街と、人と、生きていく。　マチビト
まちづくりコラム
タウン誌事例集
マップ事例集
取組事例
地図から検索

放置自転車を“きれいに”なくす　－トーマスの挑戦－

小野原 龍弘（おのはら　たつひろ）
トーマス株式会社　代表取締役
1960年佐賀県生まれ。大学卒業後、キーエンス、ヤマザキマザック、ニチメンなどを経て、1999年に起業。自転車文化のトータルプロデュースによって、地域貢献を目指す企業「トーマス」を設立し、まちなか駐輪事業「チャリロックシステム」を展開。2006年6月、第1回九州ニュービジネス優秀賞を受賞。

－トーマスが手がける事業と特徴について教えてください－

トーマスの事業の柱は「チャリロックシステム」であり、まちなかにおける駐輪事業を展開しています。自転車1台1台を個別に、さらに遠隔操作によって集中的に管理するシステムを構築している事業は日本でも珍しい取組みです。

事業の特徴としては4点あります。まず、前輪を差し込むだけで自動的にロックがかかる仕組みを採用しています。従来の面倒なワイヤー式とは異なり、ワンアクションでロックがかかるため、通勤・通学の忙しい時間帯でもストレスなく駐輪することができます。2点目は、暗証番号登録による二重ロックを採用しており、誤精算や盗難防止も可能になっています。3点目は、機械精算であり、基本的に1回あたり1コイン（100円）ですので、わかりやすい料金設定となっています 。機械精算は無人ででき

ログイン
会員（メルマガ）登録はこちら！
メールマガジン配信内容募集中
マチイベ！ -街のイベント- 掲載依頼募集中
サイト内検索
検索
もっと詳しく検索する

ますので、営業時間の制限もありません。24時間いつでも出し入れ可能です。最後に、“ラック方式”という駐輪方式を採用していますので、自転車が将棋倒しになったり、まちの景観を損ねたりすることなく、整然と駐輪することができます。この4点をひとつの事業で実現しています。

－なぜ「チャリロック」を手がけようと思われたのですか－

起業する前は、機械販売業の営業担当サラリーマンでした。営業トップの成績を残せば、会社も自社製品をさらに売ってもらいたいと考えるので、社内の開発状況などの情報も営業トップに集まってきます。しかし、2番手の成績では情報が全く入ってきません。結局は何でもトップにならなければ物事は動かせないと感じ、起業することを考えるようになりました。

その後、機械販売代理店として起業しましたが、売掛金を含め、資金回収期間が長く、事業リスクが大きいことを痛感していました。「できるだけ資金回収が短い事業はないか」と模索していた頃、自転車を盗まれ、天神のまちを歩くことがありました。まちなみを見ながら、違法駐輪を無くし、かつ事業として成立するスキームをひらめきました。駐輪機を販売する企業、駐輪機を運用する自治体、双方の視点を盛り込んだ“駐輪機メーカーであり駐輪機運営サービス”を手がける事業の実現を考えました。その後、前職時代の技術者とともに試作機を開発、2000年3月には、日本で初めての屋外型駐輪機「チャリロック駐輪機」を設置し、同年8月には遠隔で操作できる「チャリロックシステム」を導入することに成功しました。

@machigenki
街元気 Facebook
経済産業省
中小企業基盤整備機構
株式会社 全国商店街支援センター

チャリロック駐輪機

登録日 2015年7月03日（金曜）00:00

経済産業省（法人番号 4000012090001）
主催／経済産業政策局 中心市街地活性化室　事務局／株式会社　野村総合研究所
Copyright © Ministry of Economy,Trade and Industry.

街と、人と、生きていく。　マチビト
まちづくりコラム
タウン誌事例集
マップ事例集
取組事例
地図から検索

放置自転車を“きれいに”なくす　－トーマスの挑戦－

－これまでどのような地域で納入されているのですか－

九州管内では、福岡市内の他、長崎市、鹿児島市、佐賀市などで納入実績があります。チャリロックを導入する以前、福岡市は4年連続で違法駐輪ワースト1位に輝くという不名誉な記録がありました。今では100位圏外にまで改善されています。すべてがチャリロックによる効果とは思いませんが、導入による効果が多少なりとも発揮されているというひとつの証左ではないでしょうか。また、九州以外でも、愛媛県松山市でも導入しています。また、東京や千葉、神奈川、大阪などの大都市でも納入実績があります。

－チャリロックがまちづくりに果たす役割としてどのようなものがありますか－

導入事例のひとつである愛媛県松山市では、市内の商店街に4基のチャリロックが設置されています。設置するかどうかを検討している当時、商店街には“商店街から自転車を排除しよう”という動きと、“自転車を駐輪しても良いからお店に来てもらいたい”という動きの両極端がありました。また、商店街のお店に勤務する従業員も商店街には自転車でやってきます。従業員が先に指定の駐輪場所に停めてしまうと、閉店時間までそのまま停めた状態となってしまいます。つまり、従業員が一度停めてしまうと、駐輪場所が足りなくなり、二列、三列と違法駐輪が連なってしまいます。違法駐輪は景観上も安全上も良くないことは理解されていますが、その一方で、従業員に対して自転車通勤を禁じることも難しいのが実状でした。そこで、お客様用の駐輪機に関してはキャスターを付け、可動式とすることを発

ログイン
会員（メルマガ）登録はこちら！
メールマガジン配信内容募集中
マチイベ！ -街のイベント- 掲載依頼募集中
サイト内検索
検索
もっと詳しく検索する

想しました。例えば、買い物するお客様で混み出す時間帯になれば、店の前にキャスター付き駐輪機を出し、お店の近くにまで自転車で来て頂き、駐輪できるようにしました。店までの導線ができたことで、買物をしてもらうお客様も必然的に増えます。店が終われば、駐輪機ごと店内に格納することもできます。

こういったことは、現地のまちづくり会社とこれからのまちづくりについて議論する中で着想しました。遠くの駐輪場に自転車を置いてもらい、店まで歩かせるよりも、店の近くに自転車を置いてもらい、そのまま買い物させた方がお客様にとって都合が良いという極めて自然な発想だと思っています。「近くだから寄りたい」そういうイメージがある商店街であるはずなのに、結局、駐輪場から歩かされるようでは、商店街で買い物をする理由が無くなる可能性もあります。お客さんを誘い込むための一つのきっかけとして、キャスター付き駐輪機を活用してもらえたらと思っています。

－チャリロックはどうして事業として成立するのでしょうか－

例えば、市の駐輪場の場合、費用は1日100円です。朝8時から夕方6時までの10時間駐輪しても100円です。一度駐輪すれば、丸一日、そのままの状態というケースが多いので、1つの駐輪機で対応可能な自転車は1台だけとなってしまいます。一方、チャリロックの場合、最初の1時間は無料、1時間以上の駐輪は100円としています。当初の1時間が無料ですので、1時間のうちに用事を済ませてしまおうというお客様は多くなり、回転率は高くなります。一日6台駐輪した人がいるとすれば、5台分の違法駐輪を防いだことになります。さらに1日100円支払った市民が6人のうち2人いれば、200円の売上となり、市の駐輪場よりも収益性は高くなります。

なお、無料時間を１時間にするか、2時間にするかについては、現場でマーケティングを行い、設定します。マーケティングのポイントは、「通行量」と「近隣に飲食店があるか」の2点です。また、男性と女性の比率も重要なファクターですし、自転車の形状からもライフスタイルが透けて見えてきます。こういった多面的な情報をもとに、金額と時間を設定しています。

@machigenki

街元気 Facebook

経済産業省

中小企業基盤整備機構

株式会社 全国商店街支援センター

チャリロック

登録日 2015年7月03日（金曜）00:00

経済産業省（法人番号 4000012090001）
主催／経済産業政策局 中心市街地活性化室　事務局／株式会社　野村総合研究所
Copyright © Ministry of Economy,Trade and Industry.

街と、人と、生きていく。　マチビト
まちづくりコラム
タウン誌事例集
マップ事例集
取組事例
地図から検索

放置自転車を“きれいに”なくす　－トーマスの挑戦－

－自転車をマーケティングに活用する手法として他にどのようなものがありますか－

以前、あるスーパーマーケットから駐輪場の運営を依頼された際に“自転車マーケティング”を実践しました。当初、無料駐輪の時間を設定するため、自転車にタグ付けされているマンション名を把握しようと思いました。マンション名と自転車の台数を地図上にプロットしていくと、スーパーマーケットが本来想定している商圏と実際に訪れているお客様の住んでいる地域がずいぶん異なっていることが分かりました。スーパーマーケットは店舗所在地から同心円上に3km以内で商圏を設定していましたが、実際に訪れている方は5kmにまで及んでいるということが分かりました。この情報はスーパーマーケットにもすぐにお伝えし、これまでの広告配布地域がさらに2km外まで拡大されることとなりました。このように自転車の情報も使い方によってはマーケティング戦略策定の有効な情報になると考えられます。商店街でもこのような取組は十分有効に機能するのではないでしょうか。

－自転車の活用方法についてアドバイスをください－

中心市街地に徒歩でいらっしゃるお客様は、中心市街地に近いこともあって大切にしようと思われることは必然ですし、十分理解できます。一方で、自転車で中心市街地にいらっしゃるお客様も大切にしなければならないと感じています。なぜなら、自動車で中心市街地にいらっしゃる方は、徒歩でいらっしゃる方よりも移動範囲が広いため、中心市街地からいつでも“逃げてしまう”可能性が高いともいえます。そのためにも、中心市街地の中で、お客様が駐輪しやすい場所を設け、攻めの商売を展開していく

ログイン
会員（メルマガ）登録はこちら！
メールマガジン配信内容募集中
マチイベ！ -街のイベント- 掲載依頼募集中
サイト内検索
検索
もっと詳しく検索する

ことが大切ではないでしょうか。

　レンタサイクルも最近では各地で実施されています。単に自転車を足として使ってもらうのではなく、商店街の名前を付けたレンタルサイクルを用意するなど地域性を打ち出した事業を進めてはいかがでしょうか。現場に出て自転車に乗る方を見ると、色んなアイデアが生まれてきます。ぜひ新しい取組にチャレンジしてみてください。

オートバイも整然と管理

【事務局コメント（編集後記）】

自転車をマーケティング戦略の策定にまで活かすトーマス・小野原社長。放置自転車を整然と並べるだけでなく、生活者が自転車を使用する状況を深く洞察し、新たな着想を得て、新しい取組を生み出してこられました。また、レンタサイクルの他にも、自転車を活用した今後の取組についてたくさんのアイデアをお持ちでした。次にどのようなサービスが展開されるのか、これからも興味深いところです。

@machigenki

街元気 Facebook

経済産業省

中小企業基盤整備機構

株式会社 全国商店街支援センター

シェアする Tweet

登録日 2015年7月03日（金曜）00:00

経済産業省（法人番号 4000012090001）
主催／経済産業政策局 中心市街地活性化室　事務局／株式会社　野村総合研究所
Copyright © Ministry of Economy,Trade and Industry.