

令和6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「地域コミュニティ機能の推進に資する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

3. 主な調査項目

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 176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6年11月30日現在	令和6年12月14日～12月15日
調査数	発送:176、回収:126	1,000サンプル

商店街調査	来街者調査
・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	・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
○ 来街者の増減(昨年同期)について、来街者が増加した(前年度比100%以上)と回答した商店街は、4月に65.3%、10月に61.2%となり、約6割であった。 ○ 売上の増減(昨年同期)について、売上が増加した(前年度比100%以上)と回答した商店街は58.7%であった。 ○ 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。

来街者調査
○ 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85%を占め、地域商業の担い手としての役割が果たせている。 ○ また、商店街を訪れる目的は「観光」が2番目に多く、昨年度の13%から今年度は15%となり、観光目的の割合が増加している。

○ 本事業の地域ニーズ対応・デジタル対応力向上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HPIに掲載しています。