

「平成17年度福岡市天神地区における フリンジパーキングの社会実験について」

福岡市都市整備局都市計画部交通計画課

1. はじめに

福岡市は、博多湾に沿った東西方向と、九州南部に向かう南方向に街が形成されてきた。この二つの都市軸の交点となる天神・博多駅地区を含む都心部では、通過交通も含めた交通が集中し、交通渋滞が発生している。

そのため、福岡市では交通渋滞の緩和に向け、放射環状型の道路整備や、地下鉄の建設に取り組むとともに、ソフト面での交通マネジメント施策にも取り組んでいる。

その中でも、特に商業・業務の中心として発展してきた天神地区では、近年の九州内での広域交通サービスの充実により、九州各地からのアクセス性が向上し、来街者が増加しており、天神地区における幹線道路の渋滞緩和は緊急の課題となっている。

そこで、平成14年度に民間、行政等が一体となった検討体制である「福岡市交通マネジメント施策推進協議会」を設立し、以下の三つの視点から天神地区における取り組むべき交通マネジメント施策について検討を行ってきた。

- ① 公共交通の利便性の向上
- ② 都心部内の回遊性向上
- ③ バス、自動車交通の円滑化、分散化

これらの視点から、平成16年度に交差点改良やタクシー、バス乗り場の移設やフリンジパーキングの社会実験を実施したところである。

フリンジパーキングとは、都心部来街に際して、都心部周辺の駐車場に駐車し、そこから公共交通機関等で都心部までアクセスするシステムであり、都心部駐車場への自動車交通の過度の集中を避けることにより、自動車交通を分散するとともに、都心部駐車場の待ち行列を抑制し、道路交通の円滑化を図るものである。

2. 天神ピクニック

天神地区は福岡都市圏の都心として、また九州地方を代表する「顔」として発展を続けてきた一方で、交通渋滞や放置自転車等の問題をはじめ、他の商業地区や大規模郊外店との競合等様々な課題を抱えている。したがって、今後とも天神地区が九州の経済活動や都市生活

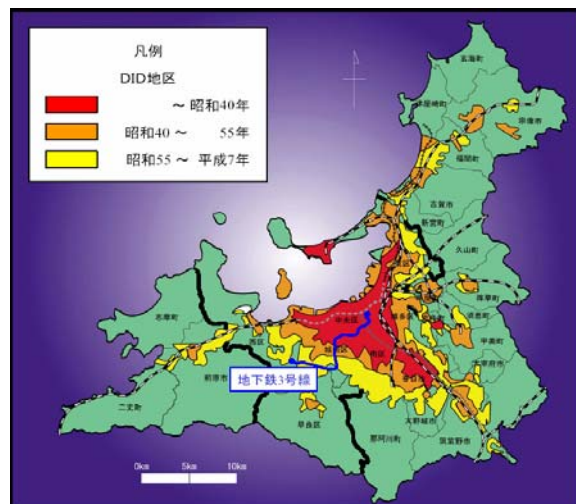


図1 福岡市の市街地拡大状況

を牽引する拠点地区としての役割を果たし、発展していくためには、都心ならではの賑わいと利便性をもった新たな機能の整備や、生活都心としてのアメニティの充実を図るなど、新たな魅力をつくりだすことが重要である。

そこで、「憩いと魅力」に満ちた天神地区のまちづくりを目指して、「天神ピクニック」を開催し、様々な社会実験を実施している。

平成16年度には、学識経験者、地域の代表、交通事業者、行政等で構成された「天神社会実験実行委員会」を設立し、交通関連の取り組みとして、市内では初めての、商業者、交通事業者等の協力を得たフリンジパーキングの社会実験を行った。

平成17年度には、新たに組織された民間主体のエリアマネジメント組織「We Love 天神」協議会(仮称)準備会が実施主体となり、フリンジパーキングの社会実験を実施するとともに、以下の三つの施策に取り組んだ。

- ①公共交通機関での来街者に対する飲食店等での特典付与策である「乗ってエコとく！」
- ②天神地区の商業事業者の協力を得たパークアンドライド
- ③都心部内での市営地下鉄と西鉄バスの共通一日乗車券である「天神フリーパス」の発売

3. 平成17年度のフリンジパーキング社会実験について

(1) 実施概要

天神地区のフリンジ(縁辺部)の駐車場を対象に、天神地区の3百貨店(岩田屋、福岡天神大丸、福岡三越)のいずれかで、1店舗あたり5,000円以上の買物をした場合に、駐車場料金の5時間分の割引サービスを行う。

さらに、対象駐車場の利用者(同乗者全員)には、天神までの往復バス無料乗車券を配布する。

(2) 駐車場の選定

対象駐車場は、市内外の各方面からのアクセスを考慮し、天神の東、西、南方面からの入り口となる位置にあるものや、都市高速道路のオフランプ周辺にあるものを対象に、以下の三つの視点で選定した。

- ①利用者にわかりやすいよう幹線道路に面していること
- ②比較的大規模な駐車場であり、平日に比べ土、日、祝日の利用が少ないこと
- ③バス停に近く、天神へのアクセスが便利なこと



図2 フリンジパーキング社会実験の概要

(3) 平成16年度社会実験との相違点

今回の社会実験では、平成16年度と比較し、以下の点について変更して実施した。

表1 平成17年度と平成16年度の相違点

項目	平成17年度	平成16年度
期間	10月22日(土)～11月27日(日)の土、日、祝日(のべ14日)	11月1日(月)～11月21日(日)の21日間
駐車場	表-2参照	表-3参照
主な想定対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・都市高速道路天神北ランプ利用者 ・都市高速道路呉服町ランプ利用者 ・一般道路を經由して南方面から天神にアクセスする利用者 	<ul style="list-style-type: none"> ・都市高速道路天神北ランプ利用者 ・都市高速道路築港ランプ利用者
その他	—	各駐車場近辺の温泉施設の割引券配布

表2 平成17年度実施駐車場

駐車場名	駐車台数	通常料金体系	最寄りの都市高速ランプ
エフパーキング北天神	777台	100円/30分	天神北ランプ
		1,000円/24h	
呉服町ランプサイドパーキング	195台	100円/20分	呉服町ランプ
		800円/24h(土日祝日のみ)	
オヌキ高砂駐車場	104台	100円/60分	—
		800円 : 8～20時	
		500円 : 20～8時	

表3 平成16年度実施駐車場

駐車場名	駐車台数	通常料金体系	最寄りの都市高速ランプ
エフパーキング北天神	777台	100円/30分	天神北ランプ
		1,000円/24h	
市営築港駐車場	362台	100円/30分	築港ランプ
ベイサイドパーキング	320台	150円/30分	築港ランプ

(4) 利用台数

表4 利用実績

項目	平成17年度	平成16年度	単位
総実施日数	14	21	日
平日実施日数	—	14	日
土、日、休日実施日数	14	7	日
総利用台数	476	1082	台
平日利用台数	—	366	台
土、日、休日利用台数	476	716	台
1日あたりの平均利用台数	34	52	台
平日1日あたりの平均利用台数	—	26	台
土、日、休日1日あたりの平均利用台数	34	102	台

(5) 利用者アンケート結果

今回も前年度と同様に、フリンジパーキング利用者を対象としたアンケートで、利用意向の把握を行った。その結果の一部を以下に示す。

① 駐車時間について

図3にフリンジパーキング利用者の駐車時間の分布を示す。参加者全体の平均駐車時間は4.4時間であった。

天神地区での休日の平均駐車時間が約2時間半であるので、フリンジパーキング利用者の滞在時間は約2倍となっている。

② 駐車場から天神地区へのアクセス手段(バス)の有料化について

今回の実験では、利用者1グループ(1台)ごとに、一定金額のアクセスバス料金の負担を求める検討をしたが、不特定人数のグループに対するバス料金の収受の体制がとれず、昨年同様、各駐車場から天神までの往復分のバス無料券を配布した。

アクセスバスが有料だった場合のフリンジパーキング利用意向は図4のとおりであり、昨年とほぼ同様の傾向を示している。

③ 通常時の来街手段

フリンジパーキング利用者が普段天神に来街するときの利用交通手段を表5に示す。

これも昨年とほぼ同様の傾向を示しており、約4分の3が自動車利用であった。

④ 無料駐車時間の拡大について

今回の社会実験にご協力頂いた百貨店が天神地区内の主要駐車場を対象として行っている既存の駐車場サービスは、5,000円の買い物で90分もしくは120分の割引が受けられるものである。

①で示したように、フリンジパーキング利用者の平均駐車時間は4.4時間であったが、図5に示すとおり、約9割の利用者が5時間以上の利用を望んでおり、また約半数が8時間以上の割引サービスを望んでいる。

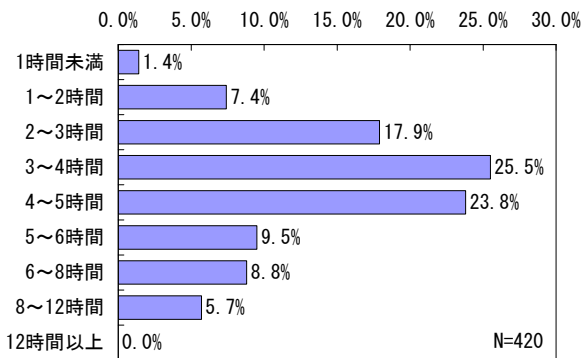


図3 フリンジパーキング利用者の駐車時間

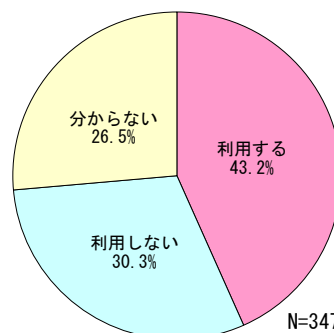


図4 アクセスバス有料時の利用意向

表5 通常時の来街手段

交通手段	割合
マイカー	73.6%
バス	9.3%
電車	8.7%
地下鉄	5.8%
高速バス	1.4%
自動二輪車	0.6%
徒歩	0.3%
自転車	0.3%
計	100.0%

N=345

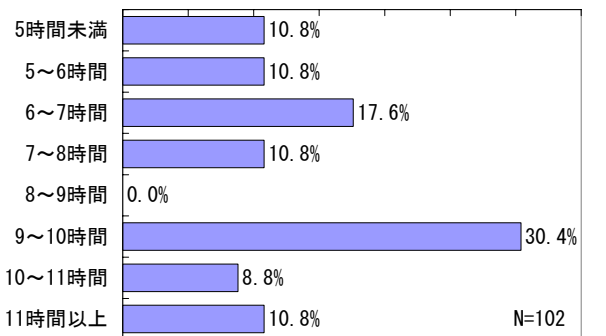


図5 フリンジパーキング利用者の希望駐車時間

⑤ 利用者の改善要望

駐車場割引の対象店舗とフリンジ駐車場の拡大を求める声が多い。

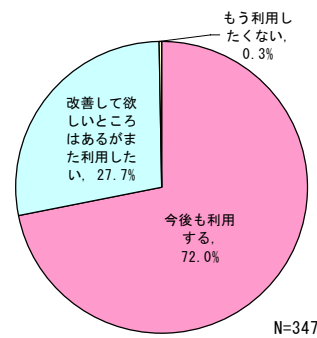
表6 フリンジパーキング利用者の改善要望

改善要望項目	割合
対象となる小売店をもっと多くして欲しい	58.3%
フリンジ駐車場をもっと増やして欲しい	54.9%
駐車場料金割引サービスの受けられる百貨店で買い物額をもっと安くして欲しい	46.9%
無料で駐車できる時間をもっと長くして欲しい	31.9%
駐車場から天神までのバスの本数が増えれば、また利用したい	21.8%
天神地区の駐車場の満車・空車情報を事前に知りたい	19.0%
駐車場から天神までのアクセスをもっと短くなれば、また利用したい	9.2%
その他	14.4%

N=326

⑥ 今後のフリンジパーキング利用意向

ほとんどの利用者が、今後もフリンジパーキングを利用する意向を持っている。利用者の改善要望をどれだけ反映できるか、また都心までのアクセスバスの有料化などの課題もあることから、本格実施前には、継続可能な体制で、より長期間の試行を行う必要がある。



N=347

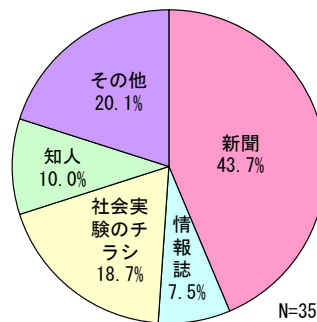
図6 今後のフリンジパーキングの利用意向

⑦ フリンジパーキング社会実験のPRについて

フリンジパーキングの社会実験を知った媒体についての結果を図7、8に示す。

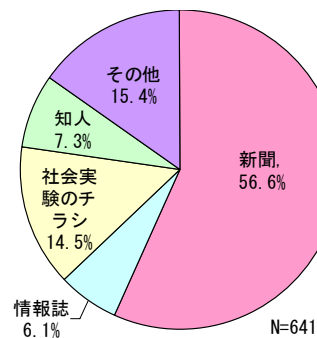
平成17年度は16年度より、新聞をみて参加された方の割合が低く、チラシを見て参加された方の割合が高い。

平成16年度は初めての社会実験ということで、メディアの注目度も高く、新聞を媒体とした広報に効果があったと思われる。平成17年度は、実験開始当初の利用が伸び悩んだので、日本自動車連盟九州支部にも協力をお願いし、チラシを配布するなどしたが、最終的には表4に示すように、昨年度より利用者が減少していることから、広報についてはさらなる検討が必要である。



N=359

図7 PR媒体（平成17年度）



N=641

図8 PR媒体（平成16年度）

4. 今後の展開に向けて

(1) 反省点

フリンジパーキングは第一義的には、都心部に集中する駐車需要を分散し、交通渋滞を緩和することを目的としているが、下記の効果も同時に望めると考えられる。

- ・平日、休日の利用が片寄った駐車場の有効利用
- ・都心に比べ安価な料金設定である都心縁辺部の駐車場と契約することによる、百貨店等の経費節減の可能性
- ・来街者の駐車場の選択肢の拡大（駐車場料金の負担を一定とした場合、都心部の駐車場に短時間駐車するのか、それとも都心縁辺部の駐車場に長時間駐車するのか等）
- ・天神地区での滞在時間が伸びることによる地区の賑わい創出効果

しかしながら、本格実施のためには、まだまだ課題も多く、今後検討を進める必要がある。

以下に、駐車場業者と百貨店から出された主な意見を紹介する。

①実施期間について

平成16年度は平日、休日を通して21日間社会実験を継続実施したが、平成17年度は、土、日、祝日のみの実施とした。それぞれに以下の課題がある。

- ・週末や祝日のみの実施では、広報面で分かりにくい。また駐車券を利用客に渡す現場の運営面で複雑である。利用客にも分かりづらい。
- ・平日と休日では駐車場ごとの利用状況や料金体系が異なるなど、平日、休日を通しての実施は難しい面もある。

②利用者に対するサービスについて

- ・駐車場料金割引サービスのための買い物額引き下げについては現在の枠組では難しい。フリンジパーキングの意義を勘案しても、複数のサービス設定を同時に実施すると、窓口業務が複雑になり困難である。ミスが出ないことがサービスの基本である。
- ・対象駐車場の拡大についても、契約駐車場の駐車券が統一されていない現状では、券種が増えるなど、上記と同様な理由で難しい。
- ・対象駐車場の拡大は、駐車場割引サービス利用者の単純な増加を招き、経費増につながるという百貨店の認識もある。

(2) 本格実施に向けて

表5に示すように、普段は公共交通機関を利用している来街者が、フリンジパーキングを利用するなど、かえって自動車利用を促すのではという懸念もあるが、ほとんどは普段から自動車ですべて乗り入れる人からの転換であり、都心周辺で自動車交通を受けとめる効果はあると思われる。今回の実験規模では、都心の交通量削減効果の測定は難しいが、自動車利用者に対し、来街目的や費用に応じて、様々な選択肢があることを知っていただき、パーク・アンド・ライドや公共交通機関の利用促進につながるきっかけにもなればと考えている。

また、駐車場経営者においても、稼働率の低い時間帯における施設の有効活用といった点などから、利用者や関係商業事業者への積極的な駐車場利用の提案等がなされれば、フリンジパーキングの普及の一助となると考えられる。

今後は、フリンジパーキング対象駐車場から都心までのアクセスバス運行経費についての関係事業者間での負担方法、バス以外の手段によるアクセス手法、および商業事業者の駐車場割引サービスのあり方等について、地域のまちづくり団体も含めて検討を進めていきたい。