長崎駅東口駅前広場
（ロングルーフ下）
利活用社会実験報告書

令和７（２０２５）年　５月

長崎市まちづくり部長崎駅周辺整備室

目次

Ⅰ　実施概要

1 目的 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
2 事業の流れ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
3 社会実験の実施場所 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
4 社会実験としてのイベント ・・・・・・・・・・・・・・・・・2
5 社会実験の内容 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2
6 イベントの周知 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2

Ⅱ　社会実験

1 イベントのタイトル・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
2 日程 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
3 内容 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
4 会場レイアウト・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
5 出店者・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
6 店舗レイアウト ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
7 来場者のアンケート結果 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・8
8 出店者のアンケート結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・13
9 通行者のアンケート結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・21
10 通行者の動線の調査 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・24
11 通行者数の調査 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・25
12 来場者数の調査 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・26
13 通行者数に対する来場者数の割合 ・・・・・・・・・・・・・26
14 長時間滞在者の調査 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・27
15 写真 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・29

Ⅲ　総括

1 評価 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・31
2 課題・改善点 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・31
3 所感 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・32

Ⅰ　実施概要

1 目的

長崎駅東口では令和８年度の全体完成に向け長崎駅東口駅前交通広場・多目的広場・東西軸（プロムナード）等の整備を進めているが、一次交通の拠点である長崎駅から二次交通の主な乗降場がある国道202号まで約200ｍの距離があることから、その整備にあたっては、駅舎・国道間を行き来する人に対し安全で快適に移動できる動線を確保するとともに、距離を感じさせないような賑わい空間づくりをすることが重要である。

本業務では、長崎駅東口駅前広場（ロングルーフ下）を活用して実験的にイベントを実施することにより、イベントによる歩行者動線への影響等を把握・検証するとともに、活用範囲に制限のあるロングルーフ下の最適な活用範囲及び方法を検証し、今後のまちづくりの参考にすることを目的とする。

2 事業の流れ

（1）「長崎駅東口駅前広場（ロングルーフ下）利活用等業務委託」の受託者を入札にて決定
　令和7年1月20日：公告
　令和7年2月　7日：受託者の決定
（2）社会実験の実施
　令和7年3月15日（土）11：00～17：00
（3）社会実験の検証・報告書の作成
（4）長崎市ホームページにて結果の公表

3 社会実験の実施場所

長崎駅東口駅前広場（ロングルーフ下）

Ⅰ　実施概要

4 社会実験としてのイベント

（1）イベントのタイトル

長崎おみやげマルシェ

（2）イベント内容

長崎市土産品開発支援事業に採択された、長崎市内の6事業者が開発した長崎ならではの新商品（お土産）を販売し、長崎駅を訪れる観光客等にPRするもの。

【長崎市土産品開発支援事業】

西九州新幹線の開業や長崎スタジアムシティの建設等に伴う交流人口の拡大に伴い、土産品の需要の高まりが期待される中、その効果を市内中小企業者の売上向上に繋げることを目的として、市内の中小企業者が行う、長崎ならではの土産品の開発・販路開拓に対して支援を行うもの。

（3）開催期間

令和7年3月15日（土）11：00～17：00

5 社会実験の内容

（1）ロングルーフ下の活用範囲の設定

長崎駅周辺は火災の延焼や拡大を抑制するため、防火地域に指定されている。

長崎駅東口駅前広場内のロングルーフはその構造(準耐火建築物）により、イベント等に活用できる範囲に制限が設けられていることから、その制限内で適切であると考えられる位置や範囲を設定した。

（2）会場レイアウトの設定

歩行者の通行を妨げないよう会場のレイアウトを設定した。当日は雨天だったため、商品や購入者が濡れないように東西軸側ではなく、ロングルーフの内部側に店舗の正面を向けた。

（3）アンケート調査の実施

来場者向け、出店者向け及び通行者向けの３種類のアンケート調査を実施し、それぞれの意見を収集した。

（4）通行者数の調査
（5）通行者動線の確認
（6）定点カメラによる長時間滞在者の調査
（7）店舗配置と売り上げの関連性の分析

6 イベントの周知

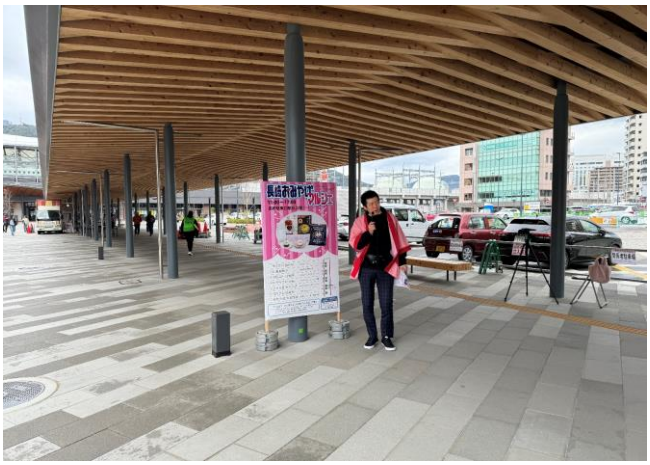
（1）広報ながさき
（2）SNS（X・LINE・Facebook・Instagram）への投稿
（3）市・シュガーロード連絡協議会のホームページにて周知
（4）マスメディア（テレビ、ラジオ、ローカル誌）

（5）看板の設置

長崎おみやげマルシェ
BUS
E7
E3
E4
E5
E11
E12
E13
E14
E15

長崎おみやげマルシェ

長崎おみやげマルシェ


長崎おみやげマルシェ

長崎おみやげマルシェ
ながさきの新しい「おいしい」を召し上がれ
11:00～17:00
長崎駅東口駅前広場（ロングループ下）
①株式会社 梅月堂　伝来物「之」
②佐藤製麺所　長崎名産 百年の極
③有限会社 髙野屋　長崎からすみパスタソース
④株式会社 Pebble　たかしまフルーティートマトのお酒
⑤合同会社 楽々工房　NAGASAKI びわ酢サイダー
⑥有限会社 白水堂　桃の道しるべ
⑨有限会社 木村蒲鉾　長崎おでん　揚げ蒲鉾４種
ロングループ
物産情報コーナー
本部（アンケート提出 キャッシュバック）
「かもめ口」から国道までの通りを心地よい空間に
この「長崎おみやげマルシェ」は、かもめ口（東口）から国道までの通りを心地よい空間にするための社会実験として実施しています。
主催：長崎市（商業振興課・長崎駅周辺整備室）
＼アンケートに答えて／100円キャッシュバック!!
商品を購入後、アンケートに答えていただいた人にキャッシュバックを実施中です。
※お一人様１回限りです。

（6）ポスター・チラシ

長崎おみやげマルシェ
ながさきの新しい
「おいしい」を召し上がれ
NAGASAKI びわ酢サイダー
たかしまフルーティートマトのお酒
長崎からすみパスタソース
伝来判「之」
桃の道しるべ
長崎名産 百年の極
長崎ならではの新しいおみやげが誕生しました。
長崎市内の事業者によって新しく開発された商品です。
家族や友人に贈りたくなること間違いなし！ぜひ、この機会に味わってください！
3/15 土
長崎駅東口駅前広場
（ロングルーフ下）
11:00～17:00
長崎かんぼこ王国のキッチンカーも来るよ！
株式会社 Pebble　たかしまフルーティートマトのお酒
佐藤製麺所　長崎名産 百年の極
有限会社 髙野屋　長崎からすみパスタソース
有限会社 白水堂　桃の道しるべ
株式会社 梅月堂　伝来物「之」
合同会社 楽々工房　NAGASAKI びわ酢サイダー
有限会社 木村蒲鉾　長崎おでん　揚げ蒲鉾４種
会場
（ロングルーフ下）
長崎駅東口
駅前広場
出島
メッセ
長崎
長崎駅
アミュプラザ
長崎 新館
アミュプラザ
長崎 本館
長崎駅前電停
県庁
ホテル
ニュー長崎
中央
郵便局

長崎おみやげマルシェ

3/15 土　**長崎駅東口駅前広場（ロングルーフ下）**
11:00～17:00

＼アンケートに答えて／
１００円キャッシュバック‼

出店店舗で商品を購入後、アンケートに答えていただいた人に「100 円キャッシュバック」を行います！かもめ口（東口）から国道までの通りがさらに楽しく、もっと快適な場所になるよう、みなさんの声をお聞かせください！

※予定数に達し次第終了。

たかしまフルーティートマトのお酒

株式会社 Pebble

濃厚な旨みがぎゅっと詰まった「たかしまフルーティトマト」を使用して、美味しいお酒を造りました。着色料・保存料・果糖の無添加にこだわり自然なトマトの旨みと酸味がほどよく、どんな食事にも合わせやすいお酒です。ナチュラルで優しい甘さを感じられるソーダ割りがおすすめ。

長崎名産 百年の極 ちゃんぽん

佐藤製麺所

創業 100 周年を迎える佐藤製麺所。
創業者利久茂より受け継いだ製麺技術に加え、長崎県下のみで使用可能な「唐あく」の食味を引き出し、3代目佐藤茂樹が仕上げた逸品を「長崎名産 百年の極」と銘打ちお届けすることになりました。佐藤製麺所 100 周年の歴史を凝縮した商品です。

長崎からすみパスタソース

有限会社 髙野屋

延宝三年（1675 年）の創業以来、技術を代々進歩させながら一子相伝のワザとして 350 年以上に渡り伝承してきた「髙野屋のからすみ」。
着色剤や発色剤等の添加物を一切使用しない素材のままの風味を大切にした極上の「高野屋のからすみ」をたっぷりと使用した贅沢なパスタソースが誕生しました。

桃の道しるべ 桃かすてらのお饅頭

有限会社 白水堂

受け継がれる歴史、風土、文化を芳しき和菓子に託し、今の世に伝え続ける白水堂。砂糖文化を広めた「シュガーロード」と縁起菓子「桃かすてら」に因み、「桃の道しるべ」が創製されました。
小さくカットした白桃の果肉と上品な自家製の白餡がほどよく調和した、桃をかたどった可愛らしいお饅頭です。

伝来物「之」フィナンシェ

株式会社 梅月堂

長崎の女性商人「大浦慶」の名を冠した「お慶さんの頂きものプロジェクト」で高い評価を得た長崎の砂糖・菓子文化の魅力を伝える新スイーツ「伝来物」。
「伝来物」のうち、長崎の老舗和洋菓子店「梅月堂」が開発したフィナンシェ「之」がリニューアルされ、新しい「之」として誕生しました。

NAGASAKI びわ酢サイダー

合同会社 楽々工房

様々な障害を抱えた人々の働く場所として、「楽しい協働作業」「長崎らしいものづくり」をコンセプトに、長崎らしい商品を販売している合同会社楽々工房。
健康志向の人にも多く好まれている「長崎びわ酢」を使ったシリーズ商品（びわ酢、ゼリー、飴）に、新たにサイダーが加わりました。

「かもめ口」から国道までの通りを心地よい空間に

この「長崎おみやげマルシェ」は、かもめ口（東口）から国道までの通りを**心地よい**空間にするための**社会実験**として実施します。このイベントを通して、急いでいる人が**スムーズ**に通り抜けられることはもちろん、ベンチでゆっくりと**くつろいだり**、出店に寄り道して**楽しんだり**、この場所を利用するみなさんにとって**快適な空間**づくりを考えます。

主催　長崎市
問い合わせ先：商業振興課 TEL095-829-1150　長崎駅周辺整備室 TEL095-829-1173

Ⅱ　社会実験

1 イベントのタイトル

長崎おみやげマルシェ

2 日程

令和7年3月15日（土）　時間：11：00～17：00

天気：雨のち一時曇　　気温：7.9℃～15.8℃

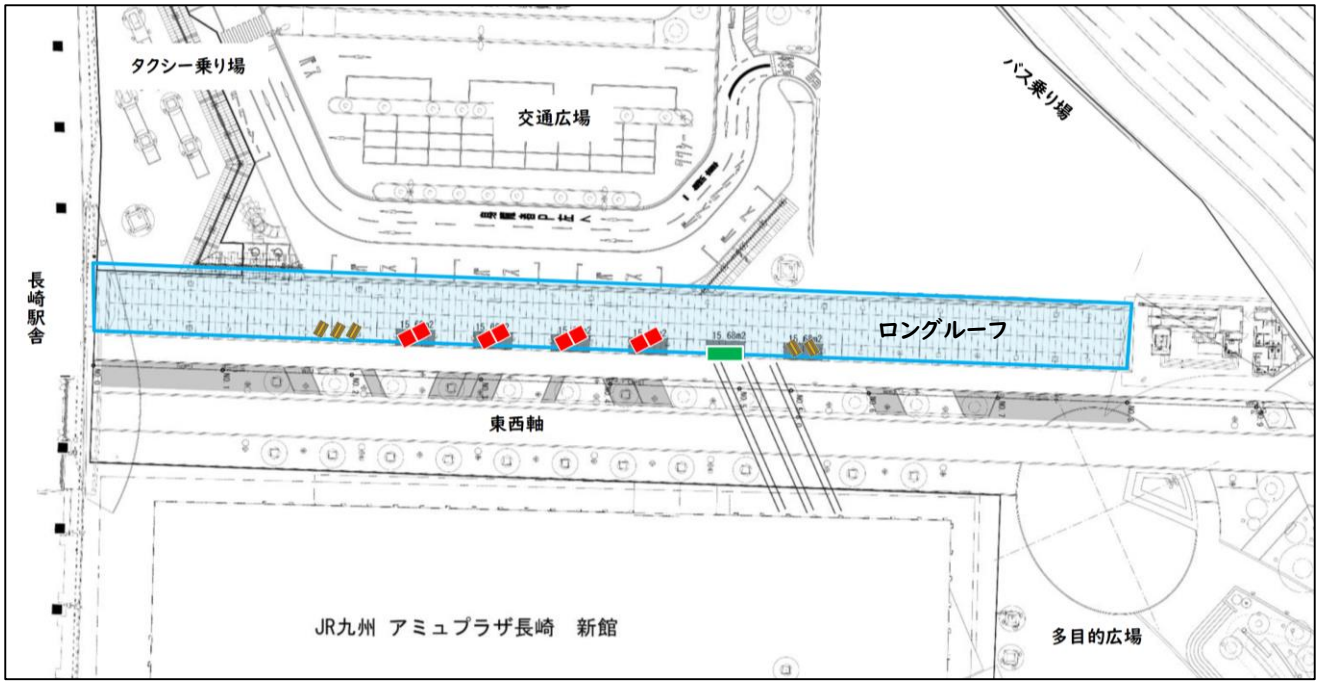
風向：北北東　平均風速：2.6ｍ/ｓ（気象庁気象データ参照）

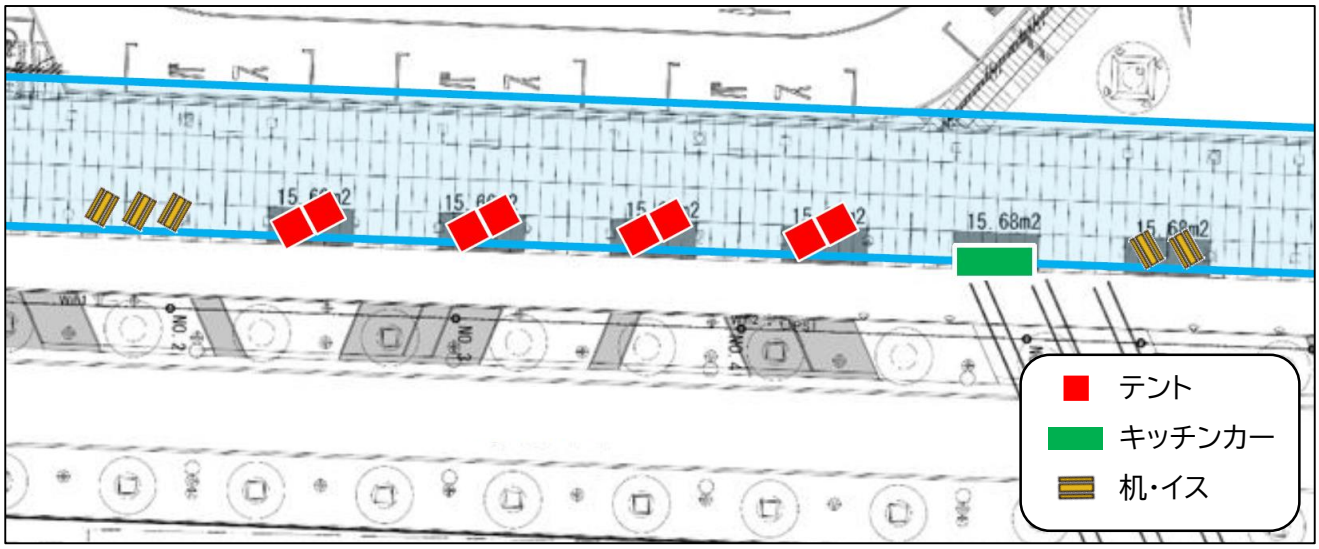
3 内容

長崎市土産品開発支援事業に採択された長崎市内の6事業者が開発した長崎ならではの新商品（お土産）等の販売：全7店舗

物産情報コーナー及び本部

4 会場レイアウト





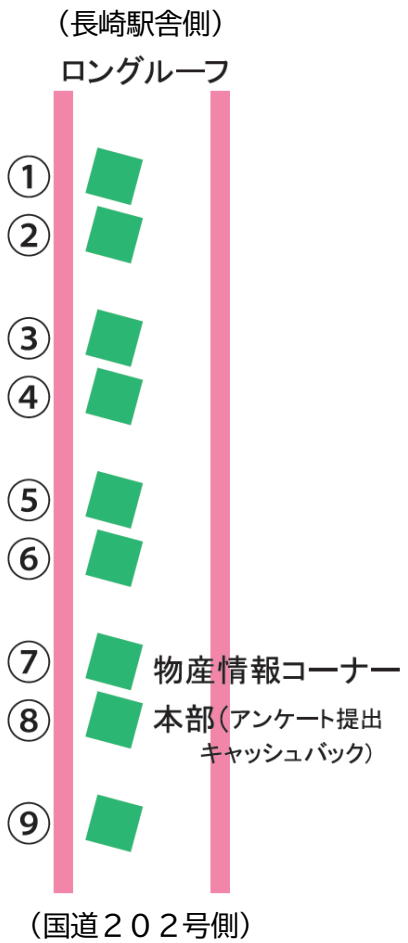
Ⅱ　社会実験

5 出店者

	店舗名	新商品名	販売していた商品 （ジャンル）
1	株式会社 梅月堂	伝来物「之」（フィナンシェ）	焼菓子
2	佐藤製麺所	長崎名産 百年の極（ちゃんぽん）	麺類全般
3	有限会社 髙野屋	長崎からすみパスタソース	からすみ
4	株式会社　Pebble	たかしまフルーティトマトのお酒	酒類
5	合同会社 楽々工房	NAGASAKI びわ酢サイダー	飲料、菓子、ステンドグラス
6	有限会社 白水堂	桃の道しるべ（桃カステラのお饅頭）	焼菓子
7	有限会社 木村蒲鉾		長崎おでん　揚げ蒲鉾4種

6 店舗レイアウト

	店舗名等
①	株式会社 梅月堂
②	佐藤製麺所
③	有限会社 髙野屋
④	株式会社　Pebble
⑤	合同会社 楽々工房
⑥	有限会社 白水堂
⑦	物産情報コーナー
⑧	本部
⑨	有限会社 木村蒲鉾



7 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。
希望者にはアンケート用紙への記入を依頼した。
回答者には100円キャッシュバックを行った。

（2）アンケート内容

・在住地　・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　・改善してほしい点
・今後希望するイベントの内容

長崎おみやげマルシェ来場者アンケート

「長崎おみやげマルシェ」にご来場いただきありがとうございます。
このイベントは、長崎駅かもめ口（東口）から国道までの通りを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しています。
快適な空間づくりへの参考となるよう、みなさん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します。

※このアンケートで回答いただいた情報は、長崎駅東口駅前広場の利活用に向けた取り組み以外の目的では使用しません。

Google にログインすると作業内容を保存できます。詳細

* 必須の質問です

Q1.　お住いの地域について教えてください *

- [ ] 長崎市内
- [ ] 長崎県内
- [ ] 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

Q2.　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

Q3.　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

Q4.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
- ○ JR
- ○ 路面電車
- ○ バス
- ○ 船
- ◉ その他

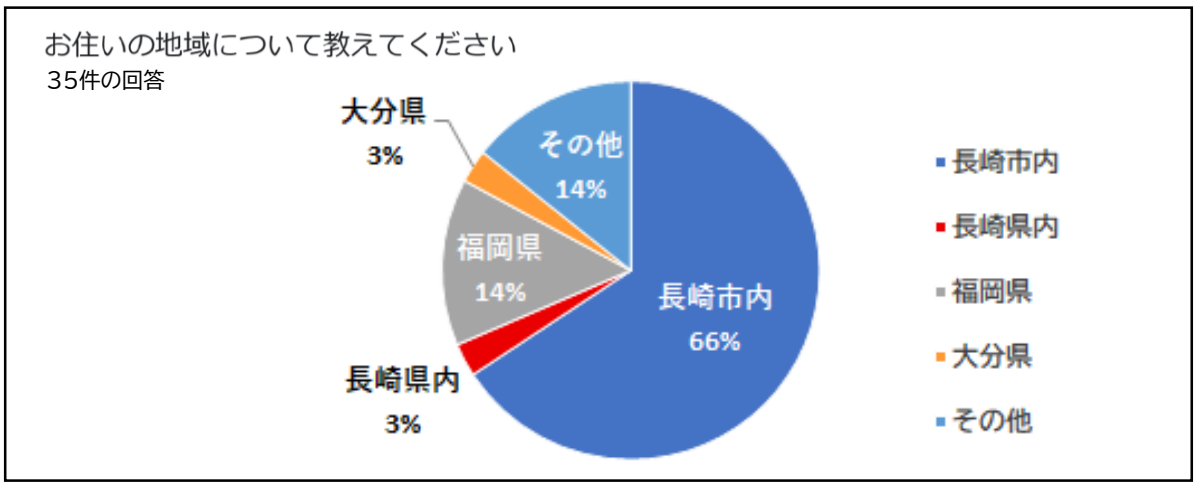
Q5.　このイベントを知ったきっかけは何ですか *

- ○ ポスター・チラシ
- ○ SNS（Instagram、X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
- ○ 友人や知人から聞いて
- ○ 出店者から聞いて
- ○ 偶然通りかかって
- ○ その他

（3）アンケート結果

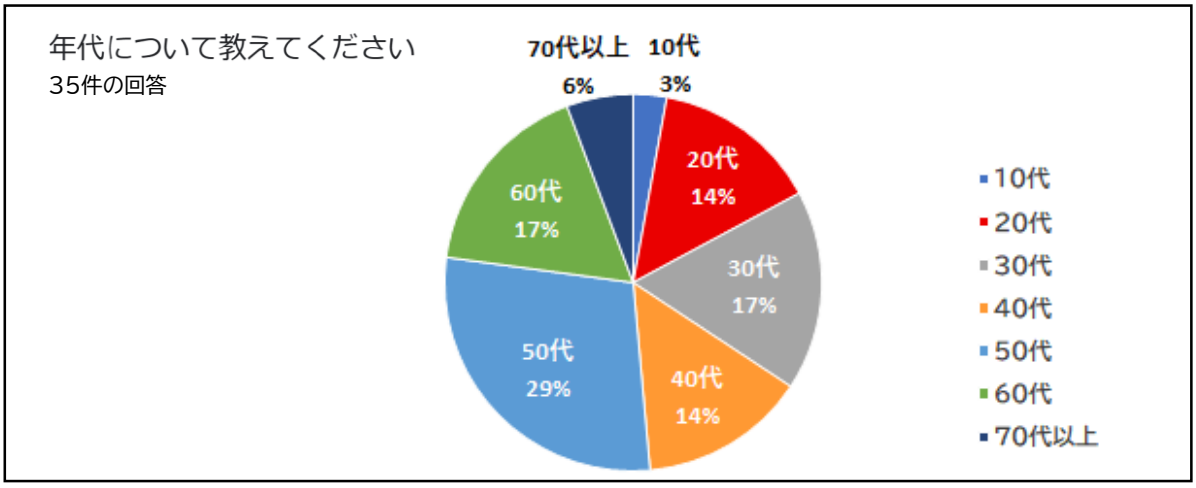
ア 在住地

長崎市内、県内にお住まいの人が69%、その他の地域の人が31%だった。



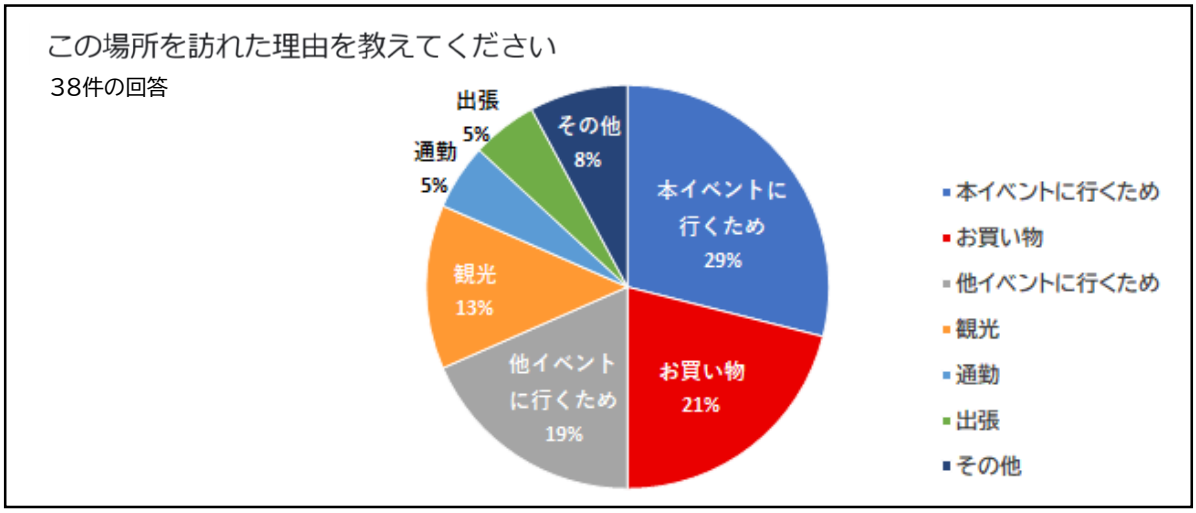
イ 年代

50代が最も多かったが、他の年代もバランスよく来場していた。



ウ 訪問理由

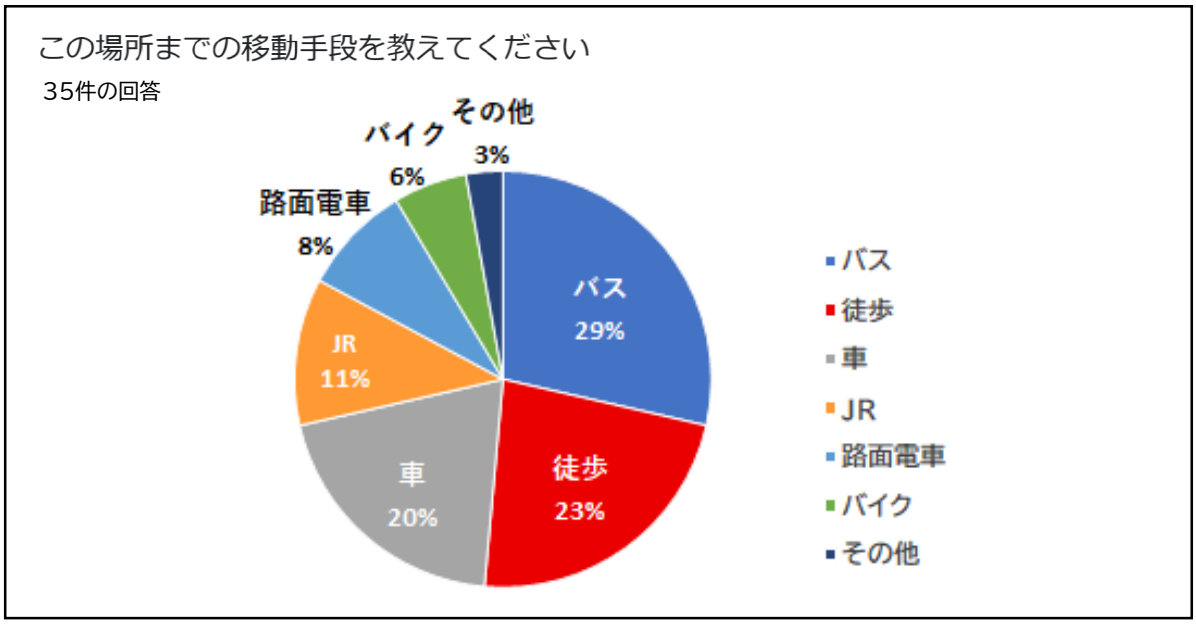
本イベントに行くためが半数以上（29%）を占めており、次に、買い物（21%）、他イベントに行くため（19%）、観光（13%）と続いた。



Ⅱ　社会実験

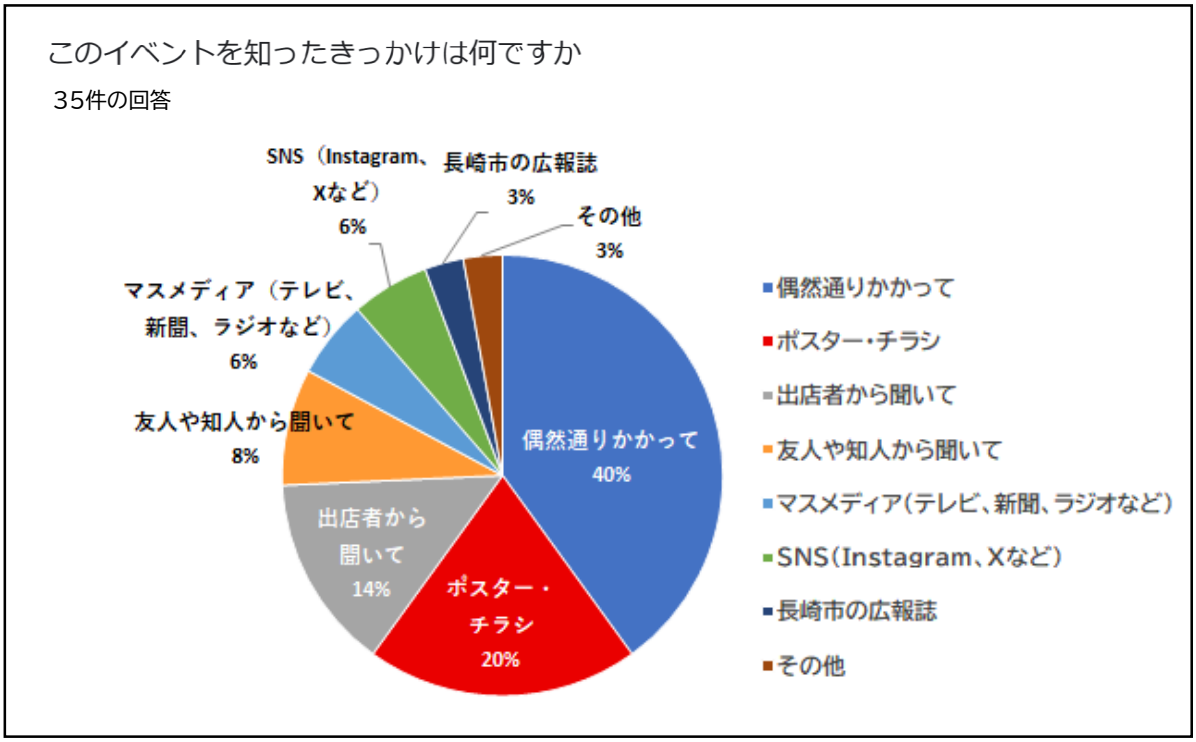
エ 移動手段

　バスで来た人が29%で最も多く、徒歩が約23%と続いた。公共交通（バス、JR,路面電車）を利用した人は48%であった。



オ イベントを知ったきっかけ

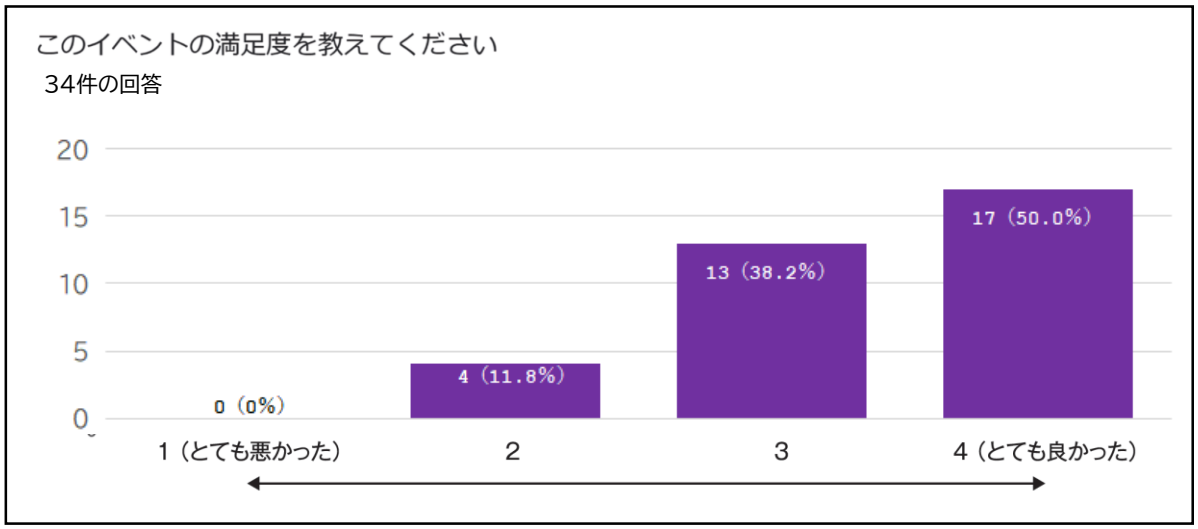
　偶然通りかかってイベントを知った人が40%で、多くの人（約60%）は、様々な広報媒体や口コミで事前にイベントに関する情報を入手していた。



Ⅱ　社会実験

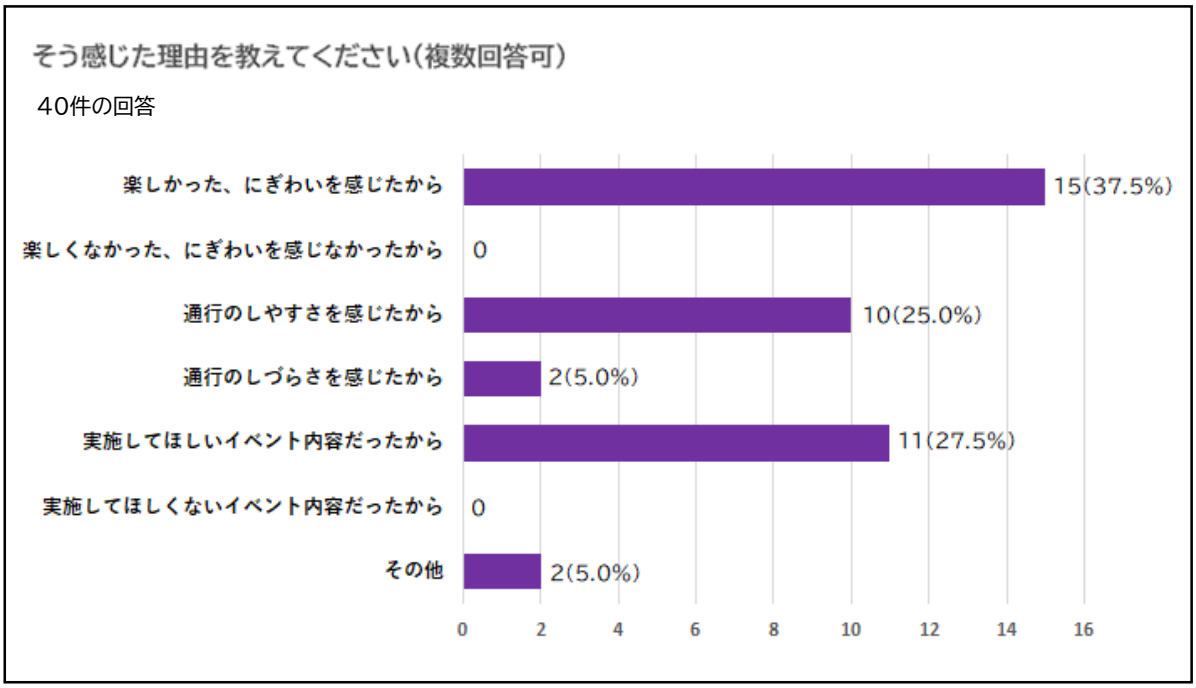
カ イベントの満足度

４段階評価のうち、４（とても良かった）３（良かった）が全体の88.2%を占めた。



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」が最も多く、「実施してほしいイベント内容だったから」「通行のしやすさを感じたから」が続いた。

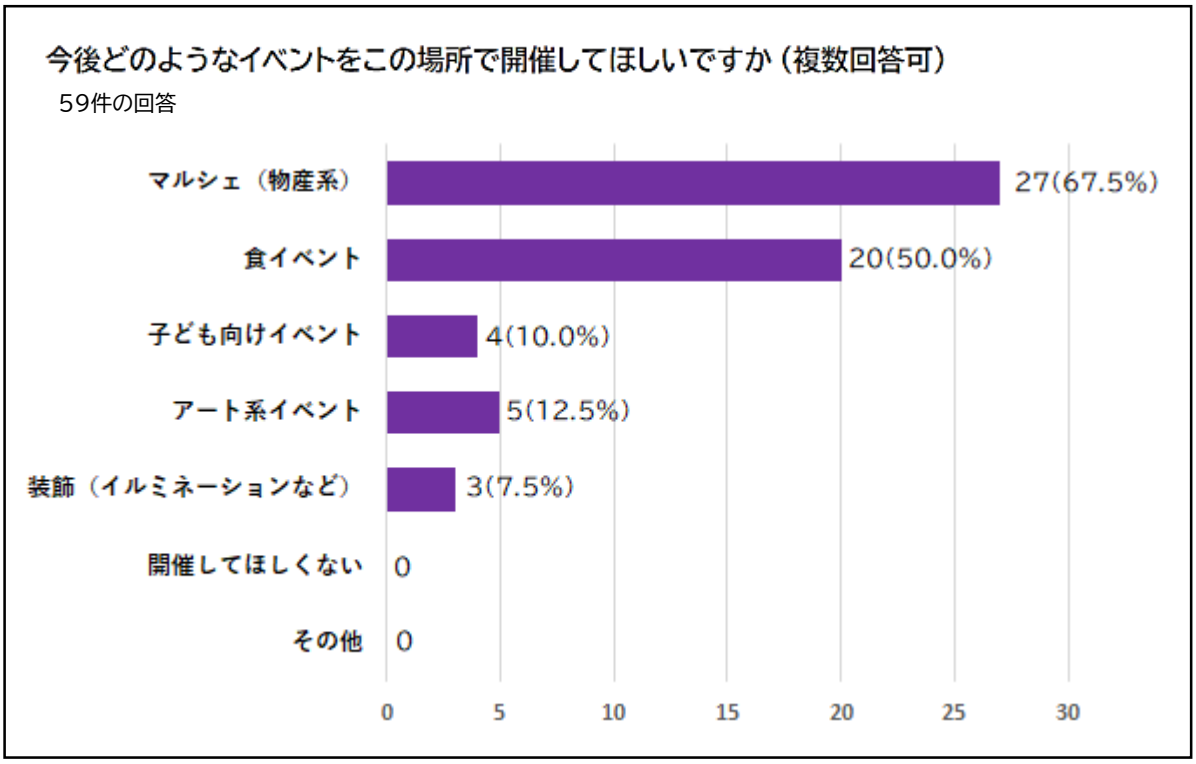


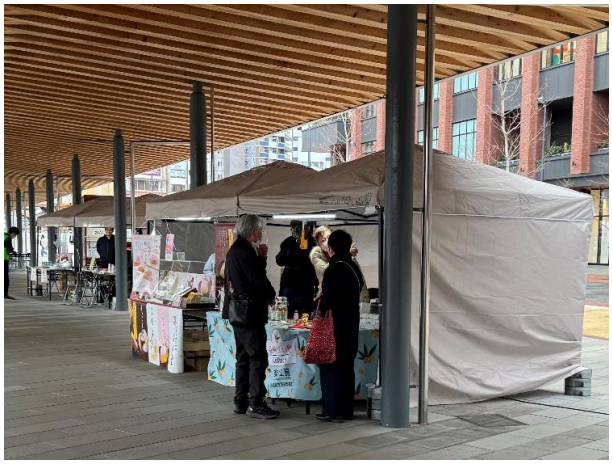
ク 改善してほしい点があれば教えてください（自由記述）

・種類が増えるとうれしいです。手土産の参考になりました.
・もう少しにぎあうと楽しいかも。
・静かすぎる。JRの協力ももらってPRや呼び込みをした方がいい,
・出品する商品の値段が事前に分からなかったので、PR時に記載があればより親切かなと思いました。
・お天気が残念でした。

ケ 今後希望するイベントの内容

　マルシェ（物販系）や食イベントの希望があった一方で、アート系イベントや子ども向けイベントなどの希望も見られた。





8 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

長崎おみやげマルシェ出店様専用アンケート

「長崎おみやげマルシェ」へご出店いただきありがとうございます。
このイベントは、長崎駅かもめ口（東口）から国道までの通りを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しています。
快適な空間づくりへの参考となるよう、みなさん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します。

※このアンケートで回答いただいた情報は、長崎駅東口駅前広場の利活用に向けた取り組み以外の目的では使用しません。

Google にログインすると作業内容を保存できます。詳細

* 必須の質問です

Q1.　店舗名をお答えください *

選択

Q2.　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）
- ○ 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:

Q3.　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:

Q4.　販売していた商品のジャンルを教えてください *

回答を入力

Q5.　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

Q6.ブースの数はどうでしたか *

	1	2	3	4	
少なすぎる	○	○	○	○	多すぎる

Q7 . ブースの配置はどうでしたか *

	1	2	3	4	
とても悪かった	○	○	○	○	とても良かった

Q8 . 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	○	○	○	○	とても良かった

Q9 . 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） *

回答を入力

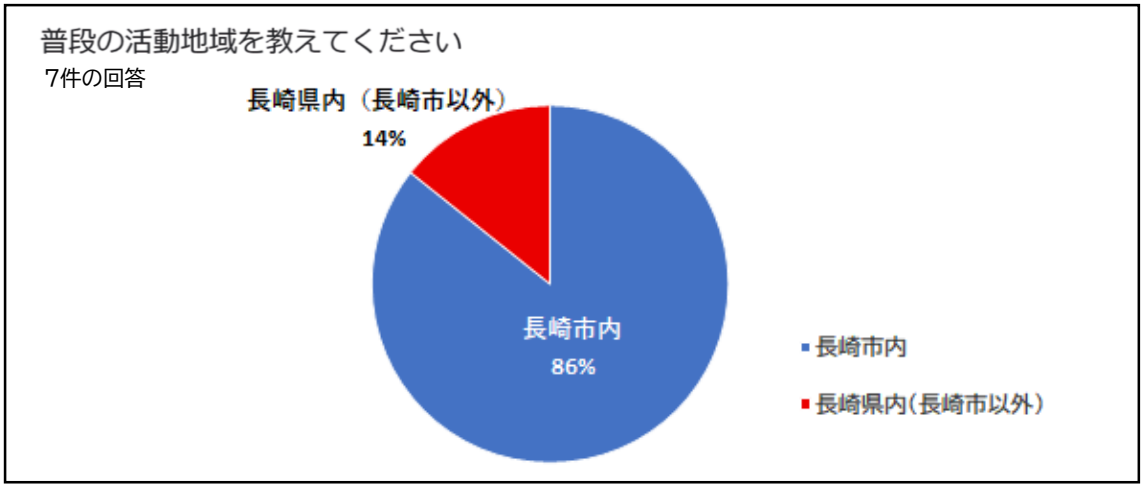
Q10 . ブースについて 改善してほしい点があれば教えてください
（自由記述）

回答を入力

（２）アンケート結果

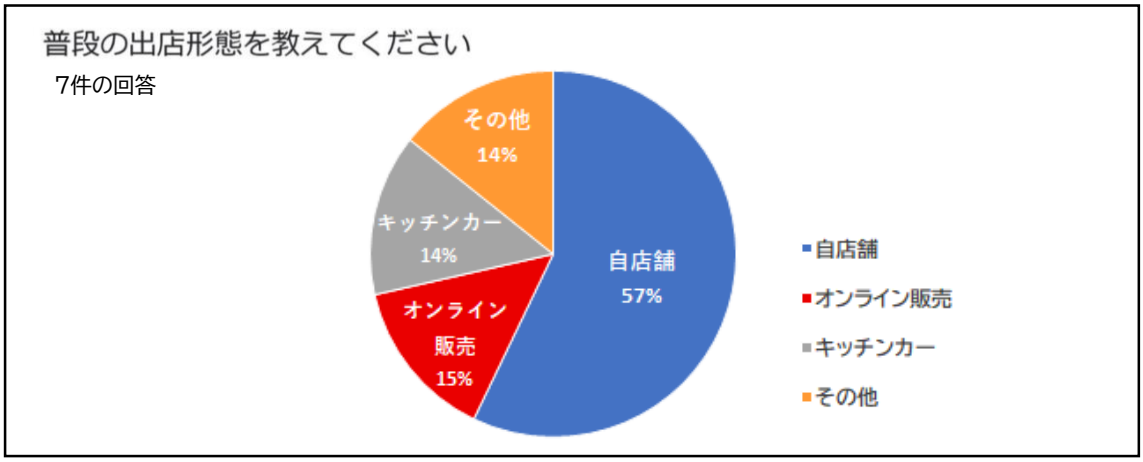
ア 普段の活動地域

長崎市内が86%（６店舗）、県内（長崎市以外）が14%（１店舗）であった。



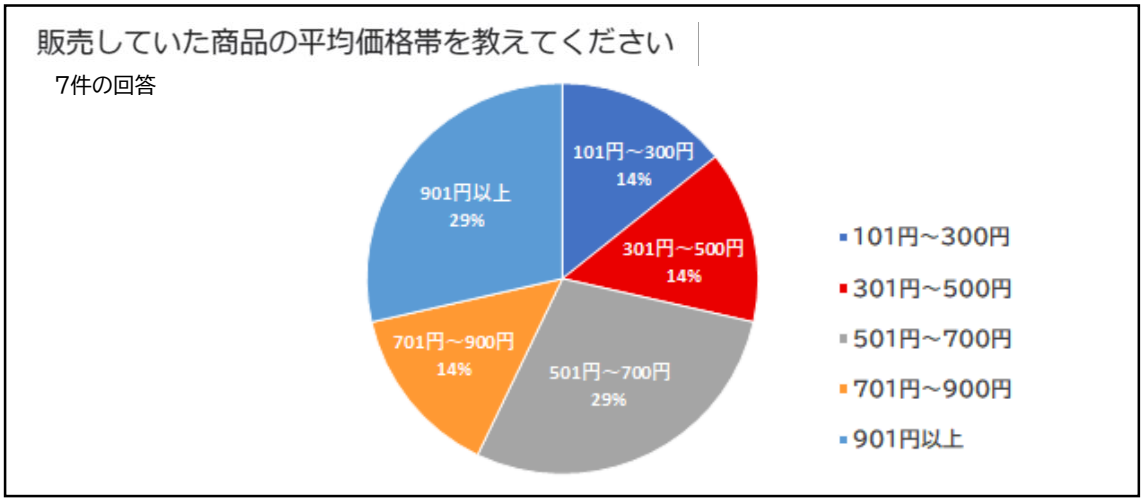
イ 普段の出店形態

自店舗が57%（4店舗）、その他の出店形態が14%（１店舗ずつ）であった。



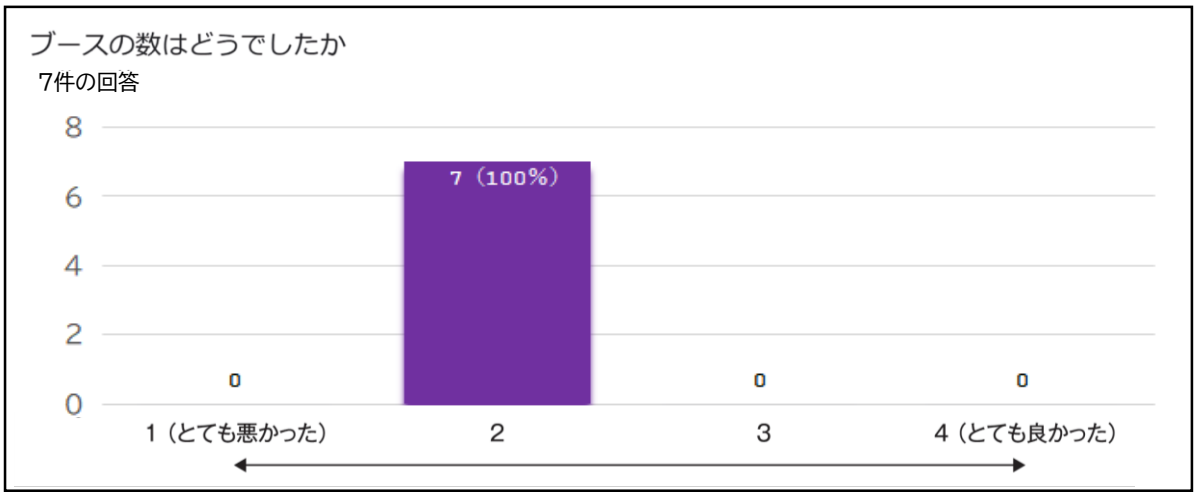
ウ 商品の平均価格帯

「501～700円」「901円以上」が29%（２店舗ずつ）、その他は14%（１店舗ずつ）であった。



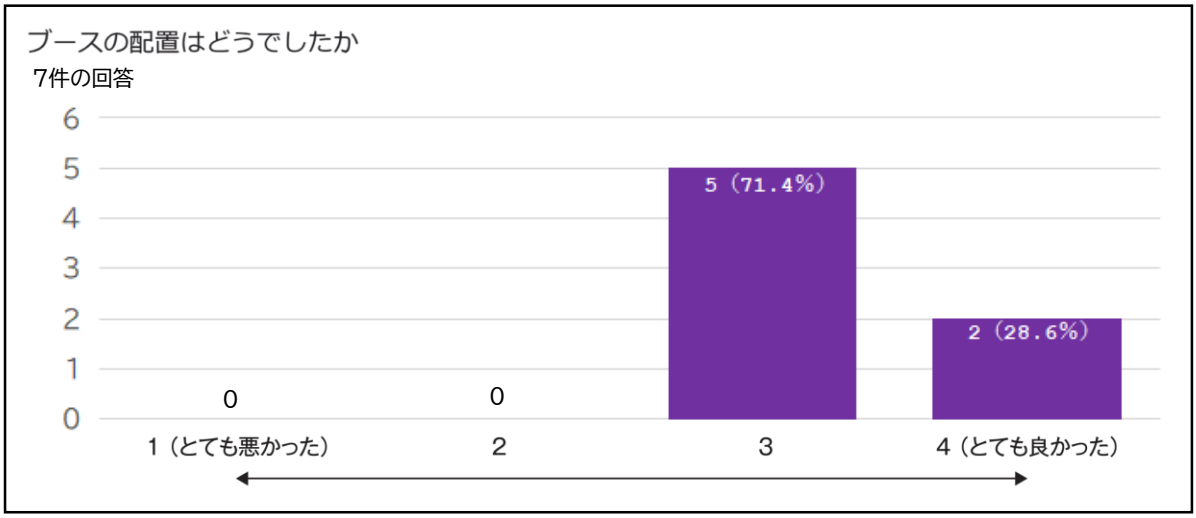
エ ブースの数

４段階評価のうち全店舗が「２　少ない」と回答した。



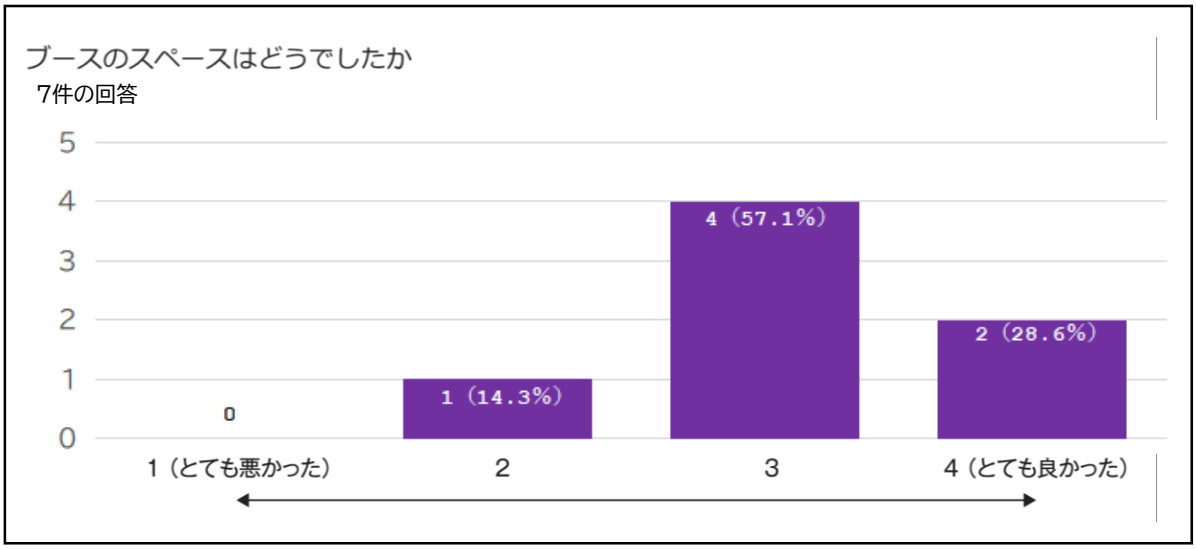
オ ブースの配置

４段階評価で全店舗が「３　良かった」「４　とても良かった」と回答した。



カ ブースのスペース

４段階評価で「３　良かった」「４　とても良かった」が85.7%を占めた。



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）

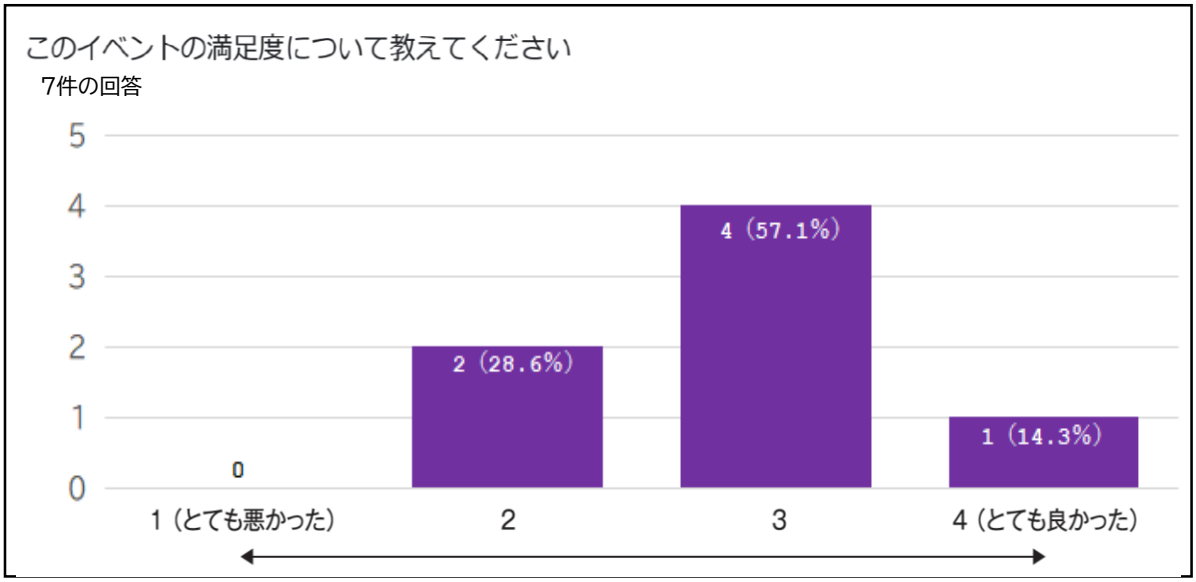
・もっと賑わいが欲しかった。
・作業しやすかった。
・屋根があったのはよかった。
・並べやすかった.
・特に問題ないと感じた。
・今回、雨と強風で建物側（アミュプラザ長崎新館側）を歩く人が多かったため、店舗の前（ロングルーフ）を歩く人が少なかったように感じた。
・ブースが少し小さかったので、商品を絞って持ち込む必要があった。

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）

・今回は天候（雨）によるところが大きいと思いましたので、その他はあまり気になりませんでした。
・保健所から飲食の臨時営業許可を得る場合は三方を覆わないといけないので、その点を考慮していただければよりありがたかったです。

ケ このイベントの満足度を教えてください

４段階評価で「３　良かった」「４　とても良かった」が76.4%を占めた。



コ イベントの満足度についての理由

「イベントの満足度について教えてください」の設問に対して「そう感じた理由を教えてください（自由記載）」

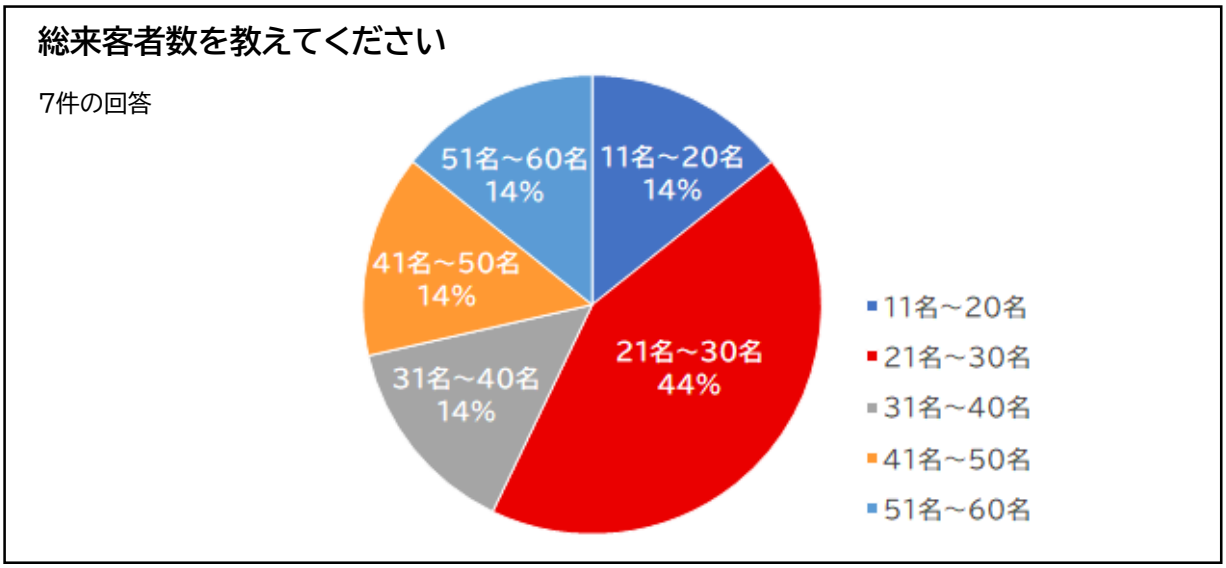
・長崎駅というとても好立地な場所で販売できたことがとても良かった。
・色々な人の感想を聞けたのはとても良かった。駅前という場所で出店することはとても意味があると感じた。
・風が強かった.
・来客が少なかった.
・悪天候だったのでなかなか人が立ち寄ってくれなかった。
・雨天時の対策や集客が不十分だと感じた。

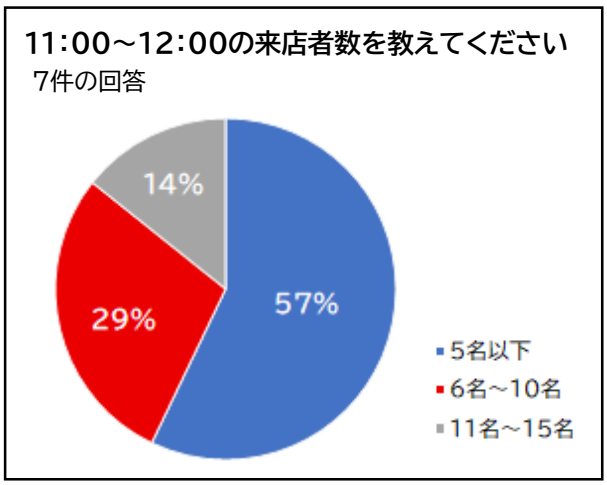
サ このイベント全体について、改善してほしい点があれば教えてください（自由記述）

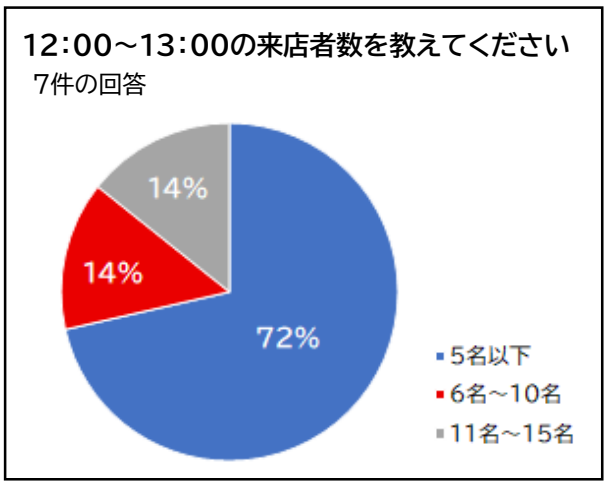
・100円キャッシュバックの詳細が分かりにくかった為、案内用の紙などあればよかったのではないかと思う。
・もっとアミュプラザ長崎の前など近い場所の方が目立ったのではないかと思う。

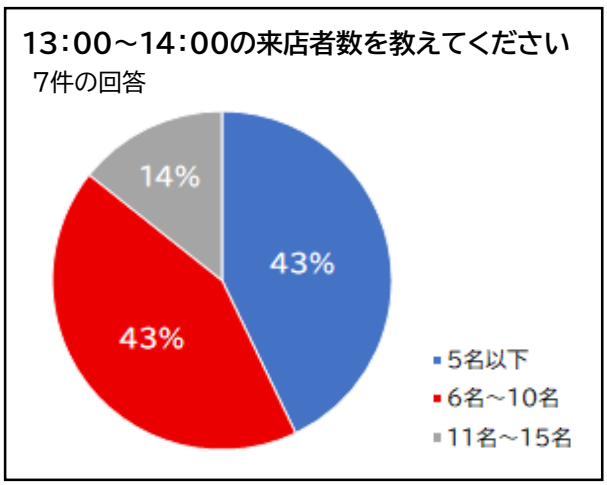
シ　来店者数

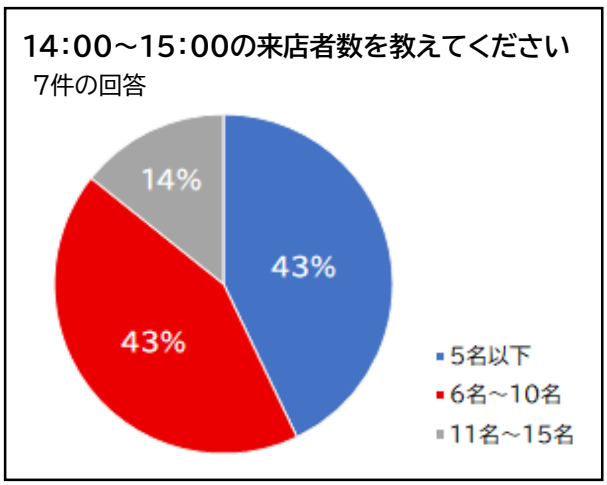
総来店者数は「21名～30名」が最も多かった。

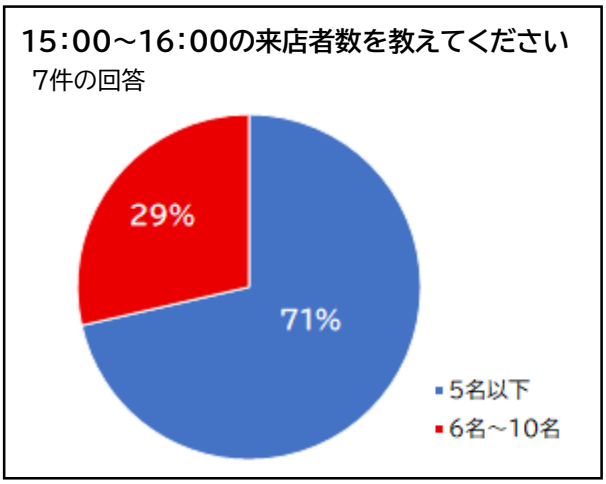


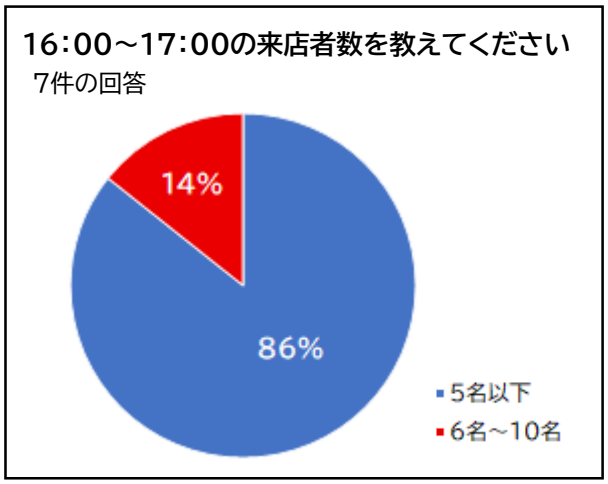






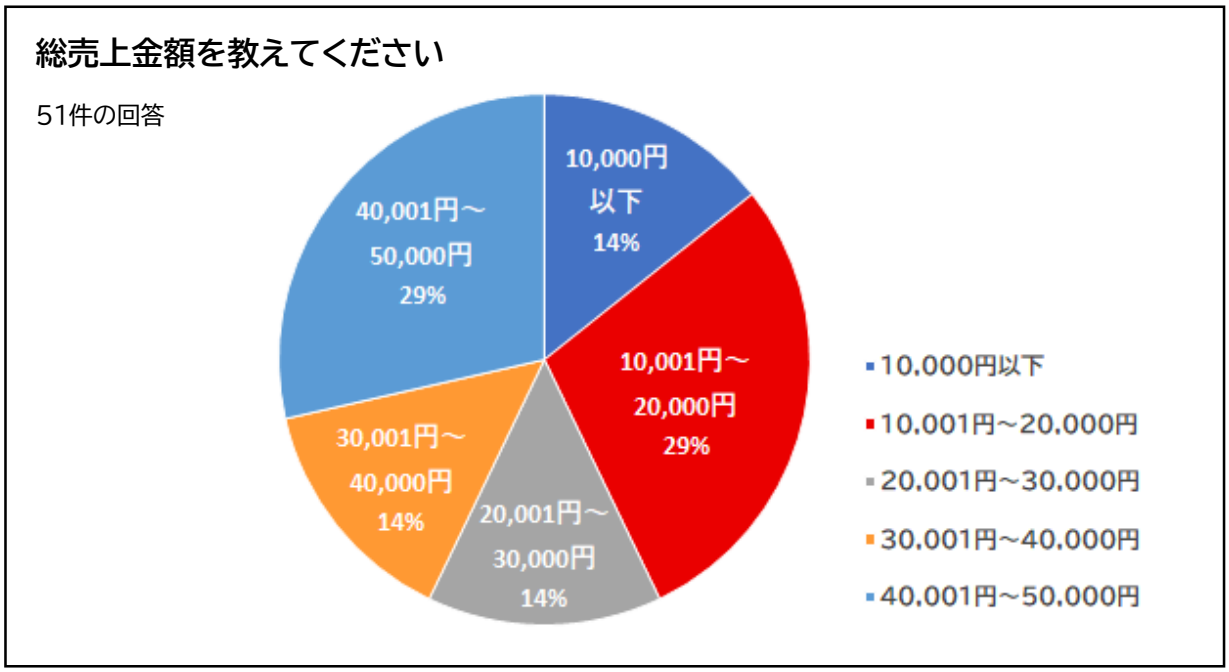


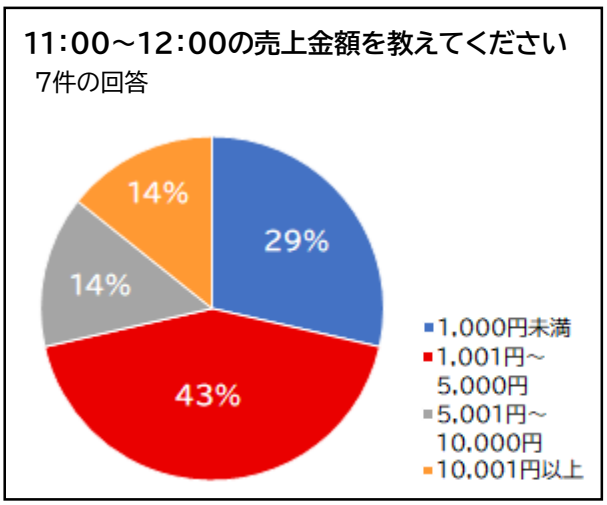


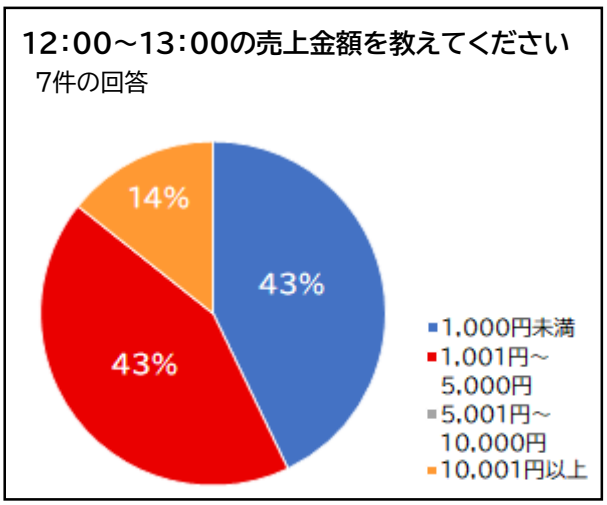


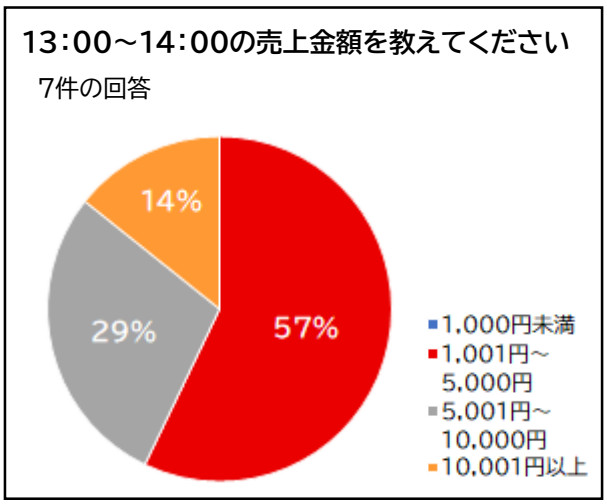
ス　売上金額

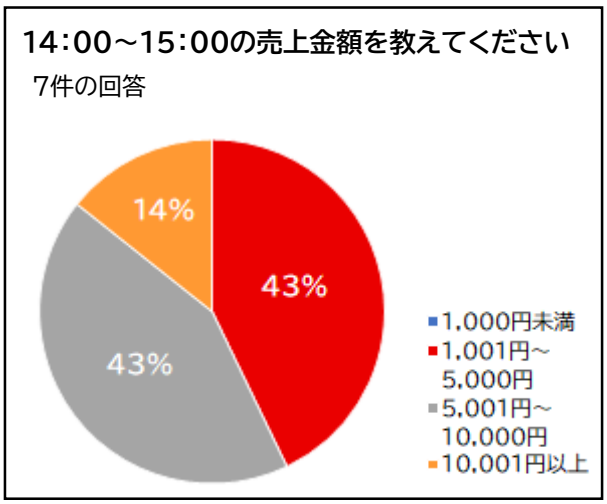
　総売上金額は「10,001円～20,000円」「40,001円～50,000円」が29%（2店舗ずつ）、その他が14%（1店舗ずつ）であった。

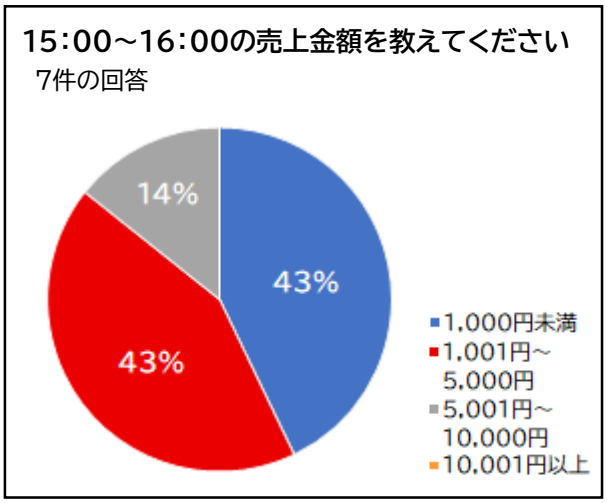


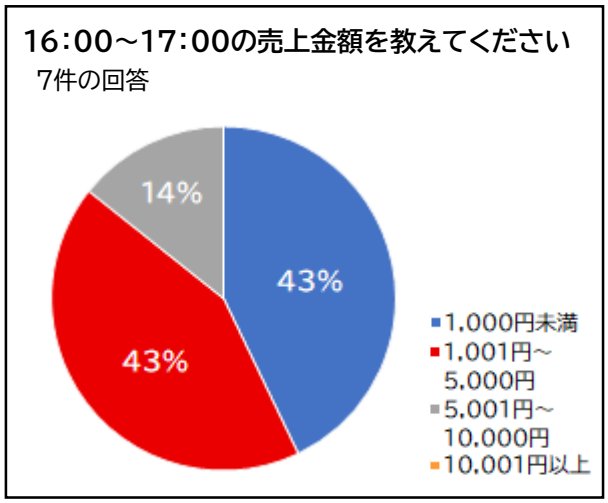






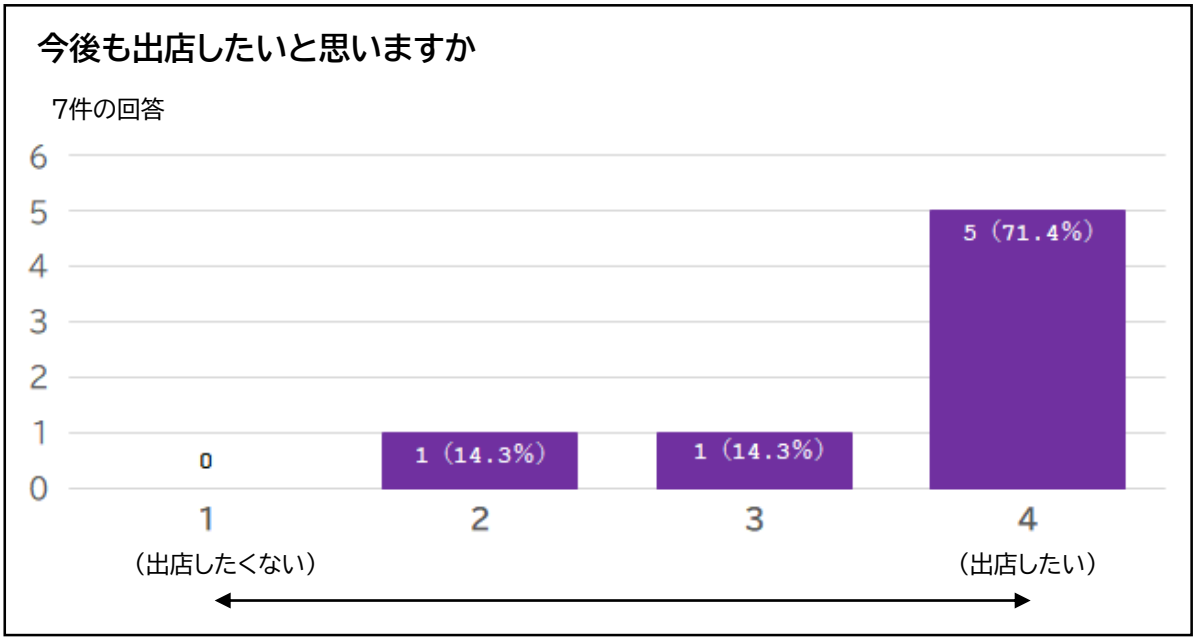






セ 今後も出店したいか

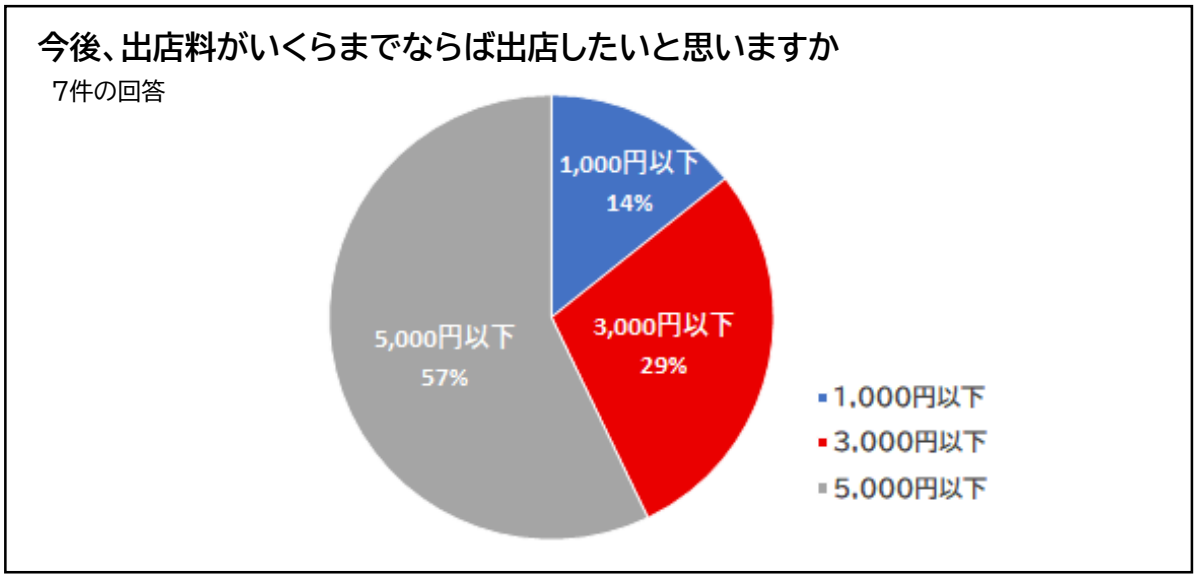
４段階評価で85.7%（６店舗）が「３　できれば出店したい」「４　出店したい」と回答した。



Ⅱ　社会実験

ソ 出店料がいくらまでならば出店したいか

「5,000円以下」が57%（４店舗）で最も多かった。



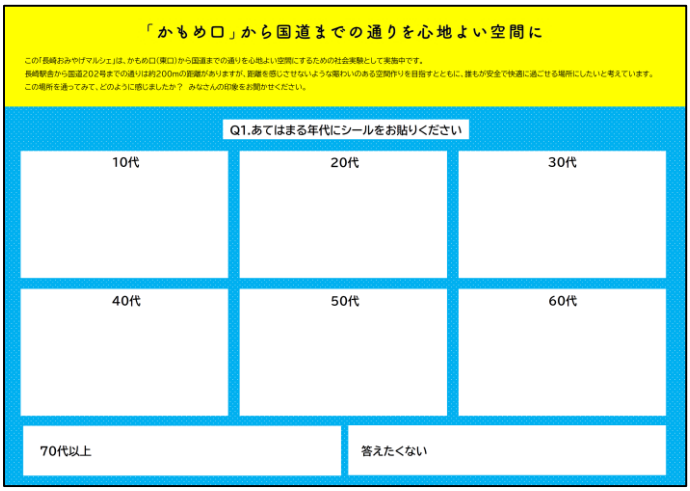
9 通行者のアンケート結果

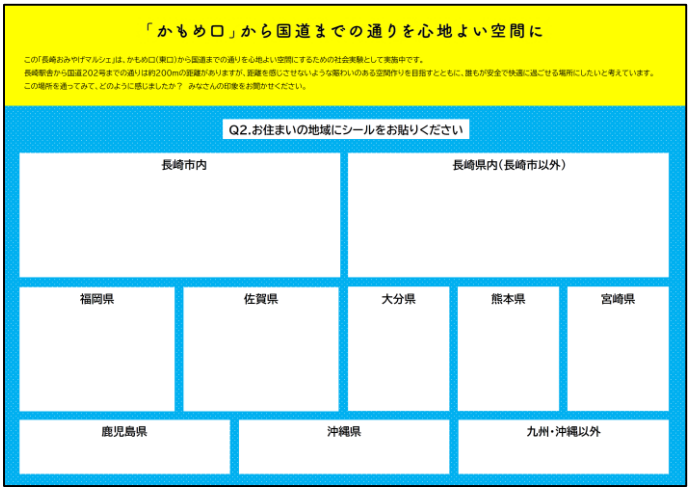
（1）アンケート方法

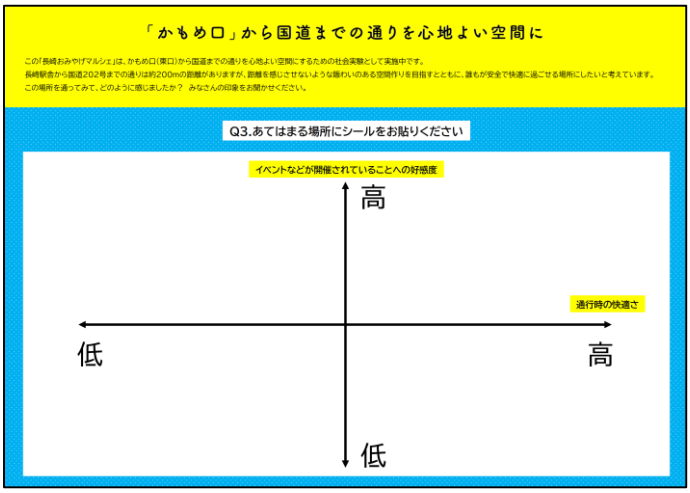
ロングルーフの通行者に対して、当てはまるものにシールを貼ってもらう方法でアンケートへの協力を依頼した。

（2）アンケート内容

・年代　・在住地　・イベントの好感度と通行のしやすさ





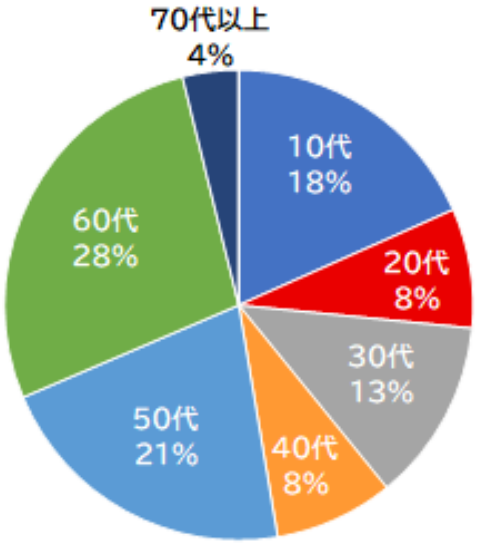


（３）アンケート結果

ア 年代

６０代と５０代から多く回答をいただいたが、全ての世代の人からバランスよく回答があった。

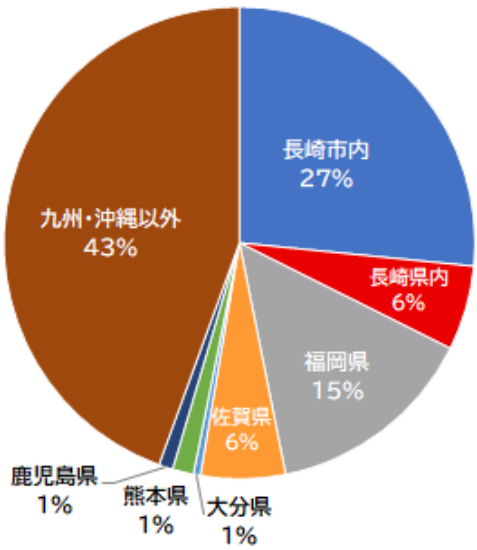
年代	人数
10代	38
20代	17
30代	26
40代	17
50代	44
60代	57
70代以上	8
答えたくない	0
合計	207



イ 居住地

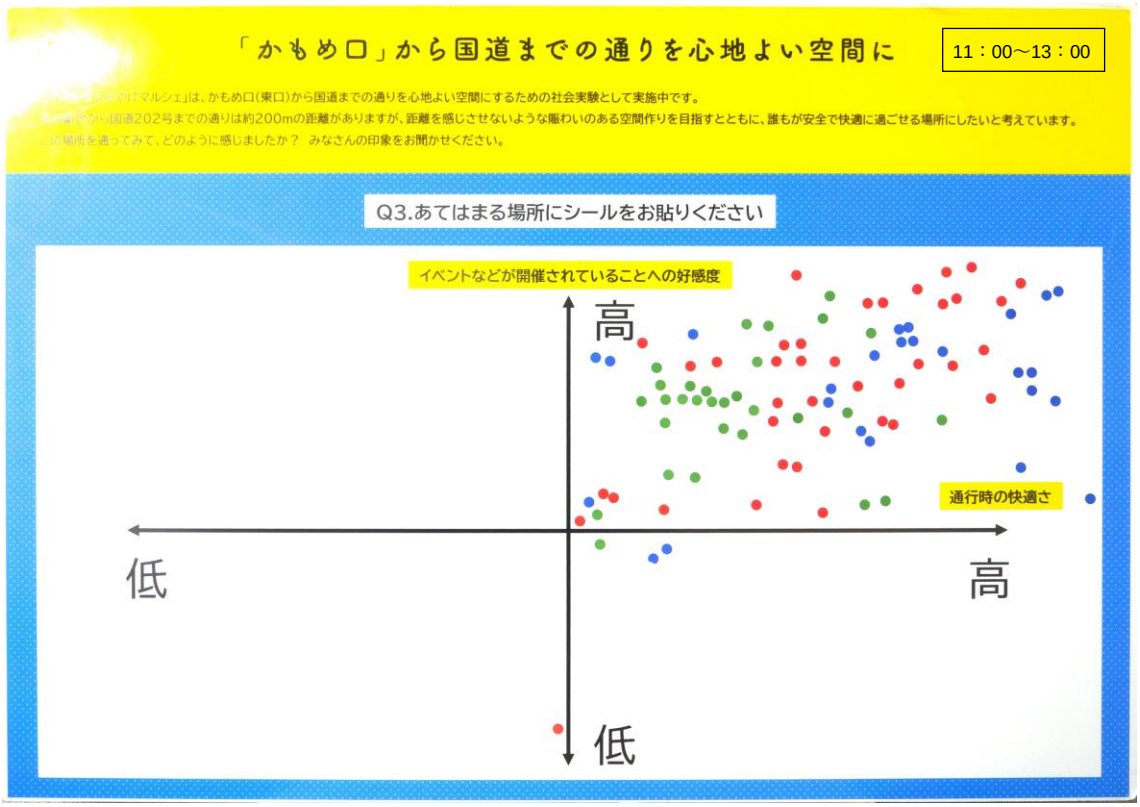
67%の人が長崎県外にお住まいの人であった。

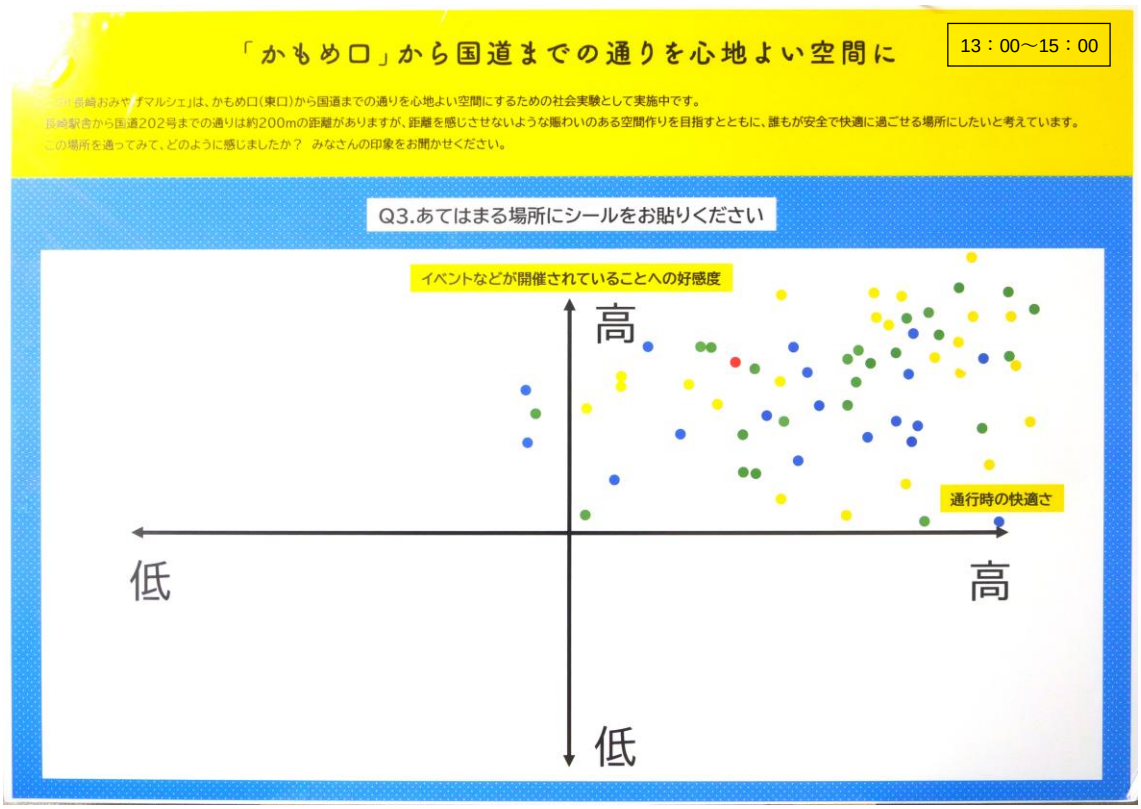
地域	人数
長崎市内	55
長崎県内(長崎市以外)	12
福岡県	30
佐賀県	12
大分県	1
熊本県	3
鹿児島県	2
九州・沖縄以外	92
合計	207



ウ イベントの好感度と通行のしやすさ

通行者に対し「イベントなどが開催されていることへの好感度」「通行時の快適さ」の２つの視点から尋ねたところ、右上の領域（イベント開催に対する好感度が高い、通行時の快適さが高い）にシールが集中したことから、イベントを行いながらも快適な歩行空間が確保されたものと考えられる。





10 通行者の動線の調査

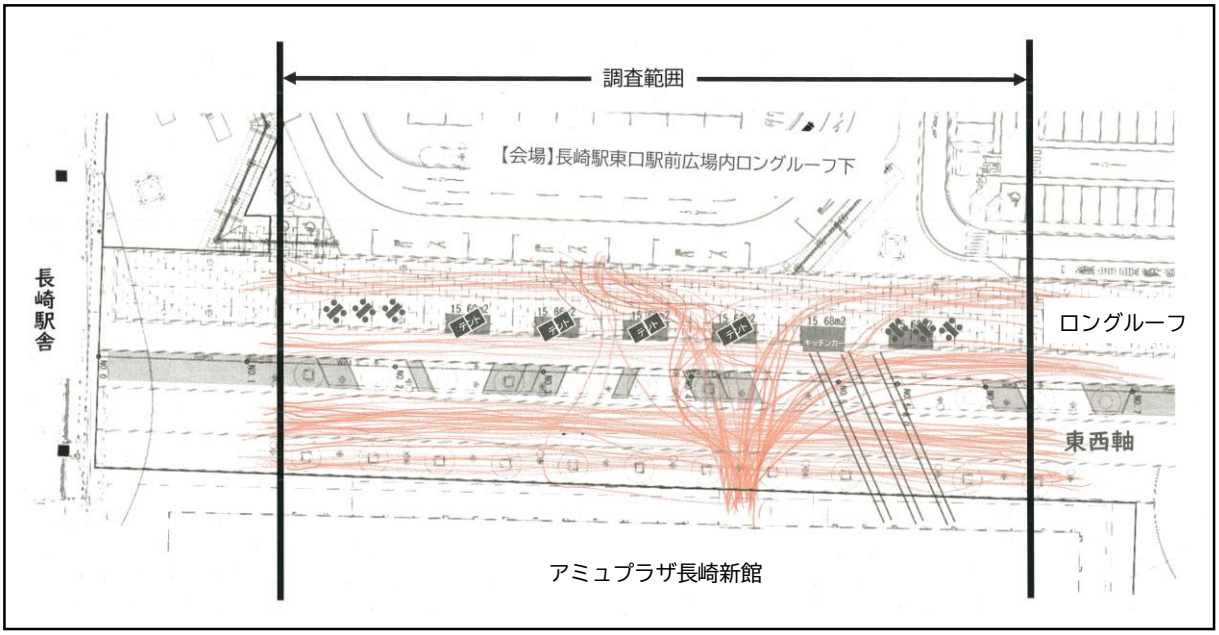
（1）調査方法

通行者が通った動線を赤線でなぞることで動線の調査を行った。赤い線1本が1人の動線に対応し、線が密なほど多くの人が通行したことになる。

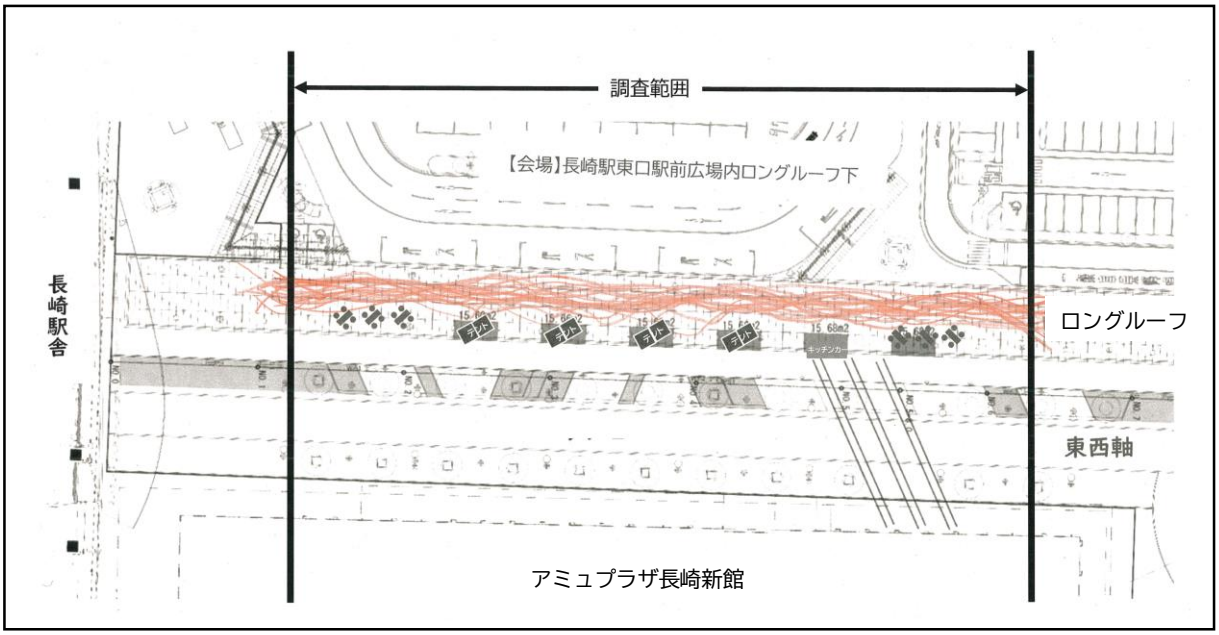
（2）調査結果

素通りする人の動線は直線的、店舗に興味を示した人の動線は蛇行したものとなり、直線的な動線はアミュプラザ長崎新館側にみられ、蛇行した動線は店舗近くに多くみられた。

ア アミュプラザ長崎新館側の動線（13:30～14：00）



イ ロングルーフ側の動線（16：30～17：00）

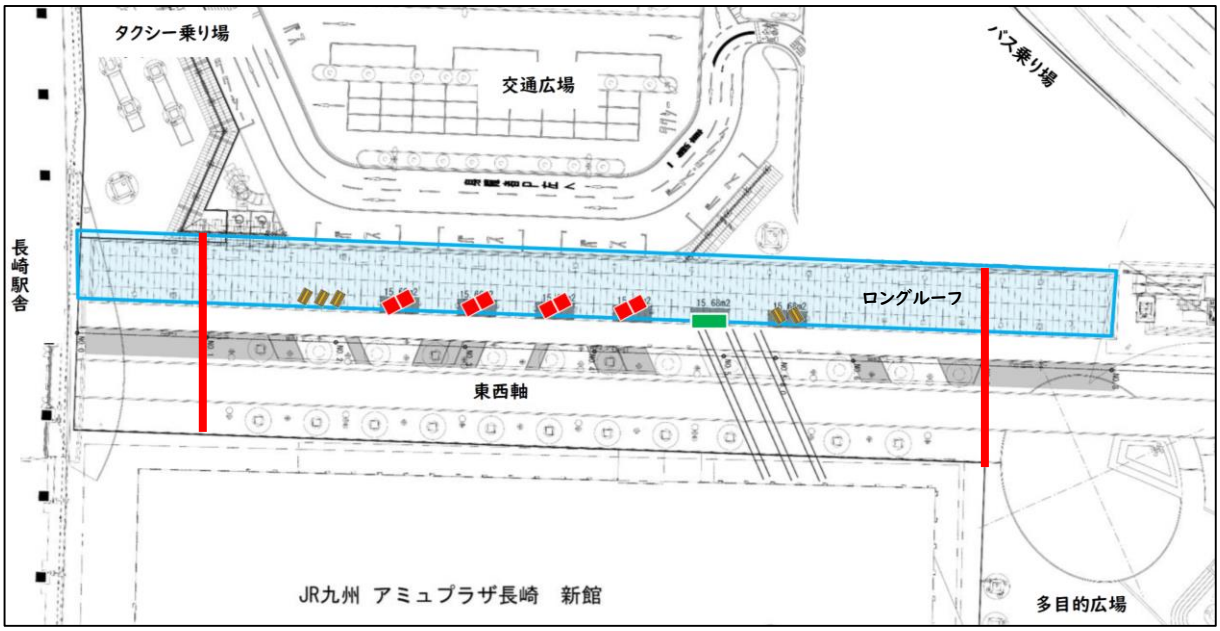


Ⅱ　社会実験

11　通行者数の調査

（1）調査方法

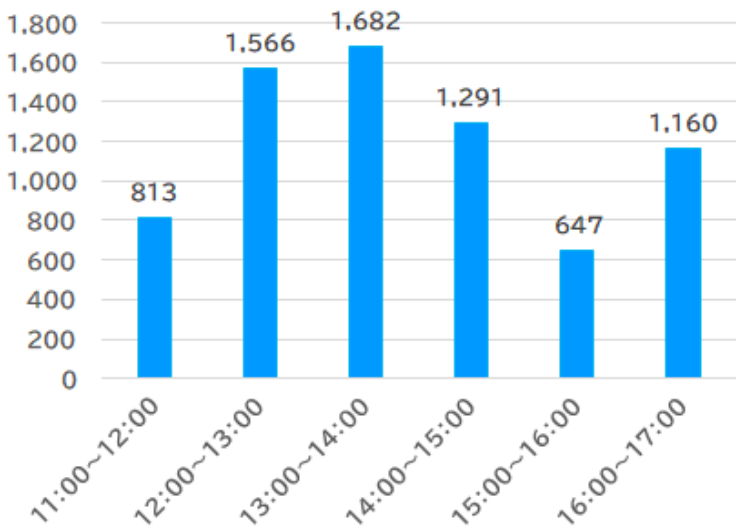
通行者数は、東西軸・ロングルーフを横断した人数を２箇所で計測することで算出した。



（2）調査結果

通行者数はイベント開催時間中約7,000人であり、13：00～14：00が最も多かった。

時間	通行者(人)
11:00~12:00	813
12:00~13:00	1,566
13:00~14:00	1,682
14:00~15:00	1,291
15:00~16:00	647
16:00~17:00	1,160
合　計	7,159
平　均	1,193



Ⅱ　社会実験

12 来場者数の調査

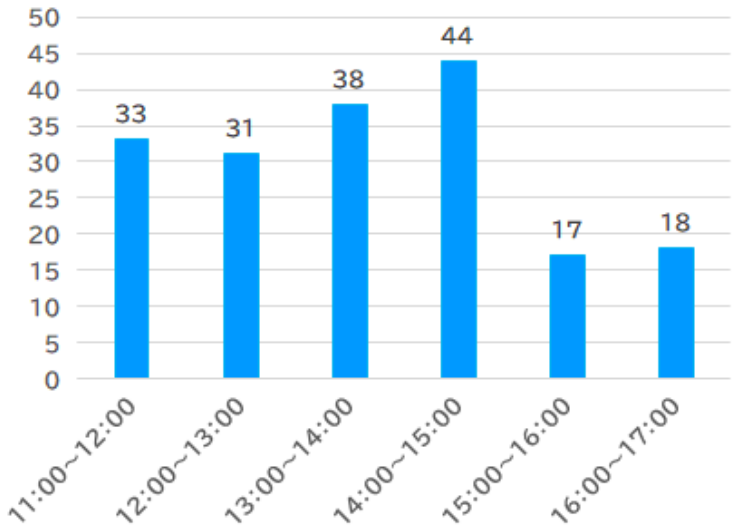
（1）調査方法

来場者（店舗等に立ち寄った人）の人数を計測した。

（2）調査結果

14:00～15：00の来場者が最も多かった。

時間	来場者(人)
11:00~12:00	33
12:00~13:00	31
13:00~14:00	38
14:00~15:00	44
15:00~16:00	17
16:00~17:00	18
合 計	181
平 均	30



13 通行者数に対する来場者数の割合

（1）調査結果

平均で通行者の2.5%が来場者となった。

時間	通行者(人)	来場者(人)	割合
11:00~12:00	813	33	4.1%
12:00~13:00	1,566	31	2.0%
13:00~14:00	1,682	38	2.3%
14:00~15:00	1,291	44	3.4%
15:00~16:00	647	17	2.6%
16:00~17:00	1,160	18	1.6%
合 計	7,159	181	2.5%
平 均	1,193	30	2.5%

１４ 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。

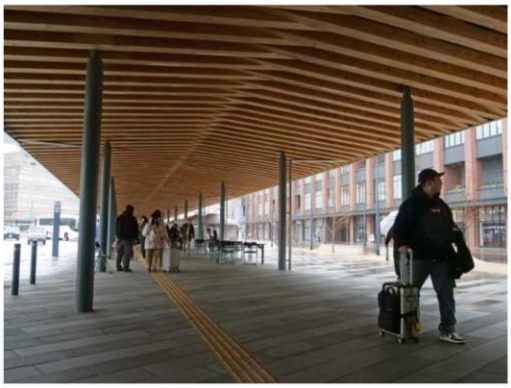
（2）調査結果

すべての時間内で同じ人が10分後の写真に写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 長崎駅舎側

駅側から撮影

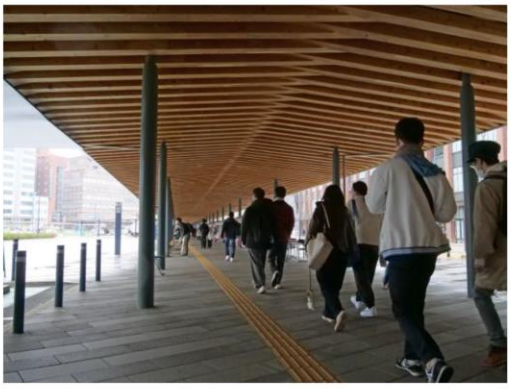
11:00



11:10

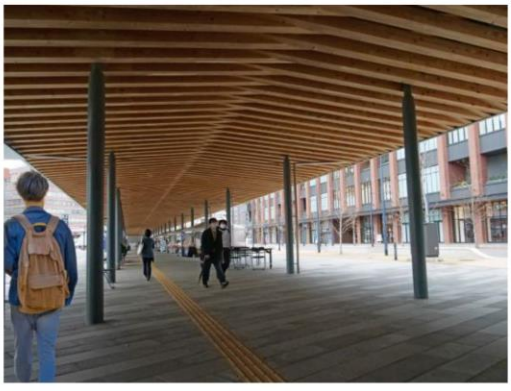
11:20

11:30

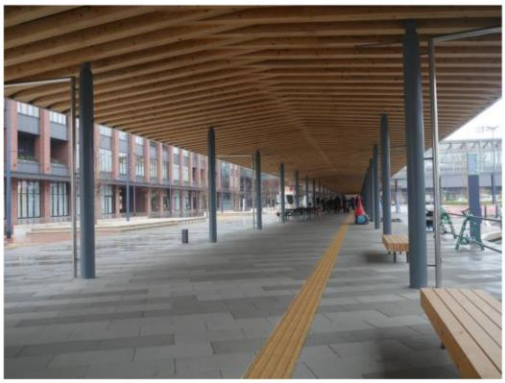
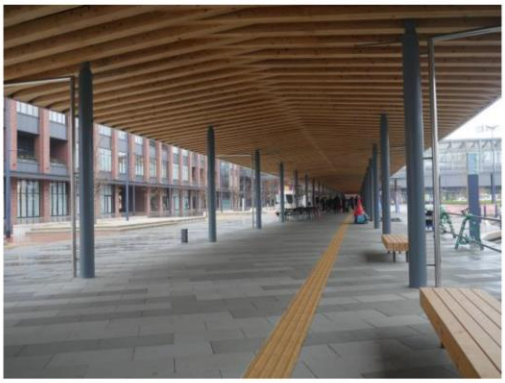
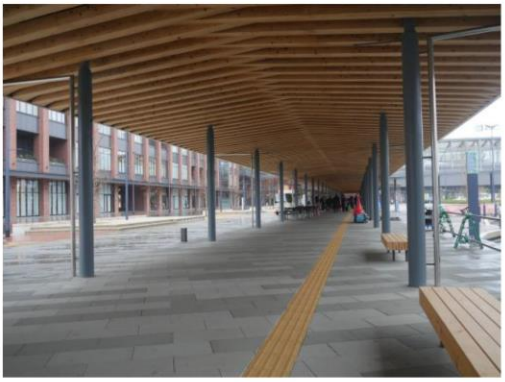
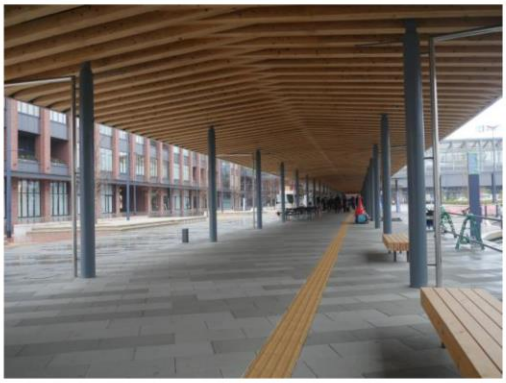
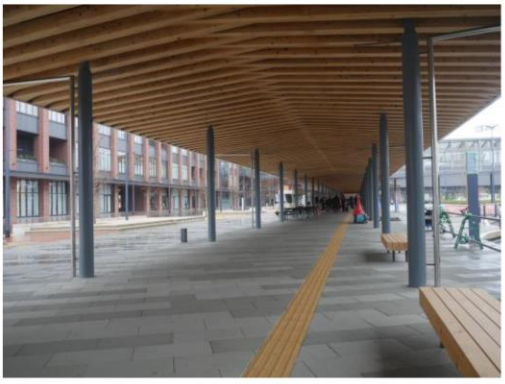
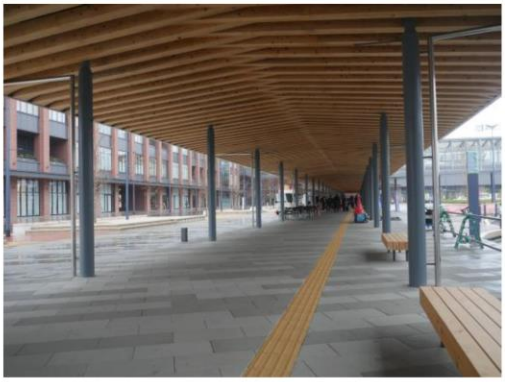


11:40

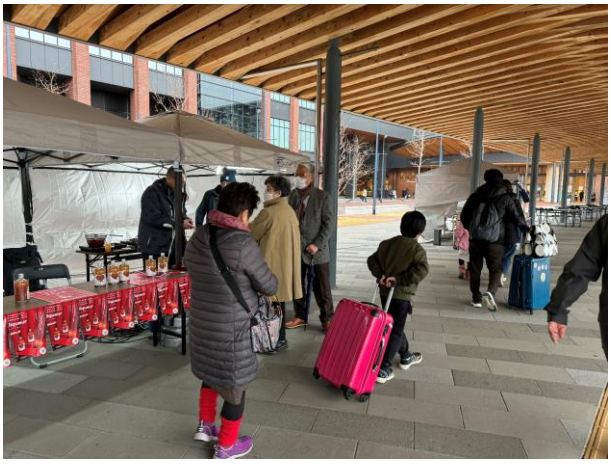
11:50



イ 国道202号側

国道 202 号側から撮影		
11:00 	▶	11:10 
11:20 	▶	11:30 
11:40 	▶	11:50 

１５ 写真



■全体

Ⅲ 総括

1 評価

（1）ロングルーフ下でイベントが開催されることに対する評価

長崎駅東口駅前広場のロングルーフ下でイベントが開催されていることに対する来場者、出店者の満足度及び通行者の好感度はいずれも高いという結果になった。

（2）通行に対する評価

通行者の動線を確保してテント、テーブル及びベンチの配置を工夫したため、ロングルーフ下で出店した場合も通行の快適さに対する評価は高いという結果になった。

2 課題・改善点

（1）雨（天候の変化）

イベント当日は朝から雨が降り続けたが、13時頃には雨が上がり、その後は傘が必要ない状況になった。

ロングルーフは10mの幅があるため、テントを設置したことで雨が吹き込んで商品を濡らすこともなく、ロングルーフを行き来する人に向けて支障なく販売することができ、来場者も濡れずに購入できた。雨天時は駅舎と国道202号の間を行き来するほとんどの人が、傘をささずにアミュプラザ長崎新館の軒下、もしくはロングルーフを通行していたが、出店店舗が通行の妨げになることもなく、店舗に立ち寄らない通行者もスムーズにロングルーフ下を通行することができた。

13時頃に雨が上がると、東西軸の通行者が増え、ロングルーフの通行者が少なくなった。雨が吹き込まないよう東西軸に背を向けてロングルーフの内側を販売面（正面）にしていたため、東西軸の通行者にはイベントの裏側を通っていると感じさせたようであり、イベントが開催されていることはわかるようだったが、興味を持って立ち寄らせるほど関心を引くことはできなかった。

前回の社会実験（令和６年2～3月に実施）でロングルーフ下を活用した時には、晴天だったこともあり、東西軸側を販売面（正面）にしていたため、駅舎から出てきた人にイベントを開催していることがわかりやすく伝わり、店舗にも立ち寄りやすかったのではないかと考えられる。

雨天時は、通行者の歩く場所がロングルーフに集中するため、雨が降り続けると店舗に立ち寄ったりのぞき込みながら歩いたりする人が多く、ロングルーフの内側を販売面（正面）にすることが適切だったように思うが、雨が止むと東西軸側を販売面（正面）にした方が良いため、今後は前後に販売面（正面）をつくるなど、天候の変化にも対応できるような出店の方法を検討していく必要がある。

（2）強風

イベント当日は、テントの転倒・飛散防止として１つのテントに720kgのウェイト（1柱に60kg）を設置したものの、常時強い風が吹いており、時折、テントが大きく揺さぶられ、並べた商品が飛ばされるような突風が吹くなど、イベントの継続が危ぶまれる状況もあった。

これまでの社会実験（令和６年2～3月、11月に実施）によって、強風対策が必要なことは十分に認識していたが、今回はこれまでよりも強い風を経験したことで、東西軸やロングルーフでイベントを開催することの難しさを改めて痛感することになった。

季節的、場所的に風の吹き方にどのような特徴があるかについて、今後も状況の把握に努めるとともに、どの程度の風であれば対策（飛ばされにくいテントの採用や標準以上のテントウェイトの設置など）を施した上でイベントの実施が可能なのか、さらに検討していく必要がある。

（3）気温

イベント当日の気温は、気象庁の気象データによると7.9℃～15.8℃とのことだったが、当日の強風により、気温以上に体感温度が低く、厳しい寒さを感じることになった。

これまでの社会実験でも同様の状況だったことから、気温が下がり風が強まる時期（晩秋～早春）の東西軸及びロングルーフのイベント利用については慎重に考える必要がある。

3 所感

今回の社会実験はロングルーフ下を活用して実験的にイベント（物販）を開催することにより、イベントによる歩行者動線への影響等を把握・検証するとともに、活用ができる範囲に制限のあるロングルーフ下の最適な活用範囲及び方法の検証を行ったものである。

社会実験の結果、駅舎と国道202号の間を行き来する人がロングルーフに集中する雨天であっても通行に支障なくイベント（物販）が実施できること、また、ロングルーフ下の最適な活用範囲を確認することができた。

一方で、あらためて天候がイベントに大きな影響を及ぼすことを認識した。

それは、想定外の強風が吹くような場合には風除けができるようテントを設置していても、安全で円滑なイベントの実施が難しくなること、そして、降雨の有無により国道202号と駅舎の間を行き来する人の通る場所が変わり、物販の販売面（正面）を変える必要が生じることである。今回のような物販のイベントであれば、人の流れを見ながら販売面（正面）を変えることが望ましく、柔軟に販売面（正面）を変更できるようなレイアウトを検討したいところだが、強風の場合は、風除けのためにテントの販売面（正面）以外の３面を側幕で囲う必要があるため、柔軟な販売面（正面）の変更は難しく、安全性の面でも慎重に対応する必要がある。

最後に、今回の社会実験の結果を踏まえながら、今後も、駅舎・国道間を行き来する人に対して安全で快適に移動できる動線を確保するとともに、距離を感じさせないような賑わいの空間が提供できるよう検討を進めていきたい。