

小原商工会 商業活性化計画

目次

- 1 小原地区の現状と課題の分析
- 2 活性化計画（第2期）の評価
- 3 活性化計画終了後による今後の計画策定
- 4 活性化計画（第3期）の計画策定

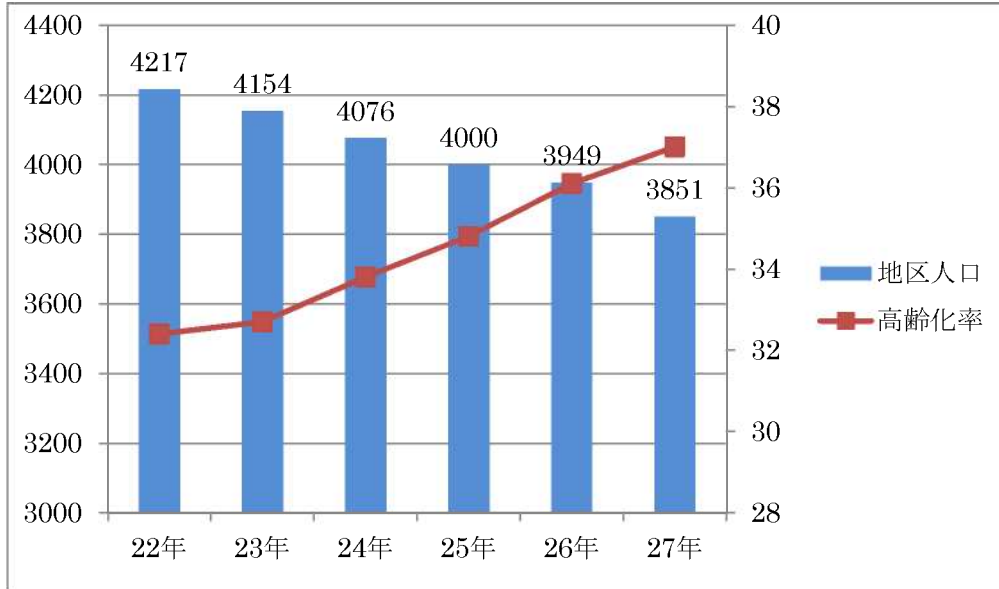
小原商工会

平成29年度～平成32年度

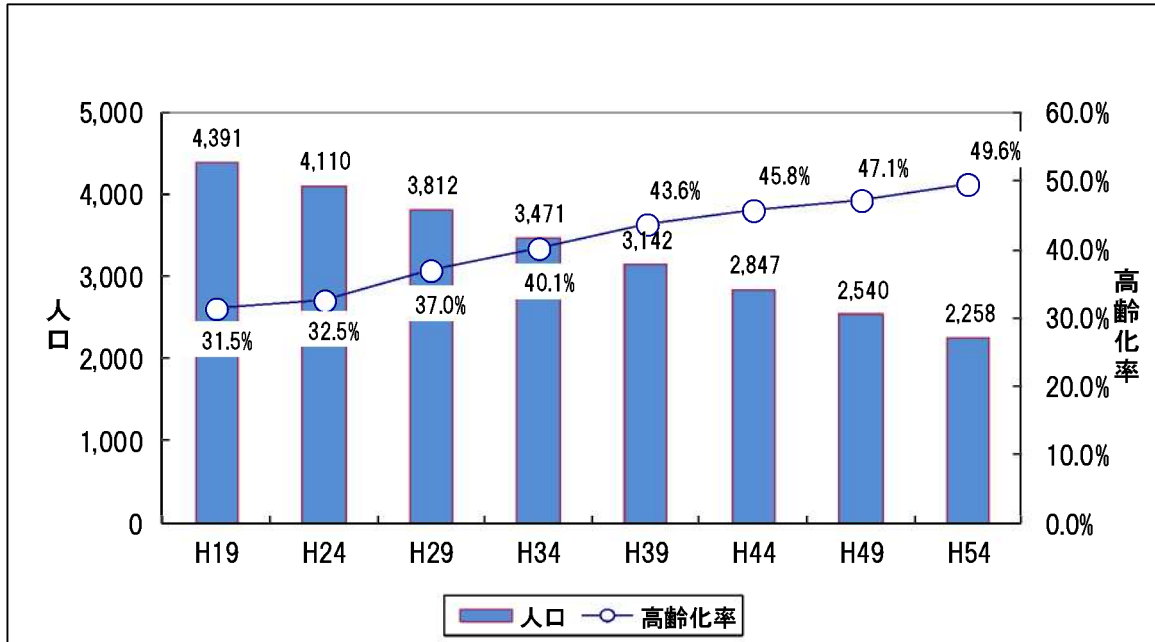
小原地区の概況と課題（参考資料）

1) 小原地区の人口課題と産業概況

小原地区の人口（出典：豊田市統計）



地区内の人口は減少傾向にあり高齢化率も非常に高く約37%であり、人口の減少に歯止めがかからず若者の定住は必要とされて望まれているが地区内での雇用の場が少ないため、豊田市近郊地域へ働きに行かざるをえない状況にある。

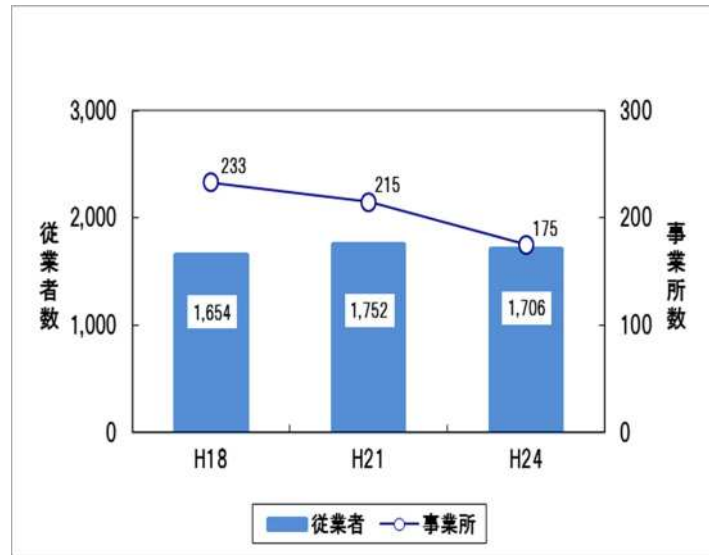


小原地区の人口は平成19年から平成24年までの傾向を基に推計すると、30年後（平成54年）の人口は約45%減少することが見込まれている。また、30年後の高齢化率も約50%にまで上昇すると予想され人口減少等への対策について、地域全体で考えていく必要性に迫られている。また年齢別人口を見ると、逆ひょうたん型の形状となっており少子高齢化が進行している中で、若年層は20代後半から30代前半にかけてが比較的少ない構成となっていて、就職等により地区外に転出している可能性がうかがえる。

小原地区の産業概況と商工会員の状況

地区事業所の状況（出典：18年21年24年経済センサス）

業種別	商工業者数		
	24年	21年	18年
建設業	30	31	36
製造業	39	38	47
運輸業	4	6	5
卸・小売業	33	42	36
不動産業	2	2	3
飲食・宿泊	18	20	19
医療福祉	6	12	10
教育	4	7	7
サービス	31	48	64
その他	8	9	6
総数	175	215	233



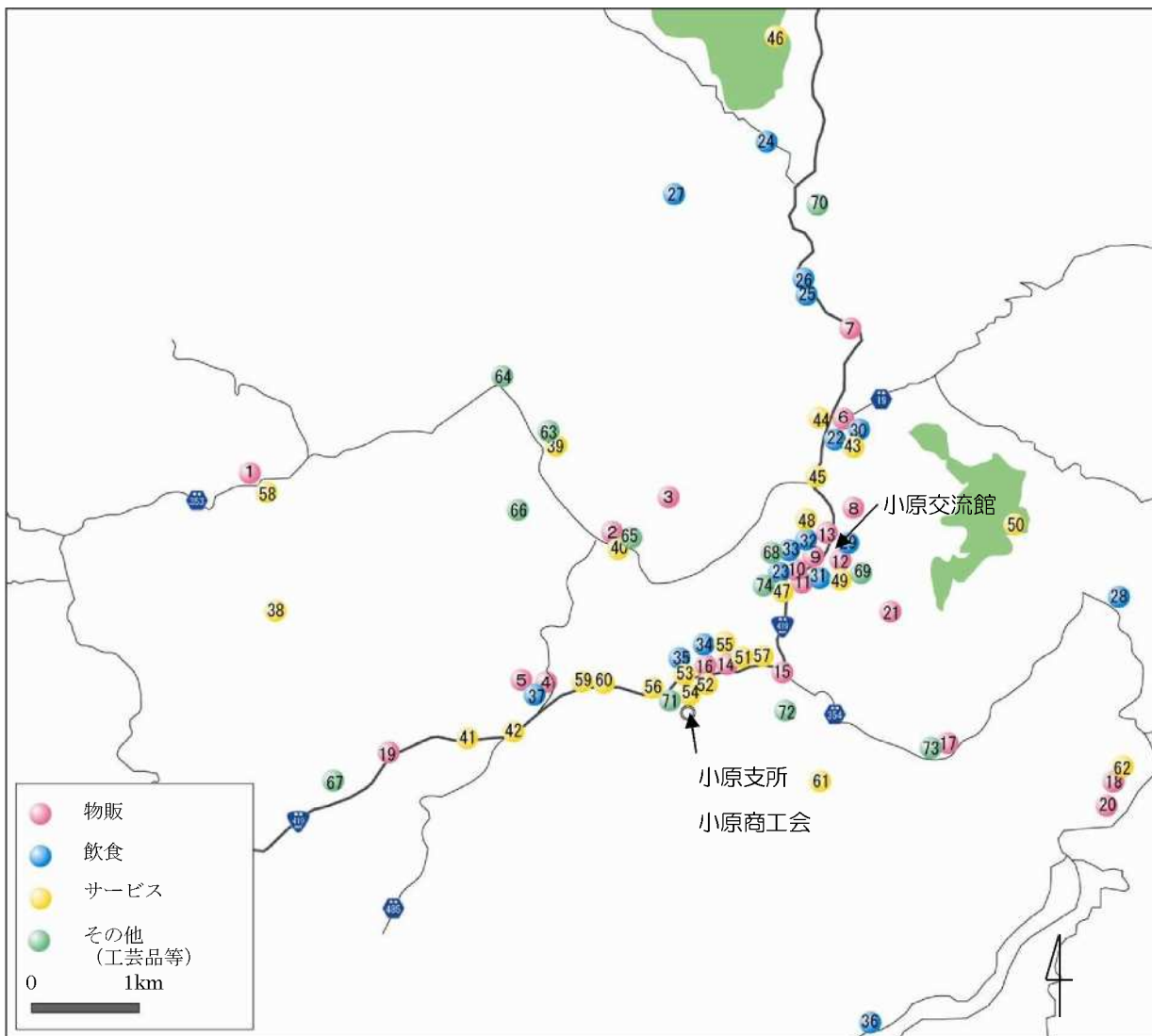
地区事業所の状況を見ると減少傾向が鮮明であり、主な減少産業としてはサービス業が大きく18年と比較すると約半数となっている。また事業所数全体の減少傾向から、小規模事業所の厳しい経営環境や経営者の高齢化等が影響している様子がうかがえる。

地区内の産業は観光業中心であり11月頃には四季桜まつりにより集客が見込めるが、年間を通じての集客が難しく人口が年々減少していくなかで、地域住民対象に事業を継続していくことが今後困難となる可能性が高く商業の活性化は急務となっている。地区内の小規模企業には後継者がなく、売上も年々減少傾向であるため将来的を考えて廃業を検討するところも多くなっている。

2) 小原地区の商業の概況

平成28年度時点の商工会の商業・サービス業の会員数は75で、そのうちの25.3%が物販、18.7%が飲食、41.3%がサービス業、14.7%がその他（工芸品等）となっているが、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、地域の人口も少なく観光中心の産業となっているといえる。また小原地区内の消費者は地区外へのアクセスが容易であるため、消費者である地域住民は地区外へ流出し近隣市外の品ぞろえの揃った大型店で日常的な買い物する機会が多く、小規模事業者は集客に苦慮し非常に厳しい環境となっている。商業環境も徒歩で買い物に行くことができない地域がほとんどであり、自家用車を利用できない高齢者等の買い物弱者はますます増加していて将来的にもその支援対策を検討することが必要とされている。

図 小原地区の商店の分布



3. 活性化計画（第2期）の評価

1 四季桜まつりおもてなし研修会事業

①事業名	四季桜まつりおもてなし研修会事業
②事業実施	平成26年9月16日・10月22日
③事業概要	平成26年度は、おもてなし研修会を全国商店街組合連合会の助成による地域商店街活性化事業で実施した。四季桜まつりに向けて商業者向けに来訪者に対するおもてなし研修会を2回開催し、訪れる観光客に対しての「おもてなし」の精神を学び、接客マナーの基本や接客時の立ち振る舞いなど観光客等に対する接客方法を学んだ。
④課題・背景と事業の目的	11月は観光シーズンであり四季桜まつり開催のため観光客等の集客は見込めているが、観光客の人数が頭打ちとなっているため観光客を受け入れる側でも「おもてなし」の精神を学ぶことが必要とされていた。
⑤事業効果	2回に渡り研修会を開催し・9月16日 参加者数32人 10月22日参加者数23人の参加があり、観光客を受け入れるにあたっての「おもてなし」を学ぶことができた。
⑥推進体制・役割分担	商工会 講師の選定と研修会開催にあたってのフォローアップ

計画期間中の成果

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
事業内容	研修会	—	—
目標値	研修会参加者数 50人	—	—
成果進捗状況	55人	—	—

【四季桜まつりおもてなし研修会事業の考察】

両日とも参加者は、和気あいあいとした雰囲気の中で地区を訪れる来訪者に対しての「おもてなし」の精神を楽しみながら学ぶことができた、地区の商工業者の意識改革に繋げることができた有意義な研修会であったと思われる。



平成26年9月16日（火）
豊田市役所小原支所会議室



平成26年10月22日（水）
小原交流館ふれあいホール

2 おもてなしスタンプラリー事業

①事業名	おもてなしスタンプラリー事業
②事業実施	平成26年11月1日～12月7日
③事業概要	平成26年度は、おもてなしスタンプラリーを前記の全商連助成による事業で実施した。四季桜まつりの開催時には、健康志向の高まりにより会場をウォーキングで巡回する来訪者が増加していたため、会場や飲食店を対象にしてスタンプラリーを行い、飲食店等での消費拡大につなげるスタンプラリーを実施した。
④課題・背景と事業の目的	11月は観光シーズンであり四季桜まつりがあるため観光客等の集客はある程度見込めていたが、近年は観光客の集客人数が増えていなかったため、その対応として観光客への四季桜まつりの会場や店舗の認知度を高める必要性和飲食店での食事等による消費拡大が必要とされていた。
⑤事業効果	事業により観光客等に小原地区の認知度を高めることができ、新たな集客向上を図ることができた。また来訪者からの店舗への問い合わせやリピート率も増やすことができた。
⑥推進体制・役割分担	商工会 スタンプラリー用紙作成と事業にあたってのフォローアップ 協賛店 事業参加による協賛

計画期間中の成果

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
事業内容	スタンプラリー	—	—
目標値	参加店舗数 20店	—	—
成果進捗状況	16店	—	—

【おもてなしスタンプラリー事業の考察】

事業によりスタンプ設置場所5か所と参加店舗16店舗でスタンプラリーを行った。6か所スタンプを押すと応募が可能になるため、四季桜まつりのみの応募期間であったが県内外から予想以上に応募申込があった。なお地区内を回遊するスタンプラリーで、地域の地元商品を中心とした景品を贈呈したため各店舗のアピールに繋げることができ、観光客等に小原地区の認知度を高めることができた。



スタンプラリー用紙

3 特産品開発事業

①事業名	特産品開発事業
②事業実施	平成27年度より平成28年度までの2年間
③事業概要	小原地区の地域資源である農産物等を活用した特産品開発を行い、手頃な価格帯で観光客のお土産として購入してもらえる商品や、地域住民にも購入してもらえるような商品で小原地区ならではの特産品を生みだしていく事業を行った。
④課題・背景と事業の目的	地域資源を活用した特産品の商品開発や販売促進等の検討を図ることによって、観光客のみならず地域住民にも購入を促し地域活性化の推進を図ることを目的とした。
⑤事業効果	地域資源を活用することによる特産品開発を検討することにより、様々な地域資源の活用の可能性の検討を図ることができた。
⑥推進体制 ・役割分担	商工会 商業活性化委員会の会議を開催し、特産品の試食及び研究を重ねた。

計画期間中の成果

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
事業内容	—	特産品開発	特産品開発
目標値	—	委員会開催数 5回	委員会開催数 10回
成果進捗状況	—	5回	8回

【特産品開発事業の考察】

小原地区の特産品であるたまごを、四季桜の廃材チップで燻製にし、燻製たまごとして商品にする検討開発を行った。商業活性化委員会を定期的に行い、木酢液作りや、醤油を燻製にするなど、試作を重ねながら商品化に向けて取り組んでいる。

今後も観光客用のお土産として購入して頂けるような特産品開発とその商品化の検討を図り、地域資源を活用した様々な活用の可能性の検討を続けていく予定である。



四季桜のチップ



試作品の試食会

4 桜バスでお買い物支援事業

①事業名	桜バスでお買い物支援事業
②事業実施	平成26年度より平成28年度までの3年間
③事業概要	市の施策である地区民の生活交通「桜バス」を利用して地区内の商店等で買い物やサービスの利用を積極的に行ってもらうための事業であり、桜バスを利用して小原地区内の対象の店舗で2千円以上の買い物をすると、バスの往復運賃200円を商工会でキャッシュバックを行った。
④課題・背景と事業の目的	小原地区に住んでいる住民で、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るのが現状であるため、「桜バス」を利用して地区内の商店で買い物をする人へのキャッシュバックにより、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た。
⑤事業効果	26年度 運賃キャッシュバック 358名 27年度 運賃キャッシュバック 183名 28年度 運賃キャッシュバック 65名(28年12月現在)
⑥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

計画期間中の成果

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
事業内容	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の運用
目標値	キャッシュバック 200人	キャッシュバック 200人	キャッシュバック 200人
成果進捗状況	キャッシュバック 358人	キャッシュバック 183人	キャッシュバック 65人(12月現在)

【桜バスでお買い物支援事業の考察】

今年度で6年目になる事業であるが2年目以降は片道千円以上の買い物利用で片道運賃100円のキャッシュバックへと改善を図った。利用者は年々増加しているが目標値に達しなかった原因として、バス予約の方法や往復利用の際の不便性、買い物金額の設定、時間外での利用不可などに問題があると思われる。今後も継続していく予定であるが、利用者が一定の業種に偏っているため大幅な利用者の増加は考えにくい、一定の交通弱者への買い物支援対策にはなっていると考えられる。

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：火・水・木・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146か所



第2期活性化計画終了による第3期の計画策定

平成26年度から3年間にわたり、商業活性化計画により事業を行ってきたが、地区内の事業者は減少し続けてこのままでは地域経済の地盤沈下は免れないため、小原地区の四季桜、和紙、歌舞伎等の価値の高い地域資源を連携させ、消費者にとって魅力的な商品を開発・販売することで地域の観光産業の活性化を図って総合的な産業振興に取り組むことが必要であるため、地域資源の魅力を結集して戦略的なPRによるイメージアップにより観光客の増加を図り、地域経済の振興につなげることが求められている。また小原地区における事業者は、地域経済の活性化や地域社会の活力を維持していく上でも重要な役割を担っているが、経営資源を地域内循環させるような新たな事業の検討を行うとともに事業者育成に力を入れ、伴走型支援により事業者の経営力向上や販路拡大等を図り事業者の持続的発展を目指して今後の活性化計画の検討を行っていくものである。

小原地区に対する観光客のニーズ（参考資料）

小原四季桜まつり来場者アンケート実施概要

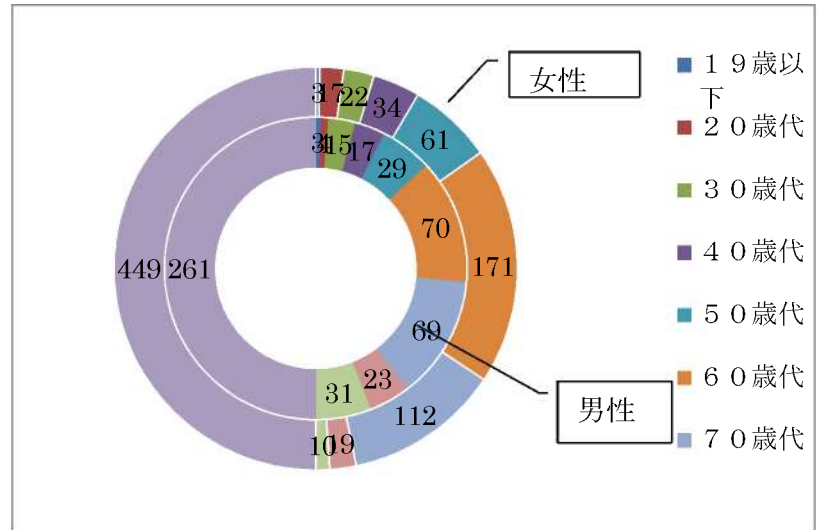
目的：どのような年齢層等が小原地区へ来場するかを把握するため

実施日時：平成28年11月初旬～中旬

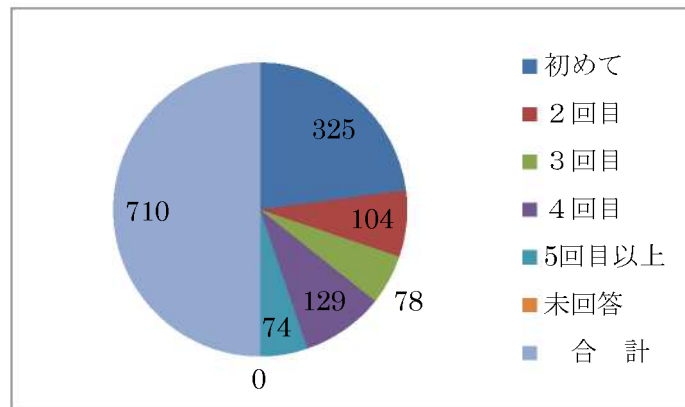
実施方法：四季桜まつり会場・店頭買い物客（観光客）に声かけして、その場で記入（または聞き取り回答）

回収結果：710票

年齢	男	女
19歳以下	3	3
20歳代	4	17
30歳代	15	22
40歳代	17	34
50歳代	29	61
60歳代	70	171
70歳代	69	112
80歳代	23	19
未記入	31	10
合計	261	449



	来場回数
初めて	325
2回目	104
3回目	78
4回目	129
5回目以上	74
未回答	0
合計	710



アンケート結果

アンケートにより60歳、70歳代以降の小原を訪れる来場者が約65%となり、来場回数も年に2回以上小原地区を訪れている方が約54%いることから、四季桜まつりの来場者は高齢者層を中心として2回以上訪れるリピーターが多く来場しているのがわかった。

このことから高齢者層向けの市場領域の商品開発や、目の肥えた高齢者層にも対応できる他地域にないような独自商品を開発検討していく必要があるのではと思われる。

小原商工会活性化計画

【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"> ・豊田市の北部にあって、同じ豊田市の藤岡町、旭町や岐阜県土岐市、恵那市と隣接している地域である。 ・年に2度花を咲かす四季桜で知られ、秋に咲く桜を見学しに県内外から毎年約15万人の観光客が訪れる 		
②最寄り駅	名鉄豊田市駅	③最寄り駅からの距離	約30km
④商店街区域	・商店街のような商業集積地はない地域である。		
⑤商店街区域内の商店数	75店		
⑥うち組合加入店舗数		⑦うち空き店舗数	6件
⑧商店街の加入店舗構成	生鮮三品(店 %)、衣料品(店 %)、その他小売り(19店 25%)		
	飲食店(14店 18%)、サービス(31店 42%)、その他(11店 15%)		
⑨商店街の特徴、強み	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街のような商業集積地はなく、県道419号線を中心として地域全体の広範囲に商店が点在している、 ・徒歩で買い物に行くことができない地域がほとんどであり、地区外へのアクセスが容易のため住民は近隣市外の品ぞろえの揃った店舗で日常的な買い物する機会が多い。 		
⑩来街者 (主なもの一つに○)	○ 高齢者		主婦
		若者	観光客
⑪来街者交通手段 (主なもの一つに○)		徒歩	自転車
	○ 自家用車		鉄道
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
		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"> ・地区の人口減少と少子高齢化により、事業主の高齢化と後継者不足が進み会員数の減少が続いているため後継者への人材育成が望まれている。 ・交通アクセスが整備されて、自家用車を利用すれば数十分で近隣市外の品揃えのある大型店等に行くことが可能で客離れが進行している厳しい環境にあるため、訴求力のある魅力的な店舗となる必要がある。 		
⑭地域住民ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ・自家用車を利用しないと買物をするには不便な地域のため、高齢者向けの買い物対策が必要とされている。 ・地域の商店は品数、種類等も限られているため、日常的な買物をするには不便であるが、身の回り品は地区内の商店で購入したいという要望は多い。 		

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	四季桜、和紙などの価値の高い地域資源と連携を図り、魅力的な観光商品の開発や事業者育成等を行い地域内の経済活動を活発にして地域の商業活性化を目指していく。
②基本目標 (4年後の達成目標数値)	<p>【特産品開発による商品の取り扱い店舗数】 (H29) 5店舗 → (H30) 7店舗 → (H31) 10店舗 → (H32) 12店舗</p> <p>【キャッシュバック発行枚数】 (H29) 200枚 → (H30) 220枚 → (H31) 230枚 → (H32) 250枚</p> <p>【売上高の増加店舗数】 (H29) 2店舗 → (H30) 4店舗 → (H31) 5店舗 → (H32) → 6店舗</p>

4ヵ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

①事業名	特産品開発事業
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	小原地区の地域資源である農産物等を活用することに引き続き着目して、地域資源を活用した新たな商品開発を行うことにより地域内外への販路開拓促進を行い、小原ならではの特産品を生み出し新たな地域産業の創出を図っていく。 また、手頃な値段で観光客等が土産品として購入してもらえる商品を開発することにより地域活性化の推進を図る。
④必要性・目的	地域資源を発掘してそれを活用した商品の開発販売を行い、観光客のみならず地域住民にも購入を促すことを目的としている。
⑤ターゲット・コンセプト	ターゲット 観光客(高齢者層向け)が気軽に購入してもらえる商品 コンセプト 高齢者層向けであり体にもやさしく品質も高い商品
⑥事業費・採算性の説明	【事業費】 100,000円 (内訳) 原材料費 75,000円(試食原材料、燃料費他) 消耗品費 25,000円(容器、備品他) 【採算性】 試作・試食による段階を経て商品化を図るため採算は可能
⑦新規取組内容、改善点(先導性、先進性、モデル性等)	地域にあった商品の開発検討を行い、その改善策や改良についての検討を図って商品開発の改善に努める。
⑧事業効果	商業者が商品開発に取り組むことにより、意識改革や各店舗の売上等の向上に繋げられる。
⑨目標 評価指標 測定手法	特産品の商品開発による新たな特産品販売の取り扱い店舗数12店を目指す。
⑩推進体制	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
⑪関連計画や事業 (地域の動き等)	地区内の農作物等を有効利用・商品化

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	特産品開発販売	特産品開発販売	特産品開発販売	特産品開発販売
予算(千円)	100千円	150千円	150千円	200千円
関連計画や事業	特産品試作開発 特産品販売	特産品販売 特産品販売改良	特産品販売 特産品販売改良	特産品販売 新たな特産品開発
目標達成状況	商品取り扱い店舗数 5店	商品取り扱い店舗数 7店	商品取り扱い店舗数 10店	商品取り扱い店舗数 12店

4ヵ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

①事業名	桜バスでお買い物支援事業
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	市の施策である地区民の生活交通「桜バス」を利用して地区内の商店等で買い物やサービスの利用を積極的に行い、「桜バス」を利用して小原地区内の対象の店舗で2千円以上の買い物をすると、バスの往復運賃200円を商工会がキャッシュバックを行い買い物支援を図る。
④必要性・目的	小原地区に在住している人でも、品揃えの多い地区外で買い物をする人が多くなりほとんどは自家用車による移動であるため、自動車を運転できない高齢者にとっては、日常での買い物をするにも不便となっているのが現状である。 そこで、地区内の店舗での買い物を桜バスを利用することにより、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ている。
⑤ターゲット・コンセプト	ターゲット 小原地区内の自動車を運転できない高齢者 コンセプト 「お買い物はなじみの地元商店で」
⑥事業費・採算性の説明	【事業費】 90,000円 (内訳) 広告費 60,000円(告知チラシ等印刷・折込費) 広告費 30,000円(キャッシュバックチケット印刷代他) 【採算性】キャッシュバックの費用については商工会が負担 往復200円×250人=50,000円
⑦新規取組内容、改善点(先導性、先進性、モデル性等)	事業のさらなる周知を図るためのチラシ等の配布やキャッシュバックの改善策の検討
⑧事業効果	桜バスでのお買い物支援事業による各店舗の売上の増加や来店客数の増加サービスによる新たな顧客獲得により個店の売上アップ。
⑨目標評価指標測定手法	高齢者世帯を対象にして、4日/週(火～金曜日)で運賃キャッシュバックを月20件超の年間250人の利用者を目指す。
⑩推進体制	商工会と小原支所との連携による桜バスの効率的な運営体制の整備。 商工会内で、桜バス利用者や関係者のアンケート等を参考に事業推進方法や改善策の検討。
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	桜バスでお買い物支援事業	桜バスでお買い物支援事業	桜バスでお買い物支援事業	桜バスでお買い物支援事業
予算(千円)	—	90千円	60千円	—
関連計画や事業	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の運用
目標達成状況	キャッシュバック数 200人	キャッシュバック数 210人	キャッシュバック数 220人	キャッシュバック数 250人

3 4ヵ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

①事業名	経営力向上のための人材育成研修事業
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	地域の商工業者は経済社会状況の変化に柔軟に対応して経営を推進していくことが求められているため、地域の今後を担う経営者や後継者の経営力向上を図る人材育成セミナー等を定期的に開催を行う。
④必要性・目的	商工業者は、地域経済の活性化や地域社会の活力を維持していく上でも重要な役割を担っていて地域を将来に引き継いでいくことが必要とされているため、マーケティングの基礎や今後の自社の企業経営、販路開拓手法等について学んでもらうことを目的とした。
⑤ターゲット・コンセプト	地域内商工業者及び後継者
⑥事業費・採算性の説明	<p>【事業費】 150,000円</p> <p>(内訳) 謝金費 108,000円 (講師謝金)</p> <p>講師旅費 6,400円 (講師旅費)</p> <p>通信運搬費 35,600円 (郵送費他)</p>
⑦新規取組内容、改善点(先導性、先進性、モデル性等)	時流に沿った内容の研修を行い、その効果についてを毎年検討して研修内容の改善に努める。
⑧事業効果	商工業者が自らの経営革新に取り組み、経営力の向上を図り各店舗の売上の向上に繋げる。
⑨目標 評価指標 測定手法	<p>【測定手法】研修後のアンケート調査による満足度</p> <p>【指標】研修会参加者数 30人以上を目指す。</p>
⑩推進体制	商工会内部で研修内容を毎年検討して内容の改善に努める。
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	人材育成研修事業	人材育成研修事業	人材育成研修事業	人材育成研修事業
予算(千円)	150千円	150千円	200千円	200千円
関連計画や事業	経営セミナーの開催	経営セミナーの開催	経営セミナーの開催	経営セミナーの開催
目標達成状況	参加者数 20人	参加者数 20人	参加者数 30人	参加者数 30人