

「大阪まるごと大売出し！！」企画案 ～商店街パワーで消費マインドを高め、大阪を元気に～

基本コンセプト

大売出しキャンペーンによる消費マインドの盛り上げ
 商店街による一斉大売出し
 H22年2月の1週間をキャンペーン週間として一斉行動
 200商店街のパワーで消費を呼び込む
 一斉買い物イベント（何をするかはお楽しみ）で消費を呼び込む
 戦略的、効果的なキャンペーンPR
 冬のイルミネーション（12～1月）などの催事の流れを活かして消費マインドの盛り上げ
 統一的、反復的な方法で府民誰もが知るよう
 予告方式によるインプット、開催まで各種チラシに反復掲載
 府内各地での街頭宣伝
 駅ターミナル、各種イベント会場での（便乗）PRなど
 テレビ番組等の活用（ユニークなネタを地域情報番組に売り込み）

200商店街で300万人の消費につなげる！！

（200商店街の参画をめざす）

商店街が汗と知恵を絞り出したユニークな企画を支援
 多くの商店街が参画しやすいよう、メニューの提示や商工会議所等と連携し、商店街の取り組みを後押し
 「大阪もん」「まいど子」等の普及、紹介もあわせてお願い
 実施効果の把握については簡易な把握方法を検討する

予算総額 5 億円（*）で 300 万人の消費につなげる

（166円のコストで1人の消費につなげる） *）予算額は今後精査

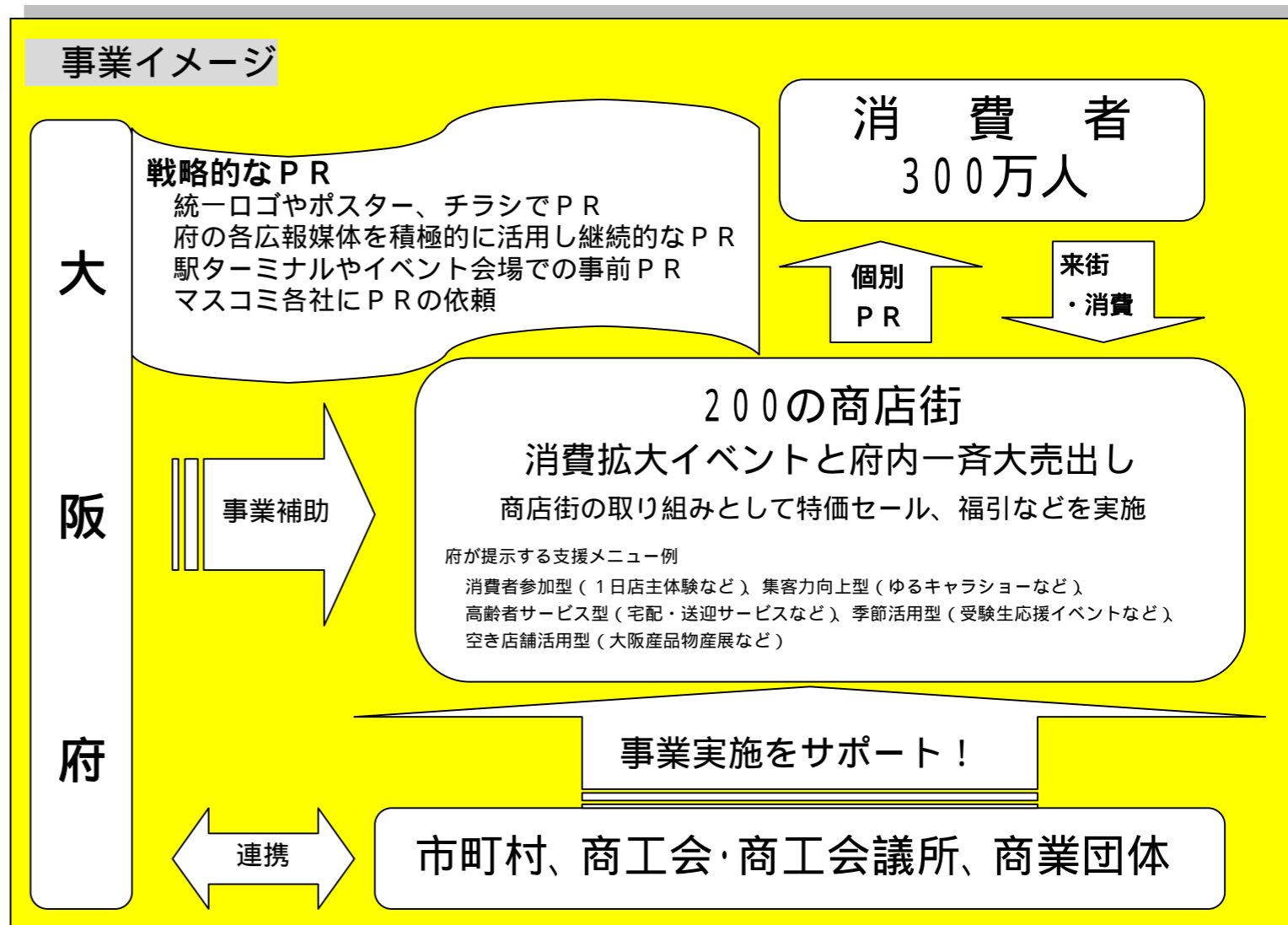
商店街等への補助 4.2 億円

商店街のユニークな企画提案に補助（10件）
 多くの商店街が参画しやすいよう、府が支援メニューの提示や単独での取り組みが難しい商店街の後押しをしてもらえるよう商工会議所等とも連携（190件）

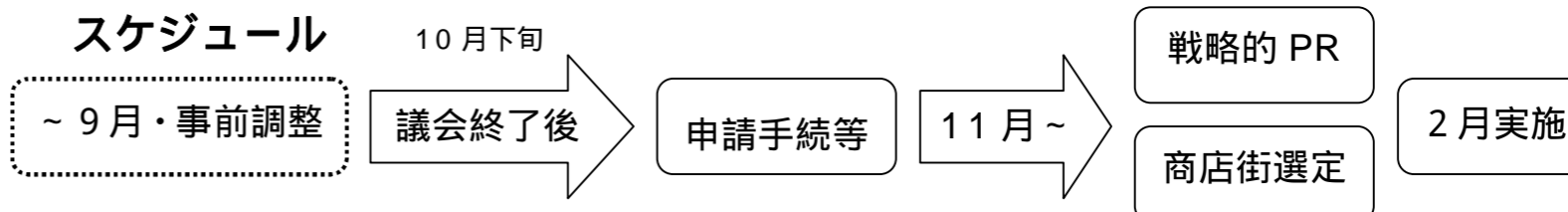
戦略的、効果的なキャンペーンPR 0.8 億円

ロゴ、ポスター作成、広報媒体の活用
 街頭宣伝（駅ターミナル、各種イベント会場等）

事業イメージ



スケジュール



実施イメージ

基本コンセプト例

～ 大阪の約 200 の商店街が共通のコンセプトに基づいて、
2 月初旬の 1 週間に季節感あふれるムーヴメントを起こす～

キャッチフレーズ (例)

大阪の笑店街が、不景鬼を吹き飛ばし、大阪を元気に！！

< 実施期間 > 2 月 1 日～ 7 日 (節分 (3 日) をピークとした 1 週間)

～ 日本の文化をきっかけに子供をはじめとした

老若男女をすべて商店街に呼び込む仕掛け～

< 共通イベント > 2 月 3 日 (水) 17 時に、200 の商店街に一斉に鬼を出没させ、豆まきイベントを行う。

そのうち 10 の商店街には有名人の鬼が出没。その正体は・・・？

< 事業メニュー > ・いわし (104) セールの開催。104 円商店街や 10.4 % 割引セール

・厄歳特別割引 (厄年の方には割り増し割引)

・この週は「豆 (マメ) な商店街」送迎・宅配サービス

・恵方を向きながら海苔巻きの早食いイベント

・「節分お化け」(いつもと違う扮装をする風習) で客寄せ

e t c .