



発行/相模原市  
〒252-5277  
相模原市中央区中央2丁目11番15号  
ホームページ  
<http://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/>  
編集/総務局渉外部広聴広報課 ☎042-769-8200

## シティセールス特集

- 2 3 シティセールスの具体化に向けて
- 4 シティセールスの推進に向けて  
全市的な推進体制へ

### 「シティセールス」とは

本市の魅力の創造・再発見を行い、それらを効果的に伝えることにより、人・もの・情報・技術・文化の集積と交流を生み出します。また、都市の活性化が図られることをめざして、相模原が持つ観光資源や文化、都市基盤などさまざまな魅力を市内外に、戦略的・効果的に発信するための方策です。

シティセールスコピー  
じゅんすいと し  
潤水都市 さがみはら

# 相模原市の魅力を 全国に向けて発信



シティセールスの  
推進に向けて  
ご意見を募集します

市では、本市の持つ多様な魅力を向上させ、市内外にその魅力を発信していくことを目的に「相模原市シティセールス推進指針」を策定し、シティセールスの推進に向けたさまざまな取り組みを進めています。

今回は、市民の皆さんにこの「推進指針」の内容をお知らせするとともに、今後より具体的な取り組みについて検討を進めていくために、多くの市民の皆さんのアイデア等を伺いたいと考えていますので、ご意見・ご提案をお寄せください。

## 選ばれる都市づくりをめざして

相模原市長 加山俊夫



本市は、「新・相模原市総合計画～人・自然・産業が共生する 活力あるさがみはら～」に基づき、多種多様なニーズに応える先進的な施策を着実に展開することにより、多くの人や企業から、ぜひ相模原市に住んでみたい、訪れてみたい、企業活動の拠点としたい、と思われる「選ばれる都市づくり」を進めています。今後、自然や歴史、文化など特色ある地域資源を活用し、自らトップセールスマンとして本市の魅力を全国に発信していきます。

### ○「暮らし先進都市」として

子どもから高齢者まで市民一人ひとりが、地域の中で、心豊かに安心して暮らせる魅力ある地域づくりを進めていくことが必要です。

このため、本市の持つ地域特性を最大限に生かし、71万市民とのパートナーシップに基づき、福祉、環境、教育などの取り組みを重視し、相模原らしい文化や豊かなライフスタイルなどを共に創造・発信できる「暮らし先進都市」をめざして、協働によるまちづくりを進めています。

### ○「内陸ハブ・シティ」として

活力ある市民生活の実現に向け、都市力を高めていくためには、多様な都市機能の集積や都市基盤の強化、周辺都市との交流と連携を図り、自立性の高い地域を形成していくことが必要です。このため、本市は、東京都心や横浜をはじめ多方面に伸びる発達した広域交通網を生かした「内陸ハブ・シティ」をめざし、広域交通ネットワークのさらなる強化や、活力ある中心市街地づくり、新たな産業拠点の形成などを進め、首都圏南西部における広域的な交流拠点都市にふさわしいまちづくりを進めています。

#### リニア中央新幹線の駅誘致

JR東海が平成39年に首都圏～中京圏での営業運転をめざしているリニア中央新幹線の駅の誘致を進めています。県の「北のゲート」として、広域交流拠点都市の形成に大きく寄与することが期待されます。



中央自動車道  
JR中央本線  
国道20号



#### 小田急多摩線の延伸

首都圏南西部の交通ネットワークの充実や利便性の高い公共交通網の形成を図るため、小田急多摩線の延伸の取り組みを進めています。

#### さがみ縦貫道路（圏央道）

首都圏の一番外側に位置する環状道路である首都圏中央連絡自動車道の一部として整備が進んでいます。都市間の連携強化、産業の発展への効果が期待されます。



### 「ハブ・シティ」とは

広域的な地域の表玄関や拠点となる都市のことです。自転車のタイヤの中心にある回転軸（ハブ）に由来し、放射状に伸びた航空路線網の中心として機能する空港を示す「ハブ空港」のような役割をイメージしたものです。

ご意見の提出方法・提出先などは4ページをご覧ください。



# シティセールスの具体化に向けて

## ～シティセールス推進指針 全体構成～



### シティセールス推進の目的・基本的な考え方

#### 市内では

##### 魅力の創造・再発見、愛着・誇りの醸成

市民・市民組織（NPO、地域団体など）や企業、大学、行政といった本市にかかわるすべての人々が、本市の魅力の創造・再発見を行い、魅力についての認識を深めることで、本市に対する愛着や誇りを醸成します。

#### 都市の賑わいや活力、ビジネスチャンスの創造

##### 訪れて楽しい都市の実現

買い物や観光、イベントへの参加、市内に立地する企業への商用、大学等への通学など、本市を来訪する人が増加し、地域産業の活性化や都市の賑わいが創造されます。

##### 住んで快適な都市の実現

定住人口の増加により、まちづくりやシティセールスの担い手となる「人」を獲得し、都市の活力が向上します。

#### 市外では

##### 知名度向上、ファンの増加

本市の魅力を市外の人々に伝えることで本市の知名度を向上させるとともに良いイメージを定着させ、本市のファンを増加させます。

##### 企業にとって魅力的な都市の実現

企業にとって魅力的な都市となることで、企業の立地が増加するとともに産業が活性化し、市内に働く場所が増え、交流人口・定住人口の増加にもつながります。

### 市民がいきいきと豊かに生活できる都市になる



「本市に対する愛着・誇りの醸成、知名度の向上、ファンの増加」と、「訪れる人、住んでいる人、企業にとって魅力的な都市の実現」をシティセールスにより推進し、これらが相互に作用することで、市民がいきいきと豊かに生活できる都市となることをめざします。

### 本市が発展させていくべき魅力

#### シティセールス推進の3つの目標

##### 「訪れて楽しい都市」の実現に向けて

- 湖や川などで手軽に自然体験型観光を満喫できる都市
- 都心部に行かなくても買い物や食事などが楽しめる都市
- 魅力あるイベントの多い、活気あふれる都市
- 若者が集い、賑わいのある都市

##### 「住んで快適な都市」の実現に向けて

- 「生活利便性」と「自然の豊かさ」の両面を享受できる都市
- 職住が近接し、働きやすい都市
- 安全・安心に暮らせる都市

##### 「企業にとって魅力的な都市」の実現に向けて

- 各種産業にとって拠点として便利な都市
- 新規創業者が活発な都市
- 大学や企業との連携により、新たな産業を創造できる都市

本市の魅力は、シティセールスを推進していく際の基本となるものです。本市の魅力を向上させ市内の人々に認識してもらうことで、良いイメージが定着し、「相模原」に関連する産品、技術、サービス、本市そのものの評価・信頼感、すなわち本市の都市としてのブランド力が高まっています。

### 施策展開の基本方針

本市市民がいきいきと豊かに生活できる都市となるために、本市の魅力を向上させることと、本市の魅力を発信することの両面から施策を展開していきます。

#### 魅力向上のための施策の方針

都市の魅力を向上させていくことは、成果が得られるまである程度の期間が必要なことから、主に中長期的に取り組むものと位置づけ、施策を展開していきます。

#### ソフト面の向上を重視した施策の展開

地域資源の活用や、市民・市民組織、企業、大学、行政が協働して取り組む仕組みづくり、人材の育成といったソフト面の向上を重視して施策を実施します。

#### 市民満足度の向上を重視した施策の展開

市民が本市に愛着や誇りを持つよう、本市で生活することに対する満足度の向上を重視した施策を実施します。

#### 魅力発信のための施策の方針

都市の魅力を発信していくことは、シティセールスの目的の達成に高い効果が期待できることから、特に重点的に取り組むものと位置づけ、施策を展開していきます。

#### ターゲットを明確化した上での施策の展開

市外での知名度向上だけでなく、市民一人ひとりが本市の魅力を創造・再発見し、魅力についての認識を深めるとともに、市内での交流も促進されるように、魅力発信のターゲットを「市内」と「市外」の両方とします。

#### 計画的な施策の展開

良いイメージの定着、ブランド力の向上は短期間では実現できないため、シティセールスを継続的な取り組みとすることが重要です。また、本市は合併後まだ間もないことから、本市の魅力などに対する市民の認知度などが発展途上にあることも踏まえ、市内に向けての取り組みも推進していく必要があります。

魅力向上と魅力発信の両面からの施策の展開

### 施策の基本的な方向

#### 魅力向上のために実施すべき基本施策 ～シティセールス戦略に向けた4つの方向～

- ◆「訪れて楽しい都市」の実現に向けて
- ◆自然環境の魅力向上 「水」や「緑」のある場所の魅力向上など
- ◆賑わいの空間づくり 市内の集客拠点における再開発や市街地整備、公共施設や商業施設の魅力向上など
- ◆人が集まる仕組みづくり 地域資源を活用したイベントの創出やイベント間の連携の促進など
- ◆地域資源のネットワーク化の推進 地域資源を組み合わせた楽しみ方・過ごし方の提案や、公共施設の連携による魅力向上など

- ◆「住んで快適な都市」の実現に向けて
- ◆快適な住環境づくり バリアフリーの推進や良質な住宅ストック形成など
- ◆市内で働ける環境の整備 就業支援の充実や職業能力向上のための環境整備
- ◆安全・安心に暮らせる環境整備 犯罪や交通事故の防止への取り組み、救急医療の充実や防災体制の強化など
- ◆子育て支援や教育の充実 多様な子育て支援や教育環境の整備
- ◆高齢者が充実した生活を送れる地域づくり 介護支援など各種ケアサービスの充実や、高齢者が社会参加できる機会の増加など
- ◆文化・スポーツの振興 本市を拠点として活動する文化・スポーツ関連団体と市民との交流の推進など

- ◆「企業にとって魅力的な都市」の実現に向けて
- ◆産業交流の拠点づくり 企業連携・産学連携の推進、物流拠点の整備など
- ◆産業活性化のための環境整備 新たな産業の創造支援や、市内の中小企業育成の基盤づくりなど
- ◆企業誘致のための環境整備 新たな企業立地の場所を選ばれるための環境整備
- ◆活気ある商業地の形成 商店街と大型店・ロードサイド店との連携の促進など

- ◆魅力向上のための基盤づくりに向けて
- ◆地域の魅力を再発見する機会の創出 埋もれている魅力的な地域資源を掘り起こすとともに、情報を集約し、人々が知ることのできる機会の創出を推進
- ◆魅力ある景観の保全 本市が持つ魅力ある景観を保全・改善
- ◆おもてなし意識の醸成 市のファンが増えるよう市全体のおもてなし意識を向上
- ◆地域で活躍する人材の育成・支援 地域の魅力向上に積極的な人材の掘り起こしや、地域に愛着を持って活動する人を積極的に支援する仕組みづくり
- ◆パートナーとして魅力ある行政づくり 本市の魅力向上を市民や市民組織などと協働で実施していくパートナーとして、信頼や魅力ある行政づくり

#### 魅力発信のために実施すべき基本施策 ～プロモーション戦略に向けた3つの方向～

- ◆市内に向けて
- ◆行政の情報発信ツールの積極活用 情報発信ツールを活用した情報発信
- ◆市内外の企業等との連携による情報発信の強化 市内外の市民組織や企業・大学と連携した情報発信を強化
- ◆セールス意識の向上 市民一人ひとりがさまざまな場面で本市をPRすることが最も大きな効果を生むことから、市民のシティセールス意識を向上

- ◆市外に向けて
- ◆市外におけるPR機会の強化 東京や横浜など拠点都市でのPRの機会を増加
- ◆多様な媒体を活用した情報発信の推進 マスメディアやインターネットなどを、情報発信の目的やターゲットに併せて選択し、積極的に情報発信
- ◆企業誘致活動の強化 本市に企業が立地する際のメリットの整理や企業立地の動向把握、市外企業へのPR機会の増加など

- ◆魅力発信のための基盤づくりに向けて
- ◆市内外で活躍する人との連携強化 本市出身者やゆかりを持つ、各界で活躍し情報発信力の高い人との連携を強化
- ◆本市のファン、サポーターの組織化 本市に愛着を持ち、応援してくれる市内内外の個人や団体の組織化など

### 現在の取り組み事例

#### 観光振興

**観光親善大使**  
今年で4代目になる観光親善大使は、イベントやキャンペーンで市の魅力をPRします。



(左から) 梶田直子さん、高木真莉子さん、永尾知子さん

#### 観光マイスター

市内の自然環境や歴史、文化などの観光振興分野で豊富な経験を持ち、魅力ある観光まちづくりの先導役として活躍します。



(左から) 八木孝房さん、落合幸一さん、石川龍二さん、石井吉彦さん

#### スポーツ振興

##### 感動、応援

高度な技術、驚異的なパワー、スピード。観戦や応援もスポーツの大きな魅力の一つです。このため、ハイレベルな大会が誘致できる施設整備や、市民一体となって応援できるスポーツ団体、トップアスリートへの支援など、スポーツの魅力や可能性を生かしたまちづくりに向けた環境整備を進めます。



▲相模原からJリーグをめざすS.C.相模原

##### だれでも、いつでも、いつまでも

総合型地域スポーツクラブの育成など、健康づくりから競技まで、身近にスポーツができ、続けられる環境づくりを進めます。

##### 多様なニーズへの対応

ニュースポーツの普及など、気軽に楽しめる拠点づくりを進めます。

#### 産業振興



拠点整備後の当麻地区イメージ

##### 新しい拠点づくり

平成24年度の開設に向けて整備が進められている、さがみ縦貫道路のインターチェンジ周辺地域で、土地区画整理事業などにより基盤整備を進め、産業を中心とする新たな都市づくりの拠点を形成し、首都圏南西部における広域拠点都市としてさらなる発展をめざしています。

#### 産業集積促進条例（STEP50）

市では、将来にわたる持続的な市内産業の発展やより強固な産業集積基盤の形成をめざし、「産業集積促進条例（STEP50）」を平成17年10月に施行し、22年4月に見直しを行い、企業立地等の促進、市民の雇用機会の創出と拡大を図るためのさまざまな奨励措置を設けています。また、工業用地の保全活用を図るため、工業用地の継承や工業系の地区計画の導入に対しても奨励金を交付するなど、全国に先駆けた取り組みも行っています。

#### 情報発信

##### フィルム・コミッション

国内外の映画、テレビドラマやCM等のロケーション撮影、映像関連産業の誘致支援活動を展開し、映像を通じて71万人都市「相模原市」を市内外に広く発信しています。

##### シティセールスブック

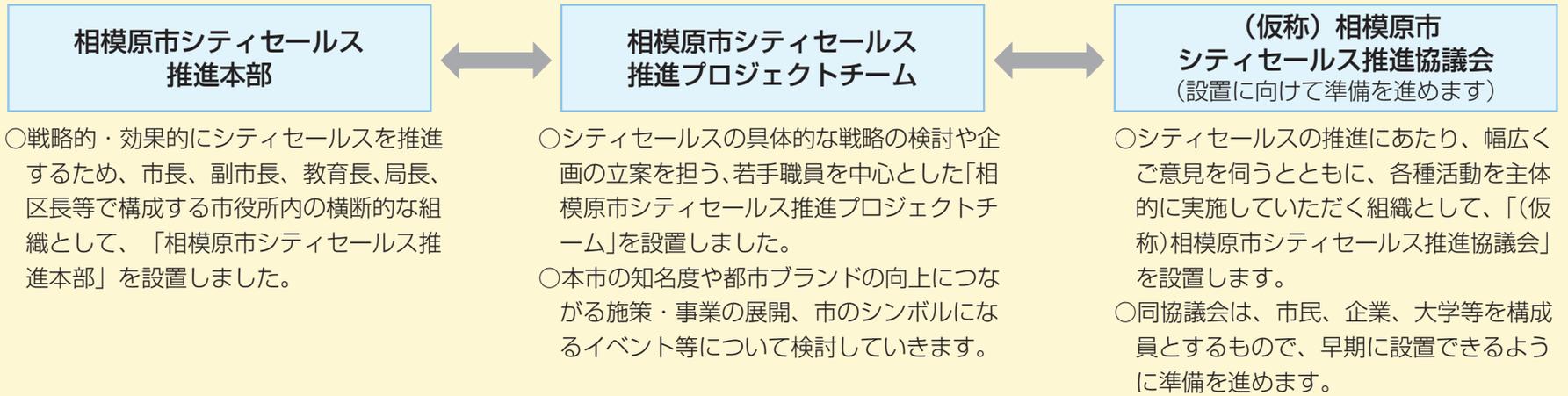
政令指定都市として新たにスタートした本市のさまざまな魅力や取り組みを、コンパクトに紹介しています。



# シティセールスの推進に向けて 全市的な推進体制へ

本市の持つ多様な魅力を向上させ、市内外にその魅力を発信していくことを目的に策定された「相模原市シティセールス推進指針」に基づき、戦略的・効果的なシティセールスを推進するため、相模原市シティセールス推進本部、相模原市シティセールス推進プロジェクトチーム、（仮称）相模原市シティセールス推進協議会をそれぞれ組織し、3層構成により、全市的な展開に向けて取り組んでいきます。

## 推進体制



## －相模原の魅力を発信－ シティセールスサポーターズ

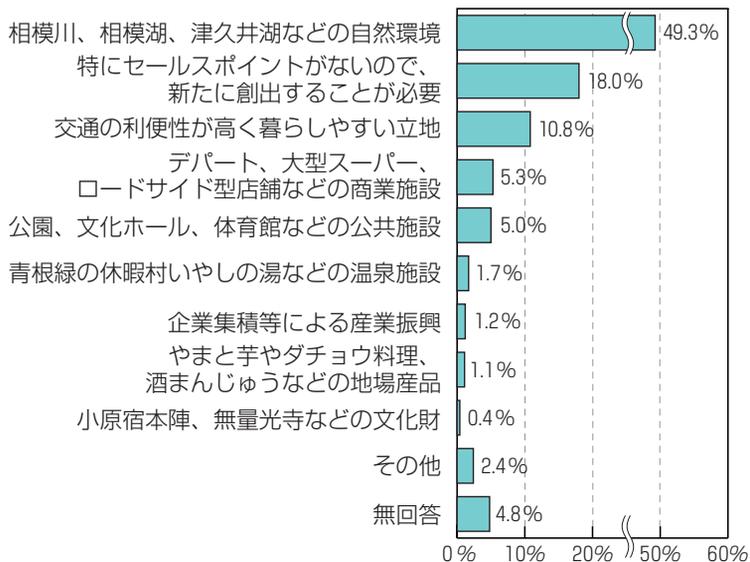


(上段左から) 小橋隆司さん、熊井優さん、トップセールスマン加山俊夫市長、清水良則さん、石井光暢さん、大谷有花さん、RUUさん、武藤優衣さん、大神田夏佳さん

市民参加のシティセールス推進組織「相模原市シティセールスサポーターズ」は、経済界やスポーツ・芸術関係、市内大学生など、さまざまな分野で活躍する8人で構成し、市のシティセールスの推進に向けた具体的方策を考えるとともに、自らの活動を通じて市のイベント等に参加し、相模原の魅力を発信していきます。

## 相模原市のセールスポイントは？

「新・相模原市総合計画」策定に向けた市民アンケートでは、本市のセールスポイントに関して、「相模川、相模湖、津久井湖などの自然環境」(49.3%)が最も多く、「交通の利便性が高く暮らしやすい立地」(10.8%)がこれに次いでいます。一方で、「特にセールスポイントがないので、新たに創出することが必要」(18.0%)との意見も多くいただいています。



調査期間 平成18年10月27日～11月21日  
対象 無作為に抽出した市民1万人

## ご意見・ご提案をお寄せください

市では、「相模原市シティセールス推進指針」に基づき、今後、具体的な取り組みについて検討を進めていきます。検討にあたっては、より多くの市民の皆さんのアイデア等を伺いたいと考えていますので、ご意見・ご提案をお寄せください。

### 指針の閲覧と概要版の配布場所

広聴広報課、各行政資料コーナー・まちづくりセンター・出張所・公民館（青根・沢井公民館を除く）  
※市ホームページの [市政情報](#) → [市政運営](#) → [シティセールス](#) から  
もご覧になれます。

**意見の提出** 直接か郵送、ファクス、Eメールに住所、氏名、電話番号を書いて、9月30日（必着）までに同課か概要版の配布場所にある意見箱へ

※原則として、いただいたご意見・ご提案に対する個別の回答は行いません。  
※ご意見・ご提案の内容を公開させていただくことがあります。  
※土・日曜日、祝日は、市役所が閉庁となりますので、直接持参しての受け付けはできません。

### お問い合わせ

広聴広報課 〒252-5277 中央区中央2-11-15  
☎042-769-8200 FAX042-753-7831  
Eメール koho@city.sagamihara.kanagawa.jp