

令和4年度 堺旧港社会実験 結果報告

建築都市局 都心未来創造部 ベイエリア推進担当

堺旧港社会実験の実施概要

【実施内容】

Sakai “Switching” Port 「乙姫の休日 in 堺旧港2022」

- 美しく整備された親水護岸や開放的な海辺を活かして、憩い・親しめる交流空間へ
- 「海辺の交流空間創出」と「楽しいアクセス・回遊体験」として社会実験を実施

海辺の交流空間創出

- 人工芝やベンチを設置するなど、憩い・レクリエーションの場の創出
- キッチンカー等の仮設店舗による飲食の販売など賑わいの創出

交流空間創出イメージ



楽しい回遊・アクティビティ

- 電動キックボードの試乗・回遊体験
- 水上アクティビティ（丸形サップボート）やボート乗船による水上回遊体験



協力：長谷川工業株式会社



協力：一般社団法人日本シティサップ協会



協力：株式会社クリエイション

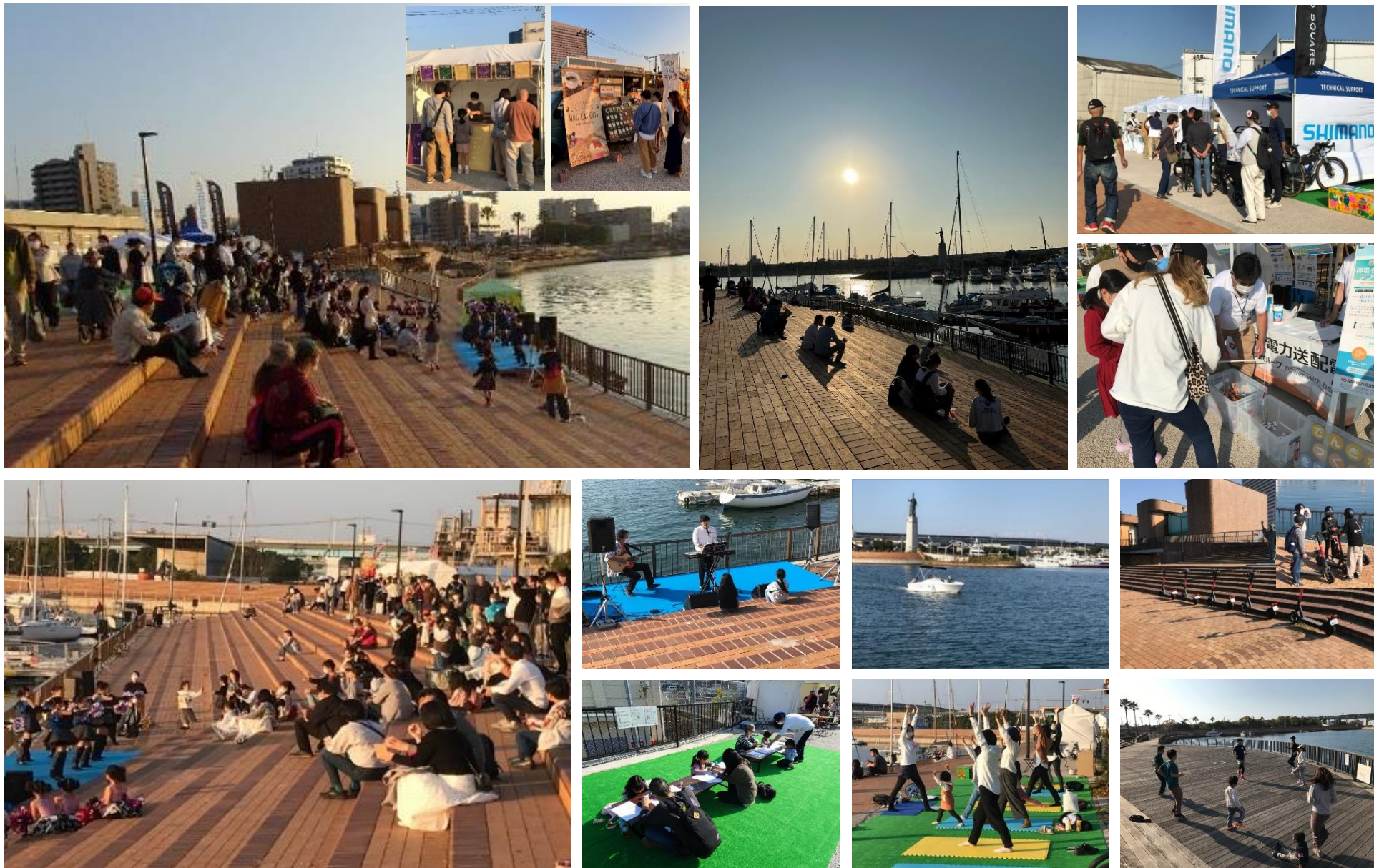
【実施日時】

令和4年11月11日（金）～13日（日）
 ※11日（金）午後3時～午後6時 / 12日（土）午前11時～午後6時
 13日（日）午前10時～午後5時
 ※飲食等の仮設店舗の出店は11日（金）～13日（日）
 ※電動キックボード試乗、ボートの乗船体験は12日（土）、13日（日）
 サップによる回遊体験は13日（日）のみ

【効果検証】

来訪者・出店事業者へのアンケート調査（エリアの可能性や事業実現可能性等）により効果を検証

社会実験の状況

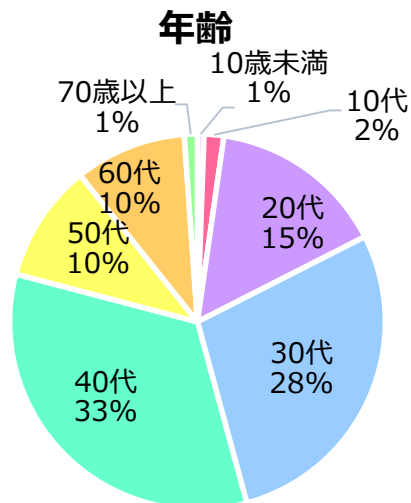


来場者数・属性

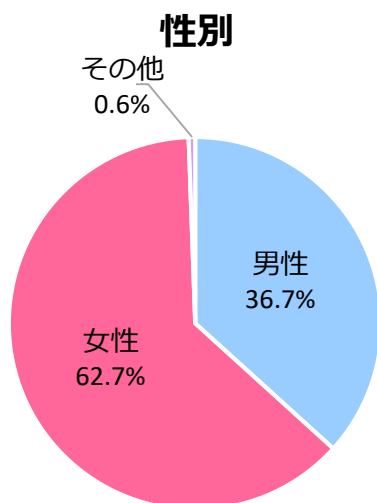
■ 来場者：約2,200人 / アンケート回答数：約180件 （3日間）

	来場者数（人）	備考
R4.11.11（金） 晴れ	175	夕刻のみ（15時から18時まで）
R4.11.12（土） 晴れ	1,702	プレジャーボート乗船体験、電動キックボード試乗体験、アートワークショップ、ヨガ・ジョギング体験を実施
R4.11.13（日） 雨	307	雨天のため、親子ヨガ体験、プレジャーボート乗船体験、サップ体験を中止したほか一部店舗が営業を中止または営業時間を短縮 電動キックボード試乗体験を実施（一部区間のみ）
合計	2,184	-

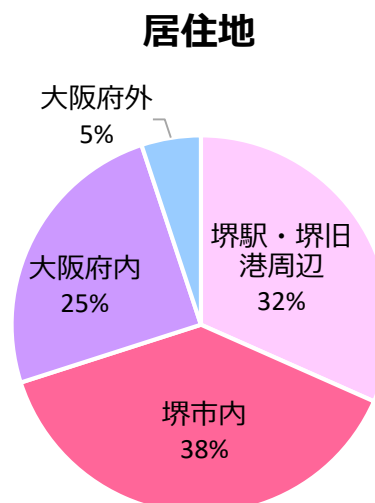
■ 来場者属性 （3日間）



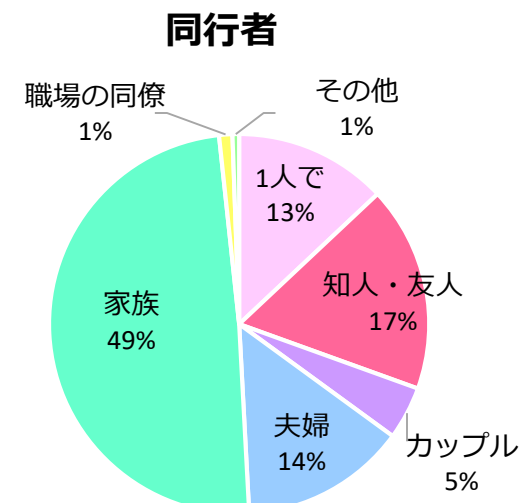
幅広い年齢層の方が来場



女性の割合が高い



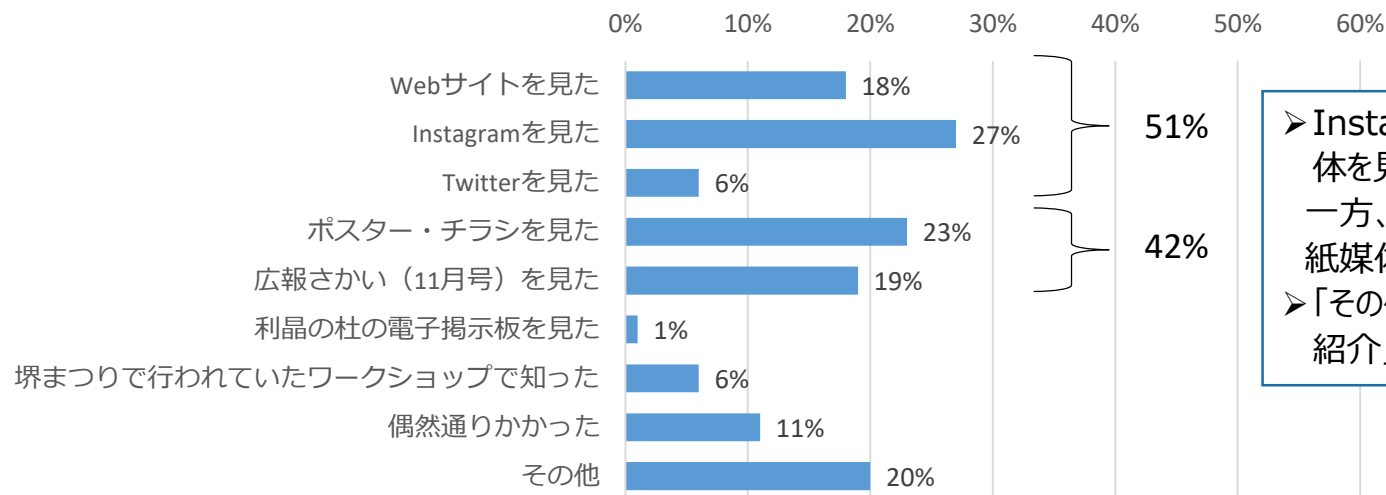
堺駅・堺旧港周辺や堺市内が多い



家族連れが最も多い

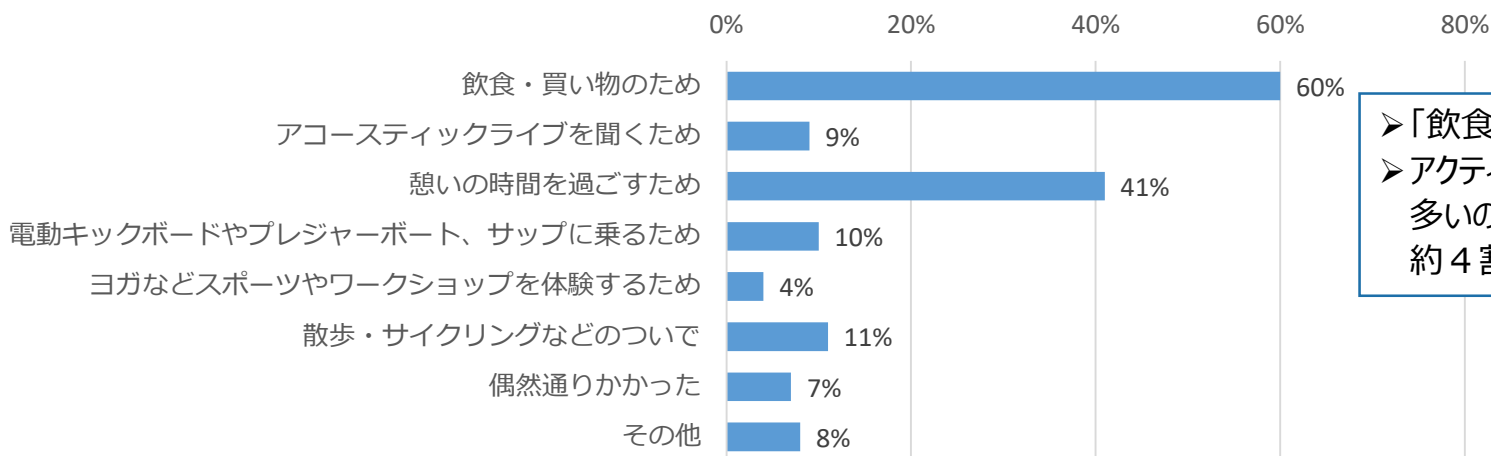
来場者の来訪契機・目的

■ 社会実験を知ったきっかけ



▶ InstagramやWebサイトなど電子媒体を見て来場した人が半数以上。
 一方、ポスター・チラシや広報さかい等の紙媒体を見て来場した人も半数程度。
 ▶ 「その他」については、「知人・友人からの紹介」などが多数を占めた。

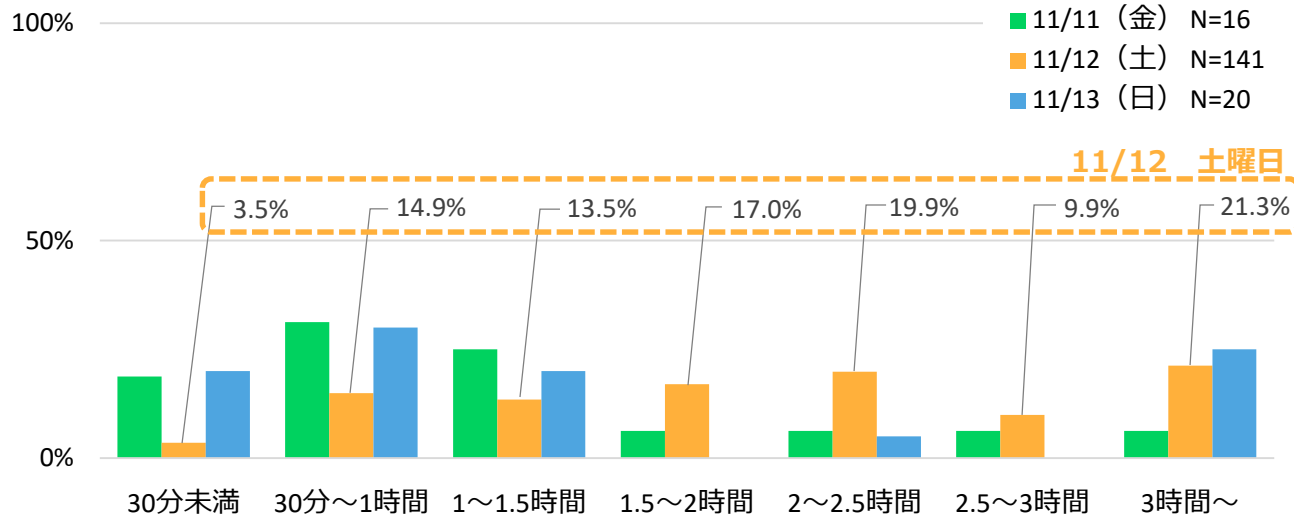
■ 社会実験に来た目的



▶ 「飲食・買い物のため」が最多。
 ▶ アクティビティ体験などがある中で、次に多いのは「憩いの時間を過ごすため」で、約4割を占める。

来場者の滞在状況

■ 滞在時間（今年）

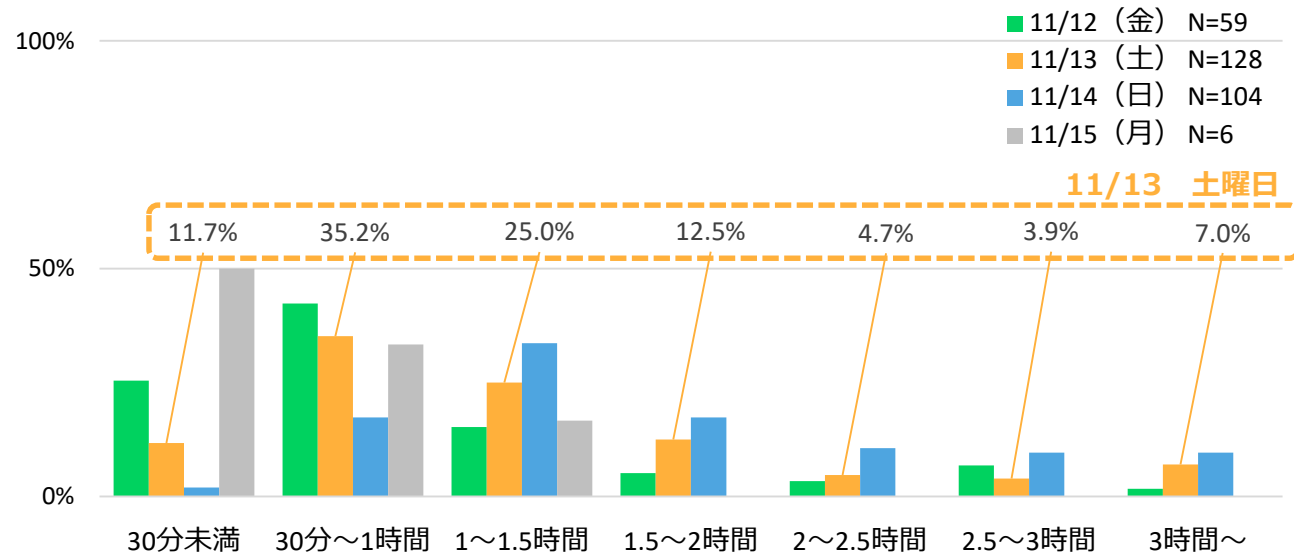


➤ 滞在時間を人数比較すると30分～1時間の滞在人数が最も多い。続いて2～2.5時間が多い結果であった。

➤ 土曜日については、昨年と比較して長時間（2時間以上）滞在する人が大幅に増えている。

➤ 日曜日については、雨天であったため滞在時間が短い傾向であった。

■ 滞在時間（昨年）

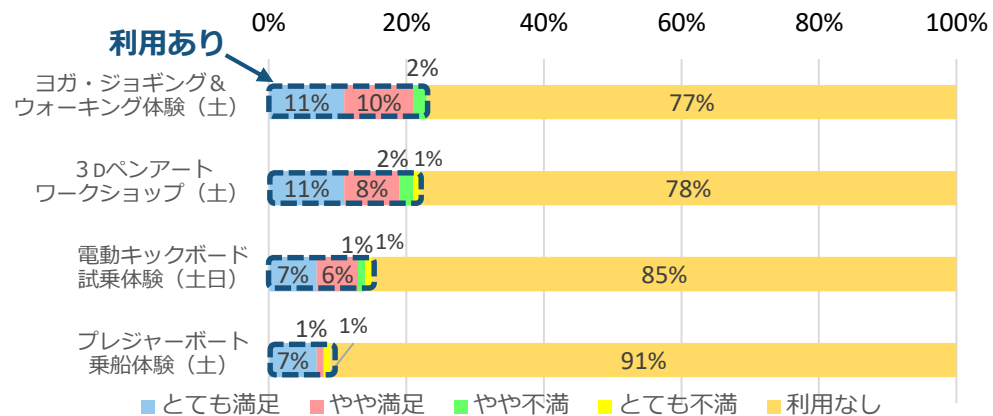
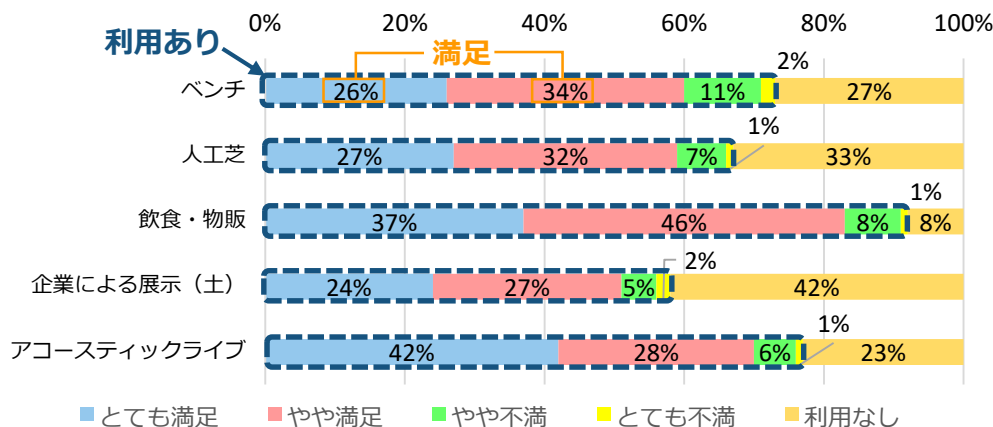


来場者の会場利用状況・満足度

■ 交流空間の創出等に対する評価 (利用の有無・満足度)

- ▶ 飲食・物販の利用が最も高く、回答者のほとんどが利用。(約9割)
- ▶ いずれの項目も、満足度は利用者の約8割～9割と高い。
- ▶ ベンチ・人工芝・アコースティックライブは回答者の多くが利用。(約7割)
- ▶ アクティビティ体験等の満足度も高い。(約9割)

※プレジャーボート乗船体験は申込多数のため午前中に受付終了



ストリートファニチャー・人工芝



飲食・物販



3Dペンアートワークショップ



企業等による展示



アコースティックライブ



親子ヨガ体験



親子ジョギング体験



電動キックボード試乗体験



プレジャーボート乗船体験

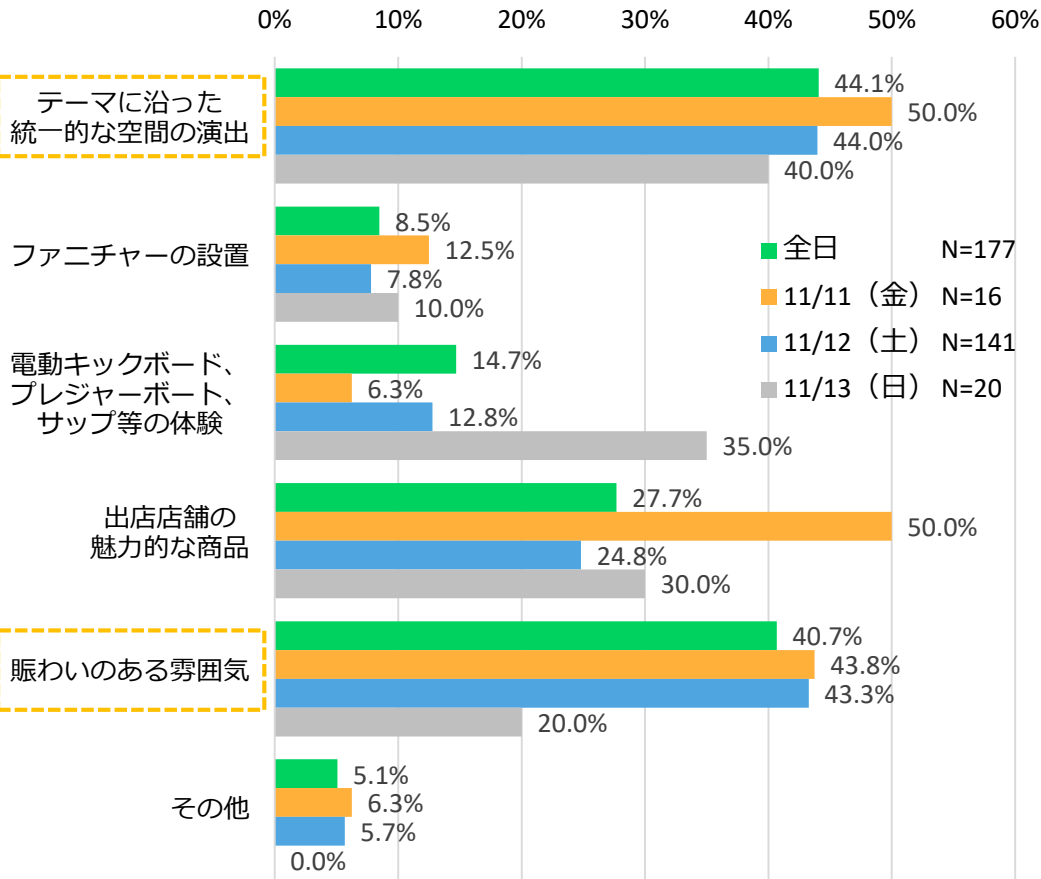
来場者の印象等

■ 特に印象に残った点・心地よく感じた点

- ▶ 様々なコンテンツを実施した中でも、「テーマに沿った統一的な空間の演出」が最も回答が多い。店舗、アコースティックライブ、ストリートファニチャー、人工芝などによる空間形成が寄与していると考えられる。
- ▶ 続いて「賑わいのある雰囲気」や「出店店舗の魅力的な商品」の回答が多かった。

(その他自由記述での意見)

- ▶ ポジティブなものとして、景観の美しさや海辺のロケーション・雰囲気等に関する意見があった。
- ▶ ネガティブなものとして、店舗やコンテンツのラインナップや会場内容の拡充、アクセスの改善等を望む意見があった。



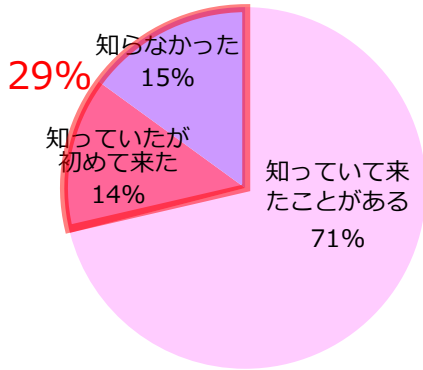
ポジティブ	海の夕焼けが綺麗
	堺港が昔に比べてとても綺麗に整備されていた
	場所の雰囲気がいい
	のんびりした雰囲気
	普段からお店等が出ていて、常に賑わうようになってほしい
	堺旧港でボート乗船やサップができるようになれば嬉しい
ネガティブ	アコースティックライブの選曲は港の雰囲気にとても合っていた
	歌、ライブが良かった
	楽しいイベント。継続してほしい、また参加したい
	出店店舗 食べ物がオシャレで気になるが、値段高い
食べ物だけでなく、雑貨のお店も欲しい	
コンテンツ・アクティビティ 釣りができると良い	
子供が体験できるような場があるともっと楽しめる	
告知 もう少し宣伝をしてほしい	
トイレの場所が分かりにくい	
会場関連 長時間滞在するには、日よけがほしい	
会場付近に駐輪場が欲しい	
アクセス 明るくポップで行きたくなるような明るさがほしい	
会場までの道中が汚く怖かった	
看板、案内板など目につかなかった	
その他 他の地域の人を呼べる目玉となるような環境、施設が必要	

堺旧港の認知度・イメージ変化等

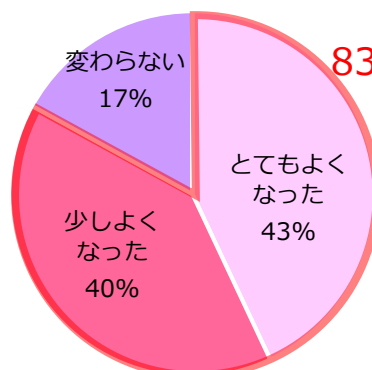
■ 堺旧港の認知度、イメージ変化等

- ▶ 堺旧港にはじめて来た方が約3割。社会実験が新規の誘客に寄与。
- ▶ 社会実験を通じ、高い割合でプラスのイメージに変化。
- ▶ 昨年度社会実験に来た方が来場者の半数近くを占め、堺旧港が認識されつつある可能性がある。
- ▶ また、昨年度同様に約9割の方が再訪意向があると回答。

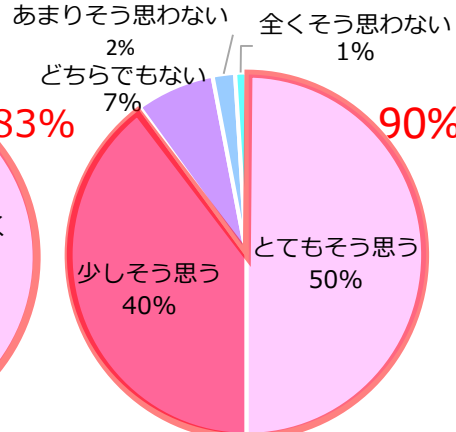
堺旧港の認知



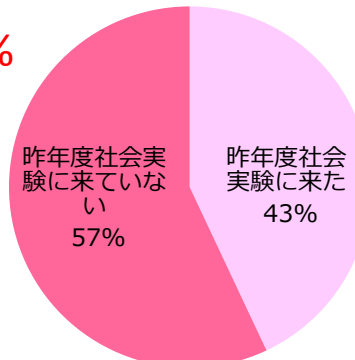
イメージの変化



再来意向

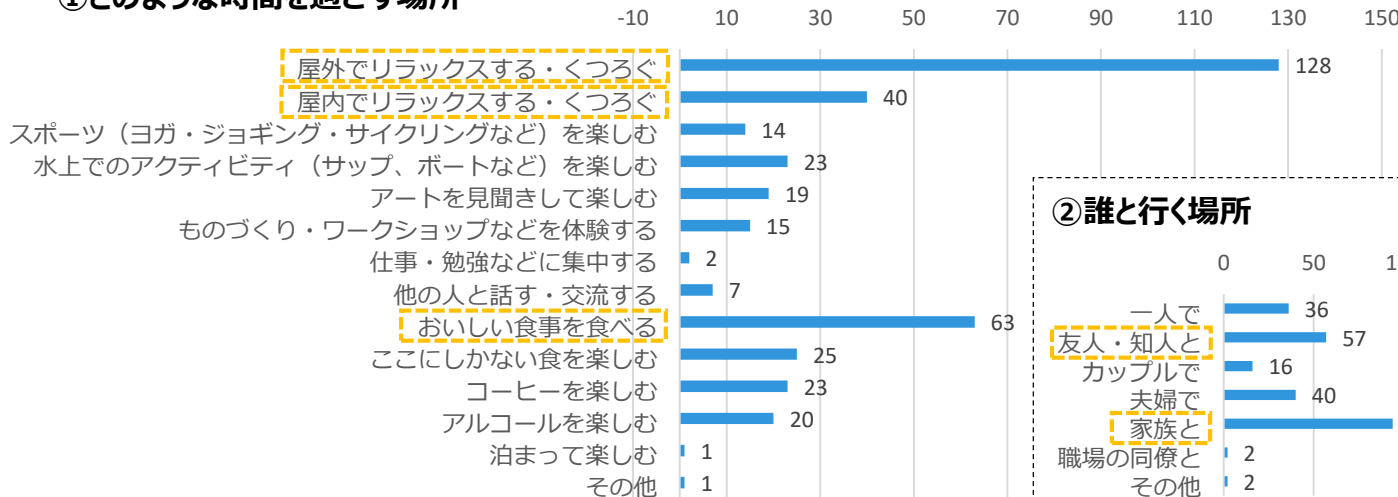


昨年度社会実験への来訪有無

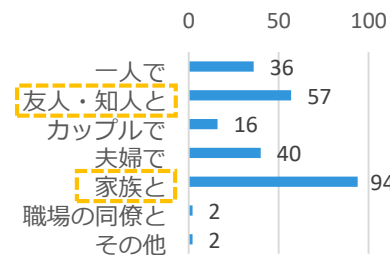


■ 堺旧港がどのような場所であれば再訪したいか

① どのような時間を過ごす場所



② 誰と行く場所



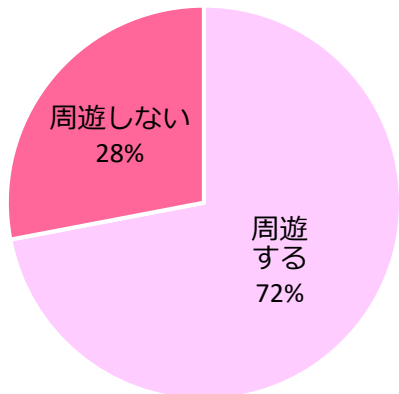
- ▶ 堺旧港がどんな場所であれば再訪したいかの質問では、屋内外でリラックス・くつろげる場所との回答が一番多い。
- ▶ 次においしい食事をする場所、そのほか水上アクティビティなどが続く。
- ▶ 誰と行く場所かでは、家族の回答が一番多く、次に友人・知人などの回答があった。

周遊状況

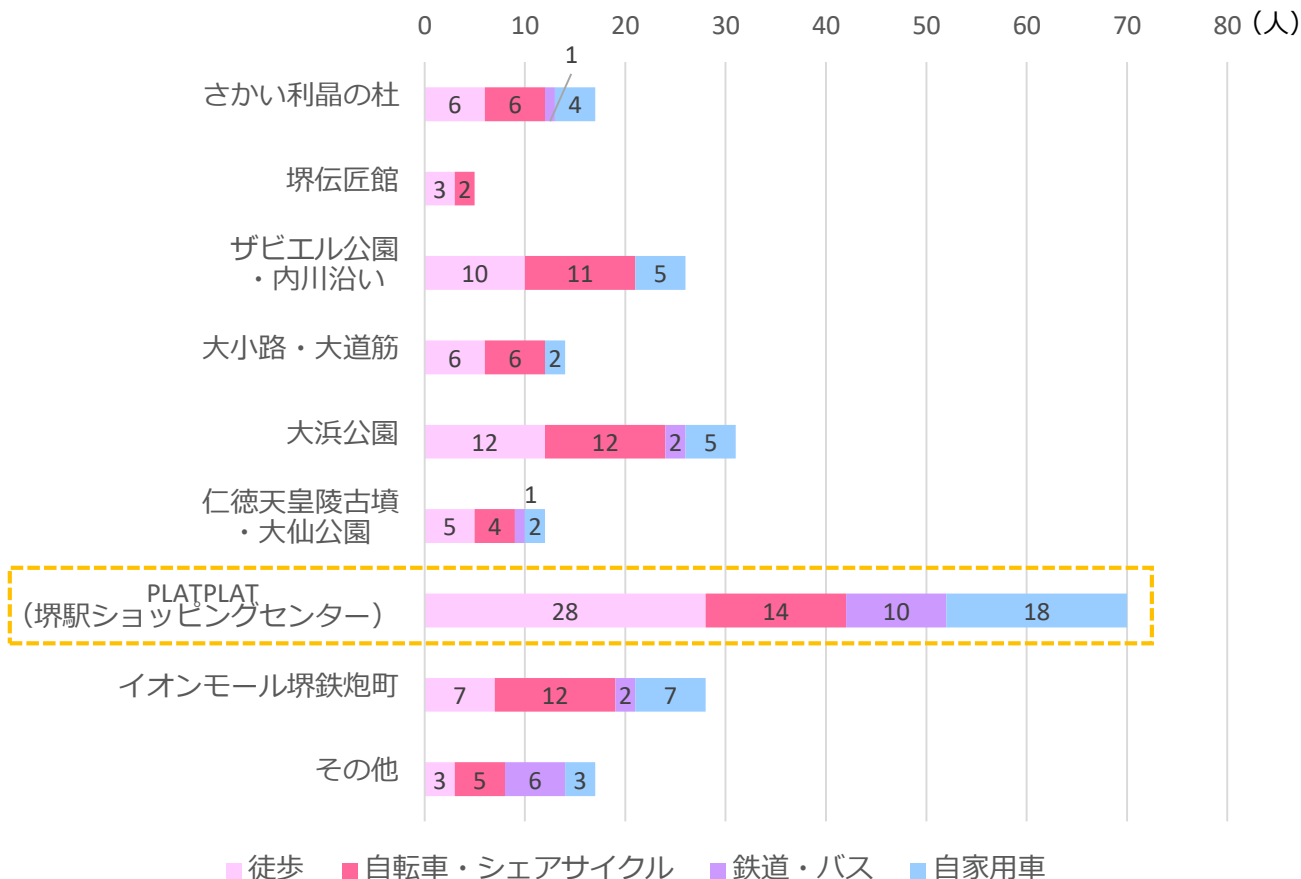
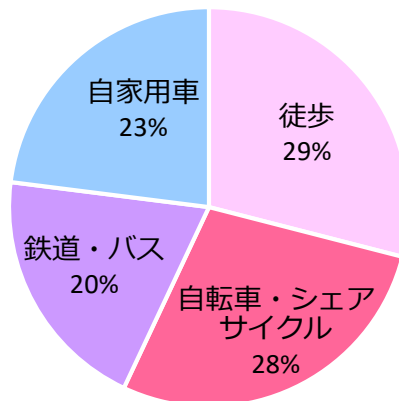
■ 他エリアとの周遊状況（堺市内の別の場所に行った・行く予定）

- 来場者の内、約7割の方が堺市内の別の場所にも周遊。
- 周遊場所としては、PLATPLATが半数以上を占め、その他、隣接する大浜公園やザビエル公園等になり、近隣での周遊が多い。
- PLATPLATの内訳をみると、他より徒歩、自動車が多く、周辺の方又は車で来訪された方が立ち寄られている。
- 移動手段では徒歩と自転車が半数以上で約6割を占める。その他、公共交通機関を呼びかけるも、約2割の方が自動車利用であった。

周遊の有無



移動手段

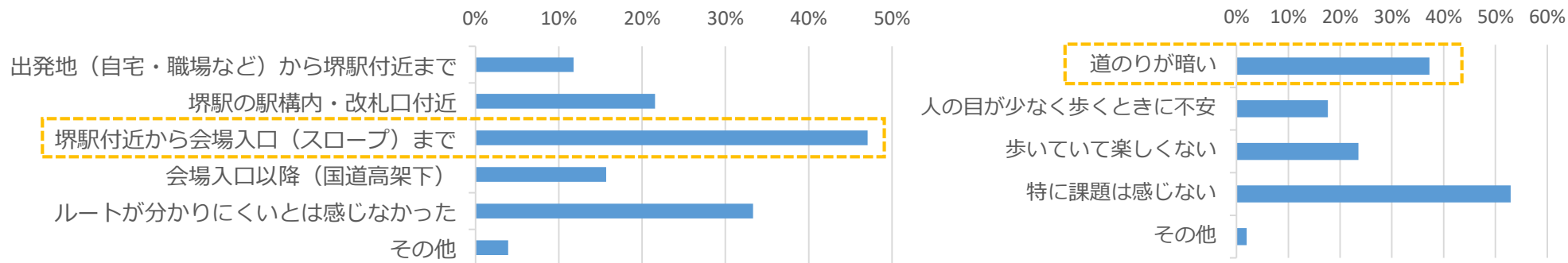


堺旧港へのアクセス

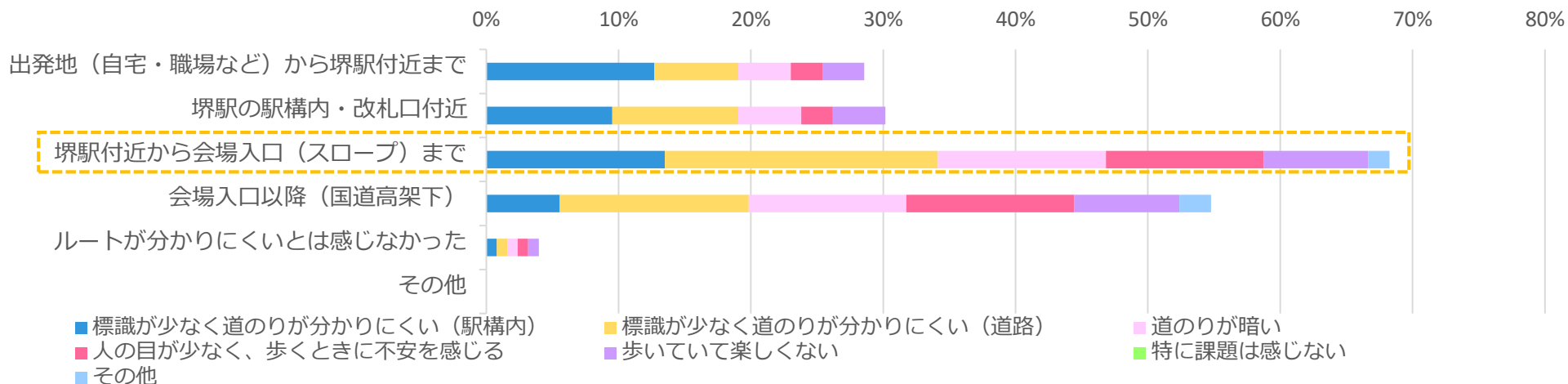
■ 堺旧港へのアクセスについて

- ▶ 堺旧港に初めて来た方の半数近くが堺駅付近から会場入口までの間が分かりにくいと感じており、道のりの分かりにくさ以外の課題としては、道のりの暗さなどの回答が多かった。一方、半数の方は、特に課題と感じられなかった。
- ▶ 堺旧港を以前に訪問した方も同様に、堺駅付近から会場入口までの間が分かりにくいと感じ、道のりの分かりにくさに加え、道のりの暗さや人の目の少なさに不安を感じる等の回答が多かった。

堺旧港へのアクセスでルートが分かりにくいと感じる区間（堺旧港に初めて来た方）



堺旧港へのアクセスでルートが分かりにくいと感じる区間（堺旧港に来たことがある方）



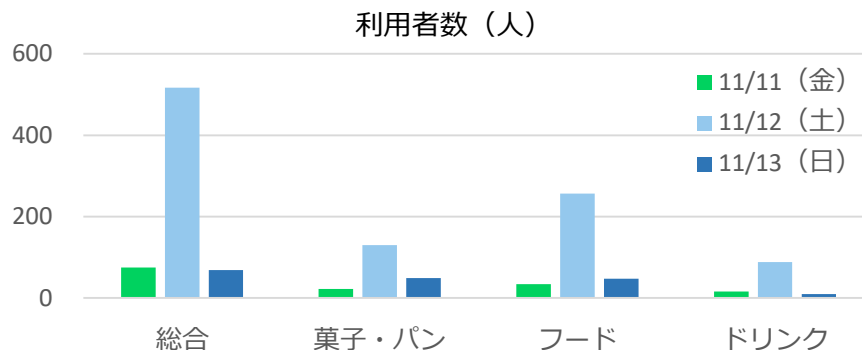
仮設店舗利用者数・出店者の評価

■ 店舗来客者等

店舗種別 〈注〉	今回		〈参考〉昨年度	
	店舗数	利用者合計 (人)	店舗数	利用者合計 (人)
総合	8	661	4	908
スイーツ・パン	5	201	8	748
フード	11	338	9	611
ドリンク	2	114	3	523
計	26	1,314	24	2,790

〈注〉

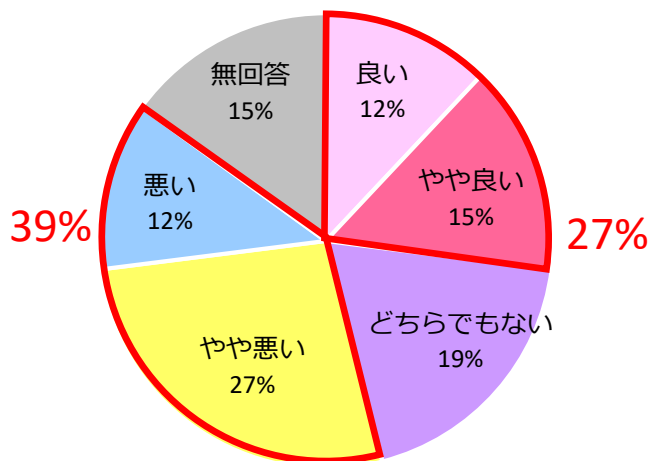
総合=以降の項目を2種類以上販売 / スイーツ・パン=スイーツ・パンのみを販売
 フード=フード(スイーツ・パン除く)のみ販売 / ドリンク=ドリンクのみ販売



- 店舗の利用者数は全体で約1300人。日曜日が雨天であったことからいずれの店種も土曜日の利用者が多い。
- フード・ドリンク等を併せて販売した店舗の利用者が一番多い。
- 昨年度からの利用者数の減少は、日曜の利用者数の減少によるものが大きく、天候に左右される場所であることが分かる。

■ 堺旧港の市場性について

- 市場性は「良い」「やや良い」が約3割。一方で天候の影響も考えられるが、「どちらでもない」が約2割、「悪い」「やや悪い」が約4割。



■ 必要なソフト・ハード対策について (仮設店舗運営上)

(自由記述での意見)

- SNS等を通じた事前告知・宣伝の強化
- 仮設店舗テントの雨対策
- 雨でも来場者が食事・休憩できるテント
- 飲食ブースの集約
- 海風や日差しの対策
- 駅から会場までの誘導をより分かりやすくすべき
- 集客力のあるコンテンツ(子ども向けイベント等)

- 事前告知や雨天時の対策、分かりやすいアクセス誘導、集客力のあるコンテンツ等を求める意見があった。

- その他、恒常的な飲食機能の立地にあたっては、必要な環境整備としてトイレや駐車場が必要といった意見が多く見られた。

社会実験 総括

■ エリアの可能性・価値の見える化・発信

- 天候に恵まれた土曜日においては昨年度より来場者が増加するなど、相当程度の来場者があった。また来場者の半数近くが昨年度の社会実験にも参加されており、堺旧港の魅力が認知されつつあると考えられる。
- 海辺の交流空間創出に対する評価は高く、堺旧港に対するイメージも高い割合でプラスに転じ、9割の方がまた訪れたいと回答するなど、堺旧港の魅力、可能性の見える化・発信につながった。



■ 親水護岸利活用の課題等

- 日曜日は雨天となり、来場者が少なく、仮設店舗の利用者も想定を下回るなど、天候に左右される場所であることが顕著になった。
- 賑わい創出には、昨年課題となった強風に加え、雨天時の雨よけや晴天時の日よけなど、来訪者の滞留しやすい空間形成が求められる。
- 堺旧港に初めて来た方、また来たことがある方どちらも堺駅から堺旧港入口までの道のりが分かりにくいと回答したほか、道のりの暗さや、人目の少なく不安を感じるといった意見が多数あり、安全・安心なアクセス環境が課題である。

■ 民間の事業実現可能性

- 出店者の市場性に関するアンケート回答では、良いといった意見もある一方、天候の影響も考えられるが、悪いという厳しい評価があった。
- 今後、恒常的な店舗として「出店可能と判断する売上額」は「立地を踏まえ見込める売上額」より高い傾向にあり、恒常的な参画となると相当程度の売上が必要と考えられる。
- その中でも、各店舗ごとの回答では、それらの額が同一又は逆転するところもあり、出店の可能性も見られた。
- 恒常的な飲食機能等に立地にあたっては、必要な環境整備としてトイレや駐車場が必要といった意見が多く見られた。
- 民間活力を呼び込むためには、より多くの利用者呼び込む必要があり、継続した取組みを通じて、当地の魅力を発信し続ける必要がある。

■ 今後の活性化・機能導入に向けて

- 堺旧港が家族や友人等と屋外内でリラックスしてつろげる、おいしい食事ができる場所などになれば再訪したいとの回答が多く、今後これらの意見を参考に、堺旧港エリアの賑わい機能の導入、活性化を進める必要がある。
- また、今回、地域の関係者等の協力も得ながら実施できたが、今後の持続的な賑わい創出には地域や民間の参画、主体による取組みに広げる必要がある。

＜親水護岸と護岸後背地を活用した賑わい創出＞

