

天神地区フリンジパーキング社会実験

九州大学大学院 学生会員 ○森川洋介
福岡市役所都市整備局 正会員 名古屋泰之

九州大学大学院 正会員 外井哲志
九州大学大学院 正会員 梶田佳孝

1. はじめに

天神地区は近年の慢性的な交通渋滞・違法駐輪や、相次いで開業する郊外大型店との競合などの問題を抱えている。フリンジパーキング社会実験は、天神地区への自動車での来街を制限することなく、中心部へ直接流入している自動車交通を減少させることによって道路混雑の緩和を目ざすもので、官民共同での混雑緩和の仕組みづくりとしての意義を有する。

本稿は、利用者を対象としたアンケート調査をもとに、フリンジパーキングの利用状況、天神地区での行動、今後の利用意向などについて報告するものである。

2. 実験概要

市営築港駐車場 (362 台)・ベイサイドパーキング (320 台)・エフパーキング北天神 (777 台)の利用促進のための天神地区百貨店における買物駐車場サービス実施(岩田屋・大丸・三越



図-1 フリンジパーキングの配置

のいずれかで 5000 円以上の買物をした場合駐車場代が無料)、天神地区とエフパーキング北天神間を循環する運賃無料のシャトルバスの運行し、他の駐車場からの路線バスの運賃の無料化を実施した。実験期間は11月1日(月)～21日の9:00～21:00である。

3. 調査結果

(1)フリンジパーキングの利用者

期間中の実験の参加者数は 2288 人(1082 台)であった。駐車場の別には、エフパーキング北天神が約 8 割の 850 台(1741 人)の利用があったのに対し、市営

築港、ベイサイドパーキングの 2 駐車場の利用はそれぞれ、164 台(386 人)、68 台(161 人)と少ない。居住地別では、福岡市内が 57.6%、市外が 35.2%、県外が 7.2%であった。利用者の年齢は 30 歳代が最も多く 35.4%を占め、40 歳代 22.3%、20 歳代 17.8%、50 歳代 14.7%の順である。来街目的は 76.3%が買い物であり、食事・喫茶 16.6%、ウィンドウショッピング 11.7%、イベント見学 10.6%と続く。一般来街者と比べて買い物目的の割合が有意に高い。

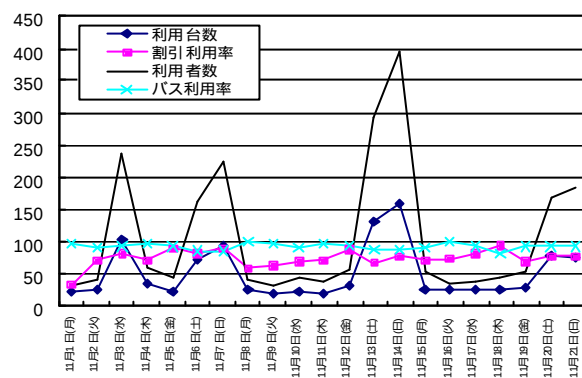


図-2 フリンジパーキングの利用の推移

1 台あたりの平均乗車人員は 2.1 人であるが、休日がやや多い。これは、平日は一人で来る割合が高く(38.2%)、休日は家族で来る割合が高い(44.5%)ためである。

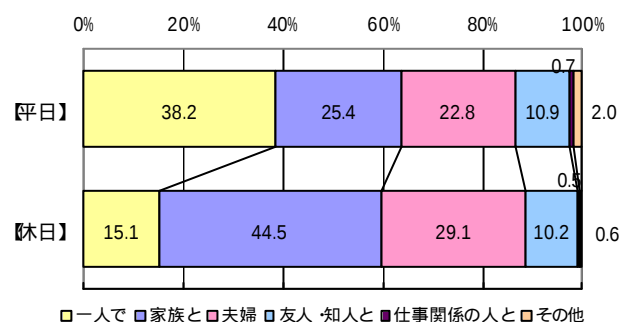


図-3 同乗者の内訳

駐車料金の割引利用率は 77.0%であり、平日と休日の差はさほどない。利用者のほぼ全員がシャトルバス等の無料券を利用している。

利用回数については、85.2%の人が 1 回のみの利用であるが、12.6%が 2 回以上である。短期間ながら 2 回以上の利用もあり、繰り返し利用される可能

性が高い。複数回利用者の居住地は 67.2%が福岡市内だが、市外、県外あわせて 32.8%ある。

実験前の交通手段は 74.6%がマイカーだが、バス・地下鉄・電車などの公共交通からの転換も 23.7%ある。居住地別の内訳を見ると、市内はバス・地下鉄から、市外（県内）は電車から、県外は高速バス・バスからの転換が大きい。

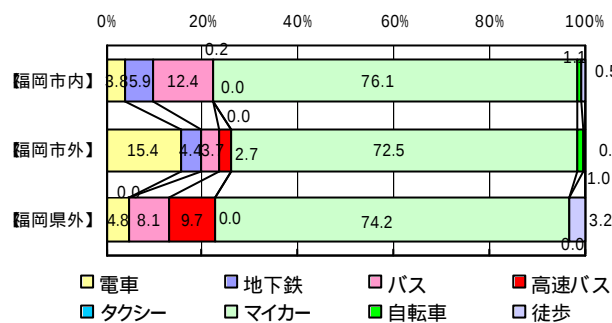


図-4 通常時の交通手段

天神までのアクセスバスの有料化(100 円程度)に対して、「有料化されても利用する」が 37.7%、「利用しない」が 33.7%、「わからない」が 28.6%であった。「利用する」と回答する割合は年齢層が高くなるほど、また遠方から来る人ほど高い傾向にある。

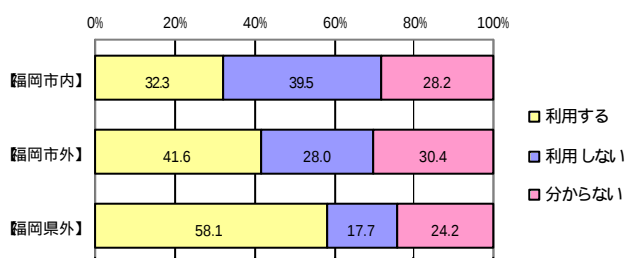


図-5 アクセスバスの有料化と今後の利用意向

改善点として、対象小売店の拡大、百貨店買物額の低額化、フリンジ駐車場の拡大を望む声が高いが、アクセスバスに対する改善意見は、本数の増加を望む意見以外には比較的少ない。対象小売店舗に関しては、ソラリアプラザ・ステージ(18.5%)、イムズ(17.6%)、新天町商店街(10.9%)、天神地下街(10.4%)、天神コア(8.9%)などを望む意見が多い。

最後に、今後のフリンジパークの利用意向については、「今後も利用する」が 59.0%、「改善してほしいが利用する」が 39.7%と、利用意向のある人が 98.7%あり、ほとんどの利用者が今後も利用したいと考えていることが明らかになった。

(2) フリンジパーキング以外の駐車場利用者

フリンジパーキング以外の駐車場利用者に 11 月 6 日、13 日の 2 日、フリンジパーキングの利用につい

て尋ねた。

この社会実験については 32.4%が知っていたが、市内 38.0%、市外 28.9%、県外 8.0%と地域によって認知度に差があった。今後の利用意向としては、「利用したい」が 33.0%、「条件次第では利用したい」が 43.8%、「利用したくない」が 21.6%であり、男性、県外居住者の利用意向が高い。

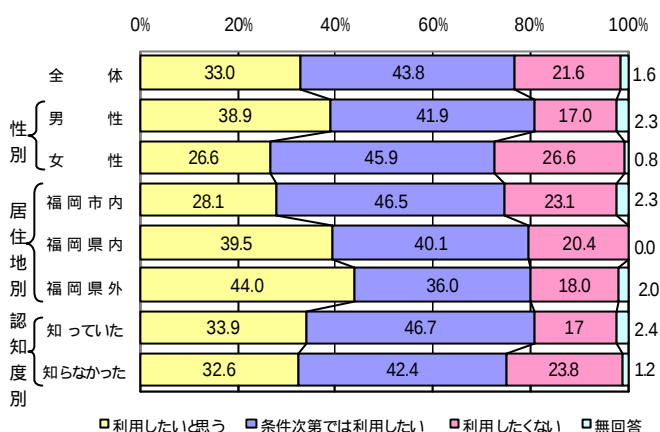


図-6 今後の利用意向

改善点については、「対象となる小売店の増加」33.2%、「駐車場割引の買物金額を下げる」30.6%、「フリンジ駐車場を増やす」23.3%などが多い。条件次第で利用する人は「無料で駐車できる時間を延長してほしい」との希望を強く持っているようである。来街頻度への影響については、「利用したい」人の 58.9%が来街頻度が増えると答えている。

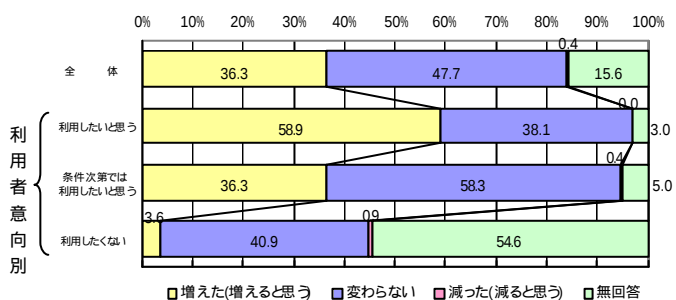


図-7 フリンジパーキングの来街頻度への影響

4. まとめ

実験参加者数は必ずしも多くはなかったが、市外・県外居住者やリピーターも少なくなく、利用者のほとんどが条件次第では今後も利用したいと考えていることなどが明らかになった。課題としては、対象小売店の拡大、駐車場割引制限の緩和、フリンジ駐車場の増加などのほか、公共交通手段から自動車への転換が少なからずあることなども明らかになった。