

## 第3部 パークアンドライドの持続的運営方策の検討

### 1. 広報・PRによる自発的行動変容を促す方策

#### (1) 観光交通の実態

##### 1) 京都市内へのマイカー観光のアクセス

少し古いが、昭和 63 年に京都市計画局が行った『京都市駐車場整備計画調査』の中で行われた観光交通アンケート調査によると、京都市流入時の自動車利用率は 26.7%であるが、ホテルや旅館でパークアンドライドする車もあるため、観光地への自動車利用率は嵐山が 24.0%、清水が 22.7%と、流入時よりやや低下している。

一方、先の『平成 19 年京都市観光調査年報』によると、観光客の各観光地へのアクセス率は次表のとおりである。

これによると、清水寺と高台寺を合わせた東山地区は 28.4%、嵯峨野を合わせた嵐山地区は 22.3%となる。

表 - 3.1.1 観光地別観光客アクセス率

観 光 地	アクセス率	観 光 地	アクセス率
清 水 寺	21.2%	平安神宮	5.3%
嵐 山	15.9	京都駅ビル	4.7
金 閣 寺	12.0	下鴨神社	4.7
銀 閣 寺	9.7	京都市美術館	4.5
南 禅 寺	9.5	知 恩 院	4.5
高 台 寺	7.2	三十三間堂	4.2
八 坂 神 社	7.0	京都御所	3.6
二 条 城	6.7	西本願寺	3.6
嵯 峨 野	6.4	東本願寺	3.3
鞍馬・貴船	6.1	龍 安 寺	3.1
大 原	5.6	錦 市 場	2.8
東 寺	5.6	伏見稲荷大社	2.5
四条河原町	5.3	合 計	165.0

複数観光地にアクセスするケースが含まれるため合計は 100%を超える

これらのデータを、第2部においてパークアンドライド駐車需要量として算出した休日のマイカー観光流入量 32,630 台/日に当てはめると、東山地区及び嵐山地区の流入交通量は以下ようになる。

$$\text{東山地区} \quad 32,630 \times 0.284 \times 22.7 / 26.7 = 7,879 \text{ 台 / 日}$$

$$\text{嵐山地区} \quad 32,630 \times 0.223 \times 24.0 / 26.7 = 6,541 \text{ 台 / 日}$$

2) 観光地での駐車実態と課題

一方、東山地区及び嵐山地区の駐車場収容台数は次表のとおりである。

表 - 3.1.2 観光地別駐車場整備状況

地 区	駐 車 場 名	収容台数
東山地区	京都市清水坂観光駐車場	59
	民間駐車場A	130
	民間駐車場B	100
	民間駐車場C	64
	民間駐車場D	250
	合 計	603
嵐山地区	京都市嵐山観光駐車場	105
	民間駐車場A	200
	民間駐車場B	65
	民間駐車場C	43
	民間駐車場D	300
	合 計	713

単位：台

この収容台数に回転率 3.0 を当てはめると、各地区の駐車台数は、東山地区が 1,809 台/日、嵐山地区が 2,139 台/日である。

これに対して、先のように東山地区には 7,879 台/日、嵐山地区には 6,541 台/日のマイカーが押し寄せている。

つまり、下表のように、東山地区では流入交通量の 77.0%、嵐山地区では 67.3% がオーバーフローしていたことになる。

表 - 3.1.3 観光地別マイカー駐車状況

地 区	収容台数	1日駐車台数	流入交通量	オーバーフロー	
				台 数	率(%)
東山地区	603	1,809	7,879	6,070	77.0
嵐山地区	713	2,139	6,541	4,402	67.3
合 計	1,316	3,948	14,420	10,472	72.6

単位：台

しかし、こうした実態は、京都市民こそ肌身で知っているが、京都市以外の人々には、ほとんど知られていない。そのため、観光シーズンともなれば、東山地区や嵐山地区の周辺で信じられないほど激しい渋滞が発生するわけである。

従って、京都市の観光交通対策では、こうした交通の実態を広くPRすることが最良の対策になると考える。

## (2) 広報・PRの強化方策

### 方策1 インパクトのある宣言を発信する

かつて、京都市では、「マイカー観光拒否宣言」なるものが発信されたことがある。この宣言名は、非常にインパクトのある名称であったため、すぐさま全国ネットで配信され、良くも悪くも大きな反響があった。一時は、「本当に京都へは車で行けないのか？」ということが全国的な話題になったといわれるが、結局、「本来なら頭を下げてお迎えすべき観光客を拒否するとは何事か！」という内外の悪評が勝ち、一度きりの宣言となった。

確かに、観光都市を宣言する一方で、「拒否」宣言は筋が通らないが、逆に、観光客の立場に立って、「京都へは車で来られないほうが得ですよ」ということを一語で表現できれば、マイカー観光拒否宣言のように、その宣言名自体が一人歩きをして大きな効果をもたらすと考えられる。

### 方策2 京都市独自の交通情報サイトを立ち上げる

一度、観光シーズンに車で嵐山や東山へ来た人なら、二度と車では京都に行かないと思うはずである。京都の観光交通対策は、先の宣言とともに、こうした情報を、どのようにして発信するかがポイントとなる。

あの嵐山や清水の渋滞は、誰でも一目見たら理解できるはずなので、例えば、梅津段町から森原堤まで、また五条堀川から五条坂まで、定点カメラを据付け、その映像をネット配信すれば一目瞭然である。

ただし、そのサイトが多くの人からアクセスされることが不可欠であることから、以下のような仕組みを考える必要がある。

観光シーズンの情報だけでなく、京都市のあらゆる交通情報を発信する

多くの人からアクセスしてもらうには、天気予報のように、毎日、役に立つ情報を発信しなければならない。

まず、基本は、道路の渋滞情報である。「日本道路交通情報センター」のものと同様に幹線道路だけでよいが、渋滞がどこまで続いているか一目瞭然の精度が必要である。また、いつも渋滞する個所は、クリックすれば定点カメラのライブ映像が見られるようにしたい。

ただし、観光交通に対しては、渋滞が始まるまでに情報を伝えなければならないので、予測情報や予想所要時間の情報も必要である。

次に、工事情報も必要である。これは細街路レベルが要求される。

また、コインパークを含めて全ての駐車場情報も欲しい。

一方、公共交通の情報については各企業のサイトが充実しているが、意外に、遅延情報が不親切なので、これを発信できればアクセスは期待できる。

### 参加型サイトにする

問題は、こうした、きめ細やかな情報をどのようにして収集するかであるが、これに対応するには参加型サイトにする必要がある。

大抵の人は、道路の渋滞や列車の遅延に遭遇した場合、誰かに知らせたいという欲求を持つものである。

そこで、そうした情報を携帯電話で知らせてくれるモニターを募集し、その情報をまとめれば、どこよりも新鮮で細やかな情報を発信することができる。

なお、こうした手法は、すでに民間の天気予報サイトで実用化されている。

### 民間企業がビジネスとして運営する

ただし、これほど細やかな対応を行うには、民間企業がビジネスとして運営することが不可欠である。

とはいえ、こうした交通対策は、今すぐ対応しなければならない問題であるため、誰かが起業するのを待っているわけにはいかない。

そこで、立ち上げ資金として京都市内で営業する公共交通機関並びに観光関連企業から出資を募り、こうしたサイト運営に実績のある企業を公募して、コンペ方式で運営会社を指定する。

なお、リスクへの備えと指定企業の監理を兼ねて、保険会社とのジョイントを条件にすることも一案である。

## 2. パークアンドライド施策が実施可能となる駐車場運営手法

### (1) 駐車場運営の現状と課題

パークアンドライド計画乗換駐車場の運営状況は次表のとおりである。  
このうち、一般有料駐車場や施設利用者用駐車場については、有料駐車場として運営されており、当然、料金收受システムも完備しているため、現状のままパークアンドライド駐車場として実施可能である。

しかし、          、          のショッピングセンター（ＳＣ）顧客用駐車場については、大店法の縛りがかかっており、また、現在は顧客については無料開放しているため、パークアンドライド駐車場として活用するためには、これらを調整するための対策が必要である。

また、          については、昨年度、秋の観光パークアンドライド計画に参加した駐車場であるが、いずれも職員や来客用の駐車場を休日に有効活用しているものであるが、休日は管理人不在であるとともに料金收受システムもないことから、何らかの管理システムが必要である。しかし、これについては、今後も観光ピークだけの臨時的利用であるため、公共が臨時的に運営することはやむを得ないとする。

表 - 3.2.1 パークアンドライド乗換駐車場の運営状況と今後の対策

駐 車 場 名	運営形態	料金	管理人	対策
アルプラザ醍醐	ＳＣ顧客用	無料	無し	必要
イトーヨーカ堂六地藏店	ＳＣ顧客用	無料	無し	必要
京阪橋本駅	一般有料	有料	有人	○
長岡京駅西	一般有料	有料	有人	○
サティ亀岡店	ＳＣ顧客用	無料	無し	必要
国立国際会議場	施設利用者用	有料	有人	○
京都市山科駅前	一般有料	有料	有人	○
京都府伏見港公園	施設利用者用	有料	有人	○
明日都公共	一般有料	有料	有人	○
浜大津公共	一般有料	有料	有人	○
浜大津アーカス	一般有料	有料	自動	○
京都陸運局・伏見稻荷	施設専用	-	無し	必要
京都リサーチパーク	施設専用	-	無し	必要
島津製作所・京都市上下水道局	施設専用	-	無し	必要
京大桂キャンパス	施設専用	-	無し	必要

\* ＳＣ（ショッピングセンター）

\* 管理人が有人の場合でも自動料金收受機を設置しているところが多い

## (2) SC顧客用駐車場の運営手法

### 対策1 パークアンドライド利用者に商品券を購入してもらう

大店法では、駐車場はショッピングセンターの顧客用として位置付けられているが、パークアンドライド駐車場として利用すると一般有料駐車場になるため、目的外使用として法的に問題となる。

そこで、パークアンドライド利用者からは駐車料金を徴収するのではなく、商品券を購入してもらうことにより、顧客に対するサービスの形をとることを考える。

ちなみに、金額については、一般有料駐車場の場合、平日の定期契約は市内周辺部では12,000円程、市外では8,000円程度であるため、これに月の買物額を10,000円程度プラスすれば22,000~18,000円となる。

### 対策2 自動料金収受機を設置する

これに対して、一般の顧客は、従来どおり無料とする必要があるが、これとパークアンドライドの利用者を区別するには、全車の入場と出場を管理するための磁気カードによる自動料金収受機の設定が望ましい。

その上で、例えば、6時間以内は無料、それ以上は有料とすれば、一般顧客の全ては従来どおり無料となるはずであり、一方、パークアンドライド利用者は6時間以上駐車するため有料扱いとなるが、定期契約カードを自動料金収受機に入れて出場できるように設定すれば問題はない。