

令和4年度 第4回豊田市商業振興委員会

【日 時】 令和5年2月9日（木）午後2時から

【場 所】 豊田市役所南庁舎 南51会議室

【出席者】 <委員>

脇田 弘久〔愛知学院大学商学部 教授〕
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〕
杉田 雅子〔株式会社 杉田組 ブルーベリー事業部取締役〕
新田 都子〔高岡地域消費者グループ 代表〕
首藤 政俊〔市民公募〕

(計6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長〕
成瀬 剛史〔豊田市産業部商業観光課課長〕
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〕
長谷川 拓海〔豊田市産業部商業観光課主事〕

【欠席者】 松永 郁也〔豊田商工会議所 常議員〕
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〕

【傍聴者】 1名

【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) 商業活性化推進3か年計画の策定について
- 5 その他

【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旭商工会

旭商工会から説明を受け、委員から意見を聴取した

委員

ネット通販事業については、システムを独自で作成・運用するよりも、大手 EC サイトを利用したほうが資金と手間を省くことができる。30 代以下の世代は SNS で情報収集を行う人が多いので、広告宣伝は SNS を活用すると良い。本事業の説明を聞いていてすごくワクワクしたし、楽しかったので、今後の成功を期待している。

委員

旭地区は子供連れで遊びに行けるキャンプ場などの施設があるため、そのような施設にも出店をすると良いと思う。地域を幅広く盛り上げていてもらえたら嬉しい。

委員

自身も稲武で事業をしているが、お客さんを待っているだけでは来てくれない。市街地で行われるイベントやスポーツイベントなどに積極的に出店してほしい。行政にも頼りながら、様々な出店機会を探してほしい。

委員

継続事業であるが、現時点での課題はあるか。

旭商工会

既存の商品を組み合わせ販売することは比較的容易であるが、新商品を開発することが難しい。現在は、フードコーディネーターの支援を受けながら新商品の開発をおこなっている。開発したものを商品化までもっていくのが今後の課題であると考えている。

委員

新商品を開発することも商業振興の手立てではあるが、それ以外にもモリコロパークで行っている肉フェスのように、テーマを設定して出店を募る方法もある。個人的な発想ではあるが、串というテーマで旭に集まるなど、アイディアは

旭で出して、イベントを主催してみてもどうか。

②豊田東豊商店街振興組合

豊田東豊商店街振興組合の資料を基に、事務局から説明を受け、委員から意見を聴取した

委員

清掃活動などの地域貢献事業は大切なことではあるが、その活動が商業の振興につながるような事業を行うべきではないか。

委員

会員数の増加を目的とした2つの事業を行っているが、結果に結び付いていない。事業名を変える必要はないが、内容を工夫して変えていく必要があるのではないか。また、不足業種に挙げている業種は本当に住民が必要としているものであるのか考えなければならない。単純にそのような店が無いから挙げるのではなく、ニーズがあるのかないのかも含めて考える必要がある。

委員

もちろん地域貢献は大切であるが、本当に商店街が活性化するのかっていうと、そうではないところがある。知恵を出して、矢を放っていくということをしていかないとどうしても現状維持にしか繋がらない。もう少し具体的な計画を立てたほうが良いのではないか。

委員

地域の方々ほどの程度、商店街の事業に参加しているのか。

事務局

スタンプラリーなども協力することで、参加してくれる人はいるという話は伺っている。しかし、その効果で売上が上がっているということは無いと感じている。

(2) 商業活性化推進3か年計画の策定について

①豊田まちづくり(株)

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

共同リーシングツールとは、具体的にどのようなものか。

豊田まちづくり

再開発法人等が共同で作成する資料で、街やマーケットの状況説明及び施設ごとの取組を紹介するようなもの。そこには、豊田市の紹介、マーケット、産業基盤などを掲載し、出店を検討している事業者向けに売上の予測などを示すもの。

委員

フリーパーキング事業では、各階にカート置場を設置するなどして、利用者の利便性を高めてほしい。

委員

大型店が変わっていく中で、会社側の手ごたえや認識はどのようにお考えか。

豊田まちづくり

リニューアル後の入館客数は、リニューアル効果が落ち着いてきたところで比較をしてみたところ 120~130%くらいになっている。ターゲットをママとこどものファミリー世代、そして今まで松坂屋をご利用いただいていたお客様、駅を利用するビジネス層として、三本柱でターゲット設定して進めてきたが、トライ&エラーの真っ最中といったところ。今後も精進して進めていきたい。

委員

コミュニティ機能の強化という視点で、箱ではなく、人的な取組はどのように行っているか。

豊田まちづくり

モンゴル出身の事業者が、自身も3人の子どもを育てながら洋服の販売を行っており、その方を中心に子育て世代のコミュニティが自然発生している。そういう方がテナントに入ってもらえていることが非常に大きいと考えている。コミュニティ施設というと、お茶を飲みながらとかご飯を食べながらといった場所のイメージをしていたが、飲食店やカフェでなくてもコミュニティがどんどん作れるんだなという実感している。

②一般社団法人 TCCM

一般社団法人 TCCM から説明を受け、委員から意見を聴取した。

委員

パンフレットの表紙を見て、すごく楽しそうだなという印象を持った。対話をしながら楽しく買い物をする事はすごく大事だと思う。1つでいいわと思っていてもあまりの楽しさから2つ買っちゃおうかとかそういう気持ちにもなる。街中に行けば、楽しい事があるかもしれないという事を、いろんな世代に発信してほしい。

委員

市内で行われるスポーツイベントには、1万人以上の集客があるものもある。そのようなイベントにいらしているお客様に豊田の事を楽しんで帰って頂けるような仕組みができればよい。私の地元では、カープの試合の日にはコンビニも真っ赤で街中が赤くなる。それくらい街中で盛り上げて、豊田もいつかグランパスの日は真っ赤になったり、ヴェルヴリッツの日は緑だったり、そうやって皆で盛り上げていけるような事になるといいと思っている。

TCCM

豊田市では、ゴルフ、サッカー、ラグビー、WRCがある。他も豊田市美術館の大きな展覧会にしても、まだまだうまく情報がしっかりと伝えきれていない。うまく伝えられないもどかしさ、能力不足があるが、そのあたりは、今年、来年に、てこ入れをしながら何か良い方法を考えて、少し模索しながらやりたい。

委員

キーワードとして、「日常使い」という言葉が至る所であったと思うが、「日常使い」で私がイメージするのが、帰りに飲んで帰る、電車に乗って豊田市から帰っていく、子供連れでT-FACEに行き、子供を遊ばせている間にコーナンで買う、食料品を買う、晩御飯を買う、などである。一方でイベントはイメージがつきにくい。地域住民の日常使いを促進する取組と地域外からの集客を目指す取組をしっかりと区別して行うことが重要なのではないか。

TCCM

非常に悩ましいところ。例えばマルシェをしても、どうしても単発になってしまう。マルシェやマーケットは、出来れば毎日、日常どこか街中で買い物して頂けるような仕組みであるとか、あるいはそういうお店を誘致するというのが一番の商業活性化だと思っている。しかし、なかなか難しいのが現状である。これまで1年に1回しか来ない、あるいは、半年に1回、1か月に1回しかこないような方の頻度を上げていくことが「日常使い」に繋がっていくと考えている。もう

一つは、居心地の良いまちなかには、ベンチやテーブル、椅子が増えて、そういうところに、例えば高校生や親子連れの方が滞在して、お友達同士で会話をしたり、思い出作りのTikTokをやったりしている。そのような、「日常使い」をして頂く場所を提供することが当団体の役割でもあると考えている。

委員

10年ほど前に、カフェを点在させたいと言われていた。あれから何軒くらい出店があったか。

TCCM

出店に関わったものは、4軒くらい。

委員

今後も中心市街地が発展するように、有名スポーツ選手などに協力を仰ぎながら活動してほしい。