

# 足助中央商店街活性化計画

【計画期間 R3年度 ~ R6年度】

## 1 現状と課題の分析

① 地域概況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 豊田市のほぼ真ん中に位置し、東海随一の紅葉の名所『香嵐渓』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。</li> <li>・ 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。</li> </ul>			
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 商店街区域内の商店数	113店舗			
⑥ うち組合加入店舗数	108店舗	⑦ うち空き店舗数	5店舗	
⑧ 商店街の加入店舗構成	生鮮三品(5店4.6%)、衣料品(5店4.6%)、 その他小売り(39店 36.1%)			
	飲食店(11店10.2%)、サービス(11店10.2%)、 その他(37店34.3%)			
⑨ 商店街の特徴、強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 香嵐渓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。</li> <li>・ 商店街＝県内初の重要伝統的建造物群保存地区であり、町並みを活かした、商店街の活性化が期待できる。</li> <li>・ 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。</li> </ul>			
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"> <li>・ 足助地域の人口減少(H26.4.1:8,558人⇒R2.4.1:7,486人)少子高齢化(高齢化率41%)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。</li> <li>・ 公共交通機関が少なく、不便である。</li> <li>・ 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。地元の若い人から、地元商店街で買い物をする習慣が無くなってきている。</li> </ul>			
⑭ 地域住民ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 交通手段が少なく、不便。</li> </ul>			

## 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>上記問題点を克服し足腰の強い商店街を目指す。</p> <p>地元の利用者減を香嵐渓の誘客だけに頼らず、商店街のHPや個店のSNS等個店の情報発信とネットショップ等を強化するとともに、足助の歴史や重伝建の商店街をPRし来街者増も図る。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し、I、U、Jターンによる空き店舗解消をし問題点を克服していく。</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(R3)900人/日→(R4)1,000人/日→(R5)1,030人/日→(R6)1,060人/日</p> <p>【売上高の増加率増加】 (R3)前年比100.25%→(R4)前年比100.25%→(R5)前年比100.25%→(R6)前年比100.25%</p> <p>【空き店舗数】 (R3)前年比1店舗減→(R4)前年比1店舗減→(R5)前年比1店舗減→(R6)前年比1店舗減</p> <p>【HPアクセス数】 (R3)5,000/月→(R4)6,000/月→(R5)7,000/月→(R6)8,000/月</p>

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 令和3年1月20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	令和3年4月～令和7年3月
③ 具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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、違う月に開催を検討、アンケートなど実施して、ニーズ等を探る。</li> <li>・町並みさんぽ・中馬塾の体験型イベントとリンクさせ集客を図る。</li> <li>・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。</li> <li>・商店街を5つの町でエリア分けし、全てのエリアを回れるようにスタンプを配置することで、各町の特色を知ってもらうとともに広く回遊することを促す。</li> <li>・11月開催の場合には、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。</li> </ul>
④ 必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍で減少した来街者や人通りを回復させる。</li> <li>・スタンプラリー開催時期の売り上げ増。</li> <li>・各個店のレベルアップとスーパー個店の育成。</li> <li>・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。</li> </ul>
⑤ ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来街者（外国人旅行者を含む）</li> <li>・回遊性のある商店街にし、個店のレベルアップを図る。</li> </ul>
⑥ 事業費・採算性の説明	<p>【事業費】印刷費：マップ50,000枚×5.0円=250,000円 台紙20,000枚×6円=120,000円 P O P450円×40枚=18,000円 アルバイト：7,000円×1人×30日=210,000円 景品：地元商品2,000円+864（送料）円×75個=214,800円 ピンバッジ250円×1,500個=375,000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、お客様とのコミュニケーションを図る楽しい商店街をつくる。また、組合員が業種別に集まって新商品開発を行うことで、新たな商店街の名物づくりに力を注ぐ。新商品、限定商品を情報発信で学んだ手法により発信していく。
⑧ 事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・中馬のおひなさん時期の売り上げ増。</li> <li>・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。</li> </ul>
⑨ 目標評価指標測定手法	<p>通行量：平日</p> <p>新商品開発店舗累計</p>
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）	中馬のおひなさん・香嵐溪もみじ祭り

4 計画期間の事業スケジュール

	3年度【1年目】	4年度【2年目】	5年度【3年目】	6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)	1,688千円	1,700千円	1,700千円	1,700千円
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 800人/日(平日) 新商品開発累計3店	通行量 1,000人/日(平日) 新商品開発累計5店	通行量 1,030人/日(平日) 新商品開発累計7店	通行量 1,060人/日(平日) 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 令和3年1月20日

① 事業名	街中集客事業（町並みさんぽ・中馬塾）
② 実施予定時期	令和3年4月～令和7年3月
③ 具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・若者目線や流行のコンテンツを織り交ぜ、飽きない内容にする。</li> <li>・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。</li> </ul>
④ 必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍で減少した来街者や人通りを回復させる。</li> <li>・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。</li> <li>・モノ消費からコト消費トキ消費の流れに対応し、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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
⑤ ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来街者（外国人旅行者を含む）</li> <li>・回遊性のある商店街にし、個店のレベルアップを図る。</li> </ul>
⑥ 事業費・採算性の説明	<p>【事業費】講師謝礼50,000×4回=200,000円、補助スタッフ7,000円×2人×4回=56,000円 マップ50,000×4冊=200,000円 諸雑費44,000円 【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"> <li>・各建物を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。地元の子学生などと協力をし、情報発信をする。</li> <li>・若者目線や流行のコンテンツを織り交ぜ、飽きない内容にする。</li> <li>・旧鈴木家一般公開等商店以外の町家の公開イベントと併せて行い、足助の歴史の深さや町家の良さを伝えることができる。</li> </ul>
⑧ 事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街を楽しく歩きながら、足助の良さを体感できる。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
⑨ 目標評価指標測定手法	<p>通行量：平日 新商品開発店舗累計</p>
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

	3年度【1年目】	4年度【2年目】	5年度【3年目】	6年度【4年目】
事業	街中集客事業(町並みさんぽ・中馬塾)	街中集客事業(町並みさんぽ・中馬塾)	街中集客事業(町並みさんぽ・中馬塾)	街中集客事業(町並みさんぽ・中馬塾)
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	<p>通行量 800人/日(平日) 新商品開発累計3店</p>	<p>通行量 1,000人/日(平日) 新商品開発累計5店</p>	<p>通行量 1,030人/日(平日) 新商品開発累計7店</p>	<p>通行量 1,060人/日(平日) 新商品開発累計10店</p>

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 令和3年1月20日

① 事業名	情報発信
② 実施予定時期	令和3年4月 ~ 令和7年3月
③ 具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街独自のホームページの更新</li> <li>・SNS等の勉強会を開催し、常に新しい方法で、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。</li> <li>・空き店舗情報を掲載し、空き店舗解消を図る。</li> </ul>
④ 必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アフターコロナを見据え、商店街のホームページやSNSで情報発信→通信販売などに対応できるようにするとともに、イベントや足助の歴史等魅力を伝えることによる来街者の増加を目的とする。</li> <li>・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）とレベルアップを図る。</li> <li>・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。</li> </ul>
⑤ ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来街者（外国人旅行者を含む）</li> </ul>
⑥ 事業費・採算性の説明	<p>【事業費】 SNS等勉強会講師代100,000円×3回=300,000円 HP維持費150,000円 諸雑費50,000</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"> <li>・商店街独自のホームページにより常に新しい情報を提供する。</li> <li>・SNSにより個店の情報発信力を強化し魅力アップにつなげる。</li> </ul>
⑧ 事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常に新しい情報を提供し、個店の情報発信力の強化、魅力アップを図る。</li> <li>・空き店舗情報を掲載し、空き店舗解消を図る。</li> <li>・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。</li> </ul>
⑨ 目標評価指標測定手法	毎月情報更新、ホームページアクセス数、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

	3年度【1年目】	4年度【2年目】	5年度【3年目】	6年度【4年目】
事業	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	通年 更新作業 SNS等勉強会の開催
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	毎月情報更新 HPアクセス数5000/月 SNS等参加店数10店	毎月情報更新 HPアクセス数6000/月 SNS等参加店数12店	毎月情報更新 HPアクセス数7000/月 SNS等参加店数14店	毎月情報更新 HPアクセス数8000/月 SNS等参加店数16店

3 4ヵ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 令和3年1月20日

① 事業名	年末売出
② 実施予定時期	令和3年4月 ～ 令和7年3月
③ 具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・共同チラシを発行し年末売出の実施</li> <li>・抽選会の実施</li> <li>・統一した装飾などで年末売出の一体感を高める。</li> </ul>
④ 必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・人口減少の中、売り上げは、減少しており【H29】17,684,000円【H30】16,553,500円【R元】16,310,000円地元の購買意欲を高めるとともに、帰省家族の買い物も促進する。</li> </ul>
⑤ ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元住民家族（子供から高齢者まで）</li> </ul>
⑥ 事業費・採算性の説明	<ul style="list-style-type: none"> <li>【事業費】500,000円</li> <li>【採算性】個店の売り上げ増</li> </ul>
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"> <li>・抽選会の商品を時代に合った（コロナ、災害、健康志向）人気のあるものに絞り、集客増と経費節減を図る。また、地元のコラボ商品及び地元産品のブランド化など充実させる。</li> </ul>
⑧ 事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街のにぎわい創出</li> </ul>
⑨ 目標評価指標測定手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・抽選券の売り上げ枚数</li> </ul>
⑩ 推進体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会と連携、商店街は部会により事業を推進する。</li> </ul>
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

	3年度【1年目】	4年度【2年目】	5年度【3年目】	6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 32,500枚	抽選券の売り上げ枚数 32,800枚	抽選券の売り上げ枚数 33,100枚	抽選券の売り上げ枚数 33,400枚

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

作成日 令和3年1月20日

① 事業名	足助マルシェ
② 実施予定時期	令和3年4月 ~ 令和7年3月
③ 具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎月第3日曜日にマルシェを開催</li> <li>・地元の買い物弱者の方を対象に、地元の商店のものや生鮮食料品や日用品を購入できるようにし、ミニ商店街とし、買い物の楽しさを実感してもらう。</li> <li>・包括支援センターや福祉団体と協力し、健康相談の実施等、事業や情報を共有し、連携を図っていく。</li> <li>・地元の高校、大学と連携し、若者の目線で、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。</li> <li>・個店で、マルシェ開催日とそうでない日（日曜日）の来客数等を調査し、波及効果を確認する。</li> </ul>
④ 必要性・目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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、買い物の楽しさを実感できる空間を作る。</li> <li>・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（サロンのようなスペース）を作るとともに、高齢者の健康相談もする。</li> </ul>
⑤ ターゲット・コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元住民家族（高齢者などの買い物弱者）</li> </ul>
⑥ 事業費・採算性の説明	<p>【事業費】アルバイト30,000円×12回=360,000円 チラシ・ポスター40,000×12回=480,000円                  サービス品（例：甘酒無料配付）簡易イベント、チラシ・ポスター企画470,000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"> <li>・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、おもてなし便として配達し利便性を高め、ニーズも探る。</li> <li>・地元住民の高齢化を鑑み、包括支援センター等と協力して進めていく。</li> <li>・地元高校、大学と連携し若者目線での新品の開発にもつなげていく。</li> </ul>
⑧ 事業効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・買い物弱者への対応。</li> </ul>
⑨ 目標評価指標測定手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・集客数</li> </ul>
⑩ 推進体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会、地域包括支援センター等と連携、商店街は部会により事業を推進する。</li> </ul>
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

	3年度【1年目】	4年度【2年目】	5年度【3年目】	6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）	1310千円	1310千円	1310千円	1310千円
関連計画や事業				
目標達成状況	集客数200人/月	集客数300人/月	集客数350人/月	集客数400人/月

## 5 創業出店促進事業における不足等業種

### ① 当商店街（商工会）が掲げる不足等業種

- ・ 飲食店

---

- ・ 生鮮食品小売業

---

- ・ 宿泊業（民宿・民泊等）

---

### ② 上記業種を不足等業種として掲げた理由（簡潔に）

（飲食店）

当商店街には、飲食店はあるものの、お昼にランチができ、ゆっくり寛いで過せるようなお店が少なく、また1人当たりの当商店街での滞在時間が短いため。地区外からの観光客が多いため、食べ歩きできるお店が少ないため。

（生鮮食品小売業）

当商店街には生鮮食品を購入できる店が少なく、近隣のスーパーに行くには車が必要となり、また当商店街の顧客からの要望も強いため。

（宿泊業）

観光名所『香嵐溪』を有している当商店街は、宿泊施設が少ない。日帰り客が多いため、滞在時間も短い。中馬街道の宿場町としては魅力に欠けてしまうため。

### ③ その他参考情報等

（空き店舗情報（令和3年1月1日時点））

- ・ 豊田市足助町西町45-1 木造平屋建て 面積 34.78㎡
- ・ 豊田市足助町西町25-39 木造2階建て 面積 71.33㎡
- ・ 豊田市足助町田町26 木造2階建て 面積 208.25㎡（うち32.41㎡）
- ・ 豊田市足助町田町32-1 鉄骨造3階建て 面積 264.06㎡
- ・ 豊田市足助町石橋34-4 木造2階建て 面積 42.97㎡