

3年目を迎えた電子商店街に、個別メール・モバイル対応システムを付加させた

株式会社まちづくり三鷹

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 173千人	(2)管内商店街数 37商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数	(2)会員数	
	(3)空店舗率	(4)大型店空き店舗数	
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15年度 活性化対策事業
総事業費

・三鷹電子商店街「みたかモール」事業
15,750千円

【事業実施内容】

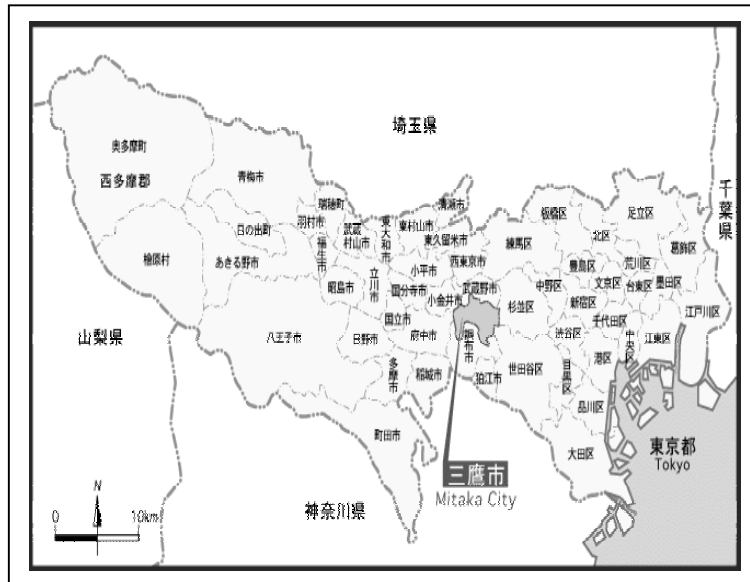
1. 背景

三鷹市は、都心から西へ約18Km、東京都のほぼ中央に位置し、東は杉並区、世田谷区の2区に、西は小金井市、南は調布市、北は武蔵野市にそれぞれ接している。

同市では、INS 実験以来、エレクトリック・マーケット・プレイス「電子マネー」実証実験や「SOHO CITYみたか構想」によるIT企業者の集積・育成を図るなど、先駆的なITや通信技術を活用した事業に積極的に取り組んできた。また、「あすのまち三鷹」プロジェクトとして平成14年度より総務省・経済産業省の「e!プロジェクト」や電子自治体パイロット事業が実施されることとなった。

この中で、平成13年度より運営している三鷹電子商店街「みたかモール(Mitaka-mall)」は、新たなステージに向かうこととなった。

また、平成14年度は共同決済・共同宅配を実施以降、ハード面・ソフト面でのお客様へのサービス向上が図られ、注文数増加傾向にある。そして、店舗開拓を進めることで商品数の充実が図られてきている。しかし、いまだ受注数およびアクセス数は、ともに成長途



三鷹市の位置図（三鷹市HP）

上であり、今後販売数や顧客数を増加させるために、「顧客管理、利用媒体、広報活動、e コミュニケーション」の点で課題が存在していた。これらを踏まえて、平成 15 年度事業を実施した。

2. 事業内容

平成 14 年度は、共同決済・共同宅配を実施し、三鷹電子商店街のモールサイト側のシステム及び運営面の整備に力を注いだが、平成 15 年度は「利用者側のサービス向上」を最大の目的とし、特に個々（one to one）の顧客のアクセスやメール配信を充実させるとともに、新たに携帯電話等のモバイルにも対応したインターネットショッピングシステムを導入した。またモバイルを利用したクーポン券発行、タイムサービス実施など実店舗を含めたサービスを提供した。それにより顧客との距離を縮め信頼度を向上させ、店舗の販売向上、活性化を図る実験を行った。

(1) 顧客管理充実を図るためのメールシステム強化

①目的

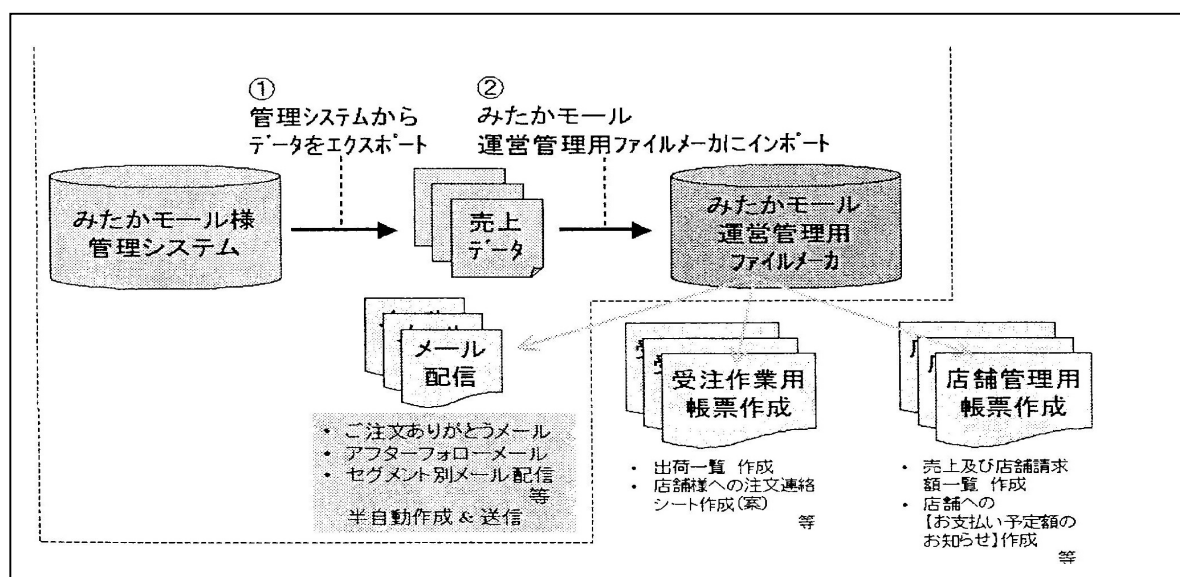
顧客とのコンタクトを商品受注処理にとどめず、アフターフォローにフル活用し、リピータ確保・拡充に力を入れ、さらなる販売促進を図る。

②概要

ショッピング利用者、メールマガジン購読者を対象とする。現運営中のメールサーバーに、出荷数日後に自動的にお礼メールを配信する機能など、自動的に顧客に対し応答を行えるシステムを導入する。また、情報共有を目的としたメールサーバーと顧客管理データベース間インターフェースも導入する。

③処理フォロー概要

販売システムの受注データを別途データベースに落とし込み、別途システム（ファイルメカ）を利用し、メール送信機能を使用して各種メールサービスを実現する。



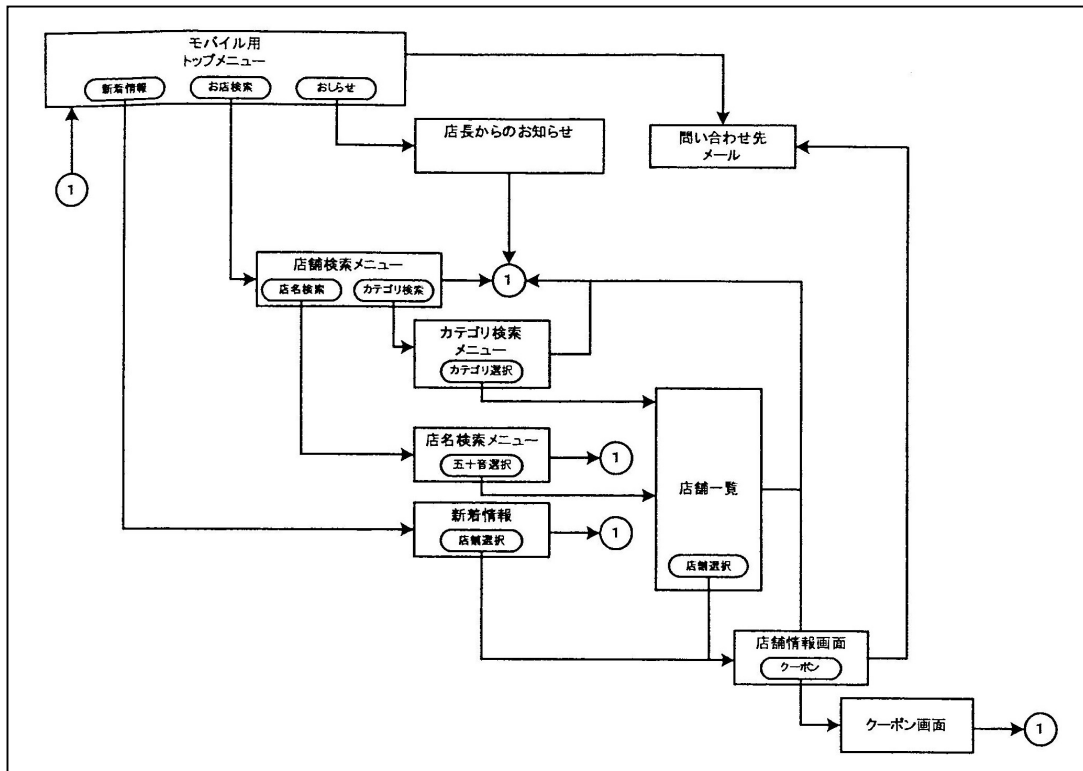
処理フロー

(2) モバイル（携帯電話）対応システム構築

①目的

日々モバイルの画像鮮明度や情報提供形態が向上しており、情報提供側の提供方法、サービス内容により、十分にモバイルを利用したショッピング利用者は向上すると思われる。そこで、みたかモールの新たなサービスツールとしてモバイルを利用したシステム構築を行い、新たな顧客獲得・売上増加を図る。

②システム構築



携帯用コンテンツの処理遷移

③機能

- ・対応携帯端末は、DoCoMo、vodafone、au の 3 キャリアに対応。コンテンツ表示は、サーバー側にてアクセスキャリアを自動判定し、各キャリア用コンテンツを配信する。
- ・新着表示件数は最大 10 位とする。表示順序は、携帯コンテンツ用データに更新のあった店舗の、更新日時の最新を上位に表示する。
- ・店名検索は五十音で検索する。
- ・カテゴリ検索は、各カテゴリに対応する店舗を一覧表示する。一覧表示は各店舗のコンテンツの更新日時の最新を上位にソートする。

(3) 新商品の開発

①目的

売上増加を目指すうえで、商品アイテムを増加させることが必須といえる。そこで、

現状・市場調査を実施し、顧客の新たな購買意欲につながる商品の開発を行う。

②市場調査

地域密着型電子モールについて、その動向、みたかモールの現状把握、ビジネスモデルの3つの項目に着目して市場調査を実施した。

調査結果を踏まえて検討した結果、地域密着型インターネットショッピングモールの特色として、物理的（地域的）距離の近さを顧客に意識させて店舗への来店を促し、バーチャルの世界からよりリアルの世界に近い形での戦略を立てることとした。さらに、商品開発についても「新たに作り出すのではなく、見つけ出す」ことを念頭に、魅力的な商品、魅力的なスポットを見つけ出し、顧客提供を図ることとした。

③開発

- ・地元大学（国際基督教大学）の同窓会グッズ販売
- ・姉妹都市・姉妹町の特産品販売
- ・OnlyOne 商品の開発：出店店舗間のコラボレーション
- ・配送時のダンボール：リサイクル使用、リサイクルシートの作成

(4) 講習会の実施

①目的

メールマガジンを利用した宣伝方法、顧客へのサポート方法、フォローを効果的に行う方法を取得するために、モール運営者と出店店舗主への講習会・勉強会を実施する。

②実施

- ・第1回 平成15年12月19日 参加者6店舗
- ・第2回 平成16年1月9日 参加者18店舗
- ・第3回 平成16年2月25日 参加者8店舗

(5) 広告宣伝の充実

①目的

みたかモールの存在を認知してもらい、より多くの顧客を集めるよう宣伝広告を拡充する。宣伝広告のやり方により、反応がまったく異なるため、効果的な広告を打って行けるようノウハウを利用して利用者の増加を図る。

②概要

- ・検索エンジンへの広告掲載
- ・ポスティング広告：地元三鷹市民への認知向上を目的に、送付文・パンフレット・FAX注文用紙を三鷹市全域に配布した。
- ・メールマガジン：毎週月曜・木曜の週2回、登録ユーザに対して発行した。

【 効 果 】

・来街者の行動

モバイル（携帯電話）向けのサイト構築により、実店舗のクーポンやセール情報を、イ

インターネット利用者へPRすることが出来るようになった。これにより、実店舗への集客の増加を図ることが出来た。

また、顧客へのメール配信システム構築により、リピート客の増加が図られ、インターネット上の店舗の売上を伸ばすことが出来た。

平成16年2月は受注数787件と非常に多かった。これは、三鷹市の友好市町村の特産物の販売が465件あったことによる。特に、山形県白鷹町のおんばい餅は、期間限定としたこともあり1週間に200件を超える注文があった。

「月別の受注件数、及び売上高」

年月	受注件数 (件)			売上高 (千円)
	合計	新規の利用	2度目以降の利用	
H15. 4	212	139	73	1,017
5	167	78	89	626
6	159	63	96	1,176
7	155	59	96	1,016
8	151	66	85	723
9	184	84	100	1,020
10	178	75	103	801
11	170	97	73	706
12	328	186	142	1,610
H16. 1	284	209	75	1,225
2	787	600	187	4,180
3	387	261	126	2,363
合計	3,162	1,917	1,245	16,463

【課題・反省点】

1. メールシステムの強化

課題としてメールシステムの強化があげられる。定形文を用意しているとはいえ、お客様個々のご意見・ご希望が寄せられることが多く、その対応を行うことが必須であったこと。また、お客様へお送りする内容が異なるものを送信してしまうことがあるなど、運営面での改善を図っていく必要がある。

顧客をセグメント分けし、セグメントに応じたメール配信（フォローメール、販促メール）をさらに活用して売上に反映させていく必要がある。（例：ジブリグッズをお買い上げいただいたお客様のみ、ジブリグッズ新商品発売のお知らせメールの送信など）

2. モバイル機能の活用

モバイル機能構築に関する、店舗側の認識を高める必要がある。実店舗で利用し、商店の活性化につなげるための携帯電話向けコンテンツの新設であったが、活用できていない店舗がまだ多くあった。このことは店舗での顧客とのコミュニケーションツールのひとつ

株式会社まちづくり三鷹

となることへの認知の低さ、お客様にサイトの存在の通知が不足していることにより、クーポン利用者の増加につながらなかったと思われる。

利用方法が理解できず結局そのままにしているなど、まだまだ活性化につながるまでには勉強と体験する時間が必要である。最も顧客とのコミュニケーションがとりやすいツールであるため、携帯電話向けコンテンツをきっかけとして、顧客拡大、売上増加につながるよう今後も活用していく必要がある。

【 関 連 U R L 】

株式会社まちづくり三鷹 <http://www.mitaka.ne.jp/tmo/>

みたかモール <http://www.mall.mitaka.ne.jp>