

下山商工会 大沼商店街活性化計画

平成23年2月9日

大沼商店街の現状と課題

1 大沼商店街の概要

大沼商店街は、豊田市都心から東に 18km、国道 301 号線から三河湖へ向かう県道途中の中山間部にある。大沼の歴史は古く、かつての役場を中心に自然発生的に形成されてきた商店街周辺には戦国時代の城址跡や弘法堂などの史跡が多数存在している。また、商店街近隣には市役所の支所をはじめ、商工会、JA、郵便局、集会所などが立地している。

公共交通機関として、おいでんバス下山・豊田線、しもやまバス 4 路線の大沼停留所隣接しているものの、商店街への主な来街手段は自動車となっている。

下山地区の人口の推移をみると、1980 年代後半に下山地区で団地の開発が数箇所あったことで人口の増加傾向が続いたが、平成 12 年 1 月の 5,634 人を境に人口の減少に転じ平成 23 年 1 月には 5,237 人となった。

現在の主な客層は商店街区域内に住む高齢者で、徒歩による来店が中心となっており、下山地区の他地区(主に花沢地区)の客は少ない。

大沼商店街店舗数の推移

	H19 年 3 月	H22 年 12 月
生鮮食料品	3	3
衣料品	2	2
その他小売	10	7
飲食	1	1
その他サービス	8	7
その他	6	5
空き店舗	1	2
合計	31	27

大沼商店街



大沼城跡



八十八ヶ所弘法



【大沼商店街マップ】



2 第1期商店街活性化事業の成果

第1期活性化計画では次の5つの目標を掲げ、事業を行なった。

目標1 大沼地区全体をエコミュージアムとして整備(名所づくり)、商店街への集客力向上で回遊する楽しみのある街づくりの推進

【事業1】 エコミュージアムコア施設整備

内容	商店街集客の核として、H21年に情報発信施設「ギャラリーこぼち大沼」をオープン
実績	・入場者数 2,413 人(1日平均 7.8 人) ・ギャラリー展示会 5 回開催
効果	ギャラリー開催時に今まで殆ど立ち寄りなかった観光客が立ち寄るようになった。(雑記帳から)
課題	ギャラリー出展者がなかなか見つからず、効果が限定的である



【事業2】 周辺施設整備事業

内容	・大沼城跡等周辺の植栽活動 ・八十八ヶ所弘法等の散策道の整備 ・旧跡等の由来看板設置 ・大沼商店街マップ看板設置
実績	H21年度大沼商店街マップを作成し、各店舗にて配布、商店街及び史跡の宣伝実施 H22年度ウォークラリーイベントのポイントとして活用
課題	史跡・看板等を整備したが、商店街・史跡の宣伝が十分でなく、更に効果的な宣伝を行っていく必要がある



目標2 車での往来がしやすく、安心して歩ける、個性的で魅力的な商業環境の形成


【事業3】 駐車場と街路整備事業

内容	駐車場入口に誘導看板設置
効果	商店街駐車場が道路から奥まった場所にあるため、場所が分かりにくかったが、誘導看板設置により分かりやすくなった






目標3 住民やほかのまちづくり団体等との協力体制を強化し、地域と商店街に誰もが利用しやすい様々な消費者サービスの導入

【事業4】 ポイントカード機導入事業

内容	磁気カードによるポイントカード機を導入し、内需拡大を図った。また、磁気カードへの移行を宣伝するイベントを開催	
実績	ポイント売上 ・平成 19 年 962 千円(導入前)組合員数 17 店 ・平成 20 年 3,184 千円(導入後)組合員数 19 店 ・平成 21 年 3,077 千円(")組合員数 19 店	
効果	導入宣伝のためのイベントの実施により、ポイント利用率があがり、一定の効果があった。また、地元自治体と連携し、行事等の記念品としてポイントカードの満点カード(500 円相当分)を商品券代わりに利用してもらうなど利用促進を図った。 また、回収カード1枚につき20円を地域の団体に寄付を行うために積立て、平成22年に下山地区のこども園2ヶ所に絵本等の寄付を行った。	
課題	カード会の加盟店増強については、増減はなく新規加盟店開拓はできなかった	

目標4 地域の歴史・文化・自然を活かした市場開発、顧客開発につながる共同事業の実施

【事業5】 イベント恒常化事業

内容	・定期朝市の開催(毎月第4週日曜) ・大沼商店街周辺の史跡を使ったウォークラリー「大沼こぼちウォーク」の開催	
実績	【朝市】 買物客数(1回平均) H20年度 80人 H21年度 60人 【大沼こぼちウォーク】 参加者 H22年 106人	
課題	【朝市】 H20年度 地元からの参加者が多く、観光客はあまり見受けられなかった H21年度 朝市開催看板の整備により観光客が増えたが、地元農産物がないと帰ってしまうことが多い。地元農産物の取扱量を増やしていく必要がある。   【大沼こぼちウォーク】 参加者500人を目標としていたが、内容決定までに時間がかかり、宣伝期間が取れず、目標を大きく下回った。 	

目標5 「あそこのアレ」といわれる強い商品・サービス(名物)をもつ魅力ある個店づくりの推進

【事業6】 既存店活性化事業

内容	弘法さんを基にしたキャラクター「こぼっち」をつくり、商店街 PR グッズを作成	
実績	H20 年度に情報発信施設とともに大沼商店街を弘法大師のまちとして売り出すため、そのイメージキャラクターとして「こぼっち」を作成。	
	H21 年度に「こぼっち」グッズを作成。	
	のぼり	弘法大師に関するイベント時に使用
	ポスター	朝市開催を宣伝するための箇所を設けているが、行っているのは一部に留まる
	シール	各店舗でレジ袋等に貼って利用。しかし、消費者が拒否する場合もあり
	ストラップ	「こぼっちウォーク」参加者記念品として配布。残りは商店街店舗で販売



【事業実績】

項目	実績		
交通量調査	調査日 10月第4土曜日(9:00~15:00)		
	調査場所 豊田市大沼町大沼駐在所前		
	調査日	三河湖方面車両数	豊田市街地方面車両数
	H20年10月	994	1,065
	H21年10月	1,336	1,045
H22年10月	1,033	1,944	
ギャラリーこぼっち利用者数	・H21年度 来訪者数 2,413人(1日平均7.8人 目標 50人) ・ギャラリー展示回数 5回		
イベントによる集客	・H20年度 朝市(年9回) 720人 ・H21年度 朝市(年9回) 540人 ・H22年度 こぼっちウォーク 106人		
ポイントカードポイント売上高	・H19年度 962千円(導入前) 組合員数 17店 ・H20年度 3,184千円(導入後) 組合員数 19店 ・H21年度 3,077千円(") 組合員数 19店		

3 大沼商店街の課題

大沼商店街の課題として、次の5つが挙げられる。

地区人口の減少(H12年 5,634人 H23年 5,237人)及び地区外流失による消費購買力低下

(参考)下山地区での購買割合

(平成21年度消費者購買動向調査より)

品名	H11	H21
買回品	13.6	2.0
準買回品	22.3	11.4
最寄品	23.9	15.5
贈答品	10.9	7.9

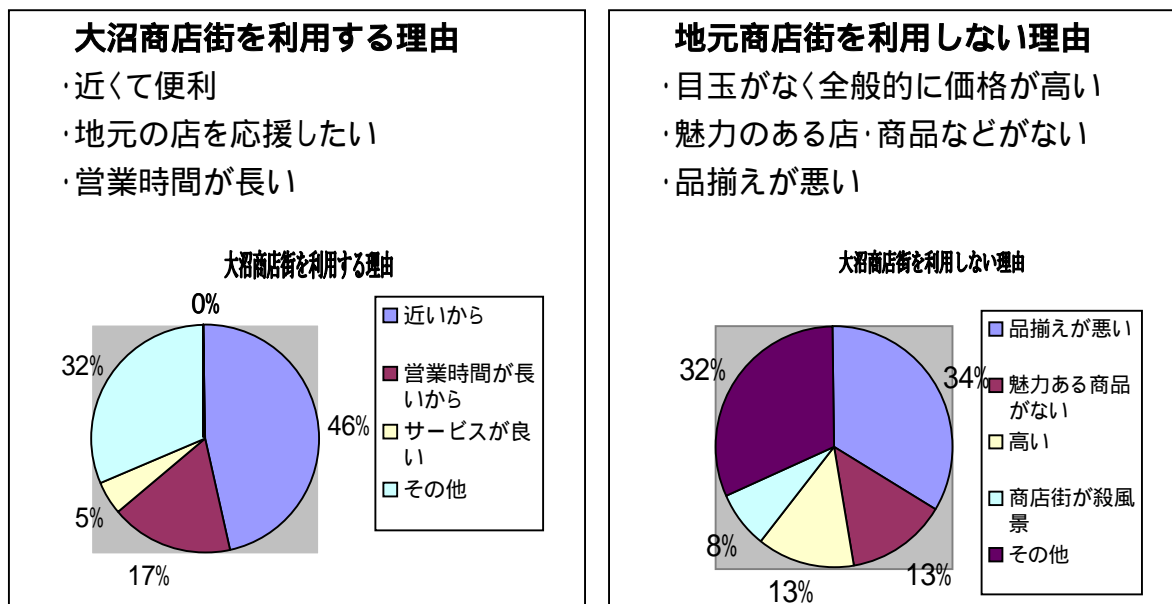
世帯内購買層の世代交代による固定客離れ(高齢化率 24.4%)

各商店の新規顧客の開拓不足

個店の近代化の遅れ、店主が現在の消費者ニーズを把握できていない

後継者不足、店主高齢化

また、大沼商店街周辺を中心に実施した「大沼商店街アンケート」及び「消費者購買動向調査(H21年度愛知県まとめ)」から、「地元商店街を利用する」又は「利用しない理由」は次のとおりであった。



これらの結果から、大沼商店街には、次の対策が必要だと考える。

個店の魅力づくり

イベントによる集客の強化

商店街周辺の環境整備による来訪者の受入態勢の強化

基本方針及び目標

1 基本方針

第1期商店街活性化計画では、次のとおり基本方針を掲げた。

～地元購買力の流失を防止し、名所と名物づくりで観光客の吸引を図る～

『まちぐるみミュージアム・大沼』

第2期商店街活性化計画(H23年度～25年度)においても上記基本方針に則り、活性化事業を展開していく。

2 目標

大沼地区全体をエコミュージアムとして整備(名所作り)し、商店街への集客力向上と回遊する楽しみのあるまちづくりの推進

・「八十八ヶ所弘法等歩道整備」などにより商店街の回遊性を高め、イベント事業の集客性を向上させる

地域の歴史・文化・自然を活かしたイベント事業の推進

・「朝市」、「ウォークラリー」の事業改善による集客増・商店街知名度アップを目指す

「あそこのあれ」といわれるような商品・サービス(名物)をもつ魅力ある個店づくりを推進するとともに、個店の経営の近代化を図り営業力を強化

・大型店との差別化を図るため、個店の特徴を活かした逸品運動を推進

・店舗の経営力を強化するため、公募方式で店舗診断等を行い、個店活性化のモデルケースを創出

商店街活性化へ向けた事業展開

1 個別事業

事業計画 1 周辺施設整備事業

事業目的	地元の史跡周辺を整備し利用しやすくすることで、観光客を呼び込む。 史跡散策ルートの中に商店街を入れ、商店街の歩行者の増加を図る。
ターゲット	史跡やウォーキングに関心がある 50 代観光客
事業概要	地元にある史跡等の歩道を整備することで観光客を呼び込む。 第 1 期で整備できなかった散策道(八十八ヶ所弘法等歩道)の危険箇所の整備、 看板の設置などを行う。
事業費	歩道整備費、看板設置費 年間 55 万円
事業効果	史跡やウォーキングに関心のある来訪者を商店街へ取り込むことにより新たな顧客を開拓することが出来る。
成果目標	情報発信施設「ギャラリーこぼち大沼」への来場者数 3,000 人
推進体制	大沼発展会が実施
関連事業 (地域の動き等)	大沼こぼちウォーク事業 史跡周辺での植栽活動(大沼発展会)

事業計画 2 朝市事業

事業目的	商店街の認知度を上げる。 商店街への来客数の増加・個店の新たな顧客開拓を図る。
ターゲット	下山を訪れる観光客(50 代以上の夫婦等)、地元主婦層
事業概要	1月と2月を除く毎月第 4 日曜日に、商店街中心部のふれあい広場で新鮮な地元特産物等の販売を行う。 第 2 期はホームページなどを活用し宣伝に力を入れ、朝市開催中に各個店でも売り出しを行う。
事業費	宣伝広告費、朝市備品、チラシ印刷代 年間 30 万円
事業効果	地元客だけでなく、年間 70 万人下山へ訪れる観光客に対して商店街の認知度を上げることができ、来客数の増加等につなげることができる。
成果目標	朝市の来客数 1 回につき 85 人
推進体制	しもやま SS カード会が実施
関連計画や事業 (地域の動き等)	他の朝市との連携 豊田市役所下山支所での産直連絡会への参加

事業計画3 大沼こぼちウォーク事業

事業目的	地区外の人を大沼商店街に呼び込むため。 史跡を知ってもらいながら、商店街について知ってもらい、リピーターを増やす。
ターゲット	史跡やウォーキングに関心がある観光客
事業概要	11月中旬に、大沼商店街周辺にある史跡(立志弘法等6箇所)にチェックポイントを設けた、スタンプラリー形式のウォークラリーを行う。 商店街内の駐車場に受付場所、特産品の販売・飲食ブース等を設置する。 第2期では、開催中に商店街でも売出しを行う。
事業費	報償費(アルバイト等)、宣伝広告代、チラシ印刷代、警備費、保険料、イベント運営費(テント等) 年間55万円
事業効果	大沼商店街周辺の歴史的な史跡を活用し、商店街の歩行者人数の増加を図ることができる。 史跡めぐりのウォークラリーを通じて多くの人に大沼商店街を知ってもらう。
成果目標	ウォークラリー参加者 200人
推進体制	こぼち大沼、大沼発展会、しもやまSSカード会が実施する
関連計画や事業 (地域の動き等)	周辺施設整備事業

事業計画4 個店経営力強化事業

事業目的	個店の近代化・顧客サービスの充実を図り、本業を強化することで、個店を元気にし、商店街の活性化につなげる。 観光客に対応できるサービス、商品を提供できるようにする。
ターゲット	商店街各個店
事業概要	大沼発展会、しもやまSSカード会から希望者を募り、各年度1店舗を選んで店舗診断を行い、個店活性化のモデルケースをつくる。 対象店舗は、7月頃にヒアリング1回、8～11月頃に実地店舗等診断4回(月1回)を行い、12月頃に成果報告を行う。 商店街内で成果を共有し、商店街各店主への波及を図る。
事業費	アドバイザー委託費 年間30万円
事業効果	個店の経営力を強化することにより、売上高の減少に歯止めをかけ観光客などの新しい顧客の開拓を行うことが出来る。 モデルケース創出により、中山間地の商店でも、市街地の大型店と差別化を図ることで来客数を増やせることを示し、他の店主のやる気を起こすことができる。
成果目標	実施店舗の来客数・売上高 毎年3%アップ
推進体制	大沼発展会、しもやまSSカード会から希望者を募り、2～3店舗を対象とする。 選考は、下山商工会商店街活性化委員会が行う。
関連計画や事業 (地域の動き等)	なし

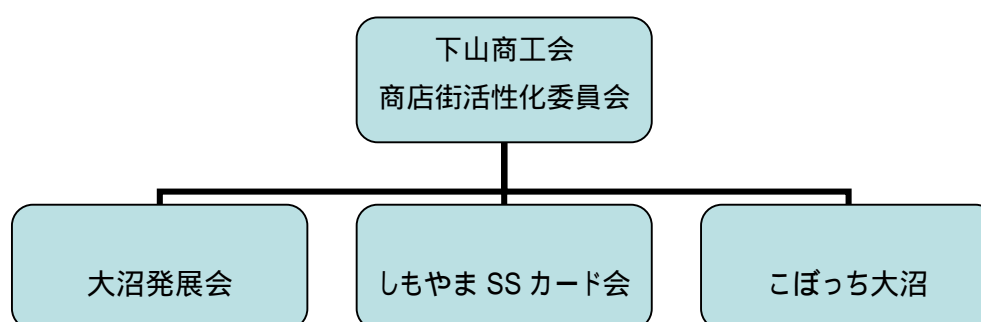
2 計画事業のスケジュール

事業名	23 年度【1年目】	24 年度【2年目】	25 年度【3年目】
サテライト整備事業	夏 調査 冬 実施	調査	夏 調査 冬 実施
朝市事業	毎月第 4 日曜実施 (1、2月開催せず) 3 週間前 企画 2 週間前 宣伝	毎月第 4 日曜実施 (1、2月開催せず) 3 週間前 企画 2 週間前 宣伝	毎月第 4 日曜実施 (1、2月開催せず) 3 週間前 企画 2 週間前 宣伝
こぼっちウォーク事業	8 月 企画決定 9 月 宣伝開始 11 月 実施	8 月 企画決定 9 月 宣伝開始 11 月 実施	8 月 企画決定 9 月 宣伝開始 11 月 実施
経営力強化事業	募集・選考	7 月 ヒアリング 8～11 月実地診断 12 月 成果報告	7 月 ヒアリング 8～11 月実地診断 12 月 成果報告
関連計画や事業	植栽活動 (大沼発展会) 産直連絡協議会参加 (しもやま SS カード会) ギャラリー ミニコンサート (こぼっち大沼) 新規加盟店の募集 (しもやま SS カード会)	植栽活動 (大沼発展会) ギャラリー ミニコンサート (こぼっち大沼) 新規加盟店の募集 (しもやま SS カード会)	植栽活動 (大沼発展会) ギャラリー ミニコンサート (こぼっち大沼) 新規加盟店の募集 (しもやま SS カード会)
成果目標進捗状況	ギャラリーこぼっち大沼来訪者数 平成 25 年 年間 3,000 人 朝市、こぼっちウォーク参加者のアップ 平成 22 年 年間 700 名 平成 25 年 年間 1,050 人 個店経営力アップ モデル店舗の平成 25 年売上高を平成 22 年度比で 6%アップ 大沼商店街(史跡等含む)の知名度アップ		

推進体制

下山商工会商店街活性化委員会が中心となり、商店街活性化計画の策定、事業全体の企画、運営を行う。大沼発展会等の地元団体は、活性化委員会に参加し、各担当事業の実施をする。担当は次のとおりである。

事業名	実施団体
サテライト整備事業	大沼発展会
朝市事業	しもやま SS カード会
大沼こぼっちウォーク事業	こぼっち大沼、大沼発展会、しもやま SS カード会
経営力強化事業	活性化委員会、大沼発展会、しもやま SS カード会



注)各団体について

大沼発展会(会長:平山則雄)

大沼地区に事業所を有する事業者を対象とした事業者団体。
八十八ヶ所弘法の各種管理作業、各種まつり(4月、9月)の主催、植栽活動などを実施。
会員は、商業・サービス業が中心であるが、その他の業種も加入している。
現在、会員数は 30 事業所。

しもやま SS カード会(会長:柴田充久)

下山地区内で小売業・サービス業を営む事業者を対象にした、ポイントカード会。
ポイントの発行・換金事業、共同売出等の事業を実施。
現在、会員数は 19 事業所。

こぼっち大沼(会長:吉田嘉尚)

大沼地区に事業所を有する事業者を対象としたまちづくり団体。
情報発信施設の管理・運営、ギャラリー等のイベントを開催。
現在、会員数は 24 事業所。