

乙姫の 休日。

in 堺旧港 2025

Otohime's Holiday festival in old Sakai port 2025

結果報告 (春開催分)

建築都市局 都市整備部 都心未来創造課

実施概要

- 【目的】
 - ・市外からの来訪者、滞在者の増加が見込める期間中に実施し、堺旧港の認知度・印象を向上。
 - ・海上交通利用者や宿泊施設利用者など夜間の滞在者の増加が考えられるため、夜間を含む交流空間創出を実験的に実施する。
 - ・市外来訪者の増加する期間中に堺旧港へのアクセスに関するアンケートを実施し、改善点を明確にする。
- 【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 ✓ ステージイベントの開催 ✓ 万博関連PRや堺市の魅力発信ブースを配置
- 【場所】
 - 堺旧港親水護岸（南海堺駅から約500m）※公共交通機関での来場を案内。（駐輪場あり）
- 【日時】
 - 令和7年5月9日（金）・10日（土） 午後3時から午後9時まで

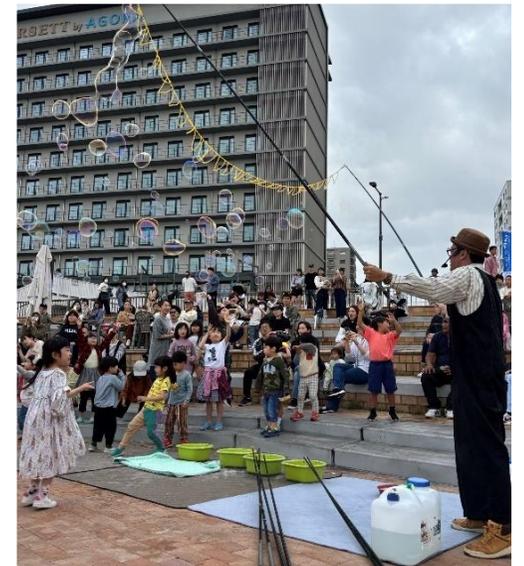


会場位置図



イベントチラシ

実施の様子

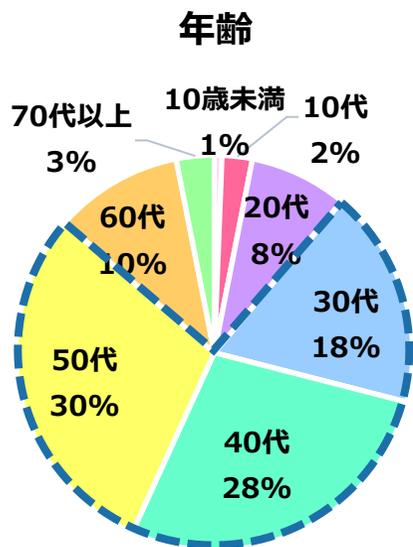


来場者数・属性

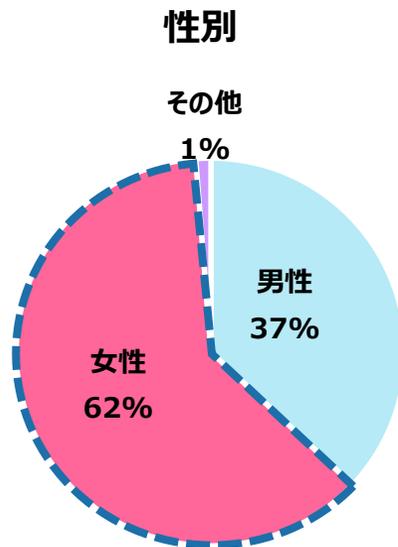
■ 来場者：2,598人 / アンケート回答数：162件 (2日間)

	来場者数 (人)	仮設店舗数
		飲食
R7.5.9 (土) 雨	347	16
R7.5.10 (日) 曇り	2,251	17
合計	2,598	33

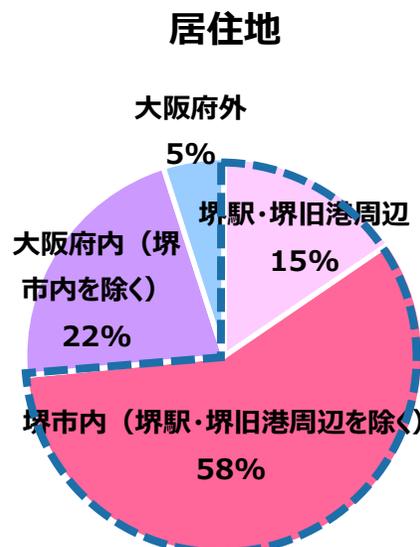
■ 来場者属性 (2日間)



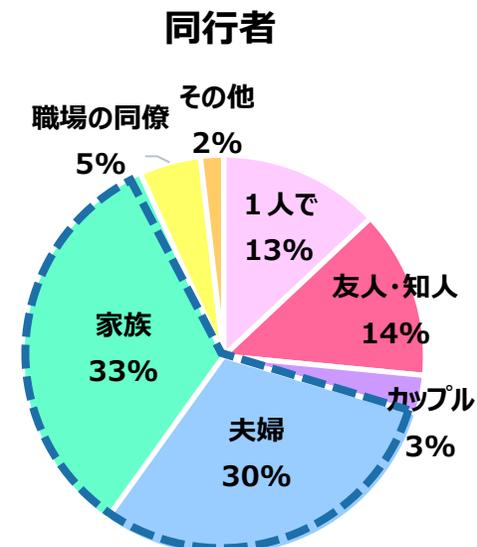
30代以上の方が多く来場



女性の割合が高い



堺駅・堺旧港周辺や堺市内が多い

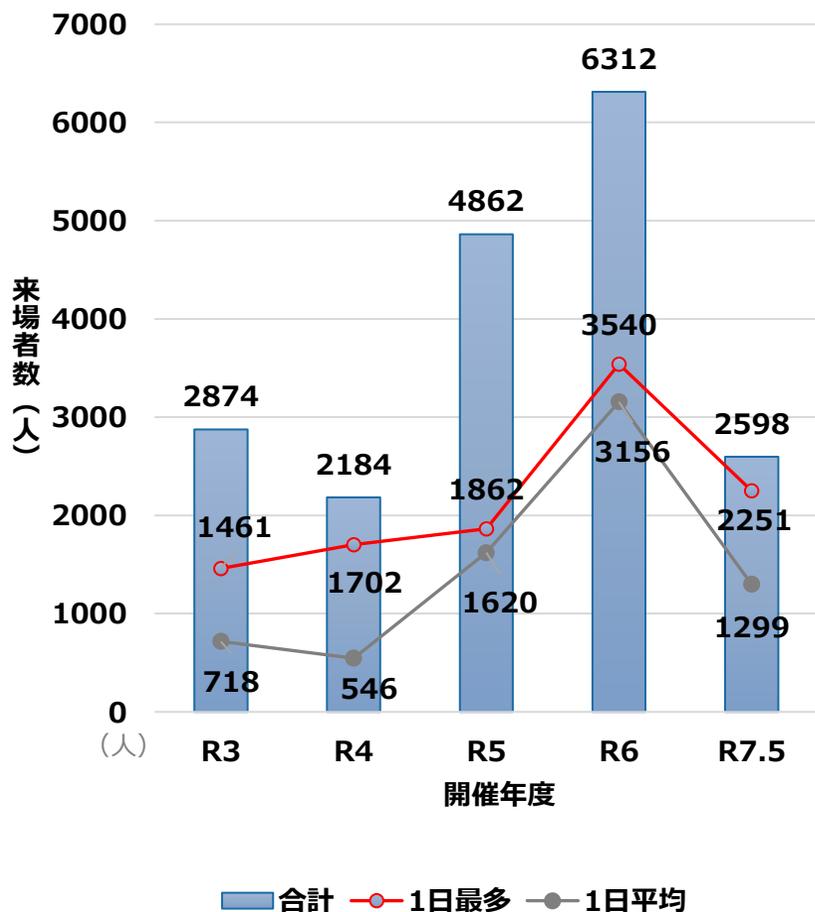


家族連れ・夫婦が多い

来場者数推移 (R3~R7)

来場者推移

▶ 1日あたり最多の来場者数は令和5年度よりも増えているが、雨による天候不良のため来場者数は昨年度より減少した。



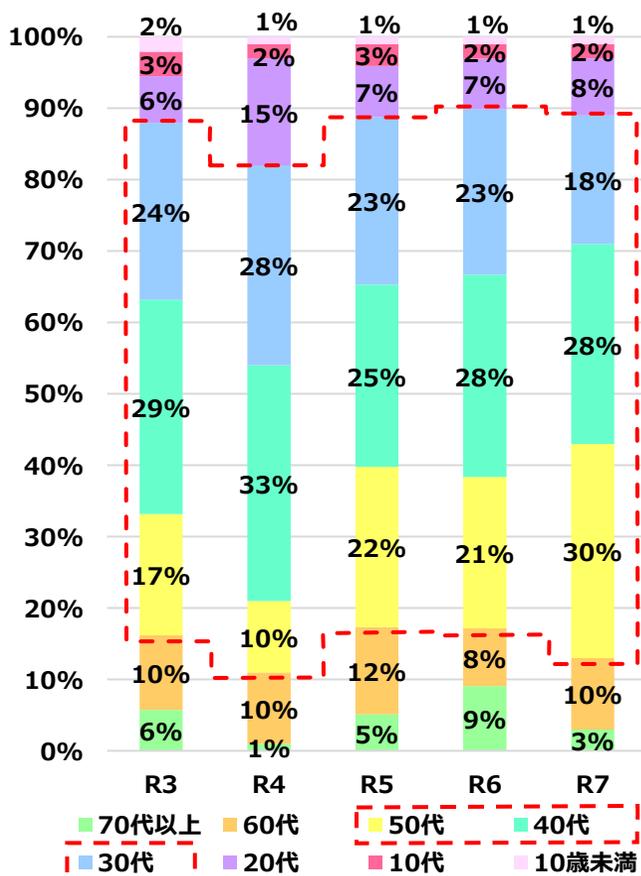
年度	開催日	天気	時間	来場者数 (人)
R3	R3.11.12 (金)	雨・曇	11:00~20:00	308
	R3.11.13 (土)	曇・晴		1,082
	R3.11.14 (日)	曇・晴		1,461
	R3.11.15 (月)	晴れ	8:00~15:00	23
R4	R4.11.11 (金)	晴れ	15:00~18:00	175
	R4.11.12 (土)	晴れ	11:00~18:00	1,702
	R4.11.13 (日)	雨	10:00~17:00	307
R5	R5.10.7 (土)	晴れ	11:00~18:00	1,862
	R5.10.8 (日)	雨		1,201
	R5.10.9 (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
R7	R7.5.9 (金)	雨	15:00~21:00	347
	R7.5.10 (土)	曇		2,251

その他の来場者属性推移 (R3~R7)

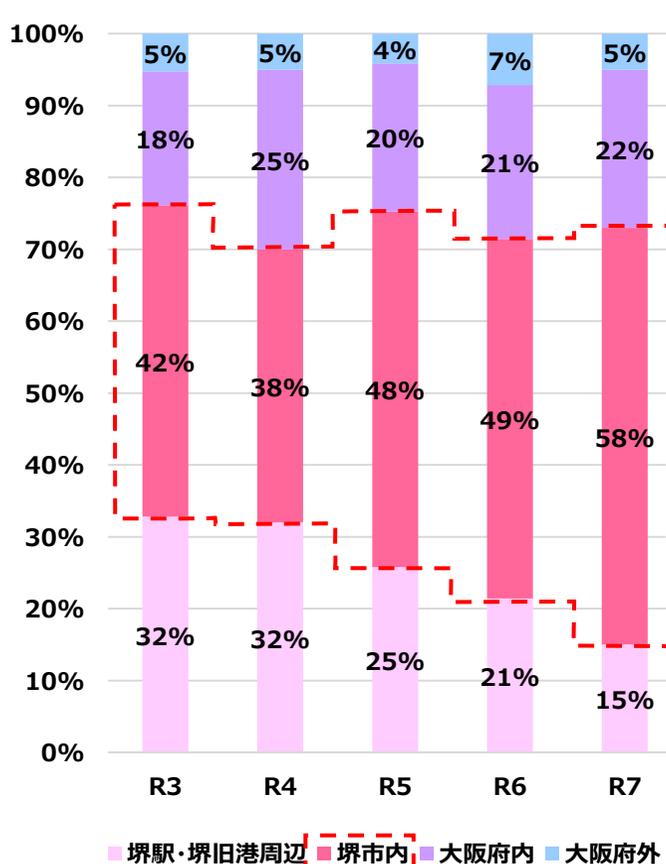
■ その他の来場者属性推移

- 年齢別構成比率は変わらず30代~50代の割合が高いが、50代の割合がこれまでで最も高い。
- 居住地別構成比率は堺市内の割合が年々上昇している。
- 同伴者別構成比率は家族・夫婦の割合が高いが、夫婦の割合がこれまでで最も高い。

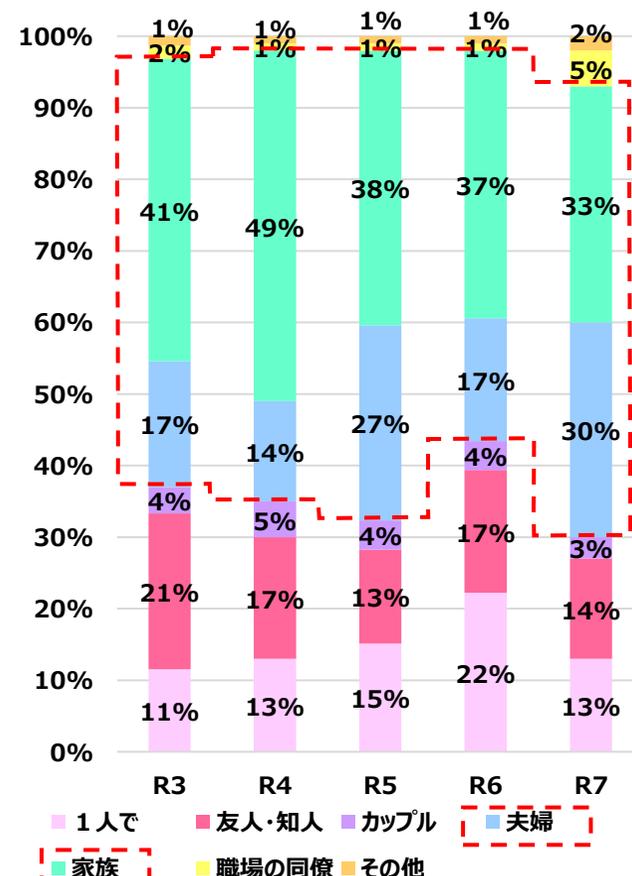
年齢別構成比率



居住地別構成比率

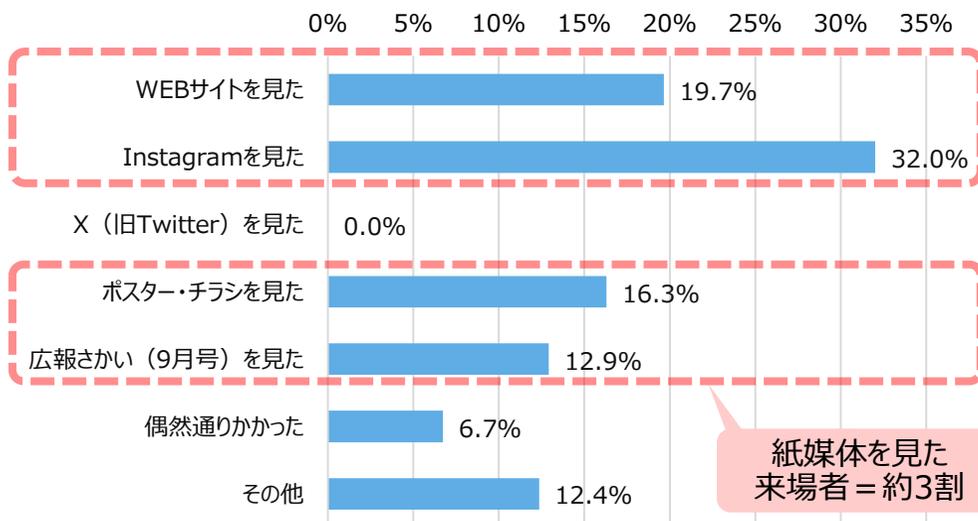


同伴者別構成比率



来場者の来訪契機・目的

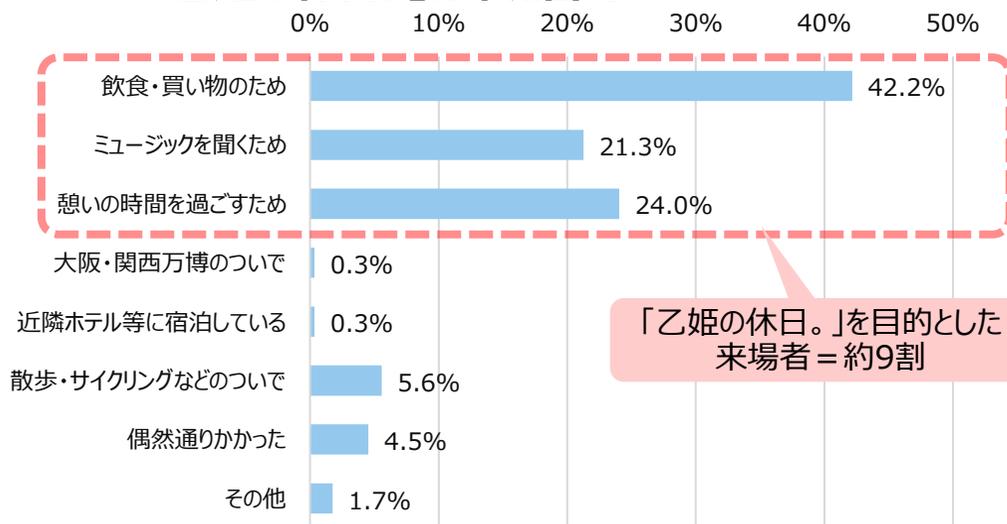
■「乙姫の休日。」を知ったきっかけ



電子媒体を見た
来場者 = 約5割

- 約5割の方がInstagramやWebサイト等の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」等が多数を占めた。

■「乙姫の休日。」に来た目的

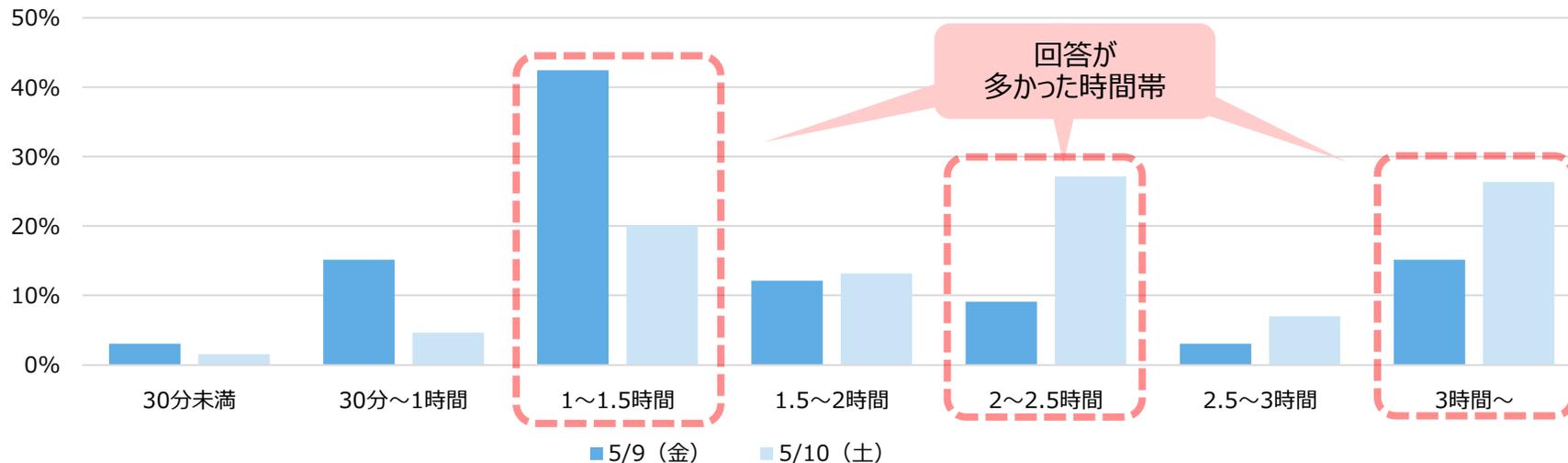


「乙姫の休日。」を目的とした
来場者 = 約9割

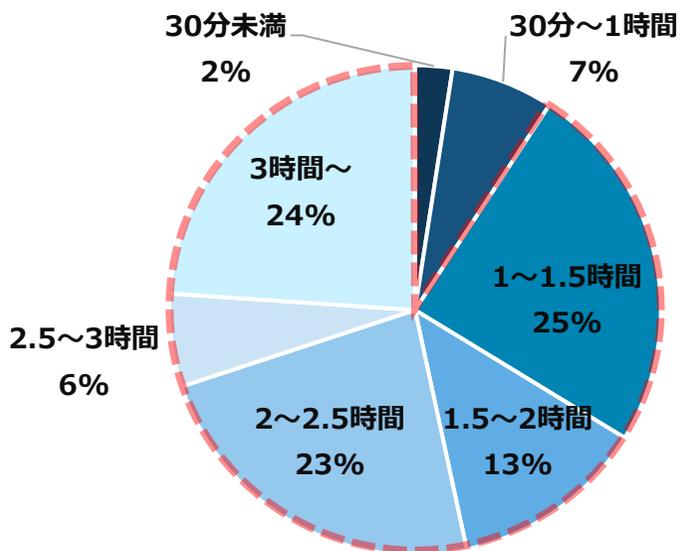
- 「飲食・買い物のため」と回答した方が最も多く、「憩いの時間を過ごすため」、「ミュージックを聞かため」の順に回答した方が多く、この3つの回答で約9割を占めた。
- ミュージックを聞かために来られた方が昨年度の約1割から増加し約2割であった。

来場者の滞在状況

■ 来場者の滞在状況（滞在時間）



滞在時間割合（全日）



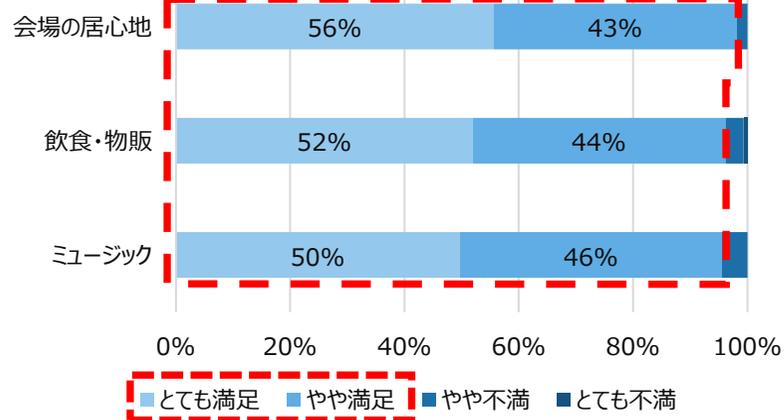
- 9日（金）は天気が悪く、滞在時間の分布は10日（土）のほうが長い傾向であった。
- 3時間以上滞在された方が各日とも一定数おられ全体を通じて約2割を占めた。
- 前回は1時間以下の方が約3割弱であったが、今回は1割弱となり、滞在時間が増加している。

来場者の印象等

■ 来場者の印象等（特に印象に残った点・心地よく感じた点）

- ▶ すべての項目において「とても満足」が一番多く、「やや満足」を含めた満足度は来場者の9割以上であった。
- ▶ 年代別では、20代・30代は「賑わいある雰囲気」、40代は「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又は夫婦で来られた方は「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。

【満足度】



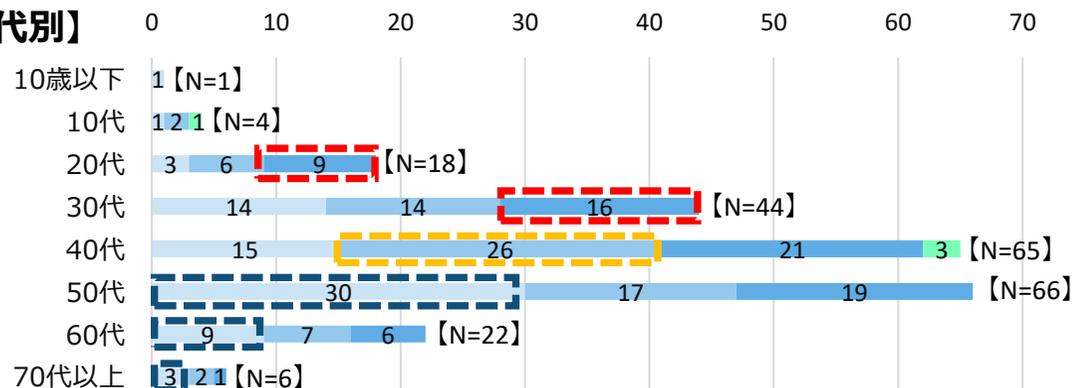
飲食・物販



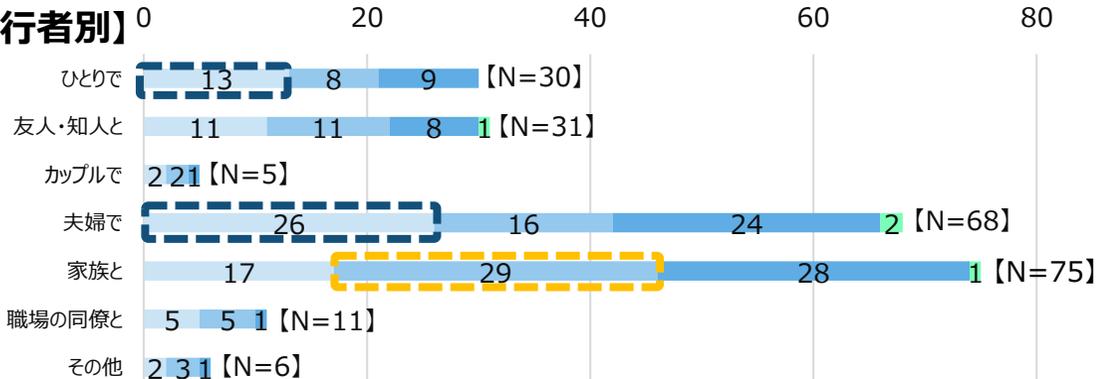
ミュージック



【年代別】



【同行者別】



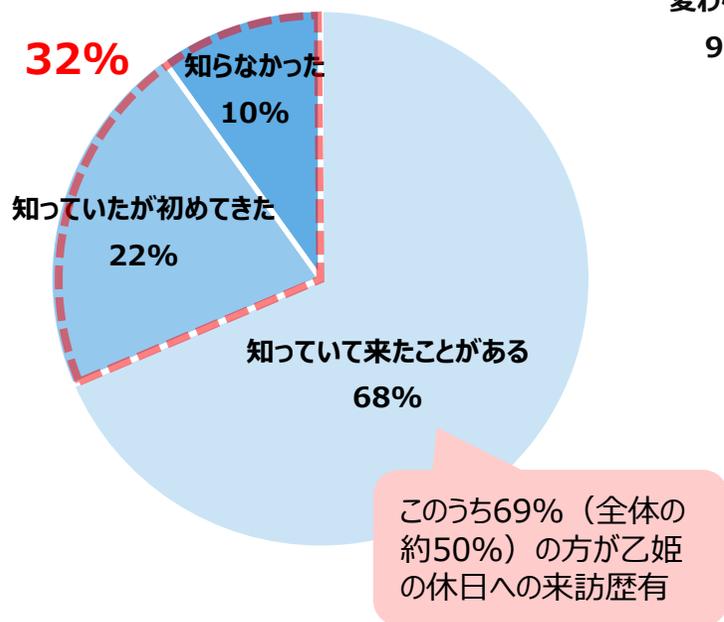
■「乙姫の休日」というテーマに沿った統一的な空間の演出 ■ 出店店舗の魅力的な商品 ■ 賑わいのある雰囲気 ■ その他

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

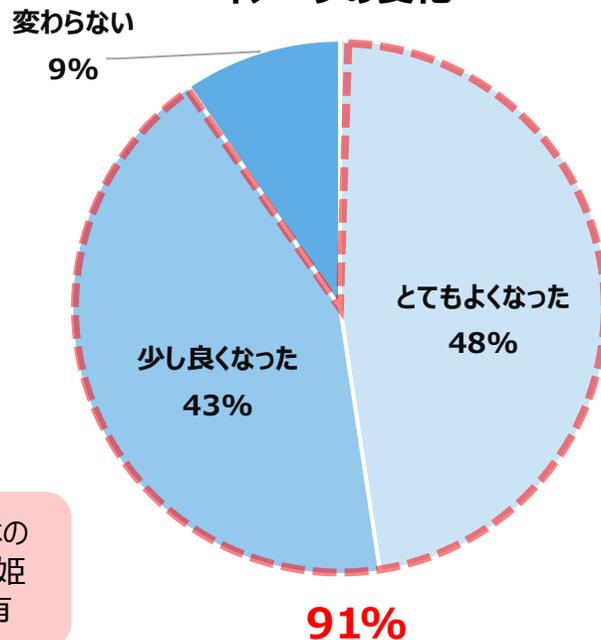
- ▶ 堺旧港にはじめて来られた方が約3割を占め、堺旧港へのプラスイメージ及び再来意向の割合が9割以上となった。
- ▶ 約7割の方が堺旧港への来訪歴があり、そのうち約7割（全体の約5割）の方は「乙姫の休日。」への来場歴があった。

堺旧港の認知度



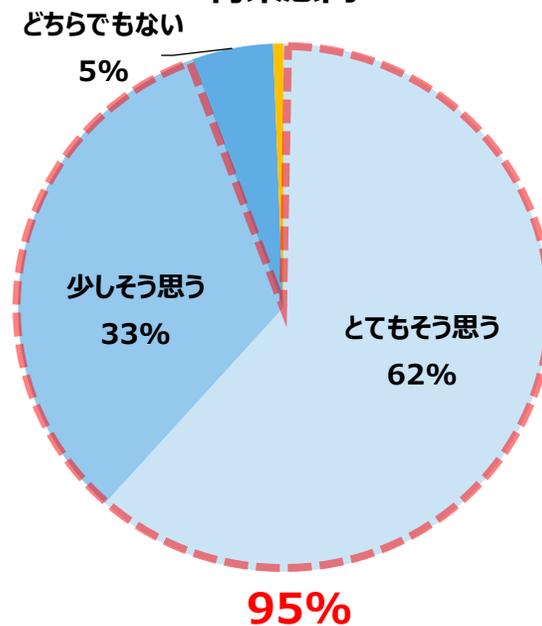
(参考)
 令和3年度：34%
 令和4年度：29%
 令和5年度：43%
 令和6年度：32%

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%
 令和6年度：87%

再来意向

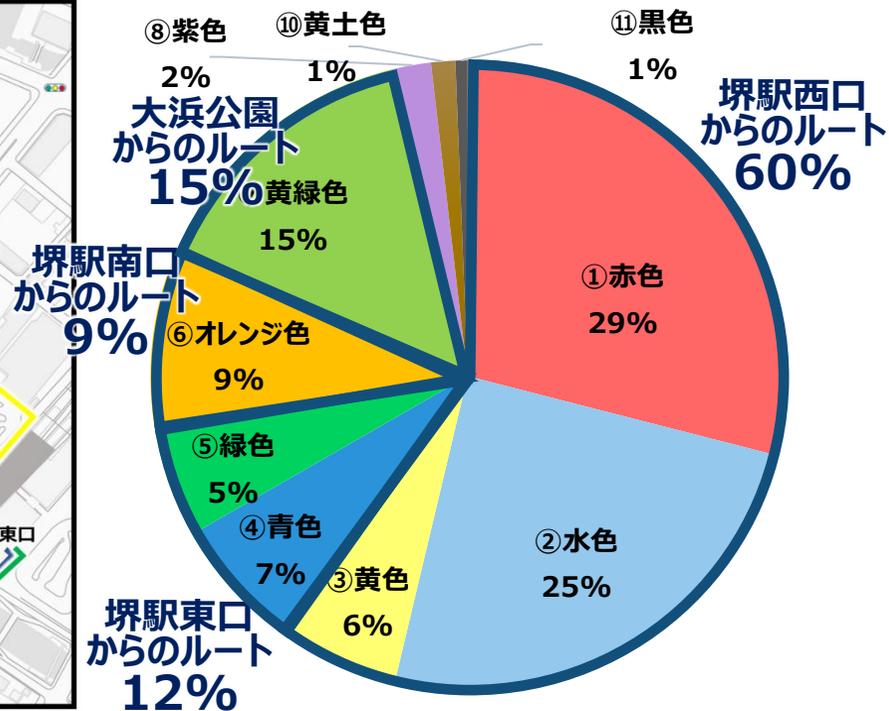
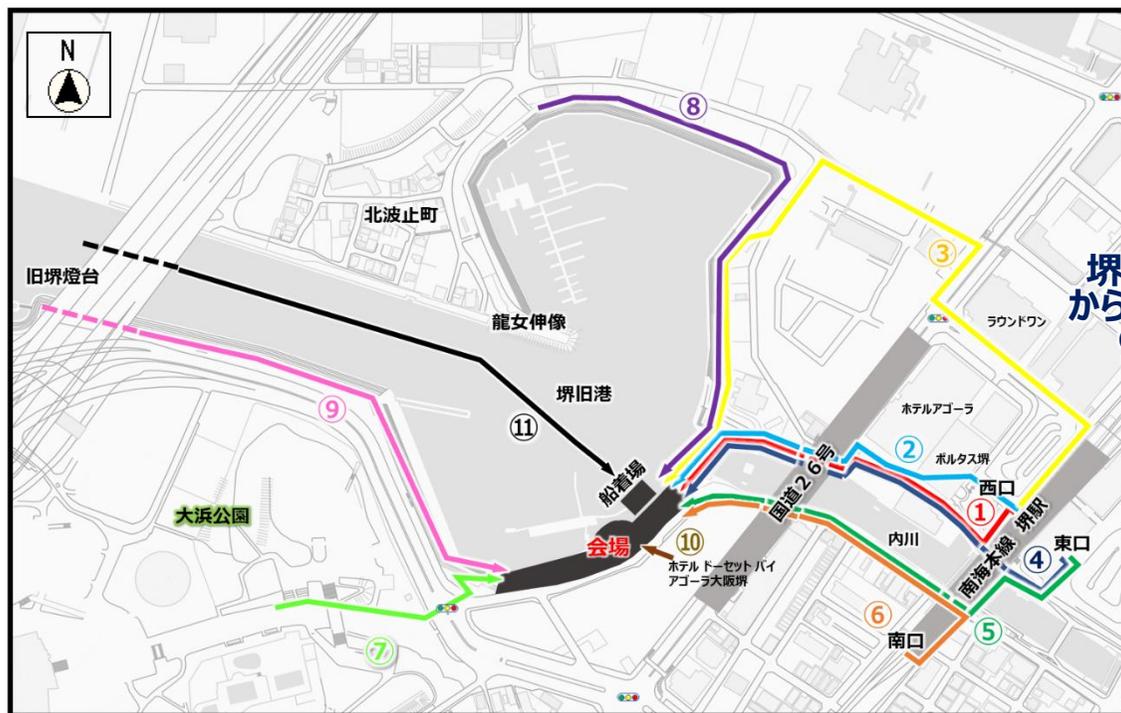


(参考)
 令和3年度：91%
 令和4年度：90%
 令和5年度：95%
 令和6年度：95%

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昨年と同様に最も多かった。
- ▶ 堺駅西口からの来訪ルートが約半数以上を占める。続いて大浜公園方面からのルートが多かった。
- ▶ 堺駅東口・南口からの来訪ルートは昨年と同様の割合であった。

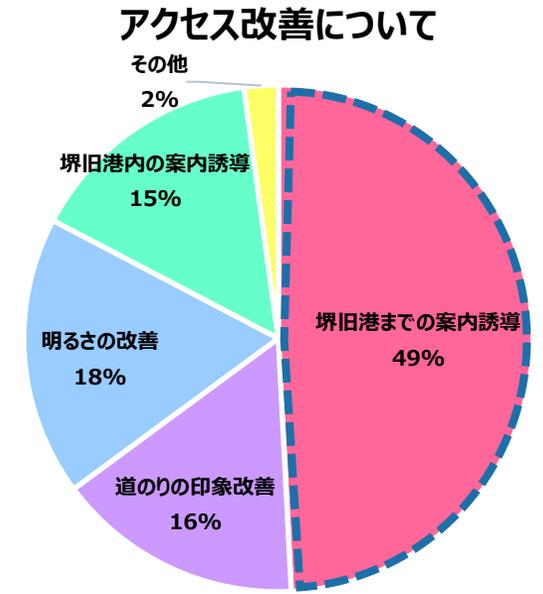
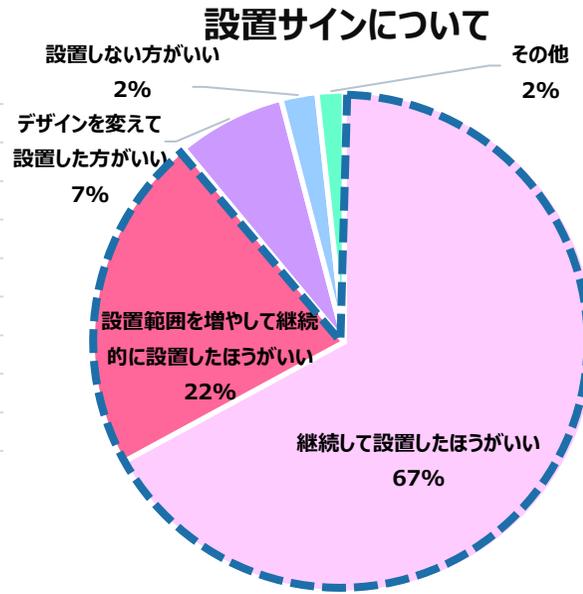
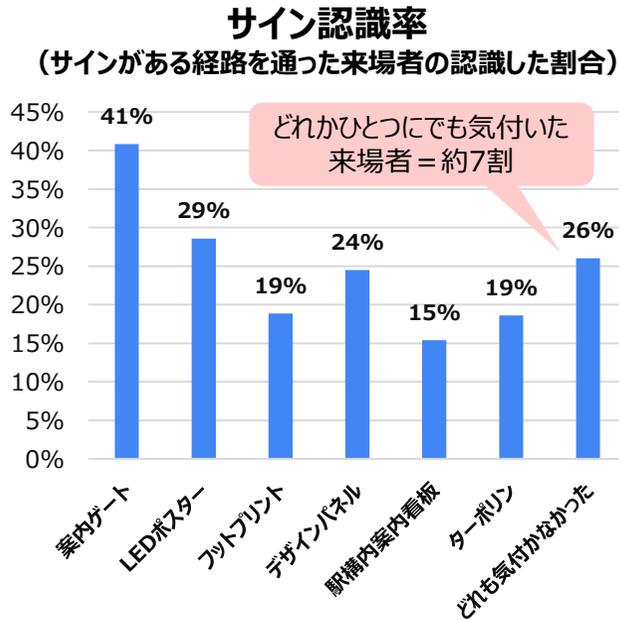


- ①(赤色)堺駅西口→堅川北岸道路→会場
- ②(水色)堺駅西口→アゴーラリーゼンシー堺内→会場
- ③(黄色)堺駅西口→ポルタス堺→国道26号→会場
- ④(青色)堺駅東口→堅川北岸道路→会場
- ⑤(緑色)堺駅東口→堅川南岸道路→会場
- ⑥(オレンジ)堺駅南口→堅川南岸道路→会場
- ⑦(黄緑)大浜公園方面→会場
- ⑧(紫色)北波止町方面→会場
- ⑨(うす紫)旧堺燈台方面→会場
- ⑩(黄土色)ホテルドーセットアゴーラ大阪堺→会場
- ⑪(黒色)夢洲→会場

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

- ▶サインを設置したルート利用者のうち、約7割の方はいずれかの案内サインに気づいたと回答しており、視認性の高い案内ゲートが約4割と最も高い。
- ▶案内サイン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。
- ▶アクセス改善において5割の方が堺旧港への案内誘導について改善を進めるべきと回答した。



案内ゲート



LEDポスター



フットプリント



デザインパネル



駅構内案内看板

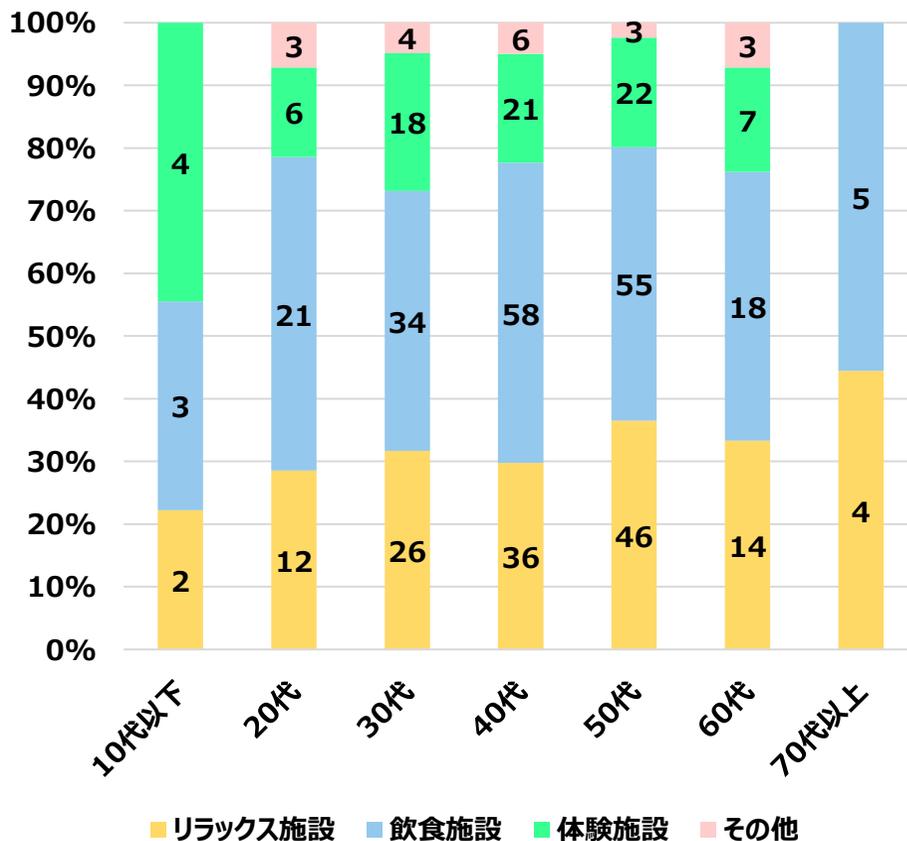
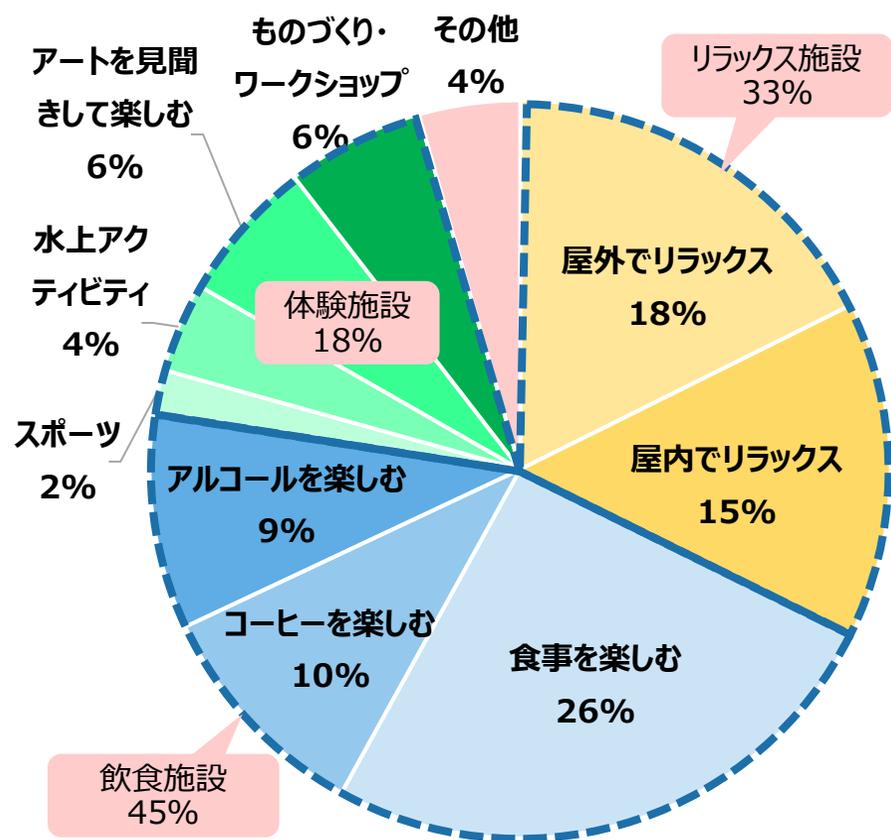


ターポリン

堺旧港エリアにおけるニーズ

■ 堺旧港エリアにおけるニーズ（イベント来場者が堺旧港エリアに求める施設像）

- ▶ 飲食施設・リラックス施設・体験施設の順で回答数が多かった。
- ▶ 飲食施設は全世代で一定の需要が見られた。若年層では体験施設、中高年層ではリラックス施設の割合が高かった。
- ▶ 屋内と屋外、カフェ等のお昼メインの利用とお酒等の夜メインの利用、双方について同等の需要の回答が見られた。



仮設店舗出店者の評価

■ 仮設店舗出店者の評価

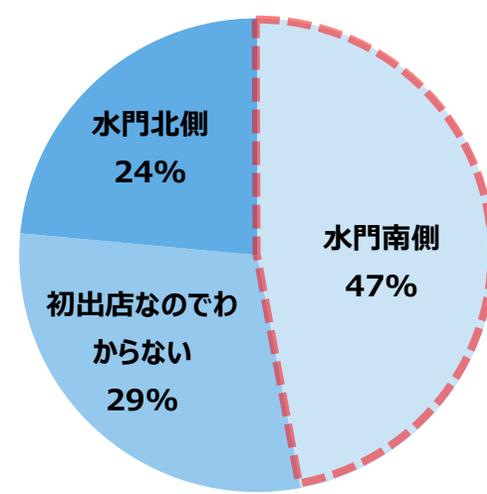
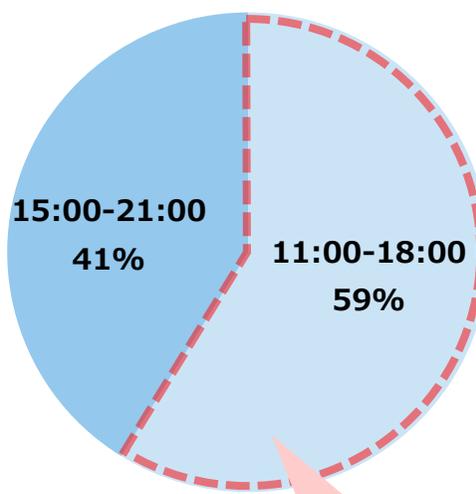
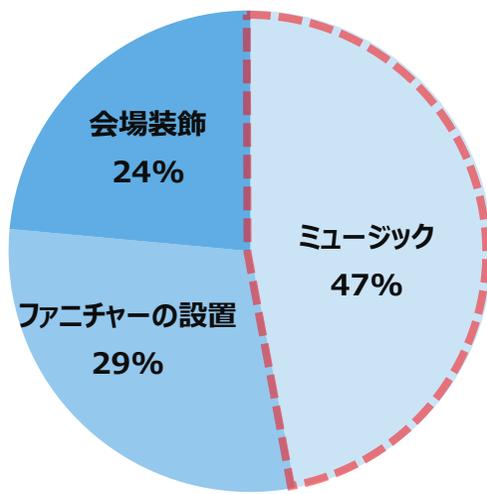
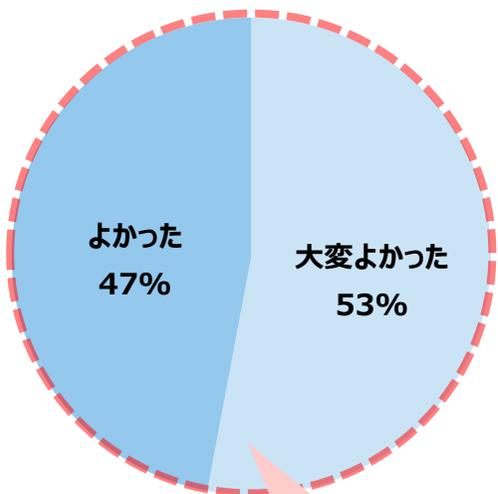
- 出店満足度は「大変よかった」「よかった」との回答であり、回答すべてが高評価であった。
- 評価する取組の内容は「ミュージック」の回答が約5割を占めた。
- 開催希望時間は「11:00-18:00」が約6割を占めた。
- 開催希望場所は「水門南側」が約5割を占めた。

出店満足度

評価する取組の内容

開催希望時間

開催希望場所



出店満足度は回答すべてが高評価

日中の時間を希望する回答が約6割

総括

■まとめ・今後の取組の方針

- 初日は天候に恵まれなかったが、2日目は来場者が2,000人を超え、昨年度には及ばなかったものの一定の来場者があった。
- 全体の約5割の方が過去の「乙姫の休日。」に来たことがあり、堺旧港への来訪及び認知度向上につながっている。
- 開催時間を15時～21時までの夜の時間帯に変更したことにより、年齢別構成や同伴者構成が変化した。より多くの方が来訪できるように、これまでの傾向を踏まえ開催時間や開催内容を検討する必要がある。
- 開催を重ねるごとに市内在住者の来場者が増加傾向にあるため、市内での認知度向上につながっている。Instagram等の広報効果の高いSNSで、より積極的に堺旧港の魅力を含めた発信を行い、市内在住者に加え市外からの来訪者獲得にも取り組む必要がある。



当日の様子

■アクセス改善試行実施について

- サイン設置ルート利用者の74%の方は案内サインを認識していることがわかり、案内誘導の役割を一定果たしていると考えられる。特に目線の高さにあるサインが最も認識の割合が高く効果的であった。
- 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も多く、引き続き効果的なアクセス改善を行う必要がある。



案内ゲート

■エリアの可能性の見える化・今後の活性化に向けて

- 堺旧港エリアの活用として、飲食施設の需要が高く、屋内外、昼夜問わず同等の需要が見受けられた。また後背地の屋内施設と護岸等の屋外を一体的に活用し、時間帯に関わらず、交流空間を創出することが求められていると考える。
- 当日は堺旧港から万博会場への海上交通が運航されていた。今後も、海上交通の取組と連携し、堺旧港エリアの価値・認知度の向上に取り組む。