

※本仕様書は公示時点（令和8年2月24日時点）での内容です。
正式な契約締結までに軽微な修正を行う可能性があります。

令和8年度 商店街等活性化事業業務 仕様書

1. 委託業務名 令和8年度 商店街等活性化事業業務

2. 事業の目的

「地域コミュニティの担い手としてのモデルの創出と普及」に取り組むことで、商店街・市町村の取組みを後押しし、商店街の持続的な発展に繋げる。また、商店街に観光の視点を取り入れ「商店街の観光コンテンツ化（周遊企画等の実施）と情報発信」により観光・消費を促進し、大阪経済の振興にも寄与する事業を展開する。

(1) 商店街等モデル創出普及事業（別記1）

商店街活性化に積極的な商店街において、地域コミュニティ機能を推進するため、デジタル技術を活用しながら地域ニーズに対応したモデル創出の取組みを支援するとともに、その成果の普及を通じて市町村・商店街の取組みを後押しすることで、商店街の活性化と持続的な発展に繋げる。

業務内容は、**別記1**のとおり。

(2) 商店街観光連携推進事業（別記2）

万博等により大阪への訪問意欲や来阪リピーターが増加するなか、訪問先が定番観光地から大阪ならではの日常や食など体験重視に広がり、商店街が観光資源として注目されている。これを受け、観光客誘致に意欲的な商店街に対して集客支援を行うとともに、大阪の商店街を観光資源として積極的に魅力発信することでブランド化・認知度向上をはかり、商店街での観光・消費を促進する。

業務内容は、**別記2**のとおり。

以上（1）（2）により、商店街の活性化を図り、大阪の成長を加速させる。

3. 契約期間

契約締結日から令和9年3月31日まで

4. 業務履行場所

大阪府商工労働部中小企業支援室商業振興課の指定する場所

5. 業務の実施体制

(1) 事業計画書の作成

受託者は、契約締結後14日以内に業務実施計画書を委託者に提出するとともに、変更が生じた場合は、適宜訂正し委託者に提出すること。事業計画書は委託者の承諾を得ること。

(2) 実施体制の確保

受託者は、受託者と直接雇用関係にある者から1名を業務責任者として選任し、契約の履行に関する業務の管理及び統轄を行わせること。

また、事業執行体制表（業務責任者、主に両事業の進捗調整及び連携誘導を行う総括責任者、各事業の進捗管理を行う商店街等モデル創出普及事業責任者及び商店街観光連携推進事業責任者並びにそれら業務の作業等者の履行体制図）を提出し、問い合わせ窓口を設置する等の方法により、選定商店街・店舗及び府民からの問い合わせに対応できる体制を事業開始までに構築すること。

なお、本業務は、十分な成果を引き出すため、商店街関係者等との綿密な連携と意思疎通のもとに遂行する必要があるため、受託者は商店街及び商業団体等との良好な関係を構築すること。

委託者が円滑な業務遂行に不都合があると認める場合には、委託者の指示により、受託者は、業務責任者等の再教育又は交替等の措置をとること。

6. 事業管理委員会

本事業を効率的・効果的に実施する観点から受託者は委託者に承諾を得たうえ、設置要領を制定し学識経験者や府内商業団体役員等から構成される事業管理委員会を設置し、その運営を行うこと。

(1) 委員会の所掌事務

- ・委託者が実施商店街を選定する際の助言等に関する事務
- ・本事業を効果的に推進するための助言等に関する事務
- ・本事業の事業効果の検証等に関する事務
- ・その他、本事業を遂行する上で必要なものであって、委員会で決定した事務

(2) 委員会の組織等

- ・委員会は、委員5人以内で組織する。
- ・委員は、委託者の承諾を受けたうえで、学識経験者、府内商業団体役員、大阪府職員、その他適当と認める者をもって充てる。
- ・委員の任期は、本事業終了までの期間とする。

(3) 謝金及び実費弁償

本委員会に出席した委員に対し謝金及び実費弁償を支給することができる。ただし、地方公共団体職員及び商業団体役員は除く。

委員の報酬の額は、日額 **18,000** 円とする。

(4) 事業管理委員会の審議予定項目

回数	開催日	議事
第1回	4月	・事業管理委員会設置要領について ・事業概要及びスケジュールについて
第2回	5月	・商店街の選定について
第3回	8月(予定)	・事業実施状況について
第4回	11月(予定)	・事業実施状況について ・効果検証の実施(アンケート)について
第5回	3月(予定)	・効果検証(アンケート)の結果について

7. 費用負担

本仕様書に特段の定めがある場合を除き、本事業の実施に必要となる経費についてはすべて受託者の負担とする。

8. 提出を要する書類例

主な提出書類	提出時期
業務実施計画書	契約締結後 14 日以内
業務責任者届	
個人情報管理作業責任者届	
個人情報管理台帳	
各企画提示	企画実施の1月前まで(実施時期は委託者が指示)
効果検証案提示	令和 8 年11月 13 日(金)頃まで
効果検証実施	令和 8 年12月
効果検証結果報告	令和 9 年1月 29 日(金)まで
業務完了報告書	業務完了後、速やかに

9. 効果検証の方法

支援対象商店街及び来街者に対して、本事業の浸透を確認するための効果測定(アンケート調査)を実施すること。効果検証の結果をとりまとめるうえ、上記6の事業管理委員会を開催し報告すること。

実施スケジュール

(1) 商店街

受託者は、令和 **8** 年10月30日を基準日とし、委託者が示した調査項目について、郵送等によりアンケート調査を実施すること。(令和 **8** 年12月初旬に発送し、回答期限を令和 **8** 年12月下旬とすること。)

令和 **9** 年1月 **29** 日(金)までに委託者に結果(効果検証概要、商店街別の回答一覧)を報告すること。

(2) 来街者等

受託者は、委託者が示した調査項目について、WEB等の方法により、アンケート調査を実施すること。(令和 **8** 年12月に実施すること。)

令和 **9** 年1月 **29** 日(金)までに委託者に結果(効果検証概要、回答一覧)を報告すること。

10. 報告書の作成・提出

受託者は、業務完了後に業務完了報告書類(詳細は下記のとおり)を作成し、報告内容の真実性が確認できる書類とともに委託者に提出すること。なお、報告書類一式は、電子データ及び紙媒体にて提出すること。

事業完了報告書類(内訳)

(1) 業務完了届及び業務報告書

(2) ポータルサイト関係

特に別記2の4のポータルサイトについては、業務終了後において委託者または委託者が指定する第三者が継続して利用・編集・更新できるよう、サイトを構成するイラスト・画像・文章・検索機能等付随する機能等の一切を委託者へ帰属させること。具体的な方法は別途委託者からの指示に基づくこと。

(3) 業務に関連して作成した全て(上記(2)ポータルサイトは除く)の制作物

業務に関連して作成した、マニュアル、チラシ等広報物、動画データ等を **USB** メモリー等に格納して提出。

(4) 報道実績報告書

本事業が採り上げられた記事やHPなどの**Web** 情報、SNS、テレビ等での放送動画について、取りまとめた報告書(※**USB** メモリー等に格納のこと)。

11. 成果物の権利の帰属

受託者は、成果物(業務に関連して作成したすべての制作物も含む。以下同じ。)が著作権法(昭和**45**年法律第**48**号)第2条第1項第1号に規定する著作物(以下「著作物」という。)に該当する場合には、当該著作物に係る受託者の著作権(著作権法第**21**条から第**28**条までに規定する権利をいう。)を当該著作物の引渡し時に委託者に無償で譲渡し、著作者人格権を行使しないものとする。ただし、当該著作物のうち受託者が従前より保有するものの著作権は、受託者に留保されるものとし、受託者は委託者及びその指定する者の必要な範囲で委託者及びその指定する者に無償で使用することを許諾するものとする。

成果品に関し、著作権等の第三者の権利を侵害するものとして、当該第三者との間で紛争が生じた場合は、受託者はその責任においてこれを処理解決すること。

なお、委託業務終了後、成果物に誤り等が認められた場合には、受託者の責任において速やかにその誤りを訂正しなければならない。

12. 個人情報の保護

受託者は、個人情報について、以下のとおり取り扱うこと。なお、本事業に係る個人情報を取り扱うすべての業務を対象とすること。

- (1) 個人情報保護の重要性を認識し、「個人情報の保護に関する法律」をはじめとする個人情報保護に関する法令、ガイドライン等、契約書別記「個人情報取扱特記事項」及び委託者が指示する個人情報保護に関する取扱基準等を遵守すること。
- (2) 本事業において収集した個人情報については、本業務の目的のみに利用するものとし、それ以外の目的に利用しないこと。このことは、契約期間終了後においても同様とする。
- (3) 契約期間終了後は、収集した個人情報をすべて廃棄・消去し、再生不可能な状態にするなど、適切な処理を実施した上で証明書類を含む実施結果を書面にて委託者に提出すること。
- (4) 収集した個人情報については、不正なアクセス又は個人情報の紛失、破壊、改ざん、漏えい等の危険に対して、技術面及び組織面において合理的な安全対策を講ずること。
- (5) 委託者は本事業における個人情報の利用・管理状況について随時受託者からの報告を求めることができ、また必要に応じ、受託者の事業所などに立ち入り、検査できるものとする。

(6) 対象者の個人情報に関し、情報主体等の第三者から苦情・問合せを受けた場合、その他これに関連した事故が発生した場合又は発生する恐れがある場合は、受託者は直ちにその旨を委託者に報告すること。なお、第三者からの苦情・問合せについては、委託者の承諾を得てから回答すること。

13. 支払方法・精算

業務完了報告書類の提出後、委託者の検査を経て、受託者の請求に基づき支払う。

委託者は、業務完了の内容の審査及び必要に応じて現地調査を行い、業務の実施に要した経費の証ひょう、帳簿等の調査により支払うべき金額を確定し、これを受託者に通知する。

精算の結果、精算金額が契約金額に満たないときは、当該精算金額をもって契約金額とする。このとき、契約の変更は行わないものとする。(特に、別記I「商店街等モデル創出普及事業」のIのモデル創出における、各商店街への再委託経費については、他の項目と区別して再委託経費の予算(1モデルあたり100万円(税抜))の範囲内で精算すること。)

また、精算の結果、精算金額が契約金額を超える場合も、契約金額の増額変更を行わないものとする。

14. その他

(1) 本業務に係る委託者との打合せ

受託者は、本業務の趣旨を熟知し、業務実施期間中においては、委託者と緊密に連絡をとりながら業務を履行しなければならない。委託者からの求めに応じ、週に1回程度、委託者に対し進捗状況の報告や打ち合わせを行うこと。また、受託者は、業務着手時、成果品のとりまとめ時にも、委託者との打合せ及び協議を行うものとする。

(2) 再委託の原則禁止

受託者は、委託者の承諾のある場合を除き、受託業務の全部又は一部を第三者に委託してはならない。

(3) 委託事業の実施状況の報告

受託者は契約締結後、事業の毎月の実施状況を翌月10日までに前月の業務内容を報告すること。(令和9年3月分については、業務完了報告書と同時に提出すること。)

また、ポータルサイトの特集や商店街記事作成等の企画内容については、事前(企画を実行する1か月前を目途)に案を委託者に提示し、承諾を得ること。

その他、受託者は電話やメール等で密に委託者と連絡を取り、委託者の承諾を得ながら作業を進めること。

(4) 各種証拠書類の確認

受託者は、会計に関する諸記録を整備し、事業年度終了後10年間保存すること。

委託者は、事業終了後、給与明細、貸金台帳、業務日誌、出勤簿、公的証明書、領収書等の各種証拠書類の確認を行うので、受託者は書類を整理し協力すること。

なお、事業期間中も随時、各種証拠書類の確認を行うことがあるので、協力すること。

(5) 労働関係法令の遵守

受託者は、職業安定法等の労働関係法令に違反しないよう、十分に注意すること

(6) 本仕様書に定めのない事項

この仕様書に定めた事項又はこの仕様書に定めのない事項について疑義が生じたときは、委託者と受託者が協議の上、決定するものとする。

令和 8 年度 商店街等モデル創出普及事業 業務内容

1. モデル創出事業

商店街活性化に積極的な商店街において、地域コミュニティ機能を推進するため、デジタル技術を活用しながら地域ニーズに対応したモデルを創出する。

(1) モデル創出数、支援予算額及び条件

※詳細は、契約締結後に委託者の示す応募要領等に依る。

ア モデル創出数：**10** モデル

イ 支援予算額：1モデルあたり100万円（税抜き）以内

ウ 条件：商店街の自主的な需要喚起の取組みに、地域ニーズ対応やデジタル対応力向上の視点を加味する場合に支援

(2) 支援対象商店街

商店街等組織（注）

（注）商店街等組織とは、以下のいずれかに該当するものをいう。

- ・商店街等を構成する団体のうち、商店街振興組合、事業協同組合等の法人格を有する商店街等組織
- ・商店街等を構成する団体のうち、法人化されていない任意の商店街等組織であって、規約等により代表者の定めがあり、財産の管理等を適正に行うことができる者

(3) モデル創出商店街の調査・決定の流れ

受託者は、モデル創出の実施対象となる商店街（以下「モデル創出商店街」という。）の調査・決定を以下のとおり行う。

- ① 委託者は、大阪府ホームページにおいて応募要領等を公表し公募を行う。受託者は、問い合わせ対応、申請書類の受理、管理、とりまとめ、補正対応等を行う。
- ② 受託者は、委託者が別途提示する「実施商店街選定基準」に基づき、府内商業団体（※）及び市町村へのヒアリングや連携調整を実施する。
 ※府内商業団体・・・大阪市商店会総連盟、堺市商店連合会及び大阪府衛星都市商店会総連合会等
 （対象商店街は、府内商業団体への加入の有無は問わない）
- ③ 受託者は、令和7年度の商店街店舗魅力向上支援事業の対象商店街（**190** 商店街）へ意向調査を実施する。
- ④ 受託者は、応募締め切り日時点における応募状況を取りまとめ、「実施商店街選定基準」に基づき内容を精査し、委託者に報告する。そのうえで、事業管理委員会（2ページ **6**. 事業管理委員会に記載）にて有識者等の意見を聴取する。
- ⑤ 委託者は、事業管理委員会での意見を参考に、モデル創出商店街を決定する。
- ⑥ 受託者は、上記⑤の結果にもとづき、応募のあった商店街に対し結果を連絡する。

(4) モデル創出の取組み

受託者は、モデル創出商店街での事業実施に際し、以下に取り組むこと。

- ① モデル創出商店街ごとに伴走支援の担当者を1名以上決定し、受託者の有する商店街支援のノウハウをもとに実施商店街の事業企画へ助言を行うなど、企画のアドバイス・ブラッシュアップを実施し、事業完了までサポートすること。
 - ア 地域ニーズ対応及びデジタル対応力向上の取組みの両方を可能な限り企画へ反映すること。
 - イ 市町村商業担当課や商工会・商工会議所、地域団体等と連携した取組み(※)とすること。
 - 商店街と各連携機関との連絡調整の支援もあわせて行うこと。
 - ウ 各モデル創出商店街ごとの成果目標や効果測定方法を定めておくこと。
 - ② モデル創出商店街の実施内容の詳細を確定させ、委託者から再委託の承認を受けたうえで、受託者とモデル創出商店街で契約を締結する。
 - ③ モデル創出商店街での本事業に係る打ち合わせや会議に伴走支援の担当者が参加し、各モデルの取組みの進捗管理や効果測定を行い、打ち合わせや会議の都度その進捗を委託者へ報告すること。(報告書には打合せ状況やイベント等の写真を添付すること。)
 - ④ 各モデルの経費支出や成果報告書、事例集原稿の作成
- ※商店街が所在する市町村商業担当課に府を通じて「支援書」の提出を求めること。
※商店街が所在する商工会等にも広報協力などの連携を働きかけること。

2. モデル普及事業

これまでに創出したモデル等の成果普及や国事業(中小企業庁やその他省庁等の関係事業)等をホームページや SNS で発信し普及に努め、それらの活用促進を通じて、市町村・商店街の取組みを後押しし、商店街の持続的な発展に繋げる。

(1) 商店街相談員による相談対応

受託者において商店街相談員を配置し、以下のとおり、商店街活性化の事例やノウハウを収集し、商店街活性化に向けた府内市町村・商店街からの相談に随時対応すること。

- ① 府内商店街の効果的な取組み等の事例収集・紹介
- ② 商店街活性化のノウハウを有する専門家(商店街サポーター:下記(2))の紹介
- ③ その他、令和3~7年度の商店街等モデル創出普及事業の採択事例や国事業(中小企業庁やその他省庁等の関係事業)等の採択事例や府内市町村の商店街向けの事業の情報収集・紹介

(2) 商店街サポーターの登録制度

以下のとおり、商店街サポーターの登録制度の運用を行うこと。

- ① 商店街支援を行う専門家である商店街サポーターを発掘・募集し登録者リストを作成すること。
- ② 国事業(中小企業庁やその他省庁等の関係事業)等に関する事例のノウハウを有するサポーターを発掘し登録すること。(府外のサポーターも対象)

(3) 商店街サポーターとのマッチング支援

市町村や商店街からの相談内容に応じ、最適な商店街サポーターを紹介すること。

- ① ホームページ等で商店街活性化に取り組む市町村や商店街を随時、募集すること。
- ② 商店街にサポーターを紹介する際は、活用可能な市町村の商店街支援施策の情報も併せて提供すること。

(4) トライアル派遣

国事業（中小企業庁やその他省庁等の関係事業）の活用を検討している市町村や商店街を対象に、委託者と調整のうえ講師を派遣すること。なお、実施方法については、委託者と調整のうえ、集合研修やセミナー、商店街現地視察等の形式で希望者を1か所に集めて実施する方法も可能とする。

- ① 市町村の国事業のニーズの把握に当たっては、委託者と連携し、商店街等組織が所在する府内全市町村商店街支援担当部署に対して個別のヒアリングを実施すること（オンライン可）。
- ② トライアル派遣を希望する市町村や商店街からのヒアリング（派遣希望内容の聴取）を行い、市町村や商店街の具体的なニーズにあった講師を派遣すること（2回×5か所まで 計10回分）。
- ③ トライアル派遣に係る会場設営、謝礼や旅費の支払いは受託者が実施し本事業費から支出すること（謝礼は原則として1回あたり45,000円（税込み）、資料・レジュメ作成料5,000円（税込み）を上限とする）。

なお、講師を選任した際は委託者に報告し、承諾を得ること。

- ④ 派遣は、参加者の状況やニーズ等に応じ、現地開催に加えオンライン併用でのハイブリッドでの対応も行うこと。
- ⑤ 派遣終了後、内容を委託者に報告すること。また、市町村や商店街に広く周知すべき内容を下記(6)①のレポートにまとめ委託者に提出すること。

(5) 市町村や府内商店街の取組みの参考となるよう、委託者と調整のうえ、以下のような研修会やセミナー等を年3回以上実施すること。会場設営、謝礼や旅費の支払いは受託者が実施し本事業費から支出すること（謝礼は原則として1回あたり45,000円（税込み）、資料・レジュメ作成料5,000円（税込み）を上限とする）。

【実施イメージ】

① 府内市町村向け研修会の開催

ア 府内市町村職員等の商店街支援担当者が参加する研修会を実施

イ 研修会に相応しい講師を招聘

- ・中小企業庁や近畿経済産業局、その他関係省庁からの制度説明を盛り込むこと。

ウ 研修会を運営

- ・参加者の状況やニーズ等に応じ、現地開催、オンライン又はハイブリッドのいずれかを検討すること
- ・多数が受講されるよう、研修会開催の広報・周知に努めること
- ・受講申し込みの受付、受講者の名簿作成、資料準備、司会進行など、研修会の運営に必要な対応を行うこと。

エ 研修会実施後のレポート（実施概要）を作成すること

② 府内商店街向けセミナーの開催

ア 本事業の趣旨（地域ニーズ対応やデジタル対応力向上）に沿った商店街活性化事例に関するセミナーの実施

イ セミナーに相応しい講師を招聘

- ・国事業（中小企業庁やその他省庁等の関係事業）の資料や各種報道等で紹介されている先進事例の実践者からの取組み説明を盛り込むこと。
- ・地域コミュニティの担い手としての地域ニーズ対応やデジタル対応力向上に取り組んでいる商店街等からの取組み説明を盛り込むこと。

ウ セミナーを運営

- ・参加者の状況やニーズ等に応じ、現地開催、オンライン又はハイブリッドのいずれかを検討すること
- ・多数が受講されるよう、セミナー開催の広報・周知に努めること
- ・受講申し込みの受付、受講者の名簿作成、司会進行など、研修会の運営に必要な対応を行うこと。

エ セミナー実施後のレポートを作成

③ 府内商店街・市町村向け取組み事例プレゼン大会の開催

ア 府内の先進的に取組む商店街のキーパーソンが複数人参加するショートプレゼン大会の実施。

- ・本事業で創出するモデル事例の普及を見据えて実施すること。

イ プレゼン大会に相応しい発表者を招聘

- ・本事業で創出した複数のモデル事例の実践者からの取組み説明を盛り込むこと。
- ・商業分野に精通した有識者をコーディネーターとして招き、複数のモデル事例の実践者とのパネルディスカッションを行うなど、受講者の理解が深まるよう工夫すること。

ウ プレゼン大会を運営

- ・参加者の状況やニーズ等に応じ、現地開催、オンライン又はハイブリッドのいずれかを検討すること
- ・多数が受講されるよう、大会開催の広報・周知に努めること
- ・受講申し込みの受付、受講者の名簿作成、司会進行など、研修会の運営に必要な対応を行うこと。

エ 大会実施後のレポートを作成

(6) 先進モデル事例の収集と情報発信

① レポート作成 計 50 本以上

地域コミュニティの担い手としての地域ニーズ対応やデジタル対応力向上の取組みの促進に繋がる事例や時宜に応じたテーマの事例を情報収集し、取材の上レポートを作成すること。レポートの内容については、市町村や商店街の取組みの参考となるよう留意して作成し、委託者の確認を受けること。

（レポート作成の件数内訳めやす）

【府内】R3～6 年度創出事業約 15 件、R7 年度創出事業約 10 件、R8 年度創出事業約 10 件、
その他約5件

【府外】国事業活用等先進事例約5件 【府内外】全国的にも卓越した取組事例約5件

② 事例集の作成

ア 上記1のモデル創出事業に選定された商店街の事例や先進的な事例等を取りまとめた事例集を作成すること。

イ 事例集は紙媒体の冊子版(最低 **1,000** 部以上)及びウェブサイトに掲載するデジタル版の両方を作成すること。

ウ 作成した事例集は府内の市町村商業担当課、府内商業団体及び令和7年度「商店街等活性化事業」の参加商店街等組織に配布すること。

3. その他(上記1・2の事業実施について)

(1) 事業管理委員会(2ページ6. 事業管理委員会に記載)により事業の進捗管理を実施すること

- ・1回目 4月開催 年間予定報告等
- ・2回目 5月開催 モデル創出 **10** 商店街の選定等
- ・3回目 8月頃開催 進捗状況報告等
- ・4回目 **11**月頃開催 進捗状況報告、アンケート実施等
- ・5回目 3月頃開催 効果検証等

(2) 地域の住民・団体、大学、民間企業等と連携した取組みに努めること

(3) 国事業(中小企業庁やその他省庁等の関係事業)の申請・採択状況等の把握にも努めること

4. スケジュール(予定)

時期	モデル創出事業	モデル普及事業
4月	—事業開始— ・商店街実施意向調査 ・商業団体ヒアリング	—事業開始— ・ホームページ等での情報発信開始 ・相談サポート及びサポーター登録制度開始 ・マッチング支援開始
5月	・実施商店街の決定 ・各モデル創出商店街の事業企画へのアドバイ	・モデル創出事業完了商店街による普及支援 ・市町村ヒアリング
6月	ス・ブラッシュアップ等 ・受託者とモデル創出商店街で契約締結	・セミナー1回目 ・トライアル派遣開始
7月	・各モデル事業開始、伴走支援	
8月	(以降、事業進捗管理、効果測定)	
9月		・先進事例セミナー ・セミナー2回目
～	・各モデル創出商店街の事業終了	
12月	・効果測定実施	・事例集完成 ・セミナー3回目
1月		
2月	—事業終了—	—事業終了—
3月		

令和8年度 商店街観光連携推進事業 業務内容

1. 実施目的・内容

誘客のポテンシャルがあり意欲的な商店街を募集し、「商店街に対する集客支援」(下記3)を行うとともに、大阪の商店街を観光資源として積極的に魅力発信することで「商店街ブランドの認知度向上」(下記4)をはかり、大阪市内の一部地域に偏在する観光客を府内各地域の商店街に周遊させ、商店街での観光・消費を促進する。

2. 対象となる商店街等組織(注)(以下「対象商店街」という。)

(1) 対象商店街

令和8年度に実施する本事業の対象商店街の件数はそれぞれ以下のとおりとすること。

- ① 商店街に対する集客支援・・・15 商店街程度(以下「観光コンテンツ化商店街」という。)
(令和7年度商店街店舗魅力向上支援事業(観光コンテンツ化事業)に参画した6商店街(以下「継続商店街」という。)、及び令和8年度に新たに選定する商店街(9商店街程度)(以下「新規商店街」という。))
- ② 商店街ブランドの認知度向上・・・30 商店街程度(以下「ブランド化商店街」という。)
(要件を満たすと認められる商店街の応募が多数の場合は、委託者と受託者で協議の上、対象商店街数を増やす可能性がある。)

なお、「② 商店街ブランドの認知度向上」に参加する商店街については、「① 商店街に対する集客支援」に重複参加しても差し支えないものとする。

(注) 商店街等組織とは、以下のいずれかに該当するものをいう。

- ・商店街等を構成する団体のうち、商店街振興組合、事業協同組合等の法人格を有する商店街等組織
- ・商店街等を構成する団体のうち、法人化されていない任意の商店街等組織であって、規約等により代表者の定めがあり、財産の管理等を適正に行うことができる者

(2) 対象商店街の募集・選定

- ① 継続商店街：令和8年3月31日時点において辞退の申し出がなければ、引き続き対象とする。
- ② 令和8年度に新たに選定する商店街(上記(1)①及び②)：調査・決定を以下のとおり行うこと。
 - ア 委託者は、大阪府ホームページにおいて応募要領等を公表し公募を行う。受託者は、問い合わせ対応、申請書類の受理、管理、とりまとめ、補正等を行う。
 - イ 受託者は、委託者が別途提示する「実施商店街選定基準」に基づき、府内商業団体(※)及び市町村へのヒアリングや連携調整を実施する。
 - ※府内商業団体・・・大阪市商店会総連盟、堺市商店連合会及び大阪府衛星都市商店会総連合会等(府内商業団体への加入の有無や令和7年度事業の対象に含まれるか否かは問わない)
 - ウ 受託者は、応募締め切り日時点における応募状況を取りまとめ、「実施商店街選定基準」に基づき内容を精査し、委託者に報告する。そのうえで、事業管理委員会(2 ページ6. 事業管理委員会に記載)に諮り、有識者等の意見を聴取する。
 - エ 委託者は、事業管理委員会での意見を参考に、対象の商店街として決定する。

オ 受託者は、上記エの結果に基づき、応募のあった商店街に対し結果を連絡する。

(3) 新規商店街及びブランド化商店街等の要件

※各要件の詳細は、契約締結後に委託者の示す応募要領等による。

【共通要件】

ア 観光客誘致に意欲のある商店街等組織であり、観光・消費の促進に向けた取組みを行うこと。

イ 周遊企画や大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん!大阪商店街」(<https://osaka-shotengai-info.com/>) (以下「ポータルサイト」という。)での情報発信など委託者が実施する魅力発信の取組みに協力すること。

【「商店街に対する集客支援」を実施する新規商店街の要件】

ア <集客支援のポテンシャル要件>

a 商店街や周辺エリアにおいて、店舗・施設目的に国内外から来客するような店舗・施設を有すること

b 商店街や周辺エリアにおいて、観光・文化・サブカルチャーなどの観光資源等を有すること

イ <実施体制・組織要件>

a 商店街の自主財源で観光・消費に取り組むなど、商店街が観光拠点となり、観光・消費を促進するような自主的な取組みの実績を有すること

b 本事業遂行のための組織的人員体制を商店街等組織内において整備することができること

ウ <市町村等との連携要件>

商店街等組織が取り組む本事業に対して、市町村や観光協会等との連携が得られること

エ <その他必要な要件>

その他委託者が必要と認める要件

【「商店街ブランドの認知度向上」を実施するブランド化商店街の要件】

ア <デジタルによる周遊企画(以下「デジタル周遊企画」という。)に対する連携要件>

a 受託者が実施する「デジタル周遊企画」実施時において、商店街の来街者に対して認知度を図るための広報の協力体制を講ずることができること

b デジタル周遊企画の実施時において、商店街内での消費を促進するため、周遊企画と連動して可能な範囲で特典等を付与する店舗を有し、その協力が得られること

イ <実施体制・組織要件>

本事業遂行のため組織的人員体制を商店街等組織内において整備することができること

ウ <その他必要な要件>

その他委託者が必要と認める要件

3. 商店街に対する集客支援

観光コンテンツ化商店街が開催するツアーの支援や連動した周遊イベントの実施及びポータルサイト等による積極的な情報発信を通じて、商店街への誘客を図るとともに、商店街現地での観光・消費を促進する。

(1) 観光コンテンツ化の支援

① 実施体制等

ア 受託者は、観光コンテンツ化商店街ごとに伴走支援の担当者を1名以上決定し、受託者の有する商店街支援のノウハウをもとに実施商店街の事業企画等へ助言を行うなど、企画のアドバイス・ブラッシュアップを実施し、事業完了までサポートすること。なお、下記の留意事項に沿って対応すること。

(留意事項)

- α 市町村や商工会、商工会議所、地域団体等と連携した取組みとすること
- β 観光コンテンツ化商店街ごとの成果目標や効果測定方法を定めておくこと
例) 成果目標：ツアー参加者など

イ 観光コンテンツ化商店街での本事業に係る打合せや会議に伴走支援の担当者が参加し、各事例の取組の進捗管理や効果測定を行い、打ち合わせや会議の都度その進捗を委託者へ報告すること。(報告書には打ち合わせ状況やイベント等の写真を添付すること。)

② 観光資源の発掘（主として新規商店街を対象とする）

受託者は、観光コンテンツ化商店街とともに、同商店街及びその周辺エリアの観光コンテンツの素材となる観光資源（発掘する資源は、食文化（大阪産（もん）等）、歴史、アニメ、集客店舗、観光文化施設等）を現地取材等を通じて発掘すること。同商店街からさらに周辺エリアの回遊を促す情報発信を行うため、上記2の対象商店街及び周辺の回遊を促すエリアについても発掘の対象とすること。

③ 観光資源の磨き上げ・観光コンテンツ化（主として新規商店街を対象とする）

受託者は、観光支援機関等のアドバイスのもと、観光コンテンツ化商店街が上記②の観光資源を情報発信やツアー造成の素材として磨き上げ、ブランディング化等により観光コンテンツ化実施できるよう、助言や支援を行うこと。

実施にあたって、受託者は、観光コンテンツ化商店街ごとに、商店街、市町村、商業団体、地域団体・宿泊施設、観光系専門家等から構成される検討組織の立ち上げ等を支援し、本事業実施中においてはその運営のサポートを行い、事業終了後には組織が継続していくよう必要な調整を行うこと。

上記の検討内容は随時委託者に報告すること。委託者は、観光資源の磨き上げを向上させるため、観光支援機関等に情報を提供し、アドバイスを求めるよう受託者に指示することがある。

④ ツアーの造成

受託者は、観光支援機関等のアドバイスのもと、観光コンテンツ化商店街が上記③で磨き上げを行った観光資源を活用したツアー造成等の実施に向けて検討を進められるよう助言や支援を行う。実施に当たっては、観光系の専門家等の助言を適宜受けること。上記の検討内容は随時委託者に報告すること。

(2) 周遊イベントの実施

受託者は、観光コンテンツ化商店街を対象にスタンプ帳を利用した周遊イベント等を企画し、委託者及び観光コンテンツ化商店街と調整のうえ、実施すること。

【実施イメージ】

「アナログによる周遊企画」

実施場所：各観光コンテンツ化商店街

① イベント実施の前提条件

ア イベントは年 **2** 回実施すること

*実施期間Ⅰについては、令和 **7** 年度に実施した「大阪御商印めぐり」を再実施すること。

イ イベント実施期間はおおむね、下記の期間で実施すること

実施期間 **1**：令和 **8** 年 **5** 月頃から **7** 月末まで（予定）

実施期間 **2**：令和 **8** 年 **9** 月頃から **12** 月中旬まで（予定）

ウ イベントについては、それぞれ対象商店街を変えて実施すること

実施期間 **1**：継続商店街

実施期間 **2**：新規商店街

② イベント実施体制の構築

（実施期間Ⅰについて）

ア 観光コンテンツ化商店街の周遊に使用するスタンプ帳、スタンプについては、府が提供するものを活用し、周遊企画を実施すること（3,000冊程度）

イ スタンプ帳の配架及びスタンプの設置については、商店街や必要に応じて市町村への協力を促し、商店街事務局及び店舗の協力を得て、適切に管理する体制を構築すること

ウ 各観光コンテンツ化商店街と調整のうえ、観光コンテンツ化商店街ごとに **3** か所（最低1か所以上）のスタンプの押印場所を確保し、実施期間中は、事務所や店舗等の協力を得て、原則、スタンプが押印できる体制を構築すること

エ スタンプの押印場所については、土日祝及びスタンプ設置場所の定休日等を問わず、押印できる体制を構築すること

オ 観光コンテンツ化商店街ごとにスタンプ提示で特典の提供が可能な店舗を令和 **7** 年度に実施した実績以上の店舗数を選定すること

カ スタンプ帳の配布にあたり、本周遊イベントの紹介や申込フォームを掲載したイベント特設ページをポータルサイト内に構築すること

キ カで作成する特設ページ中で、観光コンテンツ化商店街の紹介やオで選定する店舗の紹介を行うこと
なお、店舗の定休日等の情報は必ず記載し、臨時休業などの情報も必要に応じて聞き取りを行うこと

ク イベント周知用にポスターやチラシ等を作成するとともに、**SNS** 等を活用した情報発信を行うこと
（発行部数は委託者と協議の上で決定すること）

(実施期間2について)

- ア 観光コンテンツ化商店街の周遊に使用するスタンプ帳、スタンプを作成すること
- イ 各観光コンテンツ化商店街と調整のうえ、観光コンテンツ化商店街ごとに **3** か所(最低1か所以上)のスタンプの押印場所を確保し、実施期間中は、事務所や店舗等の協力を得て、原則、スタンプが押印できる体制を構築すること
- ウ スタンプの押印場所については、土日祝及びスタンプ設置場所の定休日等を問わず、押印できる体制を構築すること
- エ 観光コンテンツ化商店街ごとにスタンプ提示で特典の提供が可能な店舗を選定すること(最低店舗数については、委託者と別途協議すること)
- オ スタンプ帳の配布にあたり、本周遊イベントの紹介や申込フォームを掲載したイベント特設ページをポータルサイト内に構築すること
- カ オで作成する特設ページ中で、観光コンテンツ化商店街の紹介やエで選定する店舗の紹介を行うこと
なお、店舗の定休日等の情報は必ず記載し、臨時休業などの情報も必要に応じて聞き取りを行うこと
- キ イベント周知用にポスターやチラシ等を作成するとともに、**SNS** 等を活用した情報発信を行うこと
(発行部数は委託者と協議の上で決定すること)
- ク 本イベントを通じた各観光コンテンツ化商店街への来街者を把握する仕組みを、委託者と協議の上で構築すること

③ スタンプ帳、スタンプの作成(実施期間2について)

- ア スタンプ帳 サイズ **160mm×110mm**、**4,500** 部程度
 - ・大阪の商店街の特色を盛り込んだデザインとすること
 - ・観光コンテンツ化商店街の魅力紹介ページを作成し、スタンプ押印ページと連続する仕様とすること
 - ・観光コンテンツ化商店街内の特典情報を掲載すること
 - ・配布開始後、スタンプ帳が早々になくなった場合、委託者と調整のうえ、契約金額内で調整を行い追加での発行を検討すること
- イ スタンプ 新規商店街数(**9** 商店街程度)×1種類以上
 - ・観光コンテンツ化ごとに商店街が所在する地域の特色を盛り込んだデザインのスタンプを1種類以上作成すること。また、デザインごとに3色程度の重ね捺しスタンプとし(令和7年度の大阪御商印めぐり参照)、ネーム印形式(浸透印)とすること
 - ・各スタンプの制作個数はスタンプ押印か所数に予備を加えた個数とすること
 - ・スタンプの作成にあたっては、各観光コンテンツ化商店街とデザインの調整を行うこと

④ スタンプ帳の配布

- ア 観光案内所や観光コンテンツ化商店街近隣の宿泊施設など、国内外の旅行者に効果的に配布できるよう、配布場所の調整を行うこと
- イ 各配布場所でスタンプ帳が欠品しないよう、在庫管理可能なシステムを構築すること
- ウ 申込みフォームについては、インバウンドに対応した多言語対応とすること(日本語・英語)

(3) 国内外の観光客等への情報発信

受託者は、観光コンテンツ化商店街が造成するツアーや同商店街を対象とした周遊イベントをはじめとした府内商店街の取組等の情報をまとめた特設ページをポータルサイト中に作成するとともに、インフルエンサーを活用するなど **SNS** 等を通じて効果的な情報発信を行うこと。また、**Web** 広告の配信、宿泊施設等と連携した魅力発信を通じて、観光コンテンツ化商店街をはじめとする府内商店街への誘客を図ること。

また、商店街が所在する市町村や商工会・商工会議所等へも広報協力などの連携を働きかけること。

① インフルエンサーを活用した情報発信

ア インフルエンサーの選定について、以下の基準を満たす者を選定すること

a 観光コンテンツ化商店街が実施するツアーの情報発信について、観光・イベント等の分野に関連した内容の発信を行うインフルエンサー（総フォロワー数 **3** 万から **5** 万人程度を想定）を選定すること（観光コンテンツ化商店街分）

b 周遊企画情報発信について、観光・イベント等の分野に関連した内容の発信を行うインフルエンサー（総フォロワー **20** 万から **30** 万人程度を想定）を選定すること

c インフルエンサーの選定については、データ分析を主とした企業が展開している分析ツールを導入し、より効果的な発信となりうるかどうかの検証を行ったうえで選定すること

イ 発信内容について、以下の基準を満たした動画を作成すること

a 観光コンテンツ化商店街が実施するツアーの情報発信について、各観光コンテンツ化商店街が造成するツアーを事前に体験し、その魅力を伝える内容の動画を作成すること

b 周遊企画の情報発信について、周遊企画を事前に体験し、その魅力を伝える内容の動画を作成すること

c 動画の内容等については、委託者と別途協議すること

ウ インフルエンサーが作成した動画をSNSで配信するにあたり、当該インフルエンサーが運営する **SNS** 上で閲覧可能な状況を一定期間継続すること

エ 作成した動画はポータルサイト等で配信できるようにすること

オ 作成した動画の元データを速やかに委託者に提供すること

カ **SNS** 等で発信した実績を収集し、効果を検証すること

② **Web** 広告を活用した情報発信

ア イベントへの参加を促すため、観光客等の集客に適した広告配信ツールを選定し、プロモーションを行うこと

イ 広告の配信条件については、委託者と協議のうえで決定すること

③ 宿泊施設等と連携した情報発信

ア 観光コンテンツ化商店街の近隣宿泊施設の利用者に対し、効果的な情報発信を行うこと

イ 宿泊施設等の観光情報発信拠点施設において、下記広報物を作成し、配布を行うこと

a 周遊企画等を紹介する内容の広報物を作成すること

b 広報物は多言語（日本語及び英語を想定）で作成すること

c 配布先及び配布部数については、委託者及び宿泊施設と協議のうえで決定すること

④ 観光関連機関・団体と連携した情報発信

- ア 大阪観光局・市観光協会と連携して、観光コンテンツ化商店街が造成するツアーなどの情報を観光客に対して効果的に情報発信を行うこと
- イ インバウンドが訪れる相談窓口、案内所などで効果的な情報発信を行うこと
- ウ 相談窓口、案内所などにおいて、上記③イで記載した広報物の配布を行うこと

(4) 商店街や市町村等に対する観光コンテンツ化のノウハウ普及

(1) から (3) で得られた成果について、委託者は市町村・商店街・観光支援機関等へのヒアリングを通じてノウハウ提供の意向を確認すること。その結果に基づき、受託者はノウハウの活用意向のある市町村等に対してノウハウの提供を行うこと。

また、観光コンテンツ化商店街の代表者等を集めた交流会等を実施し、各商店街の取組みを共有し、商店街間の連携の推進に努めるとともに、新たに観光客の誘客をめざす商店街に対し、ノウハウの普及を図ること。

4. 商店街ブランドの認知度向上

ブランド化商店街(30商店街程度)を主たる対象とし、現在のポータルサイトに観光客向けの情報ページを新設し、観光客に対して、旅マエ・旅ナカで情報収集の基盤となるような情報発信サイトとして、以下のとおり商店街の情報や周辺の観光地の情報を発信すること。

また、新たに、既存の「X」や「Instagram」に加え、「YouTube チャンネル」を開設し、商店街の観光地としての魅力を国内外の観光客に発信すること。

上記のほか、商店街ブランドの認知度向上に有用だと認められる SNS があれば、委託者と協議の上、下記(5)に準じたうえ、適宜活用を検討すること。

(1) ポータルサイトの運営・保守管理

ポータルサイト全体の運営・保守管理を行うこと。障害が発生した際に速やかに復旧が行えるよう、サーバ内のコンテンツデータ及びデータベース内の全データについて2日に1回以上の定期的なバックアップを行うこと。

また、セキュリティ対策(ソフトウェアの必要な更新、SSL 化等)を講じ、トラブルが起きた際には委託者に報告のうえ、速やかに受託者の責任をもって必要な対応を行うこと。WAF(Web アプリケーションファイアウォール)の装備、情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格である「ISO/IEC 27001 (ISMS)」保有は必須とし、障害対策やセキュリティ対策の詳細については、委託者に詳細を報告し承諾を得ること。

アクセスが集中することが想定される時期には、委託者に報告のうえ、ポータルサイトが安定的に稼働し続けることを目的にサーバの増設を行うなど、必要な対策を講ずること。

これまでに実装した多言語化対応(日本語、英語、韓国語、中国語(簡体字、繁体字)、フランス語、タイ語)及び商店街発信情報の表示機能追加に伴う、必要な維持・管理を行うこと。なお、ポータルサイトの機能変更、情報追加、更新等の際には委託者から更新内容の承諾を得ること。

令和8年度のポータルサイトの構成(予定)は以下のとおり。

大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん!大阪商店街」(<https://osaka-shotengai-info.com/>)

a トップページ

b 商店街紹介ページ(商店街情報・画像・動画ページ等へのリンク)

- c 商店街紹介特集企画ページ（特徴別、エリア別など、複数商店街を関連付けた紹介など）
- d 商店街イベント情報ページ（商店街イベント情報一覧、イベント予告情報・画像・動画）
- e 参加型キャンペーンページ（キャンペーン開催に応じた特設ページ）
- f 本事業の主旨紹介ページ
- g 商店街向けページ
- h 観光客向け情報ページ（令和8年度新設）

(2) 商店街情報の作成・更新

上記2(1)における新規商店街・ブランド化商店街を紹介するページをポータルサイト上に作成すること（ページデザインはポータルサイト掲載済イメージに準じる）。

また、受託者は、上記2(1)新規商店街・ブランド化商店街以外にも、掲載済みの商店街（令和7年度時点：190商店街）から希望がある場合は情報の更新を行うこと。

(3) 上記2の対象商店街の取組みやイベントの情報、府内商店街での先進的・特徴的な取組みなどについて、ポータルサイトで情報発信すること。

なお、対象商店街以外の府内商店街の情報についても、商店街等から希望がある場合は取材の上情報を収集し掲載すること。

（参考：令和7年度掲載数 イベント情報及び取組み（商店街アラカルト） 計約200件）

(4) 観光客向け情報ページの作成

新たに、観光客向け情報ページを作成し、上記2の対象商店街を紹介するページや観光コンテンツ化商店街が造成するツアー情報、周辺の観光地の情報などを発信すること。

また、下記(5)で作成する動画なども随時掲載し、上記2の対象商店街の魅力発信に努めること。

(5) SNSを活用した情報発信

受託者は、上記2の対象商店街を含む府内商店街の情報や周辺の観光地の情報を拡散させ、認知度の向上を図ることを目的とし、以下のとおり取り組むこと。

① X・Instagram等の運用について

・受託者は、概ね週に3回以上、府内商店街の情報（観光情報、イベント情報、取組み情報等）を発信し、特設SNS（※）を運用すること

・特設 SNS の運用に際し、上記3や下記(6)と連動した効果的な情報発信に努めること

・SNS でのトラブル（偽アカウント、なりすまし、炎上等）が生じた場合は、すみやかに委託者に報告の上、受託者の責任で適切な対策を講ずること

（※）特設SNS…「ええやん!大阪商店街」公式 X（旧ツイッター）及び公式Instagramなど

・X（旧ツイッター）アカウント：@eeyan_shotengai

・Instagramアカウント：@eeyan_shotengai

（その他商店街ブランドの認知度向上に有用な新規 SNS があれば、協議の上、追加する。）

② YouTube チャンネルの開設について

・受託者は、YouTubeチャンネルを開設し、国内外の観光客向けに上記2の対象商店街の魅力を発信すること。企画（制作動画の内容は委託者と協議の上、決定すること）、動画構成、台本作成、演出、出演者との交渉・調整、素材作成（イラスト、テロップ等）、映像取材、撮影、編集、ナレーション、収録、BGM音源制作または選曲等、動画制作にかかる作業の一切を行うこと。

（動画制作の内容）

ア 企画・脚本・脚色・構成

- a 受託者は動画の制作においては、委託者と協議を行い、承認を受けたうえで制作するものとする。
- b 原案の作成にあたっての企画立案、編集の方針については、委託者と協議のうえ決定するものとする。決定した企画等を変更・修正する場合は、委託者の承諾を得るものとする。
- c 動画の構成・演出は、業務目的に沿った動画とすること。
- d 制作する1本あたりの動画は1分程度のショート動画と3-10分程度の動画の2種類を制作し、その時間を超える、または下回ることが見込まれる場合は委託者と受託者の協議の上、これを決定するものとする。*ショート動画については、他のSNS（X・インスタグラム等）でも活用すること。
- e 動画によって、特殊映像の仕様が効果的と思われるものについては、4K解像度による撮影、ドローンの使用、タイムラプス映像などの特殊映像を使用すること。

イ 撮影・インタビュー

- a 撮影及びインタビュー（以下「撮影等」という。）は、委託者の承認を受けた後に行うものとし、安全かつ効果率的に行うために、関連するスタッフに周知してから開始するものとする。
- b 受託者はロケーション及び取材の際に、取材対象物の対象者（管理者）及び取材対象者に対し、インターネット等で公開されることを口頭で伝え、同意を得た上で撮影等の許可を得るものとする。また、事前に撮影場所や取材対象物への許諾が必要な場合は、原則として受託者がその手続きと交渉を行うものとする。

ウ 録音・編集

- a 受託者は、BGM、音声録音、テロップ挿入及び映像を編集して制作するものとする。
- b 委託者及び受託者が既に保有している映像資料を使用する場合は、委託者と協議のうえ使用するものとする。この場合、提供された映像資料の対価は無償とする。
- c 制作した動画はYouTube等のWebサイトにアップロード可能で、画像・音声鮮明に視聴できる仕様とすること。
- d 制作した動画は、YouTube等に公開する前に委託者の立会いによる試写（以下「検査」という。）を行い、委託者の承認を受けるものとする。また、検査において委託者から修正等の指示があった場合、受託者はその指示に従い、委託者との協議によって定めた日時までに修正を行い、再検査を行わなければならない。

(6) デジタルによる周遊企画

受託者は、ブランド化商店街を回遊する仕組みとして、スマートフォン等を利用したデジタルによる周遊企画を実施すること。必要に応じて、上記3(2)の周遊イベントと連携して実施すること。

【実施イメージ】

「デジタルによる周遊企画」(デジタルスタンプラリー等)

① 企画業務

- ア スタンプラリー専用サイト等を構築し、商店街到達の証拠となるスタンプ取得は、商店街の負担を生じさせないよう、GPSを利用したシステムを選定すること。
- イ スタンプラリー専用サイト等はポータルサイト同様、7か国語(日本語、英語、韓国語、中国語(簡体字、繁体字)、フランス語、タイ語)以上の多言語対応を行うこと。
- ウ 参加コースは、参加しやすいコース、全ての商店街をめぐるコースなど、複数のコースを設定すること。
- エ 事業実施時には、事前に市町村及び商店街等が実施する周遊・集客イベントの状況を調査した上で、本事業のスタンプラリーとの連携について検討すること。
相互に周遊・集客につながるよう、ポータルサイト等で連携イベント等を周知すること。

② 広報業務

- ア 周遊企画を広報するため、ポスター・ガイドブック等を作成するとともに、SNS等を活用した情報発信を行うこと。なお、ポスター、ガイドブック等の作成詳細は委託者と協議の上で決定する。

【参考】令和7年度広報物作成実績

ポスター **B2** サイズ **480** 部 **B1** サイズ 150部
ガイドブック **105,395** 冊

- イ ポスター、ガイドブックについては、市町村、商店街だけではなく、主要公共交通機関などと連携し、配架を行うこと。

③ 抽選・賞品発送業務

- ア 賞品の当選者の選定方法については、厳正なる抽選によるものとする。
- イ 贈呈する賞品にかかる費用(購入費、梱包費、抽選、発送費等)は本業務委託料に含むものとする。
抽選後、当選者に対し、速やかに賞品を発送すること。

5. 成果目標・効果検証

(1) 成果目標

① 商店街に対する集客支援

- ・周遊企画及び商店街が実施するツアーの参加者のうち国内(府内をのぞく)・インバウンドの参加者数
国内(府内をのぞく)観光客……**1,000**人以上
インバウンド……200人以上
- ・商店街・来街者の満足度 **80%**以上

②商店街ブランドの認知度向上

- ・ポータルサイト内の平均アクセス数:85,000 回/月
- ・ポータルサイト内の海外からの平均新規ユーザ数:1,000人/月
- ・**YouTube** チャンネル登録者数:**1,000** 人以上
- ・**YouTube** 動画総視聴回数:**10,000** 回以上
- ・商店街イベント情報等の発信記事数:**200** 件以上

(2) 効果検証方法:3 ページの9効果検証の方法による

6. スケジュール(予定)

時期	商店街に対する集客支援	商店街ブランドの認知度向上
4月	<p>—事業開始—</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規商店街の募集開始(9 商店街) ・実施商店街(継続)の決定(6商店街) ・ポータルサイトでの情報発信(~2月まで) 	<p>—事業開始—</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規商店街の募集開始(30 商店街) ・ポータルサイトでの情報発信(~2月まで) ・リニューアルページのオープン(30 日頃) ・YouTube チャンネルの開設
5月	<ul style="list-style-type: none"> ・周遊企画の実施(6商店街) ・実施商店街(新規)の決定(9商店街) ・観光コンテンツ化商店街の伴走支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・ポータルサイトでの情報発信(~2月まで) ・実施商店街の決定(30 商店街) ・YouTube 用動画の撮影・制作(~12 月)
6月	<ul style="list-style-type: none"> ・観光コンテンツ化商店街が実施するツアーの内容調整(9 商店街) 	<ul style="list-style-type: none"> ・周遊イベントの内容調整(デジタル)
7月	<ul style="list-style-type: none"> ・観光コンテンツ化型商店街のツアー開催(7 月~12月)(15 商店街) 	<ul style="list-style-type: none"> ・周遊イベントの開催(7 月~10 月)
8月	<ul style="list-style-type: none"> ・各ツアーに合わせてインフルエンサーによる PR 	
9月	<ul style="list-style-type: none"> ・周遊企画の実施(9商店街) 	<ul style="list-style-type: none"> ・周遊企画の実施(30商店街)
~		
12月		
1月	<ul style="list-style-type: none"> ・交流会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・YouTube の動画投稿の終了
2月	<ul style="list-style-type: none"> ・効果測定実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・効果測定実施
3月	<p>—事業終了—</p>	<p>—事業終了—</p>