

第9回「松江市一斉ノーマイカーウィーク」の実施結果（中間報告）について

1 趣旨

マイカー利用の抑制が公共交通の利用促進、渋滞緩和、CO₂排出量の削減に繋がることを市民一人ひとりに啓発し、日常的な移動にあたっての行動変化を促す。

2 概要

(1) 内容

市民、市内通勤者がマイカーを利用しない日を1日以上設けて実践する。

(2) 実施期間

平成29年9月21日（木）～9月30日（土）の10日間

(3) 今年度重点項目

- ① 事業所への参加依頼は、一律的ではなく、公共交通への転換の可能性等を考慮した上で、地域や業種等を踏まえ、訪問する事業所をピックアップし、行う。
- ② 事業所への依頼にあたっては、依頼文のみでなく、公共交通にまつわる諸施策等を記載した啓発チラシを活用する。
- ③ この取り組みを広く市民に知っていただき、活性化を図るため、広報活動を強化する。
- ④ 事後の検証を行い、来年度以降の取り組みに活かしていく。

3 実施結果

(1) 実施計画の検証

分類	実施方針	実施内容	評価指標	目標値 (前年)	実績値
参加促進 キャンペーン	事業所への 働きかけ	・郵送による参加呼び掛け ・市内事業所への訪問 ・市内学校・公民館への参加呼び掛け	参加事業所数	150 事業所 (144)	150 事業所
		・公共交通の利用方法やお得な情報等を掲載した冊子および啓発パンフレットの配布	参加者数	3,000 人 (2,700)	4,100 人
	フェリー層への 働きかけ	・バスまつり会場内でのチラシ配布	利用者数	200 人	34 人
広報活動	バスまつり	・会場内でのチラシ配布	CO ₂ 削減量	12.0 トン (11.7)	17.9 トン
	のぼり旗の 掲出	・宍道湖大橋への掲出			
	チラシ配布	・各事業所への配布			

(2) まとめ

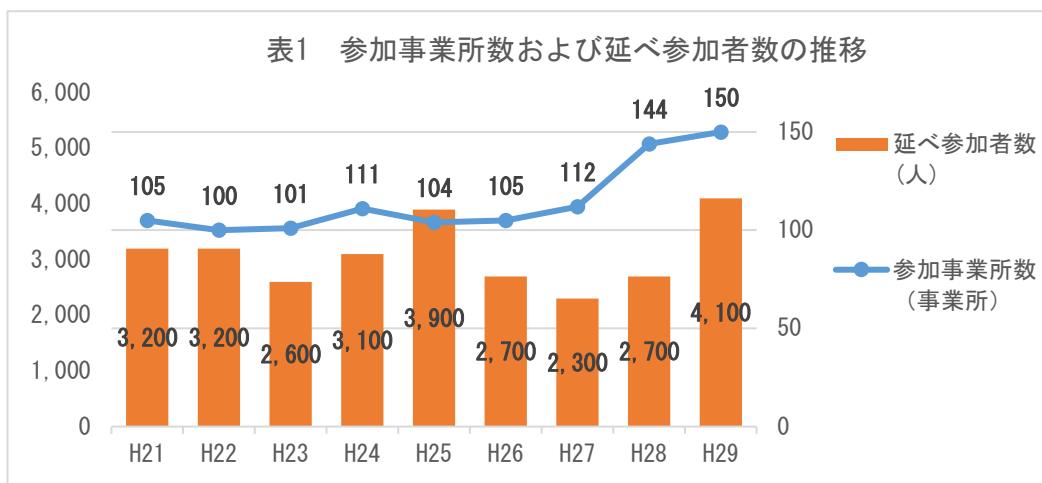
ア 参加状況

①参加事業所数

- ・過去最高だった昨年（144 事業所）を上回る 150 事業所が参加した。
- ・その要因としては、参加事業所数は、訪問による事業所への直接的な働きかけ（34 事業所）や、新たに公民館・小学校等への参加呼びかけを行ったことによる成果があらわれ、新規 45 事業所が参加する結果と考えられる。

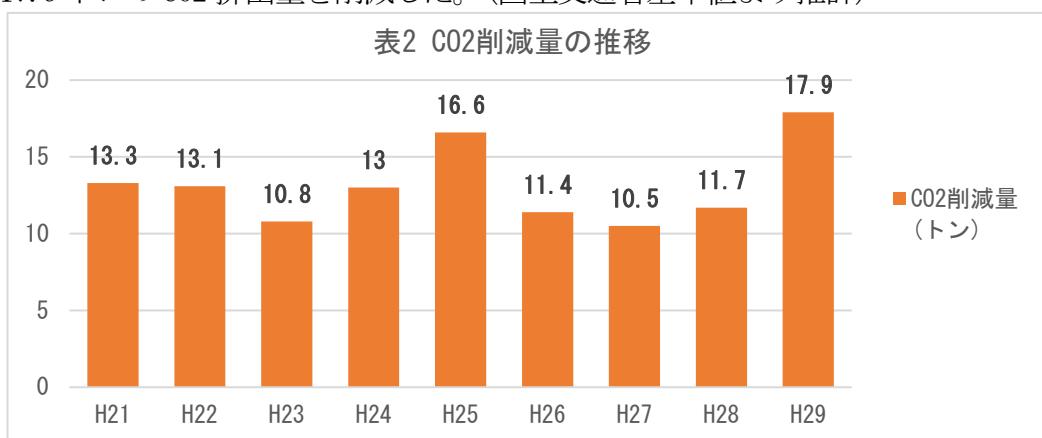
②延べ参加者数

- ・参加者数は、過去最高の 4,100 名がノーマイカーの取り組みを行った。
- ・その要因としては、新たな取り組みとして、公共交通利用の手引き等の啓発資料を配布したことや、休日参加や業務利用の奨励等、「できることから」「できるペースで」「できる部署から」「できる人から」「できる日に」、少しづつ取り組んでいただくよう呼びかけたことで、事業所内での参加呼びかけが促進されたものと思われる。



イ CO2削減量

期間中に参加者がクルマから他の交通手段へ転換したことにより、過去最高となる約 17.9 トンの CO2 排出量を削減した。（国土交通省基準値より推計）



ウ 渋滞長

- ・ノーマイカーウィーク期間前と期間中との比較では、観測地点 6か所中 4か所で渋滞長が長くなる傾向が見られた。
- ・その要因としては、今年度の調査が、期間前（9/13 晴）と期間中（9/27 雨一時曇り）で天候が異なる中で実施されたためと考えられる。

※ 例年は、天候がほぼ同じ条件で実施
- ・一般的に、雨の日は、自動車の速度を落として車間を空けて走るため、交通渋滞が発生しやすいと言われている。（出典：首都高速道路（株）ホームページより）
- ・松江市でも、雨予報の日は、自動車交通量の増加や渋滞が発生する傾向があり、今回の結果となったものと思われる。
- ・また、交通量の増加要因としては、普段、歩行や自転車で外出している人がクルマを使用したことや、親が子ども（高校生等）を学校まで送迎したこと等が考えられる。
- ・従って、今回の測定結果については、参考値に留めざるを得ないと考える。

エ バス利用者数

市営バス主要 4 路線の利用者数をみると、ノーマイカーウィーク期間前よりも期間中が増加した。また、期間後も、期間前と比べて増加した。

① 平日

平日☀では、期間前と比べ、期間中 6.1%、期間後 5.5% の増加

② 土・日曜日

土日☀では、期間前と比べ、期間中 29.0%、期間後 19.9% の増加

