

# 令和3年度 堺旧港社会実験 結果報告

建築都市局 都市再生部 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@堺旧港2021-

- 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



出典：キッチンカーズジャパン



人工芝設置イメージ

#### 楽しい回遊体験

- ・立ち乗りタイプの次世代モビリティ乗車体験（親水護岸上を走行）
- ・水上アクティビティ（丸形サップボートなど）による水上での回遊体験



立ち乗りタイプの次世代モビリティ

出典：トヨタコロラ南海株式会社



丸形サップボート・水上自転車イメージ

出典：一般社団法人日本シヤップ協会

## 【実施日時】

令和3年11月12日（金）～15日（月）

※12日（金）～14日（日）午前11時～午後8時 / 15日（月）午前8時～午後3時

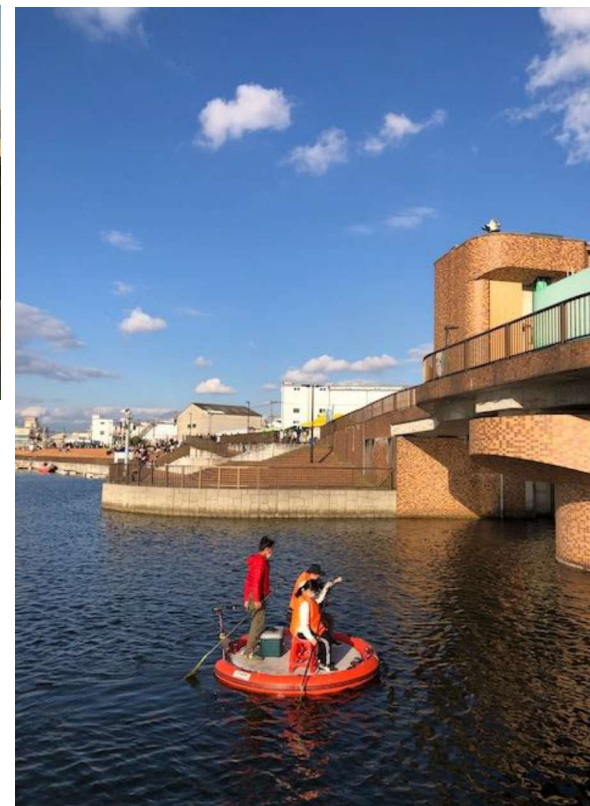
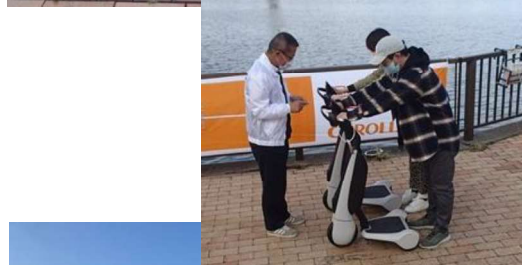
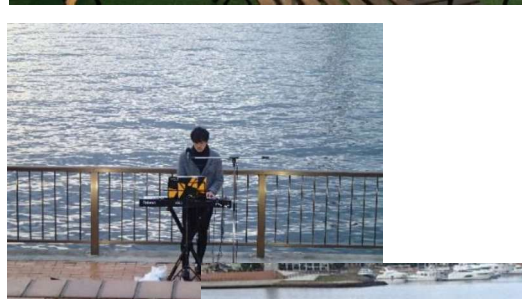
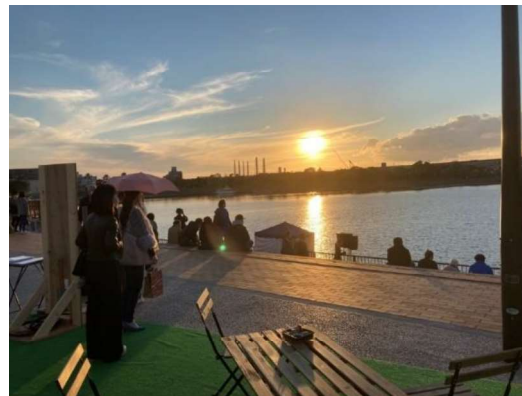
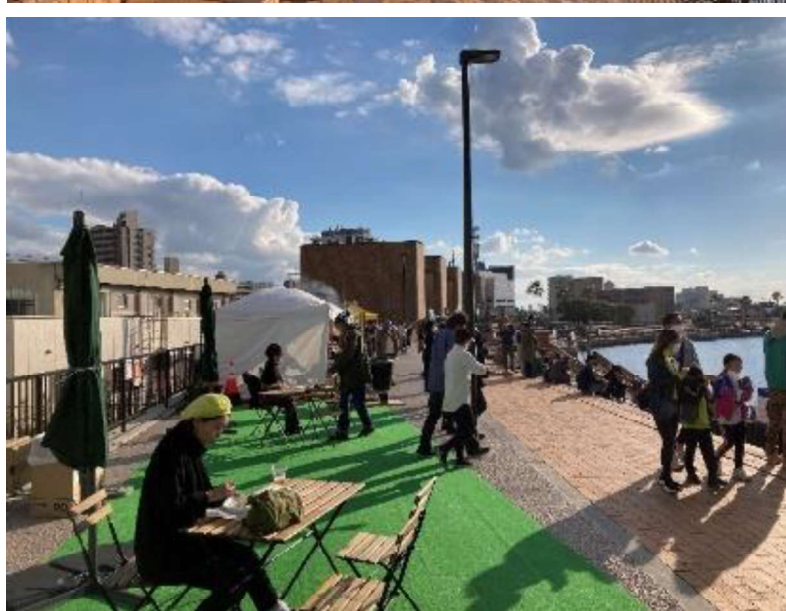
※飲食等の仮設店舗の出店は12日（金）～14日（日）

※回遊体験は13日（土）のみ

## 【効果検証】

来訪者へのアンケート調査や人流データの解析等を行い、社会実験の効果を検証

# 社会実験の状況



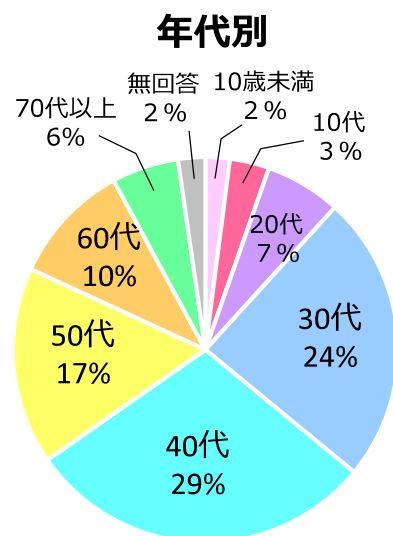


# 来場者数・属性

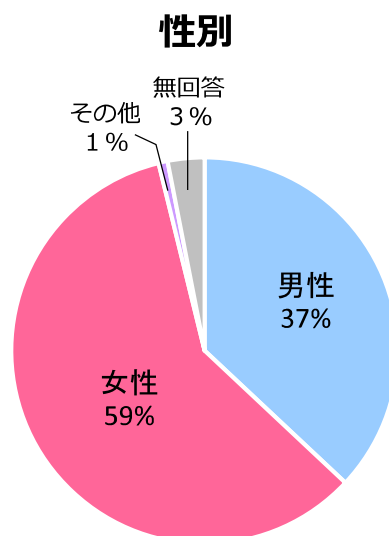
■ 来場者：約3000人 / アンケート回答数：約400件（4日間）

	来場者数（人）	備考
R3.11.12（金） 雨のち曇り	308	-
R3.11.13（土） 曇り時々晴	1,082	SUP体験、モビリティ体験実施
R3.11.14（日） 曇り時々晴	1,461	舟運社会実験同時開催（関係者のみ）
R3.11.15（月） 晴	23	店舗設置なし
合計	2,874	-

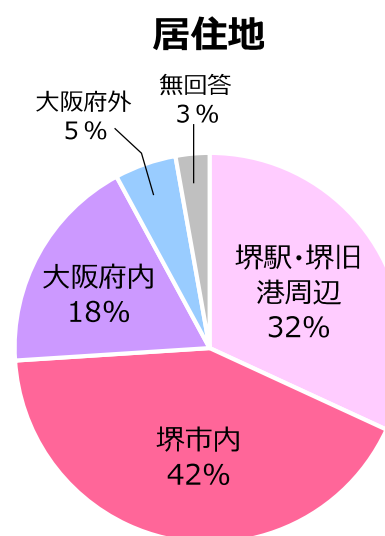
## ■ 来場者属性（4日間）



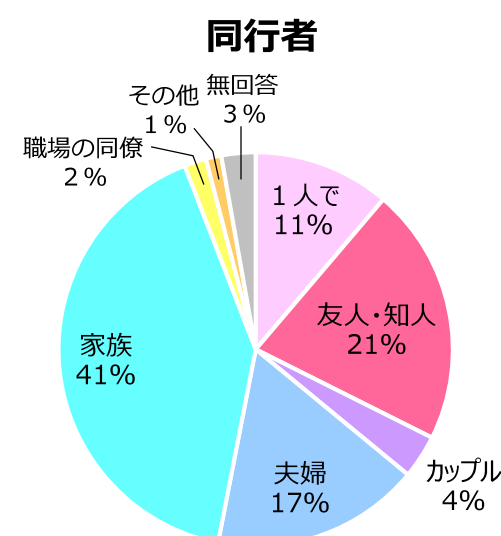
幅広い年齢層の方が来場



女性の割合が高い



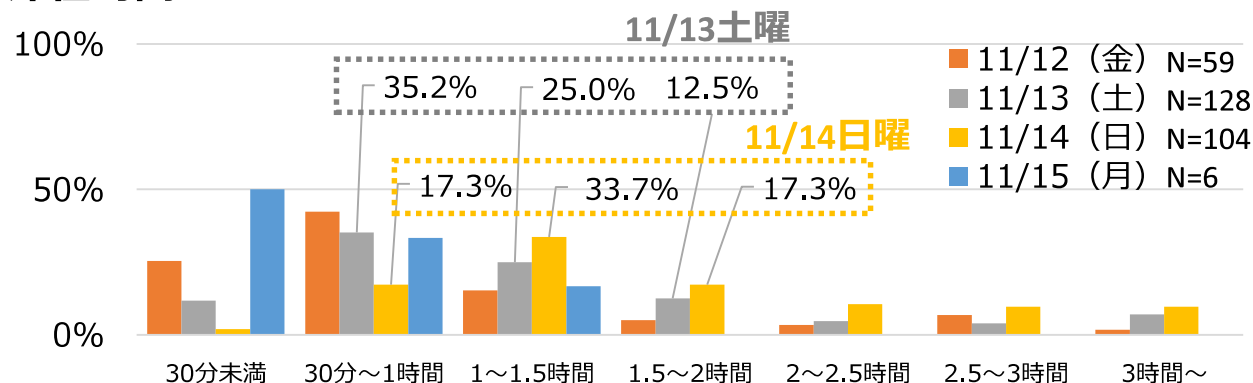
堺駅・堺旧港周辺や堺市内が多い



家族連れが最も多い

# 来場者の満足度・評価

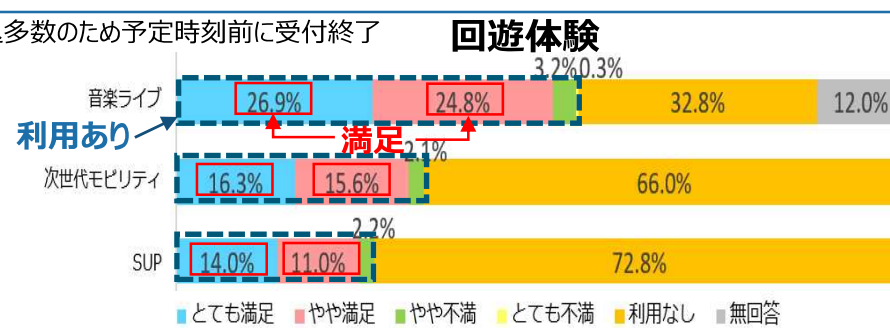
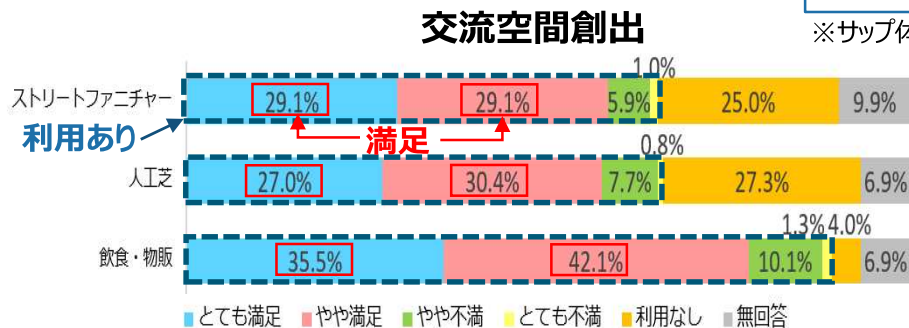
## ■ 滞在時間



➢ 滞在時間は30分～1時間の割合が最も多い。続いて1～1.5時間  
 ➢ 土曜日（回遊体験や大道筋社会実験を実施）より、日曜日の方が滞在時間が長い傾向。

## ■ 交流空間の創出等に対する評価 （利用の有無・満足度）

➢ 飲食等の利用が最も高く、回答者のほとんどが利用。（約9割）  
 ➢ 交流空間の利用率、満足度（利用者の約9割）はともに高い。  
 ➢ 回遊体験の利用率は高くないものの、満足度（利用者の約9割）は高い。



ストリートファニチャー・人工芝



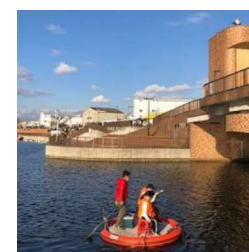
飲食・物販



音楽ライブ



次世代モビリティ

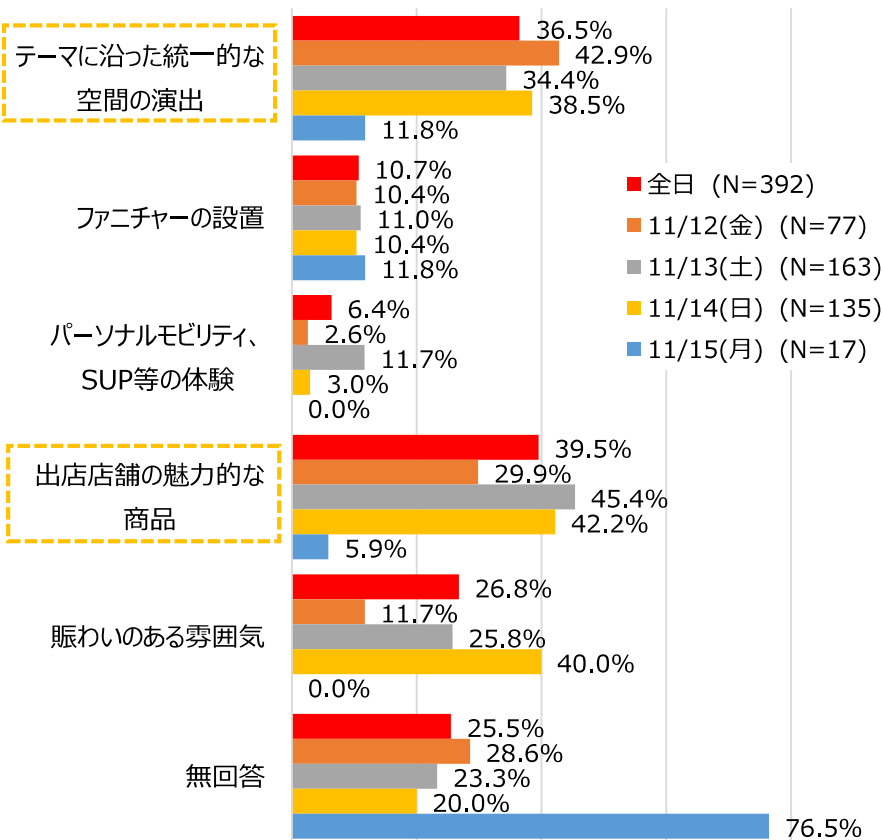


丸形サップ

# 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、“出店店舗の魅力的な商品”が最も回答が多い。
- ▶ 続いて“テーマに沿った統一的な空間演出”になり、店舗・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。



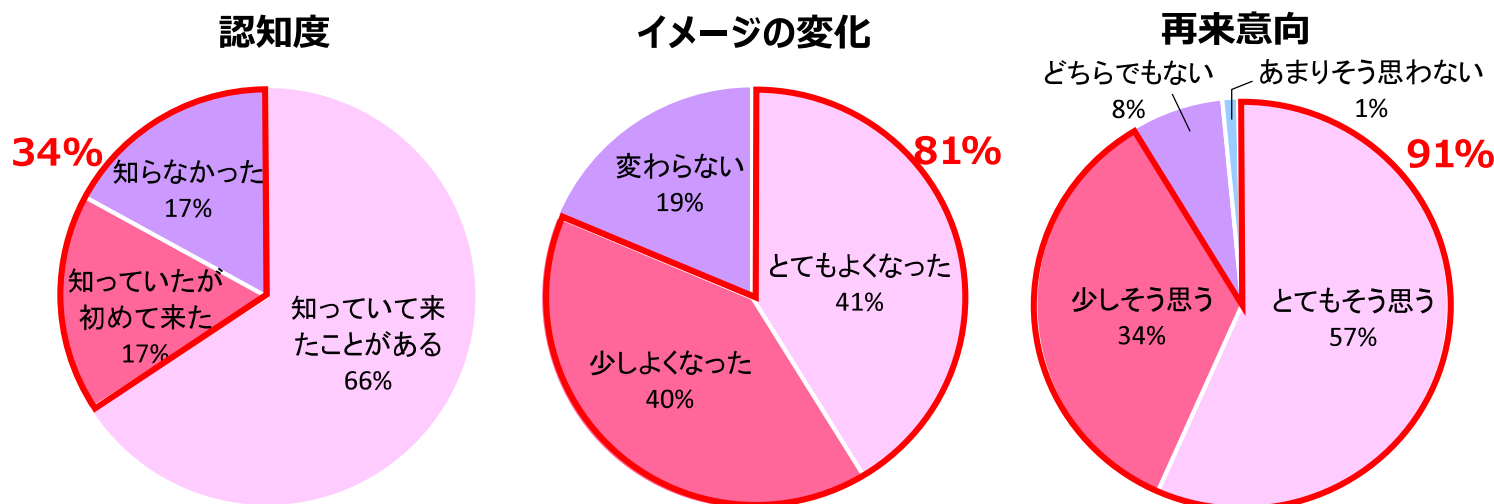
## (自由記述での意見)

- ▶ 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、出店店舗の数の多さや広報の充実等を望む意見があった。

ポジティブ	景観・ヨットハーバーがキレイ	9票
	のんびり感がほどよい	7票
	場に調和した音楽がいい	6票
	海、海風が気持ちいい	5票
	インスタの告知がかわいい	4票
	野外イベントが良かった	3票
	人のふれあい	2票
	海のゴミ回収関連に興味	2票
	天気がいい	2票
	海風ヨガが気持ちいい	2票
ネガティブ	会場の広く開放的	1票
	パーソナルモビリティやSUPなどの体験会がよかった	1票
	総合的にステキ	1票
	出店店舗	もっと出店者がたくさんあればよし 出店店舗数を増やしてほしい 飲食・物販がもう少し多く出てほしかった もっと出店数が増えれば良いと思いました
	告知	宣伝が足りないと思います。 豊中まではイベントの事が聞こえてきませんでした
	体験会	モビリティは高齢で手が出せません
	音楽	ちょっと音楽の音が大いかな。ジャズ、スカ、ソウルは夜っほいからもうちょっと軽めのを朝にかけてほしい
	ゴミ関連	海洋プラスチックゴミについて知りたかったが説明する人を配置するなどアピールしてほしい
	会場関連	トイレが遠い

# 堺旧港の認知度・イメージ変化等

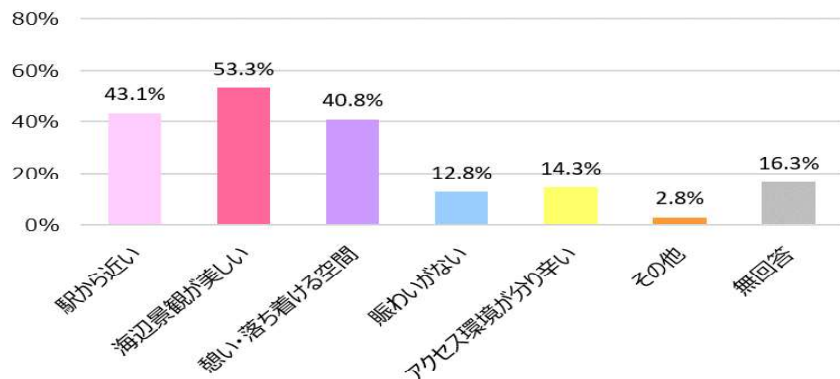
## ■ 堺旧港の認知度、イメージ変化等



- 堺旧港を知らなかった方の来場が34%。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
- また、9割を超える方が堺旧港をまた訪れたいと回答。

## ■ 堺旧港の印象

➤ “海辺景観が美しいが最も多い。続いて“駅から近い” “憩い・落ち着ける空間”との回答割合が多い。



## ■ 来訪意欲を高めるための改善点（自由記述）

➤ “カフェなど賑わいのある空間” “色々なイベント” “アクセスの改善” “家族で楽しめる場所”などを望む意見があった。

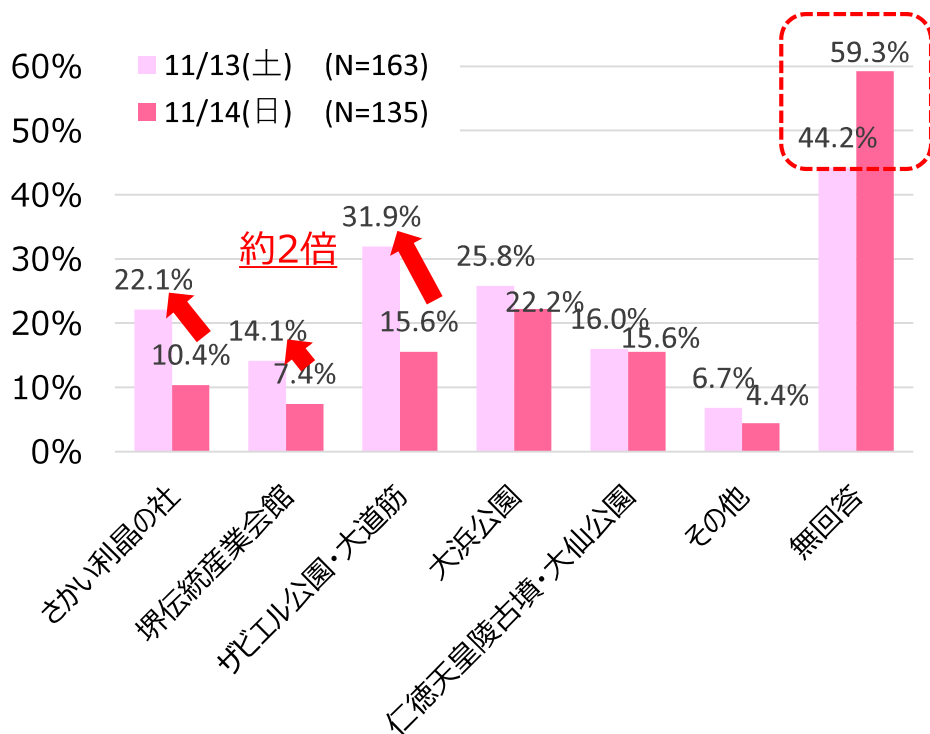
- カフェや店舗が増えてほしい
- 色々なイベントの実施
- アクセスが良くて賑わいのある場所
- 子供が過ごしやすい、家族で楽しめる場所
- 夜の暗い雰囲気改善
- おしゃれな店、常設の店舗
- アクティビティが楽しめる場所
- イスやテーブル、遊具等の設置
- ゴミがなく、水質の良い環境 など

# 周遊状況・アクセス改善

## ■ 他エリアとの周遊状況

(堺市内の別の場所へ行った・行く予定)

- ▶ さかい利晶の杜などへ行った・行く予定と回答された方の割合が、大道筋社会実験が実施されていた土曜日と開催されていなかった日曜日との比較では、日曜より土曜の方が高かった。
- ▶ 他エリアでの取組との連携により周遊性が高まっていると考えられる。また、無回答も土曜の方が低く、土曜の方が周遊性が高い傾向にあると言える。
- ▶ 土・日曜日とも隣接する大浜公園との周遊が多い。

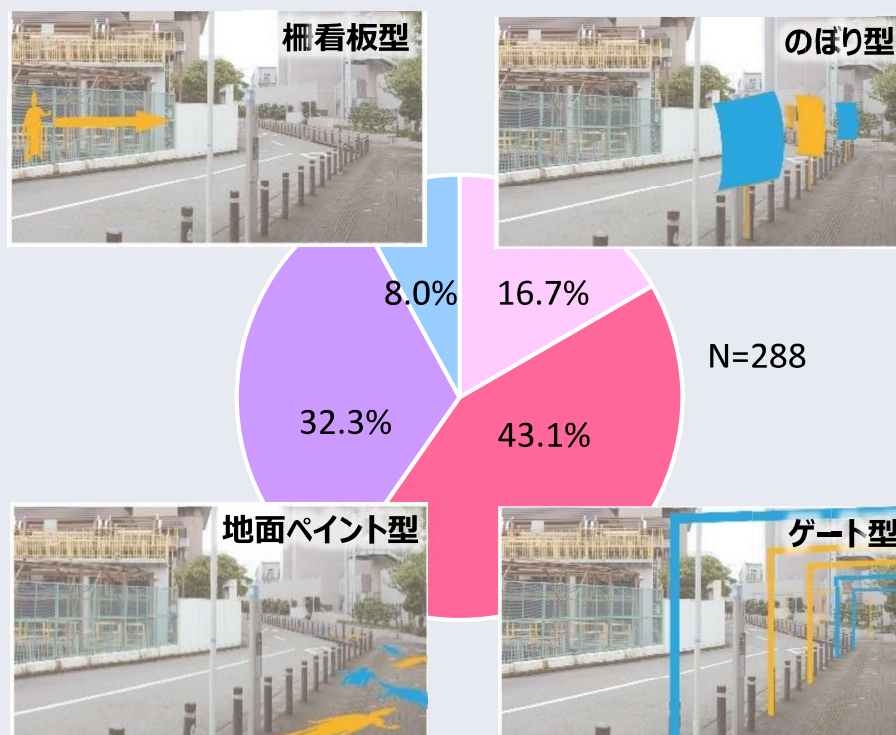


## ■ アクセス改善 (堺駅→堺旧港) について

(堺旧港に歩いて行きたくなる誘導デザイン例)

- ▶ 堺駅から堺旧港まで歩いて行きたくなる誘導デザインの例では、“ゲート型”の回答が最も高かった。続いて“地面ペイント型”が多く、これらで約8割を占める回答があった。

### 堺駅から堺旧港まで歩いて行きたくなる誘導デザイン例に関する質問



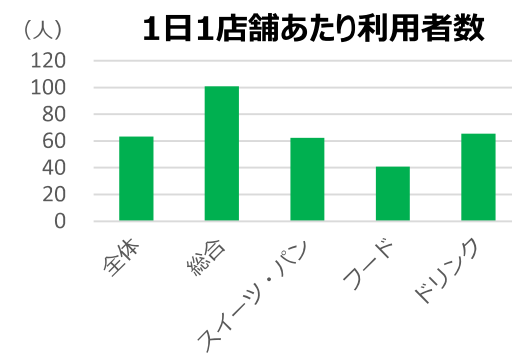
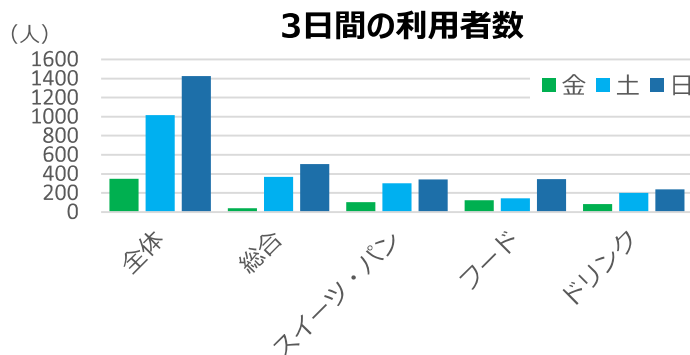


# 仮設店舗利用者数・出店者の評価

## ■ 店舗来客者等

店舗種別<注>	店舗数	利用者合計 (人)
総合	4	908
スイーツ・パン	8	748
フード	9	611
ドリンク	3	523
計	24	2,790

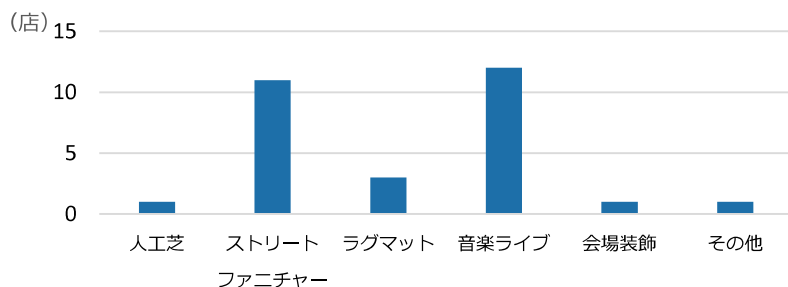
<注>  
 総合=以降の項目を2種類以上販売 / スイーツ・パン=スイーツ・パンのみを販売  
 フード=フード(スイーツ・パン除く)のみ販売 / ドリンク=ドリンクのみ販売



▶ 利用者数は全体で約2800人。いずれの店種も日曜の利用者が多い。  
 ▶ 3日間での1日・1店舗あたり利用者数が多いのは総合で、約100人  
 ▶ 限定メニューを販売した店舗、フード・ドリンクを併せて販売した店舗や、家族連れの来場者をターゲットとした店舗は特に売上が高かった。

▶ 滞留性を高めるため、音楽ライブを実施したが、来訪者と同様に出品者からも評価する意見が多かった。  
 ▶ ストリートファニチャーへの評価も高い。人工芝ゾーンを設けたことで、奥の店舗まで来場者が足を運びにくかったといった改善意見があった。

## ■ 出店者から見て評価できる実験施策



## ■ 必要なソフト・ハード対策について (仮設店舗運営上)



設置したパラソルが強風を受ける様子



夜間の堺旧港親水護岸の様子

### (自由記述での意見)

- ・ 強い海風に対する対策
- ・ ライトアップ・照明の強化
- ・ 会場までのアクセス誘導
- ・ 早い時期からのSNSによる告知
- ・ ストーブ・扇風機など、季節を問わず来場者が楽しめるための整備
- ・ 駐輪場・駐車場・トイレの設置 など

▶ 海風対策や夜間照明の強化、アクセス誘導等の意見があった。

# 社会実験 総評

## ■ エリアの可能性・価値の見える化・発信

- 海辺の交流空間の創出に対する評価は概ね高く、9割を超える方が堺旧港をまた訪れたいと回答。堺旧港に対するイメージ向上につながったと考えられる。
- また、魅力的な店舗及び交流空間の創出により相当程度の来場者数があったことから、エリアの魅力や可能性の見える化・発信につながった。
- 来訪意欲を高める改善点として、“カフェなど賑わいのある空間”、“色々なイベント”“アクセスの改善”、“家族で楽しめる場所”などの意見があり、今後これら意見も参考に堺旧港エリアの活性化の取組を進めていく必要がある。
- 大道筋社会実験との同日開催日の回答結果より、他エリアとの周遊促進の効果があつた。

## ■ 親水護岸利活用の課題等

- 出店者からの海風や夜間照明に対する意見のほか、来場者・出店者ともにアクセスが分かりにくいといった意見があつた。
- 今回の社会実験では、大阪府と占用協議を行い、護岸上での仮設店舗等の設置を行った。継続して取り組みを進めていくには、堺市が柔軟に貸出せるようなスキーム検討も必要となってくる。

## ■ 民間の事業実現可能性

- 仮設店舗の利用者は約2800人であり、一定の売上が見られた。ただし、出店者アンケートにおいて、社会実験における売上額と今後恒常的に商売する場合に事業者が望ましいと考える売上額に隔たりがある。
- 民間活力を呼び込むためには、堺旧港の認知度を上げるなど、より多くの利用者を呼び込む必要がある。

飲食等の機能立地に向け、実験結果について民間事業者へのヒアリングにフィードバックし、事業採算性や事業スキーム（一体的な維持管理手法など）を検討する。

### 親水護岸と護岸後背地の一体的利活用

