





1. 商店街店舗魅力向上支援事業 概要（R6予算額：43,287千円）

万博開幕やインバウンドの復活による国内外の旅行者を大阪の商店街に取り込み、商店街での観光・消費を促進する。

本事業では、商店街に「観光」の視点を取り入れ、誘客のポテンシャルある商店街の「観光コンテンツ化（観光資源の発掘、ツアー造成等による観光地化）」を行うとともに、デジタルスタンプラリーやSNSキャンペーン等の情報発信により、商店街の魅力向上の取り組みを行う。

2. 取組み内容

	商店街の観光コンテンツ化	情報発信	万博の機運醸成
内容	誘客のポテンシャルある商店街の観光コンテンツ化	ポータルサイトによる情報発信、デジタルスタンプラリー、SNSキャンペーン等	商店街現地でのプロモーション
対象	国内外の旅行者の誘客に積極的な商店街（下記①②を有する3カ所程度の商店街を選定） ①集客店舗（グルメ、レトロ建築物等） ②歴史・文化・サブカルチャー等の観光資源	府内商店街（R5年度：136商店街）	府内商店街（R5年度：136商店街）
事業内容	①商店街・周辺エリアの観光資源の発掘 ②専門家による磨き上げ、ツアー造成 ③コンテンツ情報の発信（ポータルサイト等） ※事業実施に当たっては、市町村や観光支援機関と連携 ※市町村や観光支援機関に観光コンテンツ化のノウハウ提供 ※観光コンテンツ化を実施しようとする商店街へのマッチング	①ポータルサイトにおける商店街・周辺エリアの観光情報の発信 ②デジタルスタンプラリー ③SNSキャンペーン（写真投稿、掲載記事へのフォロー・リツイート） 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」  	①商店街現地プロモーション（のぼり掲出、万博グッズ配布）  

3. スケジュール

	令和6年4月～	9月頃～	令和7年1月頃～	効果検証
商店街の観光コンテンツ化	公募・選定	観光コンテンツ化（観光資源発掘、磨き上げ、ツアー造成等による観光地化、情報発信）		
		市町村・観光支援機関との連携・観光コンテンツのノウハウ提供、近隣商店街へのマッチング		
情報発信		ポータルサイトにおける観光情報の発信、SNSキャンペーン、デジタルスタンプラリー		
万博の機運醸成		商店街現地プロモーション（のぼり・タペストリー掲出）		