

高松中心市街地プロムナード化検討事業の概要

(かがわDXLab 中心市街地プロムナード化WG)

1

■ 事業のセールスポイント

地理空間データ基盤をハブに、官民の持つデータを集約しリアルタイムに連携させたサービスを、持続性担保のため、段階的に創出することにより人々の行動変容を促し、社会課題解決の一助とするとともに、今後のサービスを可変させる高次化にも繋げていく。

■ 対象区域の概要

【高松市】

- 面積: 約375km²
- 人口: 約42万人

【まちづくりの基本方針】

- ・選ばれるまちづくり
- ・持続可能なまちづくり
- ・協働によるまちづくり

位置図



■ 都市の課題

- ・ サポート高松地区周辺は、官が所有する施設も多いエリアであるが、官民ともに効率的な連携ができていない。
- ・ サポート高松地区において、大型施設の開発が進む中(R7年2月には中四国最大級規模のアリーナが開館)、当該地区を訪れる人の交通手段分担率は自動車が6割を超えおり、大型イベント時において、地区周辺道路の交通渋滞発生が懸念される。

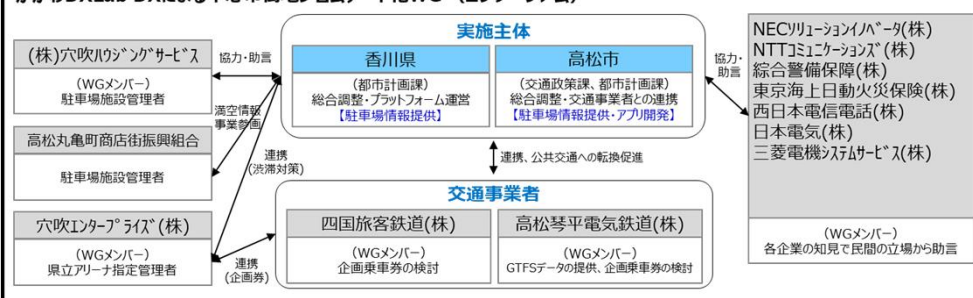
■ 解決方法

地理空間データ基盤をベースに、満空情報を含む駐車場情報を可視化したアプリを構築し、エリアでのマネジメントを可能にする。



■ 運営体制

かがわDXLab DXによる中心市街地プロムナード化WG (コンソーシアム)



■ KPI(目標)

- ・ 駐車場満空情報アプリケーションが、駐車場の需給バランスの平準化やイベント時の車流状況にどれだけ影響したか検証

検証項目	検証方法	目標
駐車場の最適化(平準化)	駐車台数	—
アプリ利用者の総合満足度	アンケート	8割以上
サービスの社会受容性	アプリ閲覧数	600件/月

データ連携による成功事例の積み重ねによりサービスをビルドアップしていくことで、地理空間データ基盤をハブとした、多様な情報・機能を集積し、共創モデルによる官民連携の取組を増やしていく
地理空間データ基盤が都市全体のマネジメントツールとなり、都市課題の解決に寄与

今年度の実証

フェーズ1が浸透してから段階的に実施予定



一過性の実証実験に留まらず、持続性のある取組とするためには、段階的で無理のない進め方が重要

また、多分野のデータから多分野のサービス創出及び、その持続性担保のためには、データを活用して連携によりもたらされる成功していく実感を、供給者側が体験することで起こる、地域の「共創」に対する理解が必要となる

BPRによる成功体験の積み重ねによる事業者の参画増加
 + 共創モデルによる官民連携の枠組み

段階的で無理のない
 新規サービスの創出へ

地理空間データ基盤をベースに、満空情報を含む駐車場情報を可視化したアプリを構築(2月12日からサービス開始)。

実証期間中のデータからも、駐車場の最適化(混雑駐車場の分散化)に効果があった。

■ 実証実験の内容

- 地理空間データ基盤をベースに、満空情報を含む駐車場情報を可視化したアプリを構築。駐車場情報が事前に確認できることによって、駐車場の最適化にどれだけ寄与するかを検証。



- イベント開催時にどのような誘導を行えば、多くの人に利用され、行動変容につながるタッチポイントになるかを検証。



■ 実証実験で得られた成果・知見

● 駐車場の最適化(対象駐車場10箇所)

(いずれもアプリ導入前との比較)	通常時稼働率 上位3箇所	通常時稼働率 下位7箇所
アプリ導入後 稼働率	9.0%増	10.4%増
イベント(2/24) 稼働率	1.4%増	6.2%増
イベント(3/1・3/2) 稼働率	9.4%増	13.0%増

● アプリ利用者の満足度

(アプリの利用者等に対するアンケート)

アプリの内容に対する総合満足度	71.4%
今後アプリを利用したいと回答した割合	75%

● サービスの社会受容性

(アプリの閲覧数)

平均アクセス数(2/12-3/5)	1,358回/日
イベント時(2/24・3/1・3/2)のアクセス数	3,650回/日

- アプリ構築により、駐車場の最適化に効果があったことが確認できた。
- イベント日は特にアプリが利用されている状況であり、様々な周知によってタッチポイントとして効果的に機能した。

今回の実証期間において、エリア内における駐車場の最適化に、駐車場アプリが効果を果たした。一方で、アンケート結果からは、駐車場満空アプリケーションの認知度の課題や、機能拡充に期待する声があるため、今後、アプリのサービス拡充に向けて検討を進めていく。

■ 実証実験で得られた課題

- イベント来場者数の多くにアプリを活用してもらえたことが確認できたが、一方で、アンケート結果からはアプリを知らない人も半数程度いた状況。

(アプリの利用者等に対するアンケートより)

アプリをすでに知っていたと回答した割合	50%
アプリを今後利用したいと回答した割合	75%

- 実証期間が短期間であったこともあり、民間駐車場の参画は1事業者(3箇所)に留まった。利用者アンケートの結果からも、対象駐車場の拡充に期待する声も多い。

(アプリの利用者等に対するアンケートより)

駐車場満空情報システムに望む機能として回答した割合
(複数回答あり)

満空情報が分かる対象駐車場の拡充	65%
周辺の他の駐車場の検索機能	60%
周辺施設のイベント情報の確認	30%

■ 今後の取組：スケジュール

- 【R7年度】アプリ導入直後で分析期間も短かったこともあり、R7年度も引き続き、イベント時を中心に駐車場の状況を確認する。また、アプリの周知や利用者アンケート結果を踏まえた機能拡充を検討していく。
 <具体例>
 - ・アプリの周知施策の実施(イベント主催者、各種HP等)
 - ・対象駐車場の拡充
 - ・周辺イベント情報の周知 等
- 【R8年度以降】駐車場情報以外にも、地理空間データ基盤をハブとしながら、官民が保有するデータを連携させ、都市経営上のマネジメントを可能にする仕組みを検討。

