



信濃川やすらぎ堤 利用調整協議会

平成31年3月
株式会社スノーピーク

1. 弊社紹介 (1) 事業を通し果たす使命



当社の社会的使命は「人間性の回復」

現代社会は文明の進化が著しい反面、ストレスの増大など人間性の低下が危惧されます。そのため社会構造が複雑化するほど、人間性を回復させたい欲求が高まるものと当社は考えます。自然の中で生きる力、家族や友人とのコミュニケーション等、現代社会で失われつつある「自然と人、人と人とのつながり」を提案し、実現することが当社の使命です。

1. 弊社紹介 (2) やすらぎ堤利用に貢献できる事業



2. CONCEPT | 事業コンセプト



水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」

水都新潟の水辺を利用し、アウトドアと健康をテーマに、地域/人に愛され、全国に誇れるにぎわいある場所をつくる。



[果たす役割]

- アウトドアデザイン、しつらえで、やすらぎ堤を全国に誇るアウトドア型催事スペース、健康促進基地として利用を促進する。
- 信濃川の水辺、新潟の象徴とも言える萬代橋、地域出店者や企業、団体と人をつなぎ、地域のにぎわいに貢献する。
- アウトドアスペースであるやすらぎ堤を利用し、アウトドアと健康をテーマに、さまざまな体験を通じ、地域、企業、家族のコミュニティ形成に貢献する。
- 各種ネットワークを通じ、やすらぎ堤の価値を全国に配信する。
- 新潟らしさの発信強化⇒日本酒の取扱・新潟の食材の使用

2. CONCEPT | 事業コンセプト

[果たす役割]

➤ アウトドアデザイン、しつらえで、やすらぎ堤を全国に誇るアウトドア型催事スペース、健康促進基地として利用を促進する。

⇒弊社製品を使用（店舗・客席）し、新潟県の飲食（右岸）、健康促進（左岸）を誘致し出店者と共に事業を創り上げる（アウトドア×飲食×健康促進×やすらぎ堤）。

➤ 信濃川の水辺、新潟の象徴とも言える萬代橋、地域出店者や企業、団体と人をつなぎ、地域のにぎわいに貢献する。

⇒自社のみでは企画、誘致できないイベントや取り組みを積極的に受け入れ、事業の可能性（参画企業・利用者）を広げていく。

➤ アウトドアスペースであるやすらぎ堤を利用し、アウトドアと健康をテーマに、さまざまな体験を通じ、地域、企業、家族のコミュニティ形成に貢献する。

⇒出店者のゾーニングによる利用者の満足度向上、新たな価値の発信。イベントスペースの有効活用で企業・利用者にとっての活用の場として展開する。

➤ 各種ネットワークを通じ、やすらぎ堤の価値を全国に配信する。

➤ 新潟らしさの発信強化⇒日本酒の取扱・新潟の食材の使用。

⇒新潟やすらぎ堤から魅力の創造による新潟市民・県民が楽しめる空間。主にSNSを活用し、取り組みや賑わいを新潟から発信。

3. Zoning | 敷地計画



右岸

Outdoor Lounge | 食事や団らんを楽しむエリア。

[区画サイト] いつものにぎわいを創出し、持続的なやすらぎ堤の価値向上
[イベントブース] 集客、利用拡大を実現

左岸

Health Zone | 市民の健康と体づくりをサポートするエリア。

右岸が出店やイベント等で、日頃から利用しているランナーや地域住民にとって利用しにくい状況に配慮すると同時に、健康をテーマににぎわいを生むゾーンとして活用

4. Design | 景観への配慮

モバイルハウス「住箱（JYUBAKO）」を象徴的に配置し、設置客席テントをホワイトに統一しグランピングイメージを演出。全国からも注目されるアウトドアスペースをつくる。

上質なみずべの「個室」

- 客席・催事スペース・手ぶらキャンプ拠点として活用
- 「隈研吾建築で食事ができる」話題性も狙う。

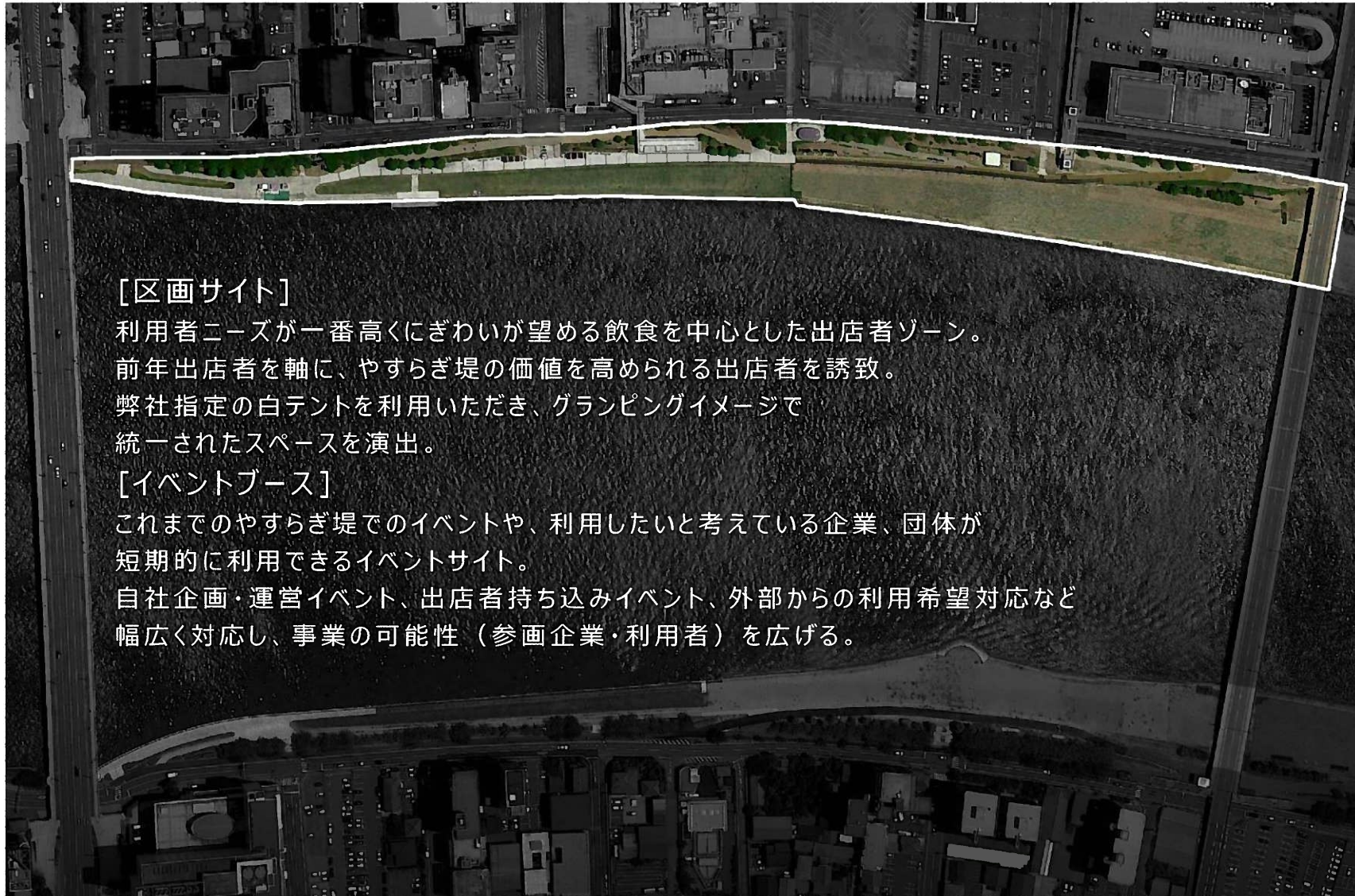


統一感を生むホワイトテント

- ホワイトカラーの客席用テントを管理者が準備。
- テントは誰でも設営等が可能な簡易的な仕様。
- 店舗に使用する簡易テントも自社デザインのものを使用



5. 右岸



[区画サイト]

利用者ニーズが一番高くにぎわいが望める飲食を中心とした出店者ゾーン。
前年出店者を軸に、やすらぎ堤の価値を高められる出店者を誘致。
弊社指定の白テントを利用いただき、グランピングイメージで
統一されたスペースを演出。

[イベントブース]

これまでのやすらぎ堤でのイベントや、利用したいと考えている企業、団体が
短期的に利用できるイベントサイト。
自社企画・運営イベント、出店者持ち込みイベント、外部からの利用希望対応など
幅広く対応し、事業の可能性（参画企業・利用者）を広げる。

6. 左岸利用計画

[健康促進ゾーン]

やすらぎ堤を利用するランナーや地域住民への配慮と利用を促進し、弊社のイベントパートナー企業として出店者を誘致。
健康テーマのワークショップを定期開催しにぎわいをつくる。
左岸を一つのゾーンとして捉え、週末のイベントを中心に事業を展開していく。
実施イベントをスケジュール化し、3か月分のコンテンツを用意。



<開催予定イベント>



D IYワークショップ



マルシェ・フリーマーケット



ウォーターパーク



カヌー体験



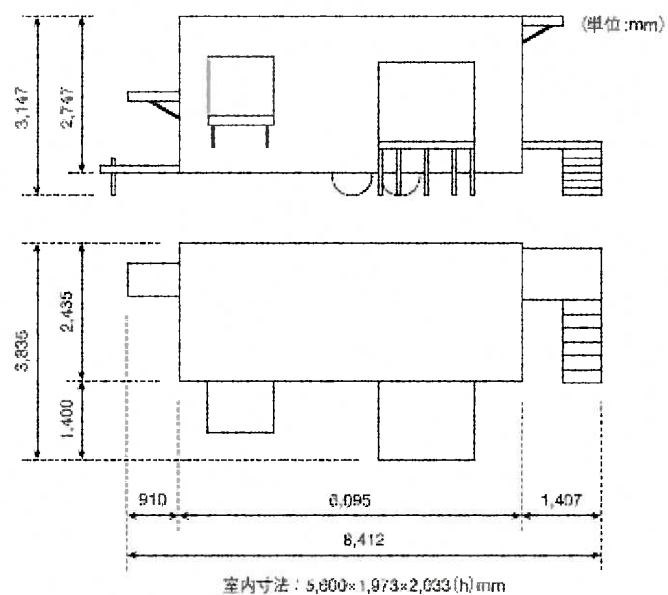
焚火ラウンジ



キャンプ体験

〈弊社提供〉

■ 個室客席



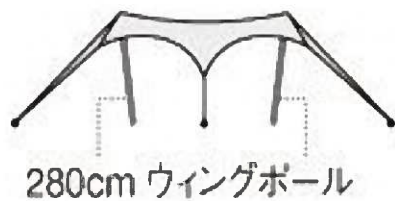
<弊社提供>

■客席タープ

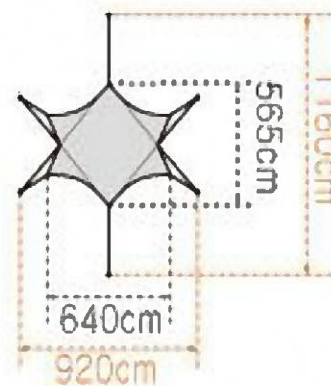


555cm×640cmのタープ
開放感のある客席を用意

SIDE



TOP



<弊社提供>

■ その他

- ・各イベント・シーンに合わせた製品の提供を検討



<弊社提供>



■ チェア・テーブル



アウトドア仕様の、耐久性のあるチェアとテーブルを使用。
全体を統一することで、一体感のある場を提供します。

■ 調理スペース



簡易テント
3m×6m

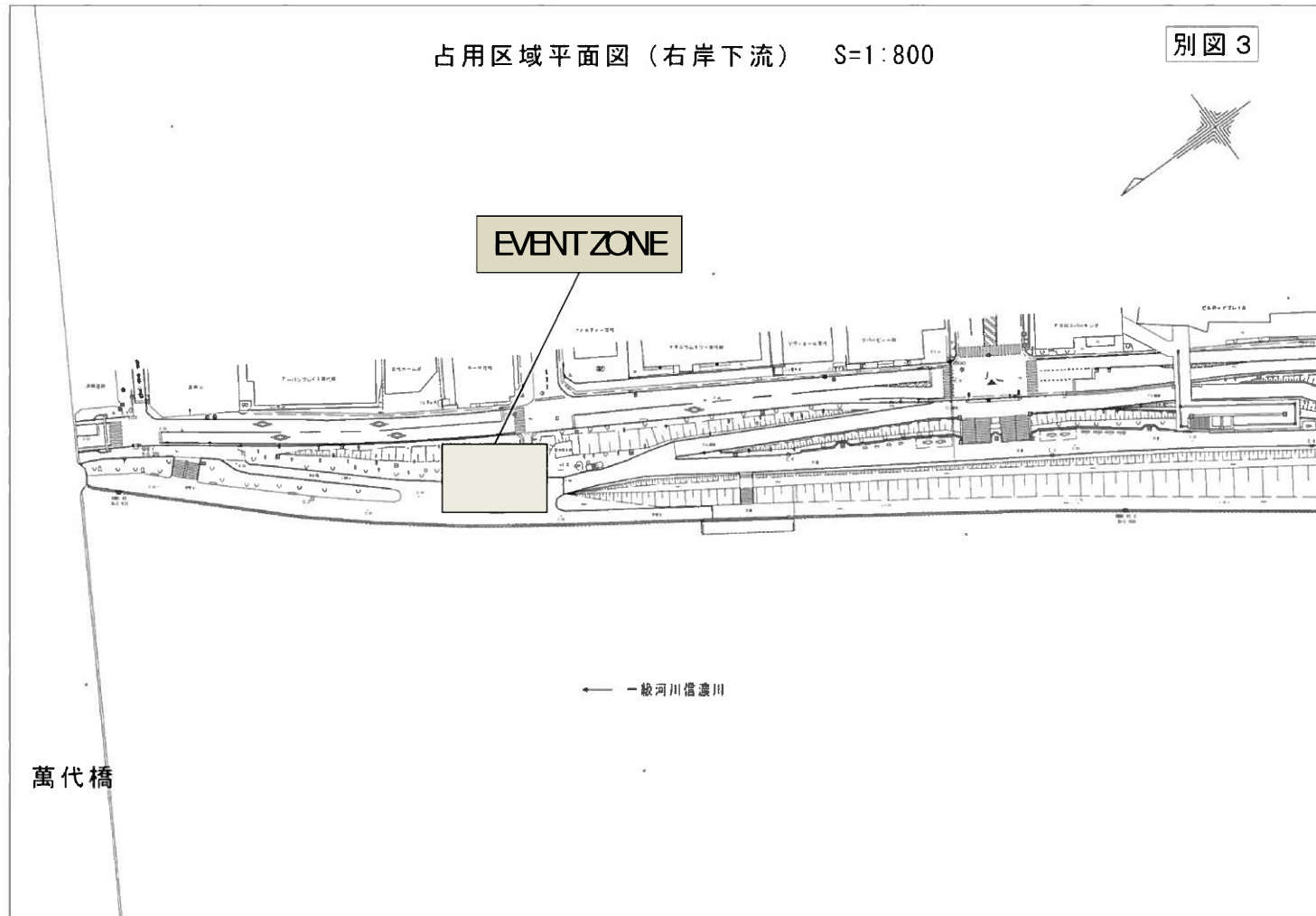
スノーピークからのレンタル品。
家賃+使用料が発生。
休業、悪天候時はフレーム部を
高さ調整し対策



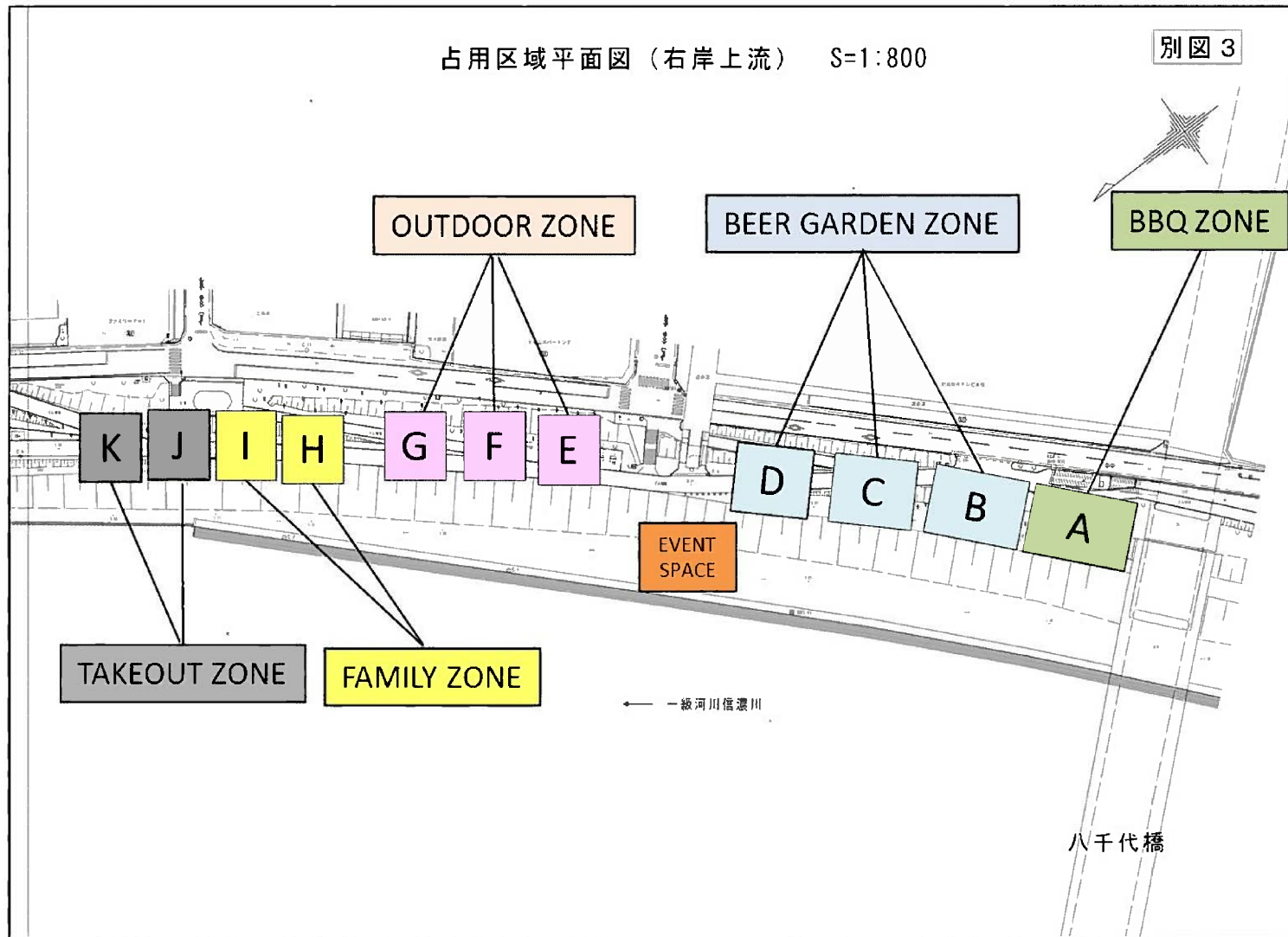
キッチンカー
1.8m×4.6m

出店者の持ち込み。
出店料として料金をいただく。

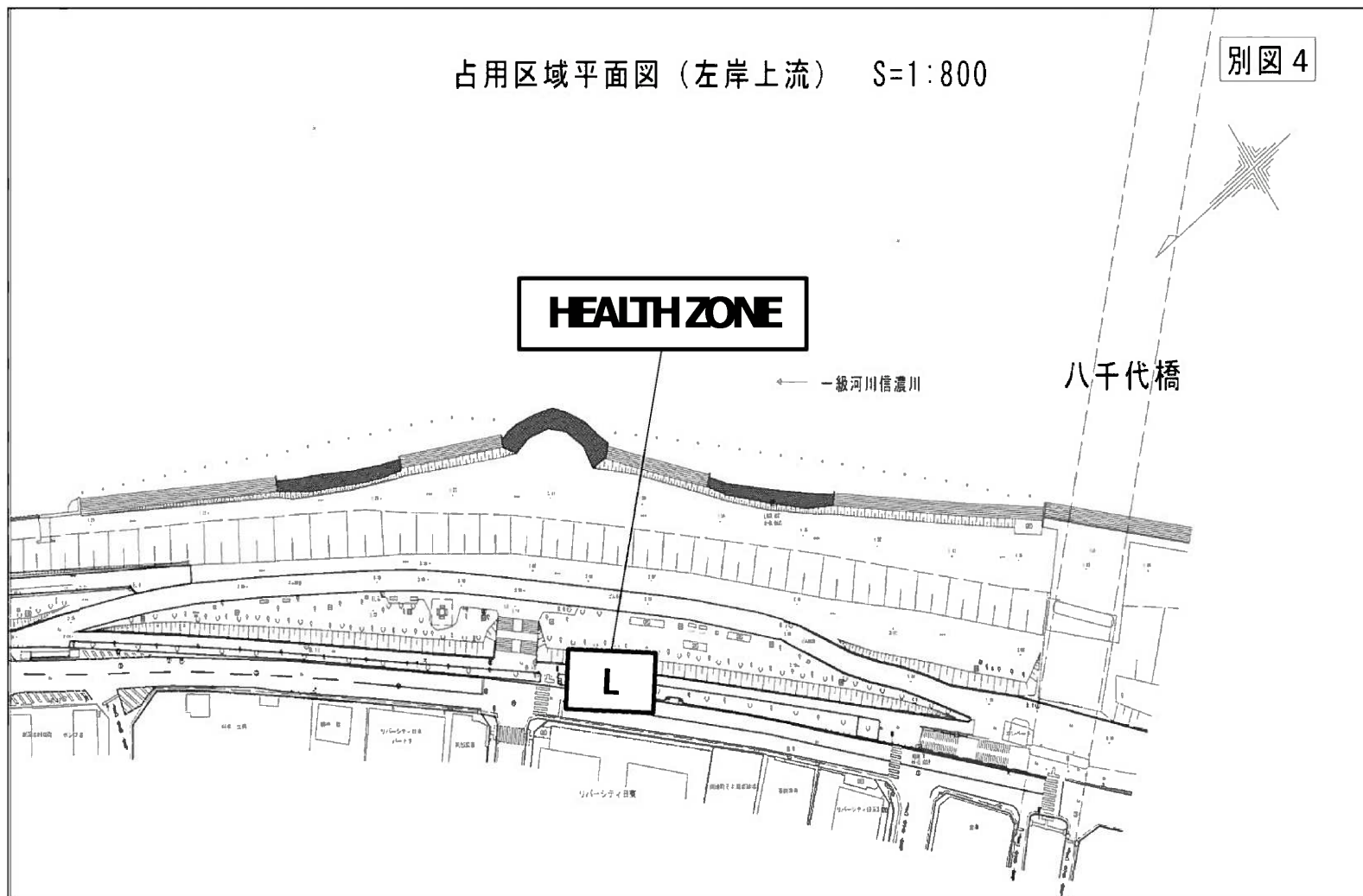
<右岸下流>



<右岸上流>



<左岸上流>



<ゾーニング提案>



■BBQ

やすらぎ堤のアイコンともいえる、BBQを体験できるゾーン。
過去の実績を考慮し、コンセプトの重複が無いようにする

■BEER GARDEN

来場者の中で多くのウェイトを占める20-30代の友人・知人層をターゲットにしたゾーン
メインの営業期間となる7月-8月期間、夏の盛り上がりの創出と
十分な客席配分、来場者がある程度、店舗を選択できるような店舗数を用意

■OUTDOOR

幅広い来場者層に対応できるよう、比較的安価に飲食を楽しめるゾーン

■FAMILY

お子様連れのご家族にも対応できるよう、お子様メニューと休憩スペースを特別に設けたゾーン。
お子様向けの簡易アクティビティの実施も検討（ワークショップ・水遊びなど）

■TAKEOUT

1名～2名（少人数向け）対象のエリア。3人～4人の利用者層以外の利用者が楽しめる
BARのような店舗を想定。

■HEALTH

左岸に拠点を置き、子供から高齢者まで幅広いターゲットに健康促進イベントを中心に提案。

< 営業体制案 >



■ 営業時間・営業日の管理

- ・本営業期間：6月30日（日）～9月29日（日）※6月中旬からプレオープンを検討
- ・営業時間：11:00～22:00（21:30ラストオーダー）※ランチタイムの営業に関しては要検討
- ・公表した営業時間に従い営業

■ 備品管理体制

- ・各出店者ごとに提供する備品（タープ・テーブル・チェア等）は出店者が管理（2018年継続）
- ⇒緊急時の安全管理・撤去活動の為/盗難・破損時の責任の明確化の為

■ レジシステムについて

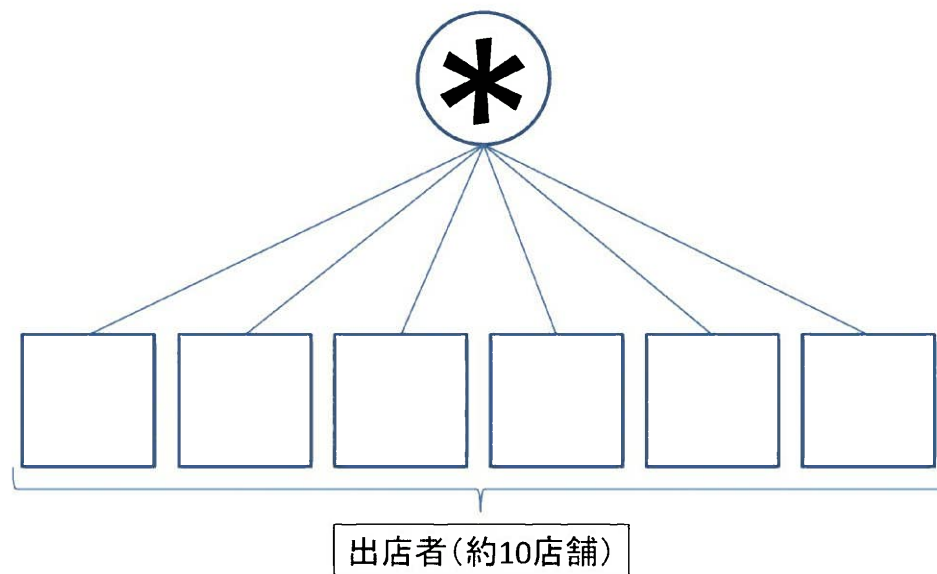
- ・A IRレジの使用（2018年継続）
- ・事務局もアカウントを作成し、出店者の日販実績・客数を管理

■ 出店者会について

- ・ゾーンリーダーの設定
- ⇒現場管理、出店者会の充実化※別紙参照

< 2019年度事務局・出店者会体制案 >

・2017-2018体制



【現状】

事務局が約10店舗を管理

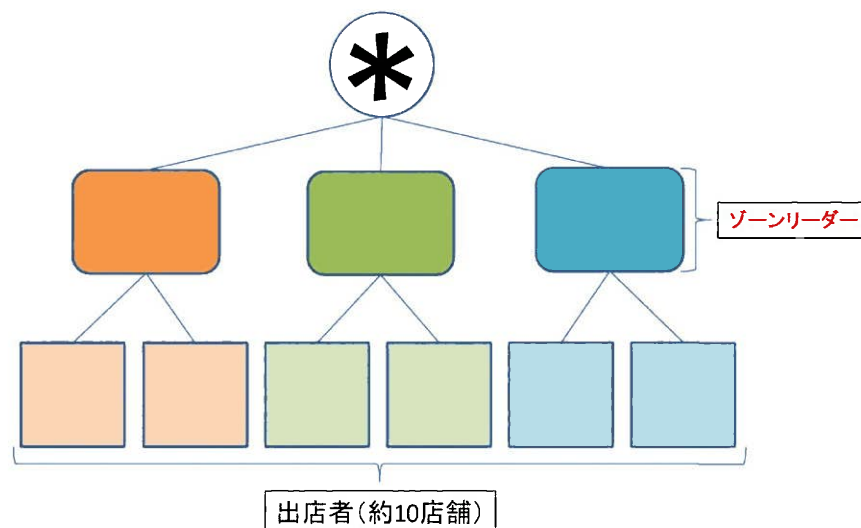
事務局体制が充実していないこと、各出店者からの多方面からの意見や要望に応えきれない

【あるべき姿】

事務局として正しく出店者を管理すること、意見・要望に対して適正かつ健全な対応

< 2019年度事務局・出店者会体制案 >

・2019年体制案



【検討】

出店者をとりまとめる「ゾーンリーダー」の設立

【ゾーンリーダー】

各ゾーンの出店者の中からゾーンごとに代表を設定

各ゾーンの責任者としてゾーンの管理、事務局との出店者会へ出席し配下店舗からの意見要望を取りまとめたものを報告・協議

【期待できる効果】

出店者会の内容充実化、より「現場感」を重視した体制

< 広報について >



■ SNS

- ・既存のページ (Facebook/Instagram) を活用
- ・投稿予定内容：店舗紹介・営業状況・イベント案内 (2018年継続)
- ・SNSページへのアクセス向上の取り組み⇒QRコード設置※フォロー特典は要検討

■ チラシ・ポスター

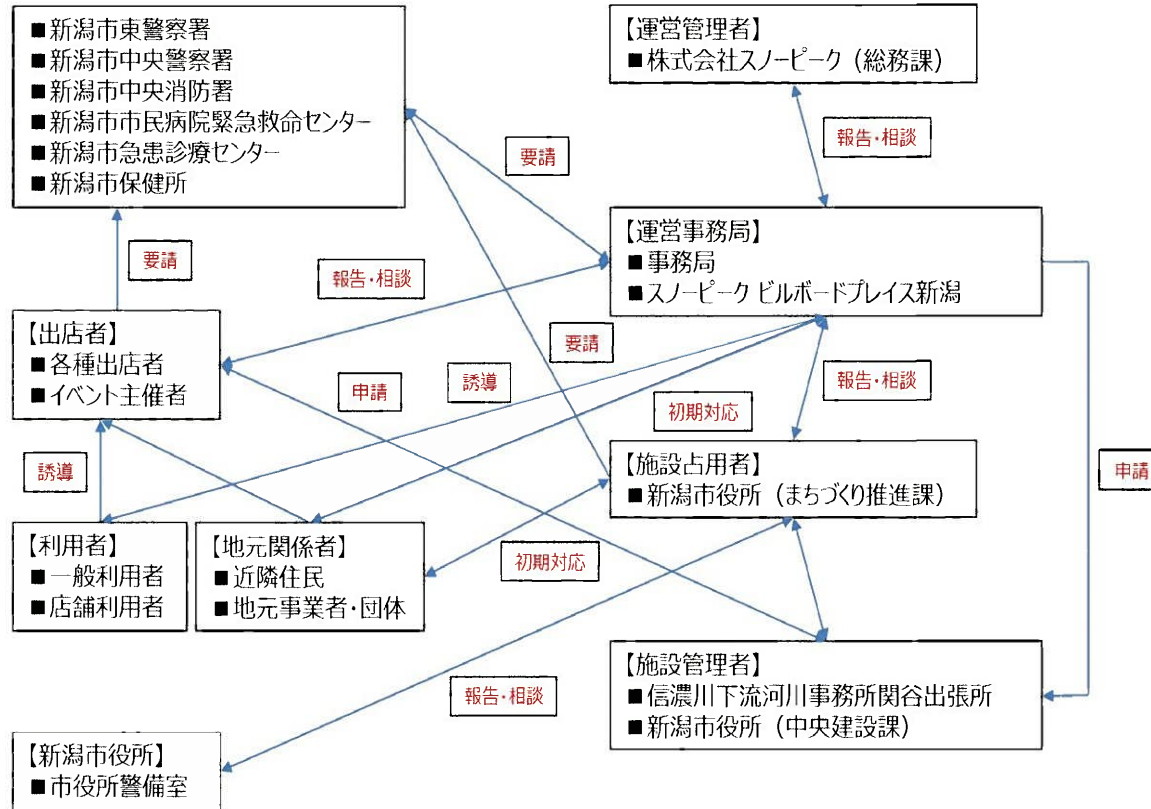
- ・掲載内容⇒遠方 (新潟市外・観光客) 向けの内容で作成※現場にはエリアマップ設置を検討
- ・関係各所に設置と配布依頼
- ・チラシのデータを関係各所に共有

■ その他

- ・ラジオ：2018年にFMラジオ出演 (2回) ⇒2019年も実施
- ・TV：取材やイベント時の中継などオープン時と9月に向けて戦略的に実施※要検討
- ・雑誌：自社の繋がりの中で積極的に活用

	スノーピーク	市役所	出店者	
WEB・SNS	◎	—	◎	⇒リピーター・若年層
雑誌	○	—	○	⇒地域住民・高齢者
TV・ラジオ	○	○	○	
新聞・報道	○	○	—	
チラシ	○	○	○	⇒観光客

<緊急体制案>



やすらぎ堤事業LINEグループ

A : 事務局・新潟市役所・ゾーンリーダー
B : ゾーンリーダー・各出店者