

# 岡山倉敷都市圏におけるMM施策の総称 「GOOD ROUTE」の設定と今後の展望

田嶋 崇志<sup>1</sup>・嶋谷 健一朗<sup>2</sup>・池田 将悟<sup>3</sup>  
氏原 岳人<sup>4</sup>  
山口 晋弘<sup>5</sup>・佐藤 豪人<sup>6</sup>

<sup>1~3</sup> 非会員 国土交通省 中国地方整備局 岡山国道事務所 計画課（〒700-8539 岡山県岡山市北区富町 2 丁目 19-12）  
E-mail: tajima-t2nk@mlit.go.jp

<sup>4</sup> 正会員 岡山大学大学院環境生命科学研究科 准教授（〒700-8530 岡山県岡山市北区津島中 3-1-1）  
E-mail: ujihara@okayama-u.ac.jp

<sup>5</sup> 正会員 日本工営株式会社 大阪支店 交通都市部（〒530-0047 大阪府大阪市北区西天満 1-2-5）

<sup>6</sup> 非会員 HIDE TO SATO DESIGN（〒700-0916 岡山県岡山市北区西之町 14-17）

岡山倉敷都市圏では、スマート通勤おかやま（朝夕ピーク時の自動車通勤の転換を促す施策）や時差通勤の呼びかけ、倉敷美観地区のパークアンドライド等の各種のモビリティ・マネジメント（以下、MM）施策を推進しているが、各取組自体の認知度は低く、今後の啓発活動において、単体の情報だけでなく、総合的な情報発信を行っていく必要がある。

そこで、令和元年度に岡山倉敷都市圏のMM施策を统一的に周知していくためにMM施策の総称（マーク・ロゴタイプ、キャッチコピー）として「GOOD ROUTE」を作成した。

「GOOD ROUTE」として统一的な情報発信を行うことで、訴求力を向上させ、MM施策の認知度や理解度の向上に大きく寄与することが期待される。

本稿では、「GOOD ROUTE」の将来展望を示すとともに、令和2年度に展開する“プロモーションムービー”、横断幕等を張り巡らせた“国道ジャック”等の取組の紹介を行う。

**Key Words:** *Mobility Management, Traffic jam measures, Design Strategy, Branding Design, Psychological experiment*

## 1. はじめに

岡山倉敷都市圏では、国道2号を中心とした慢性的な交通渋滞が発生しており、国土交通省岡山国道事務所では、渋滞緩和・環境改善を目指し、ハード整備、ソフト施策の両面から対策を講じている。

ハード整備では、バイパス整備や車道拡幅による渋滞対策を行っており、近年では、令和2年3月に倉敷立体の4車線化が完成しており、国道2号における渋滞緩和に大きく貢献している。

ソフト施策では、モビリティ・マネジメント（以下、MM）<sup>\*1</sup> 施策として、通勤・通学時間帯においてスマート通勤おかやまや時差通勤の呼びかけを実施し、また、倉敷市と連携して行っている渋滞対策として、倉敷美観地区でのパークアンドライドの呼びかけを実施しており、

自発的な行動変容に向けた継続的な施策実施を行っている。

本稿では、国土交通省岡山国道事務所にて実施している各種のMM施策を中心にハード整備・ソフト施策の一連の渋滞対策の取組を统一的に周知していくためのMM施策の総称である「GOOD ROUTE」の作成を行ったため、その報告と今後の展望について紹介する。

## 2. 岡山倉敷都市圏におけるMM施策の取組紹介と課題

### (1) 岡山倉敷都市圏における既存のMM施策

岡山市を中心とした通勤通学の状況（図-1）を見ると、岡山市以西との通勤・通学移動による結びつきが強く、通勤・通学手段としても自家用車への依存度が高い（図

2) . また、倉敷市においては、倉敷美観地区という岡山県を代表する観光地があり、GWやお盆、秋の観光シーズンでは、多くの観光客が自家用車で訪れ、観光地を中心とした渋滞が発生している。

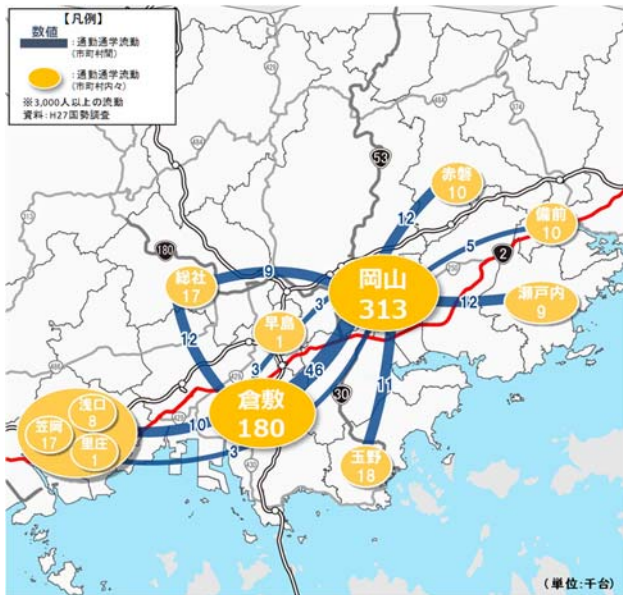


図-1 市区町村別の通勤・通学流動 (H27 年国勢調査)

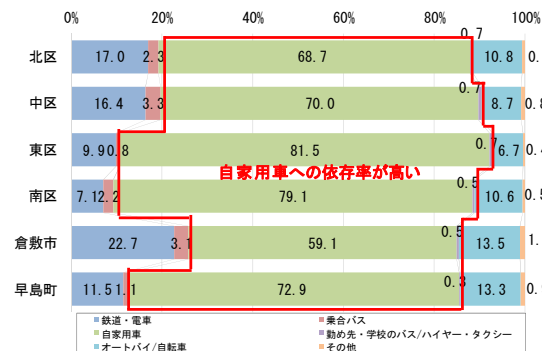


図-2 岡山県内の他市区町村への通勤・通学利用交通手段割合 (H22 年国勢調査)

岡山国道事務所では、岡山県や岡山市、倉敷市等の関係自治体と連携したMM施策を実施しており、通勤・通学時間帯や観光地における渋滞対策を、以下の通り行っている。

a) ノーマイカーウィークの呼びかけ (スマート通勤おかやま)

「スマート通勤おかやま」とは、渋滞緩和や CO2 排出量の削減等、自動車に頼らないまちづくりを目指し、岡山県下で一斉に徒歩や自転車、公共交通の利用や車利用の工夫 (時差出勤、経路変更等) による通勤を行う取組であり、2007 年以降、毎年 10 月下旬に 1~2 週間程度の期間を設定して実施している。近年では、100 社前後の事業所で計 5,000 人前後の参加を頂いており、スマート通勤おかやまに協力頂いた事業所の中から特筆した取

組を行った事業所には、市長等による表彰状の授与を行っている (図-3)。

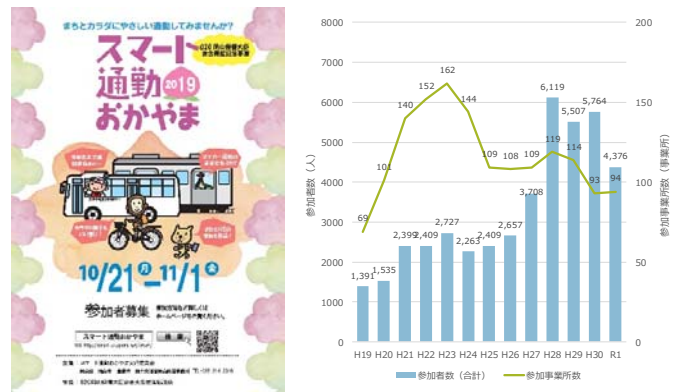


図-3 スマート通勤おかやま (左: ポスター, 右: 参加者推移)

b) 時差通勤の呼びかけ

2018 年度に岡山倉敷都市圏の事業者向けに時差通勤を呼びかけるチラシ「スムーズに朝のスタートをきりませんか？」 (図-4) を作成し、2019 年度に国道 2 号沿線の物流業者を中心にチラシ配布を行い、時差通勤の呼びかけを実施している。



図-4 「スムーズに朝のスタートをきりませんか？」 (チラシ)

c) 倉敷美観地区のパークアンドライド

岡山県内の代表的な観光地の 1 つである倉敷美観地区では、観光繁忙期であるGW、お盆、シルバーウィーク等の秋の観光シーズンの期間において、観光を目的とした交通の増加による交通渋滞が発生している。渋滞発生の主な要因として、倉敷美観地区周辺部の特定ルート (市外、県外からの倉敷 IC を経由したルート) への交通集中、駐車場を探すうろつき交通が挙げられており、倉敷市にて、無料シャトルバスを運行するパークアンドライド施策を実施し、倉敷美観地区周辺の渋滞対策を行っている。

岡山国道事務所では、2016 年度より、倉敷市が実施するパークアンドライド施策と連携し、特定ルートの分散化として、倉敷美観地区から最寄りの IC である倉敷 I

Cではなく早島ICを経由したパークアンドライド施策の利用促進を目指したチラシ(図-5)を作成し、周辺のサービスエリアやパーキングエリアでの配布を行っており、本取組により、無料シャトルバスの乗車人員が2015年度に比べて約2.5倍に増加する等の一定の効果が得られている。



図-5 倉敷美観地区のパークアンドライド(チラシ)

(2) 岡山倉敷都市圏におけるMM施策の課題

前項で紹介した通り、岡山倉敷都市圏では、様々なMM施策が実施されているが、一方で、クルマ利用者への周知の視点において、課題が残っている。

岡山倉敷都市圏に在住で、通勤時に国道2号を利用するクルマ利用者(400名)へのWEBアンケート調査(2019年11月実施)の結果において、回答者の約7割がスマート通勤おかやまの取組を「知らない」と回答しており(図-6)、時差通勤の呼びかけのチラシについては、2019年度に配布した物流業者の従業員(2,100名)へのアンケート調査(2020年1月実施)の結果において、回答者の約9割が「チラシを初めて見た」と回答しており(図-7)、クルマ利用者への周知の面で課題が残っている。一方、スマート通勤おかやま、時差通勤の呼びかけにおいて、「知らない/初めて見た」の回答者においても、「参加してみよう/実施してみよう」という意向をもつ回答者がいる程度いることがわかり(図-8、図-9)、より多くの方々に「参加/実施」して頂くためにも、MM施策の適切な周知活動を実施する必要がある。

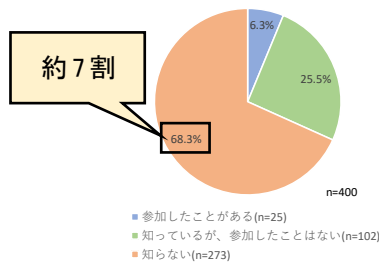


図-6 取組の認知度(スマート通勤おかやま)

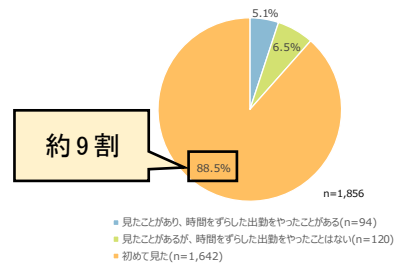


図-7 取組の認知度(時差通勤の呼びかけチラシ)

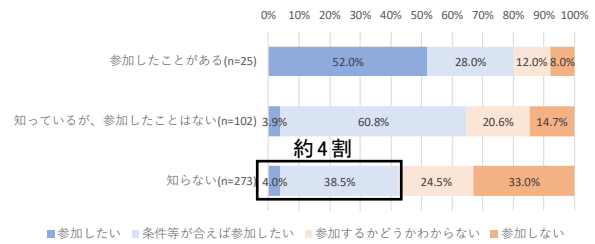


図-8 認知度別の参加意向(スマート通勤おかやま)

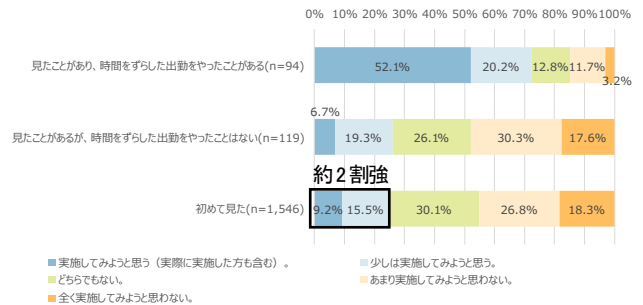


図-9 認知度別の実施意向(時差通勤の呼びかけチラシ)

3. 岡山倉敷都市圏におけるMM施策の総称「GOOD ROUTE」の設定

前章の課題を踏まえ、MM施策の適切な周知活動の実施に向け、各種施策の単体での情報発信だけでなく、総合的な情報発信による戦略的な周知活動を行うために、岡山倉敷都市圏におけるMM施策の総称(マーク・ロゴタイプ、キャッチコピー)の設定(ブランディング)を行った。

(1) 既往取組

岡山県内では、「人・地域・地球にやさしい移動方法」をスローガンに、自動車に過度に依存した社会から、公共交通や自転車、徒歩などを重視した社会への転換を目指した「やさしいアクセス」というプロジェクトが実施されており、具体プロジェクトの1つとして、FAG I WALKER (ファジウォーカー) プロジェクトが実施されている。ファジウォーカーは、岡山内で行われるサッカー観戦によるスタジアム周辺(国道53号)での慢性的な交通渋滞、駐車場の不足等に対し、クルマ



利用から公共交通（電車やバス）での移動を推進するMM施策として、2016年7月より始動しているプロジェクトである。本プロジェクトでは、「クルマではなく、徒歩や自転車、公共交通などの人・地域・地球にやさしいアクセス手段によってスタジアム周辺を訪れる人」を「ファジウォーカー」と呼ぶことによるブランディングを行っており、継続的な周知活動を行うことで、プロジェクトに対する高い認知度（2019年調査で約8割が「知っている」と回答<sup>2)</sup>）を得るとともに、2020年5月に、第11回EST交通環境大賞の奨励賞を授与された<sup>3)</sup>。



図-10 FAGI WALKER プロジェクトホームページ<sup>2)</sup>

## (2) MM検討会の実施

前項の取組事例を踏まえ、岡山倉敷都市圏の渋滞緩和・環境改善に向けたスマート通勤おかやま等の各種施策を総合的な1つのプロジェクトとして情報発信するための総称（マーク・ロゴタイプ、キャッチコピー）を作成するため、「やさしいアクセス」、「FAGI WALKER」に関わりのある岡山大学大学院の氏原准教授を中心とした関係者による検討を実施した。

デザイナーの佐藤氏によるデザインプランニング（コンセプト、キャッチコピー、マーク・ロゴタイプ）について協議を重ね、岡山倉敷都市圏にふさわしい総称として、「GOOD ROUTE」の設定を行った。（図-11）

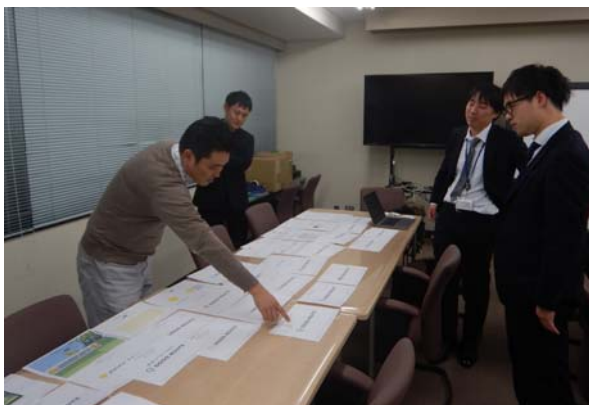


図-11 MM 検討会の様子

## (3) 「GOOD ROUTE」の設定

MM検討会を経て、設定した「GOOD ROUTE」におけるブランディングデザイン（図-12）を以下の通り紹介する。

### a) コンセプト：思考する移動

混雑の緩和を目指すためには一人ひとりが考えて、行動を積極的に変容することが重要であり、「時間」「手段」「経路」の行動変容への期待を込めて設定した。

### b) キャッチコピー：GOOD ROUTE

コンセプトである「思考する移動」を促すためには、個人々人にとって、良い移動を考える（または発見する）必要があり、毎日の移動における「時間」「手段」「経路」を一人ひとりに考えていただけるようなキャッチコピーとして設定した。

### c) マークのデザインソース：下図の通り（図-12）

「発見（電球）＋感嘆符（!）＋目的地＋思考＋人＋行動」を連想できるロゴマークを設定した。

カラーは、スムーズな移動を連想させる「信号の青」を基調に設定した。



図-12 マーク・ロゴタイプ

## 4. 「GOOD ROUTE」の将来展望

「GOOD ROUTE」を岡山倉敷都市圏内に広く周知・浸透させるためには、短期的視点ではなく、中長期的な視点で、MM施策、周知活動を実施していくことが重要であり、中期的な計画として2020年度からの3年間を目安とした広報戦略を設定した。

### (1) MM施策（中期的な計画）

岡山倉敷都市圏におけるMM施策の展開として、3年目でのシンポジウム開催を1つの目標とし、「スマート通勤おかやま」等の既存取組を継続させつつ、「大型商業店舗パークアンドライド」「高速道路利活用」等の新たな施策を「GOOD ROUTE」プロジェクトとして絶やすことなく打ち出していく。また、岡山倉敷都市圏の住民参加型の取組として、新たなMM施策を生み出す「アイデアソン」を実施し、地域住民を巻き込んだMM施策を打ち出すとともに、「GOOD ROUTE」の地域への定着を目指す。

### (2) 周知活動（中期的な計画）

1年目である2020年度では、「GOOD ROUTE」を広く周知させる必要があるため、ホームページ（図-

13) , プロモーションムービーの作成, 展開を図るとともに, 横断幕(図-14)を直轄国道に張り巡らすことによるクルマ利用者への大々的な周知活動を行い, 認知度の向上を図る。2 年目以降では, MM施策の新たな施策にあわせたプロモーションムービーの作成, 住民参加型のアイデアソンを契機とした地元スーパー等における「GOOD ROUTE」のポスター展開を図り, 岡山倉敷都市圏全域への浸透を目指す。



図-13 GOOD ROUTEホームページ



図-14 GOOD ROUTE横断幕 (2種類)

## 5. おわりに

本稿では, 岡山倉敷都市圏のMM施策の統一的な情報発信を目指したMM施策の総称「GOOD ROUTE」の設定に関する背景, 設定までの取組内容について紹介し, あわせて, 2020年度取組や将来展望について紹介を行った。

本プロジェクトは, まだスタートラインに立ったばかりであり, 今後, 視覚的な訴求効果の把握を行うことで, 岡山倉敷都市圏発のMM施策の新しいカタチを目指していきたい。

**謝辞:** 本稿の作成にあたり, 関係機関の皆さまに多大なご支援を賜りました。ここに謝意を表します。

**補注:** \*1 モビリティ・マネジメントとは, 「過度にクルマに頼る状態」から「公共交通・自転車・徒歩などを含めた多様な交通手段を適度に利用する状態」に少しずつ変えていくためのコミュニケーションを中心とした交通施策のことである。

### 参考文献

- 1) 「やさしいアクセス」 : <http://yasashii-access.info/>
- 2) 「FAGIWALKER」 : <http://yasashii-access.info/fw/>
- 3) 第 11 回 EST 交通環境大賞受賞団体の決定について: [http://www.estfukyu.jp/kotsukankyotaisho2019\\_02.html](http://www.estfukyu.jp/kotsukankyotaisho2019_02.html)

(Received July 23, 2020)  
(Accepted October 2, 2020)

## Branding Design and Strategy about Mobility Management in Okayama Kurashiki metropolitan area , named “GOOD ROUTE”

Takashi TAJIMA, Ken-ichiro SHIMATANI, Shogo IKEDA,  
Takehito UJIHARA,  
Kunihiro YAMAGUCHI and Hideto SATO

In Okayama Kurashiki metropolitan area, we are promoting various Mobility Management (hereinafter called “MM”) measures such as Smart-Tsukin-Okayama(the measure that promotes conversion of transportation from cars during commuting time), calling for staggered working hours, and Park and Ride in Kurashiki Bikan Historical Area. But the awareness of each initiative itself is low. In the next enlightenment activities, it is necessary to disseminate not only individual information but also comprehensive information.

Therefore, in the first year of Reiwa, "GOOD ROUTE" was created as a general term for MM measures (logomark, catchphrase) in order to unify the dissemination of MM measures in Okayama Kurashiki metropolitan area.

It is expected that the unified dissemination of information as "GOOD ROUTE" will improve the appealing power and greatly contribute to the improvement of awareness and understanding of MM measures.

In this paper, we will show the future prospects of "GOOD ROUTE" and introduce the efforts such as "promotion movie" and "national highway jack" with banners, etc. which are to be developed in the 2nd year of Reiwa.