

○基本計画の名称：小田原市中心市街地活性化基本計画

○作成主体：神奈川県小田原市

○計画期間：平成 25 年 4 月～平成 30 年 3 月

1. 中心市街地の活性化に関する基本的な方針

[1] 小田原市の概要

(1) 歴史

本市は、市内外の遺跡や古文書などにより歴史をさかのぼると、原始・古代より人々が居住していたことがうかがわれ、古くから“ムラ”や“まち”が形成されていた。

平安時代末期には、足柄道と箱根道の分岐点（合流点）に位置し、酒匂川の渡渉地として交通の要地であった酒匂が宿駅として栄えたが、鎌倉時代中期以降になると、箱根越えが東海道の本道として用いられるようになったことから、東海道筋にあたる小田原も多くの人々が行き交うようになった。

室町時代の明応 4（1495）年には、伊勢宗瑞（北条早雲）が小田原城に入城し、戦国時代には関東一円を支配した戦国大名北条氏の本拠となってからは城下町として栄えた。

江戸時代には、江戸幕府の西の守りを固める譜代大名が治めた小田原藩が置かれ、江戸に近い地方都市であった。城下町の人口は最も多い 17 世紀末（元禄期）で、武士・町人層を合わせて 2 万人弱と推定され、東海道では江戸出発後の旅人が初めて立ち寄る都市だった。交通網や宿場などの交通施設の整備により、交通の要衝として、人や物の交流が活発に行われるようになった。



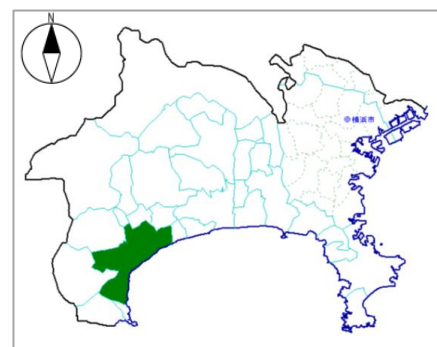
小田原城天守閣

明治 4（1871）年の廃藩置県により、260 年にわたる小田原藩は終焉し、小田原に県庁が置かれ、明治 22（1889）年には、市制町村制に基づき、新玉町、万年町、緑町、幸町、十字町からなる小田原町が誕生した。大正 9（1920）年に小田原駅が開設されてから、小田原町内は活気に満ち溢れた。

このように、本市は古くから交通の要衝として栄え、明治維新後は、小田原の風光明媚・温暖な気候風土に価値を見出した政財界人の別荘・別邸が数多く構えられ、神奈川県西の要として発展を続けた。現代においては、東京までの距離が約 80km とあって神奈川県西部地域の生活拠点として、また富士・箱根・伊豆の観光交流拠点として、地域を担う地方中核都市となっている。

(2) 位置・地勢

本市は、神奈川県の南西端に位置し、東京から南西へ約 80 km の距離に位置し、南西部は真鶴町、湯河原町、箱根町と、北部は南足柄市、開成町、大井町と、東部は中井町、二宮町とそれぞれ境を接している。昭和 15（1940）年に市制施行されて小田原市となったが、昭和 28（1953）年の「町村合併促進法」の施行により、小田原市は大きく市域を拡張した。現在、東西 17.5 km、南北 16.9 km で、その面積（114.06 k m²）



神奈川県内における小田原市の位置図



は神奈川県面積の 4.7%を占め、横浜市、相模原市、山北町、川崎市に次いで 5 番目の広さを有している。

酒匂川が流れる足柄平野を中心に、東は大磯丘陵の南西端である曾我丘陵と呼ばれる丘陵に、西は箱根に連なる火山の外輪山の跡である山地となっており、南は相模湾に面しているなど、市域は変化に富んだ地形となっている。また、背後に山地を控え、南部に相模湾を望んでいることから、年平均気温が 16℃前後と比較的温暖的な気候となっている。

また、本市を含む一帯は、湘南地域の西側に位置することから西湘地域とも呼ばれている。

[2] 中心市街地の現状分析

(1) 中心市街地の概況

江戸時代は小田原宿が東海道有数の宿場町としてにぎわい、大正9(1920)年に熱海線国府津・小田原間が開通し、さらには昭和9(1934)年に丹那トンネルが完成して小田原・沼津間が開通したことにより、熱海線は東海道線に改められ、小田原は交通の結節点として脚光を浴びるようになった。

これにともない、小田原駅周辺が商業活動の中心となり、昭和30年代以降、百貨店などの大型店が相次いで出店したことにより、店舗の集積がさらに進み、昭和51(1976)年には地下街も開設され、小田原駅周辺の中心市街地が県西部を商圈とする一大商業地となるに至った。

しかしながら、平成に入り、鴨宮駅周辺の川東地区や近隣市町に郊外型大型商業施設が次々に出店したことなどにもない、本市の中心市街地の商圈は徐々に縮小し、周辺商店街が衰退したり、駅前の百貨店が撤退したりするなど、平成17(2005)年6月に小田原ラスカが開店したものの、中心市街地の空洞化が生じている。

店舗名称	店舗面積	開業年月	撤退年月
箱根登山ベルジュ	2,216㎡	昭和34年10月	
クレディセゾン志澤店	7,599㎡	昭和43年9月	平成10年8月
長崎屋サンショッピングセンター小田原店	6,017㎡	昭和46年11月	平成20年4月
ナック小田原(新第一ビル・相産ビル)	6,315㎡	昭和47年11月	
アプリ(小田原ショッピングデパート)	11,691㎡	昭和47年11月	
丸井小田原店(小田原駅前ビル)	6,469㎡ (丸井小田原店外4店舗)	昭和50年2月	平成13年10月 (丸井小田原店のみ)
小田原地下街	2,281㎡	昭和51年11月	平成19年6月
エポ(小田原市栄町二丁目Aブロック商業ビル)	10,206㎡	平成5年4月	
小田原ラスカ	7,669㎡	平成17年6月	
ドン・キホーテ	6,017㎡	平成21年12月	

中心市街地における主な大規模小売店舗の出退店一覧(資料:小田原市産業政策課)

本計画で定める本市の中心市街地は、小田原駅周辺の商業・近隣商業地域(南側は小田原駅・JR東海道本線沿線以南の地域から海岸線まで、北側は小田原駅西口北側(城山1丁目)の地域、東西は浜町3丁目から南町4丁目までの地域)の約170haとしている。(「2. 中心市街地の位置及び区域」参照)

現在、中心市街地の土地利用は、小田原駅から御幸の浜に広がる区域の商業系、それらの周りに形成された住居系・商業系共存、あるいは住居系の土地利用となっている。



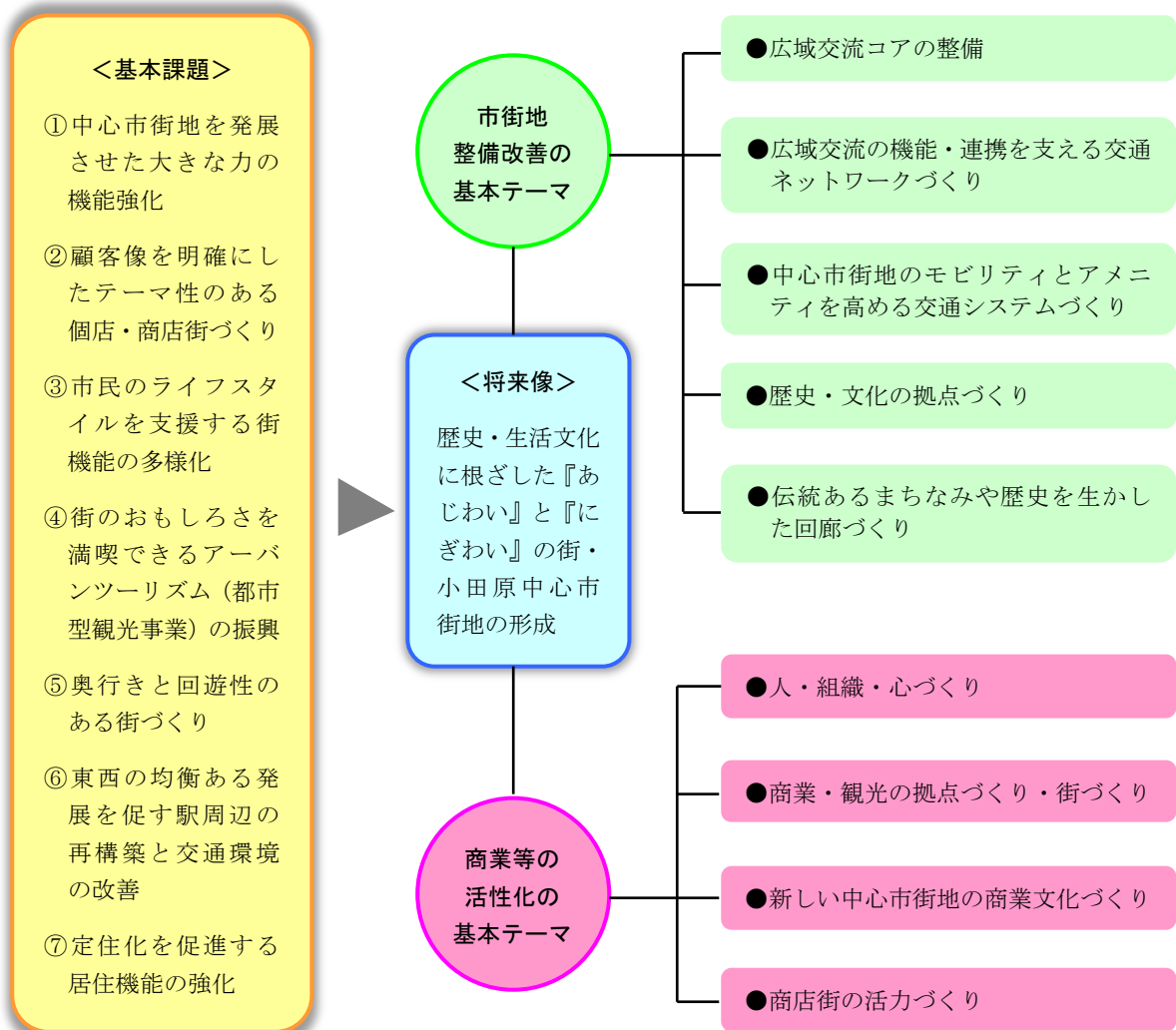
中心市街地の区域図

(2) 中心市街地におけるこれまでの取組み

本市の中心市街地における近年の取組みについては、基本的には、平成 11 (1999) 年 3 月に策定した小田原市中心市街地活性化基本計画 (以下、「旧基本計画」という。) に基づいて推進してきた。

この旧基本計画は、平成 10 (1998) 年 7 月に施行された「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等活性化の一体的推進に関する法律」のもと、中心市街地の特性や資源を最大限に活用した市街地の活性化を図り、市民はもとより来街者にとっても魅力的な地域を再生・創出することによって街のにぎわいを取り戻し、本市の観光・商業及び関連産業の活力ある発展を促すことを基本的な目的として策定したものである。

内容としては、計画期間を平成 22 (2010) 年まで、中心市街地の区域を小田原駅、箱根板橋駅周辺の商業・近隣商業地域及び市役所周辺を包括する地区の約 300ha としており、中心市街地の持つ「強み」と「弱み」を勘案したうえで7つの基本課題を抽出し、「歴史・生活文化に根ざした『あじわい』と『にぎわい』の街・小田原中心市街地の形成」を将来像とした。この将来像を実現するため、5つの「市街地整備改善の基本テーマ」と、4つの「商業等の活性化の基本テーマ」に基づき事業を行った。



小田原市中心市街地活性化基本計画 (平成 11 年 3 月策定、旧基本計画) の体系図

① 中心市街地を發展させた3つの大きな力（駅・城・高密商業系市街地）の機能強化

■ 小田原駅

平成 12（2000）年に工事着工した東西自由連絡通路（通称：アークロード）が平成 15（2003）年に開通し東西の往来が可能となり、平成 16（2004）年に工事着工したペDESTリアンデッキは平成 17（2005）年に整備が完了した。

また、アークロード内には小田原駅観光案内所を設置し、観光客の多様なニーズに対して効果的な情報提供が可能となるようサービス向上を図った。



観光案内所

■ 小田原城

平成 12（2000）～22（2010）年に、小田原城の大手筋にあたる馬出門・馬屋曲輪などの整備を行った。また、史跡内の民有地を買い上げて遺構を保護し、将来の整備に向けた環境を整えるとともに、史跡内の動物園の撤去及び移設を行うことにより、小田原城の歴史的・文化的な価値を高めた。



小田原城馬出門

さらに、平成 13（2001）年に城址公園内に花菖蒲園を整備し、平成 17（2005）年からは花菖蒲園コンサートを開催するなど、城址公園の景観的魅力による新しい観光価値を創出した。

■ 小田原駅東口お城通り地区再開発事業

平成元（1989）年 3 月に民間地権者及び市により「小田原駅東口お城通り地区再開発準備組合」を設立し、「小田原駅周辺地区整備基本計画」（昭和 61（1986）年 3 月）や県・市共同で策定した「広域交流拠点整備構想」（平成 11（1999）年 3 月）をもとに再開発事業を進めてきた。

また、平成 22（2010）年 3 月に完了した事業化検討調査業務の成果に基づき、同年 6～8 月にかけて事業者意向調査を実施した。その調査で得られた事業者からの意見などを踏まえ、同年 8 月の「基本的な事業化方針」の決定を経て、同年 10 月に基本的な地区整備方針として「基本構想」を策定した。

⇒【課題】アークロード内の流動客数や、城址公園入場者数及び天守閣入場者数は、増加しているにも関わらず、商店街の流動客数は減少していることなどが挙げられる。

② 顧客像を明確にしたテーマ性のある個店・商店街づくり

■ 小田原箱根商工会議所

商業者をはじめ消費者代表、自治会代表など多数の方々の意見を集約した形で平成 12（2000）年 2 月に「小田原 TMO 構想」を策定し、商工会議所内に小田原 TMO が設置された。小田原 TMO では、TMO 構想を実現し、中心市街地の活性化を推進するための民間組織として、市や関係機関などとも協力しながら、中心市街地の特性や資源を最大限に活用し、街の活性化や交流人口の増加など、小田原を中心とした地域経済の發展強化を目標に、小田原宿観光回遊バスの運行、ミュージアムショップの運営、花の商店街活性化事業、小田原の物産を活用した集客の場づくり、街づくりコンテストの開催、小田原ちゃん型ペットボトル「旅名水」の販売などの事業を行ってきた。

平成 17 (2005) ~19 (2007) 年度には、おもてなしマイスター研修を実施し、講座修了者を「おもてなしマイスター」として認定することで、生業（なりわい）にこだわりを持った商業活性化に向けた人づくりに取り組んできたほか、商店街へはアドバイザーを派遣し、各商店街の C I 戦略や将来像の形成を図り、企画立案能力や実現可能性を高めるための支援を行った。



旅名水

■小田原市商店街連合会

加盟する各商店会及び個店の情報提供、販売拡大を推進するための事業として、平成 12 (2000) 年度にインターネット事業「0465. net」を立ち上げ、平成 13 (2001) 年度には物品売買やオークション機能を付加したバーチャルモール「小田原市場. com」が拡充され、加盟店舗数 330、1 か月平均アクセス数 9,000 を数えた。イベントや観光情報などを幅広く扱うことで、地域随一のポータルサイトとして広く市内外のユーザーに利用されており、商店街及び個店の売り上げの増加、周知に寄与している。平成 16 (2004) 年度には新たな取組みとして二次元バーコードを活用したガイドブックを発行し、観光回遊拠点情報を含むインターネットサイトと連携し、個店や観光拠点などの魅力を紹介し、来街者の回遊性や滞留性を確保することに成功した。

さらに、平成 17 (2005) 年度には、サービス券つき無料情報誌「Ange (アンジュ)」(隔月発行：80,000 部) を発行し、新聞折込や市内のお店の店頭などで配布するなどして、新たな顧客開拓を図っており、インターネットの「0465. Net」とも連携した相乗効果を狙い、商業の活性化に寄与している。

また、平成 16 (2004) 年度からゴールデンウィークなどの観光シーズンに市内商店の出店や骨董市などによる小田原城北條六斎市を開催することで、市内外消費者への訴求を強めている。

■個別商店街の主な取組み

- ・竹の花商店会：周辺に多く立地するクリニックへ通院するための高齢者の通行者が多いこと、その方たちが竹の花商店会内店舗で「ついで買い」されることに着目し「お年寄りにやさしい商店街」をテーマとし、高齢者が「ついで買い」しやすい商品を店先に配置するなどの取組みを行った。
- ・ダイヤ街商店会：「人と環境にやさしい小さな感動の散歩道」をコンセプトにし、店舗前スペースを活用した季節に応じたイベントを設け、買物客が椅子に座ってゆっくり音楽を聴くことができるような取組みを行った。
- ・お堀端商店街振興組合：通行人の多くが小田原城を目的としていることに着目し、「お城に続く散歩道」といったコンセプトを見出し、樽に花を配したものを店頭に置いたり、小田原鋳物風鈴を飾ったり、季節に応じたおもてなしの取組みによる事業展開を図った。

⇒【課題】 TMOが取り組んだ事業のうち、現在も継続して行われている事業が少なく、活性化に効果を発揮する事業の取組みが少なかったこと、商店街アドバイザー派遣により C I 戦略や将来像の形成を図っても、人手不足・資金不足などから事業化へ結びついていないこと、廃業により、店舗が空いたままになったり、駐車場になったりすることで、商店街としての形成が保たれなくなっていることなどが挙げられる。

③市民のライフスタイルを支援する街機能の多様化

住民票・戸籍謄抄本の発行などを行う住民窓口として、平成5（1993）年に「小田原駅前窓口コーナー」を小田原駅前に開設し、平成15（2003）年には、小田原駅東西自由連絡通路（アークロード）開通に伴い「アークロード市民窓口」として駅なかに移転し、市民生活の利便性向上に寄与している。

平成13（2001）～15（2003）年には、空き店舗活用支援を受けたチャレンジショップ事業として、女性経営者の育成を図るため、女性経営者による11店舗で「小田原ミュージアムショップ」が取り組まれた。

また、ライフスタイルによって必要となる機能が異なることから、平成10（1998）年に「おだわら国際交流ラウンジ」、平成13（2001）年に「おだわら市民活動サポートセンター」、平成16（2004）年には空き店舗を活用した「女性プラザ」、平成17（2005）年にも空き店舗を活用した「市民学習フロア」「おだわら街なか起業家支援センター」といった市民の活動拠点を充実させ、中心市街地の価値向上を図った。このうち、稼働率や費用対効果の観点から、市民学習フロアは平成23（2011）年1月をもって閉鎖、おだわら街なか起業家支援センターは平成23（2011）年2月に中心市街地内の他の空き店舗へ移転した。

⇒【課題】市民のライフスタイルを支援する施設を整備してきたが、市民活動の活発化など多様な市民活動への対応や、利便性と機能性を高めた施設の整備を、より進めていくことなどが挙げられる。

④街のおもしろさを満喫できるアーバンツーリズム

■小田原ブランド元気プロジェクト

内閣官房地域活性化統合事務局による「平成20年度地方の元気再生事業」に採択された「小田原ブランド元気プロジェクト」は、平成20（2008）～21（2009）年度は本市が経済産業省と委託契約を結び国の委託事業として実施したが、平成22（2010）年度以降は民間の自主事業として実施している。

本プロジェクトは、小田原の優れた地場産品である小田原漆器や箱根寄木細工などを生産する木製品の業界団体である（社）箱根物産連合会と、城下町小田原の歴史が育てた食文化を複合的に発信していくものである。事業は大きく分けて、「小田原手形」事業、「小田原どん」事業、「小田原の匠」事業の3つに区分できる。



小田原手形

<「小田原手形」事業>

QRコードと箱根寄木細工を施した携帯ストラップ型の木札を「小田原手形」と銘打ったもので、商店街の加盟店舗を利用する際に提示すると、料金割引やドリンクサービスなど、各店独自のサービスを受けられる。

<「小田原どん」事業>

“小田原の地場の食材を一品以上使用した”オリジナルのどんぶり料理を、“小田原地方の伝統工芸品である小田原漆器の食器”に盛って、“小田原をもっと好きにな



小田原どん

ってもらえるおもてなし”でお客様に饗することで「小田原どん」を名乗ることができ、現在、23 店舗で取り組んでいる。

< 「小田原の匠」事業 >

本プロジェクトを全国に発信するために構築したインターネットのポータルサイト『元気おだわら』において、小田原の伝統あるなりわい産業を担う職人の熟練した技を動画にして紹介するサイトを構築し、小田原ブランドの魅力をさらに発信している。

■小田原の“なりわい”

小田原の生活文化から生まれた“なりわい”に着眼し、昭和7（1932）年に建設された旧網問屋を平成13（2001）年9月に再整備した「小田原宿なりわい交流館」や、平成9（1997）年度から地域に根ざした店舗を「街かど博物館」として整備し、来街者に小田原の生活文化を感じてもらおう取組みを行っている。

⇒【課題】「小田原どん」や「小田原の匠」事業などに取り組んでいるものの、街のおもしろさを満喫できるさらなる資源の掘り起こしや認知性の向上を進め、継続して人を呼び込める仕掛けづくりを行っていくことなどが挙げられる。

⑤奥行きと回遊性のある街づくり

■小田原宿なりわい交流館

1階は市民や観光客の「お休み処」や市内の名所旧跡のパンフレット配布など情報発信場所として、2階は市民活動の発表の場などとして幅広く利用されており、中心市街地における回遊拠点として大きな役割を果たしている。



小田原宿なりわい交流館

■街かど博物館

地域産業の振興を図り、中心市街地の回遊性を向上させ、街なかの賑わいの創出を図っている。現在は、かまぼこ、漬物、和菓子、干物、塩辛、木工などの地場産業を主とした18館が街かど博物館として整備されている。

■街かどお休み処

平成15（2003）年から、中心市街地内において観光案内などを積極的に行う商店などを「街かどお休み処」として指定し、観光パンフレットなどを配置し「街かど観光案内所」機能に加え、店先にベンチを置くなどして、観光客などの休憩所として活用し、中心市街地を歩いて回る観光客へのサービス向上を図っており、現在までに33箇所を指定している。



街かど博物館（済生堂薬局小西本店）

■小田原宿観光回遊バス

平成14（2002）年度から、小田原TMOによる「小田原宿観光回遊バス」が春・秋の観光シーズンにあわせて観光スポットなどを結ぶ巡回バスとして運行し、平成20（2008）年度からは中心市街地整備推進機構の事業として実施しており、一夜城歴史公園、松永記念館（板橋地区）、小田原漁港（早川地区）、街かど博物館などの各拠点のネットワークの強化が図られ、観光客などの利便性の向上と中心市街地の回遊性の向上に寄与している。

■小田原漁港周辺

平成 15（2003）年 8 月、小田原漁港の近くに、特産物である「さかな」のイメージアップと鮮魚販売・その他小田原の名産品などの販売を行う「小田原さかなセンター」が開業した。これにより、以前から実施されていた「港の朝市」や魚のおいしい飲食店の存在とも相まって、小田原漁港周辺は小田原の新しい観光スポットのひとつとして多くの来街者を集めており、回遊拠点として中心市街地活性化に寄与している。

⇒【課題】観光回遊バスや街かど博物館などの事業に取り組んでいるが、小田原の歴史や文化など、地域に根付いた人々のなりわいや生活を資源と捉え、まちなみやルートとして整備していくことで、いかに回遊性を向上させていくかということなどが挙げられる。

⑥東西の均衡ある発展を促す駅周辺の再構築と交通環境の改善

■アークロードとペDESTリアンデッキ

小田原駅東西自由連絡通路（アークロード）が平成 15（2003）年に開通し、小田原駅東西の連携を図ることができるようになるとともに、小田原駅西口駅前広場を平成 16（2004）年に整備し、駅前ロータリー沿いにシェルターを設置し、駅とタクシーなど乗降場が傘をささずに往来できるようになったほか、平成 16（2004）～18（2006）年の小田原駅東口駅前広場整備にあわせ、ペDESTリアンデッキを平成 17（2005）年に整備した。



小田原駅東西自由連絡通路（アークロード）

歩道の段差解消や東口駅前広場のペDESTリアンデッキ新設により、バリアフリー化を実現するとともに、バスアイランドの見直しを行うことで安全で便利な歩行者動線を確保し、利用者の利便性の向上が図られた。

■景観行政

本市は平成 17（2005）年 2 月に景観法に基づく景観行政団体となり、平成 18（2006）年 2 月に全国に先駆けて市域全域を対象とする景観計画及び景観条例を施行した。特に、中心市街地内の小田原城や小田原駅周辺については、景観計画重点区域として位置付け、建築物・工作物の建築などの届出に際して一件ごとの審査を行い、屋外広告物についても色彩の基準を取り入れた市条例により重点区域内の規制誘導を行っている。

平成 20（2008）年 3 月には、旧東海道筋である国道 1 号線沿道の自主的景観形成地区及びその周辺地区についても景観計画重点区域に位置付け、また、平成 22（2010）年 5 月には市域全域を対象とする市屋外広告物条例を施行し、美しいまちなみづくりを進めるとともに、電線類地中化による防災面の安全性や景観の向上が図られた。

⇒【課題】アークロードの開通や東西駅前広場の整備で小田原駅を挟んだ東西の連携は図られるようになり、アークロード内の歩行者通行量は増えたものの、いかに街なかへ人の流れをつくるのか、その仕掛けや拠点づくりなどが挙げられる。

⑦定住化を促進する居住機能の強化

平成 15（2003）年度に、小田原の街なか居住のあり方を検討する場として「街なか居住研究会」を組織し、市民、学識経験者、行政間で街なか居住について活発な議論を行った。

平成 16（2004）年度には、市民のまちづくり気運の醸成を図るため、「街なか居住研究会成果報告会」を開催し、街なか居住研究会により示された今後のまちづくりの方針や街の将来像などを報告した。

⇒【課題】少子高齢化社会を迎え、市全体の人口が減少傾向にある中で、快適な居住環境の整備はもとより、防災・防犯、高齢者対策、子育て支援など総合的に住みやすい環境づくりを進めていくことなどが挙げられる。

「これまでの取組み」についてのまとめ（成果・反省と今後）

◆取組みの成果と反省

旧基本計画では、「市街地の改善」と「商業等の活性化」の2つに、大きくテーマを分けて事業を進めてきた。

まず、「市街地の整備改善」では、小田原駅東西自由連絡通路（アークロード）、小田原駅東西駅前広場、小田原駅東口ペDESTリアンデッキなどの整備を行うとともに、小田原城馬出門・馬屋曲輪の整備や、景観計画重点区域の指定、さらには小田原宿観光回遊バスの運行などにより、広域交流や歴史・文化の拠点づくり、伝統あるまちなみや歴史を生かした回廊づくり、交通ネットワークやモビリティを高める交通システムづくりにおいて一定の成果があった。

次に、「商業等の活性化」では、小田原TMOが推進する事業、小田原ブランド元気プロジェクト、商店街連合会のインターネット及び無料情報誌の発行、小田原城北條六斎市の開催、個別商店街の取組み、小田原宿なりわい交流館や街かど博物館の整備、観光案内所の設置などにより、商業・観光の拠点づくり、商店街の活力づくり、人づくり・組織づくりなどにおいて一定の成果があった。

しかしながら一方で、小田原駅東口お城通り地区再開発、芸術文化創造センター（市民ホール）の整備、定住化促進などは事業が道半ばであるとともに、小田原地下街の営業終了、歴史的・文化的な地域資源の発掘とブラッシュアップ、小田原ちょうちん型ペットボトル「旅名水」の販売や街づくりコンテストなどのソフト事業終了など、新たな課題への取組みの必要性や事業の継続性、さらには、地域コミュニティの核を形成してきた商店街機能の低下など、反省すべき点も生じてきている。

◆これまでの取組みを踏まえて

これまで、ハード・ソフト両面にわたりさまざまな事業を実施してきたが、短い事業年限で終始している事業や廃止されている事業が多くあるとともに、依然として、中心市街地における年間商品販売額、事業所数、売場面積などが減少し、居住人口や歩行者及び自転車通行者数が伸び悩んでいる状況が続いている。

また、売上の低迷や後継者不足などにより空き店舗が増加し、商店街としての形成が保てなくなっていることや、少子高齢化の進展、東日本大震災後の人々意識の変化などにより、生活、福祉、防災などさまざまな対応が必要となっている。

こうした中で、旧基本計画の取組みの反省も踏まえ、道半ばとなっている事業のさらなる推進に努めるとともに、新たな課題への対応や、中心市街地に活気とにぎわいを取り戻していくためには、一過性のイベントなどの事業による一時的な活性化ではなく、取組みの継続と多様な主体間の連携による効果的な事業の展開、人々の生命、生活、暮らしぶりに根付いた継続性、蓄積性のある活性化策により、中心市街地や商店街コミュニティの再生を進めてく必要がある。

(3) 中心市街地の既存ストック

① 歴史的・文化的資源

明応4(1495)年に伊勢宗瑞(北条早雲)が小田原城に入城し、以後5代およそ100年にわたって小田原は東日本最大の城下町として繁栄し、江戸時代には、幕府の西の守りを固める譜代大名が治める小田原藩が置かれるとともに、東海道屈指の宿場町として発展した。明治維新後は、風光明媚・温暖な気候風土や鉄道の開通などにより、政財界人の別荘・別邸が数多く構えられた。

城下町、宿場町を礎として発展してきた本市の中心市街地には、「小田原城天守閣」「常盤木門」「銅門」「馬出門」、貴族院副議長を務めた黒田長成侯爵の別邸である「清閑亭」、幕末の志士で元宮内大臣である田中光顕伯爵の別邸を活用した「小田原文学館」などをはじめとした、歴史的・文化的な資源が豊富に存在している。



小田原城天守閣



清閑亭



小田原文学館

② 自然的・産業的資源

本市の東南から南にかけて相模湾が広がり、南西部は箱根外輪山から延びる山地・斜面・台地、東部は大磯丘陵につながる丘陵地帯となっている。

黒潮の影響もあり気候は温暖で、丘陵地やその周辺ではミカンやウメなどの果樹栽培が盛んに行われ、足柄平野では豊富で良質な水を資源とする水田農業や工場が営まれている。また、古くから沿岸漁業が盛んで、かまぼこ、削り節、干物などの水産加工品の製造・販売や、寄木・漆器・木象嵌などの木製品の匠の伝統の技が継承され、中心市街地でもこうした伝統的な産業文化に触れることができる「街かど博物館」(中心市街地には11館)や、旧網問屋を整備し市民や観光客のお休み処・活動の発表の場として活用されている「小田原宿なりわい交流館」をはじめとした、自然的・産業的な資源が豊富に存在している。



小田原漆器



街かど博物館 (籠常商店 (削り節))



小田原宿なりわい交流館

③景観的資源

歴史的、文化的、産業的資源が豊富に存在する中心市街地には、小田原城址、千度小路、西海子小路周辺をはじめとして、城下町・宿場町の名残を今に伝える街並みや佇まいが残されている。

本市は、平成 17（2005）年に景観法に基づく小田原市景観計画及び景観条例を制定したが、中心市街地については、小田原城周辺地区、小田原駅周辺地区、国道 1 号本町・南町地区を景観計画重点区域として指定している。



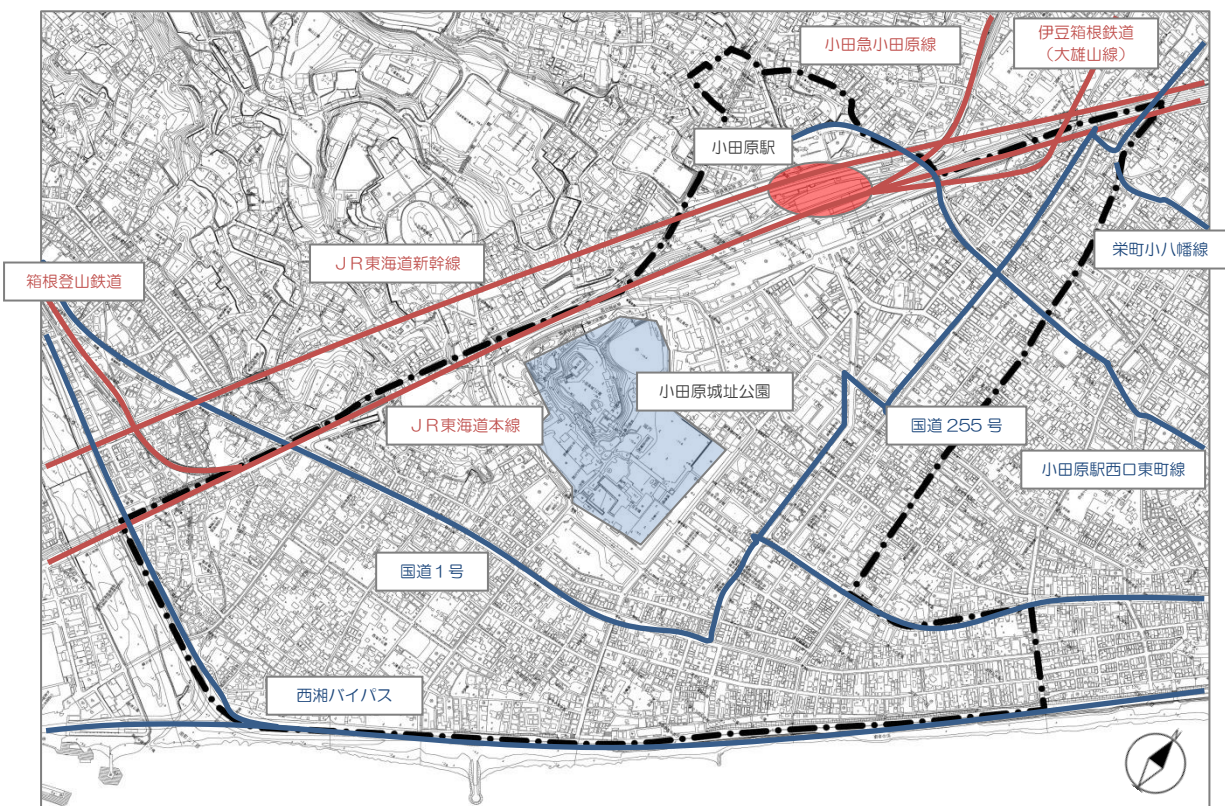
西海子小路

④社会資本資源

ア. 鉄道と道路

小田原駅には J R 東海道本線、J R 東海道新幹線、小田急小田原線、箱根登山鉄道、伊豆箱根鉄道大雄山線の鉄道 5 路線が乗り入れをしており、1 日約 9.4 万人（平成 22 年度）が利用するターミナル駅としての役割を担っている。

また、道路網は、西湘バイパス、小田原厚木道路などの自動車専用道路が東西方向に配置され、外環状機能を有する穴部国府津線、環状機能を補完する栄町小八幡線、小田原駅西口東町線、国道 1 号、国道 255 号などが中心市街地へのアクセス道路として配置されている。



中心市街地における鉄道と道路

イ. 都市福利施設

中心市街地内には、小田原駅東西自由連絡通路（アークロード）内にアークロード市民窓口があるほか、小田原公証役場、小田原公共職業安定所、法務省横浜地方検察庁小田原支部、横浜地方裁判所小田原支部、小田原簡易裁判所など、主として国の公共機関が多く立地している。

また、小田原市立図書館、小田原市郷土文化館、小田原市民会館、おだわら女性プラザ、おだわら市民活動サポートセンター、おだわら国際交流ラウンジ、小田原スポーツ会館、小田原市御幸の浜プールといった文化・スポーツ施設や、救急・入院機能を持つ複数の病院などの医療機関、小学校や高校、大学などの教育機関も立地している。

分類	主な施設		
公共機関	小田原駅	小田原市アークロード市民窓口	小田原市中央連絡所
	小田原市社会福祉センター	小田原公証役場	小田原公共職業安定所
	小田原警察署交番（小田原駅東口、西口、三の丸）	鉄道警察隊小田原分駐所	小田原市消防署南分署
	法務省横浜地方検察庁小田原支部	横浜地方裁判所小田原支部	小田原簡易裁判所
	横浜家庭裁判所小田原支部	小田原郵便局	日本政策金融公庫小田原支店
教育 子育て支援 機関	小田原市立城山乳児園	みどりの家愛児園	みゆき愛児園
	城山幼稚園	御濠端幼稚園	花園幼稚園
	おだびよ子育て支援センター	小田原市立三の丸小学校	新名学園旭丘高等学校
	国際医療福祉大学		
文化 スポーツ 施設	小田原城址公園	小田原市立図書館	小田原市郷土文化館
	小田原市民会館	小田原文学館・白秋童謡館	おだわら女性プラザ
	おだわら市民活動サポートセンター	おだわら国際交流ラウンジ	小田原スポーツ会館
	小田原市城内弓道場	小田原市御幸の浜プール	
医療機関	医療法人同愛会小澤病院	医療法人小林病院	医療法人社団温知会間中病院

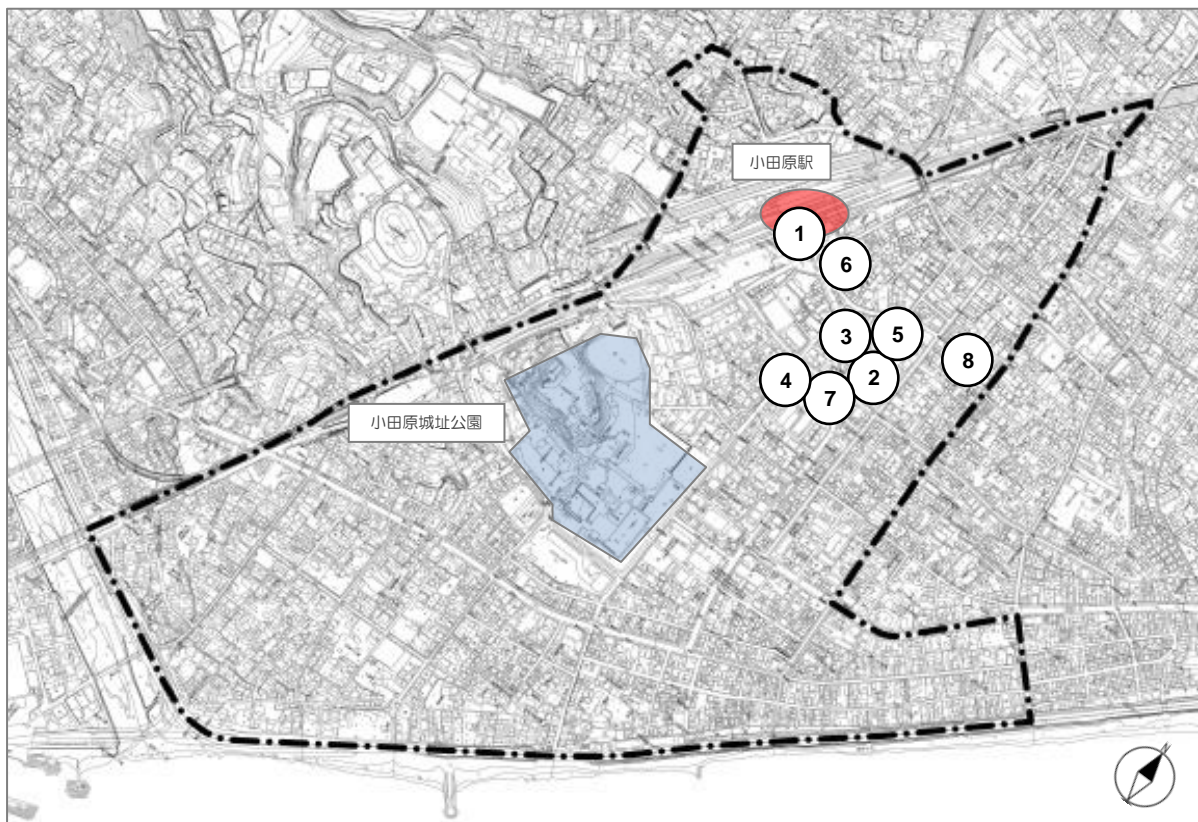
中心市街地における主な都市福利施設

ウ. 商業施設

大規模小売店舗は、小田原駅の駅ビルまたは駅東口の隣接地に立地しており、これを囲むように商店街が形成されている。この区域は小田原駅より概ね1km圏内にあり、商業・近隣商業地域の用途地域指定を受け、市内の商店街の60%にあたる24商店街が集中するとともに、店舗数においても市内店舗数の30%を超える850店舗余りが同地区内で営業し、売場面積においても全市域のうち約26%を占めている

店舗名称	所在地	店舗面積	開業年月
①小田原ラスカ	栄町 1-1-19 ほか	7,669 m ²	平成 17 年 6 月
②エポ (小田原市栄町二丁目Aブロック商業ビル)	栄町 2-9-39 ほか	10,206 m ²	平成 5 年 4 月
③ドン・キホーテ	栄町 2-8-15	6,017 m ²	平成 21 年 12 月
④ナック小田原 (新第一ビル・相産ビル)	栄町 1-14-48	6,315 m ²	昭和 47 年 11 月
⑤アプリ (小田原ショッピングデパート)	栄町 2-9-33	11,691 m ²	昭和 47 年 11 月
⑥箱根登山ベルジュ	栄町 2-1-2	2,216 m ²	昭和 34 年 10 月
⑦オービックビル	栄町 2-9-46	1,298 m ²	昭和 55 年 8 月
⑧茶半家具センター	栄町 2-12-35	1,028 m ²	昭和 44 年 9 月

中心市街地における大規模小売店舗一覧 ※平成 24 年 3 月 31 日現在
 (資料：神奈川県商業流通課『大規模小売店舗一覧』)

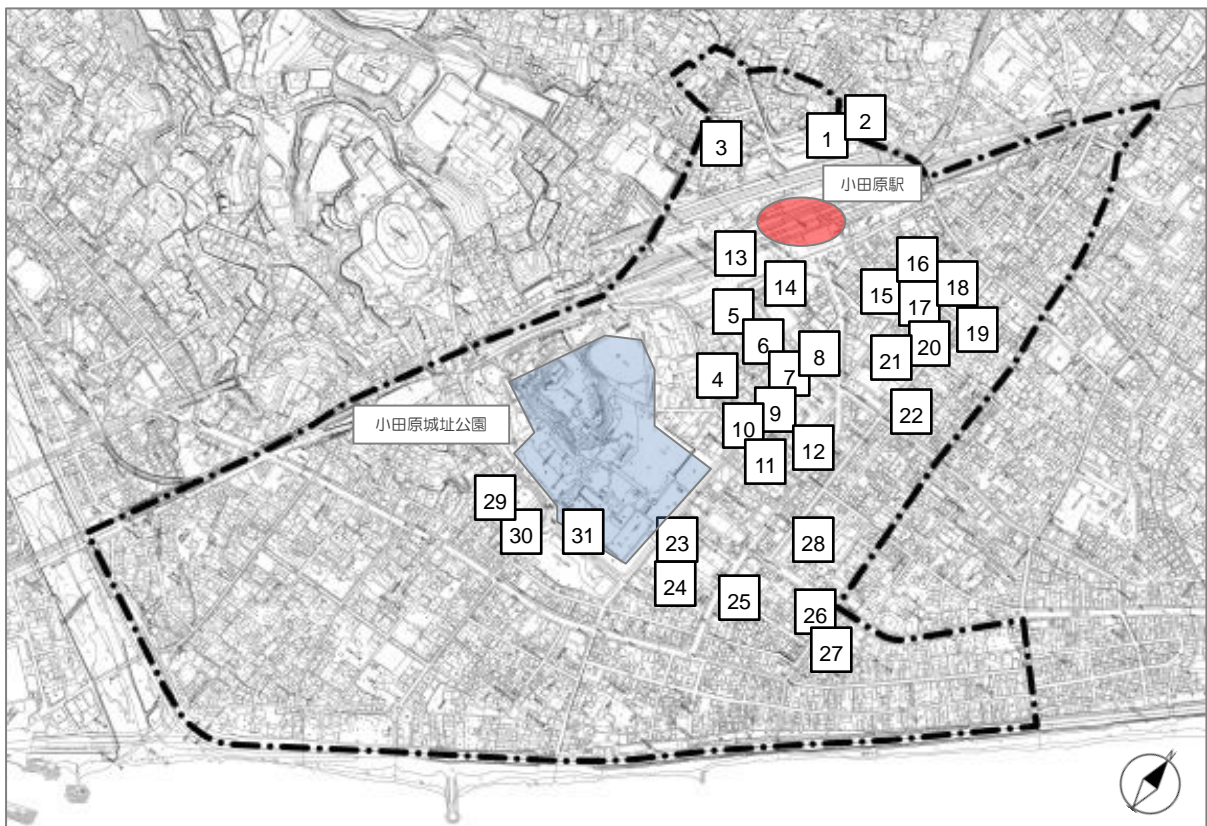


エ. 駐車施設

中心市街地における主な駐車場の分布状況は以下のとおりで、小田原駅や小田原城周辺に点在している。また、小田原城お茶壺橋（小峯橋）には観光バス専用駐車場と大型二輪車駐車場があり、さまざまな交通手段による観光客などの来街者に対応している。

1 小田急小田原第一駐車場	52 台	12 栄町駐車場	388 台	22 アップルパーク	50 台
2 杉山駐車場	66 台	13 東口臨時駐車場	298 台	23 本町臨時駐車場	40 台
3 ステーションパーキング	27 台	14 ショウワパーク小田原駅前	27 台	24 本町第二臨時駐車場	35 台
4 中野パーキング	41 台	15 タイムズ小田原第 5	30 台	25 さがみ信用金庫駐車場	58 台
5 大邦パーキング	73 台	16 やえい駐車場	71 台	26 パークインポケット	26 台
6 立川パーキング	56 台	17 宏和パーキング	30 台	27 パーキングマサ	41 台
7 箱根登山スカイパーキング	36 台	18 シティパーク小田原	64 台	28 ナビパーク小田原本町第 1	27 台
8 アットパーク小田原駅前	22 台	19 パーキングイシダ	24 台	29 三の丸駐車場	30 台
9 ザ・パーキング	27 台	20 アプリ駐車場	60 台	30 藤棚臨時駐車場	65 台
10 Kパーキング	92 台	21 小田原 EPO 駐車場	108 台	31 観光バス専用駐車場	20 台
11 ル・バルク	21 台				

中心市街地における主な駐車施設 [平成 24 年 11 月現在、収容台数 20 台以上]
 (資料：小田原市都市政策課)



⑤ ソフト事業と人的資源

市民のまちづくりへの参加意欲が高く、中心市街地の活性化については、市内の経済関係をはじめとした団体などがさまざまな事業を展開している。

小田原市商店街連合会の「小田原城北條六斎市」や「商店街フェア」、市民が出資して設立された合同会社まち元気小田原の「小田原マルシェ」や「宅配サービス事業」、ほっとファイブタウンによる「まちなか賑わいプロジェクト」、提供店連絡会による「小田原どん」、各商店会による活性化事業、館長連絡協議会による「街かど博物館体験ツアー」、各種組合などによる「梅まつり菓子展示会」「かまぼこ桜まつり」「小田原おでん祭り」、特定非営利活動法人小田原ガイド協会による「観光ガイド」、特定非営利活動法人小田原まちづくり応援団による「清閑亭活用事業」などをはじめとしたソフト事業と、それに携わる人的な資源が蓄積されている。



小田原マルシェ



街かど博物館体験ツアー



小田原おでん祭り

「既存ストック」についてのまとめ

中心市街地には、地勢や歴史・文化に培われた自然的資源、産業的資源、歴史的・文化的資源、景観的資源が多く存在しているとともに、古くから交通の要衝として、県西地域の中心として栄えてきたことから、鉄道や道路、都市福利施設、商業施設などが充実している。

また、これらの物的資源や施設といったハード面だけではなく、それらを支える人的資源や事業、まちづくり活動、地域コミュニティなどのソフト面についても、同様に備わっていることがうかがえる。

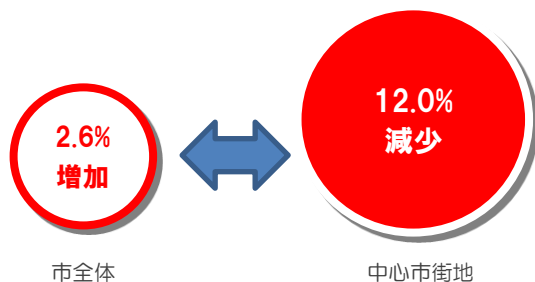
これらのストックは、中心市街地における生活利便性の面でも、中心市街地外からの誘客の面でも、本市の中心市街地の強みであり、その活性化の可能性を高める素材であることから、それらを十分に活かしていくべきである。

(4) 統計的データによる把握・分析

① 人口関連データ

ア. 人口及び世帯

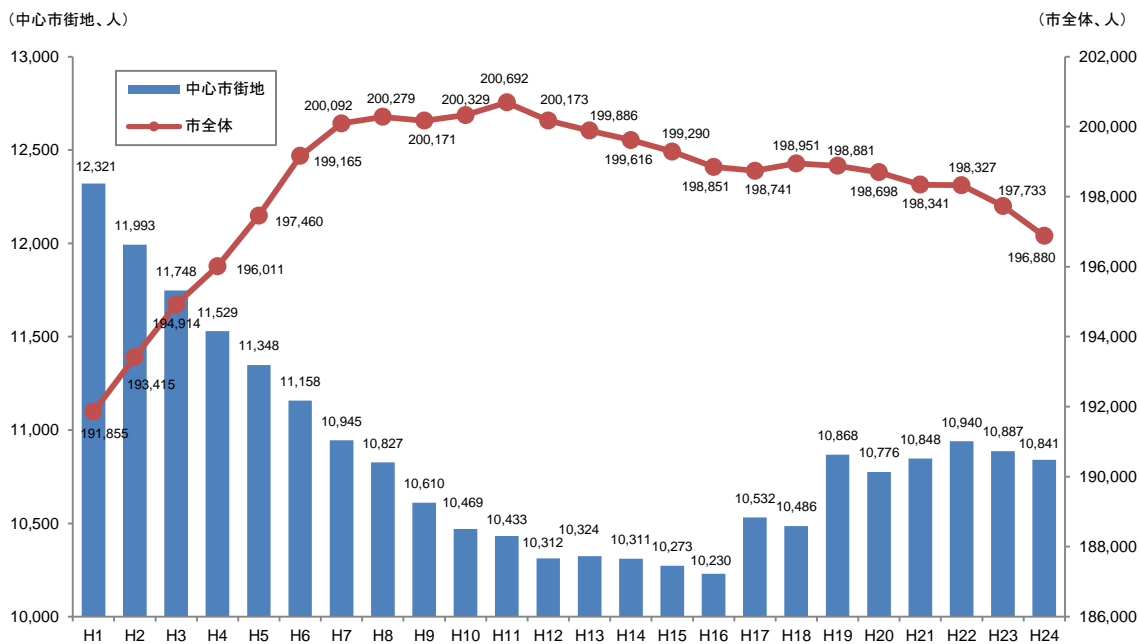
< 人口 (H1→H24) の増減 >



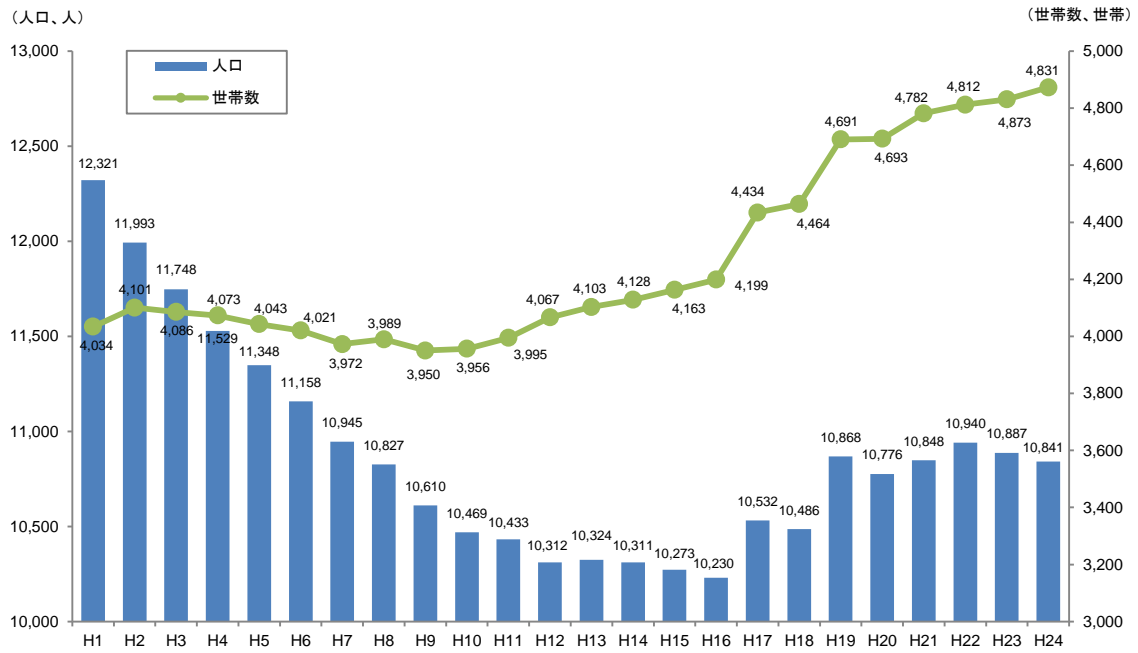
●人口は、中期的にみると、市全体では微増しているのに対し、中心市街地では大幅に減少しており、中心市街地の人口占有率も低下している。
 ⇒中心市街地における人口減少が著しいことを示している。

- ・市全体の人口は、平成 11 (1999) 年にピーク (200,692 人) を迎え、それ以降は少しずつ減少している。一方で、中心市街地の人口は、平成 16 (2004) 年まで減少の一途をたどっている。
- ・市全体における中心市街地の人口の占める割合 (占有率) も、平成元 (1989) 年の 6.4%から、平成 24 (2012) 年には 5.5%に減少している。
- ・これは、古くから形成された中心市街地であることによる既存住宅の老朽化や居住者の高齢化、さらには住宅圏の拡大などによるものと推察される。
- ・なお、中心市街地の人口及び世帯数は、平成 17 (2005) 年から増加に転じているが、これにはマンション需要の高まりと高度地区 (建築物の絶対高さの制限) の都市計画決定 (平成 17 年 6 月告示、平成 18 年 10 月施行) に伴う加速化があるものと推察される。

○高度地区 (建築物の絶対高さの制限) の都市計画決定に伴う加速と推察されるマンションは 4 棟 321 世帯
 ○中心市街地における 1 世帯当たりの人口 (平成 24 年) は約 2.22 人であることから、人口想定は 713 人 (321 世帯×2.22 人)
 ⇒これらを除くと、人口、世帯数とも、概ねそれまでのトレンドのとおりと見込まれる。



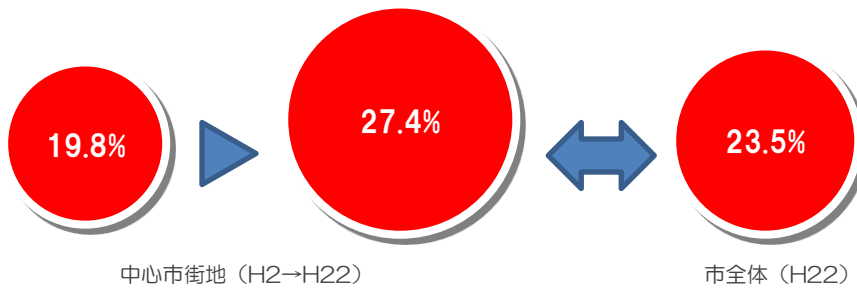
市全体と中心市街地の人口の推移 (資料: 小田原市統計月報 (各年 10 月 1 日現在))



中心市街地の人口と世帯の推移 (資料: 小田原市統計月報 (各年 10 月 1 日現在))

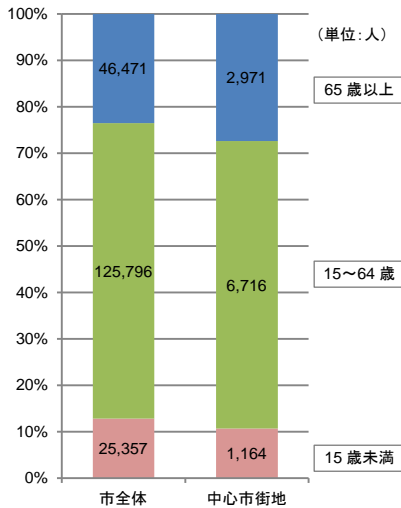
イ. 高齢化

< 中心市街地の高齢化率の推移と市全体との比較 >

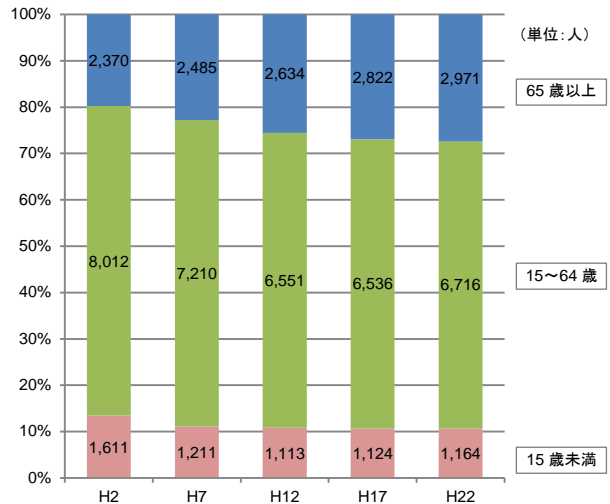


●中心市街地は、人口の減少とともに、最近 20 年間の推移をみても、市全体と比べても、高齢化率が上がっている。
 ⇒中心市街地における高齢化が進展していることを示している。

- ・年齢別人口構成比では、65 歳以上の割合を表す高齢化率が、市全体では 23.5%であるが、中心市街地は 27.4%と大きくなっている。
- ・中心市街地における高齢化率の推移をみても、平成 2 (1990) 年が 19.8%だったのに対し、平成 22 (2010) 年には 27.4%に上昇しており、この 20 年間で、5 人に 1 人にも満たなかった高齢者が 4 人に 1 人以上となっている。



H22 年齢区分別人口の割合
 (資料：平成 22 年国勢調査)

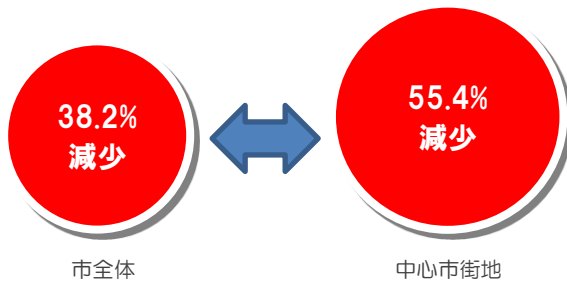


中心市街地の年齢区分別人口の推移
 (資料：国勢調査)

② 商業関連データ

ア. 年間商品販売額

< 年間商品販売額 (H3→H19) の増減 >

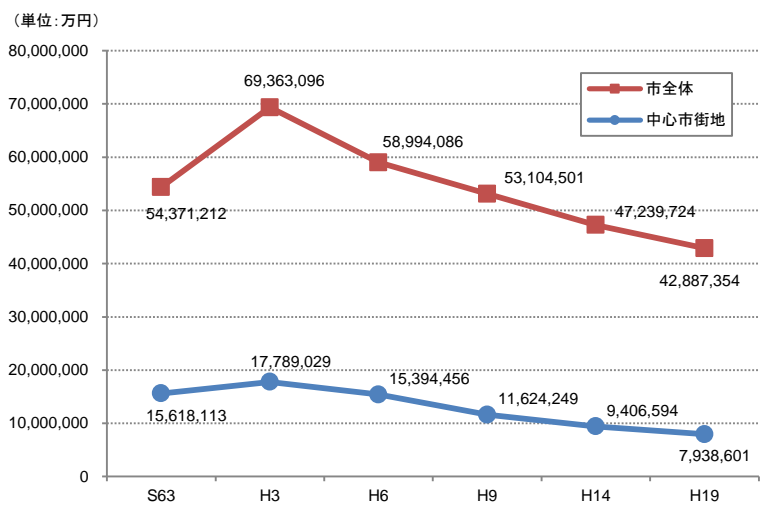


● 中心市街地における年間商品販売額は減少の一途であり、その減少率も市全体として非常に大きい。
 ⇒ 中心市街地における消費活動、購買力の低下が著しいことを示している。

・ 年間商品販売額は、市全体がピークである平成 3 年度の約 6,936.3 億円から平成 19 (2007) 年度には約 4,288.7 億円で 38.2%減少しているのに対し、中心市街地はピークである平成 3 (1991) 年度の約 1,778.9 億円から平成 19 (2007) 年度には約 793.8 億円で 55.4%減少している。

・ 中心市街地の占有率も、平成 3 (1991) 年度は 25.6% だったのに対し、平成 19 (2007) 年度は 18.5% にまで落ち込んでいる。

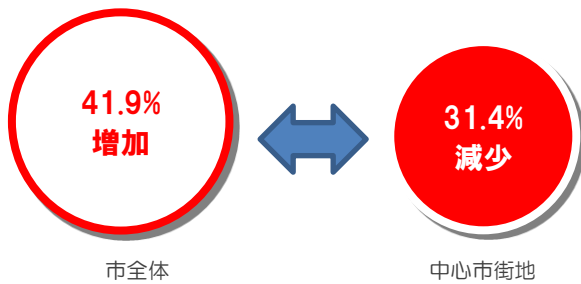
・ これは、バブル崩壊などの経済情勢や郊外への大規模小売店舗の進出、歩行者及び自転車通行者数や居住人口の減少などによるものと推察される。



年間商品販売額の推移 (資料：商業統計)

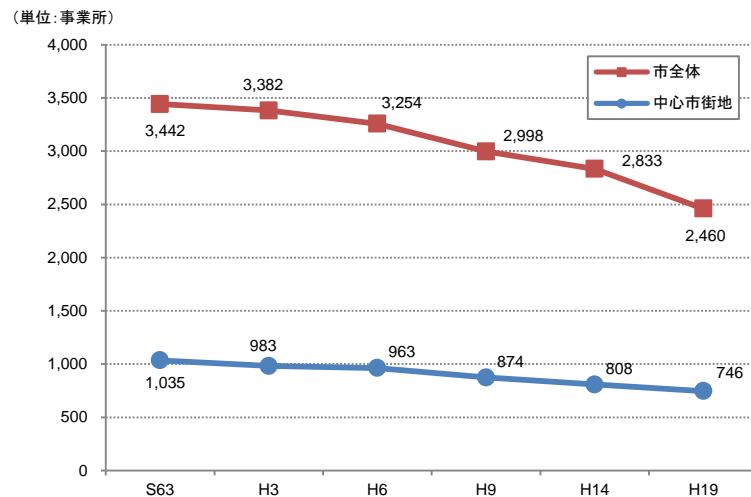
イ. 事業所（店舗）数及び売場面積

< 売場面積（S63→H19）の増減 >

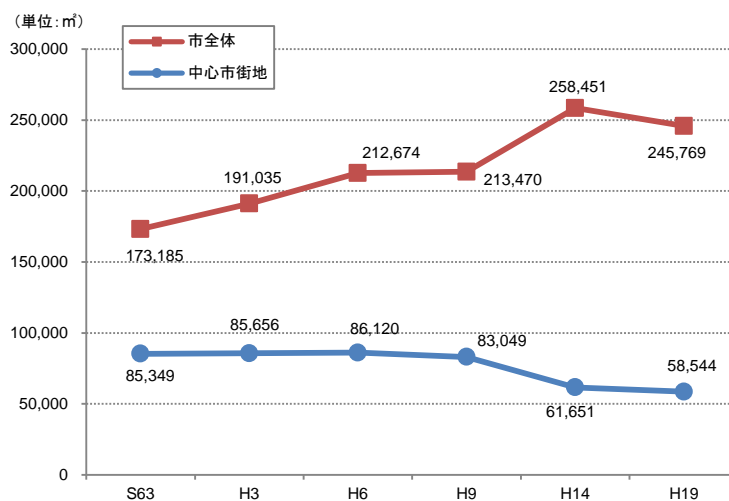


●中心市街地に売場面積は減少の一途であり、一方、市全体としては増加傾向にある。
 ⇒中心市街地の商圈の縮小と、販売力の低下が著しいことを示している。

- ・事業所（店舗）数は市全体も中心市街地も同程度減少しているが、売場面積は、市全体が4割以上増加している一方で、中心市街地は3割以上減少している。
- ・売場面積の中心市街地の占有率も、昭和63（1988）年度は49.3%で約5割であったのに対し、平成19（2007）年度は23.8%で、1/4以下にまで落ち込んでいる。
- ・中心市街地は、商品販売額が落ち込んでいるうえに、売場面積も縮小している状況にある。



事業所数の推移（資料：商業統計）



売場面積の推移（資料：商業統計）

ウ. 商店街流動客

< 中心市街地における商店街流動客数の推移 >

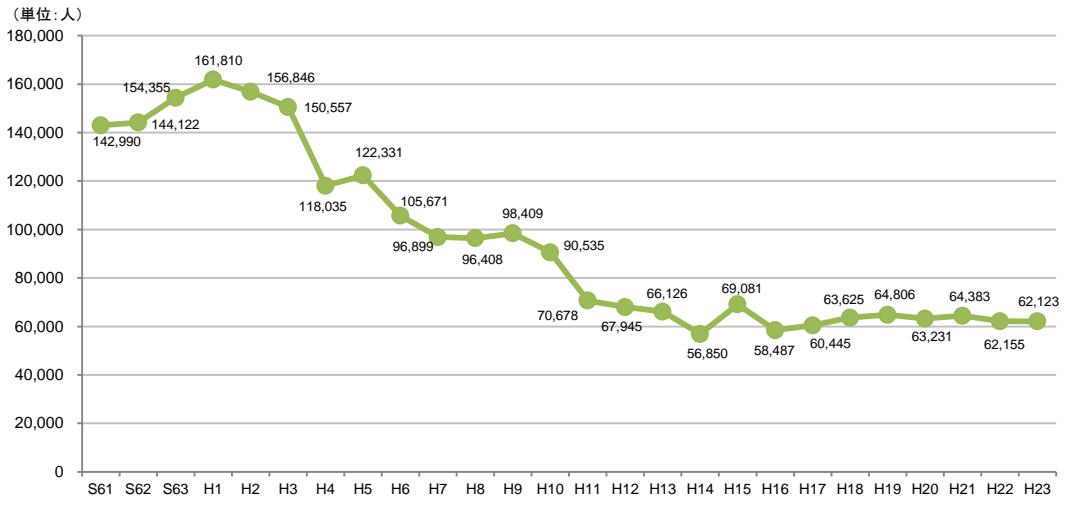


●中心市街地の通行量（商店街流動客数）は、大幅に減少しており、小田原駅から離れるほど少なくなっている。
 ⇒中心市街地における著しい消費活動、購買力の低下につながっていることを示している。

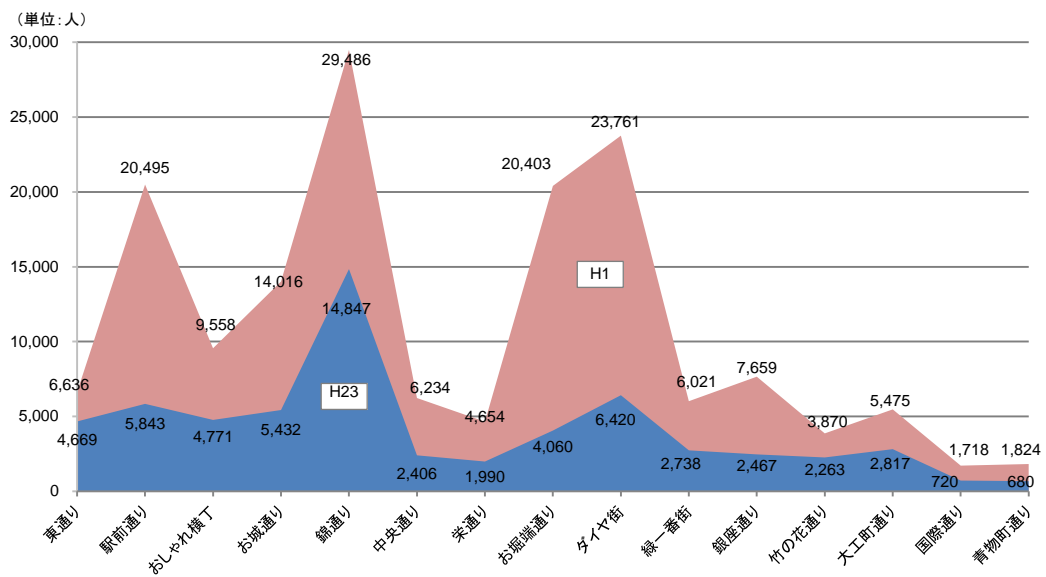
- ・ 中心市街地の商店街流動客数は、平成元（1989）年の 161,810 人から、平成 23（2011）年には 62,123 人となり、約 10 万人、61.6%減少しており、著しい衰退がみられる。
- ・ いずれの商店街も、昭和 61（1986）年から平成 3（1991）年あたりに流動客数のピークを迎えており、平成 16（2006）年ごろまで減少の一途をたどり、その後、横ばいの状態が続いている。
- ・ 年度や商店街の位置によって多少の変動はみられるが、概括的には、小田原駅から離れるほど流動客数が少ないことが分かる。
- ・ これらは、郊外への大規模小売店舗の進出や、中心市街地の大規模小売店舗の相次ぐ撤退などの影響を受け、集客力と回遊性が低下していることなどによるものと推察される。

	平成元年	平成 23 年	増減率
東通り	6,636	4,669	-29.6%
駅前通り	20,495	5,843	-71.5%
おしゃれ横丁	9,558	4,771	-50.1%
お城通り	14,016	5,432	-61.2%
錦通り	29,486	14,847	-49.6%
中央通り	6,234	2,406	-61.4%
栄通り	4,654	1,990	-57.2%
お堀端通り	20,403	4,060	-80.1%
ダイヤ街	23,761	6,420	-73.0%
緑一番街	6,021	2,738	-54.5%
銀座通り	7,659	2,467	-67.8%
竹の花通り	3,870	2,263	-41.5%
大工町通り	5,475	2,817	-48.5%
国際通り	1,718	720	-58.1%
青物町通り	1,824	680	-62.7%
合計	161,810	62,123	-61.6%

中心市街地の各商店街の 1 日あたりの流動客数
 （資料：小田原駅周辺主要商店街流動客調査）

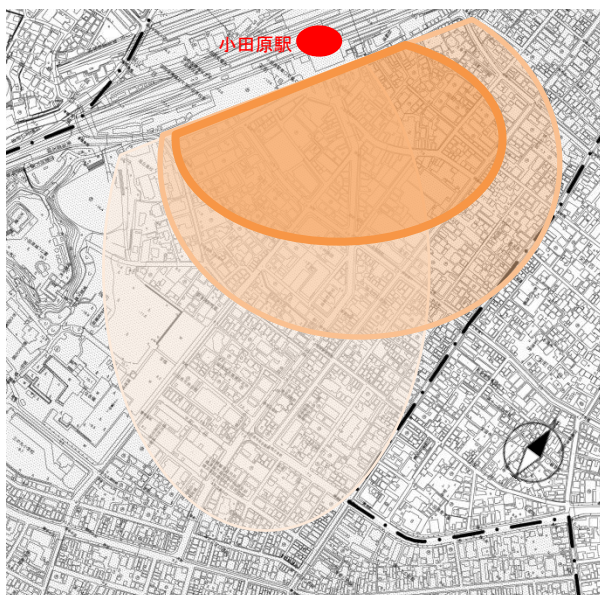


中心市街地の主要商店街の合計流動客数の推移 (資料: 小田原駅周辺主要商店街流動客調査)

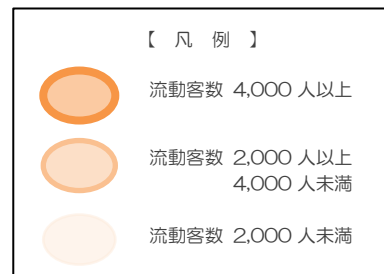


【近】 ← 小田原駅からの概ねの距離 → 【遠】

中心市街地の主要商店街の流動客数の比較 (資料: 小田原駅周辺主要商店街流動客調査)



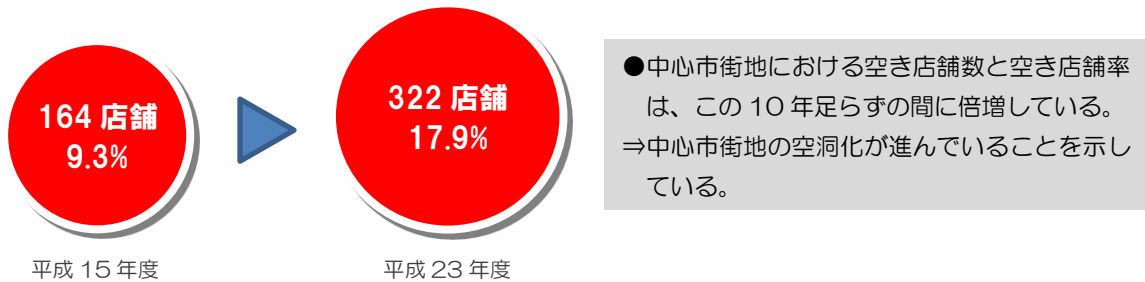
中心市街地の主要商店街の流動客数イメージ
 (資料: 平成 23 年小田原駅周辺主要商店街流動客調査)



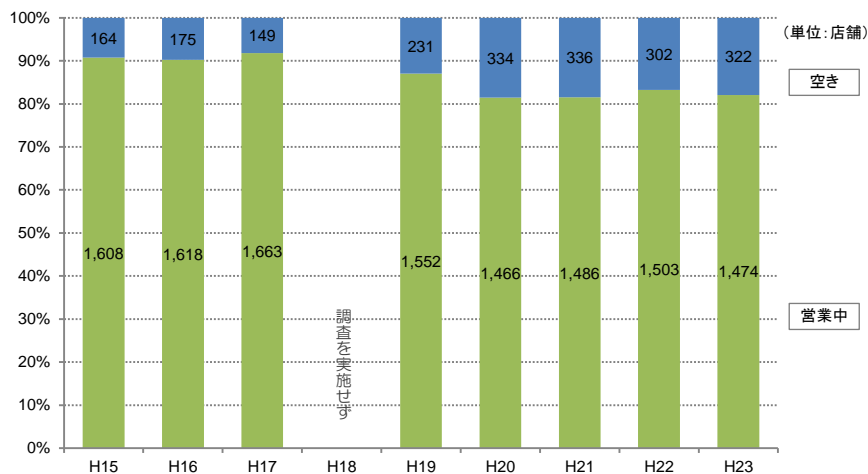
③ 土地・建物関連データ

ア. 空き店舗数・空き店舗率

< 中心市街地における空き店舗数、空き店舗率の推移 >



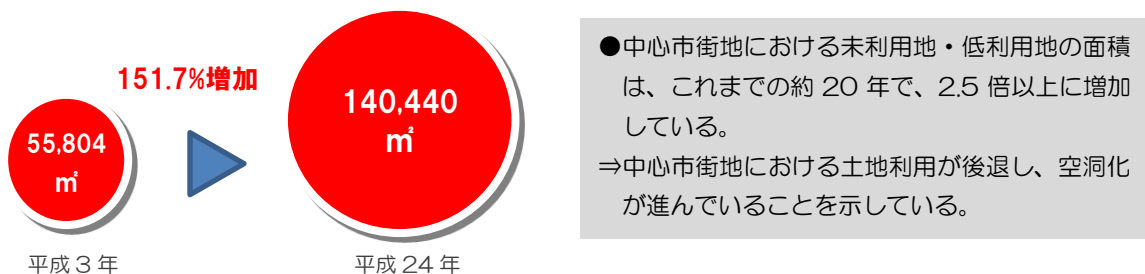
- ・中心市街地における店舗・オフィス系の建築物のうち、空きが322店舗、約18%（空店舗率）を占め、平成15（2003）年度に比べて96.3%増加している。
- ・この中には、通りに面した路面店も多く、中心市街地の商店街の空洞化を象徴する光景にもなっている。



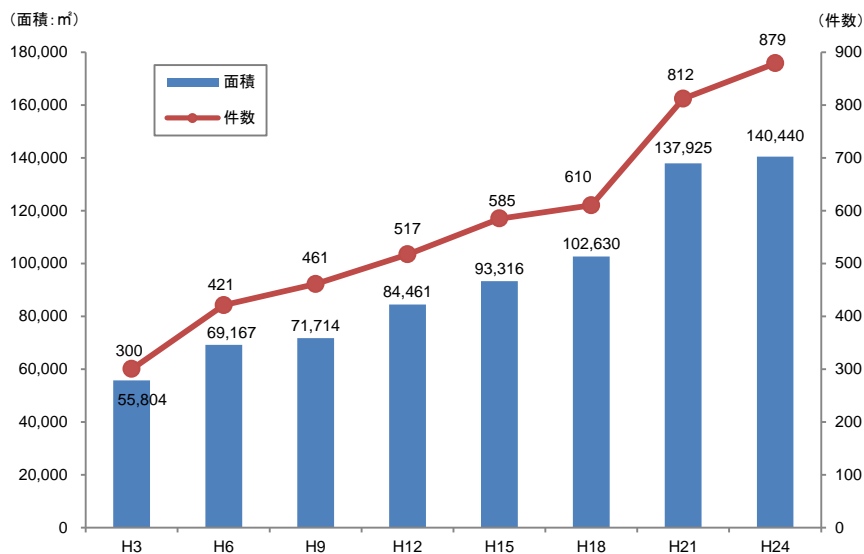
中心市街地における空店舗数の推移（資料：小田原市中心市街地商店街実態調査）

イ. 未利用地・低利用地

< 中心市街地における未利用地・低利用地の推移 >



- ・宅地のうちの更地や雑種地を未利用地、低利用地としてみると、中心市街地におけるそれらは、平成3（1991）年は55,804m²であったのに対し、平成24（2012）年には140,440m²に、151.7%増加している。
- ・これは、空き店舗の増加とともに、経済の低迷に伴う利活用の需要の減少や、経営者の高齢化や後継者不足などによるものと推察される。



中心市街地における更地（宅地）及び雑種地の推移
 （資料：小田原市資産税課（各年 1 月 1 日現在））

ウ. 地価水準

- ・ 中心市街地における地価は、平成 6（1994）年から平成 24（2012）年までの間で、各地点の平均で 71.8%減少しており、特に小田原駅周辺で比較的下落率が高い。
- ・ 一方で、近年は下げ止まりの傾向をみせている。

一 公示地価の推移一

（単位：千円/m²、各年 1 月 1 日現在）

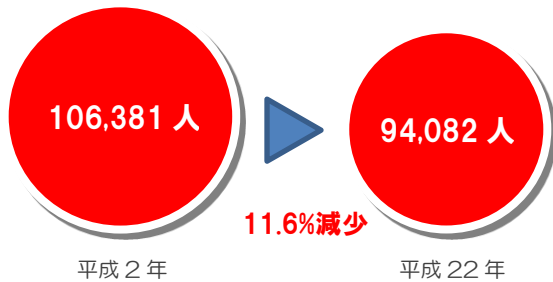
区分	公示地点	平成 6 年	平成 12 年	平成 18 年	平成 24 年	増減率 (H6→H24)
商業地	1 栄町 2-1-29	3,340	1,460	710	696	-79.2%
商業地	2 栄町 2-15-22	595	259	170	162	-72.8%
商業地	3 栄町 1-13-18	1,500	569	231	217	-85.5%
商業地	4 南町 1-9-25	405	247	168	154	-62.0%
商業地	5 栄町 2-12-4	1,150	465	263	241	-79.0%
商業地	6 浜町 1-1-43	590	268	174	171	-71.0%
商業地	7 栄町 2-9-10	2,500	1,080	493	468	-81.3%
商業地	8 城山 1-14-1	809	383	212	204	-74.8%
住宅地	9 南町 2-4-28	285	227	166	169	-40.7%
平均						-71.8%

（資料：国土交通省地価公示）

④ 交流活動関連データ

ア. 小田原駅利用者数

＜ 小田原駅の1日あたり利用者数の推移 ＞



●小田原駅の利用者数が、最近20年で、1割以上減少している。
 ⇒小田原駅を利用する定住人口、交流人口の停滞、減少を示唆している。

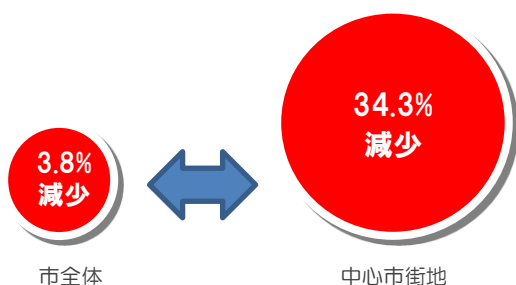
- ・小田原駅の1日あたりの乗車人員は、平成7(1995)年の108,902人をピークに、平成22(2010)年には94,082人にまで減少している一方、平成12(2000)年からはほぼ横ばいである。
- ・利用者には、定期利用と定期外利用があり、定住人口、交流人口の停滞、減少に影響していることが考えられる。



小田原駅の乗車人員(1日平均)の推移
 (資料:平成23年神奈川県交通関係資料集)

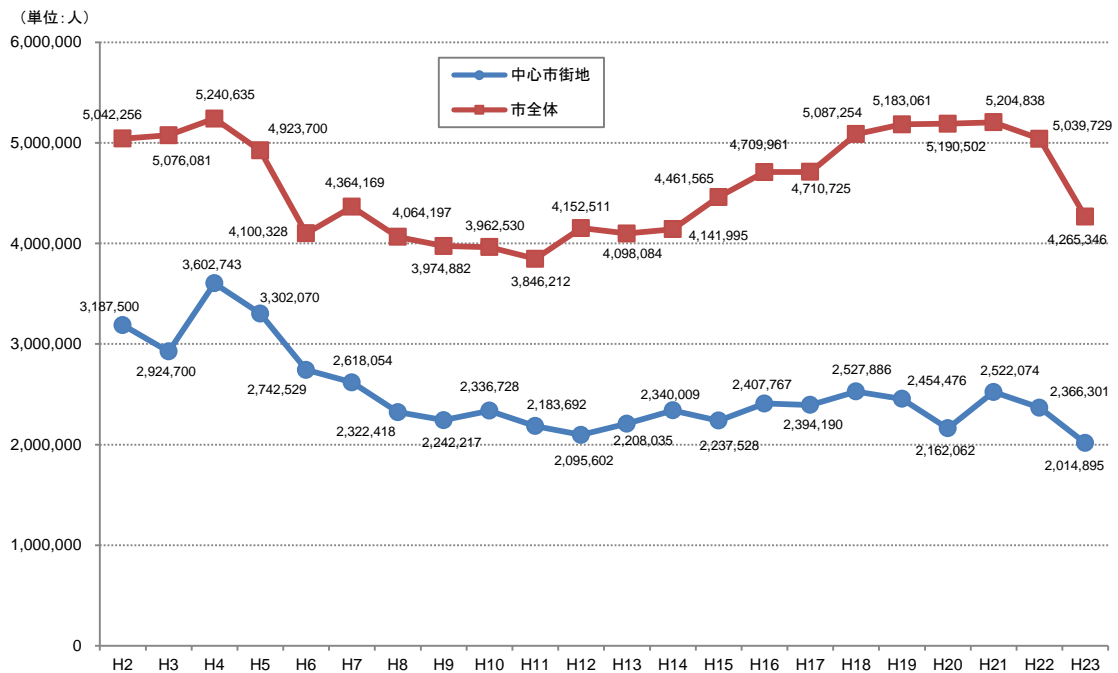
イ. 入込観光客数

＜ 入込観光客数の増減(H4→H22) ＞



●入込観光客数が、市全体では中期的には横ばい、短期的には増加傾向にあるのに対し、中心市街地では中期的には減少傾向、短期的にも横ばいとなっている。
 ⇒中心市街地の魅力の減退と、それによる回遊性、集客性の低下がうかがえる。

- 入込観光客数のピークである平成4(1992)年と平成22(2010)年(平成23(2011)年は東日本大震災の影響があるため除外)を比較すると、市全体では3.8%の減少(約20万人)にとどまっているのに対し、中心市街地では34.3%(約123万人)の減少となっている。



入込観光客数の推移(資料:神奈川県入込観光客調査)

「統計的データ」についてのまとめ

■ 中心市街地における商業活動の停滞、にぎわいの喪失

- 中心市街地における人口の減少や商店街流動客数の減少、入込観光客数の減少などが、商業活動の停滞やにぎわいの喪失につながっていることがうかがえる。
- このことは、年間商品販売額や売場面積が減少したり、空店舗や未利用・低利用地が増加したりしていることから、明らかである。

■ 中・長期的にみた中心市街地の再生

- ここで示したデータのすべてが中期的にみると(平成元年前後と比べると)中心市街地の衰退を示しているが、人口と世帯数、商店街流動客数、入込観光客数などについては、短期的にみると(ここ数年で比べると)微増か横ばいの傾向にある。
- しかしながら、昭和30~40年代に百貨店などの大型店の相次ぐ出店やそれに伴う店舗集積が進んだ本市の中心市街地の形成の経緯を踏まえると、中・長期的にみた中心市街地の再生を図っていく必要があるといえる。

(5) 地域住民等のニーズの把握・分析

① 総合計画策定時における市民アンケート（小田原市）

■調査目的

平成 23（2011）年度からスタートした第 5 次小田原市総合計画『おだわら TRY プラン』（平成 23 年 3 月）の策定にあたって、「まちづくりの基本理念・将来像」及び「まちづくりの目標」を定めるうえで不可欠であった「小田原の都市イメージ・魅力・課題」「地域活動への参加意欲」などに係る市民意識を把握するため

■調査方法

実施期間：平成 20（2008）年 9 月中旬から 11 月中旬

調査内容：自由記載による定性調査を基本

調査方法：学校や各種団体などを対象として配布、公共施設へのアンケート用紙配架、本市ホームページ上のWEBアンケート

配布数：7,030 枚

回収数：4,401 枚

回収率：62.6%

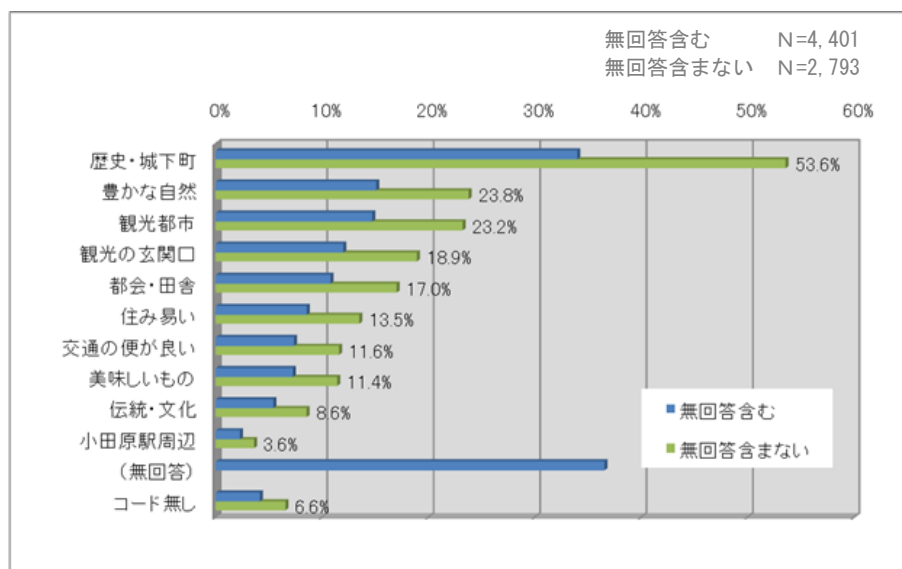
■分析方法

- ・設問に対する自由記述のテキストデータを単語などに分割し、その出現頻度や相関関係などにより解析するテキストマイニング手法で分析
- ・分析には、テキスト型データを計量的に分析するためのソフトウェアを使用

■アンケート結果（都市イメージなどの概要）

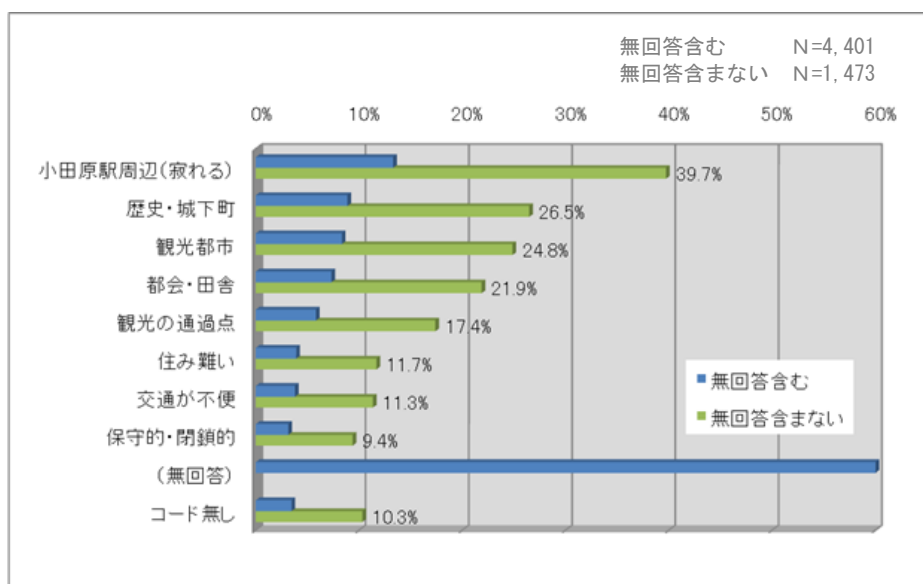
<（良い）都市イメージ>

「小田原城を中心とした歴史ある城下町」が 53.6%と突出している。次いで、「豊かな自然（山・川・海）に恵まれた街」「外国人をはじめ多くの観光客が訪れる観光都市」が 20%を超えている。



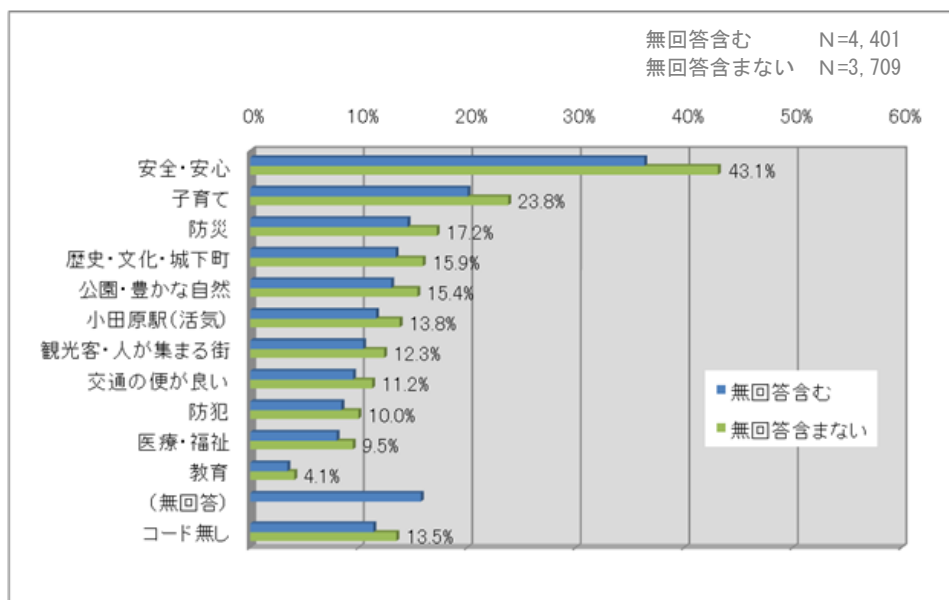
< (悪い) 都市イメージ >

「小田原駅周辺が寂れ、活気がない」が 39.7%で最も多く、次いで、「歴史ある城下町だが、それを活かさない街」「中途半端な観光都市」「都会でもなく田舎でもなく中途半端な街」が 20%を超えている。



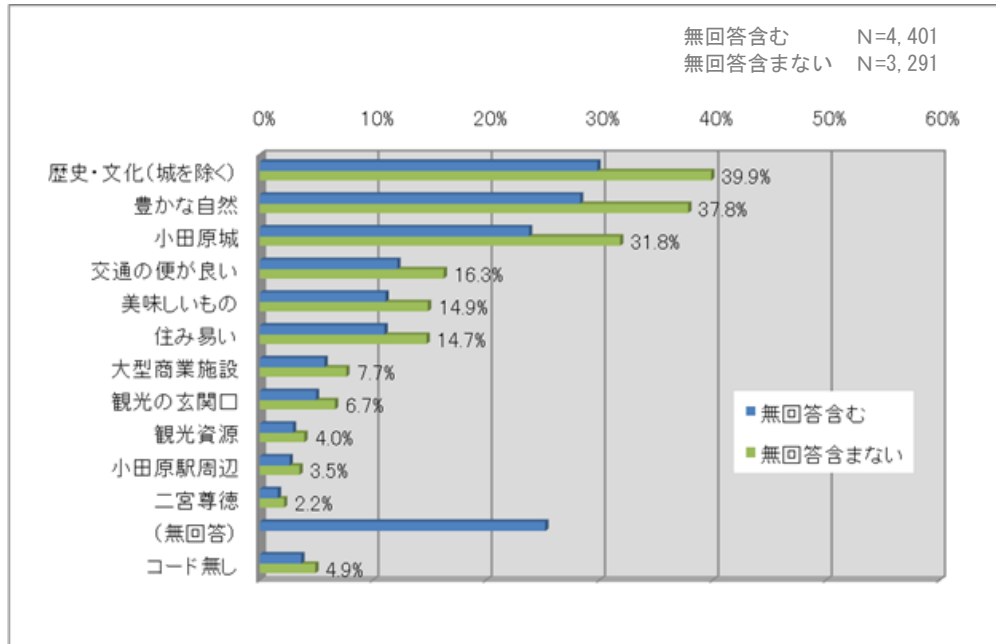
< 10～20年後の将来都市像 >

「子供やお年寄りに優しい、安全で安心して暮らせる街」が 43.1%で最も多く、次いで、「子供達が伸び伸びと遊べ、安心して子育てができる街」が 20%を超えている。



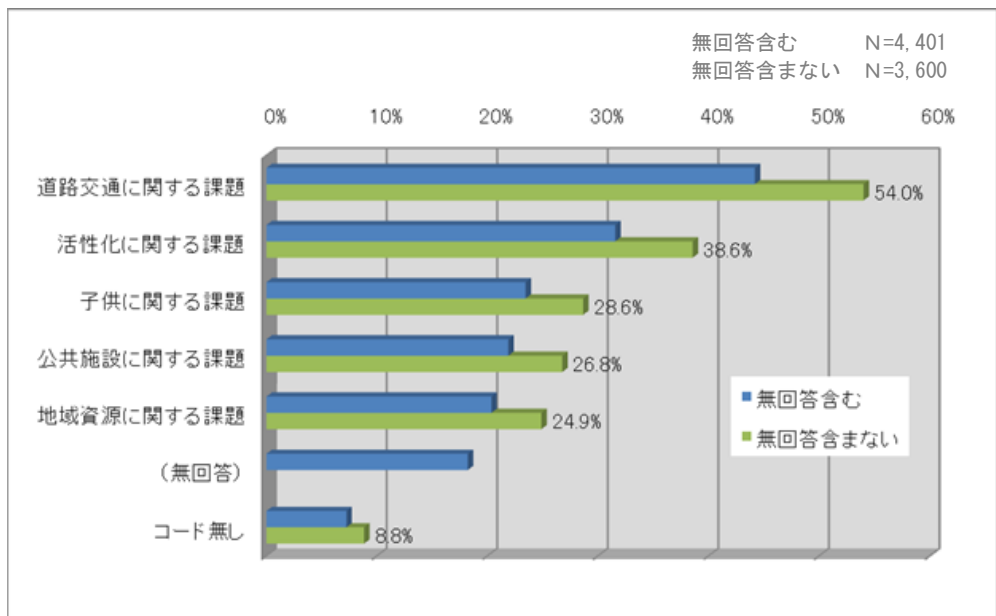
<小田原の魅力・誇れる点>

「豊富な歴史・文化遺産を有する城下町（城を除く）」が 39.9%と最も多く、次いで、「豊かな自然（海・山・川）に恵まれている」「小田原城」が 20%を超えている。



<まちづくりの課題・改善点>

「道路交通に関する課題」が 50.4%で最も多く、大きな分野で括っているため、その他いずれも 20%を超えている。



② 中心市街地活性化勉強会の報告・提言

■目的

平成 21（2009）年 4 月に小田原市中心市街地活性化協議会の開催したセミナーがきっかけとなった自主的な勉強会であり、参加者が小田原の住民として、事業者として、未来につなげる中心市街地活性化のためには「どんなまちにしたいか」「どのようなまちがふさわしいか」を討議する場として開催し、その結果を具体的に実行するための提言とした。

■開催時期と回数

平成 21（2009）年 5～12 月（全体会議 5 回、ランドデザインを考える分科会 9 回、地下街と駅周辺地域活性化分科会 8 回 開催）

■参加者

延べ 332 名

■主たる意見

- ・コンパクトなまちづくり
- ・街なかに出ていきたくなる小田原スタイルのまちづくり
- ・駐車場と案内表示、パークアンドライド
- ・ランドデザイン
 - 時代の流れとともに変遷をした小田原には各地区に根ざしたものがあり、さらに引き出していく。
 - ①東海道や甲州道、海との関係、②松原神社を中心とした大きな小田原の「へそ」、③江戸口・箱根口・井細田口の周辺地域にスポットを当てることでお城を広く囲んで発展したまちが形成される。
 - 松原神社を中心とした周辺が「小田原駅」「小田原城」と並ぶもう一つの核とすべき。
- ・公共でも民間でもできない中心市街地活性化の取組みを行う「まちづくり会社」の早急な立ち上げ（ギャンブル性がなく、公益性を保ちながらも会社として自立できる次のような事業を行う）
 - ①来街者のアクセス向上につながる事業
 - ②にぎわいを創出する事業
 - ③情報発信事業
 - ④魅力ある商業活性化を図る事業
 - ⑤人材育成事業

③ 中心市街地活性化戦略調査（小田原箱根商工会議所）

■調査目的

平成 18（2006）年にはいわゆる「まちづくり三法」が改正され、新たな中心市街地活性化の試みが模索され始めた中、本市においても、小田原箱根商工会議所を中心に民間主導の中心市街地活性化の方向性が検討され、「団塊の世代」に代表される「元気な中高年」をターゲットとする方向性が示された中で、今後の中心市街地活性化を議論、検討、推進していくうえで「小田原の実情や特性」「将来像」を明確にするため（平成 20（2008）年 2 月）

■調査方法

アンケート配布：合計 13,424 部配布

- ・市内の 255 単位自治会に対し、各自治会 5 世帯、各世帯 6 部の割当てで、自治会役員経由で 7,960 部配布
- ・市内で最近 5 年間に建設された総戸数 30 戸以上の集合住宅の計 1,066 戸に、各戸 4 部の割当てで、4,264 部をポストイング配布
- ・市内の協力企業に、各人 6 部の割当てで、1,200 部配布

アンケート回収：郵送による返送の結果、2,204 部の有効回答（回収率 16.4%）

■主な調査結果

<中心市街地の望ましい将来像>

テーマ	選択肢＝将来像の方向性	①	②
生鮮食料品 回答数：2,002	1. 商店街にある店が充実する	34%	26%
	2. 大型スーパーができる	35%	27%
	3. 「デパチカ」（デパートの地下食品売場）ができる	30%	23%
	4. どう変わっても増えない	33%	25%
衣料品 回答数：1,979	1. 商店街にある店が充実する	38%	30%
	2. 量販店（ユニクロやしまむらなど）ができる	36%	29%
	3. 高級ブランドショップができる	22%	18%
	4. どう変わっても増えない	29%	23%
家具・家電製品 回答数：1,958	1. 商店街にある店が充実する	21%	17%
	2. 量販店（ヨドバシカメラやビックカメラなど）ができる	53%	42%
	3. アンティークやアジアンの家具・雑貨店が増える	21%	17%
	4. どう変わっても増えない	30%	24%
営業形態 回答数：1,915	1. 郊外の大規模店と同じ品揃えになる	47%	36%
	2. 夜遅くまで営業する店が増える	40%	31%
	3. 高級品の品揃えを充実させる	19%	14%
	4. どう変わっても増えない	25%	19%
病院・介護・福祉 回答数：1,930	1. 病院の診療時間が延びる	59%	42%
	2. 保育施設が充実する	18%	13%
	3. 高齢者介護施設が充実する	40%	28%
	4. どう変わっても増えない	23%	17%

テーマ	選択肢＝将来像の方向性	①	②
飲食店 回答数：1,914	1. 小田原を売り物にした飲食店が増える	42%	33%
	2. 夜遅くまで営業する飲食店が増える	40%	32%
	3. 高級レストランが増える	21%	17%
	4. どう変わっても増えない	24%	19%
駐車場 回答数：1,959	1. 1時間300円程度の駐車場がもっと増える	19%	16%
	2. 無料駐車場が増える	76%	63%
	3. 路上のパーキングメータが増える	10%	8%
	4. どう変わっても増えない	15%	13%
イベント 回答数：1,866	1. 古くからの祭りにしぼって充実させる	35%	30%
	2. 一般市民が自由に参加できる祭りを増やす	43%	36%
	3. 一般市民が企画や運営に携われる祭りを増やす	16%	13%
	4. どう変わっても増えない	26%	22%
環境 回答数：1,969	1. 歴史を感じさせる町なみを広げる	60%	38%
	2. 子どもも遊べる公園などを増やす	40%	26%
	3. 街路樹など緑が増える	43%	27%
	4. どう変わっても増えない	13%	8%

※（複数回答のため）①は回答者数に対する割合、②は回答数に対する割合

将来像のイメージを、選択肢の順に次の4つの傾向に分類	テーマ	改善志向	郊外志向	高級志向	否定志向
■改善志向 現在の商店街の商品やサービスを前提に、その「改善」を求める傾向	生鮮食料品	34%	35%	30%	33%
	衣料品	38%	36%	22%	29%
■郊外志向 中心市街地に、量販店や大型店のような「郊外」型の商品やサービス求める傾向	家具・家電製品	21%	53%	21%	30%
	営業形態	47%	40%	19%	25%
■高級志向 中心市街地に、百貨店のような、「高級」な商品やサービスを求める傾向	病院・介護・福祉	59%	18%	40%	23%
	飲食店	42%	40%	21%	24%
■否定志向 中心市街地が足を向ける可能性を完全に「否定」する傾向	駐車場	19%	76%	10%	15%
	イベント	35%	43%	16%	26%
	環境	60%	40%	43%	13%

<小田原駅周辺での観光の認知度と満足度>

	最近5年間 行ったこと あり	行ってみたい + また行きたい	「また」 行きたい	「これから」 行きたい	行った + 「これから」	認知度 満足度	回答計
小田原城天守閣	51%	21%	32%	7%	28%	低低	2,065
小田原駅周辺まちあるき	42%	26%	42%	8%	24%	低低	2,066
街かど博物館	16%	15%	44%	9%	12%	低低	2,065
ひものやかまぼこの製作体験	8%	12%	30%	11%	9%	低低	2,066
寄木細工やちょうちんの製作体験	6%	14%	28%	13%	9%	低低	2,066

	最近5年間 行ったこと あり	行ってみたい + また行きたい	「また」 行きたい	「これから」 行きたい	行った + 「これから」	認知度 満足度	回答計
小田原おでんを食べる場所	14%	19%	41%	13%	13%	低低	2,066
城下町おだわらツーデーマーチ	11%	14%	53%	9%	10%	低高	2,066
小田原城周辺の花見(梅、桜、菖蒲など)	60%	48%	65%	18%	34%	低高	2,066
北條五代祭り・神社祭り	46%	32%	51%	15%	28%	低高	2,064
ちょうちん夏祭り	28%	21%	45%	11%	18%	低低	2,066
小田原・港の朝市、みなと祭り	19%	29%	57%	23%	19%	低高	2,066
御幸の浜花火大会	26%	29%	60%	16%	20%	低高	2,066
小田原映画祭	4%	15%	42%	13%	9%	低低	2,066
産業まつり	20%	18%	54%	8%	15%	低高	2,066
板橋・秋の交流会	5%	9%	64%	7%	6%	低高	2,065

※中心市街地の区域外のものも一部含む

「地域住民等のニーズ」についてのまとめ

地域住民などに対するアンケートや調査によると、中心市街地を中心とした都市のイメージや魅力、誇れる点については、小田原城や城下町、なりわいなどの歴史的・文化的資産や、豊かな自然、交通の利便性が挙げられている。また、中心市街地におけるニーズとしては、生鮮食料品や衣料品、家具・家電製品などについて、大型量販店と商店街の店舗の充実が望まれているほか、将来都市像としては、安全で安心して暮らせるまち、安心して子育てができるまちが望まれている。一方で、小田原駅周辺における観光の認知度や満足度については、低いものが多くなっている。

今後、中心市街地の活性化を図っていくうえでは、歴史的・文化的な資源を活かすとともに、その認知度、満足度を上げていくことと、交通の利便性を活かしつつ、安全で安心して暮らせるまちを目指していくことが必要になるといえる。

(6) 中心市街地における課題

中心市街地の現状やニーズ、これまでの取組みや既存ストックなど踏まえ、中心市街地の活性化に向けた課題を、次の3つに整理する。

【課題①】 交流人口の減少 ⇒ 滞在性・回遊性の向上、来街者の増加

これまでの推移と現状をみると、入込観光客数の減少（H4比34.3%、年間約123万人減少）や通行量の減少（H1比61.6%減少）、小田原駅利用者数の減少（H2比11.6%減少）などから、本市の中心市街地に訪れる人、滞在する、回遊する人が少なくなってきたことが推察される。

本市の中心市街地には、「小田原城天守閣」をはじめ、「清閑亭」「小田原文学館」「街かど博物館」など歴史的、文化的資源や、小田原城址公園を中心としたイベントや「小田原どん」などの地域資源を活用したソフト事業などといった、地域資源と言えるストックが存在しているとともに、商店街などの一定規模の商業エリアが展開されている。

しかしながら、小田原駅周辺での観光の認知度と満足度に係る調査によると、多くのコンテンツが認知度も満足度も低い結果となっていることから、その潜在的なニーズも踏まえ、来街者を増やすこと、滞在する人、回遊する人を増やすことが課題となっている。

そのためには、認知度を高めるためのプロモーションを前提として、既存ストックを活かしながら、交通拠点と回遊スポットの連携の向上や回遊性に配慮したもてなし空間づくり、培われてきた歴史的、文化的な地域資源のブラッシュアップなどが必要となってくる。



小田原城天守閣



清閑亭



小田原文学館

【課題②】 定住人口の減少 ⇒ 生活利便性の向上、良好な住環境の整備、居住者の増加

中心市街地における人口は、近年のマンション需要等に伴う短期的な増加はあるものの、中期的なトレンドとしては減少傾向がみられるとともに、高齢化も市全体に比べると大きく進行している。

中心市街地は、鉄道5路線が乗り入れ、東京駅まで東海道新幹線で約35分である小田原駅を徒歩圏内としており、交通至便性が非常に高く、また、中心市街地及びその隣接地域には公共公益施設や医療機関、福祉施設、教育機関、商業施設などが集積しており、生活利便性は非常に高いといえる。

一方で、中心市街地の望ましい将来像の調査によると、医療施設や高齢介護施設、さらには街なみや公園、街路樹などの住環境に対するニーズが多い実態となっているほか、東日本大震災を経て、防



小田原駅

災対策や暮らしを支えるコミュニティなどに対するニーズが高まってきていることが推察される。

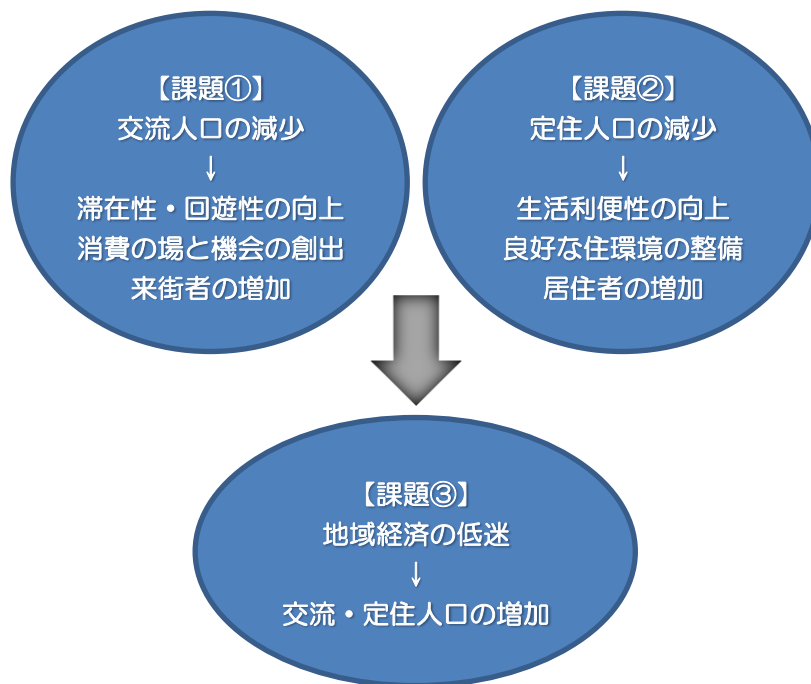
こういったことから、快適に暮らせる住環境の形成や暮らしを支える商店街の再生、安心安全ネットワークの構築など、良好な住環境を整備していくことが求められている。

【課題③】 地域経済の低迷 ⇒ 交流・定住人口の増加、消費の場と機会の創出

中心市街地の経済活動は、年間商品販売額の長期的かつ大幅な減少傾向をみても分かるとおおり、低迷を続けており、売場面積と従業員数の減少にもつながっている。

本来消費をする定住人口と交流人口の減少が中心市街地における購買力の低下につながっていると考えられることから、それらを回復基調に乗せるとともに、消費する場や機会を創出することが、地域（中心市街地）経済の再生につながっていくといえる。

そのために、購買意欲の沸く商業・業務機能の集積に向けた整備や、これまでとは異なる、地域性や地域資源を活かした産業振興などを図っていく必要がある。



[3] 中心市街地の活性化に関する基本的な方針

(1) テーマと基本方針、目指すべき将来像

テーマ

フローからストックによる中心市街地の再生
～ 一過性の活性化策から蓄積性のある活性化策へ ～

<エッセンス>
「歴史・文化・なりわいの息吹」と
「まちづくりの熱・地域コミュニティの力」を
生み出す、活かす、そして高める

【課題①】 交流人口の減少 ⇒ <基本方針①> 訪れたいくなる・歩きたいなるまちづくり

【課題②】 定住人口の減少 ⇒ <基本方針②> 住みたいくなる・暮らしやすいまちづくり

【課題③】 地域経済の低迷 ⇒ <基本方針③> 持続可能な地域経済の再構築

将来像

歴史都市として培われてきた地域資源や人々のなりわいを通じて、
多くの人が行き交い、豊かな時間を味わうことができるにぎわいのある中心市街地

■ テーマ

これまで、旧基本計画に位置付けられた事業など、さまざまな中心市街地活性化の取組みを進めてきたものの、依然として、商品販売額や売場面積、事業所数、居住人口、歩行者通行量などが減少、あるいは伸び悩み、中心市街地の活性化の必要性が浮き彫りとなっている。

これまで取り組んできた事業には、形を変え発展する形で現在に引き継がれているものもあるが、多くは短い事業年限で終始している。また、長引く景気の低迷や少子高齢化社会の進展、東日本大震災後の人々の価値観の変化をはじめ、社会経済情勢が大きく変わりゆく中で、それは中心市街地においても例外ではなく、物質的な豊かさよりも心の豊かさが優先されてきているように、一過性の活性化策ではなく、地域資源を限りなく活かし、人々の生活や暮らしぶりに根付いた継続的で蓄積性のある活性化策を進めていく必要がある。

これらのことから、中心市街地の活性化のテーマを、「フローからストックによる中心市街地の再生 ～一過性の活性化策から蓄積性のある活性化策へ～」とする。

■ 基本方針

交流人口や定住人口の減少、中心市街地の経済の低迷などのこれまでの課題、中心市街地の活性化のテーマ、目指す将来像を踏まえ、その基本方針を次のとおり定める。

なお、これらの基本方針の推進にあたっては、中心市街地における“歴史・文化・なりわいの息吹”や“まちづくりの熱・地域コミュニティの力”を生み出し、活かし、高めることをエッセンスとして取り組み、小田原ならではの地域性を活かした、質を伴った交流人口及び定住人口の増加を図っていくこととする。

<基本方針①> 訪れたくなる・歩きたくなるまちづくり

- ・歴史的、文化的な地域資源の活用と、商業・業務機能などの都市基盤の整備、集積と、それらの連携により、中心市街地への来街者の増加とその滞在性、回遊性の向上を図る。
- ・まちづくりを担う多様な主体の活動に支えられる小田原の歴史・文化・なりわいなどを活かし、高めながら、質の高い魅力を発信、提供し、交流人口の増加につなげる。

<基本方針②> 住みたくなる・暮らしやすいまちづくり

- ・街なかで快適に暮らすことのできる居住空間の創出と、人々が安心して暮らしやすい街なかの住環境づくりを進める。
- ・中心市街地の歴史、文化、なりわいの息吹や、まちづくりへの参画、地域コミュニティとの調和などを意識した、質を伴った優良な居住空間や住環境を創り込むことにより、定住人口の増加につなげる。

<基本方針③> 持続可能な地域経済の再構築

- ・交流人口の増加と定住人口の増加をきっかけとして、中心市街地における継続的にぎわいの創出を持続可能な地域経済の構築につなげる。
- ・地域経済を持続可能なものとするために、地域における生産から製造、流通・販売、消費に至る経済的な循環型のシステムづくりだけでなく、地域における人のつながりやネットワークづくりも合わせて図り、地域コミュニティの再生にもつなげる。

■目指すべき将来像

小田原城や各地区のお祭り、地域住民の生活など、歴史、伝統、文化が息づく「歴史・伝統・生活文化のある街」の特性を活かし、歴史的背景を踏まえたまちの姿を随所に取り入れながら、それぞれの地域特性を活かしたゾーニングをすることで、中心市街地の独自性を育み、住民にとってより暮らしやすく、生活スタイルが向上するまちが将来像の原点となる。そして、こうした取組みが来街者にとっても中心市街地の魅力となり、交流人口の拡大や定住人口の増加にもつながっていくことになるといえる。

これまでの課題も踏まえ、住民と来街者でにぎわいのあるまちを目指し、その将来像を「歴史都市として培われてきた地域資源や人々のなりわいを通じて、多くの人が行き交い、豊かな時間を味わうことができるにぎわいのある中心市街地」とする。

(2) 将来像を見据えたゾーン形成【ゾーン形成によるライフスタイルの追求】

各ゾーンが持つ特性を強みと捉え、それを最大限に発揮することで、戦略的に来街者へ魅力を発信するとともに、住民にとっての居住価値を高め、豊かな時間や空間を創出する。

○小田原駅周辺： 広域交流ゾーン

県西地域の生活拠点及び富士・箱根・伊豆交流圏の玄関口である小田原駅を中心に、商業・観光・交通・情報などの拠点としての機能を集中的に配置し、広域交流を促進する。

○小田原城周辺： 歴史・文化ゾーン

小田原城跡を中心に、市民や来街者が小田原の歴史・文化に関する理解や認識を深めることのできるゾーンとする。

○千度小路周辺： 伝統の街なみ形成ゾーン

かまぼこや削り節、干物などの水産加工業にみる歴史と伝統を受け継ぐなりわいと一体となった良好な環境を形成し、観光商業の充実を図る。

○城山・栄町三丁目・国際通り周辺： 複合市街地ゾーン

居住環境と生活サービス、商業・業務機能が調和した、地域コミュニティの再生による商店街の活性化を目指す。

○西海子小路周辺： 住居・文教ゾーン

武家屋敷の面影を残す閑静な街なみ景観の保全に努めるとともに、小田原文学館の活用を進め、本市にゆかりのある文学者の発掘・紹介などを行い、歴史と文学のまち・小田原の個性を強化する。

(ゾーン形成図)

