



文化が生み出す
「まちなか回遊」で地域活性化
~もっともーっと！寄りたくなるくまもっと！~

熊大SHIP
田中亜実

川合真由

山口佳剛

10年後の熊本市の理想像

みんなが訪れたくなる文化のまち



課題

課題①

熊本城以外の観光スポットの魅力が十分に伝わっていない

課題②

熊本市全体での歩行者の減少

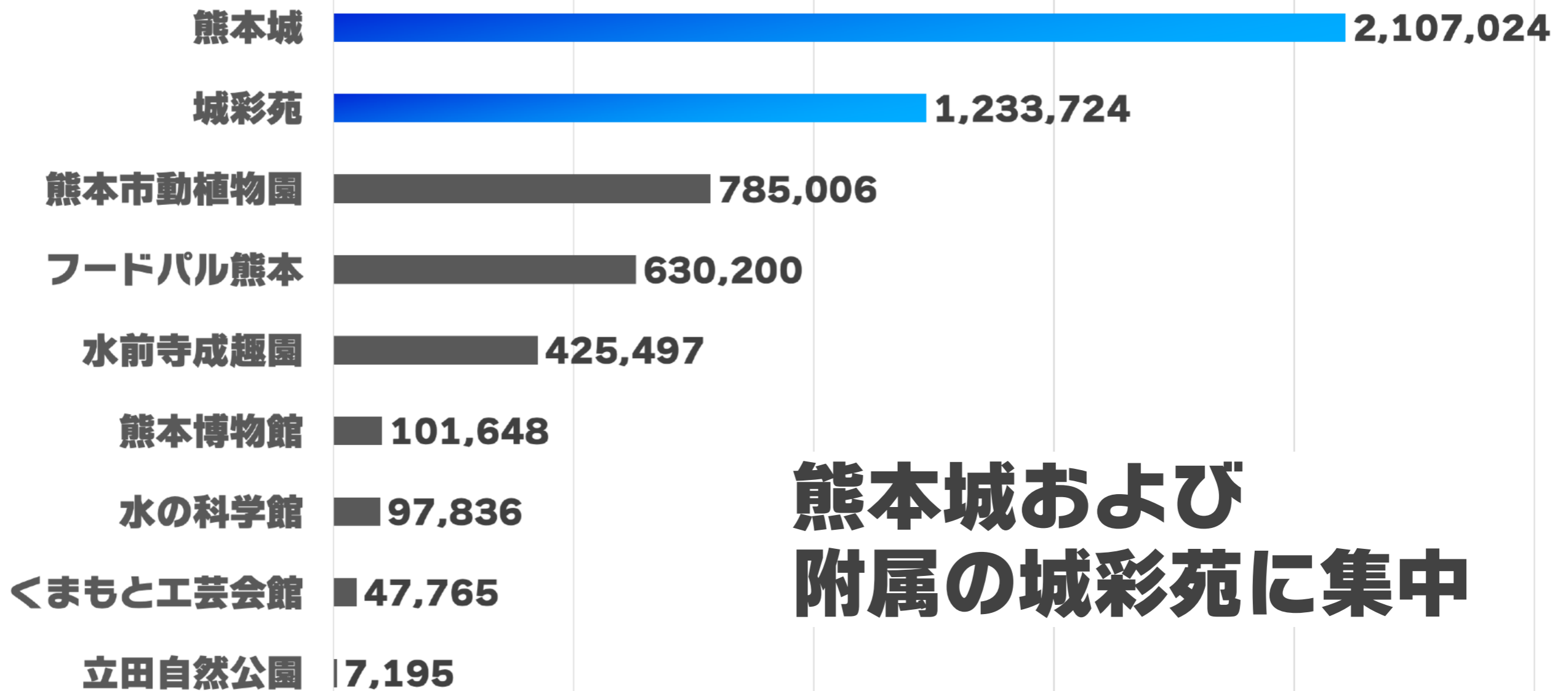
課題③

外国人観光客が少ない

課題①

熊本城以外の観光スポットの魅力が十分に伝わっていない

観光施設入園者数（令和1年 1～12月）



熊本城および
附属の城彩苑に集中

課題②

熊本市全体での歩行者の減少

市内44地点における1日の歩行者数の合計

地点は中心商店街及び熊本駅周辺・地域商店街

920,028

約23%減少

708,318

まちの賑わい・活力の
低下が示唆される

令和元年度
(コロナ前)

令和3年度

熊本市「令和3年度商店街通行量調査結果」より独自に作成

https://www.city.kumamoto.jp/hpKiji/pub/detail.aspx?c_id=5&id=23852&class_set_id=2&class_id=98

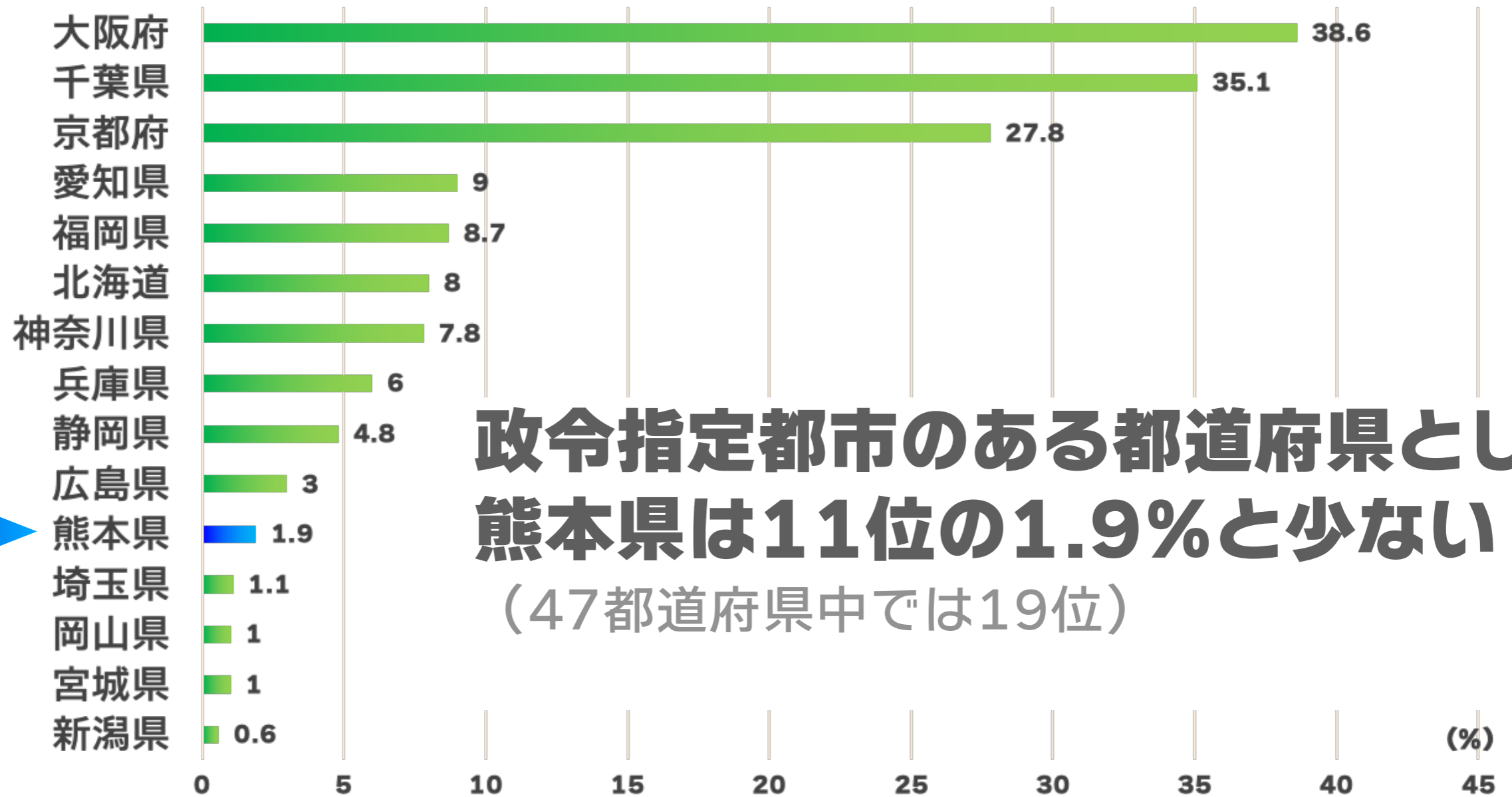
2022/10/10確認

課題③

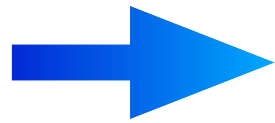
外国人観光客が少ない

政令指定都市のある都道府県における外国人訪問率（2019年）

※ただし47都道府県全体で100%



**政令指定都市のある都道府県として
熊本県は11位の1.9%と少ない
(47都道府県中では19位)**



政策アイデア

魅力発信と回遊性の向上による 訪れたいくなるまちづくり

施策① 着物レンタルによる歴まち巡りの推進

施策② 写真投稿プラットフォームによる
魅力の発見・発信

施策③ Googleマップによる
熊本市の「見える化」

施策① 着物レンタルによる歴まち巡りの推進

なぜ着物か

着物を着て歴史的なまちを巡ることは、若者に大人気

「Q：観光地において着物で街歩きをしたいか」
(着用経験のある人を含む)

扇澤美千子 加藤聡恵 川端博子 『着物レンタルサービスの現状と大学生の利用実態に関する研究』
埼玉大学紀要 教育学部, 69(2) : 377学389 (2020)



外国人の「kimono」に対する関心が高い

京都の外国人観光客が日本で行った伝統文化体験としては「着物・浴衣」が最も多くなっている

※調査開始の2013年からコロナ禍前の2019年まで7年連続
※2016年から新たに追加された項目「散策ツアー」を除く
京都市産業観光局観光 MICE推進室「京都観光総合調査(2013-2019年)」

熊本城や城彩苑・水前寺成趣園など、熊本市は着物が映える景観が多くみられる

施策① 着物レンタルによる歴まち巡りの推進

内容

市内各所に着物レンタル店を誘致

- ・ 数年は、市が費用を出資
- ・ 新町・古町エリアの空き家の利用を検討

店の利用者に、1日間市電に無料で乗り放題となるフリーパスを発行

- ・ フリーパスのデザインは公募、定期的に更新



施策① 着物レンタルによる歴まち巡りの推進

効果

着物レンタル店の誘致で…



- 観光の際に着物を着る人が増える
 - その様子をまちなかやSNS上で目にする人が増える
- **歴史のまちとしてのブランドイメージの確立**

利用者へのフリーパス発行で…

- 着物を着た人が様々な場所を訪れる動機となり、熊本市の多くの魅力に気づく機会を創出できる
- デザインの公募・定期的な更新で話題性が高まる

施策② 写真投稿プラットフォームによる魅力の発見・発信

内容

熊本市の魅力的な写真を投稿・閲覧できるプラットフォームを開発

多言語対応

熊本市の魅力的な写真



アプリ内とWebでの運用を検討



投稿日時・位置情報

いいね・コメント機能

スタンプラリー

施策② 写真投稿プラットフォームによる魅力の発見・発信

内容

「いいね！」の多い人気投稿は、市街地各所の大型ビジョンやアーケードの中吊り広告に掲載



施策② 写真投稿プラットフォームによる魅力の発見・発信

効果

多言語対応の写真投稿プラットフォームで…

- **投稿者**：まだ見ぬ熊本市の魅力をさがし、発信
- **閲覧者**：熊本市の魅力を発見
→ **訪れたい場所としての熊本市の魅力が高まる**

人気投稿の大型ビジョンでの放映等で…

- **それを見た市内の人たちが熊本市の魅力を発見**
- **プラットフォームの宣伝になる**
- **投稿する動機になる**

施策③ Googleマップによる熊本市の「見える化」

内容

- **市とGoogleが連携**
 - Googleマップは世界的に利用されている
- **施策②** のプラットフォームに投稿された写真の一部をGoogleマップに掲載
- **Googleから機材をレンタルして撮影し、ストリートビューの利用可能範囲を拡大**



岡山の事例

<https://www.youtube.com/watch?v=xizZFD1pZ7Q>

- 参考：長野県おぶせまち小布施町や岡山県の観光政策の事例
- 現在カバーされていない、小さな路地空間や施設内部が対象

施策③ Googleマップによる熊本市の「見える化」

内容

- Googleマップにおける乗換情報の充実

乗り場情報がない



- 観光地や店舗等の英語表記の登録を推進

施策③

Googleマップによる熊本市の「見える化」

効果

- ・プラットフォームの写真のGoogleマップ掲載
- ・ストリートビュー充実
- ・乗換情報の表示と英語表記の推進

世界的に広く普及しているGoogleマップにおける熊本市の情報が充実することで…

- ・ **熊本市の「見える化」で小さな魅力まで伝えられる**
- ・ **国内外の人が観光・交通情報に容易にアクセスでき、観光がしやすくなる**

10年間のスケジュール

施策①

着物レンタル

施策②

写真プラットフォーム

施策③

Googleマップ

3年

5年

10年

施策①

レンタル着物屋の物件取得

着物屋の誘致

営業・運営

フリーパスデザイン募集・定期的に更新

施策②

プラットフォーム開発

投稿募集開始・運用

まち歩きスタンプラリー等イベント開催

人気投稿の掲示・放映

施策③

ストリートビュー撮影

Googleマップに写真掲載

乗換情報の充実・英語表記登録推進

共通

SNSによる広報

みんなが訪れたいくなる文化のまち

まとめ

魅力発信と回遊性の向上による 訪れたくなるまちづくり

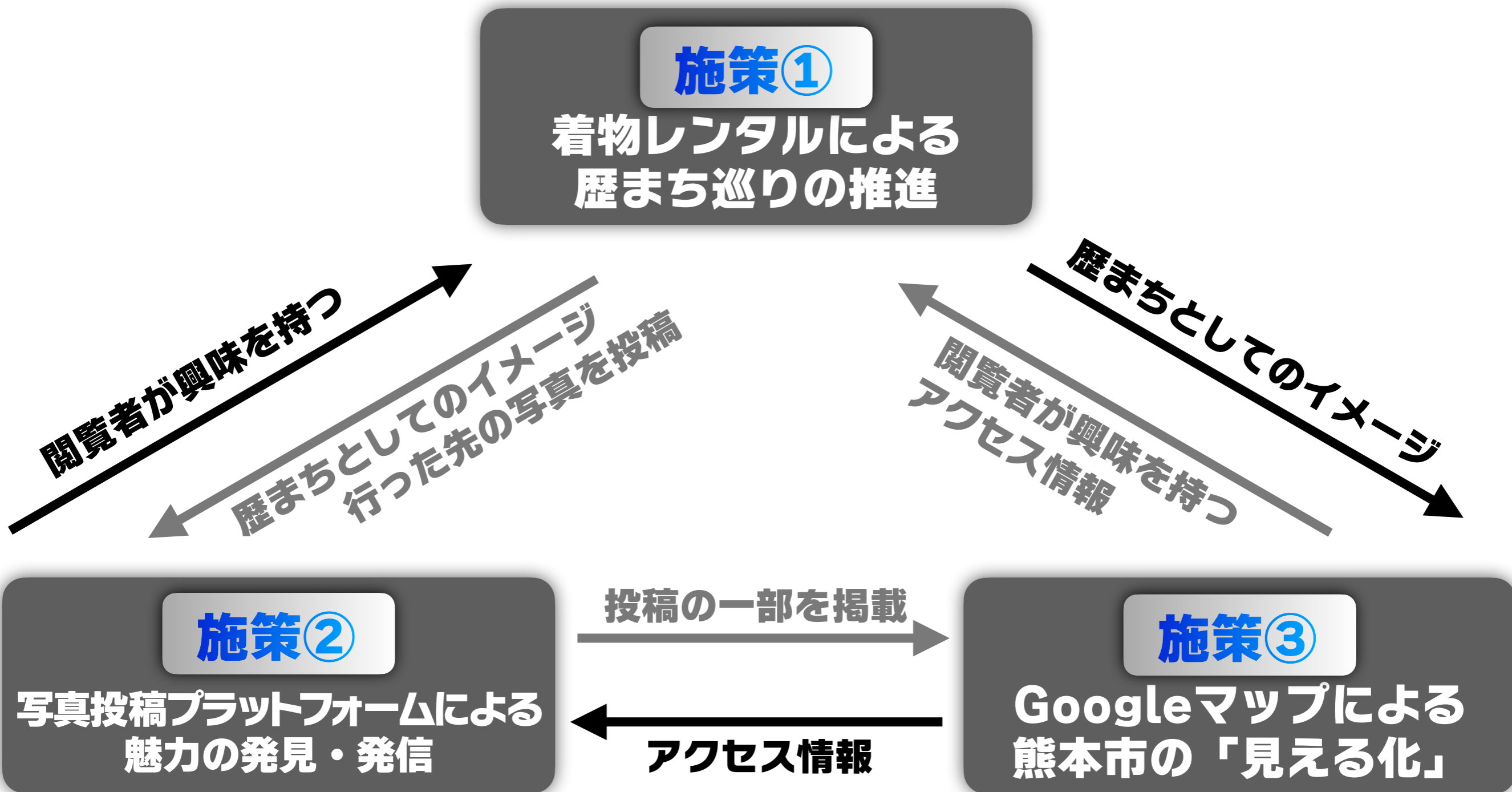
施策① 着物レンタルによる歴まち巡りの推進

施策② 写真投稿プラットフォームによる
魅力の発見・発信

施策③ Googleマップによる
熊本市の「見える化」

みんなが訪れたくなる文化のまちへ

施策の相互作用



みんなが訪れたいくなる文化のまちへ