

》》 令和4年度 《《

商店街デジタル化 推進事業

取組事例集



取組事例

はじめに

商店街は地域経済において重要な役割を担うとともに、地域住民の生活や地域コミュニティを支える主体としてなくてはならない存在です。しかしながら、近年、少子化による人口減少や商店街活動の担い手不足、消費スタイルの多様化など、商店街を取り巻く環境は大きく変化しています。

さらに、コロナ禍で新しい生活様式が定着して、消費者の意識や行動、ライフスタイルも変化し、キャッシュレスやインターネット通販などの非接触サービスへのニーズはより一層高まっています。暮らしの様々な場面でデジタル化が急速に進展する中、商店街もこうした社会環境の変化や多様化する消費者ニーズに対応していくことが必要です。

東京都では、デジタル化に取り組む商店街を支援するため、「商店街デジタル化推進事業」を実施しています。

この事例集では、令和4年度に「商店街デジタル化推進事業」を活用してデジタル化に取り組んだ商店街について、取組の背景、デジタル化に向けた課題やその解決のための取組内容、取組の効果などをご紹介します。

商店街のデジタル化に取り組む際のヒントとして、本事例集をご活用いただければ幸いです。

1	築地場外市場商店街振興組合(中央区)	4P
	キャッシュレス推進	
2	十号通り商店街振興組合(渋谷区)	6P
	笹塚・幡ヶ谷・西原エリア商店街のキャッシュレス化推進	
3	鍋横大通商店会(中野区)	8P
	キャッシュレスの導入	
4	小金井市商店会連合会(小金井市)	10P
	キャッシュレスで小金いらずプロジェクト	
5	戸越銀座商店街連合会(品川区)	12P
	デジタル化による商店街広報の強化	
6	下北沢商店連合会(世田谷区)	14P
	商店街内の連絡手段をデジタル化	
7	六本木商店街振興組合(港区)	16P
	歩行者属性×天気予報による最適情報の発信	
8	代々木商店街振興組合(渋谷区)	18P
	EC機能付きポータルサイトの構築	
9	「ハッピーロード」大山商店街振興組合(板橋区)	20P
	ハッピーロード大山スマート商店街構築事業	
10	若葉通り商店会(町田市)	22P
	ECサイトを活用した販路拡大事業	
11	太子堂中央商店街振興組合(世田谷区)	24P
	「抽選アプリ」開発	
12	町田市商店会連合会(町田市)	26P
	町田市商店街DX化アプリ構築事業	
13	目黒区商店街連合会(目黒区)	28P
	アプリ開発による商店街活性化	

築地場外市場商店街振興組合

キャッシュレス推進

水産物を中心とした生鮮品や調理器具の小売店、飲食店などが連なる「築地場外市場商店街」。古くから中央卸売市場とともに「都民の台所」としての役割を担ってきた。国内外から多くの来街者が訪れる商店街では、さらに買い物しやすい商店街を目指し、キャッシュレス化を進めている。



築地場外市場商店街振興組合

- ◎加盟店舗数 216 (2022年6月)
- ◎事務所所在地 中央区築地4丁目10番16号
- ◎お問い合わせ TEL 03-3541-9466
- ◎ウェブサイト <https://www.tsukiji.or.jp/>



築地場外市場商店街
振興組合 副理事長
北田喜嗣氏

顧客ニーズに対応するために QRコード決済を導入

「東京都中央卸売市場の豊洲への移転という大きな局面を乗り越え、『さあ、これから』というときにコロナ禍に見舞われました。お客様の来街の再開に向けて、何をすべきか考えていました。」と語る北田副理事長。

築地場外市場商店街振興組合では、コロナ禍以前にもクレジットカードや電子マネーによる決済に取り組んだことがあったが、コロナ禍での非接触決済のニーズの高まりを受け、QRコード決済の導入が必要だと考えた。

QRコード決済導入のもうひとつの理由が、外国人客への対応だ。近年は観光だけでなく、調理器具を求めて来街する外国人の職人も増えているという。「外貨から円への両替をお願いしているようでは、販売機会を損失してしまいます。せっかく海外からのお客様が戻ってきているこの流れを止めてはいけなかった。」

「会員店舗のインフラを整えるのが商店街の役目」という思いもあり、商店街は会員店舗のさらなるキャッシュレス化推進を決意。海外で普及しているQRコードを含めた多様な決済が可能な端末の導入に着手した。



国内外を問わず
観光客で賑わう
商店街の様子

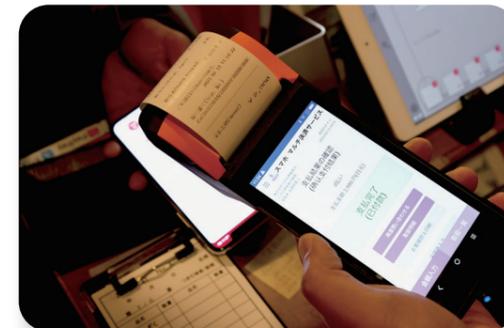
徹底した伴走支援により 会員店舗をサポート

「機器の操作への不安や手数料への抵抗感から、キャッシュレス化に消極的な会員店舗もありました。」と北田副理事長は語る。

そこで理事長をはじめ役員を中心に会員店舗を巡回し、会員店舗が納得感を持って取組を進められるよう丁寧に説明した。

「商店街が一括して機器を調達するので加盟店の負担が軽減されます。スケールメリットを活かして決済手数料の交渉も可能です。店舗側も、釣銭準備のために銀行に出掛け、手数料を払って両替する必要もなくなります。取り残されてしまう店舗を出さないために、メリットが数々あることを伝えました。」(北田副理事長)

そして、ひとたび会員店舗が前向きになれば、商店街は徹底的にサポートした。商店街では株式会社インサイト・プラスの八木岳郎氏をコーディネーターに選任し、円滑な導入に向けた支援を依頼。会員店舗を回り、初期設定などのサポートを行ったほか、導入後の運用マニュアルの整備や、機器操作等の日々の困りごとに対応するヘルプデスクの設置など、アフターフォローも充実させた。



商店街が機器を一括購入し、取り残される店舗を出さない

さらなる 商店街活性化を目指して

今回の取り組みについて、苦労の中にも収穫は大きかったと北田副理事長は笑顔を見せる。QRコード決済の選択肢が増えることは、何よりもお客様の満足度向上につながる。会員店舗からは新たな顧客の獲得につながったという声もあったという。

そして、商店街は、次の課題の解決に向けて動き出している。インボイス制度への対応等、商店街として会員店舗を支援する方法はないか、デジタル技術を活用して課題を克服できないかと、検討しているところだという。

「他の商店街が店舗に喜ばれる取り組みをしたと聞けば出向き、私たちも勉強させていただいています。これからも、会員店舗の『お客様へのサービスを向上したい』『売り上げアップにつなげたい』という要望に応えていきたいと思っています。それこそが私たち商店街の使命であり、やりがいでもあります。」

コーディネーターの視線



(株)インサイト・プラス
代表取締役社長 八木岳郎氏

各会員店舗様の業種はもちろん、デジタル化への習熟度合いやご要望もそれぞれ異なっていましたので、その対応に時間を多く割きました。

以前はほとんどなかったQRコード決済がここまで普及した背景には、非接触のメリット、自治体によるポイント還元の実施などがあります。近年は若年層の使用率がますます拡大しており、高価格の買い物に使用する場面も増えています。

商店街が今後も繁栄していくために、地域やお客様に対する理解を深め、情報のアップデートを欠かさず、求められるサービスを的確なタイミングで導入することが大切です。そのためのサポートを続けていきたいと思っています。

加盟店の声



つきち 神楽寿司 羽根川義則さん

当店のスタッフは年齢が少し高めということもあり、新しいキャッシュレス端末機を導入した直後は操作方法に慣れるまでちょっと大変でした。でも、一度覚えてしまえば大丈夫です。コロナ禍の厳しい時期を乗り越えて、外国人のお客様が戻ってきています。現在はお客様の半数以上がキャッシュレスをご利用になっています。



新潟中央水産市場 草刈優吾さん

QRコード対応のキャッシュレス端末機を、いざ自分の店で導入しようと思ったら、購入はもちろん、機種を選定にも手間や時間がかかって大変です。その点、組合での一括導入はとてもありがたいですね。今後も、現金の扱いゼロというわけにはいきませんが、キャッシュレスを商売に上手に活用していきたいと思っています。

十号通り商店街振興組合

笹塚・幡ヶ谷・西原エリア商店街のキャッシュレス化推進

笹塚駅北口を出て、甲州街道を渡ると見えてくる十号通り商店街振興組合。昭和初期から続く老舗も残り、都心にありながら下町情緒を色濃く残す地域密着型の商店街だ。今後も地域で愛される商店街であり続けるため、消費者のニーズに応えたいと考えた商店街は、笹塚・幡ヶ谷・西原エリアにある8つの商店街と連携し、地域一体のキャッシュレス導入に取り組んだ。



十号通り商店街振興組合
理事長
秋元 浩氏

キャッシュレス導入で 消費者のニーズに対応

十号通り商店街振興組合の秋元浩理事長は、キャッシュレス化の現状についてこう語る。「当商店街では個人経営の店舗も多く、店主の高齢化も進んでおり、キャッシュレス化の対応は遅れています。クレジットカード決済のみの店舗もあり、当商店街で多い少額のお買物には適しません。」

実は、10数年前にキャッシュレス決済端末機を整備したという十号通り商店街。しかし、近年の決済の多様化に対応できず、販売機会の損失となっていた。

コロナ禍では商店街への来街者は減り、加盟店の売上も減少した。消費者の非接触決済へのニーズも高まる中、キャッシュレス決済の導入を進めなければお客様が戻ってこないのではないかという危機感があったという。そんな状況の中、「東京都デジタル化推進事業」を知った秋元理事長は、地域一体のキャッシュレス化を図ろうと決意。日頃から地域情報サイト「ささはたドットこむ」の運営などで連携している笹塚・幡ヶ谷・西原エリアの各商店街役員に、キャッシュレス化の必要性や「面」で取り組むこと



笹塚・幡ヶ谷・西原エリア商店街

- ◎加盟店舗数 617
- ◎事務所所在地 渋谷区笹塚2-41-17(十号通り商店街振興組合)
- ◎お問い合わせ 03-3376-9919(十号通り商店街振興組合)
- ◎ウェブサイト <https://sasahata.com>

によるスケールメリットなどを説明。根気強く参加を呼びかけた結果、十号通り商店街を含む9つの商店街で連携し、エリア一体のキャッシュレス化に取り組むこととなった。

コーディネーターと二人三脚で デジタル化を推進

「高齢の店主や、ITにあまり詳しくない店主が、自分で決済端末を選ぶのは難しい。また、端末の使い方や決済手数料など、わからないことへの不安が大きく、導入に消極的な店舗もありました。」(秋元理事長)

今回の取組では、商店街が一括して端末を購入した。端末の選定にあたっては、コーディネーターの株式会社BITZ森田正孝氏に助言を依頼。導入する端末は、クレジットやデビットカードをはじめ、電子マネーやコード決済等、1台で多種多様な決済手段に対応できる端末を選定した。

また、導入にあたっては、連携する商店街向けと、各加盟店舗向けの説明会を2段階で実施したほか、加盟店での端末の初期設定をサポート。導入後もヘルプデスクを設置して加盟店からの問い合わせに対応するなど、アフターフォローを充実させた。

9商店街が連携して実施したキャッシュレス事業のまとめ役となった秋元理事長は、一連の取組をこう振り返る。「端末の選定から各商店街の加盟店舗への呼びかけ、希望する店舗への端末導入に至るまで、9つの商店街での情報共有や意思決定すべき事項が多く苦労しました。しかし、定期的な会議の場を設け、その場にコーディネーターにも出席してもらうことで、商店街からの不安や疑問にもすぐに対応し、前向きに取り組める環境づくりができたかなと思います。」



一台で多種多様な
決済手段に対応
可能な機器を選定

店舗とお客様の双方が 満足するお買物の実現へ

キャッシュレス決済は、お店だけでなく、お客様にもメリットをもたらすことで「商店街の楽しいお買物」が成立する。十号通り商店街では、組合事務所併設の「十号いこいの場」で地域の高齢者向けのスマホ教室を開催しており、キャッシュレス決済のレクチャーも実施している。その効果が、現金派だったお客様が次第にキャッシュレス決済に興味を持つようになった。店頭でも店員と高齢のお客様が「キャッシュレス決済」についてコミュニケーションを交わす場面が生まれた。さらに、キャッシュレス決済に慣れた若いお客様の来店も増え、1つの店舗を訪れるお客様の層が広がりを見せるという嬉しい現象もみられるようになった。

「以前から、当商店街は高齢のお客様向けに店舗独自のサービス提供や緊急時の連絡に活用できる『おもいやり手形』を発行しています。また、笹塚・幡ヶ谷・西原エリアとしても高齢者向けに『ささはたカフェ』を開催するなど、助け合いの精神で活動しています。スマホ教室でのキャッシュレス決済の説明もその一環です。今回の取組で一定の成果が表れているのは喜ばしいことですね。今後はもっと多くの店舗でキャッシュレス化を進め、地域の皆さんにお買い物を楽しんでいただける商店街でありたいです。」と秋元理事長は笑顔を見せる。



商店街は
地域の方々から
愛され続けている

加盟店の声



六号坂通り商店街振興組合 理事長
グルメ・ナカムラ 中村勇士郎さん

当店は前沢牛を中心とした「安心・安全」の食品を取り扱う精肉総菜店です。

最近、インスタグラムを始めたせいか、若いお客様が増えてきました。今回、商店街のサポートもありキャッシュレス端末をスムーズに導入できました。毎日の食材を販売するお店なので小銭のやり取りが減ったのがいちばんのメリットですね。



幡ヶ谷六号通り商店街振興組合 理事長
しみず時計店 清水恒雄さん

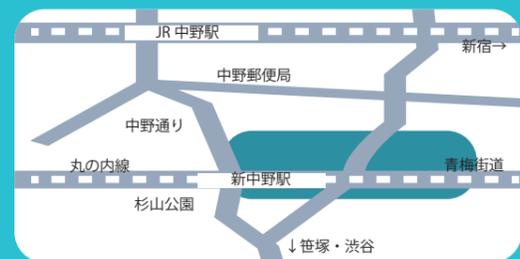
当店は明治35年に創業した、時計・眼鏡・アクセサリの販売店です。

最近、ご年配の方もスマホに慣れてこられました。それに比例して、特に電池交換などの際は、キャッシュレス決済を望まれるお客様が増えてきたように思います。キャッシュレス化は、自然な成り行きだったと思います。お客様のニーズに我々も応えていかなければなりません。

鍋横大通商店会

キャッシュレスの導入

古典落語にも「鍋屋横丁」の名が登場するなど、歴史の深い商店街として知られる鍋横大通商店会。東京メトロ丸ノ内線の新中野駅の真上にあり、地域密着型の商店街として歩んできた。コロナ禍をきっかけに非接触での接客が求められるようになったことから、キャッシュレス決済対応端末の導入を決めた。



鍋横大通商店会

- ◎加盟店舗数 123
- ◎事務所所在地 東京都中野区本町 4-19-12
- ◎お問い合わせ TEL 03-3381-0302
- ◎ウェブサイト <https://nabeyoko.com/>



鍋横大通商店会
会長
白井良一氏

コロナ禍を機に キャッシュレス化を迫られる

白井良一会長は、長年、デジタルツールを活用した取組の必要性を感じていた。「蕎麦屋に入ったら現金が使えなかった。デジタル商品券を作っている商店街があるらしい。一方、うちの商店街はキャッシュレス化が進んでないし商品券は紙。そういえばイベントでも紙媒体を使うから作業効率が悪いね、といった具合に、いろいろな話を聞くようになりました。デジタルに慣れておかなければという考えは常にありました。」実際、キャッシュレス決済を案内するために個店を回ったこともある。しかし、店主によって反応に大きな差があったという。「『よし、やろう』という方、戸惑いを見せる方、そして『無理だよ』という方。ご年配の店主の中にはWi-Fiやスマホをご存じない方もいらっしゃいました。」

この経験からほどなくして、コロナ禍によって商店街は大きな環境の変化に直面する。人々の生活様式が変化し、在宅勤務が普及した。ベッドタウンである商店街周辺は屋間の人口が増加した。

非接触が求められる時代を本格的に迎え、環境の変化に対応するためには「商店街としてキャッシュレス化に取り組むことが必要」と改めて認識した。「いよいよキャッシュレス決済への対応が必要なきが来たと感じました。やるからには店舗にご納得いただくなくてはなりません。まずは店舗がもっている“デジタルに対するバリア”をなくすことから始めました。」

デジタル化に不安を感じる 店舗は1軒ずつ訪問

キャッシュレス決済導入の第一歩、それは不安や苦手意識をもつ一部の店主に安心してもらうことである。商店会は、コーディネーターの助言を受けながら勉強会やマ

ニュアル作成などの準備を進めた。さらに個別訪問も実施。商店会の会長のほか、役員や班長などの横の繋がりを活用し、個店のケアにあたった。店主には「わからないことがあっても、電話くれたら飛んで行って教えるから。」と声をかけた。コーディネーターとは密に連絡を取り、個店から連絡があれば素早く対応できる体制を整えた。「1軒ずつ説明して回るのには時間と労力を要しましたが、必要な過程だったと思います。」

各店舗の不安を取り除くだけでなく、メリットを伝えることも大切だった。「非接触だから衛生的だし、忙しいときも釣銭のやりとりが省略できるから時短につながります。現金と違って売上などのデータが簡単に得られるのも大きい。そして、財布を持たないお客様も、スマホさえあればお買い物ができるから、販売機会が増えるわけです。これらの魅力も店主の皆様に伝わったのだと思います。」

こうして、商店会でのキャッシュレス決済対応端末の一括購入、各店舗への設置、操作説明を進め、2023年1月にはキャッシュレスキャンペーンを実施し、「キャッシュレスでお買物が楽しめる商店街」をアピールした。



商店街で
一括導入した
キャッシュレス
端末

デジタル化を進め 会員店舗の売上向上へ

キャッシュレス決済導入に不安を感じる店舗にも丁寧に対応した白井会長。その背景には次のような思いがあるという。「私自身、デジタルとか機械関係は疎いので、わからないことはみんなで調べて一歩ずつ進んでいく感じでした。でも、はじめの一歩を踏み出すまでは大変だけど、やってみたら簡単じゃないか、というパターンが多かった。デジタル化を進めていくうちに慣れていくんです。」

近年の中野区は大規模な再開発が行われ、大型集合住宅が竣工するなど環境はめまぐるしく変化している。「中野のサブカルチャーを愛する外国人のお客様が少しずつ戻り、他地区から引っ越してきた新規のお客様も増えています。デジタル化をさらに推進し、ここを訪れてくださるお客様と店舗のやりとりをスムーズにすることで、販売機会の損失を防ぎ、売上アップにつなげたいですね。」



キャッシュレス決済で
お客様と店舗の
やりとりがスムーズに

コーディネーターの視線



(有)イプシロン 代表取締役 中山典隆氏

商店街の店舗にとって、キャッシュレス決済などデジタルツールの導入が商機拡大のきっかけになることを期待しています。

コロナ禍以降、「密集」や「買い回り」を避けるなど、商店街でのお買物のスタイルは大きく変化しました。キャッシュレス決済は非接触、外国人のお客様への対応という2つの課題を解決します。もともと中野エリアはサブカルチャーが有名で、外国人客が多い地域です。キャッシュレス決済はきっとご商売の役に立つと思います。

加盟店の声



染と織 巴屋 高橋史朗さん

当店のお客様は茶道や日本舞踊、水商売に携わる高齢のお客様が中心です。コロナ禍によりイベントや外食が停滞し、当店も大きな影響を受けました。これからはデジタル化が必要な時代と思い、キャッシュレス決済の取扱いを開始しました。これを機にお客様の年齢層が若い方にも広がるのではないかと期待しています。



こころ調剤薬局 多田雅一さん

キャッシュレス決済を希望されるお客様が増えていると感じていました。導入直後は機器の操作に戸惑いもありましたが、今ではスムーズに決済ができるようになりました。これからは「コンビニ感覚で使える薬局」として、お客様にご利用いただけたらと思っています。

小金井市商店会連合会

キャッシュレスで小金いらずプロジェクト

小金井市内の18の商店会で構成される小金井市商店会連合会は、約700軒の店舗を抱える。個人経営の店舗を中心にキャッシュレス未導入の店舗が多い中、顧客の流出防止と個店の売上向上を目指し、徹底した店舗サポートと、店舗・来街者双方への情報発信で、地域全体のキャッシュレス化に取り組んだ。



小金井市商店会連合会

- ◎加盟店舗数 675
- ◎事務所所在地 東京都小金井市前原町 3-33-25
- ◎お問い合わせ TEL 042-381-8765



小金井市商店会連合会
会長
今井啓一郎氏

コロナ禍による顧客離れを キャッシュレス導入で阻止したい

新型コロナウイルス感染拡大や原油価格高騰により、飲食店を中心に厳しい状況が続く中、キャッシュレス化による商店街の活性化に取り組んだ小金井市商店会連合会。自らを“アナログタイプ”だと称する今井啓一郎会長が、キャッシュレス決済端末の導入を進めようとしたきっかけは、若手の役員から「今や買物はキャッシュレスが当たり前前の時代」と聞き、このままでは市外に顧客が流れ、市内の商店会が取り残されてしまうという危機感を抱いたことだった。

「近隣の都立公園で散歩を楽しむ方や学生さんは、財布を持ち歩かない方が多いんです。スマートフォンだけで決済ができるキャッシュレス決済の対応店舗を増やし、新規顧客の獲得につなげたいという思いがありました。」と今井啓一郎会長は語る。

しかし、店主の高齢化や長年にわたり現金商売を続けてきた店舗も多く、連合会が実施した事前調査でキャッシュレス化に興味を示す店舗の割合は、全体の約2割にとどまった。「キャッシュレスをゼロから導入しようというのに、1回声かけたぐらいじゃなかなか進まない」と痛感した連合会は、店舗への導入サポートを軸に、キャッシュレス化に取り組んだ。

個店サポートと市民への周知で キャッシュレス化を推進

「最初に“キャッシュレスって何？”という基本的なところから始めて、導入方法や機器の操作方法を丁寧にお教えしました。わからないことがあればいつでもお電話ください、訪問レクチャーもします、という体制を事務局に作っています。」(今井会長)

連合会では、希望する店舗向けの講習会を2回開催したほか、キャッシュレス決済の導入に必要なインターネット回線がない店舗のために環境を整えるサポートも実施。並行して、来街者や店舗に対し、キャッシュレス決済の利用を呼びかける周知・啓発活動を広く展開し、店頭フラッグや街頭フラッグ、横断幕を使って市内各地で広報を行った。さらに、キャッシュレス対応店舗をお買物しながらめぐる「スタンプラリー」イベントを開催することで、導入のインセンティブとした。これらの徹底したサポートや周知活動により、キャッシュレス決済の導入に懸念を抱く店舗にも安心感を持ってもらい、地域全体でキャッシュレス社会への移行を促した。



横断幕による
キャッシュレス決済の
啓蒙活動の様子

商店会のデジタル化を 連合会が主導

今回の取組を経てもなお、キャッシュレス決済に伴う手数料への懸念から、現金取引を主としてキャッシュレス導入を躊躇する店舗も多いという。

しかし、今井会長は「時代は確実に現金からキャッシュレスにシフトしています。キャッシュレス決済の導入は、顧客離れの防止と新規顧客の獲得のために必要であり、それが店舗の売上増に繋がります。」と、今後の取組に向きだ。

“小金井ならではのやり方”で、キャッシュレス化のさらなる拡大に向けて、これからもチャレンジを続ける小金井市商店会連合会。さらに、今回の取組で得たデジタルに関する知見や個店サポート体制の構築・運営経験を18の商店会に還元し、商店会イベントでのデジタルスタンプラリーやSNSを活用した広報の強化など、様々な場面でデジタル化につなげていく方針だ。



キャッシュレス導入を
推進する商店会の記事

コーディネーターの視線



NPO法人カッセKOGANEI 代表理事 木藤直隆氏

ネット環境の整備や端末操作の説明など、時間をかけて“足で回る”サポートを行いました。導入に消極的な店舗様も、導入済の店舗の方と話していただくと効果が大きかったです。同じ商店会のお店同士だからこそ「じゃあ、うちもやろうか」という流れに繋がりました。

今回の取組を契機に、皆さんには店舗のホームページの作成など別のデジタル面も強化すると、より多くのお客様に店舗や商店会を知ってもらえると考えています。

これからもキャッシュレス決済対応のお店が増え、それが商店会全体の活性化へと拡大するようにサポートを続けたいです。

加盟店の声



ほか弁日本亭 小金井北口通り店 店長 市川慎一さん

お客様の中にはキャッシュレスを希望される方、現金しか使えないとわかるとお帰りになってしまう方もいました。当店もキャッシュレスを導入したいと思っていたときに、商店会から案内されたのです。端末選びから操作方法までサポートしていただきました。お客様からも「キャッシュレス、出来るようになったんだ」と喜ばれています。



黄金バル ITER (イテル) 代表 保谷匠さん

多くのお客様から「現金だけですか」と聞かれる時代です。やはり現金だけではすべてのお客様に対応しきれないのも事実だと思います。お客様にとってキャッシュレスでの買い物は、手軽さはもちろん、ポイント還元なども魅力です。今後は、キャッシュレス派のお客様にもぜひ足を運んでいただけたらと期待しています。

戸越銀座商店街連合会

デジタル化による商店街広報の強化

品川区平塚～戸越～豊町を拠点とする「戸越銀座」の名をもつ3つの商店街の連合体が、戸越銀座商店街連合会である。平日は地域の方の買い物の場となり、週末には遠方から若年層も多く来訪する活気のある商店街だ。今回、AIカメラやアプリ開発、デジタルサイネージの導入により、商店街の広報機能強化に取り組んだ。



戸越銀座商店街連合会
専務理事
亀井哲郎氏

コロナ禍を機に デジタル化の必要性を再認識

デジタル化に取り組む理由として、「デジタル技術を活用して、よりお客さまと積極的な交流を実現したかった。」と商店街の広報を担当する亀井哲郎専務理事は語る。商店街では紙媒体でのコミュニケーションをはじめとした、アナログなやり取りが多かった。そのため、文書の印刷や配布、集計などの事務作業に時間を取られ、本来大切にしなければならないお客様の動向把握や、商店街や会員店舗の広報活動などが十分にできておらず、もどかしさを感じていたという。さらに、コロナ禍では、対面での情報伝達も難しくなり、情報の収集・発信が大きな課題となった。そこで、商店街はデジタルツールを活用し、広報機能を強化するための仕組みづくりに着手することになった。



AIカメラで
商店街の情報を捕捉

デジタルツールの導入により 課題を克服

商店街は自らの課題を洗い出し、その解決に向けて大きく3つの取組を行った。

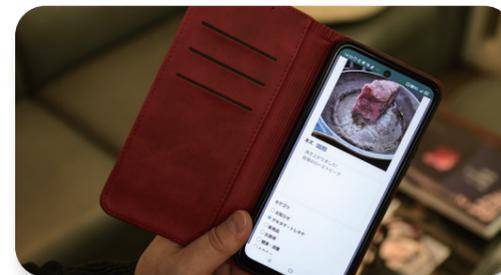
1つめは、商店街の広報活動の企画や効果測定に必要な情報の効率的な収集である。商店街は新たに人数カウント付AIカメラを設置。これにより、以前では捕捉困難で

あった来街者数や人流動線などの情報を捕捉することができるようになった。また、従来は紙のアンケートなどでお客さまの声を確認していたが、SNS投稿を自動収集する仕組みを取り入れ、効率的な集計・分析が可能となった。これらの取組で、より効果的な広報の実施につなげるためのPDCAサイクルを確立した。

2つめは、お客さまや会員店舗、商店街に加え、行政や地元NPOなど戸越のまちを拠点とする人々をつなぐアプリ「まちカレンダー」の開発である。このアプリでは、会員店舗の新着情報やまちのイベントを確認ことができ、街の人々をつなぐツールとなっている。また、会員店舗が各自情報を更新ができるようにしたことにより、情報の鮮度が保てるとともに、商店街は会員店舗の状況をリアルタイムで確認することが可能となり、効率的な組織運営を実現した。

3つめは「まちカレンダー」と連動したデジタルサイネージの導入である。これにより、商店街を訪問すれば自然と店舗やまちの情報に接することができる。店舗のお得情報などを来街者に直接的に情報発信し、「来街」から「来店」につなげることに成功した。

こうしてデジタル化を図ったが、構築したアプリを会員店舗に使ってもらうためには丁寧なサポートが重要だった。「アプリのダウンロードが自身で対応できない会員店主もいました。地元品川区の企業「東京システムハウス」さんにコーディネーターとして協力してもらい、会員さんの要望や困りごとなどに応じて支援していただくことがよかったですね。」と亀井専務理事は振り返る。



「まちカレンダー」
アプリで情報を発信

時流に対応した商店街運営で さらなる活性化を目指す

「デジタルツールの活用により、広報活動が効率的・効果的なものとなりました」（亀井専務理事）

今後の目標は、「まちカレンダー」のさらなる充実を図るとともに、商店街ホームページやSNSとも連動させ、顧客及び会員店舗とのコミュニケーションを活性化させることだ。

さらに、商店街の活性化を進める上で商店街組織の強化は重要な命題だ、と亀井専務理事は続ける。「時代や環境の変化に伴い、商店街の形も、店主の考えも変わりつつあります。こうした中、商店街という組織を強化していくためには、より多くの店舗に『商店街に加盟するメリット』を実感してもらうことが重要です。これからも会員店舗にとって有益なシステムを提供し、その結果がお客さまに還元される好循環を生み出したいですね。」

コーディネーターの視線



東京システムハウス(株) 原口一孝氏

戸越銀座には多くの来街者があり、まだまだ成長が見込める商店街です。デジタルツールを活用し、来街者とうまく接点を持つことにより、お客様の満足度をより高めていけるポテンシャルがあります。デジタル化を進めるにあたってはハードの整備だけに注力せず、魅力あるコンテンツを発信して呼び込んでいくことが重要です。

運用開始から1か月間の会員店舗さんからの投稿数は100件を超え、それに対するお客様からのアクセスは400件以上に上り、反応は上々です。これからも積極的に情報発信を広げていき、より商店街が活性化することに期待したいですね。

加盟店の声



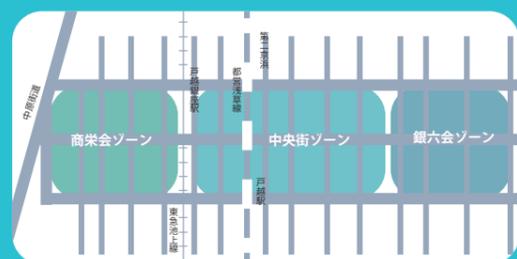
子供服 TanTanTan 遠藤えりさん

商店街組織や会員店舗のデジタル化対応は必須であり、補助金を活用してデジタル化のサポートをして頂けるのは、大変ありがたく思っております。「まちカレンダー」やデジタルツールを活用し、会員店舗が連携してお客さまの満足度向上につながるようにしていきたいですね。



美容室 tenOZ(テンオンス) 松尾富之さん

美容室は新しいお客さまにご来店頂くことが難しい業種ですので、「まちカレンダー」をみていただいたことをきっかけに、新しいお客さまの来店につながっていくことを期待しております。また、外部に委託した場合の広告掲載は金銭的負担が大きいので、商店街が無料で広報ツールを用意してくれることは嬉しいですね。今後は多くの会員店舗さんが積極的に「まちカレンダー」を更新して、商店街を盛り上げていきたいです。



戸越銀座商店街連合会

- ◎加盟店舗数 316
- ◎事務所所在地 東京都品川区戸越1丁目15番16号
- ◎お問い合わせ TEL 03-3788-1474
- ◎ウェブサイト <https://www.togoshiginza.jp/>

下北沢商店連合会

商店街内の連絡手段をデジタル化

圧倒的知名度と若者人気を誇る街、“シモキタ”。下北沢駅周辺の6つの商店街で構成される下北沢商店連合会の会員店舗数は合計 760 店舗にもものぼる。会員店舗への迅速な情報提供を目的に、連絡手段のデジタル化に取り組んだ連合会は、商店街と店舗双方向のコミュニケーションの活性化にも期待をふくらませている。



下北沢商店連合会

- ◎加盟店舗数 760 (2022年2月現在)
- ◎事務所所在地 世田谷区代田5丁目25番7号
- ◎お問い合わせ TEL 03-3467-3070



下北沢商店連合会
会長
柏雅康氏

紙媒体の限界を痛感 「連絡手段のデジタル化」へ

「従来から連絡手段として、eメールやLINEも使ってはいましたが、やはり商店街の各店舗とのコミュニケーション手段は回覧板やチラシの投函など、紙媒体が主体でした。」と下北沢商店連合会の柏雅康会長は語る。

6つの商店街、合計760もの会員店舗に情報を一斉配信するには、紙媒体のパフォーマンスでは難しい。例えば、会議の開催通知やイベントの告知なども、事務局での紙のお知らせの作成・印刷、配布までに時間がかかってしまう。受け取った店舗も多忙時に放置してしまい、情報伝達が滞ってしまうことがあったという。また、事務局が回覧板やチラシで発信した情報が各会員店舗にきちんと届いているのか、事務局側で把握することも困難であった。

コロナ禍では、様々な情報を迅速かつ確実に会員店舗に伝達する必要が生じ、こうした課題を痛感。情報の受発信のあり方を考えるきっかけとなった、と柏会長は振り返る。「コロナ禍が収束方向に向かっているとはいえ、将来、再びパンデミックに見舞われないとも限りません。情報の受発信を紙媒体に頼ることによって生じる障壁は、商店街全体の課題だと捉えました。」

そこで、当連合会では、情報の受発信をアナログからデジタルに転換し、情報伝達の迅速化に取り組むことを決めた。

デジタルの活用で 双方向のコミュニケーションへ

今回構築した情報管理システムでは、住所やメールアドレスのほか、所属する商店街や委員会等の情報を各店舗から収集して、データベースで一元管理することとした。システムでの情報配信は、全ユーザーに対する情報の一

斉配信のほか、例えば商店街単位や委員会単位など、ユーザーごとに発信する情報の振り分けも可能とし、情報伝達の迅速化・効率化を達成。また、受信者の確認日時を事務局側で把握できる仕組みも実装し、より確実な情報伝達が可能となった。

システムの運用段階では、コーディネーターの株式会社アイラブ西山友則氏に事務局と会員店舗、双方のサポートを依頼。システムの活用に消極的だった店舗にも、メールアドレスの取得から丁寧にサポートし、システムへの登録につなげた。

従来は事務局から各店舗へと一方通行になりがちだったコミュニケーションも、本システムの導入により、店舗からの反応を把握できるようになり、イベントやキャンペーン等、様々な商店街活動への意見や要望も寄せられるようになるなど、双方向型に変化した。



情報管理システムの
電子回覧板機能

変化をポジティブに捉え 商店街全体を盛り上げたい

「デジタル化は情報受発信の迅速化だけではなく、店舗や商店街全体を活性化するのも役立つのだと手ごたえを感じています。」と柏会長は語る。

今回の情報管理システムにより、商店街のイベントやキャンペーンなどの会員店舗への周知も効率的に行えるようになり、事業の企画から実施に至るまでの時間やコストが大幅に削減できたという。また、システムを活用してアンケートなども容易にできるようになり、会員店舗の声を把握し、次の企画に活かすという流れもできつつある。

「下北沢は、昔からいろいろな変化を受け入れてきた街です。今回のデジタル化の取り組みもポジティブな変化ですね。構築したシステムを新しく出店した若い世代の店舗へのアプローチに活用し、商店街への加入や商店街活動への参加につなげたいと思っています。」



イベントが多く
老若男女が多く
闊歩
する商店街の様子

コーディネーターの視線



(株)アイラブ 西山友則氏

今回のシステム構築の第一歩は、紙の回覧板のデジタル化です。760店舗への確実な情報伝達を目指しました。導入の際は、各店舗からメールアドレスの入手・設定が必要で、デジタルに不慣れなご年配の方もいらっしゃるため、苦労したのも事実です。そこで、デジタル化を一気に進めるのではなく、導入当初は紙媒体も併用しながらソフトランディングすることにしました。

今後は、商店街全体でのデジタル化をさらに推進し、SNSを活用した情報発信にも積極的にチャレンジしたいです。下北沢がこれからも楽しい街になればいいなあと考えています。

加盟店の声



古着屋WEGO 飯田千華さん

当店は欧米の良質な古着を扱う店です。お客様は学生の方をメインに、ご年配の方、「Instagramを見たよ」と沖縄や北海道からも来店されます。

今回導入したシステムでは、スマートフォンでいつでもどこでも回覧板を閲覧できるし、紙のように間違えて捨ててしまうこともありません。



パロンデッセ ラテ&アート 久保寺敏美さん

回覧板がデジタル化すると、紙の回覧版を持参するときに生まれる会話こそ少なくなってしまうかもしれません。でも、それ以上に情報伝達がスピードアップし、多くの人と瞬時に情報を共有できることに大きなメリットがあると思います。

デジタル化に慣れるのに時間はかかっても、地域の繋がりは深まるのではと思います。

六本木商店街振興組合

歩行者属性×天気予報による最適情報の発信

六本木交差点を中心に外苑東通りを軸として広がる六本木商店街振興組合は、「アートとデザインのまち」というコンセプトの元、積極的に六本木の街づくりをリードしてきた。これまでも「スマート街路灯」によって街の情報を効果的に収集・発信する取組を行ってきたが、今回、顧客ニーズにマッチした情報発信により店舗誘導を図ろうと、「スマート街路灯」の機能強化に取り組んだ。



六本木商店街振興組合

- ◎加盟店舗数 215 (2022年2月現在)
- ◎事務所所在地 港区六本木4-5-13
- ◎お問い合わせ TEL 03-6447-2540
- ◎ウェブサイト <http://www.ractive-roppongi.com/>



六本木商店街振興組合
理事長
白井浩之氏

多種多様な来街者 それぞれのニーズに最適な情報発信を

オフィスビルや大型複合施設、タワーマンションなどが集まる六本木。白井浩之理事長は六本木商店街についてこう語る。「六本木は、繁華街、ビジネス街、住宅街という様々な顔を持つ街で、街にお越しになる方の属性や訪れる時間帯・目的も多種多様です。だからこそ、商店街が全容を把握しきれず、来街者にマッチした細やかなサービスを提供することが難しかったのです。」

その課題を解決するために導入したのが、「スマート街路灯」だ。現在46基が設置されており、このうち4基にカメラが、13基にデジタルサイネージが取り付けられている。スマート街路灯のカメラで歩行者の数や移動方向、年齢や性別などの属性を取得し、まちの見える化を図った。また、サイネージではまちの混雑状況を発信するほか、デジタルクーポンの配布や店舗を紹介する動画配信なども行えるようになった。

「いつ、どこを、どんな人が通行しているかという、それまで店主の肌感覚でしか得られなかった人の流れを確実に数値として捉えられるようになったのは、大きな進歩でした。次はスマート街路灯から得た情報を活用していく段階です。今、サイネージの目の前にいる人に、最も適した店舗や商品をご案内できないだろうか……そんなアイデアから今回の事業に取組みました。」

歩行者属性と天気予報で きめ細かくマッチング

商店街が取り組んだのは、歩行者属性と天気予報を組み合わせた情報発信システムの構築だ。スマート街路灯

に搭載したカメラで取得した年代や性別といった歩行者属性と、気温を含む天気予報データを組み合わせることで、サイネージの目の前にいる来街者のニーズにマッチした店舗や商品を、ピンポイントで紹介できる。

「昼と夜、寒い日と暑い日、男性と女性、若者と高齢者では、欲しい、食べたいと思うものは違ってくるはず。来街者の心を掴みやすい最適な動画情報を発信することで、店舗への誘導がしやすくなります。来街者にとっても、より有益な情報を得られることは大きなメリットとなります。今後はこの新システムに合わせた配信コンテンツも増やしていく予定です。」と白井理事長は新しい情報発信システムについて意欲を示す。



サイネージで
おすすめの
店舗・商品を紹介

効果を紐付け さらに有益な情報発信へ

以前から先進的な取組に挑戦してきた六本木商店街。その中で培われた信頼感もあり、加盟店舗の多くが本事業の趣旨を理解し、取組に賛同してくれたという。

まずは令和4年11月から令和5年2月までの3ヶ月間、一部の店舗の情報を先行して配信した。実施時期の気象によりサイネージに映し出す内容を決定するため、秋冬向けの商品が中心となるなど限定的な内容ではあったものの、順調なスタートを切ることができた。

今回の結果を踏まえてシステムを改善し、店舗数を増やしながら年間を通じて取組を継続していくことで、お客様にとってより有益で効果的な情報発信へとつなげる考えだ。

最後に白井理事長に今後の課題と展望について聞いた。「お客様がサイネージを見て来店されたかどうかの紐付けがまだできていない状態です。サイネージの効果が明らかになれば、より多くの店舗にご参加いただけると期待しています。これからも、常に最先端の取組を進める商店街として、六本木の街を盛り上げていきたいと思っています。」



スマート街路灯の
QRコードで
取組を周知

コーディネーターの視線



(株)OCL 代表取締役 四ツ柳茂樹氏

六本木商店街は元々先進的な取り組みをされていて、ビジョンも明確でしたので、私は技術面を中心にサポートしました。

カメラを用いた情報の収集に関しては、個人情報保護のため制約も多いのですが、お客様のプライバシーと実用性との間でバランスが取れたと考えています。今後はターゲットごとの発信効果を学習し、最適なタイミングで最適な店舗をリアルタイムで紹介するようなシステムにしていければ、さらに効果が上がるのではないかと考えています。

加盟店の声



KALIANG(カリアン) 横山恵美さん

私が実際にスマート街路灯の前を通ったときも、「あなたのおすすめは...」とサイネージでおすすめの情報を教えてくれました。紙面やウェブページのように自分で情報を探しに行くのではなく、プッシュ型の告知なので、今までとは違った反響があるのではと思います。お客様にも「サイネージ流れてたね」と声をかけていただきました。うちは小さなお店ですので、サイネージの告知によってより多くのお客様に知っていただく機会になると思います。



居酒屋いろは 女将 並木亜美さん

商店街の街路灯にサイネージが付き、そこで動画が流れることで、明るく活気付いたと思います。商店街に加盟しているお店の名前などがエンドレスで流れているので、私自身、とても嬉しいです。当店の紹介動画には私が登場しているのですが、それを見た常連さんたちもとても喜んでくださいました。常に人の声や音楽が流れることで、防犯にもつながると思います。

代々木商店街振興組合

EC機能付きポータルサイトの構築

JR代々木駅西口を中心に扇形に伸びる代々木商店街。ハロウィンイベントなど先進的な取組が評価され、2016年には「東京商店街グランプリ」優秀賞を獲得。しかしデジタル化においては長年手つかずのままだった。コロナ禍で変化した生活様式に合わせてEC機能を持つポータルサイトを構築することで、商店街のさらなる活性化を目指す。



代々木商店街振興組合
理事長
原明男氏

EC機能を持つサイトで 商店街を再興

「この辺りは昔から専門学校が多く、最近ではオフィスも増えています。商店街には安くて満腹になる飲食店が多いですね。」と原明男理事長が紹介する通り、代々木商店街は専門学校生やビジネスマンといった若い利用客が中心だ。一方、新宿や原宿、渋谷といった繁華街と隣接し、利用客が流出してしまうという危機感があった。これまでも、代々木商店街に人を呼び込もうと、若者やファミリー層を対象にした大規模なハロウィンイベントを企画するなど様々な取組を展開し、会員店舗数も増加していたという。しかし、コロナ禍に突入すると、飲食店が多い当商店街は大きな影響を受け、会員店舗数は減少に転じた。

商店街のために今できることは何か。原理事長が目をつけたのは、長年先送りしてきたデジタル化だった。「10年以上前につくったホームページは画像が貼ってあるだけの簡易なもので、スマホにも対応していませんでした。当然、EC機能もなく、SNSとの連動もなし。多くの店主が高齢化していたため躊躇していましたが、若年層の来街が多い当商店街においてデジタル化は必須。そう考えていたところ、補助金を知り、時代に合ったポータルサイトの構築を決めました。」



代々木商店街振興組合
理事
宮守和明氏



代々木商店街振興組合

- ◎加盟店舗数 116
- ◎事務所所在地 渋谷区代々木 1-2-9
- ◎お問い合わせ TEL 03-3370-7774
- ◎ウェブサイト <https://yoyogi-mall.com/>

ITに強い若手が中心となり 高齢の店主を手厚くサポート

新しいポータルサイトは、コロナ禍で変容した消費者のライフスタイルに対応し、会員店舗の売上向上の機会を確保しようと、物販だけでなく、飲食店の予約やテイクアウト注文にも対応できるECサイト機能を備えた。

サイトの構築に当たっては、顧客へのスピーディーな情報発信が行えるよう、会員店舗自らが簡単に編集・更新できるシステムを取り入れ、店舗も顧客も使い勝手のよいサイトを目指した。また、SNSとの連携や、サイト上で店舗や顧客との交流を可能とする機能も付け加えたことで、来街が多い若年層の取り込みを期待できるものとなった。

中心となって動いたのは、会計担当理事の宮守和明さん。他にも当商店街にはITに強い若手メンバーが在籍しており、協力して導入を進めることができた。

取組を進める中では、会員店舗から戸惑いの声もあったという。「デジタルになじみの薄い高齢の店主さんたちからは『使い方が分からないし、利用する予定はないよ』といったご意見も多かったですね。でもこういった店舗の中には商品力に定評があるところも多いので、サイトを利用しないのはもったいないと思いました。」(宮守理事)

そこで商店街は、サイト構築と並行し、運用に不安を抱える店主たちに対し宮守理事を中心とした若手チームがサポートする体制を整備。システム操作の説明にとどまらず、ときには、商品の魅力をどのように伝えれば最も効果的なものとなるか、店主と一緒に考えたりもしたという。

当初は抵抗感のあった会員店主も、商店街の充実したサポートによる安心感から、賛同する店舗が増えていった。



ECサイト機能を
活用して商品の
魅力を考える

組合会員数の増加、 国内外からの流入にも期待

新たなポータルサイトで更新作業が簡易化されたことで、会員店舗の意識も変わったという。「新しいサイトでは、各店舗がそれぞれ簡単に更新できるようになったので、『本日のメニュー』などのタイムリーな情報の掲載ができるようになりました。また、クーポンの発行や季節のイベントの紹介も気軽に行えます。店舗のみならず、デジタル化への意識が前向きに変わってきていると実感しています。また、ポータルサイトの運営を通じて、会員店舗同士の交流や若手店主の活躍の機会が増えたことも、副次的な効果でした。」と宮守理事は振り返る。

今後は来街者への周知活動も積極的に行い、サイトの

利用者を増やしていく予定だ。利用者がさらに増えれば、新規顧客の獲得につながり、商店街も活気付く。

原理事長は「商店街の会員店舗は無料でECサイトに出品できます。こうしたメリットを新しく出店する店舗等にもアピールしたいと思います。会員店舗を増やし、代々木の街を盛り上げていきたいですね。」と抱負を語る。



商店街のイベントで
盛り上がる
会員のみなさん

加盟店の声



伊勢芋料理 里乃や 店主 石井勝利さん
二男 石井仁さん

これまで自社のHPを持っておらず、宣伝などが難しかったのですが、商店街でこのような便利なサイトを作っていただき、お店の情報を発信できるようになり、売上の増加につながることを期待しています。

うちでは三重県特産の伊勢芋という珍しい商品を扱っていることもあり、常連のお客様だけでなく、オンラインを通じて多くの方にアピールできればと思っています。



㈱タムラ 代表取締役 田村寛之さん

自社のサイトにもリンクして、色々なサービスの告知が可能となり、また、ECサイトによる集客もできるということで、今後を期待しています。また、サイトへの情報掲載にあたって、商店街内でデジタルに詳しいメンバーがサポートしてくれたので、とてもありがたかったです。今後、街全体がデジタル化して、より多くの情報を発信することによって、商店街が活気づくといいなと思っています。

「ハッピーロード」大山商店街振興組合

ハッピーロード大山スマート商店街構築事業

70年以上の伝統を誇るハッピーロード大山商店街は、地域再開発やコロナ禍の影響により、大きな変化に直面している。こうした変化に対応するために「ハッピーロード大山オンラインショップ」を開業。地域の店舗と消費者をデジタルネットワークで繋ぐプラットフォームとして活用し、商店街のさらなる活性化を目指す。



ハッピーロード
大山商店街振興組合
理事長
伊崎宏明氏

再開発とコロナ禍という 大きな変化に対応するために

大山駅周辺の都市計画道路の敷設やそれに付随する大規模な再開発により、街区の環境が激変することが予想されるハッピーロード大山商店街。これまでのようなアーケードの利便性に頼った集客が困難になることに、伊崎宏明理事長は危機感を隠さない。加えて、コロナ禍により、来街者の買物スタイルは大きく変わった。「将来を見据えた商売の在り方を考えると、商店街も変わっていかねばなりません。その手段として、商店街のデジタル化を図ろうと考えました。うちは昔から“新しいことにチャレンジする”、“突き詰めてやってみる”という精神が根付いていますから。」と伊崎理事長は語る。

こうして、商店街は「ハッピーロード大山スマート商店街の構築」プロジェクトを開始した。令和3年度に実施した第1次事業では、商店街が運営する店舗「とれたて村」にECサイトを導入。「とれたて村」ECサイトでの販売ノウハウを蓄積したが、一方で、手入力の処理が残るなど、運用上の課題もあった。

このため、第2次事業ではより使いやすいECサイトの実現に向けて機能を追加し、多店舗型の「ハッピーロード大山オンラインショップ」へと展開した。

店舗にもお客様にも 使いやすいECサイトへ

商店街ではお客様が買い物をするたびにポイントが貯まる「ハローカード」を発行している。今年度の事業では、ハローカードのポイントシステムとECサイトの機能連携を強化し、ECサイト内の各店舗でのお客様へのポイント付与やポイントによる支払いを可能とするとともに、こ

れまで手入力で実施していた商店街と店舗間のポイント代金精算を自動化した。また、店舗別に取扱商品の在庫管理ができる機能を追加し、お客様からの注文時に自店の在庫が正確に把握できるようにした。

これらの取組で、お客様の利便性を高めるとともに、店舗側も精算事務や在庫管理が効率化され、ECサイト導入のハードルを下げる事ができた。

このプロジェクトの進行には、コーディネーターのサポートも大きかったという。コーディネーターは、商店街とシステム開発会社の橋渡し役となり、ECサイトを導入する店舗の手間や負担を軽減する方法など商店街の課題を整理し、解決策の助言を行った。

商店街は、今後、ECサイトを導入する店舗及び利用客を増やすため、広報や販促企画にも力を入れていく方針だ。



使いやすい多店舗型の
ハッピーロード大山
オンラインショップ

古き良き商店街らしさを感じる ECサイトをめざしたい

「商店街の商圈はおおよそ1キロ程度で、主にファミリー層や年配の方々が多くいらっしゃいます。再開発でこの地域にお住いになるニューファミリー層の増加が見込まれるので、新しいお客様にも商店街を利用していただきたいですね。」と伊崎理事長は語る。

地元の客層を取り込むため、今後はECサイトで販売する商品の組み合わせや一括配送の導入などの工夫を凝らし、商店街ならではの特色を活かす計画だ。「大手ECサイトと同じことをやるのではなく、デジタル化の中に、昔の商店街の良さである“御用聞き”のような側面も取り入れていきます。『一生つきあいます』がモットーのハッピーロード大山らしいECサイトを充実させて、地域のお客様にも喜んでいただける商店街であり続けたいと思います。」



全国ふれあいショップ
「とれたて村」
会員組織を発足

コーディネーターの視線



General Management Office
中小企業診断士 佐藤卓氏

第1次「ハッピーロード大山スマート商店街」事業では、「とれたて村」の単独店舗での運用が実施され、課題の把握や運用ノウハウを蓄積しました。

そこからバトンをつなぎ、今回は、複数店舗での運用に必要なシステムの追加や、「ハローカード」との連動についてアドバイスをさせていただきました。

この事業で進めるデジタル化とはあくまで手段であり、目的は商店街の活性化です。今後もさらに多くの店舗がECサイトに参加し、お客様に活用いただくためのアイデアを、商店街とともに考えたいと思います。

加盟店の声



メガネ&補聴器&コンタクトの八光堂 糸井保さん
時代の変化によりお客様の価値観も変わってきています。路面店が生き残るためには個店同士が力を合わせてデジタル化に対応することが必要ですから、商店街を上げてECサイトの取り組みに挑戦してくれるのは非常にありがたいですね。継続することで相互の団結意識がさらに強まり、思ってもみない相乗効果を呼ぶと思っています。

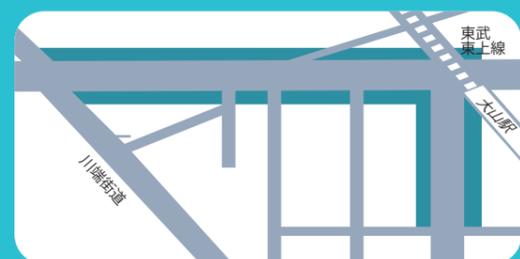


(有)山中電気 山中浩司さん

当店は地域密着の電気屋として、販売や訪問修理などお客様と関係を築いてきました。コロナ禍でお客様とのふれあいが減ってしまった今、ビジネスで何かをしなくてはという気持ちがありました。ご高齢の方もスマホを利用されますから、商店街でのEC構築は大歓迎です。お客様からの問い合わせが増え、商売につながると嬉しいです。

ハッピーロード大山商店街振興組合

- ◎加盟店舗数 210
- ◎事務所所在地 板橋区大山町49番1号ハロープラザ2F
- ◎お問い合わせ TEL 03-3973-0055
- ◎ウェブサイト <https://www.haro.or.jp/>



若葉通り商店会

ECサイトを活用した販路拡大事業

商業都市として栄えてきた町田市には、昔ながらの商店街が数多く残っている。その中のひとつである若葉通り商店会では、高齢化やコロナ禍による経営環境の悪化をはじめとするさまざまな課題を解決するための起爆剤として、デジタル化への第一歩となるECサイトの構築を決めた。



若葉通り商店会
会長
勝永雅紀氏

ECサイトの効果で 厳しい現状を変えたい

若葉通り商店会は地域に根付いた商店会で、地元の顧客をメインターゲット層として商売してきたが、近年、店主の高齢化や人手不足に加え、コロナ禍における消費生活スタイルの変化等による打撃は大きく、厳しい状況が続いている。

勝永雅紀会長はこう語る。「これまでも集客のためにイベントを実施してきましたが、その時は盛り上がりも一過性で効果が継続しないという悩みがありました。こうした現状を、このまま放っておくわけにはいかないと考えたのです。」

そこで活路を見出したのが、ECサイトの構築だった。ECサイトなら、地域外のお客様にも加盟店・商品をPRできる。そして、継続的な集客・販促活動も可能となる。役員会で提案したところ、現在の状況に危機感を抱いていた他の役員も、「やってみよう!」と一致した。

実は、デジタル化を進めようと思ったきっかけは、タイヤ専門店を営む勝永会長自身の経験にもあった。「私の店の平均顧客年齢は45歳以上と高めなのですが、インターネットの検索結果やマップに店舗情報が掲載されるツールを使ってみたところ、クチコミを見た若年層の方にご来店いただく機会が増えたんです。デジタルの力を実感しましたね。」と勝永会長。

また、電子帳簿保存法やインボイス制度への対応を見据えると、デジタル化はまさに必須課題であった。ECサイトの構築を商店会と会員店舗のデジタル化の足掛かりにしたい、そういった強い想いもあったという。



ECサイトの
立ち上げに
奮闘する様子

約半年の準備期間を経て 「ミナポート」オープン

会員店舗の中には、「うちはホームページも持っていないし、ECサイトなんてよくわからないよ」と戸惑いを見せる店主も多かったというが、商店会は「小さく始めて、大きく育てる」をモットーに、ECサイト構築プロジェクトをスタート。

ECサイトは、初期費用を抑え、システムの運用保守も容易にできるよう、ASP(クラウド上で提供されているサイト構築に必要な機能を備えたシステム)を利用して構築した。

また、ECサイトへの出店を検討する店舗への研修会を実施するとともに、店舗ページの立ち上げや商品の登録、出店後の運用をサポートする体制を整えた。

さらに、商店会は、ECサイトを多くの人に知ってもらい、愛着を持って利用してもらおうと、サイトの名称を公募。245件もの応募の中から選ばれたのは「ミナポート(MINAPORT)。「みんな」と「港(PORT)」を組み合わせ、人が集まり、コミュニケーションを取り、またそれぞれのフィールドに出ていくという思いが込められている。

こうしてオープンした「ミナポート」は、若葉通り商店会の紹介をはじめ、老舗せんべい屋の人気商品や、ペットショップのペットフード、印刷会社の名刺やはがき印刷サービスなどが購入できる。

「今後も出店店舗や商品の数を増やし、それぞれのお店の個性や商品の魅力、サービスの特徴をアピールしたいです。店主も顧客も、様々な年齢層の方が利用したくなるサイトに育てていきたいですね。」(勝永会長)



公募により決定した
名称「ミナポート」
公式サイト

ネットワークを構築し、 地域を盛り上げる

町田街道沿いを中心に店舗・企業が点在する若葉通り商店会。「このサイトが当商店会の加盟店同士、そしてお

客様との交流の場になり、アーケード商店街のような一体感が生まれることを期待しています。」と勝永会長は語る。最近では、会員店舗同士で「この商品を目玉にしたらどう?」と助言しあうなど、コミュニケーションも生まれているようだ。

「今後は、近隣の商店会にも「ミナポート」を広めて多くのお店に出店していただき、地域を元気にしたいと考えています。そしてそこで構築されたネットワークを生かして、また新しい好循環を生み出せたらいいですね。」

加盟店の声



(有)森畳店 森邦博さん

畳のような商品はECサイトで販売するのは難しいのですが、だからといって「うちには関係ない」というのではなく、「ミナポート」を活用して新規事業を始めようと考えています。例えば畳のクッションや、畳の縁(へり)で作ったカードケース、小さな畳に描いた絵など、畳を使った小物類を「ミナポート」で販売するんです。新しいことを始めるきっかけを作っていただいたという意味でも、今回の取組を大変ありがたく思っています。

今は昔なじみのお客様がほとんどですが「ミナポート」を通じて、地域外のお客様や新規のお客様がけると嬉しいですね。



わふわふくらぶ 青山琢さん

当店は日本唯一の豆柴専門ペットショップです。「ミナポート」の話を知り、これはチャンスだと思って参加しました。

現在、「ミナポート」では、お客様から特にご要望が多いペットフードを販売し、便利にご活用いただいております。また、「ミナポート」から店の公式サイトにリンクしているのもありがたいですね。地域はもちろん、他地域にお住まいの方が当店の存在を知り、可愛い豆柴と出会うためにご来店くださるのではと期待しています。

「ミナポート」の輪がもっと広がり、商店街が盛り上がるとういことだと思います。



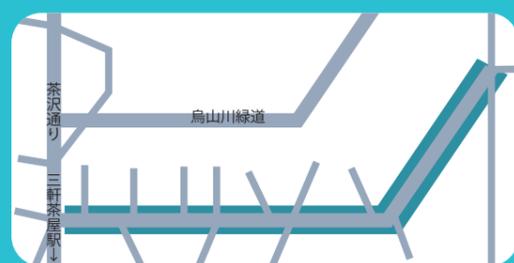
若葉通り商店会

- ◎加盟店舗数 24
- ◎事務所所在地 東京都町田市旭町1-19-14
- ◎お問い合わせ info.wakabadori@gmail.com

太子堂中央商店街振興組合

「抽選アプリ」開発

世田谷区の三軒茶屋駅からほど近い太子堂中央商店街。50年近い歴史を有し、古くから続く店と新規参入店の合わせて46店で構成される。週末は“インスタ映え”するお店目当ての若者で賑わう一方で、近隣エリアとの集客競争やコロナ禍の打撃などの課題を抱える商店街は、その解決に向けてアプリの開発に取り組んだ。



太子堂中央商店街振興組合

- 加盟店舗数 46
- 事務所所在地 世田谷区太子堂 2-9-25
- お問い合わせ TEL 03-3722-0880
- ウェブサイト <https://taishido-chuou.jp/>



太子堂中央商店街
振興組合 理事長
久保純一郎氏

商店街のポテンシャル 向上を目指して

アプリを開発した経緯を久保純一郎理事長は振り返る。「コロナ禍の影響は大きく、飲食店を中心に閉店を余儀なくされる店も出たほどです。渋谷や下北沢など集客力のあるエリアに隣接するなかで、商店街のポテンシャルをいかにして上げるか、という課題意識を持ちながらも、資金の問題が立ちだかっていました。商店街デジタル化推進事業の話聞き、これはチャンスだと思いました。」

より多くの人に、商店街に足を運んでいただくにはどうしたらいいか。話し合いの結果、お客様がスマホからゲーム感覚で参加できる「抽選アプリ」の開発を決め、商店街の集客と活性化を狙うプロジェクトがスタートした。

店主たちの反応はどうだったのか。「『やりたくない』という人はいませんでした。ただ、『よくわからない』という声はありましたね。でも、この問題は商店街の中で解決しました。なぜなら、商店街とは毎日お店同士が顔を合わせる場所ですからね。アプリの使い方なども、わかる人が説明役を担ってくれました。」



ポスターで発信し
来街者にアプリを周知

抽選アプリに込めた 商店街らしい3つの工夫

「抽選アプリ」の開発には、コーディネーターの柳澤昇氏が参加。アイデア出しからアプリの制作までサポートを得た。

このアプリには3つの工夫を施した。1つめが抽選の頻度。アプリの浸透を図るため継続的なアクセスを促す「1日1回抽選」に設定した。2つめはスマホ画面のレイアウト。抽選ボタンまでスクロールする手前に「商店街の最新情報」を配置することで、お客様の目に留まるようにした。3つめはアプリのデザイン。アプリ利用者が楽しめるよう、ルーレット式抽選機のデザインを採用した。商店街内や店舗で掲示する周知ポスターにもルーレットのイラストを描き、印象付けた。

「抽選アプリ」の使い方は簡単だ。商店街内に掲示されているQRコードからアプリをダウンロードし、メールアドレスを登録することですぐに使うことができる。当選者は、事務局から届いた当選メールを当選商品提供店舗に見せることで景品を受け取れるという流れだ。

アプリの活用で、お客様が実際に商店街・店舗に足を運んでもらうきっかけになっているという。「若いお客様から『なかなか当たらないね』という声をいただくこともありますが、抽選アプリを使ってくださっているからこそ、ありがたいと思っています。」



「抽選アプリ」では
1日1回
ルーレットを楽しめる

“オール三軒茶屋”の 一員としての展望を描く

今後の展望について久保理事長は語る。

「周辺に集客力のあるエリアが存在する中で、商店街のポテンシャルを高め、外からも来てもらえるような商店街を作る。それには、太子堂中央商店街単独ではなく、“オール三軒茶屋”で集客を図る明確なビジョンを打ち出し、しっかりとしたシステムや仕掛け作りが必要だと思います。」今回、開発した「抽選アプリ」は解決策のひとつになるのではと期待を寄せる。

今や、生活のあらゆる場面をデジタル化するのが当たり前前の時代。買物ひとつをとっても、商店街のようなリアル店舗とネットショッピングが共存する世の中だが、商店街には、店主とのやりとり、商品を手に取れる安心感、店を渡り歩く楽しさといった、アナログの良さがある。「これからもデジタルを活用した取組を進めるとともに、お客様に商店街ならではのアナログの良さもアピールして、商店街の認知度・集客向上を図り、地域の活性化に繋げていきたいです。」

コーディネーターの視線



(有)ライズアップ 佐藤政利氏

ホームページなどのデジタルコンテンツは、放置したままにするとお客様が離れてしまいます。「抽選アプリ」の運用にあたって、お客様に継続的に活用してもらえる方法を検討しました。魅力的なお店が多数集まる三軒茶屋ですが、アプリをきっかけとして、新規のお客様を呼び込めるようになることが理想です。お客様が実際に商店街に足を運び、雰囲気や特長を知り、2回目、3回目の来街・購入につながることを期待しています。

加盟店の声



OUVEA(ウベア)マーケット 鈴木妙子さん

商店街が「抽選アプリ」を開発すると聞いたときからワクワクしていました。当店はナチュラルやオーガニックをテーマにしたお店です。アプリがきっかけで幅広い世代が来店され、お店も商店街全体も盛り上がるとうれしいです。



三茶呑場マルコ 山本将之さん

アプリを理解するのに少し時間がかかりましたが、商店街のフォローがあり、戸惑うことなく取組に参加することができました。デジタル化で商店街が盛り上がるなら精いっぱい貢献したいと思います。



カットサロンロング 関口智也さん

個店が自力でアプリを開発するのは難しいので、今回、商店街のアプリを活用できてよかったです。最近のご年配の方もアプリを使用されます。抽選機能のほか、決済や予約などもできるとさらに便利になると思います。

町田市商店会連合会

町田市商店街 DX 化アプリ構築事業

古くから商都として栄えてきた町田市。市内26商店会、約800店が加盟する町田市商店会連合会は、商業の街を支える存在だ。連合会では、加盟商店会の役員・店主の高齢化や後継者不足、そしてコロナ禍による経営状態の悪化など、商店会を取り巻く停滞感を打破すべく、商店街アプリの開発に着手した。



町田市商店会連合会
会長
林伸光氏

連合会として 市内商店会・個店をフォロー

町田市商店会連合会の林伸光会長は、町田市内の商店会の現状をこう語る。「町田駅周辺は昼夜問わず活気がありますが、チェーン店や大型店に押されて顧客の獲得が厳しくなっている商店会もあります。商店会や個店の情報発信が十分に行えていないことも課題です。」

スマートフォンが普及する中で、従来の紙媒体を中心としたアナログ的な取組だけでは若年層の取り込みができなくなる。連合会としても商店会や個店をしっかりフォローし、デジタル化に乗り遅れないようにしなければ、との危機感があった。

しかし、高齢の商店会役員や店主など、デジタル化に無関心、あるいは消極的な方も多かったという。そこで、連合会は、商店街への支援実績が豊富な中小企業診断士の遠藤光司氏から助言を受け、できるだけ加盟店がイメージしやすく、取り入れやすい方法でデジタル化を進めることを決定。市内の商店会の情報発信や販促イベントに活用できるアプリの構築に取り組むこととなった。

デジタル化の第一歩は スタンプラリーのアプリ版

当連合会では2015年度から、町田市内の商店会の認知向上と来街者の増加をめざし、「町田わくわくスタンプラリー事業」を実施している。例年約500店舗が参加する一大イベントだが、40歳以上の応募者が7割を超えるなど、年齢層に偏りが生じていた。そこで、若年層の参加の増加を目指し、このスタンプラリーをデジタル化することから着手した。

「デジタル化の“初めの一歩”は、低ければ低いほど良い。馴染みのイベントのスタンプ付与の方法が変わるだけで

あれば、デジタルに不慣れな店主でもイメージしやすいのではないかと考えました。」(林会長)

お客様は、これまでのように応募用紙を持ち歩いたりレシートを集めたりする必要がなく、アプリから簡単にスタンプラリーの応募ができる。また、連合会事務局も、応募者の集計・抽選結果の通知等が容易になる。顧客利便性向上と事務局業務の効率化を達成しようという狙いもあった。

こうして構築した町田市商店会連合会の公式アプリは「さるびあぶり」と名付けられ、2022年12月1日に配信が開始された。



馴染みのスタンプラリーをデジタル化

アプリ活用で新規顧客を獲得 組織の若返りにも期待

「町田わくわくスタンプラリー2022」では、従来の紙ベースの「さるびあぶり」によるデジタルスタンプラリーを並行して実施した。

「今回は周知の時間が十分に取れませんでした。アプリを利用いただいたお客様がいた分、全体のスタンプラリー参加者は増加しました。今後は、若年層をターゲットにSNSを活用したPRにも力をいれたいです。お客様と店主、双方へのサポートも強化して、アプリの利用拡大につなげ、将来的にはスタンプラリーをアプリに一本化したいですね。」(林会長)

「さるびあぶり」では、デジタルスタンプラリー機能の他、連合会に加盟する商店会及び個店の情報検索も可能で、イベント情報なども配信する。また、連合会から加盟商店会や個店会員に対する情報提供機能も備え、研修会や行政の支援策等、必要な情報を迅速に提供することが可能となった。今後は、電子クーポンの発行などアプリの機能向上を図るとともに、アプリ利用者の属性情報を分析し、より最適なイベントの企画や販促に活用していきたいと林会長は展望を語る。

「連合会がデジタル化の先導的役割を果たすことで、加盟する商店会や個店のデジタル導入促進につなげたいですね。今後、デジタルリテラシーの高い若手経営者が増え、その方たちが商店会や連合会の活動に参加することで、町田をもっと盛り上げてほしいです。」



「さるびあぶり」で商店街及び個店、イベント情報も配信。

コーディネーターの視線



遠藤マネジメントオフィス代表(中小企業診断士) 遠藤光司氏

連合会に加盟する各商店会、そしてその先の各店舗の方々に、どのようにしてデジタル化を呼びかけ、浸透させるか、というのが課題でした。

今回は、従来の「紙ベースのスタンプラリー」を「アプリ」に置き換えることを中心に取り組むことで、商店会や加盟店の皆さんにもわかりやすく、受け入れやすいものになったと思います。まずは、みなさんにアプリに触れ、慣れていただくことで、また新たなデジタル化の取組を推進できれば良いですね。

加盟店の声



フラワーショップHanaiso 渡辺誠一さん

私を含めて比較的若い方は別として、年配の会員の方は戸惑っている感じもありました。でも会長への信頼があるので、不安だけどついていくという感じですね。

今後このアプリを多くのお客様に知っていただき、そして使っていただけるようにアピールしたいです。アプリをきっかけにお店に足を運んでくださる方が増えたらいいです。



醤油料理 天忠 和泉澤正康さん

スタンプラリーは、店頭でQRコードを掲示し、お客様にアプリで読み込んでいただくという形で、スムーズに進みました。

当店ではキャッシュレス決済も導入しているのですが、年配の方も結構使われています。このアプリも同じように、多くの方に使っていただければ良いと思います。



町田市商店会連合会

- ◎加盟商店会数 26
- ◎事務所所在地 東京都町田市原町田3-3-22
- ◎お問い合わせ TEL 042-723-6900
- ◎ウェブサイト <https://machida-shoren.com/>

目黒区商店街連合会

アプリ開発による商店街活性化

目黒区内の56商店街、約3,500の店舗が加盟する目黒区商店街連合会では、コロナ禍で非接触イベントを考案したことをきっかけにアプリ開発を決意。商店街・個店・お客様それぞれにメリットをもたらす多彩な機能を盛り込んだアプリで、区内商店街の活性化を図る。



目黒区商店街連合会
副会長
依田悦子氏

コロナ禍のピンチを デジタル化のチャンスに変える

区内商店街の活性化に向けて、様々な施策を実施してきた目黒区商店街連合会。しかし、コロナ禍では、商店街を訪れる人は減少し、多くの人が集まるイベントの開催も自粛せざるを得ないなど、商店街・個店は大きな影響を受けた。お客様に商店街に戻って来てもらうために、連合会が音頭をとって動かなければいけないとの思いから、2021年、連合会ではスマホアプリを活用したイベントを試験的に実施した。「今は1人1台スマホを持ち歩くのが当たり前前の時代です。イベントなどに活用できるスマホアプリなら、商店街もお客様も利用しやすいのではないかと考えました。」と依田悦子副会長は振り返る。

イベントの成功を受けて、連合会は本格的なアプリ開発に向けた検討を開始。店舗や1商店街でアプリを開発するのは難しくても、連合会がアプリを開発すれば、区内全域に展開することができる。区内共通で使えるアプリは、お客様にとっても利便性が高い。こうして、目黒区商店街連合会アプリ「めぐーる」の開発プロジェクトがスタートした。

目黒区商店街連合会
「めぐーる」
参加登録を促す



目黒区商店街連合会

- ◎加盟商店街数 56
- ◎事務所所在地 東京都目黒区目黒 2-4-36
- ◎お問い合わせ TEL 03-3714-8111
- ◎ウェブサイト <https://www.meguroku.com/>

様々な人との連携・協力で アプリをリリース

「めぐーる」には、スタンプラリーや抽選といった、イベントに活用できる機能を設けた。また、電子クーポン機能も搭載。連合会あるいは商店街単位で催すイベントで使えるクーポンの他、各会員店舗が独自でクーポンを発行することも可能だ。さらに、会員店舗がアプリ上で商品を販売できるEC機能も備えた。

アプリの開発にあたって、連合会は「ミライ会議」に協力を仰いだ。「ミライ会議」は、地元の高校生などの若い世代と連合会と一緒に商店街の活性化策を検討する会議で、これまでもイベントや商店街のPR動画制作など、様々な形で連携してきた。

「ミライ会議のメンバーにアプリを実際に使ってもらいました。『クイズ的な要素を入れてみては』『アイコンを可愛くしてほしい』など、私たちには思いつかないようなアイデアを頂きました。『めぐーる』という名前も、学生さんたちと一緒に考えたんですよ。」(依田副会長)

アプリのリリースに向けて連合会の理事会やエリア会議などで周知を図る中で、商店街や店舗から戸惑いの声が上がったのも事実だという。そこで、連合会は商店街・会員店舗向けにアプリの活用や操作方法について勉強会を実施。商店街や店舗から疑問や要望があれば、コーディネーターの福田徹氏とともに、現地に駆けつけるなど、丁寧にサポートした。



連合会マスコット
『スマニャン』の
デザイン

「楽しいことは目黒から」 ムーブメントを起こしたい

「めぐーる」は、区内商店街で実施したクイズラリーイベントでさっそく活用された。「以前はアプリにちょっと尻込みしていたようなお店も、イベントをきっかけにアプリを使ってみたら意外と簡単だったという声もありました。また、お客様も若い方だけでなく、スマホを持っているけど使えないという世代の方にもアプリを試していただく機会になりました。」と依田副会長は成果を語る。今後「めぐーる」を活用した商店街イベントを増やし、その事例を他の商店街に波及させていく予定だ。

さらに、アプリの機能強化にも前向きだ。自店の取引情報をアプリで確認できるバックヤード機能や、SDGsの取組と連動した「エコポイント機能」、お散歩するたびにポイントを貯められる「ウォーキングゲーム機能」な

どの遊び心を取り入れたコンテンツまで、可能性は広がっていく。「多くのお客様に『楽しいことは目黒から始まる』と思っていただけたらうれしいですね。」



クイズラリーに
気軽に参加できる
システム

コーディネーターの視線



エバーコネク(株) 福田徹氏

目黒区内ではある程度デジタル化が進んでいる商店街もありますが、まだ紙の商品券や紙ベースのイベントが主流です。一気にデジタル化を図るのではなく、これまでアナログで行っていたことを徐々にデジタルに切り替えていく方法を、連合会の皆さんと相談しながら事業を進めました。また、デジタル化に抵抗感がある、あるいは得意ではないという店舗様にも「アプリを使ってみようかな」と思っていたためには、集客や販促につながるイベントという場面をきっかけにすることがポイントと考えました。

加盟する商店街や店舗向けの説明会や、各店舗に出向いてQRコードの設置やアプリのダウンロードなどのサポートを行う中では、店主の方の生の声をお聞きする機会が多かったのですが、「新しいデジタルの取り組みも意外と簡単なんだね」とご理解を示してくださることもあり、貴重な経験になりました。一方で、アプリのセキュリティを高めた結果、アカウント登録の手順が少し複雑になったため、「面倒だ」とか「使いづらい」というお声もいただきました。

今後、アプリの安全性を確保しながらも、よりシンプルに、お客様と店舗の双方にとって使いやすいアプリになるよう、トライアンドエラーで改良していきたいと思っています。

目黒区商店街連合会～加盟商店街の取組 (洗足商店街振興組合)



洗足商店街振興組合
副会長
大島純氏

試験的なイベントが成功 デジタル化に自信

コロナ禍でこれまでのように多くの人が集まるイベントを実施できない中、新しいイベントの在り方を検討していた目黒区商店街連合会は、2021年、連合会主催の恒例イベント「のんびりイベント 散歩」で、試験的にアプリを活用したウィークラリーを実施。その舞台となったのが、洗足商店街振興組合だ。「のんびりイベント 散歩」では、参加者がアプリに事前登録し、クイズラリーに答えるとデジタル商品券を取得できる。アプリで有効化したデジタル商品券は、参加店舗での商品購入時に店舗のQRコードを読み取ると利用できるという流れだ。

洗足商店街振興組合大島純副会長は、当時を振り返る。「おかげさまでイベントは成功しました。組合のメンバーとして事業に携わり、会員店舗とお客様、双方がデジタル化に触れ、取り入れていく場面を見ることができたのは良い経験でした。イベント時には、店舗がQRコード付きのクイズを貼りだし、お客様がスマホをかざして読みとる光景が繰り広げられ、遊びを通してデジタル化が普及するのだと実感しました。」

この洗足商店街での取組の成果を受けて、目黒区商店街連合会は区内全域の商店街への波及を目指し、本格的なアプリ開発に着手。こうしてできたのが目黒区商店街連合会アプリ「めぐーる」だ。

洗足商店街では、洗足駅開業100周年を記念したイベント「洗足100年祭」で、「めぐーる」を使ったクイズラリーを実施した。このイベントでは、アプリによる「デジタルコース」と紙ベースの「アナログコース」の2つのコースを設けたが、デジタルコースでの参加者にはダブルチャンス賞でデジタル福引きができるなど、アプリの周知や利用拡大につながる仕掛けも準備した。

「今後も当商店街への来街・来店が増えるように、「めぐーる」の機能をフル活用して、お客様の行動・ニーズにマッチする仕掛けを考えたいと思います。」

洗足駅開業100周年

洗足100年祭

3/11²⁰²³(土)

洗足駅前ふれあい広場
10:00～15:30 (予定)

文化の街「洗足」
洗足れきしクイズラリー

期間中、洗足商店街加盟のイベント参加店で500円以上
買い上げごとにイベント参加券1枚もらえます。
当日はお一人さま1回クイズラリーに参加できます。

クイズラリー-全問正解者先着400名(デジタルコース350名、
アナログコース50名)にイベント参加店で2日間ご利用できる
「洗足商店街お買物券500円分」プレゼント!
さらにダブルチャンス賞!!(デジタルコース対象)
デジタルコースでクイズラリー参加、全問正解者先着350名には
さらに、デジタル福引で合計40名に各店賞
(¥5,000円相当10名、¥3,000相当10名、¥1,000相当20名)
が当たります!

「洗足商店街
イベント参加店」は
こちらから

洗足いちちょう通り

SENZOKU SHOTENGAI
洗足100年祭
洗足商店街振興組合

オープニング
イベント
※天候により内容に変更中止もございます。
10:00～
原町小学校
「和太鼓」演奏
第九中学校
「吹奏楽部」演奏
「ダンス部」パフォーマンス
自由ヶ丘学園高校
「吹奏楽部」演奏

「みんなあつまれ、
いちよに願いを!」
ワークショップ
13:00～
いちよの葉の形に切った紙に
願い事を書いて大きな
いちよの木を完成させましょう
参加の中学生以下
のお子さま先着100名に
お菓子をプレゼント!

主催：洗足商店街振興組合 後援：目黒区 洗足商店街ホームページ <http://senzoku-st.com/>

ポスターにて洗足百年祭の案内を市民に広める



東京都デジタル化推進事業

詳細はこちら（東京都産業労働局 HP）

<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/chushou/shoko/chiiki/miryoku>

これまでの取組事例のご紹介

令和2年度
商店街キャッシュレスモデル事業
取組事例集



<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/chushou/shoko/chiiki/miryoku/digital/zirei1/index.html>

令和3年度
商店街デジタル化モデル事業
取組事例集



<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/chushou/shoko/chiiki/miryoku/digital/zirei2/index.html>

令和5年3月発行

登録番号 (4) 242

発行 東京都産業労働局商工部地域産業振興課
東京都新宿区西新宿二丁目8番1号
03 (5321) 1111 内線 36-731 ~ 6

印刷 上野印刷所
東京都江東区亀戸五丁目42番15号
03 (3636) 6311