

新天町商店街

(新天町商店街商業協同組合)

福岡県福岡市

インバウンド

地域協働

新陳代謝

生産性向上

ポイント

外国人観光客が急増する街で、消費を取り込むための環境を整備。
回遊性の向上・売上増を目指す。

基本データ

所在地	福岡県福岡市中央区天神
人口	約 20 万人 (福岡市中央区)
電話/FAX	092-741-8331 / 092-741-6131
URL	http://www.shintenchou.or.jp/
会員数	56 名
店舗数	87 店舗 (小売業 65 店、飲食業 15 店、サービス業 7 店)
商店街の類型	エリア価値向上型
主な客層	主婦、高齢者 / 50 歳代、60 歳代

商店街概要

戦後間もない昭和 21 年 10 月、焦土と化した天神の一角に誕生した買回り品主体の商店街。以来、創業から 70 年の間、2 度の火災、地震を経験し、数次にわたる天神流通戦争に巻き込まれながらも、商店街でシャッターを閉じた店は一店舗もなく、今や約 90 の専門店を有する九州を代表する商店街へと成長した。

近年、博多駅、キャナルシティ、天神の再開発等が進み、商店街を取り巻く環境は厳しさを増しつつあるが、創業以来の持ち前の創造力と革新力で、時代の要請に応えながら、どんたくや山笠といった伝統行事についても中心的役割を担っている。

取組の背景

クルーズ船で外国人観光客が多数来街

平成 17 年ごろから韓国人観光客を中心に外国人客が商店街内で目立ち始めた (博多港へのクルーズ船の寄港数は平成 18 年 20 回、平成 19 年 15 回、平成 20 年 35 回、平成 21 年 42 回)。

平成 28 年には、博多港のクルーズ船寄港数は 328 回となり、長崎の 197 回、那覇の 193 回、横浜の 128 回を大きく引き離している。福岡空港・博多港から入国した外国人の数は平成 28 年に 250 万人を初めて突破 (257 万人) し、当商店街においても外国人観光客の取り込みが大きな課題となっていた。

具体的には、外国人観光客を誘客するための PR 方法の検討や、買い物をしやすい環境整備 (訪日外国人に対応した決済サービスの導入や免税対応など) を行うことが求められていた。

取組の内容

外国人観光客の買い物環境を整備

商店街では、インバウンド対応として、まず平成 20 年に指さし「外国人接客マニュアル (英語・中国語・韓国語対応)」を作成した。

あいさつや注文時の簡単な接客フレーズ (約 70 種)、数字などを、イラストを交えて記載しており、店員が覚えて話す形式ではなく、マニュアルを指で

差し、客と一緒に見ながら使用できる構成になっている (物販編、飲食編に分けて作成)。

次いで、新天町 3カ国語 MAP (英語・中国語・韓国語) を制作し、市内の主要な施設に配置。さらに、この MAP を商店街のホームページにも掲載し、外国人観光客の回遊性向上を図った。平成 27 年度には、新たに台湾語版を制作。4カ国語 MAP としてより広く商店街の PR に努めている。



外国語 MAP

また、特に来街が多い中国及び韓国の観光客に対応するため、組合員に対して銀聯カードや新韓カードが使える決済端末の導入や免税対応の導入を促進。平成29年8月現在、免税店が15店舗になっており、外国人観光客の通行量増加に貢献しているとともに、個店の売上にもその効果が現れてきている。

さらに、平成27年度からは、国の補助を活用し、Wi-Fi設備を導入。日本への入口となる空港等で「Japan Wi-Fi」に接続すれば、商店街では自動的に無料公衆無線LANサービス「Fukuoka City Wi-Fi」につながる仕組みで、外国人観光客の利便性を向上させ消費喚起を促している。

また、Wi-Fi設備の導入をきっかけに、国内の若年層に対して効果的に情報発信を行えないかも検討中だ。新たな取組を行うことで、現在のメインターゲットにはなっていない20～40代の顧客化にもつなげられると考えている。

取組の成果

新たな販売促進活動も

商店街内通路及び商店街内のサンドーム（時計塔広場）でのWi-Fi対応デバイス（スマートフォン）利用率は、設備設置直後から順調に増加。

各店舗でも顧客がスマートフォンの画像で探している商品を見せるなど、店主との意思の疎通が回りやすくなった。また、スマートフォンの翻訳アプリを利用した販売促進活動も始まっている。

銀聯カードや新韓カードが使える店舗や、免税対応店舗も徐々に増加しつつあり、一部の飲食店などでは独自に外国語対応メニューを作成するなど、商店街全体として外国人観光客の受入環境が整ってきた。商店街MAPを持って商店街内を歩く外国人観

光客の姿もよく見られるようになってきたところである。

実施体制

商店街の運営は、新天町商店街商業協同組合（商店街の共同宣伝ほか組合員の事業を推進する事業）、株式会社新天町商店街公社（商店街の土地建物の賃貸借と管理運営）、株式会社新天町エステート（商店街の不動産の賃貸・仲介・売買並びに維持管理）の3つの組織が連携して行っている。

そのうち新天町商店街商業協同組合に関しては、さらに5部会（総務部・財務部・文教部・宣伝部・開発部）で構成されており、それぞれの権限・責任が明確に示されている。

高度化事業は総務部、イベント（どんたく・山笠・初売りの各委員会）については宣伝部、Wi-Fi設備の導入については開発部が担当。また、青年会・婦人会・店長会も組織され、それぞれ強固な団結のもと、事業遂行に努めている。

なかでも、宣伝部が担当する初売りでは、昭和52年の誕生以来新天町商店街のヒット商品であるお買物券を一日限りで販売する。1万2,000円分を1万円で購入でき、100万、200万円単位で購入する人もいるなど、当日の売り場は長蛇の列となる。

このような確立した組織体制による取組が、高級専門店を基調とした店舗による商店街の構成の維持や、得意客の確保につながっている。また、商店街では、各個店間の情報伝達が重要と考え、宣伝部、文教部から回覧ツールを発行することで情報の統一を行っている。

キーパーソンからのコメント



新天町商店街商業協同組合
理事 泰松 敏夫

外国人観光客の利便性を重視

Wi-Fiについては、外国人のお客様がWi-Fi対応のデバイスさえ持っていれば、無料で、かつ難しい設定もなく、極力シンプルに利用できることを心掛けました。

また、MAPについては、もともとは英語、中国語、韓国語の3カ国語対応でしたが、台湾からのお客様が増えていると感じられたので、台湾語版も新設し、4カ国語対応としています。

コスト面で苦労

Wi-Fiの導入については、機種選定や設置後のサポート、設置後のランニングコストなど、考えることがたくさんあり苦労しました。

商店街の敷地すべてを利用可能にするには、コストがかかりすぎるため、設置場所を絞り込み、外国人のお客様が極力不都合を感じないようにWi-Fiがカバーできる利用可能範囲を技術者と何度も打ち合わせして計画を進めていきました。