA・PAでの発信を強化
 - ◇山形～福島間の全線開通を受け、山形空港との連携を強化
 - ◇時間短縮効果と南東北3県の高速道路環状ネットワークをPR

目標 1日平均交通量 3万台以上
(南陽高島IC～かみのやま温泉IC間、国道13号の交通量を含む)
【参考値】 23,800台/日(H28.11.4～H29.11.3)
26,700台/日(H29.11.4～H30.11.3)



令和元年度スケジュール概要

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
外の活力を呼び込む ◇多様な広報媒体を効果的に活用 ◇旬の農産物PRや各季節の観光キャンペーンなどの機会に集中的に情報を発信	桜	春まつり	さくらんぼ	夏まつり	果樹(7:ワラズ、ぶどう、りんご等)							
県民等の理解 ◇部局横断による情報発信の新たな実施 ◇ウェブサイト等を活用した県民への情報発信 ◇観光イベント等でのPR												
危機管理 ◇災害や事故の発生状況に応じた、適時・適切な情報提供												

3. 令和元年度 連携主要テーマ「東北中央自動車道開通を生かす」取組内容の紹介 (1/2)

■山形観光パンフレット、東北中央自動車道開通PR用ボックスティッシュ等を活用した広報活動の展開

- ・各種イベント、PA・SA等での観光パンフレット及び開通PR用ボックスティッシュ・うちわ等の配付・設置
- ・首都圏（各種イベント・都道府県会館・アンテナショップ）でのNEXCO東日本作成リーフレット等の配付・設置

※取組内容の一部を紹介



菅生PAでのPR活動 (5/11(土))



安達太良SAでのPR活動 (5/18(土))



那須高原SAでのPR活動 (6/8(土))



PR用ボックスティッシュ



PR用うちわ



花笠まつりでのPR活動 (8/5(月))



道の駅へ設置



日本一の芋煮会フェスティバルでのPR活動 (9/15(日))



銀行窓口へ設置



NEXCO東日本作成リーフレット・チラシ



繋がる東北祭りでのブース (東京・12/13(金)~14(土))

3. 令和元年度 連携主要テーマ「東北中央自動車道開通を生かす」取組内容の紹介 (2/2)

■山形観光PRイベント「山形ハイウェイトラベル」の開催

- 日 時：令和元年6月29日(土) 11:00～17:00
- 場 所：二子玉川ライズショッピングセンター・ガレリア（東京都世田谷区）
- 主 催：東日本高速道路株式会社（県は共催）
- 目 的：平成31年4月の東北中央自動車道（南陽高島IC～山形上山IC間）開通後の夏の行楽シーズンに合わせて、様々な年齢層が集う大型商業施設で「車で山形へ旅する」楽しみを「観光情報」「グルメ」「抽選会」を柱に発信し、首都圏から山形県への車旅に繋ぐ

イベントブース来場者数(チラシ配付人数) → 約3,000人

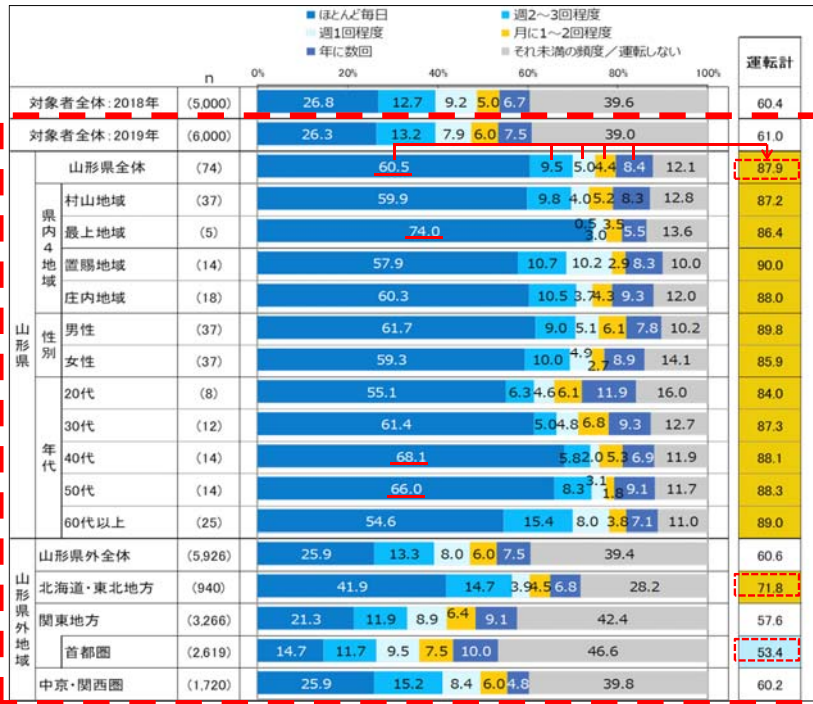


4. 東北中央自動車道開通に関するアンケート調査の結果 (1/5)

【自動車の運転頻度】

Q1. あなたは、普段の生活において、自動車をどの程度運転していますか。(単一回答)

(対象者) 全員



■2019年結果

- 県内では、61%の人が自動車を「ほとんど毎日」運転し、地域別では最上地域、年代別では40~50代が最も高い。「年に数回」以上運転する人の割合は88%である。
 - 県外では、「年に数回」以上運転する人の割合は、北海道・東北地方が72%、首都圏が53%である。
- ※2018とほぼ同じ結果
※2018サンプル数⇒5,000人(うち県66・県外4,934)

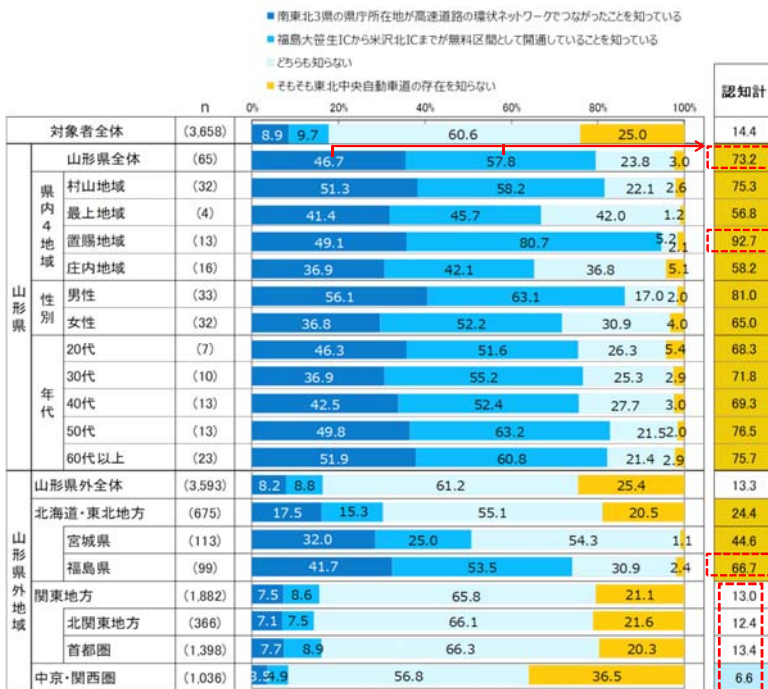
5

4. 東北中央自動車道開通に関するアンケート調査の結果 (2/5)

【東北中央自動車道に関する認知度】

Q2. あなたは、東北中央自動車道により、南東北3県(山形県、宮城県、福島県)の県庁所在地が環状ネットワークでつながれたことや、福島大笹生IC(インターチェンジ)から米沢北ICまでが無料区間として開通していることを知っていますか。(複数回答可)

(対象者) 普段の生活において、自動車を年に数回以上運転する人



※最上地域は回答人数が少ないため参考値

■2018年結果《参考》(結果のみ記載)

- ※2019年と2018年の質問内容の一部に相違あり
「…環状ネットワークでつながれた」⇒「今年度中に東根市まで開通予定」(2019) (2018)
- 県内では、東北中央自動車道の「開通情報」や「無料区間」について、両方又はいずれかを知っている人の割合は、67%である。
 - 県外では、福島県が59%であるが、関東地方、中京・関西圏では10%前後にしか知られていない。
[※サンプル数3,021人(うち県58・県外2,963)]

■2019年結果

- 県内では、「南東北3県の県庁所在地をつなぐ環状ネットワーク」や東北中央自動車道の「無料区間」について、両方又はいずれかを知っている人の割合は、年に数回以上運転する人の73%である。また、地域別では、置賜地域が93%と最も高い。
- 県外では、福島県が67%であるが、関東地方、中京・関西圏では、10%前後とあまり知られていない。

《2年間の比較(認知度)》

- 県内 ⇒ 認知度が向上している
- 県外 ⇒ 福島県での認知度が向上している

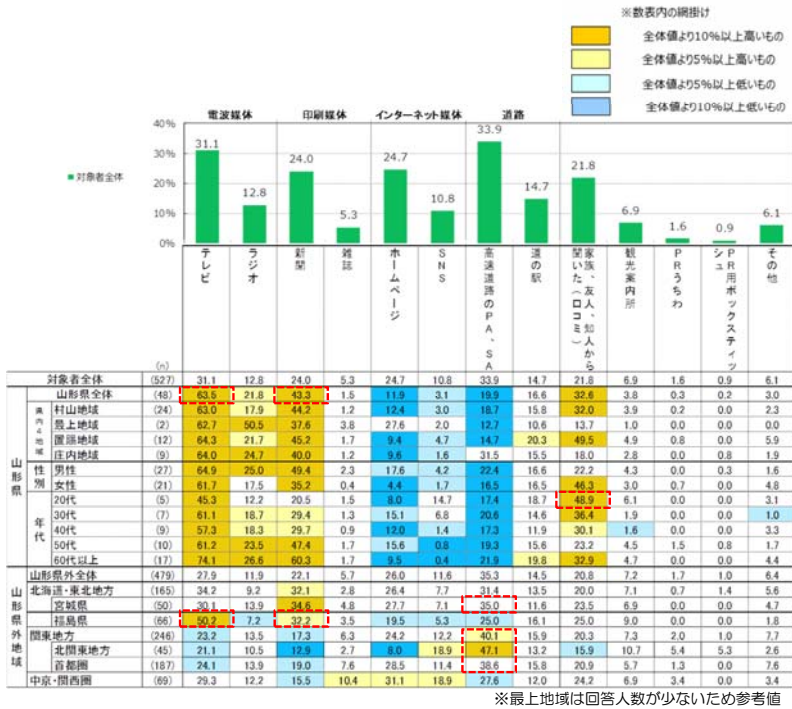
6

4. 東北中央自動車道開通に関するアンケート調査の結果 (3/5)

【東北中央自動車道に関する情報源】

Q3. 前問で「どちらも知らない」「そもそも東北中央自動車道の存在を知らない」と答えた方以外の方にお伺いします。南東北3県の県庁所在地をつなぐ環状ネットワークや無料区間があることをどちらで見聞きしましたか。(複数回答可)

(対象者) 普段の生活において、自動車を年数回以上運転する人、かつ東北中央自動車道の開通により、南東北3県(山形県・宮城県・福島県)の県庁所在地が環状ネットワークでつながれたことや、福島大菅生ICから米沢北ICまでが無料区間として開通していることを知っている人



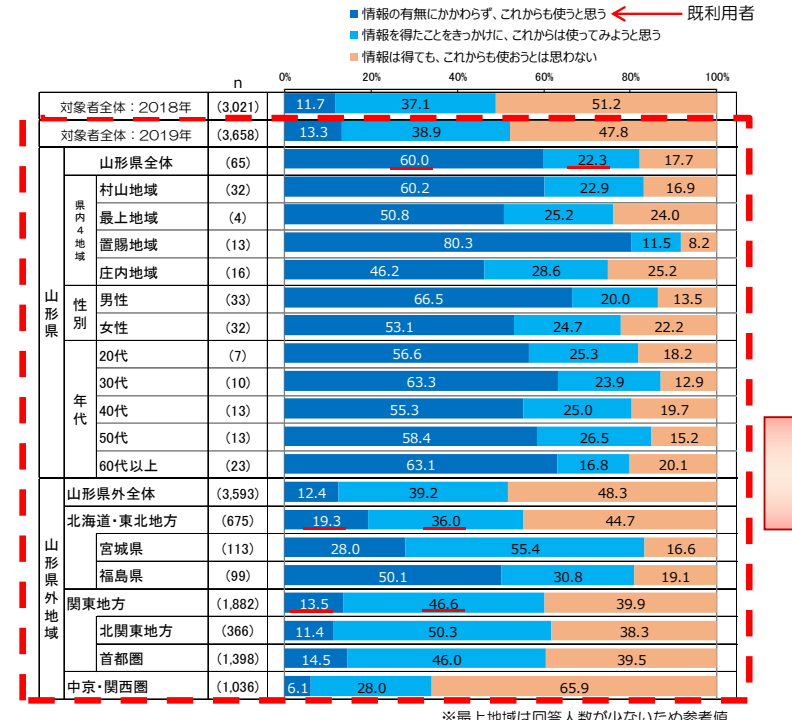
- 2018年結果《参考》(結果のみ記載)
 - 県内では、「テレビ」、「新聞」が中心で、20代・30代は「家族、友人、知人から聞いた(ロコミ)」の割合が高い。
 - 県外では、福島県は「テレビ」、「新聞」から、関東地方は「高速道路のPA、SA」の割合が高い。[※サンプル数3,021人(うち県58・県外2,963)]
- 2019年結果
 - 県内では、「テレビ」が64%と最も多く、「新聞」が43%で次に多い。年代別に見ると、20代では「家族、友人、知人から聞いた(ロコミ)」が最も多い。
 - 県外では、福島県は「テレビ」や「新聞」、宮城県、関東地方は「高速道路のPA、SA」が多い。

4. 東北中央自動車道開通に関するアンケート調査の結果 (4/5)

【東北中央自動車道の利用意向】

Q4. 東北中央自動車道の開通予定や無料区間があるという情報を踏まえ、あなたは今後、東北中央自動車道を使ってみようと思いませんか。

(対象者) 普段の生活において、自動車を年に数回以上運転する人



- 2018年結果《参考》(結果表は省略(左表に全体のみ表示))
 - 県内では、28%が「情報を得たことをきっかけに、これからは使ってみようと思う」と答えた。(既利用者54%と合わせると82%)
 - 北海道・東北地方では、34%が「情報を得たことをきっかけに、これからは使ってみようと思う」と答えた。(既利用者19%と合わせると53%)
 - 関東地方では、45%が「情報を得たことをきっかけに、これからは使ってみようと思う」と答えた。(既利用者11%と合わせると56%) [※サンプル数3,021人(うち県58・県外2,963)]
- 2019年結果
 - 県内では、22%が「情報を得たことをきっかけに、これからは使ってみようと思う」と答えた。(既利用者60%と合わせると82%)
 - 北海道・東北地方では、36%が「情報を得たことをきっかけに、これからは使ってみようと思う」と答えた。(既利用者19%と合わせると55%)
 - 関東地方では、47%が「情報を得たことをきっかけに、これからは使ってみようと思う」と答えた。(既利用者14%と合わせると61%)

4. 東北中央自動車道開通に関するアンケート調査の結果 (5/5)

【アンケート調査の結果（まとめ）】

- Q1. 【自動車の運転頻度】の結果
 ➡ 県内では、約6割の人が自動車を「ほとんど毎日」運転しており、北海道・東北地方の約4割、関東地方の約2割に比べ著しく高い。また、「年に数回」以上運転する人は約9割で、北海道・東北地方の約7割、関東地方の約5割に比べ高い。（昨年データとほぼ同じ結果）
- Q2. 【東北中央自動車道に関する認知度】の結果 [対象：年に数回以上運転する人]
 ➡ 「南東北エリアの環状ネットワーク」や「東北中央自動車道の無料区間」について、本県、福島県では約7割の人に認知されているが、宮城県は約5割、関東地方は約1割にとどまっている。
- Q3. 【東北中央自動車道に関する情報源】の結果 [対象：年に数回以上運転する人、かつ「南東北エリアの環状ネットワーク」や「東北中央自動車道の無料区間」を知っている人]
 ➡ 本県、福島県は「テレビ」、「新聞」から、宮城県、関東地方は「高速道路のPA・SA」から多くの情報を入手している。
- Q4. 【東北中央自動車道の利用意向】の結果 [対象：年に数回以上運転する人]
 ➡ 県内の既利用者は、前年度の54%から60%に増加している。また、宮城県や関東地方では、約5割の人が情報を得たことをきっかけに今後利用したい意向を示している。

調査概要

調査目的	県が実施する各種広報活動の効果を評価検証し、見直しや改善に活用することで、広報活動のPDCAサイクル確立に資する。 ※報告書（調査結果全体）は非公表。ただし、各設問のうち、自部局に関する結果については、当該部局の判断で公表可
調査手法	インターネット定量調査
調査対象者	①県内及び県外在住の20代以上の男女 ②県外は、山形県が行う県外向け広報活動の主なターゲットとなっているエリアを踏まえ、北海道、東北（青森、岩手、秋田、宮城、福島）、新潟、首都圏（東京、神奈川、埼玉、千葉）、北関東（群馬、栃木、茨城）、中京圏（愛知）及び関西圏（大阪、兵庫、京都）の18都道府県を対象
回答数	実際の回答数：6,000人（県内1,000人、県外5,000人） ※全国的な傾向を把握するため、人口構成比率に近くなるように調整・換算（6,000人→県内74人・県外5,926人）しており、実際の回答数とは異なる
実施期間	令和元年11月22日(金)～26日(火)

9

5. 令和元年度 連携主要テーマ「東北中央自動車道開通を生かす」目標の達成状況と今後の方針

広報取組計画の目標達成状況

目 標：1日平均交通量 3万台以上

実 績：1日平均交通量 30,300台

（東北中央自動車道「南陽高島IC～かみのやま温泉IC」間、国道13号の交通量の合計）

今後の方針

- ❖南東北エリアの環状ネットワークや東北中央自動車道の無料区間について、本県と福島県では一定程度知られているが、関東地方ではあまり知られていない。
- ❖関東地方では、SA・PAが有効な情報源となっている。
- ❖情報を得たことをきっかけに、東北中央自動車道を使ってみようとする方が多数いる。

以上を踏まえ、更なる東北中央自動車道の利用促進を図るため、令和4年内に開通予定である「東根北IC～大石田村山IC」間の情報も発信しながら、効果的なSA・PAでのPRなど、令和2年度も継続して広報活動を実施していきます。

10