



# えびな元気にぎわい振興計画2024

令和6年4月





# 目次

<b>1章</b>	<b>計画の経緯・趣旨・期間・位置付け</b> ……………	<b>1</b>
1	計画の経緯及び策定趣旨……………	1
2	計画の期間……………	1
3	計画の位置付け……………	2
<b>2章</b>	<b>第2期計画の振り返りと本振興計画への課題</b> ……………	<b>5</b>
1	第2期計画の振り返り……………	5
2	第2期計画の評価・検証……………	5
3	本振興計画への課題……………	6
<b>3章</b>	<b>本振興計画の方針と考え方</b> ……………	<b>8</b>
1	本振興計画の方針と考え方……………	8
2	基本理念……………	8
3	本振興計画のスケジュール……………	9
<b>4章</b>	<b>えびな元気にぎわい振興計画 2024</b> ……………	<b>10</b>
1	海老名市ならではの「にぎわい地域資源」を活性化・活用し、回遊を促進する……………	10
(1)	「にぎわい地域資源」(ひと・もの・こと・ばしょ)の選定と活用及び磨き上げ……………	10
	⇒様々なレベルでのオンリーワン・ナンバーワンづくり	
	<にぎわい地域資源の活性化と活用>	
	① 農業／農産物	
	② ロケ地／景観／眺望スポット	
	③ 製造業／施設／ワークプレイス	
	④ 歴史／史跡・文化財	
	⑤ 人物／キャラクター	
	⑥ 催事／イベント／宿泊・交通	
	⑦ にぎわいスポット／飲食・ショッピング	
(2)	「にぎわい地域資源」相互の連携を図り回遊を促進……………	19
	⇒点ではなく「線」「面」としての魅力を高める	
	⑧ 回遊時の新たな価値の提供と楽しみ方の提案	
	⑨ 交通運輸事業者との連携による回遊交通手段の整備・活用	
	⑩ 有効な案内手段の整備・活用	

2	来街者の新しい需要の喚起と着実な誘客プロモーション活動の展開	20
⑪	「日帰りで丸一日、何度でも、いつ行っても楽しめるまち」といったイメージづくり施策の実施	
⑫	海老名ゆかりの人物・キャラクター・キャッチコピー・物産品等によるきめ細かな誘客プロモーションの実施	
⑬	市民や「にぎわいづくり」関係者・事業者の「にぎわい地域資源」への理解の促進、「SDGs」の意識醸成と活用	
3	海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた連携強化	22
(1)	「にぎわいづくり」に関わる、市と各種産業及び産業相互の有機的な連携を図る	
⑭	農業・製造業・商業・交通運輸業との連携及び集客イベントの実施	
(2)	「にぎわいづくり」へ向け、姉妹都市等との連携を図る	23
⑮	姉妹都市等との連携及び集客イベントの実施	
4	えびな元気にぎわい振興計画 2024 の事業一覧	24
◆	計画策定の経過	26

<資料>

- ・えびな元気にぎわい振興基本構想
- ・海老名市にぎわい振興条例



## はじめに

海老名市は神奈川県ほぼ中央に位置し、都市・自然・歴史と文化の調和を背景とした、にぎわいと安らぎのあるまちです。海老名駅には鉄道3路線が乗り入れ、高速道路の利便性も良いことから、これまで発展的なまちづくりを進めてきたところです。令和6年度以降もさらなる発展のため、市民及び民間企業との連携を強化し、にぎわいのあるまちづくりを目指してまいります。



一方で、水田や畑も多く、豊かな自然に恵まれた“ちょっと都会でちょっと自然”な、バランスのとれたところが本市の魅力となっており、にぎわいと自然と歴史が一体となったまちとして、今後も進化してまいります。

「えびなにぎわい振興計画」を平成28年7月に策定し、これまでに数多くの取り組みを行ってきました。令和3年に策定した第2期計画では、市制施行50周年を記念して開始したイルミネーション事業や、にぎわい情報ホームページ「えびなめぐり」のリニューアル等が成果として挙げられ、さまざまな角度から海老名市が注目される取り組みを行い、にぎわいの創出に寄与することができました。

第3期となる今回の計画は、あらゆるにぎわい地域資源を有効活用し、かつ実行性の高い計画であった第2期計画を引き継いだ構成となっております。

新型コロナウイルス感染症拡大により落ち込んだにぎわいを盛り上げるよう、海老名市にぎわい振興条例に基づき「にぎわいと活気のあるまち」の実現に向けて取り組んでまいりますので、市民の方をはじめ関係団体の皆さまには、一層のご理解とご協力をお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたりまして、市民や海老名商工会議所の皆さま、また計画策定にご尽力いただきましたにぎわい振興審議会の委員の方々に心からお礼を申し上げます。

令和6年4月

海老名市長 内野 優

# 1章 計画の経緯・趣旨・期間・位置付け

## 1 計画の経緯及び策定趣旨

海老名市では、平成28(2016)年度に海老名市のにぎわい振興を目的とした「えびな元気にぎわい振興基本構想」(以下「基本構想」という。)及び「海老名市にぎわい振興条例」(以下「振興条例」という。)を基に、「えびな元気にぎわい振興計画」(以下「初期振興計画」という。)を策定しました。

初期振興計画では、基本構想に掲げられた施策をより具体化したものとして、『23施策・62事業』を定め、次期計画の「えびな元気にぎわい振興計画2021」(以下「第2期計画」という。)では、アクションプランとして『15施策・39事業』を定め、令和3年度から各種事業を行ってきました。

第2期計画を策定して以降、新型コロナウイルス感染症による影響や、新たな商業施設やオフィスビル、マンションの建設等、本市のにぎわいを取り巻く環境もこの3年間で大きく変化しています。

第2期計画期間終了を迎えるにあたり、こうした変化や課題を踏まえて、本市のにぎわいが継続し、さらなる創出がされるよう第3期計画を策定するものです。

## 2 計画の期間

本計画期間は、令和6(2024)年4月から令和9(2027)年3月までの3年間とし、社会情勢に沿い、実現性の高い計画とします。

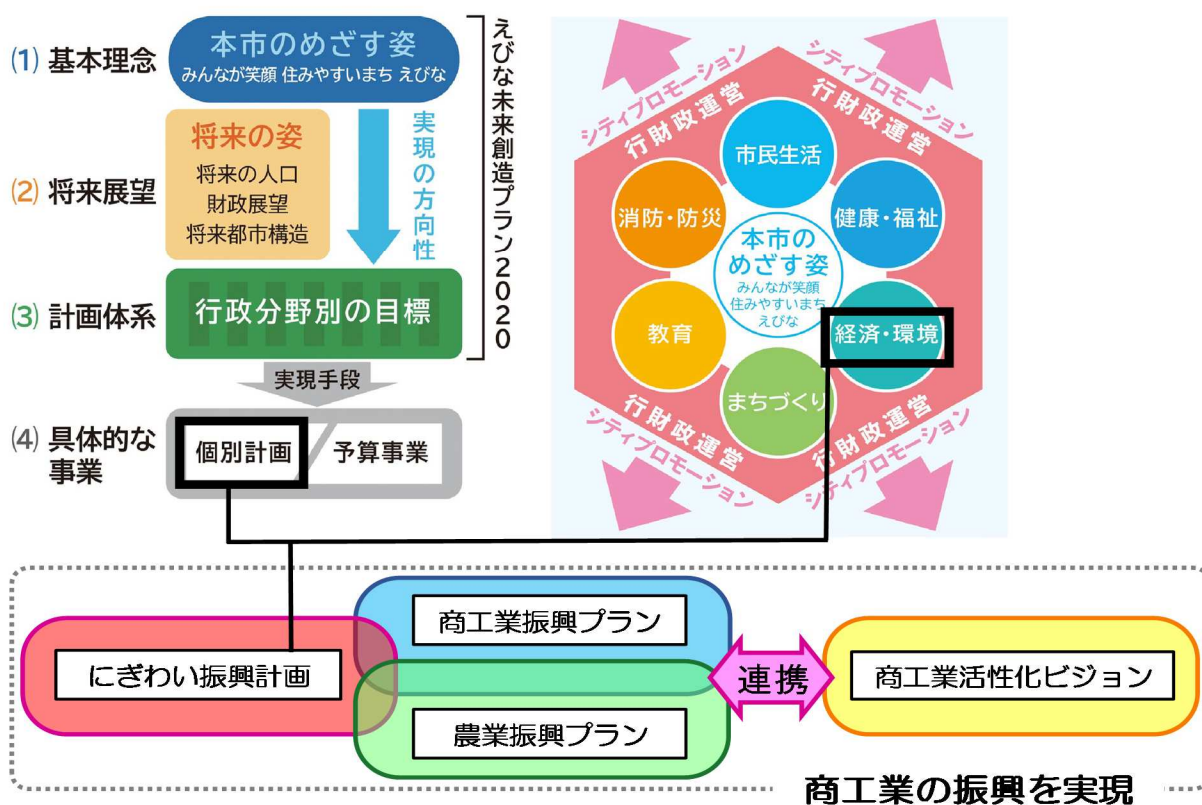
### ■計画の経緯



### 3 計画の位置付け

本振興計画は、振興条例第6条に基づき策定し、「にぎわいと活力のあるまち」を実現するためのプロセスや施策展開と方向性を明らかにした計画です。

本振興計画は市の最上位計画「えびな未来創造プラン 2020」の個別計画として位置付けられます。



※『商工業活性化ビジョン』

「海老名商工会議所」(以下「商工会議所」という。)が海老名のさらなるにぎわいづくりを目的に策定したビジョン。



なお、えびな未来創造プラン 2020 における「商工業の振興（にぎわい振興含む）」政策の位置づけと「めざす姿」及び「今後の方針」等については次のとおりです。




■計画体系（えびな未来創造プラン2020より）

「みんなが笑顔 住みやすいまち えびな」を実現するため、政策ごとにめざす姿と今後の方針を定め、体系的にまちづくりを推進します。

基本理念	行政分野	政策
<p>みんなが笑顔</p> <p>住みやすいまち</p> <p>えびな</p>	<p>1 市民生活</p> <p>充実して暮らせるまち</p>	<p>1-1 地域社会と市民参加の活性化</p> <p>1-2 人々が尊重しあう社会の実現</p> <p>1-3 スポーツ・レクリエーションの振興</p> <p>1-4 芸術・文化の振興</p> <p>1-5 地域安全・交通安全の推進</p>
	<p>2 健康・福祉</p> <p>健やかに暮らせるまち</p>	<p>2-1 健康づくりの充実</p> <p>2-2 高齢福祉の充実</p> <p>2-3 地域福祉の充実</p> <p>2-4 障がい福祉の充実</p> <p>2-5 子育て支援の充実</p> <p>2-6 社会保障制度の充実</p>
	<p>3 経済・環境</p> <p>にぎわいがあり自然に優しいまち</p>	<p>3-1 商工業の振興</p> <p>3-2 農業の振興</p> <p>3-3 環境保全及びまちの美化推進</p>
	<p>4 まちづくり</p> <p>便利で快適に暮らせるまち</p>	<p>4-1 社会基盤の保全・整備</p> <p>4-2 住みよいまちづくりの推進</p> <p>4-3 住宅政策・緑化政策の推進</p> <p>4-4 まちの拠点整備</p>
	<p>5 教育</p> <p>豊かな学びを育むまち</p>	<p>5-1 ひびきあう教育の実現</p>
	<p>6 消防・防災</p> <p>安全で安心して暮らせるまち</p>	<p>6-1 消防力の充実</p> <p>6-2 危機管理対策の推進</p>
	<p>7 行財政運営</p> <p>かがやきを創造するまち</p>	<p>7-1 経営的な視点に立った行政運営</p> <p>7-2 持続可能な財政運営</p>
	<p>8 シティプロモーション</p> <p>新たな発見ができるまち</p>	<p>8-1 シティプロモーションの推進</p>

### 3-1 商工業の振興

地域経済の活性化でまちににぎわいが生まれて、みんなが笑顔になります。

めざす姿	<ul style="list-style-type: none"> <li>① まちがにぎわい、市民の地元に対する意識が醸成され、全ての市民が「海老名市民」であることに誇りを持っています。</li> <li>② 大型商業施設と商店街が共存共栄し、地域経済が活性化され、にぎわいを創出しています。</li> <li>③ 優良な企業の新規立地と市内企業の再投資が活発に行われることで、雇用を創出し、地域経済が活性化され、持続的に発展しています。</li> <li>④ 勤労者福祉の向上が推進され、雇用が安定しています。</li> <li>⑤ 各種団体等と連携し、市内商工業の活性化が図られています。</li> </ul>
今後の方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>①②海老名の魅力を効果的に活用し、集客力を向上させることで、市内経済の持続的発展とさらなる魅力の向上に努めます。</li> <li>① にぎわい振興を通じて、地元の魅力を再発見し、海老名市民であることの誇りにつなげます。</li> <li>② 大型商業施設と商店街がそれぞれの特色を活かし、ともに発展することで、地域経済が活性化し、にぎわいが創出されるよう必要な支援を行います。</li> <li>③ 海老名の地理的特徴や交通の利便性等を強みとした誘致活動を展開し、優良企業の新規立地に取り組みます。</li> <li>③ 市内企業の事業拡大を応援するとともに、生産性の向上に資する投資やビジネス機会の創出等に対して支援を行います。</li> <li>②③市内の優良な店舗、事業所、従業員、優れた技能者の功績を讃えることにより、商工業の振興と発展、技能水準の向上を図ります。</li> <li>④ 勤労者福祉の向上を推進し、雇用の促進・安定を図ります。</li> <li>⑤ 各種団体等と連携し、本市の産業振興と持続的発展に向けて、多角的なアプローチに努めます。</li> </ul>
関連する主な個別計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工業振興プラン 2020</li> <li>・えびな元気にぎわい振興計画</li> </ul>
関連するSDGs	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;">   3 すべての人に健康と福祉を         </div> <div style="margin-right: 10px;">   8 働きがいも経済成長も         </div> <div style="margin-right: 10px;">   9 産業と技術革新の基盤をつくろう         </div> <div>             ※ Goal 3 【すべての人に健康と福祉を】              Goal 8 【働きがいも経済成長も】              Goal 9 【産業と技術革新の基盤をつくろう】         </div> </div>

(『えびな未来創造プラン 2020』より抜粋)

# SDGs

(エス・ディー・ジーズ)

**Sustainable Development Goals**

持続可能な開発目標 (SDGs) は、貧困や不平等・格差、気候変動などの様々な問題を根本的に解決することを目指す、世界共通の 17 の目標と 169 のターゲットからなるもの。

8 働きがいも経済成長も



**Goal 8 【働きがいも経済成長も】**

包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用 (ディーセント・ワーク) を促進する

8.9 2030 年までに、雇用創出、地域の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための施策を立案し実施する。

## 2章 第2期計画の振り返りと本振興計画への課題

第2期計画を令和3（2021）年度に策定し、令和5（2023）年度までの3カ年にわたり、海老名市のにぎわい振興に向けた取り組み方を定め、『15 施策 39 事業』について実施・推進してまいりました。

令和6（2024）年度からの本振興計画策定に際し、第2期計画の取り組みを振り返り、その活動実績の検証及び施策・事業の見直し・継続等の検討を行い、課題を明確にした上で本振興計画への反映と新たな施策・事業の実施へと展開していきます。

### 1 第2期計画の振り返り

第2期計画の3年間の成果としては、新型コロナウイルス感染症が流行し、行動制限がある中、身近な地域資源を掘り起こすと共に再認識したことが挙げられます。これまで、多くの人の関心が遠方の観光地に向いていましたが、遠方へ行かなくても、地元の農産物や飲食、ショッピング、イベント、文化財等の魅力があることに気が付くきっかけとなりました。「海老名にぎわいスタンプラリー」は、100店舗以上の店舗参加があり、少人数で市内全域を回遊するもので、コロナ禍に適した取り組みとなりました。

また、第2期計画の後半では、新型コロナウイルス感染症が第5類へと移行し、まちなぎわいが戻ると共に、行政や民間事業者、様々な法人格、団体が連携をとり、多種多様なにぎわいを新たに創出したことが挙げられます。中でも、海老名駅周辺のイルミネーション事業は、線路によって分断されがちな東口エリアと西口エリアとをつなぐもので、イルミネーションによるハード面と点灯期間中のイベントによるソフト面がにぎわいと連携をもたらしました。

さらに、計画期間中に市制施行 50 周年を迎え、様々な記念事業が行われました。その後も海老名駅及び厚木駅周辺の開発が進み、人口が 14 万人を超え、「にぎわい」と「定住促進」がより一層進んでいるところです。

このように、社会情勢が大きく変化した3年間を通して、多くの人が行動の自由や人とのつながりの大切さを実感したところです。今後にもぎわいが人々の生活に大きく寄与するものと考えております。

### 2 第2期計画の評価・検証

第2期計画の『15 施策 39 事業』について、市庁内関係各課及び審議会委員にて評価及び検証を行ったところ、7割以上の事業で効果があったとの結果となっています。

ただし、課題がある事業やマンネリ化されている事業もあるため、事業の精査や統合等の見直しが必要との意見も挙がりました。

本振興計画では、これらの評価及び検証を踏まえ、計画に反映し、新たな施策・事業の実施へと展開していきます。

### 3 本振興計画への課題

第2期計画においては、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、数多くのイベントや事業等の実施が見送られました。このように社会情勢の急な変化が起きた際に、にぎわいを取り巻く環境も大きく影響を受けます。本振興計画においても社会情勢の変化を見極めながら「にぎわい」創出のありようを考えることが必要です。

また、本振興計画策定・実施にあたっては、行政だけでなく市民や商工業者、外部団体等の関係機関と更なる連携を図ることで、質の高い効果的な取り組みを進めていくことが必要となります。そうした多くの人々の声に耳を傾け、そのニーズを的確に把握し、取り組んでまいります。

以上のことから、その時々状況と将来を見据えた施策、事業を配置することで「海老名市のにぎわい」の創出に努めてまいります。

#### ◆第2期振興計画の内容（施策・事業名一覧）

#### 1. 海老名市ならではのにぎわい地域資源を活性化・活用し、回遊を促進する

##### (1) 「にぎわい地域資源」(ひと・もの・こと・ばしょ) の選定と活用

⇒様々なレベルでのオンリーワン・ナンバーワン作り

施策	事業名
①にぎわい地域資源：農業／農産物 【全3事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆6次産業化・ブランド化推進</li> <li>◆体験農業プログラム実施</li> <li>◆海老名農産物直売所の設置と販売促進</li> </ul>
②にぎわい地域資源：ロケ地／景観／眺望スポット 【全2事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ロケサポートと情報発信</li> <li>◆眺望スポットの選定継続とPR</li> </ul>
③にぎわい地域資源：製造業／施設／ワークプレイス 【全4事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業観光・見学探訪ツアーの継続実施</li> <li>◆高層階・休憩スペース等の一時開放</li> <li>◆ロマンスカーミュージアムとの連携・魅力発信</li> <li>◆働き方改革に伴う、新たな「にぎわい創出方策」の検討（新規）</li> </ul>
④にぎわい地域資源：歴史／史跡・文化財 【全3事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆伝説・物語、伝統・民俗芸能を活用した情報発信やイベント及びまち歩きツアーの開催等</li> <li>◆映像技術による古代相模国分寺の復元</li> <li>◆歴史的資源を活用した文化イベントの開催</li> </ul>
⑤にぎわい地域資源：人物／キャラクター 【全4事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆海老名の偉人・著名人等を活用した海老名市のPR</li> <li>◆海老名ゆかりの人物の足跡を訪ねるツアー実施</li> <li>◆イメージキャラクター「えび〜にゃ」の活用・情報発信</li> <li>◆ポニーの活用（新規）</li> </ul>
⑥にぎわい地域資源：催事／イベント／宿泊・交通 【全5事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆各種集客イベントの企画・開催及びMICEの誘致促進（新規）</li> <li>◆市制50周年への取組み（新規）</li> <li>◆東京2020オリンピック・パラリンピックへの取組み（新規）</li> <li>◆観光情報ホームページ「えびなめぐり」への掲載情報の強化・拡充と周知・PR</li> <li>◆海老名ならではのスポーツツーリズムの振興に向けた検討（新規）</li> </ul>
⑦にぎわい地域資源：にぎわいスポット／飲食・ショッピング 【全4事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆魅力的な飲食・小売り企画やキャンペーン等の工夫と情報発信（新規）</li> <li>◆海老名駅間開発との連携による、新たな「にぎわい」スポットの創出</li> <li>◆大型店の販路活用による海老名産品の全国発信支援</li> <li>◆飲食・小売業等の維持・活性化につながる、機動的かつ効果的な振興施策の検討・実施（新規）</li> </ul>

(2) 「にぎわい地域資源」相互の連携を図り回遊を促進  
 ⇒ 点ではなく「線」「面」としての魅力高める

施策	事業名
⑧回遊時の新たな価値の提供と楽しみ方の提案 【全1事業】	◆体験型観光の提案及び機会の提供と市内回遊の促進
⑨交通運輸業者との連携による回遊交通手段の整備・活用 【全1事業】	◆回遊交通手段の整理及び手段ごとの課題抽出、事業者との連携対応実施
⑩有効な案内手段の整備・活用 【全2事業】	◆「にぎわい案内看板」の維持管理と活用 ◆新たな案内誘導手段の検証と設置検討

2. 来街者の新しい需要の喚起と着実な誘客プロモーション活動の展開

施策	事業名
⑪「日帰りで丸一日、何度でも、いつ行っても楽しめるまち」といったイメージづくり施策の実施 【全3事業】	◆来街者（地域住民・観光客）のニーズの研究と対応 ◆観光アプリケーション「えびな元気ナビ」ダウンロード運用の拡大 ◆フリーペーパーを活用した魅力発信
⑫海老名ゆかりの人物・キャラクター・キャッチコピー・物産品等による、きめ細かな誘客プロモーションの実施 【全2事業】	◆キャッチコピー『行き先は「ちょっと海老名」が合言葉』の更なる活用 ◆ふるさと納税制度の「にぎわいづくり」への活用（新規）
⑬市民や「にぎわいづくり」関係者・事業者の「にぎわい地域資源」への理解の促進、「おもてなし心」の醸成と活用 【全2事業】	◆商工会議所との連携による、「にぎわいづくり」協議の継続実施 ◆「おもてなし心」醸成方法の検討及び実施

3. 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた連携強化

(1) 「にぎわいづくり」に関わる市と産業及び産業相互の有機的な連携を図る

施策	事業名
⑭農業・製造業・商業・交通運輸業との連携及び集客イベントの実施 【全1事業】	◆関係者による審議会の継続実施

(2) 「にぎわいづくり」へ向けた姉妹都市等との連携を図る

施策	事業名
⑮姉妹都市等との連携及び集客イベントの実施 【全2事業】	◆市内まち歩きツアー開催 ◆姉妹都市との連携・交流の促進

## 3章 本振興計画の方針と考え方

### 1 本振興計画の方針と考え方

本振興計画は、基本構想及び振興条例に基づき、第2期計画について評価と振り返りを行い、そのうえで個々に既存する「にぎわい地域資源<sup>※</sup>」を有効活用することでさらなる「にぎわいと活力のあるまち」を目指し、海老名市のにぎわい振興に寄与するための計画として策定いたしました。

また、第2期計画は、実現性の高いアクションプランであったことから、第3期計画においても基本的な方針・施策については継承することとし、今後の市の情勢や環境の変化等に応じて見直しを行えるよう3カ年計画とします。

事業内容等については、市庁内関係各課等への意見照会を行い、「海老名市にぎわい振興審議会（以下「審議会」という。）」における審議を経ることで、より良い内容となるように努めました。

また、新型コロナウイルス感染症による影響やデジタルトランスフォーメーション（DX）の進展など、社会情勢の変化に注視しながら、進めてまいります。

※「にぎわい地域資源」とは

海老名市の地域活性化（にぎわい）の取組みにおいて、初期振興計画で活用してきた特徴・素材（ひと・もの・こと・ばしょ）を基本とした7分類の資源を指します。

### 2 基本理念

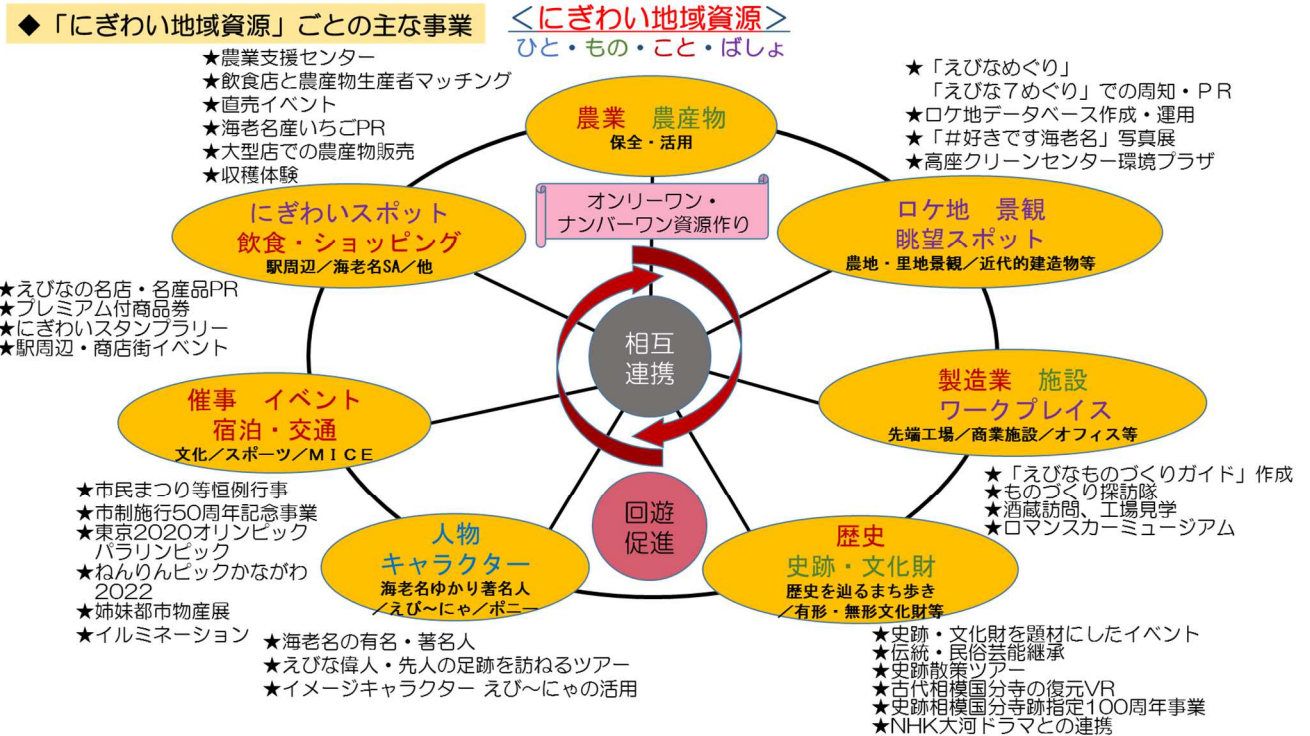
- ① にっこりとみんなが笑顔になれるまちづくり
- ② 技術力集結し、魅力あるものづくり・ことづくりを育もう
- ③ わいわいといつも人が集まり、わくわく楽しく暮らせるまちづくり
- ④ いろいろな海老名ならではの資源を活かし、にぎわいを！

市のプロモーション指針において、「住みたい 住み続けたいまち 海老名」を恒久的な理念（スローガン）と掲げています。また、えびな未来創造プラン2020では、「みんなが笑顔 住みやすいまち えびな」を基本理念として掲げています。

本計画では、海老名の元気なにぎわいを通して、海老名市に訪れる人も海老名市に住むひとみんなが笑顔になり、何度も訪れたい、住み続けたいまちを目指していきます。また、誰もがいつでも、わくわくする「ひと」、「もの」、「こと」と出会うにぎわい空間の創出を目指します。

## ◆7分類の「にぎわい地域資源」と主な事業内容

7分類の「にぎわい地域資源」ごとに、第2期振興計画で実施した主な事業内容について、キーワードとアウトプットで表記しました。



### 3 本振興計画のスケジュール

初期振興計画の策定から本振興計画策定までの流れ、そして今後3カ年のスケジュール概要を示すと次のようになります。

※年次の実行目標は、3年間とする。

計画\期間	準備期間	初期振興計画期間5年 (H28~R2年度)					2期計画期間3年 (R3~5年度)			本振興計画3年 (R6~9年度)		
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
初期振興計画	Plan (計画)	新規策定		一部改訂								
	Do (実行)	23施策・62事業										
	Check (評価)	審議会での進捗報告/有効性の確認										
	Action (改善)	<管理項目> ①事業内容 ②概要 ③主体・関係主体 ④訴求対象地域 ⑤開始年度 ⑥活動指標					実績確認 対目標 達成評価 是正修正 継続検討 次期反映 策定					
第2期振興計画	Plan (計画)											
	Do (実行)	<アウトプット> ①イベント・ツアー ②電子情報・紙媒体 ③活動組織・その他					15施策・39事業					
	Check (評価)						審議会での進捗報告/有効性の確認					
	Action (改善)						実績評価					
第3期(本)振興計画	Plan (計画)											
	Do (実行)						15施策・35事業					
	Check (評価)						審議会での進捗報告/有効性の確認					
	Action (改善)						<管理項目> ★「にぎわい地域資源」 ①施策 ②事業名 ③事業内容 →第2期振興計画の実施内容を踏襲し 継続及び新規実施項目を盛り込み 本振興計画として策定					

## 4章 えびな元気にぎわい振興計画 2024

### 1 海老名市ならではの「にぎわい地域資源」を活性化・活用し、回遊を促進する

#### (1) 「にぎわい地域資源」(ひと・もの・こと・ばしょ)の選定と、活用及び磨き上げ→ 様々なレベルでのオンリーワン・ナンバーワンづくり

<b>地域資源選定理由及び目標</b>	海老名市には“農のある風景”“里地の自然”が残されており、イチゴをはじめとした野菜や果物、花きや水稲といった農産物の生産が盛んに行われていることから農業・農地の保全と活用に努め、「にぎわいつくり」の面においても農業を活性化・活用していきます。
---------------------	---

事業名(事業主体)	事業内容
6次産業化・ブランド化推進 (行政、農業事業者、民間事業者)	1次“生産”×2次“加工”×3次“販売・飲食・宿泊”＝6次産業化、ひいては海老名農産物のブランド化により各産業と「にぎわい地域資源」の融合を図り、農業者の所得向上、雇用の創出、風土や伝統文化の保全、地域の活性化を推進します。
体験農業プログラム実施 (農業事業者)	グリーン・ツーリズムの一環でもある農産物の収穫体験を継続して実施します。
海老名農産物直売所の設置と販売促進 (農業事業者、民間事業者)	海老名駅周辺の大型小売店をはじめ市内各所で地場産農産物を購入できる機会の増加に取り組みます。





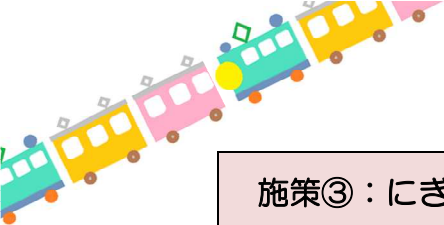
施策②：にぎわい地域資源の活性化と活用

ロケ地／景観／眺望スポット

<p><b>地域資源 選定理由 及び目標</b></p>	<p>海老名市ならではの農業景観・里地景観・農業と近代的建造物が融合した景観等を活かし、映画やテレビドラマ、CMなどロケーションの撮影がスムーズに進行するようサポートします。また、海老名市内からは富士山や大山を望め、都市空間と田園風景のコントラストが映える景観もあり、写真撮影や散策も楽しめる海老名ならではの貴重な「にぎわい地域資源」として活用していきます。</p>
--------------------------------------	---


事業名（事業主体）	事業内容
ロケサポートと情報発信 （行政）	市内での撮影実績を基に作成した市内のロケ地情報のデータを活用しながら、ロケ地のサポートを行います。また、ホームページやSNSで情報発信を継続して実施します。
眺望スポットの選定継続とPR （行政）	市内の開発及びビル建設に伴って新たな眺望スポットの選定を進めるとともに、既存スポットを含め利用者が楽しめる付加価値を設け更なる回遊を生み出し、にぎわいを創出します。





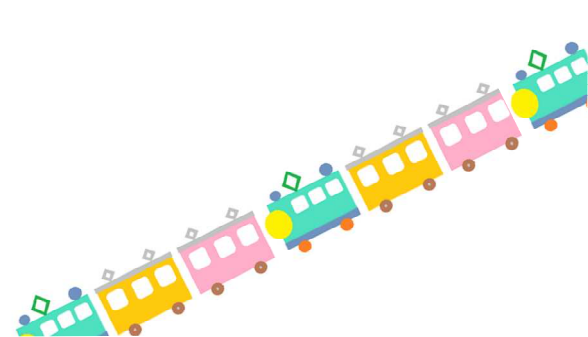
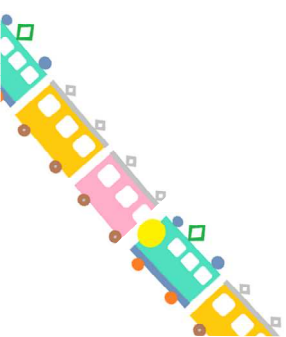
<b>施策③：にぎわい地域資源の活性化と活用</b>	<b>製造業／施設／ワークプレイス</b>
----------------------------	-----------------------

<b>地域資源 選定理由 及び目標</b>	製造業・商業・文化・スポーツ施設、高層オフィスビルといった海老名市内のシンボリックな施設を活用し、見学ツアーなど産業観光のイメージアップに努め、海老名市の「にぎわいづくり」と集客を図ります。また、働き方改革に伴うテレワークによる市内就労機会（昼間人口）の増加の動きも、にぎわいを創出する上で注視していきます。
-------------------------------	--

事業名（事業主体）	事業内容
産業観光・見学探訪ツアーの継続実施 （行政、民間団体、民間事業者）	「えびなものづくりガイド」に掲載された受け入れ可能企業の見学ツアー等を通じて海老名市への集客と商工業のPRを行います。
ロマンスカーミュージアムとの連携・魅力発信 （行政、民間事業者）  	誘客及びリピート利用（再訪）の促進に向け小田急電鉄と相互に連携するとともに、ミュージアム見学前後の市内まち歩きや飲食への誘導など回遊促進のための事業を実施します。
働き方改革に伴う、新たな「にぎわい創出方策」の検討 （行政、民間団体、民間事業者）	働き方改革に伴うテレワーク（在宅・在海老名勤務）による市内昼間人口の増加を見込み、コワーキングスペースやランチを主とする飲食などの需要と利用拡大の可能性を探り、必要に応じ対応方策の実施を検討します。



**ワークプレイスとは**・・・オフィスに限らず人が仕事をしている場所そのものを指し、時間や場所に限定されることなく、情報ネットワークの仮想空間を含めた知識創造活動を行うあらゆる場のこと





ROMANCECAR  
MUSEUM



ロマンスカーミュージアムでの名店・名産品販売



(株)パプコ



コカ・コーラ ボトラーズジャパン(株)  
海老名工場

ものづくり探訪隊の様子



日本郵便(株)神奈川西郵便局

施策④：にぎわい地域資源の活性化と活用

歴史／史跡・文化財

<p><b>地域資源 選定理由 及び目標</b></p>	<p>海老名市は相模国分寺建立地に象徴されるように古い歴史を持っており、様々な史実や伝説、古くから伝承されてきた歴史的建造物・神社仏閣・仏像・民俗芸能などが多いことから、それらの歴史・文化に触れる機会を設けることで「にぎわいづくり」に活用します。</p>
--------------------------------------	---

<p><b>事業名（事業主体）</b></p>	<p><b>事業内容</b></p>
<p>伝説・物語、伝統・民俗芸能・偉人を活用した情報発信やイベント及びまち歩きツアーの開催等 （行政）</p>	<p>海老名の魅力のアピールに繋がる伝説や物語からテーマを抽出し、にぎわい情報ホームページ「えびなめぐり」への反映や、伝統・民俗芸能等をイベントに組み込むなど、紹介・PRする機会を設け、さらにまち歩きツアーを開催するなど「にぎわいづくり」に活用します。</p>
<p>歴史的資源を活用した文化イベントの開催 （行政、民間団体、民間事業者）</p>	<p>海老名の歴史・史跡・文化財に親しむ機会として、他の「にぎわい地域資源」との連携・コラボも図りながら各種イベントを継続して企画・開催します。 VR（仮想現実）や3Dコンピューターグラフィック等による古代相模国分寺の復元映像を楽しめるように公開を継続します。</p>

奈良時代の相模国分寺復元画像：湘南工科大学 長澤研究室作成



施策⑤：にぎわい地域資源の活性化と活用

人物／キャラクター

地域資源 選定理由 及び目標	海老名市が輩出した偉人・先人・名人、現在活躍中の文化人・アスリートなど海老名ゆかりの著名人や、えび～にゃをはじめとするキャラクターを「にぎわいづくり」のイメージづくりに活用・PRしていきます。
----------------------	--

事業名（事業主体）	事業内容
海老名の偉人・著名人等を活用した海老名市のPR （行政）	歴史上の偉人・先人・名人などを市のPR・集客に活用します。海老名市出身の文化人やアスリート、海老名市にゆかりのある人などの人選・協力依頼も行います。
イメージキャラクター「えび～にゃ」の活用・情報発信 （行政、民間事業者）	「えび～にゃ」をリポーターとして、市の魅力についてSNS等を活用し積極的に発信します。また、グッズやイラスト等の活用を図ります。
ポニーの活用 （行政）	海老名運動公園でのポニーふれあいのほか、イベント等への派遣も実施します。



施策⑥：にぎわい地域資源の活性化と活用

催事／イベント／宿泊・交通

<b>地域資源 選定理由 及び目標</b>	海老名市には市主催のものから各種団体・自治会・子供会・商店街単位の恒例催事・イベントが年間数多く開催されており、まさに「にぎわいづくり」の原点とも言える「にぎわい地域資源」となっています。これらに加えて、今後は新たなMICE及びそれに準じた各種イベント等の誘致・開催の検討も併せて行います。
-------------------------------	---

事業名（事業主体）	事業内容
各種集客イベントの企画・開催及びMICEの誘致促進 （行政、民間団体、民間事業者）	文化・スポーツなど様々なジャンルにおけるイベントを実施したり、MICEの誘致に努めることにより、にぎわいを形成します。また、MICEの誘致にはユニークベニュー（特別な会場）の存在が大切なことから、ユニークベニューの発掘を図ります。
にぎわい情報ホームページ「えびなめぐり」への掲載等DX（デジタルトランスフォーメーション）の強化・拡充と周知・PR （行政、民間団体、民間事業者）	「えびなめぐり」のカテゴリ“イベント”に市内イベント一覧の詳細情報等を掲載し海老名市への集客とその地域での飲食・買い物など、経済効果とイメージアップを図ります。
海老名ならではのスポーツツーリズムの振興に向けた検討 （行政）	スポーツへの参加や観戦を目的として地域を訪れる、新しいツーリズムのスタイルであるスポーツツーリズムの振興に向けた検討を行います。「にぎわい地域資源」としての市内のスポーツ・宿泊施設を活用し、そのキャパシティに見合ったスポーツ大会を誘致・開催した場合に宿泊・飲食・ショッピング等の収入が各業種・業態にもたらす経済効果を測り、にぎわいの形成に資する海老名ならではのスポーツツーリズムのあり方を検討します。
えびなイルミネーション事業への取り組み （行政、民間団体、民間事業者）	海老名駅の東西をイルミネーションでつなぎ、冬の風物詩となるよう民間事業者と伴に実施します。点灯期間中には周辺施設等にて様々なイベントを開催し、にぎわいを創出します。

**MICE（マイス）とは**…ビジネスイベントの頭文字4文字の造語

- Meeting（会議・研修・セミナー）
- Incentive（報償・招待旅行）
- Convention／Conference（大会・学会・国際会議）
- Exhibition／Event（展示会・イベント）

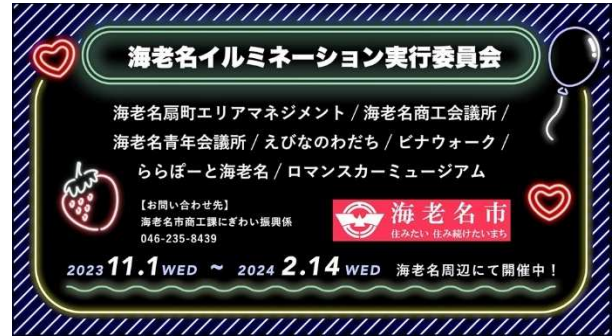
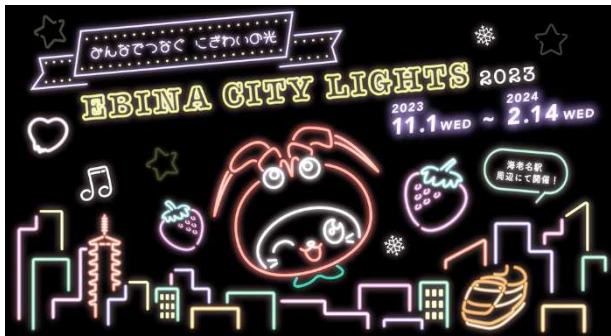
**ユニークベニューとは**…会議やイベントなどに使用される会場のこと

通常の施設とは異なり、寺社仏閣等の歴史的建造物・美術館等の文化施設など、特別感やサプライズ感を演出できる場所を指す

<<にぎわい情報ホームページ えびなめぐり>> ※令和5年3月にリニューアル※



<<えびなイルミネーション事業>>



イルミネーションと  
えびなバレンタインフェス



施策⑦：にぎわい地域資源の活性化と活用

にぎわいスポット/  
飲食・ショッピング

<p><b>地域資源 選定理由 及び目標</b></p>	<p>海老名駅周辺は、東西の大型商業施設や公園、高層オフィス施設等が集積し、市内外の来街者で大きなにぎわいを形成しています。また、東名高速道路海老名SAは全国有数の来客数を誇っており、“海老名＝東名SA”のイメージが定着していることから、いずれも海老名市にとって重要な「にぎわい地域資源」と捉えられます。これらに加え他にも市内に新たなスポットを創出し、海老名駅周辺等との相互の結び付けを強化していきます。</p> <p>また、海老名市内には農産物や、市で認定した“名店・名産品（逸品）”があり、これらを多様な情報媒体を活用してPR・販売促進など継続して支援を行い、合わせて市内の飲食店での飲食や小売店での買い物利用の促進に取り組みます。</p>
--------------------------------------	--

事業名（事業主体）	事業内容
厚木駅周辺及びこれから進む海老名駅間地区の開発との連携による、新たな「にぎわい」スポットの創出（行政、民間事業者）	海老名駅周辺・海老名SA等、既存のにぎわいスポットに加え、市街地開発事業や民間事業者による開発事業との連携により駅周辺地区等で新たな「にぎわいスポット」を創出します。
大型店の販路活用による海老名産品の全国発信支援（行政、民間事業者）	全国展開している大型店の協力販売により海老名産品の市外販路拡大と店名・品名・海老名市の知名度アップを図ります。
飲食・小売業等の維持・活性化につながる、機動的かつ効果的な振興施策の検討・実施（行政、民間団体、民間事業者）	来街者の様々な飲食・買い物ニーズを掘り起こし、広い範囲での回遊・集客につながるよう、「付加価値」ともなる魅力的な企画やキャンペーン等を工夫し、その情報を積極的に発信します。 新しい生活様式に基づく営業形態の変更による影響に対応するため、商品券やテイクアウト販路拡大事業を実施するなど、支援・連携を通じて来店者及び売り上げ増への寄与を図ります。





## (2) 「にぎわい地域資源」相互の連携を図り回遊を促進

⇒ 点ではなく「線」「面」としての魅力高める

### 施策⑧：回遊時の新たな価値の提供と楽しみ方の提案

事業名（事業主体）	事業内容
体験型観光の提案及び機会の提供と市内回遊の促進 （行政、民間団体、民間事業者）	見るだけではなく“体験する”スタイルの観光を提案し、その情報・機会を提供することで海老名市内への回遊に結びつけ「回遊価値」を高め、イメージアップを図ります。

### 施策⑨：交通運輸事業者との連携による回遊交通手段の整備・活用

事業名（事業主体）	事業内容
回遊交通手段の整理及び手段ごとの課題抽出、事業者との連携対応実施 （行政、民間事業者）	徒歩・自転車・マイカー・タクシー・バス等それぞれの回遊利用に伴う課題を洗い出し、事業者間の連携などユーザー目線でのサービス体制のあり方を検討し、対応策に取り組みます。



### 施策⑩：有効な案内手段の整備・活用

事業名（事業主体）	事業内容
既存案内看板の維持管理と活用 （行政）	既存案内看板の掲載内容の更新等、適時ハード・ソフト両面でのメンテナンスを行い継続的な活用を行います。
新たな案内誘導手段の検証と設置検討 （行政）	公共サインガイドラインに基づき新たに必要となった場合に案内誘導手段の有用・有効性を検証し、適宜設置することにより来街者の市内回遊のサポートを行います。




## 2 来街者の新しい需要の喚起と着実な誘客プロモーション活動の展開

施策⑪：「日帰りで丸一日、何度でも、いつ行っても楽しめるまち」といったイメージづくり施策の実施

事業名（事業主体）	事業内容
来街者（地域住民・観光客）のニーズの研究と対応策の検討 （行政、民間事業者）	自然環境との触れあい・学び、地域ならではの生活文化や人々との触れあい、地域の歴史遺産に関わる深い理解、体験や見学を通じた地域の農業・製造業に対する学び、まち歩きの実践といった需要をきめ細かく把握し、新たな需要への具体的な対応策を検討し事業として実施します。
メディアや SNS 等を活用した魅力発信 （行政、民間事業者）	即時性のある SNS を活用し、地域資源やイベント情報等海老名の魅力を発信します。海老名に行けばいつでも楽しいといったイメージづくりに SNS を活用します。例えば、市内の公園や公共施設、史跡など来訪者に向けた情報の定期的な投稿や、募集した写真や動画を活用した、親しみのある情報の発信など新規フォロワーを増やしてより効果的に発信するため、PR 手段を検討します。また、市公式 LINE アカウントを活用し、積極的に周知・PR を行います。

施策⑫：海老名ゆかりの人物・キャラクター・キャッチコピー・物産品等によるきめ細かな誘客プロモーションの実施

事業名（事業主体）	事業内容
キャッチコピー『行き先は「ちょっと海老名」が合言葉』の更なる活用 （行政）	新たな媒体を通じ積極的に周知・PR を行い、海老名への誘客につなげます。 
ふるさと納税制度の「にぎわいづくり」への活用 （行政、民間事業者）	ふるさと納税制度における地場産品の全国展開により、市内産業及び海老名市の魅力を発信し誘客を図ります。また、海老名への来訪にもつながる魅力ある返礼品を検討します。

施策⑬：市民や「にぎわいづくり」関係者・事業者の「にぎわい地域資源」への理解の促進、「SDGs」の意識醸成と活用

事業名（事業主体）	事業内容
商工会議所との連携による、「にぎわいづくり」協議の継続実施 （行政、民間団体）	商工会議所の商工業活性化事業実行委員会と、継続して「にぎわいづくり」に関する協議・情報交換を行い、にぎわい振興施策・事業への理解と協力を得ることで相互に連携して海老名市のにぎわい形成に努めます。
「SDGs」を意識し、持続可能なにぎわいの検討及び実施 （行政、民間事業者）	SDGsの視点でこれまで引き継がれてきた地域資源を未来につなぎ、海老名の魅力に磨きをかけていきます。にぎわいが一過性で終わるのでなく、持続するよう環境・文化・経済のバランスをとりながら事業を実施します。市民・事業者等のステークホルダーと協働し、海老名市のSDGs推進を図るとともに、取り組みを通じて持続可能なにぎわいの検討に努めます。



えびな SDGs 懇話会

### 3 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた連携強化

#### (1) 「にぎわいづくり」に関わる、市と各種産業及び産業相互の有機的な連携を図る

#### 施策⑭：農業・製造業・商業・交通運輸業との連携及び集客イベントの実施

事業名（事業主体）	事業内容
関係者による審議会の継続実施 （行政、民間団体、民間事業者）	審議会において新たな連携事業の実施に向け具体的な検討を行います。
民間事業を誘発するような施策の検討 及び実施 （行政）	補助制度の周知、相談を通して民間事業の起爆剤となるような支援を実施します。 「市」×「民間事業者」、「民間事業者」×「民間事業者」をつなぎ、新たな展開を生み出します。
新型コロナウイルス感染症後のにぎわいの創出・再開に対する支援 （行政、民間団体、民間事業者）	新型コロナウイルス感染症拡大により落ち込んだにぎわいを盛り上げるよう、市から補助金やPR等の支援を行います。

～にぎわい振興事業補助金の活用例～



## (2) 「にぎわいづくり」へ向け、姉妹都市等との連携を図る

### 施策⑮：姉妹都市等との連携及び集客イベントの実施

事業名（事業主体）	事業内容
市内まち歩きツアー開催 （行政、民間団体）	海老名ガイド協会との連携により、地域資源の再発見となるような散策コースを設定し、まち歩きツアー等を開催します。コース内の買い物や体験等を通して、経済効果やにぎわい創出へとつなげます。
姉妹都市との連携・交流の推進 （行政、民間団体、民間事業者）	トライアングル姉妹都市である登別市・白石市との交流を更に深める事業を企画・実施するとともに、特に姉妹都市提携 30 周年を迎える白石市との各種交流事業の豊富化を図ります。



にぎわい振興ガイド



## 4 えびな元気にぎわい振興計画 2024の事業一覧（15 施策・35 事業）

### 1. 海老名市ならではの「にぎわい地域資源」を活性化・活用し、回遊を促進する

#### (1) 「にぎわい地域資源」(ひと・もの・こと・ばしょ) の選定と活用及び磨き上げ

⇒ 様々なレベルでのオンリーワン・ナンバーワンづくり

施策	事業名
①にぎわい地域資源：農業／農産物 【全3事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆6次産業化・ブランド化推進</li> <li>◆体験農業プログラム実施</li> <li>◆海老名農産物直売所の設置と販売促進</li> </ul>
②にぎわい地域資源：ロケ地／景観／眺望スポット 【全2事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ロケサポートと情報発信</li> <li>◆眺望スポットの選定継続とPR</li> </ul>
③にぎわい地域資源：製造業／施設／ワークプレイス 【全3事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆産業観光・見学探訪ツアーの継続実施</li> <li>◆ロマンスカーミュージアムとの連携・魅力発信</li> <li>◆働き方改革に伴う、新たな「にぎわい創出方策」の検討</li> </ul>
④にぎわい地域資源：歴史／史跡・文化財 【全2事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆伝説・物語、伝統・民俗芸能・偉人を活用した情報発信やイベント及びまち歩きツアーの開催等</li> <li>◆歴史的資源を活用した文化イベントの開催</li> </ul>
⑤にぎわい地域資源：人物／キャラクター 【全3事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆海老名の偉人・著名人等を活用した海老名市のPR</li> <li>◆イメージキャラクター「えび～にゃ」の活用・情報発信</li> <li>◆ポニーの活用</li> </ul>
⑥にぎわい地域資源：催事／イベント／宿泊・交通 【全4事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆各種集客イベントの企画・開催及びMICEの誘致促進</li> <li>◆にぎわい情報ホームページ「えびなめぐり」への掲載等DX(デジタルトランスフォーメーション)の強化・拡充と周知・PR</li> <li>◆海老名ならではのスポーツツーリズムの振興に向けた検討</li> <li>◆えびなイルミネーション事業への取組み(新規)</li> </ul>
⑦にぎわい地域資源：にぎわいスポット／飲食・ショッピング 【全3事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆厚木駅周辺及びこれから進む海老名駅駅間地区の開発との連携による、新たな「にぎわい」スポットの創出</li> <li>◆大型店の販路活用による海老名産品の全国発信支援</li> <li>◆飲食・小売業等の維持・活性化につながる、機動的かつ効果的な振興施策の検討・実施</li> </ul>

#### (2) 「にぎわい地域資源」相互の連携を図り回遊を促進

⇒ 点ではなく「線」「面」としての魅力を高める

施策	事業名
⑧回遊時の新たな価値の提供と楽しみ方の提案 【全1事業】	◆体験型観光の提案及び機会の提供と市内回遊の促進
⑨交通運輸事業者との連携による回遊交通手段の整備・活用 【全1事業】	◆回遊交通手段の整理及び手段ごとの課題抽出、事業者との連携対応実施
⑩有効な案内手段の整備・活用 【全2事業】	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆既存案内看板の維持管理と活用</li> <li>◆新たな案内誘導手段の検証と設置検討</li> </ul>

## 2. 来街者の新しい需要の喚起と着実な誘客プロモーション活動の展開

施策	事業名
⑪「日帰りで丸一日、何度でも、いつ行っても楽しめるまち」といったイメージづくり施策の実施【全2事業】	◆来街者（地域住民・観光客）のニーズの研究と対応 ◆メディアや SNS 等を活用した魅力発信
⑫海老名ゆかりの人物・キャラクター・キャッチコピー・物産品等による、きめ細かな誘客プロモーションの実施【全2事業】	◆キャッチコピー『行き先は「ちょっと海老名」が合言葉』の更なる活用 ◆ふるさと納税制度の「にぎわいづくり」への活用
⑬市民や「にぎわいづくり」関係者・事業者の「にぎわい地域資源」への理解の促進、「SDGs」の意識醸成と活用【全2事業】	◆商工会議所との連携による、「にぎわいづくり」協議の継続実施 ◆「SDGs」を意識し、持続可能なにぎわいの検討及び実施（新規）

## 3. 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた連携強化

### (1) 「にぎわいづくり」に関わる、市と各種産業及び産業相互の有機的な連携を図る

施策	事業名
⑭農業・製造業・商業・交通運輸業との連携及び集客イベントの実施【全3事業】	◆関係者による審議会の継続実施 ◆民間事業を誘発するような施策の検討及び実施（新規） ◆新型コロナウイルス感染症後のにぎわいの創出・再開に対する支援（新規）

### (2) 「にぎわいづくり」へ向け、姉妹都市等との連携を図る

施策	事業名
⑮姉妹都市等との連携及び集客イベントの実施【全2事業】	◆市内まち歩きツアー開催 ◆姉妹都市との連携・交流の促進

## ◆計画策定の経過

### 1. 策定の流れ

	検討の経緯	にぎわい審議会	市民参加	庁内
令和5年度	4月～6月	初期計画の評価	にぎわい審議会 市民公募 (令和4年度)	庁内事業評価 (5月)
	7月～9月	素案の作成	諮問(6月) 第1回(6月)	
			第2回(8月)	
			第3回(10月)	
	10月～12月	最終案の作成	第4回(12月) 答申(12月)	パブリックコメント(12月～1月)
1月～3月	計画案の最終調整 計画の策定	第5回(2月)		
施行				



## 2. 海老名市にぎわい振興審議会委員名簿

職	氏名	区分
会長	はだ こうじ 羽田 耕治	学識経験者
副会長	さんだ よしみ 三田 佳美	学識経験者
委員	はとがい のぶゆき 鳩貝 敦之	学識経験者
	なかはら こうへい 中原 宏平	学識経験者
	いなみ みき 伊波 三貴	学識経験者
	かどわき いちろう 門脇 伊知郎	学識経験者
	ちょう しんいち 長 真一	学識経験者
	いとう あつのり 伊藤 敦範	市民公募
	はんざわ さつき 半澤 五月	市民公募
	かつた あきこ 勝田 暎子	市民公募

### 3. 審議経過

回数	日付	内容
第1回	6月 6日	諮問 「えびな元気にぎわい振興計画」の事業評価について 「えびな元気にぎわい振興計画（第3期）」（案）について
第2回	8月 4日	「えびな元気にぎわい振興計画」の事業評価について 「えびな元気にぎわい振興計画（第3期）」（案）について
第3回	10月12日	「えびな元気にぎわい振興計画（第3期）」（案）について
第4回	12月 5日	「えびな元気にぎわい振興計画（第3期）」（案）について
—	12月 8日	答申
第5回	2月28日	「えびな元気にぎわい振興計画（第3期）」（案）について

### 4. 諮問

海商発第11号

令和5年6月6日

海老名市にぎわい振興審議会

会長 羽田 耕治 殿

海老名市長 内 野 優

「えびな元気にぎわい振興計画（第3期）」（案）について（諮問）

標記の件について、海老名市にぎわい振興条例第13条の規定により貴審議会の意見を求めます。

## 5. 答申

令和5年12月8日

海老名市長 内野 優 殿

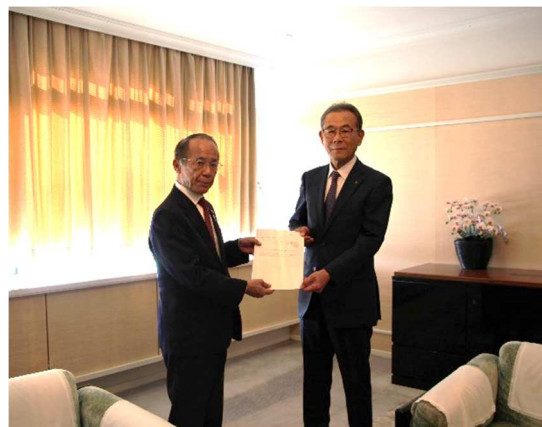
海老名市にぎわい振興審議会  
会長 羽田 耕治

「えびな元気にぎわい振興計画（第3期）」（案）について（答申）

令和5年6月6日付け海商発第11号をもって諮問のありました標記の件について、当審議会は慎重に協議した結果、妥当と判断するのでその旨答申いたします。



諮問の様子



答申の様子

## 6. 市民参加

パブリックコメント（令和5年12月25日～令和6年1月24日）

趣旨	計画骨子案の内容を報告し、ご意見をいただくことを目的に実施
実施方法	市ホームページ、市役所1階情報コーナー、市役所5階商工課にて閲覧 郵送・ファックス・持参・市問い合わせフォーム、市公式LINEより意見募集
意見数	0件

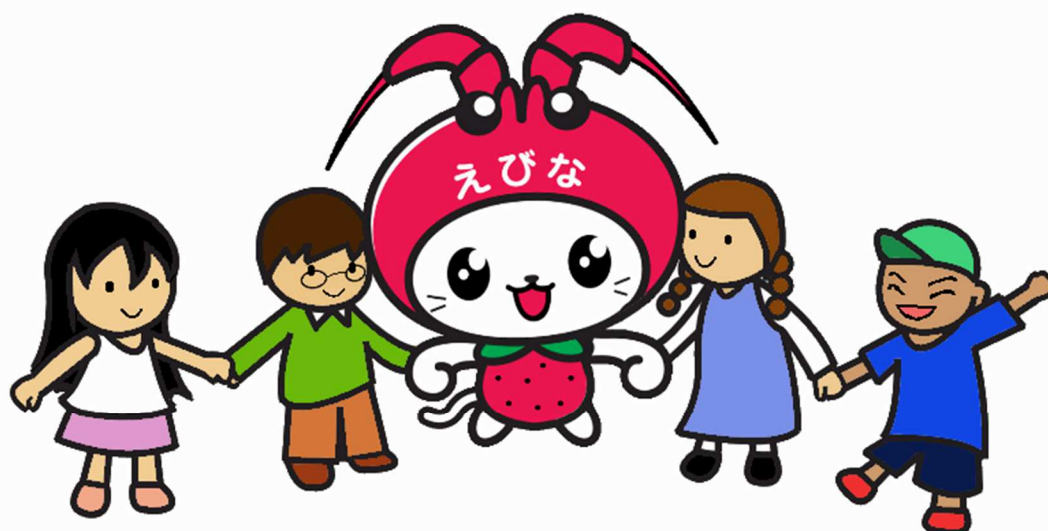


< 資料 >





# えびな元気にぎわい振興 基本構想



海老名市

平成27年3月

## 目 次

はじめに .....	1
1章 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた基本理念.....	2
1. 「にぎわいづくり」に取り組むにあたっての基本理念.....	2
2. 海老名市が目指す「にぎわい」像.....	2
2章 海老名市が有する「にぎわい資質」 .....	3
1. 歴史的に特筆される事柄.....	3
2. 興味深い伝説・物語.....	3
3. 消費者の目を引く商業集積と立地企業.....	4
4. 自然や人文系の魅力要素.....	5
3章 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた課題.....	6
4章 海老名市の「にぎわいづくり」の方向性.....	7
1. 海老名市ならではの地域資源を発掘し、磨きをかけ、回遊を促進する.....	7
2. 海老名市ならではの訴求イメージを確立するとともに 着実に誘客プロモーション活動を展開する.....	11
3. 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた連携と制度づくり.....	12



## にぎわいづくりを

海老名市は神奈川県中央に位置する比較的小規模な都市です。東京や横浜への通勤可能圏内にあることから、高度経済成長期には宅地開発が進み、多くの新しい住民を受け入れてきました。それに伴って人口は増加の一途をたどり、現在では13万人弱を有する都市となっています。

海老名市は、近年になって形成された海老名駅周辺地区をはじめとする都市的部分と、従前から持つ田園地帯の部分をあわせ持つ点に魅力があると、訪れる人々から評される都市でもあります。駅周辺においては商業機能の集積がめざましく、また海老名市は鉄道や高速道路等幹線交通体系上の結節点に位置することから、県央地域の商業拠点都市ともなっています。

今回策定されたこの基本構想は、このような状況を背景に、海老名市を「にぎわいと活気のあるまち」とし、従来の「観光」を包含する「にぎわいづくり」を通して交流人口の増大を図ることを目的としています。これによって市内全体が経済的に潤い持続的に発展していくよう、その実現のプロセスや施策展開の方向性を、市民の皆様にも明らかにするものです。

代々海老名市に居住してきた市民はもちろん、高度経済成長期に移り住んだ市民の多くも現在では年齢を重ね、自らが住む海老名市という都市に誇りを持つ、または持ちたいと願う人々は多いと考えられます。そうした郷土への誇りの醸成という意味でも、この「海老名市のにぎわいづくり」事業の意義は大きいと考えています。



平成27年3月

海老名市長 内野 優

## 1章 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた基本理念

### 1. 「にぎわいづくり」に取り組むにあたっての基本理念

「にぎわいづくり」の究極的な目的は、海老名市の市民生活や歴史、文化、伝統に根ざしつつ、それらを活かし、地味でも継続的なプロデュース活動を通して海老名市のにぎわいをより盛んにし、産業経済を振興することによって、もって市民の海老名市に対する誇りをますます醸成するとともに、市民が自ら誇りに思えるような海老名市の魅力的な事柄やイメージを市民レベルで発信できるところまで到達することである。

その実現へ向けて海老名市に来て、見て、買って、味わってもらうために、既存の資質を活かすさまざまな工夫をしていくことが必要であり、個々に既存する「にぎわい資質」を総合的に活用することで、海老名市の魅力を倍増することが求められる。

新しいものを無理に創り出すようなことはしないが、「あるがままの海老名市」を多角的に見つめなおし、原石たる資質を発掘し、磨きをかけることで新たな魅力が生まれる可能性を追求する。また、海老名市の市域で生きた累代の人々が培ってきた、素朴で来るものを拒まない大らかさと進取の気性にあふれる市民性を「最大の資質」とし、海老名市を訪れる多くの人々が「もう一度来たい」と思える状況を創り出すこともこの事業に求められるものである。以上を「にぎわいづくり」事業の基本理念とする。

### 2. 海老名市が目指す「にぎわい」像

海老名市が目指す「にぎわい」とは、次のような状態・状況を意味する。

市内外から多様な人々（多様な属性・客層）が、買い物、食事、映画観賞、自然観賞や里歩き、レクリエーション、歴史散策、まち歩き、工場工房見学、農業体験・観賞、祭りイベントへの参加・観賞などの多様な自由時間活動や消費行動を楽しむことを目的に集い、そうした活動等が一部のエリアに留まらず、市内各地域で展開されるという「市域全体にわたって海老名のまちが活気にあふれている」という状態・状況。

## 2章 海老名市が有する「にぎわい資質」

### 1. 歴史的に特筆される事柄

海老名市の歴史は古く、相模国分寺、同国分尼寺が建立されていた地であることは長らく市民の誇りともなってきた。一方、海老名市の市域は江戸時代は幕府の直轄地(天領)であり、旗本に分割統治されていたことなどから、文化面の「純粹培養」が行われず、独自の芸能、祭礼などは育っていない。すべてが江戸の影響を大きく受けて、標準的であるが、半面で住民の気質は進取の気性に富み、来るものを拒まない大らかな住民性となっており、これが美德と言える。そうした海老名市の長い歴史の中でも特筆される事柄は以下のことである。

<奈良時代>

天平13年(741年)、聖武天皇の詔勅によって諸国に国分寺を建立することになり、相模の国に属した海老名に「相模国分寺」及び「国分尼寺」が建立された。このことはこれまでの発掘調査でも明らかになっており、「海老名の歴史的地位の重要性」を示すものとして多くの市民が誇りとしていることである。

この国分寺と国分尼寺の間を縫うように奈良時代の土木工事とされる用水路・運河「逆川(さかさがわ)」の遺跡があり、日本史上の貴重な土木遺産として、さらに奈良時代において海老名市が全国的な治政の舞台で輝いた「証」として市民の誇りとなっている。

<江戸時代>

奈良時代以降、海老名が歴史の表舞台に大きく登場することはあまりないが、記録文書が豊富な江戸時代に渡辺華山の紀行文「游相日記(ゆうそうにつき)」(天保2年(1831年))に海老名について言及した箇所がみられる。華山はその中で『雨降山(あふりやま 注:「大山」)を背景にして一面広大な水田が広がり、すばらしい景色だ。この水田は三千石の米を生産する。海老名という』という意味のことを述べている。

また、天保10年(1839年)に作成された絵付きの紀行文「相中留恩記略(そうちゅうりゅう(る)おんきりやく)」、福原高峯(ふくはら たかみね)の文に長谷川雪堤(はせがわ せつてい)の絵が挿入されており、その中に江戸期の海老名の風景を描いたものが数点入っている。これは現在の地形と照らし合わせてもその状況がよく分かるものである。

### 2. 興味深い伝説・物語

古い歴史を有する土地であるだけに、海老名市には多くの伝説や物語が残されており、人々の興味を引くものも少なくない。

#### ① 「尼の泣き水」伝説

相模国分寺は、発掘調査の結果、何度か火災に遭っていることが分かっている。当時の住居等建築物は茅葺や板葺が主流であったとされるが、国分寺は重厚な瓦葺きであり、これが太陽に照らされてきらきらと輝くさまが見事であったという。ところが、国分寺の近くを流れていた相模川で漁をして生計を立てていた漁師が国分寺の瓦が反射する光で魚が逃げってしまうからと、恋仲であった国分尼寺の尼をけしかけて国分寺に放火させ、寺は焼失した。これに激怒した役人はその尼を捕え、人通りの多い辻に尼をその首だけ出して埋め、関所を設けてそこを通る者に竹のノコギリで一度ずつその首を引かせるという極刑

に処した。尼の苦しみは想像を絶するもので、その流した涙がいつか湧水となった、という内容である。

実際に昭和30年代の終わりまで刑場跡と思われる場所に石仏と湧水があったが、周辺の宅地開発によって水が涸れてしまい、石仏は現在の相模国分寺境内に安置されている。なお、郷土史家によれば、身分の低い女を「あま」と呼んだことから、この尼は尼僧の「尼」ではないとする見方もある。また、この話を「悲恋物語」と考える市民も多い。

## ② 「義民 鈴木三太夫（ぎみん すずきさんだゆう）」物語

現在、海老名市の大字（おおあざ）となっている地名とその区域は、ほぼ江戸期の村であったと言える。これらの村々は全体が幕府直轄地の「天領」であり、多くの旗本の領地として各個別々に統治されていた。中でも大谷村の領主であった旗本は村人に重税を課し、年貢が納められない農民は牢に入れて獄死させるなど、その冷酷な統治に村人たちは塗炭の苦しみを味わっていた。

この事態を打開するため、当時大谷村の名主であった鈴木三太夫はご法度であった「直訴」を決意して行動を起こしたが、密告されて直訴は未遂のうえ、本人はもとより子供に至るまで一族の男子はことごとく首をはねられた。

村人は三太夫の遺徳を後世まで永く伝えるべく堂宇を建立し、毎年5月には僧侶を招いて読経を行う例祭を現在も行っている。千葉県佐倉の佐倉惣五郎が義民として有名であるが、海老名市の鈴木三太夫も決して引けを取らない。

## ③ 「彦六ダブ」伝説

浦島太郎の「河川版」ともいえる伝説である。「ダブ」とは川が淀んで深くなっている部分のことであり、ここに潜った男の物語である。浦島太郎伝説と酷似した内容、物語の舞台となった川の位置も特定できる。

これらのほかにも興味深い、人々の関心を引く伝説・物話が海老名市には多く、「名所の選定」などをおして「にぎわいづくり」に寄与する素材はそろっている。

## 3. 消費者の目を引く商業集積と立地企業

現在の海老名市の最大の集客魅力は駅周辺の大規模商業施設の集積と東名高速道路海老名SAの商業・アミューズメント施設である。

海老名駅は相鉄線、小田急線、JR相模線が交差するため、乗降客が数多く、それだけに商業施設にとって好立地条件にある。海老名駅東口駅前の「ビナウォーク」を中心に「イオン海老名店」、「ショッパーズプラザ海老名」、「ビナフロント」「小田急マルシェ海老名」などのショッピングセンターが展開しており、にぎわい空間を形成している。これに加えて、2014年10月にはビナフロント2階の一角に「えび〜にゃハウス」もオープンした。また海老名駅西口では、土地区画整理事業が進行中で、2015年秋には「ららぽーと海老名（仮称）」がオープン予定である。こうした商業施設により、周辺地域からの多くの買い物客、ウィンドーショッピング客が期待できる。

また、市内を通過する東名高速道路の海老名SAは東京から一番近いサービスエリアで

あるため、利用頻度が高い。サービスエリア内には話題性のある店舗が入っていることもあって多くの利用者を集めている。上り線のサービスエリアには一般道から出入りが可能な「ぷらっとパーク」が併設されており、一般利用者もサービスエリアの諸施設の利用が可能である。

このほか、市内に特色ある商業施設として農産物直売所の「JAさがみ海老名グリーンセンター」が駅から近距離圏に立地している。新鮮で安価な農産物が提供されており、多くの消費者を引きつけている。

一方、市内に東名高速道路、さがみ縦貫道路(首都圏中央連絡自動車道の神奈川県部分の呼称)が通り、さがみ縦貫道路の海老名 IC から両高速道路への乗入れが可能であるなど高速道路条件にも恵まれていることから大規模な近代的・先進的工場をはじめ、オフィスビルや研究施設などが立地している。大規模な近代的・先進的工場では雪印メグミルク(株)海老名工場、コカ・コーライーストジャパンプロダクツ(株)海老名工場、自動車部品工業(株)本社・海老名工場、(株)神戸屋海老名工場等、オフィス・研究所ではリコーテクノロジーセンター、富士ゼロックス(株)海老名事業所、アツギ(株)本社等が立地している。このほかにも鉄道系で相模鉄道かしわ台車両センターや小田急電鉄海老名車両基地がみられる。加えて、地場企業として泉橋酒造(株)、(株)栄屋製パンなど特色ある事業所があり、こうした工場などの中には来街者に「公開」している例もあり、工場見学が可能である。

#### 4. 自然や人文系の魅力要素

現状、海老名市内には単独で広域的に集客できる、いわゆる「観光資源」は存在しない。このことが海老名市の地域イメージを希薄なものにしている理由でもある。しかし、自然系の魅力要素として相模川や富士山および大山などの眺望景観がある。特に大山は市域の全域から眺められ、江戸時代に多くの人々の信仰対象となり「大山詣」で街道が繁栄した歴史もあり、シンボリックな存在である。また、県立相模三川公園は広大な河川公園となっており、花と緑が美しく、水に親しめる格好の憩いの場である。

人文系の魅力要素では全国的にも珍しい法隆寺式の伽藍配置と広大な敷地の相模国分寺跡が特筆される。ただし、史跡としての跡地だけであるため、今の状態だけで見て感動させることは容易でない。その他、東日本最古級の古墳群である秋葉山古墳群も海老名市が誇る史跡である。また、樹齢数百年の巨樹である「海老名の大欏」や「有馬のはるにれ」も地域の景観資源として親しまれている。さらに、海老名市ならではの地域景観として水田風景、イチゴ栽培、花卉栽培などがあり、集客・交流面で活用できる可能性は高い。特にこれら地域景観と駅周辺の近代的な都市景観との対比、またこれらを借景として活用するなど、魅力を複合化させることが考えられる。こうしたほか鉄道や高速道路などの諸施設についても構築物としての景観や、車両の動きなどの景観も利用価値がある。

### 3章 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた課題

本基本構想策定に関連して行った各種アンケート調査の結果も含めて、海老名市の「にぎわいづくり」に向けた課題を以下に整理する。なお、アンケート調査の詳細は「参考資料」に記す。

- ①海老名市の魅力要素であり、相対的な強みともいえる、海老名市ならではの地域資源が市内外ともにあまり認知されていないこと

歴史的な事柄・物語や史跡、農のある風景、旬の農産物、里地の自然、春夏秋冬の景観等々、海老名市の魅力スポット・地域資源が市民自身にもあまり認知されていない。このことは「知人を案内する場所」に関して、市政コメンテーターと市役所関係者との「相違」が大きいことに表れている。

したがって、平成25年度末の観光協会の発展的解消の際に実施したアンケートにも「海老名市には多様な潜在的観光資源があり、新たな形での観光振興を図ることが求められています」とあるように、そうした海老名市ならではの地域資源についてその存在と魅力を周知するとともに、埋もれている資源を発掘、魅力を高めることが重要である。

- ②海老名市内の歴史・商業・観光スポットを回遊する手段・仕組みができていないこと

歴史的な事柄・物語・史跡や大規模な商業集積、交通アクセス上の利便性は海老名市の大きな強みであるが、市内の商業・観光スポット等へと回遊を促す手段や仕組みが整っていない。駅周辺の商業集積が進む中で、その集客力を生かしつつ「にぎわい」を市内各地に広げていくためには市内を回遊する魅力を高め、回遊を促進する手段・仕組みを整備していくことが大切である。

- ③産業間の連携がとれていないこと

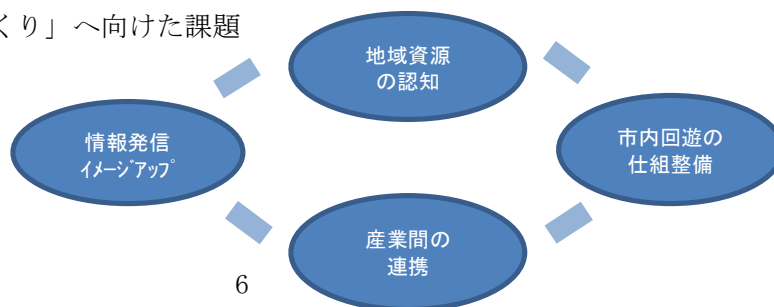
海老名市が誇る産業として商業はもちろん農業や製造業があるが、「にぎわいづくり」に取り組むには相互の連携が不可欠である。現状、そうした産業間の連携にかけることもあってブランド力のある食や土産品に乏しい。食や土産品に関わる既存製品の魅力強化、新規の製品・商品開発、また観光面での集客力の向上、そして前述した「市内での回遊性」を確保するためにも農業・商工業等の産業間の連携が求められる。

- ④海老名市のイメージが乏しいこと

東名高速道路海老名SAの存在、鉄道・高速道路など幹線交通体系の結節点・要衝であることから、市外の人々が「えびな」という地名にふれる機会は多く、「えびな」という知名度は高いものと考えられる。反面、ブランド力のある観光名所や食・土産品が乏しいことも影響してか、海老名市を訪れてみようと思わせる「イメージ」に欠けることが課題である。

今後、海老名市として市外に訴求するイメージ・コンセプトを固め、情報発信・誘客プロモーションを強化していくことが肝要である。

図3-1 「にぎわいづくり」へ向けた課題



## 4章 海老名市の「にぎわいづくり」の方向性

### 1. 海老名市ならではの地域資源を発掘し、磨きをかけ、回遊を促進する

#### (1) 地域資源の見直しと発掘

にぎわい振興のための地域資源の発掘に際しての基本姿勢は、「あるがままの海老名」の地域資源について「おもしろい」「本物の魅力や迫力がある」といった観点から見直し、そうした要素を探し、それを「にぎわいづくり」に結びつけていくことである。また、「にぎわいづくり」へ向けた海老名市の地域資源を探る「フィールド」は、過去→現在→未来という時間軸を加味する必要がある。そのため、現在、海老名市に存在する資源に加えて、過去さらに未来へ関わる要素を考慮していく。

#### <施策の例示>

#### ①「県」「首都圏」「全国」等、様々なレベルでオンリーワン性・ナンバーワン性を有する資源の発掘と活用

海老名市の産品でも名所でも人物でも、「全国でただ一つ」のほか、「関東地方で第一位」「関東地方で唯一」、「神奈川県で第一位」といったオンリーワン、ナンバーワンを探ることが大切で、このような「冠」が付くことでマスコミなどへの訴求も可能になる。

#### ②市内で営まれる農業を「にぎわい資質」としても位置づけ、その保全と活用

海老名市の農業はイチゴ等に代表される野菜、花きや酒米の生産、さらにその農業資源と近代的な都市景観が融合した海老名市ならではの景観は上記「①」とも関わるオンリーワン性の高いものである。これらの「基」である海老名市の農業の保全に努め、「にぎわいづくり」の面でも活用していく。さらに市内に立地する農業系の教育機関との連携に向け、その活用を図る。

#### ③「フィルムツーリズム」の振興の視点から農業景観・里地景観・農業と近代的建造物が融合した景観等を活用

上記「②」に関して、海老名市ならではの農業景観・里地景観・農業と近代的建造物が融合した景観等を生かし、「フィルムツーリズム」の振興に取り組んでいく。その推進に当たっては「フィルムコミッション」機能の整備を検討する。

#### ④海老名市が誇る現代的・先端的建造物・施設の活用

海老名市は古い歴史を持つだけに、ともすると歴史的資源に目を向けがちとなるが、一方で現代性・先端性という点で市外に誇るべき建造物や施設も数多い。これらについても「にぎわい資質」としてとらえ、活用を図る。

海老名運動公園もスポーツ関連イベントの開催誘致に当たっては意義の大きい施設であることから、これも「にぎわい資質」として位置づけ、活用を図っていく。

## ※活用が考えられる建造物・施設の例

- ・プライムタワー24F(の眺望)
- ・リコーテクノロジーセンター23F(の眺望)
- ・国内最大級の規模を誇る雪印メグミルク(株)海老名工場
- ・世界7大工場のひとつとなったコカ・コーライーストジャパンプロダクツ(株)海老名工場
- ・CCC、TRC 共同企業体が指定管理する市立図書館
- ・オークラフロンティアホテル海老名の最大のパーティールーム
- ・ザ・ウィングス海老名の最大のパーティールーム
- ・海老名駅西口地区のプロムナード 等

## ⑤「産業観光」の視点から海老名市の近代的立地工場や地場産業を活用

上記「③」と密接に関わる観光スタイルとして「産業観光振興」の視点から海老名市の近代的立地工場や地場産業を活用する。受け入れ対象事業所を明らかにし、その受け入れ条件を整理し、広く情報を発信していく。

## ⑥海老名市の歴史上の偉人・名人の発掘と活用

海老名市は先に取り上げた「義民 鈴木三太夫」をはじめ、偉人や様々な分野における名人を輩出している地である。これらの「人」について「歴史学習・歴史散策」素材とするなど、「にぎわいづくり」においても活用していく。

### ※活用が考えられる「人」

- ・義民 鈴木三太夫…先に述べたとおりである。
- ・広井政昭氏…江戸独楽づくりの名人。現代では同氏のほかに「江戸独楽」を創る木地師(きじし)はいないとされている。ちなみに海老名市で子供たちが遊びに使う独楽は「大山独楽」であるが、江戸独楽の繊細かつ多様な形は他に類例を見ず、外国への土産に海老名市も利用したことがある。
- ・九九庵(くくあん) …俳句の宗匠、左藤究元市長の縁戚。門沢橋にいた、芭蕉系俳人の名人位とも言える宗匠である。その子孫は製麺業を営み、そばを食べさせる店も開いていた。そのそば屋の店名が「九九庵」であった(現在は廃業)。俳句の宗匠の称号は現在では用いられていないようであるが、少なくとも海老名市には一人しかいないとされる。
- ・大島正健…教育者、言語学者、宗教家。海老名市中新田生まれ。札幌農学校(現在の北海道大学)の第1期生であり、教頭クラーク博士の徳育を直接受けた一人。教え子として、石橋湛山(第55代内閣総理大臣)などがいる。
- ・峰尾武雄氏…相模凧づくりの名人(故人)。
- ・今福家…海老名市の中新田地区で、江戸時代の頃から名主を務めた豪農商で、大規模な農業経営と大坂屋を号して質屋や薬種商などを営んでいた。

## ⑦大山や富士山の眺望スポットの掘り起こしと活用

海老名市内では、大山や富士山の眺めを楽しむことができる場所が少ない。大山や富士山は四季折々、魅力的な顔を見せ、海老名市民が誇る景観である。こうした大山や富士山の眺望スポットを掘り起こし、写真撮影適地として紹介するなど、その活用を図っていく。



## ⑧市内の「非（未）公開」「秘蔵」物件の活用と演出

海老名市内には普段は原則内部非公開であったり、未だ公開されたことはなかったりしているが、多くの人々やマニアにとっては「一見の価値がある」工場や神社仏閣が存在する。また市民レベルでも価値ある芸術品・手工芸品等を所蔵している事例もあり得る。これらに着目し、「時限公開」など一定の条件を前提として関係者の協力を得て、たとえば「えびなまるごとお宝展示」といった形で「同時公開」イベント化するような演出に取り組んでいく。

### (2) 個々の地域資源を磨き上げるとともに、その連携を図り、「線」および「面」としての魅力を高め、市内における回遊を促進する

「にぎわいづくり」にあたっては、特定の地域資源について歴史的な事実や伝説を結び付け「物語性」を持たせることによって新たな価値を植え付けたり、「名所めぐり」といった形で回遊コースを設定し、たとえば歴史系等の同種の資源を組み合わせ、相乗効果を狙ったり、あるいはその途中で海老名市の食や産品を紹介して、お土産として購入していただくなど、相互補完的に魅力を高めていくといった取り組みが必要とされる。

#### <施策の例示>

##### ① 史実や伝説を生かし、「物語性」を演出

海老名市は古い歴史を持つがゆえに、さまざまな謎めいた伝説の類が残っている。これらは事実のものもあれば、単に伝説の域を出ないものもあるが、訪れる人々に興味を持たせるためにもそうした史実や伝説を生かし、回遊コースなどに「物語性」を演出するとともに、それらと結びつけた商品開発の可能性も考えていく。

##### ② 史跡について、「往時」を想起できる方策を工夫

史跡については、たとえば「逆川」の遺跡などは現在では記念碑があるに留まるが、昔の絵図や文献などから復元図やパースを起し、往時を想像できる方策を講じることによって活かされてくる。海老名市の場合、史跡の多くは具体的建築物などが消滅しているため、こうした復元図や往時の想像図などをさまざまな手段で提供していくことが肝要である。また、これに付随する伝説などを加えれば、さらに興味を掻き立てるものとする事ができる。

#### ※「物語性」を工夫する際のアイデアの例

##### －「海老名の謎」「海老名のミステリー」「海老名のパワースポット」

- ・大谷観音堂の軒下を飾る木彫りの龍は毎夜水を飲み、軒から降りたとされるが、これはどういうことか。
- ・杉久保の「椿地蔵」の祠の傍らに植えられている椿は花開くことなく、つぼみのまま落ちてしまうと伝えられ、実際に花開いたことがないが、なぜなのか。
- ・龍峰寺の仁王様は別名「田の草仁王（たのくさにおう）」と呼ばれ、昔、農作業のたいへんな者の田んぼの草取りを代わってやってくれたという話がある。
- ・「浜田の弁財天」（現在、国分寺台文化センター敷地に安置）は、現在の浜田町の谷にあり、長い間地域の人々に祭られ大切にされてきたが、昭和40年代、宅地開発に伴い、これを粗略に扱ったため、さまざまな祟りをもたらしたとされる。

### ③ 「海老名の名店」のイメージアップ

さまざまな個店及び大型店も含め、「この〇〇がおいしい」「ここで売っている〇〇が秀逸で、この店でしか手に入らない」といった店を「海老名の名店」として登録・顕彰することにより、その価値向上・イメージアップを図り、さまざまな媒体を使ってPRしていく。

### ④ 「海老名の名産品」のイメージアップ

名産品は大別して工業製品、農産品そして和洋菓子などを含む手作りに分けられる。既存の産品はそれぞれの事業者が自ら創りだし、市場の評価を受けているものであるが、「にぎわいづくり」事業によってさらなる価値向上を図る。ポイントは、「オンリーワン・ナンバーワン性」「海老名の名産品の称号を与えて売上増を期待できるもの」等である。

なお、工業製品については、「名産品」という呼称ではなじまないものも想定されるため、別の呼称を検討する余地がある。中小工場の少量生産品で、その工場でしか作られていない製品(多くは何かの部品)に「海老名の名産品」または「海老名の優良工業製品」の称号を付与することで、当該企業のPRのみならず海老名市のPRも同時にできるかという点がポイントになる。これらに関わる審査はアンケートや投票で行う。

### ⑤ 個々の地域資源の有機的な連携を図り、回遊を促進

市域全体に「にぎわい」を拡げていくには、「歴史系資源探索+自然系資源散策」「歴史系資源探索+食+買い物」「自然系資源散策+食+買い物」「農業体験+食+買い物」等々、海老名市が持つ多様な魅力を楽しんでもらう、メインの資源探索等の途中で、名産品を味わってもらったり、お土産を購入してもらったりする仕掛け、個々の地域資源の有機的な連携を図ることが必要となる。そのため、たとえば「ストーリー性のあるモデル回遊コースの設定」「回遊マップの作成」が不可欠となる。

### ⑥ 駅周辺および海老名SAと市内の「にぎわいスポット」との結びつけの強化と回遊交通手段の整備

海老名市への来街者に市内回遊を促すには、海老名ならではの強みである「駅周辺の商業集積の魅力」「東名高速道路海老名SAの知名度の高さ」を活用し、これらと市内の「にぎわいスポット」との結びつけを強化する。同時にそのインフラとなる回遊交通手段の整備を図る必要がある。また、高速道路事業者や交通運輸事業者と、「にぎわいづくり」へ向けた幅広い連携を図る。

駅周辺については「市内回遊の離合集散拠点」として位置づけ、観光案内・誘導機能の整備、市内回遊交通ターミナル機能の整備を図ることとする。あわせて駅周辺の交通渋滞の防止、駐車場案内誘導システムを整備していく。海老名SAについても駅周辺との連絡をはじめとして市内回遊ネットワークの形成を図る。

### ⑦ 市内案内システムの整備

来街者を円滑に市内回遊へ誘導するためには、「わかりやすい市内案内」をシステムとして整備する必要がある。したがって、観光案内所の設置、駅を基点とする観光案内誘導サインの整備に努める。なお、これらの整備にあたっては、作成中の海老名市公共サインガイドライン(仮称)に基づくとともに、「海老名の上質感・高級感・心地良さ」を醸成するためにもデザイン性に配慮し、「ハイ・センス」なものとする。

### ⑧ 新しいガイド・ツールの活用

近年、まち歩きや名所・名店廻りなど「観光アプリケーション」などはますます利便性の高いものが開発・提供されている。当該スポットでのガイドも享受できる。これらを「にぎわいづくり」へ向けたガイド・ツールとして活用していく。

## 2. 海老名市ならではの訴求イメージを確立するとともに、着実に誘客プロモーション活動を展開する

海老名市はすでにみたとおり「にぎわいづくり」に関わる地域資源は数多く、その種類も多彩である。また幹線交通の結節点として恵まれた位置にある。したがって「にぎわいづくり」においては、海老名市の歴史や文化、伝統、産業に密着しつつ、海老名市として市外にアピールする「訴求イメージ」を明確にし、地味であっても着実に誘客プロモーション活動を展開していく。

### <施策の例示>

#### ① 「日帰りで丸一日楽しめるまち」「日帰りで何度でも楽しめるまち」「いつ行っても楽しめるまち」といったイメージづくり

首都圏各地や静岡県等を対象に「日帰りで丸一日楽しめるまち」「日帰りで何度でも楽しめるまち」「いつ行っても楽しめるまち」といったイメージを訴求していく。

#### ② インパクトのあるキャッチコピーづくりと、きめ細かな誘客プロモーションの実施

上記「①」の訴求に当たっては、たとえば「神奈川ど真ん中！」といった、インパクトのあるキャッチコピーを全面に出していく。その上で、対象客層をきめ細かく設定し、客層ごとに訴求コンテンツを定め、「えび〜にゃ」等も活用しながら、効果的・効率的な誘客プロモーションを実施する。対象客層の設定に当たっては、海老名市のポテンシャルから多様な客層を狙うことが可能ではあるが、当面は「ファミリー」「熟年夫婦・熟年グループ」を主とし、その後、段階的に拡大していく。

#### ③ 誘客プロモーションおよび受け入れ対応窓口組織の整備

誘客プロモーションを組織的に推進するには、「海老名を売る」「海老名のにぎわいを発信する」という「シティセールス」「シティプロモーション」の観点からの情報発信を担い、同時に情報の受信や受け入れ対応窓口機能も兼ね備えた「推進組織」が不可欠となる。また当該組織においては、知識・ノウハウおよびメディアや運輸機関等との人的ネットワークを持つプロフェッショナル人材が必要とされることから、そうした人材の育成・確保に努める。

#### ④ 市民や「にぎわいづくり」関係者の地域資源理解の促進

市民が自ら誇りに思えるような海老名市の魅力的な事柄やイメージを市民レベルで発信できるところまで到達するには、市民が海老名市の地域資源を理解することが前提である。そのために、市民向けの市内ガイドパンフレットを作成・配布したり、市民向けの「市内名所巡りウォーキング」等を開催したりすることによって市民一人一人が来街者に案内・PRできる体制をつくる。

また、来街者が利用することが多い商業施設等のスタッフを対象とした、海老名市の地域資源の理解へ向けた啓発活動を推進する。

### ⑤ 市民・事業者の「おもてなし心」の醸成

市民一人一人が来街者を案内・PRできるようになるには、また来街者に海老名市をまた訪れようという気持ちを持って帰ってもらうためには、まずは来街者を「おもてなし」する心の醸成が市民や事業者に求められる。そうした「おもてなし心」の醸成へ向けた取り組みを推進していく。

### ⑥ 市外居住者の会員組織化

海老名市出身者はもとより、市外居住者を対象に、海老名市のファンクラブ（仮称）「えびな元気わいわいクラブ(EGYYC)」等の会員組織を作り、市の名産品セットの通信販売、市内名所めぐりの案内状の送付などに取り組む。

## 3. 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた連携と制度づくり

### (1) 「にぎわいづくり」に関わる市と産業及び産業同士の有機的な連携を図る

「1－(2) 個々の地域資源を磨き上げるとともに、その連携を図り、「線」および「面」としての魅力を高め、市内における回遊を促進する」ためには関係事業者・施設間の相互連携が必要である。農業・製造業・商業・運輸業等、海老名市の「にぎわいづくり」に関わる産業を言わば「えびなにぎわい創出産業」として位置づけ、市との連携及び市を介して産業同士の連携を促進していく。

#### <施策の例示>

#### ① 農業・製造業・商業・交通運輸業の連携の場づくり

情報交換による相互認知、各主催イベント等への参加、観光コース設定と利用促進、既存商品の改良や新商品開発を促進する。

#### ② 農業・製造業・商業・交通運輸業の連携による集客イベントの開催

既存の産業振興関連・観光関連のまつり・イベントを見直し、より魅力があり、集客力のあるものとしていく。

### (2) 「にぎわいづくり」へ向けた制度づくり及び近隣都市等との連携を検討

「にぎわいづくり」を着実かつ円滑に進めるには、取り組みを担保する法制度や近隣都市等との連携について検討する必要がある。とりわけ制度については、市が自らの責任を明確にし、長期かつ継続的に事業を進める上での規準を定めるものとして重要である。

さらに、本基本構想で定める内容について、「海老名駅西口の『まち開き』」など、今後の環境変化を踏まえ、「PDCA サイクル」の観点から進捗状況を管理するとともに、県内はもちろん県外他都市の先駆的な取り組み事例をも把握し、参考としていく。

#### <施策の例示>

#### ① 「にぎわいづくり」の推進を担保する条例づくりの検討

海老名市ならではの「にぎわいづくり」については、「海老名市にぎわいづくり(基本条例) (仮)」など、にぎわいづくりを制度面から担保し、推進していくことを目的とする条例の制定も検討する必要がある。「にぎわいづくり」の目的、基本理念、市行政・関係団体・事業者・市民の役割および市行政が取り組むべき主たる事業等について明らかにしていく。

## ② 近隣都市等との連携の検討

海老名市を訪れる人々にとって、どこまでが海老名市なのかという意識は低いですが、高速交通体系の結節点に位置するという強みを活かし、海老名市を基点とした周回コースを設定する場合、それをより興味深く、効果的にプロデュースするため、必要とあれば、近隣都市の集客ポイントも含めた検討も必要であり、また、双方にとって利益になる方向で協議・検討する必要がある。

さらに、姉妹都市（宮城県白石市）及びトライアングル交流都市（北海道登別市）と、産業、観光、教育、文化などの分野で、交流をより推進するための様々な事業展開について、協議・検討する必要がある。

表 4-1 「にぎわいづくり」の方向性と施策例

方 向 性	対 応 施 策 (例 示)
1. 海老名市ならではの地域資源を発掘し、磨きをかけ、回遊を促進する	
(1) 地域資源の見直しと発掘	<ul style="list-style-type: none"> <li>①「県」「首都圏」「全国」等、様々なレベルでオンリーワン性・ナンバーワン性を有する資源の発掘と活用</li> <li>②市内で営まれる農業を「にぎわい資質」としても位置づけ、その保全と活用</li> <li>③「フィルムツーリズム」の振興の視点から農業景観・里地景観・農業と近代的建造物が融合した景観等を活用</li> <li>④海老名市が誇る現代的・先端的建造物・施設の活用</li> <li>⑤「産業観光」の視点から海老名の近代的立地工場や地場産業を活用</li> <li>⑥海老名市の歴史上の偉人・名人の発掘と活用</li> <li>⑦大山や富士山の眺望スポットの掘り起こしと活用</li> <li>⑧市内の「非（未）公開」「秘蔵」物件の活用と演出</li> </ul>
(2) 個々の地域資源を磨き上げるとともに、その連携を図り、「線」および「面」としての魅力を高め、市内における回遊を促進する	<ul style="list-style-type: none"> <li>①史実や伝説を生かし、「物語性」を演出</li> <li>②史跡について、「往時」を想起できる方策を工夫</li> <li>③「海老名の名店」のイメージアップ</li> <li>④「海老名の名産品」のイメージアップ</li> <li>⑤個々の地域資源の有機的な連携を図り、回遊を促進</li> <li>⑥駅周辺および海老名SAと市内の「にぎわいスポット」との結びつけの強化と、交通運輸事業者との連携による回遊交通手段の整備</li> <li>⑦市内案内システムの整備</li> <li>⑧新しいガイド・ツールの活用</li> </ul>

<p>2. 海老名市ならではの訴求イメージを確立するとともに、着実に誘客プロモーション活動を展開する</p>	<p>①「日帰りで丸一日楽しめるまち」「日帰りで何度でも楽しめるまち」「いつ行っても楽しめるまち」といったイメージづくり</p> <p>②インパクトのあるキャッチコピーづくりと、きめ細かな誘客プロモーションの実施</p> <p>③誘客プロモーションおよび受け入れ対応窓口組織の整備</p> <p>④市民や「にぎわいづくり」関係者の地域資源理解の促進</p> <p>⑤市民・事業者の「おもてなし心」の醸成</p> <p>⑥市外居住者の会員組織化</p>
<p>3. 海老名市の「にぎわいづくり」へ向けた連携と制度づくりを検討</p>	
<p>(1) 「にぎわいづくり」に関わる市と産業及び産業同士の有機的な連携を図る</p>	<p>①農業・製造業・商業・交通運輸業の連携の場づくり</p> <p>②農業・製造業・商業・交通運輸業の連携による集客イベントの開催</p>
<p>(2) 「にぎわいづくり」へ向けた制度づくり及び近隣都市等との連携を検討</p>	<p>①「にぎわいづくり」の推進を担保する条例づくりの検討</p> <p>②近隣都市等との連携の検討</p>





## 海老名市にぎわい振興条例

### (目的)

第1条 この条例は、市が持つ顕在又は潜在するあらゆる種類の魅力を効果的に活用し、集客力を向上させるための措置を定めることにより、市内経済の持続的発展及び市全体の印象の画期的な向上に資することを目的とする。

### (定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

(1) にぎわい 市内及び市外から多数の人々が市の各所を訪れ、楽しみ又は活発に消費活動をする状態をいう。

(2) にぎわい資源 有形又は無形の事物で、人々が興味を持ち、感動し、楽しみ、味わう等の五感を刺激するものであって、体感することにより市の印象を向上させるものをいう。

### (基本理念)

第3条 にぎわい振興は、市の歴史、文化、伝統、市民生活等に根ざす既存のにぎわい資源を継続的、総合的かつ効果的な演出活動によっていかすことにより行われるものとする。

2 にぎわい振興に関する施策は、商業、工業、農業等の産業に大きく関わるため、これら産業の発展にも同時に貢献するものとする。

3 にぎわい振興は、その施策の実行によって市民の地元に対する認識を新たにし、市内に居住すること、市民であることの誇りにつなげるものとする。

### (市の責務)

第4条 市は、前条の基本理念に基づき、にぎわい振興に関する施策を総合的に立案しなければならない。

2 市は、前項の施策を事業化した上で、計画的かつ効果的に事業を実施するものとする。

(市民、関係団体及び事業者の役割)

第5条 市民、市民を主な構成員とする団体でにぎわい振興に関わるもの(以下「関係団体」という。)及び市内で事業を営む事業者(以下「事業者」という。)は、前条の事業に積極的に協力し、参画し、又は必要に応じて互いに連携するよう努めるものとする。

2 市民、関係団体及び事業者は、にぎわい振興に寄与するため、市を訪れる人々をそれぞれの立場で温かく迎えるよう努めるものとする。

(にぎわい振興計画)

第6条 市は、第3条及び第4条の規定に基づき、にぎわい振興へ向けた施策を事業化し、戦略的、効果的かつ計画的に実施するため、にぎわい振興計画(以下「振興計画」という。)を策定するものとする。

2 振興計画は、次に掲げる事項を定めるものとする。

- (1) にぎわい振興へ向けた各種にぎわい振興事業及びその目的並びに年次的実行目標
- (2) 各種にぎわい振興事業の仕組み
- (3) にぎわい振興事業の実施及び運営体制
- (4) 市民、関係団体及び事業者のにぎわい振興に関する取組への参画及び協力の促進に関する事項
- (5) その他にぎわい振興に必要な事項

3 市は、振興計画を策定するに当たり、関係団体及び事業者の意見等を反映させるため、必要な措置を講ずるものとする。

(計画の公表)

第7条 市は、振興計画を作成したときは、それを公表し、広く市民の意見聴取をしなければならない。

2 市は、前項の意見聴取の結果、集められた意見のうち、振興計画に反映すべきと判断したものは、取り入れるものとする。

(市民、関係団体及び事業者の事業実施への参加促進)

第8条 市は、にぎわい振興事業の実施に当たり、市民、関係団体及び事業者の参加を促進するための各種の措置を講ずるとともに、実施に必要な人材の育成を行うものとする。

(産学との連携)

第9条 市は、にぎわい振興に必要と認めるときは、各種産業、大学等と連携し、新たなにぎわい資源の発掘、人材の育成等に資するものとする。

(広域連携)

第10条 市は、にぎわい振興事業を効果的に実施するため、必要に応じて近隣都市、姉妹都市、神奈川県、国等に連携及び協力を求めるものとする。

(国際化への対応)

第11条 市は、外国人来訪者の増加に対応し、次に掲げる国際化への対応を実施するものとする。

- (1) パンフレット、ホームページ等の多言語化
- (2) 市内のサインの多言語化
- (3) 外国語を話すガイドの養成
- (4) 信教に基づく食材の制限等に対応している店舗、施設等の紹介
- (5) 前各号に掲げるもののほか、国際化への対応に必要な事項

2 市民、関係団体及び事業者は、前項の国際化への対応を実施する市に協力し、又は自ら率先して国際化への対応を実施するよう努めるものとする。

(広報宣伝)

第12条 市は、第3条の基本理念に基づき、にぎわい振興に関する事項を効果的かつ継続的に市の内外へ向けて情報発信するため、有料又は無料を問わず、あらゆる媒体及び手段を用いて広報宣伝活動を行うものとする。

(にぎわい振興審議会)

第13条 市は、にぎわい振興に関する事項について、市長の諮問に応じて調査及び審議を行うため、海老名市にぎわい振興審議会(以下「審議会」という。)を設置する。

(職務)

第14条 審議会は、次に掲げる事項について、市長の諮問に応じて調査及び審議する。

- (1) にぎわい振興の事業に関すること。
- (2) 振興計画に関すること。
- (3) にぎわい資源に関すること。
- (4) にぎわい振興に関する組織及び人材に関すること。
- (5) 前各号に掲げるもののほか、にぎわい振興に関して市長が必要と認める事項

(組織)

第15条 審議会の委員の定数は、10名以内とし、にぎわい振興に関わる各分野の学識経験を有する者のうちから市長が委嘱する。

- 2 委員の任期は、2年とする。ただし、委員は、再任することができる。
- 3 委員に欠員が生じた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第16条 審議会に会長及び副会長を置き、委員の互選によりこれを定める。

- 2 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。
- 3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第17条 審議会の会議は、会長が招集し、会長が会議の議長を務める。

- 2 審議会の会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
- 3 審議会の会議の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。
- 4 前3項に掲げるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会の会議に諮って定める。

(意見等の聴取)

第18条 審議会は、必要があると認めるときは、委員以外の者に審議会の会議への出席を求め、その意見、説明等を聴取することができる。

(委任)

第19条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行について必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成28年4月1日から施行する。

(海老名市非常勤特別職等の職員の報酬及び費用弁償に関する条例の一部改正)

2 海老名市非常勤特別職等の職員の報酬及び費用弁償に関する条例(昭和31年条例第40号)の一部を次のように改正する。

[次のよう] 略





海老名市にぎわいキャッチコピー

行き先は  
「ちよつと海老名」  
が合言葉



海老名市  
住みたい 住み続けたいまち

海老名市経済環境部商工課

〒243-0492 海老名市勝瀬 175 番地の 1

☎ 046-235-8439