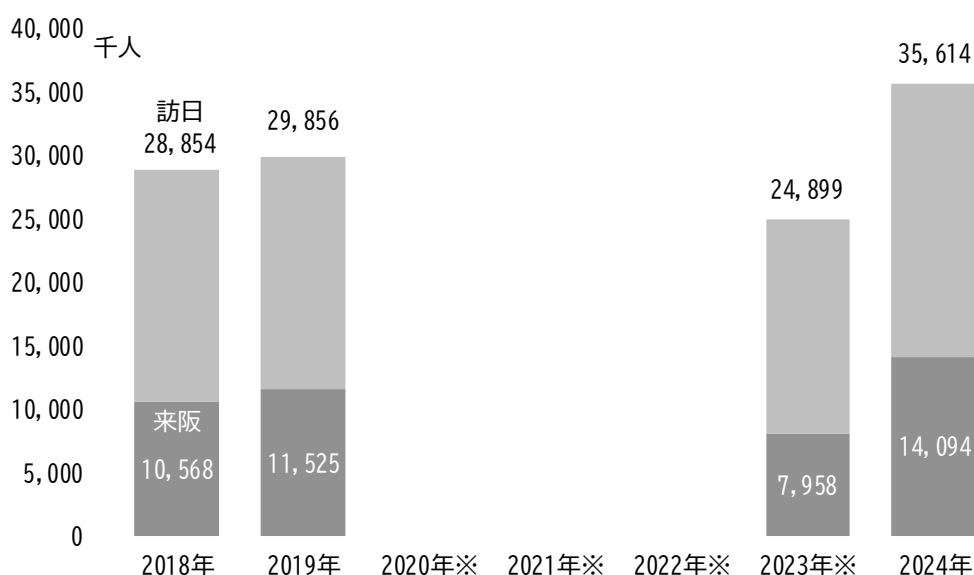


## 『商店街』考 『商店街』は外国人とどう向き合っていくのか

2024年に日本を訪れた外国人観光客<sup>1</sup>は35,614千人にのぼります。このうちの約4割、14,094千人もの外国人観光客が、大阪を訪れました（図表1）。2025年の統計はまだ公表されていないものの<sup>2</sup>、万博が開催されていたこともあり、前年を上回る外国人観光客が訪れていたと見込まれます。

足元では、中国の訪日渡航の自粛やイランをめぐる紛争など、海外情勢の不安定さもあって、外国人観光客数の先行き<sup>3</sup>には不透明感があります。とはいえ、電車や街中で外国人観光客を見かけない日はありません。

図表1 訪日、来阪外国人旅行者数



資料：大阪府「観光統計調査」

(注) 1 全目的。クルーズ客を除く。

2 国土交通省観光庁「インバウンド消費動向調査（旧 訪日外国人消費動向調査）」をもとに算出。

3 2020年～2023年3月までは、観光庁「訪日外国人消費動向調査」が実施されなかった。2023年は4月以降であることに注意。

外国人観光客の増加に伴い、キタやミナミといった国内外から観光客が集まる商店街だけでなく、日常生活に必要な最寄り品を扱う店舗が軒を連ねる近隣型商店街でも、外国人を目にする機会が増

えました。

そこで今回は、外国人が私たちの日常生活に溶け込む中で、商店街が外国人とどう向き合うのがよいのかを考えてみたいと思います。

<sup>1</sup> 本文中では「外国人観光客」としているのに対して、図表1では「外国人旅行者」としている。この部分も含め、資料を用いる際は、資料の出所で用いられている用語をそのまま使用している。

<sup>2</sup> 大阪府「観光統計調査」では、2025年の来阪外国人旅行者数は発表されていないものの、観光庁「インバウンド消費動向調査」では2025年の訪日外国人旅行者の大阪

府の訪問者数は16,999千人と発表されている。ちなみに、同調査の2024年の訪問者数は14,094千人と発表されていることから、2025年は3,000千人弱の増加となった。

<sup>3</sup> 日本政府観光局「訪日外客統計」が公表する2026年4月までの訪日外客数（旅行者以外も含む）の推計値は14,376千人と前年同期伸率-0.5%となっている。

## 新たな顧客の取り込み

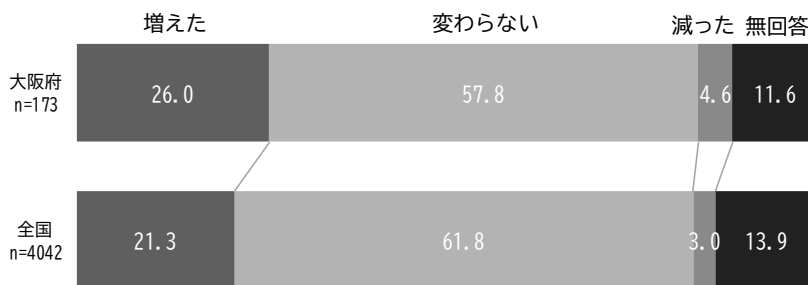
黒門市場商店街は、2012年に日本でLCC（格安航空会社）の運行が本格的に始まり<sup>4</sup>、来阪外国人観光客が増え始めたことを機に、他の商店街に先駆けて外国人観光客を積極的に迎え入れる取り組みを進めてきました<sup>5</sup>。さまざまなジャンルの食べ歩きのお店が軒を連ねるなど、日本の食文化に触れられる商店街として、外国人観光客の来街で賑わうようになりました。

来阪する外国人観光客が大幅に増加したことで、近隣型商店街でも外国人観光客の姿が目立つようになってきました（図表2）。いまだ言葉の壁に、

外国人観光客の来店をためらう店は少なくないものの、翻訳アプリやSNSの翻訳機能が普及し精度が向上したことで、接客やホームページなど外国語対応は容易になりました。以前に比べて、言葉に対する不安感は薄まりつつあります。

一方で、外国人観光客にとっては、お店の人たちと身振り手振りや片言で交わすコミュニケーションが、商店街の魅力の一つになっています。訪日リピーターの割合が高まる<sup>6</sup>中で、日本人の日常生活を体験できる商店街への注目度は、ますます高まると考えられます。

図表2 1年前（令和5年10月1日）と比べた外国人観光客数の増減（％）



資料：全国商店街振興組合連合会「令和6年度 商店街実態調査」

（注）「1年前（令和5年10月1日）と比べて、外国人観光客により貴商店街は、どのような変化がありましたか」の質問に対する回答。

こうした、地域に住む人々の日常に旅先で触れられる商店街ならではの魅力を観光資源として活用している例があります。布施商店街にあるセカイホテル大阪布施は、商店街の空き店舗などをリノベーションし、宿泊施設<sup>7</sup>として活用するととも

に、商店街内や周辺の店舗と提携し、まちごとホテルにするというコンセプトで展開しています。この取り組みによって、商店街に国内外から観光客を集めています。

## 商店街が抱える解決の難しい課題の活路に

宿泊施設として空き店舗を活用する例は、大阪市内の商店街で最近よく見られるようになっていきます。空き店舗は、商店街が直面している、解決

が容易ではない課題の一つです（図表3）。売却しようにも買い手がつかなかったり<sup>8</sup>、管理する手間を避けて貸さずに放置されたり、賃料などの条件

<sup>4</sup> 2012年3月にピーチアビエーションが関西国際空港を拠点として、国内初のLCCとして運行を始めた（国土交通省「平成24年国土交通白書」第Ⅱ部第5章）。

<sup>5</sup> 黒門市場商店街振興組合によるインバウンド対応への取組は、中小企業庁の2007年「はばたく商店街30選」での紹介事例をはじめ、さまざまなところで取り上げられている。

<sup>6</sup> 観光庁「訪日外国人旅行者（観光・レジャー目的）の訪日回数と消費動向の関係について」では、2023年の訪

日リピーター率は67.7%とされている。これは、新型コロナウイルス流行による観光への影響前である2019年を上回っている。

<sup>7</sup> 婦人服店をフロントとして、菓子店や整骨院などを客室として空き店舗をリノベーションし、活用している。

<sup>8</sup> 他の店舗の営業時間を避けて工事する必要があったり、重機が入りにくかったりといった工事上の制約から工事費が高くなることがある。また、商店街にアーケードがある場合には、その管理費の負担を求められること

で折り合いがつかなかったりといった理由から、長期間にわたって『売店舗』や『貸店舗』の看板がかかったまま残ってしまうことも少なくありません。こうした空き店舗を長期間放置すると老朽化が進み、買い手や借り手がさらに見つかりにくくなります。商店街の多くが抱える店主の高齢化や後継者不足の問題も、この状況を一層深刻化さ

せ、商店街の衰退を加速させる要因になっています（図表4）。

空き店舗を宿泊施設として再生、活用することで、空き店舗の増加に歯止めをかける効果が期待できるだけでなく、商店街の新たな集客施設としての役割も期待されます<sup>9</sup>。

図表3 商店街が抱える課題

(%)

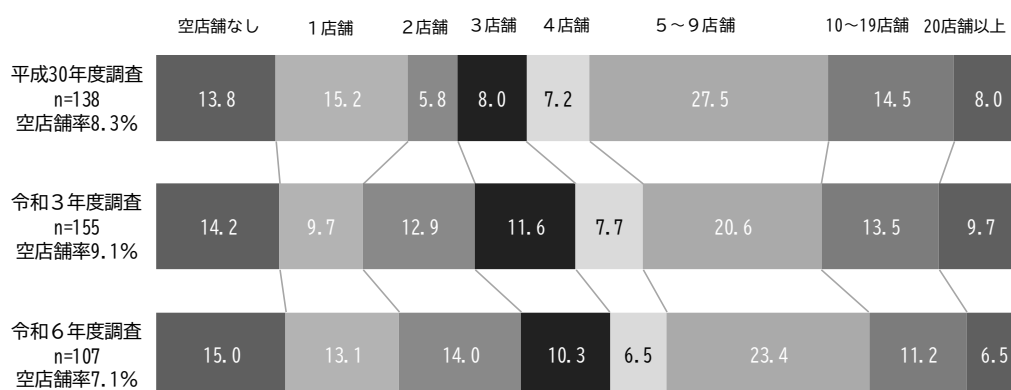
	大阪府	全国		大阪府	全国
経営者の高齢化による後継者問題	58.8	64.9	業種構成に問題がある	16.5	13.5
店舗等の老朽化	40.6	37.2	人手不足	14.7	14.5
集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い	28.2	23.8	大型店との競合	11.2	12.1
空き店舗の増加	21.2	13.9	チェーン店等が商店街の組織化や活動に非協力的	5.9	7.6
商圏人口の減少	18.8	31.1	道路整備や公共施設の移転等周辺環境の変化	2.9	4.0
駐車場・駐輪場の不足	18.8	14.8	その他	3.5	3.7
物価高騰	16.5	13.7	n	170	3,900

資料： 全国商店街振興組合連合会「令和6年度 商店街実態調査」

(注) 回答を3つに限定。

図表4 商店街内の空き店舗数（大阪府内の商店街）

(%)



資料 中小企業庁（平成30年度・令和3年度）全国商店街振興組合連合会（令和6年度）「商店街実態調査報告書」

(注) 平成30年度調査は、無回答を除いて割合を再計算。

なども、買い手や借り手を遠ざける要因となっている。  
<sup>9</sup> 滋賀県東近江市にある八日市ほんまち商店街にある「ほんまちホテル」は、空き店舗となっていたオーダースーツの紳士服店をリノベーションして開業した。運営会社の経営者は、元市職員で商店街をより多くの人に知

てもらいたいとホテルをつくった。1階は、本町商店街振興組合の事務所を兼ねている (<https://honmachi-hotel.com/>)。セカイホテル大阪布施の事例もそうであるが、商店街、街を訪れ、実際に体験したことや感じたことを発信した宿泊者のSNSは注目度が増す。

商店街の空き店舗が宿泊施設として活用されるようになった背景には、『特区民泊』制度<sup>10</sup>があると考えられます。外国人観光客の増加による宿泊施設の供給不足が懸念され、2015年から国家戦略特区法に基づき民泊施設の設置が認められるようになりました<sup>11</sup>。特区民泊には、外国語への対応や2泊3日以上滞りなど、外国人観光客の滞在ニーズへの対応が、条件として求められています。

2025年に大阪・関西万博が開催されたこともあり、特区民泊は急増しました。2026年1月末時点<sup>12</sup>で全国には8,404施設の特区民泊があります。

そのうち95.0%に当たる7,984施設が大阪府内に集中しており、その大半の7,930施設が大阪市内に設置されています。大阪市内の近隣型商店街で民泊施設をよく目にするようになり、外国人観光客が出入りする姿も珍しくなくなりました。

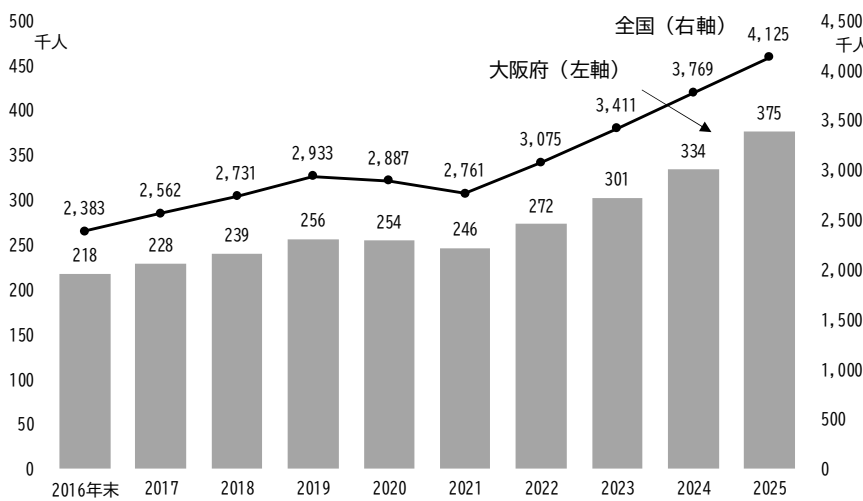
なお、特区民泊は、宿泊者と近隣住民のトラブルが頻発したことなどを理由に、2026年5月30日以降、大阪市など大阪府内32市町村で新規受付が停止されました<sup>13</sup>。空き店舗を抑制する効果は弱まるものの、外国人観光客の集客力については、今後も期待できると考えられます。

### 観光客だけでなく地域に住まう外国人も集う商店街

外国人観光客が増加しているのと同様に、在留外国人<sup>14</sup>も増加しています。2025年末時点の在留外国人数は、全国で4,000千人を超え、前年末に比べて10%近く増えました。大阪府内の在留外国人数は375千人で、前年末と比べ12.5%増と全国

を上回る伸びを示しています。さらに、2020年末の254千人と比べると約1.5倍に増加しています（図表5）。国際化、少子化が進む日本において、在留外国人の増加傾向は今後も続くものと見込まれます。

図表5 全国と大阪府内の在留外国人資格者数の推移



資料：法務省出入国在留管理庁報道提供資料

(注) 中长期在留者（「外交」「公用」「短期滞在」の在留資格者、在留期間3カ月以下の者、その他の法務省令で定める者を除く）及び特別永住者

<sup>10</sup> 民泊制度には3種類ある。旅館業法の簡易宿所として許可を得た民泊。旅館業法の特例（特区民泊）。2018年に施行された住宅宿泊事業法に基づき届け出た民泊である。国土交通省の「民泊制度ポータルサイト」

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/minpaku/index.html>)には、3種の制度概要を比較、説明している。

<sup>11</sup> 2015年10月20日に東京都大田区が全国で初めて区域計画の認定を取得した。大阪府は同年12月15日、八尾市が2016年4月1日（2025年11月28日受付終了）、大阪府が2016年4月13日に認定を取得している。

<sup>12</sup> 内閣府「国家戦略特区 特区民泊の実績（令和8年5月1日更新）」

(<https://www.chisou.go.jp/tiiki/kokusentoc/tocminpaku.html>)

<sup>13</sup> 河内長野市では、第一種住居地域での受付を終了。

<sup>14</sup> 法的な許可を得て、日本において活動を行う外国人。在留資格は、入管法に定められた29資格と、入管特例法に定められた1資格の計30資格がある。詳しくは、法務省出入国在留管理庁のホームページを参照のこと。

在留外国人の増加は、私たちの身近で暮らす外国人が増えていることを示しています。これは、近隣型商店街にとって、外国人観光客のような「一見客、ではなく、日常的に利用する」常連客、の拡大につながる可能性があります。

大阪市西淀川区にある出来島商店会<sup>15</sup>は、周辺に多数の工場や物流倉庫が立地していることから、外国人が多く暮らしています<sup>16</sup>。多文化が自然に共存する特徴を発信するため、2017年に「インタ

### 多文化共生<sup>17</sup>コミュニティの担い手として

少子高齢化により日本の人口は減少し続けます。それに伴い空き店舗が並ぶ、いわゆる「シャッター通り」と揶揄されるほど衰退が進む商店街を目にするようになりました。また、若年層を中心に、日常生活に必要な買い物は、スーパーなどの商業施設やインターネットで済ませる人が増えるなど、ライフスタイルの多様化に比べ、商店街離れに歯止めをかけられない状況が続いています。こうした課題に対し活路を見いだせない商店街も一定数存在しています。

一方、日本人の日常文化に触れ、生活を体験できる商店街に魅力を感じて訪れる外国人観光客は少なくありません。また、留学や就業で私たちの周りに暮らす在留外国人も増えています。外国人の来街が日常化する中で、飲食店だけでなく小売業やサービス業を営む外国人経営の店舗を商店街で目にする機会も増えてきました。商店街は、外国人にとっても買い物や商売の場であるとともに、

「一ナショナル出来島きら★きら通り」を掲げ、多文化交流イベントとしてフェスティバルを開催するなどの取り組みをしています。

地域に暮らす外国人の「常連客」が増えると、日々の生活に必要な物品の販売やサービスを提供する店舗が開業し始めます。大阪市内で外国人住民が多い地域の商店街では、現地語の看板が掲げられ、店頭の商品に現地語のタグで商品名が表示されている店舗も見受けられます。

地域の情報交換や交流の場になりつつあります。

こうした状況を踏まえると、これまで地域コミュニティの担い手<sup>18</sup>として果たしてきた商店街の役割は、外国人が地域社会に定着し、日常生活に溶け込むにつれ、変容していくように思われます。

これからの商店街には、地域に暮らす人々のみならず、世代や国籍を超えた多様な背景を持つ人々が集い、互いに理解し合い、交流する多文化共生コミュニティの担い手としての役割が求められているのではないのでしょうか。

そのため商店街には、外国人住民のニーズを把握しつつ、従来からの住民ニーズとの調和を図る一方で、商店街に出店した外国人店主たちとの文化的な違いを受容し合いながら、共に商店街だけでなく地域の活性化にも取り組む姿勢が求められると考えられます。

(廣岡 昭彦)

<sup>15</sup> 出来島商店会 (<https://dekijima-shoutenkai.com/>)。

<sup>16</sup> 大阪市民局の調べによると (<https://www.city.osaka.lg.jp/shimin/page/0000431477.html>)、2025年12月末の西淀川区の外国住民数は7,160人で市内全体の3.3%、区内住民の7.25%を占めている。区内の外国住民が占める割合は、24区の中で8番目に高い。

<sup>17</sup> 総務省が、外国人住民が急増している状況から、地方自治体が地域における多文化共生を推進する上での課題と今後の取り組みについてまとめている（「多文化共生の推進に関する研究会報告書」（2006年3月））。報告書では、多文化共生を「国籍や民族などの異なる人々が、互いの

文化的ちがいを認め合い、対等な関係を築こうとしながら、地域社会の構成員として共に生きていくこと」と定義している。

<sup>18</sup> 中小企業庁中小企業政策審議会中小企業経営支援分科会商業部会「地域コミュニティの担い手」としての商店街を目指して～様々な連携によるソフト機能の強化と人づくり～において、「商店街は、地域住民の憩い・交流・娯楽の場、地域に関わる情報の宝庫、地域の対外的な顔であり、商品売買の場としての存在を超えた社会的・文化的な中心、地域の雰囲気醸成する空間であった」とし、「地域コミュニティの担い手となることにより活性化を図るべき」としている。