

建設経済常任委員会報告事項資料

資料 番号	資 料 名	所 管 課
1	小田原競輪開設69周年記念競輪の結果 について	公 営 事 業 部 事 業 課
2	平成29年度小田原地下街「ハルネ小田 原」の運営評価について（答申）	経 済 部 商 業 振 興 課
3	小田原城歴史見聞館のリニューアルにつ いて	経 済 部 小 田 原 城 総 合 管 理 事 務 所

平成30年 9 月 1 1 日

小田原競輪開設69周年記念競輪の結果について

[開催日：平成30年8月25日(土)から8月28日(火)までの4日間]

1 売上額

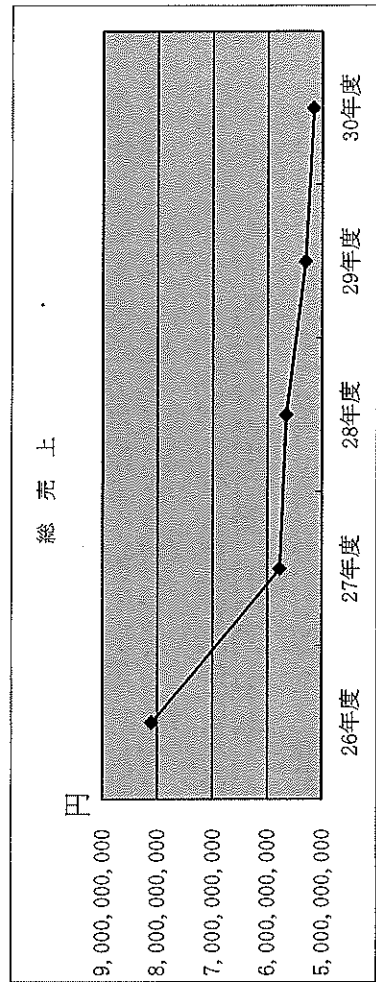
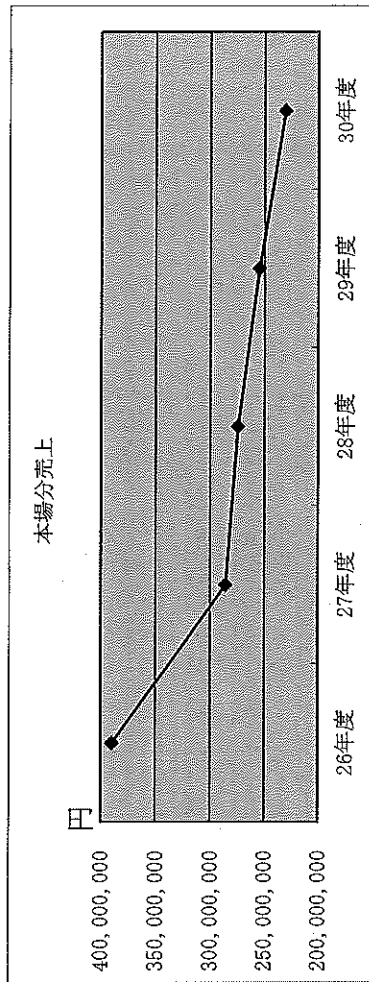
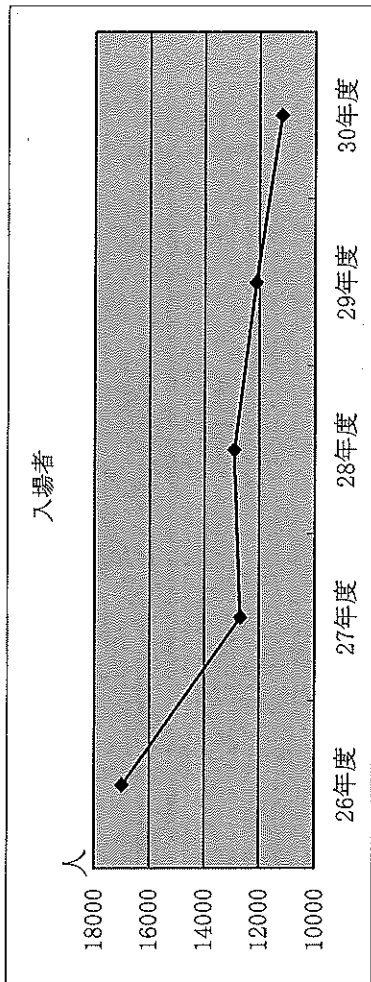
区分	平成30年度		平成29年度		前年度対比		
	4日間合計	1日平均	4日間合計	1日平均	4日間合計	1日平均	比率
本場	230,725,500円	57,681,375円	254,442,800円	63,610,700円	△ 23,717,300円	△ 5,929,325円	△9.32%
電話投票	837,858,900円	209,464,725円	818,442,600円	204,610,650円	19,416,300円	4,854,075円	2.37%
場外	4,089,174,700円	1,022,293,675円	4,233,754,100円	1,058,438,525円	△ 144,579,400円	△ 36,144,850円	△3.41%
計	5,157,759,100円	1,289,439,775円	5,306,639,500円	1,326,659,875円	△ 148,880,400円	△ 37,220,100円	△2.81%

2 本場入場者数

区分	平成30年度		平成29年度		前年度対比		
	4日間合計	1日平均	4日間合計	1日平均	4日間合計	1日平均	比率
入場者数	11,199人	12,111人	△ 912人	△ 7.53%			
1日平均	2,800人	3,028人	△ 228人				

●小田原競輪開設69周年記念競輪入場者・売上比較（過去5箇年）

年	月	日	曜	入場者	売上 (円)	
					本場分売上	総売上
26	8	14	木	3,658	78,201,300	1,631,532,800
		15	金	3,734	87,917,500	1,968,947,700
		16	土	4,102	95,541,400	2,034,246,400
		17	日	5,487	127,984,200	2,466,148,800
	計		16,981	389,644,400	8,100,875,700	
27	8	29	土	3,426	70,269,900	1,327,335,000
		30	日	3,061	72,539,000	1,629,128,600
		31	月	2,856	62,965,200	1,254,087,500
		9	1	火	3,336	80,178,900
	計		12,679	285,953,000	5,771,247,000	
28	8	20	土	3,235	66,643,500	1,267,761,300
		21	日	3,671	76,048,700	1,597,999,200
		23	火	2,957	62,429,100	1,320,046,300
		24	水	3,044	69,318,400	1,470,749,600
	計		12,907	274,439,700	5,656,556,400	
29	8	26	土	2,976	52,913,600	1,256,858,900
		27	日	3,225	67,538,800	1,511,492,300
		28	月	2,507	54,763,600	1,128,660,600
		29	火	3,403	79,226,800	1,409,627,700
	計		12,111	254,442,800	5,306,639,500	
30	8	25	土	2,840	55,397,000	1,165,766,100
		26	日	2,907	61,879,600	1,470,644,700
		27	月	2,236	45,273,100	1,113,846,700
		28	火	3,216	68,175,800	1,407,501,600
	計		11,199	230,725,500	5,157,759,100	





資料 2

平成30年8月27日

小田原市長 加藤 憲一 様

小田原地下街運営評価委員会
委員長 大南 修平



平成29年度小田原地下街「ハルネ小田原」の運営評価について (答申)

平成30年5月10日付け商第21号で諮問のあった平成29年度小田原地下街「ハルネ小田原」の運営評価について、当委員会の意見は別紙のとおりです。

平成29年度小田原地下街「ハルネ小田原」の運営評価に関する答申

小田原地下街「ハルネ小田原」(以下、「ハルネ小田原」という。)は、「市民が主役となり、市民力を発揮する場」「地域の魅力を再編集&発信するコミュニティ空間」を基本コンセプトとして、平成26年11月に開業し、「小田原の魅力の再発見と新発見」「地下街から街なか・地域への回遊促進」「“にぎわい”と“新たな価値”の創出」を目指して運営を行い、すでに3年余りを経過している。この施設の特徴としては、商業施設としての側面のほか、コンセプトを具体化するための公共・公益的な役割、機能を有していることと、施設内を都市計画決定された地下歩道が通っていることが挙げられ、他の施設にはない特徴となっている。

本委員会は、前年度に引き続き、小田原市長より平成29年度のハルネ小田原の運営評価について諮問を受け、健全な運営と機能の充実を図るため、その状況について市から説明を受け、前述のコンセプトなどと照らし合わせながら、経営・施設運営、商業機能、公共・公益的機能の3つの視点から客観的に点検・評価を行った。

概括すると、平成29年度のハルネ小田原の運営状況としては、商業機能面においては、販売促進活動をはじめとして売上、客数を伸ばす取組が計画的に実施され、公共・公益的機能面においても、街かど案内所を中心に、地域資源の発信や街なかへの回遊促進などにつながる取組が進められるとともに、運営全体において、前年度の答申において指摘した事項に対して一定の改善が図られていた。その結果、市の地下街事業特別会計において、実質収支がプラスになるとともに、将来のリニューアルなどに備えた基金への積立も行えており、施設の有する公共・公益的な性格とその果たしている役割、効果を鑑みても、総じて概ね適切な運営が図られたものと評価する。それぞれ個別の審議内容については、次頁以降、評価項目別に述べていく。

なお、平成31年度中の竣工を目指している小田原駅東口お城通り地区再開発事業の広域交流施設などの大規模事業が進んでおり、小田原駅周辺の人の流れや商業環境の変化などがハルネ小田原に少なからず影響を与えられると思われる。今後、このような外的な動向もプラスの要素として取り込み、安定的かつ発展的に施設を運営していくために、顧客の定着化や認知度の向上をより一層図っていただきたい。

I 個別評価

1 経営・施設運営

(1) 経営

小田原地下街事業特別会計の平成29年度決算における実質収支は25,669千円となり、それに伴い、大規模修繕や施設・設備の改修に充てられる小田原地下街事業基金の積立ても順調に推移している。平成29年度は、消費税課税事業者になったことによる消費税負担が始まったことや、管理棟エレベーターに係る工事費など前年度になかった歳出の増加要素があったものの、その中でもプラス収支を達成し、基金への積立ても含め、経営面での安定性、継続性を維持、向上させた点は高く評価できる。

本会計の主たる財源となるテナント区画賃料については、各出店者の売上により変動するため、本会計の収支における売上の重要性は非常に高いと言えるが、平成29年度の施設全体の売上は、いずれの月も前年度比で100%を超えており、前年度に引き続き、好調に推移した。こうした状況下にあっては、売上の増加がより直接的に賃料の増加につながるような仕組みが望ましいが、その反面、減少の場合も大きく影響を受けることから、安定的な経営という視点からみると慎重な検討が必要となる。

いずれにしても、売上の増加は、施設運営の安定をもちととも、出店者の退店リスクの抑制にもつながることから、健全な経営を図るという点において高く評価できる。

(2) 施設管理

施設管理者の責務である来館者の安全・安心の確保及び快適性・利便性への配慮については、適切な点検や維持修繕を実施している。施設や設備の維持修繕においては、来館者の安全に係るものを優先的に対応しつつ、目的や費用負担の大きさを考慮しながら優先順位を整理し、順次着手している。本来であればすべて対応できることが望ましいが、費用面の負担を考慮するとやむを得ない側面もあり、来館者の安全の確保という必要不可欠な対応はできていることから、一定の評価をすることができる。今後、多額の費用を要する設備の更新や大規模修繕については、全体の収支にも影響する重要な要素となることから、引き続き計画的な対応が求められる。

点検や維持修繕以外では、来館者の安全を守るための防災対策として、前年度の答申において、より実践的な訓練の実施について言及したが、平成29年度に、新たに発災想定を事前に告知しないブラインド形式の訓練が実施され、対応力を高めるための改善が図られていた。それにより得られた課題や教訓を店舗スタッフとも共有し、習熟度を高め、一層の安全管理に努めていくことが望まれる。

また、平成29年度に実施した顧客利用実態調査において、館内の雰囲気に対する満足度が前年度の調査と比べ約10ポイント上昇していた点は、清掃や警備も含めた適切な施設管理や店舗スタッフの対応、広場に配置された備品など、安全面への配慮だけでなく、利用者にとって快適で利用しやすい空間が提供されたものと推察でき、一定の評価をすることができる。

一方で、館内のトイレについては、頻繁に混雑することや顧客の滞在時間が長い飲食店から遠いことなどから、将来的にはその数と位置を改善することが望まれる。当面は、清掃の回数を増やすなど、快適に利用できる環境を整えることが肝要である。

2 商業機能

(1) 売上・客数

平成29年度は、売上が1,763,106千円(前年度比109.0%)、レジ客数が1,646千人(前年度比105.6%)となり、いずれも前年度を大きく上回る実績となった。

外的要因としては、来街者の増加をもたらす桜の開花が平成29年4月と平成30年3月と年度中に2度あった一方、前年度の小田原城天守閣のリニューアルオープンのような観光客数の大幅な底上げにつながる象徴的な事業がなかった中で、いずれの月も前年同月の売上を上回ったことから、ハルネ小田原の顧客の獲得が進み、地域に定着しつつある結果であると推察される。これについては、テナント会が取り組む販売促進活動において客単価の増加をテーマに掲げ、実績(1,071円、前年度比103.2%)が伸びたことを主な例として、ハルネ小田原の管理運営業務の受託事業者を中心に、商業的な機能を高めるためのさまざまな取組が着実に行われ、それが成果に結びついているものと評価できる。

前年度の答申において、この施設には通路を通り抜けるだけの利用者が多い特性があり、この通行者を顧客に変えていく必要性に言及した。このことについて、顧客利用実態調査の来館目的の結果をみると、前回調査と比べ、通り抜けが約10ポイント減少し、買い物・食事・喫茶が約7ポイント上昇していたことから、一定の改善が図られたと評価できる。引き続き、通行者の顧客化へ向けた取組が望まれる。

(2) 広告宣伝

顧客利用実態調査によると、ハルネ小田原の客層は中高年女性の主婦層が高い割合を占めており、テナント会が、折込チラシの発行やタウン誌への出稿など、紙媒体による広告宣伝活動に注力している点は、既存の客層に対して有効な取組であると認識している。一方で、今後、商業的な機能のさらなる発展を図るうえで、客層の裾野を広げ、新たな顧客を獲得していく新たな手法にも着手するなど、広告宣伝の手法のブラッシュアップが必要である。若年層の新聞購読率の低下が進む中、すでに活用しているフェイスブックで広告を出していくなど紙媒体以外の手法を取り入れたり、折込チラシの配布のチャンネルを広げるなど、これまでにないアプローチを加えながら新規顧客の獲得に努めていくことが肝要である。

また、2019年のラグビーワールドカップや2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催なども控え、外国人観光客が増加傾向にある点にも留意し、案内表示や店舗案内、フロアガイドなど、施設内で買い物しやすいインバウンド対応についても充実が望まれる。

(3) 地域産品

ハルネ小田原のコンセプトを具現化するコンテンツの一つでもある地域産品の取扱いについては、多くの店舗が地場の食材を活用したり、地場の産品を販売したりしている点は評価できる。一方で、他の商業施設との差別化を図り、コンセプトの具現化と集客、売上の相乗的な効果を図るためには、ハルネ小田原のオンリーワン商品の開発、販売が効果的であると言える。フェイスブックなどのSNSによる情報発信においても、ハルネ小田原でしか手に入らない独自の産品は、人目を惹き、観光客のみならず地元客にも喜ばれるものになると思われる。このような新たな取組は、売上が好調なうちに仕掛けていくことが重要であることから、テナント会や各店舗との連携による取組が求められる。

3 公共・公益的機能

(1) インフォメーション・サービス

タウンカウンターである街かど案内所における取扱件数は、前年度と比べて微増ではあったものの、その内訳は、館内インフォメーションの割合が低下した一方、観光やまち歩き、商店街、交通といった街なかの情報を案内する割合が高まったという結果となっている。これは、ハルネ小田原のリピーターが増加したことで館内インフォメーションの機会が減少してきたと同時に、この場所で街なかの情報が得られるということが浸透しつつあるためと推察される。また、手ぶら観光センターが提供する手荷物預かりサービスの利用件数も順調に伸びていることから、街なかの情報が得られる機能性と相まって、観光客の受け皿として機能し、ハルネ小田原が街なかや周辺地域への回遊を促進するというコンセプトを徐々に具現化しつつあると評価することができる。今後、市民が参加しながら街なかの情報を発信するような、地元のホスピタリティがさらに溢れる空間にしていくことが望まれる。

街なかの情報が集約され、観光の際の利便性を高めるさまざまなサービスと地域産品が買求められる機能を複合的に備えている点は、観光客にとって魅力的であり、他の施設にはない強みと言える。インバウンド対応においても、この強みを活かすことが重要であり、これらのサービスの利用を促すための外国語表記や外国語対応スタッフの更なる充実など、外国人観光客が利用しやすい環境の整備と認知度の向上が求められる。

そのほか、街かど案内所のサービスの一つとしてチケット販売が行われているが、前年度よりも取扱い件数がかなり増加した。小田原駅周辺にはプレイガイドが不足していることから、このサービスは貴重であり、来館の目的になり得ることから、その存在をさらに発信するように取り組んでいくことが肝要である。

(2) 館内イベント・ギャラリー展示

館内イベントについては、地域資源の魅力発信につながるものから出店者の販売促進を目的としたものまで、施設としてのコンセプトの具現化を目指しながら、合わせて商業機能も高められるよう、平成29年度は176件がバランスよく実施されていた。特に、周辺の商店街と

連携したイベントをいくつか開催しており、街なかへの回遊促進など、地域と一体的に活性化を図る姿勢が見て取れる事例となっている。

また、前年度の答申において、館内イベントのマンネリ化を避けるため定期的に棚卸しをすることが重要であると言及したが、コンセプトとの整合性や集客効果など、複数の視点から各イベントの評価にあたり、年間スケジュールの作成も含め、イベント構成の見直しに向けた取組が見られた。施設運営における最大の懸念は来館者が少なくなってしまうことであることから、館内イベントが集客とにぎわいをもたらすことができるよう、量を維持しつつ、質をより向上させていくことが望まれる。

ギャラリー展示（ハルネギャラリー）については、小田原の魅力的な地域資源を編集、発信していく展示スペースとして、施設のコンセプトを最も反映させたコンテンツの一つであり、内容も魅力的に展開されている一方で、人通りが少ない場所であることから、そこまでのように足を運ばせるかが依然として課題となっている。このことについては、前年度の答申においても指摘したところであるが、現状としては、有効な取組をあまり行えていないものと思われる。今後の取組として、SNSを通じた情報発信を開始したとのことで一定の改善が認められるが、引き続き、効果検証に努めながら、ギャラリーに人を誘導するための取組を適宜検討、推進していくことが求められる。

II 資料編

1 小田原地下街再生計画コンセプト

「Community Circle@小田原」

市民が主役となり市民力を発揮する場

地域の魅力を再編集&発信するコミュニティ空間

【3つの方向性】

■小田原の魅力の再発見（地域住民）と新発見（来街者）

小田原の隠れた魅力を「発掘」し、「編集」して「発信」する

■地下街から街なか・地域への回遊促進

小田原地下街で魅力・情報に触れ、街なか・地域で本物の体験をする

■「にぎわい」と「新たな価値」の創出

小田原地下街を通して、ヒト・モノ・コトが交流し、にぎわいと新しい価値を生む

2 平成29年度 小田原地下街事業 運営実績

(1) 経営・施設運営関係

ア 平成29年度小田原地下街事業特別会計決算額（見込み）

（単位：円）

項 目		予算額	決算額	備考
歳入総額		351,903,000	348,042,243	
内 訳	賃料収入等	188,626,000	194,760,701	商業機能へ充当
	一般会計繰入金	126,397,000	116,402,339	
	（公共・公益的部分）	(117,845,000)	(107,850,719)	
	（公債費部分）	(8,552,000)	(8,551,620)	
前年度繰越金		36,880,000	36,879,203	基金積立金へ充当
歳出総額		351,903,000	322,372,815	
内 訳	商業機能	169,808,000	162,066,669	
	公共・公益的機能	117,845,000	107,850,719	
	公債費	8,552,000	8,551,620	
	公課費	7,235,000	7,234,700	消費税負担額
	基金積立金	36,670,000	36,669,107	
	予備費	11,793,000	—	
歳入歳出差引（実質収支）		0	25,669,428	

イ 小田原地下街事業基金

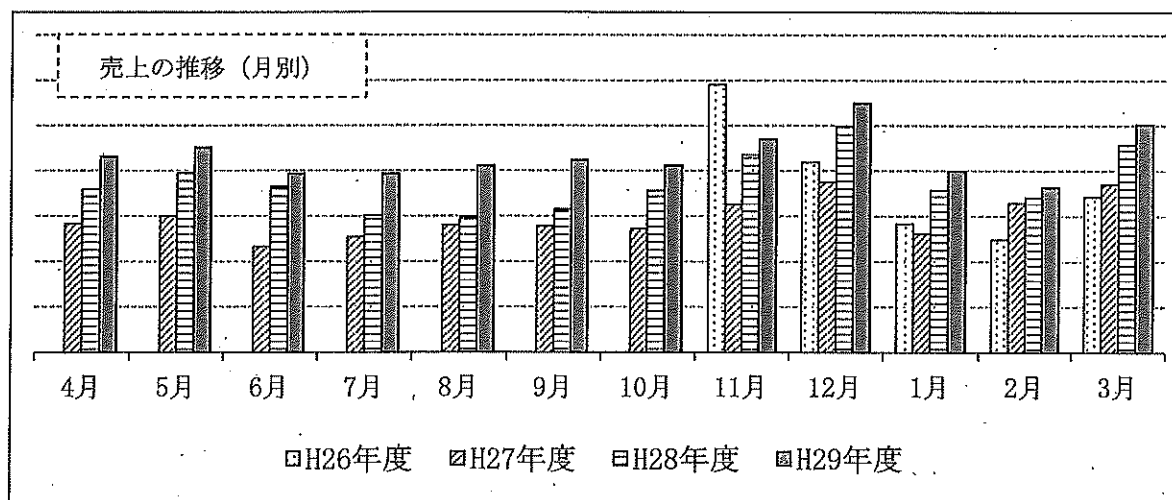
(単位：円)

年度	積立・取崩額	運用利子	残高	備考
25			20,541,243	H16 から積立
26	0	15,233	20,556,476	
27	5,889,676	10,394	26,456,546	
28	24,983,787	18,564	51,458,897	
29	36,644,203	24,904	88,128,004	
30	25,669,428		113,797,432	見込み
31	25,000,000		138,797,432	見込み
32	25,000,000		163,797,432	見込み
33	25,000,000		188,797,432	見込み

(2) 商業機能関係

ア 売上、客数、客単価

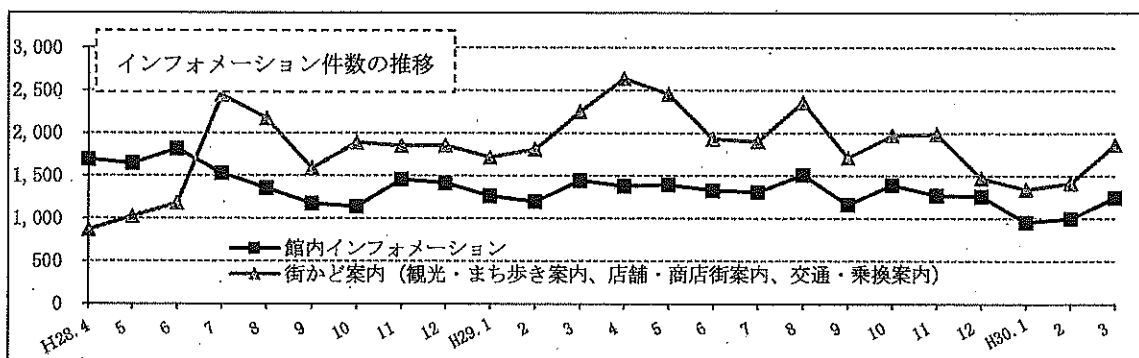
	平成 29 年度	平成 28 年度	前年度比
純売上額	1,763,106,826 円	1,618,161,487 円	109.0%
レジ客数	1,646,002 人	1,558,094 人	105.6%
客単価	1,071 円	1,038 円	103.2%



(3) 公共・公益的機能関係

ア インフォメーション 件数

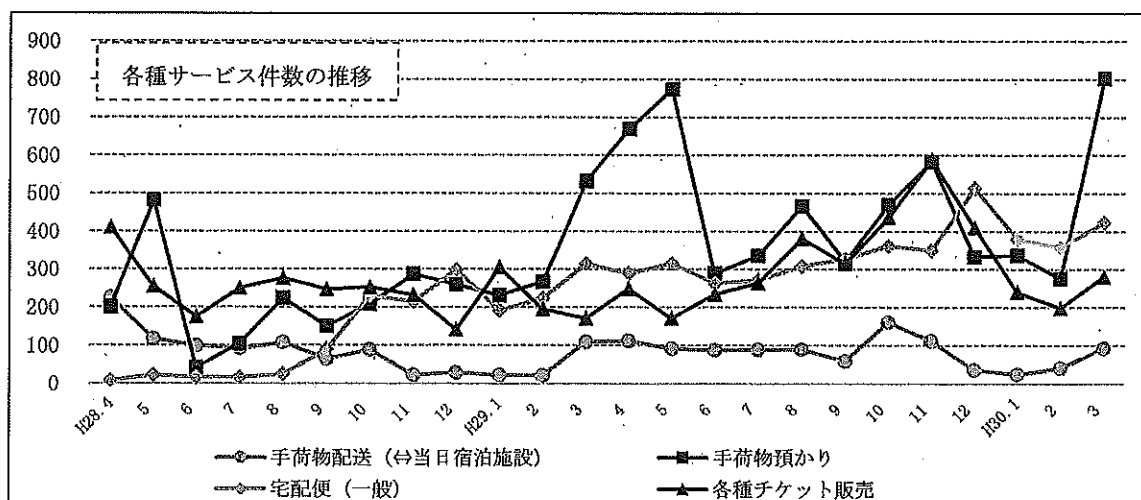
	平成 29 年度	平成 28 年度	前年度比
観光・まち歩き案内	5,224	5,874	88.9%
店舗・商店街案内	8,405	8,528	98.6%
交通・乗換案内	9,468	6,289	150.5%
館内インフォメーション	15,250	17,152	88.9%
合計	38,347	37,843	101.3%



イ 各種サービス 件数

	平成 29 年度	平成 28 年度	前年度比
手荷物預かり	5,785	2,995	193.2%
手荷物配送(⇔当日宿泊施設)	1,008	1,009	99.9%
宅配便	4,173	1,660	251.4%
各種チケット販売	3,773	2,918	129.3%

※手荷物関連及び宅配便は手ぶら観光センターで、各種チケット販売は街かど案内所で、それぞれ取扱い。
 ※手ぶら観光センターは、平成 28 年 9 月 16 日にオープン。それ以前は街かど案内所にて取扱い。



ウ 館内イベント（平成29年度実施分）

（主なものを抜粋）

	地域振興 (53件)	誘客 (39件)	販売促進 (54件)
4月	・祭りだ！木遣りだ！小田原流	・昼のミニコンサート	・花苗販売会
5月	・北條五代祭りスタンプラリー	・壁屋まつり ・小田原高校弦楽部演奏会	・母の日 ・小田原産新たまねぎ PR イベント
6月	・まちづくりワークショップ	・音楽スタジオ演奏会	・生梅販売会
7月	・小田原セレクション ・小田原・箱根大博覧会 OP イベント	・伊豆クレイル1周年イベント	
8月	・小田原ものづくり体験教室 ・からくりパズルフェア	・小田原と世界のカプト・クワガタ展	・エステ体験イベント
9月	・からくりパズルを楽しむ会	・カラーテーブルアート	
10月	・うましゅる祭 ・おだわらハロウィン2017	・小田原風の盆 ・ミスインターナショナル	・花苗販売会
11月	・映画「二宮金次郎伝」キックオフ ・小田原箱根大博覧会最終日イベント	・小田原駅まつり ・潮風音楽堂 公開収録 ・キッズステージ&宝探し	・ツアーリーダー参加者特典 ・冬に必要なもの
12月	・観光スポット総選挙 公開投票	・HaRuNe パンまつり ・クリスマスゴスペルライブ	・クリスマスケーキ販売
1月	・十字町界隈の歴史展	・曾我別所寿獅子舞 ・新春雅楽演奏会	・果実品評会
2月	・小田原梅品評会 ・地物まつり ・菓子祭り2018		・花粉対策
3月	・北條早雲公顕彰五百年事業 周知イベント	・小田原ジュニア弦楽合奏団 演奏会	・花苗販売会
定例	・からくりパズルマーケット		・健康チェック会

※全176件（その他30件含む）

エ ギャラリー展示（平成29年度実施分）

展示名称	期間
関東学院大学国際研究研修センター開設記念「材表研ミュージアム」	H29.3.7～4.14
春のおだわら邸園さんぽ	H29.4.15～5.22
広報小田原展	H29.5.23～6.30
大正おだわら散歩	H29.7.1～8.31
小田原セレクション2017「外国からのお客様に薦めたい小田原の極上品」	H29.9.1～10.31
	H29.12.15～H30.1.4
秋のおだわら邸園さんぽ	H29.11.1～12.14
おだわら国際交流事業展	H30.1.5～2.26
小田原市民のオススメ観光スポット総選挙結果発表「推しスポ」30選	H30.2.27～4.5

※全8件

3 小田原地下街運営評価委員会

(1) 委員名簿

◎委員長 ○副委員長

氏名	所属等
◎ <small>おおみなみ</small> 大南 <small>しゅうへい</small> 修平	弁護士・弁護士法人小田原三の丸法律事務所
○ <small>おしだ</small> 押田 <small>よしまさ</small> 吉真	税理士・税理士法人押田会計事務所
<small>そえの</small> 添野 <small>こういち</small> 好一	株式会社浜銀総合研究所 地域戦略研究部 副部長
<small>たまだ</small> 玉田 <small>いづみ</small> 泉	丸の内ハウス 統括マネージャー

※任期 H28. 10. 14～H30. 10. 13 (玉田委員は H29. 4. 20 委嘱)

(2) 開催状況 (前年度の答申の提出 (H29. 8. 22) 以降)

会議/年月日	内容
平成29年度第3回会議 (平成30年2月8日)	・ハルネ小田原の運営状況について ・ハルネ小田原の今後の運営について
平成30年5月18日	実施機関から諮問書「平成29年度小田原地下街「ハルネ小田原」の運営評価について」を受理
平成30年度第1回会議 (平成30年5月18日)	・平成29年度小田原地下街「ハルネ小田原」の運営評価について
平成30年度第2回会議 (平成30年7月26日)	・平成29年度小田原地下街「ハルネ小田原」の運営評価に関する答申(案)について

小田原城歴史見聞館のリニューアルについて

1 リニューアルの概要

歴史見聞館の耐震補強等工事に併せて、展示内容のリニューアルを行う。

〔施工業者〕

- ・耐震補強工事（鉄骨ブレース）、屋根補修、外壁塗装
山一産業株式会社
- ・展示物等製作設置、空調・照明設備の更新
株式会社乃村工藝社

2 展示物リニューアルの方針

市民や国内旅行者はもとより、今後増加が見込まれる外国人観光客にも史跡小田原城跡や小田原北条氏の歴史・文化に興味や関心を持ち、楽しんでもらえるよう、誰にでも分かりやすいガイドンス施設とする。

メインのコンテンツには、戦国時代の北条氏を陰で支えたと言われる風魔忍者をモチーフに据え、忍者の存在が学べ、新鮮な体験・体感ができる展示とする。

3 展示内容

映像や展示を通じて北条五代の歴史と風魔忍者について学ぶとともに、触れたり動かしたりできるアイテムやデジタル技術の活用など参加・体験型の展示手法を採用し、子どもから外国人まで幅広い層が楽しめる施設としている。

〔ゾーニング〕

- ・戦国シアターゾーン…展示ストーリーの導入部となる映像ガイドンス
- ・忍術体験ゾーン…からくり屋敷中心に、忍者としての体験ができる展示
- ・小田原攻防ゾーン…デジタル映像体験を経てエンディングへ

4 今後のスケジュール

	平成30年度									平成31年度
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	
耐震改修等工事	現場工事									開館準備 内覧会 リニューアルオープン
展示関連 (空調電気設備含む)	基本設計	実施設計	コンテンツ等制作					点検・調整		
						コンテンツ等設置	内装・造作・設備工事			

【歴史見聞館展示イメージ】



忍務成功なるか！
忍びの技の
集大成！！

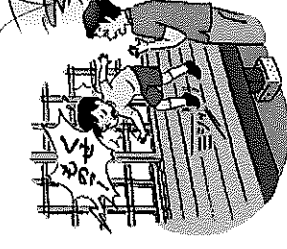
五感や全身を使った
忍術体験で、忍びの実態
にせまります。

忍術体験ゾーン

忍者になりきり、
敵陣に潜入！

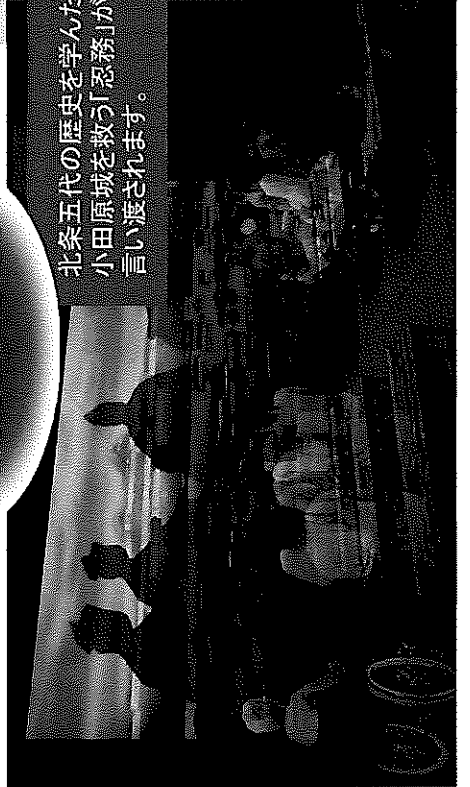


風魔忍者になりきって、
「忍務」に出発！



戦国時代の小田原に
タイムトリップ！
北条氏と城の危機に遭遇！

北条五代の歴史を学んだ後、
小田原城を救う「忍務」が
言い渡されます。



スクリーンに迫る敵...
体を動かすことで現れる手裏剣や刀を
武器に仲間とのチームプレイで倒すこと
ができるか、忍者の能力が試されます。

小田原攻防ゾーン

戦国シアターゾーン

北条氏と小田原城の
歴史に触れられる導入路です。

期待感が膨らむ雰囲気づくり
でお出迎えします。



OUT
IN

床面積：483.6㎡

