

自動運転時代に選ばれるために 駐車場検索アプリ 「P-Collection」の挑戦



本誌編集長
山本 稔

相模石油株式会社
代表取締役社長
小泉 光哉

パーキングサイエンス株式会社
代表取締役社長
井上 直也

【プロフィール】

小泉 光哉（こいずみ みつや）

1979年4月生まれ。上智大学文学部新聞学科卒業後、AT&T入社。退職後、慶應義塾大学院ビジネススクールを経て、29歳の時、相模石油に入社。駐車場運営事業部長、レンタカー事業部長、本社サポートセンター部長などを歴任し、2018年から現職。趣味は駐車場チェックも兼ねたGoogleマップの検索。

井上 直也（いのうえ なおや）

1981年9月生まれ。横浜商科大学経営学部経営情報学科卒業。大学在学中に相模石油のレンタルカート場「F.ドリーム平塚」でアルバイト勤務。店舗が成長する過程に惹かれ、入社を決意。2006年5月、相模石油株式会社に正社員登用。2017年4月、新規事業を担当する事業計画室。2022年9月より現職。

IT化が加速するパーキング業界。ユーザビリティは向上し、駐車場難民はかつてに比べれば確実に減少している。しかしその一方で、近未来の自動運転時代を見据えると、これまでにない新たなチャレンジが必要と喚起するのが、相模石油株式会社とその子会社、パーキングサイエンス株式会社である。「ユーザーが駐車場検索アプリにアクセスすることで蓄積していく膨大な移動データや、それに基づく高価値の分析情報は、すべてIT企業や通信キャリアが確保し、このままではパーキング業界は取り残されてしまう」と警鐘を鳴らす。このリスクを回避し、業界に資する駐車場検索アプリとしてローンチされたのが「P-Collection」である。開発の真意、目標とする未来像などを相模石油代表取締役社長の小泉光哉氏と、パーキングサイエンス代表取締役社長の井上直也氏にうかがった。

収録：2023年3月14日

聞き手：本誌編集長 山本 稔

駐車場事業者自らが 車に“エネルギー”を注ぐ

山本 まずは相模石油のお話からおうかがいできますでしょうか。

小泉 創業者は私の曾祖父で、創業は大正13年、1924年ですので、来年でちょうど創業100周年ということになります。

山本 事業が始まってから一世紀！それはおめでとうございます。

小泉 ありがとうございます。現在、事業の数としては15種類あり、以前から多角的なビジネスを継続しています。

山本 プロフィールによると新聞学科卒ということで、本欄に登場された歴代のゲストの中では珍しいキャリアをお持ちです。この学科ですと、大学在学中は駐車場に関連した仕事に就こうとは考えていらっしゃらなかったのでしょうか。

小泉 ええ、新聞記者になりたくて新聞学科に入りましたので、今の仕事をする



1924年の創業以来、神奈川県平塚市に本社を構え、事業を展開している。

(画像：『相模石油株式会社50年史』より)

イメージはまったく持っていませんでした。しかし勉強を進めるうち、まあ、部活のラクロスに熱中していて、あまり勉強をしなかったのも理由かもしれませんが、新聞記者への興味を徐々に失ってしまったんです。ちょうどその頃、IT企業が大きな存在感を示し始めた時代だったこともあり、新聞ではなく、IT業界へ進むことを決めました。そこで、外資のIT企業に集中して就活したんです。

山本 そしてAT&Tに入社されたのですが、その後退職して慶應のビジネススクールに進まれたのは？

小泉 AT&Tでのキャリアを活かしつつ、アプリケーション寄りの仕事をしたいと考えまして、そのためには、会社経営、ビジネスの根幹が分かっているといけないうと大学院で学び直したんです。AT&Tでボーナスをドーンといただけたので、それを授業料に充当しました。

山本 ビジネススクールではどんな勉強をされたのですか。

小泉 ひらたく言うとお金儲けの勉強ですが、各論で言うと起業、会社の事業を起こす分野の経営戦略などでした。

山本 そして相模石油に入社されて、新規事業に挑まれた。

小泉 はい。先に申し上げたとおり、相模石油は以前から多角的な事業展開を行っている会社ですので、新規事業に挑みやすい文化がありました。後でお話

しする、駐車場検索アプリ「P-Collection」もそうですが、新しいことを始めて、良いと思ったら突っ込んでいく風土があるんですね。ですから私も最大限、その風土を活用して、自分がおもしろいと思えるビジネスをやろうという職業倫理に基づいて動いています。

山本 15ある事業のうち、特に力を入れている中心的な事業はあるのでしょうか。

小泉 同じ質問を銀行から受けることが多いのですが、力は各事業に等しく注いでいるつもりです。ただ、現実として利益を生みやすい事業はあるので、その意味で駐車場、レンタカー、エネルギー関連などが代表的な事業と言えます。

山本 エネルギーは相模石油という企業名に冠されたビジネスですよね。具体的にはどんな内容ですか。

小泉 かつてはガソリンスタンドの経営でした。元売りである当時の日本石油、現ENEOSの特約店としてSS事業を始めたのですが、1997年に終了し、以降は卸し業務が中心です。主要なお客様は各種の工場、病院などで、品目は灯油、重油などの燃料油、潤滑油、グリース、LPガスなどさまざまです。石油業界では、弊社のように15もの多角的な事業展開を行っている会社は珍しく、かねてより注目を集めています。

山本 駐車場事業はいかがでしょうか。

小泉 駐車場はおよそ800カ所あり、



今後、スマートモビリティなど何らかのハブとなる可能性を持っているという点から、ENEOS様に注目をいただいています。また、弊社はオリックスレンタカー事業も行っているの、オリックス自動車様からも同様に注目されています。

山本 御社の駐車場の中で特に印象深いのが「ダイレクトパーク横浜元町中華街」の料金体系ですね。自走式立体駐車場の悩みのひとつに、“下層階から埋まり、駐車や人の移動に時間がかかる上層階がなかなか埋まらない”があります。そこで元町中華街では、全379室に端末を設置して各室別の料金体系を導入、稼働率の低い車室の料金を下げたり、短・中・長時間など駐車時間に応じてさまざまな上限料金を設けたりすることで、できるだけまんべんなく各車室が利用されるような工夫がされています。

小泉 ありがとうございます。また、

2021年8月には、相模石油×シャープ×ベネ・エルヨンの3社で、自動運転レベル3・4用に開発されたセンサー「3D-LiDAR」を活用したコインパーキングの展開も開始しました。3D-LiDARは、3次元点群から、普通車・大型車両、大型バス 通行人 自転車などをオブジェクト検出、分類、追跡を実現します。将来的には自動運転車にコインパーキングの3Dマップ・3Dの満空情報を提供し、駐車スペースまでの誘導を目指しています。

山本 そもそも御社が駐車場事業に乗り出した経緯をおうかがいできますか。

小泉 1997年にSS事業を終了した際に決めた「車に油を注ぐのは諦めるが、車にエネルギーを注ぐことは諦めずに継続していく」という考えが背景にあります。その時点で「EV（電気自動車）の時代が遠からず来る」と仮説を立て、EV時代になれば、駐車場は必ず理想的

な給電スポットになると予測し、コインパーキング事業に取り組んだのです。

山本 なるほど。このところ軽EVの発売など注目はされているものの、報道によると、日本国内の新車販売台数におけるEVの割合は1%に満たない状況です。対して欧州は9%超、中国にいたっては13%超と、海外に大きく水をあけられています。想定よりもEVインフラが普及しないことを受けて、別のアプローチを試みようと思われたのが駐車場検索アプリ「P-Collection」である、という理解でよろしいでしょうか？

小泉 はい。P-Collectionは、自動運転時代をふまえたビジネスとして立ち上げました。

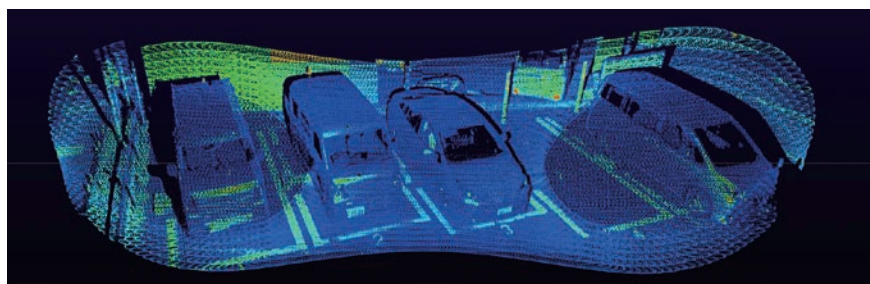
収益・需給予測を可視化 業界全体で共有する

山本 では、ここからP-Collectionにフォーカスして話をうかがっていきます。「駐車場事業者自らがデータを保有しなければならない」との考えが原点にあるそうですね。まさに「データは21世紀のオイル」を実践する挑戦だと思います。立ち上げの背景を教えてくださいませんか。

小泉 既に多くの駐車場検索のアプリが普及していますが、そのほとんどは、IT企業や携帯キャリア、外資にのみデータが残る仕組みとなっており、我々駐車場事業者はほとんどデータを保有できません。また、大手旅行代理店や宿泊施設検索のポータルサイトなどがメディアとなって、彼らに支払う送客手数料の収益圧迫も徐々に現実のものとなっています。このままではパーキング業界だけが取り残される恐れがあります。

山本 確かにご指摘のとおりです。

小泉 しかしながら、まだパーキング業界のなかには、このリスクを自らで解消しようという動きがない。ならば我々が取り組んで、駐車場事業者目線で、駐



相模石油×シャープ×ベネ・エルヨンの3社で、自動運転レベル3・4用に開発されたセンサー「3D-LiDAR」を活用したコインパーキングを展開。3D-LiDARは、駐車場内の満空管理や通行、車両誘導管理（渋滞状況把握）に利用可能なセンサーとなることが期待されている。

車場事業者に役に立つデータを業界各社に提供しようというわけです。そして、首尾よく駐車場事業者がデータを確保した後、本格的な自動運転時代が訪れた時には、我々がハブとなってナビ、ポータルサイトなどに情報を提供できれば理想的だと考えています。私の持論は「日本のコインパーキング業界は世界で最も進んでいる」。自動運転時代が訪れた時、日本のコインパーキングは、先進的な車の置き場として世界からベンチマークされる存在になるでしょう。その時まで駐車場に関するデータすべてを駐車場事業者自身が網羅しておくことに価値があります。

山本 駐車場事業者には、具体的にどんなデータを提供していくのでしょうか。

小泉 それについては、P-Collectionの開発・運用を行っている、弊社子会社のパーキングサイエンス株式会社・井上から説明させていただきます。ちなみにパーキングサイエンスは、ほかの事業者様の重要な情報が集まってくる事業の性質上、相模石油の駐車場事業部と情報を絶対に共有してはならず、きっちり遮断すべきであるために別会社にした経緯があります。パーキングサイエンス、相模石油、事業者様での3社の機密保持を結び、中立性を担保します。

山本 なるほど、分かりました。

井上 では、パーキングサイエンスを代表してお話させていただきます。弊社も含めた現状の課題として、収益・需給予測、営業ノウハウなどの大切な情報が、すべて各営業マンに蓄積され、属人化してしまっていることが挙げられます。裏を返せば、その人がいなくなったら、情報の共有、継承はできなくなってしまうわけです。この課題を受け、営業マンに溜まってしまっている情報を、データとして見える化することがP-Collectionの重要な目的です。

山本 どのようなデータですか。

井上 大きく2つに分かれます。まずは「駐車場に車を駐めた後にエンドユー

ザーが向かう目的地」。これをデータ化して地図に落とすことを目指しています。もうひとつは「エンドユーザーはどこで駐車場を探しているのか」。いずれもエンドユーザーにはP-Collectionのアプリを使う際、位置情報をオンにさせていただくことで、これら2つの情報をデータ化することができます。また、駅の北側、あるいは南側で半径50～100m以内など、エリアを絞ったデータを提供することも可能です。特定エリアの限定的なデータは特定の事業者提供し、もっと普遍的な情報は提携している全事業者に提供するなど、提供する情報の幅をニーズに応じてフレキシブルに分けることも可能です。なお、エンドユーザーには位置情報をオンしていただきますが、もちろん「匿名化処理」でプライバシー保護を徹底しております。

小泉 事業者様にこのP-Collectionについて説明する際、よくあるのが「他社の情報は知りたいが、自社の情報はあまり開示したくない」という声なんです。予想はしていましたが、ただ、このアプリに対しては概ね大きな反響があり、皆さん好意的に受け止めていただいています。大きな手ごたえを感じていますね。

山本 事業者にレイアウト、台数、フラップ板の有無などの情報を提供してもらうことで「駐めやすさ」を表示するなど、ユーザー利便性を高めている点も大きな特徴ですね。多少料金が高くても停めやすさ優先で選ぶ人もいるでしょうし。レイアウトなどの情報は、それこそ1社1社まわって提供してもらうのですか。

井上 そうです。その段階ではアナログな作業になりますが、一度情報を提供いただき、プラットフォームに入れば、以降、何らかの変更があってもすぐにデータ更新ができます。

小泉 これは個人的な経験ですが、私の妻は運転があまりにも苦手で、走行しながら駐車場を探せないで、停める駐車場を決めてからでないで出発ができ



ない、しかもゲートにしか停められません。P-Collectionならそうしたユーザーの声に応えることができます。

井上 停めやすいコインパーキングなら、駐車料金を上げることも検討できるのでは、とも思っています。要はレストランと同じで、美味しい料理なら高い料金を払う価値があると考えてくださるお客様がいらっしゃいますからね。

「駐車しやすさ」の表示でユーザー利便性も向上

山本 料金体系の見直しといえば、株式会社GOURIKIコーポレーションさんの「1円パーキング」を思い出しました(本誌2022年11月号掲載)。AIカメラの車両認証、キャッシュレス決済などによって「1分1円」の駐車料金を実現しています。このような大胆な料金体系も登場していますし、パーキング業界として従前の駐車料金を考え直すタイミングを迎えているのかもしれません。

井上 料金はもちろんですが、エンドユーザーのニーズに対応することも重要だと思っています。以前、コインパーキングが世に登場したころは「目的地の近くに駐車場がないから車で行けない」という声が多かったそうです。しかしコインパーキングの数が増えた近年は

「どれを選んでいいのか分からない」という声が増えました。それをふまえて、例えば、目的地からの距離、料金の安さ、台数などの諸条件を一度アプリに入力しておけば、以降は、似た条件を備えるコインパーキングの情報を優先的に提示するカスタマイズ機能も付けています。もちろん今後も機能は随時アップグレードしていくつもりです。

山本 魅力的な機能が多そうですが、他業者でも似た機能を持つ仕組みは見られます。優位性を決定づける機能はありますか。

井上 「お気に入り機能」ですね。駐めやすさ、料金、目的地への近さなどから、良さそうだと思うコインパーキングの情報を特定のフォルダにストックしておくことができます。例えば旅行先でレンタカーを使うエンドユーザーがあらかじめP-Collectionで検索し、ブックマークしておけるわけです。

山本 それは便利ですね。予約制の駐車場と連動できればもっと良いですね。

井上 はい。まさにそれについてもアクションしており、今後予約サービス様ともお話をさせていただく予定です。連携を模索し、相互誘導ができればと考えています。

山本 予約制のコインパーキングは、業界内の一部に消極的あるいは否定的な見解もあるようです。どうお考えですか。

小泉 コインパーキング事業者にとってはコンペティターではあると思いますが、エンドユーザーからの需要はあるわけで、共存共栄を目指していければと思います。

井上 私は個人的に予約駐車を利用します。イベントやスポーツ観戦などでは便利ですよ。今後普及が進むのは間違いないので、P-Collectionも共存共栄の関係を築いていきたいと思っています。

山本 「ポイ活」もP-Collectionの独自機能ですよ。

井上 はい。駐車場事業者様から、売上の2%を頂戴し、そのうち0.5%をエンドユーザーに還元します。現在の建付けは「ポイント対象駐車場」の利用でポイントが付くのですが、今後、契約していない駐車場でもポイントを発行できる仕組みをつくれぬか検討していきます。いずれにせよ、まずは1社でも多くの駐車場事業者様に提携いただき、エンドユーザーの選択肢を増やすことが先決ですが。

“八方よし”の駐車場事業を P-Collectionでより魅力的に

山本 P-Collectionをローンチした理由として「自動運転時代に選ばれる駐車場づくり」が挙げられていますが、このアプリで得られるデータが、なぜ自動運転時代につながるのでしょうか。

井上 人が駐車場を探すタイミングは「とりあえず目的地に向かい、目的地が近づいてきたら駐車場を探す」が一般的だと思います。では、自動運転車両はどう



- 1 全国約10万カ所(2022年11月現在)から条件にあった最適な駐車場をマップ上でランキング表示。
- 2 分かりやすいランキングリスト表示で、目当ての駐車場が満車だった場合、すぐに次の駐車場が見つけれられる。
- 3 「料金が安い」「距離が近い」「台数が多い」順などタブ切り替えで条件を整理できる。
- 4 「ポイ活」機能付き。駐車場を利用、アプリで駐車記録を検知できればポイント(Amazonギフト券と交換可)をプレゼント。
- 5 収容台数の多さに比例してピンを大きく表示。停めやすさを直感的に判断できる。
- 6 事前に駐車場を検索し、登録したお気に入り駐車場は、フォルダで整理できる。
- 7 どこに・何時から・何時まで駐車したのかを記録できる機能付き。駐車履歴一覧のCSVダウンロード機能もあり、経費請求時の添付資料としても活用できる。
- 8 マップ上の目的地の位置に写真やメモを残し、振り返ることができるコレクション機能もある。

考えるか。私は、人間とは異なり「動く前に調べる」と思うんですね。自動運転車両が大勢を占める時代には、EV化もかなり進んでいると考えられます。そうなると駐車場と駐車場の間を移動中に、万が一バッテリーが上がってしまっただけで大変です。あらかじめリスクヘッジの意味でも出発前に検索すると思うんです。

山本 なるほど。

井上 この仮説に基づくと、人間に対するのと同じように、車両内に搭載されるAIに選好される何らかのデータを提供する必要があります。P-Collectionで蓄積していくデータは、自動運転車両に提供するデータにも大いに役立てられると考えています。また、併せて現在、自動運転に必要なダイナミックマップ（注：高速道路や自動車専用道路の自動運転の実現を目的とする、高精度な3次元地図情報と、渋滞情報や事故による通行規制などの位置情報を組み合わせたデジタルマップ）についても、これを制作している企業様に、どんな情報が必要かをヒアリングしているところです。

山本 直近ではどんな目標を？

井上 何はともあれベースとなるアプリユーザーを増やすことです。一時的な増加ではなく、継続的に増やしていきたいですね。2023年内には100万ダウンロードを目指します。同時に検索ランキング対策、SNSでの発信、メディア訴求なども鋭意進め、知名度の向上にも取り組んでまいります。

山本 ユーザー獲得を今後継続していくためには、EV充電器設置の有無が分かる機能も重要ですね。



JR東海道本線平塚駅にある相模石油本社内で3者鼎談。「駐車場オタク」を自認する小泉氏と、事業計画室から足かけ6年、パーキングサイエンス社にかかわる井上氏の熱い想いを、ひしひしと感じた。

井上 はい。P-Collectionにはその機能は既に導入済みです。

山本 それは良いですね。今後EVが普及していけば、充電器の有無は駐車場の選択に不可欠な条件になるでしょうから。では最後の質問です。相模石油さんでは最後の質問です。相模石油さんは一般社団法人日本パーキングビジネス協会の会員でもあります。会員の立場から協会および会員企業に対して何かメッセージはありますか？

小泉 私は駐車場事業は「三方よし」どころではなく「八方よし」であると考えています。「八方」はすなわち、駐車場事業者をはじめ、地主、不動産会社、エンドユーザー、周辺住民、目的地となる店舗等、警察や消防、そして公官庁。これだけ広範囲に影響を与えられる仕事は希少です。この素晴らしいビジネスを皆様とともに盛り上げていきたいと思っています。

山本 「駐車場ビジネスは八方よし」ですか。なるほどおっしゃるとおりですね。続いてパーキングサイエンスさんとしての立場からは、どんなメッセージがあるのでしょうか。

小泉 日本は世界最高の駐車場文化がある国です。駐車場をハブとする重要な

データは、IT企業ではなく駐車場事業者自らがエンドユーザーの移動等を含むデータを保有しなければなりません。そのために、ぜひP-Collectionを通じて連携していただきたくお願い致します。ご協力いただきたいのは、駐車場物件データの提供です。具体的には、駐車場の物件名/住所/台数/料金、さらに可能ならEV充電器の有無/クレジット精算対応の可否/駐車場のレイアウト/現地を写した写真などです。賛同いただければ、基本契約、機密保持契約を取り交わし、アプリ上に事業者様の駐車場情報を展開し、ご希望されるデータサービスをご提供して参ります。

山本 P-Collectionはパーキング業界全体に資すると同時に、エンドユーザーにとっても有益ですね。社会福祉、金融などの世界で近年重視されている「利用者保護」は、駐車場にも当然適用されるべきであり、P-Collectionのユーザー利便性が大きく寄与すると思います。ともあれ、パーキング業界の未来を左右するP-Collectionのチャレンジは、今後も本誌で取り上げさせていただきます。本日はありがとうございました。 **PP**

聞き手：本誌編集長 山本 稔（やまもと みのる）

1959年神奈川県横浜市生まれ。1981年東京工芸大学写真工学部卒業。制作会社にて宣伝広告・商業カタログ等の写真制作に携わりながら1994年に独立し、デザイン・印刷・出版を主な事業とする（有）サン・ネットを設立。2010年より本誌編集長

過去の対談記事をWEBで公開しています

パーキングプレス 対談 で検索

または <http://www.parkingpress.jp/taidan/> にアクセス

