

足助中央商店街活性化計画

【計画期間 H29年度 ~ H32年度】

1 現状と課題の分析

①地域概況	<ul style="list-style-type: none"> ・豊田市のほぼ真ん中に位置しており、東海随一の紅葉の名所香嵐溪を有している。最寄品及び買回り品店が混在しており、徒歩、自家用車、コミュニティバス等で来街する地域型商店街である。商店街利用者は、高齢者、主婦中心で商圏人口は、減少している。 ・商店街は、愛知県初の重要伝統的建造物群保存地区に選定された町並みの中にあり、それを活用した活性化策が、模索されている。 				
②最寄り駅	名鉄猿投駅	③最寄り駅からの距離	約20km		
④商店街区域	足助地区内重伝建地区を中心とした田町、本町、新町、西町地内（宮町、親王町1部含む）				
⑤商店街区域内の店舗数	151店舗				
⑥うち組合加入店舗数	119店舗	⑦うち空き店舗数	32店舗		
⑧商店街の加入店舗構成	生鮮三品（5店4.2%）、衣料品（5店4.2%）、その他小売り（33店27.7%）				
	飲食店（11店9.2%）、サービス（23店19.3%）、その他（42店35.4%）				
⑨商店街の特徴、強み	<ul style="list-style-type: none"> ・香嵐溪という紅葉の名所に隣接するため、観光客の誘客が、期待できる。 ・商店街＝県内初の重要伝統的建造物群保存地区であり、町並みを生かした、商店街の活性化が期待できる。 ・地域を支える年末売出や地域の宅配便についても柔軟に対応している。 				
⑩来街者 (主なもの一つに○)	高齢者		主婦		ファミリー
	若者	○	観光客		その他()
⑪来街者交通手段 (主なもの一つに○)	徒歩		自転車		バス
	○ 自家用車		鉄道		その他()
⑫来街者の来街に要する時間 (主なもの一つに○)	15分未満		15分以上30分未満	○	30分以上1時間未満
	1時間以上				
⑬商店街等が抱える課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・足助地域の人口減少(H26.2.1⇒H29.2.1、1.9%減)少子高齢化(高齢化率38.7%)に伴い、顧客の減少、店主の高齢化、後継者、担い手不足、必要店舗の不足が進み、賑わい不足になっている。 ・公共交通機関が少なく、不便である。 ・特に若い人に魅力的な店が不足しており、情報も不足している。地元の若い人に、地元商店街で買い物をする習慣が不足している。 				
⑭地域住民ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ・必要店舗の不足、歩いて買い物に行ける範囲に生鮮食料品や日用品の店がほしい。 ・交通手段が少なく、不便。 				

2 商店街の目指す将来像及び目標

①商店街の目指す将来像	<p>満足を生む商店街～足助の”足”をキーワードに～ 不足（後継者、担い手不足、賑わい不足、必要店舗の不足、魅力商品の不足、ネット等での情報、PR不足）を解消⇒満足 地元の利用者減⇒香嵐溪の誘客、重伝建の商店街のPRによる来街者増⇒情報発信と体験型イベントを通して個店のレベルアップとリピーター増を目指し、足助に住む、商売をしようという人を増やす⇒I、U、Jターンによる空き店舗解消⇒上記不足の解消につなげる</p>
②基本目標 (4年後の達成目標数値)	<p>【歩行者通行量増加】 平日(H29)1,520人/日→(H30)名1,530人/日→(H31)1,540人/日→(H32)1,550人/日 休日(H29)7,872人/日→(H30)名7,922人/日→(H31)7,976人/日→(H32)8,029人/日</p> <p>【売上高の増加率増加】 (H29)前年比100.25%→(H30)前年比100.25%→(H31)前年比100.25%→(H32)前年比100.25%</p> <p>【空き店舗数】 (H29)現状把握→(H30)前年比1店舗減→(H31)前年比1店舗減→(H32)前年比1店舗減</p>

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 年 月 日

①事業名	街中集客事業（スタンプラリー）
②実施予定時期	平成29年4月～平成33年3月
③具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> ・1年目は、11月の香嵐溪シーズンと2月～3月の中馬のおひなさんの時期に合わせ、スタンプラリーを開催し、2年目以降は、違う月に開催し、アンケートなど実施して、ニーズ等を探る。また、同じ回遊性のある、町並みさんぽと整理統合していくことも、検討していく。 ・各個店で、限定商品を出品するとともに新商品の開発にも力を入れる。 ・11月には、香嵐溪の観光客にパンフレットを配布し、積極的に誘客を図る。
④必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> ・今までのスタンプラリーで、香嵐溪の誘客に、成果が上がってきている【H25通行量：平日】1,480人【H28通行量：平日】4,324人 ・中馬のおひなさん時期の売り上げ増。 ・各個店のレベルアップとスーパー個店の育成。 ・体験型のイベントリンクさせ、足助のコアなファンを増やす。
⑤ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・来街者（外国人旅行者を含む） ・”足”をコンセプトに回遊性のある商店街にする。
⑥事業費・採算性の説明	<p>【事業費】印刷費：マップ50,000枚4.4円×2=440,000円 台紙20,000枚×6円×2回=240,000円 POP432円×40枚2回=35,560円 アルバイト：7,000円×1人×30日+7,000円×2人×30日=630,000円 景品：（地元商品2,000円+864（送料）円）×75個×2回=429,600円 ピンバッジ200円×1,500個×2回=600,000円 企画制作費500,000円（各種印刷物、ピンバッジ等）</p> <p>【採算性】個店の売り上げ増と中央駐車場の増収</p>
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	各個店をPRし集客するために各商店ごとに限定商品を出品し、お客さんとコミュニケーションを図る楽しい商店街をつくる。また、新商品の開発にも力を注ぐ。全国から訪れる秋の香嵐溪の観光客を商店街へ集客する、また、『中馬のおひなさん』にも開催し、案内パンフレットを配布する。
⑧事業効果	<ul style="list-style-type: none"> ・香嵐溪の観光客の街中（商店街）への誘導することにより、集客力を高める。 ・中馬のおひなさん時期の売り上げ増。 ・限定商品の開発により各個店のレベルアップすることができる。
⑨目標評価指標測定手法	通行量：平日、休日 新商品開発店舗累計
⑩推進体制	商店街の部会と観光協会、商工会、行政と連携して事業を推進する。
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	香嵐溪もみじ祭り・中馬のおひなさん

4 計画期間の事業スケジュール

	29年度【1年目】	30年度【2年目】	31年度【3年目】	32年度【4年目】
事業	街中集客事業(スタンプラリー)	街中集客事業(スタンプラリー)	街中集客事業(スタンプラリー)	街中集客事業(スタンプラリー)
予算(千円)	2,876千円	2,800千円	2,800千円	2,800千円
関連計画や事業	香嵐溪もみじ祭り・中馬のおひなさん	香嵐溪もみじ祭り・中馬のおひなさん	香嵐溪もみじ祭り・中馬のおひなさん	香嵐溪もみじ祭り・中馬のおひなさん
目標達成状況	通行量 1,520人/日(平日) 7,872人/日(休日) 新商品開発累計3店	通行量 1,530人/日(平日) 7,922人/日(休日) 新商品開発累計5店	通行量 1,540人/日(平日) 7,976人/日(休日) 新商品開発累計7店	通行量 1,550人/日(平日) 8,029人/日(休日) 新商品開発累計10店

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 年 月 日

①事業名	街中集客事業（町並みさんぽ）
②実施予定時期	平成29年4月～平成33年3月
③具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知県初の重要伝統的建造物群保存地区に選定された町をさんぽしながら、各商店の見学してもらう。（体験型） ・毎月コースを決め実施。 ・『足を助ける』（足助）にちなんだイベントの実施。足湯、歩き方の指導等”足”をコンセプトに実施する。 ・お客様の意見を新商品の開発の参考にし、意欲的な店を増やす。
④必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の各建物を見学することで、足助の良さを知ってもらう。 ・体験型にすることにより、リピーター、よりコアな足助ファンを獲得。 ・来街者と深く交流することにより、お客のニーズを把握し、個店のレベルアップにつなげる。 ・上記により足助に住みたい、足助で商売をしたい人を増やし、空き店舗の解消、担い手不足の解消を図る
⑤ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・来街者（外国人旅行者を含む） ・”足”をコンセプトに回遊性のある商店街にする。
⑥事業費・採算性の説明	<p>【事業費】講師謝礼50,000円×4回=200,000円、視察バス借上150,000円、補助スタッフ7,000円×2人×4回=56,000円 合計406,000円</p> <p>【採算性】個店の売り上げ増と中央駐車場の増収</p>
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	<ul style="list-style-type: none"> ・各建物の見学して足助の良さを知ってもらい、体験型で、交流の深い店づくりをする。 ・毎月テーマを決め実施（例：5月は、子どもにちなんだもの）。 ・『足を助ける』（足助）にちなんだイベントの実施。足湯、歩き方の指導等”足”をコンセプトに実施する。
⑧事業効果	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街を楽しく歩きながら、足助の良さを体感できる。 ・来街（店）者と深くかかわることにより、ニーズを把握でき、個店のレベルアップにつなげることができる。 ・リピーターを増やし、よりコアな足助ファンを増やすことにより、足助に住みたい、足助で商売をしたい人を増やす。
⑨目標評価指標測定手法	通行量：平日、休日 新商品開発店舗累計
⑩推進体制	商店街の部会と観光協会、商工会、行政と連携して事業を推進する。
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	旧鈴木家一般公開等商店以外の町家の公開イベント

4 計画期間の事業スケジュール

	29年度【1年目】	30年度【2年目】	31年度【3年目】	32年度【4年目】
事業	事業の研究 まちゼミ等先進地視察・ 研修会の開催、プレイベ ント	街中集客事業(町並みさんぽ)	街中集客事業(町並みさんぽ)	街中集客事業(町並みさんぽ)
予算(千円)	406千円	960千円	960千円	960千円
関連計画や事業				
目標達成状況	通行量 1,520人/日(平日) 7,872人/日(休日) 新商品開発累計3店	通行量 1,530人/日(平日) 7,922人/日(休日) 新商品開発累計5店	通行量 1,540人/日(平日) 7,976人/日(休日) 新商品開発累計7店	通行量 1,550人/日(平日) 8,029人/日(休日) 新商品開発累計10店

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 年 月 日

①事業名	情報発信
②実施予定時期	平成29年4月～平成33年3月
③具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街独自のホームページ（スマホ等に対応）作成と更新 ・SNS等の勉強会を開催し、個店でも積極的に情報発信し、新商品の開発や魅力ある個店作りにつなげる。 ・外国人にも対応する店舗ガイドマップの作製 ・空き店舗情報を掲載し、空き店舗解消を図る。
④必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> ・情報化への対応 ・個店情報の充実（営業日、営業時間、商品の紹介、新しい情報への対応）とレベルアップ ・ラグビーW杯、東京五輪を見据え、インバウンドへの対応 ・空き店舗等情報を流し、空き店舗解消⇒担い手不足、不足業種への対応を図る。
⑤ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・来街者（外国人旅行者を含む）
⑥事業費・採算性の説明	<p>【事業費】HP作成委託1,402,000円（更新84,000円）、マップ作成企画150,000円、印刷25円×20,000部×1.08=540,000円 SNS等勉強会講師代30,000円×3回=90,000円 合計2,182,000円</p> <p>【採算性】個店の売り上げ増と中央駐車場の増収</p>
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街独自のホームページ（スマホ等に対応）作成し、常に新しい情報を提供すること。 ・個店の情報発信力を強化し ・外国人にも対応する店舗ガイドマップの作製しインバウンドへの対応をする。
⑧事業効果	<ul style="list-style-type: none"> ・店街独自のHPの制作。外国人にも対応する。（英語表記）店舗ガイドマップを作成することによりお客様に常に新しい情報を提供することができる。 ・空き店舗情報を掲載し、空き店舗解消を図る。 ・不要な看板の数を極力減らし、重伝建の美しい景観を維持することができる。
⑨目標評価指標測定手法	ホームページアクセス数5,000件/月、ガイドマップ出数、SNS等参加店数
⑩推進体制	部会を中心に商工会、観光協会、行政と連携。専門家への委託。
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	

4 計画期間の事業スケジュール

	29年度【1年目】	30年度【2年目】	31年度【3年目】	32年度【4年目】
事業	4月～3月HP作成 4月～3月マップ作成 SNS等勉強会の開催	通年更新作業 SNS等勉強会の開催	通年更新作業 SNS等勉強会の開催	通年更新作業 SNS等勉強会の開催
予算（千円）	2,182千円	864千円	864千円	864千円
関連計画や事業				
目標達成状況	HP・マップの作成 SNS等参加店数3店	毎月情報更新 HPアクセス数5000/月 ガイドマップ出数 SNS等参加店数5店	毎月情報更新 HPアクセス数 ガイドマップ出数 SNS等参加店数7店	毎月情報更新 HPアクセス数 ガイドマップ出数 SNS等参加店数10店

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 年 月 日

①事業名	空き店舗対策
②実施予定時期	平成29年4月 ～ 平成33年3月
③具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空き店舗の現状把握⇒所有者の意向等の詳細な調査 ・ 調査をもとに家賃補助、情報提供の仕方など新たなマッチング、誘致のシステムの構築 ・ 大学等と連携し、チャレンジショップを行い、やる気のある若手を発掘するとともに、空き店舗所有者の意向を探る。 ・ 状況により、組合での空き店舗借上げ⇒家賃補助、店舗改修の手助けをする。
④必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化等による後継者不足で、空き店舗が増加している。
⑤ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空き店舗所有者と足助商店街での出店希望者
⑥事業費・採算性の説明	<p>【事業費】300,000円（初年度） （内訳）委託費216,000円 視察研修84,000円 【採算性】組合費、駐車場の増収</p>
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在の空き店舗状況を把握し、テナントの誘致を実施する。 ・ イベントチャレンジショップを活用し、足助の良さ、大変さを理解して進めていく。 ・ 若者をターゲットにして空き店舗情報やPRを積極的にネット配信していく。
⑧事業効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空き店舗解消と不足業種の誘致、担い手不足の解消
⑨目標評価指標測定手法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空き店舗数
⑩推進体制	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商工会と連携、商店街は部会により事業を推進する。
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 定住対策事業

4 計画期間の事業スケジュール

	29年度【1年目】	30年度【2年目】	31年度【3年目】	32年度【4年目】
事業	4月～12月現状調査 1月～3月調査まとめ 大学等との交渉⇒CS出店	4月～9月貸し借りシステムの研究 10月～情報提供マッチング	通年 情報提供・マッチング	通年 情報提供・マッチング
予算（千円）	300千円	2,000千円	2,000千円	2,000千円
関連計画や事業	定住政策	定住政策	定住政策	定住政策
目標達成状況	現状把握	前年度より1店舗減	前年度より1店舗減	前年度より1店舗減

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 年 月 日

①事業名	年末売出
②実施予定時期	平成29年4月 ~ 平成33年3月
③具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> ・共同チラシを発行し年末売出の実施 ・抽選会の実施 ・足助マルシェで、開発した商品も抽選会の賞品として活用し、地元住民への浸透を図る。
④必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> ・年末で消費者の購買機会が増加するときに、年末売出を実施し、集客を図る。 ・人口減少の中、売り上げは、上昇しており【H26】16,535,500円【H27】16,712,500円【H28】16,879,500円確実に定着しており、帰省家族の買い物も促進している。
⑤ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・地元住民家族（子供から高齢者まで）
⑥事業費・採算性の説明	<ul style="list-style-type: none"> 【事業費】500,000円 【採算性】個店の売り上げ増
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	<ul style="list-style-type: none"> ・抽選会の商品を人気のあるものに絞り、集客増と経費節減を図る。 ・足助マルシェとの連携。
⑧事業効果	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街のにぎわい創出
⑨目標評価指標測定手法	<ul style="list-style-type: none"> ・抽選券の売り上げ枚数
⑩推進体制	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会と連携、商店街は部会により事業を推進する。
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	

4 計画期間の事業スケジュール

	29年度【1年目】	30年度【2年目】	31年度【3年目】	32年度【4年目】
事業	年末売出	年末売出	年末売出	年末売出
予算（千円）	500千円	500千円	500千円	500千円
関連計画や事業				
目標達成状況	抽選券の売り上げ枚数 34,900枚	抽選券の売り上げ枚数 35,200枚	抽選券の売り上げ枚数 35,500枚	抽選券の売り上げ枚数 35,800枚

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 年 月 日

①事業名	足助マルシェ
②実施予定時期	平成29年4月 ~ 平成33年3月
③具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> ・毎月第3日曜日にマルシェを開催 ・地元の買い物弱者の方を対象に、生鮮食料品や日用品を購入できるようにする。 ・地元の商店のものを一か所（マルシェ会場）に集め、ミニ商店街とし、買い物の楽しさを実感してもらう。 ・移動販売と連携し双方補完しあう形で事業を進め、マルシェの周知健康相談の実施等、あすけあいプロジェクトと共同で事業や情報を共有し、連携を図っていく。 ・地元の高校等と連携し、地元ならではの新品（特産品）の開発を促し、商店街での販売網を広げる。 ・個店で、マルシェ開催日とそうでない日（日曜日）の来客数等調査し、波及効果を確認する。
④必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> ・買い物弱者に対し、必要な商品の提供をするとともに、その他の地元商品も提供し、買い物楽しさを実感できる空間を作る。 ・移動販売やネット販売の台頭により、商店街に出かける方が減少する懸念があるので、人が集まり、ふれあえるコミュニティの場を作る。
⑤ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・地元住民家族（高齢者などの買い物弱者）
⑥事業費・採算性の説明	<p>【事業費】アルバイト20,000円×12回=240,000円 チラシ・ポスター30,000×12回=360,000円 サービス品（例：甘酒無料配付）簡易イベント（例：足湯）チラシ・ポスター企画400,000円 【採算性】個店の売り上げ増</p>
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	<ul style="list-style-type: none"> ・地元商店の商品を集めることにより、コンパクトに”お買い物”を楽しむことができるとともに、案外知らない地元商品について、宣伝になる。 ・福祉政策を媒介に移動販売と事業を補完しあい進めていく。 ・地元高校等との連携
⑧事業効果	<ul style="list-style-type: none"> ・買い物弱者への対応。
⑨目標評価指標測定手法	<ul style="list-style-type: none"> ・集客数
⑩推進体制	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会、地域包括支援センターと連携、商店街は部会により事業を推進する。
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	

4 計画期間の事業スケジュール

	29年度【1年目】	30年度【2年目】	31年度【3年目】	32年度【4年目】
事業	足助マルシェ	足助マルシェ	足助マルシェ	足助マルシェ
予算（千円）	1000千円	1000千円	1000千円	1000千円
関連計画や事業				
目標達成状況	集客数300人/月	集客数400人/月	集客数450人/月	集客数500人/月

①事業名	駐車場修繕事業
②実施予定時期	平成31年4月 ~ 平成32年3月
③具体的内容	足助中央駐車場の2階部分の舗装をはがし、雨漏り防止のシートを張り、その上に新たに舗装をする。 区画数を減らし、現在の車の大きさに合わせて、安全に通行ができるように区画線を引き直し、安心して買い物ができるようにする。
④必要性・目的	足助中央駐車場は、車社会の発達を見越して、買い物客の利便性を考え造られたが、50年以上経過し、劣化が激しく、雨漏りにより、駐車している車や舗装、収納部分にも悪影響が数年続いているため。 近年、車も大型になり、駐車やすれ違い等で、安全性が損なわれているため、買い物客が、安全、安心して買い物ができるように、区画線を引き直す。
⑤ターゲット・コンセプト	買い物客（足助町内外） 安全、安心して買い物ができる。⇒満足
⑥事業費・採算性の説明	事業費：21,600,000円 駐車場収入、借入（金融機関と調整内諾済）
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	修繕により、安心して通行、買い物ができる。 駐車場のリニューアルをPRする。
⑧事業効果	区画の減少により、駐車台数は、減るが、安全な駐車場にすることにより、利便性が向上する。
⑨目標 評価指標 測定手法	通行量：平日、休日
⑩推進体制	商店街の部会を中心に、商工会、行政と連携をして推進する。
⑪関連計画や事業 (地域の動き等)	

4 計画期間の事業スケジュール

	31年度【1年目】	32年度【2年目】	○年度【3年目】	○年度【4年目】
事業	駐車場修繕事業			
予算（千円）	21,600千円			
関連計画や事業				
目標達成状況	通行量 1,540人/日(平日) 7,976人/日(休日)	通行量 1,550人/日(平日) 8,029人/日(休日)		