

さがあらしやまごしょうてんがい

嵯峨嵐山5商店街

（嵯峨嵐山おもてなしビジョン推進協議会）

京都府京都市右京区嵯峨中之島町

日本を代表する嵯峨嵐山の街は 住んでよし、訪れてよしの街へ



取組の背景

おもてなしの心で オーバーツーリズム対応

嵯峨嵐山おもてなしビジョン推進協議会では、おもてなしの心で国内外からの需要を取り込む取組、オーバーツーリズムへの対策としての観光分散化の取組により、地域住民や観光客の満足度の向上を図ってきた。感染症拡大後においては、ウィズコロナを踏まえた取組や、感染症拡大防止対策を徹底した地域住民向けのイベントを開催し、地域に根差した活動を行っているほか、SNSやメディア等を活用することで商店街の魅力を国内外に発信し続けている。

行政とも活発に連携しており、京都嵐山花灯路の協賛事業である「嵯峨おもてなしフェスタ」の実施や、3密回避に役立つ京都観光快適度マップ作成のため京都市観光協会と協力する等、他の商店街の模範となる活動を行っている。「嵯峨嵐山おもてなしビジョン推進協議会幹事会」と称し、協議会幹事のほか行政や団体職員も交えた月1回の定例会合を行っていることに加え、近隣寺院

取組の内容

街の環境整備とともに 独自イベントを展開

外国人観光客の増加に合わせ、テイクアウトできる店舗が増加し、食べ終わった後に容器や袋を道路に捨てたり、食べかすを放置されたりといった問題が生じた。そこで、協議会が中心となって竹製のゴミ箱を作成し商店街内の複数店舗に設置したことに加え、ゴミ箱マップを作成することでゴミのポイ捨てを抑制した。

感染症拡大後は、商店街内の各店舗に向けて営業状況等の現状と今後の見通しをアンケート調査し、実情を把握するとともに、「月橋渡（つきはしわたる）」が登場する「あらしやマナー」と称した感染症対策の発信や感染症対策を徹底したイベントを開催した。イベントの開催については、8月というコロナ禍でありながら、何とか地域の子どもたちに夏休みの思い出を作ってもらいたいと

の住職や旅館の代表者等観光関連の関係者と意見交換会を実施している。

当協議会の基本理念である「自然と歴史文化のなかで嵯峨嵐山のおもてなし」とは、「新たな日常」においても不変の理念であることを再確認した。他方、これまで外国人観光客の大幅な増加により国内観光客が遠のいていた現状もあり、地域ぐるみで国内観光客への需要喚起や商店街への誘客を行う必要があると分析した。



お客様にも楽しくしっかり感染対策を守ってもらうマナーUPキャンペーン

いう思いから実施に至った。検温実施やマスク着用の徹底を促すと同時に、熱中症対策も講じたうえで実施した「嵯峨嵐山夏祭り」、当日まで打ちあげ場所と時間を非公開にし密を避けた3分間の「疫病退散花火」、ライブ会場を5箇所に点在させることで周遊を促した「嵐山音楽



閑散ぶりを自虐的に訴えるスイてます嵐山キャンペーン

祭]の三大イベントは、感染者およびクラスターを発生させることなく、地域住民からも「おかげで元気をもらえた」という声があがるほど成功し、ウィズコロナで実現可能となったモデルとして他の商店街に対して大きな

影響を与えた。さらに各メディアに報道されたことで、安心安全な観光地であるという発信ができ、GoToトラベル事業を活用した多くの観光客が訪れた。

取組の成果

観光客と地域住民の満足度向上とおもてなし環境の整備継続

ゴミ箱マップ作成や清掃活動等の環境保全対策、商店街単位の外国語対応などの取組は、各店舗の商品購入額の増加につながった。

その後の新型コロナウイルス感染症の拡大は、観光客の大幅減少を生み出したが、これを契機に、地域とのあり方を見直し、夏祭りや花火といった地域を意識したイベントを行ったことで、疲弊していた地域住民から感動の声が寄せられた。今後は、観光客とともに地域住民の満足度向上にもつながる取組を進めていく。

実施体制

2010年6月に設立した「嵯峨嵐山おもてなしビジョン推進協議会」は5商店街から選抜された役員・幹事合計16名(2020年2月現在)で構成される。月1～2回の幹事会を継続的に行っている。各商店街から近況や事業実施に関する情報共有が行われ、協議会

として相互に協力して事業を実施する体制が整っている。幹事会には、特別幹事として任命されている京都市の職員や商工会議所職員も参加している。また、京都市内の観光景勝地の美化保全に貢献している嵐山保勝会の会議にも、理事の一部が参画しており、行政を含む関係団体との連携体制ができています。

キーパーソンからのコメント

地域愛の熱い想いと覚悟をもってさまざまな難題の解決へ取り組んでいます

2020年2月、新型コロナの影響で訪日客が急減した状況を打破しようと、閑散ぶりを逆手にとった「スイてます嵐山」キャンペーンがSNSで拡散し多くのメディアで取りあげられ国内客の誘客に成功しました。当初は不謹慎ではとの意見も出ましたが危機感や行動しないリスクも考慮し、感染対策も徹底しながら実施しました。インバウンドや新型コロナの影響等、これま

で全く経験したことのないさまざまな難題に直面するなか、ITも駆使しスピーディーに役員間で情報共有をして素早い判断や行動ができています。未知の課題解決にはリスクもありますが、我々には必ず課題を打破して行くんだという強い熱い想いと覚悟がありコロナ後もその後も未来に向けチャレンジを続けて行きます。



嵯峨嵐山おもてなしビジョン推進協議会
幹事 石川恵介

商店街の概要

日本を代表する観光地で風光明媚な嵯峨嵐山エリアは、嵯峨商店街、嵐山商店街、嵐山十軒会、嵐山中之島会、嵐山西の会の5商店街があり、観光客向けの土産物店や飲食店が中心である。5商店街は連携し、2010年3月、今後の嵯峨嵐山地域の商業の在り方や取組をまとめた「嵯峨嵐山おもてなしビジョン」を策定。同年6月、ビジョンを推進すべく、「嵯峨嵐山おもてなしビジョン推進協議会」を設立した。ビジョンでは、後世に承継できる「住んでよし、訪れてよし」のまちづくりと、商業者の知恵と工夫で市民や国内外の観光客から称賛されるおもてなしを目指している。

所在地 京都府京都市右京区嵯峨中之島町
人口 約19万人(京都府京都市右京区)
電話 075-882-2603
FAX なし

URL <http://www.arashiyama-kyoto.com/>
会員数 191名
店舗数 191店舗(小売業78店、飲食業67店、サービス業23店、金融業2店、不動産業1店、医療サービス業3店、その他17店)

商店街の類型 単独型
主な客層 外国人観光客、
国内観光客
／20歳代、30歳代