

産官学連携

玉造地区商店街 活性化プロジェクト

地元商店街クーポン付き日めくりカレンダーによる地域の活性化

玉造日之出通り北商店街 玉造日之出通り南商店街

玉造日之出通り中商店街 玉造商店会

大阪女学院大学・短期大学

後援 天王寺区 協力 大阪商工会議所

制作協力 新日本カレンダー株式会社

● 今回の産官学連携活性化事業のポイント

1. 単発ではなく長期間の活性化

これまで多くの商店街で実施されてきた一過性のイベントとは根本的に違う点です。今回の提案であるクーポン付き日めくりカレンダーの配布による効果は、爆発的な効果を期待するのではなく、年間通して『毎日がミニイベント』という認識を、お客様にさせていただき、日々来訪を促すことです。

2. サービス内容の充実を

クーポンは発行しさえすればどんなクーポンでもよいわけではなく、そのサービス内容にお客様の来店を促す魅力があるかどうか最も重要です。そこに、若い学生の発想を入れ『また来たい』と思わせるサービスを一緒に考え、実施することで他の商店街との差別化を段階的に図ります。

3. プロジェクトまかせではなく販促の一環として

今回のプロジェクトは単なるイベントとして捕らえるのではなく、『販促』だという気持ちで取り組んでいただくことが重要です。例えば、クーポン日には店舗独自に当日以降のクーポンを配布する、またPRチラシを配布するなどしリピーター獲得するための独自のアイデアが必要です。ここにも学生のアイデアを活かしたいものです。

**以上、これまでの商店街活性化事業では、たくさん人が集まるが商品は売れない、店にお客様が入ってこないという課題があったように聞いています。つまり、『人を集めるだけではモノは売れない』ということだと理解しています。人を集めるのではなく、買い物を
していただける『お客様』の誘導こそ活性化であり、このプロジェクトの目的としています。**

●概要

- 1 地元と商店街の活性化のため、学生と商店が協議し来訪を増やす「サービス」を考える。



“本分・本業”を犠牲にすることなく、空いた時間を有効に活用し効率よく進めます。

- 2 学生と商店が考案した「サービス」を365日分集め、新日本カレンダーが協力し印刷原稿にし「日めくり」にする。



割引券、サービス券、ポイントアップ他、学生だから考えつくアイデアを一日一枚365日のカレンダーにする。

- 3 各商店は、順次配布する。特に年末には学生とともに大売り出しイベント等でアピールする。



- 4 次年の来訪を促進する。

見本



商店ごとのクーポン名入れ

●期待できる効果

商店街

- ・クーポンによる販売促進。
- ・来店者の増加。
- ・パブリシティ効果による知名度アップ。
- ・カレンダー販売による収益。
- ・新規顧客開拓。
- ・若者感覚を導入した店舗展開。

大学

- ・地域社会に貢献。
- ・地元商店街とのパイプの確立。
- ・学生が実社会との接点を持ち、課題解決型プロジェクトへ参加することによるキャリアデザインの形成。
- ・パブリシティ効果による大学の知名度アップ。

話題性のある取り組みを
三者が協力して行い、

地域の活性化
商店街活性化
知名度の向上

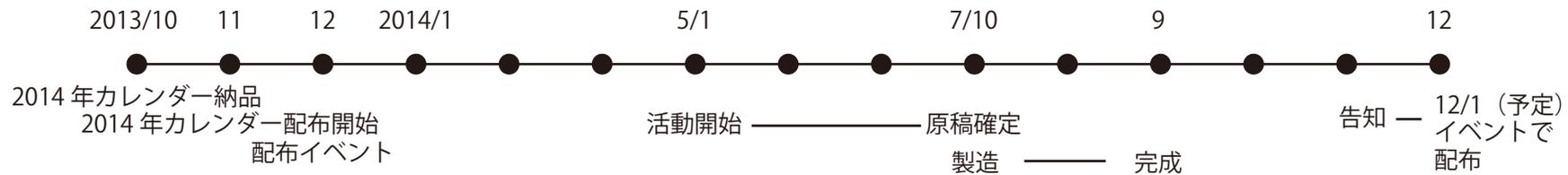
を図る。

新日本カレンダー

- ・地域社会への貢献。
- ・パブリシティ効果による知名度アップ。
- ・若者の感性を取り入れた商品開発。

●日程

2015年版の日めくりカレンダーにて実施。(2014年9月末までに完成)



●収支計画

●配布方法 (2014年版)

- 11/16.17大阪女学院大学・短期大学学園祭で配布
- 12/1北商店街抽選場で配布イベント
- 各商店による顧客へ配布
- 真田山幼稚園保護者に配布

●製造数量

3,000冊

●プロジェクト編成

商店街：玉造日之出通り北商店街
：玉造日之出通り中商店街
：玉造日之出通り南商店街
：玉造商店会

大 学：大阪女学院大学・短期大学

後 援：天王寺区

協 力：大阪商工会議所

制作協力：新日本カレンダー株式会社



●パブリシティ効果（報道機関が主体的に発信する情報）

今回提案させていただいている商店ごとのクーポン付き日めくりカレンダーの発行は、活性化プロジェクトの一手段であり、継続、または並行して新たに第二、第三の戦略・戦術を検討し、継続することが何よりも重要だと考えます。

例えば、空き店舗を利用した学生によるアンテナショップの経営等…当社の扱い商品を活かせる企画が検討可能です。(カレンダー、DECO(販促品)、ペパイ商品(ペット用品)など)

また、このプロジェクトの目的を達成するためには、商店街出店の商店や地元の一部の学校・企業だけが尽力するだけでは力不足であり、地元住民やJRおよび地下鉄玉造駅、JR、近鉄鶴橋駅等を利用する人たちを巻き込むこと、また政治力およびマスメディアによる広報等の協力が欠かせないと考えます。そのための情報発信方法の検討も重要な要素となります。

マスコミ発表のタイミング（案）



制作開始

（ 三人寄れば文殊の知恵！
大阪・玉造で面白い取り組みが
はじまっています！ ）



完成

（ 商店街と大学と企業の
コラボレーションカレンダー！
店頭で配布されるそうです。 ）



年末

（ 玉造でクーポン付き
日めくりカレンダーが
流行っています！ ）