

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

県内拠点設置

あり

所在・役割

今治市 / MTG場所

事業概要

1. 事業の狙い

地域の商店街等でAIカウンターなどのデジタル技術を用い、衰退してしまった商店街を活性化させるために商店街の改革の意思決定に後押しするデータ計測や盛り上げの形成を図るプロジェクト開発を実施。

2. 県内のターゲット事業者

今治商店街、宇和島商店街

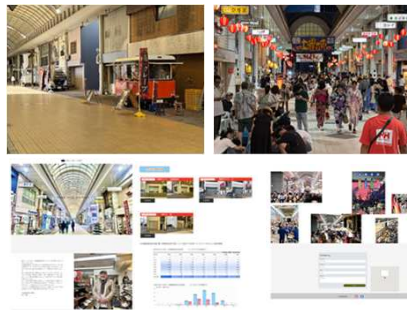
3. 紐づく課題

各商店の集まりのため、各店ごとの状況把握のみで商店街全体の俯瞰した状況把握ができていないことから、活性化に向けた認識のずれや意思決定ができない状況。また活性化に向けたアクションプランの計画や実行に伴うノウハウや人材が不足しており、活性化が進まない状況。



4. 実施内容

7月：今治商店街 現地テスト、土曜夜市拡大
9月：改良版AIカメラ設置
デジタルとリアルカウンターの誤差調査
10月：秋の夜市開催
11月：宇和島商店街カメラ設置
松山市産業イベントでテスト
1月：朝市イベントの拡大
全国向けウェビナーでの勉強会実施。



解決策(サービス/プロダクト)

①AIカウンターを活用した商店街の実情の見える化
→商店街の状況をデジタルを活用し洗い出し・整理を行うことで、課題や強みの認識共有を行う。
②足りていないリソースの提供
→活性化アクションモデルをある程度パターン化し、ノウハウの共有を行う。また相談窓口としてコーディネーター兼プロジェクトマネージャーを設置することで計画的にアクションを実行できる体制作りを実施。



デジタル活用の要素

取得データ

商店街の通行者の人数及びデモグラ
商店街の空き物件情報

データ活用による考察・示唆

イベントの通行量を測ることで商店街の見える化を実施。地元の方々が感じているより若い年代の通行者が多い。近隣イベント時に通常時の約1.5倍ほど増加しているため、イベント時のPOPUPなど拡大させることで盛り上げを作る。

成果と今後

成果(含む想定)

実装前		実装後(～今年度末)		今後3年の見込み (～2028年3月末時点)		
経済効果	・シャッター商店街(7割～8割) ・通行量の不透明 ・判断基準わからない ・改革を進めようとしても非協力的な姿勢 ・マンパワー不足		➢ 1.1億円		➢ 14.4億円	
			新規テナント入居120万/年×平均2店舗×4商店街 イベント拡充売上平均560万 AIカメラ導入費用0円(通常年間60万円) ※トライアングル愛媛&自費にて費用負担		今治をベースに毎年5商店街に導入。 新規テナント入居120万/年×平均3店舗×4商店街 イベント拡充売上平均560万 AIカメラ導入費用0円(通常年間60万円) ※愛媛県特別パッケージ月5万円展開	
KPI進捗	【KPI ①】 ベンチマーク事例として発信のための勉強会or視察会(県外含む)	10商店街	結果サマリ	20団体	-	
	【KPI ②】 情報発信としてのメディア掲載	10媒体	結果サマリ	30		
	【KPI ③】 朝市・夜市での20・30代の人流増	1000人/月	結果サマリ	2000人/月		
デジタル人材輩出	アクティブ →数字活用(イベント広報時に数字活用) ポテンシャル →カメラ設置協力、数字理解(MTG時に解説理解) 関心層 →勉強会参加		【アクティブ】 2名×2団体	(4)	【アクティブ】 2名×20団体	(40)
			【ポテンシャル】 10人×2団体	(10)	【ポテンシャル】 10人×20団体	(200)
			【関心層】 カメラ設置協力	(10)	【関心層】 カメラ設置協力	(200)
定性的/非連続な価値 (具体的な行動変容/組織変容など)			具体例 新たに不動産対策事業として商店街の予算組みを実施。 商店街が自発的にイベントの拡大を実施。			

新規実装・協業に至った事例 ※県内

協業	今治商店街	R5年度～/テストマーケティング/契約提携済み
新規実装	宇和島商店街	新規/テストマーケティング/契約提携済み
新規実装	えひめまつやま産業まつり	新規/テストマーケティング/契約提携済み
協業	Dots. 株式会社	新規/営業代行/契約提携済み

その他の“for 愛媛”要素

愛媛県特別プランの提供
通常月のランニング費用が10万円のところ愛媛県限定で半額の5万円にて提供。
勉強会など通してテストマーケティング事例として県内の活用事例など紹介し、全国へ愛媛起点の情報を発信。