

小原商工会 商業活性化計画

目 次

1 . 申請者の概要	1
2 . 小原地区の概況と課題	2
1) 小原地区と小原地区の商業の概況	2
2) 小原地区の商業の主な課題	4
3) 小原地区の商業に対する住民、観光客のニーズなど	5
3 . 活性化の基本方針及び具体的事業	7
1) 活性化の基本方針	7
2) 活性化に向けての具体的な事業	7

小原商工会

平成 22 年 9 月

1 . 申請者の概要

事業実施者名称	小原商工会		
事務所等住所	愛知県豊田市小原町洞341-1		
代表者氏名 (役職・氏名)	会長 加知 國一		
電話番号	(0565)65-2540	FAX番号	(0565) 66-0015
メールアドレス	obara@aichiskr.or.jp		
担当者 (担当部署名)	成瀬 篤(小原商工会 経営指導員)		
担当者連絡先 (電話番号)	(0565)65-2540	(FAX番号)	(0565) 66-0015
(メールアドレス)	obara@aichiskr.or.jp		
設立年月日	昭和36年10月13日	資本の額 又は出資金の額	-
出資者 又は組合員の数	213名(組合員)		

2. 小原地区の概況と課題

1) 小原地区と小原地区の商業の概況

豊田市の北部に位置しており、岐阜県恵那市などとも隣接しています。和紙や四季桜で有名であり、四季桜祭りには毎年15万人以上の観光客が訪れており、平成21年度には19万3千人となっています。



人口は減少傾向にあり、平成22年4月時点では4,243人、1,541世帯となっています。また、高齢化率は非常に高く32%であり、豊田市全体の16%と比較すると2倍となっています。

平成21年度時点の小原商工会の商業・サービス業の会員数は74で、そのうちの28.4%が物販、21.6%が飲食、33.8%がサービス業、16.2%がその他(工芸品等)となっています。観光客をメインターゲットとした業種と、地域住民をメインターゲットとした業種がありますが、地域の人口も少なく、観光中心の産業となっています。

また、ほとんどが自家用車による来店であり、自家用車を利用できない地域の高齢者等への買い物支援も求められます。

表 小原商工会 小売・飲食・サービス業等 組合員数

分類	事業所名				会員数 (件)	構成比 (%)
物販	1 港屋	8 尾形新聞店	15 高岡ヤマ-小原営業所	21	28.4	
	2 小沢屋	9 大正屋商店	16 ファミリーマートFC小原店			
	3 マド化粧品小原代行店	10 ムトウ電工社	17 丸一商店			
	4 小川商店	11 (有)勝上商店	18 沢田屋商店			
	5 四季桜の里	12 J-com	19 たまご村			
	6 (有)柴田豆腐店	13 農林畜産物さくら街道	20 (株)愛農流通センター			
	7 大林ふとん店	14 大草わたや	21 (有)鈴木牛乳販売店			
飲食	22 きのこ	28 悠久庵	34 喫茶おばら	16	21.6	
	23 紙の花	29 みずの食堂	35 (有)ちとせ			
	24 (有)大福魚苑	30 cafébarサンキュー	36 楽園			
	25 宝仙奈	31 つみみ寿司	37 (有)チャイナボ-ト小原店			
	26 樟茶屋	32 アルボ				
	27 西村自然農園	33 カラオケささゆり				
サービス	38 水野美容室	47 クミ美容室	56 suzukibodyfactory	25	33.8	
	39 小原旅行(株)	48 尾形写真館	57 スズキ広務店			
	40 小原ゴルフセンター	49 永太郎自動車	58 今井モ-タ-ス			
	41 かとう美容室	50 パインズゴルフクラブ	59 フタムラ石油・モーターズ			
	42 (有)山内自動車	51 (合)小原タクシー	60 BARBER増岡			
	43 美嶋屋旅館	52 竹内モ-タ-ス	61 (有)福祉企画チーム能見			
	44 理容増岡	53 品野屋	62 (株)平畑温泉観光サ-ビス			
	45 (株)土井自動車	54 カットサロンオオクサ				
46 小原カントリークラブ	55 春日井美容院					
その他 (工芸品等)	63 柳瀬紙苑	67 笹平工房	71 鈴木峰雄工房	12	16.2	
	64 磨弥陶房	68 小原窯	72 青木風来			
	65 山内一生工房	69 権現坂工房	73 画廊美術村			
	66 道慈窯	70 小次郎工房	74 和紙のふるさと工芸館			
合計				74	100.0	

図 小原地区の商店の分布

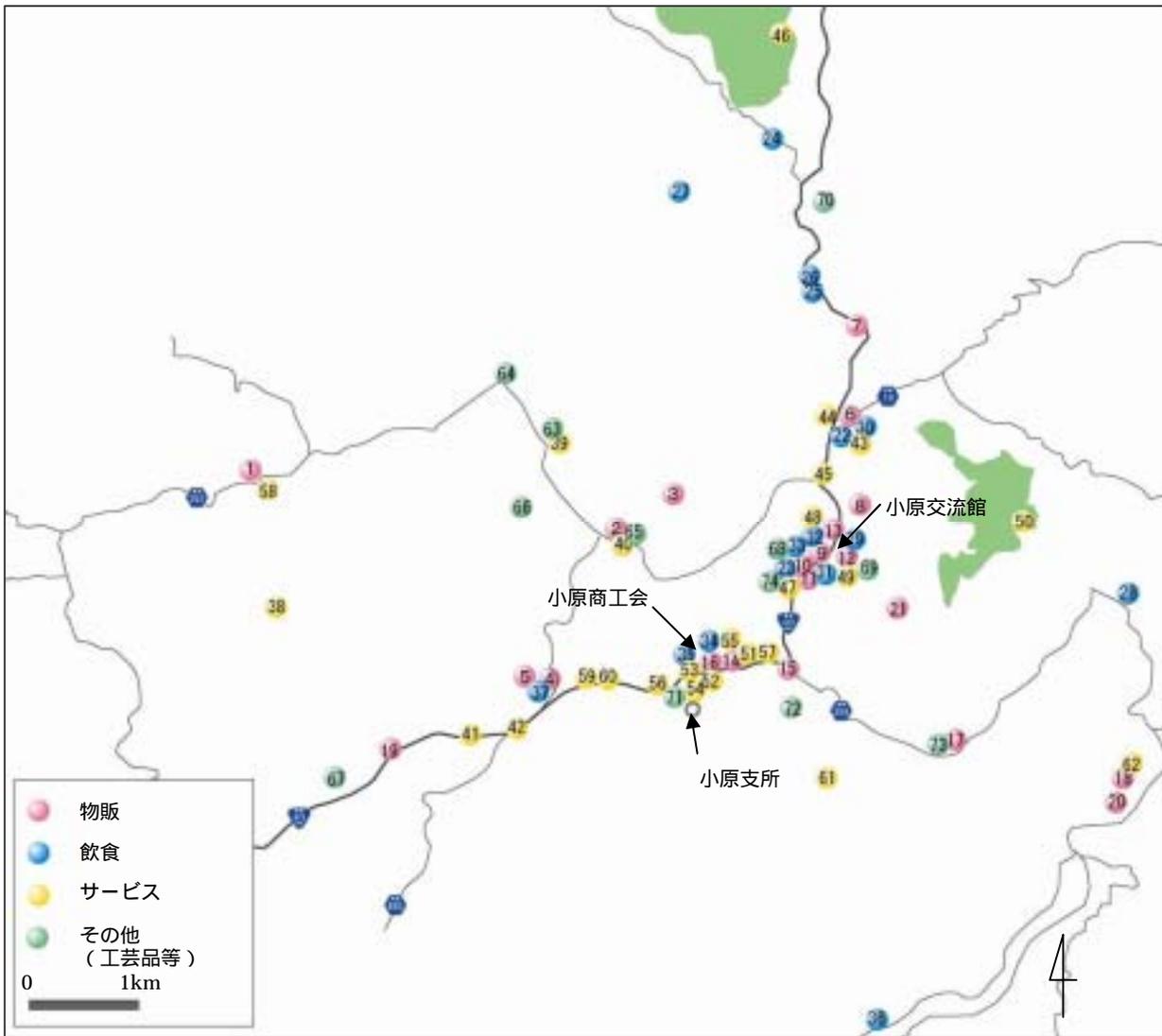
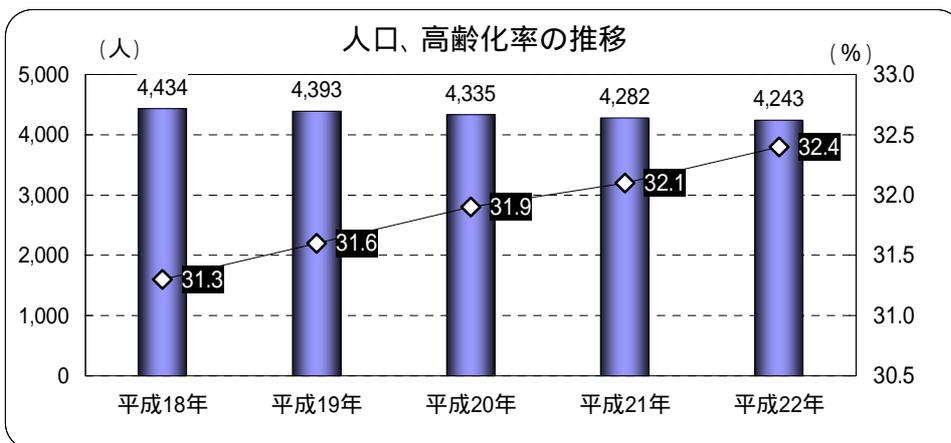


図 小原地区の人口、高齢化率の推移



資料：豊田市の人口（H17～H21は10月1日時点、H22年のみ4月1日時点）

2) 小原地区の商業の主な課題

- ・ 四季桜祭りがあり、11月頃は集客が見込めるが、年間を通じて客を呼べるものがない
- ・ 商店は地区全体に点在しており、商店街のような商業集積地区はない
- ・ 人口は減少していて、住民相手の商業を続けることが難しい

表 小原地区の「強み・守りたいところ」「弱み・改善したいところ」

分類項目	強み・守りたいところ	弱み・改善したいところ
商業サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品券がある（小原地区内限定） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 買い物の楽しみ、ポイント制がない
商業環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 温かな自然が残る田舎 ・ 新鮮な野菜が手に入る ・ 田舎にも関わらず、来訪者（観光客）が多い ・ 温泉がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存店では客のニーズに対応できない ・ 購買スタイルの変化についていけない ・ いわゆる商店街がない ・ 商店が少なく、結束しにくい ・ 散在していた食料品店がほとんど無くなった ・ 山間部で広範囲に散在しており、共働りで取り組む方策がない ・ 娯楽がない ・ 道路環境が良くなり、地区からの流出に拍車をかけている
人	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人と人との交流がある ・ 近所の付き合いが良好 ・ 慶弔の情報が早い ・ 地元の人々の密着性・親密性 ・ 義理がたい高齢者が多い ・ 高齢者の知恵が生かされる事がたくさんある（みそ作り、こんにゃく、漬物など） ・ 情に溢れる人がいる ・ 生活のテンポがゆっくり ・ 保守的（良い意味で） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人口が少ない ・ 人口密度が低い（家が点在） ・ お嫁に来る人が少ない ・ 小原地区の人が地域の店で買い物することが少ない ・ 人情味が薄くなってきた ・ 保守的（悪い意味で）
生活・暮らし	<ul style="list-style-type: none"> ・ 名古屋にも意外と近い ・ 近隣市街地へ30分程度で行ける ・ 「田舎」を求めるドライブ客の集客が見込める（大都市圏が近い） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 鳥獣被害で、米・野菜の自給率が低下 ・ ウォーキングが増加しているのに、熊の出現で水を差している
伝統・文化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歌舞伎がある ・ 神社仏閣が多い （有形・無形の文化財が多い） 	
四季桜 和紙 自然	<ul style="list-style-type: none"> ・ 四季桜で客が呼べる ・ 四季桜、和紙が話題となり、全国的に知名度が上がった ・ 大自然が多く残っている 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 四季桜祭りで交通渋滞がおこる
特産品	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人気3大白色系食材（豆腐、たまご、きのこ）がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 年間を通じて観光客を呼べるものがない ・ 特産品が少ない

3) 小原地区の商業に対する住民、観光客のニーズなど

住民アンケート

アンケート実施概要

目的：地域住民の買い物行動や、小原地区の商業・商店に対する考え方を把握するため

実施日時：平成 21 年 11 月上旬～中旬

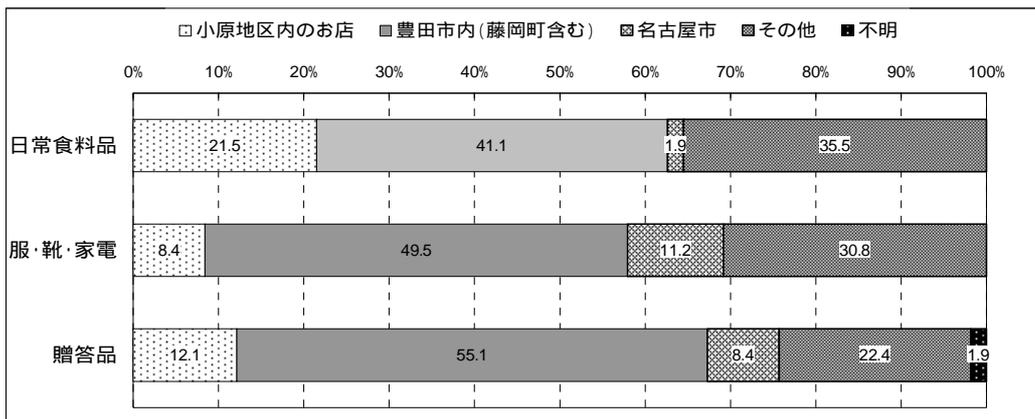
実施方法：ご近所、友人・知人、買い物客などに声かけして、その場で記入（または聞き取り回答）

回収結果：107 票

アンケート結果

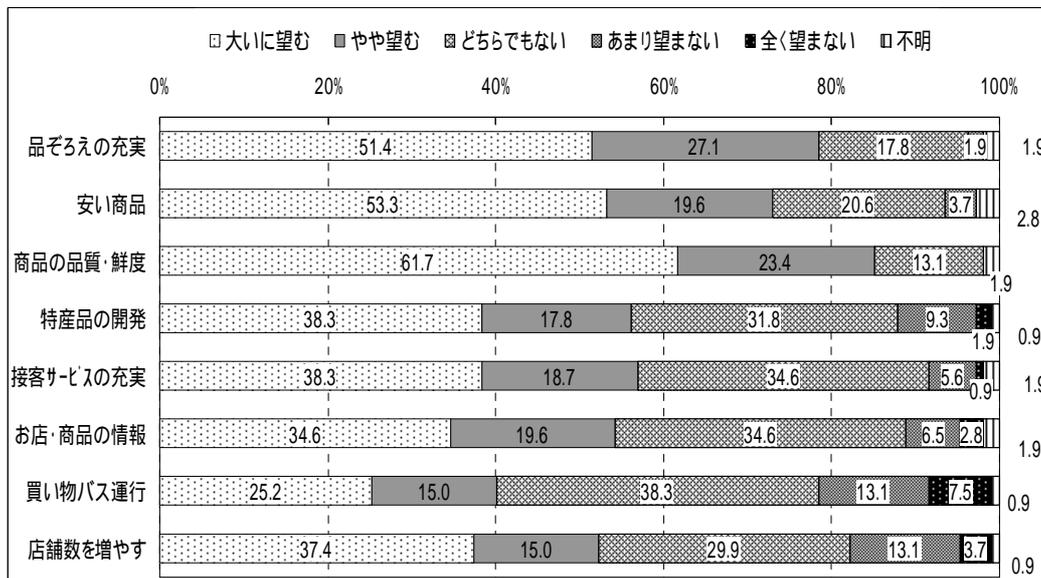
- ・ 日常食料品等の買い物を小原地区内で行っている人は 21.5%いますが、生鮮食料品が少ないため、つい大きな店へ行ってしまうという意見もあります。
- ・ 「商品の品質・鮮度」が望むことのトップとなっています。

買い物動向について（住民）



N=107

小原の商業に望むこと（住民）



N=107

観光客アンケート

アンケート実施概要

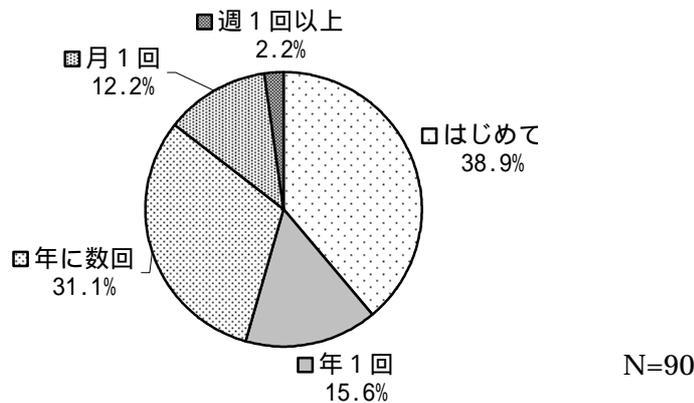
- 目的：観光客が小原地区の商業に望むことを把握するため
- 実施日時：平成 21 年 11 月下旬
- 実施方法：四季桜祭り会場・店頭買い物客（観光客）に声かけして、その場で記入（または聞き取り回答）
- 回収結果：90 票



アンケート結果

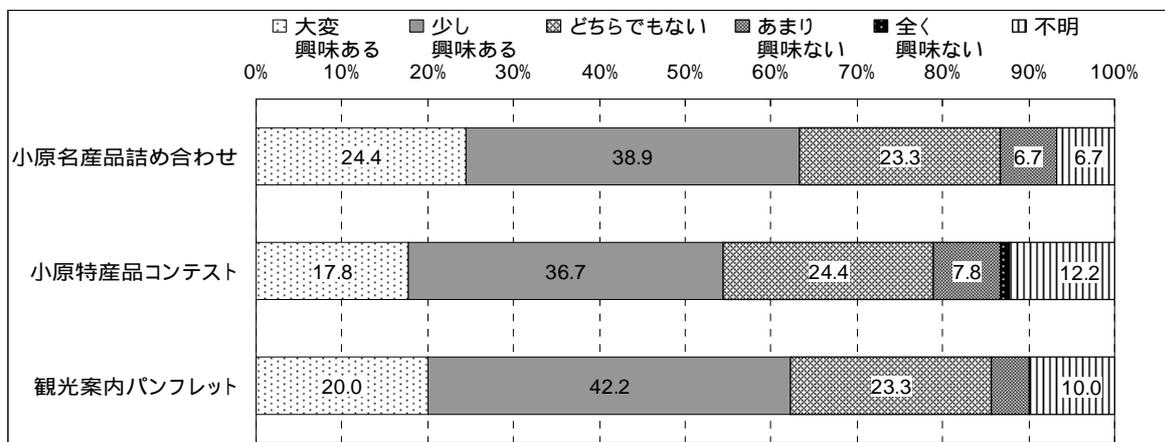
- ・ リピーターの方も多く、年に 2 回以上小原地区を訪れている方も約 45% います。
- ・ 特産品の詰め合わせに関心のある方が多く、新たな特産品作りだけでなく、特産品の組み合わせも有効な手段と考えられます。

小原地区への訪問頻度（観光客）



小原の商業活動について興味のあること（観光客）

N=90



3 . 活性化の基本方針及び具体的事業

1) 活性化の基本方針

地域住民を対象とした商業活動と、観光客を対象とした商業活動が行われている地域であり、それぞれ抱える課題が異なります。商業活性化という視点で考えると、一つの取組みで効果を期待することは難しく、対内的取組みと対外的取組みの二本柱で取組みを進める必要があり、それらの取組みを効果的に PR することが重要です。

2) 活性化に向けての具体的な事業

事業アイデア 1 桜バスを使って小原で買い物をしよう

事業名	・ 桜バスを使って小原で買い物をしよう
事業実施 予定時期	・ 平成 23 年度より 3 年間
事業概要	・ 桜バスを利用して、小原地区内の対象の店で一定金額以上の買い物をすると、バスの運賃をキャッシュバックする。(初年度社会実験 案) Step1 利用者は、バスを降りる際チケットを受け取る。 Step2 そのチケットを受け取った商店は、バス料金を買い物客にキャッシュバック Step3 商工会はキャッシュバック分の半額の費用補助を行う
対応する 社会課題	・ 少子高齢化 ・ 独居高齢者対策 ・ 交通弱者への買い物支援
課題・背景と 事業の目的	・ 小原地区に住んでいる住民でも、地区外で買い物をする人が多くなっています。また、そのほとんどは自家用車による移動であり、自動車を運転することができない高齢者にとっては、日常の買い物をするのも不便になっています。 そこで、おばら桜バス(資料参照)を利用して地区内の商店で買い物をする人に特典を与え、地区内で積極的に買い物やサービスを利用してもらうことを目的とします。
ターゲット・ コンセプト	・ 小原地区内の高齢者 「お買い物はなじみの地元商店で」
事業費に ついて	<u>120,000 円</u> ・ 桜バス利用者実績(高齢者) 4,698 名(H21 年度)のうち 20%程度が小原地区の商店を利用していると想定し、設定。 ・ 2 年目以降は 5%程度の増加を見込む ・ チケット印刷代 PR チラシ含む
評価指標	・ 桜バスを利用した、地区内での買い物客数 1 年目 940 人 2 年目 1,180 人
推進体制 ・ 役割分担	おばら桜バス：利用者にチケットを配布 商店：店舗で上記のチケットを受け取り、バス料金をキャッシュバック 商工会：キャッシュバック分の半額費用補助
地域の動き	おばら桜バス利用促進会

計画期間の事業スケジュール

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
事業内容	社会実験 事業化計画の策定	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の継続運用
関連事業			
成果目標進捗状況		買い物客数 940 人	買い物客数 1,180 人

資料：おばら桜バスの概要

- 【運行の仕組み】 ・ 予約制（フルデマンド方式）
- 【運行事業者】 ・ 豊栄・小原・豊田中央共同企業体
- 【運行車両】 ・ 中型タクシー車両（セダンタイプ）2 台
- 【運行日・時間】 ・ 運行日：月・火・水・金曜日
・ 運行時間：午前 6：00～午後 7：00
- 【運賃】 ・ 大人（中学生以上）1 人（1 乗車）100 円
・ こども（小学生以下）1 人（1 乗車）50 円
・ 障がい者等 1 人（1 乗車）50 円
- 【停留所】 ・ 小原地区内に 1 4 6 か所



- 【H21 年度利用実績】 幼児 12 名
- 小学生 27 名
- 中・高生 154 名
- 大人 237 名
- 高齢者 4,698 名

事業提案 2 一店逸品事業

事業名	・ 一店逸品事業												
事業実施 予定時期	・ 平成 23 年度より 3 年間												
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> 各店で目玉となりうる商品、特産品、サービスを選定し、店の個性に磨きをかけます。 逸品店を認定するなど積極的にPRします。(仮称 小原逸品研究会) 逸品店として認定された店舗には、ステッカーを配布するなどし、地域での一体化を図ります。 地域住民へのPRを主目的として、普段の生活の中で活用してもらえるような小原商店パンフレット(チラシ)を作成し、配付します。 ホームページ等の媒体も積極的に利用し、逸品店だけでなく、地区の商業をPRします。 												
対応する 社会課題	<ul style="list-style-type: none"> 地域資源・農商工連携 お店の人は当たり前だと思っても、素人から見れば、特別な技術や知恵であると感じることもあります。地域に埋もれている資源を再発見したり、人材(技術)に再度スポットを当て、内外にPRします。 												
課題・背景と 事業の目的	<ul style="list-style-type: none"> 小原地区に散在している商店は、お店の特色や、何を一番の売りにしているのか分かりづらく、地域住民に対するアピールも十分とは言えません。そこで、各店で誇れる商品、特産品、サービスに磨きをかけ、店の目玉をつくり、店の個性を前面に出すとともに、観光客だけでなく地域住民にも親んでもらえる店づくりを目的とします。 												
ターゲット・ コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> 観光客 地域住民 <p>外側へのアピールだけでなく、地域の住民にも小原の商業を再認識してもらう</p>												
事業費に ついて	<ul style="list-style-type: none"> 小原商店パンフレット(チラシ)作成にかかる費用 <u>770,000 円</u> <p>概算内訳</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>内容</th> <th>内訳</th> <th>金額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>取材・原稿作成・デザイン料</td> <td>1 式</td> <td>506,000 円</td> </tr> <tr> <td>印刷費</td> <td>24.4 円×10,000 部</td> <td>244,000 円</td> </tr> <tr> <td>ステッカー</td> <td>1000 円×20 店</td> <td>20,000 円</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> 2 年目以降は対象店や部数を増やすことを想定しており、事業費は 10%程度の増加を想定しています。 	内容	内訳	金額	取材・原稿作成・デザイン料	1 式	506,000 円	印刷費	24.4 円×10,000 部	244,000 円	ステッカー	1000 円×20 店	20,000 円
内容	内訳	金額											
取材・原稿作成・デザイン料	1 式	506,000 円											
印刷費	24.4 円×10,000 部	244,000 円											
ステッカー	1000 円×20 店	20,000 円											
評価指標	・ 逸品店数												
推進体制 ・ 役割分担	<p>協賛店：逸品づくり</p> <p>商工会：小原逸品研究会(仮称)のような組織を中心に品評し、PR する</p> <p>プロジェクトチーム：小原逸品研究会(仮称)で対象店舗の品評、アドバイス</p>												
地域の動き	・ 毎年 11 月に行われる四季桜まつりで、観光客を対象に PR												

計画期間の事業スケジュール

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
事業内容	逸品づくり、逸品磨き 協賛店第 1 期募集 PR パンフレット作成、配 付	協賛店第 2 期募集 その他は 1 年目に準ずる	協賛店第 3 期募集 その他は 1 年目に準ずる 特に反響のある店を取り 上げ、パンフレットの中 で別途取り上げて PR
関連事業	特産品づくり	特産品づくり	特産品づくり
成果目標進捗状況	逸品認定店 20 店 パンフレット配付世帯数 1,300 世帯	逸品認定店 25 店 パンフレット配付世帯数 1,300 世帯	逸品認定店 30 店 パンフレット配付世帯数 1,300 世帯

事業提案 3 特産品づくり

事業名	・ 特産品づくり																		
事業実施 予定時期	・ 平成 23 年度より 3 年間																		
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 和紙、豆腐、たまご、きのこと言った特産品は現在でも人気だが、そこに新たなラインナップを加え、特産品を充実させる。 ・ 小人気のあるたまごとは裏腹に積極的に利用されていない鶏肉を商品化し、新たな名物となる商品開発を行う。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>																		
対応する 社会課題	・ 地域資源・農商工連携 地区内の農作物等を有効利用・商品化																		
事業の必要性 ・ 事業目的	・ 和紙、豆腐、たまご、きのこなどの特産品は人気があるが、まだまだ特産品の数としては不足しており、手軽に購入してもらえるようなお土産が少ない。																		
ターゲット・ コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客、地域住民 <p>おやつ感覚で気軽に食べてもらえる商品、手ごろなお土産として購入してもらえる商品</p>																		
事業費に ついて	<ul style="list-style-type: none"> ・ 初年度 <u>130,000 円</u> <p>概算内訳</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #e0f2f1;">内容</th> <th style="background-color: #e0f2f1;">内訳</th> <th style="background-color: #e0f2f1;">金額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>試食（鶏なべ、鶏丼）</td> <td>1,500 円・回 × 12 回 参考 試食原材料費 鶏肉 100g 90 円程度 お茶・皿・箸代等</td> <td>18,000 円</td> </tr> <tr> <td>試食（チョコ・ワッフル）</td> <td>150 円・人 × 300 人分 参考 試食原材料費 一人前原材料費 90 円程度 皿・箸代等</td> <td>45,000 円</td> </tr> <tr> <td>試作費</td> <td>試作原材料費</td> <td>35,000 円</td> </tr> <tr> <td>幟作成費</td> <td>20 本</td> <td>30,000 円</td> </tr> <tr> <td>アンケート</td> <td>10 円 × 200 票 チラシ・アンケート票など</td> <td>2,000 円</td> </tr> </tbody> </table> <p>・ 2 年目以降は品目を変え研究開発を行っていきますが、同程度と想定しています。</p>	内容	内訳	金額	試食（鶏なべ、鶏丼）	1,500 円・回 × 12 回 参考 試食原材料費 鶏肉 100g 90 円程度 お茶・皿・箸代等	18,000 円	試食（チョコ・ワッフル）	150 円・人 × 300 人分 参考 試食原材料費 一人前原材料費 90 円程度 皿・箸代等	45,000 円	試作費	試作原材料費	35,000 円	幟作成費	20 本	30,000 円	アンケート	10 円 × 200 票 チラシ・アンケート票など	2,000 円
内容	内訳	金額																	
試食（鶏なべ、鶏丼）	1,500 円・回 × 12 回 参考 試食原材料費 鶏肉 100g 90 円程度 お茶・皿・箸代等	18,000 円																	
試食（チョコ・ワッフル）	150 円・人 × 300 人分 参考 試食原材料費 一人前原材料費 90 円程度 皿・箸代等	45,000 円																	
試作費	試作原材料費	35,000 円																	
幟作成費	20 本	30,000 円																	
アンケート	10 円 × 200 票 チラシ・アンケート票など	2,000 円																	

評価指標	・ 小原地区内の取り扱い店舗数
推進体制 ・ 役割分担	協賛店：該当店は推進委員として開発を担当 商工会：バックアップと協賛飲食店を募る プロジェクトチーム：特産品の研究開発への助言
地域の動き	・ 一店逸品事業との連動 ・ 毎年 11 月に行われる四季桜まつりで、観光客を対象に PR
その他	・ 平成 21 年度から行ってきたワークショップを今年度も引き続き開催しており、具体的に検討しているチキンフランク・チョリソー、鶏なべの試食も数回行っています。
	 

計画期間の事業スケジュール

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
事業内容	試作品の研究 味等の完成度を上げる	完成品の販売	完成品の販売 PR 強化
関連事業	一店逸品事業	一店逸品事業	一店逸品事業
成果目標進捗状況	チキンフランク・チョリ ソー、鶏丼・鶏鍋の試作 品開発 その他取組み品目の研究	取扱店舗数 地区内の店舗の 20%程 度	取扱店舗数 地区内の店舗の 30%程 度

(参考) スタンプカード事業

小原地区の住民でも地区外で買い物をする方が多く、地域で買い物をしていただくために考えた事業ですが、設備投資等の事業費も大きく3年間での実現が困難なことも予想されるため、参考として記載します。

事業名	・ スタンプカード事業
事業実施 予定時期	・ 平成23年度より3年間
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ QRスタンプと簡易読み取りソフトを利用したスタンプカード (イメージ) 
対応する 社会課題	・ 地域間の連携
課題・背景と 事業の目的	・ 小原地区に住んでいる住民でも、地区外で買い物をする人が多くなっています。そこで、買い物の楽しみが少ないため、スタンプカードやポイントカードなどの買い物以外での楽しみを作り、できるだけ地元の商店で買い物をしてもらうことを目的とします。
ターゲット・ コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域住民 「お買い物は地元商店で」
事業費に ついて	<ul style="list-style-type: none"> ・ 参考 QRコードリーダー 1台 120,000円程度 QRコードスタンプ 1個 2,000円程度
評価指標	・ 対象事業店舗数
推進体制	役割分担 商工会：事務局となって、カードの集計 店：お買い上げごとにスタンプを押印
地域の動き	・ 藤岡地区との連携等も検討する

計画期間の事業スケジュール

	平成23年度	平成24年度	平成25年度
事業内容		スタンプカードシステムの検討 システム導入店の検討、 募集	システムの導入
関連事業			
成果目標進捗状況			対象事業店舗 15店舗