

# 令和5年度商店街等モデル普及セミナー

～あらためて『地域コミュニティの担い手』としての商店街の在り方を考える～

大阪府では、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、新しい生活様式に沿った「モデル創出」やその「成果の普及」に取り組んでいます。

その一環として、地域商業の活性化に関する先進的な事例の共有や成果の普及を目的に、セミナーを開催します。

今回は、昨年度または今年度にモデル創出事例として採択された商店街から、本事業に応募するに至った経緯や取り組み内容、取り組んだ結果などをご紹介します。さらに、大阪商業大学総合経営学部 教授 加藤 司氏も交え、各取り組みについてより詳しくディスカッションいただきます。

大変有意義な内容となっておりますので、商店街関係者、商業振興に関わる市町村、商工会・商工会議所等の職員の皆様のご視聴をお待ちしています。

令和6年

# 3/11(月)

から  
Web視聴開始

申込不要・無料



©2014 大阪府もずやん

## 第1部 <モデル創出事業プレゼンテーション>

### ① 「デジタル謎解きラリー実施と商店街SNSのPR強化」

三津屋商店街振興組合  
事務局員 福留 小夏氏

### ② 「活性化に向けた継続的・持続的な取り組み ～商店街と地域で課題を話し合い取り組む～」

北助松商店街振興組合  
理事長 松尾 美砂子氏

## 第2部 <パネルディスカッション>

パネラー

三津屋商店街振興組合 事務局員 福留 小夏氏  
北助松商店街振興組合 理事長 松尾 美砂子氏

コーディネーター

大阪商業大学 総合経営学部教授 加藤 司氏

## 第3部 <ご講演>

「あらためて『地域コミュニティの担い手』としての  
商店街の在り方を考える」

大阪商業大学 総合経営学部教授 加藤 司氏

### ◆ 加藤 司氏 大阪商業大学 総合経営学部教授

ご専門は、商業、流通論。神戸商科大学大学院経営学研究科後期博士課程を経て、1983年大阪市立大学商学部助手。2006年大阪市立大学大学院経営学研究科教授。2016年大阪商業大学総合経営学部教授。所属学会は、日本商業学会・日本卸売学会。小売、卸業活性化問題に精通しておられる。



Webセミナーは、**令和6年3月11日(月)以降に**、本事業のHPからアクセスしてご視聴ください。

URL : [https://www.pref.osaka.lg.jp/shogyoshien/modelhukyu/hukyuu\\_semina\\_r5.html](https://www.pref.osaka.lg.jp/shogyoshien/modelhukyu/hukyuu_semina_r5.html)

※オンラインでの視聴には、インターネット環境が必要です。

視聴は無料ですが、視聴にかかるインターネット通信料は視聴者の負担となります。



大阪府HP

# みんなで 守ろう おおさか

詳しくは、特設HP内の広報記事をぜひご覧ください

「ICTの活用」



「バイローカル」



## ★ 「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ならない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

- 商店街エリアの周遊促進を図る「音声ガイド」 ~ 語り部がデジタル音声で商店街エリアの魅力を語る ~
- 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 ~
- 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 ~



音声ガイド



QRカード



GPSアートランの広報

※QRコードは、(株)デンソーウェーブの登録商標です。

## ★ 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。

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」が根つき育ち、結果的に消費者の生活の質を高め、地域の活性化につながるというものです。

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。

### 事例

- 軒先から商店街を変える ~ 地域の魅力的店舗、クリエイターを商店街に誘致 ~
- ガイドブックでまち巡り ~ 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 ~

