

成果報告書（概要版）

「蔵フトタウン 中町 it's cool（いつ 来ーる）
コミュニケーション力強化で回遊促進・賑わい創造事業

中町商店街振興組合

背景（問題および課題）

- ・松本市への外国人観光客は年々増加しており来街も多いが、商店街としての対応は不十分で、外国語向けの店頭掲示をしている個店も少なかった。テレビや雑誌等の取材は多いが、組合内の情報共有不足等で機会を活かせず、HPの更新も皆無で商店街としての発信や各店への送客も不十分であった。
- ・平成29年9月に増床リニューアルオープン的大型店は、商店街から徒歩圏内にあり、市内外から一般消費者の来客増が期待できる一方で、交通渋滞や回遊性の低下も懸念され、日本の伝統的な景観を楽しみたい観光客、とりわけ外国人観光客の来街に大きな影響が出るのが懸念された。
- ・以上の問題を背景に、平成28年度に実施した「トータルプラン作成支援事業」のワークショップで、組合員自らが「コミュニケーション力を強化」の課題を抽出し、本事業による「外国人観光客への積極的なおもてなし」イベント開催に至った。

活用資源

- ・松本駅から徒歩圏内で、松本城など近隣に観光地も多くメディアにもよく取り上げられ、外国人観光客も多い観光商店街である。商店街内や近隣の旅館、ホテルには、比較的欧米系の個人旅行者が多いが、東南アジアからの観光客も増加中。
- ・中町商店街のある中町通りは歴史的な建築物が多く、蔵造り・湧水等の景観も整備され景観保存のため、町会と共に「まちづくり協議会」を立ち上げ「協定書」を交わし伝統的な街並みを維持保存している。
- ・老舗や個性的な専門店が多いが、若い店舗経営者の集まりによる活性化委員会では、商店街PR用の販促商品の開発や、WEBでの情報発信等にも取り組んでいる。
- ・組合理事に翻訳会社社長が在任し、市の温泉観光課とも連携している。
- ・長年の外国人観光客への対応が評価され、平成29年信州おもてなし大賞激励賞を授与された「地産地消にこだわり手作りの料理と夜の観光案内所」店主も組合員。
- ・近隣の松本県ヶ丘高校には英語科があり、街中での実習も実施している。
- ・世界的にも有名なコンサートには、外国人の演奏家や観光客も多数やってくる。
- ・クラフトマーケットは、全国の先駆けで、現在は地域全体、商店街も協働して広域で市民有志が母体となり官民協働で運営されている。

目標（評価指標）

- （定量）2日間の外国人観光客数
- ・観光施設等からの回遊105名
- ・体験参加者数・・・150名
- ・体験参加の満足度・・・70%
- （定性）滞留時間の延長、情報拡散による新規来街者の増加、共同事業の拡大、コミュニケーション力強化

特長

- ・湧水や蔵等の景観を活かし、外国人観光客に日本の伝統文化を気軽に体験体感できるプログラム提供で来街や回遊促進。少人数制の個別に寄り添ったおもてなしで、老若男女が交流し、個店にも誘導。HP・SNSに加え、チラシ・マップに連動した各店頭のサインによる英語等で多様な情報発信。コミュニケーション、地域協働で賑わい創造。

トライアルの内容

- ① 英語版の商店街ガイドマップ、店頭サインを作成し情報発信、来街、来店促進。
本事業が始まる前から、自主事業としてHPの英語サイトの内容を充実し、SNSでの告知や関連サイトへのリンク等を行った。マップと連動した情報と、英語・中国語・韓国語・タイ語で歓迎の言葉を記載した共通の統一サイン（統一様式）を作成し各店頭に掲示した。
- ② 観光関連施設でイベントの事前チラシ配布、中町商店街へ回遊性向上を促進
当日も集客が見込める松本城に出向き、直接外国人に手渡しをして参加を促進した。
- ③ 外国人観光客が気軽に体験・体感できるプログラムを実施するイベント開催
「中町・日本文化体験デー」9月6日（水）23日（土）商店街内の古民家（イベントスペース）で、地域の外部スタッフの協力も得て、無償で日本文化の体験プログラムを提供。
1.お点前体験 2.書道体験 3.扇づくり体験 4.折り紙体験
5.昔遊び体験（竹馬・こま回し・けん玉・お手玉）
さらに以下の体験体感プログラムを自主的に実施。（有料の場合は実費程度。経費自己負担）
・協力4団体（日本酒・着物・忍者・人力車）
・中町商店街内の10店舗（飲食店・菓子店・食料品店・はきもの店・漆工芸店等）
・参加し、アンケートに回答いただいた外国人観光客にはオリジナルの粗品を進呈。
- ④ 地域連携や産学連携による体験体感プログラムの実施で、コミュニケーションの強化。
9月6日には、松本県ヶ丘高校英語科の生徒40名が授業の一環とし事前準備から協働し観光ボランティアや通訳案内士の支援は両日でご支援いただいた。

成果

- ・観光施設等からの回遊⇒139名
- ・体験参加者数⇒延べ人数 629名
- ・体験参加の満足度⇒100%
- ・コミュニケーション力強化、回遊促進した外国人観光客の購買は達成したが、共同事業の拡大には、まだつながっていない。

今後の課題

- 観光商店街として、コミュニケーション能力を高め、多様なお客様に高付加価値のおもてなしをする
- ① 商店街・個店としてインフラ整備し入りやすく買いやすいおもてなしの店づくり
 - ② 戦略的情報発信と共同事業や広告等で経費削減
 - ③ 地域連携で外国人観光客の対応強化
 - ④ 収益上げる共同事業のビジネスモデル構築
 - ⑤ 組合組織内実務における世代交代