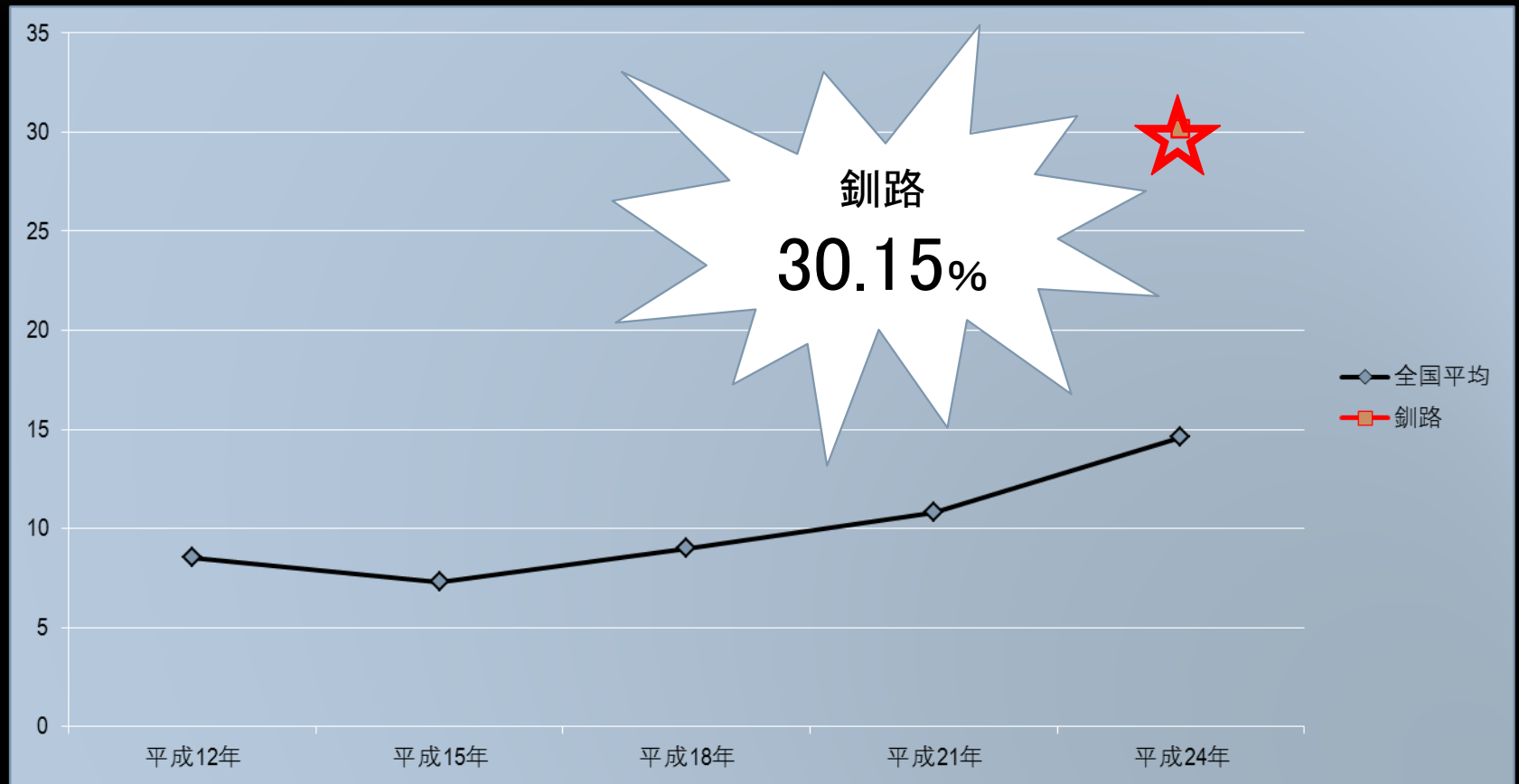


③

魅力の希薄化

## 第2章.現状分析 2-2.中心市街地の衰退

空き店舗率の推移



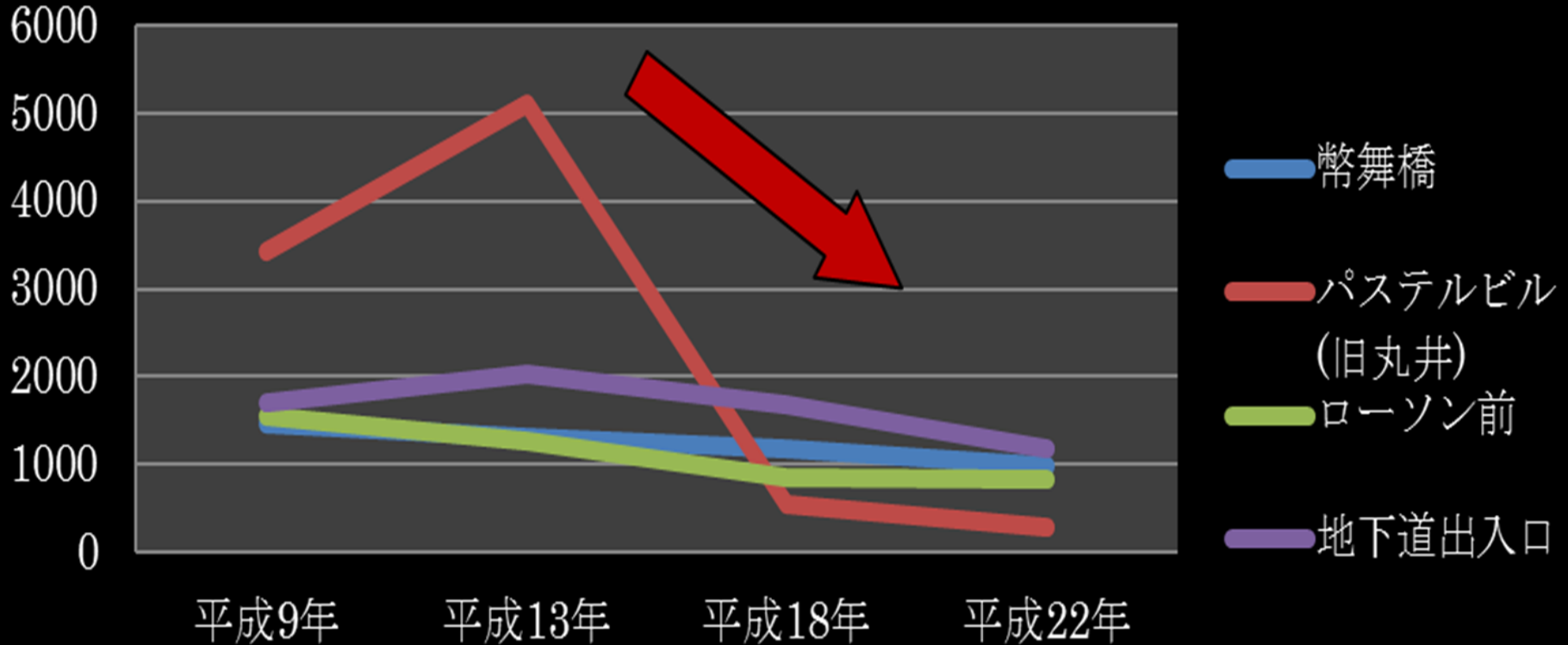
③

魅力の希薄化

## 第2章.現状分析 2-2.中心市街地の衰退

歩行者数

北大通の歩行者数推移

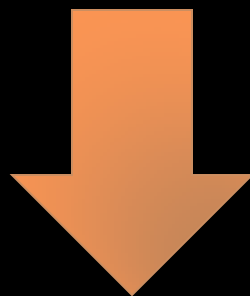


③

魅力の希薄化

## 第2章.現状分析 2-2.中心市街地の衰退

大型ショッピングセンターの進出



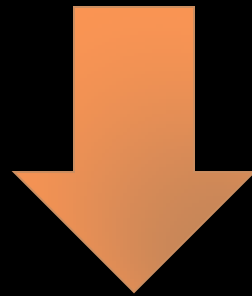
中心市街地の魅力の希薄化

③

魅力の希薄化

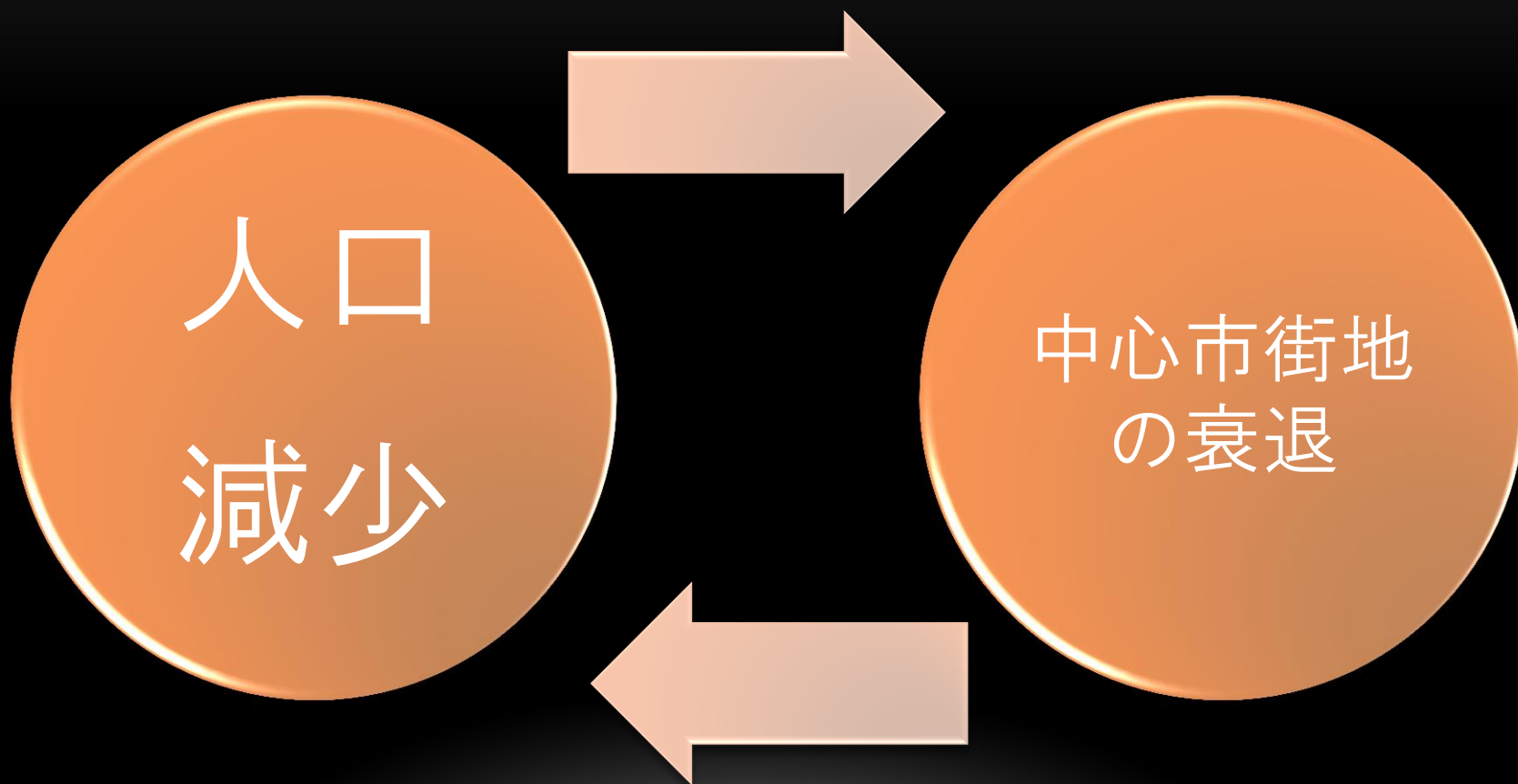
## 第2章.現状分析 2-2.中心市街地の衰退

中心市街地の魅力の希薄化



中心市街地の衰退

第2章.現状分析  
2-3.二つの問題の関係

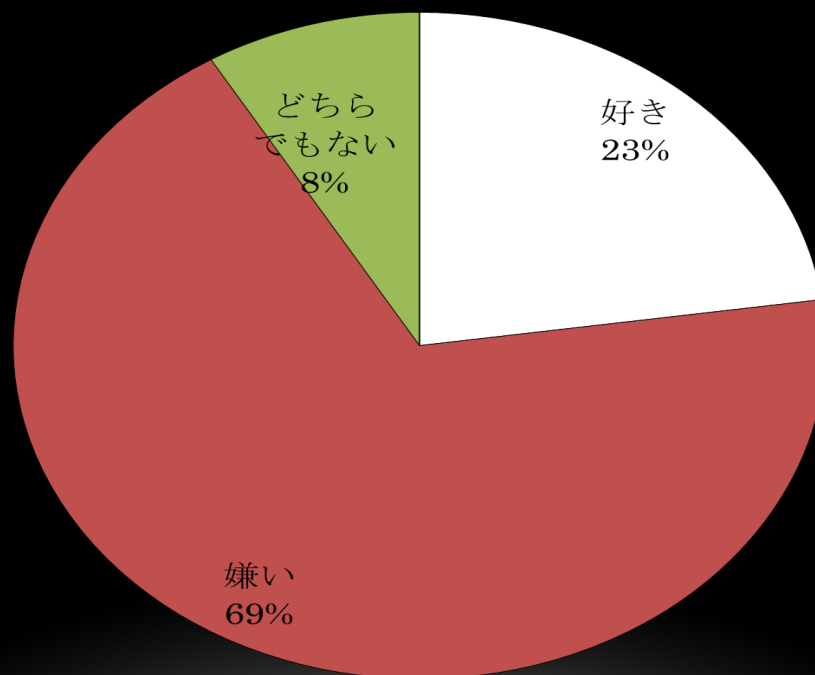


負の循環に陥っている

## 第2章.現状分析

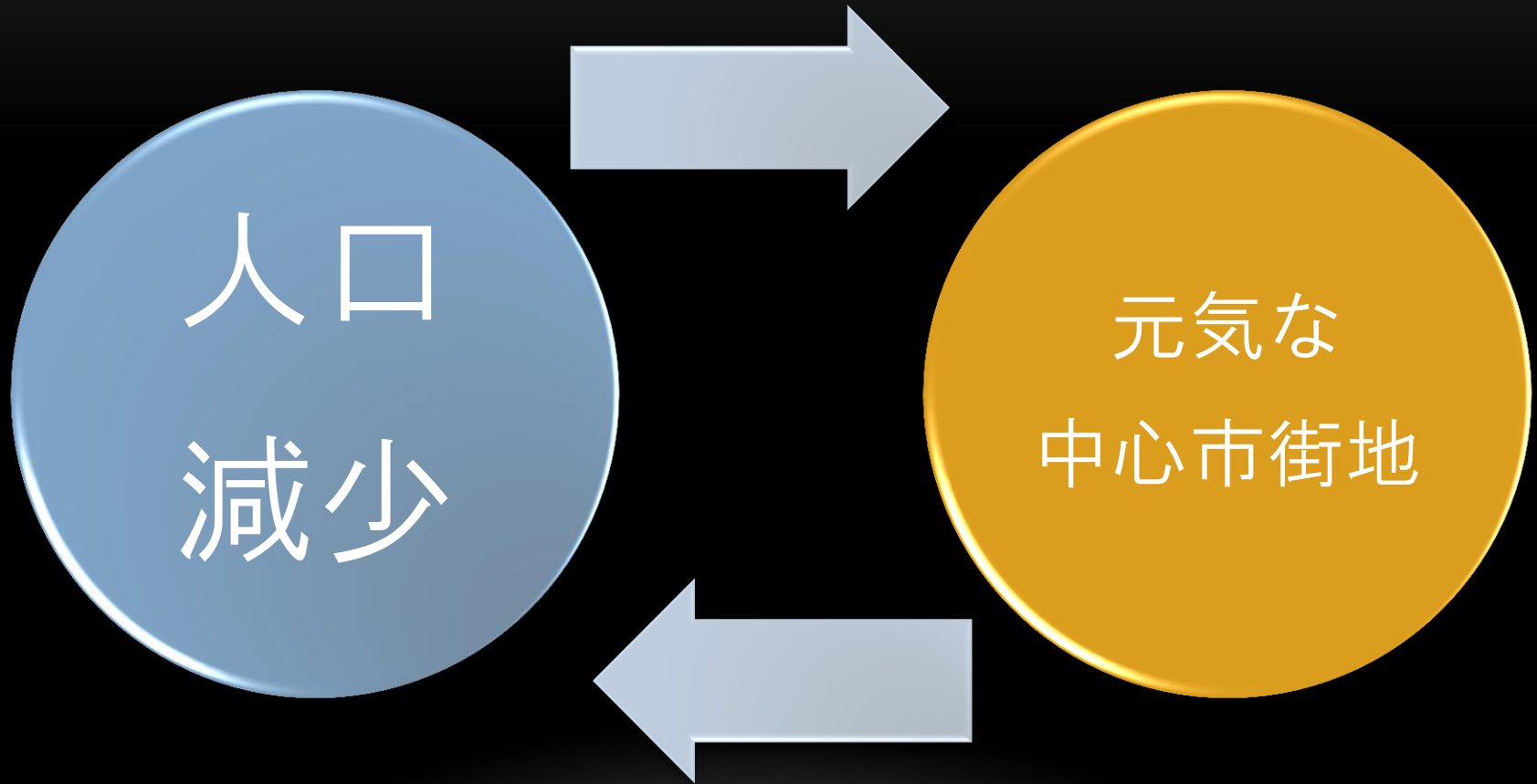
### 2-2.二つの問題の関係

釧路に戻りたくない若者は北大通をどう思っているか  
(回答者：408人)



**釧路に戻らない若者は北大通が嫌い**

第2章.現状分析  
2-2.二つの問題の関係



**中心市街地を元気に！**

## 目次

1.フットパスとは

2.現状分析

3.まちづくり観光とは

4.釧路まちなかフットパスの実践

5.釧路まちなかフットパス一道をつなぐ、人をつなぐー

6.まとめと展望





# 第3章 まちづくり観光

伊豆の茶房  
**藍花**  
エチオピア  
イルガチーフー  
サンイルのG1  
¥740  
白玉クワリ-シロトシツ ¥950



## 第3章.まちづくり観光

まちづくり観光とは？

地域住民が主体となって、その地域特有の資源を発掘し磨き上げる観光

まちづくりと観光どちらか一方が促進されればもう一方も促進されるという相乗効果を生み出すような観光の形を指す

第3章.まちづくり観光  
3-1.まちづくり観光がもたらす効果

魅力の形成

```
graph TD; A[魅力の形成] --- B[地元愛 醸成]; A --- C[雇用 創出]
```

地元愛  
醸成

雇用  
創出

第3章.まちづくり観光  
3-1.まちづくり観光がもたらす効果

魅力の形成

まちに新たな魅力を生み出す



まち一体が社交の場となる

# 第3章.まちづくり観光

## 3-1.まちづくり観光がもたらす効果

### 地元愛の醸成

まち一体が社交の場となる



まちに人が訪れる



魅力の再発見



地元愛の醸成

第3章.まちづくり観光  
3-1.まちづくり観光がもたらす効果

雇用創出

まち一体が社交の場となる



まちが観光地になる



雇用の創出

# 第3章.まちづくり観光

## 3-1.まちづくり観光がもたらす効果

波及効果

飲食店



卸売り



生産者