

## 新水族博物館の検討状況について

### 1 基本設計からの主な変更に伴う概算費用について

イルカプールについては、イルカの飼育に関する国際的な動向を踏まえ、ホールディングプールを3分割できる形状とするなど、指定管理者や専門家の提案を実施設計に反映した。

これに伴う工事費(①及び②)、また、低減を図った工事費(③)の概算額は、次のとおりである。

項目	内容	概算額
① イルカプールの形状変更等に伴うもの		
建 築	・ 躯体補強 (梁にプレストレストコンクリート*を採用)	5,000 千円
	・ 妊娠したイルカなどを隔離するための水門等の追加	1,200 千円
飼育設備	・ 配管経路の変更及びポンプ、熱交換器の能力アップ	8,300 千円
	計	14,500 千円
② イルカホール(2階)の水槽前部の柱の削除に伴うもの		
建 築	・ 削除した柱周辺の梁や柱を補強	計 5,500 千円
③ 屋根の仕上げ材及び骨組みの変更によるもの		
建 築	・ 骨組みを格子型から菱型に変更(小径化と本数削減) ・ ガラスよりも、アルミハニカムパネルの割合を増加	計 ▲60,000 千円

**\*プレストレストコンクリート**

鉄筋コンクリートは、引張力に対して鉄筋で抵抗する構造であるが、コンクリートの多少のひびわれは避けられない。一方、プレストレストコンクリートは、あらかじめコンクリートに圧縮応力を作用させることによって、ひびわれを生じさせない構造としたり、ごくわずかのひびわれ幅に制御したりすることが可能となる。

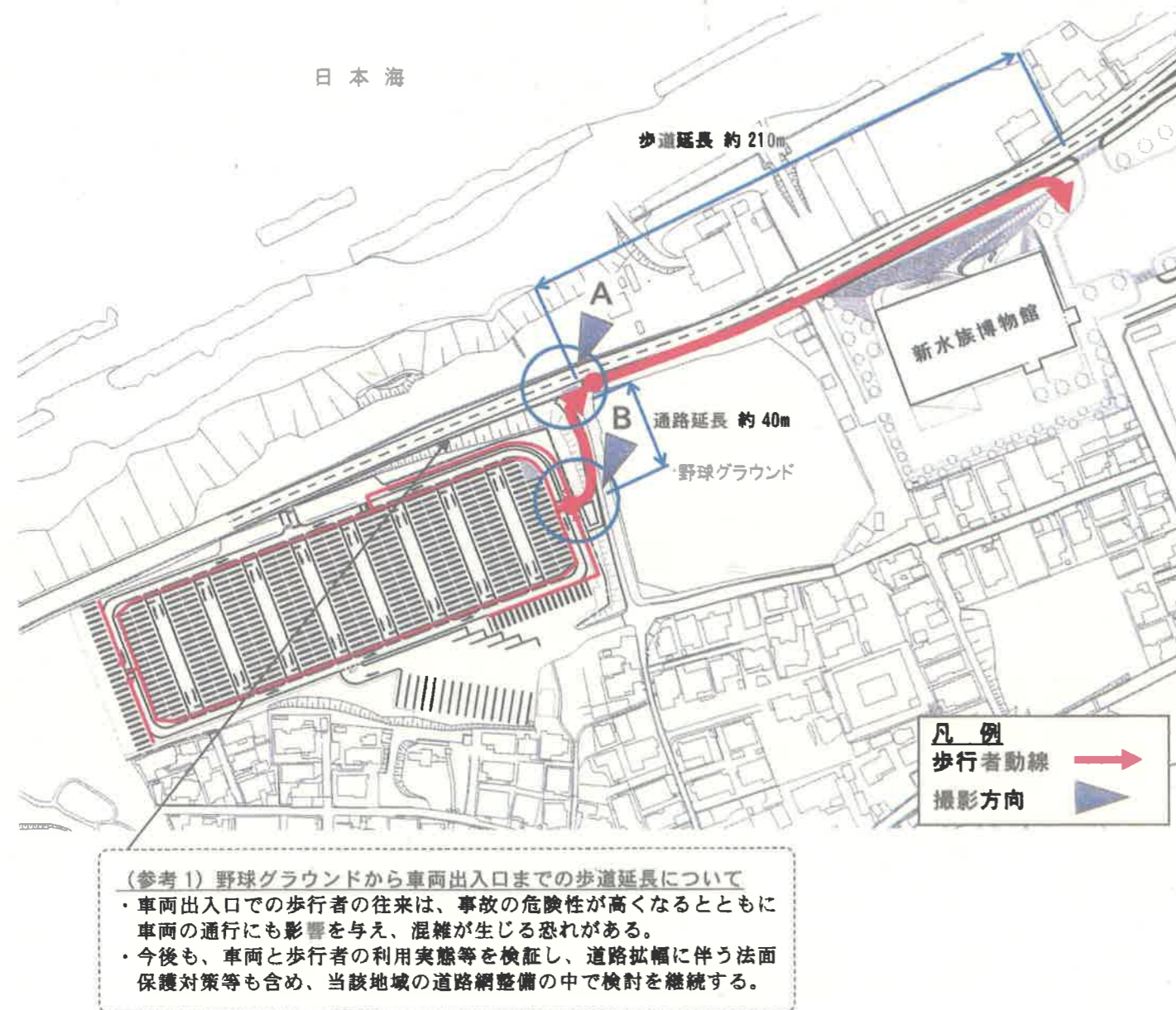
## 2 第4駐車場からの歩行者通路について

### (1) 基本的な考え方

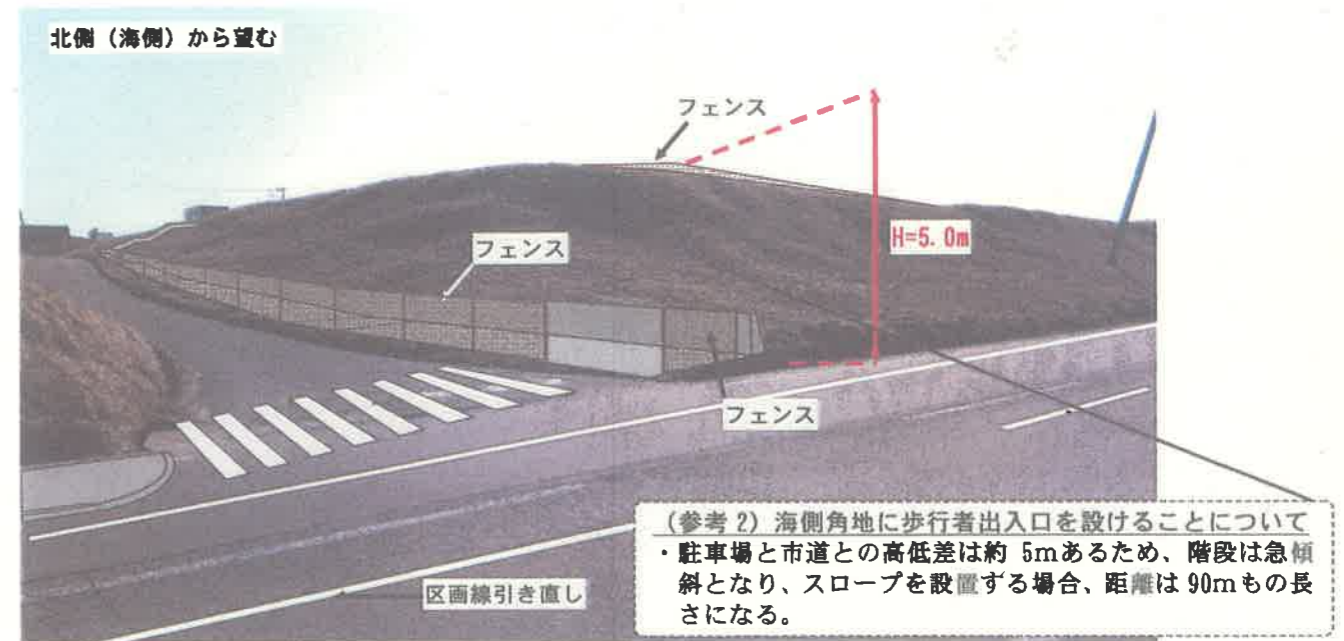
第4駐車場を利用する来館者の安全確保を基本とし、下記の視点から東側中央付近に歩行者通路を整備する。

- ①歩行者出入口 来館者の安全確保と施設への動線を踏まえ、車両出入口と分離する。
- ②階段の位置 施設への最短距離、かつ、高低差が大きい位置を避けて選定する。
- ③スロープの設置 幼児や高齢者などが通りやすいように、階段脇に設置する。
- ④その他 誘導員を配備するなど、安全確保と円滑な誘導を図る体制も整える。

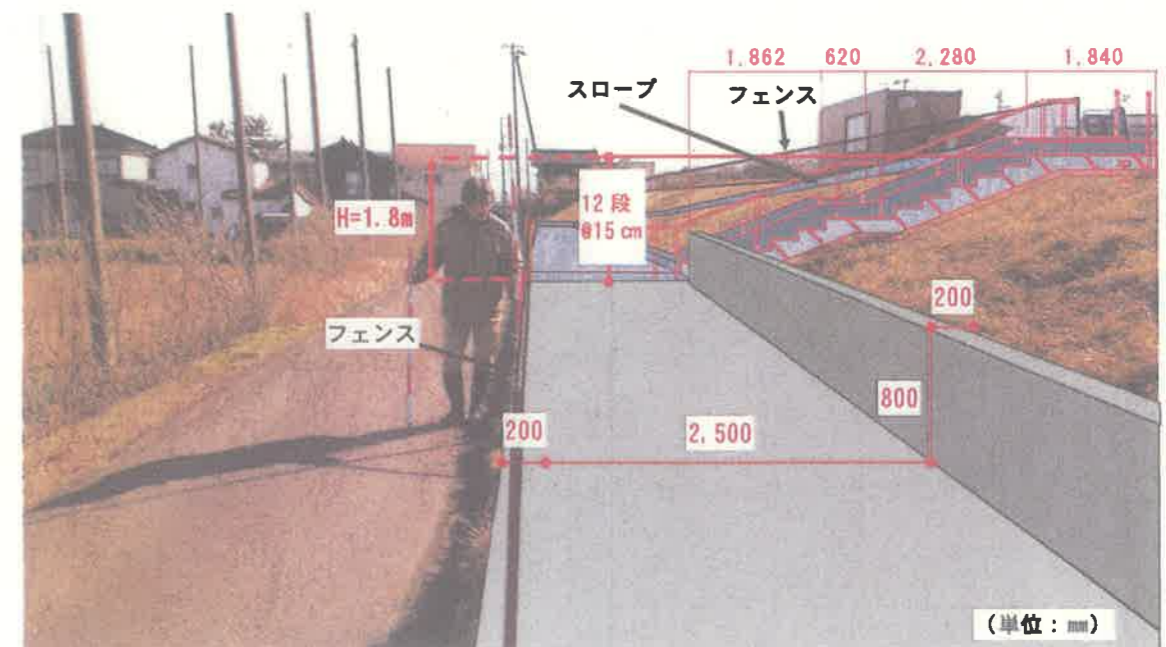
### (2) 整備概要図



### A：歩行者出入口から歩道に向かう箇所



### B：歩行者出入口の階段及び通路





### 3 飲食スペースの検討状況について

#### (1) 経過

- ・新水族博物館の飲食スペースのあり方やメニューについては、平成 25 年の基本計画の検討段階から、市民や有識者などから様々な意見がある。

##### 意見の一例

- ・全国的に博物館等での食事は美味しくない。上越といえば「食」なので、メニューにこだわるべき。  
(H25. 基本計画(案)見直し検討委員)
- ・うどんやそばだけでは困る。展望レストランにして、デートスポットにすること、冬の日本海の食を楽しんでもらえるメニューをそろえること。  
(H26. 基本計画パブリックコメント)
- ・健康食や学校給食が食べられたら、市民もたくさん利用するのではないかと。軽食のフードコートよりも、健康食を提供する食堂が良い。  
(H27. 市民の声ポスト)

- ・飲食スペースを管理運営する指定管理者としては、収益性や効率性だけでなく、市民の憩いの場とすることなども含めて研究する必要があるのではないかと考えていた。
- ・このため、知見を有する専門事業者に飲食スペースに関する提案書の作成を業務委託し、その提案及び基本計画の趣旨を踏まえて、指定管理者と協議を進めることとした。

##### 市の考え

- ・誰もが気軽に利用できる空間とすること
- ・泳ぐ魚を見ながら、ゆったりと過ごすことができるようにすること
- ・上越地域の食や海鮮を中心としたメニューの提供を検討すること

#### (2) 指定管理者との検討状況

- ・市の考えや下記の提案を踏まえ、指定管理者において飲食スペースの運営方法を検討している。
- ・さらに、指定管理者の独自性を出すことなどにより、満足度を高めていく方針としている。

#### (参考) 飲食スペース企画運営提案書の内容

##### ①ターゲット層

観光動向や商圈などから、メインターゲットを休日の観光客及び来館者とし、また、平日にも多くの利用があるよう戦略的ターゲットとして、若者世代を設定する。

メインターゲット (休日)	市外カップル (20～30代前半)	市内・市外ファミリー (20代後半～40代前半)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・週末に2人で遠出したい。</li> <li>・おしゃれな飲食店でデートしたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・週末に家族で出かけた。</li> <li>・出かけた先ならではのものを食べたい。</li> </ul>
戦略的ターゲット (平日)	市内の子育て中の女性 (20代後半～30代後半/子供:0-3歳)	市内カップル (20代後半～30代前半)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子供を連れて行けるおしゃれなお店で美味しい料理を食べたい。</li> <li>・親同士で話ができる場がほしい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事帰りに2人で出かけた。</li> <li>・おしゃれな飲食店でデートしたい。</li> </ul>

##### ②ワークショップによるターゲット層の意見反映

飲食スペースの経営安定を図る上においても重要となる、戦略的ターゲット層を対象としたワークショップを開催し、意見を取り入れた。

#### 戦略的ターゲット層の意見

子育て中の女性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子供が安心して食べられるメニュー</li> <li>・子供を安心して連れていける設備</li> <li>・水族館らしさのある空間</li> <li>・食育</li> <li>・おしゃれな雰囲気</li> </ul>
市内在勤の若者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・かっこよさ、おしゃれ</li> <li>・デートで使えること</li> <li>・個室があること</li> <li>・地産地消</li> <li>・カフェ</li> <li>・満足度の高いサービスを提供するスタッフ</li> </ul>

#### ③飲食スペースのコンセプト(案)

##### 「LOCAL TABLE …大切な人とテーブルを囲むと、もっとまちが好きになる…」

- ・このまちで暮らす人・遊びに来る人が、このまちをもっと好きになる場所
- ・時間やシーンによって、時にカフェや食堂となりレストランとなる、可変性のある場所
- ・昼は、子供を連れて気兼ねなく食事を楽しめる、新たな親子空間
- ・夜は、大切な人との時間を盛り上げる、大人のためのプライベート水族館のような空間

#### ④内部等のイメージ

