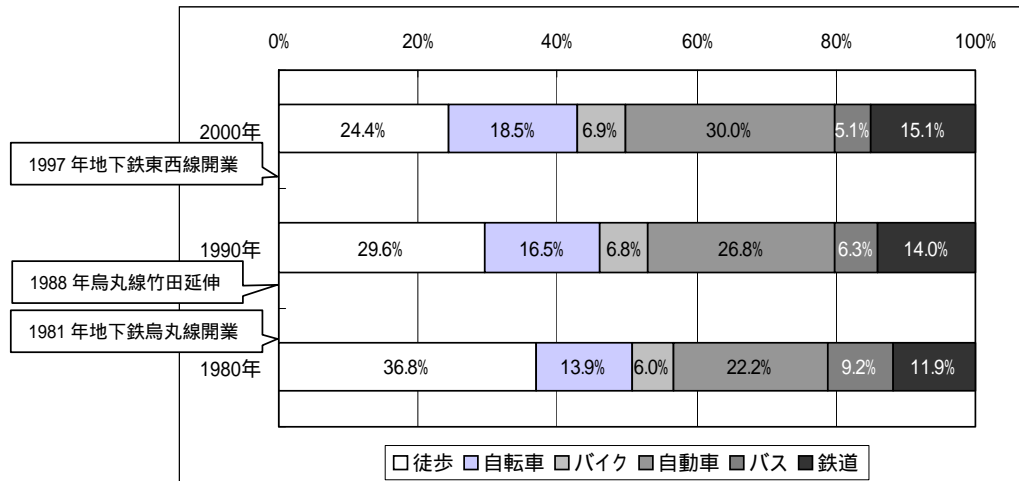


## 健康で暮らしやすいまちづくり策定業務(要約編)

## 1. 「歩く」ライフスタイル形成に関する検討

### (1) 「歩く」ライフスタイルの衰退

京阪神都市圏パーソントリップ調査（以下、京阪神PT調査という）によると、1970年（昭和45年）の京都市における発生交通量の45.3パーセントは徒歩（代表交通手段）で行われていたが、2000年（平成12年）になると24.4パーセントにまで低下してしまう。つまり、30年間で徒歩交通の半分が歩くことをやめ、「歩く」ライフスタイルは大きく衰退した。



京都市における代表交通手段分担率の変化（京阪神PT調査）

### (2) 「歩く」ライフスタイルの衰退の背景

「歩く」ライフスタイルが衰退した背景には、次のような3つの要因が考えられる。

#### 要因1 バイク、自動車等個人的交通手段の普及

- ・スピード性やドアツードア性、時間的自由性といった交通手段としての利便性はもとより、交通手段以外のスポーツ性や娯楽性といった機能があいまって自動車等が普及

#### 要因2 交通の長距離化

- ・個人的交通手段の普及と都市化を中心とする社会構造の変革がセットになって、職住分離、郊外居住、商店街の衰退といった現象が進んだことから、交通の長距離化が進展

#### 要因3 経済成長に伴うゆとりの喪失

- ・経済成長に伴い人々の価値観が効率性至上主義ともいえる方向へ転換したことから、生活全体にゆとりがなくなり、究極のゆとり交通手段である徒歩を敬遠

### (3) 「歩く」ライフスタイル形成の施策案

次のような「歩く」ライフスタイル形成の施策案が考えられる。

公共交通優先のライフスタイル促進	施策1	公共交通優先の政策
	施策2	ICカードにより料金体系を一元化する
	施策3	乗れば乗るほど得になる料金サービス
歩く機会の増加策	施策1	歩く意味のPR
	施策2	ICカードやETCによる交通賦課金
	施策3	徒歩通勤や自転車通勤に一定額の税額控除
	施策4	1駅歩きのポイントバック
	施策5	パークアンドライドの推進

## 2. パークアンドライド施策の検討

### (1) パークアンドライド施策の基本方針

京都市におけるパークアンドライド施策実施の基本方針を以下のように検討した。

(乗換駅の方針)

方針 自動車から公共交通機関への乗換駅は混雑場所より出発地側に設定すること

- ・混雑緩和を目的とするパークアンドライドの原則である

(乗換駐車場の方針)

方針1 乗換駐車場は、鉄道駅から歩行距離で250m以内にあること

- ・都心での歩行距離が遠くて500m程度(駅間距離から推定)であることから、乗り継ぎ距離としては、その1/2を限界とする

方針2 乗換駐車場は、既存の施設を有効活用すること

- ・新たな用地確保や立体駐車場の建設は大きなリスクを伴うため、既存駐車場(民営のものを含む)や遊休土地を活用できる場合に限ることとする

方針3 乗換駐車場は、収容台数が100台以上あること

- ・PRの効率性やユーザーにとってのわかりやすさを考えると、一定規模以上の駐車場を対象とすることが必要となる

方針4 新たな自動車利用を発生させないこと

- ・むやみな駐車場整備や駐車スペースの拡大により、自動車利用の潜在需要を顕在化させないよう注意する

方針5 観光交通には臨時駐車場を積極的に確保すること

- ・観光交通の需要は、日常交通対策の需要に比べてはるかに大規模で既存施設の活用では対応できないため、臨時駐車場を確保することが不可欠となる

### (2) 乗換駐車場の計画

通勤交通(平日)対応の駐車場を5箇所3,664台、観光交通(休日)対応の駐車場を15箇所6,295台確保することを提案する。

この駐車場が計画通り活用された場合のCO<sub>2</sub>削減量は約3,1000トン/日となり、排出権取引額等を参考とすると、約111億円/年の便益が生ずる計算となる。



京都市における乗換駐車場配置計画

### 3. パークアンドライドの持続的運営方策の検討

---

#### (1) 広報・PRの強化方策

##### 方策1 インパクトのある宣言を発信する

かつて、京都市では、「マイカー観光拒否宣言」なるものが発信されたことがある。この宣言名は、非常にインパクトのある名称であったため、すぐさま全国ネットで配信され、良くも悪くも大きな反響があった。結局、「本来なら頭を下げてお迎えすべき観光客を拒否するとは何事か！」という内外の悪評が勝ち、一度きりの宣言となった。「拒否」宣言は筋が通らないが、逆に、観光客の立場に立って、「京都へは車で来られないほうが得ですよ」ということを一言で表現できれば、その宣言名自体が一人歩きをして大きな効果をもたらすと考えられる。

##### 方策2 京都市独自の交通情報サイトを立ち上げる

一度、観光シーズンに車で嵐山や東山へ来た人なら、二度と車では京都に行かないと思うはずである。京都の観光交通対策は、こうした情報を、どのようにして発信するかがポイントとなる。あの嵐山や清水の渋滞は、誰でも一目見たら理解できるはずなので、例えば、梅津段町から森原堤まで、また五条堀川から五条坂まで、定点カメラを据付け、その映像をネット配信すれば一目瞭然である。以下のような仕組みが考えられる。

##### 観光シーズンの情報だけでなく、京都市のあらゆる交通情報を発信する

- ・多くの人からアクセスしてもらうには、天気予報のように、毎日、役に立つ情報を発信しなければならない。渋滞がどこまで続いているか一目瞭然の精度が必要であり、定点カメラのライブ映像、予測情報や予想所要時間、細街路レベルの工事情報、コインパークを含めて全ての駐車場情報、公共交通の遅延情報等が求められる。

##### 参加型サイトにする

- ・こうした、きめ細やかな情報を収集する方法として参加型サイトが考えられる。こうした情報を携帯電話で知らせてくれるモニターを募集するなどが考えられる。

##### 民間企業がビジネスとして運営する

- ・細やかな対応を行うには、民間企業がビジネスとして運営することが不可欠である。そこで、立ち上げ資金として京都市内で営業する公共交通機関並びに観光関連企業から出資を募り、企業を公募してコンペ方式で運営会社を指定することなどが考えられる。

#### (2) SC顧客用駐車場の運営手法

##### 対策1 パークアンドライド利用者に商品券を購入してもらう

大店法では、駐車場はショッピングセンターの顧客用として位置付けられているが、パークアンドライド駐車場として利用すると一般有料駐車場になるため、目的外使用として法的に問題となる。そこで、パークアンドライド利用者からは駐車料金を徴収するのではなく、商品券を購入してもらうことにより、顧客に対するサービスの形をとることを考える。

##### 対策2 自動料金収受機を設置する

一般の顧客は、従来どおり無料とする必要があるが、これとパークアンドライドの利用者を区別するには、全車の入場と出場を管理するための磁気カードによる自動料金収受機の設定が望ましい。その上で、例えば、6時間以内は無料、それ以上は有料とすれば、一般顧客の全ては従来どおり無料となるはずであり、一方、パークアンドライド利用者は6時間以上駐車するため有料扱いとなるが、定期契約カードを自動料金収受機に入れて出場できるように設定すれば問題はない。