

## 平成28年度 第4回豊田市商業振興委員会会議録

【日 時】 平成29年2月13日月曜日 午後2時 ～午後5時

【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]  
松永 郁也 [豊田商工会議所 常議員]  
澤田 恵美子 [元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]  
河原 郁子 [とよた下町おかみさん会 平成24年度会長]  
大橋 宏 [豊田信用金庫 部長 中小企業診断士]  
浅井 良隆 [コンサルティングオフィス アット・ドリーム]

〈事務局〉

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課長]  
疋田 一男 [豊田市産業部商業観光課副主幹]  
鈴木 啓介 [豊田市産業部商業観光課担当長]  
成瀬 愛 [豊田市産業部商業観光課主事]

【傍聴者】 なし

【次 第】

開 会

- 1 副部長あいさつ
- 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 議事
  - (1) 第V期商業活性化推進3カ年計画について
  - (2) 商店街活性化計画について
    - ア 一番街商店街
    - イ 藤岡商工会
    - ウ 下山商工会
- 5 報告事項
  - 次期商業振興委員会 委員選任について

## 【会議録（要約）】

- 1 副部長あいさつ  
産業部寺澤副部長よりあいさつ
- 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  
尾碕委員長よりあいさつ
- 4 議事  
(1) 第Ⅴ期商業活性化推進 3 力年計画について  
豊田まちづくり(株)から資料について説明

## 【主な質疑応答】

### 委員

利用者のアンケートをとると、駐車場が不足しているという回答が多いのでは。官民の役割分担もあると思うが、対応はどうされているか。

### まちづくり

駐車場は、参合館駐車場、コモパーキングの利用率が多い。利用者は駐車場の空きがあるか知りたいと思うので、うまく回転させていくことが必要では。ショッピングモールでは、遠い駐車場を案内されることもある。試験的に駐車場を限定して、4時間まで無料というサービスを行うとそちらの駐車場に回る人もいる。

### 委員

ある程度の駐車可能台数があるにも関わらず、駐車場が足りないという印象を持たれている。現状の対策は、利用者の要望に対してのアンサーにはなっていないのでは。外部の人が来訪するラグビーワールドカップ等に向けて、ますます課題となっていくように思う。駐車場利用時の左折イン左折アウトのルール化など利便性の向上策を考えていけるとよい。

### 事務局

駐車場整備から20～30年経っている。機器の更新時期も来ている。縁辺部駐車場の利用率を高めようとしている。フリーパーキング制度を見直して、映画やコンサート等のエンターテイメントでの利用者は縁辺部駐車場での無料時間を延長できないか検討している。また、縁辺部の若宮駐車場では、女性を意識した広めの駐車区画としている。

駐車場の外での案内は案内システム、駐車場内での案内は、まねき灯での誘導を検討している。

委員

駐車場への対応として、答えが見えて来ているものをどうやっていくか。イオン長久手では、シャトルバスをやっている。やらないといけないことは見えている。優先順位をつけてやってほしい。

委員

空いている近い駐車場の案内をアプリで提供していくなど、新しい手法を検討できるとよいのでは。近い駐車場に利用者は停めたいと思う。

委員

豊田市の外から来る人は駐車場やイベントの状況が分からない。友人が名古屋から来るとどこに何があるのか分からないと聞く。駐車場の情報に加えてイベントなどの情報が欲しいという意見がある。

まちづくり

サッカー、コンサートに来る人はインターネットを見ている人が多い。イベント時には、目的の施設に近い駐車場から埋まっていく。

委員

「商業の活性化」と「来街促進と魅力の発信」で回遊性向上事業の2つの違いは？「来街促進と魅力の発信」の回遊性向上事業費60万円はどういった費用か。

まちづくり

まちなかサポーター店として、豊田市のまちなかをあまり知らない人たちに情報を流していく。映画の半券を持っていくとサービスを受けられる仕組みを行っていく。

委員

KiTARAのシネマコンプレックスとの連動だけではなく、他の施設との特典があってもよいのでは。

まちづくり

美術館での企画展来場者向けにも同様のサービスを行っている。まちの方々がKiTARAを使おうという意味での呼び水と考えている。

ショッピングガイドは、大型商業施設における回遊性向上を目指した事業で、T-FACE、松坂屋、GAZA、コモ・スクエア等の連携という位置付けがある。

委員

資料にある「現状の課題と要因」の中に「にぎわい」という表現がある。辞書では、「にぎわい」に「繁盛する」という意味もある。

「繁盛する」となると、各個店の努力となり、実現が難しい部分があるように

思う。豊田で買い物したけど、気に入ったお店や商品が無かったという話もある。売上につながらないとお金を使っている割に効果がもう少しという話にもなる。

#### まちづくり

STREET&PARK MARKET の出店者のうち、豊田市外の方が半分ほどいる。市外からの出店者はセンスがある。豊田市内の出店者は、いい影響を受けているのでは。ただ、STREET&PARK MARKET の効果が地元の小さい商店までは波及できてない。

#### 委員

来街促進関係予算が多くなっている。前期計画の3カ年を振り返る中で、まちの魅力をPRしていくために予算が多くなっているのか。商業の活性化を手厚くしたらどうか。

#### まちづくり

T-FACE では、広告費を予算化するなど、商業の活性化関係では別にPRしている部分がある。また、T-FACE 単体だけでなく、共同販促としてまちなかの商業施設共同で福袋をPRした。来街促進関係の回遊性向上事業は、まちなかのことを紹介する事業を含めている。

#### 委員

まちなかで店舗を営業しているが、20年以上経過しており、老朽化している。快適性が課題。昔風で、あまりきれいではないという印象がある。GAZAを含めて、豊田まちづくり(株)が主導でアドバイスしていただくとありがたい。また、ハード面だけでなく、中身でも身近で魅力あるものになるとよい。

#### まちづくり

刈谷ハイウェイオアシスは、トイレだけで集客がある。平成27年度にT-FACE A館2階のトイレを改修して、利用者に好評である。再開発の大型商業施設でのトイレ整備には豊田市の補助制度がある。GAZAビルは固有の課題があり進んでいないと聞く。まち全体として、環境良くしていこうという方向ではある。

#### 委員

豊田市駅の西側だけでなく、東側を含め全体がレベルアップするとよい。

#### 委員

桜城址公園のSTREET&PARK MARKETの今後はどういった予定か。やめてしまうのか。

#### まちづくり

桜城址公園だけでなく、他の場所でも展開していく予定でいる。

#### 委員

冬の桜城址公園は寒いので、参合館のアトリウムもよいのではと思った。STREET&PARK MARKET に出店していた30代の人がお店を始めたと聞く。芽があるのではないか。

個店の設備がよくなるのは、自力しかないが、KITARA オープンでまちなか全体が上向きになればよい。

#### 委員

スクラムフェスタが現在、開催されているが、何の目的でやっているのかが分からない。

チラシの印刷費にお金を使っている。どんなに頑張っても人が来ないと売れない。学校給食がある日は人が来たが今日は何もやっていないため、来場者が少ない。豊田信用金庫の職員向けにチラシを配布させてもらったが、スクラムフェスタの開催は午前10時から午後4時までで、働いている人は行けない。イベントを開催する場合、お客さんに来てもらえるように工夫をお願いしたい。

また、まちなか宣伝会議の主催イベントでの出店者にも周知をお願いしたい。トヨタロックフェスティバル、STREET&PARK MARKET への出店の仕方が分からない。分かる人と分からない人がいるのは良くない。

#### 事務局

昨年からは豊田のいいところを知ってもらうことを目的にスクラムフェスタを開催している。

飲食ブースの出店や豊田のいいところをかるたにした「とよかるた」のPR等を行っている。周辺商業施設の活性化にもつながればという思いもある。いただいた御意見は、次回開催時に生かさせていただきたい。

#### 委員

情報が伝わってこない。外で活動していれば情報が入ってくるが、一般の市民には伝わってこない。

#### 委員

中心市街地活性化協議会が、まちなかでパブリカをやっていたが存在を知らない人も多かった。

試験的にやっていることもあるが、情報発信の方法があまり改善されていない。PR方法を研究する必要があるのでは。

#### まちづくり

トヨタロックフェスティバルは、他のイベントとは違う媒体で周知が図られていく。誰にどう発信していくのが難しい。

## 事務局

情報発信の方法としては、広報とよた、インターネット、ケーブルテレビなどがある。新聞は特に目に付くように思う。行政は得意ではない部分があるので、民間の皆さまの力を借りたい。

## (2) 商店街活性化計画について

### ア 一番街商店街

一番街商店街から資料について説明

## 【主な質疑応答】

### 委員

年末大売り出し目標達成状況の回収率 2%以上、3%以上、4%以上、5%以上とあるが、目標の評価値 100%を目指す、との違いは。

### 一番街商店街

現状が 85%から 90%の回収なのでそれに対してということ。

### 委員

商店街等の抱える問題点と地域住民ニーズの両方が密接に関係した形で行動計画、事業計画が書かれていない感じがした。

### 一番街商店街

地域住民のニーズについては、あまり考慮していない。

### 委員

貸店舗化事業について、現在は空き店舗ゼロとなっているが、4年後に3店舗の新規となっているのは、4年間に店を辞める方が3店舗は想定されるという意味か。

### 一番街商店街

もし店舗を辞めるという決断をする時が来たら、誰かに貸してほしい、という意味。よって、この目標を掲げることには抵抗感があった。

過去にお茶会を開催したことにより、実際に1店舗開店して3年ぐらい経つが、うまくいって、それが開店したときにどういう風にやったのかと質問を受けた。それから3、4年経ち、そのときのことを忘れてしまうので、そういう教育、機会があるということが必要であると思っている。

### 委員

ふれあいフェスタで、最低でも目標の400人のイベント参加とあるが、今までどのくらいの参加者がいるのか。また、どのように測定するのか。

#### 一番街商店街

自分自身がダンボール迷路を実施しているが、靴を脱いで中に入ってもらうため、約1時間毎にその靴の数をカウントしている。

#### 委員

1年目の目標達成状況が350人とあるが、今はそれより少ないということか。

#### 一番街商店街

天気がいい時であれば達成できているはずだ。段ボール迷路では毎回サインを替え、同じものを二度作らないというポリシーで行っているため、それ目当てでこのイベントに来る人もいると聞いている。子どもが入って、長い時間遊ぶので、周りに喫茶店でもあれば良い、と思っているが、商店街には無いため、外部の業者と組んででも商店街の認知に繋がればと考えている。

#### 委員

商店街そのものの構成全体がどの層になっていくか、街中の事を考えていくというものの、それに対してどういう手を打つのか。もう一つはイオン豊田店の開店が飲食業以外のお店にはプラスになるのか、競合が増えてマイナスの影響を受けるのか。これらを商店街全体として、どう考えていくのか。

#### 一番街商店街

業種の偏りは、時代の流れなので止める気はないが、10年後にはまた違う業種が出るだろうと思っている。かつて一斉に携帯電話ショップが増えたことがあるが、携帯電話が普及したら一斉にそれが無くなったように、貸店舗ではそういったことが起きていくことで新陳代謝が一番だと考えている。物販店舗の人がイベントを起こしても、その利益を享受するのが飲食店であったりする。飲食店同士が連携して、自発的に行える環境が望ましい。

KiARAとイオンのオープンについては大きな問題である。かつてイオンが優勢だったときに商店街周辺は週末大渋滞だった。あれはマイナスだと思っており、今年11月からは同じ状況になると。ただし商店街の将来を考えれば、あの2店の開店は出店者が増える要因になるので、オーナー側として高い賃料で貸せるようになると思っている。他力本願な考えではあるがそう思っている。

#### 委員

イベントは商店街活性化という意味で一定の効果があるが、最後は個店が力を付けていくところだと思うので、勉強会などそういうことは考えないのか。

#### 一番街商店街

店主ではなくて、アルバイトの子に対して勉強させたいという声がある。しかし、その場合勉強会に行った時間の時給を払わなければならなくなるが、それが

なかなか難しい。アルバイトの質が上がれば、その店舗の質が上がったと考えられる。こちらでやれる個店の活性化はそういう事ではないか、と思っている。

#### 委員

どこでも同じような事は起きているが、自分の地域は廃業したら終わり、誰も借りたと言って来る様な人はいないので、この商店街は借りたと思える地域でうらやましいなと思う。

#### 一番街商店街

将来、昭和町線がふさがり、豊田市駅西の国道もバスのみ通れる道路になると、駅前の南北の道路が一番街商店街前しかないという状況になる。そうなれば、ここに出店してくる可能性が高くなるため、現在のビル所有者はそのビルを大事にして、オーナーになるというのが一番で、安易に住宅化しないで欲しい。すぐに活性化しなくてはならないという意識は持っていない。

#### 委員

最寄品の様なものを軒先にでも置くと近隣の方も助かるのではないかなと思うので、業種の違う所でも、近隣の方のために何かためになることをやれば。

#### 一番街商店街

KiTARA やコモスクエアにマンションがあり、老人ホームができる予定で、宅急便業者に聞くと、軽い荷物ばかりをマンションに運んでいると。さらに、コモスクエアにおいては12階以上の在宅率が極めて高く、真昼間でもいる。その人達をいかに外に出すかが、次のテーマである。来年の「ふれあいフェスタ」からはその人達が外に出られることをメインテーマにして、やれればと考えている。

#### 委員

店舗をやるのに立地のいい場所なので、すごくありがたく思っている。

#### 委員

桜城址公園にも時々行くが、そこに集まる大勢の人たちは駐車場に停めて会場に来てそのまま帰って行くという光景が見られる。それらの人達が店舗に入れる場所がないと思う。KiTARA やイオンがオープンするといいい条件になるとのことだが、桜城址公園に来る人をどう引き込むかが重要。

#### 一番街商店街

桜城址公園のイベントはもう飽和しているので、豊田信用金庫本店の南側の駐車場を使っているが、そのまま南側に行かれると困るので、本来は商店街の加盟店で呉服屋等シャッターが下りているところの前を貸してくれないかということを考えている。そこに人が立って歩道にワゴンやゴンドラが置ければ、人の流れは変わっていくと思う。



商店街の中でイベント客に合わせた商売は、出店者もお客さんもどんどん変わるので飲食店以外はすぐには難しい。また、イベント出店者が商売になるとわかれば、商店街に出店したいという側になってくるので、そうなればと思っている。

北の方にもイベントが延びてくれば、夜しか商売をやっていない場所ではその軒先を借りることもできると思う。

#### 事務局

STREET & PARK MARKET で、今はパークしかやっていないので、ストリートで展開するような次の仕掛けが必要。

#### 委員

お客さんは駐車場の方へ帰ってしまっている。

#### 一番街商店街

元城駐車場の横でやるならば、商店街として全然よくない。

#### 事務局

豊田市駅方面から一番街商店街の方へ連続していかにつなげていくか、STREET & PARK MARKET を維持していきたい。

KITARA オープン時に駅前通りで歩行者優先の実験を行う。駅前からスタジアムへの導線を作って、そこから南下できるようになると面的に段々広がっていく。

#### イ 藤岡商工会

藤岡商工会から資料について説明

#### 【主な質疑応答】

#### 委員

藤岡にもオカリナカード会があったが、今も継続して実施しているのか。

#### 藤岡商工会

現在も継続している。お年寄りの利用が多く、ポイントをためている人も多い。満点カードがあれば、旅行研修等に行ける特典がある。

#### 委員

事業計画の評価指標のうち、「事業者の事業計画書策定支援件数」と「ホームページ閲覧のアクセス件数」の具体的な数字を設定した方がよい。

#### 委員

事業計画書の策定支援事業について、事業者の計画策定のイメージはどのようなか。

**藤岡商工会**

藤岡地区商業者の構想上の経営理念等をもとに、計画を策定し、販路拡大に向けた課題解決をしていく。

**ウ 下山商工会**

下山商工会から資料について説明

**【主な質疑応答】**

**委員**

大沼発展会の会員、年間売上は。想定されている商圏の人口、世帯数は。

**大沼発展会**

大沼地区で約300世帯、下山地区全体で約1000世帯。

**下山商工会**

SSカード会加盟店舗の売上実績は平成27年度で95.2万円。個店の売上はつかんでいない。

**委員**

規模は小さくやっているのか。軸となる店舗はあるのか。

**大沼発展会**

小さい事業主の集まり。

**委員**

廃業はどんな状況か。

**大沼発展会**

カード会加盟店のうち、何店舗かは減っている10年前と現在を比べると10年前は人口が多く、若い世代の方が多かった。

**事務局**

近隣の大型店としては、近くにJAのAコープがある。

**委員**

こぼっちウォーク事業は、あくまで商店街や地域を知ってもらい、新規客の獲得につなげるものでは。こぼっちウォーク3年間の参加者数は記載があるが、ウォーク事業参加者の商店街へのリピーター実績数はつかんでいるか。

#### 下山商工会

商店街へのリピーターはつかめていない。こぼっちウォークの参加者は新規とリピーターで約半々である。

#### 委員

店舗の買い物にはつながっているのか。

#### 大沼発展会

直接的につながったのは少ないため、買い物につなげるのが課題。こぼっちウォーク参加者にクーポンを配布したこともあるが、結果が良くなかった。おみやげの販売は会場に準備している。

#### 委員

国はイベントで人が来るのは当たり前という考え方をしている。ただ、イベントだと単発的となる。いかに店舗に来てもらえるかを考えてもらえるとういのは。

#### 委員

こぼっちウォーク参加者数の目標を200人とされているが、お店が潤うためにも売上が増えるとよい。そのためには、新規の顧客や地域住民の来街につなげないと盛り上がらない。地元の人たちも参加してもらえる工夫があるとよいのでは。

#### 委員

地域外の人を呼ぼうとしても難しいように思う。

地域住民の生活を考え、コミュニティ対応に力を入れたらどうか。

豊田や岡崎の人が、こぼっちウォークに参加するのか少し疑問がある。もっと広域に発信したらどうか。また、発信方法を工夫したらどうか。

#### 委員

大沼地区に行ってみたいとは思う。大沼ならではというのがないと面白い。大沼地区出身者が一堂に集まる機会があって、その時に大沼のよいところが全部味わえるようになると人が集まるのでは。旭地区では200人程度の出身者が集まる同窓会のようなものがある。

#### 委員

大沼地区とは下山の中心か。

お客様は地元の方が多いか。

#### 大沼発展会

下山では一番の中心部。かつては、人口も多かった。

もともとは、地元の人のお買い物で利用していただいた地域。

#### 下山商工会

人口が減ってきた中で、地域外からもお客様を呼びたい状況となっている。

#### 委員

一番は将来像では。地域住民と観光客のうち、どちらをターゲットとするかという視点がある。下山の有名なものとして、五平餅がある。また、下山に史跡があるのをみなさん知らない。下山に行った友人に聞くと、五平餅がおいしかったと言っている。近くに米粉のおいしいパン屋さんもあると思う。三河湖に行く人も多いので、三河湖に行く人に大沼に寄ってもらえるようになるとうい。

目指す将来像を膨らまして、少しでも知ってもらってやっていくのが大事ではないか。

## 5 報告案件

次期商業振興委員会 委員選任について  
事務局から資料について説明