

永覚新町商店街振興組合

第2期商店街活性化計画

目 次

1 . 永覚新町商店街の概要	1
2 . 第1期商店街活性化計画事業の成果	3
3 . 現状の課題	6
4 . 第2期商店街活性化計画の基本方針と目標	8
5 . 事業計画	9
6 . 推進体制	13
7 . 活性化計画策定に向けての活動記録	14

平成23年2月
永覚新町商店街振興組合

1 . 永覚新町商店街の概要

永覚新町商店街は、昭和45年頃よりトヨタ自動車社宅として永覚団地ができて以来お店が増え、また、近隣に住宅が増えてくるのと同時に、以後発展会として各種イベントや情報交換を重ね親睦を図ってきた。平成6年に、永覚新町商店街振興組合として活動を重ね現在に至っている。振興組合発足当時は、会員数は60軒余りあったが、平成22年には34軒(次ページに業種分類を記載)にまで減少している。夏まつりは地域に愛されており、多くの人出があり大盛況であるが、日常は人通りが少ない状況となっている。

下記のマップに見られるように、通りに面してはいるが500メートル四方くらいに組合員の店舗が点在しており、郵便局のある商店街のメイン通りにおいても、次第に、お店が連なり回遊できるような商業集積が少なくなっている状況である。

全国的にみられるように永覚新町商店街も厳しい状況ではあるが、長所として、理事会構成メンバーはじめ組合員間同士の絆が深く、団結力をもって取り組んでいるところが挙げられる。特に、夏まつりにおいては、持ち味の組合員の団結力に加え、年々、地域住民や地域の企業などの団体も一緒になってまつり運営に関わって盛り上げており、地域のコミュニティの担い手として永覚新町商店街が欠かせない存在になりつつある。



永覚新町商店街店舗・業種分類一覧

業 種		店舗数	店 名 屋 号
小 売 業	飲食料品小売業	2	松南園・ケースデンキ永覚店、平岡製菓
	各種商品小売業	1	トヨタ生活協同組合
	自動車・自転車小売業	1	アオイ自販
	家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業	4	光音堂株式会社、宇野電機豊田店、有限会社パナステーション・ハマデン、ケースデンキ永覚パワフル館
	その他の小売業	5	川合薬局、書の総合店永宝堂、イエローハット豊田大林店、エザキ株式会社セルフ永覚新町店、株式会社大塚商会
	小売業 小計	13	
卸 売 業 (但し、右記の2店は、卸売業の割合が高いが、小売業も一部行っている)		2	有限会社タカトー、カプラーマーケティング
飲 食 店	一般飲食店	4	うなぎ処しぶし、だる磨きらら亭、喫茶葵、中華厨房紅豆 Hong-Dou
	遊興飲食店	1	てんてる亭
	飲食店 小計	5	
サ ー ビ ス 業	洗濯・理容・美容・浴場業	2	美容院ぱとら ANN、アレックスリパブリック (alex republic)
	その他の生活関連サービス業	1	家族葬のファーマーユとよた
	サービス業 小計	3	
そ の 他		7	永覚 Kids クリニック、宇野獣医科病院、ホテル新永、豊田信用金庫、碧海信用金庫、豊田永覚郵便局、エルシティ
非 商 店		3	株式会社石川製作所、オカタ産業株式会社、大島造園土木株式会社豊田支店
運輸業・運送業		1	有限会社エクスプレス
合 計		34	

業種の区分については、大枠として日本標準産業分類に従っている。

2. 第1期商店街活性化計画事業の成果

下記に第1期商店街活性化計画事業(H20年度～H22年度)の成果をまとめている。

第1期商店街活性化計画の基本方針

1. 逸品商品づくりで“魅力ある商店及び商店街”をアピールする。
2. 賑わい創生の事業を実施する。
3. 商店街の地域への貢献事業を実施する。

第1期商店街活性化計画における3つの事業の実施状況(成果)

	事業内容	実施状況(成果)
事業計画 1	<p>事業名 魅力ある商店の集積が魅力ある商店街となる！「逸品商品づくり」で“商店街の魅力アップ”</p> <p>評価指標及び評価の方法 逸品商品の店舗(20店舗) ブランドマーク・キャラを作成したブランド活用店舗(5～6店舗)</p>	<p>第1期商店街活性化計画の成果 20年度に9商品、21年度に5商品、22年度に6商品で、合計20商品の逸品が生まれ、延べ店舗数では目標の20店舗を達成した。下記に述べる課題はあるが、逸品商品そのものは成果物として出来あがり、今後とも積極的に売り込んでいく。 ブランドマーク・キャラを作成したブランド活用店舗については、ブランドマーク・キャラの作成まで至らなかった。要因として、逸品商品は20商品・延べ店舗数20店を達したが、業種によって参加しにくい店舗もあり、実質の参加店は9店に留まったことが挙げられる。また、上記の要因により、参加業種が偏ったこともあり、年々、逸品商品の出尽くした感もでてきて、事業そのものが限られた店舗になってしまった現状がある。3年を振り返り、事業の見直しの時期を迎えている。</p> <p>第2期商店街活性化計画に向けて 上記の課題を踏まえ、逸品事業の個店および商店街の魅力アップという目的を継承する形で、逸品事業を永新ゼミ事業に移行して開催する。 ただし、逸品商品の成果物はしっかりあるので、既存の逸品商品は、各お店およびにぎやか市事業などで積極的に売り込んでいく。また、逸品事業は、一旦事業を止めるが、既存の逸品商品を売り込んでいく中で、組合員からやりたいという機運が高まってきた段階で、逸品事業を復活させる。</p>

	事業内容	実施状況（成果）																								
事業計画 2	<p>事業名 手づくり市の面白生活が永覚新町で始まる！「永覚新町独自のイベント「手づくり市」を企画</p> <p>評価指標及び評価の方法 手づくり市1回につき500人×4回=2,000人増加 出店者数（30店）、年4回開催</p>	<p>第1期商店街活性化計画の成果 第2期商店街活性化計画を立てている段階では、第5回目は実施前であるが、これまで5回の開催状況を下記の表で示している。下記の表から合計出店者数で、目標の30店を達成している。</p> <p>手づくり市の1回あたりの集客は、ティッシュ、金券などの配布物、出店者のレジ通過人数などから算出して1回あたり約1,000人で、年間2,000人程度である。ただ、開催数は、年4回の目標を立てたが、夏まつりなど他の事業の兼ね合いもあり、出店者の調整など事前準備など勘案すると年2回が精一杯であった。年4回の目標は達成できなかったが、実際に行ってみて、年4回の開催は、難しいことがわかり、年2回で継続開催していく。</p> <table border="1" data-bbox="759 1084 1442 1570"> <thead> <tr> <th>開催日時</th> <th>作家の出店者数</th> <th>商店街出店者数</th> <th>その他・飲食など</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回 (H21.3.15)</td> <td>51</td> <td>6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>第2回 (H21.9.27)</td> <td>26</td> <td>6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>第3回 (H22.3.28)</td> <td>35</td> <td>7</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>第4回 (H22.9.26)</td> <td>26</td> <td>7</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>第5回 (H23.3.5)</td> <td>29</td> <td>7</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table> <p>第5回は、開催前で出店者予定数を示している。</p> <p>第2期商店街活性化計画に向けて 夏まつりに次いで、地域の催しとして根づいてきており、継続して年2回の開催を行っていく。現在は、商店街内の広場（駐車場）の1カ所で開催しているが、第2期商店街活性化計画の目標として、2カ所以上の複数会場で開催して、商店街のお店への回遊性を生み出す。2カ所開催に向けて、出店者数を現在の約40店から60店以上に増やす。</p>	開催日時	作家の出店者数	商店街出店者数	その他・飲食など	第1回 (H21.3.15)	51	6	4	第2回 (H21.9.27)	26	6	4	第3回 (H22.3.28)	35	7	5	第4回 (H22.9.26)	26	7	6	第5回 (H23.3.5)	29	7	7
開催日時	作家の出店者数	商店街出店者数	その他・飲食など																							
第1回 (H21.3.15)	51	6	4																							
第2回 (H21.9.27)	26	6	4																							
第3回 (H22.3.28)	35	7	5																							
第4回 (H22.9.26)	26	7	6																							
第5回 (H23.3.5)	29	7	7																							

	事業内容	実施状況（成果）
事業計画3	<p>事業名 ひとに優しい永覚新町商店街で安心・安全・快適！「高齢者及び子育てに支援など」で地域貢献</p> <p>評価指標及び評価の方法 高齢者支援・子育て支援の計画を実施する。 AEDの設置の継続</p>	<p>第1期商店街活性化計画の成果 AEDの設置の継続を行っており、この点は目標をクリアしている。 高齢者支援・子育て支援の具体的な計画づくりまでには至らなかったが、地域の高齢者・子育て支援のニーズを探る意味合いも含め、次期活性化計画の事業に盛り込んでいる店主が先生になってお客さんに教える「永新ゼミ」を実証実験的に開催し、講座の中で、高齢者や子育て世代向けの講座を開講した。また、第2期計画に向けての地域住民調査を通して、特に、高齢者のニーズを掴むことができたので、次期計画で生かしていく。</p> <p>第2期商店街活性化計画に向けて 永新ゼミにおいて、高齢者・子育て支援の講座の充実を図っていく。また、長期的視点の勉強会プロジェクトの中で、高齢者・子育て世代にやさしい商店街づくりを念頭において計画づくりをしていく。</p>
全事業を通しての総合的評価視点	<p>評価指標及び評価の方法 商店街振興組合の会員数（3～4店増やす）</p>	<p>第1期商店街活性化計画の成果 計画作成時は組合員数が37店であったが、最終年度の2月現在34店（4店減少、1店増加のトータルで3店減少）で、目標の3～4店増やすは達成することができなかった。要因として、リーマンショックによる影響もあり、廃業する店が2軒あったことが大きく響いている。</p> <p>第2期商店街活性化計画に向けて 置かれている状況は厳しいが、第2期計画においてももう一度、3～4店増やすことを目指す。大型店事業者の商店街への加入に努めることや商業振興および地域貢献事業へ協力することが改正された“豊田市商業振興条例”を追い風に、共に地域を盛り上げていこうということと呼び掛け、積極的に商店街振興組合への加入を促していく。</p>

3 . 現状の課題

調査結果の詳細の全データは、調査報告書を参照

下記に、商店街組合員アンケート調査からみえてきた課題、地域住民アンケート調査からみえてきた課題、商店街活性化計画策定に向けての勉強会時のワークショップからみえてきた課題をまとめている。

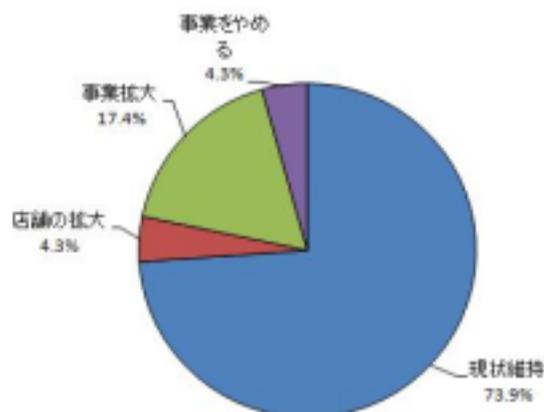
(1) 商店街組合員アンケート調査からみえてきた課題

今後の経営意向について、「現状維持」が約7割を占めている。

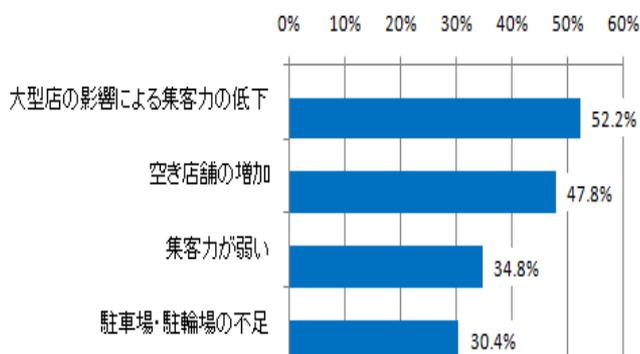
現在のお店の問題として、「売上の減少・停滞」が最も高く、次いで、「客単価の減少」「客数の減少」となっている。

商店街の抱える問題として、「大型店の影響による集客力の低下」が最も高く、次いで「空き店舗の増加」となっている。

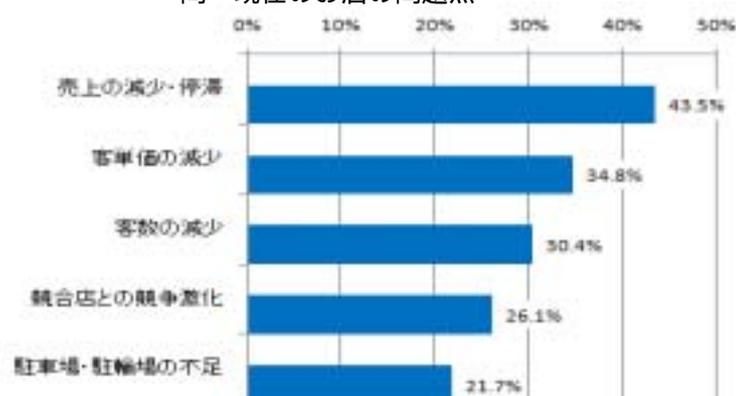
問 今後のお店の経営意向



問 商店街が抱える問題点



問 現在のお店の問題点



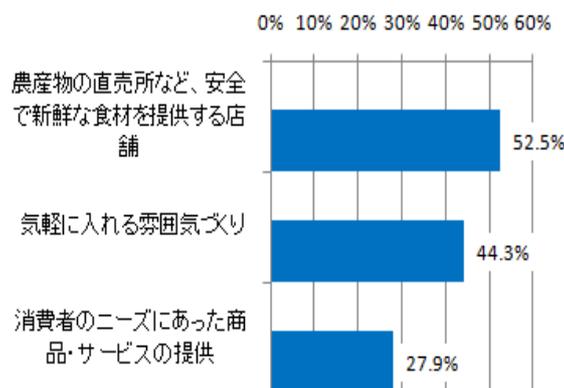
(2) 地域住民アンケート調査からみえてきた課題

商店街のお店に期待することとして、「農産物の直売所など、安全で新鮮な食材を提供する店舗」が最も高く、次いで、「気軽に入れる雰囲気づくり」となっている。

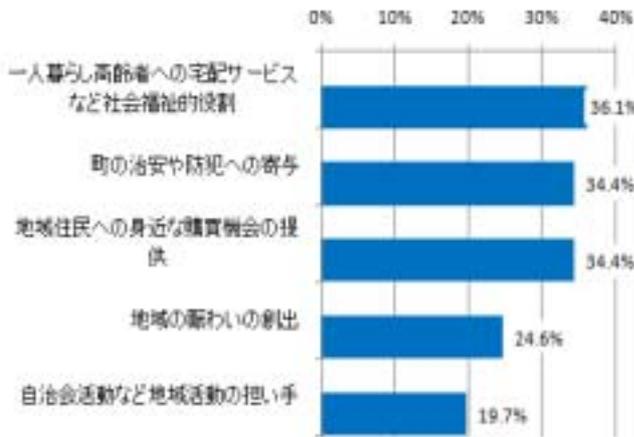
まちづくりにおける商店街の役割として、「一人暮らし高齢者への宅配サービスなど社会福祉的役割」が最も高く、次いで、「町の治安や防犯への寄与」となっている。

空き店舗・空きスペースの活用について、「催事・定期市の開催(フリーマーケット、野菜の産地直売、新商品のPR販売など)」が最も高く、次いで、「必要業種・不足業種の誘致」となっている。

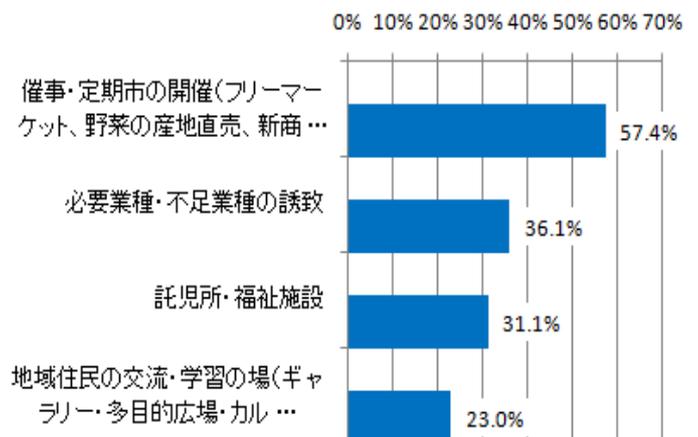
問 商店街のお店に期待すること



問 まちづくりにおける商店街の役割



問 空き店舗・空きスペースの活用について



(3) 商店街活性化計画策定に向けての勉強会時のワークショップからみえてきた中長期的な課題

ワークショップで挙げた意見

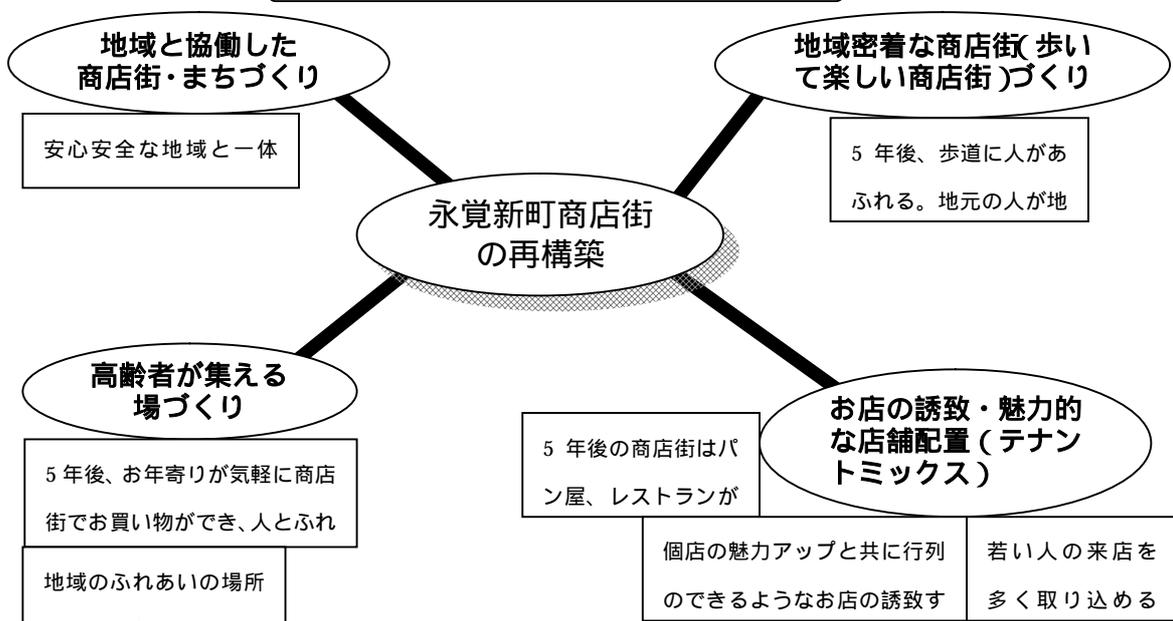
歩いて買い物する場合、周りに楽しいものがないといけない。その意味では、商店街で楽しむところがないのではないかと。商店街の通りを歩いて何か楽しいものが必要だろう。

憩いの場所が欲しい。どっかで一休みしてしゃべっていけるような場所。今の話ではなくても、5年も経てば年寄りばかりになるので、その時のために憩いの場は必要ではないか。

車上狙いが多い。地域を挙げて、安心安全なまちづくりに取り組んでいるというイメージを打ち出して、犯罪者が近寄りたがたい雰囲気づくりが必要ではないか。お客様が回遊できるような商店街づくりをしていかないといけない。

商店街が空き店舗に店舗を誘致して埋めるといのは、いいことだが、果たして埋めるだけで、既存の個店の売上が変わるだろうか。店舗配置が重要だろう。

5年後の永覚商店街がなっていたい姿



4 . 第 2 期商店街活性化計画の基本方針と目標

(1) 第 2 期商店街活性化計画の基本方針

位置づけ

第 2 期活性化計画は、第 1 期活性化計画の成果を継続し、さらに発展させる事業計画とする。

基本方針

- 1 . 店主のこだわりの技などをお客さんに伝えることでファンづくりを行っていく。
- 2 . 自店の商品を買うことで、どのような魅力があるのか伝えて積極的に売っていく。
- 3 . 夏まつりなどを通して、自治区と協働することで地域力を高めていく。

キャッチフレーズ

お客さまのところに寄り添って、顔の見える楽しく、安心して暮らせる永覚新町！

基本方針の根底となる考え方

各事業の位置づけを明確にする。

夏まつり事業は、地域住民へのおもてなし・地域連携という視点で地域に根差した商店街としての地域貢献と組合員間の親睦・人材育成の場として位置付ける。また、集客力の高い夏まつりを通して、商店街およびお店の認知度向上を図っていく。にぎやか市事業は、外部からのブースの手づくり市と連携する形で、商店街のお店のブースを設けたり、お店に呼び込んだりして、商品を積極的に PR し、相乗効果を図って売り込んでいく。永新ゼミ事業は、店主のこだわりの技などを通して、店主の人柄を知ってもらい、地域の方とお店の絆づくりにつなげる。永新ゼミ事業は、上記のにぎやか市事業とは考え方が異なり、直接的に商品売り込むのではなく、まず敷居を低くしてまず店主とふれあって頂き、じっくりと時間をかけて店主のファン、お店のファンとして顧客につなげていく。

第 1 期商店街活性化計画における成果である一店逸品商品は、にぎやか市のリニューアルの中に位置づけて生かしていく。

年間計画における日常的な目の前の事業に追われて、長期的な戦略的な視点がおろそかになりがちであるが、その視点を長期的視点の勉強会を通して行っていく。

(2) 基本目標 (3 年後の達成目標数値)

にぎわい市事業の出店数 6 0 店以上にし、会場を 2 つにしてお店への回遊性を目指す。

永新ゼミ事業の参加店舗数 2 0 店を目指す。

特に夏まつり事業への参画を通して、商店街振興組合の会員数を 3 ~ 4 店の UP を目指す。

全事業を通して、全店舗 (組合員の一家一店のお店) の 5 % 売上 UP を目指す。

長期的視点の勉強会事業を通して、商店街の再構築の方向性・計画づくりを目指す。

5 . 事業計画

下記の4つの事業を重点的に推進していく。

(1) 夏まつりの充実 (H23年度~H25年度)

事業の目的

長年にわたって地域のお祭りとして開催してきて、地域の人たちにとってふるさとのまつり、夏の風物詩となっている。それだけに、地域のつながりの場、地域の一員の商店街としておもてなしの場として開催する。

企画運営を通して、組合員同士の絆づくり、組合員の新たな人材育成の場とする。また、非組合員へも広く参画を呼び掛けて、夏まつりを通して、一緒に汗をかくことで、組合員への加入につなげていく。

近隣地域からも集客力のある夏まつり会場で商店街のお店を紹介するブースを設け、お店の認知度を高め、その後の買い物につなげる。



ターゲット

商店街エリアおよびその近隣の地域住民

事業内容

商店街の通りで露店、商店街のお店の紹介ブース
音楽演奏やパフォーマンスなど

実施体制・役割分担

商店街が中心となって企画・運営を行う。

運営において、自治区、地域の企業などと連携し協働で進める。(地域住民アンケートにおけるまちづくりの参画の意向の高さを踏まえて積極展開)

成果目標

夏まつり事業への参画はじめ他の事業も通して、商店街振興組合の会員数を3~4店のUPを目指す。(基本目標で記載)

事業プログラム・予算

平成23年度	平成24年度	平成25年度
<p>年1回開催</p> <p>●</p> <p>8月</p> <p>【予算：120万円/年】</p>	<p>年1回開催</p> <p>●</p> <p>8月</p> <p>【予算：120万円/年】</p>	<p>年1回開催</p> <p>●</p> <p>8月</p> <p>【予算：120万円/年】</p>

(2) にぎやか市のリニューアル(H23年度~H25年度)

事業の目的

作家を招き、自ら手づくりしたモノを販売し、“モノづくりの豊田らしい”生活に潤いをもたらす面白い提案をしていく。
上記の手づくり市との相乗効果を図り、組合員のお店の商品を積極的にPRし、販売につなげる。



ターゲット

商店街エリアの地域住民



事業内容

全国から作家の出店者を募り、クラフトやアート作品の展示・実演・販売を行う手づくり市を商店街内の広場(駐車場)で開催する。
組合員のお店が商店街内の広場(駐車場)でブースを出して、自店の商品を使うことで得られる魅力を伝えるスタイルのPRに重点をおき、販売をする。



さらに、スタンプラリーなどでお店にお客さん呼び込む仕掛けづくりを行って回遊性を生み出す。また、3年後を目標に複数会場にしてさらなる回遊性を生み出す。
前年度までの“逸品開発商品”をPR・販売する。

実施体制・役割分担

商店街が中心となって企画・運営を行う。
当日は、作家の出店者と協力して行う。

成果目標

にぎわい市事業の出店数60店以上にし、会場を2つにしてお店への回遊性を目指す。(基本目標で記載) 地域住民アンケートにおいて空き店舗・空きスペースの活用で催事・定期市の開催の要望が最も高いことを踏まえにぎわい市の充実を図る

事業プログラム・予算

平成23年度	平成24年度	平成25年度
<p>年2回開催</p> <p>● ●</p> <p>9月 3月</p> <p>【予算：60万円/年】</p>	<p>年2回開催</p> <p>● ●</p> <p>9月 3月</p> <p>【予算：60万円/年】</p>	<p>年2回開催</p> <p>● ●</p> <p>9月 3月</p> <p>【予算：60万円/年】</p>

(3) 永覚新町の商店街で学ぼう！街のふれあいゼミナール 永新ゼミ
 (H 2 3 年度 ~ H 2 5 年度)

事業の目的

永新ゼミを自店で行うことで、今までお店に足を運んだことのない方にもお店を知ってもらい、店主の人柄、お店の商品をみてもらうことができる。
 2 時間程度の永新ゼミを通して、お客さんが店主の技を学んで喜んで頂くとともに、店主の人柄を深く知って頂くことでファンづくりにつなげていく。
 永新ゼミそのものは、自店の商品の売り込みはしないことで、買わないといけないのかなという警戒感をなくし敷居を低くすることで気軽に参加して頂き、上記のファンづくりからお店のお客さんにつなげていく。
 永新ゼミを通して、組合員ひとりひとりのあきんど力の向上の場にもつながる。一つは、人前で話すことで、知っていることでも、もう一度勉強し直すことで知識レベルが上がる。もう一つは、これから自分が取り組みたいことのお客さんの反応を見る場として活用することもできる。
 講座内容については、特に、高齢者および子育て支援という視点で、高齢者や子育て世代に向けた講座の充実を図っていく。

ターゲット

商店街エリアの地域住民

事業内容

店主が先生になってお客さんに店主のこだわりの技などを教える。特に、地域に根づいた商店街として、高齢者および子育て支援という視点の講座を多く盛り込んでいく。
 講座受講者にアンケートをとり、分析結果の反省会を行い、次回に生かす。

実施体制・役割分担

商店街が中心となって企画・運営を行う。

成果目標

参加店舗数 20 店を目指す。(基本目標で記載)

事業プログラム・予算

平成 2 3 年度	平成 2 4 年度	平成 2 5 年度
<p>年 2 回開催</p> <p>■■■■</p> <p>■■■■</p> <p>【予算：50 万円 / 年】</p>	<p>年 2 回開催</p> <p>■■■■</p> <p>■■■■</p> <p>【予算：50 万円 / 年】</p>	<p>年 2 回開催</p> <p>■■■■</p> <p>■■■■</p> <p>【予算：50 万円 / 年】</p>

(4) 長期的視点の勉強会プロジェクト(話し合いを重ねながら実践)
(H23年度~H25年度)

事業の目的

商店街の取り組みは、自店の経営もあり多忙を極める中、年間スケジュールに沿ってのルーチン的な日常的な目の前の事業に追われがちで、じっくりと長期的な戦略業務を考える点がおろそかになってしまう現状がある。そこで、じっくりと腰を据えて商店街の将来像をしっかりと念頭において、長期的スパンでじっくりと長期戦略を考える機会をつくる。

ターゲット

広くまちづくりという観点で、商店街エリアで居住している人、商店街エリアでお店・会社など経営、勤務している人など永覚新町の街に生活基盤をおいている人すべて。

特に、高齢者および子育て世代向けに、高齢者にやさしい商店街・まちづくり、子育てがしやすい、子どもたちがのびのびと育つ商店街・まちづくりを念頭において行っていく。

事業内容

商店街の抱えている課題の中で、すぐには解決が難しいと思われるテーマで、なおかつ将来的な商店街の姿を思い描いて、優先順位が高いと思われる課題について話し合いを重ねる。そして、方向性・計画づくりまでつなげる。地域住民向けアンケート調査で、特に高齢者の方のニーズ踏まえて、高齢者にやさしい商店街づくりなど商店街再構築の計画づくりを行っていく。

実施体制・役割分担

商店街が中心となって戦略的な話し合いのワークショップを行う。
話し合ったテーマにおいて地域連携が必要な事項は、自治区や永覚新町都市景観街づくり協議会と連携して進めていく。

成果目標

商店街の再構築の方向性・計画づくりを目指す。(基本目標で記載)

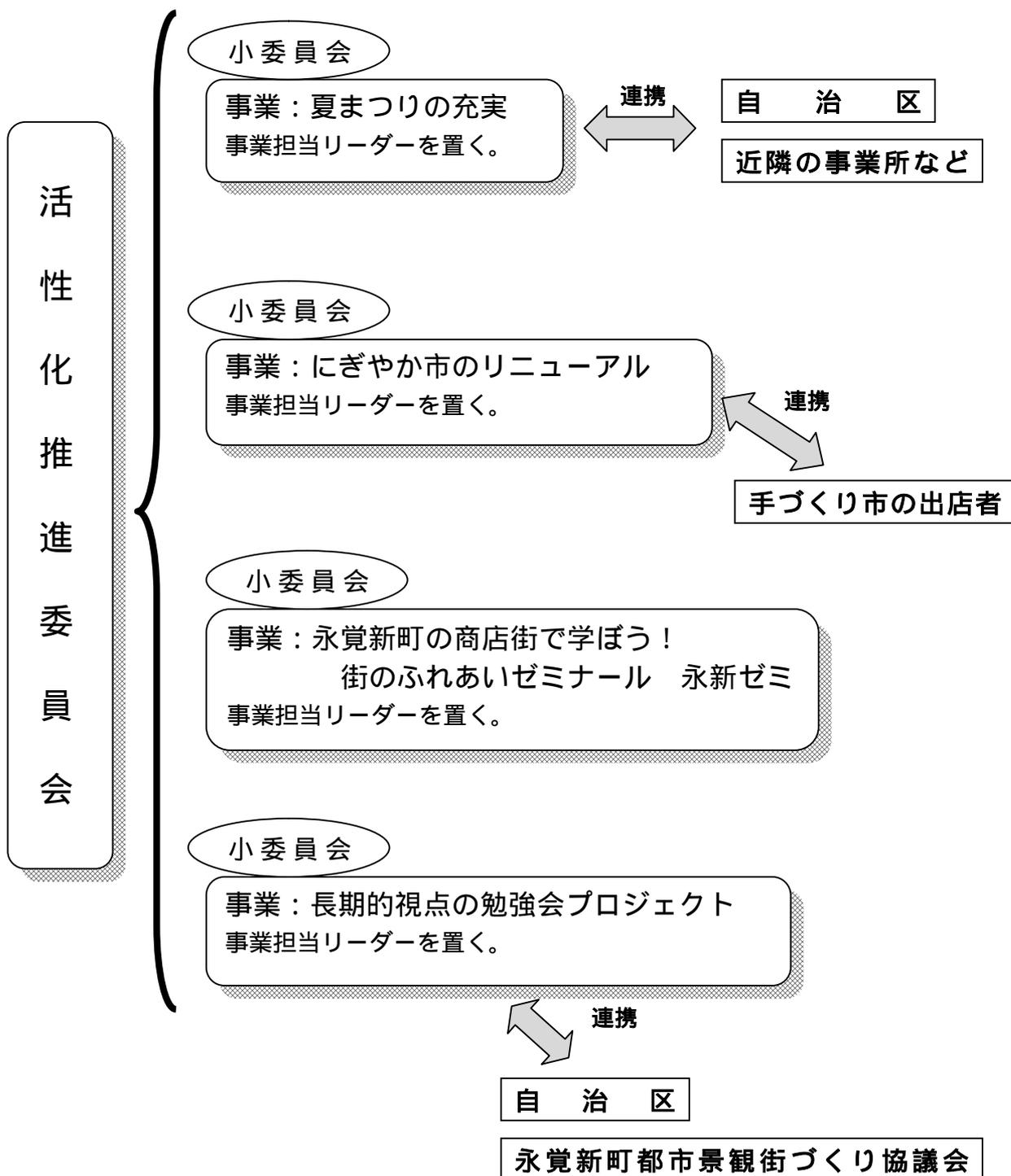
事業プログラム・予算

平成23年度	平成24年度	平成25年度
<p>年6回開催</p> 	<p>年6回開催</p> 	<p>年6回開催</p> 
<p>【 予算に関しては、話し合いにおける計画に応じて、実証実験を行う際は、その都度、当年度、または翌年度に予算を付ける。】</p>		

6 . 推進体制

第1期商店街活性化計画における推進組織の一つである「逸品委員会」を発展的に格上げして、第2期商店街活性化計画の4つの事業を推進する新組織「活性化推進委員会」を立ち上げる。

活性化推進委員会は、理事会構成メンバーが中心に、および全組合員対象にメンバーを募って推進していく。組織は「活性化推進委員会」の一つであるが、その中に4つの事業の小委員会を設定し、それぞれ事業担当リーダーを決める。



7 . 活性化計画策定に向けての活動記録

(1) 活性化計画策定に向けての勉強会の開催

- 1 回目 平成 2 2 年 9 月 1 0 日 (金)
- 2 回目 平成 2 2 年 1 0 月 8 日 (金)
- 3 回目 平成 2 2 年 1 0 月 2 9 日 (金)
- 4 回目 平成 2 2 年 1 1 月 2 6 日 (金)
- 5 回目 平成 2 2 年 1 2 月 1 0 日 (金)
- 6 回目 平成 2 3 年 1 月 2 8 日 (金)
- 7 回目 平成 2 3 年 2 月 1 8 日 (金)



活性化計画策定に向けての勉強会

(2) 調査の実施

永覚新町商店街の 3 力年を見据えた新たな商店街活性化計画を策定するにあたって、永覚新町商店街を活性化させ個性あるまちとして発展していくために広く組合員および地域住民の方々のご意見をお聞きすることを目的にアンケート調査を行った。

商店街組合員アンケート調査 平成 2 2 年 1 1 月 ~ 1 2 月

地域住民アンケート調査 平成 2 2 年 1 1 月 ~ 1 2 月