# 海老名市シティプロモーション指針

海老名市
住みたい 住み続けたいまち

# 目　　次

はじめに　Ｐ２

指針の位置づけ　Ｐ３

シティプロモーションとは　Ｐ４

海老名市のシティプロモーション　Ｐ５
　１　スローガン（理念や活動目標）
　２　目指す姿
　３　計画期間
　４　ターゲット
　５　基本的施策（大柱）

統一されたイメージづくり　Ｐ７
　１　ロゴマーク
　２　標語
　３　プロモーションマーク
　４　名刺

最後に　Ｐ９

参考
平成 27 年～令和元年転入者数・転入超過数報告　Ｐ10
令和２年 ～令和６年転入者数・転入超過数報告

## はじめに

海老名市は神奈川県の中央に位置し、鉄道３線小田急・相鉄・ＪＲ（９駅）の乗り入れや、圏央道海老名ＩＣもあり、都心や横浜方面、更には八王子、茅ケ崎、小田原、箱根へのアクセスも良い便利なまちです。

相鉄線がＪＲ線へ乗り入れると共に、東急線へ乗り入れたことで渋谷・目黒駅方面へ直結し、アクセスが向上しました。また、新東名高速道路の開通などにより、更なる利便性の向上が図られています。

海老名駅周辺ではまちづくりやにぎわいが進みながらも、少し離れた地域は田園風景が広がり、都会と田舎のバランスがとれたまちです。

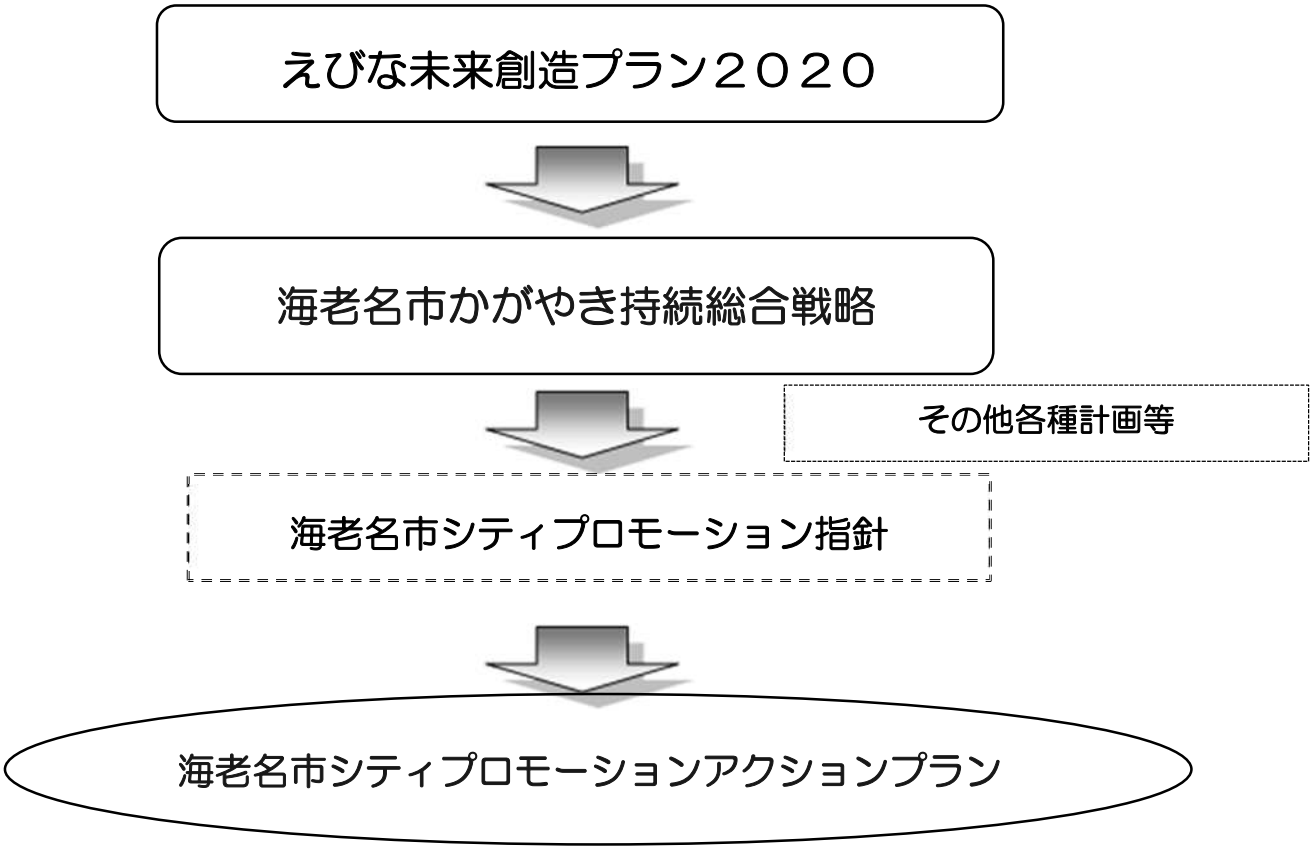
海老名駅周辺を中心に開発が進み、人口も堅調に増加していますが、将来的には少子高齢化を背景とした人口減少は避けられない課題となっています。

海老名市が今後も元気で魅力あるまちであり続けるためには、多くの方々から選ばれるまちとなることが必要です。

海老名市に住んでいる方々には、これからも住み続けたいまち「海老名市」を、市外の方々には訪れたいまち、住んでみたいまち「海老名市」を実現させるために、シティプロモーションを積極的に行うとともに、各種施策の更なる充実を図ります。

## 指針の位置づけ

本指針の位置づけは、以下のとおり「えびな未来創造プラン２０２０」、「海老名市かがやき持続総合戦略」の下位計画として、その他各種計画とともに効果的に推進していきます。



## シティプロモーションとは

シティプロモーションは、地域再生、観光振興、住民協働など様々な概念が含まれています。シティプロモーションのとらえ方は多々ありますが、ひとつには、市民が「わがまちを誇れる」、「他人に勧められる」などの気持ち（心）の醸成と考えられます。二つ目には、自らの地域のイメージを高め、経営資源の獲得を目指す活動と考えることもできます。

シティプロモーションの取り組みは、多方面に広がっていく能動的な活動であり、シティプロモーションには、自治体にない「営業」という要素が多くあるため、民間企業等の活動から多く学ぶ要素もあります。そこでシティプロモーションに取り組もうとする自治体と、それを後方支援していく市民や企業等の交流の場が必要と考えます。

※シティプロモーション自治体等連絡協議会　一部抜粋

## 海老名市のシティプロモーション

海老名市のシティプロモーションの目指す姿としては、まちへの愛着と誇り（シビックプライド）の醸成を図り、まちのイメージを向上させることで、転入人口の増加と定住促進を図ることにあります。この目指す姿を「住みたい 住み続けたいまち 海老名」というスローガンとすることで、常に目指す姿を意識しながらシティプロモーション事業に取り組んでいます。

市の魅力発信を、広報えびな、市ホームページ、記者会見やプレスリリースのほか、ＳＮＳを活用して海老名の魅力を継続して発信することや市民、企業、団体等と連携したＰＲなど、効果的な方法で魅力発信が行えるよう取り組みます。

また、市のイメージキャラクター「えび～にゃ」を通じた魅力発信により、市に対する愛着と誇りの醸成を図り、市の魅力を市内外に積極的に発信します。

### １　スローガン（理念や活動目標）

「住みたい 住み続けたいまち 海老名」

当市のシティプロモーション事業の根幹を成す考え方（理念）であり、当市が「住みたいまち」（転入先）、「住み続けたいまち」（定住地）として選ばれ続けるために各施策に取り組んでいきます。

### ２　目指す姿

（１）まちへの愛着と誇りの醸成
（２）まちのイメージ向上
（３）転入・定住人口の増加

### ３　計画期間

令和７年度～令和 11 年度までの５年間
※社会情勢の変化を考慮し、必要に応じて期間中の見直しを可とする。

### ４　ターゲット

（１）市民（在住在勤在学及び企業市民や活動団体）
市への愛着や誇りの醸成を図ります。
（２）子育て世代の転入者
特に、共働き子育て夫婦である「ＤＥＷＫｓ」をターゲット

## ５　基本的施策（大柱）

（１）シティプロモーションの推進

市の認知度の向上及び市民の市に対する愛着と誇りの醸成を図るため、市が保有するＳＮＳ（Ｘ、Instagram、LINE、Facebook、YouTube 等）の活用などデジタルツールを用いたプロモーションの実施をはじめ、民間企業が発行する媒体等への市政情報の掲載等、ターゲットに対し効果的にＰＲできる媒体を検討し、実施していきます。

また、市内のロケ地の相談・問い合わせに対応し、撮影場所として選ばれることで、市の認知度や魅力の向上に努めていきます。

実施に際しては、常に市民との「協働」を念頭に置き行動していきます。

（２）シティプロモーション体制の確立

全庁的にシティプロモーションに対する関心と行動力を持ち、統一的なＰＲを実施するための体制の確立を図ります。そのために市では研修を通じて本指針を庁内周知して市発行物等へのプロモーションマークの活用を徹底します。

（３）イメージキャラクター「えび～にゃ」の活用

市のイメージキャラクター「えび～にゃ」を通じた魅力発信により、市の認知度を向上させると共に、市民にも市に対する愛着と誇りを醸成します。

## 統一されたイメージづくり

それぞれのロゴマークや標語等を整理し、当市としての定型を確立すると共に、全庁的に活用方法を統一します。

### １　ロゴマーク

| | | |
|---|---|---|
| 市章 | 使用 | 名刺等の市の職員であることを表するものに使用<br>【例】名刺、職員バッジ、発行物（表紙ほか）<br>色は「えんじ色」 |
| えび～にゃ | | デザインとしてあらゆる媒体に使用<br>【例】発行物への装飾、アイキャッチマーク<br>・使用の際は「海老名市イメージキャラクター　えび～にゃ」と表記すること。<br>・企業団体等においても申請により使用可（海老名市イメージキャラクター使用取扱要領参照） |

### ２　標語

| | |
|---|---|
| **住みたい 住み続けたいまち 海老名** | 統一したＰＲとして、海老名市の恒久的スローガンを対外的に発信する媒体に使用<br>※媒体の発行に際しては「海老名市発行物発行承認要綱」を参照 |
| **みんなが笑顔 住みやすいまち えびな** | 「えびな未来創造プラン２０２０」に付随する事業等で使用 |

### ３　プロモーションマーク

・規格：C（シアン）30、M（マゼンタ）100、Y（イエロー）80
・市発行物の各種媒体に使用し、市のイメージを統一する。（「海老名市発行物発行承認要綱」を参照）
・市の事業に関わる企業や団体等が所有又は管理する媒体に使用可（海老名市プロモーションマーク使用の手引き参照）

## ４　名刺

市職員用の名刺として平成 28 年から統一（IPK ライブラリ参照）

## 最後に

海老名市の「魅力」や「地域資源」を

■魅力をさらに「磨き上げ」ましょう。

■気づいていない魅力を「発掘」しましょう。

■ない魅力は新たに「造り」ましょう。

・つまり、市民が当市を愛し誇りを持つことが最大のシティプロモーション「力」となります。
「まちへの愛着と誇りの醸成」です。

附則
この指針は、平成 29 年４月１日から施行する。

平成 29 年８月１日　一部改正

令和２年４月１日　一部改正

令和４年７月１日　一部改正

令和７年４月１日　一部改正

＜参考＞　評価指標の達成状況

【平成 27 年～令和元年転入者数・転入超過数報告】（出展）総務省　住民基本台帳人口移動報告

| 目標項目 | 目標値 | 期間 | 実績（速報値） | 達成率 |
|---|---|---|---|---|
| 転入者数 | 30,000 人 | H27-R 1 | 28,369 人 | 94.5% |
| 転出抑制<br>（転入超過数） | なし | H27-R 1 | 3,623 人 | なし |

（単年）

| **転入者数** | 実績 | 累計人数 | 達成率 |
|---|---|---|---|
| 平成 26 年 | 5,011 人（基準） | | |
| 平成 27 年 | 5,343 人 | 5,343 人 | 17.8% |
| 平成 28 年 | 5,398 人 | 10,741 人 | 35.8% |
| 平成 29 年 | 5,384 人 | 16,125 人 | 53.8% |
| 平成 30 年 | 6,204 人 | 22,329 人 | 74.4% |
| 令和元年 | 6,040 人 | 28,369 人 | 94.5% |

| **転入超過数** | 転入者数 | 転出者数 | 転入超過数 | 転入超過累計 |
|---|---|---|---|---|
| 平成 26 年 | 5,011 人 | 4,982 人 | ＋ 29 人 | |
| 平成 27 年 | 5,343 人 | 5,022 人 | ＋321 人 | ＋321 人 |
| 平成 28 年 | 5,398 人 | 5,019 人 | ＋379 人 | ＋700 人 |
| 平成 29 年 | 5,384 人 | 4,862 人 | ＋522 人 | ＋1,222 人 |
| 平成 30 年 | 6,204 人 | 4,906 人 | ＋1,298 人 | ＋2,520 人 |
| 令和元年 | 6,040 人 | 4,937 人 | ＋1,103 人 | ＋3,623 人 |

【令和２年～令和６年転入者数・転入超過数報告】（出展）総務省　住民基本台帳人口移動報告

| 目標項目 | 目標値 | 期間 | 実績（速報値） | 達成率 |
|---|---|---|---|---|
| 転入者数 | 34,800 人 | R 2-R 6 | 27,057 人 | 77.8% |
| 転出抑制<br>（転入超過数） | なし | R 2-R 6 | 5,440 人 | なし |

（単年）

| **転入者数** | 実績 | 累計人数 | 達成率 |
|---|---|---|---|
| 令和２年 | 6,883 人 | 6,883 人 | 19.7% |
| 令和３年 | 6,428 人 | 13,311 人 | 38.3% |
| 令和４年 | 7,415 人 | 20,726 人 | 59.6% |
| 令和５年 | 6,331 人 | 27,057 人 | 77.8% |

| 転入超過数 | 転入者数 | 転出者数 | 転入超過数 | 転入超過累計 |
|---|---|---|---|---|
| 令和２年 | 6,883 人 | 5,299 人 | ＋1,584 人 | ＋1,584 人 |
| 令和３年 | 6,428 人 | 5,346 人 | ＋1,082 人 | ＋2,666 人 |
| 令和４年 | 7,415 人 | 5,382 人 | ＋2,033 人 | ＋4,699 人 |
| 令和５年 | 6,331 人 | 5,590 人 | ＋741 人 | ＋5,440 人 |

海老名市シティプロモーション指針

編集・発行　海老名市市長室シティプロモーション課
発 行 年 月　令和７年４月