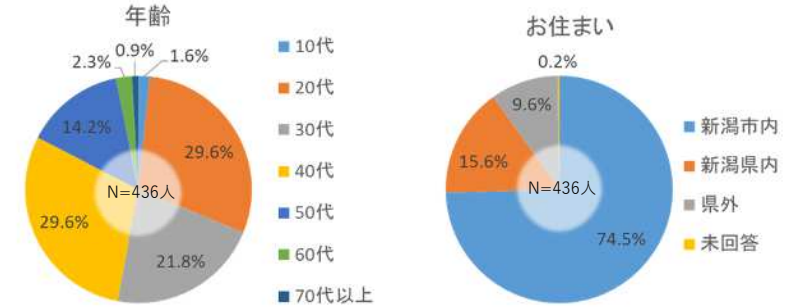


■水辺アウトドアラウンジ実施概要 ※R4までは両岸で実施

年度	飲食出店期間			日数	出店数	売上総額 (万円)(税込)	利用者数 (人)
H28	6/19	～	12/25	9月末で概ね終了	11店	7,400	30,000
H29	7/1	～	10/1	93日間	14店	7,402	34,400
H30	7/1	～	10/14	106日間	11店	8,693	35,300
R1	6/29	～	9/29	93日間	7店	10,150	40,300
R2	—	—	—	—	—	—	—
R3	6/19	～	8/29	72日間	5店	7,615	26,700
R4	6/18	～	9/25	100日間	8店	10,779	37,000
R5	6/17	～	9/24	100日間	5店	10,878	33,860

■アンケート結果等



○総合満足度

	R1	R2	R3	R4	R5
満足度(「やや満足」以上)	88%	中止	92%	90%	91%
「満足」	48%	中止	58%	65%	66%
「やや満足」	40%	中止	34%	24%	26%

○リピート率

・**58%** (アンケート: 254/436件)

○居心地の良さ

・とても居心地がいい **60%**

○ミズベリング利用前後の訪問先

・万代シテイ **53%**、自宅・宿泊先 **30%**、古町 **16%**

(・居心地がいい **35%**)

(R4: 万代シテイ 16%、自宅・宿泊先 52%、古町 7%)

■イベント写真 (抜粋)



TAKIBIラウンジ



PEACE BANK



キッズウォーターパーク



水辺体験CAMP



Outdoor Bar by 久保田



SUP体験教室



盆踊り

まとめ

- ・天候により多少、利用者数の減少が見られたが、ほぼ例年並みの水準であり、利用者の「居心地の良さ」の評価が高いことなどから、一定の賑わいの質は確保されていることが伺える。
- ・アンケートでは、居心地の良さの評価が高く、近隣住民の満足度も高かったことから、本取組を推進することで、<にいがた2km>で掲げる「居心地が良く、市民が主役になるまちづくり」に寄与することが出来た。
- ・多くの近隣住民から「新潟らしい・新潟が誇る取組」と認識されており、本取組がシビックプライドの醸成に寄与していることが伺える。
- ・アンケートでは多くの方から「都市と水辺が調和した景観」に魅力を感じるという回答があり、ミズベリングの魅力を変えて認識することが出来た。これらを意識して取組を推進していくことで、より一層の都心部の魅力の向上につなげていきたい。
- ・H28年から長期にわたり開催してきたことで、本取組が地域に根付いていることが伺える。今後も、新たな体験価値が提供される場として、公民連携のもと、より一層の利活用が進んでいくことを期待したい。