

## 桜新町商店街

インターネットビジネス利用の現場から



オンラインショッピングやサイバーモールやエレクトロニックコマースといった耳慣れない言葉がどんどん登場し、既存の小売り流通システムもインターネット時代を迎えて変革を余儀なくされている。そんななかで異色の試みが、実在の商店街をそのままコンテンツとして登録し、町の振興を図ろうという「桜新町商店街プロジェクト」である。

数あるバーチャルモールとは方向性を180度異にするサイバースペースのなかの「リアルモール」を、当事者、仕掛人、利用者の3者の側面からレポートする。

東急新玉川線「桜新町」駅は渋谷から各駅停車で4つ目と交通至便な場所に位置している。世田谷・山の手の高級な、しかし気取らない住宅地として知られる街だ。駅を中心にかつては路面電車が走っていた旧玉川通りと、そこから国道246号線につながる「サザエさん通り」に沿って、約200軒の店舗が軒を連ねる大きくもなく小さくもない均整のとれた商店街がある。

町名の由来となっている桜は、ソメイヨシノより少し遅めの時期にぼぼりとした

買い物かごをぶら下げた主婦が家路を急ぐ。学校帰りの学生がアイスクリームを片手に通り過ぎる。お魚くわえたら猫が走る…。リアルワールドに存在する商店街が、そのままインターネットに。バーチャルではない、リアルショッピングモールがインターネットを利用しはじめた。

レポート 喜多充成

花を樹いっぱい咲かせる八重桜。これが旧玉川通りの両側に植え込まれ、シーズンには地元警察の協力の下、商店街主催の「さくらまつり」が通りを封鎖して開催される。また「サザエさん通り」の名前はもちろんこの町に住んでいた国民的漫画『サザエさん』の原作者・長谷川町子さん（故人）にちなんだもの。通りの終点にある長谷川美術館には年間を通じて多くの来場者があり、サザエさんの看板に見守られて商店街をそぞろ歩きしながら、お魚くわえたら猫を追いかけたりするのである。

インターネット？

よく分からないからやってみよう！

こののどかな街からのインターネットによる情報発信を仕掛けたのはNTTマルチメディア推進本部である。マルチメディアビジネス開発部担当部長の山本尚生さんにまず聞いてみた。

「基本的には商店街振興を目的としたプロジェクトですので、モデル地区としては（街そのものに吸引力のある）銀座や渋谷や新宿じゃ面白くありません。NTTの社宅がこの街にあったこともきっかけになっているんですが、このくらいの規模でまとまっている商店街は実に具合がいいし、商店街そのものも非常に積極的で新しいモノ好きだったんです。今年の初めに最初に話を聞いていったんですが、拒絶反応ゼロで、とくに理事長のうなぎ屋さんが偉かった。『よ

く分からないから、やってみよう!』ですよ」(NTT・山本さん)

NTTがこれを手がける目的は、身もフタもなく言えばデータ通信でトラフィックを稼ぐということだが、普通の言葉で言うと地域密着型のマルチメディアを推進していくうえでモデルケースにしたいという狙いがある。

世界に向かってではなく、  
数キロの範囲に向かって情報を発信する

「ネットワーク上にバーチャルモールができあがってしまうということだけは避けたいかったですね。他のインターネット上のモールのように難しいことはいっさいやっていません。もう街の振興だけで、ほかの難しいことはやらない。オンラインショッピングもありませんし、電子メールで注文を受け付けているのも、それを必要とする一部のお店だけです。VRMLなんてのも後回し。とにかくお客さんが来てくれるようにするというのを最大の目的としています。かと言って商店主さんたちもインターネットがいくら売り上げにつながるかなんていう性急な期待をしているわけでもありません。

インターネットが世界につながっているからと言って、必ずしも世界中に情報発信しているわけではないんです。ただ、相手が地球の裏側であっても町内であっても同じコストで発信できるということです。ですから今もし商圏が半径2キロだとすれば、それを3キロに、5キロ、10キロに広げるのにもコストは変わらない。それができれば成功と言えるのではないかと考えているんです」(NTT・山本さん)

集客と街の活性化の  
方法の1つとしてインターネットを

いっぽうの商店街はこの申し出をどう受けとめたのか。桜新町商店街振興組合の理事長を務める「うなぎ割烹 川信」のご主

人、土屋弘之さんはこう振り返る務める。

「新聞を読んでいるとインターネットをいろんな形で商売に使っていかうとする話を多く見るようになって、『商店街にもこんな時代が来るのかなあ』と漠然と考えていた矢先だったんですよ。今年の初めの、まだ松の内も明けないうちに水野さん(後述)がやってきて『NTTもテストケースと考えていますから、インターネット、やってみませんか?』と持ちかけられたんです。理事会で相談したら『そりゃうまい話だ』『乗るべきだ』『まず話を聞いてみよう』ってことで、志望者を募って3回ほど研修会をやったんです。それを聞いているうちに『面白い。集客と街の活性化にこんな方法もあってもいいんじゃないか』と、本格的に希望店を募ることになったんです」(土屋さん)

非常に意欲的に  
インターネット利用を考えはじめた

お話の中に登場する「水野さん」とは、NTTラーニングシステムズの水野良さん(ファミリーマルチメディアマーケット調査事務局課長)。このホームページのコンテンツ制作を通じて商店街と密に接触を保っている。

「いざスタートするとなっても、店舗数がそろわないと格好がつかえません。『なんとか30軒ぐらいはお願いします』と土屋理事長さんをお願いしたのですが、フタを開けてみるとなんと85軒もの申し込みがありました。実は桜新町にお話をする前に、沿線の別の商店街にも持ちかけてみたんですがあまり色よい返事ではなかった。それからすると桜新町は相当に意欲的です」(NTT・水野さん)

いっぽう理事会の中で「インターネット担当」として普及説明役に回ったのが「とんかつ 味の丸新」のご主人、菅沼元春さん。娘さんの進学祝いにパソコンを購入するために、機種検討をしながら目を通していたパソコン雑誌でインターネットについての理解を深めていた。

桜新町商店街振興組合  
理事長 「うなぎ割烹 川信」土屋弘之さん



専務理事 「桜町不動産」小林浩さん



理事 「とんかつ 味の丸新」菅沼元春さん





サーバーアドレス

URL <http://www.infosphere.or.jp/mytown/sakura/>

クリックブルマップや、あいうえお順、業種別などでお店を検索できる。



桜新町商店街のホームページ。「サザエさん」の画像の使用については、現在版権の交渉中だという。

「たとえば特売の広告を新聞のチラシでやるのであれば、10日ぐらい前に内容を決めて印刷してしまわなければならないんです。ところが『大根1本100円!』と印刷してしまったあとで、その日の市況が思ったより高いこともあるわけですよ。ところがインターネットなら、その日の市場の価格で最新情報を提供できます。なんせ市場から帰ってきてパソコンに打ち込めばいいわけですから。また、いつも通勤で前を通っているだけのお店でも、店内の写真やメニューや主人の顔が分かれば、入ってみようという気になるかもしれない、とこんなたとえで説明をしました」(菅沼さん)

「街」の住人である  
水前寺清子さんが助っ人に

日本全国どこの商店街も、厳しい状況に囲まれている。スーパーマーケットやGMSなど大型店の進出、あるいはコンビニの侵食。桜新町にも食品スーパーのサミットストアや大丸ピーコックなどが進出しているし、沿線の2駅先には高島屋SCを抱える二子玉川という大ショッピング街もある。何もしなければ地盤沈下は免れないのはどこの商店街とも同じだが、そんななかでも「やることはやってきた」という自負がある。

「うちの商店街はね、規模は大きくないけど、毎年の『さくらまつり』のようによそへ行って話をするとうわさや感心されるようなことをたくさんやっているんですよ。理事長(土屋さん)がやる気あるし、若い人も熱心です。それに羨ましがられるのは『通りに空き店舗がないこと』と『後継者がいる』こと。我々が当事者だから何がどうとは言えないけれど、それなりに魅力ある商店街にしようとして頑張ってきた結果ではないかと思っています」(副理事長で「桜町不動産」社長の小林浩さん)

そんな商店主たちの思い入れに共鳴し、わが街のために、一役買うことになったのが、桜新町在住のもう1人の国民的有名人“チータ”こと水前寺清子さんだ。

「もう30年以上この街に住んでいらっやって、商店街の盆踊り大会に出てきてくれたこともあるんです。今回もダメもとでお願いに行ったら快くOKしてくれて、ビデオ出演までしてもらえました。新曲の案内や公演の日程などどんどん入れてバックアップしたいのですが、今はテレビのレギュラー番組があるのでそちらをメインにホームページでPRしています」(理事長・うなぎ屋の土屋さん)

商店街の応援団としてなら、そこののタレントやアイドル歌手が束になっててもか

なわない適役だし、水前寺清子さんにとってもレコード会社や所属事務所のホームページで露出するのではないところが逆に好感をもって受けとめられる。まさに両者にとって好ましいマッチングだったわけである。

100を超える商店が  
ホームページに登録される

当初は1店舗1ページ、2~3点の写真と文章という構成でスタートした桜新町商店街ホームページは、初回募集した85店舗に加え、この夏に向けて第2期募集を始め、さらに50店近くが参加する見込みだ。現状は将来サービスへ向けての投資という形で運営コストをまかなっているが、NTTでは「現段階ではまだ人件費など内部的なコストが分かりません。いっぽうで店舗のほうでもどのくらいの金額だったら効果を認められるのかも見えず、1年ぐらいやってみないと料金表が作れないんです。他方で本格的に毎日の特売情報の更新をやるとなったら、人手を介さないでできるような仕組みを作らなくてはいけなくなるでしょうし、それは今後の課題ですね」(NTT・山本さん)というスタンス。

振興組合が行ったアンケートでも月々のリーズナブルな負担額という設問の答えは



商店街のお店の情報がこと細かく書いてある。店内やスタッフの顔写真までである。



水前寺清子さんも応援している。現在、『ワイド! スクランプル』(テレビ朝日系 月～金曜日・午後0:00～1:55)に出演中。新曲の「Oh! 演歌だよ」の情報がPRされている。



情報を交換することで、街の活性化をはかろうとさまざまなフォーラムが用意されている。

500～10000円と幅があり、まだ固まったりはない。かといって、試行期間が終わったらすぐしぼんでしまうものにはなっていないし、商店街にはそのつもりもない。

「近所の商店街も『桜新町に負けているのか』という動き出したみたいなんです。でも、うちは中身が充実していますから、だいた先を走っているんじゃないかと。始めるにあたって横浜中華街のページなど2～3件見て回ったのですが、地図とお店情報がちょこちょこ載っているだけで『これならうちの威張れる。よその真似しなくたって済む』と思いましたよ。できるならずっとこのまま『お先に失礼!』で行きたいものです」(理事・とんかつ屋の菅沼さん)

### リアルに存在する商店街は そのまま充実したコンテンツになる

それにしてもコンテンツの充実ぶりは驚くべきもので、コピーが実に魅力的なのだ。「午後6時までにお電話いただければ当日お届け」(萬豊酒店)「卸売りが主ですが一本売りも致します」(飯島木材店)「これだけお安くできるのは、すべて静岡の実家で栽培しているから」(お茶の藤川園)「近所のおばあちゃんから古いヤカンの修理を頼まれます」(田代溶接工業)「郵便局のよ

うに並ばなくても切手や葉書が買える」(松本煙草店)なんて具合なのである。もう止まらなくなってクリックを続けると、ついには「昨年11月の世界大会でナニフラの若手グループが優勝!」(フラダンス教室ナニフラスタジオ)なんてのまで現れ仰天してしまう。が、いくら唐突でもその場所に行けば本当にあるのだからしょうがない。どれほど想像力を働かせて作ったバーチャルモールも、実在する商店街のリアリティーには(当たり前だが)かなわない。

NTTにマルチメディアのデモを見に来たさる関西企業のVIPが「デモを見るより、ホームページのあったあの町に行きたい」と急遽視察に訪れたというエピソードもあるくらいだ。

### 全国の商店街からの注目が 集まりはじめた

土用の丑の日の明けるこの8月には、理事長である土屋さんが、はるばる新潟県の中小企業情報センターに講演に招かれることになっている。行政サイドもこの試みに注目しており、世田谷区が金銭面も含めた支援策を検討中であるとも伝えられる。

「パソコンが安くなって全部の家庭に入るとなったら、世の中は変わるだろうね。

実際、ますますやりたいことが増えてきている。女房が感心して教えてくれたんだが、うちの店にうなぎを食べに来たあるお客さんが『つないでしまえば年寄りでもすぐできる。85歳の母に15分ほど教えたなら、喜んで使っているよ』って言っていたそう。店にも自由にインターネットを使ってもらえるようコンピュータを置いているけど、確かにそうだと思うね。これが普及すればお年寄りなんかはとりわけ便利だし、配達や出前をしながら、商店街が一人暮らし世帯の生活のケアをある部分をやってあげるといことだってできるようになると思うんだな」(土屋さん)

「何のためのインターネットかと言うと、2か月たって思うのは要は意識改革なんですね。いまなら間違いなく話題作りになるし、情報を出したとなるといかにげんなことはできないからお店もきちんとしてくる。私も実際の物件情報を登録することも計画しているし、経営感覚を磨くにも役立つという点にメリットを感じています。だから今の段階でもすでに『成功している』と言えると思いますよ」(小林さん)

桜新町商店街の「今日もいい天気」がずっと続いてくれると、この駅をよく利用する筆者としても大変助かるのだ。



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)