

平成29年度 第5回豊田市商業振興委員会会議録

【日 時】 平成30年1月15日 曜日 午後2時00分 ～ 午後4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 客員教授 博士]
松永 郁也 [豊田商工会議所 常議員]
大橋 宏 [豊田信用金庫 部長 中小企業診断士]
河原 郁子 [とよた下まちおかみさん会 平成24年度会長]
杉田 雅子 [株式会社 杉田組 ブルーベリー事業部取締役]
杉山 裕貴 [市民公募]
新田 都子 [高岡地域消費者グループ代表]
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]

〈事務局〉

早川 正文 [豊田市産業部商工振興室長]
清水 章 [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]
長嶋 友也 [豊田市産業部商業観光課主査]

【傍聴者】 なし

【次 第】

開 会

- 1 産業部商工振興室長あいさつ
- 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
- 5 その他

【会議録（要約）】

- 1 産業部商工振興室長あいさつ
- 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) 稲武商工会活性化計画について
事務局から資料に基づき説明を行い、委員から意見を聴取した。

【主な質疑応答】

委員

絞ったエリアでポイントカード事業を実施しているところで、成功している事例は少ない。今のままでは、店舗数を増やすのは厳しい。

委員

「カード会員数が少ない」、「魅力ある品揃えが困難で、商店の魅力が薄れている」といった課題があるなら、この課題に対する計画上の対策として、具体的にどう手を打つか考えるべき。せっかく課題・問題点を整理しているのであれば、課題に対しピンポイントに結びつく対策が必要である。

ギフト受注事業は、稲武の物を広めていくには良い販売ツールだと思われるが、商品開発等を行うのか。

稲武商工会

今の時点では、稲武にあるものしか浮かんでこない。

道の駅で特産品の販売に取り組んでいるが、御菓子や漬物に偏っているため、地元だけでは足りないものを広域の物でカバーする考えである。

また、稲武に訪れてもらうために、「中馬街道物語」という読み物を毎月入れ、加えて、どんぐりの湯の優待券を入れることも考えている。

委員

アイデアとして面白いが、できれば事業の立上げ時に、商品開発の部分に予算を充てながら商品開発を個店に促していく方向にすれば、課題と問題点が繋がっていくのではないか。

委員

アンケート結果にある「時々行くだけの人には、態度が冷たいと感じる。」といった印象は、売る側は実感しているのか。

稲武商工会

売る側は実感していると思われる。

委員

消費者側は、良いサービスを受けるのが当たり前と思っているため、接客サービスだけで買い手の気を引くのは難しく、ポイントサービスだけでは魅力を感じない。そのため、ポイントと連動したものがあると良い。

未加盟の店は、ポイントサービスの制度が良くなれば参加する意欲はあるのか。

稲武商工会

ポイントサービスへの参加意欲はあると思われるが、既存加盟店が未加盟の同業店に加盟されるのを嫌がる傾向があり、それが加盟促進の妨げになっている。

委員

ギフトの詰合せを作るときに共同することで、未加盟の店に加入してもらおうと良い。

稲武は宿泊できるところが多いか。

稲武商工会

4つ程度と多くはない。

委員

通行量の増加も目指しているのであれば、できるだけ滞在してもらう時間を増やすなどの取組も考える必要がある。

新商品開発をしてもなかなか売れないということもあり、「中馬街道物語」のストーリーを背景としてうまく伝えられると良いと思う。

インターネットに商品を載せただけではなかなか売れないので、「中馬街道物語」のストーリーを上手に絡めて情報発信していかなければいけない。

委員

旧街道沿いには距離的に店舗がもっとあるはずだが、空き家になっているのか。

稲武商工会

空き店舗になっているのではなく、空き店舗が住宅になってしまっている。そのため、大家が店舗として貸そうにもトイレが母屋にある等、店舗利用としては貸しにくいのが現状である。

委員

閉まっているところが多いか。

稲武商工会

シャッターを閉めて住んでいる。

委員

この先、リフォームをして住むということはないのか。

稲武商工会

住民の高齢化が進んでいるので、リフォームをすることはない。

空家バンクとタイアップしてまとめて借りてもらおうと良いと思っているが、現実には利用してもらえていない。

委員

稲武の商店街のターゲットは、どこの出身者なのか。

稲武商工会

稲武出身者と地元住民、豊田市内の事業所である。

委員

ギフト事業であれば店舗がなくても実施できるため、いかに宣伝をしていくかがポイントであることから、ネットで積極的に発信することが必要である。

委員

どの店が一番体力があるか。

稲武商工会

後継者として若い人がいる店は良いが、事業主が80代だけの店では、体力もそうだが会社の経営として今後が心配である。

委員

今のところ、ギフト商品として出すものは決まっていないということだが、新しい事業を実施できる体力がある店はあるのか。

稲武商工会

そういった店はある。ギフト商品に入れてほしいという店が沢山出てくることを期待している。

(2) 豊田市商業活性化プランについて

事務局から資料に基づき商業活性化プラン概要版及び本編（案）の説明を行い、委員から意見を聴取した。

【主な質疑応答】

委員

商店街地域経済団体との連携という部分で、例えば商工会議所とは、これからの連携をどう行っていくのか。

事務局

具体的な連携の方法については未定だが、商工会議所の経営指導員と一緒にあって、商店街の理事長と積極的に意見交換を実施する等、やれることから実施していく。

委員

商店街が上手に補助金を活用すれば、積極的に事業を実施できると思うが、そもそも商店街が事業をやるまでの体力が無くなってきており、どうしたらいいか悩んでいるところである。1人でも率先する人がいればいいが、そういった人が出てこない。

事務局

商店街組織に若い人を入れる仕組みづくりの必要性については、市としても強く感じているところである。

委員

「プランの目的」のところに「ラグビーワールドカップ 2019™及びオリンピック・パラリンピックの開催を意識し」という文言があるが、キャッシュレス化の推進を、行政として何か考えているか。今日の新聞でもキャッシュレス化で消費が上がるという記事が出ており、こういったものがプランに入ってきてても良いのではないか。

事務局

本プランの中で、キャッシュレス化に直接対応するものはない。

委員

今から対策を始めるのはなかなか難しいのか。

事務局

現在、市の職員がクレジットカードを扱っている店舗の調査をしており、現状把握中である。

委員

「施策の推進にあたって」の箇所では、役所の枠組みの中で、商業者に関する位置付けとそれに関連する商店街、地域経済団体及び市民などの役割を改めて位置付けたということだが、地域経済団体の文言に「等」が付いているのは、具体的にはどこが他の連携先としてあり得るのか。

事務局

豊田市商業連合協同組合が該当する。商店街組織がないエリアにも個店は存在しており、商店街エリア外にいる個店達が会員となれる組織である。

委員

個店や商店街の支援等々はあるが、例えば郵便局や金融機関など、もう少し関係者を広くできれば良い。

委員

そもそもだが、この商業活性化プランを読む対象というのは、商店街の方々なのか。

事務局

対象に限定はない。

委員

基本的には、本プランをホームページに掲載するのか。そうであれば、商業観光課の立ち位置的なものが書いてあると良いのではないか。

事務局

本プランで述べていることは、商業振興についての考え方であるため、商業観光課の立ち位置を書くことは予定していない。また、ホームページにはプランの概要版と本編を掲載する。

委員

「市民の買い支えの醸成」のところだが、市民が商店街で買い物をすることで、その商店街が活性化されるのなら、その商店街で商品を買うと思うが、本当にその商店街で買い物をすることによって、商店街の活性化に繋がると言えるのか。

委員

商業活性化の基本は、個人の小さい買い物の積み重ねによって売上を作っていくことが一つ大きな点ではないか。どう理想を描いても、売上がないことには進んでいかない。皆が買えるような仕組みであったり、個店の運営維持についての方針を示すのが本プランではないか。

委員

先の話にあったが、商業者は、目に見えないかもしれないが、売上が立てばその売上から地域に貢献しようと必ず思っている。小さな店舗で一個でも買っていただくと、それが必ず地域の役に立つのだと思う。

「市民の買い支えの醸成」のところだが、市民は少し割高であっても、地元の豊田市産のものを購入して買い支える等、豊田市を全体で支えるということ、もう少し意識を高く持たないといけない。

キャッシュレス化については、ここは世界のトヨタがあるまちなので、世界一のキャッシュレス化のまちになっても、全然おかしくないまちだと思う。

委員

大型店舗が入って来て小売吸引力指数が 1.0 を超えているまちは、自分の住んでいる近くに店が無く、バスや誰かの車に乗せてもらえないと買い物に行くことができない。しかし、豊田市は、自分の住んでいる近くに店がまだあると思われるそれを守るためには、商店街の中にコミュニケーションを取ることができる専門のアドバイザーが必要である。

市民の理解と協力のところは、大型店舗を呼んで来て小売吸引力指数が 1.0 を超えたら終わりというような政策をとるのではないというところを理解してもらう必要がある。

また、本プランには、新たに評価システムが入り、その評価に第三者が入るという点は非常に良い。

5 その他

事務局より、平成 30 年度の商業振興委員会年間スケジュール（案）等について説明し、閉会した。

以上