

中野ブロードウェイ

(中野ブロードウェイ商店街振興組合)

東京都中野区

インバウンド

地域協働

新陳代謝

生産性向上

ポイント

SNS 等を用いた情報発信の強化や、来街者に対する案内の多言語化、免税対応等を行い、増加する外国人観光客のサポートを充実。

基本データ

所在地	東京都中野区中野
人口	約 33 万人 (中野区)
電話/FAX	03-3388-7004 / 03-3388-7057
URL	http://nakano-broadway.com/
会員数	175 名
店舗数	267 店舗(小売業 198 店、飲食業 34 店、サービス業 9 店、不動産業 3 店、医療サービス業 23 店)
商店街の類型	観光型
主な客層	外国人観光客、学生・若者 / 20 歳代、30 歳代

商店街概要

昭和 41 年、高度経済成長を背景に、日本初のショッピングコンプレックス（商業住宅複合施設）として開業した中野ブロードウェイは、施設全体が分譲形式の区分所有だったため、地域の自治会を前身とした任意の商店街組織として活動を開始。開業時に約 400 あった店舗は、経済成長の減速とともに半数近くに減少したが、昭和 55 年の「まんだらけ」オープンをきっかけに、サブカルチャーの発信地として注目を集めた。平成 19 年に商店街組振興組合として法人化し、現在は、サブカル志向のマニア向け店舗と地域密着型店舗が混在する特異な商店街として、外国人観光客にも人気のスポットとなっている。

取組の背景

世界が注目するサブカルチャーの発信地へ

開業当初の集客力に陰りが見え始めた中野ブロードウェイでは、様々な対応策が試みられたが、分譲形式の小規模店舗の集合体という特殊な成り立ちから、商店街としてのイメージ統一が図りきれなかった。空き店舗が目立つようになった昭和 55 年、漫画専門古書店「まんだらけ」が出店、これをきっかけに店舗業態の転換が偶発的に進み、現在の「サブカルチャーの発信地」としての素地が形成されていた。

その特殊性にメディアが注目し、国内外から観光客を集めることとなった。年々増加する外国人観光客と並行して、開業当初から地域住民の生活を支える生鮮食品を含む日用品販売の側面も維持し、外国人観光客と地元住民が共存する、稀有な商店街となっている。近年は、JR 中野駅周辺の再開発に伴い、商店街周辺に企業や大学が進出したことも追い風になり、地域人口や来街者も増加傾向にある。



漫画専門の古書店「まんだらけ」



中野ブロードウェイの南側入り口

取組の内容

外国人観光客の受入環境の充実

現在、「サブカルチャーの発信地」として国内外に広く認知されている中野ブロードウェイだが、開業当初より、すべての来街者の利便性や満足度向上を柱に商店街活動を行ってきた。

特に、平成 19 年の法人化以降、「日本人も外国人も分け隔てなく買い物できる商店街」をスローガンに、外国人観光客の受入環境の整備に注力してきた。開業時より作成しているガイドマップは、定期的に取り替えし、いち早く多言語化。外国人向けイベントの企画・国際交流パーティーの開催なども行い、店主を対象にした語学勉強会も実施している。また、希望店舗には、商店街が免税機器の導入を補助し、外国人観光客からの売上を伸ばす施策を行っている。さらに、全館にフリー Wi-Fi を整備したほか、

外国人にもわかりやすいユニバーサルデザインを意識し、施設表示や誘導用サインも多言語で表記している。目的買いの観光客も多いため、多言語対応の店舗検索デジタルサイネージも設置した。

現在は、外国人向けの情報発信強化のため、ホームページをリニューアルし、対応言語数を増強。スマートフォン対応も実施し、動画も用いた商店街や各店舗の紹介を多言語で行っている。また、SNSと写真共有アプリの公式ページを新たに開設し、日本語・英語・中国語（繁体字）で投稿を行っているほか、外国語広告を活用して外国人の閲覧数増加を図っている。さらに、デジタルサイネージの表示情報をホームページと一括管理できるようシステムを改善、入力作業の軽減と表示内容の拡充につなげた。デジタルサイネージでの上映用に英語字幕付き動画も制作し、商店街事務所のスタジオから配信している。

口コミ情報拡散の仕組みづくりとして、商店街の空きスペースにARプラットフォーム体験場を設置し、撮影した写真を写真共有アプリに投稿してもらうイベントを開催したり、平成30年の商店街カレンダーにおいて、スマートフォンの専用アプリを使うと様々なアニメーションが登場するARマーカーを取り入れるなどの試みも行っている。



免税店として運営している店舗

取組の成果

ジャパニーズ・カルチャーを求める来街者

中野ブロードウェイの1日の入館者数は約50,000人、

その3割である約15,000人が外国人観光客である。平成27年に開始したNakano Free Wi-Fiのアクセス数は、当初、月間10,000件に満たなかったが、1年後には月間50,000件を超え、その際が多言語認証アクセス数は、月平均3.4%となっている。

ジャパニーズ・カルチャーを求めて海外からやって来る人々に、中野ブロードウェイを安心・安全に楽しんでもらうため、商店街では治安対策にも注力している。地域の中核として周辺商店街と協力し、様々な防犯活動を実施している。特に街頭防犯カメラについては、中野ブロードウェイが中心となって設置を促進し、現在、JR中野駅北口周辺は都内有数の設置台数を誇り、犯罪抑止の原動力となっている。

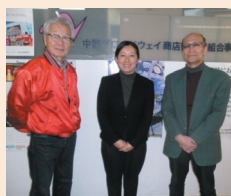
実施体制

中野ブロードウェイは、平成19年に商店街振興組合として法人化。現在は理事長・事務局長・役員を中心に運営し、館内にある商店街事務所には、専従職員が常駐している。

近年、中野区内で企業・大学誘致が進行しており、企業・大学の商店街活動への参加・協力が盛んになっている。行政とも積極的に関わっており、支援制度も活用している。賃料の安さや店舗面積の小ささから、若者が出店しやすい環境になっており、空き店舗は少なく、商店街加盟率も高水準を維持している。

観光拠点としての取組を積極的に実施しており、外国人観光客や若年層の来街者が多いが、商店街としては「基軸は地域コミュニティ」と考えており、周辺の商店街や地域住民と協同してイベント開催なども行っている。

キーパーソンからのコメント



中野ブロードウェイ商店街振興組合
代表理事 青木 武（右）
専務理事 事務局長 金子 義孝（左）

インバウンド担当
瀬戸株式会社
越智 茜（中央）

サブカルチャーの発信地から世界の商店街へ

日本のアニメやポップカルチャーを世界が注目し、中野ブロードウェイを訪れる外国人観光客は年々増加しております。これまで培ってきたインバウンド対応のノウハウを周辺の商店街などと共有することで、外国人観光客の中野回遊を促したいと考えております。「日本人も外国人も分け隔てなく買い物できる商店街」から「みんなが楽しめる中野」を目指し、地域全体でインバウンドによる経済効果を共有していきたいと思っております。

中野ブロードウェイのインバウンドの取組

これまでに、ホームページの多言語化・Wi-Fiの全館整備・多言語タッチパネルの設置・免税機器導入など、様々なインバウンド対応策を商店街が主導してきました。現在は、デジタルサイネージでの英字幕付き動画配信、外国語ウェブコンテンツ配信、SNS情報発信など、外国語での情報発信の強化を図っております。また、多言語の説明付AR体験場を設けるなど、新たな試みにも挑戦しております。