

令和4年度 第3回豊田市商業振興委員会

【日 時】 令和4年10月25日（火）午後2時から

【場 所】 豊田市役所南庁舎 南52会議室

【出席者】 <委員>

脇田 弘久〔愛知学院大学商学部 教授〕
松永 郁也〔豊田商工会議所 常議員〕
井口 貴視〔豊田信用金庫 中小企業診断士〕
河原 郁子〔とよた下町おかみさん会 平成30年度会長〕
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〕
杉山 裕貴〔市民公募〕

(計7名)

<事務局>

西脇 委千弘〔豊田市産業部部長〕
脇迫 博文〔豊田市産業部商工振興室〕
深谷 薫〔豊田市産業部商業観光課副課長〕
内川 哲雄〔豊田市産業部商業観光課担当長〕
谷口 元〔豊田市産業部商業観光課担当長〕
長谷川 拓海〔豊田市産業部商業観光課主事〕

【欠席者】 杉田 雅子〔株式会社 杉田組 ブルーベリー事業部取締役〕
首藤 政俊〔市民公募〕

【傍聴者】 なし

【次第】

- 1 産業部長あいさつ
- 2 委員長あいさつ
- 3 本日の審議スケジュール等について
- 4 議事
 - (1) 商店街活性化計画の策定について
 - (2) 豊田まちづくり(株)第Ⅶ期商業活性化推進3か年計画策定中間報告

5 その他

令和4年度 商業振興委員会開催予定について

【会議録（要約）】

4 議事

(1) 商店街活性化計画の策定について

①桜町本通り商店街

桜町本通り商店街から説明を受け、委員から意見を聴取した

委員

前期計画と同じ内容で継続していく事業もあるが、継続の中にも新規性や、独自性、事業変更を検討しながら実施につなげるよう、今後の計画づくりの中で検討して頂きたい。

また、新規事業で防犯カメラの設置とあるが、ハード面の整備に加え、ソフト面のコンテンツ追加も検討できると良い。

委員

重要課題として挙げている「安全面の欠如」とは、街路灯の老朽化と防犯という解釈でよいか。

桜町本通り商店街

桜町本通り商店街は正会員以外に地域に賛助会員がおり、住人会員が会費を払っている。災害なども含め、住民に何かあった時の安全確保が課題と考える。

委員

豊田東高校との商学連携では、地の利を活かした連携を行っており、桜町本通り商店街のHP等で生き生きと活動している様子を拝見した。

高校側からの反応、地域への波及効果はいかほどか。

桜町本通り商店街

10年ほど継続している活動になるが、商店街が生徒を表彰したり、生徒が商店街の各個店にヒアリングしたりと、学校協力のもと授業の一環として、ビジネスプラン、事業プランを立てるなどの活動を行い、お互いメリットのあるものと感じている。

委員

今後も商学連携を続けて行って欲しい。

委員

H17から継続している事業も多く、事業の効果測定を行う仕組みが必要なのではないか。補助金が当たり前のようになると、活性化計画の本質からそれになってしまうのではないかというのが感想。

書類上、継続事業は振返りを書くのか。

事務局

補助事業に関しては、実績報告がある。しかし、効果的にPDCAサイクルをまわすという事が課題であり、今後の制度改変の参考にさせて頂きたい。

委員

様々な行政の活動の中でどう進めていくか悩ましいところ。

活性化に繋げていく有効な手立てとして、どうあるべきかは今後も議論が必要。

委員

立地的に「たんころりん」のようなイベントをやったら面白いのではないか。

②豊田市駅前商業協同組合

豊田市駅前商業協同組合から説明を受け、委員から意見を聴取した

委員

惣菜屋、生鮮食品小売業が必要との事だが、中心部の集合住宅に住んでいる人が日常的に駅前で買わないのではないかと思う。コンビニ程度のお店があれば、それで充分生活は回ると考える人が多数ではないか。

一方で、少し離れた場所に住む人が、街中に行けば、何かお店があるかもしれない、人が沢山出ているかもしれないと期待して、遠方から出かけてくる人の方が多いのではないかと考えるが、現状はどうか。

豊田市駅前商業協同組合

調査などは行っていないが、小売業が必要との意見がある。しかし、それがビジネスとして成立するかと言うと、私は成立しないと考えている。ただ、ニーズは少なからずはあるといった理解をしている。

駅前の賑わい等を期待している市民の方が多いかどうかについては、アンケート等をとっていない。現状、イベントの開催が一時的な賑わいに繋がっていないわけではない。しかし、イベントによる一時的な賑わいが目的ではなく、日常的な賑わいの創出が最終的な目的である。豊田市民は駅前にそのような期待

を持っていない。豊田の駅前は口クな店がないとよく言われるので、期待はしているが、期待に応えられていないという方が正解かもしれない。

委員

店も多く、皆さん努力はしているが、何か違う。

豊田市駅前商業協同組合

リーシングしても豊田の駅前というだけで返事がない。豊田の駅前では考えていないというのがほとんど。次に言われるのが、豊田の駅前のどこですかという質問。停車場線の路面に面したところであれば、検討しても良いけどという程度しかもらえない。奥に引っ込んでいたり、2階になってくると、条件提示の話にもならない。まず豊田の駅前と言うだけで断られるのが実情。ネームバリューのある店、人気のある店を誘致したいと思っても、出店するに値しない地域という認識を出店者様に持たれている。リーシングをしたいと思っても、期待と実情にかなり乖離がある。

委員

豊田市は自動車関連企業に勤める若い独身男性が多く、独身男性はお酒や趣味に多くお金を落とす。キタラの客層におひとり様が多いようなので、アニメ等が趣味のおひとり様が楽しめるお店があっても良いのではないか。

豊田市駅前商業協同組合

既に大手アニメ関連会社に出店要請と、FCをやらせて欲しいと打診したが、いずれもそっけなく、豊田の駅前を考えていないとの回答だった。結果どこも来てくれないので、自分たちでガチャガチャやフィギュアを沢山おいて、オタクビジネスが出店してきてくれたら良いと期待しているが、なかなか厳しい。

委員

レンタルスペースはどうなっているか。

豊田市駅前商業協同組合

空きがあっても区画の地権者の判断で断る場合もあり、なかなか厳しい。現在の客層とは異なる層をターゲットとしたテナントを募集する計画を進めている。

委員

新規の取組が従来とは違うポイントは何か。

豊田市駅前商業協同組合

元々やっていた抽選会は目標を達成できていたが、後の集客に繋がっているかという難しいという判断をしている。しかし、一定の効果はあるとの認識で、それらを新規事業でも取り組むことで、より認知度が上がって、集客が見込めると言うのが目的。

委員

厳しい認識の中で、コアなファン層をターゲットに事業を展開していこうというのは有効的である。

委員

駅周辺で商売をしていて感じることは、日常的に駅周辺に買い物しようと思う客が少なく厳しいという感覚。全体を見ても、それだけ魅力的な店なり、まちではないと思う。現状は、スタジアムやとよしば、あるいはその周辺のイベントで客を呼んで、その客をいかに掴んでいくかが、売上げを作る方法となっている。しかし、それは一過性のもので、継続的に売上げを作っていけるものではない。駅前の商業施設では、現状が魅力のある形になっていないので、有名店などに出店をお願いしてもなかなか入ってもらえないのが現状だが、魅力のある店舗がいくつか入るようになってくると、連鎖的に出店者が増えてくると思う。まずは最初の一步を市の方でバックアップできれば、良いサイクルが回りだす。

(2) 豊田まちづくり(株)第Ⅶ期商業活性化推進3か年計画策定中間報告

豊田まちづくり(株)から説明を受け、委員から意見を聴取した。

委員

若者をターゲットとした事業の見通し、展開等の考えを伺いたい。

豊田まちづくり

これまでトヨタロックフェスティバルという非日常の大規模なイベントを開催していたが、豊田のまちなかを見てみると、スケートボードを楽しむ家族や若者が多く見られた。そのようにまちを活用している若者たちを巻き込んで、日常に寄せたイベントを展開していきたいという事で、今回は地元の20～40代のスケーターをターゲットにしている。特にスケーター達のマナーも改善できるような流れを作れば良いと考え、計画を進めているが、数年で効果が出るものではないので、継続していきたい。

また、若い人たちにイベントの情報を多く届けることを目的に、JWのHPをリ

リニューアルし、そこで音楽のライブなどの情報や、まちなかの情報をピックアップした新しいHPを作成中である。若者をターゲットとした事業は以上の2本立で、進めていければと考える。

委員

T-FACE が今年リニューアルオープンして当初の集客の目標と現状の集客についてどのような感想を持っているか。豊田の中心の集客の要として、イベントも大事だがその土台となるものがこれからもっと反映していかなければまちというのは良くなっていかないと思うため伺いたい。

豊田まちづくり

入店客数は2019年度比で、オープンからの3, 4, 5月は2019年の松坂屋があった時を超えていた。しかし、6月以降夏休み含めて2019年に追い付いていない。その時期から夏休みを含めてコロナへの警戒心が増えた時期でもあり、特に午前中の高齢者が来店する時間帯と、夕方会社帰りの時間帯の幅が2019年に追い付かないというところ。その部分についてコロナの終息ばかりを願っているわけにはいかないが、集客については非常に課題があると感じている。現段階で9月の後半から10月に入って、午前中の来客が戻ってきたように見受けられるが、やはり、夕方の集客については、企業や、大学等のリモートが解けない現状もあり、違う手で入店客数の改善が必要。

売上に関しては、2019年に追い付くものではない。特に買上げ客数は2019年を優に超えているが、高額商品を買上げる客が多かった百貨店時代と比べ、リニューアルに伴い導入した店舗は、日常使いの店舗を中心に構成をしたため、単価が低い事から、売上については、2019年を上回るものにはなっていない。良い効果が表れている点としては、館内で客が使用できる貸スペースを増やし、他の商業施設からなぜそんなに活況なのかと問い合わせがくる程予約がほぼ埋まっている状況。10月については6日程度空きがあるのみで、ほぼ毎日埋まっている。こちらについては、市民が自分たちの活動の発表の場、サークル、仲間内で何かをしたいというニーズが潜在的にあったという事が確認できたため、引き続き伸ばしていきたい。

委員

まちの活性化には売上も当然だが、人が寄ってくれるというのが大事なので、その辺は聞いて安心した。人をもっと増やせるように頑張りたい。