



信濃川やすらぎ堤利用調整協議会

令和5年3月 株式会社スノーピーク

目次

1. 水辺アウトドアラウンジ実績報告
2. イベント実施報告
3. SP自主事業実施報告
4. キッチンカー出店実施報告
5. プロモーション実績報告
6. 安心安全への取組報告
7. 開催期間中の主な苦情・要望等について
8. 実績統計
9. 3年間のまとめ（経年的な取り組み）

1. 水辺アウトドアラウンジ実績報告（1）

【店舗数】

8店舗（右岸6店舗/左岸2店舗）

※前回6店舗（右岸5店舗/左岸1店舗）

【出店期間】

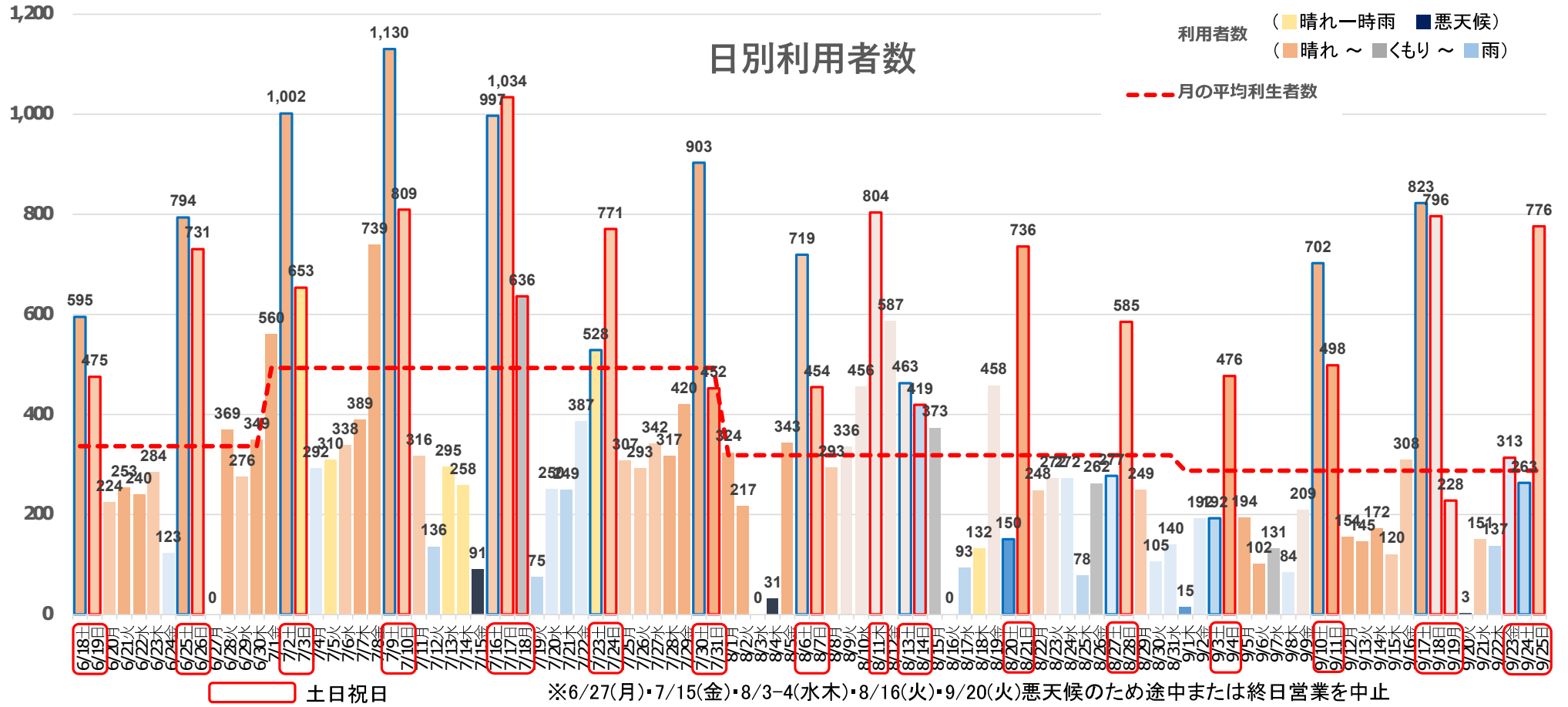
6月18日（土）～9月25日（日）：100日間

※プレ営業含む ※前回72日間（前年比139%）

店舗 売上実績合計(税抜)		¥97,991,864					(前年比 142%)
年/月	6月	7月	8月	9月	10月	合計	
2022	10,610,110	41,640,735	27,029,073	18,711,946		97,991,864	
2021	9,899,773	35,868,741	23,463,878			69,232,392	
2019	1,106,426	37,207,817	35,879,938	19,790,978		93,985,159	
2018		35,547,587	29,037,025	12,721,000	3,185,969	80,491,581	
2017		28,240,741	26,031,482	14,268,519		68,540,742	

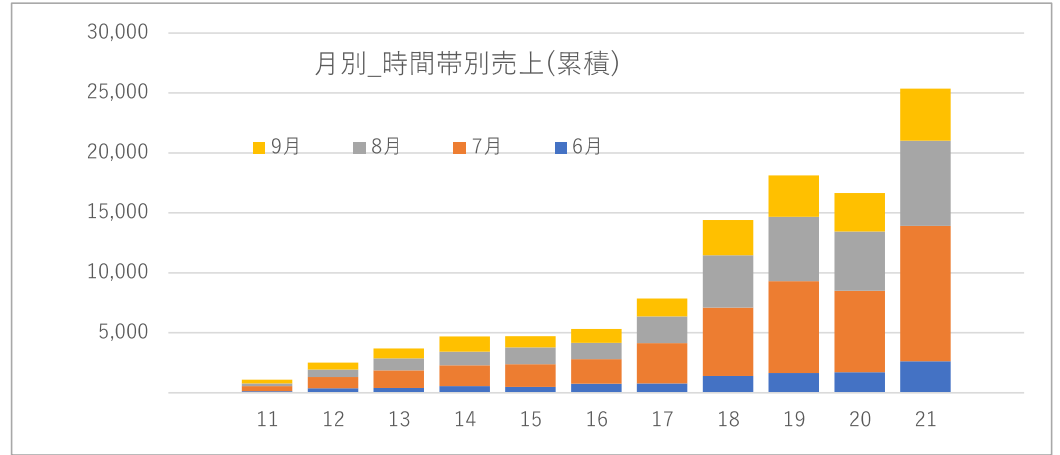
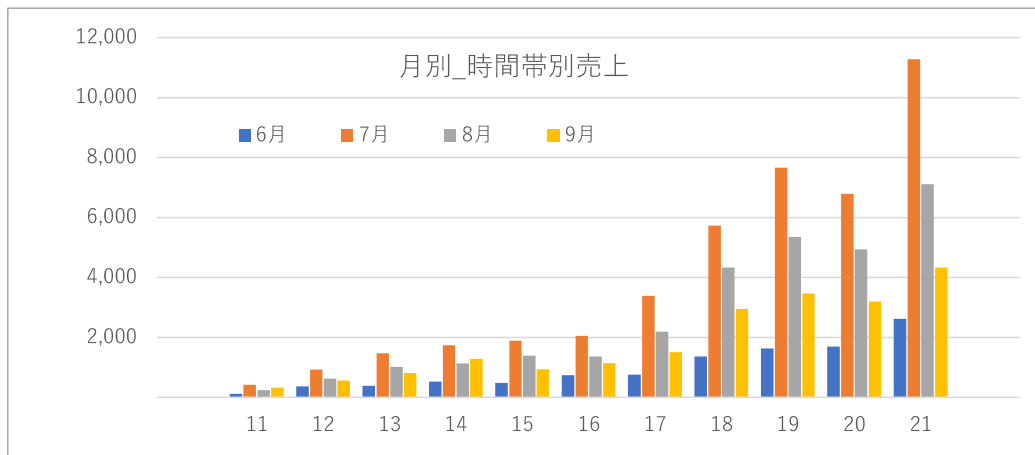
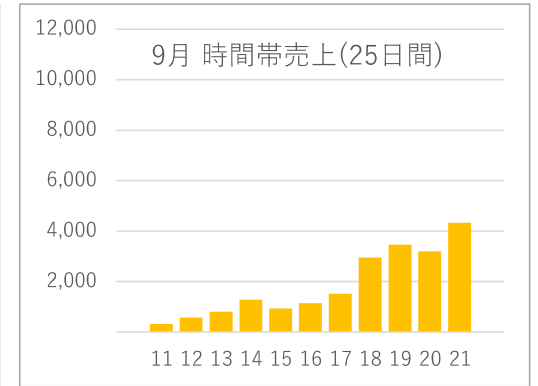
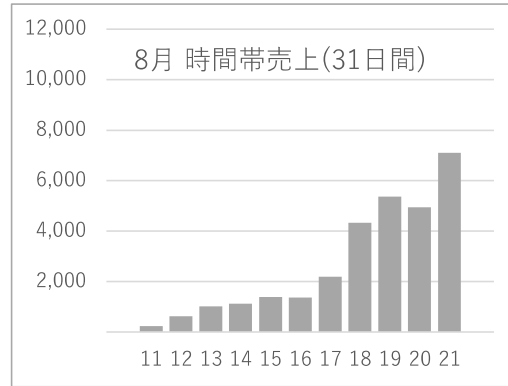
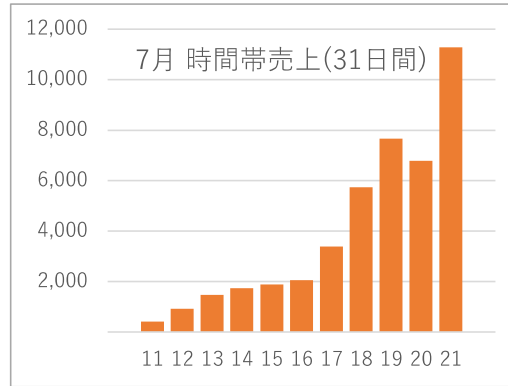
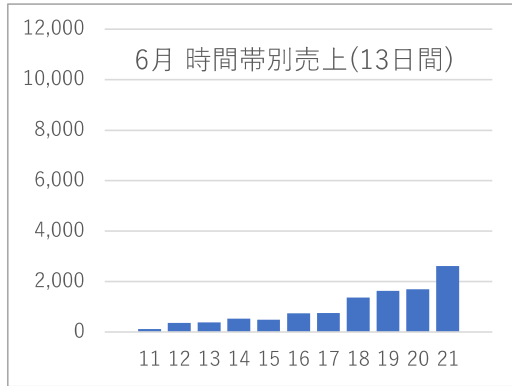
店舗 レジ客数合計		37,056名(件)					(前年比 138%)
年/月	6月	7月	8月	9月	10月	合計	
2022	4,714	15,280	9,876	7,187		37,056	
2021	4,799	13,155	8,824			26,778	
2019	729	16,455	14,066	9,070		40,319	
2018		16,546	12,302	4,969	1,494	35,311	
2017		13,000	12,600	8,800		34,400	

1. 水辺アウトドアラウンジ実績報告（2）



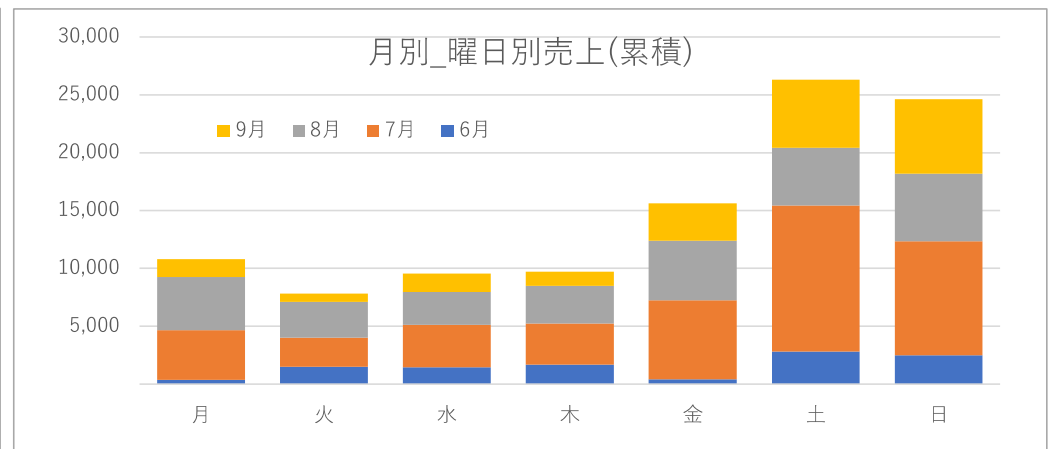
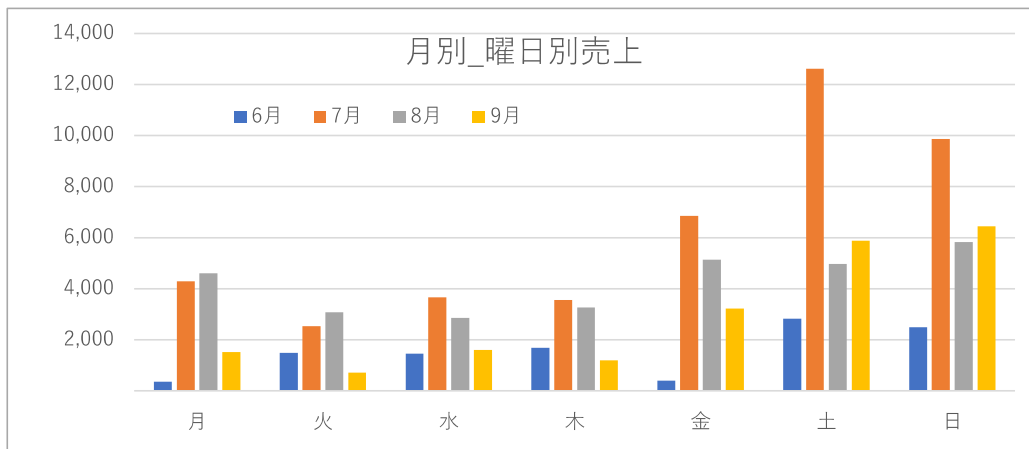
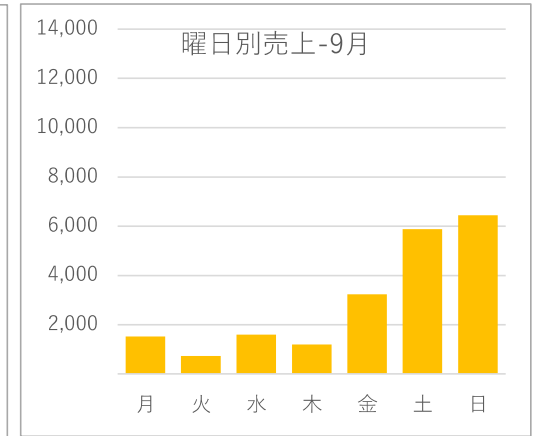
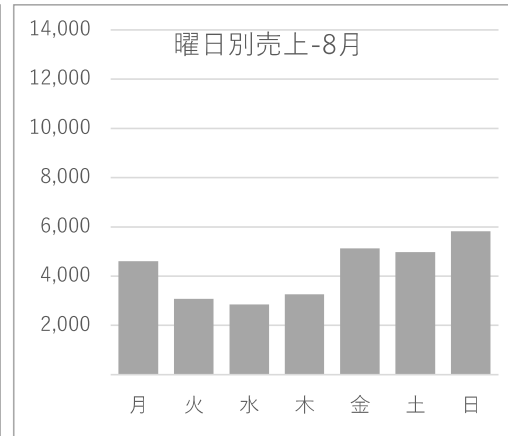
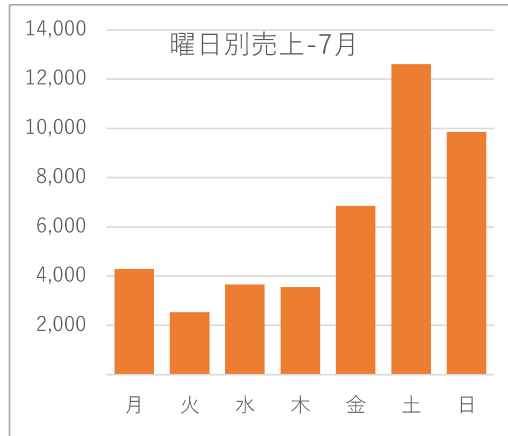
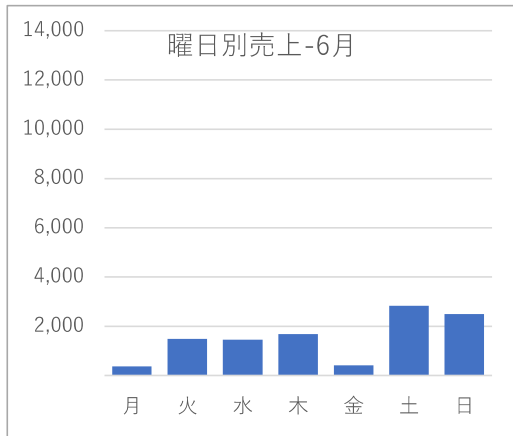
1. 水辺アウトドアラウンジ実績報告（3）

時間帯別売上



1. 水辺アウトドアラウンジ実績報告（4）

曜日別売上



2. イベント 実績報告 (1)

水辺アウトドアラウンジ イベント実績報告

6-8月 実施13件 中止2件 (うち新規7件) (SP実施イベント 5件 出店者・地域企業誘致イベント 10件)※中止を含む

日付	曜	時間	内容	場所	担当	実績	状況	備考
6月19日	日	7:00~	Niigata Fix Walk	全域	SACO / ホテルオークラ新潟		実施	新規
6月25日	土	11:00-12:00	オープニングセレモニー	右岸	スノーピーク・新潟市		実施	
7月2日	土	18:00-21:00	TAKIBIラウンジ	右岸	スノーピーク	50名	実施	
7月9日	土	18:00-21:00	TAKIBIラウンジ	右岸	スノーピーク	33名	実施	
7月10日	日	17:30-20:00	集まれ新潟の盆踊り	右岸	thousand storehouse / DoBON	200名	実施	
7月15-18日	金-月	16:00-20:00	Outdoor Bar by 久保田	右岸	朝日酒造	250名	実施	15日中止
7月16日	土	7:00~	Niigata Fix Walk	全域	SACO / ホテルオークラ新潟		実施	新規
7月24日	日	7:00~	Morning YOGA	左岸	SACO / Jexer 新潟	21名	実施	新規
7月30日	土	18:00-21:00	TAKIBIラウンジ	右岸	スノーピーク	21名	実施	
8月6日	土	7:00~	Niigata Fix Walk	全域	SACO / ホテルオークラ新潟		実施	新規
8月11-12日	木-金		THE BRIDGE MARKET	右岸下流	THE BRIDGE MARKET		中止	
8月11-14日	木-日	16:00-20:00	スノーピーク POP-Up STORE	右岸	スノーピーク	100件	実施	新規
8月20日	土	18:00-21:00	【左岸】 TAKIBIラウンジ	左岸	スノーピーク		中止	
8月21日	日	6:45~	Radio Exercise and Morning YOGA	左岸	SACO / Jexer 新潟	21名	実施	新規
8月28日	日	18:00-21:00	小さな車屋の夏の大イベント	右岸	Pizza Latte / 株式会社ベガンテオートハウス ヘルマネンテ / ライブラリーオート株式会社	60名	実施	新規

2. イベント 実績報告 (1)

水辺アウトドアラウンジ イベント実績報告

9月 実施5件 中止1件 (うち新規1件) (SP実施イベント 5件 出店者・地域企業誘致イベント 1件)

日付	曜	時間	内容	場所	担当	実績	状況	備考
9月3日	土	18:00-21:00	【左岸】TAKIBIラウンジ	左岸	スノーピーク		中止	
9月4日	日	18:00-21:00	【左岸】TAKIBIラウンジ	左岸	スノーピーク	12名	実施	
9月17日	土	18:00-21:00	TAKIBIラウンジ	右岸	スノーピーク	65名	実施	
9月18日	日	18:00-21:00	TAKIBIラウンジ	右岸	スノーピーク	45名	実施	
9月23日	金祝	10:00-19:00	MIZBERING DANCE-PARTY	右岸	Pizza Latte /ダンス教室 ROOTS	180名	実施	新規
9月24日	日	18:00-21:00	TAKIBIラウンジ	右岸	スノーピーク	8名	実施	

合計 イベント実施 18件 中止 3件 新規イベント 8件

(SP実施イベント10件 出店者・地域企業誘致イベント 11件) ※中止を含む

※SP自主事業、SUP体験教室を除く

2. イベント 実施報告 (2)

水辺 SUP体験教室

平日無料教室（新潟まつり市民参画プロジェクト補助金を活用）

- ・開催期間：7月の火・水曜日と8月5日(金)の設定日（計10日）
1日 13:00~/15:00~の2コマ 定員5名/1コマ
- ・利用者数：54名

SUP体験教室（有料）

- ・開催期間：7月～9月の土・日曜日のうち設定日（計14日）
1日 13:00~/15:00~の2コマ 定員5名/1コマ
- ・参加料金：5,000円/1名
- ・利用者数：18名



- ・やすらぎ堤で行える新たな水面を活用したアクティビティーとしての可能性が感じられた。
- ・風が強い日は流れに気を付ける必要があったが、階段状の護岸のため、どの位置からでも岸にアプローチすることができ安全面で有効であった。
- ・親子連れから、50代の方まで幅広い年齢層の方に参加いただき、飲食店利用以外での水辺に触れる良いきっかけ作りにつながった。

2. イベント実績報告 (3) 各イベントの実施写真



オープニングセレモニー



TAKIBIラウンジ (右岸)



集まれ新潟の盆踊り



Outdoor Bar by 久保田



Morning YOGA (左岸)



Niigata Fix Walk

2. イベント実績報告 (3) 各イベントの実施写真



Snow Peak Pop-up Store



小さな車屋の夏のイベント



MIZBERING DANCE-PARTY



TAKIBIラウンジ(左岸)

- イベントの実施により、ダンスパーティでは子ども、盆踊りではご年配の方の姿も多くみられ、飲食店利用以外での水辺に触れる良いきっかけ作りにつながった。
- 焚火ラウンジではマシュマロ焼き体験を導入したことで子連れでの利用数が増加、体験価値の向上にもつながった。

3. SP自主事業 実施報告

水辺 Day Camp / MTG

- ・ 計画期間 4月～10月
- ・ 実施期間 4月～10月
- ・ 実施数 11件(前年3件)
- ・ 利用者数 64名(前年41名)

「オフィス」から「デイキャンプ」にコンセプトを変更したことで利用数が向上。
屋外でのMTGを目的とした利用が多く、そのまま飲食店を利用するケースも見られた。



スマートクルーズ Snow Peak Pack

- ・ 計画期間 4月～10月
- ・ 実施期間 4月～10月
- ・ 利用者数 7件(前年26件)

利用者数が昨年より減少
ソロでの利用が多く、市内の観光目的での利用が多かった。
やすらぎ堤を発着とした仕組みづくりが難しく、課題が残った。



水辺体験CAMP

- ・ 計画月 5, 7, 8, 9, 10月(計6回)
- ・ 実施月 5, 7, 9月
- 8月気温が高く安全のため中止
- 10月悪天候のため中止(9組ご予約)
- ・ 開催数 3回 (前年4回)
- ・ 参加人数 19組 50名
(前年 10組 26名)

参加者の満足度は4.72/(5)と非常に高かった。
魅力の上位は「普段キャンプができない場所でできること」「家に近い所でキャンプができること」
左岸ではトイレが遠いという意見が多かった。
焚火やラジオ体操など、参加者同士の交流をはかる時間を設けたことも好評の要因となった。



4. キッチンカー出店 実施報告

キッチンカー出店

計画期間：4月～10月（主に週末）

出店期間：4月～8月

（※川まつり・新潟まつりなど不可日あり）

実施月	申込件数	営業件数	中止件数	営業日数	出店者数	売上	利用者数
4月	8	6	2	5	3	91,500	171
5月	14	2	12	2	1	20,400	22
6月	21	7	14	7	1	87,300	185
7月	6	6	0	6	2	49,750	100
8月	24	15	9	15	1	169,400	402
9月	0	0	0	0	0	0	0
10月	0	0	0	0	0	0	0
合計	74	37	37	36	8	418,350	880

出店の中止：37件

（車両の故障・雨天など）

- ・チューリップの開花時期など春の需要は感じられた。
- ・季節に合わせたイベントと合わせるなど計画的な出店が必要であった。
- ・チェア、テーブルがあるとより利用しやすいとの声も多かった。



5. プロモーション 実績報告 (1)

◆HP：水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」

Produced by * snow peak

やすらぎ堤にでかけよう!

ミズベリング
水辺アウトドア
ラウンジ
at やすらぎ堤
2022

6/25sat ~ 9/25sun

「水辺の非日常空間」

新潟の豊かな自然を身近に感じることのできる「信濃川やすらぎ堤」。水都新潟を象徴するこの場所に、「水辺のアウトドアラウンジ」が登場します。テーマは「アウトドア」と「健康」。自然と人、人と人をつなぐ、水辺の非日常空間でのひとときをお楽しみください。

	ページビュー数			
	2019年	2021年	2022年	前年対比
6月	12,228	26,356	21,855	83%
7月	31,783	34,840	34,079	98%
8月	20,871	14,840	18,453	124%
9月	11,804	2,243	11,509	513%
10月	1,191	1,694	1,493	88%
合計	77,877	79,973	87,389	109%

(前年+7,416 9%増)

5. プロモーション 実績報告 (2)

◆Facebook : 水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」



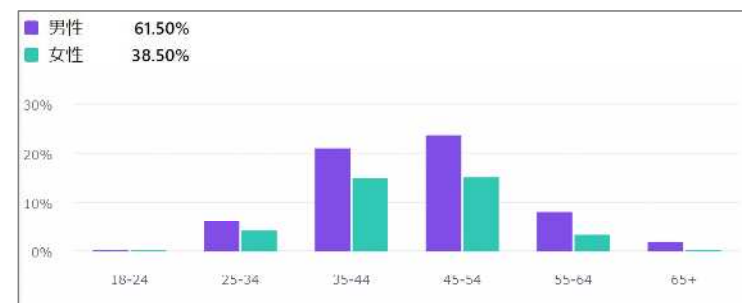
2022年

いいね! : 1,544件(+27)

フォロワー : 1,667人(+40)

男女比 : 女性38.5% 男性 61.5%

投稿回数 : 56回 (instagramと連動で投稿)



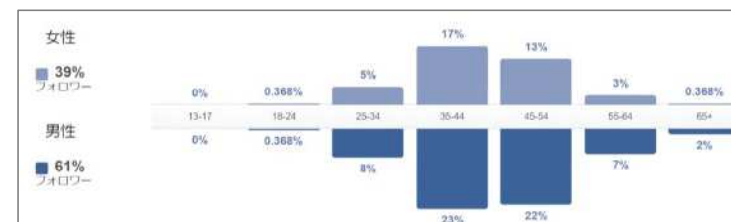
2021年

いいね! : 1,517件

フォロワー : 1,637人

男女比 : 女性39% 男性 61%

投稿回数 : 66回 (instagramと連動で投稿)



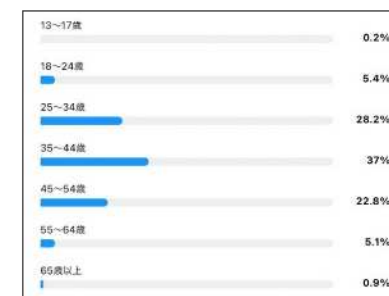
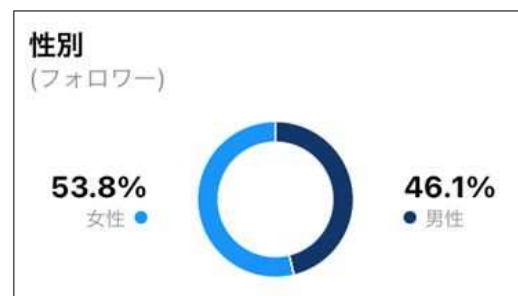
5. プロモーション 実績報告 (3)

◆Instagram : 水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」



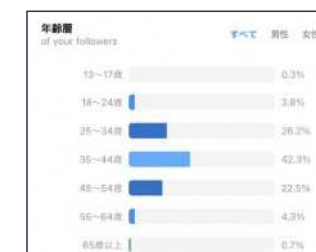
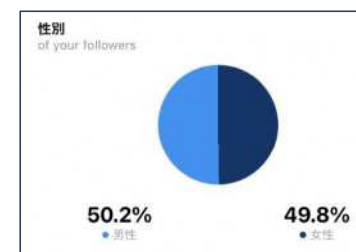
2022年

フォロワー：2,792名 [+712] 134%
 投稿回数：56回 最高リーチ数 3,690 ※営業開始に関する投稿
 ストーリー数 530回 最高リーチ数 1,100回



2021年

フォロワー：2,080名 (2021年開始時1,440人 [+640]144%)
 投稿回数：66回 最高リーチ数 6,419 ※明日から営業開始の投稿
 ストーリー数 205回 最高リーチ数 925回



5. プロモーション 実績報告 (4)

◆会場サイン：水辺アウトドアラウンジ「やすらぎ堤」



【実施内容】

- ・各店舗のテーブルへ店舗識別・マナーについてPOPを設置
- ・全体マップに「店舗の利用方法」を記載し 4 か所設置(右岸3 左岸1)
- ・イベント用看板の設置
- ・店舗看板のデザインを統一
- ・トイレ案内看板の設置

5. プロモーション 実績報告 (5)

ポスターチラシの印刷数と主な掲示先

ポスター	80枚
チラシ	5,000枚

- ・ スノーピーク直営店 (新潟県内)
- ・ 出店者店舗、関係店舗
- ・ 小川酒販関係店
- ・ 新潟市内公共施設

メディア露出

ラジオ	1件	「フォロユーフォロミー (FM新潟)」
TV	2件	「なじラテ(BSN)」 「キラリ ニイガタウン(NCV)」
Web	5件	「FNNプライムオンライン」 「新潟日報デジタル」 「ダイハツポート」 「日刊にいがたWeb」 「食品新聞」 他
新聞・雑誌	6件	「にいがた経済新聞」 「新潟日報モア」 「新潟日報」 「日本経済新聞」 「道の駅旅案内」 「ホットペッパー9月号」

6. 安心安全への取組報告



実施内容

- 基本となる感染対策の実施（検温・消毒液の設置・マスク着用の確認等）
- 事業別のガイドラインに従った感染症防止対策の実施、POPによる表示
- 店舗利用者、イベント参加者は検温後に検温済ステッカーを衣服等へ貼り表示
- 飲食事業者による食品衛生に関する講習会の開催と定期的な各店の衛生点検を実施（2週間に1回）
- 道路をまたぐケーブルカバーのフラット化についてルール化（つまずきの防止）
- 灰皿を設置し、喫煙者を誘導。受動喫煙の防止を促進。
- 駐輪スペースをPOPで表示し利用環境を整備。

7. 開催期間中の主な苦情・要望等について

実施内容

- 近隣住民の方より ゴミが散乱しているとの連絡
→早急に清掃を行い、ゴミ捨てに関するルールを出店者に再度周知し、改善を図った。
- 近隣住民の方より ダンスイベント時に音量が大きいとの苦情
→音量について節度ある対応をイベント主催者に指導し、改善を図った。
- やすらぎ堤利用者より 堤上道路のケーブルカバーの段差についての苦情
→平坦なカバーに変更するように出店者へ指導し、改善を図った。
- 出店者より 駐輪場所の誘導が必要
→駐輪場所を指定するPOPを設置し、改善を図った。

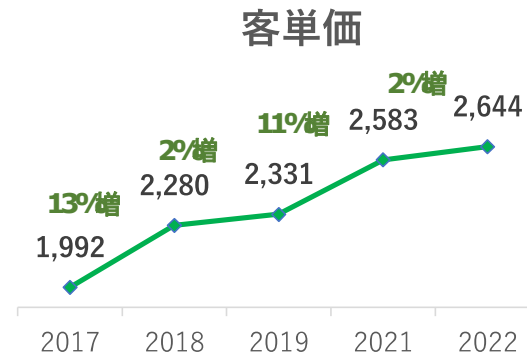
8. 実績統計 (1)



前年比42%増



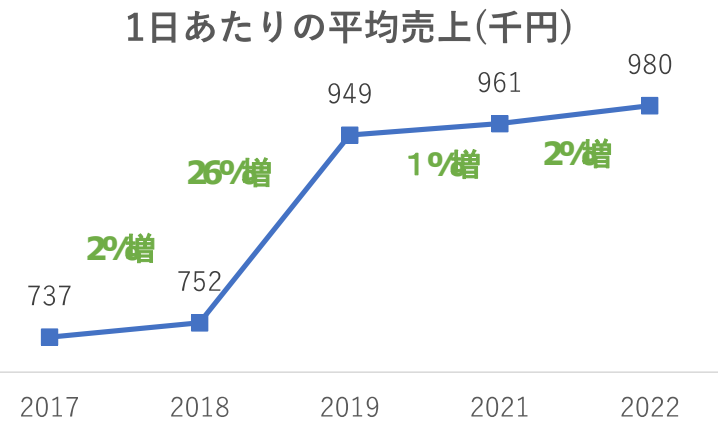
前年比38%増



前年比2%増

- ・売上高は過去最高
- ・店舗利用数はコロナ前の水準までは戻らず(2019年と営業期間は同等)
- ・客単価が向上し、より体験価値が高まっている。

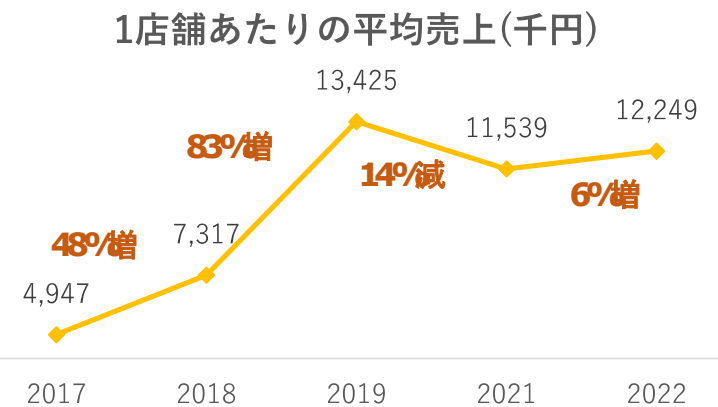
8. 実績統計 (2)



1日あたりの平均売上

総売上 ÷ 開催期間日数(100日) 前年(72日)

前年比 2%増



1店舗あたりの売上

総売上 ÷ 店舗数(8) 前年(5)

前年比 6%増

9. 3年間のまとめ（経年的な取り組み）

【宿泊キャンプ】

- R1 モニタリング(3回)からスタート **課題**：夜間の防犯 **対策**：防犯ブザーの配布、スタッフによる夜間巡回の実施、囲いの実施
- R3 利用者数：10組 26名(年4回実施) **課題**：持ち込み利用の需要 **対策**：レンタルプランに加え、持ち込みプランを導入
課題：近隣駐車場からの運搬の不便さ **対策**：荷物搬入時のみやすらぎ堤への車両入場を可能に
- R4 利用者数：19組 50名(年3回実施) **対策**：やすらぎ堤に駐車してのキャンプを可能に（利用しやすさの向上）
課題解決と共に利用者数が増加し3年間でイベントとして定着がみられた。

【オフィス】

- R1 利用者数 8組 126名 **課題**：設備の保管場所が無いなど実施環境の改善が必要であった。
- R3 利用者数 5組 41名 **対策**：会場付近に物置を設置 **課題**：「オフィス」という打ち出しに対し利用環境が適していない。
- R4 利用者数 11組 64名 **対策**：「デイキャンプ・アウトドアミーティング」の名称で打ち出し、利用件数が増加。

【焚火】

- R1 無料、有料を交えて実施 利用者数：120名（年5回実施）
- R3 有料席 利用者数：203名（年8回実施） 煙・臭いを軽減する備品を導入
- R4 有料席 利用者数：230名（年7回実施） マシュマロ焼き体験を導入
焚火を目的に来場したという声も多くあり、3年間でイベントとしての定着がみられた。

【飲食】

- R1 **課題**：出店者間の統率の必要
- R3 **対策**：飲食リーダーの設置、定期的な衛生点検の実施
- R4 出店者間のルール明確化により飲食リーダーを廃止、定期的な衛生点検の継続