

令和6年度第2回豊田市商業振興委員会

【日 時】 令和6年8月20日（火）午後2時から

【場 所】 豊田市役所南庁舎 南52会議室

【出席者】 <委員>

脇田 弘久〔愛知学院大学商学部 教授〕
松本 義宏〔名古屋学院大学経営学部 講師〕
松永 郁也〔豊田商工会議所 常議員〕
元岡 征志〔シー・プロジェクト 代表中小企業診断士／社会福祉士〕
新田 都子〔高岡地域消費者グループ 代表〕
山本奈津子〔藤岡商工会 女性部 部長〕
山内由美子〔とよた下町おかみさん会 令和4年度会長〕
杉山 裕貴〔市民公募〕

(計8名)

<事務局>

成瀬 剛史〔豊田市産業部商工振興室長〕
酒井 一裕〔豊田市産業部商業観光課課長〕
深田 真一〔豊田市産業部商業観光課副課長〕
稲垣 量平〔豊田市産業部商業観光課担当長〕
谷口 元〔豊田市産業部商業観光課担当長〕
棚野 翔〔豊田市産業部商業観光課主査〕
江口 愛可吏〔豊田市産業部商業観光課主査〕
中野 達貴〔豊田市産業部商業観光課主査〕
長谷川 拓海〔豊田市産業部商業観光課主事〕
長屋 沙葵〔豊田市産業部商業観光課主事〕
千代田 ミワ〔豊田市産業部商業観光課書記〕

【欠席者】 井口 貴視〔豊田信用金庫 中小企業診断士〕

【傍聴者】 なし

【次第】

- 1 開会
- 2 産業部室長あいさつ
- 3 委員長あいさつ
- 4 本日の審議スケジュール等について
- 5 議事
- 6 その他
令和6年度 商業振興委員会開催予定について

【問答要旨】

(1) 商店街活性化計画の中間報告について

・豊田市駅前商業協同組合の事務局担当者が商店街等活性化計画の中間報告を実施

委員

駅前商業組合は、駅前から挙母神社までの商店街か。

事務局

キタラとコモスクエア周辺の地域になる。

委員

豊田の南に住んでいるが、高齢者の方は、最近では駅前に行っても何の楽しみもないと言う。お祭りの時だけでも、キタラはこんなに楽しい場所だとPRしてほしい。

委員

駅前商業組合は何店舗あるか。ふれあいフェスタのストリートマーケットになかなか参加してもらえない。店舗数を増やすことはできないか。

駅前商業協同組合

店舗数は、飲食店だけではなく銀行等も含んで約50店舗くらい。ふれあいフェスタは、何十年も前からやっていて豊田市駅前の旧商店街の伝統と文化を引き継いで開催していた。駅前の工事で終わったわけではなく、元々旧地元の方々がやってみえたが、高齢化や後継者不足、効果が薄いなど、労力の割にメリットがないので終わった。

参加店が増えないことに関して、駅周辺は元々地元の店舗が自分で商売をし

て盛り上げようと取り組んでいたが、地元の店舗は閉店した。大手やフランチャイズ等のテナントは、雇われ店長でやっている店が多くなかなか協力してもらえず参加されないというのが現状。

ふれあいフェスタは、TCCM も声はかけているが、労力とメリットの関係で参加されない。駅商組合としては、基本的にはイベントをやろうとは思っていない。イベント以外の組合員へのメリットを考えているがなかなか結論は出ない。

・桜町本通り商店街の事務局担当者が商店街等活性化計画の中間報告を実施

委員

組合員数はどれほどか。

桜町本通り商店街

19 件。商売をやっている方が組合員、豊田市特別会員、組合員をやめた方も賛助会員になっている。毎月 1,500 円をいただいている。

委員

最後の説明の重要課題に、後継者不足及び若手人材の育成としているが何をもちえて目指していくのか。

桜町本通り商店街

実際に商売をやっている販売業 5 件のうち、後継者なしが 2 件。起業された方もいるが、組合員になられていない。

挙母祭りの参加者は多いが、中町、桜町は 300 人くらいの少ない人達で町が成り立っている。後継者は、そこに住んでいるが商売を始めるといことが難しい。現在は、30 代が 3 人、テナントの中に 30 代、40 代が 4 人くらいいる。その人たちを巻き込んで長期的になるがそれまで頑張っていく。

委員長

豊田市の商業活性化プランの件と関わることになる。一步一步進めていく流れになるが引き続き検討いただければと思う。

委員

八日市のイベントについて、SNS での PR によって見えてくるもの、SNS 見たなどの反応はどうか。SNS の反応があって売り上げが伸びたか。発信の頻度はどのくらいか。

桜町本通り商店街

売り上げというより来客数が増えた。各店舗がインスタグラムをやっている。桜町は、5年前からホームページを愛商連の補助金とアドバイスをもらって自分で作っている。

9月8日の八日市のイベントを挙母神社で開催するが、それはフェイスブックの中の広告に掲載している。通常は20人程度の閲覧数が、今だと160人くらい「いいね」がついている。発信の頻度は月に1回で、ホームページやフェイスブック、インスタグラムでしている。

1番費用を使ったのが、防犯カメラ費用122万円。県市で9割補助。3年計画で6台設置。費用はかかるが補助してもらっている。防犯カメラが設置してあるとまちに安心感がある。

委員

防犯カメラは市民にわかるように設置してあるか。警察は、防犯カメラはわかるように設置したほうが抑止力になると言っている。

桜町本通り商店街

防犯カメラは、あまり大きくない。今後、商店街マップ、防犯カメラのマップを作りたい。

(2) 豊田市商業活性化プラン(2025-2029)(仮称)における施策及び事業展開に関する協議

・豊田市商業活性化プラン(2025-2029)(仮称)における施策及び事業展開に関する協議について、事務局より説明

(資料3-3:食料品・日用品の販売網の維持)

委員

資料3-3の現行と改正案の具体的な妥当性は、拡充は非常に必要な方向性ではないかと思う。改正案の中で大枠は拡充になっているが、補助率の燃料費は80%になっている。以前の申請は燃料費の申請が多かったため、その方向性で事業者負担も少なくなる。人件費が含まれるようになるか。補助率は50%か。年度予算は、年度ごとだと思うが3年計画もできるのか。

採択期間1年を3年にということは、事業計画を1年計画から3年計画に伸ばすということか。継続してほしいということか。

事務局

燃料費の現状は 50%のため、80%に引き上げた。人件費も含まれるように検討している。補助率は 50%である。

新規参入を促すために 3 年の事業計画を承認して 3 年の支援は保証したい。予算は今後の調整でやっていきたい。

委員

買い物支援の対象が、市内で 1 年以上事業を営む中小企業者等が改正案では外されているが、それは買い物弱者を支援するためにその地域の特性に応じて地理的な環境ということか。

原則として市内で事業を行っている人が対象だと思うが、それでは成り立たないのか。

事務局

市外事業者であっても豊田市内で移動販売等行っている事業者には等しく支援をしていきたい。税を納めている方に対して支援を行うのは市政の原則ではあると思うが、市民の生活を守ることを第一に考えたときにやむを得ない判断。

山村地域では県外から移動販売や宅配が来ている事例があり、市内事業者がやってくれない場合は、その地域に支援できないことになってしまうため、今回は市内という縛りを外していきたい。

委員

3 年の中でという話だが、物流コストが今後長期的に上がるため、補助上限額 300 万円ということだが、外部環境の変化を考慮すると、事業者としては当初の予定よりコストも上がることが考えられるため考慮してもらえると良いと思う。

事務局

事業計画そのものを 3 年間計画で承認しているが、補助金の支払いや申請は単年度ずつになる想定をしている。物流コストが上がることに對して予算の範囲内でできる限り支援していきたい。

委員長

山村地域支援の説明の中で何かご意見はあるか。

委員

今の状態で高齢者がネット販売をやるのは難しい。若い人はできるかもしれないが、今の現状から考えると高齢者がネット販売を利用するというのは難しいところがある。

委員

生協の宅配を利用して40年経つ。今は、注文書が紙とネットがあるから続けられるが、紙がいつまで続くかわからない。

高齢者が今からネットスーパーを使うようになるのは難しい。

ある程度の所で止まって、今後はコンビニに買いに行くようになるのではないかな。

委員長

買い物空白時代の中で、今回の移動型の店舗の販売だと交流館、駐車場などで買い物の改善が行われているかどうかはどうお考えでしょうか。

委員

身近な交流館、区民会館に移動販売がくれば喜んで行く。

委員

高齢者は、食料販売を交流館や支所でやってもそこまで行けない。今年の7月から支所の駐車場で週に1回魚の販売をしているが、そこまで行くのにバスを乗り継いで行かないといけない状態で買いに行けるのか。田舎は大変難しい。

事務局

どのくらいの距離であれば歩いて買い物に行けるか。

委員

1kmなら歩いて行けると思うが帰りに荷物があると2、3回休憩して家に帰る。行きはいいが帰りが大変だ。地域バスでメグリアまで行けるが、帰りに重い荷物があると駅に着いてから家まで歩いて帰れない。1kmでも行きと帰りでは違ってくる。

委員

普段は宅配を使っているが、気持ちに余裕があるときだけ近くのスーパーに歩いていく。

委員

スーパーが近くにないためバスや車で行くことになるが、一番近いところで15、20分かかかる。コンビニでも歩いて20分かかかる。買い物に行くのは困難になる。

委員長

委員会での結論は、説明の方向で進めていただければと思う。

(資料3-4：創業者への支援の充実)

委員

何年か前に小中学生にアプローチしたらどうかと提案したが、どういったことを実施したか。

事務局

経済カードゲームを使って創業する材料集め、そこから人と交渉して資金を貯めていくカードゲームを行った。小学生を対象に学生起業家を招いて講和をしてもらい、創業という選択肢が将来的にはあるということを伝える一日体験プログラムを開催した。

委員

起業しようとしたのは高校生の時だが、何らかの影響を与えるのは若いうちのほうがいい。実際に豊田市の小中学校を対象にこういったことを頻繁にやっていくといい。豊田市はサラリーマン社会のため、起業のすばらしさを伝えられるといい。

委員長

山内委員にお伺いしたい。中心市街地の8店舗を活用してこれから創業する人にチャレンジショップの話が出ていたが、可能性、そういう試みとしてはどうか。

委員

駅西のチャレンジショップ3店舗は、開業して15年くらい経つが今も続いている。チャレンジショップは大事だと思う。空き店舗を利用する駅周辺環境はいいが、その家賃はどれくらいか。

事務局

例として中心市街地をあげている。あくまでチャレンジショップなので場の提供だけで実際にどこで開業するかは事業者の判断になる。提供する場として中心市街地は魅力的だと思う。

委員

街が潤って良いと思う。

委員長

潜在的な創業者への支援アプローチを重視していくことに対してのご意見はあるか。

委員

若い人達に支援をしていくのは非常に良いこと。実際に創業しようとするときに、補助金を出すのは信用保証料を含めて1回だけなのか2、3年支援していくのか。どのようにイメージしたらいいのか。

事務局

ポイントの支援、いわゆる開業資金の支援というところで、資金的な支援は創業時に出すイメージになる。

委員

開業したが失敗し、借金が残った事業者をどのようにフォローしていくのか。創業するまでの段階を十分に支援する必要はあるかと思う。想いが先行し、失敗に繋がることがあるので、アプローチの方法を考えてもらいたい。

事務局

商工会議所が創業サポートセンターを豊田信用金庫と連携して設置している。相談機能の利用を条件に付す等、補助金交付後のアフターフォローは必要だと感じている。まだ具体的な方向性決まってないが、豊田信用金庫と包括外部連携をしているので事業者のアフターフォローを協力して経過観察などできるフォローを構築できればいい。前後のフォローアップをしっかりと検討して事業を構築していきたい。

委員

創業後しても事業継続は大変なことで、10年の事業継続率は5、6%と言わ

れている。創業の間口を広げたりチャレンジの機運は高めていただきたいが、何らかの乗り越える事業計画や継続する意欲などがないと、単に創業しやすい環境づくりで安易に創業したり会社をやめたりすることを助長しかねない。

環境整備は大事だが、そのプロセスは、一定のチェック機能、移行期間、いきなりリスクをとるようなことにならないような仕組みになるといい。

個別相談は伴走機能があると思うが、起業家同士のコミュニティ機能で意見交換、情報交換をしている。スモールビジネスが前提のそういう機能があると創業後の継続性に貢献できるような機能になると思う。

委員長

議論の中で潜在的な創業支援のアプローチ重視の在り方としてご賛同いただいている。開業までの一連で支援していくパッケージの中で、不足する部分等のご指摘はないか。

委員

潜在創業者を漠然と創業したいと考えている人という点で、おそらく事業を起こしたい態度は少なからずある人を想定し、そういう人たちに向けて「行政の支援制度を活用して挑戦しませんか」と投げかけていく政策ということによるしいか。

事務局

行動を起こしたい人、起業なのか別のやり方なのか、最終的には本人がどうしたいかということがあるが、日本人は起業のハードルが高い認識がある。無計画に事業をやらせたいわけではなく、「意外とあなたの考えていることがビジネスになるかもしれない」ということをもう少し掘り下げて伴走して考えてあげることができればいい。

潜在的に創業する可能性がある人で結果的にいいビジネスの案を持っている人を引き込みたいと思っている。

委員

空き店舗再生創業事業の中で開業にかかる費用を補助する部分で、具体的にどういうものにどのくらい補助するのか。

事務局

机上の案になるが、補助対象経費として、空き店舗は古い店が多いので改装費は必要かと思う。山村地域の課題にもなっているが、設備の老朽化が浄化槽を更

新しいと営業できない店もあるため設備改修工事費で含められるといいと考えている。費用は、予算規模を考えると多くても100万円が妥当かと思う。

(資料3-5：新事業展開へのチャレンジ促進)

委員長

補助金の上限額の妥当性について伺いたい。

委員

上限額が拡充されることはいいことだと思う。予算の総額は変わらないのか。

事務局

総額については検討中である。

委員

今までの採択状況を見ていると非常に可能性のありそうな事業案件も散見されるので、今後拡充されるとそれに応えてくれる事業者が増える可能性があると思う。その中で対象経費の中にプロモーション費用が対象になることは、販促し売ることが課題なので、作った後のそういう経費を対象にすることはいい方向だと思う。

事業者がSNS広告や展示会に出るのもテクニックやノウハウのある人ない人という。今の世の中、副業人材に業務委託で頼むとSNSを実働的にやってくれる、展示会用販促グッズを一緒に作ってくれるといった機能があるので、そういう業務委託費は対象になるか検討していただくと事業性が高まる一つになると思う。

独創性、配点評価のポイントは、従来の公共性が高いというのは大事なポイントだったと思う。公共性というと高齢者対応のものであればすでにそこで公共性が高まり、地域貢献型等そういう事業のあり方で高得点になってしまう傾向が高かったため、公共性を最重要視するよりはいい形になると思う。

委員長

補助の限度額を含めて何か意見はあるか。

委員

金額が多くなれば事業者のモチベーションが上がるので大事だと思う。独創性は独りよがりの印象がある。補助金施策は公共性に重点を置くべきではないか。むやみやたらに走っていく人に補助金を交付するのはどうなのか。

委員

他店との差別化ができる事業を独創性と捉えていると思う。差別化、やる気は大事だと思う。

事務局

今回は独創性に着眼点を持った。稼ぐ力の向上をプランの中の目標にしている。稼ぐ力の向上に繋がるような補助金施策にしていくためには、何か改善点がないだろうかという中で着眼点をそこにおいてみた。稼ぐ力というのであれば、独創性ではなく他にご意見があれば参考にさせていただきたい。

委員

他の補助金でもこういう観点で評価のポイントになっていると思う。独創性が重視され最高点になる、人がやっていない突飛なことが最高点になると受け止められると若干趣旨が異なることもあるのではないか。

競争要因としては必要なポイントなので、それが誤解のないように上手に表現できるといい。

委員長

そのほか資料 3-5 に関して限度額や配点等について意見はあるか。

委員

補助金の上限は高ければ高いほどいいが、100 万円が限界であれば 100 万円がいいと思う。公共性と独創性の話は、公共性が劣るため採点が低くなる事業が多かったため、公共性のウエイトをもっと下げるべきだと思う。

稼ぐ力の向上ということが最大の目標であれば、実際は実効性と費用対効果のウエイトを上げるべきではないか。実効性と費用対効果の両方で判別したいと思う。

委員長

補助金の限度額、方向性について賛同はいただけると思う。今回の配点の問題に関しては、必須である差別化の違いを利用者に示し、こちらの意図をどう伝えていくか。

委員

補助上限を上げることに関しては大いに評価する。今年はたまたま採択件数

が5月の段階で19件のうち13件。令和4年、5年では、なかなか通らず出しでも無駄だという意見があった。ほとんど通らなかった。

予算上限2,000万円のままで上限額を200万円に上げるなら採択率が下がってしまう。補助の枠を増やすということを前提で考えてほしい。

独創性の言葉を創造性に変えるとイメージも変わってくるのではないかと。創造性も意味合いとしてはあるかと思う。

委員

個別の創業者支援だけでなく、ビジネスプランコンテストをやっているところもある。そのような計画は今回の中にはなかったが、そういうやり方も新しいアイデアや事業プランを出して検証する人の誘因になり人との繋がりもできるため一つのあり方だと思う。

実効性と費用対効果が大事だとは思いますが、補助金の意図としては、実効性が高く費用対効果が高いのは、補助金ではなく自費で行ってくださいという言い方もあると思う。補助金の対象事業としては、独創性、創造性、公共性がある事業を応援したい。

(3) 商業振興条例改正に係る方針について

- ・商業振興条例改正に係る方針について、事務局より説明

委員長

継続審議の段階のため、次回以降も検討いただくことになる。中心市街地の店舗構成についてご意見をいただきたい。

委員

そごうの後は、以前はもう少し落ち着いた雰囲気だった。最近は、若者寄りになっていると感じる。若者は楽しいと思うが、若者以外の世代はどこのお店を見たらいいのか、何を買ったらいいのか、なにが楽しいのかよくわからない。落ち着いた雰囲気もなくさみしい。

委員長

その他ご意見はあるか。

委員

TCCM という組織がエリアマネジメントをやっていて、企画の一つにストリートマーケット、ふれあいフェスタをやっていて聞いていたが、商店街は構成

要員等が変わり、その辺の融合ができていないのではないかと現場の声を聞いて感じた。

人が集まってやることが、物を買うことから体験するという方向になると、名古屋市内のある商店街で空き店舗を改装してボルタリングの機能をやっている。クラウドファンディングもやってファンも集めてゲストハウス機能とボルタリングをセットにして、商店街の空き店舗を改装して活用している。そういう店舗の活用もあると思う。

委員長

誘致に関して何か意見はあるか。

委員

駅周辺は、車を利用しなくても生活ができるからマンションに住んでいる人がそれ相当に見えるが、メグリアが撤退したことで不便を感じている住民が多い。

魅力のある町になるために何を誘致してあげればいいか。こちらの理想とするものと業者の考える採算性を踏まえたときに、うまく合致すれば一番いいことだが、何をもちょうろればいいかわからないのが現状。メグリアは豊田でどこでも同じものが買える。

全国的には知名度があるが愛知県や豊田にはないお店がくると一過性かもしれないが、お客様が来るかもしれない。豊田サティがオープンしたときは、瀬戸、岡崎、名古屋からも人が来てくれたが、それはなぜかというサティは関西が元でイオンとは全く違う商材があり、それでお客様が来ていたがそれでも採算が取れなかった。

豊田に限らず地方都市でも百貨店がどんどん撤退していく中で、駅前はどのように活性化していけばいいか。実際生活する人は、日用品がないと生活できない。遠くから来る人はそれでは物足りないから目新しいものを誘致してほしい。どのようにニーズに応えられるかが課題だと思う。

委員

小学6年生から大学3年生の3人の子供とその友達は全員一致で、ラウンドワン、スポッチャが絶対にほしいと言っている。サラリーマンの若い方も集まると思う。岡崎市やみよし市からも集客できるのではないかと思う。場所はできたら駅の近くが良い。

委員

最近は、温泉スパにすごく人が集まっている。豊田にもあると思うが、そういうプロセスがあってもいいと思う。補助金の審査をしていて、加点ポイントの専門家派遣はほとんどの人が受けていないと答えている。経営者が独自で自分の事業のことを考えると継続性、費用対効果を重視してしまう。地域への貢献性、独自性の視野が広がらないため、専門家のアドバイスを聞いた方が、視野が広がると思う。そういう活用が増えるプロセスがあったほうが将来性や独創性に繋がるのではないかと思う。

以上