

3. 社会実験

公共空間をつかった新たな取り組みを行う場合、地域の合意形成を図りながら行っていくことが望ましい。河川敷地占用許可準則の特例占用やかわまちづくり制度でも、地域の合意形成は必要不可欠である。とはいえ、その地域の意思決定を行う者が、新しいことを許容するための判断材料を必ずしも持ち合わせていないという場合が多い。合意形成を必要条件としてしまっていることによって、新しいコトが起きる前に障壁になってしまうことがある。

社会実験的アプローチは、前もって合意形成を図った上で物事を進めるのではなく、小さい成功事例を積み重ねていくことによって、地域の意思決定を行う者たちの中でコンセンサスが得られていく手法である。

新しい取り組みについて地域で合意形成を図るためには、まず小さく実践してみることによってその地域に適切な判断材料を提供することである。

3.1. 社会実験対象の設定

社会実験の対象区域は、中心市街地と市堀川を含む内川とが重なる部分とその周辺を想定する。

すなわち、中心市街地（ここでは平成17年和歌山市中心市街地活性化基本計画に示された基本計画区域）によって切り取られた河川（内川）とその周辺地域（水辺のまちづくりによって創出される都市魅力評価の影響の及ぶ可能性のある範囲をすべて含む）である。

図表 3-1-1 社会実験対象区域 想定図



3.2. 成果指標

これまでの社会実験といえば、実施して終わりという問題があるものが多かった。社会実験を通してどのような社会を実現したいかという大きな目標がそなわっていないことに起因する場合や、行政施策へ昇華する仕組みがそなわっていないことが原因の場合(*3-1)、あるいは民間が自らの責任でリスクを分担しなければならない部分を行政が予算措置をして負担してしまうことで、民間に期待を生じさせてしまい、主体的な参加を阻害している場合などが見られる。

なにより、社会実験は実験結果の評価・分析が大切であり、どのような成果指標をそれぞれの実験に対して設定するかが非常に重要である。

大事なことは、規制緩和をするうえで、安全性、地域の合意など公物管理者の懸念事項をとりのぞくことができるかどうかを実験するということである。社会実験をおこなったことによって、どのような反応が地域から得られたかなどを正確に記録し分析することも欠かせない指標である。

また、社会実験では地域の人々がその成果を実感できることがその後の施策反映にむけて大切なファクターになる(*3-2)ので成果をわかりやすく伝えることも重要である。

※本節に述べる各種調査方法等に関する検討及び調査方法案などは2016年度報告書作成時点による。実際の社会実験の成果指標となる各種調査は、これ等の検討などをもとに2017年度、2018年度ともその時点の現状に即して行った。

3.2.1. 管理者が規制緩和を行えるかどうかの判断するための指標づくり

道路や河川敷の一部を現在の目的と違う利用方法でつかうことを社会実験的に実現する場合、事前に管理者の懸念点を洗い出して懸念を払拭するための指標について整理をする必要がある。市堀川の河川管理者である和歌山県と出先機関である海草振興局は、河川法占用許可準則の都市・地域再生等利用区域の指定をおこなった事案がないので、これから指定基準をつくっていくという段階にある。

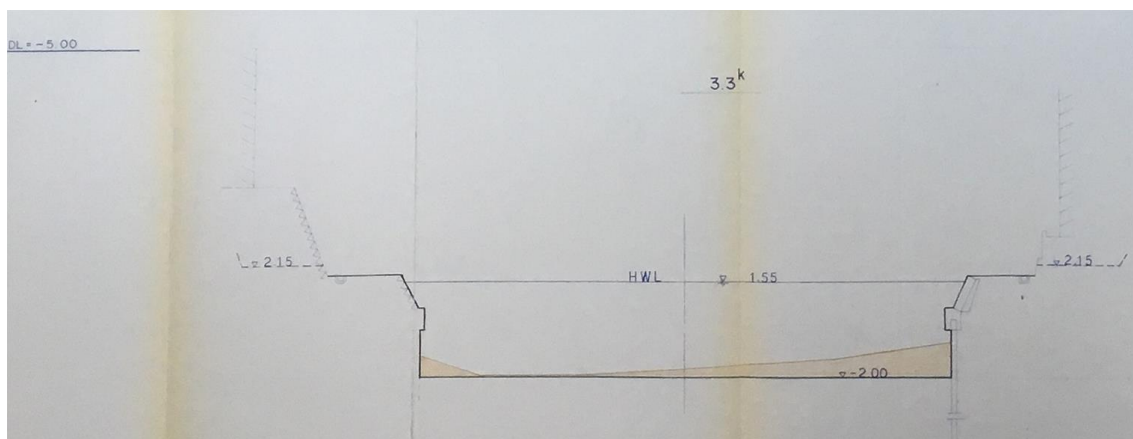
a) 治水上の懸念点に対する指標

河川敷地を使う場合、当然河川管理者と治水上、河川管理上の懸念については事前に相談をしておく必要がある。

市堀川周辺においては、遊歩道として整備された区域、遊歩道として整備されていないが護岸の平場部として整備されている区域、の二種類があり、このいずれもが、計画高水位(H.W.L.)の上であることが確認されており(図表 3-2-1)、なにかものを置いても河積阻害を起こす心配がない。よって社会実験を行うのであれば、治水水面はクリアしやすい。

実際上問題ないかについては、社会実験を行った場合、実験期間中の水位の状況把握などが必要になることも考えられる。

図表 3-2-1 市堀川 3.3k ポストの河川横断面



b) 河川管理上の懸念点に対する指標

周辺の住民の合意形成において、その社会実験の主体が河川管理者ではなくあくまで社会実験の実施者にあることを確認した上で、地域へのサウンディング、地域からのフィードバックなどを社会実験の実施主体が責任をもって調査、分析し、管理者に伝えることが必要である。対象地である市堀川周辺では、遊歩道を整備した際に河川管理者と地域住民の間で関係構築をして、現状の管理状況（開放時間 9:00～17:00）

図表 3-2-2 遊歩道の管理状況



（図表 3-2-2）ができていく経緯を鑑みて、河川管理者は地域住民との合意形成に関して慎重に捉えている。この懸念点払拭のために、社会実験を行う際は地域の合意形成の状況を明確にして管理者に伝える必要がある。

3.2.2. 来街者のアクティビティ 「滞在時間」×「人数」

水辺空間の利活用により公共空間の質を高めることは、①対象空間の魅力や利便性を向上させるだけでなく、②周辺地区のイメージ改善、③中心市街地内における来街者の行動変化につながる可能性がある。従って、まちづくりの観点からは、公共空間利活用に係る社会実験において②、③に関しても効果を検証することが望ましい。そのためには事前及び実施中のデータとその取得方法が適切に計画される必要がある。

a) 従来方法の見直しから

① 利活用意義の明確化：「賑わい」/「回遊性」のあるまちとは？

中心市街地活性化を目的とした、従来の利活用事業では「賑わい」あるいは「回遊性」がキーワードとして頻繁に用いられてきた。両語は大変前向きなキーワードで、まちの目標に用いることへの同意は得やすい。しかし、波及させたい範囲や、それによる地域経済活性化

まで視野に入れるかなど、『「賑わい」や「回遊性」のある』具体的なまちの空間像が、少なくとも事業実施当事者間で共有されなければ、利活用で目指すべき到達点が曖昧になってしまう。

② 公共空間利活用は万能薬ではない

公共空間利活用は、対象地域の持つ空間のポテンシャルを引き上げるものである。例えば、自動車中心のライフスタイルにもかかわらず、近年公共空間の利活用事例が増加している米国都市（ミネアポリス市など）においても、「Goodな場をGreatに」という文脈で公共空間再編に力を入れている。

一方、地域価値について、公共空間利活用単独で、マイナスを0に（図表 3-2-3）、+1を+5に（図表 3-2-4）することが可能でも、マイナスをプラスに反転させることは難しい。利活用に合わせて、魅力のあるカフェや地域活動拠点をオープンするなど、沿道との連動性を持たせる一工夫が必要である。

図表 3-2-3 衰退した地域の住民/事業者の活動量を上げる

>デトロイトにおけるプレイスメイキング事例 (<http://www.crainsdetroit.com/>)



図表 3-2-4 車道の広場化で滞在者が増加、沿道の不動産価値向上。交差点改善を伴うことで、自動車ユーザーからも受け入れられた。

>ニューヨーク・プラザプログラム(三浦詩乃撮影)



③ ターゲットを絞った段階的改善

ユーザーの多様性への配慮やユーザーが置かれた状況への想像力を持った、デザインやマネジメントを試みた公共空間ほど、成功している。時間帯や、利用者の属性によって異なる利用傾向を把握した上で、まずはあるターゲットを設定し、(他のユーザーを排除しない方法で) 確実に満足させる空間設計のあり方が議論されることが望ましい。その繰り返して公共空間の質が高められる。

例えば、公共空間研究第一人者の Jan Gehl は、「滞在時間」×「人数」を指標として重視し、特に安心感のある空間づくりには、ターゲットに子ども、女性、お年寄り等が含まれるとよいと述べている。

デザインやマネジメントのプロセスで必要となるのは、アクティビティデータである。

通行量や売上高といったシンプルな量的データ、コンテンツ内容に関する質的データ(ユーザー評価・印象に対するアンケート等)はこれまでもとられてきたが、利活用実施箇所の選定や、交通規制のあり方に関する評価、ファニチャーのレイアウト改善等に役立てるには不十分である。

b) 来街者アクティビティデータ取得とそのメリット

アクティビティデータとは、簡潔に言えば、観察などによって得られた歩行者行動パターンを誰もが読み取りやすくビジュアライズしたものである。

無意識にユーザーが取る行動の分析や、コミュニケーション量のマッピングなど、分析の切り口を工夫することで、地価や通行量のみでは見えてこない、都市や公共空間のもつポテンシャルや課題を可視化することが可能である(事例1～3参照)。データベース化・公開されることで将来のまちづくり、合意形成にも活用できる。

図表 3-2-5 静岡市滞在活動調査

事例 1：静岡市滞在活動調査

* 横浜国大・交通と都市研究室実施

(赤：午前 緑：正午頃 青：午後)

滞在活動量の分布傾向が時間帯で異なることを可視化。例えば、七間町通りと御幸通りでは、歩行者通行量(H27)は同程度だが、滞在活動は前者の方が活発。



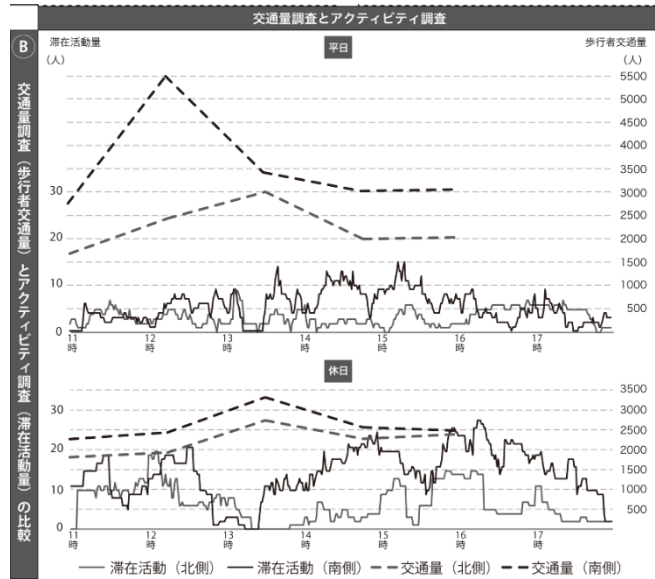
図表 3-2-6 池袋グリーン大通り社会実験
交通量調査とアクティビティ調査

事例 2: 池袋グリーン大通り社会実験

滞在活動のピークと通行量のピークは必ずしも一致しないことを実証。利活用運営には、双方の活用が望ましい。

写真出典*3-3

左図出典*3-4



事例3：ベトナム・ハノイ市パスターミナル

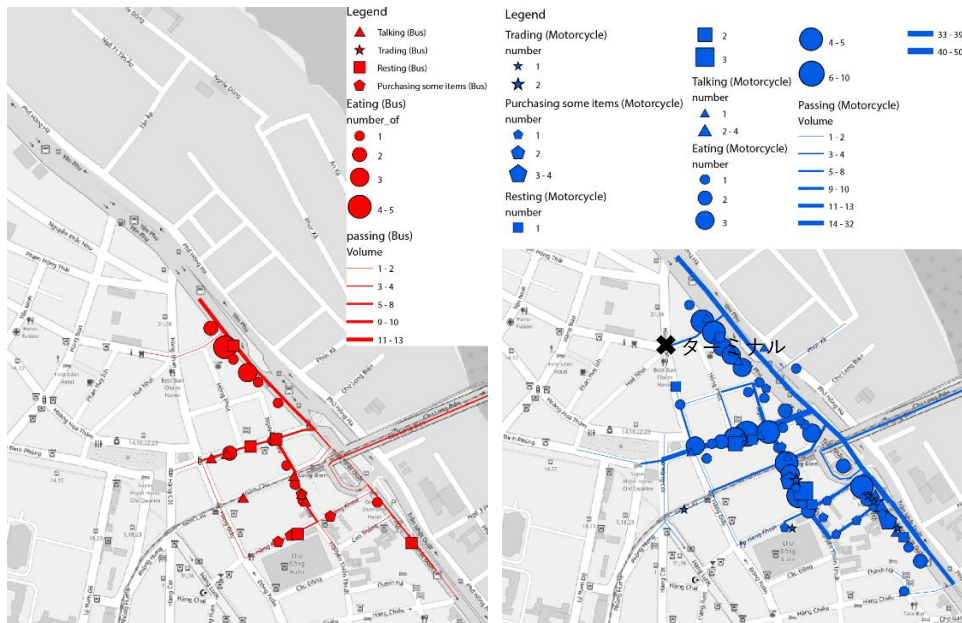
周辺街路上アクティビティ調査

* 横浜国大・交通と都市研究室

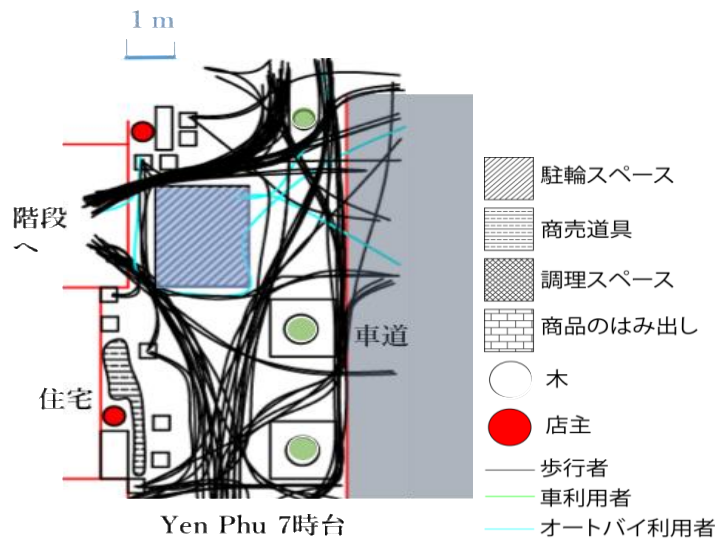
ベトナム都市はオートバイ利用者が多い。アンケート調査から歩行者（赤）、オートバイ利用者（青）別にアクティビティ量と種類、そして観察調査から歩道上動線（下図）をプロット。

オートバイ利用者による街路上の活動量は大きく、賑わいに貢献しているが、同時に駐輪で広く街路を占有しており、露天商よりも、歩行者の活動や安全性を阻害している面があることを示した。

図表 3-2-7 ハノイ市アクティビティ調査



図表 3-2-8 ハノイ市アクティビティ調査 歩道上動線



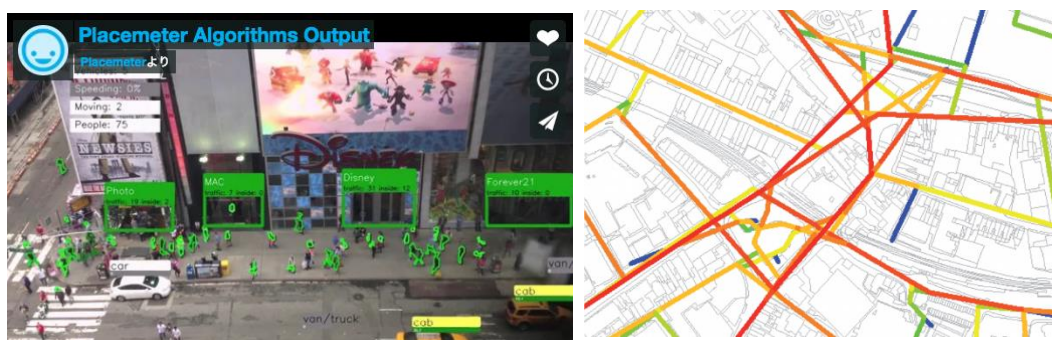
c) アクティビティ調査の種類

代表的手法やツールについて概要をまとめた。これらの組み合わせ、もしくは掲載した方法に縛られず、①調査対象（定量的/定性的データ）、②予算・人員に応じて調査計画を工夫することが望ましい。

図表 3-2-9 アクティビティ調査の代表的手法、ツール

規模	広域	地区レベル		
手法	GPS	動線調査	Space Syntax	イメージマップ
概要	アンケートと合わせると属性を反映した分析可能	来街者によるルートかきこみ、または観察調査+交通量調査	街路網のつながりの強さをグラフ理論から可視化	エリアのイメージマップを書いてもらう。回遊の際の目印等、地区の重要な空間要素を抽出
施策前後比較	○	△	○(ハード整備伴う場合)	△
動線把握	○	○	△	△
設備費	高	なし	要問合せ	なし
人員	システムによる	一般アンケート調査と同様	なし	一般アンケート調査と同様
対象サンプル	端末利用者/負担小	負担大	—	負担大
備考	方法 ①ビッグデータ活用：例) ドコモ・モバイル空間統計、訪日外国人行動分析 inbound insight等 ②アプリ配布、Google Fit等既存アプリ活用 ③少数サンプル>GPSロガー配布：YUPITERU AL20(6千~1万円/台)		街路のGISデータのみで分析可能	
規模	1~数街区		(規模にかかわらず) 利用者意見分析	
手法	Placemeter	観察調査	ビジュアル・インスピレーション	共分散構造分析/ロジットモデル等
概要	交通手段別交通量・方向・速度計測(屋内への立ち入りを含む)、データベース化	滞在活動を中心に時間別や属性別に位置をプロット	事例写真をボードにピンナップし、コンテンツとしてほしいものを把握	アンケート結果を用い、経験や行動選択に影響している要素を分析
施策前後比較	○	○	—	△
動線把握	△	△	×	△
設備費	高	なし	なし	なし
人員	システムによる	2~3人/街区	なし	研究者による分析
対象サンプル	端末利用者/負担小	調査員負担大	空間利用者	100以上のサンプル必要
備考	*新規店舗出店、賃貸料の交渉材料、広告効果等に活用実績149ドル/か所・月 または カメラ99ドル(画像解析アルゴリズム内蔵、必要な情報のみ出力)	局所的な利用密度把握、建物用途やファサードの特徴と合わせて考察	回答者も楽しめる。感動や印象も同時に尋ねられる。	仮設の立て方など分析者のスキルに精度が左右される。

図表 3-2-10 Placemeter による調査



Placemeter 映像解析の様子 (<http://press.placemeter.com/>) Space Syntax (<http://www.spacesyntax.com/>)

d) 和歌山市におけるアクティビティ調査 (案)

① 目的

- 事前調査：市堀川及び市営駐車場活用社会実験の計画に役立てる
- 実験中調査：社会実験の効果検証、将来の定期的活用につなげるための基礎データ取得

② 現況

2016年12月18日(日)、水辺空間に加え、その他のオープンスペース(道路・公園)現地視察を行った。

【実施予定地区の概要】

- ・南北に市営駐車場が立地している。
- ・実験対象の駐車場には一定の利用者が存在。
- ・生活道路では通過交通量、歩行者数とも少ない。
- ・橋詰や橋上広場は駐輪が多く、歩行者利用が少ない。
- ・店舗、リノベーション物件が点在する。飲食店が多い。

以上より、実験実施に向けたア) 駐車場ユーザーの行動調査、実験時のイ) 歩行者の主要動線把握、ウ) 周辺オープンスペースを含む滞在への満足度に関する調査を行うことを検討する。

特にア) については、今後中心市街地内の駐車場活用や再配置を行う際にも役立てられる。

③ 社会実験の目標設定（案）

図表 3-2-11 社会実験のアクティビティ調査箇所のご案内



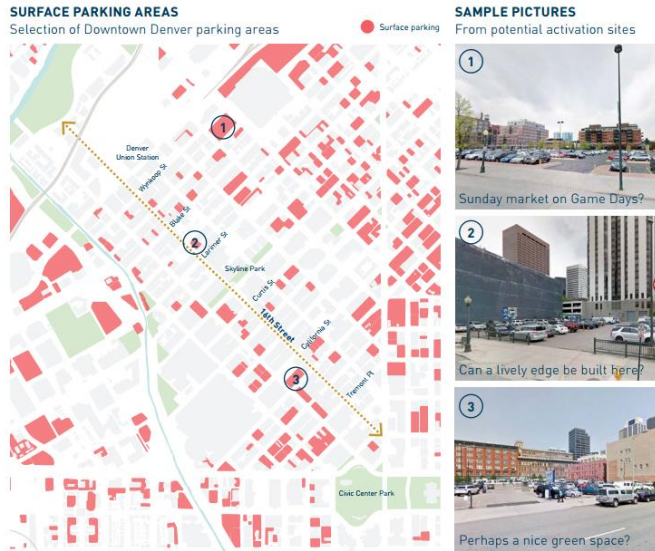
中心市街地現況と、実験対象地の立地、想定されるアクセッスルート、これらの3点から、周辺地区でポテンシャルを高めるべき3つのノードを設定した（図中の○）。

社会実験実施により、ノードに囲まれた複数街区（図中の■）での歩行者回遊行動が活性化することを目標の一つとする。これを実証するようなアクティビティ調査を行う。

また、回遊行動の安全性、対象街区内の低未利用地有効活用の可能性（下記事例参照）についても議論できるようなデータを取り、その後の利活用実施の際に役立てるものとする。

図表 3-2-12 デンバー市のメインストリート活用事例

6.3 Consider how to leverage the opportunities of adjacent underused sites



デンバー市の事例：⇄で示されたメインストリートの利活用を青空駐車場（赤色）の有効利用に波及させる案（Gehl Architect）

④ 調査項目（案）

●事前調査

1) 実験対象地の駐車場ユーザー行動分析

前面の民間ステークホルダー、日常的に利用しているユーザーとの合意形成のために不可欠

→(3)アクティビティ調査の種類で示した Placemeter の活用検討（2～3か月）

※歩行者数把握にも使用できる。

2) ○（ノード）部分での交通量/滞在者数調査

前後比較のため。休日と平日で（晴れの日、実験と同様の時間帯）、20分×3回測定

●実施中調査

1) 歩行者回遊行動調査

ノード3か所、通り抜けができる駐車場周辺での交通量調査（歩行者/自動車）

2) 利用者アンケート

主に利用者の属性/歩行動線/駐車場利用実態/満足度について

必要に応じて多変量解析で分析

3) アクティビティ観察

利活用のコンテンツ、レイアウトや交通規制のあり方に関する議論に役立つような、水辺での滞在行動特性、歩行者の道路横断特性を把握

4) ビジュアル・インスピレーション等、ボードを活用した利用者意見把握

●実施後調査

協力事業者へのアンケート（非公開）：実験に直接関係する収支等

3.2.3. 経済性確認 売上把握など

経済性の確認も重要な指標である。

例えば、河川敷地占用許可準則での特例占用で認められた河川敷地をつかった経済活動が、対象店舗の売り上げにどのように貢献するかを把握することは、いくつかの点で重要である。

a) 河川敷地の占用料の妥当性を把握するために重要である。

河川敷地の占用料は県に対して納めるものであるが、経済活動を阻害する占用料の設定ではそもそも経済活動はうまれない。和歌山県河川法施行条例では河川占用許可準則の都市・地域再生等利用区域の指定をした場合の河川占用料に関する取り決めはなく、その他のその都度県知事が決める項目に該当する可能性が高い。

図表 3-2-13 和歌山県河川法施工条例 別表第2

(*3-5 和歌山県河川法施工条例)

別表第2(第3条関係)

(平14条例70・平25条例53・平26条例27・一部改正)

区分	単位	金額(年額)							
		特級地		1級地	2級地	3級地	4級地	5級地	
		甲	乙						
上屋、倉庫、仮設小屋その他の建築物	1平方メートル	1,540円から7,560円までの間で知事の定める額		1,070円	780円	550円	370円	220円	
軌道、軌条	1平方メートル	2,160円	1,080円	430円	350円	220円	130円	84円	
物揚場、物干場、物置場、棧橋、道路、橋りょう	1平方メートル	1,300円	650円	220円	170円	130円	84円	48円	
船舶係留、木材係留	1平方メートル	1,080円	650円	220円	170円	130円	84円	48円	
柵類	1メートル	1,080円	650円	220円	170円	84円	72円	48円	
管類、線類	外径80センチメートル未満のもの	1メートル	1,080円	650円	220円	170円	84円	72円	48円
	外径80センチメートル以上のもの	1平方メートル	1,300円	650円	220円	170円	130円	84円	48円
果樹作、木竹作、農耕地	1平方メートル	170円	84円	35円	22円	13円	8円	5円	
電柱、棒、くい(電柱の支柱及び支線は、それぞれ1本とする。)	1本	2,160円	1,080円	900円	720円	540円	430円	360円	
各種試験のための施設	1平方メートル	3,460円	1,730円	650円	430円	350円	260円	170円	
自動車練習場	1平方メートル	220円	120円	48円	35円	26円	17円	13円	
ゴルフ場、ゴルフ練習場	1平方メートル	430円	220円	84円	65円	52円	35円	22円	
その他	その都度知事が定める額								

備考

- この表の金額によることが不適当と認められるものについては、この表の規定にかかわらず、その都度知事が定める。
- 各級地に属する区域は、知事が別に定める。
- 占用の面積若しくは長さが1平方メートル若しくは1メートルに満たないとき、又は占用の面積若しくは長さが1平方メートル若しくは1メートルに満たない端数があるときは、それぞれ1平方メートル又は1メートルとして計算する。
- 占用期間が1年に満たないとき、又は占用期間に1年に満たない端数があるときは、月割りをもって計算し、なお1月に満たない端数があるときは、1月として計算する。
- 土地占用料の合計額が100円未満の場合は、100円とする。
- 消費税法第6条の規定により非課税とされるものを除くものについての土地占用料の額は、この表により算定した額に100分の108を乗じて得た額(1円未満の端数があるときは、これを切り捨てた額)とする。
- 6の場合を除き、この表により算定した額に1円未満の端数があるときは、これを切り捨てるものとする。

良好な経済活動を生むことができるかを把握し、良好な経済活動を育むための河川占用料設定のためにも社会実験でどのような売り上げ向上がうまれたかを把握することが重要である。

- ・ 河川占用の社会実験に参加する飲食店の売り上げ把握
- ・ イベント収益
- ・ 周辺店舗の売り上げ把握

b) 河川占有によって、地域の魅力向上に貢献することができるか

河川占有料は法令にしたがって県に納付することになっているが、全国的に見ると都市・地域再生等利用区域に指定された区域内で行われる河川占有に関しては、占有料減免措置が取られていることがある。また、中間組織である施設管理者は又貸しをすることで、使用料から河川占有料を引いた差益を、河川敷地の維持管理、良好な河川空間の保全、創出などに使うことで地域に還元していることが見られる。

図表 3-2-14 河川における民間活用（オープンカフェ等）の占有事例*3-5

河川における民間活用(オープンカフェ等)の占有事例						
	広島・京橋川		大阪・道頓堀	名古屋・堀川	東京・隅田川	
占有区域	河川	公園	河川	河川	河川	公園
占有主体	協議会		鉄道会社	公益財団法人	民間事業者	
占有料	1,090円	免除	免除	免除	8,361円	13,536円
占有料納付先	広島県	広島市	大阪府	愛知県	東京都	台東区
施設設置使用者	民間事業者		民間事業者	民間事業者	民間事業者(同上)	
使用料	12,000円		32,400円	3,000円	売上の歩合制	
使用料納付先	協議会		鉄道会社	公益財団法人	オープンカフェ運営連絡会	
使用料還元用途	維持管理(除草、清掃) 良好な河川空間の保全・創出(イルミネーション、植栽、案内板設置)					

※占有料・使用料は年換算値(円/m2・年)で表示

15

公益財団法人 リバフロンティア研究所

市堀川周辺でおこなわれる河川占有の社会実験でも、地域に還元される価値はどうあるべきなのか十分に議論をした上で、河川の管理の在り方にまで踏み込んで実験が行われることが望ましい。そのときの指標は、

- ・ 地域のステークホルダーのサウンディング調査などによって測られる
- ・ 河川管理者へのサウンディング調査などによって測られる
 - ・ 実際に参加した占有主体へのヒアリング調査によって測られる

3.2.4. センシュアシティ

都市の本来の魅力を測る物差しに対するニーズが高まっている。これまで都市計画や不動産投資の市場原理で合理的に計画されてきた都市が必ずしも都市生活者が感じている都市の魅力につながっていないことに対する関心の高まりから生まれている。

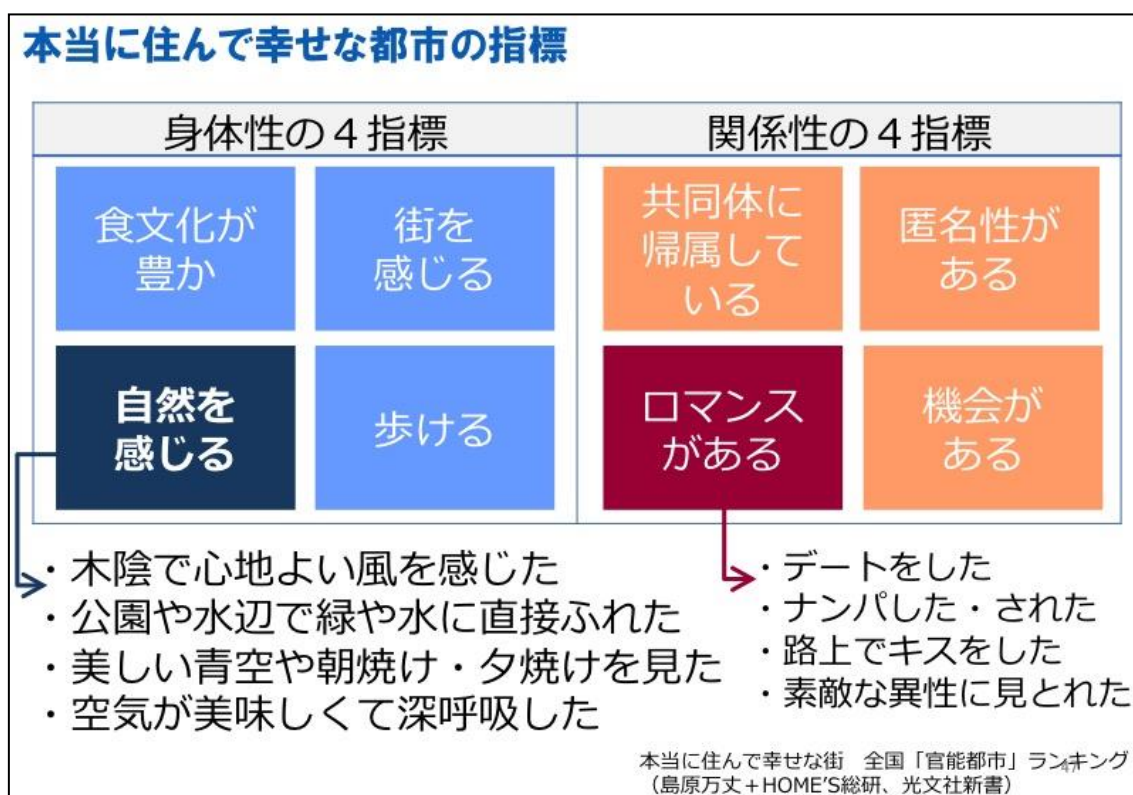
HOME'S 総研が発行する「Sensuous City[官能都市] ー身体で経験する都市；センシュアス・シティ・ランキング」(*3-6) のなかで、島原万丈は「人が都市に生活する」意味を以下の2点に集約されるという。

- ・ 人間は都市という場所で、不特定多数の他者との関係性の中に生きる
- ・ 人間は都市という場所を、身体で経験し五感を通して知覚する

官能性というキーワードで都市を評価するという指標を示し、「関係性」と「身体性」を豊かに経験できる都市こそが、魅力的な都市であるという。これまでの合理的な都市作りにはなかった指標として世の中に紹介された。

2017年2月16日に開催された「かわまちづくり全国会議」で、国土交通省水管理・国土保全局河川環境課長小俣篤氏の講演で、「本当に住んで幸せの都市の指標」が Sensuous City 「官能都市」の引用で示された。水辺が、都市のなかで自然を感じる場所で、デートをしたくなる場所になる可能性があることに、ポテンシャルがあるという。

図表 3-2-15 本当に住んで幸せな都市の指標(*3-7)



水辺がどのような場所になるべきかという指標に、その都市の本当の魅力を測るためにつくられた指標であるセンシュアシティ調査を用いることは、都市の魅力を水辺のまちづくりを通じて創出するために必要である。

センシユアスシテイ調査は、インターネット調査を用いて、全国の都道府県庁所在都市および政令指定都市に居住する 20～64 歳までの男女 1 万 8300 名にヒアリング調査されている。各都市のサンプル数は 200 である。ちなみに、和歌山市はすべての指標において、ベスト 50 に入っていない。

和歌山市の水辺が魅力向上に貢献していることを測るために、センシユアスシテイ調査の結果がどう向上するかは重要な指標である。

3.3. のぞましい社会実験のあり方

和歌山の水辺空間を活かしたまちづくりのプロジェクトの進め方として望ましいのは、従来みられたような行政主導の政策誘導ではなく、多様な主体の参加を促し（オープンイノベーション）、共に共有できるビジョンにむかってそれぞれの役割を果たせるように（バックキャスト）多様な主体のモチベーションを調整しながら（中間組織による推進体制）、多様なひとびとの関心を高めながら（ソーシャルデザイン）、地域の合意形成を将来的に図れるように（協議会）、小さな成果を積み重ねそれを共有しながら（タクティカルに）推進していく、という進め方である。

3.3.1. OODA ループ

和歌山の水辺空間を活かしたまちづくりは、多様な民間組織がそれぞれに自律性をもって成果を成し遂げようとしている自律分散型でネットワーク型の組織モデルである。そのような組織が成果を成し遂げるためには、組織の意思決定理論モデルである PDCA サイクル（PLAN-DO-CHECK-ACT）や OODA ループ（OBSERVE-ORIENT-DECIDE-ACT）（*3-8）を参考にするとよい。

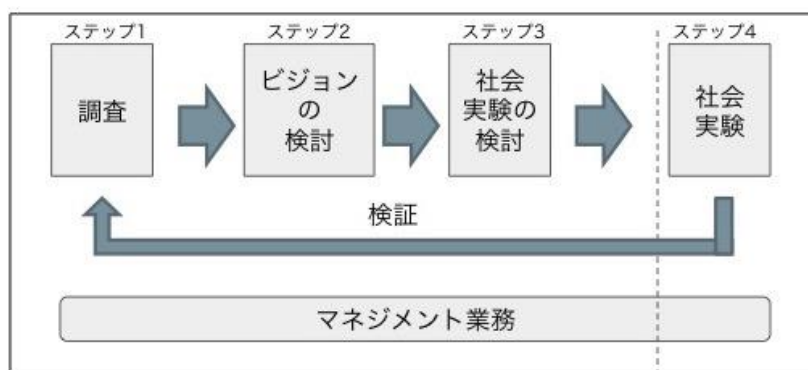
OODA ループは、監視-状況判断-意思決定-行動の一連の流れとそれをまた監視に戻すというループによって成り立っている。和歌山の水辺空間を活かしたまちづくりでいうと以下のようなモデルになる。

多くの主体を巻き込みながら水辺のまちを実現するために必要な4つのステップとそのループ

ステップ1. 調査: 現状把握、他の事例の調査、市内のステークホルダー調査
ステップ2. ビジョンの検討: アクションプラン準備、検討
ステップ3. 社会実験の策定: 社会実験のアクションプランと検証の策定
ステップ4. 社会実験
↳ステップ1. 調査にもどり、また繰り返す

社会実験は OODA ループの ACT（行動）の部分を担当。そしてその結果を監視して次の意思決定へつなげる。場合によっては政策レベルへの決定につながることもある。このループのマネジメントをするのが、このプロジェクトを推進する中間組織の役割である。

図表 3-3-1 和歌山の水辺のまちづくりループ



このループが円滑に回るようにするのが中間組織に求められる役割である。その円滑さのためには、行政や中間組織が配慮すべきポイントは、以下である。

3.3.2. 計画しても物事が思い通りにすすまないことを認識する

公的資金だけをつかった水辺空間を創出するプロジェクトでは成し遂げられない将来像に向かうプロジェクトなので、民間事業者や民間不動産オーナーの主体的な参加を促さないと成立しない。多様な主体の主体的な参加を促すということは、従来の計画優先のプロジェクトとは異なり、参加者の発議でプロジェクトの進め方が決定される。

3.3.3. 信頼関係の構築

オープンイノベーションの取り組みで、多様な主体が参加を表明した時に、そのモチベーションをうまく機会としてとらえて実現につなげることは、社会実験に参加する主体と推進する中間組織、行政との信頼関係を構築する上で非常に重要。最初は期待感だけで関係構築できるが、継続させるには信頼関係の構築が鍵となる。

3.3.4. 機運の醸成に努める

適切に PR をしてプロジェクトを応援してくれる人を増やし、機運の醸成を行うことで、社会的位置付けを確立すること。推進側の情報発信だけではなく、参加者や応援者が SNS 等で情報を共有してくれることも非常に重要。

3.3.5. 成果の共有

どんな小さな成果でも、実験に参加してくれている主体にとどまらず、多様な人々にその成果が伝わるといような情報発信をおこない、成果を共有すること。どれだけのひとがその成果を共有してくれたかも非常に重要な指標である。

3.3.6. 仮説の実証

新しい都市魅力を創出することは、評価ややり方がきまったことを遂行するのではなく、これから新しい価値をつくることである。こうなるといいはずだという仮説をたてて、それを小さく試してやってみて評価した上で、大きくするかどうかを決める、という仮説実証型であることが望ましい。仮説が現実に即していなければうまくいかないこともある。うまくいかない可能性のあることをやらないということではなく、うまくいくかもしれない可能性のあるものを小さくやってみる、うまくいかなかったら辞めることも辞さない、というスタンスが重要である。

3.3.7. やりやすいことから始める

民間の発議で社会実験を進める上で、そのプロジェクトの障害がどの程度のものなのかを把握して、民間と協議の上、やりやすいことから進めることが重要である。たとえば、規制緩和が必要な公共空間の利活用のプロジェクトだとして、その規制緩和のやりやすさの度合いを管理者と協議の上把握することがなによりも重要である。把握した上で、実現性が低いものにあえて取り組むのではなく、やりやすいことから小さな成果でもいいから実現していくことが重要である。

3.4. 社会実験の実施状況：2017 年度

2016 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 2017 年度、2018 年度 2 年間にわたり計画・実施した。

2017 年度の社会実験は、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にとらえ、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。さらに次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 2017 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、夜間空間演出デザイン、PR 等

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。

MIZUBE COMMON

3)調査事業：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。

3.4.1. 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棧橋を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。

3.4.1.1. 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。

3.4.1.2. 仮設棧橋の設置

水辺空間の活用を検討するための仮設棧橋を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棧橋(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た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。

浮き棧橋(Aタイプ)



簡易船着場(Bタイプ)



3.4.1.3. 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、ミートビルの飲食店、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 WASSUP (SUP カフェ) 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関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。

3.4.1.4. 夜間空間演出

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。

A) 市内中心地の夜間空間演出

2017年度、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た。

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)。

図表 3-4-1：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）



図表 3-4-2：市堀川のイルミネーション



B) 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。

C) 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。

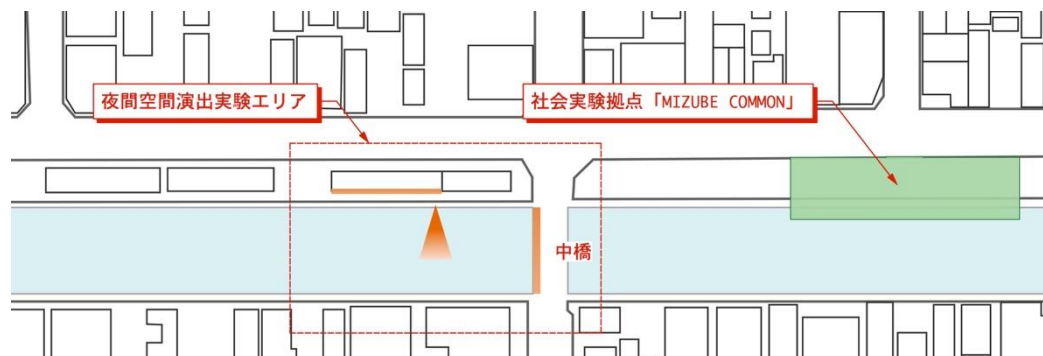
プロムナード上は多色光源を用いて華やかに彩っており、記念撮影を狙った装飾なども設置して、人の溜まり場としての仕掛けの意図も見受けられる。

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。

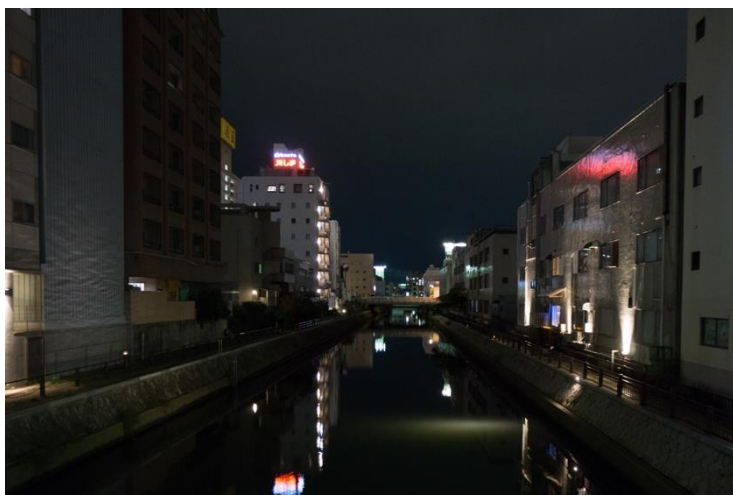
D) 演出実験について

図表 3-4-3 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

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（防雨型）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。



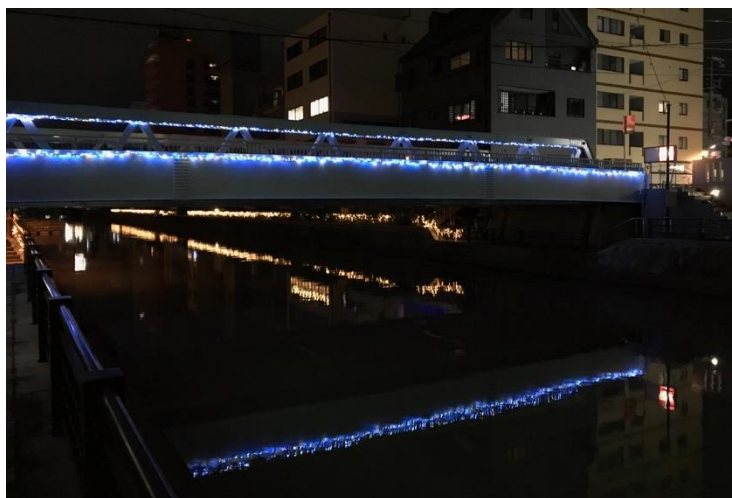
② 河川水面のライトアップ

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（防雨型）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。



E) 演出実験の成果と課題：「見たくなる光／歩きたくなる光／戯れたくなる光」

- ・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次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。

3.4.1.5. 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。

3.4.2. 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MIZUBE COMMON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。

3.4.2.1. 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飲食店としては、市堀川沿いに面した飲食店、バール・ヌメロオンセや、水辺焼肉 meat×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。

バール・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。

ミートビルの水辺焼肉 meat×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、次回は天候、季節もあわせた検証も必要である。

3.4.2.2. 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。イベントなどが無い平日の昼間は、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。

3.4.2.3. 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、舟運のために、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 和歌山放送局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。

3.4.3. 調査事業

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

のほぼすべてを対象とした。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



3.4.3.1. 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

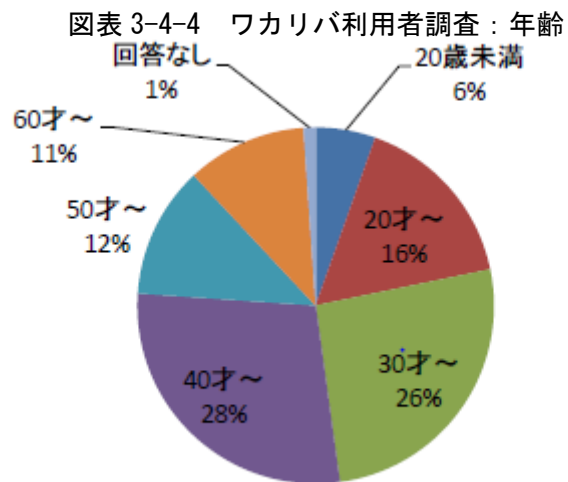
○調査期間 10月7日～11月5日

○記名方式：無記名方式

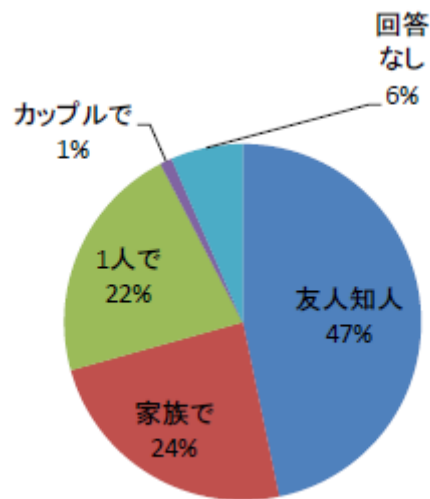
○集計結果：回収数 92

以下、主な結果を示す。

- 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。

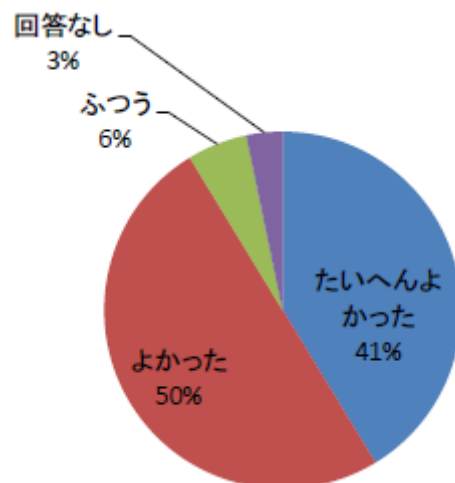


図表 3-4-5 ワカリバ利用者調査：誰と来たか



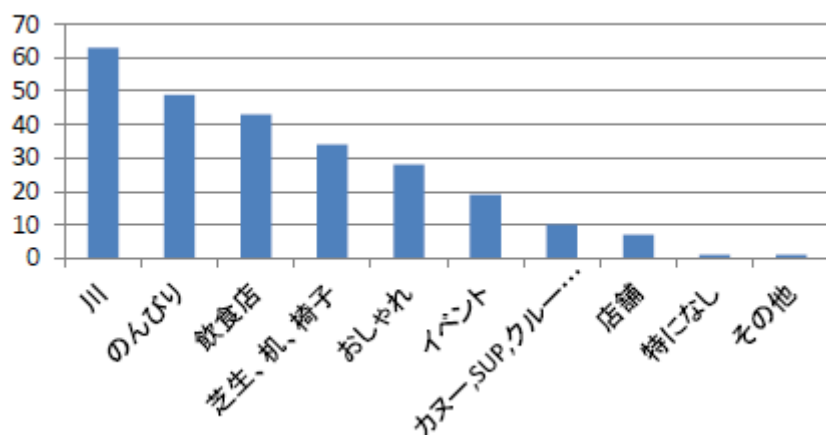
2) 満足度：「たいへんよかった」「よかった」を合わせると9割を超える。高い満足度を示している。

図表 3-4-6 ワカリバ利用者調査：満足度



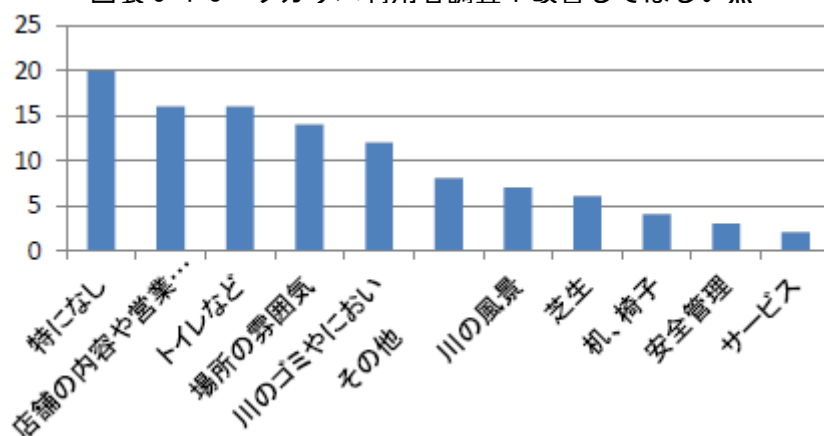
- 3) 良かった点（複数回答）：全体の6割を超える人が「川に近い雰囲気」を評価している。そのほか、「のんびり」「芝生・机・椅子」などゆったり空間を評価する回答と、「飲食店」「イベント」など活気ある雰囲気を評価する回答も多い。

図表 3-4-7 ワカリバ利用者調査：良かった点



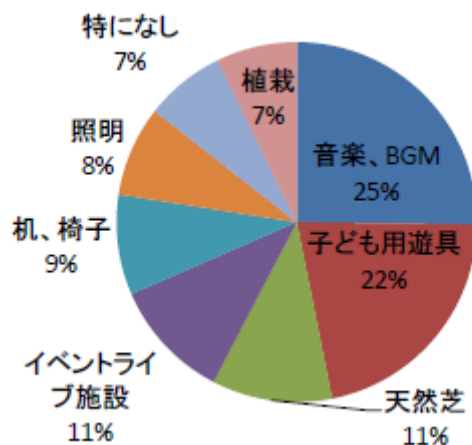
- 4) 改善してほしい点（複数回答）：回答は多岐にわたり自由記述も多かった。「店舗の内容や営業時間」を改善するよう望む声（種類やメニューを増やしてほしい、音楽をほしいなど）がある一方、「トイレ」「川のごみやにおい」などこの場所の基本的な特性にかかわる意見もあった。しかし一番多かったのが「特になし」と現状を容認する意見であったことにも注目したい。

図表 3-4-8 ワカリバ利用者調査：改善してほしい点



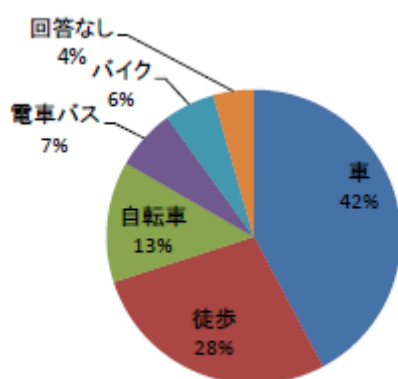
- 5) 施設・備品等ニーズ（複数回答）：あったらいいと思うもの、の問いに「音楽・BGM」が一番多かった。近隣の方々から音や音楽に対する敏感な反応があるのに対し象徴的。ついで「子供用遊具」「天然芝」が多く、この場所で従来の公園機能が求められていることがわかる。ついで「イベントライブ施設」など新しい機能への期待が感じられる。）

図表 3-4-9 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 3-4-10 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。途中の雨つぶきも残念でしたが、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したら。
- ・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。

3.4.3.2. 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 3-4-11 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
総計	41	14	15	2	72

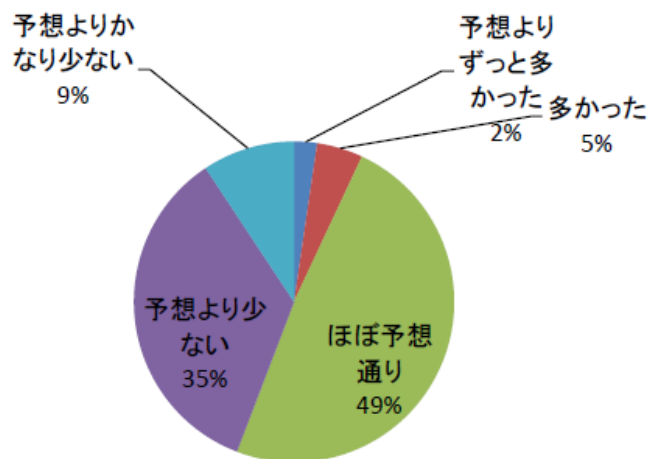
- 2) 売上と同時開催イベント有無の相関：イベントの有無と売上との関係を見るため、クロス集計した。平均売上でイベントがある方が約 1.6 倍となり、イベントと同時開催のほうが売上に貢献できることがわかる。

図表 3-4-12 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
合計件数	39	33	72
合計売上	538,380	773,650	1,312,030
平均売上	13,805	23,444	18,223

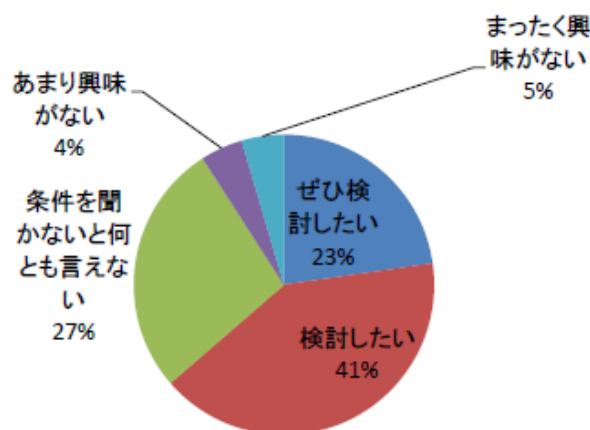
- 3) 売上予想：事前の売上予想に対して、「ほぼ予想通り」が一番多く、ついで、「予想より少ない」となっている。自由記述でもある通り、事前からそれほど売上が上がらないと予想していたケースも少なくないと思われ、「予想通り」だが「期待通り」ではなかったかもしれない。

図表 3-4-13 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 3-4-14 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。

3.4.3.3. 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

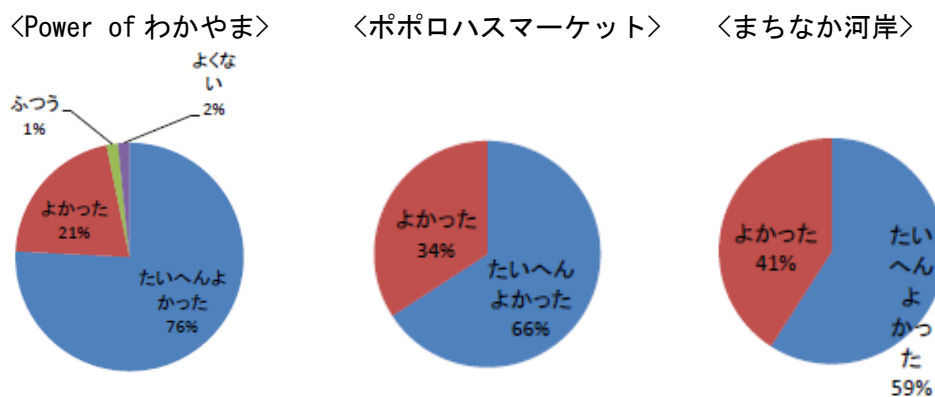
○記名方式：無記名方式

※「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。

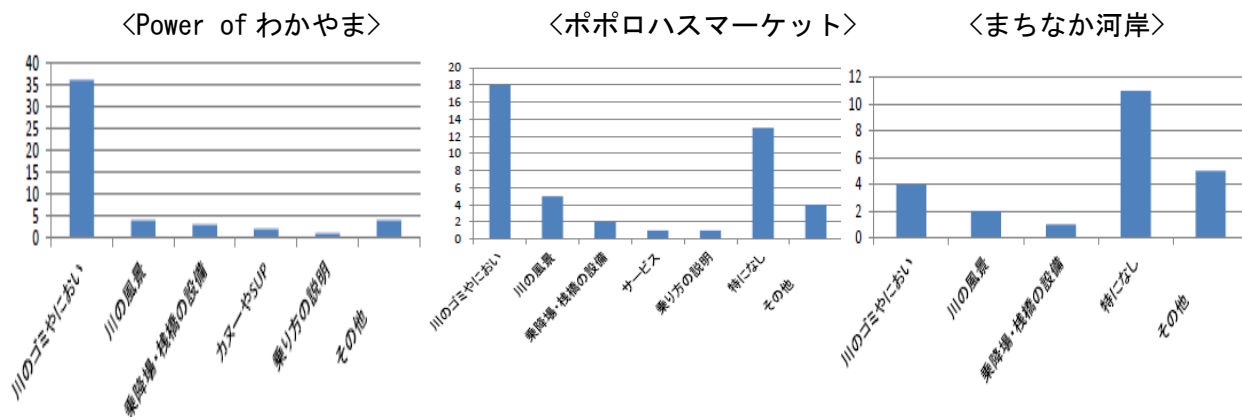
- 1) 満足度：いずれのイベントでも「たいへんよかったが半数以上を占める。「よかった」と合わせるとほとんどの人が満足している。

図表 3-4-15 舟運利用者調査：満足度



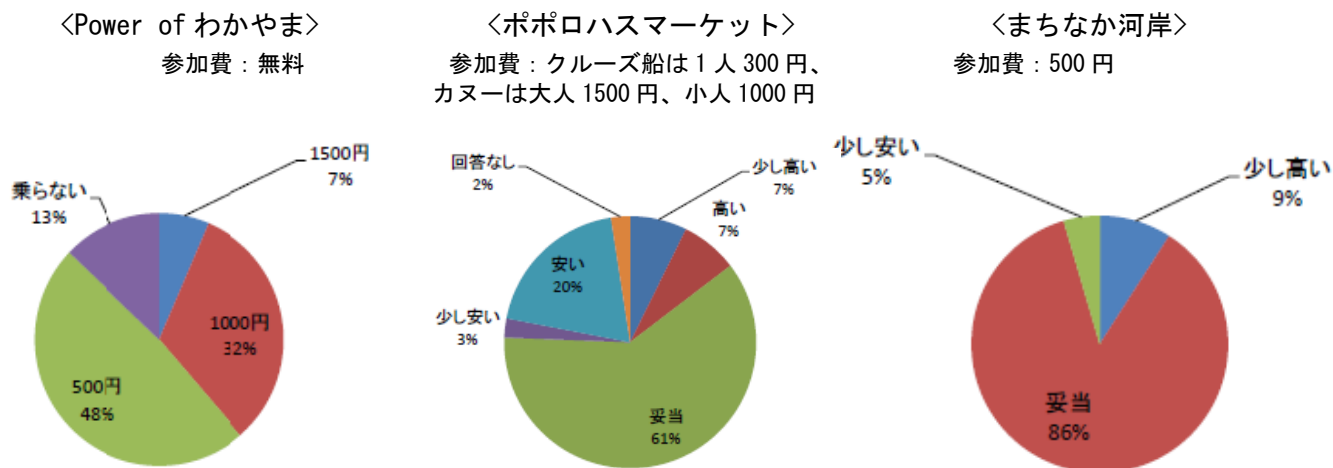
- 2) 改善してほしい点:どのイベントでも「川のごみやにおい」をあげる人がかなり多い。
川の水質改善が舟運には非常に重要であることを示している。

図表 3-4-16 舟運利用者調査：改善点



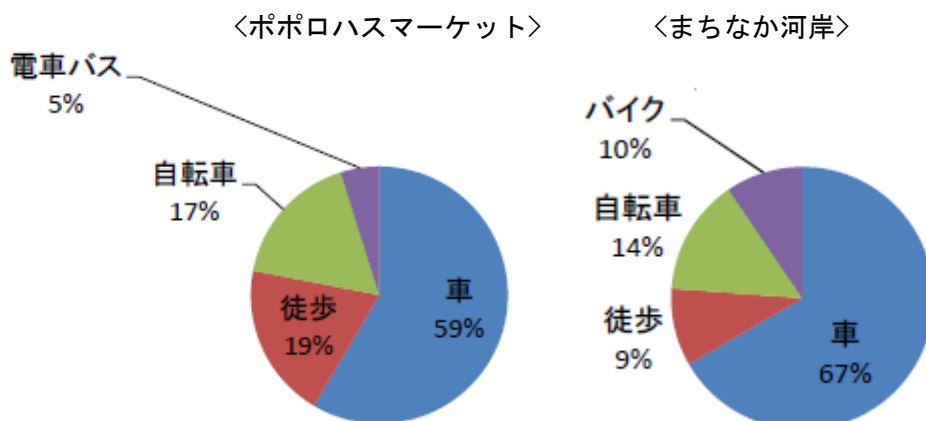
- 3) 料金について：イベントごとに料金が異なる。〈Power of わかやま〉ではクルーズ船、カヌーとも無料だったので、有料ならいくらが妥当か聞いたところ、500円、ついで1000円の回答が多かった。〈ポポロハスマーケット〉ではクルーズ船とカヌーと料金は違うが、いずれも妥当という回答が多かった。〈まちなか河岸〉でも妥当という回答が多かった。

図表 3-4-17 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。
※〈Power of わかやま〉では交通機関の調査項目なし。

図表 3-4-18 舟運利用者調査：交通機関

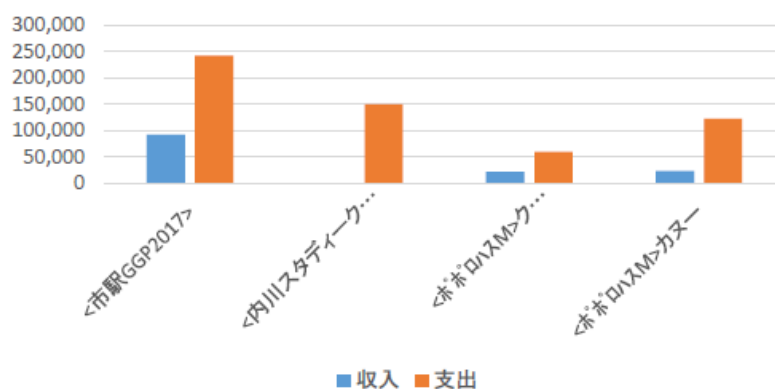


3.4.3.4. 舟運事業者調査

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。

・収入と支出：収支のわかっている事業について、それらと比較すると、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 3-4-19 舟運事業者調査：収入と支出



3.4.3.5. 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：

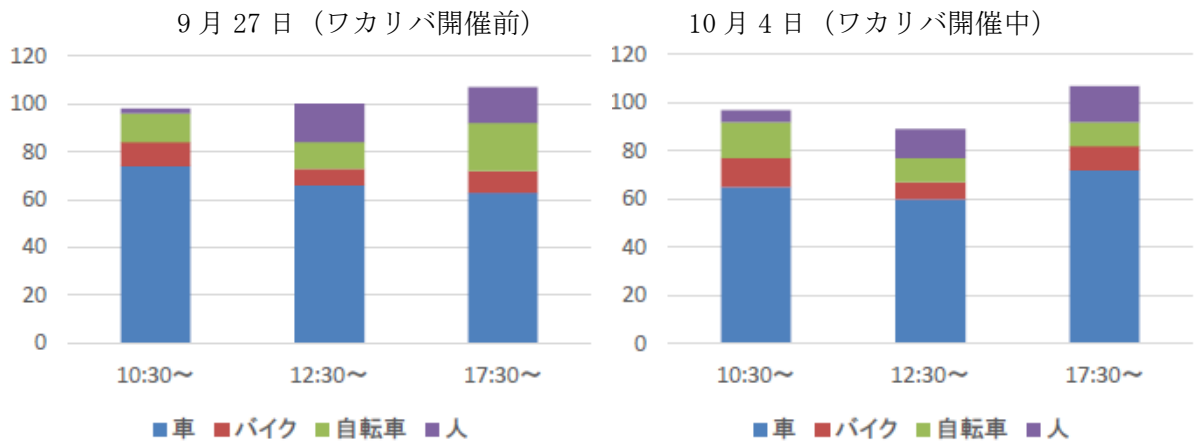
・ MIZUBE COMMON 前道路での調査員によるカウント。1日3回各20分間（10時半～、12時半～、17時半～）

○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。

・ 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 3-4-20 通行量調査



3.4.4. 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、そして調査事業の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。

3.4.5. 社会実験の総括:2017 年度

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、そして調査事業の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。

本年度の調査検討業務は、前年度掲げたOODA ループにおけるビジョンの検討、社会実験の検討をもとに社会実験を行い、検証し、得られた知見をさらに次につなげるフィードバックをまとめることが求められている。

和歌山の水辺とまちに必要な政策を策定するための4つのステップとそのループ

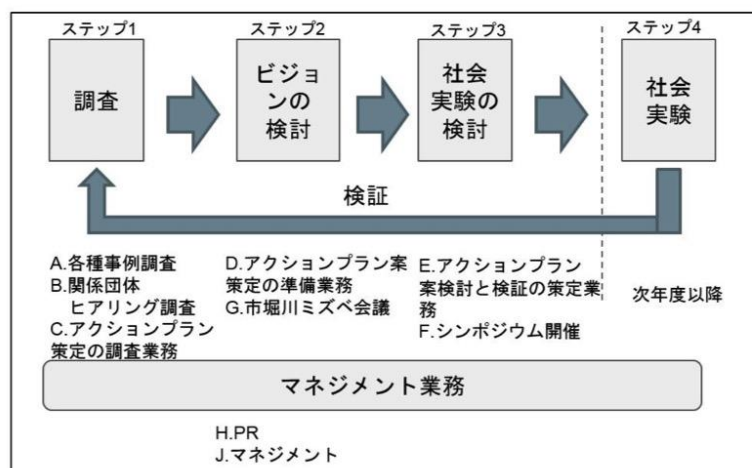


図1.業務の全体構造

ステップ1. 調査: 現状把握、他の事例の調査、市内のステークホルダー調査

ステップ2. ビジョンの検討: アクションプラン準備、検討

ステップ3. 社会実験の策定: 社会実験のアクションプランと検証の策定

ステップ4. 社会実験

↪ステップ1. 調査にもどり、また繰り返す

実際に行ってみないとわからない知見や、事前に予見できなかったこと、創造されていたけど実証されたこと、逆に想像とかなり異なっており厳しい現実が突きつけられる状況も生まれた。

これら新しい知見をもとに、今後水辺のまちづくりの方向性はどのように進むべきなのか見えてきた。まずやってみることでわかる知見には大変価値があることがわかり、そもそもこの手法自体の有効性が実証されたと言える。

その上で、この社会実験を通じた調査を行うにあたり、民間のボランティアの方々に多大なるご支援とご協力いただいたことをあらためて報告し、彼らの協力なしにはこれらの重要な知見を得ることができなかったことを記しておく。

この場を借りて、参加いただいたみなさまに厚く御礼申し上げます。

1) 社会実験でわかった、水辺の楽しさ、気持ち良さ

水辺でお弁当を食べたり、カフェを楽しんだり、芝生に寝転んだり、ハンモックでお昼寝したり、水辺空間で過ごす時間の気持ちよさや、SUP やカヌーに乗って楽しんだり、様々なイベントに参加することができた社会実験であった。市堀川周辺でこのような空間はとても貴重である。

→水辺は気持ちがいい。今回実験した 9-10 月はすでに寒くていろいろ都合が悪かった面があったが、もっと期間が延びればたくさんのひとに、外部空間と水のそばであることを感じてもらえる。そういった場所が和歌山の中心市街地に皆無であるので、できれば価値がある。

一方、荒天時や夜間のシェルターの重要さも確認できた。

2) 社会実験でわかった、水辺を居場所にするによってわかったこと

イルミネーションにはじめて気が付いたというひとがいたり、いつも同じところで同じように過ごしたりされる方々がいる。毎日掃除することで、どんな方がどんな風にこの空間を利用しているのかを感じることができた。

→水辺はいままでも気持ちいい空間であったかもしれないが、居場所としての居心地の良さをみにつけて、座って長い時間滞在してくれるひとがうまれることによって、まちの見方が変わる、ということがわかった。

3) 社会実験でわかった、和歌山の中心市街地のポテンシャル

社会実験実施にあたり、様々なタスクフォースが立ち上がった。中心市街地を流れる市堀川周辺には市駅前に水辺座や、酒蔵世界一統があり、ミートビル、パール・ヌメロオンセ、カニ道楽、喫茶店、居酒屋、料亭、ラーメン屋、ぶらくり丁といった飲食店やコンテンツがある。これらのコンテンツを生かした企画がたちあがり、オープンカフェやマルシェイベント、舟運実験等が実施された。

企画段階でまだ実施できていないが、世界一統さんの酒蔵を使ったツーリズムやそこを起点にした舟運事業等を開発し実施していくことは、域外からの利用を増やす上で最も重要なコンテンツになりうるであろう。

→中心市街地をつらぬくように水辺があることは、中心市街地再生を考える上でとても重要。

中心部にあることで、ひとが集まりやすいことはまだ確かである。そしてさまざまな出会いを通して、あらたなコンテンツを作ってみようという機運が高められることがわかり、水辺の広場がそのポテンシャルを最大に活かした。

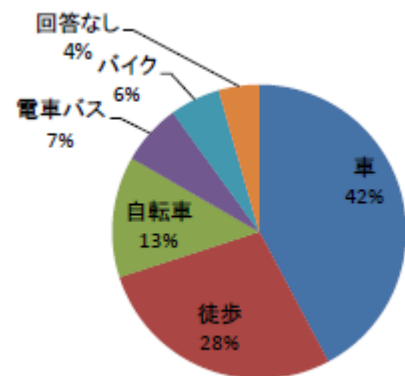
どのような利用方法にせよ、水辺があることを生かしたまちのコンテンツのつくりかたが、これからの中心市街地再生のキーになる。

4) 社会実験でわかった、中心市街地の現実と賑わいのあり方

会場運営で感じた、人通りのなさ、という現実。中心市街地では平日の人口が比較的多く、イベントのない休日や祝日はひっそりとしている。これは賑わいとか、商売とかを抜きにして考えると、ゆったり時間が流れていると感じることもできるが、社会実験中の出店者にとっては、厳しい現実であった。目的としてきてくれるほどのコンテンツとそのPRが賑わいづくりには不可欠である。

また、これまでかつての中心市街地としての機能が失われていったことで、中心市街地が住宅地として利用されているという現実もわかった。ただ単に賑わえばいいということではなく、住んでいる人たちの環境向上に繋がらなければならないことも音楽イベントのクレームがあったことを通してわかり、課題として継続的に取り組み、どのような中心市街地になったらいいのかという大きな課題解決の必要性を感じた。

ワカリバ利用者調査：交通機関



→中心市街地で行われるイベントであるということで、ここを目的地にしなくてもふらっと訪れるような人が現れるだろうと楽観してはじめた社会実験だったが、現実には厳しく、歩行者がまったくいないし、車でとおるひとも寄ってくれるということがなかった。

京橋駐車場近辺の賑わいの現実を把握し、賑わいをつくるとしても、『目的地になる』コンテンツ、事業を作る必要があると感じた。どのような事業がその『目的地になる』コンテンツになり得るかは、事業主のアイデア次第である。

→中心市街地が今後どのようなコンテンツを優先させるかという幅広い議論が必要。住宅はそのなかでどのような価値を提供するのがいいのか、大きく議論し、そのあり方を模索する必要がある。

5) 公共空間活用における、人手間の重要さ

公共空間活用の趣旨を理解していただき、面白がってくれる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。

→魅力的な空間をつくっただけでは人は使ってくれない。営業して、企画協力して差し上げることでようやくイベントとして世の中にだせる。しかも企画しただけではお客さんは来てくれないので、PR、広報に手間をかける必要があった。SNSを通して発信し、魅力あるイベントへの理解をしてもらうためには、適切な人材を充てなければならない。

単に樹木の剪定や清掃管理にとどまらず、いかにして多くの人々に使いこなしてもらおうかということを営業して魅力を知ってもらい、その企画を知らしめる能力ある人が関わることの重要さを実感した。

6) 社会実験でわかった、事業主の重要さ

期間中、常設の飲食店を営業し続けてくれた WASSUP の大江亮輔氏には感謝である。人通りの少ないエリアでの飲食店営業にも関わらず、ある一定の集客が作れたこと。期間後半は常連客ができるまでになっていた。事業主がこの川のポテンシャルを認め熱い想いを持って取り組んでくれたこと、ここでの営業を楽しんでくれたことが結果につながったのであろう。

→魅力的な空間をつくっただけでは人は使ってくれない。その空間を使いこなしてサービスを提供してくれる事業者がいてくればはじめて、市民が使いこなすことができる。サービスを提供してくれる事業者が思いをもって参加してくださることで、事業性がなくても実験が成立する。もし社会実験から実施フェーズに移行したとしても、事業主の思いをどう受け止めることができるかが、空間管理者の力量が問われるところである。

7) 社会実験でわかった、同時多発的取り組みの重要さ

10月からのイベントを一定期間おこなっただけでは、中心市街地を劇的に変えることはむずかしいことがわかった。

しかしながら、たくさんの方が関わったことで、水辺に対する理解と中心市街地の置かれている現状に対する理解は深まったものと考えられる。これは一事業者の一事業では成しとげることができない成果である。もし、和歌山の課題を解決するのであれば、もっと多元的にたくさんの人々の取り組みが連動し、ともに盛り上げる状況を作る必要があるのではないだろうか。その動きの連動感が強ければ強いほど、人々の関心度合いは高ま

るのであろう。

→今回、一事業者ではなくたくさんの事業者が行政と連動してやってみることで、一定の成果をあげることができた。このような取り組みがあと2~3別の場所で同時多発的にうまれると、和歌山の中心市街地に対するイメージはがらっと変わるのではないかと感じた。

8) 社会実験でわかった、分野を超えた取り組みの必要性

水辺を活かしたまちづくりは、これを民間事業者が実施することで、さまざまな波及効果があるのではないかとと思われる。例えば、舟運実験を通してわかったのは、この舟運は域内の交通利用より域外からのかたの利用を促すための観光事業者や観光政策と繋がる必要があるのではないかと考えるに至った。これは、水辺を活かしたまちづくりがほかの行政的所掌へ社会実験の成果が波及するというに他ならない。

舟運を実現しようとする、事業者が供給する船の置き場の問題が発生することが判明した。置き場がないために事業者が舟運事業への参入に障壁を感じているということがわかり、それは、今回の社会実験の範囲の外で、置き場を確保するということへの分野を超えた取り組みの必要性を物語っている。

京橋広場のあり方とも連動して、道路の路側帯幅員が道路全体の幅員に裂かれている自動車交通の幅にくらべて、非常に狭く、その結果運営上安全配慮に多大な労力を割かなければならなかったが、そもそもこの道路構造を変えることで、水辺の環境がよくなり、賑わいにつながるのであれば、都市道路政策との連動も必要になる。

このように、今年度の実験で、他の行政政策との連動が図れば、もっと水辺は活性するはずだという知見が得られることができた。この取り組みを通して、分野を超えた取り組みに発展し、和歌山が魅力を世界中に発信する状況につながることを望む。

→行政の縦割りを超えて価値をつくる必要性を感じた。連動してあらたな価値をつくる取り組みへの発展が望まれる。

9) にわとりとたまごの理論をちょっとだけ超える取り組みの必要性

今回の社会実験をとおして、やはり多くの人から水質改善の必要性に対する意見が聞かれた。水辺交流会で小学生からのプレゼンテーションもあり、改善すべき課題として、今回の社会実験を通してその声は大きくなったように感じる。

この水質改善の取り組みは、原因がたくさんあり、その責任者はたくさん数にのぼる。なにかひとつの取り組みや政策を行ったからといって、すぐに改善するものでもない。ましてや、全市民的な合意がなければ、原因となっている下水整備や越流水(CSO)の対策を行う財源確保にはいたらず、なにかをおこなえば必ず綺麗になるということではないということはこれまでの水質改善に対する先人たちの取り組みをみても明らかである。

しかしながら、その市民的合意は関心をもつことから始まるということを考えると、今

回の取り組みによって水質改善の必要性を多くの人々が感じたというのは、水質改善へのみちのりの一歩を歩んだということに言い換えることができるのではないだろうか。

水質が改善しなければ賑わいが産めない、というのと、賑わいができれば、水質改善への関心がたかまる。という関係は、にわとりとたまごの関係に他ならない。今回の京橋駐車場で社会実験をはじめ、さまざまな取り組みで市堀川への関心を高めることができた。そのことで、水質改善への関心喚起もできたとすれば、そのにわとりとたまごの関係を、実際に少しだけ超えたということがいえるのではないか。

むずかしい物事も、ちょっとだけやってみせることでちょっとだけなら動き出すことがある。まさに今回の社会実験を通して、受託した側はそのことに気がつき、今後のさまざまなまちなかの課題解決のヒントとして活用していくことが必要だと感じた。

→関心を高めることで実現する未来があるとすれば、今回の社会実験は関心を高める機会になったことは事実。これをいかに継続させて、にわとりとたまごの関係を超越するか、そしてそれにだれがどのようにこのよきサイクルにコミットしていくかが課題であり、まさに官民を超えて、この町をどのようにしていきたいかという『意志』がつくる未来を垣間見た機会となった。

3.4.5.1. かかげた12のバリューの達成度合い

2016年度の水辺のまちづくり手法検討調査業務で作成した、市堀川で大切にすべき12の価値観にもとづいて、本年度の社会実験でなにが成し遂げられたかをまとめた資料が以下である。星が達成度合いを示す。

12のバリュー(価値観) 2018.02	短期	中期	長期	2018.02時点の評価
1 きれいな川、綺麗な水にしたい 豊かな自然環境にしたい (目標の修正が必要)	★ さわれる	★ 魚釣りが楽しめる	★ およげる 流れがある	未達/継続 自分事に思う人を増やし、全市民的な取り組みへ成長させる必要がある。イベントをやることで意識を高めることはできた。
2 居場所作り	★ 椅子、本、ピクニック	★ サンドイッチもって座れる	★ 子供が安全に遊べる立ち止まりたくなる場所	社会実験期間中は達成 運営者の思いが通じ、人が寄りたくなる空間ができた。一方で、お店のためだけの場所だと勘違いする人がいたこともわかっており、改善する必要がある。
3 クルーズができる楽しめる街にしたい	★ イベントの船交通	★	★ レストラン船などの日常利用 日常使いの船交通	イベントの船交通は達成/ 達成したが課題がたくさんみえた。今後は、船のルート環境整備、船の係留場所の確保、BtoCではなくBtoB的パートナーシップを模索し、さらに継続
4 緑の環境づくり	★ 芝生の広場 食べられるガーデン	★ 桜を植える 野花 食べられるガーデン		芝生ひろばの有効性を立証 その他は未達 船コースの緑化は進めたほうがいいのではないかな?
5 水上アクティビティがある街にしたい	★ SUP、カヌーなどの手漕ぎ	★ スワンボート、貸しボート	★ ウォーターポール ジェット、パワーボート、外洋へ	SUPの実証 SUP体験を実証。経済性確保に難があるが、コンテンツとしてはありえる。今後スワンボートなどを実証する
6 納屋河岸マルシェのにぎわいづくり	★ 短期的なマルシェの もりあがり	★ 日常的なマルシェ 開催 周辺の商業にも好影響をあたえる		PR告知がきちんとできているものは、集客ができた。 継続実施によって、集客につながる可能性があることはわかった。
7 歩ける水辺、走れる水辺。健康な水辺	★ 毎朝ウォーキング	★ ウォーキングをしたくなる環境整備 フットパスを町中にもつなげて整備	★ 日常でつかえる 水辺の道	未達/ ベビーダンスをやってくれた団体がいた。野天で貸出できるスペースがあると、ヨガやベビーダンスのインストラクターにとっては魅力的な空間になる可能性がある。
8 いろんなイベントがおこなわれる水辺であってほしい。	★ 花火、映画鑑賞	★ フェス。食フェス 水上パレード		イベント運営やイベント実施者への営業は手間と時間がかかり、中間団体にかなり負担がかかる。この人件費をどのように捻出するか、幅広い議論が必要に思える。
9 食文化が育まれる水辺	★ フードカー フィンガーフード	★ 川床	★ 牡蠣船	飲食店の経営を実施。継続運営されることで、その認知度はあがる。一方、まちなかに客を送客できるようなコンテンツにはなっていない。牡蠣小屋のようなコンテンツを試す必要がある。
10 和歌山レガシー	★ 来歴に沿った水辺の あたらしい姿	★ 来歴に沿った水辺の あたらしい姿	★ 和歌山の歴史とつなげる 来歴に沿った水辺の あたらしい姿	未達/ 来歴に沿った水辺の新しい姿の模索は、周辺事業者などと協調し、あらたな事業をつくりだす必要がある。そのための戦略作りをすすめ、水辺ビジョンに盛り込む。
11 夜も楽しめる水辺	★	★ 夜も明るい	★ 飲み屋、BAR	実施済み。継続実施によるファンが増えることがわかった。明るい伝統がともる風景が、安心感を生む。
12 学べる水辺	★ 学べる	★ 学べる	★ 学べる	学びの機会が生まれ、提供する側も受ける側もどちらも満足度が高い。

これら、12のバリューのうち、どのような企画をすると、それ自体がまちに集客を促す強力な『目的地になる』コンテンツになるのかということが、重要な指標として浮上したということが言える。都市における中心市街地が、集積することだけで求心力を生んできたことを考えると、その前提を度外視し、まさにその『集積をどのように促すか』、という課題を水辺が負うことができるのかどうかという課題と向き合うことに他ならない。

その観点からすると、次年度以降、いままでやってこなかったことで、『目的地になる』コンテンツになりそうなくつかの事象と、『目的地になる』ための環境整備のあり方を模索し、その実現性を議論したり実験したりしてみる必要がある。

→12のバリューの達成度合いはばらつきがあるものの、達成されたものもあり、そのことで多くの知見が得られた。

→一方、12のバリューを単に実現するだけではなく、『目的地になる』コンテンツの強さがあるかどうか、この場所には求められており、ひいては、中心市街地のあり方とかなり連動して議論が必要だということがあらためてわかった。

3.4.5.2. かかげた8つの仕組みの達成度合い

2016年度の水辺のまちづくり手法検討調査業務でかかげた8つの仕組みの達成度合いは以下の通りである。

8つの支える仕組みと考え方	短期	中期	長期	2018.02時点の評価
A 棧橋、川の駅＝川との接点を維持する	水辺へのアクセスのノード ここからさまざまなアクティビティに派生			棧橋利用の事業参入を引き続き誘致するSUPは実験済み。 技術のいらないスワンボートの実証の設置。
B 中間組織事務局提案			推進していくためのPPPのエージェント	中間組織運営は、自立経営できなかった。 かなり人件費、労力がかかる。これをどのように負担するのか、議論が必要。 協議会と中間組織は別組織のほうがいいのではないかと？地域の合意形成と運営が一体的でないほうが、よいのではないかと？
C 官民連携のフェスをおこなう	官民の連携のよい事例を積み重ねる ひとつのつながりを作り続ける			民間と行政の仕事環境の違いが浮き彫りになり、相互理解に役立った。
D 内川ファンドを含めた財源の確保			内川ファンドを含めた財源の確保	占用料の扱いを検討し、地域の魅力創出活動の財源になることが望まれるが、テナントからの家賃収入、イベント収入がどの程度見込めるかは現状は不透明
E メディア、PRを推進	メディア、PRを推進			十分PR期間をもうけて、専任のPR担当者を設置できる状況がのぞましい。PR目線のイベント立案が重要(もちまきで実証)
F 民間不動産の活用推進もおこなう	リノベーションスクール			水辺座などのリノベーションスクール案件ができて、水辺に関する関心の高まりがうまれた。引き続き水辺にあらたなコンテンツがうまれるように、周辺事業者との協働をすすめる。
G 交通を考える		レンタル自転車 駐車場 バス		京橋駐車場周辺に歩く人がいないことがあらためてわかった。また、イベント時に車線にはみ出す人の安全確保など、道路交通に関する課題が発見できた。これを解決するためには、より広範囲な中心市街地のなかの交通計画が重要であり、交通行政と連動して課題解決に取り組む必要がある。
H 協議会をつくる	やってみなはれの精神			周辺の住民への音の問題による負担があることがイベント期間中に判明した。これを解決するために、ルール作り、意識の共有などを行う機関が必要であり、それを協議会が担うのではないだろうか？

A) 棧橋、川の駅＝川との接点を維持する。

棧橋を設置したことによって、さまざまな利用と、さまざまなチャレンジは生まれた。WASSUP による、SUP のレンタル事業は実施期間中毎日継続して行われ。これは大きな成果であり、このことによって、市堀川の水辺の特性がよくわかった。

SUP のレンタル事業は可能だが、初心者にはハードルが高く、もう少し裾野が広い簡易なアクティビティ（スワンボートのような）による事業をやってみてはどうかという意見がうまれた。棧橋利用の事業参入を引き続き誘致し、舟運利用も含めて、検討を続ける必要がある。

→棧橋がそもそもないと生まれない数々の取り組み。棧橋があることで、うまれる取り組みがあり、そこに可能性がまだみえているのであれば、継続的に実験的な棧橋を設置し、将来公設によるインフラとしての棧橋設置の必要性がうまれることを期待して、継続的に実験を行う。

B) 中間組織

中間組織運営は、今年度は収益を生まず、自立経営にむけてはハードルを感じるものがたくさんあった。

まず、イベント誘致や場所の告知、イベントの告知、資料作成、周辺の地権者、住民との調整、関心層との調整、連絡、伝達にかなり人件費、労力がかかることがわかった。しかも中間組織には能力として、『行政との折衝能力』⇨『民間ステークホルダーとの関係構築』、『デザインされた資料の作成』⇨『行政向けの報告書作成』、『現場でなんでもつくってしまうたくましさ』⇨『物事を戦略的に組み立て、計画通り進める能力』という、相反する能力がもとめられることが今年度わかった。これをすべて理解する能力がある人物を育てる必要性と、それを組織的に支える多様な人材を抱える必要性が垣間見えた。これらを運営するためにどれくらいのコストがかかるのか、試算が必要である。また、これをどのように負担するのか、幅広い議論が必要である。また、相反する能力を補完するため、この組織のなかには異なる出自の人材（民間でデザインをしてきたひと、イベントをおこなってきたひと、行政で職務経験がある人など）がそれぞれの経験を生かせるような人事交流の必要性もあるのではないかと考える。

また、今回協議会と中間組織は別組織のほうがいいのではないかと浮き彫りになった。協議会は地域の既存の価値観をもつ人々が、中心市街地をどのようにしていくかということ幅広く議論する場であるはずで、それを参考にとりいれて、実験的な取り組みをどんどんおこない、いままでなかった価値観をつくるという中間組織が目指す役割との違いが明確になった。本来、協議会があってその合意をもとに、中間組織が地域の価値を高めることを行うことが望ましいのだが、今回は中間組織が地域への説明を

→中間組織は地域に『これまでなかった価値をつくる』という価値があり、それをどのように評価し運営に地域の資源を投下できるのか、幅広い議論が必要である。

行う業務を担い、議論や機運が高まっていない地域のステークホルダーとの意見調整で地域の合意形成と運営が一体的でないほうが、よいのではないかと？

C) 官民連携のフェスをおこなう

民間と行政の仕事環境の違いが浮き彫りになり、相互理解に役立った。このことで、未来にあらたな価値をつくるという課題を解決するために必要な能力をお互いに補完しあえる関係を構築することができる。引き続き、相互の歩み寄りをおこなう機会をたくさんつくり、成果を上げ続ける必要がある。

一方、行政と民間が意思疎通を行うためにはむずかしい面もある。その意思疎通をおこない、円滑に物事をすすめるための、人的資源の投下は止むを得ず、このプロジェクトにおける、民間、行政の理解が進むことを望む。

→官民連携は、実績を積むことが大事。

さらに、その実績を幅広く共有し、さらなる理解がすすむことを望まれる。

D) 内川ファンドをふくめた財源の確保

長期目標としてかかっていた、財源の確保の課題であるが、実際実験をおこなうことで見えてきた課題がある。公共空間の占用料の扱いによって民間事業者からの収入得ることによって、地域の魅力創出活動の財源になることが望まれるが、テナントからの家賃収入、イベント収入がどの程度見込めるか、現状は不透明と言わざるをえない集客効果だった。今後、事業者がどれぐらいの収益を見込めるのかさらに事業企画をつくりながら判明していくものと考えられる。『これまでなかった価値をつくる』という価値が、共助的、公共的価値があるのではないかと考えられ、中間組織が将来地域の価値をあげるための組織として運営される時に、民間からの投げ銭的財源、公的財源投入も含めて、検討の余地がある。

→次年度以降、『これまでなかった価値をつくる』組織運営がどのようなものになり、なにをかかえて運営しだれがそれを担うのかを、どこまでの価値を高めることができるのかを検討し、そのコストがいかなるものなのか試算する。そしてその価値がどのような価値なのかを幅広く議論した上で、財源としてどのようなあものがありうるか、より深い議論ができる。

E) メディア、PR を推進

今回の社会実験の大きな反省点として、PR が不十分だったということがあげられる。PRにはそれなりの技量が必要であり、十分PR期間をもうけて、専任のPR担当者を設置できる状況がのぞましい。また、単に企画をPRするのではなく、PR目線でのイベント企画が重要であることが、「もちまきハロウィン」イベントで実証された。このような目線にたった、中間組織運営が必要であることがわかった。

→PR だけではなく、PR 目線のイベント、組織運営が共感と関心を生む。

F) 民間不動産の活用推進もおこなう

水辺座などのリノベーションスクール案件ができて、水辺に関する関心の高まりがうまれた。引き続き水辺にあらたなコンテンツがうまれるように、周辺事業者との協働をすすめる。とくに、『目的地になる』ことを水辺や中心市街地が目指すならば、事業者単体による開発ではなく、地域全体でそれを支援するあり方が必要なのではないかと考えた。地域としてポテンシャルを秘めた資源ととらえ、民間不動産の価値向上が地域の価値向上と直結しているというところに認識を高め、その役割を中間組織が担うということが未来像として想像できた。そして、先に掲げた「同時多発的な取り組み」を影で支えることで、地域にあらたな価値を生むことが求められているのではないだろうか。

→単に不動産事業を産めばいい、不動産事業のなかに事業コンテンツを埋めればいい、ということにとどまらず、その周辺の環境や、同時多発的な取り組みを支援する役割が必要である。

G) 交通を考える

京橋駐車場周辺に歩く人がいないことがあらためてわかった。また、イベント時に車線にはみ出す人の安全確保など、道路交通に関する課題が発見できた。これを解決するためには、より広範囲な中心市街地のなかの交通計画が重要であり、交通行政と連動して課題解決に取り組む必要がある。

→京橋駐車場の前の道路は、路肩の幅員確保によって、水辺を歩けるようにするべきである。

H) 協議会をつくる

周辺の住民への音の問題による負担があることがイベント期間中に判明した。これを解決するために、ルール作り、意識の共有などを行う機関が必要である。

また、そのルールを作る際に、このまちがどのような方向性のまちになるべきなのか、幅広い議論がまだ必要である。そのような議論をできる環境を、協議会が担い、未来にたいする責任を果たせる仕組みをつくり、その一端を行政だけではなく民間も担うために、中間組織をつくり、かれらに権限を委譲する、ということが必要なのではないだろうか？

→次年度以降、地域が目指すべき未来を、幅広く議論できるひとびとによる協議会設立をし、運営を推進する。