

DX時代における商店街のための つながり創出事業（2023） 事業報告

2024.3.31



早稲田大学理工学術院
情報生産システム研究科 家入祐也

連携商店街の立地



高田馬場西商店街振興組合

東京メトロ東西線 高田馬場駅




早大本部
(商店街区から
徒歩20分程度)


早大理工
(商店街区から
徒歩10分程度)

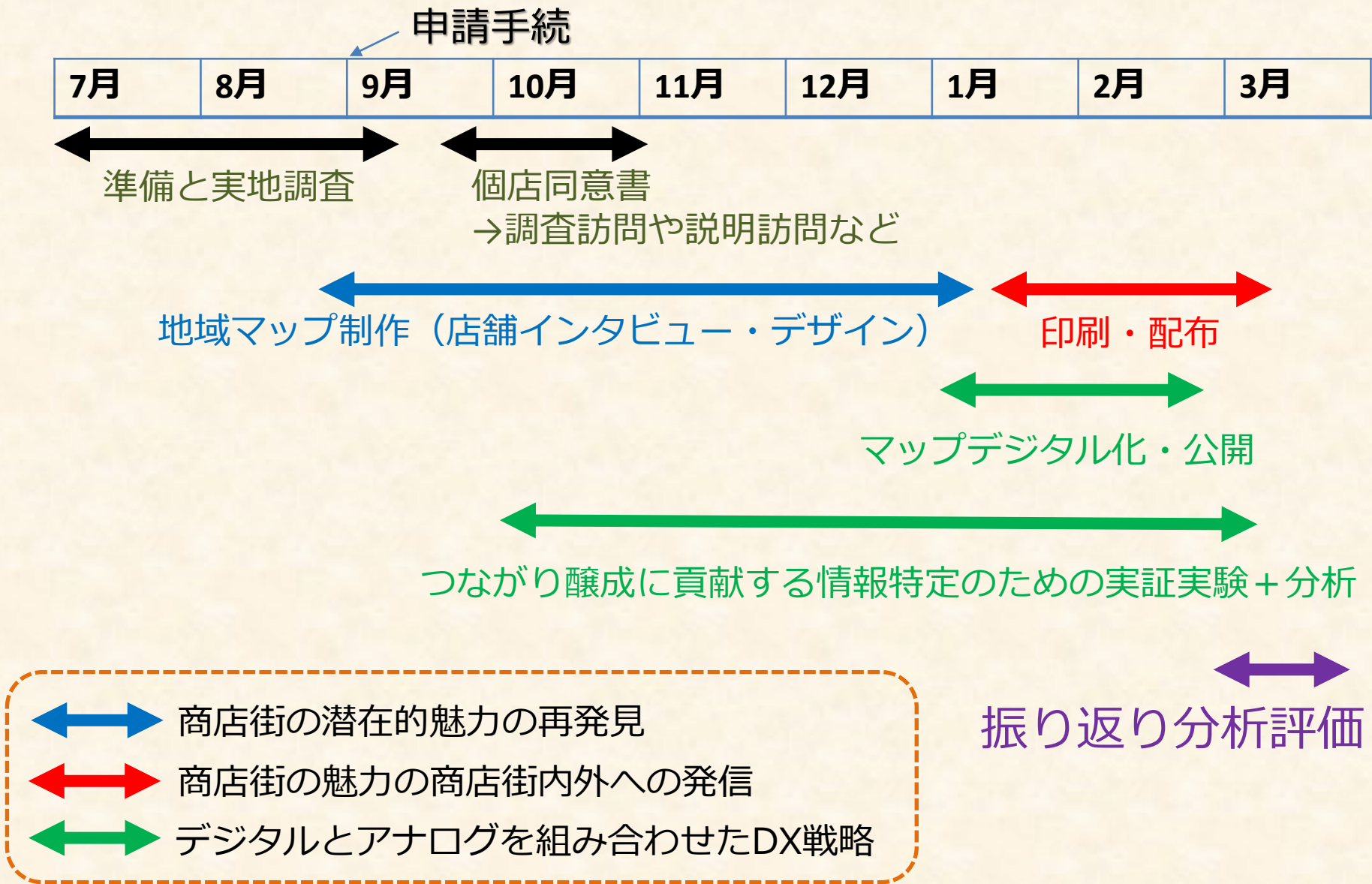
JR山手線 高田馬場駅

デジタル技術を活用して
学生と商店街の間に
新しいつながりを創出したい！

実施概要：商店街と来街者の間のつながり醸成！

- 商店街の潜在的魅力の再発見
 - 学生目線での各店舗様とのコミュニケーション
 - 店舗ならではの新しい魅力を再発見
- 商店街の魅力の商店街内外への発信
 - 商圈と来街者を繋ぐための地域マップ制作
 - 商店街情報と地域情報の効果的な発信
- デジタルとアナログを組み合わせたDX戦略の実践
 - 地域マップの紙媒体配布＋デジタル化
 - 来街者と店舗のつながり醸成に貢献する情報の分析
 - つながり醸成に資する口コミの特定

実施概要：令和5年度のスケジュール



実施概要：地域マップの制作

特徴

現役大学生が自ら店主様に取材して作成する最新の地域マップ

- Q & Aによるコミュニケーションの検討
- 店主様との「対話」から「新しい店舗の魅力」を見出す活動
- 支払方法など従来の地域マップにないデータも記載

「高田馬場西」らしさ・オリジナリティ（歴史、懐かしさ）

- 歴史：「アトム壁画」や「腰折地藏尊」を記載
- 懐かしさと国際性：レトロな紙質でのマップ制作

人々の生の声をリアルに記載（親近感、新しい発見）

- 商店街：振興組合会長や学生の声に記載
- 専門家：都市計画の専門家（早大）のエッセイ

実施概要：地域マップの制作

学生によるQ&Aコミュニケーション

インタビュー事項

- | | | |
|-----------------|---|-------------------------|
| 1. お店の歴史 | } | 紹介文の作成 |
| 2. 商品・サービス概要 | | |
| 3. お店のこだわり | } | 3項目の中から2つを選択し
Q&Aの作成 |
| 4. 仕事のやりがい | | |
| 5. おすすめの商品・サービス | | |
| 6. 基本情報 | | |

インタビュー事項の選定理由

- 老舗の店舗が多いため、**歴史や受け継がれてきたこだわり**を紹介したい！
- 提供している商品・サービスやイラストを記載し、**解像度の高い紹介**を！
- 仕事のやりがいを記載することで、**商店街ならではの温かさ**を伝えたい！

マップ位置情報紹介面（令和5年度）



マップ店舗情報紹介面（令和5年度）

※取組の進捗状況は各店舗にて確認ください。掲載内容は2023年12月現在の情報です。

実施概要：地域マップの制作

マップエッセイ面（令和5年度）



早稲田大学 創造理工学 経営システム工学専攻
学生（修士課程）
2022年より地域活性化の研究に従事。
趣味はギターとボウリング。

知られざる魅力

—高田馬場西商店街の発見

満洲 健太

高田馬場のイメージは？と聞いてみたら、多くの人は「学生街」を想起するだろう。周辺には多くの大学や専門学校が存在し、多くの人にとって学生時代を過ごす街となっている。駅前のロータリーには学生のグループが集まっているし、そんな学生達向けの居酒屋や行列をなすラーメン屋なども散見される。かくいう私も5年以上この街に通い続け、高田馬場に育てられた学生の一人だ。

そんな中、高田馬場西商店街と密接に関わる機会が舞い降りた。それがこのマップの製作である。これをきっかけに私は、高田馬場という馴染みの街にも関わらず、学生生活を通じて足を踏み入れたことがない場所があることに気づかされ、何も知らない自分に驚いた。

結論から述べると、高田馬場西商店街は、多様性と歴史が共存する、魅力的な場所であった。駅から西へと続く緩やかな上り坂の先には、私の知らない高田馬場が広がっていた。近年の外国人増加によってできた中国、ネパール、ベトナムなど多国籍店が軒を連ねているかと思えば、創業100年を超える老舗の店舗が顔をだし、道行く人は、サラリーマン、親子連れ、外国人などが混在し、学生の喧騒とは異なる雑多な賑やかさに変容する。駅を挟み、通りを抜けるだけでここまで街の機軸が変わるなんて、学生街の賑やかさとは異なる、豊かな文化がそこにはあった。この発見は、私に新たな街の魅力を発見させてくれた。今回の活動によって私が高田馬場の新たな魅力を知ったように、このマップがあなたにとっての高田馬場を広げる一つのきっかけとなってくれれば幸いである。

高田馬場の「二つの顔」に学ぶ 吉江 俊

落合のほうから、早稲田通りを歩いてくると、高田馬場の駅が近づいてくると道はゆるやかにうねり、下りながら、ガードの奥へと引きずり込まれていく。その先では独特な雰囲気、真っ黒なビルがこちらを見下ろしている。

迫力のある風景だ。この真っ黒なビル、「タックイレブン」には飲食店のほか、ミャンマーの食品や香辛料を扱う店舗や雑貨店がひしめき、アジアからやってきた人びとが流れ着く象徴のような建物だ。

いまの高田馬場は、どこから見るかによってまったく印象が異なる。東のほうから駅に向かってみれば、昔の再開発が進んでずいぶん小綺麗になった風景が目に入る。逆に西から向かってみれば、高田馬場という場所がいかに多様で、包摂性に溢れているかがわかる。この「二つの顔」をもつところが、高田馬場というまちの最大の魅力だと感じる。

西商店街のゆるやかなカーブの道は、このあたりが昔、宮田とか伊勢原、久保田や戸塚といった地名に細かく分かれていたところから継承されている。現在では多国籍料理のほか、学生街から離れて落ち着いた、質の高い居酒屋もある。なかなか全容がつかめない奥の深い通りだ。スーパの店頭には野菜や果物がぎっしりと並び、ここが単なる繁華街ではなく、人びとが住み、生きていくまちであることを体現している。

東の顔と西の顔、それはにぎわいと包摂という、盛り場の二つの顔である。それが早稲田通りぞうとなりにあったところに、大学生をはじめとして様々な人びとが練り歩く。高田馬場の「二つの顔」は、人びとの行動が文化となつて場所をつくり、多様な人びとを受け入れていくという繁華街のもっとも大事な意味を教えてくれるのだ。

早稲田大学建築学科講師。専門は都市論・都市計画論。
早稲田大学マスタープラン計画や地方都市のまちづくり、展覧会
古版正屋（東京都現代美術館企画）監修など多角的に活動する。
『住宅をめぐる（欲）の都市論』（春風社、2022）など著書多数。



実施概要：地域マップの制作



振興組合事務所前にて



藤兵衛公園にて



実施概要：地域マップのデジタル化



実施概要：つながり醸成に貢献する情報の調査

特徴

どのような情報発信が，来街者の行動変容に寄与するか？

- 地域マップ制作の過程で，**情報伝達の重要性**を再確認
- **来街者と商店街のつながりを醸成する情報**とは？

商店街を舞台とした実践的な研究活動の展開

- **実験室実験**による統制環境下でのデータ収集
- **ネットワーク分析**による，重要な情報の特定

研究成果に基づいた次年度に向けた計画立案

- 来街者と商店街のつながりを醸成する情報が特定できた！
- 効果的な情報発信による，**商店街のつながりの醸成**？
- **SNS等と連携させた地域通貨イベント**の開催？

実施概要：つながり醸成に貢献する情報の調査

口コミによる人と店舗の間のつながりの変化

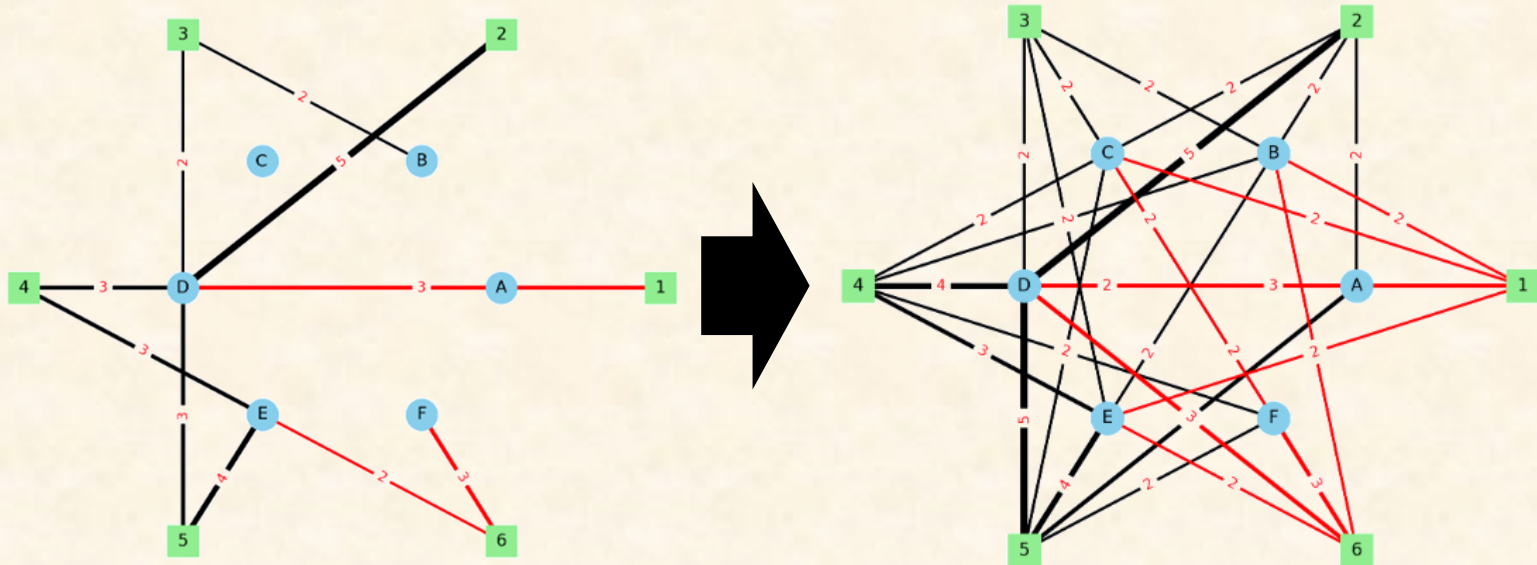


図. 口コミ情報の共有による人と店舗の間のつながりの変化

有効的に思われた口コミ情報

Case 1：他の店舗にはない珍しい魅力を発信しているとき

Case 2：特定のコミュニティに人気という情報が共有されているとき

Case 3：〇〇の代替としての価値が発信されているとき

事業目標に対する達成状況・実施後の効果

(定量的指標) 当初目標・実績・評価

(目標)

商店街内外での情報宣伝活動を目指した、地域マップ取材作成・配布
→ 8千枚のマップ作成・配布



(実績)

◎ 地域マップの作成と配布（日本語） + デジタル化
→ 日本語版マップ8千枚



(評価)

- ◎ 店舗様の情報や魅力を来街者へ発信
- ◎ 商圈と来街者を繋ぐための地域マップ制作
- ◎ 目標の数の地域マップを作成・配布 + デジタル化

事業目標に対する達成状況・実施後の効果

(定性的指標) 当初目標・実績・評価

(目標)

- ◎ 地域×学生のマップ取材コミュニケーション
→ 学生による店主様へのインタビュー
- ◎ 商圈向け情報サービスの検討
→ つながり醸成に貢献する情報の調査



(実績)

- ◎ 来街者から見た店舗様の魅力を把握・記述
→ 地域の皆様と学生との紐帯を高めた
- ◎ 来街者の行動変容を促す情報の特徴を特定



(評価)

- ◎ 来街者から見た店舗様の魅力を把握・記述
- ◎ 来街者の行動変容に寄与する情報発信を調査

事業の総括

商店街内外での情報宣伝活動

- 学生目線で、「**新しい店舗の魅力**」を調査・新発見
- **地域マップの制作**を通じた、来街者と商店街のつながり醸成

デジタル技術による地域情報の効果的発信

- **紙媒体 + デジタル媒体**による、地域情報の発信
- **潜在的な商店街利用客**に向けたマーケティングを実現

つながり醸成に貢献する情報の調査

- **来街者と商店街のつながりを醸成する口コミ情報**を特定

事業成果を学術論文として社会発信

- 本事業担当学生は、本研究成果を学会発表した
溝渕 健太, 家入 祐也, 菱山 玲子. ユーザ属性を踏まえた地域マップカスタマイズシステムの開発.
情報処理学会 第86回全国大会, 1ZF-06, 神奈川大学, March 15-17, 2024.

次年度の計画

地域マップ掲載情報の更新 + 新規店舗開拓
地域マップの多言語化による新しいつながりの活性化

800千円

商店街の新しいつながりを醸成するための
地域通貨イベントの企画・実施
SNSや地域マップと連携させたイベントを実施

1,000千円

商店街の魅力を効果的に発信するための
動画コンテンツの企画・調査
最終年度に向けた予備調査 + 準備

200千円

総額：2,000千円

謝辞

有益な事業へのお力添えを賜り
厚く御礼申し上げます。

- 高田馬場西商店街振興組合の皆様
- 商店街サポーターの皆様
- 新宿区役所の皆様
- 早稲田大学の皆さん
 - 研究総合支援課，理工センター総務課
 - 早大理工学術院情報生産システム研究科
 - 早大理工学術院総合研究所
 - 早大経営システム工学専攻，教員有志の皆様
 - 研究室の学生諸君