

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	「小田原ブランド元気プロジェクト」～技と匠による世界ブランドと小田笑手形で賑わいの創出～			
(2) 実施団体	小田原市	(3) 対象地域	神奈川県小田原箱根地域	
(4) 代表団体	—	(5) 推薦団体	—	
(6) 実施した取組の内容	取組①	顧客育成型、情報コミュニティ事業		
	実施主体	小田原市		
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 既存商店街サイト「0465.net」に、(仮称)小田笑手形プロジェクト特設サイトを構築する。 ・実施時期: 平成20年10月～ ・実施場所: 小田原市内 ・取組の目的: 「小田笑手形」の利便性と「小田笑井」の魅力発信、小田原の匠事業(H21にて予定)による魅力発信と製品の訴求、連携する木製品業界の取組紹介と訴求等。 	<ul style="list-style-type: none"> ・取組②の「小田原手形」の発行や「小田原どん」の開発に併せて、特設サイト『元気おだわら』の情報発信を開始(H20.11.15から)。 ・商店街連合会のサイト「0465.net」や地場産業振興協議会及び観光情報のサイトとも相互リンクし、小田原の「食べる」、「買う」、「見る」、「体験する」情報を得られるポータルサイトとした。 ・取材対応: TV放映4局(NHK他)、ラジオ放送2局、新聞記事2誌、その他。 	
	取組②	街回遊型、賑わい創造事業		
	実施主体	小田原市		
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 小田原体験ツアーの実施(H21にて予定)、小田笑手形の発行、海外に向けての情報発信を行う。 ・実施時期: 平成20年12月～ ・実施場所: 小田原市内 ・取組の目的: 地域のインバウンド市場の喚起、小田笑手形発行により回遊促進を図る。また、海外からの旅行客誘致を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「小田原手形」の発行(限定1,500個)や「小田原どん」の開発(10店舗選定)に併せ、小田急(15万部)、海外(5万部)の無料旅行情報誌及び商店街連合会の無料情報誌に記事掲載。H20.12発売開始より2ヶ月弱にて限定の「小田原手形」は完売。 ・小田原どんの提供開始を受け、小田原手形、小田原どんを活用した着地体験学習型ツアーの企画・検討を実施。今後、流動客調査を実施し、回遊客の増加傾向の伸びを確認する予定。 	
	取組③	顧客満足度向上型、新名物創造事業		
	実施主体	小田原市/神奈川県産業技術センター		
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果	
		<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 小田原木製品における試作開発と新分野開拓のための研究調査を行う。 ・実施時期: 平成20年10月～ ・実施場所: 実施主体の指定する場所 ・取組の目的: 小田原木製品について国際的に選ばれる伝統工芸品としての可能性を探る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・木製品試作開発: 近年の消費者ニーズを考慮した新たなデザイン性を持った試作品5アイテムを開発。 ・木製品新分野開拓研究調査: ①寄木細工仕上げ塗料調査; ガスクロマトグラフ質量分析、②新分野開拓における他地域状況調査; 事例調査、新分野展開のデザイン提案、③新技術コーティング調査; 真空中におけるコーティング調査。次年度の技術確立に向けた初年度研究のステップを実施。 	
取組④	地域資源発信型、観光事業			
実施主体	小田原市			
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果		
	<ul style="list-style-type: none"> ・実施内容: 技術と名人・達人達を招致したフォーラムの開催や地域資源活用産品を活用したファッションショーの開催を検討する。 ・実施時期: 平成20年11月～ ・実施場所: 小田原市内 ・取組の目的: フォーラムやファッションショーにおける地域資源を活用した情報発信を行い、広く内外に向けPRを図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランド発信のための推進会議(城下町・小田原ブランド推進会議)を開催し、ブランド発信の今後の方向性と手法について、検討。 ・城下町・小田原の地域資源やものづくり技術などのブランド性を広く内外にPRするため、フォーラムを開催。講師: 一橋大学大学院商学研究科関満博教授、地域資源活用支援事務局高島利尚統括プロジェクトマネージャー、スピーカー: 地元業界代表。 		

(7)実施体制	平成20年度の取組実施における体制・役割分担	取組の実施を踏まえた反省点
	<ul style="list-style-type: none"> ・小田原市(主担当:総括) ・小田原市商店街連合会(主担当:取組①;ポータルサイト構築、担当:取組②「小田原手形」の発行、回遊事業の運営管理、「小田原どん」の事業展開) ・神奈川県産業技術センター(担当:取組③;新技術開発研究) ・小田原箱根ブランド創造機構(担当:取組③;試作品開発) ・小田原青年会議所(連携:取組④;小田原ブランドPR) ・小田原箱根商工会議所(連携:取組④;小田原ブランドPR、取組②;ツアー旅行の企画検討) ・地場産業界(連携:取組②;「小田原どん」器作成、「小田原手形」作成) 	<p>取組①「特設サイト『元気おだわら』」の構築は商店街連合会担当(再委託)。 取組②「小田原手形」回遊事業、「小田原どん」の提供店舗募集や選定・調整は商店街連合会が担当(再委託)。「小田原手形」及び「小田原どん」器の作成は、地場産業界(小田原漆器、寄木細工)との協力体制で作成。3者協力体制により推進ができた。ツアー企画・検討は商工会議所の「地域資源∞全国展開プロジェクト」に協力。事業実施期間が短く、関連他団体事業との相乗効果が得られない部分があり、「小田原どん」の器(漆器)作成には季節的に困難であり、当初予定よりも予定がずれ込んだ(課題)。「小田原手形」や「小田原どん」へのこだわり部分は、報道発表後に、想定以上のメディア効果として表れた。なお、これら反響のあった期待に早急に準備・対応することを迫られているため、次年度継続が是非とも望まれる。</p> <p>取組③「木製品試作開発」は(合)小田原箱根ブランド創造機構が担当(再委託)。「木製品新分野開拓研究調査」は神奈川県産業技術センターが担当(再委託)。「木製品新分野開拓研究調査」は試験分析から新技術開発を経て新分野開拓につなげるため、2カ年開発事業である。新たな塗装技術の開発に向け、基礎研究・試験は順調に進んでおり、来年度末の成果に業界からの期待も大きい。</p> <p>取組④「城下町・小田原ブランド推進会議」は小田原市が事務局担当。構成として商工会議所、地場産業界団体、県、有識者等。「城下町・小田原ブランド戦略フォーラム」は主催は小田原市、共催は青年会議所、地場産業界団体、後援は県、商工会議所、商店街連合会ほかにて実施。農業、水産業、商業、工業と関係団体において、オール小田原のブランド推進に活動を広げるための体制作りに向け、意識啓発の促進が図られてきている。</p>
(8)取組により得られた成果	○成果1→ 戦略的情報発信によるインターネットホームページアクセス件数の増加	
	H19	H20(当初予定していた目標)
	地図情報配信システムへのアクセス数は、小田原関連延べ約3万9千件(H19.9.8から配信)。	新情報サイトの立ち上げと既存サイトとのリンクにて、初年度約10万件、3年後に約30万件に広げる。
	H20(実際に得られた成果)	
	「西遊季」アクセス数は、4月～12月で延べ103,071件。「元気おだわら」ポータルサイトのアクセス数は、配信開始(11月15日)2ヶ月で、延べ3,473件。9月配信開始の「odawara-jibasan.jp」も、12月の「小田原どん」記者発表、「小田原手形」発売以降、日平均アクセス数が約2倍になった。	
	○成果2→ 小田原手形の発行枚数の増加	
	H19	H20(当初予定していた目標)
	現状、発行していない。	初年度発行枚数を1千枚とし、毎年新規顧客として500枚を増発する。
	H20(実際に得られた成果)	
	12月12日1,500個限定発売するも、1月15日時点で、売上1,400個を超える。	
○成果3→ 小田原木製品新分野開拓のための新製品アイテム数		
H19	H20(当初予定していた目標)	
新分野の新商品開発は皆無と言っても良い。	初年度新分野へ展開させる開発アイテム数を5アイテムとし、毎年5アイテムずつ増加させる。	
H20(実際に得られた成果)		
寄木と朱漆を組合せた基本デザインに、動向調査の分析などを反映した、酒器、酒盃、小鉢、小皿などのデザイン5アイテム程度にて試作品作成予定。		

	○成果4→ 市内への観光入込観光客数の560万人台達成へ	
	H19	H20(当初予定していた目標)
	市内への観光入込観光客数は平成18年で、508万人。	市内への観光入込観光客数を平成22年度までに560万人を達成する。
	H20(実際に得られた成果)	
	現在集計中で、5月頃発表予定。平成19年は518万人。 ※なお、例年商工会議所実施の流動客調査データと比較するため「小田原どん」の全店展開開始後の3月中旬に流動客調査を実施する。	
(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点	スタートが年度半ばであったため、小田原手形サービス提供店舗の募集や小田原どん提供店舗の募集・選考・決定、小田原手形のデザイン、刻印情報内容の決定、小田原どんの器の形状、加工内容の決定、そこから行う実際の作成行程が、予想以上に長引き、一方で漆器製作で木地乾燥や重ね塗りの間の乾燥が難しい時期(冬場)に重なった事もあり、事業公表が全体的に遅れた。一方で、その実施を受けて予定した事業(体験ツアーの検討や首都圏PR等)の取組が不十分なものとなった。また、地域全体に対する周知期間が十分になかった。一方、メディア効果が大きかったため、世間からの期待に対応するとともに自主運営事業に移行する基礎体制づくりのためにも、次年度の継続対応を強く望みたい。	
(10)平成21年度以降の活動の見込み	当初提案に予定していた平成21年度以降の展開	今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度
	①触れる情報のコンテンツ追加	①「元気おだわら」ポータルサイトに「小田原の匠」の事業展開を図り、触れられる情報サービスの拡充を図る。【平成21年度実施、平成22年度～商店街連合会にて自主運営に移行】 実施主体:小田原市と小田原市商店街連合会の連携 ・顧客化促進ツールとしての「小田原手形」や交流人口拡大アイテムとしての「小田原どん」の初期展開は成功傾向にあり、それに付随して情報サイトのアクセスが増えつつあるため、提案時予定の「小田原の匠」の紹介等サイトの拡充を図る。【平成21年度地方の元気再生事業】1,300千円。
	②感じる賑わいのツール開拓	②小田原手形や小田原どんを拡充・活用した回遊客・観光客向けの小田原体験ツアー事業を試験実施する。【平成21年度実施、平成22年度～商店街連合会にての企画・PRに移行】 実施主体:小田原市と商店街連合会、地場産業界の連携 ・回遊客、観光客の期待に対応していけるに足るサービス店舗数まで小田原どん(器)及び小田原手形の拡充を図る。【平成21年度地方の元気再生事業】26,061千円。
	③技を知る創造によるブランド化確立と管理	③新分野への活用範囲を拡大する新加工技術等を踏まえた地場産業木製品のブランド化促進を行う。【平成20・21年度2ヵ年研究、平成22年度以降神奈川県産業技術センターにて技術管理】 実施主体:小田原市と神奈川県産業技術センターの連携 ・本年度実施結果を受け、生活実用品としての活用分野を広げるための塗装技術を開発する。【平成21年度地方の元気再生事業】2,000千円。
	④拡がる地域イベント開催	④地域資源を活用し広く紹介していく「拡がる地域イベント」を開催するなど、内外に向けた有効な情報発信策を検討・実施していく。【平成21年度実施】 実施主体:小田原市と神奈川県、商工会議所、青年会議所、地場産業界の連携 ・地域のブランド性が向上しつつあるこの状況を強く後押しするために、地域資源を支えるものづくりの技術、匠の技、地域のブランド力などを更に内外に向け強く情報発信する。【平成21年度地方の元気再生事業】6,509千円。
	⑤「小田原伝導師」、「ファンクラブ」構築等	⑤内外から小田原のブランド性を広くアピールしていく仕組みづくりを検討していく。【平成21年度検討、以降実施】 実施主体:小田原市と商工会議所、青年会議所の連携 ・オール小田原的に内外に小田原を紹介していく。【平成21年度地方の元気再生事業】500千円。

「小田原ブランド元気プロジェクト」

～技と匠による世界ブランドと小田原手形で賑わいの創出～(神奈川県小田原市)

平成20年度 地方の元気再生事業
事業実施調査 参考資料

◆主な実施取組の内容◆

取組①顧客育成型、情報コミュニティ事業

取組②街回遊型、賑わい創造事業

実施主体:小田原市(再委託:小田原市商店街連合会、連携:木製品業界)
・「小田原手形プロジェクト特設サイト『元気おだわら』」の情報発信開始。
・顧客化促進ツール「小田原手形」の販売開始、交流人口拡大アイテム「小田原どん」の開発・提供開始。無料情報誌「ANGE」(商店街連合会)に連続掲載。
・地域外・国外への情報発信:「るるぶフリーロマンスカー」(小田急)、「好料爆報」(台湾、香港)へ記事掲載。

→
※平成20年11月に配信開始。商店街、地場産、観光情報の各サイトと相互リンク。

小田原ブランド元気プロジェクトのポータルサイト「元気おだわら」
“<http://genki-odawara.com>”



↓※平成20年12月3店舗にて販売開始。無垢の寄木細工を張り合わせた2次元バーコード刻印の木製手形。



「小田原手形」



「小田原どん」(イメージ)

←
※平成21年2月10店舗にて提供開始。伝統工芸品の器に新鮮地どれ食材満載!

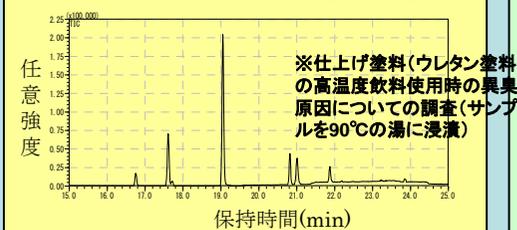
③顧客満足度向上型、新名物創造事業

実施主体:小田原市(再委託:神奈川県産業技術センター、(合)小田原箱根ブランド創造機構)
・木製品試作開発:消費者ニーズを考慮した新たなデザイン性を持った試作品を開発。
・木製品新分野開拓研究:塗料調査、新分野開拓事例調査、新分野展開デザイン提案、耐久性強化のためのコーティング調査により、活用分野拡大のための塗装技術の開発。

木製品試作開発:5アイテム試作品開発作成。
木製品新分野開拓研究(県委託):

- ①寄木細工仕上げ塗料調査(ガスクロマトグラフ質量分析)
- ②新分野開拓における他地域状況調査(事例調査、新分野展開デザイン提案)
- ③新技術コーティング調査(真空チャンバーにおけるスパッタリング方式によるコーティング調査)

ヘッドスペース-ガスクロマトグラフ質量分析結果



④地域資源発信型、観光事業

実施主体:小田原市(連携:(社)小田原青年会議所、小田原箱根商工会議所、地場産業界)
・ブランド発信のための推進会議を開催。
・「城下町・小田原ブランド戦略フォーラム」を開催。

「城下町・小田原ブランド推進会議」の開催
「『城下町・小田原ブランド』戦略フォーラム」を平成21年2月8日開催

講師:◎一橋大学大学院 商学研究科;関満博教授
◎地域資源活用支援事務局;高島利尚総括PM

「『城下町・小田原ブランド』戦略フォーラム」

日時:平成21年2月8日(日)、12時開場、13時開会
場所:神奈川県西湘地域県政総合センター3階会議室(小田原市荻窪350-1)
対象:地域産業経営者、関連団体及び関係機関
参加料:無料

◆取組実施による成果・今後の展開◆

商店街と地場産業(木製品)業界がお互いに連携し、これまでに無い顧客化促進ツールと交流人口拡大アイテムを作り出し、モデル例として賑わい創出の事業展開が始まった。話題性が高く、報道の取り上げも好調で、大いに期待されているが、これはきっかけであり、県西部地域の中核都市として、また国際観光圏を控える地域として、観光客・回遊客の期待の大きさに対して、決して十分な対応規模とはなっていない。スタートアップ期の現状としては、今後早期に事業拡充が必要である。一方で、商業・地場産業の業界内には本事業に対する好反応が拡大しており、本格展開に向けて今一步の事業拡充を行いたい。このため、地域内における産業の枠を超え、連携の取れた持続可能な地域再生につなげていく事を目標に、地場産業への技術的支援や地域住民の地域ブランド意識の啓発を図るなど、側面的支援や、関連団体間の協調体制の強化も必要である。