

取組成果の分析と総括

賑わい創出

- ・利用者数は例年とほぼ同水準であった。アンケートではリピート率は58%、居心地の良さ「とても居心地がいい」は60%であるなど、賑わい創出に寄与していることが伺える。
- ・ミズベリング利用前後の訪問先は、「万代シテイ」が53%で最も多い。また、自宅・宿泊先からの直行・直帰が昨年度に比べ減少しており、ミズベリング利用に伴い、周辺地域への回遊につながっている。

■水辺アウトドアラウンジ実施概要

- ・開催期間：令和5年6月17日(土)～9月24日(日)
- ・出店数：5店舗

■利用者数等



■リピート率

- ・ **58%** (アンケート：254/436件)

■居心地の良さ

- ・ とても居心地がいい **60%**
(・居心地がいい 35%)

■ミズベリング利用前後の訪問先

- ・ 万代シテイ **53%**、自宅・宿泊先 **30%**、古町 **16%**
(R4：万代シテイ 16%、自宅・宿泊先 52%、古町 7%)

魅力と価値の向上

- ・ 総合満足度は最高評価(満足)が66%であり、昨年度よりも増加している。
- ・ 利用者が感じる、ミズベリングの魅力と価値について、「都市と水辺が調和した景観」が最も多く、次いで「アウトドア」「食」が多かった。
- ・ 上記はアンケートの選択条件を「近隣に住んでいる人」に抽出して分析した場合でもほぼ同様の結果となったため、地域内外に関わらず、ミズベリングの魅力と価値として「景観」や「食」が認識されていると考えられる。
- ・ 地域住民からは「新潟が誇る取組」といった評価も強く、本取組がシビックプライドの醸成にも寄与していることが伺える。

■総合満足度

	R1	R2	R3	R4	R5
満足度(「やや満足」以上)	88%	中止	92%	90%	91%
「満足」	48%	中止	58%	65%	66%
「やや満足」	40%	中止	34%	24%	26%

■ミズベリングの魅力 ※上位項目を抜粋

選択肢(上位3つを選択)	全体(N=436人)		抽出(近隣に住んでいる)(N=62人)	
	件数	%	件数	%
都市と水辺(自然)が調和した良好な景観	304	69.9%	41	66.1%
アウトドアを楽しむ	171	39.3%	11	17.7%
食事がおいしい	135	31.0%	28	45.2%
新潟らしい・新潟が誇る取組み	129	29.7%	25	40.3%
くつろげる空間	125	28.7%	8	12.9%
河川に親しむきっかけ	122	28.0%	12	19.4%
にぎわった雰囲気	67	15.4%	12	19.4%

取組の持続可能性

- ・ 近隣住民の満足度も非常に高く、地域に根付いた取組になりつつある。連携事業者(出店者)の満足度も高く、今後も本取組のクオリティが確保され、将来も持続していくことが期待できる。
- ・ 一方、新規出店が0件であるなど、出店形態の恒常化(マンネリ化)が懸念されるため、広報の強化や新規出店を促すことなどにより、利用者へ新たな体験価値の提供を図られることを期待したい。

■近隣住民の総合満足度

- ・ 満足 **71%**、やや満足 26%

■連携事業者(出店者)の満足度

- ・ 満足 **60%**、やや満足 40%

■出店数

- ・ 5件 (うち新規出店0件)

まとめ

- ・ 天候により多少、利用者数の減少が見られたが、ほぼ例年並みの水準であり、利用者の「居心地の良さ」の評価が高いことなどから、一定の賑わいの質は確保されていることが伺える。
- ・ アンケートでは、居心地の良さの評価が高く、近隣住民の満足度も高かったことから、本取組を推進することで、<にいがた2km>で掲げる「居心地が良く、市民が主役になるまちづくり」に寄与することが出来た。
- ・ 多くの近隣住民から「新潟らしい・新潟が誇る取組」と認識されており、本取組がシビックプライドの醸成に寄与していることが伺える。
- ・ アンケートでは多くの方から「都市と水辺が調和した景観」に魅力を感じるという回答があり、ミズベリングの魅力を改めて認識することが出来た。これらを意識して取組を推進していくことで、より一層の都心部の魅力の向上につなげていきたい。
- ・ H28年から長期にわたり開催してきたことで、本取組が地域に根付いていることが伺える。今後も、新たな体験価値が提供される場として、公民連携のもと、より一層の利活用が進んでいくことを期待したい。