

広報による取組み状況及び 効果検証報告

＜第 2 回 大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会＞

平成28年3月16日（水）

<目 次>

1. 広報による取組み状況報告
2. 各広報の効果検証報告（第1回）

1. 広報による取組み状況報告

1. 広報による取組み状況報告

1-1. ツイッターによる情報発信

◆【全国の整備局初】ツイッターによる特車情報発信の取組み

H28/2/4アカウント取得

2/5～情報発信開始

継続中

<アカウントの概要>

1. アカウント名：特車総合ツイッター
(@tokusya_kanto)
2. URL：https://twitter.com/tokusya_kanto
3. 紹介文：国土交通省 関東地方整備局 交通対策課による公式アカウントです。特殊車両(大型車両)に関する重要な情報をツイート及びリツイートにより発信します。なお、原則として返信は行いませんが、頂いたご意見などは今後の運用に活用させていただきます。
4. 運用方針：関東地方整備局ホーム>道路>国土交通省 関東地方整備局道路部 特車総合 Twitter (ツイッター)
http://www.ktr.mlit.go.jp/ktr_content/content/000640506.pdf



↑パソコン上の画面状況



スマートフォン等の画面状況→

1. 広報による取組み状況報告

1-2. ツイッターによる情報発信

H28/2/4アカウント取得

2/5～情報発信開始

継続中

2/5（金）初ツイート

【お知らせ】特車総合ツイッターははじめました。大切な道路を守るための情報発信を行います。発信する情報は、特殊車両の許可申請に関する豆知識から大型車向けの規制情報、少し難しい制度の話まで。できるだけわかりやすく発信しますので、よろしくお願いします。

【物流関係WEBサイトにて紹介】

2/5 LOGISTICS TODAY(物流ニュースサイト)

LOGISTICS TODAY

国内最大の物流ニュースサイト

[> お問い合わせ](#)

LogisticsToday総合トップに「取材依頼」「プレスリリース掲載申込み」「物流セミナー依頼の掲載申込み」「広告に関するおま

※ビッグアップテーマ

E C	フード	メディカル	アパレル	物流拠点	トラック輸送	中国	M & A
-----	-----	-------	------	------	--------	----	-------

※テーマ一覧

ロジスティクス	税 務	拠点 施設	産業 一般	行政 団体	国 内	国 際	環境 CSR
サービス 商品	調査 データ	財務 人事	認証 表彰	イベント	公募 入札	話 集	事件 事故

※スペシャルコンテンツ一覧

空き倉庫検索	オンライン講座	特 集
--------	---------	-----

Logistics Today トップ > 国内 > 関東

関東地方整備局、「特車総合ツイッター」を開設

2016年2月5日（金）

>> この記事を印刷する(PDF)

【国 内】 関東地方整備局は5日、道路部交通対策課が事務局を務める「大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会」の取り組みを中心につぶやく公式ツイッターアカウント「特車総合ツイッター」を開設し、初ツイートした。

「大型車両関連の有用な情報」をリツイートにより発信し、運送事業者や荷主に大型車両を取り巻く状況を周知する。

5日昼頃に初めて発信したツイートでは、「特殊車両の許可申請に関する豆知識から大型車向けの規制情報、少し難しい制度の話まで」をわかりやすく発信していく、としている。

■「特車総合ツイッター」

https://twitter.com/tokusya_kanto

2/8 JILS-net(物流系会員制サイト)

JILS-net 業界ニュースから業務相談までロジスティクスの最新情報を交換できる会員制サイト

トレンド NEWS 掲示板 BBS 会員PRコーナー PRODUCT コラム COLUMN

トレンド

「特車総合ツイッター」を開設＝関東地方整備局

JILS-net運営事務局 JILS

ツイート いいね! 0

重宝守り道路を守る。 関東地方整備局は5日、道路部交通対策課が事務局を務める「大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会」の取り組みを中心につぶやく、公式ツイッターアカウント「特車総合ツイッター」を開設した。「大型車両関連の有用な情報」を発信し、運送事業者や荷主に、大型車両を取り巻く状況などを周知する。初めて発信したツイートでは、特殊車両の許可申請に関する豆知識から大型車向けの規制情報、少し難しい制度の話までわかりやすく発信していく、としている。

■「特車総合ツイッター」
https://twitter.com/tokusya_kanto

■プレスリリース
http://www.ktr.mlit.go.jp/ktr_content/content/000640506.pdf

1. 広報による取組み状況報告

1-2. ツイッターによる情報発信

H28/2/4アカウント取得

2/5～情報発信開始

継続中

✓ 下表の情報内容を適宜発信している。

区分	情報源	発信形態	情報内容	詳細情報内容
事務局等	国土交通省	ツイート	大型車両に関する施策	・ 大型車通行適正化方針の内容解説 ・ 新たな制度の発表および解説
	関東地整	ツイート	連絡協議会に関する内容	・ 連絡協議会開催通知 ・ 連絡協議会における決定事項 ・ 他の広報媒体（バナー、新聞広告）との連携
	関東地整	ツイート	特車PRサイトの更新情報	・ システム停止/改修情報 ・ 不具合に関する情報 ・ メンテナンス情報
	関東地整	ツイート	特車全般	・ 特車制度全般の解説（豆知識等）
	関東地整	ツイート	特車オンライン申請に関する内容	・ 問い合わせが多い内容等の紹介 ・ 申請時の注意点等
	関東地整	ツイート	意見等募集/参加型広報	・ 特殊車両の認知度向上PRを目的とする呼び掛け 例）特殊車両の写真募集、意見募集等
	全国地整/開発局/総合事務局等	ツイート リツイート	交通規制情報	・ 特車通行規制情報（ http://www.tokusya.ktr.mlit.go.jp/kisei/index.html ）に 掲載する工事等の通行止め予定状況
協議会委員	ツイッターアカウントを 所有する組織（委員）	リツイート	各種情報	・ 大規模な事故等による通行止め情報 ・ 大規模な気象/災害による通行止め情報 ・ 開通情報等 ・ 交通事故防止（キャンペーン、イベント等）に関する情報 ・ 大型車両の事故情報
	委員全体	ツイート	委員からの提供情報	・ 取締り、告発事例、交通安全イベント、その他情報
その他	JARTIC	リツイート ツイート	交通規制情報	・ JARTICが発信する通行止め等の交通規制情報をリツイート ・ 特に交通に大きな影響があると推測される交通規制情報の詳細内容をツイート

1. 広報による取組み状況報告

2-1. バナー広告による情報発信

2/1～提供中（3/31まで）

- ✓ 2/1から下記の2画面にてバナー広告を提供した。バナーのリンク先は当初関東地方整備局ホームページ内の特殊車両通行許可制度を紹介するページに設定したが、2/23より、開設した連絡協議会ホームページ（P12）へリンク先を変更している。

①トップページ画面

(<http://www.jartic.or.jp/index.html>)



300×100ピクセル

②高速道路(関東地方)画面



468×60ピクセル

1. 広報による取組み状況報告

3-1. 新聞広告による情報発信

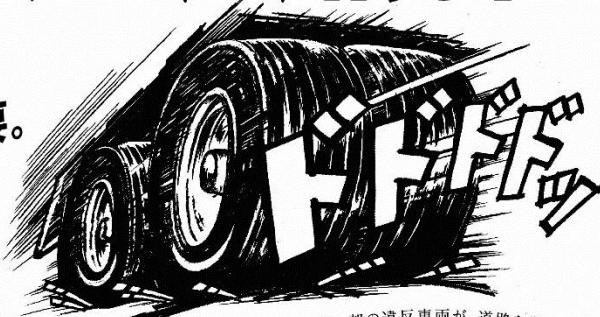
広告内容検討

掲載スケジュール

✓ 第1回連絡協議会(1/29) 時点の新聞広告案から、各委員による意見を踏まえ、下記のとおり修正した。

重量超過、道路劣化。

定められた重さ、長さ、高さ、幅を
1つでも超える車両は
「特殊車両通行許可」が必要。



道路が傷む原因の大部分は、決められた重量をオーバーした大型車両の走行によるもの。ごく一部の違反車両が、道路を傷める大きな要因になっているのです。道路の損傷は補修工事を増やし、交通渋滞を引き起こす原因にもなります。しかも、重量オーバーは重大事故につながりかねず、ほかのクルマにも危険です。ルールを守る。このことは道路を守り、命を守ることに結びつきます。

重量守り、道路を守ろう。

【連絡協議会メンバー】 一般社団法人千葉県トラック協会、一般社団法人東京都トラック協会、一般社団法人神奈川県トラック協会、一般社団法人全国クレーン建設業協会(千葉支部、東京支部、神奈川支部)、警視庁、千葉県警察本部、神奈川県警察本部、国土交通省 関東地方整備局、関東運輸局、千葉県、東京都、神奈川県、千葉市、横浜市、川崎市、相模原市、東日本高速道路株式会社 関東支社、中日本高速道路株式会社(東京支社、八王子支社)、首都高速道路株式会社 (順不同)

適正な利用者は優遇して、物流の効率化へ。ETC2.0

- ETC2.0装着車は「特車ゴールド制度」利用で特殊車両通行許可申請が簡素化。
- 渋滞や事故を避けた柔軟な経路選択が可能に。

悪質な違反者は厳罰化。

- 基準の2倍以上の重量超過違反は、即時告発(レッドカード)。

協議会メンバー*の連携。

- 国土交通省をはじめ関係機関により連絡協議会を設立し、道路と命を守るためのさまざまな取組みを実施。

詳しくはこちら

特車PR 検索 [@tokusya_kanto](#)

国土交通省 関東地方整備局

お問い合わせ先：道路部 交通対策課 Tel.048-601-3151(代表)
<http://www.ktr.mlit.go.jp/road/sinsei/index00000015.html>

道路の異状を発見したら道路緊急ダイヤルへお知らせください。

#9910 無料24時間受付

大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会

<新聞広告最終版>



<修正前>

重量超過、道路劣化。

定められた重さ、長さ、高さ、幅を
1つでも超える車両は
「特殊車両通行許可」が必要。



道路の劣化は、年月による劣化だけではなく、主な原因の約8割は、決められた重量をオーバーした大型車両の走行によるもの。それは全交通の0.3%ですが、この一部の違反車両が道路を傷める大きな要因になっているのです。しかも、重量オーバーは重大事故につながりかねず、ほかのクルマにも危険です。ルールを守る。このことは道路を守り、命を守ることに結びつきます。

重量守り、道路を守ろう。

大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会(仮)

適正な利用者は優遇

- バン型などのセミトレーラの駆動軸重を11.5トンに緩和。
- 45フィートコンテナやバン型セミトレーラーなどの車両の長さ制限を緩和。
- 違反実績のない場合、通行許可発行までの期間短縮や簡素化を実施。

悪質な違反者は厳罰化

- 大型車両の取り締まりを徹底。
- 常習的な違反者は告発。悪質な違反者(2倍以上の重量超過)は即時告発。

お問い合わせ先 [@MLIT_JAPAN](#)

1. 広報による取組み状況報告

3-2.新聞広告による情報発信

広告内容検討

掲載スケジュール

掲載紙	掲載エリア	掲載形態	掲載日	掲載場所
読売新聞	東京都内版、東京多摩版	朝刊 白黒 五段	3月6日（日）	地域面 （33面）
産経新聞	都内23区版、多摩・武蔵野版		3月4日（金）	地域面 （27面）
読売新聞	神奈川県版		3月7日（月）	地域面 （33面）
神奈川新聞	神奈川県		3月5日（土）	防災記事面 （5面）
読売新聞	千葉県版		3月4日（金）	地域面 （32面）
千葉日報	千葉県		3月5日（土）	国内政治面 （2面）
日経新聞（首都総合版）	東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県		3月4日（金）	地域経済面 （35面）

1. 広報による取組み状況報告

4-1.ポスター・チラシによる情報発信

内容検討

H28年度春頃～【資料3】

- ✓ 第1回連絡協議会(1/29) 時点のポスター案から、各委員による意見を踏まえ、下図のとおり修正した。
- ✓ なお、チラシは手元に残り、ポスターは通りすがりに一目で見るという特性に留意し、情報のボリュームに変化を付けることとした。



<チラシ最終版>



<ポスター最終版>



<修正前>

1. 広報による取組み状況報告

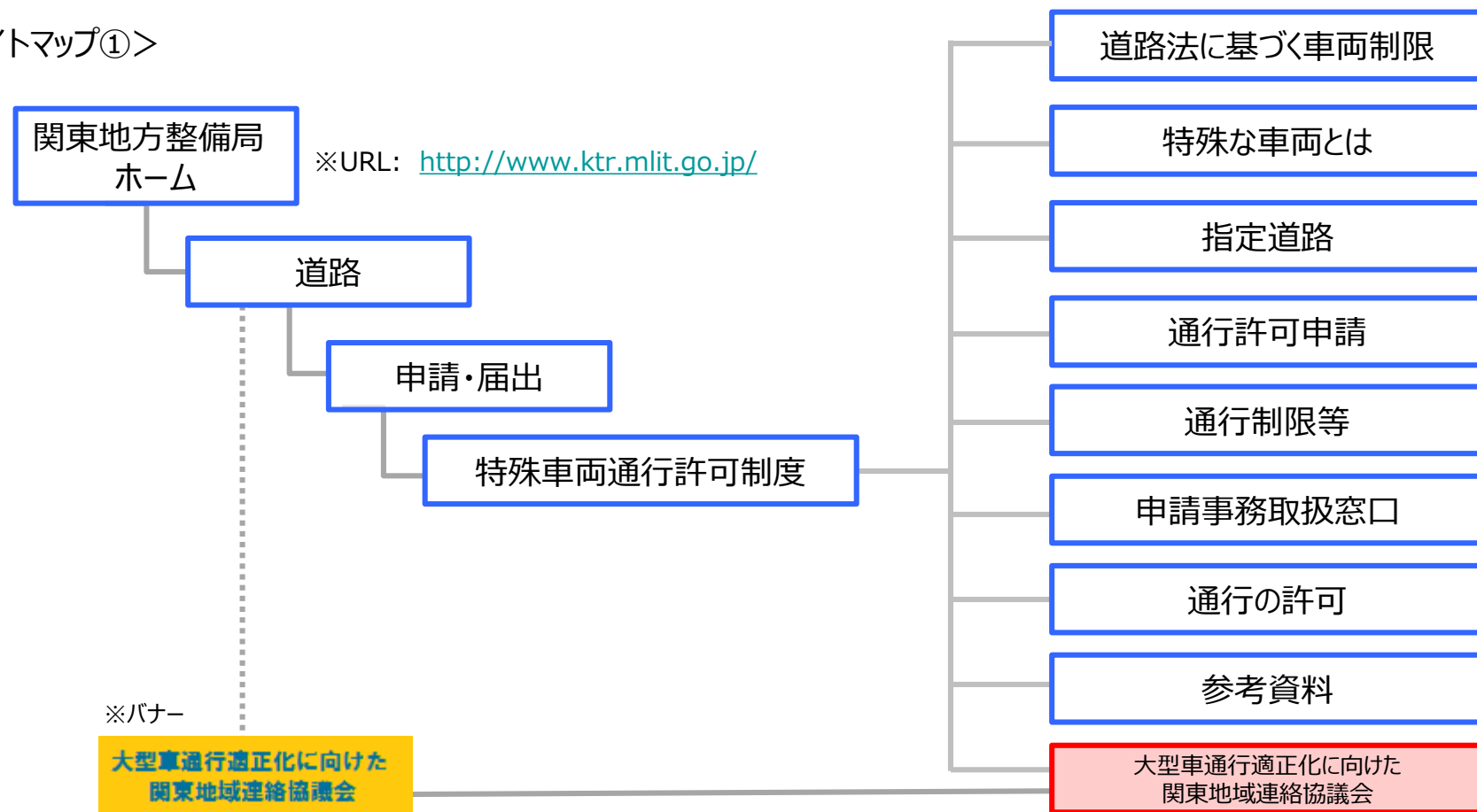
5-1. 連絡協議会ホームページによる情報発信

掲載内容検討

2/23～提供中

- ✓ 既存の関東地方整備局【道路部】ホームページをベースに、連絡協議会の活動状況を中心とした特殊車両（大型車両）に関する総合的なホームページを作成し、特車制度の認知度向上を図る。

<サイトマップ①>



1. 広報による取組み状況報告

5-1. 連絡協議会ホームページによる情報発信

掲載内容検討

2/23～提供中

<サイトマップ②>

大型車通行適正化に向けた
関東地域連絡協議会

※URL: <http://www.ktr.mlit.go.jp/road/sinsei/index00000015.html>

記者発表資料

※連絡協議会に関する記者発表を掲載します。

連絡協議会会議内容

※連絡協議会の会議資料を掲載します。

特殊車両通行許可制度

特殊車両通行ハンドブック2016

※作成中（3月中に公開予定）

特車制度に関するお知らせ

※特殊車両通行許可制度に関する重要なお知らせを掲載します。

特殊車両取締りの状況

※作成中

リンク集

※作成中

1. 広報による取組み状況報告

5-2. 連絡協議会ホームページによる情報発信

掲載内容検討

2/23～提供中

国土交通省関東地方整備局
関東の川、みち、港、空港、まちづくりに関するポータルサイト

採用案内 社会資本整備 防災 地域づくり 技術情報 申請・届出 入札契約 組織情報

ホーム 河川 道路 港・空港 都市・公園 建設産業 宮蹟 用地

ホーム > 道路 > 申請・届出 > 特殊車両通行許可制度 > 大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会

道路 美しい関東を支えるみちづくり

大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会



大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会（以下「本連絡協議会」という。）は、大型車両の適正かつ安全な走行実現のために道路管理者、関係行政機関、関係企業団体等が連携し、情報共有や意見交換、取組内容や連携活動の検討等を継続的に行うことを目的として平成28年1月29日に設立されました。なお、本連絡協議会は特殊車両の通行需要が非常に高い東京都、神奈川県、千葉県、千葉県（全国）の特殊車両通行許可申請件数の約15%を占める）を管轄する関係組織によって構成しています。

記者発表資料

連絡協議会に関する記者発表資料を掲載しています。

連絡協議会会議内容

連絡協議会の会議資料を掲載しています。

特殊車両通行許可制度

作業中

特車制度に関するお知らせ

特殊車両通行許可制度に関するお知らせを掲載しています。

違反車両取締の状況

違法に走行する大型車両の取締り結果を掲載しています。

リンク集

連絡協議会構成委員のリンク集です。

申請・届出

特殊車両通行許可制度

- ・道路法に基づく車両重量
 - ・特殊な車両とは
 - ・指定道路
 - ・通行許可申請
 - ・通行制限
 - ・申請書と取締窓口
 - ・適行の許可
 - ・参考資料
- 大型車通行適正化に向けた
連絡協議会
連絡協議会会議内容

道路 美しい関東を支えるみちづくり

連絡協議会会議内容

連絡協議会の会議資料を掲載しています。

【平成28年1月29日】

[第1回連絡協議会資料](#)

道路 美しい関東を支えるみちづくり

申請・届出

特殊車両通行許可制度

大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会

特殊車両通行許可制度

特殊車両通行ハンドブック2016及び特車車両通行許可制度を掲載しています。

[→ 特殊車両ハンドブック2016](#)

作業中

[→ 特殊車両通行許可制度](#)

道路 美しい関東を支えるみちづくり

申請・届出

特殊車両通行許可制度

大型車通行適正化に向けた関東地域連絡協議会

特車制度に関するお知らせ

特殊車両通行許可制度に関するお知らせを掲載しています。

(1)許可までの期間短縮

[大型車両を誘導すべき道路の範囲拡大](#)[PDF:771KB]

[通行許可に係る審査体制の集約](#)[PDF:305KB]

(2)適正に利用する者の許可の簡素化

[違反実績が無い者の許可期間の延長](#)[PDF:384KB]

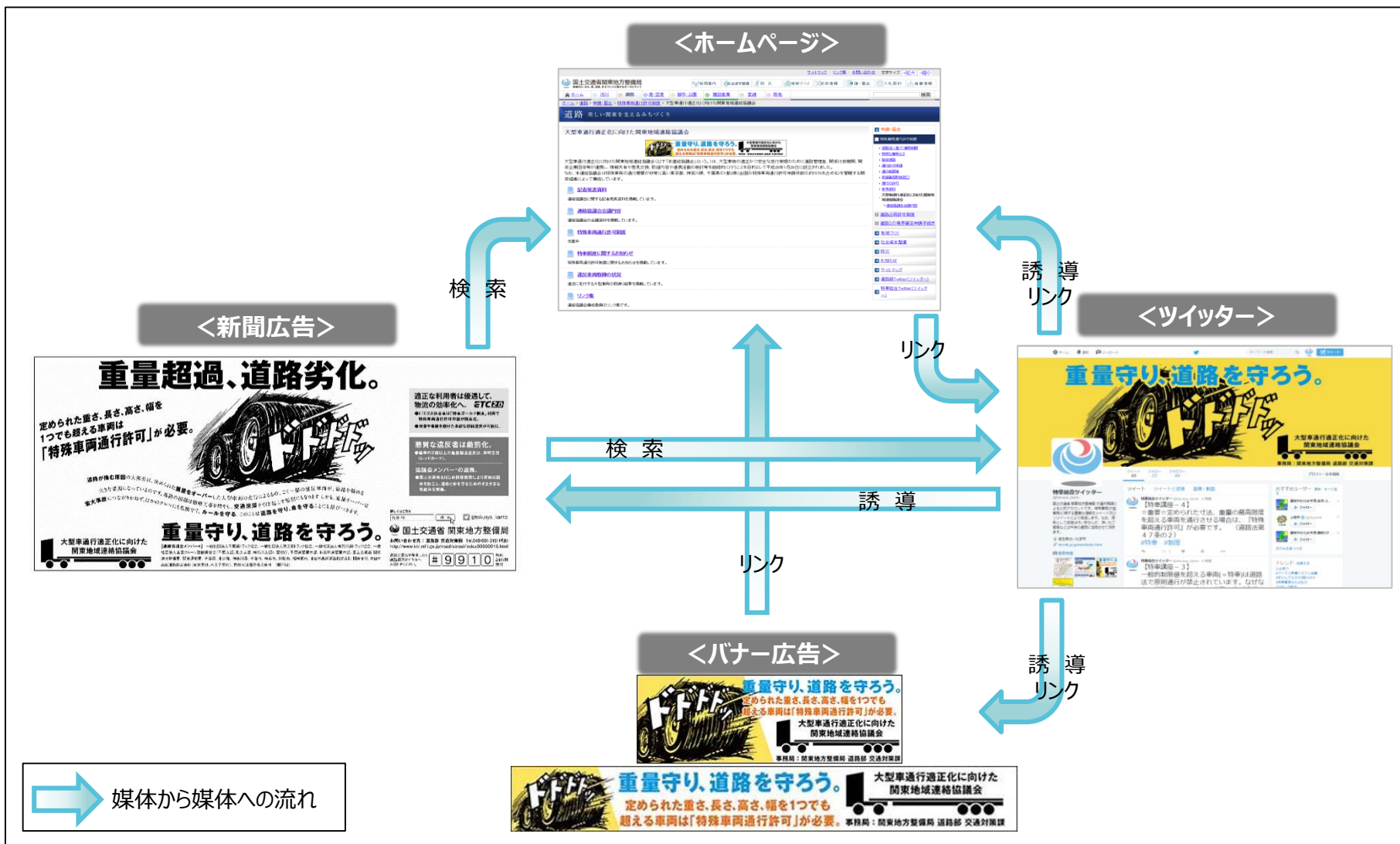
(3)違反者に対する指導等の強化

[重量超過\(基準の2倍以上\)等無資な違反者の即時告発](#)[PDF:2366KB]

1. 広報による取組み状況報告

6. 広報の連携

✓ 実施中の広報は下図のように共通イラストを用いて互いに連携し、広報の接触率を高めている。

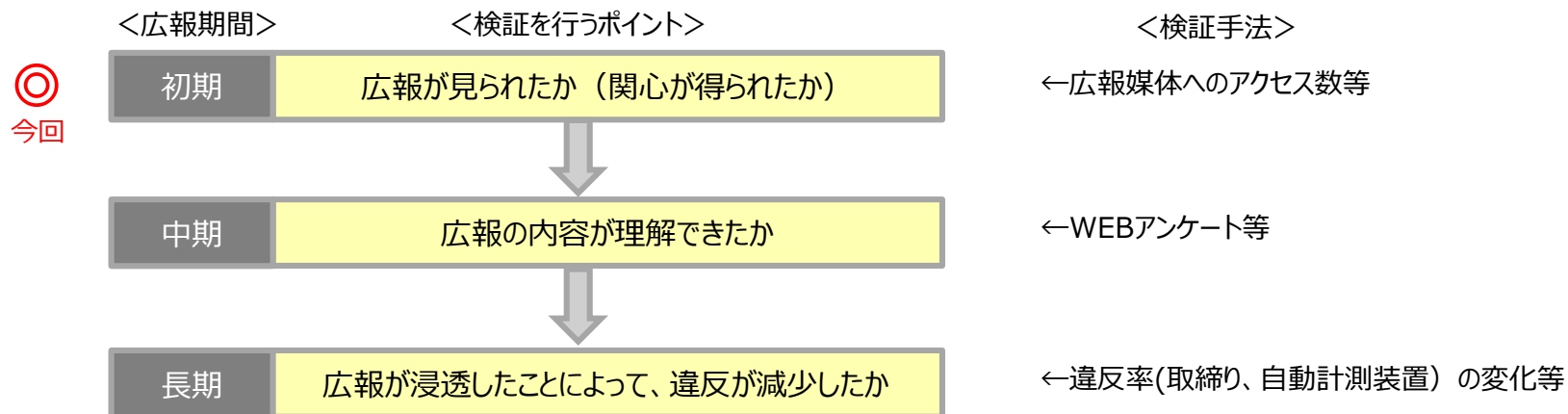


2. 各広報の効果検証報告（第1回）

2. 各広報による効果検証報告（第1回）

2-1.効果検証にあたって

- ①**効果検証の目的** 今年度実施を開始した広報に対し、どの程度効果（反響）があったのか評価・分析を行い、その結果に基づき、効果が確認された広報はさらに強化し、効果が確認されなかった広報は改善していく必要がある。そのための基礎材料として、効果検証を行うものである。
- ②**対象広報** バナー広告、ツイッター、新聞広告
※連絡協議会ホームページは提供開始から間もないため、今回の検証対象からは除外する。
- ③**対象期間**
- | | |
|----------|-----------------------|
| 1) バナー広告 | 2月1日（月）～3月8日（火） |
| 2) ツイッター | 2月4日（木）～3月8日（火） |
| 3) 新聞広告 | 3月4日（金）～7日（月）の各紙掲載日前後 |
- ④**効果検証の考え方** 効果検証は広報の実施期間に応じて、下記のように段階的に行う。



2. 各広報による効果検証報告（第1回）

2-2.効果検証（バナー広告）

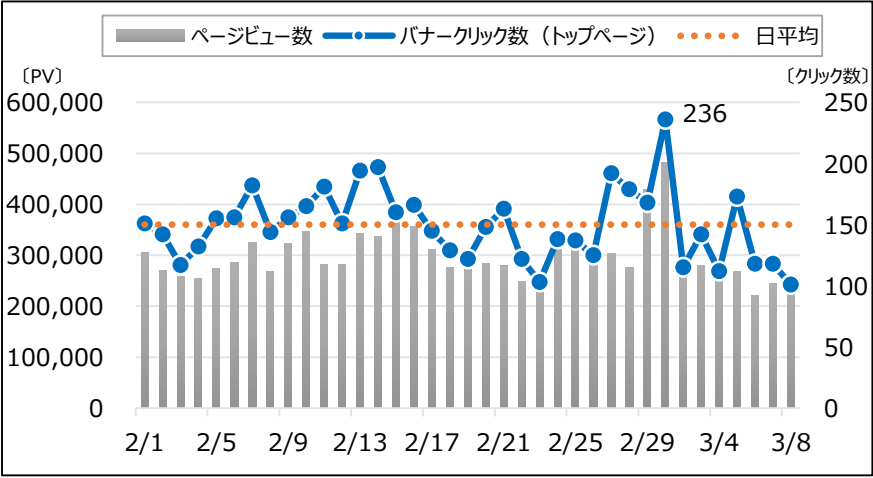
1）検証データ

◆検証対象期間：2月1日～3月8日（37日間）

道路交通情報Now!!（日本道路交通情報センターHP）に掲載したバナー広告掲載結果を下記に示す。

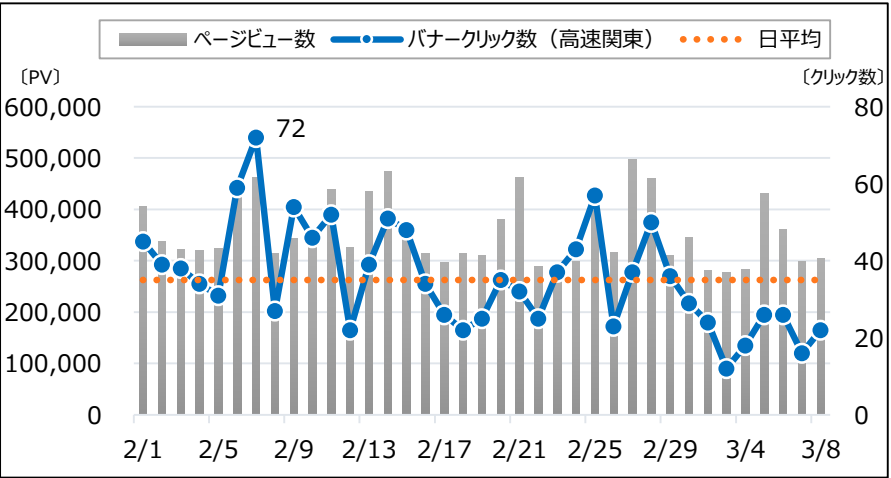
<トップページ画面>

		バナークリック数 (回)	ページビュー数 (PV)
2/1～3/8（合計）		5,535	11,063,929
1 日 あ た り	期間中平均	150	229,025
	ETC2.0バナー掲載時	226	307,607
	（参考）過去平均値※	303	-



<高速道路（関東地方）画面>

		バナークリック数 (回)	ページビュー数 (PV)
2/1～3/8（合計）		1,312	13,154,075
1 日 あ た り	期間中平均	35	355,515
	ETC2.0バナー掲載時	-	-
	（参考）過去平均値※	220	-



※過去平均値：同一掲載場所におけるバナー広告掲載時の日平均クリック数の参考値（H27）

2. 各広報による効果検証報告（第1回）

2-2.効果検証（バナー広告）

2) バナー広告効果検証まとめ

- 広告掲載場所による比較

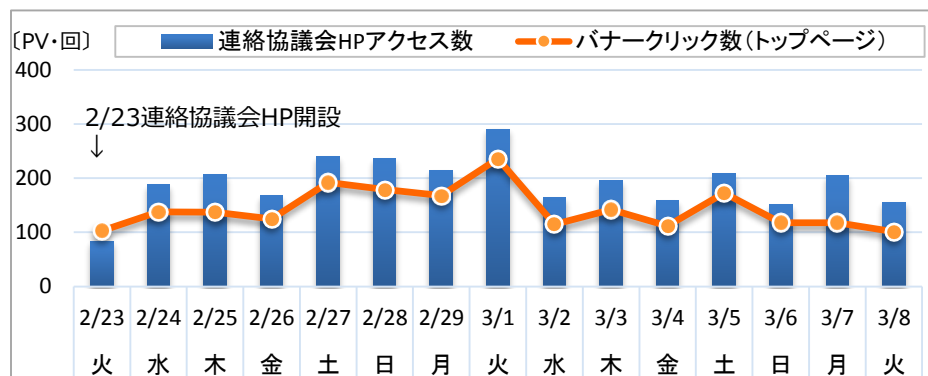
ページビュー数はトップページより高速道路（関東地方）画面の方が1.2倍程度多いが、バナーのクリック数はトップページの方が約4倍多かった。

- 過去のバナー広告掲載結果との比較

昨年12月に実施したETC2.0のPRイベントに関するバナー広告掲載時（トップページ）と比較すると、1日あたり約80回バナークリック数が少なかった。一方、アクセス数に対するバナークリック率では、本バナーが0.065%、比較的知名度のあるETC2.0PRバナーは0.073%であったため、大差はなかった。

- バナー広告リンク先のアクセス数の動向

リンク先である連絡協議会ホームページのアクセス数のうち、バナー広告（トップページ）からのアクセス数（≒クリック数）は2/23～3/8までの期間において、平均8割近くを占めている。



【考察】

- ✓ バナーのクリック数はページビュー数の推移にほぼ比例しているため、ページビュー数が多い時期にバナー広告を掲載するとバナークリック数も増加すると考えられる。
- ✓ ページビュー数が多い高速道路（関東地方）画面より、トップページの方がバナークリック数が多かったことから、掲載場所はトップページとした方が効果が高いと考えられる。
- ✓ リンク先の連絡協議会ホームページのアクセス数の約8割がバナー広告からのアクセスであったと考えられるため、効果的に誘導が図れたと評価できる。

2. 各広報による効果検証報告（第1回）

2-3.効果検証（ツイッター：@tokusya_kanto）

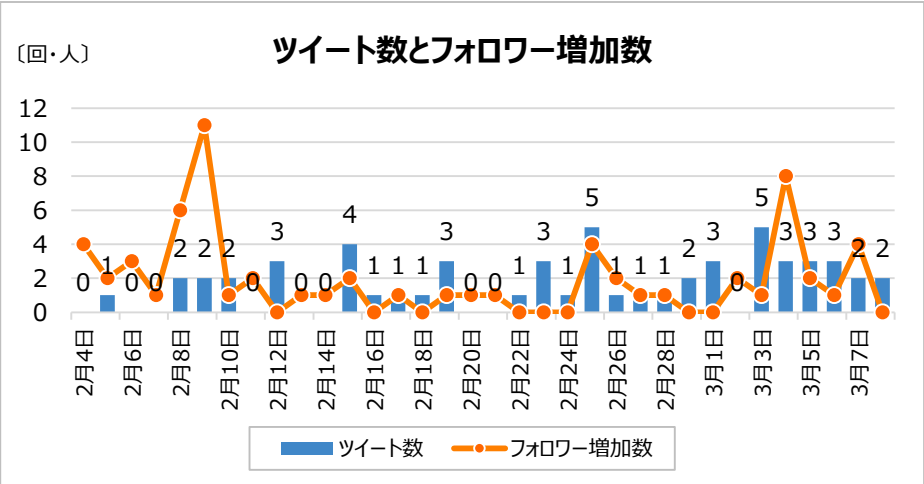
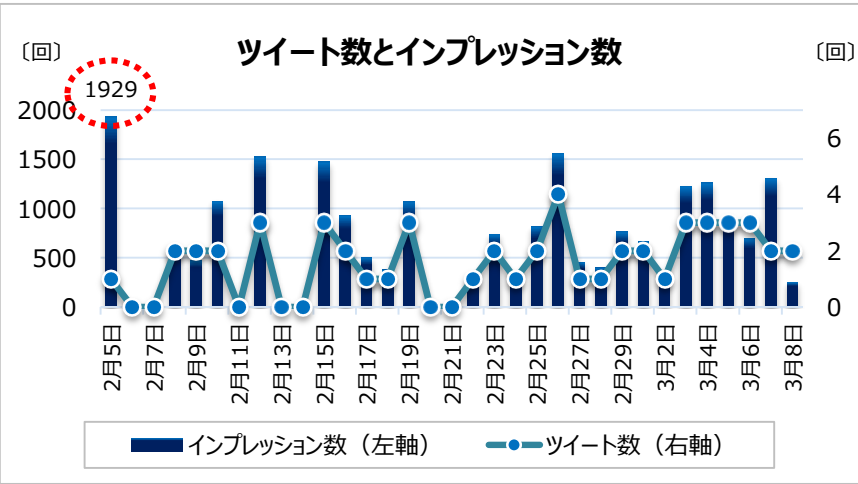
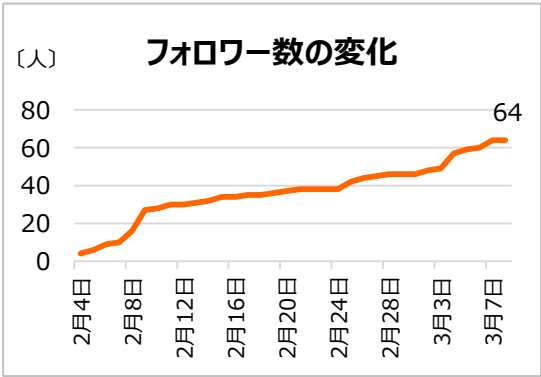
1) 検証データ

◆検証対象期間：2月4日～3月8日（33日間）

特車総合ツイッターによる広報結果について、当該アカウントのフォロワー数およびインプレッション数等を効果の指標（下表）とし、検証を行った。

<各指標の整理>

指標	各指標の意味
インプレッション数	ツイートが見られた数 ⇒ 拡散状況
エンゲージメント数	埋め込まれたリンクへのアクセス（クリック）やプロフィール、返信、リツイート、リプライ、いいねなどの総数。⇒ ツイートへの興味・関心
（リツイート数）	（あるツイートが再びツイート（リツイート）された数）
（詳細クリック数）	（詳細を確認するためにツイートをクリックした回数）



2. 各広報による効果検証報告（第1回）

2-3.効果検証（ツイッター：@tokusya_kanto）

2）ツイッター効果検証まとめ

- フォロワー数の変化
 - ・情報発信開始から微増であるが、増加傾向にある。
 - ・ツイート数とフォロワー増加数の変化においては、ツイート数が多い日にフォロワー数の増加も多くなる傾向がある。また、土日祝日は原則ツイートを行っていないが、フォロワー数も土日祝日に伸び悩んでいるため、フォロワー数の増加とツイートする回数には相関があると考えられる。
- インプレッション数の変化
 - ・インプレッション数はツイートがフォロワー、非フォロワーを問わず、いずれかのタイムライン上に表示された回数であり、ツイートの拡散状況を示す指標である。初投稿の2/5はWebニュースに取り上げられたこともあり、1,900回を超え、その後は日平均850回程度（ツイートした日数に対するインプレッション数の平均回数）閲覧されている。
 - ・1日あたりのツイート回数が多い日は、インプレッション数も比例して増加している。

【考察】

- ✓ ツイッターの特性上、発信頻度とフォロワー数の増加および発信頻度とインプレッション数の増加には相関が見られるため、有益な情報を積極的に発信していくことで効果を高めることができると考えられる。
- ✓ 発信した情報がマスコミ等に取り上げられることで大きな拡散効果が得られたため、今後も連携を図り効果を高めていくことが望ましい。

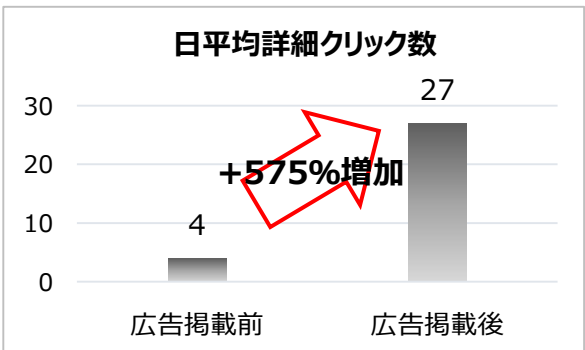
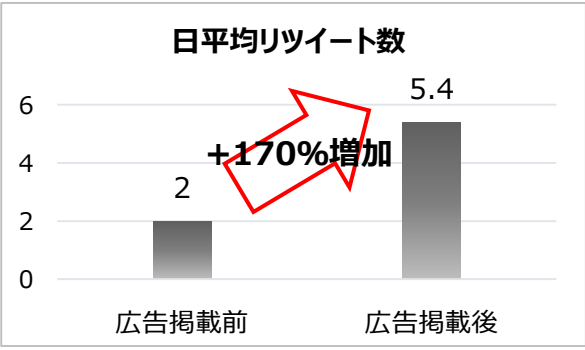
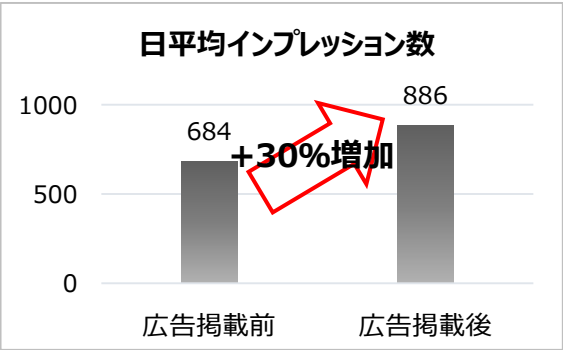
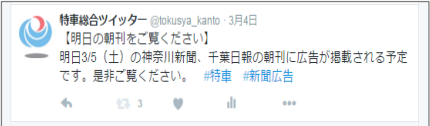
2. 各広報による効果検証報告（第1回）

2-4.効果検証（新聞広告）

1）検証データ①

◆検証対象期間：3月4日～7日の間の広告掲載前後
※比較対象期間：新聞広告掲載前5日間（2/28～3/3）、掲載後5日間（3/4～8）

広報媒体の連携として、新聞広告の掲載前日に特車総合ツイッターにて広告掲載について事前予告を行い、掲載日当日に、広告内容を画像（右図）にて紹介した。これに関連した当該ツイッターのフォロワー数やインプレッション数等の変動を広報効果の指標とすることで、新聞広告への関心や情報の拡散状況の検証を行った。この他、新聞広告に記載した「特車PRサイト」へのアクセス状況の変化も指標として扱うこととした。



	広告掲載前	広告掲載後
インプレッション数 (総数)	3,419	4,430
日平均	684	886
比較	-	130%

	広告掲載前	広告掲載後
リツイート数 (総数)	10	27
日平均	2	5.4
比較	-	270%

	広告掲載前	広告掲載後
詳細クリック数 (総数)	20	135
日平均	4	27
比較	-	675%

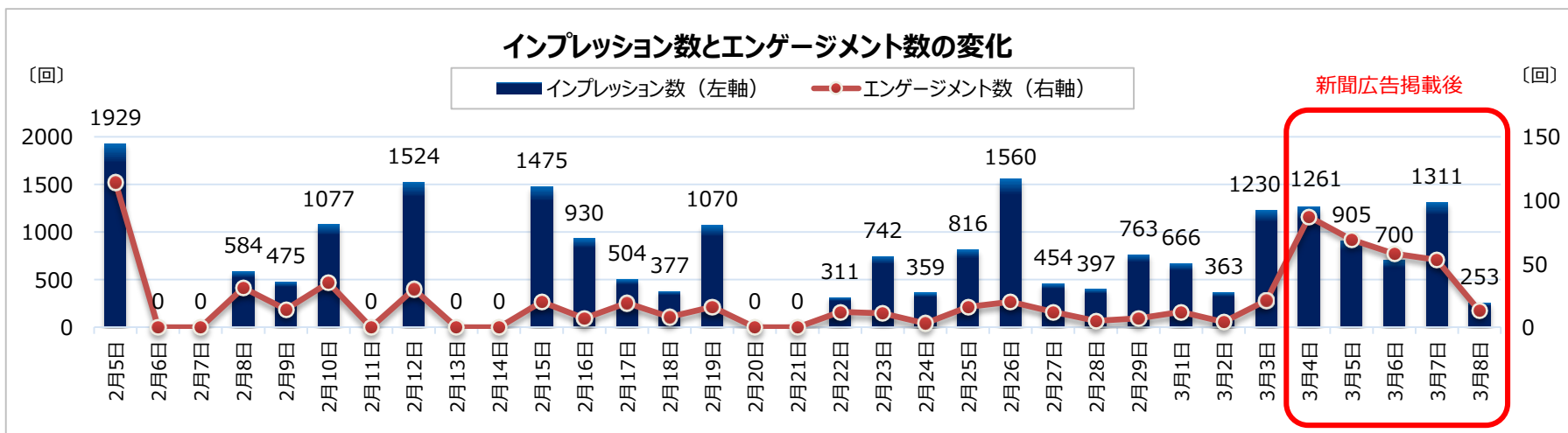
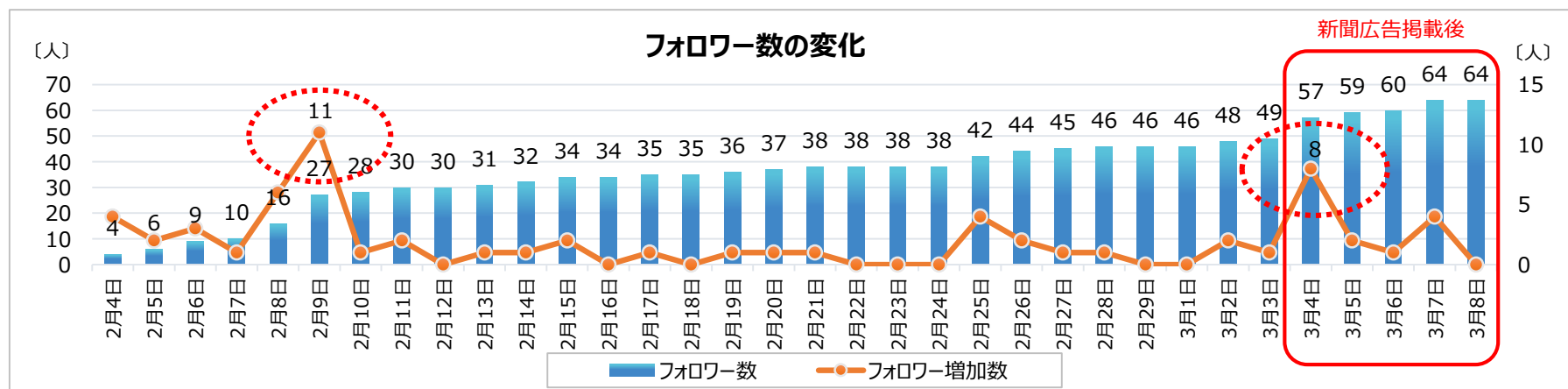
2. 各広報による効果検証報告（第1回）

2-4.効果検証（新聞広告）

2) 検証データ②

◆検証対象期間：2月4日～3月8日（33日間）

※新聞広告掲載後5日間（3/4～8）



2. 各広報による効果検証報告（第1回）

2-4.効果検証（新聞広告）

3）新聞広告効果検証まとめ

- 新聞広告に関する反応

- ・拡散状況の指標となるインプレッション数は新聞広告掲載後に約30%増加していることから、掲載された新聞広告を見たことによって、ツイッターへのアクセスが増加した可能性がある。
- ・また、興味・関心の指標となるリツイートや詳細クリック数等のエンゲージメント数も広告掲載後に大きな増加が見られたため、新聞広告内容（特車）に関する興味・関心はある程度得られたと考えられる。

- 広告掲載サイトへの誘導

- ・新聞広告には、情報提供媒体として、ツイッター、連絡協議会ホームページのURLおよび検索窓にて『特車PRサイト』を記載したため、この『特車PRサイト』のアクセス数の変化（右図）を整理した。特車PRサイトへのアクセス数は新聞広告掲載後に微増（+6%）したことから、新聞広告によって誘導された可能性がある。



【考察】

- ✓ 新聞広告掲載後にツイッターのインプレッション数およびエンゲージメント数が大幅に増加したため、新聞広告が特車に関して興味・関心を持つユーザ増加の一助となったと考えられる。
- ✓ また、「特車PRサイト」へのアクセス数も増加したことから、新聞広告の掲載によって効果的な誘導が図れたと考えられる。
- ✓ 一方、新聞広告掲載後のツイートにより広告内容の拡散効果は見られたが、閲覧数の多さに対して、フォロワー数が伸び悩んだため、今後フォロワー増対策を行い、新聞広告掲載による効果をさらに高めるための検討が必要である。

【参考】新聞広告に関する簡易アンケート結果

- ・新聞広告掲載当日（4日間毎日実施）に、ツイッターのアンケート機能を利用し、『本日朝刊に掲載された特車に関する新聞広告「重量超過、道路劣化」をご覧になりましたか？』というアンケートを行った。その結果、平均約3割の閲覧率となった。

【参考】
新聞広告に関するツイッターアンケート結果（合計）

