



いせはらシティプロモーション推進計画

おもな取組の実績

【平成29年度版】



伊勢原市公式イメージキャラクター
クルリン

市では、行政・市民・関係機関がともにシティプロモーション活動に取り組み、地域の活力を高めていくため、いせはらシティプロモーション推進計画（計画期間 平成27-31年度）を策定しました。

さらにアクションプラン（行動計画）では、推進計画に掲げる48の取組のうち、けん引的・先導的な役割が期待される16の取組をリーディングプロジェクトに位置付け、シティプロモーション活動を展開しています。

平成29年度のおもな取組を紹介します。

いせはらシティプロモーション推進本部

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

こども夢フェスタinしらかわ(6/3・4)、日比谷キャラスポまつり(12/10)などの全国的なキャラクターイベント、横浜大さん橋マルシェ(5/27)やベトナムフェスタin神奈川(9/16)、CP+(30.3/4)などの集客イベントに招待を受けて参加しました。

東京スカイツリースタジオで公開収録されたJ:COM「ご当地サタデー♪」(5/20)に出演し、市のPRを行いました。

TVドラマ「マッサージ探偵ジョー」(5/13・16放送)で、多くのクルリンのぬいぐるみが登場し、ツイッターやフェイスブックで話題になりました。

郵便局が企画した「ご当地キャラクター年賀状」に初めて参加し、全国の子どもたちから多くの年賀状をいただきました。



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

市内運送会社と連携して伊勢原をPRするため、まちの魅力を表すシティプロモーションロゴマーク「なかなかいいなか いせはら」をラッピングした大型トラックが誕生しました。

また、新たにシティプロモーションロゴマークを使用した後期高齢者医療通知の封筒を作成しました。



* このほか、基本戦略①に関する取組として…

- 積極的なパブリシティ活動を展開し、「伊勢原ならではの」の情報提供を行い、過去最多となる1500件以上の伊勢原の記事が日刊紙に掲載されました。(パブリシティ態勢の強化 1-5)
- 昨年夏から始めた「ふるさと納税返礼品制度」を年間を通して実施し、市内の特産品を通じ、本市の認知度の向上や経済の活性化、寄附金増収による財源確保が図られました。

基本戦略②「いせはら人」を育てる！
～いせはらグロウアップ戦略～

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

新採用職員研修で、歴史や観光など伊勢原をよく知るための科目を取り入れるとともに、地域への愛着を高めるための環境美化研修、ホームページ作成研修などを実施しました。

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

伊勢原をそれぞれの立場でPRする「いせはらシティプロモーション公認サポーター」に、新たに4名と10団体を認定しました。

市公式ホームページでは、サポーターの活動紹介ページの充実を図り、サポーター活動を促進しました。

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

シティプロモーションに繋がる「太田道灌を大河ドラマに！放映を実現する運動」「手作り甲冑展示会・甲冑教室」「伊勢原産・湘南小麦を広めるプロジェクト」など、12件の市民提案型協働事業と、3件の行政提案型協働事業を実施しました。

*このほか、基本戦略②に関する取組として…

- 伊勢原高校の生徒が考案した地元食材を使ったご当地弁当「伊勢原ウオーク」が、駅弁として商品化されました。（いせはら男子・女子の養成 2-4）

- 変わりゆく伊勢原の動向や魅力的な地域資源を多くの人に知ってもらうため、「シティプロモーションツアー」を18回実施し、約370人が参加しました。（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

大山阿夫利神社境内に日本遺産シンボルモニュメントをお披露目したほか、2カ国語仕様の日本遺産ガイドブックの作成、山の日イベントを始めとする各種イベントの開催など、様々な取組を通じて「日本遺産のまち いせはら」をPRしました。



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

歴史文化財解説板等の整備

日本遺産活用事業の一環として、「こま参道」に解説案内板を、「日向薬師」と「石雲寺」に方向柱を設置しました。

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

神奈川県鉄道輸送力増強促進会議等を通じて、停車本数の増加要望を行いました。

30年3月のダイヤ改正では、伊勢原駅停車の特急ロマンスカーは上下線あわせて12本に増発されました。



*このほか、基本戦略③に関する取組として…

- スマホアプリ「おおやまめぐりガイド」やフリーWi-Fi環境の利用促進を図り、地域ぐるみで来訪者をおもてなしするため、30年3月から、店舗でスマホ充電をサポートする「OYAMAフリーチャージ」を開始しました。（外国人旅行者の受け入れ環境の整備 3-3）

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

「いせはらフィルムコミッション」と連携し、「黒革の手帳」「99.9」といった話題のテレビドラマ、市内が主要ロケ地となった映画「チェリーボーイズ」など17件の作品への撮影協力を行い、映像や作品を通して伊勢原をPRしました。

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

東部第二土地区画整理地において、30年度からの一部企業の立地をめざし、造成工事の工程管理などを支援するとともに、進出意向企業と区画整理組合・地権者との調整を支援しました。

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

地産認証制度の創設

新たな伊勢原ブランドとして、「伊勢原うまいものセレクト」35品目を選定しました。

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

景観植物の活用

農地の持つ多面的な機能・役割についての理解を深めるため、市内の全小学校などに呼びかけを行い、関係機関と協力して、「第11回レンゲまつり」を開催しました。



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

伊勢原駅北口周辺地区の整備

駅前の交通環境の改善を図るため、都市計画道路伊勢原駅線2画地を先行取得するとともに、用地を活用して、暫定バス乗降場の整備に着手しました。

* このほか、基本戦略④に関する取組として…

- 畜産農家や市民応援団による伊勢原産牛乳プロジェクトにより、県内最大の酪農地帯である伊勢原市内でしぼられた牛乳だけでつくる「いせはら地ミルク」が、11月に商品化されました。



基本戦略⑤ 健康づくりを通じてまちを元気にする！ ～いせはらヘルス&スポーツ戦略～

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

健診受診への動機付けのため、東海大学医学部ライフケアセンターとの協働により「健康バス測定会」を実施し、イベントや各地域に出向いて、血管年齢や体組成等の測定会を実施しました（12回実施・延べ672人参加）。

また、県が進める未病サミットに参加しました。

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

安全・安心の充実に向けて、小児2次救急医療体制を確保するため、引き続き、2次救急医療機関に対して、小児科医の確保を要請しました。

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

過去最多となる申し込みを受けて、第33回大山登山マラソン大会(3/11)を開催し、全国から約2,600人のランナーが早春の大山路に挑みました。

運営スタッフや関係機関、商店街、旅館組合、ボランティアなどが協力し、一丸となって来訪者を歓迎しました。



*このほか、基本戦略⑤に関する取組として…

- 子育てを応援するための情報誌として「クルリン子育てサポートいせはら」を発行するとともに、市ホームページ内に「子育て応援ポータルサイト」を開設しました。



伊勢原市公式イメージキャラクター
クルリン

平成30年5月 伊勢原市企画部広報戦略課