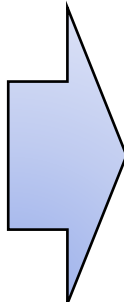


1. 第5回木曾川・笠松エリア利用調整協議会の協議結果及び令和5年度の実施内容について

令和5年2月9日に開催した第5回協議会において、各委員様よりご意見をいただいたことを受けて、第Ⅲ期社会実験を下表のとおり実施した。

令和4年度		➡	令和5年度
第5回協議会議事内容	第5回協議会意見		第Ⅲ期実施内容
1. 令和4年度の社会実験の結果について	・実験実施者から、町の柔軟な対応が評価されている。	➡	継続してⅢ期目の“かさまつminaTRY”を進めていく。
	・イベントを実施しないと集客は見込めない		公園管理委託業者である(株)ヒマラヤによる自主イベントを実施する。
	・河川敷で実施できないと考えていたことが実施可能ということが分かった。		民間による多種多様なイベント等の企画書を提出してもらう。町として、引き続き柔軟に対応する。
	・恒常的に出店ができる仕組みづくりを今後も進めたい。		第Ⅲ期笠松minaTRY (R5.4.10~R5.12.24)
	・「いい所だから人が来てくれる」わけではなく、“営業”が重要である。		広報誌(5月)・LINE(4月)・HP(4月)で町内町外へ広く周知する。
	・ペットの場合、目的意識が強く来訪動機になりやすく、消費意欲も強い。		ドッグランなども含め、各種イベントを主催していただける団体を募集する。
2. 令和5年度の事業計画について	・日常の中で公園の価値を高める、という方向性を持ち続ける	➡	何度でも来園したくなるような公園整備を進める。 花壇整備・映えスポット整備
	・同じ内容では集客力が低下するため、継続性確保のために工夫が必要である。		プロモーション協会及び“かさまつminaTRY”で主催する各種イベント等に付加価値を付けて実施する。
	・事業者、町内外に対し、公園の良さのアプローチが必要である。		広報誌・LINE・HPで周知する。
	・学生などによる公園の運動利用を進めるのも1つの「日常」にできるのではないか		平日の夕方に、笠松中学校・岐阜工業高校の運動部で利用している。

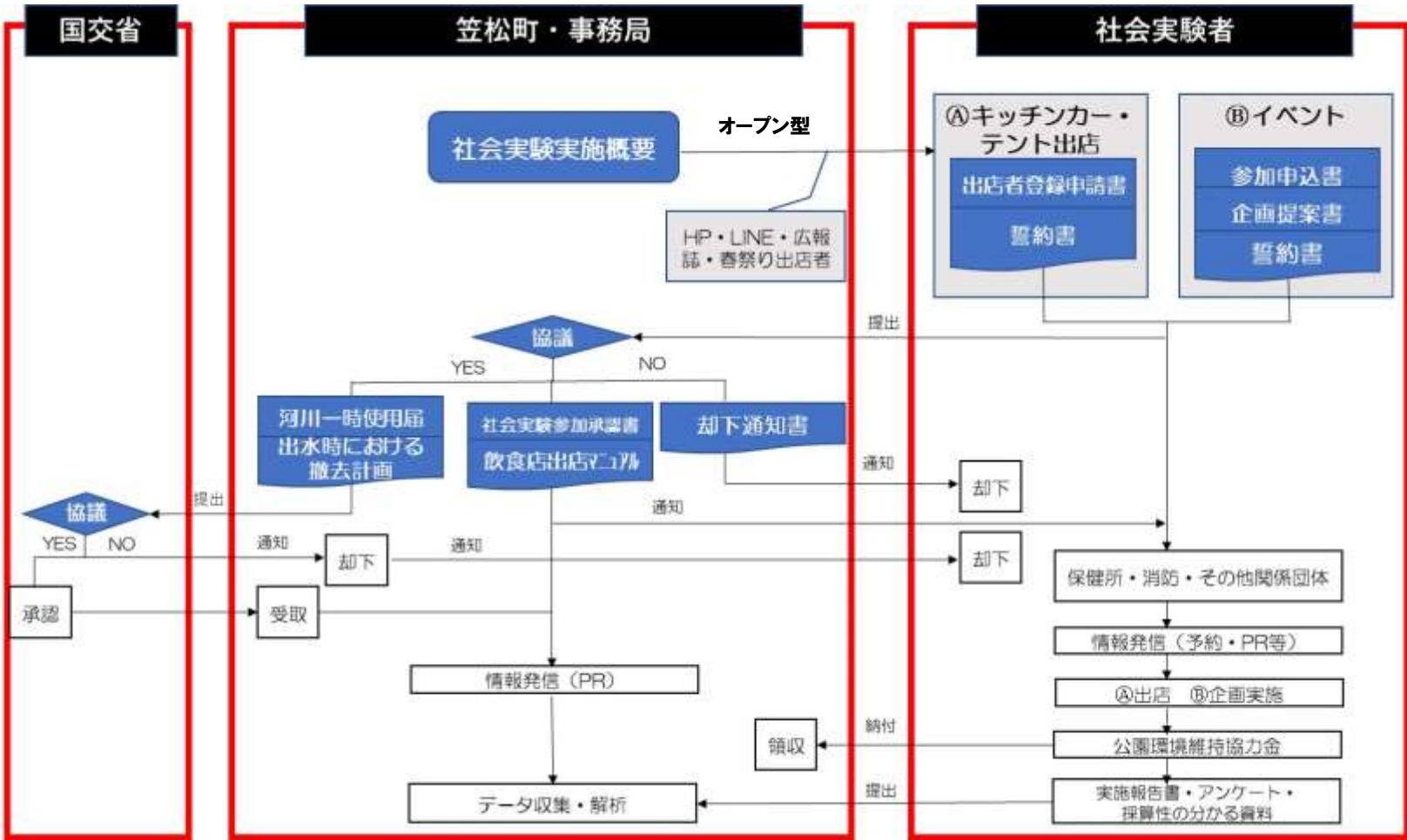
3. 運営体制について	<ul style="list-style-type: none">・民間企業が公園常駐のかたち（委託）で公園管理に加え自主事業を行うかたちで、運営体制の方向性を確認する		委託業者ヒマラヤによる公園管理・自主事業（BBQ イベント等）を実施する。
	<ul style="list-style-type: none">・公園だけでなく、笠松一帯のブランド価値を高める仕掛けづくりができるとうい		
	<ul style="list-style-type: none">・協議会機能と運営事業体の機能は、客観的な議論ができる関係性しておく。		
	<ul style="list-style-type: none">・どのようにすると誰もが動きやすい運営体になるのか、そういう仕組みを作れるのかということが来年度の一番大きなポイントとなる		<資料2>で説明

2. 第Ⅲ期社会実験（前期）の結果報告と社会実験（後期）の予定

(1) 第Ⅲ期社会実験の業務の流れについて

令和5年度の社会実験（前期）「第Ⅲ期かさまつminaTRY」実施に係る事務フローは下図のとおりである。

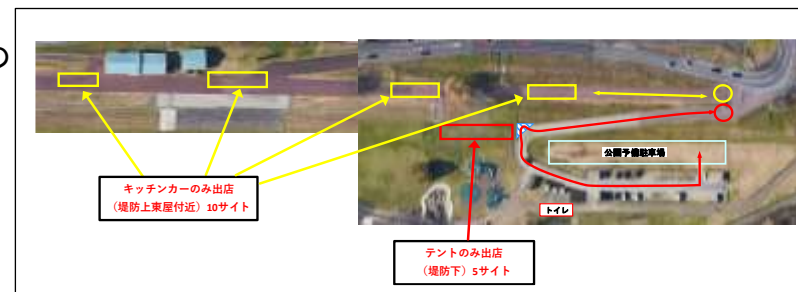
第Ⅰ期（令和3年度）は春限定、第Ⅱ期（令和4年度）は夏～冬の確認し、第Ⅲ期（令和5年度）は春（4月10日）～冬（12月24日）とし、様々な主体の参画が得られるようこれまでのセミオープン型からオープン型へ変更し広く募集をかけ、誰でも出店できる仕組みとした。その後の事務フローは、第Ⅱ期と同様である。



第Ⅲ期事務フロー図

(2) 前期社会実験者の結果

4月上旬に、春祭り出店者（計25事業者）及び町HP・町LINE・広報誌にて当該社会実験の参加募集を呼びかけたところ、16事業者より応募があった。そのうち、下表のとおり11事業者による社会実験を行ったものの、残る5事業者は都合がつかなく出店は見送った。「かさまつみなと公園臨時飲食店舗出店マニュアル」に基づき、出店場所を堤防上・下に振り分けを行った。（右図参照 … 堤防上：キッチンカー / 堤防下：テント）



《抜粋》かさまつみなと公園臨時飲食店舗出店マニュアル

①キッチンカー・テント出店 (11店舗のうち、笠松町内は6店舗)

(i) 出店実績

No.	屋号	所在地	出店形式	春祭り出店有無	4月	5月	6月	7月	8月	9月	計	客層	利用者数/日	総売上/日(円)
1	ソワユ(soielle)	笠松町	キッチンカー	○	1	0	1	0	0	0	2	ファミリー層	12組	18,000
2	カミノリアル	一宮市	キッチンカー	○	2	0	0	0	0	0	2	ファミリー層	50人	22,000
3	美河ハム(飲食)	岐阜市	テント	○	1	2	0	0	0	0	3	子連れ女性	20人	13,000
4	カイロ整体 笠松施術院(物販)	笠松町	テント	○	0	3	0	0	0	0	3	30代男性	10人	2,000
5	alo alo(飲食)	笠松町	テント	○	0	1	0	0	0	0	1	-	-	-
6	味楽	岐阜市	キッチンカー	○	0	3	0	0	0	0	3	ファミリー層	15人	10,000
7	ぐんかんきっちゃん	岐阜市	キッチンカー	○	0	7	2	1	0	0	10	子連れ女性	15人	9,200
8	加藤商店(飲食)	笠松町	テント	○	0	5	0	0	0	0	5	-	-	16,000
9	加藤商店(物販)	笠松町	テント	○	0	3	0	0	0	0	3	-	-	4,000
10	焼き芋専門店はりろ	岐阜市	キッチンカー	×	0	0	1	0	0	0	1	ファミリー層	24組	18,000
11	Her R	笠松町	キッチンカー	×	0	0	0	0	1	0	1	20~30代	7人	3,000
計					4	24	4	1	1	0	34			
公園環境維持協力金(2,000円/サイト/日)					8,000	48,000	8,000	2,000	2,000	0	68,000			

次頁「採算性資料」参照

採算性資料 (No.1_ソワージュ (soielle) 資料抜粋)

実施日	天気	最高気温	人数	販売数	売上金 (税込) A	消費税 B	仕入材料費 C	仕入加工費 D	販売費 E	協力金 F	粗利 G=A-(B+C+D+E+F)	備考
4月22日 (土)	晴	22.7℃	12組	28個	14,730	1,092	7,565	3,000	14,000	2,000	-12,927	売上 38,000 円以上で採算性あり
6月24日 (土)	晴	29.8℃	19組	50個	21,110	1,565	10,555	3,000	11,000	2,000	-7,010	売上 32,000 円以上で採算性あり



No.1_ソワージュ



No.2_カミノリアル



No.10_焼き芋専門店はりろ

(ii) アンケート調査

出店のあった11店舗の実験者に対して、下記4点のアンケート調査を行った。

①採算性有無について	②その理由
あり：3 (27.3%)	季節がよかった・曜日がよかった・天候がよかった
なし：8 (72.7%)	情報周知が不足していた・季節が悪かった(暑すぎた)・BBQイベントをやっていた・悪天候が続いた

③事業化に向けたインフラ整備について

- ・遊具付近で遊んでいる利用者向けに、キッチンカー(堤防上)への案内表示が必要である。キッチンカーが目立たなかった。
- ・環境面が整備されているため、安全面は良いと思う。

④改善点や要望について

- ・売上金が 2,000 円を超えない場合は、協力金の免除または次回繰越等の救済措置があるとよい。
- ・出店料が 1,000 円～1,500 円程度が望ましい。
- ・夏季は、夕方から犬の散歩やランニング等の利用者が多くなるため、時間を延ばせると集客が見込めると思った。
- ・イベントが開催されないと集客は期待できないと感じた。

(iii) 考察 <事務局>

- ・6月以降暑さが増し、9月になっても残暑が厳しい。そのため、人出が少なく9月は出店申込が1件もなかった。
- ・イベントがない日の出店では集客がなかなか見込めないことが改めて分かった。
- ・行楽シーズンであっても、天候の悪い日が多く当日の出店キャンセルが多かった。(その場合は、協力金不要)

⑤企画・イベント

(i) 前期実績

- <イベント名> BBQ
- <主催者> (株) ヒマラヤ
- <目的> 公園の利用価値や今後のあり方を調査するため、BBQイベントを3回実施した。
- <概要> ヒマラヤ専用サイトによる事前予約制
 → 町HP・町LINE・ヒマラヤHPで周知
 全15サイト(1サイト8名まで)
 洗い場・ゴミ箱・炭廃棄場を利用者へ提供。
 食材販売はなし。

BBQイベント	日程	時間	場所代
第1期 【春祭り期間中】	3月25日(土)～4月9日(日) 全16日間	午前9時 ～ 午後4時	1,650円
第2期 【春季】	4月29日(土)～5月7日(日) 全9日間		2,200円
第3期 【夏季】	7月15日(土)～8月26日(土) 全7日間とも土曜日のみ		2,200円

<利用実績> : 晴 : 雨 : 真夏日

期	日	天	気	最高 気温	BBQ予約 サイト数	キャンセル サイト数	うち利用		利用サイト率
							サイト数	人数	
第1期	3月25日	土	曇	17.0	8	6	2	4	13.3%
	3月26日	日	雨	13.2	4	4	0	0	0.0%
	3月27日	月	晴	18.9	1	0	1	4	6.7%
	3月28日	火	晴	19.9	0	0	0	0	0.0%
	3月29日	水	晴	19.9	0	0	0	0	0.0%
	3月30日	木	晴	21.5	0	0	0	0	0.0%
	3月31日	金	晴	22.3	0	0	0	0	0.0%
	4月1日	土	晴	26.2	12	3	9	53	60.0%
	4月2日	日	晴	23.1	9	1	8	51	53.3%
	4月3日	月	晴	22.5	1	0	1	4	6.7%
	4月4日	火	晴	22.2	0	0	0	0	0.0%
	4月5日	水	晴	20.2	0	0	0	0	0.0%
	4月6日	木	雨	17.8	0	0	0	0	0.0%
	4月7日	金	雨	18.4	0	0	0	0	0.0%
	4月8日	土	晴	16.1	5	2	3	7	20.0%
	16	4月9日	日	晴	18.7	9	1	8	42

期	日	天	気	最高 気温	BBQ予約 サイト数	キャンセル サイト数	うち利用		利用サイト率
							サイト数	人数	
第2期	4月29日	土	雨	22.6	5	3	2	13	13.3%
	4月30日	日	雨	19.8	3	2	1	1	6.7%
	5月1日	月	晴	24.9	1	1	0	0	0.0%
	5月2日	火	晴	24.0	4	2	2	10	13.3%
	5月3日	水	晴	25.3	11	4	7	47	46.7%
	5月4日	木	晴	26.5	14	2	12	68	80.0%
	5月5日	金	晴	24.9	17	6	11	68	73.3%
	5月6日	土	雨	25.1	8	8	0	0	0.0%
	9	5月7日	日	雨	20.7	1	1	0	0
第3期	7月15日	土	曇	33.7	0	0	0	0	0.0%
	7月22日	土	晴	34.1	0	0	0	0	0.0%
	7月29日	土	晴	36.5	2	0	2	5	13.3%
	8月5日	土	晴	36.4	1	1	0	0	0.0%
	8月12日	土	晴	38.2	7	4	3	18	20.0%
	8月19日	土	晴	36.9	23	18	5	16	33.3%
	7	8月26日	土	晴	34.8	0	0	0	0

<結果・考察（ヒマラヤ）>

- ・有料化したことで、マナーの悪化を防ぐことができた。また、有料に対しての意見は出なかった。
- ・顧客間を一定間隔あけたことで、顧客間トラブルを防ぐことができた。
- ・広々とした空間が確保できたこと、ゴミ箱設置、炭廃棄場設置に対価性を得た利用者が多かった。
- ・改めて、平日/休日、天候や気温に左右されることが分かった。
- ・その中でもGWやお盆期間中の利用は多かった。
- ・近隣公園と差別化を図るため、公園の美化（ゴミ拾い・芝刈り）を継続的に実施し、余裕を持った空間づくりやゴミ廃棄可等の付加価値が重要である。
- ・有料化の対価性を持ち、公園利用価値の上昇及び利用マナーの改善が図られる。

(ii) 後期の予定

- ① <イベント名> BBQ（4回目）
 <主催者> (株) ヒマラヤ
 <目的> 3回目までと同様
 <概要> 3回目までと同様

BBQイベント	日程	時間	場所代
第4期【秋季】	9月16日（土）～11月25日（土） 全8日間とも土曜日のみ	午前9時～午後4時	2,200円

- ② <イベント名> Autumn Sports Festival
<主催者> (株)ヒマラヤ <共催> FC岐阜・笠松町プロモーション協会
<実施日> 11月3日(金) 午前10時～午後4時 (予備日:11月5日(日))
<概要> 公園の特性(サイクリングロード・芝生広場等)を活かしたイベントを行い、地域の方との賑わいと身体を動かす機会の場を提供する。
- ③ <イベント名> クレイジーカサマツ
<主催者> 岐阜ビール祭り実行委員会
<実施日> 10月7日・8日・9日
<概要> ①クラフトビール(飲食系) ②アウトドアマーケット(アクティビティ系) ③キャンプ(アクティビティ系)
④郡上踊り(アクティビティ系) ⑤ラグビーワールドカップパブリックビューイング(中央交流センター)