

## 水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」2021評価シート

◆達成度の記入について

## 新潟市の評価コメントの凡例

◎：期待を上回る成果をあげた。  
○：概ね成果をあげた。  
△：成果が不十分であった。  
×：成果がなかった。

## 凡例

4	期待を上回る成果をあげた。
3	概ね成果をあげた。
2	成果が不十分であった。
1	成果がなかった。

	観点	(株)スノーピーク			新潟市		
		実施内容	達成度	自己評価コメント	達成度	評価コメント	
1	「ミズベリング信濃川やすらぎ堤」の事業内容について						
	(1) 体験価値の向上						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>飲食店の誘致数</li> <li>アウトドア体験イベントの開催</li> <li>イベントスペース及び什器の貸与</li> <li>アウトドア型貸会議スペースの貸与</li> <li>キャンプ用品とその使用場所の貸与</li> </ul>	実施状況  【店舗】6/19～8/29 (72日間) 期間出店数 6店舗(右岸5、左岸1) 利用者数 26,800人(前年比 66%) 売上 76,200千円(前年比 75%)  【誘致イベント】 実施件数 7件(右岸4、左岸3) 参加人数 2,284人 売上 3,100千円  出店者イベント実施件数 16件  【SP自主イベント】 ・TAKIBIラウンジ等 実施8回 参加 203名 ・水辺キャンピングオフィス実施数 3件 41名 ・水辺体験CAMPの開催 4回 参加 10組 26名 ・スマートクルーズSnow Peak Pack の実施 23名利用		【店舗】 ・コロナ禍ということもあり、過去に出店経験がある方を中心に誘致。8月には時短要請もあり大きく利用者数が減少したが、最後まで全店で営業することができた。 ・店舗間でメニューを調整するなど、来場者へ多様な選択肢を用意し、楽しんでいただけるように努めた。 ・7月のピーク時は満席で飛込みでの利用ができないケースもあった。オペレーションや、店舗数・席数の見直しが必要。  【誘致イベント】 ・右岸萬代橋側(ファミリーゾーン)にTHE BRIDGE MARKETをイベント誘致。景観との相性がよく、また地域の皆様に手軽に出店頂ける良い機会となった。 ・左岸ヘルスゾーンではヘッドスパイベントを誘致。コロナ禍で稼働が難しかったヘルスゾーンの新たな活用方法に繋がった。 ・イベント数はコロナ禍のため減少。そういった状況でも各店舗で日本酒のPR販売を行うなど、地域の特産品を発信するイベントを開催することができた。  【SP自主イベント】 ・キャンピングオフィスは利便性が課題。今後は、「オフィス」というコンセプトではなく、「デイキャンプ」や「屋外MTG」という打ち出し方で検討していく。 ・一般参加のCAMPイベントを出店期間外に実施、シーズンを通じたやすらぎ堤の活用を行った。2回目以降は、持ち込みの需要に対応する企画に変更し、参加数が向上。今後の需要も感じられた。 ・スマートクルーズでは自転車を利用した地域観光の可能性を感じる事ができた。車両の選定や、MAPの作成など稼働数の向上方法を検討していく。	3	3	◎：コロナ禍や期間縮小の状況でありながらも、利用者の安心安全に配慮しながら、スノーピークらしいアウトドアと結び付けた多様なイベントを実施し、多くの利用者からご利用いただけた。 ○：スノーピーク自主イベントは、新たな取り組みを実施し、参加者がより参加しやすいよう適宜工夫しながら、新たな利用者の確保にチャレンジした。 ○：今後、各事業の参加者の増加につなげるため、引き続き工夫が必要である。 ○：ファミリーラウンジの出店店舗がなかったが、ブリッジマーケットを2回(6日間)実施することができた。今回の活用状況を踏まえ、今後のスペース活用の在り方を検討する必要がある。

水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」2021評価シート

◆達成度の記入について

**新潟市の評価コメントの凡例**  
 ◎: 期待を上回る成果をあげた。  
 ○: 概ね成果をあげた。  
 △: 成果が不十分であった。  
 ×: 成果がなかった。

凡 例	
4	期待を上回る成果をあげた。
3	概ね成果をあげた。
2	成果が不十分であった。
1	成果がなかった。

	観点	(株)スノーピーク			新潟市	
		実施内容	達成度	自己評価コメント	達成度	評価コメント
(2) 魅力的な空間の形成  ・事業コンセプトを踏まえた設えの統一	実施状況 アンケート結果	<p>店舗テント・客席タープ・テーブル・チェアを弊社製品で演出することで、統一感のあるアウトドア空間を演出。</p> <p>デザインを統一した店舗看板・会場MAPの設置。</p> <p>【利用者アンケート調査結果】 [訪問理由] 風景・雰囲気が良さそう(83%)、おしゃれな感じがする(42%)、アウトドアな感じが好き(41%) (上位3つのみ記載) [雰囲気の満足度] 満足66%、やや満足27%、どちらとも言えない5%、やや不満1%、不満1% (2019年においては、満足55%、やや満足33%、ふつう9%、やや不満1%、不満1%)</p>	3	「雰囲気の満足度」に関するアンケート結果より「まあ満足」「満足」の回答を93%頂き、高い評価を得られた。	3	<p>○: 各店舗の設えは、個性的なデザインでありながら、スノーピークラしさを活かした上質なアウトドア空間をフィールド全体に展開した。</p> <p>○: アンケート調査結果より、水辺空間のロケーションに加え、魅力的な空間の創出が利用者の訪問の動機につながっている。</p> <p>△: 事業コンセプトになじむような看板等を設置し、会場全体として利用者によりわかりやすい誘導が行われたが、一方で、利用者アンケートでは、飲食店の案内がわかりづらい(テイクアウトや予約制など)という意見があった。</p>
(3) 魅力の発信  広報活動 ・特設ホームページ、SNSを利用したWEB上の情報発信 ・会場サイン、ポスター、チラシの作成 ・メディアへのプレスリリース ・施設使用者の既存顧客への情報発信  マーケティング ・POSレジを使用した日販、利用者数管理 ・アンケート等による利用者情報の収集、分析	実施状況	<p>【広報活動】 ミズベリングHPの運営 PV数 79,973(前年比106%) (6~8月では前年比117%) FB IGと連動投稿 フォロワー数1,637(前年比103%) instagramでの投稿66回 最高リーチ数 6,419(前年比290%) instagramでのストーリー数 205回 最高リーチ数 925 フォロワー数 2,080 (2021年開始時1,440 [+640]前年比144%)</p> <p>ポスター 50枚の掲示 チラシ 3,000枚の配布</p> <p>ラジオ出演 1回(前年3回) テレビ出演回数 7回(前年6回) Webへの掲載 3回 新聞への掲載 6回(前年4回)</p> <p>利用方法案内看板・テーブルへPOPの設置☑ 萬代橋ヘターポリン(布看板)の設置(国道事務所協力)☑</p> <p>【マーケティング】 ・POSレジCSVデータの収集による日販管理を実施☑ これにより曜日、時間帯別の集計管理が可能に。 ・QRコードを利用したアンケート回収の実施。(回答数125)</p>	3	<p>コロナ禍を加味し、地域を中心に発信。全国への告知は自粛。</p> <p>instagramを中心に情報を発信、拡散効果により、リアルタイムな情報を地域へ広く届けることができた。 ※最高リーチ数は「明日より営業開始」の投稿と、開催への期待が感じられた。</p> <p>今期から利用方法についての案内看板と、テーブルへPOPを設置☑。各テーブルが店舗と紐づいていることなどを周知した。</p> <p>日販管理をCSVデータでの収集に変更。細かな販売動向も把握することができるようになった。今後の分析に繋げていく。</p>	3	<p>○: 利用者アンケート調査では、「ミズベリングの情報源」として、第1位ロコミ(36%)、第2位ミズベリングHP(30%)、第3位SNS(20%)となっており、SNSやメディアを利用し、多くの広報活動が行われたことやフォロワー数が伸びたことなど、SNSやメディアによる広報活動が利用者の訪問のきっかけとなった。</p> <p>○: 利用者アンケートでは、飲食店の案内がわかりづらい(テイクアウトや予約制など)という意見(7件)があったが、会場全体に各種看板を新たに設置するほか、萬代橋の通行者への案内を実施するなど、利用者によりわかりやすい誘導や案内が行われた。</p> <p>○: POSレジCSVの収集により、客数及び売上げの集計が確実に行われた。</p>

水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」2021評価シート

◆達成度の記入について

**新潟市の評価コメントの凡例**  
 ◎:期待を上回る成果をあげた。  
 ○:概ね成果をあげた。  
 △:成果が不十分であった。  
 ×:成果がなかった。

凡 例	
4	期待を上回る成果をあげた。
3	概ね成果をあげた。
2	成果が不十分であった。
1	成果がなかった。

	観点	(株)スノーピーク			新潟市	
		実施内容	達成度	自己評価コメント	達成度	評価コメント
(4)地域連携  地域の企業等との連携 ・レンタサイクル事業との連携事業	実施状況	スマートクルーズSnow Peak Pack の実施回 23名利用  水辺ウォークの開催回 2回 23名参加  地域企業等と連携したイベント 7件 ・Outdoor Bar by 久保田 ・ミズベの夏酒 ・THE BRIDGE MARKET ・PEARK ・月の満ち欠けヘッドスパ ・古着POP_UP STORE ・にいがた酒JAM  左岸と右岸を繋ぐロボット(ドローン)配送実証実験の実施。	3	今期よりレンタサイクル事業との連携を開始、また、やすらぎ堤をガイドしながら散策する水辺ウォークを開催した。 課題であるやすらぎ堤からの回遊性向上に向け前進した。  ドローンの配送実験を実施。左岸と右岸を繋ぎ、左岸の活用を模索していく。	3	○:地域における新たな取り組みとして、ミズベリング利用者が周辺地域をめぐるイベントを数多く実施できた。 ○:酒造組合や飲食関係などの地域企業との連携が図られるなど、周辺地域との連携を考えていく意識が醸成された。
2 利用者の利用環境について	(1)安心、安全  事業者の取り組み状況 出店者の取り組み状況 安心安全への満足度	<b>【実施状況】</b> ・ガイドラインに沿った新型コロナウイルス感染防止対策の徹底。 ・飲食事業者をリーダーとし、定期的な衛生確認の実施 ・川遊びについてマニュアルへ記載、危険と思われる行為に対し、店舗からの声掛けや通報を要請 ・信濃川下流河川事務所主催の河川水難事故防止に関する講習会への参加  ・特別警報発令に伴う対応 →営業時間の短縮 →既存のコロナ対策の徹底について、改めて各出店者と共有する。 →追加のコロナ対策 ①感染予防に関する掲示物の追加設置(新潟県の注意喚起リーフレットを店先および客席に追加、場内看板) ②各店舗の客席にアルコール消毒を追加設置 ③密回避のためのエリア巡回を強化 ④広報媒体(HPやSNS等)によるコロナ対策徹底・「特別警報」の周知強化  <b>【利用者アンケート調査結果(安心安全)】</b> ・満足68%、やや満足24%、どちらとも言えない6%、やや不満2%、不満0%	3	全出店者が統一した現場対応をするため、マニュアルに対応方法を記載。  1テーブルあたりの席数を守っていない利用者や、マスクをしないまま盛り上がっている利用者がいた場合、その場でのお声がけを実施、または店舗へ対応を指示した。定期で行った出店者会では対策が緩まないよう、感染防止の啓発を繰り返した。  飲食リーダー制度を導入し、飲食事業者による定期的な衛生指導を実施。夏場、食材管理が難しい環境の中でも食中毒の発生はなく、衛生管理の質が向上した。  特別警報の発令後、営業を継続していることに対し苦情(1件)が寄せられた。要請に従った運営を行っていることを説明、また、全てのテーブルにアルコールボトルを設置、巡回頻度を上げるなど対策を強化した。	4	○:利用者にとって、安心・安全に利用いただけるよう、各種取り組みを実施し、無事に終了することができた。 ◎:ミズベリング期間中、ガイドラインに沿った新型コロナウイルス感染防止対策を実施し、8月の県の特別警報発令に伴い、スノーピーク及び出店者と連携しながら、迅速な追加の対応を行うことができた。 ◎:利用者アンケートにおいて、92%の方から「やや満足」以上の評価を得られるとともに、「ミズベリングへの訪問理由」では、20%の方が「屋外空間であり、安心だと思った」と回答し、ミズベリングを安心、安全に利用いただけたことが伺える。

水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」2021評価シート

◆達成度の記入について

**新潟市の評価コメントの凡例**  
 ◎：期待を上回る成果をあげた。  
 ○：概ね成果をあげた。  
 △：成果が不十分であった。  
 ×：成果がなかった。

凡 例	
4	期待を上回る成果をあげた。
3	概ね成果をあげた。
2	成果が不十分であった。
1	成果がなかった。

	観点	(株)スノーピーク			新潟市	
		実施内容	達成度	自己評価コメント	達成度	評価コメント
(2)利用者の満足度  ミズベリング信濃川やすらぎ堤への満足度	アンケート結果	【利用者アンケート調査結果(満足度)】 ・満足58%、やや満足34%、ふつう5%、やや不満1%、不満2% (2019年においては、満足48%、やや満足40%、ふつう10%、やや不満2%、不満0%)	3	コロナ禍での実施で、賛否両論があると予測していたが、アンケート結果では前年を超える満足度を得ることができた。	4	◎:「満足度評価」において、前回より多くの方から、「やや満足」以上の評価をいただくとともに、「自由回答」では、次回開催を望む声(31件)が多く寄せられ、ウィズコロナ・ポストコロナ時代における公共空間の楽しみ方の実践の場となったと考えられる。
<b>3</b> ミズベリング実施に関する事項について						
(1)周辺住民等への周知	実施状況	新潟市と連携し、近隣マンション住民代表・近隣店舗企業などへの周知を行った。  新潟市、スノーピーク双方に寄せられた苦情を共有し、対応策を実施した。	3	開催の事前周知の段階で周辺住民や近隣店舗からも開催に関する苦言はなく、これまで実施してきた積み重ねによるご理解が浸透してきたと思われる。今後も継続してさらなるご理解を得られるよう取り組んでいく。  検温済みシールが、手すりや、近隣店舗等に貼られてしまっているケースがあったが、見つけ次第早急に撤去、また、回収用のボードを設置するなど対応した。これに関する苦情はなかった。  萬代橋側でのイベント開催中に、DJブースからの大音量により、周辺住民から苦情をいただいた。その後、音量への節度ある対応をイベント主催者に指導し、改善を図った。  日常的な清掃に加え、週1回のゴミ拾いを行い、やすらぎ堤の快適な利用環境の保持を行った。  河川法第26条第1項の許可申請に関して、一部の出店者と共有できておらず、申請の不備を起こしてしまった。改めて出店者への説明を行い、次回不備が起きないように努める。	3	○：市と連携し、周辺住民等への事前周知が行われ、円滑な運営につながった。 ○：苦情があった場合は、スノーピークと市の間で情報伝達や連携を確実にし、対応した。 △：河川法第26条第1項の許可申請において、スノーピーク・各出店者・本市において設置物の把握や共有がなされておらず、手続きに一部不備が生じた。
(2)苦情対応						
(3)その他  ・事業内容について、疑義が生じた場合は、協議により進めることとする(当初想定していなかったことなど) ・施設使用の取り組みにあたり、施設使用者の主体性が高まるよう努める						