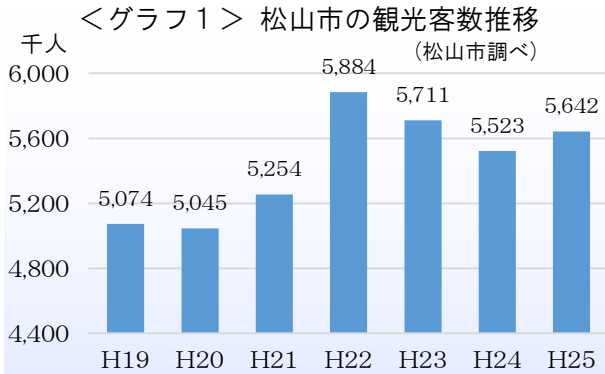
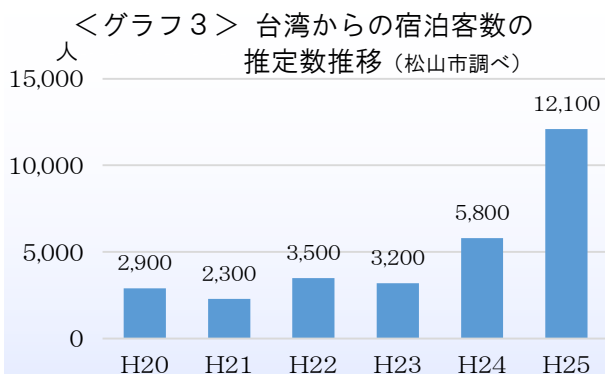


中央商店街の外国人観光客への対応の現状と今後の取り組み

1 はじめに

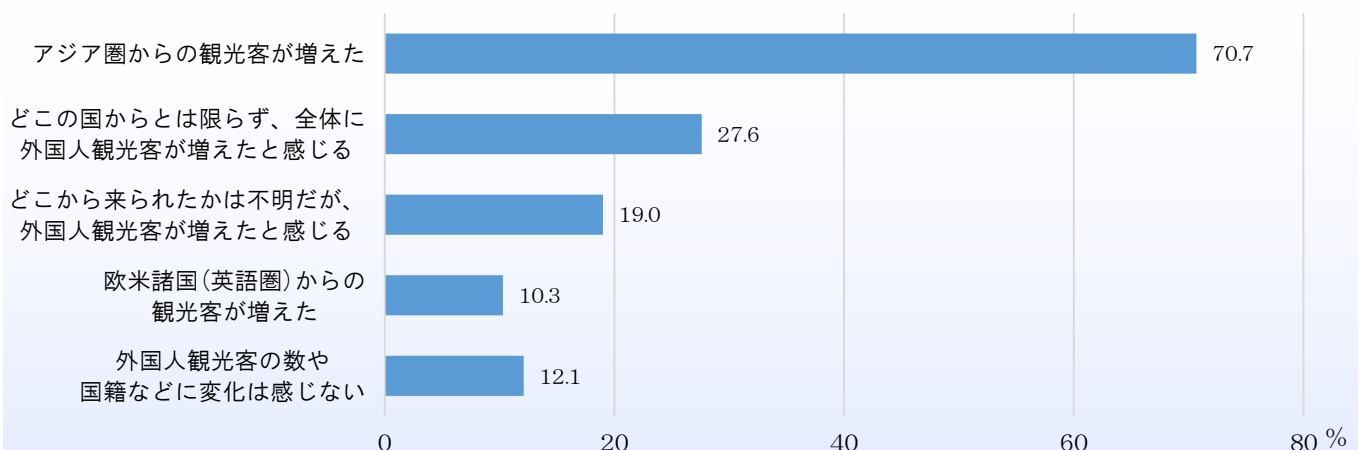


松山は古くからの温泉地として知られており、かつては日本人観光客だけで顧客を十分賄っていたが、近年日本人観光客が伸び悩み＜グラフ1＞、将来的にも人口減少に伴って国内の交流人口は縮小すると見込まれることから、外国人観光客の受け入れは非常に重要と考えられている。



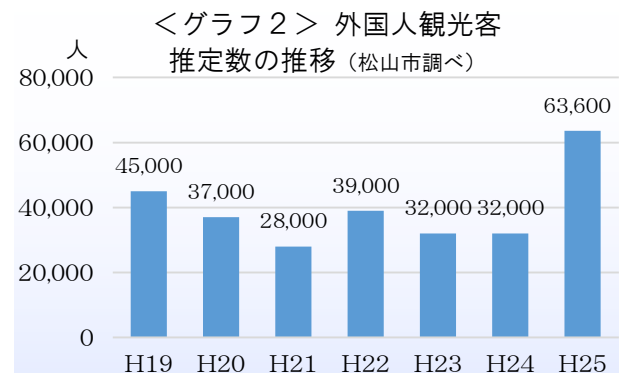
また、平成26年に行われた道後温泉商店街の店主を対象としたアンケートによると、「アジア圏からの観光客が増えた」という回答が70.7%と、行政と民間の連携による観光客誘致が大きな効果を挙げていることがわかる＜グラフ4＞。

＜グラフ4＞ 商店街を訪れる外国人観光客について (N=58)
(平成26年1月「道後商店街店主アンケート」松山市・オフィス・マリ調べ)



2014年、日本を訪れた外国人は1300万人を超え、前年比300万人弱増と過去最高を記録した。現在、日本政府は訪日外国人旅行者の増大を重点施策の一つとして、国を挙げての取り組みを進めている。

松山市も、インバウンド観光の推進は、地域に観光収入の増加や雇用機会の創出をもたらす、地域の活性化に寄与するものとして、情報発信や受け入れ態勢の整備を進めてきた。

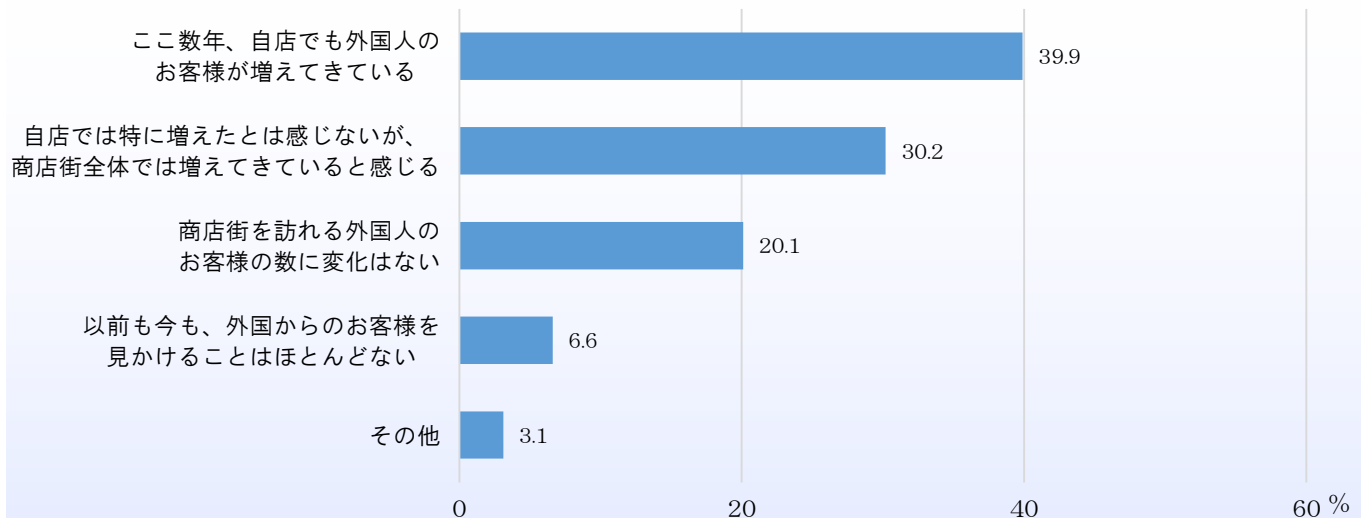


積極的な情報発信等により、平成25年の外国人観光客は6万3600人で過去最高となっている＜グラフ2＞。特に台湾においては、道後温泉旅館協同組合と台北市温泉発展協会との間での交流協定締結、松山空港と台北松山空港を結ぶ直行チャーター便の運航といった取り組みを行った結果、平成25年には前年比210%と大きな成果を上げている＜グラフ3＞。

2 中央商店街の現状

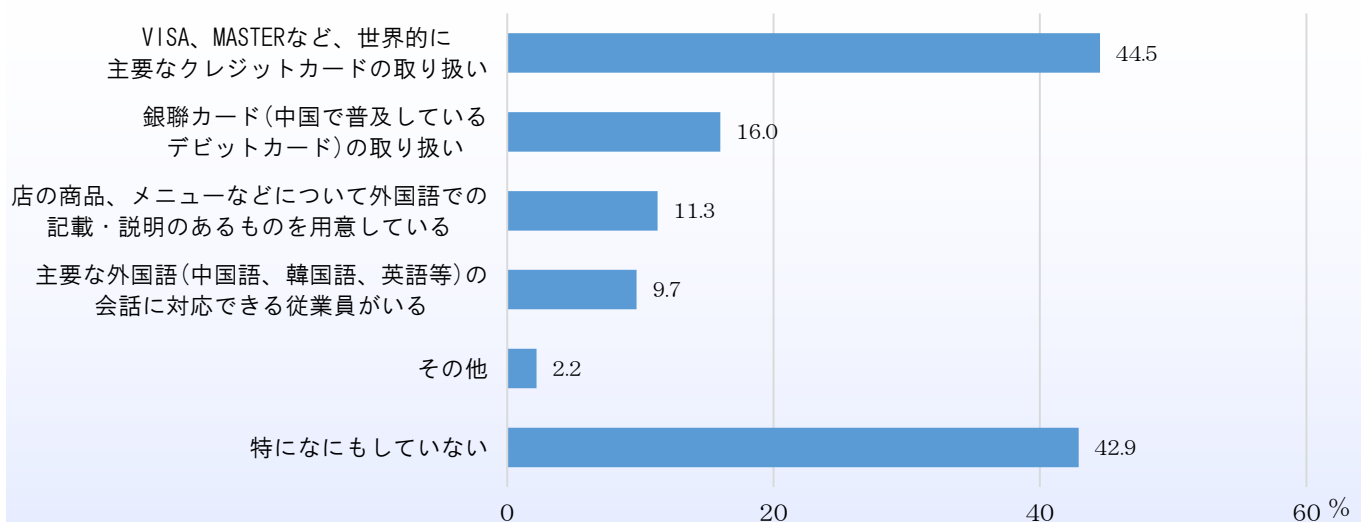
平成 26 年に松山市中央商店街の店主を対象として行われたアンケートによると、約 4 割の店主が「自店を訪れる外国人客が増えている」と回答しており、「商店街全体では外国人客が増えていると感じる」という回答と合わせると、全体の 70.1%が「外国人客が増えている」と感じている<グラフ 5>。

<グラフ 5> 中央商店街を訪れる外国人客の状況 (N=318)
(平成26年10月「店舗オーナーアンケート」まちづくり松山調べ)



また、現在行っている外国人客への対応としては、「主要なクレジットカードの取り扱い」をしている店舗が約 4 割あるほか、「銀聯カードの取り扱い」を行っている店舗が 16.0% (51 軒) ある。ただ「特に何もしていない」という店舗も約 4 割と、現状では、必要を感じている店舗が個別に対応を進めているという状況である<グラフ 6>。

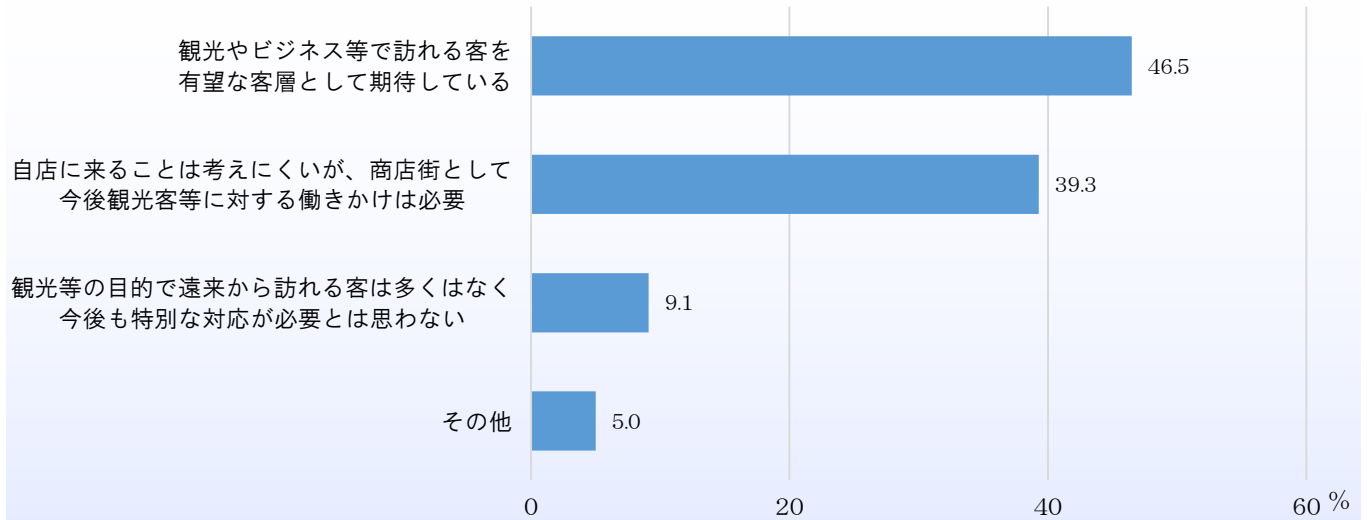
<グラフ 6> 外国人客に対する準備や対応 (複数回答/N=319)
(平成26年10月「店舗オーナーアンケート」まちづくり松山調べ)



3 中央商店街の、観光客に対する今後の取り組み

中央商店街は松山市民の買い物場所として発展してきたこともあり、これまでは特に観光客を重視したまちづくり、店舗や品ぞろえは行なわれていなかった。しかし、中央商店街の立地は電車やバスのターミナルや松山城などの観光スポットにも近く、外国人観光客を含め、ビジネス客や国内の観光客が訪れることも多い。商店街の店舗オーナーにも、国内消費が細る中、観光客を重要なターゲットと見る意識が高まっている〈グラフ7〉。

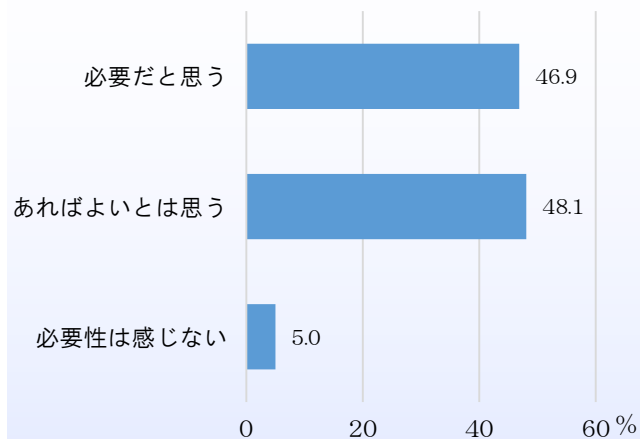
〈グラフ7〉 観光客に対してどのように考えているか(N=318)
(平成26年10月「店舗オーナーアンケート」まちづくり松山調べ)



ただ、すでに外国人観光客がよく訪れている店舗ならば、積極的に受け入れ態勢を整えることに投資できるが、そうではない店舗が独自に観光客へ向けて情報発信を行ったり、対応をすすめていくというのは難しい部分もあるだろう。実際グラフ7を見ると、(観光客への働きかけは必要だと思うが)「自店に来ることは考えにくい」という店舗が4割近くある。

そこで、商店街全体の窓口として、観光客を対象としたサービスセンター(休憩所やトイレを備え、商店街や観光地・交通案内などの総合案内を行う)の設置が求められている〈グラフ8〉。

〈グラフ8〉 サービスセンターの設置についてどう思うか(N=318)
(平成26年10月「店舗オーナーアンケート」まちづくり松山調べ)



サービスセンターが「必要だと思う」という回答が約半数、「あればよいと思う」と答えた割合も合わせると、全体の95.0%が設置に賛成という結果になった。

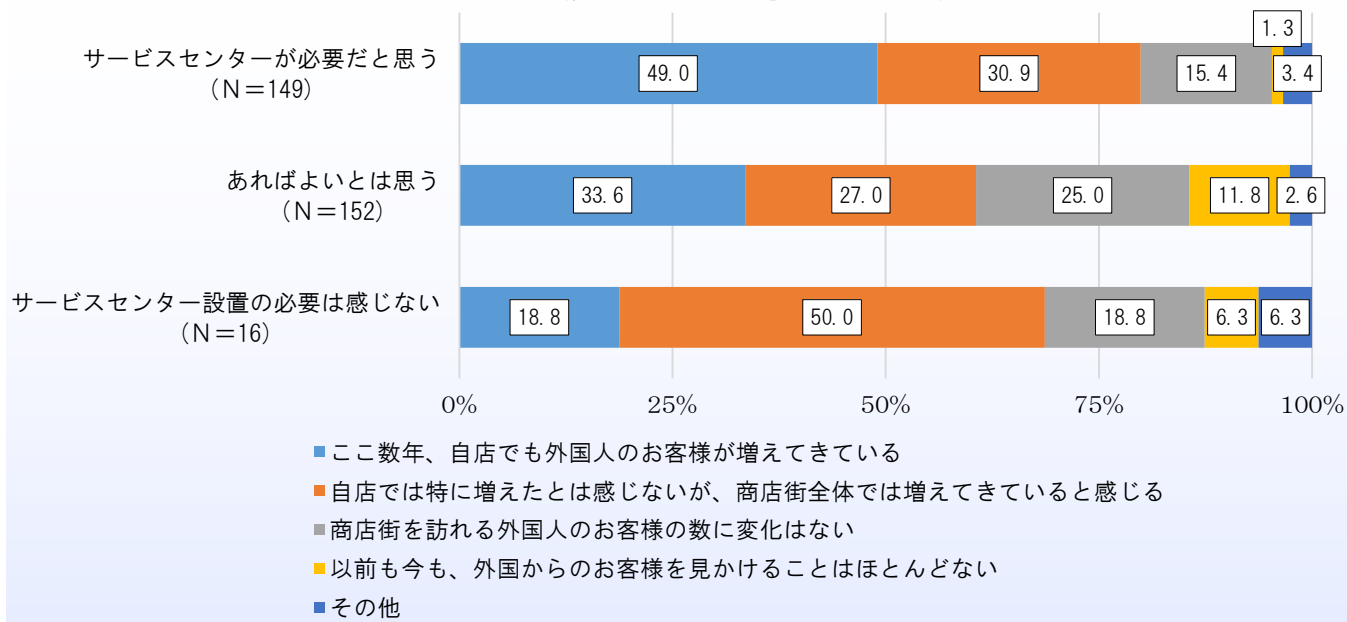
「あればよいと思う」と消極的な賛成にとどまった理由としては、「施設運営のための費用負担が必要なら難しい」

「それほど費用対効果が見込めないと思う」といった、運営を続けていくための資金面を問題に挙げた店主が多かった。逆に言えばそれがクリアされるなら設置してほしいということである。

特に外国人客の対応は、コミュニケーションの問題もあり、各店舗が独自に対応を進めるのは難しい。アンケートでも、「サービスセンターが必要だと思う」と考えている店主の約半数が「ここ数年、自店でも外国人のお客が増えた」と回答している<グラフ9>。

外国人観光客向けの商店街各店舗の情報発信や、実際に訪れた外国人客への様々な案内業務を担える施設が特に求められているといえるだろう。

<グラフ9> サービスセンター設置に対する考えと 外国人客の状況とのクロス集計
(平成26年10月「店舗オーナーアンケート」まちづくり松山調べ)



4 おわりに

松山市を訪れる観光客の多くは「道後温泉」や「松山城」を訪れる。道後温泉と市内電車につながり、松山城の足元に位置する中央商店街は、本来、観光客の立ち寄り場所として好立地の条件を備えている。しかし、現状では受け入れ態勢は十分とは言えず、観光客の取り込みに成功しているとはいいがたい。

観光客をより多く取り込むには、観光客にとって興味をひかれるような観光施設や店舗を揃える必要があるが、最初の取り掛かりとして、サービスセンターの設置は必要性が高く優先的に取り組みたい事案である。特に外国人観光客にとっては、コミュニケーションの問題がなく、そこへ行けば知りたい情報が得られる場所があることは重要であろう。

また、トイレや休憩所の設備、店舗や交通の案内などは、国内旅行者や買い物に訪れた市民にも有益なものであり、求められている施設でもある。中央商店街の活性化のためにも、観光客に対する今後の取り組みの第一歩として、サービスセンターの設置が望まれる。