

豊田市駅前商業協同組合商店街活性化計画 【計画期間 R5(2023)年度 ~ R8(2026)年度】

1 現状と課題の分析

①地域概況	名鉄豊田市駅前から豊田スタジアムまでのメイン通り（停車場線）付近に位置する商店街で、参合館・COMOスクエア・KITARAの再開発ビル及びその近隣店舗が加盟している。				
②最寄り駅	名鉄豊田市駅		③最寄り駅からの距離	100m	
④商店街区域	豊田市喜多町2丁目付近				
⑤商店街区域内の商店数	53店舗				
⑥うち組合加入店舗数	42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（ 0 店 0 %）、衣料品（ 1 店 2.4 %）、その他小売り（ 5 店 11.9 %）				
	飲食店（ 17 店 40.4 %）、サービス（ 19 店 45.2 %）、その他（ 店 %）				
⑨商店街の特徴、強み	特徴：加盟店の多くが再開発ビル（COMOスクエア・KITARA・参合館）の中に位置し、飲食店、銀行、映画館、老人ホーム、病院などが混在する地域である。駅前の立地ではあるものの、集客に苦戦している。 強み：立地、多様な業種				
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(近隣者)
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	課題：集客力の向上、店舗の売上向上、買いまわりやすさ（回遊性）の向上 問題点：豊田市駅前の好立地であるが、日用品を販売する店舗が商店街になく、外食やシネマコンプレックスが主たる集客となっており、1つの目的後の集客力が弱く、買い回りに繋がらない。 飲食店が多いが、コロナ禍等もあり宴会など会食開催が困難なため、居酒屋の売り上げは著しく低い。				
⑭地域住民ニーズ	集合住宅や老人保健施設もあり居住人口は多いが、各店舗の売り上げは思わしくない。地域住民のニーズに沿った商品を把握する必要がある。				

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	昼夜・平日休日を問わず、人であふれている商店街。
②基本目標 (4年後の達成目標数値)	アンケート調査で、「売上が前年よりも増加した」と回答した組合員の割合 (R5) 75%→(R6) 78%→(R7) 80%→(R8) 82% 歩行者通行量調査パロッシーの数値 (R4年度の事業実施日を基準とする) (R5) 105%→(R6) 108%→(R7) 110%→(R8) 113%

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

①事業名	ふれ愛フェスタ				
	事業区分	新規・ <b>継続</b>	事業開始年度（継続の場合のみ）	2019年	
②実施予定時期	令和 5年 5月末 ～ 令和 9年 5月末				
③具体的内容	<p>ふれ愛フェスタ実行委員会（豊田市駅前の大型施設や商店街等）が一丸となってにぎわい創出する毎年恒例のイベント。                  コロナ禍等もあり開催が途絶えがちであるが、当組合としてもイベント参画し、日常の利用客への謝恩イベントとして実施する。</p>				
④必要性・目的	<p>豊田市の中心市街地として市内の人達が集う地域になるよう、市や他の団体との連携により、当組合に限らず市としてのにぎわいや、活性化につながる。日常の利用客に対する謝恩イベントとしての位置づけ。</p>				
⑤ターゲット・コンセプト	当エリア利用客である近隣住民および新規顧客となりうる若い世代家族。				
⑥事業費・採算性の説明	<p>事業費：500,000円（ふれあいフェスタ実行委員会との協議）                  【支出】                  （補助対象経費）                  ・チラシ・ポスター等印刷費（印刷製本費） 200,000円                  ・ふわふわ遊具・ゲーム用品レンタル代等 150,000円                  （補助対象外経費）                  ・運営 人件費等 5人 50,000円                  ・スタンプラリー等買い回り啓発 景品 100,000円                  【収入】自己負担 360,000円 補助金 140,000円                  採算性：集客効果および組合店舗の売上増大効果を期待する。</p>				
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	コロナ禍で数年間イベントが中止されたところでのにぎわい再創出を促す取り組みとしたい				
⑧事業効果	当エリアでのイベントによる集客と売上アップ、商店街活動のPR				
⑨目標 評価指標 測定手法	<p>アンケート調査で、「売上が前年よりも増加した」と回答した組合員の割合                  (R5) 75%→(R6) 78%→(R7) 80%→(R8) 82%                  歩行者通行量調査パロッシーの数値 (R4年度の事業実施日を基準とする)                  (R5) 105%→(R6) 108%→(R7) 110%→(R8) 113%</p>				
⑩推進体制	ふれ愛フェスタ実行委員会への参画、理事会を中心として企画立案と運営				
⑪関連計画や事業 (地域の動き等)	行政関連機関への協力依頼				
⑫計画期間の 事業スケジュール	項目	5年度【1年目】	6年度【2年目】	7年度【3年目】	8年度【4年目】
	事業	5月 実施 6月 結果分析	5月 実施 6月 結果分析	5月 実施 6月 結果分析	5月 実施 6月 結果分析
	予算（円）	500,000	500,000	500,000	500,000
	関連計画や事業	商店街連携事業 ふれ愛フェスタ実行委員会	商店街連携事業 ふれ愛フェスタ実行委員会	商店街連携事業 ふれ愛フェスタ実行委員会	商店街連携事業 ふれ愛フェスタ実行委員会
	市補助金の申請見込み	あり	あり	あり	あり
	目標達成状況	パロッシーの数値 〈結果〉 アンケート調査 〈結果〉	パロッシーの数値 〈結果〉 アンケート調査 〈結果〉	パロッシーの数値 〈結果〉 アンケート調査 〈結果〉	パロッシーの数値 〈結果〉 アンケート調査 〈結果〉

3 4カ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

①事業名	Toyota Street Market 参画支援事業				
	事業区分	新規・継続	事業開始年度（継続の場合のみ）	2022年度	
②実施予定時期	令和 5年 4月 ~ 令和 9年 3月末				
③具体的内容	TCCMが中心となって実施している「Toyota Street Market」に当組合店舗も参加することにより、遠方からの新規顧客獲得につなげる。 また、本組合自身も出店し、店舗全体の売り上げ向上につなげるための仕掛けを行う（買い回りにつながるスタンプラリーなど）。さらに、本組合開催が定着してきた謝恩抽選会を年に一度同時開催することで本組合店舗のより一層の利用促進につなげる。				
④必要性・目的	定期的にMarketに参加することで、新規顧客獲得の足掛かりとする。また、本組合開催が定着してきた謝恩抽選会を年に一度同時開催することで本組合店舗の利用促進につなげる。				
⑤ターゲット・コンセプト	当エリア利用客である近隣住民および新規顧客となりうる若い世代の家族。				
⑥事業費・採算性の説明	事業費：1,500,000円（Market参加ならびに謝恩抽選会等開催費用） 【支出】 （補助対象経費） ・チラシ・ポスター等印刷費（印刷製本費） 600,000円 （補助対象外経費） ・運営 人件費等 500,000円 ・抽選会等 景品 400,000円 【収入】自己負担 1,260,000円 補助金 240,000円 採算性：本事業は主に広告宣伝費を目的とし、日常利用の増進に期待する。				
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	経年実施していた謝恩抽選会をMarketと同時開催することで、当エリア内にぎわい創出を促すとともに、新規顧客獲得につなげたい。				
⑧事業効果	当エリアの集客と売上アップ、商店街活動のPR				
⑨目標 評価指標 測定手法	アンケート調査で、「売上が前年よりも増加した」と回答した組合員の割合 (R5) 75%→(R6) 78%→(R7) 80%→(R8) 82% 歩行者通行量調査パロツシーの数値（R4年度の事業実施日を基準とする） (R5) 105%→(R6) 108%→(R7) 110%→(R8) 113%				
⑩推進体制	TCCM事業への参画、理事会を中心とした企画立案と運営				
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	行政関連機関への協力依頼				
⑫計画期間の事業スケジュール	項目	5年度【1年目】	6年度【2年目】	7年度【3年目】	8年度【4年目】
	事業	Market開催に合せ実施年に一度抽選会の実施 3月 結果分析	Market開催に合せ実施年に一度抽選会の実施 3月 結果分析	Market開催に合せ実施年に一度抽選会の実施 3月 結果分析	Market開催に合せ実施年に一度抽選会の実施 3月 結果分析
	予算（円）	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
	関連計画や事業	TCCM事業への連携	TCCM事業への連携	TCCM事業への連携	TCCM事業への連携
	市補助金の申請見込み	あり	あり	あり	あり
	目標達成状況	パロツシーの数値 〈結果〉 アンケート調査 〈結果〉	パロツシーの数値 〈結果〉 アンケート調査 〈結果〉	パロツシーの数値 〈結果〉 アンケート調査 〈結果〉	パロツシーの数値 〈結果〉 アンケート調査 〈結果〉

## 4 区域内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

- **小売販売業**

---

- 

---

- 

---

### ② 上記業種を不足等業種として掲げた理由（簡潔に）

（惣菜屋）

当組合エリアの顧客層は一人暮らしや共働き世帯が多いものの、惣菜を購入できる店がないため。

（生鮮食品小売業）

当組合エリアには生鮮食品を購入など日常的に購入するものを扱う店舗がなく、飲食店からの買い回りに繋がらないため。

### ③ その他参考情報等

（空き店舗情報（令和4年9月29日時点）

現在募集している店舗はありません。