

商店街等モデル創出普及事業（令和6年度～） 取り組み例イメージ

＜地域ニーズ対応 想定例＞

- 身近な商店街での交流・コミュニティ促進による来街促進
 - ・子育て・地域交流スペース設置・活用
 - ・エコ商品購入やエコバッグ持参によるエコポイント付与等
 - ・多言語対応、多文化交流カフェ運用等による地域の外国人の来街促進 等
- 学生や若者による持続的な地域商業・雇用活性化
 - ・チャレンジショップ実施、店主らによる出店支援、創業支援・コワーキング拠点の運用 等

＜デジタル対応力向上 想定例＞

- 左記の取り組みにあわせたデジタル活用による利便性向上・効率化
 - ・システム構築、デジタルツール導入、独自アプリ開発支援
 - ・店主向けデジタル実践講座と伴走支援による人材育成 等
- より先進的・実証的なデジタル活用事例
 - ・AIカメラでの来街者属性・回遊情報の収集分析による企画・計画立案
 - ・デジタル地域通貨、バーチャル商店街での販売・交流機能整備 等

*掲載内容はあくまでイメージです。各商店街・各地域におけるニーズや課題は多種多様ですので、それぞれの状況に応じて検討してください。

*ハード整備・施設改修、備品購入等は本事業対象外です。

*申請にあたっては、取り組みテーマである「地域ニーズ対応」と「デジタル対応力向上」の両方の要素を必ず取り入れてください。

なお、両テーマの関係については、以下のように両方の要素が適切に盛り込まれていれば、どちらか一方に重点をおいても結構です。

- ・「地域ニーズ対応」に重点を置き、それを達成するための手段（ツール）として「デジタル対応力向上」に取り組む場合（例：取り組み例①②③④）
- ・「デジタル対応力向上」に重点を置き、デジタル活用による「地域ニーズ」の発掘や、「地域ニーズ」への対応のための先進的なデジタル活用に取り組む場合（例：取り組み例⑤）

取り組み例イメージ① 商店街内空きスペースでチャレンジショップ展開 小商い・創業支援

【地域の意見】

- ・商店街に空き店舗が増えて不便・寂しい。買い物に困る。
- ・様々な業種・業態が出店し、生活に便利な商店街になってほしい。

【商店街の対応（取り組み例イメージ）】

- ・商店街主催で、空き店舗と出店検討者のマッチングツアー実施
- ・商店街内の空きスペース・空き店舗を活用し、創業・小商い希望者等のチャレンジショップ実施（常設スペースまたは定期的なマルシェ等で実施）。
- ・売り上げ向上や営業継続に向けたサポート・相談支援を商店街が実施（商店街店主らや外部専門家による支援）。
- ・事業者への支援の一環で、商店街HPやSNSの活用を支援したり、地域住民等参加者の意見をデジタルで収集・事業者にフィードバックするなど。

【取り組み成果イメージ】

- ・テナントミックスによる空き店舗の活用・解消
- ・賑わい創出、新規来街者の増加 等

【経費内訳イメージ】

- ・商店街HP改修（チャレンジショップ事業PR）
- ・事業PR用経費（チラシ・ポスター等）
- ・希望事業者向け説明会実施経費
- ・創業サポーター（外部専門家）への謝礼 等

➤ 取組み例イメージ

取組み例イメージ② 商店街ファンの視点とウェブマーケティングを採り入れたPR

【地域の意見】

- ・商店街にどんな店舗があるかわかりにくい
- ・良い店舗が実はあるので、もっと皆に広まってほしい（商店街ファンの声）

【商店街の対応（取組み例イメージ）】

- ・地域の商店街ファンを募集し、商店街情報発信の記者・ライターに起用（ターゲットとする層に近い、SNS等への関心が高い主婦・主夫層など）
- ・取材・記事の書き方・写真の撮り方等の講習を実施
- ・近隣住民のニーズを踏まえた商店街・店舗紹介記事を作成
- ・ウェブマーケティングの観点を取り入れ、ターゲット層を絞った発信やWEB広告実施
- ・商店街HP、SNS、ブログ等情報発信ツールを用いて重点的に発信

【取組み成果イメージ】

- ・商店街外部のファンによる新たな魅力発見
- ・商店街の認知度向上
- ・商店街内部の人材不足への対応 等

【経費内訳イメージ】

- ・商店街HP・ブログ・SNS等開設・改修費用
- ・事業PR用経費（チラシ・ポスター等）
- ・取材・記事講習会実施経費、謝礼
- ・ライター（商店街ファン）への記事作成報酬
- ・WEB広告費用 等

取組み例イメージ③ 地域の多様な人が集まり交流できる仕掛けづくり

【地域の意見】

- ・地域で気軽に利用できるスペースが欲しい
- ・子育て世代・高齢者・地域の外国人等の交流の場や機会が欲しい

【商店街の対応（取組み例イメージ）】

- ・地域の多様なメンバーで商店街と地域の未来を考える検討会・意見交換会を実施
- ・商店街内の空きスペース・空き店舗を活用し、多世代交流の場を設置
- ・交流の場において、多様な人が集まり交流できる仕掛けをつくる（ワークショップ、交流会、チャレンジショップ、勉強会等）
- ・地域の学生等による取組み（ゼミ活動、お試し出店等）などとも連携
- ・SNS活用ノウハウを持つ若者等がSNS発信のノウハウを店主らへレクチャー

【取組み成果イメージ】

- ・多様な地域住民の交流機会
- ・商店街に来てもらうきっかけづくり、店主との交流
- ・新規来街者増加 等

【経費内訳イメージ】

- ・商店街HP改修（事業PR）
- ・事業PR用経費（チラシ・ポスター等）
- ・交流スペースの予約システム経費 等

➤ 取組み例イメージ

取組み例イメージ④ SDGs商店街をめざした取組み

【地域の意見】

- ・環境や福祉等への意識の高まり、SDGsへの関心の高まり
- ・日常の買い物など身近なことからSDGsに貢献したい

【商店街の対応（取組み例イメージ）】

- ・各店舗での環境配慮の統一的取組み
- ・エコフレンドリーな行動へのポイント加算（リユース容器持参等）
- ・学生等によるデザインの商店街オリジナルエコバッグ作成
- ・エコフレンドリーなイベントの定期開催
（リユース食器利用や端材食糧活用のフードイベント・マルシェ等）

【取組み成果イメージ】

- ・SDGs先進商店街としてブランディング化
- ・環境問題等に関心のある層に

【経費内訳イメージ】

- ・商店街HP改修（チャレンジショップ事業PR）
- ・事業PR用経費（チラシ・ポスター等）
- ・エコバッグ制作費
- ・イベント実施経費 等

取組み例イメージ⑤ デジタルデータ利活用による効果的な取組みの推進

【地域の意見】

- ・詳細・潜在的な地域ニーズをどう把握するか
→デジタルデータでニーズを把握・分析

【商店街の対応（取組み例イメージ）】

- ・来街者の属性・行動や消費者の消費動向などをAIカメラや地域通貨アプリ等を活用してデータ収集・分析
- ・その分析に基づき、既存のイベントや取組みのブラッシュアップを具体的に検討・決定
＊分析に基づいた取組みを少なくとも1件は本事業期間内に実施し、結果を分析、フィードバックを行い今後の取組みの参考とすること。）
- ・地域の団体、住民、学生らも交えてデータ分析し、今後の取組計画を策定
（データによる分析と地域のリアルな意見の融合）

【取組み成果イメージ】

- ・データ利活用によるニーズの詳細な分析
- ・データにもとづく分析と企画立案、商店街の長期的な取組計画の策定等
- ・データ収集・分析のノウハウ蓄積、デジタル対応人材の育成

【経費内訳イメージ】

- ・AIカメラ等機器レンタル費用
- ・システム利用経費
- ・分析に係る専門家への謝礼
- ・分析にもとづく取組みの経費 等

➤ ※応募に際しての留意点等

◎令和3から5年度の本事業（第1期）と、令和6年度からの本事業（第2期）ではテーマが変わっていますのでご注意ください。

- ・第1期（令和3年度から5年度）：コロナ禍の新しい生活様式に対応した「バイローカル」「ICT活用」
- ・第2期（令和6年度以降）：地域コミュニティ機能の推進に資する「地域ニーズ対応」「デジタル対応力向上」
- …令和6年度の取組み内容については、以下の事例集を参照してください。

<https://www.pref.osaka.lg.jp/shogyoshien/modelhukyu/r3moderujireisyu.html>

※令和6年度に本事業（7件）または商店街店舗魅力向上支援事業の観光コンテンツ化（3件）に採択された商店街等は、令和7年度は応募いただけません。

◎従来から実施されている既存のイベントや取組み等の経費に、単に本事業経費を充当することは認められません。

本事業は、各商店街での自主的な取組みに、地域コミュニティの担い手としての機能を推進するため、「地域ニーズ対応」と「デジタル対応力向上」の観点を付加した取組みを支援するものです。

◎申請にあたっては、商店街等の現状と、来街者や地域住民等のニーズや課題等の把握が重要となります。

以下のような一連の流れを想定し、本事業の位置づけを明確にしたうえでご応募ください。

- ・来街者や地域住民等のニーズの把握（例：地域住民へのアンケートやヒアリング・ワークショップの実施など）
- ・これまでの商店街での自主的な活性化策の取組み状況
- ・それらを踏まえて、本事業で「地域ニーズ対応」「デジタル対応力向上」の要素を取り入れて地域コミュニティ機能の推進に資するよう取り組む
- ・本事業実施による成果やノウハウを、今後どう活かしていくか（一過性で終わらせない）等

◎各商店街での事業実施期間は、**開始時期が最短で令和7年6月下旬以降**（採択後、府の委託事業者と商店街の委託契約締結後）、**終了時期が最長で令和7年12月末まで**（事業も経費支払いも共に完了）となります。

◎詳細は、「商店街等モデル創出普及事業＜モデル創出＞ 応募要領」をご確認ください。

参考：令和3～5年度の総括と令和6年度以降の取組みについて

➤ コロナ禍における商店街の「地域商業機能」への再注目

コロナ禍では、外出自粛による人流減少等から商店街への来街も減少するなど、商店街は大きな影響を受けました。

その一方で、身近な買い物の場としての役割（地域商業機能）が改めて注目されました。

府では、令和3年度から、コロナ禍の新しい生活様式（ニューノーマル）に対応した「ICT活用」と「バイローカル」をテーマとし、3年間で計28商店街にてモデル事例創出を実施してきました。その結果、以下のような事例が蓄積されてきました。

- ICT・デジタル活用による、コロナ禍に対応した非接触・非対面のイベント実施等（デジタルスタンプラリーやデジタル抽選会等）
- 身近な商店街・店舗の存在や良さを知ってもらう取組み（商店街・店舗紹介マップ、PR動画、公式SNS開設等）
- 学生等との連携による新しい観点を取り入れた取組み 等

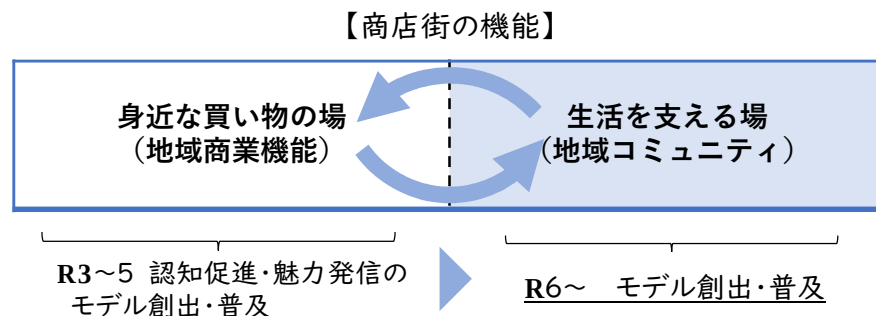
これらは、身近な買い物の場としての役割＝「地域商業機能」を商店街と地域が再認識し、それを積極的に地域に発信するという取組みであり、府として事例集発行やセミナー、商店街レポートなどで普及に努めてきたところです。

令和5年5月にはコロナが5類移行し、人流や交流も回復しつつあります。

そのような社会情勢の変化も踏まえ、令和6年度以降は商店街のもう一つの重要な役割として再注目される「地域コミュニティの担い手」としての機能（※）に焦点を当て、これまでの「地域商業機能」と両輪で、地域に根差した商店街の持続的な発展につなげるべく、引き続き市町村と商店街の取組みを後押ししてまいります。

（※地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会（中小企業庁）「地域コミュニティにおける商業機能の担い手である商店街に期待される新たな役割」）

➤ 「地域商業機能」と「地域コミュニティ機能」の両輪での商店街活性化に向けて



- ・「地域商業機能」：令和3から5年度で重点的に取り組み
 - ・「地域コミュニティ機能」：令和6年度から新たに取り組み
- ➡両機能を商店街活性化のための両輪としてとらえ、商店街の持続的な発展へつなげていく