

甲突川左岸・右岸緑地利活用調査結果



鹿児島市

令和5年3月

目次

I 総論 . . . P3

- 1 本資料の目的
- 2 甲突川左岸・右岸緑地利活用の背景・目的
- 3 対象とするエリア
- 4 対象エリアの現況

II 利活用調査 . . . P5

- 1 出店エリア調査
- 2 利用状況調査
- 3 自然環境の制約調査
- 4 周辺飲食店等調査
- 5 周辺駐車場調査

III キッチンカー等による実証実験 . . . P12

- 1 イベントの概要
- 2 実施期間・出店等状況
- 3 実施場所
- 4 キッチンカー・マルシェの内容・実施結果
- 5 体験コンテンツ等の内容・実施結果
- 6 情報発信・広報
- 7 事務局による管理運営
- 8 来場者数
- 9 アンケート

IV 利活用調査・実証実験を踏まえた利活用策 . . . P28

- 1 利活用調査・実証実験の分析結果
- 2 当面の本緑地の利活用策

I 総論

1 本資料の目的

令和4年度に鹿児島市（観光プロモーション課）において、観光客・市民の憩い・にぎわいの場づくりに向け、維新ふるさと館周辺の甲突川左岸・右岸緑地の利活用調査、キッチンカー等による実証実験、これらを踏まえた利活用策の検討について、企画提案競技により業務委託を行った。本資料はこの業務委託を踏まえ、鹿児島市としての利活用策をとりまとめたものである。

2 甲突川左岸・右岸緑地利活用の背景・目的

- 歴史ロード“維新ふるさとの道”、甲突川右岸緑地は、鹿児島市が平成18年度から22年度に一帯を整備し、これまで多くの観光客が訪れ、市民の憩いの場となっている。
- 鹿児島市内の河畔の中でも、当地は鹿児島中央駅や天文館に近く、周辺に明治維新で活躍した多くの偉人の誕生地や、維新ふるさと館等の観光施設もあり、観光面での優位性があるエリアである。
- 天文館や鹿児島中央駅の再開発による新たなにぎわいの創出、中央町の屋台村との連携による新たな飲食スポットの可能性、新型コロナウイルスの影響など、取り巻く環境も変化している。
- 令和4年度に実施した実証実験（かごつま甲突川 Autumn Fes）の結果を踏まえ、令和5年度以降、民間活力の導入による新たなにぎわいの創出を図る。

3 対象とするエリア

本資料においては、鹿児島市観光振興課が所管している以下のエリアを対象とする。

- 甲突川左岸緑地：約 16,200 m² 高見橋から甲突橋まで（維新ふるさと館敷地を除く）
- 甲突川右岸緑地：約 4,100 m² 南洲橋から高麗橋まで



上記エリア（「本緑地」と表記）を3つのエリアに区分する。

- 左岸A：高見橋～高麗橋（維新ふるさと館を除く）＝維新ふるさとの道
- 左岸B：高麗橋～甲突橋＝維新ドラマの道
- 右岸：南洲橋～高麗橋＝甲突川右岸緑地

4 対象エリアの現況

(1) 概要・本市の整備状況

施設等	整備内容
①維新ふるさと館 (平成4年度～6年度整備)	・幕末や明治維新を楽しく学べる歴史観光施設で、当時を再現したセットの展示やドラマ上映などを実施。様々なグッズを販売する売店も設置 ・平成29年度にリニューアルを行い、映像などを使った体験型展示を導入
②歴史ロード“維新ふるさとの道” (平成18年度～21年度整備)	・上流側(高見橋～南洲橋)は、近代日本幕開けをイメージに、石積風の門柱がある入口広場、円形広場、語らい広場等を整備 ・下流側(南洲橋～高麗橋)は、幕末維新をイメージに、武家門風のゲートがある入口広場、木塀ベンチ、いろは歌の広場(4か所)、武家屋敷を整備
③甲突川右岸緑地・観光交流センター (平成19年度～22年度整備)	・ナポリ通りと調和した、全長85mの歩行空間のウッドデッキ、開放的なオープンテラスを整備 ・観光交流センターの1階には各種観光情報の入手や乗車券等を購入できる観光案内所を、2階にはレストランを設置
④維新ドラマの道 (平成29年度整備)	・西郷隆盛と大久保利通の肖像画が見えるシンボルゲート、歴史ドラマARを楽しめるモニュメント(7基)を整備
駐車場	維新ふるさと館専用24台、観光交流センター付近37台 ※バス、身障者用含む
その他	各所にトイレ、ベンチ、遊歩道、記念碑、プール等の設置あり

(2) 利用状況

施設等	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
歴史ロード“維新ふるさとの道”、甲突川右岸緑地、維新ドラマの道	多くの観光客・市民が散策等を行っている。 花見シーズンは多くの市民等でにぎわう桜の名所である。				
維新ふるさと館	265,419人	151,494人	50,718人	58,703人	83,015人
観光交流センター (観光案内所)	14,808人	10,788人	3,724人	3,305人	6,481人

(3) 管理状況

施設等	管理体制	鹿児島市所管課	関係条例等
歴史ロード“維新ふるさとの道” 甲突川右岸緑地 維新ドラマの道	市直営(各種業務委託)	観光振興課	・鹿児島市公園条例が適用(条例所管は公園緑化課) ・都市公園に指定
維新ふるさと館	指定管理者制度 (鹿児島観光コンベンション協会が管理運営)	観光振興課	鹿児島市維新ふるさと館条例
観光交流センター	市直営(各種業務委託) ※レストラン等は行政財産 目的外使用許可	観光振興課	なし

Ⅱ 利活用調査

1 出店エリア調査

(1) 左岸A：高見橋～高麗橋（維新ふるさとの道）



維新ふるさとの道の高麗橋側は、遊歩道の車幅、縁石及び樹木等により搬入が難しい。

○キッチンカー搬入口A（高見橋側）

- ・車止め2本を外し、大型のキッチンカーも搬入可



○キッチンカー搬入口B（維新ふるさと館側）

- ・車止め1本を外し、搬入可
- ・縁石、樹木等を傷つけてしまうため小型のキッチンカーでないとな搬入は難しい。



○店舗出店可能な場所

- ・維新ふるさとの道入口（高見橋側）は電車通りで人通りも多く、十分なスペースが確保可能



- ・戦災復興記念碑～時を刻む語り広場は、樹木等の障害もなく店舗設置はし易い。



- ・武家屋敷～いろは歌の広場は、通りや樹木等を生かした設営が可能



(2) 右岸：南洲橋～高麗橋



○キッチンカー搬入口C

- ・観光交流センター駐車場入口より搬入出可
- ・大型のキッチンカーも配置可
- ・歩道の走行距離が約 200m と長いことが課題



○キッチンカーの搬入が難しい場所

- ・高麗橋付近から搬入できることが望ましいが、車止めがあり侵入不可
- ・観光交流センター駐車場付近以外はガードパイプが設置されている。



○店舗出店可能な場所

- ・高麗橋周辺の緑地は開放感もあり、出店スペースの確保は十分にできる。
- ・マルシェ出店者も搬入出時に観光交流センター駐車場を利用できる。



(3) 左岸B：高麗橋～甲突橋（維新ドラマの道）



○キッチンカー搬入口D（高麗橋側）

- ・車止め2本を外し、搬入出可だが、出店スペースが十分に確保できない。（数店舗のみ設営可）



○キッチンカー搬入口E（甲突橋側）

- ・小型車の搬入出は可能
- ・大型のキッチンカーは樹木を傷つける可能性があるため搬入出不可



○店舗出店可能な場所

- ・キッチンカー搬入口D（高麗橋周辺）は、スペース的にも樹木等への影響もなく出店可
- ・高麗橋周辺やあしかプール～搬入口E（甲突橋周辺）にかけてマルシェを広く出店可

【出店エリア調査結果まとめ】



【出店可能店舗数】

出店形態	左岸 A		左岸 B		右岸	合計
	高見橋～南洲橋	南洲橋～高麗橋	高麗橋側	甲突橋側		
キッチンカー	12	3	2	8	6	31
マルシェ	30	20	2	18	10	80
合計	42	23	4	26	16	111

※各々の最大出店数。出店エリアの重なりは考慮していない。

2 利用状況調査

(1) 調査内容

本緑地の利用状況の調査を、ランチタイムを挟む時間帯を選び、高見橋・高麗橋・南洲橋周辺の3カ所で行った。

○調査日時 令和4年4月30日(土)、晴れ・5月1日(日)、11時～14時、曇り

○調査場所・人数

- ・高見橋周辺：延べ627人
- ・高麗橋周辺：延べ669人
- ・南洲橋周辺：延べ486人

○調査項目 年代、属性、利用目的

(2) 調査結果(概要)

○高見橋

歩行者量が多く、電車通りに面するため人目につきやすい。散歩、ジョギングが多い。



○高麗橋

散歩やジョギングを目的に来訪される方が多い。



○南洲橋

維新ふるさと館、観光交流センター(観光案内所・レストラン)の利用や緑地内オープンテラスでランチ等の来訪目的が分かりやすいエリア



3 自然環境の制約調査

(1) 雨天（台風含む）

- ・キッチンカーはテイクアウトを基本とするため雨天でも出店可能だが、利用者が調理中に待機する場所の確保が難しい。
- ・マルシェは、商品を展示することが難しいことから少雨でも催行は難しい。
- ・体験コンテンツは安全上、雨天時は催行を見送るべき。

(2) 桜島の降灰

- ・飲食のできる場所が確保できればキッチンカーの出店可能。テイクアウトが主と予想されるが、イベント自体の中止には至らない。
- ・マルシェ事業者は取扱商品により出店可否の判断が必要
- ・体験コンテンツは催行可能だが、降灰量、安全性、利用者満足度等を鑑みた事業者の判断

(3) 甲突川の潮位（観光遊覧船）

甲突川は潮位により水深が大きく変わり、蛇行する川の内側に砂が溜まりやすいことから、観光遊覧船の発着場所と実施日時を潮位時間表と照らし合わせて決定していかなければならない。また、甲突川沿いの散策路は潮位によっては水没してしまい、川沿いの散策や遊覧船への乗船に支障をきたす。

【参考】 実証実験における観光遊覧船の実施日と潮位情報

実施日	9/23	9/24	9/25	10/8	10/15	10/16	10/22	11/3	11/5	11/6
開始時間	15:00	15:00	16:30	15:00	10:00	10:00	15:00	14:00	15:00	15:20
終了時間	18:00	18:00	19:30	18:00	13:00	13:00	18:00	17:00	18:00	18:20
満潮時間	18:18	18:43	19:07	18:26	10:08	10:52	17:34	16:07	17:18	17:48
潮位	264cm	276cm	287cm	288cm	237cm	218cm	258cm	238cm	262cm	270cm

※発着場所は観光交流センターの大型バス駐車場付近から甲突川へ降りた場所を選定



【利活用調査結果まとめ】

緑地環境	<ul style="list-style-type: none"> ・一定数のキッチンカーやマルシェが出店可（高低差、樹木等による制限あり） ・キッチンカーの出店可能数は、車両の乗入れや緑地内の移動に制限等があるため、マルシェの半数以下
周辺環境等	<ul style="list-style-type: none"> ・高見橋周辺を中心に人通りが多く、緑地一帯は散策等の利用者が多い。 ・回遊性向上により周辺の飲食店等との相乗効果が期待できる。
利用規制	<ul style="list-style-type: none"> ・都市公園法により、緑地をキッチンカー等で占用することはイベント以外不可

4 周辺飲食店等調査

(1) 調査内容

本緑地から概ね2ブロックを本緑地周辺と捉え、飲食店等への聞き取り調査を実施し、キッチンカーの出店に影響がないか確認した。

- 調査期日 令和4年8～9月
- 調査対象 加治屋町周辺、上之園町周辺、中央町周辺
- 調査内容 飲食店の所在地、内容、実証実験に対する意見

(2) 調査結果（概要）

○飲食店等の店舗数・特徴

- ・加治屋町周辺 10店舗、カフェが多く、居酒屋やレストラン、コンビニもある。
- ・上之園町周辺 5店舗、コンビニが2店舗あり、イタリアンレストラン等もある。
- ・中央町周辺 5店舗、居酒屋が数店舗ある。

○分析

- ・周辺の飲食店等も多種多様で、利用者が多くの選択肢を持って利用する受け皿がある。
- ・実証実験を行う旨を説明した際、特に否定的な意見はなく、「ニーズが異なるので構わない」「甲突川沿いの人出が増え、店舗の売上も増える」「イベントへ出店したい」など、にぎわいが出ることを望まれる声を多く聞くことができた。
- ・本緑地でのにぎわいの創出で回遊性が生まれることにより、周辺の飲食店等との相乗効果が期待できる。

5 周辺駐車場調査

(1) 調査内容

本緑地から概ね2ブロックを本緑地周辺と捉え、コインパーキング等の駐車場を調査した。

- 調査期日 令和4年8～9月
- 調査対象 加治屋町周辺、上之園町周辺、中央町周辺
- 調査内容 駐車場の所在地、台数、営業時間、利用料金

(2) 調査結果（概要）

調査場所	駐車場数	駐車台数	特記事項
加治屋町周辺	8か所	計143台	2か所が夜間のみ最大料金設定あり
上之園町周辺	4か所	計27台	最大料金設定は1か所のみ
中央町周辺	4か所	計732台	・大規模のイオン立体駐車場あり ・2か所が最大料金設定なし。1か所は夜間のみ最大料金設定あり

○分析

- ・本緑地周辺は調査分だけで約900台分があるほか、本緑地から3～4ブロック先にもコインパークはあることから十分な台数がある。

Ⅲ キッチンカー等による実証実験

1 イベントの概要

(1) 目的

本緑地において、民間活力の導入による新たなにぎわいの創出に向け、市民や観光客が集い、賑わい、憩える場としての利活用策の検討を目的に、キッチンカー等による実証実験を行うもの。

(2) 概要

○イベントタイトル

かごつま甲突川 Autumn Fes

～甲突川にキッチンカーとマルシェが大集合の3ヶ月～

○テーマ・コンセプト

- ・「カワる甲突川」というテーマで、新たな甲突川沿いでの賑わい創出へと向けた企画を進め、左岸・右岸緑地が持つコンセプトと調和する出店の工夫を行う。
- ・自然を感じることができるスポット「甲突川」として高付加価値化を図り魅力の発信と再発見につながる企画により甲突川のイメージが「変わる」きっかけとする。
- ・出店の工夫や体験・交流イベントを企画し、甲突川で川を眺めながら過ごす憩いの場づくりを行い「甲突川へ行く・甲突川で遊ぶ＝川る＝カワる」ということを日常のシーンに浸透させていくきっかけとなるイベント企画・情報発信を行う。

○方向性

フラットとコーヒーを飲みに。友人とランチに。子どもと散歩をかねて物産品や加工品を買いに。おいしい料理とお酒を楽しみに。楽しみにしていた体験プログラムの参加で。・・・etc

甲突川周辺に暮らす方や、鹿児島市・県内在住で中央駅付近・天文館に来た方、県外から観光で訪れた方など、様々な客層やニーズに応えられるようキッチンカーだけでなく多様な出店ブースや体験等のコンテンツを盛り込み、実証期間も長期間設定した「秋の甲突川の風物詩」となるようなイベントを目指す。



2 実施期間・出店等状況

(1) 期間（全 35 日間）

○第 1 期：令和 4 年 9 月 16 日（金）～25 日（日）

○第 2 期：令和 4 年 10 月 7 日（金）～23 日（日）

○第 3 期：令和 4 年 11 月 2 日（水）～13 日（日）

※9 月 17 日（土）～19 日（月）は台風 14 号のため中止、10 月 17 日（月）は雨天中止

(2) キッチンカー・マルシェの実施曜日・時間（基本的な取扱）

曜日・時間帯（変動あり）	キッチンカー			マルシェ
	左岸 A	左岸 B	右岸	
月～金 8:00～15:30	○	—	○	—
金 17:00～21:00	○	—	○	—
土日祝 11:00～17:00	○	○	○	○
土日祝 17:00～21:00	○	—	○	—

(3) キッチンカー・マルシェの実施エリア

※左：左岸 A・左岸 B（A が主体）：計 35 日間実施

※右：右岸：計 19 日間実施

① 9 月（7 日間）

	時間帯 (変動あり)	16	20	21	22	23	24	25
		金	火	水	木	金祝	土	日
朝	8:00～	左				左	左	左
昼	11:00～	右	左	左右	左	左右	左右	左
夜	17:00～	左				左右	左	左

② 10 月（16 日間）

	時間帯 (変動あり)	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
		金	土	日	月祝	火	水	木	金	土	日
朝	8:00～		左	左	左					左	左
昼	11:00～	右	左右	左右	左右	左	左右	左右	左右	左右	左右
夜	17:00～	左	左右	左右	左右				左	左右	左

	時間帯 (変動あり)	18	19	20	21	22	23
		火	水	木	金	土	日
朝	8:00～					左	左
昼	11:00～	左	左	左右	左右	左右	左右
夜	17:00～				左右	左右	左

③ 11 月（12 日間）

	時間帯 (変動あり)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		水	木祝	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
朝	8:00～		左		左	左						左	左
昼	11:00～	左	左	左	左	左	左	左	左	左	左	左右	左右
夜	17:00～		左	左	左	左					左	左右	左右

(4) キッチンカー、マルシェ、体験コンテンツの延べ出店者等数

種 別	第 1 期 (7 日間)	第 2 期 (16 日間)	第 3 期 (12 日間)	合計 (35 日間)
キッチンカー	39	147	111	297
マルシェ	24	81	69	174
SUP・カヤック体験	2	5	2	9
朝ヨガ体験	2	3	0	5
遊覧船体験	3	4	3	10
生き物観察会	2	1	1	4
百円茶屋・ミニゲームコーナー	3	7	5	15
ドッグラン	5	16	5	26
ドリンクコーナー	6	12	8	26

3 実施場所

(1) 左岸 A：高見橋～高麗橋



(2) 右岸：南洲橋～高麗橋



(3) 左岸B：高麗橋～甲突橋



4 キッチンカー・マルシェの内容・実施結果

(1) 出店・体験等の募集

① 出店料（1期あたり）

- ・キッチンカー 1事業者 5,000円（税別）
- ・マルシェ 1事業者 2,000円（税別）

② 募集期間

令和4年6月20日（月）～7月20日（水）

③ 募集説明会（オンライン）

- ・日時：令和4年6月20日（月）13:00～14:00
- ・参加事業者：16事業者
- ・その他：事前に質問を受け付け、説明会時に回答。説明会後も電話等でフォロー

④ 選定・配置

- ・出店要項に照らし、出品内容や要件を審査のうえ、事業者を選定
- ・左岸、右岸のコンセプトや出品内容、搬入出を鑑みて配置

⑤ 出店者向け説明会

- ・日時：9月5日（月）13:00～14:00
- ・場所：観光交流センター
- ・参加事業者：22事業者

(2) キッチンカー

① 参加店舗数

25店 ※目標は26店舗

② 特徴

金曜の17:00以降、土日祝の11:00～21:00に、飲食・お酒を楽しむ維新屋台村を実施

③ 主なメニュー

- ・カレーや特産肉等を活かしたご飯系
- ・ホットサンド、ハンバーガーなどのパン系
- ・唐揚げやタコ・いか焼きなどのドリンクと相性の良い商品
- ・クレープ、フルーツサンドなどのスイーツ系 など

④ 総売上

約800万円

⑤実施結果

- ・来場者が多い左岸Aでも出店者により売上に差が生じた。
- ・提供商品と車両のイメージが合っている店舗、メニューや車内の見せ方が上手い店舗は結果を残している。
- ・カレー、ピザ、タコライス、ハンバーガー、クレープの売上が多かった。
- ・キッチンカー事業者は各車内にて調理は完結し、セントラルキッチンの希望者は参加者にいなかったため、セントラルキッチンイベント会場近くに設けなかった。



(3) マルシェ

①参加店舗数

45店 ※目標は40店舗

②主な出品内容

雑貨（装飾品・紙製品・ヴァンテージもの・キーホルダー・リース等）、衣料品、食品（パン・コーヒー・ドーナツ・ケーキ・ちりめん・焼き芋等）、野菜（朝市含む）、リラクゼーション施術 など

③総売上

約200万円

④実施結果

- ・土日祝をマルシェ出店日とし、左岸A、左岸B、右岸の3か所で出店した。
- ・各エリアのテーマに沿った出店者の配置を工夫したが、コロナ禍での開催による各店舗との距離の確保や、エリア毎出店数の偏りが、「賑わいの偏り」を生んだ。
- ・焼き芋等の食品や装飾等の雑貨の売上が多かった。



<曜日・エリア別出店者数・来場者数（日平均）>（単位：店・人）

曜日	出店者数（店）				来場者数（人）	
	キッチンカー		マルシェ		左岸	右岸
	左	右	左	右		
平日（月～木曜日）	6.5	2.8	-	-	390	131
平日（金曜日）	8.0	3.3	1.0	-	594	135
土日祝	7.6	2.5	11.9	2.3	2,634	391

5 体験コンテンツ等の内容・実施結果

(1) 甲突川遊覧船体験

①体験内容

- ・船からの甲突川の景色を楽しめる遊覧船体験（約 20 分）
- ・右岸の観光交流センター付近で受付
- ・料金は 500 円（未就学児無料）、1 回の定員は 12 人
- ・事務局にて遊覧船をチャーターして土日祝に 1 日約 3 時間運航

②実施結果

- ・9～11 月の土日祝に計 10 日間実施、利用者数は 565 人（ほか未就学児 65 人利用）
- ・9 月の利用者は多かったが、10 月、11 月は減少
- ・潮位の影響で河川沿いの通路が水没すると、乗船用の板を設ける必要があった。
- ・利用者からは、「親しみのある甲突川を遊覧することが出来て楽しかった」「下から眺める景色も 普段見ることがないので面白かった」「ライトアップした川景色を遊覧するのはとても良い」という意見があった。



(2) 甲突川SUP・カヤック体験

①体験内容

- ・家族や友人同士での気軽なSUP・カヤック体験
- ・右岸の高麗橋付近事務局インフォメーションで受付・料金は、9 月の SUP は 1 時間 1,000 円、カヤックは 3 人乗り 1 艇 1,000 円、10 月以降の SUP は平日 30 分 2,000 円、土日祝 30 分 1,000 円、カヤックは 3 人乗り 1 艇 3,000 円（平日は事前予約制）

②実施結果

- ・土日祝に計 9 日間実施、利用者数は 176 人
- ・利用者より「甲突川の水がこんなに綺麗だとは思わなかった」「子どもと一緒に安全に体験できた「生活圏内で体験できるのが嬉しい」などの声をいただいた。



(3) 甲突川生き物観察会

①体験内容

- ・魚やカニ、貝、昆虫など色々な生き物が暮らす甲突川を体感するもので、維新ふるさと館近くの砂洲に降りて、甲突川に棲む生き物を観察
- ・左岸の維新ふるさと館近くで受付、実施
- ・料金は1人2,000円、定員は1回10人（事前予約制）

②実施結果

- ・9～11月の土日に計4日間実施、利用者数は34人
- ・ほとんどの方が親子で参加され、身近な甲突川で貴重な体験ができたと言われた。



(4) 朝ヨガ体験

①体験内容

- ・甲突川河畔での清々しい空気の中で、朝にヨガを楽しめる体験
- ・左岸Aの大久保利通銅像前で受付、実施
- ・料金は1人1,200円

②実施結果

- ・9～10月の主に土日祝に計5日間実施、利用者は16人
- ・11月は、朝は肌寒い日もあることから実施しなかった。
- ・朝ヨガ参加後、朝マルシェ（朝食・買い物）という流れが2回ほどできた。



(5) ドッグラン

①体験内容

- ・夏季のみ利用されているアシカプールを活用し、ドッグランを設置・左岸Bのアシカプールで受付、実施
- ・料金は、犬一匹500円、大人1人300円/人（子ども無料）
- ・既存プールの活用のため、大型犬と小・中型犬を分けることが難しく、大型犬の利用を制限（12kg以下の犬が対象）
- ・プール内には滑り止めとしてマットを敷き詰め、10月からはドッグステップを設け、水道も利用可とした。
- ・事務局が直接運営

②実施結果

- ・ 平日を含む 9～11 月に計 26 日間実施、159 匹・187 人利用
- ・ 利用者より「利活用しているのは素晴らしい」「市内中心にこれだけのびのびとワンちゃんが走れるところはないのでぜひ続けてほしい」などの意見があった。



(6) 百円茶屋・ミニゲームコーナー

①体験内容

- ・ お茶と茶菓子のセットを 100 円で提供する「百円茶屋」と合わせて、来場促進を目的に子どもを対象としたミニゲームコーナー（アーチェリーゲーム・スーパーボール救いなど）を設置
- ・ 左岸 A の維新ふるさと館近くの武家屋敷前で受付、実施
- ・ 料金は、茶菓子セット 100 円、ミニゲーム 9 月 100 円、10～11 月 200 円
- ・ 事務局が運営し、学生ボランティア等が協力

②実施結果

- ・ 9～11 月の土日祝に計 15 日間実施
- ・ 利用者は百円茶屋 1,379 人、ミニゲームコーナー 659 人
- ・ 周辺に出店しているマルシェ等との相乗効果もあり、多くの利用者でにぎわった。



<体験コンテンツ実施日数、利用者数> (日、人)

体験コンテンツ	実施日数	曜日	利用者数	日平均
遊覧船体験 ★	10	土日祝	565	56.5
SUP・カヤック体験	9	土日祝	176	19.6
生き物観察会	4	土日	34	8.5
朝ヨガ体験	5	平日・ 土日祝	16	3.2
ドッグラン ★	26	平日・ 土日祝	187	7.2
百円茶屋 ★	15	土日祝	1,379	91.9
ミニゲームコーナー ★	15	土日祝	659	43.9

★事務局スタッフの従事あり（受付・安全管理等）

6 情報発信・広報

(1) 主な情報発信・広報内容

	媒体	実施日・放送日（令和4年）
1	公式ホームページ	8月25日（木）～
2	公式SNS（Instagram）	8月24日（水）～
3	鹿児島市公共掲示板	8月29日（月）～9月25日（日）
4	ポスター・チラシ設置	8月～
5	プレスリリース配信	8月30日（火）
6	各出店者によるSNS発信等	8月～
7	リビング鹿児島への広告掲載	9月10日（土）～
8	インフルエンサーによる発信	9月～
9	鹿児島観光コンベンション協会HP・SNS	9月～
10	JR九州、アミュプラザ鹿児島、屋台村等への周知	9月
11	かごしま4（MBC）	9月16日（金）
12	南日本新聞による報道	9月16日（金）・21日（水）
13	かごピタ（KYT）	9月23日（金）
14	news every（KYT）	9月23日（金）
15	ライブニュース（KTS）	9月24日（土）
16	かごしま街角通信（MBCラジオ）	10月3日（月）
17	情報WAVEかごしま（NHK）	10月7日（金）

(2) 概要・効果

- ・イベントに係る情報発信は、公式ホームページ、公式SNS（Instagram）を活用
- ・Instagramにて当日の出店状況やステージイベント予定等をタイムリーに発信
- ・公式ホームページのアクセス解析によると、8月下旬～9月はアクセスの伸びが顕著であったが、10～11月は下降した。Google等によるWEB検索による流入が多く、Instagramからの流入もあり、SNSとの連携がうまく図れていた。
- ・出店事業者からのフォローや情報発信もあり、多くの来場者へ繋がった。
- ・ライトアップされた遊覧船や川景色等の投稿がイベントの盛り上げに効果的であった。
- ・実証実験の期間中は、テレビ取材を積極的に受け入れ、各種情報番組の報道によりイベントの周知を図った。
- ・実証実験の来場者、出店者から「広報・告知が弱い」とのアンケート回答が多かった。

【Instagramでの主なリーチ】



7 事務局による管理運営

(1) 会場装飾

①大暖簾

- ・メイン会場の左岸A（高見橋・大久保利通銅像向かい）の入口にシンボルとして大暖簾を設置。一際目立ち、注意を引くことから誘客及び告知効果があった。
- ・この大暖簾の前で待ち合わせをされるグループもあり、他エリアにも同様の暖簾があればさらに良いという意見も寄せられた。
- ・第2期（10月）よりデジタルサイネージも設置（写真右）



②のぼり

- ・甲突川沿いの左岸A、左岸B、右岸の3エリアに各13本（合計39本）設置
- ・第1期～第2期、第2期～第3期のイベントを実施していない期間も継続してのぼりを設置しイベントの周知を図った。



③旗・豆球電飾

- ・左岸Aにはキッチンカーと樹々の調和を考えた旗を設置
- ・ステージ横から維新ふるさと館方向に豆球電飾を設置。夜間の会場の雰囲気づくりへつなげた。



④提灯

- ・左岸・右岸の各のぼりの色に対応した提灯を会場内に設置し、統一された装飾にて各緑地のコンセプトに沿った会場づくりを図った。
- ・提灯を電球等で灯すことができれば夜間のさらなる賑わい創出へ繋がるができるが、設置できる場所が限られ、そこへ電気を通すことが難しいため見送った。



(2) ステージイベント

- ・さらなるイベントへの集客や盛り上がりを目的に、事務局が演者を招聘し、ステージ上で演奏等の披露を行った。(鑑賞無料)
- ・第1期はステージを戦災復興記念碑前に設置。ステージが会場の端になるため多くの方が間近で楽しむことが難しかった。
- ・第2期以降はステージの位置を事務局ドリンク売り場と入れ替えて会場の中央に設置。聴衆が半円状にステージを囲うことができ、第1期以上に会場の賑わい創出を図ることができた。
- ・演奏はジャンベ(写真左)、島唄(写真右)など



(3) 事務局販売ブース

- ・キッチンカー出店商品との相乗効果やステージイベントの盛り上がり醸成する目的に、事務局で販売ブースを設け、ビール、焼酎などのアルコールとソフトドリンクを販売した。
- ・左岸Aの本部ブースでは、9～11月の土日祝、休日前日に計22日間実施
- ・右岸では、9～10月の金土日に計4日間実施



(4) その他の管理運営

①出店準備

- ・各出店者の店舗表示看板、消毒液、机等の設置、搬入出の誘導従事スタッフを配置
- ・インスタグラムにより当日の出店状況の発信

②安全管理

- ・キッチンカー等の搬入出時はスタッフによる誘導を行い、交通及び歩行者の妨げにならないよう注意

③感染症対策

- ・出店者及びスタッフは、イベント従事1週間前から発熱、風邪症状、味覚・嗅覚の異状、倦怠感等の症状がないか「健康管理チェックリスト」を記入
- ・会場内にアルコールを随所に設置し、定期的に机の清掃を実施

④清掃・廃棄物処理

- ・運営スタッフの巡回による定期清掃
- ・飲食提供に伴うゴミは出店者で回収する旨掲示し、出店者によるゴミ回収

⑤苦情処理対応

- ・イベント本部に直接、あるいは鹿児島市を通しての苦情・相談については、速やかに原因調査にあたり、把握した上で対応した。音楽の音量が大きいという苦情が一番多かった。

⑥スタッフ確保・管理

- ・イベント開催期間が長く、開催時間についても最長8時から21時（準備・撤収時間は含まず）に及ぶため、アルバイトを雇用し、シフト体制を整え、業務内容詳細の指示及び労務時間・休憩時間の確保等の管理を行なった。期間中従事したアルバイトスタッフは延べ229人

8 来場者数

(1) 月別来場者数

①9月（7日間）

月日	曜日	来場者数		
		左岸 (本部席前)	右岸 (遊覧船含む)	合計
9月16日	金	289	119	408
9月17日	土	台風により中止		
9月18日	日			
9月19日	月・祝			
9月20日	火	136	—	136
9月21日	水	268	134	402
9月22日	木	227	—	227
9月23日	金・祝	2,235	322	2,557
9月24日	土	3,458	247	3,705
9月25日	日	2,659	98	2,757
合計		9,272	920	10,192

※23日（金・祝）～25日（日）は隣接のライオンズ広場で鹿児島青年会議所による「長月桜まつり」が開催

※25日（日）の右岸来場者数は遊覧船の乗船人数

②10月（16日間）

月日	曜日	来場者数		
		左岸 (本部席前)	右岸 (遊覧船含む)	合計
10月7日	金	550	163	713
10月8日	土	2,948	347	3,295
10月9日	日	1,838	369	2,207
10月10日	月・祝	3,390	355	3,745
10月11日	火	480	—	480
10月12日	水	356	136	492
10月13日	木	299	112	411
10月14日	金	588	126	714
10月15日	土	2,985	667	3,652
10月16日	日	2,823	442	3,265
10月17日	月	—	—	—
10月18日	火	375	—	375
10月19日	水	458	—	458
10月20日	木	382	143	525
10月21日	金	748	133	881
10月22日	土	2,992	176	3,168
10月23日	日	1,219	618	1,837
合計		22,431	3,787	26,218

③11月（12日間）

月日	曜日	来場者数		
		左岸 (本部席前)	右岸 (遊覧船含む)	合計
11月2日	水	692	—	692
11月3日	木・祝	2,735	43	2,778
11月4日	金	753	—	753
11月5日	土	1,265	23	1,288
11月6日	日	2,558	38	2,596
11月7日	月	445	—	445
11月8日	火	536	—	536
11月9日	水	430	—	430
11月10日	木	371	—	371
11月11日	金	638	—	638
11月12日	土	3,013	423	3,436
11月13日	日	3,392	338	3,730
合計		16,828	865	17,693

※12日（土）・13日（日）は隣接の加治屋まちの杜公園で実行委員会による「ナポリ祭」が開催

※3日（木・祝）、5日（土）、6日（日）の右岸来場者数は遊覧船の乗船人数

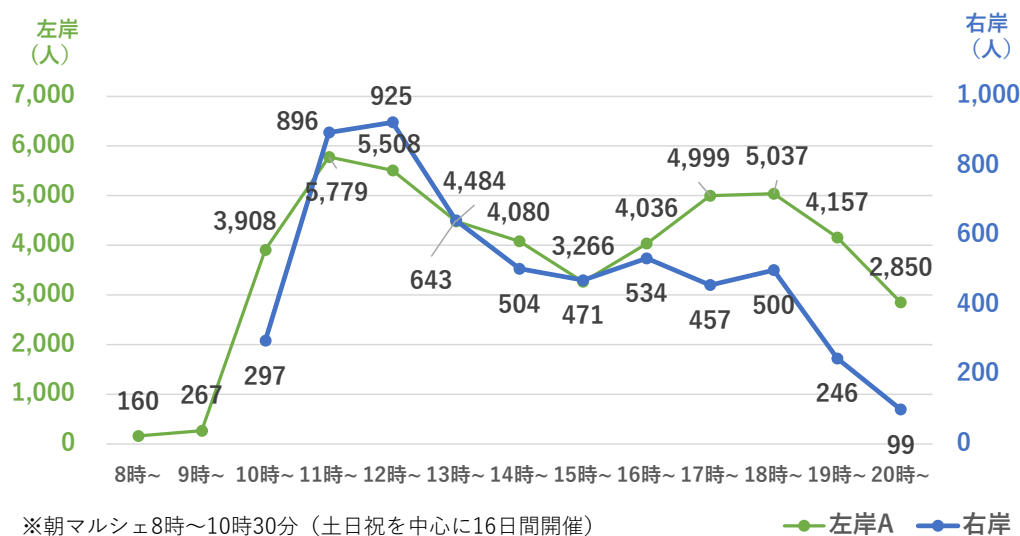
<9月～11月（35日間）合計>

（単位：日・店・人）

時期	開催日数			延出店者数						来場者数		
	左岸 右岸	左岸	合計	左岸		右岸		合計		左岸	右岸	合計
				キ	マ	キ	マ	キ	マ			
9月	4 3	3	7	33	22	6	2	39	24	9,272	920	10,192
10月	13 3	3	16	114	78	33	3	147	81	22,431	3,787	26,218
11月	2 10	10	12	106	67	5	2	111	69	16,828	865	17,693
合計	19 16	16	35	253	167	44	7	297	174	48,531	5,572	54,103

キ：キッチンカー マ：マルシェ

(2) 時間別来場者数



(3) 分析

①全体

- ・左岸と右岸では来場者数に大きな差が生じた。
- ・他イベントが本緑地周辺で開催されると来場者が多くなる。（9月23日～25日、11月12日～13日）
- ・出店者より土日祝と平日で商品の仕入れ・仕込み数に大きな差があるとの意見があった。（平日：食品ロス、土日祝：在庫切れ）
- ・ピザのように小麦粉やトッピングの材料があれば再販可の店もあれば、事前の仕込みが必要で当日の再販不可の店もあった。
- ・土日祝のイベント終了時刻は21時だったが、完売したキッチンカーが退場し、出店台数が著しく少なくなった日もあった。途中退場はキッチンカーの配置次第で可能だが、会場内の机等への影響もある。

②左岸

- ・平日（月～木）は長時間出店できるほどの集客は見込めないが、昼食時の短期的の出店は一定の需要が見込める。
- ・平日（金）の昼は他の平日と同様来場者は少ないが、夜は飲食を楽しむ方が増え、賑わった。また、夜間のみで開催の場合でも平日（月～木）の来場者数と比較多い。
- ・土日祝は昼夜とも来場者が多く、出店者によっては昼過ぎに材料切れとなり商品の提供ができなくなることもあった。
- ・時間帯別でみると、昼食（11時～13時）と夕方（18時～20時）の来場者数が多い。

③右岸

- ・右岸は、短期大学や高校の通学路にもなり、鹿児島中央駅から近いことから多くの来場者を期待したが、厳しい結果となった。
- ・時間別の来場者数は左岸A同様、昼食頃（11時～13時）が多く、夕方（～18時）までは500人前後で推移。
- ・平日（月～木）のランチ利用も左岸と比較すると少なく、夜（19時以降）はさらに人通りが少なくなるためキッチンカー、事務局販売ブースでのアルコール販売も売上が芳しくない。
- ・体験イベント（観光遊覧船、SUP等）が左岸緑地と比較し実施しやすい。
- ・甲突川遊覧船体験の受付を南洲橋（右岸側）、乗船場所を観光交流センター北側の河川敷としたため、遊覧船の運航中は右岸への送客へつながった。
- ・右岸は本緑地の利用者向けの無料駐車場があるが、イベント会期中は常に満車で空車待ちの列が度々発生した。
- ・右岸と左岸Aは約600m離れており、河川が蛇行しているため相互の視認性が低い。
- ・赤子連れの家族も多くいたことから、観光交流センターの授乳室やベビーカーの貸し出しサービスの案内をすれば当センターの利用増にもつながる。

9 アンケート

(1) 実施内容

- 期間中に、来場者の感想や要望等を集約するためにWebアンケート実施
- 来場者アンケート回答完了確認後に「100円チケット」を配布
 - ※100円チケットは鹿児島中央駅周辺の屋台村でも使用可
 - ※鹿児島中央駅の屋台村で使用できる焼酎1杯無料券をイベントで配布し、相互送客を図った。
- 来場者アンケートは目標の1,200件を達成
 - ・第1期 Web 411件、用紙35枚 計 446件
 - ・第2期 Web 517件
 - ・第3期 Web 249件計 1,212件
- キッチンカー25店舗、マルシェ45店舗の出店者を対象としたアンケートも実施



(2) 来場者アンケートの主な結果

①来場者の属性

- ・男女比は、およそ男性：女性＝3：7の割合
- ・年代は、30代、20代、40代の順（高齢者層が少ないのはWebアンケートの影響の可能性あり。）
- ・来場者の職業は会社員が最も多く、公務員、自営業の人を含めると約6割となる。
- ・子どもを含めた家族が最も多いのは、土日祝の来場者数が多いことに起因すると考えられる。複数人での来場が約9割、1人での来場が約1割であった。
- ・来場手段は徒歩が最も多く、次いで車となり、公共交通機関を利用しての来場者は少ない。

- ②来場のきっかけ（複数回答）
- ・最も多いのは通りがかり（30%）で、賑わいやイベント感の醸成から誘客できた。
 - ・次いで多いのが知人の紹介、チラシ等となっており、誘客効果を高めるためにはSNSや広報誌など戦略的な広報が必要である。
- ③来場回数
- ・初めての来場が約8割、リピーター（2回以上）が約2割。再度来場したくなる取組が必要
- ④前後の立ち寄り
- ・イベント前後の立ち寄りで「鹿児島中央駅エリア」が最も多いのは、来場のきっかけの「通りがかり」来場手段の「徒歩」が多いのに関連している。
 - ・来場者の多くがイベントの前後に別な場所へ立ち寄っている。
- ⑤来場目的（複数回答）
- ・キッチンカー（78%）が最も多く、マルシェ（31%）、屋台村（10%）と続く。
 - ・マルシェは原則、土日祝のみの15日間（朝マルシェを除く）の開催だったが375件の回答があった。
- ⑥自由記述（主なもの）
- 好意的な意見・感想
 - ・良い取り組み、素敵な場所、魅力的なイベント、続けてほしい
 - ・毎日の様にあるとランチ時間に助かる
 - ・楽しいので毎年開催して欲しい
 - ・常設のドッグランがあったらもっと利用したい
 - マイナスな意見・感想
 - ・キッチンカーやマルシェの出店数が少ない
 - ・エリアが広すぎて疲れる、閑散としている、もっと場所を集中してほしい
 - ・エリアが分かりにくい
 - ・駐車場が少ない
 - 改善・要望を求めるもの
 - ・出店情報をもっと充実させてほしい（SNS、会場看板、ポスティングなど）
 - ・イベント詳細をHPで知ることができれば、日ごとの出店者をわかりやすくして
 - ・公式インスタグラムでの情報発信をもう少し頻繁に

(3) 出店者アンケートの主な結果

- 申込のきっかけは、知人の紹介が8割と最も多い。
- 出店に至った要因は、市主催であること、出店料金が安いことが主なもの
- 今回のイベントの評価は、また出店したいとの回答が多かったが、条件として左岸Aに限る、広報に力を入れて欲しいとの意見も多かった。
- 今後の改善として、マルシェ出店者を多く確保すること（キッチンカー利用にもつながる）、マルシェの搬入の導線や駐車スペース確保の意見が多かった。
- 出店料は、キッチンカーは今回1期あたり5,000円で相場（1日5,000円）より相当安価であった。マルシェ（1期あたり2,000円）も含め、今後の料金設定が課題
- 今後の実施希望の時期は、土日祝が最も多く、通年は少ない。
- 自由意見として、利用者と同様に広報の改善を求めるものが多い。事務局に対しては、連絡体制、スタッフの連携、エリア配置について改善の要望があった。

IV 利活用調査・実証実験を踏まえた利活用策

1 利活用調査・実証実験の分析結果

これまでに前述した実証実験の実施結果及びアンケートの意見等を基に、本緑地を活用したにぎわい創出にあたっての課題を以下のとおり整理する。

【課題整理】

- ・ 出店者数、来場者数は人通りが多く、利益が見込める左岸Aに集中し、左岸Bや右岸は採算に合う誘客が見込めない。
- ・ 出店可能数に対し、出店者数が少なく、店舗の散在により賑わいを欠いている（特にマルシェ）。
- ・ 平日の来場者数は、土日祝と比べ、左岸Aで約1/4～1/6、右岸で約1/3であり、採算に合う誘客が見込めない。
- ・ 来場者数は昼食頃（11～13時）、次いで夕食頃（18～20時）が多く、そのインターバルや早朝は採算に合う誘客が見込めない。
- ・ 体験コンテンツは、甲突川を生かした体験など、一定の利用、誘客効果があるが、体験事業者のマネジメントの負担大・体験コンテンツは、甲突川を生かした体験など、一定の利用、誘客効果があるが、体験事業者のマネジメントの負担大
- ・ アンケートにて、エリアが広くて疲れる、出店数が少ない、情報発信が不足といった意見が多い。

2 当面の本緑地の利活用策

①運営の方向性

実施概要	甲突川左岸、右岸緑地において民間事業者によるキッチンカー出店等のイベント運営を行い、にぎわい創出、回遊性向上を図る
実施エリア	運営当初は利益の見込める左岸Aを中心にイベントを展開し、定着を図った上で段階的に拡大を検討
実施日時	運営当初は利益の見込める日時に限って定期的にイベントを開催し、定着を図った上で段階的に拡大を検討
実施内容	<ul style="list-style-type: none">・ キッチンカーは最大数を出店し、合わせてマルシェの出店数を順次拡大。可能な限り左岸・右岸のコンセプトに沿った出店に留意・ 体験コンテンツの提供は、収益性や効果を踏まえ事務局直営のほか、体験事業者との連携による実施も検討・ 季節に応じたイベントや他イベント、維新ふるさと館や商店街等と連携した取組の実施を検討
事務局運営	運営の安定や実施内容の充実に向け、出店料や事務局ブースの収益に加え、協賛金や補助金の活用等も検討
環境整備	キッチンカーの乗入れ導線の改善、乗入れに伴う安全対策を実施。出店エリアの拡大を検討

②運営の具体例（イベントの詳細は企画提案により今後決定）

段階	実施エリア	実施頻度 時間	出店者数			備考
			キッチンカー	マルシェ	体験	
1年目	左岸A	・ 定期開催 (1回/月) ・ 11:00 ~20:00	15	30	3	・ 市によるキッチンカー乗入れ導線等の環境整備 ・ 右岸や左岸Bは大型連休や他イベントと連動して利用 ・ 協賛金、補助金の活用等
2年目	左岸A 右岸	・ 定期開催 (2回/月) ・ 11:00 ~21:00	20	50	5	・ 市によるキッチンカー出店エリア拡大 ・ 季節感のあるイベントの追加（花見・月見等）
3年目	左岸A・B 右岸	・ 定期開催 (2回/月) ・ 10:00 ~21:00	25	70	8	・ 左岸、右岸のコンセプトに沿った出店

イベント運営により、甲突川河畔におけるにぎわいの場づくりが継続的、発展的に実施された場合、将来的に民間による店舗設置を検討（候補地：左岸A・右岸）

③実施体制

