

## 2. 社会実験事業

---

### 2.1. 社会実験の概要

昨年度の本事業で、ワークショップ等を通じて立ち上がった複数のタスクフォースのメンバーを中心に、民間活力を活用した社会実験を計画・実施した。

社会実験は、周辺の水辺の管理状況や周辺住民の意見等を踏まえ、実現できるところから計画し、実施していった。また多様な民間主体が実施するアクティビティ等と協調して、より小さな費用でより大きな成果が得られるように工夫し、さらに、それらの民間主体が機会損失にならないように調整、管理、運営を行った。さらに社会実験そのものが水辺の利活用の機運を向上させる好機であるととらえ、PRを積極的に進めた。また、それぞれ成果指標を想定してメニューを決め、各種調査を行った。さらに来年度以降の動きを見すえ、官民ともに実績と成功体験を意識できるよう、事務局運営を行った。

具体的には今年度は以下の要領で、社会実験を計画し、実施するとともに、社会実験のコア期間を「ワカリバ」(9月29日～11月5日)と銘打った。



1)直接開催事業：わかやま水辺プロジェクトが直接実施するもの

- ・社会実験を周知するためのプラットフォーム  
拠点：MIZUBE COMMON を設置
- ・水辺空間の活用を検討するための仮設栈橋を3か所設置
- ・その他：MIZUBE COMMONの必要設備設置、空間演出デザイン、PR等

MIZUBE COMMON

2)協調開催事業：わかやま水辺プロジェクトが他の事業者と協調して各種事業を実施した。  
また各種調査も実施した。

3)調査協力事業：本事業の趣旨に沿い事業期間内に他団体が行う事業等に協力を求め、各種調査を実施した。

4)その他

- ・近隣対策：周辺自治会、店舗等への説明を入念に行った。
- ・店舗、イベント利用者のための安全対策等を十分に行った
- ・駐車場及びMIZUBE COMMON利用者のための実施内容の告知を十分に行った。
- ・期間中、台風、長雨が複数回あり、河川管理者との事前協議に従い、川の水位を監視した。  
10月22日の台風21号の際には、いったん栈橋を陸上に退避するなどの対策を行った。

## 2.2. 直接開催事業

直接開催事業は、わかやま水辺プロジェクトが直接実施するもので、社会実験を周知するためのプラットフォーム拠点 MIZUBE COMMON の設置や、水辺空間の活用を検討するための仮設栈橋を3か所設置した。その他、MIZUBE COMMON の必要設備の設置や、空間演出デザイン、PR 等を実施した。また、イベントとしては、9月3日の川開きクリーンアップ作戦、9月29日のオープニングパーティ、11月4日の水と月のライブでの餅まき、11月5日のワカリバクロージングパーティの4事業を実施した。

### 2.2.1. 社会実験周知のためのプラットフォーム拠点設置

社会実験周知のためのプラットフォーム拠点 MIZUBE COMMON を京橋駐車場の中央エリアに設置した。(図面は別紙参照) 木造片流れの小屋2棟と仮設トイレ2基を設置し、駐車場エリアにテントを左右2張りずつ設置した。(駐車場スペースは左右5台ずつ、計10台分を使用貸借)

小屋の建築に関しては、建築指導課との事前協議を行い、屋根素材を簡易なシートにすることで、建築確認申請が不要な仕様にする事とした。また、調理を伴う飲食店の出店ができる仕様にするために、保健所と事前協議し営業許可を取得した。

### 2.2.2. 仮設栈橋の設置

水辺空間の活用を検討するための仮設栈橋を3か所に設置した。(位置図参照)

MIZUBE COMMON にはドラム缶と足場板を材料にした浮き栈橋(Aタイプ)を設置した。サイズ2m×4mを2基作成し連結した。

2つ目は南海和歌山市駅近くの坂田ふとん店駐車場を使用貸借させて頂き、昇降階段を設置した。防舷材、階段及び手すり、看板を整備した。3つ目は中ぶらくり丁の雑賀橋のもとにある階段を降りたあたりに、防舷材と手すり、看板を設置した。(簡易船着場Bタイプ)

仕様については河川管理者と事前に協議した。

### 2.2.3. 賑わい創出のための利活用マネージメント

賑わい創出のために MIZUBE COMMON に、以下の設備、ユーティリティー等を設置した。

上下水道の整備、2槽シンクの設置、手洗い場、照明、屋内屋外電気設備、Wi-Fi 設備、スピーカー、椅子、テーブル、パラソル、ハンモック、PR 用のバナー、観葉植物、人工芝、ガーランド、オーガンジー、PR 用のインフォメーションボード等を整備した。

水道は既存の水栓に子メーターを付け駐車場管理会社よりお借りした。(水道代金は後ほど計算したが、微々たるものとのことで免除していただいた) 排水設備は、食肉会館の飲食店、「水辺焼肉 meat×meet」の排水へつなぎ込み水中ポンプで強制排水した。

また SUP カフェ (WASSUP) の常設営業で SUP の格納場所として、身体障害者総合福祉会館の1階エントランス部分を期間中借り上げ倉庫として確保した。(賃料は2万円の寄付) 実際にはあまり使うことはなかったが、美術作品やグラフィットの一時収納庫として活

用した。トイレや、排水問題を解決するために、身体障害者総合福祉会館の活用を検討し、事前調査を実施した。上下水道を復活させるには高压の電力契約を再開する必要があり、関西電力とも協議したが、コストがかかることが判明し断念した。

また、駿河町自治会長、福町自治会長、連合自治会長に社会実験の事前協議として城北自治会館に於いて建築物の図面等を提示して説明に伺い、社会実験の実施の了解を得た。遊歩道周辺は定期的に掃除することと灰皿の管理をすることが条件として提示された。住民説明会を開くかどうかは、実施者側の裁量で決めて良いとのことであったが、後日住民説明会の実施を求められ実施した。

近隣対策として周辺自治会、店舗等への事前説明を行った際、住民の興味関心は将来に駐車場の公園化の計画があることにすることが多かった。公園化の際に気になる点は、トイレの位置、駐車場の有無、子どもの道路への飛び出し、プールの設置等であった。また、紀陽建材さんは京橋駐車場を使ったイベントには以前から不満を感じているとのことであった。

## 2.2.4. 夜間空間演出

### 1) 市内中心地の夜間空間演出

現在、市堀川および沿川遊歩道の夜間空間演出としては、橋や遊歩道の欄干に取り付けられたLEDのイルミネーション照明による空間演出が実施されている。

イルミネーションによる夜間空間演出は市堀川沿いの他、JR和歌山駅周辺でも実施され、夜間空間の景観創出に寄与している（整備は和歌山市商工振興課）。



図：イルミネーション事業の実施エリア（和歌山市報道資料より抜粋）



写真：市堀川のイルミネーション

#### 2)JR 和歌山駅周辺イルミネーション

JR 和歌山駅東側ロータリー、西側の駅地下広場、けやき大通りに LED イルミネーションを設置し、夜間空間の賑わいを演出している。

#### 3)市堀川イルミネーション

京橋プロムナードに設置した LED イルミネーションのオブジェや橋の欄干、市堀川遊歩道の転落防止柵に設置した LED イルミネーションを点灯させ、河川空間を幻想的に演出している。

プロムナード上は多色光源を用いて華やかに彩っており、記念撮影を狙った装飾なども設置して、人の溜まり場としての仕掛けの意図も見受けられる。

遊歩道は暖色系（電球色）の光源に統一してイルミネーションが施されている。回遊性を狙う情緒的な雰囲気のある遊歩道空間をつくるだけでなく、市堀川の水面に映り込むイルミネーションが、河川空間全体を情緒的な景観をつくりだしている。

#### 4)演出実験について



図：演出実験実施エリア

- ① 河川・遊歩道に面する沿川建物の外壁面をライトアップ
- ② 河川水面のライトアップ
- ③ 橋梁ライトアップ

・実施内容

1. 建物外壁面のライトアップ

市堀川右岸側の建物は東西方向に幅をもち、壁と窓がある程度規則的に構成されていることから、この壁面部分を照らした。光源は屋外用（暴雨型）電球色 LED スポットライトを用意し、建物足元に設置。筋状の配光で壁面をライトアップした。



2. 河川水面のライトアップ

市堀川は河口部分で海と繋がっており、潮位の影響を受けることから常に水の流れが発生することから、水面を照らすことで、水面の動きや揺らぎを活かす照明演出を狙った。光源は屋外用（暴雨型）電球色 LED スポットライトを用意し、遊歩道欄干に設置し、水面に投射した。



### 3. 橋梁ライトアップ

中橋の橋桁に使用されている部材の形状を活かし、特徴的なフォルムが際立つライトアップを実施した。光源は市内のイルミネーションで使用されている器具と同じLEDイルミネーション光源を用いて設置した。



・成果と課題：「見たくなる光／歩きたくなる光／戯れたいくなる光」

- 壁面ライトアップについては一定効果があると思えるが、実施建物の外壁面に設置されている各種設備の器具や配管を考慮した器具配置と配光を行うことが求められる。
- 川を渡る橋からの見通しにおいて、壁面ライトアップは河川空間の夜間景観形成に寄与できたが、これを鑑賞する視点場がないため、遊歩道への視線を引きつけるに至っていない。
- 水面ライトアップとその反射光による動的陰影は夜間景観において、非日常的な印象を与えることができた。
- 一方で建物の外壁面として活用できるものが少ないため、護岸法面や橋の裏面を対象にしてその効果を検証したい。
- 中橋西面のライトアップにより、城北橋からの見通しに対してシンボル性をつくることが出来た。また水面に映り込む照明が、さらにその効果を高めたと評価する。
- 遊歩道へアプローチする動線がわかりにくく、遊歩道を使った回遊性においてはアクセスのし易さも検証する必要がある。(視認性、障害物の有無など)
- 既設の遊歩道欄干に設置されたイルミネーション(京橋～中橋間)がつくる夜間景観は見る夜景、歩きたくなる夜景として既に醸成されており、区間内を歩く人も見受けられるが、右岸側と左岸側、あるいは区間ごとで歩きやすさの観点から現場の環境や仕様が大きく異なっている。これらの要因も回遊性の誘発に寄与していると考えられ、照明による演出だけではなく、これらの点と複合的な検証が必要である。
- 夜間空間演出について、市堀川の河川空間を含めた中心市街地における現状と課題、アクションプランについては「平成 28 年度和歌山市夜間景観形成計画策定業務」においてまとめられている。この中でも市堀川の水辺は夜間空間演出における重要な都市軸

のひとつとして位置付けられており、ここに示されている方向性を下敷きに、沿川建物から漏れる光など民間の河川空間活用の取組で夜間照明に関するアクションへのチャレンジも来年度以降の課題として挙げる。

- 大阪市の「大阪川床「北浜テラス」」では運営する北浜水辺協議会が定める「北浜テラス設置運用規則」の中で夜間照明について、照明の色温度や配置に関するルールを定め、夜間景観づくりに協調している。このような民間の自主的な取組によっても夜間空間演出の取組事例もあることから、市堀川の水辺空間でも利活用の際に考慮できる手法のひとつとして示す。

#### 2.2.5. 水環境学会への参加

2017年9月26日～28日に和歌山大学において第20回日本水環境学会シンポジウムが開催された。一部の企画が市堀川周辺で開催されるとの計画もあったが実現ならず、和歌山大学とテクニカルツアーとして紀ノ川で実施された。各研究委員会のセッション、本部企画、特別講演会（関西支部企画）のほか、大学院博士後期課程レベルの研究奨励を目的とした若手研究紹介（オルガノ）セッション、年間優秀論文賞（メタウォーター賞）の受賞者講演、テクニカルツアーなど多彩な企画が用意されていた。

わかやま水辺プロジェクトは展示参加し、活動のPRとして作成したタブロイド紙の展示、配布し周知を行なった。

### 2.3. 協調開催事業

本社会実験では、わかやま水辺プロジェクト事務局がプラットフォームとなり、他の事業者と協調して行う協調開催事業を行った。事務局は公共空間の利活用の差配を市と協力して行い、市内外の幅広い世代を巻き込み、やる気のある事業者とともに水辺空間の賑わい創出を試みる社会実験を行った。事業者募集は、チラシやホームページを作成し7月中旬より開始したが、9月末時点では、市民からの水辺コモンを活用したイベント企画の申し込みは、ほぼない状況であった為、水辺プロジェクトスタッフも企画スタッフとして活動した。

#### 2.3.1. 飲食系

社会実験コア期間中、British cafe THE SPACE のオーナーである大江亮輔氏がWassup (wakayama sup the space) という名前でSUPカフェを常設店舗として営業し、調査、運営協力頂けた。Wassupは西側のコンテナを使用して営業した。期間中東側のコンテナや、テントを使った飲食ブースの営業も実施した。営業は、単発営業、イベント併設営業と実施したが、単発での営業はPRが課題である。常設のカフェ営業はある程度の事業性は見込める。土日にイベントがあり、集客ができれば事業性は高まる。

天候や気温により動員数にかなりの影響が出る。（土日のイベント時に台風により3日間閉店）後半の売上が向上したことは、周知の高まりにより事業性が高まったと考えられる。

## ● 民間の地先を利用したオープンカフェの実施

市堀川沿いに面した飲食店、バーヌメロオンセや、meat x meet の民間の地先を利用したオープンカフェの実施を試みた。遊歩道を一時占用し回遊性や水辺の遊歩道の可能性を調査した。

バーヌメロオンセでの実施にあたり、近隣住民への周知を図ったところオープンカフェの実施に反対する意見があり、和歌山市と事務局とともに調整を図ったが今回の実験では無理に実施しない方が良いとの判断に至り残念した。

ミートビルの焼肉店 meat x meet では遊歩道を一時占用しオープンデッキと昇降用の階段を設置し、店舗から遊歩道へアプローチ出来る仕様とした。一部、成果が上がったが、実施期間が短かったことと、台風等の悪条件もあり利用は一部にとどまった。夜間のみ営業の店だったので、ライティングが必須であり、ライトアップを追加した。屋外空間なので気候の良い時にしか利用できない可能性もあり、次回はそのあたりの検証も必要である。

### 2.3.2. 物販系

ポポロハスマーケット実行委員会の企画として毎週水曜日に水辺のマルシェを実施し、手作りアクセサリーや、有機野菜、お弁当などの飲食販売も行った。また、それ以外の曜日にもふみこ農園さんによる物販販売を実施した。

売り上げについて「(少ないという) 予想通り」や「予想よりかなり少ない」など、期待したほどではなかったという意見が多かった。イベントなどがない平日の昼間は、人通りも少なく、売り上げがかなり少なかった。

「とてもいい空間」と水辺空間に対する評価は高かった一方で、人が少なく寂しい、音楽が欲しいという意見もあった。歩行者の通行量はもともと少ない場所であることを改めて確認した。社会実験が、イベントなど一時的に歩行者が増えるのには貢献できているが、常態として歩行者数が増えるのに貢献できるかどうかは確認できていない。

### 2.3.3. イベント系

回遊性の創出を検証するイベントや、水辺での滞在時間を向上させる企画などの実施を通して水辺利用マインドを醸成することや多様な方への水辺の価値や魅力を PR することを目的に様々なイベントを企画調整した。子ども向けの屋外教室やベビーダンス体験、絵本の読み聞かせ、音楽ライブ、トークイベント、映画上映会、フラダンスショー、アートイベント等様々な主体と協調してイベントを実施した。近隣住民からの音に対する苦情があり、中止にしたイベントもあった。

アンケート調査ではあったらいいと思うものの1番に「音楽、BGM」があがった。近隣住民から音楽に対する苦情がある一方で、利用者から「音楽」に対するニーズが大きいというのは象徴的であった。

## ● SUP、カヌー体験会、舟運

本実験では仮設栈橋を3箇所を設置し、活用したい主体に対し積極的に利用を促し、PR 協力を実施した。SUP 体験の実施は、Wassup の大江亮輔氏が SUP カフェを常設店舗とし

て営業し、期間中 SUP のレンタルと、スクールを実施した。また、ポポロハスマーケット  
実行委員会は、ポポロハスマーケットと同日開催で、カヌー体験会を実施した。内川をきれいにする会は、内川スタディークルーズの実施と、NHK 和歌山の協力で内川のこれまでの  
歴史を展示した。事務局は、参加者からの満足度調査と意識調査を行った。

## 2.4. 調査

社会実験ワカリバの成果を検証するために、ワカリバ利用者、事業者、舟運利用者、事業者に対し、調査を行った。

調査の実施状況は以下の通り。

○調査対象：期間中に MIZUBE COMMON とその周辺で実施された

- ・直接開催事業
- ・協調開催事業
- ・調査協力事業

利用者調査は個人を対象、事業者調査は店（または団体）を対象とした。

○調査期間 9月29日～11月5日

### 2.4.1. ワカリバ利用者調査

○設問項目：

（属性1）年齢、性別

（ワカリバについて）何で知ったか、何をしたか、満足度、よかった点、改善点、勧めたいか、施設・備品等ニーズ、滞在時間

（属性2）誰と来たか

（属性3）どこから来たか、交通手段は何か

○調査方法：

- ・アンケート調査（直接記入して回答→MIZUBE COMMON に調査用紙を設置し回収箱で回収  
または調査員が回収、QRコードを使ってネット回答）
- ・ヒアリング調査

○設問方式：選択式、一部自由記述

○調査期間 10月7日～11月5日

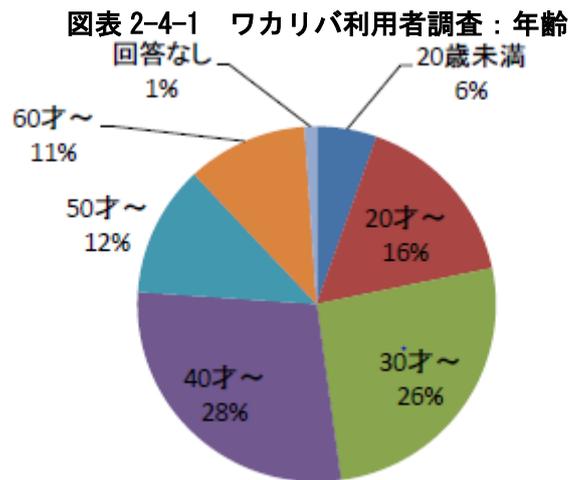
○記名方式：無記名方式

○集計結果：回収数 92

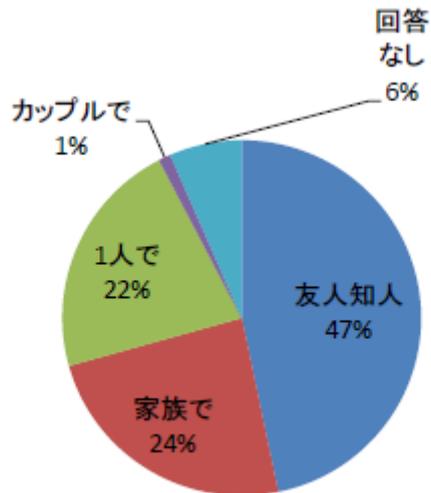
以下、主な結果を示す（詳細は「資料編 ワカリバ利用者調査」）

- 1) 年齢、誰と来たか：40才代、30才代、ついで20才代が多い。友人知人と来た人が5割近く、「家族で」がそれに続く。周辺はオフィス街で仕事のお昼休みに来た人が多い、また若い家族連れが多いことを示していると思われる（図表 2-4-1、図表 2-4-2）



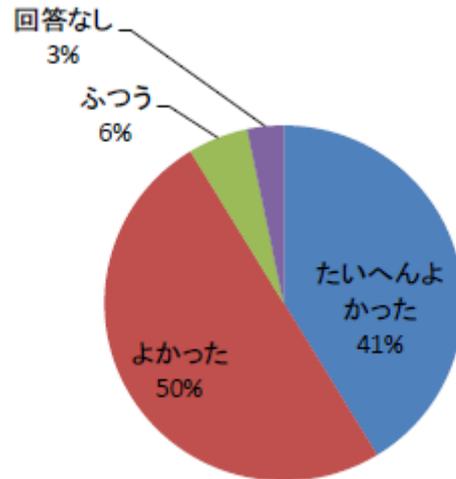


**図表 2-4-2 ワカリバ利用者調査：誰と来たか**



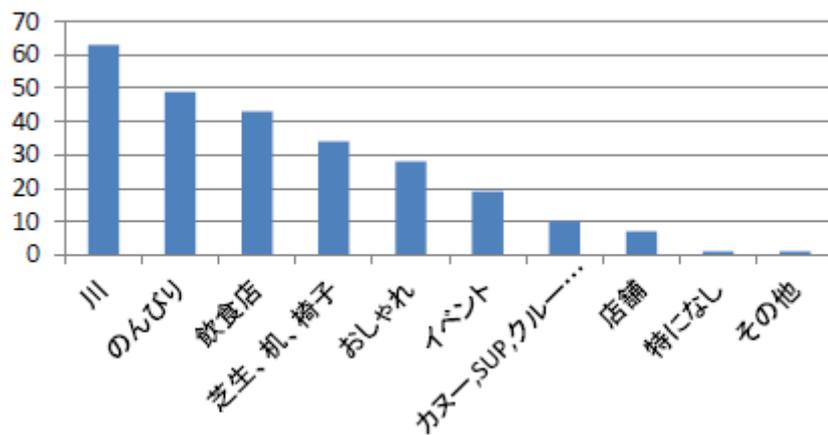
2) 満足度：「たいへんよかった」「よかった」を合わせると9割を超える。高い満足度を示している（図表 2-4-3）

**図表 2-4-3 ワカリバ利用者調査：満足度**



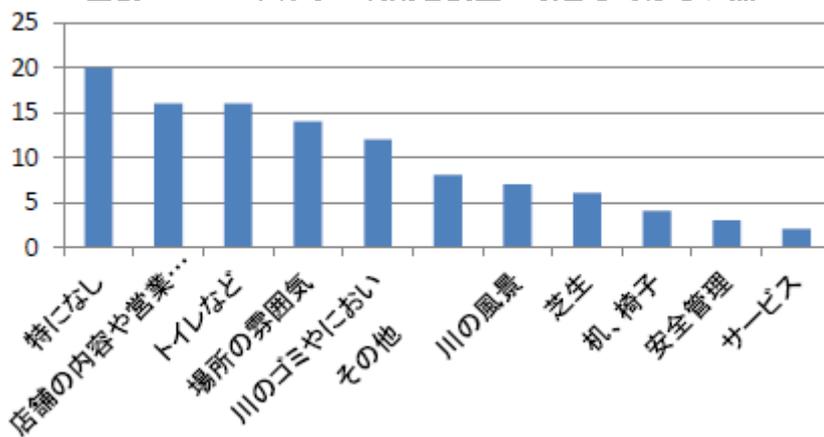
- 3) 良かった点（複数回答）：全体の 6 割を超える人が「川に近い雰囲気」を評価している。そのほか、「のんびり」「芝生・机・椅子」などゆったり空間を評価する回答と、「飲食店」「イベント」など活気ある雰囲気を評価する回答も多い（図表 2-4-4）

図表 2-4-4 ワカリバ利用者調査：良かった点



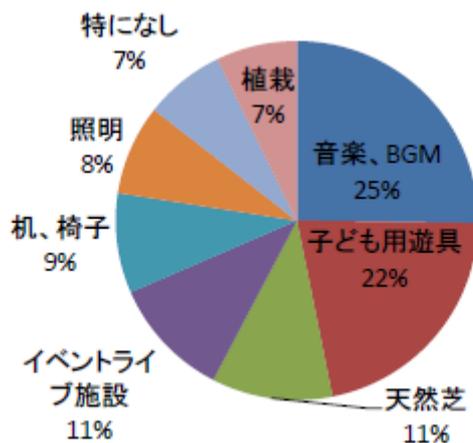
- 4) 改善してほしい点（複数回答）：回答は多岐にわたり自由記述も多かった。「店舗の内容や営業時間」を改善するよう望む声（種類やメニューを増やしてほしい、音楽をほしいなど）がある一方、「トイレ」「川のごみやにおい」などこの場所の基本的な特性にかかわる意見もあった。しかし一番多かったのが「特になし」と現状を容認する意見であったことにも注目したい。（図表 2-4-5）

図表 2-4-5 ワカリバ利用者調査：改善してほしい点



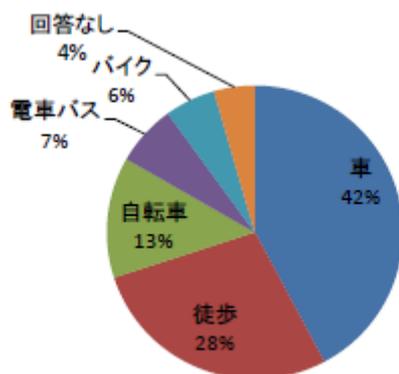
- 5) 施設・備品等ニーズ（複数回答）：あったらいいと思うもの、の問いに「音楽・BGM」が一番多かった。近隣の方々から音や音楽に対する敏感な反応があるのに対し象徴的。ついで「子供用遊具」「天然芝」が多く、この場所で従来の公園機能が求められていることがわかる。ついで「イベントライブ施設」など新しい機能への期待が感じられる。  
 (図表 2-4-6)

図表 2-4-6 ワカリバ利用者調査：施設・備品等ニーズ



- 6) 交通機関：「車」を使って来た人が全体の4割を超える。「どこから来たか」や「誰と来たか」とクロス集計したが、「どこから来たか」や「誰と来たか」によらず、まんべんなく「車」が利用されていることが分かった。(図表 2-4-7)

図表 2-4-7 ワカリバ利用者調査：交通機関



7) 自由記述から抜粋：

○肯定的意見

- ・和歌山じゃないみたい!!おしゃれですごく楽しかったです。
- ・せっかくの良いロケーションなので、今後もこのスペースを活用していく事に賛成。
- ・SUP を初めて体験してすごく楽しかったです。
- ・週末に2度の台風。途中の雨つづきも残念でしたが、いつもとちがうこの川べりの風景が、いつかは日常になるといいな、と心から思いました。

○PR について

- ・知らない友人も多いので口コミしておきます
- ・イベントがあるまで、この場所を知らなかった。
- ・近くのお弁当さんや My 弁当を持ち込んで気軽に使えるのだが、そういう使い方をしてもいいと知らない人には入りにくいかも。

○励まし、提案

- ・期間限定なのが勿体ないと思う。5月～7月くらいにしてほしい。
- ・カフェで若者たちの話を聞いていると、いろんなアイデアを持っているようです。「ビーチみたいにならないか」とか。そんな若者の声を生かせたら。
- ・ソーラーパネルで電気まかなってみては。小水力発電とか。

2.4.2. ワカリバ事業者調査

○設問項目：

(属性) 店名

(出店状況) 出店場所、営業日、時間、天気、出店料、同時開催イベントの有無

(営業状況) 売上または客数、客単価、売り上げに対する評価、今後の出店意欲

○調査方法：

- ・アンケート調査 (調査員による手渡し→直接記入してもらい調査員が回収)

○設問方式：選択式、一部自由記述

○調査期間 9月29日～11月5日

○記名方式：記名方式

○集計結果：回収数 72

※原則として出店営業日ごとに調査。内訳は期間中継続して営業した WASSUP（飲食、SUP 体験）の回収数 34、一般事業者（飲食、物品販売など）の回収数 38。無料イベントなどの事業者は対象から除いている。

以下、主な結果を示す（詳細は「資料編 ワカリバ事業者調査」）

- 1) 売上と天気の相関：天気が売上にどれくらい影響するのかみるため、クロス集計した。若干、晴天で売上が上がり、雨で売上が落ちることは確認できるが、晴天でも売上が 0 だったり雨でも売上を多く上げたりしているケースもあり、天気が決定的な原因ではないと思われる（図表 2-4-8）

図表 2-4-8 ワカリバ事業者調査：売上と天気の相関

| 売上(円)     | 晴天        | 曇り        | 雨         | 大雨       | 総計        |
|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| 0         | 5         | 0         | 2         | 2        | 9         |
| ～5000     | 7         | 3         | 4         | 0        | 14        |
| ～10000    | 4         | 3         | 4         | 0        | 11        |
| ～20000    | 7         | 2         | 4         | 0        | 13        |
| ～30000    | 9         | 3         | 1         | 0        | 13        |
| 30000～    | 9         | 3         | 0         | 0        | 12        |
| <b>総計</b> | <b>41</b> | <b>14</b> | <b>15</b> | <b>2</b> | <b>72</b> |

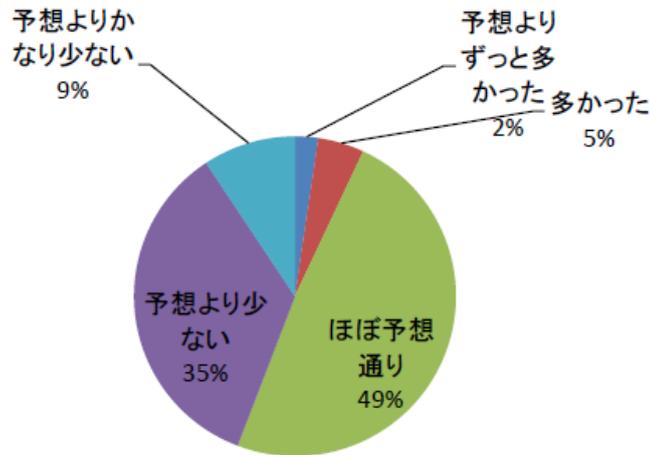
- 2) 売上と同時開催イベント有無の相関：イベントの有無と売上との関係を見るため、クロス集計した。平均売上でイベントがある方が約 1.6 倍となり、イベントと同時開催のほうが売上に貢献できることがわかる（図表 2-4-9）

図表 2-4-9 ワカリバ事業者調査：売上と同時開催イベント有無の相関

| 売上(円)       | イベント無          | イベント有          | 総計               |
|-------------|----------------|----------------|------------------|
| 0           | 5              | 4              | 9                |
| ～5000       | 10             | 4              | 14               |
| ～10000      | 6              | 5              | 11               |
| ～20000      | 4              | 9              | 13               |
| ～30000      | 6              | 7              | 13               |
| 30000～      | 8              | 4              | 12               |
| <b>合計件数</b> | <b>39</b>      | <b>33</b>      | <b>72</b>        |
| <b>合計売上</b> | <b>538,380</b> | <b>773,650</b> | <b>1,312,030</b> |
| <b>平均売上</b> | <b>13,805</b>  | <b>23,444</b>  | <b>18,223</b>    |

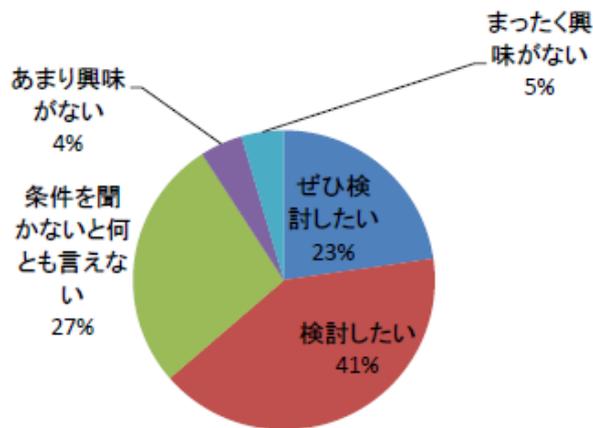
- 3) 売上予想：事前の売上予想に対して、「ほぼ予想通り」が一番多く、ついで、「予想より少ない」となっている。自由記述でもある通り、事前からそれほど売上が上がらないと予想していたケースも少なくないと思われ、「予想通り」だが「期待通り」ではなかったかもしれない（図表 2-4-10）

図表 2-4-10 ワカリバ事業者調査：売上予想



- 4) 今後の出店：「検討したい」「ぜひ検討したい」が全体の6割を超える。水辺での出店に期待が大きいことを示している（図表 2-4-11）

図表 2-4-11 ワカリバ事業者調査：今後の出店



- 5) 自由記述から抜粋：利用者調査に比べて肯定的意見が少なく、否定的意見が多い。

○肯定的意見

- ・川の景色と秋晴れに感謝の一日でした。
- ・誰でも気軽にドアをあけずに来てもらえること、毎日のように来てくれる方やリピートの方も後半は増えてきていました。
- ・グリーン、ブルーをモチーフにされて素敵です。のんびりとできる憩いの場として、これからも持続させていただけたらいいなと思いました。またゴミもなくっていいですね。
- ・近所との音の問題はありますが、ワカリバに来てくださった皆さんからはこの場所を続けてほしいという声が多く聞かれました。
- ・ご近所の飲食店のオーナーさんが今日来てくれました。すごく喜んでくださって「1カ

月だけでなく長期で続けて認知度を上げてほしいね」とおっしゃっておられました。ご近所の方にも好感触なようです。

○否定的意見

- ・たくさんの人は来ないだろうと思っていた通りの感じでした。
- ・お菓子や雑貨は売れにくいと感じました。
- ・平日なので人が少ないのかな。また通る方も少ない場所かな。
- ・台風のため、2回中止になり材料の仕入れからかなりの赤字になりました。
- ・長雨と気温の低下で客足が遠のき、特に夕方以降の売り上げが下がりました。
- ・土日はイベントがないと平日以下の来店になります。
- ・季節的にも水辺でテント営業は厳しいものがあります。風が吹けばテントはぐらぐらで看板が飛び倒れ、夜ともなればかなり冷え込みます。人出が悪く売り上げが思うようにない中でのテナント or テントの利用料金は高いと思います。集客の必要性があると思いました。
- ・この通りは日常的に人が通らないので、イベントに興味のある人だけになると思います。

○PR・運営等について

- ・イベントとしては素晴らしいと思うので定着化してほしいですが、運営していく上での販促／企画／管理が不十分と感じました。

○励まし、提案

- ・Wakuwaku することをどんどん形にしてください。待っています。
- ・音楽がほしい
- ・もう少し水が透明だと（川の水が）嬉しい。
- ・お客様用のちょっと置ける無料(格安)の駐車場が数台あれば立ち寄りやすいかも。

### 2.4.3. 舟運利用者調査

舟運としては、以下の協調開催事業、調査協力事業において、クルーズ船、カヌー、SUPなどが実施され、アンケート調査等を行った。（実施順）

〈POWER OF わかやま〉

- ・実施日時：7月16日（日）12時～18時
- ・利用栈橋：なし（独自制作）
- ・実施内容：カヌー体験・SUP体験
- ・参加費：無料
- ・主催：一般社団法人和歌山青年会議所
- ・利用者数 143名（うち、中学生以上 73名）、アンケート回収数 62

〈市駅”グリーングリーン”プロジェクト2017〉

- ・実施日時：9月9日～10日（日）11時～16時
- ・利用栈橋：勝海舟栈橋・雑賀橋栈橋
- ・実施内容：クルーズ船

- ・参加費：1人500円
- ・主催：市駅“グリーングリーン”プロジェクト2017実行委員会（資料提供：和歌山大学永瀬ゼミ様）
- ・利用者数 185名、アンケート回収数 134

<内川スタディークルーズ>

- ・実施日時：10月1日（日）10時～16時
- ・利用栈橋：京橋栈橋
- ・実施内容：クルーズ船
- ・参加費：無料
- ・主催：内川をきれいにする会
- ・アンケート：実施せず

<ポポロハスマーケット>

- ・実施日時：10月8日（日）11時～16時
- ・利用栈橋：京橋栈橋、雑賀橋栈橋
- ・実施内容：クルーズ船・カヌー体験
- ・参加費：クルーズ船は1人300円、カヌーは大人1500円、小人1000円
- ・主催：ポポロハスマーケット実行委員会
- ・利用者数 102名（クルーズ船75名、カヌーは大人9名、小人18名）、アンケート回収数41

<まちなか河岸>

- ・実施日時：11月19日（日）11時～16時
- ・利用栈橋：京橋栈橋
- ・実施内容：クルーズ船
- ・参加費：500円
- ・主催：城下町バル実行委員会（資料提供：（株）メガチューブ島英雄様）
- ・利用者数 40名、アンケート回収数 22

○設問項目（共通）：

（属性1）年齢、性別

（舟運について）満足度、よかった点、改善点、定期的に実現してほしいか、次に利用するときは、勧めたいか、料金について

（属性2）どこから来たか

○調査方法：

- ・アンケート調査（下船後、協力を依頼、回答→調査員が回収）

※アンケート回答は、中学生以上をお願いした。

○設問方式：選択式、一部自由記述

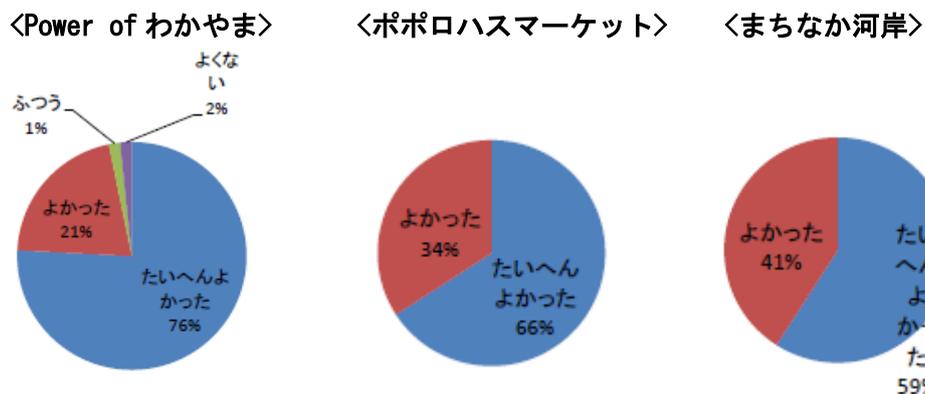
○記名方式：無記名方式

※「市駅”グリーングリーン”プロジェクト2017」については、独自アンケートのため、比較はせずに参考資料として示す。

以下、主な結果を示す（詳細は「資料編 舟運利用者調査」）

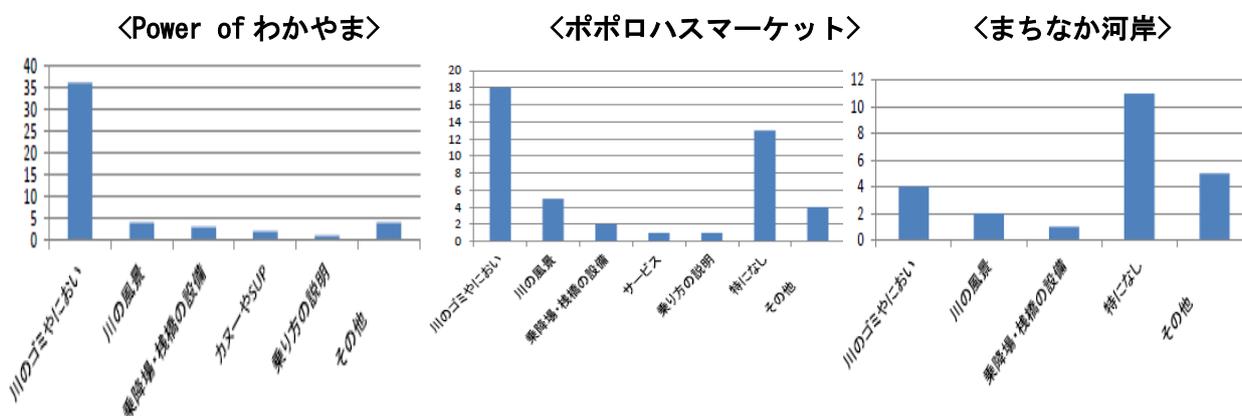
- 満足度：いずれのイベントでも「たいへんよかった」が半数以上を占める。「よかった」と合わせるとほとんどの人が満足している（図表 2-4-12）

図表 2-4-12 舟運利用者調査：満足度



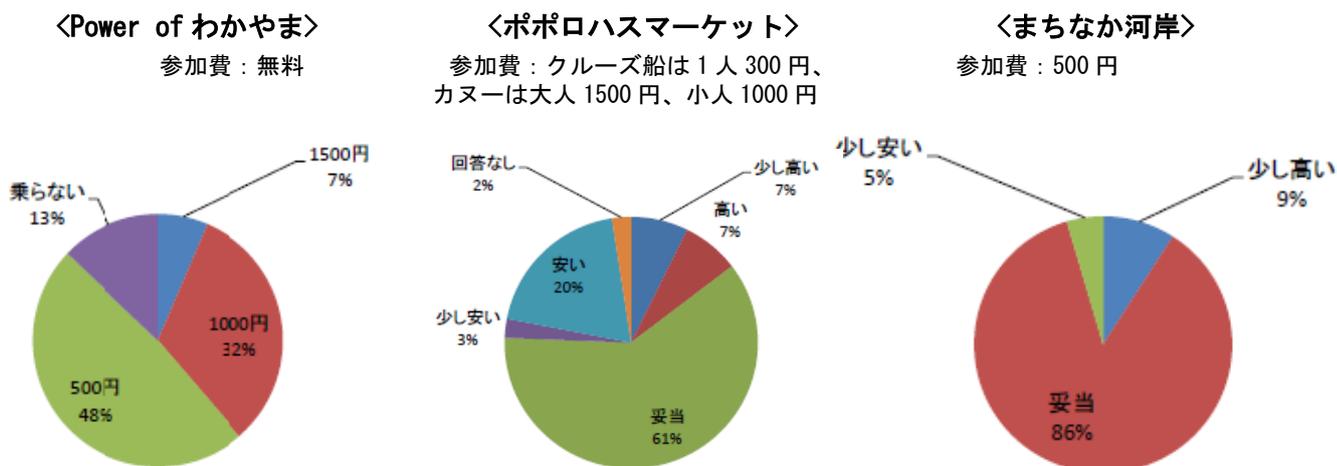
- 改善してほしい点：どのイベントでも「川のごみやにおい」をあげる人がかなり多い。川の水質改善が舟運には非常に重要であることを示している（図表 2-4-13）

図表 2-4-13 舟運利用者調査：改善点



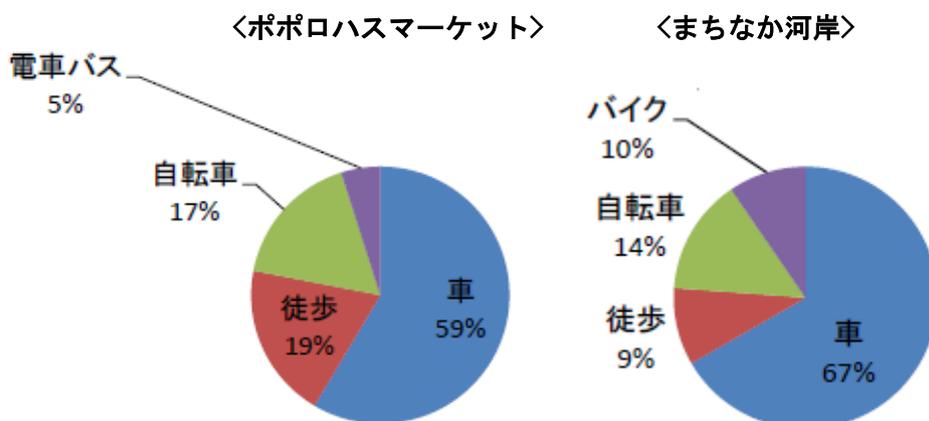
- 料金について：イベントごとに料金が異なる。Power of わかやまではクルーズ船、カヌーとも無料だったので、有料ならいくらが妥当か聞いたところ、500 円、ついで 1000 円の回答が多かった。ポポロハスマーケットではクルーズ船とカヌーと料金は違うが、いずれも妥当という回答が多かった。まちなか河岸でも妥当という回答が多かった（図表 2-4-14）

図表 2-4-14 舟運利用者調査：料金



- 4) 交通機関：「車」を使って来た人が全体の 5 割を超える。ワカリバ利用者アンケートと同様、「どこから来たか」にかかわらず、「車」が利用されている（図表 2-4-15）  
 ※〈Power of わかやま〉では交通機関の調査項目なし。

図表 2-4-15 舟運利用者調査：交通機関

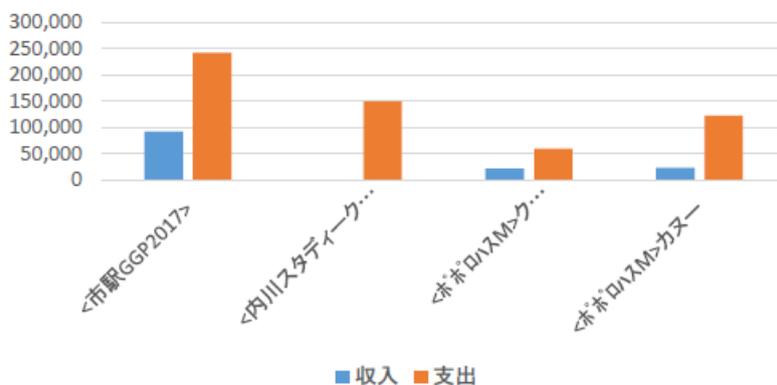


#### 2.4.4. 舟運事業者調査

各舟運の事業者に、事業収支等についてヒアリング調査を行った。  
 以下、主な結果を示す（詳細は「資料編 舟運事業者アンケート」）

- ・収入と支出：収支のわかっている事業について、それらを比較すると、いずれも支出が収入の 2 倍以上となっている。いずれの場合も、クルーズは安全性を確保するために、またカヌーなどは技術指導のために人件費が高くならざるを得ない。稼働率を上げる、参加費を上げる、経費を下げるなどが考えられるが、いずれも条件が厳しく採算をとるのは難しいことがわかる（図表 2-4-15）

図表 2-4-16 舟運事業者調査：収入と支出



#### 2.4.5. 通行量調査

○調査項目：

- ・車、バイク、自転車、人 の通行数

○調査方法：

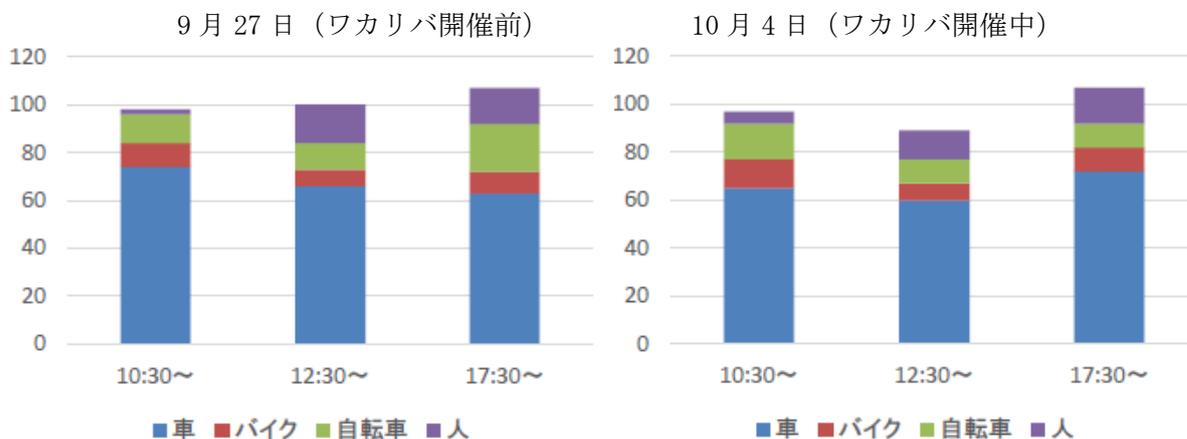
- ・MIZUBE COMMON 前道路での調査員によるカウント。1日3回各20分間（10時半～、12時半～、17時半～）

○調査日 9月27日（ワカリバ開催前）、10月4日（ワカリバ開催中）

以下、主な結果を示す（詳細は「資料編 通行量調査」）

・通行量と質の比較：全体に車等（車、バイク、自転車）が多く、人の通行数はかなり少ない。特に車とバイクが多く、直線道路でスピードをだして通り過ぎていく。これはワカリバ開催前後、各時間帯でもほとんど同じ傾向。お昼休みと夕方には若干、人の通行数が増えるが多く時間帯でも20分間で20名に達しない。ワカリバ開催中に、昼（水辺のマルシェ開催中）、夕方（WASSUP 開店中）の人の通行量が増加傾向はほとんど見られない（図表 2-4-17）

図表 2-4-17 通行量調査



## 2.5. 検証

より小さな費用でより大きな成果をあげるという課題を達成するために、わかやま水辺プロジェクトが直接実施する直接開催事業と、わかやま水辺プロジェクトがプラットフォームとなって他者と協調して事業をおこなってもらう協調開催事業、そして他者が行う事業を社会実験として認めて 調査のみおこなう調査協力事業の3つの方法で事業を実施検証した訳であるが、協調開催事業の企画調整や勧誘に多大な労力を要することとなった。

趣旨は分かっていたが、何をして良いのかわからない、何かできたら良いな、と興味を持っていただける方はかなりいたが実際に企画を起し実施していただけるまでは、何度も打ち合わせをし、プロジェクト側のスタッフが企画を進めないと実施に至らない案件も多かった。紀州まちづくり舎、ポポロハスマーケット実行委員会、市民の力わかやまが主催事業者として開催した企画は、経済的側面はプロジェクトとは別で、人的リソースは水辺プロジェクトと同じなので企画運営に負担もあった。一方で、しっかりと企画運営してくれる事業者もいたことは事実でありとてもありがたいことであった。イベントの内容が良くてPRがうまくいけば集客はできるが、裏を返せば、このエリアは、イベントがないと集客が無いということがよくわかった。一方で、期間中常設営業を続けた SUP カフェ (WASSUP) を目的にくるお客さんがいて、期間後半では常連のお客さんもでき、常設の飲食店営業はビジネスとして成り立つ可能性がある。

イベント実施期間中、何度か音楽ライブを実施した際、音の苦情が寄せられたことから、このエリアでの音楽ライブの開催は地域住民とのトラブルになる可能性が極めて高い。

仮設栈橋を整備することで、SUP の日常利用や、舟運の利用があったことは、水面へのアプローチがしやすい環境を作ることで、水面の利活用が進むと考えられる。カヌーは、インストラクターによる指導や、安全管理が必要で、コストがかかるので事業性が低い。舟運事業もコストが高く、黒字化は難しい。水質や河川環境の改善を指摘する声も多く、今後の課題である。一方、飲食店併設のレンタル SUP や、今回実験できなかったが、技術がなくても利用でき、安全性の高いスワンボートのような船のレンタル事業は、飲食店と組み合わせることで事業性が高いと考えられる。

社会実験期間中、台風、長雨が複数回あり、企画したイベントが中止になることも度々あり、10月22日の台風21号の際には、いったん栈橋を陸上に退避するなどの対策を行った。クレーンを使って浮き栈橋の撤去と昇降用の階段の撤去を行なった。大潮の満潮が夜になること、大雨で川の水が増水してきていることから判断し事前措置として撤去を開始し、その後水位は撤去条件に達したので事前判断は適切であった。社会実験期間中にこのような実験ができたことは、河川管理者との信頼関係も築け、とても良かった訳であるが、このようなことが度々あると対応が大変でコストもかかる。水面へのアプローチは撤去不要な構造の浮き栈橋や、雁木のような構造が理想的である。

今回の社会実験で市堀川の水辺の利活用をPRできたことは確かであり、川の水質や環境に興味を持ってもらえたことも成果であった。特に伏虎義務教育学校の生徒たちが、川に興味を持ち川の環境を改善したいと思い、自分たちにもできることを考え活動したことは、水辺プロジェクトとしても今後の大きな成果につながると考える。

そして何よりワカリバ利用者の満足度が9割を超え、高い満足度を示していること、良

かった点として川に近いことや、飲食店があり芝生・や机・椅子などのんびり、ゆったり空間を評価する声が高かったことはこの場所の利活用の方向性を示している。