情報活用のインフラと風土を生かした現実・バーチャル両面からの取組み

生　駒　商　工　会　議　所

機関名	生駒商工会議所		
所在地	奈良県生駒市元町１－６－１２　生駒セイセイビル３階		
電話番号	０７４３‐７４‐３５１５		
地域概要	(1)管内人口　１１万５　千人	(2)管内商店街数　８　商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数　６　商店街	(2)会員数　１５０　商店	
	(3)空店舗率　６　％	(4)大型店空き店舗　－　店	
商店街の類型	1.超広域型商店街　2.広域型商店街　3.地域型商店街　4.近隣型商店街		

【事業名と実施年度】

平成 13 年度　　活性化対策事業　　情報発信ステーション、ミニチャレンジショップ、イベント
総事業費　　６，８１１千円

【事業実施内容】

１．背景

奈良県生駒市は奈良県の北西部に位置し、大阪府と京都府に接する。緑豊かな風土であり、なおかつ電鉄や道路整備が進んでいることから大阪市へは約２０分でアクセスする。この住環境のよさから、生駒市はベットタウンとして近年発展している。

生駒市はまた、双方向テレビの全国初の実験地でありＣＡＴＶの加入率も高い。さらに、奈良県に浸透している情報誌“ぱーぷる”の本店所在地であることから、情報発信や収集のの基盤を持っている。

一方、大型店の郊外への進出の増加、消費者ニーズの多様化などの環境変化は商業集積としての中心商店街の競争力を低下させ、商店街としての魅力の低下をもたらした。

生駒駅周辺図(いこまえきまえハートフルエイトＨＰより)

今一度、商店街の活力を取り戻し、商店街の対象年齢を下げるとともに、時代にマッチした商店街づくりを図るため、当事業を実施した。

事業の実施に当たっては、当商店街を事業所の２世中心に意見を集約し、取り組んだ。

２．事業内容

（１）事業のねらい

①中心市街地の活性化

情報発信の基盤を生かし、インターネットや携帯電話を利用して情報発信を行うことで新たなビジネスチャンスを創出し、商店街の活性化を目指す。

②若い顧客やファミリー層の呼び込み

③商店街活動への若い人材の投入

④ＩＴに対する関心を高める

（２）事業主体・協力団体

①事業主体　　生駒商工会議所

②協力団体　　中心市街地活性化協議会～いこまえきまえハートフルエイト

（３）事業概要

生駒市内で最大の商業集積地である生駒駅前周辺商店街の協力を得て、情報発信をテーマに以下の事業を行う。

①　情報発信ステーション(商業者と消費者との交流の場)

・　構成員のＨＰの立上げ

・　得々クーポンの発行と最新情報の発信

・　ＩＴ技術者を常駐させ、インターネットの指導と無料開放

・　消費者(市民)の参画できる空間作り(作品展など)

②　ミニチャレンジショップ

・１小間 2.5×2.5mの２小間で、１日 3,000 円、7 日以内 8,000 円

・１ヶ月以内 18,000 円で貸出し、対象は商業の未経験者を募集

③　他　集客イベントの実施

「まーこいＩＫＯＭＡ」のオープニング

（４）各事業詳細

①ホームページ事業

各商店街の商品や商店、お得情報を紹介したハートフルエイトのホームページを開設し、月間１０万アクセス以上の地元情報サイト「デジタルぽーぷる」と連携して一体感を持たせることで、特に今まで商店街に足を向けなかった若年層にＰＲを行

った。

大型店を含め１３７の事業所の参加があった。

②情報発信ステーション「まーこいＩＫＯＭＡ」事業

ホームページ事業のバーチャルな世界での取組だけではなく、実存したリアルな情報にも出会える場作りとして設置した。

また、街行く来街者の休憩・くつろぎの場、コミュニティの場、お稽古事や趣味の成果を発表できる場として活用しただけでなく、空きスペースを「ミニチャレンジショップ」として提供した。

《運営期間》平成１３年１０月６日から平成１４年３月１９日(水曜定休)

《インターネット体験コーナー》

地域住民や商店主に、実際に商店街のホームページを見て親しんでもらい、インターネットに興味を持ってもらう。

《ミニチャレンジショップ》

空き店舗対策の実験として、また、賑わい感の創出のため行った。出店者は公募とし、ミニチャレンジショップのコンセプトにあうかどうかで審査して出店を許可することとした。

・出店資格：原則として商業未経験者。経験者は、新たな事業展開を目指す方。

・出店料：

期間	金額	期間	金額
１日	3,000 円	１５日以上～２１日以内	15,000 円
２日以上～７日以内	8,000 円	２２日以上～１ヶ月以内	18,000 円
８日以上～１４日以内	12,000 円	福祉関係、学生は上記の半額	

・ホームページサポート：ハートフルエイトホームページ上での簡易なお店紹介を無料で行う。

《イベント事業》

日付	イベント
10 月 6 日	オープニングイベント　携帯ＤＥナンバーズ　など
10 月 6 日から 20 日	Ｅメールアドレス登録キャンペーン
10 月 28 日	チャレンジショップ募集キャンペーン
12 月中旬から 1 月下旬	イルミネーション装飾
12 月 21 日	クリスマスイベント

【　効　果　】

（１） ホームページ事業

① アクセス件数

平成 13 年 10 月 6 日から平成 14 年 2 月 17 日までのアクセス件数は 15,343 件(１日平均 114 件)であり、そのうち、パソコンからのアクセス

パソコン体験コーナー

が９３％、ｉモードが７％。

② アクセスの特徴

アクセス上位店には大型小売店(百貨店・スーパー)、飲食店、食料品店が多い。一方、アクセスが少なかった店としては、病院・診療所、薬局、クリーニング、フラワーショップ、園芸等が挙げられる。

（２） まーこいＩＫＯＭＡ

① 来館者数

平成 13 年 10 月 6 日から平成 14 年 2 月 17 日までの来館者数は 2,775 人、パソコン利用者は 1,955 人(ミニチャレンジショップ利用者を含まず)となった。パソコン体験コーナーの来館者の評価はおおむね高かった。

② ミニチャレンジショップ

新聞で紹介されたこともあり、出店希望者が期間を通じてあり、ブースが空き店舗になることはほとんどなかった。出店者へのヒアリングでは、商業的に成功したといえる出店者も見られた。一週間毎の店の入れ替えにより、当施設の雰囲気を新鮮に保つ効果があり、客層も変わるため、幅広い客層に利用してもらうことができた。

チャレンジショップへの来店者がパソコン利用コーナーへ回遊する効果も見られた。

③ 出店実績

出店した業種： 手作りクッキー・陶器・Ｔシャツ、カバン、小物・雑貨、パッチワーク、手作り作品の展示・販売、パソコンＰＲ、ＩＴソリューションサービス、リサイクル商品の販売、国産・ＵＳＡプリント(布)、さをり織りの衣料・小物

（３） イベント事業

① 携帯ＤＥナンバーズ

約３００人の参加があり、盛況に終わった。

② Ｅメールアドレス登録キャンペーン

144 件のアドレスが集まり、登録することができた。

③ クリスマスイベント

「まーこいＩＫＯＭＡ」「ホームページ」「得々クーポン」の認知度を上げるために３箇所で実施した。聖歌隊、ワイン提供は大盛況で、500 人分用意したが足りず、当日追加した。また、イベント終了後はホームページへのアクセスが増加した

携帯ＤＥナンバースの一場面

（４） 商店街活性化事業としての効果

①ハード面

空き店舗を情報発信ステーションに改装、開館したことで、通りに活気が出て、来館者も若い年齢層が中心となり集客効果はあった。また、ミニチャレンジショップへの出店者の中には成功した者もいたほか、今後当地での出店を希望するものも現れた。

②ソフト面

導入プロセスにおいて若手経営者が知恵を絞り、その企画を商店街の全面的なバックアップにより実施できた事により、商店街が一体化して商店街活動が活発化した。また、ホームページや情報発信ステーションでの情報発信がマスコミに多く取り上げられ、広く一般消費者の目に止まり、アクセス数も大幅に増えて情報発信としての効果があった。

【課題・反省点】

（1）ホームページ事業
①アクセス（多い事業所と少ない事業所の格差）の問題
②知名度を上げるにはイベントのチラシ配布の従来型の情報発信とバーチャルな情報発信の組み合わせの必要性
③商店街と消費者、双方の情報キャッチボールの仕組み
④発信し、常に更新する運営体制と組織化の必要性
（2）情報発信ステーション事業
商店街の管理・運営の意識付けが必要
（3）ミニチャレンジショップ事業
商店街との同業者排除の意識改革

【　教　訓　】

（1）商店街からの活性化の意見の集約の仕方
（役員よりの意見か、若手経営者・２世の意見かどちらで進めていくか）
（2）商店街からの人的・資金的協力を得られるかの見極めが重要

【関連ＵＲＬ】

生駒商工会議所　http://wwwl.kcn.ne.jp/~ikomacci/
ハートフルエイト　http://www.digi-pa.com/h8/index.html

ハートフルエイトのホームページ

個店のＰＲページ(上図)　個店だけではなく商栄会の情報もわかる(下図)