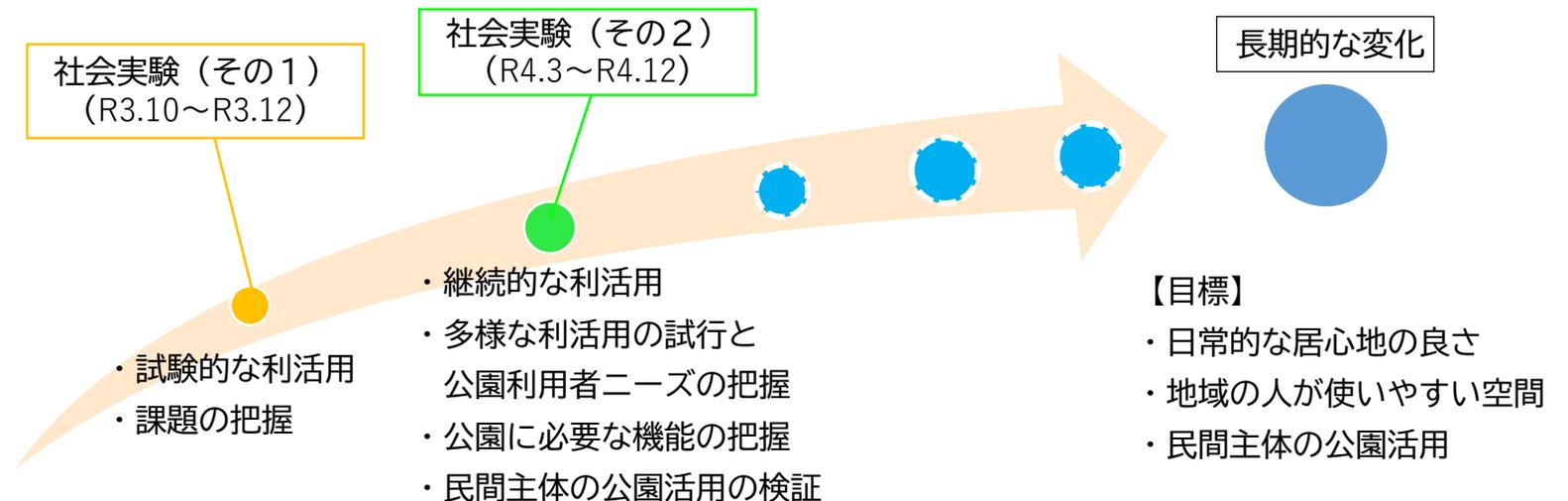

通町公園利活用社会実験（その2）

実施報告（途中経過）

通町公園 利活用社会実験（その2） 実施概要

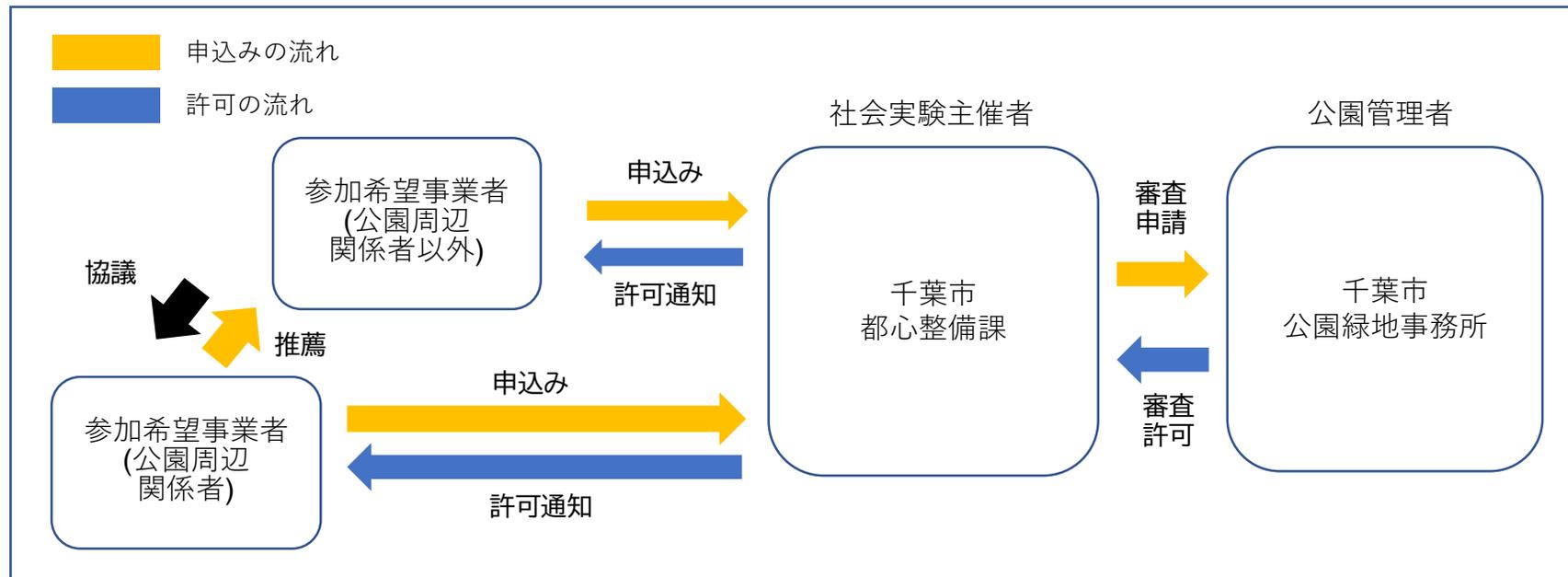
- ・ **実証実験の目的**： 民間主体による地域の魅力向上や賑わい創出につながる利活用の可能性を検証する。
多様な利活用を通して今後の公園再整備に向けた通町公園に必要な機能を把握する。
- ・ **実施内容**： 飲食サービス事業（ワゴン販売・キッチンカー等）や物販事業（マルシェ等）、その他多様なイベント事業等と、それに伴う居心地の良い空間創出に繋がる取り組み
- ・ **実施箇所**： 通町公園東区域・中区域
- ・ **実施期間**： 令和4年3月7日（月）～12月28日（水）（約10か月間）【社会実験その2】
（令和3年10月9日（土）～12月12日（日）（約2か月間）【社会実験その1】）

通町公園平面図



通町公園 利活用社会実験 参加者の公募

- **募集方法**：市ホームページ等による公募。参加希望者は申請書や事業計画等を市に提出。
- **参加要件**：
 - (1) 千葉市内に本拠を有する事業者であること。
 - (2) 公園周辺関係者（千葉神社、千葉市中心市街地まちづくり協議会、地元自治会、公園隣接店舗・事業者）または公園周辺関係者からの推薦を得た者であること。
 - (3) 千葉神社との空間的な調和を意識し、歴史性や和風な要素を含んだ取り組みであること。
 - (4) 来園者の日常的な居心地の良さの創出に寄与する取り組みがなされていること。



通町公園 利活用社会実験 参加者の選定

- ・ 申請者数 5者
- ・ 事業内容

	お茶カフェ大川園	キッチン福	ちっくり市	門前市場	通町公園みんなのピアノフェスティバル
実施主体	(有) 大川園	(株) ふくなが	街なか創造組	千葉市中心市街地まちづくり協議会	通町公園みんなのピアノフェスティバル実行委員会
事業概要	キッチンカーによるお茶カフェの営業	キッチンカーによる茶そば専門店の営業	地場産品を中心とした物販を行う小さな市	地元商店の産品や飲食販売、縁日・昔遊びなどのイベントの開催	ストリートピアノを設置した音楽イベントの開催
参加時期	社会実験その1からの継続	新規	新規	新規	新規
実績	出店回数 47回	出店回数 16回	出店回数 18回	イベント開催回数 4回	イベント開催回数 1回

通町公園 利活用社会実験 情報発信・PR方法

- ・ 市ホームページへ出店予定表を掲載
- ・ 周辺関係者などへ出店予定表等をポスティング
- ・ 公園内の掲示板及び近隣自治会の管理する掲示板へ出店予定を掲載
- ・ 周辺店舗や神社の情報発信協力
- ・ 参加事業者のSNSで出店情報の発信・宣伝



出店予定表

実施状況：お茶カフェ大川園

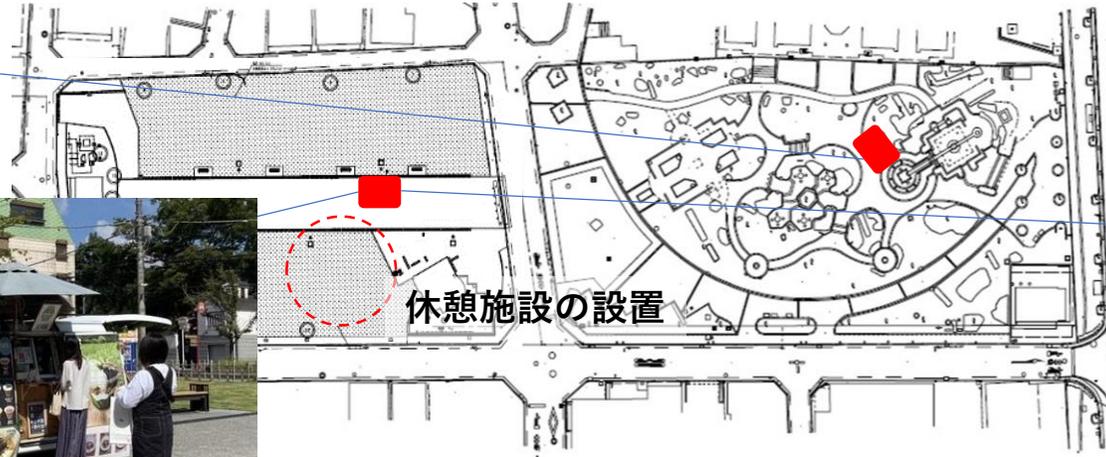
実施状況：キッチン福



東区域での出店の様子



中区域での出店の様子



中区域での出店の様子

■実施場所

中区域、東区域

■居心地のいい空間創出

机・椅子等の休憩施設を参加事業者自ら設置・撤収



■実施場所

中区域

■居心地のいい空間創出

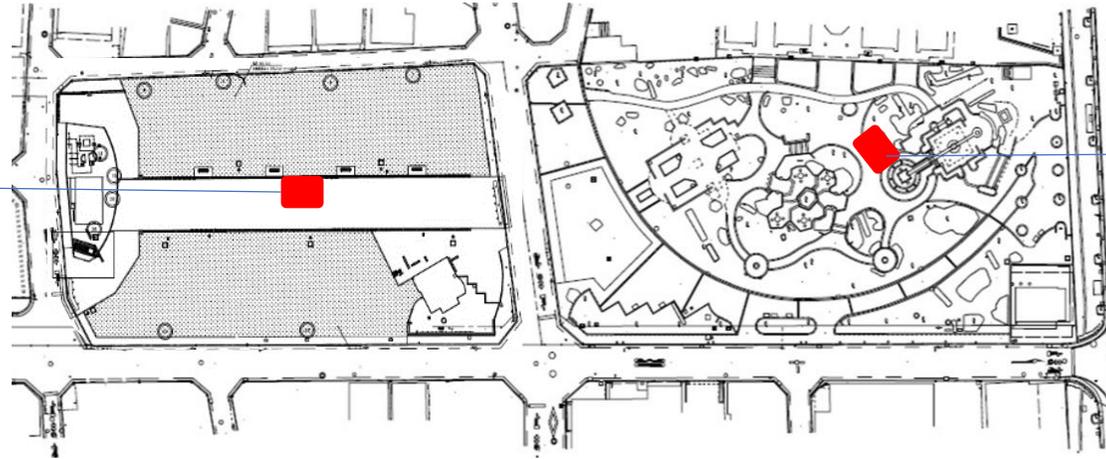
机・椅子等の休憩施設を参加事業者自ら設置・撤収



実施状況：ちっくり市



中区域での出店の様子



東区域での出店の様子

- 実施場所
中区域、東区域

- 居心地のいい空間創出
机・椅子等の休憩施設を参加事業者自ら設置・撤収／昔遊びコーナーの設置

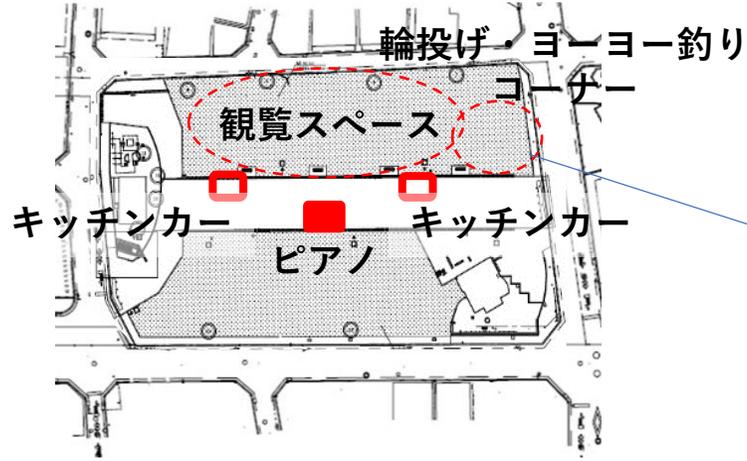
- 販売商品の工夫
 - ・近隣商店の物品を販売・宣伝
 - ・地域で活動する新たな事業者を発掘し出品につなげる



実施状況：通町公園みんなのピアノフェスティバル



中区域でのイベントの様子



■地域主体の企画

- ・イベントに向け、千葉神社や周辺隣接店舗が協力して実行委員会を立ち上げた
- ・地域住民による、子供も楽しめる遊びエリアが設けられた



■実施場所

中区域、東区域

■居心地のいい空間創出

ゴザ・パラソル等の休憩施設を参加事業者自ら設置・撤収



■社会実験参加者同士の連携

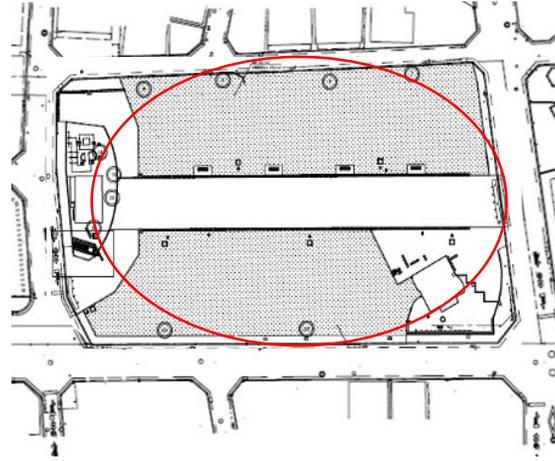
日常的に出店しているキッチンカーのイベント参加



実施状況：門前市場

■実施場所 中区域

■居心地のいい空間創出
机・椅子・ゴザ等の休憩施設
を参加事業者自ら設置・撤収



実施回数	実施日	出店者数	主な企画	来園者数
第1回	3/27(日)	3者	コンパクトな物販	約200人
第2回	5/22(日)	6者	コンパクトな物販 (大道芸イベントとの同時開催)	約300人
第3回	8/27(土)	6者	物販・縁日・ 盆踊り大会	約800人
第4回	10/23(日)	9者	物販・飲食サービス・ ヨガレッスン・野点 他	約1000人



第1回開催の様子



第2回開催の様子



第3回開催の様子



第4回開催の様子

実施状況：門前市場

イベント開催実績を積み上げる中で、地域住民や様々な活用主体との繋がりが生まれ、多様な利活用が行われた。

第1回



地域住民による子供向け企画

第2回



イベント開催に合わせた公園隣接店舗の営業



地域で活動している新たな出店者の参加

第3回



地域住民の和太鼓演奏や地元舞踊団体の協力による盆踊りの開催



近隣小学校任意団体のイベント参加

第4回



ヨガレッスンや野点を企画



日常的に出店しているキッチンカーのイベント参加

通町公園 利活用社会実験 検証方法

目標	①通過だけでなく滞在の空間となる		
指標	滞在者の変化	滞在時間の変化	アクティビティ種類数
手法	<ul style="list-style-type: none">・休憩目的での公園利用者数を計測・過去の調査との比較	<ul style="list-style-type: none">・滞在者の滞在時間を計測・過去の調査との比較	<ul style="list-style-type: none">・公園で見られた活動数を調査・過去の調査との比較

目標	②空間の質の向上	③事業化の可能性の把握	④社会実験の評価の把握
指標	公園利用者（居住者・来街者）満足度	店舗での売上金額	店舗、客の評価、意見
手法	<ul style="list-style-type: none">・公園利用者へアンケート調査	<ul style="list-style-type: none">・出店者へヒアリング	<ul style="list-style-type: none">・社会実験参加者へのアンケート

①-1 滞在者の変化

調査方法

- 調査員が目視により、公園利用者を利用形態別に分類し、その数を調査する。
- 来園者全体に占める「通過」と「滞在者」の人数割合を社会実験前と社会実験中の数値で比較する。
- 「滞在者」は「通過」と「参拝」以外に分類される利用者とする。
- 調査日時

社会実験前：令和3年5月30日（日）9時～17時

社会実験中（キッチンカー出店時）：

令和3年10月23日（土）及び11月7日（日）の9時～17時

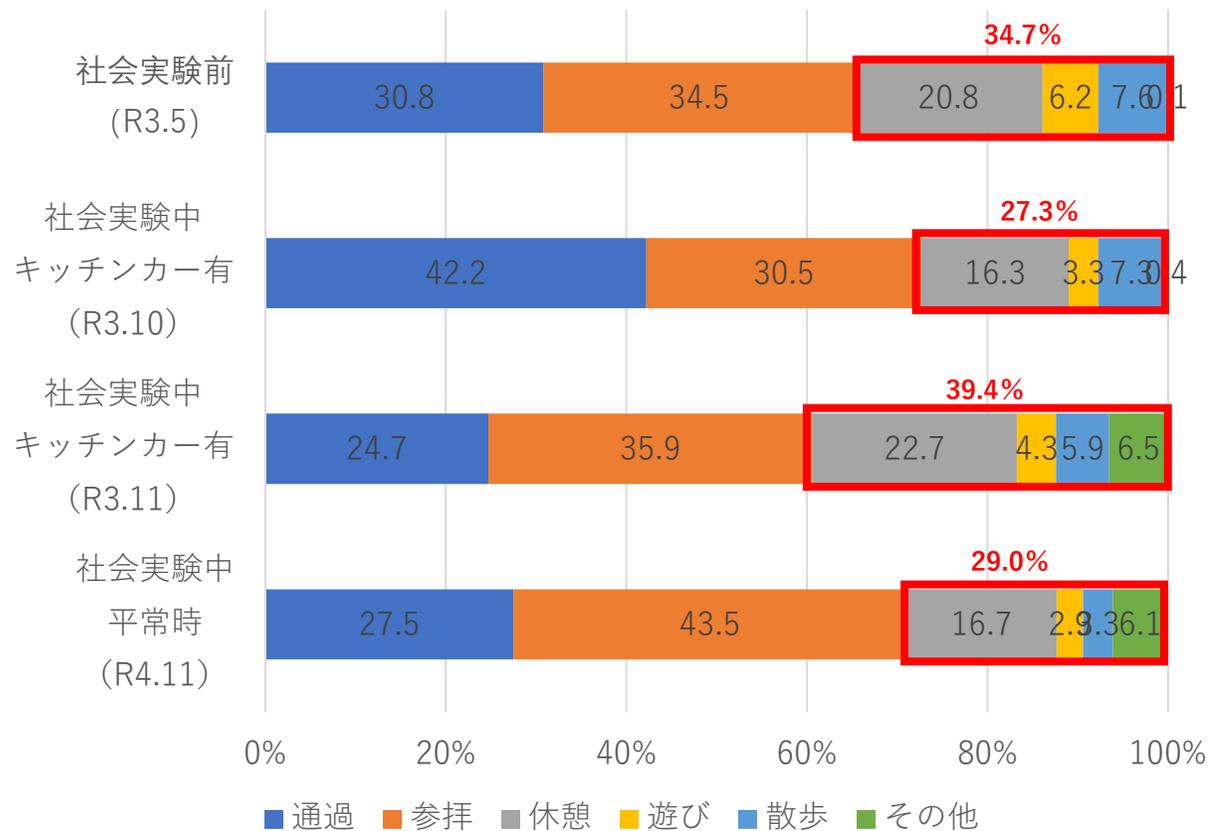
令和4年10月27日（木）及び11月3日（木・祝）の9時30分～16時30分

分類項目

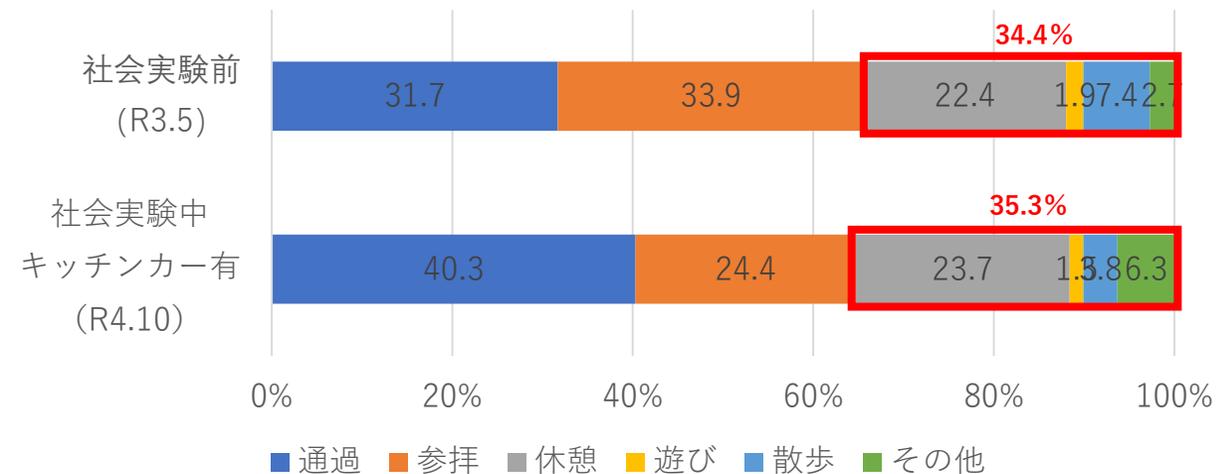
- 通過（国道→中央公園、中央公園→国道）
- 休憩（食事、トイレ利用、読書、ベンチ座り、芝生座り）
- 遊び（ソルジェンテ利用、球技遊び、かけっこ・鬼ごっこ等、ゲーム）
- 参拝
- 散歩（ペットの散歩、子供の散歩）
- その他（ジョギング・トレーニング、歴史解説板の閲覧、ダンスの練習他）

①-1：滞在者の割合の変化

休日



平日

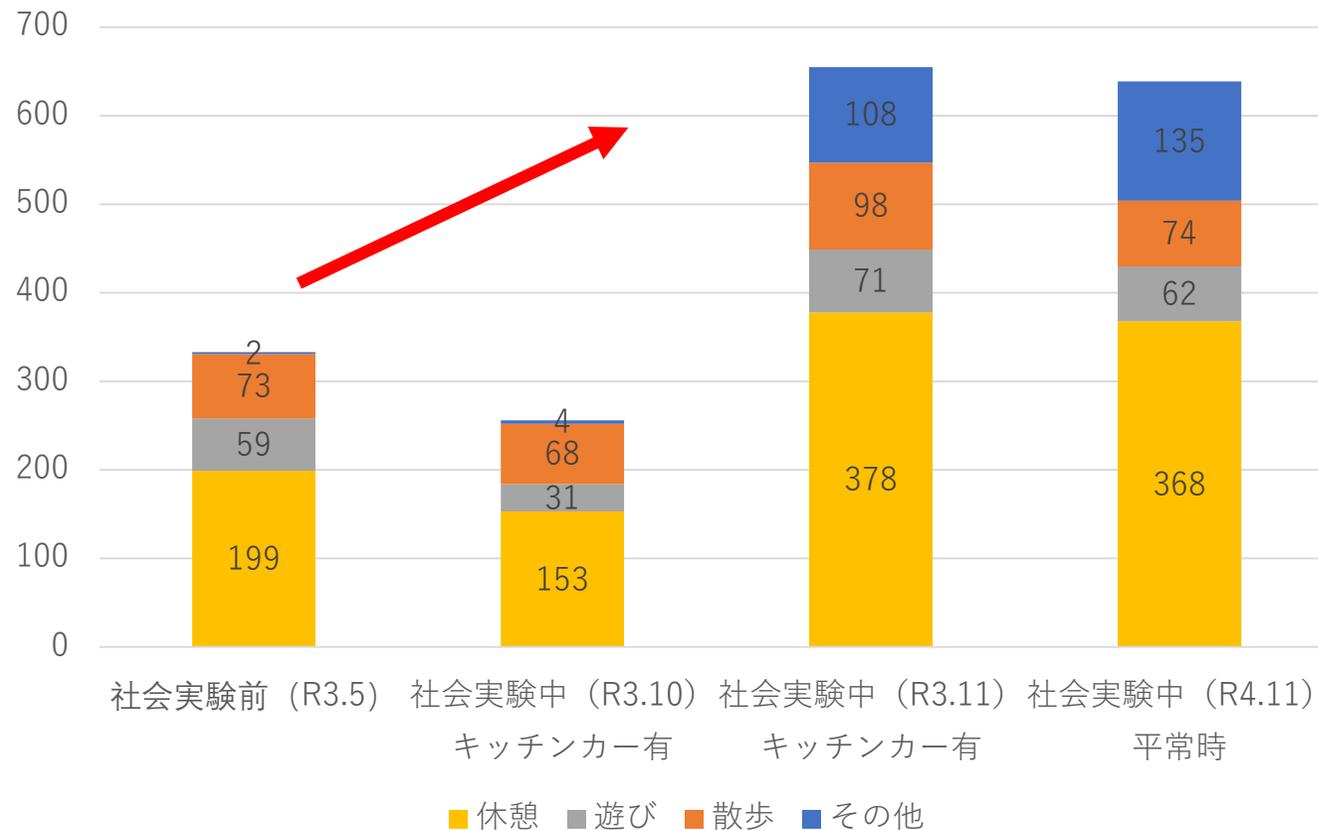


「滞在者」の割合の変化に明確な傾向は見られなかった。

①-1：滞在者数の変化

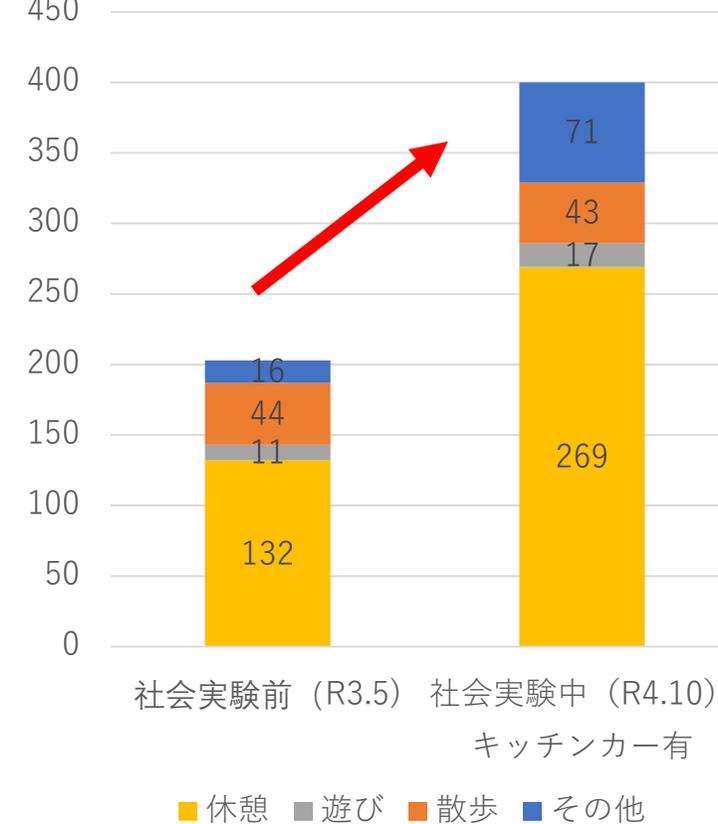
滞在者数
(人)

休日



滞在者数
(人)

平日



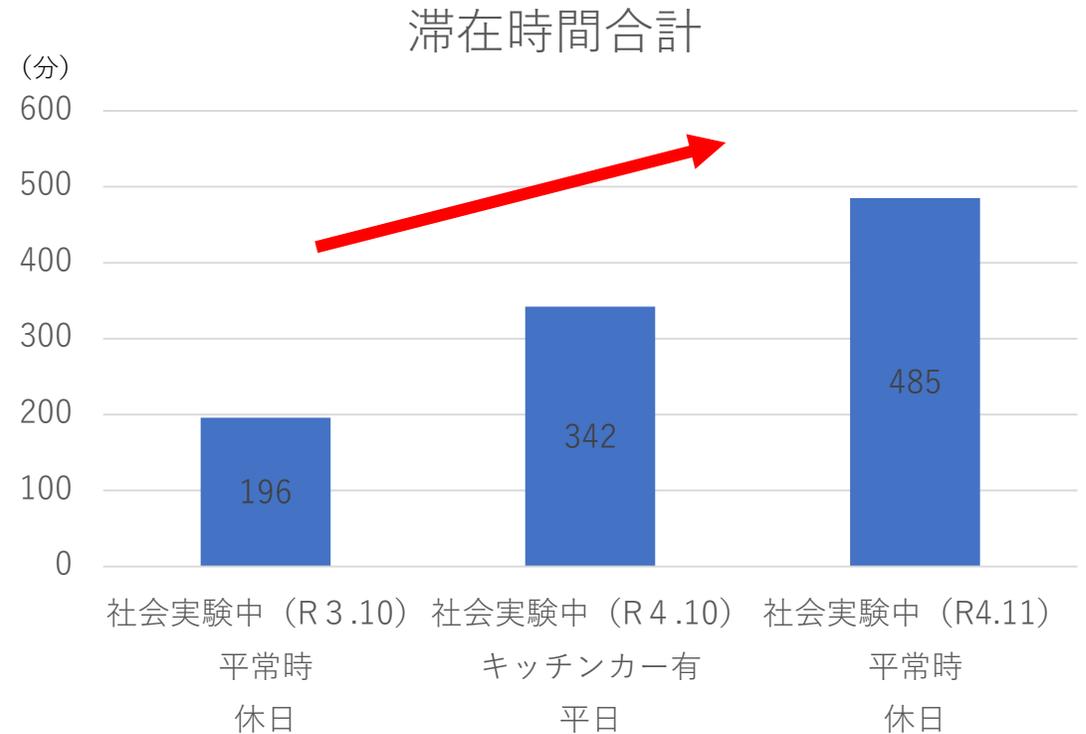
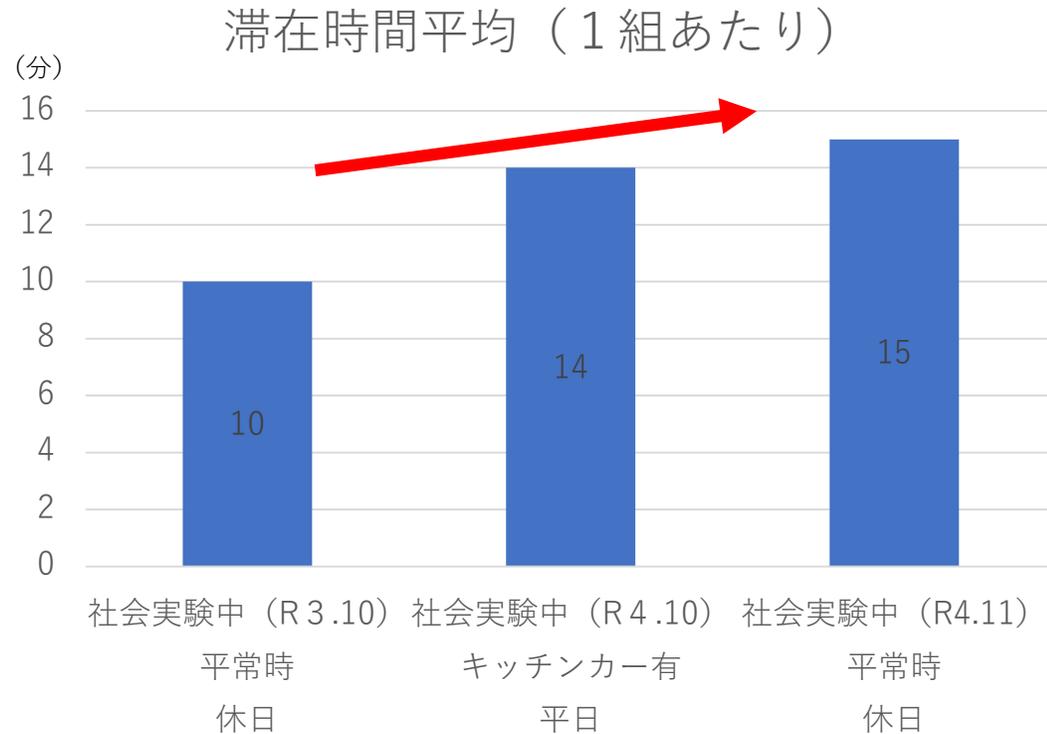
平常時にも滞在目的での来園者数が増加した。

①-2 滞在時間

調査方法

- 来園者のうち、滞在者を調査対象とする。
- 「滞在者」は「通過」と「参拝」以外に分類される1分以上滞在している利用者とする。
- 滞在開始時刻と滞在終了時刻から滞在時間を記録する。
- 滞在者の滞在時間平均と滞在時間合計を比較する。
 - ※滞在時間平均 = 滞在時間合計 ÷ 滞在数
 - ※滞在時間合計 = 滞在時間の合計
 - ※滞在数 = 個人/グループ単位での数
- 調査日時
 - 令和3年10月7日（日）10時～12時
 - 令和4年10月27日（木）10時～12時
 - 令和4年11月3日（木・祝）10時～12時

①-2：滞在時間の変化



平常時においても滞在時間が増加した。
これは、中区域（先行整備）でのピクニックやランチなどの滞在時間の長い利用が見られるようになったことが理由と考えられる。

①-3：アクティビティ種類数

日時	種類数	アクティビティ種類	中	東
調査実施日 令和3年 5月25日、 30日 社会実験前	中区域 13 東区域 8	休憩（飲食）	●	●
		休憩（トイレ利用）	●	
		休憩（読書）	●	
		休憩（ベンチ座り）	●	●
		休憩（芝生座り）	●	
		遊び（ソルジェンテ）		●
		遊び（球技）	●	
		遊び（かけっこ・鬼ごっこ）	●	
		遊び（ストライダー）	●	
		参拝		●
		散歩（子供）	●	●
		散歩（ペット）	●	●
		ジョギング・トレーニング	●	
その他（写真撮影）	●	●		
その他（看板を読む）	●			
その他（写生会）		●		

日時	種類数	アクティビティ種類	中	東
調査実施日 令和3年 10月23日、 11月7日 社会実験 その1	中区域 20 東区域 10	休憩（飲食）	●	●
		休憩（トイレ利用）	●	
		休憩（読書）	●	
		休憩（ベンチ座り）	●	●
		休憩（芝生座り）	●	
		遊び（ソルジェンテ）		●
		遊び（球技）	●	
		遊び（かけっこ・鬼ごっこ）	●	●
		遊び（ゲーム）	●	●
		遊び（スクーター）	●	
		参拝		●
		散歩（子供）	●	●
		散歩（ペット）	●	●
		ジョギング・トレーニング	●	
		その他（待ち合わせ）	●	
		その他（自転車の練習）	●	
		その他（看板を読む）	●	
		その他（猫と遊ぶ）	●	
		その他（顔出しパネルで撮影）		●
		その他（写真撮影）		●
		その他（ダンスの練習）	●	
		その他（来園者同士で会話）	●	
		その他（猫の餌やり）	●	
		その他（スマホ操作）	●	

日時	種類数	アクティビティ種類	中	東
調査実施日 令和4年 10月27日、 11月3日 社会実験 その2	中区域 19 東区域 10	休憩（飲食）	●	●
		休憩（トイレ利用）	●	
		休憩（ベンチ座り）	●	●
		休憩（芝生座り）	●	●
		遊び（ソルジェンテ）		●
		遊び（球技）	●	
		遊び（かけっこ・鬼ごっこ）	●	
		参拝		●
		散歩（子供）	●	●
		散歩（ペット）	●	●
		ジョギング・トレーニング	●	
		その他（待ち合わせ）	●	
		その他（ダンスの練習）	●	
		その他（ピクニック）	●	
		その他（看板を読む）	●	
		その他（ハトの餌やり）	●	
		その他（来園者同士で会話）	●	
		その他（出店者と会話）	●	
		その他（写真撮影）	●	●
		その他（クローバー探し）	●	
その他（猫の餌やり）	●			
その他（ストレッチ）		●		
その他（通話）		●		



ピクニックの様子

アクティビティ種類数が増加し、多様な目的での来園者が見られた。
（※アクティビティ＝活動）

② 公園利用者の満足度

【日常利用の回答抜粋】

- 七五三の神社の待ち時間が長いので、こういったスペースはありがたい。
- 近所には老舗の和菓子や千葉特産物のお菓子など美味しいものがたくさんあるのだからそういうものをもっとアピールしてこの公園で食べられるようにしたら良いと思う。
- お茶カフェが通町公園や千葉神社の和の雰囲気にもマッチしていて良いと思います。
- ベンチ多すぎると夜間の治安が不安。昼間は多いといい。
- とてもよい取り組みだと思います。定着すると名物になるのではないのでしょうか。
- 通町公園のリニューアルは千葉神社との一体感があり前より良くなっていると思います。引き続き新しい取り組みを進めて頂き、地域に定着する事を望んでいます。
- 公園を作ったはいいが、そのあと活用されていないので色々試した取り組みはいいと思う。
- 木が好きで緑の中にある公園のベンチの雰囲気が良い。
- テーブルやイスを増やして欲しい。

【イベント時の回答抜粋】

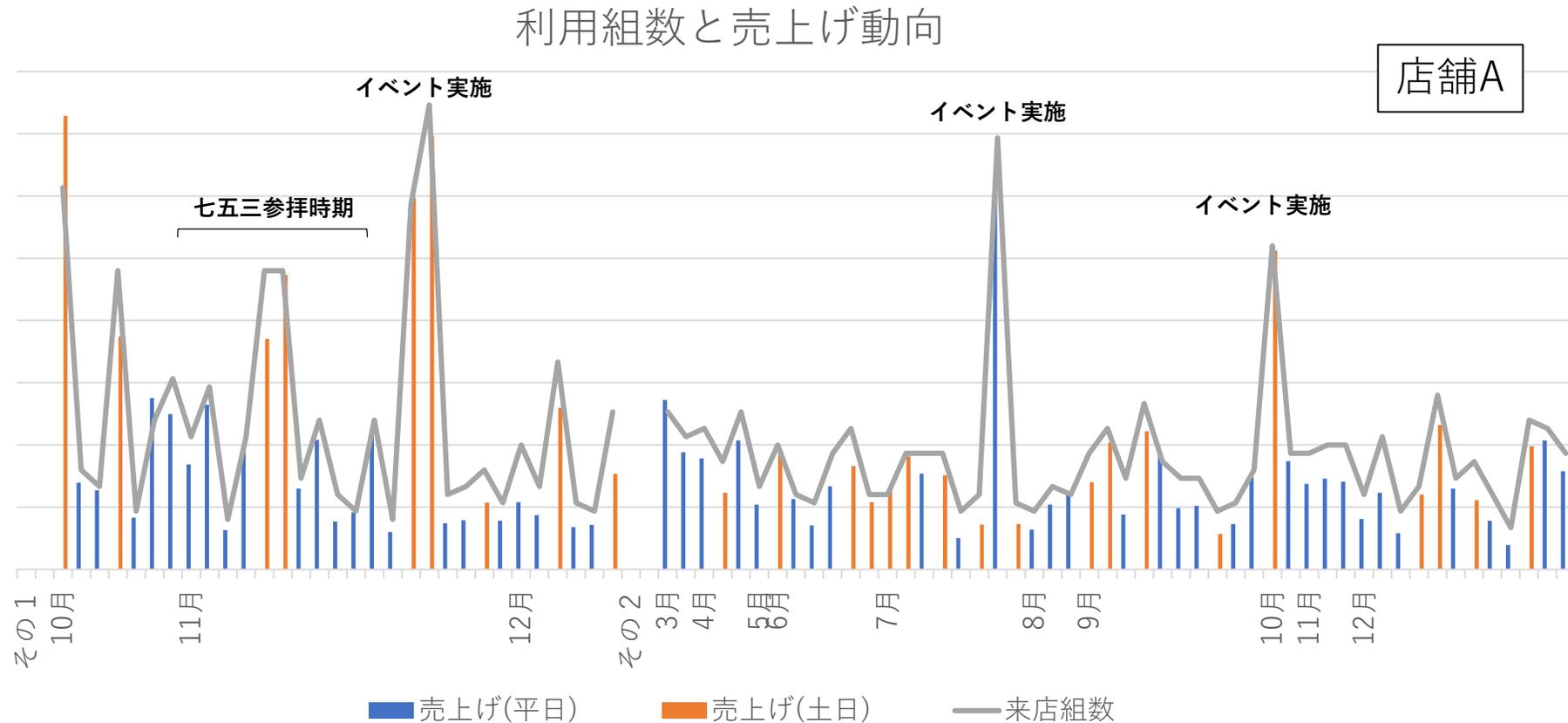
- 広々としていて気持ちがよかった（ピアノフェスティバル）
- 常設は厳しいかもしれないが定期開催だということ（ピアノフェスティバル）
- 公園に来る機会になった。（ピアノフェスティバル）
- 日影、遊具、アスレチックが不十分。（ピアノフェスティバル）
- ベンチなどをもっと増やした方がいいと思う（ピアノフェスティバル）
- 大々的に告知をすれば公園に来る機会になれると思う。公園があることを知らなかった。（ピアノフェスティバル）
- たくさんの方が楽しめる公園になってほしい。（ピアノフェスティバル）
- 提灯を飾ったり、和のミュージックを流したりすればいいと思う（ピアノフェスティバル）
- 暖かみのあるイベントで癒されました（門前市場）
- 地元の方々が集まる場になっていて、交流が楽しかった（門前市場）
- 宣伝をもっとした方がよい。くつろげるスペースがあまりない。飲食も少ない。（門前市場）
- 千葉公園と連携してイベントを行い、人が楽しく集える公園になってほしい。
- 今みたいに誰でも楽しく遊んだりできる公園になってほしい。（門前市場）

③-1 参加事業者へのヒアリング結果

参加した感想・ 気付いたこと	<ul style="list-style-type: none">・常連のお客さんがよく来てくれた。・キッチンカーだと時期に応じて出店場所を変えられるのが良かった。参拝者が多い時期は神社前の東区域に出店した。
利用者からの声	<ul style="list-style-type: none">・キッチンカーが出ていることで人の目があるので、安心して公園に来られるようになった。・公園にお店が出ているだけで公園の雰囲気良くなった。
提案・改善点	<ul style="list-style-type: none">・中区域のように開けた空間があるとイベント等で使いやすく良いと思う。ただ何も無いのは風情がないので、神社の前は樹木を多めに残すなど、区域毎にグラデーションがついてると良い。・真夏のイベント実施には日影が必要。・公園の紅葉を神社越しに撮影しにきている人を見かけたので、神社に合う四季折々の植栽が楽しめるといいと思う。・夜間は怖い雰囲気があるので、照明の工夫ができるといいと思う。

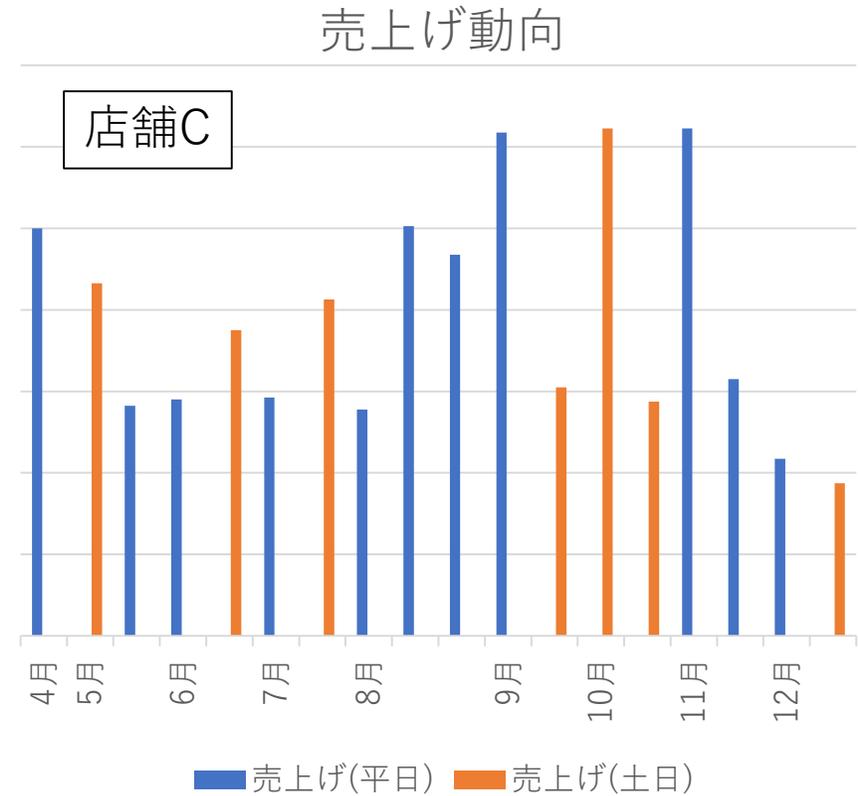
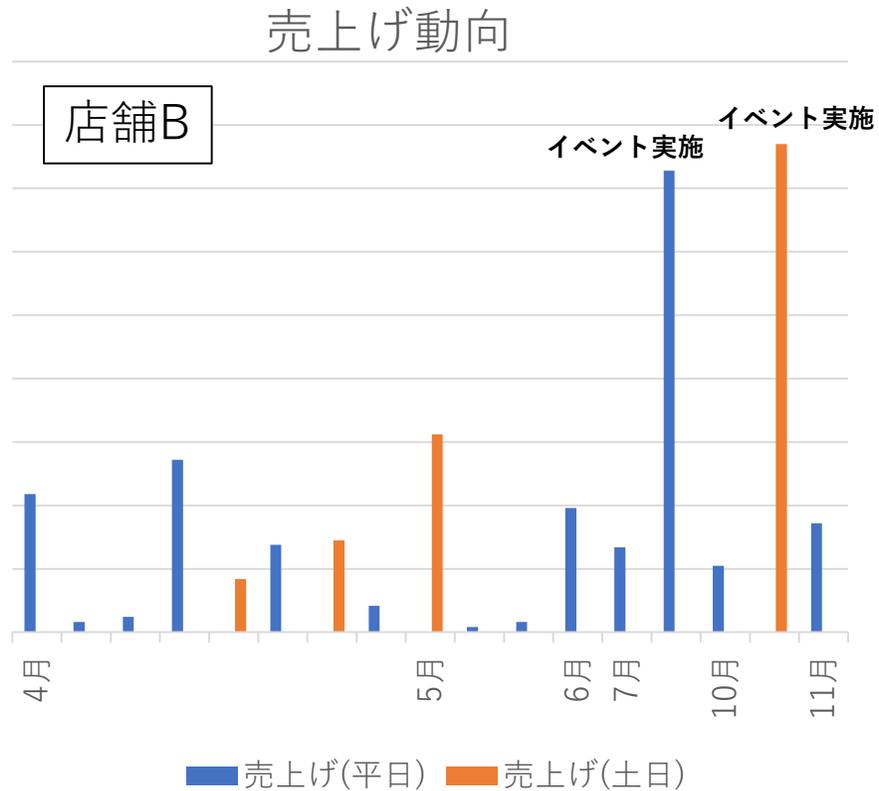
(社会実験その1、その2で実施)

③-2：飲食サービス利用組数と 店舗の売上げ動向



日常的な出店において明確な傾向がみられなかった。
イベント実施時以外であっても、七五三の参拝時期には、
平日でも売上げが伸びた。

③-2：飲食サービス利用組数と 店舗の売上げ動向



日常的な出店において明確な傾向がみられなかったが、
常連客の定着が見られた。