

平成22年度 商業振興コーディネート事業

## モデル地区:近大前商店会を中心とした長瀬商業集積地

### ポイント

長瀬駅前の大学通りの3商店街が、近畿大学、地域住民、NPO等と協働、連携して地域の賑わいづくりを目指すプロジェクト「劇場通りプロジェクト」を立ち上げた。コーディネーターのもと、ビジョン策定（大学通り商店街グランドデザイン案）と社会実験（CMコンテスト）の企画に取り組んだ。

### [概要]

近鉄長瀬駅から近畿大学までの大学通り商店街を中心とした長瀬商業集積地域が「平成22年度東大阪市モデル地区商業振興コーディネート事業」のモデル地区となった。

商店街が抱える課題として、「住民や大学との関わりが希薄である」、「取り組み体制が長続きしない」、「活動場所が不足している」等の課題があった。

### [効果]

そこで、コーディネーターのもと、「映像」を使って大学通りの魅力を創造・発信し、賑わいづくりを目指す、「劇場通りプロジェクト実行委員会」を結成し、近畿大学、地域住民の方々と連携しながら、地域の賑わいづくりを目指した取組「劇場通りプロジェクト」を進め、プロジェクトの集大成として、商店街のお店と、学生や地域の方々が協働して制作した、お店の商業ムービー（60秒CM）のコンテストを開催（平成23年5月実施）。

一次審査を通過し、最終審査に勝ち残った10作品を発表・審査し、グランプリが決定、また、東日本大震災復興チャリティーイベントや、昔懐かしい長瀬の地域や大学通りの写真展等も同時開催した。

商店街の将来ビジョン「大学通り商店街グランドデザイン案」も策定した。



※CMコンテストは「平成23年度にぎわいづくり事業補助金」の助成を受けて、平成23年5月15日に開催

## モデル地区:花園本町商店会を中心とした花園商業集積地

### ポイント

コーディネーターの支援のもと、今までの100円笑店街のノウハウや経験を活かし、「花園オリジナル」の新たな事業展開を図りながら今後の商店街のあり方を議論した。

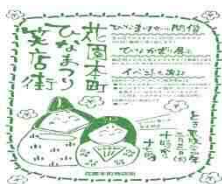
### [概要]

市から派遣されたコーディネーターの支援のもと、チラシのデザイン改訂や個店紹介、商品の見直し、3月のひな祭り笑店街などの社会実験とアンケート調査等を重ねながら、これまでの花園100円笑店街のブラッシュアップを図った。

また、商店街会員への個別ヒアリングや役員会等のコーディネートを通じて商店街が抱える課題と目標の設定、課題解決に向けての活動を行った。

### [効果]

これまで取り組んできた100円笑店街の意義や位置づけなどを商店街として再確認するとともに、「100円笑店街だけでは終わらない新たな一歩を踏み出す」方向性を共有するとともに、今後の商店街運営の基礎を築くことができた。





ポイント

各店の意見の一定共有と、商店街の若手店主の商店街活動への積極的参加。

[概要]

市派遣のコーディネーターによる商店街の各店舗へのヒアリングや来街者アンケートをもとに、小阪商店街の店主ら有志が、これからの商店街のめざすべき方向性について考えた。

[効果]

コーディネーターと共にワークショップにおいて大学の先生や生徒、東大阪こさか JAZZ 実行委員会と商店経営者が話し合いを行ったことで、それぞれの個店の考えを一定共有するとともに、次の世代を担う若手店主が中心となって、まちゼミ開催へとつながった。平成 25 年度から春・秋の年 2 回、店舗や店主の個性を活かしたまちゼミを継続実施している。(毎回 30 講座ほど開催)



## 平成25、26年度 商業振興コーディネート事業 モデル地区：東大阪市金岡商店会

### ポイント

「来て見てびっくり！おおきに！100円笑店街」の開催

### [概要]

東大阪市金岡商店会の発展のため、コンサルタント派遣による「金岡商店会の将来をみんなで考える会」を開催。

### [効果]

月1～2回の意見交換や勉強会、店主ヒアリングを通じた店主の意識共有を行い、商店街と地域の住民との交流のため、100円商店街や商店街の空き店舗を活用した「読み聞かせ会」等を実施。商店街活動を見直すきっかけとなった。



## モデル地区：

## 若江岩田商業集積地、若江岩田きらりプロジェクト

### ポイント

若手店主の発掘と、既存の商店街組織に留まらない、自由な活性化企画の実施運営へつながった。

### [概要]

平成25年度に、岩田本通商店街にて、市の「商店街活性化モニター事業（平成27年度より商業振興コーディネートへ統合）」の調査地区として、商店街活性化モニター調査員4名（市内在住の女性）による調査を実施。モニター調査後の店主とモニター調査員の意見交換の中で、モニター調査員から、「（商店街を知らない）子育て世代にまずは商店街や各個店を知ってもらえるような企画を実施しては」とアドバイスを受けた。

平成26年度には、上述アドバイスに賛同した地域の若手店主が集まって、「きらりプロジェクト」が発足。平成25年度のモニター調査員3名にもサポーターとして係わってもらいながら、「きらりえがお塾（地元子育て施設と連携した商店街と商店PR）」やFB等を活用した情報発信事業を実施。

平成27、28年度は活動体制強化にむけて、「東大阪市商業振興コーディネート事業」のモデル地区となり、商業集積地における推進体制の強化等を進め、平成28年度には単体での企画・運営イベントとなる、「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」を開催。

### [効果]

#### ①きらりえがお塾について

地域の子育て世代に商店を知ってもらい、お店に足を運んでもらうきっかけをつくるため、平成26年9月より、地元の子育て支援施設「きらりっこ」にて、毎月1回、生活に役立つ様々な講座を実施している。

#### ■講座開催例：平成28年10月～平成29年2月実績

開催数等	店名	テーマ
第26回 (10月)	ひらた米穀店	「新米のおいしい炊き方」
第27回 (11月)	東大阪岩田郵便局	「クラフトはがきをつくって送ろう！」
第28回 (12月)	フォト・ピープル	「リースをつくろう！」
第29回 (1月)	ベーカリートレント	「親子で楽しむパン作り体験」
第30回 (2月 ※予定)	さとし食堂	「オムライスに絵かきうたでケチャップお絵描き」

## ■きらりえがお塾の様子



### ②情報発信事業について

#### A) フリーペーパーによる情報発信

きらりプロジェクトのメンバーを中心に、岩田本通商店街振興組合が採択された事業を活用して、商店街や地域を紹介するフリーペーパー（A6 サイズ；A4 の2つ折り）を2回発行（各 1,000 部）した。制作にあたっては、プロジェクト会議でのサポーターの意見も取り入れながら、えがお塾も紹介する内容とした。



#### B) FACEBOOK を活用した情報発信

きらりプロジェクト専用のフェイスブックがメンバーによって立ち上げられ、えがお塾や商店街のイベントの情報を発信。また、各店のフェイスブックもシェアされてお店情報の発信も充実されるようになってきている。



### ③コラボ商品の開発・販売について

商店主の横のつながりができたことで、共同での製品企画等につながっている。

- ・大阪産日本酒を使った酒粕饅頭づくり
- ・父の日ギフトコラボ企画
- ・中元ギフトコラボ企画
- ・20歳の記念パック

など



### ④「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」の開催

若江岩田駅前の行政サービスセンター「希来里（きらり）」内を会場として、当プロジェクトが初めて単体で企画・主催した、「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」を開催。イコーラム内に出店した地元店舗ブースにて子どもたちに職業体験や買い物体験等を楽しんでもらう事で、子どもやその家族に地域店舗の魅力を知ってもらい、お店のファンづくりや若江岩田地区全体の盛り上げりに努めた。イベント開催前からJ：COM東大阪や東大阪経済新聞、週刊ひがしおおさか等、地域情報を発信する各メディアに取り上げられたこともあり、プロジェクトの名前や活動内容、各個店の知名度向上につながった。

また、イベントをきっかけに店舗に足を運んだ消費者（新規顧客）が複数いたことが、事業効果検証アンケート等を通じて、各店より報告されており、モチベーションの向上につながっている。

（「若江岩田きらり商店街～ぼくもわたしもお店屋さん」概要）

- ◎開催日時　：平成28年7月3日（日）10～14時
- ◎開催場所　：希来里6階イコーラム
- ◎対象　　　：5歳～12歳程度の子どもと、その家族
- ◎来場者実績：約600名

上述の活動によって、プロジェクト加盟店舗間の顧客ミックス、協力団体およびプロジェクト加盟者の増加、地域の教育機関とのつながり、地域メディア等との連携といった効果もうまれている。