



商店街レポート(三島地域)

商店街名	市	事業名	通し番号	ページ数
吹田市旭通商店街 協同組合	吹田市	地域のサポーターによる子育て世帯の立場での魅力発掘・発信	R6-19	P1
吹田市旭通商店街 協同組合	吹田市	「地域にかがやくわがまち商店街表彰2024」受賞 空き店舗を活用した、新たな顧客を呼び込む仕掛けづくり	R6-01	P2~3
島本町商業協同組合 島本センター	島本町	デジタルとアナログのハイブリッド対応による、広報強化とにぎわいづくり	R6-33	P4

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
吹田市旭通商店街協同組合	所在地：吹田市 最寄駅：JR吹田駅 店舗数：90店	・大阪府／カフェ通じて地域交流 持続可能な商店街へ〈モデル創出事業〉(ndl.go.jp)（R4.9.30） ・大阪府／「まちプランナー」と一緒に、便利で楽しい商店街づくり 〈モデル創出事業〉(ndl.go.jp)（R4.1.11）ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
地域のサポーターによる子育て世帯の立場での魅力発掘・発信	■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 ■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年度商店街店舗魅力向上支援事業（観光コンテンツ型）ほか	
〈事業概要〉		
■商店街内の地域交流スペース（さくらカフェ）の出店者からの「商店街内でチャレンジショップを出したい」という声をきっかけに、空き店舗を活用したスタートアップ拠点「tocotoco…」を整備した。地域交流スペースや授乳スペースも設置。子育て層への情報発信を強化するため、子育て中の方を中心とした「まちプランナー」の協力により、子育て層の意見を取り入れた「商店街オリジナルマップ」や、商店街の情報発信サイト「すいた情報局」の充実、サポーターの協力による個店のSNSスキルアップに取り組んだ。		
〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①商店街やスタートアップ拠点「tocotoco…」の周知・発信 ・商店街や「tocotoco…」の魅力を知って欲しい。 ・子育て層や若者を呼び込みたい。	①「商店街オリジナルマップ」と「QRコード入りカード」の作成 ・吹田のまちや商店街をより楽しくする応援団「まちプランナー」を子育て中の方を中心に結成し、 子育て世帯向けガイドマップを作成 。子育て世帯に興味を持ってもらえるよう、優しい色合いの親しみやすいイラストを添えるなど工夫した。 ・マップで紹介した店舗は「まちプランナー」が取材。 マップはHPに公開。QRコードが載ったショップカードも作成 し、各店舗などで配布した。	・来街者からは、「商店街の知らないお店を発見できた。」「交流施設のイベントに参加したい」などの声を頂いた。 ・アナログとデジタルの両方でアプローチしたことで、ターゲット層である子育て層にも効果的に情報発信できた。 ・ 飲食店やトイレの場所などを分かりやすいアイコンで示し、利用頻度の高い銀行は色分け するなど、地域で生活している買い物客が利用しやすいような工夫を凝らし、高評価を得た。
②SNS活用の強化 ・個店のSNSのスキルアップ支援をしたい。 ・商店街情報だけでなく、地域情報も発信したい。 ・子育て層や若者に商店街の情報を発信したい。	②「すいた情報局」やSNSでの魅力発信、学生参加による個店のSNS強化の取り組み。 ・商店街のWebサイトを「すいた情報局」と改名し、商店街の情報にとどまらず、地域情報も総合的に発信するメディアとして、コンテンツや情報の充実を図った。 ・「 まちプランナー 」の協力により、 SNSを通じた魅力的な個店を情報発信 。個店のSNSのスキルアップを支援するため、近隣大学の協力を得て、 学生が個店に向きSNS配信講座を実施 。	・店主からは、「思ったより簡単な操作で情報が発信できるのが分かりありがたい。」などの声を頂いた。 ・その後、商店街情報・個店情報とともに継続的にコンテンツを追加し、更なる情報発信強化に繋がっている。 ・Webサイト アクセスユーザー数が6倍以上に増加 した。 ・Instagramでは 2,500人を超えるフォロワーを獲得 。 ・NHK等のメディアにも多数取り上げられ、 商店街の認知拡大 に。
〈商店街のコメント〉		
■商店街の店主が連携してイベントを行うのはとても困難な時代です。特にICT活用は高齢店主には荷が重いことでしたが、今回の事業で地域の若者や子育て世代によるまちプランナーさんたちのお力を借りて、情報発信や商店街を利用しやすい場所へと変えていくことができました。まちプランナーの皆さんをはじめとした地域の方々と力を合わせて、もっと居心地の良い商店街へとこれからも進化させていきたいと思います。		
〈写真〉	〈連携・協力〉	
 R3年度「まちプランナー」が作成した「商店街オリジナルマップ」 R3年度 名刺サイズの「QRコード入りカード」 「まちプランナー」のメンバー	■主催：吹田市旭通商店街協同組合 ■協力：まちプランナー、大阪成蹊大学	
〈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/suitashiasahidori/ ■吹田市旭通商店街 WEBサイト「吹田情報局」 http://suita-asahidori.com/ ■吹田市旭通商店街 Instagram https://www.instagram.com/suita_asahi/		

〈商店街名〉		〈商店街の基本情報〉		〈過去の商店街レポートURL〉	
吹田市旭通商店街協同組合		所在地：吹田市 最寄駅：JR吹田駅 店舗数：90店		・大阪府／カフェ通じて地域交流 持続可能な商店街へ〈モデル創出事業〉（ ndl.go.jp ）（R4.9.30） ・大阪府／「まちプランナー」と一緒に、便利で楽しい商店街づくり 〈モデル創出事業〉（ ndl.go.jp ）（R4.1.11）ほか	
〈事業名〉				〈過去の取り組み〉	
「地域にかがやく わがまち商店街表彰2024」受賞 空き店舗を活用した、新たな顧客を呼び込む仕掛けづくり				■大阪府 令和3年度大阪府商店街等モデル創出普及事業 ■大阪府 令和5年度商店街店舗魅力向上支援事業（観光コンテンツ型） ■吹田市 空き店舗活用事業 ほか	
〈事業概要〉					
■令和6年7月23日、経済産業省内で、「地域にかがやく わがまち商店街表彰2024」の表彰式が開催され、大阪府内では吹田市旭通商店街協同組合が受賞。 ■この表彰は、商店街において「地域の個性や多様性を伸ばし、エリア価値を高めることによって、持続可能なまちづくりに繋げる創意工夫を凝らした取組」を行う商店街組織等を表彰するもの。 ■同商店街は今年で100周年。空き店舗を子育て世帯と若い年齢層が活用しやすい施設（親子向けカフェ、一時預かり保育、ワークショップ開催等）に改修するなど、様々な取組を行っている。					
〈課題・状況〉		〈取組み内容〉		〈成果〉	
■課題 ・組合員の業種の多様化や1人経営の組合員の増加により、大売出しやワンコインイベント等の販促事業の実施が困難に。 ・また、利用者層が高齢者へ偏っており、来街者数も減少傾向。		■空き店舗活用 ・子育て世帯や大学生等の若い層を商店街に呼び込むため、市の補助事業も活用し、組合が空き店舗を借り上げ改修。1階がカフェ、2階がキッズスペース、3階がレンタルスペースの「tocotoco...」を開業。 地域の主婦や女性フリーランス等の協力を得て運営。 ・カフェには授乳室やキッズスペースも用意。 ・レンタルスペースでは、出展者の情報発信による商店街の宣伝効果が期待できることから、レンタル費用を低額に抑えた。 ・子育て世帯向けのワークショップのほか、大学と連携し学生や若者のスタートアップ・創業等のチャレンジの場としても活用。		■空き店舗活用と子育て世帯・若い層の来街増加 ・これまで見られなかったベビーカー利用者の来街が増加。 ワークショップ教室という商店街の新たなサービスにより、毎月50名程度の子育て世帯の来街を創出した。 ・レンタル費用を低額にしたため、多くのワークショップ教室が満席となり、講師も収益が確保できることからリピート利用に繋がるという好循環に。 ・本事業をきっかけに大学との連携体制も構築された。 レンタルスペースでは、大学生がラーメン店やロールケーキの販売、ゲームカフェなどを運営した。 ・カフェの運営は赤字が続き組合の負担となった。 しかし、スタートアップで施設を利用した新規事業者が、レンタルショップ利用者との関係性を活用できること等にメリットや収益化の可能性を見出したことにより、組合から運営を委託することに。	
■対応方針の決定 ・上記の課題に対応するため、吹田市の専門家派遣制度を活用し、地域分析やビジョン策定に取り組んだ。 ・その結果、商店街周辺地域は各年代バランスの良い人口構成となっていること、近隣に大学のキャンパス等があることから、若い層や子育て世帯を新たに商店街に呼び込んでいくことに。 ・また、ターゲット層に向けた店舗及び施設の誘致・整備とあわせて、商店街の情報発信を促進する仕組み・仕掛けづくりの構築が必要となっていた。		■情報発信 ・商店街WEBサイト「吹田情報局」での高頻度の発信等を実施。 ・tocotoco...のInstagramでは、「まちプランナー」（商店街及び地域の活性化に興味を持つ主婦や子育て中のフリーランスの方々）に運用を依頼し、子育て世帯向けの情報発信を実施。		■情報発信 ・商店街WEBページのアクセスユーザー数が6倍以上に増加。 ・Instagramでは2,500人を超えるフォロワーを獲得。 ・NHK等のメディアにも多数取り上げられ、商店街の認知拡大に。	
〈商店街のコメント〉					
■当商店街は今年で100周年を迎え、次世代100年へと続くために、地域住民の居場所となる商店街をめざしています。親子カフェの設置、レンタルキッチンやスタートアップの後押し、さらには隣接する複数の大学とも連携したSDGs活動など、様々な取組を地域と連携しながら行ってきました。今後とも、地域住民に必要な商店街をめざして取り組んでいきます。さらに今後は、アクセスの良さと地域文化資源の多い特徴を生かし、日本文化に親しむ人々を対象とするインバウンド事業にも力を入れる予定です。今後の活動もどうぞ期待ください。					
〈連携・協力〉			〈HP・SNS等〉		
■主催：吹田市旭通商店街協同組合 ■協力・連携等 まちプランナー、お母さんパワーアップ塾、ママGoGo、大和大学、大阪成蹊大学、吹田市、吹田市商工会議所、大阪府			・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/suitashiasahidori/ ・商店街WEBサイト「吹田情報局」 http://suita-asahidori.com/ ・tocotoco... Instagram https://www.instagram.com/tocotoco_suita		

吹田市旭通商店街 <写真>



地域にかがやく わがまち商店街表彰2024」表彰式の様子

[「地域にかがやく わがまち商店街表彰2024」の表彰式及び座談会を開催しました（METI/経済産業省）](#)



経済産業大臣 と 吹田市旭通商店街 池内理事長



空き店舗を改修した、
カフェ・キッズスペース・レンタルスペースの
複合施設「tocotoco...」

〈商店街名〉	〈商店街の基本情報〉	〈過去の商店街レポートURL〉
島本町商業協同組合 島本センター	所在地：島本町 最寄駅：阪急京都線水無瀬駅すぐ 店舗数：23店	大阪府／デジタルも！アナログも！ハイブリッド抽選会で！C Tに追い風＜モデル創出事業＞(R6.3.8) 大阪府／情報発信 デジタル化で地域結ぶ＜モデル創出事業＞(R5.12.6) ほか
〈事業名〉	〈過去の取り組み〉	
デジタルとアナログのハイブリッド対応による、広報強化とにぎわいづくり	■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〉

- 商店街で年数回行われていた抽選会に、LINE等のデジタルツールを取り入れ、商店街全体のデジタル対応力の向上をはかった。さらにSNS活用で地域の新たな顧客獲得につなげた。商店街内の空きスペースを利用し、地域交流の場としてワークショップを開催するなどの取り組みを行った。

〈課題・現状〉	〈取り組み内容〉	〈成果〉
①ICT活用を取り入れて商店街の活性化を図りたい ・ICT活用の立ち遅れ ・高齢の方が多いので急激なデジタル化は困難 ・商店街の魅力を広範囲かつ若年層へ発信したい ・商店街の認知度を上げたい	■WEBマーケティングによるSNS情報発信強化 ・新規顧客開拓のため、公式LINEとInstagramを開設。投稿に対する反応が良く来客につながりそうな層を分析し、重点的に広告実施。 ■ICT活用の基盤づくり（デジタルとアナログのハイブリッド対応） ・抽選会にて、従来の紙の抽選券に加え、商店街公式LINEの友だち登録者を対象にデジタル抽選券も追加発行。 ・さらにLINEを活用し、商店街共通の割引券を発行。LINEに不慣れな店舗も多いため、まずはデジタル活用に意欲がある店舗に個別に操作方法を指導。 ・常連客にもデジタルに不慣れな方が多いため、その店舗で説明を受けながら紙の割引券に引き換えられるようにした。すると、割引券を引き換えた人の大半がそのままその店舗で買い物をした。	・広告配信やデジタル抽選券導入により、抽選会参加者数は、過去の抽選会の約2倍に増加。新規来街者増加につながった。 ・デジタル活用に挑戦した店舗の売上げ向上を見た他店舗が、「意外と操作難くなさそうだし、自分も挑戦してみよう」と考え、「やってみる輪」が広がった。 ・約2カ月でLINE友だち登録は約580名、Instagramフォロワーは約500名まで増加。 ・府事業終了後のR6年4月にも、公式LINE友だち登録者に100円券を発行。現在の友だち登録は840名に増加(R6年12月現在)
②空きスペースを活用し地域交流を強化したい ・買い物以外でも商店街に来てほしい ・空きスペースを活用したい	■ワークショップ実施と予約システム構築 ・抽選会の景品の一つとして、商店街店舗によるワークショップ教室（フラワーアレンジメントやしめ縄づくり等）を空きスペースにて実施。店主と地域住民の交流の機会を設けた。申込用に予約システムを構築した。	・府事業終了後のR6年9月には、商店街内の空き店舗を利用し、「催事スペース兼休憩所」を整備。催事がない時は休憩所として開放しており、地域のコミュニティスペースとして活用を進めている。

〈商店街のコメント〉

- 従来の広報は、新聞折り込み、情報共有は回覧板、イベントの抽選会は補助券を配布するという昔ながらの手法でした。急にデジタル化にしても混乱を生むだけで長続きはしません。今回は、アナログ部分を残して補助的・互助的にデジタルを導入。デジタル化へのアレルギーを少なくし、デジタル導入するための土壌を整備しました。広報は公式LINEを導入、抽選会は既存の抽選券に加えてデジタル抽選券を導入。各店舗には負担をかけず、デジタルになじめるよう工夫をしました。その結果、店主や利用者からは、「実際に活用してみると簡単」との声が多く寄せられ、90歳のお客様がデジタル抽選券を使用してくれたことが感動しました。デジタルを導入していく基盤づくりができたので、アナログとデジタルの利点を活かし、時代の変化に順応していける強い商店街をめざしていきます。

〈写真〉	〈連携・協力〉
 R5年度イベントチラシ	■主催：島本町商業協同組合 島本センター
 R5年度抽選会の景品ワークショップの様子	〈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/shimamoto_center/ ■島本町商業協同組合 島本センター Instagram https://www.instagram.com/shimacen/
 R6年9月にオープンした「催事スペース兼、休憩所」	