

## TOYO TIRES ターンパイク

<http://kenplatz.nikkeibp.co.jp/const/column/pirori/>

# 日本初の命名権で改名 ターンパイクってどんな道？



「<sup>ト-ヨー-タイ-ヤ</sup>TOYO TIRES ターンパイク」という道路をご存知だろうか？

神奈川県小田原市と湯河原町を結ぶ15.7kmの観光有料道路だ。2007年の2月まで「箱根ターンパイク」という名前だったが、東洋ゴム工業が5年間の命名権（ネーミングライツ）を買い取り、3月1日から「TOYO TIRES ターンパイク（以下ターンパイク）」と改名した。

企業が道路の命名権を買い取ったのは日本で初めてのこと。うーん。道路の名前に企業名を入れることでどんな効果があるのだろうか？

ということで、ターンパイクについて調べてみた。

まずは実地調査で道を走ること。小田原側から入ると、入り口に大きな「TOYO TIRES ターンパイク」という文字が見える。これはそれなりに目立つ。しかし走ってみると、道の途中にはト-ヨー-タイ-ヤをアピールするものはほとんどない。後で確認したところ、国立公園内なので派手な宣伝はできないそうだ。これで広告効果は期待できるのだろうか？

ビューラウンジにも行ってみた。やはりここもガラガラだ。テナント

が何店舗か入っているが、閉まっている店もある。売店のおばさんは、「平日はお客さんが少ないので営業しなかったり、早く店じまいしたりする」と話していた。やはり人があまり来ていないのか。これで本当にドライバーへの宣伝になるのだろうか？人ごとながら少し心配になる。

なぜ人がいないのか、改めて考えてみた。その答えは、地図を見ると簡単に想像がつく。近くに「箱根新道」という、並行して走る有料道路があるからだ。箱根新道の普通車通行料金は250円。一方、ターンパイク（箱根小田原線）は700円と、3倍近い料金だ。付近の道路が渋滞しない平日は、ターンパイクがすいていても無理はない。料金所で抜け道マップを配っていることから、元々、価格を高めに設定して交通量制限しようとしているのかもしれない。

とまあ、行ったのは平日だったので車はほとんどなかったが、東洋ゴム工業のプレスリリースには、「通行量は年間100万台程度」と記載されている。つまり、「TOYO TIRES」の名称は少なくとも100万人以上のドライバーの目に触れるのだろう。

### メディア受けのよい道路

このターンパイク、実際に走ってみると道はよく手入れされていて走りやすく、周りの景色もいい。車や



「さくら祭り」を開催中という情報を得て来てみたが、桜は全く咲いていなかった。料金所のおじさんいわく「今年は天候不順で桜の花が全然咲いていない」とのこと。残念(写真:小島 健一)



バイク好きな人にも好まれていて、インターネットで「ターンバイク」を検索すると、走行記録や旅行記など多くの個人のページがヒットする。

また、都内から車で1時間程度ということもあり、テレビや雑誌などの車の撮影にもよく使われている。

テレビや雑誌で紹介されると、ロケーション場所としてクレジットが入る。メディアの受けのよい道路に商品名を入れたことで「TOYO TIRES」という名称は自然とマスメディアやインターネットに載り、直接道路を使わない人々の目にも触れることになるわけだ。それは、商品の知名度のベースアップにつながる。



平日のビューラウンジは閑散としている

タイヤは安全性を売るものなので、知名度はとても重要だ。

改名から約2カ月、東洋ゴム工業広報グループの安田貴司さんは、「手応えはある」と話す。ターンバイクは、道路をメディア戦略に活用する方法として注目すべき事例と言える。

びろり、●1976年生まれ。インターネットサイトの「社会科見学に行こう!!」主宰。様々な土木現場を見学している、自称「土木好き」

先日、取材で首都高速道路主催の懇談会に出席しました。普通に話を聞くだけと思っていたら立食形式のプチパーティーで、会長や社長、役員の方々と乾杯してきちゃいました  
面白い情報はncr@nikkeibp.co.jpまで