

商店街レポート(大阪市 その1)

商店街名	区	事業名	ページ数	通し番号
大東商店街	都島区	カフェ&シェア型書店から生まれる「まちのゆるやかな交流の場」 新たな世代の来街を引き寄せる空き店舗の活用	P1	R7-25
三泉商店会	大正区	ICTの活用で利便性が向上した地域連携イベント「のきさきあるこ」の開催	P2	R6-22
玉造日之出通南商店街 協同組合	天王寺区	接点をつくり、放課後の居場所としての商店街をめざす こども放課後商店街モデル事業 楽しんDAY!	P3	R7-10
日本橋筋商店街振興組合	浪速区	国内外へ日本のサブカルチャーを発信! 第18回日本橋ストリートフェスタ2025ナニワ区EXPO開催	P4	R7-11
出来島商店会	西淀川区	商店街が基点となる”人と人をつなぐ”多文化共生型地域コミュニティ創出事業	P5	R6-43
出来島商店会	西淀川区	地域のハブとしての商店街 国籍に関わらず住みやすい街をめざした啓発と情報発信	P6	R7-12
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	P7	R6-10
生野銀座商店街振興組合	生野区	生野区から万博を盛り上げるプロジェクト「EXPOいくのヒートアッププロジェクト」	P8	R6-44
生野銀座商店街振興組合	生野区	デジタルサイネージでみんなの好きや得意を発信! 商店街を発信とコミュニティの拠点に!	P9	R7-13
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	P10	R6-07
千林商店街振興組合	旭区	「千林ふれあい館」をベース(基地)とした地域コミュニティづくり	P11	R6-36
千林商店街振興組合	旭区	千林SDGs商店街宣言! 地域の持続的発展に寄与する6つのSDGs目標と達成に向けた取組	P12	R7-41
城東商店街振興組合 城東中央商店会	城東区	学生連携によるイベント実施とSNS・動画活用	P13	R6-23
地下鉄あびこ中央商店街 振興組合	住吉区	”安心・安全・暮らし”の中に頼りにされる商店街化事業	P14	R6-45

商店街レポート(大阪市 その2)

商店街名	区	事業名	ページ数	通し番号
地下鉄あびこ中央商店街振興組合	住吉区	誰も取り残さない商店街づくり。福祉団体や神社と連携した社会的孤立支援	P15・16	R7-14・15
北田辺商店街振興組合・NPO法人北田辺プロジェクト実行委員会	東住吉区	商店街内で多様な活動を促進 BBQ・コミュニティスペース・ワークショップ施設「食歩楽(てぶら)」の活用促進	P17	R6-37
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	P18	R6-11
三津屋商店街振興組合	淀川区	子どもたちを守る、街を守る。安心・安全の商店街をめざした防犯カメラの設置!	P19	R7-06
放出栄町商店街	鶴見区	新しい商店会による新しいまちづくり! 空き店舗を一括で借り上げ、サブリースによりデザイン性あふれる商店街へ	P20	R7-16
安立本通商店街振興組合 安立中央商店街振興組合	住之江区	商店街が発信する安立ロマンの伝承 ~伝説と歴史の安立ストリート~	P21	R6-24
安立本通商店街振興組合	住之江区	定期開催で地域の顔に! 出店無料のフリーマーケット「安立市」開催	P22	R7-26
加賀屋商店街	住之江区	商店街で羽毛を回収し、リサイクル収益を地域福祉へ還元! 「UMOUプロジェクト」から生まれた地域循環の仕組み	P23	R7-42
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	P24	R6-12
粉浜本通商店街振興組合	住之江区	街まるごと冒険の舞台へ! エリア周遊型謎解きイベント 「クリムゾンダイヤモンド 泥棒と商店街の悲劇」の開催	P25	R7-43
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	P26	R6-13
天神橋筋四番街商店街振興組合 天神橋三丁目商店街振興組合	北区	連なる二つの商店街がSNSで商店街ファン創出と魅力拡散! 「天神橋筋商店街 夫婦橋で愛ましよう!」プロモーション事業	P27	R7-27
中津商栄会	北区	外部人材がもたらした商店街の新たな風 ~空き物件のリノベーションをきっかけとしたコミュニティの再生~	P28	R7-44

商店街レポート(大阪市 その3)

商店街名	区	事業名	ページ数	通し番号
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	P29	R6-08
戎橋筋商店街振興組合	中央区	戎橋筋商店街で外国人向け街歩きツアーを開催! インバウンド対応向け多言語翻訳サービスを活用し大阪ミナミを歩く	P30	R7-28
心斎橋筋北商店街振興組合	中央区	来街者への街頭アンケート調査で見えたニーズとこれからの課題	P31	R7-07
心斎橋筋北商店街振興組合	中央区	多言語対応の観光・医療情報案内「おおさかメディカルネット」をパンフレットで周知! 外国人観光客も安心して滞在できる商店街へ	P32	R7-45
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	P33	R6-09
千日前道具屋筋商店街振興組合	中央区	調理道具のプロ集団、大阪・千日前道具屋筋商店街が日本の道具文化を未来につなぐ 「絆具」(つなぐ)ブランドを立ち上げ	P34	R6-25
千日前道具屋筋商店街振興組合	中央区	ChatGPTをお店の“頼れる相棒”に!AI生成活用術セミナー開催!	P35	R7-08
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」	P36	R6-14
道頓堀商店会	中央区	地域と企業、観光客が一体となった、クリーン活動「スマートごみ箱」を導入! 安心安全できれいな街づくりで、関西を代表する国際観光都市へ	P37	R7-17
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	P38	R6-15
南地中筋商店街振興組合	中央区	インバウンドとローカルを「つなぐ」チャレンジ ～商店街はあなたの街のグリーター～	P39	R6-42
南地中筋商店街振興組合	中央区	「ミナミは徒歩で楽しむ」を啓発! 官民連携「ミナミ自転車対策ワーキング」参画と商店街独自の放置自転車対策	P40	R7-46
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～	P41	R6-16
難波センター街商店街振興組合	中央区	ミュージシャン達の夢への第一歩、「UTA-1 歌うまっ!グランプリ」開催 世代や言葉の壁を越える音楽で活気あふれる商店街へ!	P42	R7-09

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈HP・SNS等〉
大東商店街	所在地：大阪市都島区 最寄駅：JRおおさか東線「城北公園通」 店舗数：23店	■大東商店街公式HP https://daitoshotengai.wixsite.com/daito ■まちたね公式Instagram https://www.instagram.com/machi_tane/
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
カフェ&シェア型書店から生まれる「まちのゆるやかな交流の場」 新たな世代の来街を引き寄せる空き店舗の活用	■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業	

〈事業概要〉

■大阪市でもっとも古い商店街のひとつとして、昭和25年から半世紀以上、地域で親しまれてきた大東商店街。同商店街もまた、来街者の減少や空き店舗の増加など、全国の商店街に通じる問題に直面していた。現状を打破するために、空き店舗再生を考え行動するプロジェクト「おおさか商店街オープン」の対象地域として参加し、プロジェクトの一環として空き店舗を改装した「まちたね cafe&books」が商店街内にオープンした。「まちたね」の誕生は若い世代の来街や人通りの増加のきっかけとなり、周辺店舗からも商店街の雰囲気明るくなったと言ったポジティブな声があがった。今後も「まちたね」から生まれる「ゆるやかな交流の場」を起点に、さらなるまちの賑わいを生み出していく。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 空き店舗活用のハードルの高さ</p> <p>・高齢化や建物の2階に居住していること等を背景に空き店舗活用には消極的なため、閉店したままになっている店舗も多い。店舗活用の段階まで進んだ場合も、老朽化した建物のリノベーション費用などの初期投資のハードルの高さがネックとなっている。</p> <p>■ 若年層の流入と商店街利用の乖離</p> <p>・地域では、梅田まで電車で15分というアクセスの良さからファミリー世帯を含む若年層の流入が進んでおり、駅前に位置する商店街も一定の通行量がある。ただし、若い世代が入りやすい店舗が少ないうえ、日曜休業の店舗や既存のコミュニティに根ざした店舗が多く、新規の利用者が増えにくい状況が続いている。</p> <p>⇒空き店舗の活用方法を模索しながら若年層にもアプローチ出来る店舗や人材を増やし、商店街利用者の増加を図りたい。</p>	<p>■ 「おおさか商店街オープン」による地域活性プロジェクト</p> <p>・その「まち」のその「商店街」のその「建物(場)」に何が「あったらまち」にとっていいのか」を考えるプロジェクト「おおさか商店街オープン」に採択され、空き店舗再生プロジェクトを実施。まちの特性や課題を考えながらフィールドワークや議論を重ね、同商店街に必要な機能や場のあり方を具体的な空き店舗の事業プランへと落とし込んだ。</p> <p>■ 空き店舗再生から生まれた「まちたね cafe&books」</p> <p>・「商店街オープン」を通じて、10年以上閉店していた空き店舗を活用し「まちたね cafe&books」が開店した。近年若い世代から人気を集めるレトロさを活かしながら、カフェとシェア型書店を併設させた。シェア型書店は本棚1箱ずつを個人や団体へ貸し出し、それぞれの好きや伝えたいことを、本という形で表現してもらうことにより、地域の方が本を通じて関わることのできる「まちとつながるお店」を創り上げた。・海外で学んだ店長が日本人の好みに合わせて仕上げたオリジナルの焼き菓子を店内で手づくりし、テイクアウトにも対応した。</p>	<p>■ 商店街に広がる波及効果</p> <p>・「まちたね」のオープンにより、若い世代の来街や人通りが増加した。テイクアウトで焼き菓子を買いに立ち寄る方も多く、新たな人流が生まれている。</p> <p>・周辺店舗からも「雰囲気が明るくなった」「新しい人の流れが生まれた」といった声が上がリ、商店街の活性化の兆しを感じているよう。</p> <p>■ 「ゆるやかな交流の場」の創出</p> <p>・「まちたね」には、0歳～90歳まで幅広い年代が集う。シェア型書店にも、幅広い世代からの申込があり、置かれた本を通じて売る人・買う人に交流が生まれ、さらにオーナー会も開催されるなど、新たな交流の場として育ちつつある。</p> <p>・店内の小上がりスペースではイベントの開催や地域の方が使えるレンタルスペースとしての活用が広がりつつあり、実際にヨガ教室やものづくりワークショップの場として利用される事例も生まれた。</p>

〈商店街コメント（まちたねcafé&booksオーナー）〉

こちらの土地に最初は縁がなかったのですが、大東商店街の方に温かく迎えていただき、素直に応援していただける環境があったので、出店することを決断できました。「まちたね」を起点に、商店街に以前からいらっしゃる皆さんと、新たに来た皆さんが、交流できるような場づくりをしたいと考えています。この店をきっかけに、大東商店街にさらにお店が増えるといいなとも考えています。今後は、まちたねとしても、商店街全体としても、新たなイベント等の企画をおこない、より多くの人が集まるきっかけを作りながら、さらなる賑わいを生み出していきたいです。

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>大東商店街</p>  <p>まちたね cafe&books</p>  <p>まちたね cafe&books シェア型書店</p>	<p>■主催：大東商店街</p>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
三泉商店会	所在地：大阪市大正区 最寄駅：JR、大阪メトロ大正駅から徒歩400m 店舗数：31店	大阪府／軒先で楽しくつながろう〈モデル創出事業〉(ndl.go.jp)(R4.9.13) 大阪府／「のきさきあるこ」ひろがる地域のつながり〈Goto商店街〉(ndl.go.jp)(R3.11.19)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
ICTの活用で利便性が向上した地域連携イベント「のきさきあるこ」の開催	<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〉

- 商店街の空き店舗や店舗前のスペースを活用し、地元店舗等による屋台、ライブパフォーマンス、キッチンカー、こども夜店、子ども向けのワークショップなどを盛り込んだ地域密着イベント「のきさきあるこ」を開催。イベント会場での回遊性を高めるため、QRコードを活用し、イベント情報や位置情報を来街者に提供できるアプリを活用。(一社)大正・港エリア空き家活用協議会等と連携するとともに、地域のNPOやボランティアがイベント運営に協力するなど、地域一体となり取り組んだ。

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
①空き店舗対策と地域連携を強化 <ul style="list-style-type: none"> ・シャッター街化している商店街を活性化し、空き店舗に新しい事業者を呼び込みたい ・若者やファミリー層に、商店街へ買い物に来てほしい ・地域連携で商店街を盛り上げたい 	①「軒先が変われば、商店街が変わる！」をコンセプトにしたマルシェ「 のきさきあるこ 」を開催。 <ul style="list-style-type: none"> ・地域で活動する企業やイベント参加実績がある団体に呼び掛けし、イベント参加者を募集した。屋台は45ブース、キッチンカーは8台が出店。商店街店舗は特別メニューを用意し、シャッター前にも屋台を出店した。 ・地域の商業複合施設タグポート大正と連携し、広報協力やサポートを実施。同日に大正区を周遊してもらいイベントも開催した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街店舗の特別メニューも好調で、シャッター前に屋台を出店したことも含め、店主からは「良い経験ができた」など好評だった。 ・大正区社会福祉協議会によるバルーンアートや地域有志によるエイサー踊りなどのパフォーマンスで、イベントは盛り上がった。 ・同日に大正区周遊イベントを開催したことで、周辺地域での回遊性が高まり、大正区全体を盛り上げることができた。 ・地域企業と連携したことで、多様な体験型の取組みができ、来街者から高評価を得た。
②ICT活用による情報発信を強化 <ul style="list-style-type: none"> ・ICTを取り入れて、商店街の活動を便利にしたい ・若者やファミリー層に商店街を知ってもらいたい 	②「のきさきあるこ」におけるデジタルアプリの活用 <ul style="list-style-type: none"> ・地域のものづくり企業によるICT技術の協力で、QRコードを読み込むと、イベント情報や位置情報を受け取れるデジタルアプリ「こことこQR」を導入。イベント当日には、各店舗や商店街内にQRコードを掲載し、来街者に情報を提供するツールとして実装した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・アプリの導入により、来街者はスマートフォンよりQRコードを読み取ることで情報を受け取れることから、イベント会場内を快適に回遊することができた。 ・参加者からは、イベントの全体がスマートフォンで確認できて便利、などの評価を得た。

〈商店街のコメント〉

- 地域密着型の商店街ですが、大正区社会福祉協議会等の協力により、新規出店も少しずつ増えてきました。「のきさきあるこ」は地域の協力もあり、人気あるイベントとして定着しており、空き店舗のシャッター前を活用し、アイデアや工夫を凝らして今後も続けていきたいと思っています。

〈写真〉



R4年度イベントチラシ



「のきさきあるこ」の風景



R4年度「こことこQR」

〈連携・協力〉

- 主催：三泉商店会
- 協力：(一社)大正・港エリア空き家活用協議会、大正区社会福祉協議会、京都大学、(株)リタウン、大正ラポ、タグポート大正、ガレージ大正 (ほか)

〈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/sansen/>
- 三泉商店会 X <https://x.com/sankunsansen>

〈商店街名〉 玉造日之出通南商店街協同組合	〈商店街の基本情報〉 所在地：大阪市天王寺区 最寄駅：JR玉造駅 店舗数：28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/tamatsukuri_hinodedori_minami/ ■玉造日之出通南商店街 公式HP https://hinode-minami.jimdofree.com/ ■Facebook https://www.facebook.com/profile.php?id=100064615934941
〈事業名〉 接点をつくり、放課後の居場所としての商店街をめざす 子ども放課後商店街モデル事業 楽しんDAY！		〈過去の取り組み〉 ■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7年度大阪府商店街等モデル創出普及事業

〈事業概要〉

■天王寺区玉造エリアの文教地区に位置し、多くの子育て世代が居住している同商店街。そんな地域特性をとらえ、放課後の居場所としての商店街をめざすべく接点づくりに取り組んだ。商店街に親しみを感じてもらうために、公式キャラクター「玉にゃん」とイメージソングを制作。イベントで発表するとともに、商店街HPにも掲載した。イベント「子ども放課後商店街 楽しんDAY！」では、職業体験やクイズラリーも行い、子どもが商店街に親しむ機会を創出。さらに、周辺情報の掲載やNEWSページの新設などによりHPの内容を見直し、地域の人に寄り添った情報をタイムリーに発信できるよう整備した。




〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
■子どものための商店街づくり ・文教地区である玉造は学校が多く、同商店街にも子育て世代が多く来街する。特に、共働き家庭が多く、子どもが放課後に安心して過ごせる居場所が求められており、そんな子ども達のために安全で楽しく過ごせる場を作ってあげたい。 ・「居場所」と認識してもらうには、子どもはもちろん、保護者である親世代にも商店街に親しみを持ってもらう必要がある。 ・地域ニーズに対応して商店街のイメージ刷新と価値を高めることで、ファンづくり、賑わいづくりにつながりたい。 ・実際に商店街に訪れてもらう機会を作り、その上で「居場所」としてのイメージをアピールできるようなイベントを開催したい。	■商店街のイメージ刷新プログラム始動 ・子育て世代へアプローチするため、地域の特徴を出し親しみを感じてもらえるようなキャラクターとイメージソングを制作。 ・公式キャラクター「玉にゃん」は、文化庁メディア芸術祭マンガ部門受賞の地域の漫画家に依頼。玉造稲荷神社に由来する「勾玉」と、かつて玉造に流れていた猫間川になぞらえ「招き猫」をモチーフにした。 ・イメージソングの作曲は大阪音楽大学の学生が担当し、作詞は大阪明星学園高等学校の生徒が日頃から親しんでいる商店街への思いと希望を込めて書き上げた。 ■「子ども放課後商店街 楽しんDAY！」を開催 ・公式キャラクター「玉にゃん」と「イメージソング」の制作発表を行い、イメージソングは、大阪音楽大学の生徒がギター弾き語りで披露した。 ・商店街店舗体験では、3店舗に協力してもらい、自転車の修理、金の鑑定、介護の職業体験を実施した。 ・その他、QRコードを使った「QRスタンプ+クイズラリー」やワークショップ等も実施。「QRスタンプ+クイズラリー」では参加記念品として「玉にゃん」の描かれたお菓子セットを進呈し、キャラクターの定着を図った。	■公式キャラクター「玉にゃん」はホームページや商店街内を装飾する巨大なタブストリーにも採用され、3種類のアレンジイラストも制作された。「玉にゃんのタブストリーをくぐれば元気になれる」というイメージの定着を図るため、商店街として、永続的な掲示を検討している。今後も「玉にゃん」を様々な媒体で活用していく予定。 ■イメージソングについて、イベントの来場者からは親しみやすい曲調と玉造にまつわる歌詞が評判を呼んだ。ホームページでも公開しているほか、商店街BGMとしても使用を予定している。 ■「子ども放課後商店街 楽しんDAY！」 ・雨の中にもかかわらず300人が来場。公式キャラクターやイメージソングの発表時には歓声が上がリ、アンケートでも9割以上が「良い取り組みだと感じる」と回答するなど、地域からは好意的に迎え入れられた。 ・店舗体験では各店舗ともに定員の10名が参加し、ワークショップ等他のイベントもほぼ満員、さらに、「QRスタンプ+クイズラリー」には60人が参加するなど、多くの子どもや保護者との交流が生まれ、「子ども達の居場所」というイメージづくりにつながった。
■地域ニーズ対応、デジタル対応力の向上 ・ホームページはあるものの、効果的な運用ができていない。 ・上記取組により、商店街や地域の魅力を伝える「コンセプト」、それを伝える「ストーリー」づくりを行ったうえで、特徴ある「ホームページ制作」「SNS発信」が必要。そのための基盤を整えたい。	■公式ホームページを刷新 ・公式キャラクター「玉にゃん」とイメージソングの紹介により、子ども達に向けた「商店街の願い」を明示。イメージソングは動画で紹介した。 ・NEWSページも新設し、商店街からの発信力を向上させた。 ・三光神社へのリンク設定等周辺情報を充実させ、地域連携を強化した。	■刷新したホームページ ・地域の人から「見やすくなった」「可愛くなった」という感想が届いた。 ・今後は各種SNSとも連携を図りながら、より多くの人に商店街の魅力を伝えられるようにしていきたい。

〈商店街のコメント〉

■「放課後の商店街が、子ども達の笑顔であふれる場所になってほしい」そんな思いから本事業が動き始めました。私たちがめざすのは、単なる買い物場ではなく、子ども達を見守り、応援する心の拠点となる商店街です。その出会いのシンボルとして子ども達にも愛されるキャラクターとイメージ曲を作成し、体験教室では店主と「顔見知り」になってもらうことで、地域全体に安心の輪を広げていく場となったと感じます。この事業はゴールではなく、信頼関係を築く第一歩です。地元の学校や神社、企業の皆様と協力し、玉造の宝である子ども達が誇れる「商店街があるいい街」を共に創り、守り抜く息の長い活動にしていきます。

〈写真〉

 <p>玉にゃん</p>  <p>イメージソングの動画</p>  <p>「楽しんDAY！」ちらし</p>  <p>「楽しんDAY！」の様子</p>	〈連携・協力〉 ■主催：玉造日之出通南商店街協同組合 ■協力：大阪音楽大学短期大学部、大阪明星学園、筑濱プロダクション、真田山三光神社、福井県大阪事務所、大阪大学、大阪シティ信用金庫、BRAINS,INC ■後援：天王寺区役所
--	---

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈HP・SNS等〉
日本橋筋商店街振興組合	所在地：大阪市浪速区 最寄駅：大阪メロ 日本橋駅 店舗数：130店	<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/nihonbashisuji/ ■日本橋筋商店街 公式HP https://www.nippombashi.jp/ ■日本橋筋商店街 Instagram https://www.instagram.com/nippombashi_sns/?hl=ja
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
国内外へ日本のサブカルチャーを発信！ 第18回日本橋ストリートフェスタ2025ナニワ区EXPO開催	<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 	
〈事業概要〉		
<p>■平成17年から始まった同商店街の恒例イベント「日本橋ストリートフェスタ」は、コスプレ、マンガ、アニメ、ゲーム関連の日本有数の大型イベントとして人気を集めている。大阪・関西万博の開催年である令和7年は万博の機運醸成イベントとして、公式キャラクターのミyakumyakも参加し更なる盛り上がりを見せた。そのほか、過去最大規模の約500人が参加したコスプレパレード、コスプレ祭、沿道イベントも催され、全体としては前年より約1万人多い約22万人が参加した。コロナ禍を乗り越え、国内外からの観光客が押し寄せる日本のサブカルチャー発信の地として、今後もイベントの発展をめざしている。</p>		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> ■コロナ禍からの復活 ・新型コロナウイルスの流行のため、R2年からR5年まで中止していた同イベントがR6年に復活。 ・R7年は万博開催年ということもあり、その相乗効果を活かして、いかに観光客を呼び込むかが焦点となっていた。 ■インバウンド観光客への対応 ・全国的にも年々増加するインバウンド観光客に対して、文化や習慣の違いをふまえた上で、参加時の最低限のマナーやルールをどのように啓発するかを検討したい。 ・国内最大規模のコスプレイベントのため国内外からの注目度も高く、トラブルが起こるリスクを回避しなければならない。 	<ul style="list-style-type: none"> ■「第18回日本橋ストリートフェスタ2025」を開催(以下ストフェス) ・コスプレやカメラ撮影の参加者は参加証のリストバンドを購入。運営費に充て、継続的なイベント実施を図っている。 ・欧州最大級の日本文化の祭典、「ジャパンエキスポ」で開催されたコスプレイベントの優勝者4人がセレモニーに参加。 ・約200人のボランティアスタッフがルール・マナーの啓発や会場の巡回警備にあたり、イベントの治安維持・向上に努めた。 ■SNSの活用 ・Xでは、コスプレとカメラ撮影参加者に専用の画像を配布し投稿してもらい、Instagramでは、「#ストフェス」タグをつけた投稿を促し、参加者による情報拡散を促進した。 ■大阪万博とのコラボレーション ・万博推進局からもブース出展があり、万博情報の発信をおこなった。 ・コスプレパレードにはミyakumyakも参加し、大いに盛り上がった。 	<ul style="list-style-type: none"> ■来場者数の増加と認知度のさらなる拡大 ・R6年度より1万人多い22万人が来場。コロナ禍による中止前のR1年は23万人であったが、ほぼ同水準まで回復した。 ・SNS等でも同イベントへの認知が拡大。Xのフォロワーも1.4万人に達し、Instagramの「#ストフェス」タグ投稿も1万件を超えるなど、広報活動も着実に実を結んでいる。 ■「ストフェス」ブランド力の強化に向けて ・イベントによる周辺への波及効果もあり、R7年度は会場周辺の6つのホテルが宿泊プランを設定。同イベントに来場予定の観光客の誘客につながった。 ・著名人や地元アイドルなどの出演もあり、文化交流につながった。 ・R8年度以降も来場者の増加が予想されることをふまえ、周辺施設や各団体とより綿密な連携を図っていくことで、イベントのさらなる発展を見込んでいる。
〈商店街のコメント〉		
<p>■日本のアニメ、ゲーム、マンガがポップカルチャーからメインカルチャーへと進化する中で、日本橋ストリートフェスタの発信力もこれからますます高まっていくのではないかと期待しています。でんでんタウンを訪れるインバウンド観光客は年々増加しており、商店街だけでなく周辺エリアへの波及効果も年々拡大していることを実感しています。これからも幅広い年齢層、国籍の人たちに訪れていただけるように積極的に情報を発信していきたいと思っております。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>R7年公式ガイドブック</p>  <p>イベント開会式</p>  <p>イベント時の集合写真</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：日本橋ストリートフェスタ実行委員会 ■企画・運営：日本橋ストリートフェスタ運営委員会 (日本橋筋商店街振興組合・日本橋まちづくり振興株式会社) ■後援：大阪市商店会総連盟・浪速区商店会連盟・大阪府商店街振興組合連合会 ■協賛：ミナミまち育てネットワーク 	

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
出来島商店会	所在地：大阪市西淀川区 最寄駅：阪神電鉄なんば線 出来島駅 店舗数：70店	大阪府／下町風情と国際性豊かな商店街 (R5.10.24)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
商店街が基点となる“人と人をつなぐ”多文化共生型地域コミュニティ創出事業	■内閣官房 令和6年度万博国際交流プログラム事業	

〈事業概要〉
<p>大阪市西淀川区には外国籍の方が多く在住しており、10年以上前から商店会が基点となり様々な交流の場を創出。盆踊りを始めとしたイベントへの出店の紹介、協力、通訳等、さらには定番イベント「きら☆きらフェスティバル」を多文化の方々と企画・運営するなど、幅広く活動している。令和5年には、「にしよワールドフェスタ」と銘打ってペルーの方々を中心にイベントを実施。令和6年は積み重ねてきた様々な取組みが評価され、万博国際交流プログラムに登録、内閣官房事業として採択を受け、「きら☆きらフェスティバル ペルーと日本の絆」の大型イベントを開催。</p>

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> ■外国籍の方とのコミュニケーションの問題 ・地域住民間の交流の場が不足 定期的にイベントなどを通じて交流の機会を創ってはいるが、認知不足もあり、まだまだ発展途上の段階である。 ・外国籍の住民等とのコミュニケーション 日本語での日常会話が難しかったり、文化や慣習の違いによりトラブルが起きてしまうなど、コミュニケーションが十分に取れていないケースが散見される。 ・万博に絡めた国際交流 万博開幕にあわせて国際交流の機運も高めていきたい 	<ul style="list-style-type: none"> ■「きら☆きらフェスティバル ペルーと日本の絆」を開催 ・ペルーの民族音楽・ダンスに日本のお笑いやエイサー、ペルー料理や日本料理、多国籍料理など、ペルーの文化や伝統のほか、日本も含め他国の文化についても学び・触れることができるイベントを実施。 ・内閣官房「令和6年度万博国際交流プログラム事業」に応募、採択された。同助成金を活用できることで、PRを強力に実施でき、ステージイベント等は大掛かりな演出が可能となり、当日の集客に大きく貢献した。 ・大阪・関西万博の機運を高めるべく、会場内にPRブースを設営。地域の方々にも協力をいただき、チラシやティッシュなどを配布。 ・イベント運営を通じて、日本の文化・慣習を多くの外国籍の方に伝え、相互理解を深めた。 ・単発のイベントで終わらせるのではなく、毎年恒例の盆踊り大会などのイベントとも連動させ、継続性と相乗効果を促進させている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・来場者数約2000人と大盛況だった。 ・地域住民と外国籍の方との交流をめざし、約半数は外国籍の方が来場した。 ・イベント運営を通じて、日本の文化・慣習を多くの外国籍の方に伝えられたことで相互理解が深まり、イベント終了後は地域でのトラブルは減少した。 ・R7年も、再び助成金に応募し、培ってきた地域の取組みを映像化しようと検討している。 プロの脚本家に依頼し本格的な動画制作を計画しており、情報発信に留まらず未来への記録・財産として活用。 ・出来島エリアを住みよい街へと発展させるべく、今後もサステナブルな取組みを進めている。

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> ■長年継続してきた取組みにより、国籍による文化・慣習の違いを各々が理解し、コミュニケーションが円滑になっていることを実感しています。出来島地区は住民の約2割が外国籍の方であり、さらに交流を深めていくことが地域活性化に不可欠であると感じます。新たにコミュニティ会館が完成したので、イベントだけではなく、ワークショップなどを通じて日常的な交流を図っていきます。 ■一連の取組みを継続・発展させるためにもホームページのリニューアル、SNSの活用など発信を強化し、地元だけではなく多くの方に出来島のことを知ってもらい、魅力ある街づくりを推進していきたいです。

〈写真〉	〈連携・協力〉		
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="74 1221 245 1440">  </div> <div data-bbox="295 1232 584 1440">  </div> <div data-bbox="642 1232 931 1440">  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：西淀川区役所 ■協力：出来島地域活動協議会・出来島商店会 <tr> <th data-bbox="991 1292 1954 1348">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="991 1348 1954 1478"> <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/dekishima/ ■出来島商店会 公式HP https://dekijima-shoutenkai.com/ ■出来島商店会 Instagram https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/ </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<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/dekishima/ ■出来島商店会 公式HP https://dekijima-shoutenkai.com/ ■出来島商店会 Instagram https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/
〈HP・SNS等〉			
<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/dekishima/ ■出来島商店会 公式HP https://dekijima-shoutenkai.com/ ■出来島商店会 Instagram https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/ 			

R6年告知ポスター

イベントステージ

大阪・関西万博PRブース

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
出来島商店会	所在地：大阪市西淀川区 最寄駅：阪神なんば線 出来島駅 店舗数：59店	・ 大阪府／下町風情と国際性豊かな商店街 (R5.10.24)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
地域のハブとしての商店街 国籍に関わらず住みやすい街をめざした啓発と情報発信	<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 ■ 内閣官房 令和7年度 万博国際交流プログラム ■ 大阪府 令和7年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 	
〈事業概要〉		
<p>■ 出来島エリアは、住民の約2割が外国籍であり、日本だけでなく南米やアジアなど様々な国にルーツを持つ人々が多く暮らす地域である。地域の生活拠点である商店会がハブとなり、国籍や文化の違いを超えて多様な人々が安心して暮らせる街として情報発信することを目的に本事業を実施した。まずは、外国籍の住民を含む地域住民の相互理解や災害時の対応について周知する動画を制作。商店会HPに特設ページを開設し、制作した動画を掲載するとともに今後の情報発信の基盤を整えた。また、さらに情報発信力を高めるため、商店会関係者や地域住民を対象にSNS講座を実施した。</p>		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 国籍に関わらず住みやすい街づくりの拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国籍の住民が多く暮らす地域であることから、国籍や文化の違いにより、地域との関わりに心理的なハードルが生じている。 ・日本語特有のニュアンスが十分伝わらず、誤解やトラブルにつながるケースが見られる。 ・地域内の情報伝達は紙媒体や口コミが中心であるが、日本語が苦手な外国籍の住民や地域との接点が少ない方には必要な情報が届きにくい。 ・災害時においても外国籍の住民が適切に対応できるように、備えや避難場所等の情報を分かりやすく伝えることが求められる。 ・商店会として、10年以上前から多文化共生をテーマに活動しているが、十分に発信できておらず認知されていない。 ・商店会理事のデジタルリテラシーが低いので強化させたい。 ・地域住民も巻き込むことで発信主体を増やしたい。 	<p>■ 「文化」「暮らし」「防災」をテーマにした3本の動画(各3分)を制作</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化の違いなど相互理解を深めるべく、地域の外国籍の住民、日本人にインタビューを行い、地域住民間のコミュニケーションを促した。 ・地域の外国籍の住民や区役所の防災担当にも意見を聞き制作。 ・作成した動画は、日本語が苦手な方にも見ていただけるよう自動翻訳機能のあるYouTubeにアップした。 ■ 商店街HPに「多文化共生への取り組み」の特設ページを開設。 ・作成した動画を掲載するとともに、改めて出来島エリアの特性、それに対して商店会が取り組んできたことを紹介した。 ■ 「Instagram講座」の実施 ・フォロワー数5万人超のインスタグラマーを講師に招き、商店会アカウントの活性化をテーマに無理なく続けやすいSNS運用方法を学んだ。 ・チラシを作成し加盟店に配架したり、商店会SNSで告知を行ったことで、商店会関係者だけでなく地域住民を含む8名が参加した。 	<p>■ 動画制作にあたっては、外国籍の方、区役所、商店会理事でディスカッションを実施。課題を共有し検討したことで、相互理解が深まり、外国籍の方と日本人の双方に伝わりやすい内容となったとともに、そのプロセス自体が今後の大きな財産となった。完成した動画は、出演者によるロコモもあり徐々に広がりを見せている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 動画については、2か月弱で約150回再生されており、HP内や商店会の定期会合の場でも放映された。外国籍の店舗オーナーからの発信もあり、積極的なコミュニケーションを取ることの大切さが分かり、結果としてマナーの改善がみられた。今後もイベント等で放映するなど積極的に活用したい。 ■ 商店街HPについて、特設ページの追加を行った12月のPV数は1,241と直近3か月のPV数を上回る結果となった。 ■ SNSの利用に抵抗感を抱いている理事もたくさんいたが、実践的な内容で構成された講座に参加することで情報発信に対する意識が高まった。講座後、実際に投稿に取り組んだ店舗オーナーが8名、フォロワー数が増加した店舗も6店舗みられた。
〈商店街のコメント〉		
<p>■ 社会環境が変化中、地域には外国籍の方を含むさまざまな人々が暮らしており、「みんなが仲良く楽しく暮らせる街づくり」を出来島商店会ではめざしています。言語や文化の壁を越えて、外国籍の方々が安心して暮らせる環境づくりに長年取り組んできましたが、やってきたこと・やっていることの“情報発信”にまで意識が向けられていませんでした。本事業の取組を通じて“情報発信”の重要性を改めて理解しました。出来島エリアを住みよい街とする取組を継続し、それを地域住民はもちろん地域外の人にも知ってもらうことで、今後もさらに魅力ある街へと発展させていきたいと思ひます。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="99 1236 256 1437">  </div> <div data-bbox="348 1236 505 1437">  </div> <div data-bbox="574 1236 956 1437">  </div> </div> <p>動画制作の様子 Instagram講座チラシ ホームページ特設サイト</p>	<p>■ 主催：出来島商店会 ■ 協力：西淀川区役所</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/dekishima/ ■ 出来島商店会 公式HP https://dekijima-shoutenkai.com/ ■ 出来島商店会 Instagram https://www.instagram.com/dekijima_shoutenkai/ 	

〈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を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>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：生野銀座商店街振興組合 ■協力：IKUNOスキル・ラボ、大阪経済大学将棋部 <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/ 	



R6年度「いくの将棋祭」チラシ




〈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大阪環状線 寺田町駅 店舗数：30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(R5.12.8) 大阪府／「将棋の聖地」へー活動の広がりに生む生野銀座商店街<モデル創出事業>(R5.3.8)ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
生野区から万博を盛り上げるプロジェクト「EXPOいくのヒートアッププロジェクト」	■大阪市生野区 令和6年度プレEXPOいくのマンスリーヒートアッププログラム100事業	
〈事業概要〉	<p>■生野区では令和7年の大阪・関西万博に向け、地域住民がつながり、まちの熱量をあげる「EXPOいくのヒートアッププロジェクト」という取り組みが進められた。万博開催約200日前となるR6年9月15日～10月20日の約1ヶ月間は「マンスリーヒートアッププロジェクト100」と題し、生野区内で100個のイベントを開催するプロジェクトが実施され、同商店街でも2つのプロジェクトもちつきベタンベタンと「いくの将棋まつり2024」に取り組んだ。</p>	
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■地域と連携し商店街と地域の魅力向上を図りたい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・万博に向けて地域一丸となって盛り上げたい。 ・同商店街の隣にある生野八坂神社の「秋祭り」にあわせて、子どもから大人まで楽しめるイベントを実施したい。 ・インバウンドに日本の文化を伝えるイベントがしたい。 ・クリエイター集団「いくのすきるらぼ」が同商店街を拠点に活動しており、商店街側としても組合員だけの活動が困難なため、連携して取り組みたい。 	<p>■「もちつきベタンベタン」を開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生野八坂神社の秋祭りにあわせて、子どもや外国人の方に、神社の神事や餅つきを通して日本の文化を伝えることを目的としたイベントを実施。企画運営は「いくのすきるらぼ」が積極的に実施。 ・何百年と続く神社の儼かな神事を見学した後、商店街内のコミュニティホール「どり～夢館」前で参加者も含め餅をつきあげ、きな粉餅にして先着100名に振舞った。 ・イベントに合わせ、商店街の店舗前でも普段販売していない商品の販売を実施。 ・告知は、SNSをメインに活用。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生野八坂神社の秋祭りは、神輿・だんじりが商店街を曳行し賑わっており、同日に開催することで、地元住民からインバウンドの方まで、商店街に來街するきっかけ作りになった。 ・商店街店舗前で販売したことで、新規顧客の開拓へと繋がった。 ・今回初めて試みたが、店舗や來場者の方からも高評価を得た。 ・万博プロジェクトと連動したことで広報も強化でき、万博機運醸成とともに、日本の伝統文化を多くの人に知ってもらえるきっかけとなった。 ・SNSでの告知がメインだったが、想定以上に外国の方が多く見られ、普段のイベントより、1割程度増加傾向にあった。
<p>■商店街のコミュニティホール「どり～夢館」利用促進強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多目的に使える「どり～夢館」の利用促進。 ・将棋を核とした商店街と地域の活性化をはかりたい。 ・上記同様、「いくのすきるらぼ」の方々の活動と連携し、商店街を盛り上げたい。 	<p>■「いくの将棋まつり2024」を開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「いくのすきるらぼ」と連携し、どり～夢館にて、3回目の開催となる将棋まつりを開催。 ・大人の部では20名を超え、こどもの部では将棋好きの小中学生と保育園年長さん等17名が熱戦を繰り広げた。 ・参加賞として商店街で使用できる金券をプレゼント。 ・商店街を回遊して、お買い物を楽しんでもらえるよう促した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・1回目の開催後から、「どり～夢館」で毎週日曜日に将棋教室を開催しており、毎回4～5名が参加。 ・また、毎月第3日曜日は「リーグ戦」も開催。 ・将棋のイメージが定着してきており、将棋関係をきっかけに商店街に継続的に來街する人も増加。
〈商店街のコメント〉	<p>■「いくのすきるらぼ」のメンバーが積極的に企画・運営していただけるので、商店街サイドでは参加賞やもちつきの材料等の準備のみでイベントが開催でき、たいへん助かっています。</p> <p>■これらのイベントがきっかけで、令和6年12月より第4日曜日に生野銀座商店街では、「復活！手作りマルシェ」を開催。また、みこし商店街（生野本通り商店街～生野銀座商店街）で「わいわい界隈にぎわい市」（いくのすきるらぼ主催）がスタート。様々なコンテンツで商店街を盛り上げるイベントが動き出しました。地域の憩いの場として、人が集まる商店街をめざします。</p>	
〈写真〉	〈連携・協力〉	
<div data-bbox="105 1221 319 1439" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="105 1448 319 1471">R6年度 イベントチラシ</p> <div data-bbox="448 1221 613 1439" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="478 1448 595 1471">餅つきの様子</p> <div data-bbox="752 1221 929 1439" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="723 1448 966 1471">将棋大会子どもの部決勝戦</p>	<p data-bbox="1015 1218 1566 1271"> ■主催：生野区役所、生野銀座商店街 ■協力：いくのすきるらぼ、嗚呼A-yan!!、生野八坂神社 </p> <p data-bbox="1015 1289 1164 1312">〈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HP http://ikunoginza.jacklist.jp/ ■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〉
生野銀座商店街振興組合	所在地：大阪市生野区 最寄駅：JR大阪環状線寺田町駅 店舗数：31店	<ul style="list-style-type: none"> ・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>(R5.3.8) ・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(R5.12.8) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
デジタルサイネージでみんなの好きや得意を発信！ 商店街を発信とコミュニティの拠点に！	<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7年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 	

〈事業概要〉
<p>■商店街のコミュニティスペース「どり～夢館」前に設置しているデジタルサイネージに地域の方々から自由に画像や動画を投稿し、自身の活動を発信できるシステムを構築した。運用開始にあたっては、商店街各店舗や地域住民に向け、デジタルサイネージでの告知やイベントでの案内を実施したり、画像・動画制作に不慣れな方を対象としたスキルアップサポートを行い、誰もが取り組みに参加しやすい発信環境を整えた。あわせて、商店街が主体となりイベントやサークルへの参加などを積極的に仕掛けることで、サイネージでの発信をきっかけに同じ趣味を共有できるようなコミュニティを創出した。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■デジタルサイネージ設置後の活用方法の拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R5年に「どり～夢館」前にデジタルサイネージを設置し、商店街のイベントやお知らせなどの情報発信を継続的に行ってきたが、それ以上の活用方法を見いだせていない。 ・商店街からの発信にとどまらず、より多くの人々が「発信者」となり、それぞれが伝えたい情報を発信・交流できる場を構築することで、さらなる地域コミュニティの活性化を図りたい。 <p><現状> 商店街のコミュニティスペース「どり～夢館」では、日頃より教室・サークル・イベントなどを実施。同じ趣味や目的を持つ人々が集い、交流できる場として活用されている。この取り組みを通じて、地域におけるコミュニティ形成に対するニーズの高まりと、その重要性を強く感じており、コミュニティの形成は、商店街が継続的に発展していくのに必要不可欠な要素だと考えている。</p>	<p>■デジタルサイネージ用配信管理ソフトウェアの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の活動者が自分のPCやスマホから活動を投稿。承認されれば、商店街のデジタルサイネージに表示される仕組みを構築した。 ・配信スケジュール設定もできるので活動者が番組を持つことも可能。 ・Webサイト上でも投稿・閲覧ができ、商店街内のサイネージだけでなく、オンライン上でも発信やコミュニティづくりができるようにした。 <p>■デジタルサイネージ運用開始をPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街各店舗や地域住民に本システムの利用を促すため、デジタルサイネージでの告知を行うとともに、イベント「わいわい界限にぎわい市 手作りマルシェ」にて、チラシ配布や来街者への案内を実施。 <p>■画像・動画制作スキルアップサポートの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタルサイネージを活用したいが画像・動画制作に不慣れな方に向けて、スキルアップサポートを実施。毎週金曜日に商店街店舗および地域近隣の方々を対象とした。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R7年11月中旬に運用開始し、新規ユーザー登録数38名、投稿件数196件(R8.1月現在)と多くの方が利用。 ・利用者からは、「自分で投稿出来てすぐにサイネージに反映されて使いやすい。」との評価を得た。 ・画像・動画スキルアップサポートでは、商店街の3店舗から要望を受け、店舗で直接のサポートも実施。3店舗ともに投稿まで到達し、現場での直接支援が投稿実行の後押しとなった。 ・サイネージ投稿を起点に、練習会・発表会の実施(1件)に加え、複数のワークショップやサークルが具体的な開催予定(4件)として立ち上がり、リアルでのコミュニティの醸成や活動場所として「どり～夢館」の利用促進にもつながった。 ・投稿者は店舗約3割・地域活動者約7割(概算)という構成となり、商店街が一方向的に発信するのではなく、地域の人が発信者となる仕組みを一定程度実現できた。

〈商店街のコメント〉
<p>■今回の『デジタルサイネージ用配信管理ソフトウェアの開発』により商店街や地域の取組をタイムリーに発信できるようになり、サイネージの活用頻度が高まりました。サイネージの前で立ち止まり、内容を見ている来街者もあり、地域の活動を知ってもらうとともに、商店街内での滞留のきっかけとなっています。店舗や地域の担い手が自ら発信者となる仕組みが整いましたので、今後は近隣のみならず周囲の周知を重ね、交流やコミュニティの広がりにつなげていきたいと考えています。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="54 1203 231 1437">  <p>デジタルサイネージ</p> </div> <div data-bbox="290 1203 593 1437">  <p>商店街会員店舗への説明の様子</p> </div> <div data-bbox="642 1203 966 1437">  <p>デジタルサイネージ活用案内チラシ</p> </div> </div>	<p>■主催：生野銀座商店街振興組合 ■協力：いくのすきるらぼ</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 Facebook https://www.facebook.com/ikunoginza/

〈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〉
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 R5.9.21) 大阪府／QRコードやLINE活用で商店街に活気＜モデル創出事業＞ (R5.3.3)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
「千林ふれあい館」をベース(基地)とした地域コミュニティづくり	<ul style="list-style-type: none"> ■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 ■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〉

- 千林商店街は「元気な商店街が、地域のコミュニティ、地域社会のつながりを強くする」の考えを持ち、その実現のために、レンタルスペース「千林ふれあい館」を、地域と共生するコミュニティのベース(基地)として変革をめざした。ワークショップやチャレンジショップの会場として活用するとともに、デジタルでの情報発信力を向上させるなど、商店街の運営を強化した。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①「千林ふれあい館」の多様な活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域のコミュニティスペースとして、地域イベントや地域コミュニティの場にしたい。 ・商店街店主等によるワークショップを開催したい。 ・休憩所として開放や、トイレの提供を行うなど、来街者が休めるようにしたい。 ・商店街での開業や出店を希望する方の起業を支援し、ゆくゆくは千林商店街の空き店舗に出店してもらいたいことも見据え、チャレンジショップの会場として運用したい。 ・地域の情報発信ベース(基地)として、商店街の情報をはじめ、地域の生活情報などを幅広く発信したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ■「千林ふれあい館」を地域のコミュニティスペースとして運用 ・「ワークショップ」開催希望者を募集したところ、地元の教室や、商店街の店主からの応募があり、2回開催。1回目の「七宝焼きワークショップ」は6名、商店街イベント同時開催の2回目「ハロウィンスライムワークショップ」は家族連れを含め137名が参加した。 ・旭警察署と連携し、啓発活動「秋の交通安全運動」を実施。 ・イベントを行わない時は休憩所として開放し、トイレを提供した。 ■「チャレンジショップ」の会場として運用 ・告知はポスターやチラシ、商店街HP・デジタルサイネージ、不動産事業者、大阪商工会議所のマッチング事業の協力を得ながら実施。5社が開催に至り、その後も申し込みが届いている。 ■生活情報誌「アイラブ千林」の作成 ・千林界隈の応援隊「1000ピースプロジェクト」と連携し、デジタル版と印刷版3000部を発行。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップ開催により、商店街内に地域住民が集い、交流する機会が生まれた。地域コミュニティづくりの一助としての役割を果たすことができた。 ・今後も旭区役所や地域の官公庁と連携し、啓発活動を継続して実施予定。 ・チャレンジショップ運用では、大阪商工会議所のマッチング事業経由の問合せが多かった。今後も効果的な広報手段を検討し、チャレンジショップの開催や新規開業支援に取り組んでいく。 ・生活情報誌「アイラブ千林」発行によって、身近な存在として商店街を知ってもらうことができ、「アイラブ千林」で紹介したお店での買い物や、商店街と生活者のコミュニケーションづくりに寄与できた。
<p>②コミュニケーション手段としてのデジタル対応の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域や商店街の情報を発信するデジタルサイネージを設置したい。 ・地域の生活情報誌の電子ブックを掲載したい。 ・個店にデジタル対応の支援を行いたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ■デジタルサイネージの導入 ・「千林ふれあい館」に設置し、千林ふれあい館のイベントスケジュールやワークショップなどの告知、商店街のイベント情報、旭区役所や旭警察署の啓発活動等について情報を配信した。 ■生活情報誌「アイラブ千林」のデジタル版を配信。 ・商店街公式HPに掲載し、SNSと連動させ広く配信した。 ■個店のデジタル対応の支援 ・個店の店主向けに、LINE公式アカウント活用講座を3回開催。40店舗が参加し、アガントの開設方法から活用方法を学んだ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタルサイネージを導入し、商店街情報をはじめ地域情報やイベント情報などを広く配信したことで、地域コミュニティイベントへの集客効果に繋がった。 ・生活情報誌「アイラブ千林」をデジタル化にすることによって、商店街を利用しない方へも情報発信ができた。 ・LINE活用講座では、多くの店主から好評を得たため、応用編の開催が決定。今後は、商店街公式LINEと個店が連携し、より多くの集客をめざす予定。

〈商店街のコメント〉

- 本事業の実施により、目標とした「地域コミュニティづくり」に関して、一定の成果があったと考えています。また、これによって、SDGsの11「住み続けられる、まちづくりを」の目標達成にも近づけたと感じています。今回の事業の取り組み「ワークショップ」「チャレンジショップ」「地域情報発信」など、今後も継続して取り組むことで、持続的な商店街の発展と地域社会との関係強化につなげたいと考えています。また、商店街のデジタル対応に関しても、商店街や個店の情報発信の分野でのICT化を継続して進めていき、商店街の集客に活かしたいです。

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>ワークショップ チャレンジショップ(コストコ) デジタル対応勉強会 生活情報誌「アイラブ千林」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：千林商店街振興組合 ■協力：1000ピースプロジェクト <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/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〉
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 R5.9.21) 大阪府／QRコードやLINE活用で商店街に活気＜モデル創出事業＞ (R5.3.3)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
千林SDGs商店街宣言！ 地域の持続的発展に寄与する6つのSDGs目標と達成に向けた取組	<ul style="list-style-type: none"> ■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 ■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>■100年以上もの歴史を持ち、「大阪三大商店街」として180店舗を擁する千林商店街。令和6年に大阪府商店街等モデル創出普及事業で実施したレンタルコミュニティスペース「千林ふれあい館」をベースとした地域コミュニティづくり事業を契機に「千林SDGs商店街」宣言を行った。もともと平成26年頃から省エネを目的としたLED導入に取り組むなど、従来より持続可能性への意識は商店街内でも醸成されていたが、SDGsの17目標のうち6項目を具体的な行動目標として明確化。令和7年度はその目標に基づき、教育、環境、経済成長、地域コミュニティの基盤づくりに関する取組を進めた。</p>

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<p>■商店街機能の可視化のために</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街は地域コミュニティの基盤として地域を支える存在であるが、その具体的な役割や社会的価値が明確に可視化されにくいという課題があった。 ・また、空き店舗対策や環境配慮、行政連携など多岐にわたる取組みが個別に存在しており、それらを統合した理念や共通指標が必要であった。 <p>■「千林SDGs商店街」宣言</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R6年度大阪府商店街等モデル創出普及事業で実施した「千林ふれあい館をベース（基地）とした地域コミュニティづくり」事業において、「千林SDGs商店街」宣言を行った。SDGs目標4・6・7・8・11・17の6項目を具体目標として掲げた。 <p>⇒R7年度は、掲げた目標に対して、具体的な取組を展開した。</p>	<p>■6つのSDGs目標に基づく取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・【目標4】教育分野ではふれあい館を拠点にワークショップや職場体験を実施。R8年2月には常翔学園サッカー部が主体となって、子ども達を対象に、ミニボールを使ったリフティングチャレンジやマネージャーのお仕事体験など、サッカーを学べるイベントを実施した。 ・【目標6・7】環境面でもR8年に商店街内アーケード照明のLED化を完了予定とし、省エネに寄与している。さらに、千林駅横の公衆トイレの維持管理を担い、安全・安心な利用環境を提供している。 ・【目標8】経済成長に関して、「ふれあい館」でのチャレンジショップを継続。HPやデジタルサイネージでの告知、商工会議所マッチング事業等との連動により、出店希望者の掘り起こしを図っている。 ・【目標11】まちづくりに関して、「ふれあい館」では、毎月福祉事業所による物販イベント等を実施。さらに、既存イベントに家族で回遊する仕組みを導入するなど新たな層に関わるきっかけづくりをした。 ・【目標17】地域連携に関して、マイナンバーカード申請補助などで区と区民をサポート。従来より、旭警察や旭区役所、近隣教育機関との連携は密にとっているが、今後もさらに強化していく。 	<p>■持続可能な地域循環モデルへの発展可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SDGs宣言で6つの目標に対し商店街として取り組むことを整理したことで、個別の取組を考えるうえでも方向性が明確化し、スムーズに検討が進んだ。 ・また、今回SDGs宣言に対する取組を実施したことで、地域に対しても、単なる販促型商店街ではなく、地域課題の解決に主体的に関わる存在としての位置づけをアピールできた。 ・今後はデジタルサイネージをより戦略的に活用するなどの情報発信機能の向上や、ふれあい館をより大きいスペースに変えるなどの拠点機能の拡充を図ることで、地域内で人・情報・経済が循環する、さらなる持続可能な商店街へ発展させていく予定。 <p>■SDGs目標から見えたこれからの課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・チャレンジショップの実施件数が10件に達したものの商店街内での本格的な創業の事例創出はこれからであることや、各取組の具体的な成果を来街者に十分伝えきれていない点は今後の課題である。次の段階として、これらの課題を解決していくようなアクションを検討している。

〈商店街のコメント〉
<p>■千林商店街では、地域の持続的な発展に貢献することをめざしています。キッズ向けイベントを通して学びの機会を提供、公衆トイレの清掃・管理によって誰もが安心して利用できる環境を整えています。また、アーケード照明のLED化による省エネルギー化や、チャレンジショップの運営による起業支援で地域経済の活性化にも取り組み、さらに、商店街を地域コミュニティの拠点とし、行政や企業、学校、警察、消防と連携することで、住み続けられるまちづくりと持続可能な社会の実現をめざしています。今後も地域コミュニティの基盤として地域を支える存在であり続けられるよう努めてまいります。</p>




〈写真〉	〈連携・協力〉		
 <p>千林SDGs宣言</p>  <p>千林ふれあい館</p>  <p>常翔学園サッカー部イベントの告知ポスター</p>	<p>■主催：千林商店街振興組合</p> <tr> <th data-bbox="995 1335 1946 1388">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="995 1388 1946 1481"> <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/senbayashi/ ■千林商店街 HP https://www.senbayashi.com/ ■千林商店街 Instagram https://www.instagram.com/senbayashi_official/ </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<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/senbayashi/ ■千林商店街 HP https://www.senbayashi.com/ ■千林商店街 Instagram https://www.instagram.com/senbayashi_official/
〈HP・SNS等〉			
<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/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〉 城東商店街振興組合 城東中央商店会	〈商店街の基本情報〉 所在地：大阪市城東区 最寄駅：大阪メトロ蒲生四丁目駅すぐ 店舗数：51店	〈過去の商店街レポートURL〉 大阪府／がもよんの新たな風物詩「城東アーケードフェスタ」＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp)(R5.11.29) 大阪府／アーケードフェスで「がもよん」全体を盛り上げたい＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp)(R5.9.8) ほか
〈事業名〉 学生連携によるイベント実施とSNS・動画活用	〈過去の取り組み〉 ■ 中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業 ■ 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 ■ 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〉 ■ 地域の協力のもと続けてきた夏の恒例行事「城東アーケードフェスタ」を盛り上げるために、近隣の小学校等関係団体、そして今回新たに大阪工業大学建築学科の学生達の協力のもと、イベントの企画段階から学生達に参加してもらい、イベントの飾りつけから人混み整理まで多岐にわたり若者のアイデアを取り入れ、イベントの活性化をはかった。さらに、ファミリー層や若年層の新規来街者の増加を目的に、SNS等を活用し情報発信に取り組んだ。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①商店街の魅力向上 ・地域団体や近隣教育機関など、地域と連携したい ・ファミリー層や若者層の来街促進を強化したい ・新規顧客を獲得したい	■ 地域と連携し「城東アーケードフェスタ」を活性化 ・大阪工業大学建築学科の学生達の協力のもと、イベントの企画段階から参加してもらい、若者のアイデアを取り入れた。 ・会場の飾りつけや屋台の看板・のぼりのデザイン、当日の運営など、学生達のアイデアを活かしつつ、参加店舗との意見調整を実施。 ・学生のアイデアにより、駐車場スペースを活用した「おしゃれ屋台」にカラフルな提灯を設置したり、出店ブースの行列最後尾にバルーン付きの案内ポップを掲げた人員整理などを行った。	・学生のアイデアによるイベント活性化案は、来街者からの反響が良かった。 ・来街者アンケートでは、「満足」「どちらかといえば満足」との回答が100%と満足度の高いイベントを開催できた。初めて商店街に来た人が1割、時々来る人が3割、いつも来ている人が6割と、 新規来街のきっかけづくりや、常連の方の定着にも寄与したことがわかった。 ・R6年10月にも継続して開催。多くの来街者で賑わった。
②ICT活用の強化 ・商店街の認知度拡大を図りたい ・SNSを活用して情報発信したい ・SNSを使ってクーポン券を発行したい	■ 商店街公式ホームページとSNS・動画による情報発信 ・イベントの準備や当日の様子を、商店街公式SNSや学生らのSNSで発信した。イベント当日の様子を動画に記録し、商店街ホームページに掲載するなど、商店街の魅力PRに注力した。 ・商店街公式LINEでは、 イベントで使用できるクーポンを発行し、認知度の拡大と友達登録者の増加に取り組んだ。	・SNSや公式LINEクーポンを使用したことで、 ファミリー層や若年層に商店街の魅力を周知 することができた。 ・SNSや動画を見てイベントに来場した方からは、発信内容に対して好評をいただいた。 ・ LINE登録者数は約2倍に増加 した。現在の友だち登録数は727名と継続して増加している（R6.11月現在）

〈商店街のコメント〉 ■ 今回のフェスタは大阪工業大学建築学科の学生達の協力のもと、会場のポップデザインや行列整理の工夫など我々で気付かない事を実現していただき新たな発見が多かったです。夕方には数年ぶりに「土曜夜市」も実施。老若男女問わず地域の皆さんに喜んでいただけました。大阪工業大学や近隣と連携を取りながら地域活性化に向けた取り組みを継続して行っています。
--

〈写真〉    R5年度イベントチラシ R5年度 屋台を彩るカラフルな提灯 R6年度イベントチラシ	〈連携・協力〉 ■ 主催：城東商店街振興組合／城東中央商店会 ■ 協力：大阪工業大学建築学科、近隣小学校等関係団体 〈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/jyoto/ ■ 城東商店街 公式HP https://joto-shotengai.com/ ■ 城東商店街 Instagram https://www.instagram.com/joto_shotengai/
--	---

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
地下鉄あびこ中央商店街振興組合	所在地：大阪市住吉区 最寄駅：大阪メトロ あびこ駅 店舗数：78店	大阪府／ワンコイン市とミニ縁日で商店街を盛り上げる(R4.9.2) 大阪府／安心安全 笑顔の大抽選大会<Goto商店街>(R2.12.15)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
“安心・安全・暮らし”の中に頼りにされる商店街化事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業 ■ 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4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業 ■ 近畿経済産業局 令和6年度商店街ブランディングワークショップ事業 	
〈事業概要〉		
<p>■ R6年11月～R7年1月の間、近畿経済産業局主催「商店街・まちづくり×ブランディング」実践型ワークショップ事業 in 関西に参加。SWOT(スワット)分析で商店街の運営戦略を立案するために、商店街のプラス面・マイナス面・内部環境・外部環境を洗い出し、5年後の商店街の在り方を検討する機会を得て、商店街を取り巻くエリア属性、抱える課題、将来的な脅威に対して向き合う経験を役員間で共有した。そこで導き出されたのが、独居高齢者、子育て世代などから頼りにされる商店街化への具体的な行動の必要性であった。「AIよりabiko(あびこ)」をテーマに、地域から頼りにされる商店街化の挑戦を開始。</p>		
〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 周辺環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・駅前位置する商店街を取り巻く環境は、駅利用通行者が多く、大阪市内の中でも比較的住みやすい居住圏として人気があり、マンション建設計画も増加している。 ・近隣にショッピングセンターの出店予定があり、競合が激化していく見込み。 ・駅前の人口増加や外国人入居者増加等により、駐輪問題等のマナー低下が見られる。 <p>■ 商店街ならではの価値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者が買い物しやすい、買い物ついでにお喋りができるなど、商店街にはショッピングセンターには無い価値がある。 ・地域連携強化を図り、子どもや高齢者を見守りたい。 	<p>■ 「頼りにされる商店街化事業」5か年計画を策定 近経局ワークショップで商店街の現状や課題を分析し、今後5か年のめざす姿を設定。</p> <p>① 地域連携拠点商店街 ：「自転車マナー啓発」事業など社会活動を通じて地元郵便局・福祉団体との連携強化や、婦人部・自治会との人脈作りと情報交換で地域課題を解決する横断的組織作り。</p> <p>② 子育てにやさしい商店街 ：子ども食堂への食材提供を商店街周辺飲食店へ働きかけ拡大。また、地域の保護者サポート体制構築のために、ヒアリング調査を実施し、商店街が取り組めるサポート案件の抽出を検討。</p> <p>③ 高齢者見守り商店街 ：個店が取り組む見守りを目的とした独居高齢者宅への買い物品配達を拡大して、商店街組織としての取組も検討。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップ参加により、他の参加商店街との意見交換で、自分達の商店街を客観的に見直すことができた。 ・5か年計画で今後のビジョンを示し、めざすべき方向性が明確に。 ・地域の諸団体、企業、そして地元商店街がすでに個々に行っている取組みを集結することにより、さらに効果的なエリアの活性化や安全なまちづくりに繋げられた。 ・具体的な取組はこれからだが、商店街ならではの地域密着の価値を活かし、計画にもとづき今後も活動を強化していく。 <p>⇒ 5年後の「地下鉄あびこ中央商店街」は… 社会全体では人口減少・少子高齢化が進んでいるが、商店街周辺地域では世帯数は増加し、それら地域住民と上手く連携しながら、「頼りになる商店街」としてさらに地域に根付いている予定。</p>
〈商店街のコメント〉		
<p>■ SWOT分析では、分かっているつもりで分かっていた商店街の強み・弱み・脅威・機会を知り、顧客目線で今後の目標を捉えることができました。「頼りにされる商店街」を目標として地域の方に寄り添い、地域の諸団体との連携を深め正しい情報発信ができるよう組織を作り上げていきたいと思っております。具体的活動としては、①地域団体との連携によるイベント開催で地域住民の交流の場となる(お祭り等)、②地域情報の発信：掲示板やSNSを活用しイベントや地域の情報、子育てに役立つ情報等を発信する、③孤立を防ぐ：商店街に立ち寄ることで自然と顔を合わせ、気さくに世間話ができる。このような活動を通じて地域社会の中で「頼りにされる商店街」としてなくてはならない存在であり続けたいと思っております。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>地下鉄あびこ中央商店街</p>  <p>役員会で事業検討</p>  <p>自転車マナー啓発活動</p>	<p>■ 主催：地下鉄あびこ中央商店街振興組合</p> <p>■ 連携：地域郵便局、あびこレディースクラブ(商店街婦人部)、商店街青年部</p> <p>■ 協力：四恩学園、地域小中学校</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/chikatetsuabikochuou/ ■ 地下鉄あびこ中央商店街 公式HP https://www.abinko.info/ ■ 地下鉄あびこ中央商店街 LINE https://page.line.me/139ezmcm?openQrModal=true 	

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
地下鉄あびこ中央商店街振興組合	所在地：大阪市住吉区 最寄駅：大阪メトロ あびこ駅 店舗数：82店	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪府／安心安全 笑顔の大抽選大会＜Goto商店街＞(R2.12.15) ・大阪府／ワンコイン市とミニ縁日で商店街を盛り上げる(R4.9.2)ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
誰も取り残さない商店街づくり。福祉団体や神社と連携した社会的孤立支援	<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4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業 ■ 近畿経済産業局 令和6年度商店街ブランディングワークショップ事業 ■ 大阪府 令和7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"> ■ 地域連携を図るべく、「みんなが主役の商店街づくり」をテーマに、社会福祉団体や学校法人など地域の8団体と連携し、「あびんこ夏祭り」を開催した。 ■ 「よさみ神社参拝通り」であることや、「おせっかい商店街」の取組を広く周知するため、オリジナルステッカーを作成し、よさみ神社へ続く、商店街の街灯に掲出してPRをおこなった。「おせっかい商店街」では、各店舗が傘やトイレの貸出、ミルク用のお湯やおむつ交換スペースの用意といったサービスを来街者へ提供し、それをステッカーに明示することで商店街の個性を強化しブランディングにつなげた。 ■ 上記の取組の周知を図るため、商店街HPをリニューアルし情報発信の基盤を整えた。さらに専門家による講座を実施し、商店街各店舗のSNS利用率向上をめざした。 		
〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 商店街と福祉活動、地域連携の強化 ・あびこエリアでは、子ども食堂を運営する社会福祉法人や、引きこもり・孤立支援に取り組む団体など地域の団体や住民による自主的な福祉活動が盛んに行われている。商店街としても、これらの法人や団体に場所を提供したり子ども食堂の食材調達を支援するなど活動に協力してきた。商店街は顔の見える付き合いができる存在であり、改めて各法人・団体とのつながりを強化し、商店街としても地域の社会課題に向き合いたい。 ・毎年7月にあびんこ夏祭りを行っているが、商店街単独で行っていることもあり費用面・人員面で負担が大きかった。 ・商店街の近隣に所在する大依羅(よさみ)神社は、創建2060年を遡る由緒ある神社であり、福祉活動等にも積極的に協力するなど、地域に広く親しまれている存在である。そんな神社と連携し商店街をブランディングしたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域の団体と連携した夏祭りの開催 ・「みんなが主役の商店街づくり」をテーマに、商店街だけではなく、社会福祉法人や孤立支援団体、学校法人など新たに地域の8団体と連携し、「あびんこ夏祭り」を開催。各団体がブースを設け、各団体の取組の紹介を行いながら、飲食や物販等を提供した。チラシやポスターも作成し、商店街のほか協働する団体にも掲示。日頃、商店街の情報に触れる機会の少ない層への周知も図った。 ■ ステッカーによる「よさみ神社参拝通り」と「おせっかい商店街」の認知度向上 ・来街者を温かく受け入れ、困りごとに寄り添う商店街であることを分かりやすく伝えるために、商店街会員店舗において、傘やトイレの貸出、おむつ交換場所の提供等各店舗が対応できることを検討し、「おせっかい商店街」というキャッチコピーとともにステッカーに表示した。 ・ステッカーには、「よさみ神社参拝通り」という地域ならではの特色も盛り込み、よさみ神社へと続く街路灯、46箇所に掲出。大依羅神社とのつながりを印象付けブランディングを図った。 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ インターネット上の広報戦略向上 ・既に商店街HPはあったものの、スマートフォンでの閲覧に対応するデザインではなく、またサイトと閲覧者の通信を暗号化するSSLを導入していないため、サイバーセキュリティを強化する必要があった。 ・イベントや各店舗のSNS情報など、商店街内の店舗に関する情報をタイムリーに掲載できていない。 ・地域団体の活動や商店街との取組を発信することで地域団体との連携強化や商店街のイメージアップを図りたい。 ⇒来街者が情報を得やすい環境づくりに加え、各店舗が継続的に情報発信を行える地域との接点強化の基盤として、HPの整備が求められる。 ・商店街内のSNS活用について、アカウントを開設していない店舗や開設していても十分に活用出来ていない店舗が多い状況にある。 ⇒専門家による講習会などを通じてInstagramやGoogleビジネスプロフィールの基本的な活用方法について学び、各店舗の情報発信を促進することで、商店街全体として情報発信力を上げることにつなげたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ホームページのリニューアル ・ホームページをSSL対応としセキュリティを強化するとともに、スマートフォンやタブレットでも快適に閲覧できるデザインにリニューアル。 ・各店舗のSNSアカウントの紹介ページやあびんこ夏祭りの情報をまとめたページも作成した。 ・「みんなが主役の商店街づくり」をテーマに特設ページを新設し、商店街としてめざしたい姿をはじめ、各店舗のおせっかい内容、団体とのコラボレーション事例や連携団体のイベント情報も掲載した。 ・ただ発信するだけでなく、商店街公式LINEアカウントへの友だち登録をHP上で案内し登録を誘導。登録者に対して夏祭りに関するアンケートやSNS利用に関する意見募集を行うなど、来街者の声を商店街に届ける仕組みを整えた。 ■ 専門家によるSNS講習会を開催 ・各店舗のSNS等の活用を促進するため、専門家を呼んで「売上アップにつながる！お店のためのデジタル発信入門」を開催した。 ・第1回 Googleビジネスプロフィールの使い方講座（6店舗8名参加） ・第2回 SNS全般の活用法について（8店舗11名参加） ・第3回 集客・信頼アップのためのホームページ作り（4店舗5名参加） と各回1時間半・全3回にわたる講習で、延べ24店舗・24名が受講し、SNS等の基本から効果的な発信方法までを学んだ。 	

〈商店街名〉地下鉄あびこ中央商店街振興組合

〈成果〉

■ 地域との連携強化

- ・夏祭りは、前に進めないほど多くの人でにぎわい、売り切れにより途中で終了する団体も見られるなど大盛況となった。団体との連携により関係者の来場も加わったこともあり、例年以上の人出が見られた。
- ・不登校や引きこもり、子育て支援団体の支援者や当事者も参加し、地域との接点や居場所づくりに繋がった。加えて、団体の活動を紹介する機会となり、地域課題に対する理解を促すきっかけとなった。
- ・商店街と福祉・教育・地域団体との協働が実現し、次年度以降の継続的なネットワーク形成に大きな効果をもたらしたことで人と人、参加団体同士が交流を深める機会となり、「あびこを一つにまとめる意識」が広がり、「誰も取り残さない」商店街づくりの一步を踏み出すことができた。
- ・今回の取組を通して同商店街における店舗間、事業者間の交流が活発になった結果、振興組合への新規加入組合員が6店舗増加した。

■ 「よさみ神社参拝通り」の「おせっかい商店街」として

- ・PR活動の結果、地域住民への「よさみ神社参拝通り」「おせっかい商店街」の認知度が向上し、参拝帰りに商店街へ立ち寄り人や、商店街の活動を初めて知った来街者が「おせっかい」を実際に利用する姿も見られた。「おせっかい」を利用した来街者からは「ありがたい」、「こんなことまでしてもらえるのね」といった声があり、店舗側も「おせっかい」を意識しながら利用者との交流をおこなうことで対話の楽しみが生まれ、仕事のモチベーションが向上したという意見があった。
- ・本取組は、「おせっかいで孤立を防ぐ商店街」としてケーブルテレビから取材を受け、番組内で紹介されるとともにYouTubeでも公開された。実際に番組や動画を見て商店街を訪れる人もみられ、地域の方から肯定的な評価が寄せられた。さらに、取材を受けた店舗や商店街関係者の意欲向上にもつながった。

■ インターネット戦略に強い商店街へ

- ・ホームページのリニューアルにより、サイト内の利便性が大幅に向上した。ページ構成やデザイン・閲覧導線の改善の成果は数字にも表れており、リニューアル前は数百件だったアクセス数がリニューアル後は増加傾向を見せ、R7年7月には年内最高アクセス数の2,071件を記録した。
- ・LINEの公式アカウントについても、ホームページリニューアルにより友だち登録までの導線がスムーズになった影響か、順調に登録者数を伸ばし続け、R7年12月には同年1月の登録者数の1.8倍まで増加した。
- ・LINEへ友だち登録をおこなった来街者へのアンケートによるとSNSで商店街や店舗の情報を知って訪れる人の割合が高まっていることが明らかになった。この結果を各店舗と共有し、各店舗の情報発信が大切であること、デジタル対応力の向上が必要であることをより強く啓発することが出来た。

- ・講習会をきっかけに、SNS等のオンラインツールを積極的に活用することが商店街と各店舗の持続的な発展に繋がるという理解が深まった。実際に各店舗からの情報発信が活発化し、新たにECショップを立ち上げを検討する店舗やInstagramのアカウントを新規に作成する店舗、フォロワーが200人も増加する店舗がみられたほか、講習で学んだことを活かしながらGoogleビジネスプロフィールを活用する店舗や既存の店舗ホームページを改修する店舗もそれぞれ4店舗ほど見られた。これにより商店街全体の情報発信力が高まり、新規顧客獲得や来街者増加につながる基盤が構築された。

⇒この結果を今回参加した店舗以外の組合員店舗にも共有し、商店街全体としてさらにSNS等のオンラインツールの活用率を高めていきたい。そのためにも商店街として継続的に各店舗をフォローを行う。

〈商店街コメント〉

- 本事業を通じ、商店街と福祉・教育・地域団体、神社との連携が進み、地域課題への理解と支え合いの関係づくりが大きく前進。「あびんこ夏祭り」や「おせっかい商店街」をきっかけに来街者との交流も生まれ、商店街の認知度と一体感が向上しました。さらに、SNS活用やWEB改修により情報発信力が高まり、新規顧客獲得や組合員増加にもつながっています。今後は本事業で築いたネットワークとデジタル力を活かし、地域に必要とされ続ける「誰も取り残さない商店街」をめざしていきたいです。

〈写真〉



夏祭りに出店した
事業所「風の子学童」



街路灯に掲出したステッカー



SNS講習会の様子

〈連携・協力〉

- 主催：地下鉄あびこ中央商店街振興組合
- 協力：NPO法人うさぎりんく、四恩学園、セレッソ大阪、レッドハリケーンズ大阪、よさみ学童、大阪公立大学ボランティア市民活動センターV-station、風の子学童、郵便局

〈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/chikatetsuabikochuou/>
- 地下鉄あびこ中央商店街 公式HP <https://www.abinko.info/>
- 地下鉄あびこ中央商店街 LINE <https://page.line.me/139ezmcm?openQrModal=true>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
北田辺商店街振興組合・ NPO法人北田辺プロジェクト実行委員会	所在地：大阪市東住吉区 最寄駅：近鉄南大阪線 北田辺駅 店舗数：21店	大阪府／空き店舗活用 商店街の食材を持ち込むバーベキュースペースに (R6.3.8)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
商店街内で多様な活動を促進 BBQ・コミュニティスペース・ワークショップ施設「食歩楽（てぶら）」の活用促進	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ 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〉
<ul style="list-style-type: none"> ■ R5年度に中小企業庁の事業を活用し商店街内の空き店舗を改修。商店街の食材を持ち寄れるBBQ施設・コミュニティスペース・チャレンジキッチン等幅広く利用できる施設として、「食歩楽（てぶら）」を開設。R6年度は認知度アップを図るため、ワークショップ等を5回に分けて開催。「食歩楽」施設の広報をはじめ、BBQ以外での利用方法の促進とPRを兼ねて、DIY体験や昔ながらの遊び体験、地元野菜の調理イベント等を実施。地域のコミュニティスペースとしての利用促進につなげ、子育て世帯や高齢者にもやさしい住みやすい街「北田辺」を実現することをめざし取り組んだ。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> ■ 商店街内施設「食歩楽（てぶら）」の認知度向上を図りたい ・周辺に子育て世代は多く、イベント時は集客できるが、継続的な来街に繋がっていない。 ・地域の声として、「子育て中の人々が気軽に集まれ場所や、子育てで困ったときに頼れる場所が欲しい」との意見があり、長期的ビジョンとして「子育てしやすい商店街」をめざしたい。 ・まずは子育て中の人々が気軽に集まったり、子育て等で離職した人が気軽に挑戦できるよう、「食歩楽」にリースペースやチャレンジキッチン機能をつけたが、地域の人に知られていない。 ・地域の人に「食歩楽」をもっと面白く活用してほしい。 ■ HPやSNSを利用して情報発信強化を図りたい ・HPを改修し、取組内容や子育て情報などを充実させ、発信強化をはかりたい。 ・SNSの活用もはかりたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 認知度アップのためのワークショップ等開催 ・幅広い利用方法を紹介するワークショップ等を計5回開催。 <ol style="list-style-type: none"> ① てぶらでDIY…屋台づくりのDIY体験 ② てぶらで学ぶ…プロライターによるSNS講座 ③ てぶらで遊ぶ…子ども達と昔ながらの遊びを楽しむ ④ てぶらで食べる…チャレンジキッチンのデモ企画・間借りランチ ⑤ キタ！田辺ダイコン…地元料理研究家による田辺大根料理のふるまい、辻学園調理・製菓専門学校の学生によるオリジナル創作大根料理の紹介など ■ 情報発信強化 ・HPに「食歩楽」施設のページを追加し、チャレンジキッチンやコミュニティスペースとしての使い方などを紹介。 ・取組内容や子育て情報を発信できるよう、ブログ機能を追加。 ・Instagramを通して、各ワークショップの告知や募集、さらに開催の様子をリアルタイム配信するなど、周知に務めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 認知度アップと継続的な取組へ ・ワークショップ等開催により、「食歩楽」の多様な使い方を体験してもらうことができた。 ・認知度や魅力向上につながり、施設の利用促進に繋がった。 ・将来の商店街出店希望者や子育て世代の新たな居場所作りにも繋げていくことを目標に、「子育てしやすい商店街」という長期的なビジョン達成に向け、基盤固めができた。 ・大阪府の事業終了後も、参加者から費用を募るなど運営の工夫をしながら、ワークショップ等を自主的に継続している。 ■ フォロワー増加 ・Instagramで、てぶら公式アカウントのフォロワー数は80名から140名超に、キタナバイベ～アカウントは1000名超に増加（R7.2現在） ・SNSと、HPに新たに追加したブログ機能を使用して今後も継続的に情報発信できる体制が構築できた。

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域住民にとって安心でき、気軽に立ち寄れる場所として「食歩楽（てぶら）」を活用してもらえよう、今後もワークショップ等の開催をコツコツやっいていこうと思っています。今回行ったワークショップやHP・SNS発信等をきっかけに、新たな出会いや新しいお客さんが少しずつですが増えていると実感できています。ブログ記事がなかなか更新できていないので、そちらも更新しながら、「人が集まる場所がある、だから出店しよう」という流れを作り、子育てだけでなく高齢者も含めて住みやすい街、北田辺の中心地になって盛り上げていきたいです。

〈写真〉	〈連携・協力〉		
 <p>ライター講座 田辺大根料理ふるまい 学生オリジナル大根レシピ R6年度 イベントチラシ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主催：北田辺商店街振興組合 NPO法人北田辺プロジェクト実行委員会 ■ 協力：辻学園調理・製菓専門学校 <tr> <th data-bbox="995 1323 1954 1371">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="995 1371 1954 1466"> <ul style="list-style-type: none"> ■ 北田辺プロジェクト 公式HP https://kitatanabeproject.jimdofree.com/ ■ 育モール（はぐもーる）HP https://haguku-mall.com/ ■ 食歩楽（てぶら）Instagram https://www.instagram.com/tebura.bbq/ </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<ul style="list-style-type: none"> ■ 北田辺プロジェクト 公式HP https://kitatanabeproject.jimdofree.com/ ■ 育モール（はぐもーる）HP https://haguku-mall.com/ ■ 食歩楽（てぶら）Instagram https://www.instagram.com/tebura.bbq/
〈HP・SNS等〉			
<ul style="list-style-type: none"> ■ 北田辺プロジェクト 公式HP https://kitatanabeproject.jimdofree.com/ ■ 育モール（はぐもーる）HP https://haguku-mall.com/ ■ 食歩楽（てぶら）Instagram https://www.instagram.com/tebura.bbq/ 			

〈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います。		
〈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〉
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 店舗数：38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〉	
子どもたちを守る、街を守る。安心・安全の商店街をめざした防犯カメラの設置！	■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〉

■同商店街は、近隣小学校の通学路となっているため、10年ほど前より警察などを含め防犯カメラの必要性が論じられるようになり、年々その重要性・ニーズが高まっていた。小学生が不審者に後をつけられる事象や細長い商店街のため自転車と子どもの接触事故が発生したこともあり、商店街としても防犯カメラ設置を検討し、令和4年に設置に踏み切った。以後、毎年少しずつ設置台数を増やし、商店街全体の見守り体制を整えた。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■商店街の防犯対策の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 近年、凶悪な事件が増加する中、商店街内でも万引きなどのトラブルが発生しているため対策が必要。 近隣小学校の生徒数が増加傾向にあるなか、商店街がその小学校の通学路となっているため、商店街としても子どもたちの安全対策に努めたい。 地域密着型の同商店街には住宅兼店舗が多く、廃業後も居住している方も多いため防犯面を強化したい。 他にも店主の高齢化や承継問題など課題はあるが、まずは商店街は「安心・安全」な場所だと認知してもらい、商店街に多くの方が訪れ、過ごしてもらえようになりたい。 	<p>■防犯カメラ設置開始</p> <ul style="list-style-type: none"> R4年に商店街に面した小学校の門の前に2台設置。その後毎年3～5台を設置。R7年10月に累計16台の設置が完了した。 設置場所の選定では、細長くカーブが多い商店街の形状を考慮しつつ、死角が生じないように念入りに検討した。 高所への設置にあたっては商店街内の設置経験者に協力してもらい、設置にあたって課題となったインターネット環境については各店舗のWi-Fiを利用させてもらうなど、商店街全体で取り組んだ。 さらに、各店舗に、防犯カメラ設置の張り紙を掲示してもらった。 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗では、以前から万引きなどにも悩まされていたが、店主から「店頭の万引きなどが少なくなった」と喜びの声をもらった。 小学校の保護者の方からは、「子どもの通学路なので安心して通わせることができる」と喜んでくれた。 商店街全体の防犯意識が高まったことで、店主が自ら店舗にカメラを設置するなど、良い相乗効果が生まれた。 警察からの要請に応じて防犯や安全上のデータを提供することができた。 商店街で安心して買い物ができ、子どもたちを見守る体制が整った。

〈商店街のコメント〉

三津屋商店街振興組合では、地域団体と連携した「みつやどんたく」や商店街が考案した「ヤカーリング世界大会」などのイベントを行うことで商店街の集客や地域活性に尽力してきました。また、今回の防犯カメラ設置については、商店街だけではなく商店街を通学路として小学校に通う子どもたちを守るという意味でも、地域の安心安全に微力ながら貢献できたのではと感じています。今回子どもたちを受け入れる環境整備ができたので、今後はイベント等で地元のお菓子メーカーとタッグを組むなど、子どもを中心とした集客にも繋げていきたいと考えています。一方で活動資金の確保、空き店舗対策、イベント時だけではなく日常的な来街者の維持が大きな課題です。これらの課題に対しても、引き続き地域内外の多様な方々と連携し、創意工夫を凝らして取り組んでいきたいと考えています。

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>商店街は小学校の通学路</p>  <p>防犯カメラは地域の安心安全にも</p>  <p>商店街考案「ヤカーリング」</p>	<p>■主催：三津屋商店街振興組合</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/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〉	〈HP・SNSなど〉
放出栄町商店街	所在地：大阪市鶴見区 最寄駅：JR東西線 放出駅 店舗数：26店	<ul style="list-style-type: none"> ■ 放出栄町商店街 公式ホームページ https://hanaten-sakaemachi.com/ ■ 放出栄町商店街 公式Instagram https://www.instagram.com/fabbrica.piantiamo/

〈事業名〉

新しい商店会による新しいまちづくり！空き店舗を一括で借り上げ、サブリースによりデザイン性あふれる商店街へ

〈事業概要〉

■ 放出駅からほど近い好立地にも関わらず、ほぼすべての店舗が閉店し、昭和の頃の賑わいから長い間遠ざかってしまっていた放出栄町商店街。令和2年に1軒のイタリア料理店をオープンしたことをきっかけに、現商店会会長を務める店主が、同商店街の一部区画を一括で借り上げリノベーション。「色気のあるしっとりとした大人の街」へと生まれ変わらせ、衰退していた商店街を再起へと導いた。そこへ、商店街の考えに共感した出店希望者たちや魅力的な雰囲気・イベントに惹かれた来訪者が集い、賑わいが芽生えつつある同商店街は、令和7年「放出栄町商店会」を設立し、新たな歴史を刻み始めた。

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果・展望〉
<p>■ シャッター街から再起を図りたい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・同商店街は店舗数が減少し、自然消滅してしまっていた。 ・R2年イタリア料理店オープン時は、通りに営業店舗は無く、廃材置き場となっている場所もあるなど、放出駅にほど近い場所でありながら、商店街としての機能はほとんど停止状態。 ・S30年代に設置されたアーケードは、もはや誰が所有者なのかも分からず、老朽化による危険性をそのままに放置されていた。 	<p>■ R4年 再生プロジェクト始動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・26区画の空き店舗を一括で所有する地権者に、この古い佇まいは残す、工事などは不要・そのまま貸してくれればよい、という条件と再生への想いを伝えたところ、貸してくれることに。 ・アーケードはすでに雨漏りなどが発生しており、部品落下による被害などを防ぐために、地権者と話し合い共同で補修を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・再生プロジェクト始動により、昔の趣は残しながらも、まるで異国のような洗練された街並みを作り上げ、魅力ある商店街へと進化した。 ・アーケードは、今後も耐久性などを鑑みて補修を続けていく予定。 ・店舗数が増え規模が大きくなってきたこともあり、各種申請主体や防災や設備管理等の責任の面から、R7年「放出栄町商店会」を設立。大阪市商店会総連盟にも加盟した。
<p>■ サブリース出店を検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ほかにはない新しい商店街をイチからつくりたい。 ・チラシやイーゼル等のデザインや個数など景観ルールを定め、コンセプトにそった統一されたデザイン性を維持したい。 ・テナントは、店主の人間性を一番に考え、商店街のコンセプトでもある「付加価値」を理解してくれる人を、業種もこだわりを持って手間をかけてつくっているようなお店を選びたい。 ・商店街は風がよく通るため、飲食店の臭いや音の問題も考慮しないといけない。 	<p>■ サブリース形態を実践</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街全体が独自の空気感を出せるよう、外壁デザインを統一し、R4年にインフラを整え区画の構成を行った。 ・出店者(物件)募集は不動産業者を利用したものの、ヴィンテージ感を求める若い世代などInstagramからの問合せが多かった。 ・出店希望者とは面談を行い、ルールを守れることはもちろん、商店街の理念に共感し協力しながら、自分たちで街を作っていく覚悟がある人のみ出店してもらった。 ・近隣に住む人からの出店希望が多く、また初めて店舗を営む人がほとんどのため、経験をもとに開業に関する相談も受けた。 	<p>⇒商店会組織を設立したことによって、行政、消防、電鉄など外との接点ができ、イベントの広報協力してくれるなどメリットが大きかった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回のサブリース形態は、テナントの募集や契約、インフラの管理などを一貫して行なうことができるので、景観や業種のバランスなど商店街全体の統制を図りやすくなった。 ・R6年から年2回開催している「ピアフェス」には、毎回約4000人もの方が訪れ、地元民だけでなく遠方から訪れるお客さんも。単に電車の乗換で利用するだけの場所ではなく、放出駅で降りる理由になるような商店街を作っていきたい。 ・大阪中心部へ好アクセスにも関わらず、周辺には宿泊施設がない。観光需要も取り込めるよう、宿泊施設の出店に向け準備中。

〈商店街のコメント〉

■ 放出栄町商店街は、数十年ものあいだ廃材や盗難自転車が積み上げられていた、誰も通りたがらない危険な雰囲気が漂うシャッター商店街でした。しかしたった1店舗の出店をきっかけに、コロナ禍を経て約4年の短い期間で26テナントが揃う商店街へと発展しました。まだ空き区画があるので、テナントミックスを考慮しつつ必要な業態を誘致し、コンパクトで凝縮された「どこにもない商店街」を今後も作り上げていく予定です。ご要望があれば、本商店街の取組に関心を持たれた方への見学の受け入れや相談にも対応させていただきますので、お気軽にご連絡ください。

〈写真〉



■ 主催：放出栄町商店街

1軒目のイタリア料理店

補修されたアーケード

ピアフェスチラシ

ピアフェスの様子

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
安立本通商店街振興組合 安立中央商店街振興組合	所在地：大阪市住之江区 最寄駅：南海本線住ノ江駅、阪堺我孫子道駅すぐ 店舗数：47店	大阪府／魅力拡散へさらなる一歩 (ndl.go.jp) (R5.10.26) 大阪府／インターネットでまちの歴史文化を発信＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp) (R5.3.8) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
商店街が発信する安立ロマンの伝承 ～伝説と歴史の安立ストリート～	<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 ■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業 	

〈事業概要〉

- 歴史や伝説などの魅力が豊富な安立エリアについて情報発信するため、地域に伝わる歴史や伝説を大阪府立住吉商業高校の学生や住吉大社等の協力のもとに取材を行い、コンテンツとして集約。コンテンツをもとに地域の魅力をデジタルとアナログで発信するPR冊子の制作。加えて、商店街のWebサイト開設、「安立ロマン落語会」の動画配信など、デジタル活用にも取り組んだ。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①歴史ある安立という地域の良さを、次の世代に継承したい ・地域の良さを継承し、町おこし、ひいては商店街の発展に繋がりたい。 ・地域の人たちにも身近なまちの歴史を知ってもらいたい ・しかし、住人が世代交代するにつれ、徐々に後世に伝えることが難しくなってきた	■「伝説と歴史の安立ストリート」冊子を作成 ・住吉大社の門前町として繁栄してきた歴史や、「安立町」の名が記載されている参勤交代絵巻図などを紹介。 ・冊子作成の取材は、住吉商業高校の学生たちが、取材先の選択から行い、実際に店舗への取材や紹介文の作成など、学生の立場からPRできるよ本事業全体に携わった。 ・商店街イベント等にて配布を行い、積極的にPRを行った。	・冊子作成では、住吉商業高校の学生や住吉大社等の協力を得て、地域の繋がりのきっかけとなり、 将来にもつながる関係性が構築ができた。 ・冊子は商店街事業で来街者に配布し、「この地域にこんな話があったなんて知らなかった」と声をかけてくださることも増え、高評価を得た。現在も、地域文化の情報発信として継続的に様々なイベントに取り組んでいる。
②商店街組織自体の活性化 ・商店街の公式Webサイトを開設したい ・若い世代など、より広い世代の方に商店街を訪れて欲しい ・デジタルメディアを活用した商店街PRの遅れを解消したい	■商店街公式Webサイトを開設 ・デジタル版「伝説と歴史の安立ストリート」冊子や、「安立ロマン落語会」の動画、安立町の記述がある堺市博物館所蔵の参勤交代絵巻データなどを配信した。 ・その後もデジタル活用を継続し、R5年8月にInstagramを開設。同年10月にはポータルサイト内に「ショップ一覧」の項目を追加。 ・サイトを継続するため、商店街のパソコン教室運営者の協力でシステムを調整し、店舗が各々のページを自身で更新できるようにした。	・Webサイト開設により、 情報発信を行う基盤が構築された。 ・「伝説と歴史の安立ストリート」冊子は、印刷版とデジタル版の両方で配布することで、 より広い範囲で広報 でき、様々な世代に閲覧してもらうことができた。 ・R4年に作成したWebサイトを、その後も更新し続けられるように工夫しつつ、商店街内の店舗なども連携しながら継続して取り組むことで、商店街の中でも課題だったデジタル活用の遅れを解消することができた。

〈商店街のコメント〉

- 今回の取り組みは、地域の商業高校の実商業体験の機会になればとの思いで、商店街との協働活動で地域の若者に参加してもらいました。商店街のことを知ってもらうきっかけづくりとして、大変意義あるものでした。商店街PR冊子で紹介する店舗の選択、取材、編集では、住吉商業高校の学生等の協力のもと、日常の授業では学べない体験学習の場として活用してもらいました。完成した冊子は学内でも話題となったと聞いています。
- また商店街として念願であった公式ウェブサイトも開設できました。その後は、Instagramの開設も行い、今後もSNS等の活用を持続できるように日々取り組んでいきたいです。

〈写真〉



R3年度 商店街PR冊子



R5年度安立落語会開催



R6年度イベントちらし

〈連携・協力〉

- 主催：安立本通商店街/安立中央商店街
- 冊子取材・コラム制作協力：大阪府立住吉商業高校
- 取材協力：住吉大社
- 資料協力：堺市博物館

〈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
安立本通商店街 <https://osaka-shotengai-info.com/ss/anryuhondori/>
安立中央商店街 <https://osaka-shotengai-info.com/ss/anryuchuou/>
- 安立商店街 HP <https://anryu.net/>
- 安立商店街 Instagram <https://www.instagram.com/anryusyoutengai/>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
安立本通商店街振興組合	所在地：大阪市住之江区 最寄駅：南海本線住ノ江駅、阪堺我孫子道駅すぐ 店舗数：27店	大阪府／魅力拡散へさらなる一歩 (ndl.go.jp) (R5.10.26) 大阪府／インターネットでまちの歴史文化を発信＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp) (R5.3.8) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
定期開催で地域の顔に！出店無料のフリーマーケット「安立市」開催	<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 ■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業 	

〈事業概要〉
<p>■一寸法師ゆかりの地域として知られ、住吉大社の参詣道として古くから親しまれてきた安立本通商店街は、近年、空き店舗の増加や来街者の減少といった、商店街の存続に関わる課題を抱えていた。そこで同商店街では、特に来街者の減少が顕著となる休日のにぎわいを取り戻すことを目的に、厳冬期を除く毎月最終日曜日に、出店無料のフリーマーケット「安立市」を定期開催することとした。「安立市」はすでに開催10回を超える恒例イベントとして定着しつつあり、商店街の認知拡大やイメージ向上に加え、地域住民が気軽に集い交流できるコミュニティの場としての役割も担っている。今後は本イベントを起点に、安立本通商店街の存在感をさらに高め、持続的ににぎわい創出につなげていく。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 空き店舗増加の悪循環を食い止めるために</p> <p>・近年店主の高齢化など、さまざまな要因により空き店舗が増加傾向にある。これにより、消費者ニーズに十分応えられない状況が生じ、来街者の減少、商店街全体の売上減少、さらなる空き店舗の増加といった負の循環に陥っている。それを食い止めるため、<u>話題となる取組を実施したい。</u></p> <p>■ 日曜日のニーズ作り</p> <p>・現在営業している店舗においても、日曜日に休業する店舗が増加傾向にあるため、日曜日の集客方法・賑わいづくりが課題となっている。周辺に住む人に平日だけでなく、<u>日曜日にも商店街を訪れてもらえるようなきっかけを増やしていきたい。</u></p>	<p>■ 「安立市」の開催</p> <p>・定期イベントとして、厳冬期を除く毎月最終の日曜日にフリーマーケット「安立市」を開催。</p> <p>・商店街の回遊を図るため、商店街の一角に設けたスペースを活用。</p> <p>・開催時間は、午前10時から午後4時までとしているものの、無理なく参加できるように、各出展者の開店・閉店の時間は自由とした。</p> <p>・<u>周辺住民に気軽に参加してもらえるよう、出店料は無料としている。</u></p> <p>■ 開催から現在まで</p> <p>・R6年に実施した第1回の安立市は、大阪商工会議所が実施している販売促進イベント、「逸品マルシェ」と合同で開催した。</p> <p>・R7年12月までに計13回開催しており、<u>お菓子や雑貨などを扱う出店者を中心に、毎回おおむね10人前後が出店している。</u></p> <p>・他イベントとも同時開催するなどして、イベントの定着を図っている。</p>	<p>■ 商店街の認知・イメージの向上</p> <p>・開催回数を重ねる中で認知度が高まり、出店者や商店街を訪れる人が増えつつある。また、他イベントと合同・同時開催することで連携団体からの発信など広報の機会が広がり、新たな来場者との接点が生まれた。</p> <p>・定期的にイベントを行うことで、商店街が地域の人々の親睦を深める場として育ちつつある。<u>商店街内外の人が買い物の場だけではなく、商店街の魅力を見直すことにつながっている。</u></p> <p>■ 周辺の商店街との連携や情報発信の検討</p> <p>・にぎわいづくりをテーマに周辺の商店街と連携する機運も生まれている。広域からの集客も視野に入れた、より規模の大きいイベントの開催なども検討していきたい。</p> <p>・出店者や来街者の増加に向け、SNS等の活用も視野に入れながら、情報発信の強化に取り組んでいく。</p>

〈商店街のコメント〉
<p>■ 安立市を継続して開催する中で、地域の人同士が自然に顔を合わせ、会話が生まれる場になってきたと感じています。今後は、こうしたつながりを大切にしながら、無理のない形で情報発信を続け、少しずつ輪を広げていければと考えています。また、周辺の商店街とも声を掛け合いながら、地域全体で楽しめる取組へと発展させていきたいと思っています。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>初開催の安立市チラシ</p> <p>他イベントとも同時開催の安立市チラシ</p> <p>安立市の様子</p>	<p>■ 主催：安立本通商店街</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 安立本通商店街 https://osaka-shotengai-info.com/ss/anryuhondori/</p> <p>■ 安立商店街 HP https://anryu.net/</p> <p>■ 安立商店街 Instagram https://www.instagram.com/anryusyoutengai/</p>
〈HP・SNS等〉	

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈HP・SNSなど〉
加賀屋商店街	所在地：大阪市住之江区 最寄駅：大阪メトロ四つ橋線 北加賀屋駅 店舗数：85店	<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/kagayashogyokyodokumiai/ ■加賀屋商店街公式Instagram https://www.instagram.com/kagaya_shotengai/

〈事業名〉
商店街で羽毛を回収し、リサイクル収益を地域福祉へ還元！ 「UMOUプロジェクト」から生まれた地域循環の仕組み

〈事業概要〉
<ul style="list-style-type: none"> ■昭和期より地域住民の日常を支えてきた加賀屋商店街。商店街活性化イベントとして例年夏祭りや食べ歩きイベントなどを実施してきたが、一過性の賑わいに留まることがほとんどであり、また空き店舗や高齢化といった課題を抱える中、地域に根差した商店街としての持続可能な役割が求められていた。そこで羽毛素材メーカーと縁があった商店街副理事長の発案を契機に、河田フェザー株式会社や住之江区社会福祉協議会と連携し、羽毛製品の回収を通じて資源循環と地域福祉を両立させる「UMOUプロジェクトin加賀屋商店街」を開始した。

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果・展望〉
<ul style="list-style-type: none"> ■一過性イベントからの脱却 <ul style="list-style-type: none"> ・例年、商店街活性化を目的に夏祭りやキッチンカーによる食べ歩き企画などのイベントを実施してきたが、<u>当日のみの集客増加にとどまり、日常の売上や来街者の増加にはつながらない。</u> ・同商店街は、来街者のうち約9割の方が日常的に利用している地域密着型商店街。単発のイベントで終わらず、<u>継続的な来街と商店街の価値向上につながる仕組みを創出したい。</u> ■社会課題と商店街の役割 <ul style="list-style-type: none"> ・羽毛は水鳥からの副産物であり、中国が世界の供給の約80%を占める中、近年は供給がひっ迫し、年々高品質ダウンの確保が難しくなっている。 ・空き店舗の増加や高齢化による人材不足など、様々な課題を抱える同商店街としても、<u>商店街を単なる買い物場ではなく、社会課題の解決にも資する多様な機能を担う場として公益性の高い取組を行うことで、地域との接点を増やしたい。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ■三者連携による「UMOUプロジェクトin加賀屋商店街」 <ul style="list-style-type: none"> ・商店街の副理事長はアパレル事業を運営。そのつながりから、河田フェザー株式会社が羽毛製品のリサイクル事業に注力していることを知り、連携が始まった。 ・R7年には「UMOUプロジェクトin加賀屋商店街」を開催。これまでも商店街のイベントに参画していたつながりから、住之江区社会福祉協議会が運営を担い、商店街内で2度にわたって地域住民から羽毛製品の回収を実施した。 ・回収後は専用袋で同社に送付し、査定・買い上げを行ったのち、収益は社協を通じて赤い羽根共同募金へ寄付。その後、住之江地区募金会のもとへ渡り、区内福祉活動へ活用されるため、<u>本取組により地域に還元される仕組みを構築した。</u> ・告知には商店街内の掲示はもちろんInstagramも活用し、社協の広報誌やホームページにも掲載してもらった。 ・回収日当日にはフラダンスや楽器・歌の披露、さらにはボッチャ体験なども行い、集客を図った。 	<ul style="list-style-type: none"> ■地域の反応 <ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクトはイベントとしても大盛況で、多くの人が会場に訪れた。 ・回収量は、第1回は専用袋5袋分にあたる、羽毛布団約20枚、ダウン約10枚を回収。第2回も専用袋4袋分を回収した。 ・布団など持ち運びが大変な大型製品の回収にも関わらず、<u>約30人が持参。持ち込んだ人からは「思い入れのある羽毛製品が新たな商品となり、さらに募金として役立つのは嬉しい」などの感想が寄せられた。</u>商店街で取組を知り、家に戻って羽毛布団を持ってくる来街者もみられるなど、地域に必要とされる取組であることを実感できた。 ■商店街機能の拡張と継続展開 <ul style="list-style-type: none"> ・本取組は、ゴミの削減や羽毛の確保、さらには地域の社会福祉につながるSDGsな取組であり、<u>商店街としての新たな役割を示すことができた。</u>第3回の開催も予定しており、社協との連携を継続しながら、資源循環を通して商店街と福祉を結ぶ取組として定着を図る。

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> ■地域に根差した商店街として何ができるのかを模索する中で、このUMOUプロジェクトに出会えたことは、私たちにとって大きな転機となりました。羽毛の回収という身近な取組が、環境や福祉への貢献につながり、さらに地域へ還元されていく。この循環を実感できたことに、大きな意義を感じています。実際に多くの方にご協力いただき、想像を超える反響があったことは、次への大きな原動力です。これからも地域の皆さまとともに歩みながら、暮らしを支える商店街としての価値を高め続けていきたいと考えています。




〈写真〉	〈連携・協力〉
<div data-bbox="107 1323 303 1443"> </div> <div data-bbox="323 1323 519 1443"> </div> <div data-bbox="666 1323 852 1443"> </div> <p data-bbox="186 1451 431 1474">UMOUプロジェクト告知画像</p> <p data-bbox="646 1451 862 1474">羽毛製品回収日の様子</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■主催：加賀屋商店街 ■共催：住之江区社会福祉協議会、河田フェザー株式会社

〈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、日常性は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、「日常性は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 1186 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 1209 940 1413">  <p>R4年度 チン電を貸し切った行われたツアー</p> </div> </div>	<p>〈連携・協力〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ■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>〈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/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

〈商店街名〉 粉浜本通商店街振興組合	〈商店街の基本情報〉 所在地：大阪市住之江区 最寄駅：南海電鉄 粉浜駅 店舗数：30店	〈過去の取り組み〉 ■ 令和元年度 大阪府クールスポットモデル拠点推進事業
------------------------------	---	---

〈事業名〉 街まるごと冒険の舞台へ！エリア周遊型謎解きイベント「クリムゾンダイヤモンド 泥棒と商店街の悲劇」の開催

〈事業概要〉 ■ 粉浜本通商店街（通称わいわいロード）は南海電鉄粉浜駅前立地し、長年にわたり地域住民の生活を支えてきた。一方で近年は店舗の休業や来街者数の減少が見られ、通りの賑わい再生が課題となっていた。こうした状況を受け、理事会を中心に外部メーカーも参画する「粉浜本通商店街未来プロジェクト」を立ち上げ、商店街の将来像や役割について議論を重ねた。その検討を基に、商店街に限らず、住吉大社周辺も含むエリアで周遊型謎解きイベントを実施。地域資源を活かした新たな来街動機を創出するとともに、エリア全体の回遊性向上と商店街の魅力発信を図った。
--

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
■ 未来プロジェクト始動の背景 ・粉浜本通商店街では、店舗休業の増加や通行客減少への危機感から、理事会を中心とする「粉浜本通商店街未来プロジェクト」を立ち上げた。外部メーカーも参画し、商店街の将来像や役割について議論を重ねた。 ■ 謎解きイベント第1弾の開催 ・理事会メンバーの顧客が謎解きクリエイターであったことから、粉浜のまちおこしアイデアと謎解き企画について相談。 ・第1弾を開催したところ、想定を大きく上回り大盛況となった。 ■ 外部連携を活かした面的活性化の必要性 ・同プロジェクトでは外部人材との協働体制を整えたものの、第1弾イベントなど取組としては商店街単体で完結するものを中心に、粉浜駅から住吉大社へ広がる地域資源を十分に活かし切れていなかった。そのためプロジェクト内で連携を取りながら新たな取組を検討し、若年層や遠方からの来訪者が周辺エリア全体で回遊したいと思えるような仕組みをつくりたい。	■ 謎解きイベント第2弾の開催 ・第1弾謎解きイベントが好評だったことを受け、第2弾としてマードーミステリー「クリムゾンダイヤモンド 泥棒と商店街の悲劇」を開催。 ・参加者は、商店街内の指定販売所で謎解きキットを購入。 ・LINEまたは専用ウェブサイトを使いながら複数人で商店街9店舗と住吉大社を含む周辺5スポットを巡り、希少な宝石が巻き起こす事件の真相を自ら推理して解き明かす構成とした。 ・企画制作は第1弾同様、粉浜在住の謎解きクリエイターが担当し、周遊型マードーミステリーという新たな形式のゲームを企画した。 ■ 対象エリアの拡大と回遊促進設計 ・前回は同商店街内のみでの開催だったが、今回は粉浜駅から住吉大社周辺まで謎解きに必要エリアを拡張。スケールも仕掛けもパワーアップし、所要3～4時間の周遊設計とした。また、 <u>周辺エリアの住吉大社の特性も活かし歴史資源も学べる設問設計を行った。</u> ・キットには商店街店舗で利用可能なクーポンを付帯し、飲食・物販の利用促進につながる仕組みを取り入れた。	■ 商店街全体への波及 ・今回新たに、粉浜駅から住吉大社までを広域に回遊する仕組みを取り入れ、クーポンを付帯したことにより、1回の参加で複数店舗を利用しやすい状況となった。その結果、 <u>商店街単体ではなくエリア全体で回遊しながら消費することにつながった。</u> ・参加者からも「商店街の店で食事や買い物しながら楽しめた」との声が寄せられ、 <u>来街者の満足度向上や商店街の認知向上にも寄与した。</u> ■ 継続的プロジェクトへの発展 ・本取組は「粉浜本通商店街未来プロジェクト」の中核事業として位置づけられ、理事会に加え外部のメーカーやクリエイターとの協働体制が確立された。R6年からはInstagram開設や広報誌創刊も開始し、情報発信機能を強化している。周遊型イベントで得た参加者動向を次期施策の根拠として活用し、商店街全体での来街促進施策を継続していく。

〈商店街のコメント〉 ■ 「粉浜本通商店街未来プロジェクト」は、商店街のこれからを前向きに考えるところから始まりました。議論を重ねる中で、「街をまるごと楽しんでもらう」という発想が生まれ、謎解きという形で実現できたことを嬉しく感じています。今回のイベントを通じて参加者の皆さまから寄せられた温かい感想は、今後も新しいことを考えていく上で大きな励みとなりました。これからも地域の魅力を活かしながら、自然と訪れたい商店街をめざして取り組んでいきます。

〈写真〉    <p>イベントチラシ 企画中の様子 参加者の様子</p>	〈連携・協力〉 ■ 主催：粉浜本通商店街 ■ 協力：粉浜商店街、住吉大社 ■ 企画制作：ラプラスの悪魔 〈HP・SNS等〉 ■ ええやん！大阪商店街 商店街紹介ページ https://osaka-shotengai-info.com/ss/kohamahondori/ ■ 粉浜本通商店街振興組合 Instagram： https://www.instagram.com/kohamahondori/
--	--

〈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 1182 290 1403"> </div> <div data-bbox="427 1182 584 1403"> </div> <div data-bbox="721 1182 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 1303 1952 1353">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="995 1353 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〉
天神橋筋四番街商店街振興組合 天神橋三丁目商店街振興組合	所在地：大阪市北区 最寄駅：大阪メトロ扇町駅、南森町駅、JR天満駅 店舗数：105店舗(四番街)/180店舗(三丁目)	「若者を商店街に！」わごん市とライブイベント＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp) (R6.3.8)(四番街) 人と人がつながる未来 描き彩る「つながる、めりえ展」＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp) (R6.3.8)(三丁目)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
連なる二つの商店街がSNSで商店街ファン創出と魅力拡散！ 「天神橋筋商店街 夫婦橋で愛ましよう！」プロモーション事業	■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業（四番街・三丁目）	

〈事業概要〉

■平成12年、かつて天神橋筋四番街商店街と天神橋三丁目商店街の2つの商店街の間にかかっていた「夫婦橋」を商店街の有志が集まり歩道の両側に欄干や橋柱灯を新調し「平成の夫婦橋」として復興。そんな両商店街がまたも力を合わせ、幹線道路によって分断されがちな商店街間の往来を促進するため、令和7年11月の「いい夫婦の日」に、2人組の来街者を対象に写真撮影やハッシュタグ投稿を条件に抽選に参加できる「天神橋筋商店街 夫婦橋で愛ましよう！」を開催した。商店街の課題であったSNSも活用し、現役世代への認知拡大と商店街間の回遊促進につなげた。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■ SNSを活用した商店街PRの必要性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街としてSNSを活用していくことの重要性は認識しているものの、新規フォロワー数の伸び悩みなどから、効果的な情報発信の手法を模索している状況。 ・商店街側からの一方的な発信だけではなく、来街者自身が発信者となる仕組みを取り入れることで、消費者目線での商店街PRと情報拡散につなげていく施策を行いたい。 <p>■ 幹線道路による人流分断への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全長約2.6kmにわたり7つの商店街が連なる天神橋筋商店街では、一般道や横断歩道が商店街間を分断しており、回遊性の低下が課題となっていた。特に天神橋筋四番街と天神橋三丁目商店街の間では、幹線道路による人の流れの途切れが顕著であり、商店街間の往来を促す取組を創出したい。 	<p>■ 来街者参加型のSNS連動抽選会の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・11月22日「いい夫婦の日」に、2つの商店街の間に位置する「夫婦橋」跡地を会場として、来街したカップル・パートナーなどの2人組を対象とした参加型抽選会「天神橋筋商店街 夫婦橋で愛ましよう！」を開催。商店街が用意したInstagram風の顔出しパネルを使って写真を撮影し、撮影画像を提示することで、賞品がもれなく当たる「恋みくじ」抽選に参加できる仕組みとした。 <p>■ SNS投稿を促すデジタル施策と事前PR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さらに、撮影した写真をInstagramやXに指定ハッシュタグ「#天神橋ラブ」を付けて投稿し、画面を提示すると商店街金券がもれなく当たるWチャンス抽選に参加できるようにし、SNSによる情報拡散を促した。また事前告知としてInstagramのターゲティング広告を配信し、若年層を中心に本事業の認知向上を図った。事業当日は両商店街会員が協力し合い、来街者へ参加を呼びかけた。 	<p>■ 数値で見える集客・情報拡散効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ・抽選会には目標としていた約300組が参加し、そのうち81組がSNSに写真を投稿した。特賞には秋田県産新米を、そのほか商店街共通金券や夫婦箸など、物価高騰の時節性と夫婦をテーマに据えた賞品を用意したことで、参加意欲を高めることにつながった。さらに、SNS投稿を通じて、事業の認知と話題性が広がった。 <p>■ デジタル活用と商店街連携の深化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Instagramで配信した広告は、閲覧人数約2.9万人、再生回数約3.7万回、四番街のアカウントのフォロー数も期間中に20以上増加するなど、限られた予算の中で効率的に運用できた。広告の閲覧者は8割が25～44歳という結果となり、比較的若い世代に対する認知向上につながったと思われる。今回の事業によってより関係の深まった両商店街間で成功要因や反省点を共有し、今後の商店街のあり方を見据えた企画などを考えていきたい。

〈商店街のコメント〉

■今回初めてSNSを使用したイベントを行いました。当初想定していた以上にとても良い結果でした。天三、四番街の有志が知恵を振り絞り、出来るだけ参加された方の思い出に残るものにしたいと開催しました。参加されたお客様が笑顔溢れるイベントだったのが印象的で、商店街としてうれしく感じています。今後も、商店街の情報発信として欠かせないSNSを利用して各店舗のおすすめ商品やサービスなどの情報をお届けし、来街を楽しみにしていただけるよう、努力してまいります。

〈写真〉



告知ちらし



恋みくじ抽選会模様



抽選会参加者投稿画像

〈連携・協力〉

- 共催：天神橋筋四番街商店街振興組合、天神橋三丁目商店街振興組合
- 事業広報協力：JR天満駅、キッズプラザ大阪、東横INN大阪梅田東

〈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/tenjinbashisujiyonbangai/>
- 天神橋筋四番街 公式HP <http://www.4bangai.com/>
- 天神橋三丁目商店街 公式HP <https://tenjin3.com/>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈HP・SNS等〉
中津商栄会	所在地：大阪市北区 最寄駅：阪急電鉄 中津駅 / 大阪メトロ 中津駅 店舗数：32店	■ ツキイチ屋台Facebook https://www.facebook.com/people/中津商店街のツキイチ屋台-名前はまだない/100069053573232/

〈事業名〉

外部人材がもたらした商店街の新たな風
～空き物件のリノベーションをきっかけとしたコミュニティの再生～

〈事業概要〉

■ 商店会としての活動がほぼ休止し組織としての機能も弱まっていた中津商店街。そんな中、現商栄会役員である建築家が築100年超の長屋を店舗（一級建築士事務所）兼住居としてリノベーションし、商店街内に新たな風を吹き込んだ。リノベーション後の店舗は全面ガラス張りの開放的な窓やベンチの設置など今まで商店街に無かった設計がなされ、この新しい価値観はたちまち周辺店舗へも波及、まちの景観や滞っていた店舗同士の交流にも変化を呼んだ。さらに休止状態に近かった商店会も「中津商栄会」として再整備され、会則や会費制度の見直し、役員体制の整備など組織基盤の強化が進められた。

〈取組前の状況・課題〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 商店街のシャッター通り化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最盛期には、八百屋、花屋、クリーニング屋、飲食店など、生活には欠かせない店が多く並び、いろんな人が行き交っていた同商店街も時代の流れとともにシャッター通りに。 ・シャッターを閉めた店の階上に人が住む、いわゆるしもた屋となっている物件も多く、空き家ではないものの寂しい印象を与える。 <p>■ 商店会の復活と地域コミュニティ再生の必要性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H30年台風の影響によりアーケードのテント部分が破損。商店会として対応せざるを得ない状況に。 ・ただし、かつての商店会組織はほとんど自然消滅状態。 ・役員体制も不明確な状況にあり、会則や会費制度の運用経緯を十分に把握する商店街関係者も少ない。 ・商店街内外の交流機会も減少し、地域コミュニティとしてのつながりが希薄になりつつある。 <p>⇒喫緊の課題に対応すべく、組織として商店会を再整備するとともに、地域コミュニティを再生していきたい。</p>	<p>■ 商店街とのつながりを意識した開放的な店舗デザイン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外部の建築家（現商栄会役員）が大正2年に立てられた長屋を自ら設計・改修し、店舗兼住居として活用。 ・通りから様子が見えるようガラス張りの外観とすることで、店と通りにつながりをもたらし、店舗前にはベンチを設置し、来街者や地域住民が気軽に立ち寄れる滞在空間を創出した。さらに、ほかの家もシャッターを開けてほしいという願いも込めて、シャッターは設けなかった。 ・リノベーションには約2年半もの期間を要したが、近隣の住民との会話も生まれ、関係づくりにつながった。 <p>■ 商店会の再整備と交流イベントの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台風でのアーケード破損をきっかけに、かつての「中津商栄会」を再発足させた。かろうじて残っていた昔の会則を基に約1年をかけて組織体制を整備し、商店会の消滅後も徴収を続けていた会費（街路灯の電気代）でアーケードのテント部分を撤去した。 ・火災などの有事に備え、会員の連絡体制も整えた。 ・地域の交流を促進するため、月に一度の屋台イベント「ツキイチ屋台」など、気軽に参加できる小規模な交流企画を実施。 ・Facebookでイベント用アカウントを作成して告知を行うなど、近隣住民だけでなく、外部へも参加を呼び掛けた。 	<p>■ リノベーションを契機とした商店街への波及効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街の景観や雰囲気に変化を生む開放的なデザインの導入は来街者へ親しみやすい印象を生み、通りの魅力向上につながった。 ・外から見えるガラス張りのデザインや店舗前のベンチ設置など、今回新たにもたらされたデザイン要素を取り入れる店舗が続々と現れ、商店街全体に前向きな波及効果を与えている。 <p>■ 組織再構築と交流創出によるコミュニティの再生</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店会としての体制が整ったことで、継続的な活動の基盤が構築された。また、新規会員も大幅に増加した。 ・アーケードのテント部分を撤去したことで、商店街内に日差しが入り、これまでよりも明るい印象となった。 ・地域の活性化に向けて、会の運営やイベント企画等の役割を4つの班に分担し、組織的な運営体制のもと活動を継続している。新たに参画した若い世代の会員もこうした取組を前向きに受け止めており、商店街全体で将来を見据えた活動を進めていく機運が高まっている。 ・屋台イベントなどの交流企画を通じて、地域住民や外部出店者とも新たなつながりが生まれ、商店街を拠点としたコミュニティの再生が進んでいる。

〈商店街のコメント〉

■ 中津商店街で事務所を構えるにあたり、長く使われていなかった空き店舗を自分でリノベーションしました。あえてガラス張りでシャッターを設けないデザインにしたのは、通りに対して閉じない空間にしたかったからです。外にベンチを置いたことで、近所の方が座って話をしたり、通りの雰囲気も少し柔らかくなったように感じています。また、アーケードの問題をきっかけに中津商栄会の体制を整え、地域の方々や新しく入ってきたお店の方と一緒に商店街のことを考える場が出来たのも大きな変化のひとつです。これからも無理のない形で、力を合わせて商店街の魅力を少しずつ高めていければと思っています。

〈写真〉



商店街入り口



開放的なデザインの建築事務所



ツキイチ屋台の様子

〈連携・協力〉

主催：中津商栄会

〈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〉
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：100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＞(ndf.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＞(ndf.go.jp) (R4.3.7) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
戎橋筋商店街で外国人向け街歩きツアーを開催！ インバウンド対応向け多言語翻訳サービスを活用し大阪ミナミを歩く	<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〉
<p>■戎橋筋商店街では、長年、体験を通して商店街の魅力を伝える「体験博」を実施し、地域に向けた取組を続けてきた。一方でインバウンド客が急増していることから、世界でも最大級の繁華街といわれる「ミナミ」のメインストリートに位置する同商店街においても、その魅力を世界に発信する新たな仕組みづくりが求められていた。そんな課題に対し、インバウンド対応向け多言語翻訳サービスを活用しスマートフォンを通じてガイドの案内を多言語で体験できる環境を整備。大阪・関西万博開催年である令和7年に外国人向け街歩きツアーを実施した。さらに楽しみながら日本・大阪のルールを学べる「なんば旅先クイズ会」も同日開催し、ツアー参加者からも高い評価が寄せられた。今後同商店街ならではの人情と先進技術を活かし、国際的に選ばれる商店街をめざしていく。</p>

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<p>■多言語対応の壁とインバウンド向け企画の不足</p> <ul style="list-style-type: none"> ・同商店街では、28回を重ねる「体験博」を通じて地域に向けた取組を実施してきたが、一方で、訪日外国人観光客向けの体験ツアーは言葉の壁によりほとんど実施できていない状況。観光アプリや多言語の冊子を配布するにとどまっておらず、世界的繁華街であるミナミの中心に位置する好立地を活かし、<u>インバウンド需要を取り込む新たな仕組みづくりが課題</u>となっていた。 <p>■以前の実績を活かした新しいイベントづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H21年、H22年に学校法人や留学生の協力を得て外国人向け街歩きイベントを実施し、テレビ局が取材が来るほどの大きな話題になった。その実績を踏まえ、さらに大阪・関西万博の開催という追い風もあり、<u>継続的な開催が見込めるような同商店街の魅力発信の方法を検討</u>していきたい。 	<p>■多言語音声AI翻訳を活用した街歩きツアーの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R7年、多言語翻訳サービス『VoiceBiz® Remote』を導入した街歩きツアーを実施。このサービスは、様々な国の外国人に対し同時に案内を行う際、各自のスマホに母国語で伝えることが可能であり、ガイド1人に対し2～16人の外国人観光客が参加した。 ・注意事項や各説明ポイントなどは事前に定型文として登録し発信。写真や絵図を見せながらのガイドの案内や参加者からの質問には音声翻訳機能やチャットを用いながら対応した。 <p>■インバウンド観光客へ「楽しく」マナー啓発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ツアーと同日に一般社団法人ツーリストシップの協力・公益財団法人大阪観光局の後援のもと、「なんば旅先クイズ会」も実施。ごみの分別や喫煙マナーなど、日本・大阪のローカルルールをクイズ形式で出題し、「楽しく」「わかりやすく」ツーリストシップの啓発も行った。 	<p>■外国人観光客の満足度向上と商店街価値の再認識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ツアーは2度実施され、1度目は35人、2度目は10人が参加した。参加者からは「ガイドブックでは得られない歴史や人情に触れた」「もっと大阪が好きになった」と高い評価が寄せられた。また1度目の開催で得た翻訳のタイムラグなどの改善点をもとに、2度目のツアーはガイドの肉声による同時翻訳を減らして定型文を活用するなど、ツアー自体のブラッシュアップも図ることが出来た。 <p>■持続的なインバウンド対応へ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「世界に愛される商店街」にむけて、多くの方に商店街の魅力を体感いただくことができた。一方、観光客による食べ歩きなどに起因する通行混雑が課題となっており、その対応についても商店街関係者で意見交換を重ねている。今回の経験も踏まえ、参加者と運営側双方が快適に楽しめる取組を検討していきたい。

〈商店街のコメント〉
<p>■万博開催年である令和7年は、海外の方もたくさんいらっしゃるかと、海外の方々になんばの街を体験して頂くことが、なんばでの万博と捉え、今回の取組を実施しました。実際に、私自身がすぐには場所を思い出せないような国をはじめとする世界各国の方が来られ、様々な言語を用いてガイドを行いました。どの方にも楽しんでいただけたようで、中にはお気持ちとしてのチップを支払おうとする方もいらっしゃったほどです。万博を契機に外国人向けのツアーを開催できたことは、今後さらに海外の方々に楽しんでいただける取組を実施することにつながると感じています。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>ガイドが『VoiceBiz®Remote』を使用している様子</p>  <p>街歩きツアーの様子</p> 	<p>■主催：戎橋筋商店街振興組合</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/ebisubashisuij/ ■戎橋筋商店街 HP https://www.ebisubashi.or.jp/ ■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〉
心齋橋筋北商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロ 心齋橋駅 店舗数：165店	大阪府 / 心齋橋の歴史知って 心齋橋筋北商店街で写真展 (R5.2.27)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
来街者への街頭アンケート調査で見たニーズとこれからの課題	■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業	

〈事業概要〉
<p>■ 大阪屈指の繁華街に位置する同商店街では、近年来街者の多くをインバウンド観光客が占める状況となり、オーバーツーリズムが課題となっている。現状を改善するため、まずは来街者の需要やニーズを把握することがより良い商店街運営につながるのではと考え、アンケート調査を実施。語学に堪能なスタッフの配置や、アンケート調査協力へのお礼として菓子類を用意するなど、コミュニケーションを図る体制を整えることで、国内外からの来街者250人から回答を得ることができた。アンケート結果を分析して今後のまちづくりに活かしていくことで、商店街のさらなる発展をめざしている。</p>

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 増加するインバウンド観光客対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・心齋橋と本町までの一部を繋ぐアーケード付き商店街である同商店街は1日（11時～19時）の通行量が3万人(R6年11月時点)を超え、インバウンド効果により年々増加傾向にある。より快適で過ごしやすく、来街者のニーズを満たす魅力的な商店街にしていきたいために、来街者の属性や来街目的、商店街の印象、ニーズ等を把握したい。 ■ 言葉、文化の違いによるトラブルへの対策を検討したい ・インバウンド観光客による様々な問題も深刻化しており、言語の壁によるコミュニケーションの齟齬、ゴミのポイ捨て、騒音、禁煙区域での喫煙など、内容も多岐にわたっている。来街する観光客の国籍などの属性データを分析することで、効果的な対処法を検討する材料としたい。 	<p>■ 来街者アンケートの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・同商店街を通行している外国人観光客・他府県からの観光客・大阪府民・地元住民を対象にアンケート調査を実施。 ・アンケート項目は、居住地域、来街目的、同商店街を知ったきっかけ、商店街にあると嬉しいサービスや商品など全部で12の設問を設定した。 ・アンケートの実施場所は、人通りが多く対象者が途切れないうえ、店舗前に十分なスペースがあり立ち止まりやすい、通り中央付近を選定した。 ・アンケートは英語版も用意し、語学に堪能なスタッフを配置した。 ・回答率を高めるために、外国人に人気のある日本メーカーのグミ、キャンディ、スナック菓子など菓子類を謝礼として用意。また、イスラム教徒の来街者には、豚由来のゼラチンが含まれる可能性のあるグミは渡さないようにするなど、宗教的・文化的背景にも配慮しながら対応した。 	<p>■ アンケート調査を終えて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本人136人、外国人114人の計250人から回答を得た。 ・来街目的は、買い物(68.4%)、観光(21.2%)、食事(18.4%)の順に多く、あると嬉しいサービスは、キャッシュレス(34.8%)、街内マップ(29.8%)、来街のきっかけは、偶然通りかかって知った(30.8%)、SNS(27.2%)が上位を占めた。 ・上記の結果を鑑みると商店街自体を目的に訪れる人は少ない印象。またインバウンド観光客が集まりやすい立地であることもふまえると、「偶然訪れた」ではなく、買い物や観光先として積極的に商店街を選んでもらえるような施策が必要であることがわかった。 ■ 課題の顕在化と将来に向けて ・観光客のニーズや現状の課題が明らかになった。特にキャッシュレス決済や観光情報の充実が求められていることが判明し、具体的な改善をおこなうための道筋となった。 ・来街者がより快適に過ごせるまちづくりのため、今後も継続して、定期的にアンケート調査と分析を行うことを検討している。

〈商店街のコメント〉
<p>■ 弊商店街のインバウンド観光客は、コロナ禍以前と最近の傾向を比較するとかなり変化があると日頃感じていましたが、今回はデータをもとに実態を調査することを試みました。各店舗では日常的にデータを収集されているところも多く見受けられますが、商店街の来街者全体で調査することにより、商店街としての特徴も感じることができました。今後も適時調査を継続し、皆様に愛され親しまれる商店街づくりに役立てるよう努めてまいります。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>心齋橋筋北商店街</p>  <p>アンケート(英語版)の一部</p>  <p>アンケート実施風景</p>	<p>■ 主催：心齋橋筋北商店街振興組合</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/shinsaibashisujikita/ ■ 心齋橋筋北商店街 公式HP https://shinsaibashi.ne.jp/ ■ 心齋橋筋北商店街 Instagram https://www.instagram.com/shin_kita/

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
心齋橋筋北商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロ 心齋橋駅 店舗数：165店	大阪府／心齋橋の歴史知って 心齋橋筋北商店街で写真展 (R5.2.27)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
多言語対応の観光・医療情報案内「おおさかメディカルネット」をパンフレットで周知！ 外国人観光客も安心して滞在できる商店街へ	■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業	

〈事業概要〉
<p>■ 大阪ミナミに位置する心齋橋筋北商店街ではオーバーツーリズムへの対応が課題となっているが、そんな現状をふまえ、既存の商店街パンフレットを外国人観光客向けに大幅リニューアル。周辺観光地や筋・通りの名称に英語表記を加え、さらに多言語対応のインバウンド向け医療情報案内サイト「おおさかメディカルネット」への案内を併せて掲載した。外国人観光客にとって分かりやすい内容とするのと同時に滞在中に安心して必要な医療情報へアクセスできる環境づくりを推進した。パンフレットは周辺の宿泊施設約100か所へ配架し、外国人観光客の受入環境の向上と併せて来街促進も図った。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■ オーバーツーリズム問題に伴う環境整備の必要性 ・大阪有数の繁華街に立地する同商店街では近年、混雑の常態化や歩行環境の悪化等による滞在環境の質の低下など、いわゆるオーバーツーリズムへの対応が課題となっている。 ・過去に実施した街頭アンケートや来街者への聞き取りにおいても、混雑による通行のしづらさや安心して過ごせる環境整備を求める声が寄せられていた。 ・観光客の増加に対応しつつ地域の魅力や快適性を維持していくため、観光客と地域が共存できる環境を整備していきたい。</p> <p>■ 外国人来街者への観光地情報・医療情報の不足対策 ・外国人観光客にとって、同商店街の周辺観光地や筋・通りの名称が分かりにくく、目的地までの移動や周辺エリアの回遊がしづらいという課題がみられた。 ・外国人観光客が急な病気やケガで医療機関を受診する際に必要な情報についても、適切な入手手段が十分に周知されていない状況があった。 ⇒外国人観光客にとって分かりやすい観光情報と、滞在中の安心感を高める医療情報を発信していきたい。</p>	<p>■ 商店街パンフレットを大幅改定、英語表記を追加 ・既存の商店街パンフレットを改訂し、外国人来街者にも分かりやすい内容へと刷新。 ・周辺観光地や筋・通りの名称、商店街の特徴などを英語表記で掲載することで、外国人観光客が周辺エリアを理解しやすい情報構成とした。 ・周辺に点在する観光地を幅広く紹介することで、より広いエリアへの回遊を促進し、混雑の緩和を図った。</p> <p>■ 「おおさかメディカルネット」の掲載と宿泊施設での発信 ・大阪府が外国人患者受入体制整備の一環として運営する医療情報サイト「おおさかメディカルネット」の紹介を新たに掲載し、外国人観光客が必要な医療機関情報へアクセスできる導線を整備した。 ・作成したパンフレットは、会員店舗の協力により店頭での設置・配布を行うとともに、商店街周辺の宿泊施設約100か所に100部ずつ配架し、宿泊施設を拠点とする観光客に対して、来街前の段階から同商店街や周辺地域の情報を届ける仕組みを整えた。</p>	<p>■ 外国人観光客の回遊促進 ・外国人観光客が周辺エリアの位置関係や通りの名称を把握しやすくなったことで、道に迷うなどの商店街および周辺地域を回遊するうえでストレスが軽減され滞在環境の質の向上につながった。 ・周辺への観光情報を分かりやすく案内したことで人流がより大きな範囲に広がり、混雑が緩和傾向にある。</p> <p>■ 宿泊施設連携による認知拡大と持続可能な来街環境づくり ・パンフレット内に医療情報への導線を設けたことで、観光情報とあわせて必要な医療情報にもアクセスしやすい状態となり、緊急時でも迷わず情報を確認できる体制が整った。これにより滞在中の不安の軽減や安心して過ごせる受入環境の向上に寄与した。 ・宿泊施設への配架を通じて同商店街の認知機会が拡大し、来街動機を創出した。 ・今後は大阪府関係部局をはじめ、周辺観光施設や宿泊事業者、地域団体等との連携をさらに強化し、外国人観光客の受入環境の充実と地域全体の回遊促進に継続的に取り組んでいく。</p>

〈商店街のコメント〉
<p>■ 訪問していただいた方々に地名など覚えていただくことで、少しでも記憶に残り、愛着をもっていただけるよう道路通称名の英語表記を加えました。商店街の立地からその個性や歴史が理解していただければ嬉しいです。また、急な体調不良など不慮の事態に備えて相談窓口を掲示しました。インバウンド旅行者の方々に健康に旅を楽しんでいただき、良い思い出を作っていただければ幸いです。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>パンフレット（表） パンフレット（裏） 配架の様子</p>	<p>■ 主催：心齋橋筋北商店街振興組合</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/shinsaibashisujikita/</p> <p>■ 心齋橋筋北商店街 公式HP https://shinsaibashi.ne.jp/</p> <p>■ 心齋橋筋北商店街 Instagram https://www.instagram.com/shin_kita/</p>

〈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 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4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、語り部の音声スタジオ収録し、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代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 패턴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行きたくなり商店街に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〉
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／万博開催600日前！折り鶴とお笑いで盛り上げる (R5.10.24) 大阪府／自由に歩き、会話もできる「V R 道具屋筋商店街」 (R5.3.3) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
調理道具のプロ集団、大阪・千日前道具屋筋商店街が日本の道具文化を未来につなぐ「絆具」(つなぐ) ブランドを立ち上げ	<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4年度がんばろう！商店街事業 	
〈事業概要〉	<p>■ 道具の専門店が多い商店街として、道具専門店が減少している中でも飲食店が増加していることに危機感を持った商店街青年部の若手店主たちが、先人たちの築き上げた料理文化に関わる「道具」を未来に繋いでいくため、平成30年に「絆具(つなぐ)推進委員会」を設立し、道具屋筋のプロデュース力を生かし、競合に真似できないオリジナルブランド「絆具(つなぐ)」を立ち上げ、商品開発を展開。</p> <p>■ 平成31年2月に第1弾の商品を販売し、現在は第6弾まで開発している。本ブランドにより、食文化・道具文化に関心を持ってもらい、ビジネスとして成り立たせる方法を模索しつつ、千日前道具屋筋商店街のネームバリューも活かしながら、顧客とメーカーをつなぐ「ハブ」として、伝統の道具を将来へ受け継がせていく取り組みを実施。</p>	
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①「道具」を通して文化を継承したい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道具専門店と料理人との接点が減少している ・道具屋筋でしか買えない道具が少なくなっている ・道具屋筋の認知低下により顧客化が不十分 ・道具屋筋のプロデュース力を活かして商品開発がしたい ・競合に真似できないオリジナルブランドを立ち上げたい <p>⇒H30年「絆具(つなぐ)推進委員会」を設立</p> <p>②オリジナルブランド発展のための課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランドの認知向上を図りたい ・ワークショップなどを開催して、販促や認知度アップに努めたい ・広報活動の継続が難しい ・オリジナルブランド開発予算、開発する時間を作るのが難しい 	<ul style="list-style-type: none"> ■ H30年に「絆具(つなぐ)推進委員会」を設立し、新しい認定商品の開発プロジェクト始動 ・驚かないもの、響かないものは認定しないことでブランド価値を守りながら、青年部の各個店毎にオリジナル商品を開発。 ・第6弾はR6年2月にプレスリリース(販売は既に開始している)。 ■ ブランドの認知度をあげるためにワークショップを開催 ・商店街店舗や商店街イベント、催事出店の際に開発した商品の実演や商品体験を実施し、商品の認知度拡大を図る。 ■ 商品のPR動画を作成し広報活動に取り組み ・商品の利用方法や実際に使用している様子のPR動画を作成し、HPやSNSなどで「広めよう道具屋筋」をテーマに配信。 ■ R3年 子ども達との接点作りの為にカードゲーム「テコカコテ」開発 ・子ども達が普段見ることのない、古くから継承されてきた道具を知ってもらいたいという想いから制作。 ・道具の成立や名前の由来などが楽しく学べるように考案。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 広報活動では、ネットメディアを中心に情報拡散を図った。結果、Smart News(8日間)、Yahoo!コンテンツディスカバー(7日間)で、どちらも9,000回を超えるPV数を獲得した。その後、取材の依頼が増え、様々なメディアで取り上げられた。その他、百貨店、大阪梅田、道具屋筋祭りの催事に出展。 ■ カードゲーム「テコカコテ」は、地域の学校や福祉施設などへ寄贈するほか、販促ツールとしても利用。引き続き、「テコカコテ」を通じて、遊びながら道具に親しんでもらえるように、文化継承に取り組んでいる。 ■ 商品の開発は第7弾まで進めているが、運営体制を整えて更にブランドを展開させることを目的に、ブランディングの専門家の力を借り、個店に対して助言をすることから商品開発をする方向性など、手法を変えることも検討している。 ■ 探究心を忘れない道具のプロ集団が始めた挑戦は、食文化・道具文化を継承するための未来を見据えて活動を継続している。
〈商店街のコメント〉		
<p>■ この取り組みが千日前道具屋筋商店街を知っていただく為の接点作りになればと考えています。商品を売るだけの店ではなく、顧客のニーズを汲み上げ、それをメーカーに伝え、より満足度・付加価値の高い商品を開発していくというハブの役目が大切だと思っています。量販店やネット販売ではなく、顧客、またメーカーとも距離の近い商店街という立ち位置で、長年培った「道具屋筋商店街」という信頼とネームバリューの力も味方に、本物にこだわった商品開発を進め、価値の高い取り組みを続けていきたいです。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>プロジェクトの中心メンバー</p>  <p>商品開発打合せ</p>  <p>プロジェクト「絆具(つなぐ)」ロゴ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 主催：千日前道具屋筋商店街 	
〈HP・SNS等〉		
<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/ ■ TSUNAGU(絆具) HP https://www.doguyasuji.or.jp/tsunagu/ 		

〈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：南海、近鉄、大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：52店	大阪府／万博開催600日前！折り鶴とお笑いで盛り上げる（R5.10.24） 大阪府／自由に歩き、会話もできる「VR道具屋筋商店街」（R5.3.3）ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
ChatGPTをお店の“頼れる相棒”に！AI生成活用術セミナー開催！	<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4年度がんばろう！商店街事業 	

〈事業概要〉
<p>■ここ数年で広まった生成AIは、日常業務を効率化し、企業の生産性を飛躍的に向上させる技術として注目を集めており、資料作成やデータ分析の自動化、問い合わせ対応の迅速化など、幅広い業務で活用が可能になっている。そこで、同商店街では、組合員が日常の業務で活用できるように、AIツールの実践方法を学べるセミナー「ChatGPTをお店の頼れる相棒に！」を全2回開催。商店街全体でAI生成活用術の運用強化をめざした。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 情報発信や販売促進デジタル化の運用強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNSやホームページを活用できる店舗に限られ、商店街全体としての発信力にばらつきが生じている。 ・青年部の間でも、「AIを使って業務を効率化したい」や「SNS投稿に困っている」などの意見が寄せられている。 ・訪日観光客の増加により、英語や中国語などの多言語対応の必要性も高まっているが、現場のスタッフが十分に対応できない。そのため、誰でも簡単に使えるAIツールを学び、文章作成や翻訳、SNS投稿、データ分析、販促素材の作成などを効率化し、商店街全体の魅力発信と業務改善につなげたい。 	<p>■ 組合員へのAI生成活用術セミナーを開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セミナーの案内は、組合員に向けた案内文や総会での告知、公式LINEグループなどを通じて行い、青年部メンバーを中心に口コミでも周知を図った。 ・第1回目は、実際にスマートフォンやパソコンを使いながら、文章作成やSNS投稿、POP制作、外国語対応などの基礎的な活用の操作体験を行った。 ・第2回目は、応用編として、ChatGPTを活用した多言語接客やExcelでのデータ分析、AIによる画像生成やキャラクター制作、動画・音声活用、さらには店舗PR用のオリジナルゲーム制作まで幅広く学んでもらった。 ・参加者数は、第1回・第2回ともに10名の参加となった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー後、参加者が少しずつAIを身近に感じるようになり、日常の中でChatGPTを使う姿も見られるようになった。 ・チラシやSNS投稿の文章を考える際に相談したり、「お礼メールの文面を考えて」と頼んでみると、業務のサポートツールとして試す店舗が増えた。「今日はどんな投稿が良いかな？」といった雑談のようなやり取りを通じて、ChatGPTとの会話を楽しむ参加者もいた。 ・「SNS更新のハードルが下がった」や「こんなに簡単に文章が作れるとは」「POPや投稿文がすぐに作れて便利」といった前向きな反応が多く寄せられた。 ・画像生成や動画活用への関心も高く、「自店でも試してみたい」という意見が増え、実際に店舗単位で導入を検討する動きもあつた。 ・セミナー開催によって、AIを“難しい技術”ではなく、“気軽に話しかけられる相棒”として活用する意識が広がり始めている。

〈商店街のコメント〉
<p>今回のセミナーを通じて、組合員の皆さんがAIを「特別な技術」ではなく「身近なサポートツール」として捉えるようになったことが大きな成果でした。回を重ねるうちに「こんなに簡単に文章が作れる」「お客様への案内を考えるのが楽になった」といった反応が増え、実際に活用を始める店舗も見られました。今後は、各店舗の発信や販促に合わせた実践的なAI活用を進め、商店街全体の発信力向上につなげていきたいと考えています。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div data-bbox="76 1173 415 1430" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="152 1439 286 1466">セミナーの様子</p> <div data-bbox="505 1173 952 1430" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="662 1445 756 1472">活用事例</p>	<p>■ 主催：千日前道具屋筋商店街</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/sennichimaedougyuasuji/ ■ 千日前道具屋筋商店街 公式HP https://www.doguyasuji.or.jp/ ■ 千日前道具屋筋商店街Facebook https://www.facebook.com/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〉
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：134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〉	
地域と企業、観光客が一体となった、クリーン活動「スマートごみ箱」を導入！ 安心安全できれいな街づくりで、関西を代表する国際観光都市へ。	■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〉

同商店会は、大阪を代表する観光地として国内外から多くの観光客が訪れ、街並みを散策しながら楽しめる「食べ歩き」が人気となっている。しかし、商店街にはごみ箱を設置しておらず、「ポイ捨てごみ」による景観の悪化や公衆衛生への対応が課題となっていた。令和5年に大阪・道頓堀エリアの地域課題である「ポイ捨てごみ」の削減対策としてICTを活用したごみ箱(以下 スマートごみ箱)を同商店会エリア内の10か所に設置する取り組みを行った。地域と企業、観光客が一体となった、クリーン活動「スマートごみ箱」の導入で安心安全できれいな街づくりを進めながら、日本文化を伝えられる国際観光都市としてのさらなる発展をめざしている。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■「安心安全できれいな街」に向けて</p> <ul style="list-style-type: none"> 同商店会内では、来街者の8割がインバウンド観光客であり、特に食べ歩きに起因する「ポイ捨てごみ」による景観の悪化や公衆衛生などのオーバーツーリズム問題が発生している。 クリーン活動の活性化と多角化を図り、世界に誇れる国際観光都市「大阪・道頓堀」の更なる魅力の磨き上げを行いたい。 地域やパートナー企業と力を合わせて、サステナブルな観光都市を作っていきたい。 	<p>■「道頓堀クリーンプロジェクト」の発足</p> <ul style="list-style-type: none"> R5年に、商店会と地域企業がタッグを組みクリーン活動を開始。 観光庁の補助金を活用し商店会エリアの一角に「スマートごみ箱」を仮設置する実証実験を行った。 実証実験の結果、スマートごみ箱の設置エリアにおける「ポイ捨てごみ」は、設置前と比較し約4割の削減効果がみられたことから、本格設置に向けた検討を進め、ごみが溢れない運営のあり方、蓄積したごみの回収方法などを検討し、道頓堀商店会エリア内の30メートル間隔10か所に設置し、本格的な運用をスタートさせた。 スマートごみ箱は、ICTを活用し、ごみの蓄積状況をクラウド上でリアルタイムに把握できるとともに、内部で自動的にごみを圧縮し、ごみ箱が満杯になる前に通知される機能が搭載されている。 	<ul style="list-style-type: none"> 実証実験を通して地域(同商店会加盟店)とごみ回収事業者などの連携による地域運営で「ごみが溢れないごみ箱」の運用、収集したごみ回収および継続運用の実現性などの見通しを図れた。 主体は商店会だが、事業化計画と事業推進は民間、公道への設置や補助金の活用という点で行政とも一体となって取り組めた。 今後は、スマートごみ箱への広告掲出やクリーン活動を盛り上げてくれる協賛企業も募集を行っていく予定。 この「スマートごみ箱」は、遠隔監視やセンサーなど多機能を備えているので、これらを活かした人流把握による来街者分析や防犯対策の考案など活用法は多岐に渡る。今後も「スマートごみ箱」の設置を通して、「安心安全できれいな国際観光都市」を作っていきたい。

〈商店街のコメント〉

■道頓堀商店会では、「国際観光都市」をめざし、「安心・安全できれいな街づくり」に取り組んでいます。令和5年には、街の美化を目的として「IoTスマートごみ箱」を設置し、さらに令和6年には、防犯・防災スピーカーを設置しました。加えて、インバウンド観光客に向けたマナー啓発を目的として、4か国語による音声放送を毎日実施しています。一方で、道頓堀周辺には喫煙所が少なく、たばこのポイ捨てが多く見られることが課題となっていたため、屋外開放型喫煙所の設置を進め、令和8年2月に新たな喫煙所が整備されました。今後も地域一丸となって快適な環境づくりに取り組んでいきます。

〈写真〉



スマートごみ箱



ゴミの蓄積量をスマホで遠隔把握



集積ゴミの一斉回収

〈連携・協力〉
<ul style="list-style-type: none"> ■主催：道頓堀商店会 ■共催：株式会社JTB、NTTコミュニケーションズ株式会社、株式会社フォーステック、合同衛生株式会社

〈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/dotonbori/>
- 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〉



R4年度 多言語化対応したポータルサイト



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



R6年度 イベントチラシ

〈連携・協力〉

- 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

〈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/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〉
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／浮世絵やアート体験で南地中筋商店街をP.R. ndi.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＞ ndi.go.jp (R5.3.3)ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
インバウンドとローカルを「つなぐ」チャレンジ ～商店街はあなたの街のグリーター～	<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〉	〈過去の取り組み〉	
<ul style="list-style-type: none"> ■大阪なんばの中心に位置する南地中筋商店街は、観光客の多さから路上喫煙やオーバーツーリズム等の問題を抱えていた。そこで、地域課題(オーバーツーリズム問題、喫煙所問題、トイレ問題、違法駐輪)への対応により、地域と来街者がともに快適に生活できる姿をめざすため、啓発チラシやポスター等の作成と、それらのプロモーションを同時に行った。あわせて、商店街近隣の教育機関に在籍する外国人留学生と連携したインバウンド向けのプロモーション動画も作成し、若い世代の活躍の場を創出する取り組みを実施。 	<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 	
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①地域課題への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドの増加によるオーバーツーリズム ・ゴミやタバコのポイ捨てや、路上喫煙の増加 ・商店街店舗に、トイレだけを利用する客が増加 ・違法駐輪が増加 ・各店舗のみでは、インバウンド客と言葉が通じず対応できない <p>②デジタル対応の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街内に、デジタル対応できる専門家がいない ・Googleマップを取り入れたい 	<ul style="list-style-type: none"> ■観光客向けGoogleマイマップの構築 & 公式HP更新 ・喫煙所、公衆トイレ、駐輪場、商店街店舗の情報などを登録したGoogleマイマップを作成。これら作成したマップを、商店街公式HPに掲載した。 ■インバウンド向け案内チラシ、ポスター、三角POPの制作 ・作成したGoogleマイマップのQRコード等を掲載した案内チラシ・ポスターを多言語(日本語・英語)で作成。インバウンド客たちがチラシやポスターから情報収集できるように、商店街内や店舗に掲出した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・Googleマイマップで案内している各施設のアクセス数は、トイレ1,514回、喫煙所473回、駐輪場307回、商店街5,354回。多くの来街者や観光客に閲覧された。(R6年11月現在) ・マップや案内チラシの作成によって店主の対応の手間が軽減され、インバウンド客と商店街店舗の双方のストレスが軽減された。 ・「南地中筋商店街秋祭り」会場での来街者アンケートでは、外国人旅行者は全体の74%が食事と買い物をするために訪れており、35%が3回以上難波に来たことがある等、来街者の傾向が分かり今後の活動の参考となった。
<p>③若者による持続的な地域商業・雇用活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信力の向上や発信コンテンツ制作に取り組めていない ・若者をターゲットに、商店街の認知度や魅力の向上を図りたい ・地域に住む外国人留学生と連携して、インバウンド向けのプロモーション動画を作成したい ・学生の就業活動支援に貢献したい 	<ul style="list-style-type: none"> ■インバウンド向けの商店街プロモーション動画を制作 ・商店街近隣にある、エール学園ICT校に在籍する外国人留学生3名が商店街を取材し、動画制作を実施。商店街でもそれらを更にブラッシュアップし、プロモーション動画3本を制作した。 ・既存のアカウントがあるInstagramに加え、TikTokでも商店街公式アカウントを新規で開設し、動画の配信を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・Instagramの総再生回数は449回だったが、TikTokの総再生回数は1576回とInstagramの3倍になり、TikTokの効果を実感した。 ・今回の成果を糧に、今後はTikTokを中心に「昭和レトロ」「食事」「買い物」などをキーワードに動画を独自で制作し、継続してプロモーションの発信を行っていきたい。

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> ■当商店街の課題(オーバーツーリズム等)について、各店舗や地元町会と協議した結果、それらは地域全体の課題であることがわかり、私たちの課題解決が地域全体の課題解決に繋がると確信できました。インバウンドへの啓発活動も大事ですが、それ以上に私たちが情報を発信し、届ける仕組みを作ることがより重要だと感じました。その価値観で本事業に取り組んだ結果、地域住民と旅行者のすべてが快適に過ごせる街に一步近づいたと思います。また、外国人留学生をはじめ地域の若者と連携したことで、若者の活躍の場の提供にも貢献できましたし、私たちの商店街や地域への理解も深まったと感じています。これからも引き続き地域の課題解決をめざしていきます。

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div data-bbox="60 1223 309 1412" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="82 1422 297 1472">GoogleマイマップQRコード付ポスター設置の様子</p> <div data-bbox="366 1223 654 1412" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="370 1422 635 1472">外国人留学生が商店街を取材する様子(動画制作用)</p> <div data-bbox="709 1223 952 1431" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="731 1442 952 1468">商店街公式Instagram</p>	<p data-bbox="1007 1171 1148 1197">〈連携・協力〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ■主催：南地中筋商店街振興組合 ■協力：エール学園ICT校 <p data-bbox="1007 1294 1164 1319">〈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/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〉
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・南海・近鉄 なんば駅 店舗数：40店舗	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〉	
「ミナミは徒歩で楽しむ」を啓発！ 官民連携「ミナミ自転車対策ワーキング」参画と商店街独自の放置自転車対策	■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>■南地中筋商店街が位置する大阪ミナミエリアでは、平成12年頃から放置自転車の増加が顕在化し、通行の妨げや緊急車両の進入阻害といった安全面での課題が深刻となっていた。大阪・関西万博開催を見据え、令和5年4月には官民協働の「ミナミ自転車対策ワーキング」が設立され、放置自転車実態調査、リアルタイムでの撤去、市民・商店への啓発を柱とする社会実験「大阪ミナミ『アルケルイケル』プロジェクト」が始動。同商店街もプロジェクトに参画するとともに、独自の啓発活動を進めることで、自転車を利用する来街者の行動変容と安全・安心な通行環境の確保をめざしている。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■放置自転車問題の再認識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R7年に商店街が位置する法善寺横丁周辺でばや騒ぎが発生。その際、違法駐輪車両により消防車の進入が妨げられる事態となり、有事の安全確保の観点からも放置自転車問題が地域課題として改めて浮き彫りになった。 ・周辺は大阪市条例で放置自転車禁止区域に指定されており、官民協働で対策を講じているが、違法駐輪は依然として後を絶たない状況。万博控え、国内外からの来街者増加が見込まれるなか、安全な通行環境を確実に実現したい。 <p>■店舗経営と安全性に及ぼす影響</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これを受け、商店街組合員を対象にアンケートを実施。 ・店舗前や入店動線上の放置自転車により、美観の低下や入店のしづらさが生じているとの声が多数寄せられた。 ・前述したように、有事に緊急車両の進入が妨げられる可能性が高いことも踏まえ、商店街としてその対策を講じる重要性を組合員に共有し、早急に対策を検討した。 	<p>■商店街独自の違法駐輪抑止と多言語啓発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・違法駐輪禁止啓発看板を設置するとともに、違法駐輪車両には組合員が啓発物を取り付けるなど、現場での注意喚起を徹底した。 ・商店街公式Instagramやホームページ上で、理事長自らが違法駐輪の実情や条例内容、活動意義を訴える動画を制作・発信。 ・同商店街が所在する大阪ミナミエリアは外国人も多い。違法駐輪者は日本人が多いという実態を踏まえつつも、条例を知らない外国人就労者等にも正確な情報を届けるべく、近隣のエール学園の協力を得て外国人留学生が外国語で呼びかける動画も制作し、英語、中国語、韓国語、ベトナム語、ミャンマー語の多言語で配信した。 <p>■官民連携プロジェクトの一員としての積極的な参画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・官民協働プロジェクト「ミナミ自転車対策ワーキング」の一員としてテレビ報道番組の取材対応を行い、社会課題としての認知向上に努めた。また、ミナミに所縁のあるシンガーソングライターやアイドルグループが出演する啓発動画制作にも関与し、SNS情報発信プロジェクトのメンバーとして情報拡散を担った。 	<p>■商店街内の違法駐輪車両の大幅減少</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的な啓発と官民協働の効果により、現在、南地中筋商店街内で見受けられる違法駐輪車両は取組み前の約5分の1まで減少した。取組は現在も継続しており、日常的な声かけと情報発信を通じて、放置自転車の無い環境づくりをめざしている。 <p>■エリア全体での行動変容と持続効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪ミナミエリア全体としても放置自転車は減少傾向にある。 ・R6年「ミナミ自転車対策ワーキング取組報告」によれば、調査エリア全体の放置自転車台数は時間平均で最大11%減少し、時間帯別では最大38%減少するなど、具体的な数値でも改善が確認された。リアルタイムでの撤去と報道による周知効果により、減少傾向は1か月以上持続し、撤去作業を実施しない日曜でも減少が見られた。自転車利用から徒歩への行動変容が生じていることがうかがえ、今後も「ミナミは徒歩で楽しむ」「自転車は押し歩き」「駐輪は必ず駐輪場で」という方針を徹底し、自転車利用40%削減の目標達成に向けて取組を継続していく。

〈商店街のコメント〉
<p>■R6年度の「商店街等モデル創出普及事業」で商店街の環境改善に関する取組を実施し、その取組が発展して現在は地域団体と連携した取組へと進化しています。放置自転車はごく一部の自転車利用者による行為ではありますが、まちの景観や店舗の営業に悪影響が出るだけでなく、時にまちの安全や人命に悪影響を及ぼす事態ともなりえます。また、それらの対策には毎年多くの税金が投入されており、それを実感した今、放置自転車対策により一層努め、街の安心安全を叶えていきたいと考えています。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉		
 <p>緊急車両進路を阻む違法駐輪</p>  <p>違法駐輪車に注意喚起</p>  <p>理事長による違法駐輪防止の啓発動画</p>	<p>■活動連携：ミナミ自転車対策ワーキング、ミナミまち育てネットワーク</p> <p>■啓発協力：学校法人エール学園</p> <tr> <th data-bbox="980 1307 1952 1357">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="980 1357 1952 1481"> <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/nanchinakasuji/</p> <p>■南地中筋商店街 公式HP https://nanchinakasuji.com/</p> <p>■南地中筋商店街 Instagram https://www.instagram.com/nanchinakasuji/</p> </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<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/nanchinakasuji/</p> <p>■南地中筋商店街 公式HP https://nanchinakasuji.com/</p> <p>■南地中筋商店街 Instagram https://www.instagram.com/nanchinakasuji/</p>
〈HP・SNS等〉			
<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/nanchinakasuji/</p> <p>■南地中筋商店街 公式HP https://nanchinakasuji.com/</p> <p>■南地中筋商店街 Instagram https://www.instagram.com/nanchinakasuji/</p>			

〈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〉

- 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。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①インバウンドも楽しめる企画を実施 ・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。
②地域と連携し商店街の魅力を発信したい ・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〉

- 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。

〈写真〉



R5年イベントチラシ



R5年度 学生による取材風景



R6年度 イベントチラシ

〈連携・協力〉

- 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

〈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/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/>

〈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：49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〉	
ミュージシャン達の夢への第一歩、「UTA-1歌うまっ！グランプリ」開催 世代や言葉の壁を越える音楽で活気あふれる商店街へ！	<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>■ 多くの若者・インバウンド観光客でにぎわう大阪ミナミの中心に位置する同商店街は、国籍・世代を超えて人と人とを繋ぐ音楽溢れるまちづくりをめざして、ミナまち育てネットワークなどと連携しながら音楽に関連したイベントを開催している。令和3年から音楽アーティスト達の活動の場を商店街が提供し、商店街公認ストリートLIVEを主催。年々参加を希望するアーティストが増加し、現在では出演枠が追いつかないほどの盛況となっている。そのためアーティストの活動拠点は、周辺の商業施設やコンサートホールにも拡大し、ミナミエリアでは商店街を中心に、音楽と共存する文化圏が形成されつつある。こうした取り組みの結果、令和6年には「UTA-1歌うまっ！グランプリ」を開催することとなった。</p>		
〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 持続的に若者と地域との連携を図りたい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・難波という立地を活かし、若者をターゲットにして商店街の認知度や魅力を向上させたい。 ・特に、若い世代によるストリートライブを活用したイベントを開催することで、商店街のイメージアップを図りたい。 ・同商店街を中心としたミナミエリアの4商店街では、R3年から毎週水曜日（月3回）に「公認ストリートライブ LIVE EFFECT」を実施している。取組に賛同してくれている地域の方々から、切磋琢磨するアーティスト達に野外だけではなく、音響・照明効果が高いホールで歌わせてあげる機会を作れないかとの要望が商店街に寄せられた。 	<p>■ 「UTA-1歌うまっ！グランプリ」の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R6年にアーティストたちが栄光をかけて歌声を競い合うイベントとして「UTA-1歌うまっ！グランプリ2024」を初開催した。R7年は8月に優勝者決定戦である本選を開催。 ・出場者募集は、商店街が運用するLIVE EFFECT公式X(旧Twitter)で実施。商店街やミナまち育てネットワークの関係者等による審査を経て本選出場者の5組を決定。 ・コンテスト前には、商店街の大型バナーに出場者5組の紹介を掲示し、イベントの認知度向上と周知をおこなった。 ・グランプリ選出は、観覧者の投票と、審査委員による歌唱力、パフォーマンス、自己PR、ステージ構成の4項目の総合得点で評価した。 ・グランプリ受賞者には3か月間自らの楽曲を商店街のBGMとして放送する権利が与えられた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R7年度にグランプリに選出された生田瑚桃さんの受賞曲は商店街で3か月にわたり放送され、商店街に活気をもたらすとともに、アーティストとしての認知度向上にも貢献できた。 ・来街者やコンテスト観覧者からは、商店街で実施している「LIVE EFFECT」や「UTA-1歌うまっ！グランプリ」などの音楽イベントが、商店街の雰囲気や来街者の気持ちを明るくするといった好意的な意見が多く寄せられた。 ・このような音楽を活用した取組は、若い世代や音楽ファンとの接点を生み出すだけでなく、外国人旅行者の多い大阪ミナミの活性化においても重要な取組の一つとなった。 ・今回のコンテストは東京や静岡など遠方に居住する観覧希望者や応募アーティストからの反響もよく、より多くの人に認知してもらるように、来年の実施に向け準備を進めている。
〈商店街のコメント〉		
<p>■ 大阪随一のエンターテインメントの街ミナミ。より一層エンタメ・音楽シーンを楽しめる場所が増えれば、地域の活性化や賑わいづくりに繋がると考えています。しかしながら、路上でのパフォーマンスには遵守すべきルールもあります。そこで私たちは商店街道路の使用許可を取得したうえで、商店街公認ストリートライブを開催し、身近にストリートで音楽が楽しめる環境を作り上げてきました。その活動の集大成として、4商店街合同でコンテストを開催、優勝者には各商店街での楽曲放送などの特典を贈呈しています。これによりミュージシャンの育成や成長ならびに街の活性化や賑わいづくりの双方の目的を叶えることができていますので、今後も継続して、地域と連携しながら取り組んでいきます。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>イベントチラシ</p>  <p>R7年グランプリの生田瑚桃さん</p>  <p>グランプリ・出場者記念撮影</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 共催：難波センター街商店街、ミナミ千日前商店会、なんば南海通商店会、南地中筋商店街 ■ 協賛：ミナまち育てネットワーク、合同衛生株式会社 <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/ ■ 街中ストリートライブ「LIVE EFFECT」公式X https://x.com/LiveEffect2021 	