“今ここ”の客へ販促や安心

スマホへ無線で情報発信

高円寺・荻窪地区約1100店舗

杉並区の高円寺駅南口地区および荻窪地区商店街では、杉並区商店会連合会や同青年部等の協力・支援により、国内最大規模の約1100店舗が参加する無線通信技術「Beacon（ビーコン）」を活用したスマートフォン（スマホ）対応型の商店街情報発信サービスを実施している。2月～3月には各地区ごとに、同システムを活用したラリー等のお披露目イベントも開催。チェックポイントとなった各店頭の電波発信機から来街者の手持ちのスマホへの情報発信で、街全体の回遊性向上につなげている。

今回導入したビーコンは省電力のブルートゥース技術を活用した通信で、各店頭に直径5㌢㍍ほどの円形の電波発信機を設置するもの。これが店内や店頭のスマホを検知して、店のお得情報やクーポンなどを各店頭から配信。アイフォンやアイパッド、アンドロイド・スマホ等に対応しており、今回は英語案内機能も付加している。

今回のシステム導入は区商連青年部などが中心となって企画を進め、まずは高円寺駅南口地区の5商店街・約400店舗、荻窪地区の13商店街・約700店舗で先行的にサービスを開始。「リアルの実店舗を持つ商店街ならではの強みを活かした地域情報インフラとして、個店の販促だけでなく観光対応や防災・防犯、福祉など幅広い活用が見込まれる」（上原正　区商連青年部長）。今後さらに区内他地区へも広げていきたい考えだ。

これを記念して高円寺地区では2月21日～22日に、高円寺パル（振）、新高円寺通（振）、エトアール通り商店会、馬橋商興会、高円寺南商店会主催「高円寺アート街でアート・ハンティング」を開催した。スマホ対応型サービスの活用企画としては、女子美術大学イラスト制作サークルの協力により、その作品100点をチェックポイントするスタンプラリーを実施。スマホ対応型情報発信サービスの専用アプリ「とくポン！」をダウンロードしたスマホを手に各アートに近づくと、そばに設置された電波発信機がスマホを検知する。「スペシャルアート」の場合にはスマホ上の専用台紙にスタンプが配信され、その他の場合はスタンプをゲットするためのヒントが提供されるとの仕組みだ。

ラリー参加者には、スタンプ5個＋500円相当の買い物レシート、あるいはスタンプ10個＋2000円相当の買い物レシートで、各日100名に「東北のうまいもん」を抽選で提供。このほか女性限定の食べ歩きツアー「スイーツ★パレード」、プロの建築家とともに街歩きを楽しむ「ブラ高円寺」、サブカルコレクションを物々交換する「サブコレ！」、早朝4時からの「暁前のハシゴ酒」なども同時開催されている。

◆　◆　◆

続いて荻窪地区では、駅周辺13商店街を舞台に3月7日～8日、ラリー方式の「オギクボトレジャーウォーク～街にはびこる火炎魔団を討て！～」が開催された。「荻窪の街が火炎魔団に乗っ取られようとしている」との設定で、駅南口・北口にそれぞれ10カ所ずつ、合計20カ所のチェックポイントを設定して、起震車やスタンドパイプなどの防災訓練コーナーを設営。会場ではたくさんの子どもや親子連れが、防災体験や謎解き、そして〝魔物〟を退治しながら街を行き交った。

今回はそのチェックポイントを探す手がかりとして、スマホ対応型情報発信サービスを活用した。アナログのイベント専用マップの配布に加えて、専用アプリ「とくポン！」をダウンロードしたスマホには、電波発信機を備えた各店頭に近づくと、個々のロケーションに応じたチェックポイントを探すためのヒントを発信。ゴールした方には東北復興支援の「豪華財宝」を〝山分け〟するとの景品設定としている。

また同時企画として今回は、商店街の今昔の写真を掲げての「今昔発見まちあるき」も開催しており、期間限定の商店街1000円チケットや「荻窪13商店街優待パスポート」なども提供。「今回の企画を機に商店街を実際に歩いて回ることで、商店街の魅力や安全安心機能を〝再発見〟してもらえたはず」（長谷川昭司区商連副会長＝荻窪白山通り商店会長）との期待だ。

今回の荻窪地区でのイベントおよびスマホ対応型情報発信サービスには、天沼新生会、荻窪川南共栄会、寿通り商店会、教会通り新栄会、タウンセブン会、荻窪北口大通り（振）、八丁通り商店会、荻窪白山通り商店会、荻窪すずらん通り商盛会、荻窪南口仲通り商店会、荻窪日の出街商店会、荻窪北口駅前通商店会、荻窪駅前商店会の13商店街が参加している。

電波発信機（右脇）が来店客へスタンプを提供（＝高円寺地区商店街）

店舗×ITでシナジー

日経メッセ　先端技術が一堂に

IT〝はんこ〟（左）やペッパー（右）が店頭や街角でポイント提供

一方で、あるブースの店頭では、手持ちのスマホ画面上にデジタルスタンプラリー台紙に、ネオ〝はんこ〟を直接アナログに押印してもらってポイントゲット（写真上・左）。こちらは無線通信ではなく、あくまで直接的な〝接触〟を要件とした静電気活用型のIT技術。集客した来店客を、店主とのアナログな対面コミュニケーションへつなげようとの、古くてかつ最先端のIT技術だ。

3月3日～6日にかけての総合展示会「日経メッセ　街づくり・店づくり総合展」（日本経済新聞社主催）では、東京ビッグサイトを会場に約10社が出展して、にぎわいのある店・街づくりを提案する6つの展示会が開催された。なかでも流通業向けのIT技術を紹介する「リテールテック　JAPAN」には、冒頭のヒト型ロボットや〝はんこ〟ように、デジタル技術をリアルな街・店でのコミュニケーションへつなげようとの出展が目立っている。

会場では、電子商取引（EC）サイト構築などに関する技術やサービスを集めた特別企画展「ネット&リテールビジネス・フェア」も初開催。旧来型のアナログな店頭コミュニケーション機能と、最先端のデジタル技術との融合・相乗効果をめざそうとのトレンドは、商店街個店が持つ強みを発揮できるチャンスと言える。

「僕の手にポイントカードをのせて下さい」――。思わずカードを手渡すと、「来店ポイントを差し上げま～す」。感情認識機能を持つヒト型ロボットのアナログな〝おもてなし〟を添えての、デジタルな無線通信「WiFi」経由でのポイント提供に、来場者らに笑顔が広がる（写真右）。商店街の〝街角コンシェルジュ〟に採用すれば、その対面コミュニケーション機能に加えて、胸の端末モニター経由でポイント情報や街・店案内、来街者データの収集・活用も可能だ。

客引き防止で安心街路

指導、公表へ　各地で条例化

商店街のイメージ悪化を招く路上での客引き行為の取り締まりは、昨年4月の都条例改正により「風俗店」による同行為に加えて、来街者にたちふさがったりつきまとったりする「執拗な」スカウト行為自体が新たに対象となった。これを受けて都内各自治体においても、同様の趣旨での取り締まり強化が進みつつある。商店街関係者などパトロール要員の指導権限の強化や過料設定など、地元行政や町会、在勤者等との巧みな連携で、来街者の安全安心を守ろうとする商店街の取り組みを追った。

商店街関係者など約250名が「指導員」認定を受けて、毎日ベースでパトロール活動等を展開しているのが新宿区だ。地元商店街らによる新宿駅周辺の安全・安心を実現する会（会長＝安田眞一　新宿東口商店街理事長）などの要望に応えて、一昨年9月に客引き防止条例を施行。国の風適法（風営法）や都の迷惑防止条例で取り締まり対象とされていた風俗店に加えて、居酒屋やカラオケ店など飲食店を対象業種として拡大設定している。

昨春には千代田区でも、商店街関係者などのパトロール要員への指導権限や事業者名公表規定などを盛り込んだ客引き防止条例を施行。重点地区となった神田駅周辺地区では、商店街・自治会など地元13団体が「客引き防止活動」推進団体を発足して、条例を活用した取り締まり活動を展開している。

また昨年12月には渋谷区においても、取り締まり対象を全業種として、また商店街関係者にも指導・事業者名の公表権限を付与した客引き防止条例を施行している。それでも以上3区では違反行為者への過料設定がなく、「客引き行為排除の成果を高めるには罰則規定が欠かせない」と小野寿幸　渋谷センター商店街理事長。客引き行為待ちを禁止にする「大田区公共の場所における客引き客待ち行為等の防止に関する条例」を昨年施行。蒲田駅周辺地区を禁止範囲と定めて、違反を繰り返した場合に5万円の過料を徴収できることとして、区職員が商店街とともにパトロールして成果を上げている。

同様に、墨田区においては昨年12月に施行した客引き防止条例において、警告に従わない場合は5万円以下の過料を設定。とくに身辺に追随する行為、ピンクチラシ付きポケットティッシュの配布など、禁止事項を幅広くカバー。品川区においても今年度新たに、客引き行為に対して過料を設定した防止条例を制定予定だ。

一方で豊島区では、3年前に生活安全条例の一部改正で、繁華街における悪質な客引きや路上スカウトなどの迷惑行為を規制。なかでも池袋駅周辺商店街では町会、警察署、区と連携して池袋地区・スカウト等排除推進協議会を発足させて、地道にパトロールを重ねてきた。こうした努力が評価され、さらなる取り締まり強化策として4月1日に、客引き防止に特化した新条例が施行。客引き行為者への過料規定に加えて、不法な客引きによる「立ち入らせ行為」をも禁止対象としたことで、全国初となる店側への過料規定も盛り込んだ条例となっている。■

地道なパトロール、過料で抑止

「立ち入らせ」た店も禁止対象に

体を業とする者とのイタチゴッコの様相もあることから、「都の迷惑防止条例や警察の道路使用許可条件においての罰則規定も必要」（秋山利昭　神田駅西口商店街理事長）との声も上がる。■

当初から過料を設けた客引き防止条例措置で臨んでいるのが大田区だ。風俗営業等の客引きと客待ちを禁止にする「大田区公共の場所における客引き客待ち行為等の防止に関する条例」を昨年施行。蒲田駅周辺地区を禁止範囲と定めて、違反を繰り返した場合に5万円の過料を徴収できることとして、区職員が商店街とともにパトロールして成果を上げている。

同様に、墨田区においては昨年12月に施行した客引き防止条例において、警告に従わない場合は5万円以下の過料を設定。とくに身辺に追随する行為、ピンクチラシ付きポケットティッシュの配布など、禁止事項を幅広くカバー。品川区においても今年度新たに、客引き行為に対して過料を設定した防止条例を制定予定だ。

一方で豊島区では、3年前に生活安全条例の一部改正で、繁華街における悪質な客引きや路上スカウトなどの迷惑行為を規制。なかでも池袋駅周辺商店街では町会、警察署、区と連携して池袋地区・スカウト等排除推進協議会を発足させて、地道にパトロールを重ねてきた。こうした努力が評価され、さらなる取り締まり強化策として4月1日に、客引き防止に特化した新条例が施行。客引き行為者への過料規定に加えて、不法な客引きによる「立ち入らせ行為」をも禁止対象としたことで、全国初となる店側への過料規定も盛り込んだ条例となっている。■

「条例があっても、自分達が防犯パトロールをして活用しなければただの〝飾り物〟」と鈴木達治　渋谷センター街パトロール隊隊長。同商店街では条例施行から3カ月を経て、条例化以降の取り組みの検証も兼ねた研修会を地元警察署とともに実施している（下の関連記事参照）。客引き防止条例を生かすための地域ぐるみのパトロール活動の地道な実践、そしてその効果の定期的な検証・ノウハウ共有化の場の積み重ねこそ、客引き行為のない安全安心な商店街へのカギと言えそうだ。

〜〜〜〜〜〜〜〜〜〜

3月2日の研修会（下に関連記事）会場でパトロール隊員が敬礼＝渋谷センター（振）

客引き防止活動の課題・今後を探る

渋谷センター（振）　安全安心へ研修会

渋谷センター商店街振興組合（小野寿幸理事長）では3月2日に、「安全安心まちづくり研修会」を開催した。会場には桑原敏武区長をはじめ地元警察署長、防犯協会会長、区商連会長も参加。安全安心への商店街の役割を再確認する場となった。

第1部では、組織犯罪抑止や防犯をテーマに警察関係者らが講演。続く第2部では「渋谷区の客引き防止条例施行と防犯活動のこれから」をテーマに、鈴木達治副理事長が条例施行から3カ月を経ての取り組み成果や今後の課題を報告した。

鈴木副理事長は、パトロール活動を積極的に実践している同商店街だが「自主ルールを設けるなど努力してきたが、客引き行為だけはなかなか減らすことができなかった」と条例施行前の状況を紹介。昨年12月の条例施行により「事業者名の公表など公的権限をもったことで、違反者への抑止効果面で一歩前進した」とした。

一方で、「条例を有効活用するには、こうして街をチェックし続ける地道なパトロール活動こそが重要だ」とも強調。街の現状の問題点を日常的にチェックしながら、今回の研修会のような場で定期的な検証や情報共有化を行うことで、将来へ向けての条例見直しや罰則制度化へ向けた議論を進めていきたいとした。

店・街の口コミ後押し

商連　SNS型サイト新規開設

新宿区商店会連合会（大室新吉会長）では、このほど地域密着情報・口コミサイト「新宿ルーペ」（http://shinjuku-loupe.info/）を開設した。これは区内約4000店・89商店街の情報を、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）型のサイトで受発信しようというもの。商連一括ならではのスケールメリットを生かした個店・商店街のPRツールとして、既存客との関係性強化や新規顧客開拓、さらにはこれを機とした商店街加入促進効果も見込まれる。

まずサイトのトップページには、①個店発の最新投稿トピックス欄②個店・商店会のツイッター紹介欄③新たに登録された新着5店舗の紹介掲載欄などを掲示。とくに②のツイッター内容については業種やフリーワード、地図の3項目での検索も可能として利便性を向上。ツイッターやフェースブック、グーグルプラスなどの主要なSNSともリンクされており、外部への情報拡散効果も期待される。

さらに商店街・個店ごとのページでは、基本情報やアピールポイント、地図情報などを網羅。各参加店にはメールアドレス・パスワードを配布しており、個々にトップのログイン画面から自らの商店街・店ページにアクセスして、リアルタイムに情報更新することが可能。また個々の店のツイッターアカウントを登録すれば、各ページの画面上に「つぶやき」内容を連動的に表示できる仕組みとしている。

とくに今回はSNS型サイトとしたことで、店舗と一般ユーザーとの双方向性の交流機能が盛り込まれている点が特徴的。区商連サイトに個人登録した一般ユーザーであれば、誰でも各店のページにコメントを書き込める欄を設定。内容については店側のチェック機能を設けており、店主と顧客の交流や一般ユーザー同士の口コミにより、来店・来街促進効果が見込まれる。

各個店ページは傘下会員には無料提供しており、IT活用に詳しくない会員店舗向けにはサイトの利用方法を学ぶ講座や、外部機関による各種パソコン教室なども斡旋中。こうして個々の商店街・店の情報発信力およびサイト全体の情報鮮度を高めていくことで、サイトの魅力アップやアクセス増につなげていく。

新サイト『新宿ルーペ』には情報交流機能が充実

専門家チームが商店街の活性化やお店の経営改善をお手伝いします！

商店街パワーアップ作戦
(専門家チームの派遣) のご案内

こんなお悩みありませんか
- ●個店の売り上げに悩んでいる
- ●商店街でのイベントがマンネリ化している
- ●ITを活用したいがどうしていいかわからない

東京都内の商店街・商店に対し、実務に明るい専門家が
実践的・具体的にアドバイスします。しかも！費用は無料です。

パワーアップ作戦の流れ

商店街
- 組合・任意団体
- 商　店

①お申込み → ②事前打合わせ → ③日程調整・専門家チームの編成 → ④専門家チームによる支援の実施

お申込み・問い合わせは下記まで
(公財)東京都中小企業振興公社　新事業創出課
TEL:03－5822－7237
FAX:03－5822－7238
E-mail:shonin@tokyo-kosha.or.jp

公益財団法人 東京都中小企業振興公社　東京都産業労働局　※商店街パワーアップ作戦は東京都から委託を受け、(公財)東京都中小企業振興公社が実施しています