商店街向け 感染症対策を踏まえた イベント等実施マニュアル



令和 2 年 7 月 (令和 4 年 1 月改訂)

大阪府商店街等モデル創出普及事業事務局

はじめに

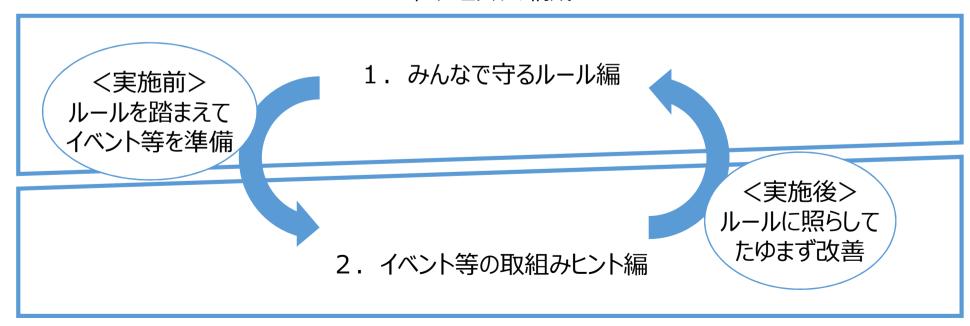
府民の暮らしや雇用を支える商店街は、地域のインフラとして重要な役割を果たすとともに、地域の 方々の交流の場としての魅力を備えています。

今後、商店街において感染症対策と経済活動を両立させていくためには、感染症の状況を踏まえつつ、商店街の活性化につながる需要喚起の取組みが必要です。

本マニュアルでは、商店街における需要喚起の取組みの準備等を支援するとともに、府民のみなさんが安心して商店街に訪れ、買い物していただけるよう、

- 1. 感染症対策のために把握しておくべき基本的な「みんなで守るルール」
- 2. 商店街活性化に向けた様々な「イベント等の取組みヒント」を掲載し公表していますので、参考にしてください。

本マニュアルの構成



目次

1. みんなで守るルール編 新しい生活様式の実践例(国)4 ・ 商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針(国・全振連) 5 商店街における感染症防止対策のチェックリスト9 ・ 商店街における感染症防止対策と啓発サインの対応一覧11 ・ 大阪府における感染症対策の主な取組み 大阪モデル・イベント開催等における感染防止対策13 - 大阪コロナ追跡システム・マスク会食15 - 感染防止宣言ステッカー・ゴールドステッカー16 - 大阪府商店街等モデル創出普及事業17 - (参考)新しい生活様式の実践を踏まえた啓発素材18 - (参考) 啓発の取組み事例19 - (参考) 感染症対策の取組み事例21 2. イベント等の取組みヒント編 取組みヒント(4つのパッケージ)と取組み事例について22 ・ 4つのパッケージ事例 - (1)人の流れと街のにぎわいを創出するイベント23 - (2)インバウンド等の呼び込み、商品開発25 - (3)スマート化等の取組み促進、プロモーション27

• 改訂履歴 ······33

- (4)若者等のチャレンジや新規出店の促進

.....31

1. みんなで守るルール編

新しい生活様式の実践例(国)

- 国が専門家会議からの提言を踏まえ、今後、日常生活の中で取り入れていただきたい実践例として公表しました。
- 例を参考に、ご自身や、周りの方、そして地域を感染拡大から守るため、それぞれの 日常生活において、ご自身の生活に合った「新しい生活様式」を実践してください。



実践例掲載HP

▶ 実践例の主な内容を「啓発ポスター」をもとに図示しています。 ⇒ 毎日見る所に掲出してください。

①身体的距離の確保



人との間隔は、できるだけ 2 m (最低 1 m) 空ける。

②マスクの着用

感染防止の3つの基本



外出時や屋内でも会話するとき等は、 症状がなくてもマスクを着用する。 (夏場は、熱中症に十分注意)

③手洗い



手洗いは30秒程度かけて水と 石けんで丁寧に洗う。 (手指消毒液の使用も可)

商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針(国・全振連)

- 国による方針により、各関係団体等は、業種や施設の種別毎にガイドラインを作成するなど、自主的な感染予防のための取組みを進めることとされました。
- これを受け、商店街において適切な感染症防止対策を講じる際のガイドラインとして 「商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針」がとりまとめられました。



方針掲載HP

方針の主な内容を「啓発サイン」をもとに図示しています。 ⇒ 適所に掲出してください。

商店街共用部における感染防止

共用物品の消毒(14)

トイレ使用のお願い(15)

換気をしています(16)

ゴミ廃棄後の手洗い(17)



①共用する物品(テーブル、いす 等)や不特定多数が接触する場 所については、定期的に消毒する



②トイレについては、トイレ の蓋を閉じて流す



③屋内施設については、 こまめな換気に努める



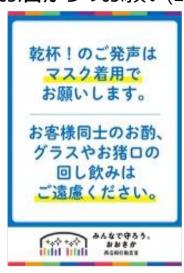
④ゴミの廃棄については、マスクや 手袋を着用するとともに、廃棄後は、 石鹸と流水で手を洗う

来客の皆様への注意喚起

お店からのお願い(1)



お店からのお願い(2)



①咳エチケットなどを来客の皆様にも励行いただくよう依頼

コイントレー受け渡し(9)



③対面時の感染防止

キャッシュレス(11)



④電子決済の利用を推奨

入場制限(3)



入店制限(10)



②来約数が増大し密集状態が懸念される場合は適切な入場制限を行う

テイクアウト対応(12)



デリバリー対応(13)



⑤飲食店等では持ち帰り等も活用

イベント実施時の感染防止対策

アルコール消毒(18)



①手指消毒剤を設置

間隔確保(4)



消毒や換気(19)



②消毒、換気を徹底的に実施

間隔確保(6)



サンプルに留意(20)



⑤サンプル品は極力取り扱わない

間隔確保(5)



パンフは据え置き(21)



⑥多くの者が触れるものは取り扱わない

間隔確保(7)



⑦最低 1 mの間隔を(できるだけ 2 mを目安に)の間隔を空けた整列を促す等、人が密集しないよう工夫

イベント実施時の感染防止対策

屋外で開催(22)

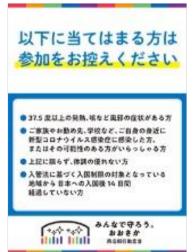


CO2濃度測定(31)



⑧屋内では極力実施しない、実施する場合はこまめな換気に努める

自粛を呼びかけ(27)



(4) 濃厚接触者等に自粛を呼びかけ

マスク着用を徹底(29)



16スタッフにマスク着用等を徹底

時間を分散(23)



⑨イベント等の時間を分散

検温を励行(30)



①発熱の場合には自宅待機

アクリル板で遮蔽(24)



⑩対面する場所は遮蔽

追跡システムの活用(28)



⑱来場者の連絡先の把握

商店街における感染症防止対策のチェックリスト

このチェックリストは、「商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針(全振連)」をもとに作成しています。

この方針には、商店街において適切な対策を講じるために重要な事項が掲げられていますので、イベント等を実施する度に繰り返し確認してください。

イベント名	
チェック日	
チェック者	

	チェック☑欄	商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針 (10/8 全振連)
*		①いわゆる咳エチケットや、マスクの着用など、感染症防止に向けて来客の皆様にも励行いただくよう依頼する。
来客の皆様		②仮に来客数が増大し密集状態が懸念される場合は適切な入場制限を行う。
\wedge		③買い物時等には、適切な距離をできるだけ2m を目安に(最低1m)確保していただくとともに、適切に換気を行うことや、対面時には、パー ティションを設置するなどして感染防止に努める。
の注意喚起		④電子決済の利用を推奨する。
起		⑤飲食店では持ち帰り等も活用する。
あ店街共用部 (i		①共有する物品(テーブル、いす等)や不特定多数が接触する場所については、定期的に消毒する。
- ス等)における感染防止5用部(駐車場、トイレ、休憩		②トイレについては、トイレの蓋を閉じて汚物を流すように表記することや、ハンドドライヤーや共通のタオルの使用は禁止する。
		③屋内施設については、こまめな換気に努める。
架防止 ・レ、 ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ も ・ も も も も		④ゴミの廃棄については、ゴミを回収する人は、マスクや手袋を着用するとともに、マスクや手袋を脱いだ後は、石鹸と流水で手を洗う。

	チェック☑欄	商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針 (10/8 全振連)						
		①会場入口や受付窓口には、手指消毒剤を設置すること。						
		②清掃、消毒、換気を徹底的に実施すること。						
		③鼻水、唾液などが付いたごみは、ビニール袋に入れて密閉して縛り、ゴミを回収する人は、マスクや手袋を着用すること。また、マスクや手袋を脱い だ後は、必ず石鹸と流水で手を洗い、手指消毒すること。						
		④インターネットやスマートフォンを使った電子的な受付の一層の普及を図り、受付場所での書面の記入や現金の授受等をできるだけ避けるようにすること。						
		⑤物販を行う場合は、多くの者が触れるようなサンプル品・見本品は極力取り扱わないこと。						
		⑥パンフレット等の配布物は手渡しで配布せず据置き方式とすること。						
商		⑦最低1m(できるだけ2m を目安に)の間隔を空けた整列を促す等、人が密集しないよう工夫すること。						
商 店 街		⑧三つの密が発生しやすい屋内でのイベントは極力実施しないこと。実施する場合は、法令を遵守した換気等、こまめな換気に努めること。						
イベ		⑨イベント実施の時間を分散するなどして、混雑を避けること。						
ント		⑩人と人が対面する場所は、アクリル板、透明ビニールカーテンなどで遮蔽すること。						
 実 施		⑪飲料については、ペットボトル・ビン・缶や使い捨ての紙コップで提供すること。						
時 の		②食品については、参加者が同じトング等で大皿から取り分ける方式を避け、一人分を皿に取り分けたものを参加者に提供するなど、工夫を行うこと。						
感 染 防		⑬参加者が飲食物を手にする前に、手洗い、手指消毒を行うよう声を掛けること。						
上対策		⑭新型コロナウイルス感染症の陽性と判明した者とその者と濃厚接触がある方、過去14日以内に政府から入国制限、入国後の観察期間が必要とされている国・地域等への渡航並びに当該国・地域の在住者とその者と濃厚接触のある方、その他感染の疑いが強い方は来場しないように参加者へ呼び掛けること。また、イベント参加前後における三つの密が生ずる交流の自粛を呼び掛けること。						
		⑮イベント終了後に、参加者から新型コロナウイルス感染症を発症したとの報告があった場合や地域の生活圏において感染拡大の可能性が報告された場合の対応方針について、開催自治体の衛生部局とあらかじめ検討しておくこと。						
		⑯イベントスタッフに対して、マスク着用や手指消毒を徹底すること。						
		⑪イベントスタッフに対して、出勤前に自宅等での検温を励行し、発熱等の症状がある場合には自宅待機等の対応を行うこと。なお、新型コロナウ イルス感染症の陽性と判明した者とその者と濃厚接触がある方、過去14 日以内に政府から入国制限、入国後の観察期間が必要とされている 国・地域等への渡航並びに当該国・地域の在住者とその者と濃厚接触のある方も自宅待機等の対応を行うこと。						
		⑱イベント実施時は、なるべく来場者の連絡先の把握に努めるとともに、接触確認アプリ(COCOA)や各地域の通知サービスの奨励を行うこと。						
		⑩演者、選手と観客がイベント開催時及びその前後に接触することが無いよう確実な措置を講じること。						

商店街における感染症防止対策と啓発サインの対応一覧

この対応一覧は、「啓発サイン」を適所に掲出できるよう、「商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針(全振連)」の各項目と「啓発サイン」の対応を明らかにする目的で作成しています。

下表の「啓発サイン番号」は、P5~P8で紹介している啓発サインデータの番号と一致しています。

	商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針 (10/8 全振連)	啓発サイン番号
	①いわゆる咳エチケットや、マスクの着用など、感染症防止に向けて来客の皆様にも励行いただくよう依頼する。	(1) お店からのお願い (2) 乾杯発声の注意
	②仮に来客数が増大し密集状態が懸念される場合は適切な入場制限を行う。	(3) 入場制限 (10) 入店制限
来客の皆様への注意喚起	③買い物時等には、適切な距離をできるだけ2m を目安に(最低1m)確保していただくとともに、適切に換気を行うことや、対面時には、パーティションを設置するなどして感染防止に努める。	(4) 間隔確保 (間隔)(5) 間隔確保 (足跡)(6) 間隔確保 (人)(7) 間隔確保 (座席)(8) お店からのお知らせ(9) 現金のコイントレー受け渡し(16) 換気をしています(24) アクリル板で遮蔽
	④電子決済の利用を推奨する。	(11) 電子的な受付
	⑤飲食店では持ち帰り等も活用する。	(12) テイクアウト対応 (13) デリバリー対応
等ト商イル	①共有する物品(テーブル、いす等)や不特定多数が接触する場所については、定期的に消毒する。	(14) 共用物品の消毒
等)における感の店街共用部(②トイレについては、トイレの蓋を閉じて汚物を流すように表記することや、ハンドドライヤーや共通のタオルの使用は禁止する。	(15) トイレ使用のお願い
	③屋内施設については、こまめな換気に努める。	(16) 換気をしています
 	④ゴミの廃棄については、ゴミを回収する人は、マスクや手袋を着用するとともに、マスクや手袋を脱いだ後は、石鹸と流水で手を洗う。	(17) ゴミ廃棄後の手洗い

商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針 (10/8 全振連)	啓発サイン番号
①会場入口や受付窓口には、手指消毒剤を設置すること。	(18) アルコール消毒
②清掃、消毒、換気を徹底的に実施すること。	(19) 消毒や換気
③鼻水、唾液などが付いたごみは、ビニール袋に入れて密閉して縛り、ゴきを回収する人は、マスクや手袋を着用すること。(略)	(17) ゴミ廃棄後の手洗い
④(略)受付場所での書面の記入や現金の授受等をできるだけ避けるようにすること。	(11) 電子的な受付
⑤物販を行う場合は、多くの者が触れるようなサンプル品・見本品は極力取り扱わないこと。	(20) 手を触れないで
⑥パンフレット等の配布物は手渡しで配布せず据置き方式とすること。	(21) パンフは据え置き
⑦最低1m(できるだけ2m を目安に)の間隔を空けた整列を促す等、人が密集しないよう工夫すること。	(4) 間隔確保(間隔) (5) 間隔確保(足跡) (6) 間隔確保(人) (7) 間隔確保(座席)
⑧三つの密が発生しやすい屋内でのイベントは極力実施しないこと。実施する場合は、法令を遵守した換気等、こまめな換気に努めること。	(16) 換気をしています (22) 屋外で開催 (31) CO2濃度測定
⑨イベント実施の時間を分散するなどして、混雑を避けること。	(23) 時間を分散
⑩人と人が対面する場所は、アクリル板、透明ビニールカーテンなどで遮蔽すること。	(24) アクリル板で遮蔽
⑪飲料については、ペットボトル・ビン・缶や使い捨ての紙コップで提供すること。	(25) 使い捨てで対応
迎食品については、(略) 一人分を皿に取り分けたものを参加者に提供するなど、工夫を行うこと。	(26) 小分けで対応
⑬参加者が飲食物を手にする前に、手洗い、手指消毒を行うよう声を掛けること。	(18) アルコール消毒
⑭(略)感染の疑いが強い方は来場しないように参加者へ呼び掛けること。(略)	(27) 参加をお控えください
⑮(略)感染拡大の可能性が報告された場合の対応方針について、開催自治体の衛生部局とあらかじめ検討しておくこと。	(28) 感染拡大の対応
⑯イベントスタッフに対して、マスク着用や手指消毒を徹底すること。	(29) マスクの着用
⑰(略)出勤前に自宅等での検温を励行し、発熱等の症状がある場合には自宅待機等の対応を行うこと。(略)	(30) 検温を励行
⑱イベント実施時は、なるべく来場者の連絡先の把握に努めるとともに、接触確認アプリ(COCOA)や各地域の通知 サービスの奨励を行うこと。	(28) 感染拡大の対応
⑩演者、選手と観客がイベント開催時及びその前後に接触することが無いよう確実な措置を講じること。	(23) 時間を分散 (24) アクリル板で遮蔽 (27) 参加をお控えください

大阪府における感染症対策の主な取組み 大阪モデル・イベント開催等における感染防止対策

• 大阪モデル、まん延防止等重点措置や緊急事態措置に基づき、府民の皆様や施設に対する自粛や、イベントの開催制限を要請する場合があります。



大阪府HP

• 大阪府HPで、最新の要請内容等をご確認いただけます。

(例)

▶ イベントを開催する場合の要請内容等を確認の上、適切に対応してください。

- 感染防止対策のため、イベント開催の際①または②の対応をお願いします。
 - ① 参加人数 5,000人超かつ収容率50%超のイベントを実施する場合、具体的な感染防止策を記載した「感染防止安全計画」を策定し大阪府に提出いただくようお願いします。これにより、人数上限は収容定員まで、収容率100%でのイベント開催が可能となります。



大阪府HP

- ② 「感染防止安全計画」の策定が不要であるイベントについては、感染防止策等を記載した「感染防止策チェックリスト」を作成し、HP等に公表いただくようお願いします。
- ➢ 府HPに掲載している様式を活用の上、感染防止対策を講じてください。

大阪府における感染症対策の主な取組み 大阪モデル・イベント開催等における感染防止対策

イベ	ント開催時のチェックリスト		感染防止策チェックリスト	Ę	感染防止策チェックリスト
	【第1版(令和3年11月版)】	【第1版(令和3年11月版)】		【第1版(令和3年11月版)】	
	項目では、チェックリストを記入する前に、イベント 情報をご登録ください。	基本的な	イベント開催時には、下記の項目(イベント開催時の 必要な感染防止策)を満たすことが必要です。		イベント開催時には、下記の項目(イベント開催時の 必要な感染防止策)を満たすことが必要です。
イベント名	(開催案内等のURLがあれば記載)	應染防止	※5,000人かつ収容率50%類のイベント間億時には、個別のイベントごとの異体的な対策を記載した「感染的止安全計画」の提出が必要です。	感染防止	※5,000人かつ収容率50%級のイベント関係時には、個別のイベントごとの具体的な対策を記載した「感染助止安全計画」の提出が必要です。
出演者・ チーム等	(書きされない場合は対点一覧を掲示すること)		【大声なしの場合】		飲食時の感染防止策(飲食店に求められる感染防止 策等を絡まえた十分な対策)の徹底。
開催日時	令和 年 月 日 時 分 ~ 時 分	①飛沫の抑制(マスク	飛沫が発生するおそれのある行為を抑制する ため、適切なマスク(品質の確かな、できれ ば不織布)の正しい着用や大声(※)を出さ ないことを周知・徹底し、そうした行為をす	多飲食の制	飲食中以外のマスク着用の推奨。 長時間マスクを外す飲食は、隣席への飛沫感染のリ
開催会場		着用や大声 を出さない こと)の徹	□ る者がいた場合には、個別に注意、退場処分 等の措置を講じる。	限	- 外 (例: 観客席等) は自粛。
会場所在地			(※) 大声の定義を「観客等が、②通常よりも大きな声量で、②反復・継続的に声を発すること」とする。		■ 飲食提供は業種別ガイドラインの遵守、同一テーブ ル4人以内など、業態に応じた感染防止策を講じる
主催者			【大声ありの場合】 「大声なしの場合」の「大声」を「常時大声 を出す行為」と読み替える。		□ 自治体等の要請に従った飲食・酒類提供の可否判断 (提供する場合には飲酒に伴う大声等を妨ぐ対策を検討。)。
主催者			□ こまめな手洗や手指消毒の徹底を促す(会場		有症状者 (発熱又は風邪等の症状を呈する
主催者	(電話番号) (メールアドレス)	②手洗、手 指・施設消	こまめな手法や手指消毒の徹底を促す(会場 出入口等へのアルコール等の手指消毒液の設 置や場内アナウンス等の実施。)。	N/ 0 10000000	■ 者)は出演・練習を控えるなど日常から出演 者やスタッフ等の健康管理を徹底する。
収容率	□ 100% (※) □ 人と人とが触れ合わない (大声なし) □ 程度の開題	毒の徹底	■ 主催者側による施設内(出入口、トイレ、共 用部等)の定期的かつこまめな消毒の実施。	⑥出演者等の感染対策	■ 練習時等、イベント開催前も含め、声を発出する出演者がスタップ等の関係者間での感染リスクに対処する。 ■ 出演者やスタップ等と観客がイベント前後・
(上限)	□ (大声あり) □ (十分な人と人との間隔 (できるだけ 2 m、最低 1 m)	②換気の徹底	法令を遵守した空調設備の設置による常時換 気又はこまめな換気(1時間に2回以上・1		
収容人数	□ 収容定員あり 人 □ 収容定員なし		□ 回に5分闘以上等)の徹底。		→ デケット購入時又は入場時の連絡先確認や COCOAや大阪コロナ追跡システム等を活用
参加人数	,		□ 入退場時の密集を回避するための措置(入場 ゲートの増設や時間差入退場等)の実施。	⑦参加者の 把握・管理	── した参加者の把握。○ 入場時の検温、有症状(発熱又は風邪等の症状)等を理由に入場できなかった際の払戻し
その他 特記事項	(大声なしの場合は、大声なしと判断した環由や、大声を伴わないことを担保する具体的な対策を記載ください。)	④来場者閣 の密集回避		#	措置等により、有症状者の入場を確実に防止。 時差入退場の実施や直行・直帰の呼びかけ等 イベント前後の懸染防止の注意喚起。
	「観客等が、通常よりも大きな声量で、反復・継続的に声を発すること」とし、 「推賞する又は必要な対策を十分に施さないイベントは「大声あり」に該当す する。		□ わない間隔、大声を伴う可能性のあるイベントは、前後左右の座席との身体的距離の確保 2	上記に加え、各章 されている場合)	集界が定める業種別ガイドライン(該当する業種において策定 3 を遵守すること。

「感染防止策チェックリスト」記載フォーマット(例)

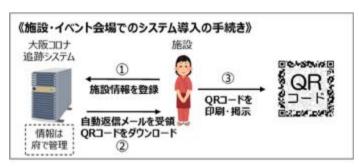
大阪府における感染症対策の主な取組み 大阪コロナ追跡システム・マスク会食

「大阪コロナ追跡システム」は、QRコードを活用して利用者がメールアドレスを大阪府に 登録し、同じ日に登録された方が、後日、新型コロナウイルスへの感染が判明した場合、 大阪府から利用者にメールで注意喚起のお知らせをするものです。



登録HP

▶ 不特定多数の方が参加するイベントの際、システム登録し「三角POP」とともに活用してください。







※QRコードは(株)デンソーウェーブの登録商標です

商店街等組織の方へ: 「三角POP」のデータをご活用される場合は、本事業事務局までお問合せ下さい。

感染リスクを下げながら会食を楽しむ「マスク会食」について、以下のポスターを掲載しています。職場、食堂、人が集まるところ、飲食店等に掲示するなど、感染拡大防止対策にご協力をお願いいたします。



大阪府HP

▶ 多数の方が参加するイベントの際、「啓発サイン」ともに活用してください。











大阪府における感染症対策の主な取組み 感染防止宣言ステッカー・ゴールドステッカー

• 事業者の皆様を対象とし、ガイドラインを遵守している施設(店舗)であることを府民の 皆様に示す「感染防止宣言ステッカー」を発行しています。



・必要事項(ガイドライン遵守宣言等)を登録していただくことで取得できます。

登録HP

▶ 府民の皆様への安心の提供による利用促進と感染拡大防止のため、この取組みにご協力ください。



飲食店における感染防止対策のさらなる促進や府民が安心して利用できる 環境整備につながる認証制度として「ゴールドステッカー」や「ワクチン・検査パッ ケージ制度登録店用ゴールドステッカー」を交付しています。

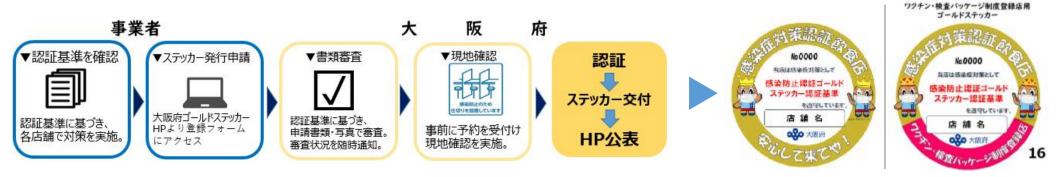






登録HP

▶ 飲食店における府民の皆様への安心の提供による利用促進と感染拡大防止のため、ご協力ください。



大阪府における感染症対策の主な取組み 大阪府商店街等モデル創出普及事業

 本事業では、コロナ禍の影響が続く中、地域商業や地域コミュニティの担い手として 重要な商店街において、新しい生活様式(ニューノーマル)に沿った「ICT活用」や 地域内経済を循環させる「バイローカル」の「モデル創出」や「成果の普及」に取り組 みます。



本事業HP

メッセージ

府民の暮らしや雇用を支える商店街は、地域のインフラとして重要な 役割を果たすとともに、地域の方々の交流の場としての魅力を備えて います。

大阪府では、商店街で安心して買い物いただける環境を整えるため、 「みんなで守ろうおおさか」をスローガンに、感染症対策の徹底や周知 を進めています。

その上で、商いをされている方や府民のみなさまの支えになるよう、商店街の活性化につながる需要喚起の支援なども行います。

こうした取組みにより、感染症対策と経済活動が両立できる社会の実現をめざします。

令和2年6月30日 大阪府知事 吉村 洋文

本事業のロゴ・スローガンについて



ロゴ上部のアーチは、商店街のアーケード、星はクリーン・ 清潔さと希望を、カラフルな線は商店街の特色ある店舗や 歩くさまざまな人々をイメージしています。

「みんなで守ろう。おおさか」は、新型コロナウイルス感染症による影響から、府民のみなさんを守る、商い(経済)を守る、そして、おおさかを守るといった思いを込めています。

(参考) 新しい生活様式の実践を踏まえた啓発素材

啓発ポスター



のぼり



街内放送原稿

(男女ナレーション)

「商店街行動宣言日」

本日は商店街をご利用いただき、ありがとうございます。

(男性ナレーション)

新型コロナウィルスなどの感染拡大を防ぐため、

商店街ではお客様に安心してご利用いただけるよう、

各店舗での手洗い・うがいの徹底などの感染症対策に努めています。

(女性ナレーション)

またお客様におかれましても、手洗いやうがい、

マスク着用、そして、街路や店舗内での「3密」を避ける、

「新しい生活様式」を意識していただくなど、ご協力をお願いいたします。

そしておうちに帰ったら、もう一度。手洗い・うがいを忘れずに!

一日も早く、当たり前の日常を取り戻すために

一緒に頑張りましょう!

(男女ナレーション)

「みんなで守ろう!お・お・さ・か!」

(参考) 啓発の取組み事例 (大阪府啓発イベント)

- ・商店街において感染症対策と経済活動を両立させていくためには、感染症の状況を踏まえつつ、商店街の活性 化につながる需要喚起の取組みが必要です。
- 国が令和2年7月10日(金)にイベント開催制限を5,000人規模に緩和したことから、賛同いただいた下記4商店街で、7月11日(土)・12日(日)に、特注フェイスシールドを着用した広報担当副知事もずやんと、商店街の皆さんによるグッズの配付等の啓発イベントを実施しました。

事業概要

今後の各商店街でのイベント開催を見据え、4商店街で先行して 感染症対策啓発のモデルイベントとして開催。

① 戎橋筋商店街 / 拠点: 商店街北端 ② 千林商店街 / 拠点: ふれあい館 ③ こまがわ商店街 / 拠点: 駒川庵

④天神橋筋商店街 /拠点: 天三おかげ館、天五会館

取組み内容

●啓発うちわ配布

もずやんとキャンペーン隊が商店街を巡回し、啓発うちわを定点配布

●フェイスシールドのワークショップ開催

感染予防と暑さ対策を両立できるフェイスシールドの製作体験

●「3密回避」(①対密閉 ②対密集 ③対密接)の啓発

- ①消毒液の供給/商店街公共スペースでの設置。
- ②商店街での取組宣言を訴求するのぼり・タペストリー掲示。
- ③商店街での3密回避啓発チラシ、ポスターの掲示。
- ④商店街での3密回避啓発ナレーション放送データ。
- ⑤商店街各店舗での3密回避サイン活用。
- ⑥大阪コロナ追跡システム登録促進ポップ活用。
- ⑦商店街内で非接触型検温器体験。

事前準備

商店街理事長・関係者と、啓発の趣旨やイベント実施内容の認識共有 その上で、当日の体制、必要備品、実施場所等を決定、準備。

●啓発うちわ配布

- ·商店街理事長等数名。
- ・配布用うちわ、配布カゴ、台車。
- ・スタッフTシャツ(任意)。

●フェイスシールドのワークショップ開催

- ・ワークショップスタッフ等数名。
- ・クリアファイル、スポンジ、ハサミ・カッター、定規、ホッチキス、ゴム紐、油性マジック。
- ・案内サイン、消毒液、ウエス、大阪コロナ追跡システムQRコード、来場者記入用名簿、整理券など。

注意事項

●全般

- ・運営スタッフはフェイスシールドを着用して業務にあたる。
- ・来街者に参加を呼びかけつつ、密にならないように注意する。

●フェイスシールドのワークショップ開催

- ・満席の場合は「時刻入り整理券」を発行する。
- ・入場の際にマスクの着用と手指の消毒の徹底(消毒液を設置)。
- ・参加者に「大阪コロナ追跡システム」へのメールアドレス登録を要請する。
- ・登録ができない場合、名簿に「住所・氏名・連絡先」の記入を要請する。
- ・各テーブルでの製作体験が終わるたびに、テーブル・イス・備品の消毒を行う。

(参考) 啓発の取組み事例 (大阪府啓発イベント) く続き>

実施結果

直接の接触を減らしてうちわを配布・人との距離を保ちつつ商店街にさらなる活気を

7月11日・12日、大阪市内の4商店街で「みんなで守ろう。おおさか」をスローガンに感染症対策を踏まえた「新しい牛活様式」 の啓発イベントを実施しました。

大阪府広報担当副知事のもずやんもかけつけ、もずやんと商店街の店主のみなさんが配布したのは、うちわ。「人との間隔をあけ よう
|「マスクを着用しよう
|「手洗いうがいをしよう
|「会話は真正面を避けよう
|の4つの
「新しい生活様式
|が、分かりやすくイラスト とともに表示されています。配布といっても、「手渡し」ではなく、ご自身でかごの中から「取って」もらいます。可能な限り直接の接触 を減らす工夫をして、感染症対策を踏まえた、新しい配布方法を実践しています。商店街を訪れたお客様たちも、そっと、うちわを 「取って」行かれました。

この日、もずやんは、フェイスシールドとマスクを着用していましたが、商店街では、オリジナルフェイスシールドを作る無料のワーク ショップも行われました。材料は、クリアファイル、台所用スポンジ、ボンド、平ゴムなど、「100均」で手軽に購入できるものばかり。 親子で参加した人も多く、それぞれが思い思いにフェイスシールド作りにチャレンジしました。





みんなで守ろう。おおさか

○父○大阪阿 = ②大阪ンディ協用金用

かごからうちわをご自身で取ってもらいます



フェイスシールド作りに取り組む参加者のみなさん



歩いて啓発活動中のもずやん

報道

特設ウェブサイトレポート

■地域ニュース■



3密避けお買い物 もずやん」ら訴え

(参考) 感染症対策の取組み事例

- 商店街において感染症対策と経済活動を両立させていくためには、引き続き、地域が一体となって、感染症対策に取り組む必要があります。
- コロナ禍が続く中、商店街組織が主体となって感染症対策に取り組む先進的な事例を紹介します。

事例紹介

● CO 2 濃度センサー設置による効率的な換気でもっと安心を 難波センター街商店街(大阪市中央区)

難波センター街商店街において、安心して買い物・飲食をしていただけるよう、感染防止宣言ステッカー登録店舗の一部で「CO2濃度センサー設置・換気デモンストレーション」を実施しました。

難波センター街商店街振興組合理事長の徐正萊さんは「センサーは二酸化炭素濃度数値が見えるので換気のタイミングが分かり、とても効率的。どこの店舗でも好評です。啓発のポスターや数値に基づいた換気を行うことで、お客さんも安心されています」と話してくれました。

老舗ふぐ料理「治兵衛」にもセンサーを設置。店長の浜田義輝さんは「数値ではっきり見えるので、スタッフが換気しやすくなりました。カイロをお客さんに配り、多くの方に理解を得ることができています」と語ってくれました。

さらに、「大阪難波 自由軒 難波本店」の女将さんは「お客様からはお店にセンサーがあるので安心できる。換気したら寒いけどみんなで頑張ろう」と声掛けられたそうです。大阪府の商店街感染症対策等支援事業の啓発ポスターやのぼりも活用し、今後も感染対策を徹底し安心と安全を掲げていきます。



喚起啓発ちらしと CO2濃度センサー

事例紹介

●商工会議所と9商店街が連携し感染症対策呼びかけ

箕面市 9 商店街 (箕面市)

箕面市内にある9商店街が連携。「みんなで守ろう。おおさか」のスローガンで新型コロナウイルス感染症防止の啓発素材を活用するとともに、箕面市のゆるキャラ「たきのみちゆずる」バージョンのポスターを作成、各商店街に掲示しました。

箕面市商店会連合会の野口博史会長は「箕面市内の商店会が一体となり感染対策に取り組むことで、感染拡大防止と需要喚起を目指したい」と意気込んでいます。

また「ゆずるだけに感染対策はゆずらない! みんなでこの危機を乗り越えていきたい」と前向きに話すのはフードコンパニオン商人会の迫雅史副会長。

質面商工会議所の秋田英幸専務理事も「商店街は地元の常連さんで成り立っているお店が多く、常連さんに戻ってきてもらうためには、安全・安心のアピールが必要と熱く語ってくれました。

これからも一丸となり箕面の活力源になりたいと前を向きます。



「たきのみちゆずる」バージョン の啓発ポスター

(参考) 感染症対策の取組み事例 <続き>

事例紹介

●「ミナミの食の安全宣言」めざし感染対策強化マニュアル

道頓堀商店会(大阪市中央区)

道頓堀商店会等が作成したマニュアルは、公的機関・研究機関の発表を根拠に、食品衛生コンサルタントの岡﨑和夫氏に監修を受けて作成したものです。座席の配置例を分かりやすく図示するなど、お客様に選ばれる店舗づくりを念頭に、実践的な情報をまとめました。



感染症対策マニュアル

「消毒液も、ただ置くのではなく、使われやすい置き方を意識することが重要。座席間に設置するアクリル板にも、適した高さが必要なんです」と話すのは、道頓堀商店会事務局長・北辻稔さん。マニュアルでは、感染拡大以降、過去1年間に培われた「商人の知恵」を踏まえ、感染対策のあり方にきめ細かく焦点を当てており、換気の目安となる二酸化炭素(CO2)濃度や、お客様へご協力をお願いする点など具体的な内容が盛り込まれています。

今後は、マニュアルを守り検査で合格した店舗にポスターを渡していく予定。お店選びの新しい目印となりそうです。



合格ポスター

事例紹介

●「商店街内におけるCO2濃度見える化実証実験」

戎橋筋商店街(大阪市中央区)·天神橋三丁目商店街(大阪市北区)

大阪府では店舗内での密の回避や、換気励行の啓発モデル事業として、令和2年12月に両商店街の店舗内でCO2センサー設置に取り組んだ経緯があり、その趣旨に賛同した(株)村田製作所が実証実験を実施しました。

今回の実験は、CO2濃度センサーを、一定期間、商店街のアーケード内の複数ポイントに設置し、計測結果は商店街組織でも一元的に共有し、併せて商店街利用者にもデジタルサイネージで計測値を表示する内容です。

「店舗でCO2センサーを置いているのはよく見かけるようになったが、商店街という長いスペースでも計測出来るの?」、「計測値がサイネージで表示されるので、商店街での安心・安全をリアルタイムに分かるのはうれしい!」など、商店街利用者からの声も聴かれます。

実験に協力した戎橋筋商店街振興組合理 事長の菊地正吾さんは「アーケード内の換気状況を来街者にお示しすると共に、数値にもとづき 対策を施していく取組みにより、繁華街全体の 安心感を高めていきたいと話しています。

天神橋三丁目商店街振興組合理事長の築部健二さんは「商店街としては、お客様がより安全に安心してお買い物を楽しめることにつながるので、有意義なことだと思っています。」と話しています。



商店街内に設置したCO2 濃度表示サイネージ



CO2センサー収納ボックス

2. イベント等の取組みヒント編

取組みヒント(4つのパッケージ)と取組み事例について

- このヒント編では、商店街における活性化に向けた取組みの企画・実施の際に活用いただけるように、以下の4つのパッケージの取組みヒントをとりまとめました。
 - (1) 人の流れと街のにぎわいを創出するイベント (2) インバウンド等の呼び込み、商品開発
 - (3) スマート化等の取組み促進、プロモーション (4) 若者等のチャレンジや新規出店の促進
- また、商店街における先駆的な取組み事例を、特設ウェブサイトでのレポートや事例集として分かりやすく紹介しています。

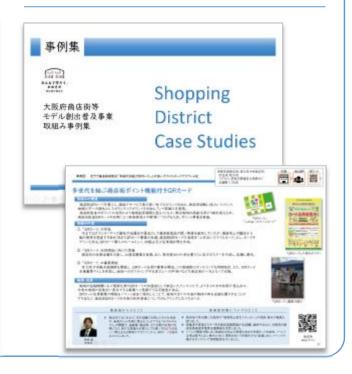


取組み事例

特設ウェブサイト



事例集



4つのパッケージ事例 (1)人の流れと街のにぎわいを創出するイベント

(1)-1 フォトセッションやワークショップ

啓発活動は楽しく、学ぶ!

=安心・安全確保に取り組む地域商店待=

事業概要

来待者が楽しみながら、3密を避ける行動啓発を共有 できるイベントを開催。

取組み内容例

- ①感染対策をデザイン化したパネルの前でスマートフォンで 来街者が撮影するコーナー設置。
- ②自分だけのフェイスシールドを作るオリジナルワークショップ開催。
- ③店舗と店舗利用者双方に対する「大阪コロナ追跡システム」登録促進。

事前進備例

- ①フォトセッションパネル(デザイン、データ制作、パネル製作と設営撤去)。
- ②ワークショップ運営スタッフ、材料手配、イベント案内サイン製作。
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)、賞品 など。

主な注意事項

- ①各フォトセッション会場やワークショップ会場での3密対策が必要。時間を指定した参 加整理券配布、並び列の人との距離の確保、整理員配置など密にならないよう対策。
- ②来街者から、スタッフがカメラ撮影を依頼された場合は、消毒液等で手指を拭くなどの 除菌対策をしてから、撮影。また、撮影後も再度、手指消毒を心掛け。
- ③ワークショップ会場のキャパシティ・動線などの事前チェックを基に、運営マニュアルを策定。 ワークショップ参加希望者への案内やワークショップ用具の個別消毒、参加者への手指 消毒励行などの配慮が必要。
- ④参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。







(1)-2 商店街と地域の旧所・名跡を巡るスタンプラリー

周辺に寺社仏閣、旧所、名跡が点在する商店街に最適

=顧客との親交関係構築と商店待魅力打ち出し=

事業概要

商店街が地域社会と連携し、安全でかつ人に優しい商店街 として地域の住民に「地域の魅力再発見」をテーマにスタンプ ラリーを実施。

ラリーポイントとなる施設の管理者の協力を得て実施。



- (1)商店街をスタート・ゴールにした地域ウォーキングイベント。
- ②マップ付きPRにて商店街を中心に周辺地域の魅力を紹介。
- ③ガイドパンフレットを作成配布し、完歩者には商店街ならではの賞品をプレゼント!。

事前進備例

- (1)スタンプラリーポイントとなる施設の管理者の協力を得る。
- ②スタンプラリー運営スタッフ、資材手配、イベント案内サイン製作。
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)、賞品など。

- ①スタート時間を決めて参加者集合させるのは3密に繋がるため注意。
- ②ラリーポイントでは常駐スタッフが参加者のラリーカードにスタンプを押す。 ⇒スタンプを不特定多数に触らせないように注意。
- ③雨天時実施も想定して、ラリーポイントなどではミニテント設置など可能な対応を。
- ④参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。
- ⑤ ラリー参加者を対象にした事業保険を掛ける。※詳細は保険会社へ相談。
- ⑥ラリーポイント敷地の管理者には必ず、事前に敷地借用を申請。









4つのパッケージ事例 (1)人の流れと街のにぎわいを創出するイベント

(1)-3 商店街スポーツ縁日

縁日をスポーツ大会にアレンジ!

= 地域と協働/町・子ども会などとの連動 =

事業概要

商店街でファミリーが楽しめる「スポーツ」をテーマに した縁日を開催。



取組み内容例

- ①商店街の店舗を利用されるごとに「縁日参加券」を提供。
- ②商店街店前でスポーツ游具を中心にした「スポーツ縁日」を実施。
- ③各スポーツ游具コーナーごとに入賞ルールを決め、入賞者には、商店街ならではの入 當品をプレゼント!。

事前準備例

- ①スポーツ游具レンタル。
- ②運営スタッフ。
- ③諸申請/場所によっては公道使用許可申請必要。
- ④縁日参加券制作・印刷。
- ⑤事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)、賞品 など。

主な注意事項

- ①各縁日に参加する受付などでの3密対策が必要。 時間を指定した参加整理券配布、並び列の人との距離の確保、整理員配置など 密にならないよう心掛ける。
- ②参加者、スタッフがスポーツ游具に接触する際はその都度、スタッフが消毒液等で用 具を拭くなどの除菌対策を実施。
- ③参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。





Charles Contract



商店街みせぜこ (1)-4

店舗と来街者をもっと身近な関係に。生活に役立つ商店街店舗の裏技教えます。

=顧客との親交関係構築と商店待魅力打ち出し=

事業概要

多業種で構成される商店街の強みを活かして 各店舗ごとに独自のミニゼミナールを開催。



取組み内容例

- ①期間を設定して、各店舗が取り組める体験型、聴講型の ゼミナールを介画・実施。
- ②一人からでも参加できるゼミから、複数人が参加できる教室タイプまで、 多種多様に魅力的な事業を実施。
- ③オンライン会議ツールを活用したゼミの開催。

事前準備例

- ①ゼミ講師、運営スタッフ。
- ②ゼミ開催に伴う材料や講師代、会場装飾など。
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)など。

- ①各ゼミに参加する人数制限など店舗(ゼミ会場)の広さに応じた3密対策が必要。
- ②参加者、スタッフがゼミ関連用品に接触する際はその都度、スタッフが消毒液等で用 具を拭くなどの除菌対策をする。可能な限り、用具を共用しないゼミスタイルを検討。
- ③参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。









4つのパッケージ事例 (2)インバウンド等の呼び込み、商品開発

(2)-1 インスタ映え商店街

大阪の魅力を世界に人々に

= 和の美 | インスタ映え商店待 =

事業概要

外国人訪日客が「和の美:日本の魅力」を商店街で凝縮して 楽しめる告作物の企画・製作・設置。

取組み内容例

①日本の美をテーマに写真パネルや告作物、衣装へアメイク などを駆使して、商店街全体を日本風で統一。

事前準備例

- ①各種画像版権使用料。
- ②造作物企画・製作。
- ③衣装、ヘアメイクなど手配。
- ④事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)など。

主众注意事項

- ①各インスタ映えスポットでの3密対策が必要。
- ②時間を指定した参加整理券配布、並び列の人との距離の確保、整理員配置など 密にならないよう対策が必要。
- ③来待者から、スタッフがカメラ撮影を依頼された場合は消毒液等で手指を拭くなどの 除菌対策をし撮影。また撮影後も再度、手指消毒を心掛け。
- ④参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。







(2)-2 伝統品マルシェ

日本が誇る伝統を世界に発信

= 伝統工芸品産地との協働 =

事業概要

商店街内にて外国人訪日客が好む 日本伝統工芸品を販売。



取組み内容例

- ①関係団体・機関との連携により伝統工芸品の入手ルートを確保。
- ②商店街内の空きスペース等で、日本の伝統工芸品などを販売(委託販売も含む)。
- ③新たな流通販路や観光誘致からの多角的事業を開拓。

事前準備例

- ①当該商品を取り扱う店舗の出張依頼。
- ②会場装飾など。
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)など。

- ①販売スペースでの3密対策が必要。
- ②時間を指定した参加整理券配布、並び列の人との距離の確保、整理員配置など密 にならないよう心掛ける。
- ③参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。







(Co-2) "1777"

4つのパッケージ事例 (2)インバウンド等の呼び込み、商品開発

(2)-3 日本文化パフォーマンス商店街

古来より続く忍術を体感

=歴史を今に再現する=

事業概要

外国人訪日客が好むサムライ、忍者をテーマに商店街で イベント実施。



取組み内容例

- ①忍者ショーや日本武術実演などのパフォーマンス、忍者体験、忍者教室等 体験型イベントを実施。
- ②忍者用具を楽しみながら作るワークショップ等の実施。

事前準備例

- ①忍者関連プロダクション、日本武術プロダクションへの出演料/手配料など。
- ②ステージ、音響、その他備品手配。
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)など。

主な注意事項

- ①イベントスペースでの3密対策が必要。
- ②時間を指定した参加整理券配布、並び列の人との距離の確保、整理員配置など 密にならないよう心掛ける。
- ③参加者、スタッフが運営用具に接触する際はその都度、消毒液等で用具を拭くなど の除菌対策を実施。
- ④参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。







(2)-4 越境ECで海外へ向けたインターネットショッピングサイト紹介

お客さんは世界中に!

=世界へ情報発信で魅力発信と顧客獲得=

事業概要

国境を超えて行われるEC(エレクトロニックコマース=電子商取引)サイトの取引(「越境EC」)の実施。



取組み内容例

- ①越境ECサイトのコンサルティング等と協力してサイトを開設、運営。
- ②商品ラインナップの充実のためエリア単位・複数の商店街の共同運営の実施。
- ③単なる買物サイトではなく総合サイトとして、商店街PR・観光、細やかなローカル情報も掲載。

事前進備例

- ①外国語の堪能な運営スタッフ。
- ②商品選定・掲載・受注・発送・集金などの経路開拓。
- ③事業広報 (SNSで発信) など。

- ①海外のお客様が相手となる為、言語、時差、習慣などあらゆる場面で通常の商売と 異なることに留意。
- ②商品発送や入金のシステムなど、信頼のおける運営会社を選ぶ。



(3)-1 デリバリーチャレンジ商店街

「待つ」から「攻める」へ

=新い販売経路の確保と高齢化社会に対応した商品販売モデル=

事業概要

商店街が配達注文を取りまとめて受注し、雇用契約した配達要員により発注字に届ける運用組織を創設。



取組み内容例

- ①これまで対面販売が主だった商店街の新しい販売経路モデルとして、 商店街が「3密を避けたデリバリー(出前)」の運用組織作りに取り組む。
- ②外出できない高齢者や障がい者に対するホスピタリティの実現。
- ③商店街組織の強化。
- ④配達パートナーの確保など地域の雇用促進に貢献。

事前準備例

- ①配達要員雇用費(期間指定)。
- ②受注集約環境整備(レンタル品対応)。
- ③コンサルティング相談。
- ④事業広報(街内掲示物チラシ折り込み、SNSで発信)など。
- ※中長期的には商店街組織で事業費捻出を検討。

主な注意事項

- ①配達員雇用においては、配達上における事故などに対応する保険の契約を。
- ②配達料金設定については組織内で充分に検討。
- ③配達スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。







(3)-2 キャッシュレス商店街

今や財布を持たない人が続出!

= 新規客開拓と時代の流れに沿う商売化にチャレンジ=

事業概要

国によるキャッシュレス導入の促進が進む中、感染症対策としても注目されているキャッシュレス決済を活用。



取組み内容例

- ①店舗にて決済端末のタブレットを導入しキャッシュレス決済事業者 との契約促進を商店街組織として取り組む。
- ②決済事業者とタイアップして、便利・クリーンな商店街をPRするイベントを実施。利用に不慣れな方を対象とした決済体験会を実施。

事前準備例

- ①キャッシュレス導入PR費(街内掲示物、チラシ折込、SNS)など。
- ②キャッシュレス店舗利用者を対象にした独自の抽選会運営など。
- ※キャッシュレス対応するために不可欠な店舗用タブレットは、あらかじめ準備が必要。

主な注意事項

①各キャッシュレス決済事業者により決済手数料、入金間隔、入金口座・手数料の 条件などが異なったり、契約店舗数によっては特典がある場合があるため、契約に おいては商店街組織として交渉することを勧める。







(3)-3 クラウドファンディング活用

人と人とのつながりが生まれ、新たな理解者や支援者を創出

= インターネット活用で財源を確保 情報発信力と組織力の強化=

事業概要

インターネット上で不特定多数の賛同者から支援、資金を 募る什組みの「クラウドファンディング」を活用。

(収入が落ち込み、通常の販売促進計画が難しい状況 において、チャレンジ意義が高い事業)。



取組み内容例

①商店街組織でクラウドファンディングを活用、資金を集めるテーマとそのコストを算出し、各ファンディングのプラットフォーム管理者にファンディング実施申込をする。

事前準備例

- ①クラウドファンディングコンサルティング費用。 システムレクチャー、目標プロジェクト・資金調達額設定、クラウドファンディング返礼品の設定、目標金額達成に向けた、募集サイトの構築、運用のフォロー。
- ②返礼品手配。

主な注意事項

- ①取り組みにあたってはクラウドファンディングでの資金獲得に精通した専門家のアドバイスを受けながら企画を検討。
- ②資金を支援してくださった方へのお礼 (リターン) は、その商店街ならではの物を用意し、ファンづくりに繋げる。



(3)-4 VR映像で商店街をバーチャル体験

HPやSNSで発信

=大阪らしいVR体験。店主(おっちゃん、おばちゃん)との賑やかなやり取りも=

事業概要

人の目線の向き・傾き(スマートフォンや映像筐体の傾き)に応じて、写真や映像がシンクロして動き、あたかもそこに自分がいるような映像体験を実施。

360度映像などのVR(バーチャルリアリティ)映像を使った商店街のPR映像を作成し、専用ウェブサイト・SNSで閲覧。

遠方に住んでおり、気軽に商店街へ来られない人にも臨場感豊かな商店街体験をしてもらい、行きたい感(GO TO感)を高めてもらう。

取組み内容例

- ①PRとしてのVR商店街サイトの閲覧によるリアリティPR。
- ②立ち上げたショッピングサイトへの流用など広く映像素材を使用。
- ③最新のITを使ったリアルなバーチャルお買物体験などイベント企画への展開も可能。

事前準備例

- ①VR制作一式。VR体験イベントの企画運営。
- ②運営スタッフ。
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)など。

主な注意事項

- ①VR体験イベント等を開催する場合、時間を指定した参加整理券配布、並び列の人との距離の確保、整理員配置など密にならないよう心掛け。
- ②参加者、スタッフが運営用具に接触する際はその都度、消毒液等で用具を拭くなどの 除菌対策を実施。
- ③参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。







10 10 10

II II II

11.11.11

(3)-5 動画や電子書籍を活用した商店街 P R

ニューノーマルに則した商店街PR

=商店街HPの活用=

事業概要

商店街の魅力を紹介するPR動画などを収録・編集し HPで立ち上げ。

チラシ、ポスター等の印刷物にHP動画に誘引するQR コードを掲載したり、SNSで発信したりして、紙離れ世 代に対してPRする手法。

商店街ニュース、話題作りとして盛り上げる。



取組み内容例

- ①周辺の有名スポットやインスタ映えするポイントなどを紹介し、地域PRも兼ねて商店街認知を図る取組み。
- ②動画を放送したり、HP画面上で書籍をページ繰りできる電子書籍技術を活用するなど、バリエーションを変えてスマホユーザーにもPR。

事前準備例

- ①配信内容や配信ツールの企画構成。
- ②HPなどのサーバー確保。
- ③QRコード取得。

主な注意事項

①制作費用やサーバー更新料は期間やバリエーションによって異なるので、 事前に必ず、見積を取り、内容を把握すること。



(3)-6 オンラインでの抽選や金券販売

手間ひま掛けずに、非接触型の販売促進を!

= 新たな販売促進方法へのチャレンジ促進 =

事業概要

従来のスタッフ運営による販促抽選会や、商店街で利用出来る 金券などの販売をネット上で完結。

取組み内容例

- ①商店街HPのショッピングサイトで金券を販売。
- ②LINE等のアプリ機能を活用した抽選会の実施。

事前準備例

- ①サイトPR費(街内掲示物、チラシ折込、SNS)など。
- ②アプリ活用契約。

主な注意事項

- ①スマートフォンを所有していない方が不公平にならないよう留意すること。
- ②金券販売や抽選会賞品選定にあたっては、景品法に違反していないかを事前に 確認すること。

検索する



(3)-7 GPS機能を活用した商店街の回遊

アプリを活用して商店街の情報発信

=歩く・走る軌跡のアートから繋がりに=

事業概要

専用アプリを活用し、走行箇所をスマホやタブレット端末の 地図上に表示。商店街を歩く・走る軌跡でアートやメッセ ージに変身させる挑戦もできる。



あらかじめ、軌跡を計画するための地域マップを用意すれば、商店街内や周辺の魅力あるエリアへの回遊を促すことができる。

歩きながらゴミを拾い、地域の環境保全も、といった取組みにも発展できる。 集客型イベントが制約される中でも、一人でも参加可能。

取組み内容例

- ①GPSアート作品のスクリーンショットをHPに投稿すると、抽選で商品券を交付。
- ②商店街を歩いた軌跡の出来栄えを競うWeb作品コンテスト

事前準備例

- ①軌跡を計画するための地域マップ
- ②アプリ取得方法の説明ガイド
- ③投稿方式とする場合の応募フォーム作成

主な注意事項

- ①参加者には、GPS機能が搭載されたスマートフォン等が必要。
- ②GPSアート制作時は、必ず交通ルールを順守し、また、歩きスマホにならないように「安全第一」で取り組むこと。







(3)-8 QRコード付きのカードを活用したポイント制度

ICT商店街の活性化!多世代を結ぶQRカード

=ORカードでスマート化=

事業概要

QRコード付きのカード導入により、商店街独自のポイント付与で地域内経済循環・消費者還元をスマート化。

スマホ内のQRコードではなく、カード形式とし、店舗側が読み取ることで、スマートフォンを持っていない方でも利用できる。

ポイント情報を管理するアプリは、既成のシステムを改良すれば開発費を低減できる。

取組み内容例

- ①QRコードが印刷されたカードを配り、買い物や商店街のイベント、ボランティアなどに参加する度に店舗側でカードを読み取り、ポイントを付与。
- ②貯めたポイントは、抽選などにも活用可能。
- ③QRカード利用店の端末へ各種情報の一斉配信が可能になり情報共有を効率化。

事前準備例

- ①QRコード付きカード作成
- ②処理端末活用契約

- ①カード会員登録が必要なため、個人情報の管理に留意。
- ②制作費用や処理端末のレンタル等の金額や期間はバリエーションによって異なるので、 事前に必ず、見積を取り、内容を把握すること。







4つのパッケージ事例 (4)若者等のチャレンジや新規出店の促進

(4)-1 商店街ブランディング化

芸術大学や専門学校とのコラボレーションで、商店街ブランドの確立!

=世代間交流による商店街魅力打ち出し=

事業概要

芸術大学や専門学校などのゼミ・学生とのタイアップで商店街ブランドを構築し、若者等の取り込みを実現。

取組み内容例

- (1)商店街の新規キャラクターの公募コンテストを企画。
- ②優秀作品を商店街公式キャラクターに認定。
- ③キャラクターを入れた街内の装飾物、PR物、HP、商店街ノベルティ製作などに広く活用し、商店街のブランディング事業を実施。

事前準備例

- ①コンテスト審査(審査員)、優秀作品制作者への賞金・賞品。
- ②着ぐるみの設計・製作、キャラクター入り街内装飾物、PR物、ウェブサイト、商店街 ノベルティなどの製作。
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)、賞品 など。

主な注意事項

- ①作品審査会場での3密対策が必要。
- ②キャラクターショー等を開催する場合、時間を指定した参加整理券配布、並び列の人との距離の確保、整理員配置など密にならないよう心掛ける。
- ③来街者から、スタッフがカメラ撮影を依頼された場合は、消毒液等で手指を拭くなどの 除菌対策をしてから、撮影。また、撮影後も再度、手指消毒を心掛け。
- ④参加者、スタッフが運営用具に接触する際はその都度、消毒液等で用具を拭くなどの 除菌対策を実施。
- ⑤参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。







(4)-2 Art商店街

商店街を舞台に、日常に入り込んだ芸術を!

= 若者・アーティストとの協働 =

事業概要

HEARING

「アート」をテーマに、商店街全体をミュージアム化、新規出店促進や個性的な商店街として活性化に取り組む。



取組み内容例

- ①商店街店舗シャッターにアート絵をペイント。
- ②空き店舗やフリースペースをアート作品の展示ギャラリーや 共有スペースに街内アートオブジェを設置。

事前準備例

- ①アーティスト謝礼
- ②ギャラリー展示備品レンタル
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)など

- ①参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。
- ②時間を指定した参加整理券配布、並び列の人との距離の確保、整理員配置など密 にならないよう対策。







4つのパッケージ事例 (4)若者等のチャレンジや新規出店の促進

(4)-3 商店街ニュージェネレーションチャレンジカップ

期間限定!自分のお店プロジェクト

=新しいアイデア、若いエッセンスの注入。刺激、世代間の交流 =

事業概要

商店街を活性させるアイデア、期間限定ショップ、 カフェ、イベントなどの事業案を若い世代への「チャレンジカップ」と題しコンペ形式で募集。 立ち上げからその過程、実施、その後までを追いかけ、 SNSで発信し、「チャレンジカップ」自体をイベント化、 商店街ニュース、話題作りとして盛り上げる。



取組み内容例

- ①チャレンジカップ「アイデア募集」コンペを開催。
- ②バリエーションを変えて優れた3事業を採用、商店街から事業の実現に必要な支援を実施。
- ③集客No1事業にはさらなる高みへのチャレンジ権や定期・常設営業権などを贈呈。

事前準備例

- ①空き店舗の確保(家主との交渉)。
- ②店舗設営機材・商品の確保。
- ③事業広報(チラシ折り込み、SNSで発信)など。

主な注意事項

- ①審査会場での3密対策が必要。
- ②参加者や運営スタッフのマスクやフェイスシールド着用を励行。







(4)-4 商店街テイクアウト食堂

自宅で外食気分。おいしさそのまま気軽に満喫

= 新たな販売方法へのチャレンジ促進 =

事業概要

飲食店構成比が高い商店街が対象となる テイクアウト店舗PRキャンペーンを実施。



取組み内容例

①テイクアウトの特設サイトの立ち上げ、キャンペーン実施をメディア等で発信することで、商店街の取組みの紹介や店舗への注文促進、SNSでの拡散など複数の集客へのプラス効果をPR。

事前準備例

- ①サイトPR費(街内掲示物、チラシ折込、SNS)など。
- ②配達要員雇用費(期間指定)。
- ③受注集約環境整備(レンタル品対応)。
- ④コンサルティング相談など。
- ※中長期的には商店街組織で事業費捻出を検討。

主な注意事項

- ①飲食店の営業許可施設であれば、お店で提供しているメニュー等をすぐに喫食することを前提としてテイクアウトやデリバリーすることは、新たな許可や変更の届出なく可能。
- ②ただし、いわゆる弁当やそうざいパック等については、調理・販売方法などにより喫食までの時間が長くなることで、食中毒のリスクが高まるため、許可や設備変更が必要な場合がある。 ※詳細は、大阪府のウェブサイトで確認。

http://www.pref.osaka.lq.jp/shokuhin/shinntyaku/osakatakuhai.html







改訂履歴

年月日	位置	内容
令和2年7月7日	_	初版
7月17日	P 21·22	「取組み事例(大阪府啓発イベント)」を追加(7月11・12日に啓発イベントを実施)
	全体	「ソーシャルディスタンス」の表記を「人との距離の確保」に変更(大阪府の方針)
8月28日	P 8	大阪コロナ追跡システムの登録時の説明画像を更新(大阪府のシステム変更)
	P13∼20	各事例に「事前準備例」を追加、見出し等の体裁を改善
	全般	文言等の時点修正
令和3年8月23日	P 5∼8	「啓発サイン」の掲載数を拡充
	P 9∼10	「商店街における感染症防止対策のチェックリスト」を掲載(別冊資料を本編に移設)
	P 11∼12	「商店街における感染症防止対策と啓発サインの対応一覧」を掲載(別冊資料を本編に移設)
	P 13	「大阪モデル」に、緊急事態措置等に基づくイベントの開催制限の要請を追記

年月日	位置	内容
	P 14	「ゴールドステッカー」を追加
令和3年8月23日	P19∼20	「感染症対策の取組み事例」を追加(特性ウェブサイトの商店街レポートから引用)
₩3年8月23日	P 22	「特設ウェブサイトの商店街レポート」や「事例集」を追加
	P 29∼30	「スマート化等の取組み促進、プロモーション」の取組みヒントを追加
	P4·15·18	「啓発ポスター」や「啓発サイン」、「三角POP」など「啓発素材」の入手方法を修正
	P13・14 (2ページ挿入)	「イベント開催等における感染防止対策」を追加
令和4年1月20日	P15	「マスク会食」を追加
	P16	「ワクチン・検査パッケージ制度登録店用ゴールドステッカー」を追加
	P22	「特設ウェブサイトの商店街レポート」を追加

参考

商店街は、小売商業全体の販売や雇用等で大きなウェイトを占めるとともに、地域住民の生活を支える買い物の場として、また、地域コミュニティの担い手としてなくて はならない存在です。

しかしながら、近年、商店街を取り巻く環境は厳しく、少子化による人口減少や後継者不足による空き店舗の増加、インターネット通販など消費スタイルの多様化や大型店との競争など様々な課題を抱えています。

大阪府では、先導的モデルとなる事業を実施し、事例・ノウハウの普及を通じて、市町村・商店街の主体的な取組みを支援しています。

> 大阪府商店街等モデル創出普及事業

新しい生活様式(ニューノーマル)に沿ったICT活用や地域内経済を循環させるバイローカルの「モデル創出」に取り組むとともに、その「成果の普及」を通じて、商店街の活性化に繋げることを目的としています。

| モデル創出に係る事業

(I) 商店街活性化のための「ICT活用」「バイローカル」などニューノーマルに沿ったモデル事業を実施

2 モデル普及に係る事業

- (1) 商店街アドバイザーによる相談サポート
 - a 活性化に向けた相談サポート
 - b 商店街サポーターとのマッチング支援
 - c 国事業活用に向けたサポーターのトライアル派遣
- (2) 先進モデル事例の収集と特設Webサイト等での情報発信
- (3) 各市町村、商店街向けセミナー等の開催





本事業のロゴ

特設Webサイト

▶「ICT」を活用したニューノーマルな商店街

新型コロナウイルスの流行によって、人との接触を減らさなくてはいけなくなるなど社会は大きく変わり、新しい生活様式「ニューノーマル」 への対応が求められます。今まで人が行っていた作業や、対面で行っていたことをアプリやシステムで代用したり、遠隔で行うなど、ニューノー マルに沿ったICTやリモート技術を活用する取組みが始まっています。

事例

- サラリーマンファーストな「アプリ」開発
- ▶ スマホを活用した「GPSアートラン」 ~ 楽しんでもらいながら商店街の店舗を回遊 ~
- ~ 常連客に「安心・安全・お得」を周知 ~
- ▶ 高齢者にも優しい「QRカード」 ~ QRコードが印刷されたカードで非接触化とも両立 ~



アプリの概要



QRカード



GPSアートランの広報





▶ 地域の良き商いを守り育てる「バイローカル」とは

コロナ禍で人の移動が制限される中、「バイローカル」という考えが注目されています。バイローカルとは、地域 の店で買い物をすることが地域商業の持続的な活性化の支えとなり、暮らしやすいまちづくりにつながるという考え のことです。

大阪市阿倍野区昭和町周辺では、2013年から住民が自発的に、この考えに基づき取組みを推進しています。基 本的な考え方は、地域の素敵な商いを消費者が知り、継続して利用することで、「よき商い」が根づき育ち、結果的 に消費者の生活の質を高め、地域の活性化につなげるというものです。

お店を掲載したイラスト入りの紹介マップを制作し、各店で置き合ってもらい、住民とお店が出会うイベントも年 に一度行っています。お店紹介は、Webサイトでも行い、コロナ禍の影響を大きく受けた昨年4月からは、各店の営 業状況、テイクアウトに関する情報や感染症対策などを追加して発信しています。

大阪府内の商店街でも、こうした考え方に重なり合う、持続的な活性化に向けた取組みが始まっています。

「バイローカル」



事例

- 野先から商店街を変える。
- ▶ ガイドブックでまち巡り
- ~ 地域の魅力的店舗、クリエイターを商店街に誘致 ~ ~ 地域の魅力を伝えるガイドブックを制作、マイクロツーリズムの機運醸成 ~
- ▶ テイクアウト等で魅力発信
- ~ 地域の飲食店及び地域資源の魅力を発信、エリアのファンを増やす ~

商店街向け感染症対策を踏まえた イベント等実施マニュアル 令和2年7月(令和4年1月改訂)

編集・発行 大阪府商店街等モデル創出普及事業事務局

(大阪府商店往振興組合連合会・株式会社産經アドス共同企業体)

大阪府商店街振興組合連合会内

住所: 〒540-0029 大阪市中央区本町橋2-5

マイドームおおさか 6 階

電話:06-6947-4333

このマニュアルは、大阪府商店街等モデル創出普及事業のウエブサイト (みんなで守ろう。おおさか商店街行動宣言) でもご覧いただけます。

https://www.pref.osaka.lg.jp/shogyoshien/minmamo/index.html

