

## DXでユーザーフレンドリーを追究 「駐車場 3.0」の時代が始まった



**ITC** 株式会社アイテック  
I-Tech Corporation

株式会社アイテック 代表取締役社長  
株式会社PKSHA Technology 執行役員

### 前川 卓志

【プロフィール】

前川 卓志(まえかわ たくし)  
東京大学経済学部卒業 ミシガン大学経営大学院修士課程修了(MBA)  
グロービス経営大学院教授

1996年メガバンクに入社。市場企画、経営企画業務を歴任。2005年、戦略コンサルティングファームに入社、プロジェクト・マネージャーとして数多くのプロジェクトを手掛ける。2010年日本初のPEに特化した独立系プレースメントエージェント会社を設立。2013年アフリカへの投資を手掛ける会社をシンガポールにて設立、Director & Co-CEOとして東アフリカを中心とした投資に従事。2015年投資ファンドから派遣され、投資先の取締役社長に就任。2016年FinTechベンチャー企業のシニアアドバイザーに就任、子会社の立ち上げを代表取締役として行う。2018年より株式会社PKSHA Technologyにて執行役員を務める。2021年7月より現職。

コロナ禍によって加速したニューノーマルのひとつに、感染リスクを低減する「非接触」がある。その文脈で、スマホ決済を中心としたキャッシュレスの普及が急速に進んでいる。

パーキング業界においても、スマホ決済が徐々に浸透しているのはご承知のとおりだ。今回ゲストに迎えた前川卓志氏が率いる株式会社アイテックも、その先導役を担う企業のひとつである。2017年3月号の本稿に登場した一ノ瀬啓介社長(当時)が語った同社のスマホ決済の仕組みは、2019年にPKSHA Technologyの傘下に入った新生・アイテックによって、さらに進化を遂げている。前川氏が掲げるミッション「未来の駐車場をカタチにする」は果たしてどんな内容なのだろうか。

2022年2月8日収録  
聞き手：本誌編集長 山本稔

## 駐車場で得るビッグデータで「カージャーニー」を把握

**山本** 株式会社アイテックが、株式会社PKSHA Technologyの子会社になったのは2019年7月でした。ほぼ2年9ヵ月前の話となりますが、改めて前川さんがアイテックに來られた経緯を教えてください。

**前川** PKSHAとアイテックが統合した時点では、一ノ瀬が社長を務めており、私は副社長として弊社に参りました。2年経過した後、一ノ瀬は顧問に、私が代表取締役社長となりました。

**山本** 親会社のPKSHAについて教えてください。

**前川** はい。ひとことで言うならば「未来のソフトウェアを形にする」をミッションにしたAI SaaS Companyです。業務の内容としては、自然言語処理、画像認識、機械学習・ディープラーニング技術などを活用したアルゴリズムソリュー

ション事業を展開していきまして、アルゴリズムを軸にしたデジタル技術で企業様や社会の課題解決を目指しています。

**山本** SaaSというのは、お客様側にソフトウェアを直接インストールするのではなく、お客様がネットワーク経由でソフトウェアを利用するサービス、といった理解でよろしいでしょうか。

**前川** そうですね。「SaaS」は「Software as a Service」の略となります。2021年10月時点の数字ですが、165個のアルゴリズム群を2400社近くの企業、1日あたり930万人以上のユーザー様にご利用いただいております。マザーズ上場から4年が経過、今期は売上高で120億円を目指しています。

**山本** 2012年の創業と聞いていますが、急成長されているのですね。

**前川** ありがとうございます。ただ、平均年齢は約34歳とまだ若いため、複数社で経営経験がある私がアイテックの舵取りを任せられ、PMI、DXに従事することとなりました。

**山本** PKSHAとアイテックが一緒になった経緯を教えてください。

**前川** 先ほど申し上げました通りPKSHAでは画像認識アルゴリズムによるソリューションも提供しており、そ

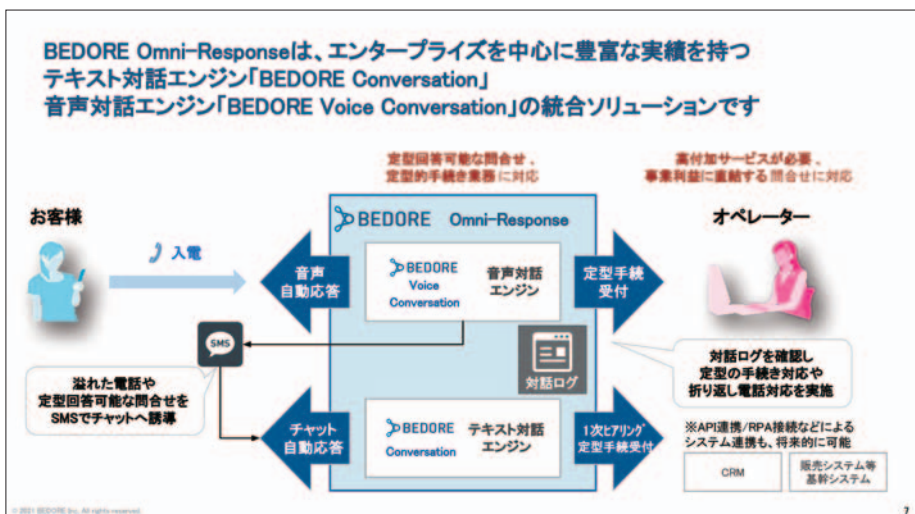
の中でモビリティ領域の企業様ともお仕事をすることが多く、PKSHAとしても、リアル空間のデジタル化が加速する中、いつでもどこでも安心して外出できるモビリティ社会の実現に寄与して参りたいと考え、駐車場というリアルな空間にも注目していました。

**山本** その経緯から一緒になったのがアイテックだったと。

**前川** パーキング業界に数ある企業のなかで、何故アイテックだったのか。理由は、いち早くネットワークを駆使して、ロックレス駐車場やスマホ精算アプリなどのユーザーフレンドリーな取り組みを他社に先駆けて行い、オンライン化、ソフトウェア化に着手していた企業だったからです。まだ、多くの駐車場の機器がネットワークに繋がっておらず、何らかのトラブルが発生したときは、駐車場現場に行って対処しなければなりません。しかしアイテックはオンライン化により、遠隔で駐車場を管理する仕組みをもっておりましたので、そこに、PKSHAの強みであるソフトウェアやアルゴリズムを足していけば、もっと便利で安心・安全な駐車体験を利用者様や施設様にご提供できるのではと考えました。

**山本** 例えばどんなサービスですか。

**前川** 分かりやすい例としては、車番認



PKSHAの子会社である株式会社BEDOREの「コインパーキング用AIコールセンター」アイテックが管理運営するコインパーキングに導入済み



証から得たデータの解析結果を統計情報として、スーパーやショッピングモールなどの駐車場オーナー様にご提供することです。例えば、どのくらいの数の車がどのくらいの頻度で来ているか、リピート率はどうか、天候との相関関係は、滞在時間はどのくらいか、どの陸運支局から発行されたナンバーの車が多いか、等々です。また、将来的にはガソリンスタンドなど車の移動にかかわるパートナー会社様とも連携して、カスタマージャーニーならぬ「カージャーニー」上の潜在的な顧客の“不”（不足・不満）をデジタル技術を活用して解消したいと考えております。

**山本** なるほど。駐車場がらみのビッグデータというと、利用率ばかりに注目しがちでしたが、どのように活用するかまではあまりとどろきかけていない印象があります。こうしたデータの提供を受けられれば、駐車場の経営スタイルが変わるかもしれません。

**前川** コロナ禍で「人流」の抑制という言葉をよく耳にするようになりましたが、私は「車流」もあると思うんです。例えば、まん防が適用されてから、人流だけでなく車流も減りました。当社の仕組みを使えば、どのエリアがまん防の影響があるか？なども把握できます。こうしたデータをどのように活用すればより有意義なサービスになるのか。現在、各業界のパートナー会社様と議論をしているところです。

### 駐車場は「手段」ではなく「目的地」に変容する

**山本** 近い将来、徐々に増加が予想される自動運転車両に対して、駐車場ができることは何でしょうか。

**前川** 当たり前ですが、駐車場は「目的地」ではなく目的地に行くために駐車するという「手段」の場です。しかし自動運転車両が活躍する未来には、その考え

方は当たり前ではなくなっているのではないのでしょうか。その頃には、駐車場は車を停める「手段」の場ではなく、「目的」の場所にもなり得ると考えています。例えば、キッチンカーが来て、そこで食べ物を買うことができたり、近年統廃合が進む銀行の支店代わりのミニ出張所機能を搭載した車が来たり。ほかにも役所の出張所機能を載せた車、本屋など、多様な種類の車が来て駐車し、そこで用事を済ませるために多くの人が集まってくる。

**山本** 駐車場に魅力的で多様な付加価値がプラスされるわけですね。駐車場が何かビジネスを行う場になる。用事を足すために集まってくる人の移手段も自動運転車両かもしれません。

**前川** 駐車場の多目的化、という観点では、既に電動マイクロモビリティのシェアリングを行うLuup社や、キッチンカーの会社と連携して、電動マイクロモビリティのポートの設置やキッチンカーの出店を始めています。2019年頃の話ですが、予約型のロックレス駐車場にキッチンカーを呼び、いくつかテーブルを置いて屋外パーティを開いたことがありました。2020年に予定されていた東京2020大会で、我々は、東京に多数の宿泊難民が出現すると予想していたんです。そこで駐車場にキャンピングカーを置けば、簡易休憩所として使えるのでは、



電動マイクロモビリティのシェアリングを行うLuup社と連携し、ポートをコインパーキング内に設置する取り組みも進めている



キッチンカーを呼び、関係者で屋外パーティを実験的に実施した時の様子

と妄想していましたね。ま、コロナですべて吹っ飛んでしまったわけですが。

**山本** 小規模のパブリックビューイングなどもできたかもしれませんね。

**前川** ロックレスだったことも非常に好都合でした。ロック板がある駐車場はやはり歩くときにひっかかって危険だったり、テーブルが置きづらかったりすることがありますが、ロックレスならその心配はありませんから。

**山本** 御社のそうした展開は、都市部か地方か、あるいはまんべんなく行われるのでしょうか。

**前川** できるだけ偏りなく進めていきたいとは考えていますが、実際の展開は、新しい取り組みに対する許容度が大きい都市部から試みを始めて、地方に展開していくパターンでしょうか。

## 「入って出るだけ」の新アプリ「Parking Go」(仮称) 始動!

**山本** 2021年5月に御社のスマホアプリ「QT-net駐車場ツール」のコインパ予約がリニューアルされました。御社のアプ

リユーザーは増加しているのでしょうか。

**前川** はい。特にスマホアプリからの精算件数がリピーターを中心に着実に増加しています。よく行く場所ほど精算の手間がより少ないスマホアプリ決済ができる駐車場が選ばれているのでは、と考えています。スマホアプリはユーザーの利便性の高さもさることながら、我々からも情報を送ることができ、直接ご意見をいただけるのも大きな長所だと考えています。以前にはスマホアプリ使用者を対象にしたアンケートを行い、いくつかの興味深い回答を得ることができました。

**山本** どのような回答でしたか。

**前川** 特に目からウロコだったのが、女性ユーザーからの「夜間の精算」です。ただでさえ夜で何となく怖いのに、精算機の前で財布を取り出すのはもっと不安を感じるので、車内でスマホ精算できるのは本当に助かる、というものでした。

**山本** 確かに。私も同感です。

**前川** ほかに衛生面を気にされて精算機やお金にあまり触りたくないという乳幼児を連れたお母さんも、スマホ精算は助かると。アンケートで改めて女性も駐車場ユーザーの大きな部分を占めて



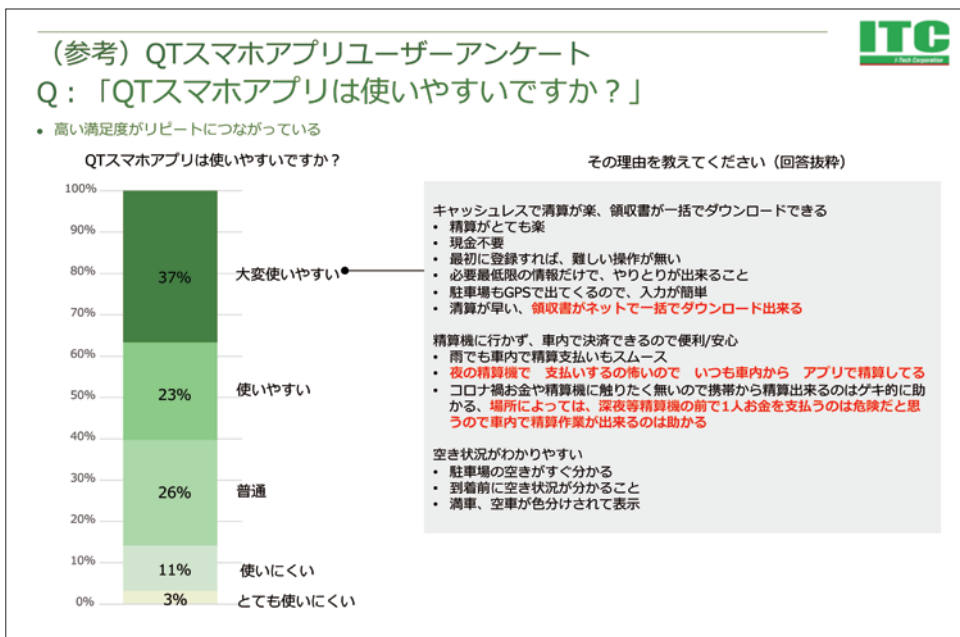
いることを再認識し、我々は女性のユーザーフレンドリーも追求していかなければならないと痛感しました。運営会社様にこうしたアンケート結果を話すと大きな反響がありますね。ただ、じゃあ、そうしたユーザーの声を踏まえて新しい試みをすぐ実行できるかということ、実現できる運営会社様は少ない。売りに上げに直結してしまいますしね。

**山本** そこで御社が代わりに実証実験を行い、未来の駐車場を可視化すると。

**前川** そういうことです。かつてスティープ・ジョブスが当たり前だった(物理)ボタンや取説をスマホから無くしたように、我々も、今の駐車場の当たり前をなくしたい、壊したいと考えています。

**山本** 何か考えているトライアルはありますか。

**前川** 例えば、完全キャッシュレス駐車場ですね。現金をまったく使えない駐車場で、利用率がどうなるか、などモニタリングしております。また、将来的には、会員制駐車場などにもトライしたいですね。いわば月極駐車場の形態に近く、会員だけで駐車ス



「QTスマホアプリは使いやすいか?」との問いに対して、多くのユーザーが満足していることが分かる。こうした調査が簡単にできるのもスマホアプリの長所



車番認証システムから、天気や時間帯別の入庫台数、一定期間内の利用回数など多様なデータを取得、マーケティング用に提供できる。カメラなどの追加の設備投資は一切ない

ペースをシェアしている感覚です。不特定多数が入り出るコインパーキングには、マナーの悪い人が立ち入って喫煙したり、ごみを捨てたりしますが、会員制なら、そうしたことは抑止できるのではないのでしょうか。また、アプリを使えばかなり大胆なダイナミックプライシングもできます。空きの車室をできるだけ埋めるため、我々から「空いているからここ使いませんか？」と割引情報をプッシュ通知などでダイレクトに送ることも

できます。特に特定の日時によく利用されるユーザーに対してそうした情報を発信できれば、使っていただける確率は上がるのではないかと考えています。

**山本** お得意様向けの特別割引価格というわけですね。

**前川** また、近日中には実際のサービスとして「Parking Go」（仮称）を開始します。特徴は使い方が超シンプルであること。ユーザーの作業はアプリに車番を登録するのみで、入庫後にプッシュ通知

で入庫を確認し、後はそのまま出庫すれば自動精算される仕組みです。要は、入って出るだけでOKなのです。

**山本** ETCの感覚ですね。  
**前川** そのとおりです。常に考えているのはユーザーのストレスフリーです。ユーザーの駐車場滞在時間をできるだけ短くして、そこで節約した時間を目的地などでより有意義に使っていただけると嬉しいですね。PKSHAと一緒に

なることで、ソフトウェアエンジニアの層が厚くなり、内製でより柔軟に開発できるようになりました。これからもスピード感をもって、新しい技術、ユニークな取り組みにチャレンジしていきたいと考えています。特に思い切ったIT投資に踏み切れない中小の運営会社様にも、より新しい技術を活用いただけるようなプラットフォームとなってご支援させていただければ幸いです。それがより多くのユーザーの駐車体験の改善にもつながると思っています。



「Parking Go」（仮称）の利用イメージ。ユーザーの作業は駐車場で車番を登録するだけ。出庫後、自動精算してくれる。車室が何番だったかを確認する必要もない

## 駐車場業界にも バリューチェーンから レイヤーへの構造転換が起きる

**山本** 今日は未来の駐車場に関してワクワクするようなお考えをたくさんうかがってきました。ほかに何かメッセージやお考えなどがあれば、ぜひお聞かせください。

**前川** そうですね、時間貸し駐車場の進化の歴史についてお話をさせていただきませんか。まずは駐車場が登場した頃で、いわば「駐車場1.0」。これは駐車場に管理人がいる有人式駐車場です。その次に登場した「駐車場2.0」は、機械式

駐車場。従来の有人式駐車場と比べて人件費がかからず、狭小な土地でも開設できるという魅力があった。そして最新版であり、近未来の主流となるのが「駐車場3.0」で、我々が取り組んでいるAI駐車場。つまり、ソフトウェア、アルゴリズムを主体とするものです。ハードウェア(≒機械)は極力シンプルになると考えています。

**山本** 駐車場3.0の原動力は何ですか。

**前川** 本日、既にお話しましたが、車番認証やスマホアプリなどのアルゴリズムやソフトウェア、つまりデジタル技術ですね。車が、馬車から自動車に変わり、その後、内燃機関を持つ自動車からEVへと置き換わっていくように、物事が進化する過程で使われる技術は変わっていき、前の段階で主役だった技術が、次の段階でも引き続き主役になれるとは限りません。駐車場も同様で、これまでとは主要な技術領域が変わるのではないかと考えています。ただ、我々だけでこの変化に対応していくのは難しいと考えているため、これまで以上に、運営会社様との連携を強めていきたいと思っています。

**山本** それは頼もしいですね(笑)。

**前川** ここ数年いわれている産業構造の変化が、近未来の駐車場業界にも起こり得ると思っています。すなわち、バリューチェーン構造からレイヤー構造への転換です。従来のバリューチェーン型の産業構造は、例えば自動車産業では、完成車メーカーが企画、開発、製造、販売までを統制し、最終消費者は完成車メーカーの決めた仕様から逸脱した



「駐車場をどれだけほかの目的に使えるか?」が大切な着眼点のひとつと話す前川氏。刺激に満ちた対談となった

選択肢を選べない。対してレイヤー構造は、産業の構成要素であるそれぞれのレイヤーが独立しているため、消費者は各レイヤーに対して直接アクセスしやすくなる、つまり選択肢が増えることに繋がります。決済の仕組みや車番認証のアルゴリズムなど、駐車場業界のビジネスも、モジュール化(≒共通部品化)され、ユーザーの利便性が増し、よりユーザーフレンドリーな駐車場が増えていくのではないのでしょうか。

**山本** レイヤー構造への対応には、やはり御社が持っているようなデジタル技術が不可欠ですね。

**前川** 確かに大切ですが、駐車場業界は、データを収集・分析し、ビジネス上のさまざまな課題に対して判断・意思決定を行う、データドリブンな経営の余地がまだまだあると思っています。したがって我々にしてみれば、目の前に非常に大きなチャンスがあるとも言えますね。

**山本** 未来の御社の取り組みの中に、ト

ラックを止められる大型駐車場を含めていただけるとありがたいですね。コロナ禍で物流産業が活性化し、トラック運転手の長時間労働の問題が指摘されています。トラックの駐車を予約でき、しっかり休める駐車場があれば、この問題の改善につながるのではないかと思います。

**前川** なるほど。そうした問題もデータで可視化できれば、適切な駐車場の位置や利用が見込まれる時間帯などが分かるかもしれませんね。

**山本** ぜひよろしくお願い致します。本日は駐車場の未来についてさまざまな可能性を感じることができ、非常に有意義な時間となりました。何だか前川さんの講義を受けたような気分でした。

**前川** 実は私、ビジネススクールで講師も務めておりまして、今日のような話をする機会が多いものですから、そのせいかもしれません(笑)。

**山本** 道理で(笑)。今後ともどうぞよろしくお願い致します。 **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

