



実施主体：スマート通勤おかやま実行委員会（事務局：岡山県、岡山市、倉敷市、国土交通省中国地方整備局岡山国道事務所）

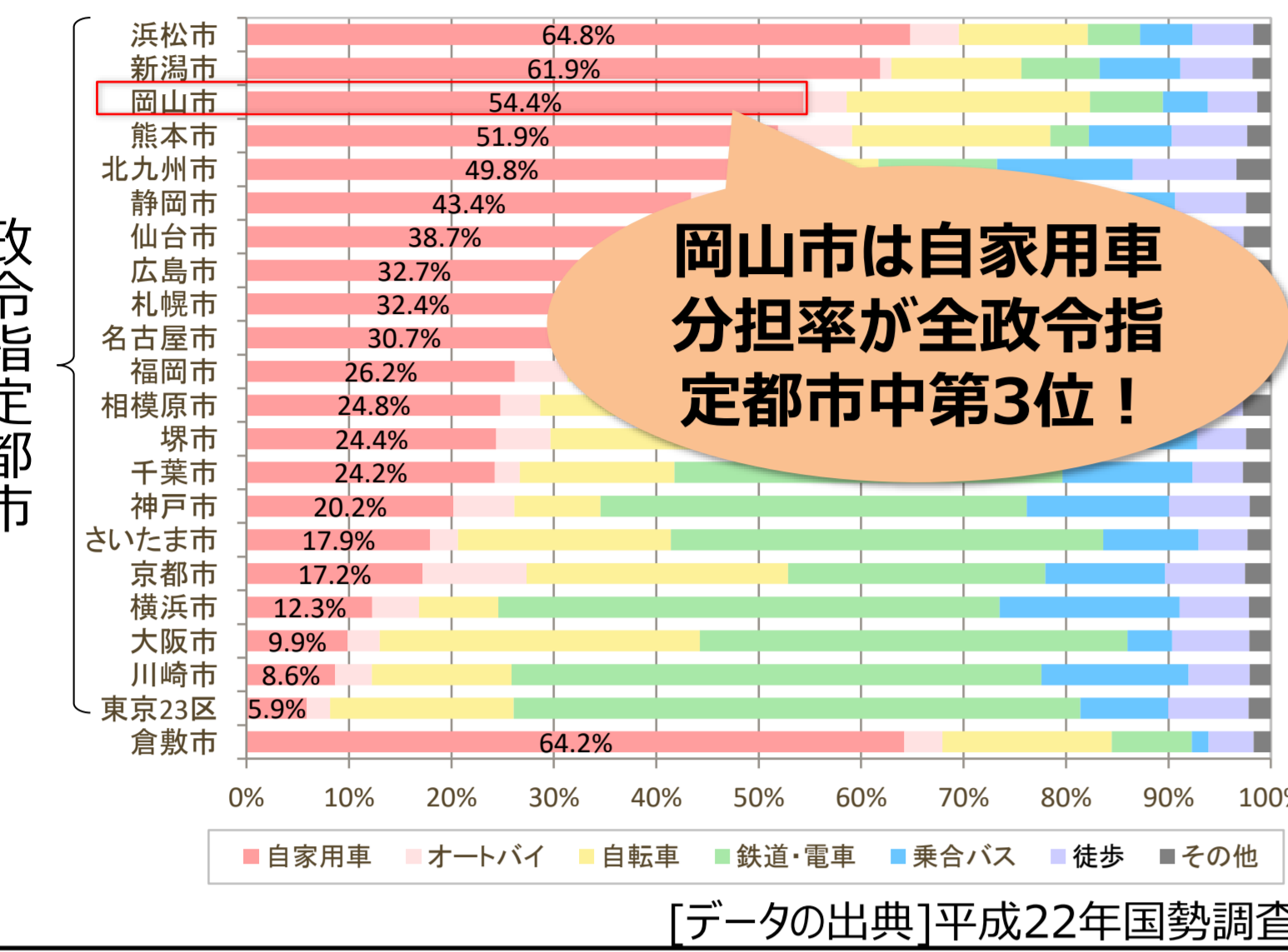
【要旨】

- ✓ 『スマート通勤おかやま』とは、岡山県下で毎年秋に一齐に、徒歩や自転車、公共交通の利用、車の使い方の工夫（時差出勤等）を推奨する取組。
- ✓ 近年では毎年約5,000名・100事業所が参加しているが、近年は参加事業所数の減少傾向や、新規参加者率の低下が課題となっていた。
- ✓ 2019年度の取組では、新たにwebを活用した個人会員制を導入し、実施期間を2週間に延長するなどの変更を行い、参加者のマイカー利用率を11%減らすことができた。
- ✓ 2020年度は前年度の結果を踏まえ、従来の企業単位での参加者の取りこぼしへの対応や、COVID-19による社会情勢の変化への対応（テレワークの推奨）などを実施。

取組の背景

岡山の渋滞状況

▼政令指定都市等の通勤・通学交通手段分担率



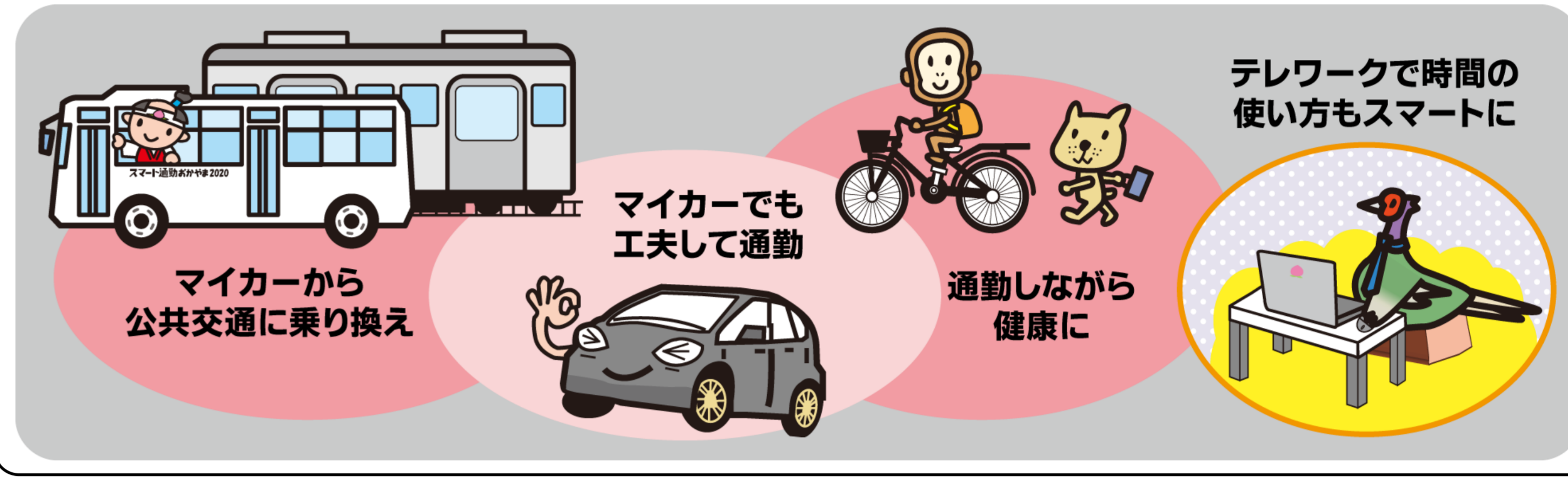
▼朝の渋滞の様子（岡山市北区厚生町）



スマート通勤おかやまの概要

岡山の渋滞削減やCO2削減、車に頼らないまちづくりを進めていくため、2007年より毎年秋に県内全域で一齐に実施

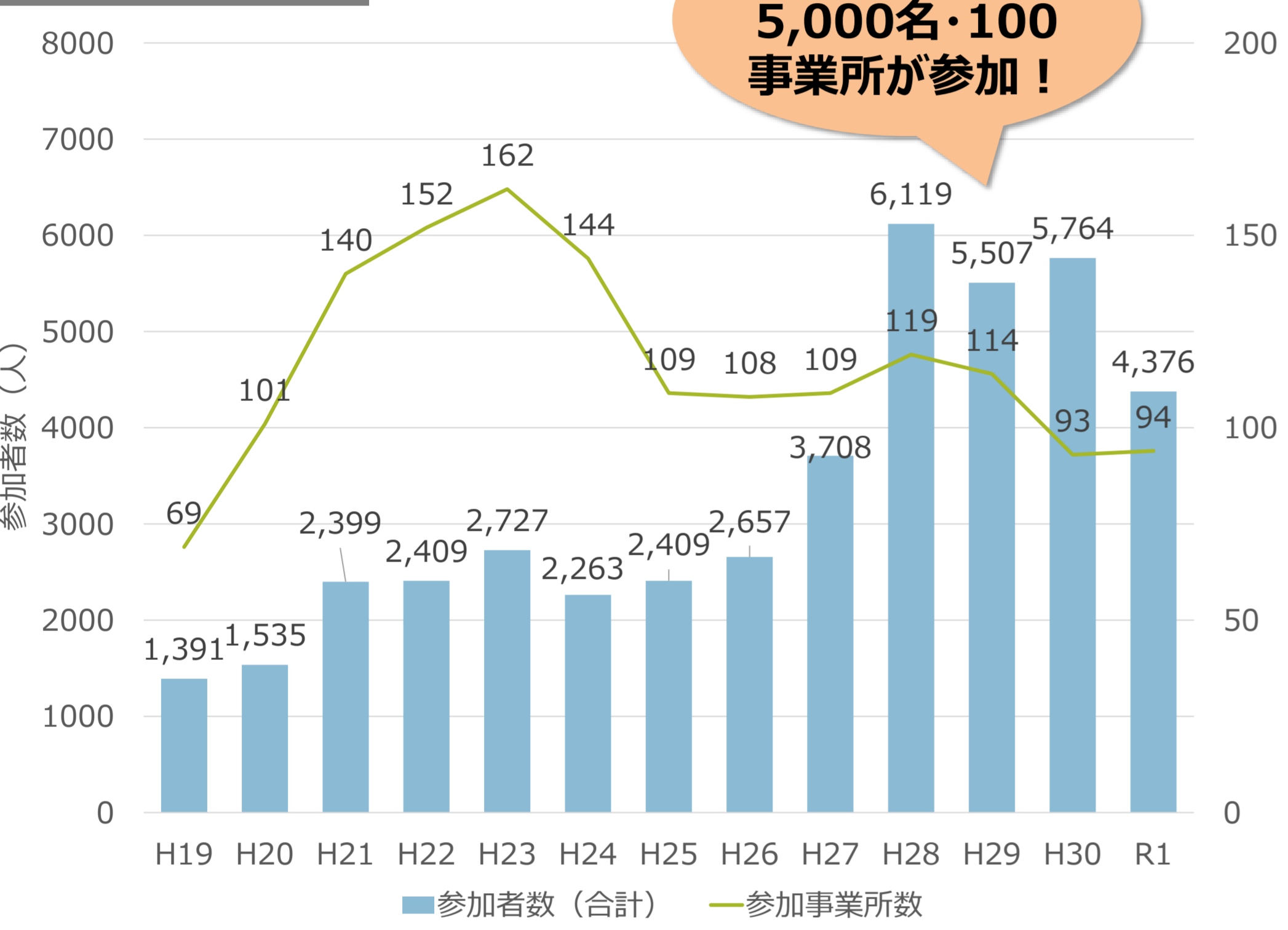
▼スマート通勤の取り組みイメージ



2019年度までの取組

1. これまでの取組概要

参加者数の推移



周知の様子



2018年度までの取組での課題

- ① 参加事業所数の減少**
2013年以來110箇所前後で推移していた参加事業所数が、2018年には93箇所へ減少。これまでのスマート通勤おかやまは事業所からの依頼・呼びかけを受けた参加者がほとんどであり、事業所数が減少すればそれに合わせて参加者数の減少が危惧される。
- ② スマート通勤おかやまに関する認知が不足**
自治体の広報誌やラジオ等を通じた広報は従来から実施されてきたものの、参加者の大半は事業所からの依頼・呼びかけを受けて参加している。県民全体に取組の認知を拡大するためには、事業所に頼らない広報手段を拡充することが必要である。
- ③ 参加者に対するインセンティブの不足**
スマート通勤おかやまへの参加に対するインセンティブとして、事業所単位では、アワードの表彰やガソリン消費量・CO2排出量削減効果のフィードバック等を実施しているが、個人単位でのインセンティブは特段用意されていない状況である。県民一人一人の参加意欲を醸成するためには、個人単位でのインセンティブを確保することが必要である。

2. 2019年度の取組内容 ～webを活用した個人会員制の導入～

実施概要

実施期間：2019年10月21日～11月1日
参加事業所数/人数：94事業所/4,376名

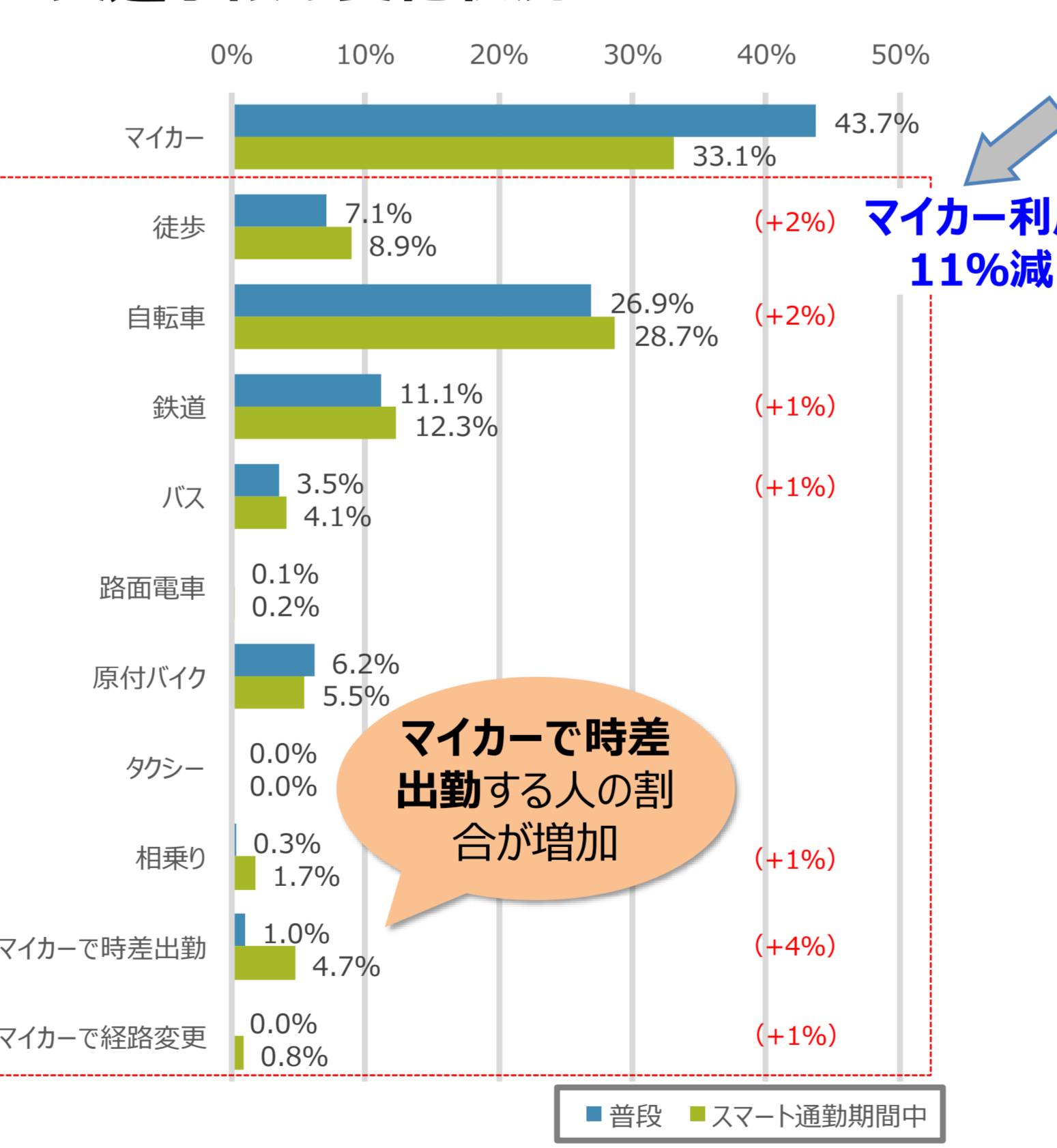


取組の変更点

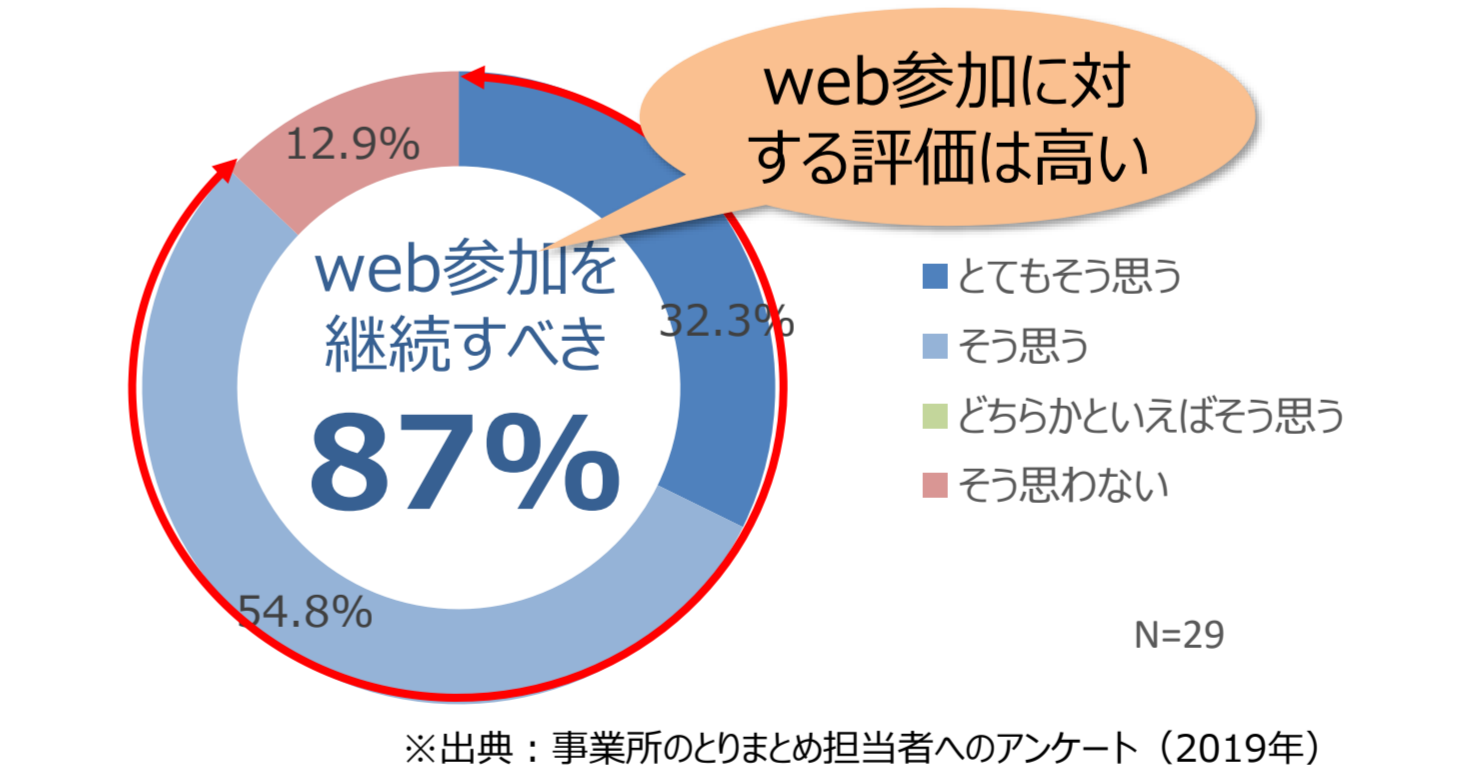
- ① 個人会員制の導入**..... 従来の事業者単位での紙媒体での実施結果記入・回収による参加に代えて、従業員が個人のメールアドレスを登録してweb上で実施結果を記入することで、継続的な参加周知・広報を可能に
- ② 実施期間の延長**..... 従来の1週間（平日5日）の実施から、2週間（休日含む12日間）の実施に変更
- ③ 広報手段の拡充**..... G20岡山保健大臣会合の冠事業化、バスマスクやデジタルサイネージでの広報等を新規に実施
- ④ 参加者への公共交通割引券の配布**... 県内の交通事業者（井原鉄道）と連携し、参加のメリットとして割引券を配布

実施結果

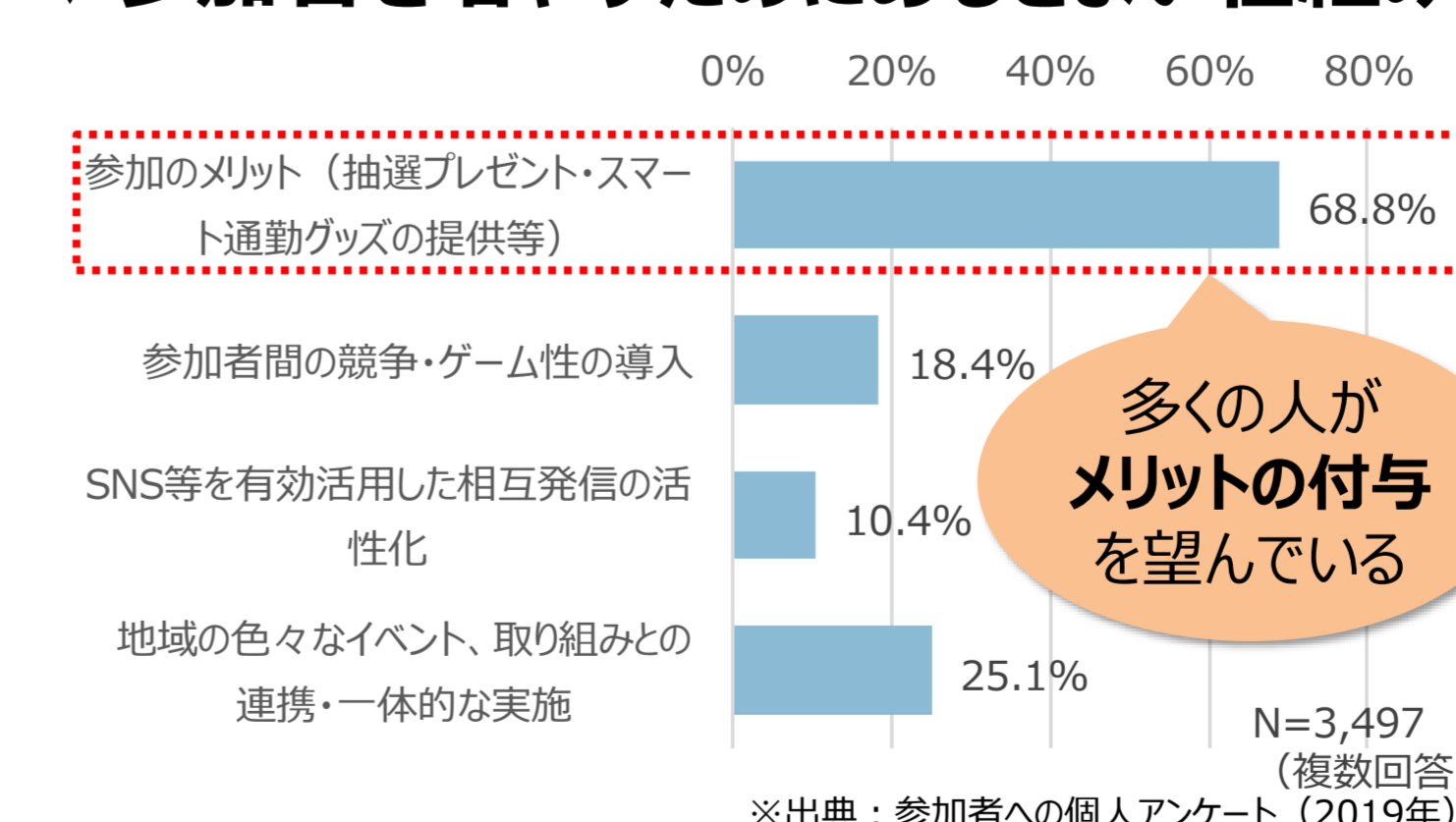
▼交通手段の変化状況



▼web参加を継続すべきと思うか



▼参加者を増やすためにあるとよい仕組み



▼スマート通勤おかやまアワード

顕著な実施結果の事業所について、自治体の首長から表彰状を授与

スマート通勤おかやま2019 大賞	株式会社 林原 日本エクスラン工業株式会社 西大寺工場
スマート優秀賞	社会医療法人 光生病院 水島ガス株式会社
普段からスマートで賞	シャープタカ電子工業株式会社
スマート健康賞	社会医療法人 光生病院
公共交通活性化賞	株式会社サンキョウエンビックス
スマート継続賞	株式会社 岡山情報処理センター 日本エクスラン工業株式会社 西大寺工場
賢いクルマの使い方賞	株式会社 ナイカーキット
地球にエコで賞	水島ガス株式会社
スマート復活賞	内海建設コンサルタント株式会社

2020年度の取組内容

2019年度の取組での課題を踏まえ、2020年度は、web参加と紙面での参加の両方を推奨するほか、COVID-19の影響により増加したテレワークを、車に頼らない働き方という見方からスマート通勤の一種として評価するなど、社会情勢や地域の実情を踏まえた取組を推進。加えて、岡山県のソフト渋滞対策全体のブランディング「GOOD ROUTE」と連携したPRを実施。

▼2019年度の結果を踏まえた課題

- 参加方法の変更により**新たな参加者層の創出**ができたが、**従来からの参加者への対応**が不十分
- 取組に対する**インセンティブの向上**が必要

▼2020年度の実施方針

- 多様な参加形態の継続による**参加ハードルの引き下げ**
- 広報戦略の充実やインセンティブの明確化による**参加意欲の醸成**

▼具体的な取組内容

- **幅広い広報の推進**（岡山県のエコドライブ推進月間との連携、Facebook活用等）
- **参加方法の改善**（web回答と紙面回答の併用等）
- **地域貢献・環境貢献に対するフィードバック**（個人単位の効果試算等）
- **アワードの見直し**（より多くの事業者が表彰機会を得られるよう検討）
- **GOOD ROUTEとの連携**（個人会員制を活用した県内の様々なMM施策の広報等）