

## 第 1、2 回検討会（◇オンラインでの協議を含む）の主な意見のとりまとめ

項目	委員意見
(1) 欲しいデータの種類・ 設置箇所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人の流れ（どこから入ってどこから出て行くか）が分かればいい。</li> <li>・最低でも性別、年代別、細かいタイムスタンプが欲しい。</li> <li>・中心市街地に年代別にどれくらいの方が来ているのか分かれば、新しいコンテンツを入れやすくなる。それが推移として暦年でも変化が分かると、どこにチャンスがあるか分かってくると思う。</li> <li>・一人のユニークユーザーの動きを知りたい（商店街をどのような回遊をしているのか、滞在時間はどれくらいか）。</li> <li>・24時間365日のデータは必要。</li> <li>・通行量でいうと、中心で高度な分析、後に周辺に波及していくという方がいいのでは。商店街の特徴に合わせて設置内容を変えるという方がいいのでは。</li> </ul>
(2) データ活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ピンポイントのデータはあまり役に立たない。カバレッジが重要。</li> <li>・一番やりやすいのはマイナス効果。コストを下げることに着目してはどうか。（お客さんが来ない時には店員さんを休みにする、仕入れを減らして無駄なコストを減らしていくという方が分かりやすい。）</li> </ul> <p>◇新たなモデル試行のために、「画像のローデータ（生データ）を活用したいが、難しい」という話があったが、営利目的ではなくアカデミア限定で研究目的としてデータを使用する仕組みは難しいか。</p> <p>◇通行量データの取得は、コストを抑えて、周辺の他のデータをまとめて、店舗にフィードバックできるシステムを中心に考えた方がいいのでは。</p> <p>◇性別や年齢をしっかり取るよりも、駐車場や天候など他のデータをリンクして、各店舗の売上に直接繋がるような形にする事が優先事項ではないか。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・基本的なデータが入っているところからスタートし、いくつかのビジネスに繋がる要素を、最初の段階で設定することが大事。</li> <li>・基礎的な男女や年代がきちんとわかって、カバレッジの広い部分をデータとして取得できれば、各店舗が行う自店舗の業績やお客様の数に応じた様々な分析の一助として、環境面の事実として裏づけていけるのでは。</li> <li>・汎用性の高い情報をできるだけ広い範囲でとって、個々の店舗がそれぞれの用途・切り口で使うのがよい。</li> </ul>
(3) 商店街の機運醸成のための 取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小さい店舗と、街がやろうとしている人流データの（取組との）へだたりが大きくピンと来ていないので、明確にできたらよい。</li> <li>・県等から現状提供されている勉強会等へ商店街の個店が参加していくことも必要と考える。</li> <li>・AIカメラの行動履歴+POSレジデータや店舗内カメラ等と組み合わせた取組が必要ではないか。</li> <li>・何を目的にするか、全体に共通するものが必要では。活用の想定ケースを複数作って、商店街の方が想像できるようにするとよい。データ活用の部分は支援を手厚くしないと、いいケーススタディが出てこない。</li> <li>・機運の醸成が重要。先進事例の活用の仕方についても商店街・検討会で共有するとよい。経営が良くなることを具体的に経営者の方に理解いただくことが必要</li> <li>・どういう課題を解決していくのか先進事例の成功・失敗事例を学ぶことも大切。店舗の効率アップ等できれば、新規出店のメリットにもなり、商店街全体としてのにぎわいにも繋がるのでは。</li> <li>・（商店街としてもデジタル化に取り組んで来ているところではあるが）組合含め、どんな戦略・方法があるか分かっていない個店も多い。どういう方法があるか専門家の力を借りたい。</li> <li>・例えば個店をピックアップしてコンサルに入ってもらって、体験しながら学んでもらうといった、発展していける仕組み・システムにしたらよいと考える。</li> </ul>