

緊急対策の効果検証について

1. 考え方

本事業を通じて、成果目標の「商店街を安心して買い物ができる場とする」を、どの程度達成できたか、商店街および来街者に調査して検証

2. 調査概要

項目	商店街調査	来街者調査
調査対象	107モデル商店街(158組織)	14か所(啓発イベント等実施商店街)
調査方法	郵送及びFAX	現地でのアンケート調査
調査時点	①R2/10/30、②R3/2/14	R2/11/28~12/11
調査数	発送数:158、回収数:158	回収数:711(50/1か所)

3. 主な調査項目

商店街調査	来街者調査
<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響 ・感染症対策(府施策評価、来街者数等) ・需要喚起(府施策評価、今後の取組み等) 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街への来街頻度 ・府の取組みの認知度 ・感染症対策の認知度 ・需要喚起での購買意欲 ・商店街を訪れる目的

4. 調査結果の概要と、本事業選定・管理委員会委員による評価

商店街調査		来街者調査	
<p>－感染症対策－ コロナ禍で、イベント中止や来街者の減少などの影響が生じ、どう対応すればよいかかわからないといった商店街も存在した。 このような中、府の啓発ポスターや消毒液の設置などの感染症対策の取組みは、商店街からの評価が大変高く、来街者の安心感の獲得にも繋がっている。</p>	<p>－需要喚起－ コロナ禍で最多の影響がイベント中止。このような中、府の感染症対策マニュアルや商店街サポーター派遣などの取組みは商店街からの評価が大変高く、今後のイベント等の実施意向、バイローカル活動やICTを活用した需要喚起の関心も高い。</p>	<p>－感染症対策－ 府の取組みのスローガンである「みんなでおおさか」を半数以上が認知しており、感染症対策も認知されている。7割以上が商店街で安心して買い物ができると感じている。</p>	<p>－需要喚起－ 来街頻度は横ばいといった状況だが、商店街の需要喚起の取組みは安心の提供に繋がり、購買意欲を高めている。買物目的が最も高いことは、地域商業の担い手としての役割を映し出している。</p>

- 本事業の感染症対策や需要喚起の支援を通じ、組織的な取組みがなされており、持続的な活性化への基礎作りに繋がった。
- こうした迅速な取組みを通じ、持続的な活性化に向け、商店街が組織的に対策を講じるための基盤を整えることに繋がった。

- 商店街が安心して買物ができる場であることが浸透しており、この面でも、商店街の持続的な活性化に向けた基盤を整えることに繋がった。
- 安心して買物ができる商店街の浸透に繋がっており、持続的な活性化への可能性を拡げた。