

## 商店街レポート(大阪市 その1)

商店街名	区	事業名	ページ数	通し番号
三泉商店会	大正区	ICTの活用で利便性が向上した地域連携イベント「のきさきあるこ」の開催	P1	R6-22
玉造日之出通南商店街協同組合	天王寺区	接点をつくり、放課後の居場所としての商店街をめざす こども放課後商店街モデル事業 楽しんDAY!	P2	R7-10
日本橋筋商店街振興組合	浪速区	国内外へ日本のサブカルチャーを発信! 第18回日本橋ストリートフェスタ2025ナニワ区EXPO開催	P3	R7-11
出来島商店会	西淀川区	商店街が基点となる”人と人をつなぐ”多文化共生型地域コミュニティ創出事業	P4	R6-43
出来島商店会	西淀川区	地域のハブとしての商店街 国籍に関わらず住みやすい街をめざした啓発と情報発信	P5	R7-12
生野銀座商店街振興組合	生野区	商店街施設を活用した「地域」、「趣味」、「多世代」のコミュニティ形成事業	P6	R6-10
生野銀座商店街振興組合	生野区	生野区から万博を盛り上げるプロジェクト「EXPOいくのヒートアッププロジェクト」	P7	R6-44
生野銀座商店街振興組合	生野区	デジタルサイネージでみんなの好きや得意を発信! 商店街を発信とコミュニティの拠点に!	P8	R7-13
千林商店街振興組合	旭区	販売促進イベントのオンライン化と、地域団体や鉄道会社と連携した情報発信の強化	P9	R6-07
千林商店街振興組合	旭区	「千林ふれあい館」をベース(基地)とした地域コミュニティづくり	P10	R6-36
城東商店街振興組合 城東中央商店会	城東区	学生連携によるイベント実施とSNS・動画活用	P11	R6-23
地下鉄あびこ中央商店街振興組合	住吉区	”安心・安全・暮らし”の中に頼りにされる商店街化事業	P12	R6-45
地下鉄あびこ中央商店街振興組合	住吉区	誰も取り残さない商店街づくり。福祉団体や神社と連携した社会的孤立支援	P13・14	R7-14・15
北田辺商店街振興組合・NPO法人北田辺プロジェクト実行委員会	東住吉区	商店街内で多様な活動を促進 BBQ・コミュニティスペース・ワークショップ施設「食歩楽(てぶら)」の活用促進	P15	R6-37

## 商店街レポート(大阪市 その2)

商店街名	区	事業名	ページ数	通し番号
三津屋商店街振興組合	淀川区	商店街公式LINE活用によるデジタル謎解きラリーで、 移住者や地域の若者のなどへの周知強化	P16	R6-11
三津屋商店街振興組合	淀川区	子どもたちを守る、街を守る。安心・安全の商店街をめざした防犯カメラの設置!	P17	R7-06
放出栄町商店街	鶴見区	新しい商店会による新しいまちづくり! 空き店舗を一括で借り上げ、サブリースによりデザイン性あふれる商店街へ	P18	R7-16
安立本通商店街振興組合 安立中央商店街振興組合	住之江区	商店街が発信する安立ロマンの伝承 ~伝説と歴史の安立ストリート~	P19	R6-24
粉浜商店街振興組合	住之江区	デジタル冊子「こはま日和」制作による地域ブランディング	P20	R6-12
天神橋筋商店会	北区	天神橋筋商店街周辺の魅力や歴史をギャルみこし担ぎ手が紹介するデジタルガイドブック	P21	R6-13
戎橋筋商店街振興組合	中央区	生活者に寄り添った都心型商店街アプリ「えびなび」開発・普及促進	P22	R6-08
心斎橋筋北商店街 振興組合	中央区	来街者への街頭アンケート調査で見えたニーズとこれからの課題	P23	R7-07
千日前道具屋筋商店街 振興組合	中央区	「スマートフォン音声ガイド」や「VR道具屋筋商店街」による まちなか周遊促進モデルづくり事業	P24	R6-09
千日前道具屋筋商店街 振興組合	中央区	調理道具のプロ集団、大阪・千日前道具屋筋商店街が日本の道具文化を未来につなぐ 「絆具」(つなぐ)ブランドを立ち上げ	P25	R6-25
千日前道具屋筋商店街 振興組合	中央区	ChatGPTをお店の“頼れる相棒”に!AI生成活用術セミナー開催!	P26	R7-08
道頓堀商店会	中央区	ミナミの魅力発信と万博機運醸成を図る「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」	P27	R6-14
道頓堀商店会	中央区	地域と企業、観光客が一体となった、クリーン活動「スマートごみ箱」を導入! 安心安全できれいな街づくりで、関西を代表する国際観光都市へ	P28	R7-17
南地中筋商店街振興組合	中央区	産学連携 南地中筋商店街ブランディングプロジェクト	P29	R6-15

## 商店街レポート(大阪市 その3)

商店街名	区	事業名	ページ数	通し番号
南地中筋商店街振興組合	中央区	インバウンドとローカルを「つなぐ」チャレンジ ～商店街はあなたの街のグリーター～	P30	R6-42
難波センター街商店街振興組合	中央区	「グローバル」な商店街をめざして ～グローバル×ローカル 地域と若者連携で商店街の魅力発信～	P31	R6-16
難波センター街商店街振興組合	中央区	ミュージシャン達の夢への第一歩、「UTA-1歌うまっ!グランプリ」開催 世代や言葉の壁を越える音楽で活気あふれる商店街へ!	P32	R7-09

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
三泉商店会	所在地：大阪市大正区 最寄駅：JR、大阪メトロ大正駅から徒歩400m 店舗数：31店	大阪府／軒先で楽しくつながろう〈モデル創出事業〉(ndl.go.jp)(R4.9.13) 大阪府／「のきさきあるこ」ひろがる地域のつながり〈Goto商店街〉(ndl.go.jp)(R3.11.19)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
ICTの活用で利便性が向上した地域連携イベント「のきさきあるこ」の開催	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業</li> <li>■ 大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	

### 〈事業概要〉

- 商店街の空き店舗や店舗前のスペースを活用し、地元店舗等による屋台、ライブパフォーマンス、キッチンカー、こども夜店、子ども向けのワークショップなどを盛り込んだ地域密着イベント「のきさきあるこ」を開催。イベント会場での回遊性を高めるため、QRコードを活用し、イベント情報や位置情報を来街者に提供できるアプリを活用。(一社)大正・港エリア空き家活用協議会等と連携するとともに、地域のNPOやボランティアがイベント運営に協力するなど、地域一体となり取り組んだ。

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
①空き店舗対策と地域連携を強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・シャッター街化している商店街を活性化し、空き店舗に新しい事業者を呼び込みたい</li> <li>・若者やファミリー層に、商店街へ買い物に来てほしい</li> <li>・地域連携で商店街を盛り上げたい</li> </ul>	①「軒先が変われば、商店街が変わる！」をコンセプトにしたマルシェ「 <b>のきさきあるこ</b> 」を開催。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域で活動する企業やイベント参加実績がある団体に呼び掛けし、イベント参加者を募集した。屋台は45ブース、キッチンカーは8台が出店。商店街店舗は<b>特別メニューを用意し、シャッター前にも屋台を出店した</b>。</li> <li>・地域の商業複合施設タグポート大正と連携し、広報協力やサポートを実施。<b>同日に大正区を周遊してもらいイベントも開催した</b>。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街店舗の特別メニューも好調で、シャッター前に屋台を出店したことも含め、店主からは「良い経験ができた」など好評だった。</li> <li>・大正区社会福祉協議会によるバルーンアートや地域有志によるエイサー踊りなどのパフォーマンスで、イベントは盛り上がった。</li> <li>・同日に大正区周遊イベントを開催したことで、<b>周辺地域での回遊性が高まり、大正区全体を盛り上げることができた</b>。</li> <li>・地域企業と連携したことで、多様な体験型の取組みができ、<b>来街者から高評価を得た</b>。</li> </ul>
②ICT活用による情報発信を強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ICTを取り入れて、商店街の活動を便利にしたい</li> <li>・若者やファミリー層に商店街を知ってもらいたい</li> </ul>	②「のきさきあるこ」におけるデジタルアプリの活用 <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域のものづくり企業によるICT技術の協力で、QRコードを読み込むと、<b>イベント情報や位置情報を受け取れるデジタルアプリ「こことこQR」を導入</b>。イベント当日には、各店舗や商店街内にQRコードを掲載し、来街者に情報を提供するツールとして実装した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アプリの導入により、来街者はスマートフォンよりQRコードを読み取ることで情報を受け取れることから、<b>イベント会場内を快適に回遊することができた</b>。</li> <li>・参加者からは、イベントの全体がスマートフォンで確認できて便利、などの評価を得た。</li> </ul>

### 〈商店街のコメント〉

- 地域密着型の商店街ですが、大正区社会福祉協議会等の協力により、新規出店も少しずつ増えてきました。「のきさきあるこ」は地域の協力もあり、人気あるイベントとして定着しており、空き店舗のシャッター前を活用し、アイデアや工夫を凝らして今後も続けていきたいと思っています。

### 〈写真〉



R4年度イベントチラシ



「のきさきあるこ」の風景



R4年度「こことこQR」

### 〈連携・協力〉

- 主催：三泉商店会
- 協力：(一社)大正・港エリア空き家活用協議会、大正区社会福祉協議会、京都大学、(株)リタウン、大正ラポ、タグポート大正、ガレージ大正 (ほか)

### 〈HP・SNS等〉

- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」 商店街紹介ページ <https://osaka-shotengai-info.com/ss/sansen/>
- 三泉商店会 X <https://x.com/sankunsansen>

<b>〈商店街名〉</b>  玉造日之出通南商店街協同組合	<b>〈商店街の基本情報〉</b>  所在地：大阪市天王寺区 最寄駅：JR玉造駅 店舗数：28店	<b>〈HP・SNS等〉</b>  ■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/tamatsukuri_hinodedori_minami/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/tamatsukuri_hinodedori_minami/</a> ■玉造日之出通南商店街 公式HP <a href="https://hinode-minami.jimdofree.com/">https://hinode-minami.jimdofree.com/</a> ■Facebook <a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100064615934941">https://www.facebook.com/profile.php?id=100064615934941</a>
<b>〈事業名〉</b>  接点をつくり、放課後の居場所としての商店街をめざす 子ども放課後商店街モデル事業 楽しんDAY！	<b>〈過去の取り組み〉</b>  ■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業 ■大阪府 令和7年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

**〈事業概要〉**

■天王寺区玉造エリアの文教地区に位置し、多くの子育て世代が居住している同商店街。そんな地域特性をとらえ、放課後の居場所としての商店街をめざすべく接点づくりに取り組んだ。商店街に親しみを感じてもらうために、公式キャラクター「玉にゃん」とイメージソングを制作。イベントで発表するとともに、商店街HPにも掲載した。イベント「子ども放課後商店街 楽しんDAY！」では、職業体験やクイズラリーも行い、子どもが商店街に親しむ機会を創出。さらに、周辺情報の掲載やNEWSページの新設などによりHPの内容を見直し、地域の人に寄り添った情報をタイムリーに発信できるよう整備した。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<b>■子どものための商店街づくり</b> ・文教地区である玉造は学校が多く、同商店街にも子育て世代が多く来街する。特に、共働き家庭が多く、子どもが放課後に安心して過ごせる居場所が求められており、そんな子ども達のために安全で楽しく過ごせる場を作ってあげたい。 ・「居場所」と認識してもらうには、子どもはもちろん、保護者である親世代にも商店街に親しみを持ってもらう必要がある。 ・地域ニーズに対応して商店街のイメージ刷新と価値を高めることで、ファンづくり、賑わいづくりにつながりたい。 ・実際に商店街に訪れてもらう機会を作り、その上で「居場所」としてのイメージをアピールできるようなイベントを開催したい。	<b>■商店街のイメージ刷新プログラム始動</b> ・子育て世代へアプローチするため、地域の特徴を出し親しみを感じてもらえるようなキャラクターとイメージソングを制作。 ・公式キャラクター「玉にゃん」は、文化庁メディア芸術祭マンガ部門受賞の地域の漫画家に依頼。玉造稲荷神社に由来する「勾玉」と、かつて玉造に流れていた猫間川になぞらえ「招き猫」をモチーフにした。 ・イメージソングの作曲は大阪音楽大学の学生が担当し、作詞は大阪明星学園高等学校の生徒が日頃から親しんでいる商店街への思いと希望を込めて書き上げた。 <b>■「子ども放課後商店街 楽しんDAY！」を開催</b> ・公式キャラクター「玉にゃん」と「イメージソング」の制作発表を行い、イメージソングは、大阪音楽大学の生徒がギター弾き語りで披露した。 ・商店街店舗体験では、3店舗に協力してもらい、自転車の修理、金の鑑定、介護の職業体験を実施した。 ・その他、QRコードを使った「QRスタンプ+クイズラリー」やワークショップ等も実施。「QRスタンプ+クイズラリー」では参加記念品として「玉にゃん」の描かれたお菓子セットを進呈し、キャラクターの定着を図った。	<b>■公式キャラクター「玉にゃん」</b> はホームページや商店街内を装飾する巨大なタペストリーにも採用され、3種類のアレンジイラストも制作された。「玉にゃんのタペストリーをくぐれば元気になれる」というイメージの定着を図るため、商店街として、永続的な掲示を検討している。今後も「玉にゃん」を様々な媒体で活用していく予定。 <b>■イメージソング</b> について、イベントの来場者からは親しみやすい曲調と玉造にまつわる歌詞が評判を呼んだ。ホームページでも公開しているほか、商店街BGMとしても使用を予定している。 <b>■「子ども放課後商店街 楽しんDAY！」</b> ・雨の中にもかかわらず300人が来場。公式キャラクターやイメージソングの発表時には歓声上がり、アンケートでも9割以上が「良い取り組みだと感じる」と回答するなど、地域からは好意的に迎え入れられた。 ・店舗体験では各店舗ともに定員の10名が参加し、ワークショップ等他のイベントもほぼ満員、さらに、「QRスタンプ+クイズラリー」には60人が参加するなど、多くの子どもや保護者との交流が生まれ、「子ども達の居場所」というイメージづくりにつながった。
<b>■地域ニーズ対応、デジタル対応力の向上</b> ・ホームページはあるものの、効果的な運用ができていない。 ・上記取組により、商店街や地域の魅力を伝える「コンセプト」、それを伝える「ストーリー」づくりを行ったうえで、特徴ある「ホームページ制作」「SNS発信」が必要。そのための基盤を整えたい。	<b>■公式ホームページを刷新</b> ・公式キャラクター「玉にゃん」とイメージソングの紹介により、子ども達に向けた「商店街の願い」を明示。イメージソングは動画で紹介した。 ・NEWSページも新設し、商店街からの発信力を向上させた。 ・三光神社へのリンク設定等周辺情報を充実させ、地域連携を強化した。	<b>■刷新したホームページ</b> ・地域の人から「見やすくなった」「可愛くなった」という感想が届いた。 ・今後は各種SNSとも連携を図りながら、より多くの人に商店街の魅力を伝えられるようにしていきたい。

**〈商店街のコメント〉**

■「放課後の商店街が、子ども達の笑顔であふれる場所になってほしい」そんな思いから本事業が動き始めました。私たちがめざすのは、単なる買い物場ではなく、子ども達を見守り、応援する心の拠点となる商店街です。その出会いのシンボルとして子ども達にも愛されるキャラクターとイメージ曲を作成し、体験教室では店主と「顔見知り」になってもらうことで、地域全体に安心の輪を広げていく場となったと感じます。この事業はゴールではなく、信頼関係を築く第一歩です。地元の学校や神社、企業の皆様と協力し、玉造の宝である子ども達が誇れる「商店街があるいい街」を共に創り、守り抜く息の長い活動にしていきます。

**〈写真〉**

 <p>玉にゃん</p>  <p>イメージソングの動画</p>  <p>「楽しんDAY！」ちらし</p>  <p>「楽しんDAY！」の様子</p>	<b>〈連携・協力〉</b>  ■主催：玉造日之出通南商店街協同組合 ■協力：大阪音楽大学短期大学部、大阪明星学園、筑濱プロダクション、真田山三光神社、福井県大阪事務所、大阪大学、大阪シティ信用金庫、BRAINS,INC ■後援：天王寺区役所
--	---

<b>〈商店街名〉</b>  日本橋筋商店街振興組合	<b>〈商店街の基本情報〉</b>  所在地：大阪市浪速区 最寄駅：大阪メロ 日本橋駅 店舗数：130店	<b>〈HP・SNS等〉</b>  ■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nihonbashisuji/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nihonbashisuji/</a> ■日本橋筋商店街 公式HP <a href="https://www.nippombashi.jp/">https://www.nippombashi.jp/</a> ■日本橋筋商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/nippombashi_sns/?hl=ja">https://www.instagram.com/nippombashi_sns/?hl=ja</a>
<b>〈事業名〉</b>  国内外へ日本のサブカルチャーを発信！ 第18回日本橋ストリートフェスタ2025ナニワ区EXPO開催	<b>〈過去の取り組み〉</b>  ■中小企業庁 令和4年度 がんばろう！商店街事業	

<b>〈事業概要〉</b>  ■平成17年から始まった同商店街の恒例イベント「日本橋ストリートフェスタ」は、コスプレ、マンガ、アニメ、ゲーム関連の日本有数の大型イベントとして人気を集めている。大阪・関西万博の開催年である令和7年は万博の機運醸成イベントとして、公式キャラクターのミyakumyakも参加し更なる盛り上がりを見せた。そのほか、過去最大規模の約500人が参加したコスプレパレード、コスプレ祭、沿道イベントも催され、全体としては前年より約1万人多い約22万人が参加した。コロナ禍を乗り越え、国内外からの観光客が押し寄せる日本のサブカルチャー発信の地として、今後もイベントの発展をめざしている。
---

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<b>■コロナ禍からの復活</b> ・新型コロナウイルスの流行のため、R2年からR5年まで中止していた同イベントがR6年に復活。 ・R7年は万博開催年ということもあり、その相乗効果を活かして、いかに観光客を呼び込むかが焦点となっていた。 <b>■インバウンド観光客への対応</b> ・全国的にも年々増加するインバウンド観光客に対して、文化や習慣の違いをふまえた上で、参加時の最低限のマナーやルールをどのように啓発するかを検討したい。 ・国内最大規模のコスプレイベントのため国内外からの注目度も高く、トラブルが起こるリスクを回避しなければならない。	<b>■「第18回日本橋ストリートフェスタ2025」を開催(以下ストフェス)</b> ・コスプレやカメラ撮影の参加者は参加証のリストバンドを購入。運営費に充て、継続的なイベント実施を図っている。 ・欧州最大級の日本文化の祭典、「ジャパンエキスポ」で開催されたコスプレイベントの優勝者4人がセレモニーに参加。 ・約200人のボランティアスタッフがルール・マナーの啓発や会場の巡回警備にあたり、イベントの治安維持・向上に努めた。 <b>■SNSの活用</b> ・Xでは、コスプレとカメラ撮影参加者に専用の画像を配布し投稿してもらい、Instagramでは、「#ストフェス」タグをつけた投稿を促し、参加者による情報拡散を促進した。 <b>■大阪万博とのコラボレーション</b> ・万博推進局からもブース出展があり、万博情報の発信をおこなった。 ・コスプレパレードにはミyakumyakも参加し、大いに盛り上がった。	<b>■来場者数の増加と認知度のさらなる拡大</b> ・R6年度より1万人多い22万人が来場。コロナ禍による中止前のR1年は23万人であったが、ほぼ同水準まで回復した。 ・SNS等でも同イベントへの認知が拡大。Xのフォロワーも1.4万人に達し、Instagramの「#ストフェス」タグ投稿も1万件を超えるなど、広報活動も着実に実を結んでいる。 <b>■「ストフェス」ブランド力の強化に向けて</b> ・イベントによる周辺への波及効果もあり、R7年度は会場周辺の6つのホテルが宿泊プランを設定。同イベントに来場予定の観光客の誘客につながった。 ・著名人や地元アイドルなどの出演もあり、文化交流につながった。 ・R8年度以降も来場者の増加が予想されることをふまえ、周辺施設や各団体とより綿密な連携を図っていくことで、イベントのさらなる発展を見込んでいる。

<b>〈商店街のコメント〉</b>  ■日本のアニメ、ゲーム、マンガがポップカルチャーからメインカルチャーへと進化する中で、日本橋ストリートフェスタの発信力もこれからますます高まっていくのではないかと期待しています。でんでんタウンを訪れるインバウンド観光客は年々増加しており、商店街だけでなく周辺エリアへの波及効果も年々拡大していることを実感しています。これからも幅広い年齢層、国籍の人たちに訪れていただけるように積極的に情報を発信していきたいと思います。
--

<b>〈写真〉</b>   R7年公式ガイドブック  イベント開会式  イベント時の集合写真	<b>〈連携・協力〉</b>  ■主催：日本橋ストリートフェスタ実行委員会 ■企画・運営：日本橋ストリートフェスタ運営委員会 (日本橋筋商店街振興組合・日本橋まちづくり振興株式会社) ■後援：大阪市商店会総連盟・浪速区商店会連盟・大阪府商店街振興組合連合会 ■協賛：ミナミまち育てネットワーク
--	--

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
出来島商店会	所在地：大阪市西淀川区 最寄駅：阪神電鉄なんば線 出来島駅 店舗数：70店	<a href="#">大阪府／下町風情と国際性豊かな商店街</a> (R5.10.24)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
商店街が基点となる“人と人をつなぐ”多文化共生型地域コミュニティ創出事業	■内閣官房 令和6年度万博国際交流プログラム事業	

〈事業概要〉
大阪府西淀川区には外国籍の方が多く在住しており、10年以上前から商店会が基点となり様々な交流の場を創出。盆踊りを始めとしたイベントへの出店の紹介、協力、通訳等、さらには定番イベント「きら☆きらフェスティバル」を多文化の方々と企画・運営するなど、幅広く活動している。令和5年には、「にしよワールドフェスタ」と銘打ってペルーの方々を中心にイベントを実施。令和6年は積み重ねてきた様々な取組みが評価され、万博国際交流プログラムに登録、内閣官房事業として採択を受け、「きら☆きらフェスティバル ペルーと日本の絆」の大型イベントを開催。

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■外国籍の方とのコミュニケーションの問題</li> <li>・地域住民間の交流の場が不足 定期的にイベントなどを通じて交流の機会を創ってはいるが、認知不足もあり、まだまだ発展途上の段階である。</li> <li>・外国籍の住民等とのコミュニケーション 日本語での日常会話が難しかったり、文化や慣習の違いによりトラブルが起きてしまうなど、コミュニケーションが十分に取れていないケースが散見される。</li> <li>・万博に絡めた国際交流 万博開幕にあわせて国際交流の機運も高めていきたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■「きら☆きらフェスティバル ペルーと日本の絆」を開催</li> <li>・ペルーの民族音楽・ダンスに日本のお笑いやエイサー、ペルー料理や日本料理、多国籍料理など、ペルーの文化や伝統のほか、日本も含め他国の文化についても学び・触れることができるイベントを実施。</li> <li>・内閣官房「令和6年度万博国際交流プログラム事業」に応募、採択された。同助成金を活用できることで、PRを強力に実施でき、ステージイベント等は大掛かりな演出が可能となり、当日の集客に大きく貢献した。</li> <li>・大阪・関西万博の機運を高めるべく、会場内にPRブースを設営。地域の方々にも協力をいただき、チラシやティッシュなどを配布。</li> <li>・イベント運営を通じて、日本の文化・慣習を多くの外国籍の方に伝え、相互理解を深めた。</li> <li>・単発のイベントで終わらせるのではなく、毎年恒例の盆踊り大会などのイベントとも連動させ、継続性と相乗効果を促進させている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来場者数約2000人と大盛況だった。</li> <li>・地域住民と外国籍の方との交流をめざし、約半数は外国籍の方が来場した。</li> <li>・イベント運営を通じて、日本の文化・慣習を多くの外国籍の方に伝えられたことで相互理解が深まり、イベント終了後は地域でのトラブルは減少した。</li> <li>・R7年も、再び助成金に応募し、培ってきた地域の取組みを映像化しようと検討している。 プロの脚本家に依頼し本格的な動画制作を計画しており、情報発信に留まらず未来への記録・財産として活用。</li> <li>・出来島エリアを住みよい街へと発展させるべく、今後もサステナブルな取組みを進めている。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■長年継続してきた取組みにより、国籍による文化・慣習の違いを各々が理解し、コミュニケーションが円滑になっていることを実感しています。出来島地区は住民の約2割が外国籍の方であり、さらに交流を深めていくことが地域活性化に不可欠であると感じます。新たにコミュニティ会館が完成したので、イベントだけではなく、ワークショップなどを通じて日常的な交流を図っていきます。</li> <li>■一連の取組みを継続・発展させるためにもホームページのリニューアル、SNSの活用など発信を強化し、地元だけではなく多くの方に出来島のことを知ってもらい、魅力ある街づくりを推進していきたいです。</li> </ul>

〈写真〉	〈連携・協力〉		
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="74 1221 237 1440">  </div> <div data-bbox="295 1233 584 1440">  </div> <div data-bbox="642 1233 931 1440">  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：西淀川区役所</li> <li>■協力：出来島地域活動協議会・出来島商店会</li> </ul> <tr> <th data-bbox="995 1294 1952 1350">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="995 1350 1952 1478"> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/dekishima/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/dekishima/</a></li> <li>■出来島商店会 公式HP <a href="https://dekijima-shoutenkai.com/">https://dekijima-shoutenkai.com/</a></li> <li>■出来島商店会 Instagram <a href="https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/">https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/</a></li> </ul> </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/dekishima/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/dekishima/</a></li> <li>■出来島商店会 公式HP <a href="https://dekijima-shoutenkai.com/">https://dekijima-shoutenkai.com/</a></li> <li>■出来島商店会 Instagram <a href="https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/">https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/</a></li> </ul>
〈HP・SNS等〉			
<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/dekishima/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/dekishima/</a></li> <li>■出来島商店会 公式HP <a href="https://dekijima-shoutenkai.com/">https://dekijima-shoutenkai.com/</a></li> <li>■出来島商店会 Instagram <a href="https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/">https://www.instagram.com/dekijima_shotenkai/</a></li> </ul>			

R6年告知ポスター

イベントステージ

大阪・関西万博PRブース

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
出来島商店会	所在地：大阪市西淀川区 最寄駅：阪神なんば線 出来島駅 店舗数：59店	・ <a href="#">大阪府／下町風情と国際性豊かな商店街 (R5.10.24)</a>
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
地域のハブとしての商店街 国籍に関わらず住みやすい街をめざした啓発と情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> <li>■ 内閣官房 令和7年度 万博国際交流プログラム</li> <li>■ 大阪府 令和7年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	
〈事業概要〉		
<p>■ 出来島エリアは、住民の約2割が外国籍であり、日本だけでなく南米やアジアなど様々な国にルーツを持つ人々が多く暮らす地域である。地域の生活拠点である商店会がハブとなり、国籍や文化の違いを超えて多様な人々が安心して暮らせる街として情報発信することを目的に本事業を実施した。まずは、外国籍の住民を含む地域住民の相互理解や災害時の対応について周知する動画を制作。商店会HPに特設ページを開設し、制作した動画を掲載するとともに今後の情報発信の基盤を整えた。また、さらに情報発信力を高めるため、商店会関係者や地域住民を対象にSNS講座を実施した。</p>		

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 国籍に関わらず住みやすい街づくりの拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国籍の住民が多く暮らす地域であることから、国籍や文化の違いにより、地域との関わりに心理的なハードルが生じている。</li> <li>・日本語特有のニュアンスが十分伝わらず、誤解やトラブルにつながるケースが見られる。</li> <li>・地域内の情報伝達は紙媒体や口コミが中心であるが、日本語が苦手な外国籍の住民や地域との接点が少ない方には必要な情報が届きにくい。</li> <li>・災害時においても外国籍の住民が適切に対応できるように、備えや避難場所等の情報を分かりやすく伝えることが求められる。</li> <li>・商店会として、10年以上前から多文化共生をテーマに活動しているが、十分に発信できておらず認知されていない。</li> <li>・商店会理事のデジタルリテラシーが低いので強化させたい。</li> <li>・地域住民も巻き込むことで発信主体を増やしたい。</li> </ul>	<p>■ 「文化」「暮らし」「防災」をテーマにした3本の動画(各3分)を制作</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・文化の違いなど相互理解を深めるべく、地域の外国籍の住民、日本人にインタビューを行い、地域住民間のコミュニケーションを促した。</li> <li>・地域の外国籍の住民や区役所の防災担当にも意見を聞き制作。</li> <li>・作成した動画は、日本語が苦手な方にも見ていただけるよう自動翻訳機能のあるYouTubeにアップした。</li> <li>■ 商店街HPに「多文化共生への取り組み」の特設ページを開設。</li> <li>・作成した動画を掲載するとともに、改めて出来島エリアの特性、それに対して商店会が取り組んできたことを紹介した。</li> <li>■ 「Instagram講座」の実施</li> <li>・フォロワー数5万人超のインスタグラマーを講師に招き、商店会アカウントの活性化をテーマに無理なく続けやすいSNS運用方法を学んだ。</li> <li>・チラシを作成し加盟店に配架したり、商店会SNSで告知を行ったことで、商店会関係者だけでなく地域住民を含む8名が参加した。</li> </ul>	<p>■ 動画制作にあたっては、外国籍の方、区役所、商店会理事でディスカッションを実施。課題を共有し検討したことで、相互理解が深まり、外国籍の方と日本人の双方に伝わりやすい内容となったとともに、そのプロセス自体が今後の大きな財産となった。完成した動画は、出演者によるロコモもあり徐々に広がりを見せている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 動画については、2か月弱で約150回再生されており、HP内や商店会の定期会合の場でも放映された。外国籍の店舗オーナーからの発信もあり、積極的なコミュニケーションを取ることの大切さが分かり、結果としてマナーの改善がみられた。今後もイベント等で放映するなど積極的に活用したい。</li> <li>■ 商店街HPについて、特設ページの追加を行った12月のPV数は1,241と直近3か月のPV数を上回る結果となった。</li> <li>■ SNSの利用に抵抗感を抱いている理事もたくさんいたが、実践的な内容で構成された講座に参加することで情報発信に対する意識が高まった。講座後、実際に投稿に取り組んだ店舗オーナーが8名、フォロワー数が増加した店舗も6店舗みられた。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<p>■ 社会環境が変化中、地域には外国籍の方を含むさまざまな人々が暮らしており、「みんなが仲良く楽しく暮らせる街づくり」を出来島商店会ではめざしています。言語や文化の壁を越えて、外国籍の方々が安心して暮らせる環境づくりに長年取り組んできましたが、やってきたこと・やっていることの“情報発信”にまで意識が向けられていませんでした。本事業の取組を通じて“情報発信”の重要性を改めて理解しました。出来島エリアを住みよい街とする取組を継続し、それを地域住民はもちろん地域外の人にも知ってもらうことで、今後もさらに魅力ある街へと発展させていきたいと思ひます。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="99 1236 256 1437">  <p>動画制作の様子</p> </div> <div data-bbox="348 1236 505 1437">  <p>Instagram講座チラシ</p> </div> <div data-bbox="574 1236 962 1437">  <p>ホームページ特設サイト</p> </div> </div>	<p>■ 主催：出来島商店会 ■ 協力：西淀川区役所</p> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/dekishima/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/dekishima/</a></li> <li>■ 出来島商店会 公式HP <a href="https://dekijima-shoutenkai.com/">https://dekijima-shoutenkai.com/</a></li> <li>■ 出来島商店会 Instagram <a href="https://www.instagram.com/dekijima_shoutenkai/">https://www.instagram.com/dekijima_shoutenkai/</a></li> </ul>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
生野銀座商店街振興組合	所在地：大阪市生野区 最寄駅：JR寺田町駅から東へ約500m 店舗数：35店	大阪府／将棋の聖地めざして 将棋名人決定戦とこども将棋教室 (ndl.go.jp)(R5.12.8) 大阪府／「将棋の聖地」へー活動の広がり生む生野銀座商店街<モデル創出事業> (ndl.go.jp) (R3.11.8) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
商店街施設を活用した「地域」、「趣味」、「多世代」のコミュニティ形成事業	■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

### 〈事業概要〉

■商店街内のコミュニティーホール「どり～夢館」の活用を促進するため、子どもから高齢者まで、地域の将棋好きが気軽に将棋を楽しめる将棋教室を定期開催。あわせて、商店街Webサイトに「どり～夢館」の予約システムを構築したり、新たに開催する将棋大会のWebサイトを設立するなど、ICT活用にも取り組んだ。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①コミュニティーホール「どり～夢館」の活用促進・利用者増加</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域と連携したい</li> <li>・子どもが集まれる場所にしたい</li> <li>・「将棋の聖地」として活性化を図りたい</li> </ul> <p>⇒年齢の垣根を越えられる将棋を通して、地域に新たな交流の場をつくりたい</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「どり～夢館」で将棋教室を開催。将棋教室は、試験的に4回開催。子どもも楽しめるよう、人気アニメのミニ将棋を使用し、詰め将棋や将棋くずしなども行った。</li> <li>・「どり～夢館」で新たな将棋大会を開催。開催期間は2日間。1日目は小中学生の部、2日目は高校生以上の一般の部の決勝戦を実施し、<b>子どもから大人まで楽しめるように企画した。</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・試験的に開催した将棋教室では、約20名が参加。その後も、<b>将棋教室の開催を熱望する声が多く</b>、地元の将棋指導員資格を持つ若者を講師に「<b>生野こども将棋教室</b>」がスタート。週3回開催され、現在も続いている。(R6.10月現在)</li> <li>・将棋大会では、地域の子どものから高齢者まで計69名が参加。「将棋の聖地」をめざし、<b>年に一度の大会を継続して開催。</b></li> </ul>
<p>②WEBでのPR強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街を多くの人に知ってもらいたい。</li> <li>・「どり～夢館」の利用しやすさ向上。</li> <li>・新たに開催する将棋大会を告知したい</li> </ul> <p>⇒予約システムや特設Webサイトを構築し、利便性向上とPR強化をはかりたい</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・店主の似顔絵入りMAPや、「どり～夢館」の予約システムを搭載した<b>商店街Webサイトを構築。</b></li> <li>・「生野将棋名人決定戦2022」の<b>イベントサイトを構築し、プロモーション動画を作成。</b></li> <li>・大阪経済大学将棋部の協力を得て、別のイベント会場で決勝戦の様様を<b>オンライン配信した。</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「どり～夢館」の予約システムが搭載され、「どり～夢館」の稼働率が<b>向上した。</b></li> <li>・作成したプロモーション動画は、毎年再編集し配信を継続。</li> <li>・この事業の取り組みにより<b>地域全体の活性化へ向けた土台作り</b>ができ、他の団体とコラボしたイベントも実施している。</li> </ul>

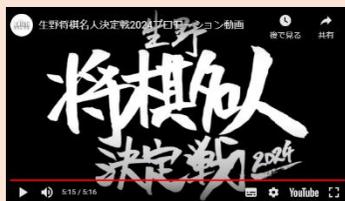
### 〈商店街のコメント〉

- コロナ禍で「どり～夢館」の稼働率が大幅に低下し対策が求められる中、子どもから高齢者まで年齢を問わず楽しんで、対局や観戦を通じて交流できる将棋を商店街の活性化に取り入れることにしました。将棋が地域の交流や商店街に通うきっかけのひとつとなるよう「将棋の聖地」をめざして3年目、地域に新たな交流の輪ができました。
- 地域の輪の広まりは将棋以外にも波及しており、アームレスリング大会やクリスマスイベント等を実施し、地域内外を問わず商店街と地域の魅力を発信しています。

### 〈写真〉



R4年度Webサイト構築  
TOPページ



R4年度に作成したプロモーション動画  
毎年再編集し配信



R6年度「いくの将棋祭」チラシ

### 〈連携・協力〉

- 主催：生野銀座商店街振興組合
- 協力：IKUNOスキル・ラボ、大阪経済大学将棋部

### 〈HP・SNS等〉

- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ  
<https://osaka-shotengai-info.com/ss/ikunoginza/>
- 生野銀座商店街 公式HP  
[https://programing.sakura.ne.jp/ikuno\\_ginza/index.php](https://programing.sakura.ne.jp/ikuno_ginza/index.php)
- 生野銀座商店街 Instagram  
<https://www.instagram.com/ikunoginzasyoutengai/>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
生野銀座商店街振興組合	所在地：大阪市生野区 最寄駅：JR大阪環状線 寺田町駅 店舗数：30店	大阪府／将棋の聖地めざして 将棋名人決定戦とこども将棋教室(R5.12.8) 大阪府／「将棋の聖地」へー活動の広がりに生む生野銀座商店街<モデル創出事業>(R5.3.8)ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
生野区から万博を盛り上げるプロジェクト「EXPOいくのヒートアッププロジェクト」	■大阪市生野区 令和6年度プレEXPOいくのマンスリーヒートアッププログラム100事業	
〈事業概要〉		
<p>■生野区では令和7年の大阪・関西万博に向け、地域住民がつながり、まちの熱量をあげる「EXPOいくのヒートアッププロジェクト」という取り組みが進められた。万博開催約200日前となるR6年9月15日～10月20日の約1ヶ月間は「マンスリーヒートアッププロジェクト100」と題し、生野区内で100個のイベントを開催するプロジェクトが実施され、同商店街でも2つのプロジェクトもちつきベタンベタンと「いくの将棋まつり2024」に取り組んだ。</p>		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■地域と連携し商店街と地域の魅力向上を図りたい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・万博に向けて地域一丸となって盛り上げたい。</li> <li>・同商店街の隣にある生野八坂神社の「秋祭り」にあわせて、子どもから大人まで楽しめるイベントを実施したい。</li> <li>・インバウンドに日本の文化を伝えるイベントがしたい。</li> <li>・クリエイター集団「いくのすきるらぼ」が同商店街を拠点に活動しており、商店街側としても組合員だけの活動が困難なため、連携して取り組みたい。</li> </ul>	<p>■「もちつきベタンベタン」を開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生野八坂神社の秋祭りにあわせて、子どもや外国人の方に、神社の神事や餅つきを通して日本の文化を伝えることを目的としたイベントを実施。企画運営は「いくのすきるらぼ」が積極的に実施。</li> <li>・何百年と続く神社の儼かな神事を見学した後、商店街内のコミュニティホール「どり～夢館」前で参加者も含め餅をつきあげ、きな粉餅にして先着100名に振舞った。</li> <li>・イベントに合わせ、商店街の店舗前でも普段販売していない商品の販売を実施。</li> <li>・告知は、SNSをメインに活用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生野八坂神社の秋祭りは、神輿・だんじりが商店街を曳行し賑わっており、同日に開催することで、地元住民からインバウンドの方まで、商店街に來街するきっかけ作りになった。</li> <li>・商店街店舗前で販売したことで、新規顧客の開拓へと繋がった。</li> <li>・今回初めて試みたが、店舗や來場者の方からも高評価を得た。</li> <li>・万博プロジェクトと連動したことで広報も強化でき、万博機運醸成とともに、日本の伝統文化を多くの人に知ってもらえるきっかけとなった。</li> <li>・SNSでの告知がメインだったが、想定以上に外国の方が多く見られ、普段のイベントより、1割程度増加傾向にあった。</li> </ul>
<p>■商店街のコミュニティホール「どり～夢館」利用促進強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多目的に使える「どり～夢館」の利用促進。</li> <li>・将棋を核とした商店街と地域の活性化をはかりたい。</li> <li>・上記同様、「いくのすきるらぼ」の方々の活動と連携し、商店街を盛り上げたい。</li> </ul>	<p>■「いくの将棋まつり2024」を開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「いくのすきるらぼ」と連携し、どり～夢館にて、3回目の開催となる将棋まつりを開催。</li> <li>・大人の部では20名を超え、こどもの部では将棋好きの小中学生と保育園年長さん等17名が熱戦を繰り広げた。</li> <li>・参加賞として商店街で使用できる金券をプレゼント。</li> <li>・商店街を回遊して、お買い物を楽しんでもらえるよう促した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1回目の開催後から、「どり～夢館」で毎週日曜日に将棋教室を開催しており、毎回4～5名が参加。</li> <li>・また、毎月第3日曜日は「リーグ戦」も開催。</li> <li>・将棋のイメージが定着してきており、将棋関係をきっかけに商店街に継続的に來街する人も増加。</li> </ul>
〈商店街のコメント〉		
<p>■「いくのすきるらぼ」のメンバーが積極的に企画・運営していただけるので、商店街サイドでは参加賞やもちつきの材料等の準備のみでイベントが開催でき、たいへん助かっています。</p> <p>■これらのイベントがきっかけで、令和6年12月より第4日曜日に生野銀座商店街では、「復活！手作りマルシェ」を開催。また、みこし商店街（生野本通り商店街～生野銀座商店街）で「わいわい界隈にぎわい市」（いくのすきるらぼ主催）がスタート。様々なコンテンツで商店街を盛り上げるイベントが動き出しました。地域の憩いの場として、人が集まる商店街をめざします。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
<div data-bbox="101 1221 317 1439" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="109 1445 305 1469">R6年度 イベントチラシ</p> <div data-bbox="446 1221 611 1439" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="474 1445 591 1469">餅つきの様子</p> <div data-bbox="748 1221 925 1439" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="721 1445 964 1469">将棋大会子ども部決勝戦</p>	<p data-bbox="1015 1167 1152 1197">〈連携・協力〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：生野区役所、生野銀座商店街</li> <li>■協力：いくのすきるらぼ、嗚呼A-yan!!、生野八坂神社</li> </ul> <p data-bbox="1015 1288 1172 1318">〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/ikunoginza/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/ikunoginza/</a></li> <li>■生野銀座商店街HP <a href="http://ikunoginza.jacklist.jp/">http://ikunoginza.jacklist.jp/</a></li> <li>■生野銀座商店街Instagram <a href="https://www.instagram.com/ikunoginzasyoutengai/">https://www.instagram.com/ikunoginzasyoutengai/</a></li> </ul>	

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
生野銀座商店街振興組合	所在地：大阪市生野区 最寄駅：JR大阪環状線寺田町駅 店舗数：31店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府／「将棋の聖地」へー活動の広がり生む生野銀座商店街＜モデル創出事業＞(R5.3.8)</li> <li>・大阪府／将棋の聖地めざして 将棋名人決定戦とこども将棋教室(R5.12.8) ほか</li> </ul>
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
デジタルサイネージでみんなの好きや得意を発信！ 商店街を発信とコミュニティの拠点に！	<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■大阪府 令和7年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	

〈事業概要〉
<p>■商店街のコミュニティスペース「どり～夢館」前に設置しているデジタルサイネージに地域の方々が自由に画像や動画を投稿し、自身の活動を発信できるシステムを構築した。運用開始にあたっては、商店街各店舗や地域住民に向け、デジタルサイネージでの告知やイベントでの案内を実施したり、画像・動画制作に不慣れな方を対象としたスキルアップサポートを行い、誰もが取り組みに参加しやすい発信環境を整えた。あわせて、商店街が主体となりイベントやサークルへの参加などを積極的に仕掛けることで、サイネージでの発信をきっかけに同じ趣味を共有できるようなコミュニティを創出した。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■デジタルサイネージ設置後の活用方法の拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・R5年に「どり～夢館」前にデジタルサイネージを設置し、商店街のイベントやお知らせなどの情報発信を継続的に行ってきたが、それ以上の活用方法を見いだせていない。</li> <li>・商店街からの発信にとどまらず、より多くの人々が「発信者」となり、それぞれが伝えたい情報を発信・交流できる場を構築することで、さらなる地域コミュニティの活性化を図りたい。</li> </ul> <p>&lt;現状&gt; 商店街のコミュニティスペース「どり～夢館」では、日頃より教室・サークル・イベントなどを実施。同じ趣味や目的を持つ人々が集い、交流できる場として活用されている。この取り組みを通じて、地域におけるコミュニティ形成に対するニーズの高まりと、その重要性を強く感じており、コミュニティの形成は、商店街が継続的に発展していくのに必要不可欠な要素だと考えている。</p>	<p>■デジタルサイネージ用配信管理ソフトウェアの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の活動者が自分のPCやスマホから活動を投稿。承認されれば、商店街のデジタルサイネージに表示される仕組みを構築した。</li> <li>・配信スケジュール設定もできるので活動者が番組を持つことも可能。</li> <li>・Webサイト上でも投稿・閲覧ができ、商店街内のサイネージだけでなく、オンライン上でも発信やコミュニティづくりができるようにした。</li> <li>■デジタルサイネージ運用開始をPR</li> <li>・商店街各店舗や地域住民に本システムの利用を促すため、デジタルサイネージでの告知を行うとともに、イベント「わいわい界隈にぎわい市 手作りマルシェ」にて、チラシ配布や来街者への案内を実施。</li> <li>■画像・動画制作スキルアップサポートの実施</li> <li>・デジタルサイネージを活用したいが画像・動画制作に不慣れな方に向けて、スキルアップサポートを実施。毎週金曜日に商店街店舗および地域近隣の方々を対象とした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・R7年11月中旬に運用開始し、新規ユーザー登録数38名、投稿件数196件(R8.1月現在)と多くの方が利用。</li> <li>・利用者からは、「自分で投稿出来てすぐにサイネージに反映されて使いやすい。」との評価を得た。</li> <li>・画像・動画スキルアップサポートでは、商店街の3店舗から要望を受け、店舗で直接のサポートも実施。3店舗ともに投稿まで到達し、現場での直接支援が投稿実行の後押しとなった。</li> <li>・サイネージ投稿を起点に、練習会・発表会の実施(1件)に加え、複数のワークショップやサークルが具体的な開催予定(4件)として立ち上がり、リアルでのコミュニティの醸成や活動場所として「どり～夢館」の利用促進にもつながった。</li> <li>・投稿者は店舗約3割・地域活動者約7割(概算)という構成となり、商店街が一方向的に発信するのではなく、地域の人が発信者となる仕組みを一定程度実現できた。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<p>■今回の『デジタルサイネージ用配信管理ソフトウェアの開発』により商店街や地域の取組をタイムリーに発信できるようになり、サイネージの活用頻度が高まりました。サイネージの前で立ち止まり、内容を見ている来街者もあり、地域の活動を知ってもらうとともに、商店街内での滞留のきっかけとなっています。店舗や地域の担い手が自ら発信者となる仕組みが整いましたので、今後は近隣のみならず周囲の周知を重ね、交流やコミュニティの広がりにつなげていきたいと考えています。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div data-bbox="54 1200 231 1437" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="64 1448 231 1471">デジタルサイネージ</p> <div data-bbox="290 1200 595 1437" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="299 1448 595 1471">商店街会員店舗への説明の様子</p> <div data-bbox="648 1200 974 1437" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="662 1448 974 1471">デジタルサイネージ活用案内チラシ</p>	<p data-bbox="1005 1153 1152 1183">〈連携・協力〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：生野銀座商店街振興組合</li> <li>■協力：いくのすきるらぼ</li> </ul> <p data-bbox="1005 1274 1162 1304">〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/ikunoginza/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/ikunoginza/</a></li> <li>■生野銀座商店街 公式HP <a href="https://programing.sakura.ne.jp/ikuno_ginza/index.php">https://programing.sakura.ne.jp/ikuno_ginza/index.php</a></li> <li>■生野銀座商店街 Facebook <a href="https://www.facebook.com/ikunoginza/">https://www.facebook.com/ikunoginza/</a></li> </ul>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
千林商店街振興組合	所在地：大阪市旭区 最寄駅：京阪本線 千林駅 店舗数：180店	大阪府 / ICT活用でお客様と繋がる企画づくり (ndl.go.jp) R5.9.21) 大阪府 / 感染対策バッチリ オンライン抽選会 <モデル創出事業> (ndl.go.jp) (R3.11.25) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
販売促進イベントのオンライン化と、地域団体や鉄道会社と連携した情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■大阪府 令和4年度商店街等需要喚起緊急支援事業</li> <li>■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> </ul>	

### 〈事業概要〉

- コロナ禍でも安心して来街して楽しんでもらうために、恒例の販売促進イベントにひと工夫。
- 抽選会場での3密を回避するため、ICTを活用した「オンライン抽選会」の開催やgoogleマップを活用した商店街回遊イベントを実施。また、地域団体と協働し千林界隈のテイクアウトができるお店を紹介した「ぐるめマップ」と、旭区役所の協力を得て千林界隈の名所を紹介する「まち歩きマップ」をそれぞれ制作し、地域の魅力を再発信した。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①非接触で販売促進イベントを開催させたい ・ICTを活用した「オンライン抽選会」 ・QRコードの活用 ・コロナ禍でも安心して参加できるイベント作り ・一方で、デジタルに不慣れな方でも参加できるサポートが必要	①QRコード活用のオンライン抽選会『千林埋蔵金を掘り当てろ！』を開催。 ・鉄道会社と連携して例年実施しているガラガラ抽選会の抽選券にQRコードを使用し、スマートフォンで読み取るとオンライン上で抽選が始まる仕組みを実施。 ・また、操作方法がわからない方やスマートフォンを持たない方には、スタッフが代わりにQRコードを読み取るサポートを実施。	・初めてオンライン抽選会を行ったことで、参加者から「スマホを使った抽選が楽しい」などの声を頂いた。鉄道会社との連携により、中吊り、駅ポスター、駅置きパンフレットによるイベント告知により、沿線のお客様の来街を誘致することができた。 ・商店街内のICT活用への理解も進み、令和5年には商店街LINEを活用したクイズイベントを行うなど、改良をしながらイベントを実施。
②商店街内外の店舗や周辺名所のPRをしたい ・googleマップを活用した商店街回遊イベント ・テイクアウトに対応した飲食店の広報 ・SNSを活用し、より広い世代にPRしたい	②テイクアウトに対応した飲食店を紹介した「千林界隈ぐるめマップ」と名所を紹介した「千林界隈まち歩きマップ」の制作。 ・「ぐるめマップ」では、掲載の店舗や名所にはナビQRコードを付してあり、読み込むとgoogleマップで案内ができる工夫をこらした。「まち歩きマップ」では、37か所のおすすめ名所は、旭区役所の協力のもと、名所情報や旭区検定を参考にした名所にまつわるクイズを掲載し、楽しく見ってもらう工夫を施した。	・2種類のガイドマップに対する評判は良く、「知らなかったお店を発見できた」や「一度行ってみたいと思うお店があった」「千林のいろいろな情報が詰まっていて便利」などの声が寄せられるなど、地域内外に千林の魅力を発信できた。 ・高齢の常連客に加え、ファミリー層の楽しむ姿が例年より多く見られるようになってきた。

### 〈商店街のコメント〉

- 高齢のお客様が多い千林商店街ですが、QRコードを活用した新しい取り組みの抽選会では、参加するお客様の笑顔を見て効果を感じました。
- 2種類のガイドマップは、「行政」「1000ピースプロジェクト」「商店街」が一丸となり制作にあたり、お客様がお買い物や散策に楽しんで活用していただけました。
- その後も、QRコードやLINEなどのICTを活用したさまざまな事業に挑戦しました。高齢の方でも使いやすいというLINEを活用し、友達登録してくれた人に懸賞イベントのヒントを送信したり、歳末に抽選会の告知などを実施。今までは、折り込みチラシや個人宅へのポスティングで近隣の方へ通知していましたが、LINEを使うことでよりダイレクトに、必要としているお客様に情報を届けられるようになり、今では友達登録者数は5,000人以上。今後もLINEを活用し、必要としてくれるお客様にいち早く情報を届け、地域と商店街を盛り上げていきたいです。

### 〈写真〉



R3「ぐるめマップ」



R3「まち歩きマップ」



R3 密を回避した「オンライン抽選会」の会場



R6年度イベントチラシ

### 〈連携・協力〉

- 主催：千林商店街振興組合
- 協力：1000ピースプロジェクト  
京阪電気鉄道株式会社  
京阪百貨店

### 〈HP・SNS等〉

- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ  
<https://osaka-shotengai-info.com/ss/senbayashi/>
- 千林商店街 HP <https://www.senbayashi.com/>
- 千林商店街 Instagram [https://www.instagram.com/senbayashi\\_official/](https://www.instagram.com/senbayashi_official/)

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
千林商店街振興組合	所在地：大阪市旭区 最寄駅：京阪本線 千林駅 店舗数：180店	大阪府／ICT活用でお客様と繋がる企画づくり R5.9.21) 大阪府／QRコードやLINE活用で商店街に活気＜モデル創出事業＞ (R5.3.3)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
「千林ふれあい館」をベース(基地)とした地域コミュニティづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府 令和4年度商店街等需要喚起緊急支援事業</li> <li>■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> <li>■大阪府 令和6年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	
〈事業概要〉		
<p>■千林商店街は「元気な商店街が、地域のコミュニティ、地域社会のつながりを強くする」の考えを持ち、その実現のために、レンタルスペース「千林ふれあい館」を、地域と共生するコミュニティのベース(基地)として変革をめざした。ワークショップやチャレンジショップの会場として活用するとともに、デジタルでの情報発信力を向上させるなど、商店街の運営を強化した。</p>		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①「千林ふれあい館」の多様な活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域のコミュニティスペースとして、地域イベントや地域コミュニティの場にしたい。</li> <li>・商店街店主等によるワークショップを開催したい。</li> <li>・休憩所として開放や、トイレの提供を行うなど、来街者が休めるようにしたい。</li> <li>・商店街での開業や出店を希望する方の起業を支援し、ゆくゆくは千林商店街の空き店舗に出店してもらうことも見据え、チャレンジショップの会場として運用したい。</li> <li>・地域の情報発信ベース(基地)として、商店街の情報をはじめ、地域の生活情報などを幅広く発信したい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■「千林ふれあい館」を地域のコミュニティスペースとして運用</li> <li>・「ワークショップ」開催希望者を募集したところ、地元の教室や、商店街の店主からの応募があり、2回開催。1回目の「七宝焼きワークショップ」は6名、商店街イベント同時開催の2回目「ハロウィンスライムワークショップ」は家族連れを含め137名が参加した。</li> <li>・旭警察署と連携し、啓発活動「秋の交通安全運動」を実施。</li> <li>・イベントを行わない時は休憩所として開放し、トイレを提供した。</li> <li>■「チャレンジショップ」の会場として運用</li> <li>・告知はポスターやチラシ、商店街HP・デジタルサイネージ、不動産事業者、大阪商工会議所のマッチング事業の協力を得ながら実施。5社が開催に至り、その後も申し込みが届いている。</li> <li>■生活情報誌「アイラブ千林」の作成</li> <li>・千林界隈の応援隊「1000ピースプロジェクト」と連携し、デジタル版と印刷版3000部を発行。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワークショップ開催により、商店街内に地域住民が集い、交流する機会が生まれた。地域コミュニティづくりの一助としての役割を果たすことができた。</li> <li>・今後も旭区役所や地域の官公庁と連携し、啓発活動を継続して実施予定。</li> <li>・チャレンジショップ運用では、大阪商工会議所のマッチング事業経由の問合せが多かった。今後も効果的な広報手段を検討し、チャレンジショップの開催や新規開業支援に取り組んでいく。</li> <li>・生活情報誌「アイラブ千林」発行によって、身近な存在として商店街を知ってもらうことができ、「アイラブ千林」で紹介したお店での買い物や、商店街と生活者のコミュニケーションづくりに寄与できた。</li> </ul>
<p>②コミュニケーション手段としてのデジタル対応の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域や商店街の情報を発信するデジタルサイネージを設置したい。</li> <li>・地域の生活情報誌の電子ブックを掲載したい。</li> <li>・個店にデジタル対応の支援を行いたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■デジタルサイネージの導入</li> <li>・「千林ふれあい館」に設置し、千林ふれあい館のイベントスケジュールやワークショップなどの告知、商店街のイベント情報、旭区役所や旭警察署の啓発活動等について情報を配信した。</li> <li>■生活情報誌「アイラブ千林」のデジタル版を配信。</li> <li>・商店街公式HPに掲載し、SNSと連動させ広く配信した。</li> <li>■個店のデジタル対応の支援</li> <li>・個店の店主向けに、LINE公式アカウント活用講座を3回開催。40店舗が参加し、アガントの開設方法から活用方法等を学んだ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルサイネージを導入し、商店街情報をはじめ地域情報やイベント情報などを広く配信したことで、地域コミュニティイベントへの集客効果に繋がった。</li> <li>・生活情報誌「アイラブ千林」をデジタル化にすることによって、商店街を利用しない方へも情報発信ができた。</li> <li>・LINE活用講座では、多くの店主から好評を得たため、応用編の開催が決定。今後は、商店街公式LINEと個店が連携し、より多くの集客をめざす予定。</li> </ul>
〈商店街のコメント〉		
<p>■本事業の実施により、目標とした「地域コミュニティづくり」に関して、一定の成果があったと考えています。また、これによって、SDGsの11「住み続けられる、まちづくりを」の目標達成にも近づけたと感じています。今回の事業の取り組み「ワークショップ」「チャレンジショップ」「地域情報発信」など、今後も継続して取り組むことで、持続的な商店街の発展と地域社会との関係強化につなげたいと考えています。また、商店街のデジタル対応に関しても、商店街や個店の情報発信の分野でのICT化を継続して進めていき、商店街の集客に活かしたいです。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>ワークショップ      チャレンジショップ(コストコ)      デジタル対応勉強会      生活情報誌「アイラブ千林」</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：千林商店街振興組合</li> <li>■協力：1000ピースプロジェクト</li> </ul> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/senbayashi/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/senbayashi/</a></li> <li>■千林商店街 HP <a href="https://www.senbayashi.com/">https://www.senbayashi.com/</a></li> <li>■千林商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/senbayashi_official/">https://www.instagram.com/senbayashi_official/</a></li> </ul>	

<b>〈商店街名〉</b> 城東商店街振興組合 城東中央商店会	<b>〈商店街の基本情報〉</b> 所在地：大阪市城東区 最寄駅：大阪メトロ蒲生四丁目駅すぐ 店舗数：51店	<b>〈過去の商店街レポートURL〉</b> <a href="#">大阪府／がもよんの新たな風物詩「城東アーケードフェスタ」＜モデル創出事業＞ (<a href="#">ndl.go.jp</a>)(R5.11.29)</a> <a href="#">大阪府／アーケードフェスで「がもよん」全体を盛り上げたい＜モデル創出事業＞ (<a href="#">ndl.go.jp</a>)(R5.9.8)</a> ほか
<b>〈事業名〉</b> 学生連携によるイベント実施とSNS・動画活用	<b>〈過去の取り組み〉</b> ■中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業 ■大阪府 令和4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業 ■大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

<b>〈事業概要〉</b> ■地域の協力のもと続けてきた夏の恒例行事「城東アーケードフェスタ」を盛り上げるために、近隣の小学校等関係団体、そして今回新たに大阪工業大学建築学科の学生達の協力のもと、イベントの企画段階から学生達に参加してもらい、イベントの飾りつけから人混み整理まで多岐にわたり若者のアイデアを取り入れ、イベントの活性化をはかった。さらに、ファミリー層や若年層の新規来街者の増加を目的に、SNS等を活用し情報発信に取り組んだ。
--

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<b>①商店街の魅力向上</b> ・地域団体や近隣教育機関など、地域と連携したい ・ファミリー層や若者層の来街促進を強化したい ・新規顧客を獲得したい	<b>■地域と連携し「城東アーケードフェスタ」を活性化</b> ・大阪工業大学建築学科の学生達の協力のもと、イベントの企画段階から参加してもらい、若者のアイデアを取り入れた。 ・会場の飾りつけや屋台の看板・のぼりのデザイン、当日の運営など、学生達のアイデアを活かしつつ、参加店舗との意見調整を実施。 ・学生のアイデアにより、駐車場スペースを活用した「おしゃれ屋台」にカラフルな提灯を設置したり、出店ブースの行列最後尾にバルーン付きの案内ポップを掲げた人員整理などを行った。	・学生のアイデアによるイベント活性化案は、来街者からの反響が良かった。 ・来街者アンケートでは、「満足」「どちらかといえば満足」との回答が100%と満足度の高いイベントを開催できた。初めて商店街に来た人が1割、時々来る人が3割、いつも来ている人が6割と、 <b>新規来街のきっかけづくりや、常連の方の定着にも寄与したことがわかった。</b> ・R6年10月にも継続して開催。多くの来街者で賑わった。
<b>②ICT活用の強化</b> ・商店街の認知度拡大を図りたい ・SNSを活用して情報発信したい ・SNSを使ってクーポン券を発行したい	<b>■商店街公式ホームページとSNS・動画による情報発信</b> ・イベントの準備や当日の様子を、商店街公式SNSや学生らのSNSで発信した。イベント当日の様子を動画に記録し、商店街ホームページに掲載するなど、商店街の魅力PRに注力した。 ・商店街公式LINEでは、 <b>イベントで使用できるクーポンを発行し、認知度の拡大と友達登録者の増加に取り組んだ。</b>	・SNSや公式LINEクーポンを使用したことで、 <b>ファミリー層や若年層に商店街の魅力を周知</b> することができた。 ・SNSや動画を見てイベントに来場した方からは、発信内容に対して好評をいただいた。 ・ <b>LINE登録者数は約2倍に増加</b> した。現在の友だち登録数は727名と継続して増加している（R6.11月現在）

<b>〈商店街のコメント〉</b> ■今回のフェスタは大阪工業大学建築学科の学生達の協力のもと、会場のポップデザインや行列整理の工夫など我々で気付かない事を実現していただき新たな発見が多かったです。夕方には数年ぶりに「土曜夜市」も実施。老若男女問わず地域の皆さんに喜んでいただけました。大阪工業大学や近隣と連携を取りながら地域活性化に向けた取り組みを継続して行っています。
---

<b>〈写真〉</b>    R5年度イベントチラシ      R5年度 屋台を彩るカラフルな提灯      R6年度イベントチラシ	<b>〈連携・協力〉</b> ■主催：城東商店街振興組合／城東中央商店会 ■協力：大阪工業大学建築学科、近隣小学校等関係団体  <b>〈HP・SNS等〉</b> ■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/jyoto/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/jyoto/</a> ■城東商店街 公式HP <a href="https://joto-shotengai.com/">https://joto-shotengai.com/</a> ■城東商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/joto_shotengai/">https://www.instagram.com/joto_shotengai/</a>
--	--

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
地下鉄あびこ中央商店街振興組合	所在地：大阪市住吉区 最寄駅：大阪メトロ あびこ駅 店舗数：78店	大阪府／ワンコイン市とミニ縁日で商店街を盛り上げる(R4.9.2) 大阪府／安心安全 笑顔の大抽選大会<Goto商店街>(R2.12.15)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
“安心・安全・暮らし”の中に頼りにされる商店街化事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業</li> <li>■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> <li>■ 大阪府 令和4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業</li> <li>■ 近畿経済産業局 令和6年度商店街ブランディングワークショップ事業</li> </ul>	
〈事業概要〉		
<p>■ R6年11月～R7年1月の間、近畿経済産業局主催「商店街・まちづくり×ブランディング」実践型ワークショップ事業 in 関西に参加。SWOT(スワット)分析で商店街の運営戦略を立案するために、商店街のプラス面・マイナス面・内部環境・外部環境を洗い出し、5年後の商店街の在り方を検討する機会を得て、商店街を取り巻くエリア属性、抱える課題、将来的な脅威に対して向き合う経験を役員間で共有した。そこで導き出されたのが、独居高齢者、子育て世代などから頼りにされる商店街化への具体的な行動の必要性であった。「AIよりabiko(あびこ)」をテーマに、地域から頼りにされる商店街化の挑戦を開始。</p>	<p>〈課題・現状〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 周辺環境の変化</li> <li>・駅前位置する商店街を取り巻く環境は、駅利用通行者が多く、大阪市内の中でも比較的住みやすい居住圏として人気があり、マンション建設計画も増加している。</li> <li>・近隣にショッピングセンターの出店予定があり、競合が激化していく見込み。</li> <li>・駅前の人口増加や外国人入居者増加等により、駐輪問題等のマナー低下が見られる。</li> <li>■ 商店街ならではの価値</li> <li>・高齢者が買い物しやすい、買い物ついでにお喋りができるなど、商店街にはショッピングセンターには無い価値がある。</li> <li>・地域連携強化を図り、子どもや高齢者を見守りたい。</li> </ul>	<p>〈取組み内容〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「頼りにされる商店街化事業」5か年計画を策定</li> <li>近経局ワークショップで商店街の現状や課題を分析し、今後5か年のめざす姿を設定。</li> <li>① 地域連携拠点商店街 ：「自転車マナー啓発」事業など社会活動を通じて地元郵便局・福祉団体との連携強化や、婦人部・自治会との人脈作りと情報交換で地域課題を解決する横断的組織作り。</li> <li>② 子育てにやさしい商店街 ：子ども食堂への食材提供を商店街周辺飲食店へ働きかけ拡大。また、地域の保護者サポート体制構築のために、ヒアリング調査を実施し、商店街が取り組めるサポート案件の抽出を検討。</li> <li>③ 高齢者見守り商店街 ：個店が取り組む見守りを目的とした独居高齢者宅への買い物品配達を拡大して、商店街組織としての取組も検討。</li> </ul> <p>〈成果〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ワークショップ参加により、他の参加商店街との意見交換で、自分達の商店街を客観的に見直すことができた。</li> <li>・5か年計画で今後のビジョンを示し、めざすべき方向性が明確に。</li> <li>・地域の諸団体、企業、そして地元商店街がすでに個々に行っている取組みを集結することにより、さらに効果的なエリアの活性化や安全なまちづくりに繋がられた。</li> <li>・具体的な取組はこれからだが、商店街ならではの地域密着の価値を活かし、計画にもとづき今後も活動を強化していく。</li> </ul> <p>⇒ 5年後の「地下鉄あびこ中央商店街」は… 社会全体では人口減少・少子高齢化が進んでいるが、商店街周辺地域では世帯数は増加し、それら地域住民と上手く連携しながら、「頼りになる商店街」としてさらに地域に根付いている予定。</p>
〈商店街のコメント〉	<p>■ SWOT分析では、分かっているつもりで分かっていた商店街の強み・弱み・脅威・機会を知り、顧客目線で今後の目標を捉えることができました。「頼りにされる商店街」を目標として地域の方に寄り添い、地域の諸団体との連携を深め正しい情報発信ができるよう組織を作り上げていきたいと思っております。具体的活動としては、①地域団体との連携によるイベント開催で地域住民の交流の場となる(お祭り等)、②地域情報の発信：掲示板やSNSを活用しイベントや地域の情報、子育てに役立つ情報等を発信する、③孤立を防ぐ：商店街に立ち寄ることで自然と顔を合わせ、気さくに世間話ができる。このような活動を通じて地域社会の中で「頼りにされる商店街」としてなくてはならない存在であり続けたいと思っております。</p>	
〈写真〉	<p>〈連携・協力〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 主催：地下鉄あびこ中央商店街振興組合</li> <li>■ 連携：地域郵便局、あびこレディースクラブ(商店街婦人部)、商店街青年部</li> <li>■ 協力：四恩学園、地域小中学校</li> </ul> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/chikatetsuabikochuou/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/chikatetsuabikochuou/</a></li> <li>■ 地下鉄あびこ中央商店街 公式HP <a href="https://www.abinko.info/">https://www.abinko.info/</a></li> <li>■ 地下鉄あびこ中央商店街 LINE <a href="https://page.line.me/139ezmcm?openQrModal=true">https://page.line.me/139ezmcm?openQrModal=true</a></li> </ul>	
 <p>地下鉄あびこ中央商店街</p>	 <p>役員会で事業検討</p>	 <p>自転車マナー啓発活動</p>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
地下鉄あびこ中央商店街振興組合	所在地：大阪市住吉区 最寄駅：大阪メトロ あびこ駅 店舗数：82店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府／安心安全 笑顔の大抽選大会＜Goto商店街＞(R2.12.15)</li> <li>・大阪府／ワンコイン市とミニ縁日で商店街を盛り上げる(R4.9.2)ほか</li> </ul>
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
誰も取り残さない商店街づくり。福祉団体や神社と連携した社会的孤立支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> <li>■ 大阪府 令和4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業</li> <li>■ 近畿経済産業局 令和6年度商店街ブランディングワークショップ事業</li> <li>■ 大阪府 令和7年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	
〈事業概要〉		
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域連携を図るべく、「みんなが主役の商店街づくり」をテーマに、社会福祉団体や学校法人など地域の8団体と連携し、「あびんこ夏祭り」を開催した。</li> <li>■ 「よさみ神社参拝通り」であることや、「おせっかい商店街」の取組を広く周知するため、オリジナルステッカーを作成し、よさみ神社へ続く、商店街の街灯に掲出してPRをおこなった。「おせっかい商店街」では、各店舗が傘やトイレの貸出、ミルク用のお湯やおむつ交換スペースの用意といったサービスを来街者へ提供し、それをステッカーに明示することで商店街の個性を強化しブランディングにつなげた。</li> <li>■ 上記の取組の周知を図るため、商店街HPをリニューアルし情報発信の基盤を整えた。さらに専門家による講座を実施し、商店街各店舗のSNS利用率向上をめざした。</li> </ul>		
〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商店街と福祉活動、地域連携の強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・あびこエリアでは、子ども食堂を運営する社会福祉法人や、引きこもり・孤立支援に取り組む団体など地域の団体や住民による自主的な福祉活動が盛んに行われている。商店街としても、これらの法人や団体に場所を提供したり子ども食堂の食材調達を支援するなど活動に協力してきた。商店街は顔の見える付き合いができる存在であり、改めて各法人・団体とのつながりを強化し、商店街としても地域の社会課題に向き合いたい。</li> <li>・毎年7月にあびんこ夏祭りを行っているが、商店街単独で行っていることもあり費用面・人員面で負担が大きかった。</li> <li>・商店街の近隣に所在する大依羅(よさみ)神社は、創建2060年を遡る由緒ある神社であり、福祉活動等にも積極的に協力するなど、地域に広く親しまれている存在である。そんな神社と連携し商店街をブランディングしたい。</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域の団体と連携した夏祭りの開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>・「みんなが主役の商店街づくり」をテーマに、商店街だけではなく、社会福祉法人や孤立支援団体、学校法人など新たに地域の8団体と連携し、「あびんこ夏祭り」を開催。各団体がブースを設け、各団体の取組の紹介を行いながら、飲食や物販等を提供した。チラシやポスターも作成し、商店街のほか協働する団体にも掲示。日頃、商店街の情報に触れる機会の少ない層への周知も図った。</li> </ul> </li> <li>■ ステッカーによる「よさみ神社参拝通り」と「おせっかい商店街」の認知度向上 <ul style="list-style-type: none"> <li>・来街者を温かく受け入れ、困りごとに寄り添う商店街であることを分かりやすく伝えるために、商店街会員店舗において、傘やトイレの貸出、おむつ交換場所の提供等各店舗が対応できることを検討し、「おせっかい商店街」というキャッチコピーとともにステッカーに表示した。</li> <li>・ステッカーには、「よさみ神社参拝通り」という地域ならではの特色も盛り込み、よさみ神社へと続く街路灯、46箇所に掲出。大依羅神社とのつながりを印象付けブランディングを図った。</li> </ul> </li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ インターネット上の広報戦略向上 <ul style="list-style-type: none"> <li>・既に商店街HPはあったものの、スマートフォンでの閲覧に対応するデザインではなく、またサイトと閲覧者の通信を暗号化するSSLを導入していないため、サイバーセキュリティを強化する必要があった。</li> <li>・イベントや各店舗のSNS情報など、商店街内の店舗に関する情報をタイムリーに掲載できていない。</li> <li>・地域団体の活動や商店街との取組を発信することで地域団体との連携強化や商店街のイメージアップを図りたい。</li> <li>⇒来街者が情報を得やすい環境づくりに加え、各店舗が継続的に情報発信を行える地域との接点強化の基盤として、HPの整備が求められる。</li> </ul> </li> <li>・商店街内のSNS活用について、アカウントを開設していない店舗や開設していても十分に活用出来ていない店舗が多い状況にある。</li> <li>⇒専門家による講習会などを通じてInstagramやGoogleビジネスプロフィールの基本的な活用方法について学び、各店舗の情報発信を促進することで、商店街全体として情報発信力を上げることにつなげたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ホームページのリニューアル <ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページをSSL対応としセキュリティを強化するとともに、スマートフォンやタブレットでも快適に閲覧できるデザインにリニューアル。</li> <li>・各店舗のSNSアカウントの紹介ページやあびんこ夏祭りの情報をまとめたページも作成した。</li> <li>・「みんなが主役の商店街づくり」をテーマに特設ページを新設し、商店街としてめざしたい姿をはじめ、各店舗のおせっかい内容、団体とのコラボレーション事例や連携団体のイベント情報も掲載した。</li> <li>・ただ発信するだけでなく、商店街公式LINEアカウントへの友だち登録をHP上で案内し登録を誘導。登録者に対して夏祭りに関するアンケートやSNS利用に関する意見募集を行うなど、来街者の声を商店街に届ける仕組みを整えた。</li> </ul> </li> <li>■ 専門家によるSNS講習会を開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>・各店舗のSNS等の活用を促進するため、専門家を呼んで「売上アップにつながる！お店のためのデジタル発信入門」を開催した。</li> <li>・第1回 Googleビジネスプロフィールの使い方講座（6店舗8名参加）</li> <li>・第2回 SNS全般の活用法について（8店舗11名参加）</li> <li>・第3回 集客・信頼アップのためのホームページ作り（4店舗5名参加）</li> </ul> </li> <li>と各回1時間半・全3回にわたる講習で、延べ24店舗・24名が受講し、SNS等の基本から効果的な発信方法までを学んだ。</li> </ul>	

## 〈商店街名〉地下鉄あびこ中央商店街振興組合

## 〈成果〉

## ■ 地域との連携強化

- ・夏祭りは、前に進めないほど多くの人でにぎわい、売り切れにより途中で終了する団体も見られるなど大盛況となった。団体との連携により関係者の来場も加わったこともあり、例年以上の人出が見られた。
- ・不登校や引きこもり、子育て支援団体の支援者や当事者も参加し、地域との接点や居場所づくりに繋がった。加えて、団体の活動を紹介する機会となり、地域課題に対する理解を促すきっかけとなった。
- ・商店街と福祉・教育・地域団体との協働が実現し、次年度以降の継続的なネットワーク形成に大きな効果をもたらしたことで人と人、参加団体同士が交流を深める機会となり、「あびこを一つにまとめる意識」が広がり、「誰も取り残さない」商店街づくりの一步を踏み出すことができた。
- ・今回の取組を通して同商店街における店舗間、事業者間の交流が活発になった結果、振興組合への新規加入組合員が6店舗増加した。

## ■ 「よさみ神社参拝通り」の「おせっかい商店街」として

- ・PR活動の結果、地域住民への「よさみ神社参拝通り」「おせっかい商店街」の認知度が向上し、参拝帰りに商店街へ立ち寄り人や、商店街の活動を初めて知った来街者が「おせっかい」を実際に利用する姿も見られた。「おせっかい」を利用した来街者からは「ありがたい」、「こんなことまでしてもらえるのね」といった声があり、店舗側も「おせっかい」を意識しながら利用者との交流をおこなうことで対話の楽しみが生まれ、仕事のモチベーションが向上したという意見があった。
- ・本取組は、「おせっかいで孤立を防ぐ商店街」としてケーブルテレビから取材を受け、番組内で紹介されるとともにYouTubeでも公開された。実際に番組や動画を見て商店街を訪れる人もみられ、地域の方から肯定的な評価が寄せられた。さらに、取材を受けた店舗や商店街関係者の意欲向上にもつながった。

## ■ インターネット戦略に強い商店街へ

- ・ホームページのリニューアルにより、サイト内の利便性が大幅に向上した。ページ構成やデザイン・閲覧導線の改善の成果は数字にも表れており、リニューアル前は数百件だったアクセス数がリニューアル後は増加傾向を見せ、R7年7月には年内最高アクセス数の2,071件を記録した。
- ・LINEの公式アカウントについても、ホームページリニューアルにより友だち登録までの導線がスムーズになった影響か、順調に登録者数を伸ばし続け、R7年12月には同年1月の登録者数の1.8倍まで増加した。
- ・LINEへ友だち登録をおこなった来街者へのアンケートによるとSNSで商店街や店舗の情報を知って訪れる人の割合が高まっていることが明らかになった。この結果を各店舗と共有し、各店舗の情報発信が大切であること、デジタル対応力の向上が必要であることをより強く啓発することが出来た。

- ・講習会をきっかけに、SNS等のオンラインツールを積極的に活用することが商店街と各店舗の持続的な発展に繋がるという理解が深まった。実際に各店舗からの情報発信が活発化し、新たにECショップを立ち上げを検討する店舗やInstagramのアカウントを新規に作成する店舗、フォロワーが200人も増加する店舗がみられたほか、講習で学んだことを活かしながらGoogleビジネスプロフィールを活用する店舗や既存の店舗ホームページを改修する店舗もそれぞれ4店舗ほど見られた。これにより商店街全体の情報発信力が高まり、新規顧客獲得や来街者増加につながる基盤が構築された。

⇒この結果を今回参加した店舗以外の組合員店舗にも共有し、商店街全体としてさらにSNS等のオンラインツールの活用率を高めていきたい。そのためにも商店街として継続的に各店舗をフォローを行う。

## 〈商店街コメント〉

- 本事業を通じ、商店街と福祉・教育・地域団体、神社との連携が進み、地域課題への理解と支え合いの関係づくりが大きく前進。「あびんこ夏祭り」や「おせっかい商店街」をきっかけに来街者との交流も生まれ、商店街の認知度と一体感が向上しました。さらに、SNS活用やWEB改修により情報発信力が高まり、新規顧客獲得や組合員増加にもつながっています。今後は本事業で築いたネットワークとデジタル力を活かし、地域に必要とされ続ける「誰も取り残さない商店街」をめざしていきたいです。

## 〈写真〉



夏祭りに出店した  
事業所「風の子学童」



街路灯に掲出したステッカー



SNS講習会の様子

## 〈連携・協力〉

- 主催：地下鉄あびこ中央商店街振興組合
- 協力：NPO法人うさぎりんく、四恩学園、セレッソ大阪、レッドハリケーンズ大阪、よさみ学童、大阪公立大学ボランティア市民活動センターV-station、風の学童、郵便局

## 〈HP・SNS等〉

- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」 商店街紹介ページ <https://osaka-shotengai-info.com/ss/chikatetsuabikochuou/>
- 地下鉄あびこ中央商店街 公式HP <https://www.abinko.info/>
- 地下鉄あびこ中央商店街 LINE <https://page.line.me/139ezmcm?openQrModal=true>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
北田辺商店街振興組合・ NPO法人北田辺プロジェクト実行委員会	所在地：大阪市東住吉区 最寄駅：近鉄南大阪線 北田辺駅 店舗数：21店	<a href="#">大阪府／空き店舗活用 商店街の食材を持ち込むバーベキュースペースに</a> (R6.3.8)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
商店街内で多様な活動を促進 BBQ・コミュニティスペース・ワークショップ施設「食歩楽（てぶら）」の活用促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁（令和5年度実施）面的地域価値の向上・消費創出事業</li> <li>■ 大阪府 令和6年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	

〈事業概要〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ R5年度に中小企業庁の事業を活用し商店街内の空き店舗を改修。商店街の食材を持ち寄れるBBQ施設・コミュニティスペース・チャレンジキッチン等幅広く利用できる施設として、「食歩楽（てぶら）」を開設。R6年度は認知度アップを図るため、ワークショップ等を5回に分けて開催。「食歩楽」施設の広報をはじめ、BBQ以外での利用方法の促進とPRを兼ねて、DIY体験や昔ながらの遊び体験、地元野菜の調理イベント等を実施。地域のコミュニティスペースとしての利用促進につなげ、子育て世帯や高齢者にもやさしい住みやすい街「北田辺」を実現することをめざし取り組んだ。</li> </ul>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商店街内施設「食歩楽（てぶら）」の認知度向上を図りたい</li> <li>・周辺に子育て世代は多く、イベント時は集客できるが、継続的な来街に繋がっていない。</li> <li>・地域の声として、「子育て中の人々が気軽に集まれ場所や、子育てで困ったときに頼れる場所が欲しい」との意見があり、長期的ビジョンとして「子育てしやすい商店街」をめざしたい。</li> <li>・まずは子育て中の人々が気軽に集まったり、子育て等で離職した人が気軽に挑戦できるよう、「食歩楽」にリースペースやチャレンジキッチン機能をつけたが、地域の人に知られていない。</li> <li>・地域の人に「食歩楽」をもっと面白く活用してほしい。</li> <li>■ HPやSNSを利用して情報発信強化を図りたい</li> <li>・HPを改修し、取組内容や子育て情報などを充実させ、発信強化をはかりたい。</li> <li>・SNSの活用もはかりたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 認知度アップのためのワークショップ等開催</li> <li>・幅広い利用方法を紹介するワークショップ等を計5回開催。 <ol style="list-style-type: none"> <li>① てぶらでDIY…屋台づくりのDIY体験</li> <li>② てぶらで学ぶ…プロライターによるSNS講座</li> <li>③ てぶらで遊ぶ…こども達と昔ながらの遊びを楽しむ</li> <li>④ てぶらで食べる…チャレンジキッチンのデモ企画・間借りランチ</li> <li>⑤ キタ！田辺ダイコン…地元料理研究家による田辺大根料理のふるまい、辻学園調理・製菓専門学校の学生によるオリジナル創作大根料理の紹介など</li> </ol> </li> <li>■ 情報発信強化</li> <li>・HPに「食歩楽」施設のページを追加し、チャレンジキッチンやコミュニティスペースとしての使い方などを紹介。</li> <li>・取組内容や子育て情報を発信できるよう、ブログ機能を追加。</li> <li>・Instagramを通して、各ワークショップの告知や募集、さらに開催の様子をリアルタイム配信するなど、周知に務めた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 認知度アップと継続的な取組へ</li> <li>・ワークショップ等開催により、「食歩楽」の多様な使い方を体験してもらうことができた。</li> <li>・認知度や魅力向上につながり、施設の利用促進に繋がった。</li> <li>・将来の商店街出店希望者や子育て世代の新たな居場所作りにも繋げていくことを目標に、「子育てしやすい商店街」という長期的なビジョン達成に向け、基盤固めができた。</li> <li>・大阪府の事業終了後も、参加者から費用を募るなど運営の工夫をしながら、ワークショップ等を自主的に継続している。</li> <li>■ フォロワー増加</li> <li>・Instagramで、てぶら公式アカウントのフォロワー数は80名から140名超に、キタナバイベ～アカウントは1000名超に増加（R7.2現在）</li> <li>・SNSと、HPに新たに追加したブログ機能を使用して今後も継続的に情報発信できる体制が構築できた。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域住民にとって安心でき、気軽に立ち寄れる場所として「食歩楽（てぶら）」を活用してもらえよう、今後もワークショップ等の開催をコツコツやっいていこうと思っています。今回行ったワークショップやHP・SNS発信等をきっかけに、新たな出会いや新しいお客さんが少しずつですが増えていると実感できています。ブログ記事がなかなか更新できていないので、そちらも更新しながら、「人が集まる場所がある、だから出店しよう」という流れを作り、子育てだけでなく高齢者も含めて住みやすい街、北田辺の中心地になって盛り上げていきたいです。</li> </ul>

〈写真〉	〈連携・協力〉		
 <p>ライター講座      田辺大根料理ふるまい      学生オリジナル大根レシピ      R6年度 イベントチラシ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 主催：北田辺商店街振興組合 NPO法人北田辺プロジェクト実行委員会</li> <li>■ 協力：辻学園調理・製菓専門学校</li> </ul> <tr> <th data-bbox="995 1323 1954 1368">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="995 1368 1954 1466"> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 北田辺プロジェクト 公式HP <a href="https://kitatanabeproject.jimdofree.com/">https://kitatanabeproject.jimdofree.com/</a></li> <li>■ 育モール（はぐもーる）HP <a href="https://haguku-mall.com/">https://haguku-mall.com/</a></li> <li>■ 食歩楽（てぶら）Instagram <a href="https://www.instagram.com/tebura.bbq/">https://www.instagram.com/tebura.bbq/</a></li> </ul> </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 北田辺プロジェクト 公式HP <a href="https://kitatanabeproject.jimdofree.com/">https://kitatanabeproject.jimdofree.com/</a></li> <li>■ 育モール（はぐもーる）HP <a href="https://haguku-mall.com/">https://haguku-mall.com/</a></li> <li>■ 食歩楽（てぶら）Instagram <a href="https://www.instagram.com/tebura.bbq/">https://www.instagram.com/tebura.bbq/</a></li> </ul>
〈HP・SNS等〉			
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 北田辺プロジェクト 公式HP <a href="https://kitatanabeproject.jimdofree.com/">https://kitatanabeproject.jimdofree.com/</a></li> <li>■ 育モール（はぐもーる）HP <a href="https://haguku-mall.com/">https://haguku-mall.com/</a></li> <li>■ 食歩楽（てぶら）Instagram <a href="https://www.instagram.com/tebura.bbq/">https://www.instagram.com/tebura.bbq/</a></li> </ul>			

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉	
三津屋商店街振興組合	所在地：大阪市淀川区 最寄駅：阪急神戸線 神崎川駅すぐ 店舗数：37店	大阪府／進化した「三津屋謎解きラリー」 公式LINE活用で大人もワクワク＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp)(R5.11.24) 大阪府／本格「謎解きラリー」で商店街の魅力を知って＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp)(R5.8.4) ほか	
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉		
商店街公式LINE活用によるデジタル謎解きラリーで、移住者や地域の若者のなどへの周知強化へ	■大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業		
〈事業概要〉			
■ 例年開催している夏の恒例イベント「みつやどんたく」とあわせて商店街を周遊してもらうべく、「三津屋謎解きラリー」を同時に開催。今回は従来のアナログ方式から、商店街公式LINEを活用して実施することで、子どもから大人まで楽しめる本格的な謎解きラリーとし、若手世代を中心に商店街の周知と新規フォロワー獲得に向けて取り組んだ。さらに集計等の手間を減らすことにも成功。R6年度も継続して開催し、参加者も増加している。			
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・周辺地域へ子育て世帯の移住者が増加。日頃訪れない方や最近移住してきた方に向けて、商店街の認知向上を図りたい。</li> <li>・「三津屋謎解きラリー」をより幅広い層に参加し楽しんでもらうため、参加者により難易度を調整できるようにしたい。</li> <li>・アナログ（紙）での謎解きラリーの実施は管理・集計等の手間が大きいため、効率化を図りたい。</li> </ul> <p>⇒LINE活用による謎解きラリーの実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>商店街公式LINE</b>を活用し「三津屋謎解きラリー」を開催。</li> <li>・謎解きの難易度をあげるため、謎解きのプロに依頼して問題を作成。参加者が難しいと感じた場合は、商店街公式LINEを友だち登録し、メッセージを送るとヒントが貰えるシステムも構築。</li> <li>・商店街内で配布されている謎解きラリーのリーフレットと、商店街内に掲示された貼紙の情報を合わせると謎が解けるようにし、商店街内を回遊させるようにした。</li> <li>・イベント運営は、商店街店舗や地域の方、地元小学校のPTA、地元学校の卒業生の協力を得て実施。</li> <li>・謎解きの回答受付・正解者向けの抽選案内・抽選結果のやり取り等も<b>商店街公式LINE</b>でまとめて実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街内にクイズの問題を掲出したことで、<b>商店街内を歩き回ってもらい、知ってもらう機会となった。</b></li> <li>・謎解きの難易度を上げたことで、幅広い世代の参加者が増加。</li> <li>・イベント終了後も引き続き商店街イベント情報をLINEで発信するなど、PRにも活用できている。</li> <li>・<b>商店街公式LINEアカウントの友だち登録者は、280名を超えた。</b>（R6.10月現在）</li> <li>・回答受付から抽選結果やりとり等までLINEで一貫して実施できることで、<b>従来のアナログ実施に比べ事務局の手間も省力化。</b></li> <li>・今回の実施を通し、LINE活用による謎解きラリーの<b>ノウハウを商店街事務局が習得でき、今後もLINEを自主的に活用できるようになった。</b></li> </ul>	
〈商店街のコメント〉			
■ 三津屋商店街周辺は、マンションなどが新たに建設されており、人口が増加している地域です。元々地域密着型の商店街で、小学校の通学路としても活用している商店街なので、新たな世代にも商店街を知ってもらう機会をなんとか作り出しPRしたいと考えていました。今回、子どもを通して商店街の情報が親世代につながる流れで、取り組むことができました。また、LINEを活用させたことで周辺住民の新規獲得ができたので、イベント以外にお店の情報なども発信できるように、HPやFacebookも利用し、併せて有効活用していきたいと思います。			
〈写真〉	〈連携・協力〉		
 <p>R5年度 イベントポスター</p>  <p>R5年度「みつやどんたく」の様子</p>  <p>R6年度 イベントチラシ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：三津屋商店街振興組合</li> <li>■協力：地元小学校PTAや地元学校の卒業生</li> </ul> <th data-bbox="995 1273 1946 1324">〈HP・SNS等〉</th> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/mitsuya/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/mitsuya/</a></li> <li>■三津屋商店街 公式HP <a href="https://www.mitsuya.ne.jp/">https://www.mitsuya.ne.jp/</a></li> <li>■三津屋商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/328comeon/">https://www.instagram.com/328comeon/</a></li> </ul>		〈HP・SNS等〉

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
三津屋商店街振興組合	所在地：大阪市淀川区 最寄駅：阪急神戸線神崎川駅 店舗数：38店	大阪府／進化した「三津屋謎解きラリー」 公式LINE活用で大人もワクワク＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp)(R5.11.24) 大阪府／本格「謎解きラリー」で商店街の魅力を知って＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp)(R5.8.4) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
子どもたちを守る、街を守る。安心・安全の商店街をめざした防犯カメラの設置！	■大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

### 〈事業概要〉

■同商店街は、近隣小学校の通学路となっているため、10年ほど前より警察などを含め防犯カメラの必要性が論じられるようになり、年々その重要性・ニーズが高まっていた。小学生が不審者に後をつけられる事象や細長い商店街のため自転車と子どもの接触事故が発生したこともあり、商店街としても防犯カメラ設置を検討し、令和4年に設置に踏み切った。以後、毎年少しずつ設置台数を増やし、商店街全体の見守り体制を整えた。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■商店街の防犯対策の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>近年、凶悪な事件が増加する中、商店街内でも万引きなどのトラブルが発生しているため対策が必要。</li> <li>近隣小学校の生徒数が増加傾向にあるなか、商店街がその小学校の通学路となっているため、商店街としても子どもたちの安全対策に努めたい。</li> <li>地域密着型の同商店街には住宅兼店舗が多く、廃業後も居住している方も多いため防犯面を強化したい。</li> <li>他にも店主の高齢化や承継問題など課題はあるが、まずは商店街は「安心・安全」な場所だと認知してもらい、商店街に多くの方が訪れ、過ごしてもらえようになりたい。</li> </ul>	<p>■防犯カメラ設置開始</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>R4年に商店街に面した小学校の門の前に2台設置。その後毎年3～5台を設置。R7年10月に累計16台の設置が完了した。</li> <li>設置場所の選定では、細長くカーブが多い商店街の形状を考慮しつつ、死角が生じないように念入りに検討した。</li> <li>高所への設置にあたっては商店街内の設置経験者に協力してもらい、設置にあたって課題となったインターネット環境については各店舗のWi-Fiを利用させてもらうなど、商店街全体で取り組んだ。</li> <li>さらに、各店舗に、防犯カメラ設置の張り紙を掲示してもらった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗では、以前から万引きなどにも悩まされていたが、店主から「店頭の万引きなどが少なくなった」と喜びの声をもらった。</li> <li>小学校の保護者の方からは、「子どもの通学路なので安心して通わせることができる」と喜んでくれた。</li> <li>商店街全体の防犯意識が高まったことで、店主が自ら店舗にカメラを設置するなど、良い相乗効果が生まれた。</li> <li>警察からの要請に応じて防犯や安全上のデータを提供することができた。</li> <li>商店街で安心して買い物ができ、子どもたちを見守る体制が整った。</li> </ul>

### 〈商店街のコメント〉

三津屋商店街振興組合では、地域団体と連携した「みつやどんたく」や商店街が考案した「ヤカーリング世界大会」などのイベントを行うことで商店街の集客や地域活性に尽力してきました。また、今回の防犯カメラ設置については、商店街だけではなく商店街を通学路として小学校に通う子どもたちを守るという意味でも、地域の安心安全に微力ながら貢献できたのではと感じています。今回子どもたちを受け入れる環境整備ができたので、今後はイベント等で地元のお菓子メーカーとタッグを組むなど、子どもを中心とした集客にも繋げていきたいと考えています。一方で活動資金の確保、空き店舗対策、イベント時だけではなく日常的な来街者の維持が大きな課題です。これらの課題に対しても、引き続き地域内外の多様な方々と連携し、創意工夫を凝らして取り組んでいきたいと考えています。

〈写真〉	〈連携・協力〉
 <p>商店街は小学校の通学路</p>  <p>防犯カメラは地域の安心安全にも</p>  <p>商店街考案「ヤカーリング」</p>	<p>■主催：三津屋商店街振興組合</p> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/mitsuya/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/mitsuya/</a></li> <li>■三津屋商店街 公式HP <a href="https://www.mitsuya.ne.jp/">https://www.mitsuya.ne.jp/</a></li> <li>■三津屋商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/328comeon/">https://www.instagram.com/328comeon/</a></li> </ul>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈HP・SNSなど〉
放出栄町商店街	所在地：大阪市鶴見区 最寄駅：JR東西線 放出駅 店舗数：26店	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 放出栄町商店街 公式ホームページ <a href="https://hanaten-sakaemachi.com/">https://hanaten-sakaemachi.com/</a></li> <li>■ 放出栄町商店街 公式Instagram <a href="https://www.instagram.com/fabbrica.piantiamo/">https://www.instagram.com/fabbrica.piantiamo/</a></li> </ul>

## 〈事業名〉

新しい商店会による新しいまちづくり！空き店舗を一括で借り上げ、サブリースによりデザイン性あふれる商店街へ

## 〈事業概要〉

■ 放出駅からほど近い好立地にも関わらず、ほぼすべての店舗が閉店し、昭和の頃の賑わいから長い間遠ざかってしまっていた放出栄町商店街。令和2年に1軒のイタリア料理店をオープンしたことをきっかけに、現商店会会長を務める店主が、同商店街の一部区画を一括で借り上げリノベーション。「色気のあるしっとりとした大人の街」へと生まれ変わらせ、衰退していた商店街を再起へと導いた。そこへ、商店街の考えに共感した出店希望者たちや魅力的な雰囲気・イベントに惹かれた来訪者が集い、賑わいが芽生えつつある同商店街は、令和7年「放出栄町商店会」を設立し、新たな歴史を刻み始めた。

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果・展望〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ シャッター街から再起を図りたい</li> <li>・同商店街は店舗数が減少し、自然消滅してしまっていた。</li> <li>・R2年イタリア料理店オープン時は、通りに営業店舗は無く、廃材置き場となっている場所もあるなど、放出駅にほど近い場所でありながら、商店街としての機能はほとんど停止状態。</li> <li>・S30年代に設置されたアーケードは、もはや誰が所有者なのかも分からず、老朽化による危険性をそのままに放置されていた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ R4年 再生プロジェクト始動</li> <li>・26区画の空き店舗を一括で所有する地権者に、この古い佇まいは残す、工事などは不要・そのまま貸してくればよい、という条件と再生への想いを伝えたとこ、貸してくれることに。</li> <li>・アーケードはすでに雨漏りなどが発生しており、部品落下による被害などを防ぐために、地権者と話し合い共同で補修を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・再生プロジェクト始動により、昔の趣は残しながらも、まるで異国のような洗練された街並みを作り上げ、魅力ある商店街へと進化した。</li> <li>・アーケードは、今後も耐久性などを鑑みて補修を続けていく予定。</li> <li>・店舗数が増え規模が大きくなってきたこともあり、各種申請主体や防災や設備管理等の責任の面から、R7年「放出栄町商店会」を設立。大阪市商店会総連盟にも加盟した。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ サブリース出店を検討</li> <li>・ほかにはない新しい商店街をイチからつくりたい。</li> <li>・チラシやイーゼル等のデザインや個数など景観ルールを定め、コンセプトにそった統一されたデザイン性を維持したい。</li> <li>・テナントは、店主の人間性を一番に考え、商店街のコンセプトでもある「付加価値」を理解してくれる人を、業種もこだわりを持って手間をかけてつくっているようなお店を選びたい。</li> <li>・商店街は風がよく通るため、飲食店の臭いや音の問題も考慮しないといけない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ サブリース形態を実践</li> <li>・商店街全体が独自の空気感を出せるよう、外壁デザインを統一し、R4年にインフラを整え区画の構成を行った。</li> <li>・出店者(物件)募集は不動産業者を利用したものの、ヴィンテージ感を求める若い世代などInstagramからの問合せが多かった。</li> <li>・出店希望者とは面談を行い、ルールを守れることはもちろん、商店街の理念に共感し協力しながら、自分たちで街を作っていく覚悟がある人のみ出店してもらった。</li> <li>・近隣に住む人からの出店希望が多く、また初めて店舗を営む人がほとんどのため、経験をもとに開業に関する相談も受けた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒商店会組織を設立したことによって、行政、消防、電鉄など外との接点ができ、イベントの広報協力をしてくれるなどメリットが大きかった。</li> <li>・今回のサブリース形態は、テナントの募集や契約、インフラの管理などを一貫して行なうことができるので、景観や業種のバランスなど商店街全体の統制を図りやすくなった。</li> <li>・R6年から年2回開催している「ピアフェス」には、毎回約4000人もの方が訪れ、地元民だけでなく遠方から訪れるお客さんも。単に電車の乗換で利用するだけの場所ではなく、放出駅で降りる理由になるような商店街を作っていきたい。</li> <li>・大阪中心部へ好アクセスにも関わらず、周辺には宿泊施設がない。観光需要も取り込めるよう、宿泊施設の出店に向け準備中。</li> </ul>

## 〈商店街のコメント〉

■ 放出栄町商店街は、数十年ものあいだ廃材や盗難自転車が積み上げられていた、誰も通りたがらない危険な雰囲気が漂うシャッター商店街でした。しかしたった1店舗の出店をきっかけに、コロナ禍を経て約4年の短い期間で26テナントが揃う商店街へと発展しました。また空き区画があるので、テナントミックスを考慮しつつ必要な業態を誘致し、コンパクトで凝縮された「どこにもない商店街」を今後も作り上げていく予定です。ご要望があれば、本商店街の取組に関心を持たれた方への見学の受け入れや相談にも対応させていただきますので、お気軽にご連絡ください。

## 〈写真〉



1軒目のイタリア料理店



補修されたアーケード



ピアフェスチラシ



ピアフェスの様子

## 〈連携・協力〉

■ 主催：放出栄町商店街

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
安立本通商店街振興組合 安立中央商店街振興組合	所在地：大阪市住之江区 最寄駅：南海本線住ノ江駅、阪堺我孫子道駅すぐ 店舗数：47店	大阪府／魅力拡散へさらなる一歩 ( <a href="https://ndl.go.jp">ndl.go.jp</a> ) (R5.10.26) 大阪府／インターネットでまちの歴史文化を発信＜モデル創出事業＞ ( <a href="https://ndl.go.jp">ndl.go.jp</a> ) (R5.3.8) ほか
〈事業名〉 商店街が発信する安立ロマンの伝承 ～伝説と歴史の安立ストリート～		〈過去の取り組み〉 ■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 ■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業

〈事業概要〉
--------

- 歴史や伝説などの魅力が豊富な安立エリアについて情報発信するため、地域に伝わる歴史や伝説を大阪府立住吉商業高校の学生や住吉大社等の協力のもとに取材を行い、コンテンツとして集約。コンテンツをもとに地域の魅力をデジタルとアナログで発信するPR冊子の制作。加えて、商店街のWebサイト開設、「安立ロマン落語会」の動画配信など、デジタル活用にも取り組んだ。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①歴史ある安立という地域の良さを、次の世代に継承したい ・地域の良さを継承し、町おこし、ひいては商店街の発展に繋がりたい。 ・地域の人たちにも身近なまちの歴史を知ってもらいたい ・しかし、住人が世代交代するにつれ、徐々に後世に伝えることが難しくなってきた	■「伝説と歴史の安立ストリート」冊子を作成 ・住吉大社の門前町として繁栄してきた歴史や、「安立町」の名が記載されている参勤交代絵巻図などを紹介。 ・冊子作成の取材は、住吉商業高校の学生たちが、取材先の選択から行い、実際に店舗への取材や紹介文の作成など、学生の立場からPRできるよ本事業全体に携わった。 ・商店街イベント等にて配布を行い、積極的にPRを行った。	・冊子作成では、住吉商業高校の学生や住吉大社等の協力を得て、地域の繋がりのきっかけとなり、 <b>将来にもつながる関係性が構築ができた。</b> ・冊子は商店街事業で来街者に配布し、「この地域にこんな話があったなんて知らなかった」と声をかけてくださることも増え、高評価を得た。現在も、地域文化の情報発信として継続的に様々なイベントに取り組んでいる。
②商店街組織自体の活性化 ・商店街の公式Webサイトを開設したい ・若い世代など、より広い世代の方に商店街を訪れて欲しい ・デジタルメディアを活用した商店街PRの遅れを解消したい	■商店街公式Webサイトを開設 ・デジタル版「伝説と歴史の安立ストリート」冊子や、「安立ロマン落語会」の動画、安立町の記述がある堺市博物館所蔵の参勤交代絵巻データなどを配信した。 ・その後もデジタル活用を継続し、R5年8月にInstagramを開設。同年10月にはポータルサイト内に「ショップ一覧」の項目を追加。 ・サイトを継続するため、商店街のパソコン教室運営者の協力でシステムを調整し、店舗が各々のページを自身で更新できるようにした。	・Webサイト開設により、 <b>情報発信を行う基盤が構築された。</b> ・「伝説と歴史の安立ストリート」冊子は、印刷版とデジタル版の両方で配布することで、 <b>より広い範囲で広報</b> でき、様々な世代に閲覧してもらうことができた。 ・R4年に作成したWebサイトを、その後も更新し続けられるように工夫しつつ、商店街内の店舗なども連携しながら継続して取り組むことで、商店街の中でも課題だったデジタル活用の遅れを解消することができた。

〈商店街のコメント〉
------------

- 今回の取り組みは、地域の商業高校の実商業体験の機会になればとの思いで、商店街との協働活動で地域の若者に参加してもらいました。商店街のことを知ってもらうきっかけづくりとして、大変意義あるものでした。商店街PR冊子で紹介する店舗の選択、取材、編集では、住吉商業高校の学生等の協力のもと、日常の授業では学べない体験学習の場として活用してもらいました。完成した冊子は学内でも話題となったと聞いています。
- また商店街として念願であった公式ウェブサイトも開設できました。その後は、Instagramの開設も行い、今後もSNS等の活用を持続できるように日々取り組んでいきたいです。

〈写真〉	〈連携・協力〉
------	---------



R3年度 商店街PR冊子



R5年度安立落語会開催



R6年度イベントちらし

## 〈連携・協力〉

- 主催：安立本通商店街/安立中央商店街
- 冊子取材・コラム制作協力：大阪府立住吉商業高校
- 取材協力：住吉大社
- 資料協力：堺市博物館

## 〈HP・SNS等〉

- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ  
安立本通商店街 <https://osaka-shotengai-info.com/ss/anryuhondori/>  
安立中央商店街 <https://osaka-shotengai-info.com/ss/anryuchuou/>
- 安立商店街 HP <https://anryu.net/>
- 安立商店街 Instagram <https://www.instagram.com/anryusyoutengai/>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
粉浜商店街振興組合	所在地：大阪市住之江区 最寄駅：南海本線 住吉大社駅すぐ 店舗数：120店	大阪府／チン電に乗って粉浜の魅力堪能＜モデル創出事業＞ ( <a href="https://ndl.go.jp/">ndl.go.jp</a> )(R5.3.3) 大阪府／創刊！ミニコミ誌「こはま日和」～こはまのお宝を探しに出かけよう！～＜モデル創出事業＞ ( <a href="https://ndl.go.jp/">ndl.go.jp</a> )(R3.12.9) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
デジタル冊子「こはま日和」制作による地域ブランディング	■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

〈事業概要〉
<p>■住吉大社や住吉公園をはじめとした観光資源や、日常性はありつつも上質でこだわりを持った専門店など、粉浜ならではの魅力を発信するため、「こはま日和」と題した「ブログサイト」と「公式LINEアカウント」を開発。タブロイド版の「ミニコミ誌」も創刊し、地域住民や住吉大社の参拝客を中心に粉浜エリアの魅力を発信した。その後、令和4年12月にミニコミ誌「こはま日和」第2号を発行。第2号で注目したのは「チン電（路面電車）」。府内唯一の路面電車である阪堺電車を貸し切り、ツアーを実施した。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>・商店街周辺には、住吉大社や住吉公園をはじめとした歴史情緒溢れる観光資源も多く、地域ブランディングを促進したい。</p> <p>・これらを活かし、粉浜商店街とその周辺エリアの認知度を向上したい。</p> <p>・しかし、商店街や地域の身近な情報を伝える媒体が少ない。</p> <p>⇒地域の情報を継続的に発信していくためのプラットフォームを構築し、地域の関係者と連携して発信を強化していきたい</p>	<p>・「こはま日和」の<b>ブログサイトとLINEアカウントの開設</b> 地元出身のグルメ誌ライターや地元のNPO「粉浜サポーターズ」の協力を得て、「<b>日常性はありつつも上質でこだわりを持つ専門店</b>」を<b>コンセプトに、お店や商品の情報を発信</b>。プロのカメラマンや大阪成蹊短期大学の調理・製菓学科のゼミ生の協力もあり、撮影方法やスタイリングに工夫し、お店や商品の魅力を最大限に引き出すことができた。</p> <p>・「こはま日和」の<b>タブロイド版ミニコミ誌</b>を創刊し、商店街や近隣店舗、住吉大社、区役所、図書館、南海本線粉浜駅・住吉大社駅、阪堺電気軌道の天王寺駅前駅など<b>計70カ所</b>で配架。</p> <p>・粉浜を舞台にした小説「たご焼きの岸本」の著者である蓮見恭子氏にも取り組みに賛同いただき、企画や発信に協力を得た。「こはま日和」の企画のひとつとして、蓮見恭子氏を粉浜に迎えて、一緒に散歩をした様子をまとめたルポを作成した。</p>	<p>・「ミニコミ誌」を駅や公共施設を中心に広い範囲で配架したことにより、「<b>こはま日和</b>」を片手に<b>地域や商店街を歩く方の姿が見受けられた</b>。</p> <p>・ラジオ番組への出演や蓮見恭子氏主催の講演会にも参加するなど、「<b>こはま日和</b>」を<b>多面的にPR</b>できた。</p> <p>・「ブログサイト」閲覧数は1,000を超え、「公式LINEアカウント」の友だち登録数は364名と増加中。（R6.9月現在）</p> <p>・ライターや近隣学生、地元NPOのメンバーなど、様々な立場の人と意見を交わしながら作成することで、<b>商店街周辺エリアの魅力</b>を<b>再発見し、それを情報発信</b>することができた。</p> <p>・R4年12月にミニコミ誌「こはま日和」第2号を発行し、チン電を貸し切ったツアーを開催するなど、活動の幅をより広げることができた。</p>

〈商店街のコメント〉
<p>■この地域の身近な情報を伝える媒体は、あまりありませんでした。粉浜には、地元の人でも気づいていない魅力が沢山あるので、それらを発信することで、地域住民の方々に地域や商店街の魅力を再認識してもらおうきっかけになればと思いますこの事業を実施しました。ミニコミ誌「こはま日和」は、地域の団体や粉浜にゆかりのある方々などと地域一丸となって制作することができました。スタイリッシュな誌面に、読み応えのある充実した内容に仕上がりで、高評価を得ています。今後も、自立した事業として継続していければと思います。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="88 1194 245 1413"> <p>R3年度作成 ミニコミ誌『こはま日和』</p> </div> <div data-bbox="323 1186 558 1413"> <p>R3年度「こはま日和」の創刊をPR 蓮見氏主催の講演会にて</p> </div> <div data-bbox="627 1209 940 1413"> <p>R4年度 チン電を貸し切って 行われたツアー</p> </div> </div>	<p>〈連携・協力〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：粉浜商店街振興組合</li> <li>■協力：住吉大社、NPO「粉浜サポーターズ」、大阪成蹊短期大学調理・製菓学科ゼミ生</li> </ul> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/kohama/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/kohama/</a></li> <li>■粉浜商店街 公式HP <a href="https://www.kohama-shoutengai.com/">https://www.kohama-shoutengai.com/</a></li> <li>■粉浜商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/kohamashotengai">https://www.instagram.com/kohamashotengai</a></li> </ul>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
天神橋筋商店会	所在地：大阪市北区 最寄駅：大阪メトロ扇町駅、天神橋筋六丁目駅 JR天満駅 店舗数：277店	大阪府／デジタルガイドによる若者視点でのエリア魅力PR <モデル創出事業> ( <a href="https://ndl.go.jp">ndl.go.jp</a> ) (R6.3.8) 大阪府／ギャルみこしとエリアの魅力 デジタルブックでPR <モデル創出事業> ( <a href="https://ndl.go.jp">ndl.go.jp</a> ) (R5.11.29) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
天神橋筋商店街周辺の魅力や歴史をギャルみこし担ぎ手が紹介するデジタルガイドブック	■大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

〈事業概要〉
<p>■令和5年に40回目を迎えた「天神祭ギャルみこし」のメンバーによる商店街や天神橋エリアの魅力スポットや、これまでのギャルみこしの歴史などを紹介するデジタルガイドブックを制作。デジタル版は商店街公式HPやSNSで配信。製本版はJRや大阪メトロの協力を得て、最寄駅や紹介した魅力スポットに配架した。さらに、ガイドブック制作をきっかけに商店会・近隣施設・若者らによる連携機運が高まり、TikTok開設や今後のさらなる取組みにつながった。</p>

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍で激減した人流の回復</li> <li>・来街者を増やすには、商店街店舗だけでなく、天満、天神周辺の歴史的資産や交流施設、集客スポットもあわせてPRする方が効果的</li> <li>・多くの若者に来てもらうには、若者の視点を取り入れた若者向けPRが必要</li> <li>・天神橋筋商店会の名物である「天神祭ギャルみこし」の魅力をもっと発信したい</li> <li>・しかし、現状では若者向けのPRが十分にできていない</li> </ul> <p>⇒若者の視点による、商店街と周辺のPRデジタルブックを作成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■エリア魅力発信デジタルブック「まるごと天神橋とギャルみこしガイド」の制作</li> <li>・コロナの影響で4年ぶりに開催となった「天神祭ギャルみこし」の担ぎ手(みこしギャル)の協力を得て作成。担ぎ手による取材で、<b>商店街や天満・天神橋界隈の施設やスポット等を紹介する「エリア魅力発信」ページを作成。</b></li> <li>・さらに40回目となるギャルみこしの歴史や今回の様子を記録した「天神祭ギャルみこし紹介」ページをあわせ、読みやすいマガジンをテイストにて、<b>デジタル版と製本版を発行した。</b></li> <li>・スマホでも閲覧可能なデジタルブック版では、閲覧数を高めるため、<b>商店会公式HPやSNSでPRを展開した。</b></li> <li>・製本版はJRや大阪メトロの協力を得て最寄駅に配架。さらに、取材した施設にも配架協力を得て配架した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルブック版の<b>閲覧数は掲載後1か月程度で約1,000件。公式HPの閲覧数も前月の約1.3倍</b>となった。</li> <li>・製本版は、キッズプラザ大阪、クレオ大阪、JRと大阪メトロの最寄り駅など利用者が多いスポットに配架。マガジン風の見やすさが好評を得て、<b>配架後約1ヶ月で71%のピックアップ率</b>となり、多くの方に閲覧された。</li> <li>・SNSの情報配信活用を契機に、第40回天神祭ギャルみこしに参加した女性たちが、メンバー間の交流やエリア魅力PRへの協力を目的にギャルみこし公式TikTokを12月に開設。</li> <li>・商店街、エリア内各施設、ギャルみこし担ぎ手という<b>3者が、「エリア魅力PR強化」の目的に連携</b>ができ、貴重な経験となった。</li> <li>・この事業をきっかけに、若者やインバウンド層へのエリアPRへの取組を現在も進めている。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<p>■昭和56年に地域振興と大阪文化高揚、明るい街づくりを目的に、女性だけで神輿を担ぐ「天神祭女性御神輿(通称:ギャルみこし)」を開催してから、40回の巡行を重ね、今では地域の代表的な取組として認められるようになりました。その間に、取り巻くエリアの環境も変遷していますが、天神橋に暮らし、商いをする私たちの使命は先人が培ってきた地域文化、伝統、人情などを次世代に継承しなければならない事です。今回、神輿を担ぐ女性たちが大阪天満宮をはじめ、商店街周辺のスポットを包括的に紹介する冊子を通じて、エリア魅力の発信をしました。多くの人が訪れ、そこに住みたいくなるような「天神橋」エリアの創出のために、商店街が先導的役割を担っていきたいという思いが詰まった冊子が完成しました。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉				
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="133 1180 290 1403"> </div> <div data-bbox="427 1188 584 1403"> </div> <div data-bbox="721 1180 897 1403"> </div> </div> <p>R5年度 「まるごと天神橋とギャルみこし」ガイド</p> <p>R5年度 みこしギャルの商店街取材風景</p> <p>R6年度ギャルみこし参加者募集ポスター</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：天神橋筋商店会</li> <li>■取材・冊子配架協力：大阪天満宮、堀川戎神社、天満天神繁昌亭、扇町公園管理事務所、JR天満駅、大阪メトロ天神橋筋六丁目駅、キッズプラザ大阪、大阪くらしの今昔館、クレオ大阪子育て館 等</li> </ul> <tr> <th data-bbox="0 1304 995 1357">〈HP・SNS等〉</th> <td data-bbox="995 1304 1952 1357"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="0 1357 995 1478"></td> <td data-bbox="995 1357 1952 1478"> <ul style="list-style-type: none"> <li>■天神橋筋商店会 HP <a href="https://tenjinbashi.net/">https://tenjinbashi.net/</a></li> <li>■天神橋筋商店会 X <a href="https://x.com/tenjinbashi4456">https://x.com/tenjinbashi4456</a></li> <li>■天神橋筋商店会 Instagram <a href="https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/">https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/</a></li> </ul> </td> </tr>	〈HP・SNS等〉			<ul style="list-style-type: none"> <li>■天神橋筋商店会 HP <a href="https://tenjinbashi.net/">https://tenjinbashi.net/</a></li> <li>■天神橋筋商店会 X <a href="https://x.com/tenjinbashi4456">https://x.com/tenjinbashi4456</a></li> <li>■天神橋筋商店会 Instagram <a href="https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/">https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/</a></li> </ul>
〈HP・SNS等〉					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■天神橋筋商店会 HP <a href="https://tenjinbashi.net/">https://tenjinbashi.net/</a></li> <li>■天神橋筋商店会 X <a href="https://x.com/tenjinbashi4456">https://x.com/tenjinbashi4456</a></li> <li>■天神橋筋商店会 Instagram <a href="https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/">https://www.instagram.com/tenjinbashisuji_shotengai_4456/</a></li> </ul>				

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
戎橋筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：JR,南海、近鉄、大阪メトロ なんば駅 店舗数：93店	大阪府／お買い物アプリ「えびなび」 体験型アプリに成長＜モデル創出事業＞ ( <a href="https://ndl.go.jp">ndl.go.jp</a> ) (R5.3.8) 大阪府／好評アプリ「えびなび」3月7日に本格運用開始＜モデル創出事業＞( <a href="https://ndl.go.jp">ndl.go.jp</a> ) (R4.3.7) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
生活者に寄り添った都心型商店街アプリ「えびなび」開発・普及促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府 令和2年度大阪府商店街感染症対策等支援事業</li> <li>■企業連携 令和3年「商店街内におけるCO2濃度見える化」実証実験</li> <li>■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	

〈事業概要〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 日常的に商店街を通行する通勤客や近隣の買物客への対応を強化するため、来街や買物の利便性を高めた商店街オリジナル公式アプリを開発。アプリ登録を促進するため、広報物の「フライヤー」と「QR付きカード」の制作や、周辺事業者とも連携しながら、多面的PRを実施。商店街側からの積極的な情報発信をダイレクトに伝えることができるアプリの浸透で、地元のファンづくりと店舗利用を促進。</li> </ul>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①都心型商店街アプリ「えびなび」の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日常的に来街いただいているお客様に、より便利でお得な情報を提供したい。</li> <li>・従来の情報をWebサイトやメールマガジン以外の方法で発信できる、生活者に寄り添った愛されるアプリを構築したい。</li> <li>・お得な情報だけでなく、地域情報や公共的な情報なども発信したい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・約6,400人のメール会員にアンケート調査を実施し、寄せられた提案を取り入れてアプリを開発していった。</li> <li>・観光・待ち合わせスポット・便利情報・トイレ位置などの「エリア情報」と、商店街ニュース・イベント告知・店舗情報など「商店街情報」の、大きく2つのジャンルに分けて構成した。</li> <li>・令和3年12月から運用を開始。運用開始後から利用者の声を取り入れ、各店舗が独自にクーポンを配布できる機能を実装するなど、<b>何度も改良を重ねた</b>。令和4年3月7日「えびなび」の本格運用を開始。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アプリの導入により、利用者はニーズ、シーン（買物・食事、待ち合わせ）などに応じた施設、店舗の情報やイベント情報が取得できるようになり、利便性が向上した。</li> <li>・また、商店街のファンづくりを促進するための商店街側からの積極的な情報発信が可能となった。</li> <li>・「えびなび」アプリは単なるお得情報を発信するだけでなく、商店街で使える<b>クーポンの配布</b>、周辺地域の<b>便利なスポット案内</b>や、買物で貯まる「えびなびポイント」など、多様なサービスを提供できるツールとなった。</li> </ul>
<p>②アプリの登録促進、広報の取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街公式スマートフォンアプリ「えびなび」開発後は、より多くの方に利用してもらいたい。</li> <li>・既存のメール会員だけでなく、恒例イベントと連携させるなどして、より多くの方に周知したい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSでの情報発信や、「フライヤー」「QR付きカード」の制作、理事の名刺にQRコードを掲出するなど工夫して広報に取り組んだ。</li> <li>・商店街通行者に向けては、商店街内に「タペストリー」を掲出、街頭イベントと共同で広報、街内放送などの方法でPRした。</li> <li>・近隣には「フライヤー」の折込、コミュニティ紙広告など活用し、情報発信範囲の拡大を図った。</li> <li>・南海電鉄とのタイアップ企画を実施。また、年に2回（春・秋）の恒例イベント「体験博」とも連携し、アプリ「えびなび」から簡単に参加申し込みできるようにした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年12月スタートから現在までの登録者数は<b>16,000人を超えている</b>。（R6.9月現在）</li> <li>・定期的に近隣の催し情報を配信するなど、お客様に利用を続けてもらえるよう継続運営している。</li> <li>・なお、<b>アプリ連携キャンペーンを継続して実施</b>しており、令和6年の例では、登録者のお買い物活性化策として「秋のえびたんウルトラ抽選会」を開催。令和6年8月30日～10月13日までの期間で、商店街内店舗の商品や電子クーポンなどを景品にしている。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪人に愛される商店街をめざしており、日常的に来街いただいているお客様に、より便利でお得な情報を提供したいと考えて制作しました。</li> <li>■ 小さく作って大きく育てようと、アプリ機能を日々改良しています。今後は加盟店と連携した、当商店街ならではのイベントや販売促進企画、商店街周辺のなんばエリアの便利情報などさらなるアプリのブラッシュアップを図っており、商店街や周辺地域の隅々まで便利でお得な情報を収集すべく、公募の情報特派員が活動を開始しています。</li> <li>■ アプリという「非接触型」の媒体を通じて、たくさんの人や物との出会いが生まれています。</li> </ul>

〈写真〉	〈HP・SNS等〉
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <p>「えびなび」サイトTOP</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>R3年度作成QR付きカード</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>R6年度 実施イベント</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>R6年度 実施イベント</p> </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」 商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/ebisubashisuj/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/ebisubashisuj/</a></li> <li>■ 戎橋筋商店街 HP <a href="https://www.ebisubashi.or.jp/">https://www.ebisubashi.or.jp/</a></li> <li>■ えびなびサイト <a href="https://ebi-navi.com/">https://ebi-navi.com/</a></li> <li>■ 戎橋筋商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/ebisubashi_ebitan/">https://www.instagram.com/ebisubashi_ebitan/</a></li> </ul>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
心齋橋筋北商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロ 心齋橋駅 店舗数：165店	大阪府 / 心齋橋の歴史知って 心齋橋筋北商店街で写真展 (R5.2.27)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
来街者への街頭アンケート調査で見たニーズとこれからの課題	■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業	

### 〈事業概要〉

■ 大阪屈指の繁華街に位置する同商店街では、近年来街者の多くをインバウンド観光客が占める状況となり、オーバーツーリズムが課題となっている。現状を改善するため、まずは来街者の需要やニーズを把握することがより良い商店街運営につながるのではと考え、アンケート調査を実施。語学に堪能なスタッフの配置や、アンケート調査協力へのお礼として菓子類を用意するなど、コミュニケーションを図る体制を整えることで、国内外からの来街者250人から回答を得ることができた。アンケート結果を分析して今後のまちづくりに活かしていくことで、商店街のさらなる発展をめざしている。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■ 増加するインバウンド観光客対策</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>心齋橋と本町までの一部を繋ぐアーケード付き商店街である同商店街は1日（11時～19時）の通行量が3万人(R6年11月時点)を超え、インバウンド効果により年々増加傾向にある。より快適で過ごしやすく、来街者のニーズを満たす魅力的な商店街にしていきたいために、来街者の属性や来街目的、商店街の印象、ニーズ等を把握したい。</li> <li>言葉、文化の違いによるトラブルへの対策を検討したい</li> <li>インバウンド観光客による様々な問題も深刻化しており、言語の壁によるコミュニケーションの齟齬、ゴミのポイ捨て、騒音、禁煙区域での喫煙など、内容も多岐にわたっている。来街する観光客の国籍などの属性データを分析することで、効果的な対処法を検討する材料としたい。</li> </ul>	<p>■ 来街者アンケートの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>同商店街を通行している外国人観光客・他府県からの観光客・大阪府民・地元住民を対象にアンケート調査を実施。</li> <li>アンケート項目は、居住地域、来街目的、同商店街を知ったきっかけ、商店街にあると嬉しいサービスや商品など全部で12の設問を設定した。</li> <li>アンケートの実施場所は、人通りが多く対象者が途切れないうえ、店舗前に十分なスペースがあり立ち止まりやすい、通り中央付近を選定した。</li> <li>アンケートは英語版も用意し、語学に堪能なスタッフを配置した。</li> <li>回答率を高めるために、外国人に人気のある日本メーカーのグミ、キャンディ、スナック菓子など菓子類を謝礼として用意。また、イスラム教徒の来街者には、豚由来のゼラチンが含まれる可能性のあるグミは渡さないようにするなど、宗教的・文化的背景にも配慮しながら対応した。</li> </ul>	<p>■ アンケート調査を終えて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>日本人136人、外国人114人の計250人から回答を得た。</li> <li>来街目的は、買い物(68.4%)、観光(21.2%)、食事(18.4%)の順に多く、あると嬉しいサービスは、キャッシュレス(34.8%)、街内マップ(29.8%)、来街のきっかけは、偶然通りかかって知った(30.8%)、SNS(27.2%)が上位を占めた。</li> <li>上記の結果を鑑みると商店街自体を目的に訪れる人は少ない印象。またインバウンド観光客が集まりやすい立地であることもふまえると、「偶然訪れた」ではなく、買い物や観光先として積極的に商店街を選んでもらえるような施策が必要であることがわかった。</li> <li>■ 課題の顕在化と将来に向けて</li> <li>観光客のニーズや現状の課題が明らかになった。特にキャッシュレス決済や観光情報の充実が求められていることが判明し、具体的な改善をおこなうための道筋となった。</li> <li>来街者がより快適に過ごせるまちづくりのため、今後も継続して、定期的にアンケート調査と分析を行うことを検討している。</li> </ul>
〈商店街のコメント〉		
<p>■ 弊商店街のインバウンド観光客は、コロナ禍以前と最近の傾向を比較するとかなり変化があると日頃感じていましたが、今回はデータをもとに実態を調査することを試みました。各店舗では日常的にデータを収集されているところも多く見受けられますが、商店街の来街者全体で調査することにより、商店街としての特徴も感じることができました。今後も適時調査を継続し、皆様に愛され親しまれる商店街づくりに役立てるよう努めてまいります。</p>		

### 〈写真〉



心齋橋筋北商店街



アンケート(英語版)の一部



アンケート実施風景

### 〈連携・協力〉

■ 主催：心齋橋筋北商店街振興組合

### 〈HP・SNS等〉

■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ

<https://osaka-shotengai-info.com/ss/shinsaibashisujikita/>

■ 心齋橋筋北商店街 公式HP <https://shinsaibashi.ne.jp/>

■ 心齋橋筋北商店街 Instagram [https://www.instagram.com/shin\\_kita/](https://www.instagram.com/shin_kita/)

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
千日前道具屋筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：JR、南海、近鉄、大阪メトロ なんば駅 店舗数：52店	大阪府／自由に歩き、会話もできる「VR道具屋筋商店街」(ndl.go.jp) (R5.3.3) 大阪府／一路を照らす「千日前音声ガイド」完成！＜モデル創出事業＞(ndl.go.jp) (R3.11.2) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
「スマートフォン音声ガイド」や「VR道具屋筋商店街」による まちなか周遊促進モデルづくり事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>■中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業</li> <li>■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■大阪府 令和4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業</li> <li>■中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> </ul>	

### 〈事業概要〉

- 地域の歴史や事情に詳しい語り部の高齢化が進む中、語り部の音声スタジオ収録し、デジタルデータ化。商店街のWebサイト内に、スマートフォンを利用しその場所で語り部の音声を視聴することができる「千日前音声ガイド」を作成し、まちなかの魅力を活かした周遊モデルづくりを行った。さらに、音声ガイドをPRするため、「道具屋筋ガラポン大抽選会」において、各ポイントを巡る「デジタルスタンプラリー」を実施。
- それをきっかけに、商店街内でもデジタルツールの重要性・利便性が重視されるようになり、商店街初！リアルとバーチャルの融合「VR道具屋筋商店街」を完成させた。

〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドブックやまちの語り部による歴史ガイドツアーなどに取り組んでいたが、スマートフォンの所有率が急増した現在では、若い世代への情報発信が課題だった。</li> <li>・歴史あるミナミエリアにおいて後世代に語り部の音声の魅力を伝え残したい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年にデジタルデータ化した語り部音声による周遊Webサイト「千日前音声ガイド」を作成。北は「千日前商店街」から南は「道具屋筋商店街」まで、南北に走る筋を軸に、東西に繋がる通りや路地26か所を紹介。QRコードから1か所1分前後の音声ガイドを聞けるミニガイド形式として作成。</li> <li>・併せて商店街イベント「道具屋筋ガラポン大抽選会」で、「千日前音声ガイド」に誘導するQRコードを掲示しPRを実施。また、商店街のWebサイトで各ポイントの写真を掲載するとともに、回遊を促進するための「デジタルスタンプラリー」を開催。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「千日前音声ガイド」を作成したことによって、歴史あるミナミの魅力や商店街の見どころがちな街の一角にも注目してもらうことができ、多くの来街者に楽しんでいただけるようになった。</li> <li>・音声ガイドは、デジタルスタンプラリーと組み合わせることができるなど、利便性も良く、場所と情報の紐づけが可能になり、新しい周遊促進となった。</li> <li>・この取組をはじめデジタル活用に取り組んだ結果、ミナミエリアの活性化やPR強化につながり、連日、外国人観光客の来街が常態化するほど賑わっている。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍により商店街への来客が減少。商店街のPR、集客、認知度の向上を図りたい。</li> <li>・インターネットの普及に伴い、人々の消費行動の 패턴が多様化する中、商店街でも活性化に向けて取り組みを行いたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和5年1月に「VR道具屋筋商店街」の立ち上げ。NTTコネクティブが提供する仮想空間プラットフォーム「DOOR」を使って、コミュニティ空間を作成。360度撮影した店内を歩くことができ、マイクを通じて店主との会話や商品を実際に購入することも可能。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・VR商店街の反響が大きく、全国商店街振興組合連合会の会合や京都府主催の商店街フォーラムでも取り上げられた。</li> <li>・バーチャル商店街を体験したお客様が、商店街の魅力に触れたことで実際に好きになり商店街を訪れるきっかけとなった。</li> </ul>

### 〈商店街のコメント〉

- 千日前道具屋筋商店街は、専門店と観光地の2つの顔を持つ商店街でありデジタルの活用は必須です。デジタルスタンプラリーや音声ガイドなど様々なデジタル技術を組み合わせ、新しい形で商店街の魅力を伝える事ができました。また、VR商店街の構築で新技術への挑戦をさせて頂き、千日前道具屋筋商店街に関心がなかった層にもアピールできたことに感謝しています。

〈写真〉	〈連携・協力〉
   <p>R3千日前音声ガイド PRちらし</p> <p>音声ガイドトップページ</p> <p>道具屋筋VR商店街画面</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：千日前道具屋筋商店街</li> <li>■協力：一般社団法人 大阪活性化事業実行委員会</li> </ul> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/sennichimaedouguyasuji/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/sennichimaedouguyasuji/</a></li> <li>■千日前道具屋筋商店街 公式HP <a href="https://www.doguyasuji.or.jp/">https://www.doguyasuji.or.jp/</a></li> <li>■千日前道具屋筋VR商店街 <a href="https://door.ntt/DR47RKG/doguyasuji">https://door.ntt/DR47RKG/doguyasuji</a></li> </ul>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
千日前道具屋筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：JR、南海、近鉄、大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：52店	<a href="#">大阪府／万博開催600日前！折り鶴とお笑いで盛り上げる</a> (R5.10.24) <a href="#">大阪府／自由に歩き、会話もできる「V R 道具屋筋商店街」</a> (R5.3.3) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
調理道具のプロ集団、大阪・千日前道具屋筋商店街が日本の道具文化を未来につなぐ「絆具」(つなぐ) ブランドを立ち上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業</li> <li>■ 大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■ 大阪府 令和4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業</li> <li>■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> </ul>	
〈事業概要〉	<p>■ 道具の専門店が多い商店街として、道具専門店が減少している中でも飲食店が増加していることに危機感を持った商店街青年部の若手店主たちが、先人たちの築き上げた料理文化に関わる「道具」を未来に繋いでいくため、平成30年に「絆具(つなぐ)推進委員会」を設立し、道具屋筋のプロデュース力を生かし、競合に真似できないオリジナルブランド「絆具(つなぐ)」を立ち上げ、商品開発を展開。</p> <p>■ 平成31年2月に第1弾の商品を販売し、現在は第6弾まで開発している。本ブランドにより、食文化・道具文化に関心を持ってもらい、ビジネスとして成り立たせる方法を模索しつつ、千日前道具屋筋商店街のネームバリューも活かしながら、顧客とメーカーをつなぐ「ハブ」として、伝統の道具を将来へ受け継がせていく取り組みを実施。</p>	
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①「道具」を通して文化を継承したい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・道具専門店と料理人との接点が減少している</li> <li>・道具屋筋でしか買えない道具が少なくなっている</li> <li>・道具屋筋の認知低下により顧客化が不十分</li> <li>・道具屋筋のプロデュース力を活かして商品開発がしたい</li> <li>・競合に真似できないオリジナルブランドを立ち上げたい</li> </ul> <p>⇒H30年「絆具(つなぐ)推進委員会」を設立</p> <p>②オリジナルブランド発展のための課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランドの認知向上を図りたい</li> <li>・ワークショップなどを開催して、販促や認知度アップに努めたい</li> <li>・広報活動の継続が難しい</li> <li>・オリジナルブランド開発予算、開発する時間を作るのが難しい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ H30年に「絆具(つなぐ)推進委員会」を設立し、<b>新しい認定商品の開発プロジェクト</b>始動</li> <li>・驚かないもの、響かないものは認定しないことでブランド価値を守りながら、青年部の各個店毎に<b>オリジナル商品</b>を開発。</li> <li>・第6弾はR6年2月にプレスリリース(販売は既に開始している)。</li> <li>■ ブランドの認知度をあげるために<b>ワークショップを開催</b></li> <li>・商店街店舗や商店街イベント、催事出店の際に開発した商品の実演や商品体験を実施し、<b>商品の認知度拡大を図る</b>。</li> <li>■ 商品の<b>PR動画</b>を作成し広報活動に取り組み</li> <li>・商品の利用方法や実際に使用している様子のPR動画を作成し、HPやSNSなどで「広めよう道具屋筋」をテーマに配信。</li> <li>■ R3年 子ども達との接点作りの為に<b>カードゲーム「テコカコテ」</b>開発</li> <li>・子ども達が普段見ることのない、古くから継承されてきた道具を知ってもらいたいという想いから制作。</li> <li>・道具の成立や名前の由来などが楽しく学べるように考案。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 広報活動では、ネットメディアを中心に情報拡散を図った。結果、Smart News(8日間)、Yahoo!コンテンツディスカバリー(7日間)で、<b>どちらも9,000回を超えるPV数を獲得した</b>。その後、取材の依頼が増え、<b>様々なメディアで取り上げられた</b>。その他、百貨店、大阪梅田、道具屋筋祭りの催事に出展。</li> <li>■ カードゲーム「テコカコテ」は、<b>地域の学校や福祉施設などへ寄贈するほか、販促ツール</b>としても利用。引き続き、「テコカコテ」を通じて、遊びながら道具に親しんでもらえるように、文化継承に取り組んでいる。</li> <li>■ 商品の開発は第7弾まで進めているが、運営体制を整えて更にブランドを展開させることを目的に、ブランディングの専門家の力を借り、個店に対して助言をすることから商品開発をする方向性など、手法を変えることも検討している。</li> <li>■ 探究心を忘れない道具のプロ集団が始めた挑戦は、食文化・道具文化を継承するための未来を見据えて活動を継続している。</li> </ul>
〈商店街のコメント〉		
<p>■ この取り組みが千日前道具屋筋商店街を知っていただく為の接点作りになればと考えています。商品を売るだけの店ではなく、顧客のニーズを汲み上げ、それをメーカーに伝え、より満足度・付加価値の高い商品を開発していくというハブの役目が大切だと思っています。量販店やネット販売ではなく、顧客、またメーカーとも距離の近い商店街という立ち位置で、長年培った「道具屋筋商店街」という信頼とネームバリューの力も味方に、本物にこだわった商品開発を進め、価値の高い取り組みを続けていきたいです。</p>		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 <p>プロジェクトの中心メンバー</p>  <p>商品開発打合せ</p>  <p>プロジェクト「絆具(つなぐ)」ロゴ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 主催：千日前道具屋筋商店街</li> </ul>	
〈HP・SNS等〉		
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/sennichimaedouguyasuji/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/sennichimaedouguyasuji/</a></li> <li>■ 千日前道具屋筋商店街 公式HP <a href="https://www.doguyasuji.or.jp/">https://www.doguyasuji.or.jp/</a></li> <li>■ TSUNAGU(絆具) HP <a href="https://www.doguyasuji.or.jp/tsunagu/">https://www.doguyasuji.or.jp/tsunagu/</a></li> </ul>		

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
千日前道具屋筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：南海、近鉄、大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：52店	大阪府／万博開催600日前！折り鶴とお笑いで盛り上げる（R5.10.24） 大阪府／自由に歩き、会話もできる「VR道具屋筋商店街」（R5.3.3）ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
ChatGPTをお店の“頼れる相棒”に！AI生成活用術セミナー開催！	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和2年度GoTo商店街事業</li> <li>■ 大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■ 大阪府 令和4年度大阪府商店街等需要喚起緊急支援事業</li> <li>■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> </ul>	

〈事業概要〉
<p>■ここ数年で広まった生成AIは、日常業務を効率化し、企業の生産性を飛躍的に向上させる技術として注目を集めており、資料作成やデータ分析の自動化、問い合わせ対応の迅速化など、幅広い業務で活用が可能になっている。そこで、同商店街では、組合員が日常の業務で活用できるように、AIツールの実践方法を学べるセミナー「ChatGPTをお店の頼れる相棒に！」を全2回開催。商店街全体でAI生成活用術の運用強化をめざした。</p>

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■情報発信や販売促進デジタル化の運用強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSやホームページを活用できる店舗に限られ、商店街全体としての発信力にばらつきが生じている。</li> <li>・青年部の間でも、「AIを使って業務を効率化したい」や「SNS投稿に困っている」などの意見が寄せられている。</li> <li>・訪日観光客の増加により、英語や中国語などの多言語対応の必要性も高まっているが、現場のスタッフが十分に対応できない。そのため、誰でも簡単に使えるAIツールを学び、文章作成や翻訳、SNS投稿、データ分析、販促素材の作成などを効率化し、商店街全体の魅力発信と業務改善につなげたい。</li> </ul>	<p>■組合員へのAI生成活用術セミナーを開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナーの案内は、組合員に向けた案内文や総会での告知、公式LINEグループなどを通じて行い、青年部メンバーを中心に口コミでも周知を図った。</li> <li>・第1回目は、実際にスマートフォンやパソコンを使いながら、文章作成やSNS投稿、POP制作、外国語対応などの基礎的な活用の操作体験を行った。</li> <li>・第2回目は、応用編として、ChatGPTを活用した多言語接客やExcelでのデータ分析、AIによる画像生成やキャラクター制作、動画・音声活用、さらには店舗PR用のオリジナルゲーム制作まで幅広く学んでもらった。</li> <li>・参加者数は、第1回・第2回ともに10名の参加となった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー後、参加者が少しずつAIを身近に感じるようになり、日常の中でChatGPTを使う姿も見られるようになった。</li> <li>・チラシやSNS投稿の文章を考える際に相談したり、「お礼メールの文面を考えて」と頼んでみると、業務のサポートツールとして試す店舗が増えた。「今日はどんな投稿が良いかな？」といった雑談のようなやり取りを通じて、ChatGPTとの会話を楽しむ参加者もいた。</li> <li>・「SNS更新のハードルが下がった」や「こんなに簡単に文章が作れるとは」「POPや投稿文がすぐに作れて便利」といった前向きな反応が多く寄せられた。</li> <li>・画像生成や動画活用への関心も高く、「自店でも試してみたい」という意見が増え、実際に店舗単位で導入を検討する動きもあった。</li> <li>・セミナー開催によって、AIを“難しい技術”ではなく、“気軽に話しかけられる相棒”として活用する意識が広がり始めている。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<p>今回のセミナーを通じて、組合員の皆さんがAIを「特別な技術」ではなく「身近なサポートツール」として捉えるようになったことが大きな成果でした。回を重ねるうちに「こんなに簡単に文章が作れる」「お客様への案内を考えるのが楽になった」といった反応が増え、実際に活用を始める店舗も見られました。今後は、各店舗の発信や販促に合わせた実践的なAI活用を進め、商店街全体の発信力向上につなげていきたいと考えています。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="76 1173 415 1430">  <p style="text-align: center;">セミナーの様子</p> </div> <div data-bbox="505 1173 952 1430">  <p style="text-align: center;">活用事例</p> </div> </div>	<p>■主催：千日前道具屋筋商店街</p> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」 商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/sennichimaedouguyasuji/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/sennichimaedouguyasuji/</a></li> <li>■ 千日前道具屋筋商店街 公式HP <a href="https://www.doguyasuji.or.jp/">https://www.doguyasuji.or.jp/</a></li> <li>■ 千日前道具屋筋商店街Facebook <a href="https://www.facebook.com/doguyasuji/">https://www.facebook.com/doguyasuji/</a></li> </ul>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
道頓堀商店会	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：160店	大阪府／大阪から世界へ加速「道頓堀盆おどり」(ndi.go.jp)(R5.9.28) 大阪府／道頓堀盆踊り 世界をむすぶ〈モデル創出事業〉(ndi.go.jp) (R4.9.16)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
ミナミの魅力発信と万博機運醸成を図る「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」	■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

### 〈事業概要〉

■インバウンドからも知名度の高い、大阪の観光名所である道頓堀商店会の魅力発信や万博の機運醸成のため、地域に関わる団体と連携し「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」を開催。盆踊りパレードや食の屋台などにより国内外の観光客にミナミの魅力を発信した。また、イベント情報を広範に発信するため、SNSを活用した情報発信事業の充実に取り組んだ。道頓堀を始めとするミナミの商店街エリアへの来訪や回遊促進を図るため、道頓堀の歴史や文化に関する情報を英語でも発信。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①商店街の魅力発信と、万博の機運醸成を図りたい ・商店街と周辺エリアの回遊性を高めたい ・地域に関わる様々な団体と連携したい ・「大阪・関西万博」の機運醸成を図り、万博会場での盆踊りイベント実現に向けて取り組みたい	・「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」を開催 <b>地域活性化活動に関わる多くの団体と連携</b> して、盆踊りを中心としたイベントを実施。会場では食の屋台なども出だし、ステージイベントも企画するなど、エリアを周遊して楽しめるイベントになるよう工夫した。 ・「大阪・関西万博」で総踊り実現に向けて新たに作詞・作曲・振付をした「 <b>夢洲音頭</b> 」を創作。万博の機運を盛り上げるため国際色あるものに仕上げ、同イベントで初披露した。	・食の屋台や各種ステージには、様々な世代の方が来場し、周辺エリアの回遊性を高めることができた。 ・盆踊りイベントにおいては、 <b>来場者も一緒に踊る参加型のイベント</b> として「 <b>夢洲音頭</b> 」を披露したことで、周辺エリアの住民を含め <b>多彩な人々が交流できる場となり</b> 、道頓堀を舞台に盛大なイベントを実施できた。 ・継続開催しており、R6年では踊り参加者は2日間で延べ1,800人、観覧者は約14,000人参加し、 <b>年々増加している</b> 。
②ICT活用による情報発信の強化 ・SNSをうまく活用し、国内外の来街者向けの情報発信を強化したい ・インバウンドに向けて、英語表記でも情報配信したい	・ <b>SNSやイベント情報発信サイト等</b> の多様なウェブコンテンツを活用して、広い世代にアプローチした情報発信を行った。 ・SNSの活用では、盆踊りイベントを国内外の方々に広く知ってもらうため、 <b>日本語版と英語版を作成</b> 。様々な関係者の意見を取り入れ、発信内容にも工夫した。	・公式Facebookでは、日本語と多言語版を作成した。フォロワーは、 <b>日本語版では696人、多言語版では84人</b> (R6.10月現在) ・R5年には、Instagramの多言語版を開設。Xでは、日本語版、韓国語版、英語版を開設した。

### 〈商店街のコメント〉

■2015年に世界最大の盆踊りとしてギネス記録に認定された道頓堀の盆踊りイベントは、ミナミの夏の恒例行事となりました。2017年には大阪に万博を誘致したいとの思いから、アスタナ万博において、盆おどりパレードを開催。万博招致が決定した際には、くす玉セレモニーを実施。ゲンコツに「2025」とあしらった記念モニュメントを近隣商店会と合同で設置しました。万博を盛り上げるため、「道頓堀盆おどりインターナショナル2022」において「**夢洲音頭**」を新たに創作しお披露目することができました。万博の開催機運を盛り上げるため、この夢洲音頭を全国に広め、盛り上げたいです。

### 〈写真〉



R4年度 創作した「夢洲音頭」



R4年度「夢洲音頭」披露風景



R6年度イベントチラシ

### 〈連携・協力〉

- 主催：道頓堀商店会
- 共催：世界盆おどり連盟、大阪・関西万博会場総おどり準備委員会（仮称）

### 〈HP・SNS等〉

- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <https://osaka-shotengai-info.com/ss/doutonbori/>
- 道頓堀商店会 公式HP <http://www.dotonbori.or.jp/ja/>
- 道頓堀商店会 Facebook <https://www.facebook.com/dotonborishotenkai/>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
道頓堀商店会	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：134店	大阪府／大阪から世界へ加速「道頓堀盆おどり」(ndl.go.jp)(R5.9.28) 大阪府／道頓堀盆踊り 世界をむすぶ〈モデル創出事業〉(ndl.go.jp) (R4.9.16)
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
地域と企業、観光客が一体となった、クリーン活動「スマートごみ箱」を導入！ 安心安全できれいな街づくりで、関西を代表する国際観光都市へ。	■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業	

### 〈事業概要〉

同商店会は、大阪を代表する観光地として国内外から多くの観光客が訪れ、街並みを散策しながら楽しめる「食べ歩き」が人気となっている。しかし、商店街にはごみ箱を設置しておらず、「ポイ捨てごみ」による景観の悪化や公衆衛生への対応が課題となっていた。令和5年に大阪・道頓堀エリアの地域課題である「ポイ捨てごみ」の削減対策としてICTを活用したごみ箱(以下 スマートごみ箱)を同商店会エリア内の10か所に設置する取り組みを行った。地域と企業、観光客が一体となった、クリーン活動「スマートごみ箱」の導入で安心安全できれいな街づくりを進めながら、日本文化を伝えられる国際観光都市としてのさらなる発展をめざしている。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>■「安心安全できれいな街」に向けて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>同商店会内では、来街者の8割がインバウンド観光客であり、特に食べ歩きに起因する「ポイ捨てごみ」による景観の悪化や公衆衛生などのオーバーツーリズム問題が発生している。</li> <li>クリーン活動の活性化と多角化を図り、世界に誇れる国際観光都市「大阪・道頓堀」の更なる魅力の磨き上げを行いたい。</li> <li>地域やパートナー企業と力を合わせて、サステナブルな観光都市を作っていくたい。</li> </ul>	<p>■「道頓堀クリーンプロジェクト」の発足</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>R5年に、商店会と地域企業がタッグを組みクリーン活動を開始。</li> <li>観光庁の補助金を活用し商店会エリアの一角に「スマートごみ箱」を仮設置する実証実験を行った。</li> <li>実証実験の結果、スマートごみ箱の設置エリアにおける「ポイ捨てごみ」は、設置前と比較し約4割の削減効果がみられたことから、本格設置に向けた検討を進め、ごみが溢れない運営のあり方、蓄積したごみの回収方法などを検討し、道頓堀商店会エリア内の30メートル間隔10か所に設置し、本格的な運用をスタートさせた。</li> <li>スマートごみ箱は、ICTを活用し、ごみの蓄積状況をクラウド上でリアルタイムに把握できるとともに、内部で自動的にごみを圧縮し、ごみ箱が満杯になる前に通知される機能が搭載されている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実証実験を通して地域(同商店会加盟店)とごみ回収事業者などの連携による地域運営で「ごみが溢れないごみ箱」の運用、収集したごみ回収および継続運用の実現性などの見通しを図れた。</li> <li>主体は商店会だが、事業化計画と事業推進は民間、公道への設置や補助金の活用という点で行政とも一体となって取り組めた。</li> <li>今後は、スマートごみ箱への広告掲出やクリーン活動を盛り上げてくれる協賛企業も募集を行っていく予定。</li> <li>この「スマートごみ箱」は、遠隔監視やセンサーなど多機能を備えているので、これらを活かした人流把握による来街者分析や防犯対策の考案など活用法は多岐に渡る。今後も「スマートごみ箱」の設置を通して、「安心安全できれいな国際観光都市」を作っていくたい。</li> </ul>

### 〈商店街のコメント〉

■道頓堀商店会では、「国際観光都市」をめざし、「安心・安全できれいな街づくり」に取り組んでいます。令和5年には、街の美化を目的として「IoTスマートごみ箱」を設置し、さらに令和6年には、防犯・防災スピーカーを設置しました。加えて、インバウンド観光客に向けたマナー啓発を目的として、4か国語による音声放送を毎日実施しています。一方で、道頓堀周辺には喫煙所が少なく、たばこのポイ捨てが多く見られることが課題となっていたため、屋外開放型喫煙所の設置を進め、令和8年2月に新たな喫煙所が整備されました。今後も地域一丸となって快適な環境づくりに取り組んでいきます。

### 〈写真〉



スマートごみ箱



ゴミの蓄積量をスマホで遠隔把握



集積ゴミの一斉回収

### 〈連携・協力〉

- 主催：道頓堀商店会
- 共催：株式会社JTB、NTTコミュニケーションズ株式会社、株式会社フォーステック、合同衛生株式会社

### 〈HP・SNS等〉

- 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ  
<https://osaka-shotengai-info.com/ss/doutonbori/>
- 道頓堀商店会 公式HP <http://www.dotonbori.or.jp/ja/>
- 道頓堀商店会 Facebook <https://www.facebook.com/dotonborishotenkai/>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
南地中筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：40店	大阪府／浮世絵やアートの体験で南地中筋商店街をP.R (ndl.go.jp)(R5.10.3) 大阪府／若者・学生と連携した情報発信＜モデル創出事業＞ (ndl.go.jp)(R5.3.3)ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
産学連携 南地中筋商店街ブランディングプロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■大阪府 令和6年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	

〈事業概要〉	<p>■ 地元専門学校「バンタンデザイン研究所」とタイアップし、アート・デザインの力による商店街活性化プロジェクトを実施。商店街公式ホームページのリニューアル、専門学生らによる商店街ロゴマークのデザインと活用、商店街でのアート展開催、若者視点でのSNS発信などを通し、商店街のブランディング化に取り組んだ。学生たちは、授業の一環として商店街と意見交換をしながら、企画立案から実施まで関わった。その後も、継続して同校や他の近隣教育機関や企業、近隣商店街なども連携し、発展的に様々な取り組みを実施している。</p>	
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①地域と連携し商店街の認知度や魅力向上を図りたい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街と周辺エリアの回遊性を高めたい</li> <li>・地元の教育機関と連携し、学生の視点を取り入れたい</li> <li>・商店街内の店舗や周辺エリアの特徴を活かした商店街のブランディング化を図りたい</li> </ul> <p>⇒近隣のデザイン専門学校へ協力を依頼</p> <p>②公式ホームページのリニューアルとSNSの運用強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公式HPはあるが、更新がしにくい、スマホで見にくい等の課題</li> <li>・SNSも活用していきたい</li> <li>・インバウンドの多い難波に位置しているが、HPは日本語のみ</li> </ul> <p>⇒上記①のブランディング化にあわせて情報発信も強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バンタンデザイン研究所の学生と連携し、<b>商店街のブランディング化を実施。商店街のロゴマークを学生がデザイン</b>するなど、意見交換を重ね、学生たちと共に企画立案から連携して実施した。</li> <li>・商店街内の上方浮世絵館で、学生アーティストらによる現代アートをテーマにした特別展「新しい浮世絵-いまを知る-」を開催。</li> <li>・商店街と周辺エリアを中心に、スマホアプリとQRコードを用いた<b>デジタルスタンプラリーを開催</b>。チラシやMAPなどを学生がデザイン作成した。</li> <li>・公式ホームページをリニューアルし、スマホ対応と多言語翻訳機能を追加。CMS導入で<b>自ら情報発信</b>できるように構築。<b>店舗をカテゴリ毎に分類し検索しやすくした</b>。</li> <li>・新たにInstagramを開設。アイコンには学生がデザインしたロゴを使用。店舗の取材・撮影は学生自らが行き、情報配信を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学生がデザインしたロゴマークをアイコンに活用することにより、<b>情報発信に統一感が生まれ、商店街のブランディングに繋がった</b>。</li> <li>・「新しい浮世絵展」では、開催趣旨に賛同したプロが多数参画した展示会が実現でき、高評価を得た。</li> <li>・デジタルスタンプラリーでは、商店街の回遊性が高まった。ホームページや公式SNSの活用により、<b>認知度向上、新規顧客の獲得、リピーターの獲得につながった</b>。</li> <li>・多言語対応のホームページ制作により、インバウンド対応の基盤ができた。学生たちによるInstagram活用で、若年層に向けた魅力発信ができ、<b>新たな商店街のファン獲得につながった</b>。</li> <li>・ホームページアクセス数は、<b>2,400人/年</b> Instagramのフォロワー数は、<b>270人</b>と増え続けている。 (R6.10月現在)</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 今回の事業は近隣のデザイン系の専門学校の学生と意見交換を行い商店街のブランディングに取り組みました。成果として、数年後まで見据えたブランディングができたと思います。</li> <li>■ 商店街の公式Instagramの開設では、取材をしてくれた学生自身も商店街の魅力に触れファンになってくれています。現在も、近隣の商店街や学校、企業、スポーツチームなどとも一体となり、ミナミ全体を盛り上げる活動を継続して行っています。R6年度も大阪府商店街等モデル創出普及事業に採択され、新たな取り組みにチャレンジしています。</li> </ul>

〈写真〉	〈連携・協力〉		
 <p>R4年度 多言語化対応したポータルサイト</p>  <p>R4年度 上方浮世絵館の展示物を見て創作イメージを膨らませる学生達</p>  <p>R6年度 イベントチラシ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 主催：南地中筋商店街振興組合</li> <li>■ 協力：バンタンデザイン研究所、上方浮世絵館</li> </ul> <tr> <th data-bbox="995 1270 1954 1318">〈HP・SNS等〉</th> <td data-bbox="995 1318 1954 1478"> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/</a></li> <li>■ 南地中筋商店街 公式HP <a href="https://nanchinakasuji.com/">https://nanchinakasuji.com/</a></li> <li>■ 南地中筋商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/nanchinakasuji/">https://www.instagram.com/nanchinakasuji/</a></li> </ul> </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/</a></li> <li>■ 南地中筋商店街 公式HP <a href="https://nanchinakasuji.com/">https://nanchinakasuji.com/</a></li> <li>■ 南地中筋商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/nanchinakasuji/">https://www.instagram.com/nanchinakasuji/</a></li> </ul>
〈HP・SNS等〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/</a></li> <li>■ 南地中筋商店街 公式HP <a href="https://nanchinakasuji.com/">https://nanchinakasuji.com/</a></li> <li>■ 南地中筋商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/nanchinakasuji/">https://www.instagram.com/nanchinakasuji/</a></li> </ul>		

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
南地中筋商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：40店	大阪府／浮世絵やアート体験で南地中筋商店街をP.R. <a href="https://ndi.go.jp">(ndi.go.jp)</a> (R5.10.3) 大阪府／若者・学生と連携した情報発信＜モデル創出事業＞ <a href="https://ndi.go.jp">(ndi.go.jp)</a> (R5.3.3)ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
インバウンドとローカルを「つなぐ」チャレンジ ～商店街はあなたの街のグリーター～	<ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府 令和4年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■大阪府 令和6年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> </ul>	

〈事業概要〉		
<p>■大阪なんばの中心に位置する南地中筋商店街は、観光客の多さから路上喫煙やオーバーツーリズム等の問題を抱えていた。そこで、地域課題(オーバーツーリズム問題、喫煙所問題、トイレ問題、違法駐輪)への対応により、地域と来街者がともに快適に生活できる姿をめざすため、啓発チラシやポスター等の作成と、それらのプロモーションを同時に行った。あわせて、商店街近隣の教育機関に在籍する外国人留学生と連携したインバウンド向けのプロモーション動画も作成し、若い世代の活躍の場を創出する取り組みを実施。</p>		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①地域課題への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドの増加によるオーバーツーリズム</li> <li>・ゴミやタバコのポイ捨てや、路上喫煙の増加</li> <li>・商店街店舗に、トイレだけを利用する客が増加</li> <li>・違法駐輪が増加</li> <li>・各店舗のみでは、インバウンド客と言葉が通じず対応できない</li> </ul> <p>②デジタル対応の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街内に、デジタル対応できる専門家がいない</li> <li>・Googleマップを取り入れたい</li> </ul> <p>③若者による持続的な地域商業・雇用活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報発信力の向上や発信コンテンツ制作に取り組めていない</li> <li>・若者をターゲットに、商店街の認知度や魅力の向上を図りたい</li> <li>・地域に住む外国人留学生と連携して、インバウンド向けのプロモーション動画を作成したい</li> <li>・学生の就業活動支援に貢献したい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■観光客向けGoogleマイマップの構築 &amp; 公式HP更新</li> <li>・喫煙所、公衆トイレ、駐輪場、商店街店舗の情報などを登録した<b>Googleマイマップを作成</b>。これら作成したマップを、商店街公式HPに掲載した。</li> <li>■インバウンド向け案内チラシ、ポスター、三角POPの制作</li> <li>・作成したGoogleマイマップのQRコード等を掲載した<b>案内チラシ・ポスターを多言語(日本語・英語)で作成</b>。インバウンド客たちがチラシやポスターから情報収集できるように、商店街内や店舗に掲出した。</li> <li>■インバウンド向けの商店街プロモーション動画を制作</li> <li>・商店街近隣にある、エール学園ICT校に在籍する外国人留学生3名が商店街を取材し、動画制作を実施。商店街でもそれらを更にブラッシュアップし、プロモーション動画3本を制作した。</li> <li>・既存のアカウントがあるInstagramに加え、TikTokでも商店街公式アカウントを新規で開設し、動画の配信を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Googleマイマップで案内している各施設のアクセス数は、トイレ1,514回、喫煙所473回、駐輪場307回、商店街5,354回。<b>多くの来街者や観光客に閲覧された。</b>(R6年11月現在)</li> <li>・マップや案内チラシの作成によって店主の対応の手間が軽減され、<b>インバウンド客と商店街店舗の双方のストレスが軽減された。</b></li> <li>・「南地中筋商店街秋祭り」会場での来街者アンケートでは、外国人旅行者は全体の74%が食事と買い物をするために訪れており、35%が3回以上難波に来たことがある等、来街者の傾向が分かり今後の活動の参考となった。</li> <li>・Instagramの総再生回数は449回だったが、TikTokの総再生回数は1576回とInstagramの3倍になり、TikTokの効果を実感した。</li> <li>・今回の成果を糧に、今後はTikTokを中心に「昭和レトロ」「食事」「買い物」などをキーワードに動画を独自で制作し、継続してプロモーションの発信を行っていきたい。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<p>■当商店街の課題(オーバーツーリズム等)について、各店舗や地元町会と協議した結果、それらは地域全体の課題であることがわかり、私たちの課題解決が地域全体の課題解決に繋がると確信できました。インバウンドへの啓発活動も大事ですが、それ以上に私たちが情報を発信し、届ける仕組みを作ることがより重要だと感じました。その価値観で本事業に取り組んだ結果、地域住民と旅行者のすべてが快適に過ごせる街に一步近づいたと思います。また、外国人留学生をはじめ地域の若者と連携したことで、若者の活躍の場の提供にも貢献できましたし、私たちの商店街や地域への理解も深まったと感じています。これからも引き続き地域の課題解決をめざしていきます。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="62 1221 309 1412">  <p>GoogleマイマップQRコード付ポスター設置の様子</p> </div> <div data-bbox="368 1221 654 1412">  <p>外国人留学生が商店街を取材する様子(動画制作用)</p> </div> <div data-bbox="713 1221 956 1433">  <p>商店街公式Instagram</p> </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■主催：南地中筋商店街振興組合</li> <li>■協力：エール学園ICT校</li> </ul> <p>〈HP・SNS等〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nanchinakasuji/</a></li> <li>■南地中筋商店街 公式HP <a href="https://nanchinakasuji.com/">https://nanchinakasuji.com/</a></li> <li>■南地中筋商店街 Instagram <a href="https://www.instagram.com/nanchinakasuji/">https://www.instagram.com/nanchinakasuji/</a></li> </ul>

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
難波センター街商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：42店	大阪府／ICT強化で広がるグローバルの輪<モデル創出事業> ( <a href="https://ndl.go.jp/">ndl.go.jp</a> )(R6.3.8) 大阪府／ミナミのにぎわい加速、日本一の観光地に<モデル創出事業> ( <a href="https://ndl.go.jp/">ndl.go.jp</a> )(R5.9.28) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
「グローバル」な商店街をめざして ～グローバル×ローカル 地域と若者連携で商店街の魅力発信～	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> <li>■ 大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■ 中小企業庁（令和5年度実施）面的地域価値の向上・消費創出事業</li> </ul>	

〈事業概要〉	〈過去の取り組み〉	
<p>■ 周辺に学校や専門学校が多く、近隣住民も年齢・国籍が様々な難波というエリア特性を活かし、グローバル(グローバル×ローカル)な取り組みを、地元の学生や外国人留学生と企画段階から連携して実施。多言語対応したデジタルスタンプラリーの開催や、SNSによる多言語情報発信、プロモーションムービーの作成を実施し、日頃商店街を利用する方やインバウンド客に向けて商店街の回遊促進、魅力発信を行った。その後も、ミナミ4 商店街共同開催でデジタルスタンプラリーや「歌うまっ！ グランプリ MINAMI UTA-1」を開催するなど、近隣と連携し新たな取り組みを進めている。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> <li>■ 大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■ 中小企業庁（令和5年度実施）面的地域価値の向上・消費創出事業</li> </ul>	
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
<p>①インバウンドも楽しめる企画を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・難波という立地上、地元の人だけではなく、インバウンド向けの取組も必要</li> <li>・イベントを多言語対応にしたい</li> <li>・若者・留学生の観点を取り入れたい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 多言語対応のデジタルスタンプラリーを開催 <ul style="list-style-type: none"> <li>・多言語(英語・韓国語)対応のスタンプラリーを開催し、商店街の店舗回遊を促進。3店舗以上回遊した方には抽選で、商店街店舗の商品券等を贈呈するなど、リピーター獲得と顧客増加に繋がるよう工夫した。</li> </ul> </li> <li>■ 地元の留学生らと地域名産品展を実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>・「エール学園」の外国人留学生と、大阪府内にある各都道府県事務所(宮城、群馬、栃木、広島、鹿児島)と連携した地域物産展も開催。</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルスタンプラリーを実施したことで、<b>商店街の回遊性が高まった</b>。また、ホームページやSNSの活用により、新規顧客の獲得や認知度向上、リピーターの獲得につながり、<b>商店街公式HPのページビュー数は前年度比約2倍となった</b>。</li> <li>・地域名産品展では、外国の方にも興味を持ってもらえるように、名産品だけでなくアニメグッズなどの販売も実施したことで、インバウンドも訪れた。</li> </ul>
<p>②地域と連携し商店街の魅力を発信したい</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元の学校と連携したい</li> <li>・SNSを活用した情報発信の強化</li> <li>・インバウンド対応の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商店街プロモーションムービーの制作 <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元専門学校「パンタンデザイン研究所」の学生と「エール学園」外国人留学生が連携して、120秒尺と15秒尺のPR動画を制作。YouTube、TikTok、Instagramへ投稿した。</li> </ul> </li> <li>■ SNSを活用し、商店街や街の魅力・イベント情報を多言語発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>・「エール学園」外国人留学生4名が、実際に商店街内の店舗を利用・取材し記事を作成。その内容をSNSで発信し、外国人留学生の観点での魅力発信を実施した。</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若者の感性で作成したプロモーションムービーは、情報拡散力が高く、新たな商店街のファンを獲得できた。総評として、動画での拡散や視聴数の観点では、TikTokが圧倒的に再生数が多く<b>(再生数約15,000回)</b>、TikTokを最優先で活用を取り入れるなど、今後の広報の道筋を立てることができた。</li> <li>・動画のアクセスは日本からが多いが、一部、アメリカや南米からのアクセスもあり、グローバルな情報発信ができた。</li> </ul>

〈商店街のコメント〉
<p>■ 地元デザイン専門学校の学生、外国人留学生たちと企画段階から意見交換し、今回の事業計画を立案しました。学生と共に街歩きをしながら商店街の賑わいづくりをめざす上での課題を見つけ、その解決と共に新たなチャレンジが出来たことが有益でした。中でもプロモーションムービーの制作と、SNS、特にTikTokでの情報発信は、高い効果があったと感じています。若い世代が中心となり、どのSNSでどのような情報発信をしていくのかも協議して取り組んだ結果、これまで当商店街が活用していたSNSメディアよりも何倍も大きな実績を上げることができました。今回の結果をこれからの広報・販促活動の基礎として、更に発展成長していきたいと考えています。今後も地元の企業、学校、その他団体や地元住民の皆さんとも連携しながらよりよい商店街づくりをめざします。</p>

〈写真〉	〈連携・協力〉		
 <p>R5年イベントチラシ</p>  <p>R5年度 学生による取材風景</p>  <p>R6年度 イベントチラシ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 主催：難波センター街商店街振興組合</li> <li>■ 協力：学校法人エール学園、パンタンデザイン研究所</li> </ul> <tr> <th data-bbox="995 1301 1954 1344">〈HP・SNS等〉</th> </tr> <tr> <td data-bbox="995 1344 1954 1478"> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/</a></li> <li>■ 難波センター街商店街 公式HP <a href="https://nambacentergai.jp/">https://nambacentergai.jp/</a></li> <li>■ 難波センター街商店街 Facebook <a href="https://www.facebook.com/nambacentergai/">https://www.facebook.com/nambacentergai/</a></li> </ul> </td> </tr>	〈HP・SNS等〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/</a></li> <li>■ 難波センター街商店街 公式HP <a href="https://nambacentergai.jp/">https://nambacentergai.jp/</a></li> <li>■ 難波センター街商店街 Facebook <a href="https://www.facebook.com/nambacentergai/">https://www.facebook.com/nambacentergai/</a></li> </ul>
〈HP・SNS等〉			
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/</a></li> <li>■ 難波センター街商店街 公式HP <a href="https://nambacentergai.jp/">https://nambacentergai.jp/</a></li> <li>■ 難波センター街商店街 Facebook <a href="https://www.facebook.com/nambacentergai/">https://www.facebook.com/nambacentergai/</a></li> </ul>			

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉	
難波センター街商店街振興組合	所在地：大阪市中央区 最寄駅：大阪メトロなんば駅すぐ 店舗数：49店	大阪府 / ICT強化で広がるグローバルの輪<モデル創出事業> ( <a href="https://ndl.go.jp/">ndl.go.jp</a> )(R6.3.8) 大阪府 / ミナミのにぎわい加速、日本一の観光地に<モデル創出事業> ( <a href="https://ndl.go.jp/">ndl.go.jp</a> )(R5.9.28) ほか	
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉		
ミュージシャン達の夢への第一歩、「UTA-1歌うまっ！グランプリ」開催 世代や言葉の壁を越える音楽で活気あふれる商店街へ！	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 中小企業庁 令和4年度がんばろう！商店街事業</li> <li>■ 大阪府 令和5年度大阪府商店街等モデル創出普及事業</li> <li>■ 中小企業庁 (令和5年度実施) 面的地域価値の向上・消費創出事業</li> </ul>		
〈事業概要〉	<p>■ 多くの若者・インバウンド観光客でにぎわう大阪ミナミの中心に位置する同商店街は、国籍・世代を超えて人と人とを繋ぐ音楽溢れるまちづくりをめざして、ミナまち育てネットワークなどと連携しながら音楽に関連したイベントを開催している。令和3年から音楽アーティスト達の活動の場を商店街が提供し、商店街公認ストリートLIVEを主催。年々参加を希望するアーティストが増加し、現在では出演枠が追いつかないほどの盛況となっている。そのためアーティストの活動拠点は、周辺の商業施設やコンサートホールにも拡大し、ミナミエリアでは商店街を中心に、音楽と共存する文化圏が形成されつつある。こうした取り組みの結果、令和6年には「UTA-1歌うまっ！グランプリ」を開催することとなった。</p>		
〈課題・現状〉	〈取組み内容〉	〈成果〉	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 持続的に若者と地域との連携を図りたい</li> <li>・難波という立地を活かし、若者をターゲットにして商店街の認知度や魅力を向上させたい。</li> <li>・特に、若い世代によるストリートライブを活用したイベントを開催することで、商店街のイメージアップを図りたい。</li> <li>・同商店街を中心としたミナミアリアの4商店街では、R3年から毎週水曜日（月3回）に「公認ストリートライブ LIVE EFFECT」を実施している。取組に賛同してくれている地域の方々から、切磋琢磨するアーティスト達に野外だけではなく、音響・照明効果が高いホールで歌わせてあげる機会を作れないかとの要望が商店街に寄せられた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「UTA-1歌うまっ！グランプリ」の開催</li> <li>・R6年にアーティストたちが栄光をかけて歌声を競い合うイベントとして「UTA-1歌うまっ！グランプリ2024」を初開催した。R7年は8月に優勝者決定戦である本選を開催。</li> <li>・出場者募集は、商店街が運用するLIVE EFFECT公式X(旧Twitter)で実施。商店街やミナまち育てネットワークの関係者等による審査を経て本選出場者の5組を決定。</li> <li>・コンテスト前には、商店街の大型バナーに出場者5組の紹介を掲示し、イベントの認知度向上と周知をおこなった。</li> <li>・グランプリ選出は、観覧者の投票と、審査委員による歌唱力、パフォーマンス、自己PR、ステージ構成の4項目の総合得点で評価した。</li> <li>・グランプリ受賞者には3か月間自らの楽曲を商店街のBGMとして放送する権利が与えられた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・R7年度にグランプリに選出された生田瑚桃さんの受賞曲は商店街で3か月にわたり放送され、商店街に活気をもたらすとともに、アーティストとしての認知度向上にも貢献できた。</li> <li>・来街者やコンテスト観覧者からは、商店街で実施している「LIVE EFFECT」や「UTA-1歌うまっ！グランプリ」などの音楽イベントが、商店街の雰囲気や来街者の気持ちを明るくするといった好意的な意見が多く寄せられた。</li> <li>・このような音楽を活用した取組は、若い世代や音楽ファンとの接点を生み出すだけでなく、外国人旅行者の多い大阪ミナミの活性化においても重要な取組の一つとなった。</li> <li>・今回のコンテストは東京や静岡など遠方に居住する観覧希望者や応募アーティストからの反響もよく、より多くの人に認知してもらるように、来年の実施に向け準備を進めている。</li> </ul>	
〈商店街のコメント〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪随一のエンターテインメントの街ミナミ。より一層エンタメ・音楽シーンを楽しめる場所が増えれば、地域の活性化や賑わいづくりに繋がると考えています。しかしながら、路上でのパフォーマンスには遵守すべきルールもあります。そこで私たちは商店街道路の使用許可を取得したうえで、商店街公認ストリートライブを開催し、身近にストリートで音楽が楽しめる環境を作り上げてきました。その活動の集大成として、4商店街合同でコンテストを開催、優勝者には各商店街での楽曲放送などの特典を贈呈しています。これによりミュージシャンの育成や成長ならびに街の活性化や賑わいづくりの双方の目的を叶えることが出来ていますので、今後も継続して、地域と連携しながら取り組んでいきます。</li> </ul>		
〈写真〉	〈連携・協力〉		
 <p>イベントチラシ</p>  <p>R7年グランプリの生田瑚桃さん</p>  <p>グランプリ・出場者記念撮影</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 共催：難波センター街商店街、ミナミ千日前商店会、なんば南海通商店会、南地中筋商店街</li> <li>■ 協賛：ミナまち育てネットワーク、合同衛生株式会社</li> </ul> <th data-bbox="995 1300 1952 1348">〈HP・SNS等〉</th> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪府商店街魅力発見サイト「ええやん！大阪商店街」商店街紹介ページ <a href="https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/">https://osaka-shotengai-info.com/ss/nambacentergai/</a></li> <li>■ 難波センター街商店街 公式HP <a href="https://nambacentergai.jp/">https://nambacentergai.jp/</a></li> <li>■ 街中ストリートライブ「LIVE EFFECT」公式X <a href="https://x.com/LiveEffect2021">https://x.com/LiveEffect2021</a></li> </ul>		〈HP・SNS等〉