

第2回沿線まちづくり勉強会
(小田急小田原線)
・沿線全体での連携方策の検討

(全体) 勉強会における検討内容および
勉強会のまとめ

2014年3月28日(金)

- 沿線全体での取り組みとして、まずは、沿線全体のイメージアップのためのブランディング・PRについて検討し、次に WGエリアにおける「5つの連携方策」をWGエリア外においても拡大・検討することを提案する。

5つの連携方策

連携方策 (1)-a	大学連携の取組みの強化・ 沿線全体への取組みへの拡大
連携方策 (1)-b	企業立地に伴う 従業者の利便性向上
連携方策 (2)	医療施設・行政サービス 利用における相互連携
連携方策 (3)	ファミリー層の居住を 促進させるための 生活基盤施設の導入
連携方策 (4)	駅へのアクセス強化のため の2次交通整備の連携
連携方策 (5)	商店街のイベントの連携



全体連携方策

地方公共団体アンケート調査より

情報発信

情報発信：観光やイベント、商業施設等情報の集約・発信、投稿等情報の双方向化
ケーブルテレビにおける地域チャンネルの開設

地方公共団体アンケート調査結果をもとに追加

ブランディング・PR

沿線全体での連携方策の方針

モデルプランと地方公共団体アンケート調査結果を踏まえて、
「**提言3 高次の都市機能を楽しむための鉄道沿線内の地方公共団体の連携**」
「**提言4 鉄道沿線の魅力を活かした居住人口・交流人口の増加**」
を実現させるために、沿線全体で連携した取組みを検討する。



- 地方公共団体アンケート調査を通じて、各地方公共団体ではブランディング・PRのための様々な取組みが行われていることが明らかになった。
- **これらの取組みを沿線全体でも行う**ことにより、沿線全体のさらなる魅力向上が期待できる。
- 例えば、沿線全体をPRするガイドブックの作成、ホームページ、SNS、ブログ等の**様々な媒体を活用したまとまった沿線情報の発信**などが方法として考えられる。

沿線全体での連携方策の方針（続き）

- 観光については既に**連携組織**が存在し、活動が行われている（丹沢大山観光キャンペーン推進協議会 等）
- これらの観光資源を観光資源を有するエリアのみならず、**広域にわたり広くブランディング・PR**を図ることにより、沿線全体のブランド向上、交流人口の増加の効果が期待できる。
- ここでは、沿線を都市型エリア（都心に近い商業集積エリア（町田等））、自然型エリア（小田原を中心とした豊かな観光資源を有するエリア）に分類して、それぞれのエリアに合った情報を発信する「**ハイブリッド型ブランディング・PR**」方法を提案する。

阪神手帖（関連事業主体：阪神電気鉄道）

出典：阪神電気鉄道HP、PR TIMES HP

阪神沿線のまちの魅力を紹介する阪神電車初の公式ガイド本を発売

- タイトル：阪神手帖 阪神電車で行くまち歩き本
- 発売日：2014年2月25日（火）
- 経緯：沿線でのイベント情報カレンダー社員から沿線の活性化に向けたアイデアを募集し、合格案件を実現したものの沿線活性化アイデア提案制度



構成

- (1) 阪神電車51駅を24エリアに分け、それぞれテーマを定めてまちを紹介
- (2) 沿線ゆかりの人物によるまちの紹介
- (3) 若手カメラマンによる沿線風景写真
- (4) 沿線ゆかりの著名人によるエッセイ
- (5) カテゴリー別に地元人気店を紹介
- (6) 沿線でのイベント情報カレンダー



参考：連携による沿線の情報発信に関する事例

つくばスタイル（関連事業主体：茨城県、都市機構、つくば市、つくばみらい市、守谷市）
 県、複数の市、デベロッパーが連携し、多様なメディアを活用して沿線のブランディング・PRを行う。

出典：つくばエクスプレス沿線のまちづくりHP

つくばスタイル協議会

- 茨城県、都市機構、つくば市、つくばみらい市、守谷市が、つくばエクスプレス沿線で享受できる快適なライフスタイル<つくばスタイル>をブランド化させ、さらに大きなムーブメントへと発展させていくために設立
- 活動内容
 - 1 つくばスタイルに係わる取組み全般の連携・調整を図る。
 2. 協議会として、つくばスタイルを継続的に情報発信していくために、以下の事業を実施する。
 - ・ つくばスタイルを体感し発信するワークショップ・イベント等の開催
 - ・ つくばスタイルを実践している団体や個人のサポート
 - ・ ホームページや情報ステーションを活用した情報発信
 - ・ その他、協議会の目的に合致し協議会で必要と判断する事業



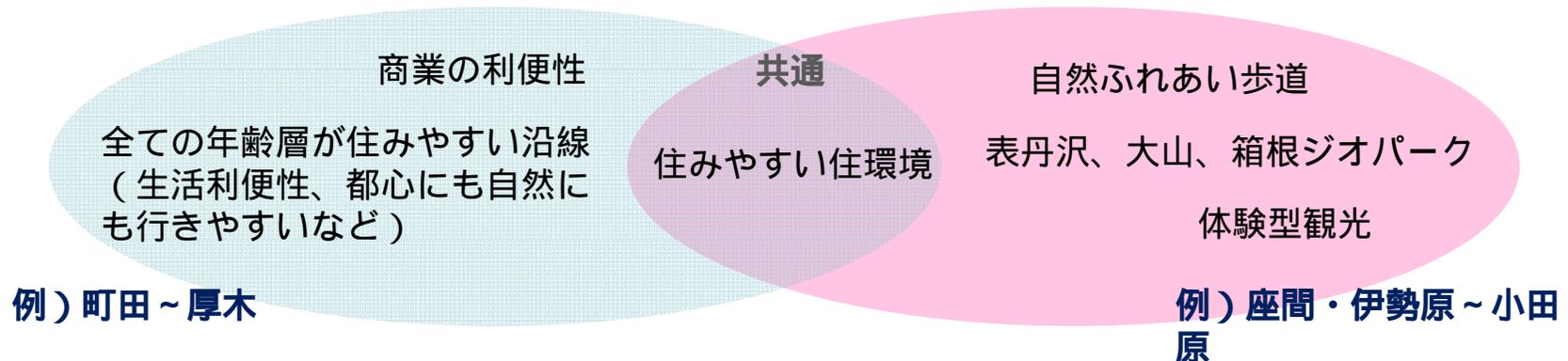
ブランディング・PR

背景・必要性

- 町田～本厚木エリアは小田原線のお他エリアに比べて**商業・居住拠点としてのイメージが強い**。しかし本エリアは都心および自然へのアクセスが良好であり、なおかつ都市機能の集積により高い生活利便性が享受可能なエリアであるため、ポテンシャルが高いエリアといえる。エリアの良さを活かすブランディング・PRが必要である。
- 一方、伊勢原～小田原エリアは観光地としてのポテンシャルが高いが、**観光地としてのPRが十分ではない状況**である。伊勢原～小田原エリアについては、山と川、温泉、歴史資源などの観光ポテンシャルを面的にとらえて、より効率的にPRすることが必要である。

地方公共団体アンケート調査で回答のあったブランディング・PRにふさわしいテーマ(再掲)

都市型ライフスタイル(都市型エリア) 自然型ライフスタイル(自然型エリア)

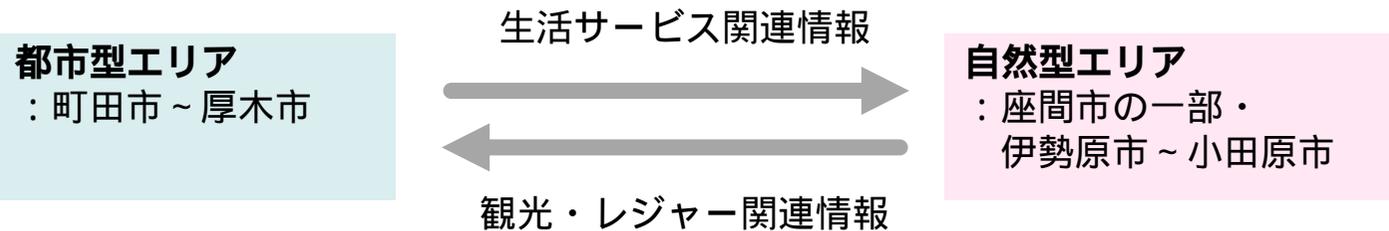


問3 沿線の「ブランディング・PR」にふさわしいと考えられるテーマ、テーマの選定理由、ブランディング・PRの取組み方法

地方公共団体	回答
町田市	住みやすい住環境・ショッピング・観光など小田急沿線のライフスタイルの魅力のアピール
相模原市	小惑星探査機「はやぶさ」「はやぶさ2」をはじめとする”宇宙”をテーマとした取り組み
座間市	小田急沿線自然ふれあい歩道 お散歩ガイド(小田急電鉄株発行)の拡充(市内に限定せず、沿線・各駅単位で一日あるいは半日で沿線を回遊できるコースを設定するなど)
海老名市	「この地域で育ち、育てていくことができるまち」:沿線の一つの地域としてとらえ、仮想の主人公を設定し、その人物の人生の成長をストーリーにして複数のメディアで発信
厚木市	小田急沿線の観光スポット等の情報発信
伊勢原市	丹沢大山国定公園周遊の旅
秦野市	表丹沢や大山、箱根ジオパークなどの自然を活かした観光、登山など
松田町	緑と清流のまち、ゆとりを楽しむ きらめく松田
開成町	体験型観光:沿線沿いの近隣市町と連携して、年間を通じた複数の体験プログラムを開発してPR
小田原市	<ul style="list-style-type: none"> ・フラッシュパッカーを狙った1拠点長期滞在型周遊観光プランの創出:一つの駅を取り上げて、そこに滞在すると、どんな観光が出来るのかを提案 ・まちあるき:100コースを設定してPR ・おだわらスイーツプレミアム

取組み内容

ハイブリッド型ブランディング・PR



- **概念:** 地方公共団体アンケート結果から明らかになった沿線のブランディング・PRの素材を活かし、都市型ライフスタイルを有する「町田市 ~ 厚木市」エリア(都市型エリア)、自然型ライフスタイルを有する「座間市・伊勢原市 ~ 小田原市」エリア(自然型エリア)の2エリア間の情報発信を念頭において(主なターゲットとして設定)、小田原線全線(新宿 ~ 小田原)を対象としたブランディング・PR活動を展開する。

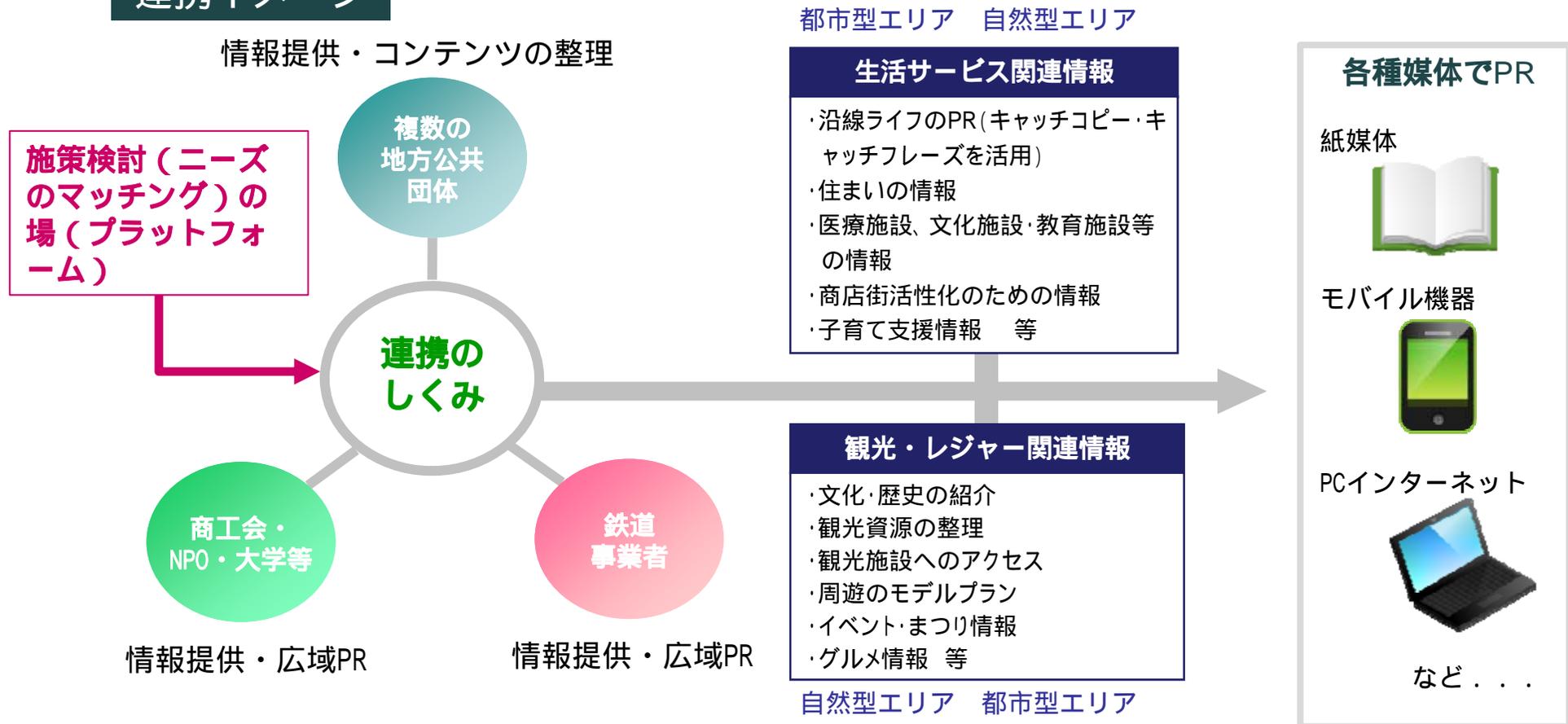
都市型エリア 自然型エリア への情報発信	自然型エリアの沿線住民が新宿まで行かなくても都市型エリアで生活サービスが享受できるように、情報発信を行う。
自然型エリア 都市型エリア への情報発信	都市型エリアの沿線住民が自然型エリアで観光・レジャー機能を存分に享受できるように、情報発信を行う。

- **効果:** このような取組みを行うことにより、小田急沿線が高い生活利便性および豊かな観光・レジャー機能の両方を備えた魅力の高いエリアであることを周知させ、年齢、家族構成、価値観の変化等により住み替えを検討する人にとっては、沿線内での住み替えを誘導する効果が期待できる。

ブランディング・PR

- 各地域で取り組んでいる連携施策の横展開を図る必要がある。
- **施策検討（ニーズのマッチング）の場（プラットフォーム）づくり**が必要である。
（例えば、地方公共団体のアンケート調査結果の共有）

連携イメージ



ブランディング・PR

取組みの一例

ブランディング・情報コンテンツ提示の一例

- **平日・休日の過ごし方PR**：都市と自然の二つの良さの情報を発信することにより、小田急沿線は沿線内の移動だけでもレベルの高い生活が享受できることをアピールする。
沿線の居住者の生活ニーズにきめ細かに応じた情報発信ができる。（例えば、平日は都市エリアで仕事をしている人向けに、休日の大山散策などのレクリエーション提案をするなど）
- **性別・年齢層別コンテンツの発信**：性別、年齢層等別にターゲットを決めて、それぞれの立場に合った情報発信を行う。様々な年齢層にアピールでき、沿線内での住み替えを検討する際の参考になる。（例えば20代独身OL Aさんの平日一日、定年後夫婦でのんびり暮らす60代男性Bさんの休日一日 等）

対象 不特定多数

ガイド
ブック



SNS



WEB



主ターゲットエリアを含む沿線全体（主ターゲットではPR強化）

鉄道の広域ネットワークをフルに活用したPR活動

車両広告

車両ラッピング、車両内広告 など

鉄道広報誌

鉄道広報誌ODAKYU VOICEとの連携

駅構内広告

広告スペース、デジタルサイネージ など

駅構内ラック

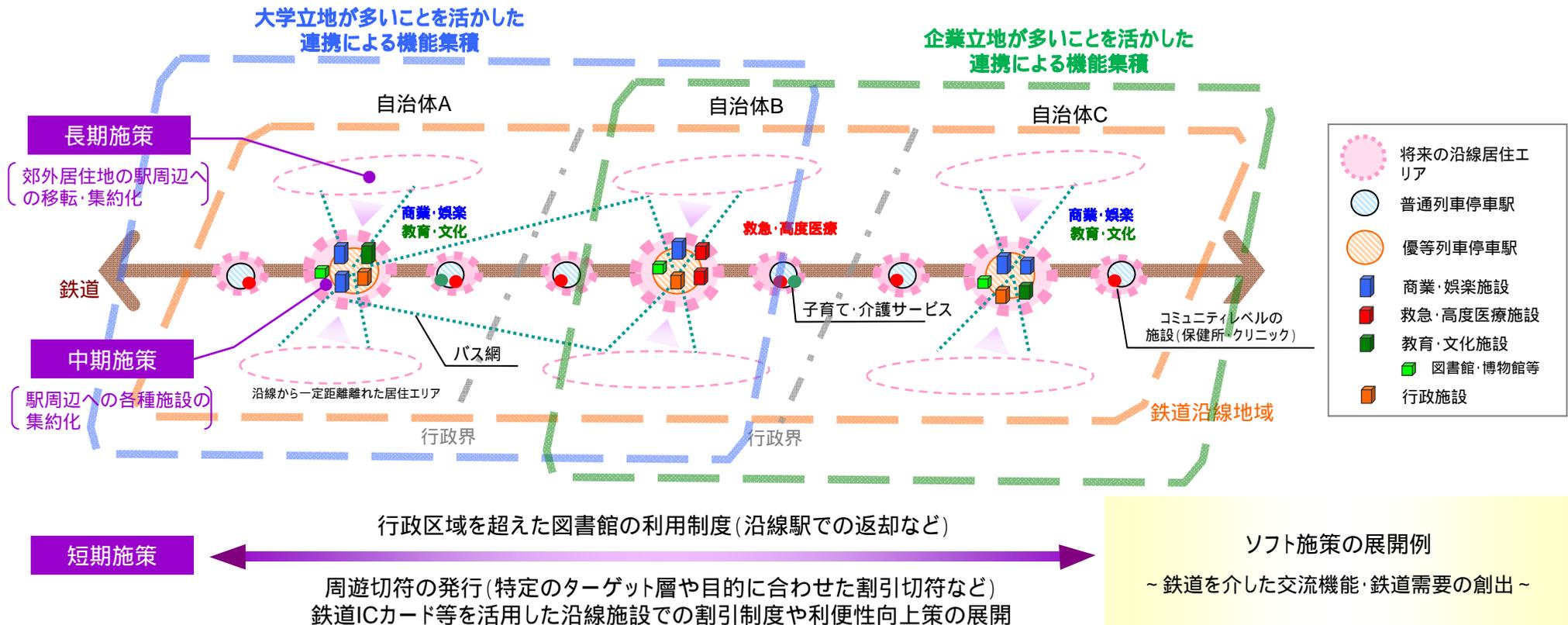
沿線地方公共団体情報発信用ラック

沿線全体での連携方策の検討(中長期)

- 中長期的には、モデルプランを参考にしつつ、各地方公共団体で他地方公共団体の状況を勘案しながら、都市機能(暮らしの機能)を適切に立地させていくことが必要である。

“市民に必要”という観点と併せて、“沿線市民に必要”という観点も含めた各種施策立案を検討することが重要

特徴のある都市機能の配置(機能分担)イメージ



人口の減少・高齢化等に対応し、沿線各自治体・鉄道事業者の連携・協働による連携した取組を行い、持続可能な都市を実現するために、鉄道沿線地域の魅力を高め定住人口・交流人口を増加させるための鉄道路線という高機能な社会インフラを一層活用した、連携したまちづくりを行うことが必要となる。

具体的な連携方策については、沿線自治体、鉄道事業者等において以下のような検討を進めることが必要である。

実施内容の検討：沿線の強み、課題等について意見を整理し、ブランディング・PRに必要な内容の概要について検討

実施体制の検討：連携組織のあり方、実施主体、役割分担などについて検討

実施方法の検討：情報発信するメディアの種類および運営方法、紹介する内容の項目について検討（コンセプト段階）

施策への取組のスケジュールの検討：中・長期的に実現する施策や比較的短期間で実現できる施策の整理

施策の実施時期を具体化するためのスケジュールの共有：都市施設の更新時期に合わせて実現を図る施策などについては、施策実現のために長期間を有するものについては、計画自体を早期に策定する必要があることに留意



施策等の検討（ニーズのマッチング等）の場合、すなわち、**連携の場（プラットフォーム）**が必要

連携の形を検討するに当たっては様々な課題がある。ここでは一例として鉄道事業者と地方公共団体が協定を結んで連携を図る事例を紹介する。

滋賀県とJR西日本との包括的連携協定の締結について 奈良県とJR西日本との包括的連携協定の締結について

- 目的：滋賀県とJR西日本が相互に情報の交換に努め、緊密に連携・協力することにより、滋賀県内における地域と鉄道の持続的発展、県民サービスの向上に資する。
- 協定締結日：平成23年2月14日（月）
- 連携予定事項
 - (1) 駅を核としたまちづくりに関すること
 - (2) 駅を中心としたアクセス改善に関すること
 - (3) 低炭素社会の実現と環境保全に関すること
 - (4) 観光・文化の振興・交流に関すること
 - (5) 子育て支援、青少年の健全育成、高齢者・障がい者支援に関すること
 - (6) 地域の暮らしの安全・安心の確保および災害対策に関すること
 - (7) その他、滋賀・びわ湖ブランドの推進、県民サービスの向上および地域と鉄道の持続的発展に関すること

出典：滋賀県HP、JR西日本HP

- 目的：奈良県内の地域および鉄道の持続的発展に資するため、相互に情報や意見の交換に努め、協働により取り組むことが可能な案件について緊密に連携し協力する。
- 協定締結日：平成25年10月21日（月）
- 連携と協力の内容
 - (1) 駅を中心としたまちづくりやアクセス改善
 - 駐車場・駐輪場・駅前広場・駅前市街地などの駅周辺の整備・開発の促進
 - 鉄道施設の改善による安全性・利便性の向上 など
 - (2) 観光・文化の振興
 - 新たな観光素材開発、JR駅を起点とした観光ルート開発および情報発信
 - 奈良の食・特産品の魅力発信や認知度向上に関することなど
 - (3) 景観・環境保全
 - 公共交通機関利用によるエコ交通の促進 など
 - (4) 地域の安全・安心の確保と暮らしの向上
 - 子育て支援、高齢者や障害者などへの支援に関すること
 - 大規模災害発生時における情報提供と相互協力 など
 - (5) その他、地域と鉄道の持続的発展
 - その他、地域と鉄道の持続的発展に関するについて推進・検討

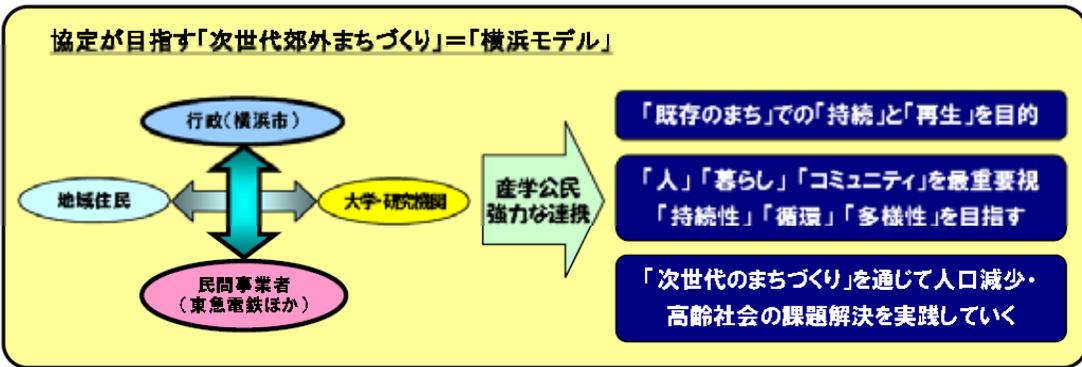
出典：奈良県HP、JR西日本HP

「次世代郊外まちづくり」の推進に関する協定（関連事業主体：横浜市、東急電鉄）

出典：次世代郊外まちづくりプロジェクトHP 等

横浜市と東急電鉄は、共同で次世代に引き継ぐ「郊外住宅地の再生型まちづくり」の取組に着手することで合意し、「次世代郊外まちづくり」の推進に関する協定を締結

- **目的**：郊外住宅地における様々な課題の顕在化への危機感を共有し、次世代へ引き継ぐまちづくりを共同で推進
- **取組み事項**
 - 地域の交通、医療、介護、子育て支援をはじめとする暮らしやコミュニティを支えるインフラ・ネットワークづくりに関する事項
 - 老朽化団地・戸建て住宅地の再生等に関する事項
 - 環境重視のまちづくりの推進に関する事項
 - 防犯・防災対策の推進に関する事項 など
- **対象エリア**：東急田園都市線沿線の郊外住宅地を対象とし、地域の皆様をはじめ関係する諸団体と協議のうえ、モデル地区を選定（第1号モデル地区：たまプラーザ駅北側地区）
- **協定有効期間**：5年間（平成24年4月18日～平成29年3月末日）



※ 「WISE CITY」とは、〈Wellness〉〈Intelligence & ICT〉〈Smart & Sustainable〉〈Ecology・Energy & Economy〉の頭文字をとった造語



次世代郊外まちづくり基本構想2013の策定

