

ケーブルテレビ網を活用して、商店街情報を動画配信

伊勢商工会議所

機関名	伊勢商工会議所			
所在地	三重県伊勢市岩渕1-7-17			
電話番号	0596-25-5151			
地域概要	(1)管内人口	10万人	(2)管内商店街数	10商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数	5商店街	(2)会員数	261商店
	(3)空店舗率	20.6%	(4)大型店空き店舗数	2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14年度 活性化対策事業

総事業費

既存のCATV網を活用し、家庭のテレビを通じて商店街の商品情報を提供するとともに、電話で受注・宅配ができるシステムを構築
4,500千円

【事業実施内容】

1. 背景

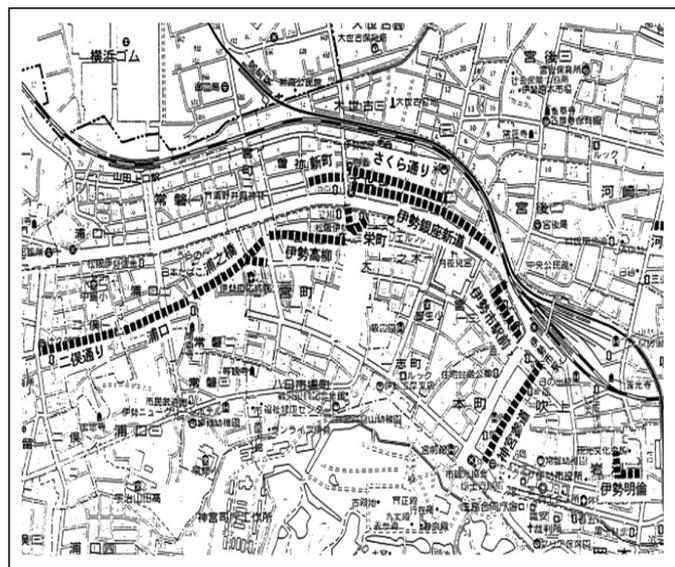
伊勢市は神宮を背景とした観光商業を中心に、伊勢志摩地区の中核的役割を担いながら発展してきた。

しかし、近年は、郊外での住宅地開発等に伴い中心市街地の人口は減少し、高齢化も進行するなど、まちとしての活力の低下が危惧されている。

また、周辺都市の商業力の伸長等により伊勢市の広域的な求心性が低下しているだけでなく、車社会の進展などに伴い大型店を中心とする商業機能の郊外立地が進んでいる。

さらに、伊勢市駅前では相次ぐ大型店の撤退により、中心市街地の商業機能は大きな影響を受け、閉店舗が目立ってきており、中心市街地の活性化が急務の課題となっている。

このような状況の中、本事業は、近年目覚しく進展したIT（情報技術）を活用したデリバリーサービスで、これにより、自動車を運転できない高齢者等の買い物を手助けする地域密着型のIT活用（ビデオ・オン・デマンド）による商店街等の宅配システムを構築し、商店街等中小小



伊勢市主要商店街の位置

伊勢商工会議所

売業の活性化を図ったものである。

2. 事業内容

当事業は、まず、情報発信側の商店街の店舗情報・特売情報等をビデオカメラで撮影し、そのデータをパソコンで加工する。高速通信基盤（ケーブルインターネット・8Mbps）を使って、動画・音声を伴う情報として配信するもので、消費者は操作が簡単な家庭用テレビで、見たい、買いたい時間に動画・音声を使った情報を見聞きすることができるシステムである。

このシステムでは専用端末機を利用しているため、パソコンに比べて操作が簡単な家庭用テレビを使って、インターネットの動画コンテンツを高齢者でも利用できる。電話で希望する商品をお店に注文すれば、自宅にいながら欲しい商品を購入できるというものである。



(1) 事業概要

消費者モニター：25件（大倉うぐいす台20、辻久留台4、万亀会館）

加盟店：29店舗（浦之橋商店街13、明倫商店街4、伊勢ポイントカード（協）12）

実証実験期間：平成14年11月1日～平成15年3月31日（5ヶ月間）

(2) システムの構成

1) 消費者モニター

消費者モニターは、ケーブルテレビ回線に加入していることが条件となる。ケーブルインターネットに加入していない場合には、実験期間中無料で加入する。また、インターネットのビデオ情報をテレビに接続する専用端末機は、すべての消費者モニター25件に無料貸与する。

2) 加盟店

食品・雑貨・衣料等生活必需品が揃い、以前から宅配にも取り組んでいる地域密着型の浦之橋商店街・明倫商店街の店舗と、伊勢ポイントカード協同組合（加盟店186店、会員

約7万人)の中の29店舗。

(3) 注文の仕組み・配達

1) 商品・サービスの提示

加盟店は店舗情報や商品の説明を行い、配信する曜日を指定する。

2) ビデオ情報配信

撮影後パソコンで加工したビデオ情報はケーブルインターネットで配信する。

3) 注文

消費者は、テレビ画面に映し出されたビデオ情報を参考に、電話もしくは事前に配布したFAX注文書で各店舗に直接注文する。

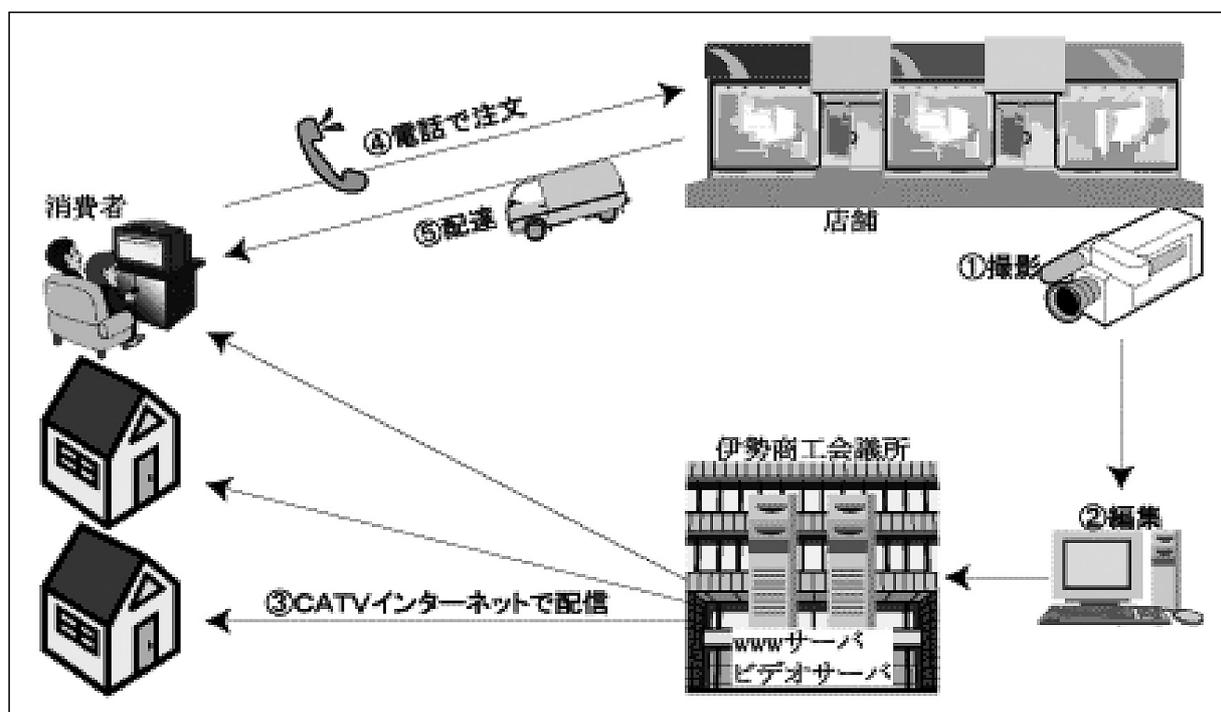
4) 受注

加盟店は、FAX注文者に電話で（電話注文者には受注時に）確認し、受注完了となる。

5) 配達

御用聞き的重要性を考慮して受注した店舗が配達する。配達時間は原則午前・午後・夕方の3回とする。

■システムイメージ



(4) 事業の実態

1) 動画配信サーバアクセスログ分析結果概要

①ビデオ情報再生割合

ビデオ配信サーバで再生されたビデオ情報の再生数上位10店舗のうち、8店舗が食品関係となった。

食品関係以外で再生数が多かったビデオ情報は、TVショッピング風に商品の説明を行い価格も表示したもの、商品に関連したイベント情報も提供したもの、消費者に飽きられないよう商品情報を積極的に更新した内容などであり、消費者に商品情報を伝える

ためには必要な情報をいかに的確に配信していくかが重要である。

②曜日ごとの活動

週の各曜日の再生数は、トップが「土曜日」、次いで「金曜日」「木曜日」となっている。最も再生数の少なかった「日曜日」と次ぎに少ない「水曜日」は「土曜日」の再生数の半数以下であった。

今回の事業のように、日曜日～土曜日まで各曜日を指定して日替りでビデオ情報を配信する方法では、主力商品を再生数の多い曜日に指定することも必要である。

また、「日曜日」「水曜日」などに配信された内容は消費者が見る機会が少なくなることから、日替わりではなく週替わりでビデオ情報を更新することも有効である。

③時間ごとの活動

時間ごとの活動で最も活動の多い時間帯は「13：00～13：59」、次いで「15：00～15：59」、「11：00～11：59」となり、3つの時間帯を含む「11：00～15：59」の5時間で全体の約半数（47.39%）を占めた。

最も活動の少ない時間帯となった「2：00～5：59」の4時間はビデオ情報の再生はなく、再生数の少ない時間帯である「22：00～9：59」の12時間では再生数の割合は13.96%となった。

	業種	再生数の割合 (%)		業種	再生数の割合 (%)
1	菓子	7.55%	16	食肉・加工品	3.12%
2	パン	5.62%	17	バッグ・カバン	3.12%
3	青果	5.05%	18	金物	3.06%
4	味噌・醤油	4.82%	19	手芸材料	2.89%
5	カメラ・プリント	4.48%	20	文房具	2.84%
6	青果	3.92%	21	婦人服	2.72%
7	玩具	3.86%	22	家具・インテリア	2.55%
8	自然食品	3.80%	23	うば車	2.50%
9	料理・仕出	3.63%	24	化粧品	2.50%
10	弁当・仕出	3.63%	25	日用雑貨	2.44%
11	お茶	3.63%	26	呉服	2.38%
12	種苗・園芸品	3.41%	27	婦人服	2.33%
13	書籍・雑誌	3.35%	28	薬局	2.27%
14	酒・調味料	3.18%	29	葬儀関連商品	2.10%
15	乾物	3.12%		合計	100.00%

2) 消費者モニターアンケート結果概要

①機器について

消費者が馴染んでいる機器を利用することが宅配システムの導入を容易にする。ただし、多様な消費者層の中にあって最たるニーズは高齢者層にあり、機器の細かな操作に不自由をきたす場合が予想され、使い易さを追求する配慮・工夫が求められる。

②宅配システムについて

消費者のニーズは、宅配システムならではの利便性・商品性にある。

また、消費者には少額の注文を遠慮する傾向が見られるほか、複数の加盟店からの一括購入を希望する声もあり、具体的に集配センターの必要性についての意見も出された。

③利用内容について

実際の注文内容を見ると野菜・果物・食パン・肉など食品が大半を占め、1店舗で3,000～5,000円程度のまとまった金額での発注が多く、最も宅配を利用された消費者はシニア世帯であった。

また、注文はしないがビデオを見て加盟店で買い物をする場合もあり、地域の広告媒体として新たな有用性もうかがえる。

【効 果】

(1) 食品類の注文が大半

宅配の利用は自動車を運転しない高齢者が多く、注文内容は、野菜、果物、牛肉、豚肉、パンといった食品類が大半を占めた。また、利用にいたらなかった消費者の中にはビデオで見た商品を直接店舗に出向いて購入する場合もあった。

(2) 動画配信と宅配システム

動画による情報配信は、地域の広告媒体としての有用性もうかがえる。一方宅配については、注文を受けた店舗が配達することで御用聞き機能を併せ持つが、消費者にとっては、複数の店舗に注文した場合、一括して商品を受け取れないというデメリットがあり、商品をまとめて配達するなど店舗側のシステムを検討する必要がある。

実証実験以降は、動画のメリットを活かした動画配信と、宅配システムの検討は別の事業として取り組んでいる。

【課題・反省点】

- (1) インターネットの動画コンテンツをテレビで視聴するために必要な専用端末機の台数に限りがあったため、消費者モニターの募集に制限ができた。
- (2) 消費者は、紹介商品の充実・詳細な商品説明・特売品情報・商品価格の提示などを望んでいるが、店舗側は宅配の利便性を重視しており、双方の考え方に差異があった。
- (3) 動画情報に興味を持ってもらうためには、映像の楽しさ・笑顔のほか強烈なインパクトが必要であるが、出演する人のキャラクターにより表現することが困難な場合がある。
- (4) テレビで視聴するためだけでなく、パソコンのヘビーユーザの方々にも動画情報を視聴していただけるようなシステム開発が必要である。

【教 訓】

- (1) 今後発売されるデジタルテレビは、インターネット接続機能が順次標準装備され、家庭のテレビで簡単にインターネットを利用して生活情報を得られることから、ウェブサイトの制作にはテレビで視聴する場合の使いやすさを追求する配慮・工夫が求められる。
- (2) 消費者は少額・少量の注文を遠慮する傾向が見られるほか、複数の店舗からの一括購入を希望しているが、新たに集配送センターを設立することは難しく、配達するエリアや曜日・時間を地域特性に合わせて設定するなど、地域事情にあった宅配システムを構築することが必要である。
- (3) 消費者の立場に立って情報を提供することが大事であり、各店舗は自ら商品コメントや写真の入れ替えなど情報の更新を行うほか、インターネット上での受注や販売促進のための情報発信などに電子メールを使いこなすことが必要である。

【関 連 U R L】

伊勢商工会議所 <http://www.ise-cci.or.jp>