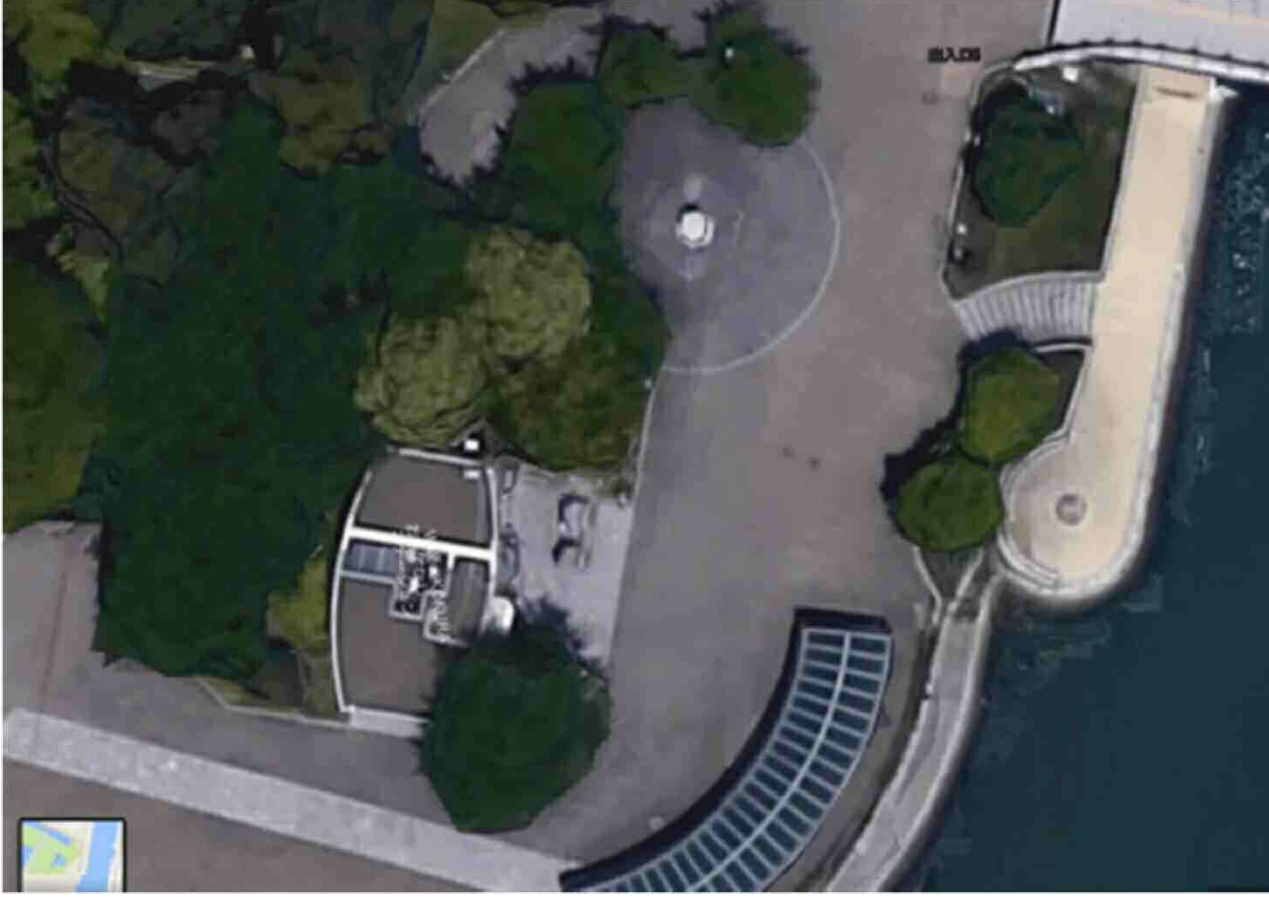


紫川のオープンカフェ  
「Canal Viola (カナル・ヴィオラ)」

社会実験報告書

平成28年10月

<事業概要>

事業名	Canal Viola (カナル・ヴィオラ)
実施内容	「楽しさ」を提供するストール（屋台）のプロデュース事業。地域で活動している移動販売店を募り、出店者を空間・時間に合わせてコーディネートする。
実施日時	<p>&lt;日常型&gt;  平成27年11月9日（月）～平成28年9月30日（金）  11:00～14:00 ※出店店舗により異なる  （土日祝日は一部店舗のみ実施）</p> <p>&lt;イベント型&gt;  ①平成27年11月13日（金）から12月26日（土）までの金土日祝。  18:00～21:00（金のみ17:00～）  クリスマス・イルミネーションに合わせて実施  ②平成28年3月18日（金）から5月28日（土）までの金土日祝。  18:00～21:00（金のみ17:00～）  角打ちスタイルでお酒を楽しむイベント</p>
実施場所	<p>We Love Kokura おもてなしステーション前  （鷗外橋リバーウォーク側のたもと）</p> 

<p>出店者</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ALWAYS (クレープ等)</li> <li>・ Bell Max (焼きたてドッグ)</li> <li>・ café 青い鯉 (日替わり弁当)</li> <li>・ cuocuocatering (ロケ飯)</li> <li>・ Wagon cafe Kiitos (スペシャルティコーヒー)</li> <li>・ MARU (パンケーキ)</li> <li>・ Metins Kebabu (ケバブ)</li> <li>・ tre nave (天然酵母パン&amp;焼菓子)</li> <li>・ オイワイテーカー (ワイン・食事)</li> <li>・ からあげ とりこ (からあげ弁当)</li> <li>・ クーカム (炭火焼チキン)</li> <li>・ グレスト (ホットドッグ)</li> <li>・ さくら屋 (ベビー鯛焼き)</li> <li>・ 勝手まぐろ (マグロ丼)</li> <li>・ 門司かのえ (新鮮野菜)</li> <li>・ Blooming café KEN (フランスドッグ)</li> <li>・ 麺家まるいち (ラー麦焼きそば)</li> <li>・ 焼き鳥トシ (焼き鳥)</li> <li>・ 味楽 (海鮮弁当)</li> <li>・ ナマステ堂 (ジャパカンカレー)</li> <li>・ キッチン禄屋 (牛すじカレー&amp;弁当)</li> <li>・ テイクオフ (お好み焼き)</li> <li>・ モンゴルカレーまるお (各種カレー)</li> <li>・ 本城ぷりん (プリン)</li> <li>・ たこやき37 (たこやき)</li> </ul> <p>全25店舗 (途中参入、撤退含む)</p>
<p>広報活動</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プレスリリースの実施</li> <li>・ 公式HPの作成 <a href="http://violacanal8.jimdo.com/">http://violacanal8.jimdo.com/</a></li> <li>・ 公式Facebookページの運用 <a href="https://www.facebook.com/canalviola/">https://www.facebook.com/canalviola/</a></li> <li>・ 市の広報ページへの掲載 <a href="http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kensetu/05300005.html">http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kensetu/05300005.html</a></li> <li>・</li> </ul>

<実施の様子>

日常型



イベント型



## <メディア掲載実績>

### ○新聞

平成27年11月10日	西日本新聞
平成27年11月10日	読売新聞
平成27年11月10日	毎日新聞
平成28年1月6日	西日本新聞、毎日新聞
平成28年3月22日	西日本新聞

### ○Web

平成27年11月13日	小倉経済新聞 (Web)
平成27年12月～	地域情報ポータルサイト G-motty

### ○フリーペーパー

平成27年12月号	アバンティ
平成27年12月号	消防情報誌「せきちく」
平成27年12月号	地域情報誌 G-motty
平成28年1月16日号	リビング北九州
平成28年7・8・9月号	ドンナ・マンマ

### ○市広報

平成27年11月13日号	メール北九州
平成28年 1月 8日～	北九州市ホームページ
平成28年 2月1日号	市政だより 小倉北区版

### ○TV 放送

平成28年3月8日	ももち浜ストア
平成28年3月23日	NHK ニュースブリッジ北九州
平成28年4月13日	市政テレビ旬感北九州

### ○ラジオ

平成27年12月 8日	イブニングライン北九州
平成27年12月25日	Kिताq 企画会議
平成28年 2月23日	コラボタウンネットワーク
平成28年 5月11日	ディスカバーK I T A Q

<出店料及び占用料の設定>

【公園占用料】

占用料については、社会実験ということで全額免除。ただし、本格運用となった場合は支払い予定。

【出店料】

出店者は占用料見合いの額を勉強会に供出し、勉強会の運営や広報活動にあてている。当初、公園占用料並みの金額としていたが、下記理由により平成28年5月より改訂している。

<改訂理由>

- ・出店者とりまとめの事務経費を捻出するため
- ・チラシなど公告媒体作成のため
- ・出店料計算を簡素化するため

適用期間	出店料（昼）	出店料（夜）
H27.11 ~ H28.4	170 円/m <sup>2</sup> ・日×1/2 (平均 600 円/店・日程度)	<b>【H27.11~12】</b> ワイン・ピザ等 ・総額 30 万円未満の場合 売上げ×10% ・総額 30 万円を越える場合 売上げ×8% (平均 2,700 円/店・日程度)
		<b>【H28.3~4】</b> 缶ビール・缶詰等 ・上記と同様 (平均 3,000 円/店・日程度)
H28.5~	1,500 円/日	喫茶のみ 1,500 円/日 食事のみ 3,000 円/日 <u>食事+酒類 4,500 円/日</u> (改定前料金で5月分を計算した場合 2,200 円/店・日程度)

<集客・収益実績（平成27年11月～平成28年5月末）>

①日常型

販売物 日替わりランチ

販売時間 平日（1月～5月は土日も営業） 11:00～14:00

期間	営業日数（日）	延べ店舗数	来客数（人）	売上（円）
11/9～5/31	147	480	11,012	5,839,187
平均		12,165円/店・日	74.9人/日	39,722円/日

天候	営業日数	店舗数		来客数			売上（円）	
		総数	平均	総数	平均出店数	店平均売上	総売上	日平均売上
晴れ	60	184	3.1店/日	4,988	83.1人/日	13,756円/店	2,531,078	42,185円/日
曇り	26	91	3.5店/日	2,052	78.9人/日	13,040円/店	1,186,652	45,640円/日
曇り雨	25	82	3.3店/日	1,639	65.6人/日	10,314円/店	845,782	33,831円/日
雨	35	121	3.5店/日	2,283	65.2人/日	10,324円/店	1,249,225	35,692円/日
雪	1	2	2.0店/日	50	50.0人/日	13,225円/店	26,450	26,450円/日
計	147	480		11,012			5,839,187	

②イベント型

販売物 アルコール、軽食の提供

販売時間 金土日祝日 18:00～21:00

期間	営業日数（日）	延べ店舗数	来客数（人）	売上（円）
11/14～12/26 3/18～5/31	53	93	2,106	2,141,000
平均		23,022円/店・日	39.7人/日	40,396円/日

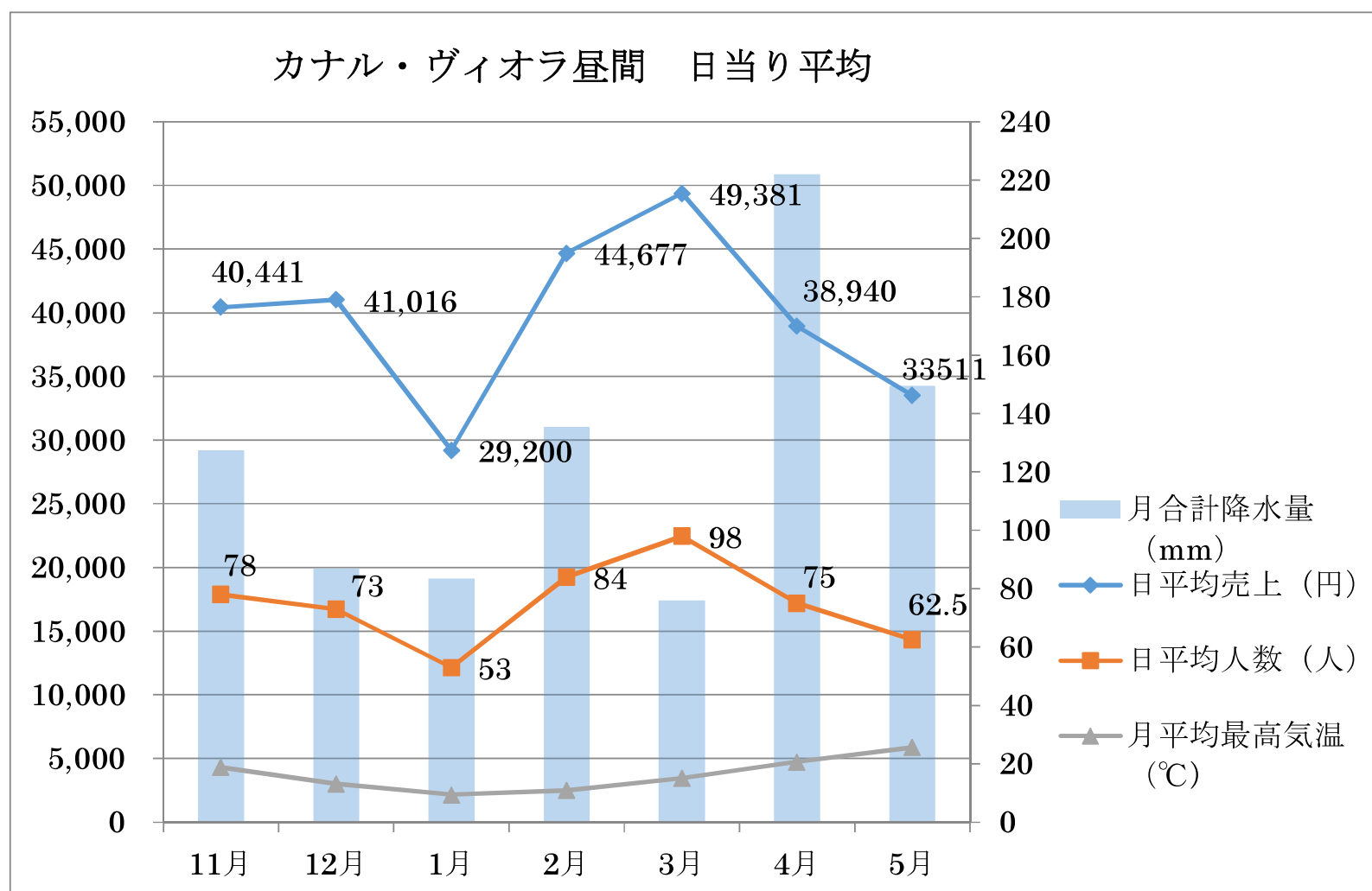
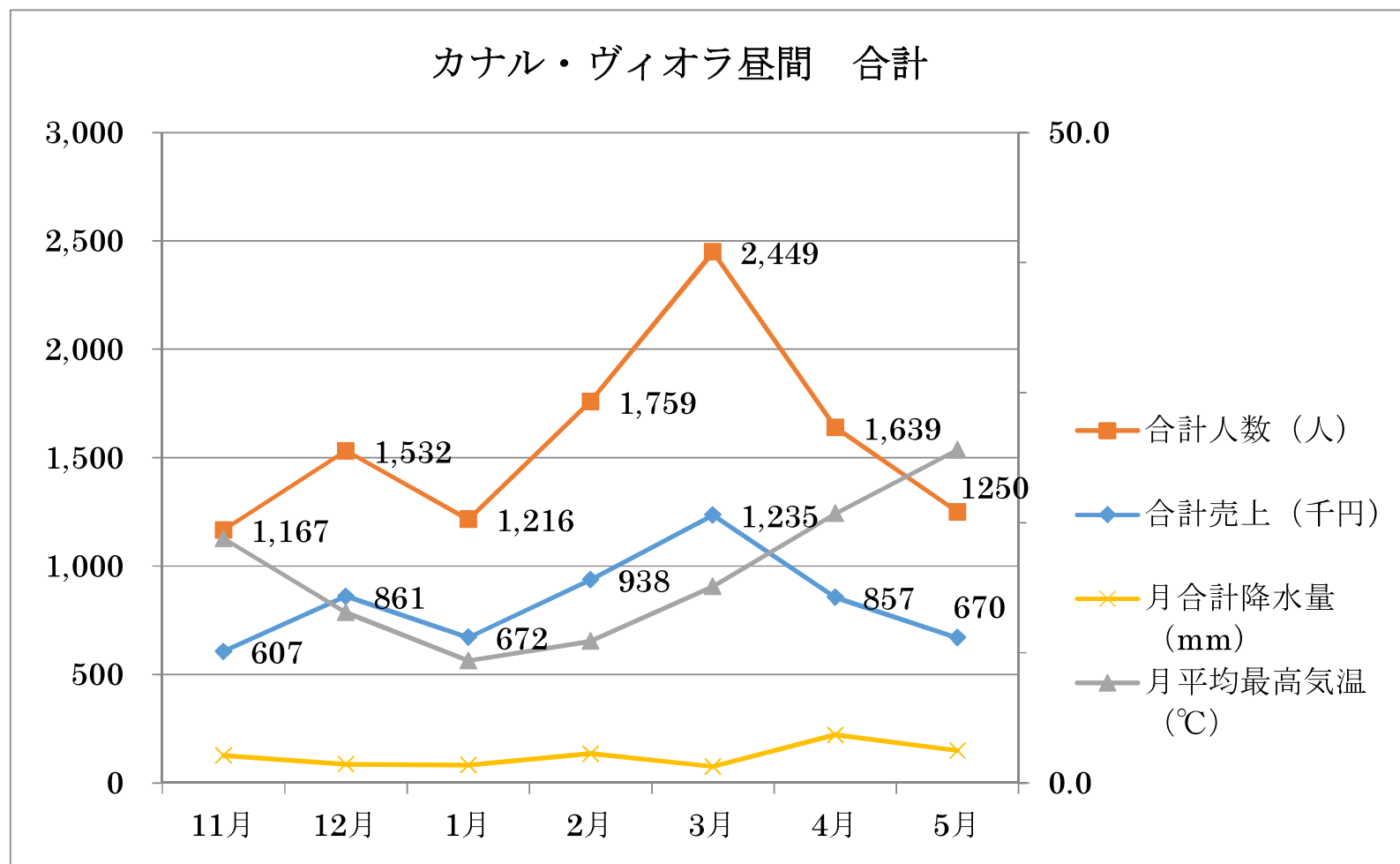
天候	営業日数	店舗数		来客数			売上（円）	
		総数	平均	総数	平均出店数	店平均売上	総売上	日平均売上
晴れ	26	41	1.6店/日	1,095	1.6店/日	26,448円/店	1,084,380	41,707円/日
曇り	12	25	2.1店/日	527	2.1店/日	21,450円/店	536,260	44,688円/日
曇り雨	6	11	1.8店/日	213	1.8店/日	19,351円/店	212,860	35,477円/日
雨	9	16	1.8店/日	271	1.8店/日	19,219円/店	307,500	34,167円/日
計	53	93		2,106			2,141,000	

合計

期間	営業日数（日）	延べ店舗数	来客数（人）	売上（円）
11/9～5/31	200	573	13,118	7,980,187
平均		13,927円/店・日	65.5人/日	39,900円/日

## <日常型 集客・売り上げ分析>

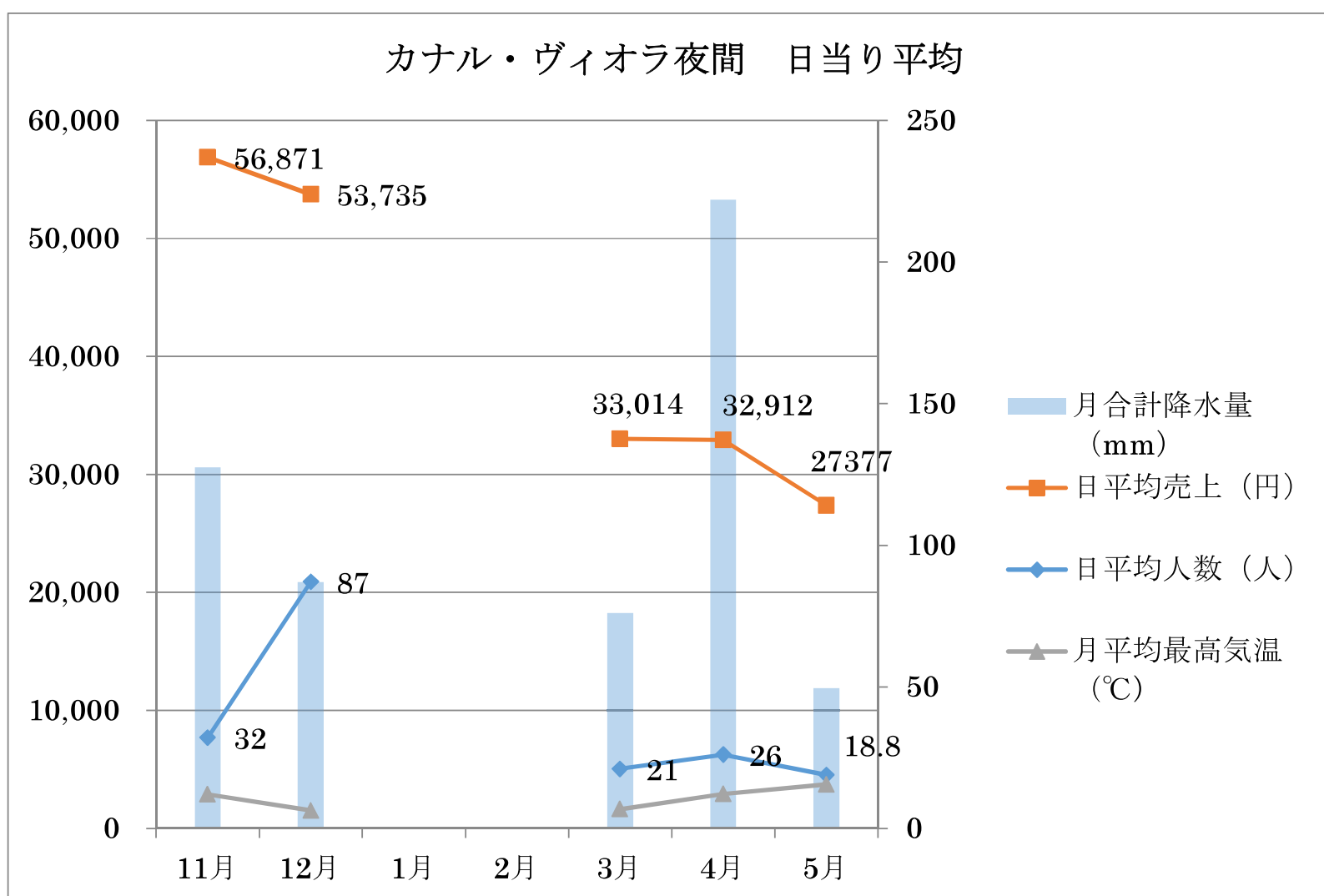
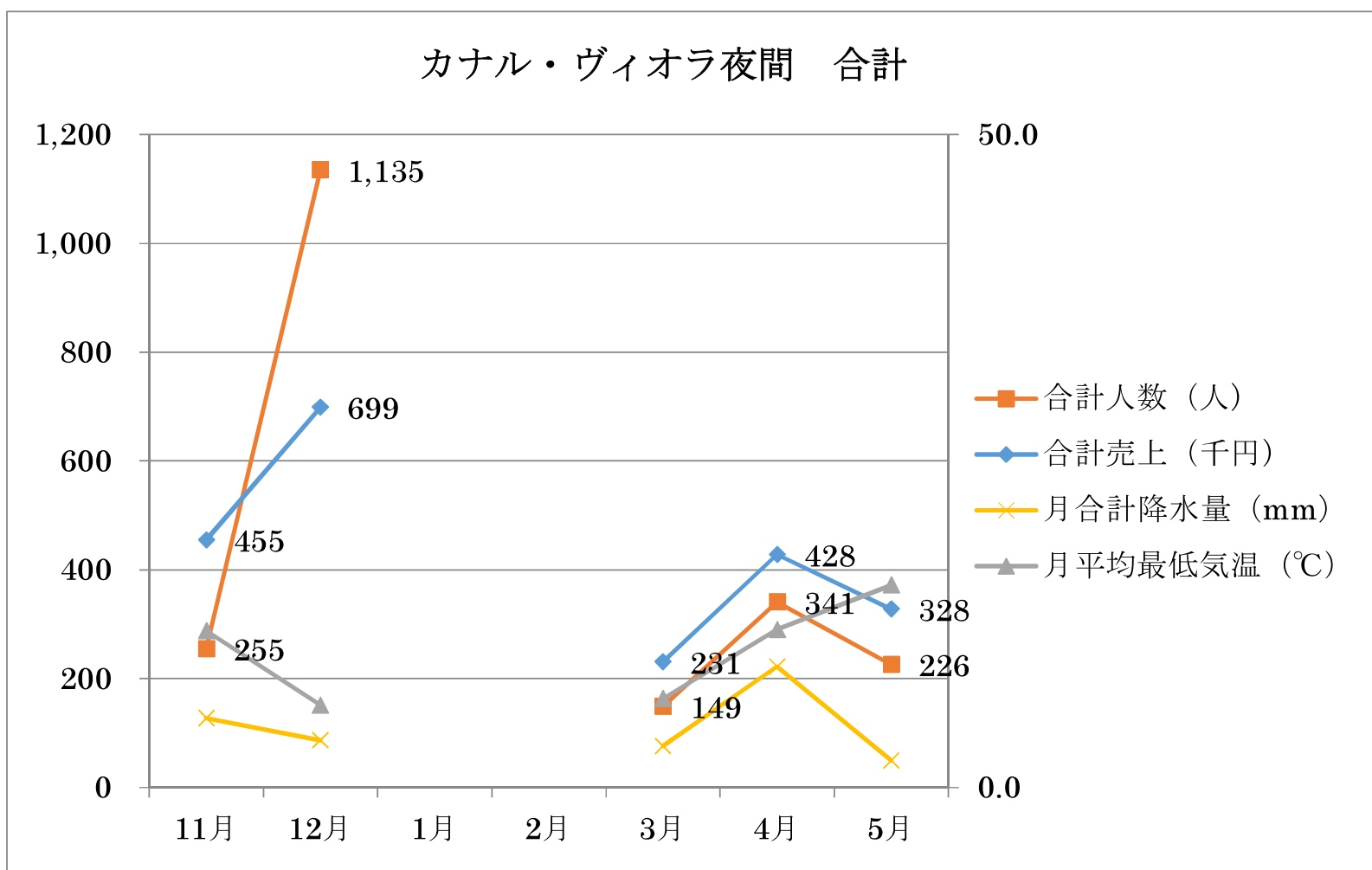
- ・集客及び売り上げは、気温に大きく左右されている。  
→月平均最高気温が最低の1月と最高の5月が同様の数値となっている。
- ・集客・売り上げへの降水量の影響はあまり大きくない。
- ・店舗、メニュー、取組み内容等に対する「飽き」が集客に影響している可能性がある。





### <イベント型 集客・売り上げ分析>

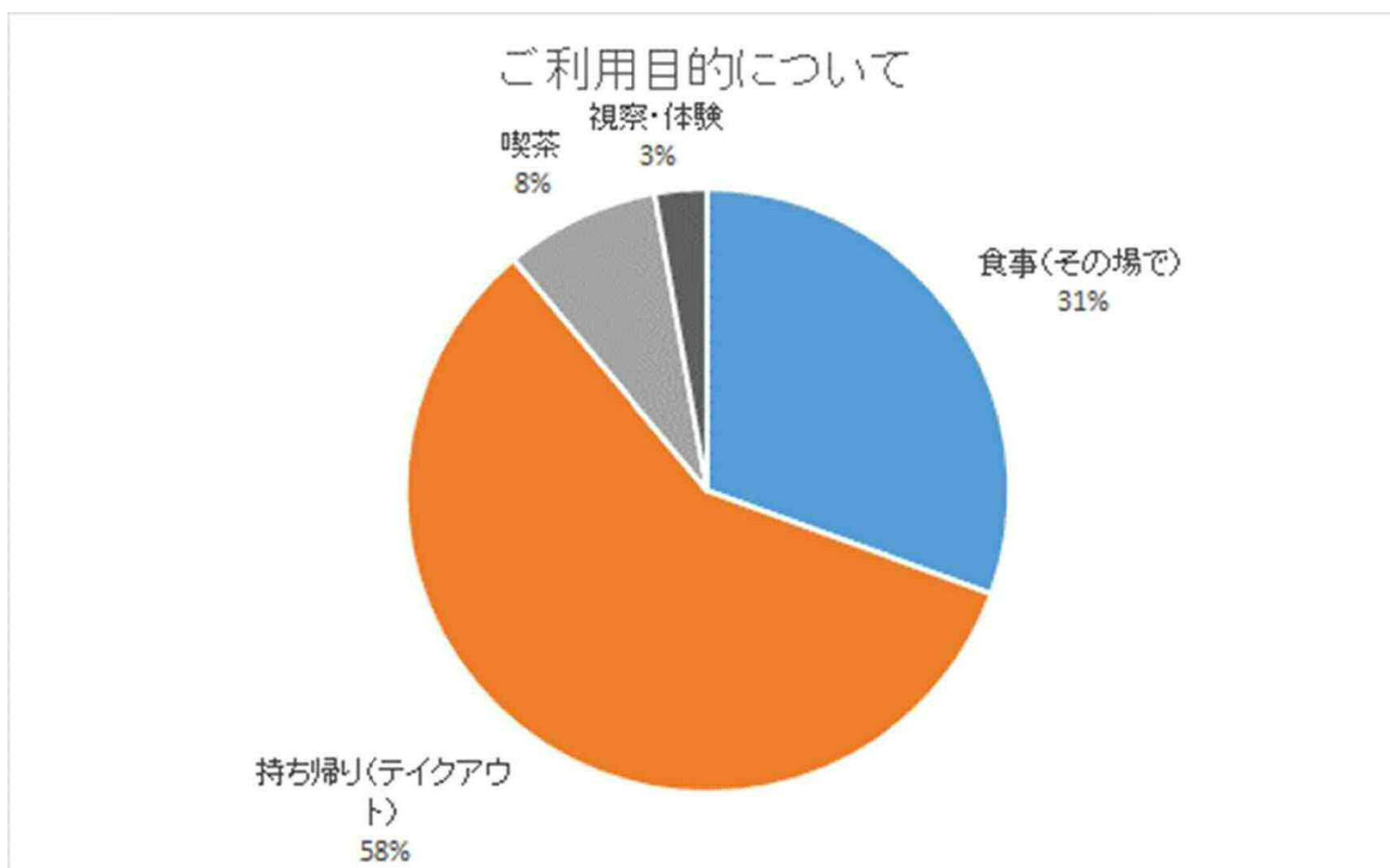
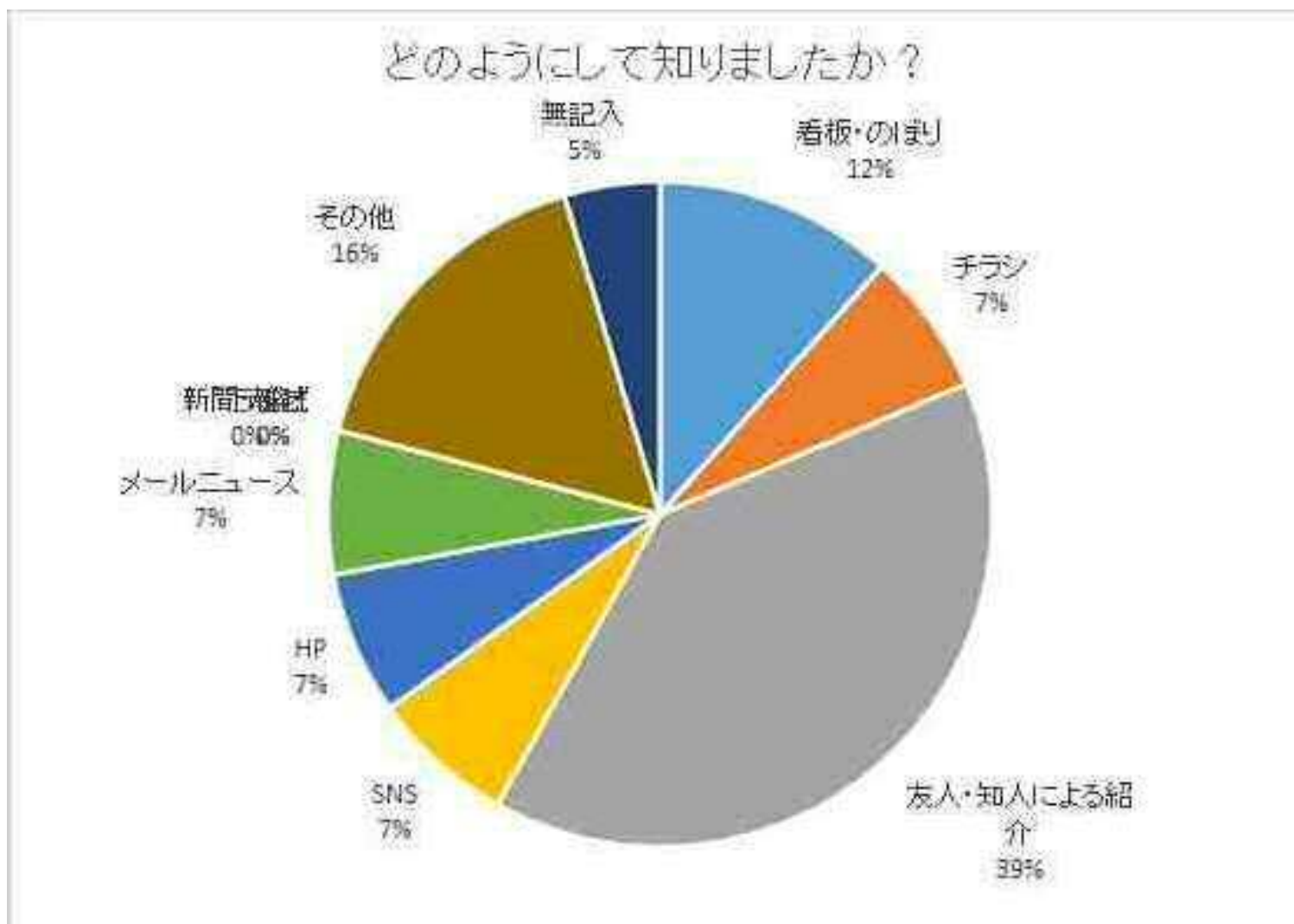
- ・12月はイルミネーション、クリスマス、年末ということもあり気温の影響に関わらず、集客・売り上げが増加した。
- ・3月、4月は花見時期ということもあり一定数集客が図れたが、5月は集客・売り上げが落ち込んだ。

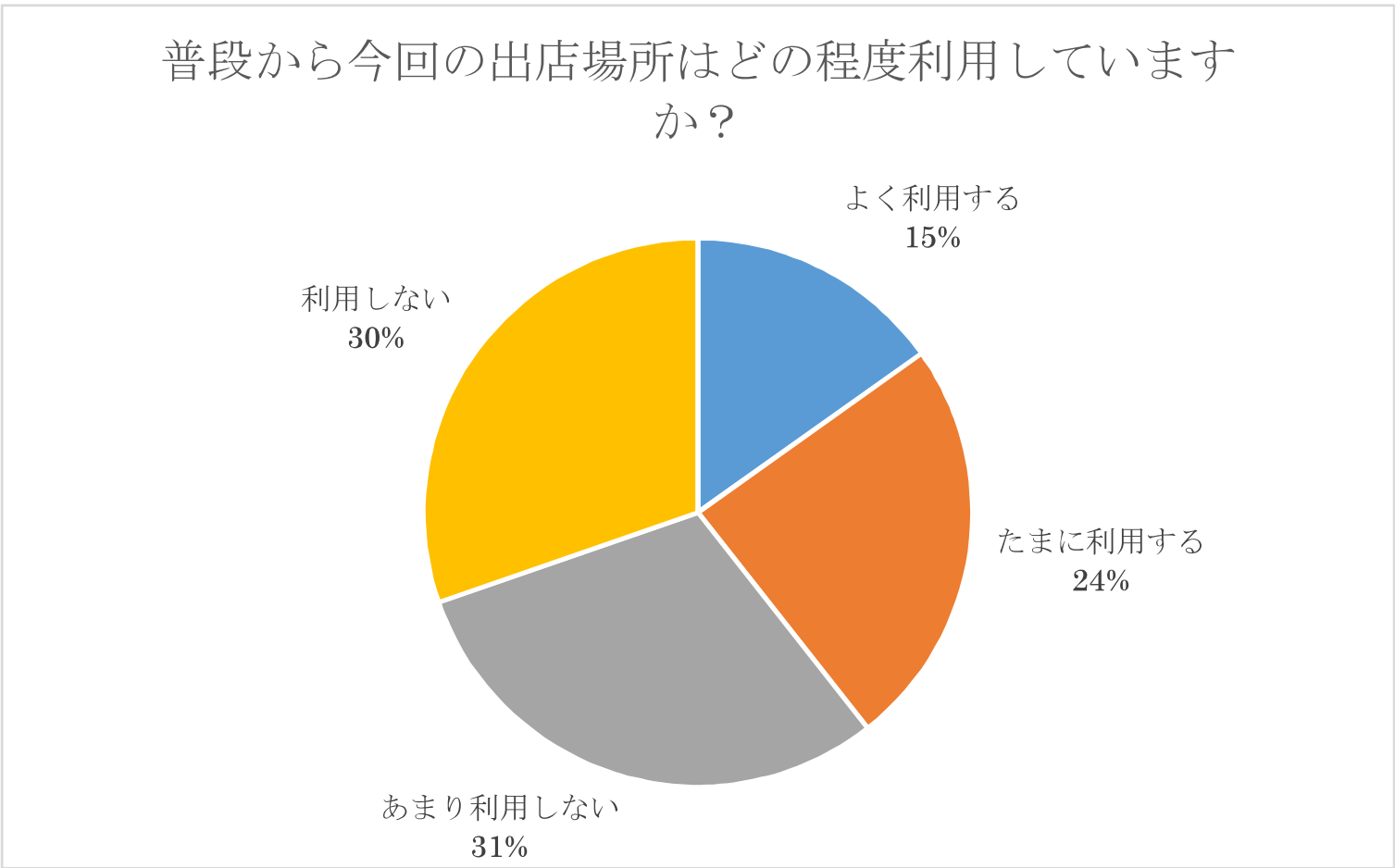
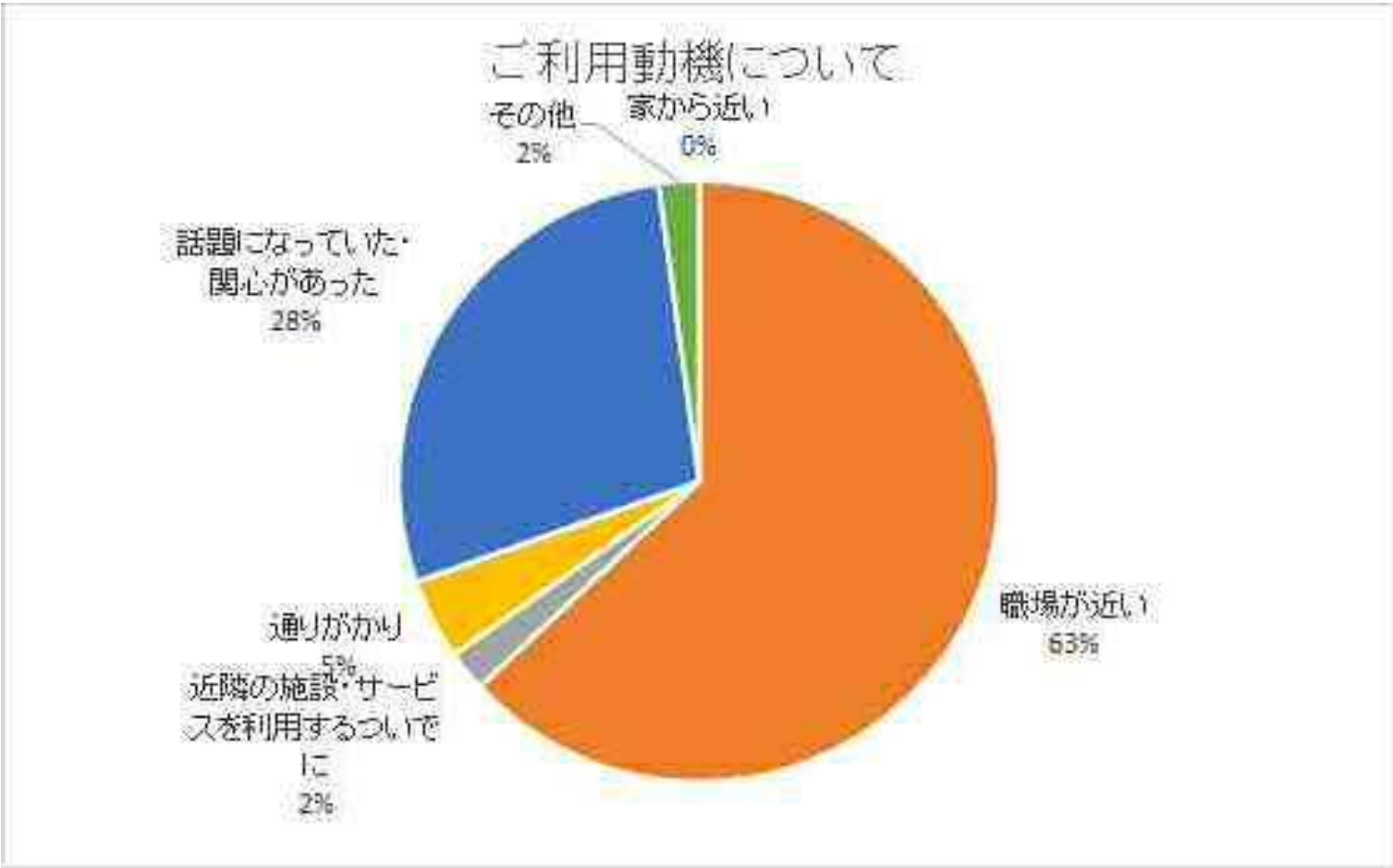


<アンケート結果 n=31 (H27.11~H28.3) >

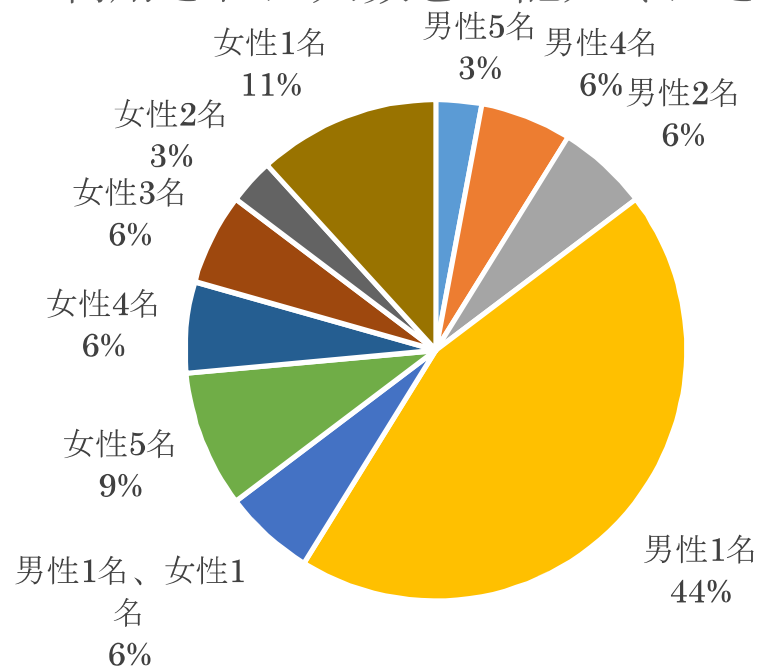
○利用実態

- ・利用者の多くが市役所職員。
- ・テイクアウトが半数以上を占めている。
- ・男性1人での利用が多い。

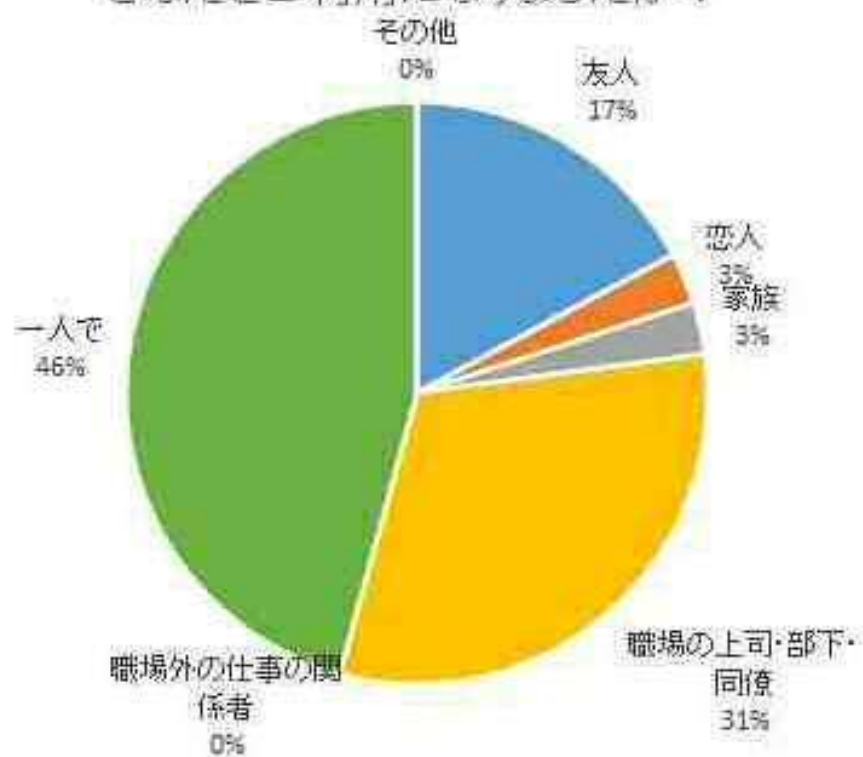




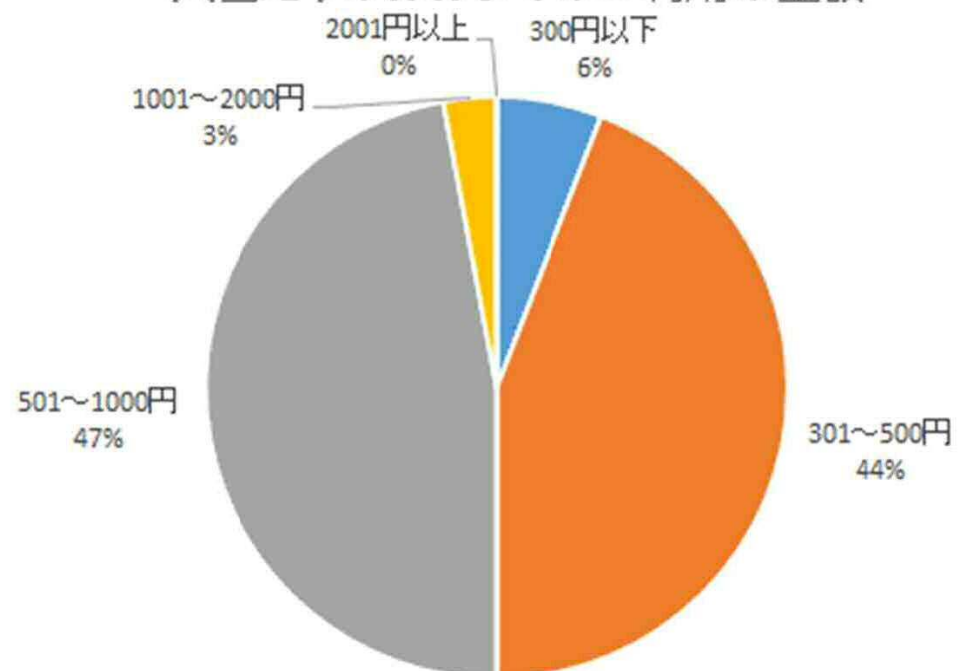
ご利用された人数をご記入ください。



どなたとご利用になりましたか？

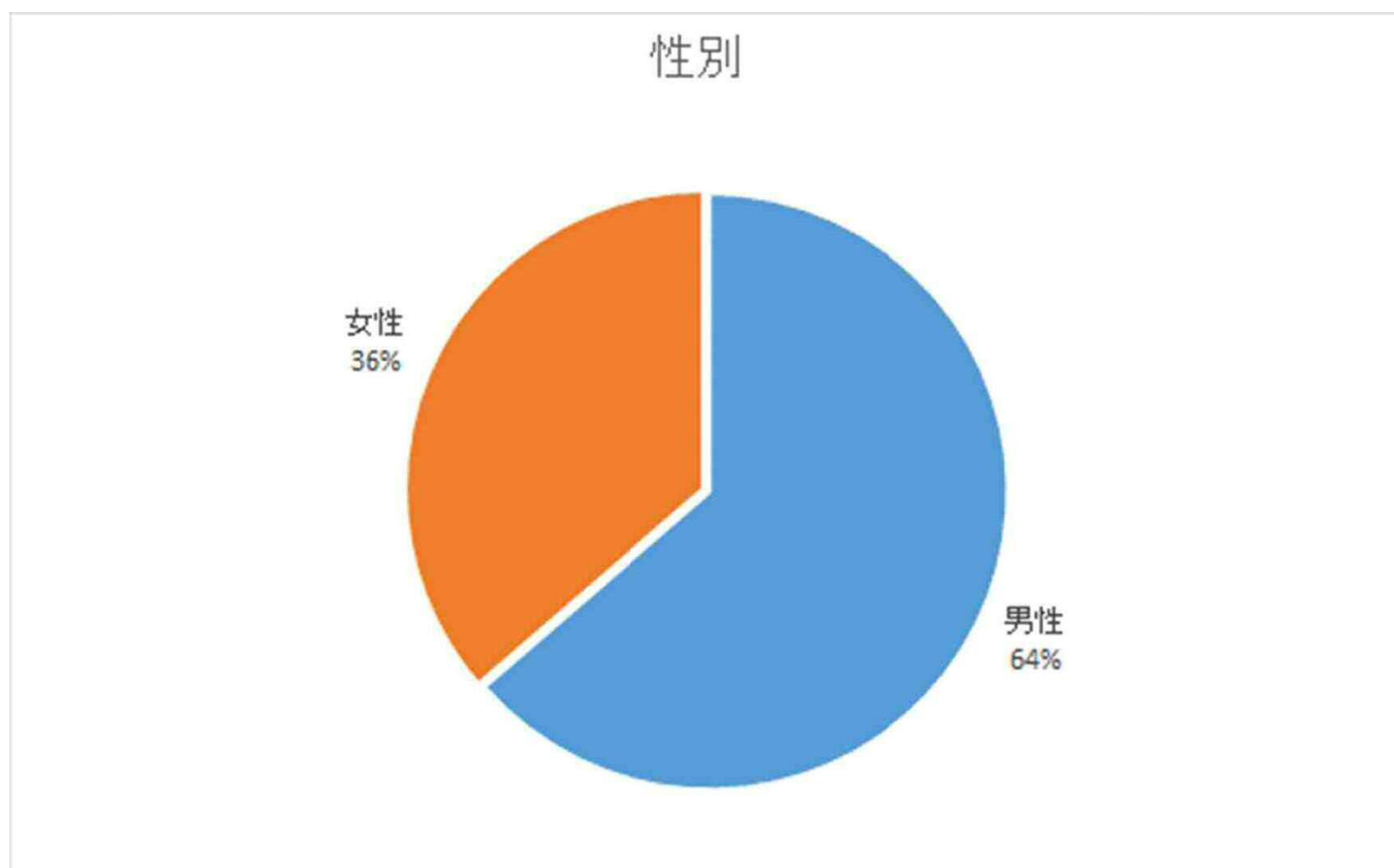
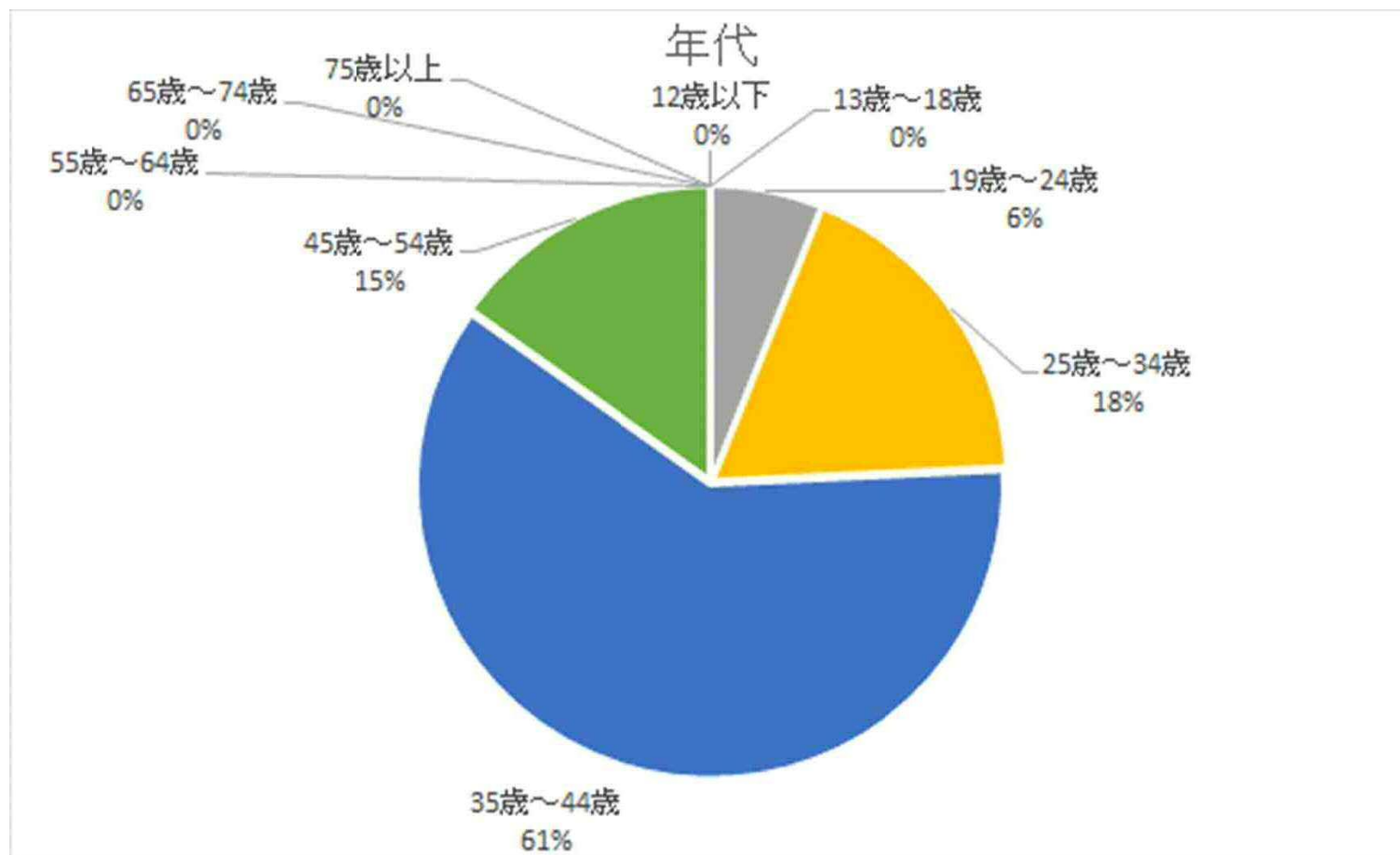


一人当たりのおおよそそのご利用の金額



○利用者属性

- ・ 35 歳～44 歳の年齢層が最多。
- ・ 利用者として市役所職員が多いと考えられる。
- ・ 利用者は男性の比率が高い。

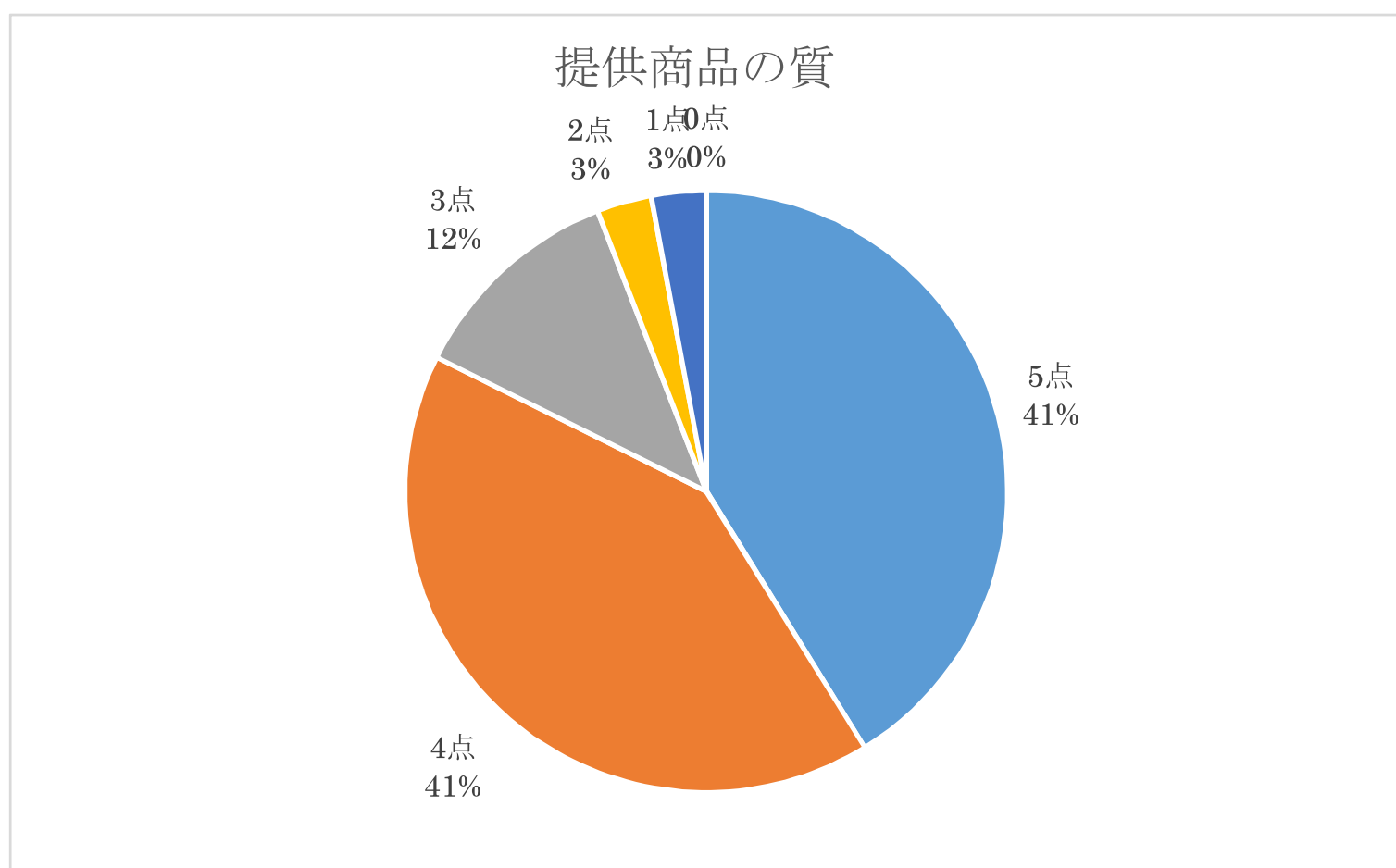
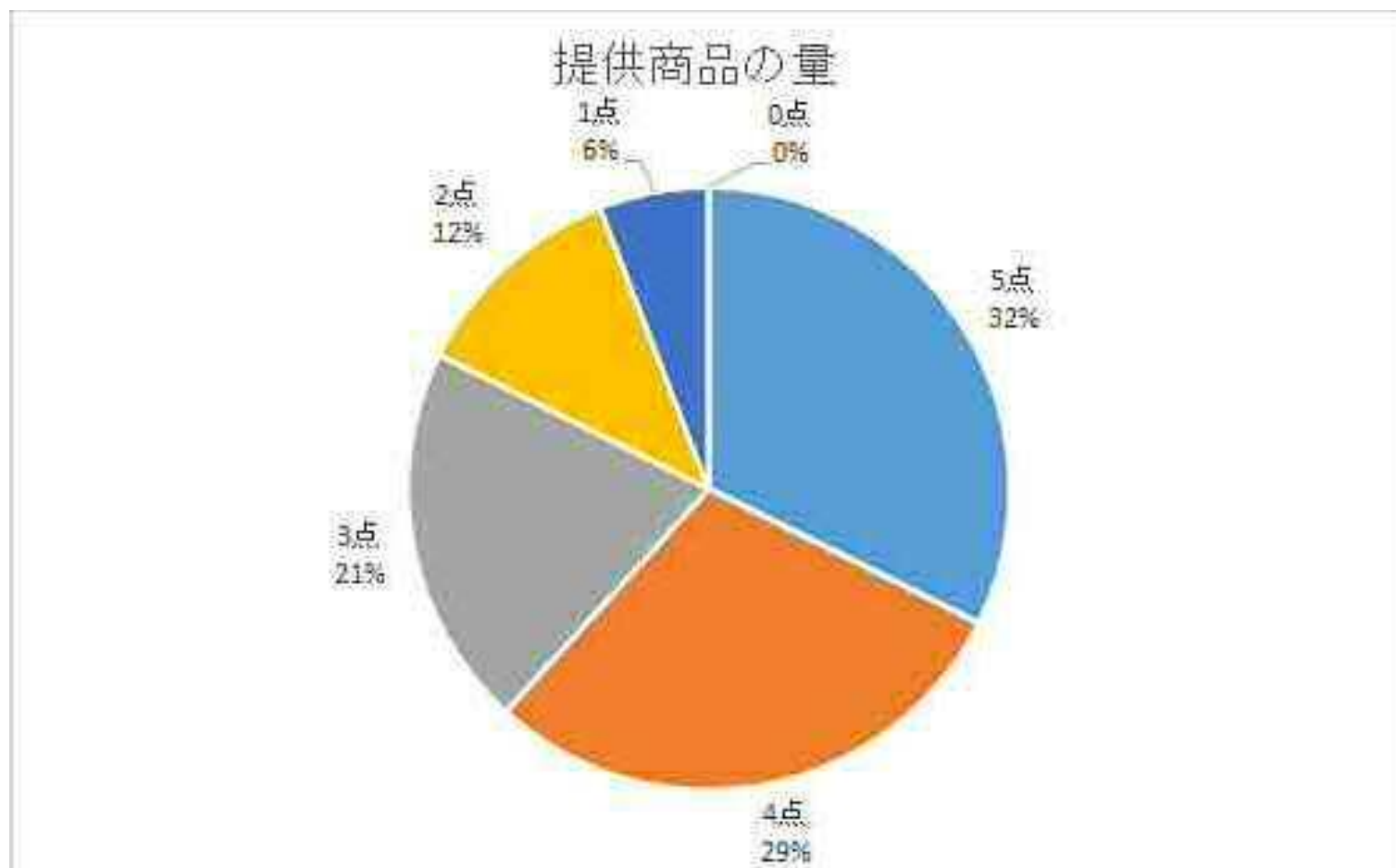


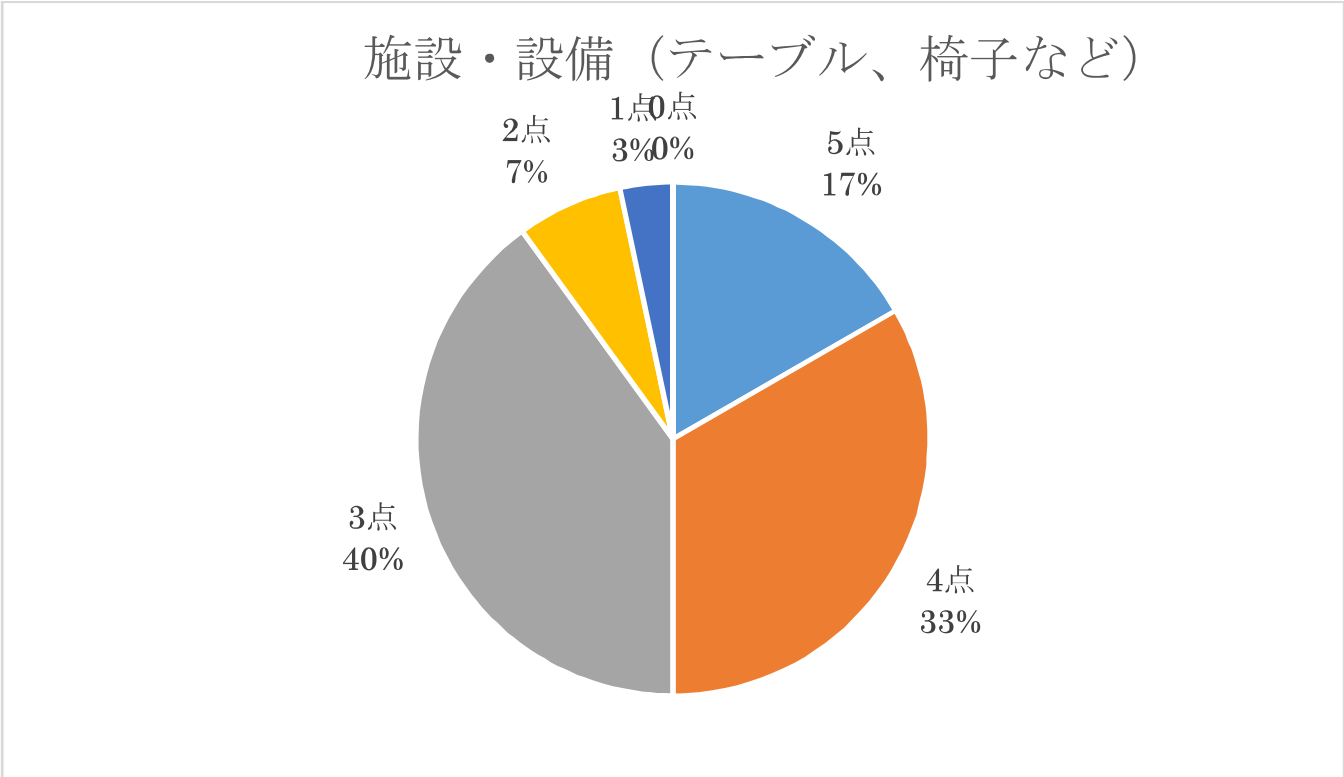
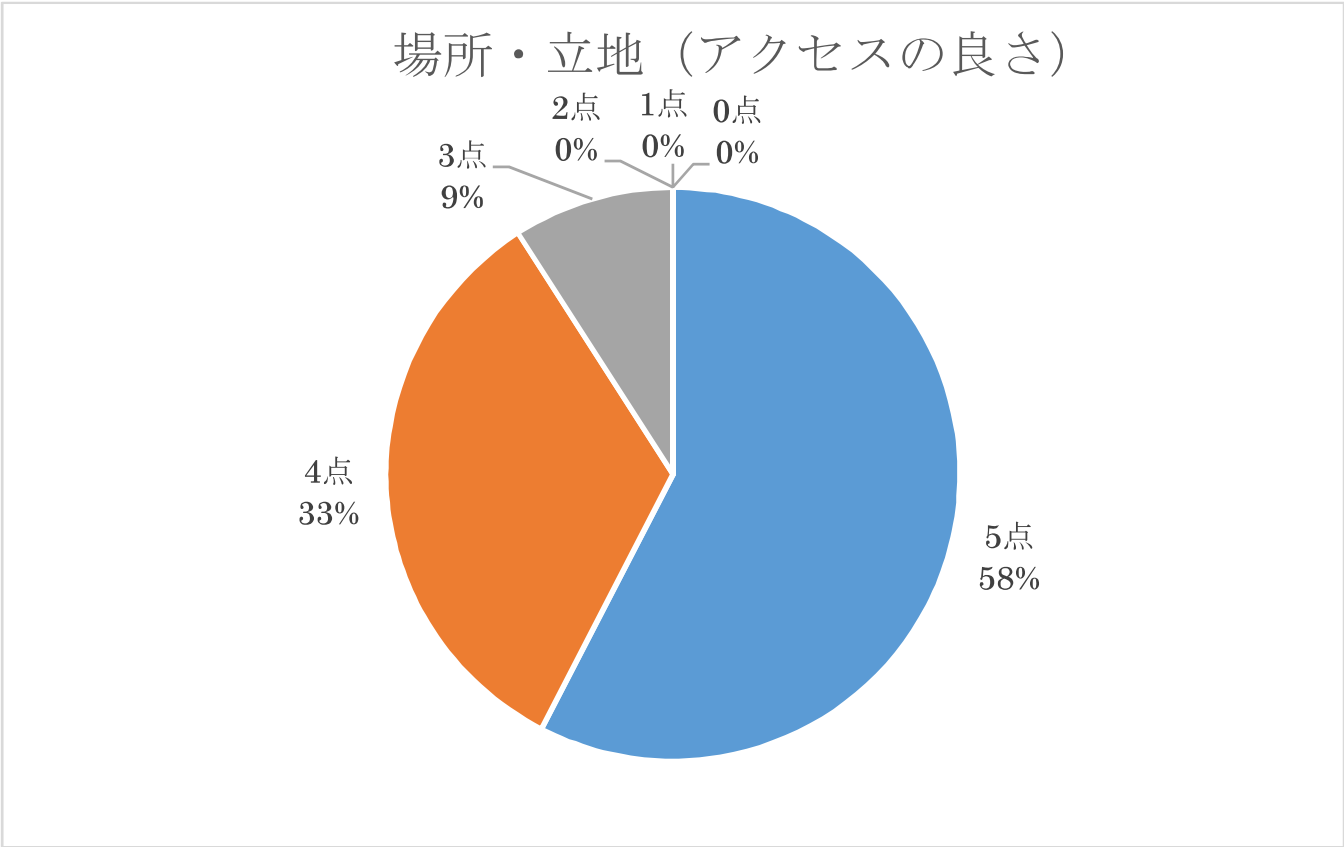
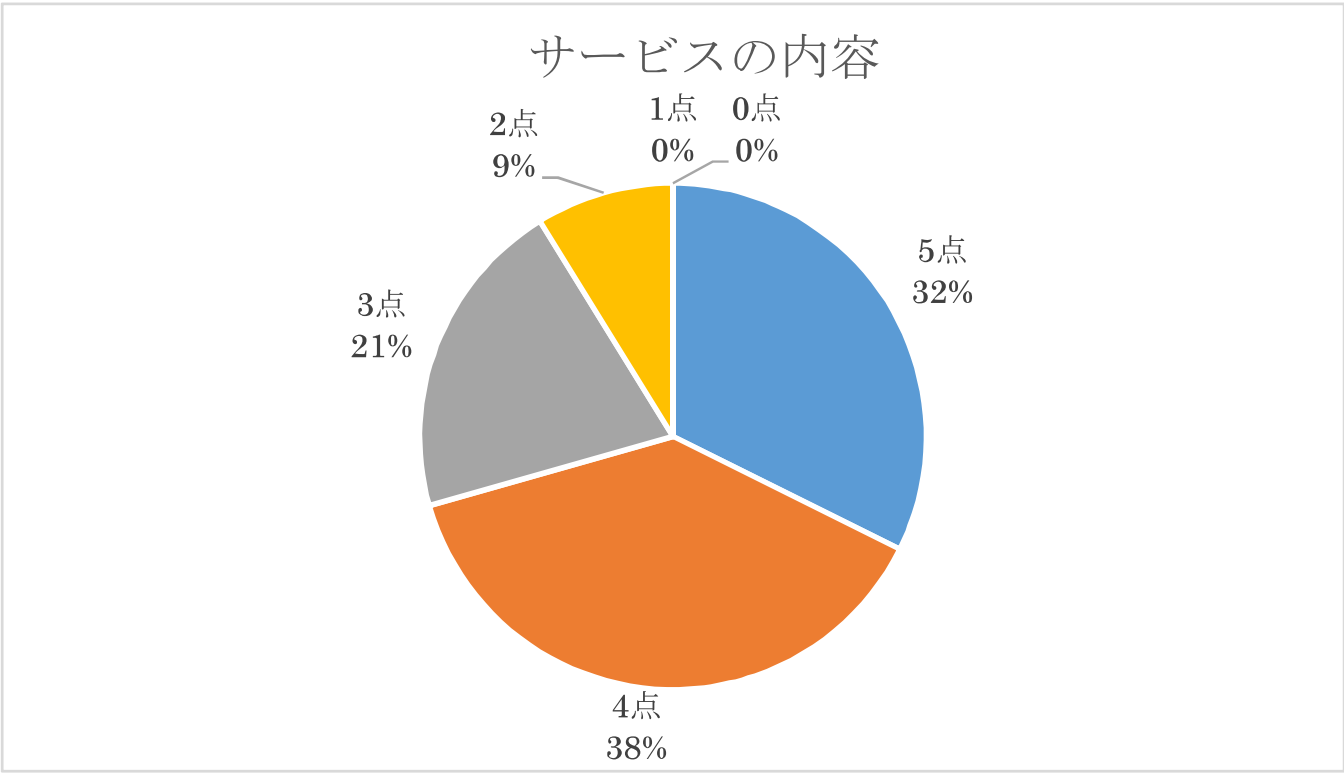
○満足度評価

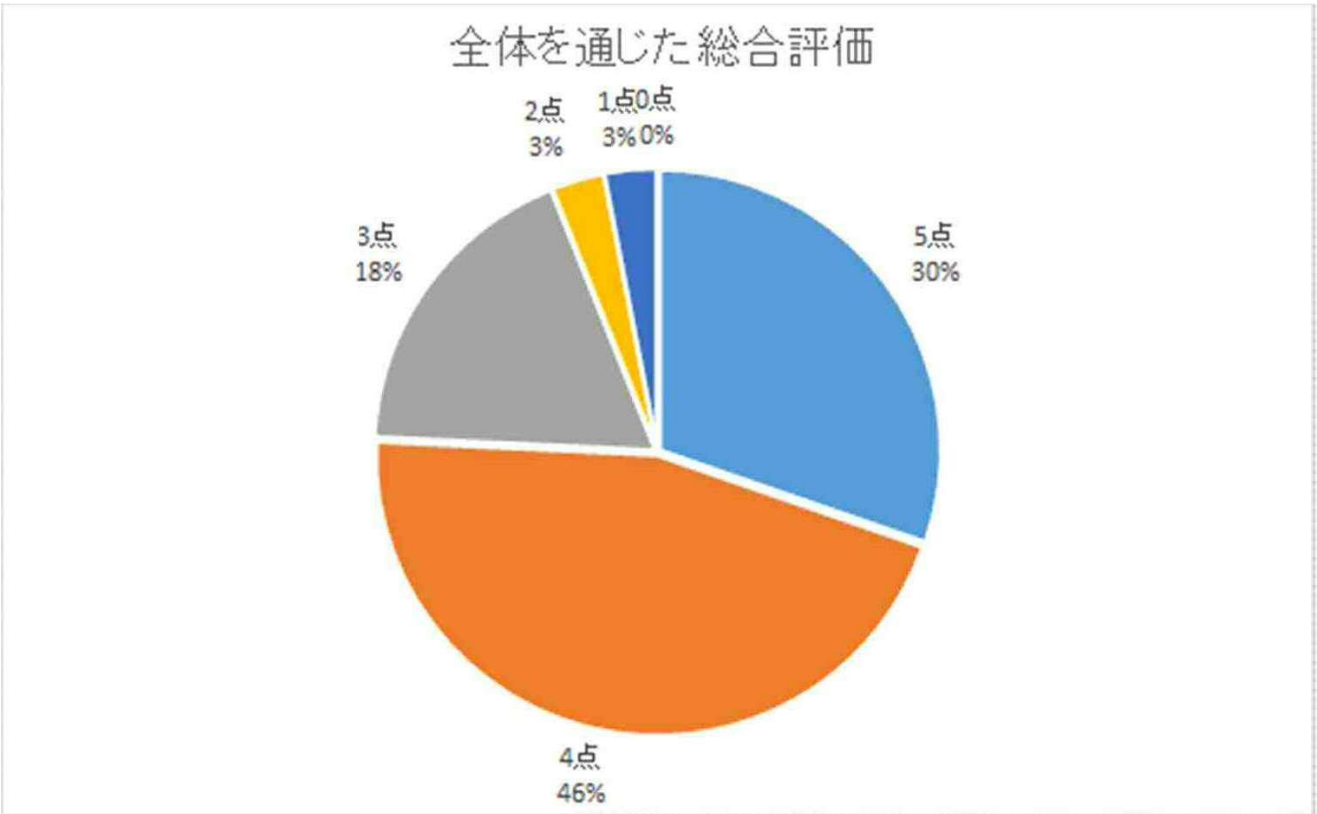
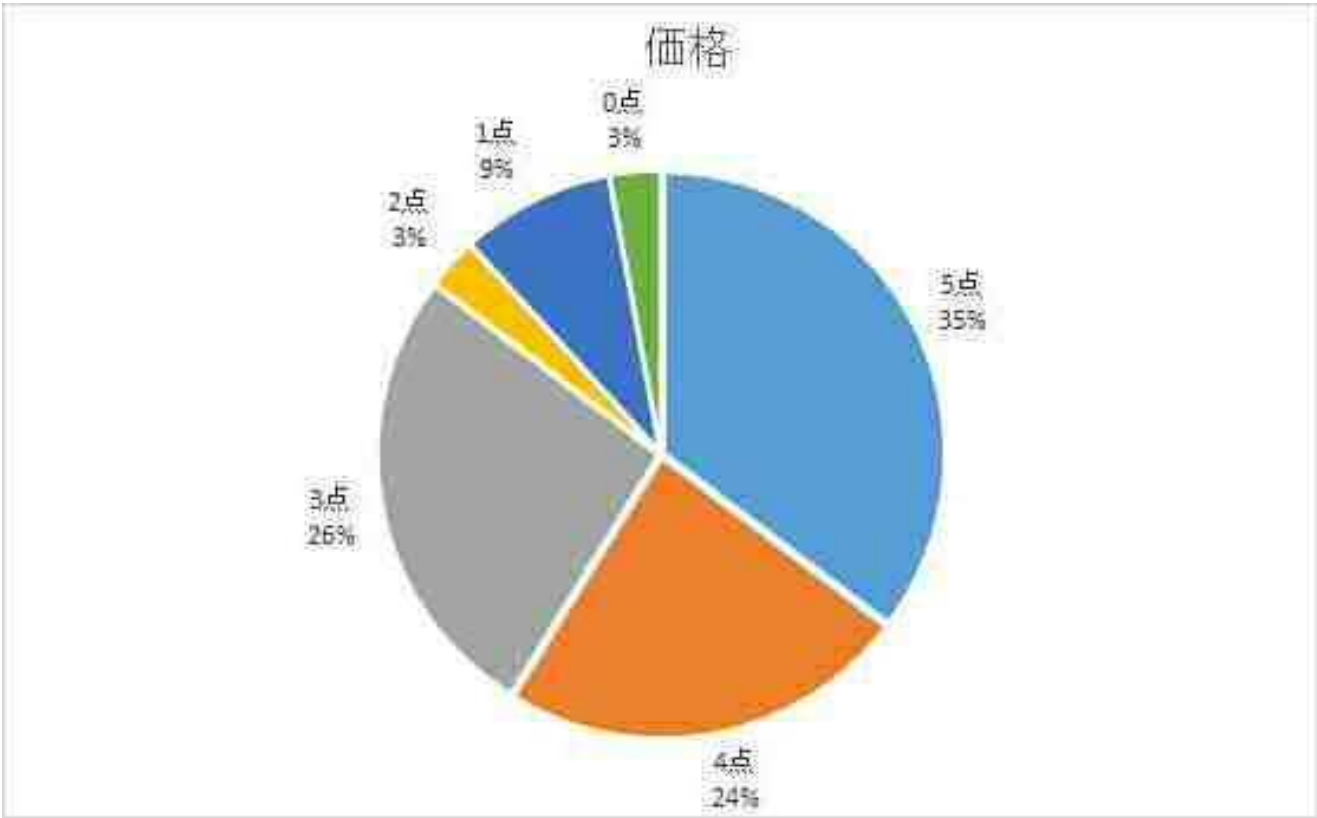
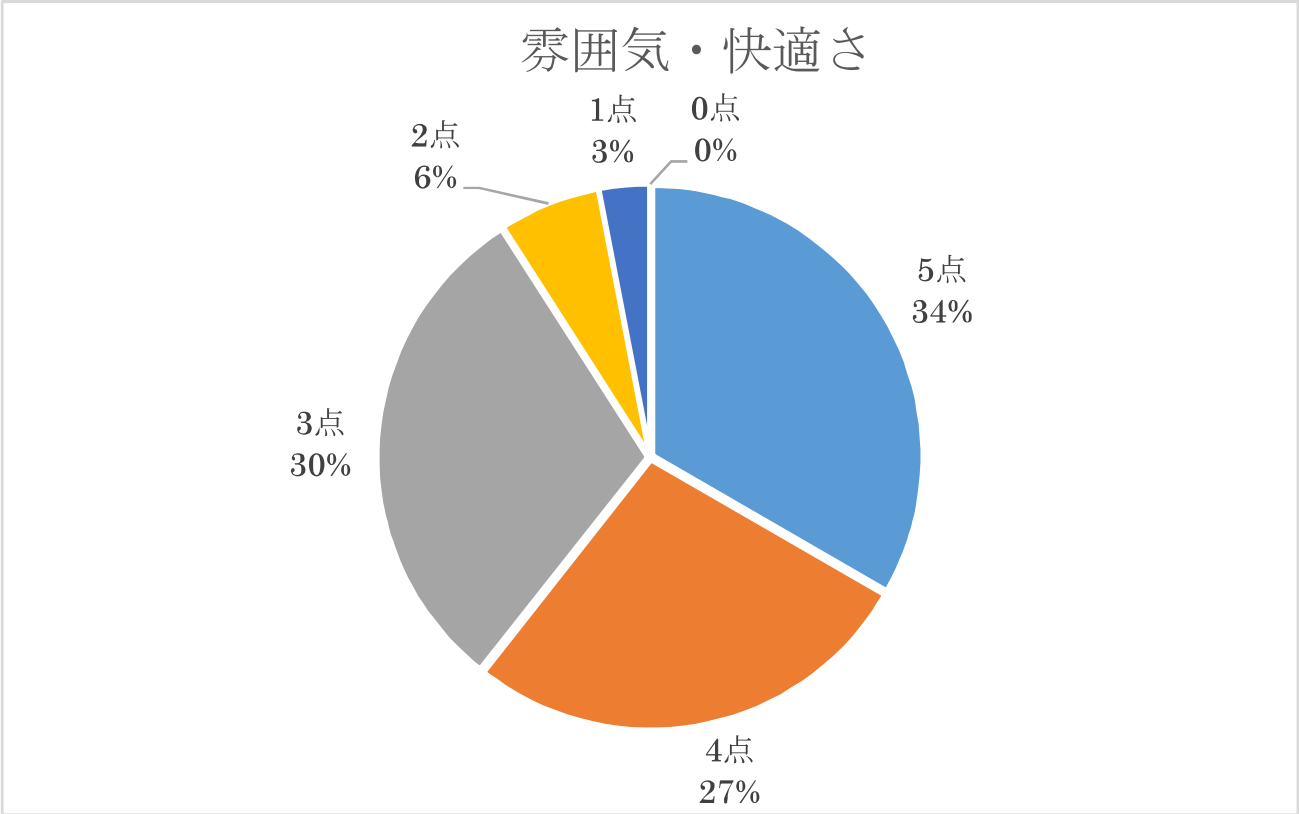
- ・全項目について4以上の評価を得ており、おおむね高評価。

<その他自由意見として>

- ・店舗、メニューを増やして欲しい。テーブル数を増やして欲しい。
- ・提供までの時間を短くして欲しい。予約制を導入して欲しい。
- ・野菜がもっとあると良い。
- ・土日に黒崎方面でも同じことをやって欲しい。
- ・米町・堺町公園などオフィス街で実施しても良い。
- ・PRを続けることが大切。リバーウォークや井筒屋側からも見えやすくする工夫が必要。









## <見えてきた成果と課題>

### ○成果

- ・にぎわいづくりとして、一定の効果があった。(行政からの費用支出なし)
- ・新たに事業を始めようとする人のチャレンジの場となった。
- ・イベントではなく、日常的な事業として取組むことで、認知度及び空間のイメージが向上した。
- ・参加店舗が「まちづくり」に興味を持つきっかけとなり、店舗同士のつながりができた。  
→ (仮称) キッチンカー実行委員会を立ち上げることとなり、多様なにぎわいづくりを実施できる可能性が広がった。
- ・「公共空間リソース利活用勉強会」という、団体間の意見交換及び課題共有のプラットフォームができた。

### ○課題

	課題	解決策
①	荒天時の営業に限界がある (テント破損、集客効果減)	販売拠点施設 (日陰施設) の設置
②	屋外営業では設備が限られているため、 営業内容に制約がある。	電源設備、給排水設備、倉庫などの 設置
③	保健衛生上の許可条件により、提供できる メニューに限りがある。	法令上の条件は遵守した上で、運用 上改善が見込める条件があれば協議 する。
④	市役所以外の利用者が少ない。 (賑わい効果が限定的)	・ 出店店舗の種類や場所の検討 ・ 分かりやすく心地良い雰囲気作り
⑤	出店希望者の公平性の担保	一定条件をクリアすれば出店できる 仕組み作り
⑥	コンセプトが不明確 (希望者を排除でき ない)	⑤で一般的なルールを策定すること で、実施団体のコンセプトを明確化 できる。

## <今後について>

上記のとおり課題はあるものの、今回実施した社会実験により **日常的な事業実施**が、まちのにぎわいづくりに一定程度効果があることが分かった。

よって、公共空間の**継続的な占用許可**についてルールを整備し、一定の基準を満たした団体及び事業であれば、公共空間の積極的な活用を促していくこととする。

また、それに伴い必要となる施設設備についても、検討していくこととする。