

愛媛大学大学院 学生員 ○杉野勝敏
愛媛大学工学部 正会員 朝倉康夫
愛媛大学工学部 フェロー 柏谷増男

1. はじめに

松山市の駐車場案内システムの利用者に対して、駐車場利用および駐車場案内システムに対するアンケートを実施した。その調査結果を前回の調査と比較し、ドライバーの駐車行動の分析を行うことが目的である。

2. 実態調査の概要

今回の調査（第4回調査）と前回の調査（第3回調査）の概要を表2.1に示す。配布回収状況を表2.2に示す。今回も高い回収率となり、ドライバーのシステムに対する関心が高いことがうかがえる。

表 2.1 駐車場調査概要

	第3回調査	第4回調査
調査日時：	平成6年12月11日（土）	平成9年7月12日（土）
配布時間：	10:00～18:00	10:30～16:00
調査場所：	6ヶ所の駐車場	17ヶ所の駐車場
調査内容：	A. 駐車場利用 B. 駐車場選択実験 C. システムの利用と評価	A. 駐車場利用 B. PGIシステムの利用
調査方法：	調査員が駐車場利用者にアンケート用紙を手渡しし、後日郵送にて回収	

表 2.2 配布回収状況

	第3回調査	第4回調査
配布数	1228	2676
回収数	460	1064
回収率(%)	37.5	39.8

3. 駐車場選択の実態

駐車場選択理由を図3.1に示す。最も多い理由は目的地への近接性で約80%あり、次いで駐車場の特典（買物すると無料）で50%であった。料金の安さは、駐車場の特典と各駐車場の料金が大きく異なることより、少ない割合となったと考えられる。

出発時の駐車場選択数について集計したものを表3.1に示す。駐車場を一ヶ所に決めていたという割合が最も多く、約80%は最低一つ以上駐車場を決めてから出発していることを示している。

駐車場変更について集計したものを表3.2に示す。変更を行った割合は20%とあまり多くない。

変更を行った理由を集計したものを表3.3に示す。駐車場まで行ったが満車であったと答えた人が最も多く、これらの人が案内板を利用すれば、駐車場の有用な利用が見込まれると考えられる。

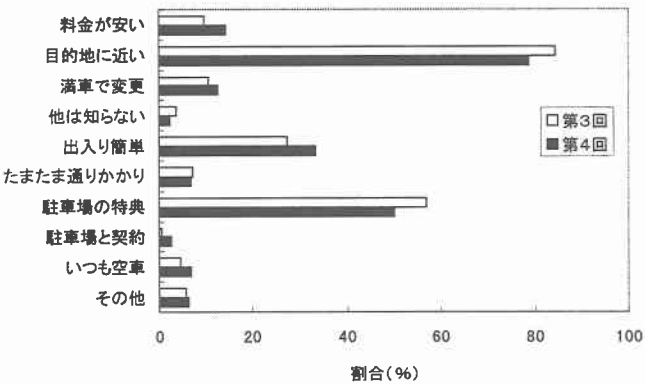


図 3.1 駐車場選択理由 (3 つまで選択)

表 3.1 出発時の駐車場選択数 (%)

	第4回調査	
決めていない	219	(20.7)
一ヶ所に決めていた	604	(57.1)
二～三ヶ所考えていた	235	(22.2)

表 3.2 駐車場変更 (%)

	第4回調査	
変更した	210	(20.5)
変更しなかった	816	(79.5)

表 3.3 駐車場変更理由 (%)

	第4回調査	
案内板より満車を知った	14	(6.5)
道路が混んでいたため	49	(22.9)
駐車場まで行ったが満車であった	111	(51.9)
たまたま見つけた	9	(4.2)
その他	31	(14.5)

4. システムの利用状況

駐車場案内システムの認知率について、出発地別に集計したものを表 4.1 に示す。システムの認知率は第3回調査とほぼ同じ結果となり、これ以上の増加は見込まれないのではないかと考えられる。

システムを知っていると答えた人のうち、システムの利用の仕方を知っているかを質問した結果を表 4.2 に示す。システムを知っているが利用の仕方は知らないという人の割合は 22%であった。

システムを知っていると答えた人のうち、駐車までに案内板を見たかどうかを尋ねた質問についての結果を表 4.3 に示す。駐車までにシステムを見たという人は 24%とあまり多いとはいえないが、第3回調査よりは増加している。

システムを見たという人のうち、内容を理解できたかどうかを尋ねた結果を表 4.4 に示す。案内板を見た人のほとんどは内容を理解できたようである。理解できなかったという人は、システムを利用する意志があるにもかかわらず案内板の位置やデザイン（文字の大きさ・内容の多さ）等により利用できなかったと考えられるので、潜在的利用層と呼ぶことができる。このような利用者に対していかに利用しやすいシステムに改良するかが今後の課題といえる。また、この潜在的利用層の属性を見だし、それらの属性を持つ人に対してシステムの説明を行えば、システムの利用者の増加が見込まれる。

システムの内容が理解できたと答えた人のうち、情報をどのように利用したかを尋ねた結果を表 4.5 に示す。70%の人が満車の確認として情報を利用している。

その情報による駐車場変更を表 4.6 に示す。満車の表示で変更を行ったという割合は 10%と決して多いとはいえないが、空車で変更を行っていないという人も情報を利用しているので、システムの利用の割合は多いといえる。

表 4.1 システムの認知率 (%)

出発地	第3回調査			小計	第4回調査			小計
	知っている	知らない			知っている	知らない		
松山市内	218 (90.8)	22 (9.2)		240	567 (86.3)	90 (13.7)		657
松山市周辺	73 (84.9)	13 (15.1)		86	155 (85.0)	27 (15.0)		182
その他	97 (73.5)	35 (26.5)		132	158 (72.1)	61 (27.9)		219
計	388 (84.7)	70 (15.3)		458	880 (83.2)	178 (16.8)		1058

表 4.2 利用の仕方の認知率 (%)

第4回調査		
知っている	682	(78.1)
知らない	191	(21.9)

表 4.3 システムの利用率 (%)

第3回調査		第4回調査	
参考にした	70 (18.0)	見た	209 (24.0)
参考にしなかった	319 (82.0)	見ていない	663 (76.0)

表 4.4 システムの理解度

第4回調査		
理解できた	181	(86.6)
理解できなかった	28	(13.4)

表 4.5 情報の利用の仕方 (%)

第4回調査		
満車の確認	150	(70.4)
空き駐車場探し	40	(18.8)
駐車場の位置の確認	13	(6.1)
その他	10	(4.7)

表 4.6 情報による駐車場変更 (%)

第4回調査		
満車の表示であったので変更した	18	(10.4)
満車の表示であったが変更しなかった	45	(26.0)
空車の表示であったので変更しなかった	87	(50.3)
その他	23	(13.3)

5. まとめ

- ・駐車場選択理由は目的地の近接性と駐車場の特典が多い。駐車場選択については約 60%のドライバーが一ヶ所に決めており、全体の約 80%が変更を行っていないかった。
- ・システムの認知率は第3回調査と変化がなく、これ以上の増加は期待できない。
- ・システムを利用するつもりのない人は第3回調査より減少しているが、まだその割合は多い。システムの内容が理解できない人は利用する意志があるので、それらの人に説明を行うことでシステムの利用者の増加が見込まれる。

なお、本研究の一部は、四国建設弘済会：建設事業の技術開発に関する助成を受けて進めたものである。