

重要取組シート 産業振興局 産業戦略部 地域産業課

取組項目	商店街の活性化
現状・課題	【現状】 ○新型コロナウイルス感染症による営業時間短縮の要請、外出自粛等が長期化し、商店街等は影響を受けている。 ○郊外の大型店の展開や EC サイトの普及等により、地域の住民やコミュニティが商店街に求めるものは、「買物の場」から「多世代が共に暮らし、働き、交流する場」へと変化。 ○令和3年度に市内商店街等に対して実施したアンケートによると、22%の商店街等が「電子メール等の電子媒体による情報共有手段がない」と回答しており、商店街等のデジタル化が進んでいない状況。 ○各商店街等においては、テレワークオフィスの整備やテイクアウトイベントの実施など、ウィズコロナに対応した事業に取り組んでいる。 【課題】 ○「新たな日常」への変化を取り込み、コロナ禍で変化した需要に対応した事業支援を行うことが必要不可欠である。 ○国における「地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会」の報告書によると、今後、商店街等は地域の住民やコミュニティが期待する多様なニーズに応える場として、「商店が集まる街」から「生活を支える街」へと変革することが必要とされている。加えて、商店街のIT化の遅れが指摘されており、デジタルデバイスの導入等にかかる初期投資や、デジタル技術を活用できる人材の確保が課題であるとされている。 ○このような状況の中、地域のニーズや需要に対応しようとする取組や、デジタル化に資する取組を実施する商店街等を支援することで、商店街等の多様な機能の活性化と地域の持続的発展を促進することが求められている。
取組の内容	○国の補助事業を活用し、来街者の消費動向等の調査分析や、創業拠点や多目的スペースなど地域の需要を満たす施設の整備等を行い、最適なテナントミックスの実現に向けた仕組みづくり等に取り組む事業を支援する（以下、「持続事業」という）。 ○商店街等が独自に実施する、消費喚起・売上向上に資する取組を支援し、新型コロナウイルス感染症拡大により影響を受けた売上の回復を支援する。併せて、デジタルツールを活用する機運を醸成し、商店街等が取り組む事業のデジタル化を促進する（以下、「消費喚起事業」という。5月補正予算要求予定）。 ○国の「がんばろう！商店街事業（旧：Go To商店街事業）」や、大阪府の「商店街等需要喚起緊急支援事業」等と連携し、感染拡大防止と需要喚起の両立を図りながら実施する、イベント事業やプロモーション制作等の取組を支援する。
スケジュール	前期（～7月） ☐ 国、大阪府等の関係機関と連携した支援の実施（4月～） ☐ 【持続事業】一次募集（4月） ☐ 【持続事業】国の採択（6月） ☐ 【持続事業】事業開始（7月～） ☐ 【消費喚起事業】申請受付開始（7月～）

	中期 (～11月)	☐ 【消費喚起事業】実績報告・補助金支出(8月～)		
	後期 (～3月)	☐ 【持続事業】事業完了(～1月) ☐ 【持続事業】実績報告(～2月) ☐ 【持続事業】補助金支出(～3月)		
	次年度以降	☐ 【持続事業】国への効果報告(5年間)		
進捗の状況	前期 (～7月)	☐ 大阪府の事業と連携した支援を実施(6月～) ☐ 【持続事業】一次・二次募集(4月～7月) ⇒ 応募なし ☐ 【消費喚起事業】申請受付開始(7月～)		
	中期 (～11月)	☐ 【消費喚起事業】交付申請・交付決定・事業開始(8月～) ☐ 国の事業と連携した支援を実施(10月～)		
	後期 (～3月)	☐ 【消費喚起事業】事業完了・実績報告(1月) ☐ 【消費喚起事業】補助金確定(2月)		
2025 堺市基本計画	該当する 施策	4- (4) 成長産業や新事業を生み出すイノベーションの創出		
	寄与する KPI	—		目標値(2025年度) —
未来都市計画 堺市SDGs	最も貢献する SDGsのゴール	ゴール番号 8	働きがいも 経済成長も	
	寄与する KPI	—		目標値(2023年度) —