

愛・地球博における民間駐車場の運用と料金設定

Management and Payment Method of Private Car Park near EXPO 2005 AICHI JAPAN

後藤 時政†, 永井 昌寛††

Tokimasa GOTO, Masahiro NAGAI

Abstract In EXPO 2005 AICHI JAPAN, some park-and-ride parks for guests were set up as an official car park. Though the exposition society made a request not to build car parks near the area of EXPO 2005 AICHI JAPAN, many private car parks appeared around there.

Therefore in this paper, we investigated situation of car parks near EXPO 2005 AICHI JAPAN and web pages about official and private car parks. And we analyzed circumstances and management of private car park, user utilization of car parks, and personal communication of private car parks in web pages etc. we discussed management and marketing of the private car parks, and payment method.

1. はじめに

平成 17 年 3 月 25 日から 9 月 25 日までの半年の期間に愛・地球博が開催された。愛・地球博において自家用車を利用する来場者に対しては、パーク・アンド・ライド方式の公式駐車場が設置された。しかしながら、万博開催中は博覧会協会の営業自粛要請にもかかわらず、会場周辺に大小様々な民間駐車場が現れた。民間駐車場の料金は、運営主によって決められているために様々な料金が設定されていた。愛・地球博における民間駐車場がどのような方法で運営され、来場者の利用状況がどのようなであったか、また、料金設定がどのように行われてきたのかは興味深い。そこで、周辺駐車場の現地調査、駐車場関係者へのヒアリング調査、および、Web 調査結果等を基に、民間駐車場のマーケティングと運用状況、ならびに、その料金設定等について考察する。

2. 調査方法

愛・地球博周辺の民間駐車場の調査は著者らが分担あるいは共同で、民間駐車場の場所、駐車料金、予約の可否、Web ページの開設と情報提供、駐車場の広さ（駐車

台数）、看板、スタッフ数、舗装状況(土地開発)、送迎の可否、利用者の回転率、営業時間、敷地内店舗の有無、その他等について、主に以下の 4 つの方法で調査した。対象とした民間駐車場は、著者らが万博周辺で見つけることができた 45 の民間駐車場である。

1) 現地視察調査およびヒアリング調査

平成 17 年 7 月から 9 月において民間駐車場周辺に赴き、駐車場の環境ならびに運用状況の把握、および関係者のヒアリング調査を数回行った。

2) 駐車場に関する Web ページの調査

民間駐車場の Web ページ作成状況、および、利用者のニーズ、民間駐車場の評価(評判)を把握するために、Web ページの調査を行った。調査対象は、「民間駐車場の公式ページ」、「万博公式駐車場に関するページ」、「万博駐車場に関して記述した個人ページ(ブログ)」、「新聞社等の万博駐車場に関するページ」等である。

3) 電話による民間駐車場の調査

民間駐車場の看板で電話番号を示しているところ、あるいは、ホームページで電話番号を表示しているところに対して、電話による問い合わせを行った。

4) 新聞・雑誌記事の調査

駐車場に関する新聞記事・雑誌記事等を継続的にチェックした。

3. 万博における公式駐車場と交通規制

愛・地球博の渋滞対策としては、パーク・アンド・ラ

† 愛知工業大学 経営情報科学部 情報科学科
(豊田市)

†† 愛知県立大学 情報科学部 情報システム学科
(愛知県)

表 1 愛・地球博 公式駐車場の概要

駐車場名	住所	シャトルバス 所要時間	利用料金	営業時間	到着ゲート	収容台数
藤岡	豊田市	15分	3,000円	8:00~23:00	西ゲート	2,700台
ながくて南	長久手町	20分	3,000円	8:00~23:00	西ゲート	2,100台
長久手	長久手町	15分	3,000円	8:00~23:00	西ゲート	1,700台
尾張旭	尾張旭市	25分	3,000円	8:00~23:00	東ゲート	1,000台
三好	三好町	20分	3,000円	8:00~23:00	東ゲート	1,500台
名古屋空港	豊山町	35分	2,500円	8:00~23:00	東ゲート	1,600台

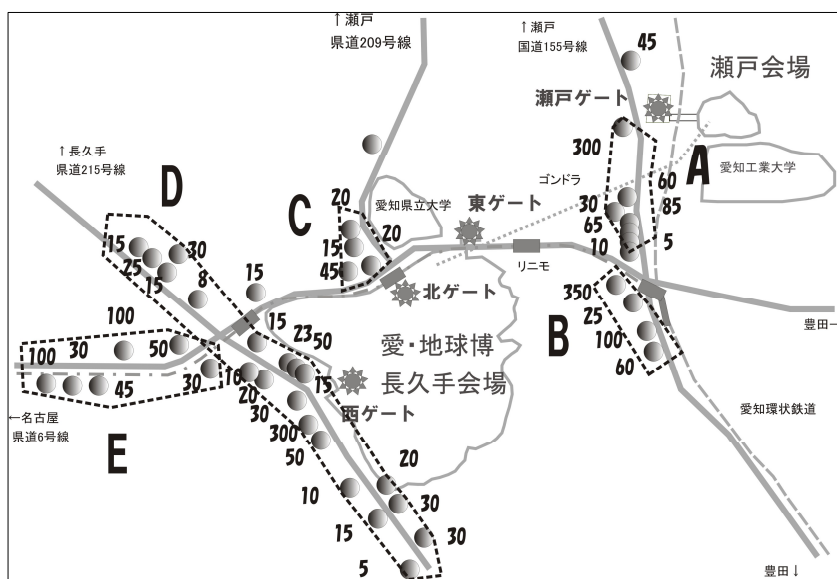


図 1 民間駐車場の設置エリアと駐車可能台数

イド方式の公式駐車場の設置，万博周辺道路の駐車・停車禁止（駐停車禁止規制），主要道路以外の周辺道路は一定時刻通行禁止（マイカー通行禁止規制），周辺道路およびアクセス道路の整備等があげられる。また，民間駐車場の設置の自粛を要請している。普通自動車の公式駐車場では，渋滞を緩和し，待ち時間を軽減するため，万博から少し離れたところに駐車し，そこから，シャトルバスに乗り換えて会場に向かうというパーク・アンド・ライド方式が渋滞緩和策のひとつの目玉として採用された。この公式駐車場は表 1 のように 6 か所用意され，2,500 円あるいは 3,000 円の駐車料金となっている。

万博の入場ゲートは，長久手会場（メイン会場）に西ゲート，北ゲート，東ゲート，瀬戸会場に瀬戸ゲートの 4 つが存在した。公式駐車場からのシャトルバスは，公式駐車場ごとに決められたゲート（西ゲート・東ゲート）に到着する（表 1 参照）。

4. 民間駐車場の運用状況

民間駐車場は，瀬戸会場の北から南に通る 155 号線，

長久手会場西ゲート近くを通る 215 号線，名古屋から北ゲートおよび東ゲート付近を通過して豊田市にのびる 6 号線（グリーンロード）の道沿いに多く存在した。

民間駐車場は，飲食店ならび工務店等の店舗駐車場や空地を利用したものが最も多く見られた。その他に，会社の敷地，不動産事業主の土地，個人の敷地等が見られた。駐車台数はおよそ 10 台から 30 台が中心で，少ないところで 5 台，多いところで 300 台の普通自動車を受け入れていた（図 1 参照）。なお，駐車台数は現地で実際に数えたり，Web で公開してあるものであり，厳密な台数ではない。

民間駐車場の立て看板は駐車場名と予約連絡先を明確に示したところから，「P1000 円」とだけ示したもので様々なものが見られた。「万博に一番近い駐車場」という看板がいくつかの駐車場で表示されていた。

予約制を導入した民間駐車場は確認できた民間駐車場の約半数であった。立地条件の悪い民間駐車場は積極的に予約制の導入を行い，PR を行っていることもわかった。

Web ページの開設状況では，Web ページが確認できた

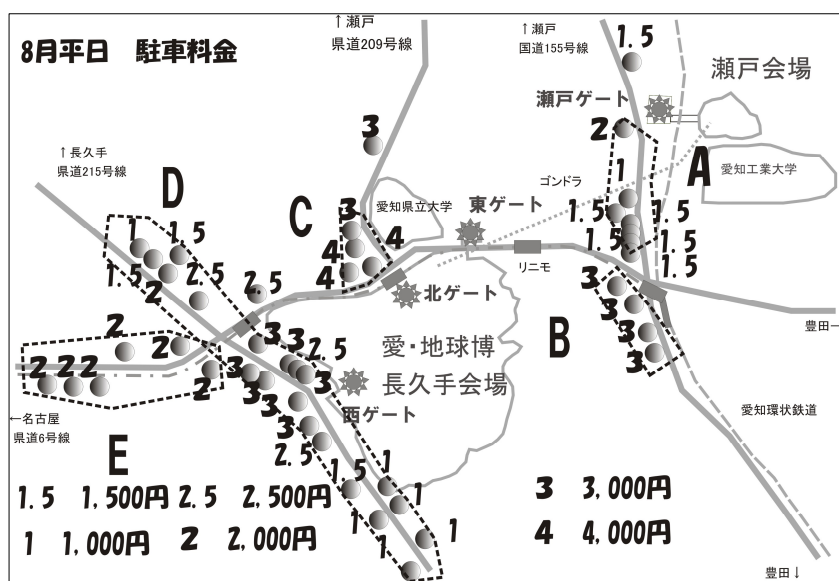


図2 民間駐車場の利用料金

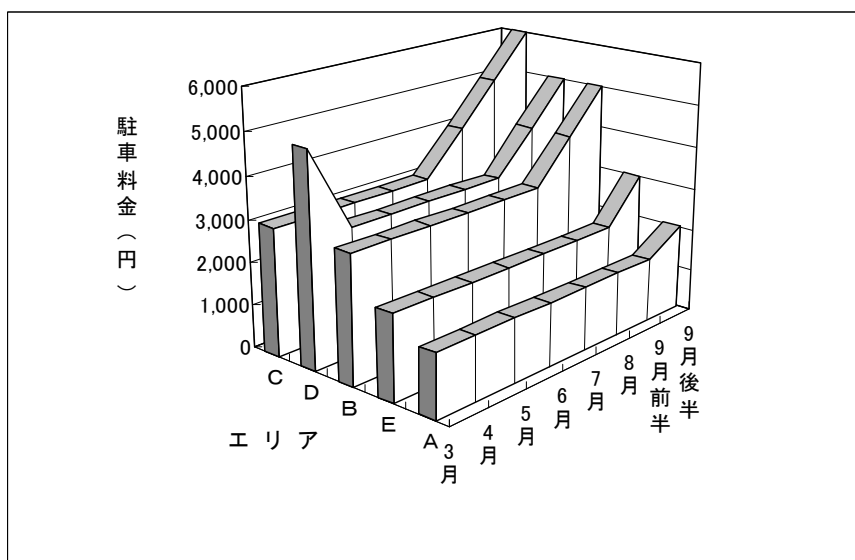


図3 エリア別民間駐車場の利用料金の推移

ところは5箇所ほどと少なく、予約システムを導入しているところは1箇所であった。万博の駐車場情報はいくつかのブログで情報交換および情報提供が盛んにされている状況であった。

万博の駐車場利用者は一度入場すると、終了近くまで帰らない来場者が多く、駐車場の高い回転率は期待できない状況であった。そのため、ほとんどの駐車場は一日あたりの料金を徴収をしている状況であった。なかには、午後からの料金を設定しているところもあったが、利用状況はあまり良くないようであった。利用者を確保するために、次回利用時の500円割引券を配布したり、送迎をしたりする駐車場もいくつか見られた。また、人気のゲートに送迎サービスを行っているところもいくつか見

られた。

5. 民間駐車場のエリアごとの特徴と料金推移

民間駐車場の位置および来場者の目的ゲート別に分けると、エリアA～Eの5つに分けることができる(図1参照)。なお、図中の数値は普通車が駐車可能と思われる台数である。図2は8月の平日に調査した時の駐車料金である。また、エリアごとに普通自動車専用民間駐車場の駐車料金最高額の推移を見ると、図3のようになる。以下に、各エリアにおける民間駐車場の特徴、マーケティング、および、駐車料金推移について述べる。

表2 民間駐車場の利用状況の推移

月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
エリアA		20%~30% 土日は満車	50% 土日は満車	70%~80% 土日は満車	70%~80% 土日は満車	100%
エリアB	40%以下	100%	100%	100%	100%	100%

(1)エリアA

エリアAには、店舗駐車場および閉店舗駐車場を利用した小規模な駐車場がいくつか存在した。8月までの駐車料金は1,500円がこのエリアでは最も多く、9月に2,000円に上がっている。瀬戸会場に最も近いため、長久手会場に何度も行った地元リピーターが多く利用していると考えられる。ある駐車場の入車状況を示すと表2の「エリアA」のようになる。6月までの利用状況は低く、利用者確保が難しかったことが窺える。

エリアAの多くの民間駐車場が予約制を採用していたが、メイン会場でない瀬戸会場に近いので、Webページでもあまり話題が取り上げられていなかった。駐車料金は1,500円と低めの設定であった。

周辺の駐車場が1,500円の駐車料金を設定していた際に、料金を2,000円に値上げした民間駐車場は利用者が全く確保できないという状況があった。その料金値上げの際、事前に近隣の民間駐車場に話を通しておいたということであった。結局、次の日から駐車料金を1,500円にもどすことになったようである。

(2)エリアB

エリアBには4つの民間駐車場があり、東ゲートに行く来場者が最も多く利用した駐車場である。万博が3月に開場して以来、企業パビリオンの評価が高まるとともに、人気企業パビリオンが近くに集約している北ゲートに多くの開場待ち来場者が集まるようになり、北ゲートの開場から実際に入場できるまでに時間がかかるようになった。東ゲートは、比較的入場者が少なく、北ゲートから時間をかけて入場するより早く企業パビリオンに到着することができるということで5月ごろから利用者が増加した。

ある駐車場の利用状況を示すと表2の「エリアB」のようになる。5月から継続的に満車になったことがわかる。このエリアの駐車場は、8月まではほぼ同一料金で3,000円の駐車料金が維持されている。比較的長い時間歩くにもかかわらず、3,000円という公式駐車場と同じ料金で満車となるには、東ゲートに来場者が集まるようになったこと、豊田方面から万博に向かうと最も早く見つけやすい場所にあることの要因が強いと考えられる。

(3)エリアC

エリアCは、民間駐車場数も少なく、利用可能台数も少ないところであった。エリアCの駐車場はマイカー通行禁止規制がかかる場所にあるとともに、山間の見つけにくい場所にあった。しかし、北ゲートに最も近いということでニーズが高く、7月以降は午前6時には満車になるような状況であった。開催当初は駐車場の存在があまり知られていないこともあり、利用者確保に苦労したと考えられるが、北ゲートに人気が集まり、利用者の口コミで多くの人に伝わったと考えられる。7月まではどの駐車場の駐車料金も3,000円となっており、8月に4,000円、9月には5,000円と推移している。予約制を取り入れている駐車場が多いが、予約しても利用しない人がいる等の理由で電話番号等の公開に消極的な姿勢が見られたことがWebページから把握できた。

(4)エリアD

エリアDの駐車場はマスコミでも多く取り上げられるほど、民間駐車場が多く、利用可能台数も多い。自宅の庭を利用した駐車場から大規模な開発を行った300台駐車可能な駐車場と規模も大小様々であり、運用方法も様々であった。開催当初は5,000円ではじめられた駐車料金も来場者が少ないことにより、すぐに3,000円に引き下げられた。それ以後、8月まではほぼ同一の料金が継続していた。ただし、土曜・日曜に1,000円高く設定しているところ、利用状況に応じて料金を変動しているところもあった。駐車場利用者の十分な確保は、5月ゴールデンウィーク過ぎ頃から来場者の増加とともに可能になったと思われる。9月から万博閉会までは、すべての民間駐車場ではほぼ満車の状態が続いていた。利用者の多くが西ゲートに向かうこのエリアでは、ゲートに近距離になるほど駐車料金が低い傾向にあり、また近いほどすぐに満車になる傾向が見られた。最も近くの駐車料金3,000円の駐車場は早朝から満車となる状況であった。南端の駐車場の駐車料金は1000円と最も安かったが、利用者の確保に苦労している状況であった。閉会間際の駐車料金の最高額では、公式駐車場の倍の6,000円となった。

(5)エリアE

エリアEの多くの駐車場の駐車料金は、開催から9月初めまで変化なく2,000円となっていた。運営者は会社、不動産、農地の地主等であった。このエリアの駐車場は、

表3 民間駐車場の利用におけるメリット・デメリット

	内 容
メ リ ツ ト	営業開始時間が早い (リニモ始発前に到着でき、早い時刻にゲートに並ぶことができる)
	駐車料金が安い (公式駐車場の料金以下で利用できる)
	待ち時間がない (シャトルバスを待たなくてよい)
	予約が可能である (安心して出発できる)
	目的ゲート近くに駐車できる (北ゲートにはシャトルバスが到着しない)
デ メ リ ツ ト	トイレ等の設備に整っていない (十分な整備が行われていないところが多い)
	予約等の信頼性が低い (予約管理がしっかりされていないところがある)
	場所が見つけにくい
	(見つけにくい山間にあるところもある)

中央分離帯のある広い道路に接している。西から万博（東）に向かう方面に接する駐車場（北側）の中でとくに東側は早くから満車となる。一方、西へ向かう方面に接する駐車場は、例え東側でも利用者は少なく、利用者確保に苦勞している状況であった。最も西の駐車場は歩いて行くには遠すぎることから、予約制と送迎サービスの導入を行っていた。9月になるまではゲートから離れている駐車場はなかなか満車にならない状況であった。

9月初め頃、最も遠い駐車場が満車になるようになったにもかかわらず、それより万博に近い隣の駐車場がほとんど入車されない状況が見られた。Web ページを調べたところ、遠い方の駐車場の予約方法等がある個人ブログに掲載されていた。これにより利用者が確保できたと考えられる。

6. 民間駐車場のマーケティングと駐車料金設定

土地開発からはじめた一部の大規模の民間駐車場を除いて、多くの民間駐車場は店舗駐車場あるいは空地を利用したものであり、駐車場整備におけるコストをあまりかけずに営業をはじめることができたと考えられる。運営費も主に人件費のみで対応でき、働きに出ていないと考えられる高齢者や主婦が対応しているケースもいくつか見られた。

価格の購買行動は、Price（価格）、Product（商品・サービス）、Place（立地・店舗・設備など）、Promotion（販売・広告）で決定されると言われている。駐車場の場合は、Product と Place がほぼ一致すると考えられ、万博の民間駐車場においては、とくに Price（駐車料金）よりも立地条件（利用者が行きたいゲートへの距離）が重視されたと考えられる。開場前の早朝からゲート前に並ぶ来場者が多く、人気パビリオンにすぐに行くことができる駐車場やゲートに少しでも近い駐車場に、高い集客力が見ら

れた。愛・地球博は半年という短期間の開催のため、再び来場することが難しい来場者は、駐車場が多少高くでも便利の良い駐車場を確保したいという気持ちから、立地条件の良い駐車場の人気がますます高まったものと考えられる。万博の評価が上がることで立地条件の良い駐車場にさらに人気が集まったと考えられる。具体的には、北ゲートに近いエリアCの駐車場、ならびに、エリアDの中で西ゲートに最も近い駐車場が最も人気があった。

利用者の確保のために予約制を導入している駐車場は約半数であった。予約制は利用者を確認するための有効な手段のひとつだと考えられる。しかしながら、予約制のデメリットとしては、電話対応・予約の管理・予約者への確認等に手間がかかること、予約しても駐車しない来場者がいることが指摘された。また、来場者の状況に応じて駐車料金を変更しにくいこともあげられる。立地条件が良く必ず満車になる駐車場では予約制を導入しない方が、運用管理が容易であり、その状況・時間に応じた自由な料金設定ができ、余計な人件費がかからなかったと考えられる。また、予約制を導入していても電話番号の公開に消極的な民間駐車場があったが、その民間駐車場は利用が多く、必ず利用する地元リピータを確保することで効率的な運用を目指したものと考えられる。

公式駐車場と比較して民間駐車場における利用者のメリットおよびデメリットとして表3のことが考えられる。実際の万博周辺道路は、8月までは渋滞がほとんどなく、民間駐車場にもスムーズに到着することができており、来場者にとって民間駐車場の方が、公式駐車場より利用価値が高かったものと思われる。そのため、公式駐車場より民間駐車場の方が利用者の確保がしやすい状況であったと言える。しかしながら、万博開催当初は来場者が少ない、来場者が周辺道路の交通規制を誤解している、および、民間駐車場の情報が流通していない等のために、民間駐車場も十分な利用者を確保できなかった

と考えられる。万博開始から日数が経過するにつれて、来場者も増え、駐車場利用者も徐々に増加してきた。それに伴い Web ページで駐車場情報のやり取りが頻繁に行われるようになった。これにより民間駐車場の高いメリットが認識されるようになったと考えられる。

万博開催中において、Web ページあるいはブログ等で駐車場に関しての情報交換が頻繁に行われていることがわかった。ネット社会の訪れとともに、購買決定プロセスが「Attention（注意喚起）→Interest（興味）→Desire（欲求）→Memory（記録）→Action（購入）」から「Attention（注意喚起）→Interest（興味）→Search（検索・評価）→Memory（記録）→Share（共有）」に変わってきており、駐車場情報も例外でなく、駐車場情報の検索・評価が行われた。とくに、民間駐車場は山間の見つけにくいところにもあるため、駐車場に到着するまでの方法や、運用者の対応、料金、予約方法が積極的にやり取りされていた。いくつかの民間駐車場は Web ページを開設していたが、多くの駐車場の情報交換は個人のブログで行われていた。このようなブログ等に駐車場の予約方法等を掲載されたことにより、立地条件の悪い駐車場も利用者を確保することができたこともわかった。

半年間という比較的短期間でも、民間駐車場の需要と供給の市場原理が働き、立地条件の良い民間駐車場は利用者が集まり駐車料金は高く、悪い駐車場は利用者が少なく駐車料金が低くなる傾向が見られた。立地条件の良い駐車場は早朝から満車となっている状況であった。しかしながら、駐車料金は 7 月までは平日 3,000 円に抑えられた。公式駐車場の料金 3,000 円が民間駐車場料金設定の際の参考価格となっていたものと考えられる。また、万博の民間駐車場は、利益獲得のために万博周辺地の確保と開発を行った一部の会社あるいは不動産会社を除いて、その多くは、店舗駐車場あるいは空地等を利用した駐車台数 20 台以下の小規模な民間駐車場である。そのため、世間体あるいは近所（周辺）の目を気にして利益のみを追求する姿勢は比較的抑えられたと考えられる。また、同様に、立地条件の悪い駐車場の（低）価格競争も比較的抑えられたものと考えられる。9 月に入ると、民間駐車場は、需要が供給を大きく上回り、買い手市場となった。多くの駐車場は駐車料金を 1,000 円～2,000 円程度値上げしても、最終日の 9 月 25 日まではど

の駐車場も満車状態であった。

7. おわりに

本研究では、万博開催時に設置された民間駐車場の現地調査等を行い、その結果から民間駐車場の運用状況、万博来場者の利用状況、マーケティング、および、料金設定の方法等について考察を行った。その結果、「駐車場の良否が立地条件によって決定されたこと」、「立地条件の良否により料金設定および利用者確保の容易性が決定されたこと」、「利用者は駐車場選択において駐車料金より立地条件を優先したこと」、「短期間にもかかわらず、市場原理が働き、立地条件の良否で駐車料金が安定したこと」、および、「近所づきあいから価格競争が比較的抑えられたこと」等がわかった。

万博閉会まで近い 9 月には、公式駐車場も民間駐車場も開場前に満車の状態となった。そのため、来場者が民間駐車場を求めて周辺道路にあふれ、新たな渋滞およびシャトルバスの交通障害となった。公式駐車場では十分対応できない数の自家用車が集まった。このような状況を見ると、博覧会協会は民間駐車場の自粛要請をしたものの、民間駐車場がなければ、さらにひどい渋滞となっていたのではないかと思われる。

最後に、本調査にご協力をいただきました駐車場関係者の方々に感謝する次第である。

参考文献

- 1) 愛・地球博公式ホームページ：
<http://www.expo2005.or.jp/jp/>
- 2) CHUNICHI WEB PRESS：愛・地球博特集：
<http://www.chunichi.co.jp/expo/index.html>
- 3) まるみ 1 9 6 1 の部屋：
<http://plaza.rakuten.co.jp/ayadsk/>
- 4) 望月広愛：勝つための価格戦略とそのメカニズム、日本コンサルタントグループ、2004
- 5) 上田隆穂：価格決定戦略、明日香出版社、2005
- 6) グローバルタスクフォース株式会社：商品・価格戦略、総合法令出版、2005

(受理 平成 20 年 3 月 19 日)