進む商店街のデジタル化 首都圏、新たな客層獲得へ

＃ハッシュタグ

#神奈川 #東京 #埼玉

2022/4/19 2:00 [有料会員限定]

「スマート街路灯」が立ち並ぶ六本木商店街（13日、東京・港）

商店街にデジタル技術を導入する動きが首都圏で広がっている。新型コロナウイルス禍のもと、混雑状況を把握して客の安全確保や利便性向上を図るほか、来訪者の属性を分析して商品開発や新たな客層の獲得につなげている。課題を抱えた商店街のにぎわい創出に向けて、行政も支援策を打ち出している。

東京・六本木の目抜き通りに、洗練されたデザインの明かりが立ち並ぶ。地元の六本木商店街振興組合が2021年度までに33基設置した「スマート街路灯」だ。街を照らすだけでなく、データ収集や情報発信の機能を備え、目線の高さに備え付けたモニターには店の紹介や街の混雑状況を表示する。

搭載したカメラと人工知能（AI）を使った映像解析技術によって、通行人の移動方向や性別、人数をリアルタイムで推定する。昨冬には、人の流れが比較的少ないエリアにある店のデジタルクーポンを街路灯のモニターで発行する事業を実施。「来訪者が行ったことのない店を知ってもらう効果があった」（臼井浩之理事長）という。

「スマート商店街」の取り組みを進めている埼玉県川越市中心部の川越一番街

埼玉県内屈指の観光地として知られる川越市。川越一番街商業協同組合とNTT東日本は21年11月から22年1月末まで、ICT（情報通信技術）を活用した「スマート商店街」の実証実験をした。約100店舗が参加した。

観光客向けのサイト「デジタルお散歩マップ」は、川越に来た目的や誰と来たかなど簡単な質問に答えると、回答に合わせてお薦めスポットを紹介する。店舗側は人流や気象、映像のデータから来訪客の数や属性を予測する「スマート商店街アプリ」を活用し、店舗運営やイベントの企画に役立てた。

今後は菓子屋横丁や大正浪漫夢通りなど周辺にも拡大する方針。NTT東日本の担当者は「川越全体の活性化につなげ、本格的な事業化に結びつけたい」と話す。

「商店街一帯が集客に苦しんでいる。時代の潮流に合わせた情報発信で、何とか人を呼び戻したい」と力を込めるのは臼井王子台商店会（千葉県佐倉市）の担当者だ。20年12月から専門店街の「レイクピアウスイ」（同）とスマホを活用した抽選会を共同で実施するなどデジタル対応を強化してきた。

若い世代に情報を届けようとネット広告やSNS（交流サイト）の活用にも注力する。近隣のデジタルサイネージ（電子看板）で各店舗を紹介する取り組みを検討中だ。

自治体も支援に動いている。横浜市はベンチャー企業などと商店街とをマッチングする事業に乗り出した。課題解決につながるサービスを20年から公募し、採択した提案を希望する商店街に試験導入してもらっている。

例えば、反町駅前通り商店街（横浜市神奈川区）など3商店街は、スタートアップのレスティル（東京・千代田）が提供する半径5キロ圏内に限定した電子商取引（EC）のプラットフォーム「ポスケット」を導入する実験を21年夏に実施した。

狭い商圏のECのため、実店舗への来訪を促す効果も期待される。実際、「普段利用していない人が店を訪れたとの声もあった」（横浜市の担当者）といい、市は22年度も継続して企業と商店街の双方を募集する予定だ。

高齢化や資金不足のためデジタル化が進まない商店街も一定数ある。東京都はスマート商店街推進事業を22年度から大幅に拡充。助成件数を増やし、事業者の参考になる具体事例集も作成する。

「デジタル化を進めるきっかけにしてほしい。データを活用した取り組みにも期待したい」と担当者。目先の集客力を高めるだけでなく、得られたデータを生かして商店街を活性化する好循環を生み出せるかが重要となる。（相松孝暢）

＃商店街のデジタル化

商店街が一体的にキャッシュレス決済を導入したり、ECサイトを構築したりする取り組み。コロナ下での安全意識の高まりと対面販売機会の喪失が影響し、推進する商店街が増えた。若年層への訴求力を高める手法としても注目される。

行政の支援も増えており、東京都はスタンプラリー機能を持つアプリの開発や、顧客と店舗が交流できる会員制交流サイトの立ち上げなど21年度に6件の支援実績がある。