

藤岡商工会 商業活性化計画



目次

はじめに.....	1
第1章（商店街活性化計画編）	
1. 現状と課題の分析	3
2. 活性化の基本方針及び目標	8
3. 4か年の事業計画・評価指標及び評価の手法・推進体制	9
第2章（地域核形成編）	
1. 基礎調査	13
2. 商圈分析	25
3. 現状と課題の整理	29
4. 買い物環境充実の方向性の検討	30

藤岡商工会
平成29年2月
(平成30年10月 改訂)

はじめに

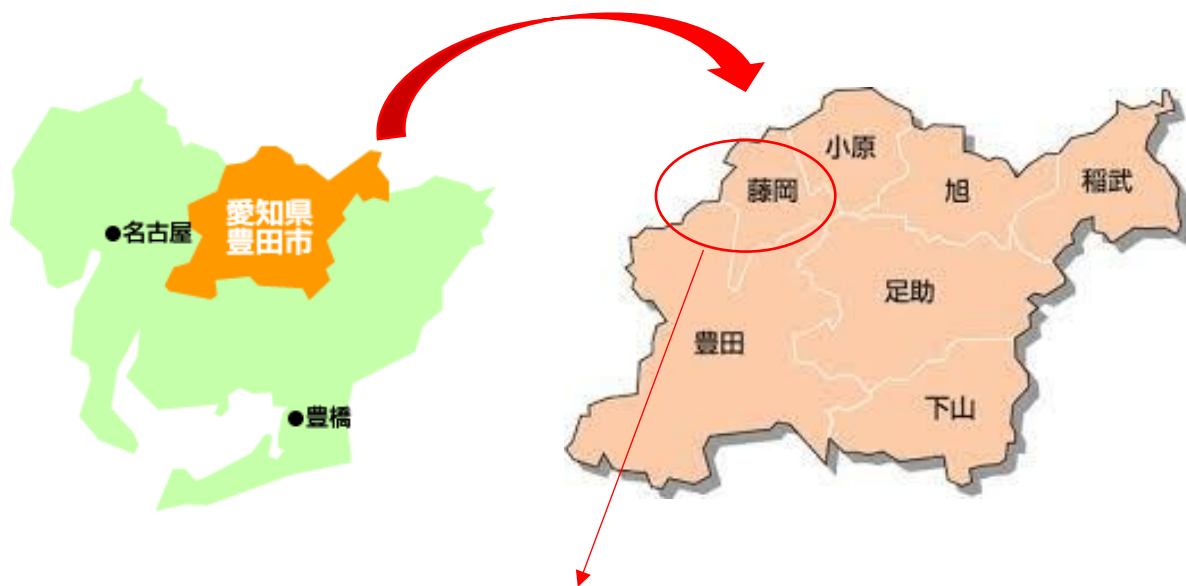
本計画は、藤岡地区の商業（商店街）の活性化を図るための計画である。

第1章は「商店街活性化計画編」として、商店街自ら方針を定めた4か年の事業計画を記載している。

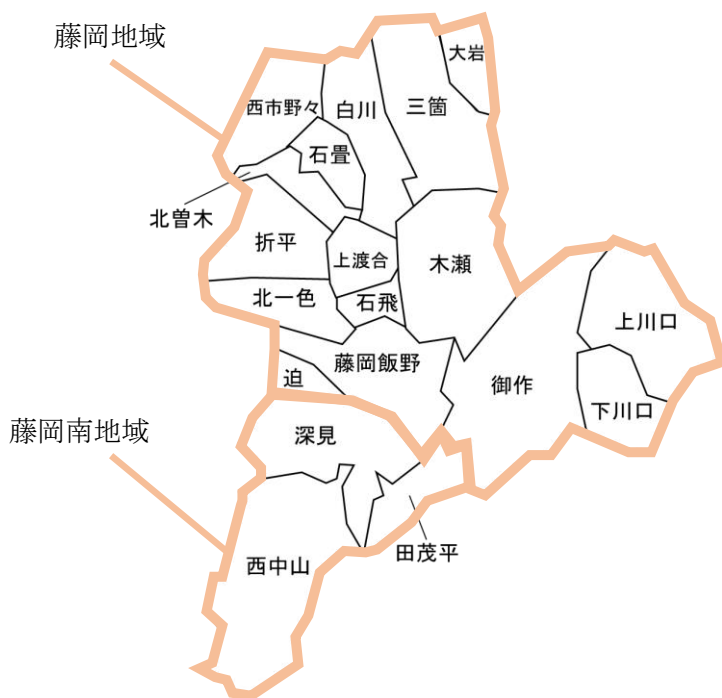
第2章は、第1章のうち、商業機能の充実に向けた取り組み施策の新たな手段として、藤岡支所周辺における買い物環境充実（日常生活の最寄品[生鮮食料品]）と地域核形成の取り組みを記載している。

【愛知県豊田市位置図】

【藤岡地区内位置図】



【藤岡地区内位置図 詳細】



第1章

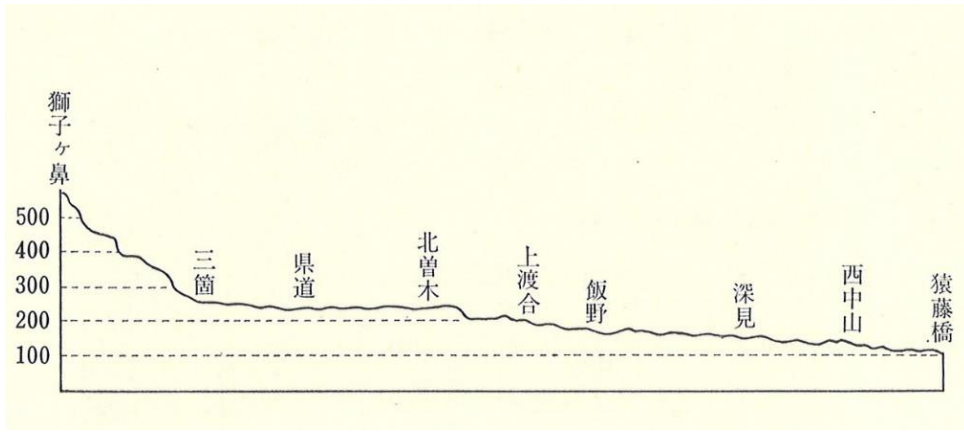
(商店街活性化計画編)

1. 現状と課題の分析

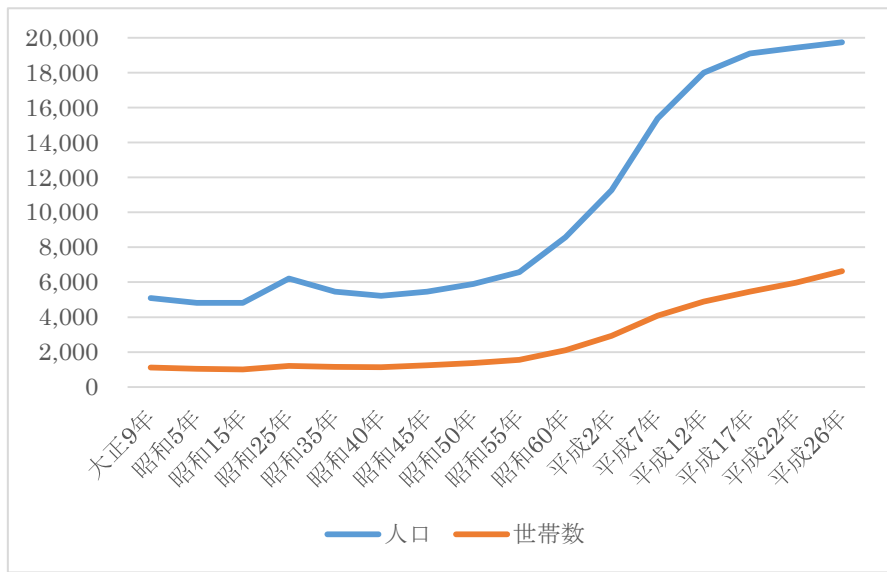
【藤岡地区の現状について】

豊田市藤岡地区（旧藤岡町）は、愛知県北部の旧西加茂郡に属していた町で、平成17年4月に藤岡町を含む周辺の6町村が旧豊田市と合併した。立地は東を足助地区、西は瀬戸市と岐阜県土岐市、南は旧豊田市地区、北は小原地区に接しており、面積は65.68平方キロメートルの自然が豊かな中山間地域である。1978年4月の町政施行以降、豊田市内や名古屋市のベッドタウンとして急激に人口が増加し、2000年の国勢調査の結果においては、平均年齢が34.1歳で日本一平均年齢が若い町となった。これは、豊田市中心地へ通勤する人々による住宅需要が高まり、通勤可能な周辺地域において住宅購入が進むことで急増した転入者の大部分が若年層であったために生じた現象である。しかしながら、こうした人口の変化は地区内において均一に生じたわけではなく、南部と北部でかなりの地域差をもって生じており、当地区において最も人口が増加したのは最南部にある西中山地区である。これは、豊田市中心地に最も隣接している西中山地区に宅地購入して転入した人々が多かったため、一部を除く北部や東部は宅地開発が進まなかったために人口増加が進まず、現在は人口の伸び率は鈍化している。地理的には2005年の愛・地球博（愛知万博）を期に東海環状自動車道が開通し、豊田藤岡インターチェンジが整備されることで名古屋市や他地域との交流が盛んになり、当地区の発展が飛躍的に進展したが、地区内の全域の82パーセントを占めている森林地域が、南部を除いた地域に広がっており、地勢は北部と南部で山間部と平野部の境目ができてしまっている町となっている。自然が豊富な北部は、以前より隣接する瀬戸市や岐阜県土岐市との交流がなされており、山間地特有の急こう配な地形のため、住宅地や工業地の造成については場所が限定されてしまうことと、都市計画区域の区分が市街化調整区域のために南部の平坦な地形や区域区分からすると北部は圧倒的に発展が不利な条件となっており、当地区の中央に位置する飯野地区には主要道路が集中し、かつては行政や商業の中心地区として活気に満ち溢れていたが、コンビニエンスストア等の進出が激化する中で業者間の競争のあおりを受ける形で同業態の小売店の規模縮小や廃業が現在も続いている。近年の廃業の内訳は商業、飲食業、サービス業が最も多く、豊田市中心部や名古屋市といった地区外への車でのアクセスが容易である点が、反対に地区内の消費者が地区外へ流出してしまう要因にもなっている。当地区の中央部には国道419号線が縦に貫通しているが、安全性や快適性は極めて低く、主要道路がこの1本に限られていることで慢性的な渋滞も引き起っている。商店街は形成されておらず、昔から商店を営んでいる事業所は主要道路沿いに点在している状態で、北部においては生鮮食料品を取り扱うスーパー等が無いことから、岐阜県側にも消費者の流出が起こってしまっているのが現状である。地区内商業者281件の内、137件（卸売・小売業41%、飲食業27%、その他サービス業32%）が商工会に加入している。

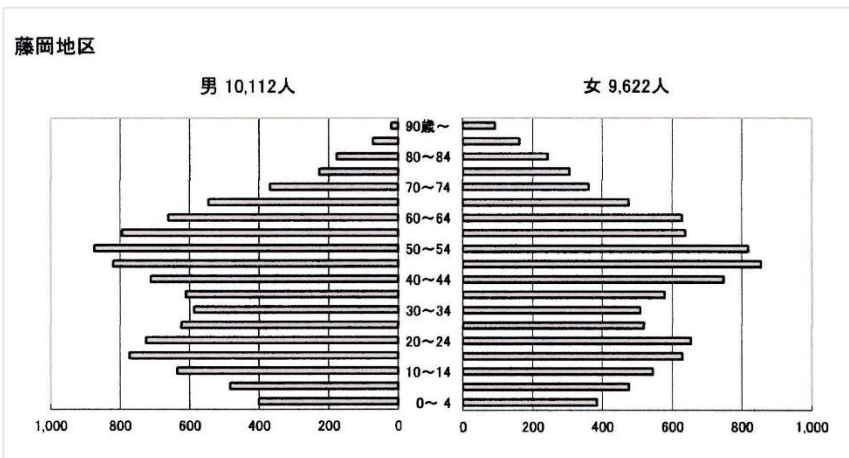
【藤岡地区断面図】



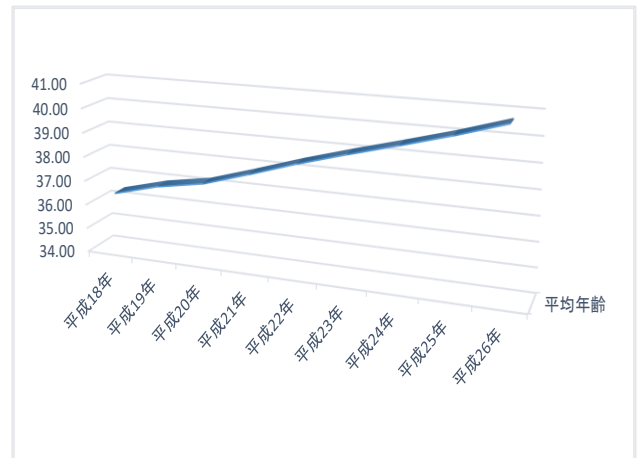
【藤岡地区人口の推移】



【人口ピラミッド】



【平均年齢の推移】



（出典：「豊田市の人口」）

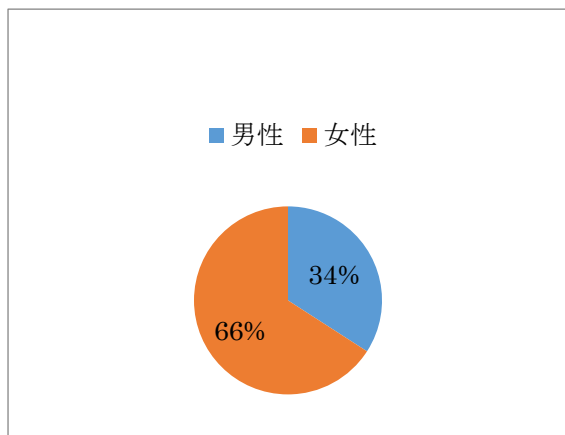
藤岡地区は昭和から平成にかけて急激に人口が伸びたが、豊田市と合併をしての結びつきを強めていく中で、近接している南部に転入した人々が多く、山間部である北部や、矢作川が障害となって交通の便が悪い東部は宅地開発が進まず人口増加が進まなかったため、現在では人口が減少している地区も少なくないのが現状である。

【商業活性化についてのアンケート調査結果】

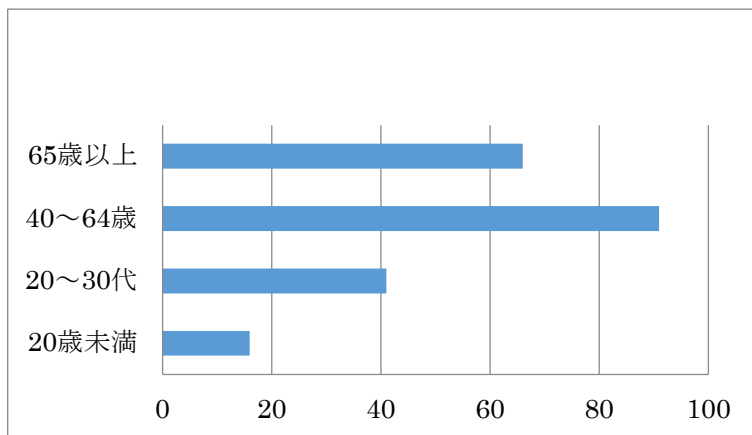
(藤岡地区における商業活性化策を検討し、地区住民の購買活動の実態や意向を把握することを目的に実施。)

※H28年10～11月に実施 藤岡地区有効回答数 214人

① アンケート調査対象者の性別



② アンケート調査対象者の年齢層

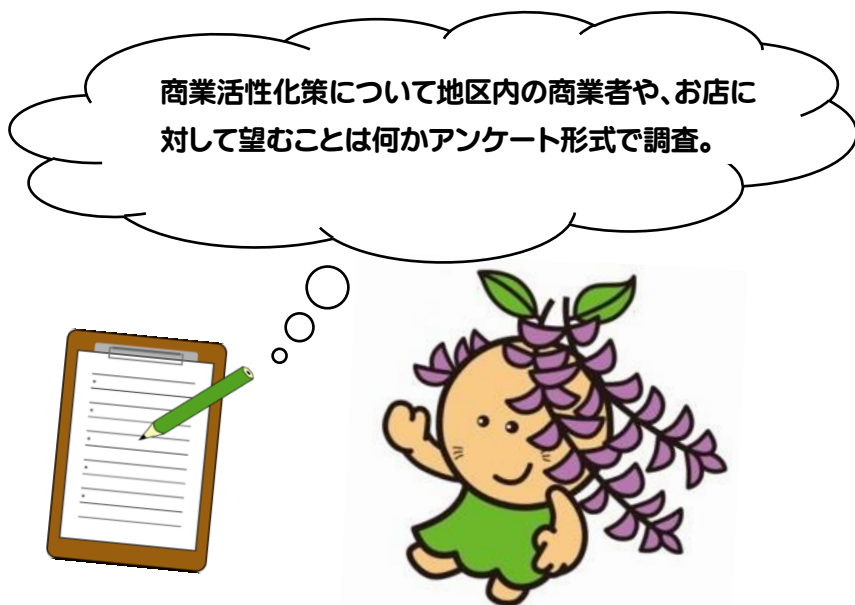


③ アンケート調査対象者の居住地区

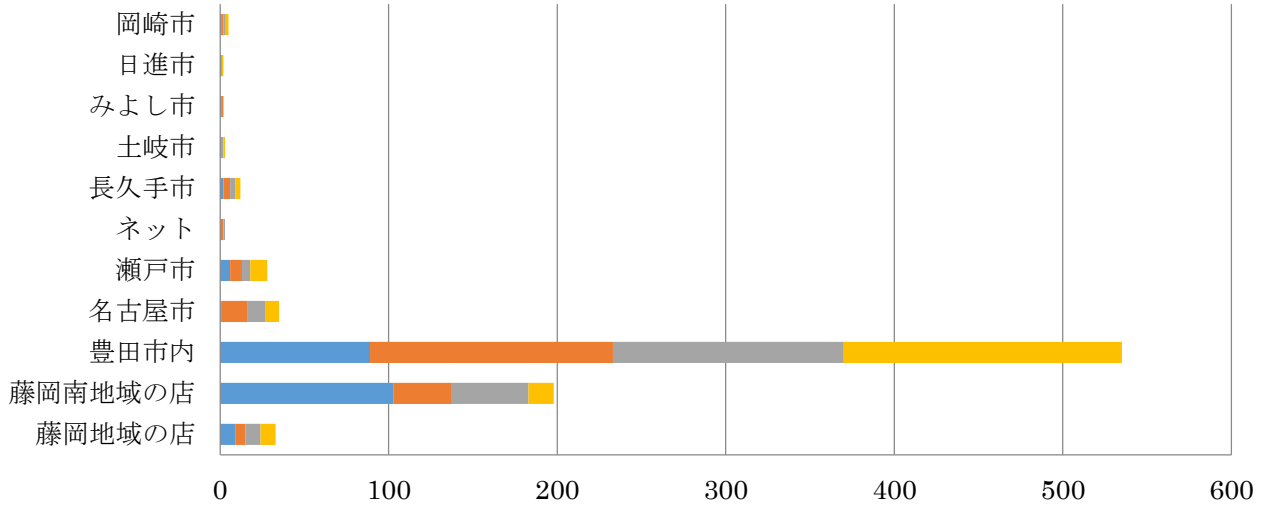
選択項目	人数	構成比
飯野町	21	9.8%
石畳町	8	3.7%
石飛町	4	1.9%
大岩町	1	0.5%
折平町	6	2.8%
上川口町	1	0.5%
上渡合町	8	3.7%
木瀬町	15	7.0%
北一色町	7	3.3%
三箇町	1	0.5%
下川口町	3	1.4%
白川町	3	1.4%
西市野々町	1	0.5%
迫町	11	5.1%
北曾木町	0	0.0%
御作町	7	3.3%
田茂平町	3	1.4%
西中山町	68	31.8%
深見町	12	5.6%
豊田市内	29	13.6%
豊田市外	5	2.3%
無回答	0	0.0%
合計	214	100.0%

④ 商業活動に望むこと (2つ選択)

選択項目	人数	構成比
お店・商品の情報	94	22.0%
商品サービス品質向上	48	11.2%
魅力がある商品の提供	72	16.8%
イベント等の企画運営	43	10.0%
接客サービス充実	14	3.3%
品揃えの充実	68	15.9%
新しい店舗の出店	89	20.8%
無回答	0	0.0%
合計	428	100.0%

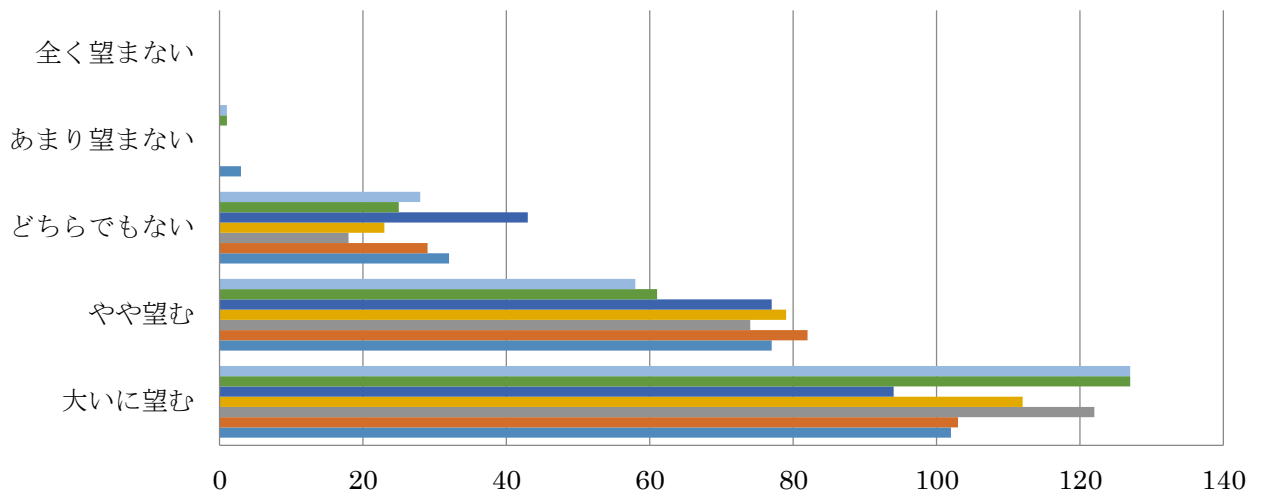


買い物の利用地域



	藤岡地域の店	藤岡南地域の店	豊田市内	名古屋市	瀬戸市	ネット	長久手市	土岐市	みよし市	日進市	岡崎市
■ 生鮮食料品	9	103	89	1	6	0	2	1	1	1	1
■ 服・家電・日用雑貨	6	34	144	15	7	2	4	0	1	0	1
■ 手土産・贈答品	9	46	137	11	5	1	3	1	0	0	1
■ 外食	9	15	165	8	10	0	3	1	0	1	2

藤岡地区の商業活動に望むこと



	大いに望む	やや望む	どちらでもない	あまり望まない	全く望まない
■ 新しい店舗の出店	127	58	28	1	0
■ 品揃えの充実	127	61	25	1	0
■ 接客サービスの充実化	94	77	43	0	0
■ イベント等の企画運営	112	79	23	0	0
■ 魅力がある逸品の提供	122	74	18	0	0
■ 商品サービス品質向上	103	82	29	0	0
■ お店・商品の情報発信	102	77	32	3	0

【商業者の課題について】

アンケート調査の結果を踏まえ、地区内の商業者の現状分析と課題の把握についてSWOT分析を行い各項目にまとめてみると、強みとしては、自然が豊かで身近にある山間部でありながら比較的車で容易に来ることができる位置にあること、また、地域における人と人との繋がりが強く、個社の魅力向上を望む商業者が多いことがあげられる。一方で、弱みとしては、商業者自体が地区内外においてあまり知られておらず、知名度が圧倒的に低いこと、自社にはこれがある、と自信をもって推進をしているものがないこと、商業者同士が集まる機会が少ないため、同一地区において商業を営んでいながら、情報交換の場としての相互の交流が少ない状態にあることがあげられる。今後の機会としては、インターネットが世代を問わず一般的に普及しており、車でのインフラが整備されており、インターも近くにあることから、豊田市内だけではなく、他地区からの人々の往来が比較的安易なため、情報発信の仕方によっては豊田市内外の客層獲得をするチャンスがあることがあげられる。反対に今後の脅威としては、商業者の次世代を担う若手後継者がいない事業者が数多く存在しており、当地区内の今後の商業者の発展と継続が危惧されることである。旧豊田市との合併を機に、地区内において開催されていた会合などが豊田市中心部において開催されることが増える一方で、当地区が中心部とは違い、電車・バスといった公共交通機関のハード面において充実しておらず、電車の停車駅が無く、公共バスの本数も少ないことから、宴会や仕出しを主要とする商業者や、酒類を提供する飲食店、とりわけ専用の送迎車や駐車場を確保できない小規模な事業者にとっては大きな打撃となっている。また、前述したとおり当地区内の南部と北部において発展の差があり、買い物客の地元での購買離れが進んでいる状況を何とかして打開していくことが課題としてあげられます。このような状況下において、商業者にとって重要なことは、地区内外においてまず、第一に「自社の商品・サービスを知ってもらうこと」であり、顧客のニーズに応えながら「他に置き換えられない存在として如何に顧客に選ばれるか」を鍵として捉え、そのために必要な商業活性化策を検討していかなければならないといえる。

【藤岡地区の商業者の現状分析】（アンケート調査の結果を踏まえ商業部会幹事会において検討）

SWOT 分析

	内部環境	外部環境
プラス面	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然が豊かで身近に多く存在している。 ・地域の繋がりが強く、自治精神の高い人が多い。 ・個店の強化や魅力アップを望む意欲的な商業者が多い。 	<p>機会 (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>インターネットが世代を問わず普及している。</u> ・近くにインターがあり車での往来が容易であり、地区外からも人を呼び込める可能性がある。 ・商業者の発展を望む固定客やファンが存在する。
マイナス面	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地区内の商業者自体があまり知られていない。 ・特色やこだわり商品がなく顧客のニーズに応えられていない。 ・買い物客や若者の地元の購買離れが進んでいる。 	<p>脅威 (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若手後継者がいない事業者が多く、人材育成面において不安要素がある。 ・公共交通機関（鉄道・バス路線）の充実面で弱い。 ・少子高齢化が進んでいる。

藤岡地区内の顧客を維持しながら豊田市内をはじめとした他地区の客層獲得も目指す！！



①自社の商品・サービスを、より多くの顧客に知ってもらうためにどうするか？

②自社を他に置き換えられない存在として、如何にして顧客に選んでもらうか？

2. 活性化の基本方針及び目標

【基本方針】

藤岡地区内の顧客は、北部は岐阜県側、南部は豊田市中心地において消費をする傾向が強く、地区内での消費、とりわけ北部に出向く機会が少ない。地区外からの顧客は知名度が低い当地区を素通りして通過する傾向があり、観光客を含めて年間を通じて顧客を呼べるものが少ない。総じて商業者の情報を幅広く発信し地区内外に周知することが必要であり、商業者自身が自信をもって発信できる自社の商品・サービスを確立することが重要である。

【目標】

①商業活性化計画の4年間において商業者の「経営革新」を見据えた事業計画書の策定支援を行う。

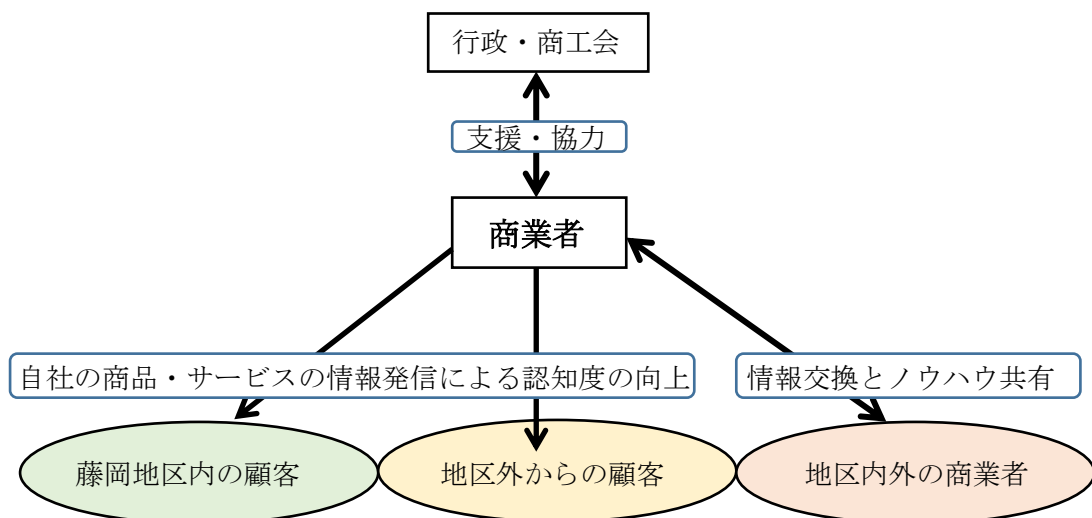
- ・ 商業者の経営理念の確立を踏まえた事業計画書の策定と、その見直しを含めた経過改善の支援。
- ・ ビジネスマッチング事業や特産品展、地区内外のイベント等で販売、周知する販路開拓の支援。
- ・ 商業者が持続的に事業を継続して発展するための未来を見据えた後継者及び従業員育成の支援。

②商業者の情報を共有できるホームページ作成やSNS等を活用して商業者の情報発信を支援する。

- ・ 店舗、商品情報等、商業者の情報を掲載したWEB商店街システム導入による情報発信の支援。
- ・ 商業者の店舗拝見等のコーナーを掲載した広報誌の作成等、地区内における商業者周知の支援。

個々のチカラを伸ばしながら、人と人、地域と地域を繋いでいく商業振興




【藤岡商工会商業活性化計画イメージ図】






※商業者自身の資質向上と持続的な事業継続に向けて、地域のまちづくりと一体化して活性化事業を行う。

3. 4か年の事業計画・評価指標及び評価手法・推進体制

1. 【事業計画書の策定支援事業】

<p>①事業概要</p>	<p>昨今は事業者が補助金や、金融機関からの融資を受ける際に事業計画書を作成することが必須になっている。経営者自身の価値観を明確にし、自社の経営理念を確立し、経営の強みと弱みを把握・理解した上で、課題解決のために必要な取り組みを計画していくことが非常に重要になっており、目標を明確にし、自身の価値観を見出すことで持続可能な事業者として発展していかなければならない。<u>事業計画書の作成にあたっては、個別相談や集団セミナーを開催し、事業計画書の作成後は計画の見直しを含めた経過、改善を支援する。事業者が自信をもって発信できる商品・サービスを確立し、地区内の各種祭典への出店や他地区での特産品展への参加を促し、地区内外のビジネスマッチングに繋げる。</u>イベントへの出店は、事業者にとって千載一遇のビジネスチャンスと捉えられるが、地区内事業者の反応が鈍く、事業者の積極的な参加や、共同によるイベント企画の必要性が感じられる。経営革新を見据えた新たな事業展開・サービスと、販路拡大を目指して取り組む事業計画書を策定し、地区内から豊田市中心地へ、さらに地区外へと自社の商品・サービスを周知させることで顧客獲得のきっかけにする。事業者が持続的に事業を継続し、発展に繋げるためには事業者自身が経営目標、経営理念、経営ビジョンを備えることが必要不可欠である。激しく変化する経営環境の中で、現状への対応に追われるうちに自分の行く道を見失っている事業者が多いため、事業者が未来を見据えるために人材育成セミナーを実施し、後継者の育成や従業員の資質向上に結び付ける。とりわけ当地区における事業者の後継者問題は避けては通れない現状があり、経営の継続さへの困難な状況に陥っている事業者自身のやる気を起こさせる。</p>																								
<p>②実施時期</p>	<p>平成29年より4年間</p>																								
<p>③事業予算</p>	<p>事業費 800,000円</p> <table border="1" data-bbox="319 1243 1465 1637"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>平成29年</th> <th>平成30年</th> <th>平成31年</th> <th>平成32年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>報償費</td> <td>160,000円 講師謝金等 @40,000×4回</td> <td>160,000円 講師謝金等 @40,000×4回</td> <td>160,000円 講師謝金等 @40,000×4回</td> <td>160,000円 講師謝金等 @40,000×4回</td> </tr> <tr> <td>会場費</td> <td>40,000円 会場使用料 @10,000×4回</td> <td>40,000円 会場使用料 @10,000×4回</td> <td>40,000円 会場使用料 @10,000×4回</td> <td>40,000円 会場使用料 @10,000×4回</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>200,000円</td> <td>200,000円</td> <td>200,000円</td> <td>200,000円</td> </tr> </tbody> </table> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">    </div>					年度	平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	報償費	160,000円 講師謝金等 @40,000×4回	160,000円 講師謝金等 @40,000×4回	160,000円 講師謝金等 @40,000×4回	160,000円 講師謝金等 @40,000×4回	会場費	40,000円 会場使用料 @10,000×4回	40,000円 会場使用料 @10,000×4回	40,000円 会場使用料 @10,000×4回	40,000円 会場使用料 @10,000×4回	合計	200,000円	200,000円	200,000円	200,000円
年度	平成29年	平成30年	平成31年	平成32年																					
報償費	160,000円 講師謝金等 @40,000×4回	160,000円 講師謝金等 @40,000×4回	160,000円 講師謝金等 @40,000×4回	160,000円 講師謝金等 @40,000×4回																					
会場費	40,000円 会場使用料 @10,000×4回	40,000円 会場使用料 @10,000×4回	40,000円 会場使用料 @10,000×4回	40,000円 会場使用料 @10,000×4回																					
合計	200,000円	200,000円	200,000円	200,000円																					
<p>④支援対象</p>	<p>藤岡地区内事業者</p>																								
<p>⑤評価指標</p>	<p>事業者の事業計画書策定支援件数（各年7件：4年間で合計28件）</p>																								
<p>⑥推進体制</p>	<p>事業者に対して専門家による指導を含めた事業計画書の策定支援を行う。</p>																								

2. 【事業者のWEB商店街システムの導入事業】

①事業概要	<p>商店街が存在していない当地区において、<u>地区内に点在している事業者をより多くの顧客に知ってもらうためにホームページで紹介するシステムを導入</u>する。店舗の新着情報や販売情報、地図表記をすることによって地区内外に向けて消費喚起を可能にする。併せて地区内で開催されるイベント時において、観光客に各店舗へ寄ってもらえるように<u>事業者のホームページをリンク</u>周知して閲覧して頂くことで新規顧客の獲得に結び付ける。ホームページは情報を事業者自身が簡易に追加修正できるようにして常に情報が更新できる状態にする。その他にもホームページに付随した<u>SNSを活用した情報発信ツールを作成</u>する。また、当地区内における事業者の情報が事業者間においても共有ができていない現状があるため、事業者が<u>情報発信をするための手法の一つとして紙媒体の広報等の発行においてお店拝見コーナー等を掲載した情報誌の作成</u>をする。取材により店舗情報やこだわりの逸品などを写真付きで紹介して地区内事業者間で共有をして新規顧客獲得とビジネスマッチングにも繋げる。また、従業員募集や商売をはじめた経緯等を掲載し、これまで事業者の存在は知っていたものの機会がなく交流したことがなかった事業者同士をつなぐ架け橋の一環として活用する。</p>																																								
②実施時期	平成29年より4年間																																								
③事業予算	<p>事業費 1,100,000円</p> <table border="1" data-bbox="320 913 1465 1160"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>平成29年</th> <th>平成30年</th> <th>平成31年</th> <th>平成32年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>システム導入費</td> <td>500,000円</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>システム維持費</td> <td>120,000円</td> <td>120,000円</td> <td>120,000円</td> <td>120,000円</td> </tr> <tr> <td>サーバー維持費</td> <td>30,000円</td> <td>30,000円</td> <td>30,000円</td> <td>30,000円</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>650,000円</td> <td>150,000円</td> <td>150,000円</td> <td>150,000円</td> </tr> </tbody> </table> <p>事業費 52,800円</p> <table border="1" data-bbox="320 1209 1465 1518"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>平成29年</th> <th>平成30年</th> <th>平成31年</th> <th>平成32年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>印刷費</td> <td>広報誌等の企画</td> <td>用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回</td> <td>用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回</td> <td>用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>0円</td> <td>17,600円</td> <td>17,600円</td> <td>17,600円</td> </tr> </tbody> </table> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 10px;">    </div>	年度	平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	システム導入費	500,000円				システム維持費	120,000円	120,000円	120,000円	120,000円	サーバー維持費	30,000円	30,000円	30,000円	30,000円	合計	650,000円	150,000円	150,000円	150,000円	年度	平成29年	平成30年	平成31年	平成32年	印刷費	広報誌等の企画	用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回	用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回	用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回	合計	0円	17,600円	17,600円	17,600円
年度	平成29年	平成30年	平成31年	平成32年																																					
システム導入費	500,000円																																								
システム維持費	120,000円	120,000円	120,000円	120,000円																																					
サーバー維持費	30,000円	30,000円	30,000円	30,000円																																					
合計	650,000円	150,000円	150,000円	150,000円																																					
年度	平成29年	平成30年	平成31年	平成32年																																					
印刷費	広報誌等の企画	用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回	用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回	用紙代 @12×400枚×2回 印刷代 @10×400枚×2回																																					
合計	0円	17,600円	17,600円	17,600円																																					
④支援対象	藤岡地区内事業者																																								
⑤評価指標	<p>ホームページ閲覧のアクセス件数</p> <p>【初年度】1,820件（1日10件×182日）平成29年度：10月～3月（6か月）</p> <p>【2年目】4,380件（1日12件×365日）平成30年度：4月～3月</p> <p>【3年目】5,840件（1日16件×365日）平成31年度：4月～3月</p> <p>【4年目】7,300件（1日20件×365日）平成32年度：4月～3月</p>																																								
⑥推進体制	事業者をWEB商店街のホームページ等で紹介し、地区内外に周知する。																																								

【藤岡商工会商業活性化計画の実施体制について】

商業活性化計画の実施体制

(平成29年2月現在)

(1) 組織体制

・事業実施体制

事務局長1名、経営指導員2名、補助員1名、記帳指導職員1名、記帳指導員1名
商業部会幹事8名

(2) 連絡先

藤岡商工会

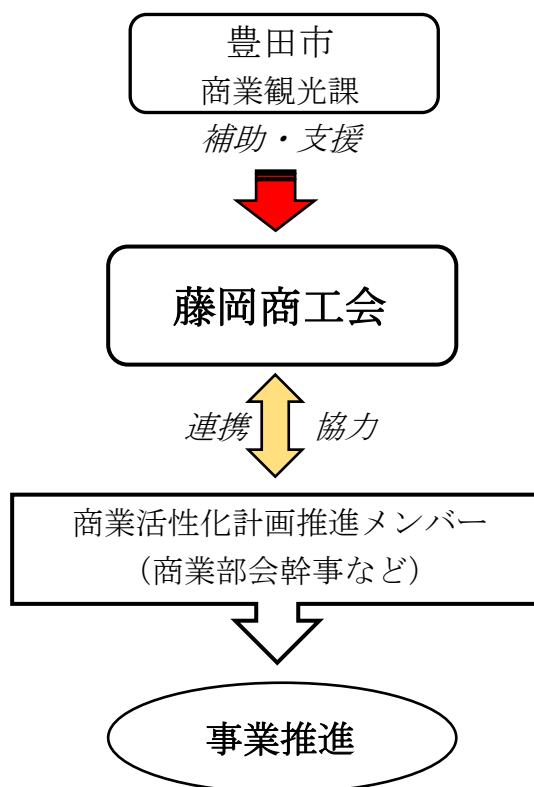
豊田市藤岡飯野町田中245番地 TEL0565-76-2612 FAX0565-76-0205

<http://www.hm3.aitai.ne.jp/~fujioka/>



【推進体制】

藤岡商工会が中心となり、豊田市商業観光課などを交え、意見交換を行いながら進めていきます。



第 2 章

(地域核形成編)

1. 基礎調査

【人口・世帯】

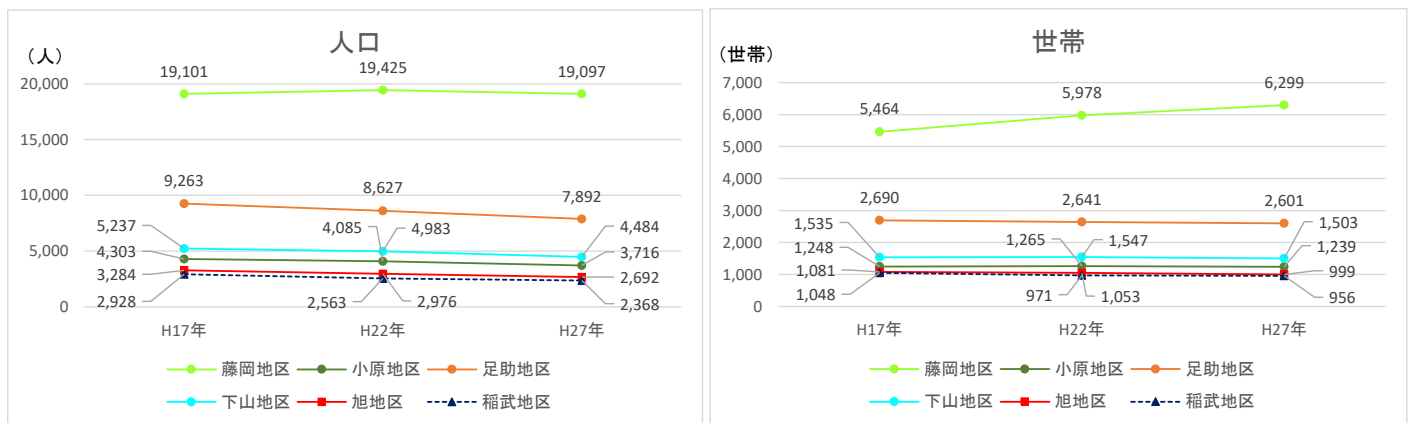
(1) 人口・世帯

藤岡地区の人口は、平成 22 年で 19,425 人をピークに平成 27 年では 19,097 人となっている。世帯数は増加傾向で、平成 27 年では 6,299 世帯となっている。

各地区（豊田地区除く）の人口と比較しても藤岡地区が一番多く、各地区の人口は減少傾向となっており、世帯数は減少または横ばいの傾向となっている。

地域別の人口の推移をみると藤岡地域は減少傾向にあり平成 17 年と比較して、平成 27 年では 9,154 人（-5.9%）となっている。藤岡南地域は増加傾向にあり平成 27 年では 9,847 人（5.1%）となっている。

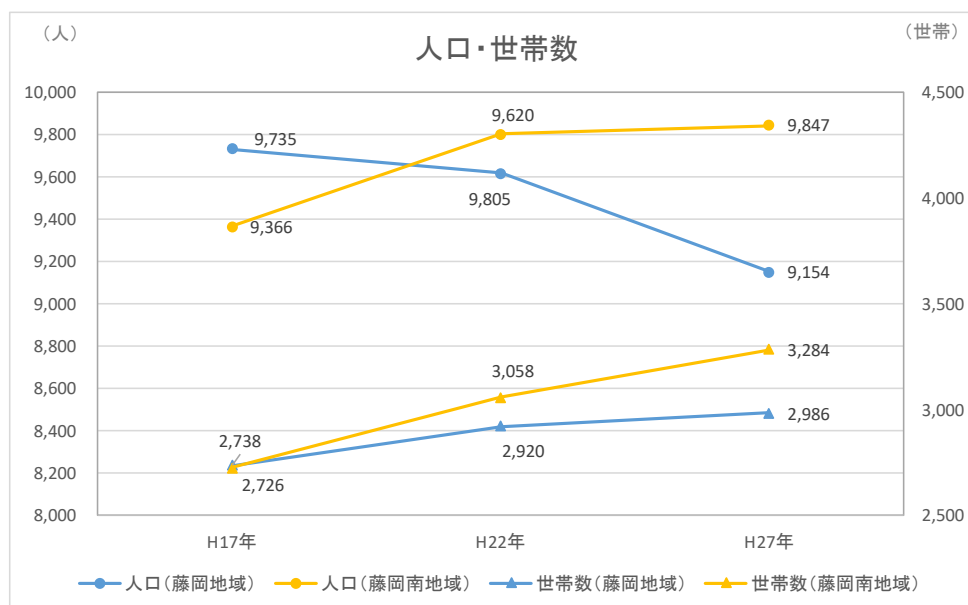
【各地区における人口・世帯の推移】



※豊田地区除く

※豊田地区除く

【藤岡地域と藤岡南地域の人口・世帯の推移】



出典：国勢調査

(2) 世帯の家族類型別

藤岡地区は家族類型別で見ると、核家族世帯 4,293 世帯、単独世帯 1,072 世帯、3 世代世帯 677 世帯となっている。

地域別で見ると「核家族世帯のうち夫婦と子供からなる世帯」の割合は、藤岡地域で 1,186 世帯、藤岡南地域で 1,530 世帯となっており、これは他の地区（豊田地区を除く）における「核家族世帯のうち夫婦と子供からなる世帯」よりも多くなっている。

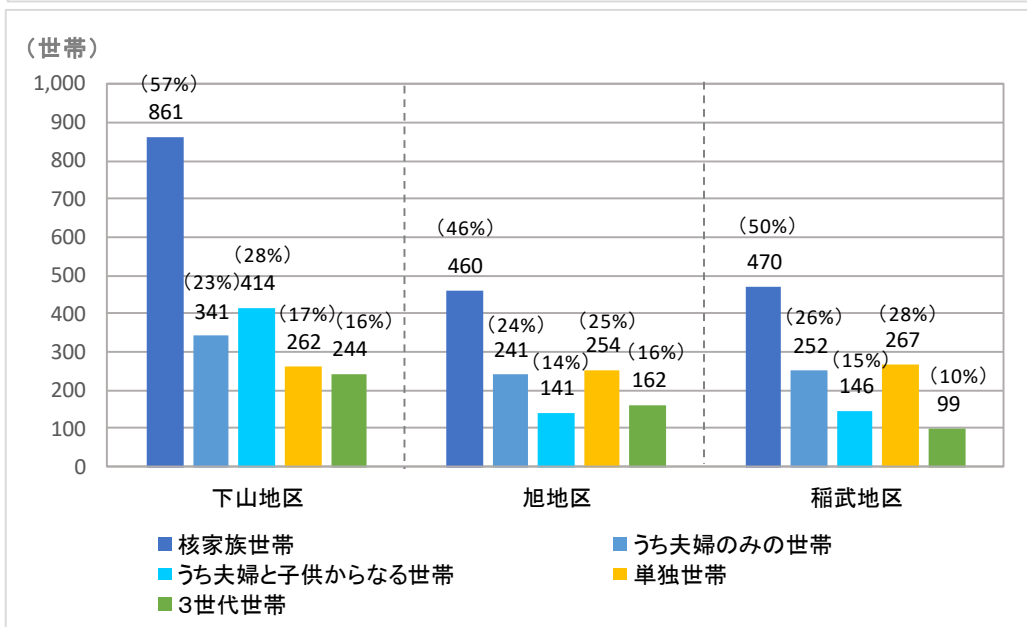
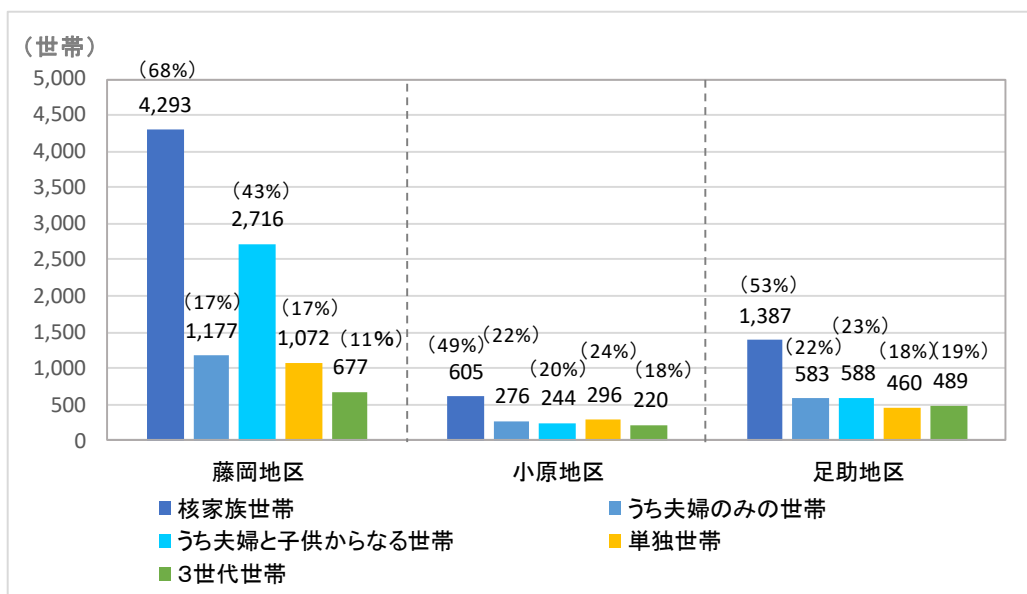
18 未満の子供がいる世帯数で見ると、藤岡地域が約 630 世帯、藤岡南地域が約 890 世帯となっており、夫婦と子供からなる世帯の中でも 18 未満の子供がいる世帯数はその 5 割以上を占めている。また、藤岡地域で 3 世代世帯及び 65 歳以上のみの世帯員のいる単独世帯が多くなっている。

【地区別における世帯の家族類型別の一般世帯数（平成 27 年）】

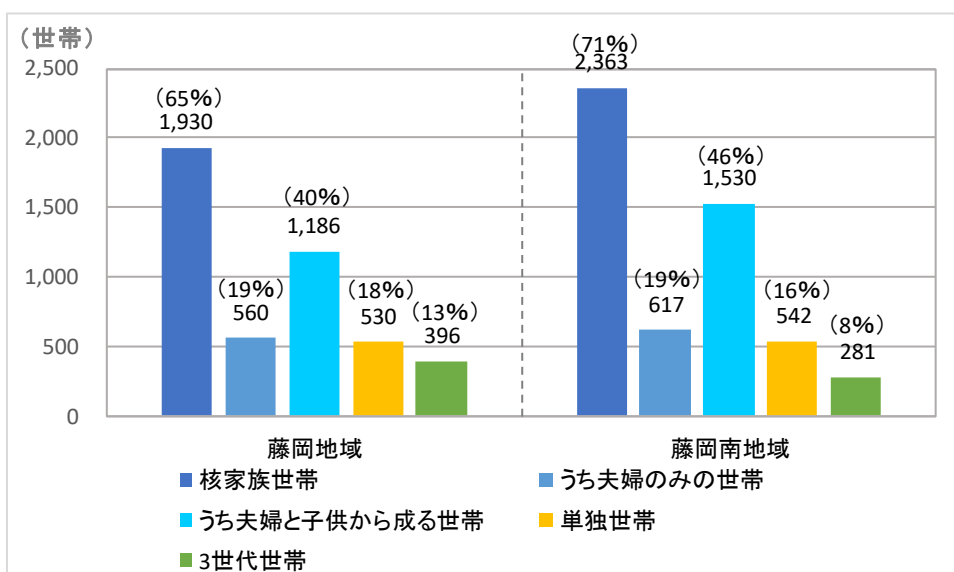
地区・地域	核家族世帯	うち夫婦	うち夫婦と	単独世帯	3 世代世帯
		のみの世帯	子供からなる世帯		
藤岡地区	4,293	1,177	2,716	1,072	677
藤岡地域	1,930	560	1,186	530	396
藤岡南地域	2,363	617	1,530	542	281
小原地区	605	276	244	296	220
足助地区	1,387	583	588	460	489
下山地区	861	341	414	262	244
旭地区	460	241	141	254	162
稲武地区	470	252	146	267	99
豊田地区	84,925	27,426	47,118	55,976	10,457
総計(豊田市)	93,001	30,296	51,367	58,587	12,348

出典：国勢調査

【地区別における世帯の家族類型別の一般世帯数（平成 27 年）】



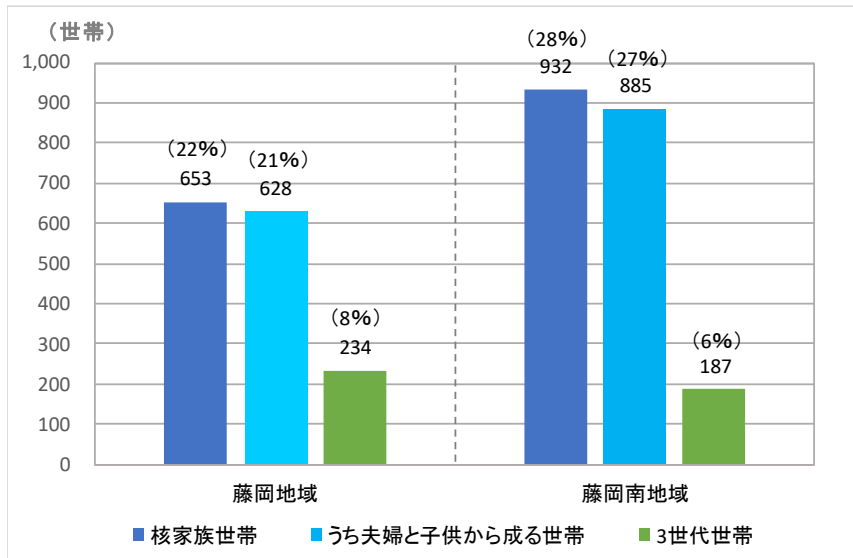
【藤岡地域と藤岡南地域における世帯の家族類型別の一般世帯数（平成 27 年）】



【藤岡地域と藤岡南地域における世帯の家族類型別の一般世帯数-18歳未満世帯員のいる一般世帯（平成27年）】

■18歳未満世帯員のいる一般世帯数

地区	核家族世帯	うち夫婦と子供から成る世帯	3世代世帯
藤岡地域	653	628	234
藤岡南地域	932	885	187
合計	1,585	1,513	421

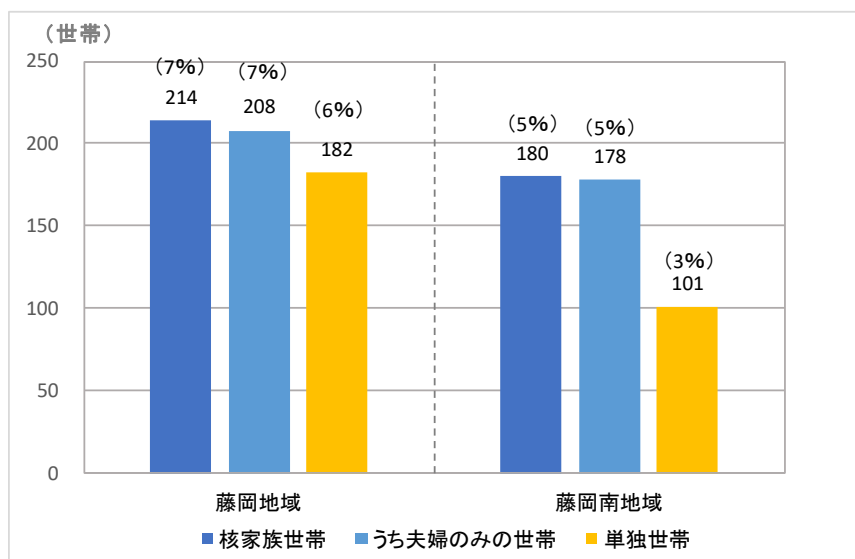


出典：国勢調査

【藤岡地域と藤岡南地域における世帯の家族類型別の一般世帯数-65歳以上世帯員のいる一般世帯（平成27年）】

■65歳以上世帯員のみ的一般世帯数

地区	核家族世帯	うち夫婦のみの世帯	単独世帯
藤岡地域	214	208	182
藤岡南地域	180	178	101
合計	394	386	283

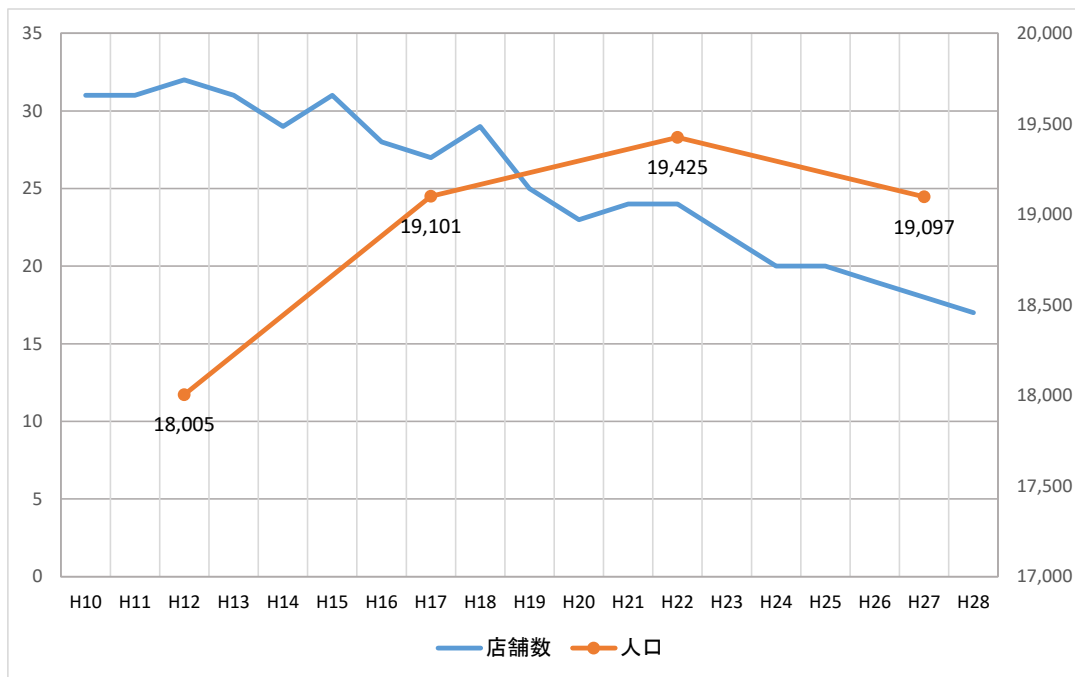


【最寄品販売店舗の状況】

(1) 藤岡地区における店舗数の推移

藤岡地区の商業者は、平成10年以降減少を続けており、平成28年には当時と比較して店舗数はほぼ半減している。

【藤岡地区における店舗数と人口の推移】



(2) 店舗数

店舗の分布状況は、藤岡地域で、コンビニエンスストア3店舗、食料品関連が4店舗、酒類販売店が3店舗となっており、藤岡南地域では、生活協同組合1店舗、スーパーマーケット1店舗、産直販売1店舗、コンビニエンスストア3店舗、食料品関連が4店舗となっている。

【藤岡地区における食料品関連の商業施設一覧】

地区	分類	施設	
藤岡地域	石飛町	コンビニ・スーパー・デパート	コンビニエンスストア
		木瀬町	コンビニエンスストア
	上川口町	食料品	弁当販売店
	下川口町	食料品	食料品販売店
	藤岡飯野町	コンビニ・スーパー・デパート	コンビニエンスストア
		食料品	食料品販売店
		酒類	酒類販売店
	御作町	酒類	酒類販売店
	北曾木町	食料品	パン販売店
迫町	酒類	酒類販売店	
藤岡南地域	西中山町	コンビニ・スーパー・デパート	スーパーマーケット
			生活協同組合
			コンビニエンスストア
			コンビニエンスストア
	深見町	コンビニ・スーパー・デパート	産直販売
		食料品	ドラッグストア
		食料品	パン販売店
		コンビニ・スーパー・デパート	コンビニエンスストア
		食料品	パン販売店
	食料品	洋菓子店	

(3) 利用者ニーズ

1) 調査結果 (※H28年10～11月に実施 藤岡地区有効回答数 214人)

① 買い物の利用地域

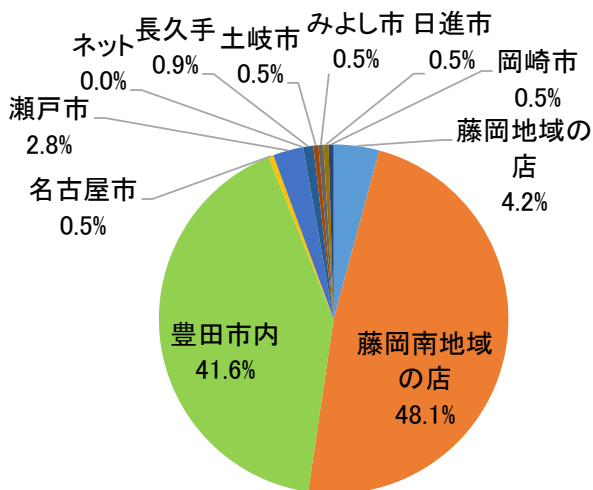
生鮮食料品は「藤岡南地域の店」が48.1%、「豊田市内」が41.6%、「藤岡地域の店」が4.2%の順に多くっており、藤岡地区内の利用は約5割を占めている。

服・家電・日用雑貨は「豊田市内」が67.3%、「藤岡南地域の店」が15.9%、「名古屋市」が7.0%の順に多くっており、藤岡地区内の利用は約2割と少ない。

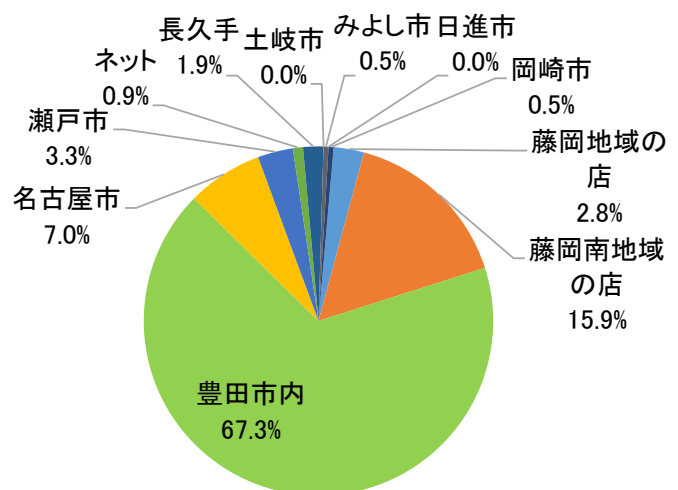
手土産・贈答品は、「豊田市内」が64.0%、「藤岡南地域の店」が21.5%、「名古屋市」が5.1%の順に多く、服・家電・日用雑貨と同様の傾向となっている。

外食は「豊田市内」が77.1%、「藤岡南地域の店」が7.0%、「藤岡地域の店」が4.2%の順に多くっており、豊田市内での外食が約8割を占めている。

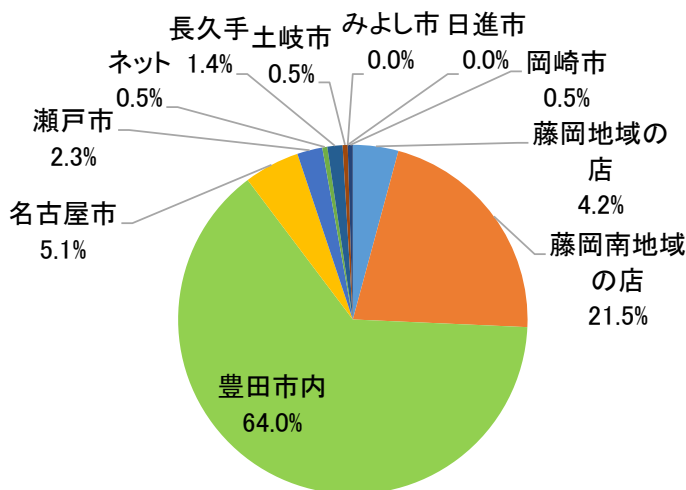
【生鮮食料品】



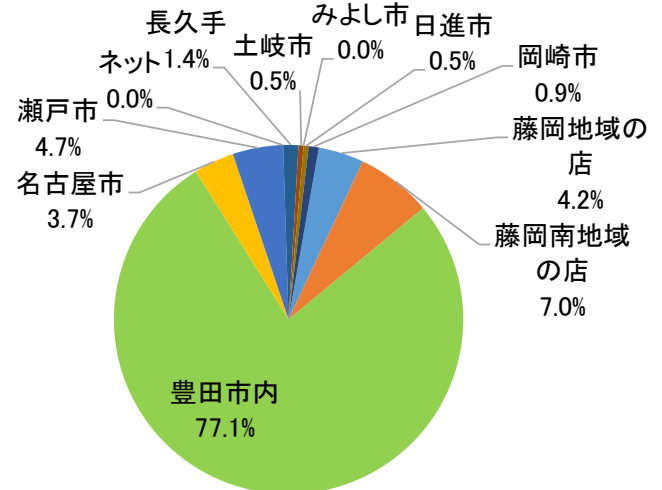
【服・家電・日用雑貨】



【手土産・贈答品】



【外食】



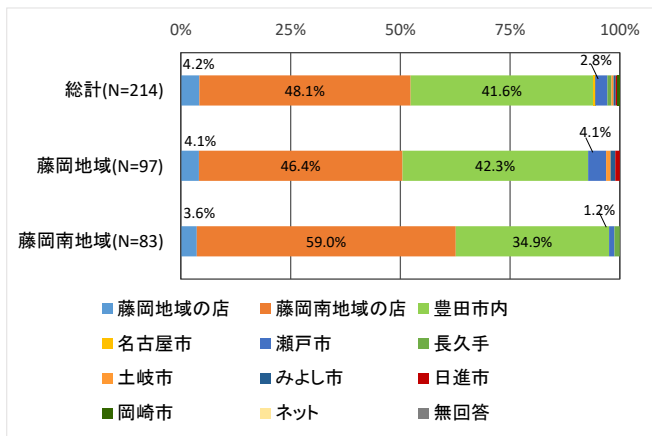
また、藤岡地域と藤岡南地域で比較してみると、生鮮食料品は、藤岡南地域で「藤岡南地域の店」が59.0%となっており、地域内購入の割合が全体より高くなっている。

服・家電・日用雑貨は、藤岡地域で「豊田市内」が70.1%と全体より若干高く、藤岡南地域を通過して豊田市内まで足を運んでいることが伺える。一方、藤岡南地域は「名古屋市」が9.6%となっており、豊田市内を超えて名古屋市まで足を運んでいることが伺える。

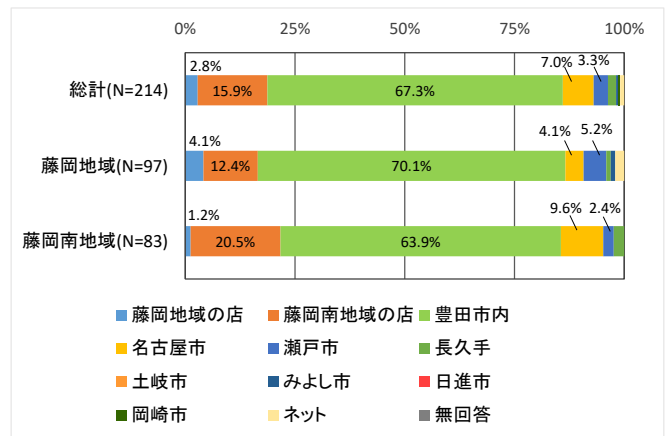
手土産・贈答品は、藤岡地域、藤岡南地域ともに「藤岡南地域の店」の割合が約2割程度で同じである一方で、藤岡地域は、「豊田市内」での購入割合が藤岡南地域よりも低く、地域内での購入が、全体より若干高くなっており、近場で購入する傾向があることが伺える。

外食は、地域別での大きな傾向の違いはみられない。

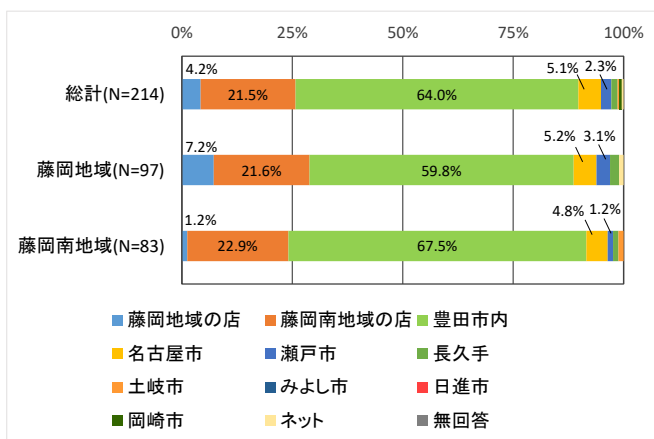
【生鮮食料品】



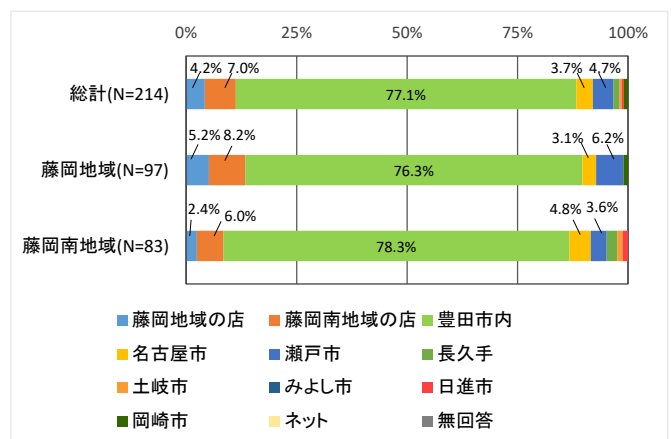
【服・家電・日用雑貨】



【手土産・贈答品】



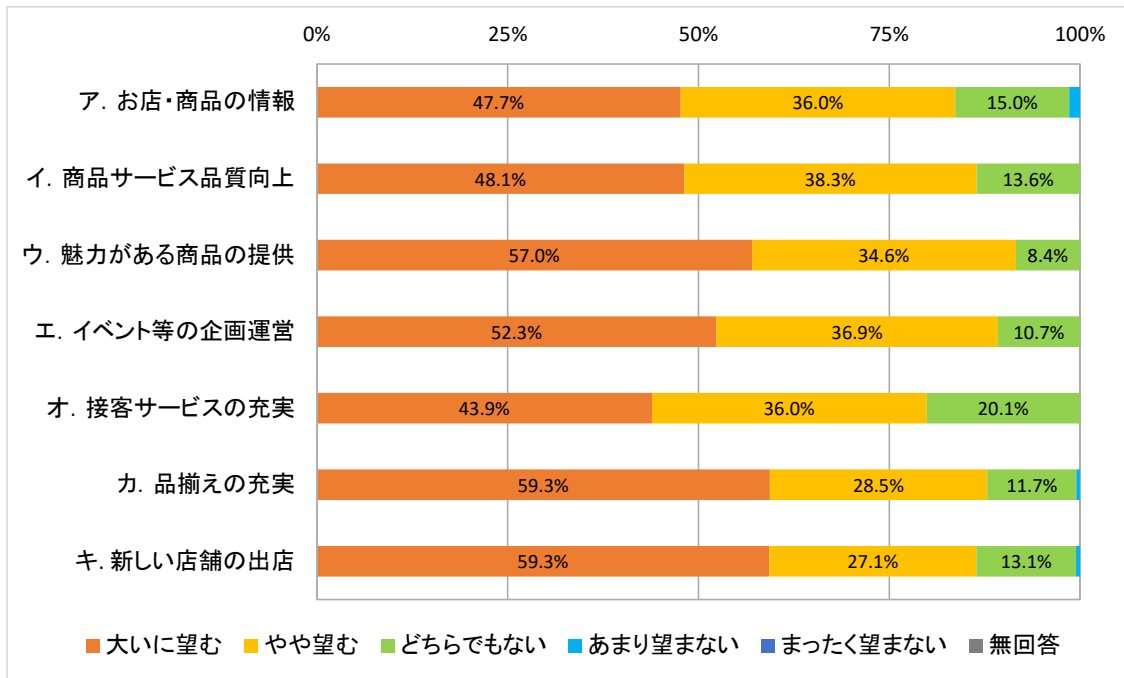
【外食】



②商工会やお店に望むこと

「大いに望む」は、「新しい店舗の出店」、「品揃えの充実」、「魅力がある商品の提供」「イベント等の運営企画」などが多くなっている。

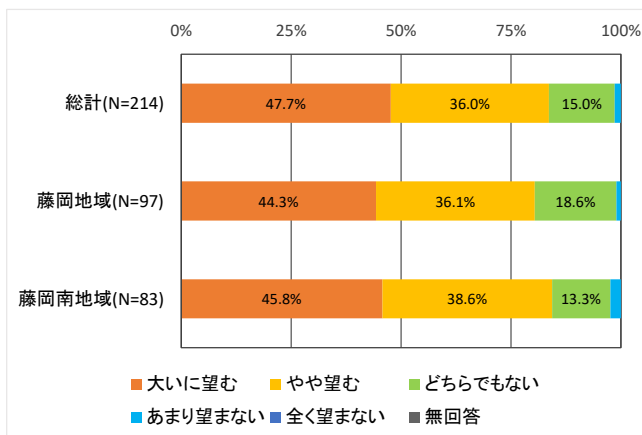
【藤岡地区の商業活動に望むこと】



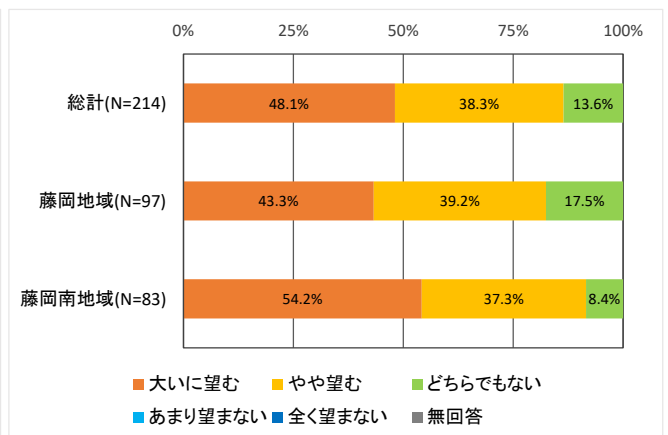
藤岡地域と藤岡南地域を比較してみると、「商品サービス品質向上」、「イベント等の企画運営」、「接客サービスの充実」、「品揃えの充実」、「新しい店舗の出店」の項目において、「大いに望む」との回答は、藤岡南地域の方で多くなっている。

「お店・商品の情報」、「魅力がある商品の提供」は、地域別での大きな違いはみられない。

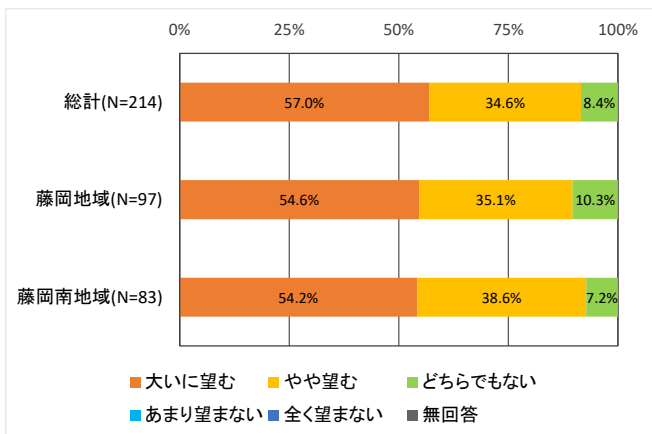
【お店・商品の情報】



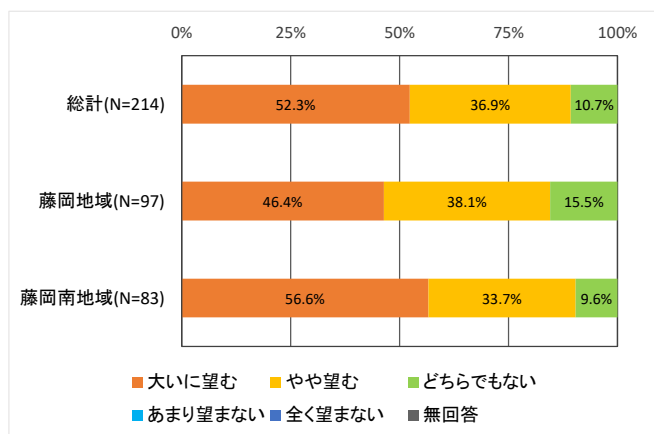
【商品サービス品質向上】



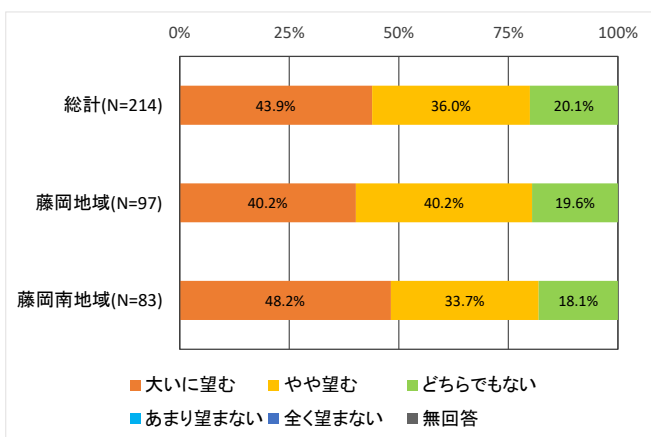
【魅力がある商品の提供】



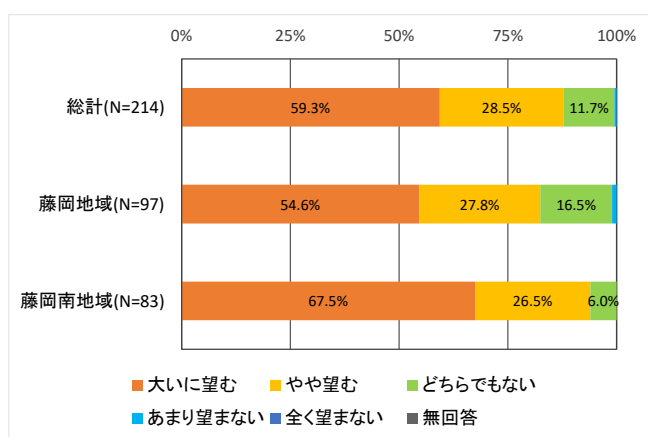
【イベント等の企画運営】



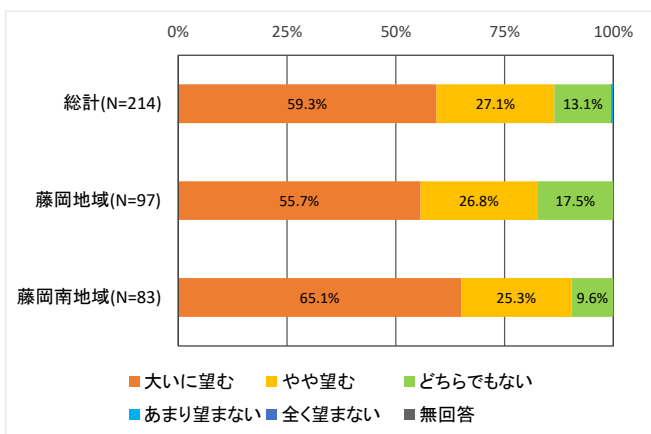
【接客サービスの充実】



【品揃えの充実】

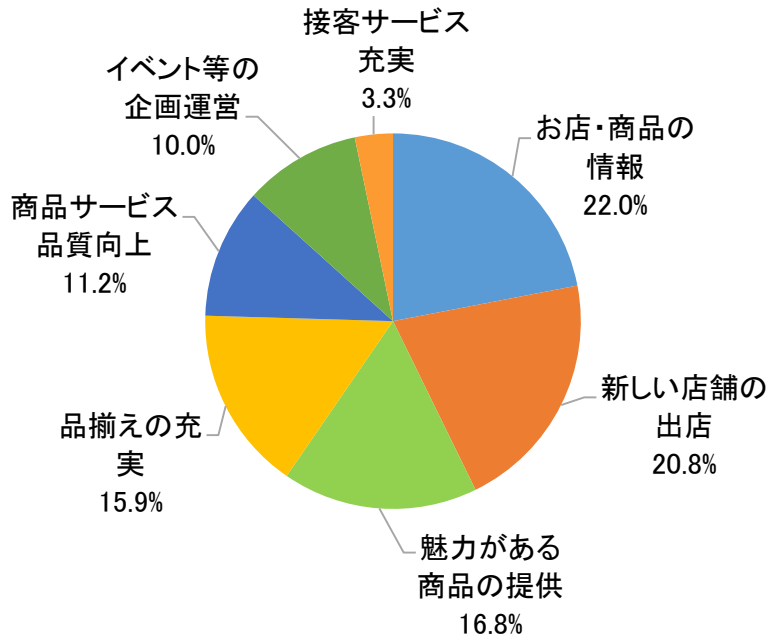


【新しい店舗の出店】

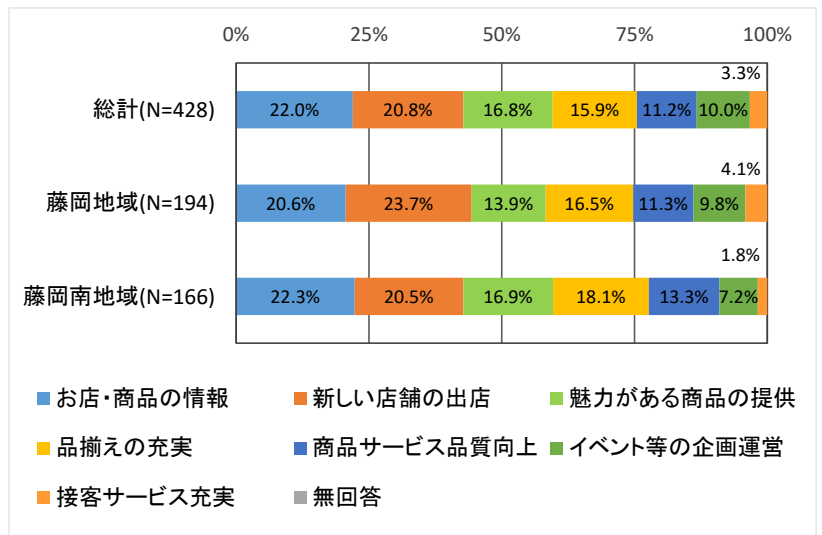


③最も望む重要なもの（2つまで）

「お店・商品の情報」が22.0%、「新しい店舗の出店」が20.8%、「魅力がある商品の提供」が16.8%の順に多くなっている。



地域別でみると、藤岡地域は「新しい店舗の出店」が23%と藤岡南地域よりも多くなっている。



【上位関連計画】

第8次豊田市総合計画、豊田市都市計画マスタープランにおいて、藤岡支所周辺は、「地域核」と「居住促進地区」に位置づけられている。

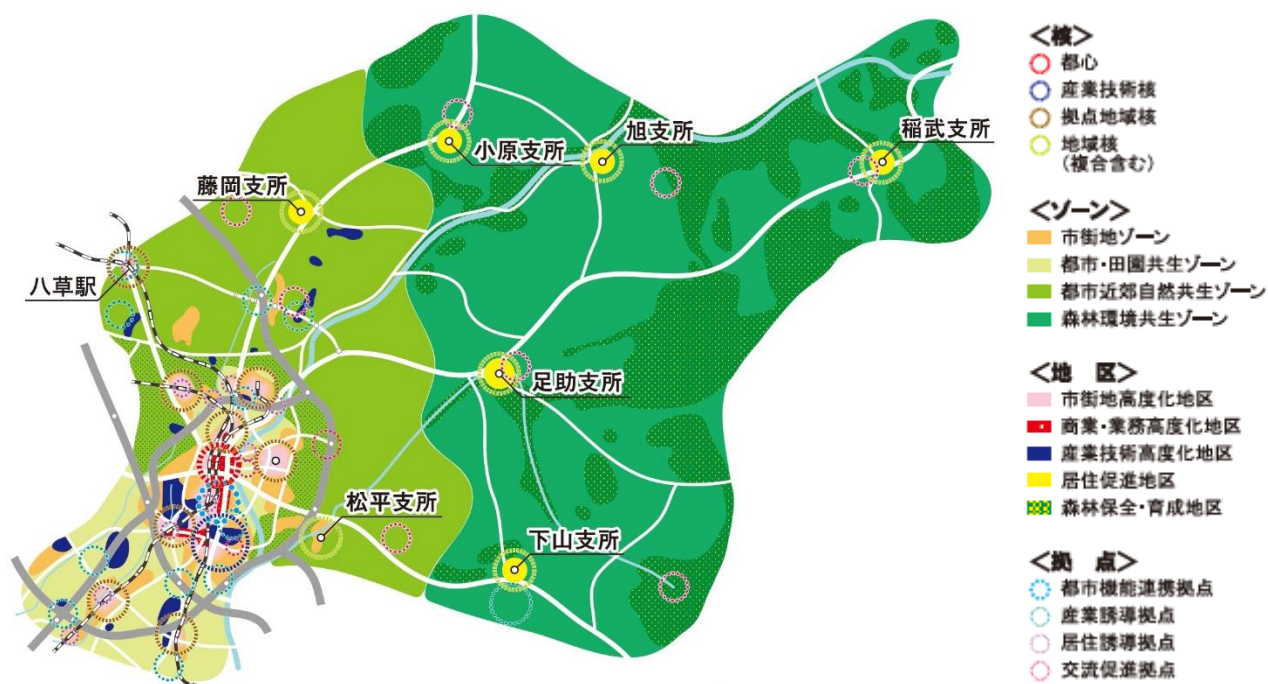
豊田市都市計画マスタープランでは豊田市を4つの地域に区分した地域別方針が示されており、藤岡地区が含まれる北部地域では、「藤岡支所周辺では、これまでの暮らしを今後も支える生活機能の維持とともに、豊かな自然環境と調和したゆとりある地域づくりをめざします。」となっている。

藤岡支所が作成した都市再生整備計画（藤岡地域核地区）では、目標の1つに「自ずと多くの人が集まる魅力がある場づくり」を掲げ、藤岡支所交流館の整備事業、バスターミナル整備事業、朝市による賑わい創出事業等が進められている。

豊田市公共交通基本計画では、藤岡支所周辺がバスターミナル型の「交通結節点」に位置づけられており、中心部と藤岡地区間をつなぐ基幹バスと藤岡地域内を運行する地域バスとの公共交通ネットワークが形成されており、人が集まりやすい環境となっている。

商業活性化プランでは、「市民が暮らしを楽しむことができる魅力にあふれたまちを創造し、次世代に引き継ぐことができる商業活性化施策の推進」が掲げられている。（商業機能の維持・充実、不足業種を誘致）

土地利用基本構想・拠点配置イメージ



※地域核：支所周辺において、山村地域の暮らしに必要な生活機能を維持するとともに、一定水準の公共交通サービスの確保を図る地域自治レベルの生活拠点

※居住促進地区：農林業振興、防災等との調整を図りながら、日常生活を支える生活機能や居住地を確保し、生活利便性の維持による居住人口等の確保を図る地区

＜抜粋資料＞

(1) 豊田市都市計画マスタープラン（北部地域の方針）

○都市づくりの方向性

〈都市づくりの方向性〉

広大な自然を有する北部地域の生活を支える都市機能の集積に向けて、新市街地の整備を進めるとともに、他都市との連携を見据え、交通ネットワークを生かした都市づくりを進めます。

※以下、藤岡支所周辺に関わるものを抜粋

(1) 利便性とゆとりが共存する地域

地域核である藤岡支所周辺では、これまでの暮らしを今後も支える生活機能の維持とともに、豊かな自然環境と調和したゆとりある地域づくりをめざします。

(2) 誰もが多様な移動手段を使って生活できる地域

本地域北部の山林に点在する集落においても、公共交通などによる移動手段が確保された「誰もが多様な移動手段を使って生活できる地域づくり」をめざします。

○都市づくりの対応方針

(1) 利便性とゆとりが共存する地域

- ・地域核では、生活機能や居住環境の維持を図ります。

(2) 誰もが多様な移動手段を使って生活できる地域

- ・点在する集落における暮らしを支える公共交通を維持するとともに、交通ネットワークの維持・確保を図ります。

○整備方針

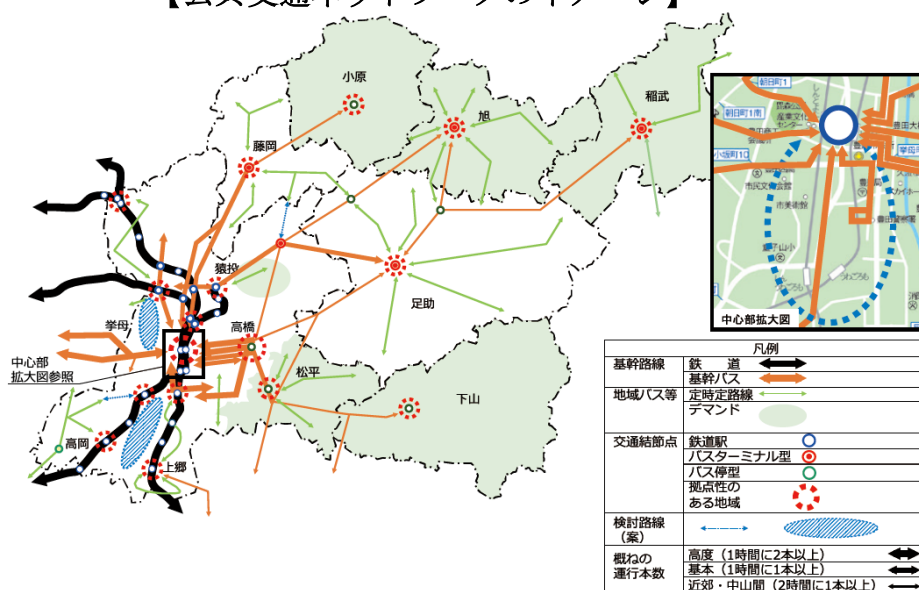
分類		事業等
都市拠点	地域核	生活機能の維持に向けた地域核としての整備
土地利用	商業・業務地	地域核での低未利用地の利活用等による生活機能の維持
交通体系整備	公共交通	基幹バス・地域バスの利便性向上

(2) 豊田市公共交通基本計画

〈めざすべき姿〉

様々な暮らし方を質の高い多様な移動で支えるまちの実現

【公共交通ネットワークのイメージ】



2. 商圈分析

【年間消費額】

藤岡地区全体の年間消費金額は、約 5 1 億 2 千万円で、藤岡地域では約 2 4 億 3 千万円、藤岡南地域では約 2 6 億 9 千万円となる。

各地域における商店等での買い物利用金額は、アンケート結果の購入率から推計すると藤岡地域は約 2 億 2 千万円（購入率 4. 2 %）、藤岡南地域は約 2 4 億 6 千万円（購入率 4 8. 1 %）となり、藤岡地域内での購入が極めて少ないことが伺える。

藤岡地域に居住する人たちは、地元で購入することができない分を、他の地域まで出かけて行って購入せざるをえないのが現状となっている。

【藤岡地区における月間食料品購買額】

1 世帯あたりの食料品の平均支出額（平成 2 9 年）

（データは名古屋市内二人以上の世帯）（円）

分類	一ヶ月あたりの金額
穀類	6, 9 9 3
魚介類	6, 3 3 7
肉類	7, 6 9 0
乳卵類	4, 1 7 0
野菜・海草	9, 1 3 0
果物	3, 6 8 6
油脂・調味料	3, 5 2 7
菓子類	7, 7 4 2
調理食品	1 0, 7 1 9
飲料	4, 6 8 7
酒類	3, 0 9 5
合計	6 7, 7 7 6

■藤岡地区と地域別の年間消費金額（潜在需要）

世帯数×平均支出額/12ヶ月 = 6,299 世帯×67,776 円×12ヶ月 = 5 1 億 2 千万円

うち

藤岡地域居住世帯年間消費金額 : 2,986 世帯×67,776 円×12ヶ月 = 2 4 億 3 千万円

藤岡南地域居住世帯年間消費金額 : 5 1 億 2 千万円 - 2 4 億 3 千万円 = 2 6 億 9 千万円

■各地域での買い物利用金額

藤岡地域の商店等での買い物利用金額 : 5 1 億 2 千万円×4. 2 % = 2 億 2 千万円

藤岡南地域の商店等での買い物利用金額 : 5 1 億 2 千万円×4 8. 1 % = 2 4 億 6 千万円

■藤岡地域の居住者が藤岡地域で買い物利用している金額

藤岡地域居住世帯が藤岡地域の商店等での買い物利用金額 : 2 4 億 3 千万円×4. 1 % = 1 億円

藤岡地域の外部で消費されている金額 : 2 4 億 3 千万円 - 1 億円 = 2 3 億 3 千万円

※残りの 2 3 億円以上は藤岡地域外で消費されている。

【買い物の環境・商圈の把握】

豊田市商業活性化プラン(2018-2020)における買い物に関するアンケート調査結果では、「最もよく利用」は、スーパーマーケット、ホームセンターとなっており、「次に利用」がコンビニエンスストア、百貨店・ショッピングセンターとなっている。

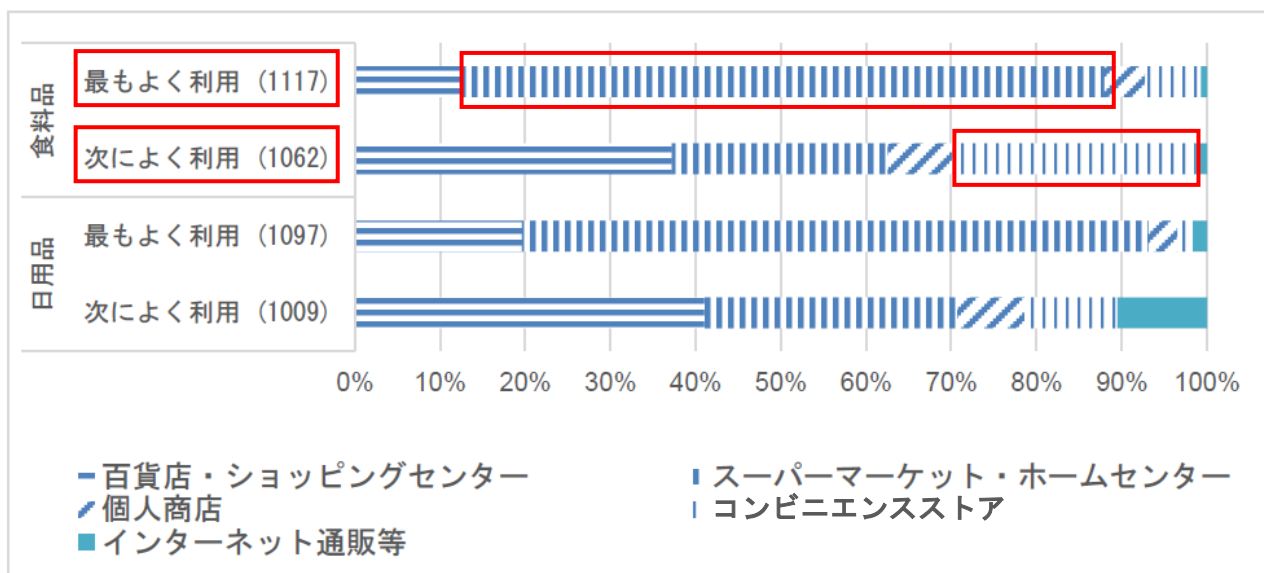
当該地区では、近隣に百貨店・ショッピングセンターがないことから、調査対象からは除いて、スーパーマーケット・生協、コンビニエンスストアにおける商圈（半径 2km に設定）の把握を行った。

6 地区（豊田地区除く）のうち、スーパーマーケット等が立地するのは、藤岡地区、足助地区、下山地区の 3 地区となっている。

うち藤岡地域にはスーパーマーケットが 1 店舗もなく、最もよく利用する買い物施設が不足していることが伺える。

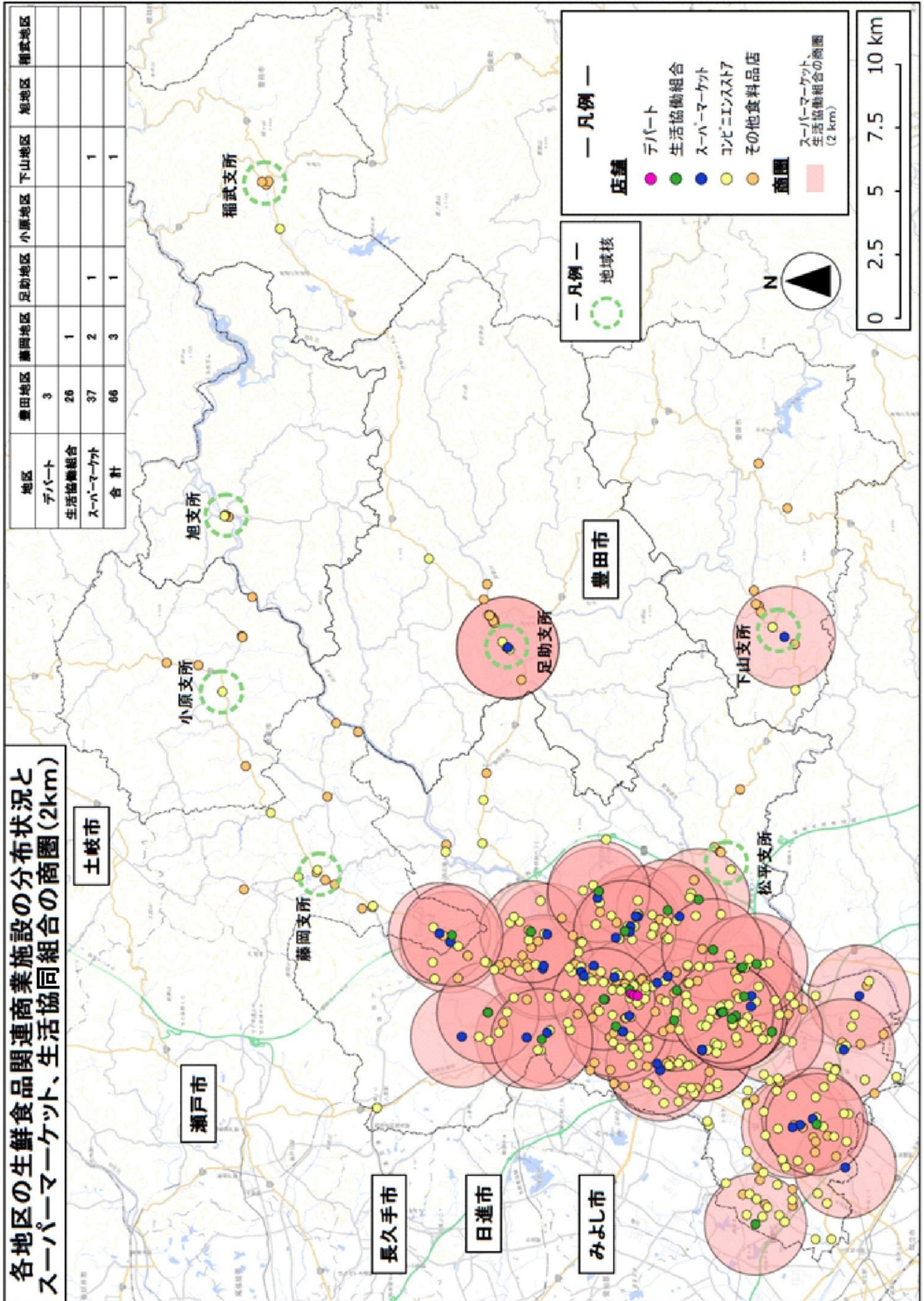
コンビニエンスストアについては、国道 419 号沿いに分布している。

【利用施設の種類（食料品、日用品）】

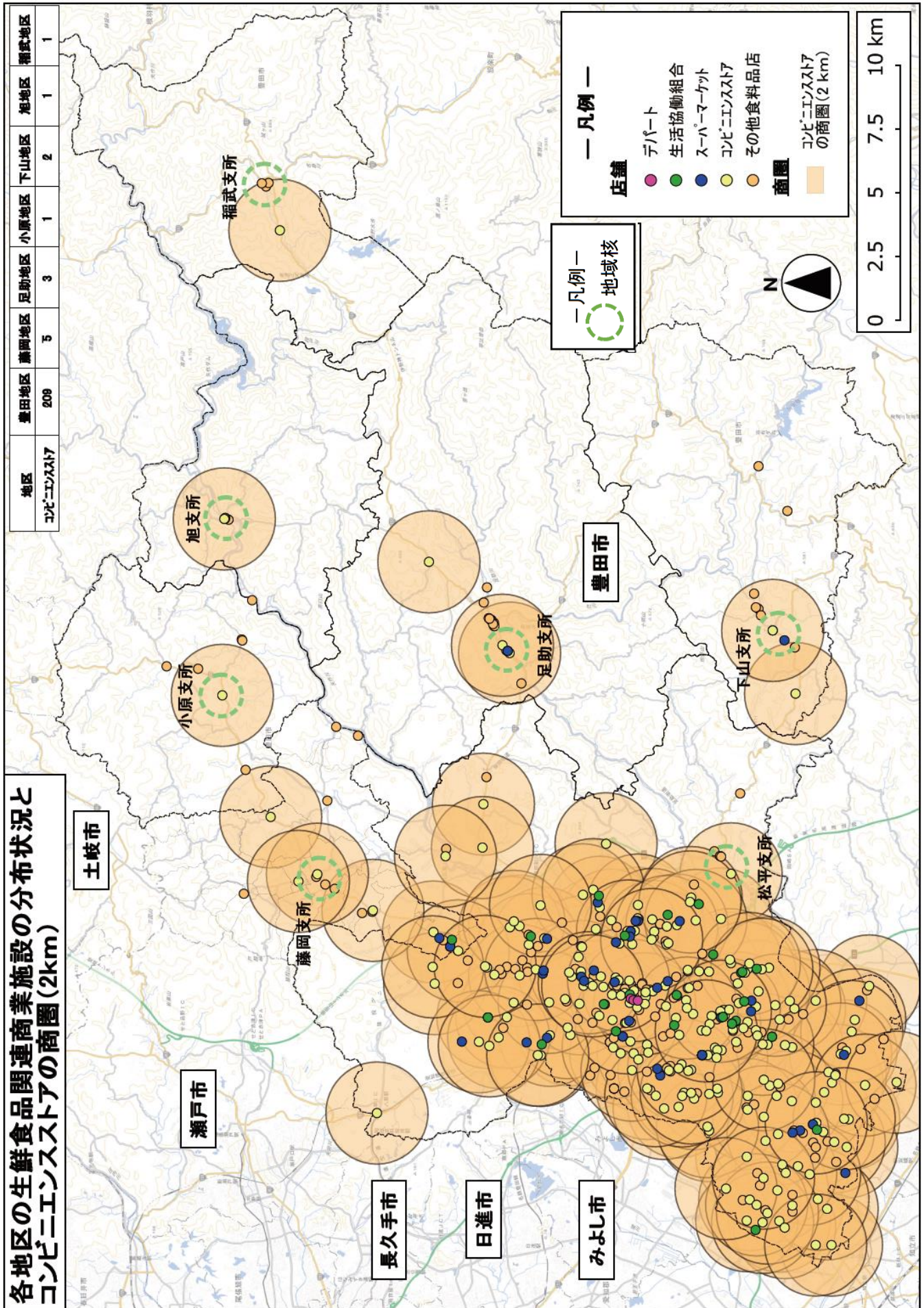


出典：豊田市商業活性化プラン(2018-2020)

【スーパーマーケット等における商圈】



【コンビニエンスストアにおける商圈】



3. 現状と課題の整理

人口・世帯、商業施設の現在の分布状況等を踏まえた、今後の藤岡地区の商業振興にかかる課題は次のとおりである。

(1) 藤岡地域は一定の人口規模があるものの、住居に近いところに食料品や日用品を販売する店舗が少ない

- 藤岡地域の人口は、9,250人、藤岡南地域は9,847人と約9,000人台でほぼ同程度となっている。
- 藤岡南地域には生活協同組合とスーパーマーケットが1店舗ずつあるが、藤岡地域には、スーパーマーケットが1店舗もない状況となっている。
- 藤岡地域の人口は、旧町村の地区（豊田地区を除く）よりも多く、藤岡南部地域と同等規模であるにも関わらず、食料品や日用品を購入できる店舗が「居住促進地区」に近接して立地しておらず、不便な買い物環境となっている。

(2) 「居住促進地域」に指定されているが、買い物利便性（消費者ニーズに合う商品やサービスが不足を含む）が低く人口流出が懸念

- アンケート結果では、購入先は地域外が多くなっており、「お店がない」または「魅力的な商品を扱っていない」という理由から藤岡地域の商業施設から、消費者がさらに離れる状況となっている。
- 18歳未満の子供がいる世帯は、藤岡地域が約630世帯、藤岡南地域が約890世帯となっているが上記のことから、買い物の利便性に格差が生じている。
- 藤岡地域は単身高齢者も多いことから、日常の買い物環境を支える環境整備が必要と考えられる。
- このようなことから、「居住促進地区」に指定されているにも関わらず、買い物の利便性が低いことから、人口流出の加速化が懸念される。

(3) 他地区と比較して、計画上の位置づけと現状のギャップが大きい

- 各地区で、「地域核」、「居住促進地区」の位置づけあり、スーパーマーケットが立地していないのは藤岡地区だけである。

(4) 公共交通ネットワーク形成や拠点づくりを契機とした魅力ある商業活性化

- 小原地区等との地域バス路線のネットワークや、自然に人が集まる地域拠点づくりの取り組みを契機に、市民が暮らしを楽しむことができる魅力ある商業活性化に努める必要がある。
- 藤岡支所周辺は、旧藤岡町の中心部であることから、地域アイデンティティの向上のためにも、魅力的な買い物環境を創造していく必要がある。

4. 買い物環境充実の方向性の検討

現状と課題の整理結果を踏まえて、藤岡支所周辺における買い物環境充実の方向性について検討を行った。

【基本方針・施策】

【基本方針】

- ・ 商業の活性化をまちづくりの一環として捉え、地域住民のニーズに沿って食住環境の改善整備に務めるとともに、市民が暮らしを楽しむことができる魅力にあふれた商業環境の創出を目指す。
- ・ 都市再生整備計画（藤岡地域核地区）と合わせて、商業機能の強化を図る。

施策1：藤岡地区の「地域核」における商業機能の強化（買い物環境の充実）

- ・ 藤岡支所周辺に商業・サービス機能の拠点創出により、地域核の商業機能の強化を図る。

施策2：「地域核」の商業機能強化を契機として、既存商業機能の維持・向上

- ・ 新しい商業施設と共存共栄を目指しながら、既存商業機能の維持・向上を図る。

施策3：市民が暮らしを楽しむことができる魅力づくり

- ・ 子供が住み続けたいと思う記憶づくりにつながるように、観光物産、PR、朝市、地域イベント等と連携して魅力を地元の人々と一緒に味わう取り組みを推進する。

【事業案】

(1) 施策1に関する事業案

○買い物環境の充実と、人の流れを再度、藤岡支所周辺に呼び込むために、食料品販売業種（毎日集客するための施設）の誘致による商業・サービス機能の拠点を創出する。

（※売場面積 1,000 m²未満の生鮮食料品を取扱うスーパーマーケットを誘致する。）

■今後の検討事項

○将来を見据えて、商業施設の誘致を合わせて、高齢者向けの宅配サービスの導入を検討する。

(2) 施策2に関する事業案

○地域の核施設である藤岡支所・藤岡交流館の求心力や、商業・サービス機能の拠点創出を活かして、既存商業機能を強化するために、誘致商業施設との連携を図りながら、誘致商業施設の敷地を活用して、補完し合う既存商業機能の集積や、既存の近隣商業施設と連携、及び空き店舗での新規起業支援等を通じて魅力の創出を行う。

■今後の検討事項

○施設整備の進捗状況に応じた人の流れの変化をビジネスチャンスとして、小規模小売店舗の「強み」を活かした競合他店との差別化により継続的な事業展開の方向性について検討する。

(3) 施策3に関する事業案

○ふじおかおいでん夏まつりやふじまつり等のイベントと連携し、イベント会場や観光施設を訪れたら藤岡支所周辺にも必ず立ち寄る仕掛けづくりを検討する。例えば、既存の観光施設と連携し、商業施設での休憩・買い物等に結びつけて、藤岡地区の郷土料理や特産品等を販売や地元消費者から来訪者までが楽しめる食の提供について検討する。

■今後の検討事項

○観光施設や近隣のスポーツ施設と連携し、商業施設での休憩・買い物等（スポーツ利用時の立ち寄り）に結びつけてくことが考えられる。

○例えば、藤岡地区の郷土料理や特産品を販売することで、地元消費者から来訪者までが楽しめる食を提供することが考えられる。

【観光施設と連携（地域中心核の形成とにぎわいのあるまちづくり）】

