

商店街活性化への支援により、商店街の活性化から地域の活性化にも貢献できます。

当社の商店街活性化支援の実証実験 への取り組みの考え方と実施概要

Withコロナの日常生活を楽しめて、地域と商店街の魅力を
地域と外部にもアピールできます。

2022.10.18
BJmokaプロダクション

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

目次

1. 商店街の現状と解決すべき課題
2. イベントに求められる内容
3. 過去の経験を捨てられない商店街（日本企業の傾向）
4. 当社の実証実験への取り組みの考え方
5. 商店街の役割と当社及び市の役割
6. 商店街ネットイベントショップ^o開業と運用フロー
7. 実証実験の実施方法（案）

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

1. 商店街の現状と解決すべき課題

(1) 商店街の現状

- ◎ 「商店街でにぎわい創出のための**集客イベント実施の継続が困難**」
- ◎ 「商店街活動を行う**人材の不足**」
- ◎ 「商店街でコロナ禍による店舗の**閉店や廃業が起きている**」
→ **特に昔ながらのスタイルのお店では、コロナ禍をきっかけに廃業などが出てきている**
- ◎ 商店街が立地する地域でも、定住人口の減少と少子高齢化が進行
- ◎ コロナ禍により、テレワーク等**新しい生活様式への変化**が起きている

神奈川県商店街実態調査報告書」商連かながわ（2021年10月25日）

コロナ禍に合わせて**円安**による物価の高騰により、益々、個人の生活様式の変化と購買動向にも変化が生じている。
すでにニューノーマル時代に突入している。
それ故、商店街の活性化には、これまでのような、過去の成功事例の水平展開だけでは、IoT新時代には対応できない。

商店街も、IoTビジネスへ準備が不可欠

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

(2) 解決すべき課題

withコロナ 商店街活性化への3つの課題

経産省中小企業庁経営支援部長の商店街活性化への課題解説をBJmokaプロダクションとしてを再整理したもの

(課題1) 地域愛の醸成

地域の魅力は何かの発掘と再発見とその広報
→ **地域へ愛着**を持ってもらうと共に**商店街への愛着**を持ってもらう

(課題2) 運営の平準化

ピーク時に合わせたイベント運営重視の実施方式から継続実施へ
→ コロナ対応を期にテレワーク等**新しい生活様式に合わせた商店街活動へシフト**

(課題3) 継続的な絆づくり

継続的な活性化イベントにより、**地域の絆づくりに商店街が貢献**する

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

(3) 対策と将来ビジョン

商店街は、地域住民の日々の買い物などの消費活動の場であるとともに、祭りやイベント、地域の防犯・防災、高齢者の見守り等の拠点でもあり、地域コミュニティの中核として重要な役割を担っている。

神奈川県商店街活性化条例（H20.4 施行）

(対策と将来ビジョン-1) 地域愛の醸成

地域交流活動に馴染みのない若い世代を巻き込み、人と人をつないでいけるような情報発信を行い、**イベント等も地域住民の人に更に積極的な参画**してもらうこと。（交流イベントの実施）

そのことにより、**地域の魅力**（地域の文化、物産・食材、店舗の特徴、地域環境等）を発掘・再発見でき、**地域への愛と誇り**を持ってもらうと共に**商店街の地域への貢献のアピールの強化**にもなり、**商店街への更なる愛着**を持ってもらうことにもなる。

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

(対策と将来ビジョン-2) 運営の平準化

コロナ対応を期に新しい生活様式に合わせた商店街活動へシフト

中元セール や歳末大売出しに焦点を合わせた1回だけのイベント実施方式から平日に高齢者特別セールの時間帯設定や 平日〇〇イベント等、従来の休祭日の最重視の運営から平日重視のシフト

→**リアルとネットイベントで併用で適用する**

(対策と将来ビジョン-3) 継続的な絆づくり

定期的継続的なイベントの開催により、**地域と商店街との絆を深める**

商店街活動を行う人材の不足の対策として、開催コスト高で手間がかかるリアルイベントの回数を減らし、別に**開催コスト安く手間がかからないネットイベントを継続的に行う**

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

2. イベントに求められる内容

(1) 狙いと目標

Withコロナの日常生活を楽しめて、商店街と店舗の魅力をアピールできる

(2) 内容の要件

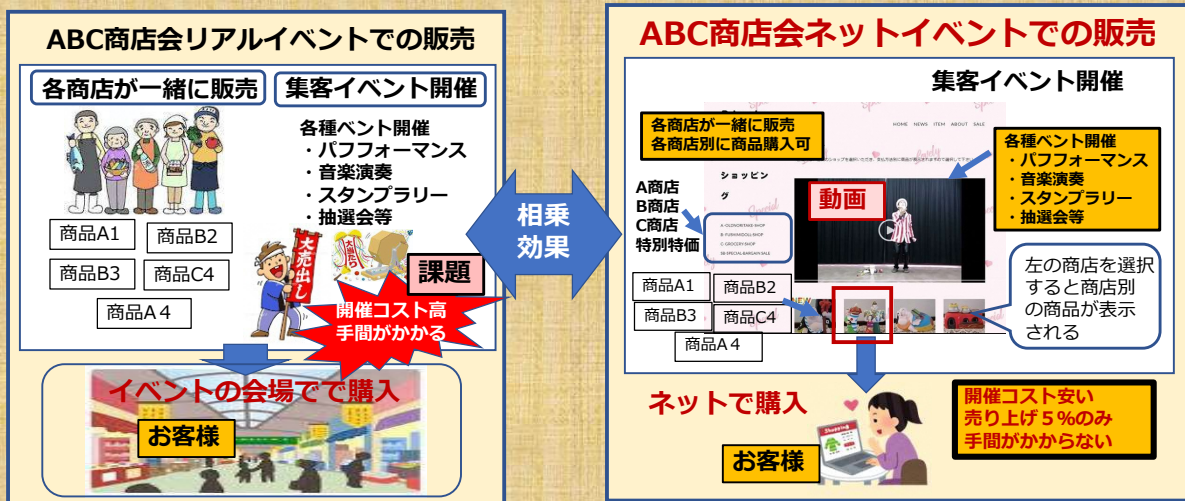
- ◎ 近隣の人を含めて、商店街に来たことの無い遠方の人にも、商店街の魅力を伝えられる
- ◎ コロナ禍だからイベントは全て中止では地域は冷え切ってしまう為、**経済活性化とイベントの積極的な開催が重要**である

リアルイベントとネットイベントshopの併用方式が適切

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

2. イベントに求められる内容 (2) 内容の要件

リアルとネットイベントの併用方式開催が効果的



Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

商店街ネットイベントSHOPのイメージ

(テストショップとしてBJmokaが開業したSHOP)

2. イベントに求められる内容
(2) 内容の要件



Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

(3) 実施方策

(方策-1) 商店街ネットイベントSHOPでリアルとネットの相乗効果

- ◎ **最小予算で手軽に出来るネットイベント**を開催頻度を単発ではなく**定期的継続的**にする
→定期的継続的開催のイベントというイメージを定着させ、**ネット来店者の人の流れを活性化**させる。
- ◎SHOP参加の店舗ごとの単品販売だけでなく、顧客がセットで購入したい**商品セットを****考案**して売る。
→単品では特別な商品でなくともイベント限定特別セット商品として、購買意欲のある商品セットが考えられるはず。それにより売り上げ増加と商店街の店舗同士の連携がより強くなる効果も生まれる。
- ◎商店街独自の物産・グッズの既存・開発も含む：予算をかけずにできる方法も検討

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

2. イベントに求められる内容
(3) 実施方策

(方策-2) 商店街と店舗の魅力の形成

商店街には、単にモノを売り買いする場所ではなく、「**地域の生活を支援する**」という発想が必要となる。そのためにも商店街を構成する**各店舗がそれぞれの強み**を発揮しつつ、当事者意識を持って商店街の発展と地域の人々の生活に密着する姿勢が、より重要となる。

各店舗の店主はいわゆる「その道のプロ」と呼ばれる人たちであり、商店街は「プロの集団」であるべきである。

食品を扱う店であれば「おすすめのレシピや調理法」、雑貨屋であれば「生活用品の意外な使い道」を伝えるなど、**日常生活の困りごとを聞いたり助言するというコミュニケーションを継続することが「お店の魅力づくり」につながり**、ひいては商店街全体の魅力を形成し、商店街が活性化する。

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

2. イベントに求められる内容
(3) 実施方策

(方策-3) 商店街と地域との交流イベントの実施 交流イベントの実施内容イメージ

外部出演者（講師）、地域住民や商店街の店主を出演者として、一般の大人向け、子供向け、お年寄り向け等各ジャンルごとに、定期的継続的なイベントを実施する。

ただし、イベントは、小規模・最小予算で手軽に出来るものにする。
具体的には、リアルでの実施は、開催コスト高で・店舗に負荷があり、頻度は少なくし、ネットイベントは、開催コスト安く、手間がかからないため毎回実施する。

リアルイベントの場合

イベント当日、イベントエリアで実施する。そのためイベント内容は費用と場所の確保の関係上、ある程度限定される。

相乗効果

ネットイベントの場合

事前にデジカメ等で動画を撮影したものを、**商店街ネットイベントSHOPの動画サイトにアップしてする**。
撮影場所は自宅でもどこでも可能。

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

2. イベントに求められる内容
(3) 実施方策

【交流イベント内容（例）】

A エンターテイメント型（楽しく見る）

- ・各種パフォーマンス（アマチュア、プロのパフォーマー）
- ・紙芝居 等（アマチュア、プロのパフォーマー）

B 体験型

- ・地元野菜などのレシピ講座（野菜栽培農家、八百屋等）
- ・みそ・漬物等作り方の体験型講座（料理好き主婦等）
- ・高齢者と昔の遊びを楽しむイベント等（地域高齢者等）

C 学習型

- ・やさしい壁紙・塗装等内装のやり方講座（内装等の店主等）
- ・食事に合わせたお酒（日本酒、洋酒、ワイン等の選び方とおいしく飲む方法等）
（酒屋、ワインショップ等店主）

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

3.過去の経験を捨てられない商店街（日本企業の傾向）

1980年代の日本経済の黄金期は「**ジャパン・アズ・ナンバーワン**」という言葉で呼ばれていたが、企業では、今でもこのイメージから脱却できない経営者や管理者の価値判断は、過去の経験に基づいている。商店街も同様ではないか。

過去の成功体験の呪縛が価値観を縛っているケースがまだ多く見られる。

しかし、**IoTビジネスはまだ開発途上であるため確固たる**

成功モデルは、まだない。だからこそ失敗を積み重ねて、試行錯誤しながら手探りで進むしか方法はなく、このやり方には不安が伴うため大半の商店街は先行事例に頼ろうとする。すでにニューノーマル時代は、始まっている。環境の変化を放置して、廃業が多発することはことは地域の衰退になり、絶対に避けたい。

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

4. 当社の実証実験への取り組みの考え方

IoT技術活用サービスによる商店街の活性化のゴールは、地域の活性化に貢献すること。

IoTソリューションとは、顧客の企業が抱えているビジネス上の課題や問題点を、「モノのインターネット（IoT）」の力で解決することを意味する。

IoTとは、モノとインターネットをつなぐデジタル技術を利用したシステム開発のことだけではなく、IoT技術を活用したサービスの提供も含む。そのことにより、ビジネス課題の改善や新しいサービスを生み出すことにある。

商店街ネットイベントSHOP開業支援サービスの位置づけ

IoTソリューションは、IoTプラットフォームを運営する大手企業1社で提供するケースもあるが、今回のビジネスモデルはソフトウェアやデバイスなどを運用するサードパーティ（ネットshopシステム提供会社 stores社）のサービスを利用して、特定の業界や企業向け（商店街向け）に特化したサービスを提供することにある。

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

5. 商店街の役割と当社及び市の役割

商店街の役割

- ①各店舗の存続と維持のための収益の確保
- ②住民との交流により地域社会へ貢献

当社の役割

- ①組織の存続と維持のための収益の確保
 - ②社会へ貢献（今回は商店街）
- ネットイベントSHOP開業支援サービスによる商店街活性化への貢献

市の役割

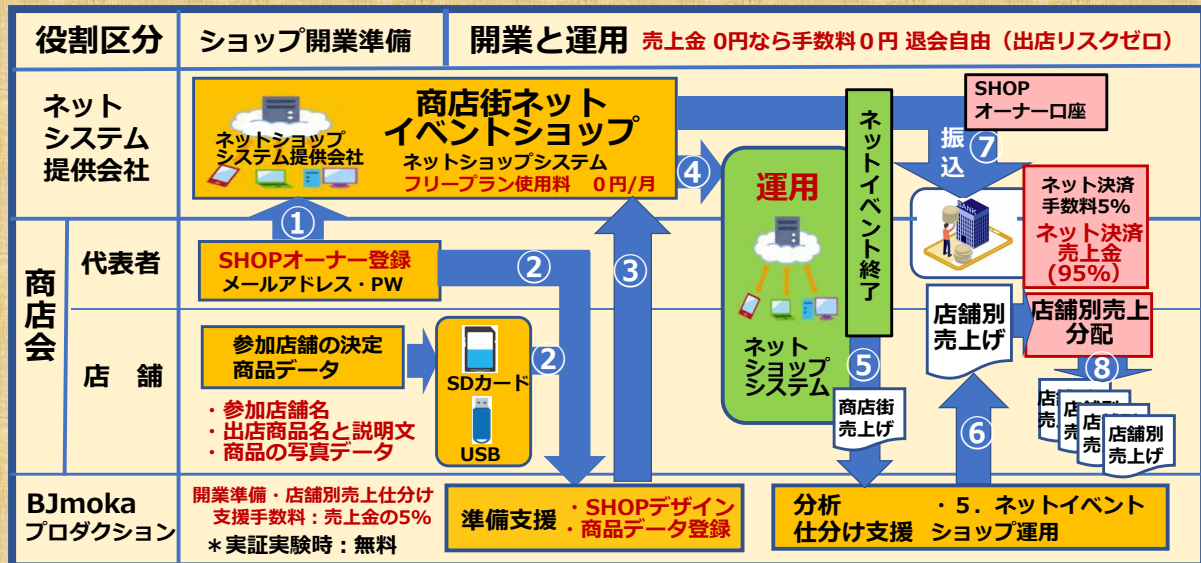
- ①市の存続と維持のための収益の確保（税収）
- ②市民へ貢献（経済局：経済活動への支援）

コロナ禍の商店街活性化支援の実証実験の事業

商店街は、地域住民の消費活動の場であるとともに、イベント等の拠点でもあり、地域コミュニティの中核として重要な役割を担っている。
神奈川県商店街活性化条例

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

6. 商店街ネットイベントショップ開業と運用フロー



7. 実証実験の実施方法 (案)

(1) 実証実験対象案* (注1)

- 法人商店街 (商店街振興組合等) : 法人格を有する組織 (1か所)
- 任意商店街 (〇〇商店会、〇〇振興会等) : 絶対数が多い (3か所)
- 未組織商店街 (組織はなく全体として運営はない商業集積地) (1か所)

* (注1) 募集要項応募条件の横浜市商店街総連合会加盟の「商店会」及び「商店会に準ずる組織」

(注2) 実証実験での当社の支援業務はすべて役務であり、これ以上の対応は対応が困難 (すべて人件費で無償対応には限界がある)

(2) 実証実験参加商店街について

水平展開への先行事例として成功事例が必要なため、改善意欲のある商店街の参加を望む。
前述の 5. 商店街ネットイベントショップ開業と運用フロー通り、リスクはゼロです。

システムや仕組みがいかに優れていても、実施する当事者が改善意欲がなければ、
いかなるケースでも成果は得られない。業務改善や業務改革もそうであると同様である。
システムや仕組みは “道具” にすぎないことを忘れてはならない。

3. 実証実験参加の商店街の応募条件

(3) 実証実験参加に必要な事項

1. SHOPオーナー登録（ネットショップシステム）：商店街SHOP代表者が実施

- ◎ 商店街SHOP代表者の**メールアドレスとPW**（新規でも既存でも可）
- ◎ 商店街SHOPの**売上げの振込口座**の決定
（振り込まれるまでの間に口座登録で可）
* 販売当月末後、翌月末にネットショップシステム提供会社から振込まれる

2. ネットshopへの基本情報の準備

- ◎ **参加店舗の選定と決定**（10店舗以内が望ましい）
- ◎ **各店舗単位で商品データ**（商品ごと**価格等とその写真データ**）の準備
→ ネットショップシステムに基本情報を登録するためのデータをUSB又はSDカードに入れ、支援サービス会社(BJmoka)に提供
→ 出店舗名（**実名でもイベント用名称等任意**）
→ 出店商品名・価格その他販売条件等の情報とその商品の写真データ

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

(4) 具体的な実証実験の進め方

実証実験の対象商店街が決定後、以下の方法で実証実験を進める

事前準備

1. **実証実験の推進体制整備**
 - ① 推進責任者と担当者決定
 - ② 実証実験の進め方を説明
・ 当社より推進責任者と担当者へ
 - ③ 参加店舗の決定
2. **商店街の現状調査**
 - ① 商店街の概要と要望把握
・ 推進担当者にヒアリング
・ 店舗の実施見分
 - ② ネットショップへの要望把握
3. **必要諸データの準備**
 - ① 商品データ
・ 商品価格・説明文
・ 商品の写真データ
 - ② データをメディアに収納
・ USB又はSDカード

ショップ開業準備（当社支援）

1. **ショップのアレンジデザイン**
 - ① SHOP全体イメージ
 - ② 個別パーツデザイン
 - ③ 配送方法別送料データ登録
2. **商品データの登録**
 - ① 商品データの登録用に加工
 - ② 商品データの登録
3. **イベント動画データ登録**
 - ① イベント動画データ準備
・ 動画画像の登録用に加工
4. **ネットイベントショップ稼働**
 - ① テスト稼働
 - ② 修正
 - ③ 本稼働

ショップの運用・評価

1. **ショップの運用**
 - ① 各店舗で商品販売
・ 商品のネット決済後
商品の発送
 - ② ネットイベント終了
・ ネットショップ終了処理
(ショップ非公開設定)
 - ③ 商店街売上の分析
・ 店舗別に売上仕分け
2. **ネットショップの運用結果の評価**
 - ① デザイン設計と売上分析
と仕分けに要する時間と
難易度のデータ
 - ② 顧客の購買動向

Copyright © 2022 BJmoka production All Rights Reserved.

<問い合わせ先>

商店街ネットイベントSHOPのイメージ

(テストショップとしてBJmokaプロダクションが開業したSHOP)

URL:<https://bjmoka.stores.jp/>

<お問い合わせ先>

商店街ネットイベントSHOP担当宛

Mail: 230211muraoka@gmail.com

BJmokaプロダクション

HP : <http://balljugglermoka.jpn.org/index.html>

BJmokaプロダクション代表の経歴

<http://balljugglermoka.jpn.org/index.html>

商店街ネットイベントSHOP担当の経歴

<http://smuraoka.sakura.ne.jp/profile.html>