

川端通商店街 (上川端商店街振興組合、川端中央商店街振興組合)

福岡県福岡市

2つの商店街が協力する組織作り 若手中心にインバウンド対応を加速



取組の背景

増加する外国人観光客 商店街の認知度向上が急務

福岡への訪日外国人観光客が増加し、川端通商店街でも外国人の増加が目立っていたが、その消費を商店街に取り込めていなかった。2016年度の調査によると、川端通商店街の通行量は1万2千人強/日で、そのうち外国人の割合は約9%であった。

外国人旅行者は77%が東アジア系で、全体の半数が韓国人で占められていた。外国人旅行者に対するアンケート調査では、27%は「川端通商店街を知らなかった」と回答しており、来街理由は「立ち寄り」や「偶然通りかかった」等が22%を占めていた。このことから、川端通商店街の認知度向上の必要性があることが分かった。

一方で、川端通商店街の70%の店舗は外国人の受入意向を示していた。特に「Wi-Fiの整備」や「外国語対応の案内看板の設置」「外国語マップの作成」が商店街全体で取組みたいことの上位を占めていた。

川端通商店街は独立した2つの組織から成り立っているため、協力した取組体制が必要であった。



手前は上川端商店街振興組合、奥は川端中央商店街振興組合

取組の内容

独立した2つの組織が協力 短期間で複数の施策実施

増加する外国人観光客を取込むには、商店街が協力して来街者の増加と消費の増加に取組む必要があった。そこで、「上川端商店街」と「川端中央商店街」という2つの異なる組織から、若手会員が代表となり「インバ

ウンド対策推進協議会」を立ち上げた。これに、インバウンドに詳しい専門家も外部委員として招へいし、市も協議会に参加することで、事業を一元的に検討・推進し、短期間で複数の取組を実施することができた。

具体的には、Wi-Fiの整備やWEBを活用した商店街の情報発信、商店街の案内看板、多言語の商店街マップの作成をした。また、これらの取組を広く周知するための広報チラシを作成した。

Wi-Fiに関しては、福岡市の玄関口である福岡空港や博多港、商店街に直結する市営地下鉄中洲川端駅、近隣の100を超える観光施設で導入されている「Fukuoka City Wi-Fi」を導入した。これにより、外国人観光客の利便性や周辺施設との回遊性の向上を目指した。

多言語マップは、調査結果を踏まえ、4言語(英語、韓国語、中国語(簡体字、繁体字))で作成し、言語毎にその国のニーズや興味の高いジャンルのお店を掲載し、個店への集客を図る工夫をした。

多言語のWebサイトは、見やすさと使いやすさを重視し、多言語マップと統一したデザインとした。

街内の案内看板は、400mの商店街内に4台を設置し、店舗の位置関係を示すとともに、周辺の観光施設等も表示させた。更に、QRコードを掲載することで、作成したWebサイトへのリンクも可能とした。

これらの取組により、商店街や近隣の魅力を伝え、商店街を目的に来てもらうことを目指した。また商店街のどこに行けば何があるのか等の情報も発信することで、実際の消費行動の促進を行った。

取組の成果

交通量が約5%増加 徐々に認知度も向上

2018年2月1日の稼働後、Wi-Fiへは約5万/月アクセスがあった、福岡市の無料公衆無線LANサービスであることから、市と連携したサービス提供の広報も行っている。稼働後に通行量を調査した結果、稼働前と比較し、約5%増加している。多言語のWebサイトは、

約15%は海外(台湾、香港、韓国等)からのアクセスとなっており、少しずつ認知度も高まってきている。

このような結果を踏まえ、商店街では店舗の営業時間を延長し、夜の観光、ショッピング、体験等を一体的に楽しんでもらう「川端夜祭」を継続して開催することで、更に外国人をはじめ観光客の方に楽しんでもらうイベントを実施していく予定である。更に、今後は多言語翻訳ツールを各店舗で導入していく等、課題となるコミュニケーションへの対応も市と連携しながら取り組んでいく。



川端ぜんざい広場前のロゴ、QR等付き「パンフレットボックス」

実施体制

上川端商店街と川端中央商店街では、これまで別々の組織として活動をしてきたが、今回の取組をきっかけに、2017年3月からは、インバウンド対策として店舗の営業時間の延長や、「川端夜祭」等のイベントを両商店街が協働して開催するといった連携が図られるようになった。

両商店街では、月1回の理事会を通じて、商店街の各種イベントや事業に関する情報共有が図られている。

更に、今回のインバウンド受入環境整備事業では、両商店街から若手会員を協議会の中心メンバーとすることで、これからの商店街を担っていく人材の育成にもつながっている。今後益々、博多部の中心的な役割を果たす商店街として取組を強化していく。

キーパーソンからのコメント

新しい目線での外国人観光客の取込み

博多川に沿って接続したアーケードがある商店街ですが、町割りや山笠の組織(上川端は土居流、川端中央は大黒流)が異なるため独自の組合を設立しています。一方で、櫛田神社を中心とした神社仏閣、博多町家など博多の風情が集中することから、「博多の心に出逢う街」を求めアジアのみならず欧米からの外国人観光客も年々増加しています。

博多祇園山笠による地域の繋がり

が非常に強く、若い世代も着実に育っています。この事業は、若手理事の発案ですが、企画は、役員、会員店舗並びに従業員や女性など幅広く意見を聞き、より効果的なインバウンド対策として、新しい目線での外国人観光客の消費取込みへ向け実施しました。今後も両組合が一段と協調協力して取組んで参ります。



上川端商店街振興組合
理事長
武内 照臣

商店街の概要

川端通商店街は博多で最初に栄えた商業の町で、140年以上の歴史がある。400メートルのアーケードのある商店街で、「上川端商店街」と「川端中央商店街」の2つの商店街で構成され、博多地区の商業の中心的役割を果たしている。老舗店舗と新しい店舗が融合し、全国的に有名な「博多祇園山笠」「博多どんたく」の中心的な役割も担っている。商店街の北には「博多リバレイン」、南には「キャナルシティ博多」という2つの大型商業施設があり、これらを繋ぐ通りとしても機能している。また、近隣には「博多座」や「櫛田神社」等の多くの観光資源があることから、地域住民だけでなく、市外からの来街者も多く、近年外国人観光客も増加している。

- 所在地 福岡県福岡市博多区上川端町
- 人口 約24万人(博多区)
- 電話／ 092-281-6223
- FAX／ 092-281-6218

- URL <http://www.hakata.or.jp/>
<http://kawabatadori.com/>
- 会員数 123名
- 店舗数 144店舗(小売業77店、飲食業44店、サービス業5店、金融業1店、不動産業1店、医療サービス業11店、その他5店)

- 商店街の類型 観光型
- 主な客層 サラリーマン、国内観光客／40歳代、50歳代