

1. 実施概要

(1) 実施概要

〔目的〕 新庁舎周辺のまちづくりの方向性を定める「(仮称)庁舎周辺まちづくりプラン」の骨子(案)について、市民等の意見を収集し、将来像の具体化と計画内容の充実を図ることを目的とする。

〔対象〕 属性による制限なし

〔期間〕 令和8年(2026年)4月1日(水)～令和8年(2026年)4月30日(木)



回収数：1476通

(2) 設問項目 (P2～参照)

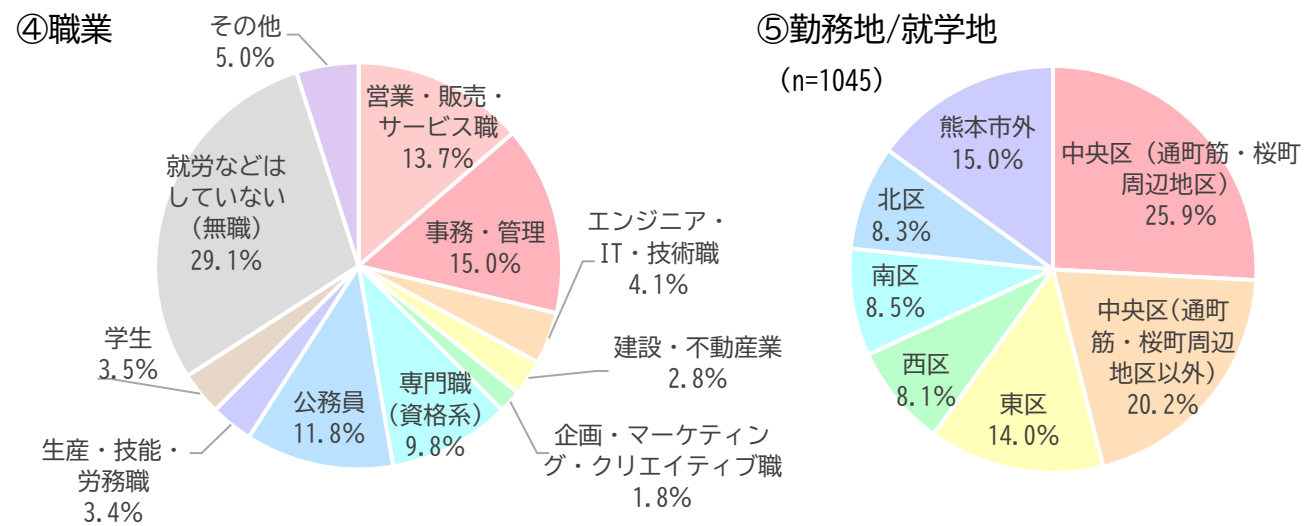
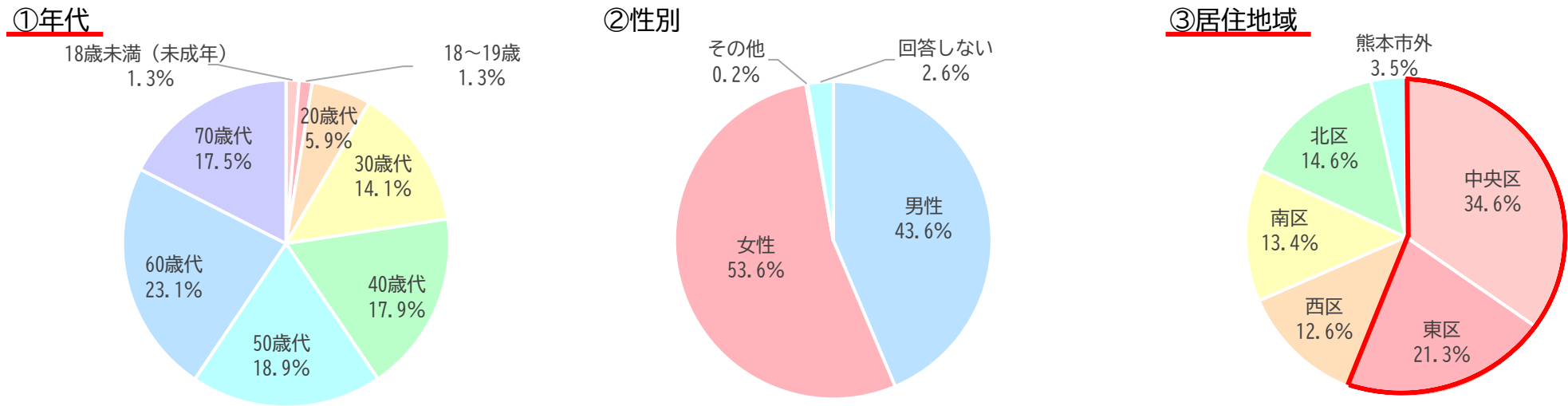
属性	・年代／性別／居住地域／職業／通勤地・就学地
対象エリアとの関わり	・対象エリアの来訪目的／対象エリアへの来訪頻度
対象エリアへの移動手段	・対象エリアを訪れる際の移動手段 ・自家用車の選択理由 ・公共交通機関を利用しない理由 ・公共交通機関利用のための効果的な施策
庁舎周辺まちづくり	・現状の庁舎周辺まちづくりに対する評価 ・将来の庁舎周辺まちづくりに対するイメージ(写真) 及び実現のために重要だと思うこと

2. 回答者属性

年代／性別／居住地域／職業／通勤地・就学地

■回答者は比較的バランスのとれた年齢構成となっており、中央区と東区の居住者・勤務者が多い

- ・回答者の年代は、回答者の年代は、30代から70代までの各年代が概ね15～25%の範囲に分布しており、特定の年代に偏ることなく、比較的バランスの取れた年齢構成となっている。
- ・回答者の性別比率は、男性：女性＝4：6。
- ・回答者の居住地域は、中央区が約35%で最も多く、東区は約21%。熊本市外については約5%以下。
- ・回答者の職業は、営業・事務・公務員などの就労層が分散し、就労中でない層も一定割合を占める。
- ・回答者の勤務地/通学地は、中央区が約46%で最も多く、そのうち、通町筋・桜町周辺地区は全体の約26%。



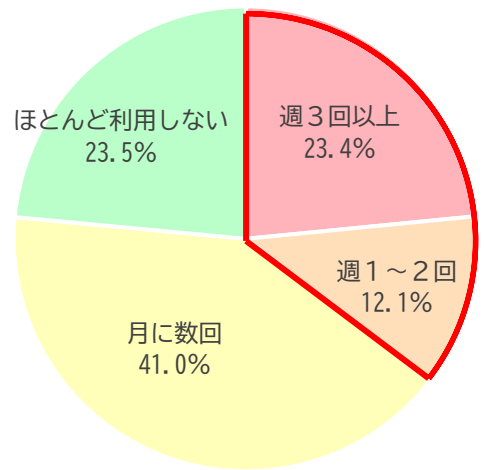
3. 対象地区との関わり

対象地区の来訪目的／対象地区への来訪頻度

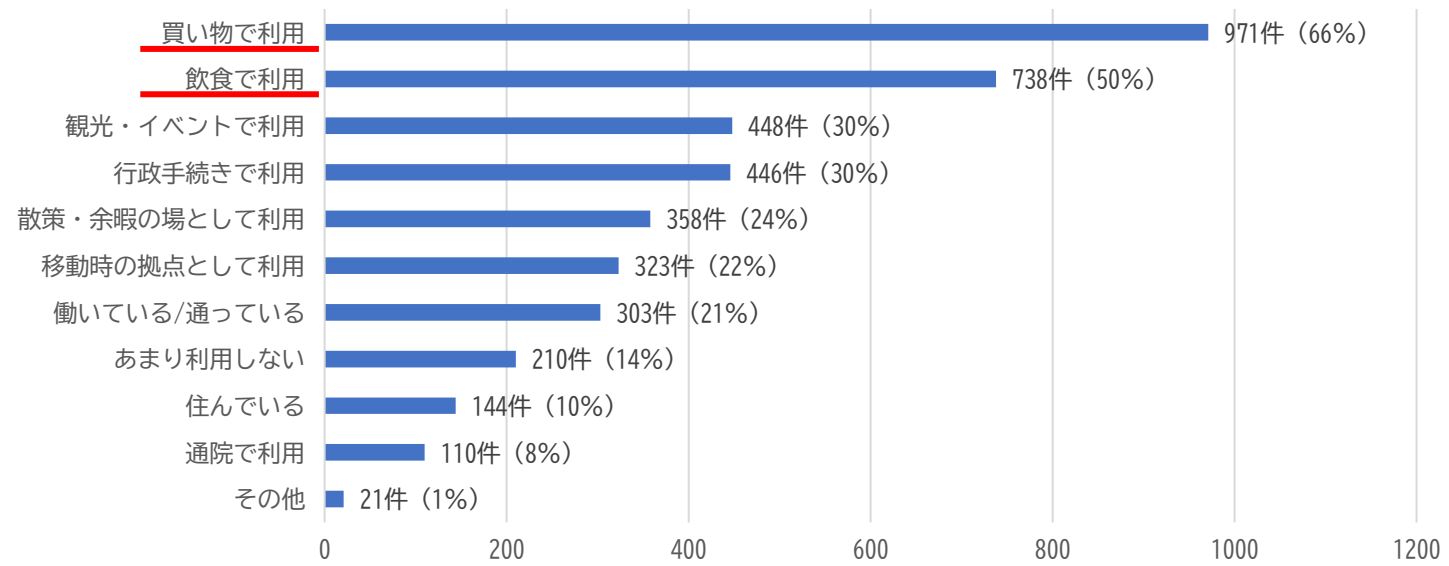
■対象エリアへの来街頻度は、週に1日以上が3割強、来訪目的は「買い物で利用」や「飲食で利用」が多い

- ・回答者の通町筋・桜町周辺地区(対象エリア)への来街頻度は、「月に数回」が約41%で最も多く、次いで「ほとんど行かない」が約24%で、週に1日以上訪れるのは約35%に留まる。
- ・回答者の来訪目的は「買い物で利用」が最多で約66%、次いで「飲食で利用」が約50%である。

①対象エリアへの来訪頻度



②対象エリアの来訪目的



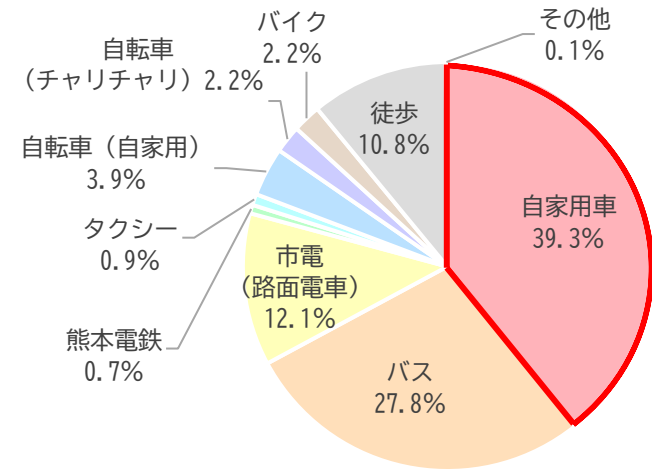
4. 対象エリアへの移動手段

(1)対象エリアを訪れる際の移動手段・自家用車の選択理由・公共交通機関を利用しない理由

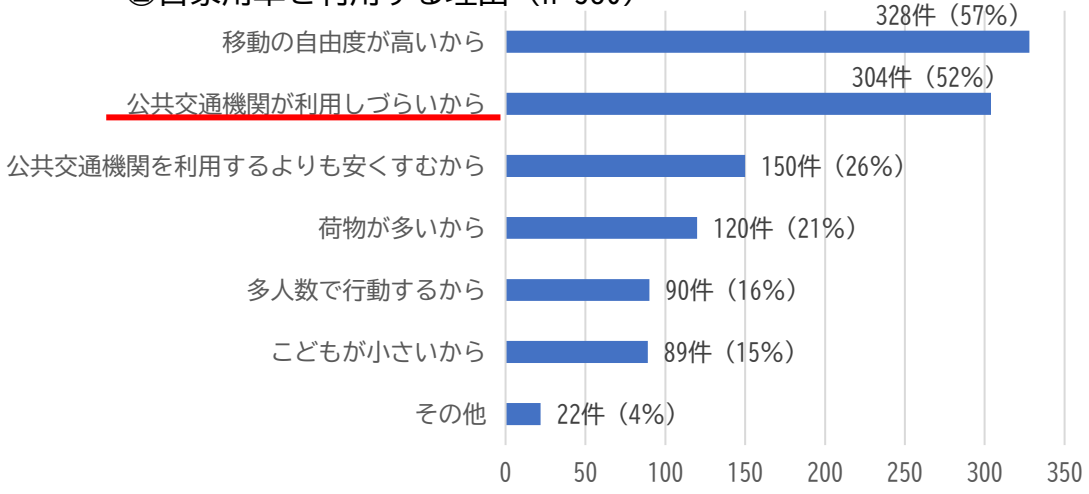
■対象エリアへの主な移動手段は、自家用車が約4割で最多。その理由として公共交通機関の利便性に対することが多い

- ・回答者の対象エリアへの移動手段は「自家用車」の利用が約39%で最も多く、次いで「バス」が約28%、「市電(路面電車)」が約12%であり、公共交通利用率は自家用車の利用率とほぼ同率。
- ・自家用車利用の要因としては「移動の自由度が高いから」「公共交通機関が利用しづらいから」がそれぞれ50%を超えており、「公共交通機関を利用するよりも安くすむから」は約26%、荷物の多さや多人数での行動、小さい子どもを連れてといった要因は20%前後である。
- ・公共交通機関を利用しない要因としては、「本数・便数が少ない」が約71%、次いで「移動時間がかかる」が約38%、「運賃の高さ」や「待ち時間」、「時間通り来ない」といった要因は30%前後である。

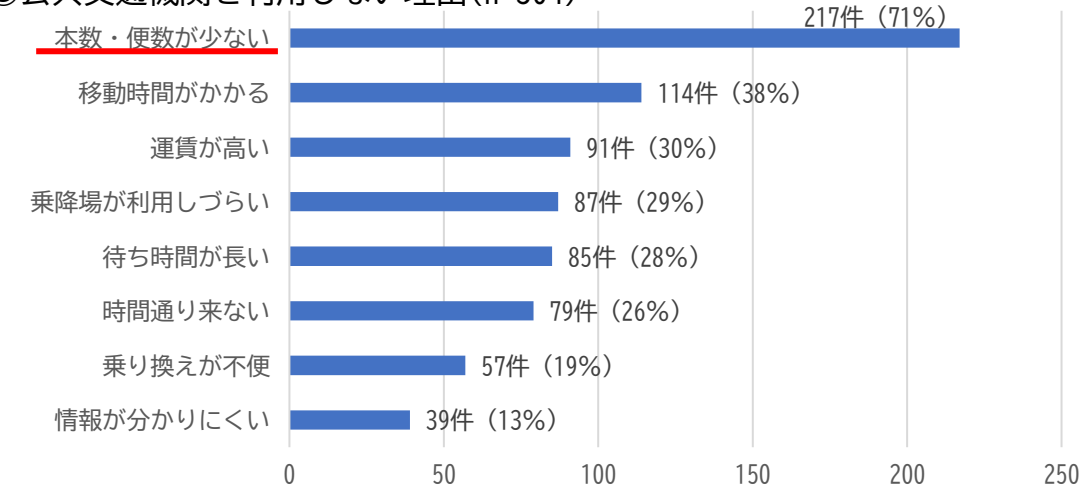
①対象エリアへの主な移動手段



②自家用車を利用する理由 (n=580)



③公共交通機関を利用しない理由 (n=304)

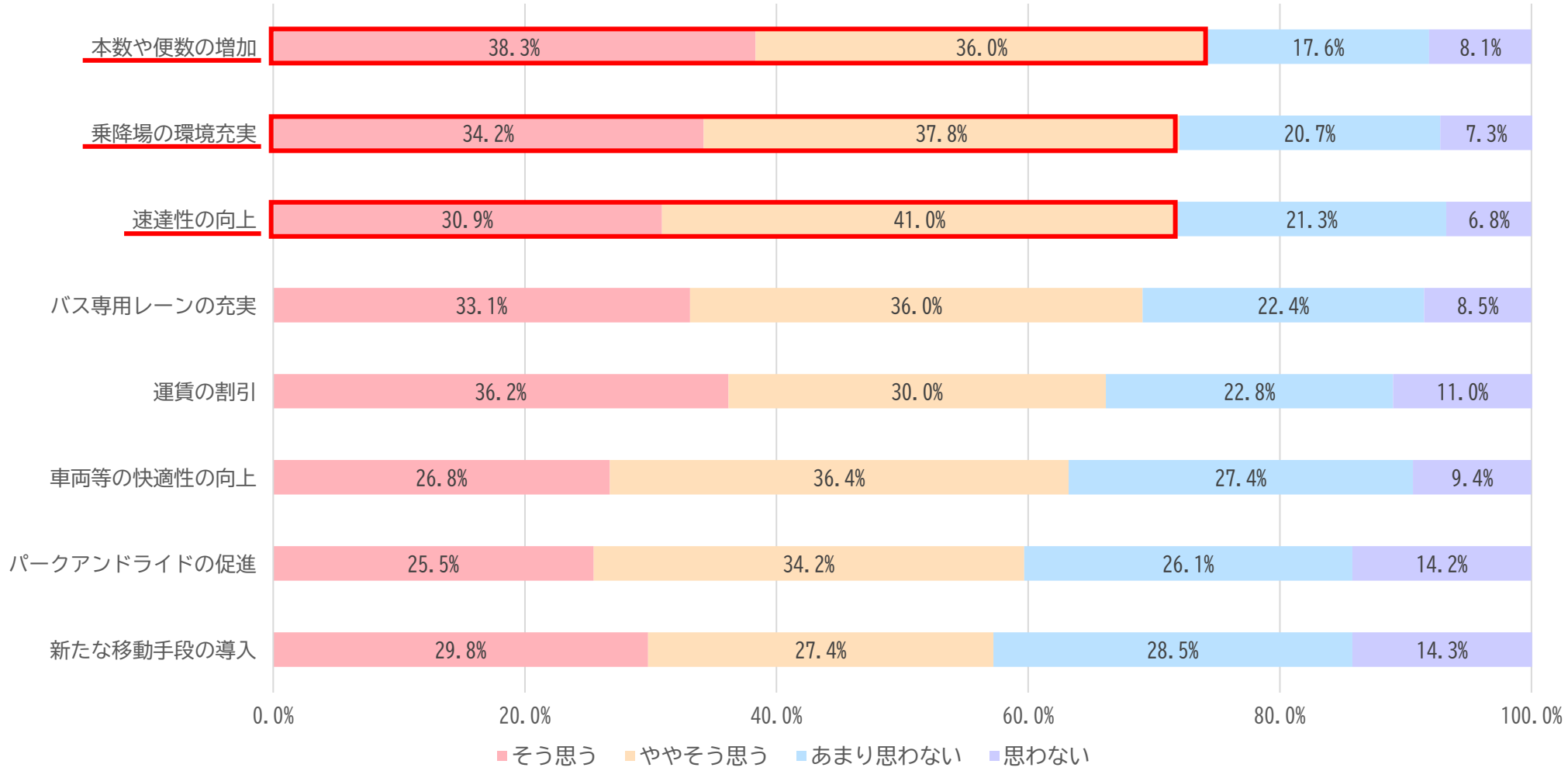


4. 対象エリアへの移動手段

(2) 公共交通機関利用のための効果的な施策

問:対象エリアを公共交通機関で訪れるようにするために効果的だと思うことについて教えてください。

■「本数や便数の増加」が最も効果的であると回答。次いで「乗降場の環境充実」「速達性の向上」の回答率が高い



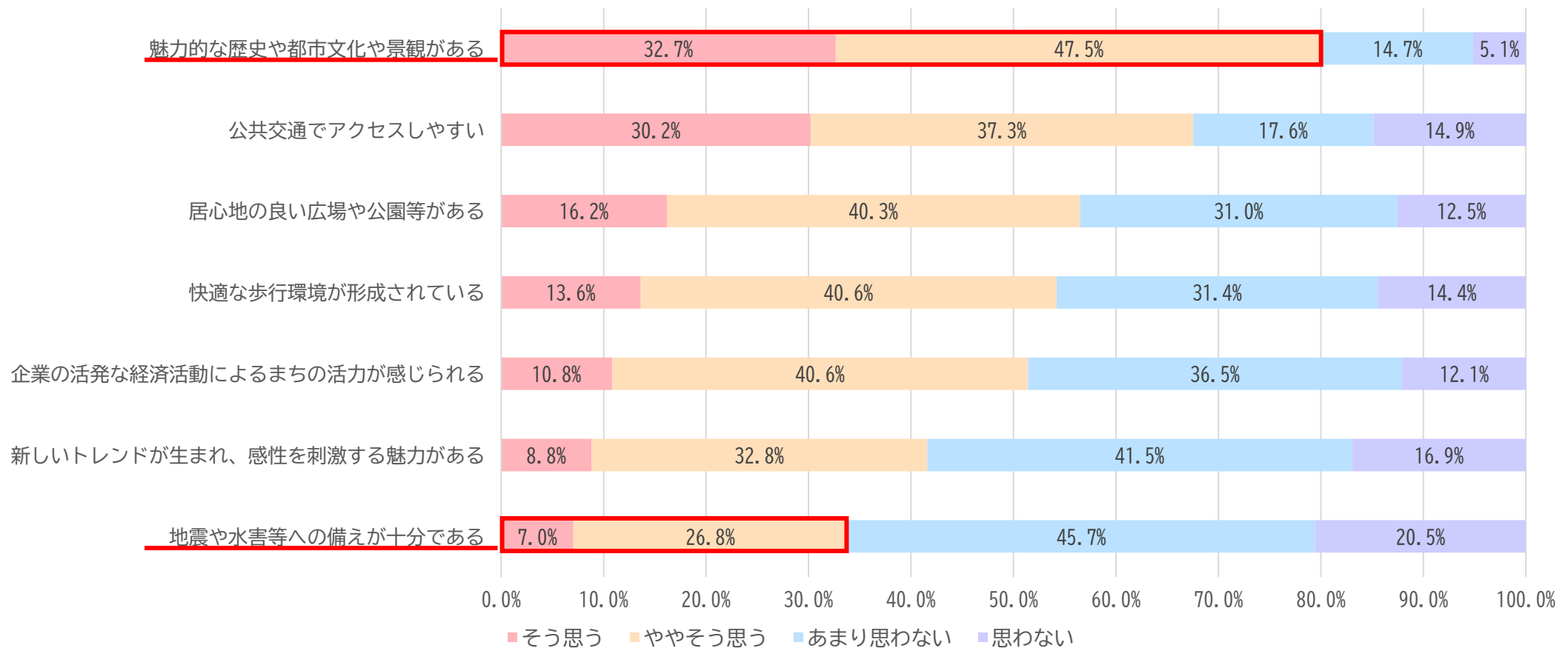
5. 庁舎周辺まちづくりについて

(1) 現状の庁舎周辺まちづくりに対する評価

問: 現在の対象エリアをどのように評価していますか。

■ 対象地区への評価は相対的に「魅力的な歴史や都市文化や景観がある」が高く、「地震や水害への備え」が低い

- ・ 回答者の対象エリアへの評価は、「魅力的な歴史や都市文化や景観がある」に対してが約80%、次いで「公共交通でアクセスしやすい」に対して約68%が「そう思う」「やや思う」と回答している。
- ・ 対して「地震や水害等への備えが十分である」に対して約66%、「新しいトレンドが生まれ、感性を刺激する魅力がある」に対して過半が「あまり思わない」、「思わない」と回答している。
- ・ 「快適な歩行環境が形成されている」「企業の活発な経済活動によるまちの活力が感じられる」「居心地の良い広場や公園等がある」について「そう思う」「やや思う」と回答したものと、「あまり思わない」、「思わない」と回答したものが半々。



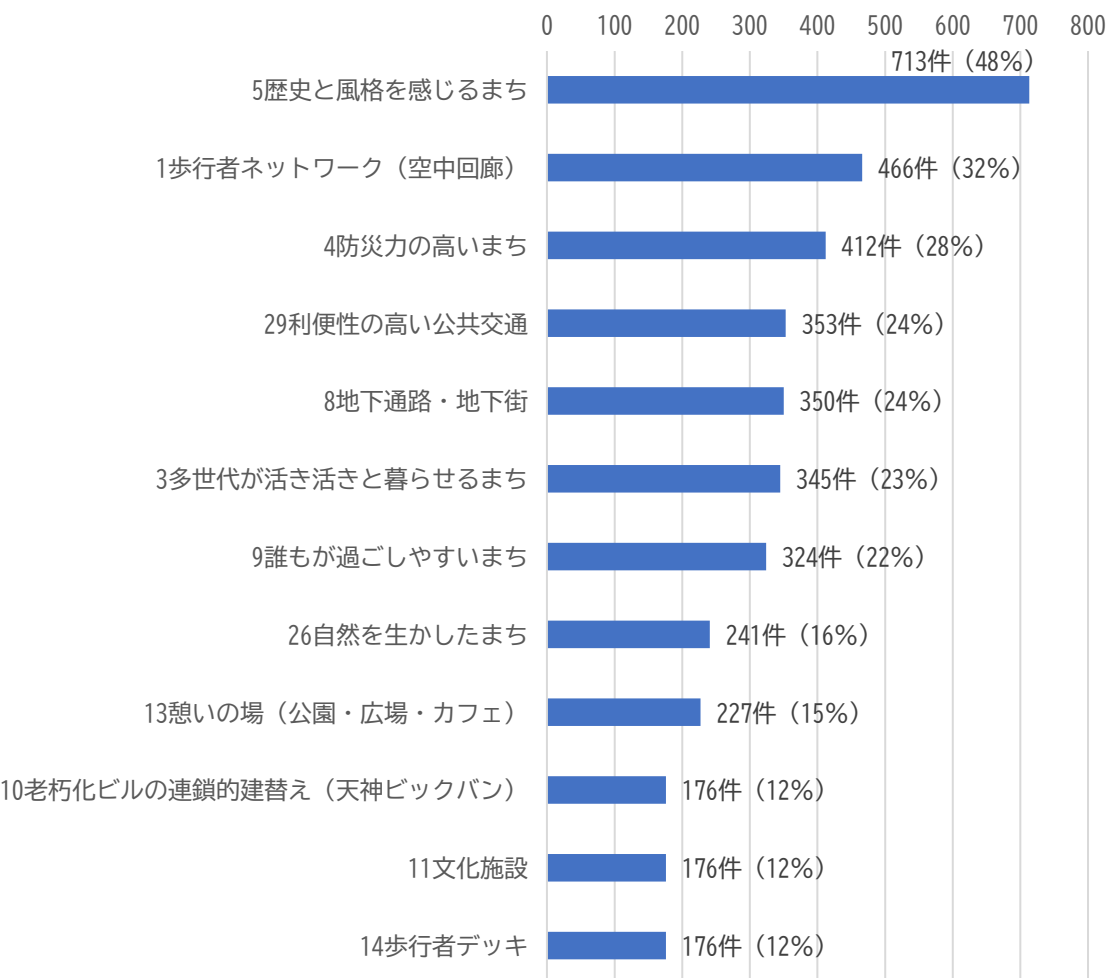
5. 庁舎周辺まちづくりについて

(2) 将来の庁舎周辺まちづくりに対するイメージ

問:あなたが思い描く2040年から2050年ごろ(15年~25年後)の「通町筋・桜町周辺地区」の将来イメージ(5つまで選択)

■「歴史と風格を感じるまち」が最多であり、回答者の約50%が選んでいる。
続いて、「歩行環境」、「防災力」、「公共交通」、「自然」、「憩い」、「老朽化ビルの連鎖的建替え」などが選ばれている。

1位~10位



5. 歴史と風格を感じるまち



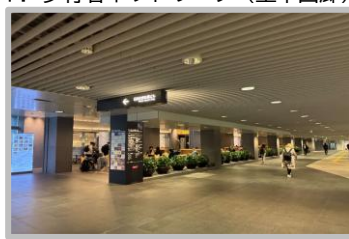
1. 歩行者ネットワーク(空中回廊)



4. 防災力の高いまち



29. 利便性の高い公共交通



8. 地下通路・地下街



3. 多世代が生き生きと暮らせるまち



9. 誰もが過ごしやすいまち



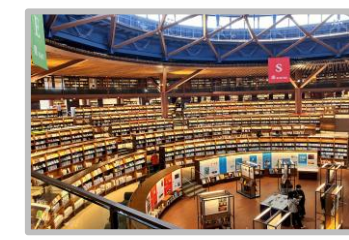
26. 自然を生かしたまち



13. 憩いの場(公園・広場・カフェ)



10. 老朽化ビルの連鎖的建替え(天神ビックバン)



11. 文化施設

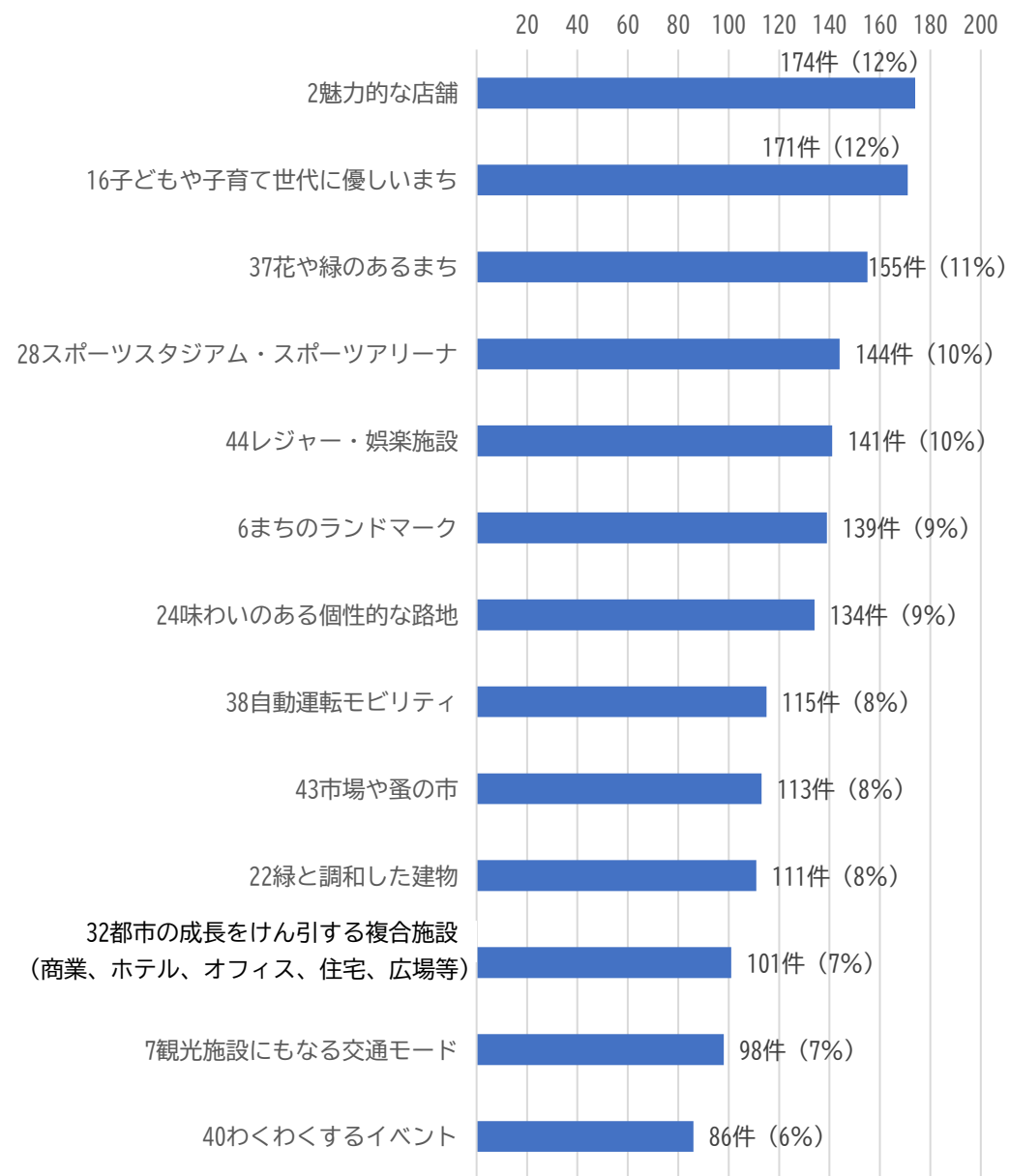


14. 歩行者デッキ

5. 庁舎周辺まちづくりについて

(2) 将来の庁舎周辺まちづくりに対するイメージ

13~25位



2. 魅力的な店舗



16. 子どもや子育て世代に優しいまち



37. 花や緑のあるまち



28. スポーツスタジアム・スポーツアリーナ



二匹の魚 / PIXTA(ピクスタ)

44. レジャー・娯楽施設



6. まちのランドマーク



24. 味わいのある個性的な路地



38. 自動運転モビリティ



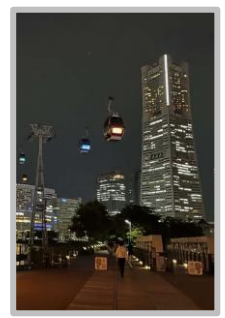
43. 市場や蚤の市



22. 緑と調和した建物



32. 都市の成長をけん引する複合施設
(商業、ホテル、オフィス、住宅、広場等)



7. 観光施設にもなる交通モード

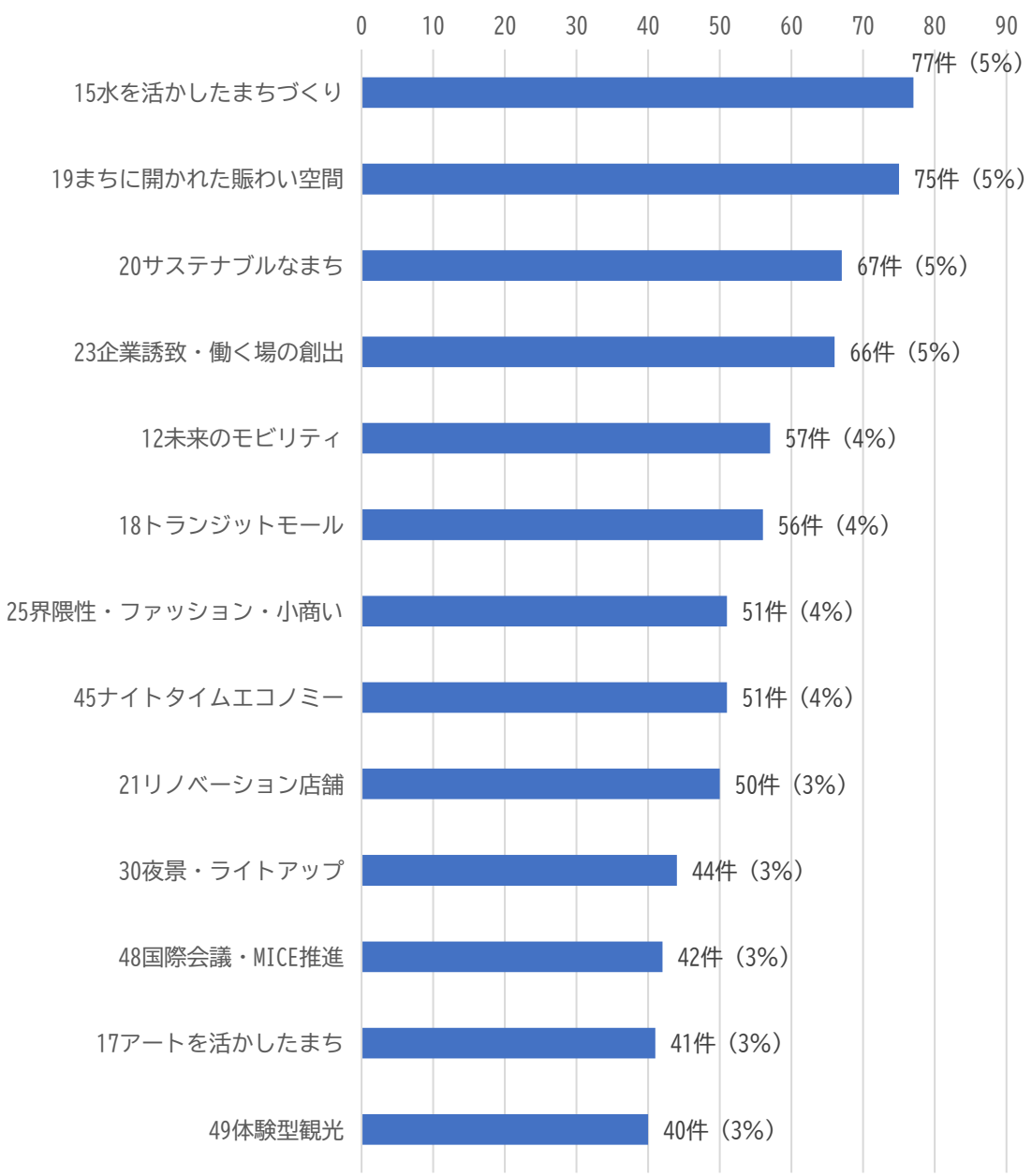


40. わくわくするイベント

5. 庁舎周辺まちづくりについて

(2) 将来の庁舎周辺まちづくりに対するイメージ

26~38位



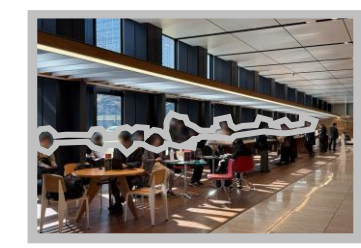
15. 水を活かしたまちづくり



19. まちに開かれた賑わい空間



20. サステナブルなまち



23. 企業誘致・働く場の創出



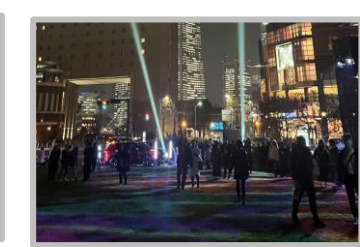
12. 未来のモビリティ



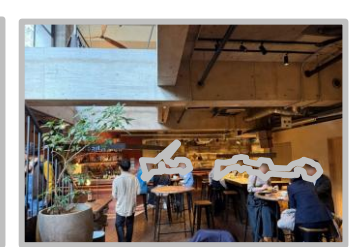
18. トランジットモール



25. 界索性・ファッション・小商い



45. ナイトタイムエコノミー



21. リノベーション店舗



30. 夜景・ライトアップ



48. 国際会議・MICE推進



17. アートを活かしたまち



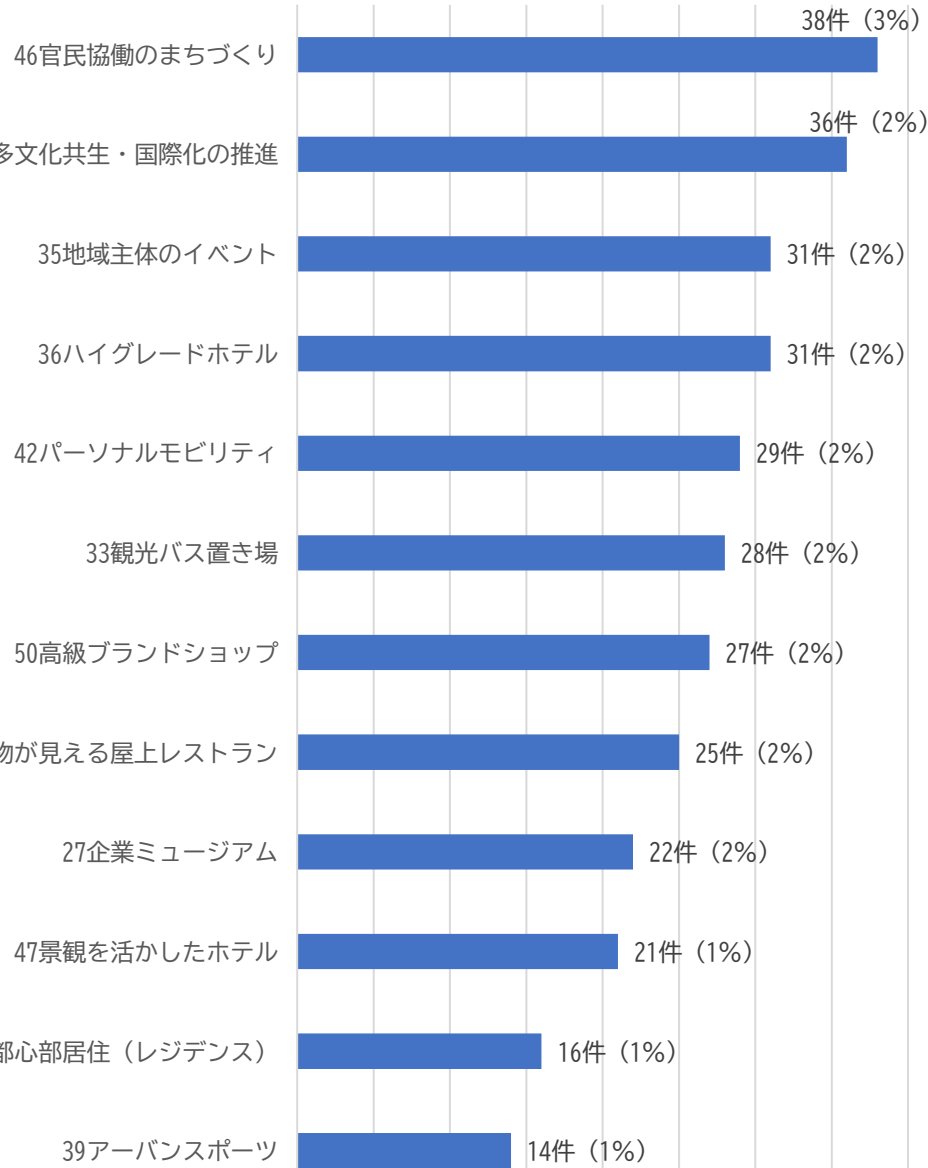
49. 体験型観光

5. 庁舎周辺まちづくりについて

(2) 将来の庁舎周辺まちづくりに対するイメージ

39~50位

0 5 10 15 20 25 30 35 40



46. 官民協働のまちづくり



31. 多文化共生・国際化の推進



35. 地域主体のイベント



36. ハイグレードホテル



42. パーソナルモビリティ



33. 観光バス置き場



50. 高級ブランドショップ



34. 歴史的建造物が見える屋上レストラン



27. 企業ミュージアム



47. 景観を活かしたホテル



41. 都心部居住(レジデンス)



39. アーバンスポーツ

5. 庁舎周辺まちづくりについて

(2) 将来の庁舎周辺まちづくりに対するイメージ

問:あなたが思い描く2040年から2050年ごろ(15年~25年後)の「通町筋・桜町周辺地区」のを実現するために、重要だと思うこと(賛同するすべてを選択)

- **写真の選択で回答率が高かった移動環境、防災力、歴史を重要とする回答が過半を占めている。**
- ・ 「誰もが訪れやすく歩きやすい移動環境の整備」「災害に強く安全な都市基盤の整備」「歴史・文化・自然・商店街など、このエリアならではの個性を活かしたまちづくり」は60%以上の回答者が選択
- ・ 「魅力的で求心力の高い施設※の誘致や老朽化施設の建替え促進」は約36%、「都市の経済活動を牽引する企業や新産業等の進出支援」約24%、「国際会議の誘致や高付加価値な観光施策の推進」は約16%である。

