

平成27年度 第2回豊田市商業振興委員会会議録

【日 時】 平成27年6月29日 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〉

尾碕 眞 [愛知学院大学商学部商学科教授 博士]
服部 正雄 [元トヨタ生活協同組合 特別顧問]
大橋 宏 [豊田信用金庫 部長 中小企業診断士]
河原 郁子 [とよた下町おかみさん会 平成24年度会長]
澤田 恵美子 [豊田市消費者グループ連絡会会長]
杉田 雅子 [株式会社 杉田組 ブルーベリー事業部取締役]
松永 郁也 [豊田商工会議所 常議員]

〈事務局〉

原田 裕保 [豊田市産業部長]
寺澤 好之 [豊田市産業部副部長]
三浦 浩 [豊田市産業部商業観光課長]
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]
寫 和典 [豊田市産業部商業観光課主査]
石川 敬太 [豊田市産業部商業観光課主査]
成瀬 愛 [豊田市産業部商業観光課主事]

【欠席者】 浅井 良隆 [コンサルティングオフィス アット・ドリーム]

【傍聴者】 なし

【次 第】

開 会

- 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) 西町商店街協同組合 第4期商店街活性化計画

- (2) 稲武商工会 第3期活性化計画
- 5 報告事項
 - (1) 商業活性化推進交付金 H26年度事業報告
 - ①足助商工会
 - ②豊田まちづくり株式会社
 - (2) テナントミックスビジョンについて
 - (3) 商業基礎調査委託について
- 6 その他
- 7 連絡事項
 - 平成27年度 商業振興委員会開催予定(案)

【会議録(要約)】

- 1 部長あいさつ
産業部部長よりあいさつ
- 2 会議の公開及び本日の審議スケジュールについて
事務局より説明
- 3 委員長あいさつ
委員長よりあいさつ
- 4 審議事項
 - (1) 西町商店街協同組合 第4期商店街活性化計画
申請者：西町商店街協同組合
西町商店街協同組合から資料の説明

【主な質疑応答】

委員

現状分析で、店主の高齢化に伴う廃業・閉店が危惧されるということだが、現状の高齢化の状況、後継者の有無、いわゆる事業者承継に対する対策は本事業にない。その協議はされたか。

西町商店街

3期の間で高齢になって辞める方がほとんど終了した。廃業後、テナント募集してからの開業が増えてきている。

委員

今後3年間でどれくらい空き店舗が出るか。また、テナントミックスで不足業種を誘致していくということだが、具体的なイメージはあるか。

西町商店街

廃業されるという情報が入る前に、大家さんが後を見つけている状況が多い。その中で、飲食以外に増えているのがエステ。こちらも大家さんとの直接契約で入っていて、私たちには、入居が決まった状態での報告が多いのが現状。

委員

不足業種のテナントミックスについてはなかなか手が打てないということか。

西町商店街

事前に情報が入った分には、空き店舗支援等の事業をお勧めしたりすることは可能だが、なかなか難しい。

委員

事前に情報をキャッチすることは難しいのか。

西町商店街

廃業する方に、その後店舗をどうするかとお聞きするが、細かいところまでは教えてもらえない部分がある。先に決められている場合もある。

委員

西町の商店街というと、やはり飲食店が多くて、夜のイメージが強い。第4期の計画の中に女性利用客が増やしていきたいと目標を掲げているが、具体的に何をどのように考えているのか。

西町商店街

不足業種の誘致に積極的に力を入れ、夜の街のイメージを変えていきたいと思っている。昼間の人口も多いので、昼間も営業していただける店舗を誘致できれば一番いい。現状イベントというと、夜の飲食イベントが主になっているが、昼間にも何かイベントを考えて実施し、昼間の集客につなげていきたい。

委員

事業を商店街として色々企画したり運営したりするスタッフはどういった状況か。

西町商店街

現状、6名で企画など運営をしている。

委員

その6名の下に若手の商店主さんが入って一緒に企画していくという状況にはできないか。

西町商店街

飲食店が多く（店長と店主が別で）店主が少ない。従業員不足、半年で店長が変わる、（チェーン店等では）本部決裁が必要など、協力が難しい。なかなか若い方

を役員として迎え入れられないが、現在準備中のはしご酒については、若い理事を中心に進める等、若い力と協力するなど改革を進めている。

委員

中心となるメンバーが仕切っていないと、事業も昨年同様というように継続事業で終わってしまう。目標で掲げている中間の活性化や、商店街の業種の偏りをなくすなど、色々なことをやっていくためにも、大元が組織して機能しないといけない。

西町商店街

西町商店街は、30代40代の若い役員が主でやっている。中心市街地は古い形態でやっている部分が多いので、世代交代は考えている。これまでのやり方と、若い考えを取り入れて、新しいことにチャレンジしていきたい。

委員

いろんなイベントをして人を集めてとのことだが、評価できる売り上げや集客は。例えば過去数回行っているはしご酒は、初めと比べて、どれくらい人が集まり売り上げが上がったのか。

すでに飲みに来ている人が大勢いるのに、はしご酒を開催する意味があるのか。また、先進地視察とあるが、補助金を入れる以上は、かなりの効果が上がってこないといけない。どのくらいの成果があるのか。

西町商店街

はしご酒は8回実施をしてきた。当初は、12軒の有志で立ち上げられたものをサポートしてきた。商店街が主体となって開催したのは、2回目から。チケットの販売数は1,856枚から2,300枚まで増え、集客も増えてきている。

委員

これをやった後の成果は。

西町商店街

期間中に、参加店独自に販促活動を行っており、集客は増えてきている。

—————申請者退出—————

委員

はしご酒とは軌道に乗っていないから支援をし続けていくという解釈か。

委員

よく3年ほど事業やってみて軌道に乗れば自分たちでもうやりなさいと指導されるが、はしご酒がこれだけ続けてきているということは、これからも支援していくというつもりか。例えば、補助金がないならば、やらない事業なのか。

委員

来街者を増やすという点で、イベントも持続的にやっていくことが必要で、各個店の認知度を上げていくという含みも否定しないが、それと合わせて各個店が魅力を上げていく取り組みが見えてこない。

事務局

お客の奪い合いでなく、生き残るために、良い意味で競争していると思う。競争することによって、全体として一つの惹きつける力になると良い。お客様にとっては選択肢が出来るので。数字では出てきていないが、来客が夜は増えているような気はする。

委員

チェーン店に負けないように、個店店主同士が連絡を取り合っているという話も聞いたことがある。

委員

参加店舗は大型店、いわゆるチェーン店も入っているか。

事務局

入っている。

委員

チェーン店でも恩恵を受けるので、街のイベントに参加するというような条件付きなら良いのではないか。

委員

はしご酒という名前ではあるが、アルコールの飲めない人もいる。男性客以外の獲得を目指すのならば、そのあたりはどうするのか。はしご酒だとイメージ的にはお酒だけになってしまうが。

事務局

ソフトドリンクもあるが、メインはお酒。

委員

ワインバーなど、その時だけ空き店舗でイベントをするなど。

委員

視察に行った先進地ではチケットに制限があるところがあった。券は3枚綴りで2枚はレストランと飲み屋の組み合わせで使わないと有効に券が動かない仕組み。そういう仕組みづくりがなされていない。

事務局

中身は手を挙げた店に任せている。全体を通した仕掛けが欲しい。

委員

お酒を飲まれる人だけが特典を得られている。食べ物や買い物、ランチでも良いが、何か特典を増やしていければ主婦や女性も利用が出来る。立地は良いので。

委員

不足業種のテナントミックスについてはどうか。商店街は、テナントミックスにある程度権限を持つことはあるのか。大家さん次第のようだが。

委員

今の商店街のメンバーだけでやっていけるのか。この事業を行うのであれば、アドバイザーの支援をつけた方が、よほど効果があるように思う。それをどこが担うのか、補助金でやれるようにするのか、あるいは活性化計画の中に入れてもらうのか、それを踏まえておかないと、過去の踏襲で終わってしまう。

委員

どこかでチェックをかけて、アドバイザーとしての中小企業診断士を派遣するというような仕組みを作る。例えばミラサポと組み合わせて、専門家のチェックを入れて、次はさらに発展させるようにしなければいけないと思う。

事務局

西町の商店街は、VITZの南側の駐車場を経営し収入豊かで、積極的に防犯カメラやAEDの設置をするなど、先進的な取り組みをされてきた。広域に街路灯を設置したが、維持管理が重荷になっている。地域の防犯、安全を担っている地区なので、問題を整理しつつ、皆様からの意見を基に、引き続き頑張っていたきたいと思う。

委員

安全安心の部分は、補助金を使ってぜひ実施していただきたい。

(2) 稲武商工会 第3期活性化計画

申請者：稲武商工会

稲武商工会から資料の説明

【主な質疑応答】

委員

アンケートで、地元の商店街で買い物をしたことがない、地元の物価が高いという意見に対しての対策はあるか。

稲武商工会

街並みの灯り事業がそれに当たる。ランプシェード等を作った子どもの親に商店街のサービス券を渡し、商店街に足を運んでいただく。

委員

サービス券を配って、商店街に来てもらうようにしても、お店に来てやっぱり高いな、と思われたら終わり。また、カタログに掲載する商品はお客さんにとって十分魅力的なものなのかもポイント。ただ作っているのを集約して作ったのではなく、例えば、どんぐりの里に特産品のコーナーがあって、それを扱っているところが連携すれば、稲武出身者のみでなく、幅広い需要が出てくると思う。そのような仕掛けをしないと難しいのでは。

委員

この事業は、住民がこの町で生き残っていくためには必要。その中で、外に向けて商品を販売していくことはとても良い。

委員

私は地元なので、稲武産ギフトに参加予定。パッケージや中身をブラッシュアップして、ギフトに対応していく。今後は、魅力ある商品をどうやって作るかを皆で勉強しながら、豊田代表のお土産となっていくために、努力している。また、専門家も必要だと考える。一度商品を考えて、それに対してのアドバイスをいただきたいと思っている。

委員

事業の採算性はどうか。

稲武商工会

高齢者支援システムは単体だと採算は難しい。それを補うのが、ギフト事業。

委員

ギフトの事業は、年を追ってかなり売上金額目標を高くするという事か。

稲武商工会

何百万円の売り上げがないと採算が取れない。

委員

パンフレットのアイテム数はどのくらいを予定しているか。

稲武商工会

当初は5、6社を予定している。土産になる商品を作っている店から始めたい。

委員

人材育成事業のテーマはあるか。

稲武商工会

事業主、後継者を集め、毎回専門家を呼んで自社分析や計画を作り、その計画をもとに、今後の経営に活かすことがねらい。

委員

稲武に合った活性化計画だと思う。高齢者にとっては、お店に行くのは困難なので、バスも必要。稲武産ギフト受注事業は、どのように周知するかを検討していかないといけない。また、親としては、子どもの作品を見たい気持ちがあるので、子供をターゲットとした事業も良い。

委員

高齢者支援システムをやっている事例はほとんどない。高齢者配給サービスと連携をして、赤字を減らしていく方法がとれると良い。

稲武産ギフト受注事業については、高知県四万十町が、現在こうした地域の産品を使って成功しているので、研究や視察をすると良いと思う。ここは、少ないものでも、地元の名産として売っている。

事務局

インターネットに、パンフレットを載せることもできるのでは。

委員

インターネットだと、注文が大量に来る。それに対応するために、制御のかけ方を研究しておかないと、厳しい。ただ、今の時代は、インターネットも使っていく必要がある。

事務局

パンフレットを稲武ゆかりの方に送るという話があったが、名古屋市民はみんな稲武ゆかりの方なので、うまくやると、名古屋市民にも売れるのではないか。名古屋市の野外教育センターで、稲武の紹介パンフレットとして、一部に商品が載っていたりするものを、子どもたちに渡しても面白いのでは。

委員

稲武出身者が、稲武のお土産を買い、近所の方に「稲武のものはこんなに美味しいですよ」と配らないと拡大されない。そのためには、ベースとなるファンを増やす必要があるので、この事業はかなりステップを踏まないと成功していかないと思う。

事務局

高齢者支援システムも、買い物バスも、使ってもらうことで、事業を支えることになる。月に1回、年に1回使ってもらうことが支えになる。住民には、その機運が広がると良い。

委員

もう少し高齢者支援システムについて、アドバイザーと一緒に経営分析をし、実験をしていくと良いが、お金かけてアドバイザーを入れる余裕があるのか。商工会も地元の人、今の状況で精一杯なので、これ以上に何かをするのは、難しいような気がする。

事務局

本当にこの事業を必要としている人のみを使うのではなく、地域全員が月に一回は使う、また、買い方が分からない人もいたので、全世帯1回お試しで使ってみようという機運になると良い。アドバイザーと共に事業を進めていく方法もある。

委員

他の事例を吸収しながら実験していくのが良い。

5 報告事項

(1) 商業活性化推進交付金 H26 年度事業報告

① 足助商工会

足助商工会から資料の説明

【主な質疑応答】

委員

移動販売事業を広域的に行う件について伺いたい。

足助商工会

移動販売事業自体は計画通りに実施している。それに付随した宅配事業などは足助商工会だけではなく、近隣の商工会と連携しながら効率的に行うために、今年度検討していく。現在、稲武商工会でも宅配事業を行っている。それぞれで行うのではなく、統括すれば一つの中で同じ情報が得られるので、より効果的だと思っている。

委員

ソーシャルビジネスや販売事業なども含めて広域で連携してやっていくには難しいエリアだと思う。それを検討していくことで、目標に向かっていけるのか。それぞれのエリアの商店主の理解をどこまで得られるか。

足助商工会

全てを一つにするのではなくて、例えば、それぞれが新しいシステムを開発するのではなく、一つのシステムで、足助も稲武も使えるようになれば、コストも下がると思う。同じシステムの中で、各地区の情報を入れてもいいし、連携できれば同じ情報を両方に入れてもいい。ただし、移動販売など実際に車両を使って動くエリアというのは簡単に統一できないだろうと思っている。

(1) 商業活性化推進交付金 H26 年度事業報告

② 豊田まちづくり株式会社

豊田まちづくり株式会社から資料の説明

【主な質疑応答】

委員

空き店舗活用事業について、ママトコのようなものが他にもまちなかにできると、全体の活性化につながると思う。今後出てくるのか。

まちづくり

交付金事業ではなく、豊田市と豊田商工会議所と豊田まちづくりで、空き店舗に限らず、空き物件、空き家を活用する取組を今年度から行い、遊休資産を活性化できるように、模索、計画化していく。駅周辺のテナントミックス、界限、ロジック等の魅力化を図っていく。

委員

マスコミ関係にも取り上げられ、域外から来店者もあると聞いている。そういうものが点在してまちなかをつくっていくと、そこを散策していくイメージで、地域外からも人の流用があり面白いと思う。

委員

通行量は東西ペDESTリアンデッキ過去最高。売上は、前年を下回る。駐車場利用は前年に比べてほぼ変わらない。何か要因があるか。

まちづくり

通行量について。松坂屋、東西ペデストリアンデッキの通行量を毎年計測している。結果は、26年度78,138人で過去最高。要因は、大きく2、3点考えられる。

一つはグランパスや国際会議など、昨年4月から行われた大きなイベント等が増えたことが考えられる。グランパスの場合1試合10万人くらいの通行量。普通の日曜日については8、9万人くらい。また、通勤、通学等で名鉄から愛環への乗り換えの方もカウントされている。他には、商業関係や劇場でのイベントなどの要因が考えられる。通行量関係は、東西ペデストリアンデッキだけではなく、中心市街地全体の通行量が昨年度に比べて増えていることは事実。

委員

今後も維持していく、あるいは、さらに増えていくということではなく、結果として26年度は、過去最高であったということか。

まちづくり

大きな要因を申し上げた。まちなかイベントとかスタジアムと関連したイベント等が大きい。

まちづくり

売上について。計画に対しての実績で、計画は前年ベース。25年度3月は消費税の増税前の駆け込み需要があった。高額商品を扱う百貨店は、26年度3月の売上が前年に比べ落ちた。T-FACEも同様。特に昨年9月中旬から3月上旬に、T-FACE 2階を改装し、一番売れる2階を塞いだので、その上の階も売り上げが落ちた。その要因で、このような売上実績となった。

委員

色々事業計画を立てて、細かく数字をとっているが、この数値から、さらに強くするものと逆に直さないといけないものは、あまりないという理解でいいか。

まちづくり

一つ一つのコンテンツがどうであったかを積算しているわけではなく、日常的なものも含まれている。そのあたりは、目標数値に対してどうなったのかを検討していく必要がある。

委員

通行量は増えていても、売り上げが上がっていないということは、ただ通るだけの人が多いということ。通行量だけに目をやってはいけないと思う。

まちづくり

確かに通行量だけに目をやってはいけない。テナントミックスを実現させていかないと恒常的に人が増えていかない。

委員

空き店舗を活用してママトコのような店舗をつくり、そこを回遊したりすることができれば、まちなかをもっと皆が歩けるような場所になると思う。日中に、主婦層、若いお母さんが回遊することにもつながっていく。

委員

かなりの交付金を受け取っている。イベントを毎回されているが、イベントそのものの実績や、なんらかの検討がされたのか。さらには、コストの削減などをされたのか。交付金があるので毎年同じ事業をするというのは、問題がある。

中心市街地におけるまちづくり会社は、街に何らかの変化をきたしていく役割も考えられるが、中心市街地のイベントと他の物との相乗効果をどのように考えているのか。

ママトコも今話題性があるが、かなり面積が狭いので、どこかにこれに代替するようなもの、連動させて動かしていくものが必要だろう。そうでないと、せっかく話題性をとったものが継続していかない。何か計画やご対応があれば伺いたい。

まちづくり

まちなか宣伝会議で、5月末にジャズスクエアを開催した。名鉄のウォーキング事業と関連させてペDESTリアンデッキを使いながら行い、隣接する商業ビルも含めて売上、集客につながった。次年度は、西だけでなく、東の方も考えていきたい。

いつまでも交付金に頼っていくわけにはいかない。7月のデッキパブでは出店料を頂戴して開催する予定。

毎年、同じような事業は問題であるという指摘については、私どもとしては、できるだけ事業を継続させることで、来街者を増やしたいという思いがある。

ママトコのコンセプトはお母さんと子ども。コミュニティを創出するということ。リノベーションで、若い人たちに支持される街づくりと、STREET&PARK MARKETで人材を発掘して育成していくことも連動させながら事業を展開していく。

(2)テナントミックスビジョンについて

豊田まちづくり株式会社から資料の説明

【主な質疑応答】

委員

外の大きなお店に行ってみたくなくなるのも本心だが、豊田市にはこのお店があるから、ここで買わなくてもいいよね。と思えるようになると良い。例えば、T-FACEで買い物すればポイントが付くなど。また、交通機関については、駐車場を整備して買い物しやすいようになると良い。

委員

駅からスタジアムまでの間は通っているだけで、周りのお店に入ろうという気持ちが全く起こってこない。豊田の町って楽しくない、買い物したいと思えるような所が無いという事をよく話し合う。それを解決するためには、それぞれの店舗の特徴を出すことが必要。匂いや色などが今は全くないが、例えばコーヒーの匂いがしてくるとか、パンの美味しそうな匂いがしてくると、ちょっと寄ってみたいなど買い物する者は思う。どういう風に歩いていても楽しくなるような工夫をし、スタジアムに来る方、イベントに来る方をお店に引き込むことが出来ればより良い。

委員

山間地に住んでいる方は、車でないとまちなかに行けない。松坂屋で買い物した後、荷物が重く、駐車場まで持っていくのも大変。豊田市駅周辺のお店が選ばれるにはどうしたらいいのか、というのが課題。

本当に皆さんはこの町の中で買い物し、生活して、住みやすい町だと思っているのか。T-FACE もメグリアも皆で話し合い、同じ方向で進めていけるのか。

まちづくり

この形を今からきちんと表現していかないと、3年、5年先には、松坂屋もギャザもきっと無くなってしまう。みなさんの期待以上のものを提供し、中心市街地に来ようと思えるようにしないといけない。松坂屋は3年、5年先のプランを持っており、よりコンパクトな百貨店にしつつ、もっと魅力ある大型店を入れながら、百数十億迄に行くぞとモチベーションを高めている。ギャザも、今の状況を何とか改善したいという思いがある。これの実現に向かって、どう実現していくかを考えている。

委員

全体の施設を回流させようと思うのなら、どこに吸引力のあるお店を置くかという視点が要ということと、ターゲットは誰なのかということ。長期的にこの町の活性化ということを考えて時に、どういう人を集めるかによってお店の作り方も変わってくるので、若い方をターゲットにするならば、個店の品揃え。中長期的にシニア層も取り込んでいくなれば、品揃えはなくても、物が買いやすいお店があると良い。そこをコンセプトにするような地図を作っていくとか、時間軸とともにどう作り込むかということを考えられた方が良い。

まちづくり

回遊策についてですが、機能として、シネコンが再開発場所に入る。ギャザにも、今まで無かった家電などの大型店を受け入れていくプランがある。東西の回遊性を高めるように、今までにない店舗をどう配置するかを考えている。参合館のようところは、大型店や吸引力のある店を入れにくい状況だが、今後について、参合館からは前向きな話を頂いている。

ターゲットについては、今後の展開で、高齢者のカバー部分がかなり増えていく。高齢者層の北街区だけをやるのではなく、全体のバリアフリー化も考えている。品揃えはなくても、物が買いやすいお店というのも考えていく。

委員

外部環境もすごい勢いで変わるので、もたもたしていると全然効果のない施策になってしまう。大変だとは思いますが、うまくリードしていただきたい。

委員

テナントミックスの危機意識が強いことと、付加価値を付けるというならば、当然テナントミックスはどこかの主導する場所があって、そこがミックスをかけていく。その機能が無い限り評価はできない。それについては、今回どこにも触れられていないが、どうお考えになっているのか伺いたい。

また、ららぽーとはかなり重大な要因ですが、この報告書の中にはららぽーとのSWOT分析がない。どのような分析の結果、このようにしていくのかが不明。

更に今の大型店がSNSや、Eビジネスや、タブレットで補うことで、テナントミックスを補う形が提案されている。食品スーパーでその店舗に無いものについては、その店から指定配送されるなり、その店に届くなりである。そういった将来的な案件に係る事については、どう考えられているのか伺いたい。

まちづくり

これを進めるにあたっての組織について、中活の下にプロジェクトチームを作っている。その中に、駅東開発や南開発など各商業施設が入っている。そこで議論をしていきたい。その中で、市にも情報提供しながら、やり方について我々がリードしていく。

委員

管理能力については、まだ検討の余地があるということか。

まちづくり

その通り。

まちづくり

ららぽーとが、東京ベイ1号店からどういう変遷を経て、今何を考え、これからどういう方向に行くのかは、随時リアルタイムで、コンサルが調べている。そこをしっかりと押さえての分析。彼らがこうするなら、僕らはどうしたらいいか、そういう見方で作ってきた。EビジネスやIT系の話はここでは載せきれなかったのも、また今後詰めていく。

委員

真っ向勝負をしてほしいというのではなくて、どの部分が強くて、どの部分が弱いのかについてお伺いした。また次の機会に教えて頂きたい。

まちづくり

最後に、私どもの会社は、公金に掛かる事業の他にもその事業ビル管理から、様々な事業がある。皆様からの意見で今からどうなっていくのかが違ってくるので、ビルの中など色々な箇所を皆様に見ていただき、違う角度でご指摘・ご意見をいただきたい。

(3) 商業基礎調査委託について

事務局より資料の説明

【主な質疑応答】

委員

どこの地域に住んでいる人はどういう場所で買い物しているだろうというイメージは持っているはずなので、今回のアンケートで出て来た結果と重ね合わせていただきたい。そこで、異常値が出てきたのか、その通りになったのかを8月の時に報告していただきたい。

事務局

上郷地域の方は岡崎だとか南部が多いという感覚がある。そこもアンケートで結果がでてくると思う。