

おたるさかいまちどおりしょうてんがい

小樽堺町通り商店街 (小樽堺町通り商店街振興組合)

北海道小樽市堺町

逆境アピールとゴーストで GoTo商店街道内第1号



取組の背景

コロナ禍で明らかになった 商店街の実情

小樽市の2020年度上期(4~9月)の観光客数は前年度同期比66.9%減の131万2,100人(対前年度比265万7,600人減)となった。この状況は観光関連産業をはじめ、市内全体の飲食・小売・交通・製造業に大きな影響を及ぼしている。

小樽市には、若者が遊びたいと思えるところが少なく、札幌圏や大型ショッピングセンターに流れてしまっている。一方で、全国的にみても高齢化が進んでおり、老

取組の内容

逆境を逆手に SNSやメディアで話題に

まず商店街を訪れる”接点の増加”に特化したイベントを実施。学生限定(3月)、女性限定(7月)とターゲットを絞ったキャンペーンを行い、さらに商店街の回遊促進を狙ったビンゴイベント(9月)も開催した。

PR手段としては、現在の苦境をユーモアで表現した「自虐ポスター」の作成やYouTubeによる動画の配信を実施。SNSやメディアで取りあげられることで拡散し、同商店街の知名度アップに大いに貢献するとともに、商店街内の連帯感を生むという相乗効果もあった。加えて、これらプロモーションは単に商店街の窮状を訴えるだけではなく、商店街の楽しさや店員の人柄を前面に押し出すことで、同商店街に関心を持ち、コロナ収束後に商店街を訪れてもらえるよう、内容に工夫をした。

もともと11月は観光の閑散期であることに加え、今般の新型コロナの影響で集客が難しい状況から、GoTo商店街事業を道内第1号で活用し、「ゴーストタウン」という真新しいコンセプトで商店街を盛り上げるハロウィンイベントを実施。「堺町通り商店街で苦しむゴースト達」(商店街のスタッフが仮装)に子どもたちが声をかけながらさまざまな店を巡るという取組は、改めて商店街でどのようなものを扱っているのか、どのような人

年世代の地域での消費は一部中心部エリアに限定されている。しかし、同商店街は観光商店街という背景から、いわゆる最寄品ではない買物品(専門品)を取扱う店舗が多く、また、比較的単価も高いイメージもあって、地域住民はほとんど訪れない現状にあった。

こうした背景のなかで、同商店街は交流人口(市民及び来街者)の維持と増加を図っていくことこそが、地域の活性化と期待に応える取組であると考え、この状況を打開する方策として、マイクロツーリズムに着目。地域住民のニーズに積極的に応えていく取組を実施した。

たちが働いているのかを知ってもらい、その後に続く地域向けの商品券事業に繋げるといった流れを作った。



SNSで話題となった自虐ポスター



ゴーストタウンをテーマに企画

取組の成果

地域住民やファミリー層の誘致に成功

YouTubeで公開された「PR動画～絆」は、小樽出身のタレント加藤浩次さんも出演することでも話題になり、2020年11月末までに再生回数が7,500回、チャンネル登録数も1,000人を超えた。

GoTo商店街事業として実施したオタルスイートハロウィン／ホラーナイトでは、一般参加者1,000名(目標500名)、観光案内所利用者数345名(昨年同日141名)などを達成。

その結果、地域住民、特にファミリー層を新たな客層として取り込むことに成功し、コロナ禍によりほぼゼロに近かった売上も前年同月比約50%まで戻すなど成果を上げている。



YouTubeで商店街の魅力を発信

実施体制

商店街振興組合の青年部を中心とした若い世代が実行部隊となり、各事業の企画・運営・広報等を実施。会議の場では、様々な業種からの多様な意見を尊重し合い、やりたい事の実現、ワクワクするような商店街である事の発信を意識して議論が行われている。

また、事業全般に係る計画や進捗・運営のマネジメント、事業実施効果の検証等は、月1回開催する理事会で話し合われ、事業運営に係る検討や中長期的な方向性について情報共有が行われる体制が構築されている。

このように、青年部メンバーの行動力と理事会での意思統一が軸となり、多岐にわたる商店街の取組が実施されている。

キーパーソンからのコメント

コロナ禍から学んだこと

当商店街はこの1年間で、組合設立以後、最も多くの事業を実施して参りました。情報発信や笑顔になって頂くことは感染拡大には関係ありませんので、その時々状況を見据えながら、今何が出来るかを議論し合い、当商店街を忘れないで頂くために必死になって行動してきました。この考え方の基本となったのは、理事長の久末が常々言う「下を向いても何も生まれ

ない、前を向いて走り続けよう」という言葉です。事業推進を担ってきた青年部メンバーはこの言葉を思いながら、どんな状況でも決して諦めないこと。そして、皆で力を合わせて取り組んでいくことの達成感を肌感覚で学んできたのです。こんな私たちの取組が、少しでも多くの皆さまに伝搬し、明るい世の中になっていくことを信じています。

小樽堺町通り商店街振興組合
事業推進マネージャー 坂口武

商店街の概要

小樽観光の主要スポットである小樽運河から徒歩3分。JR小樽駅とJR南小樽駅の中間(観光導線)に位置し、観光客が行き交う小樽観光のメインストリートである。2020年1月には商店街区エリアを約400m延長した。1960年代頃からの「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。2018年度の小樽市観光入込客数約781万人のうち7~8割は同商店街を訪れている。近年ではアジア圏を中心としたインバウンドが好調であった。

所在地 北海道小樽市堺町
人口 約11万人(小樽市)
電話 0134-27-1133
FAX 0134-22-0477

URL <http://otaru-sakaimachi.com/>
会員数 58名
店舗数 90店舗(小売業52店、飲食業31店、サービス業1店、金融業2店、不動産業1店、その他3店)

商店街の種類 単独型
主な客層 国内観光客、
外国人観光客
/30歳代、40歳代