

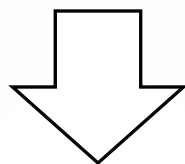
コンテンツツールズムを用いた地域 再生の可能性について ～人吉を事例に～

現代文化学部 文化コミュニケーション学科

U1831014 桑陽菜

コンテンツツーリズムとは

コンテンツツーリズムとは、コンテンツの舞台である土地を訪れる観光行動の総称である。



コンテンツツーリズムはそれまで観光地化されていない土地でも、コンテンツが加わることで国内外からの観光誘致や地域活性化にも繋がる。

リピート率

人吉への訪問回数		
訪問回数	人数	%
1回目	18	18.2
2回目	23	23.2
3回目	7	7.1
4回目	13	13.1
5回目	7	7.1
6回目	5	5.1
7回目	4	4.0
8回目以上	22	22.2
合計	99	100.0

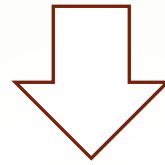
リピート率

81.2%

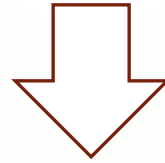
注:2016年8月15日の「人吉花火大会」

提案1 「空き家・空きスペースの利用」

人吉市は空き家・日帰り率が高い



「藤原家」や「夏目貴志の部屋」を再現、宿泊施設を作る。



観光・宿泊を促す
景観の維持



※画像はイメージです。

リピートを促す

- 訪れる妖怪を数か月ごとに換え、また続夏目友人帳第九話の「巳弥（みや）の桜」の再現などレパートリーを増やす。



提案2 温泉御朱印帳

人吉は温泉で有名

実証実験中である「温泉御朱印」とコラボ案

- 外見を友人帳にする
- 世界観にあったデザイン



提案3 お土産「七辻屋」

課題「お土産屋やお土産が少ない」



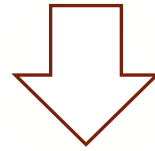
- ・「七辻屋」の饅頭や羊羹を再現・販売
- ・ニャンコ先生は酒豪で有名で、作中にも多くの酒瓶が登場する。人吉市の酒造とコラボ
- ・購入した際の袋は、作中にでてくる紙袋や別料金で風呂敷にし、形に残るお土産を提供。



提案4 夏目友人帳影絵

夜だけでなく、昼の鍛冶屋町も楽しめる夏目友人帳影絵
キャラクターの等身大パネルを設置する。

例：夏目貴志・ニャンコ先生・田沼要・名取周一・的場静司・夏目レイコなど。



夜には、ライトアップで妖怪を浮かび上がらせ、通常の間目線
と妖怪が見える目線、両方から鍛冶屋町を楽しめる様にする。

例：夏目貴志のパネルの背景に斑を、名取周一の周りに名取の式である柊・笹後・瓜姫を
浮かび上がらせる。



まとめ

このコンテンツ案は、間違いなく地域再生や地域活性化に繋がるものと考えています。

そのためには人吉市役所や関係の方々の熱量の問題、住民の方々の理解と協力が必要であり、この2つに留意した熱意ある粘り強い取り組みに期待しています。