

令和6年度まちなかにぎわい創出プロジェクト 推進事業

山口県産業労働部経営金融課

まちなかにぎわい創出プロジェクト推進事業

事業目的

商業エリアにおける消費行動や人的交流を活性化するため、大胆な変革に取り組む商業エリアを対象に、データマーケティングの実施やマーケティング結果に基づく新たなにぎわい創出の取組を支援する。

1 データマーケティング実施事業

データマーケティングの手法により商業エリアの活性化方策の検討に係る経費を補助。

- 補助対象 商店街・まちづくり会社等
- 補助率 【新規】 3/4 【継続】 1/2
- 補助上限 【新規】 9,000千円
【継続】 6,000千円

2 データマーケティングに基づく商業エリア魅力向上支援事業

データマーケティングの結果に基づく商業エリア活性化方策に基づき実施する新たな取組に係る経費を補助。

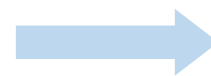
- 補助対象 市町（⇒商店街等）
- 補助率 （市町補助額の） 1/2（⇒2/3）
- 補助上限 1,000千円（⇒2,000千円）

県



商店街等

県



市町



商店街等

1 データマーケティング実施事業

商業エリアにおいて、人流情報、属性、消費動向等の来訪者の心理や行動の手がかりとなるデータを収集・分析するデータマーケティングの手法により商業エリアの活性化方策に係る調査・分析・企画立案に係る経費を補助します。

【主な要件】

- 1 商業エリア振興及びデータマーケティングに精通した外部専門家を活用すること。
- 2 地元市町及び地域と連携体制を構築し、密接な関与・協力を得て取り組むこと。
- 3 データマーケティングに基づき、地元市町と商業エリアが共同で、商業エリアにぎわい創出方針を策定すること。
- 4 商業エリアの来訪者数を測定すること。

【対象経費】 専門家委託費、データ取得、分析に係る経費 等

【新規】 3/4 上限 9,000千円

【継続】 1/2 上限 6,000千円



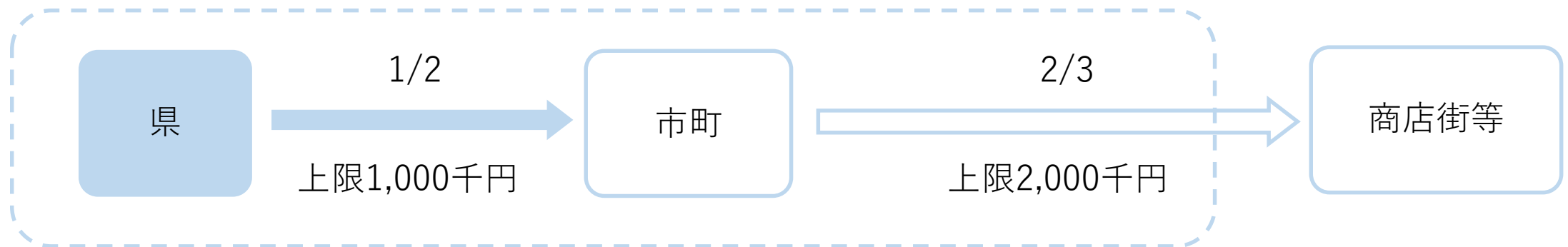
2 データマーケティングに基づく商業エリア魅力向上支援事業

商業エリアにおいて、データマーケティングに基づき企画・立案した商業エリアの活性化方策により、来訪者のニーズやトレンドを的確に捉えたイベント開催等の来訪・回遊増加につながる新たな取組に係る経費を補助します。

【主な要件】

- 1 データマーケティングにより企画・立案した商業エリアの活性化方策に基づき、新しい取組※を実施すること。※ 従前実施している取組は対象外。
(データマーケティング実施事業を申請・採択がなくとも、独自にデータマーケティングにより企画・立案した商業エリアの活性化方策等があれば申請可能。)
- 2 商業エリアの来訪者数を測定すること。

【対象経費】 新たな取組（イベント、ターゲティング広告等）に係る経費



3 事業の実施エリア(共通)

商業エリアの区域内及び近隣が実施エリアとなります。商店街等のエリアに縛られず、商業が集積する広いエリア概念です。

【商業エリアとは】

小売店、飲食店及びサービス業を営む事業所が近接して10店舗以上立地している商業集積地区をいい、商店街、共同店舗、テナントビル、温泉街・飲食店街を含みます。



4 補助対象者(共通)

補助対象者の定義等は、交付要綱や募集要領にて確認してください。

(1) 商業エリアを構成する商店街等組織

- ① 商店街振興組合、商店街振興組合連合会、事業協同組合
- ② 任意の商店会、温泉街、飲食店街 等（規約等により代表者の定めがあり、財産の管理等を適正に行うことができるもの。）

(2) まちづくり会社

まちづくりの担い手となる会社、一般社団法人、一般財団法人、特定非営利活動法人、事業協同組合（規約等により代表者の定めがあり、財産の管理等を適正に行うことができるもの。）

5 複数年度事業について(データマーケティング実施事業)

原則、事業実施期間は1年となりますが、商業エリアにぎわい創出方針策定に複数年必要と認められる場合は、令和7年度までの間、複数年度にわたる事業期間を設定することが可能です。

ただし、以下の点に注意してください。

- ① 事業実施後、実績報告書にて複数年必要な理由と方針策定に必要なスケジュールを記入すること。
- ② 各年度、補助金の交付申請を行い、交付決定が必要であること。
- ③ 2年度目以降の交付決定が約束されるわけではないこと。
- ④ 実績報告、補助金の請求は各年度で行うこと。
- ⑤ 初年度の対象経費は、2年度目以降の繰越ができないこと。

※ データマーケティングに基づく商業エリア魅力向上支援事業は1年のみです。

6 事前着手届について(共通)

事業の着手は以下のとおりとなります。

(1) 原則

交付決定後

(2) 事業の性質上又はやむを得ない事由がある場合

補助事業着手前に、交付申請書と合わせて事前着手届を提出した場合、着手予定日より着手可能です。

ただし、本届出により、交付決定や交付決定額が約束されるわけではありませんので、ご注意ください。

7 商業エリアの来訪者数について(共通)

事業開始年度から3年間、商業エリアの来訪者数の測定を行い、山口県へ事業実施効果報告書として報告していただきます。

(1) **来訪者データの測定時期**

事業開始年度以降任意の期間において測定したデータとなります。

(2) **来訪者数の測定方法**

デジタル、アナログ問わず、任意の方法により定量的に測定してください。

(3) **報告方法**

年度終了後30日以内に、「事業実施効果報告書」により、報告してください。

8 商業エリアにぎわい創出方針及び活性化方策について

(1) データマーケティング実施事業

データマーケティングに基づき、市町と共同で作成した「商業エリアにぎわい創出方針」（任意様式）を実績報告時（策定に複数年度必要と認められる場合は、最終年度の実績報告時）に提出してください。記載内容については、「商業エリアにぎわい創出方針（項目例）」を参考としてください。

(2) データマーケティングに基づく商業エリア魅力向上支援事業

あらかじめ、「商業エリアにぎわい創出方針」と同程度の活性化方策を策定し、交付申請時に提出してください。必ずしも市町と共同で策定する必要はありませんが、市町及び地域と連携体制を構築してください。

9 データマーケティングについて(データマーケティング実施事業)

データマーケティングとは、来訪者のさまざまなデータを分析し、意思決定や企画立案に活用するマーケティング手法をいいます。

本事業では、専門家の知見を活用し、データ収集・分析、データによる意思決定により商業エリアにぎわい創出方針を策定していただきます。

(1) 来訪者データの収集

人流、性別、年代、居住地、好み、売上データ等の来訪者データを収集。

(2) データ分析

集めたデータを分析し、来訪者ニーズを把握する。データベースや専門家による分析を実施。

(3) 合意形成・意思決定

地元市町や支援機関、自治会等と連携し、データに基づく合意形成、意思決定。



10 専門家による伴走支援(データマーケティング実施事業)

本事業の実施にあたっては、まちづくり、商業エリア振興及びデータマーケティングに精通した外部の専門家の知見を活用することを要件としており、専門家による伴走支援に係る経費も対象となります。

【専門家の例】

- ・タウンマネージャー
- ・データサイエンティスト
- ・士業
- ・経営指導員
- ・中小企業アドバイザー
- ・商店街よろず相談アドバイザー



【伴走支援のイメージ】

- ・事業に係る実施状況を把握し、次回実施に向けた改善・助言
- ・事業効果等の把握
- ・データ手法、解析の助言・実施
- ・合意形成に向けた助言
- ・連携体制構築の橋渡し
- ・地域全体への事業周知支援

※ 複数の専門家による伴走支援も可能であり、まちづくり、データマーケティング両方の知見を有する専門家を活用してください。

11 地元市町との連携・協働(データマーケティング実施事業)

事業の実施にあたっては、地元市町・地域との連携体制を構築し、最終的に市町と共同でデータマーケティングに基づく活性化方策として、商業エリアにぎわい創出方針を策定する必要があります。

【連携・協働のイメージ】

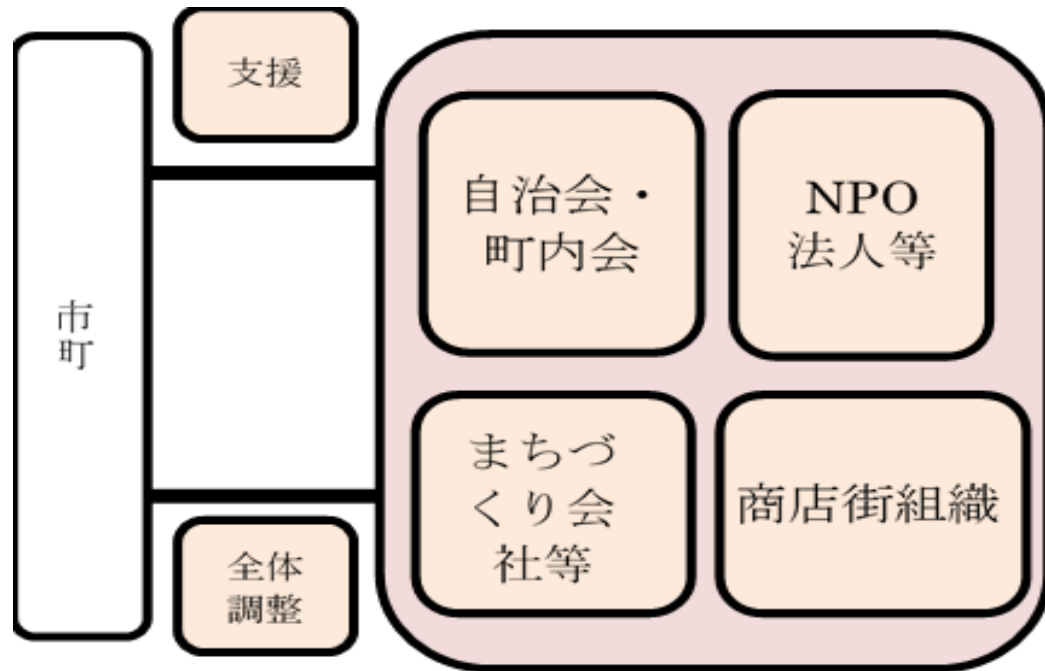
- ・ 事業実施にあたって、市町の職員が企画段階から参画
- ・ 地域関係者との調整、コーディネート
- ・ 広報支援
- ・ 商業エリアにぎわい創出方針の策定支援



12 地域との連携・協働(共通)

事業の実施にあたっては、地域との連携体制を構築し、地域が一体となって事業に取り組んでいただきます。

【連携体制のイメージ】



【地域の例】

- ・自治会・町内会
 - ・商工会・商工会議所等支援機関
 - ・市民団体（NPO法人等）
 - ・DMO
 - ・金融機関
- ※ これらすべての団体等との連携・協働が必須ではありません。

13 商業エリア魅力向上に係る取組(データマーケティングに基づく商業エリア魅力向上支援事業)

本事業の実施にあたっては、事前にデータマーケティングの実施、商業エリア活性化方策を策定した上で、その方策に則った新たな取組を実施していただく必要があります。

【取組の留意事項】

- データマーケティングの実施は、補助対象ではないため、独自に実施するか、データマーケティング実施事業により実施すること。
- 既存の取組ではなく、全く新たな取組であること。
- 当初、事業終了後の人流データが必要。
- 継続的に人流増加が見込めるもの。

【取組のイメージ】

- 店舗の商品を活用した有名モデルによるファッションショーによる購買意欲増加
- 通行人の属性により変化するデジタルサイネージ広告によるPR
- eスポーツ体験スペースによる特定層の回遊性増加
- 地域イベントと個店イベントを組み合わせた滞留時間増加

14 審査項目(データマーケティング新規・魅力向上事業)

以下の審査基準に基づき、総合的な評価を行います。

項目	審査の主な視点
補助交付先	補助事業者は本事業の対象者であり、商業エリア全体の活性化を担うに相応しい事業者か。
エリア選定	商業エリアは本事業で定める内容であり、商業集積地の広い範囲を設定しているか。
エリア事業	商業エリア全体の事業となっているか。
地域連携	市町、自治会、市民団体等地域の連携を図る内容か。
商業エリアの特徴	商業エリアの特徴が明確に示されているか。
商業エリアの課題認識	商業エリアの課題が明確に示されているか。
目指す将来像	目指す将来像は、本事業の目的に合致し、商業エリアに広く波及することが期待できるか。
収支予算	経費は、補助事業を行う上で適切な配分となっているか。

15 審査項目(データマーケティング継続)

以下の審査基準に基づき、総合的な評価を行います。

項目	審査の主な視点
補助交付先	前回の交付が同一か
エリア選定	前回のエリアと同一か
エリア事業	商業エリア全体の事業となっているか。
地域連携	前回と同一もしくは拡大しているか。
商業エリアの特徴	商業エリアの特徴が明確に示されているか。
商業エリアの課題認識	商業エリアの課題が明確に示されているか。
目指す将来像	目指す将来像は、本事業の目的に合致し、商業エリアに広く波及することが期待できるか。
前年度事業を踏まえた今年度の事業方針	前年度のデータ分析結果を踏まえ、前年度の単純な繰り返しとならないよう、発展的な事業内容とし、前年度の分析結果を使用しながら、詳細に記載すること。
収支予算	経費は、補助事業を行う上で適切な配分となっているか。

16 応募期間・事業実施期間

(1) データマーケティング実施事業

募集期間 :

(一次募集) 令和6年4月1日(月)～5月24日(金)

(二次募集) 令和6年7月22日(月)～9月2日(月)

(三次募集) 令和6年9月24日(火)～10月15日(火)

実績報告〆切: 令和7年1月31日(金)

(2) データマーケティングに基づく商業エリア魅力向上支援事業

募集期間 : 令和6年4月1日(月)～9月30日(月)

実績報告〆切: 令和7年1月31日(金)

17 交付申請・実績報告等提出方法・相談窓口

- 1 データマーケティング実施補助金
電子申請サービスにより提出してください。
【電子申請サイト】
<https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/soshiki/85/208228.html>
- 2 データマーケティングに基づく商業エリア魅力向上支援事業
補助事業から市町への申請は、各市町へ相談してください。
市町から県への申請は、県へ相談してください。

【相談窓口】

山口県産業労働部経営金融課

TEL 083-933-3185

MAIL a16300@pref.yamaguchi.lg.jp