

乙姫の 休日。

in 堺旧港 2024

Otohime's Holiday festival in Sakai old port 2024

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

実施概要

【目的】美しく整備された親水護岸や開放的な海辺を活かした交流空間を創出

【内容】親水護岸を憩い・レクリエーションの場として実験的に開放

- ✓ ストリートファニチャ・仮設店舗の設置
- ✓ プレジャーボート乗船体験等の海辺のアクティビティを実施

【場所】堺旧港親水護岸（南海堺駅から約400m）※公共交通機関での来場を案内。（自転車駐輪場あり）

【日時】令和6年10月5日（土）・6日（日） 午前11時から午後6時まで



南海堺駅から
歩いてすぐの海辺で
グルメ&音楽の
「潮風ピクニック」。

乙姫の休日。

in 堺旧港 2024
Otohime's Holiday festival in Sakai old port 2024

10月5日[土]・6日[日]
OPEN 11:00 - 18:00 2日間開催

FOOD
DRINK
MUSIC
WORKSHOP
PICNIC



主催：堺市建築都市局 都心未来創造部

実施の様子



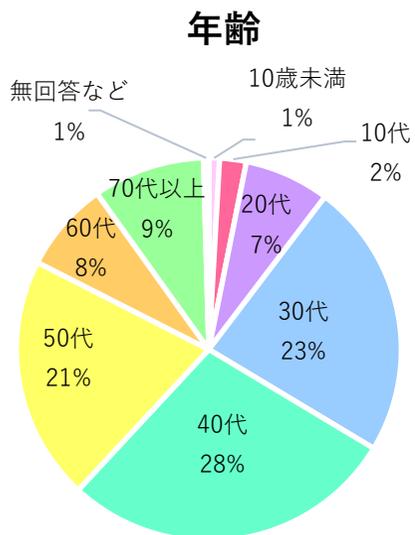
来場者数・属性

■ 来場者：約6,312人 / アンケート回答数：約223件（2日間）

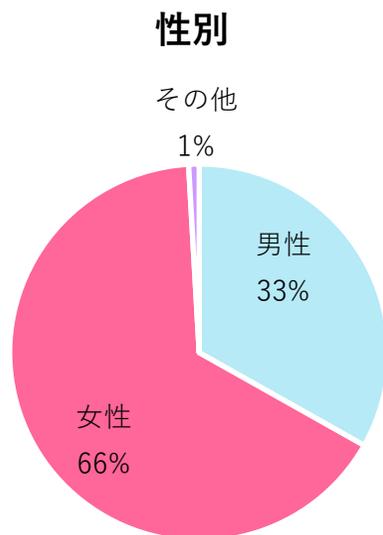
	来場者数 (人)	仮設店舗数		回遊アクティビティ	備考
		飲食	ワーク ショップ		
R6.10.5 (土) 晴れ	2,772	28	2	プレジャーボート体験 ・自転車体験	旧堺燈台一般公開を同時開催
R6.10.6 (日) 晴れ	3,540	27	2	プレジャーボート体験	—
合計	6,312	55※	4※		—

※延べ数

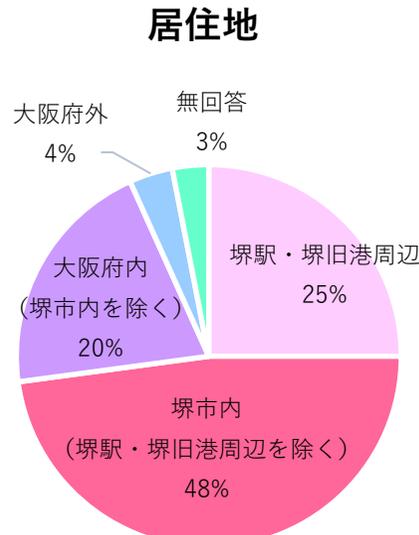
■ 来場者属性（3日間）



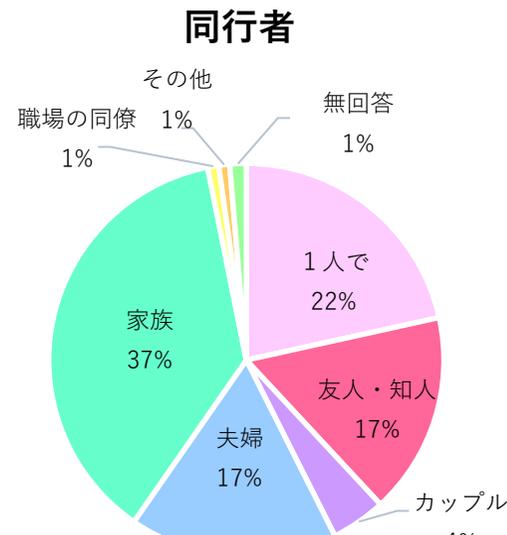
幅広い年齢層の方が来場



女性の割合が高い



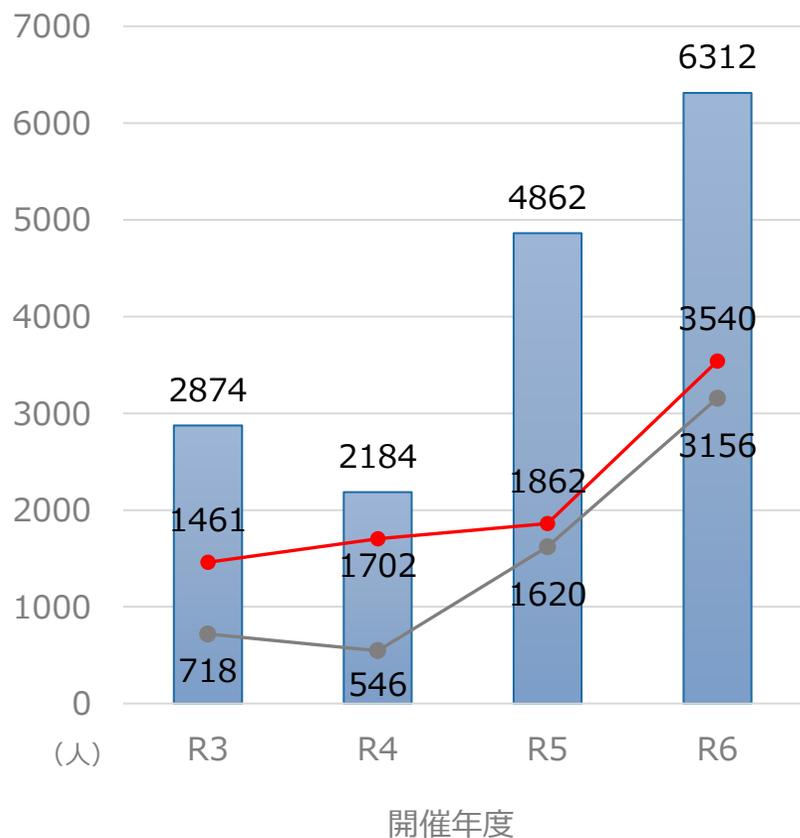
堺駅・堺旧港周辺や堺市内が多い



家族連れが最も多い

来場者数推移 (R3~R6)

来場者数の推移

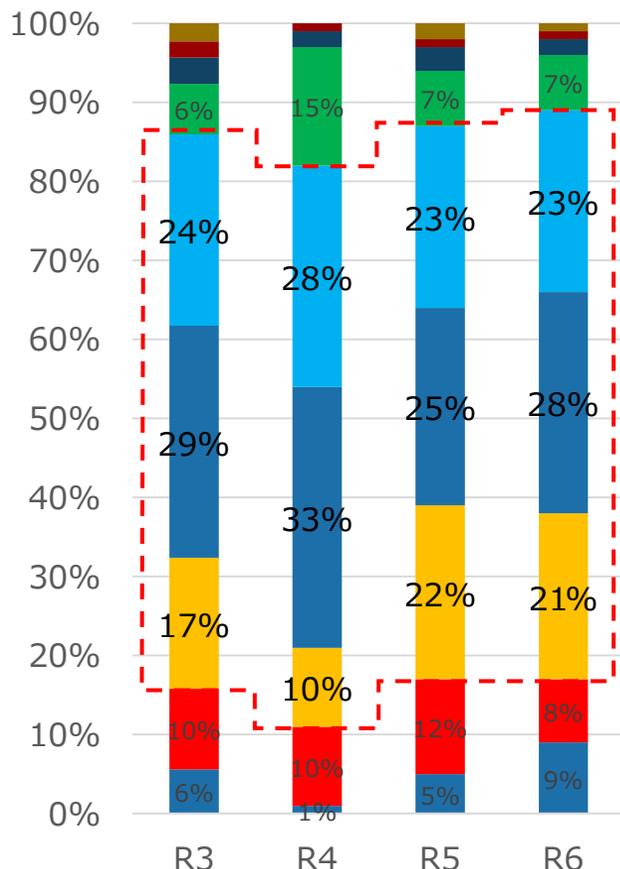


■ 合計 ● 1日最多 ● 1日平均

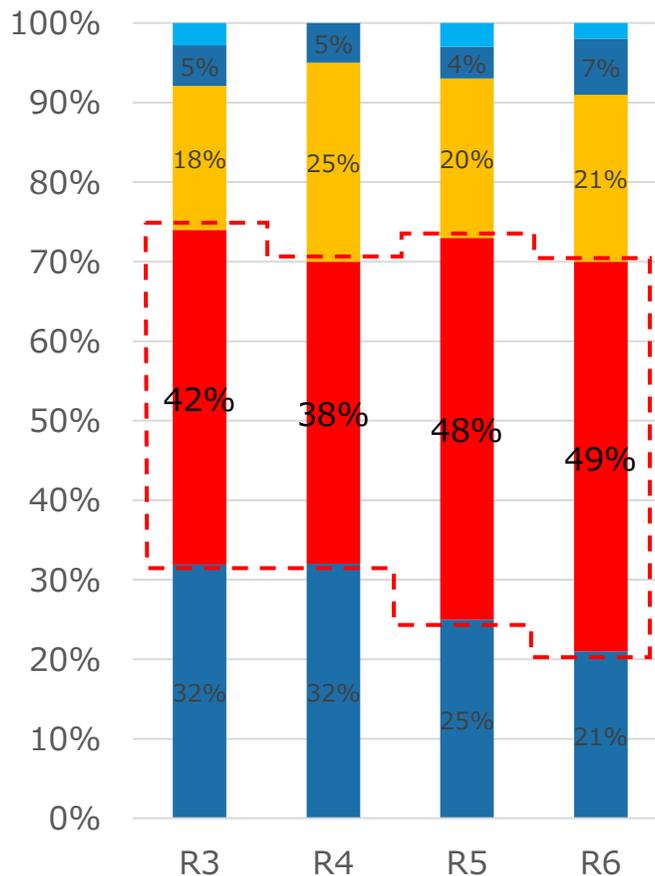
年度	開催日	天気	時間	来場者数 (人)
R3	R3.11.12 (金)	雨・曇	11:00~20:00	308
	R3.11.13 (土)	曇・晴	11:00~20:00	1,082
	R3.11.14 (日)	曇・晴	11:00~20:00	1,461
	R3.11.15 (月)	晴れ	8:00~15:00	23
R4	R4.11.11 (金)	晴れ	15:00~18:00	175
	R4.11.12 (土)	晴れ	11:00~18:00	1,702
	R4.11.13 (日)	雨	10:00~17:00	307
R5	R5.10.7 (土)	晴れ		1,862
	R5.10.8 (日)	雨	11:00~18:00	1,201
	R5.10.9 (月・祝)	曇・雨		1,799
R6	R6.10.5 (土)	晴れ	11:00~18:00	2,772
	R6.10.6 (日)	晴れ		3,540

その他の来場者属性推移 (R3~R6)

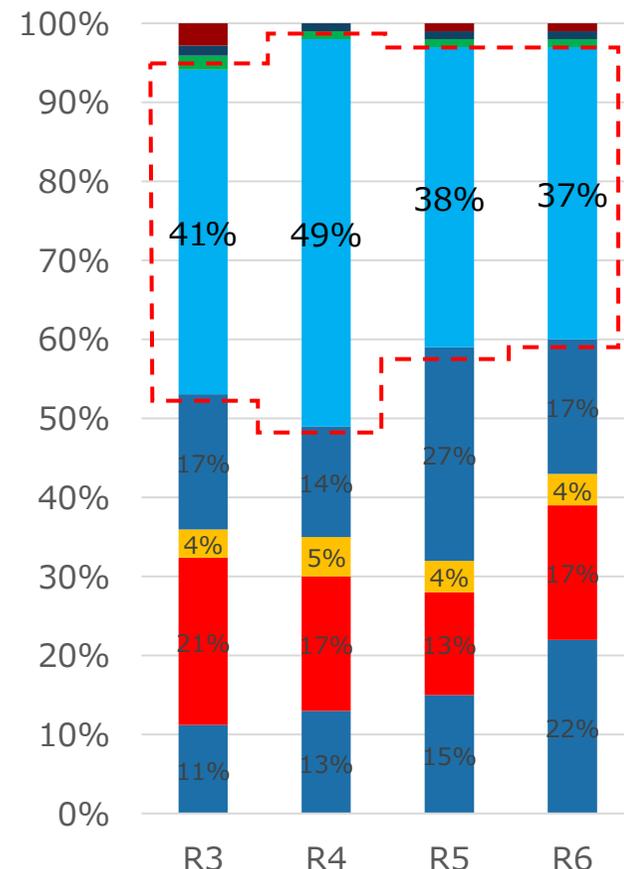
年齢別構成比率の推移



居住地別構成比率の推移



同伴者別構成比率の推移



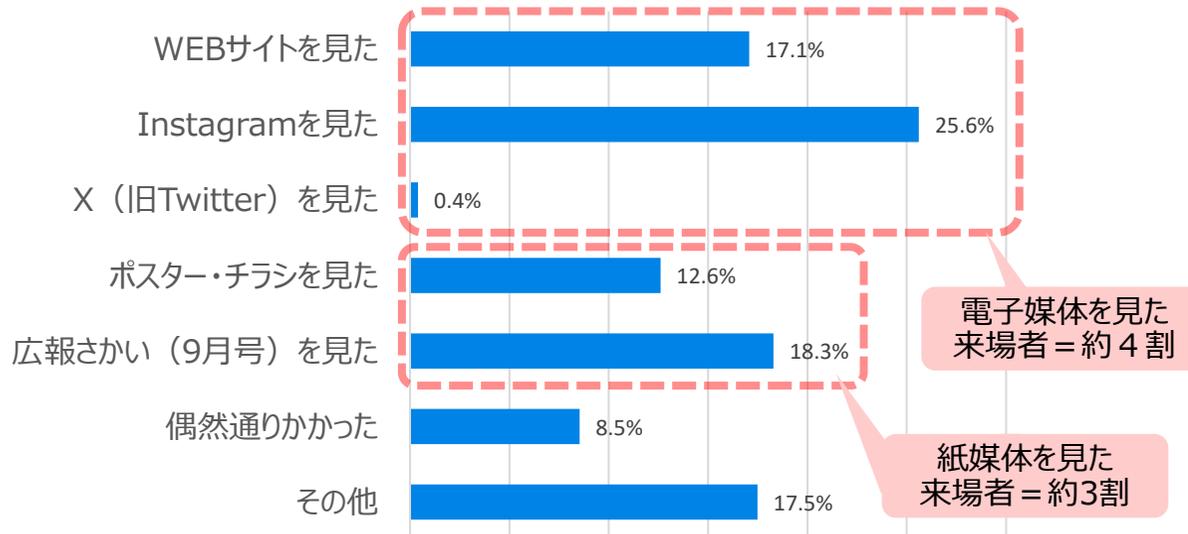
- 70代以上
- 60代
- 50代
- 40代
- 30代
- 20代
- 10代
- 10歳未満
- 無回答

- 堺駅・堺旧港周辺
- 堺市内
- 大阪府内
- 大阪府外
- 無回答

- 1人で
- 夫婦
- その他
- 友人・知人
- 家族
- 職場の同僚
- カップル
- 無回答

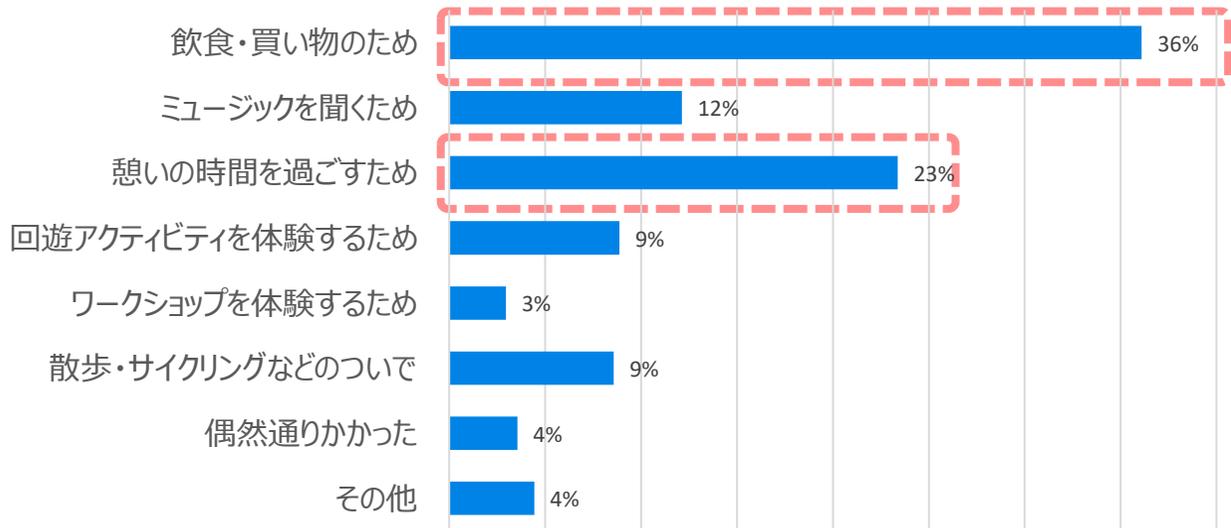
来場者の来訪契機・目的

■ 社会実験を知ったきっかけ



- 約4割の方がInstagramやWebサイトなど電子媒体を見て来場したと回答した。
- 約3割の方がポスター・チラシや広報さかい等の紙媒体を見て来場したと回答した。
- 「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

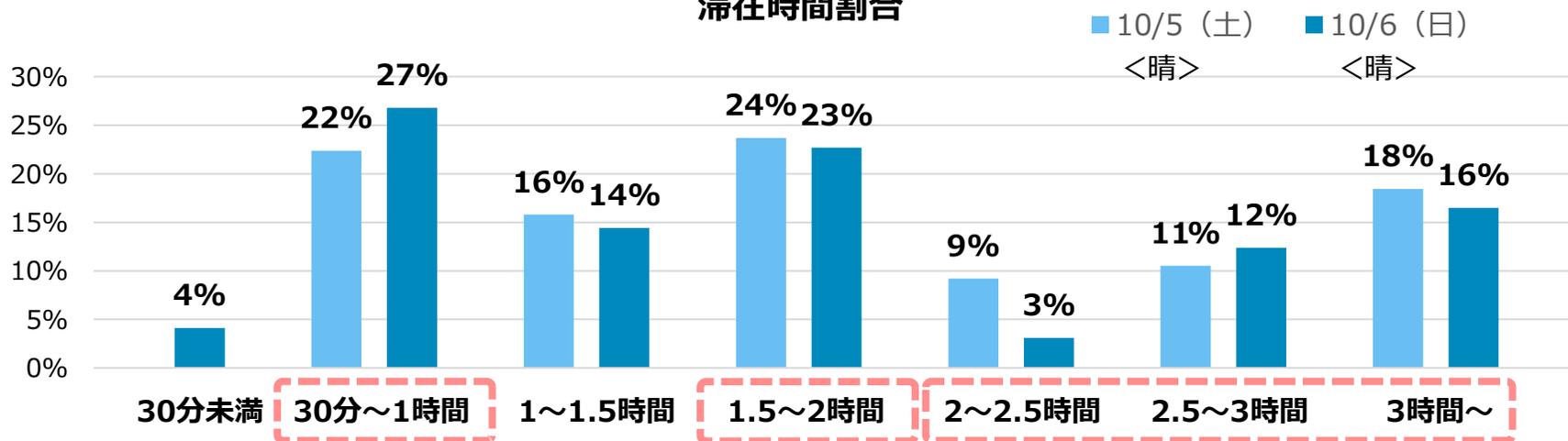


- 「飲食・買い物のため」と回答した方が最も多く、次に「憩いの時間を過ごすため」と回答した方が多かった。
- この2つの回答で約6割を占めた。
- 回遊アクティビティを目的に来られた方も昨年度に比べ増加し約1割となった。

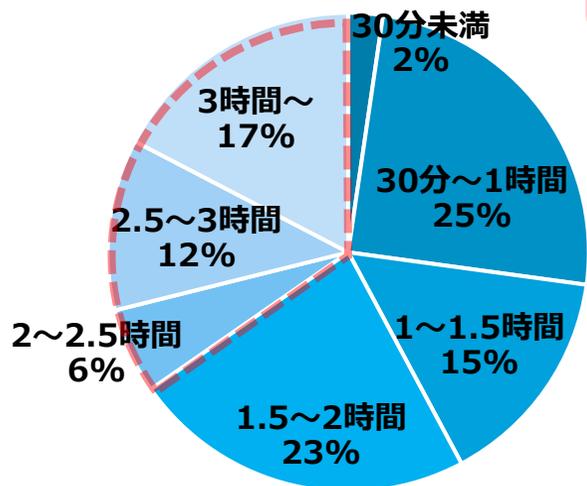
来場者の滞在状況

■ 滞在時間

滞在時間割合



滞在時間割合 (全日)



回答が多かった時間帯

10/5 (土) : 38%
10/6 (日) : 31%

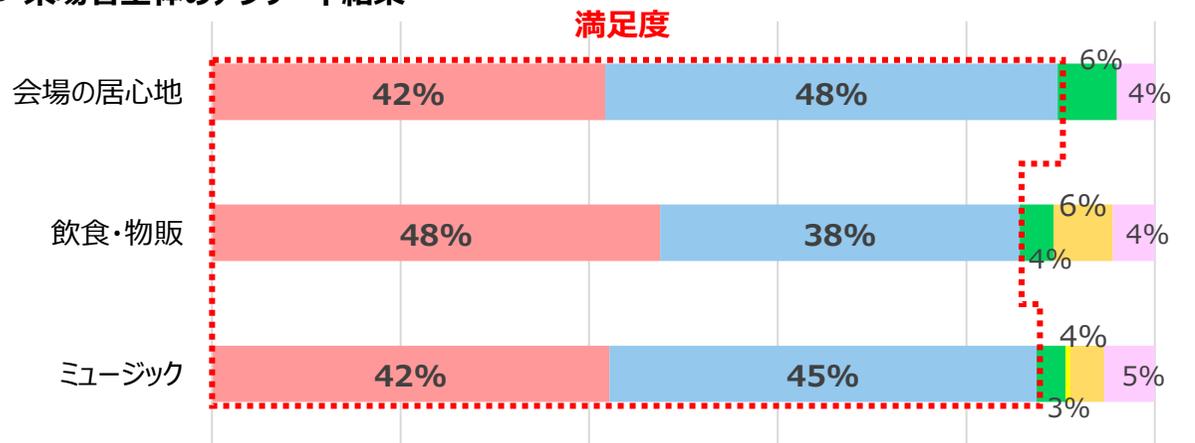
- 2日とも天候がよく、滞在時間の分布は両日に大きな違いが見られなかったが、6日(日)は30℃を超える真夏日となり、5日に比べると滞在時間がやや短い傾向がみられる。
- 全体を通して30分から1時間の滞在時間が最も多く、その次に1.5から2時間の時間帯が多かった。
- 2時間以上滞在した方の割合は5日(土)が約4割、6日(日)が約3割であった。
- 3時間以上滞在された方が各日とも一定数おられ全体を通じて約2割を占めた。

来場者の会場利用状況・満足度

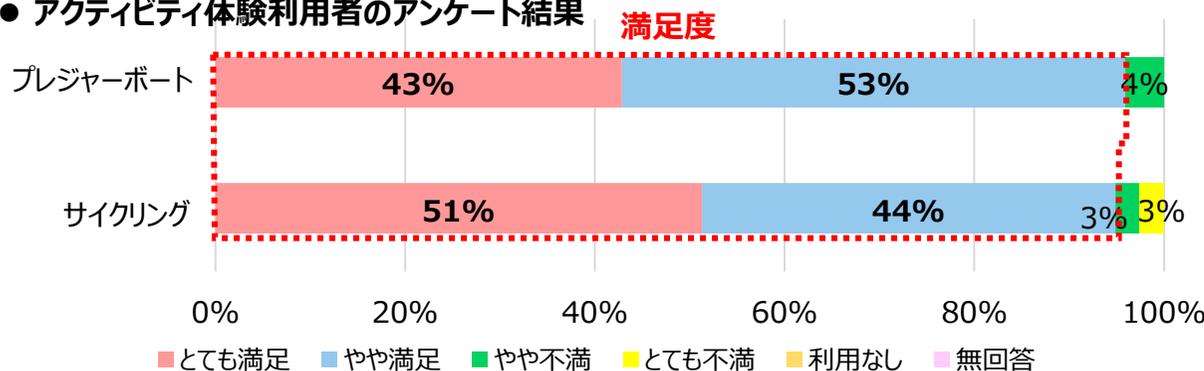
■ 交流空間の創出等に対する評価

- ▶ 会場の居心地、飲食・物販、ミュージックにおいて、満足度は来場者の約8割～9割と高かった。
- ▶ 会場の居心地はとても満足よりもやや満足の割合がやや高かった。
- ▶ アクティビティ体験（プレジャーボート、サイクリング）の利用割合は低いものの体験利用者の満足度は約9割と高かった。

● 来場者全体のアンケート結果



● アクティビティ体験利用者のアンケート結果



会場



飲食・物販



ミュージック



プレジャーボート体験



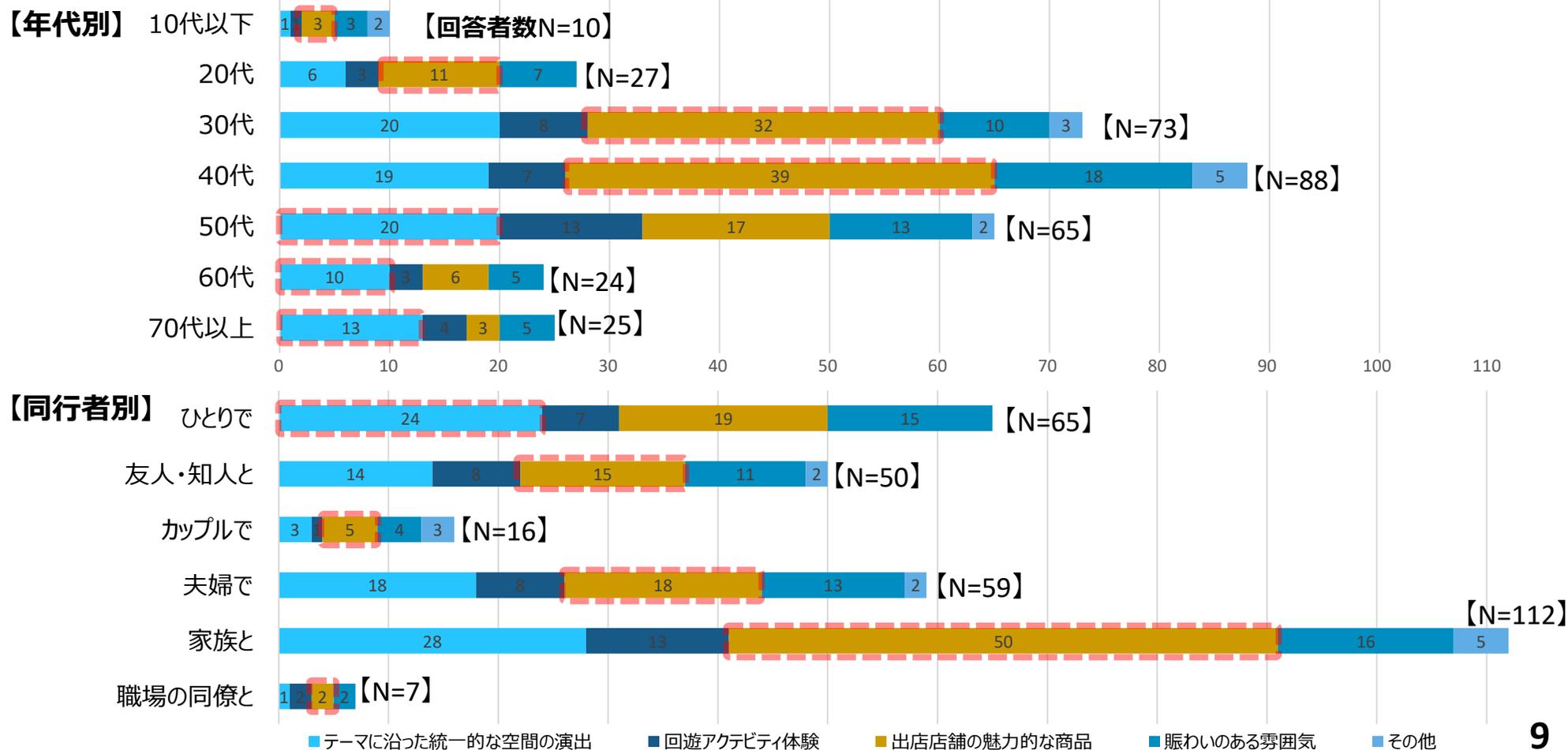
サイクリング体験



来場者の印象等

■ 特に印象に残った点・心地よく感じた点

- ▶ 年代別では、40代までの世代が「出店店舗の魅力的な商品」と回答した方が多く、50代以上の世代では「テーマに沿った統一的な空間の演出」と回答した方が多かった。
- ▶ 同行者別ではひとりで来られた方は「テーマに沿った統一的な空間の演出」と回答した方が多く、家族等と複数で来られた方は「出店店舗の魅力的な商品」と回答する方の割合が多かった。

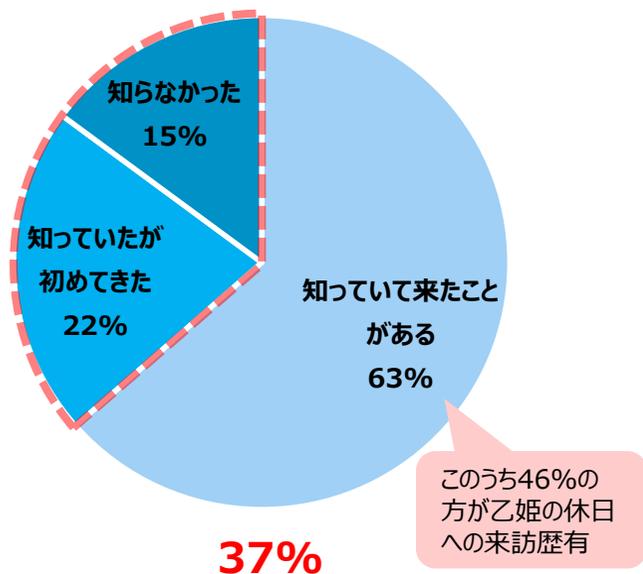


堺旧港の認知度・イメージ変化等

■ 堺旧港の認知度・イメージ変化等

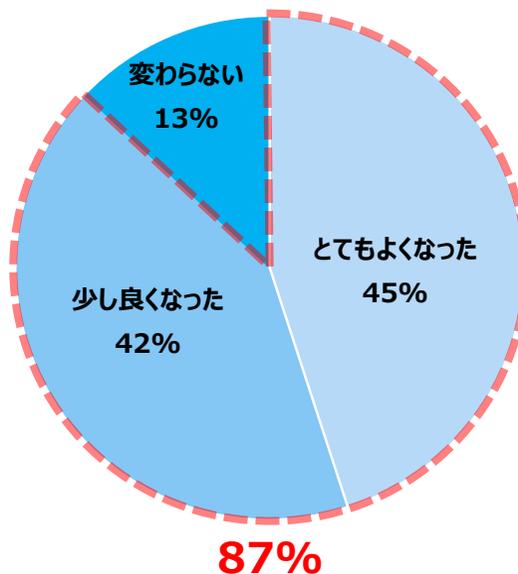
- ▶ 堺旧港にはじめて来られた方が約4割を占め、社会実験が堺旧港への初来訪の契機になっていると考えられる。
- ▶ 知っていて来たことがある方のうち約5割の方は乙姫の休日への来場歴があり、堺旧港への再来訪につながっていると考えられる。
- ▶ 堺旧港のイメージの変化についてはプラスイメージの割合が4年連続で8割以上と高かった。
- ▶ 堺旧港への再来意向の割合が4年連続で9割以上と高かった。

堺旧港の認知



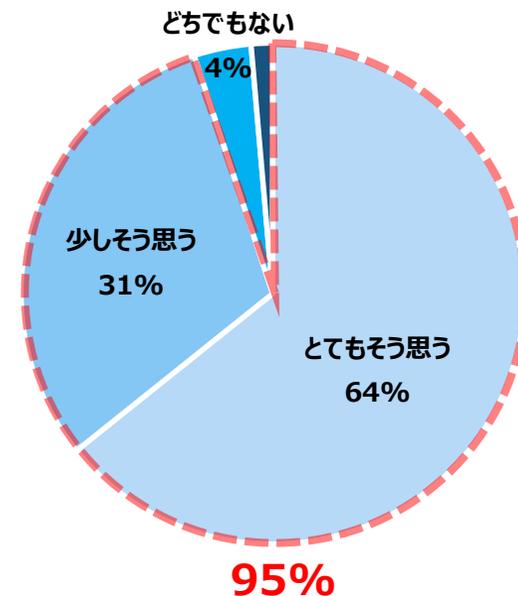
(参考)
 令和3年度 : 34%
 令和4年度 : 29%
 令和5年度 : 43%

イメージの変化



(参考)
 令和3年度 : 82%
 令和4年度 : 83%
 令和5年度 : 84%

再来意向

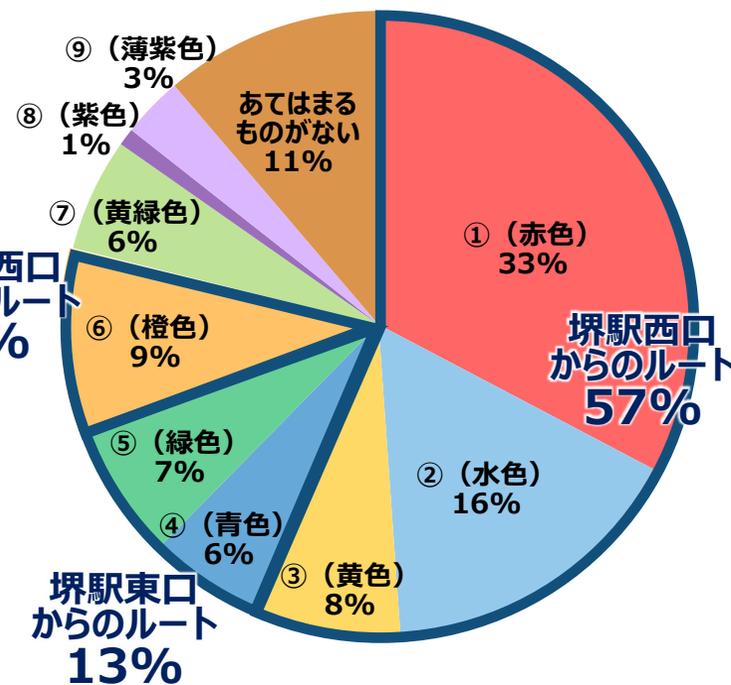
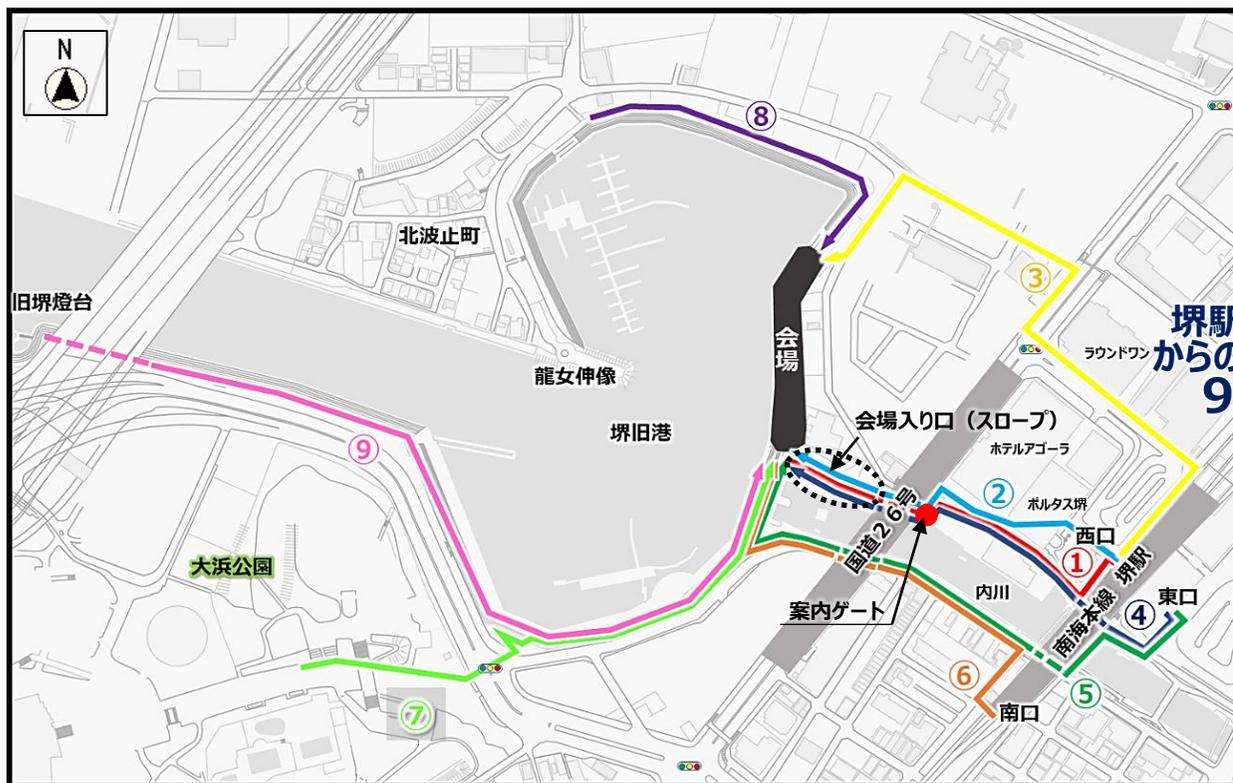


(参考)
 令和3年度 : 91%
 令和4年度 : 90%
 令和5年度 : 95%

堺旧港への来訪ルート

■ 堺旧港への来訪ルート

- ▶ 堺駅西口から堅川右岸歩道を通り設置した案内ゲートを通るルートでの来訪が最も多かった。
- ▶ 堺駅西口からの来訪ルートが約半数以上を占める。続いて堺駅東口、堺駅南口からの来訪ルートが多い。
- ▶ 来訪者の約1割が大浜公園や旧堺燈台方面からのルートで来訪している。



- | | | |
|-------------------------------|------------------------|-------------------|
| ① (赤色) 堺駅西口→堅川右岸側歩道→会場 | ④ (青色) 堺駅東口→堅川右岸側歩道→会場 | ⑦ (黄緑色) 大浜公園方面→会場 |
| ② (水色) 堺駅西口→アゴラリーゼンシー堺敷地内→会場 | ⑤ (緑色) 堺駅東口→堅川左岸側歩道→会場 | ⑧ (紫色) 北波止町方面→会場 |
| ③ (黄色) 堺駅西口→ポルトス堺敷地内→国道26号→会場 | ⑥ (橙色) 堺駅南口→堅川左岸側歩道→会場 | ⑨ (薄紫色) 旧堺燈台方面→会場 |

アクセス改善試行実施（堺駅⇔堺旧港）の評価

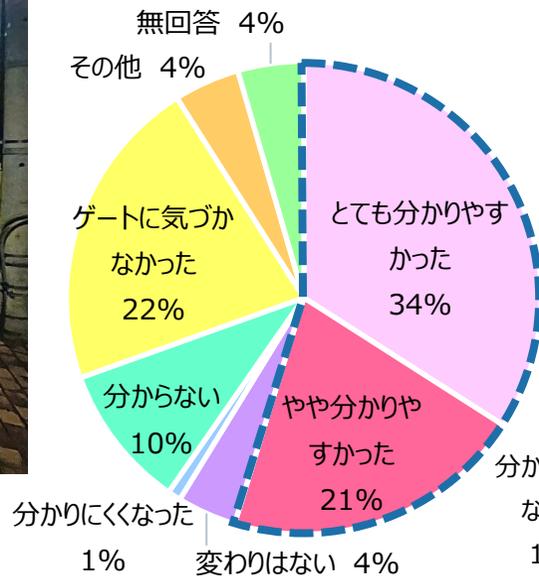
■ アクセス改善試行実施の評価（案内ゲート）

- ▶ 案内ゲートに関して約6割の方が分かりやすかったと回答した。そのうち案内ゲートを通るルートを選択した来場者については約7割の方が分かりやすかったと回答した。
- ▶ 案内ゲートの継続設置については約9割の方が継続して設置した方が良いと回答した。
- ▶ 一方で約2割の方が案内ゲートについて気づかなかったと回答した。

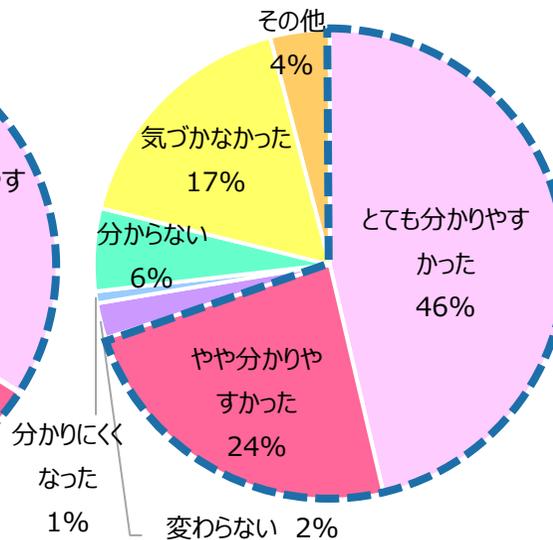


案内ゲート設置の様子

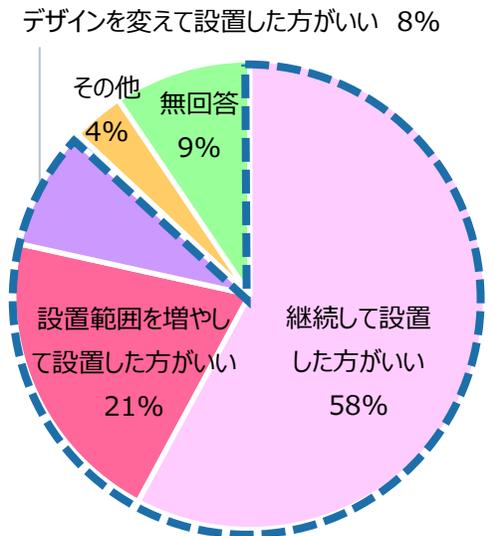
案内ゲートの設置効果
(全体)



案内ゲートの設置効果
(案内ゲートからの来場者)



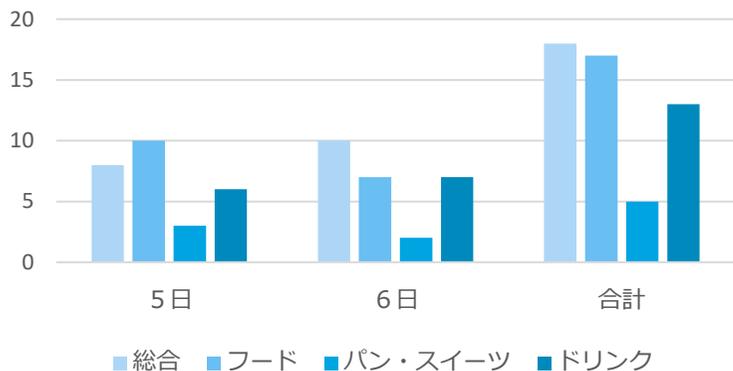
案内ゲートの継続設置



仮設店舗出店者の評価

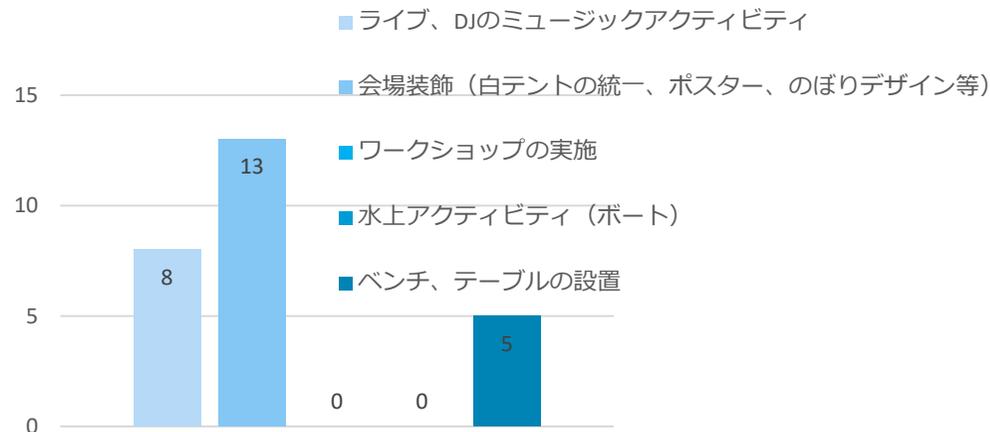
■ 仮設店舗出店数等

- 飲食を中心に各日28～30店舗が出店した。
- フード・ドリンクを取り扱う店が多く出店した。

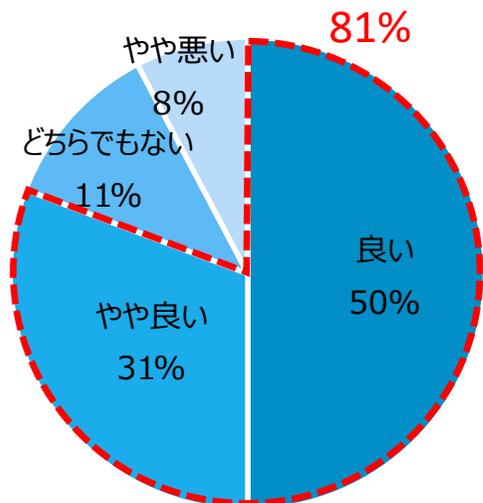


■ 評価する環境整備・コンテンツ

- 会場装飾の評価が高かった。

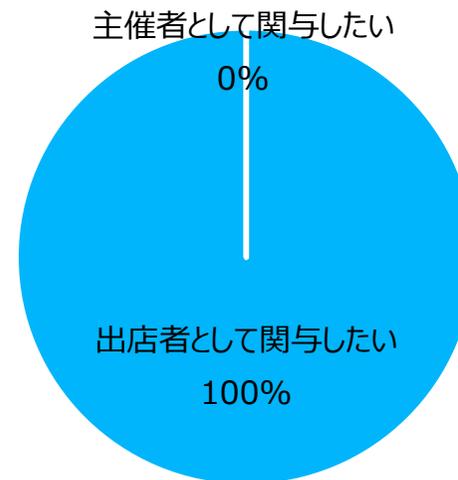


■ 市場性について



- 約8割の出店者が市場性が良いと回答。
- 特に海辺のロケーションを評価する意見が多かった。

■ 来年度以降の参加意向



- 来年度以降の参加意向は回答者の全ての方が出店者として関わりたいという回答であった。

社会実験 総括

■ エリアの可能性の見える化・魅力発信

- 今年は2日間とも天候に恵まれ、各日とも来場者が2,500人を超え全体で約6,000人の来場があった。
- 昨年度と同様に堺旧港へ初めて来訪された方や社会実験に初めて参加される方の割合も多かったが、堺旧港に対するイメージも高い割合でプラスに転じ、9割以上の方がまた訪れたいと回答した。また、来訪歴のある方の約5割が過去の社会実験に来たことがあると回答しており、堺旧港の魅力・可能性の発信、堺旧港への再訪につながったと考える。



■ アクセス改善試行実施について

- 堺旧港アクセスルートへの案内ゲートの設置については、堺駅から堺旧港への案内誘導に一定の効果が見られたと考える。
- 継続設置を求める意見や堺駅から堺旧港の案内誘導の改善を求める意見が多く、引き続き効果的なアクセス改善を行う必要がある。



■ 民間の事業実現可能性

- 仮設店舗出店者の評価は約8割の方が市場性が高いという結果であり、約9割の方が来年度以降も出店したいと回答があるなど、当エリアの民間による事業実現可能性については高い評価が得られた。
- 今後、護岸後背地を活用した恒常的な店舗の市場性についても「良い」という意見が多くみられた。
- 民間活力、より多くの利用者と呼び込む必要があり、継続した取組みを通じて、エリアの魅力を発信し続ける。

■ 今後の活性化・機能導入に向けて

- 出店店舗等の魅力的なコンテンツや統一的な空間を評価する意見が多く、今後これらの意見を参考に、堺旧港の賑わい・交流空間の創出、活性化の取組を進める。
- 今後も継続的に実施し、堺旧港のエリアの価値・認知度の向上、さらには持続的な活性化として地域や民間の参画・主体による取組へと広げる。
- 期間中は大阪港湾局が社会実験として設置した仮設栈橋を利用して民間事業者によるツアーが実施されていた。今後も、海上交通の取組との連携を強化しエリア全体の活性化に向けた取組を進める。



堺旧港周辺の将来イメージ（堺都心未来創造ビジョン）