

商店街レポート(大阪市)

商店街名	区	事業名	通し番号	ページ数
生野銀座商店街振興組合	生野区	商店街施設を活用した「地域」、「趣味」、「多世代」のコミュニティ形成事業	R6-10	P1
千林商店街振興組合	旭区	販売促進イベントのオンライン化と、地域団体や鉄道会社と連携した情報発信の強化	R6-07	P2
三津屋商店街振興組合	淀川区	商店街公式LINE活用によるデジタル謎解きラリーで、移住者や地域の若者のなどへの周知強化	R6-11	P3
粉浜商店街振興組合	住之江区	デジタル冊子「こはま日和」制作による地域ブランディング	R6-12	P4
天神橋筋商店会	北区	天神橋筋商店街周辺の魅力や歴史をギャルみこし担ぎ手が紹介するデジタルガイドブック	R6-13	P5
戎橋筋商店街振興組合	中央区	生活者に寄り添った都心型商店街アプリ「えびなび」開発・普及促進	R6-08	P6
千日前道具屋筋商店街振興組合	中央区	「スマートフォン音声ガイド」や「VR道具屋筋商店街」によるまちなか周遊促進モデルづくり事業	R6-09	P7
道頓堀商店会	中央区	ミナミの魅力発信と万博機運醸成を図る「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」	R6-14	P8
南地中筋商店街振興組合	中央区	産学連携 南地中筋商店街ブランディングプロジェクト	R6-15	P9
難波センター街商店街振興組合	中央区	「グローバル」な商店街をめざして ～グローバル×ローカル 地域と若者連携で商店街の魅力発信～	R6-16	P10

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
生野銀座商店街振興組合	所在地：大阪市生野区 最寄駅：JR寺田町駅から東へ約500m 店舗数：35店	大阪府／将棋の聖地めざして 将棋名人決定戦とこども将棋教室 (ndl.go.jp)(R5.12.8) 大阪府／「将棋の聖地」へー活動の広がり生む生野銀座商店街＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp) (R3.11.8) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
商店街施設を活用した「地域」、「趣味」、「多世代」のコミュニティ形成事業	■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	
〈事業概要〉		
■商店街内のコミュニティーホール「どり～夢館」の活用を促進するため、子どもから高齢者まで、地域の将棋好きが気軽に将棋を楽しめる将棋教室を定期開催。あわせて、商店街Webサイトに「どり～夢館」の予約システムを構築したり、新たに開催する将棋大会のWebサイトを設立するなど、ICT活用にも取り組んだ。		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①コミュニティーホール「どり～夢館」の活用促進・利用者増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域と連携したい ・子どもが集まれる場所にしたい ・「将棋の聖地」として活性化を図りたい <p>⇒年齢の垣根を越えられる将棋を通して、地域に新たな交流の場をつくりたい</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「どり～夢館」で将棋教室を開催。将棋教室は、試験的に4回開催。子どもも楽しめるよう、人気アニメのミニ将棋を使用し、詰め将棋や将棋くずしなども行った。 ・「どり～夢館」で新たな将棋大会を開催。開催期間は2日間。1日目は小中学生の部、2日目は高校生以上の一般の部の決勝戦を実施し、子どもから大人まで楽しめるように企画した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・試験的に開催した将棋教室では、約20名が参加。その後も、将棋教室の開催を熱望する声が多く、地元の将棋指導員資格を持つ若者を講師に「生野こども将棋教室」がスタート。週3回開催され、現在も続いている。(R6.10月現在) ・将棋大会では、地域の子どもから高齢者まで計69名が参加。「将棋の聖地」をめざし、年に一度の大会を継続して開催。
<p>②WEBでのPR強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街を多くの人に知ってもらいたい。 ・「どり～夢館」の利用しやすさ向上。 ・新たに開催する将棋大会を告知したい <p>⇒予約システムや特設Webサイトを構築し、利便性向上とPR強化をはかりたい</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・店主の似顔絵入りMAPや、「どり～夢館」の予約システムを搭載した商店街Webサイトを構築。 ・「生野将棋名人決定戦2022」のイベントサイトを構築し、プロモーション動画を作成。 ・大阪経済大学将棋部の協力を得て、別のイベント会場で決勝戦の様子はオンライン配信した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「どり～夢館」の予約システムが搭載され、「どり～夢館」の稼働率が向上した。 ・作成したプロモーション動画は、毎年再編集し配信を継続。 ・この事業の取り組みにより地域全体の活性化へ向けた土台作りができ、他の団体とコラボしたイベントも実施している。
〈商店街のコメント〉		
<p>■コロナ禍で「どり～夢館」の稼働率が大幅に低下し対策が求められる中、子どもから高齢者まで年齢を問わず楽しんで、対局や観戦を通じて交流できる将棋を商店街の活性化に取り入れることにしました。将棋が地域の交流や商店街に通うきっかけのひとつとなるよう「将棋の聖地」をめざして3年目、地域に新たな交流の輪ができました。</p> <p>■地域の輪の広まりは将棋以外にも波及しており、アームレスリング大会やクリスマスイベント等を実施し、地域内外を問わず商店街と地域の魅力を発信しています。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>R4年度Webサイト構築TOPページ</p>  <p>R4年度に作成したプロモーション動画毎年再編集し配信</p>  <p>R6年度「いくの将棋祭」チラシ</p>	<p>■主催：生野銀座商店街振興組合</p> <p>■協力：IKUNOスキル・ラボ、大阪経済大学将棋部</p> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ https://osaka-shotengai-info.com/ss/ikunoginza/ ■生野銀座商店街 公式HP https://programing.sakura.ne.jp/ikuno_ginza/index.php ■生野銀座商店街 Instagram https://www.instagram.com/ikunoginzasyoutengai/ 	

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
千林商店街振興組合	所在地：大阪市旭区 最寄駅：京阪本線 千林駅 店舗数：180店	大阪府 / ICT活用でお客様と繋がる企画づくり (ndl.go.jp) R5.9.21) 大阪府 / 感染対策バッチリ オンライン抽選会 <モデル創出事業> (ndl.go.jp) (R3.11.25) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
販売促進イベントのオンライン化と、地域団体や鉄道会社と連携した情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> ■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 ■大阪府 令和4年度商店街等需要喚起緊急支援事業 ■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業 	

〈事業概要〉

- コロナ禍でも安心して来街して楽しんでもらうために、恒例の販売促進イベントにひと工夫。
- 抽選会場での3密を回避するため、ICTを活用した「オンライン抽選会」の開催やgoogleマップを活用した商店街回遊イベントを実施。また、地域団体と協働し千林界隈のテイクアウトができるお店を紹介した「ぐるめマップ」と、旭区役所の協力を得て千林界隈の名所を紹介する「まち歩きマップ」をそれぞれ制作し、地域の魅力を再発信した。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①非接触で販売促進イベントを開催させたい ・ICTを活用した「オンライン抽選会」 ・QRコードの活用 ・コロナ禍でも安心して参加できるイベント作り ・一方で、デジタルに不慣れな方でも参加できるサポートが必要	①QRコード活用のオンライン抽選会『千林埋蔵金を掘り当てろ！』を開催。 ・鉄道会社と連携して例年実施しているガラガラ抽選会の抽選券にQRコードを使用し、スマートフォンで読み取るとオンライン上で抽選が始まる仕組みを実施。 ・また、操作方法がわからない方やスマートフォンを持たない方には、スタッフが代わりにQRコードを読み取るサポートを実施。	・初めてオンライン抽選会を行ったことで、参加者から「スマホを使った抽選が楽しい」などの声を頂いた。鉄道会社との連携により、中吊り、駅ポスター、駅置きパンフレットによるイベント告知により、沿線のお客様の来街を誘致することができた。 ・商店街内のICT活用への理解も進み、令和5年には商店街LINEを活用したクイズイベントを行うなど、改良をしながらイベントを実施。
②商店街内外の店舗や周辺名所のPRをしたい ・googleマップを活用した商店街回遊イベント ・テイクアウトに対応した飲食店の広報 ・SNSを活用し、より広い世代にPRしたい	②テイクアウトに対応した飲食店を紹介した「千林界隈ぐるめマップ」と名所を紹介した「千林界隈まち歩きマップ」の制作。 ・「ぐるめマップ」では、掲載の店舗や名所にはナビQRコードを付してあり、読み込むとgoogleマップで案内ができる工夫をこらした。「まち歩きマップ」では、37か所のおすすめ名所は、旭区役所の協力のもと、名所情報や旭区検定を参考にした名所にまつわるクイズを掲載し、楽しく見ってもらう工夫を施した。	・2種類のガイドマップに対する評判は良く、「知らなかったお店を発見できた」や「一度行ってみたいと思うお店があった」「千林のいろいろな情報が詰まっていて便利」などの声が寄せられるなど、地域内外に千林の魅力を発信できた。 ・高齢の常連客に加え、ファミリー層の楽しむ姿が例年より多く見られるようになってきた。

〈商店街のコメント〉

- 高齢のお客様が多い千林商店街ですが、QRコードを活用した新しい取り組みの抽選会では、参加するお客様の笑顔を見て効果を感じました。
- 2種類のガイドマップは、「行政」「1000ピースプロジェクト」「商店街」が一丸となり制作にあたり、お客様がお買い物や散策に楽しんで活用していただけました。
- その後も、QRコードやLINEなどのICTを活用したさまざまな事業に挑戦しました。高齢の方でも使いやすいというLINEを活用し、友達登録してくれた人に懸賞イベントのヒントを送信したり、歳末に抽選会の告知などを実施。今までは、折り込みチラシや個人宅へのポスティングで近隣の方へ通知していましたが、LINEを使うことでよりダイレクトに、必要としているお客様に情報を届けられるようになり、今では友達登録者数は5,000人以上。今後もLINEを活用し、必要としてくれるお客様にいち早く情報を届け、地域と商店街を盛り上げていきたいです。

〈写真〉



R3「ぐるめマップ」



R3「まち歩きマップ」



R3 密を回避した「オンライン抽選会」の会場



R6年度イベントチラシ

〈連携・協力〉

- 主催：千林商店街振興組合
- 協力：1000ピースプロジェクト
京阪電気鉄道株式会社
京阪百貨店

〈HP・SNS等〉

- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ
<https://osaka-shotengai-info.com/ss/senbayashi/>
- 千林商店街 HP <https://www.senbayashi.com/>
- 千林商店街 Instagram https://www.instagram.com/senbayashi_official/




〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
三津屋商店街振興組合	所在地：大阪市淀川区 最寄駅：阪急神戸線神崎川駅すぐ 店舗数：37店	大阪府／進化した「三津屋謎解きラリー」 公式LINE活用で大人もワクワク<モデル創出事業> (ndl.go.jp)(R5.11.24) 大阪府／本格「謎解きラリー」で商店街の魅力を知って<モデル創出事業> (ndl.go.jp)(R5.8.4) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
商店街公式LINE活用によるデジタル謎解きラリーで、移住者や地域の若者などへの周知強化へ	■大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	
〈事業概要〉		
■ 例年開催している夏の恒例イベント「みつやどんたく」とあわせて商店街を周遊してもらうべく、「三津屋謎解きラリー」を同時に開催。今回は従来のアナログ方式から、商店街公式LINEを活用して実施することで、子どもから大人まで楽しめる本格的な謎解きラリーとし、若手世代を中心に商店街の周知と新規フォロワー獲得に向けて取り組んだ。さらに集計等の手間を減らすことにも成功。R6年度も継続して開催し、参加者も増加している。		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> ・周辺地域へ子育て世帯の移住者が増加。日頃訪れない方や最近移住してきた方に向けて、商店街の認知向上を図りたい。 ・「三津屋謎解きラリー」をより幅広い層に参加し楽しんでもらうため、参加者により難易度を調整できるようにしたい。 ・アナログ（紙）での謎解きラリーの実施は管理・集計等の手間が大きいため、効率化を図りたい。 <p>⇒LINE活用による謎解きラリーの実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商店街公式LINEを活用し「三津屋謎解きラリー」を開催。 ・謎解きの難易度をあげるため、謎解きのプロに依頼して問題を作成。参加者が難しいと感じた場合は、商店街公式LINEを友だち登録し、メッセージを送るとヒントが貰えるシステムも構築。 ・商店街内で配布されている謎解きラリーのリーフレットと、商店街内に掲示された貼紙の情報を合わせると謎が解けるようにし、商店街内を回遊させるようにした。 ・イベント運営は、商店街店舗や地域の方、地元小学校のPTA、地元学校の卒業生の協力を得て実施。 ・謎解きの回答受付・正解者向けの抽選案内・抽選結果のやり取り等も商店街公式LINEでまとめて実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街内にクイズの問題を掲出したことで、商店街内を歩き回ってもらい、知ってもらう機会となった。 ・謎解きの難易度を上げたことで、幅広い世代の参加者が増加。 ・イベント終了後も引き続き商店街イベント情報をLINEで発信するなど、PRにも活用できている。 ・商店街公式LINEアカウントの友だち登録者は、280名を超えた。（R6.10月現在） ・回答受付から抽選結果やりとり等までLINEで一貫して実施できることで、従来のアナログ実施に比べ事務局の手間も省力化。 ・今回の実施を通し、LINE活用による謎解きラリーのノウハウを商店街事務局が習得でき、今後もLINEを自主的に活用できるようになった。
〈商店街のコメント〉		
■ 三津屋商店街周辺は、マンションなどが新たに建設されており、人口が増加している地域です。元々地域密着型の商店街で、小学校の通学路としても活用している商店街なので、新たな世代にも商店街を知ってもらう機会をなんとか作り出しPRしたいと考えていました。今回、子どもを通して商店街の情報が親世代につながる流れで、取り組むことができました。また、LINEを活用させたことで周辺住民の新規獲得ができたので、イベント以外にお店の情報なども発信できるように、HPやFacebookも利用し、併せて有効活用していきたいと思えます。		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>R5年度 イベントポスター</p>  <p>R5年度「みつやどんたく」の様子</p>  <p>R6年度 イベントチラシ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：三津屋商店街振興組合 ■協力：地元小学校PTAや地元学校の卒業生 <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ https://osaka-shotengai-info.com/ss/mitsuya/ ■三津屋商店街 公式HP https://www.mitsuya.ne.jp/ ■三津屋商店街 Instagram https://www.instagram.com/328comeon/ 	

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
粉浜商店街振興組合	所在地：大阪市住之江区 最寄駅：南海本線 住吉大社駅すぐ 店舗数：120店	大阪府／チン電に乗って粉浜の魅力堪能＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp)(R5.3.3) 大阪府／創刊！ミニコミ誌「こはま日和」～こはまのお宝を探しに出かけよう！～＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp)(R3.12.9) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
デジタル冊子「こはま日和」制作による地域ブランディング	■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

〈事業概要〉
<p>■住吉大社や住吉公園をはじめとした観光資源や、日常性がありつつも上質でこだわりを持った専門店など、粉浜ならではの魅力を発信するため、「こはま日和」と題した「ブログサイト」と「公式LINEアカウント」を開発。タブロイド版の「ミニコミ誌」も創刊し、地域住民や住吉大社の参拝客を中心に粉浜エリアの魅力を発信した。その後、令和4年12月にミニコミ誌「こはま日和」第2号を発行。第2号で注目したのは「チン電（路面電車）」。府内唯一の路面電車である阪堺電車を貸し切り、ツアーを実施した。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>・商店街周辺には、住吉大社や住吉公園をはじめとした歴史情緒溢れる観光資源も多く、地域ブランディングを促進したい。</p> <p>・これらを活かし、粉浜商店街とその周辺エリアの認知度を向上したい。</p> <p>・しかし、商店街や地域の身近な情報を伝える媒体が少ない。</p> <p>⇒地域の情報を継続的に発信していくためのプラットフォームを構築し、地域の関係者と連携して発信を強化していきたい</p>	<p>・「こはま日和」のブログサイトとLINEアカウントの開設 地元出身のグルメ誌ライターや地元のNPO「粉浜サポーターズ」の協力を得て、「日常性がありつつも上質でこだわりを持つ専門店」をコンセプトに、お店や商品の情報を発信。プロのカメラマンや大阪成蹊短期大学の調理・製菓学科のゼミ生の協力もあり、撮影方法やスタイリングに工夫し、お店や商品の魅力を最大限に引き出すことができた。</p> <p>・「こはま日和」のタブロイド版ミニコミ誌を創刊し、商店街や近隣店舗、住吉大社、区役所、図書館、南海本線粉浜駅・住吉大社駅、阪堺電気軌道の天王寺駅前駅など計70カ所で配架。</p> <p>・粉浜を舞台にした小説「たご焼きの岸本」の著者である蓮見恭子氏にも取り組みに賛同いただき、企画や発信に協力を得た。「こはま日和」の企画のひとつとして、蓮見恭子氏を粉浜に迎えて、一緒に散歩をした様子をまとめたルポを作成した。</p>	<p>・「ミニコミ誌」を駅や公共施設を中心に広い範囲で配架したことにより、「こはま日和」を片手に地域や商店街を歩く方の姿が見受けられた。</p> <p>・ラジオ番組への出演や蓮見恭子氏主催の講演会にも参加するなど、「こはま日和」を多面的にPRできた。</p> <p>・「ブログサイト」閲覧数は1,000を超え、「公式LINEアカウント」の友だち登録数は364名と増加中。（R6.9月現在）</p> <p>・ライターや近隣学生、地元NPOのメンバーなど、様々な立場の人と意見を交わしながら作成することで、商店街周辺エリアの魅力を再発見し、それを情報発信することができた。</p> <p>・R4年12月にミニコミ誌「こはま日和」第2号を発行し、チン電を貸し切ったツアーを開催するなど、活動の幅をより広げることができた。</p>

〈商店街のコメント〉
<p>■この地域の身近な情報を伝える媒体は、あまりありませんでした。粉浜には、地元の人でも気づいていない魅力が沢山あるので、それらを発信することで、地域住民の方々に地域や商店街の魅力を再認識してもらおうきっかけになればと思いますこの事業を実施しました。ミニコミ誌「こはま日和」は、地域の団体や粉浜にゆかりのある方々などと地域一丸となって制作することができました。スタイリッシュな誌面に、読み応えのある充実した内容に仕上がりで、高評価を得ています。今後も、自立した事業として継続していければと思います。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="88 1194 245 1413">  <p>R3年度作成 ミニコミ誌『こはま日和』</p> </div> <div data-bbox="323 1194 558 1413">  <p>R3年度「こはま日和」の創刊をPR 蓮見氏主催の講演会にて</p> </div> <div data-bbox="627 1217 940 1421">  <p>R4年度 チン電を貸し切って 行われたツアー</p> </div> </div>	<p>〈連携・協力〉</p> <p>■主催：粉浜商店街振興組合 ■協力：住吉大社、NPO「粉浜サポーターズ」、大阪成蹊短期大学調理・製菓学科ゼミ生</p> <p>〈HP・SNS等〉</p> <p>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ https://osaka-shotengai-info.com/ss/kohama/ ■粉浜商店街 公式HP https://www.kohama-shoutengai.com/ ■粉浜商店街 Instagram https://www.instagram.com/kohamashotengai</p>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
天神橋筋商店会	所在地：大阪市北区 最寄駅：大阪メトロ扇町駅、天神橋筋六丁目駅 JR天満駅 店舗数：277店	大阪府／デジタルガイドによる若者視点でのエリア魅力PR <モデル創出事業> (ndl.go.jp) (R6.3.8) 大阪府／ギャルみこしとエリアの魅力 デジタルブックでPR <モデル創出事業> (ndl.go.jp) (R5.11.29) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
天神橋筋商店街周辺の魅力や歴史をギャルみこし担ぎ手が紹介するデジタルガイドブック	■大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

〈事業概要〉
<p>■令和5年に40回目を迎えた「天神祭ギャルみこし」のメンバーによる商店街や天神橋エリアの魅力スポットや、これまでのギャルみこしの歴史などを紹介するデジタルガイドブックを制作。デジタル版は商店街公式HPやSNSで配信。製本版はJRや大阪メトロの協力を得て、最寄駅や紹介した魅力スポットに配架した。さらに、ガイドブック制作をきっかけに商店会・近隣施設・若者らによる連携機運が高まり、TikTok開設や今後のさらなる取組みにつながった。</p>

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍で激減した人流の回復 ・来街者を増やすには、商店街店舗だけでなく、天満、天神周辺の歴史的資産や交流施設、集客スポットもあわせてPRする方が効果的 ・多くの若者に来てもらうには、若者の視点を取り入れた若者向けPRが必要 ・天神橋筋商店会の名物である「天神祭ギャルみこし」の魅力をもっと発信したい ・しかし、現状では若者向けのPRが十分にできていない <p>⇒若者の視点による、商店街と周辺のPRデジタルブックを作成</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■エリア魅力発信デジタルブック「まるごと天神橋とギャルみこしガイド」の制作 ・コロナの影響で4年ぶりに開催となった「天神祭ギャルみこし」の担ぎ手(みこしギャル)の協力を得て作成。担ぎ手による取材で、商店街や天満・天神橋界隈の施設やスポット等を紹介する「エリア魅力発信」ページを作成。 ・さらに40回目となるギャルみこしの歴史や今回の様子を記録した「天神祭ギャルみこし紹介」ページをあわせ、読みやすいマガジンをテイストにて、デジタル版と製本版を発行した。 ・スマホでも閲覧可能なデジタルブック版では、閲覧数を高めるため、商店会公式HPやSNSでPRを展開した。 ・製本版はJRや大阪メトロの協力を得て最寄駅に配架。さらに、取材した施設にも配架協力を得て配架した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタルブック版の閲覧数は掲載後1か月程度で約1,000件。公式HPの閲覧数も前月の約1.3倍となった。 ・製本版は、キッズプラザ大阪、クレオ大阪、JRと大阪メトロの最寄り駅など利用者が多いスポットに配架。マガジン風の見やすさが好評を得て、配架後約1ヶ月で71%のピックアップ率となり、多くの方に閲覧された。 ・SNSの情報配信活用を契機に、第40回天神祭ギャルみこしに参加した女性たちが、メンバー間の交流やエリア魅力PRへの協力を目的にギャルみこし公式TikTokを12月に開設。 ・商店街、エリア内各施設、ギャルみこし担ぎ手という3者が、「エリア魅力PR強化」の目的に連携ができ、貴重な経験となった。 ・この事業をきっかけに、若者やインバウンド層へのエリアPRへの取組を現在も進めている。

〈商店街のコメント〉
<p>■昭和56年に地域振興と大阪文化高揚、明るい街づくりを目的に、女性だけで神輿を担ぐ「天神祭女性御神輿(通称:ギャルみこし)」を開催してから、40回の巡行を重ね、今では地域の代表的な取組として認められるようになりました。その間に、取り巻くエリアの環境も変遷していますが、天神橋に暮らし、商いをする私たちの使命は先人が培ってきた地域文化、伝統、人情などを次世代に継承しなければならない事です。今回、神輿を担ぐ女性たちが大阪天満宮をはじめ、商店街周辺のスポットを包括的に紹介する冊子を通じて、エリア魅力の発信をしました。多くの人が訪れ、そこに住みたいくなるような「天神橋」エリアの創出のために、商店街が先導的役割を担っていきたいという思いが詰まった冊子が完成しました。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉		
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="133 1180 290 1403"> </div> <div data-bbox="427 1180 584 1403"> </div> <div data-bbox="721 1180 878 1403"> </div> </div> <p>R5年度 「まるごと天神橋とギャルみこし」ガイド</p> <p>R5年度 みこしギャルの商店街取材風景</p> <p>R6年度ギャルみこし参加者募集ポスター</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：天神橋筋商店会 ■取材・冊子配架協力：大阪天満宮、堀川戎神社、天満天神繁昌亭、扇町公園管理事務所、JR天満駅、大阪メトロ天神橋筋六丁目駅、キッズプラザ大阪、大阪くらしの今昔館、クレオ大阪子育て館 等 <tr> <th data-bbox="995 1312 1952 1356">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="995 1356 1952 1478"> <ul style="list-style-type: none"> ■天神橋筋商店会 HP https://tenjinbashi.net/ ■天神橋筋商店会 X https://x.com/tenjinbashi4456 ■天神橋筋商店会 Instagram https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/ </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<ul style="list-style-type: none"> ■天神橋筋商店会 HP https://tenjinbashi.net/ ■天神橋筋商店会 X https://x.com/tenjinbashi4456 ■天神橋筋商店会 Instagram https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/
〈HP・SNS等〉			
<ul style="list-style-type: none"> ■天神橋筋商店会 HP https://tenjinbashi.net/ ■天神橋筋商店会 X https://x.com/tenjinbashi4456 ■天神橋筋商店会 Instagram https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/ 			

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
戎橋筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：JR,南海、近鉄、大阪メトロ なんば駅 店舗数：93店	大阪府／お買い物アプリ「えびなび」 体験型アプリに成長＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp) (R5.3.8) 大阪府／好評アプリ「えびなび」3月7日に本格運用開始＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp) (R4.3.7) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
生活者に寄り添った都心型商店街アプリ「えびなび」開発・普及促進	<ul style="list-style-type: none"> ■大阪府 令和2年度大阪府商店街感染症対策等支援事業 ■企業連携 令和3年「商店街内におけるCO2濃度見える化」実証実験 ■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 	

〈事業概要〉
<ul style="list-style-type: none"> ■ 日常的に商店街を通行する通勤客や近隣の買物客への対応を強化するため、来街や買物の利便性を高めた商店街オリジナル公式アプリを開発。アプリ登録を促進するため、広報物の「フライヤー」と「QR付きカード」の制作や、周辺事業者とも連携しながら、多面的PRを実施。商店街側からの積極的な情報発信をダイレクトに伝えることができるアプリの浸透で、地元のファンづくりと店舗利用を促進。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①都心型商店街アプリ「えびなび」の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日常的に来街いただいているお客様に、より便利でお得な情報を提供したい。 ・従来の情報をWebサイトやメールマガジン以外の方法で発信できる、生活者に寄り添った愛されるアプリを構築したい。 ・お得な情報だけでなく、地域情報や公共的な情報なども発信したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・約6,400人のメール会員にアンケート調査を実施し、寄せられた提案を取り入れてアプリを開発していった。 ・観光・待ち合わせスポット・便利情報・トイレ位置などの「エリア情報」と、商店街ニュース・イベント告知・店舗情報など「商店街情報」の、大きく2つのジャンルに分けて構成した。 ・令和3年12月から運用を開始。運用開始後から利用者の声を取り入れ、各店舗が独自にクーポンを配布できる機能を実装するなど、何度も改良を重ねた。令和4年3月7日「えびなび」の本格運用を開始。 	<ul style="list-style-type: none"> ・アプリの導入により、利用者はニーズ、シーン（買物・食事、待ち合わせ）などに応じた施設、店舗の情報やイベント情報が取得できるようになり、利便性が向上した。 ・また、商店街のファンづくりを促進するための商店街側からの積極的な情報発信が可能となった。 ・「えびなび」アプリは単なるお得情報を発信するだけでなく、商店街で使えるクーポンの配布、周辺地域の便利なスポット案内や、買い物で貯まる「えびなびポイント」など、多様なサービスを提供できるツールとなった。
<p>②アプリの登録促進、広報の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街公式スマートフォンアプリ「えびなび」開発後は、より多くの方に利用してもらいたい。 ・既存のメール会員だけでなく、恒例イベントと連携させるなどして、より多くの方に周知したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSでの情報発信や、「フライヤー」「QR付きカード」の制作、理事の名刺にQRコードを掲出するなど工夫して広報に取り組んだ。 ・商店街通行者に向けては、商店街内に「タペストリー」を掲出、街頭イベントと共同で広報、街内放送などの方法でPRした。 ・近隣には「フライヤー」の折込、コミュニティ紙広告など活用し、情報発信範囲の拡大を図った。 ・南海電鉄とのタイアップ企画を実施。また、年に2回（春・秋）の恒例イベント「体験博」とも連携し、アプリ「えびなび」から簡単に参加申し込みできるようにした。 	<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年12月スタートから現在までの登録者数は16,000人を超えている。（R6.9月現在） ・定期的に近隣の催し情報を配信するなど、お客様に利用を続けてもらえるよう継続運営している。 ・なお、アプリ連携キャンペーンを継続して実施しており、令和6年の例では、登録者のお買い物活性化策として「秋のえびたんウルトラ抽選会」を開催。令和6年8月30日～10月13日までの期間で、商店街内店舗の商品や電子クーポンなどを景品にしている。

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> ■ 大阪人に愛される商店街をめざしており、日常的に来街いただいているお客様に、より便利でお得な情報を提供したいと考えて制作しました。 ■ 小さく作って大きく育てようと、アプリ機能を日々改良しています。今後は加盟店と連携した、当商店街ならではのイベントや販売促進企画、商店街周辺のなんばエリアの便利情報などさらなるアプリのブラッシュアップを図っており、商店街や周辺地域の隅々まで便利でお得な情報を収集すべく、公募の情報特派員が活動を開始しています。 ■ アプリという「非接触型」の媒体を通じて、たくさんの人や物との出会いが生まれています。

〈写真〉	〈HP・SNS等〉
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <p>「えびなび」サイトTOP</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>R3年度作成QR付きカード</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>R6年度 実施イベント</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>R6年度 実施イベント</p> </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」 商店街紹介ページ https://osaka-shotengai-info.com/ss/ebisubashisuji/ ■ 戎橋筋商店街 HP https://www.ebisubashi.or.jp/ ■ えびなびサイト https://ebi-navi.com/ ■ 戎橋筋商店街 Instagram https://www.instagram.com/ebisubashi_ebitan/

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
千日前道具屋筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：JR、南海、近鉄、大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：52店	大阪府／自由に歩き、会話もできる「VR道具屋筋商店街」(ndl.go.jp) (R5.3.3) 大阪府／一路を照らす「千日前音声ガイド」完成！＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp) (R3.11.2) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
「スマートフォン音声ガイド」や「VR道具屋筋商店街」による まちなか周遊促進モデルづくり事業	<ul style="list-style-type: none"> ■中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業 ■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 ■大阪府 令和4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業 ■中小企業庁 令和5年度がんばろう！商店街事業 	
〈事業概要〉		
<ul style="list-style-type: none"> ■地域の歴史や事情に詳しい語り部の高齢化が進む中、語り部の音声をストック収録し、デジタルデータ化。商店街のWebサイト内に、スマートフォンを利用しその場所で語り部の音声を視聴することができる「千日前音声ガイド」を作成し、まちなかの魅力を活かした周遊モデルづくりを行った。さらに、音声ガイドをPRするため、「道具屋筋ガラポン大抽選会」において、各ポイントを巡る「デジタルスタンプラリー」を実施。 ■それをきっかけに、商店街内でもデジタルツールの重要性・利便性が重視されるようになり、商店街初！リアルとバーチャルの融合「VR道具屋筋商店街」を完成させた。 		
〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドブックやまちの語り部による歴史ガイドツアーなどに取り組んでいたが、スマートフォンの所有率が急増した現在では、若い世代への情報発信が課題だった。 ・歴史あるミナミエリアにおいて後世に語り部の音声の魅力を伝え残したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年にデジタルデータ化した語り部音声による周遊Webサイト「千日前音声ガイド」を作成。北は「千日前商店街」から南は「道具屋筋商店街」まで、南北に走る筋を軸に、東西に繋がる通りや路地26か所を紹介。QRコードから1か所1分前後の音声ガイドを聞けるミニガイド形式として作成。 ・併せて商店街イベント「道具屋筋ガラポン大抽選会」で、「千日前音声ガイド」に誘導するQRコードを掲示しPRを実施。また、商店街のWebサイトで各ポイントの写真を掲載するとともに、回遊を促進するための「デジタルスタンプラリー」を開催。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「千日前音声ガイド」を作成したことによって、歴史あるミナミの魅力や商店街の見どころがちな街の一角にも注目してもらうことができ、多くの来街者に楽しんでいただけるようになった。 ・音声ガイドは、デジタルスタンプラリーと組み合わせることができるなど、利便性も良く、場所と情報の紐づけが可能になり、新しい周遊促進となった。 ・この取組をはじめデジタル活用に取り組んだ結果、ミナミエリアの活性化やPR強化につながり、連日、外国人観光客の来街が常態化するほど賑わっている。
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍により商店街への来客が減少。商店街のPR、集客、認知度の向上を図りたい。 ・インターネットの普及に伴い、人々の消費行動のパターンが多様化する中、商店街でも活性化に向けて取り組みを行いたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・令和5年1月に「VR道具屋筋商店街」の立ち上げ。NTTコネクティブが提供する仮想空間プラットフォーム「DOOR」を使って、コミュニティ空間を作成。360度撮影した店内を歩くことができ、マイクを通じて店主との会話や商品を実際に購入することも可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・VR商店街の反響が大きく、全国商店街振興組合連合会の会合や京都府主催の商店街フォーラムでも取り上げられた。 ・バーチャル商店街を体験したお客様が、商店街の魅力に触れたことで実際に好きになり商店街を訪れるきっかけとなった。
〈商店街のコメント〉		
<ul style="list-style-type: none"> ■千日前道具屋筋商店街は、専門店と観光地の2つの顔を持つ商店街でありデジタルの活用は必須です。デジタルスタンプラリーや音声ガイドなど様々なデジタル技術を組み合わせ、新しい形で商店街の魅力を伝える事ができました。また、VR商店街の構築で新技術への挑戦をさせて頂き、千日前道具屋筋商店街に関心がなかった層にもアピールできたことに感謝しています。 		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>R3千日前音声ガイド PRちらし</p>  <p>音声ガイドトップページ</p>  <p>道具屋筋VR商店街画面</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：千日前道具屋筋商店街 ■協力：一般社団法人 大阪活性化事業実行委員会 <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ https://osaka-shotengai-info.com/ss/sennichimaedouguyasuji/ ■千日前道具屋筋商店街 公式HP https://www.doguyasuji.or.jp/ ■千日前道具屋筋VR商店街 https://door.ntt/DR47RKG/doguyasuji 	

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
道頓堀商店会	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：160店	大阪府／大阪から世界へ加速「道頓堀盆おどり」(ndl.go.jp)(R5.9.28) 大阪府／道頓堀盆踊り 世界をむすぶ〈モデル創出事業〉(ndl.go.jp) (R4.9.16)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
ミナミの魅力発信と万博機運醸成を図る「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」	■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

〈事業概要〉

■インバウンドからも知名度の高い、大阪の観光名所である道頓堀商店会の魅力発信や万博の機運醸成のため、地域に関わる団体と連携し「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」を開催。盆踊りパレードや食の屋台などにより国内外の観光客にミナミの魅力を発信した。また、イベント情報を広範に発信するため、SNSを活用した情報発信事業の充実に取り組んだ。道頓堀を始めとするミナミの商店街エリアへの来訪や回遊促進を図るため、道頓堀の歴史や文化に関する情報を英語でも発信。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①商店街の魅力発信と、万博の機運醸成を図りたい ・商店街と周辺エリアの回遊性を高めたい ・地域に関わる様々な団体と連携したい ・「大阪・関西万博」の機運醸成を図り、万博会場での盆踊りイベント実現に向けて取り組みたい	・「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」を開催 地域活性化活動に関わる多くの団体と連携 して、盆踊りを中心としたイベントを実施。会場では食の屋台なども出だし、ステージイベントも企画するなど、エリアを周遊して楽しめるイベントになるよう工夫した。 ・「大阪・関西万博」で総踊り実現に向けて新たに作詞・作曲・振付をした「 夢洲音頭 」を創作。万博の機運を盛り上げるため国際色あるものに仕上げ、同イベントで初披露した。	・食の屋台や各種ステージには、様々な世代の方が来場し、周辺エリアの回遊性を高めることができた。 ・盆踊りイベントにおいては、 来場者も一緒に踊る参加型のイベント として「 夢洲音頭 」を披露したことで、周辺エリアの住民を含め 多彩な人々が交流できる場となり 、道頓堀を舞台に盛大なイベントを実施できた。 ・継続開催しており、R6年では踊り参加者は2日間で延べ1,800人、観覧者は約14,000人参加し、 年々増加している 。
②ICT活用による情報発信の強化 ・SNSをうまく活用し、国内外の来街者向けの情報発信を強化したい ・インバウンドに向けて、英語表記でも情報配信したい	・ SNSやイベント情報発信サイト等 の多様なウェブコンテンツを活用して、広い世代にアプローチした情報発信を行った。 ・SNSの活用では、盆踊りイベントを国内外の方々に広く知ってもらうため、 日本語版と英語版を作成 。様々な関係者の意見を取り入れ、発信内容にも工夫した。	・公式Facebookでは、日本語と多言語版を作成した。フォロワーは、 日本語版では696人、多言語版では84人 (R6.10月現在) ・R5年には、Instagramの多言語版を開設。Xでは、日本語版、韓国語版、英語版を開設した。

〈商店街のコメント〉

■2015年に世界最大の盆踊りとしてギネス記録に認定された道頓堀の盆踊りイベントは、ミナミの夏の恒例行事となりました。2017年には大阪に万博を誘致したいとの思いから、アスタナ万博において、盆おどりパレードを開催。万博招致が決定した際には、くす玉セレモニーを実施。ゲンコツに「2025」とあしらった記念モニュメントを近隣商店会と合同で設置しました。万博を盛り上げるため、「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」において「**夢洲音頭**」を新たに創作しお披露目することができました。万博の開催機運を盛り上げるため、この夢洲音頭を全国に広め、盛り上げたいです。

〈写真〉



R4年度 創作した「夢洲音頭」



R4年度「夢洲音頭」披露風景



R6年度イベントチラシ

〈連携・協力〉

- 主催：道頓堀商店会
- 共催：世界盆おどり連盟、大阪・関西万博会場総おどり準備委員会（仮称）

〈HP・SNS等〉


- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <https://osaka-shotengai-info.com/ss/doutonbori/>
- 道頓堀商店会 公式HP <http://www.dotonbori.or.jp/ja/>
- 道頓堀商店会 Facebook <https://www.facebook.com/dotonborishotenkai/>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
南地中筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：40店	大阪府／浮世絵やアートの体験で南地中筋商店街をP.R. (ndl.go.jp)(R5.10.3) 大阪府／若者・学生と連携した情報発信＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp)(R5.3.3)ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
産学連携 南地中筋商店街ブランディングプロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 ■大阪府 令和6年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 	
〈事業概要〉		
<p>■地元専門学校「バンタンデザイン研究所」とタイアップし、アート・デザインの力による商店街活性化プロジェクトを実施。商店街公式ホームページのリニューアル、専門学生らによる商店街ロゴマークのデザインと活用、商店街でのアート展開催、若者視点でのSNS発信などを通じ、商店街のブランディング化に取り組んだ。学生たちは、授業の一環として商店街と意見交換をしながら、企画立案から実施まで関わった。その後も、継続して同校や他の近隣教育機関や企業、近隣商店街なども連携し、発展的に様々な取り組みを実施している。</p>		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①地域と連携し商店街の認知度や魅力向上を図りたい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街と周辺エリアの回遊性を高めたい ・地元教育機関と連携し、学生の視点を取り入れたい ・商店街内の店舗や周辺エリアの特徴を活かした商店街のブランディング化を図りたい <p>⇒近隣のデザイン専門学校へ協力を依頼</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・バンタンデザイン研究所の学生と連携し、商店街のブランディング化を実施。商店街のロゴマークを学生がデザインするなど、意見交換を重ね、学生たちと共に企画立案から連携して実施した。 ・商店街内の上方浮世絵館で、学生アーティストらによる現代アートをテーマにした特別展「新しい浮世絵-いまを知る-」を開催。 ・商店街と周辺エリアを中心に、スマホアプリとQRコードを用いたデジタルスタンプラリーを開催。チラシやMAPなどを学生がデザイン作成した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・学生がデザインしたロゴマークをアイコンに活用することにより、情報発信に統一感が生まれ、商店街のブランディングに繋がった。 ・「新しい浮世絵展」では、開催趣旨に賛同したプロが多数参画した展示会が実現でき、高評価を得た。 ・デジタルスタンプラリーでは、商店街の回遊性が高まった。ホームページや公式SNSの活用により、認知度向上、新規顧客の獲得、リピーターの獲得につながった。
<p>②公式ホームページのリニューアルとSNSの運用強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公式HPはあるが、更新がしにくい、スマホで見にくい等の課題 ・SNSも活用していきたい ・インバウンドの多い難波に位置しているが、HPは日本語のみ <p>⇒上記①のブランディング化にあわせて情報発信も強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・公式ホームページをリニューアルし、スマホ対応と多言語翻訳機能を追加。CMS導入で自ら情報発信できるように構築。店舗をカテゴリ毎に分類し検索しやすくした。 ・新たにInstagramを開設。アイコンには学生がデザインしたロゴを使用。店舗の取材・撮影は学生自らが行き、情報配信を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・多言語対応のホームページ制作により、インバウンド対応の基盤ができた。学生たちによるInstagram活用で、若年層に向けた魅力発信ができ、新たな商店街のファン獲得につながった。 ・ホームページアクセス数は、2,400人/年 Instagramのフォロワー数は、270人と増え続けている。(R6.10月現在)

〈商店街のコメント〉

- 今回の事業は近隣のデザイン系の専門学校の学生と意見交換を行い商店街のブランディングに取り組みました。成果として、数年後まで見据えたブランディングができたと思います。
- 商店街の公式Instagramの開設では、取材してくれた学生自身も商店街の魅力に触れファンになってくれています。現在も、近隣の商店街や学校、企業、スポーツチームなどとも一体となり、ミナミ全体を盛り上げる活動を継続して行っています。R6年度も大阪府商店街等モデル創出普及事業に採択され、新たな取り組みにチャレンジしています。



〈写真〉

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>R4年度 多言語化対応したポータルサイト</p>  <p>R4年度 上方浮世絵館の展示物を見て創作イメージを膨らませる学生達</p>  <p>R6年度 イベントチラシ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：南地中筋商店街振興組合 ■協力：バンタンデザイン研究所、上方浮世絵館 <h3>〈HP・SNS等〉</h3> <ul style="list-style-type: none"> ■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/ ■南地中筋商店街 公式HP https://nanchinakasuji.com/ ■南地中筋商店街 Instagram https://www.instagram.com/nanchinakasuji/

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
難波センター街商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：42店	大阪府／ICT強化で広がるグローバルの輪<モデル創出事業> (ndl.go.jp)(R6.3.8) 大阪府／ミナミのにぎわい加速、日本一の観光地に<モデル創出事業> (ndl.go.jp)(R5.9.28) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
「グローバル」な商店街をめざして ～グローバル×ローカル 地域と若者連携で商店街の魅力発信～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業 ■ 大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 ■ 中小企業庁（令和5年度実施）面的地域価値の向上・消費創出事業 	

〈事業概要〉		
<p>■ 周辺に学校や専門学校が多く、近隣住民も年齢・国籍が様々な難波というエリア特性を活かし、グローバル(グローバル×ローカル)な取り組みを、地元の学生や外国人留学生と企画段階から連携して実施。多言語対応したデジタルスタンプラリーの開催や、SNSによる多言語情報発信、プロモーションムービーの作成を実施し、日頃商店街を利用する方やインバウンド客に向けて商店街の回遊促進、魅力発信を行った。その後も、ミナミ4商店街共同開催でデジタルスタンプラリーや「歌うまっ！グランプリ MINAMI UTA-1」を開催するなど、近隣と連携し新たな取り組みを進めている。</p>		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①インバウンドも楽しめる企画を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・難波という立地上、地元の人だけではなく、インバウンド向けの取組も必要 ・イベントを多言語対応にしたい ・若者・留学生の観点を取り入れたい 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 多言語対応のデジタルスタンプラリーを開催 <ul style="list-style-type: none"> ・多言語(英語・韓国語)対応のスタンプラリーを開催し、商店街の店舗回遊を促進。3店舗以上回遊した方には抽選で、商店街店舗の商品券等を贈呈するなど、リピーター獲得と顧客増加に繋がるよう工夫した。 ■ 地元の留学生らと地域名産品展を実施 <ul style="list-style-type: none"> ・「エール学園」の外国人留学生と、大阪府内にある各都道府県事務所(宮城、群馬、栃木、広島、鹿児島)と連携した地域物産展も開催。 	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタルスタンプラリーを実施したことで、商店街の回遊性が高まった。また、ホームページやSNSの活用により、新規顧客の獲得や認知度向上、リピーターの獲得につながり、商店街公式HPのページビュー数は前年度比約2倍となった。 ・地域名産品展では、外国の方にも興味を持ってもらえるように、名産品だけでなくアニメグッズなどの販売も実施したことで、インバウンドも訪れた。
<p>②地域と連携し商店街の魅力を発信したい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元の学校と連携したい ・SNSを活用した情報発信の強化 ・インバウンド対応の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 商店街プロモーションムービーの制作 <ul style="list-style-type: none"> ・地元専門学校「パンタンデザイン研究所」の学生と「エール学園」外国人留学生が連携して、120秒尺と15秒尺のPR動画を制作。YouTube、TikTok、Instagramへ投稿した。 ■ SNSを活用し、商店街や街の魅力・イベント情報を多言語発信 <ul style="list-style-type: none"> ・「エール学園」外国人留学生4名が、実際に商店街内の店舗を利用・取材し記事を作成。その内容をSNSで発信し、外国人留学生の観点での魅力発信を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・若者の感性で作成したプロモーションムービーは、情報拡散力が高く、新たな商店街のファンを獲得できた。総評として、動画での拡散や視聴数の観点では、TikTokが圧倒的に再生数が多く(再生数約15,000回)、TikTokを最優先で活用を取り入れるなど、今後の広報の道筋を立てることができた。 ・動画のアクセスは日本からが多いが、一部、アメリカや南米からのアクセスもあり、グローバルな情報発信ができた。

〈商店街のコメント〉		
<p>■ 地元デザイン専門学校の学生、外国人留学生たちと企画段階から意見交換し、今回の事業計画を立案しました。学生と共に街歩きをしながら商店街の賑わいづくりをめざす上での課題を見つけ、その解決と共に新たなチャレンジが出来たことが有益でした。中でもプロモーションムービーの制作と、SNS、特にTikTokでの情報発信は、高い効果があったと感じています。若い世代が中心となり、どのSNSでどのような情報発信をしていくのかも協議して取り組んだ結果、これまで当商店街が活用していたSNSメディアよりも何倍も大きな実績を上げることができました。今回の結果をこれからの広報・販促活動の基礎として、更に発展成長していきたいと考えています。今後も地元の企業、学校、その他団体や地元住民の皆さんとも連携しながらよりよい商店街づくりをめざします。</p>		

〈写真〉		〈連携・協力〉
 <p>R5年イベントチラシ</p>	 <p>R5年度 学生による取材風景</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主催：難波センター街商店街振興組合 ■ 協力：学校法人エール学園、パンタンデザイン研究所 <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/ ■ 難波センター街商店街 公式HP https://nambacentergai.jp/ ■ 難波センター街商店街 Facebook https://www.facebook.com/nambacentergai/



R6年度 イベントチラシ