なかなか
いいなか
いせはら

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30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30年度のおもな取組結果を紹介します。

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

ふなっしー主催の「梨まつり」(7月14日神宮外苑軟式球場)や、かなキャラ大集合！(4月21･22日厚木市)、ベトナムフェスタin神奈川(9月8日横浜市)等のイベントに参加しました。

スカイツリースタジオで収録されたJ:COM「週刊シティプロモーションご当地サタデー♪」(3月9日放送)に出演するとともに、パンフレット等を配布し、市のＰＲを行いました。

日本郵便(株)南関東支社主催の「ご当地キャラに暑中見舞いを送ろう！」「ご当地キャラに年賀状を送ろう！」に参加し、全国から暑中見舞い138枚、年賀状259枚をいただき、返信しました。

日産自動車テクニカルセンターの協力により、日産車とクルリンのコラボデザインを作成し、今後の新たなＰＲを目指しました。(8デザイン)

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

新たなインターチェンジ名称等の検討

平成31年２月18日、素案に対する市民からの意見を踏まえ、市の新たな玄関口となる新東名高速道路インターチェンジの名称が「伊勢原大山インターチェンジ」に決定されました。また、ジャンクションは「伊勢原ジャンクション」に名称決定され、３月17日に供用開始となりました。

＊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」の情報提供を行い、前年度比1割増の1,600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）

■　SNSによる効果的なプロモーションを行うため、動画投稿サイトYouTubeに公式チャンネルを整備し、これまで配信していた動画の整理を行うとともに、各SNSへの入口をホームページ上に再配置しました。　（市ホームページの充実1-4、ソーシャルメディアの活用1-6）

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、まちづくり、歴史・文化、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やシティプロモーションについての研修を実施しました。

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５名と４団体を認定。サポーター数は49（19名３０団体）となりました。
活動の際に使用する名刺の作成、市公式ホームページでのサポーター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」「日向・里地里山づくりプロジェクトー花でつなぐ人と人ー」「比々多地区周辺における農・文化資源を活用した地域活性化プログラム」、「春いろフェスタ」など、１６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･･･

■　産業能率大学・柴田ゼミと連携し、若者の視点や発想を生かしたシティプロモーション動画を作成。クルリンをメインとした短編動画を4本制作し、内3本をSNSを通じて配信しました。また、向上高等学校放送部が作成したドキュメンタリー映像を、第7回〝おおやまみち〟まちづくりサミットin伊勢原で上映したほか、サレジオ学院高等学校文芸部歴史班による大山についての研究書「大山信仰」の発行、横浜国立大学教育学部附属横浜小学校の4年生から寄せられた大山活用アイデアのビデオレターなど、市内外の若者による魅力の掘り起こしが行われました。　（いせはら男子･女子の養成2-4）

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

宿坊体験型教育旅行の誘致を展開し、5月に第1校目を受け入れました。また、旅行業者向けに教育旅行パンフレットを5,000部作成しました。

8月に新たな地域ブランド「日本遺産のまち　伊勢原うまいものセレクト」を創設するとともに、市内飲食店や販売店で組織する「伊勢原うまいもの遺産創造委員会」による新たな名産品の開発を支援。「日本遺産のまち　伊勢原うまいものお披露目会」(3月23･24日)で試食会を行い、完成に向けた意見集約を行いました。

ほかにも「伊勢原比々多カルチャーまつり」(12月15日)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

比々多地区の文化財散策ルートに解説板、案内サインを17カ所と大山、日向、比々多の文化財を巡る周遊のための解説板を3カ所設置しました。

また、市の指定文化財である石雲寺の五層塔、北条幻庵印判状及び史跡である浄業寺の案内サイン、三ノ宮の宮ノ前遺跡の解説板を整備したほか、日本遺産構成文化財を紹介する解説板を１カ所設置しました。

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

多客時の混雑緩和

GWや紅葉シーズンなどの多客期の交通対策として、駐車場への適正な交通誘導を図るため、市営大山駐車場満空表示板を3カ所に設置し、交通渋滞緩和を図りました。

＊このほか、基本戦略③に関する取組として･･･

■　はとバス創立70周年記念日帰りツアーとして「日本遺産認定！紅葉の大山詣り正式参拝」が催行されました。　（いせはらを堪能するツアー・キャンペーンの促進　3-2）

■　伊勢原の市史を豊富な図録や写真と共に読みやすくまとめた「伊勢原市史ダイジェスト版」（A5判、カラー、202ページ）を編集・刊行しました。

■　日本遺産の構成文化財であり、伊勢原の古代文化発祥の地といわれる比々多地区の魅力を伝えるプロモーション動画「いいな比々多 ～日本遺産・大山のふもとへ、それぞれのスタイルでショートトリップ～」を(株)ポニーキャニオンと作成。同社ホームページ及び市公式ユーチューブチャンネルで配信を行いました。　（身近に感じる文化財の発信　3-9）

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、「チア☆ダン」「おっさんずラブ」「スキャンダル専門弁護士ＱＵＥＥＮ」といった話題のテレビドラマや映画「花と雨」「閉鎖病棟」など２１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

伊勢原北インター周辺のまちづくりの推進

土地区画整理組合設立準備委員会に対する支援として、区画整理事業調査などを実施して事業計画案を作成し、事業化に向けた取組を進めました。

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

　地域ブランド「日本遺産のまち　伊勢原うまいものセレクト」を立ち上げ、43事業者70品目を選定し、市内農畜産物等の販売促進を図るとともに、ブランドの運営体制を構築しました。ベトナムフェスタin神奈川(9月8日横浜)や市内企業、市役所庁舎などでの出張販売を行ったほか、3月23日から柏木牧場内に常設販売所を開設しました。

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

景観まちづくりの推進

　「いせはら景観写真展」、「景観まちづくりシンポジウム」を開催し、幅広い世代の参加と協働により、景観資源登録候補の選定を進めました。また、大山地区の特性を生かした景観まちづくりを推進するため、地元住民とともに景観重点地区指定に向けた検討を進めました。

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

　伊勢原駅北口の交通環境を段階的に改善するため、都市計画道路伊勢原駅前線用地を活用した暫定バス乗降場及び暫定タクシー待機場を整備し、11月5日から利用を開始しました。

＊このほか、基本戦略④に関する取組として･･･

■　信州大学、商工会、市内事業者、神奈川県と連携し、大山と市内特別養護老人ホームで下肢支援ロボットの実証実験を実施しました。　　（さがみロボット産業特区の推進　4-5）

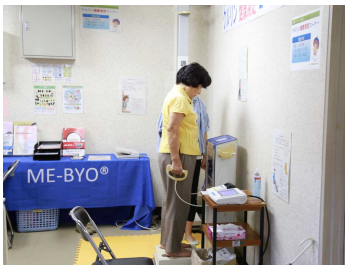
■　商工会青年部が設立50周年記念事業として「ギネス世界記録®町おこしニッポン」で、同時にこまを回した最多人数記録に挑戦。1,179人中967人が成功し、世界記録に認定されました(2月9日)。

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

健康寿命の延伸と生活の質の向上を目指し、血圧・体組成・骨量等、自ら健康状態をチェックすることで自身の健康状態を把握し、その結果に基づいて健康づくりに関する保健師や栄養士からのアドバイスや情報の提供を受けることができる「未病センター（愛称：クルリン健康測定コーナー）」を市役所分室内に開設しました（8月1日）。また、自治会など各地域で測定を行う「健康バス測定会」を12回実施し、延べ555人が参加しました。



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

病児・病後児保育の実施

児童が病中・病気の回復期、集団保育や家庭保育が困難な場合、市が委託する伊勢原協同病院病児・病後児保育室で一時的に保育し、子育てと就労の両立を支援するとともに、児童の健全育成を図りました。

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

第３４回大山登山マラソン大会を開催(3月10日)。全国から約2,３００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連携・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」をリニューアル発行するとともに、電子書籍でも配信を行いました。また、「子育て応援フェスタ2019」を開催し、426人の親子が来場。市の子育て施策について広くPRを行いました（10月27日）。

伊勢原市公式イメージキャラクター
クルリン

令和元年7月　　伊勢原市企画部広報戦略課