

【最優秀賞】

きものな休日 神楽坂

～地域通貨「神楽坂きもの小判」ときものレンタルを

利用した『和の街づくり』～

東京理科大学 経営学部

岸 春佳

〃

樋口 稚菜

〃

池田 園美

〃

吉田 萌乃

(提言の要約)

もし、都内にきものを着た人が賑わい溢れる街があったとしたら、その街はどんな色づき方をするであろうか。

日本は戦後のライフスタイルの変化により、街や人々の装いは洋風化し、日本人のルーツである和文化は生活から次第に離れていった。そして、現在ではきものの着用は日常ではなくなり、きものは着た人に対して特別感を与えてくれる装いへと変化した。しかし、和に対する関心やきものに憧れを持つ若者が増えつつある。そこで私たちは、大学のある神楽坂地区の商店街とタイアップして、「神楽坂の『街らしさ』の確立」と「きものを始めとした和文化の振興」をテーマとした経済システムを提案したい。

通帳型地域通貨「神楽坂きもの小判」ときものレンタルの融合による和文化を強調した地域振興策を提言する。このシステムでは、地域商店街がその地域でのみ使用可能な地域通貨（神楽坂きもの小判）を、きものレンタルプラン利用者に提供するものである。これにより商店街は、きものを気軽に着ることができる空間と機会を消費者に提供し、きものを着た人が街に増えるため、和のブランディングが行える。またその波及効果で来街者の増加が見込める。消費者は、きものレンタル店での売上ときもの着用による神楽坂の景観に貢献し、さらなる波及効果も期待できる。消費者はきものを気軽に着られる空間・機会、きもの貸与と着付けサービスを楽しみ、金額に応じたきもの小判を獲得できる。きものレンタル店は、消費者にきものと着付けサービスを提供し、商店街にはきものに身を包んだ人を提供する。きもの小判による実質的な値下げのため顧客が増え、売上増加が見込める。

さらなる波及効果として、初期段階に利用してくれた人が SNS 上での口コミを行うことによる、サービス利用者の増加が見込める。また、外国人観光客は毎年増加傾向にあり、東京を訪れた際に和文化に触れたいと考える彼らにとって、きものを身近に見られる・着られるということが商店街に来街する動機付けにつながり、インバウンドや和文化の発信につながることを期待できる。

現代におけるきものは、日常に華やぎを与えうるエッセンスであり、現代のニーズに合った適切なマーケティングを行うことで和文化の振興が行えると考えた。また、きものコンシェルジュ・神楽坂に縁のある伝統文化とのふれあい・和文化の公開講座の実施といった α の提言を加えることでより提言の実施が包括的になると考えられ、現在タイアップ事業を進めている段階である。

私たちの提言は、神楽坂地区の「和の街づくり」に寄与し、きものを通したコミュニケーションから和文化の発信地として、商店街が和に色づいていくことを期待する。

はじめに（参考資料 1）

日本は戦後のライフスタイルの変化により、街や人々の装いは洋風化し、日本人のルーツである和文化は生活から次第に離れていった。そして、現在ではきものの着用は日常ではなくなり、きものは着た人に対して特別感を与えてくれる装いへと変化した。近年、和に対する関心やきものに憧れを持つ若者が増えつつあるが、着用には着付けや着こなしなどの技術面や、気軽に着られる場所などの機会の少なさの問題が根底に有り、きものに対する憧れの気持ちとはうらはらに着用が敬遠されがちなのが現状である。

しかし、ここで想像していただきたい。もし、都内にきものを着た人が賑わい溢れる街があったとしたら、その街はどんな色づき方をするであろうか。和装に身を包んだ男女が練り歩くその街は、気軽に和装を行いたいと考えていた人達への空間提供のみならず、新たな和の名所として多大なブランド価値を獲得するだろう。より具体的に述べると、消費者の観点からは、きものを着られる場所と機会の提供による効用上昇を、地域発展の観点からは、商店街の売り上げ増、街のブランド価値の確立、外国人観光客の呼び込みなどといった経済効果が見込まれる。さらに、このようなモデルがもし全国に広がれば、商店街や和文化の活性化に大きな貢献ができると思われる。

そこで私たちは、大学のある神楽坂地区の商店街とタイアップして、「神楽坂の『街らしさ』の確立」と「きものを始めとした和文化の振興」をテーマとしたプロジェクトを提案したい。より具体的には、「毎週末、多くのきものを着た男女が神楽坂の街を歩くようにするにはどうすればいいか？」という問題を解決するような経済システムを提案したい。

現状把握

（い）きもの市場について（参考資料 2-8）

呉服小売市場は約 1.8 兆円（昭和 56 年）から、3,010 億円（平成 25 年）まで縮小している。きもの市場は「所有」から「使用」へと楽しむ消費者層が増えており、20 代、30 代の若い女性の着用意向は従来型の晴れ着としてのきものではなく、幅広いシーンでファッションとして着用してみたいというニーズが高い。またきもの着用経験者の 45%は今後きものを着用するシーンではレンタルを利用すると回答している。この潜在市場の未成長には価格と着こなしの問題が大きく関与しており、前者については需給間のニーズのズレの解消、後者については着付け講座や和のマナー講座などを行なうことで、若い女性のきもの市場へのアクセシビリティが向上し、潜在市場の成長が見込める。

（ろ）商店街の現状について（参考資料 9）

また、わが国の商店街数は約 13,000 であるが、景況としては衰退・もしくは衰退の恐れがある商店街は 77.6%にのぼる。現在この中に含まれていない商店街であったとしても安易に普遍的なチェーン店の出店を許し、地域特性を無視した戦略を行うと、他地域との差別化が図れなくなってしまう。商店街が繁栄し続けるためには、その商店街らしさや商店街の中でのポジショニングが必要不可欠である。

(は) 神楽坂地区について (参考資料 10-14)

神楽坂は様々な日本の伝統文化が根付いた地域である。その理由として江戸時代から続く花柳界が栄えており、茶道や華道などの伝統芸能が盛んである。その影響もあり、現在の都内においてもきものを扱う店舗が密集している珍しい地域である。神楽坂の路地は近年の東京には数少ない、歩く人に視覚的変化を楽しませる粋な良い雰囲気を作っている。また付近に三社参りを行えるコースが2つもある縁起の良い街である。飯田橋駅・神楽坂駅に2駅以内でアクセスできる大学は23大学あり、若者を集めやすい立地である。来街者アンケートによると、商店街を利用する理由の上位に「雰囲気が好き」、「楽しい街だから」という理由が含まれている。また、利用者からも古い町並みを残すことや、周辺路地を楽しく回遊できるような街づくりの要望がある。

(に) 神楽坂商店街振興組合・神楽坂通り商店会・神楽坂きものスタイルの代表の方々への聞き取り調査について (参考資料 15-25)

私たちは神楽坂の商店街及びきものレンタル店の代表者に聞き取り調査を行った。その結果以下のような声が聞こえた。「神楽坂のまちづくりの目標である『伝統と現代がふれあう粋なまち 神楽坂』を基本理念として『神楽坂らしさ』の具現化を図り、住民主体・文化の継承・景観の保全と継承の三つをコンセプトとしてイベント等を行っている。」「和文化は神楽坂地区にとっての『街らしさ』であり、商店街として生き残っていくうえでの強みになると認識している。」「しかし、現状ではその強みを活かさきれていない。」

(ほ) 東京理科大学に所属する女子学生に対するアンケート結果について (参考資料 26, 27)

東京理科大学に所属する女子学生（以下、理大女子）(n=440)にきものに対する意識調査を行った。

①神楽坂においてきものを着るとした時、どの金額までなら出してもいいと考えるか

②観光スポットで和装レンタルを利用したことがあるかの2点について調査した。

①の結果からは、理大女子は 6,000~6,500 円程度までの支出ならば許容範囲と

して考えていることがわかった。神楽坂地区のきものレンタルは相場が約 8,000 円であり需要者と供給者間において 1,500~2,000 円のズレが生じていることがわかる。②の結果からは、観光スポットでの和装レンタルは、20%であることが分かった。

問題意識（参考資料 28）

以上の現状把握から以下のような問題が見えてきた。

(い)きもの着用に関して、着付けなどの技術面や、気軽に着られる場所などの機会の少なさ（消費者の問題）

(ろ)神楽坂地区のきものレンタルは相場が約 8,000 円だが、理大女子が払える平均金額は約 6,500 円で需要者と供給者間にズレ（消費者とレンタル店の問題）

(は)神楽坂において和文化は重要な『街らしさ』という認識はあるものの、うまく活かしきれていない（商店街の問題）

「毎週末、きものを着た多くの男女が街を歩くようになる」という私たちの目標を達成するためには、これらの問題を解決しなければならない。

提言（参考資料 29-39）

以上のことを踏まえ、通帳型地域通貨「神楽坂きもの小判」（以下、きもの小判）ときものレンタルの融合による和文化を強調した地域振興策を提言する。このシステムでは、地域商店街がその地域でのみ使用可能な地域通貨（神楽坂きもの小判）を、きものレンタルプラン利用者に提供するものである。このプランは来街者の多い土日祝日に利用できるものとする。これにより商店街は消費の喚起とブランドの確立を、消費者はきものレンタル費用とレンタル希望価格の差額の補助と、きものを着る機会の提供を受ける。

それぞれの経済主体がもたらす価値やもたらされる価値は以下のとおりである。

商店街：きものレンタル店にきもの小判の提供を行うことでレンタル料金の実質的な割引につながり、顧客を増やすことができる。また、きものを気軽に着られる空間と機会を消費者に提供する。きものに身を包んだ人が街に増えるので、和のブランディングが行える。その波及効果で来街者の増加が見込める。

消費者：きものレンタル店での売上ときもの着用による神楽坂の景観に貢献する。また SNS による波及効果も期待できる。消費者はきものを気軽に着られる空間・機会、きもの貸与と着付けサービスを楽しみ、金額に応じたきもの小判を獲得できる。

きものレンタル店：レンタル利用者にはきものと着付けサービスを提供し、商店街にはきものに身を包んだ人を提供する。きもの小判による実質的な値下げのため顧客が増え、売上増加が見込める。

これらの、きものレンタル及びきもの小判は事前にインターネットで申し込み、発行された控えを当日持っていくことでスムーズに引き換えと店舗でのサービスを受けられるようにする。きもの小判は、通帳型の地域通貨で、これは神楽坂の商店街及び神楽坂地区にある文化施設（矢来能楽堂・毘沙門天善國寺書院など）で提示することで無料もしくは割引として利用できる。

具体的なきもの小判の流通の流れを説明する。神楽坂の商店街がきもの小判を発行し、当該レンタルプランを利用した人に対してきものレンタル店に、きもの小判を頒布する業務を委託する。レンタルプランを利用してきもの小判を手にした消費者は神楽坂地区内においてきもの小判を利用できるものとする。プランの詳細は参考資料 35-37 に掲載した。

効果とメリット（参考資料 40-42）

問題意識（い）の解決

きものを着用することに対して憧れはあるが、機会がなく着用を敬遠していた若者に、神楽坂を気軽にきものを着られる場所として認知してもらうことで、カジュアルにきものを始められるきっかけとなる空間を提供できる。具体的には、今回はレンタルという手段のため着付けの技術が提供される。

問題意識（ろ）の解決

供給者の提供価格と需要者の希望価格の金額の差を商店街の協力を得て、地域通貨を利用し財・サービスを提供することで解消する。この結果、プラン利用者の実質的な負担額はもともとの希望価格通りに収まるので、きものレンタルの需要が期待できる。

問題意識（は）の解決

神楽坂は和文化を重要な『街らしさ』と位置づけているため、きものに身を包んだ人が街に増えることにより、街に和文化の浸透が促進される。またその結果、新たな和の観光名所として、日本人の原点である和文化の振興と再認識を行うことができる。

初期段階の顧客数と経済効果の試算（参考資料 43-45）

神楽坂商店街の来街者の内訳から、休日の女性ヤング層の来街人数を予測すると約 3,600 人となる。また理大女子に実施したアンケート結果によると、きものレンタルの実質的な利用者が 20%であったため、初期段階では一日当たり約 720 人がこのシステムを利用すると仮定する。そのうちプラン①を利用する

人が全体の3分の1、プラン②を利用する人が残りの3分の2であるとし、それぞれ240組ずつ販売を行った場合、1日あたり約130万円の経済効果が期待できる。年間単位で計算すると、約1億6千万円の経済効果が期待できる。ここで初期段階に利用してくれた人がSNS上での口コミを行うことによる、サービス利用者の増加などさらなる波及効果が見込める。

今後期待できるインバウンド収入について（参考資料 46-49）

外国人観光客は毎年増加傾向に有り、また京都市の外国人観光客の来訪動機として着物・浴衣着用が全体の約4分の1にあたる。東京に訪れた際に和文化に触れたいと考える外国人観光客にとって、きものを身近に見られる・着られるということが商店街に来街する動機付けにつながり、さらなるインバウンドや和文化の発信につながることが期待できる。

まとめ・今後の展望（参考資料 50）

私たちは神楽坂を和の街として振興を深める一環の中で、神楽坂きものレンタルプランと神楽坂きもの小判の提言を行った。現代におけるきものは、日常に華やぎを与えうるエッセンスであり、現代のニーズに合った適切なマーケティングを行うことで和文化の振興が行えると考えた。今回の提言に加え、以下の α の提案を神楽坂の商店街とタイアップして計画している。

<きものコンシェルジェ>

きもの姿の案内人が神楽坂の路地や見どころを案内する。また、記念撮影やスタンプラリーを行い神楽坂の街の記憶を知ってもらう。

⇒問題（は）の発展的解決に相当

<神楽坂に根付いた伝統文化とのふれあい>

落語や能、芸子さんによる三味線、唄、踊りといった伝統芸能を、神楽坂にある赤城神社、毘沙門天善國寺等の施設において見学するプログラムの実施。

⇒問題（い）（は）の発展的解決に相当

<東京理科大学を利用した公開講座・特別講義の実施>

理科大施設を利用した専門家講演や着付け着こなし講座、和のマナー講座のカリキュラムの策定。

⇒問題（い）の発展的解決に相当

今回の提言を作成するにあたり、神楽坂地区の2つの商店街及び神楽坂きものスタイルさんと方向性が合致していることを確認し、現在連携を組み提言の実現に向けて取り組んでいる段階である。私たちの提言は、神楽坂地区の『和の街づくり』に寄与し、きものを通したコミュニケーションから和文化の発信地として、商店街が和に色づいていくことを期待する。

謝辞

本論文の作成にあたり、快く写真・取材を引き受けてくださりました神楽坂商店街振興組合様・神楽坂通り商店会様・神楽坂きものスタイルの皆様には厚くお礼申し上げます。また、神楽坂地区の資料提供や、提言内の経済システムやプラン作成にあたりまして親身になってアドバイス頂き、心より感謝しております。

参考文献・資料

デービッド・アトキンソン「国宝消滅—イギリス人アナリストが警告する「文化」と「経済」の危機」

神楽坂キーワード第2集制作委員会「粋なまちづくり 過去・現在・未来」

参考ホームページ

矢野経済研究所「呉服市場に関する調査結果 2016」

<http://www.yano.co.jp/press/pdf/1525.pdf>

矢野経済研究所「呉服市場に関する調査結果 2015」

<http://www.yano.co.jp/press/pdf/1383.pdf>

矢野経済研究所「呉服市場に関する調査結果 2013」

<http://www.yano.co.jp/press/pdf/1200.pdf>

経済産業省繊維課「和装振興研究会～きもので日本の魅力を向上する～論点資料」

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/seizou/wasou_shinkou/pdf/001_03_00.pdf

経済産業省繊維課「和装振興研究会～きもので日本の魅力を向上する～論点資料・報告書」

http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/seizou/wasou_shinkou/pdf/report01_01_00.pdf

沖塩荘一郎ほか著「神楽坂の路地に関する研究」

http://ci.nii.ac.jp/els/110004154602.pdf?id=ART0006390004&type=pdf&lang=jp&host=cinii&order_no=&ppv_type=0&lang_sw=&no=1475232515&cp=

中小企業庁「商店街実態調査報告書」

<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2010/download/100331SJCG.pdf>

商店街衰退のリスクからその再生を考える - 香川大学経済学部

<http://www.ec.kagawa-u.ac.jp/~tetsuta/jeps/no3/ando.pdf>

神楽坂きものスタイル

<http://kagurazaka-kimono.jp/index.html>

神楽坂通り商店会

<http://www.kagurazaka.in/>

神楽坂商店街振興組合

<http://www.kagurazaka-6.com/>

新宿区商店会連合会

<http://shinjukuku-kushouren.net/sinjuku.html#kagura>

全日本きもの振興会

<http://www.kimono-net.or.jp/>

民族衣装文化普及協会

<http://www.wagokoro.com/>

粋なまちづくり倶楽部 神楽坂

<http://ikimachi.net/>

神楽坂の地域性 老舗助六

http://sukeroku.in/?page_id=1087

かぐらむら 第五回「地区計画」の施工に向けて

<http://kaguramura.jp/symphony/machinami/%E7%AC%AC%E4%BA%94%E5%9B%9E%E3%80%80%E3%80%8C%E5%9C%B0%E5%8C%BA%E8%A8%88%E7%94%BB%E3%80%8D%E3%81%AE%E6%96%BD%E8%A1%8C%E3%81%AB%E3%82%80%E3%81%91%E3%81%A6>

神楽坂まちづくり 商店街ネットワーク

<http://www.syoutengai-web.net/kagura/mati.html>

参考資料 1

きものを休日 神楽坂

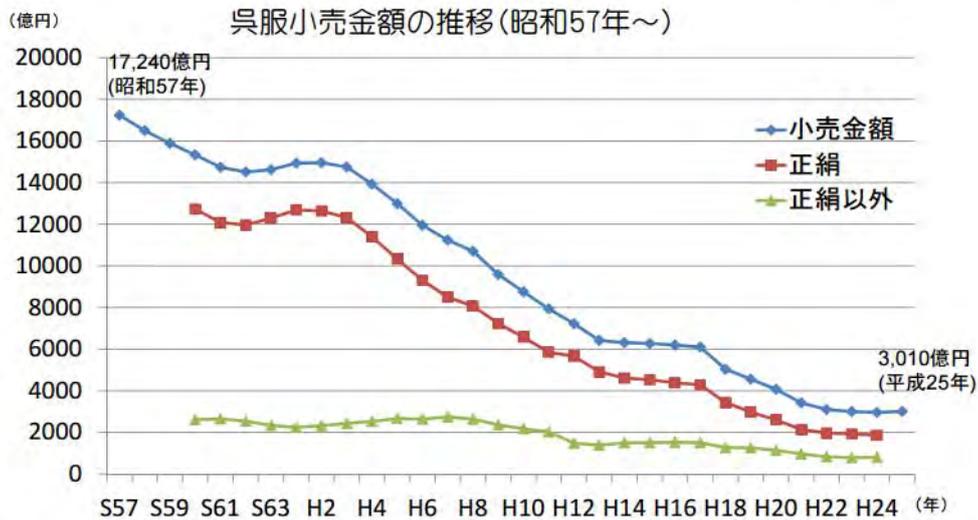
～地域通貨「神楽坂きもの小判」ときものレンタルを利用した『和の街づくり』～



参考資料 2

呉服小売金額の推移

◆ 呉服の売上げ金額は、約1.8兆円(昭和56年)から、3,010億円(平成25年)まで減少。



※ピークは昭和56年の1.8兆円と言われている
※「正絹以外」は和装小物、浴衣等含む

(資料)矢野経済研究所「きもの年鑑」

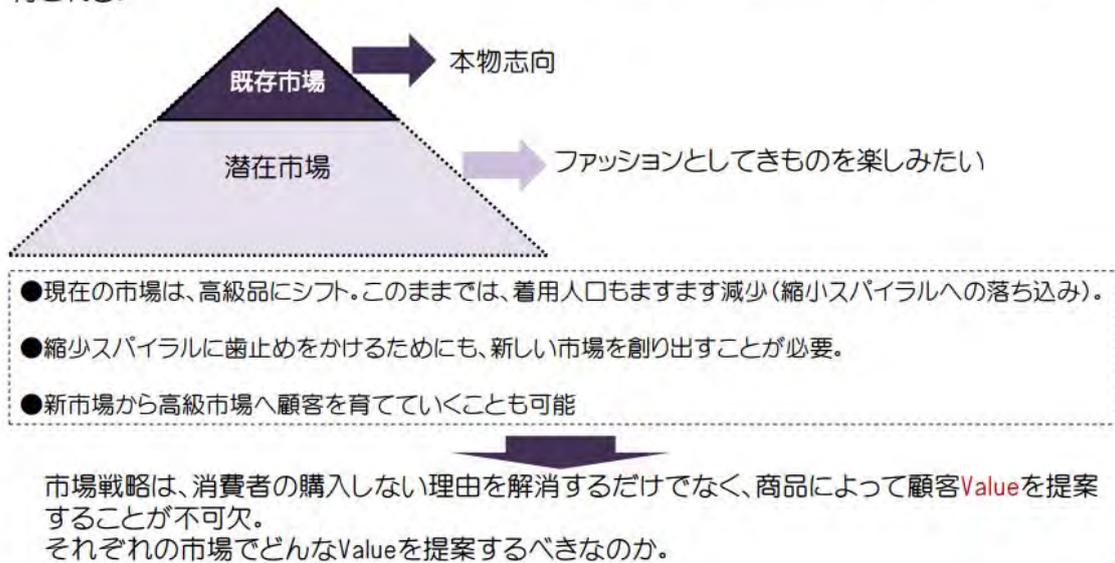
参考資料 2～8, 46～49

出典：「和装振興研究会～きもので日本の魅力を向上する～論点資料」

参考資料 3

きもの市場における戦略の必要性

現在の市場は、50代以上の年代層、高所得者層の購買額が高い高級市場であり、高付加価値商品がメインであるが、年齢層で言えば20～40代をターゲットにした市場は潜在的に成長が期待される。



7

参考資料 4

きもの着用経験

◆ 20～40代女性へのきものに関する調査では、全体の95.3%が着用経験がある又は着用意向者であった。

	着用経験がある	着たことはないがこれから着てみたい	過去も着たことなく、これからは着たいと思わない
回答割合	88.9%	6.4%	4.7%

【関東・関西在住の20～40歳代女性に対するきもの着用に関する消費者調査(※1)より】

(※1) 絹織物の集散地を核とした和装繊維産業の工程間連携に関する調査報告書(平成20年度 経済産業省近畿経済産業局)

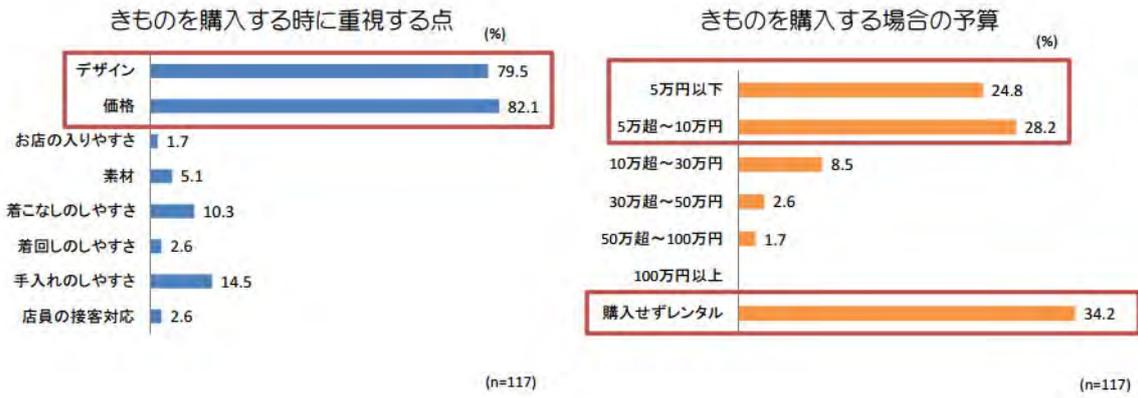
調査対象者 : 関東(東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県)、
 関西(滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県)在住の20～40歳代女性
 調査方法 : WEB調査法
 調査期間 : 2008年12月下旬
 回収サンプル数 : n=9,954
 調査項目 : きもの(ゆかたを除く)を着たことがあるか

9

参考資料 5

きものを購入する際に重視する点と予算

- ◆ きものを購入する際に重視する点は「価格」と「デザイン」がダントツ。
- ◆ 予算は10万円以下を挙げた者が過半数。「購入せずレンタル」との回答が34.2%。

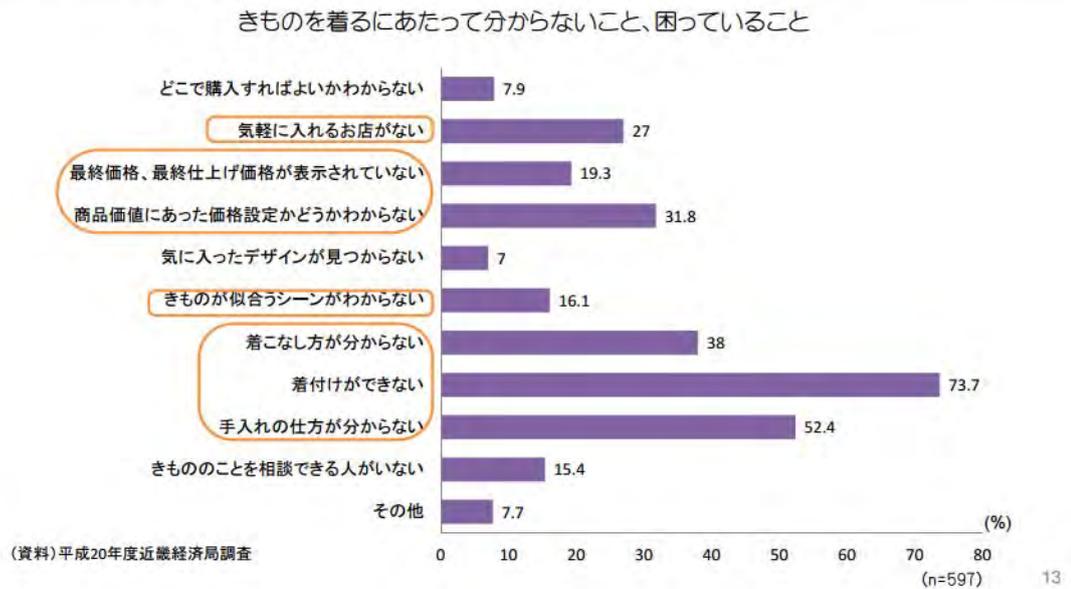


(資料)平成20年度近畿経済局調査

参考資料 6

きもの着用経験者がきものを着用するにあたっての問題点

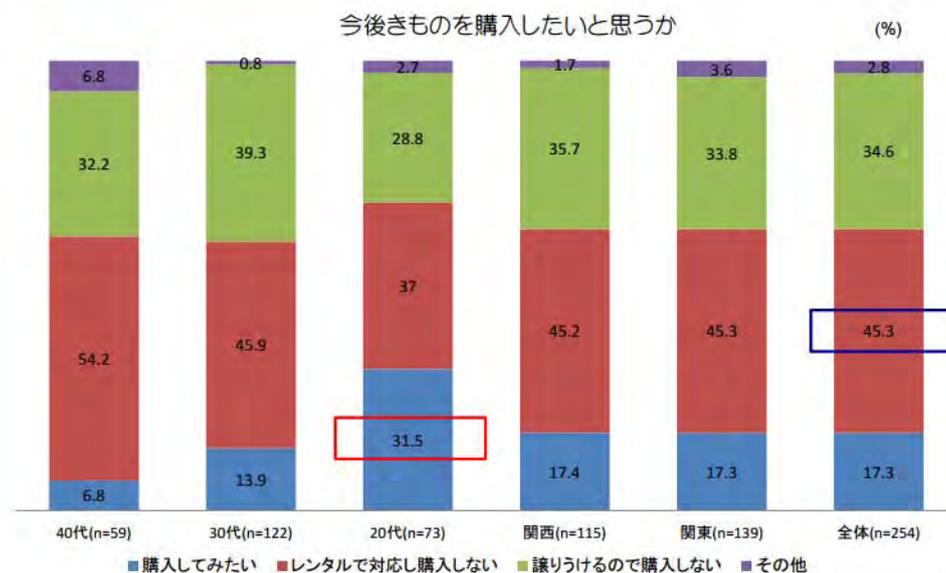
- ◆ 着用意向者への調査と同様、困っている点として、「着付けができない」、「手入れが分からない」、「気軽に入れるお店がない」、「似合うシーンがない」といった点を挙げる者が多かった。
- ◆ 価格の妥当性を指摘する意見もかなり多い。



参考資料 7

きもの着用経験者のきもの購入意向

- ◆ 全体の45.3%が「レンタルで対応し購入しない」と回答。
- ◆ 一方、購入意向は20代で最も多く、31.5%。



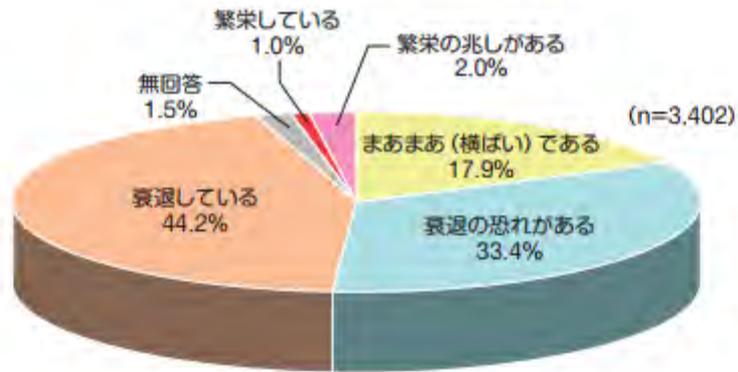
(資料)平成20年度近畿経済局調査 15

参考資料 8

データから見えること

- ◆ カジュアル市場(潜在市場)のターゲット層となる20~40代女性を対象とする調査では、20代の若い女性の着用経験者のうち、31.5%がきもの購入したいと考え、14.8%が「儀式以外でも機会があれば着用している」ことから、特に若い層がきものに対して興味を持っていることがわかる。
- ◆ 一方着用への興味が、実際の購入につながらない理由としては以下があげられる。
 - ① 着付けができない、着こなし方が分からない(着用技術の問題)
 - ② 着るシーンが分からない(コトづくりの提案不足)
 - ③ 価格が不透明、高い(価格の問題(流通の問題))
 - ④ 接客・店の雰囲気(流通の問題)
 - ⑤ 購入ルートが分からない(流通の問題)
- ◆ 上記課題を解決するとともに、きものによって消費者にどのようなValueを提案するのかを明確にすること(ポジティブマーケティング)が重要ではないか。
- ◆ さらに、2011年頃からスマートフォン、SNSが急速に普及したことによって、ネットが消費行動(特に若い世代)に大きく影響を与えている。潜在市場開拓には、これら情報通信ツールを駆使することが重要となる(Online to Offline等)。

図表 20 商店街の最近の景況



図表 21 商店街の景況(平成 18 年度調査との比較)



出典：中小企業庁「商店街実態調査報告書」

参考資料 10



出典：神楽坂きものスタイル

参考資料 11

神楽坂の路地(参考画像)



参考資料 12

神楽坂三社参り(参考画像)



神楽坂通り商店会と神楽坂商店街振興組合の関係性

Ⅲ-7. 参考商店街の調査
(1)神楽坂通り商店会

・貴商店街との比較

- ・貴商店街はスーパーマーケットやクリーニング店など日常生活に必要な店舗が多く、近隣の客が多い。
- ・しかし、特色のある飲食店や雑貨店なども多くあり、比較的遠方からも集客している。
- ・貴商店街は近隣型から超広域型まで広くカバーした商店街であると推定される。

ポジショニングマップ

貴商店街と神楽坂通り商店会は競合関係ではなく、複完関係である

Ⅲ-7. 参考商店街の調査
(1)神楽坂通り商店会

<まとめ>

- ・両商店街は、競合するものではなく共生関係であり、全体で1つの魅力ある街を形成している。
- ・現在の、「和とフレンチの融合」などの特色ある街並みを崩さないことが大事である。そのためには、風俗店やチェーン店などを制限することなども考慮すべきである。
- ・今後、大久保通り拡張により両商店街間の回遊性が損なわれることも懸念されている。このため、両者で密接に協力していくことが必要となる。

神楽坂地区 来街者の声

Ⅲ-3. 来街者アンケート
商店街① 利用する理由

来街者の多くが「近くて便利」を来街の理由に挙げており、地元居住者により支えられた商店街であることが分かる。また「雰囲気が好き」「楽しい街」を挙げている比率も高く地元の人々に愛されている商店街と言える。一方で、価格面で安いつの評価で来街する方の比率は少ない状況。

Ⅲ-3. 来街者アンケート
商店街への意見・感想 街づくりの要望

- ・古い町並みを残す。(新ビル外觀規制、看板規制) (30代 女性)
- ・古さと新しさをミックスしてほしい。(30代 無回答)
- ・子供と楽しめる施設。(30代 女性) 他 2名
- ・周辺路地を楽しく回遊できるような街づくり。(40代 男性)
- ・マップ(詳しいもの、ジャンル別)の充実。(60代 女性)
- ・各商店連携を密にして相乗効果がでるといい。(70代 無回答)

(出典：神楽坂商店街振興組合調査資料 2016)

参考資料 15

神楽坂商店街振興組合



今回ご協力いただいたのは…
神楽坂商店街振興組合理事長
勝村忠三様

参考資料 16

神楽坂商店街振興組合

- 大久保通りを挟んで神楽坂駅側に位置(新宿区神楽坂6丁目)
- 年間の主なイベント

5月：神楽坂まつり、青空市。 7月：中元大売出し。神楽坂くじ抽選会。阿波踊り大会。納涼盆踊り大会。模擬店
10月：神楽坂まつり。青空市。 11月：神楽坂防災ふれあい広場。 12月：歳末大売出し。イルミネーション。神楽坂くじ抽選会
3月：神楽坂地区ゴミゼロ実験。 日・祝日は歩行者天国

(出典:新宿区商店会連合会HP)

参考資料 17

神楽坂商店街振興組合の「声」

- 「『商店街』というものは、輝きがないと意味がない。」
- 「当商店街周辺には赤城神社や矢来能楽堂、尾崎紅葉旧居跡などといった活性化に活用できる外部資源が豊富であり、これらを知ってもらうことによりさらに商店街の輝きを増すことができると考える。」
- 「また、当商店街は神楽坂通り商店会と比べて、価格帯が落ち着いていて近隣型から超広域型まで幅広くカバーしている。」
- 「『神楽坂通り商店会』とは共に街を作り上げる関係であると認識している。」

参考資料 18

神楽坂通り商店会



今回ご協力いただいたのは…
神楽坂通り商店会副会長
神楽坂まちづくり興隆会事務局
助六・三代目社長
石井要吉様

神楽坂通り商店会

- 大久保通りを挟んで飯田橋駅側に位置(新宿区神楽坂1～5丁目)
- 商店街の中心には毘沙門天があり、毎月5日・15日・25日には縁日の夜店を出店。
- 年間の主なイベント
2月に毘沙門天節分、7月に神楽坂まつり、12月に歳末セールなど。

神楽坂通り商店会の「声」

- 「商店街が生き残るためには、その商店街に即した地域属性が重要である。当商店会の地域は江戸時代から花柳界や伝統芸能が栄えている。このことから神楽坂らしさとは和に行き着くと考える。」
- 「神楽坂は地域柄もあり、年間を通して和装姿の人が多い。」
- 「神楽坂に残る江戸情緒が残る風情のある街並み、地域に深く根付く花柳界と伝統芸能は『街の財産』であり、これらを活用したまちづくりを積極的に行っていくことが『街の繁栄』に繋がると考えている。」

参考資料 21

神楽坂きものスタイル



今回ご協力いただいたのは…
神楽坂きものスタイルCOO
いきいきネット株式会社
代表取締役社長
片寄斗史子様

参考資料 22

神楽坂きものスタイル



- 東京理科大学から徒歩3分の立地にあるきものレンタル店
- 「きもの」を母から娘世代へをテーマに、アンティークきものの販売も行っている

参考資料 23

神楽坂きものスタイルの「声」

- 「私達の目的は、古いしきたりや固定観念、高額の販売などで敷居を高くされてきた『きもの』の世界の習慣を取り払い、私たち日本の、素晴らしいきものを一人でも多くの女性に身近に着ていただくためである。」
- 「きものは世界で一番の晴れ着だ。」
- 「神楽坂からきものを通じたコミュニケーション、情報のシェアリングを行っていくことで、現代的な和の発信地となりうる。」

参考資料 24

神楽坂通り商店会代表(助六・石井さん)



神楽坂きものスタイル(COO片寄さん)



理大女子アンケート結果①(n=440)

神楽坂1dayきものレンタル許容範囲



- 理大女子に、神楽坂1dayきものレンタルとして、着たいデザインが確実に選べて、着付けと小物が値段に含まれている場合(ただしヘアメイクは除く)、いくらまでなら利用してもいいと感じますか？

という質問を行った。

平均金額は約6150円であり、6000~6500円内の支出なら許容範囲と判断した

理大女子アンケート結果②(n=440)

観光地で和装レンタル経験の有無



- 理大女子に観光地(京都・金沢など)での和装レンタル経験の有無について

の質問を行った。

観光スポットでの和装レンタルは、和装振興研究会の20代女性の着用意向と比較して20%と低いポイントに収まっていることがわかった。

それぞれの抱える問題



神楽坂内の
レンタルきもの店

問題(ろ)
神楽坂地区のきものレンタル相場は約8000円だが、理大女子が払える平均金額は約6500円で需要者と供給者間にズレ



神楽坂の商店街

問題(い)
きもの着用に関して、着付けなどの技術面や、気軽に着られる場所などの機会の少なさ



きものが着たい
女子大生(消費者)

問題(は)
神楽坂において和文化は重要な街らしさという認識はあるものの、うまく活かされていない

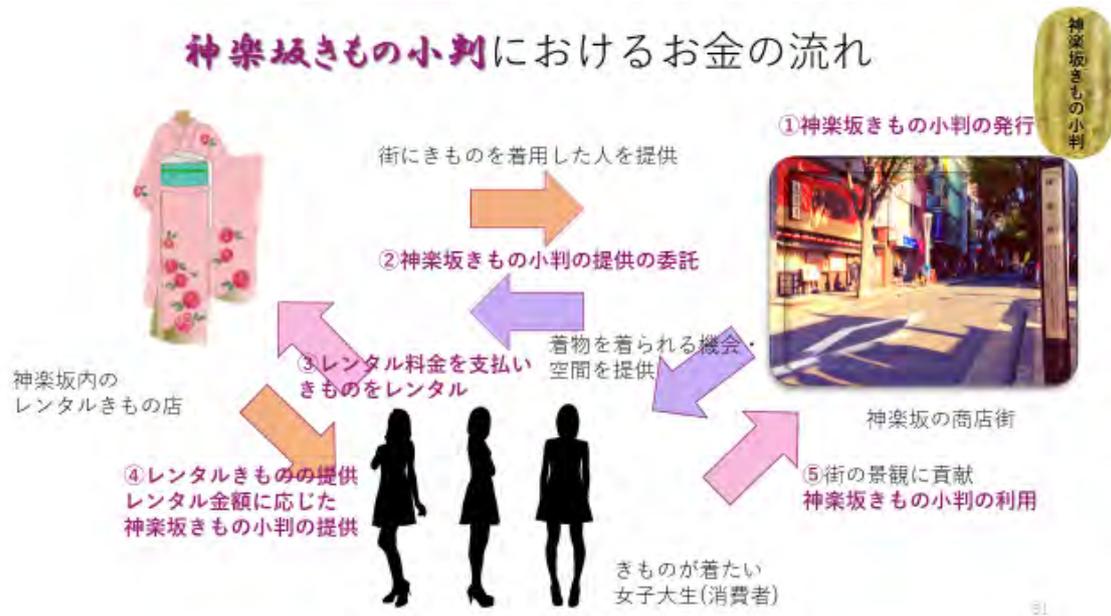
神楽坂きもの小判について

- 利用方法
神楽坂地区の商店街や文化施設で提示すると、割引や無料サービスが受けられる
- 利用可能日時
土日及び祝日
- 利用対象者
神楽坂きものレンタルプランを利用した人に頒布



神楽坂きもの小判の流通経路





神楽坂の商店街が もたらす価値・もたらされる価値



・もたらす価値

きものレンタル店にきもの小判の提供を行い、レンタル料金の実質的な割引により顧客を増やす
消費者にきものを気軽に着られる空間と機会を提供

・もたらされる価値

きものを着た人が街に増える和の景観を得られ、街のブランド力向上
きものレンタル・きもの小判波及効果で来街者と収益が共に増加

きものを着たい女子大生(消費者)が もたらず価値・もたらされる価値



- もたらず価値

きものレンタル店の売上に貢献
きもの着用で神楽坂の景観に貢献
SNSにより波及効果をもたらず

- もたらされる価値

きもの貸与及び着付けサービスの
享受、金額に応じたきもの小判を
獲得
気軽にきものを着られる空間と機
会の獲得

48

きものレンタル店が もたらず価値・もたらされる価値



- もたらず価値

レンタル利用者にきものの提供
きものに身を包んだ人を商店街
に提供

- もたらされる価値

きもの小判による実質的な値下
げのため顧客増
レンタル利用者からの売上獲得

きものを休日 神楽坂 きものレンタルプラン

- おてがる一回レンタルプラン ¥8000
きものレンタル（一回分）＋神楽坂きもの小判（1500円相当）
- まんきつ二回レンタルプラン ¥15000
きものレンタル（二回分）＋神楽坂きもの小判（4000円相当）

上記の2プランを提案する。なお、使用できる日は商店街側の負担も考慮し土日及び祝日とする。

神楽坂きもの小判の使用における流れ プラン①の場合



参考資料 37



参考資料 38

きものな休日 神楽坂

事前にサイトで、きものレンタルプランを利用する日と時間を申し込めるフォームを作成する。

控えを発行し、持参することでスムーズに店舗でのサービスを受けられるようにする。

またサイト内にはきものサンプルや、神楽坂の観光案内などを掲載。



ホーム

きものな休日とは…

きものレンタル

神楽坂きもの小判

ご感想

きものな休日 神楽坂

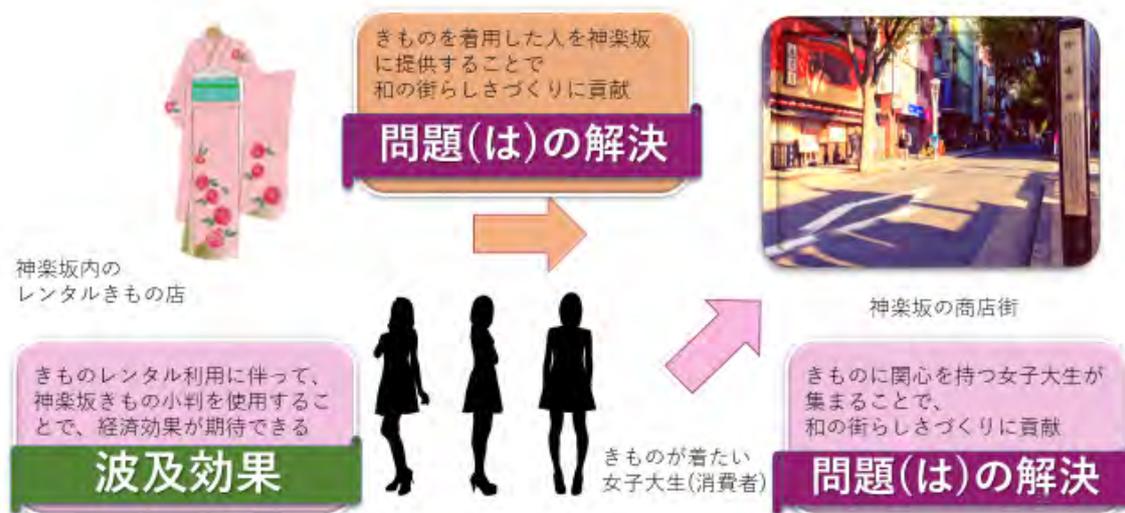


きものを着にくる街”神楽坂”へ
みなさんもこんなひと時を気軽に過ごしてみませんか…

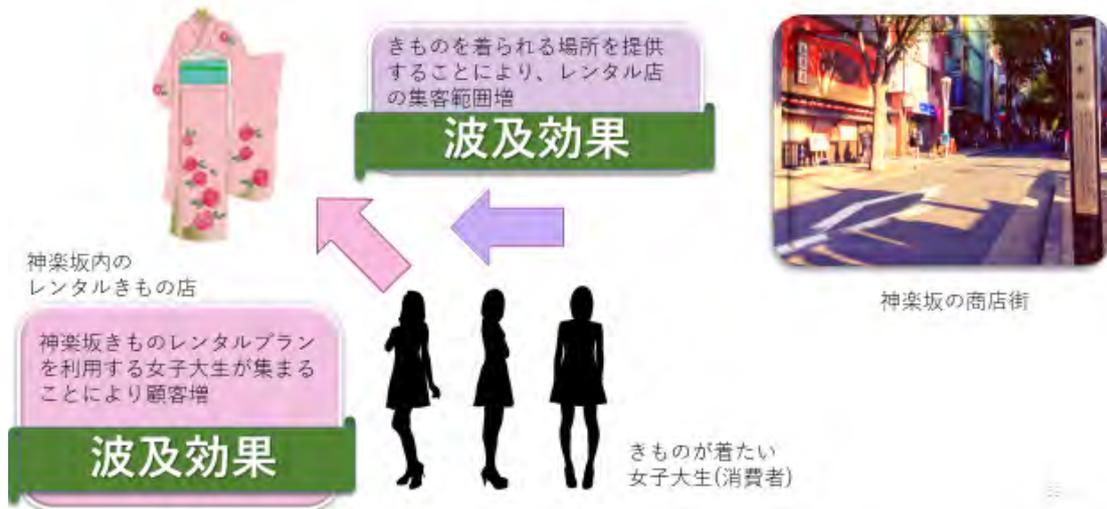
女子大生へのアプローチとソリューション



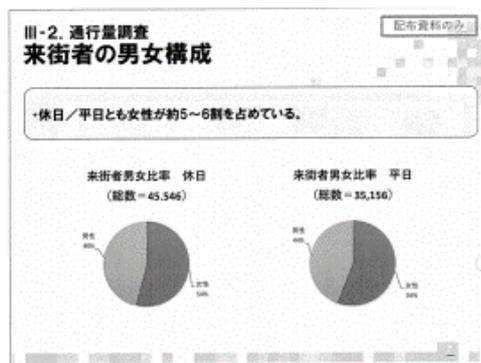
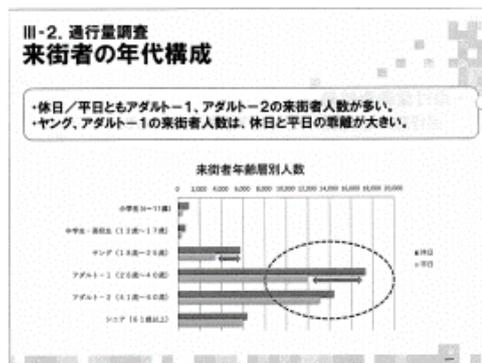
神楽坂の商店街へのアプローチとソリューション



きものレンタルへのアプローチとソリューション



神楽坂きもの小判による経済効果の試算



参考資料 44

神楽坂きもの小判による経済効果の試算①

- ①来街者の年代構成より、ヤング層の休日来街者人数を利用する
- ②来街者の男女構成を利用する。

①⇒約6000人

②⇒約5~6割の結果を利用して、

休日に訪れるヤング層の女性は約3600人と仮定

うち、理大女子アンケートの結果に基づき、初期段階でのプラン利用者は約2割なので一日あたり約720人が利用すると試算した。

参考資料 45

神楽坂きもの小判による経済効果の試算②

- 利用する720人ののうち、プラン①・プラン②をそれぞれ240組ずつ販売した場合

$$1,500*240+4,000*240=1,320,000/\text{日}$$

- 日本における年間休日(土日祝)は最低120日ある

$$1,320,000*120=158,000,000/\text{年}$$

以上の結果より、**1年間で約1億6千万円の経済効果**が見込める
また、SNSを利用した波及効果で更なる経済効果が期待できる

参考資料 46

きものによるインバウンド振興の可能性

- ◆ 2014年の訪日外国人旅行消費の総額は、前年(1兆4,167億円)比43.3%増の2兆305億円と推計され、過去最高額。
- ◆ 訪日外国人旅行者数は前年(1,036万人)比29.4%増の1,341万人と推計され、こちらも過去最高額。



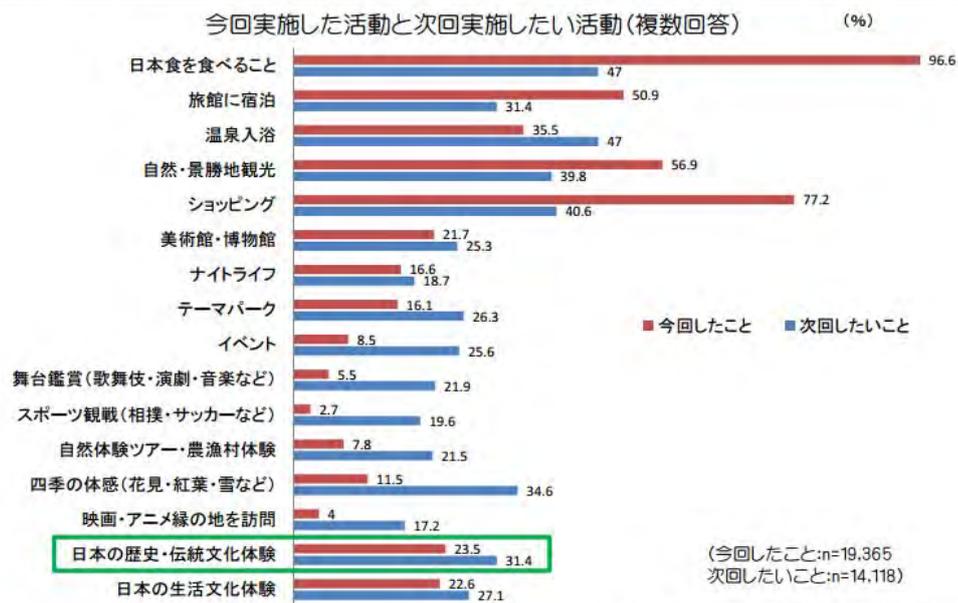
※2014年の調査より、インドネシア、フィリピン、ベトナムの3カ国を調査対象に追加した。

(資料)2014年訪日外国人動向調査 年間値(速報)観光庁

参考資料 47

海外観光客の和文化に対する注目度

- ◆ 日本で実施したい活動として、日本の文化や歴史体験を挙げている訪日外国人は2~3割程度存在。

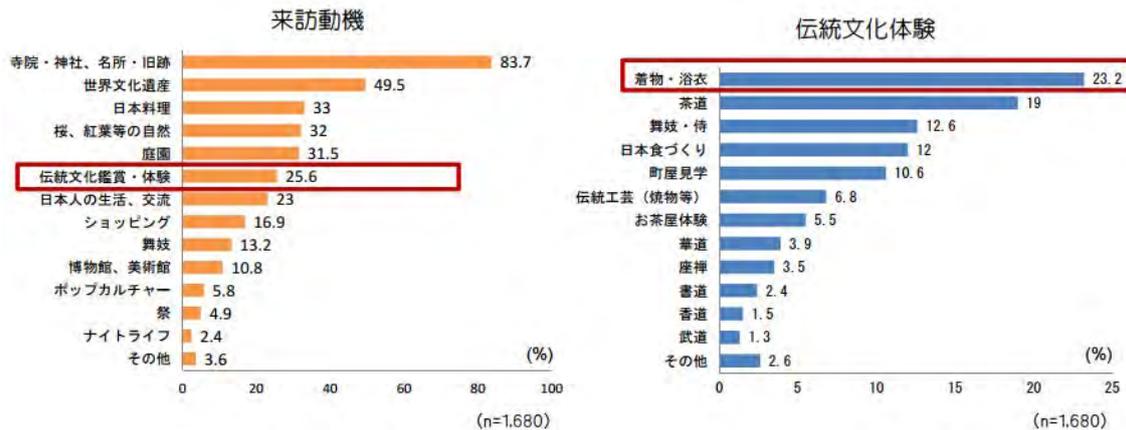


(資料)平成25年度 訪日外国人消費動向 (観光庁) 21

参考資料 48

京都市の外国人観光客の和文化への注目度

- ◆ 25.6%が京都市への来訪動機として「伝統文化鑑賞・体験」を挙げている。
- ◆ 伝統文化体験をした者のうち、23.3%が着物・浴衣の着用体験をしたと回答。伝統文化体験の中で最も多い。



(資料)平成25年度 京都観光総合調査 京都市産業観光局

27

参考資料 49

データから見えること

- ◆ きものに凝縮された技術・デザインは、人を惹きつけ、魅力向上に貢献する資源。この資源は、きもののみならず異業種分野においても新しい価値を付加できる源泉。きもの技術・デザインを応用して、きもの以外の商品の開発を行ってはどうか。
- ◆ 2014年の訪日外国人旅行者数は1300万人を超え、一人当たり訪日外国人旅行消費額は15万1,374円(前年比10.7%)と推計されている(過去最高)。日本(京都市も含む)への観光動機として、「伝統文化体験」を挙げる外国人は3割程度。きものを有効に活用して、さらなるインバウンド振興につなげていけるのではないか。
- ◆ いくつかの地域では、きもの和其他の地域資源(産品、文化財、歴史など)を融合させ、観光客が体験できるシーンを演出するなど、きもんで集客力を上げる取組が進められている。各地の成功した取組を共有することが重要ではないか。
- ◆ 2020年の東京オリンピック・パラリンピックは日本のプレゼンスを高めるまたとないチャンス。このチャンスも活かし、きもんでどのように日本のブランディングを行っていくべきか。

30

和の街らしさ確立に向けた+α

神楽坂きものレンタル+神楽坂きもの小判

神楽坂きもの コンシェルジェ

きもの姿の案内人が神楽坂の
路地や見どころを案内
記念写真撮影
スタンプラリーで景品など

問題(は)の発展的解決

神楽坂に根付いた 伝統文化との ふれあい

落語や能、若子さんによる三
味線、唄、踊りといった、赤
城神社・毘沙門天善国寺等の
施設における見学プログラム

問題(い)(は)の発展的解決

東京理科大学を 利用した 公開講座・特別講義

東京理科大学に神楽坂きもの
スタイルの方をお招きして着
付け講座や、有識者の方を招
いた日本舞踊の稽古体験など

問題(い)の発展的解決