

# 人流の回復をマネタイズの契機に

～県内在住の女性に聞いた中心市街地の利用状況～

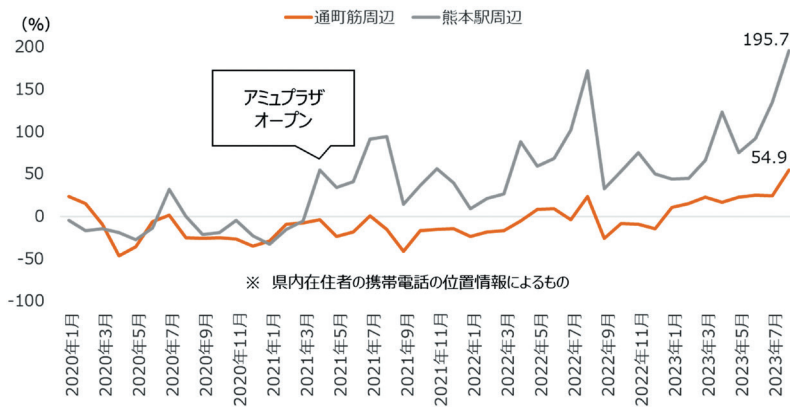
## はじめに

2017年以降、COCOSA、サクラマチクマモト（以下、サクラマチ）、アミュプラザくまもと（以下、アミュプラザ）、HAB@が新たに誕生し、熊本市の中心市街地の街並みは大きく変化した。コロナ禍で激減した人流は回復傾向にあり、特に熊本駅周辺では、アミュプラザのオープン後、大幅に増加していることが見てとれる（図表1）。その一方で、熊本県在住者の中心市街地の利用頻度はあまり高くなく、人流の回復にはまだ伸びしろがあることが明らかとなった。

本稿では、熊本県内在住の女性520名を対象にした調査結果をもとに、中心市街地の利用状況について分析を行った。

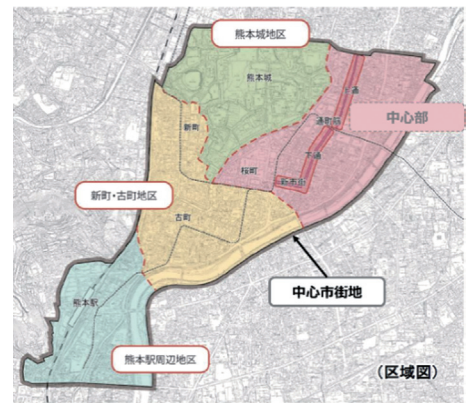
※本稿では、「熊本市中心市街地活性化基本計画」に準じて、下図における4地区を合わせた地域を「中心市街地」、通町筋・桜町周辺地区を「中心部」と表記している。また、上通りや下通りなども含めて「商業施設等」とする。

図表1 中心市街地（代表地点）の人流（2019年同週比）



資料：V-RESAS

熊本市中心市街地の区分



資料：「熊本市中心市街地活性化基本計画」へ加筆

## 1 中心市街地の商業施設等の利用状況

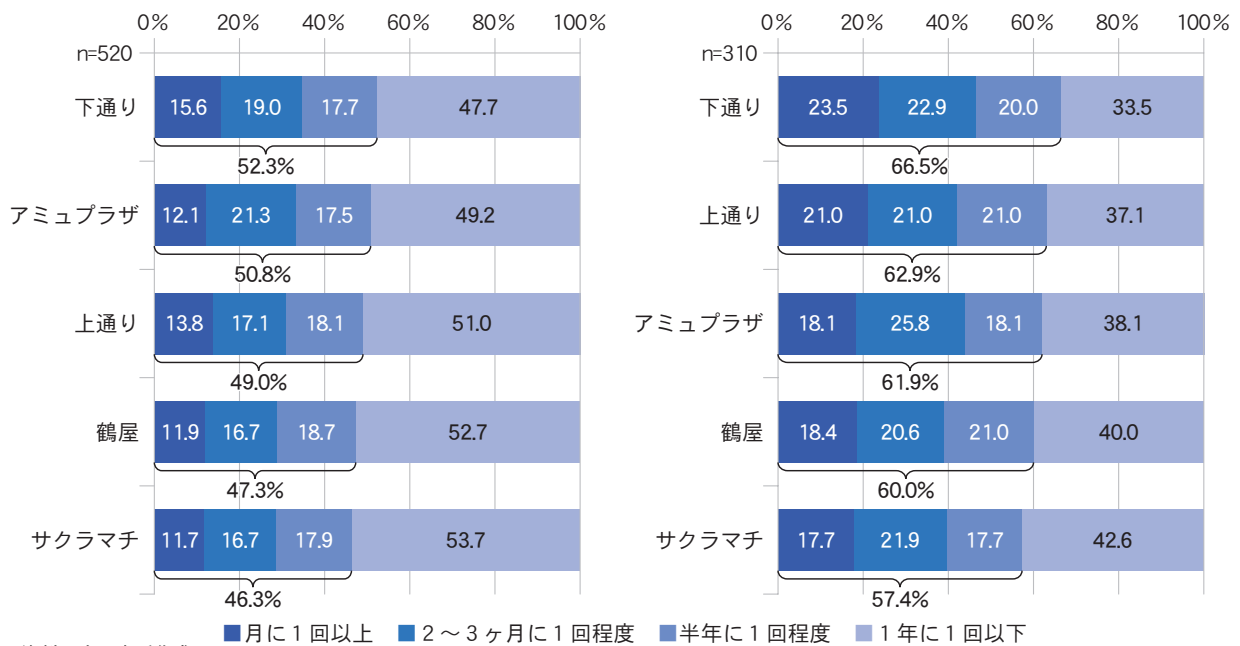
➤ 中心市街地の商業施設等を年間に複数回利用する割合は、回答者全体で5割程度。熊本市在住者に限っても6割程度となっている。

回答者全体の状況を見ると、各施設少なくとも半年に1回程度以上利用している割合（「月に1回以上」～「半年に1回程度」の合計、以下複数回利用）は高い順に、「下通り（52.3%）」、「アミュプラザ（50.8%）」、「上通り（49.0%）」、「鶴屋（47.3%）」、「サクラマチ（46.3%）」とおよそ5割程度となっている（図表2）。

また、熊本市内在住者のみに限定しても、複数回利用は「下通り（66.5%）」、「上通り（62.9%）」、「アミュプラザ（61.9%）」、「鶴屋（60.0%）」、「サクラマチ（57.4%）」と6割程度となっている。

利用頻度が低位に留まった4～5割の回答者（「1年に1回以下」）は、中心市街地の人流を増やす伸びしろと捉えることができるのではないだろうか。

図表2 中心市街地の商業施設等の利用状況（「半年に1回程度」以上の割合が高い上位5か所）  
（左：回答者全体 右：熊本市のみ抜粋）



## 2 利用目的別の状況

- 物品購入や飲食サービスなど利用目的をもって中心市街地を訪れる割合が相対的に高い一方、特に目的を持たずに訪れる割合も一定数を占める。
- 目的を持たずに訪れる通行者（訪問者）に向けたマーケティングとマネタイズが重要となる。

利用目的別に割合の高い施設を整理すると、「物品購入のみ」は「COCOSA (48.6%)」、「鶴屋 (47.8%)」、「両方（物品購入および飲食サービス）利用」は「アミュプラザ (38.6%)」、「サクラマチ (30.5%)」、「特に目的はない」は「新市街 (56.0%)」、「上通り (39.5%)」、「下通り (38.9%)」となった（図表1）。

以降は会員専用ページにて公開しております。

なお、本問では通勤通学等の利用を除外しているため、「特に目的はない」と回答しながらも中心市街地を訪れる訪問者が一定存在しています。ご覧頂くには、入会手続き後、会員専用ページよりアクセスをお願いします。

パターン① 市役所やバスターミナル利用など、その他の用事の前後で訪問

周辺施設との賑わい創出などを検討する過程においては、相互利用による相乗効果は欠かせない視点である。

[ご入会はこちらから](#)  
(入力は数分で終わります)

パターン② セレンディビティ（英：serendipity 偶然の素敵な出会いや予想外の発見）を求めて訪問

[会員の方ははこちらから](#)