

三鷹電子商店街 三鷹ブランドイメージを育てる!

(株)ま ち づ ぐ り 三 鷹

機関名	株式会社 まちづくり三鷹		
所在地	東京都三鷹市下連雀3-38-4 三鷹産業プラザ		
電話番号	0422-40-9669		
地域概要	(1)管内人口 16 万人	(2)管内商店街数 39 商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 39 商店街	(2)会員数 2,546 商店	
	(3)空店舗率 - %	(4)大型店空き店舗 - 数	
商店街の種類	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 WEB上のショッピングモール開設、情報提供
 総事業費 15,802千円

【事業実施内容】

1.背景

消費者一人ひとりのニーズにあわせた新たな販売方法として、インターネット上での電子商店街（バーチャルモール）の可能性は、最近ますます大きくなっている。そこで、急速に普及するインターネットを活用し、三鷹市、三鷹商工会などの協力を得て、地域密着型の三鷹電子商店街「みたかモール(Mitaka-mall)」を構築した。このみたかモール(Mitaka-mall)のオープンにより、距離や時間の制約を超えるインターネットのメリットを生かし、三鷹市から店舗、商品等様々な地域情報を発信し、販路拡大、新規顧客の開拓など商業活性化を図るものであった。

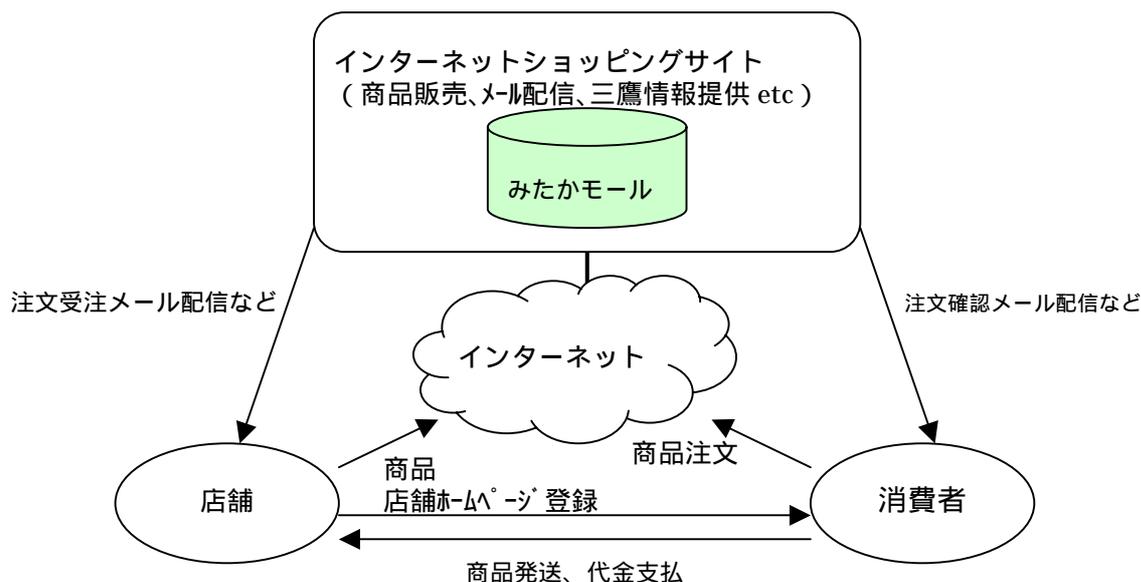


三鷹市中心部の位置

利用者に対しては、三鷹市内に点在する商店から個性的な商品、魅力あるサービスをインターネット上で紹介し、三鷹ブランドイメージを育てることを狙った。加えて、iモード等の携帯電話を利用して、消費者特性の分析による顧客特定の「携帯電話チラシ」等によるサービスを提供し、実店舗への来店も促すこととした。

2.事業内容

地域密着型インターネットショッピングモールの構築



みたかモールの構築イメージ



みたかモールのHP

(<http://www.mall.mitaka.ne.jp/>)

(具体的な事業内

容)

(1) 出店者説明会

みたかモール(Mitaka-mall)のオープン
への出店者説明会

5回開催し、4月開催の時には、112名の
店主が参加した。

(2) オープニングイベント

7月20日にオープンしたみたかモールの市
民へのプロモーション

(3) お客様向け販促キャンペーン

オープン記念ご来店プレゼント: 購入100
名にみたかモールで販売している商品プレ
ゼントウインターキャンペーン

(4) 出店者向け交流会、勉強会

交流会: 店主間交流の場を設け、交流だ
けでなく、共同商品開発を行うキッカケにな
るような交流会を開催。

店主勉強会: ホームページ作成支援

個別勉強会: 店舗へ伺い、個別にスキル
アップの勉強会

(5) アンケート

モールで購入したい商品の調査し、取扱商品商
品の充実支援

(6) メールニュース

モールユーザーにキャンペーン情報等メール送
信(平成14年2月現在2,233通)

(7) トップページ更新

新鮮な情報の発信



出展説明会



オープニングイベント

【 効 果 】

本事業をキッカケにインターネットビジネスをはじめること、地元住民だけでなく、
全国からの顧客を獲得し、売上を増加することが出来た。

インターネットで公開することにより、地域住民への知名度が上がり、来客数が増加
した。

インターネットやメールといったIT技術を使つての情報交換・情報収集・お客様と
の交渉などが行えるようになった。

インターネット上にはライバル店舗が多く存在することをキッカケに、お客様にp u
s h型の営業手法を行うことが、実店舗でも行えるようになり、顧客拡大を図れた店
舗があった。

【 課題・反省点 】

運営方法の問題

24時間、365日営業しているため、お客様への早急で柔軟な対応を行う体制及びアクセス数の増加だけでなく、信頼のおけるサイトであることを継続してアピールし続けることが必要性である。

知名度、信頼度の問題

さらなるサイトの充実化を図り、宣伝活動も定期的に行い知名度をあげることと、お客様への対応をよりよくし、信頼をあげる必要がある。情報収集、店主のスキルアップ、地域全体でのイベント開催など様々な利用者への仕掛けが必要であると考ええる。

店舗、商品の問題

インターネットビジネスを行う上で、店舗主のスキルの向上の他、インターネットオリジナルの商品開発が必要であると考ええる。

システムの問題

お客様が快適にお買物出来るようなページ構成。システムの見直しが必要である。

【 教 訓 】

商店を紹介するホームページは数々あるが、更新頻度が少なく魅力あるページに至っていないものが多い。見てもらうためには、新鮮で最新の情報が提供されており、また日々更新することが最低限必要である。

それを実現させるための運営体制を明確化することが必要である。

多くお買物をしてもらうためには、宣伝をかけるだけでなく、お買い上げいただいた方へのアフターフォローやメールサポートなど一見地道である作業がとても重要である。

それを実現させるノウハウの取得、運営が必要である。

ページを作る側の熱意・気持ちが見てくれている方たちに伝わる。そのためには作る側が楽しくいろいろな事を考えて運営を行うことが必要である。

【 関 連 URL 】

みたかモール <http://www.mall.mitaka.ne.jp/>

【 そ の 他 】

現在、本事業で立ち上げた地域密着型のインターネットショッピングサイトを継続して運営することで、下記のような効果が得られている。

利用者の知名度・信頼度が徐々に向上し、販売数が増加している。

地域サイトとしての認知度が徐々に向上し、アクセス数が増加している。

知名度が上がることで、出店店舗が増加している。

アクセス数増加により、新たな顧客の獲得が図れている。

インターネットを見た近隣住民の実店舗への来店が増加している。