

「五方よし」の駐車場DX化で、 持続可能な地域イベントを」

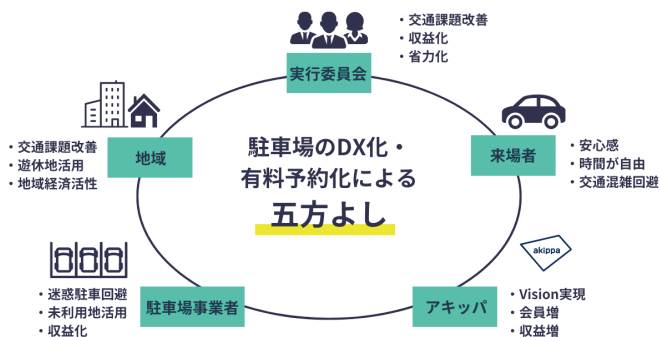
akippa株式会社 総合プロデューサー

大塚ヤスヒロ

日本の夏の風物詩、花火大会。自治体にとっては、文字通り年に一度の「祭りごと」で、地域住民はもちろん、故郷を離れた人々が帰省したり、観光客が訪れたりとその地域一体が賑やかになる特別なイベントです。さらに最近では海外から訪れる外国人観光客にとっても花火は人気のアクティビティの一つとなっているようです。

そんな日本の文化ともいえる花火大会やお祭りは、毎年日本全国で数百件規模で開催されていますが、近年では資金不足やその他さまざまな理由から開催自体が中止となるケースが出てきています。私たちは、これらのイベントを駐車場の観点から持続可能なイベントとし、賑わいを創出していきたくと考えています。弊社はこれまでの運営ノウハウを活かして、2023年より花火大会における駐車場運営に携わっており、今年はその需要が大幅に増えています。そこで本稿では、弊社が運営に関わった花火大会・フェスの事例をもとに、来場者・イベント主催者・地域住民・弊社の「四方よし」が実現する仕組みについてご紹介します。

この仕組みがうまく回るようになれば、商業施設等への迷惑駐車防止にもなり運営管理する駐車場事業者も含めた「五方よし」も実現するのではないかと考えています。



～駐車場シェア「アクippa」について～

私たちが運営する「アクippa」は、駐車場のシェアリングサービスです。免許返納や子供の独立などにより空いた個人宅の車庫や、月極駐車場の未契約区画、オフィスビルや商業施設の駐車場など空



いているスペースを使わない時だけ貸し出すことができ、一時的に車を止めたいドライバーは事前予約することでそのスペースが利用できるというものです。予約ごとに駐車料金が発生しますが、それ以外にはドライバーも駐車場オーナーも一切費用がかからないため、気軽に利用

が可能です。駐車場の貸し出し登録も簡単で、必要情報と駐車場や周辺の写真さえあれば最短5分程度で登録が完了します。

アキッパをご利用いただくドライバーの利用目的には大きく2種類あります。一つは通勤や家族知人宅への訪問など、日常の車移動でご利用いただく場合です。もう一つがスポーツの試合観戦やコンサートなどの一時的に混雑するイベント時に車で行く際にご利用いただくケースです。今回は2点目のイベント需要に注目します。

たとえば、Jリーグ・名古屋グランパスは、クルマの街・愛知県豊田市に位置する豊田スタジアムを本拠地としており、ホームゲーム時には多くの観客が車で訪れます。観客数に対してスタジアムの駐車場数は少なく、以前は周辺に空き駐車場を探す車列による交通混雑が発生していました。一般の時間貸し駐車場もありますが試合日はどこも満車となるため、来場者が試合に間に合わないだけでなく、地域住民にとっても緊急車両の通行の妨げになる、商業施設に駐車ができず買い物ができないなど地域の困りごとにもなっていました。そこで2019年より名古屋グランパスとアキッパは連携し、地域の企業や住民に対し試合日に駐車場を貸し出さずよう提案を進めてきました。現在では個人宅や、企業の従業員用駐車場、市役所駐車場など1,500台分以上のスペースが試合日に予約して利用できるようになっています。利用された駐車場の料金は地域の駐車場オーナーに還元されるため、地域にとってもプラスになっています。

もう一つ事例を紹介します。Bリーグ・茨城ロボッツは茨城県水戸市を本拠地とするプロバスケットボールクラブです。2019年のアリーナ移転前から地理的に駐車場待ち渋滞が予想されていたため、アリーナオープン時から施設の駐車場を試合日にのみ完全事前予約制とし、有料化しました。駐車場が予約できない方は公共交通機関での来場を促したところ、利用が分散される形となりました。最近ではBリーグの盛り上がりとともにアリーナへの来場者数が増え、駐車場不足への課題感がさらに大きくなったため、名古屋グランパス同様に周辺の駐車場開拓も進めて試合日に利用可能な駐車場を増やしています。

多くのプロスポーツクラブは公共交通機関の利用を推奨しています。一方で、足が悪い、子供が小さい、車でないとアクセスがしづらい等さまざまな理由で車での来場を希望する方も一定数います。アキッパでの事前予約制を導入することで、クラブ側は「駐車場を事前予約した方は車で来られるが、予約ができなかった場合には公共交通機関で来場してほしい」といった形で交通分散を促すことが可能になります。現在では50以上のプロスポーツクラブ・自治体と連携し、各地域やイベントの状況に応じた駐車場運営を進めています。これらのノウハウが花火大会などの地域イベントの取り組みの元となっています。

～地域イベントにおける実行委員会の課題とは～

ここで話を戻しましょう。

年に一度の地域の恒例行事となる花火大会やお祭りなどの地域イベントでは、実行委員会が主体となって動かれています。実行委員会は自治体や観光協会、商工会議所などを中心に組

織されていることが多いようです。

数々の実行委員会に駐車場についてのヒアリングを行うなかで、イベント時の最も大きな課題は「運営資金の確保」であることがわかりました。実際、報道にも出ていますが2023年には日本全国で25以上の花火大会が資金難のためにやむなく中止をされており、今年もいくつかの開催中止がすでに発表されています。資金難となる原因は、花火そのものの値上げや人件費、物価高騰による各種コストの増加に加え、協賛金が集まりづらいイベントもあるようで、費用増加、収入減少の両面があるようです。各実行委員会は協賛金集めや有料観覧席の販売のほか、ふるさと納税やクラウドファンディングなどさまざまな手段で運営資金の確保に取り組んでいます。本来ならばコンテンツの充実に注力して準備をしたいであろう一方で、運営資金の確保に奔走せざるを得ない様子が伺えます。

資金面に次いで多く聞く課題が「混雑」「駐車場不足」です。花火大会当日は公共交通機関、会場内、周辺道路などあらゆる場所が混雑します。当該地域の人口以上の人数が集中して訪れるのですから、混雑は必至ともいえます。この「混雑」に対する来場者の意識がコロナ禍を経て変わったように思います。また去年は韓国・梨泰院で発生した事故を受けて警察当局から混雑を回避する方法を検討するように指示を受けたということも耳にしました。

交通混雑に注目しますと、日頃から車を利用して移動することの多い地方や郊外では特に、花火大会の日にも同様に多くの観客が車で訪れます。無料開放されている先着順の臨時駐車場を目指して早い時間からたくさんの車が集中するため駐車待ちの車を起因とする交通混雑が発生します。臨時駐車場が満車になった後は、空いている無料もしくは安い駐車場を探す車がうろつくことにより交通混雑が継続します。現地のコインパーキングや商業施設などに併設される時間貸し駐車場も、早い時間から満車になっていることが多いように思います。その結果、周辺の道路は終日混雑した状態が続いてしまうのです。駐車場が見つからずやむを得ず路上駐車をする車があると、一台また一台と路上駐車の数も増えていきます。そして路上駐車が増えると交通の妨げになり、さらなる交通混雑が生じるという負の循環が起きるのです。

路上駐車に限らず、商業施設のなかには迷惑駐車が横行し、一般買い物客が駐車場を利用できないといった形で営業機会を損失するケースもあります。実際に花火大会の当日朝早くからコンビニの駐車場が満車、という状況も目の当たりにしました。駐車場不足はこのように地域経済にもマイナスの影響を与える可能性がありますし、地域住民にとって歓迎されるべきイベントが歓迎されないものになってしまう可能性があります。

この他にも実行委員会はさまざまな課題を抱えられていますが、「運営資金の確保」「混雑」「駐車場不足」の3点については、駐車環境の整備(場所の確保、臨時駐車場設置エリアの見直し、有料事前予約制とする等)により改善に貢献できると考えています。そして改善するだけでなく、主催者、来場者、地域、そして私たちアキッパの「四方よし」が実現します。

では、どのような取り組みにより実現しているのか、昨年の事例をもとに具体的に説明していきます。

～駐車場DX化、有料予約化による「四方よし」とは～

私たちが手伝わさせていただくことは、実は駐車場の予約システムの提供に限りません。最初は、臨時駐車場の設計検討から入ります。コンサルのような形で、DX化することによりどのような困りごとが改善できそうか、話し合いながら進めていきます。花火大会における駐車場は、実行委員会が考えているよりも需要があることが多いため、より広域で臨時駐車場を確保する提案をし、実行委員会に確保してもらいます。そして、それらの学校校庭などの臨時駐車場を有料・事前予約制とし、Webでの事前予約・事前決済にしていきます。また、実行委員会の希望があれば、周辺の民間の敷地を時間貸し駐車場として活用できるよう営業活動を進めます。こちらの民間駐車場も臨時駐車場同様にWebでの事前予約・事前決済としています。つまり、先にご説明したプロスポーツクラブの事例を横展開しているような形です。この民間展開は駐車場収益が地元の方々に還元される地域経済循環モデルになるため、イベントを通じて地域全体を元気にしていく取り組みでもあります。



臨時駐車場の運営に関しては、実行委員会が駐車場オーナーの立ち位置となり、通常のアキッパ同様に初期費用や掲載は無料、利用に応じてアキッパが手数料のみいただく形をとっています。システム利用料や、当日の運営についてのマニュアルやノウハウをお伝えする際に追加で費用をいただくといったことも基本的にありませんので、実行委員会は新たなコストをかけることなく、駐車場収益とノウハウを得ることができるようになります。たとえば1,000台分の駐車場が1台2,000円で売れたとすると、単純計算で200万円の売上が新たにできるというわけです。アキッパが手数料をいただくので実際に手元に残るのはこれよりも少なくはなりますが、売上ゼロだったことを考えると大きな収益源になります。

中には既に臨時駐車場を有料化している花火大会もありますが、その多くは現地での現金払いのようです。現地での料金徴収、領収書発行の手間が生じるためお金を回収する人、管理する人など必要な係員の数も増えていきます。アキッパで予約時の事前決済とすることにより、これらの係員の配置が不要となり、最低限の誘導員のみで回すことができます。また、現地係員は予約車両であるかどうかの確認



やスムーズな入庫をサポートするシンプルな業務になるため、自治体職員ではなくアルバイトで対応することもできます。実際に花火大会ではありませんが、大分で今年初開催されたジゴロック2024という大型野外音楽フェスでは、警備員とアルバイト数名のみで約2,800台分の誘導を成功させています。このように実行委員会にとっては、従来の臨時駐車場運用に比べ人

件費を減らしながら収益を増やすことができるようになります。なお、規模の大きなイベントでは現地オペレーションに関する担当者向け説明会をアキッパが開き、当日の不安を解消するようなサポートを行っています。

また、民間の敷地を活用することで駐車場不足を補うことができます。これまでも店舗駐車場や従業員用駐車場、民家の駐車場などで「駐車場 空きあり。1日〇円」などと書いた紙を掲示して利用者を集客する光景を目にしたことがあるのではないのでしょうか。アキッパはこのような民間駐車場をまとめて、Web予約できるようにしています。当日現地に人がいなくても良いため、貸し出しの負担が減ることに加え、より多くのスペースを活用することができるようになりますと考えています。実行委員会にとっては、これらの駐車場を活用することが駐車場不足の改善策の一つになりますし、駐車場オーナーである現地の企業・住民には利用に応じた収益が入るため、地域の経済循環にもつながります。

駐車場不足の改善により周辺の迷惑駐車や路上駐車が減ると、地域全体のモラル向上、イメージアップにも繋がります。実際に昨年アキッパの会員が利用した民間駐車場は「ゴミがほとんど落ちていなかった」と駐車場オーナーの方々も驚いていました。モラル、治安の良い地域に観光客が訪れることで、再訪や関係人口(※)創出にもつながるかもしれません。

※「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉です。地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面していますが、変化を生み出す人材が地域に入り始めている例も多くあり、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が、地域づくりの担い手となることが期待されています。(総務省HPより引用)

～予約制導入による利用者メリット～

ここまで実行委員会や地域側について説明をしてきましたが、利用者側に話を移します。

弊社では花火大会での駐車場利用者を対象にアンケートを実施していますが、昨年のアンケートでは約9割が「(事前予約を)また利用したい」と回答するなど高い評価を得られました。また、当日実際に現地で話を聞いてみると「土地勘のない場所でも安心できた」「足の悪い親と一緒に花火を見に来られて嬉しい」などの声がありました。有料化したにもかかわらず高い評価を得られた理由を2点紹介します。

1つ目は、予約する際に値段や場所、条件を見ながら好みの場所を選ぶことができる点です。現地の既存駐車場でもイベント日には特別料金を設定されている場所がありますが、アキッパでも同様に特別料金を設定していますが、さらにダイナミックプライシングにより会場からの距離等によって価格を変えています。なるべく歩きたくないような方は少々高くても近いところを選べますし、費用を抑えたい場合は少し離れた駐車場を選ぶことができます。もちろん場所や立地にもよりますが、離れた駐車場は交通規制の影響を受けづらい、帰りの混雑の影響を受けづらいなどのメリットもあります。

2点目は交通混雑を避けられる点です。利用者は事前予約をしているため当日急いで向かう必要がなくなります。確実に駐車できる安心感から来場時間が分散されることで、地域の交通混雑緩和にもつながります。実際にアンケートデータでも来場時間が分散していることが明らかになっています。

この利用者アンケートは、満足度のほか、実際に利用した感想や現地で感じられた課題などをヒアリングすることで、持続可能な取り組みとしていくことを目的としています。実際に諏訪湖祭湖上火花大会においては、事前に運営側では気づかなかった気づきがあったのでこれらをもとに改善をしていく予定です。たとえば会場までの徒歩分数や階段があることなど、駐車場から会場までのアクセスについて



も駐車場選びの参考にしたいという声が多くあり、今年は追記する予定となっています。従来このようなリアルな声を取得するのは難しかったかと思いますが、メールアドレスの登録があるためフォローアップができ、属性の取得も可能となりました。これも予約制によるメリットといえるでしょう。地域により交通課題や立地条件はさまざまなため、このように利用者の声を聞きながら、実行委員会とともに持続可能な駐車場運営を目指しています。改善を行っていくことがより良い利用体験にも繋がっていくだろうと考えています。

～持続可能な地域イベント・駐車場運営を目指して～

実行委員会や自治体の方々が目指しているのは花火大会の成功です。事故なく、地元住民や観光客が「来て良かった」と思えるような体験をして帰ってもらう、そして主催者としても収益性を保つ。これが地域の方々が目指す成功で、駐車場は現地に来てもらうための手段の一つでしかありません。しかしながらこれまでの慣習に沿ったやり方には改善の余地があるというのも事実です。また、音楽フェスなどでは駐車券の販売が定着しはじめており、これらの状況を鑑みると公式駐車場有料予約化の動きは今後ますます広がっていくだろうと考えています。駐車場予約運用の専門家として、時代にあった新しい方法を提案して地域とともにより良い体験を提供していくことがいま私たちに求められている役割なのではないかと思っています。

冒頭で記したように、日本全国では毎年数百の花火大会やお祭りが開催されています。これらの地域イベントを持続可能なものとして後世に残していくためにも、誰も損をしない「四方よし」の取り組みはとても意義があると考えています。交通課題が改善されることで、来場者が花火やお祭りそのものを楽しむことに時間を使っただけなら嬉しいですし、多くの方が訪れることにより地域経済に好循環を生みだし「五方よし」となる一助になればと思います。

アキッパは「リアルの“あいたい”を世界中でつなぐ」をビジョンに掲げています。駐車場そのものを提供するのではなく、駐車場を通じて会いたい人に会ったり行きたい場所に行ったりする手助けをしていくことが私たちの目指すところです。今回は花火大会を題材に紹介させ

ていただきましたが、駐車場の価値を高め、世の中の困りごとを解決していくことができる場所、シーンは他にもたくさんあります。駐車場事業者さまともアイデアを出し合い、引き続き新しい駐車場活用のあり方を追求していきたいと思えます。