



## 小原地域活性化に向けた小原の郷の有効活用検討事業に係る

### サウンディング型市場調査の結果概要を公表します

小原の郷おぼらさとは地域の優れた自然環境や神奈川県内で唯一現存する小原宿本陣を生かした観光拠点として地域の活性化を図るとともに、市民の交流に寄与するための施設として設置されております。更なる地域活性化に当たり民間事業者等の視点を取り入れた新たな有効活用方策について、現状の使い方にとらわれない新たな実施手法や運営手法等の提案を民間事業者の皆様と直接対話する「サウンディング型市場調査」を実施しましたので、その結果を公表します。

#### 1 実施経過

実施時期	内容
令和5年4月17日(月)	実施要領の公表
令和5年5月10日(水)	事前説明会の開催【参加団体：2団体】
令和5年5月29日(月)～7月6日(木)	対話の実施【参加団体：5団体】

#### 2 対話内容

- (1) 実施手法、事業運営について
- (2) 小原の郷及び小原地域全体を活性化させるためのアイデアについて等

#### 3 結果概要

別紙のとおり

(対話内容を地域振興・交流、物販・飲食提供等4つの機能に分けて整理しています)

#### 4 今後の予定

今回のサウンディング型市場調査の結果等を踏まえ、今後の施設の機能向上や事業主体の整理・検討を進めてまいります。

## サウンディング型市場調査の結果について

## ①地域振興・交流機能

<ul style="list-style-type: none"> <li>・建物や敷地をみんなで育てていくコンセプト</li> <li>・花のゾーン、遊べるゾーン等のゾーン分け</li> <li>・芝生エリアを子どもの遊び場としてゾーン化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドッグランの設置・イベントテントの設置</li> <li>・防災施設としての機能（炊出しや備蓄倉庫）</li> <li>・地域住民が会議や打合せを行う場</li> </ul>
--	---

## ②歴史や自然に触れる機能

<ul style="list-style-type: none"> <li>・刀や大名衣装を活用した外国人向けの体験型施設としての活用</li> <li>・遠足の行先としての設定</li> <li>・薪割り体験、薪をシェアする拠点</li> <li>・展示方法の工夫（ガラスケースではなくインテリアとして活用）</li> <li>・藤野の工房と木工品でコラボ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学芸員が駐在する学習施設としての活用</li> <li>・湖が大きな資源となるため、水の自然を学ぶ場所</li> <li>・季節ごとのイベントやワークショップの開催（津久井産材の活用）</li> <li>・小中学生向けの見学施設（平日）</li> <li>・季節に合わせた展示や企画</li> </ul>
---	--

## ③物販・飲食提供機能

<ul style="list-style-type: none"> <li>・キッチンカーやフードトラックの活用</li> <li>・様々な自動販売機の活用（野菜販売、（冷凍）食品販売、アイスクャンディー）</li> <li>・サイクリストの休憩スポットとしての活用</li> <li>・宿泊施設やワーキングスペース</li> <li>・ここでしか食べられない料理の提供</li> <li>・地元で採れた野菜の販売（生産者組合による安定供給が必須）</li> <li>・コンビニの要素</li> <li>・ワンハンドフード（ソフトクリーム等）の販売</li> <li>・テラス席を併設したカフェ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発酵食品や乾物の生産、都心では体験し難いワークショップの開催</li> <li>・セルフで入れるコーヒーマシンの導入</li> <li>・市内のブルーベリーや卵を使ったスイーツの販売</li> <li>・市内のお土産がすべて購入できる施設</li> <li>・宿泊施設としての活用（参考：タカオネ）</li> <li>・初心者向けのキャンプ、グランピング施設としての活用</li> <li>・屋外に飲食スペースを確保</li> </ul>
---	---

## ④高尾山や相模湖等と連携した観光機能

<ul style="list-style-type: none"> <li>・小原～古民家～相模湖の回遊性</li> <li>・登山コース付近にあるお寺との連携事業（座禅体験等）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高尾山からの登山ルートの整備</li> <li>・登山コースを活かしたキャンペーンや企画</li> </ul>
---	---

## ⑤その他

<ul style="list-style-type: none"> <li>・芝生の一部をドッグランとして活用</li> <li>・ゴミ箱の設置</li> <li>・施設内が見える外観の工夫</li> <li>・車で通る人の目に留まる外観の工夫</li> <li>・駅から歩ける距離であるが、道中にある歴史的な施設についての説明（看板等）が少なく、散策を</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・施設の雰囲気と合わせたトイレの外観</li> <li>・24時間利用できる（宿場町風）トイレの整備</li> <li>・道の駅のような印象があり、トイレ休憩地として好立地</li> </ul>
---	--

<p>楽しむ仕掛けがほしい印象</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・木材や岩を活用したリノベーション</li> <li>・流木を活用したインテリア</li> <li>・天井の高さを活かした布を使った空間の区分け</li> <li>・モニターツアーを活用し、生の声を集める</li> <li>・インフルエンサーを使った宣伝（ガイドブックより効果的）</li> <li>・外国語の整備（看板や説明書き等）</li> <li>・リノベーションに係る水道口径や電力容量等の見直しが必要</li> <li>・民家が近いので、配慮が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リニア車庫の見学</li> <li>・ターゲットを設定し、一貫したプロモーションを行う</li> <li>・ハード面の整備の無駄にならないよう、スモールスタートが効果的</li> <li>・人件費削減のため、機械に頼る</li> <li>・物販や飲食は人件費等のコストをかけるのではなく、必要コストを整理してから整備していくべき</li> <li>・地域との連携が必須になるため、指定管理の年数を考慮</li> </ul>
---	---