

# デポアイランド (デポアイランド通り会)

沖縄県北谷町

インバウンド

地域協働

新陳代謝

生産性向上

ポイント

異国文化を取り入れ独自の価値観を創造し、交流人口増を積極的に展開。  
日常と非日常が交差する感性創発型の街を目指す。

## 基本データ

所在地	沖縄県中頭郡北谷町字美浜
人口	約3万人(北谷町)
電話/FAX	098-926-0808 / 098-926-3838
URL	http://www.depot-island.co.jp/
会員数	6名
店舗数	123店舗(小売業61店、飲食業51店、サービス業10店、その他1店)
商店街の類型	エリア価値向上型
主な客層	国内観光客、外国人観光客/30歳代、20歳代

## 商店街概要

米軍基地返還後、美浜公有水面埋立事業により整備されたロケーションを活かし、「アメリカンデポ・ウォーターフロント構想」のもと異国文化を取り入れた個性的な街並みデポアイランドを創出。また、設立当初よりホームページやエリアマップの多言語化を実施しており、外国人観光客の誘引も推進している。

ハロウィンや冬場のイルミネーションアート等、季節感のある来街者参加型イベントを企画し通年実施しているほか、ハード面でも遊歩道のカラー舗装や休憩用ベンチの設置、交流スペースの創出などで来街者の滞留時間延長・リピート率の向上に努めている。

## 取組の背景

### 外国人観光客を含む来街者のニーズを調査

平成27年頃から、県内においては大型駐車場を有した商業施設が開業し、デポアイランド域内の集客力及び購買力の低下につながっていた。商店街では従来からホームページやエリアマップの多言語化など外国人観光客向けの取組を実施してはいたが、域内の集客力が低下した当時、消費を確実に取り込んでいくために外国人観光客をターゲットに定めようとして、そのニーズに合った取組を推進していくことが重要と考えた。そこで、商店街では平成27年11月に外国人観光客149人を含む来街者総勢652人にアンケート調査を実施。ニーズ分析の結果、特に外国人観光客において、デポアイランドに対する印象の良さは全体の7割に達している反面、フリーWi-Fiの整備や公衆トイレの不足、イベント事業に対する不満があることがわかった。

この結果を受け、商店街では、平成28年3月からこれらの課題への対処と新たな誘客プロモーションの展開に着手。また、PDCAサイクルを用いることで、リピーター客の獲得や域内の活性化推進につなげようとした。

## 取組の内容

### ニーズと時節に合った取組で注目度がアップ

調査に基づき実施したのは、①イベント開催の充

実、②SNSおよびウェブサイトでのプロモーション展開、③メディアを用いた発地観光プロモーションの展開や雑誌媒体等での魅力の訴求、④フリーWi-Fi網の整備、⑤公衆トイレの設置の5つの取組である。

まずはイベント事業の充実のため、アーティスト、来街者、まちが一体になれるような音響・照明・ステージ等の整備を実施。

インターネットを通して波及効果の高い動画配信を行い、これまで取り組んできたクリスマスイルミネーションやハロウィン等の来街者参加型イベントのほか、地域住民と来街者が交流できる地域密着型イベントとして「北谷文化芸能フェスティバル」等の事業を新たに展開した。

ハロウィンイベントの際には商店街で撮影した写真に写真共有アプリのハッシュタグを用いて仮装コンテストを実施するなど、SNSも活用している。

また、商店街に描かれているウォールアートが若者を中心に「フォトジェニックだ」「インスタ映えする」と話題のフォトスポットになり、SNS上で国内外に発信され認知・魅力度の向上に寄与している。そこでウォールアートの数を増やし、フォトスポットの充実も図っているところ。

さらに、国の補助を活用して域内にフリーWi-Fiを整備したほか、海外の旅行雑誌や機関紙にデポアイランドの広告を掲載することで外国人観光客をターゲットとした直接プロモーションも実施している。



毎年クリスマスシーズンに行われる  
ウィンターイルミネーションアート



異文化を取り入れ、地域住民と来  
街者が交流するハロウィンイベント

そのほか、行政機関や北谷町観光協会などと連携し、台湾の台北市内の商店街組合との交流も実施。双方向でエンターテインメント・ショーなどの交流が実現している。商店街では平成 28 年 7 月に「台湾文化交流フェスティバル」を開催したほか、この交流関係をさらなる魅力向上につなげるため、両商店街の振興と観光客の相互送誘客を目的とした協定を結ぶ予定で調整が進められている。



海外の商店街と交流を深め商店街振興を目指す  
(西のランタンが贈られた)

## 取組の成果

### 外国人観光客数は年々増加、賑わいも向上

外国人観光客をターゲットにした様々な取組が奏功し、外国人観光客の来客数は年々増加傾向にある。また、従来より実施していた参加型イベントに加え新たなエンターテインメントイベントなどを継続して行うことで、地域の賑わいも向上。SNS 等のウェブ媒体を利用し、外国人観光客を含めた多くの人が

## キーパーソンからのコメント



デポアイランド通り会  
会長 奥原 悟

### 集合体の「まちの強さ」づくり

平成 27 年には商店街近郊に超大型ショッピングセンターが開業し、商店街は静まり返り、売り上げも急激に下がりました。そんな中でも、デポアイランドらしさとは何かを追求し、まちが一体となれる商空間作り、賑わいを創出するイベントの開催、フリー Wi-Fi 設置などの環境整備等、地域住民、行政機関、商店街事業者の協力を得ながら商店街のワクワク感創りに地道に取り組みました。その結果、商店街では今まで以上の賑わいを創出することができています。

### 交流、共感、共創による「感性文化」の商店街づくり

街中がエンターテインメントに溢れ、住まう人も訪れる人も事業者も、それぞれの感性を「交流」させ、相手の感性の素晴らしさに「共感」し、感性の融合による「共創」を楽しめるようなまち、百花繚乱による「感性文化」の商店街づくりを目指します。地域住民は誇りが持て、事業を行う仲間はステイタスになり、訪れる方々は潜在していた感性が目覚め、感動を与えられるよう、取り組んでいきたいと思ひます。

情報を発信していることで、地域や商店街の魅力が国内でも認知されてきている。

平成 28 年度からは、来訪者満足度、旅行消費額やリピーター率などの KPI を設定し、毎年調査を実施している。調査結果に基づいた PDCA を実行していく予定で、ニーズ分析などをもとに今後の課題の把握や取組を決定していく方針。



Free Wi-Fi 整備を行い来街者の満足度向上

## 実施体制

商店街では、若手テナント業者を中心とした商店街活動も活発であり、近隣の海岸沿い清掃による環境整備のほか、商店街区内のイルミネーション装飾等の様々な事業を実施している。また季節に合わせた装飾、フォトジェニックなアートの設置、ミュージックライブによる活性化イベント、フォトコンテスト等、来街者参加型の集客イベントの企画・運営も積極的に行っている。

広報においては、パンフレット作成、ホームページの活用、雑誌やテレビ、ラジオの取材を受け入れるとともに、ロケ等マスメディアに対し協力することで魅力発信につなげている。

運営費に関しては、イベントや環境整備事業を行うに際し適時、組合員より特別徴収を行い実施している。