

# 新山梨環状道路広報戦略における ロゴマーク製作の取組

保坂 勇飛・有上 悟

甲府河川国道事務所 調査課 (〒400-8578 山梨県甲府市緑が丘1-10-1)

道路事業者が行う広報の目的には開通情報・通行止め情報・災害情報・施策や取組のPR等様々な種類がある。このうち、施策や取組のPRは事業や道路の認知度を向上させることで、道路事業の必要性を理解・浸透させ機運を醸成し整備促進の後押しを期待するものである。こうした中、甲府河川国道事務所と山梨県が事業主体となり整備を進めている新山梨環状道路について、関係自治体と連携した広報により、地域全体の機運を醸成し事業の円滑な推進を図るため、2025年度より広報戦略ミーティングを実施した。その中の代表的な取組であるロゴマーク製作の取組について紹介する。

キーワード 新山梨環状道路, ロゴマーク, 地域連携, 広報

## 1. はじめに

新山梨環状道路は、甲府市街地を中心に半径5～7kmに位置し、東西南北4区間により構成される全長約43kmの地域高規格道路である。西部区間約10km及び南部区間約9kmについては開通済みであり、現在未開通である東部区間約7kmを山梨県が、北部区間の約17kmを国土交通省が事業主体となり整備を推進している。山梨県が事業主体である東部区間では、約1.6kmが2022年度に開通し、残る未開通区間約5.5kmについても整備を進めている。一方、国土交通省が事業主体である北部区間では、2025年度に初めて工事に着手し、新山梨環状道路の整備事業は今後最盛期を迎えることとなる。

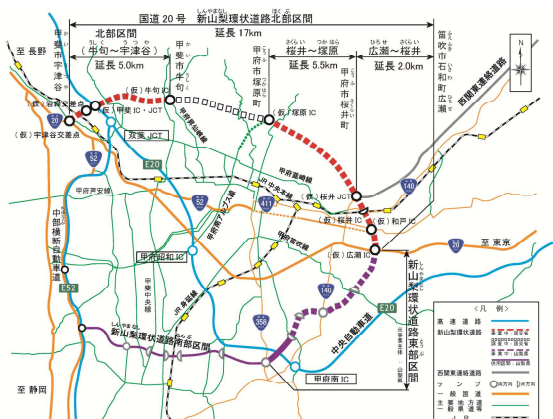


図-2 新山梨環状道路図

### (1) 新山梨環状道路の整備効果

新山梨環状道路は5つの整備効果に期待しており、a) 交通安全の確保、b) 災害時の機能確保、c) 観光立国の推

進、d) リニア中央新幹線との連結による地域生活圏の形成、e) 道路交通の適正化による脱炭素化となっている。

#### a) 交通安全の確保

- ・国直轄区間の整備により東西方向道路の交通の円滑化が図られ、渋滞に起因した追突事故の削減に寄与

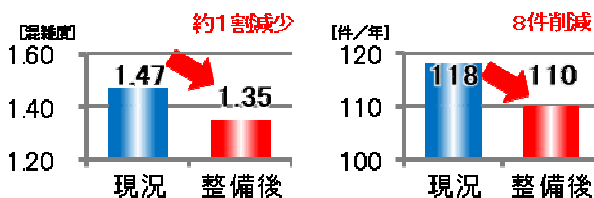


図-1 混雑度<sup>※</sup>の比較 図-2 事故件数の比較  
※混雑度=交通量(台/12h) / 交通容量(台/12h)

#### b) 災害時のリダンダンシー確保

- ・災害時のリダンダンシーを確保することにより、人命救助や物資輸送、復旧支援が迅速化

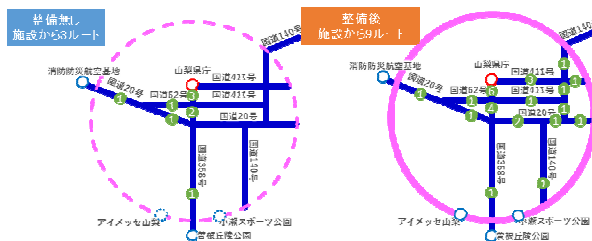


図-3 防災拠点から山梨県庁までの支援ルート数の変化

#### c) 観光立国の推進

- ・渋滞緩和により景勝地である甲府市北部にある昇仙峡や桃やぶどうの果樹園が広がる峡東地域の名勝地など、観光周遊性の高いネットワーク構築により移動時間が短縮。

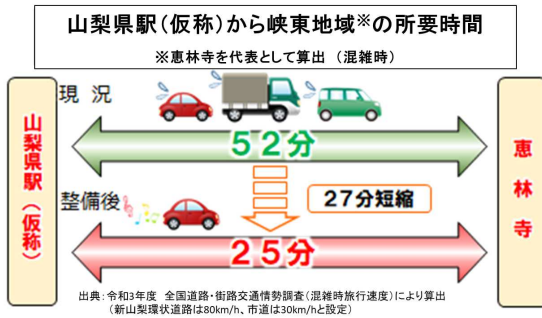


図4 山梨県駅(仮称)から峡東地域の所要時間

- d)リニア中央新幹線との連結による地域生活圏の形成
- ・リニア中央新幹線との連結により活発にヒト・モノが流動し、イノベーションが促進され、市町村界にとらわれない地域生活圏を形成
- e)道路交通の適正化による脱炭素化
- ・新山梨環状道路の整備により沿線地域の渋滞が緩和し、渋滞に起因する二酸化炭素の排出量を削減

## 2. 広報戦略ミーティングの実施

従来型の広報における課題は下記の4項目と考えられる。①事務所HP等で情報を発信しているが、元々事業に関心を持っている人はHPを探して閲覧するものの、関心の低い人は閲覧することが少なく情報の広がりが乏しい②都市部でみられる多大な広報費を充当した動画、CM、新聞広告による広報は、山梨県のような地方部では費用対効果が薄く、コストパフォーマンスに劣る③価値観が多様化する現代において、年齢層に応じ訴求ポイントは異なるにも関わらず統一的手法での広報となっている④時がたてば忘れられてしまう一過性の広報となっている。

以上の課題を戦略的な広報により改善するため、新山梨環状道路の沿線関係機関と連携し、甲府河川国道事務所、山梨県、甲府市、甲斐市、笛吹市による新山梨環状道路広報戦略ミーティングを2025年度より実施することとした。

### (1) 広報戦略ミーティングの目的

新山梨環状道路整備事業が今後最盛期を迎えるのにあたり、周辺地域や事業促進を期待している方々に事業進捗に関する情報発信や、一般の方々の事業への関心を高めて貰うため、適切な時期に効果的かつ、例えばSNSの活用のようなコストパフォーマンスに優れた広報を実施することを目的とする。

### (2) 広報戦略ミーティングの参画関係機関

ミーティング参加者については、ミーティングの目的に資すると思われる場合は、所属機関・部署・役職に捉わられることなくメンバーに加わることを可能とし、効果的な広報が実施出来る若手人材や各機関の広報関係部局のメンバー等を広く募った。

結果、役職年齢多岐に渡るミーティングメンバーが参

画した。

参画機関	甲府河川国道事務所、山梨県、甲府市、甲斐市、笛吹市
人数	19名
役職	課長、課長補佐、係長、主任、主事 等
年代	20代～50代

表-1 ミーティングメンバーの属性

### (3) 広報戦略ミーティングでの検討内容

広報戦略ミーティングでは主に2つの検討を行った。1つ目は、ターゲットとする階層ごとに広報ツールを使い分けることで、届けたい層に届けたい情報を的確に伝達する効果的な広報の手法についての検討を行った。

2つ目は、汎用性・再現性・継続性を意識し、一過性で終わらないコストパフォーマンスに優れた新たな広報の手法について検討を行った。

#### a)効果的な広報手法の検討

##### ○高齢者層に向けた広報

甲府市街地の高齢者層は自治会や地方自治体とのつながりが強いことから、インターネットやSNSによる広報に比べ、市報による広報が効果的との検討結果となった。

検討結果より、市報の回覧時期に合わせ、新山梨環状道路の事業進捗や工事風景等のチラシを作成し、四半期ごとに配布を行う方針とした。

##### ○若年者層に向けた広報

若年者層は高齢者層に比べ、地方自治体や自治会とのつながりは弱く市報を見る機会が少ない一方、X(旧:ツイッター)・インスタグラム・YouTube等SNSが広く浸透しており、SNSを活用した広報が効果的との検討結果となった。

検討結果より、新山梨環状道路特設サイトやインスタグラムの開設を行い、手軽に新山梨環状道路の情報に触れることが可能な環境づくりと情報発信を行うことにより、事業への関心を高めてもらう取組を行うこととした。

#### b)一過性で終わらないコストパフォーマンスに優れた広報手法の検討

一過性で終わらない広報手法の検討として、恒久的に形として残るものを製作することで地域住民が多く目にし愛着をもってもらう取組の検討を行った。

それに加え、コストパフォーマンスの面からも製作は公募により行うことで必要経費を抑えることとした。

これらの検討より、2025年度の代表的な取組として新山梨環状道路のロゴマーク製作を行うこととした。

## 3. ロゴマーク製作の取組

### (1) 目的・狙い

#### ○目的

新山梨環状道路の整備効果を浸透させるためには、まず事業自体の認知度を高める必要があることから、ロゴマーク製作を通じて認知度向上を図る。

#### ○狙い

将来、新山梨環状道路を利活用することが期待される、山梨県所在の中学校及び高等学校の美術部等に在籍する学生を募集対象とした。

募集対象を限定した理由としては、新山梨環状道路事業に対する認知度が中高生は大人に比べ低いことが考えられるため、マジョリティの掘り起こしを行うとともに、応募する学生の家族や指導教員への波及効果も伴う広報効果を狙ったものである。

また、ロゴマーク製作を実際の体験として行うことで、今回の取組に参加した関係者は一過性の広報とは異なり、記録にも記憶にも残るため、事業への関心が定着することに期待ができる。

## (2) ロゴマーク製作とした理由

絵画や写真の製作も考えられるなか、ロゴマーク製作とした理由として、ロゴマークは開通式典、名刺、広報紙等さまざまな場面で活用することが可能であり汎用性が最も高いと判断したためである。

また、新山梨環状道路の整備は長期間に渡るため、例えば工事車両に貼付することで走行車両が目にとまることにより、日常に溶け込むことが可能となり、地域の愛着を得やすいことも理由の一つである。

## (3) ロゴマーク製作の流れ

- ①募集要項の作成・審査員の選定
- ②周知・募集案内【事業紹介動画の掲載】
- ③作品募集〆切
- ④一次審査
- ⑤二次審査【公開で実施】

## (4) 審査員の選定

ロゴマーク製作において、数多くの応募をしていただくための最も重要なポイントとして、審査員の選定が挙げられる。

審査員は応募学生のモチベーションに直結するとともに、ロゴマーク製作の取組自体を世間に認知させる重要な要素であるため、ロゴマーク製作の審査員選定にあたっては以下の視点を考慮した。

### ① 出身地

ロゴマーク製作の趣旨を鑑み、山梨県出身者もしくは活動拠点が山梨県であること

### ② 属性

若年者層に向けた取組であることから、行政色を薄めるため、親しみをもってもらえる著名人等

### ③ 男女比バランス

ジェンダーバランスの不均衡を考慮

### ④ 知名度

山梨県内への影響力・発信力があり、一定程度の知名度を有すること

### ⑤ 実現性

スケジュールの確保が可能であること

このような視点を考慮しつつ、マスコミ著名人関係、

デザイン関係、インフルエンサー関係の3分野から各1名を審査員として選ぶこととした。

広報戦略ミーティングで審査員候補の選定を行い、ロゴマーク製作の取組への協力打診を行い、審査員を引き受けていただいた。

なお、デザイン関係分野の審査員については、広報戦略ミーティングで連携している山梨県を通じ、山梨デザインセンターに協力をいただき、デザイナーやクリエイター同士が交流を通じて新たなコミュニティを築くことを目指した「デザイナー&クリエイターズネットワーク」に所属するメンバーを対象に審査員募集を行ったところ、2名の応募があり、そのうちの1名に審査員を依頼した。



写真-1 萩原智子氏 写真-2 大塚智氏 写真-3 Momoka氏  
(著名人関係) (デザイン関係) (インフルエンサー関係)

## (5) 一次審査

2025年10月3日(金)～11月21日(金)の期間にて募集を行ったところ、52作品の応募があった。

応募作品が10作品を超過したため、一次審査(書類審査)をデザイン関係審査員の大塚氏と実施した。

一次審査では以下の観点に着目し審査を行った。

- ① 新山梨環状道路が認識、識別できること。
- ② 整備により期待される効果が感覚的に伝わること。
- ③ ブランディングや視覚的アイデンティティがあること。

審査の結果、10作品を二次審査の対象とした。

## (6) 二次審査

2026年3月8日(日)に二次審査を公開で行い、中高生自らが製作したロゴマークについて、込められた想い「作品に一言付けるなら(キャッチコピー)」、「作品に込めた思いや狙い」、「特に工夫した点」、「新山梨環状道路に期待すること」等をプレゼンテーションにて発表した。

今回のロゴマーク製作の取組については公開で実施するため、応募者の家族や担当教諭の傍聴も可能とし、マスコミを含め20名が参加した。



写真4 プレゼンの様子 写真5 集合写真  
学生からのプレゼンテーション内容と審査員から学生

への質問内容を踏まえ、3名の審査員の合議により最優秀賞1作品、優秀賞2作品を決定した。



図5 新山梨環状道路ロゴマーク最優秀作品

#### 4. ロゴマーク製作の取組で工夫した点

ロゴマーク製作の取組にあたり、以下の点を工夫した。

##### (1) コストパフォーマンス

- ・関係機関と連携することで、会場は行政機関会議室の利用により、会場借り上げ費用が0円。
- ・審査員への諸謝金・旅費と今後採用されるロゴマークのファイナライズ費用約27万円のみ。

##### (2) 募集案内の工夫

募集案内に加え、ロゴマーク製作のアイデア源としてもらうため、新山梨環状道路の事業紹介動画を職員が作成しYouTubeに投稿した。



写真6 事業紹介動画

##### (3) より良い作品を採用するための工夫

採用作品の更なる品質向上を目指し、二次審査進出者へは大塚氏からのアドバイスを伝えるとともに基本的なデザインやコンセプトを大きく変更しない範囲で作品のブラッシュアップを可能とした。

##### (4) マスコミからの取材誘発

山梨県内での知名度が高い審査員の選定、中高生を対象にした応募、国土交通省が新山梨環状道路の工事に初めて着手するタイミングに加え、二次審査を公開により実施することで、マスコミ目線に立ち視覚・写真・映像的に映えるようにすることで取材を誘発した。

→大きな広報効果を投資せずに得ることが期待できる。

また、これまでの取組はNHK甲府支局によりテレビ放映、山梨日日新聞に掲載された実績があり、2026年3月8日に開催した二次審査でも取材を受け、ロゴマークがカラー印刷で新聞に取り上げられた。

#### ●新聞掲載 ●テレビ放映

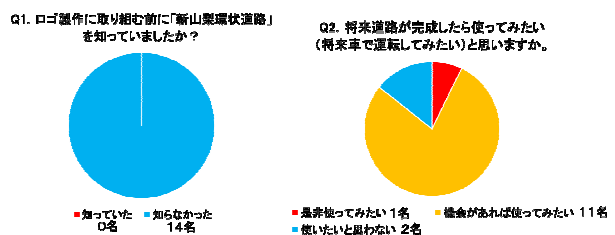
山梨日日新聞 NHK甲府支局  
2025年10月10日 2025年11月19日  
2026年 3月 9日

さらには、二次審査後に審査員のSNSに取り組みやロゴマークの投稿がなされ、延べ3万人のフォロワーに拡散された。

#### 5. 取組の効果検証

ロゴマーク製作の取組を通じ、新山梨環状道路や道路の役割について理解が深まったか、作品を応募した中高生に対しアンケート調査を行った。以下アンケート結果の抜粋から効果を検証する。

アンケート対象者数：53名 アンケート回答者数：14名



アンケート調査より、以下の結果が得られた。

今回のロゴマーク製作の取組以前に新山梨環状道路を知っていた中高生は0名だった。しかし、将来使ってみたいと回答したのが12名中10名であったことなどから取組を通じた新山梨環状道路の認知度向上が確認できた。

#### 6. おわりに

新山梨環状道路の整備は今後も推進されていき、将来完成・開通した際には山梨県に大きな整備効果をもたらすことが期待され、今後も長年に渡り数多くの利用がされるであろう道路のロゴマーク製作を行う意味や影響はとても大きく、新山梨環状道路のシンボルとして多くの場面でロゴマークを目にすることになると考えられる。

採用作品が山梨県民に親しみをもってもらい、長年に渡り愛されるものとなることを願うとともに、ご応募いただいた中高生並びにご理解ご協力いただいたご家族・担当教諭に御礼申し上げます。

また、今回のロゴマーク製作の取組事例は、コンテンツを広く公募することや製作プロセスを公開することでコストパフォーマンスに優れた広報とすることができ、新聞掲載2回、テレビ放映1回、ロゴマークの作成費用を外注した場合の費用を試算したところ、甲府河川国道事務所における広報関係予算の約1割に相当することを確認した。

工夫した内容は他事業においても応用できる汎用性の高い内容であると考えている。この論文を見ていただいた方が広報に携わる際、参考にしていただけたら幸いである。