

スタイリッシュ通勤 ふくおか 2021

社会実験期間 11.1~11.19

福岡都市圏におけるTDM社会実験 「スタイリッシュ通勤ふくおか」の取組

国土交通省 九州地方整備局 福岡国道事務所 国土交通省 九州地方整備局 福岡国道事務所 計画課
NIPPON KOEI 日本工営株式会社

背景

✓ コロナ禍の緊急事態宣言発令（R2年4月～5月）に伴い、福岡都市圏の多くの箇所では交通量・旅行速度が変化

✓ 緊急事態宣言により渋滞緩和が確認された主要渋滞箇所のうち、天神地域等では、交通量減少率が小さい（10%未満）にも関わらず渋滞が緩和

■ コロナ禍の旅行速度変化（平日夕）



※出典：ETC2.0（通常期：H31.4-R2.2（平日夕平均）、緊急事態宣言期（1回目）：R2.4.8-R2.5.14（平日夕平均））

■ 渋滞が緩和した「主要渋滞箇所」のうち、交通量減少率が10%未満の箇所



※出典：ETC2.0（通常期：H31.3-R2.2、緊急事態宣言期（1回目）：R2.4.8-R2.5.14）※直轄国道の主要渋滞箇所を対象

車以外に利用可能な手段が豊富

- ✓ 電車（西鉄）
- ✓ 福岡市営地下鉄
- ✓ バス（西鉄）
- ✓ フリッジパーキング
- ✓ シェアサイクル

- ✓ 交通量の削減量が小さくても渋滞が緩和
- ✓ 車以外の移動の選択肢が豊富

を満たす**天神地域（国体道路）**を対象に、**TDM社会実験による渋滞緩和**を目指す

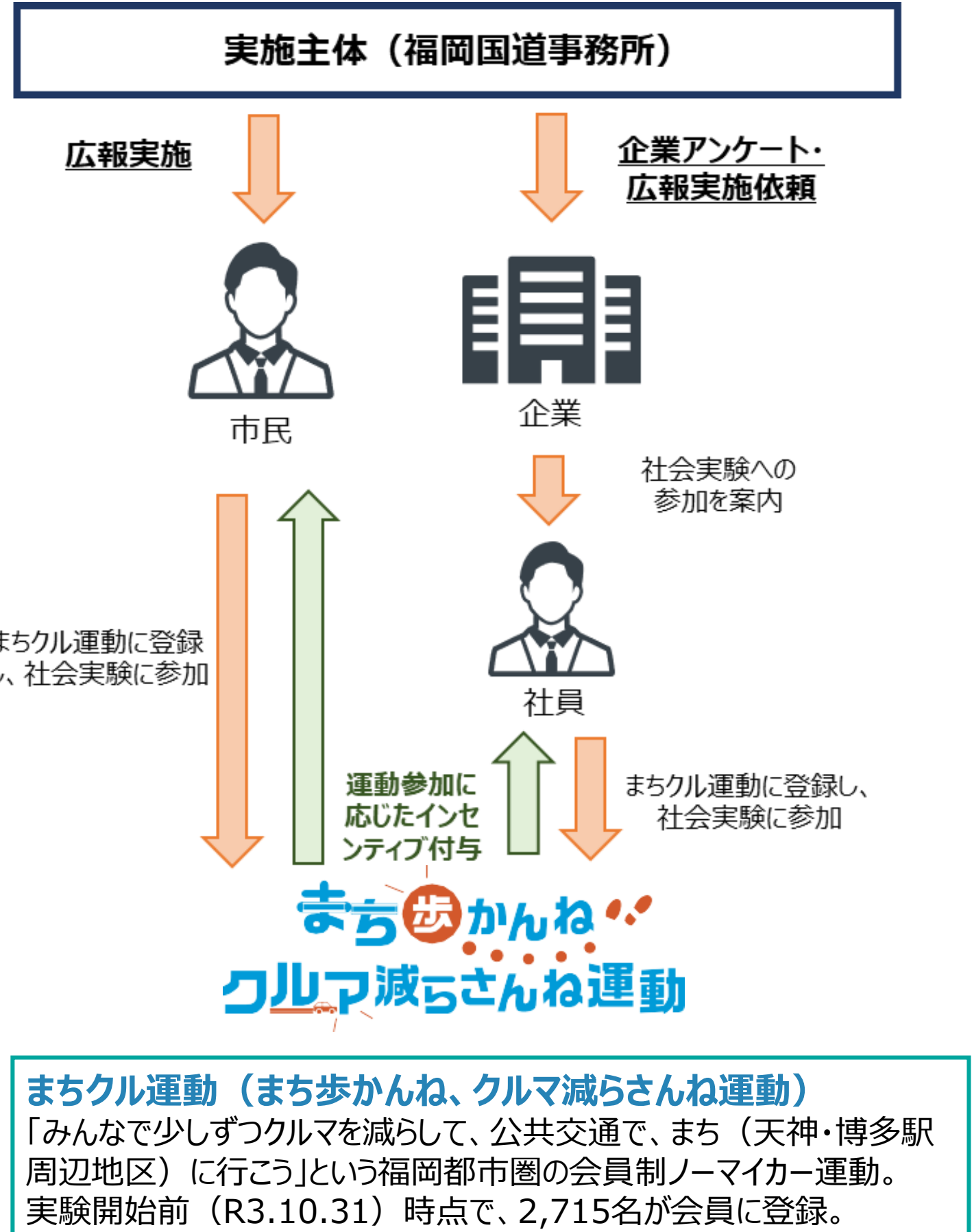
TDM社会実験「スタイリッシュ通勤ふくおか」の取組内容

実験期間：R3.11.1～R3.11.19

- ✓ 市民及び企業に対する重点的な広報活動
- ✓ 福岡都市圏の会員制ノーマイカー運動「まちクル運動」との連携
- ✓ 参加者に対する**クーポン配布・ボーナスポイントなどのインセンティブ付与**

✓ 自動車利用抑制に有益な情報を一括で整理した「**情報冊子**」、「**広報ポスター**」、「**特設HP**」等を作成し、市民および企業に対する広報アプローチを実施

- 1. 自動車通勤を減らす**
自動車通勤を減らすためのTDM施策（自転車通勤/バス通勤/電車通勤/P&R利用など）を実施
- 2. アプリで参加報告**
まちクル運動アプリで参加内容を報告（参加毎にまちクルポイントを付与）
- 3. 特典が当たる**
参加状況やポイントに応じて、クーポン券などの特典が当たる（参加者のやる気醸成）

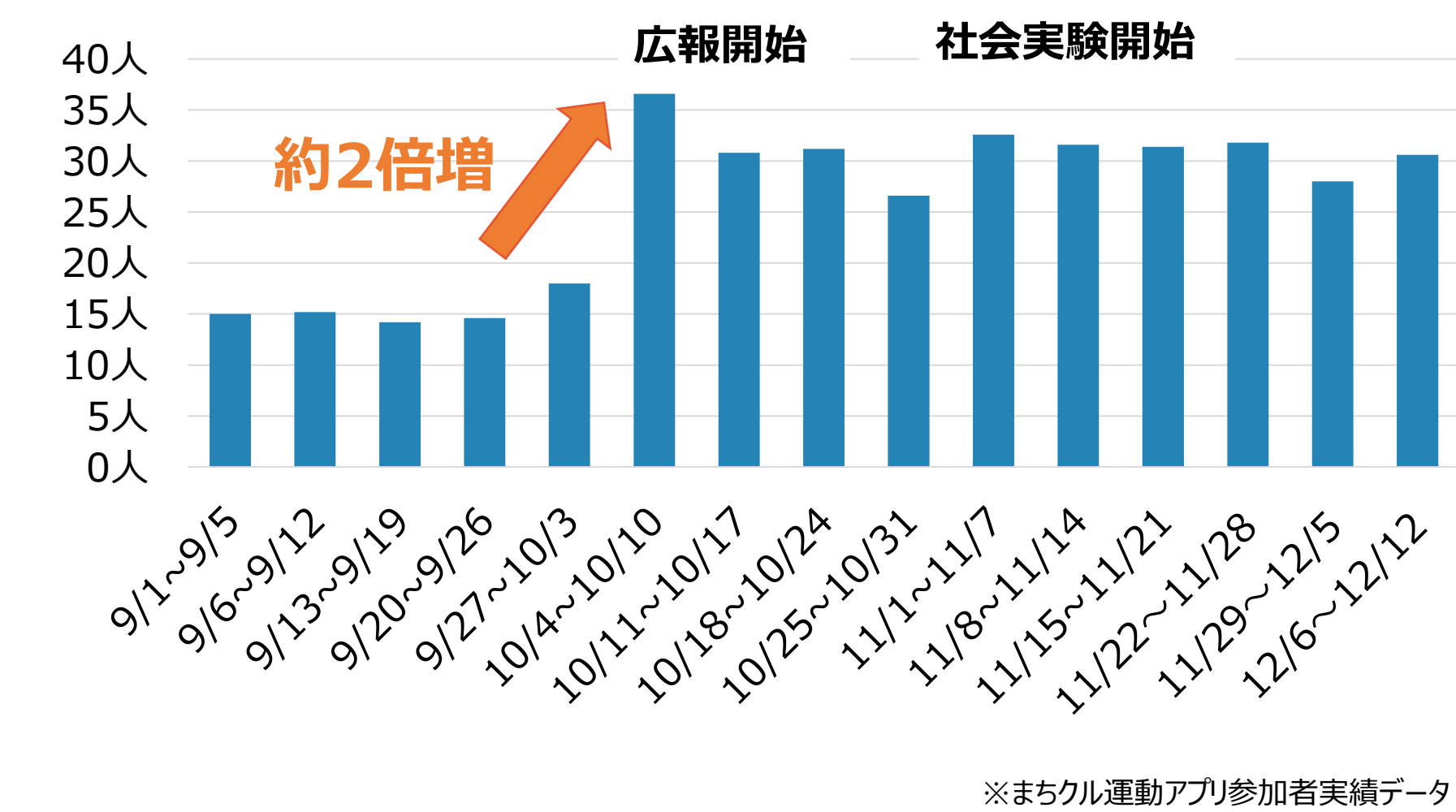


広報媒体	配布・掲載状況
情報冊子	✓ 以下箇所では 2,096部 を配布・掲載 地下鉄駅、西鉄電車駅、西鉄バスターミナル、企業（31社）
広報ポスター	✓ 以下箇所では 724部 を配布・掲載 ファミリーマート、イオン、地下鉄駅、西鉄電車駅、西鉄バスターミナル、企業（31社）
特設HP	✓ 以下HP・SNSで特設HP等を掲載 福岡県交通政策課HP、福岡市交通局HP・Twitter、西鉄HP・LINE、We Love天神HP・Facebook、福岡国道事務所HP
その他	✓ 横断幕設置 ✓ 新聞掲載（西日本新聞） ✓ プレスリリース（福岡国道事務所）

取組実施結果および今後の方針

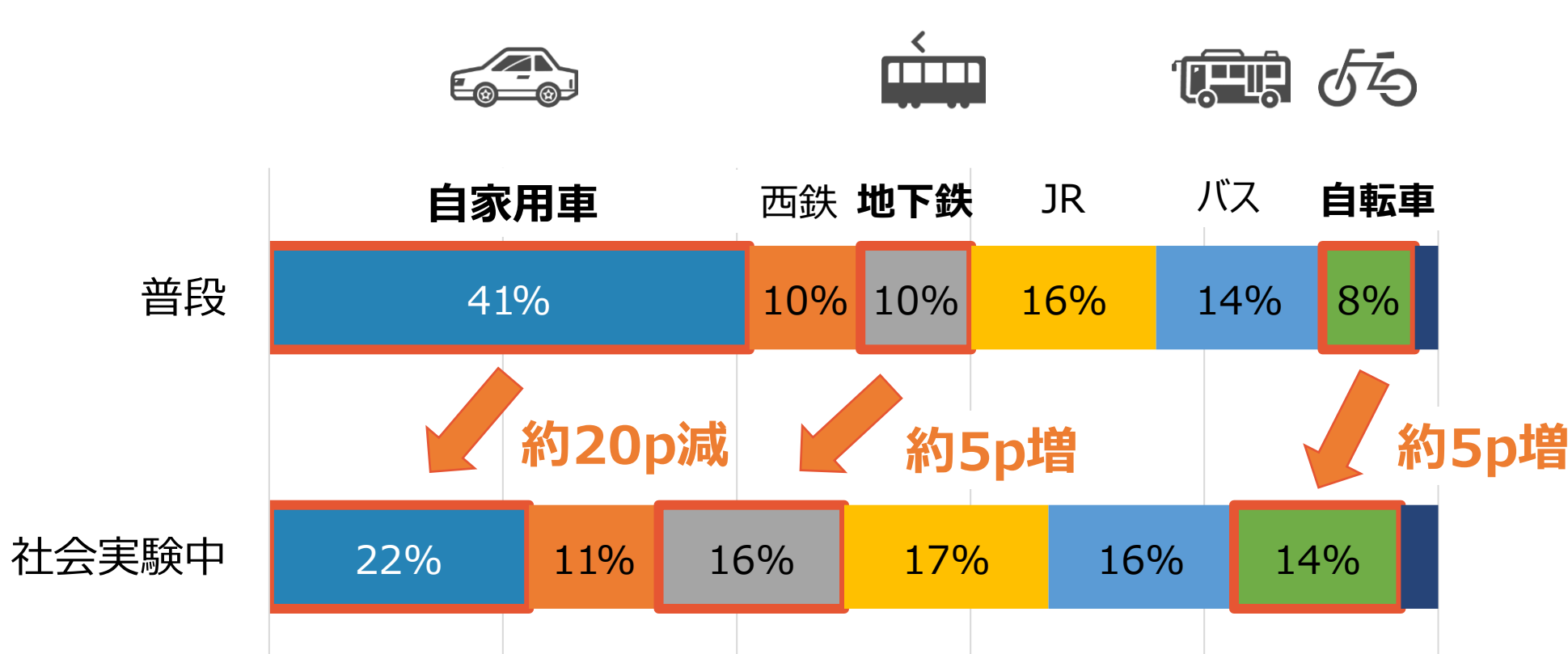
- ✓ まちクル運動参加者の変化：社会実験に伴う広報実施により、**まちクル運動の平均参加者数が約2倍に増加**（延べ参加者数：約15人/日→約30人/日）
- ✓ 利用交通手段の変化：国体道路を利用する社会実験参加者の主な通勤手段として、**自家用車の利用率減少、地下鉄・自転車利用の増加**を確認
- ✓ 道路交通状況の変化：一方、社会実験中における国体道路（春吉～祇園町西）の交通量・渋滞長の改善は見られず、渋滞解消には至っていない

■ まちクル運動への平均参加者数（人/日）



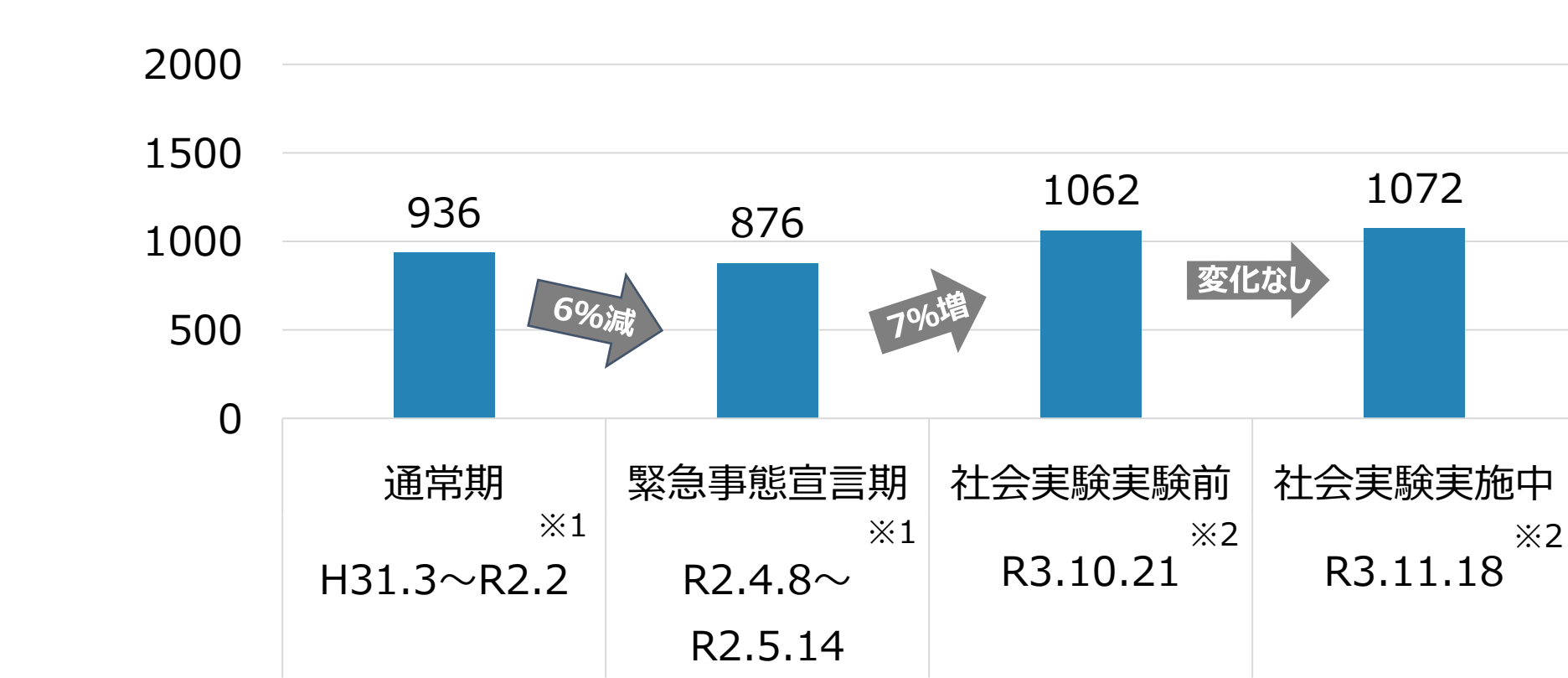
※まちクル運動アプリ参加者実績データ

■ 社会実験参加者の通勤手段変化（N=63）



※WEBアンケート調査（社会実験参加かつ国体道路利用者）

■ ピーク時交通量の推移（対象エリア（春吉交差点））



※1：主要渋滞箇所DB（局提供）
※2：交通量・渋滞長調査データ 社会実験前：R3.10.21（木）、社会実験中：R3.11.18（木）

課題を踏まえ、R4でも継続的にTDM施策を実施

課題事項	社会実験実施時の課題	対応策
① 企業・自治体との連携強化	1. 企業559社へ社会実験への参加の呼び掛けをしたものの、社会実験に協力いただいた企業は31社（31/559）	○福岡県・福岡市と連携した企業アプローチを実施（連名でのアンケート配布等） ○福岡・天神地域以外の企業へのアプローチ（東区・南区等） ○県の工事業所登録企業への企業アプローチ（企業訪問等） ○自転車通勤の促進 等
② 車利用者へのアプローチ強化	2. TDM社会実験に参加しない理由として、「認知不足」が大きな要因（約5割）	○市・県の情報誌、駅・商業施設へポスター設置、HP・SNS・LINEでの広報、道路上的の横断幕設置等
③ 関係機関と連携した広報の強化	3. 社会実験参加時においても、自家用車を主な通勤手段とする方が一定割合存在（16%）	○時間変更・経路変更による時間短縮効果の情報提供（情報冊子の更新） ○時差出勤の導入促進（企業への導入依頼促進）