

あいちエコモビリティ促進モデル事業成果報告会

エコモビリティライフのための 地域での取り組み



南山大学 石川良文

各モデル事業の内容

対象地域	交通手段	事業の種類・内容
尾張旭	バス	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントでの利用啓発 ・エコマネーによる環境意識啓発・魅力向上 ・会報による情報提供 ・アンケートによる利用者分析
常滑	バス	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントでの利用啓発 ・キャンペーンによる利用啓発 ・バスガイドによる魅力向上 ・パンフレットによる情報提供 ・アンケートによる利用者分析
下山(岡崎)	乗合タクシー	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドマップによる情報提供 ・バスガイドによる魅力向上 ・ウォーキングコースによる魅力向上
豊田	自転車	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい自転車利用システムの実験、可能性分析
長久手	リニモ	<ul style="list-style-type: none"> ・講演会による高い知識の共有、向上、意識啓発 ・WSによる情報共有・コンセンサス形成 ・市民主体の活性化策の提案

地域で市民ができること

- 魅力を伝える情報提供
(キャンペーン、イベント、情報誌、コミュニケーション)
- 魅力そのものを向上させるプロジェクトの実施
(コース策定、ガイド、利便性向上策)
- 新しい取り組みの提案(市民発意)
(アンケート、利用動向分析、改善案企画)

「知ってもらおう」「魅力を高める」「改善策を提案する」

ecoc

TAKE
FREE
ご自由にお持ちください!
無料

富士駅循環 特集! ひまわりバス

- 目次 —
- 特別寄稿「バス利用のススメ」 — 02
- エコを考える — 03
- ひまわりバス大解剖 — 04
- ひまわり博士によるバス講座 — 06
- ひまわりバス路線図 — 07
- 沿線の魅力! 大公開!! — 08
- ひまわりバスを使った1日 — 12
- ちょっぴりエコなひとやすみ — 14
- 石川ゼミからあなたへ — 15

たまには乗ってみよっかな

青コース



A. 青コースは右回りです。



30分

A. 1周 30分で循環します。



A. バスは全体が灰色で、緑の線が引かれています。ひまわりの模様が沢山ペイントされています。



25箇所

A. 経路は富士駅を起点とし、松岡、中島、富士本町など全部で25のバス停があります。

赤コース



A. 赤コースは左回りです。



45分

A. 1周 45分で循環します。



A. バスは黄色でひまわりバスのキャラクターがカラフルに描かれています。



35箇所

A. 経路は富士駅を起点とし、富士銀座、富士中前、榎木駅入口など全部で35のバス停があります。

乗換案内

ここでは、ひまわりバスを用いた駅の乗り換え情報、医療施設などへの行き方を紹介します。紹介しているひまわりバスの駅は奥体例ですので、ぜひ他のひまわりバスの駅からもご乗車ください。(なお、発着時刻は平成20年9月26日現在の情報です)

(1) 中央病院への行き方



(2) 吉原中央駅への行き方



(3) 静岡方面への行き方



(4) イオン富士南ショッピングセンターへの行き方・帰り方



- ひまわりバス青 ■ 富士駅線(フィランセ経由吉原中央駅行) ■ JR東海道本線(静岡方面)
- ひまわりバス赤 ■ 弥生線(弥生町経由吉原中央駅行) ■ イオン無料シャトルバス



赤コースは
反時計(左)回り

青コースは
時計(右)回り

運賃は1乗車おとなも子どもも100円!
月～土の毎日運行!

※定期券、バスカードは使用できません。

※2,000円札、5,000円札、10,000円札はご使用できませんので、
小銭をご用意ください。

※日曜・祝日、年末・年始・お盆は運行いたしません。

お問い合わせ先: 富士急静岡バス 鷹岡営業所 (0545)71-2495

富士駅循環 ひまわりバス 個別時刻表



富士駅循環 ひまわりバス

100円バスでちょっとソコまで...
 当施設からの最寄りバス停は**赤コース・青コース**
富士市民センター
富士市民センター前です。



出発時刻		
	赤コース	青コース
8		31
9	22	01 31
10	07 52	01 31
11	37	01 31
12	22	01 31
13	52	
14	37	01 31
15	22	01 31
16	07 52	01



●運賃は1乗車、おとなも子どもも100円!
 ●月～土の毎日運行!
※日曜・祝日、年末・年始・お盆は運行いたしません。
 ※定期券・バスカードは使用できません。
 ※2,000円札、5,000円札、10,000円札はご使用できませんので、小銭をご用意ください。

モデル事業の特徴

	事業の交通手段 ・過度な乗用車からの転換 ・市民の足の確保	事業の特徴
尾張旭	バス	・市民によるサポートのモデル
常滑	バス	・観光による地域振興 (大学生による支援)
下山(岡崎)	乗合タクシー	・地域交流(都市と農村)
豊田	自転車	・エコ通勤の社会実験
長久手	リニモ	・活性化策立案、合意形成

地域での取り組み体制

情報交換

課題の抽出

プロジェクト立案

プロジェクト実行

行政
交通事業者

行政
交通事業者

意見



交通



サービス

大学
(学生)

交通

市民団体
(市民)

市民

企業
(従業員)

目的は多様で良い (エコを意識することで更に効果的)

主目的

市民の足の確保

市民の利便性向上

健康の維持

教育・能力向上

観光振興

地域活性化

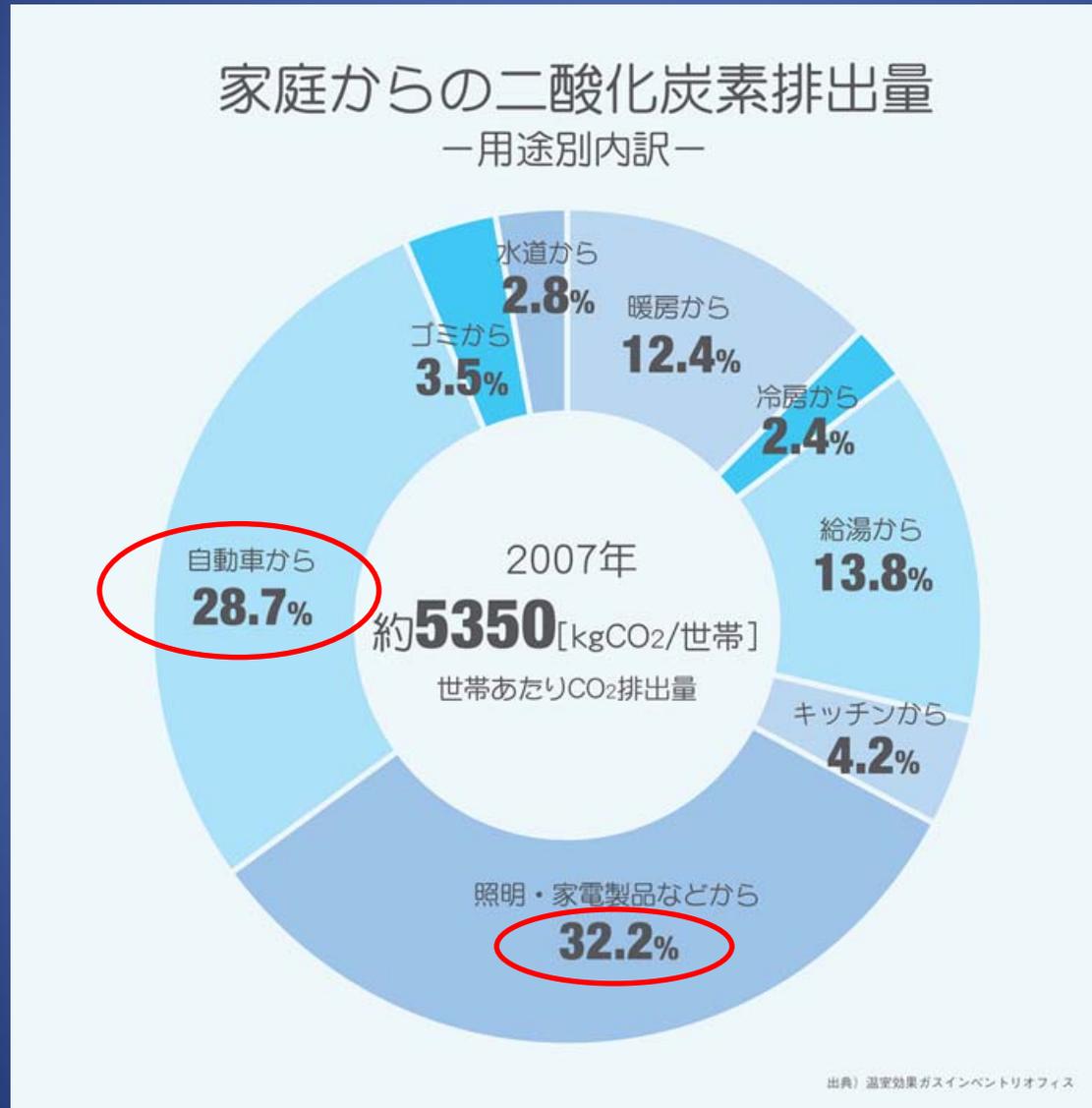
エコモビリティ

気候変動への対応

大気環境の改善

騒音・振動の改善

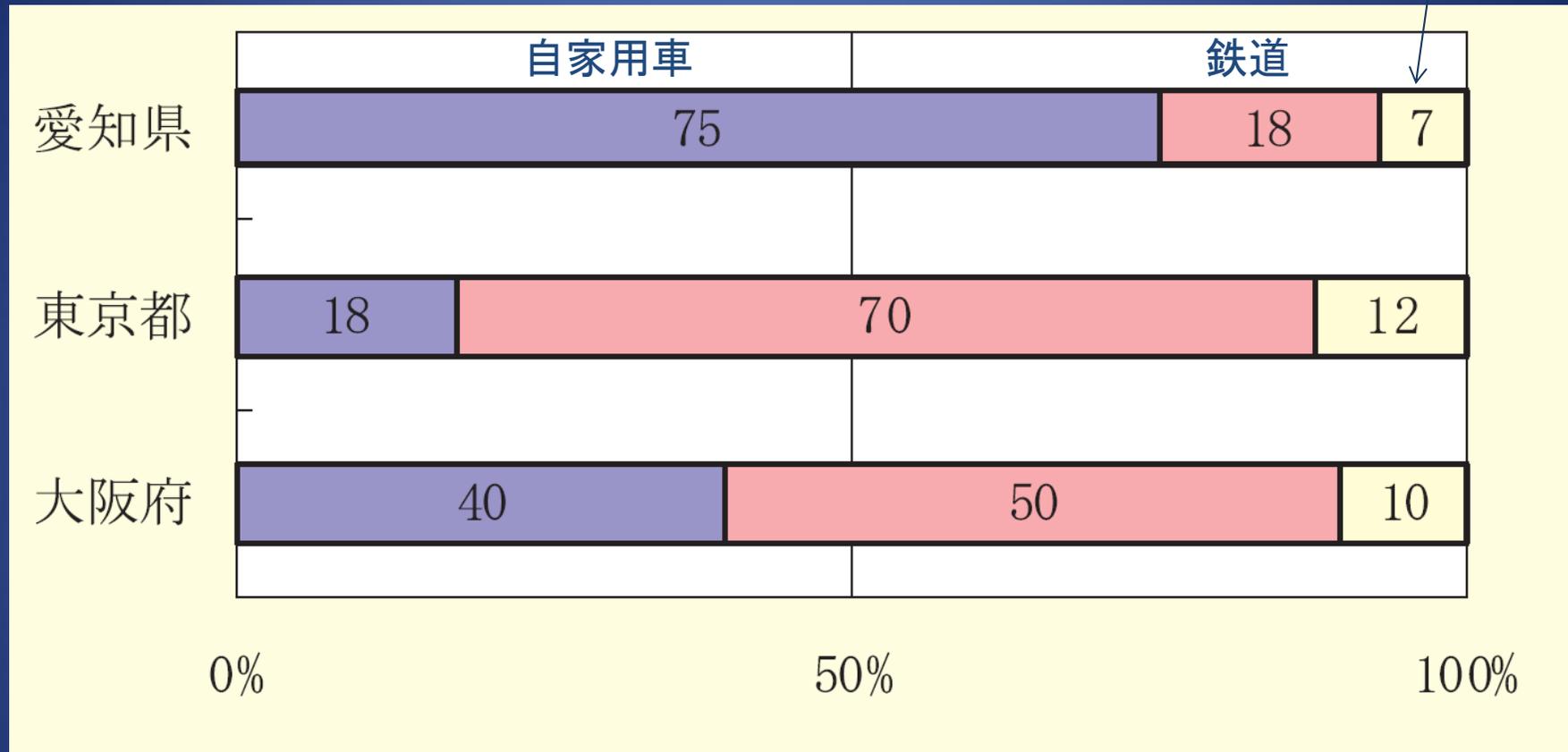
そもそもなぜエコモビリティライフか？



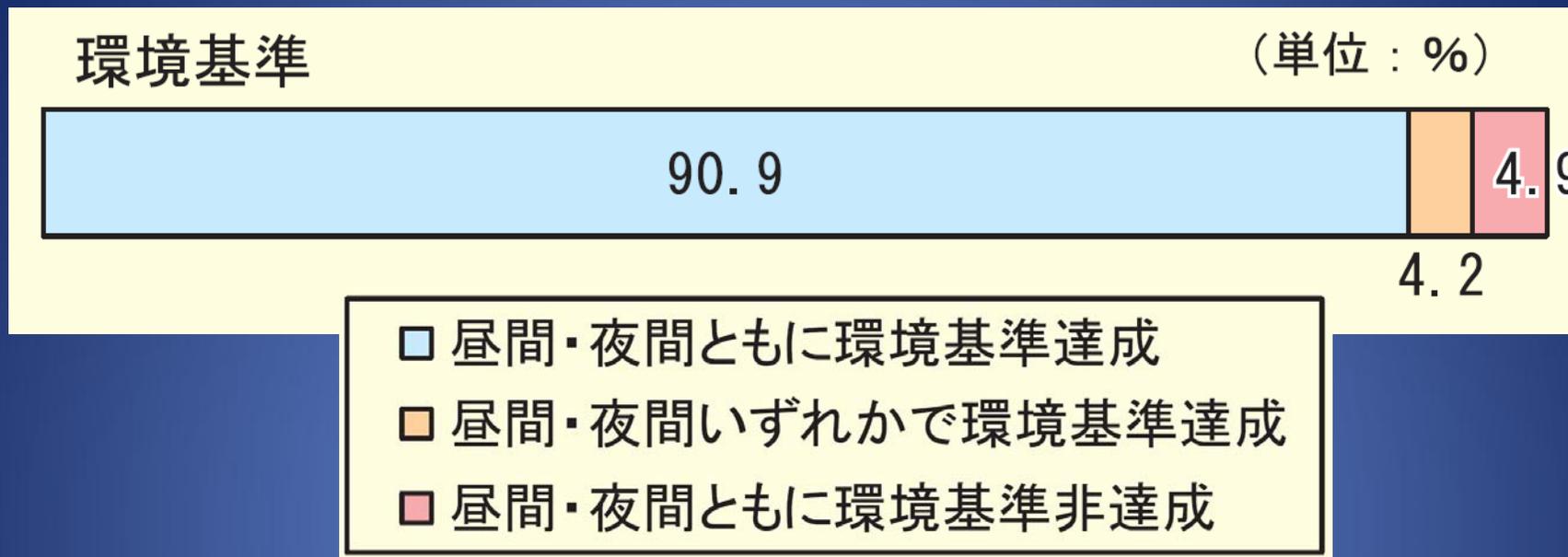
出典) 温室効果ガスインベントリオフィス

交通機関別分担率

バス・タクシー等



愛知県における自動車騒音の環境基準達成状況

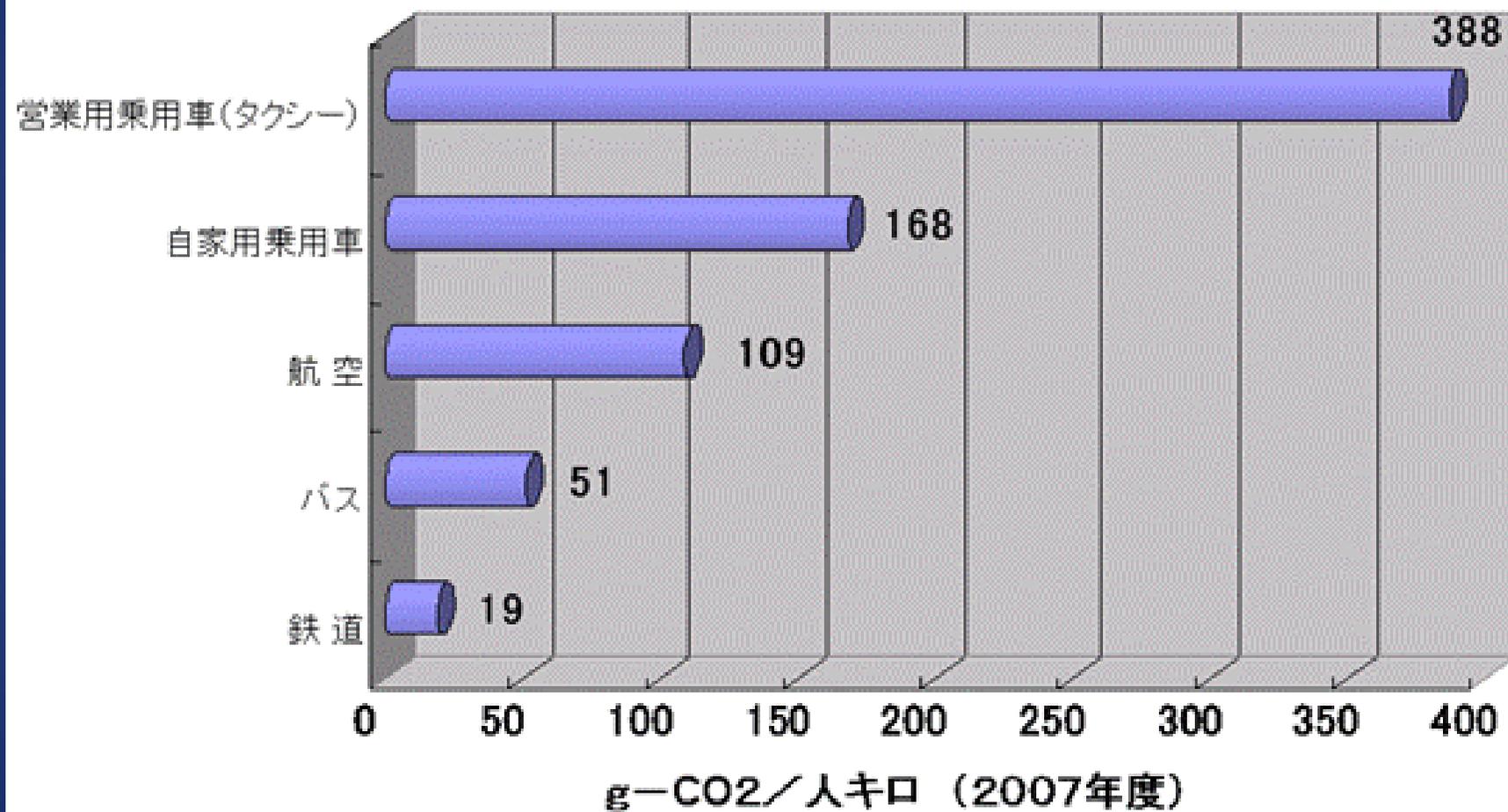


愛知県における自動車排出窒素酸化物・粒子状物質の総排出量

(単位：t/年)

	目 標 量		達 成 状 況	
	平成 17 年度	平成 22 年度	平成 17 年度	平成 19 年度
窒素酸化物	20,978	12,459	20,900	17,763
粒子状物質	2,046	725	2,030	1,289

輸送量当たりの二酸化炭素の排出量

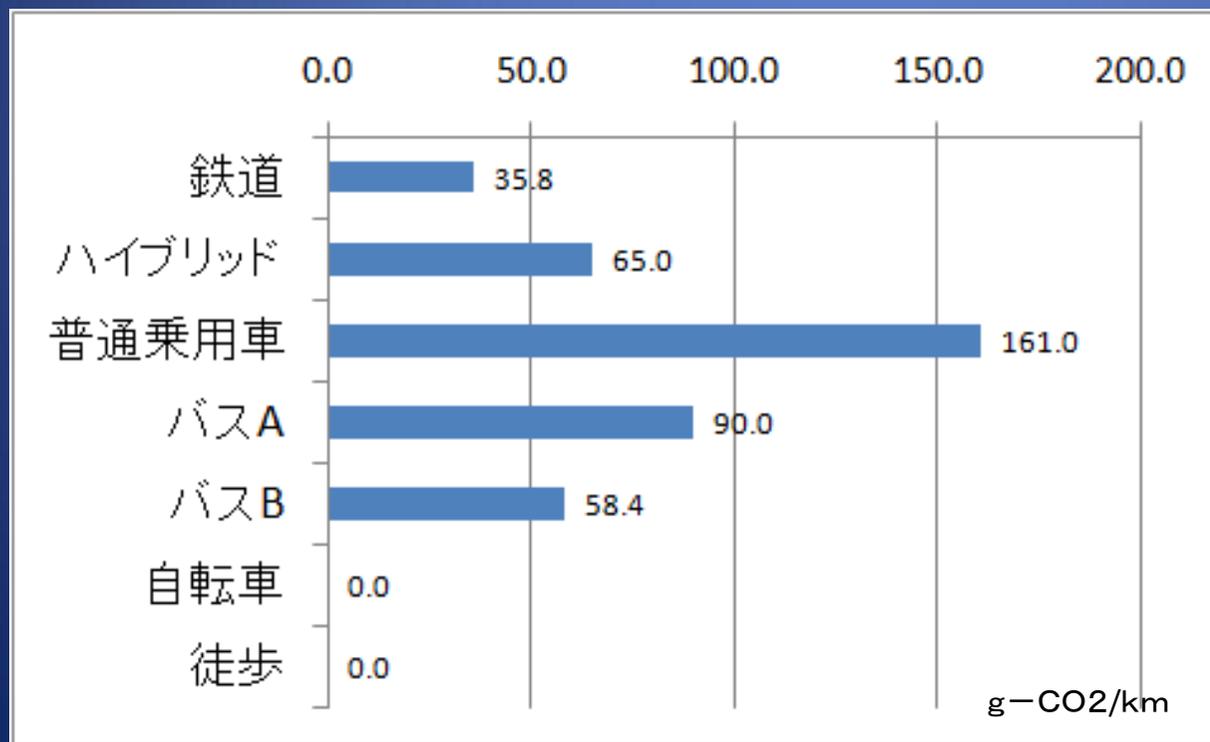


出所)国土交通省

1車両が1km走行時のCO₂排出量

- 鉄道(130人) : 931(g-co₂/km)
- ハイブリッド(5人) : 65(g-co₂/km)
- 普通乗用車(5人) : 200(g-co₂/km)
- 小型バス(15人) : 270(g-co₂/km)
- 小型バス(35人) : 409(kg-co₂/km)

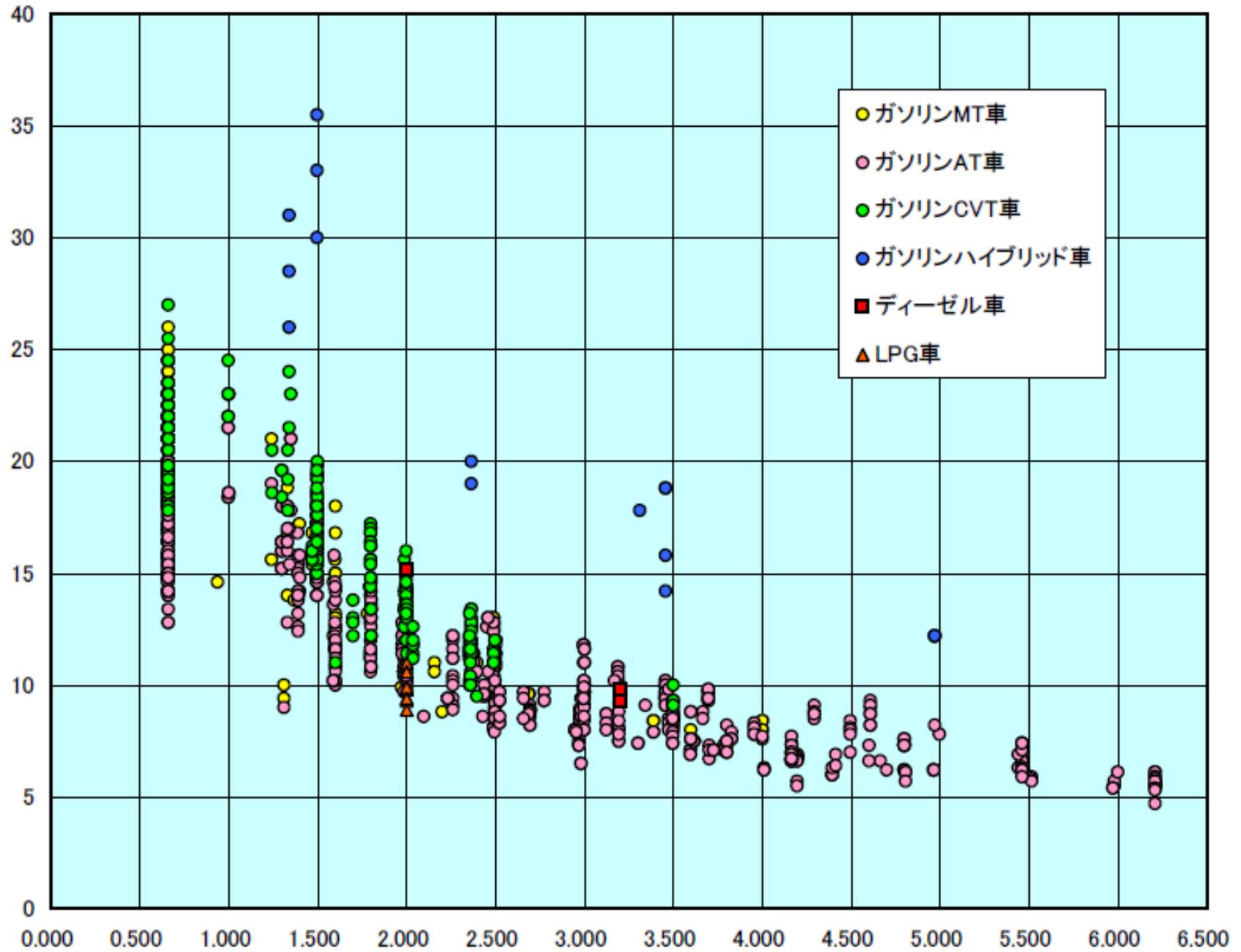
◆それぞれ定員の1/5しか乗らない場合の1人あたりCO₂は？



ハイブリッドは1500cc
乗用車は2000cc
バスA15人乗り
バスB35人乗り
10.15モードを想定

燃費(km/L)

乗用車排気量別燃費(10・15モード)



出所) 国土交通省

排気量(L)

1車両1キロあたりの電力使用量の推移 (kWh/Car-km)



出所)名古屋鉄道

エコモビリティライフのために

- 徒歩、自転車利用の促進
- 乗用車からバス、鉄道など公共交通への転換
- エコカーの購入、エコドライブ、相乗り など

対象地域	交通手段
尾張旭	バス
常 滑	バス
下山(岡崎)	乗合タクシー、徒歩
豊 田	自転車
長久手	リニモ

自動車の運転でどれくらいCO₂が出ているか？

ガソリン 1リットル 2.3kg-CO₂
軽油 1リットル 2.6kg-CO₂
灯油 1リットル 2.5kg-CO₂

電力 1kwh 0.41kg-CO₂
都市ガス 1m³ 2.33kg-CO₂

○ガソリン消費とCO₂（片道10km通勤の場合）

年間 2リットル／日 × 20日 × 12か月 = 480リットル
480リットル × 2.3 kg-CO₂ = 1104 kg-CO₂

※10km/l の場合

(参考) 最新のエアコン1年間使用のCO₂

865kwh × 0.41kg-CO₂ = 355kg-CO₂

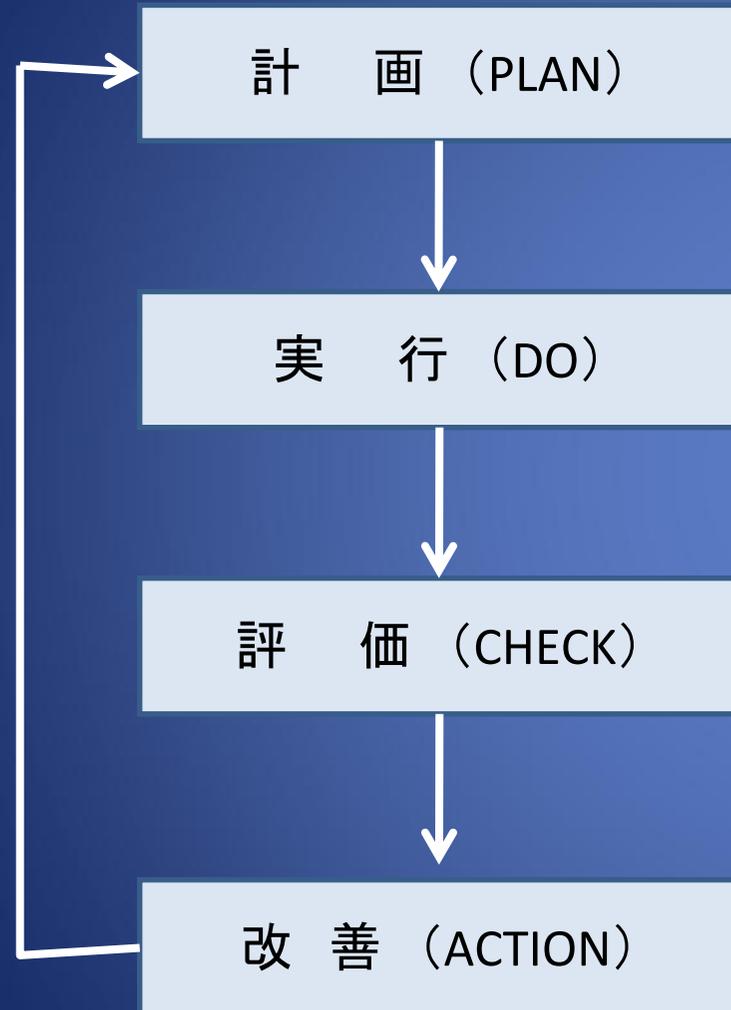
kg-CO2/yr

DBH等 (cm)	樹高 (m)	落葉広葉樹	常緑広葉樹	中・低木
2	2-2	18	11	2
3	2-2	32	21	5
4	3-3	53	35	11
5	3-3	70	53	14
10	4-5	250	180	53
15	6-7	530	320	140
20	8-10	700	530	
25	10-13	1100	700	
30	12-16	1400	1100	
40	16-21	2500	1800	
50	20-25	3500	2500	

地域でのエコモビ活動 — 成功の秘訣 —

- リーダーの存在、仲間の存在
- モチベーションの維持（インセンティブ？）
- 黒子の存在（県、市町村、教員、コンサル）
- 活動場所（公民館、役所、大学、専用スペース？）
- 活動費用のバックアップ（愛知県の補助？）

今後のために



・利用者への広報に問題は
無かったか？

・ターゲットを絞り込めたか？

・選定した案は最適か？

・利用促進に効果があったか？

・事業の問題点を発見できたか？

・自己満足になっていないか？

・楽しくやれたか？