

バーチャルモールで、町民参加型の情報ネットワークシステム作りに挑戦

揖斐川町商工会

機関名	揖斐川町商工会		
所在地	岐阜県揖斐郡揖斐川町上南方 1 6 5 - 1		
電話番号	0 5 8 5 - 2 2 - 6 1 8 5		
地域概要	(1)管内人口 1 万 9 千人	(2)管内商店街数 4	商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 4	(2)会員数 4 2 4	商店
	(3)空店舗率 5 %	(4)大型店空き店舗数 1	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 12 年度 活性化対策事業
総事業費

バーチャルモール構築
19,339 千円

【事業実施内容】

1. 背景

岐阜県の南西部に位置する揖斐川町は、北部の山村地域と南部の都市部との物流中継基地としての歴史を持ち、古くから三輪地区を中心に発展し、交通、にぎわい、交流、雇用などさまざまな面で、揖斐郡の拠点として、その役割を担ってきた。しかし、近年のモータリゼーションの進展や郊外型大規模小売店舗の進出、さらには、定住人口の拡散による中心部の人口の減少など、大きな環境変化に直面している。これに伴い、地域商業においては、中心市街地である三輪地区の空洞化が進み、拠点性を喪失しつつある。この結果、町内商店街は苦戦を強いられている。

また、当町の高齢化状況を見ると、高齢化比率は 20% を超える状況にあり、高齢者のいる世帯は 40% を超えている。さらに、今後もこの傾向は高まると思われる。しかしながら、当町は水と緑に囲まれた自然豊かな里山地域にあり、このような良好な住環境にあって、住民の揖斐川町への定住意識は高い。

したがって、商店街活性化、地域活性化の必要性・必要性が近年急速に増している。そこで本事業では、商店街等が地域密着性の特徴を生かしながら、人にやさしい先進技術を導入することにより、集客力の強化や大型店等との差別化を図りつつ、地域密着型・住民参加型



の情報ネットワーク通信システムを構築する先進的事業を実施し、さらに、その結果について評価分析を併せて行うこととした。

2. 事業内容

地域における高齢化への対応、高度情報化への対応、環境問題への対応など、商店街が持つ地域密着性を生かしたバーチャルモールをインターネット上に開設するとともに、町民参加型の地域活性化情報ネットワーク通信システムを構築する先進的、実験的事業を実施（開始）した。

（１）ショッピングモール事業

「電子商取引によるマーケットエリアの拡大」と「地域住民の商店街等への誘導の促進」をテーマに地域密着型の商業サービスを充実し、買物の利便性を向上させる「いび広場」事業を実施（開始）した。

（２）地域活性化情報ネットワーク事業

「生活環境の充実」と「地域の話題性の提供」をテーマに地域コミュニケーション網の確立を目指した事業を実施（開始）した。

（３）インキュベーション事業

「ビジネスチャンスの創出」をテーマにコンピューターネットワーク活用を広く提供する事業を実施（開始）した。

（４）セミナー・研修事業

「インターネット・電子メールの利用促進」をテーマに地域住民の一般主婦層、高齢者層を中心にセミナー・研修事業を実施した。ほか、ホームページ作成のセミナーも併せて実施した。



「いび広場」のトップページ



「いび広場」でのイベント PR

【 効 果 】

(1) 本事業の認知

本事業のPRは町報等を通じて広く町民に告知し、また、インターネットに不慣れな町民のために実体験の場も必要と考え、本事業の中でマザーボード倶楽部を開設し講習会を計6回実施した。

これらの講習会には毎回20名を超す町民が参加し、受講者アンケートでも大変前向きな評価を頂いた。町内世帯のインターネットプロバイダー契約率はまだ低いですが、この事業を通じてインターネットへの親近感が増し、今後の時代の趨勢とともに町内のプロバイダー契約率は確実に増加するであろう。

(2) 出店状況

現在では、各種サークル12件、商工業者770件のWeb情報が掲載されている。

(3) 商店街の集客力への貢献

商店街の集客力への貢献は、以下のような流れを通じて実現したいと考えている。

- 1) 「いび広場」の開設と利用により、地域の中でのコミュニケーション量は確実に増加する。
- 2) これに伴い、モールに人や情報が集まり、情報の発信・受信・共有・創造等が増殖してゆく。
- 3) 商店や商店街は、バーチャルの世界で再現した店や街の魅力を、現実の世界にフィールドバックさせ、モール店舗と実店舗の連動を図る。

(4) 売上・お問い合わせの状況

業種も様々なことから、一概に売上だけで事業効果が表せないが、最近売上、お問い合わせをwebで受けることが多くなっている。

しかし、それがまだまだ特定の店に限られているのも現状である。

【 課 題 ・ 反 省 点 】

(1) 地域住民の利用促進

引き続き、地域住民に対して「いび広場」のPRに努めてゆく必要がある。

容易にアクセスできる環境づくりの積極的な支援も必要。

(2) コンテンツの検討と改善

- 1) 利便性、有用性の高い活きた地域情報を盛り込む。
- 2) 地域住民と行政・公共機関の橋渡しとなるよう、情報を複眼的に掲載する。
- 3) 利用しやすいショッピングモールを構築する。
- 4) 地域住民が欲しい情報を瞬時に入手できるようにする。
- 5) 地域活性化、商店街活性化に貢献する。
- 6) 他に存在する各種ホームページ等との連動する。

(3) 商店街活性化の検討

商店街活性化を図るためには、モール店舗への来店だけでなく、実店舗・実商店街への来店も重要である。このためには、以下のような対策・施策も今後検討してゆく必要があ

る。

- 1) モール店舗から実店舗・実商店街への誘導策。
- 2) 実店舗・実商店街へ訪れたお客様を失望させず、再訪させるような活性化策。
- 3) モール店舗と実店舗・実商店街の連動活性化策。

【 教 訓 】

- (1) どんな事業を取組む場合でもいえることだが、目的意識を明確にすることが必要である。特にバーチャルモールの構築は、事務局・商店事業主ともに知識が豊富でないこと、また個々人の知識差が大きいことが多い。目的の明確に絞込み、取組全員の共通認識がある程度のレベルまで持っていくことが大切であると思う。
- (2) バーチャルモールを構築するうえで、売上増大を目標にするのではなく、TEL・FAXに次ぐコミュニケーションツールとして、また新聞折込や・郵送のDMに次ぐ広告媒体としての活用という点に重点を置いた事業活動をするべきだと思われる。

【 関 連 U R L 】

いび広場	http://www.ibi.or.jp
携帯版いび広場	http://www.ibi.or.jp/m/