



いせはらシティプロモーション推進計画 取組事例紹介

【平成27年度版】



伊勢原市公式イメージキャラクター
クルリン

伊勢原市では、行政、市民、関係機関が一緒になってシティプロモーション活動に取り組むため、平成27年3月、いせはらシティプロモーション推進計画（平成27-31年度）を策定しました。

さらにアクションプランを作成し、推進計画に掲げる48の主な取り組みのうち、牽引的・先導的な16の取り組みをリーディングプロジェクトに位置付けて、シティプロモーション活動を展開しています。

平成27年度は、計画の初年度としてシティプロモーションが大きく前進しました。平成27年度の主な取組内容を紹介します。

基本戦略① いせはらをもっと上手に発信する！
～ハローいせはら戦略～

リーディングプロジェクト1

■市公式イメージキャラクターの活用 1-1

クルリンによる全国キャラバン活動

ゆるキャラグランプリ2015（11月21日～23日）に参加し、ご当地キャラクター部門で2年連続30位以内の入賞を果たしました。また、「こども夢フェスタinしらかわ」（6月6日・7日）といった国内最大級のキャラクターイベントや、水戸梅まつり（2/20）、厚労省インフルエンザ予防キャンペーン（2/25）などに参加しました。



クルリンの公用デザインへの活用



市観光協会の伊勢原駅観光案内所の愛称が「駅ナカクルリンハウス」となりました。アイテムも充実し、チェーン付きマスコットやプレミアム感のある大人向けの商品が生まれました。

リーディングプロジェクト2

■市民参加によるブランドメッセージの創造 1-2

共通フレーズの作成

6月に伊勢原ならではのトリビアを募集し、寄せられた約70件のトリビアをヒントに、6,600票以上の市民投票を得て、まちの魅力を表すロゴマークが12月に誕生しました。



*このほか、基本戦略①における取組として…

自然や医療機関などが充実し、住みやすいまちであることを市外にアピールするための冊子として、**シティプロモーションブック**を作成しました。
(シティプロモーションブックの作成1-3)

リーディングプロジェクト3

■市職員のオール宣伝部員化 2-1

広報マインド研修等の実施2-1-2

新採用職員研修で、本市の様々な知識を習得し、地域の魅力を学ぶため、「歴史と文化財」などの課目を実施したり、大山・日向薬師等の観光施設を見学しました。また、郷土愛を高めるため、地域のボランティアと一緒に渋田川河畔の芝桜の土壌整備を行いました。



リーディングプロジェクト4

■いせはらPRサポーター制度の創設 2-2

いせはらPRサポーター制度の創設

誰もがそれぞれの立場や取組で市の魅力を市内外に発信するための仕組みとして、8月、いせはらシティプロモーション公認サポーター制度を創設し、道灌まつりでキックオフイベントを開催しました。
(登録数：個人8名、13団体)



リーディングプロジェクト5

■市民活動環境の整備 2-5

提案型協働事業制度の運用

市民提案型協働事業9件、行政提案型協働事業3件の協定書を締結しました。大河ドラマ化を目指す市民有志による「太田道灌プロジェクト」についても、協働事業協定書を締結しました。

*このほか、基本戦略②における取組として…

いせはらをよく知っていただくため、新東名高速道路の建設現場を見学する募集型のいせはらインフラツアーを全5回、企画しました。
(仮称・いせはらインフラツアーの実施2-9)

基本戦略③歴史と観光で呼び込む！
～いせはらツーリズム戦略～

リーディングプロジェクト6

■ “日本遺産” 認定に向けた取り組みの推進 3-9

日本遺産の認定

歴史文化基本構想を策定するとともに、構想策定委員会や策定市民会議での意見聴取、県や文化庁との協議を経て、2月12日、日本遺産の申請を行いました。

リーディングプロジェクト7

■ 歴史・観光スポットの整備 3-11

(仮称)郷土資料館の整備

地域文化の普及啓発と地域振興を目的として、9月に堀江家住宅の寄附を受け、(仮称)郷土資料館として整備するため、機械警備の設置、植栽の管理等、施設の維持管理を実施しました。

リーディングプロジェクト8

■ 市内観光地へのアクセス向上 3-13

ロマンスカー常時停車化

鉄道事業者に対して、様々な機会を捉え、伊勢原駅への特急ロマンスカー常時停車化の要請を行いました。28年3月のダイヤ改正により、伊勢原駅に特急ロマンスカーが常時停車することになりました。



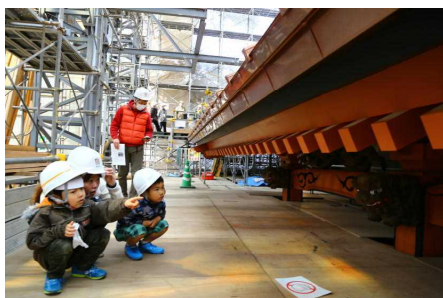
*このほか、基本戦略③における取組として…



6月15日、ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン改訂第4版)に「大山」が1つ星として、「大山阿夫利神社からの眺望」が2つ星として紹介されました。「大山阿夫利神社」「大山寺」も同時掲載されました。(外国人旅行者の受け入れ環境の整備3-3)

かつて御師旅館の門前に掲げられていた**招布（まねぎ）**を復活させました。大山地区のおもてなしのシンボルとして、阿夫利神社下社やこま参道沿いの店舗等に掲出しました。

（ホスピタリティの向上3-6）



270年ぶりに実施されている国指定重要文化財**宝城坊本堂保存修理事業の見学会**を3日間実施しました。申込みのあった延べ600人の歴史・寺社ファンが修理風景を間近に見学しました。
（日向薬師宝城坊本堂・平成の大修理3-8）

基本戦略④ 企業を呼び込む！産業を活性化する！
～ウェルカムいせはら戦略～

リーディングプロジェクト9

■ フィルムコミッションの創設 4-2

フィルムコミッションの創設

10月28日、市観光協会を事務局とする「いせはらフィルムコミッション」が発足しました。制作会社からの申し込みを受け、市内が「フラジャイル」「沈まぬ太陽」「民王スペシャル・スピンオフ」などの人気テレビドラマや映画、コマーシャルの撮影地となりました。（本数：9本）

リーディングプロジェクト10

■ 新たな産業用地の創出 4-4

横浜伊勢原線沿道における企業立地の促進

6月に企業立地促進条例を改正し、戦略産業（ロボット関連産業・医療関連産業）を位置付けて産業集積を進めました。また、インセンティブを高めるための優遇措置の強化を図りました。

リーディングプロジェクト11

■ 農産物ブランド化の推進 4-7

「阿夫利の恵」の全国発信

J Aいせはらの伊勢原産農産物ブランド「阿夫利の恵」のPR活動やケータリングカーの導入を支援しました。市民朝市などのイベントでもケータリングカーが登場し、伊勢原産農産物を活用した商品が販売されました。



リーディングプロジェクト12

■ 伊勢原らしい魅力的な景観づくり 4-8

景観まちづくりの推進

「いせはら景観写真展」(10月7日~19日)、ワークショップ方式の「景観まちづくりシンポジウム」(12/19)を開催し、幅広い世代の参加と協働による取組を進めました。また、市民提案型協働事業として「写真コンテストと景観ビュースポットマップ事業」を実施しました。



景観植物の活用

ふるさと大田を守り楽しむ会が取り組む農地保全管理活動の一環として、収穫後の田を活用し、緑肥効果のある景観植物が栽培されました。開花時期には、地域交流を目的とした「レンゲまつり」(4月25日・26日)が開催されました。

リーディングプロジェクト13

■ 市街地における賑わいの創造 4-9

商業による賑わいづくり

商業のまちづくり協議会や重点プロジェクト部会により、実行プランの検討やプロモーション推進セミナー、商店街観光ツアー、市内店舗・商店会調査などの様々な事業が実施されました。

リーディングプロジェクト14

■ 医療プロモーションの推進 5-1

移動未病センター等の導入

東海大学医学部ライフケアセンターとの協働により、健康バスを試行導入しました。健診受診への動機付けのため、血管年齢や体組成等の測定会を実施しました。

リーディングプロジェクト15

■ 子ども医療体制等の確保 5-2

小児救急医療体制の充実

小児救急医療実施機関に対して補助金を交付し、適切な救急医療体制を確保しました。

病児・病後児保育の実施

伊勢原協同病院に病児・病後児保育を委託し、子育てと就労の両立を支援しました。また、12月より午前8時30分の開所時間を、午前7時30分に早朝化し、利用者のニーズに応えました。

リーディングプロジェクト16

■ 全国的なスポーツ大会の開催・誘致 5-6

全国的なスポーツ大会の開催・誘致

10月2～4日、2015紀の国わかやま国体クレー射撃競技会の県外開催地として、県立伊勢原射撃場で全国の代表選手を迎え、競技会が開催されました。

3月13日、伊勢原駅前から大山阿夫利神社までの標高差650m、1610段の石段を駆け上がる第31回大山登山マラソンを開催し、2,400人のランナーが全国から参加しました。龍神通りでは、商店街などによるおもてなしイベントが行われ、ランナー達を歓迎しました。

