

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

【平成29年度 計画書】

小田原駅から小田原城の通りを活性化する！！

平成30年3月19日

小田原駅から小田原城間の通りを活性化する！！

目 次

第1 はじめに	本計画の背景と目的	3
第2 基本情報	二商店街の現状	4
第3 課題の抽出と提案の注力点		5～7
第4 会員による課題抽出と過去の実組		8～12
第5 計 画		13～25
第6 まとめ		26 ～27

小田原城本通り活性化協議会

世界を魅了する国際文化観光都市「小田原城下町」の実現

はじめに 本計画の背景と目的

小田原駅から小田原城間の通りを活性化する！！

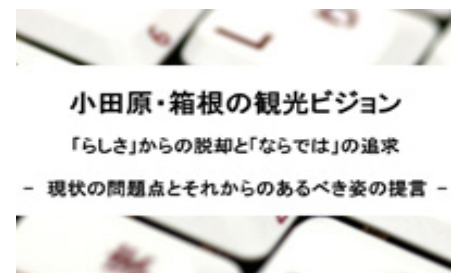
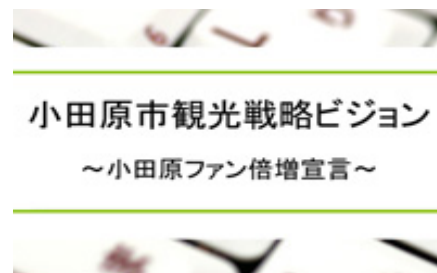
小田原市が平成28年3月に「小田原市観光戦略ビジョン～小田原ファン倍増計画～」では、観光振興を目指して方向性を示すと共に、達成すべき目標交流人口1000万人という具体的数値や我がまちが提供する価値・ストーリー、優先ターゲット等を平成34年までのロードマップとして発信されました。

また、同年5月小田原箱根商工会議所から「小田原箱根観光ビジョン～「らしさ」からの脱却と「ならでは」の追求～」が策定され地元経済界から現状の問題点とあるべき姿を発信しました。そして、我がまちのシンボルである小田原城も平成の大改修を終え、改修後に来城者100万人を突破し、その存在感を示しております。

さらに、同年11月にて、「平成の城下町・宿場町構想」を発信し、小田原市と連携して進めようと、平成29年4月より「平成の城下町・宿場町」研究会も発足し、オール小田原での取り組みも進んでおります。

また、小田原市観光協会内に国が推進している地域DMOも同年4月より設立され、観光推進体制の強化と機能や人材が果たすべき役割を明確化し、ビジョン達成に向け、観光を起爆剤に我がまちを活性化していこうという動きが各所で興ってきております。

我がまちの歴史や文化を紐解くと、鉄道の玄関口である小田原駅と小田原城の存在はとても重要で、その中に位置する小田原駅前商店会とお堀端商店街振興組合の動向は、小田原市の中心市街地の中で、とても影響力の大きいものだと考え、その活性化の必要性が問われます。両商店街の推進力の強化が必要であり、ビジョンや目標・計画をしっかりと描き、「住んで良し」「来て良し」「働いて良し」の三方良しの状態を維持・発展していく事を目的にアクションプランを示します。



小田原城本通り活性化協議会

【基本情報】

小田原駅前商店会 と お堀端商店街振興組合

【小田原駅前商店会】

会員23店舗。

- 土産・食料販売 8店舗
- 飲食店 5店舗
- 不動産関係 3店舗
- その他(美容・健康・生活・銀行ほか) 7店舗

【お堀端商店街振興組合】

会員81店舗。

- 小売業 30店舗
- 飲食店 18店舗
- 医療・美容 8店舗
- 不動産・建築関係 7店舗
- その他(銀行・保険・鉄道・宿泊ほか) 18店舗



小田原城本通り活性化協議会

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

課題の抽出と提案の注力点①

小田原城本通り活性化協議会

小田原市が平成28年3月に「小田原市観光戦略ビジョン～小田原ファン倍増計画～」では、小田原として提供する価値・ストーリーとして

旅人の交流の軸として 城下独自のなりわい・文化がいきづくまち

● 具体的なサブストーリー

A) 【歴史】「江戸が手本にした小田原」を探る～小田原城からまちへ～

戦国時代に関東に覇を唱えた小田原北条氏や、それに仕えた風魔忍者が活躍した小田原城や石垣山一夜城などの史跡を巡り、さらに、自然がもたらした地形を利用し、城下町を包囲する形で形成された総構など、江戸を含め全国のまちづくりの手本とされたとも言われる隠されたまちの姿を垣間見ることができるようにします。

B) 【文化】政財界人・文化人の足跡を辿る～「邸園」のまち～

温暖な気候と豊かな自然に恵まれた小田原は、明治時代から多くの政財界人、文人墨客に愛されました。邸宅や庭、茶室などゆかりの場所を訪れることで、穏やかな暮らしの中で国を思った先人たちを想像し、その魅力を感じられるようにします。

D) 【山なりわい】豊かな森林の恵みと技を知る～木のぬくもりに触れる～

小田原城を築城した職人が、建築の技術を活用して始まった寄木細工や漆器等を、見て・触れて・楽しむだけでなく、木材の生産地である山を訪れ、山歩きや山遊びを楽しむことで木のぬくもりに触れられるような環境を整えます。

E) 【里なりわい】小田原を食べつくす～味覚の里～

温暖な気候と豊富な水に恵まれ、小田原には数え切れないほど様々な農作物が栽培されており、それらを「食」として楽しむだけでなく、生産・収穫・スイーツ作りまで体験できるような仕組みをつくります。

また、栢山地区には江戸時代に村おこし、国づくりに携わった二宮尊徳(金次郎)の生誕の地もあります。今なお生き続けるその教えや思想を学べるような仕組みを作ります。

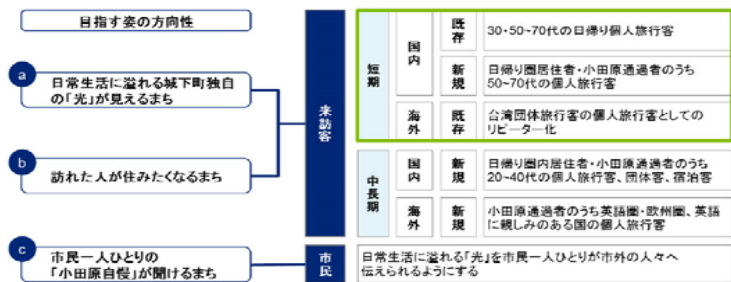
と設定し、具体的なターゲットや目標数値を設定しました。

表 2 具体的な数値目標

	現在 (平成 26 年)	ビジョン最終年 (平成 34 年度)	14 年後 (平成 41 年度)
ターゲット	—	日帰り来訪客	日帰り来訪客 宿泊客
入込観光客数	451 万人	700 万人	1,000 万人
日帰り観光客数	428 万人	665 万人	950 万人
宿泊客数 (割合)	23 万人 (5.2%)	35 万人 (5%)	50 万人 (5%)
一人あたり観光消費額	3,033 円	3,900 円	4,200 円
一人あたり日帰り消費額	2,500 円	3,500 円	4,000 円
一人あたり宿泊消費額	10,731 円	11,000 円	11,000 円
観光客消費総額	137 億円	280 億円	440 億円

出所：神奈川県入込観光客調査(各年)より推計

図 24 優先ターゲットの全体像



この目標を達成するために重要な位置にある商店街は、まさしく小田原駅前商店会とお堀端商店街振興組合ではないでしょうか？また、小田原城からの回遊性を図る

小田原城本通り活性化協議会

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

課題の抽出と提案の注力点②

小田原城本通り活性化協議会

【小田原市や商工会議所のビジョンからの課題】

- | | |
|-------------|---|
| ○コンテンツの充実化 | <ul style="list-style-type: none"> ■小田原城周辺の「間口」で小田原の「奥行き」を伝えられる仕組みの整備 ■城下独自の「光」を活用し、来訪客が楽しめる方法の提案 ■小田原城など主要観光地において、消費を促す仕組みづくり |
| ○情報発信 | <ul style="list-style-type: none"> ■各来訪者が用いる媒体への情報発信の見直しと、「城下町・宿場町」としての発信 ■箱根・伊豆・湘南などと広域連携を進め、小田原のハブ化と「観光地」として認識してもらう |
| ○インフラ整備 | <ul style="list-style-type: none"> ■来訪者が負担なく来訪し、回遊するためのインフラ整備 ■バス駐車場や宿泊設備の整備 |
| ○インバウンド | <ul style="list-style-type: none"> ■外国人来訪客の受入環境の整備 |
| ○市民・民間企業の参画 | <ul style="list-style-type: none"> ■市民が城下独自の「光」を観光資源として認識し、理解を深めるきっかけづくり ■市民を観光へ巻き込む仕組みづくり(市民の観光振興への参加意欲は5%) |

【フィールドワークによる課題の抽出】

- 課題1、観光資源が点在し、距離的には歩行できるが、観光スポット間の魅力が欠けている。
→市内観光、まち歩きの魅力付け。
- 課題2、小田原城の存在が強く、城下町・宿場町としての魅力が十分にアピールできていない。
→各個店の意識の高揚とその魅力向上。
- 課題3、小田原城への観光ルートの雰囲気がなく、高揚感が感じられない。
→小田原城の観光資源としての再確認や、環境装飾・通りの統一化等魅力づくりの整備。

小田原城本通り活性化協議会

課題の抽出と提案の注力点③

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

【提案に向けた注力ポイント】

1、会員(市民)が自発的に参加したくなる状態を

行政や商工会議所が企てたプランを受動的に行うのではなく、地元市民、企業、団体などが一体となって能動的に活動できる開発プランの構築。

2、地域の観光資源の魅力再発見と窓口機能 ※日頃のなりわいや生活文化が観光に繋がる！

眠っている地域資源を再発見し、新しい視点でPRすることで、観光の魅力を高め、地域の誇りと繋がる開発プランの構築。そして、その物語の出発地点の役割がこの商店街。

3、持続的な開発ストーリー

一過性の開発で終わらない、地域が自発的かつ継続的に参加し、発展、進化させることができる開発プランの構築。

4、メディアへの露出を狙う

開発活動がたくさん地域市民、企業、団体、観光客に届き、気運を醸成できるように、全ての活動がメディア露出に繋げるための開発プランの構築。

小田原城本通り活性化協議会

現状の課題

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

【新年の集い(18/1/26)にて課題抽出】

当商店街の課題 その1

〈まちのコンテンツに関して〉

- ・歩いていて楽しくない
- ・はなやかな店がない
- ・店の統一性がない
- ・小田原城を中心とした観光資源が活かされてない
- ・若い人向けの店がない
- ・城下町はどこですか？
- ・外観(景観)統一がされてない
- ・インターネットはよわい！
- ・楽しさがない
- ・小田原(その店)でしか買えない(食べれない)ものがない
- ・明るさがない
- ・もう一度来ようと思えない
- ・集客力低下

〈まちの統一感や連携に関して〉

- ・外観(景観)の統一されてない
- ・統一感がない
- ・店の統一性がない
- ・外国人観光客向けの施策を強化
- ・会員同士の連携をもっと強化するべき
- ・キャッチ行為の抑制(ルール化)
- ・英語がしゃべれない
- ・若い人向けの店がない
- ・城下町はどこですか？
- ・インターネットはよわい！
- ・観光協会と事業はつながっていない
- ・小田原城を中心とした観光資源が活かされてない

〈課題・マイナス要因〉

- ・人口減少
- ・建物の老朽化
- ・差別化が足りない
- ・外国人増加に対しての対応がない
- ・変化が必要
- ・楽しさがない
- ・若い人の減少
- ・人の流れが不安定
- ・土日と平日の差があまりないか？
- ・集客力低下
- ・連帯感、共通意識不足
- ・目標(共通)が無い
- ・コミュニケーションの場がない
- ・観光客のルートが変われば通行量が減少してしまう

小田原城本通り活性化協議会

現状の課題

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

【新年の集い(18/1/26)にて課題抽出】

当商店街の課題 その2

〈普段の努力に関して〉

- ・ 個人でしか努力していない。
商店街としてイベントがダメ
その時の一体感がない
団体の時の良さが出していない

〈まちの商品に関して〉

- ・ 目玉の店がない
- ・ 地元向けの商品がない。
- ・ 観光客向けの商品は多少あるが
普通の観光土産しかない
- ・ ネット通販、利便性との差別化を。
買い物客離れを防ぐ
- ・ 観光客がふらりと寄れる店がない
- ・ お土産に関する店がない
- ・ 観光の後に足を休めるような
場所がない(休憩所、カフェなど)

〈課題・外的要因〉

- ・ お客様が少ない
- ・ お金がない
- ・ 市の対応が遅い
- ・ 市長が悪い
- ・ 自分たちも悪い
- ・ 東口再開発の影響が多大と予測
お城通りの方に人が流れてしまい
駅周辺にこなくなってしまう
- ・ 城リニューアル効果は大きい
効果がなくなった時ヤバイ

小田原城本通り活性化協議会

現状の課題

【新年の集い(18/1/26)にて課題抽出】

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

中期（5年後）の姿

〈やるべき施策〉

- ・ 条例の作成
- ・ 景観の統一
- ・ 遊べる施設
- ・ 歩行者天国
- ・ 外国人観光客に売る
- ・ 景観の統一
- ・ 歩行者天国
- ・ 歩行者の街化

〈成功イメージ〉

- ・ いつも4月のサクラの時期のイメージ
- ・ 正規登城ルートとして確立
- ・ インスタ映えする名所ができて
そこに人が押し寄せる
- ・ 統一感があってワクワクする町
- ・ 歩いてなんぼ、歩きたくなる、
歩いて楽しい街
- ・ 人通り2～10倍
- ・ 活発な商店街

小田原城本通り活性化協議会

現状の課題

【新年の集い(18/1/26)にて課題抽出】

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

長期（10年後）の姿

- ・ 小田原文化のある地域
- ・ 小田原駅周辺全体がディズニーランドみたいな歩いているだけで楽しい町
- ・ 北條祭りのクオリティを上げて全国から人が訪れる名の知れた祭りになる
- ・ 行ってみたい町ではなく行きたい町
- ・ ゆったり探索できる町
- ・ 笑顔がある商店街
- ・ 幅広い年齢が交わる事ができる街
- ・ 歴史を感じる事ができる商店街
- ・ 観光の街
- ・ 世界から集まる商店街
- ・ 駅→城への導線を中心とした一大観光地
- ・ 朝早くから夜遅くまで遊べる環境づくり
- ・ 一体感のある景観(街並み)となって欲しい(統一性)
- ・ 小田原城年間来場者150万人達成
- ・ 全国初の商店街独自ポイントカード発行
- ・ 平均年齢を下げる
- ・ 若者の街？
- ・ 海外にブランドを作る
- ・ 新たな観光客向け施設
- ・ 高齢者をターゲットにした商店街づくり
- ・ 昼は観光夜は？
- ・ 賑わいのある街
- ・ 楽しい街
- ・ 日本中から人が集まる商店街
- ・ 歩いてなんぼ、歩きたくなる、歩いて楽しい街
- ・ 人通り2～10倍

小田原城本通り活性化協議会

過去を振り返る

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

【協議会(18/2/28)にて議論】

過去の商店街の取り組み

《お堀端商店街振興組合》

- 40年前 小田原提灯の設置
 - 15年前 歩行者天国、イルミネーション
- 近年
- 鯉のぼり設置。 • 街路灯設置。 • 風鈴の設置。
 - ブリの逆さ樽にあじさいの植栽。 • お堀ボート運営。
 - バルーンアート(一坪ショップより提案)展開。
 - 氷の彫刻 現在51回目
- (旧志澤内→S50年代は商店街へ)。
- 七夕(30の幼稚園が協力)イベントの開催。
 - テントでバザー(東日本大震災後)開催。
 - ガラポンイベントの開催。

《駅前商店会》

- 25年前～現在まで
- 【アーケード事業】
- アーケード上部に北条氏の家紋設置。
 - 観光案内横断幕設置。
 - アーケード支柱に案内板の取り付け。
 - 小田原提灯の設置。
 - 照明のLED化。

【イベント・事業の課題や反省】

- ◆継続的事業が多いため、年数経過による設備やデザインの老朽化と財源の問題。
- ◆全体的に、資金面と人材(人手不足)が課題。

～計画重要項目～

重点項目

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

小田原駅から小田原城の間の通りを活性化する！！

自分たち会員の活性化
↓
魅力ある通りの実現 → 活性化
↓
お客様の活性化(集客へ)

～計画～

計画を実現する土台作り

優位性を活かし、みんなで楽しく稼ぐ「持続可能なプラットフォーム」の確立

- ① 小田原市の背景.....小田原の地域経済の大きなポテンシャルと潜在的なインパクト
 ② 小田原市の情報整備目的.....歴史文化資産というにぎわいの継承と更なる発展
 ③ 中心市街地に導入すべき機能.....小田原ならではの街の魅力を構想し、育てていく場所

〈小田原の背景〉

①小田原の地域経済の大きなポテンシャルと潜在的なインパクトを活かしきる

小田原の文化力向上を目指す
観光の新しい顔となる役割を担う

小田原は、東京から最も近い城郭のある城下町・宿場町として、産業・工業・文化・観光・交通の重要拠点として存在しております。各主要鉄道及び各高速道路にも直結しており、駅前市場の発展はもとより、まちづくり、観光、文化発信の拠点として神奈川県西エリアの最重要地域として存在しております。日本文化の象徴として、また都心から1時間以内の恵まれた立地にふさわしい地域に愛される「文化観光都市」として、まちづくりの責務が求められます。

首都圏
好立地西へ：伊豆箱根入口
東へ：湘南入口小田原の
ポテンシャル地域資源
豊富各主要
交通網沿い

〈小田原の情報整備目的〉

②400年の歴史と2つの城を持つという専門性を活かし、民間主導情報プラットフォーム

ワンストップで小田原の情報を整備目的を考え、情報の一元化管理・発信

〔小田原に求められる役割〕

役割その1「文化」
駅前から小田原の文化の魅力を提供

- 小田原の多様な食や文化の魅力の楽しみ
- 協力業者や職人が集い、その発想力や技を競い集結
- 親しみやすさ・人の活気など北海道の文化

役割その2「体験」
小田原の魅力を高める体験価値の提供

- 観光客が小田原文化に対する納得、発見、驚き
- まち全体の連続性、一体感を

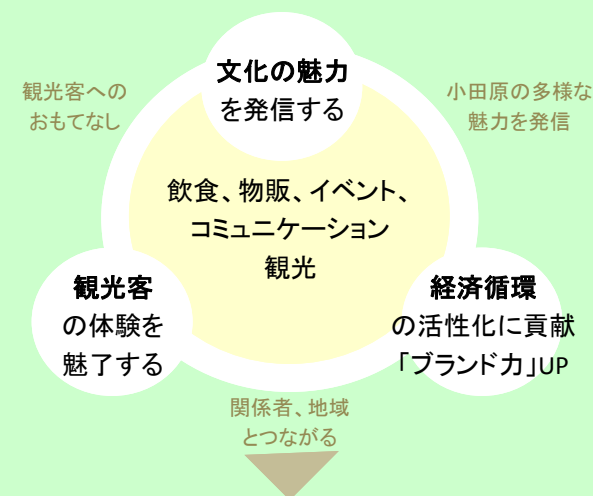
役割その3「貢献」
地域のまちづくりや活性化に貢献

- 地域の各種団体に重宝される施設の運営
- 首都圏エリアの回遊の拠点として機能する
- 交通利便性や住民親和性など小田原ならではの場の提供

〈中心市街地に導入すべき機能〉

③小田原ならではの食や文化の魅力を構想し、集め、育てていく場所

小田原城の魅力を発信するだけでなく、小田原の環境やイベントや食べ歩き、まち歩き等を加えた情報を一元管理し、エリアブランドをマネジメントしていく持続的なまちづくり機能を考えます。



多文化を通じて小田原らしさを創り出し、発信し、育てていく。

新しい小田原の顔へ

～計画～

「小田原城本通り」で、小田原の文化観光の魅力を発信し、稼ぐしかけを作る
まずは、100名の会員さんが集まるしくみと環境を整えることから始めます。

事務局機能と理念の設定

DMC

Destination Management Company
(デスティネーション・マネージメント・カンパニー)
観光地域づくりを実現するための会社

①

小田原の文化体験の魅力

歴史文化資産を最大限に活かし、小田原の文化体験の魅力を発信。市場の魅力・人の繋がりを継承し、より一層魅力的な場所に育てます。



②

シンボリックな集団の新しい楽しみ方

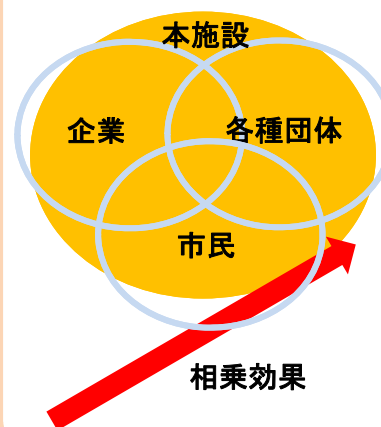
集まる事が楽しくなる。笑顔あふれる事務局づくり



③

各団体・市民との連携

本施設を媒介に団体・企業とのコラボで、誘客し、観光客のモチベーションを上げ、活気ある施設とまちなか回遊を促します。



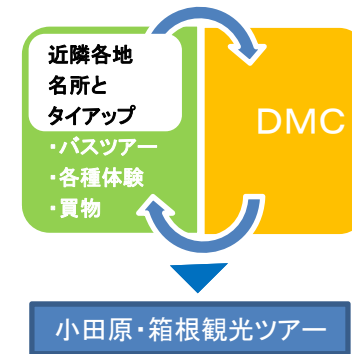
④

観光地としての様々な施策

旅行会社とインフラ連携を基軸とした出口戦略で小田原箱根観光ツアーのコンシェルジュとECサイト機能を追加。

旅行会社との連携

日本人・外国人観光客



～計画～

連絡ツールの作成

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

【協議会(18/2/28)にて議論】

まずは、
会員のコミュニケーションが取れる土壌を作る

- ・この会を知ってもらう（説明会でビジョンを示す）
- ・集まる時間を検討し、月1回の定例化
- ・会員の飲食店を順番に使う
- ・名簿や連絡網を作る
- ・両商店街ABC各地区で活動している（回覧や連絡網）
- ・企画内容によるが、とにかくイベントをやる
- ・強制的にこの会に連れてくる（参加者に来てよかったを与える）
- ・会議や会員の楽しい場をセットする
- ・会議に誰かを連れてくるルール
- ・事務局機能が重要
（議事録を作ってまわす、メールとファックスで連絡）

→ 平成30年度以降の活動のための
土壌を作る

本計画書も全会員に配布する

メンバー相互のコミュニケーションを図る

～計画～

小田原文化の発信というコンセプトで、 ポテンシャルを存分に活かした魅力を発信！

- ①安心・安全・新鮮な食文化
②多種多様でバリエーション豊かな文化体験

- ③歴史・文化を体感するまち歩き観光パッケージ
④各種イベントやお得な情報を一元管理

ただの観光案内所ではなく、魅力の組合せで、文化と食を起点にした小田原ブランドをまるごと発信！

多彩な
魅力に
出会う

小田原の
窓口

「小田原といえば！」が大集合！小田原の文化「4つの切り口」で発信！

①

小田原のうまいもん

食文化を中心に、「小田原と言えば！」を発信。ハラルにも対応し、地元住民、日本国内の観光客はもとより、女性と外国人観光客にささる商品を提供します。

安心・安全・新鮮な食文化

- ・小田原どん
- ・小田原おでん
- ・漁港グルメ
- ・かまぼこ
- ・干物
- ・小田原スイーツ
- ・小田原系ラーメン
- ・新名物の開発 他

②

小田原のすごいもん

小田原文化のポテンシャルを引き出す提供方法で、女性が集まる人気店をめざします。

多種多様でバリエーション豊

かな文化体験

- ・戦国時代
- ・江戸時代
- ・明治・大正時代
- ・昭和時代
- ・現代

5時代の文化体験やグッズが買えるまち

③

まち歩き観光コンシェルジュ

登録制で、DMC事業モデルを確立。ビジネスモデル(バックマージン)の方法を検討し、旅の目的別パッケージツアーの企画・運営

- ・各団体に加盟する店舗へのメリットを高め、会員サービス向上を図る
- ・登録制で個人・団体客紹介
- ・目的別パッケージツアーの企画・運営

④

イベント情報とクーポン

オール小田原でおもてなしの心を表現。イベントやお得な情報を一元管理し、お客様に選ぶ楽しさを提供。

- ・行政・団体・企業と協力し、イベント情報一元化と発信
- ・会員サービス強化
- ・お得なクーポン

↓

自分たちでしかけを作り、
攻める組織を作ろう！

～計画～

全体イメージ

文化発信と小田原の魅力＝そこに集まる人々の笑顔
そのものがシンボリックな話題性のある組織そのもの

コンセプト・・・「笑顔の和」で自然と集まってしまおう仲間たち



◆三茶人のおもてなし
◆宿場町のおもてなし
◆テーマパークの玄関口
◆笑顔あふれる人々
◆積極的に集まる商店街会員
◆なんかいつも楽しい時間
◆一緒にいて良かった
◆このまちに生まれて良かった
◆わがまち自慢ができる人々

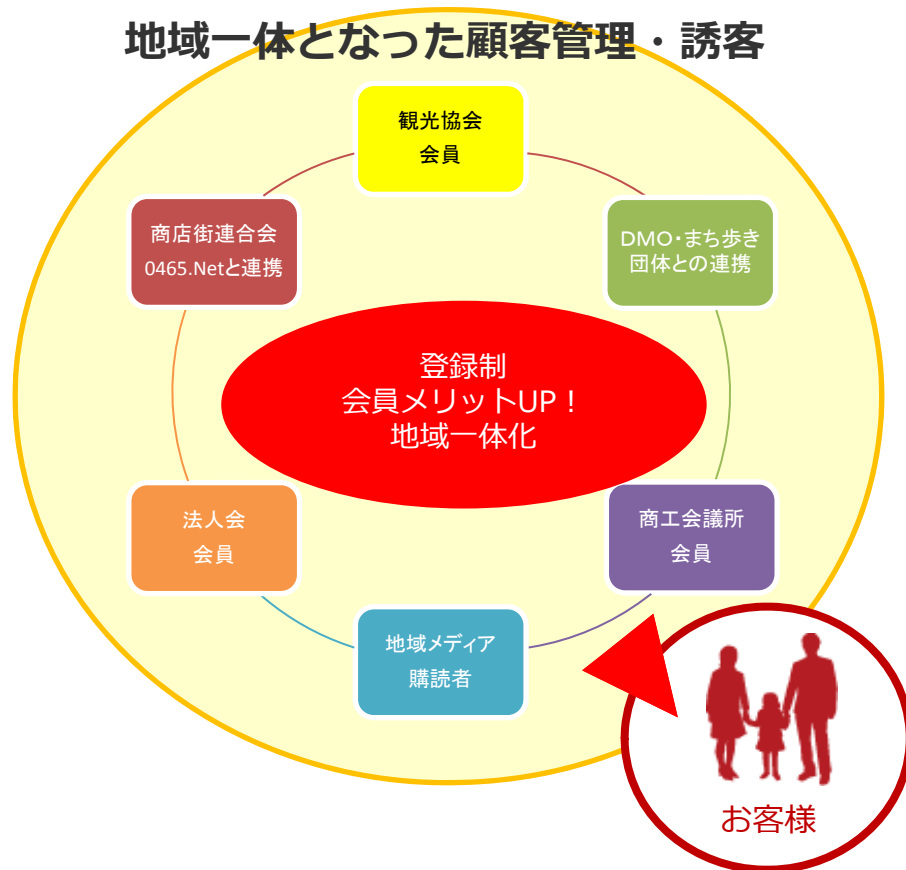
～計画～

団体・企業・市民との連携とやることの整理

楽しみながら地元の企業・団体のお役にたつ
「協議会(まちづくり会社)」をめざして

今回の展開戦略は、団体会員の会員メリットを増やし、
地域一体となった誘客とDMC機能

地域一体となった顧客管理・誘客



【まず先にやること】

- 1、活性化に向けた組織づくり
- 2、会員メリットや未来への可能性
や目標を共有し、共感する。
- 3、信頼と協力体制を強化し
会員の総力を尽くし、一体となって、
協働し、共創する。

理念・目標の設定 その1

**小田原市の中心市街地のあり方を広い目線で見つめ直し、
みんなでとことん話し合いましょう！**

- ・小田原にしかないものは何ですか？
- ・小田原に来なければ見れない&体験出来ないものは何ですか？
- ・2つの商店街を端的に現わす名称を作りましょう！
- ・2つの商店街の特徴を端的に現わすキャッチフレーズを作りましょう！
- ・自分の商売をもっと強めて、外からお客さんを呼びましょう！
- ・みんなが一体となってやったことが今までないから、これからやりましょう！
- ・みんなでこの土地の価値が上がる取り組みをしましょう！
- ・自分目線ではなく、お客様目線で一度小田原を見てみましょう！
- ・自分の商売を今一度見直して、みんなと一緒に日本中に、世界に発信しましょう！
- ・2つの商店街のルールをつくりましょう！
- ・小田原市、観光協会、商工会議所が出しているものを再度良く見て議論しましょう！
- ・今の2商店街の現状を把握し、良く見つめてみましょう！

⇒きっと答えを導き出せ、すばらしい理念や目標を立てることができる！

理念・目標の設定 その2

中小企業憲章や神奈川県中小企業活性化推進条例を参考に
協議会の理念を作成し、計画に落とし込む。

【中小企業憲章】 経済産業省

<http://www.meti.go.jp/committee/summary/0004655/kensho.html>

中小企業は、経済を牽引する力であり、社会の主役である。常に時代の先駆けとして積極果敢に挑戦を続け、多くの難局に遭っても、これを乗り越えてきた。戦後復興期には、生活必需品への旺盛な内需を捉えるとともに、輸出で新市場を開拓した。オイルショック時には、省エネを進め、国全体の石油依存度低下にも寄与した。急激な円高に翻弄されても、産地で連携して新分野に挑み、バブル崩壊後もインターネットの活用などで活路を見出した。我が国は、現在、世界的な不況、環境・エネルギー制約、少子高齢化などによる停滞に直面している。中小企業がその力と才能を発揮することが、疲弊する地方経済を活気づけ、同時にアジアなどの新興国の成長をも取り込み日本の新しい未来を切り拓く上で不可欠である。

政府が中核となり、国の総力を挙げて、中小企業の持つ個性や可能性を存分に伸ばし、自立する中小企業を励まし、困っている中小企業を支え、そして、どんな問題も中小企業の立場で考えていく。これにより、中小企業が光り輝き、もって、安定的で活力ある経済と豊かな国民生活が実現されるよう、ここに中小企業憲章を定める。

【神奈川県中小企業活性化推進条例】 神奈川県

<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f5560/>

神奈川県中小企業・小規模企業活性化推進条例

(目的)

第1条

この条例は、中小企業の振興について、基本理念を定め、並びに県、中小企業者、中小企業に関する団体、大企業者、大学等及び県民の責務を明らかにするとともに、中小企業の振興に関する施策の基本となる事項を定め、中小企業に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図ることにより、小規模企業の事業の持続的な発展をはじめとする中小企業の活性化を推進し、もって県経済の発展及び県民生活の向上に寄与することを目的とする。

理念・目標の設定

事業計画
の
策定

楽しみながら地元の企業・団体のお役にたつ
「協議会(まちづくり会社DMC)」をめざして
今回の展開戦略は、団体会員の会員メリットを増やし、
地域一体となった誘客とDMC機能

事業計画（案）

- 1、事務局機能を作り、月1回会員の集う場を作り、いっぱい話し合う。
 - ・会費は？持続可能なスタイルは？商店街と独立させるか？景観ルールは？
- 2、まちに誘客するための統一感の演出やコンテンツやルールの企画・検討
- 3、2つの商店街の合同ホームページを作成するための企画・検討
 - ・0465.net（商連）とローカルジャパン（報徳二宮神社）との連携
 - ・NIHON ICHIBAN（ちんりゅう）やJapanMade（グルーバー）と連携し
国別戦略を立て、会員の商品をPRや販売する越境ECサイト運営の検討
- 4、共通パンフレット（スタンプカードや特典付きクーポン券）を作成
- 5、多言語化サポートの検討
（レジ・決済機能・翻訳&チラシ・POP・パンフ作成請負等）
- 6、コンセプトツアーの企画・運営の検討
旅行会社と連携したインバウンドツアー企画（お客様を直接誘客）
- 7、メディアニーズの紹介とマッチング（TVに出る確立UP）
- 8、その他合同イベント・催事の企画（まちのイベントと連携を主軸）の検討
- 9、小田原箱根エネルギーコンソーシアムと連携した環境にやさしい商店街づくりの検討
- 10、その他

～計画～

団体・企業・市民との連携とやることの整理

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

統一感のある取り組みに向けて

小田原城本通り活性化協議会

【協議会(18/2/28)にて議論】

統一感のある取り組みに向けたアイデアの抽出

- 色、家紋、音、花などで統一
- イベントで統一
- 本物を並べる
- 他地域との差別化できるコンテンツ
- 氷の彫刻を彫刻の森と連動（箱根との連動）
- 門や入口は面白い
- ファサードの景観統一とソフト面をセットで統一化
- 城の北門を閉める
- ステンドグラスで統一
- 城や歴史やレトロに囚われない新しいイベントに発想の転換
- 道路（足元）の歩道誘導サイン→行政と相談
- アーケードを城下町雰囲気を持たせる
- 地区条例（ルール）の検討



平成30年度より
具体的に検討し、
実行する

～計画～

団体・企業・市民との連携とやることの整理

DMOや旅行会社との連携を基軸とした
小田原・箱根観光ツアーのルートに組み込む

①旅行会社との連携施策 ②組織内の対応施策 ③その他検討項目

①旅行会社との連携施策

観光交通の要としての利点を最大限に活かし、神奈川西観光コンベンションビューローの持っている旅行会社との観光インフラ連携で、ツアー内に入れ込み、まちを回遊。

ポイント1 旅行会社とのインフラ連携

●2市8町DMOの今まで培ったインフラを最大限に活用

現在弊社で取引をしている大手旅行会社やバスツアー会社数社と連携して、バス観光の旅行ルート本施設に組み込みます。本施設を商品化・パッケージ化する事で、人の賑わいの絶えない施設になることが可能となります。

ポイント2 外国人観光客のメッカとして

●インバウンド対策としての機能を持つ

外国人観光客の訪問者数は、年間2500万人に達しようとしています。観光ルートの一つとして本施設をルート軌道に乗せていきます。

ポイント3 観光客の胃袋を全て取り込む

●バスツアーで朝食・昼食・おやつ・夕食に対応できる場所

観光ツアーのどの食事または軽食おやつ時間に対応できる業態です。旅行会社や添乗員に重宝され、観光客の多様なニーズに対応できます。

ポイント4 唯一無二の体験をあたえる場所

●400年の歴史と5時代の文化を味わえる、国内で希少な場所

北海道の恵みを全て注ぎ込み、再構築し、ここでしか味わえないものを追及します。

ポイント5 お土産という気持ちを持ち帰る

●お土産店購入場所を紹介

小田原の恵みを堪能・体験後、お土産を観光客に購入して頂きます。体験満足度が上がった観光客のお土産に対する需要は、一連の流れにより高く見込めます。



②施設内の対応施策

柔軟な発想の施設運営を心がけることで、観光客に対し、心地良い空間を創出します。

多言語対応サイン・パンフ・ガイド・メニュー等

- 限られた滞在時間を気持ちよくスムーズに過ごせる細やかな配慮

スマホ・タブレット活用

- スマホやタブレット端末のアプリケーション活用検討
- 特別な場所にたどり着いた達成感・到達感を味わえる施設の活気
- 何度来ても飽きさせないしかけを提供

いつでも情報発信

- 本施設からの情報などを発信するウェブサイトの活用
- リアルタイムに施設やイベント情報を発信する「デジタルサイネージ」

③その他検討項目

どなたにも快適に施設を利用していただくために

多人数でのバス観光客対応オペレーション

- 本施設に到着した時からお帰りになるまでの対応マニュアルを作成

体の不自由な方・小さいお子様連れ

- 体の不自由な方、小さなお子様連れへの配慮
→バリアフリー対応、ベビーカー・子ども用椅子の貸出等

らくらくお買いもの宅配サービス

- らくらくお買いもの宅配サービス
→来場者が購入した食材やお土産の宅配・郵送サービス



～計画～

現存する年間イベントとのコラボや独自のイベントを開催

25

小田原文化の四季の魅力

年間を通してさまざまなテーマのイベントを開催。
小田原でしか味わえないイベントの魅力を発信。

小田原の魅力が満載な特徴あるイベントを開催。



“小田原の魅力”と出会う食を絡めたお祭りやイベント

1月	● お年玉
	● 正月
	● 成人式
	● 新年会
	● 餅つき大会

2月	● 忍者の日
	● バレンタイン
	● 節分
	● 梅祭り

3月	● 卒業
	● ホワイトデー
	● ひな祭り
	● 卒業式
	● 春休み

4月	● スプリング
	● お花見
	● 入学式
	● 桜祭り
	● 新歓コンパ

5月	● 北條五代祭り
	● ゴールデンウィーク
	● こどもの日
	● 梅まつり
	● 母の日

6月	● 迎夏
	● 新緑
	● あじさい花菖蒲祭り
	● 迎夏祭
	● 父の日

7月	● セタ
	● ちょうちん夏祭り
	● 海開き
	● 夏祭り
	● お盆

8月	● サマーフェス
	● 夏休み
	● お盆
	● 夏祭り
	● 花火大会
	● みなと祭り

9月	● 滋養強壮フェア
	● 残暑見舞い
	● 敬老の日
	● お月見

10月	● オータムフェス
	● 収穫祭
	● ハロウィン
	● 秋祭り

11月	● 収穫祭
	● ボジョレー解禁
	● 小田原映画祭
	● いい夫婦の日

12月	● クリスマス
	● 大晦日
	● 年越し
	● 初日の出

計画をつくるにあたり

会員みんなが求めている事は同じだということがわかった
みんな
「活性化」や「つながり」や「しあわせ」を求めている

しかし、日々忙しい毎日を送る中で
「誰かがやってくれないか」と心の中で思っている



「自分もできる所から、少しずつ手伝う」に
気持ちに変化してきた



今回は、あくまでも“きっかけ”にすぎない
「楽しくみんなでやりきる」状態をめざして

みんなで「最高の通り」にするために・・・
この計画を何度も何度も書き換え
更新していきましょう！

常に発展していく

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会

最高の商店街をめざして...

あきない、
 商売はあきないという
 それはあもしろくて
 しかたがないから
 あきないのだ
 いつもあもしろいから
 笑顔がたえないから
 「笑売」となる
 「いっしょにやいませ」
 「ありがとうございます」
 いつも活発だから
 「勝売」となる
 あきない商売を
 あもしろくないと
 思っているときあきる
 いつも不平不満や
 愚痴がでて心が次第に
 傷ついて
 「傷売」となってしまう
 このお店にはそのうち
 誰もよりつかなくなり
 「消売」となって消えてしまう
 「笑売」をしているのか
 「傷売」をしているのか
 「勝売」をしているのか
 あきない商売をしているのか

仙臺四郎（仙台四郎・せんだいしろう） … 福の神になった男。江戸～明治にかけて実在した人神。「四郎自身が選んで訪れる店は繁盛する」。

小田原駅前商店会 × お堀端商店街振興組合

小田原城本通り活性化協議会