

リアルとネットの両輪で魅力を発信 商店街の歴史と伝統を守りつつ、時代とともに進化 【大阪府大阪市】

活気を取り戻せ！天二の魅力発信事業

事業実施主体：天神橋二丁目商店街事業協同組合



ライブスタッフと SNS 制作スタッフ

天神橋二丁目商店街が属している天神橋筋商店街は、大阪天満宮の表参道としての歴史を持ち、賑わいのある商店街である。しかし時代の変化の中で、どのようにして伝統を継承し、進化していくかという課題を抱えている。

このような状況を踏まえ、天神橋二丁目商店街はWEB サイトやSNS を活用して商店街の情報を伝えるとともに、商店街にゆかりのある演者のライブを開催。この取り組みによって、市内外からたくさんの人が訪れ、商店街の魅力を広く周知することができた。



天神橋二丁目商店街

背景・課題

歴史ある商店街の伝統を守りつつ、時代に合わせて進化する

JR 大阪天満宮駅前にある天神橋筋商店街は、江戸時代初期から大阪天満宮の表参道として多くの人が行き交っていた賑やかな通りである。かつては大阪三大市場のひとつ「天満青物市場」もあった。天神橋二丁目商店街は、全長2.6 km に及ぶ天神橋筋商店街の一部で、大阪天満宮のお膝元に位置している。大阪天満宮の境内敷地の北端には、上方落語の定席「繁昌亭」もあり、商店街は参拝客や寄席の見物客が休憩し、小腹を満たしていくのに絶好の立地である。

近年は商店街の中に大手チェーン店が出店し、賑わいがさらに増えつつある一方で、長きにわたってこの地で商いを続けてきた店舗が、店主の高齢化や後継者不足で店を閉めることも増えてきた。天神橋二丁目商店街事業組合事務局の後藤康文さんは、「このような環

境の中で、歴史ある商店街の良い伝統を守り継承していくにはどのようにしたら良いか、そして、時代に合わせて進化していくために何が必要なのかということが、当商店街の課題です」と話す。この課題に向き合い、文化継承と進化の融合をテーマに、商店街の魅力を発信し広く知ってもらう「活気を取り戻せ！天二の魅力発信事業」を実施した。



取組内容

リアルとネットで魅力を発信。相乗効果でライブ也大盛況

天神橋二丁目商店街の魅力発信事業は、「リアル」と「ネット」の2つの柱で実施した。リアルでは、大阪天満宮の参拝者が増える時期を狙った2023年1月14日、商店街の中に設置したステージで「2023 新春二丁目繁昌ライブ」を開催した。これは、商店街を盛り上げる目的で過去に120回以上開催してきた「てんこもりライブ」のアップデートバージョンである。8組の地元アーティスト（シンガー、バンド、アイドルグループ、落語家、漫才トリオなど）による歌や演奏を披露し、合間にアーティストと来場者のトーク、アーティストが天神橋二丁目商店街の魅力について語るコーナーを設けた。通常の「てんこもりライブ」の来場者は延べ100名ほどであるのに対し、今回のライブには延べ300名の観客が集まり大盛況だった。

ネットでの発信は、WEB サイトと SNS（YouTube、TikTok）を活用して実施した。WEB サイトとしては、観光メディア「オマツリジャパン」内に天神橋二丁目商店街の特集ページを公開し、商店街の歴史や魅力、楽しみ方や各店舗の紹介を盛り込んだ。この特集ページは、1月14日の公開から2週間で1,000を超えるPV数を獲得した。いずれは独自サイトの開設も検討しているが、当面は天神橋筋商店街の連合ホームページへの掲載を予定している。

SNS は YouTube と TikTok の公式チャンネルを開設。天神橋を訪れた女子2人組が、楽しみながら商店街を散策する様子を収録し、約2分のショートムービーとして編集、公開した。YouTube チャンネルでは「2023 新春二丁目繁昌ライブ」の様子も一部配信し、再生回数200回を超えるものもあった。また、加盟店舗の紹介動画も10本制作し、ホームページにリンクした。今後、商店街店舗の紹介は継続的に実施していく。



ライブの様子

将来の構想

地域団体と連携し、商店街の魅力を高めていく

WEB や SNS を使った情報発信は今回が初めてだったが、これらを活用した告知が功を奏し、「2023 新春二丁目繁昌ライブ」はこれまでにない数の観客で賑わった。また、YouTube アカウントのプロフィール欄に、商店街をより良くするための意見を求めるアンケートフォームを設置したところ、10代～70代まで20人を超える回答が寄せられた。このアンケート調査で得た意見をもとに商店街内で話し合い、良い部分は大切に伸ばし、課題となっている点を改善につなげていく予定である。

「大阪天満宮では年間を通じて行事があり、特に7月の天神祭には約50万人もの人が訪れ、あまりに人が多過ぎて逆にイベントを仕掛けることはできません。行事がない通常の時期に、近隣住民に向けてどれだけPRをしていけるかが大事だと思っています」と後藤さんは話す。「商店街事業組合の役割は、各店舗が商売しやすい、利益を出しやすい形に商店街を持っていくことです。後継者がおらず、現状の売上では継続が難しい店舗に事業展開のアドバイスをしたり、新しい形での事業展開を応援したりといったことを通じて、歴史ある店舗が続いていける手助けをしていきます」。

「この先も、忍者フェスタや大阪プロレスなどの各種イベント、ライブを開催し、笑顔あふれる商店街づくりに取り組んでいきたい。潜在的な顧客を獲得すべく、さまざまなアクションを考え、実施していきたい」と後藤さんは今後の取り組みについて語る。



左：「2023 新春二丁目繁昌ライブ」の様子 右：天神橋二丁目商店街の紹介動画

まとめコメント

- 天神橋二丁目商店街は、大阪天満宮のお膝元にある歴史ある商店街である。賑わいはあるが、店主の高齢化や後継者不足で閉店する店舗も出てきた。
- 歴史ある商店街の魅力を伝えるため、WEB サイトと SNS を開設。商店街や店舗を紹介する動画も制作し、YouTube と TikTok で配信した。
- 「2023 新春二丁目繁昌ライブ」を開催し、地元アーティストの歌や演奏を披露するほか、アーティストたちが商店街の魅力を伝えるコーナーを設けた。
- 今後も賑わいを生み出すイベントを継続し、笑顔あふれる商店街にしていきたい。

データ

事業者名	天神橋二丁目商店街事業協同組合
所在地	大阪府大阪市

商店街の種類	地域型商店街
組合員数	150 名
主な業種構成	飲食、物販、住民サービス
電話	090-5662-8402
URL	https://www.tenjin123.com/

大阪府大阪市	人口：2,757,289 人 世帯数：1,508,140 世帯 出典：大阪市 HP、推計人口、人口異動（令和 5 年 1 月）
--------	--

活気を取り戻せ！天二の魅力発信事業

事業実施主体：天神橋二丁目商店街事業協同組合
事業実施箇所：大阪府大阪市
商店街店舗数：150店舗

- 天神橋二丁目商店街は、全長2.6kmに及ぶ天神橋筋商店街の一部で、大阪天満宮のお膝元に位置している。賑わいはあるものの、長きにわたってこの地で商いを続けてきた商店の高齢化や後継者不足等の問題が顕在化。
- 歴史ある商店街の良い伝統を守り、継承し、また、時代に合わせて進化するには、何が必要か、という課題に向き合うため、文化継承と進化の融合をテーマに、「リアル」と「ネット」の2つの柱で商店街の魅力を発信し広く知ってもらう「活気を取り戻せ！天二の魅力発信事業」を実施。

背景・課題

- ✓ 歴史があり賑わいのある商店街であるが、店主の高齢化や後継者不足が原因で閉店する店舗が増え、また大手チェーン店が出店するなど環境が変化し、どのようにして伝統を守っていくかという課題を抱えている。
- ✓ このような状況を踏まえ、WEBサイトやSNSを活用して商店街の情報を伝えるとともに、商店街にゆかりのある演者のライブを開催し、商店街の魅力を広く発信する事業を実施。

取組内容

- ✓ 「リアル」では、商店街の中に設置したステージで地元アーティストによる演奏や、商店街の魅力を語るコーナー等を設けた「2023新春二丁目繁昌ライブ」を開催。
- ✓ 「ネット」では、WEBサイトとして、商店街の独自サイトを開設したほか、観光メディア「オマツリジャパン」内に天神橋二丁目商店街の特集ページを公開。SNSはYouTubeとTikTokの公式チャンネルを開設し商店街PVを配信。

事業によって得られた効果等

- ✓ リアルイベントで、通常のライブイベントの来場者は約50名ほどであるのに対し、今回のライブには約800名の来客があった。
- ✓ WEBサイト「オマツリジャパン」内の特集ページは、1月14日の公開から2週間で1,000を超えるPV数を獲得した。YouTubeチャンネルでは再生回数200回を超える動画もあった。
- ✓ 新たなコミュニティの形成と地域への帰属意識の高まりによる一体感が生まれ、今後の活動への機運が高まっている。

天神橋二丁目商店街の紹介動画



ライブイベント告ポスター

