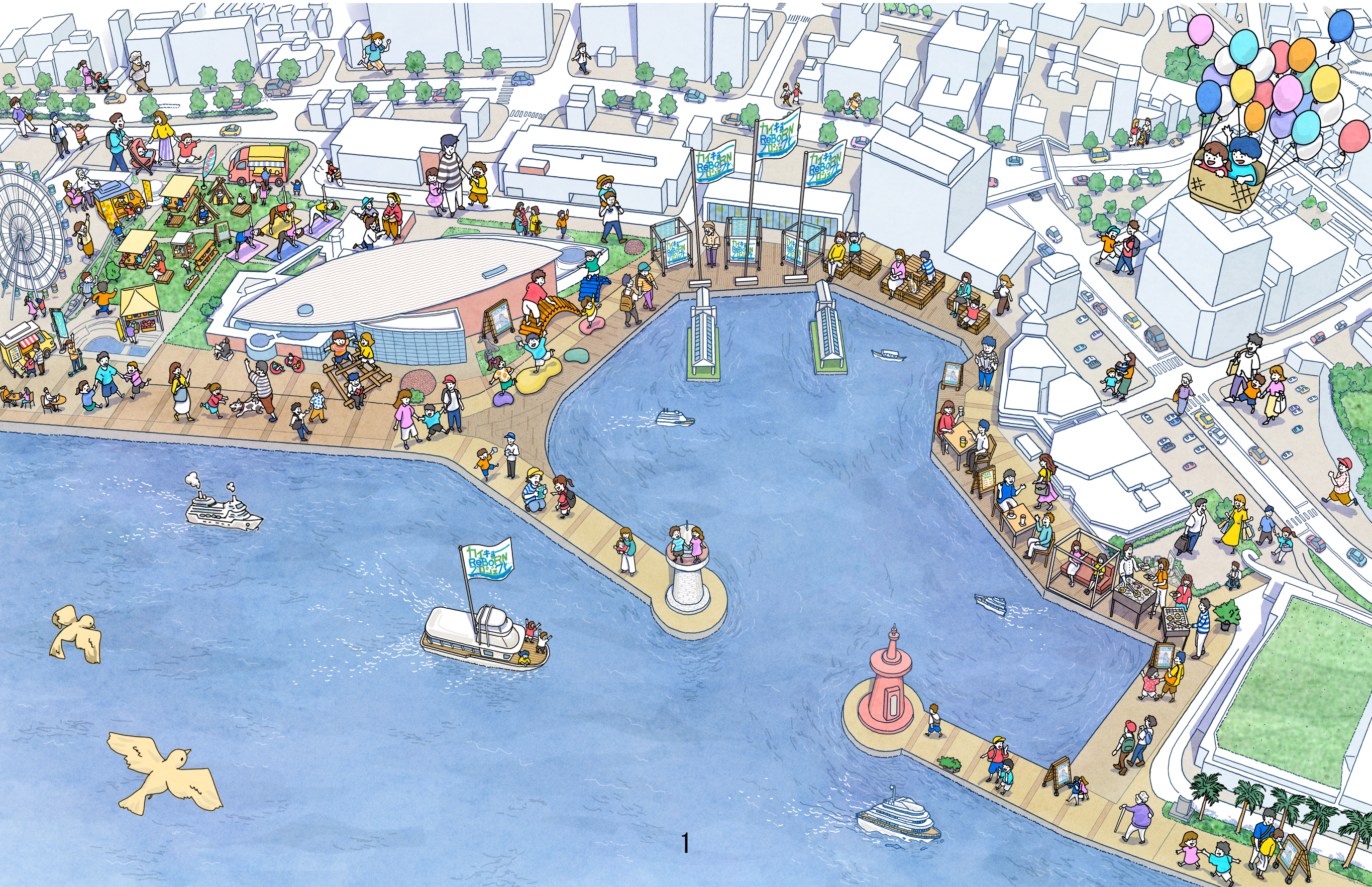


社会実験「カイキョーソトアソビ」報告



(1) 社会実験の目的

「水際線の利活用」

- ・ 圧倒的な水際線の利活用
- ・ 水際線の滞留空間の創出・魅力的な滞在時間の創出
- ・ エリアの核となる場所でのプログラム実施（各エリアの将来像の検証）
- ・ エリアをつなぐ間の部分での環境改善（エリア間の回遊性の検証）
- ・ 地先事業者との連携・設置物の運営管理検証

(2) 社会実験の実施内容

① 唐戸船溜りの地先利活用

海響前からカモンワークまでの水際線の魅力・体験をつなげる。

a.海響館周辺

「海響館の賑わいを外部と繋げる場づくり」

- ・ モバイル遊具設置
- ・ 関門海峡を背景にしたフォトスポット設置
- ・ 釣り体験イベント

b.連絡船乗り場及び周辺

「下関のウォーターフロントの玄関」

- ・ シンボルの設置
- ・ インフォメーション設置
- ・ フォトスポット設置
- ・ パレットベンチの設置

エリア間
滞留空間

c.カモンワーク前

「船溜まりで飲食できるオープンスペースの創出」

- ・ 水際席としてイス・机の設置
- ・ オーダーシステム導入
- ・ エリア紹介サイン設置

エリア間
滞留空間

d.唐戸市場(ガビエル前)

「唐戸市場から他エリアへの回遊性を生むオープンスペースの創出」

- ・ 浜焼BBQサービス提供
- ・ パレットベンチ設置
- ・ 水際線エリア紹介サイン設置

② 港湾緑地の利活用

「市民と来訪者が関門時間を愉しむ日常使いの広場」

- ・ 遊びを誘発していくプレーパークの実施
- ・ キッチンカーによる飲食提供
- ・ 市内事業者によるイベント開催
(朝ヨガ・飲食・音楽演奏・ナイトマーケット等)

③ 海上交通の利活用

「関門海峡の景観を海から眺めるコンテンツ創出」

- ・ 観光クルーズの企画・運営
- ・ 需要の掘り起こし
- ・ 事業性の検討

1. 社会実験の概要

目的「水際線の利活用」

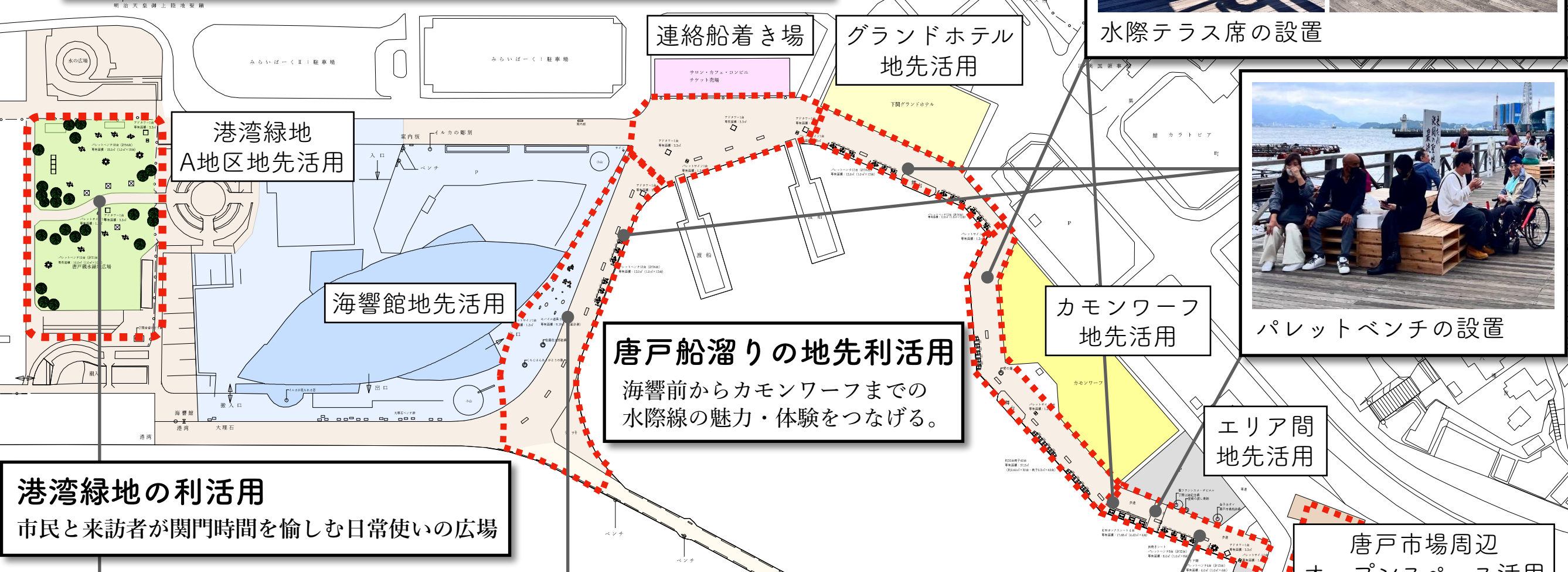
- ・圧倒的な水際線の利活用
- ・水際線の滞留空間の創出・魅力的な滞在時間の創出
- ・エリアの核となる場所でのプログラム実施（各エリアの将来像の検証）
- ・エリアをつなぐ間の部分での環境改善（エリア間の回遊性の検証）
- ・地先事業者との連携・設置物の運営管理検証



水際テラス席の設置



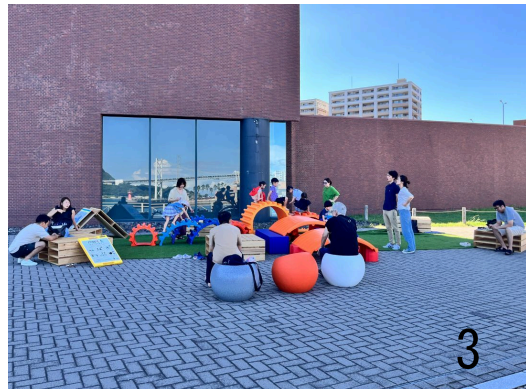
パレットベンチの設置



プレーパーク・各種イベント開催



モバイル遊具の設置



浜焼きBBQサービスの提供



① 唐戸船溜りの地先利活用 a. 海響館周辺

目指す将来像のイメージ

ハード

海響館の敷地内外構部分を公園化し、子どもたちの遊び場がA地区緑地と連続する形で作られる。

ソフト

海響館の魅力が体感できる仕掛けや遊具をエリマネ組織と海響館が協力して運用する。

海響館利用者の満足度向上にも結び付けることで海響館とエリアの相乗効果が生まれる。

エリアのコンセプト

海響館の賑わいを外部と繋げる場づくり



毎日レイアウトを変えて遊んでいる様子



日陰になるとベンチから景色を眺める様子



夜にベンチに座って花火を眺める様子

検証結果の分析

○遊具・休憩施設設置による空間活用の効果

海響館から出てきた利用者が、遊具で遊ぶことで滞留空間が生まれ、賑わいの創出に繋がり、エリアでの滞在時間が伸びる結果につながった。

○唐戸市場からの回遊性への効果

人々の滞留が生まれることで、座ったり遊んだりする様子を唐戸市場側から視認でき、船溜りの回遊性の向上につながった。

○港湾側敷地と施設敷地との一体的な活用の検証

海響館出口の遊具で子供たちを遊ばせている親が、水際線のパレットベンチに座って見守る等、一体的な利用が見られた。

○遊具の運用

使用用途を限定しないデザインの遊具は、子供の遊び方に合わせた多様な使われ方がみられた。また昼夜によって利用者の年代による異なる様々な利用目的・方法が見られた。

① 唐戸船溜りの地先利活用 b. 連絡船乗り場 及び 周辺

目指す将来像のイメージ

ハード

船でやってくる人たちに向けたお出迎え施設が作られている。連絡船前の周辺が新しくなり、新しい下関の顔になる。海峡エリアを訪れた人の結節点として機能している。

ソフト

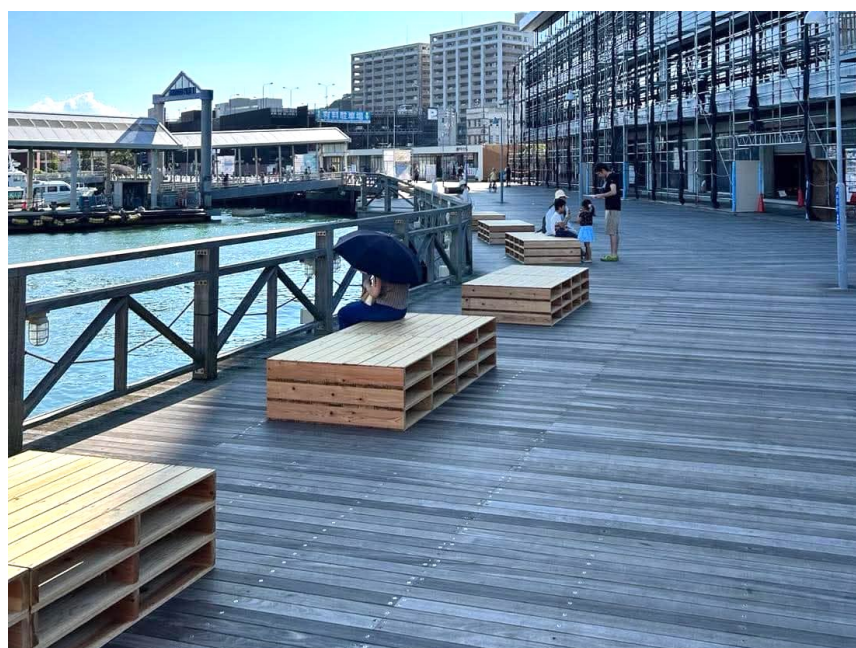
観光案内などここから下関全域へ人々を案内できる場所と人ができている。

海峡関門エリアのコンシェルジュ機能。

エリア全体の動線として回遊性にも寄与。

エリアのコンセプト

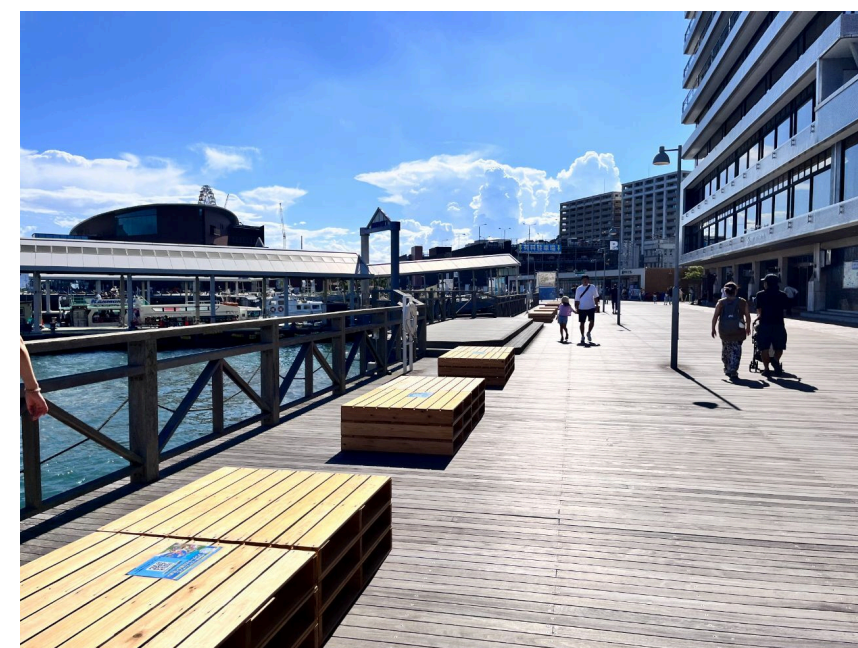
下関ウォーターフロントの玄関



パレットベンチで休憩をする様子



アドタワーとインフォメーションサイン設置



パレットベンチの設置

検証結果の分析

○唐戸市場からの回遊性の効果が低い

通過交通としての機能のみで、滞在空間にはなっておらず、カモンワークより西側への回遊性が低い。より回遊性を向上させるために、遠方から視認できるモニュメントの設置や、飲食施設の配置などが必要となる。

○お出迎えの設えの必要性

連絡船のお出迎え機能として、観光案内板や案内施設所、飲食施設、土産売店などキオスク的な機能が求められている。

○モニュメントの必要性

写真映えするフォトスポットとして、今回設置した簡易的な形態より、オブジェ的、シンボリックなモニュメントが求められている。ウォーターフロントの玄関としてのモニュメントが必要となる。

① 唐戸船溜りの地先利活用 c. カモンワーク前

目指す将来像のイメージ

ハード

カモンワーク前のデッキ部分が客席として利用されカモンワークの一部として活用できるようになる。そこでの注文なども可能となる。

ソフト

事業者によって、海際のエリアが活用されており、特別な体験のできる場所となっている。

エリアのコンセプト

船溜まりで飲食をすることができるオープンスペースの創出



モバイルオーダーのできる水際席
「海ちかテラス」の設置



特別感のあるボックスシートの設置



海峡の風景と飲食を楽しむソファシート

検証結果の分析

○地先空間の活用

- ・水際席は飲食利用者が率先的に選んでいた、顧客満足度が高く、滞在時間が伸びる効果があった。
- ・カモンワーク施設内の回遊性が高まった。
- ・施設としての魅力向上と席数増加によって、店舗の売上に貢献した。
- ・地元客をはじめ新たな客層開拓につながった。
- ・デザインされたボックスシートを設置することでエリアの魅力向上につながった。

○事業者による運用

- ・施設による机・椅子の設置、使用状況、運用については問題なかった。
- ・テナントによる予約・オーダーシステムの運用もスムーズにいった。
- ・施設による運用によって、テナントのモチベーション向上につながった。

目指す将来像のイメージ

ハード

唐戸市場前のデッキ部分がとして利用され、テイクアウト飲食ができる滞留空間として整備され、カモンワークはじめ他エリアへの回遊のきっかけとなる。

ソフト

周辺施設と連動したコンテンツによって活用されており、にぎわい創出エリアとなっている。

エリアのコンセプト

唐戸市場から他エリアへの回遊性を生む
オープンスペースの創出

検証結果の分析

○唐戸市場とカモンワークをつなぐ機能

パレットベンチが置かれたことによって、滞在時間と通行量の増加が見られ、唐戸市場からカモンワークを繋ぐ役割を果たした。

○浜焼き等コンテンツの事業性検証

- ・浜焼きを実施したことによって、賑わいも創出でき、参加者の満足度も高かった。エリア間スペースでのソフトコンテンツ実施は有効的だった。
- ・浜焼き利用者によるカモンワークへのドリンク発注も多く、相乗効果が見られた。
- ・通行者からの浜焼き利用問い合わせの声も多かったことから、浜焼きのできるスペース自体のニーズが高いことがわかった。
- ・浜焼きの予約申し込みが多数となり倍率も高くなり、需要が高いことがわかった。



パレットベンチ設置による飲食利用が増加



唐戸市場提供
海鮮5,000円コース



浜焼きの様子

② 港湾緑地の利活用

目指す将来像のイメージ

ハード

市民がイベント開催など自由に参加でき、日常的にふらっとやってきて過ごすことができる下関市民のための港湾緑地公園。

ソフト

市民により日常的に使われる緑地

エリアマネジメント組織が中心になって、さまざまな市民グループが芝生などでイベントを行っている。A地区事業者が緑地に向けて開き、人々の居場所ができています。

エリアのコンセプト

市民と来訪者が関門時間を愉しむ広場



毎週末開催のプレーパーク



地元事業者による毎日開催のカイキョーヨガ



市民主催による緑地イベントの開催

検証結果の分析

○緑地の利活用について

- ・緑地の利活用によって、エリア内の回遊性や滞在時間の向上、市民の来訪促進、エリアの価値の再認識につながった。
- ・利用に応じた芝刈や清掃等、維持管理の向上が求められる。

○緑地の事業性について

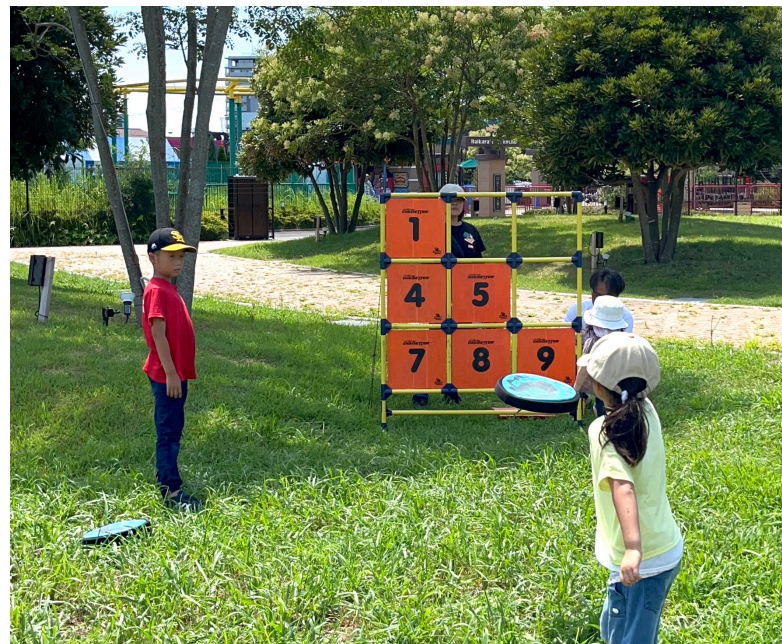
- ・季節性や天候、平日休日等の要因により、利用者数の差が大きいため、認知度向上や定常的な利活用、三世代に応じたコンテンツ提供が求められる。
- ・市民によるイベント企画や参加の潜在的需要は大きいですが、利活用しやすい仕組みが求められる。

② 港湾緑地の利活用 ソフトコンテンツ

プレーパーク



様々な持ち込み遊具で遊ぶ風景



年齢や技術に応じた遊び方ができる仕掛け

○利用者について

- ・来場者数 1,335名、毎週来場のリピーターも。
- ・海響館・唐戸市場から遊園地へ向かう観光客や散歩中の市民、カフェ帰り等の通行者が来場。
- ・利用の家族連れは、ウッドデッキで昼食や休憩ができ、トイレもあって、日中遊べる条件が十分に整っている。

○事業性について

- ・観光客と市民の利用数から可能性を感じた。一方で、公共性の高い立地のため受益者負担による参加費収益での運営は難しいため、収益施設との連動が必要である。

カイキョーヨガ



関門海峡の夜間景観と夕焼けと月を愉しめる
夜ヨガ



芝生の緑と心地よい海風の中の早朝ヨガ

○利用者について

- ・コンテンツ運用は、この場所でのヨガ教室を企画していた近隣事業者による開催。
- ・利用者は地元市民以外にも周辺施設の宿泊者や北九州からの来場も見られた。ファミリーの参加も見られた。
- ・利用者数は計480名（うち新規58名、322名がリピーター）。利用者の声やリピート率の高さから満足度の高いコンテンツであった。
- ・開催回数は雨天を除く期間中毎日49回。
- ・時間帯は朝の部7:30～、夜の部19:00・19:45～。

○事業性について

- ・観光客と市民の利用数からも可能性を感じた。

② 港湾緑地の利活用 イベント開催

市民企画イベント “It's small world”



イベントチラシ



会場風景



音楽演奏

○企画について

- ・日時：9/16(土)11:00~15:00
- ・この場所でのイベント開催願望のあった市民主催。
- ・マルシェとワークショップと演奏。
- ・テントや椅子・机など什器を実行委員会から貸し出し。

○事業性について

- ・市民主催の場合、施設利用料を高く設定しづらいため、企業協賛や収益イベント企画などが必要。

フィナーレイベント「カイクォーヨルアソビ」 ※悪天候により中止



○企画について

- ・日時：10/19(土)11:00~21:00
- ・緑地活用イベント：ナイトマルシェ
- メインイベント：スカイランタン
- ショーイベント：大道芸・金管アンサンブル・ナイトパブル
- 飲食提供：キッチンカー

- ・途中実績：スカイランタン販売数189個/250個
- ・社会実験のフィナーレイベントとして、実行委員会により企画運営予定であったが、天候不順により開催中止となった。

○事業性について

- ・出店料や自主事業などによる収益確保が課題となる。

② 港湾緑地の利活用 飲食提供

カイキョーピクニック



○出店者について

- ・キッチンカーの出店事業者は13台で、出店合計数は63台。
- ・売上や集客に関しては当初想定を上回った。

○事業性について

- ・キッチンカー事業者は、休日のイベント出店場所は多いが、平日の出店場所が少ないため、あるかぽーとエリアには元々関心があったという声が多かった。
- ・近隣に飲食施設が少ないため、出店者によってメニューが変わる飲食提供に好評価の声があった。

カイキョーレストラン



レストランの店舗と客席設置の様子



周辺夜間景観により雰囲気演出は好評価

○企画について

- ・シェフによる飲食提供。(保健所許可申請)
- ・提供メニューは、前菜・パエリア・肉料理・デザートのコース4,000円(各種単品注文可)。ドリンクメニューはワインはじめアルコール・ノンアルコール。

- ・来場者数 25組 56名、客単価3,750円。

○事業性について

- ・集客率や集客速度からニーズが高く、滞在時間や客単価、通行者によるテイクアウトニーズなどから可能性を感じた。

③ 海上交通の利活用 カイキョークルーズ

目指す将来像のイメージ

ハード

関門海峡の海上交通手段として、北九州門司港や空港と連絡した観光客の移動、関門海峡の景観と歴史等を観光コンテンツとしてクルージング、市民の日常的な移動手段としても利用。

ソフト

周辺施設と連動したコンテンツによって活用されており、にぎわい創出エリアとなっている。

エリアのコンセプト

関門海峡の景観を海から眺めるコンテンツ創出



検証結果の分析

○実施内容について

- ・ 運航を関門汽船株式会社、企画と集客を実行委員会として連携。
- ・ 全6回開催、合計283名が参加。30、40代の子連れが多かった。
- ・ 夜景クルーズ（90分・料金：大人2,500円 小人1,250円）
- ・ 歴史クルーズ（90分・料金：大人1,800円 小人900円）
- ・ 参加者アンケートの結果、満足度が高かった。

○事業性について

- ・ 全6回の運航実績と利益から事業の見込みは高かった。特に夜景クルーズはニーズが高かった。
- ・ 周辺施設との連携や広報による認知度アップにより、年間を通じた集客性向上を図る必要がある。

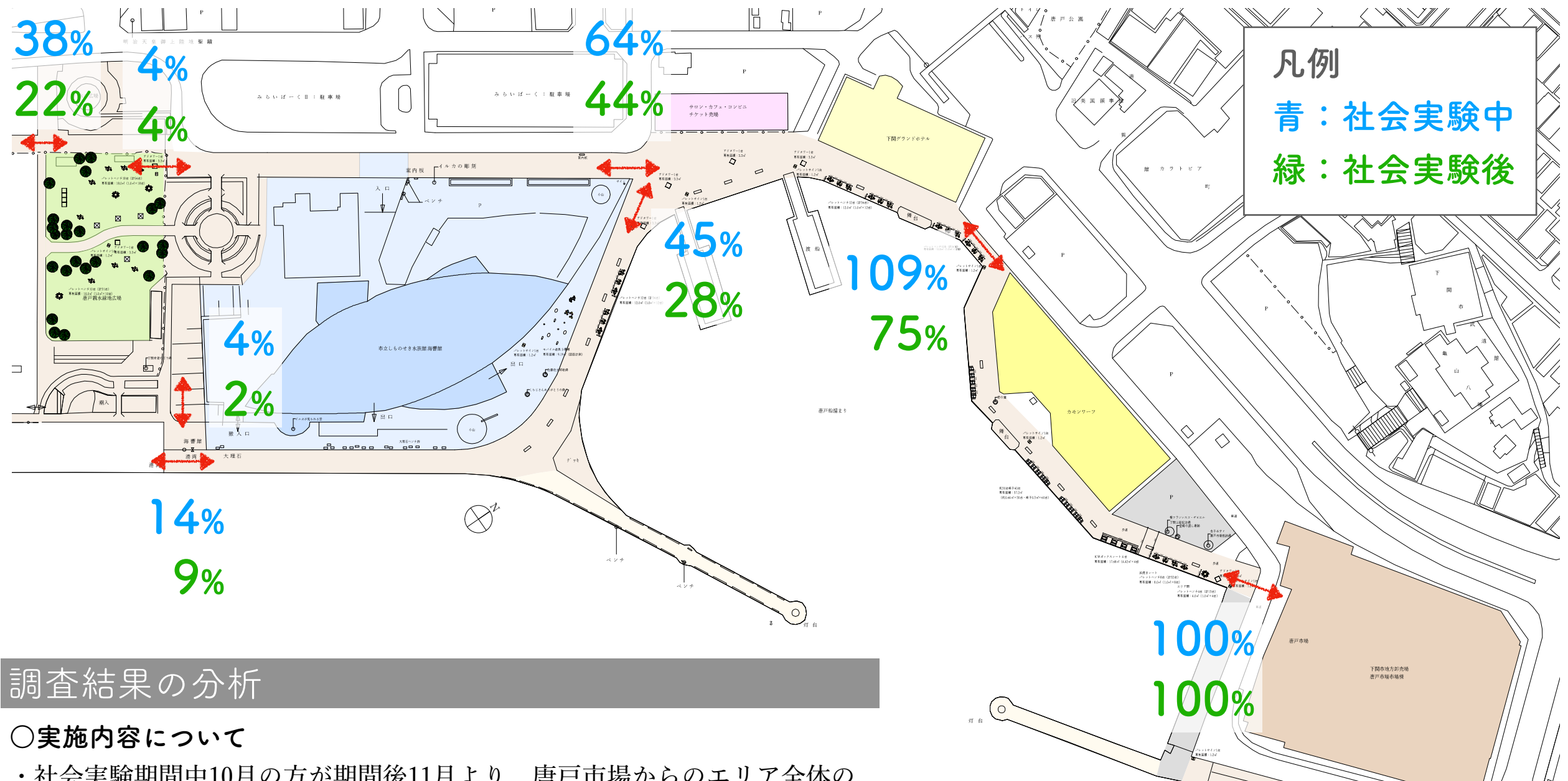


関門海峡の夜間景観を楽しむ夜景クルーズ



海峡の歴史を感じる歴史クルーズ

通行量調査 唐戸市場からの通行量を100%とした1日の通行量（上り下り合計）



調査結果の分析

○実施内容について

- ・社会実験期間中10月の方が期間後11月より、唐戸市場からのエリア全体の回遊性が高い。
- ・唐戸市場からカモンワーク・グランドホテル前までの回遊性は高いが、渡船乗り場以西へは回遊性が低い。
- ・あるかぽーと岸壁・港湾緑地への回遊性は特に低い。
- ・あるかぽーとエリアの滞在時間アンケート調査では過半数が30～60分と短い。一方で2時間以上も33%存在する。

○什器常設を含む水際線の利活用と全体マネジメントのための仕組みづくり

・港湾敷地にモバイル家具やパレットベンチ、机・椅子等の可動式什器を常設するため、エリアの地先事業者が協議会を組成し、日常的な管理や利活用は地先事業者が担いつつ、強風時の安全管理やデザインコントロール、事業者横断での企画を全体で一括して担うなどの体制づくりが必要である。

・社会実験の企画・調整、運営・管理など、実行委員会が担った機能を将来的に担うエリア地先事業者による協議会と、エリアマネジメント機能を担う組織の組成、そしてその財源確保が必要となる。

○地先事業者との密な連携

・エリアの価値を高めるため、地先事業者が自らの地先を活用して、海峡らしい活用シーンを創出するとともに、地先事業者同士が付加価値を生み、相乗効果が増すためのビジョン共有や企画立案・運営をするための密な連携を促す必要がある。

・地先事業者の施設内プログラムとの連動による魅力づくりや、エリア全体の滞在満足度を高めるための飲食施設との連携が必要となる。

○エリア全体の回遊性向上

・エリア全体における回遊性を高めるためには、訪問者にとって視認性・理解性の高い誘導機能の整備が重要である。そのため、統一されたデザインのサインやマップの設置に加え、エリア全体で展開されるイベントや季節ごとの魅力を一体的に発信できる情報発信プラットフォームの構築が求められる。

・西船溜りの回遊から、あるかぽーと岸壁、リゾナーレ、東船溜りへと回遊するための移動手段の検討、ソフトコンテンツ企画による連続した賑わいの創出も必要である。

・港湾敷地においては、民間事業者によるソフトコンテンツの創出を促進するために、利用しやすい申請手続きの整備と、一定のクオリティを担保しつつ多様な主体の参画を可能とする仕組みが求められる。

○シンボルとなるハード整備

・日本を代表するウォーターフロントシティにふさわしい水際線の創出のためには、各施設における個性的な魅力づくりと発信に加え、水際の公共空間におけるエリアの象徴となるアイコンの整備が必要となる。

・フォトスポットとなるモニュメント・フラッグ・オブジェ等の質の高いアイコンを戦略的に配置し、回遊を促進するハード整備が必要となる。

○エリアのブランディングと情報発信

・2025年度にはリゾナーレ開業、緑地整備、A地区再開発と新しい魅力コンテンツが次々に増えていくなかで、エリア全体のブランディングと情報発信、メディア露出など方向性と広報計画の検討が必要となる。