

課題別に解決！

商店街活性化

に向けた

ヒント集

課題別に解決！ 大阪市商店街活性化に向けたヒント集

大阪市の活力、地域住民の暮らしを支えてきた商店街。最盛期に比べると減少したとはいえ、約460ある商店街数は全国有数。商店街は大阪市民にとって身近な存在です。それぞれの地域で、まちを支え、まちと共に発展し、そして、時を経て、まちと共に変化してきました。

しかし、今、にぎわいを失ったり、今後の活動に向けて課題を抱えている商店街があります。社会が多様化する中、課題も一様ではありません。

そこで、大阪市経済戦略局では、地域商業活性化推進事業により、課題解決に向け積極的に取り組む市内各所の商店街を支援をしました。

商店街の抱える課題

- 課題を抱えているが、商店街として共通の目標や将来のあり方が不透明
- イベントが商店街の売上げにつながっていない
- 商店街周辺の変化に対して、対応できていない

- 会員の高齢化、減少等により運営体制が脆弱
- 飲食店等新規出店店舗が商店街活動に積極的でない
- 役員の負担が大きい

- 少子高齢化、人口減少等に伴い地域の元気がない

- 顧客が高齢化、固定化している
- 近隣にファミリー層が増えているものの、顧客として取り込めていない

- 商店街の知名度、認知度が低い、個性がない
- 商店街らしさやにぎわい、一体感がない

- 店舗数が減少し、衰退傾向が顕著で、新規出店の期待がもてない
- 商店街周辺には新しい店舗ができるものの、商店街内に新しい店舗が出店しない
- 空き店舗が多いが、オーナーが貸しに出さないので店舗を増やせない

- アーケードや街路灯など商店街の共同施設が老朽化しているが、建替えや撤去等のための費用が不足している。
- 共同施設の長期的な維持管理計画がない

- 本冊子は、① 市内の商店街の現状や課題に応じた、「共感が得られる」もの
② 課題解決策が具体的に記載された、「必要な」もの
③ インパクトがあり、ビジュアルで、平易な、「わかりやすい」もの

の3点に留意して、同様の課題を抱える各商店街の活動のヒントになればととりまとめたものです。商店街は、単にものを買う消費だけの場所ではありません。そこには、地域の暮らしがあり、歴史があり、未来がある、地域の拠点です。ぜひ、この冊子を手し、地域団体やお客さま、そして広く地域で暮らす方々と話しあい、今後の商店街活動を考えるきっかけにしてください。

対応策

→ 対応策 1. 活性化の目標と戦略	1
→ 対応策 2. 運営体制の強化.....	4
→ 対応策 3. 地域との連携	7
→ 対応策 4. 広報と地域資源の活用	10
→ 対応策 5. 空き店舗の活用.....	13
→ 対応策 6. 共同施設の再整備.....	16
● 取組商店街①（聖天通商店街振興組合）	19
● 取組商店街②（九条新道駅前商店街振興組合）	20
● 取組商店街③（出来島商店会）	21
● 取組商店街④（城北商店街）	22
● 取組商店街⑤（城東商店街振興組合）	23
● 取組商店街⑥（あびこ道商店街振興組合）	24

活性化の目標と戦略

スーパー、ショッピングセンター、百貨店、ネット販売。消費行動が、ますます多様化する中、みなさんの商店街は誰をターゲットに何をどのように売りますか？

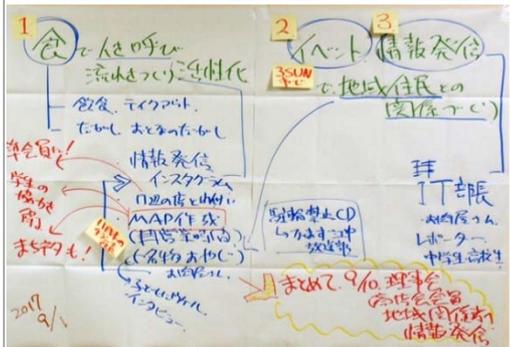
活性化をめざすには、課題に対して、目標と戦略を定め、一緒になって取り組むことが不可欠です。内外から共感が得られる目標のもと、まとめ、取り組む商店街があります。



城東商店街活性化に向けた取組方針
2018年11月

キャッチフレーズ **Let's Go QAM04 今！糧が来る！ 城東商店街**
かもん！がもよん 今！糧が来る！ 城東商店街

1. 地域を支える仲間とつながって、地域住民には商店街のファンになってもらい、商店街、そして、地域全体を元気にします。
 - ① 隣接する城東中央商店街やがもよん地区のプロジェクトと、競合する両地域の協力を得て、地域一帯をひとつで、城東商店街、そして、誰もが自覚する商店街の活性化に取組めます。
 - ② 活性化に向けた組織を地域住民に知ってもらい、住民に商店街のファンになってもらい、住民の暮らしを支え、住民に支えられる商店街をめざします。
2. イベントや情報発信で地域住民とのつながりを強め、広めます。
 - ① 夏の夜店、「城東 35IN 市」などのこれまでのイベントでの地域でのつながりを強め、アーケードを活用し、コンサートや若い車の発表の場にするなど地域住民との関係をさらに強めます。
 - ② 商店街には情報発信や IT 部門を設置し、中継的な役割を担い、インスタグラムや Facebook、マップなどで情報発信します。情報は子どもにわかる内容にするために、名刺やおしぼりにインタジェスチャーして、店主の顔が見えるものに、マップには店舗の営業時間やまちの景観などを掲載します。
 - ③ マップは基本サイトに配布するものに盛り込み、徐々に内容を更新します。
3. 食で人を呼び、商店街に新たな人の流れをつくり出す。
 - ① 飲食、テイクアウト、ただし、昼さんなど全ある商店街と周辺の食の魅力を整理して発信します。
 - ② 協力可能な周辺店舗には、商店街の準会員とってもらうなどして、食を通じた商店街内外のネットワークをつります。
 - ③ 食の魅力を発信のめあては、空き店舗に飲食店やおとなの店が、昼さんを誘います。
4. オーナーや地域を支える仲間の協力のもと空き店舗に個性的な店舗を誘致します。
 - ① 商店街周辺に出店需要がある魅力的な店舗を、オーナーや時、ふんにぎらいプロジェクトなどの協力のもと商店街の空き店舗に誘致します。
5. アーケードの維持等今後の商店街のあり方について検討します。
 - ① アーケードの老朽化に伴い、今後の商店街のあり方を考え、アーケードのあり方について検討し、商店街らしく、安心で安全なお買い物の空間形成をめざします。



地域のキーパーソンからのアドバイスをもとに、話しあいを重ね、活性化の目標と戦略を明文化

城東商店街 地域のキーパーソンとの意見交換会

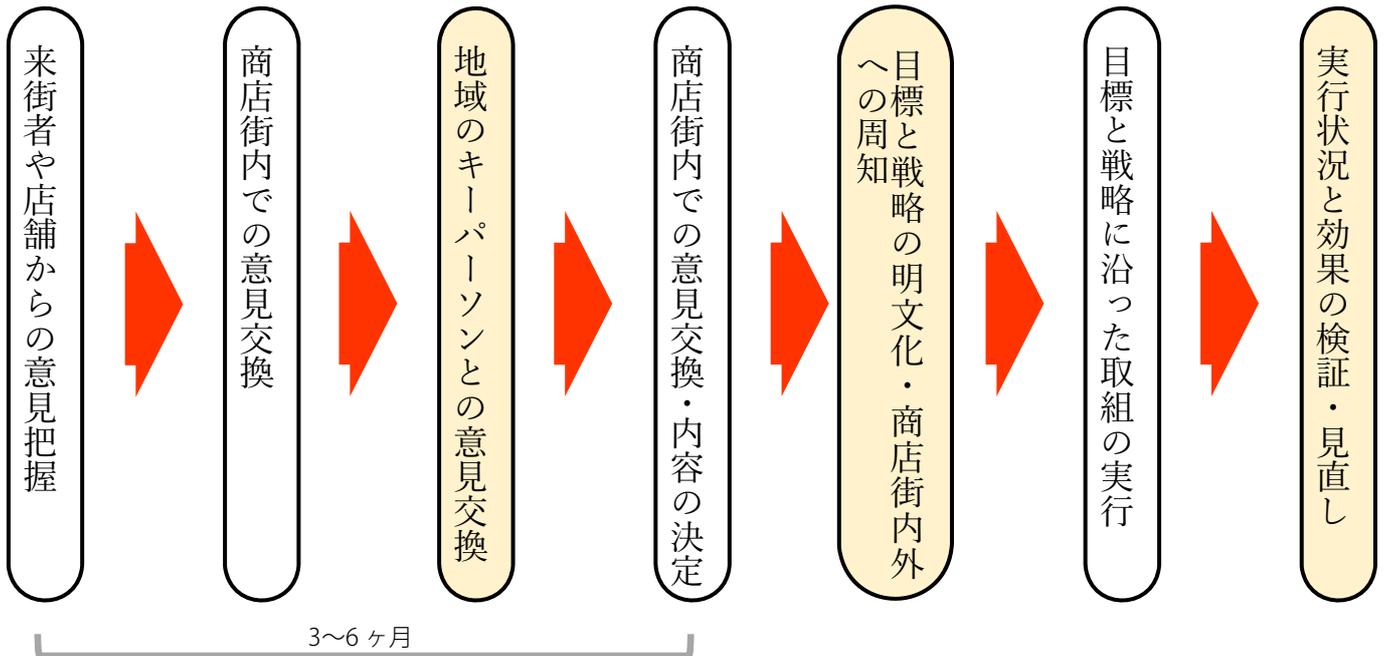
課題

- 課題を抱えているが、商店街として**共通の目標や将来のあり方が不透明**
- イベントが商店街の**売上げにつながっていない**
- 商店街周辺の**環境の変化に対して、対応できていない**

ヒント

1. 会員や来街者へのアンケートやインタビューで各店舗の**想いを集める！**
→ **目標づくりは、コミュニケーションのきっかけになります。** 会員・来街者とのコミュニケーションにはアンケートやインタビュー、メール、SNS などひと工夫が必要です
2. 気軽な意見交換の場を設け**商店街共通の目標を決める！**
→ 会員が集まりにくいようであれば、**昼の部、夜の部、懇親会を兼ねながら…**など、意見交換の日時、場所は、参加者のニーズにあわせましょう
3. デザインやイベントなどにより、**目標を内外に向けて見える化する！**
→ **目標づくりは、商店街の内部をまとめ、外部に対して取組をPRし、ブランド価値を高める効果があります。** ただし、知ってもらわなければ意味がありません。目標の見える化には、**ロゴやのぼりなどのデザイン**やイベントでの打ち出し方がポイントです

取組手順と目標と戦略の例



商店街名	目標と戦略
聖天通商店街振興組合（福島区）	聖天さんの表参道 聖天通商店街
九条新道駅前商店街振興組合（西区）	「おもてなし商店街」 2.0 に向けて
出来島商店会（西淀川区）	地域の人々に愛され、親しみやすく、インターナショナルな商店街
城北商店街（旭区）	3 商店街と地域が連携して、地域と商店街を活性化する
城東商店街振興組合（城東区）	かもん！がもよん 今！福が来る！ 城東商店街
あびこ道商店街振興組合（住吉区）	お店がつながり、地域とつながる一体感のある商店街をめざして

目標づくりは商店街の見つめ直し

「絵に描いたもち」では活性化しません。活性化には「計画」と「実行」の両輪が不可欠で、それには、商店街の会員が意欲的になることのできる目標が必要です。関係者の意見を集め、**みんなが賛同できる目標**をつくり、掲げ、取り組みましょう。

目標づくりは、商店街の現状や取組を素直に見つめ直し、お客さん、住民、そして、店主の意見を集め、まちの変化やデータを確認しながら進めます。

キャッチフレーズは「聖天さんの表参道」

聖天通商店街（福島区）の課題は、商店街の一体感がないことでした。どうすれば商店街がまとまることのできるのか。商店街のメンバー**だれもが共有できる目標**がほしい、**わかりやすいシンボル**がほしい。そこで、各店舗にアンケート、ヒアリングを行い、意見交換してこれだと決まったのが「聖天さんの表参道」。「みんな聖天さん（聖天了徳院）のお膝元で商売してると

聖天通商店街活性化に向けた取組方針
聖天さんの表参道 聖天通商店街
2019年3月

- 聖天さんと連携したイベントで商店街がまとまり、知ってもらいます。
 - 二大イベントを中心に、商店街の知名度を高めます。
夏の恒例イベント「ザ★夜市」と冬の新しいイベント「だいこん祭り」で、地域での知名度と商店街の一体感を高め、「聖天さんの表参道」の商店街として知名度を高めます。
 - イベントを通じて一体感のある商店街としてまとまります。／イベントには多数の店舗が参加し、アイデアを出し合い、互いの店舗を紹介しあうことで、一体感のある商店街としてまとまります。
- 「聖天さんの表参道」として賑わい感のある街並みを演出します。
 - 商店街の連続性、一体感、賑わい感を演出します。／連続性を演出する万灯籠や聖天さんとの一体感をバツと説明できるだいこんのモニュメント、だいこんの顔出しパネルなどのしかけで、商店街の連続性や一体感、賑わい感を演出します。
- 来街者や近隣住民への情報発信を強化します。
 - のぼり、ポスター、Facebook などでイベントを盛り上げ、集客につなげます。／イベント時には、告知情報やイベントのテーマと聖天さんの関わり、各店での取組み内容をわかりやすく伝え、盛り上がり集客につなげます。のぼりやポスターは、商店街全体と駅などに掲示し、期待感を演出します。
 - 公式ホームページと Facebook でインターネットでの情報発信を強化します。／Facebook「大好き！聖天通商店街」を公式化し、公式ホームページや各店舗のホームページ、Facebook との連携性を高め、商店街としてのインターネットでの情報発信力を高めます。会員のニーズに応じて Facebook 勉強会なども企画します。
 - 広報紙の発行／聖天さんと聖天通商店街の「イマ！」を届けるフリーペーパー「聖天通（タグショー・テンドオリ）」を季節ごとに発行し、聖天さん、聖天通商店街、年間行事予定、新規出店店舗などを紹介し、商店街の旬な情報を幅広い層へお届けします。
- 聖天さん界限での魅力あるまちのイメージを形成し、発信します。
 - 多様な店舗が集まった商店街をめざします。／飲食店に偏ることなく、できるだけ多様な店舗が集まった商店街をめざします。
 - 商店街の外部とも連携して集積イメージを発信します。／周辺店舗や隣接する商店街、地域団体や行政、学校、そして、賑わいや地域づくりに関わるさまざまな団体と連携して、聖天さん界限一帯に魅力的な店舗が集積したエリアイメージを発信します。
- 体制づくり
 - 負担感なく商店街活動を展開する運営体制を築きます。／新旧の店舗が参加し、みんなで楽しく、いっしょに運営する一体感のある商店街をめざして、運営体制を整えます。

「意識がなんとなくあったからね。」とは、夏のかき氷、冬のたこ焼きが子どもたちに人気のお好み焼き店を営む理事の中野さんのつぶやき。



聖天了徳院

だいこん祭りののぼり

聖天通商店街では、この**キャッチフレーズ**のもと、全国にたくさんある聖天さんをお祀りする寺社で行われていることから、**だいこん祭りを企画**し、のぼりやパンフレットをつくり、さらに、これらのツールを活かして、商店街と聖天さんのことを年に数回紹介する広報紙を発行することにしました。お客さんの間で、聖天さんや新店舗が話題になることがねらいです。「実は、だいこん祭りのアイデアは以前から温めていたんです。」は、商店街きってのアイデアマンで自らだいこんの着ぐるみを着てマスコミの取材にも対応する理事の北村さん。だいこんが、古くから聖天さんのお供え物とされてきたことにちなんだアイデアです。他にも、だいこんの着ぐるみで子どもたちを盛り上げ、つぎは、大根飴をつくろう、たくさんの神様を奉った聖天さんにちなんだイベントを企画しようとアイデアがつかまません。まさに、「**聖天さんと連携したイベントで商店街がまとまり、知ってもらいます。**」との活性化に向けた方針のとおり、聖天さんという地域資源のもと、商店街がまとまりました。



着ぐるみをまとってのマスコミ対応

インターナショナルをめざした段階的な取組

出来島商店会（西淀川区）の目標は、「**地域の人々に愛され、親しみやすく、インターナショナルな商店街**」
①知ってもらおう！ ②つながってもらおう！ ③買ってもらおう！ との3つの方針のもと、10の計画からなる具体的な活性化計画を掲げています。

はじめに取り組んだのは、**知ってもらうための商店街の新たなネーミングづくり**。インターナショナルというキーワードと外国人の子どもたちへの学習教室

「きらきら」とを組み合わせた「**インターナショナル 出来島きら☆きら通り**」は、他にはないこの商店街らしいものとなりました。つぎに、このネーミングを知ってもらうために、のぼりやチラシ、パンフレット、そして、街路灯のバナーとして掲げようということになり、商店街らしい**ロゴマークを公募サイトを利用して、全国から募集**しました。



公募で選定された商店街ロゴデザイン

出来島商店会の新しい名称「**インターナショナル 出来島きら☆きら通り**」とロゴマークは、心づかいやおもてなしの気持ちを大切に、明るくてにぎやかな、地域密着の商店街をめざしていきたいという思いを込めて、地域のみなさまの協力を得ながら、商店街のみんなでつくりました。

より一層、地域の人々に愛され親しみやすい、そして、インターナショナルな商店街をめざします。チームワークのよい、出来島商店会の想いです。

「おもてなし商店街」2.0 へ向けて

夏は涼しげな水色、冬は暖かな黄色。2色ののぼりに「**お・も・て・な・し**」と掲げて、九条新道駅前商店街振興組合（西区）では、商店街により親んでもらうために、「**おもてなし商店街**」とのキャッチフレーズのもと、いろいろな販促イベントに取り組んできましたが、役員のイベント疲れが課題となっていました。そこで、イベントが**より一層の地域連携につながり、商店街の売上げ増、そして、役員の負担減にもつながる**ようにと内容を見直し、目標も「**おもてなし商店街 2.0**」とバージョンアップをめざしました。



キャッチフレーズ「お・も・て・な・し」をのぼりでPR

運営体制の強化

商店街の組織活動は店舗の集積効果を高めるために大切です。

ただ、店舗数の減少や店主の高齢化、多忙化が進む中、運営体制が整わない商店街が増えています。飲食店の参加、隣接する商店街や地域団体との連携などによる運営体制の強化に取り組む商店街を紹介します。

商店街
の連携

飲食店
の参加

高校生
の協力

地域
の協力



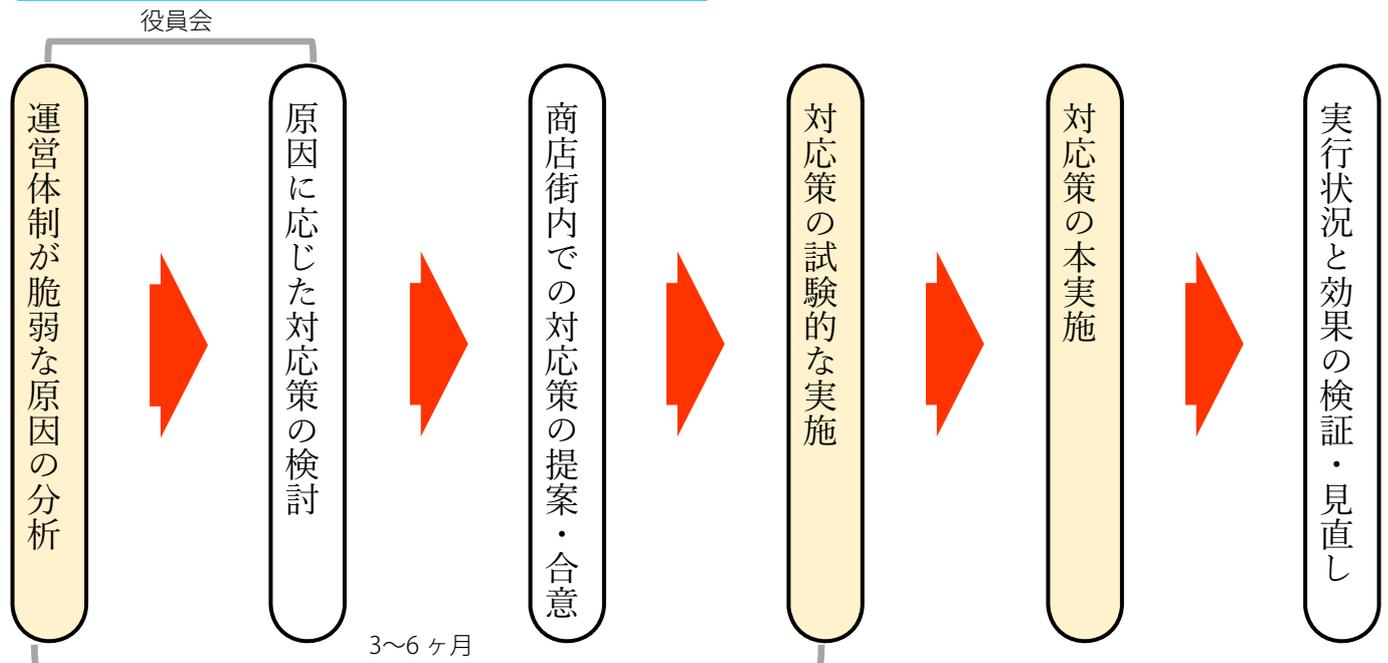
課題

- 会員店舗の高齢化、減少等により、運営体制が脆弱
- 飲食店等新規出店店舗が商店街活動に積極的ではない
- 役員の負担が大きい

ヒント

1. 商店街会員の協力を得る
 - 会員それぞれの業種等によって、参加しやすさ、得手不得手があります。対話を通じて、それぞれがやりやすい方法で参加できるように工夫しましょう
2. 複数の商店街で協力する
 - たいへんなのはどの商店街も同じ。ならば、互いに協力しましょう
3. 地域で活動する多様な団体と連携する
 - 商店街も地域の一員です。さまざまなグループがまちを良くしようとそれぞれに取り組んでいます。目的の重なりあう部分を確認しながら、可能なところは協力して、地域全体で連携しましょう

取組手順と対応例



商店街名	運営体制の強化例
聖天通商店街振興組合（福島区）	飲食店のニーズに沿ったイベントの企画と実行委員会の開催、会合の開催時間帯の変更（平日夜間から平日の午後に変更）
九条新道駅前商店街振興組合（西区）	イベント時の地域団体や高校からの協力強化、SNS（LINE）を活用した役員の情報共有、事務員の雇用検討
出来島商店会（西淀川区）	地域のイベントと同時開催
城北商店街（旭区）	3商店街の合同会議の開催、地域団体が立上げた新組織に商店街内外の意欲的な店舗が参画を図る
城東商店街振興組合（城東区）	イベントや空き店舗へのテナント誘致等でまちづくり組織と連携
あびこ道商店街振興組合（住吉区）	地域団体等が参画したイベント実行委員会を組織し作業を分担

飲食店の参加はイベントから

飲食店が増加する商店街が増えていきます。飲食店の中には、夜遅くまで営業しているところも多く、理事会などの会合を平日の夜間に設定している商店街では、飲食店が会合に参加できないといった、**飲食店の商店街活動への参加が課題**となっています。

聖天通商店街（福島区）では、年々飲食店が増える中、役員が固定化、高齢化し、飲食店の商店街活動への参加が課題となっていました。そこで、**飲食店が参加しやすいイベントを企画し、実行委員会を飲食店の午後の休憩時間に実施**しました。これらの取組を通じて、飲食店と役員とのコミュニケーションが豊かになり、この商店街の夏の名物イベント「ザ☆夜市」では、飲食店の協力が進み、通常営業をする傍らで、子ども



ザ・夜市

やファミリー層向けに、店頭でテイクアウトできる食べ物を積極的に販売するようになりました。

3つの商店街で協力する

かつて、多数の店舗が集まり、商店街が組織された市内の要所の中には、**交通網の変化などで店舗数が減少**しているところがあります。

旭区赤川三丁目の交差点付近に位置する城北商店街は、駐車場を備えたロードサイド型の店舗は増えているものの、**商店街の会員が減少し、会合を開いても参加者が集まらないことが課題**でした。

そこで、取り組んだのが、**複数の商店街が集まった合同会議**です。付近に位置する**3つの商店街が毎月集まり、地域と連携したイベントなどの活性化策を話しあうとともに、気軽な意見交換を定期的に行うようになり**ました。イベントの成功を経て、その後は、外部からもパン屋さんや生鮮食料品店が出店する日替わりマーケットを開催しています。



3つの商店街の連携から地域と連携したイベントの開催へ

地域団体との連携強化

九条新道駅前商店街振興組合（西区）では、夏の夜市など長年取り組んできたイベントに加えて、近年では、ハロウィンのイベントなどに取り組み、近隣住民から好評を得ています。しかし、**年々イベントの数が増える一方、役員が高齢化し、負担感が高まっていることが課題**でした。

そこで取り組んだのは、**イベントの削減と体制の強化**です。まず、春に開催していたイベントを取りやめるなど、思い切って**イベントを夏の夜市と秋のハロウィンにしぼり込み**ました。そして、これまでも協力を得ていた近隣の高校や学童保育所などに依頼し、イベ

ントの準備、当日の運営にこれまで以上の協力を得ました。**ポイントは、それまで商店街が行ってきた地域貢献にもとづく信頼関係**。地域のために、子どもたちのためにと、毎年取り組んできた姿勢が評価され、商店街の外部のメンバーが、イベントを楽しむだけでなく、一緒になって運営するようになったのです。



高校生の協力のもと開催されたハロウィンイベント

地域全体で連携

「**地域を支える仲間とつながって、地域住民には商店街のファンになってもらい、商店街、そして、地域全体を元気にします。**」これは、城東商店街（城東区）で1番目に掲げられた活性化方針。

城東商店街では、最大のイベント「夏の土曜夜市」、2カ月に1回程度開催している「城東3SUN市」、「ハロウィン」やその他飲食イベントなど多くのイベントにさまざまな組織と連携して取り組んでいます。**連携先は、子ども会、学童保育所、城東区社会福祉協議会、まちづくり組織など**など。ねらいは、**商店街だけでなく、蒲生4丁目界隈全体を元気にすること、キーワードは「つながる」**です。



土曜夜市



城東3SUN市に出演する地元小学生アイドルグループGM4'S

地域との連携

まちを賑やかにしたいのは商店街だけではありません。イベントなどに地域団体といっしょになって取り組み、みんなでまちを元気にしましょう。



知って
もらう

城東商店街 土曜夜市

一緒に
取り組む

城北校下地域活動協議会
にぎわい祭り・物産展

みんなが
参加

ちん電 あびこ道商店街にぎわい祭り

みんな
楽しむ

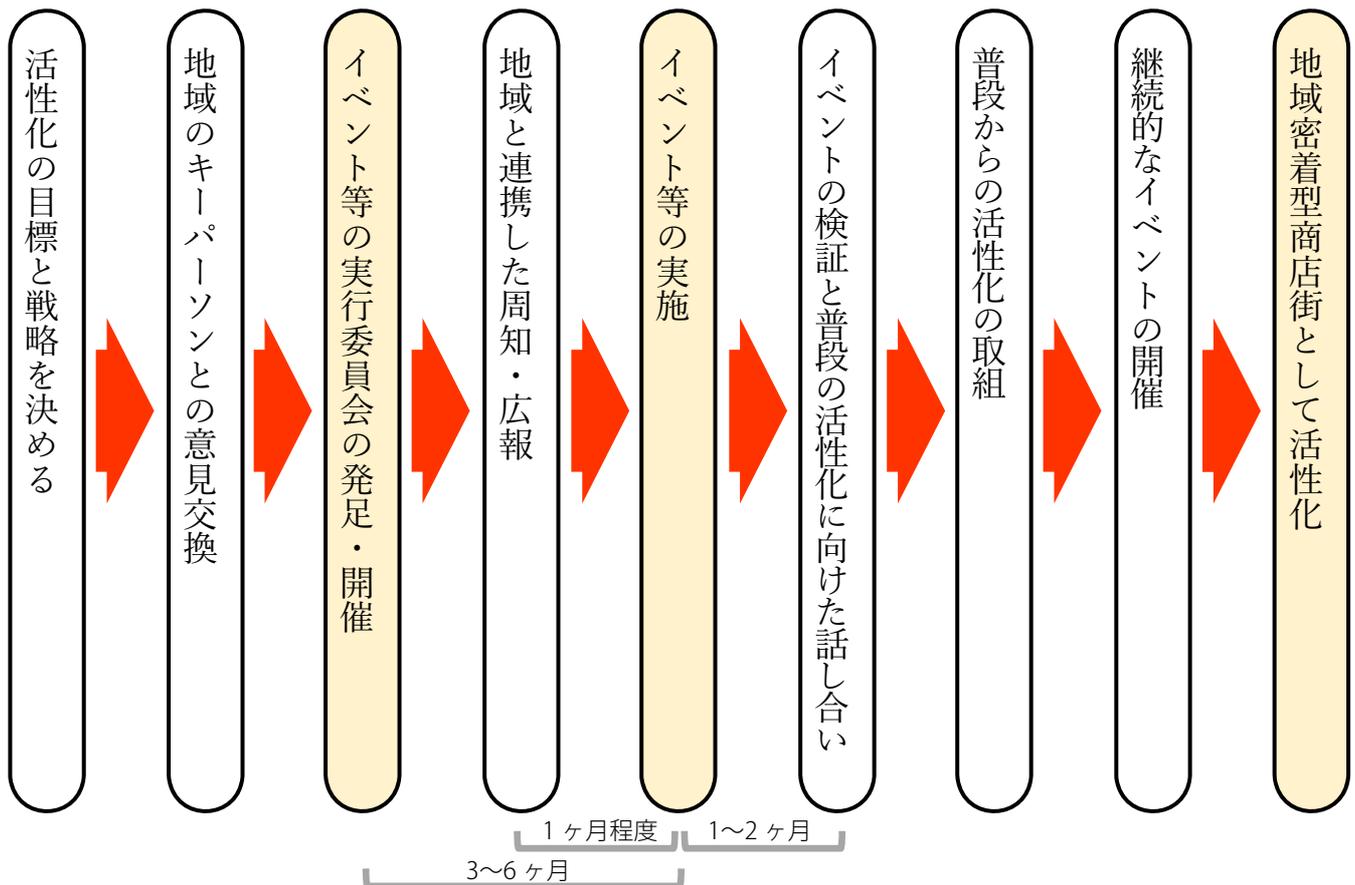
課題

- 会員の高齢化、減少等により運営体制が脆弱
- 飲食店等新規出店店舗が商店街活動に積極的でない
- 役員の負担が大きい
- 少子高齢化、人口減少等に伴い地域の元気がない

ヒント

1. 地域団体、ファミリー層のキーパーソンからアドバイスをもらう！
→ 大切なのは、商店街が本気で取り組む姿勢を見せること。
2. 商店街と地域がともに活性化することを目的としたイベントを行う！
→ 大切なのは、イベントを単発で終わらせず継続することです。地域と役割を分担し、**役員に過度に負担が集中しない取組としましょう**
3. 実行委員会を組織し、商店街の活性化に継続的に取り組む体制をつくる！
→ 大切なのは、機運の持続と向上。**意欲的かつ問題解決能力の高いキーパーソンを中心に実行委員会を組織し、イベントだけでなく、商店街の活性化や地域の課題解決について前向きに話し合うことができる場をつくりましょう**

取組手順



城東商店街 土曜夜市

7月の第一、第二土曜日の夕方。どこからともなく、商店街に集まる子どもたち。夜の7時ごろになるとアーケードの下は、子どもたちでいっぱい、身動きが取れなくなります。城東商店街の夏の風物詩、「城東商店街 土曜夜市」です。

近年、商店街周辺は工場跡などにマンションが建設され、人口が増えています。そのため、平日の商店街の人通りも増えていますが、「かつてのにぎわいにはほど遠いんです」とは、理事長の塚田博美さん。課題は、この土曜夜市を楽しみにやってくる子どもの親御さん、ファミリー層をいかにして商店街に引き込むかでした。

そこで、行ったのが、毎年、夜市を手伝ってもらっている**子ども会や学童保育のメンバーとの意見交換会**。

空き店舗への飲食店の誘致やアーケードを活かした地域の人のダンス披露イベント、大人の夜市の実施など積極的な意見をたくさんいただき、すべてのことに取り組んだ結果、徐々に人通りが増えました。うれしかったのは、「**商店街が本気で取り組むなら手伝うよ**」との地域で人気の音楽教室を営む男性のことは。商店

街の周辺は「がもよん」として知られ、商店街の周辺はオシャレな飲食店が増えているエリアですが、地域の方も気さくな商店街のにぎわいに期待していて、そのため力を貸していただけることがわかりました。



左ののぼりは、「**まずは、商店街を知ってもらうことが大切。ファミリー世代の親御さんは、平日は仕事が忙しく、スーパーで足早に買い物してしまうんです**」学童保育を運営するお母さんからの助言を受けて、商店街ががんばっていることを知ってもらおうと制作したものです。

ちん電 あびこ道商店街にぎわい祭り

真剣な表情でけん玉を披露する子どもたちと暖かく見守る観客のみなさん。住吉区の「ちん電 あびこ道商店街」です。商店街の名前に「ちん電」と冠する阪堺電車我孫子道駅のすぐ前にある商店街です。

秋のイベント「にぎわい祭り」の時は、**商店街の各店に加えて、清水丘地域活動協議会、学童クラブや子ども会、老人会、阪堺電車、それに個人の出店者も**

加わり、商店街は大いに盛り上がります。でも、普段は、シャッターが連なりさびしい雰囲気。「にぎわい祭り」は、そんな雰囲気を変え、地域の方と一緒に商店街を盛り上げようと2016年にスタートした**地域の雰囲気を変える活性化イベント**です。



年々、協力者が増え、ステージでの出し物の披露など、商店街を舞台にみんなが「一緒に楽しむ」機会になっています。企画は、夏頃から**2~3回、実行委員会を重ね**、プログラム、出店場所を調整。「今年のアンケートで、子ども向けの手軽な食べ物がないとの意見がありました、どうにかできないでしょうか」との意見に、「じゃ、豚汁と大判焼きに、ラーメンと綿菓子も追加しましょう」とノウハウを存分に提供してくれるのは学童クラブの男性陣。頼りになるのは遠くのプロではなく、身近な地域団体。商店街の課題だったファミリー層が利用するきっかけとなり、「**イベントの後は、お客さんが増えて売上げも増えてます**」とは、おにぎり屋さんを営む理事長の前田洋一さん。

普段のにぎわいづくりには、まだまだ課題がありますが、住吉区まちづくりセンターのサポートも受け、小学校での盆踊りを盛り上げるために協力してほしいと地域から相談を受けるようにもなりました。阪堺電車とも連携して作成したのぼりを掲げるなど、期待感が高まっています。



阪堺電車の協力のもと「商店街ミュージアム化構想」を発表



店舗内での阪堺電車にまつわるパネル展示

城北校下地域活動協議会 にぎわい祭り・物産展

新駅ができることを祝し、恒例のイベントにあわせて行われた**テープカット**。メンバーは、**赤三商栄会、赤川商店会、城北商店街の会長、そして、城北校下地域活動協議会会長、イベントの実行委員長、旭区長**。

かつて、市電の駅があった頃は大いににぎわっていた商店街でしたが、徐々ににぎわいが区東部の京阪沿線へ。バスが通る大通り沿いにはスーパーやチェーン店が連なり賑わってはいるものの、一本内側に入った商店街の中心部には元気がありません。

まずは赤川三丁目交差点付近の3つの商店街で、活性化委員会を立ち上げ、毎月、話しあいを重ねました。また、同じく**地域を盛り上げたいと考えていた城北校下地域活動協議会と連携**し、イベントを実施することになりました。

3回目となった2018年の「にぎわい祭り・物産展」は大成功。主催を商店街から地域に変更し、**商店街からだけではなく、商店街周辺の人気店や近隣で人気の移動販売車にも出店**してもらったことでイベントが盛大になりました。婦人部の豚汁に人が集まり、踊りや地車を楽しみながら、地域住民が長時間買い物を楽しむ、本格的な活性化に向けて理想のシーンが実現しました。

イベント前の打合せでは「各店舗と地域の方の協力を得るのが大変で…」と地域密着型の電気屋さんを営む城北商店街理事長の上月信介さんの心配をよそに、地域のアイデアマンの男性と地車祭りを支える人気の喫茶店の女性は、「**細かいこと言うてやんと、みんなで盛り上げたらええねん**」と企画を具体化。城北校下地域活動協議会会長のアイデアと丁寧な調整で、地域活動協議会の中に城北地域活性会という新たな構成団体をつくり、地域と商店街が一体となって活性化に取り組む体制が整いました。



広報と地域資源の活用

商店街を利用してもらうには、知ってもらう、覚えてもらうことが大切。
あなたの商店街をひと言で説明できますか？特徴を捉えて、まとめ、打ち出し、知ってもらい、使ってもらう。そんな商店街の取組を紹介します。

新名称
でPR



神社

イベント
でPR

広報誌

ホテル

インターナショナル出来島きら★きら通り (出来島商店会)

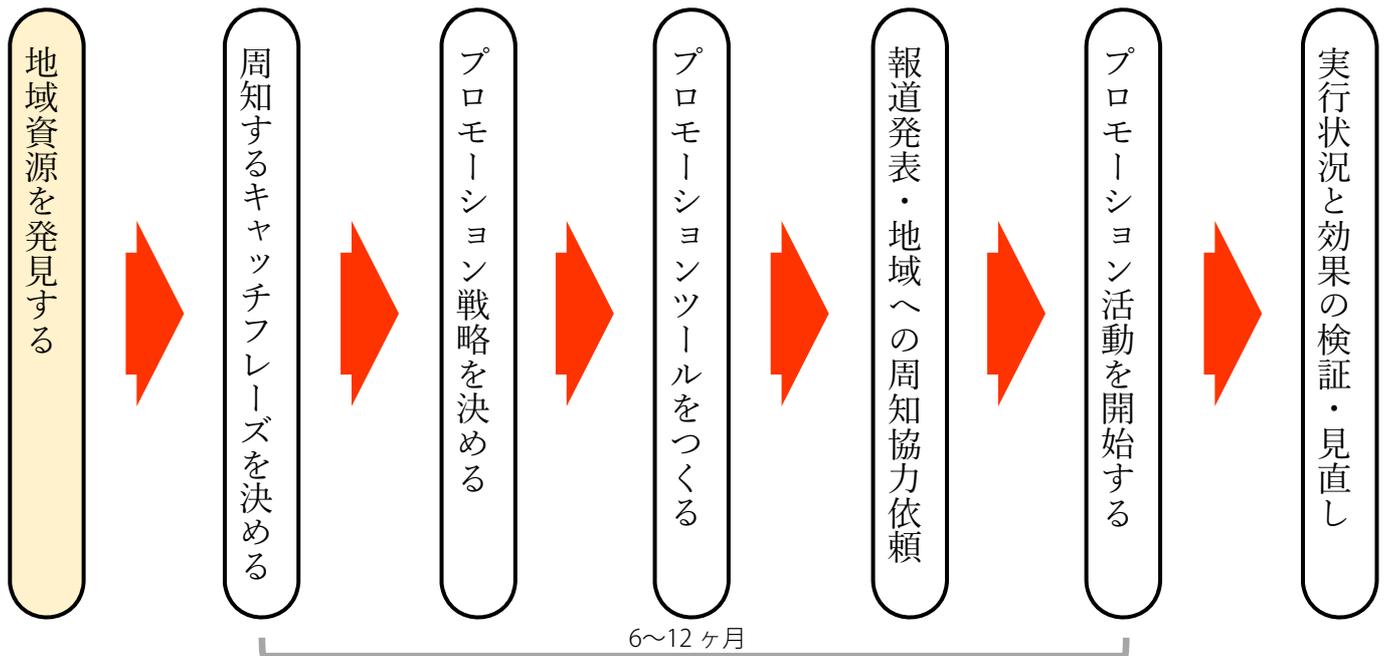
課題

- 顧客が高齢化、固定化している
- 近隣にファミリー層が増えているものの、顧客として取り込めていない
- 商店街の知名度、認知度が低い、個性がない
- 商店街らしさやにぎわい、一体感がない

ヒント

1. ターゲット層に対して、**グループインタビュー**を実施し、本音を聞く！
→ 本音で話してくれる**地域のキーパーソン**に協力してもらう
2. **SNS (Facebook、LINE、Instagram)** は店舗がつながり、顧客とつながる囲い込みツール！
→ **地域情報サイト**や発信力、影響力のある**キーパーソン**とつながることで、店舗情報、商店街情報が広がります
3. 知名度アップにはわかりやすい**キーワード**と**プロモーション**が大切
→ 商店街の知名度をあげるには、商店街内外にある**地域資源**を再発見し、地域の中で共有し、発信することが効果的です。具体的には「**気軽な雰囲気**の企画会議や反省会など」で**キーワード**を共有し、「**イベント**や**のぼり**などの**プロモーション**」で発信します。

取組手順と地域資源の活用例



商店街名	地域資源の活用例
聖天通商店街振興組合（福島区）	「聖天さん（福島聖天了徳院）」と関連する「だいこん祭り」など
出来島商店会（西淀川区）	「インターナショナル」と商店街の通称への活用、ロゴ・のぼり・バナーの制作、ワールドフェスタの開催など
城北商店街（旭区）	新駅「城北公園通駅」の開業と「日吉神社の地車」など
あびこ道商店街振興組合（住吉区）	「阪堺電車」と商店街の通称への活用、「ミュージアム化構想」など

城東商店街 Facebook はじめました

城東商店街（城東区）の周辺では、新たなマンション建設がつづき、ファミリー層、児童が増えています。城東商店街の新たなターゲットは、これら**ファミリー層**。まず、行ったのは、買い物に来てほしい**ファミリー層との意見交換会**。そこで明らかになった課題は、「商店街を知ってもらうこと」。アイデアは、イベントやのぼりを使った周知とITを活用した情報発信。**城東商店街公式 Facebook の立ち上げ**がその場で決まりました。

商店街の中にPR部会を設け、商店街公式 Facebook の運用をスタート。FacebookなどSNSを広めるには、仲間（友達）を増やすことが不可欠なため、商店街で**Facebook 勉強会を開催し、各店舗の Facebook ページが立ち上がり、SNSでの情報発信の輪**が広がりました。



聖天通商店街 だいこん祭りでPR

聖天通商店街（福島区）の課題は、常連客のいる店舗など魅力的な店舗は多いのですが、「今日はどの店に行こうかな?」とお客さんにいろいろなお店を利用してもらうという買い回り行動が少なく、**商店街としての知名度が低いこと**でした。そこで、考えられたのが「聖天通商店街だいこん祭り」。「**聖天さんの表参道**

食べて参ろう聖天だいこん」というキャッチフレーズのもと、飲食店を巻き込もうと商店街のシンボルである聖天さん（聖天了徳院）を活用したプロモーションイベントです。

商店街に隣接して立地する聖天さん（聖天了徳院）でご祈祷を受けただいこんを商店街の飲食店に配り、各店舗が事前に考案しただいこんを使ったメニューを提供してもらうというものです。イベント初日には、だいこん炊きを振る舞い、子どもたちのダンスイベントなども組みあわせて機運を高めました。

「だいこんメニュー何にしようかな～って、お互いに話しあって、楽しいよ」とは、商店街の理事で、居酒屋を営む女性店主の武田さん。持ち前の明るさで、企画段階からイベントを盛り上げたキーパーソンです。2017年に初めて開催し、好感触を得つつも、反省会では、「だいこん祭りが知られてなかった」「なぜ、だいこんなんかわからんとお客さんに言われ、ランチの忙しいときには説明できなかった」など周知面に課題が残ったため、翌年には、商店街に掲げるのぼりと来街者に配るパンフレットを準備し、報道発表も行いました。おかげで、マスコミ（テレビ、新聞）にも取り上げられ、参加者が増えました。

報道関係者 各位 プレスリリース	平成 30年 11月 2日 聖天通商店街振興組合
<p>グルメの街福島の老舗商店街でご利益タッパーの「聖天だいこん」を食べ歩くグルメイベントを開催</p> <p>平成 30年 11月 17日から 12月 1日までの 15日間、福島区鷺洲の聖天通商店街において、グルメイベント第 2回「だいこん祭り」を開催します。</p> <p>イベント参加の 11店舗には期間中、商店街とご縁のある聖天了徳院でご祈祷いただいた、ご利益タッパーの「聖天だいこん」を料理の材料として使用してもらっています。</p> <p>参加店はいずれもグルメの街・福島で生き残ってきた実力派のお店ばかりです。</p>	
<p>記 第二回だいこん祭り</p> <p>日時 平成 30年 11月 17日～12月 1日（時間は各店舗によります）</p> <p>場所 聖天通商店街（大阪市福島区鷺洲、最寄り駅 JR 大阪環状線 福島駅）</p> <p>参加店舗数 11 店舗</p> <p>関連イベント 聖天だいこん ご祈祷 11月 17日 9:00～ 聖天了徳院にて 聖天だいこん 試食会 11月 17日 14:00～ 聖天通商店街にて 聖天だいこんの煮物のふるまい、だいこんクイズ、バザー、キッズダンスなど</p> <p>連絡先 聖天通商店街振興組合（大阪府大阪市福島区鷺洲 2丁目）</p>	

報道発表（プレスリリース）資料

ポイントは、拠点型のイベントには参加しにくい飲食店でも自店で販売することで負担を少なくしたことと、前回のイベント後の反省会や企画会議で集めた意見を活かしたことで、主体的な参加につながったことの 2 点です。「物販店も含めた全店舗が参加できるイベントにしたい」との意見もあり、今後は、飲食店以外にも参加できるようにさらにイベントを工夫しようと話

しあいが活発になっています。



インターナショナル出来島きら★きら通り 出来島商店会 新名称で PR

出来島商店会（西淀川区）もインパクトのあるキャッチフレーズとイベントで商店街を周知しています。

キーワードは「インターナショナル」。商店街の周りには、臨海部近くの工場で働く外国にルーツをもつ住民が多く住んでいます。また、2018年の秋には USJ の利用客をターゲットにホテルがオープンし、日常的にから外国人が多いため、インターナショナルな雰囲気とインターナショナルなサービスを商店街のウリにしています。

インターナショナルな雰囲気づくりは、のぼりや街路灯に設置したバナーで、インターナショナルなサービスは多言語のパンフレット、多国籍のグルメガイドや指さしシートで取り組んでいます。ホテルのフロントに設置されたグルメガイドを見て訪れた観光客が壁に貼られた多言語メニューを指さし、注文する姿が商店街の当たり前の風景になってきました。

「一緒に商店街を盛り上げましょう」と、ホテル出店時に商店街への加入、活動協力を運営者に丁寧に説明した会長の小西さんのアクションが商店街の活性化に結びつきました。



飲食店等に設置された多言語メニュー（左）、ホテル等に設置したグルメガイド（右）

空き店舗の活用

「お店がもっとほしい」「魅力的な店舗がほしい」お客さまから商店街へ多数寄せられる意見です。空き店舗のオーナーや外部の団体の協力のもと、空き店舗の活用に成功した、戦略的な商店街の取組をご紹介します。

飲食店



カフェ



古民家活用



食料品



生鮮



生鮮 + 飲食



スーパー



日替市



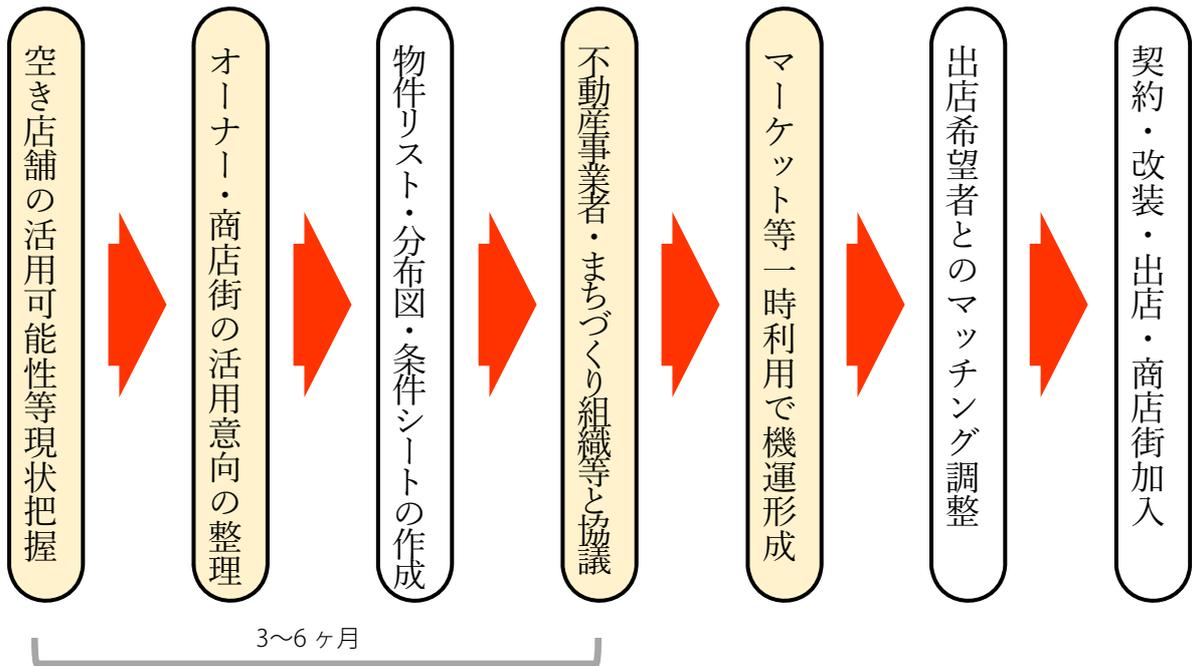
課題

- 店舗数が減少し、衰退傾向が顕著で、新規出店の期待がもてない
- 商店街周辺には新しい店舗ができるものの、**商店街内に新しい店舗が出店しない**
- 空き店舗は多いが、オーナーが貸しに出さないので**店舗を増やせない**

ヒント

1. **出店したくなる商店街づくり**
→ にぎわい感づくりなどを通じた**機運づくり**が大切です
2. **店舗誘致を得意とする外部組織**との連携
→ 店舗誘致には、出店希望者とのネットワークを持つまちづくり組織など**外部組織の協力を得ることが有効**です
3. **マーケットでの需要喚起**
→ イベントには人は来るが空き店舗への出店が進まない場合、まずは、空き店舗活用につながる**小さなイベント「マーケット」で出店需要を喚起**しましょう

取組手順と対応例



商店街名	空き店舗活用例
城北商店街（旭区）	空き店舗への本格出店に向けて日替りマーケットを開催
城東商店街振興組合（城東区）	空き店舗へのテナント誘致をまちづくり組織に依頼
あびこ道商店街振興組合（住吉区）	売却物件の購入者とテナント誘致に向けて連携

出店したくするか、連れてくるか

空き店舗に新たな出店を得るには、2つの方法があります。ひとつは、商業者がその商店街に**出店したくなるような雰囲気をつくること**。もうひとつは、ねらいを定めて**店舗を外部から連れてきて空き店舗にマッチングすること**。

理想は両方に取り組むことですが、商店街が継続して賑わうようになるには、前者は必須です。

出店したくなる商店街づくり

聖天通商店街（福島区）、出来島商店会（西淀川区）、城東商店街（城東区）、これらの商店街では、2年間の活性化に向けた取組の中で、商店街やその周辺に新たに**出店した、店舗が増えました**。聖天通商店街では、飲食店やパン屋さん、八百屋さんなどが、出来島商店会では、スーパーや居酒屋さん、外国人観光客をターゲットにしたホテルなどが、城東商店街では、鮮魚店や雑貨店、飲食店、有名な焼き肉店などが、それ

ぞれ出店しました。

要因はいろいろ考えられますが、**イベントやのぼり、パンフレットなどを通じたにぎわい感のある雰囲気づくり**が一定の効果を発揮したことは確かです。



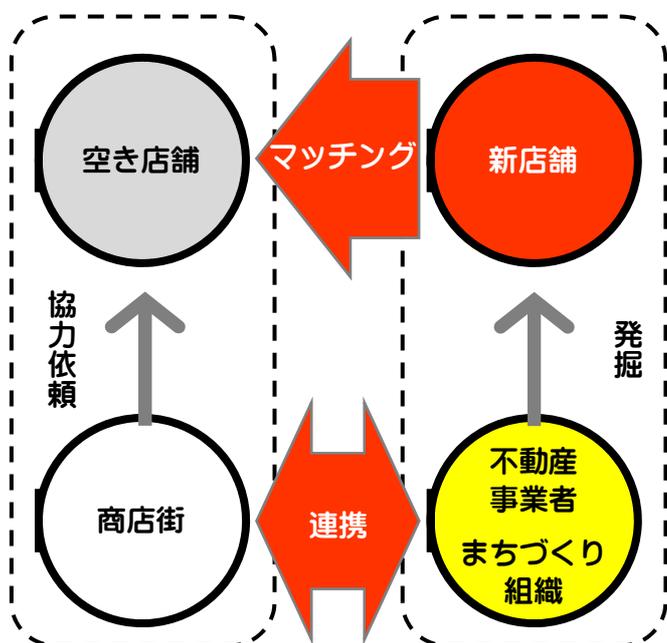
テナント誘致は外部組織と連携

城東商店街周辺の蒲生4丁目地区では古民家や長屋住宅などに飲食店などを誘致してまちを活性化する「がもよんにぎわいプロジェクト」が進められ、話題となっています。商店街周辺の長屋住宅にも、中華料理店やおでん屋さん、和食店が相次いで開業し、商店街の中にも古民家の風情を活かした焼き肉店が開業しました。

かねてから、イベント開催などで「がもよんにぎわいプロジェクト」と連携している城東商店街では、**商店街内の空き店舗の活用についても連携し、飲食店などの誘致を進めています。**

商店街側では、物置などとして使われ、長く空き店舗として放置してあった物件のオーナーと折衝し、活用に向けて協力を得るとともに、地域事情にも精通し、出店希望者のニーズを把握している「がもよんにぎわいプロジェクト」にテナント誘致の協力を要請しています。

貸し手側、借り手側と**連携し、役割分担した空き店舗対策**に取り組んでいます。



マーケットでの需要喚起

地域の協力のもと「にぎわい祭り・物産展」を開催し、**イベントでのにぎわいづくりには成功しても、日常的なにぎわいづくりまでには至らないことが課題**である城北商店街(旭区)。大通り沿道には、多店舗展開する飲食店が新規出店するなど店舗が増えていますが、一本入った商店街中心部では、空き店舗がめだっています。

空き店舗にテナントを誘致したいところですが、人通りが少なく、テナント側のリスクを考えると簡単には勧められません。人通りを増やすなど出店したくなる商店街づくりが必要でした。

そこで取り組んだのが、**イベント時のにぎわいを小規模でも持続させるためのチャレンジ**です。

この間、継続的に実施してきた来街者インタビュー調査では、「パン屋さんがほしい」という意見が多かったこともあり、少し離れた位置で多店舗展開しているパン屋さんに協力してもらえないかと声をかけました。他にも、イベント時に協力してもらった移動販売車や三重県からやってくる鮮魚店、区内の別の商店街で営む花屋さん、商店街の近くで長年営業する八百屋さんなどの協力を得て、「日替り市」というマーケットを開催することになりました。少しずつ普段の人の流れをつくり、徐々に知名度をあげ、人通りを増やすことで、**空き店舗への本格出店につなげよう**というのがねらいです。



大規模なイベントから毎日のイベント、そして空き店舗活用へ

共同施設の再整備

アーケード、街路灯、カラー舗装、これら商店街の共同施設は、商店街に華やかさや一体感をもたらします。しかし、維持、管理には多額の費用が必要で、計画的な維持管理を怠ると、商店街活動の重荷にもなりかねません。大切なのは、共同施設を商店街の目標を達成するための資源として位置づけ、無理のない事業計画のもと管理すること。

「らしさ」をもたらす共同施設の再整備に取り組む商店街を紹介します。

アーケード



街路灯

インターナショナル出来島きら★きら通り
(出来島商店会)

城東商店街

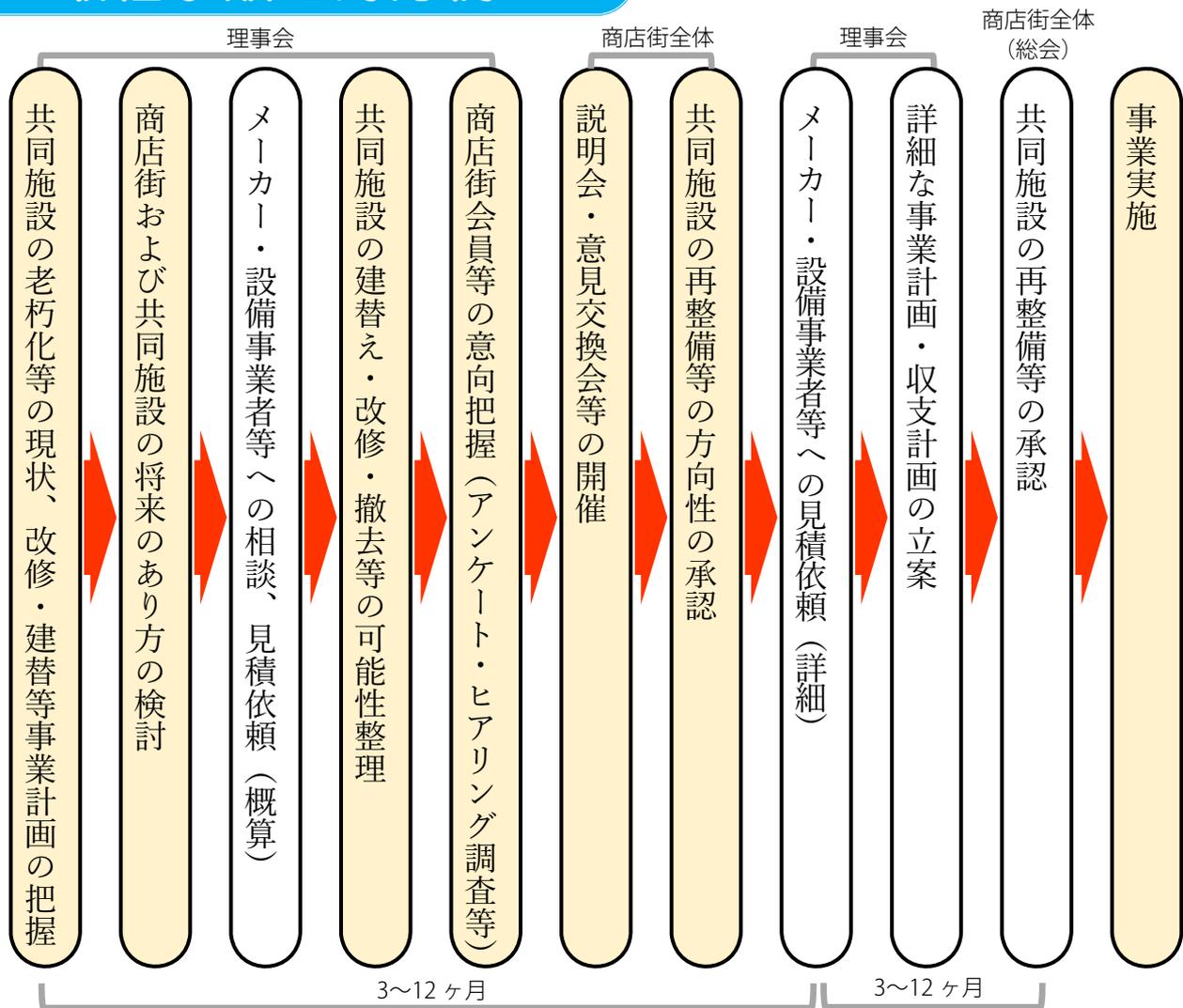
課題

- アーケードや街路灯など商店街の共同施設が老朽化しているが、建替えや撤去等の費用が不足している
- 共同施設の長期的な維持管理計画がない

ヒント

1. アーケードや街路灯など共同施設の現状について、**まず確認!**
→ 設備の現状や**老朽化、寿命**について、**専門の設備事業者などに相談**する
2. さまざまな可能性を考慮し、**広く検討**する。**意思決定**は会員の意見をふまえて、**慎重、かつ段階的に!**
→ 共同施設のあり方には、事業面、費用面、デザイン面でさまざまな可能性があります。**商店街の将来をどう考えるのか、そのために共同施設はどうあるべきか、どのような効果が期待でき、どの程度の負担が必要となるのか、**広く、慎重かつ段階的に、気軽な意見交換会などを交えて進めましょう

取組手順と対応例



街路灯の再整備



街路灯メーカーを招いたデザイン検討

西淀川区の出来島駅前位置する出来島商店会では、街路灯の老朽化が課題となっていました。ただ、再整備には、1灯あたり50万円以上必要との試算もあり、規模の小さな商店街としては、いっそのこと撤去してしまおうかとの方向で意見がまとまりかけていました。そのことを、地域団体（出来島地域活動協議会）に相談したところ、「駅前が暗くなるのでぜひ残してほしい」と反対する意見があがりました。「地域の人々に愛され、親しみやすく、インターナショナルな商店街」とのキャッチフレーズを掲げる商店街としては、なんとかせざるを得ません。そこから、再整備に向けた検討が始まりました。

検討は、①事業（収支）計画、②デザイン計画、③広告看板調整の順で進みました。

事業（収支）計画では、複数の街路灯メーカーから費用（初期費用、管理費用）の見積提案を受け、商店街の自己資金や広告収入をふまえた採算性を検討しました。このとき、よかったのは、単に街路灯に関する収支だけの検討に留まらず、会費収入や販促費など商店街の収支全体を見直したことで、**商店街の長期的な事業計画（経営計画）を立てることができたこと**です。

つぎのデザイン計画では、街路灯の整備にあわせて行うバナーや広告用看板は既製品を活用することでコスト低減を図りつつ、また一体的にデザインするこ

とで、商店街らしさを PR することを意識しました。

最後が、広告用看板の調整です。商店街自体の PR は主にバナーで行い、自照式看板は個店の PR に活用することで広告費を徴収し、街路灯の維持管理費に充当することにしました。広告費は、採算性をシミュレーションした上で、看板主となる店舗の意向と調整して設定されました。

アーケードの維持管理

2018 年 6 月に発生した大阪府北部地震や 9 月に上陸した平成 30 年 (2018 年) 台風 21 号では、市内の複数の商店街でアーケードに被害が生じました。これをきっかけに高まったのが、**アーケードの安全面への不安**です。

昭和 30 年代から 40 年代ごろは、景気がよく、商店街が最も賑わっていた時期で、多くの商店街でアーケードが整備されました。今、これらのアーケードは整備から 50 年以上経過し、建替えや大規模な改修が必要な時期を迎えています。

昭和 61 年 (1986 年) 頃大規模改修を行ったあびこ道商店街振興組合 (住吉区)、昭和 40 年 (1965 年) にアーケードを整備した城東商店街振興組合 (城東区) の両商店街では、ともに**台風 21 号で被害を受けたこともあり、アーケードの長期的なあり方についての検討が進められています**。



大切なのは、**商店街として、無理なく経営をつづけられる事業計画を組み立て、その中に、しっかりとアーケードのあり方を位置づけること**です。いずれの商店街でも費用面の問題がなければ、アーケードを建替え、新しくしたいとの意向ですが、十分な費用の蓄えがなく、**①建替え、②大規模改修、③撤去、という3つの選択肢の中で、商店街内での話し合いを進めている**ところです。

まずは、①理事会としてのいくつかの可能性の検討、つぎに、②理事会から商店街全体の意向把握、③説明会・意見交換、④理事会での事業計画・収支計画の立案、⑤総会で共同施設の再整備等の承認、という流れとなります。アーケードの有無、会費の増額の有無は商店街全体にとっても、各店舗にとってもとても大きな問題です。両商店街では、建替え、大規模改修、撤去についてそれぞれの先行事例も学びながら、時間をかけて、慎重に検討を進めています。

共同施設の無理のない維持管理

アーケードや街路灯など、商店街の共同施設の維持管理は、身近な例に例えると分譲マンションに似ています。分譲マンションでは、毎月、各区分所有者から日常の管理費と長期修繕積立金の二種類の費用をあわせて徴収し、10~20 年ごとに大規模改修を行います。商店街の場合も、毎月の電気代やメンテナンス費用とあわせて、長期的な改修、そして建替え、撤去のための費用を積み立てる必要があります。これらの決め事は、アーケードなど共同施設を整備した当初に決めないと、後々、不良資産化し、商店街の経営を圧迫することになります。現時点で、**長期的な維持管理の計画がない商店街については、できるだけ、早く、計画を組み立ててください**。



取組商店街 ①

聖天通商店街振興組合 福島区



「聖天さんの表参道 聖天通商店街」とのキャッチフレーズのもと、新規イベント「だいこん祭り」の開催を通じて、課題だった飲食店を商店街活動に巻き込むことに成功。地域資源「聖天さん（聖天了徳院）」を全面に掲げたことで、商店街の一体感とブランドイメージの形成気運が高まり、ネット媒体と連動したフリーペーパーの発行で積極的プロモーション活動を展開する。

■ 商店街の基礎情報

所在地：大阪市福島区鷺洲 2-9-14 / 最寄駅：JR 福島駅

構成店舗数：88（小売業飲食料品、小売業衣服・身の回り品店、飲食業、サービス業等）

会員数：88

通行量：3,702人/日（8時間、平日・休日平均、自転車含む）

■ 当初の課題

- ・ 周辺はファミリー層を中心に人口が増えているが、商店街に取り込めていない。
- ・ 店舗集積が減少し、空き店舗、仕舞屋化。
- ・ 店主の高齢化、賃貸化による商店街運営への参加者の減少。役員の固定化・長期化。
- ・ 飲食店等新規出店店舗の商店街活動への参加が少ない。
- ・ 地域資源である聖天さん（聖天了徳院）と連携できていない。
- ・ 飲食店は多いが、物販店舗が少ない。
- ・ 隣接商店街（福島聖天通商店街）と連携できていない。

■ 取組経過

- ・ 飲食店の商店街活動への参加を促すために、飲食店が参加しやすいイベントとして、冬の「だいこん祭り」を企画。夏の「ザ☆夜市」とあわせて商店街の2大イベントとなり、飲食店が自らだいこんを用いたメニューを考案するなど主体的に参加。
- ・ 「聖天さんの表参道 聖天通商店街」とのキャッチフレーズを掲げ、地域資源である「聖天さん」と「聖天さん」にまつわる「だいこん」をキーワードに商店街の一体感を高め、ブランドイメージを形成。
- ・ 「だいこん祭り」に際して、プロモーションツールとして、「食べて参ろう 聖天だいこん」とのフレーズを掲げたのぼりとパンフレットを制作。
- ・ その後、パンフレットは、新店舗の紹介等も行う季刊のフリーペーパーに発展。
- ・ 商店街内外に、カフェ、八百屋、クレープ店、パン屋、カレー店等が新たに开店し、繁華街から少し離れた、聖天さんの表参道の落ち着いた雰囲気のある商店街としてブランドイメージが形成されつつある。

■ 主な関連ページ

- ・ 2p~3p、5p、11p~12p



聖天さん（聖天了徳院）



ザ☆夜市



だいこん祭り



取組商店街 ②

九条新道駅前商店街振興組合

西区

役員の固定化、高齢化の解消に向けて、イベントのしぼり込み等再編、イベント時等の地域連携、事務局設置等による役員の負担軽減の3点をテーマに取り組み、イベントの縮充、地域連携の強化を達成。役員の負担軽減は、隣接商店街との連携強化により取り組んだ。



九条新道駅前商店街

■ 商店街の基礎情報

所在地：大阪市西区九条2-9-7 / 最寄駅：大阪メトロ九条駅

構成店舗数：38（小売業飲食料品、小売業衣服・身の回り品店、飲食業、サービス業等）

会員数：36

通行量：5,106人/日（8時間、平日・休日平均、自転車含む）



九条新道駅前商店街



夜店チラシ



夜店当日のようす



「ハロウィンでおもてなし」ハロウィンイベント

■ 当初の課題

- 商店街の運営体制、事務局体制が弱く、役員の負担が大きい。
- 商店街役員の高齢化、商店街団体内の組織が脆弱。
- 多数実施しているイベントの精査、効果的な事業への再編、地域との連携による負担軽減。
- 商店街として持続可能なイベント等の範囲の明確化。
- 隣接する商店街との連携。
- 交通の便が良いので、若い消費者はミナミやキタの繁華街で買い物を済ませます。また近辺（大阪ドームなど）に大型商業施設が進出し、その影響も大きい。

■ 取組経過

- 負担が課題になっていたイベントをしぼり込み、夏の夜店、秋のハロウィンを中心に再編。
- 近隣の高校や学童保育所等の協力のもと、イベントでの商店街内外の協力体制を強化。
- イベントのしぼり込みにより生み出した予算を活用し、役員の負担軽減に向けて事務局設置、事務員雇用に向けて検討。

■ 主な関連ページ

- 3p、6p

九条新道駅前商店街
(キララ九条)
事務員パート
募集

九条新道駅前商店街でのお仕事です
商店街のお仕事一緒にしませんか？

応募資格	18歳以上（主婦大歓迎！）※パソコン操作ができる方
業務内容	会計事務・イベント補助・チラシ等広報作成・HP、Facebook等の管理・運営・その他事務作業
勤務地	九条新道駅前商店街 商店街事務所
時間	10:00～18:00の間で5～6時間 (週2～3回、月10日程度)時間・勤務日応相談
給与	時給 950円

お気軽にお問い合わせ下さい！

九条新道駅前商店街 応募先

TEL: 06-6644-1111

事務員パート募集チラシ案

出来島商店会 西淀川区



外国人にルーツを持つ住民が多く、インターナショナルという地域特性を活かして、商店街の通称を新たに定めた上で、ロゴ、のぼり、バナーをデザインし、商店街の認知度が高まった。地域や区役所との緊密な連携のもと、インターナショナルなイベントで盛り上がるまちにホテルやスーパー、飲食店が新規出店した。また、費用負担面で課題だった街路灯の再整備を実現したことで、商店街の一体感が高まった。

■ 商店街の基礎情報

所在地：大阪市西淀川区出来島 1-13-2 / 最寄駅：阪神電鉄出来島駅

構成店舗数：43 (小売業飲食料品、小売業衣服・身の回り品店、飲食業、サービス業等)

会員数：43

通行量：2,812人/日 (8時間、平日・休日平均、自転車含む)

■ 当初の課題

- 店舗が少なく、分散していて、「商店街らしさ」や「一体感」がない。
- 商店街の知名度が低い。
- 老朽化に伴う街路灯の再整備が必要。

■ 取組経過

- 商店街の知名度増、求心力増をめざして、「インターナショナルな商店街」とのコンセプトを定め、①「インターナショナル 出来島きら☆きら通り」との新名称の制定、②公募でのロゴマークのデザイン、③パンフレット、のぼり、Tシャツ等のプロモーションツールの制作、④街路灯の再整備を進めた。
- 街路灯の再整備にあたって、商店街の収支構造を見直し、中長期的に継続可能な運営計画を立てた。
- 新たに出店した楽天グループによる特区民泊施設には外国人観光客向けグルメガイド、飲食店等には多言語メニューをそれぞれ設置した。同時に、個店の発信力強化に向けてFacebook勉強会を開催。
- NPO等多様な団体との連携のもと実施しているインターナショナルをテーマとした初夏、秋の2大イベントは、集客力のある地域団体のイベントとの同時開催とし、負担を軽減するとともに、地域との連携を強化した。
- イベントの運営、外国人の暮らしの支援など多様な取組は、地域活動協議会、NPO団体と連携することで、商店街の活性化と地域の活性化を相互に補完しあう強固な関係を構築することができた。なお、多様な連携には、区役所や区商連の積極的な支援を得ている。

■ 主な関連ページ

- 3p、10p、12p、14p、16p、17p～18p



Facebook勉強会



インターナショナル出来島きら☆きらフェスティバル

グルメガイド

取組商店街 ④

城北商店街 旭区



城北商店街

3つの商店街が連携して活性化に取り組む体制を形成した上で、商店街の有志と地域が連携し、新駅駅名決定の機運も活かして地域密着型のイベントに成功した。高まった気運のもと、日常のにぎわいづくりに向けて、日替り市に取り組む。

■ 商店街の基礎情報

所在地：大阪市旭区赤川4丁目1-3／最寄駅：赤川3丁目バス停

構成店舗数：76（小売業飲食料品、小売業衣服・身の回り品店、飲食業、サービス業等）

会員数：63 ※ 構成店舗数、会員数は、城北商店街、赤三商栄会、赤川商店街の合計値。

通行量：1,190人／日（8時間、平日・休日平均、自転車含む）

■ 当初の課題

- 商店街内は空き店舗や仕舞屋が多く、城北公園通沿いにある業務スーパーがなければ、商店街で商品がそろわない。
- 近隣住民や店主が高齢化している。
- 城北公園通り沿いのチェーン店はにぎわっているが、商店街内は人通りが少ない。

■ 取組経過

- 3商店街で商店街活性化委員会を組織し、毎月の会合で活性化に向けて協議。
- 各商店街と地域が課題を共有し、「地域の価値を高めることが、商店街の価値を高める」との理念のもと、地域と連携したイベント（にぎわい祭・物産展）を継続して開催。2018年には、地域組織の中に商店街有志が集まる受け皿組織を形成し、商店街外からも意欲的な店舗が参加。2,500名集客し、内外から好評を得た。
- 空き店舗活用に向けて、まずは、通行量増など需要を喚起するために、生鮮3品や食料品を中心とした「日替り市」を開催。

■ 主な関連ページ

- 6p、9p、15p



3商店街の合同会議「商店街活性化委員会」



にぎわい祭・物産展に向けた会議



にぎわい祭・物産展

伊崎と商店街 みんなでまちを元気にしよう！

祝☆新駅
平成31年3月おおさか東線開通
城北公園通駅

城北校下地域活動協議会

11月11日

午前10時～午後3時
※小雨決行

小赤川音頭のパレード
小地車の展示・お囃子
小物産展
小模擬店出し
小売り出し

食べて、買って、遊んで、楽しんで、おもしろい！

※会場にはトイレ、トイレはありません。
※当日、イベント会場は駐車禁止となります。
主催：城北校下地域活動協議会・にぎわい祭実行委員会

にぎわい祭・物産展チラシ

城北商店街 赤三商栄街 OPEN!

日替り市

商店街では生鮮食料品やパンなどのお店が日替りでお出しています！

月	干物・漬物 伊勢屋 野菜 山本青果店 肉・惣物 森田精肉店
火	午後10時～11時 午後10時30分～11時 パコ ゆめどーなっつ 花 hana*hana 野菜 山本青果店 肉・惣物 森田精肉店
水	花 hana*hana 野菜 山本青果店 肉・惣物 森田精肉店
木	干物・漬物 伊勢屋 野菜 山本青果店 肉・惣物 森田精肉店
金	花 hana*hana 卵・食品 昭栄鶏卵 野菜 山本青果店 肉・惣物 森田精肉店
土	花 hana*hana 野菜 山本青果店 肉・惣物 森田精肉店

新出店続々募集中！
お問合せ 新台洋品店 06-6921-7661

日替り市ポスター



日替り市

取組商店街 ⑤

城東商店街振興組合 城東区

ファミリー層の集客に向けてグループインタビュー調査を行い、のぼり、SNS、イベントでのプロモーション活動に取り組んだ。まちづくり組織や外部の専門家との連携のもと、空き店舗への飲食店等の誘致やアーケードの長期的なあり方を検討。



■ 商店街の基礎情報

所在地：大阪市城東区今福西1丁目-11-5／最寄駅：大阪メトロ蒲生四丁目駅

構成店舗数：68（小売業飲食料品、小売業衣服・身の回り品店、飲食業、サービス業等）

会員数：43

通行量：5,358人／日（8時間、平日・休日平均、自転車含む）



■ 当初の課題

- 会員店舗の高齢化や組合員の減少により組織が脆弱化。担い手不足、隣接する商店街や地域と連携ができていない。
- 来街者層の固定化、高齢化が進んでいる。近隣に大規模マンションもあり、ファミリー層は多いが顧客として十分に取り込めていない。新たなターゲット層を狙った情報発信が少ない。
- 空き店舗や仕舞屋が複数あり、商店街周辺への新規出店は多いが、商店街内への出店が少ない。
- 商店街内に放置自転車がが多く安全面で対策が必要。



■ 取組経過

- ファミリー層との意見交換会で周知活動の強化、地域連携イベント、飲食店の誘致等を掲げた活性化計画を策定。
- 商店街にPR部会を組織し、商店街公式Facebookを立ち上げた。店舗向けFacebook勉強会を開催し、個店のFacebookページが立ち上がった。同時に、商店街のキャッチフレーズを定め、のぼりを制作しにぎわい感を演出。
- 自転車対策では、自転車マナー向上を目指した看板を設置するとともに、地元小学生アイドルグループGM4'sによる自転車マナー向上のための街内放送を開始。
- 2年間で焼肉店、焼鳥店、雑貨店、鮮魚店が新規出店。
- イベント開催等を通じて連携しているまちづくり組織の協力のもと、空き店舗への飲食店等の誘致に取り組む。
- 台風で被害が生じたことを契機にアーケードの長期的な維持管理に向けて検討を始めた。



■ 主な関連ページ

- 1p、6p、7p、8p、11p、15p、16p、18p



取組商店街 ⑥

あびこ道商店街振興組合 住吉区

地域との連携を強め、イベントを成功させる。持続的な活性化に向けて、阪堺電車等と連携し、「ちん電 あびこ道商店街」という新名称を設定し、地域資源である「路面電車」を活用した活性化に取り組む。銀行撤退等で体制が脆弱化する中、老朽化したアーケードを含め無理なく継続できる商店街のあり方を模索。



あびこ道商店街

■ 商店街の基礎情報

所在地：大阪市住吉区清水丘 2-33-19／最寄駅：阪堺電車我孫子道駅

構成店舗数：38（小売業飲食料品、小売業衣服・身の回り品店、飲食業、サービス業等）

会員数：33

通行量：2,426人／日（8時間、平日・休日平均、自転車含む）

■ 当初の課題

- 空き店舗や仕舞屋が多く衰退。
- 会員数、担い手が少なく、固定化。商店街活動が停滞。
- 阪堺電車本社と阪堺電車我孫子道駅が商店街に隣接しているが、利用者が多かった銀行が平成30年度中の閉店に向けて営業を縮小。来街者数が減少。
- アーケードが老朽化し、会員数の減少により維持管理が困難。

■ 取組経過

- 2016年からはじまった「あびこ道商店街にぎわい祭り」を、地域や区まちづくりセンター等との連携のもと拡充し、3回目の2018年には約1,500人集客。
- 大阪市立大学小林教授の助言のもと、「商店街ミュージアム化構想」を立案し、阪堺電車と連携。阪堺電車公認のもと、「ちん電あびこ道商店街」の新名称を設定。商店街内に関連するパネルを展示し、学生の協力を得て、ツイッターで情報発信（「ちん電あびこ道商店街応援隊」）。
- 台風の被害および、銀行の閉店を機に、アーケードの撤去に向けて協議。

■ 主な関連ページ

- 7p、8p、9p、15p、16p、18p



あびこ道商店街にぎわい祭り実施に向けた実行委員会



あびこ道商店街にぎわい祭りのぼり・チラシ



あびこ道商店街にぎわい祭り



あびこ道商店街アーケード内部



あびこ道商店街のサインとアーケード

大阪市の商店街支援メニュー

- **商業魅力向上事業**

- 商店街共同施設等整備支援事業(ハード事業)**

- 市内の商店街団体が新たな魅力づくりに向けて、中長期的な観点のもと知恵と工夫を活かして取り組む活性化のためのハード事業に対して、地域経済の振興発展のために支援を行います。

- **あきない伝道師事業**

- ～悩み事をなんでもご相談ください～**

- 市内の商店街団体の課題解決や集客力・販売力等の向上に向けて、SNS 等を活用した情報発信やインバウンド対策等によって商店街団体等の活性化に取り組んでいるキーパーソンや専門家を「あきない伝道師」として派遣します。

- **大阪市商店街メールマガジン**

- 「にぎわい OSAKA 商店街ねっと」**

- 本メールマガジンは毎月初めに商店街関係者に役立つ補助金情報や商店街の成功事例、専門家派遣等の支援情報や、市民の方が商店街を楽しめるようなイベント情報をご案内します。

- **大阪商店街にぎわいキャンペーン**

- 大阪商店街にぎわいキャンペーン実行委員会（構成：大阪市・大阪市商店会総連盟）は、市内各地の商店街で地域の特性を活かし、売上アップにつながるイベント「大阪商店街にぎわいイベント」を連続的に実施し、パンフレットやホームページ等により広く情報発信を行います。

課題別に解決 商店街活性化に向けたヒント集 2019年3月発行

大阪市経済戦略局産業振興部産業振興課（商業担当）

住所：〒559-0034 大阪市住之江区南港北2-1-10 ATCビル オズ棟南館4階

電話：06-6615-3781 ファックス：06-6614-0190

編集 街角企画株式会社
