

Ⅲ 2回目 社会実験

1 日程

3月1日（金）・2日（土） 16:00~20:00

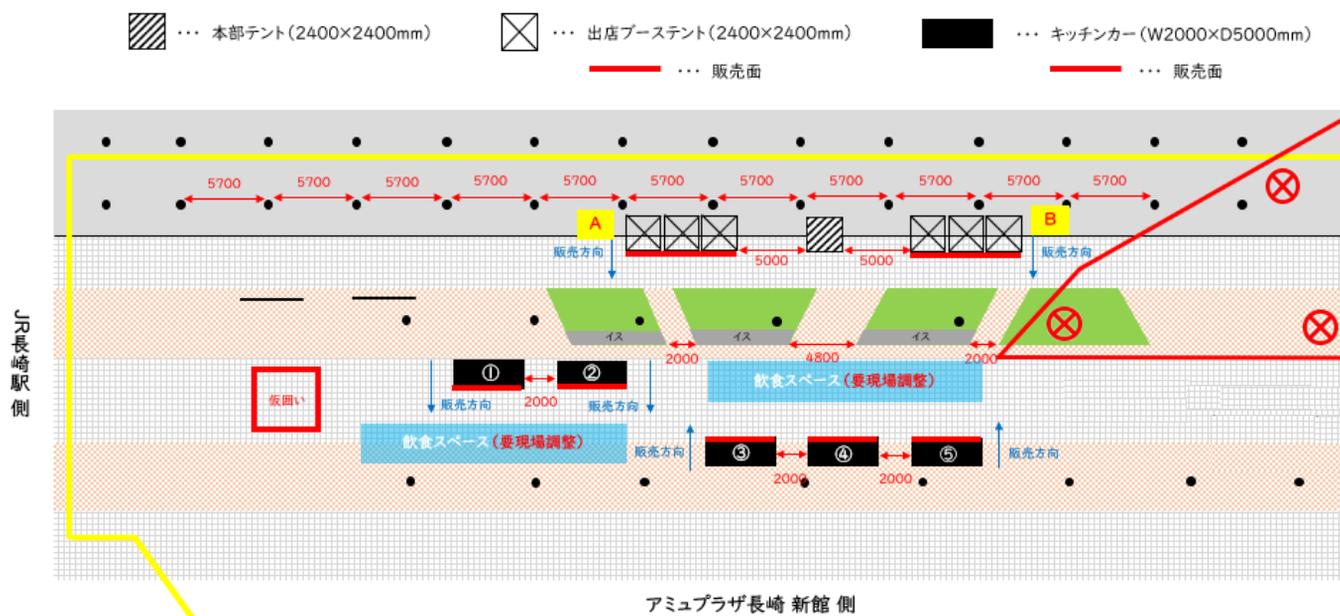
2 内容

- (1) ナイトマルシェ：各日12店舗出店（キッチンカーを中心に飲食系の店舗が出店）
- (2) LEDキャンドル・ワークショップ（LEDキャンドルによるフォトスポット的な装飾展開、ワークショップを実施）

実施内容	内容
1	キャンドルスポット
①木箱&ルミナラ(LEDキャンドル)	木箱を設置して、その中へLEDキャンドルを入れて装飾。
②木箱&ランタン(LED)	木箱を設置して、その中へLEDランタンを入れて装飾。
③ウィッシュライトツリー&ピラーキャンドル	約250個のLEDキャンドルを使用。大型什器の周りもキャンドルで装飾。
2	ワークショップ
	キャンドルアーティストによるワークショップ

3 会場レイアウト

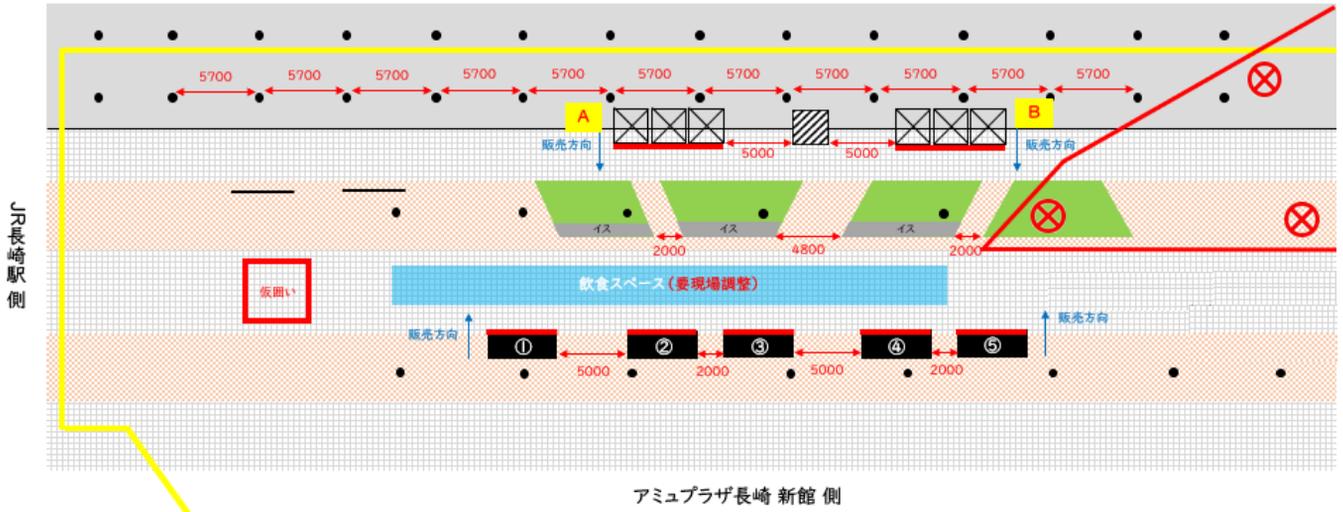
(1) ナイトマルシェ【3月1日（金）】



Ⅲ 2回目 社会実験

(2) ナイトマルシェ【3月2日(土)】

... 本部テント(2400×2400mm)
 ... 出店ブーステント(2400×2400mm)
 ... キッチンカー(W2000×D5000mm)
 ... 販売面



(3) LEDキャンドル・ワークショップ【3月1日(金)・3月2日(土)】

... 出店ブーステント(2400×2400mm)



Ⅲ 2回目 社会実験

4 出店者（ナイトマルシェ）

(1) 3月1日（金）

3月1日	販売内容	ブース
燗製工房熏助	燗製	テント
坂口養蜂	蜂蜜	
菓子工房クリール	プリン	
Tea Boutique Garraway	紅茶	
3sugar	りんご飴	
フリースタイル	中華惣菜	
タイヤキBOY	パイ生地たい焼き	キッチン カー
ぶりtako	たこ焼き	
スレッドコーヒー	ローストビーフ丼、コーヒー	
Pizza潮風	ピザ	
アネスサンド	ホットドッグ	

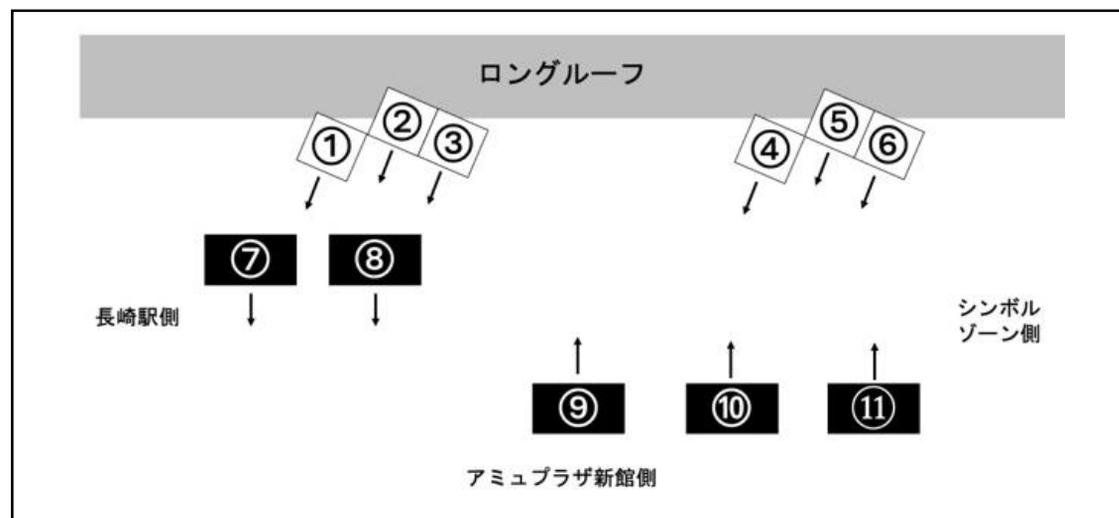
(2) 3月2日（土）

3月2日	販売内容	ブース
燗製工房熏助	燗製	テント
坂口養蜂	蜂蜜	
菓子工房クリール	プリン	
Tea Boutique Garraway	紅茶	
3sugar	りんご飴	
沖田製菓舗	どら焼き	
タイヤキBOY	パイ生地たい焼き	キッチン カー
ぶりtako	たこ焼き	
スレッドコーヒー	ローストビーフ丼、コーヒー	
ベーカリーショップフルール	メロンパン	
ブルームバーガー	ハンバーガー	

Ⅲ 2回目 社会実験

5 店舗レイアウト (ナイトマルシェ)

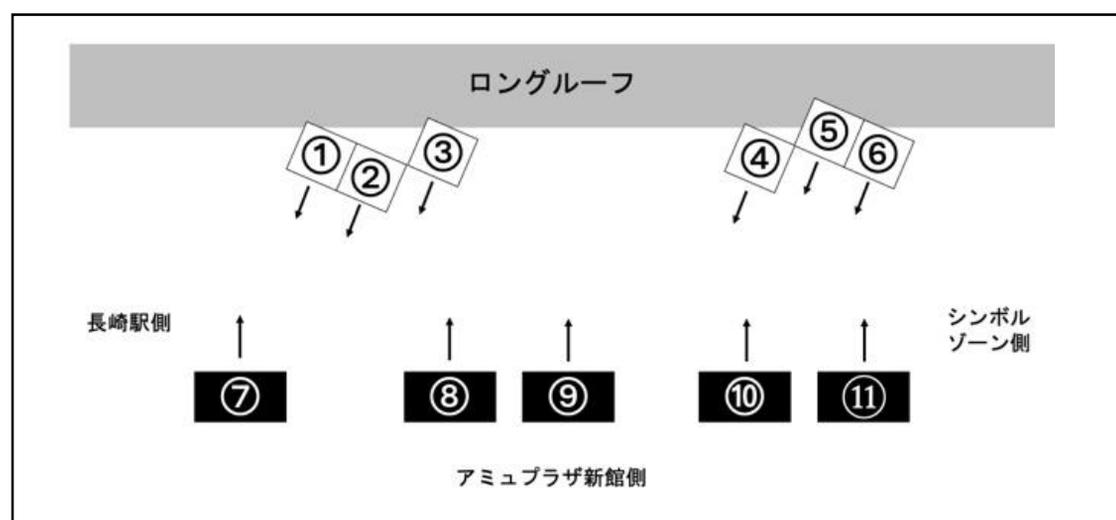
(1) 3月1日 (金)



店舗 No	店舗名	ブース	販売物
1	菓子工房クリール	テント	プリン
2	坂口養蜂		蜂蜜
3	燻製工房熏助		燻製
4	フリースタイル		中華惣菜
5	3suger		りんご飴
6	Tea Boutique garraway		紅茶
7	アネスサンド	キッチンカー	ホットドッグ
8	タイヤキBOY		たい焼き
9	ぷり tako		たこ焼き
10	Pizza潮風		ピザ
11	スレッドコーヒー		ローストビーフ 井・コーヒー

Ⅲ 2回目 社会実験

(2) 3月2日 (土)



店舗 No	店舗名	ブース	販売物
1	菓子工房クリール	テント	プリン
2	坂口養蜂		蜂蜜
3	燻製工房熏助		燻製
4	沖田製菓舗		どらやき
5	3suger		りんご飴
6	Tea Boutique garraway		紅茶
7	アネスサンド	キッチンカー	ホットドッグ
8	タイヤキBOY		たい焼き
9	ぶりtako		たこ焼き
10	ベーカリーショップ プフルール		メロンパン
11	ブルームバーガー		ハンバーガー

Ⅲ 2回目 社会実験

6 来場者のアンケート結果

(1) アンケート方法

二次元バーコードを読み取ってもらい、WEB上でアンケートの回答を依頼した。または、本部にてアンケート用紙への記入を依頼した。回答者には粗品を進呈した。

- ・ 出店店舗での購入者：100円キャッシュバック
- ・ アンケート回答者：お菓子詰め合わせ又は風船をプレゼント



(2) アンケート内容

- ・ 居住地 ・ 年代 ・ 訪問理由 ・ 移動手段 ・ イベントを知ったきっかけ
- ・ イベントの満足度とその理由 ・ 今後希望するイベントの内容
- ・ 改善してほしい点

NAGASAKI かもめ口 マルシェ | 来場者アンケート

「

NAGASAKI かもめ口 マルシェ」へのご来場、ありがとうございます。
このイベントは、長崎駅かもめ口が利用者にとって心地よい空間にするための社会実験として実施いたします。
快適な空間づくりへの参考となるよう、みなさまの自由なご意見をいただければと思いますので、ご協力のほどよろしくお願い致します。

※このアンケートで回答いただいた情報は長崎駅かもめ口の利活用に向けた取り組み以外の目的では使用いたしません。

hadahada0714@gmail.com アカウントを切り替える

共有なし

* 必須の質問です

お住まいの地域について教えてください*

- 長崎市内
- 長崎県内 (長崎市以外)
- 福岡県
- 佐賀県
- 大分県
- 熊本県
- 宮崎県
- 鹿児島県
- 沖縄県
- その他: _____

年代について教えてください*

- 10代
- 20代
- 30代
- 40代
- 50代
- 60代
- 70代以上
- 答えたくない

この場所を訪れた理由を教えてください*

- 本イベントに行くため
- 通勤・通学
- お買い物
- 観光
- 出張
- 他イベントに行くため
- その他: _____

この場所までの移動手段を教えてください*

- 徒歩
- 車
- バイク・自転車
- 電車 (JR)
- 路面電車
- バス
- 船
- その他: _____

このイベントを知ったきっかけは何ですか*

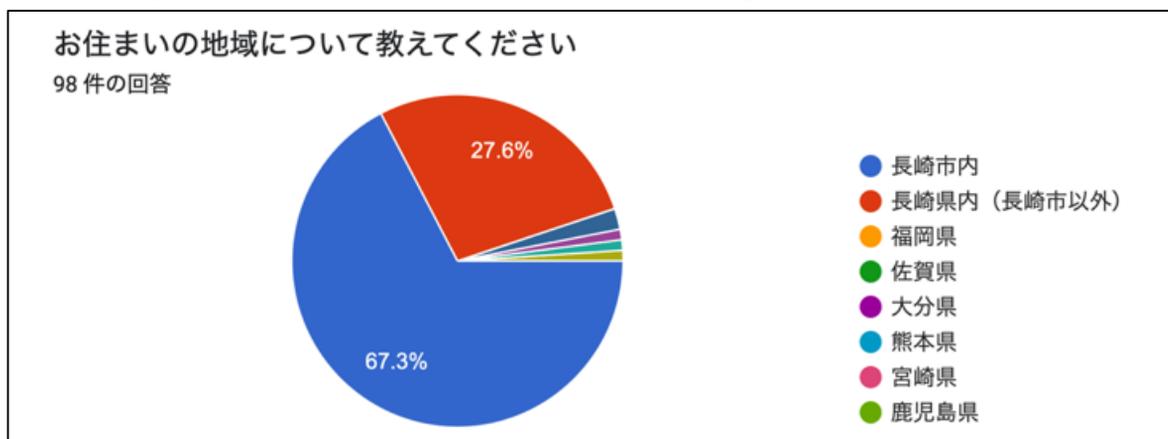
- ポスター・チラシ
- SNS (Instagram, Twitterなど)
- マスメディア (テレビ、新聞、ラジオなど)
- 長崎市の広報誌
- 友人・知人から聞いて
- 出店者から聞いて
- 偶然通りかかって
- その他: _____

Ⅲ 2回目 社会実験

(3) アンケート結果

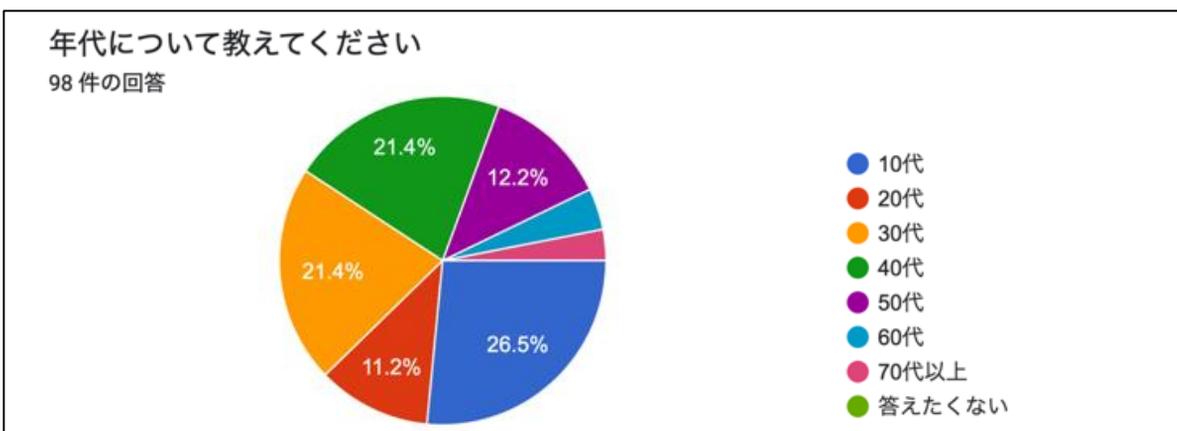
ア 所在地

回答者は長崎市内、県内に住んでいる方が95%程度を占めていた。



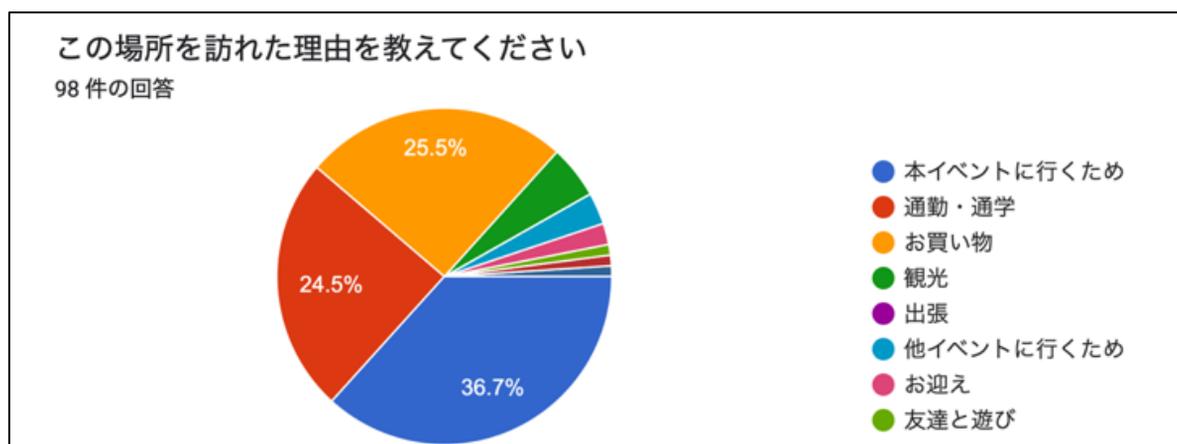
イ 年代

回答者は10代が多く回答者の半数を占めているが、他の年代もバランスよく来場している。



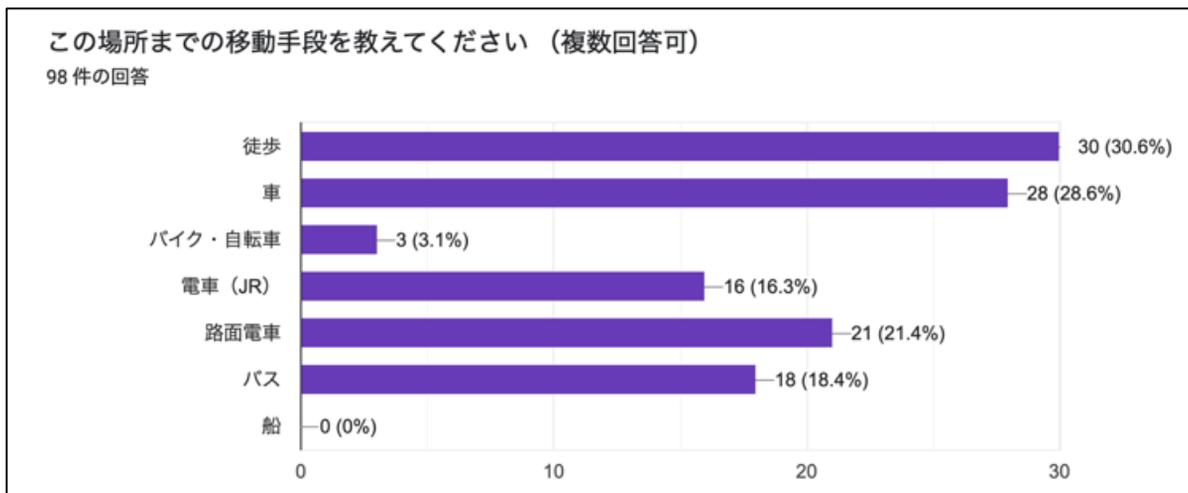
ウ 訪問理由

本イベントに行くため（36.7%）が最も多く、飲食系のイベントは集客力を持つと考えられる。続いて、買い物（25.5%）、通勤・通学（24.5%）となっている。



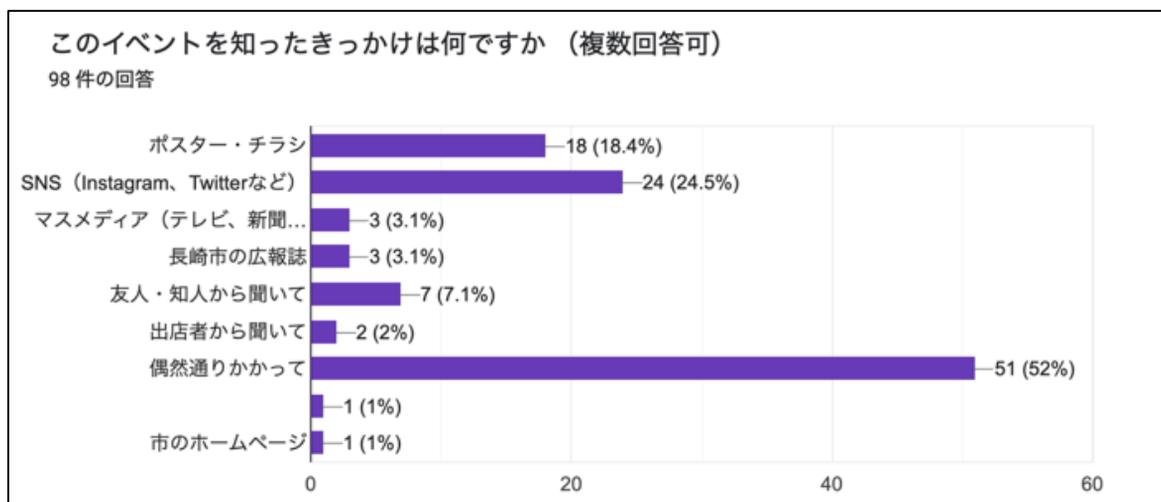
Ⅲ 2回目 社会実験

エ 移動手段



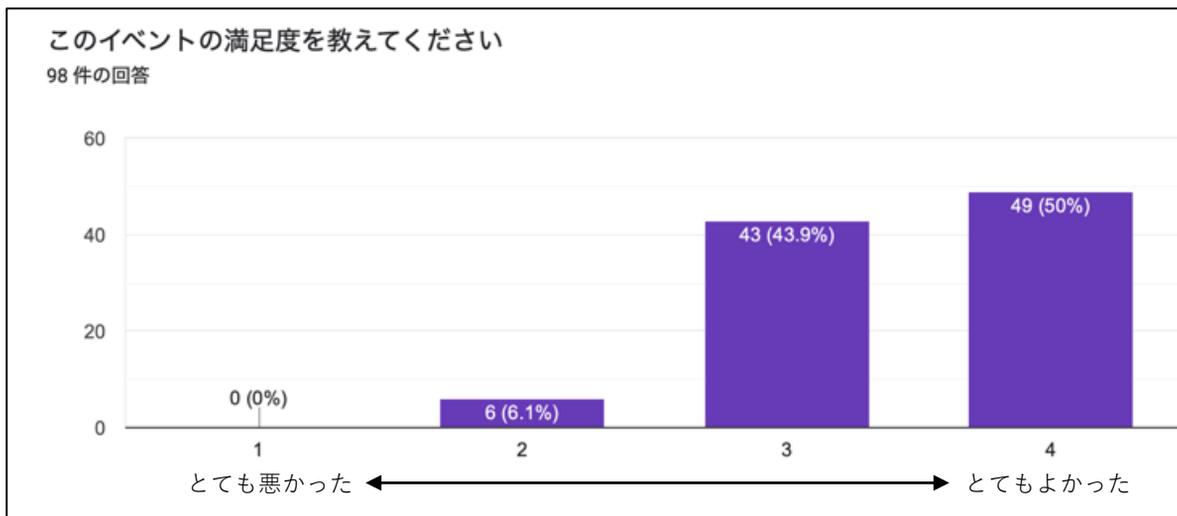
オ イベントを知ったきっかけ

偶然通りかかってイベントを知った人が半数以上を占めていた。



カ イベントの満足度

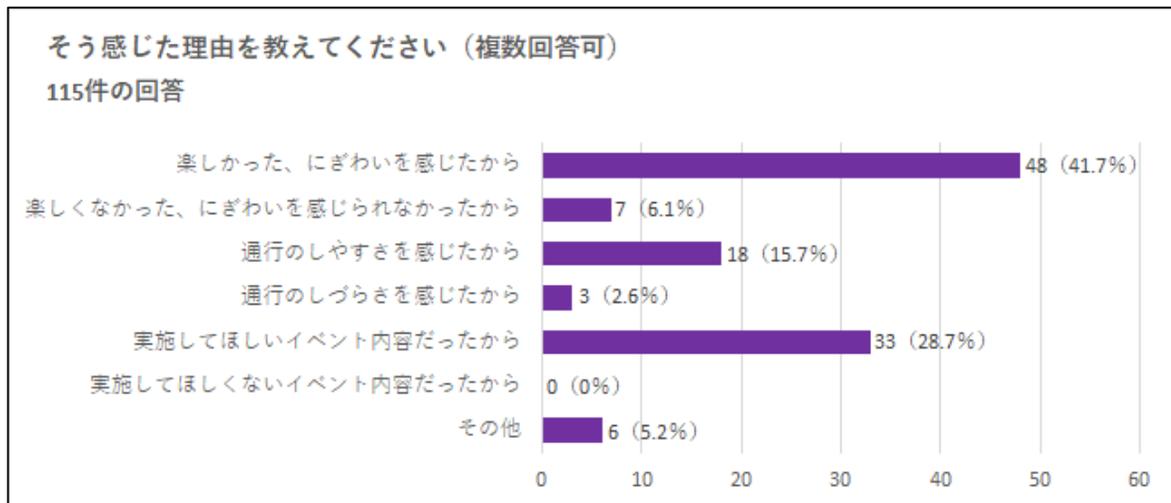
全体の93.9%がよかったと回答しており、この空間でイベントを開催することについて、来場者の満足度は高いと考えられる。



Ⅲ 2回目 社会実験

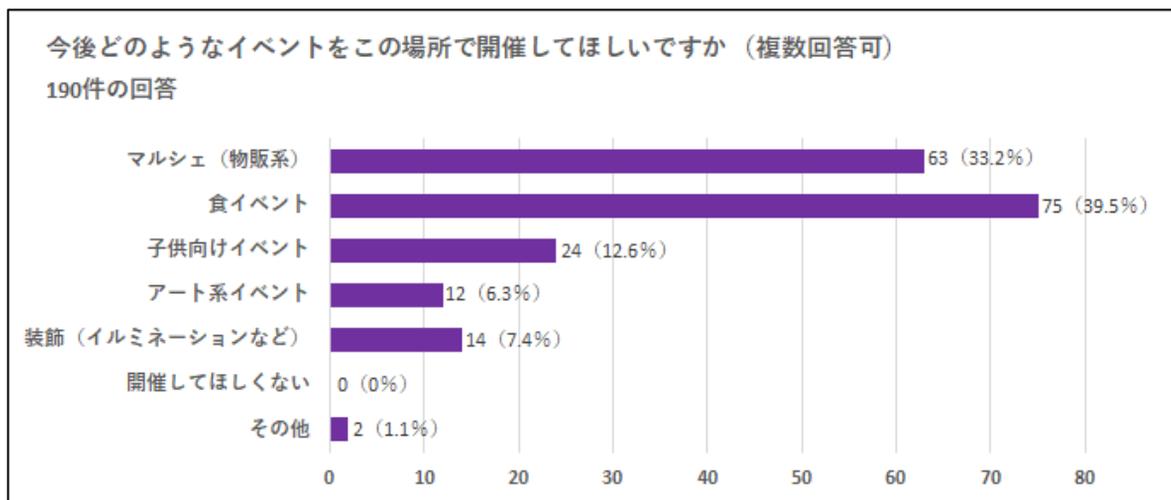
キ イベントの満足度の理由

「楽しかった、にぎわいを感じたから」「実施してほしいイベント内容だったから」という回答が多かった。



ク 今後希望するイベントの内容

今後も物販系マルシェの開催や飲食系イベントの開催が求められている一方で、子ども向けイベント、装飾、アート系イベントの希望も見られた。



ケ 改善してほしい点があれば教えてください（自由記述）

- ・外での飲食が寒いので、中にイートインスペースが欲しい。
- ・もっとお店が出店されていると良い。
- ・もう少し賑わいがほしい。
- ・寒かったので寒さ対策をしてほしい。（他7人）
- ・夕方以降が暗いので、イベントの状況がわかりにくい。明るさがあれば帰宅途中の人にも興味を持ってもらえると思う。
- ・暖房か炭焼きブースがあるとよい。
- ・音楽の演奏などがあると盛り上がりそう。
- ・平日の夜のイベントを増やしてほしい。
- ・（3月1日）キッチンカーの向きを揃えてほしい。
- ・もっと明るくしてほしい。

Ⅲ 2回目 社会実験

7 出店者のアンケート結果

(1) アンケート内容

- ・ 店舗名 ・ 普段の活動地域 ・ 普段の出店形態 ・ 商品のジャンル
- ・ 商品の平均価格帯 ・ ブースの数 ・ ブースの配置 ・ ブースのスペース
- ・ ブースについてそう感じた理由 ・ ブースについて改善してほしい点
- ・ イベントの満足度とその理由 ・ イベント全体で改善してほしい点
- ・ 来店者数 ・ 売上金額 ・ 今後も出店したいか
- ・ 出店料がいくらまでならば出店したいか

NAGASAKI かもめ口 マルシェ | 出店者アンケート

「NAGASAKI かもめ口 マルシェ」へのご出店、ありがとうございます。
このイベントは、長崎かもめ口が利用者にとって心地よい空間にするための社会実験として実施いたします。
快適な空間づくりへの参考となるよう、みなさまの自由なご意見をいただければと思いますので、ご協力のほどよろしくお願いたします。

※このアンケートで回答いただいた情報は長崎かもめ口の利活用に向けた取り組み以外の目的では使用いたしません。

hadahada0714@gmail.com
アカウントを切り替える 下書きを保存しました

共有なし

* 必須の質問です

このイベントでの販売商品について教えてください

販売していた商品のジャンルを教えてください*

テスト _____

販売していた商品の平均価格帯を教えてください*

100円以下
 101円～300円
 301円～500円
 501円～700円
 701円～900円
 901円以上

このイベントでのブースについて教えてください

ブースの数はどうでしたか*

	1	2	3	4	
少なすぎる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	多すぎる

ブースの配置はどうでしたか*

	1	2	3	4	
とても悪かった	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	とてもよかった

ブースのスペースはどうでしたか*

	1	2	3	4	
とても悪かった	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	とてもよかった

ブースについて、そう感じた理由を教えてください (自由記述) *

テスト _____

ブースについて、改善してほしい点があれば教えてください (自由記述)

テスト _____

普段の活動地域を教えてください*

長崎市内
 長崎県内 (長崎市以外)
 佐賀県
 福岡県
 大分県
 熊本県
 宮崎県
 鹿児島県
 沖縄県
 その他: _____

普段の出店形態を教えてください

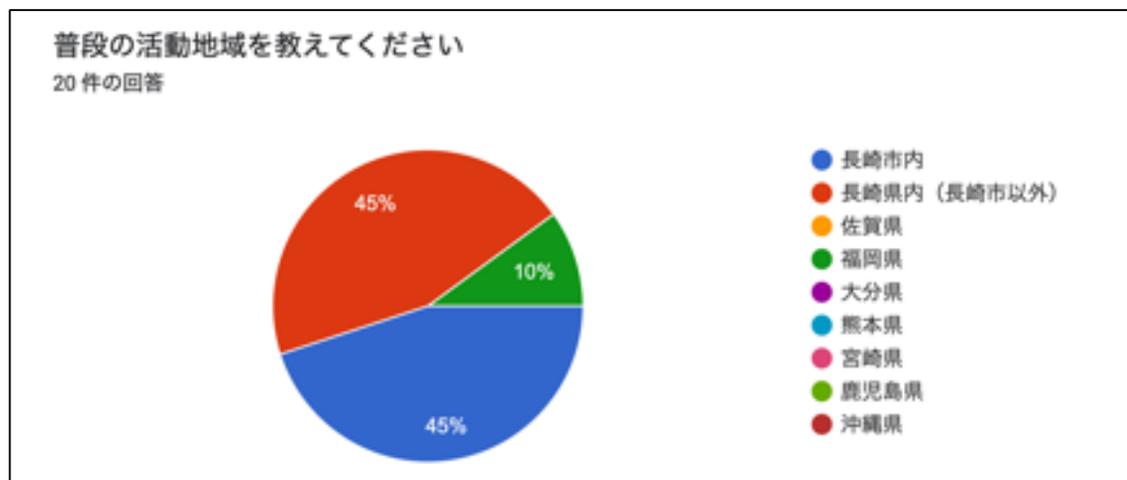
自店舗
 キッチンカー
 オンライン販売
 その他: _____

選択を解除

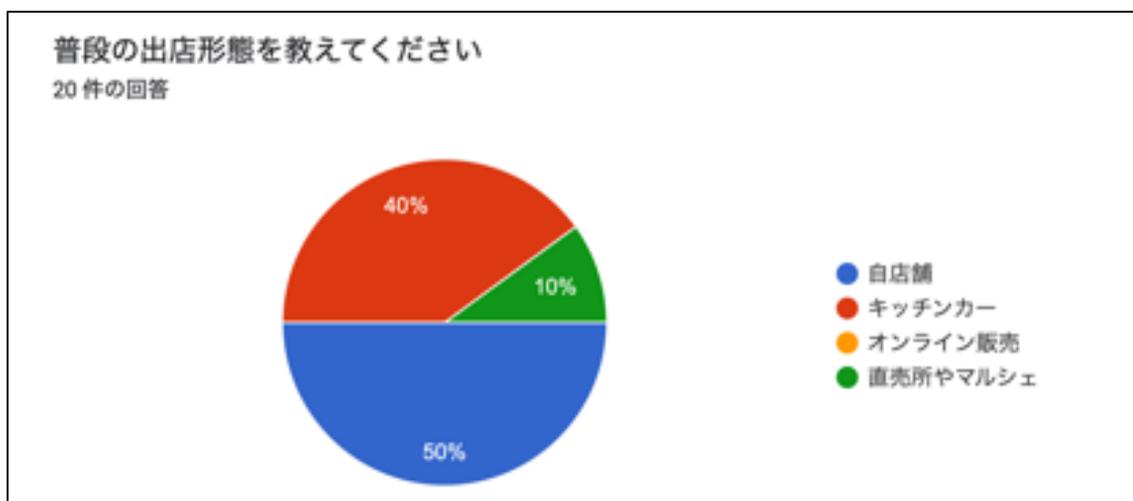
Ⅲ 2回目 社会実験

(2) アンケート結果

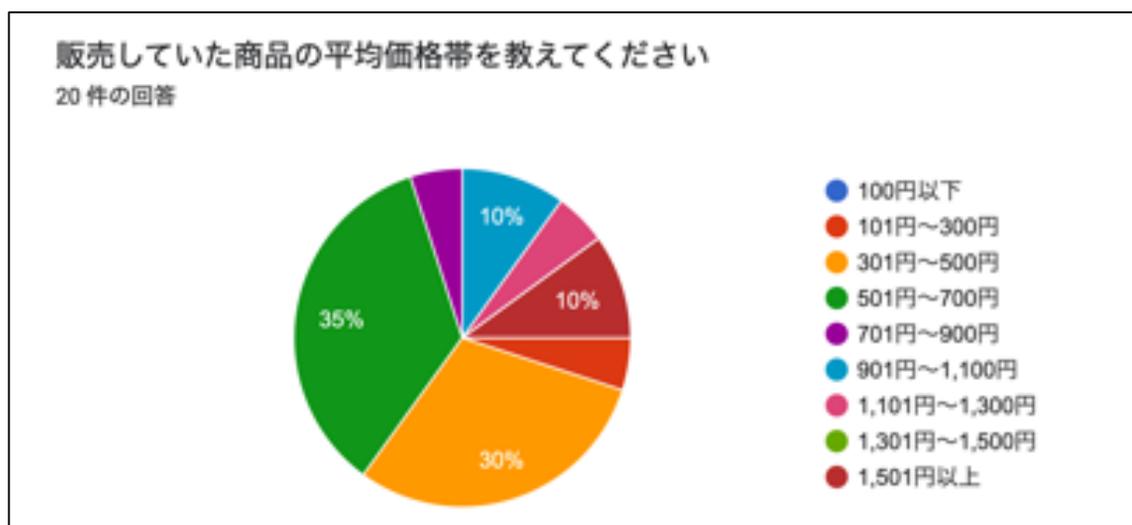
ア 普段の活動地域



イ 普段の出店形態



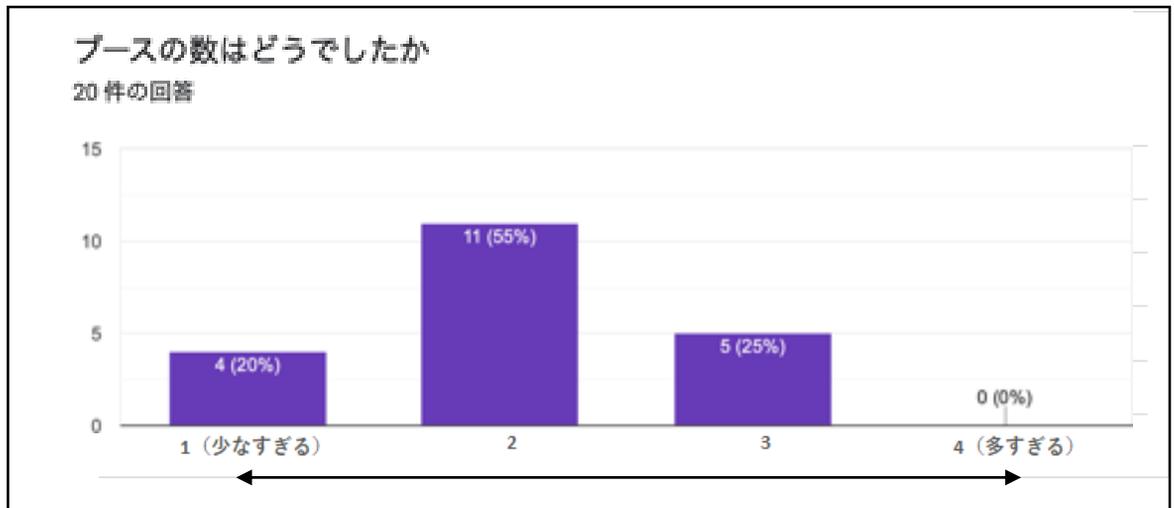
ウ 商品の平均価格帯



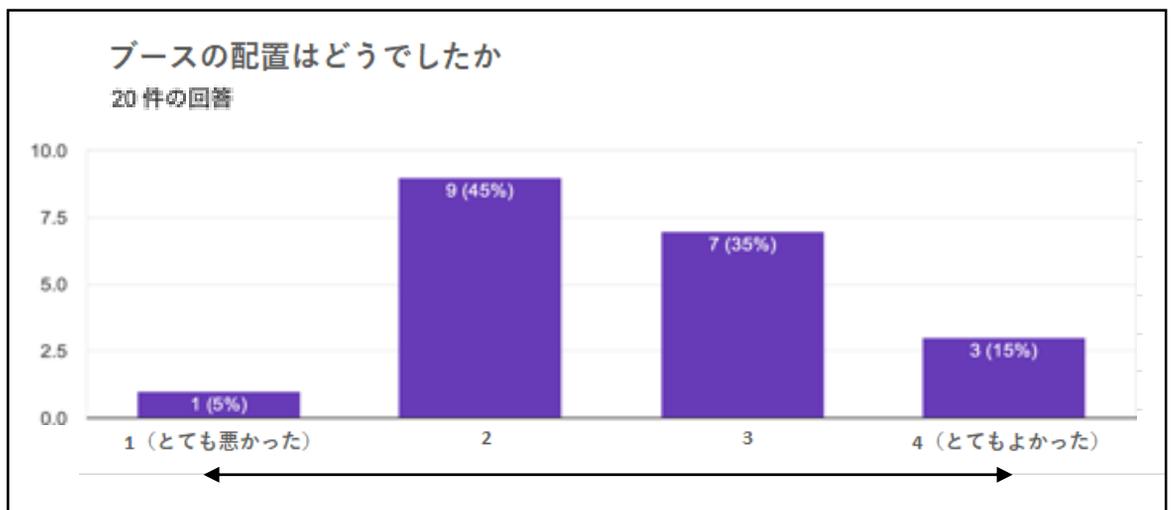
Ⅲ 2回目 社会実験

エ ブースの数

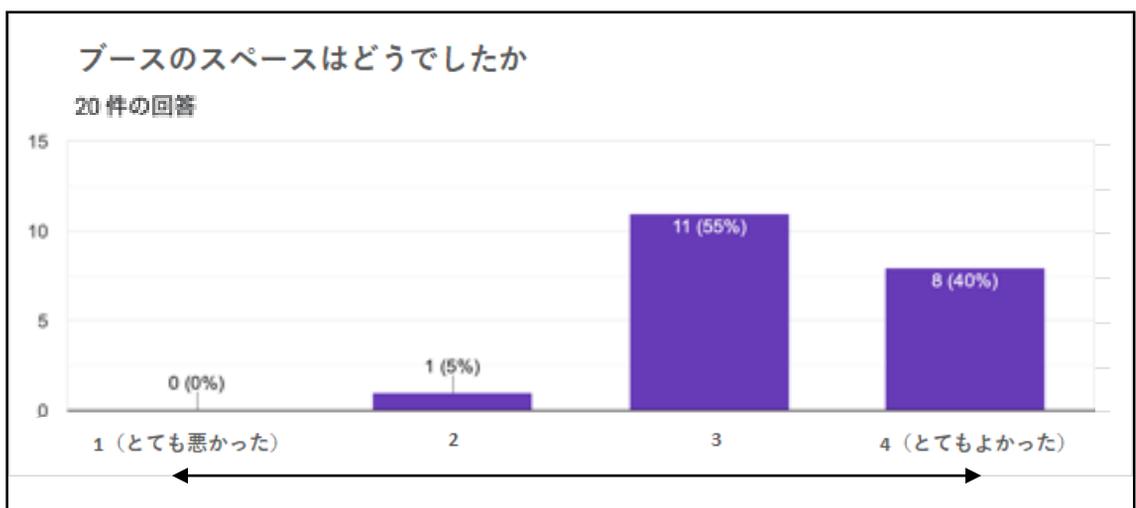
ブースの数は少ないと感じる人が75%を占めていた。



オ ブースの配置



カ ブースのスペース



Ⅲ 2回目 社会実験

キ ブースについて、そう感じた理由を教えてください（自由記述）

- ・暗かったが、追加の照明で補えました。
- ・店舗は多すぎず少なすぎず、店舗間のスペースも丁度良かったです。
- ・あと少しだけ広いと動きやすいと思いました。
- ・導線が2本になっていたのも、1本にまとめた方が良いと思う。
- ・クロスの配置のため、お客様が偏っていたように感じた。（3月1日）
- ・机を追加で持っていき広く使えました。
- ・お客さまが立ち寄りにくそうにした。
- ・縦横に充分広い場所なので、通行の動線にも支障もなく良かったです。
- ・十分なスペースでキッチンカーも止めやすかった。
- ・イベントを開催している感じがしなかった。
- ・店の前に飲食スペースがあり、販売する側としてはとても販売しやすかったです。スペースとしても空きすぎず、詰めすぎず丁度いいと思いました。
- ・テントが前に出ているのは良くない。
- ・ブース自体は使いやすくとても良かったです。
- ・3月1日より2日の方がお客様が各キッチンカーを見やすいように感じた。
- ・それぞれのブースが点々としてマルシェ感をあまり感じなかった。個々の店舗が点在してるような感じを受けました。
- ・暗かったです。

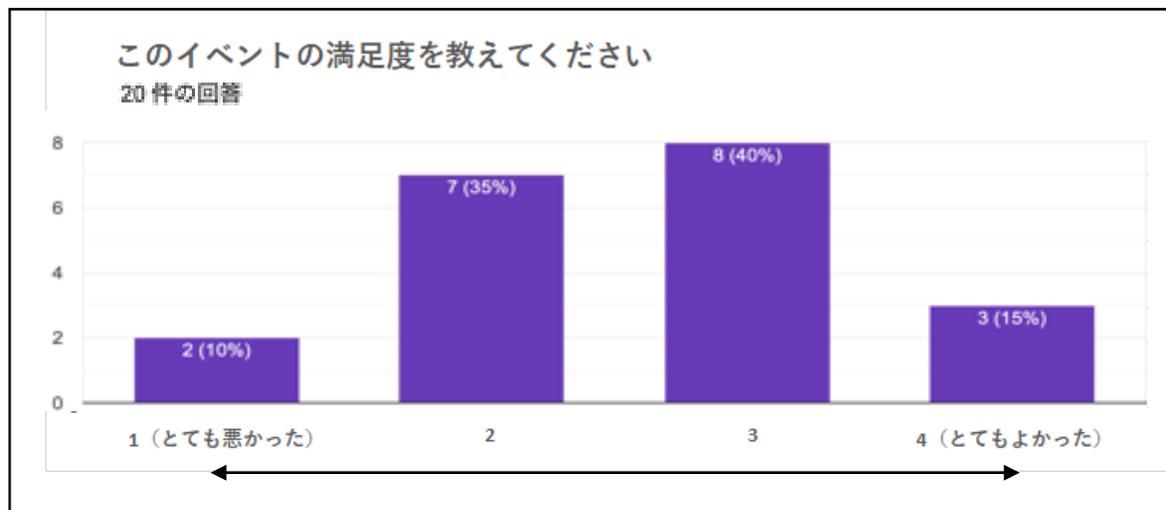
ク ブースについて、改善してほしい点があれば教えてください（自由記述）

- ・飲食用のテーブルが少し近すぎたかなと思います。
- ・夜の灯りを増やして欲しいです。
- ・夜は照明が必要だと感じました。
- ・お客さまの動線に近い場所でブースを配置してほしい。
- ・もう少し出店数を増やすか、キッチンカーのみでいいのではないかと思います。
- ・夜にするのであれば明るい電灯を設置するか、電気使用OKにしてほしかった。
- ・ブース間が空きすぎていた。そして、斜めになっていたのも、長崎駅側の方がテントの横幕しか見えず、閉まっているようにしか見えなかった。斜めの配置は良くなかったように思います。
- ・キッチンカーと物販スペースが遠く感じました。出店数が多くて気温が暖かければ人は外に出るでしょうが、特に駅近で高級ホテル隣接であれば、照明や寒くても暖かい温風などの備品があればさすが長崎駅だと感じて、他のマルシェとは違う差別化ができそうだと感じました。音や光などもなかったのも寂しい感じを受けました。
- ・マルシェと言う一体感を出すのであれば、キッチンカーを両サイドに置いたり、キッチンカー物販、物販、物販、キッチンカーなど配置の工夫が必要ではないかと思いました。今回はキッチンカーの裏側が駅利用の方のメイン動線のように感じたので、動線づくりなどを工夫してほしいです。
- ・西日が強かった。

Ⅲ 2回目 社会実験

ケ このイベントの満足度を教えてください

全体の55%がよかったと回答しており、45%が悪かったと回答している。ナイトマルシェについては、意見が分かれる結果になった。



コ このイベントの満足度について、そう感じた理由を教えてください（自由記載）

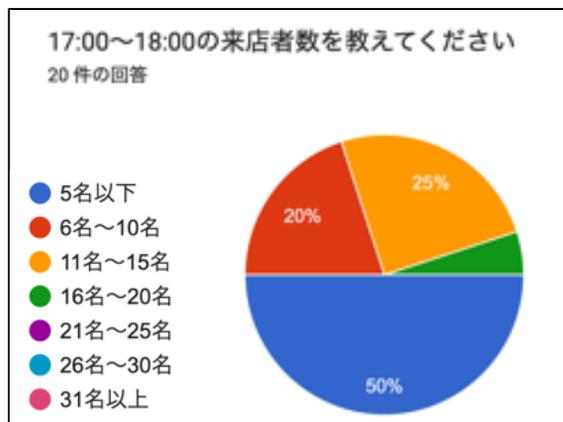
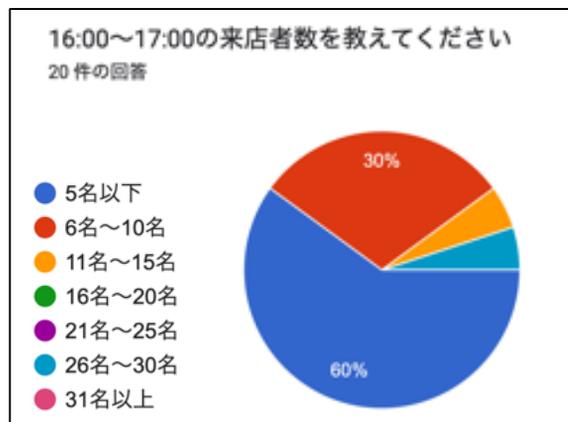
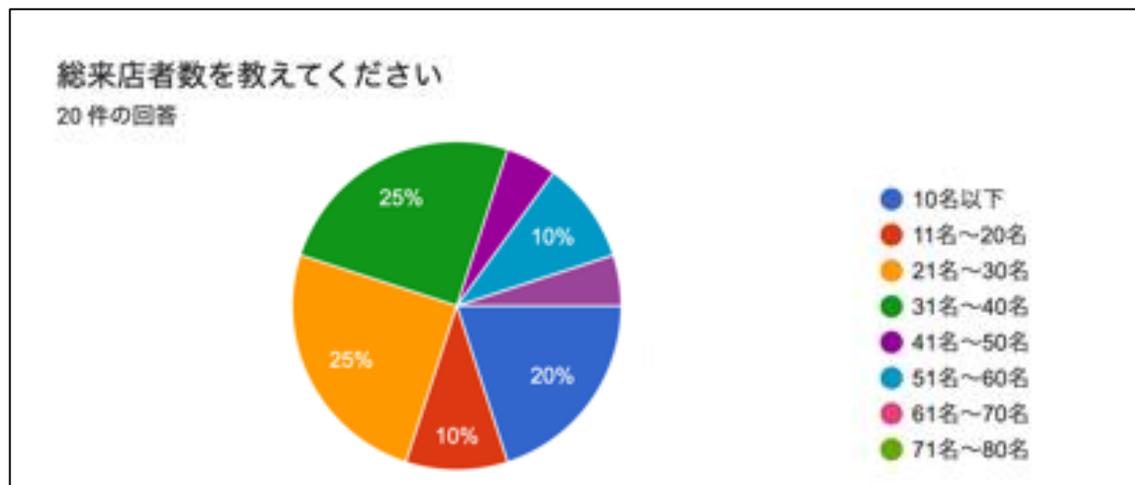
- ・ イベントを開催していることがわかりにくかった。
- ・ 寒さで人の流れが施設の方に流れてしまった。暖かい時期の開催だったらもう少し良かったかもしれません。
- ・ 寒さもあり、集客としては伸びなかったように思いますが、立地的なマルシェの雰囲気は良いと感じました。
- ・ お客様の通りが少なかった。
- ・ 賑やかさが足りなかった。
- ・ 長崎駅の玄関口としてロケーションも良いので、今後の長崎駅の活性化を期待します。旧高架広場のようなたくさんの市民や観光客が交流できるエリアになってほしいです。
- ・ 天候が寒い日だったので、暖かくなれば非常に良いロケーションだと思います。
- ・ 以前から今回の開催場所で何かイベント出来れば良いなと思っていました。今回は寒かったので想定より販売出来ませんでした。人の通りは良いのでこれからも開催していただけたら幸いです。
- ・ 宣伝もされておらず、集客の工夫があまり無かった。
- ・ このイベントをどうしたかったのか思いが見えて来なかった。人の配置などは十分だったのかもしれませんが、イベントを成功させようという思いは感じませんでした。
- ・ 売上がよくなかった。
- ・ アミュ、駅、マリOTTを利用する人が、かもめ口で面白いイベントをやっているから施設から出て行ってみたいと思わせるような演出、お祭り、フェス、クリスマスイベントにも引けを取らない演出を期待します。
- ・ 寒い、暗い、地味。
- ・ 売上げが良かった。

Ⅲ 2回目 社会実験

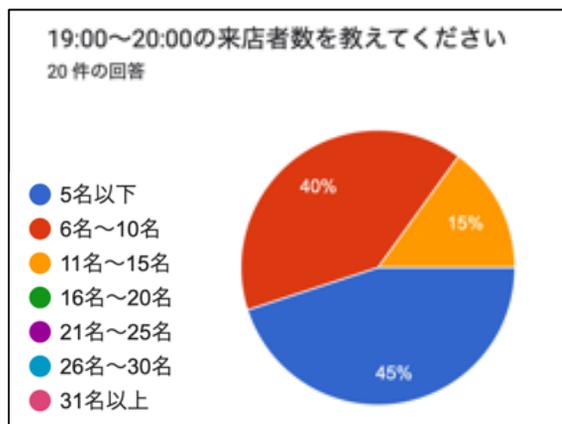
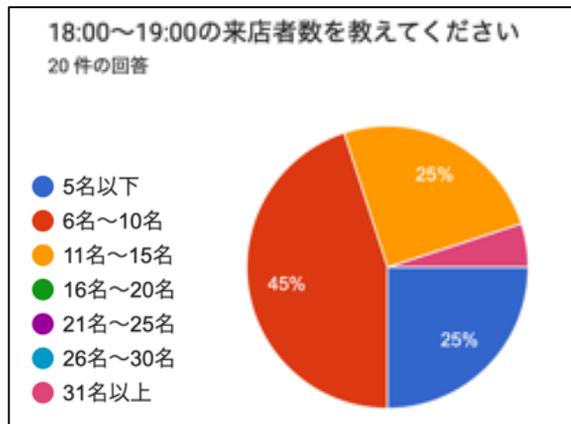
サ このイベント全体について、改善してほしい点があれば教えてください（自由記述）

- ・屋外イベントなので、もう少し過ごしやすい時期がよいと思いました。
- ・木や周辺にイルミネーションなどあったらより雰囲気が良くなるかと思います。
- ・導線の問題と、音楽などでもう少しマルシェの雰囲気を作っても良いのかなと思います。
- ・イベント開催している感じが全くなかった。音楽なり、誘導しないと立ち寄らない。
- ・もう少し派手に開催してる感があればいいのかなと思いました。
- ・電気使用が出来たら良かった。暗かった。
- ・夜だったので、もっと電飾増やして綺麗に飾ったら賑わいがあるように見えたかなと思います。
- ・長崎市が開催場所をどのようにしたいのか具現化できていないのではないかと。キッチンカーや物販を呼んでテーブル置いとけというような感じではなく、長崎市、長崎マチネタさん、ワイヤーさんが関わっていたのであれば、その方々の本気度が高ければこんなイベントではなかったはずだと感じました。ナイトマルシェの時間設定も昼から始まって22:00とか23:00ならナイトマルシェという感じはしますが、開始、終了時間も設定に疑問がありました。
- ・夜だったので、電飾等でイベントしてますという感じを出して賑わいを見せた方が人も近寄ってきやすかったのではないかと感じました。
- ・街中だからこそそのオシャレな雰囲気を出したり、長崎ですごいことをやってるなというインパクトを与えるようにしてほしい。ランタンフェスタなどが良い見本の様に感じます。

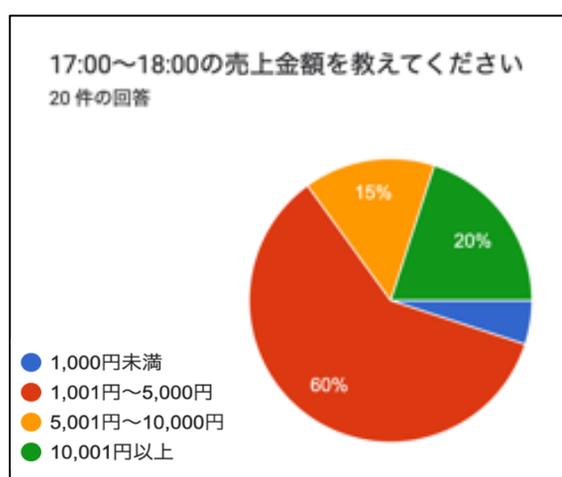
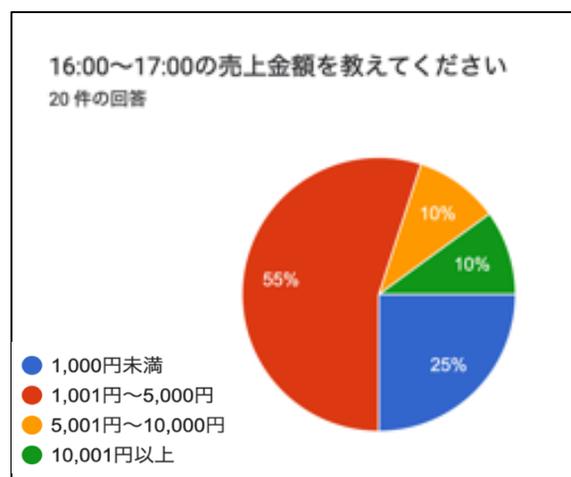
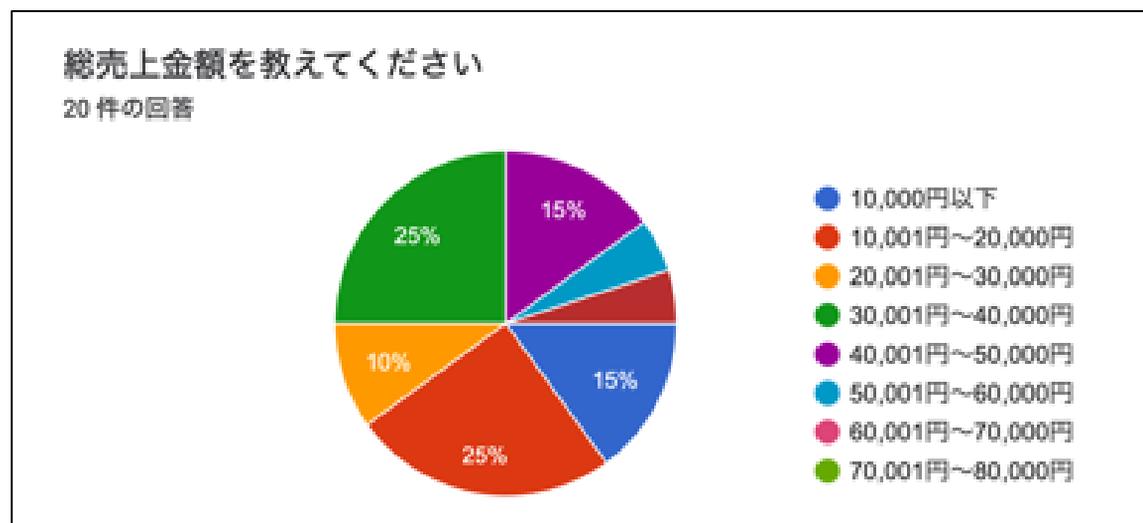
シ 来店者数



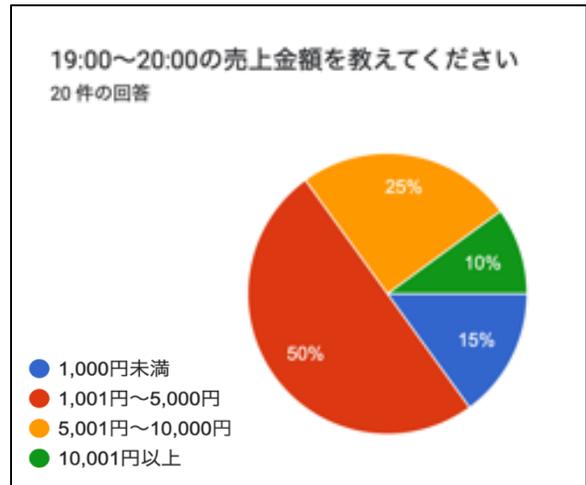
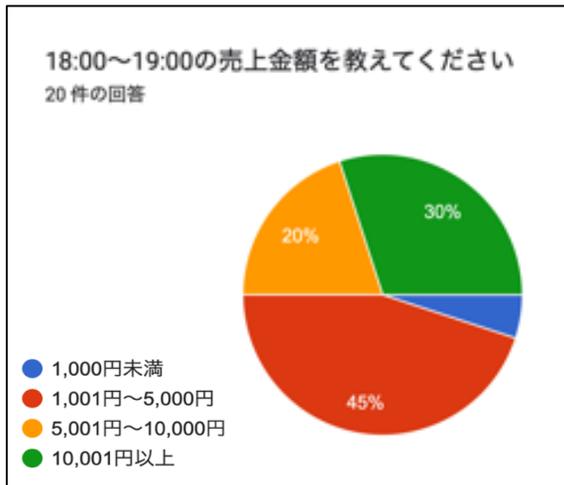
Ⅲ 2回目 社会実験



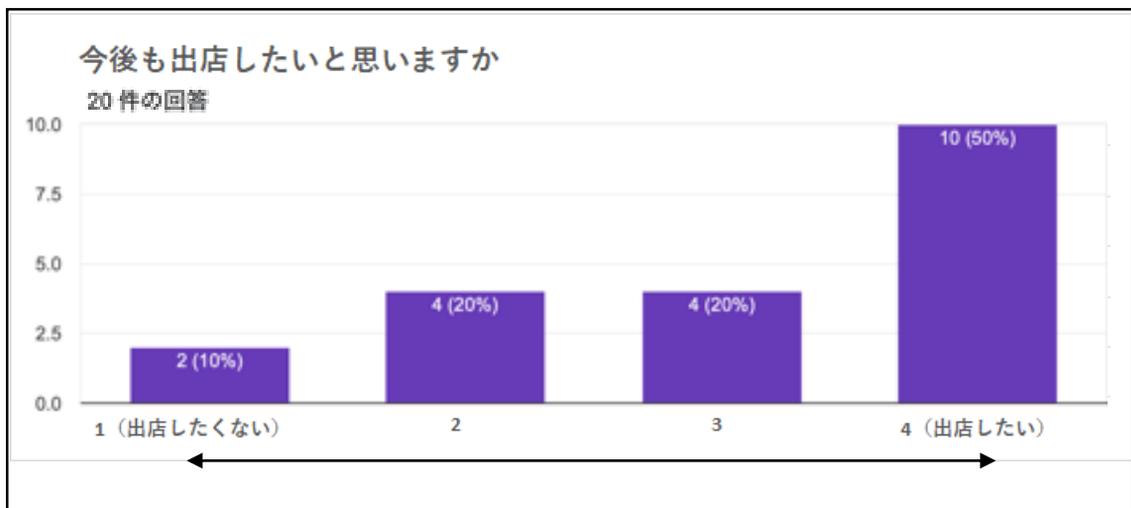
ス 売上金額



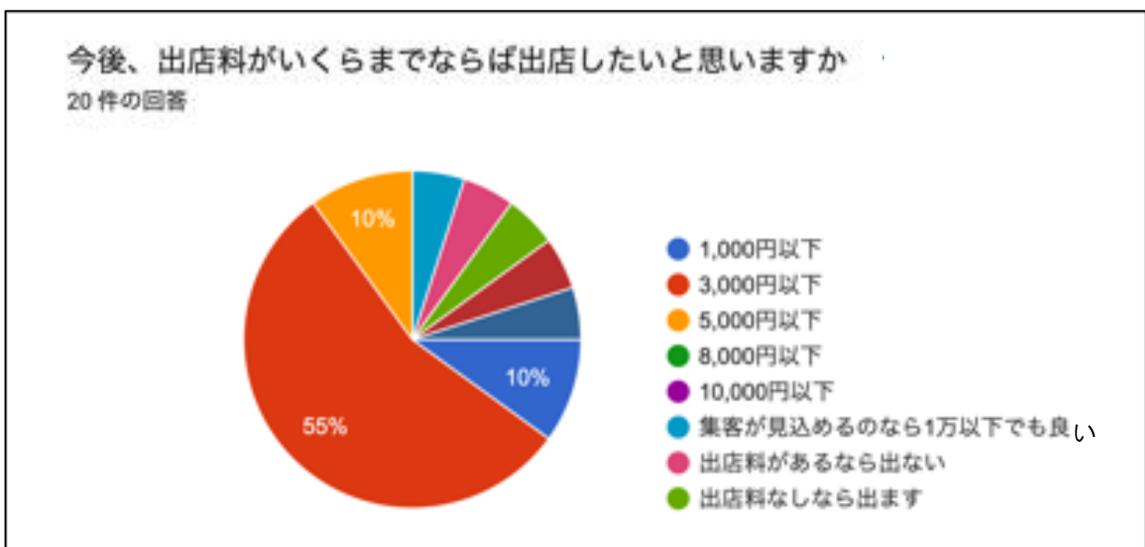
Ⅲ 2回目 社会実験



セ 今後も出店したいか



ソ 出店料がいくらまでならば出店したいか



Ⅲ 2回目 社会実験

8 通行者のアンケート結果

(1) アンケート方法

社会実験の実施場所を通行する通行者に対して、当てはまるものにシールを貼ってもらう方法でアンケート協力を依頼した。

(2) アンケート内容

・年代 ・在居住地 ・イベントの好感度と通行のしやすさ

「かもめ口」から国道までの通りを心地よい空間に

この「かもめ口(くち)マルシェ」は、長崎駅東口駅前交通広場、ロングルーフ及び東西軸の一部が完成したことに伴い、利活用の社会実験として実施中です。
長崎駅舎から国道202号までの通りは約200mの距離がありますが、距離を感じさせないような賑わいのある空間作りを目指すとともに、誰もが安全で快適に通ごせる場所にしたいと考えています。
この場所を通過してみて、どのように感じましたか？ みなさんの印象をお聞かせください。

Q1.あてはまる年代にシールをお貼りください

10代	20代	30代
40代	50代	60代
70代	答えたくない	

「かもめ口」から国道までの通りを心地よい空間に

この「かもめ口(くち)マルシェ」は、長崎駅東口駅前交通広場、ロングルーフ及び東西軸の一部が完成したことに伴い、利活用の社会実験として実施中です。
長崎駅舎から国道202号までの通りは約200mの距離がありますが、距離を感じさせないような賑わいのある空間作りを目指すとともに、誰もが安全で快適に通ごせる場所にしたいと考えています。
この場所を通過してみて、どのように感じましたか？ みなさんの印象をお聞かせください。

Q2.お住まいの地域にシールをお貼りください

長崎市		長崎県内(長崎市以外)		
福岡県	佐賀県	大分県	熊本県	宮崎県
鹿児島県	沖縄県	九州・沖縄以外		

Ⅲ 2回目 社会実験

「かもめ口」から国道までの通りを心地よい空間に

この「かもめ口(くちマルシェ)」は、長崎駅東口駅前交通広場、ロングルーフ及び東西軸の一部が完成したことに伴い、利活用の社会実験として実施中です。
長崎駅舎から国道202号までの通りは約200mの距離がありますが、距離を感じさせないような賑わいのある空間作りを目指すとともに、誰もが安全で快適に過ごせる場所にしたいと考えています。
この場所を歩いて、どのように感じましたか？ みなさんの印象をお聞かせください。

Q3.あてはまる場所にシールをお貼りください

イベントなどが開催されていることへの好感度

↑

高

↓

低

←

低

→

高

通行時の快適さ

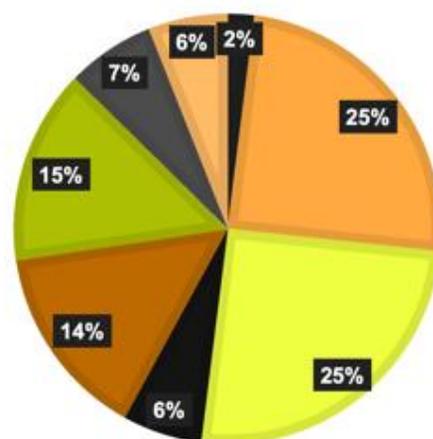
(3) アンケート結果

ア 年代

平日と休日で両日とも回答者は20代が全体の5割を占めていた。

(ア) 3月1日(金)

年代	人数
10代以下	3
10代	37
20代	38
30代	9
40代	22
50代	22
60代	10
70代	9
答えたくない	0
合計	150



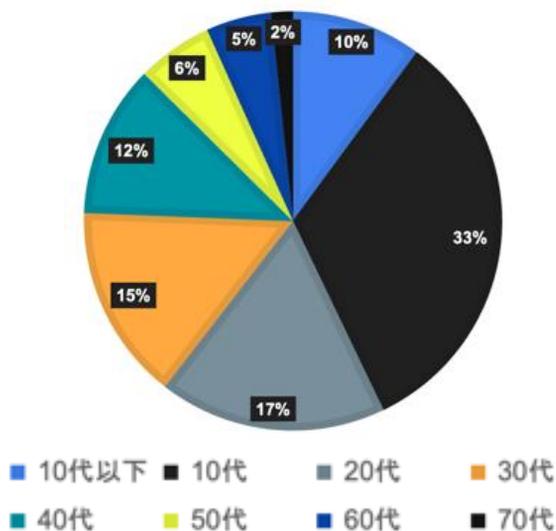
■ 10代以下 ■ 10代 ■ 20代 ■ 30代
■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70代



Ⅲ 2回目 社会実験

(イ) 3月2日(土)

年代	人数
10代以下	12
10代	39
20代	21
30代	18
40代	14
50代	7
60代	6
70代	2
答えたくない	0
合計	119

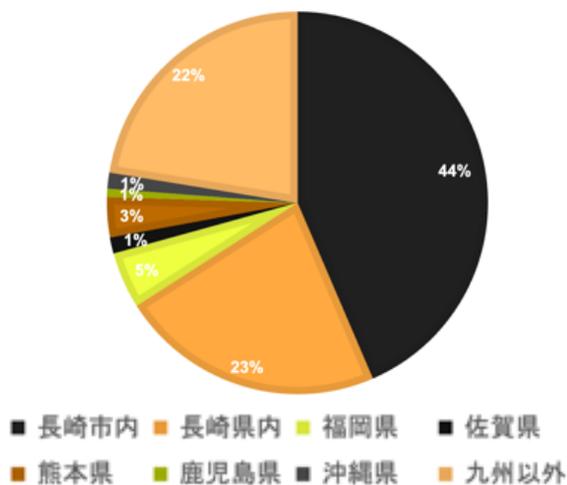


イ 居住地

ランタンフェスティバルが終了し、通常の週末であったためか、ほとんどが長崎市内と長崎県内の在住者だった。

(ア) 3月1日(金)

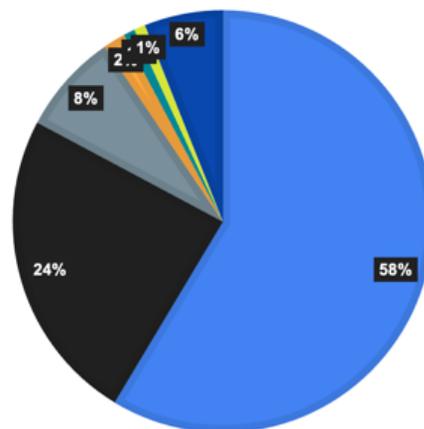
地域	人数
長崎市内	64
長崎県内 長崎市以外	33
福岡県	7
佐賀県	2
大分県	0
熊本県	5
宮崎県	0
鹿児島県	1
沖縄県	2
九州以外	33
合計	147



Ⅲ 2回目 社会実験

(イ) 3月2日(土)

地域	人数
長崎市内	68
長崎県内 長崎市以外	28
福岡県	9
佐賀県	2
大分県	0
熊本県	1
宮崎県	0
鹿児島県	0
沖縄県	1
九州以外	7
合計	116



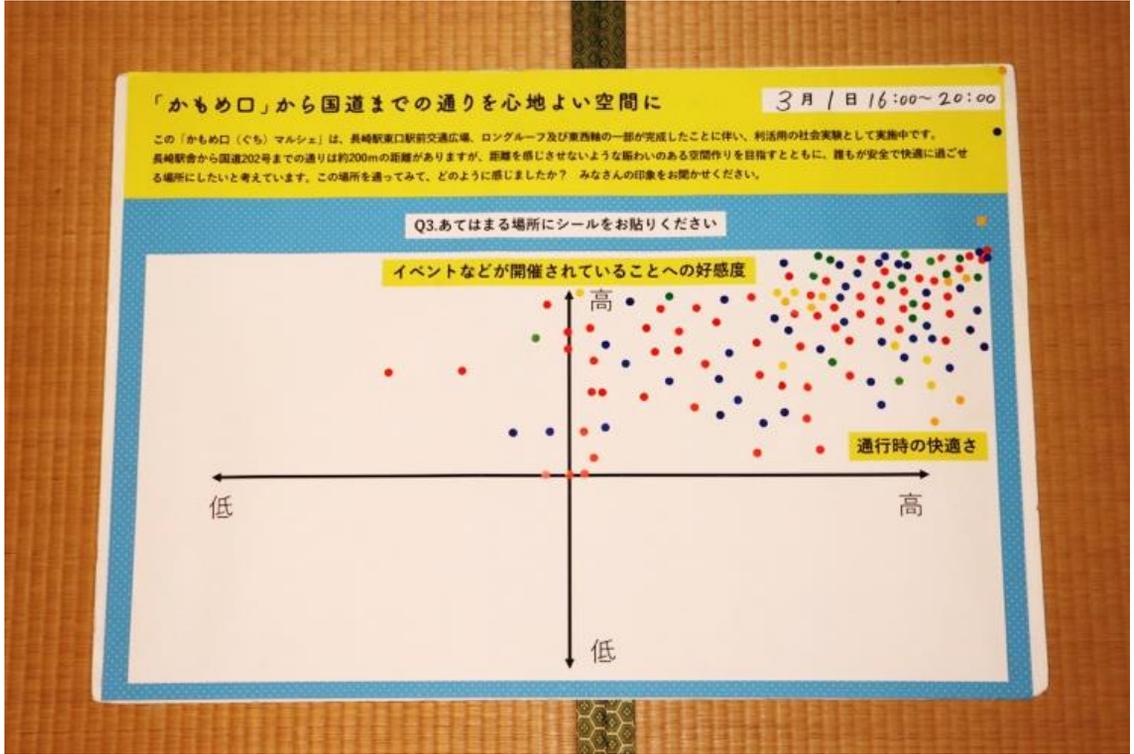
■ 長崎市内 ■ 長崎県内 ■ 福岡県 ■ 佐賀県
■ 熊本県 ■ 沖縄県 ■ 九州以外



Ⅲ 2回目 社会実験

ウ イベントの好感度と通行のしやすさ

十字の右上ほど通行時の快適さが高く、イベント実施の好感度が高くなっている。イベント開催に対する好感度は高く（上側）、通行時の快適さも高い（右側）という右上にシールが集中しており、イベント実施に対する好感度は高く、通行にも問題がなかったと考えられる。

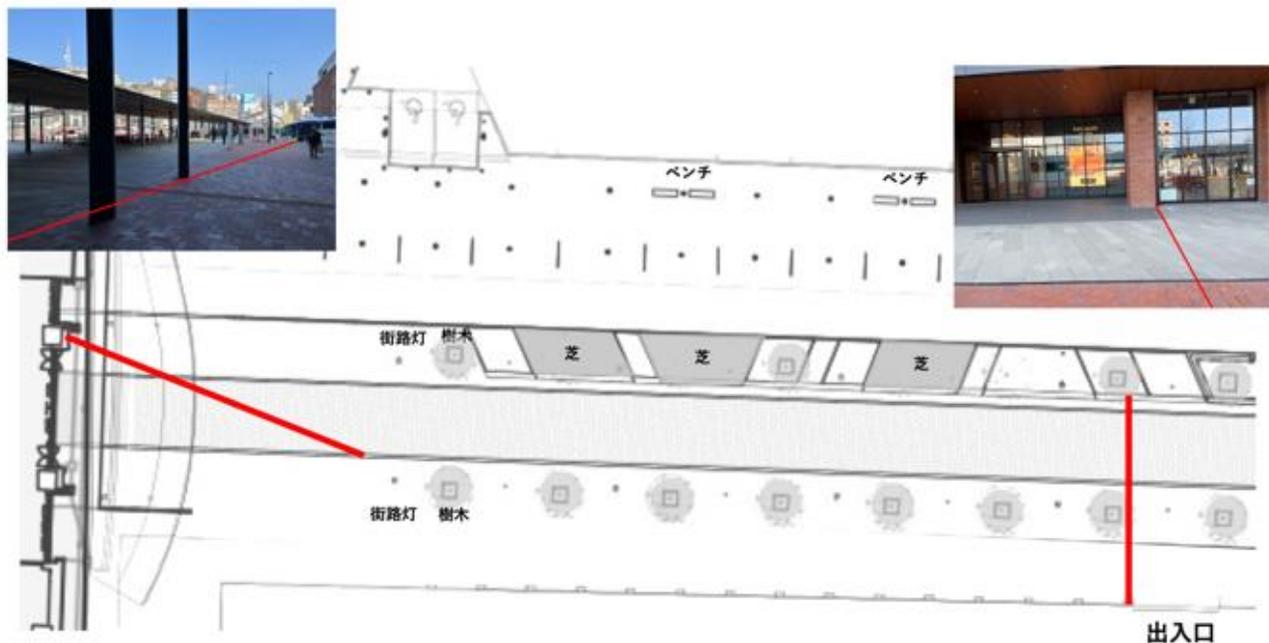


Ⅲ 2回目 社会実験

9 通行者数の調査

(1) 調査方法

通行者数は、東西軸を横断した人数を2箇所で計測することで算出した。

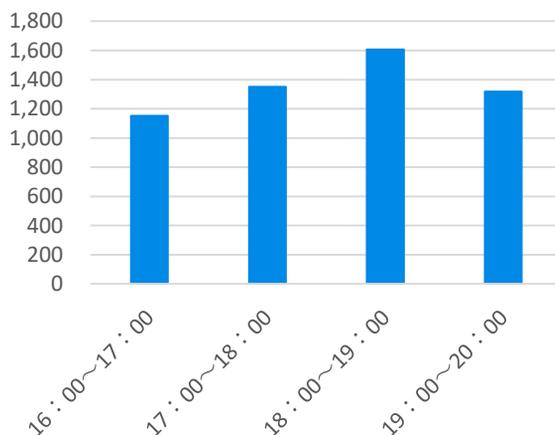


(2) 調査結果

ア 3月1日（金）の通行者数

平日の退勤・下校時間と重なる18:00～19:00が特に多いものの、どの時間帯も1,100人/時の通行量を下回ることはなかった。

3月1日（金）	通行者（人）
16:00～17:00	1,152
17:00～18:00	1,350
18:00～19:00	1,606
19:00～20:00	1,319
平均	1,357

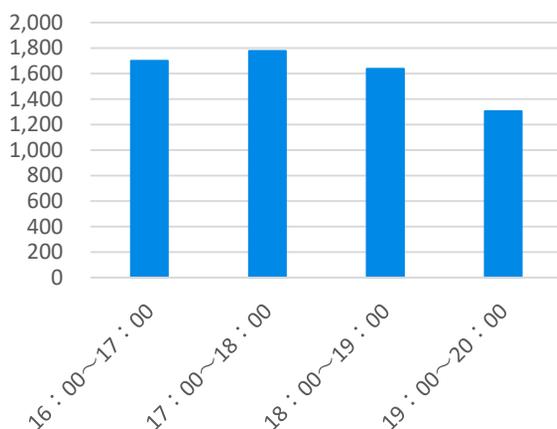


Ⅲ 2回目 社会実験

イ 3月2日（土）の通行者数

平日の3月1日（金）と比較して、平均250人/時程度の増加が見られた。全体では通行者数は増加しているが、18:00以降は平日と休日で変化は見られなかった。

3月2日（土）	通行者（人）
16：00～17：00	1,699
17：00～18：00	1,776
18：00～19：00	1,636
19：00～20：00	1,304
平均	1,604

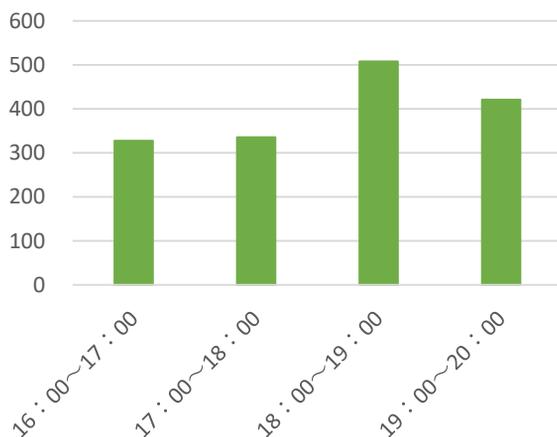


Ⅰ 0 来場者数の調査

(Ⅰ) 調査結果

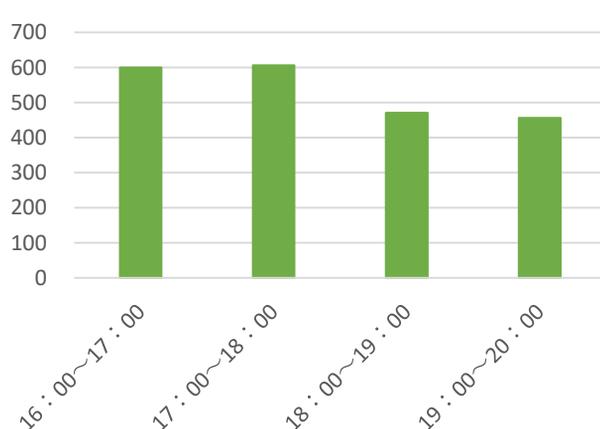
ア 3月1日（金）の来場者数

3月1日（金）	来場者（人）
16：00～17：00	328
17：00～18：00	336
18：00～19：00	508
19：00～20：00	421
平均	398



イ 3月2日（土）の来場者数

3月2日（土）	来場者（人）
16：00～17：00	600
17：00～18：00	607
18：00～19：00	471
19：00～20：00	457
平均	534



Ⅲ 2回目 社会実験

Ⅰ 通行者数に対する来場者数の割り合い

(Ⅰ) 調査結果

平均すると、全体の31%程度の通行者が来場者になると考えられる。

ア 3月1日（金）の通行者数に対する来場者数の割り合い

3月1日（金）	通行者（人）	来場者（人）	割合
16：00～17：00	1,152	328	28%
17：00～18：00	1,350	336	25%
18：00～19：00	1,606	508	32%
19：00～20：00	1,319	421	32%
平均	1,357	398	29%

イ 3月2日（土）の通行者数に対する来場者数の割り合い

3月2日（土）	通行者（人）	来場者（人）	割合
16：00～17：00	1,699	600	35%
17：00～18：00	1,776	607	34%
18：00～19：00	1,636	471	29%
19：00～20：00	1,304	457	35%
平均	1,604	534	33%

Ⅲ 2回目 社会実験

1.2 通行者の動線の調査

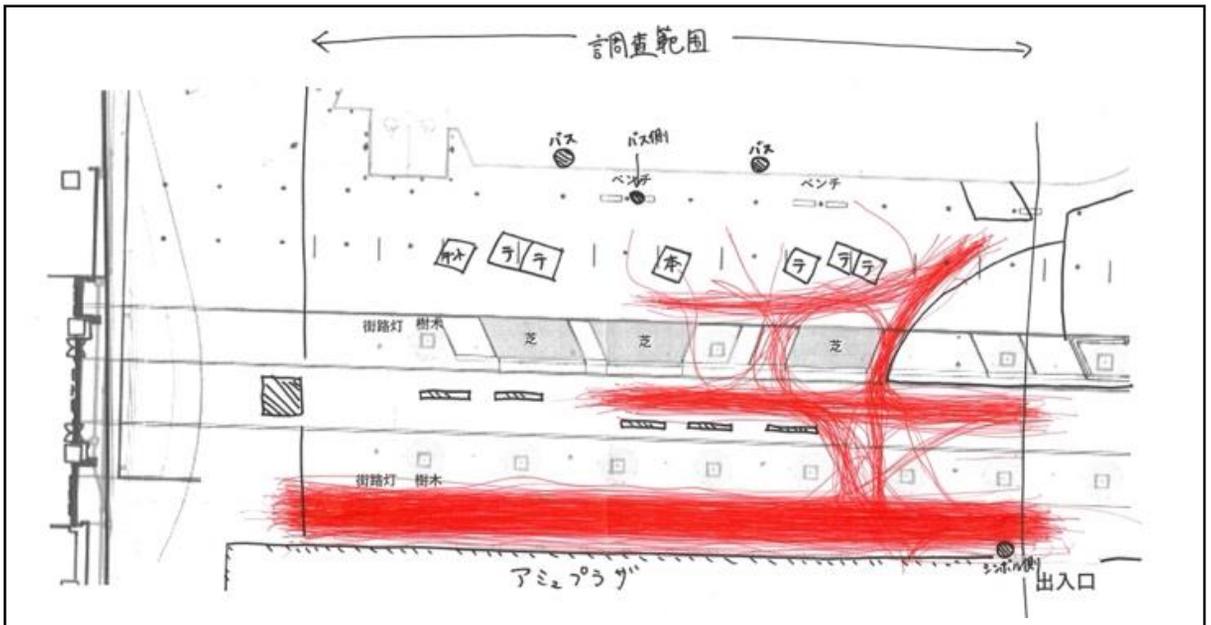
(1) 調査方法

通行者1人が通った動線に合わせて赤線でなぞることで調査を行った。線が太いほど多くの人が通ったことになる。

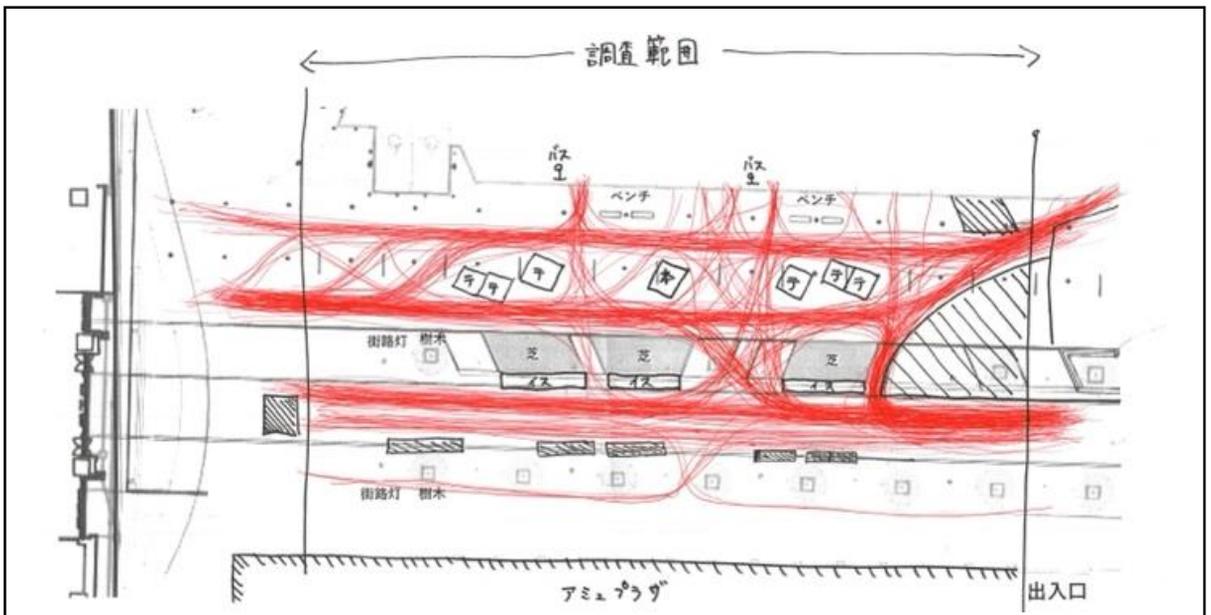
(2) 調査結果

キッチンカーの配置が素通りする人とイベントの来場者を分ける壁として機能していると考えられる。素通りする人は直線で進んでいるため、通行を妨げていないと考えられる。

ア アミュプラザ長崎新館側の動線 (3月1日17:30~18:00)



イ ロングルーフ側の動線 (3月2日17:00~18:00)



Ⅲ 2回目 社会実験

1.3 長時間滞在者の調査

(1) 調査方法

位置と画角を固定した定点カメラを長崎駅側と国道202号側に設置し、10分おきに撮影することで長期滞在者の有無について調査を行った。

(2) 調査結果

すべての調査時間内で同じ人が10分後の写真に映る様子は確認できなかったため10分以上の滞在者はいなかったと考えられる。

ア 長崎駅側 (3月1日18:00~)

18:00



18:10



18:20



Ⅲ 2回目 社会実験

イ 長崎駅側 (3月2日 18:00~)

18:00



18:10



18:20



ウ 国道202号側 (3月1日 18:00~)

18:00



18:10



18:20



Ⅲ 2回目 社会実験

エ 国道202号側（3月2日18：00～）

18:00



18:10



18:20

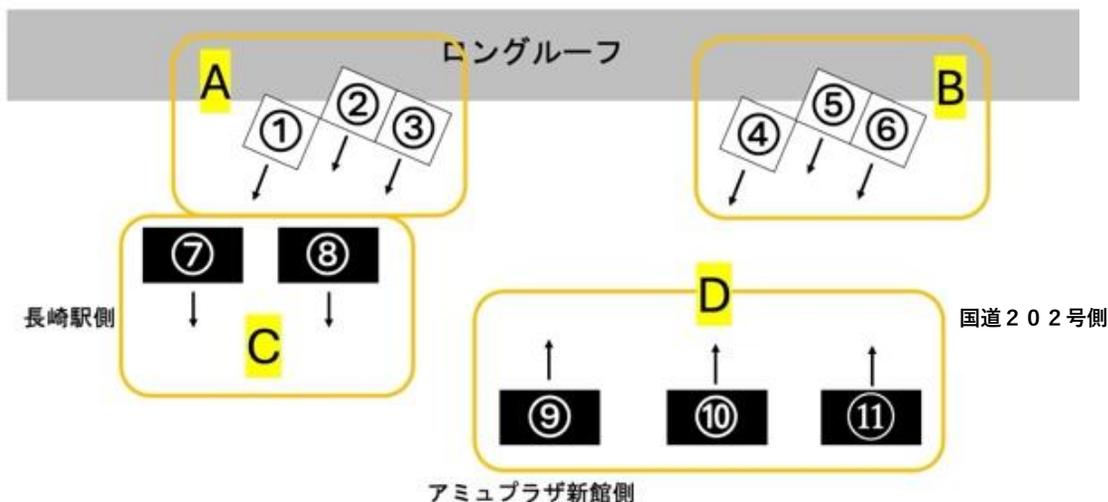


14 店舗配置と売り上げの関連性の分析

(1) 分析

ア 各ブロックごとの比較

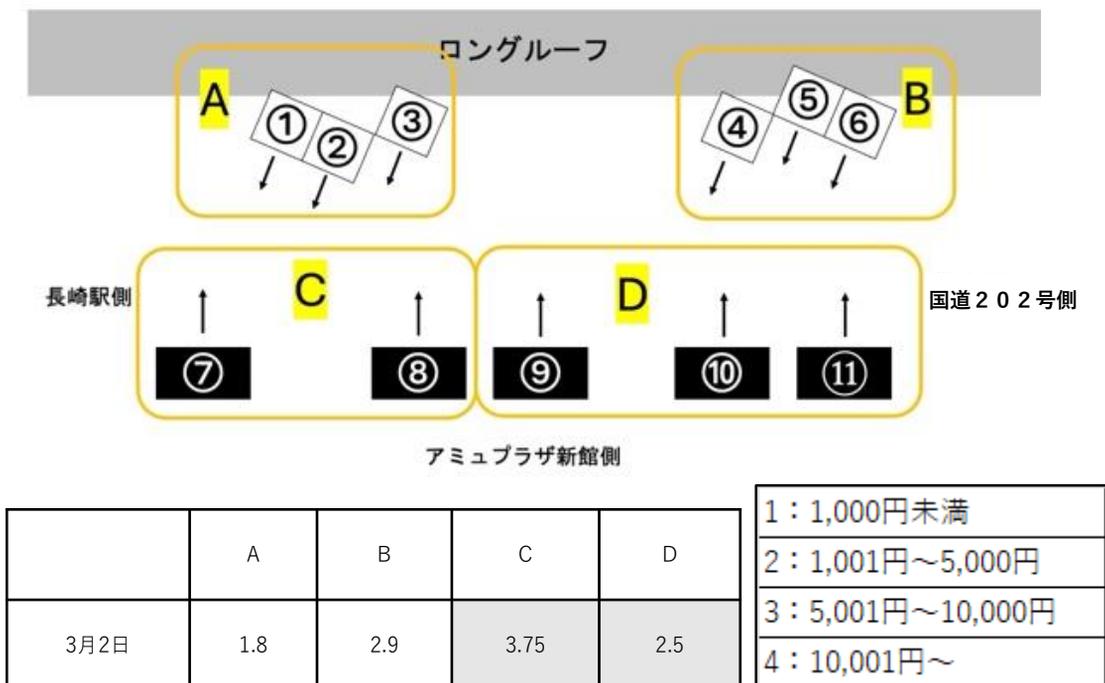
(ア) 3月1日（金）



	A	B	C	D	
					1：1,000円未満
					2：1,001円～5,000円
					3：5,001円～10,000円
					4：10,001円～
3月1日	1.8	2.8	2.3	2.2	

Ⅲ 2回目 社会実験

(イ) 3月2日 (土)



(2) 分析結果

長崎駅側と国道202号側を比較すると、売上げには差が出なかった。
 各ブロックで売上げの平均を調査したところ、ブロックCとブロックDの売上げが3月2日の方が高い。
 これは3月2日のレイアウトでキッチンカーの向きが統一されることにより、来場者の購買意欲が高まったのではないかと考えられる。

15 長崎駅東口駅前交通広場（長崎街道かもめ市場前）の利活用の分析

(1) 日程：3月1日（金）・3月2日（土）

(2) 場所：長崎駅東口駅前交通広場（長崎街道かもめ市場前）



Ⅲ 2回目 社会実験

(3) LEDキャンドル・ワークショップの内容

実施内容	内容
キャンドルスポット	
①木箱&ルミナラ(LEDキャンドル)	木箱を設置して、その中へLEDキャンドルを入れて装飾。
②木箱&ランタン(LED)	木箱を設置して、その中へLEDランタンを入れて装飾。
③ウィッシュライトツリー&ピラーキャンドル	約250個のLEDキャンドルを使用。 大型什器の周りもキャンドルで装飾。
2 ワークショップ	キャンドルアーティストによるワークショップ

ワークショップ

費用 | 無料 各日先着60名様 所要時間 | 30分~60分

フローラルジェルキャンドル

3.1 [FRI] 16:00 - 20:00

ボタニカルキャンドル

3.2 [SAT] 16:00 - 20:00

福岡県産・九州産のお花を自分たちでドライフラワーにしています。
そのドライフラワーを使って作るキャンドル作りです。

※所要時間は作り始めてお渡りするまでにお時間になります。(個人差があります。)

※一度にご参加頂ける人数は10名程度です。

※座れるお席には限りがございますのでご了承ください。

Floral Gel

中にお好きなお花を入れて、透明なジェルワックスを使って作ります。芯は今、大人気のウッドウィック(木の芯)を使います。灯すと、パチンパチンを音が鳴るのが特徴です



Botanical

キャンドルの連続燃焼が6時間と4時間のキャンドルを2個(1個づつ)お作りいただきます。お好きな花びらやお花を入れてお作りいただきます。



(4) ワークショップの参加者数

各日60個の材料を準備し、3月2日が60個に達したため、3月1日分の残を3月2日目に利用した。

参加者数	日	3月1日 (金)	3月2日 (土)
	人数		41

Ⅲ 2回目 社会実験

(5) ワークショップ運営側の意見（自由回答）

- ・無料のワークショップだったために参加しやすい企画だったと思う。
- ・非常に寒かったので、風除けにテントの側幕は必要でした。
- ・日が沈んだ後は、長崎街道かもめ市場の飲食コーナーは食事する利用客が多く賑わってましたが、寒い広場は人がいなかったの、違う場所や屋内で実施する方が良かったと思います。
- ・キッチンカーなどが設置されていた場所とは離れていたため、キャンドルだけのテントはあまり目立たなかったと思います。
- ・音楽やBGMなどもなかったですし、ワークショップのテントからキッチンカー側が全く見えなかったの、盛り上がってるのかどうかも全くわからなかったです。
- ・イベント一体感を感じなかったです。
- ・駅出口から見ると、ワークショップのテントの周辺が暗く、イベントに気づいてもらえていなかった。
- ・駅に向かうか、駅を出てまっすぐ進むかで素通りする人が多い。
- ・全体的にもう少し駅入り口に近かったら、テントの中の様子が見えて良かったのではないかと思う。

(6) 分析結果

ワークショップの運営側もイベントの一体感を感じなかったとの意見があったように、長崎駅東口駅前交通広場（長崎街道かもめ市場前）とナイトマルシェを開催した東西軸とは隔たりがあるため、一体感を作るのは難しいと感じた。

また、かもめ口（東口）からタクシー乗り場の視認性を阻害する可能性もあるため、



Ⅲ 2回目 社会実験

16 写真



Ⅲ 2回目 社会実験

