

事業名；高齢者に優しい商店街づくり事業（委託事業）

平成25年度当初予算
商業振興ビジョン『地域密着型支援の強化』

事業の目的

商店街の活性化とまちづくりの有機的なつながりを一層促進し、商店街の持つ社会的有効性を発揮させるとともに、今後も地域住民にとってなくてはならない「場」の存在価値を高めることを目的に、商店街（モデル地区一箇所）とまちづくり団体の先進的な協働事業を支援することで、商業振興ビジョンの推進とともに商店街活性化に寄与することを目的とする

事業の内容

市内全商業集積地に公募し、書類選考及びプレゼンテーション方式による選考会でモデル団体を一箇所選定し、市単費による委託事業として実施する。

公募条件としては、

- ①商店街とまちづくり団体※の協働事業であること
 - ②具体的なまちづくり活動が展開されること（活動内容の中心が高齢者支援又は障がい者支援であること）
 - ③商店街の空き店舗等、事業の活動拠点が商店街内またはその周辺にあること を想定している。
- ※まちづくり団体…大学、自治会、NPO、まちづくり協議会（商店街が構成メンバーでも可）等。

予算

3,000,000円（委託料）

事業イメージ

平成24年度実績（スマイル瓢箪山）

（社）瓢箪山地域まちづくり協議会と連携し、高齢者に優しい商店街づくり事業を推進。

- ・高齢者のための休憩施設（長いす）の設置
- ・買物困難者のための買物代行・宅配サービス
- ・認知症サポーター養成講座の開催及び買物支援協力店マップの作成
- ・高齢者の文化活動スペースの設置と提供
- ・高齢者が行う文化活動イベント（地域観光ツアー、昔遊び教室、郷土料理教室）等



期待される効果または目標

- ・高齢者や障がい者に優しい商店街づくりの推進
- ・活動拠点を商店街に据えることで「商店街＝地域生活の拠点」として再認識
- ・まちづくり団体等との連携や関係が強化なものとなることから、地域のニーズを的確に把握できる

事業名；商店街コンシェルジュ事業(委託事業)

平成25年度当初予算
商業振興ビジョン『地域密着型支援の強化』

事業の目的

今後の高齢社会に対応した商店街づくりを推進し、地域の生活拠点、身近な買物場所としての商店街の存在を改めて確立、訴求することで商業振興ビジョンの推進とともに商店街活性化及び近隣住民(消費者)の暮らし向きを向上することを目的とする。

事業の内容

- 市内全商業集積地に公募し、選考会でモデル商店街を一箇所選定し、市単費による委託事業として実施する。
- 受託者であるモデル商店街はコンシェルジュ(案内係)を配置し、業務サービスを展開する。
- 業務内容としては、高齢者等の来街者に対するホスピタリティときめこまやかな支援を想定。
(例)①お店の案内や荷物運搬の手伝い
②カートの貸出・自転車の整理・公共施設の案内
③商店街情報だけでなく地域情報も提供
- コンシェルジュは上記支援機能に加えて、来街客からの要望や意見を適宜汲み取り、商店街へフィードバックすることで、商店街は顧客ニーズを把握し今後の商店街運営に活かすことができる。

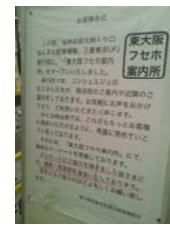
予算

3,000,000円(委託料)

事業イメージ

平成24年度実績(布施本町商店街)

- ・来街者に対する商店街情報や地域情報の提供や案内業務
- ・来街者に対する買物支援(カートの貸し出しや荷物の運搬サポート等)
- ・来街者に対する商店街アンケート調査業務



期待される効果または目標

- ・来街客の「不」の解消(不満・不便・不安)
- ・高齢者が安心して、楽しく買物していただくための仕組みづくり
- ・的確なニーズ把握による商店街事業の発展性の構築
- ・モデル事業の成果普及による市内商店街への波及と水平展開

事業名 ; 商業振興コーディネート事業(委託事業)

平成25年度当初予算
商業振興ビジョン『推進体制の強化』

事業の目的

・市内ほとんどの商業集積地は、意欲はあっても計画づくり、事業化、専門家等とのネットワークづくりなどになかなか踏み込めない状況である。このような思いを大事に育てていくことは商店街の活性化にとっても重要なことである。この思いを実現に向けての事を目的とする支援策である。

事業の内容

・モデル商業集積地へのコーディネート業務
モデル地区を市内13商業集積地から1地域公募選定し、意欲はあるもののノウハウやネットワークが構築できていない商業集積地が効果的な事業提案、実施できるよう後押し(コーディネート)を行い、その成果を普及する。以下委託内容。

- ①ヒアリングやワークショップ等(月1~2回程度)の手法を用いた商業集積地域の課題設定や地域ニーズの掘り起こし
- ②商業集積地の中長期的なビジョンや計画づくりの支援商業集積地のプロジェクトの企画運営支援
- ③住民や団体等との連携を図るためのコーディネート
- ④商店街観光や情報発信事業、広域集客のためのしかけづくり
- ⑤上記事業実施に向けた社会実験の企画運営支援

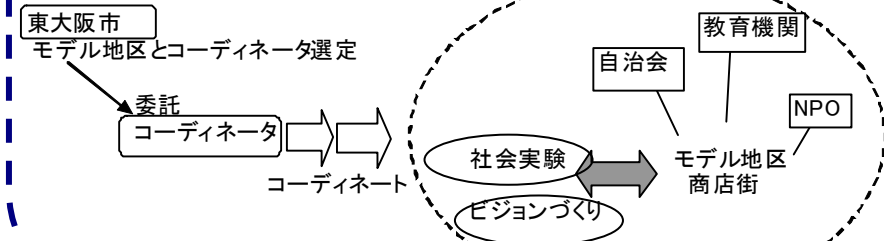
予算

2,000,000円(委託料)

事業イメージ

平成24年度事業実績(小阪商店連合会)

コーディネーターの支援のもと、個店ヒアリングやワークショップを開催し、「お店」のファンが増える取組みが共通テーマに設定された。若手商業者が中心に「小阪まちゼミの会」が結成され、まちゼミ実施までのサポートを行った。



期待される効果または目標

商業振興ビジョンの3つの基本方向の推進と確立

- ・地域密着型支援の強化
- ・元気グループ推進型支援の強化
- ・地域資源活用・広域集客形支援の強化

事業名;商店街活性化モニター調査事業(委託事業)

平成25年度当初予算
商業振興ビジョン『推進体制の強化』

事業の目的

消費者ニーズが多様化する中で、消費者が商店街に求めていること、商店街の中の個店(専門店)に求めていることを的確につかむことは、これまで以上に重要になってきている。今後、具体的な対応策を考える場合には、さらに直接的なニーズを把握することが重要である。

事業の内容

消費や購買に意欲的な女性モニターによって、商店街と各店舗の調査を行い、良い点や改善点などをフィードバックすることで、今後の商店街及び各店舗の活性化に資することを目的として実施するものである。なお、今回の事業を通じて、調査だけでなく、商店街や個店のファンづくりに結びつけることももう一方のねらいとして想定しながら取り組むこととする。

※調査対象商店街:市内3団体

【調査内容(案)】

- (1) 調査の企画・設計
- (2) 対象3地区の募集・決定
- (3) 調査員の募集
- (4) モニター調査の実施
- (5) グループディスカッション
- (6) 調査報告書の作成
- (7) 調査報告会の実施

予算

2,500,000円 (委託料)

事業イメージ

- ・本調査を行うにあたって、市内商業集積地区から5地区の募集を行い、対象地区を決定
- ・モニター調査員は、ショッピングに興味があって、日常的に買い物をし、かつ情報発信力のある「女性」
- ・モニター調査結果をもとに、対象地区ごとにモニター調査員が集まり、グループディスカッション。商店街側からは、元気な若手の店主がディスカッションに積極的に参加
- ・モニター調査結果とグループディスカッションの結果を踏まえ、各商店街や個店の改善ポイントを整理し、地区ごとの報告書を作成

期待される効果または目標

モニター調査員は、自身のブログかFB(フェイスブック)等を利用して、調査を行った商店街や個店の良いところ、面白いところの情報発信を1回以上して頂く。理想としては、その商店街の応援団として、引き続き情報発信や買い物に結びつくことを期待する。

事業名 ; 元気グループコーディネート事業(委託事業)

平成25年度当初予算
商業振興ビジョン
『元気グループ推進型支援の強化』

事業の目的

商店街で起業した新たな若手商業者の育成や、商業集積地内外の意欲的で元気な店主を発掘し、課題解決に向けたプレイヤーを確保しコーディネートを行うことで地域商業全体の活性化を図るため。

事業の内容

平成22年度より商業振興ビジョンに基づく支援施策として「元気グループ推進型支援事業」を立ち上げ、商店街内外の元気で意欲的な店主等で構成されるグループによる販路開拓等の取組みを支援する補助金制度を創設したが、補助事業の公募活用実績が伸びていない。元気グループのプロデュースやコーディネートが十分できていないことや、補助金制度そのものの周知不足等によりグループ活動を効果的に引き出せていないことが原因として考えられる。

そこで、商店街で起業した新たな若手商業者の育成や、商業集積地外の意欲的で元気な商業者の発掘やプロジェクトのコーディネートを委託する。

予算

500,000円(委託料)

事業イメージ

平成24年度実績(瓢箪山未来創生クラブ)

- ・商店街の若手商業者7店舗(ジンジャモール3件・サンロード2件・駅前東商店会2件)がグループを結成
 - ・課題設定:若手後継者不足への対応、事業の費用対効果低下検証、消費者と個店商業者とのニーズ変化への対応
 - ・研究テーマ:商店街に今後求められる形態とは何なのか。
10年後の個人商店
アンケート調査からの分析と研究
他の商業地域の新たな取り組み 等
- 課題とテーマに応じたコーディネーターによる講義型研修とワークショップ、視察研修会を開催(計7回)

期待される効果または目標

- ・コーディネーターによる商店街内外の店主グループづくりとネットワークの強化を通じた商業振興ビジョンの推進
- ・コーディネートを通じた人材育成と新たな活性化事業への布石

事業名；個店経営者セミナー事業（東大阪あきんど塾）

平成25年度当初予算
地域商業の経済的機能強化と
人材育成（個店支援）

事業の目的

魅力ある個店（繁盛店）づくりに必要な「経営改善」の感覚を養い、次代を担う商業者を育成する。

事業の内容

①東大阪あきんど塾

市内で小売業、飲食業、サービス業等を営む中小商業者を対象に、「東大阪あきんど塾」を立ち上げ、繁盛店になるための経営改善研修事業を開催。

※受講生アンケートをあきんど塾終了後に実施した。受講生満足度は88%と高いものであった。

②アドバイザー派遣事業

あきんど塾を通じ「個店を磨き直すきっかけ」などの経営課題に対して、アドバイザー（あきんど塾講師等）を派遣する。



予算

999,000円（委託料ほか）

事業イメージ

平成24年度 東大阪あきんど塾 開催実績

- 1 商店経営概論
- 2 マーケティング戦略 — 環境把握と分析 —
- 3 マーケティング戦略 — ストアコンセプトの確立 —
- 4 戦略策定事例演習と成功事例紹介
- 5 マーチャンダイジング — 売上アップ編 —
- 6 マーチャンダイジング — 効率化編 —
- 7 販売促進 — チラシ —
- 8 販売促進 — 顧客維持・POP —
- 9 経理と決算書
- 10 経営分析の基本

※アドバイザー派遣実績：計20回（過去生含む）

期待される効果または目標

- ・経営力強化による地域商業の経済的機能強化
- ・経営者間のネットワークづくり、元気グループの創出