



# 名鉄知多半田駅前 ストリートファニチャー による社会実験 報告書

主催：半田市 市民経済部 産業課

運営：一般社団法人はんだのたね

2024年03月





# 目次

---

1	社会実験に至る経緯	P.1-2
1-1	実施の背景について	P.1
1-2	現在までの経緯について	P.2
2	社会実験の概要	P.3-8
2-1	仮説について	P.3
2-2	実施期間について	P.3
2-3	社会実験での取り組み	P.4
2-4	所轄警察及び行政との協議	P.5
2-5	ストリートファニチャー	P.6-7
2-6	キッチンカーの出店	P.8
3	調査の実施概要と結果	P.9-17
3-1	調査の実施概要	P.9
3-2	シールアンケート調査結果	P.10-11
3-3	ヒアリング・WEBアンケート調査結果	P.12-14
3-4	販売実績及び出店者アンケートから見る調査結果	P.15-17
4	社会実験の評価	P.18-23
4-1	社会実験の効果検証結果	P.18-21
4-2	今後の展望・課題	P.22

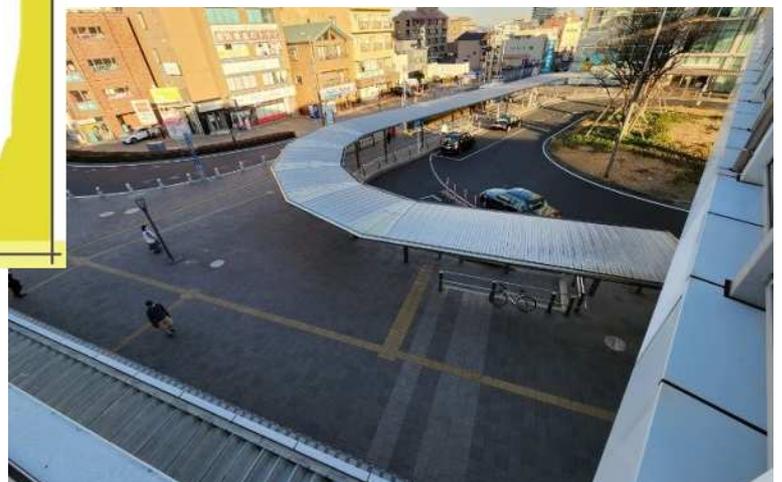


# 1社会実験に至る経緯

## 1-1 実施の背景について

名鉄知多半田駅前は、区画整理事業以降、来街する目的がなく、通勤通学の往来地点となっており、中心市街地として活性化されているとは言い難い現状となっています。

そこで、人が居たくなる中心市街地をつくり出すために、人が滞在時間を延ばすためには何が有効なのかを検討する必要がありました。





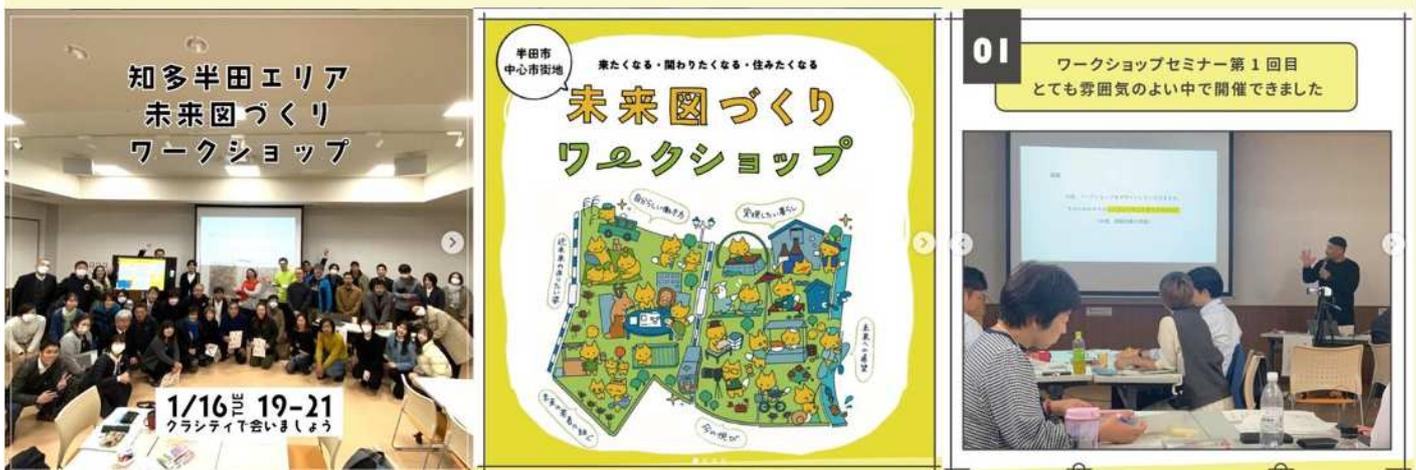
# 1 社会実験に至る経緯

## 1-2 現在までの経緯について

知多半田駅前には朝夕の通行人口は多いものの、日中の来街は低いことが判明しています。各種ワークショップ等の意見からも「来街する目的」であるそこに居たくなる空間の要望が寄せられてきました。

《ワークショップからの意見》

- 学生たちが溜まれる場所がない
- 食べ歩きできるといい
- 緑を感じられるまちにしたい





## 2 社会実験の概要

### 2-1 仮説について

往来する人々の滞在する仕組みを創出することで、現在通過点となっている知多半田駅前に来街する目的ができ、滞留を生むことつながると仮説を立て、検証することとしました。

### 2-2 実施期間について

2024年2月14日～2024年2月29日まで

The poster features a blue background with yellow and white text and illustrations. At the top, it says 'HANDANOTANE' and '[ストリートファニチャー社会実験]'. The main text reads: 'ストリートをつかっただけじゃ、社会実験を遂にスタート! マチナカにある素敵なエリアを見つけてよう!' Below this is an illustration of a street scene with people and buildings. To the right, it says: 'この空間に込められた思い 駅前にみんなの居場所があれば、きっとこのマチが好きになる。ここに来る理由ができる。みんなのマチはみんなで好きに。これからも半田を素敵なマチに、そこに居たくなる空間を。' Below the illustration is a section titled '社会実験の内容' (Social Experiment Content) with two points: '実験: ストリートファニチャー設置による利用者の数測定' and '戦略: 知多半田駅前の活性化を目標にしており、駅前の滞在人口を増やすことができるかを実験的に調査する試みです。飲食も併せて販売することで新たな空間を創出します。' At the bottom, it says '2024年2月8日-2月29日開催!!' and provides contact information: '主催: 一般社団法人はんだのたね 〒475-0857 愛知県半田市広小路町155-3 クラシティ 共催: 半田市 市民経済部 産業課'. There is also a QR code and the text 'みんなの「やりたい!」を投稿しよう!'.

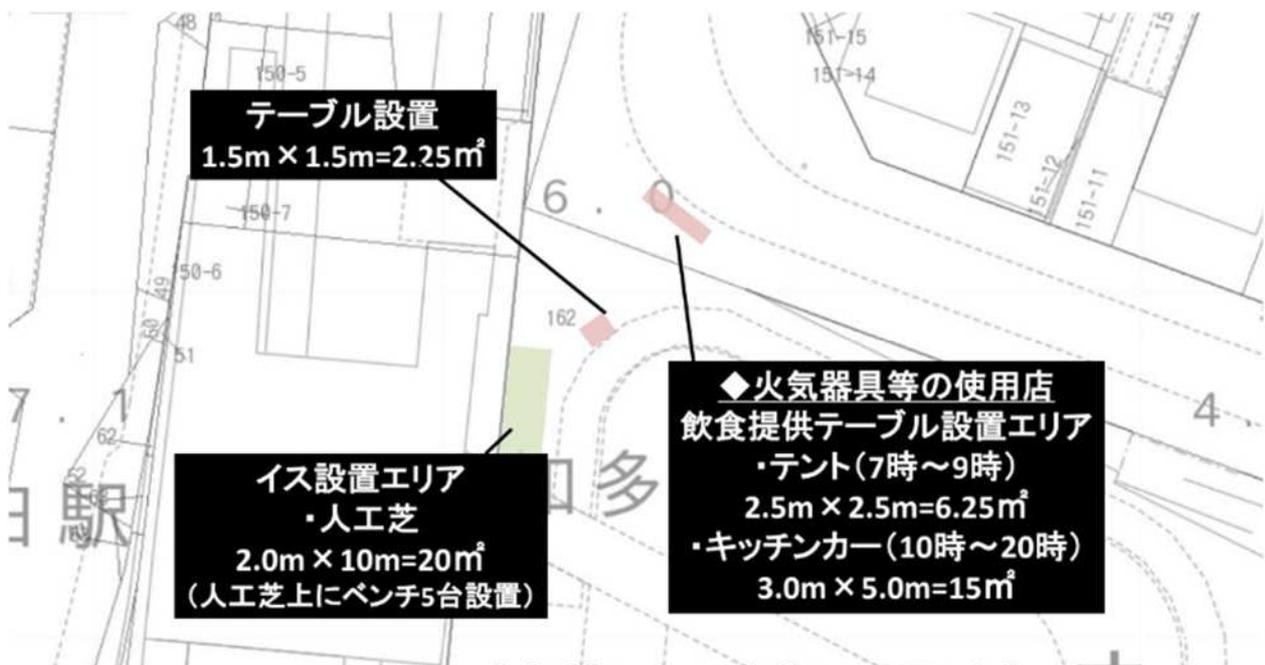


## 2 社会実験の概要

### 2-3 社会実験での取り組み

今回の社会実験は「公共空間を利活用した滞留・来街促進」をテーマに、名鉄 知多半田駅東ロータリーにてハード面ではストリートファニチャーの設置を、そしてソフト面では飲食の提供をすることにより、効果の検証を行うこととしました。

名鉄知多半田駅とJR半田駅を結ぶ中心市街地の知多半田エリアは、朝夕の通行人口と日中の来街人口に大きく差があるエリアです。ストリートファニチャーについては、24時間の設置を行い、飲食の提供については、朝・日中・夕方の3部に時間帯を分けて行いました。(図1)





## 2 社会実験の概要

### 2-4 所轄警察及び行政との協議

所轄警察署との協議については、イス、テーブル、キッチンカー等を通行エリアとして利用実態のある箇所に設置するため、歩行者や自転車の通行の安全が担保できていることを整理しました。また、土木課との協議については、点字ブロックエリアの確保、設置する家具の重量や位置など、同じく歩行者や自転車の通行の安全が担保できていることを整理しました。双方、半田市が主催とのこともあり、本事業の趣旨についてご理解をいただきスムーズに協議が進みました。

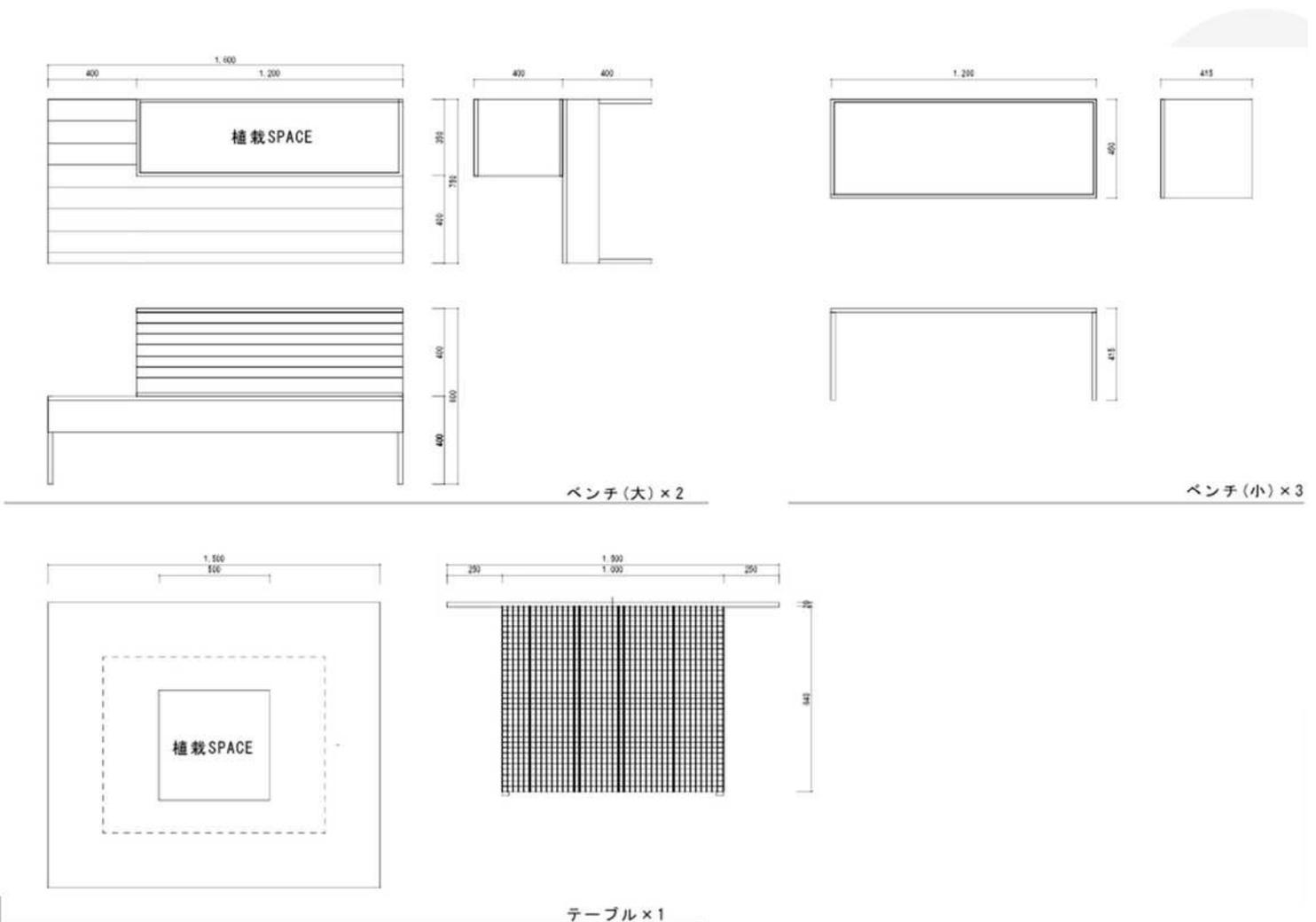




## 2 社会実験の概要

### 2-5 ストリートファニチャー

製作にあたっては、「そこに居たくなる空間」を演出するため、コンセプトの中に、「グリーンインフラ」や「座りやすさ」の概念を取り入れました。また、木の温もりを感じるような色の仕上げを行い、植栽を組み込むことで緑を取り入れました。





## 2 社会実験の概要

### 2-5 ストリートファニチャー

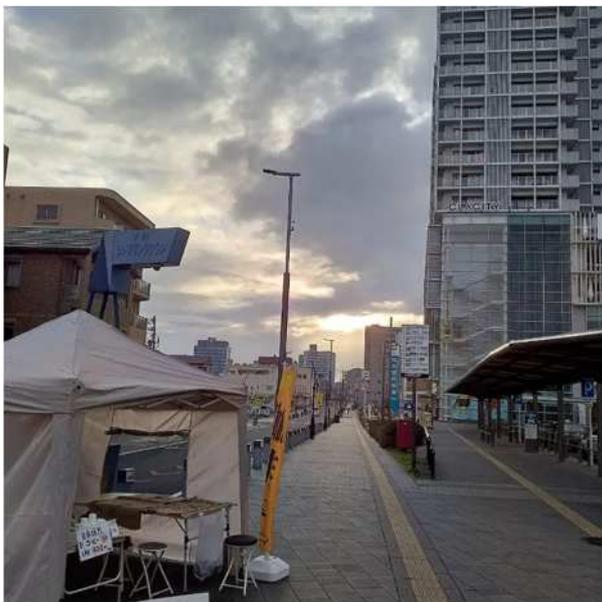




## 2 社会実験の概要

### 2-6 キッチンカー等の出店

キッチンカーやテント等による飲食の販売については、エリア全体の通行状況を加味して配置しました。知多半田駅を利用する方の導線圏内に配置することで立ち寄りやすい空間演出としました。





## 3 調査の実施概要と結果

### 3-1 調査の実施概要

社会実験の効果を測る調査手法として①現地常設看板によるシールアンケート調査 ②利用者へのヒアリング・WEBアンケート調査③飲食販売パートナーへの売上・アンケート調査の3種類の調査を実施しました。

#### ①現地常設看板によるシールアンケート調査

「未就学～10代」「20代～30代」「40代～50代」「60代以上」の4世代にカテゴリをおこない、「この場所が欲しいと思ったらシールで応援しよう」と利用者が参画できるように仕組み化しました。

#### ②利用者へのヒアリング・WEBアンケート調査

実際に利用している方に対して現地でヒアリング調査を行い、並行して現地にQRコードを設置してWEBアンケートを行いました。

#### ③飲食販売パートナーへの売上・アンケート調査

飲食パートナーの皆様にご協力いただき、出店日の売上・提供数についてのアンケートを実施しました。

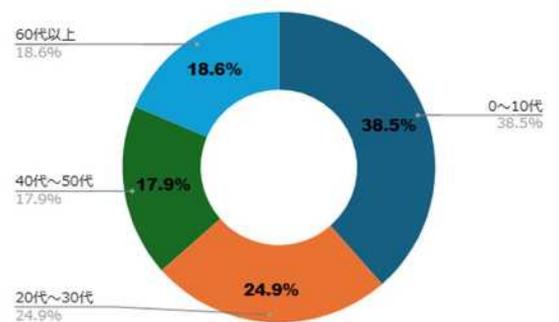


## 3 調査の実施概要と結果

### 3-2 シールアンケート調査結果

シールアンケートについては世代別に「シールで応援しよう」と参画できるように仕組み化し、社会実験期間中に合計で301名の利用者から「この場所が駅前に欲しい」と回答をいただきました。世代別では、未就学～10代の116件が最も多く全体の約38%、40代～50代の54件が最も低く全体の約18%という結果となりました。下記グラフからも分かる通り、設置を開始してから順調に推移しており、特に、30代以下の参画が顕著となりました。これは、一般社団法人はんだのたねが運営しているワークショップでも同様の兆候が見られ、まちに対しての興味関心が高齢層から若年層まで浸透してきたものと考えられます。結果として、合計で301名から「この場所が欲しい」と回答があり、好評の結果となりました。

社会実験シールアンケート





# 3調査の実施概要と結果



## 3-2 シールアンケート調査結果

駅前社会実験シール数管理表

	2/14	2/15	2/16	2/17	2/18	2/19	2/20	2/21	2/22	2/23	2/24	2/25	2/26	2/27	2/28	2/29
	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)	(月)	(火)	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)	(月)	(火)	(水)	(木)
0~10代	19	20	31	39	45	45	56	60	65	71	76	77	98	100	106	116
20代~30代	20	22	27	32	36	36	45	45	49	55	58	58	67	67	71	75
40代~50代	13	13	16	19	22	22	30	32	34	36	39	39	48	48	50	54
60代以上	10	14	18	19	20	20	21	22	23	31	33	35	42	48	53	56
<b>合計</b>	<b>62</b>	<b>69</b>	<b>92</b>	<b>109</b>	<b>123</b>	<b>123</b>	<b>152</b>	<b>159</b>	<b>171</b>	<b>193</b>	<b>206</b>	<b>209</b>	<b>255</b>	<b>263</b>	<b>280</b>	<b>301</b>
前日比	0	7	23	17	14	0	29	7	12	22	13	3	46	8	17	21



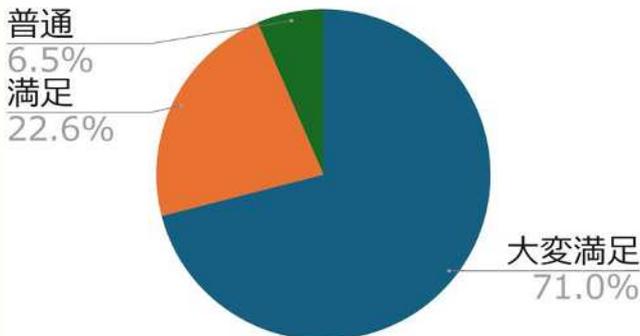


## 3調査の実施概要と結果

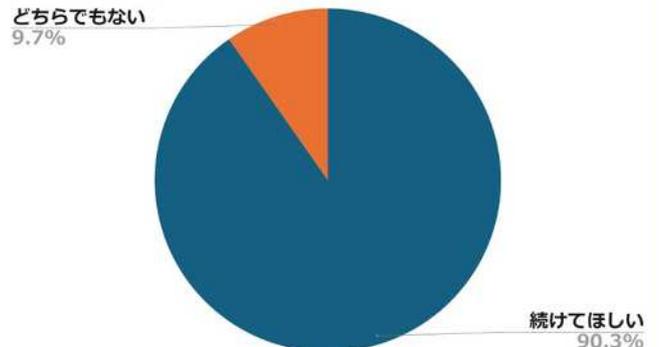
### 3-3 ヒアリング・WEBアンケート調査結果

利用者へのヒアリング・WEBアンケート調査結果について、通行人や休憩利用していた方、飲食の場として利用していた方など31名にご協力いただきました。結果としては、「大変満足・満足」が計93.6%であり、また、90.3%の方に「この場所を継続して欲しい」との回答をいただきました。ヒアリングの中でも、「殺風景だった駅前に滞在可能な場所ができると雰囲気が変わる」とのお声もいただき、駅前の空間に“滞在できる場所”が必要であることが明確となりました。

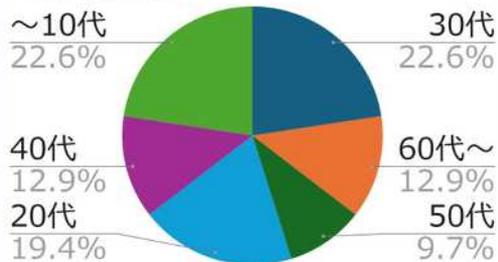
「社会実験エリアの満足度」



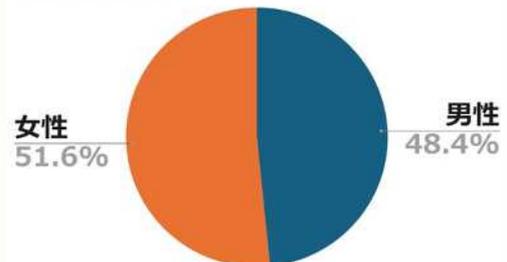
設置が今後も続いてほしいですか



「年代」のカウント数



「性別」のカウント数





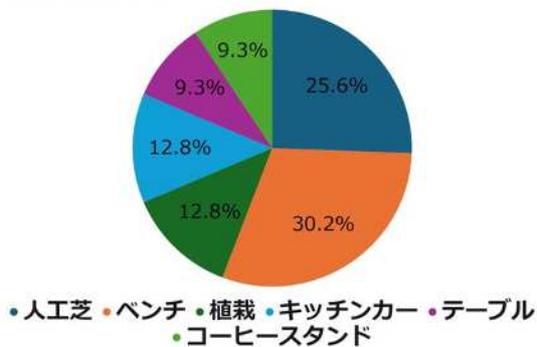
## 3調査の実施概要と結果

### 3-3 ヒアリング・WEBアンケート調査結果

「社会実験で良かったこと」については、ベンチと人工芝が大半を占めました。植栽やキッチンカーについても多くの反響を得る結果となりました。

また、「今後駅前に欲しい」項目については、ベンチ・キッチンカー・雨をしのげる屋根が上位になり、潜在的に滞在できる場所が求められている結果が明らかとなりました。

本社会実験で良かったこと



今後駅前に日常的に欲しい

マルシェなどの催し

9.3%

施設

5.3%

雨風をしのげる屋根

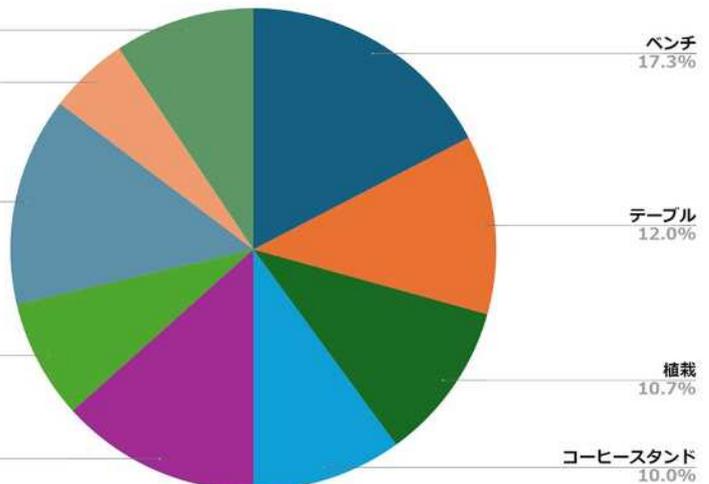
14.0%

照明

8.0%

キッチンカー:

13.3%





## 3調査の実施概要と結果



### 3-3 ヒアリング・WEBアンケート調査結果

自由記載欄へは下記のようなコメントをいただきました。

- ・催しやイベントの際に清潔なお手洗いが近くにあると安心して子連れでお出かけできると思います。
- ・通り過ぎるだけでなく立ち止まって何かできる場所があると嬉しい。
- ・駐車場がある休日の朝市ができたらいいな。
- ・朝の駅前はどこのお店も開いてなく寂しいので、入れるお店、話せる店員さんがいると嬉しい。
- ・子どもを座らせる場所はまちなかに多く欲しい。雨でも、暑くても休める場所があると助かります。
- ・朝夜に寄れる立ち飲み(コーヒー、お酒)のお店があったらいいな。
- ・朝の散歩中、毎朝テントを立てて頑張ってるのをみるとこちらも元気が出ます。
- ・駅前が賑わうよう願っています。
- ・テイクアウト、ファーストフード店があると嬉しい。
- ・キッチンカーが複数ありお祭りのようだと楽しそうでいいなと思います。楽器などを弾く人もいたり、フード系メニューも選べるマルシェがあったら伺ってみたいです。
- ・フリーWiFiがあると、もっと便利になると思います。





## 3 調査の実施概要と結果



### 3-4 販売実績及び出店者アンケートから見る調査結果

飲食販売パートナーへの調査結果については、“朝夕”と“日中”に時間帯を分類し検証を行いました。“朝夕”の販売については、天候にも左右されますが継続するにつれ利用者が増加傾向となり、飲食パートナーからも「継続と定着が叶えば駅前の可能性が広がる」や、「日常的に出店したい」とコメントをいただき、利用者と事業者の双方が駅前での滞在の場を求める結果となりました。

飲食販売管理【朝夕の部】

■ 売上(千円) ■ フード ■ ドリンク

飲食販売管理【昼の部】

■ 売上(千円) ■ フード ■ ドリンク

60

※出店者の売上が特定できる情報であるため、  
情報を一部非公開といたします。

#### ■ 出店者一覧

##### 【朝夕の部】

ココチャコーヒー／あまおと珈琲

##### 【昼の部】

K's Pit／GINGERZONE／HAJIKAMI／FlyingPotato／アーリーカフェ／大蔵餅／Bears kitchen



# 3調査の実施概要と結果



## 3-4 販売実績及び出店者アンケートから見る調査結果

### 飲食販売管理表【朝夕の部】

	2/14	2/15	2/16	2/17	2/18	2/19	2/20	2/21	2/22	2/23	2/24	2/25	2/26	2/27	2/28	2/29
	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)	(月)	(火)	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)	(月)	(火)	(水)	(木)
ドリンク	※出店者の売上が特定できる情報であるため、 情報を一部非公開といたします。															
フード																
売上(千円)																

### 飲食販売管理表【昼の部】

	2/14	2/15	2/16	2/17	2/18	2/19	2/20	2/21	2/22	2/23	2/24	2/25	2/26	2/27	2/28	2/29
	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)	(月)	(火)	(水)	(木)	(金)	(土)	(日)	(月)	(火)	(水)	(木)
ドリンク	※出店者の売上が特定できる情報であるため、 情報を一部非公開といたします。															
フード																
売上(千円)																





## 3調査の実施概要と結果



### 3-4 販売実績及び出店者アンケートから見る調査結果

自由記載欄へは下記のようなコメントをいただきました。

・気にされる方は多い印象であったので、時間はかかると思いますが、徐々に利用者を増やしていけると感じました。

・私が持ち込んだ本を木製ファニチャーに置いたところ、利用客以外の道行く人が読んで面白かった。駅でファミチキやおにぎりを買って、木製ファニチャーで食べる人もいた。素敵に利用されている。

・11:30-13:00位しかベンチに日がさしてなかった。日陰席、ひなた席、どちらも欲しい。

・日曜日の朝は、人通りが少なく、近所の方に覚えてもらって来てもらうしかないと感じました。9時以降に、若い人が通るようになった。

・駅前での出店が初めてでしたが、平日の昼でも人通りは結構あると感じました。・出店する場所によって売り物を変えたり、品を増やしていきたい。

・ベンチ辺りが暗かった。それと、ベンチのすぐ近くで販売できるとよいと思う。

・キッチンカーからベンチが遠い。木製ファニチャーの配置を変えてみてはどうだろうか。交流がしにくかった。

・腰掛けて休憩する場所に屋根があると目につきやすくロータリーに滞留するかも。パラソルもしくは、可能なら開閉式の屋根など。

「最近毎回なんか出ているね。」という声を頂きました。だんだんと通る人との距離が近くなってきた感じがします。



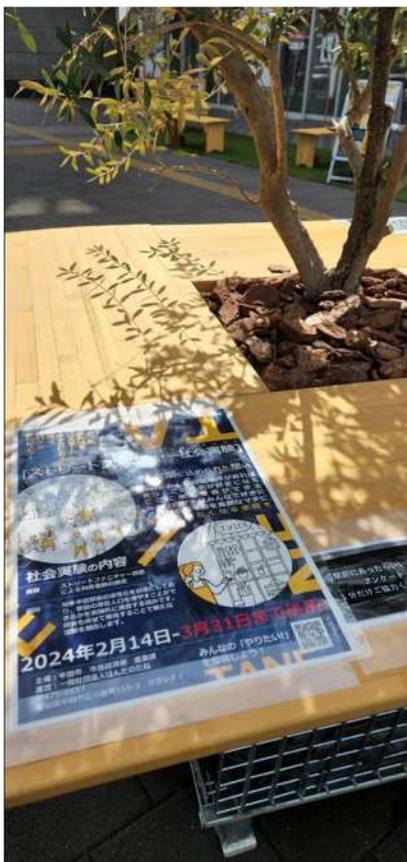
## 4 社会実験の評価

### 4-1 社会実験の効果検証結果

利用者数(延べ人数)：1,000人 (2/14-2/29の16日間)

シールアンケートや、利用者へのヒアリング・WEBアンケート調査、飲食販売パートナーヒアリング等を含む調査の結果、ストリートファニチャーでは朝夕の待ち合わせや日中の休憩利用、ビジネスマンのパソコン作業や飲食スペースとしての利用など、様々な利用シーンを確認することができました。本事業の目的である「滞在」という側面から検証する意味では一定の効果が確認できたと検証できます。

また、ストリートファニチャー及びキッチンカーの利用者については、シールアンケートを3人に1人貼ったと仮定した推計を毎日定期的な目視と合わせ、16日間で延べ1,000人が利用したと推計します。





## 4 社会実験の評価

### 【シールアンケートからの評価】

現地常設看板によるシールアンケート調査において、合計で301名の利用者から「この場所が駅前に欲しい」と回答を得る結果となりました。毎日の定期確認でも確認できましたが、利用シーンとしては待ち合わせや日中の休憩利用、ビジネスマンのパソコン作業、子育て世代の子どもとの休憩利用など多種多様な利用実績を確認できました。この利用シーンを確認できたことが、「公共空間を利活用した滞留・来街促進」の成果と考えます。

また、シールアンケートで注目すべき部分は“調査に参画した世代”があげられます。参加割合は、30代以下が63.4%と過半数を上回り、40代以上は36.5%となりました。前述に記載の通り、若年層の興味関心が上がったことに起因するものと考えます。一方で、40代以上が積極的に参画できる仕組みが必要であることも判明しました。

### 【ヒアリング・WEBアンケート調査からの評価】

利用者へのヒアリング・WEBアンケート調査結果として、“立ち止まる場所や休憩できる場所”が欲しいとの潜在的なニーズを確認することができました。合計31名の方にご協力をいただき、今回の社会実験に対して「大変満足・満足」が93.6%、さらに、90.3%の方から「この場所を継続して欲しい」との回答を得ております。世代別の回答割合をみると30代以下が64.6%、40代以上は35.4%となり、上記のシールアンケートと近似する割合となりました。

また「社会実験で良かった点」については、ベンチが30.2%、人口芝が25.6%、続いて植栽とキッチンカーが12.8%という結果となり、ヒアリング・WEBアンケートからも潜在的に“滞在できる場”を求めるニーズを確認することができました。



## 4 社会実験の評価

今回の社会実験のテーマである「公共空間を利活用した滞留・来街促進」の側面から検証すると、多様な利用シーンや、滞在できる場所が求められていることが確認できたため、社会実験の成果の確認と今後の課題について明らかにすることができました。

### 【飲食販売事業者への売上・アンケート調査からの評価】

飲食の売上・アンケート調査からの検証については、天候に左右されることは前提としてありますが、継続的な出店が成果を上げるきっかけになることに大きな可能性を見出す結果となりました。利用者からは「にぎやかになってうれしい」というコメントをいただき、出店者からは「継続的に行うことで認知されていき、利用者も増えて、少しずつ駅前の雰囲気が変わっていくと思う」とコメントをいただきました。継続的な実施については、制度面が障害となる可能性が高く、どこまで柔軟に対応できるかが鍵になると考えます。

また、「日常的に出店したい」との回答が99%となり、今回の社会実験をきっかけにニーズは高まっていることが確認できました。

飲食販売事業者への売上・アンケート調査結果から見ても、今回のテーマである「公共空間を利活用した滞留・来街促進」については、ハード面である家具の設置と、ソフト面である飲食の提供の組み合わせによって成果が上がっていると検証します。



## 4 社会実験の評価

### 【総論】

未来図づくりワークショップ参加者の意見を基に、中心市街地活性化に向けた取り組みのスタートとして、「公共空間を利活用した滞留・来街促進」をテーマに、本社会実験を行いました。前述までの調査結果の通り、ストリートファニチャーのように滞在できる環境を整備することで多様な利用シーンの滞在を生むことにつながり、そこにソフト面の仕組みを掛け合わせることで、より多くの方から評価をいただく結果となりました。

総合的に検証すると、ハード面であるストリートファニチャーの設置とソフト面である飲食の販売双方のアプローチによって滞留人口は増え、さらに301名のシールアンケートや、ヒアリングWEB調査での90%を超える継続設置希望の回答、実際の利用シーンを総合して判断すると、仕組みの創出によって滞在時間が伸びるといふ仮説は立証できたものと検証できます。





## 4 社会実験の評価

### 4-2 今後の展望・課題

#### 【制度面について】

警察及び行政との協議に記載の通り、公共の場に制限が多い点は課題であると感じます。“人を滞留させたい側面”と“通行の安全を確保する側面”であるこの2つの側面が相反することで実行可能な領域へ大きく制限が掛かります。制度の緩和や、スポットでの許可体制、許可権者間でのパートナーシップ構築は今後の大きな課題です。

#### 【ハード面の整備について】

アンケートにもある通り、イスやテーブルだけでなく、夜間でも利用可能にする照明やその場の利便性を向上させるフリーWifi等の公共の場としての整備も必要と考えます。公共の場を整備する上で、その場の利用シーンを想定した場所への事前投資が必要です。

#### 【運営に向けた各リソースについて】

運営上の人的リソースについては多様なパートナーを検討する必要があります。今回のような社会実験を継続することで認知度が高まり、飲食や運営についての人的リソースの確保が容易になり、より大きな実験と成果を上げられるものだと考えます。

#### 【継続した設置について】

本社会実験は2024年2月末までとしておりましたが、現状では数値が取り切れていない点、及び、期待以上の反響を得られている点を加味して「そこに居たくなる空間」の創出には必要性が高いことから、制度のハードルをクリアできれば、継続した設置が必要と判断します。