

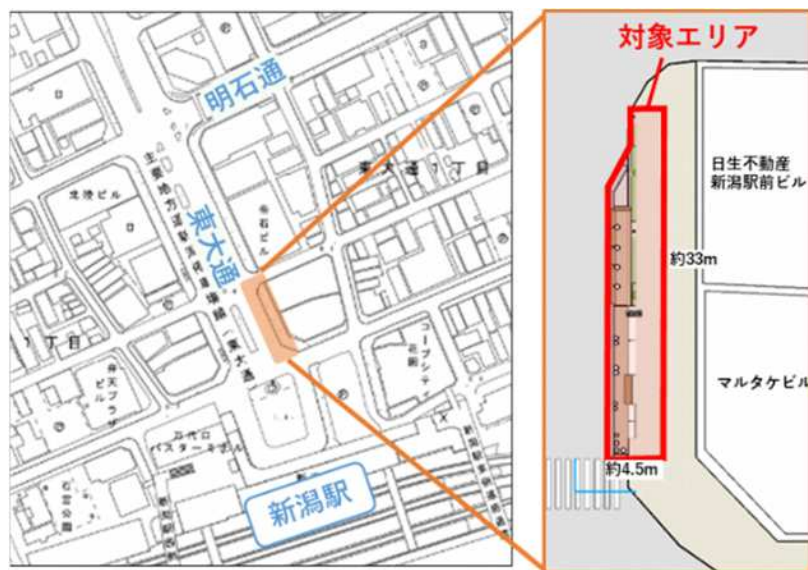
令和7年度 東大通「人中心の空間づくり社会実験」
PLAY PUBLIC PLACE 東大通みちばたりビング2025春
報告書



実施概要

【目的】 新潟駅・万代地区周辺将来ビジョンの具現化に向け、居心地が良く歩きたくなる“人中心の空間づくり”を推進するため、新潟駅前の東大通において、将来的な道路空間の再構築を見据え、道路空間利活用のニーズや課題などを探る

【場所】 新潟駅前ストリートテラス（新潟市中央区東大通1丁目）



【期間】 令和7年5月24日～6月8日間の（木）～（日）開催 合計10日間

【主催】 新潟市、東大通利活用実行委員会

- 【概要】 ○ 「新潟駅前ストリートテラス」の利用希望者を有償にて一般募集
出店料：1区画 1,000円/日・2区画 1,500円/円＋売上の5%（1万円上限）を納金
○ 応募者が日替わりで出店し、飲食や物品の販売、体験イベントなどを実施

検証・確認テーマ

1

新潟駅前ストリートテラスの利用希望者を有償で一般募集し、
収益化の可能性を検証
【確認項目 1～3 にて検証】

2

売り上げなどの利用状況を確認

【確認項目 4 にて検証】

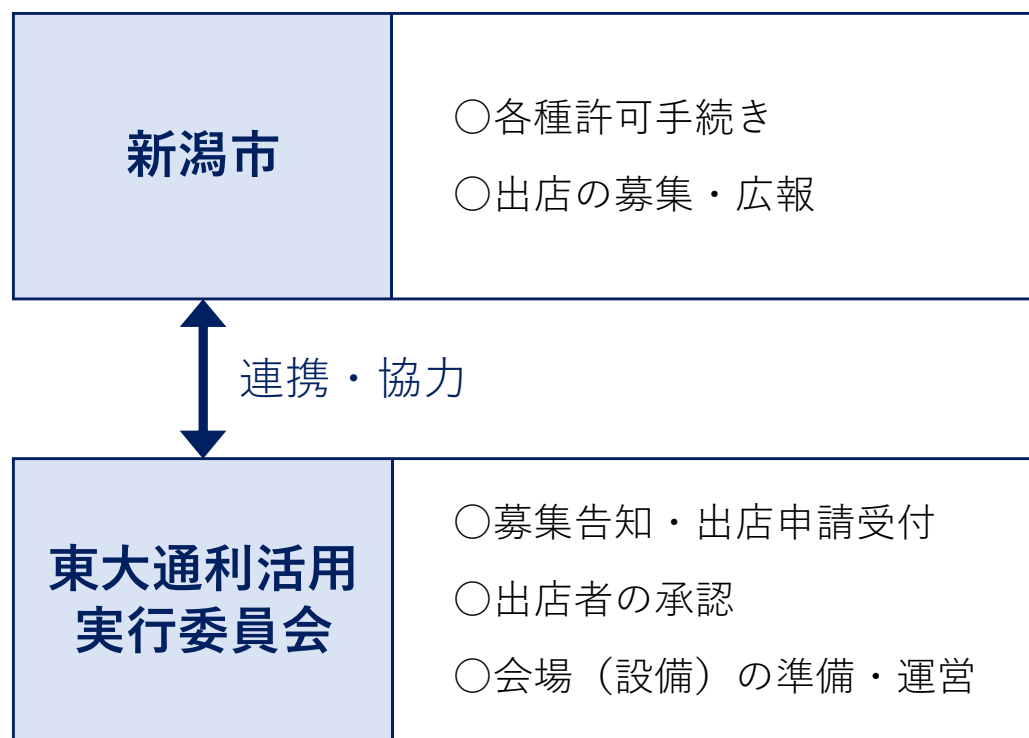
3

利用しやすい空間づくりや運営上の改善点について
出店者アンケートより確認
【確認項目 5 にて検証】

実施概要

【実施体制】

- 新潟市と東大通利活用実行委員会の共催で実施
- 主な役割分担は以下のとおり



【募集概要】

東大通“人中心の空間づくり”推進事業
PLAY PUBLIC PLACE 東大通みちばたりビング 2025 春



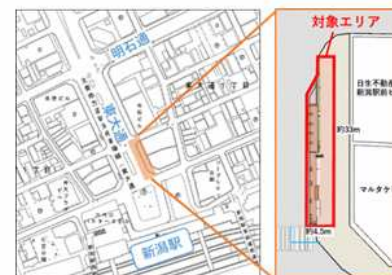
新潟市では、都心エリア「にいがた2km」において、居心地がよく歩きたくなる人中心の空間づくりに取り組んでいます。令和5年度には、車道の一部を歩行者空間として活用するパークレットとして「新潟駅前ストリートテラス」を東大通に設置しました。まちを彩る様々な活動が展開される公共空間の形成を目指し、新潟駅前ストリートテラスを使って道路空間の利活用ニーズや課題を検証する社会実験を実施します。



昨年の様子

実施期間 5月24日（土）～5月25日（日）
5月29日（木）～6月1日（日）
6月5日（木）～6月8日（日） 合計**10**日間

場 所 新潟市中央区東大通1丁目（新潟駅前ストリートテラス周辺）



実施内容 ・飲食物や物品の販売、プロモーション
・出店希望者を公募します（有料）

主 催 新潟市・東大通利活用実行委員会

実施期間中の様子

開催の様子



キッチンカー出店



一輪挿し



古着出店



小学生社会科見学



人気店も
出店



雑貨



ワークショップ&雑貨



フリマ出店



天気の良い日は
くつろぐ姿も



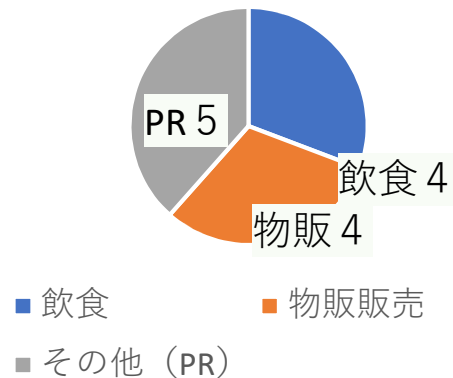
<確認項目1> 新潟駅ストリートテラス利用希望状況、昨年比較による道路利活用のニーズを確認

【出店状況】※昨年との比較

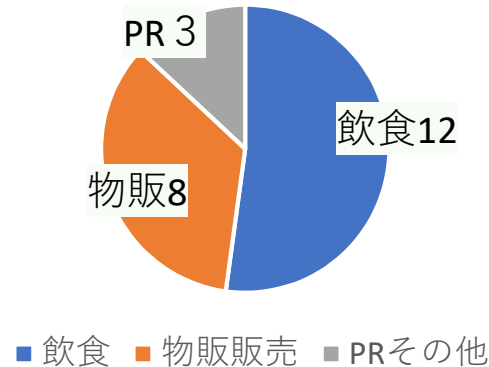
開催日数は「木曜日～日曜日」の10日間と期間を短く設定したが出店数は前回以上でした。

項目	2024年（昨年）	2025年（本年度）
開催日数	16日間	10日間
出店数	13者	24者

2024年開催



2025年開催



【利用募集の結果】

- 今年より有償での一般募集としたなか、無償募集であった昨年より多くの出店希望があり、イベントの認知度が向上されていると推測。
- 昨年からのリピーターは4割。
- 日によっては出店希望者が区画数を超過。
- 飲食が多い一方、学生の参加は初であった。



<確認項目2> 初めて実施した出店料、売上料による出店者の反応について

【出店者へのアンケート調査結果】

空間づくりや運営上の改善点等を把握するため、全ての出店者に対しアンケートを実施

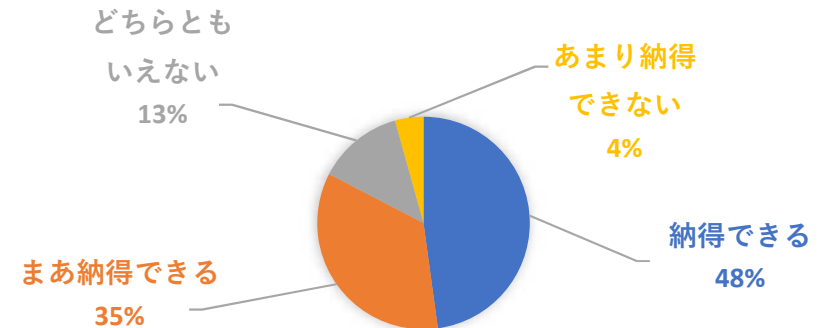
1.今年より導入した利用料徴収について

出店料：1区画1,000円／日、2区画1,500円／日
売上料：1日の売り上げの5%（1万円を上限）

○83%の出店者が「納得できる」「まあ納得できる」と回答。

○出店日によって、感想の違いが目立った。

利用料徴収について



納得の理由

- ・新潟の駅前に出店出来るという状況において非常に安価な設定で良かった。
- ・とても魅力的な価格設定で若い人でも気軽に出店ができ、自店のPRにもなる。
- ・話題性や、普段は出会わないお客様や出店者さんとの出会いもあり、東大通りをきっかけにいろんなご縁をいただいた。
- ・人通りがそれなりにある。
- ・とにかく楽しいを提供する身としてはイベントに参加しやすい。

納得できない理由

- ・人通りが少なく、来客がなかった。
- ・日によっては、割高となっている日があった
- ・日曜にも関わらず人通りが少なく、イベント周知もあまりされていないように感じた。
- ・時間もしくは半日ごとの料金形態があって欲しかった。
- ・売上料上限1万円は高く感じる。

<確認項目3> 運用本格時の利用料の意見、今後の出店頻度について

2.運用本格化に向けた場合の利用料徴収について

○場所柄、現状以上の価格帯でも出店するという意見多数。

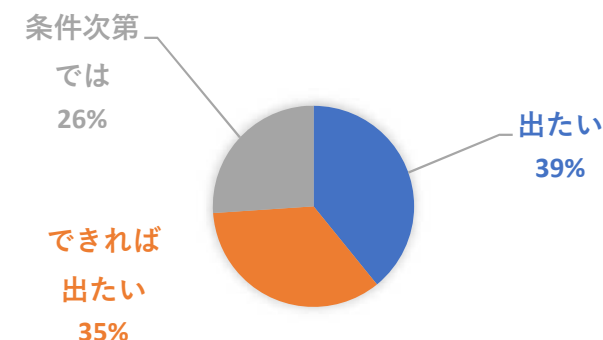
- ・ 出店料2,000円～3,000円、売上げ10%
- ・ 出店料3,000円～5,000円、売上げ3～5%
- ・ 出店料5,000円または、売上げ10%
- ・ 売上げ10%のみ
- ・ 平日は出店料1,000円、売上げ10%
- ・ 休日は出店料5,000円、売上げ10%
- ・ 現状維持希望

3.今後の出店について

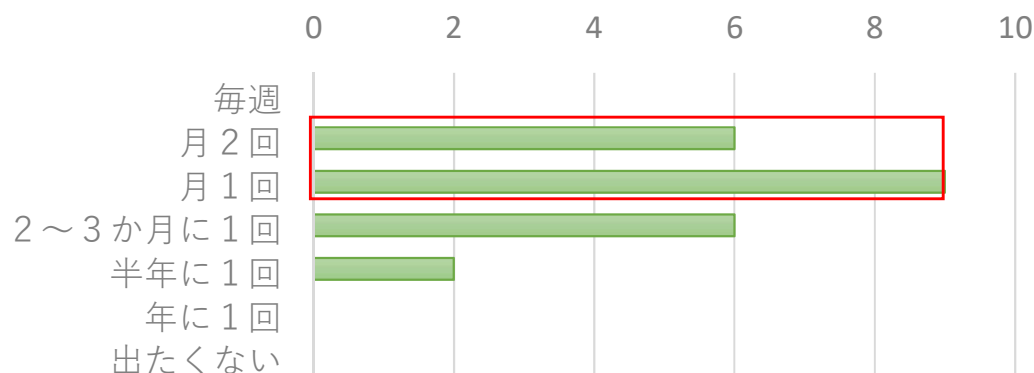
○今後もイベントへの出店「出たい」「できれば出たい」との回答が74%。

○期待値の回答は半数を下回っているものの、出たくないなどのネガティブな回答はなかった。

今後の出店について



4.希望する出店の頻度



○月に1～2回の出店が理想的との意見が多かった。

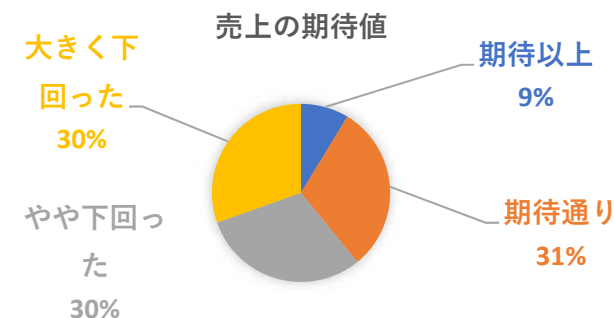
<確認項目4> 売上期待値、平日出店満足度、メリットについての確認

5. 売上の期待値について

- 売上の期待値について、期待以上は40%、期待以下は60%。
- 駅前出店のポテンシャルが期待値を高めたものと推察。

昨年と今年の売上

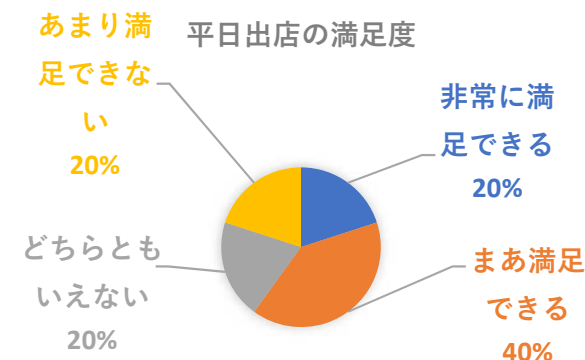
	期間合計	1日あたり平均	
		平日	休日
R6 年度売上額	446,050 円	19,314 円/日	66,770 円/日
R7 年度売上額	693,700 円	45,413 円/日	85,342 円/日



○R6 年度より売り上げ約1.5倍アップ

6. 平日(木曜)出店での満足度について

- 6割の満足度。
- 「新潟駅前の人通りが多い場所で出来るのは他にはなく、お店のPRはもちろん、良さを多くの方々に発信出来る」という意見の一方、「お客様の数が少なく、通り過ぎていかれる」といった意見もあり。



7. 売上以外に得られたメリットについて



○事業のテーマである「交流」にメリットを感じた出店者の意見多数あり。

<確認項目5> 利用しやすい空間づくりに向けた改善、今後の協力についての確認

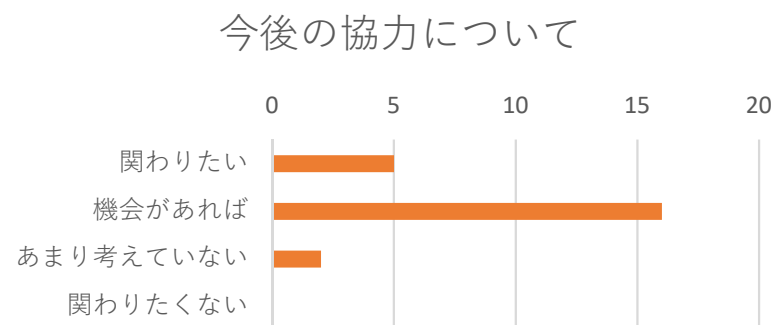
8.改善と要望

○夜間営業や照明、音楽など、空間づくりに関する改善点を把握

- ・音楽、照明があっても良い
- ・電源供給施設があると出店ハードルが下がる
- ・夜営業を行い、照明もお祭りみたいな賑やかさをだしてお酒のでの雰囲気を作ってほしい
- ・ナイトマーケット風に夜22時くらいまで出来ると良い
- ・出来れば一区画がもう少し広い方と良い
- ・新聞、雑誌、SNS、TVなどイベント周知を広げていただき盛り上げてほしい

9.今後の協力について

○前向きな回答多数。機会をつくることで90%の方が関わってみたいと回答

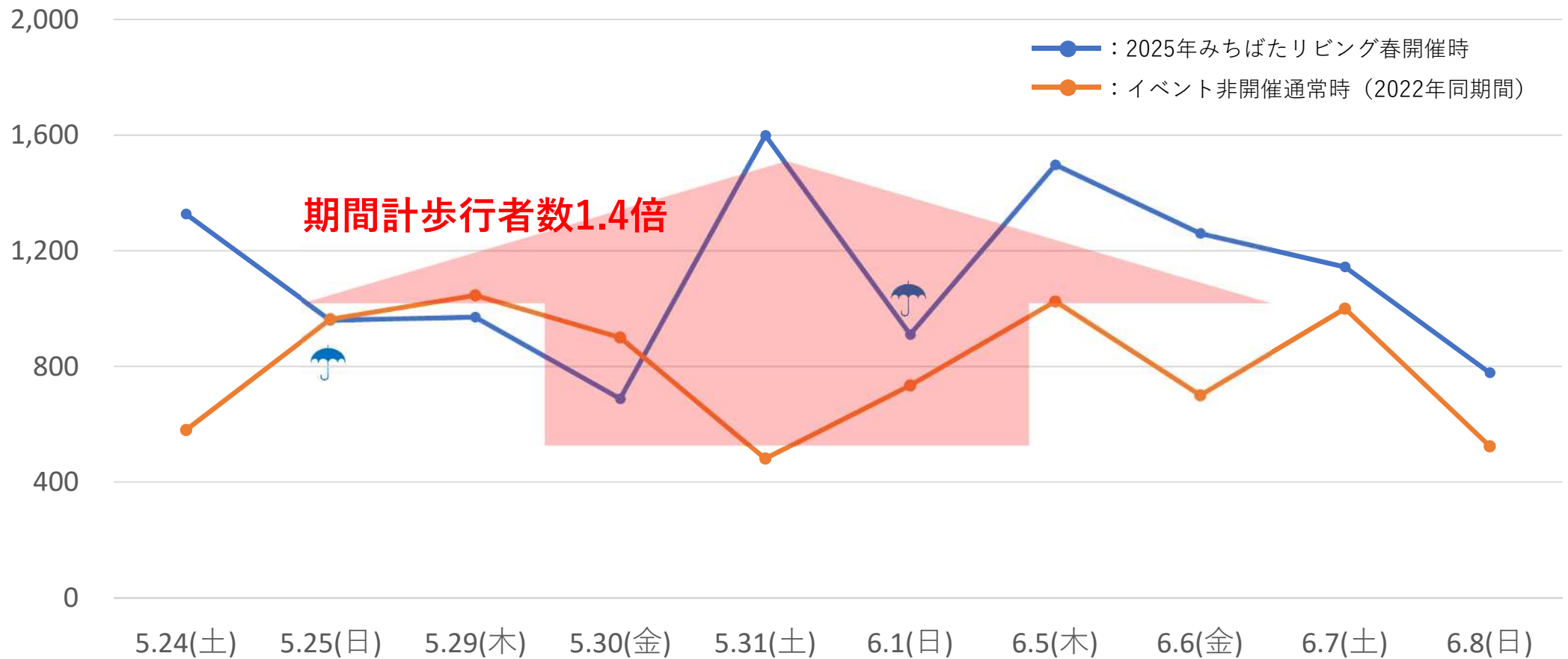


参考資料

○テラス側歩道の歩行者数について、イベント非開催時（通常時）の2022年同期間と比較（下図）

○荒天日等を除き、ほとんどの日において通常時以上の歩行者数となり、全体では通常時の1.4倍歩行者数が増加する結果となった

歩行者数の比較（みちばたりビング2025春開催時／イベント非開催通常時（2022年））

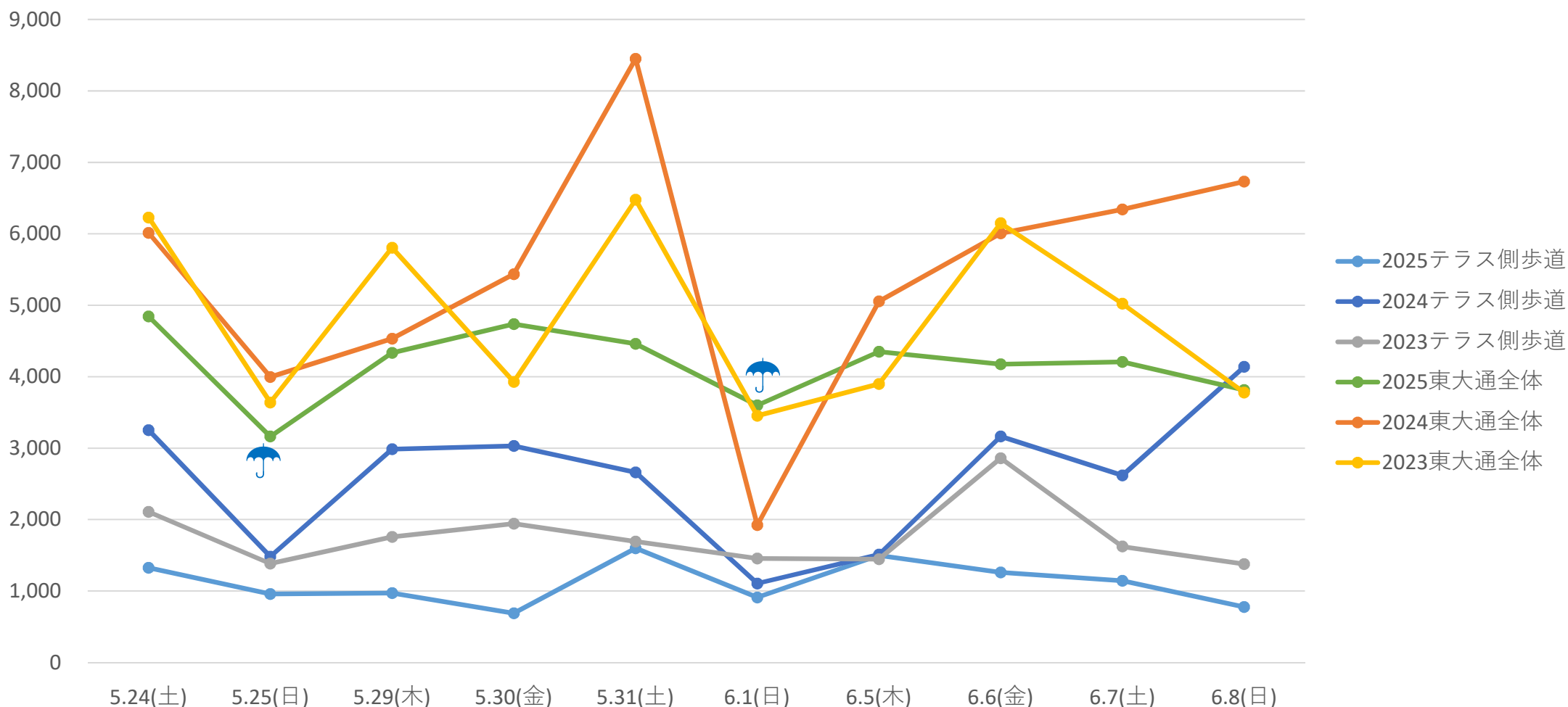


KDDI Location Analyzerデータをもとに作成

参考資料

- テラス側歩道及び東大通全体の歩行者数について、2023年、2024年の同期間と比較（下図）
- テラス側歩道の歩行者は、ほとんどの日において過年度を下回る歩行者数となった
- 東大通全体の歩行者数も特に2024年時より大きく減少しているが、2024年時はバスターミナル開業（CoCoLoリニューアル）直後であったことも大きく影響していると推測する

過年度との歩行者数の比較



検証・確認テーマ

1

新潟駅前ストリートテラスの**利用希望者を有償で一般募集し、
収益化の可能性**を検証

【確認項目1～3にて検証】

無償募集の昨年度より出店希望者が多く、アンケート調査より月1～2回頻度での出店意向が高いことに加え、出店料についても8割以上の参加者が納得感を示しており、駅前という好立地ということを踏まえると、さらなる増額を許容する意見も多数あった。

以上より、条件次第では収益化の可能性を見出すことができると考察する。

2

売り上げなどの**利用状況**を確認

【確認項目4にて検証】

昨年度より約1.5倍の売上額となったが、満足度は総じて好ましい結果とはならなかった。好立地であることが期待値を上げたなか、過年度と比較しエリア全体での人通りが減少したことが影響していると考ええる。一方で、人同士の交流にメリットを感じたという声も多く、事業を改善・継続し、エリア全体の価値を向上させていくことが重要と考察する。

3

利用しやすい空間づくりや**運営上の改善点**について

出店者アンケートより確認

【確認項目5にて検証】

夜間開催を望む意見が多く、そのための設備を整備する必要がある。

また、みちばたりビングのさらなる認知度向上、定着が求められており、次回開催に向けた課題として、空間づくりの改善を図っていく。