

TRY ! BORDERLESS PARK（社会実験）アンケート結果概要

日時：令和6年9月7・8日（土・日）

場所：松浦河畔公園 国際交流広場

延べ来場者数：9/7約770人、9/8約1,807人

①来場者アンケート結果

- ・来場のきっかけはチラシが45%と最も多く、次いで出店者・TV等メディア25%
- ・来場目的はマルシェ(マーケット)が27%と最も多く、次いでその他(通りすぎりや複数目的など)が17%
- ・来場時間帯は、ナイトバー・ナイトヨガを実施した1日目は16時以降が49%・2日目は午前中が79%が最も多く、2日間集計では午前中が51%と最も多かったが、実施コンテンツによる差がみられた。
- ・松浦河畔公園でしたい過ごし方は、「カフェや飲食店、キッチンカーでごはんを食いたい」が18%と最も多く、次いで「公園を使ったイベントがあれば利用者として参加したい」が17%、「木陰やベンチ、東屋や休憩所でゆっくり過ごしたい」13%、公園でBBQがしたい」11%も多く、イベント等に参加して飲食や、BBQ等集まってる飲食などの需要が高くみられたほか、ゆっくり過ごせる木陰や休憩所など日常時とイベント時の双方でできる過ごし方が求められている
- ・利用を希望する時間帯は、週末の午前中が最も多いが、スケートボードに関しては平日の夕方以降の利用希望があり、平日と土日で異なる利用方法が想定される

②出店者アンケート結果

- ・出店者の満足度は概ね高く、河畔公園の新たな可能性を感じることができたという回答が多かった
- ・複数のコンテンツを掛け合わせたことにより相乗効果が見られた
- ・マルシェの出店者には来場者数が少ない印象を受けた事業者がいたが、チラシの学校や回覧板での配布によりバスケットの体験会は定員（20名）以上の応募、ヨガは38名申込（30名参加）となり、告知の効果があった
- ・客層は30～40代のファミリー層が多く、ナイトバーは様々な世代の利用者が多く、イベントの想定ターゲットと合致した
- ・課題としては、告知・日除けや雨よけ・公共空間のアクセス・場所の視認性などが上げられた
- ・ハード面やソフト面での課題が明確になった
 - ハード：日よけや雨よけになるような木陰や休憩所、ベンチ、電源、水場
 - ソフト：出店のオンライン申請、告知サポート、交通アクセス

- ・駐車場の多さを含めた公園自体の広さ、民家から離れており音楽等の音を気にする必要が少ない点、川が隣接していることをメリットと感じる出店者が多かった
- ・ほとんどの出店者が、運営、イベントの主催、イベントの参加、独自の開催などに興味があると回答

③事務局アンケート結果

- ・木陰は森の広場として憩える場所となっており、重要性が再確認された
- ・複数のイベントの組み合わせにより多くの来場者数が見込めることが分かった
- ・竹シャワーと道路にお絵かきの相性がよく子供の滞在時間が長くなり、マルシェの集客も相乗効果があった
- ・自由度の高い出店や催しが魅力となっていた
- ・公園各所に場所を移動し季節のイベントが開催されるといい
- ・会場への案内板が不足している
- ・ソロキャンプなど自己管理型の利活用方法ができるといい
- ・樹木のライトアップが良かった