

駅前ビル「T-FACE」を核とした地域経済活性化

取組のあらまし

取組団体 豊田まちづくり株式会社（愛知県豊田市）

取組内容 豊田市駅前市街地再開発ビル「T-FACE」のリニューアル、再生にあたり、ビルのコンセプトを「市民の『愛着』と『誇り』を醸成する『ライフセンター』」と再定義。消費者ニーズに対応する専門性の高い店舗の充実、コワーキングスペース、子育て支援施設等の充実等、従来型の百貨店型商業施設とは異なる運営形態で、地域経済の持続的な成長を狙う取組

推進体制 8名（令和6年度：商業施設事業部）

1 豊田まちづくり株式会社の概要

名 称 豊田まちづくり株式会社

設 立 2001年4月20日

所 在 地 愛知県豊田市若宮町1丁目57番地1

資本金等 資本金1億円 払込資本27億5,290万円

-主要株主：豊田市 93.6%

主な事業内容 ①再開発ビル管理運営事業

②施設管理・駐車場事業

③まちづくり・事業開発事業

図表 1 豊田まちづくり株式会社の事業内容



出所：豊田まちづくり株式会社ホームページ

2 取組の背景・目的

T-FACE は、1988 年に建設された豊田市中心市街地に立地する商業ビルである。

管理運営は、再開発ビルの再生やまちの活性化に向けた各種事業を実施する「豊田まちづくり株式会社」が担っている。

T-FACE は 1988 年に開業し、当初は百貨店の「そごう」が核テナントとして機能していたが、2000 年のそごうの経営破綻によって閉店を余儀なくされた。その後、百貨店の松坂屋が入居するも、2021 年に撤退し、T-FACE は全館を専門店ビルとしてリニューアル、再生することとなった。

2021 年以降のリニューアルにあたり、地域経済の持続的な成長を促進し、今までの買物拠点に新たな魅力を加え“毎日の暮らしの拠点”「ライフセンター」として再定義した。具体的には、5 km 圏 25 万人を商圈として定義し、幅広い年代と多様なライフスタイルのお客様に向け、従来の百貨店型の買物拠点としての商業施設から、三世代利用を意識した店舗の誘致、お買い物以外の目的を生み出す暮らしの拠点への転換が図られた。

また、地域住民だけでなく、訪問者や観光客も取り込むことが意図され、豊田市全体の魅力向上を目指している。

図表 2 T-FACE の概要

建物名称	豊田市駅西口市街地再開発ビル
建物面積	延床面積 66,519 m ² A 館： 43,466 m ² B 館： 23,020 m ²
店舗面積	・物販 33,000 m ² ・飲食・サービス 6,800 m ² （いずれも共用部含む）
店舗数	140 店舗（教室、公共施設含む・2022 年 4 月現在）

出所：豊田まちづくり株式会社ホームページ

図表 3 T-FACE の沿革

年	主要な出来事
1988 年	T-FACE 開業。豊田市駅西口の再開発プロジェクトの一環として設立。「そごう」が核テナントとして入居。
1993 年	地下 1 階と 1 階部分に専門店街が新設される。
2000 年	そごうが経営破綻。そごう豊田店が閉店し、T-FACE は主要テナントを失う。
2001 年	松坂屋が新たな核テナントとして入居し、T-FACE の再活性化を図る。
2007 年	T-FACE 内に新たな専門店が追加され、フロア構成が一部変更される。
2021 年	松坂屋が撤退。T-FACE は全面的な再開発に着手し、全館を専門店ビルに改装。
2022 年	再開発が完了し、新たな商業施設としてリニューアルオープン。多様な店舗が入居し、地域住民や訪問者に新たな体験を提供。

出所：豊田まちづくり株式会社ホームページより当機構作成

3 取組内容

(1) T-FACE のコンセプト

前述のとおり T-FACE の再開発にあたっては、5 km 圏の近隣エリアを主な商圈とし、お買い物+α の機能を加え日常的に何度でも来店するような環境づくりを展開し、時間消費機能と新たな魅力をプラスしている。再生始動に向けた方向性は、「市民の『愛着』と『誇り』を醸成する『ライフセンターThe Center Front』の構築を目指します。」という以下のコンセプトに集約されている。

図表 4 T-FACE コンセプト

T-FACE コンセプト 市民の「愛着」と「誇り」を醸成する 「ライフセンターThe Center Front」の構築を目指します。 ショッピングセンターの枠を超え、遊ぶ・学ぶ・働く・出会う・交流する・癒すなど、日常の様々な行動に応える施設として、大型ショッピングセンターとは異なる施設ポジションを確立します。買い物だけではない機能の充実、移動範囲がコンパクトになり、低炭素化社会の実現はもちろん、コロナ禍による様式変容や持続可能な街づくり（SDGs）視点からも時代ニーズに即すものと考えます。
--

出所：豊田まちづくり株式会社ホームページ

図表 5 T-FACE の全景



出所：豊田まちづくり株式会社ホームページ

（2）三世代利用を意識した買い物拠点となる店舗集積

ライフセンターの具体化に向けて、T-FACE では、三世代の買い物拠点となる店舗集積を強化するとともに、買い物拠点に新たな魅力を付加する新機能、新環境が提供されている。

店舗機能については、毎日の生活に便利な店舗、大型専門店の導入を行うとともに、質の高い食ニーズへの対応を目指したテナントミックスが推進されている。

時間消費型の買い物以外の目的を生み出す新機能としては、飲食支援機能（T-マルシェ、お惣菜マルシェ）、コワーキングスペース（Y シェア）、子育て支援施設（未来ラボステーション YY）、多目的ホール（Y スタジオ）が整備されている。

また、居心地や立ち寄りやすさの改善に向けた新環境として、ウォークابلで外に開かれた空間づくりを目指した新テラスと新エントランスの設置、香り豊かな豊田市産木材の積極的な活用、子供自らが制作した自分の丸太イスの設置、自然と未来の憩いのガーデン（Y テラス）の開設が取り組まれている。

図表 6 買い物拠点となる店舗集積と新機能・新環境整備の方向

■時間消費型の買物以外の目的を生み出す4つの新機能



6階で使われる「Y」

「Y」=Why?・YesのY・三叉路マークを表し、6階がビルの中層層での分岐点であり、気づきや発見につながるフロアになることを目指し表現されている。

■居心地や立ち寄りやすさを意識した4つの新環境



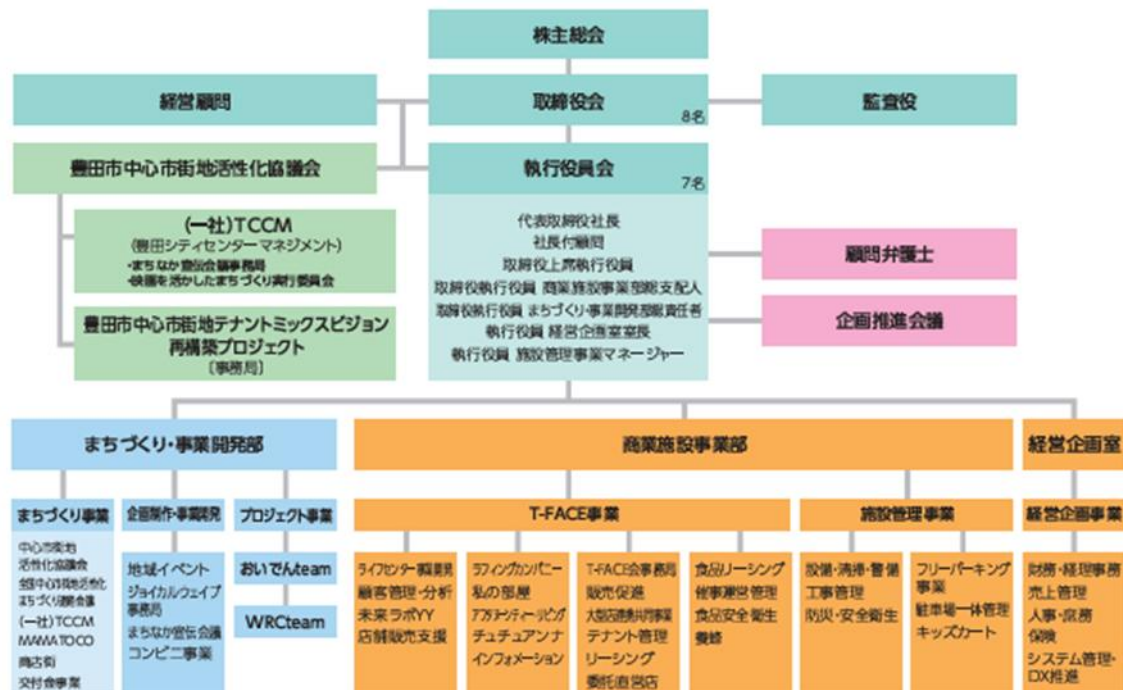
出所：豊田まちづくり株式会社「中心市街地活性化へのあゆみ」（2024 年度版）

(3) T-FACE の運営体制

T-FACE の運営を担っている豊田まちづくり株式会社は、中心市街地活性化を担う第3セクターであり、ビル再生・再構築を基幹事業としながら、まちへの集客、賑わいづくりにつながるまちづくり事業（おいでんまつり、WRC ラリージャパン等のイベント事業）やまちが一体となって駐車サービスを展開するフリーパーキング事業、その他新規事業開拓にも調整する体制がとられている。

また、これまでの SC 機能に加え、ライフセンターとしての機能を充実させ、より多目的な人々の来館や様々なヒトやコトがにつながる場づくり、賑わいづくりを促すことを目的にして、T-FACE 事業に店舗・ライフセンター戦略担当が配置されている。

図表 7 豊田まちづくり株式会社の組織体制



出所：豊田まちづくり株式会社「中心市街地活性化へのあゆみ（2024 年度版）」

4 成果・課題

（1）取組の成果

本取組の成果として、地域経済の活性化、ライフセンターとしての店舗構成の具体化、都市再生モデルの提供があげられる。

ア 地域経済の活性化

松坂屋の撤退後、速やかな再開発に取り組んだことにより、影響を最小限にとどめて豊田市駅周辺の商業エリアが活性化され、地域経済に貢献することができた。

イ ライフセンターとしての店舗構成の具体化

ライフセンターをコンセプトとした専門店ビルへの転換により、幅広い顧客層を取り込むことに成功している。

ウ 都市再生モデルの提供

百貨店の撤退後に商圈のニーズを踏まえて、的確に店舗コンセプトを見直した取組として、都市再開発の成功例として位置付けられる。

（2）今後の課題

T-FACE がライフセンターとして再始動してから2年以上が経過している。豊田まちづくり会社は、「第30期事業報告」のなかで、商業施設事業における課題として安定経営の実現を挙げている。そして、安定経営の実現に向けた取組の方向性を、更なる入店客数の増大や実売率の増加、店舗の集客支援の実施等による収益確保、としている。

関連・参考資料

豊田まちづくり株式会社ホームページ

<https://www.tm-toyota.co.jp>

豊田まちづくり株式会社「第30期事業報告」

<https://www.tm-toyota.co.jp/pdf/statement-r04.pdf>

豊田まちづくり株式会社「中心市街地活性化へのあゆみ（2024年度版）」

<https://www.tm-toyota.co.jp/pdf/ayumi-r5.pdf>

T-FACE ホームページ

<https://www.t-face.com/>