

令和5年度大阪府商店街支援事業の効果検証について（商店街店舗魅力向上支援事業・商店街等モデル創出普及事業）

1. 考え方

本事業を通じて、成果目標の「ニューノーマルに沿ったモデルの創出と普及」「商店街の観光コンテンツ化と情報発信による観光・消費の促進」を、どの程度達成できたか、商店街および来街者に調査して検証

2. 調査概要

項目	商店街調査	来街者調査
調査対象	大阪府商店街支援事業 実施 137商店街	15歳以上の大阪府在住の方で 商店街に行ったことのある方
調査方法	郵送・FAX・メール	ウェブによるアンケート調査
調査時点	令和5年11月30日現在	令和5年12月10日～12月11日
調査数	発送：137、回収：100	1,000サンプル

3. 主な調査項目

商店街調査	来街者調査
<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の状況 ・府の商店街支援事業の取組みに対する評価 ・商店街での今年度の取組み ・商店街としての今後の取組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街への来街頻度 ・商店街を訪れる目的 ・府事業に対する評価

4. 調査結果の概要と、本事業管理委員会委員による評価

商店街調査	来街者調査
<ul style="list-style-type: none"> ○ 来街者の増減（昨年同期）は、4月に102%、10月に105%となり、人流緩和による来街者増加の傾向が見られた。 ○ 売上の増減（昨年同期）は101%であり、6割以上の商店街が本事業の取組みが売上増加に影響したと回答した。 ○ 大阪府の2事業について、いずれの事業も「評価する」「どちらかといえば評価する」が7割以上を占めた。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 大阪府の2事業について、「評価する」「どちらかといえば評価する」を合わせると約9割以上が評価された。 ○ 商店街を訪れる目的は「買い物」が87%を占め、地域商業の担い手としての役割が果たせている。 ○ 今年度新たに調査した「観光」は、買い物に次いで多く、商店街が観光コンテンツとしての評価を得ていることが判った。

○ 本事業のICT活用・バイローカルのモデル構築への支援や、観光コンテンツ化及び情報発信を通じ、来街者及び売上の増加に繋がった。

○ 商店街は地域商業の担い手であるとともに、観光コンテンツとしても評価を得ていることが判り、本事業が商店街の持続的な活性化に寄与している。

※調査結果の詳細は、本事業HPに掲載しています。