

様式 1

第 5 期 商店街活性化計画 【計画期間 R 7 年度 ～ R 1 0 年度】

1 現状と課題の分析

①地域概況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 豊田市の北部にあって、同じ豊田市の藤岡地区、旭地区や岐阜県土岐市、恵那市と隣接している地域である。 ・ 年に2度花を咲かす四季桜で知られ、秋に咲く桜を見学するため県内外から毎年約5万人の観光客が訪れる。 		
②最寄り駅	名鉄豊田市駅	③最寄り駅からの距離	約30 km
④商店街区域	商店街のような商業集積地はない		
⑤商店街区域内の商店数	67店舗		
⑥うち組合加入店舗数	67	⑦商店街区域内の空き店舗数	7件
⑧商店街の加入店舗構成	生鮮三品(0店 0%)、衣料品(0店 0%)、その他小売り(15店 22.4%)		
	飲食店(17店 25.4%)、サービス(28店 41.8%)、その他(7店 10.4%)		
⑨商店街の特徴、強み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商店街のような商業集積地はなく、国道419号線を中心として地域全体の広範囲に商店が点在している。 ・ 四季桜や和紙といった豊かな資源により安定した誘客が見込まれる。 		
⑩来街者 (主なもの一つに○)	<input type="radio"/> 高齢者		主婦
	<input type="radio"/> 若者		観光客
⑪来街者交通手段 (主なもの一つに○)	<input type="radio"/> 徒歩		自転車
	<input type="radio"/> 自家用車		鉄道
⑫来街者の来街に要する時間 (主なもの一つに○)	<input type="radio"/> 15分未満	<input type="radio"/> 15分以上30分未満	<input type="radio"/> 30分以上1時間未満
	<input type="radio"/> 1時間以上		
⑬商店街等が抱える課題・問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人口の減少と少子高齢化により、事業主の高齢化と後継者不足が進み会員の減少が続いているため、後継者への人材育成が望まれている。 ・ 交通アクセスが整備され、自家用車を使えば数十分で近隣市街の品揃えの良い大型店等に行くことが可能で客離れが進行し続けている厳しい環境にあるため、訴求力のある魅力的な店舗となる必要がある。 		
⑭地域住民ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自家用車を利用しないと買い物をするには不便な地域のため、高齢者向けの買い物対策が必要とされている。 ・ 日用品や食品は地区内の商店で購入したいという要望に対し、地域の商店は品数や種類が限られている現状がある。住民の需要に応じた商品が購入できる環境づくり及び買い物環境の整備が必要である。 		

2 商店街の目指す将来像及び目標

①商店街の目指す将来像	四季桜、和紙などの価値の高い地域資源を活用し、魅力的な特産品の開発や事業者育成等を行うことで、地域内の経済活動を活発にして商業活性化を目指していく。
②基本目標 (4年後の達成目標数値)	【改良または新規に開発を行った商品数】 (R7) 1点→(R8) 1点→(R9) 1点→(R10) 1点 【キャッシュバック発行枚数】 (R7) 100枚→(R8) 100枚→(R9) 100枚→(R10) 100枚

①事業名	桜バスでお買い物支援事業				
	事業区分	新規・ 継続	事業開始年度（継続の場合のみ）	平成23年度	
②実施予定時期	令和7年4月～令和11年3月				
③具体的内容	市の施策である「桜バス」を利用し、さらに小原地区内の対象の店舗で千円以上の買い物をした人を対象に、バスの往復運賃400円のうち300円を商工会がキャッシュバックすることで買い物支援を図る。				
④必要性・目的	小原地区に在住している人の中でも、特に自動車を運転することに困難がある高齢者にとっては、日用品などの買い物をするにも不便を感じているのが現状である。そこで、店舗間を移動する手段として桜バスの利用促進を図ることにより、地区内で積極的に買い物やサービスを利用してもらうことを目的としている。				
⑤ターゲット・コンセプト	ターゲット 小原地区内の自動車の運転に困難を抱える高齢者 コンセプト 「お買い物はなじみの地元商店で」				
⑥事業費・採算性の説明	【事業費】 44,000円 （内訳） 広告費 44,000円（キャッシュバックチケット印刷代金） 【採算性】 キャッシュバックの費用については商工会が負担 往復300円×100枚＝30,000円				
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	事業のさらなる周知を図るため、チラシ等の配布や会員を中心とした事業者を対象に利用を促進する呼びかけ、キャッシュバックの改善策の検討				
⑧事業効果	本事業による各店舗の来店客数の増加や売上の増加、新たな顧客獲得が期待できる。				
⑨目標 評価指標 測定手法	高齢者を対象にして、5日/週（月から金曜日）で運賃のキャッシュバックを行う。 月8件×12か月＝年間約100件の利用を目指す。				
⑩推進体制	小原支所と連携しながら桜バスの効率的な運営体制の整備を進めるとともに利用者の新規開拓のためのPR方法について検討する。 桜バス利用者や関係者のアンケート等を参考に事業推進方法や改善策の検討を行う。				
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	なし				
⑫計画期間の事業スケジュール	項目	7年度【1年目】	8年度【2年目】	9年度【3年目】	10年度【4年目】
	事業	桜バスでお買い物支援事業	桜バスでお買い物支援事業	桜バスでお買い物支援事業	桜バスでお買い物支援事業
	予算（千円）	44	44	44	44
	関連計画や事業	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の運用	割引チケット事業の運用
	市補助金の申請見込み	無	無	無	無
	目標達成状況	キャッシュバック数100人	キャッシュバック数100人	キャッシュバック数100人	キャッシュバック数100人

3 4ヵ年の事業計画 ※事業ごとに作成すること

①事業名	特産品開発事業				
	事業区分	新規 継続	事業開始年度（継続の場合のみ）	平成27年度	
②実施予定時期	令和7年4月 ～ 令和11年3月				
③具体的内容	<ul style="list-style-type: none"> ・小原地区の農産物等を活用することに引き続き着目して、前計画において開発した商品のさらなる改良、または新たな商品の開発を行うことにより、小原ならではの特産品を生み出し、販路開拓の促進を目指す。 ・前計画で作成したOBRサンドについては、認知度の向上を図るため、今後もイベント等で出展を行う。同時にさらなる改良を行うことで地区でより親しまれる商品としての立場を確率させる。 				
④必要性・目的	地域資源を発掘し、それを活用した商品の開発販売を行うことで、小原地区への通勤者、通行者のみならず地域住民にも購入を促すことを目的としている。				
⑤ターゲット・コンセプト	ターゲット 小原へ日常的に訪れる通勤者、通行者 コンセプト 小原の食材を使った、手軽に提供でき、いつでも食べたいと思う商品				
⑥事業費・採算性の説明	【事業費】 110,000円 （内訳） 原材料費 45,000円（試食原材料他） 消耗品費 65,000円（容器、備品他）				
⑦新規取組内容、改善点（先導性、先進性、モデル性等）	地区の特産を生かした商品の開発、または既存商品の改良を行うことで、新たな小原の特産品について検討する。				
⑧事業効果	<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発及び販売をきっかけに、地区内外に向け小原の観光資源等を発信できる ・商業者が商品開発に取り組むことにより、意識改革や各店舗の売上等の向上に繋げる 				
⑨目標 評価指標 測定手法	<ul style="list-style-type: none"> ・地区の特産を生かした商品の開発または既存の商品の改良 1点 ・試作した商品の試食会を開催し、アンケート調査を行う。出た意見をもとに商品の改良を行う 				
⑩推進体制	協賛店 該当店は推進委員として開発を担当。 商工会 OBRサンドの協賛店は1店舗なので、さらなる協賛店を募る。				
⑪関連計画や事業（地域の動き等）	なし				
⑫計画期間の事業スケジュール	項目	7年度【1年目】	8年度【2年目】	9年度【3年目】	10年度【4年目】
	事業	特産品開発販売	特産品開発販売	特産品開発販売	特産品開発販売
	予算（千円）	110	110	110	110
	関連計画や事業	特産品試作開発	特産品試作開発	特産品試作開発	特産品試作開発
	市補助金の申請見込み	有	有	有	有
	目標達成状況	商品の開発または改良 1点	商品の開発または改良 1点	商品の開発または改良 1点	商品の開発または改良 1点

4 区域内における不足等業種

① 当商店街（商工会）が掲げる不足等業種

- ・ カフェ

- ・ 惣菜店

- ・ 生鮮食品小売業

② 上記業種を不足等業種として掲げた理由（簡潔に）

（ランチができるカフェ）
当商店街には、飲食店はあるものの、お昼にランチができ、ゆっくり寛いで過せるようなカフェがなく、また1人当たりの当商店街での滞在時間が短いため。

（惣菜屋）
当商店街の顧客層は一人暮らしや共働き世帯が多いものの、惣菜を購入できる店が限られているため。

（生鮮食品小売業）
当商店街には生鮮食品を購入できる店が少なく、近隣のスーパーに行くには車が必要となり、また当商店街の顧客からの要望も強いため。

③ その他参考情報等

- （空き店舗情報（平成30年4月1日時点））
- ・ 豊田市〇〇町●●1-2-3 2階建て木造家屋 建 ▲▲㎡/延 △△㎡
 - ・ 豊田市〇〇町××4-5-6 2階建て鉄筋コンクリート造家屋 建 ▲▲㎡/延 △△㎡