

商店街特化型AIカウンターを活用した 「地方における地域活性化モデル」のプラン造成

採択事業者名

プロジェクト実行委員会

コンソーシアム構成員

今治商店街組合 | 合同会社GTO | 株式会社PLAYCREW | Idein株式会社

勉強会の実施概要

コンソ内部のみ		含む外部	
実施回数の累計	12	実施回数の累計	17
参加人数のユニーク累計	60	参加人数のユニーク累計	100

代表的な実施事例

狙いとゴール	今治の実施事例を共有し、AIカメラによる人流計測への関心度を高め、横展開することにより商店街などのローカルエリアでのデジタル化を加速する。
実施の成果	外部勉強会では、全国の自治体・商店街・民間企業に対しウェビナー形式で実施。幅広い業種の19社が参加。特に2社からは詳細MTGの希望があり次年度の取り組みに向け今後アプローチを図る。
実施アジェンダ 協議内容	トライアングル愛媛の概要説明後、今治商店街での実施内容の共有、AIカメラを中心としたプラン内容について勉強会形式で実施。
参加者の一例	伯東株式会社、豊田通商株式会社、岡谷エレクトロニクス株式会社 中部電力株式会社、理想科学工業株式会社、パーク24株式会社 株式会社ネットリソースマネジメント、三井物産株式会社など
次年度以降の 想定アクション	デジタルリテラシーの低い一般の方でも扱いやすい管理画面の構築や課題に合わせた施策例など構築し利用者が自走しやすいパッケージプランにブラッシュアップを図りながら、契約獲得を狙っていく。

編集データの抜粋やビジュアルなどを適宜挿入



トライアングルエヒメ探検プロジェクト
今治市における
AIカメラの
導入効果の紹介
2025.1.29
14:00-15:00
オンライン開催



データ活用・協議の具体例

重要指標例	データ活用・協議の具体例	
	実装前	実装後
	・活性化に向けた各施策の振り返りができるようになること →日別通行量とデモグラの計測 =平常時の通行傾向と施策実施時の違いを比較し効果検証を行うことで予算や労力の効率化を図る	・商店街のエリア別に24時間体制でデモグラを計測 性別・年代・時間・曜日・エリアをデータ取得
	・各商店での来客傾向の把握 =店により客層が変わるため商店毎に認識のズレ ・新規取り組みをする際に判断基準がない。	・AIカウンターによる自動集計 ・通行人のデモグラ分析 ・イベント企画・広報にデータを活用 ・店舗誘致に伴うマーケティングデータの活用
データ取得	・商店毎の感覚値 ・年一回市役所によるアナログでの通行量調査	・データにより感覚と実際の差を把握。 データベースでの議論が可能に。 ・人流データを元に朝市、夜市でキッチンカーを導入 ・空き店舗情報の取りまとめ及びマーケティング情報提供
データ活用	・商店街組合での感覚値での話し合いを元に 実行判断 =基準がないため判断ができず、例年通りの施策に	・実施後の振り返りができず、PDCAが回せない
実行		
協議・業務反映		

代表的な実施事例

イベントの拡大・不動産対策事業の発足・新店舗(4件)新たに増加・データを活用したPDCAなど行動変容が見えた。

