

小樽堺町通り商店街

(小樽堺町通り商店街振興組合)

北海道小樽市

インバウンド

地域協働

新陳代謝

生産性向上

ポイント

毎月開催する「理事・会員懇談会」で様々な業種・立場の意見を集約。観光案内所の整備などで外国人観光客も楽しめる街を目指す。

基本データ

所在地	北海道小樽市堺町
人口	約 12 万人 (小樽市)
電話/FAX	0134-27-1133 / 0134-22-0477
URL	http://otaru-sakaimachi.com/
会員数	57 名
店舗数	86 店舗 (小売業 61 店、飲食業 22 店、不動産業 1 店、その他 2 店)
商店街の類型	観光型
主な客層	外国人観光客、国内観光客 /30 歳代、20 歳代

商店街概要

小樽堺町通りは、小樽運河からほど近く、小樽駅から徒歩 15 分程度の距離にある。約 900m の街区に約 90 店舗が並んでいる。昭和初期には問屋街だったため、木骨石造りの倉庫を活用した店舗 (ガラス製造小売業、菓子製造小売業、海産物店、土産物店、飲食店) が軒を連ねている。

昭和 40 年代の「小樽運河論争」を機に、歴史的建造物を観光資源として見直したことで、観光都市として脚光を浴びるようになった。しかし平成 23 年 3 月に発生した東日本大震災の影響で、観光客が激減。有志の集まり=任意団体の活動に限界を感じ、平成 24 年に法人化。個から面への活動展開と観光客へのおもてなしを組織をあげて行っている。

取組の背景

商店街振興組合設立に際して明確なビジョン

平成 23 年の東日本大震災後、観光客が激減したことを受け、対象地区内の全店舗に対して調査を実施した。観光客のニーズ、自店の状況、歴史的資源等の活用、情報発信の状況、販売戦略等を調査した結果、課題として、次の 3 点が浮かび上がった。

- ①ゾーニングの面から、現在の歴史的資源の活用、周辺地域の資源の活用、通りの環境改善などの問題。
- ②インバウンドとの関連性の面から、歴史的資源に関連する情報発信、地域の特産品・素材の活用、情報発信の在り方、土産品開発などの問題。
- ③ネットワークの面から、堺町地区は中核的組織がなく、行政や地域の諸団体との連携が不足しているという問題。

これらの課題解決に向け、新たな組織体制のもと、個々の店舗が個別にブランドイメージを構築するのではなく、堺町全体として推進する方向へと転換することを決定。「小樽のおもてなし」「誰もが楽しめる商店街」「安心・安全」をビジョンとして掲げ、インバウンド客に幅広く対応し、併せて地域住民とのコミュニケーションが取れる堺町を目指した。

取組の内容

観光案内所の設置等で外国人も楽しめる街へ

組合設立後まもなく、それまで隔月で実施してし

ていた理事会のほかに毎月「理事・会員懇談会」を実施するようになった。

この方式が会員 (従業員) 同士の交流の場づくりへとつながっており、様々な業種の立場から意見が出るなど、堺町通りの独自性を生み出す結果となっている。

この体制による議論の結果、課題①に対しては歴史的建造物の保存の必要性が一層浸透し、街区内で未活用だった建物の価値が見直され、寿司店、飲食店、喫茶店へと再生を遂げた。日本の伝統的な街並みが外国人観光客にも人気である。また、外国人観光客の受入環境整備として、街区全てをカバーするフリー Wi-Fi を設置した。

次に、課題②に対しては、商店街マップを B5 判カラー 50 ページ仕立てで作成。加盟店全ての紹介にとどまらず、「イケメン図鑑」として店の従業員を紹介した。また、これらの基本情報をもとにホームページを立ち上げ、さらなる情報発信を実施。改良・更新を繰り返し、現在は外国人観光客向けに外国語表記 (英語、韓国語、中国語 (繁体字、簡体字)) も掲載している。

また、観光客が道に迷わないよう、堺町通りの街路灯 70 本にそれぞれの店舗番号を掲示。さらに、平成 26 年には「観光案内所」を独自に開設した。案内所には英語、韓国語、中国語等を話せるスタッフが常駐。観光案内所業務だけでなく、加盟店からのヘルプ要請を受けて個別対応も行うなど、外国人

観光客への接客効果を発揮している。

現在は、個人旅行客からメール等で店舗等の問い合わせや、旅行会社からツアー時の受入れ可能店舗紹介要請などもあり、街並みの魅力と情報発信による広がりが、多くの観光客に定着してきている。

また課題③については、組合としてのイベント「小樽堺町ゆかた風鈴まつり」「ハロウィン」「おたる雪あかりの路イベント」を充実させるとともに各団体との連携を図ったことで、小樽市民も気軽に楽しめる企画として好評で、年々来場者が増加している。



楽しみマップ・イクメン図鑑



観光案内所



小樽堺町ゆかた風鈴まつり（風鈴が並ぶ街区、ステージ上はゆかたコンテスト）



取組の成果

観光客を飽きさせないための知恵

当商店街では、小樽運河や近隣の観光バスの駐車

場を起点に観光客の動線を把握するとともに来街者の意向を集約しており、ニーズに合わせて情報の更新などを行っている。

また、Wi-Fi 接続画面からお得なクーポンを取り出せる仕組みを構築し、さらなる消費喚起に努めている。利用客の言語状況を把握し観光案内所スタッフへ共有したり加盟店舗の商品 POP 等へ反映させるなど、各人・各個店でも工夫を凝らしている。

また加盟店舗の主力商品を出し合いスイーツ系の同業種による商品の品評「いちおしソフト選手権」といった新たな企画を発案するなど、企画・実施・検証・改善を常に図り観光客を飽きさせない努力を行っている。

実施体制

組合設立当初から毎月開催している「理事・会員懇談会」では、加盟店の従業員など、毎回約 30 人前後が商店街活動について活発な議論を行っている。組合の情報共有は、三役、理事会、青年部、組合員に万遍なく行き渡っており、特にイベントの運営にあたっては従業員（若手）を中心とする強固な体制を構築している。

また、広報においては、専務理事を中心に各種メディアへの対応や個店の照会について一元的に情報を集約し広く PR している。

観光案内所の開設には市の補助を一部活用。スタッフは外国人観光客に対応するため数力国語をマスターしている専門的人材を登用。また、スタッフは商店街の事務局も担っており、会員とのパイプ役としての機能を果たしている。今後も継続雇用していくため自主財源の確保を常に念頭に置き様々な事業展開を図っている。

キーパーソンからのコメント



小樽堺町通りの商店街振興組合
理事長 久末 智章



小樽堺町通りの商店街振興組合
専務理事 山本 一彦

誰もが楽しめる「小樽のおもてなし」を目指して

地方の商店街が疲弊・衰退をしていく傾向にあるなかで、当商店街は平成 24 年に設立いたしました。今後も小樽観光をしっかりと支えることができる環境整備を行い、当地を訪れる皆様に対し「小樽のおもてなし」ができるよう取り組んでまいります。

そして「誰もが楽しめる商店街」であることを全国はもとより海外に発信・PR し、「安心・安全」をモットーに商店街の活性化につなげていきたいと考えております。

物観光から人観光へ

インバウンド対応等日々刻々と変化する状況の中で、常にアンテナを張り巡らしニーズに応えていかなければなりません。理事・会員懇談会では、様々な業種の会員からアイデアが出され、店主とスタッフ皆で目標を決め実行する。誰もが主体的に関われるこの仕組みが、強固な組織への原動力となっています。小樽の弱点ともいえる「通過型の観光」をいかに滞在型や体験型観光へとシフトしていくかを考え、常に危機感を持ち魅力ある堺町通りを目指してまいります。