

「臺北市大型路外活動交通維持作業辦法」(草案)

影響評估報告書

報告機關：臺北市政府交通局

一、 隨著臺北市民眾所得的增加，消費能力的增強，使得原本單純的經濟活動日趨多元及豐富，而面對日益競爭的社會環境，各相關業者或主辦單位無不推陳出新，講究促銷的手法，期藉由舉辦活動方式來吸引人潮。然自過往迄今，相關業者或主辦單位往往只重視場地內部的處理、業績之好壞，以追求吸引最多人潮為其活動舉辦之最大目的，並在廣告與媒體的強力宣導下，往往吸引了龐大的人車潮。然而因短時間內人車潮過多，既有設施無法負擔龐大人車潮的需要，致使活動場址周邊道路衍生各種負面的衝擊，造成民眾前往活動場址之不便，無形中降低民眾前往參與活動之意願。為有效降低大型路外活動期間之交通衝擊，改善短時間內湧入大輛人、車潮之交通問題，特擬訂定「臺北市大型路外活動交通維持作業辦法」，以利各活動主辦單位依循辦理，主辦單位依活動內容規劃完善之交通配套措施，以增加民眾前往參與活動之方便性，使民眾可順利前往活動場址，可提高民眾前往參與活動之意願，使活動之進行更臻順利。

二、 法案訂定重點

(一) 將大型路外活動應提送交通維持計畫之門檻、提送時程及提送內容加以明確化，本草案所訂定交通維持計畫之提送標準係參考本局 92 年辦理「路外活動交通維持計畫門檻值及其作業規範之研究」委託研究案計畫內容及近幾年來本局辦理大型活動交通維持之經驗，並於 97 年 10 月 13 日召開研商會議併同各相關單位意見綜合討論後所研提。其提送標準之參考數據列表說明如下：

1、 參考臺北市舉辦大型路外活動之量體其設施情形及展覽規模，並依據本局辦理大型活動交通維持之經驗，評估近年來主要大型路外活動其規模大小所造成交通衝擊之程度，併同各相關單位意見

綜合討論後研提所需提送交通維持計畫之標準。

臺北市百貨公司、大型賣場及體育館場 設施情形		世貿展覽館（信義及南港館）展覽規模	
百貨公司	樓地板面積	專業展覽	總參觀人次
新光三越南西店 （原衣蝶一館）	18,286 平方公尺	國際電腦展（包含 信義及南港展）	13 萬人次（共 5 日）
新光三越南西店 （原衣蝶二館）	15,544 平方公尺	自行車展（南港 館）	5 萬人次（共 4 日）
環亞購物廣場	23,140 平方公尺	美食展（信義館）	5 萬人次（共 4 日）
微風廣場	72,000 平方公尺	水族暨寵物展	8-12 萬人次（共 4 日）
原新光三越南西店	42,258 平方公尺	非專業展覽	總參觀人次
大葉高島屋	47,945 平方公尺	資訊月	70-80 萬人次（共 9 日）
新光三越信義店	62,705 平方公尺	觀光旅遊展	20-30 萬人次（共 4 日）
SOGO 百貨忠孝復興 館	30,372 平方公尺	電腦應用展	35-40 萬人次（共 5 日）
紐約紐約百貨	33,065 平方公尺	國際書展	20-30 萬人次（共 6 日）
京華城	123,637 平方公尺	春季電腦展	35-40 萬人次（共 5 日）
美麗華購物廣場	79,339 平方公尺	戶外活動	總參觀人次
台北 101 購物中心	74,711 平方公尺	花火節（大稻埕碼 頭）	當日 52 萬人次
誠品信義旗艦店	26,446 平方公尺	龍舟賽（大佳河濱 公園）	6 萬人次（共 3 日）
賣場、購物商場	樓地板面積	體育館場	座位數
特力屋	7826 平方公尺	中山足球場	20000 位
大潤發內湖店	42211 平方公尺	小巨蛋	14000 位
好市多	11994 平方公尺	天母棒球場	10500 位

2、 針對體育館場之演場會或晚會活動，因非屬購物旅次，參觀民眾搭乘捷運之意願較高，故增加考量活動場址周邊是否有捷運設施，並參考公車站位之站間距離 300 公尺為民眾步行距離。

(二) 檢討多年實施經驗，將交通維持計畫之內容及變更執行內容之方式加以明定，以利遵循。

三、 預期效益

(一) 將交通維持計畫提送門檻及內容加以明確化，可利活動主辦單位提前規劃活動相關配合措施推動時程。

(二) 主辦單位依本辦法規劃完善之交通配套措施，以增加民眾前往參與活動之方便性，使民眾可順利前往活動場址，可提高民眾前往參與活動之意願。

四、 本辦法以本局現行之組織人力得以執行；並本法規之施行未產生民眾守法成本與機關執法成本，機關可於現行組織與事權分工機制下執行本辦法，尚無額外之費用負擔，是以法規之新訂並未衝擊既有利益與成本分配結構。

五、 本辦法草案業依行政程序法第 154 條規定，於 97 年 11 月 10 日辦理公告，本草案自刊登公報日起已逾 10 日，期間並無接獲民眾或團體提供相關意見，故已完成草案預告程序。