

# 大阪から商店街復活を目指して ～商店街の見直しと活性化策を考察～

2025.1.19

追手門学院大学 地域創造学部地域創造学科

藤原直樹ゼミ「商店街」チーム

峯野純太 三宅温斗 樋口虎太郎

# 目次

1. 大阪市における商店街の現状
2. 研究の目的
3. 研究手法
4. 調査結果（フィールドワーク報告）
5. 大阪と東京の商店街の比較
6. 政策提案
7. まとめ

# 中間報告会で頂いたコメント

ターゲットは地域  
住民、観光客なのか

年齢層を明確化する  
必要がある

ウェブの世界と商店街  
が両立する第3の道

今後の方針はどのよう  
なものなのか

後継者問題については  
どう考えているのか

商店街に行ってみて歩  
行者の安全の確保がで  
きていないと感じる点

# 1. 大阪市における商店街の現状

## 年間商品販売額順位

大阪府大阪市

2021年

都道府県内

**1**位

全国

**2**位

### 全国上位10市区町村

1位	東京都千代田区
2位	<b>大阪府大阪市</b>
3位	東京都港区
4位	東京都中央区
5位	愛知県名古屋市
6位	福岡県福岡市
7位	神奈川県横浜市
8位	東京都品川区

### 全国下位10市区町村

1,716位	奈良県御杖村
1,716位	山梨県丹波山村
1,716位	山梨県道志村
1,716位	山梨県早川町
1,716位	東京都御蔵島村
1,716位	東京都利島村
1,716位	福島県葛尾村
1,716位	福島県檜枝岐村

### 指定地域の上位下位5市区町村

1位	東京都千代田区
2位	<b>大阪府大阪市</b>
3位	東京都港区
4位	東京都中央区
5位	愛知県名古屋市
6位	福岡県福岡市
7位	神奈川県横浜市

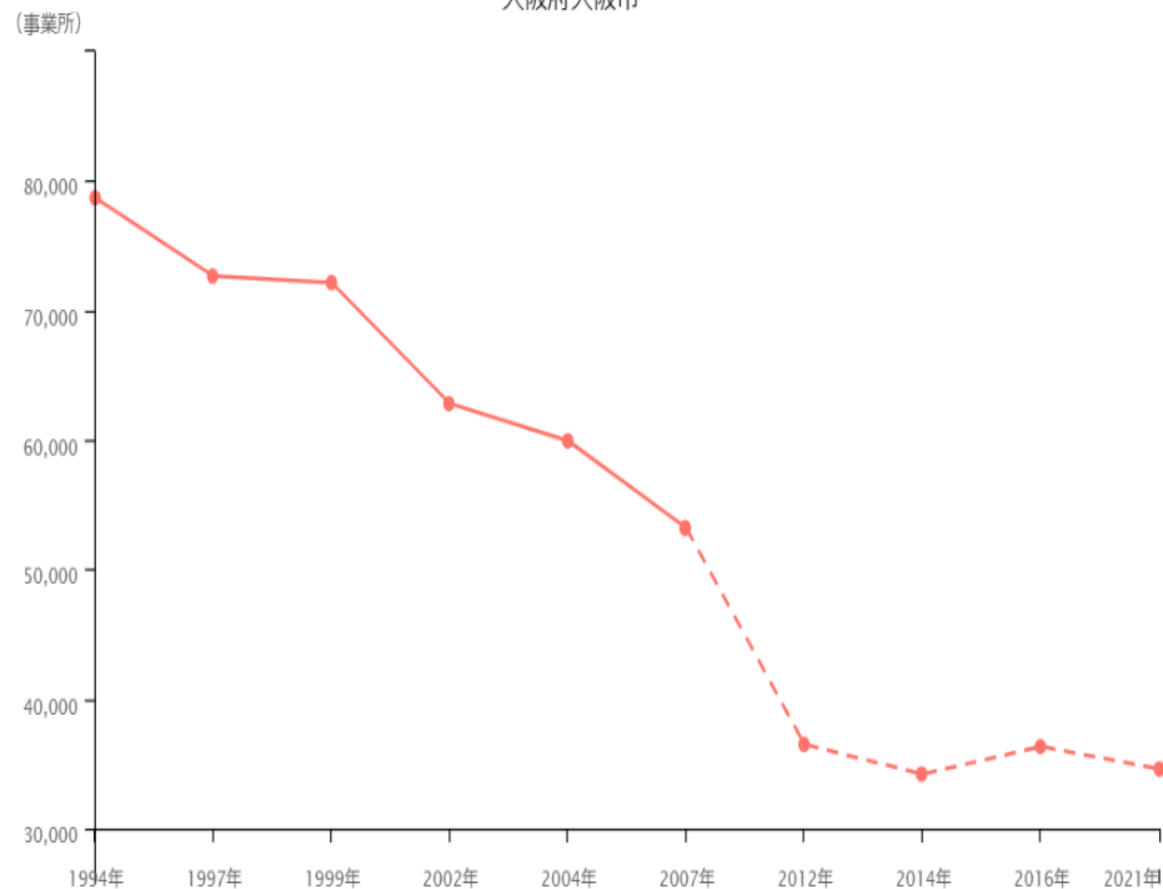
## 事業所数の推移

大阪府大阪市

すべての大分類 > すべての中分類 > すべての小分類

実数

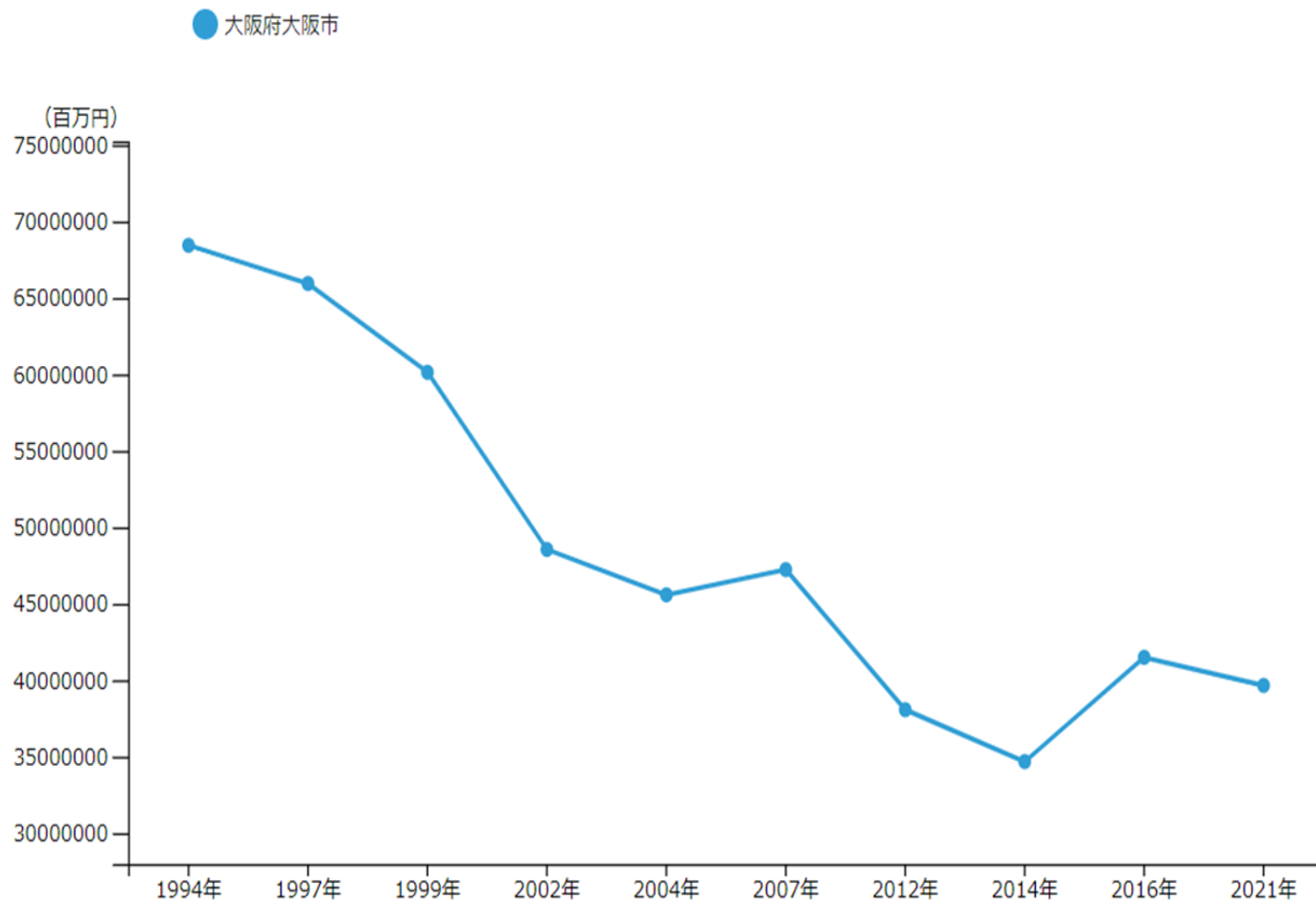
● 大阪府大阪市



# 1. 大阪市における商店街の現状

## 年間商品販売額

すべての大分類>すべての中分類



- ・ 中小企業庁2021年度調査

「**衰退している**」「**衰退の恐れがある**」とみている商店街は全国で**67.2%**

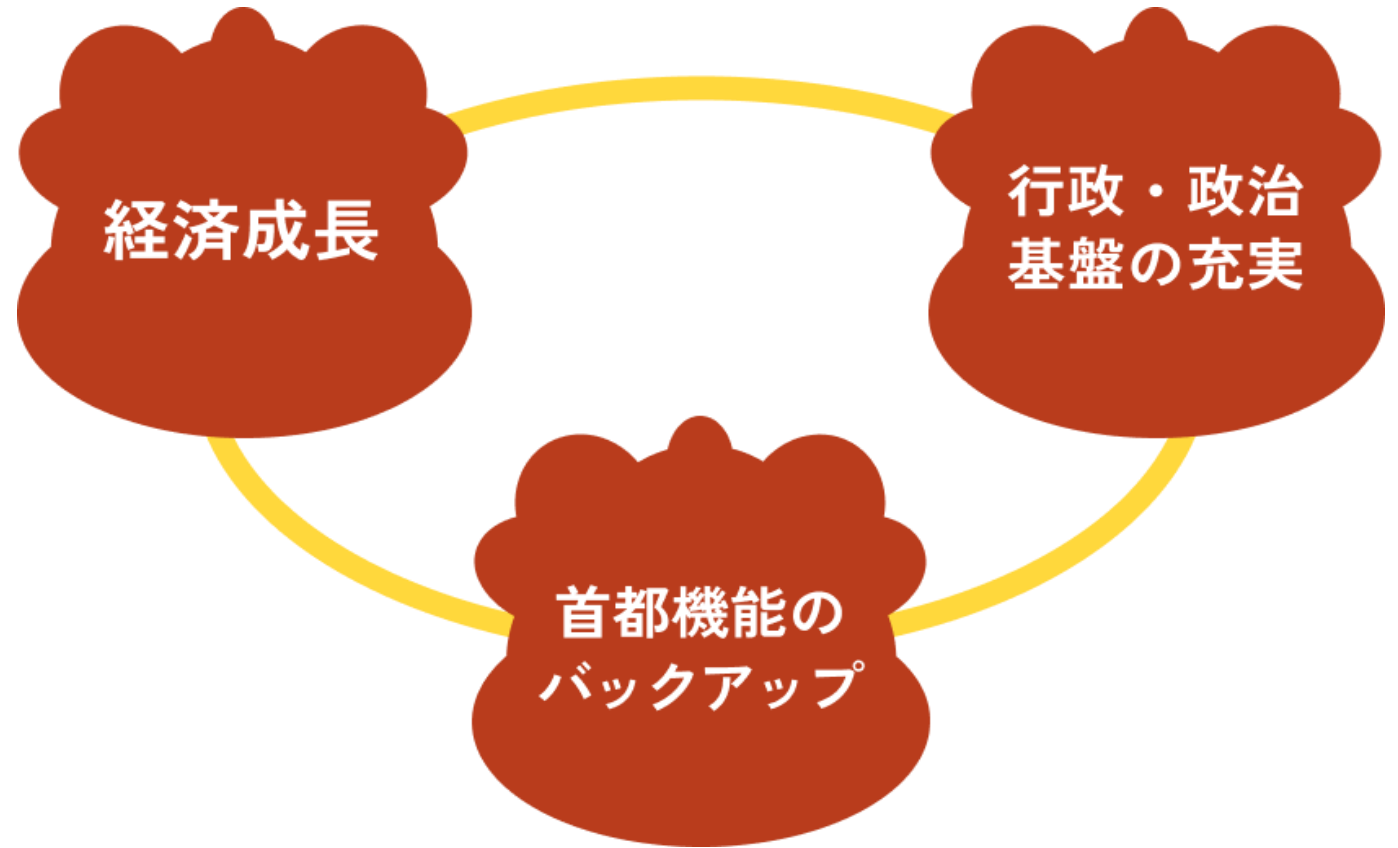
- ・ **商店街への来街者数**

「**減った**」(前回調**55.1%** → 今回調査**68.8%**)、

「**増えた**」と回答した商店街は**減少**(前回調査**11.8%** → 今回調査**4.6%**)

## 2. 研究の目的

- 商いの街「民都(民の力を活かす)」としての発展 商業の街大阪から日本の経済拠点としてバックアップ
- 大阪府は街の中心部にあることから、地域の文化や生活に影響があり、都市の賑わいと魅力呼び込むまちづくりが必要



出所：大阪府「STPANF副首都・大阪 - 大阪は福の首都 (osaka.lg.jp)

# リサーチクエスチョン

商店街が直面している主な課題は何か



それに対してどのように対策を講じるべきか



商店街の活性化は実現可能なのか

# 3. 研究手法

## ① 資料収集

- ・大阪府の政策資料及び東京都の政策資料による文献調査

## ② インタビュー調査

- ・天神橋筋商店街：2024年7月1日に実施
- ・駒川商店街：2024年6月30日に実施
- ・千林商店街：2024年7月2日に実施
- ・東京都地域産業振興課：2024年11月25日に実施

## ③ アンケート調査

- ・天神橋筋商店街：2024年7月1日に実施
- ・戸越銀座商店街：2024年11月26日に実施

## ④ 原宿竹下通りにて参与観察



# 4. 現地でのインタビュー調査結果

インタビュー調査	東京都地域産業振興課
商店街の現状	予算は50億円、 <b>都全体で2,300の商店街</b> 。毎年100の商店街が消滅している
商店街の主要な客層	各商店街は50歳の方をターゲットにした大学との地域連携や清掃活動、地域住民によるパトロール
商店街のデジタル化	渋谷区では、 <b>デジタル通貨「ハチペイ」</b> が <b>80,000人以上</b> に利用。
新規店舗の誘致の施策	アプリの開発・構築などデジタル機器等の導入に要する経費への支援に加え、 <b>キャッシュレス化の補助限度額を拡充</b>
独自の取り組み	<b>東京商店街グランプリ</b> では、「 <b>ハッピーロード</b> 」などのユニークな取り組みを広報し、商店街の情報発信

出所：報告者の調査に基づく

# 原宿竹下通り

- 多国籍な訪問者の集客
- 修学旅行生の増加
- 地域独自の文化やエンタメ体験が観光客を引きつけている
- 若者文化を反映したファッションが観光地の魅力として、集客を促進
- 特定の食文化が人気を集める



# 戸越銀座商店街

- 高齢化に対応したサービスが充実
- 防犯対策やセキュリティ強化のためのインフラが整備
- 地域情報や商業宣伝にSNSの活用
- 災害対策や防災計画における実績や評価が高い
- QRコードを利用した便利な地域情報の提供で、観光客や住民の利便性を向上
- 多種多様なイベントが定期的実施され、コミュニティの活性化を促進



# ハチペイの使い方



①アプリをダウンロード



②チャージやポイント付与



③渋谷区内の加盟店を利用



④店内にあるNFCタグにスマホをかざす

NFCタグが読み込めない場合  
店頭にあるPOP裏側にあるQRコードを  
読み取ってください。



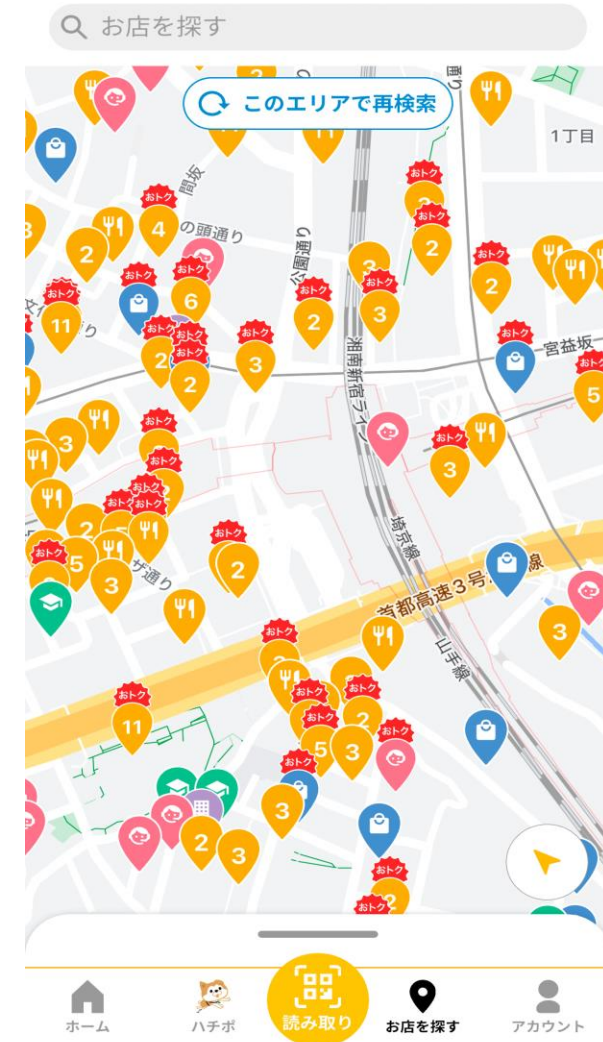
⑤アプリで金額入力し  
お店に確認してもらう



⑥お支払い完了！

# 渋谷区 ハチペイを実際に利用

- QRコードによるシンプルな操作での便利な支払い方法
- 特定地域に住む人への優遇措置や、幅広い還元率の提供
- アプリのダウンロードから実際の利用までがスムーズ
- 視覚的に整理された地域マップと利便性
- 業種別の店舗選択



# 5. 商店街へのアンケート調査まとめ

## 大阪府 (天神橋商店街)

年齢層：20～30代が多い  
利用頻度：朝は高齢者が多く夕方から夜にかけては20～30代が多い  
時間帯：夕方から夜が多い  
交通手段：公共交通機関、自転車  
目的：仕事終わりの飲み会、食品購入  
店舗の種類：居酒屋、八百屋、菓子屋  
魅力・特徴：食の満足度が高い

## 東京都 (戸越銀座商店街)

年齢層：高齢者が多い  
利用頻度：幅広く利用されている  
時間帯：午前から正午前が多い  
交通手段：自転車と徒歩が7割  
目的：食品量の購入、日用品の購入  
店舗の種類：スーパー、専門店、  
レストラン  
魅力・特徴：親しみやすい雰囲気を重視

# 5. 大阪府と東京都の商店街まとめ

## 大阪府

- デジタル化が進んでおらず、特に小規模店舗では現金決済が主流となっている
- 放置自転車が課題
- 観光客が中心。地元の人々も、夜に飲み歩きや食べ歩きを楽しむ
- 主な利用目的は食料品の購入や飲食店の利用
- ファッション、雑貨、飲食店など様々な店が集まっている

## 東京都

- キャッシュレス決済の普及、地域ポイントシステムの導入
- 防犯対策やセキュリティ強化のためのインフラが整備
- 外国人観光客が約8割、修学旅行生が約1割と賑わっている
- 特定の食文化が人気を集める
- 若者文化を反映したファッションが魅力として、集客を促進

# 6.政策提案



## デジタル地域通貨アプリたこPayの導入

特定の商店街でのみ利用可能な、地域デジタル通貨が使えるアプリ +  $\alpha$

達成可能目標

1.地域経済の活性化 2.DX化の推進 3.若者の誘致 4.情報発信機能

### 1 地域経済活性化

地域住民にポイント還元率の優遇を行うことで、リピートユーザーが増加する。そして、地域内でのお金の利用により、地域経済が活性化する。

### 2 DX化の推進

キャッシュレス決済の導入により、高齢経営者が多い商店街で金銭管理の負担が減る。顧客もスムーズな会計が可能となる。

### 3 若者の誘致

学生に対してもポイント還元率の優遇を行い、商店街に来てもらう。学生が参加できるイベントを開催し、商店街に関心を持ってもらう。

### 4 情報発信機能

イベントの告知、防犯に関する通知、商店街マップの表示などの機能も搭載することで幅広い情報発信が可能となる。



# 実現可能性

## デジタル田園都市国家構想

デジタル田園都市国家構想とは、「デジタル実装を通じて地方が抱える課題を解決し、誰一人取り残されずすべての人がデジタル化のメリットを享受できる心豊かな暮らしを実現する」という構想

### デジタル田園都市国家構想交付金

「デジタル田園都市国家構想」を推進するため、デジタルを活用した地域の課題解決や魅力向上の実現に向けた地方公共団体の取組を交付金により支援制度

優良モデル導入支援型  
【TYPE 1】

優良モデル・サービスを活用した実装の取組

国費：1億円  
補助率：1/2

## 参考事例

### 株式会社まちのわ

全国110を超える地域での提供実績。  
「兵庫県はばたんPay」など。

価格…初期費用 = 80万円～、月額利用料 = 30万円～  
導入までの期間…2か月

**デジタル田園都市国家交付金を利用することで、比較的安価で2か月という短期間で導入可能。**

# 7.まとめ

調査から現状  
と課題の把握



デジタル通貨  
アプリの導入



副首都の  
実現

**たこPayアプリ**…デジタル地域通貨アプリ

商店街活性化、DX化の推進、情報発信の集約  
実現可能性も高い

**課題**…店舗と連携体制の確立、地域住民への普及率（高齢者など）

# 参考文献

- 中小企業庁：令和3年度商店街実態調査の結果を公表します (meti.go.jp)
- 令和5年度商店街レポート／大阪府（おおさかふ）ホームページ [Osaka Prefectural Government]
- 大阪府商店街店舗魅力発見サイト (osaka-shotengai-info.com)
- 【日本一長い商店街】大阪「天神橋筋商店街」ってどんなところ？ | たびこふれ (tabicoffret.com)
- 千林商店街 | ええやん！大阪商店街 特設サイト | 大阪府商店街魅力発見サイト (osaka-shotengai-info.com)
- 大阪三大商店街とは?? それぞれの特徴と見どころを徹底解説します。 | こべかつ! (kobekatsu.com)
- 駒川商店街 | ええやん！大阪商店街 特設サイト | 大阪府商店街魅力発見サイト (osaka-shotengai-info.com)
- 内閣官房（2024）「デジタル田園都市国家構想とは」  
<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digitaldenn/index.html>
- 渋谷区（2024）「ハチペイ」 <https://www.hachi-pay.tokyo/>
- 大阪府（2024）STPANF副首都・大阪 - 大阪は福の首都 [osaka.lg.jp](https://osaka.lg.jp)

追手門学院大学



Regional  
Development  
Studies

ご清聴ありがとうございました