

平成25年度 第8回豊田市商業振興委員会会議録（実名入り）

【日時】 平成26年3月28日（金） 午後2時00分～5時00分

【場所】 豊田市役所 南庁舎5階 南53会議室

【出席者】 〈委員〉

加藤 勇夫 [愛知学院大学名誉教授]
河木 照雄 [豊田商工会議所副会頭]
浅井 良隆 [コンサルティングオフィス アット・ドリーム]
澤田 恵美子 [豊田市消費者グループ連絡会会長]
尾碕 眞 [愛知学院大学商学部商学科教授 博士]
服部 正雄 [トヨタ生活協同組合 特別顧問]
河原 郁子 [とよた下町おかみさん会 平成24年度会長]
(欠席) 杉田 雅子 [株式会社 杉田組 ブルーベリー事業部取締役]

〈事務局〉

小栗 保宏 [豊田市産業部長]
早川 正文 [豊田市商業観光課課長]
長江 洋一 [豊田市商業観光課副主幹]
鈴木 啓介 [豊田市商業観光課担当長]
近藤 美由紀 [豊田市産業部商業観光課主査]
山田 統裕 [豊田市産業部商業観光課主査]
西川 雄太 [豊田市産業部商業観光課主事]

〈傍聴者〉

なし

【次第】

- 1 部長あいさつ
- 2 会議の公開及び本日の審議スケジュールについて
- 3 委員長あいさつ
- 4 審議事項

(1) 商店街活性化計画
下山商工会 第3期商店街活性化計画

(2) 空き店舗支援事業
モコネロ

(3) ソーシャルビジネス支援事業
①稲武商工会（宅配事業：継続）
②株ヤオミ（移動販売事業：継続）

(4) 次期商業振興プランについて

- ① 商店街支援策の転換
- ② 空き店舗活用支援

5 連絡事項

平成26年度の商業振興委員会開催予定（案）

6 閉会

【会議録（要約）】

1 部長あいさつ

商業振興条例の見直しについて審議をいただき、しっかりと結論を出していきたい。

2 会議の公開及び本日の審議スケジュールについて

事務局から説明しました。

3 委員長あいさつ

中活協から消費者を対象としてアンケート調査があがってきたので、商業機能がどのように評価されているか結果を皆さんに提供していきたい。

4 審議事項

(1) 下山商工会 第3期商店街活性化計画 資料1

説明者：下山商工会 活性化委員長、カード会副会長、発展会
申請者から説明を受け、委員から質問や意見をいただきました。

【主な質疑応答】

委員 まちの活性化には、最近では、まち残しという考え方や手法があります。そういった財産がある所は活用しながら活性化に結び付ける事が必要であるという事です。

ウォークラリーだけではなく、商売に結びつける事が大事です。個店の売上につながるような仕掛けづくりが必要です。

委員 周辺施設整備事業で観光客を呼び込むという事ではありますが、実際にウォーキングする人たちの目的はウォーキングであって、買い物はしないと思います。自分も多治見の商業施設に携わっていてJRがふれあいウォーキングを企画されて人が来るから何かすれば良いかなと考えましたが、ウォーキングする人と買い物する人は全然、違います。

来た人をいかに商店街に招き入れるという事、おもてなし出来るか、ウォーキングや歴史的な資源と商売につながるような事を商店内外で提供する事が出来ないのかなと思います。例えば、八十八箇所巡りと弘法大使のように関わった商品を出すとか仕掛けをしないと、なかなか購買には結びつかないかと思います。一人でも、二人でも少人数が商店街の入り口に立ち止まっていれば、おもしろい事に人は寄ってきます。そういった仕掛けがないと難しいと思います。観光客が商店街へ吸引する仕掛けが大事であると思います。仕掛けの部分の内容が不足しています。

地元購買力流出を防止しますと計画がありますが、以前、個店経営力強化事業を計画していたが実際は未実施であったという事でした。今回の流出防止策の一つとしてイベントがあります。イベントをすれば集客効果はありますが、買い物をするかという疑問です。

個店として本当に魅力あるものを販売しているのかなと思います。その辺の部分の勉強という所を是非やっていただきたいです。

年度計画の中に視察研修とありますが、どういう視察研修をするのかなと思いました。よくあるのが、とりあえず温泉がある所に行こうとかあるけど、当然商店街で役に立つ必要な事を学ぶ所でなければいけません。当然、学んだ事は、活かさなければいけません。自分の携わっている所は、視察前にレポートを出していただいています。どういう所を学びたいからどういう所に行きますとか、行ってどう感じたのか、自分の店でどう活用して行くのか、そういった考え方を持っていけないとお店自身もよくなりません。店主で高齢化であり投げやりな所もあるかもしれませんが、商品展開を少し考えていただきたいです。

委員 三河湖の入り口の辺りですね。下山はお店が点在しています。ウォークラリーとお店は全然違うと思います。歩くのが目的でおにぎりを持って行きます。お店も口が渴けば立ち寄る程度です。

申請者 開催時にお店のクーポンを配布するのは初めてです。まずは、地域に足を運んでいただく事が大事かと考えます。良い場所だと認知していただきたいです。

委員 商店街と八十八箇所巡りとかの名勝は近いのですか？

申請者 はい。近いです。

委員 近くにあるパン屋さんは口コミで人気があると聞いています。魅力のあるお店があると効果があると思います。

申請者 やる気だけはありますので、これからは地域の人を巻き込みながらまとまってやって行きたいと思います。

委員 稲武でもウォーキング大会を続けていますが、商店街の買い物までつながってなくてなかなか厳しいです。継続する事は、大事です。

(審議後)

委員 店舗の業種が変わっていない事が問題かと思います。その他という業種は何なのか分からないです。

植栽事業はいかがかなと思います。本来の商店街が行うべき内容を事業の対象とすべきです。

事務局 委員さんからの意見（客層が違うので、客層に対応する仕掛けを考えるなど）を条件として認定します。

(2) 空き店舗支援事業 **資料2**

申請者 モコネロ

同席者 一番街商店街（協）理事長

(冒頭に事務局、一番街商店街(協)理事長より事業の概要を説明)
申請者から説明を受け、委員から質問や意見をいただきました。

委員 一号店をフランス料理店なのですか。一号店も規模を縮小せずに引き続き営業されて行くのですか。

申請者 はい。そうです。

委員 お店の距離はどれくらいですか。

申請者 すぐそばで、キャッチボールが出来るくらいの距離です。

委員 イタリアン専門のシェフを雇うとなるとかなり人件費もかかりますね。

申請者 はい。一号店は自分が切り盛りしています。

委員 回転率はどれくらいですか。

申請者 一号店の実績から80%をみています。

委員 客単価はどれくらいですか。

申請者 ランチで千円くらいです。夜はセットメニューではなく、単品メニューを中心に考えています。若い世代をターゲットに高いもので千円に抑えて考えています。

委員 夜の千円は安くないですか。

申請者 単品価格です

申請者 一号店は人気で今日も店から人が溢れていて、通常のランチは予約なしでは諦めないとはいけない状態です。溢れたお客さんも二号店に入る可能性があると考えています。

申請者 1号店は、現在ランチは1650円から、ディナーは3,700円からやっています。

委員 石釜窯のピザは良いですね。

委員 回転率を上げるための席の配置の仕方は課題だと思います。

申請者 お客さんの人数に応じて席が分離できるように考えています。テーブル席でお客様一人ではもったいないです。今のお店はカウンターが無く対応できないので、カウンター席を設けました。

委員 フレンチと比較してイタリアンでお金を落とすのは難しいです。メニューの種

類は多いのですか。

申請者 石釜ピザでトマトソースをベースにしたものだけで10種類あり、クリームソースベースほか全部で30種類ほどです。

委員 効率は悪くないですか。テイクアウトもあるのですか。

申請者 テイクアウトは行う予定です。ピザとケーキの持ち帰りも考えています。

委員 一号店は予約をしないと入れないが、おいしいけれどお店は気軽に雰囲気があります。

申請者 ピザはオーダーから5分以内で出せるかと考えています。男性客だと10分ぐらいで食べてしまうと思います。だから、回転率はこちらのお店の方が良いと思います。

委員 フレンチの既存店と客層が全然違うと思います。

申請者 それはねらいです。現在のお客さんは別で大事にしていきます。2号店では1号店にはない低価格けれども、おいしいと思える客層をつかんでいきたいです。

委員 回転率の80%という数字は高いと思います。計画は低めに設定して計算した方が良いかと思われま。

ワインは、国産のものを置く予定ですか。

申請者 料理にあったものを置きたいと思います。スタッフで料理にあったドリンクの説明がしっかり出来るようにソムリエの資格を受ける事を考えています。

ビールよりもワインを推していく事を考えています。

(3) ソーシャルビジネス支援事業 **資料3**

① 稲武商工会 (宅配事業：継続)

出席者 稲武商工会会長

説明者 稲武商工会 事務局

申請者から説明を受け、委員から質問や意見をいただきました。

委員 仕入れ先は、安定しているのですか。

申請者 地区内のお店が当初3軒登録していただき、現在は18軒登録していただいています。

委員 アンケート問4の「宅配サービスを利用したことがありますか？」回答で利用したことがあるのが7.7%だが、その内訳を知りたいです。

なぜ、その人たちは利用しているのか、しっかりと分析して拡張していくことを考えるべきだと思います。その人たちが使っている必ず理由があるはずで、知らない人は啓蒙活動すれば良いです。その辺りを突きつめていかないと売上は伸びないと思います。

申請者 利用した人へは、アルバイトが簡単なアンケートを取るようになっています。

委員 常備品箱設置事業は、1か月に1回の補填で良いですか。例えば、3日で無くなって持って来てほしいと言われたらどうするのですか。

申請者 宅配事業とあわせて、持っています。

委員 宅配は毎日ですか。

申請者 月曜から金曜日です。月に20日間ぐらいです。午前中に注文をいただければ、その日に宅配します。

委員 その辺りの宅配にコストのウェイトが高いのですか。

申請者 アルバイトと配達業者を使い、コストがかかる部分です。

委員 コスト削減できる部分は、見出せないのかと思います。

申請者 アルバイトは現在、フルに使用していますので、一日の取扱量を増やす事が一番のコストダウンかなと思っています。注文が増えればコスト削減につながると思います。

委員 常備品箱設置事業で常備する商品は、1か月で賞味期限が来てしまいますが、どう処理するのですか。参加店がどこまで引き取っていただけるか協力にもよります。半年の賞味期限であれば、店に戻して残りの5か月間で売っていただければ良いかなと思います。

申請者 出来る限り賞味期限の長いものを置きたいと思います。賞味期限のあるうちに、新しい物と交換しなければいけないです。

委員 期限切れでも置いてあることがあるので、新しい物と交換できることを注意しなければいけないです。

委員 毎日、何時頃に配達に行くのですか。

申請者 午後2時頃です。

委員 配達はどのように行っていますか。

申請者 近い所はアルバイトが、遠い所は業者が配達を行っています。
アルバイトは2時半までいますので、その範囲内で回れる場所で行っています。

委員 P3の数値目標で利用件数を定めていますが、アンケート結果で利用したことが無い人の割合が高く、利用しない理由がありますが、直ぐに解決できるものもあるかと

思います。「お店より値段が高そう」それは啓蒙で済む話かなと思います。「注文など利用方法が面倒くさい」とあるが今回の中身には触れられていないが、どのように対応して行くのですか。

申請者 目標としてお年寄りだけ対象としているのは限界があり、恵方巻きやバレンタインなど工夫を凝らして宣伝をうって高齢者では無い方からの注文を受けていました。現在、月に2回、手書きのチラシを打っています。

やったことの無い事、分からない事が面倒臭い事なので、知っていただくよう努力していきます。注文を待つだけではなく、こちらから電話をしたり訪問したり注文を取れる働きかけを行っていく事が大事かなと思います。

委員 アンケート結果の手に取って選びたいとありますが、富山の菓売りはカバンの中に幾つかのサンプルが用意され手に取れて選べるようになっていきます。アンケート結果から、買い物をしたいという思いが強く感じられます。注文があったものを常備品として配達するだけなのか、手にとって商品をセールスすることまで考えているのか教えていただけませんか。

申請者 配達する事前に電話を掛けたり、車にもサンプルを積んでいけるようにもしたいです。集会所を借りて、もう少したくさんの商品を出すようなことも考えています。

(申請者退出後)

委員長 審査表の社会性の受益者の部分はどうのような観点で審査するのか難しいです。

②申請者：榊ヤオミ（移動販売事業：継続）代表取締役
同席者：足助商工会 事務局長

申請者から説明を受け、委員から質問や意見をいただきました。

申請者 6月から19自治会の調整がとれて40自治会で事業を展開する予定

委員 足助の住民としてどう考えますか。

委員 車が乗れない人たちにとっては大変、助かる事業です。車が乗れなくなると外へ出る機会も減るので、外へ出てコミュニケーションを図ることもできて大変良いかと思っています。

委員 販売員はどんな人ですか。

申請者 最初は全くの商品に対する素人で大変でした。商品の説明がしっかりできる知識を持った人を専門に置く事を考えています。

委員 移動販売は車で外へ出れなくなった人のおうちへ行くのですか。

申請者 集落のある広場などで販売を行っています。高齢者の利用が多いですが、曜日

によっては、お孫さんといっしょに買い物をされる方もいます。

委員 遠くまで行かなくても自分の家の近くで買い物が出来るということですね。欲しい物と持って行く物が上手くマッチ出来ると良いかと思います。

委員 販売エリアはトヨタ生協としっかりすみ分けは出来ていますか。

申請者 はい。出来ています。トヨタ生協は4トントラックで、足助のヤオミは軽トラックで巡回し販売できるエリアとしています。

申請者 はい。出来ています。トヨタ生協は4トントラックで、足助のヤオミは軽トラックで巡回し販売できるエリアとしています。

委員 冷凍保存の必要な商品はどうしていますか。

申請者 軽トラックに冷凍設備を付けています。

委員 足助の商品を外に持ち出す事はあるのですか。

申請者 持ち出す事はありません。

委員 数値の部分を教えていただきたいです。P7の移動販売額の平成25年度は1日の客単価が1,613円、平成26年度が1,542円と下がっているのですがどういう事ですか。

申請者 移動販売車は同じ車です。今は、一日、9箇所を回っています。26年度は13箇所回ります。単純に止まった箇所×(かける)客単価ではいけないと26年度は落としています。将来的には上げていきたいと思えます。

委員 そうなるとある一定の期間は利益率が落ちる可能性があるのかなと思います。

申請者 現在、移動時間を一箇所あたり30～40分見ていて時間に余裕はあります。一箇所あたり5分程度短縮すれば、増えた箇所は対応できる見込みです。一日の人件費で、ほとんど変わらず全て回ることが出来ます。走る距離が変わりますので若干の燃料費が増えるかと思えます。その他の経費は変わりませんので採算は良くなるかと思えます。

委員 5ページを見ると成果の指標とありますが、25年度(260日×71,000円=18,460,000円)と26年度(260日×91,000円=23,660,000円)と計算し、軌道に乗った後を見ると4年目の数字が26年度の数字となっています。売上金額が20,020千円ではなくて、23,660千円にならないのは、なぜですか。

申請者 この事業を25年度に始めて、今回、を作ったら25年度当初の5年目の数字が26年度の数字になってしまいました。今年度の指標は4年目の数字になります。

(申請者退出)

以上3件の採択案件の審査結果を事務局より報告

全て基準点以上であったが、個別項目で基準を下回る項目がある場合は意見をつけるように委員会からの指示がありました。

また、ソーシャルビジネス支援事業について審査項目の回答が難しいとのこと、補助期間が過ぎても自立ができない事業はどうしていくのか課題であると委員から意見がありました。

(4) 次期商業振興プランについて

① 商店街支援策の転換 資料4

委員 全国で商店街が繁栄しているのは、数パーセントで消費者の商店街の利用は少ないです。しかし、話があったようにある一定の個店への利用はあります。その個店に力を持っていただく必要があります。空き店舗対策や、エリアマネジメントについては、きめ細かく地域ニーズをつかむ必要があります。地域の商工会議所、商工会、商店街やまちづくり会社が責任を持って動かなければいけません。行政の支援がないと動かない所があるので行政が支援する必要があります。そのような団体が主体でやらなければいけなく、無ければ新しく設立し管理しなければならないです。

繁盛店、がんばる商店を創るというのは、個店そのものの体力がついていかないと、商店街の中で何かをしようという事にならないです。体力とは直接、利益が出せる商店でなければ商店街活動もしてくれません。個店の体力をつけていく仕組みが必要となります。個店の指導は、それぞれに持っている悩みがあるはずですので、浅井さんのような方に指導していただければと思います。マーチャンダイジングの中でも新しい商品を集めていくのかニーズに対応したものを開発して販売していくのか、新しいニーズを創出するというやり方もあります。

あと、家業から企業へと、企業が利益を生む仕組みを教えていかなければいけないです。ここに書いてある管理会計とはこういうものです。儲けるための会計というのは管理会計です。それをすると経営の近代化が進みます。先ほど、物流費がかかるから、どこかで削減できないかと考えました。削減して合理化すれば利益が出ます。その時間に違うことも出来ます。近代化して来れば、余った時間で商店街にも関わる事が出来ます。商店街のネットワーク化も進むと思います。近代化すれば社長となり、それぞれが役割分担して、商店街でのリーダーシップを図ることになります。今までは声の大きい人がリーダーシップをとっていたが、そうではないリーダーシップを取れる形を考えて行くべきです。

委員 駅前の商店街と周辺の問題は異なると思います。全体として言えることは、店づくり、まちづくりという問題と、持続可能な社会のクリエイション、創造というのがうまく融合する形で商業行政が行われるべきであります。持続可能なコミュニティ（地域社会）のクリエイションというのが一つあります。今の環境問題も含めてエコシティとかハイブリッドシティと統合されているので。そんな所も前段に入れて、もう一方は店づくりとまちづくりを融合し商店街が減少する中、商店街の発展とそれを担うリーダーとスタッフが必要です。どんどん、次の世代、後継者を作っていけないといけません。また、継

続的な養成が必要です。

委員 今までに商店街の活性化計画を作って取組んできましたが、商店街には計画を作れない団体もいて、活性化計画を作るぐらいであったら商店街を解散すると言っている団体もあります。地域ニーズの対応や施策を考えたエリマネという部分が、商店街の範疇で考えることが出来るのか、考えられないということであれば誰かがサポートしてくれる仕組みを並行して考えていかないとやって行けないと思います。

事務局 そのために商工会議所や商工会がエリアマネジメントの関係機関と考えています。

委員 先進事例として外部の人が商店街に入ってきて店舗を作っていく、勝川の事例や岐阜のビルは運営が上手くいったら周辺の商店街も元気になったみたいに、流行っている商店街が、がんばったらどうだったという発想ではなくて外部の人が自然に入って来れる仕組みが必要で既存の商店が引っ張られていくという仕組みが多いわけです。今度の見直しではそういった人が、入って来れるような商店街のくくりだけでやっているとならば外部の人を入れることは考えられないので、その辺のことを入れていけるような事が必要です。商店街をかました受入れをすると変な形になってしまう可能性があります。

委員 名古屋は、外の者に対して排他的です。

委員 豊田も排他的です。

事務局 先生と話す中で、その店にあったMDを呼ぶ、管理会計も店にあった会計を呼ぶ、外から入ってきてやりたいという人があった場合に、ものになりそうであれば、その人にあった専門家を、現状の店舗をどう改造して行くのか突っ込んだ所を個別に相談してきっちりと実績を残したいです。

委員 そこでしっかりと意識変革が出来ればすばらしいです。

委員 商店街が力を持っていないと外からも来ないです。

基盤づくりでよそからも来るような力を持つこと、大型店はパイがある所にしか来ないです。所在する商店街だけではなく、全国をターゲットするような商売をしなければいけないです。

委員 持続可能な商業を考えると、人づくり、店づくり、まちづくりの中で、人という部分が重要というキーをしめて行くのかなと思います。がんばる個店というのは、いかに利益を上げている、売上を上げる、費用を下げている、店舗という部分を見た時に管理会計を意識している人は少ないと思われます。店舗に入ってみて会計に弱い人が多いです。中には強い人もいますが、変動費、固定費と言っても分からない人がいます。経営という部分を意識せずに世代交代されてきたと思います。また、今までの補助メニューは、こういう事をすれば人が集まるであろうというイベント補助であって、きちっとニーズを把握しましょうねと一応こういうニーズがありそうだと、お客様視点で本当に立っているのかなと思います。

重視する点で、価格は無視して良いと思います。そこのお店に求めるものは、品揃えよ

りも欲しいものがあるかないかです。個店の魅力化がまちの魅力化、価値の向上につながります。お客様の視点に立つことが重要です。

② 空き店舗活用支援 資料5

委員 ソーシャルビジネスは過疎化で減少しているのです。店があれば人が寄ってきます。ある程度、保証されている人や年金をもらっている人がこういうコミュニティショップが出来ると良いと思います。

委員 一人住まいの人を対象に、空き家を使用してみんなでご飯を作ると、効率良く食べることが出来るという事例を聞いた事があります。ご飯を作りに来なければ安否確認も出来たりして、田舎のほうだとそういう確認も出来てもおもしろいのかなと思います。地域の人も巻き込んでやっていかなければならないです。

5 連絡事項

平成26年度の商業振興委員会開催予定（案）

6 閉会