

永覚新町商店街振興組合

第3期商店街活性化計画

(平成26年度～平成28年度)

目 次

1. 永覚新町商店街の概要	1
2. 第2期商店街活性化計画事業の成果・課題	3
3. 現状の課題の分析（地域ニーズを踏まえ）	10
4. 第3期商店街活性化計画の基本方針と目標	12
5. 第3期商店街活性化計画の事業計画	13
6. 第3期商店街活性化計画の推進体制	17

平成26年2月

永覚新町商店街振興組合

1. 永覚新町商店街の概要

永覚新町商店街は、昭和45年頃よりトヨタ自動車社宅として永覚団地ができて以来お店が増え、また、近隣に住宅が増えてくるのと同時に、以後発展会として各種イベントや情報交換を重ね親睦を図ってきた。平成6年に、永覚新町商店街振興組合として活動を重ね現在に至っている。振興組合発足当時は、会員数は60軒余りあったが、前期計画の平成22年度には34軒、そして、現在36軒と若干増えたが発足時と比べると減少している。

夏まつりは地域に愛されており、多くの人出があり大盛況であるが、日常は人通りが少ない状況となっている。下記のマップに見られるように、通りに面してはいるが500メートル四方くらいに組合員の店舗が点在しており、郵便局のある商店街のメイン通りにおいても、次第に、商業集積が少なくなってきた状況である。

全国的にみられるように永覚新町商店街も厳しい状況ではあるが、長所として、理事会構成メンバーはじめ組合員間同士の絆が深く、団結力をもって取り組んでいるところが挙げられ、前年度から若手の育成にも力を入れている。特に、夏まつりにおいては、組合員の団結力に加え、地域住民や地域の企業などの団体も一緒になってまつり運営に関わっており、地域のコミュニティの担い手として永覚新町商店街が欠かせない存在である。



永覚新町商店街店舗・業種分類一覧

業 種		店舗数	店 名 屋 号
小 売 業	飲食料品小売業	2	松南園・ケーズデンキ永覚店、平岡製菓
	各種商品小売業	1	トヨタ生活協同組合
	自動車・自転車小売業	1	アオイ自販
	家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業	4	光音堂株式会社、宇野電機豊田店、有限会社パナステーション・ハマデン、ケーズデンキ永覚パワフル館
	その他の小売業	4	川合薬局、書の総合店永宝堂、エザキ株式会社セルフ永覚新町店、株式会社大塚商会
	小売業 小計	12	
卸 売 業 (※但し、右記の2店は、卸売業の割合が高いが、小売業も一部行っている)		2	有限会社タカトー、カプラーマーケティング
飲 食 店	一般飲食店	4	うなぎ処しぶし、だる磨きらら亭、喫茶葵、中華厨房紅豆 Hong-Dou
	遊興飲食店	3	てんてる亭、一番館 (スマートライフコンサルティング)、とりあえず五平大林店 (ITTO 個別指導学院)
	飲食店 小計	7	
サ ー ビ ス 業	洗濯・理容・美容・浴場業	3	美容院ばとら ANN、アレックスリパブリック (alex republic)、ホームドライ永覚店
	その他の生活関連サービス業	1	家族葬のファーマーユとよた
	サービス業 小計	4	
そ の 他		7	永覚 Kids クリニック、宇野獣医科病院、ホテル新永、豊田信用金庫、碧海信用金庫、豊田永覚郵便局、エルシティ
非 商 店		3	株式会社石川製作所、オカタ産業株式会社、大島造園土木株式会社豊田支店
運輸業・運送業		1	有限会社エクスプレス
合 計		36	

※業種の区分については、大枠として日本標準産業分類に従っている。

2. 第2期商店街活性化計画事業の成果・課題

下記に第2期商店街活性化計画事業（23年度～25年度）の成果をまとめている。

第2期商店街活性化計画の基本方針

1. 店主のこだわりの技などをお客さんに伝えることでファンづくりを行っていく。
2. 自店の商品を買うことで、どのような魅力があるのか伝えて積極的に売っていく。
3. 夏まつりなどを通して、自治区と協働することで地域力を高めていく。

第2期商店街活性化計画における4つの事業の実施状況（成果・課題）

	事業内容	実施状況（成果・課題）
事業計画 1	<p>《事業名》 夏まつりの充実</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 ○夏まつり事業への参画はじめ他の事業も通して、商店街振興組合の会員数を3～4店のUPを目指す。</p>	<p>《第2期商店街活性化計画の成果》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 組合員数が、平成22年度の34店から現在36店となり、2店舗増加した。内訳は、イエローハットのオーナーが亡くなり、その後、チェーン店本部直営の店になり1店退会し、一番館、とりあえず吾平、ホームドライ永覚店の3店が増えた。実質上組合員数は2店の増加であるが、新たな加盟店と3店が加わり、目標の3～4店のUPはほぼ達成できた。 ○ 夏まつりに絡めて、平成25年度に「知って得、お買い得商店街、得得商店街」を同時・連携開催して、個店との相乗効果を図った。組合員36店中21店が各お店のお買い得品などを掲げ、お店への来店につながった。 ○ 夏まつりを通して、組合員メンバーの連帯意識の向上につながった。組合員は36軒であるが、組合員の家族、従業員はじめ80名以上のスタッフが参加し、一緒に汗をかいた。 ○ さらに、夏まつりを通して、地域とのコミュニティを図っている。組合員以外の地域住民、地域にある企業の方々がボランティアで参加していただいて、その数は年々増えている。 ○ 具体的に、平成24年度には、商店街、自治区、厄年会からなる夏まつり実行委員会を立ち上げて、地域との連携・協働を図っている。 ○ 夏まつりは商店街主催で32年続いており、地域とのコミュニケーションや商店街を知って頂く事業として欠かせない催しで、地域にとって夏の風物詩になっている。今年度の夏まつりも露店の売上や撮影した写真の面あたりの人数から換算して約6,000人の集客がある。

	事業内容	実施状況（成果・課題）																												
事業計画 1	<p>《事業名》 夏まつりの充実</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 ○夏まつり事業への参画はじめ他の事業も通して、商店街振興組合の会員数を3～4店のUPを目指す。</p>	<p>《第3期商店街活性化計画に向けて・課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ これまでは、夏まつりを単独イベントとして行っていたが、今年度は初めて、夏まつりに絡めて、お店に誘導する取り組みの「知って得、お買い得商店街、得得商店街」を実施した。次年度以降も、さら夏まつりの約6,000人の集客を各お店への波及効果につながるような取り組みを積極的に推進していく。 ○ また、夏まつりの集客数そのものは減っていないが、客層は以前はお年寄りも多かったが、最近では、若い人や外国人が増えてきている。早急ではないが、客層や地域ニーズを踏まえた夏まつりの催しも考えていく。 																												
事業計画 2	<p>《事業名》 にぎやか市のリニューアル</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 にぎわい市事業の出店数60店以上にし、会場を2つにしてお店への回遊性を目指す。</p>	<p>《第2期商店街活性化計画の成果》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 下記の第2期計画期間中のにぎやか市の出店者状況を一覧にしている。 ○ にぎやか市のリニューアルとして、さらに近隣の人たちに気軽に来ていただけるように、第7回から生鮮市のファーマーズマーケットを実施した。 <table border="1"> <thead> <tr> <th>開催日時</th> <th>作家の出店者数</th> <th>商店街出店者数</th> <th>その他・飲食など</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第6回 (H23.10.2)</td> <td>23</td> <td>6</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>第7回 (H24.3.17)</td> <td>17</td> <td>6</td> <td>7+10</td> </tr> <tr> <td>第8回 (H24.9.16)</td> <td>31</td> <td>6</td> <td>7+10</td> </tr> <tr> <td>第9回 (H25.3.24)</td> <td>32</td> <td>5</td> <td>7+10</td> </tr> <tr> <td>第10回 (H25.9.29)</td> <td>36</td> <td>6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>第11回 (H26.3.1)</td> <td>27</td> <td>7</td> <td>7+10</td> </tr> </tbody> </table> <p>※第7回は雨天のため作家の出店者9店がキャンセルとなり、他の回より作家の出店者数が減っている。 ※第7回以降は、生鮮市のファーマーズマーケットを開催している。+10がファーマーズマーケットを示している。（テント5張りで10ブースの出店を意味する） 但し第10回は産業フェスタに出店のためファーマーズマーケットが休み ※第11回は、開催前で出店者予定数を示している。</p>	開催日時	作家の出店者数	商店街出店者数	その他・飲食など	第6回 (H23.10.2)	23	6	7	第7回 (H24.3.17)	17	6	7+10	第8回 (H24.9.16)	31	6	7+10	第9回 (H25.3.24)	32	5	7+10	第10回 (H25.9.29)	36	6	4	第11回 (H26.3.1)	27	7	7+10
開催日時	作家の出店者数	商店街出店者数	その他・飲食など																											
第6回 (H23.10.2)	23	6	7																											
第7回 (H24.3.17)	17	6	7+10																											
第8回 (H24.9.16)	31	6	7+10																											
第9回 (H25.3.24)	32	5	7+10																											
第10回 (H25.9.29)	36	6	4																											
第11回 (H26.3.1)	27	7	7+10																											

	事業内容	実施状況（成果・課題）
事業計画 2	<p>《事業名》 にぎやか市のリニューアル</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 にぎわい市事業の出店数60店以上にし、会場を2つにしてお店への回遊性を目指す。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 第7回からファーマーズマーケットを開催し、第7回は雨天開催で、第10回はファーマーズマーケットが参加できなかったため、第8回と第9回の総出店者数の平均をとると54店になる。目標の出店者数60店以上には届かなかったが、54店と目標に近いところまで達成することができた。 ○ もう一つの目標の会場を2つにしてお店への回遊性については、2つの目の会場として、候補として秋葉神社しかなく、現在の会場と秋葉神社では少し距離があり、さらに、会場間における店舗がまばらなことから回遊性を促しても効果が薄く、逆に会場を分散することで賑わいが失われ、魅力がなくなるなどの理由で会場の分散は断念した。 その代替案として、お店への回遊性を促すために第7回からお店のクーポン券を配布する取り組みを実施した。 毎回、お店に行くと割引など特典があるクーポン券を約1,000枚配布している。 第7回は14店のクーポン券参加店のうち、11店（78.6%）が効果があったと回答。 第8回は14店のクーポン券参加店のうち、10店（71.4%）が効果があったと回答。 第9回は14店のクーポン券参加店のうち、11店（78.6%）が効果があったと回答。 ○ また、第10回からはクーポン券に変えて、にぎやか市に連動して開催する流れで、永新ゼミとワンコイン商店街のちらしを会場で配布して、お店への相乗効果を図った。 <p>《第3期商店街活性化計画に向けて・課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ これまで10回開催してきて、夏まつりに次いで、地域の催しとして根付いてきている。生鮮市のファーマーズマーケットを開催することで地域の方の来場にもつながっている。にぎやか市も夏まつりと同様に、単独のイベントで終わることなく、お店への波及効果が出るように、様々な取り組みを試行していく。

	事業内容	実施状況（成果・課題）																												
事業計画 3	<p>《事業名》 永覚新町の商店街で学ぼう！ 街のふれあいゼミナール 永新ゼミ</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 参加店舗数 20 店を目指す。</p>	<p>《第 2 期商店街活性化計画の成果》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 第 2 期商店街活性化計画の新規事業として、商店街の所属している店主の方が先生になって、店主の持っている知識を伝授する取り組みの「永新ゼミ」を実施した。計画策定の前年度末に実証実験的に第 1 回目を開催し、下記の表の示してある平成 23 年度の第 2 回から本格的に実施した。 永新ゼミからは、お店で開催し、一度お店にお越し頂き、店主の人柄やお店を知ってもらうことを目的としている。 ○ 第 4 回の永新ゼミからは、永新ゼミと同じ目的のお店にお客さんを呼び込むワンコイン商店街（100 円商店街）の取り組みも合わせて実施した。 ○ 永新ゼミは、店主が 1 時間から 2 時間にわたる講座を開催し、その講座内容を準備する必要があるなどハードルが高いこともあり、永新ゼミの前段階の少し参加しやすいワンコイン商店街を実施した。 <table border="1" data-bbox="743 1205 1433 1933" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>開催日時</th> <th>参加店数</th> <th>受講者数</th> <th>ワンコイン参加店</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第 2 回 (H23.8.21～ 9.30)</td> <td>10</td> <td>58</td> <td style="text-align: center;">/</td> </tr> <tr> <td>第 3 回 (H24.3.5～28)</td> <td>10</td> <td>31</td> <td style="text-align: center;">/</td> </tr> <tr> <td>第 4 回 (H24.11.11～ 25)</td> <td>6</td> <td>35</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>第 5 回 (H25.2.24～ 3.27)</td> <td>6</td> <td>データ なし</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>第 6 回 (H5.10.5～ 11.3)</td> <td>8</td> <td>データ なし</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>第 7 回 (H26.3.5～25)</td> <td>7</td> <td>—</td> <td>13</td> </tr> </tbody> </table> <p>※第 7 回は、開催前で参加予定数を示している。</p>	開催日時	参加店数	受講者数	ワンコイン参加店	第 2 回 (H23.8.21～ 9.30)	10	58	/	第 3 回 (H24.3.5～28)	10	31	/	第 4 回 (H24.11.11～ 25)	6	35	14	第 5 回 (H25.2.24～ 3.27)	6	データ なし	10	第 6 回 (H5.10.5～ 11.3)	8	データ なし	12	第 7 回 (H26.3.5～25)	7	—	13
開催日時	参加店数	受講者数	ワンコイン参加店																											
第 2 回 (H23.8.21～ 9.30)	10	58	/																											
第 3 回 (H24.3.5～28)	10	31	/																											
第 4 回 (H24.11.11～ 25)	6	35	14																											
第 5 回 (H25.2.24～ 3.27)	6	データ なし	10																											
第 6 回 (H5.10.5～ 11.3)	8	データ なし	12																											
第 7 回 (H26.3.5～25)	7	—	13																											

	事業内容	実施状況（成果・課題）
事業計画3	<p>《事業名》 永覚新町の商店街で学ぼう！ 街のふれあいゼミナール 永新ゼミ</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 参加店舗数20店を目指す。</p>	<p>○ 永新ゼミの参加店の目標として20店を掲げた が、第2回から第6回までの参加店の平均が8 店にとどまっており、永新ゼミ単独では、目 標を達成することができなかった。 しかし、第4回目から永新ゼミより参加し やすい同じ目的のワンコイン商店街を実施す ることで、第4回の永新ゼミとワンコイン商 店街の参加店合計が20店、第5回が18店、 第6回が20店となった。</p> <p>○ 永新ゼミ単体での20店という目標が達成でき なかったが、永新ゼミとワンコイン商店街の 参加店合計では、ほぼ20店になり、達成する ことができた。</p> <p>《第3期商店街活性化計画に向けて・課題》</p> <p>○ 第2期商店街活性化計画期間中では、永新ゼ ミの参加店を大きく増やすことができなかつ た。まず、参加しやすいワンコイン商店街に 参加してもらって、さらにお客さんともっと 密にコミュニケーションを図ってみようと参 加店の感じてもらい、永新ゼミの参加につな げていくなどして参加店の向上を図ってい く。</p>
事業計画4	<p>《事業名》 長期的視点の勉強会プロジェ クト</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 商店街の再構築の方向性・計画 づくりを目指す。</p>	<p>《第2期商店街活性化計画の成果》</p> <p>○ 平成23年度：商店街・まちづくりゼミナ ール推進事業（愛商連）を実施 1回あたり2,3時間、5回にわたって勉強 会を開催した。（平成23年9月16日、10月 21日、11月11日、12月2日、平成24年1 月21日） 話し合いのテーマ：にぎやか市のリニュー アル、永新ゼミのリニューアル、商店街の担 い手となる「若手の育成」について議論した。 にぎやか市のリニューアルとして、生鮮 市・ファーマーズマーケットの導入を実施し た。永新ゼミは、にぎやか市との同時開催な ど相乗効果を図る取り組みを実施した。</p>

	事業内容	実施状況（成果・課題）
事業計画4	<p>《事業名》 長期的視点の勉強会プロジェクト</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 商店街の再構築の方向性・計画づくりを目指す。</p>	<p>○ 平成24年度：商店街・まちづくりゼミナール推進事業（愛商連）を実施 1回あたり2, 3時間、4回にわたって勉強会を開催した。（平成24年10月5日、11月23日、12月6日、平成25年1月18日） 話し合いのテーマ：若手経営者をうまく育てる方法、個店のやる気をうまく引き出す事業の研究について議論した。 若手経営者と役員との懇談会を実施した。 さらに、下記の個店の魅力アップ入門事業を実施した。</p> <p>○ 平成24年度：個店の魅力アップ入門事業（全国商店街支援センター事業）を実施 光音堂株式会社、ハマデン、だる磨きらら亭の3店が参加し、昼間の3時間で、公開臨店アドバイスをを行う。店内レイアウトや陳列など、アドバイスを受け、繁盛店づくりのポイントを体感し、意識改革につながった。（平成25年2月15日） また、商店街全体研修（参加15名）を実施し、繁盛店づくりのポイント実践と成果、先進事例はじめ環境変化・消費動向の変化などを学ぶことができた。（平成25年2月15日）</p> <p>○ 平成25年度 繁盛店づくり実践プログラム事業（全国商店街支援センター事業）を実施 前年からの継続店（光音堂株式会社、ハマデン、だる磨きらら亭）に加え、松南園、ホテル新永、書の総合店永宝堂が参加して計6店にて個店研修（4回）を実施した。（平成25年8月31日、9月13日、10月19日、11月23日） また、商店街の組合員全員を対象にした体験発表やPOP、キャッチコピーなどの講習会の全体研修（3回）を実施した。（平成25年8月30日16名参加、10月18日20名参加、平成26年2月7日13名参加）</p>

	事業内容	実施状況（成果・課題）
事業計画4	<p>《事業名》 長期的視点の勉強会プロジェクト</p> <p>《評価指標及び評価の方法》 商店街の再構築の方向性・計画づくりを目指す。</p>	<p>さらに、Facebook、YouTubeなどのツールを活用した店舗情報発信の立ち上げには、個店研修の6店に加え、うなぎ処しぶし、一番館が参加し、計8店が実施した。（平成26年2月7日）</p> <p>《第3期商店街活性化計画に向けて・課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 平成24年度、25年度と2年にわたって、個店の魅力アップ入門事業、繁盛店づくり実践プログラム事業を行ってきた。 一過性で終わることなく、継続して個店のアップを図っていく。 特に、若手経営者の育成とITによる商店街・個店の情報発信に関する事業に力を入れていく。
全事業を通しての総合的評価視点	<p>《評価指標及び評価の方法》 全事業を通して、全店舗（組合員の一店一店のお店）の5%売上UPを目指す。</p>	<p>《第2期商店街活性化計画の成果》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 平成25年度の年度初めの聞き取り調査では、その他の小売・飲食店の計22店の売上高は約7,000万円/月であった。 ○ 売上金額は把握できませんでしたが、前年比について、小売り・飲食業・サービス業22店のうち、伸びた店が12店、前年並み8店、前年割れ2店と半数以上は伸びたという回答であった。 <p>《第3期商店街活性化計画に向けて・課題》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 各個店の売上高を集約することや客数を集約することは難しい面もあるが、できるだけ客観的な指標で評価できるよう検討していく。 直接的に売上高を各個店に伺うのではなく、経済指標のような「前年より上向き」ちとか「前年より改善している」などの設問で評価軸を考えていく。

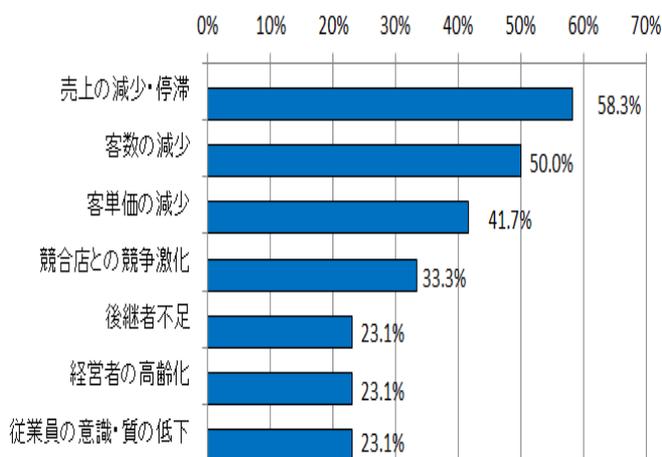
3. 現状の課題の分析（地域ニーズを踏まえ）

下記に、商店街組合員アンケート調査における課題および地域住民アンケート調査からみえてきた地域ニーズを踏まえた課題を分析している。さらにみえてきた課題を第3期商店街活性化計画に生かしていく。

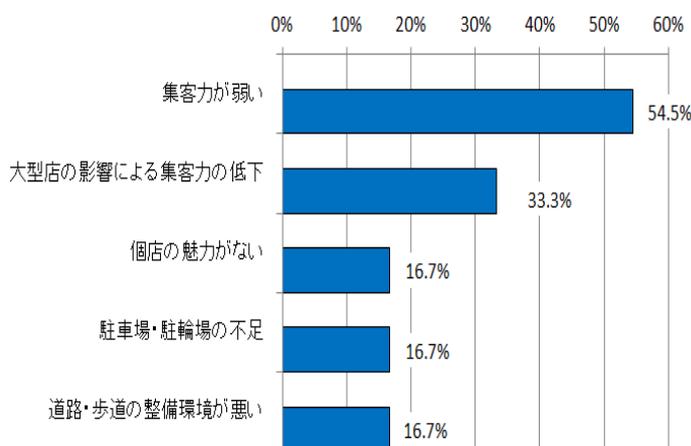
（1）商店街組合員アンケート調査（母数：24 組合員）からみえてきた課題

- お店の抱える問題として、「売上の減少・停滞」が最も高く、次いで、「客数の減少」「客単価の減少」「競合店との競争激化」となっている。
- 商店街の抱える問題として、「集客力が弱い」が最も高く、次いで「大型店の影響による集客力の低下」「個店の魅力がない」となっている。
- 商店街の果たす役割として「身近な購買機会の提供」が最も高く、次いで「地域活動への担い手」「まちの中心となる顔としての役割」となっている。
- 商店街として推進していくべきこととして「生活に密着した地域情報の提供」が最も高く、次いで「豊かな生活が送れる商品情報の提供」となっている。

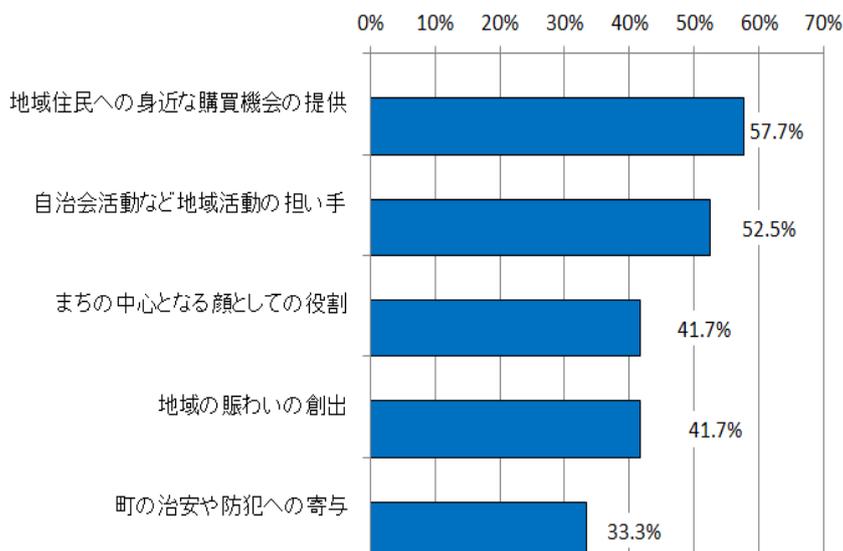
問 お店の抱える問題点



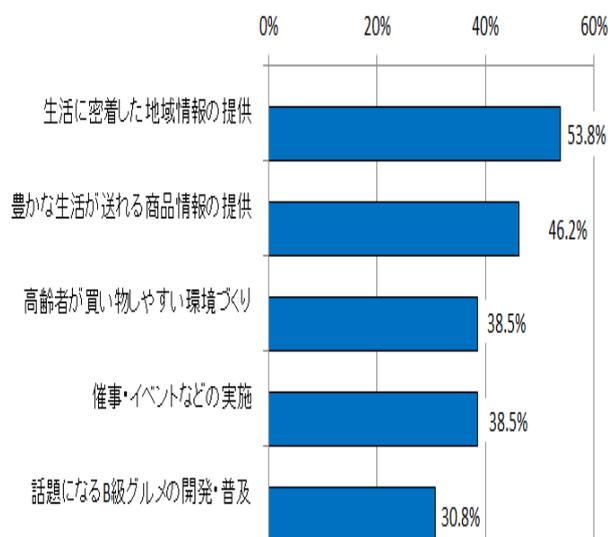
問 商店街が抱える問題点



問 商店街の果たす役割



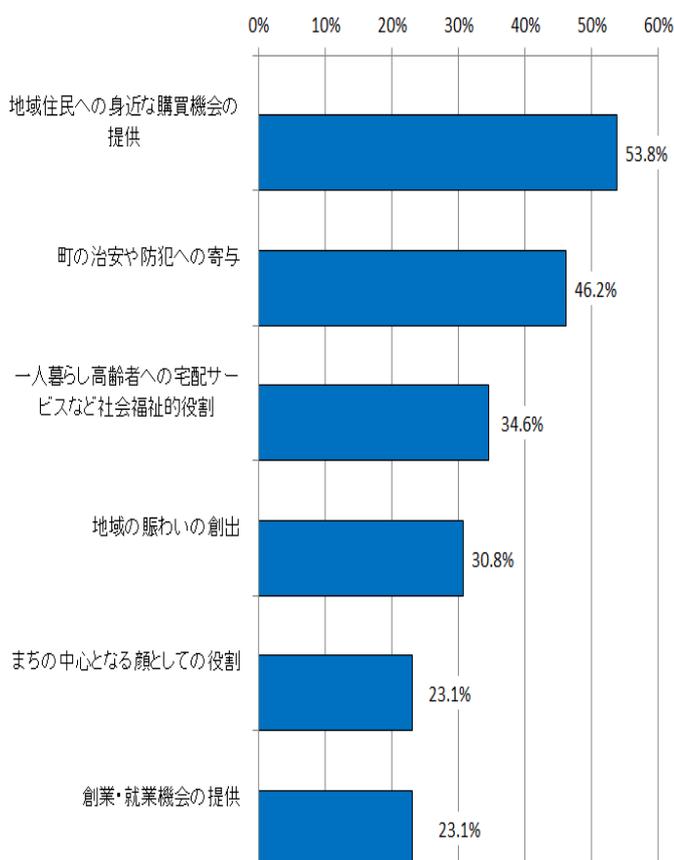
問 商店街として推進していくべきこと



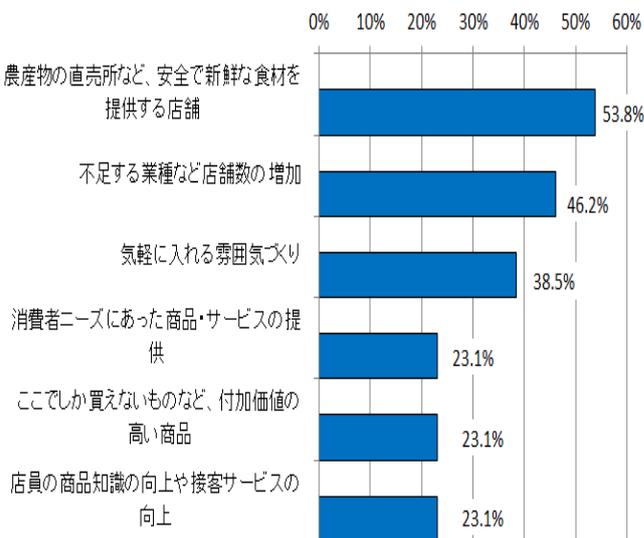
(2) 地域住民アンケート調査 (母数：44人) からみえてきた課題

- 普段、買い物される場所として、「トヨタ生協・メグリア永覚店」が最も高く、次いで、「トヨタ生協・メグリア本店」「永覚新町商店街」になっている。
- 商店街のお店に期待することとして、「農産物の直売所など、安全で新鮮な食材を提供する店舗」が最も高く、次いで、「不足する業種など店舗数の増加」「気軽にに入れる雰囲気づくり」となっている。
- まちづくりにおける商店街の役割として、「地域住民への身近な購買機会の提供」が最も高く、次いで、「町の治安や防犯への寄与」一人暮らし高齢者への宅配サービスなど社会福祉的役割」となっている。

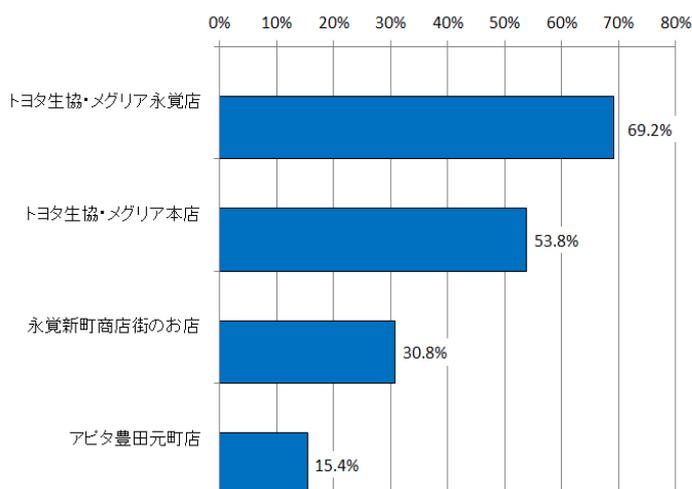
問 まちづくりにおける商店街に期待する役割



問 商店街に期待すること



問 普段、買い物される場所



(3) みえてきた課題を第3期商店街活性化計画に生かしていく視点

- 個店の課題として「売上の減少」「客数の減少」が挙がっており、商店街の課題として「集客力が弱い」が挙げられている。それに関しては、夏まつりなどこれまで単独イベントで完結してしまっている面があったが、イベントと連動させて個店にお客さんを呼び込む仕掛けづくりを行っていく。
- 地域住民から「身近な購買機会の提供」や「町の治安や防犯への寄与」が挙げられている。購買機会の提供については、商店街にどのようなお店があり、どのような商品を扱っているのか、必ずしも理解されていない面もあり、若手経営者を中心としたプロジェクトで情報発信に力を入れていく。また、治安や防災への寄与については、夏まつりなどを通して、より地域の人たちの顔の見える関係づくりを行っていくことで地域のコミュニティづくりに寄与していく。

4. 第3期商店街活性化計画の基本方針と目標

(1) 第3期商店街活性化計画の基本方針

《位置づけ》

第3期活性化計画は、第2期活性化計画の成果を継続し、さらに発展させる事業計画とする。

《基本方針》

1. 夏まつり、にぎやか市などこれまでは単独イベントとして行ってきたが、お店に誘導する取り組みと連動させて相乗効果を図っていく。
2. 若手経営者の育成、ITによる商店街・個店の情報発信に重点をおいていく。
3. 店主のこだわりの技などをお客さんに伝えることでファンづくりを行っていく。
4. 夏まつりなどを通して、組合員同士の絆づくりを高めるとともに、自治区と協働することで地域力も高めていく。

《キャッチフレーズ》

お客さまのところに寄り添って、安全に、安心して歩いて買い物ができる商店街！

(2) 基本目標（3年後の達成目標数値）

にぎわい市事業の出店数60店以上を目指す。さらに実演、体験など内容の充実を図る。

永新ゼミ+ワンコイン商店街で延べ参加店舗数25店以上を目指す。

特に夏まつり事業への参画を通して、商店街振興組合の会員数を3~4店のUPを目指す。

全事業を通して、全店舗（組合員の一店一店のお店）の3%売上UPを目指す。

商店街および個店の情報化に向けた基盤づくりを目指す。

5. 第3期商店街活性化計画の事業計画

下記の4つの事業を重点的に推進していく。

(1) 夏まつりの充実（26年度～28年度）

《事業の目的》

- 長年にわたって地域のお祭りとして開催してきた、地域の人たちにとってふるさとのまつり、夏の風物詩となっている。それだけに、地域のつながりの場、地域の一員の商店街としておもてなしの場として開催する。
- 企画運営を通して、組合員同士の絆づくり、組合員の新たな人材育成の場とする。また、非組合員へも広く参画を呼び掛けて、夏まつりを通して、一緒に汗をかくことで、組合員への加入につなげていく。
- 夏まつりに連動して「知って得、お買い得商店街、得得商店街」を開催し、夏まつりの約6,000人（町内人口3,000人）集客を個店への誘導につなげていく。お店の回遊して頂いて、売上、客数増につなげていく。



《ターゲット》

- 商店街エリアおよびその近隣の地域住民

《事業内容》

- 商店街の通りで露店、商店街のお店の紹介ブース、音楽演奏やパフォーマンスなどの夏まつり
- 夏まつりに連動して「知って得、お買い得商店街、得得商店街」の実施

《実施体制・役割分担》

- 商店街が中心となって企画・運営を行う。
- 夏まつりの運営において、自治区、地域の企業などと連携し協働で進める。

《成果目標》

- 夏まつり事業への参画はじめ他の事業も通して、商店街振興組合の会員数を3～4店のUPを目指す。（基本目標で記載）
- また、全事業を通して3%売上UPを目指す。（基本目標で記載）

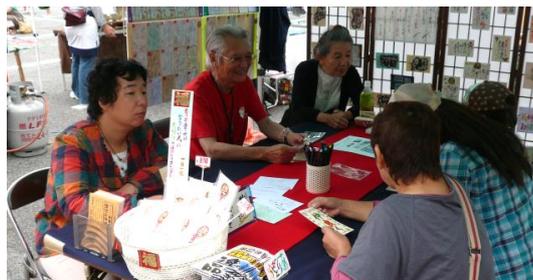
《事業プログラム・予算》

平成26年度	平成27年度	平成28年度
年1回開催 ● 8月	年1回開催 ● 8月	年1回開催 ● 8月
【予算：150万円／年】	【予算：145万円／年】	【予算：140万円／年】

(2) にぎやか市の充実（26年度～28年度）

《事業の目的》

- 作家を招き、自ら手づくりしたモノを販売し、“モノづくりの豊田らしい”生活に潤いをもたらす面白い提案をしていく。
- 手づくり品に加え、生鮮市のファーマーズマーケットや飲食を充実させ、地域住民のコミュニティの場とする。
- 上記の手づくり市との相乗効果を図り、組合員のお店の商品を積極的にPRし、販売につなげる。



《ターゲット》

- 商店街エリアの地域住民

《事業内容》

- 全国から作家の出店者を募り、クラフトやアート作品の展示・実演・販売を行う手づくり市を商店街内の広場（駐車場）で開催する。
- 組合員のお店が商店街内の広場（駐車場）でブースを出して、自店の商品を使うことで得られる魅力を伝えるスタイルのPRに重点をおき、販売をする。さらに、クーポン券の配布や他事業の永新ゼミ+ワンコイン商店街のPRを連動して行うなどお店にお客さんを呼び込む仕掛けづくりを行って回遊性を生み出す。
- 既存の“逸品開発商品”をPR・販売する。



《実施体制・役割分担》

- 商店街が中心となって企画・運営を行う。
- 当日は、作家の出店者と協力して行う。

《成果目標》

- にぎわい市事業の出店数60店以上を目指す。さらに、実演販売、ものづくりを体験できるなど内容の充実を図っていく。（基本目標で記載）
- また、全事業を通して3%売上UPを目指す。（基本目標で記載）

《事業プログラム・予算》

平成26年度	平成27年度	平成28年度
<p>年2回開催</p> <p>● ●</p> <p>9月 3月</p> <p>【予算：60万円/年】</p>	<p>年2回開催</p> <p>● ●</p> <p>9月 3月</p> <p>【予算：60万円/年】</p>	<p>年2回開催</p> <p>● ●</p> <p>9月 3月</p> <p>【予算：60万円/年】</p>

6. 第3期商店街活性化計画の推進体制

第2期商店街活性化計画時に、第1期商店街活性化計画時の「逸品委員会」を発展的に格上げして、「活性化推進委員会」を立ち上げた。第3期商店街活性化計画においても「活性化推進委員会」を中核として商店街活動を推進していく。

活性化推進委員会は、これまでは理事会構成メンバーが中心であったが、そこに若手経営者を組み入れ、および全組合員対象にメンバーを募って推進していく。組織は「活性化推進委員会」の一つであるが、その中に4つの事業の小委員会を設定し、それぞれ事業担当リーダーを決める。

