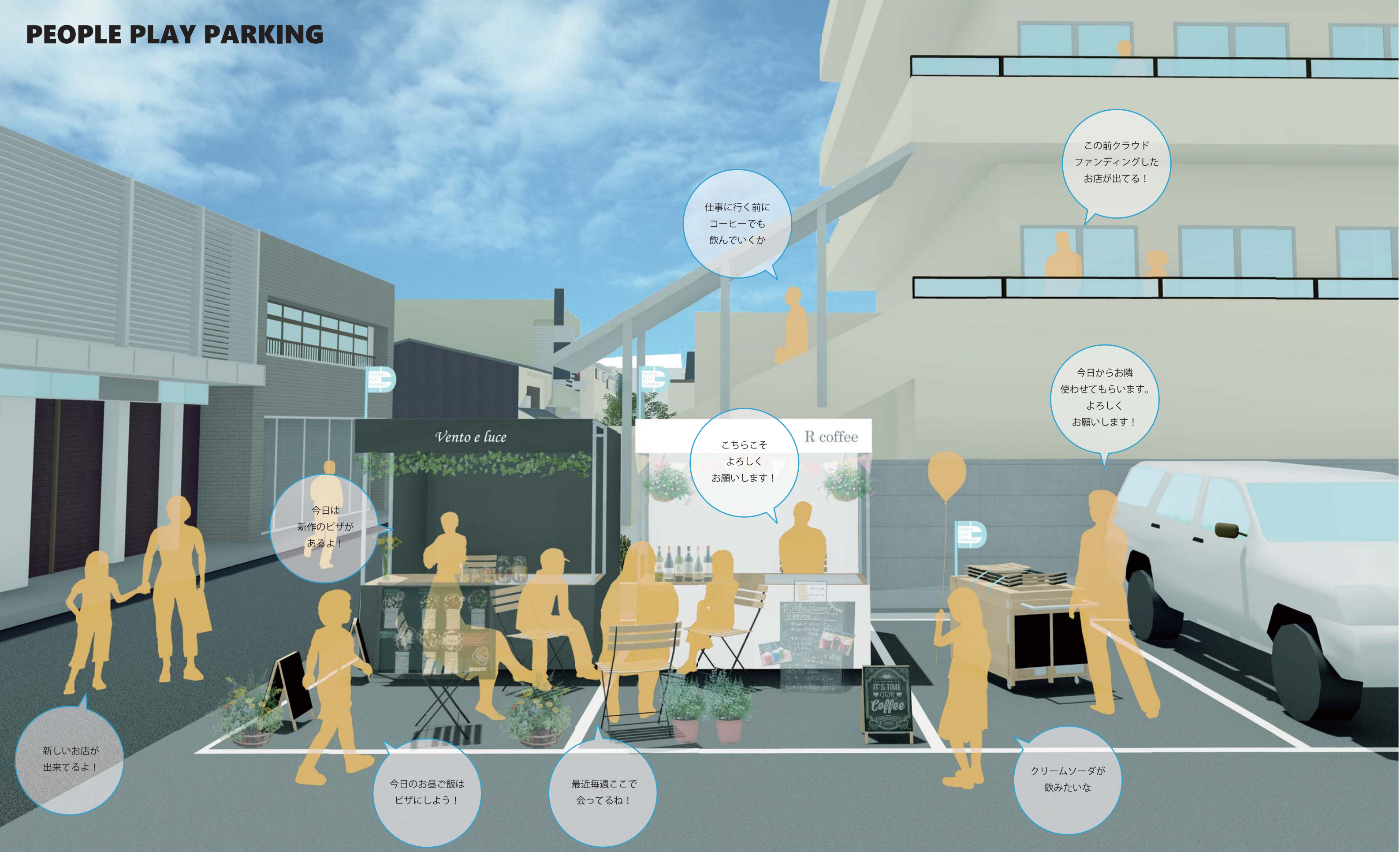


PEOPLE PLAY PARKING



この前クラウドファンディングしたお店が出てる！

仕事に行く前にコーヒーでも飲んでいくか

今日からお隣使わせてもらいます。よろしくお祈りします！

こちらこそよろしくお祈りします！

今日は新作のピザがあるよ！

新しいお店が出来てるよ！

今日のお昼ご飯はピザにしよう！

最近毎週ここで会ってるね！

クリームソーダが飲みたいな

SUMMARY — PEOPLE PLAY PARKING とは —

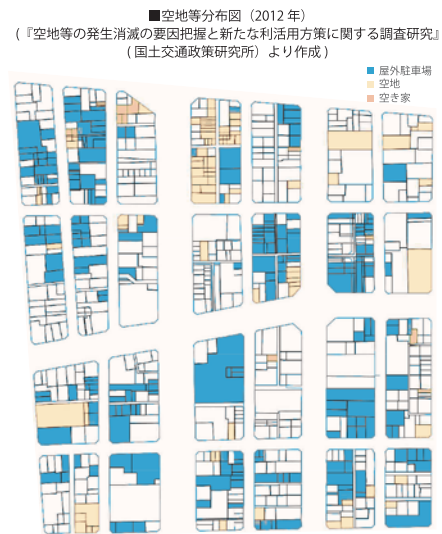
まちなかに散在する駐車場は住民のまちなかへの関心の密度を下げる大きな要因の一つである。その駐車場の1区画(2.5m×5m=12.5m²)を使って、手軽に小さな屋台販売ができる仕組みを提案する。アプリにはソフトウェアとハードウェアがある。ソフトウェアは、まちなかの店に関する需要と供給の収集・分析を行い、出店希望者と駐車場を貸す土地所有者とをマッチングする携帯のアプリ。ハードウェアは、出店に必要な設備一式を備えた持ち運び式のレンタル屋台。これらを組み合わせ、まちなかの「どこ」に「どんな」店が必要とされているのかを可視化し、それを叶える出店が実現するまでの心理的・金銭的・物理的ハードルを極力小さくする。

VISION — 関心の密度が高いまちに住みたい —

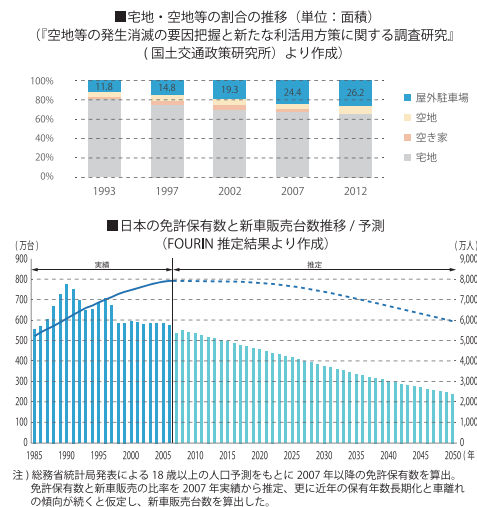
今や、まちの至る所にある駐車場は、家と郊外の目的地を結ぶ中継地点でしかなく、車を停める人以外は関心がない。まちなかにこうした「関心の隙間」が多いと、歩いていても楽しくない。この隙間を埋め、関心の密度を高めることが出来れば、歩く頻度は増え、まちなかで過ごす時間も増えるはず。未来でどれだけテクノロジーが発展しようとも、自分の住むまちを歩く中での出会いや発見がある喜びと、それによって得られる質の高い暮らしの価値は変わらない。

PROBLEM — なぜまちの関心の密度は低いのか？ —

①私有地で扱いにくく、生活の中で関心が薄い土地（特に駐車場）が多い



②年々空地（特に駐車場）が増え続ける一方、車利用者数と共に駐車場の需要は下がると考えられ、需給のバランスが合っていない



注）総務省統計局発表による18歳以上の人口予測をもとに2007年以降の免許保有数を算出。免許保有数と新車販売の比率を2007年実績から推定、更に近年の保有年数長期化と車離れの傾向が続くと仮定し、新車販売数を算出した。

③個人が土地を活用したくても、制度の手間と費用負担が大きく、ハードルが高い

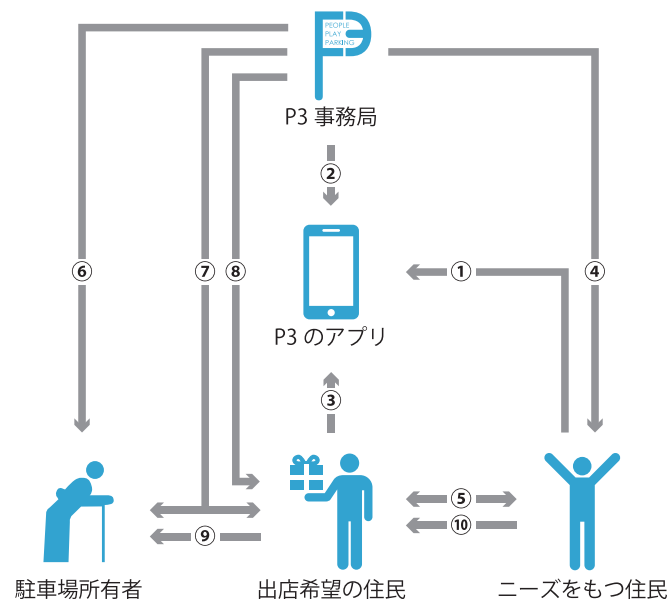
■飲食店営業における営業許可基準

営業許可	一般営業	自動車営業	露店営業
資格者	○	○	○
共通基準	排水設備 洗浄設備 飲用適水	省略可 ○ 200L以上	不要 ○ 20L以上
飲食店	手洗施設 シンク	専用 2槽以上	アルコール可 1槽以上 不要
菓子	冷却設備	冷蔵庫	アルコール可 クーラーボックス可
原料処理区分	○	不要	不要
シンク	2槽以上	1槽以上	不要

■飲食店営業における初期費用

営業形態	開業に必要な主な費用	概算費用(万円)
一般営業	食品衛生責任者講習費	1
	営業許可申請費	1~2.5
	実店舗整備費	800
自動車営業	食品衛生責任者講習費	1
	営業許可申請費	1~1.5
	キッチンカー準備費	200
露店営業	食品衛生責任者講習費	1
	営業許可申請費 屋台準備費	1~1.5 10

SCHEME — PEOPLE PLAY PARKING の仕組み —



①欲しいお店がある住民が個々のニーズを投稿
 ②事務局がニーズと現状の出店状況を分析し、マーケティング情報を公開
 ③趣味や特技を活かして出店をしたい住民が出店者募集に応募
 ④出店に伴う初期費用を集めるため、①の住民を中心にクラウドファンディング(CF)への協力を依頼
 ⑤出資額が目標の30,000円を達成すれば、CF成功
 ⑥出店予定エリア内の駐車場所有者へ駐車場1区画の貸出契約の交渉
 ⑦交渉が成立すれば、③の出店者と具体的な貸出の金額や頻度について協議
 ⑧レンタル屋台を貸出(出店1日あたりレンタル料500円+初回のみ申請代行費用1,500円) 食品衛生責任者講習費(10,000円)と露店営業申請費(最大15,000円)をCFから支払い、各手続は事務局が代行
 ⑨出店した時間と頻度に合わせて、出店者は駐車場所有者に⑦で決めた金額を支払い
 ⑩出店者は④のCF協力者に対して、商品の特別割引や特典サービスでお返し

CONCEPT — 駐車場から遊び場へ —

みんなで駐車場を遊びつくす！

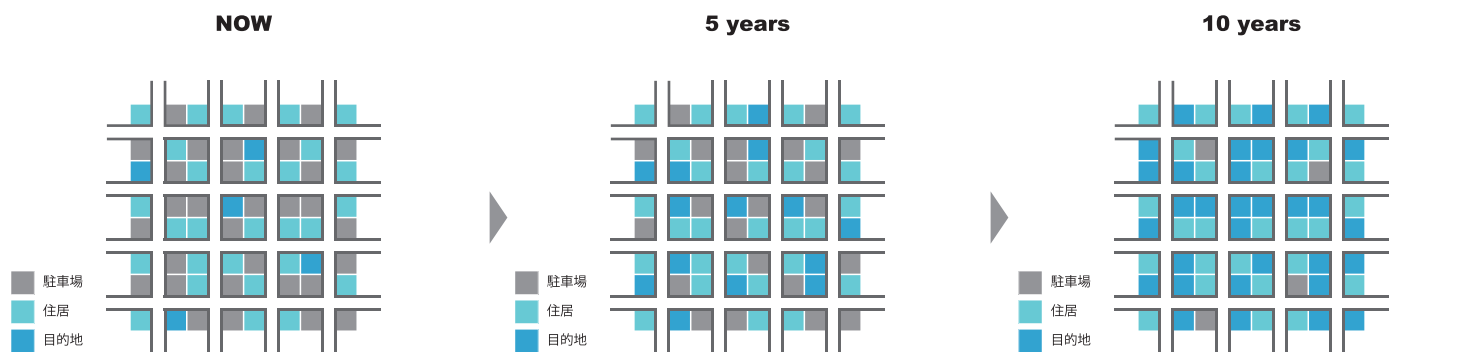


駐車場をただの車の駐車場所と考えるのではなく、まちなかに点在する遊び場と考える。すると、遊び場は住居のすぐそばにあり、歩いて気軽に立ち寄れる場所になる。

PEOPLE PLAY PARKING (略称:P3) は、そんな遊び場を実現するために、近くに住む人が欲しい店を提案し、能力のある人が遊び感覚で気軽に出店できる仕組みである。



STORY — 遊び感覚から始まる関心の高密度化 —

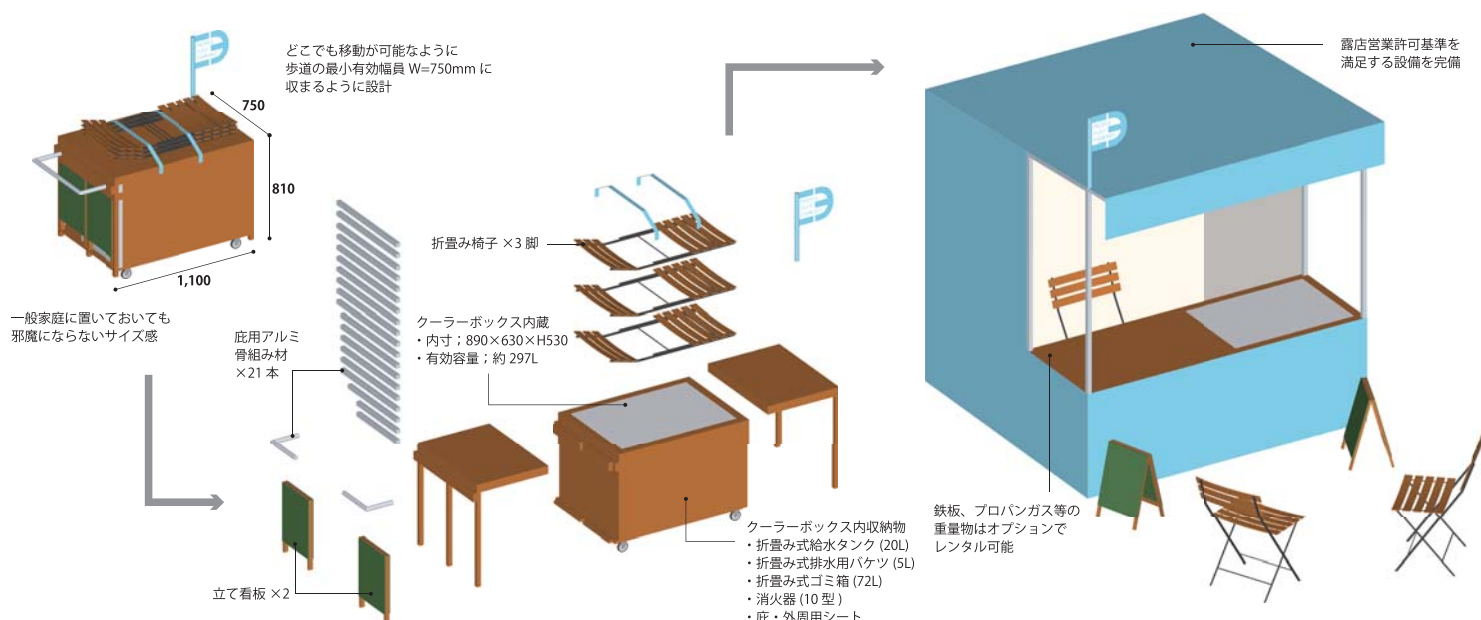


・家とまちの外にある目的地以外は関心が薄い
 ・多くの住民がまちの外に出かける
 ⇒まちの中に関心の隙間(駐車場)が多い

・家の近くにお気に入りの店(遊び場)がいくつかできる
 ・移動がまちなかの徒歩圏内で済むようになる
 ⇒個人の関心がまちの中に現れる

・家の近くに店が増え、歩いて出かける度に新しい発見がある
 ・まちに知合いや顔馴染みの店が増え、充実した暮らしを送る
 ⇒まちなかに関心が高密度化し、新たな出会いや発見が生まれる場所になる

DESIGN — レンタル屋台の仕様 —



LAYOUT — 出店時の配置イメージ —

