

# 湯河原ロータリークラブ



## WEEKLY REPORT

心の中を見つめよう  
博愛を広げるために

第 2446回 例会  
平成24年5月18日(金)  
天候 曇り  
合唱 我らの生業  
四つのテスト

会長 伊藤 伸之

幹事 望月 博文

事務所 神奈川県足柄下郡湯河原町土肥 1-14-25  
中川方 TEL/FAX 0465(62)3056  
例会場 静岡県熱海市泉 107/TEL0465(63)3721  
ニューウェルシティ湯河原  
例会日 毎週金曜日 12:30~13:30

### 会長挨拶

地球温暖化の為でしょうか昨夜も一時雷雨による土砂降りになり長時間この状態が続いたらと思うと恐ろしくなりました。さて湯河原ロータリークラブにおいては会員増強がなかなか出来ず先細りになるのだけは食い止めなければいけないと考えています。今朝田中作次R I会長エレクトより各クラブ現、次会長あてメールが届きました。要旨は次のようです。

ロータリアン各位、

新会員を引きつけ、現会員に末永く活動を続け頂くため会員増強・維持は私たちロータリアンの責務です。ロータリアンが末永く成功し続ける団体であるためには、世界中の全てのロータリークラブで会員一人一人が、ロータリアンであることの意味をよく理解し、その価値を入会候補者に説明できなければなりません。従来私たちロータリアンは謙虚さを尊ぶあまり自分たちの今までの功績を人に伝えることを躊躇する傾向がありました。しかし、ロータリーが達成してきたことを身近な人たち、そして、世界に向かって積極的に発信しなければならない時期が来ています。会員増強と維持を皆さまご自身、そしてロータリークラブにおける最優先事項としていただくようお願い申し上げます。

以上が田中R I会長エレクトからの要請です。任期はあとわずかですが会員増強を真剣に考えたいと思います。以上で挨拶終わりをします。

### スマイルBOX

高杉尚男君 会員誕生日 5/19  
常盤章夫君 結婚記念日 5/14  
神谷一博君 婦人誕生日 5/8 (祐紀様)  
常盤章夫君 入会記念日  
深沢昌光君 入会記念日  
佐東丈介君

5/14 熱海に第2分院「さとう接骨院」開設

### 幹事報告

ガバナー

1. 地区ロータリー財団地域セミナー  
6/9 国際キリスト大学 10:00~21:00  
会費 6000円  
出席者 会長、次年度会長 〆切 5/21
  2. 地区会員増強・会員維持セミナー  
6/6 国際産業センター 8F 情報ラウンジ  
出席者 次年度会長、次年度増強委員長  
次年度家族委員長 〆切 5/28
  3. 新会員の集い・大同窓会  
6/23 16:30 受付 17:00 スタート  
寒川神社参集殿 会費 5000円 〆切 6/8
  4. ローターアクト地区協議会開催  
6/10 登録開始 13:00~ 開会点鐘 13:30~  
横須賀市立総合福祉会館 登録料 1000円
- 連絡事項

1. 5/25 例会に橋本ガバナー補佐が訪問

### 50周年記念誌委員長

神谷一博君

記念誌を製作しておりますが、お気付きの点や良い写真などがありましたら委員の方にお問い合わせいたします。

### 親睦委員長

佐藤泰文君

6/15 の除幕式のあと家族親睦ということで御殿場アウトレットに出かけ、青らん荘で夕食をとりたいと思いますので、奮ってご参加下さい。

出席報告	ゲスト 0名 ビジター 0名		
	会員 26名	欠席 4(2)名	出席率 91.67%
	前回の修正出席率 82.61%		前々回の修正出席率 100%

石田浩二君

自治体ブランド戦略における「JR 湯河原駅改称」構想

## ■背景と目的

地方分権改革の推進、地方への税財源の委譲などの財政改革、市町村合併の推進、長期債務残高の上昇など、地方の政治を取り巻く環境は大きく変化しています。また少子高齢化の進展、社会経済のグローバル化、ライフスタイルの多様化など社会的な潮流も短いスパンで激変し続けています。これらの変化への対応に加え、地方自治体では、これまでの行政運営から自治体経営への転換と財政的な自立が求められており、定住・交流人口の獲得、民間投資の獲得、地方産品の高付加価値化などをめぐり、地方自治体間での競争が激化しております。

こうした状況のなか、私たちの湯河原温泉は 1991 年バブル崩壊後、日本経済の低迷から始まった観光客減少に対し 20 余年の歳月が過ぎた現在に至っても現状その有効な誘客手段を見出せていません。この間、世情は大きく変わり、高齢化社会到来に伴う医療費負担増や年金支給額の減少、また趣味・価値観の多様化、少子化、携帯電話等に見られる可処分所得の減少により、急速なスピードで湯河原の経済を圧迫しています。政府もこの事態に対し観光産業の重要性を認識し危機感を募らせており、観光庁発足を足がかりに観光地の発展、整備、発掘、外客誘致、資金的バックアップなど政策的援助を打ち出しておりますが、金融不況や昨年の大震災もあり有効な成果が出ていないのが実情です。

しかしながら現行のような背景においても、企業における競争優位を獲得するブランド戦略を自治体に適用する「自治体のブランド化」により独自の施策を打ち出し、活性化に繋げている温泉地も幾つか存在しています。黒川温泉の立寄り湯や、草津温泉の J リーグ誘致を前面に出したイメージ戦略、近隣では熱海温泉の海岸線整備などがその一例と言えるでしょう。

## ■企業に見るブランド戦略

ブランドは「brandr」（焼き付けるの意）に由来しており、自分の家畜を他者のものと区別するために行われてきた行為から派生したものであります。当初は識別機能としての役割を果たしたブランドであります。現在では企業が提供する価値（便益）と消費者が期待する価値（便益）の絆としての意味も有しております。ここでいう価値（便益）とは、製品自体の機能的便益、所有する満足感などの情緒的便益、自己表現的便益のことであります。

ブランドを介した企業と顧客の絆が強化される過程は、次のように展開されます。

顧客は製品の品質が高いと判断すると、好意的な連想を広げるとともに、次の製品への期待感を高めます。その結果、顧客は次の製品プロモーション活動に好意的な反応を示し、否定的な情報に対して抵抗するようになります。

企業におけるブランドは、「絆の獲得」による売上数と安定した価格確保を可能とし、競争優位性を生み出す源泉である無形資産として捉えられるようになっていきます。

## ■自治体ブランド戦略

企業におけるブランドに関する方法論は、他の領域でも応用可能であり、地方自治体にあてはめたものが『自治体ブランド戦略』です。自治体のブランドとは、自治体の名称そのものが受け手に特徴的でポジティブなイメージを抱かせ、自治体あるいは自治体由来する資源を選択させる力を持たせることです。具体的な効果として、観光立町湯河原には不可欠要素交流人口や、財政安定のために必要な定住人口の獲得、特産品の販売拡大、企業誘致、人的資源の獲得・活用、町民の地域に対する誇り・愛着の醸成などが考えられます。

## ■自治体ブランド構築に向けた「湯河原温泉駅」改称の提案

自治体ブランド構築の為には、自治体名から豊かなイメージを想起される必要があります。またイメージの確立に加え、知名度を向上させることも重要です。たとえば、ドライブに行く際にはドライブというニーズと強く結びついた目的地の候補が連想されるでしょう。そしてその目的地の候補の中から実際に訪れる場所が選択されます。これは、当初の想起された候補地に入ることがなければ、実際に来訪される可能性非常に低くなることを示しています。そのためにも顧客のニーズから湯河原温泉への想像の強化を行うことが重要であり、それは、イメージの確立と知名度の向上によって可能となります。

また湯河原町の今後の誘客において、近隣温泉地との差別化や個性の発揮が温泉地の栄衰を左右すると言っても過言ではありません。マーケティング調査等によると湯河原温泉の認知度は、若年層になればなるほど減少し、30代以下の若者に至っては湯河原が温泉であることはおろか、湯河原の地名さえ全く知らないといった割合が増えてきているという結果が出ています。5～10年後の近い将来有望な顧客と成りうる若者層へのアプローチが成されていないといった現状のままでは、湯河原温泉に好印象を持つ高齢者が去った後の観光地としての存続に危うさを感じてしまいます。

自治体ブランド構築に向け、「湯河原＝温泉」のイメージを定着させるために現湯河原駅を「湯河原温泉駅」と改称することが最も効率的であると言えます。湯河原が温泉地であることを広く知らしめ、湯河原温泉をいま一度ブランド化し、豊かなイメージ連想を創造させるため、温泉地名と駅名を統一し、両者を結びつけイメージ連想を形成する駅名変更は有効であり、社会性の高い事業と思われる。

（車内アナウンスによる「次は湯河原温泉駅」呼称によるイメージの刷り込み効果）

またこの施策により露出度を上げることで、自然環境に優れた湯河原町の認知度向上、および将来的誘客に繋げ、湯河原温泉に対する豊かなイメージを再醸成することで、先に挙げた交流人口・定住人口の獲得、特産品の販売拡大、企業誘致、人的資源の確保・活用、市民の地域に対する誇り・愛着の更なる醸成が可能となり、その経済効果は計り知れないものと推測されます。

自治体ブランド戦略の一環として、「湯河原温泉駅改称」実現に向け引き続き活動していく所存です。

皆さまにもご賛同、ご協力いただけましたら幸甚です。

## ◎名称変更（湯河原温泉駅）のメリット

- 湯河原温泉認知度アップによる宿泊者の増加  
湯河原温泉宿泊者の大多数である東京・神奈川在住者への潜在的宣伝効果。  
【停車するすべての車両で湯河原温泉をアナウンスする為、宣伝効果は絶大である。通勤通学者は毎日聞く事になり潜在的に耳に残る。特に停車駅・停車時間の車内アナウンスが詳細である特急踊り子号には効果大】  
【東京南部並びに神奈川全域の駅料金表に「湯河原温泉」の駅名が載り、毎日何百万の人が無意識に目にする事となる】  
【切符に名称が載ることによる広告効果大】
- 観光立町としてすすむ湯河原町として、町民に対して強いメッセージ性がある。
- 箱根や熱海・伊東などとの差別化が図れ、温泉地としてのアピール度が増す。
- 来町者増による数十億円規模の経済効果が見込まれ、商業・農場・漁業への波及も期待できる。
- 親しみやすくなりわかりやすい駅名に改称することで、今後のまちづくりをしていく上で町全体が温泉駅に相応しい街づくり形成への効果が期待できる。
- 町全体の事業とすることで町民との一体感を創出でき、町の活性化に繋がる。