

特定非営利活動法人三鷹ネットワーク大学推進機構
平成 29 年度「民学産公」協働研究事業 実績報告書

研究事業名

**商店街におけるインバウンド対策の調査研究、
及び三鷹市商店街での応用**



一般社団法人 地域資源研究所

目次

1. 「民学産公」協働研究事業の概要・目的	3
1.1. 背景	3
1.2. 研究概要・意義・目的	3
1.3. 協働研究事業の期間	4
2. 申請団体のプロフィール	4
3. 資料調査	5
3.1. 三鷹市の人口・商店数の推移	5
3.2. 全国の商店街のインバウンド対策の現状	7
4. 商店街調査報告	13
4.1. 三鷹市商店街へのアンケート調査	13
1) 調査の目的	13
2) 調査の設計	13
3) 調査の結果	13
4.2. 外国人留学生による商店評価調査	14
1) 調査の目的	14
2) 調査の設計	15
3) 調査の結果	15
4) 「まち案内マップ」評価他	16
4.3. 他地域の商店街事例調査	17
1) 東京近郊	17
① 蒲田東口商店街	17
② 戸越銀座商店街	17
2) 地方	18
① 新天町商店街（福岡県・福岡市）	18
② 川端通商店街（福岡県・福岡市）	19
③ 魚町銀天街、及び周辺商店街（福岡県・北九州市）	20
④ 美野島商店街（福岡県・福岡市）	22
3) 商店街事例調査のまとめ	22
5. 来年度以降に向けた課題整理と実施予定	23
5.1. 外国人観光客誘致に向けた課題	23
5.2. 今後の実施予定	24
① 三鷹市の商店街調査継続	24
② 外国人観光客のニーズの把握	24
③ 個々の店舗・商店の優良事例の収集	24

④	情報発信施策の調査・検討	24
⑤	外国人観光客とのコミュニケーション	24
⑥	インバウンド施策の効果検証方法の確立	24
【 参考文献 】		25
【 参考資料 】		26
【 図表目次 】		34

1. 「民学産公」協働研究事業の概要・目的

1.1. 背景

商店街は、地域住民の生活を支える買い物の場であり、また地域コミュニティとしての役割も果たしてきた。しかしながら、郊外への大型スーパーの進出や多様化する消費者ニーズへの対応の遅れなどにより、全国的に商店街の衰退が続いている。三鷹市においても商店数は減少傾向で、平成3年には1293店の店舗が立地していたが、平成19年には816店となっており、約37%も減少している。また、三鷹市の人口千人当り商店数は6.5店舗で、近隣市町村（武蔵野市、府中市、調布市、小金井市）と比較すると、最も低水準となっている。

一方、一部の商店街は、その特徴を上手く生かすことで、近隣住民だけでなく観光客などの多くの外来者獲得に成功している。外来者の増加はより良い店舗の誘致につながり、近隣住民の利便性の向上にも寄与する。特に、外国人観光客は購買意欲が強いことから、取り込むことに成功すれば、商店街の発展につながる可能性が高く、全国の商店街で外国人対応が急務となっている。

少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少は、構造的な消費の逡減をもたらすことは明らかである。そのためには、需要創造という点においては地域住民のみならず第二・第三の矢の創出が欠かせない。それに対して、2016年には外国人観光客が2000万人を超え、政府目標である2020年に4000万人の達成を視野に入れると、商店街におけるインバウンド対策により何らかの糸口を示していきたいと考えたことが本研究の背景となっている。

1.2. 研究概要・意義・目的

三鷹市には「三鷹の森ジブリ美術館」が立地していることから、多くの外国人観光客が訪れているが、三鷹市の商店・商店街はその外国人の流れを十分に捉えきれておらず、恩恵を十分に受けることが出来ていない。

本研究は、三鷹市商店街への外国人観光客の訪問を増加させ、商店街の発展に寄与することを目標としている。本研究は多年度で実施するものであり、研究初年度である本年度は三鷹市商店街の現状を調査しつつ、全国の商店街のインバウンド対策の研究や、訪日外国人へのアンケート・インタビュー調査を実施した。来年度以降は、本年度の研究成果をもとに三鷹市商店街で実施できる施策を立案・実行していきたいと考えている。

【三鷹市の施策との関連】

三鷹市が策定した「三鷹市産業振興計画 2022」によると、都市型観光推進の一環として、外国人にとって魅力的な街づくりを進め、外国人観光客の回遊性を向上させることを目標に定めている。

1.3. 協働研究事業の期間

実施期間は平成 29 年 7 月 20 日から平成 30 年 2 月 9 日までであり、活動は次の通り行った。(詳細は【様式③】)

図 1 平成 29 年度協働研究事業の実施内容

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
三鷹市商店街のインバウンド対策現状調査								
訪日外国人観光客動態調査								
他地域商店街の調査								
調査結果分析・まとめ								

2. 申請団体のプロフィール

本研究は、一般社団法人地域資源研究所で実施する。当法人は、日本の風土を生かした特色ある製品や伝統産品への取り組みを調査・研究・情報発信することを通して、地域外への橋渡しを行い、地域や製品のブランド価値を向上させることを目的として活動している。本プロジェクトの実施体制は、以下の通りである。

■プロジェクトリーダー

- ・貫井 政文 (一般社団法人地域資源研究所 代表理事・中小企業診断士・法政大学地域研究センター リサーチアソシエイト)

■プロジェクトメンバー

- ・吉田 渉 (一般社団法人地域資源研究所 常務理事・法政大学地域研究センター 客員研究員)
- ・西岡 健太郎 (一般社団法人地域資源研究所 常務理事・中小企業診断士・法政大学大学院 特任講師)

■サポートメンバー

- ・天野 貴代 (一般社団法人地域資源研究所 研究員・中小企業診断士・法政大学大学院 特任講師)

■アドバイザー

- ・松本 敦則 (法政大学准教授・法政大学地域研究センター 兼担所員)

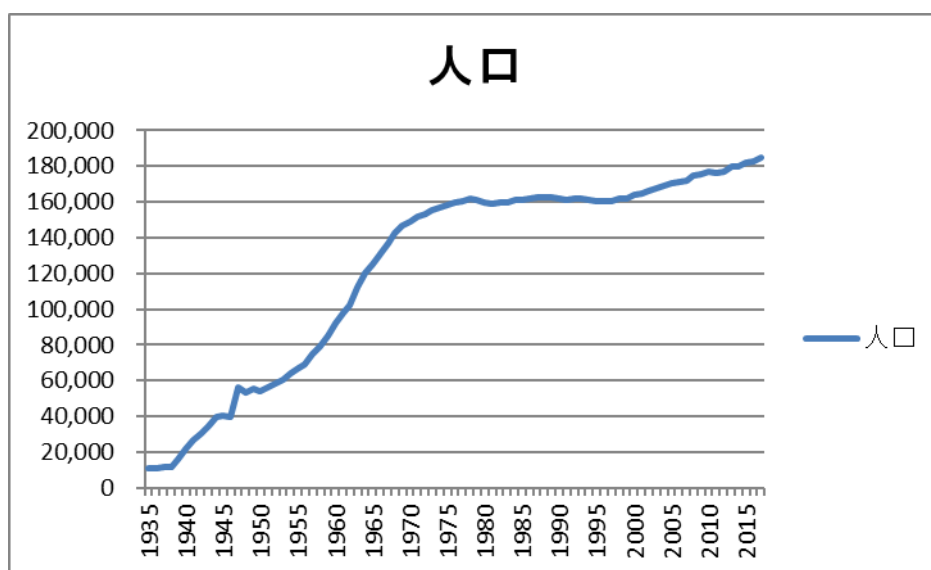
3. 資料調査

3.1. 三鷹市の人口・商店数の推移

三鷹市商店街の現状に関して、「三鷹市統計データ集 2017」及び「三鷹市産業振興計画 2022」など、三鷹市の統計データに基づいて報告を行う。

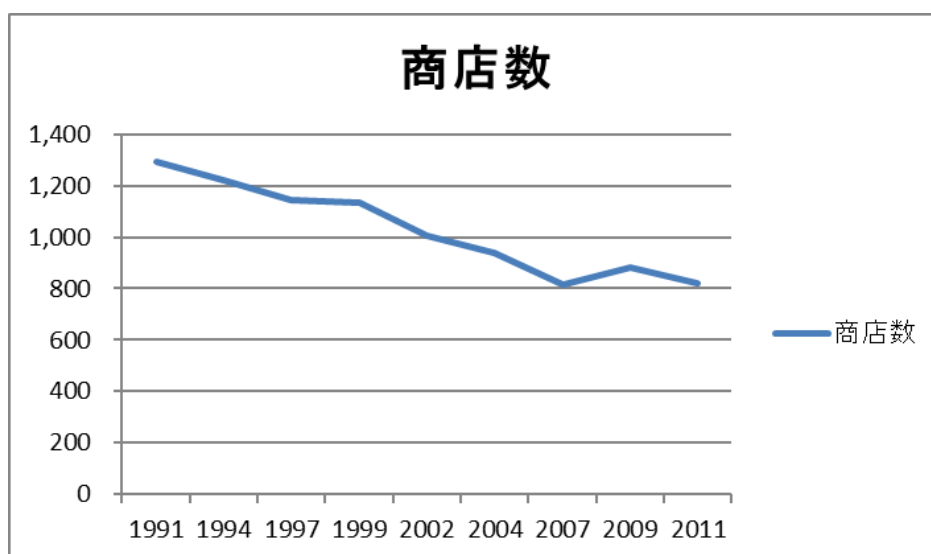
以下は、三鷹市の人口の推移、及び商店数の推移である。

図 2 三鷹市人口の推移



出所：「三鷹市統計データ集 2017」より作成

図 3 三鷹市商店数の推移



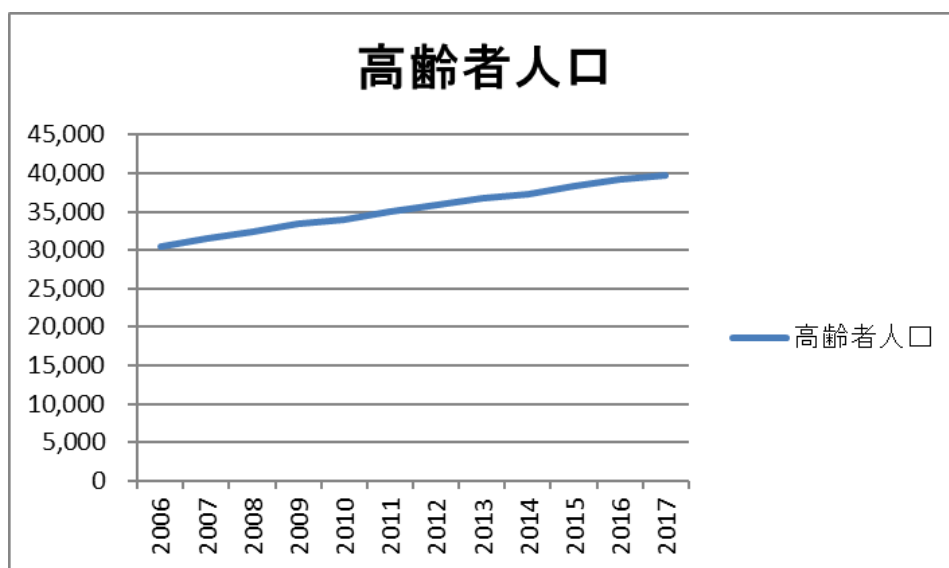
出所：三鷹市「基礎用語辞典（第5版）」より作成

図 2 から、三鷹市の人口は近年でも増加傾向であることがわかる。三鷹市は戦前、軍需関連の企業が多く立地する工業の町であった。戦後、ベッドタウンとして発展し、現在では市内の約 9 割が住宅地となっている。ベッドタウンとして発展する過程で、人口は急増し、昭和 53 年（1977 年）には 16 万人に到達した。以降、しばらく 16 万人台で推移していたが、平成 9 年（1997）年ごろから再び増加に転じ、2013 年時点で 18 万人に達している。

一方、図 3 からわかる通り、三鷹市の商店は減少傾向である。平成 3 年（1991 年）には 1,293 店舗あった商店が、平成 23 年（2011 年）に 820 店舗となっており、20 年の期間で約 4 割も減少したことが分かる。人口が増加しているにもかかわらず商店が減少している原因は、隣接市及び市内の大型店との競争や、後継者不足であると考えられている。駅前という好立地にもかかわらず、空き店舗が目立つ商店街もある。

次に、高齢者に目を向けてみると、図 4 からわかる通り、高齢者人口は増加を続けており、平成 25 年（2013 年）時点での高齢化率は約 20%となっている。

図 4 三鷹市高齢者人口の推移



出所：「三鷹市統計データ集 2017」より作成

これらの統計情報から、人口の増加、高齢化の進展が進んでいるにもかかわらず、身近な買い物拠点が失われつつあることが分かる。人口千人当り商店数は 6.5 店舗であり、近隣市町村（武蔵野市、府中市、調布市、小金井市）と比較した場合、最も低水準となっている。

身近な買い物拠点である商店・商店街の衰退は、高齢者のみならず地域住民全体の生活に不利益をもたらすことが懸念される。三鷹市の商店・商店街の衰退を食い止めるため、新た

な収益源の確保が急務であると考えられる。

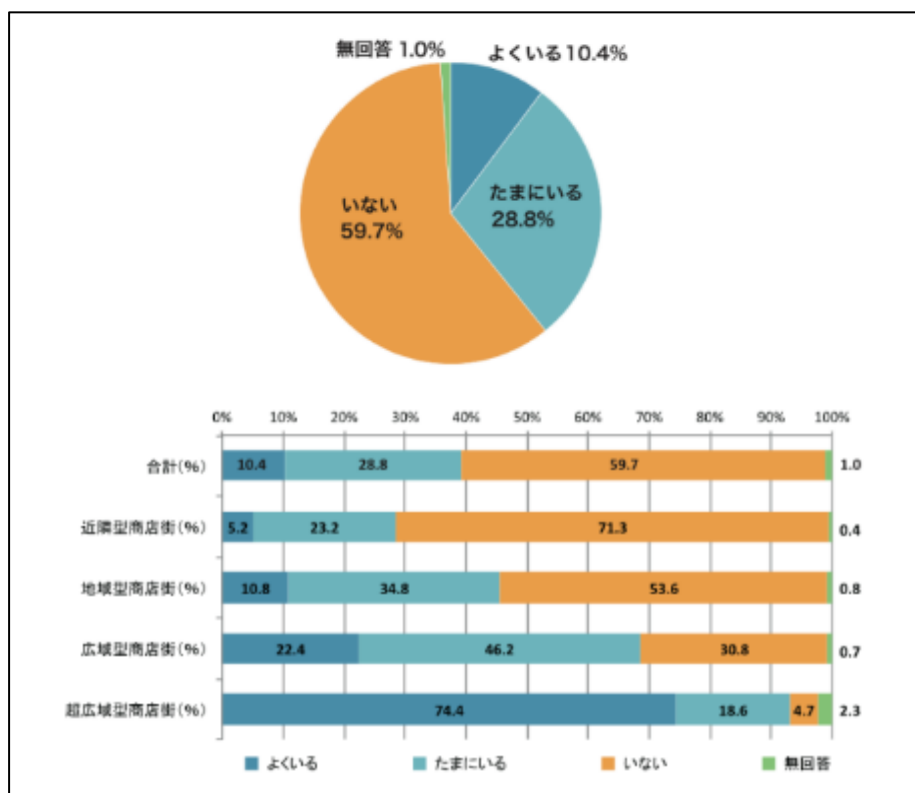
3.2. 全国の商店街のインバウンド対策の現状

全国の商店街のインバウンド対策の現状に関して、「平成 28 年度商店街インバウンド実態調査（経済産業省・中小企業庁）」から見ていく。

本実態調査は、平成 28 年 12 月に中小企業庁が全国の商店街に対して実施したアンケート調査（サンプル数：5,000、調査票回答件数：1,859、回答率：37.2%）に基づいている。

図 5 から、約 4 割の商店街に外国人が訪問していることが分かる。また、商店街の規模が大きくなるほど、外国人の訪問割合が高い結果となっている。

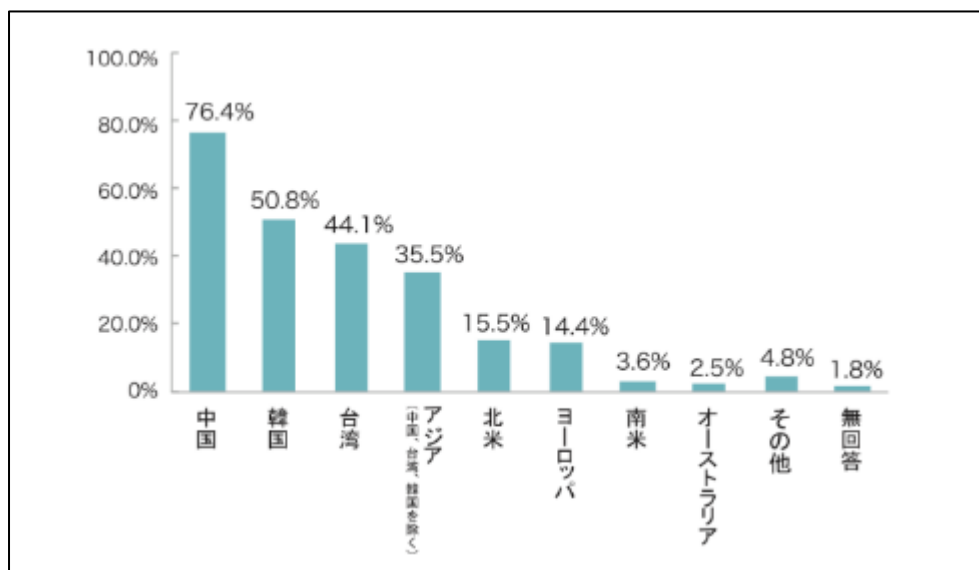
図 5 外国人観光客の来訪動向



出所：「平成 28 年度商店街インバウンド実態調査（経済産業省・中小企業庁）」より作成

図 6 から、外国人観光客が来訪する商店街において、来訪する外国人観光客の国籍・地域は、「中国」が 76.4%、「韓国」が 50.8%、次いで「台湾」が 44.1%となっており、アジア圏の外国人観光客が多く来訪していることが分かる。

図 6 外国人観光客の国籍・地域

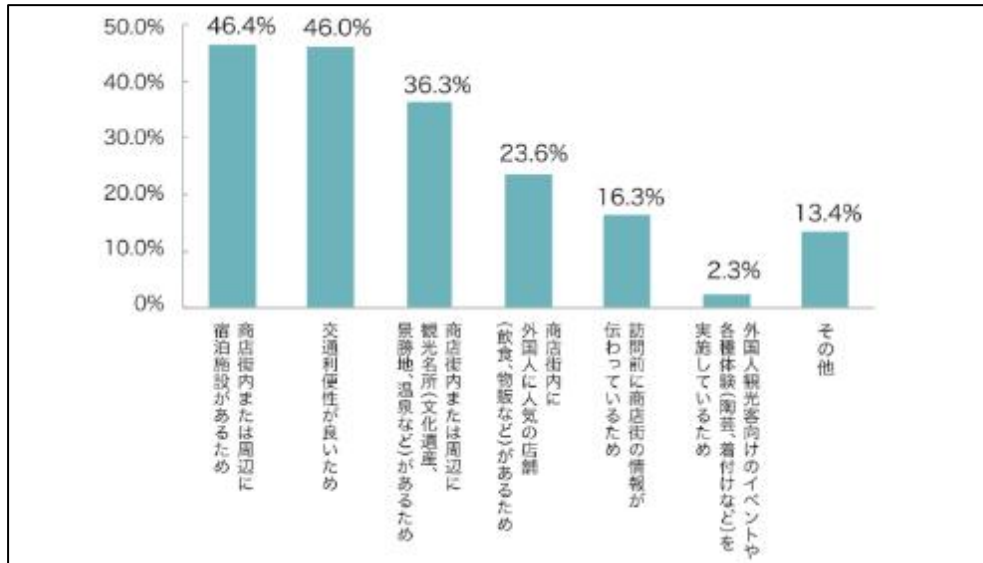


出所：「平成 28 年度商店街インバウンド実態調査（経済産業省・中小企業庁）」より作成

図 7 から、外国人観光客が来訪する商店街において、外国人観光客が商店街を訪れる主な理由は、「商店街内または周辺に宿泊施設があるため」が 46.4%、「交通利便性が良いため」が 46.0%、次いで「商店街内または周辺に観光名所（文化遺産、景勝地、温泉など）があるため」が 36.3%、「商店街内に外国人に人気の店舗（飲食、物販など）があるため」が 23.6%となっている。

一方、「訪問前に商店街の情報が伝わっているため」「外国人観光客向けのイベントや各種体験（陶芸、着付けなど）を実施しているため」と回答した商店街の割合は、それぞれ 16.3%、2.3%となっており、外国人観光客に向けて積極的に情報を発信したり、イベントを開催したりしている商店街の数は多くないことが分かる。

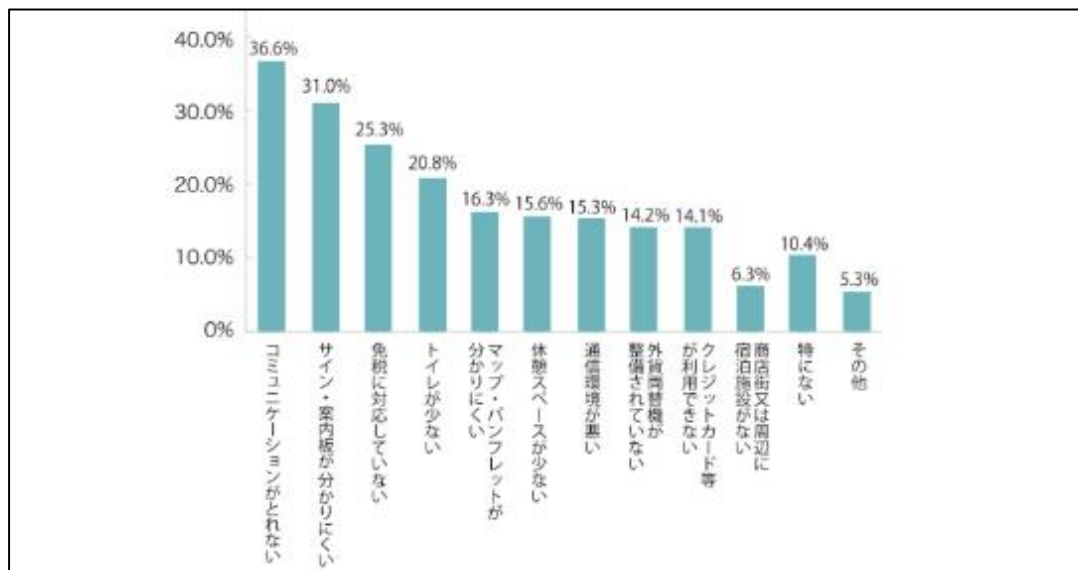
図 7 商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由



出所：「平成 28 年度商店街インバウンド実態調査（経済産業省・中小企業庁）」より作成

図 8 から、外国人観光客が来訪する商店街において、商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていることは、「コミュニケーションがとれない」が 36.6%、「サイン・案内板が分かりにくい」が 31.0%、次いで「免税に対応していない」が 25.3%となっており、特に外国人とのコミュニケーションを課題と考えている商店街が多いことが分かった。

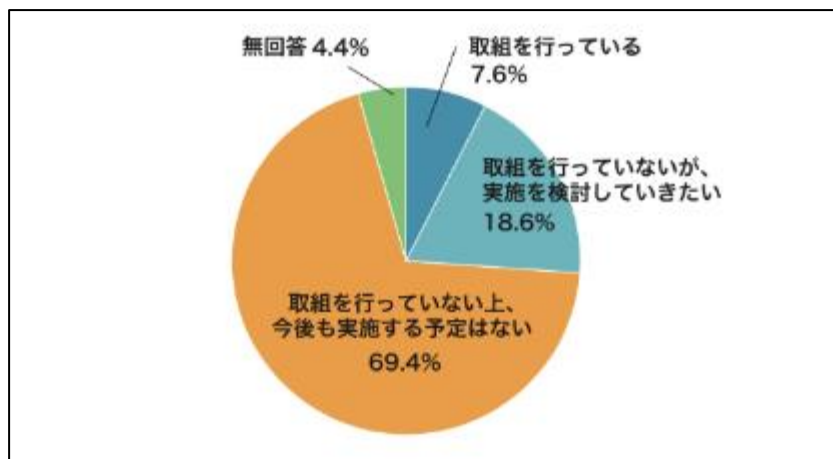
図 8 商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること



出所：「平成 28 年度商店街インバウンド実態調査（経済産業省・中小企業庁）」より作成

図 9 から、商店街における外国人観光客受入のための取組(インバウンド事業)実施状況は、「取組は行っていない上、今後も実施する予定はない」が 69.4%、「取組を行っていないが、実施を検討していきたい」が 18.6%、次いで「取組を行っている」が 7.6%となっており、外国人観光客に向けた取り組みに消極的な商店街が多いことが分かる。

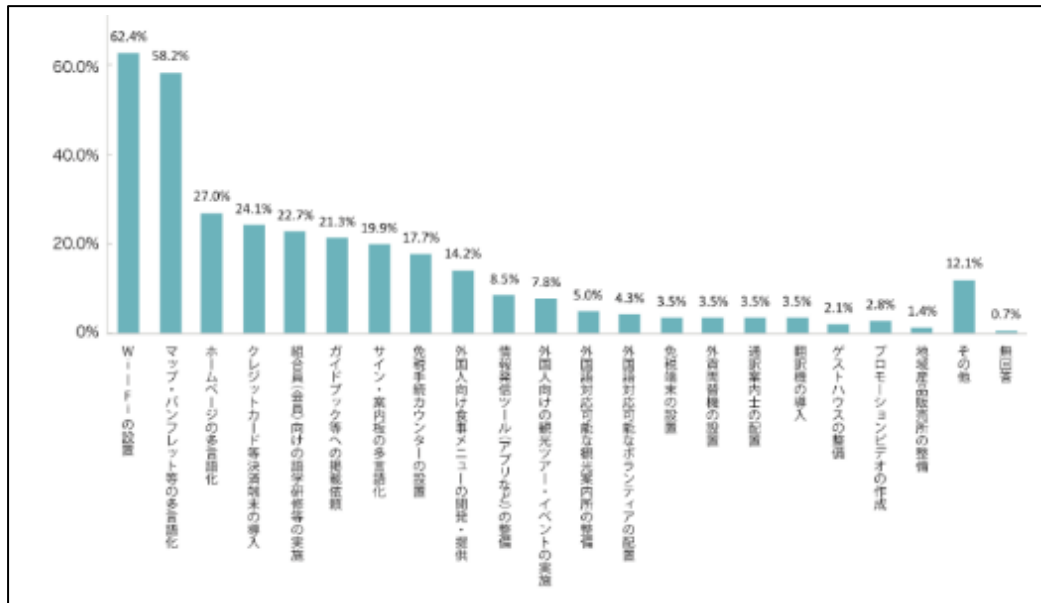
図 9 外国人観光客受入のための取組(インバウンド事業)実施状況



出所：「平成 28 年度商店街インバウンド実態調査（経済産業省・中小企業庁）」より作成

図 10 から、外国人観光客受入のための取組（インバウンド事業）について、「取組を行っている」と回答した商店街において、具体的な取組内容としては、「Wi-Fi の設置」が 62.4%、「マップ・パンフレット等の多言語化」が 58.2%、次いで「ホームページの多言語化」が 27.0%となっている。上記のほか、外国人観光客の買い物時の利便性向上として、「クレジットカード等決済端末の導入」、「免税手続カウンターの設置」等が行われている。

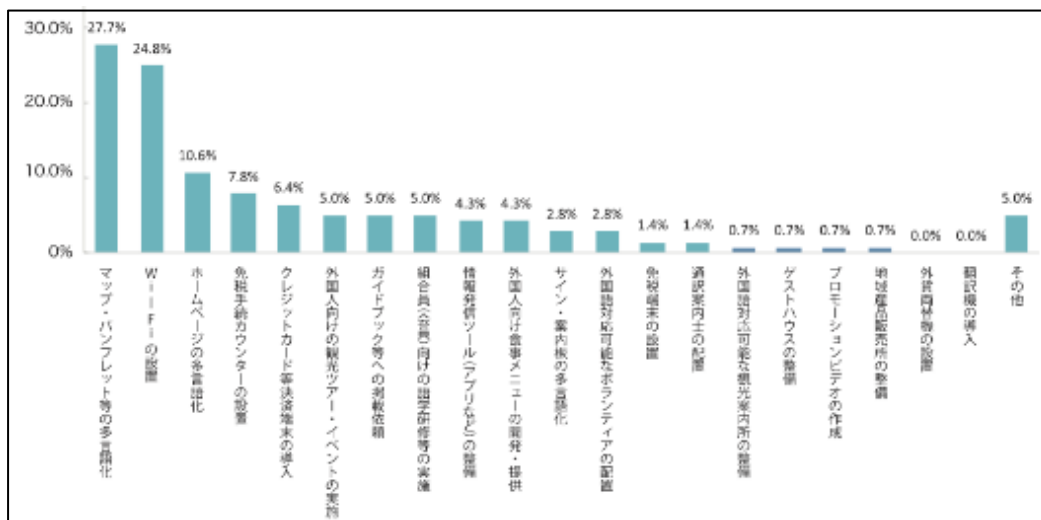
図 10 外国人観光客受入のための取組(インバウンド事業)内容



出所：「平成 28 年度商店街インバウンド実態調査（経済産業省・中小企業庁）」より作成

図 11 から、外国人観光客受入のための取組（インバウンド事業）について、「取組を行っている」と回答した商店街において、外国人観光客数の増加や売上の増加につながった効果的な取組内容（上位 1 位+上位 2 位）として、「マップ・パンフレット等の多言語化」（27.7%）、「Wi-Fi の設置」（24.8%）、「ホームページの多言語化」（10.6%）、「免税手続カウンターの設置」（7.8%）、「クレジットカード等決済端末の導入」（6.4%）、「外国人向けの観光ツアー・イベントの実施」（5.0%）等が挙げられている。

図 11 外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組内容



出所：「平成 28 年度商店街インバウンド実態調査（経済産業省・中小企業庁）」より作成

以上より、全国の商店街のインバウンド対策の現状をまとめると、次のような状況が読み取れる。

- 約 4 割の商店街に外国人が訪問している
- アジア圏の外国人観光客が多く来訪している
- 外国人観光客に向けて積極的に情報を発信したり、イベントを開催したりしている商店街の数は多くない
- 外国人とのコミュニケーションを課題と考えている商店街が多い
- 外国人観光客に向けた取り組みに消極的な商店街が多い
- 外国人観光客数の増加や売上の増加につながった効果的な取組内容として、「マップ・パンフレット等の多言語化」、「Wi-Fi の設置」、「ホームページの多言語化」等が挙げられている

4. 商店街調査報告

4.1. 三鷹市商店街へのアンケート調査

1) 調査の目的

このアンケートは、三鷹市商店会連合会に加盟する商店会を対象として、各商店街の現状や今後の課題およびインバウンド対策等について調査し、今後の商店街の戦略等に資することを目的とする。

2) 調査の設計

調査地域：三鷹市

調査対象：三鷹市商店会連合会に加盟する商店会（26 商店会）

標 本 数：7 商店会

調査方法：FAXによるアンケート票の送付・回収

調査時期：2017 年 11 月

調査項目：①客数・売上、②来客層、③重点客層、④取り組み施策、⑤重点施策、⑥魅力、⑦課題、⑧外国人観光客の来訪状況、⑨外国人観光客増への取り組み、⑩取り組みの実施状況、⑪外国人観光客向け施策の重要性

3) 調査の結果

回答した商店会の加盟店舗数は、平均 42 店舗で、一番多いところで 95 店舗、一番少ないところで 14 店舗であった。

客数・売上（①）では、減少傾向（どちらかといえば減少している＋減少している）にある商店会が非常に多い。来客層（②）では、すべての商店街で「高齢者」があげられており、次いで「主婦」が多い。来客層の中での重点客層（③）としては「高齢者」「主婦」があげられている。

商店会として取り組んでいる施策（④）としては、「イベント」「ハード整備」の順に多く、施策の中での重点施策（⑤）としては「イベント」が多くあげられている。商店会の魅力（⑥）としては、「交通の利便性が良い」が多い一方で、「魅力的な店が多く存在する」は少ない。商店会の課題（⑦）としては、「後継者の確保」が多い一方で、「空き店舗対策」「ハード整備」は少ない。

外国人観光客の来訪状況（⑧）では、増加傾向（増加している＋どちらかといえば増加している）にある商店街が多い。商店会としての外国人観光客増加に必要な取り組み（⑨）としては、「サイン等の多言語化」「マップ等の多言語化」など多言語化への取り組みがあげられているが、その実施状況（⑩）としては「実施する予定はない」が非常に多く、まったく進んでいない状況である。その理由としては、商店会における外国人観光客の重要性（⑪）をそれほど感じていないからであろう。

最後に悩みや必要支援について聞いた自由意見では、「利用客の減少」や「店主の高齢化」

とともに、「新しいことに取り組む意識の低さ」もあげられており、専門家による時間をかけた調査・分析を行い、今後の施策にいかす必要性が指摘された。

①客数・売上	伸びている 0	どちらかとい えば伸びてい る 1	どちらかとい えば減少して いる 1	減少している 4	無回答 1		
②来客層	主婦 5	高齢者 7	家族連れ 3	会社員 3	学生・若者 2		
③重点客層	主婦 2	高齢者 3	無回答 2				
④取り組み施策	イベント 4	ポイントカード 1	セール 1	高齢者買い物 支援 1	ハード整備 2	その他 1	特にない 1
⑤重点施策	イベント 4	ポイントカード 1	ハード整備 1	無回答 1			
⑥魅力	交通の利便性 が良い 5	魅力的な店が 多く存在する 1	イベントに力を いれている 2	ハード面が充 実している 2	魅力的な地域 資源がある 2	特にない 1	
⑦課題	加盟店の維 持・増加 2	来街者の増加 2	後継者の確保 5	個店の魅力 アップ 2	空き店舗対策 1	街路灯などの ハード整備 1	その他 1
⑧外国人観光客の来 訪状況	増加している 1	どちらかとい えば増加して いる 3	どちらかとい えば減少して いる 0	減少している 1	無回答 2		
⑨外国人観光客増へ の取り組み	サイン等の多 言語化 2	マップ等の多 言語化 2	カード決済端 末の導入促進 1	語学研修等の 実施 1	その他 1	無回答 3	
⑩取り組みの実施状 況	現在実施して いる 0	今後実施する 予定である 0	実施する予定 はない 5	無回答 2			
⑪外国人観光客向け 施策の重要性	重要である 0	どちらかとい えば重要であ る 2	どちらかとい えば重要でな い 1	重要でない 3	無回答 1		

表 1 アンケート調査の結果

4.2. 外国人留学生による商店評価調査

1) 調査の目的

商店街アンケート調査が売り手の側の視点にウエイトを置いた調査であったのに対し、商店評価調査は買い手の側の視点にウエイトを置いた調査である。この調査はミステリーショッパー（覆面調査）を行うことで、内部（売り手）からでは決して見つけることができない店舗に潜む問題点や改善点を外部（買い手）の視点で発見することを目的とした。

調査では、早稲田大学大学院の留学生が調査員として、一般の外国人観光客を装って店

舗を利用し、店舗の利便性、清潔性、サービス等についてチェックし、店舗の実態を顧客の立場で調査する。調査においては、インバウンド対応を評価するため、英語のみの使用とした。

2) 調査の設計

調査地域：三鷹市

調査対象：三鷹市の個店（三鷹駅南口周辺）

標本数：10 店舗

調査方法：外国人留学生によるミステリーショッパー（以下の 10 の調査項目と総合評価を、1（VERY GOOD）～5（VERY BAD）で評価する）

調査時期：2017 年 12 月 4 日

調査項目：①視認性、②店外の清掃、③入りやすさ、④店内の清掃、⑤商品のわかりやすさ、⑥価格のわかりやすさ、⑦接客サービス、⑧外国語対応、⑨店内外の見映え（インスタ映え）、⑩SNS 反映意向

3) 調査の結果

対象店舗で見ると、総合評価（1 ポイントが一番高評価、5 ポイントが一番低評価）は、全 10 店舗平均が 2.2 ポイントで、一番高評価だった 1 ポイントが 2 店舗、一番低評価だった 3 ポイントが 5 店舗で、調査対象 10 店舗すべてが 3 ポイント（ORDINARILY＝普通）以上であった（表 2）。

項目で見ると、視認性（①）、店外の清掃（②）、入りやすさ（③）、店内の清掃（④）、価格のわかりやすさ（⑥）、接客サービス（⑦）では評価が高い。それに対して、商品のわかりやすさ（⑤）、外国語対応（⑧）、店内外の見映え（インスタ映え）（⑨）、SNS 反映意向（⑩）では評価が低く、特に外国語対応と SNS 反映意向は評価が一番低かった（表 2）。

調査員が気付いた点について聞いた自由意見では、価格についての指摘が最も多く、税込みかどうかや会計時の値段の提示方法等があげられている。商品分類のわかりづらさやおすすめ商品の陳列等、商品についての指摘も多い。また、英語対応は店舗による濃淡の違いが指摘された。

個店で一番評価が高かったのは、SEQNO(5)の飲食店であった。英語以外に中国語や韓国語のメニューも作られており、外国人来店者からの想定質問に対する対応もリスト化され、外国人客への対応のお手本となるものであろう。

S E Q N O	職 種	① 視 認 性	② 店 外 の 清 掃	③ 入 り や す さ	④ 店 内 の 清 掃	⑤ 商 品 の わ か り や す さ	⑥ 価 格 の わ か り や す さ	⑦ 接 遇 サ ー ビ ス	⑧ 外 国 語 対 応	⑨ 店 内 外 の 見 映 え	⑩ S N S 反 映 意 向	【 総 合 評 価 】
1	小売	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	小売	1	2	2	1	1	3	1	1	1	2	2
3	小売	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2
4	小売	1	2	2	2	4	2	2	4	3	3	3
5	飲食	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	飲食	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3
7	飲食	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
8	小売	3	1	1	1	4	1	1	2	2	2	2
9	小売	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
10	小売	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3
	平均	1.6	1.6	1.6	1.6	1.9	1.6	1.6	2.2	2.0	2.2	2.2

表 2 店舗別商店評価の結果

4) 「まち案内マップ」評価他

マップはわかりやすく役に立つと評価されたが、オススの観光スポット・飲食店や目印になるコンビニ等の情報の追加ニーズがあった。また、バス経路・値段やオスス順路の掲載要望も強かった。

外国人観光客、特に訪日旅行客の1位と2位を占める中国人と韓国人の観光情報取得について尋ねたところ、媒体としてはSNS・ブログ等の口コミ情報にシフトしており、具体的な媒体としては、韓国人では「ネイルドン」、中国人では「マーファンウォー」「ディエンピン」があげられた。

※参考資料参照（図 12 ネイルドン（韓国人に人気の観光情報SNS））

※参考資料参照（図 13 マーファンウォー（中国人に人気の観光情報SNS））

※参考資料参照（図 14 ディエンピン（中国人に人気の観光情報SNS））

4.3. 他地域の商店街事例調査

インバウンド対策を実施している商店街（三鷹市以外）の実地調査を東京近郊、及び地方（福岡市・北九州市）で実施した。

1) 東京近郊

① 蒲田東口商店街

【調査実施日：2017 年 11 月 27 日（月）】

【実施している取組：多言語化マップ（英語・中国語・韓国語）】

蒲田東口商店街は、羽田空港に程近い JR 蒲田駅東口に広がる商店街である。蒲田東口商店街商業協同組合が中心となって、「蒲田東口駅前ライブ」「蒲田映画祭」「おいしいピクニック」など趣向を凝らしたイベントを多数開催している。



インバウンドに関する主な取り組みは、多言語化マップの作成・配布で、英語・中国語・韓国語に対応している。多言語化マップは商店街近隣のホテル等で配布している他、ホームページでもダウンロードできるようになっている。

※参考資料参照（図 15 蒲田東口商店街ホームページ 多言語化マップダウンロードページ）

※参考資料参照（図 16 蒲田東口商店街 英語版マップ）

② 戸越銀座商店街

【調査実施日：2017 年 11 月 27 日（月）】

【実施している取組：ホームページの多言語化（英語・中国語・韓国語）】

戸越銀座商店街は、東急池上線「戸越銀座駅」の東西に広がる商店街で、約 400 店舗が営業している。戸越銀座商店街はメディアからの注目度が高く、「食べ歩きの街」、「下町グルメロケの聖地」と呼ばれ、雑誌・テレビで数多く取り上げられるようになり、全国的にも知名度が高い。大学生による「戸越銀座の生活名所を巡るツアー」や「とごしぎんざハロウィン 2017」、各地方の物産展、「あんどんまつり」など、様々なイベントも実施している。



インバウンドに関する主な取り組みは、ホームページの多言語化で、英語・中国語・韓国語に対応している。

※参考資料参照（図 17 戸越銀座商店街 英語版ホームページ）

2) 地方

① 新天町商店街（福岡県・福岡市）

【調査実施日：2017 年 12 月 10 日（日）】

【実施している取組：多言語化マップ（英語・中国語（簡体字）・中国語（繁体字）・韓国語）、ホームページの多言語化（英語・中国語・韓国語）、Wi-Fi の設置、免税など】

新天町商店街は、福岡天神駅近くに立地する歴史の古い商店街で（1946 年設立）、新天町大時計塔がシンボルとなっている。店舗数は 100 を超える規模の大きな商店街で、呉服店・お茶屋・ドラッグストア・飲食店など様々な種類の店舗が立地している。商店街の隣には九州一の売上を誇る老舗百貨店の老舗「岩田屋」がある。

近年、韓国・中国・台湾を中心とした外国人観光客が増加していることから、インバウンド対策にも力を入れている。台湾人観光客にも対応した多言語化マップ（英語・中国語（簡体字）・中国語（繁体字）・韓国語）、ホームページの多言語化をはじめ、Free Wi-Fi の設置を行っている。その他、免税に対応した店舗や、多言語に対応したメニューを用意している飲食店も見られた。



※参考資料参照（図 18 新天町商店街 中国語版マップ）

② 川端通商店街（福岡県・福岡市）

【調査実施日：2017 年 12 月 10 日（日）】

【実施している取組 ※平成 30 年 2 月 1 日(木)から実施予定：Wi-Fi の設置、ホームページの多言語化、多言語化マップ、店街アーケード内に多言語表記による「案内看板」の設置】



川端商店街は、上川端商店街振興組合・川端中央商店街振興組合の二つ商店街振興組合からなる商店街で、大規模商業施設であるキャナルシティ博多や、博多リバレインに隣接している。アーケード状の商店街で約 100 の店舗が軒を連ねており、多くの人で賑わっている。また、「せいもん払い」や「博多どんたく」、「博多祇園山笠」など、様々なイベントを手掛けており、日本人だけでなく外国人観光客も多く訪れている。



インバウンド対策に関しては、現在以下の補助金を活用して準備を進めている。

- ・国：地域・まちなか商業活性化支援事業費補助金（地域商業自立促進事業）
- ・県：福岡県行きたくなる商店街づくり事業補助金
- ・市：福岡市商店街インバウンド対策支援事業補助金

これらの補助金を活用し、平成 30 年 2 月 1 日（日）からインバウンドの取り組みを開始する予定となっている。

- ・「Fukuoka City Wi-Fi」が利用可能となる。
- ・多言語版商店街ホームページを開始。
- ・多言語版商店街マップを配布。
- ・商店街アーケード内に多言語表記による「案内看板」を設置。

③ 魚町銀天街、及び周辺商店街（福岡県・北九州市）

【調査実施日：2017 年 12 月 11 日（月）】

【実施している取組：多言語化マップ（英語・中国語・韓国語）、冊子、指さし会話帳、多言語アナウンス、不定期のインバンドセミナーなど】

魚町銀天街は、JR 小倉駅に近接する商店街で、全国で初めてできたアーケードの商店街である（昭和 26 年）。魚町 1 丁目から 3 丁目まで約 400 メートル続く商店街で、且過市場やサンロードなど隣接する商店街と一体となり大規模な商店街の集合体を形成している。

魚町商店街の最大の特徴は、井筒屋・駅ビル・リバーウォーク・チャチャタウン(ショッピングモール)・及び近隣商店街と情報共有し、販促・イベント等で連携することで Win-Win の関係を築いていることである。商店街組合への加盟率がほぼ 100%であること、来街者数や売上も増加していることによる空き店舗問題が存在しないこと、商店街の各個店についても「自分の店の利益だけでなく、町全体を盛り上げていきたい」、「隣近所に迷惑をかけたくない」という思いが強いことなど特長が多い。

北九州港にクルーズ船が発着するようになったこともあり、近年外国人観光客が急増している。商店街のインバウンド対策としては、多言語化マップ（英語・中国語・韓国語）、冊子、指さし会話帳、多言語アナウンス、不定期のインバンドセミナーなどを実施している。多言語化マップについては、ホームページにも掲載している。



※参考資料参照（図 19 魚町銀天街 中国語版マップ）

④ 美野島商店街（福岡県・福岡市）

【調査実施日：2017 年 12 月 11 日（月）】

【実施している取組：外国人向け宿泊施設が立地】

博多の美野島商店街は、周辺に住宅街が広がっている地域密着型の商店街である。一つの商店街に複数の青果店・スーパー・魚屋が立地しており、古き良き商店街の姿を保っている。

一方、商店街には外国人向け宿泊施設「コステル美野島」があり、外国人観光客の受け入れにも力を入れている。



3) 商店街事例調査のまとめ

近年、「商店街インバウンド促進支援事業補助金」を代表とする商店街におけるインバウンド促進に関連する補助金により、調査した商店街では多言語マップ、ホームページ多言語化、Free Wi-Fi などのインフラ整備は概ね進められている。

なかでも、博多の新天地商店街と北九州の魚町銀天街及び周辺商店街は、商店街としての特長を出しながらインバウンド向けインフラ整備を推進し、また個々の商店における外国人観光客に向けた需要喚起も幾つかは目を引くものが見られた。

その一方で、博多の新天地商店街と北九州の魚町銀天街及び周辺商店街を除く多くの商店街においては、商店街の中での案内や個々の商店におけるインバウンド向け販売促進活動は目を留めるものは見られなかった。

補助金等によるインフラ整備は重要な施策に違いないが、ニーズを捉えまた需要を喚起するためには外国人観光客が実際に足を運ぶ個々の商店における特長ある取り組みが欠かせないものと考えられる。この点、現状のインバウンド対策の留意点であることを踏まえ、将来的なインバウンド 4000 万人に向けた具体的な準備を進めることが望まれる。

5. 来年度以降に向けた課題整理と実施予定

5.1. 外国人観光客誘致に向けた課題

今回の調査は、三鷹市の商店街だけでなく、地方を含む他地域の商店街でも実施した。近年の外国人観光客増加に伴い、全国の商店街でインバウンド対策が行われるようになってきているが、今回の調査から実施されている取り組みの多くは似通ったものになっていることが分かった（多言語マップ、ホームページ多言語化、Free Wi-Fi の設置など）。これらの取り組みの多くは補助金を活用して実施されているから、経済産業省が推奨する取り組みやこれまでの成功事例を元に考案されていることが原因と考えられる。

一方、立地や商店街組織の形態などにより、各商店街の事情は大きく異なる。それらの事情と外国人観光客のニーズを十分に考慮した対策が打てていないこと、実施したインバウンド対策の効果検証が不十分であること、情報発信方法が外国人の情報収集方法があっていないこと、外国人観光客とのコミュニケーションを充分にとることができていない店舗が多いことなどの懸念点が、今回の調査で明らかとなった。

また、個々の店舗・商店に目を移すと、店頭ディスプレイや商品構成、商品価格のわかりやすさなど、インバウンドを抜きにしても小売・サービス業として魅力を発信する取り組みが不足している店舗・商店が多くあることも明らかとなった。

基本は、魅力ある店舗・商店があつてこそその商店街であるため『個店』の力の底上げは、今後の商店街対策には不可欠と言える。

三鷹市の商店街においてインバウンド対策を考案・実施する上でも、これらの課題を考慮した上で実施しなければ、費用対効果を得ることが出来ない形だけの取り組みに終わってしまう恐れがあると考ええる。

最後に、繰り返しになるが、急速な少子高齢化による生産年齢人口の減少は地域の消費構造を大きく変えようとしている。

このような状況下で、今までの伝統を引き継ぐだけでは継続することが難しいことは老舗企業から学ぶところであり、新雅史（2012）は商店街の歴史を以下のように捉え、伝統という視点からの商店街保護には異を唱えている。

商店街は全く伝統的な存在ではない。現存する多くの商店街は 20 世紀になって人為的に創られたものだからである。（中略）

当時の零細小売業は、貧相な店舗、屋台での商い、あるいは店舗がなく行商をするものが多かった。

そのため、当時の日本社会は、零細規模の商売を営む人々を増やさないこと、そして、零細小売の人々を貧困化させないことが課題となった。こうした課題を克服するなかで生まれたのが「商店街」という理念であった。

要するに、20 世紀初頭の都市化と流動化に対して、「よき地域」をつくりあげるための方策として、商店街は発明されたのである。(新 2012:25-26)

このような歴史観を踏まえ、次年度以降の研究を次のように構想する。

5.2. 今後の実施予定

今回の調査結果を勘案すると、当初の予定を変更し、更なる調査を行った上で三鷹市の各商店街で実施するインバウンド施策を考案すべきとの結論に至った。次年度に実施する予定の調査については以下の通りである。

① 三鷹市の商店街調査継続

三鷹市の商店街の現状を正確に把握するため、商店街調査を継続する。今年度は三鷹中央通り商店街を中心に調査を実施したが、調査する商店街の数を増加させる。

② 外国人観光客のニーズの把握

今年度、三鷹中央通り商店街で実施した外国人調査を、三鷹市の別の商店街や他地域の商店街で実施する。また、国籍や地域の違いによって、商店街や観光についてどのようなニーズを持っているのか継続調査する。

③ 個々の店舗・商店の優良事例の収集

『個店』の魅力創出のためのインバウンド対策の優良事例（成功事例）を調査し、三鷹市商店街への応用を検討する。

④ 情報発信施策の調査・検討

多くの商店街で採用されている多言語化マップや多言語対応ホームページは、外国人観光客があまり活用していない恐れが今回の調査で明らかとなった。

インタビューの結果、多くの外国人は SNS を活用して日本の情報収集をしていることが分かったが、そのことに目を向けている商店街は少ない。次年度は、商店街の情報発信手段として、どのような方法が高い効果をあげることができるのかを継続調査する。

⑤ 外国人観光客とのコミュニケーション

外国人観光客とのコミュニケーションに苦勞している店舗が多いことが分かった。その解決方法の一つとして、魚町銀天街（福岡県・北九州市）でも採用されている「指差し会話帳」の三鷹版の検討と、その効果検証を実施する。

⑥ インバウンド施策の効果検証方法の確立

インバウンド施策を実施するだけでなく、その効果を検証する方法を確立する。

【 参考文献 】

新雅史，2012，『商店街はなぜ減びるのか』 光文社.

経済産業省 中小企業庁経営支援部商業課，2017，『商店街インバウンド実態調査報告書』.

三鷹市，2013，『三鷹市観光振興に関する資源基礎調査』.

三鷹市，2016，『三鷹市統計データ集』.

三鷹市，2017，『三鷹市観光基本方針』.

三鷹市，2017，『三鷹市産業振興計画 2022 第 1 次改定（素案）』.

【 参考資料 】

図 12 ネイルドン (韓国人に人気の観光情報 SNS)

네일돈 일본여행친구

네일돈 카페.naver.com/jpnstory

공지사항 페스티벌/행사 정보 동행정보... 정보 동행사족... 정보 동행동선... 정보 동행스모...

카테고리 나의정보

신도스 since 2003.12.17

2017년 대표 인기카페

1,146,229

술 즐겨하는 여행 170,788회
가이드/구독수 23,936회
주최/참여인수 4,871회

초대 재밌하기

1951년 ~ 2001년 출생자

카페 가입하기

전체글보기 (1,081,725)

(행복) 동행 및 규칙
(행복) 동행금품

행사의정보/행사

공지사항
동행산행 기사판
신용그(장금물수)

행사의정보

자녀이벤트
달행후기

2018 가이드북 무료
일본 주요 페스티벌 독가
여행 필수품 할인 할가
제미니한 호텔로칸
호텔스닷컴 할인쿠폰
포켓라이프이 1일무료

선착순 30명 본다!
USJ 입장권 구매 시
오사카 1일 승차권 공짜!

호텔스닷컴 제휴사 고객 우대
최대 15% 할인 & 정액 쿠폰
확인하세요!
마스터카드, KB국민카드, NH농협카드

일본 여행 디딤돌문서여도
Japan Topken GRANDOPEN
일본 오픈기념 사상 최대 특가!

무주무주 렌터카 무료체험 이벤트
오카와 지역
최대 4일 제공

일본 참여하고 문화상품권 받자!
여행 가이드북 설문 이벤트

2018 START!
한큐 한신
이벤트

《도쿄미식회》
여행의 모든 순간이
행복해지는
도쿄 인기 맛집

와이파이도시락
1일 무료 + 4,200원/일

니가사키
세리호텔 1박 • 렌터카 24시간
39,900원

미투데이

이전 오지않은 할한거 맞지요...? [7]

10월에 유후연가용

일본 여행편 잔비 병정 남나요? [22]

술있는날 일요일요? [5]

추석 후쿠오카 할공공 관광하고 왔습나... [4]

글락위와 별대정 사이피 유공중 [11]

오늘 밤 천천히가사 합니다. [10]

간지가 미국...시애틀여행이 끝났네요 [7]

여행정보를 잘나 올리세요 [12]

행사이벤트

[행진] 디딤 사이트 오픈 기념 - 사상 최...

[이벤트] 여행 가이드북 설문 이벤트 [36]

[여행백서] 나가사키 시내 호텔 1박에 렌터...

[하사무어] 무주무주 렌터카 무료체험 .. [28]

[USJ할인] 오사카 여행의 핵심 USJ 할인 이...

[도세이벤트] 도쿄 맛집 가이드북 - 도... [267]

[도세이벤트] 인조대 풍카에도, 인조어 ... [256]

[한큐한신] 2018년 간사이여행은 무제다에...

2018년 1월1일부터 1월12일까지 12일간

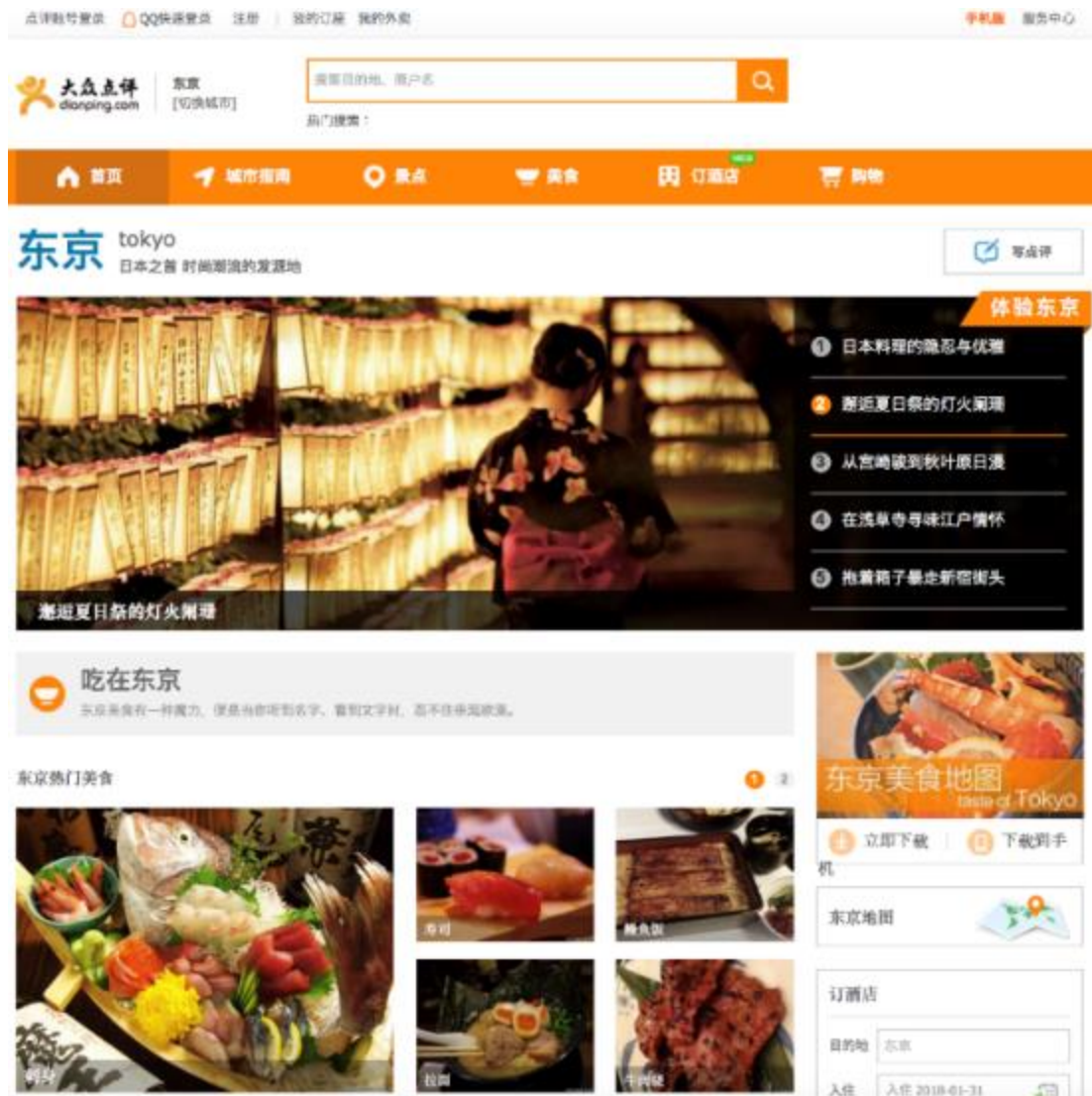
出所：네일돈 HP (<http://cafe.naver.com/jpnstory.cafe>)

図 13 マーフアンウォー（中国人に人気の観光情報SNS）



出所：マーフアンウォーHP (<http://www.mafengwo.cn>)

图 14 ディエンピン（中国人に人気の観光情報SNS）



出所：ディエンピン HP (<https://www.dianping.com>)

図 15 蒲田東口商店街ホームページ 多言語化マップダウンロードページ



蒲田東口商店街

ホーム 商店街マップ 多言語対応マップ 飲食店一覧 物販・サービス一覧 イベント情報 商店街事務所案内

お問合せ

商店街マップ（多言語対応）

日本語	English	中国語	한국어
			
Japanese-map.pdf PDFファイル 72.1 MB ダウンロード	English-map.pdf PDFファイル 72.3 MB ダウンロード	Chinese-map.pdf PDFファイル 73.3 MB ダウンロード	Korean-map.pdf PDFファイル 71.8 MB ダウンロード

大田区 産業振興課

大田区産業振興協会

大田区民ホール アプリコ

携帯の方はこちらのQRコードからアクセスしてください。



出所：蒲田東口商店街 HP (<https://www.e-kamata.jp>)

図 16 蒲田東口商店街 英語版マップ



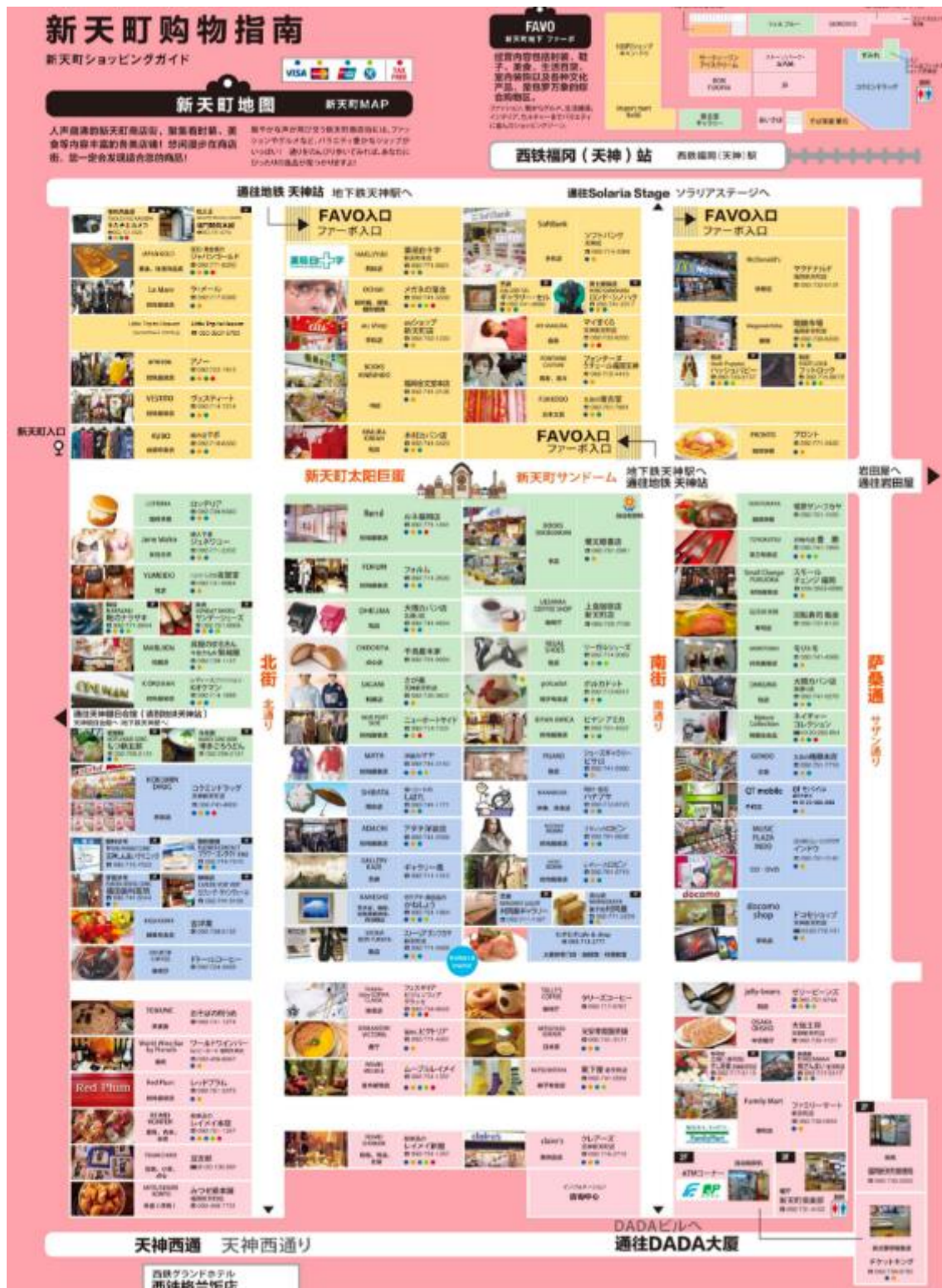
出所：蒲田東口商店街 HP (<https://www.e-kamata.jp>)

図 17 戸越銀座商店街 英語版ホームページ



出所：戸越銀座商店街 HP (<http://www.togoshiginza.jp/en/>)

図 18 新天町商店街 中国語版マップ



出所：新天町商店街 HP (<http://www.shintenchō.or.jp>)

図 19 魚町銀天街 中国語版マップ



出所：魚町銀天街 HP (<http://www.uomachi.or.jp>)

【 図表目次 】

図 1	平成 29 年度協働研究事業の実施内容	4
図 2	三鷹市人口の推移	5
図 3	三鷹市商店数の推移	5
図 4	三鷹市高齢者人口の推移	6
図 5	外国人観光客の来訪動向	7
図 6	外国人観光客の国籍・地域	8
図 7	商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由	9
図 8	商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること	9
図 9	外国人観光客受入のための取組(インバウンド事業)実施状況	10
図 10	外国人観光客受入のための取組(インバウンド事業)内容	11
図 11	外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組内容	11
図 12	ネイルドン（韓国人に人気の観光情報 SNS）	26
図 13	マーファンウォー（中国人に人気の観光情報 SNS）	27
図 14	ディエンピン（中国人に人気の観光情報 SNS）	28
図 15	蒲田東口商店街ホームページ 多言語化マップダウンロードページ	29
図 16	蒲田東口商店街 英語版マップ	30
図 17	戸越銀座商店街 英語版ホームページ	31
図 18	新天町商店街 中国語版マップ	32
図 19	魚町銀天街 中国語版マップ	33
表 1	アンケート調査の結果	14
表 2	店舗別商店評価の結果	16