

伊予市シティプロモーション基本方針 ・アクションプラン

ますます、いよし。



2017年3月

目次

1. 業務推進に係る与件.....	1
1.1. 業務の目的	1
1.2. 業務の内容	1
2. 業務実施方針.....	2
2.1. シティプロモーションの役割について.....	2
2.2. 基本方針を導くための本年度の作業計画.....	3
2.2.1. 業務推進の基本スタンス.....	3
2.2.2. 業務内容①：現状把握のための基礎調査・分析について.....	4
2.2.3. 業務内容②：検討会議の運営.....	6
2.2.4. 基本方針及びアクションプラン策定に向けた基本的考え方.....	7
3. 伊予市シティプロモーションに関する基本的考え方.....	9
3.1. 全体概要.....	9
3.2. エリア戦略の考え方.....	10
3.2.1. 市街地エリアでの考え方.....	11
3.2.2. 双海エリアでの考え方	12
3.2.3. 中山エリアでの考え方	13
4. 各エリアを特徴化する各種事業の考え方.....	14
4.1. 各エリアにおける事業展開の基本スタンス	14
4.2. 各エリアで柱となる戦略事業（案）	15
4.3. シティプロモーション活性化に資する補完事業（案）	15
4.4. 全体を統括するプロモーション事業	16
5. 市街地エリアにおける戦略事業の概要.....	17
5.1. ウェルピア伊予の施設利用状況と今後の開発方針（案）	17
5.2. 「#01：「健康×スポーツ」実証実験プログラム」の概要	19
5.3. 「#02：青少年を対象とした合宿プログラム」の概要	25

6.	双海エリアにおける戦略事業の概要	27
6.1.	「#03：下灘駅ストーリー・ショートフィルムコンペ」事業	27
6.2.	「#04：古民家や空き家を活用したアート工房」整備事業	29
7.	中山エリアにおける戦略事業の概要	31
7.1.	「#05：国道56号「体験街道物語（仮）」事業	31
7.2.	「#06：中山高校跡地の利活用化」事業	33
7.2.1.	民間事業者を優先した場合の事業展開（案）	34
7.2.2.	テーマを優先した場合の環境づくり・仕組みづくり	34
8.	補完事業の概要	35
8.1.	交流活性に資する補完事業	35
8.1.1.	「地域資源ムービー化プロジェクト」	35
8.1.2.	「旨味フェア企画」	36
8.1.3.	「トライアスロン事業の拡充の検討」	36
8.2.	市民生活の質的向上に資する補完事業	36
8.2.1.	「移住定住ファクトブック&PVの制作と配布」	36
8.2.2.	「広域移動支援事業の取組」	37
8.2.3.	「市民生活支援アプリ開発」	37
8.2.4.	「伊予市ボランティア銀行の開設」	38
9.	全体のプロモーション事業の考え方	40
9.1.	国内におけるプロモーション展開	40
9.2.	海外におけるプロモーション展開	41
10.	シティプロモーションの今後の対応の在り方	48
11.	参考資料	50
11.1.	ウェルピア伊予の概要	50
11.2.	第2次伊予市総合計画を策定する際に主に論議に上がったポイント	55
11.3.	伊予市で行われているイベント（200人以上の規模を中心に）	62

1. 業務推進に係る与件

本業務を推進するに当たり、伊予市からの与件を以下に記す。

1.1. 業務の目的

伊予市には、豊かな自然とその自然に育まれた豊富な食材、民主導のまちづくりに見る歴史文化など魅力的な地域資源がある。それらが持つ本市の良好なイメージを、一昨年完成したシティブランドロゴマーク及びキャッチコピーの活用を含め、効果的かつ戦略的にシティブランドとして広く定着させ、交流人口の増大や移住・定住の推進、地域の活性化に繋げるための考え方や取組の方向性を明確にしたシティプロモーション基本方針及びアクションプランを策定することを目的とする。

1.2. 業務の内容

次の各号に掲げる項目及び受託者がプロポーザルにおいて提案した事項等を履行すること。

(1) 現状把握のための基礎調査・分析

「伊予市シティブランド確立業務」「伊予市ブランド普及拡大業務」で実施したワークショップやアンケート等の実証データや類似都市の参考事例、関係部局の意見等に基づき現状の整理・分析を行う。

(2) 検討会議の運営

関係各部局との検討会議の運営、協議資料の作成及び協議内容の取りまとめ等を行う。有識者の出席が必要な場合、その経費については市の負担とする。

(3) 基本方針・アクションプランの作成

(1)・(2)に基づき、本市シティプロモーションの基本方針及びアクションプランを作成、提案を行う。

(4) その他

ア 「第2次伊予市総合計画」「伊予市人口ビジョン」「伊予市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の記載内容を熟読の上、内容に整合したものとする。

イ その他プロモーションに資する業務があれば、専門的な見地から必要な助言、支援を行うこと。

ウ 本市がこれまで取り組んできたプロモーション関連事業に関する資料、情報については必要に応じて提供する。

2. 業務実施方針

伊予市の与件及び昨今の都市プロモーションの潮流や課題等を踏まえ、本業を以下に示す概要に沿って実施方針を定めた。

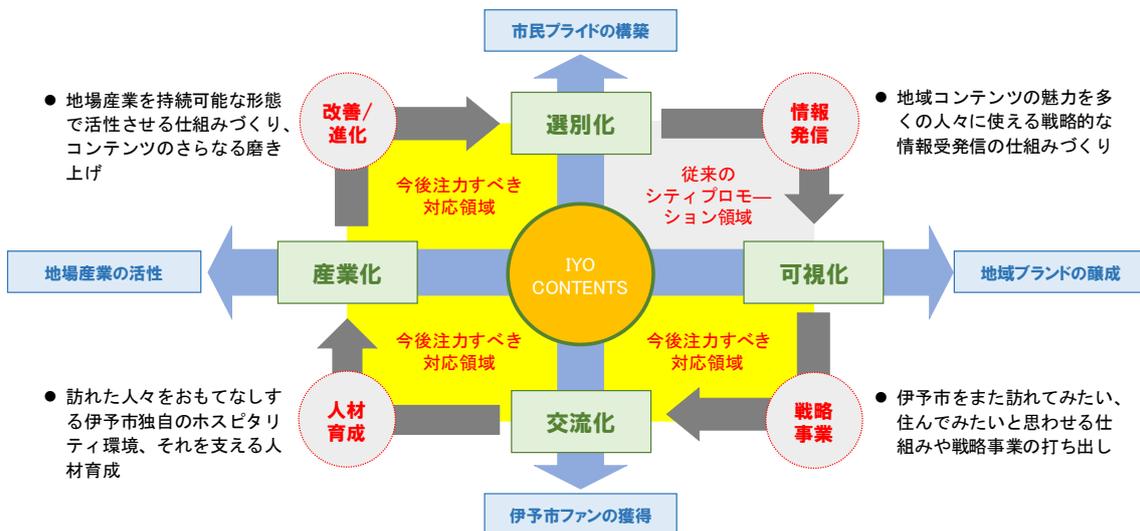
2.1. シティプロモーションの役割について

従来に見られるシティプロモーションの流れは下記（図1）の右上に示す領域を中心に取り組まれるケースが多い。その基本は、地域で打ち出したいコンテンツを選別化し、それを象徴するロゴマークなりシンボルマークを策定し内外に情報発信することで認知率の向上及び都市の一定のブランド力を育むための戦略が一般的な流れとなっている。

しかし、人口減少時代や地域創生の重要性が重視される今日、その取組だけで大きな成果を得ることは難しい。本事業では、昨年策定したロゴマーク等の利活用も視野に伊予市の地域資産・資源をベースに人々が関心を有するであろう一定のコンテンツ力に磨きをかけ可視化することは勿論であるが、それに加えて大切なことは、可視化したコンテンツを基軸に戦略事業を仕掛けその力を交流促進へと誘うこと、また、交流活性化を通じて市内における人材育成を強化し地域の産業力強化を再創出することであり、本事業で取り組むべき事業を明らかにし、新たなファクト（地域資源や資産）として捉え直し好循環な社会システムをいかに創出させられるか、言い換えれば、伊予市の持続可能な成長と発展に資するプロジェクトへといかに結実させられるかが問われていると言える。

ある意味、本業務で獲得すべき最終的な狙いは、シティプロモーション強化を通じて交流人口の拡大あるいは移住定住の促進、さらには地域の活性化に資する事業の在り方を模索することにあると考える。

図1 伊予市シティプロモーション取組の狙い

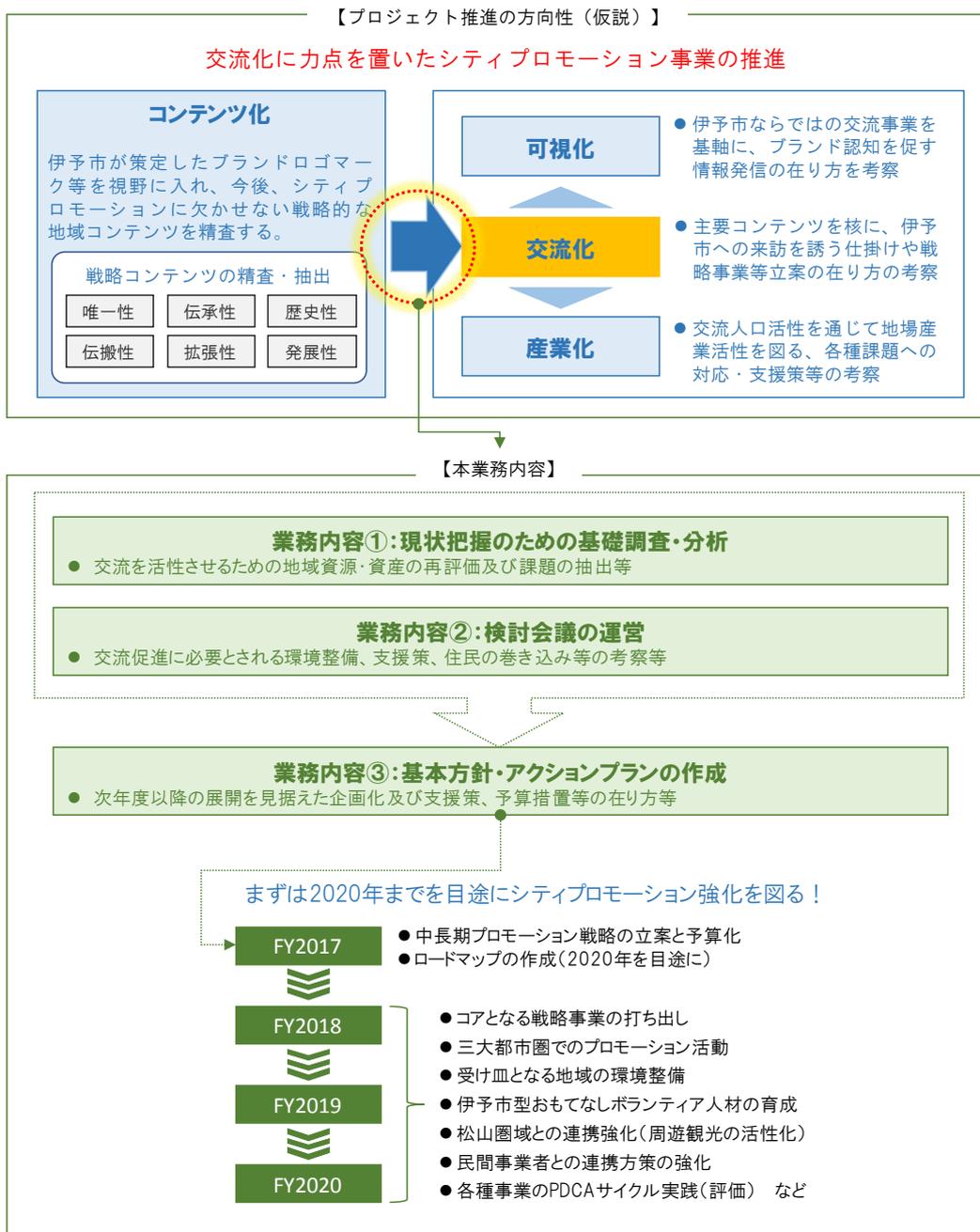


2.2. 基本方針を導くための本年度の作業計画

2.2.1. 業務推進の基本スタンス

伊予市シティプロモーションの基本方針・アクションプラン策定支援業務を遂行するに当たり、下記（図2）を活動の基本スタンスに据えて作業計画を立てた。

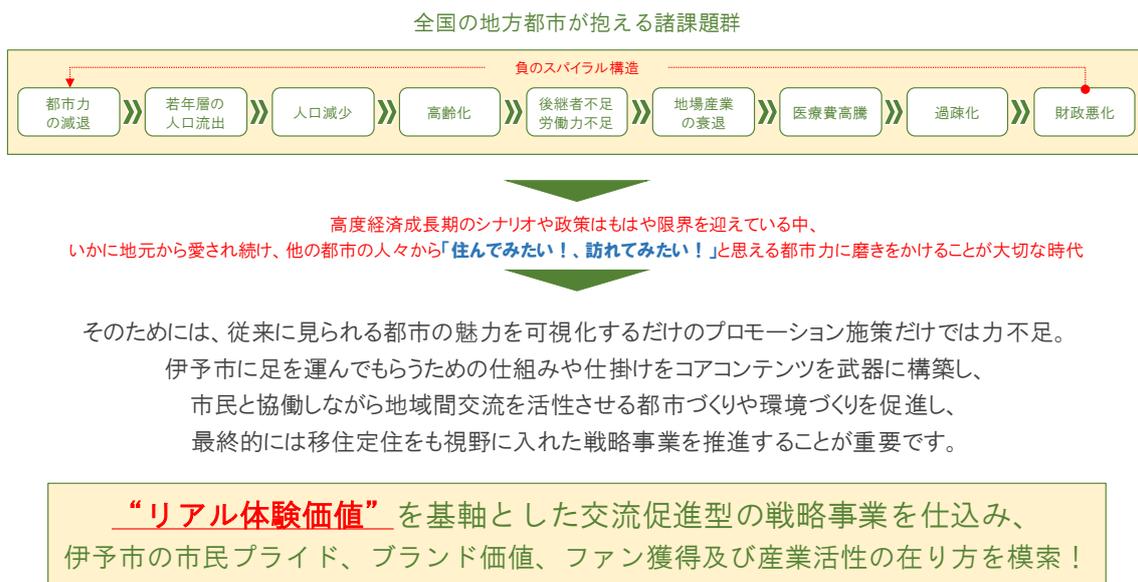
図2 業務推進の基本スタンス



事業推進のポイントは、市内に内在する地域コンテンツを精査しながら、それを交流促進へと結びつけることで、新たな交流事業を通じて伊予市の魅力の可視化及び産業化を図ることが大切であると考える。

伊予市が抱える課題は全国に共通する課題そのものであり、理想的には本事業を通じて地域が抱える負のスパイラルを断ち切り（あるいは極小化し）、地方創生に向けた新たなエンジンを稼働させていくことが必要とされる。高度経済成長期のシナリオや政策がもはや限界を迎えている中、今後は、いかに地元から愛され続け、他の都市の人々から「住んでみたい！ 訪れてみたい！」と思える都市力に磨きをかけることが重要であり、そのためには、従来に見られる都市の魅力の可視化するだけのプロモーション施策だけでは力不足となる。伊予市に足を運んでもらうための仕組みや仕掛けをコアコンテンツを武器に再構築し、また、それを市民と協働しながら地域間交流を活性させる都市づくりや環境づくりを促進し、最終的には移住定住をも視野に戦略事業を推進することが必要だと考える（図3参照）。

図 3 本事業で留意すべきポイント

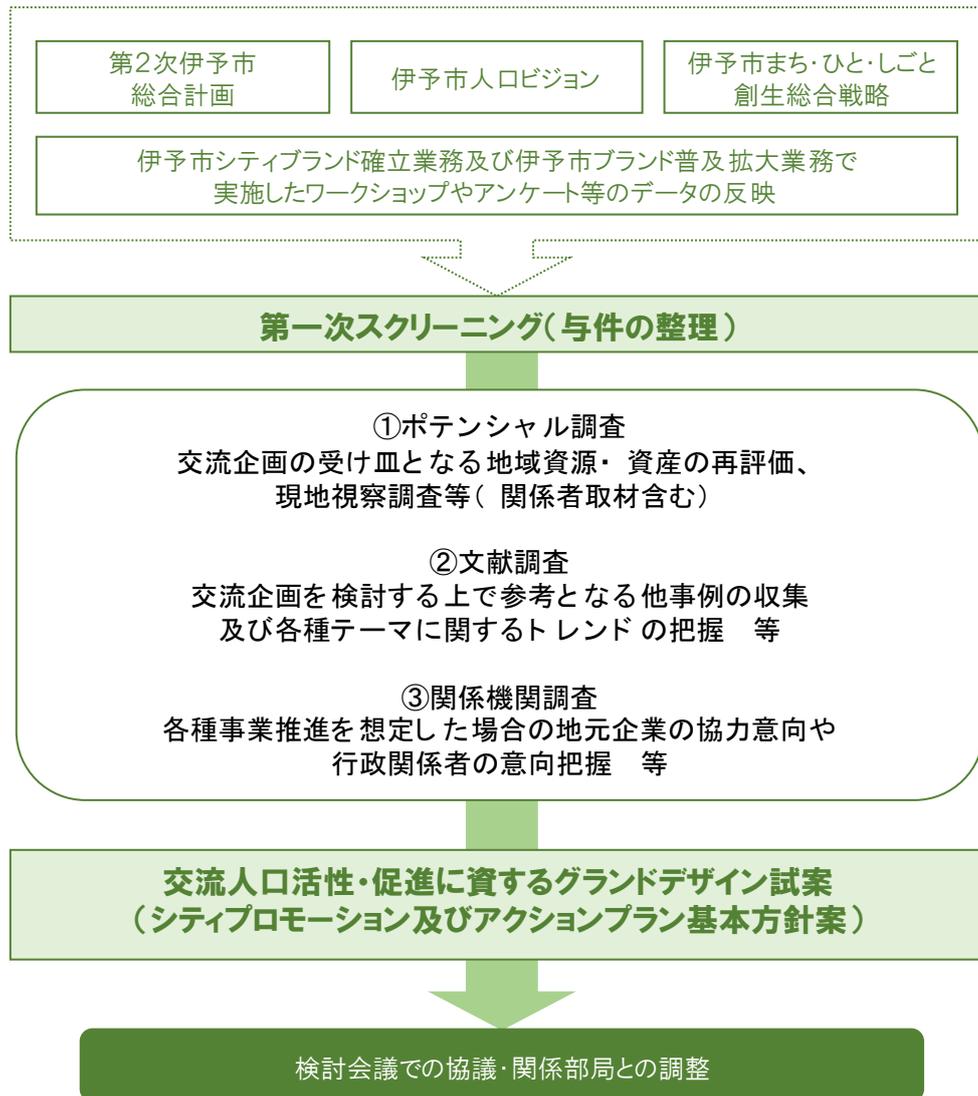


2.2.2. 業務内容①：現状把握のための基礎調査・分析について

業務内容①となる「現状把握のための基礎調査・分析」作業においては、具体的には、「第2次伊予市総合計画」「伊予市人口ビジョン」「伊予市まち・ひと・しごと創生総合戦略」及び「伊予市シティブランド確立業務」「伊予市ブランド普及拡大業務」等で実施したワークショップやアンケート等を踏まえ、伊予市における交流促進型企画立案に相応しい地域資源・資産に関する基礎データの整理を行うことである。

次に、地域資源・資産をベースに交流促進企画の具現化を図る上でどのような課題や問題、あるいは発展の可能性があるのか、「ポテンシャル調査」「文献調査」「関係機関調査」を通じて基本要素を明らかにし、交流人口活性・促進に資するグランドデザイン試案（シティプロモーション及びアクションプランに関する基本方針案）を作成、検討会議等で協議しながら内容を精査していくこととする（図4参照）。

図4 現状把握のための基礎調査・分析作業の流れ



3つの調査については、以下のポイントに留意しながら調査を進めるものとする。

■ポテンシャル調査

- 交流人口活性企画の舞台となる候補地等を、現地視察等を通じて模索

- 受け皿となる事業者にとっての課題等をヒアリング調査で精査

■文献調査

- 交流人口活性化に成功している全国の自治体等での先進事例の把握
- 今回掲げる各種テーマにおけるトレンド分析

■関係機関調査

- 官民連携を意識した場合への県内事業者との意見交換
- 行政関連部局との意見調整 等

2.2.3. 業務内容②：検討会議の運営

業務内容②となる「検討会議の運営」では、図5に示す形で運営を行った。受託者である愛媛新聞、電通西日本及び伊予市未来づくり戦略室が中心となり、シティプロモーション及びアクションプラン策定の基本方針について検討を行った。

図5 検討会議の流れ



■開催スケジュール

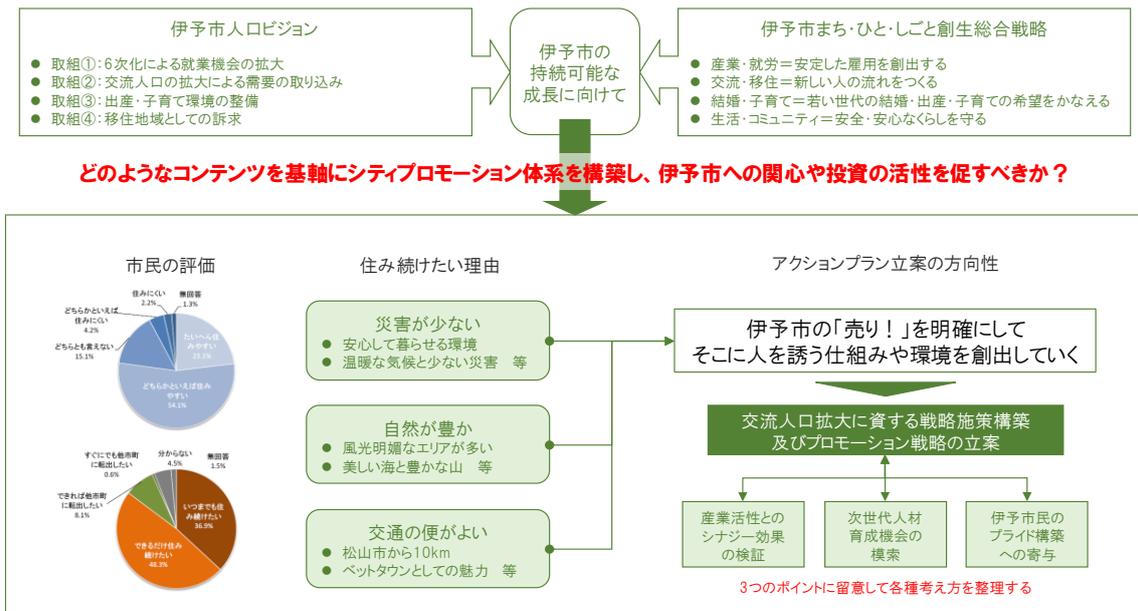
- 基本、下記に示す3回の会合をベースに2時間程度の検討会議を開催する予定です。
- 第1回検討会議：2016年12月21日
- ✓ 業務の基本方針に関する意見収集及び交流をテーマとした際の事業の打ち出し方や考え方等の協議
- 第2回検討会議：2017年2月6日
- ✓ グランドデザイン試案に関する協議
 - ✓ 各種調査の結果報告及び基本方針等を深化させるための討議
- 第3回検討会議：2017年3月16日
- ✓ ※シティプロモーション及びアクションプラン策定の基本方針の確認及び次年度事項の取組への合意

2.2.4. 基本方針及びアクションプラン策定に向けた基本的考え方

基本方針及びアクションプラン策定に向けては、各施策案が伊予市の持続可能な成長と発展に資する事業であることが最優先されるべきであり、メディアを主体に国内外に幅広く伊予市をPRすることだけに特化した施策の企画は避けるべきである。大切なことは、伊予市の新たな取組の方向性をしっかりと定め、そこに関心を持つ人や投資をしたいという事業者を少しでも獲得することであり、そのためには伊予市の売りを明確化し、そこに人や情報等を誘う仕組みづくりが欠かせない。

今回の作業では、そうした認識をベースに交流人口拡大に資する戦略事業等を打ち出すことを基本とするが、その企画を検討する際には、3つのポイントに留意し、企画を打ち出した場合の効果を予め予測することが重要となる。それは「①産業活性とのシナジー効果」「②次世代人材育成機会の模索」そして「③伊予市民のプライド構築への寄与」である（図6参照）。

図 6 アクションプラン策定の方向性



また、アクションプラン策定の世界観（重視すべき領域）を図7に示す形で関係者と共有し、これをたたき台としつつ、基本方針及び具体的なアクションプランの在り方を模索した。

重視すべき領域として定めたのは「健康増進事業」「スポーツエンタメ事業」「スポーツMICE事業」「参加体験事業」「古民家交流事業」の5つのテーマである。

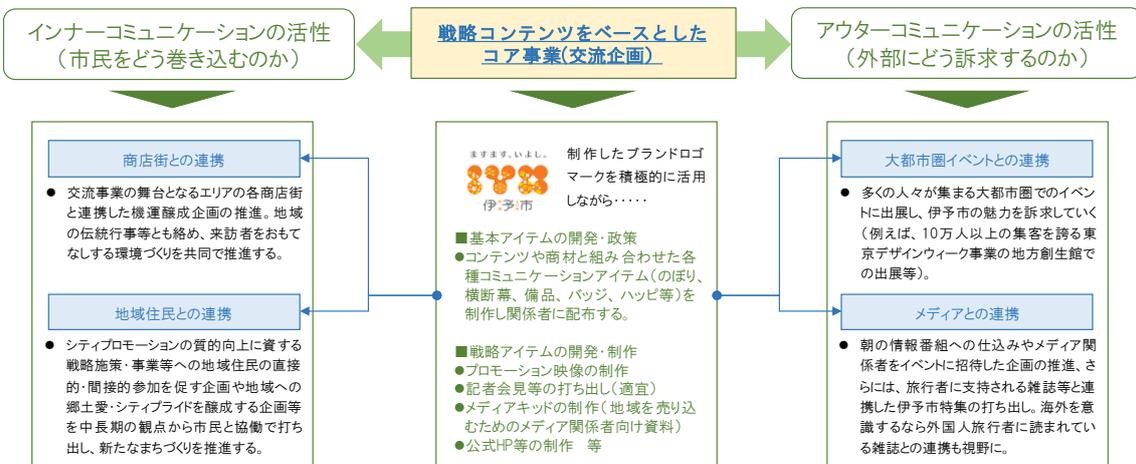
図 7 交流事業を活性する5つのテーマ領域(案)



また、アクションプランを策定した後は、それらの取組を一つのファクト（＝事実）として捉え国内外に広く広報するコミュニケーション施策も重要となる。

具体的には、コア事業（＝交流企画）に即したコミュニケーションアイテムを開発・制作しながら、それらの素材等を活用し、エリア外の人々にどう訴求するのか（＝アウターコミュニケーションの活性）、市民にどう浸透させるのか（＝インナーコミュニケーションの活性）等を意識し、プロモーションに必要とされる各種施策や企画の在り方を精査していくことが重要となる。

図 8 コミュニケーション施策に関する考え方



3. 伊予市シティプロモーションに関する基本的考え方

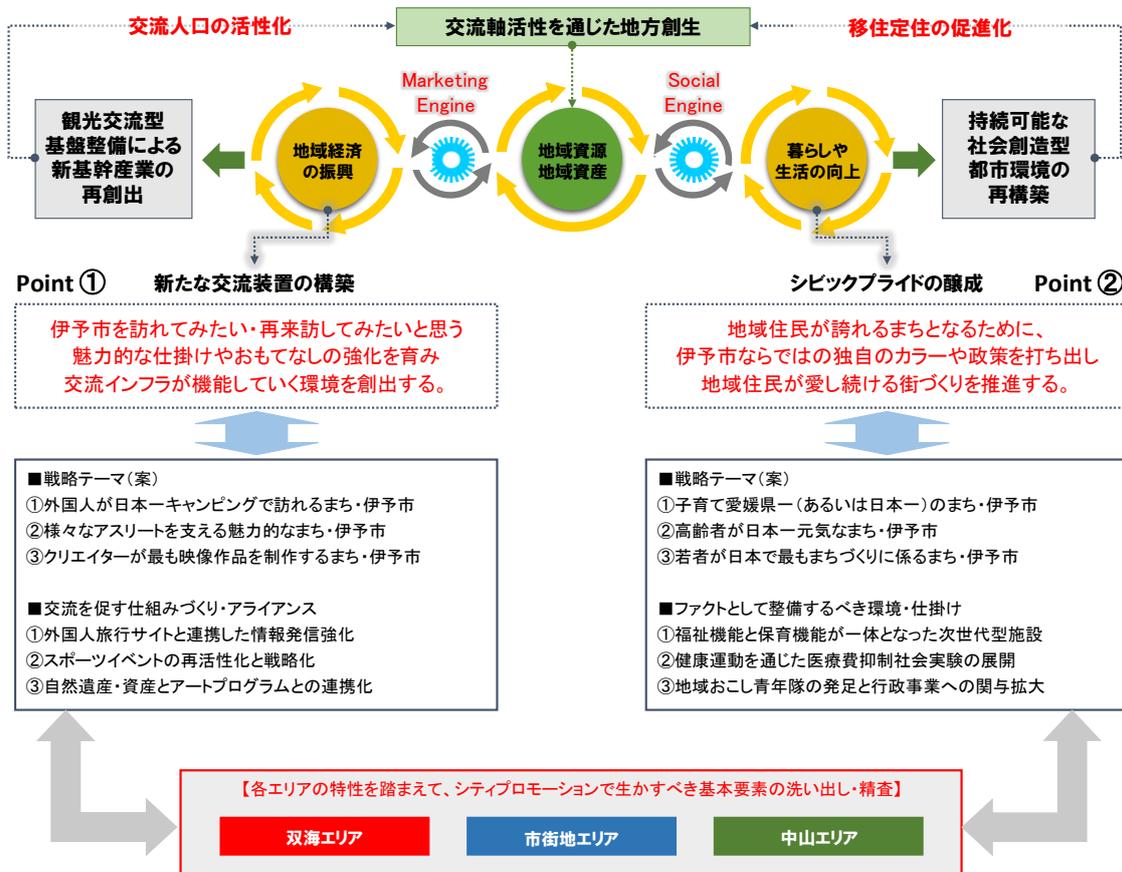
3.1. 全体概要

伊予市のシティプロモーション戦略は、以下図9に示す考え方に沿って全体の枠組みを検討した。

基本的な考え方は、伊予市が内包する地域資源や資産を2つのエンジン（「Marketing Engine」と「Social Engine」）を装着させ、地域経済の振興や市民の暮らし・生活の向上に活かすスキームを創り出すことである。

地域経済の振興に資するシティプロモーションへの取組は、今後は観光交流型の基盤整備を通じて伊予市において新たな基幹産業を興し、その流れを交流人口の活性化へと結実させることが求められる。一方、暮らしや生活の向上という視点では持続可能な社会創造型の都市環境をいかに再構築することが問われており、その取組を通じて移住定住の促進を図ることにある。

図9 伊予市シティプロモーションの展開骨子(案)



そのため、シティプロモーションに資する取組を考える際には 2 つの視点に基づき、今後必要とされるプログラム開発の在り方を精査することが必要となる。

一つは「新たな交流装置の構築」である。伊予市を訪れてみたい・再来訪してみたいと思う魅力的な仕掛け、あるいは受け皿（おもてなし）等、交流機能を最大化するインフラ及び環境創出は、シティプロモーション活性に欠かせない対応となる。その際には、「外国人が訪れたいまち」あるいは「様々なアスリートの活動を支える魅力的なまち」、「クリエイターが最も映像作品を制作したいまち」等、伊予市のレピュテーションアップ（＝評判向上）に資する戦略テーマの打ち出し方を絞り込み、同時にそれら戦略テーマに即して、例えば、外国人が利用する海外の旅行サイトと連携した情報発信、市内におけるスポーツイベントの再活性化、あるいは自然遺産や資産と結びつけたアート事業の活性化、市内の交流人口の活力向上に資する新たなプログラム開発の流れを市内で十分に検討しなければならない。

一方、暮らしや生活の向上に向けては「シビックプライドの醸成」に資する対応を図る必要がある。地域住民が誇れるまちとなるために、伊予市ならではの独自のカラーや政策を打ち出し地域住民が愛し続けるまちづくりを推進することは、シティプロモーションへの対応でもう一つの重要な視点となる。「子育て日本一のまち」「高齢者が日本一元気なまち」あるいは「若者が日本で最もまちづくりに参加するまち」という戦略テーマの在り方を検討しながら、例えば、福祉機能と保育機能が一体となった次世代型の施設開発や健康運動を通じた医療費抑制に向けた社会実験の推進、行政への関与拡大等のファクト（＝事実）を積み上げ新たな都市イメージを創り出し、その方向性に相応しい市民生活向上に資するプログラムの在り方を検討しなければならない。

本事業ではそうした流れを基本に、「市街地エリア」「双海エリア」「中山エリア」という 3 つの地域特性を踏まえ、各プログラム開発の在り方を精査していく。

3.2. エリア戦略の考え方

伊予市は大まかに、「市街地エリア」「双海エリア」「中山エリア」に区分できる。これは平成 17 年 4 月の合併前の旧自治体単位によるもので、市街地エリアは旧伊予市、双海エリアは旧双海町、そして中山エリアは旧中山町となる。

旧三市町の合併により誕生した伊予市であるが、合併から 10 年と日も浅く、エリアごとの生活文化は異なる。よって、シティプロモーションを具体的に考えるには、この 3 つのエリアに点在する地域コンテンツを再整理し、シティプロモーションに必要とされるシナリオ作成及びプログラム開発を検討することが有効となる。

図 10 伊予市のエリア



3.2.1. 市街地エリアでの考え方

市街地エリアは、伊予市の政治・文化・経済の中心として位置付けられるエリアである。しかしながら、このエリアでは域外からの観光客等を誘致するには観光インフラが十分に整備されていない状況にあり、また、街の顔となる地域コンテンツが豊富に用意されているわけではない。

その意味では、市街地エリアにおける交流人口活性化に資する施策としては、市民及び周辺エリアの愛媛県民を対象として仕掛け・仕組みづくりを検討することが効果的な対応であると考えられる。

同エリアにおいては、市民向けの交流基盤の基軸となり得る「ウェルピア伊予」が立地しており、このウェルピア伊予の利活用の在り方を模索することが重要であるとする。この施設を中核とした恒常的な交流事業の再編を通じて、市内・市外からの誘引を図る環境づくりの在り方や、市政の課題（健康づくり、子育て支援等）に対応したプログラム開

発の在り方を模索していくべきである。

よって、市街地エリアでは「恒常的な交流事業の再編を通じて市民活力の創出を図っていく」ことをシティプロモーションの基軸に据え市民のシビックプライド（＝郷土への誇りや郷土愛等）の醸成を図ることとした。具体的には、「スポーツと健康」を基本に、伊予市民の健康支援は勿論、地域の高齢者がスポーツを通じて生き生きと活動し、かつ、スポーツを通じて健康増進を図る（医療費抑制を視野に）ための対応を強化すること、あるいは、教育事業の一環として、同エリアの産業を象徴する「旨味」を前面に押し出し、市内の小中学生への食育活動を展開すること、などを基本にアクションプランの立案を試みた。

【シティプロモーションで留意すべきポイント：市街地エリア】

恒常的な交流事業の再編を通じて市民活力の創出を図っていく

- スポーツ×健康をテーマに、市民の健康増進を促し、医療費抑制への取組を進めること（ウェルピア伊予を最大限に活用する）。
- 教育事業の一環として、「旨味」を前面の押し出した食育事業を活性させる（「削り節」の産地として全国的に知られる伊予市の地域資産を活用して郷土愛を育む）。

3.2.2. 双海エリアでの考え方

双海エリアは、瀬戸内に面する風光明媚なエリアであり、地域資産・資源を生かした観光型の交流プログラムを打ち出す可能性を秘めた地域と言える。そのため外国人旅行者を含む若者を中心に、集客を促す環境づくりの在り方を模索していくべきである。

具体的には、アートやスポーツ（同エリアで実施されているトライアスロン等のイベントを含む）を基軸に若者のライフスタイルを支援する事業開発を通じて、伊予市への再来訪を促す仕組みづくりの可能性を展望する。特に、下灘駅は、かつては日本一海に近い駅として有名で、多くの人々が撮影に訪れる場所である。また、同エリアでは、夏祭りやほたる祭りなどの地域行事が数多くあり、眼下に瀬戸内海を望むスポーツレクリエーション公園「ふたみ潮風ふれあい公園」や「ふたみシーサイド公園」等の施設も整備されている。

その意味では、同エリアでは「若者を中心とした集客装置強化」の在り方をシティプロモーションの柱に据え、スポーツやアートに関連した観光交流プログラムの打ち出しを通じて若者が四季を通じて同エリアを訪れたい環境整備の在り方に資するアクションプランの立案を試みた。

【シティプロモーションで留意すべきポイント：双海エリア】

若者を呼び込むスポット開発強化

- 風光明媚な地域資産・資源を最大限に活用し、スポーツやアートを基軸とした交流プログラムの開発を通じた交流人口の活性を図る。
- 特に映画やドラマ等で有名となった下灘駅の利活用や周辺に立地する観光施設・交流施設の活性を視野に、地域資源・資産の可視化・価値化を図っていく。

3.2.3. 中山エリアでの考え方

中山エリアは国道 56 号沿いに様々な交流施設・機能が立地しているエリアで、農林業が主体の地区である。中山栗は日本三大栗として知られており、「そば」や「しいたけ」の栽培も盛んである。また、同エリアにはクラフトの里や特産品センター等の体験型交流施設も整備されており、ほたる祭りや中山栗まつり等の地域行事もある。

今後は、国道 56 号沿線に点在する様々な諸施設や機能を有機的に連携させたシナリオづくりが求められており、「感動・体験価値創造プログラム開発」をシティプロモーションの基本に据え、同エリアを面的に整備しながら地域内外からの誘引を促す環境づくりの在り方を模索することが重要である。具体的には同エリアではシンボルとなる拠点開発が大きなポイントとなるため、例えば、中山高校跡地の利活用や地元食材にこだわった市営レストランの開業等の戦略事業への取組を通じ、同エリアに内在する各施設が相互に補完しあえる環境整備を推進することがシティプロモーションの大きな役割であると考えられる。

【シティプロモーションで留意すべきポイント：中山エリア】

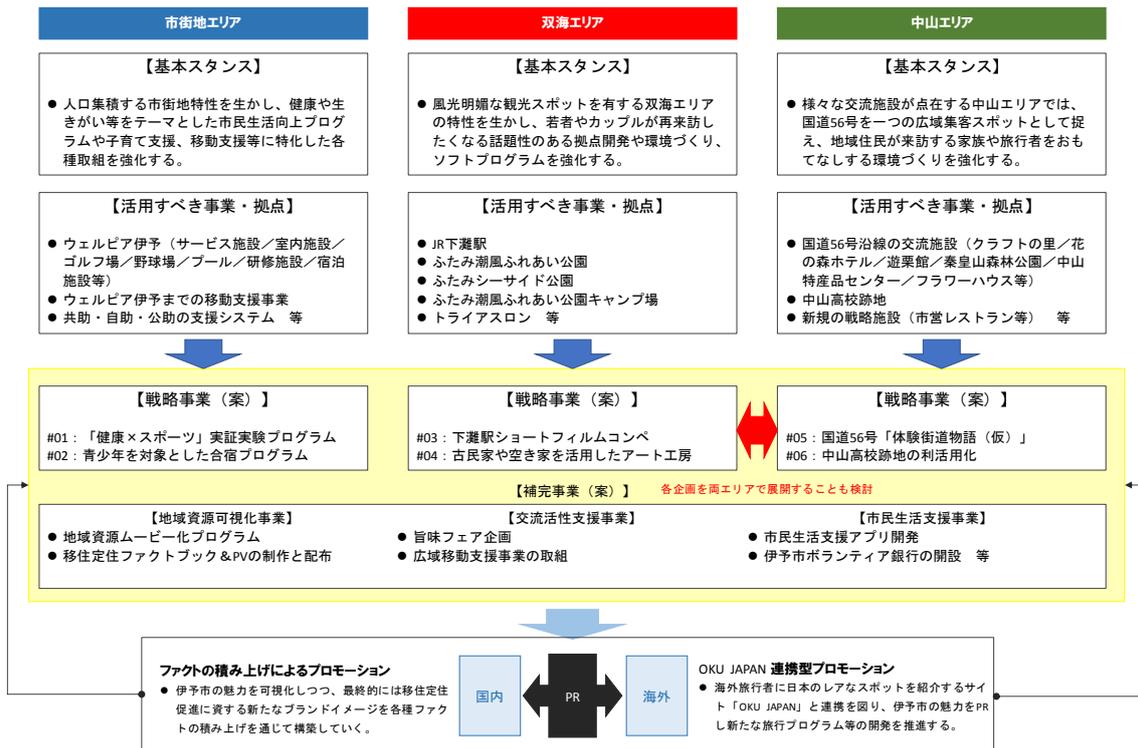
感動・体験価値創造プログラム開発

- 国道 56 号に点在する各施設や機能を有機的に連携させた感動・体験価値を提供していくシナリオづくりを促進する。
- また、同エリアで目玉となる新たな観光交流機能・施設の開発・整備も検討する（例えば、中山高校跡地の利活用や市営レストランの開業等）。

4. 各エリアを特徴化する各種事業の考え方

3つのエリアの地域特性を踏まえ、伊予市のシティプロモーションの在り方を展望し、そこに必要とされる「戦略事業」「補完事業」、その全体を取りまとめる「プロモーション事業」の方向性を図11のように策定した。

図11 戦略事業及び全体のプロモーション展開構造



4.1. 各エリアにおける事業展開の基本スタンス

市街地エリアでは、「人口集積する市街地特性を生かし、健康や生きがい等をテーマとした市民生活向上プログラムや子育て支援、移動支援等に特化した各種取組を強化する」を基本スタンスとし、「ウェルピア伊予（サービス施設／室内施設／ゴルフ場／野球場／プール／研修施設／宿泊施設等）の活用」「ウェルピア伊予までの移動支援事業」「共助・自助・公助の支援システム」の構築を促進し、「恒常的な交流事業の再編を通じて市民活力の創出を図っていく」こととする。

双海エリアでは、「風光明媚な観光スポットを有する双海エリアの特性を生かし、若者やカップルが再来訪したくなる話題性のある拠点開発や環境づくり、ソフトプログラムを強化する」ことを基本スタンスに、「JR 下灘駅」「ふたみ潮風ふれあい公園」「ふたみシーサ

イド公園」「ふたみ潮風ふれあい公園キャンプ場」「トライアスロン」等の既存施設・事業を利活用し「若者を呼び込むスポット開発強化」を促進してく。

中山エリアでは、「国道 56 号を一つの広域集客スポットとして捉え、地域住民が来訪する家族や旅行者をおもてなしする環境づくりを強化する」ことを基本スタンスに、「国道 56 号沿線の交流施設（クラフトの里／花の森ホテル／遊栗館／秦皇山森林公園／中山特産品センター／フラワーハウス等）」「中山高校跡地」あるいは同エリアの新たな目玉となる「新規の戦略施設（市営レストラン等）」を基軸に、「感動・体験価値創造プログラム開発」を推進するものとする。

4.2. 各エリアで柱となる戦略事業（案）

上記地域特性を踏まえ、各エリアでの戦略事業（案）を下記（表 1）に示す（概要は「5. 戦略事業（案）の概要」を参照）。但し、下記戦略事業（案）は、あくまで現状ベースの施策であり、今後の方向性を定めるものでないことに留意する。

表 1 各エリアにおいて柱となる戦略事業(案)

市街地エリア	#01：「健康×スポーツ」実証実験プログラム #02：青少年を対象とした合宿プログラム
双海エリア	#03：下灘駅ショートフィルムコンペ #04：古民家や空き家を活用したアート工房
中山エリア	#05：国道 56 号「体験街道物語（仮）」 #06：中山高校跡地の利活用化

4.3. シティプロモーション活性に資する補完事業（案）

一方、補完事業（案）としては、伊予市に内在する地域資源・資産をより多くの人に知ってもらうための「地域資源の可視化事業」の推進が求められる。戦略事業（案）で記載したアート関連の専門家やアーティストと協働しながら、伊予市の魅力を紹介する「地域資源ムービー化プログラム」、伊予市シティプロモーション事業の最終目標である移住定住促進に向けた「ファクトブック」や「プロモーションビデオ」の制作への対応が必要とされる。

また、交流を様々な観点から促すために、伊予市の産業特性（例えば、出汁の文化）を最大限に生かし、青少年等の食育事業も含めた「旨味フェア企画」の検討、さらには各交流施設へのアクセスを促す「広域移動支援事業」等の取組も欠かせない視点となる。

さらには、伊予市民自身がシティプロモーション活動に直接的・間接的に関与できる仕組みづくりも重要で、市民のクオリティオブライフに資する「市民生活支援アプリ開発」の今後の在り方や普及システムの検討、各種事業に市民が「おもてなし隊」として協力するためのモチベーションアップ施策としての「伊予市ボランティア銀行の開設」についても関係機関と協働してその内容や具現化に向けた調整を図っていくことが必要であると考ええる。

なお、上記の補完事業（案）は行政主導で取り組む必要があることから、庁内や議会での合意を基にプライオリティ（優先順位）をつけながら中長期に推進しなければならない。

4.4. 全体を統括するプロモーション事業

戦略事業（案）や補完事業（案）と合わせて重要な対応となるのが、それらのファクトを通じて打ち出すプロモーション事業への取組である。

プロモーション事業には大きく分けて、国内向けと海外向けの 2 つのプロモーション事業が考えられる。国内向けでは、主に、移住定住促進を視野に、伊予市の魅力を分かりやすく国内で広く訴求し、観光交流等を通じて伊予市のまちの価値や住むことの魅力を理解してもらうことが重要で、ある意味、ブランディング事業（あるいはレピュテーションアップ＝評判向上）に資する取組と言える。

一方、海外向けのプロモーション事業はインバウンド活性に対する環境づくりや仕組みづくりが必要とされる。海外向けのプロモーション事業は、伊予市が今後、インバウンドに対してどこまで本格的に取り組むかという市政に直接関わることであるため、当面は、大手旅行代理店や外国人旅行者への観光プログラム等を提供している事業者との連携をベースに、新たな旅行プログラムの開発や PR 手法の在り方を検討していくものとする（注：本調査事業の段階では、英国に拠点を持つ「OKU JAPAN」との連携の在り方を模索している）。

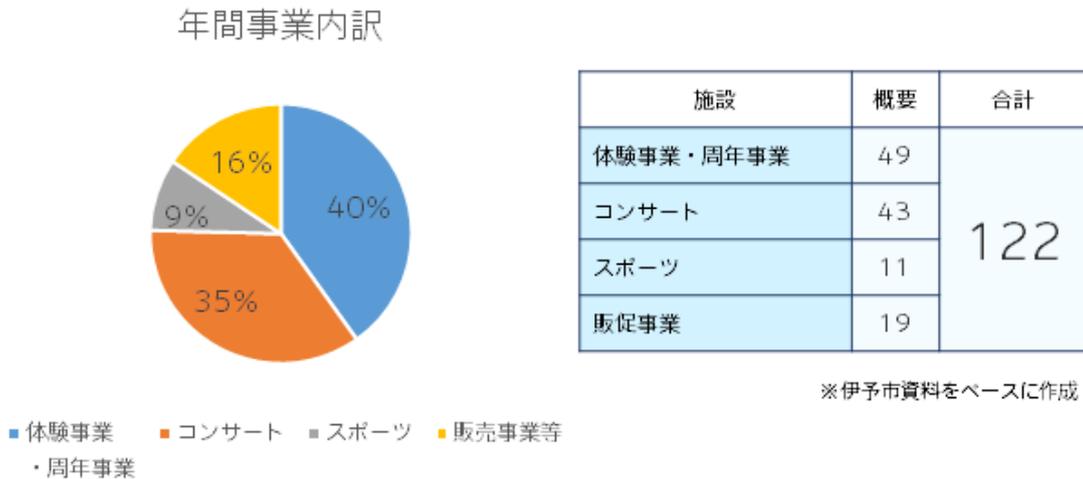
5. 市街地エリアにおける戦略事業の概要

市街地エリアでは、ウェルピア伊予の利活用を基本に、「健康×スポーツ」を基軸とした実証実験プログラムの開発及び青少年を対象とした合宿プログラムの開発の方向性について概要を整理する。

5.1. ウェルピア伊予の施設利用状況と今後の開発方針（案）

ウェルピア伊予の公式 HP をベースに年間の事業数を整理すると、約 122 件の事業があることが分かる。内訳は「体験事業・周年事業」関連が 49 件（40%）、「コンサート」関連が 43 件（35%）、「スポーツ」関連が 11 件（9%）、「販促事業」関連が 19 件（16%）となっている（図 12 参照）。これらの事業の多くは地域住民対象の交流事業が中心であると考えられ、市外・郊外から広域的に人を集める事業は少ない。

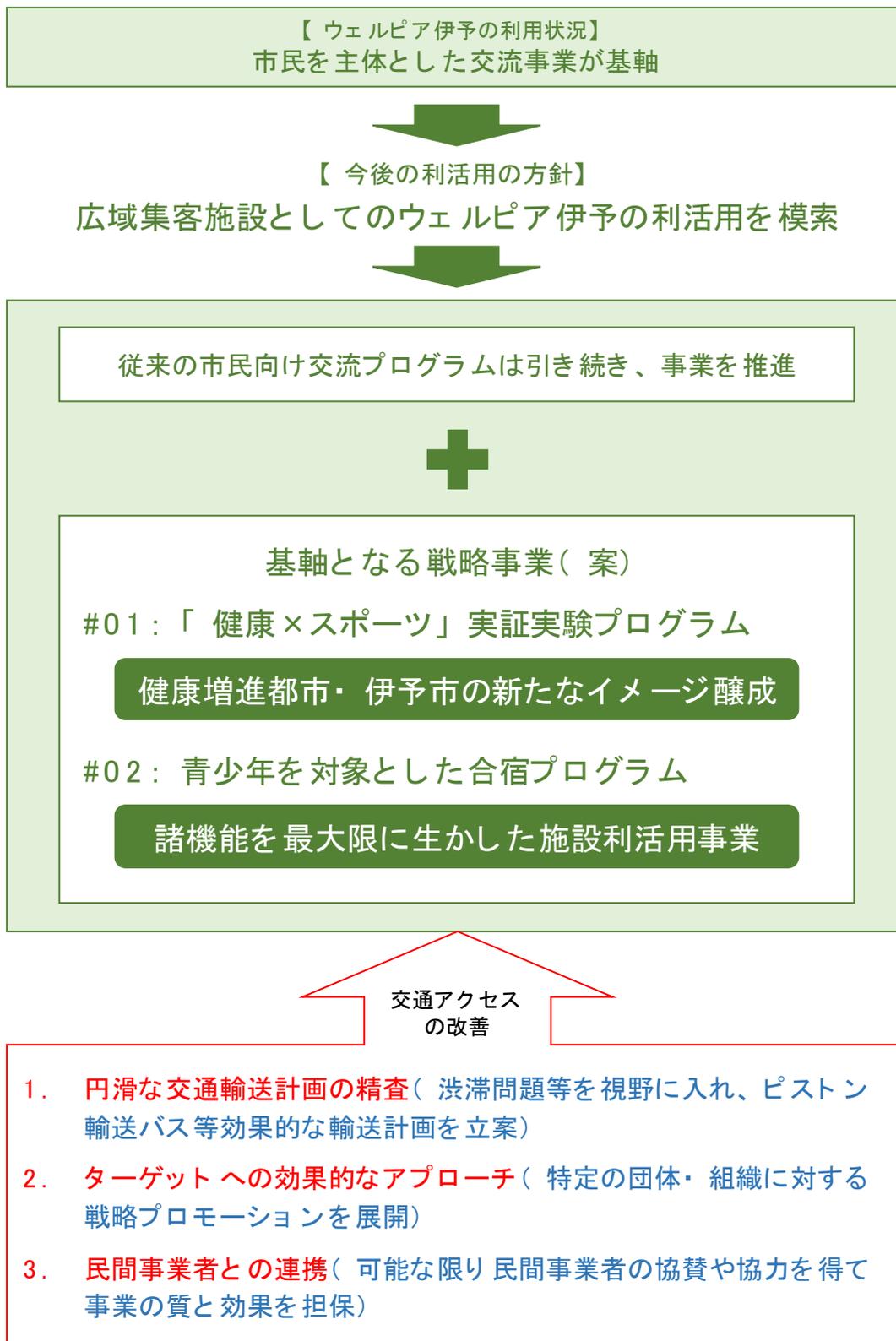
図 12 ウェルピア伊予の年間の事業概要



ウェルピア伊予は駐車場をはじめ広大な敷地面積を有し、数多くのアクティビティを打ち出せる諸機能が整備されている。その特性を最大限に生かせば、ウェルピア伊予は広域集客施設としての可能性を秘めており、今後のプロモーション戦略において貴重な交流基盤となることが考えられる。

よって、今後は、図 13 に示すように、広域集客を視野にウェルピア伊予のポテンシャルを最大限に引き出した交流事業の在り方が問われている。そのためには、ウェルピア伊予の運営方針を抜本的に改革し、民間事業者の知恵やノウハウを生かしながら、市民は勿論、市外の人々も巻き込んだコア事業の在り方を模索する必要がある。

図 13 ウェルピア伊予の今後の利活用の視点



具体的には「健康×スポーツ」を基軸としたプログラム開発、宿泊施設機能を生かした合宿誘致関連プログラム等の在り方を検討し、広域集客拠点として伊予市の新たなシンボルとなる施設運営の在り方を模索していくことが必要だと考えられる。特に、医療費問題は各自治体におけるソーシャル課題であるため、域外関係者（医学部のある県内の大学機関や医療・健康関連のプログラム開発に精通した民間事業者等）との連携は必須となる。

また、その際には、ウェルピア伊予へのアクセスの在り方（円滑な交通輸送計画の精査）、年間で安定した利用を促すための事業運営の在り方（特定の団体等に対するターゲットへの効果的なアプローチ手法の模索）、そして施設運営の柔軟性や潜在価値を引き出すための運営形態の在り方（指定管理者に基づく単なる施設の維持・運営ではなく、民間事業者が事業やプログラムに投資をしたいと思う官民連携事業等の模索）等について伊予市の他局をも巻き込んで戦略的に検討を深めることが必要とされる。

5.2. 「#01：「健康×スポーツ」実証実験プログラム」の概要

本事業は、ウェルピア伊予を、スポーツを通じて市民の健康増進を図る戦略拠点として価値化していく企画である。

現在、医療費は国全体では年々高騰し国家財政を逼迫する一因となっている（2012年度の医療給付費は国全体で35.1兆円）。また、今後の少子高齢化の流れで後期高齢者医療制度の問題や介護費用の上昇など、健康づくり及び健康寿命の延伸は国家レベルで対応すべき課題となっている。

伊予市には保健機関として「伊予市保健センター（伊予市総合保健福祉センター内）」「伊予市中山保健センター」「伊予市双海保健センター」が整備されているが、保健機関という施設の特性上、予防医学に特化したプログラムは十分に整備されていない。その補完事業の一環として、ウェルピア伊予を健康増進の拠点として利活用することの意義は高い。

具体的にはプール機能や体育館機能を活用し、高齢者を対象とした健康増進プログラムを提供し、医療費抑制に各施策がどのような効果を発揮できるのか、長期的な観点で実証実験を行う施設として位置付ける。

プログラム運営については、愛媛大学医学部、県内の福祉・健康関連企業、さらには指導者等を提供してくれるスポーツ関連組織と連携を図り、市内の高齢者（65歳以上）を対象とし実証実験に参加してくれる会員を公募、アクアビクス等の健康プログラムへの参加により医学データや身体機能の経年変化を追跡していくものとする（表2及び図14参照）。可能であれば、県の補助金や国の補助金を組み入れた実証実験のスキームを開発し、伊予市の公的費用の負担軽減を目指す。

表 2 ウェルピア伊予でのスポーツ×健康増進プログラム展開概要（案）

■提供プログラムイメージ（案）

- アクアビクス（水中での健康体操）
- 室内体育施設を活用した健康体操

※指導者の確保、健康プログラムの開発等が必要

※また、指導者等にはアスリートのセカンドキャリアの観点から事業を運営することも検討

■チェックする項目

- 参加毎の血圧、脈拍のチェック
- 食事メニューのチェック、アドバイス
- 対象期間中のその他運動行為の有無 等

■会員イメージ（案）

- 週一回会員（ウェルピア伊予周辺の高齢者を対象）（200名）
- 隔週会員（2週間に一度、ウェルピア伊予にアクセスできる高齢者を対象）（200名）
- 月一会員（遠隔地の高齢者を送迎バス等を活用しながら集客）（100名）

※会員の健康増進の取組レベルに応じて医療費抑制の違いを測る

■調査項目

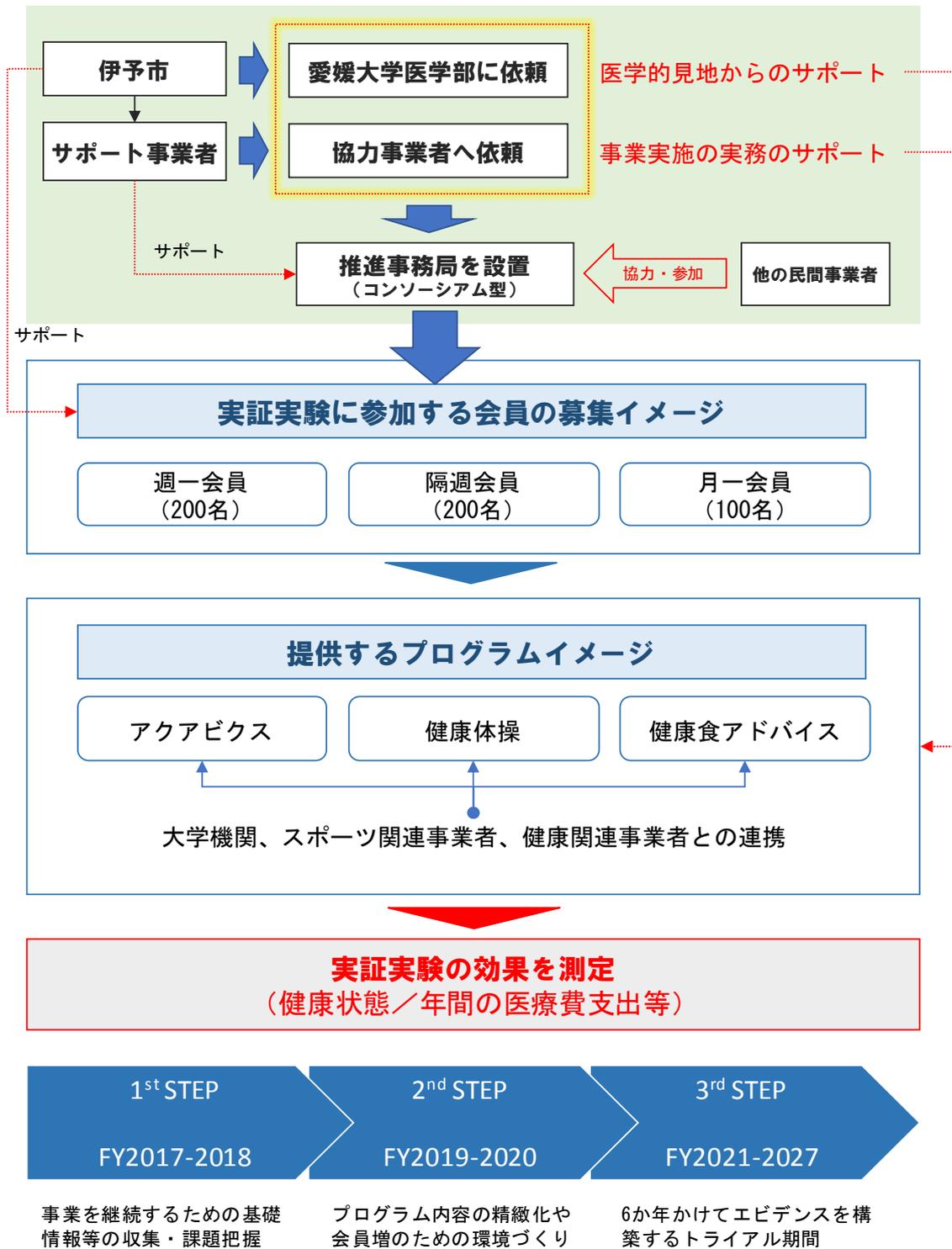
- 各会員の医学データを参加毎に収集し解析（愛媛大学）
- 個々人に適した運動プログラム開発（民間事業者）
- 個々人に適した健康食アドバイス（民間事業者）

■目標

- 各年に会員の年間医療費と非会員の医療費を比較し、医療費抑制効果を検討
- 基本、10か年の実証実験として推進し、エビデンス（＝科学的根拠）を収集

※高齢者が生き生きと暮らせる町・伊予市というブランドイメージを本実証実験を通じて確立していくことは、最終的には移住定住促進に向けたプロモーション活動において大きなファクト（＝売りとなる事実）となる。

図 14 事業推進体制とスケジュール（案）



■参考資料

山形県村山市では、「クアハウス基点」をベースに、市民の健康づくりのためのプログラムを展開している。

もともとは、当該地で温泉が湧き出たことから、当時の市長が東京大学関係者に施設整備の在り方や環境づくりについて相談することから始まった事業と言われている。大学関係者からの「温浴施設を活用した高齢者向けのアクアビクスプログラムを打ち出しては」とのアドバイスに基づき、高齢者の健康づくりのための温浴施設の利活用プログラムが開発され、一方で、健康づくりにおける医療費抑制効果の有無を東京大学が追跡調査することとなった。

1983年から始められたプログラムで当初は5か年の予定であったが、市民からも好評であり、その後も追跡調査が行われ、平成10年の試算では、年間約7億円の医療費抑制効果があったと言われている（図15、図16参照）。

現在でも村山市民を対象とする健康増進事業（村山市が実施する事業で、健康づくりを実践する団体が、クアハウス基点を利用して行う事業）に対して費用の一部を助成（助成内容：講師料、健康指導料、体力測定料、多目的ホール等（クアハウス基点）、SPAプール利用料。宿泊を伴う場合、一人に付¥2,000助成）している。

最近ではスポーツ吹矢認定研修所も設け、新たな形での健康増進にも力を入れている。

参考事例：図 15 健康づくりを主眼とした市民スポーツ振興（山形県村山市）



人口わずか27,918人（平成18年度）の市でありながら
年間212,000人
が利用（平成18年度）する拠点へと成長



健康づくり

- クアハウス基点では、温泉を活用した健康増進（ヘルスアップ）へのプログラムを数々ご用意しております。年齢・症状に合わせたプラン、また他団体との連携によるプラン、あなたのヘルシーライフへのアプローチをヘルスケアトレーナーがアドバイスします。

*クラブスケジュール(一例)

	日	月	火	水	木	金	土
AM							
PM							

- ウォーキング
- エアロビクス
- ストレッチング
- アクアエクササイズ
(12~3月お休み)
- ステップ
- ダンベル

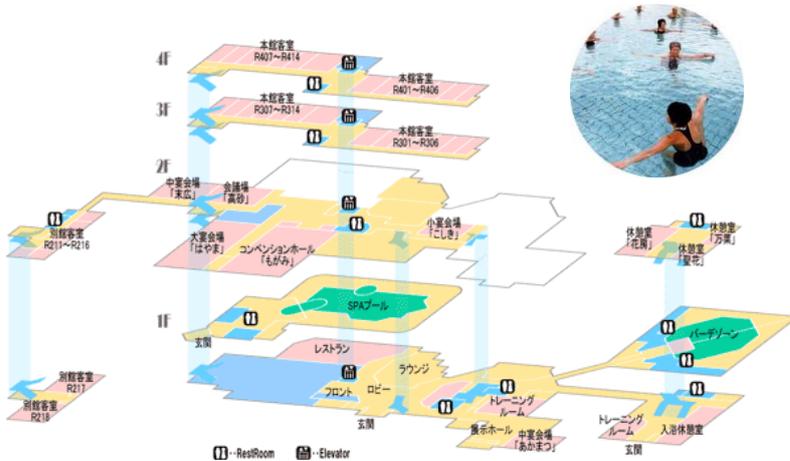
<季節により内容は変更になります。>

クラブGTN

- 運動不足、腰痛、肩こり対策におすすめのストレッチングエアロビクス・アクアエクササイズを中心にした会員制のクラブ（月会費3,500円）。

健康増進事業（村山市民対象）

- 村山市が実施する事業で、健康づくりを実践する団体が、クアハウス基点を利用して行う事業に対して費用の一部を助成（助成内容：講師料、健康指導料、体力測定料、多目的ホール等（クアハウス基点）、SPAプール利用料。宿泊を伴う場合、一人に付¥2,000助成）。



Health Up Plan 温泉でダイエットの決定版 **ヘルスアッププラン**

専門知識を持ったヘルスケアトレーナーが、お客様一人一人に合わせて最適なプランを作成しご指導致します。お食事管理指導士が作成した、おいしくバランスのとれたメニューをご用意。

※コース料 ¥1,980 (税込)

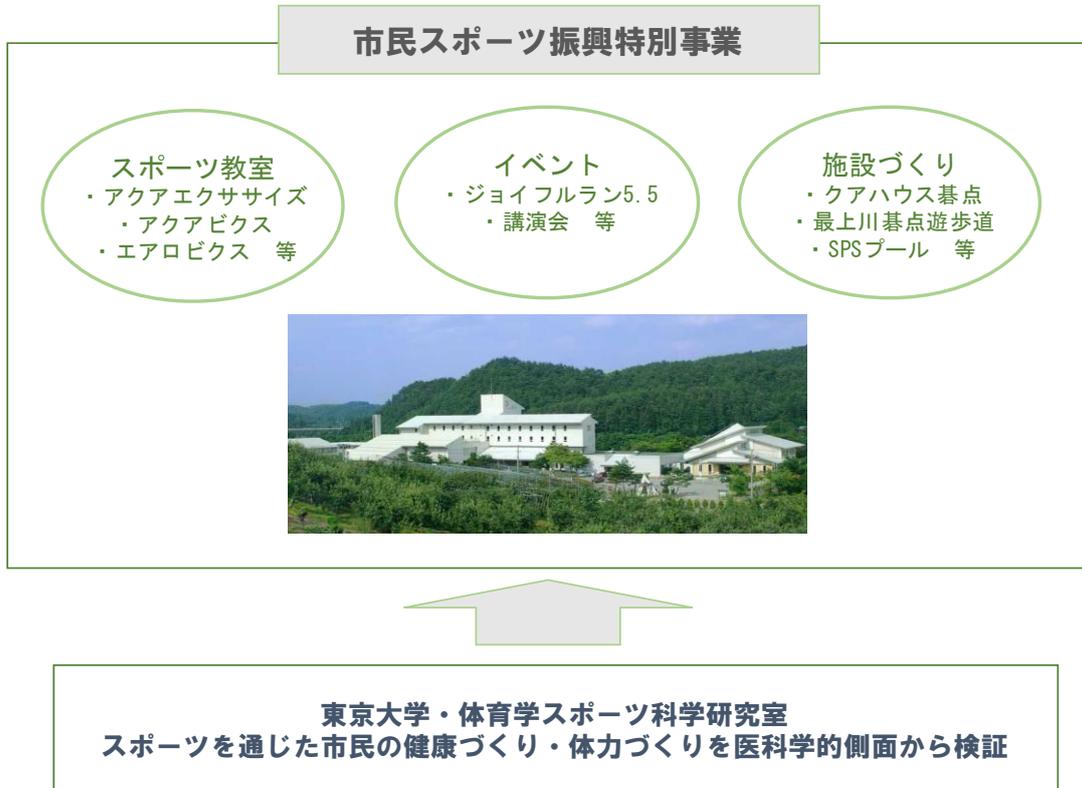
※1日目：入浴チェック・健康診断・エアロバイクトレーニング・サーキットトレーニング
※2日目：アクアエクササイズ・ウォーキング・ストレッチング・食事指導

<<1名様分>>
 総料金 **11,700円**
 ※お風呂：お風呂の料金は、1,000円増し
 ※お食事は別料金（1人1,000円）
 ※お飲み物は別料金（1人1,000円）
 ※お土産は別料金（1人1,000円）
 ※お着替えは別料金（1人1,000円）
 ※お着替えは別料金（1人1,000円）

スポーツ吹矢認定研修所

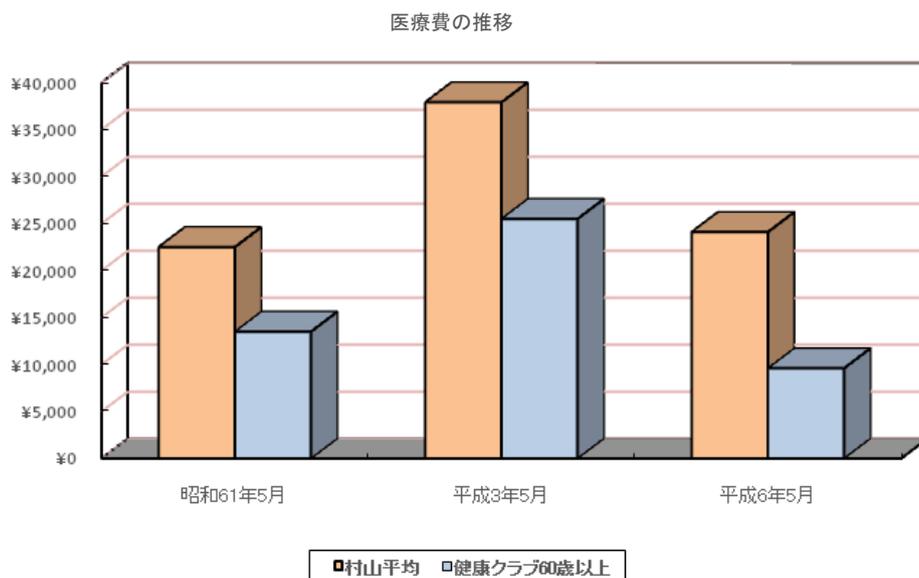
クアハウス基点は
スポーツ吹矢の認定研修所です

参考事例：図 16 アクアビクスで高齢者の医療費を抑制（山形県村山市）



- ・温泉地クアハウス基点の整備を基軸に、市民スポーツ振興特別事業がスタート（1983年）
- ・当初は5か年計画であったが、好評であることからその後、継続的に事業は行われている。

年間約7億円の医療費削減効果があった（平成10年試算）



5.3. 「#02：青少年を対象とした合宿プログラム」の概要

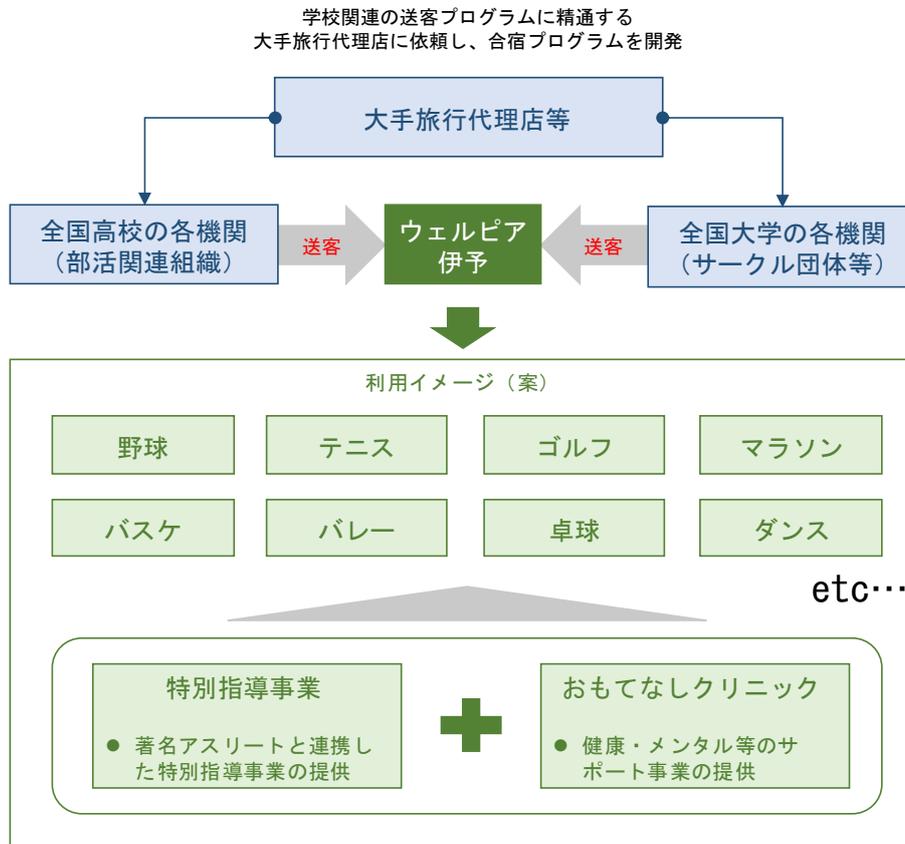
本事業は、域内外の青少年を対象にウェルピア伊予のスポーツ機能・合宿機能・研修機能を生かし新たな交流を育むための企画である。

ウェルピア伊予には、現在、スポーツ施設（野球場及びテニスコート、室内体育施設等）と合宿施設・研修施設があるため、これらの資産を最大限に利活用し、高校生の部活及び大学生のサークルを対象とした合宿プログラムの開発を検討する（図 17 参照）。

具体的には大手旅行代理店等と連携回り、春、夏、秋の期間で集中的にスポーツ活動を営める環境づくりの在り方を官民連携で模索する。

その際は、単にビジネスとしての利用活性を図るのではなく、将来利用者が社会人や家族を持った世代になった時、伊予市への再来訪を促す重要なステークホルダーとして捉え、ウェルピア伊予ならではのおもてなし企画も充実させ、伊予市への愛着や親近感を醸成していく。また、民間のスポーツ関連組織と連携し、合宿中に特別に著名な指導者によるクリニックが受けられる付加価値事業等の在り方も検討し、ウェルピア伊予を利用するメリットや価値を提示していくものとする。

図 17 合宿プログラムの展開イメージ(案)



■特別指導事業

ウェルピア伊予で合宿する団体・チームに対して、スキルアップ等を図るための特別指導事業の在り方を模索する。

具体的には各界で活躍した元トップアスリート等を指導者として招聘し、合宿中に特別指導を受けられるプログラムを提供していく。また、指導者向けセミナー等も研修施設を利用して行える環境づくりも検討する。

将来的（理想的）には愛媛県出身の元アスリートのセカンドキャリアの場として機能しうる仕組みづくりや環境整備を強化していく。

【想定連携先】

- ✓ 愛媛オレンジバイキングス（バスケットクリニック）
- ✓ 愛媛FC（サッカークリニック）
- ✓ 愛媛マンダリンパイレーツ（野球クリニック）
- ✓ 各種目のトップアスリート等（指導者向けプログラム）

■おもてなしクリニック

ウェルピア伊予で合宿する団体・チームに対して、選手やアスリートのコンディション維持に係るおもてなしクリニックを提供する在り方を模索する。

具体的には、関連（あるいは専門）事業者と連携し、体幹の作り方や体のバランスを再調整する柔道整復、ケガをした場合のリハビリ、あるいは体調管理のための食事メニュー開発や栄養指導等を中心に、アスリートが最高のパフォーマンスを発揮するためのアドバイス等を提供していく。

【フィットネス関連事業者】

- ✓ 医療に関する教員等の活用
- ✓ 作業療法士／鍼灸師
- ✓ 理学療法士／柔道整復師等

【栄養関連事業者】

- ✓ スポーツ選手のための献立作成
- ✓ レシピ開発
- ✓ 栄養指導／運動指導
- ✓ コンピューター診断による食生活改善個別指導
- ✓ ダイエット指導／健康運動指導等

6. 双海エリアにおける戦略事業の概要

同エリアでは、基本的に全国的に知名度の高い JR 下灘駅や風光明媚な同エリアの地域資産・資源の活用を中心に、アート関連の領域とのコラボレーションを通じた価値化を図っていくものとする。また、アート関連の人材が同エリアで制作活動を行いやすい環境を提供することを目指し、中長期の視点で空き家や古民家等を工房として利用できる事業の在り方も展望していくものとする。

6.1. 「#03：下灘駅ストーリー・ショートフィルムコンペ」事業

毎年一定の期間に、JR 下灘駅を舞台とした 3 分程度のショートフィルムの作品の質を競うコンペティションを展開していく。

作品の応募はプロアマ問わず、下灘駅を舞台に、恋人や家族、旅等、様々なテーマをモチーフに短編映画を制作してもらう。

当面は、ショートフィルム制作を支援する別所哲也氏等ショートフィルム制作に精通した人材にアドバイザー協力を要請し、毎年、若いアーティストがここで腕を磨ける恒例行事として定着化させ、その作品を広く内外に発信することで映画ファンが同エリアを来訪する仕組みづくりを進める。

毎年 6 月に開催される「ショートショートフィルムフェスティバル&アジア」は、アジア最大級の短編映画祭であり、2004 年に米国アカデミー協会より認定を受け、日本で唯一の米国アカデミー賞公認短編映画祭となっていることから、最終的には同エリアで制作された短編映画などがこうしたビッグイベントにも出展できるアーティストの育成に力を入れ、伊予市のシティプロモーションに資する事業へと展開していくことが理想とされる。

また、別所氏が率いるショートショートフィルム事業では、図 18 に示すように、各自治体との連携も展開していることから、同事業者との連携等を模索し、地域活性の視点からショートフィルム事業の在り方を展望することも必要となる。

■参考資料：ショートフィルム

ショートフィルムとは、長くて 30 分、短いものはわずか 1 分という「ショートフィルム」。日本では「短編映画」と訳されるが、映像文化の先進国アメリカや、ショートフィルムの歴史の長いヨーロッパでは、通常の映画とは区別され、映像表現のジャンルとして確立している。ジョージ・ルーカス、フランシス・コッポラ、スティーブン・スピルバーグ、スタンリー・キューブリック、リュック・ベッソン etc…全てのハリウッドメジャーともいえる映像監督もショートフィルムからスタートする。ここ近年日本でも、通常の長編映画にはない強いメッセージ性が特徴となり、次世代を担うビジュアルコンテンツとして注目を集

めている。

(出典：ショートショート HP より、<http://www.brillia-sst.jp/shortshorts/>)

図 18 別所氏が手掛けるショートショート事業





別所哲也（俳優／事業家）
静岡県出身。慶応義塾大学法学部法律学科卒業。横浜市専門員、映画倫理委員会委員、NHK国際放送番組審議会委員など、数々の有識者メンバーに名を連ねる。

<http://www.shortshorts.org/join/ja/index.php>

1年を通じた ShortShorts

ショートフィルムの総合ブランド「ShortShorts」は、ショートショートフィルムフェスティバル & アジア、ブリリア ショートショートシアター、コンテンツを通じて映像文化発信の担い手となっています。

ショートフィルムを観る
常設の映画館以外にもお手持ちのスマートフォンやパソコンからご覧いただけるショートフィルムの情報配信

ショートフィルムについて学ぶ
映像に関する著名人を招いたイベント、ワークショップの動画配信

ショートフィルムを応募する
アジア圏唯一の米国アカデミー賞公認国際短編映画祭への応募情報

ショートフィルムを応募する
SSFF & ASIA について詳しく知る
ショートショートフィルムフェスティバル & アジアについて

ショートフィルムを扱います
世界中のハイクオリティなショートフィルムのコンテンツホルダーとしての活動情報

ショートフィルムを買います売ります
世界中のハイクオリティなショートフィルムのコンテンツホルダーとしての活動情報

ショートフィルムが行っているプロジェクト
さまざまな企業・行政団体とのプロジェクトのご紹介

監督や作家さんつながろう
毎年5000本以上の作品が集まる国際短編映画祭から広がる世界へのネットワーク

SSFF & ASIA について詳しく知る
ショートショートフィルムフェスティバル & アジアについて

2011
2010
2009
2008

■Short Film & TOKYO プロジェクト



環境未来都市にふさわしいまちづくりを進める横浜市は、横浜を舞台にしたショートフィルム『一粒の麦』を製作いたします。日本のパンの発祥の地のひとつと言われる横浜。『一粒の麦』は、この事実と、横浜市内に小麦畑があるという驚きから生まれました。横浜元町に実在する横浜一古いベーカリーをモデルに脚本が作られ、劇中に登場するパン屋の4代目店主が、創業当時のパンの味を取り戻そうと奔走するこの物語は、大地の恵みを味わう喜び、そして多様な背景を持つ人々の共生、絆を描きます。

■横浜市 × SSFF & ASIA コラボレーションプロジェクト

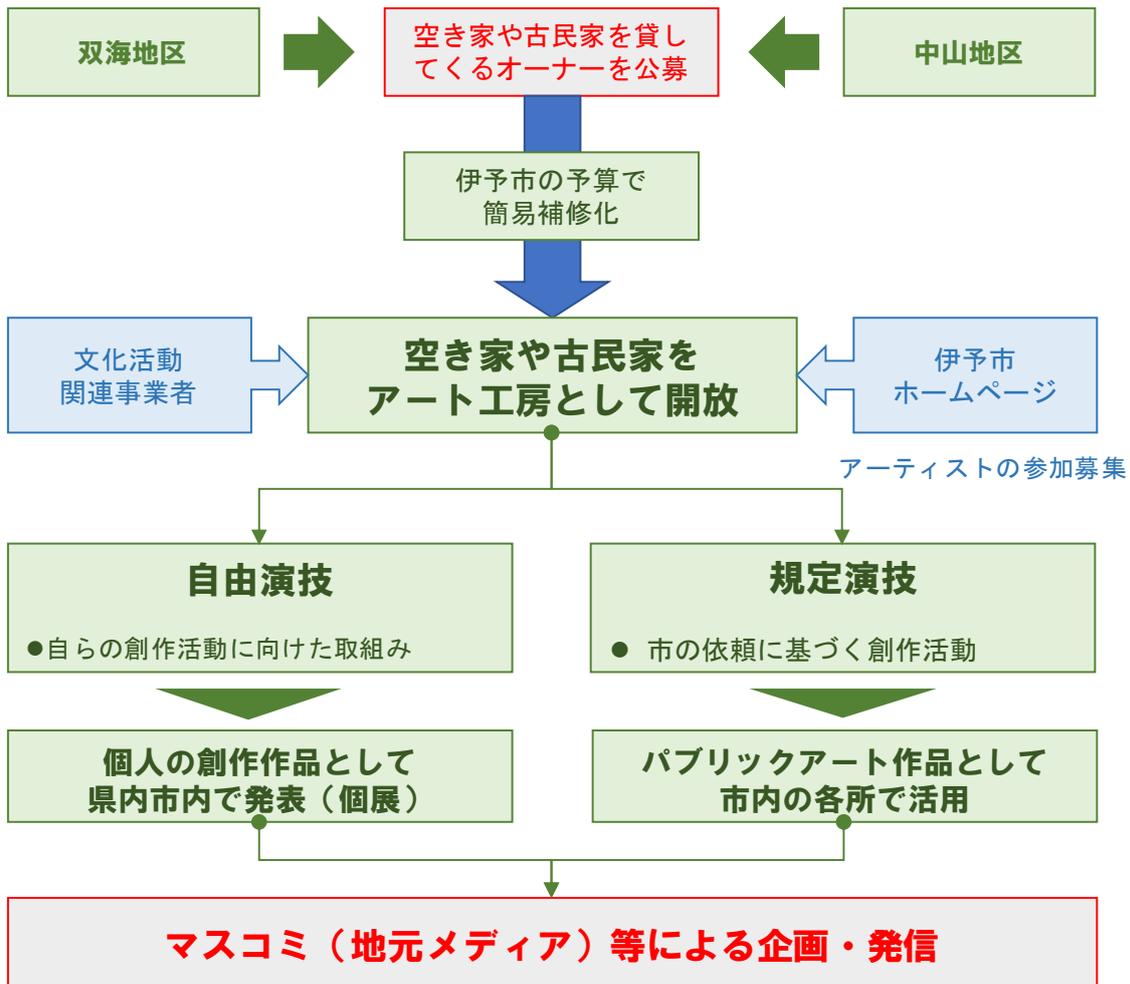
SSFF & ASIAは、東京都と共に「東京ブランド」推進事業について『Short Film & TOKYO プロジェクト』と題した企画を発足しました。SSFF & ASIAが輩出してきた監督等の人材を活用して、国内外に「東京ブランド」を広く浸透させるとともに、映画祭受賞者の認知度向上による本映画祭の魅力向上、若手映像制作者の育成等を図ります。



6.2. 「#04：古民家や空き家を活用したアート工房」整備事業

伊予市の豊かな自然環境を生かして様々なタイプのアーティストが創作活動を営めるよう、双海エリア及び中山エリアを対象にアーティスト専用の工房を開設、廉価で貸し出す企画を検討する（図 19 参照）。

図 19 アート工房プロジェクトの構造(案)



工房は基本、各エリアの古民家や空き家を改修して貸し出す形態とする。

具体的には、若手アーティストと豊富なネットワークを有する文化活動関連事業者等のアートイベント集団・機関と連携し、全国のアーティストから伊予市で創作活動を欲する若者を公募、古民家や空き家を工房として活用しながら創作活動を行ってもらうキャンペーンを展開する。

アーティストは自分が求める世界観の創作活動（自由演技）を行ってもらうことは勿論、一方で伊予市の地域資産・資源を対象とした創作活動（規定演技）にも取り組んでもらう。

規定演技で制作された作品については、パブリックアート作品として伊予市内の各所で展示・活用するなどの対応を図り、また、同作品等を市内・県内及び全国へと情報発信できるような様々な形での情報発信に協力していく。さらに、彼らが創作した自由演技の作品等においても、伊予市内のみならず愛媛県内等で幅広く同作品を紹介するアートイベント等の取組にも力を入れ、同エリアが若手アーティストを育成するラボ拠点として機能させる環境づくりを強化していく。

一方、後述する「OKU JAPAN」と連携を図りながら、海外のアーティストにも情報を発信し、グローバルな展開等も模索していく。

これら一連の取組については、事業開始当初から地元メディアと連携し、事業がどのように行われ、また、若手アーティストがどのように巣立っていくのかをドキュメント形式で取材し、一つのアーカイブ作品として残していくことも検討する。

■参考資料：伊予市がアーティストに依頼する作品概要（規定演技）

◆ 創作アート関連

- 市内の主要公園に設置する屋外パブリックアート作品
- 市内公共施設等で活用するベンチやステンドグラス等の作品
- 特定の地域資源・資産を対象としたアート作品（写真・絵画・風景画等） 等

◆ アーキテクト関連

- ✓ 古民家や空き家の再生事業
- ✓ 市内の主要公共施設のリデザイン化（外観や室内等の改修）
- ✓ 市内主要公園や街道、街区等のランドスケープアーキテクト 等

◆ デザイン関連

- 伊予市 HP のリニューアルデザイン
- 市内でプロモーションしたい戦略商材等のパッケージデザイン 等

7. 中山エリアにおける戦略事業の概要

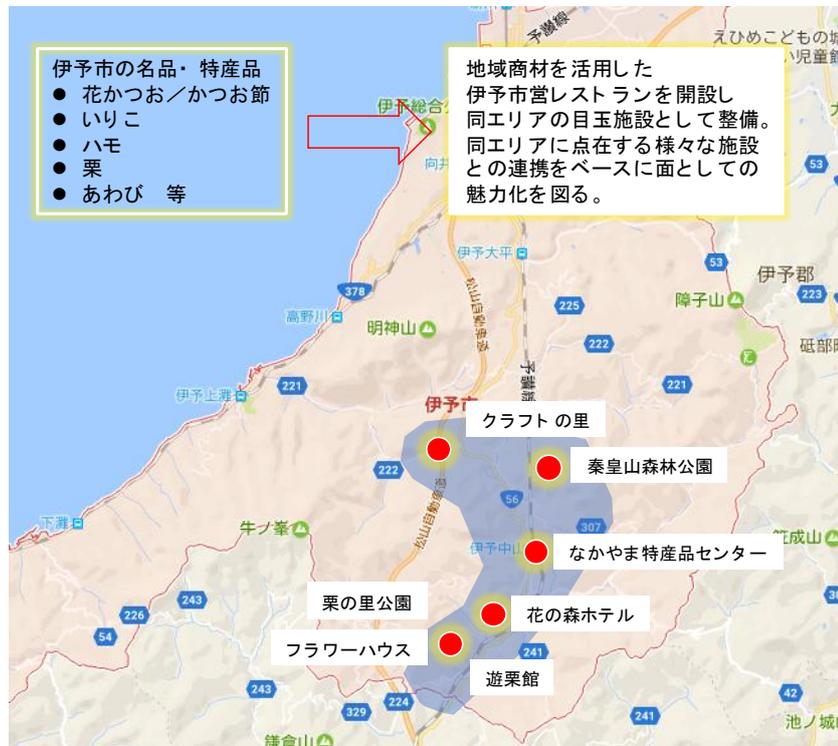
同エリアでは、国道 56 号沿線に様々な交流施設等があることから、点と点を線や面として機能させていくエリアブランドを基軸に戦略事業の在り方を展望していく。具体的には、国道 56 号を訪れる様々な利用者に対し、新たな体験価値を提供することを目的に、「体験街道物語（仮）」と題したエリア全体のトーン&マナーを強化する取組を図り、一方、廃校となった中山高校跡地の機能を最大限に生かした交流事業の在り方を模索していく。

7.1. 「#05：国道 56 号「体験街道物語（仮）」事業

伊予市内の国道 56 号には、「クラフトの里」「秦皇山森林公園」「なかやま特産品センター」「花の森ホテル」「栗の里公園」「フラワーハウス」「遊栗館」等、人々をおもてなしする様々なロケーションや施設が整備されている。

この国道 56 号を伊予市への来訪を促す新たなシンボルロードとして位置づけ、体験事業や観光等に特化した各種機能を強化していく。

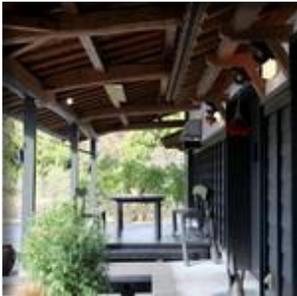
具体的な目玉としては、伊予市の旨味（あるいは中山地区の栗）を前面に押し出し、市内で採れた食材をふんだんに使った伊予市営レストラン等の開設を目指す。具体的にはプロジェクトに共感してもらえ、質の高い食材とメニュー開発により、地元の人にも訪れたい話題性の高いレストラン運営を目指す（イメージは島根県の「里山レストラン AJIKURA」）（図 20 参照）。



参考資料: 図 20 島根県の「里山レストラン AJIKURA」

0855-95-2093
※カーナビを利用される方はアクセスについての注意をご覧ください

里山イタリアン
AJIKURA

■里山レストラン AJIKURA 〒696-0103 島根県邑智郡邑南町矢上 3123-4

『A級グルメのまち』と呼ばれる邑南町の厳選食材を使い、素材が持つ本来のおいしさをイタリアンで食べることができるお店。酒蔵を改装した店内は、間接照明の落ち着いた雰囲気。その中でいただく「石見和牛肉」のステーキ（要予約）は、口の中に入れた途端、口の中いっぱい肉汁があふれ、至福のひと時が味わえる好評で県外からの訪問者多数。また、本格イタリアンを味わえるだけでなく、併設の工房でパティシエが日々創作しているデザートもお楽しみの1つ。

Lunch menu

- スペシャルランチ /6,480円(税込)
- ※2名様より要予約
- AJIKURAランチ /3,780円(税込)
- お肉ランチ /2,700円(税込)
- パスタランチ /1,944円(税込)
- お子様プレート /1,296円(税込)

Dinner menu

- シェフにおまかせシェアコース /
- 2人6,480円(税込)
- 石見ポークコース /4,320円(税込)
- 国産和牛コース /5,940円(税込)
- スペシャルディナーコース /7,560円(税込)
- お子様プレート /2,160円(税込)

7.2. 「#06：中山高校跡地の利活用化」事業

廃校となった中山高校（写真 1 参照）跡地は、現状では中山ホテルまつり等の地域事業の会場として利用されているものの、恒常的な交流企画等の打ち出しが少ない。そのため利活用策として、例えば、民間事業者と連携した利活用方策の在り方を通じて、新たな交流企画の可能性を模索する。

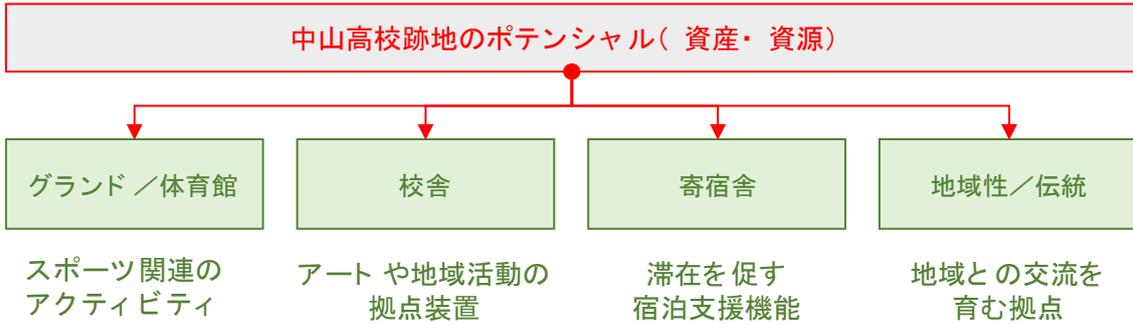
特に旧中山高校は1948年の開校以来、5200名の学生を輩出した伝統のある学校であり、地域との結びつきも強い。そのため、地域とともに様々な形で人々を受け入れるおもてなしスポットとして機能しうる利活用の在り方を検討する。

写真 1 廃校となった中山高校跡地の全景



具体的には、図 21 に示すように、中山高校跡地のポテンシャルを最大限に引き出せるよう、民間の事業者との連携、あるいは同エリアで求められる交流テーマを優先した環境づくりや仕組みづくりの在り方を戦略的に検討することが望ましい。

図 21 中山高校跡地のポテンシャルを活かした事業展開領域の方向性



7.2.1. 民間事業者を優先した場合の事業展開(案)

■愛媛県下のプロチームのサブ拠点化

- 民間事業との連携においては、様々なステークホルダーを有する事業者との連携が中山高校跡地の利活用向上には欠かせなく、例えば、愛媛 FC や愛媛オレンジバイキングス、あるいは愛媛マンダリンパイレーツ等の愛媛県下のプロチームのサブトレーニング拠点としての利活用の在り方を検討する。

■学校法人との連携

- もともと教育機関であった中山高校の特性を踏まえ、愛媛県下の学校法人(私立)との連携により、新たな教育・実習プログラムを打ち出す可能性等を模索する。

7.2.2. テーマを優先した場合の環境づくり・仕組みづくり

■国際ジュニアスポーツ交流拠点化&ホームステイプログラム

- 小学生や中学生のスポーツ(例えば、バスケットやサッカー等)交流をテーマに、毎年、中山高校を舞台とした国際大会開催等の可能性を模索する。その際は、中山エリアでのホームステイ型交流プログラムを模索し、伊予中山の魅力や価値を地域を挙げて体感できる環境づくりを推進する。

■地産地消レストラン(あるいは食堂・売店)機能の強化

- 中山高校跡地を利用する団体や来訪者は勿論、中山エリアを訪れる旅行者等を対象に、地元住民参加によるレストランや食堂、売店機能等を充実させ最低限のホスピタリティを提供するとともに、日常的には中山地区住民の憩いの場(=コミュニティ交流の場)となる拠点としての利用を促進する。

8. 補完事業の概要

シティプロモーションを強化する上で、戦略事業とは別に、伊予市が今後、取り組むべき補完事業の在り方について、以下に整理する。

戦略事業がエリア別に打ち出す施策であるのに対し、補完事業は伊予市全体のシティプロモーションに欠かせない取組であり、伊予市が作成した第2次総合計画の流れ、そこに記載されている政策課題等を踏まえ、「交流活性に資する補完事業」及び「市民生活の質的向上に資する補完事業」の在り方を整理したものである。

8.1. 交流活性に資する補完事業

8.1.1. 「地域資源ムービー化プロジェクト」

伊予市の魅力を広く内外に訴求するために、アーティストと連携して伊予市の名所（写真 2 参照）を映像として紹介するプロモーションフィルム制作プログラムを発足させていく。

具体的には、特定のアーティストと委託契約を結び、ドローンを活用しながら 90 秒及び 180 秒の映像制作を依頼し、そこで制作された映像を各種プロモーション活動等で活用していくことを想定する。

ドローンは今や観光活性に欠かせない制作ツールの一つとなっているものの、アーティストが映像制作で自由に活用できる舞台や財力（機器を購入する余裕等）は少なく、ドローンを活用した映像制作に関心を持つアーティストのメッカとして伊予市を位置付けていくことは、戦略事業を効果的に推進する上でも、補完事業を具体的に展開する上でも効果的な企画であると考えられる。行政が機器貸し出し等（専門家による講習等も含む）を行うことで、アーティストと伊予市との交流機会の設定も可能であると考えられる。

写真 2 想定されるプロモーションフィルムの対象(案)



8.1.2. 「旨味フェア企画」

伊予市に伝わる旨味文化を基軸に、伊予市内の子どもたちに旨味教育を実践していく企画を検討する。可能であれば、伊予市内の小中学校の給食では旨味にこだわった調理法や食材を中心に献立を考え、日本一、旨味の分かる子供たちが多いまちとしての評価を上げていく。

具体的には伊予市内の小中学校の特別事業の一環として、民間のシェフによる旨味料理教室を開催、生徒自ら出汁の取り方や調理の仕方を専門家から教えてもらうプログラム等を普及させていく。

一方、「旨味にこだわる日本一のまち」を内外に知らしめるために、市内の各種交流拠点を使った「旨味フェア」等のイベント開催の在り方も検討する。例えば、お味噌汁部門、ラーメン部門、鍋部門等のカテゴリーを設定し、県内外の飲食事業者が旨味を競い合うイベントを推進し、B級グランプリ等に象徴される食イベントへと拡張していく。

また、海外での日本食ブームの影響から海外シェフが旨味に関心を持っている現状を鑑み、海外のシェフ等による旨味に係る国際イベント（あるいは事業）の在り方も検討していく。

8.1.3. 「トライアスロン事業の拡充の検討」

毎年夏に双海で開催されるトライアスロンの拡充版の在り方を検討する。

現状ではコースの一部として使われる国道 378 号は二車線道路のため交通を遮断してイベントを推進できない状況にあり、参加選手にとっては、側道や歩道を使わなければならない状況となっている。

8.2. 市民生活の質的向上に資する補完事業

8.2.1. 「移住定住ファクトブック & PV の制作と配布」

シティブランドを形成し最終的に移住定住への機運を醸成するには、伊予市で暮らすことの意味と価値をわかりやすく紹介するファクトブックやプロモーションビデオ (PV) を制作し戦略的な地域・都市を対象に配布していく対応が求められる。

ファクトブックには、伊予市の都市環境や自然環境の魅力を訴求することは勿論、移住定住に向けて行政が打ち出す支援策や実際に移住してきた人たちの話を盛り込んだ内容等を中心に編集していく。

また、PV は上記の内容を映像でわかりやすく解説する 3 分程度の映像資料を制作する一方、シティ広報の観点から国内外の旅行者等に魅せられるプロモーションビデオの制作も検討し、各メディア機関への配布あるいは都市部におけるプロモーションイベント等で活用していく。

上記施策と連携して対応する空き家対策推進事業

移住定住促進には、近年、各自治体で空き家を効果的に活用したプログラムを開発する動きが見られる。そのため本事業に合わせ、市内にある空き家を有効活用するための啓発事業も重要な視点であり、移住定住促進事業と合わせて空き家対策推進事業にも取り組む。

具体的には、毎月、抽選で一世帯の人たちが伊予市内の空き家で体験移住できるプログラムを発足させる。基本、滞在に係る経費は水道光熱費のみとして、1 か月にわたり伊予市での生活を体験してもらう（主に引退した団塊世代を中心にアプローチを強化する）。

8.2.2. 「広域移動支援事業の取組」

現状では高齢者等を対象にデマンドタクシー等の対応を展開しているが、今後はこれまで掲出してきた各種企画を円滑に推進するために、JR や地元バス会社、タクシー会社等と連携し、各種交流拠点への円滑なアクセスを確保する環境づくりを検討していく。

また、郊外・県外からの来訪に際しては、松山空港から伊予市へダイレクトにアクセスできる仕組みを模索し、広域集客に対応した支援事業を強化しなければならない。

具体的な対応等は、2017 年度以降、どのような交流企画あるいは市民向け企画を打ち出すかによるため、適切な時期にシティプロモーション活性に資する広域移動支援事業、域内移動支援事業の在り方を精査していくことが必要となる。

8.2.3. 「市民生活支援アプリ開発」

子育て世帯から高齢者までが安心・安全に伊予市で生活できるよう、市民の生活支援に資する専用アプリを開発する（図 22 参照）。

具体的には、高齢者の域内交通を支援するデマンドタクシー予約・配車サービス、忙しい人のための買い物代行サービス等を基本に、商店会等と連携した特売セール、行政のイベントやカルチャー教室に関する情報等をタイムリーに打ち出していく。また、マッピングシステムとも連動させ、緊急避難先に係る情報や病院・公的施設へのアクセス支援を促すソフト等の開発も検討する。

昨今では総務省の補助金等を利活用したタウンアプリ開発の動きがある。また、技術的に進化が著しい ICT 技術により、人々の行動履歴や消費履歴等をビッグデータとして利活用する動きも盛んであり、伊予市の住民ニーズを反映したアプリ開発は、市民生活の質的向上等に寄与する事業ともなる。

事業推進においては、ICT に精通した民間事業者と連携し、伊予市ならではの生活支援アプリの在り方を模索していく。

図 22 伊予市で展開する市民生活支援アプリ開発の参考イメージ



8.2.4. 「伊予市ボランティア銀行の開設」

伊予市で共助精神に溢れたボランティア銀行を発足させる。

同ボランティア銀行に登録すると、お年寄りの買い物代行や単身者の清掃や家事手伝い、学校行事関連のサポート、公的事業（例えば公園の清掃等）、イベントや旅行者等に対するおもてなし行事等、困っている人をサポートする事業への参加が可能となり、参加のたびにボランティアポイントが溜まる仕組みを構築する。溜まったポイントは、逆に自分が困った時にそのポイントを使ってサービスを享受できる環境づくりも推進する。

また、可能であれば、市内で買い物や飲食をする際に、ポイントを使って割引サービスを受けられる企画等も検討し、伊予市は市民が協働して地域を支えあう日本一の都市として評価される環境づくりに取り組む。

同様のシステムは、既に新潟県の長岡市で展開されている。

長岡市社会福祉協議会が立ち上げた「ボランティア銀行」事業は、高齢者や心身障害者などサービスを必要とする方を「利用会員」、熱意を持ってこの事業に協力してくれる人を「協力会員」として活動する、住民相互の助け合い事業である。同事業は、長岡市社会福祉協議会を実施主体とし、地区住民の福祉の向上を図ることを目的に組織され、地区福祉会・地区社会福祉協議会を実施機関としてサービスを行っている。今後は市内全地区の地区福祉会・地区社会福祉協議会において、サービスを順次展開していく予定だという。

長岡市のボランティア銀行



ボランティア銀行

【サービスの内容】

- 食事の世話／住居等の掃除／身の回りの世話／買い物など、特に技術等を要しない軽易なサービス

【サービスを利用した場合】

- 利用負担は1時間につき300円(生活保護世帯は無料)

【サービスに協力した場合】

次の(1)(2)のいずれかを選択できる。

- ① 1時間につき1点として積み立て、将来利用会員となった場合にその点数(総活動時間)に応じてサービスを受ける
- ② 1時間につき300円を謝金として受け取る

【サービス提供時間】

- 原則として、日曜・祝日を除く、午前9時から午後5時までのうち、一日6時間以内

9. 全体のプロモーション事業の考え方

前掲までに記述した各種施策（「戦略事業」「補完事業」）は、シティプロモーションを推進する上でファクト（＝事実）を積み上げるための取組であり、そうした事業に着手した後は、それらのファクトをベースに、伊予市のレピュテーションアップ（＝評判の向上）を図ることが求められる。

具体的には国内におけるプロモーション展開と海外に向けたプロモーション展開が必要とされ、それらプロモーション展開を通じて伊予市の新たなイメージ形成や伊予市への来訪を促す環境づくりを推進することが必要とされる。

9.1. 国内におけるプロモーション展開

国内におけるプロモーション戦略では、様々な取組の実績・効果等を一つのファクトとして積み上げ、伊予市の価値を広く内外に知らせ移住定住促進に向けた環境づくりを育むことと、伊予市への来訪活性に資するPRを展開していく必要がある。

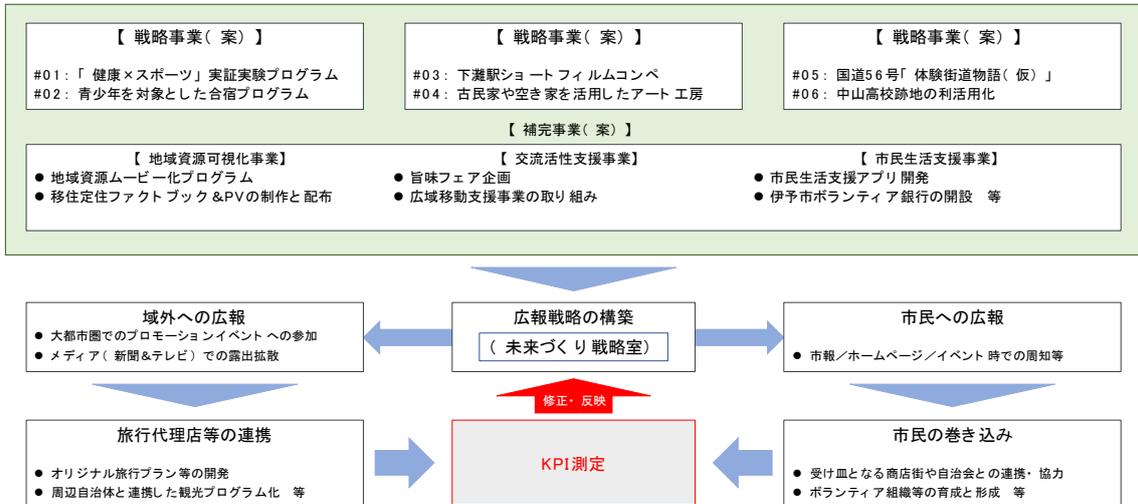
今後は、シティプロモーションの観点からどのような戦略を柱にするのか、関係者と協議しながら広報戦略の骨子を中長期観点から構築し、その流れを域外及び市民に向けて情報発信していく必要がある。

域外への広報については、大都市圏で展開されている各種イベント（例えば、TOKYO DESIGN WEEKで展開されるJAPAN DESIGN WEEK＝地域活性化を支援するデザイン事業、百貨店等で開催される地域物産展、都市圏の広場等で展開される食イベントや音楽イベント等）等への参加を視野に、伊予市をプロモーションする機会を増加させるとともに、メディア等を活用した情報発信の在り方を考える。また、旅行代理店等と連携して伊予市ならではのオリジナル観光プログラムを作製し、周辺自治体と連動したツーリズム醸成を図ることが重要となる。

一方、市民向け広報では、様々な交流事業の質的向上に向け、市民参加型でその受け皿を着実に整備していくとともに、ボランティア組織等の育成を通じて伊予市ならではのおもてなしプログラム等を推進していくことが求められる。空き家や古民家の主体的な情報提供や貸し出し、各種事業（「戦略事業」「補完事業」への直接的・間接的参画、商店街やコミュニティが一体となった地域おこし事業の推進等、市民自身が伊予市に誇りや愛着を持てるプロジェクト）を複数立ち上げ、シティプロモーションと連動する機運を醸成しなければならない。

いずれにせよ、伊予市の魅力の価値化に資する取組をベースに、中長期の観点からシティプロモーションの在り方を精緻化することが重要な視点となる。

図 23 国内向けプロモーション活動の流れ



9.2. 海外におけるプロモーション展開

海外におけるプロモーション展開は、単一の市レベルで取り組むには人的にも予算的にもハードルの高い事業と言える。特に伊予市のような地方都市においてインバウンドを前提に海外でのPR活動を推進するには、市政の柱に観光活性が位置付けられているのか、市民や議会でのコンセンサスが重要なポイントとなるため、従来に見られる大がかりなプロモーション施策の展開は想定しづらい。

しかしながら一方で、観光需要の活性化は、今日のインバウンドの現状においても、地方創生の柱となるべく重要なテーマでもある。観光庁の調査によると、2015（平成27）年の訪日外国人1人当たりの旅行支出額は176,168円、旅行消費額は3兆4,771億円と推計され、日本経済への影響も大きく、観光業界のみならず百貨店を始め多くの業界から注目されるようになってきている。実際、近隣の途上国の成長により日本への旅行への関心は高まりを見せ、中国旅行者の爆買、あるいは民泊の進展に象徴されるよう、観光は地域経済にとって大きなテーマであることには変わりない。そのため、今回のプロモーション事業においては、口コミやソーシャルメディアで伊予市の魅力が少しでも海外の旅行者に広まるための施策の可能性について展望するものとする。

よって、今回は日本のメジャーな観光地を訪れる外国人旅行者に対する施策の可能性を検証することは考察から除外し、日本のニッチなコンテンツを体験したり、体感したい旅行を志向する外国人旅行者をメインターゲットとしたプロモーションの在り方を検討してみる。具体的には「OKU JAPAN」との連携による情報発信及び外国人旅行者の受入れ促進に係る事業の在り方を整理してみる。

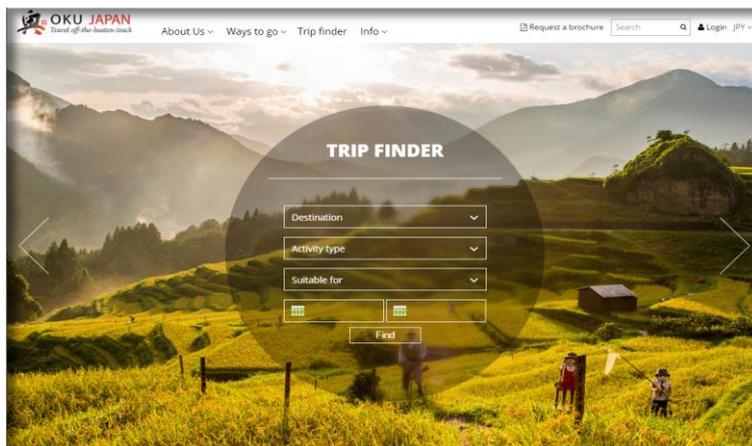
「OKU JAPAN」は英国を拠点とする旅行サイトで、これを主宰するのは親日的であり日本のレアなコンテンツ（旅行パッケージ）を紹介することに情熱をかけている Matt Malcomson 氏である。

現状では図 24 に示す事業プランを同氏に打診しながら、事業の具現化に向けて意見を求めている段階であるが、今後は、伊予市が同事業への関心を持った場合に、伊予市からオフィシャルな形で共同プロジェクトを提案し、プランの具現化を図っていくことが重要であると考えられる。

図 24 「OKU JAPAN」との連携を想定した事業プラン(案)



ニッチな日本の旅を世界の旅行者に届ける「OKU JAPAN」



Matt Malcomson



18歳で初来日。奈良、宮崎、東京に10年間住んで以来、海外の雑誌やアウトドア旅行、旅行記などに携わる。2005年に英国に戻り「OKU JAPAN」を設立。温泉好きなマットは「水を取る」という究極のオフ・ザ・ビート・トラックの場所を常に見守っている。現在、プロジェクトの一つとして、日本の歴史的な道にある本を書いている。

事業プランの大きな流れとしては、まず、同社がビジネスとして取り組む上で伊予市内に内在するコンテンツが対象となるのか、基本的なリサーチ業務（Basic Action）が必要とされる。その上で、3つのステップを通じて同社とのコラボレーション事業の可能性を追求し海外向けのプロモーション活動の強化を図る。

■Basic Action

まず、OKU JAPAN 関係者に伊予市を来訪してもらい、海外の目線から外国人旅行者に打ち出すコンテンツとして相応しい地域資源・資産等を模索、具体化しやすい企画（あるいは新規に事業として立ち上げる企画）を検討してもらう。

■PR 連携の可能性検討（1st STEP）

一つ目の段階として、OKU JAPAN と連携を図り、伊予市を同社の公式 HP で PR してもらえる可能性について協議する（図 25 参照）。具体的には特集を組んでもらえる受け皿機能が先方にあるのか、あるいは特集を組む際に必要とされるコンテンツ提供や料金等の交渉を中心に進める。

仮に特集を組んでもらえる流れであれば、外国人が伊予市を訪問する際に、どんなアクティビティを期待しているのか、アンケート調査等も実施し、協力してくれた対象者にノベルティ等をプレゼントするなどの企画も検討する。

■インバウンド活性の可能性検討（2nd STEP）

次の段階として、OKU JAPAN を活用して具体的なインバウンド需要を活性する仕組みづくりを検討する（図 26 参照）。

具体的には、松山市あるいは四国、さらには広島県や九州も含め、伊予市を舞台とした旅行プログラムの在り方を検討し、OKU JAPAN 推進のツーリズムツアーとして売り出してもらおう。その際は、旅行者へのインセンティブを提供する意味で、宿泊費の割引や商店街等で使えるクーポンの開発、さらには域内交通に関する補助等の在り方について伊予市と協議していく。

■事業化立案の可能性検討（3rd STEP）

最終的な目標としては、OKU JAPAN と連携し、インバウンドを視野に域内経済の再活性化や交流人口拡大に資する戦略事業の在り方を模索する。

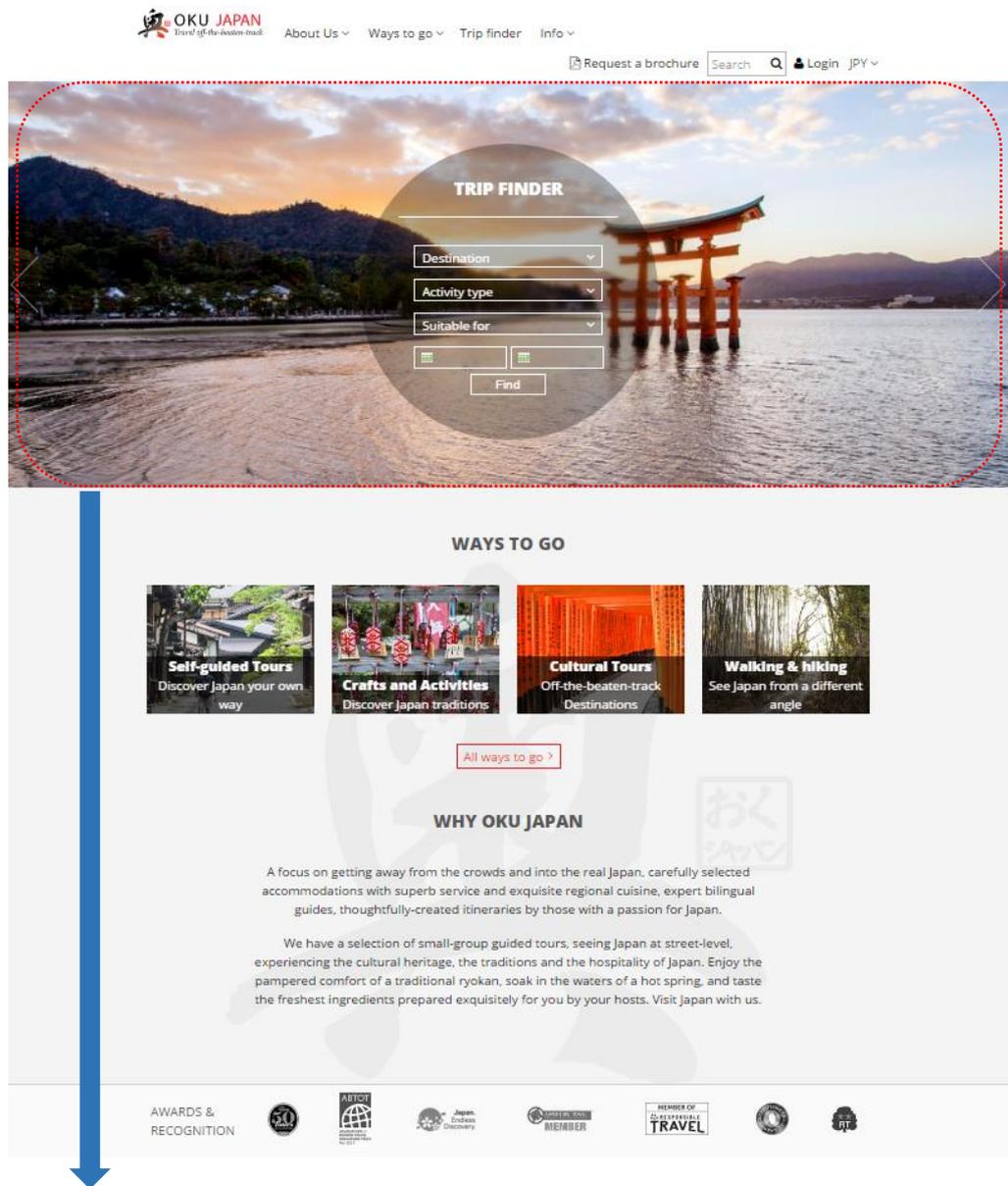
具体的には、市内の空き家物件を対象に、OKU JAPAN が外国人向けに提供したい宿泊施設（あるいはレストラン等も含め）の再整備に係る事業化を検討する。例えば、日本のライフスタイルを体験したい旅行者を対象に、彼らが好む古民家空き家等を探し、OKU JAPAN ゲストハウスとして運営する流れ等を考える。その際は改修などで事業費が必要とされることから、例えば、OKU JAPAN ゲストハウスのオーナー制度を立ち上げ、改修費等を捻出できるスキーム等も整備していく。

仮に、一人 5 万円の出資で 100 名のオーナーを募集（総計 500 万円）、その費用と行政の補助金等を活用しながら古民家を外国人向けのゲストハウスに改修する。

オーナーには 3 か年限定で延べ 10 日無料で宿泊（一泊 3500 円想定、計 3 万 5 千円分）できるサービスを提供（この時点で 5 万円の投資分の 70%を回収できる）するとともに、その後は収益の一部がオーナーに配当される仕組みなども検討する。

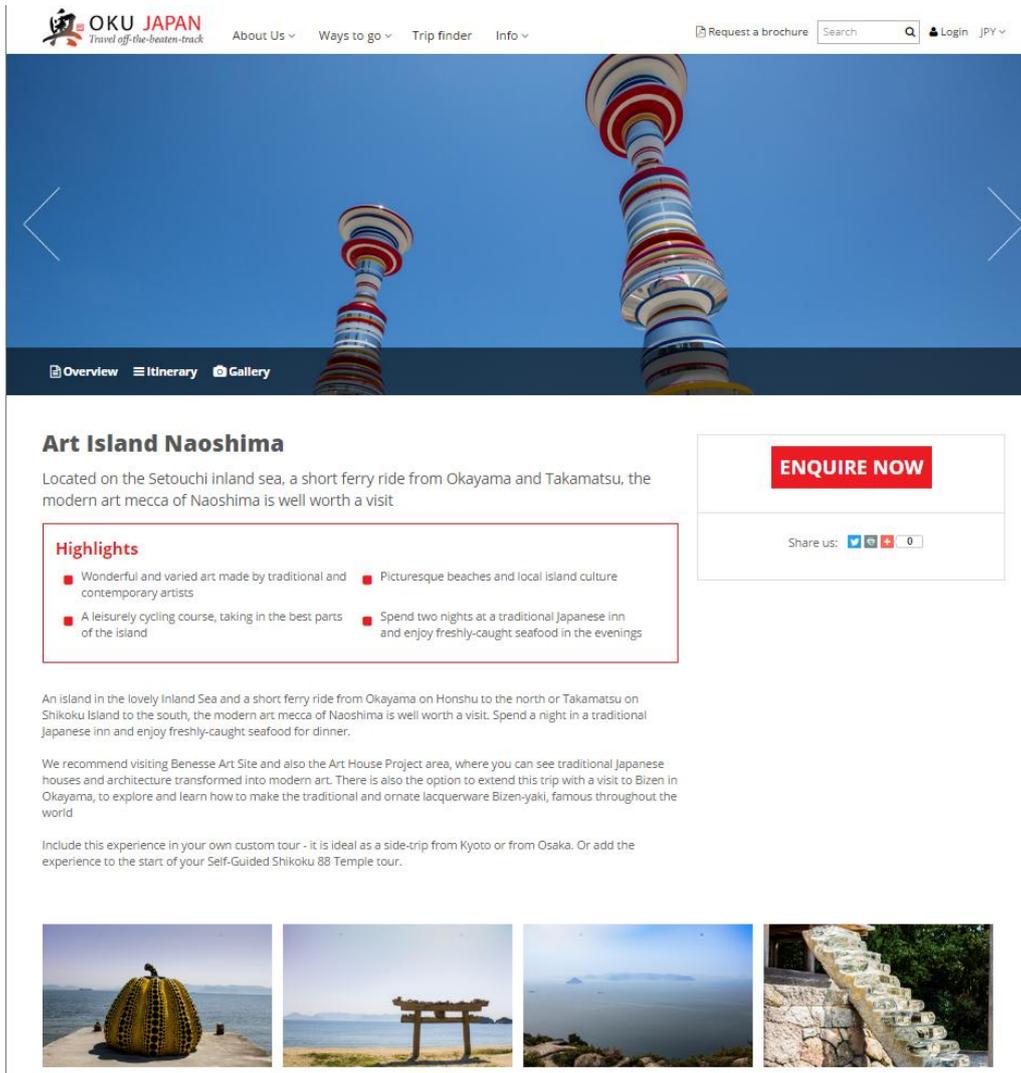
また、中山や双海等の自然環境を生かした新たな旅行プログラム開発に向け、行政サイドでどのような環境づくりが必要か、あるいはどんなアクティビティプログラムが必要かを精査し、行政サイドでそれら環境づくりに向けた投資を推進していく。

図 25 OKU JAPAN の HP を活用した情報発信イメージ



上記公式 HP 内の枠内で、伊予市のコンテンツの紹介（写真等）や特集化等の可能性について協議していく。

図 26 OKU JAPAN との旅行創生プログラム開発



WE RECOMMEND TO LIVE THIS EXPERIENCE AS PART OF ONE OF THESE TOURS



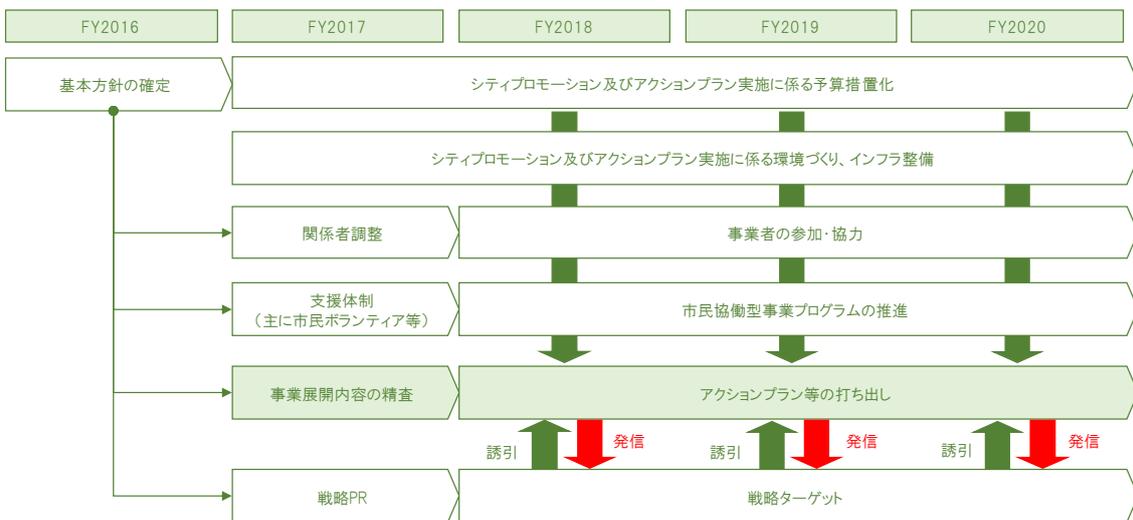
上記は直島を舞台とした旅行プラン。このような形で伊予・四国バージョンのプログラムを共同で開発していく。

10. シティプロモーションの今後の対応の在り方

これまで伊予市シティプロモーションに係る基本的な考え方、方向性について業務内容を整理してきたが、2017年度においては、これをたたき台として具体的なシティプロモーションの基本計画・実施計画について協議を進めることが必要である。

当面は、下記のスケジュールに沿って戦略事業や補完事業の打ち出し方や企画内容の絞り込みを行い、2020年を目途に3か年のスケジュールリングをすることが望ましい。

図 27 シティプロモーションスケジュール(案)



※2017年開催のえひめ国体は、来県者増が見込め伊予市をPRする絶好のタイミング。そこでの広報も考えたアクションプランの作成も視野に在れる。

そのためには伊予市内で同事業に対する共通認識を高めるとともに、予算捻出に向けて議会への働きかけは最低限の対応となる。しかしながら、財政が逼迫する状況を踏まえれば、国の各省庁の補助金や交付金関連の事業獲得と絡めて、同事業を推進することも忘れてはならない視点となる。

例えば、官庁施策との連携では、経産省等官庁が打ち出す各種支援事業を視野に、本事業との連携の可能性を模索する。現在、四国経済産業局が打ち出す「地域産業資源活用促進法」は同事業との親和性が高い事業だが、愛媛県で38件が認定されている一方、伊予市での採択はない。良質なファクトを生み出すことは重要であり、本事業のテーマ領域に関連する各種支援策を効果的に活用して、都市力の向上等を図る必要がある。経産省ではその他、「中小企業地域資源活用促進法関連施策」「ふるさと名物応援事業補助金」等もあるので、これらの事業獲得を視野に、本事業の具現化の可能性等も探っていく。

地域	認定事業者
愛媛県	38件
高知県	28件
徳島県	50件
香川県	41件

また、本年度は、資源エネルギー庁から「平成29年度第1回『エネルギー構造高度化・

転換理解促進事業』(2月13日)が公示されている。この補助金公募事業は「原子力発電施設が立地する自治体等が実施する、エネルギー構造の高度化等に向けた地域住民等の理解促進に資する事業を支援することにより、内外の経済的社会的環境に応じた安定的かつ適切なエネルギーの需要構造の構築を図ることを目的とする」と記載されており、下記の応募資格を満たせば補助金交付(定額補助10/10)が可能となる。

【応募資格】

- ① 原子力発電施設がその区域内に立地する道県(補助金交付:5億円/年度)
- ② 原子力発電施設がその区育内に立地する市町村(同5億円/年度)
- ③ 原子力発電施設を取り巻く環境変化の影響を受ける自治体(同2億円/年度)

本事業は第1回目の締め切りが2017年3月ではあるが、第2回の公示もあると言われているために、今から準備する価値はある。

エネルギー関連での補助金交付事業は、本事業との親和性が薄いと思われがちであるが、例えば、上記の補助金交付事業獲得に向け、ウエルピア伊予に再生エネルギーやバイオマスエネルギーをベースとした温浴施設・プール等の施設を整備し、市民の健康増進を図ることへの取組は、補助金交付事業の範疇にあるものと考えられる。双海エリアや中山エリアでも同様の施設を整備したり、各種エネルギーを活用した農業プロジェクトや新規産業促進支援事業等の在り方も可能性がある。

いずれにせよ、予算措置は本事業の大きな課題であるため、市の財源から捻出することはもちろん、こうした補助金や交付金の利活用、さらには官民連携事業として愛媛県内の民間事業、さらには本事業に魅力を感じパートナーとなってくれる大手企業等(この場合は、2019年開催のラグビーワールドカップスポンサーや2020年開催の東京オリンピック・パラリンピック大会オフィシャルスポンサー、2021年に大阪で開催されるワールドマスターズゲーム大会の各種スポンサー等を意識して)との調整も重要なポイントとなる。

11. 参考資料

11.1. ウェルピア伊予の概要



前身は愛媛厚生年金休暇センター（ウェルサンピア伊予）。

全国の厚生年金休暇センターの施設保有権が、2005年10月1日付で独立行政法人年金・健康保険福祉施設整理機構に移管され、5年以内に段階的に廃止・売却の手続きが進められた。施設は伊予市が取得することになり、2008年2月に伊予市が条例を制定した。

その後2008年4月に同条例が施行され、「ウェルピア伊予」として運営が開始された。施設内に高さ50mの展望タワーがあり、独特の形状で遠くからでもよく目立つため、伊予市のランドマークのひとつになっている。

【沿革】

昭和54年2月 愛媛厚生年金休暇センター 新築

昭和62年3月 増築

平成7年3月 増築

平成13年3月 増築

平成20年4月 伊予市が取得 都市総合文化施設「ウェルピア伊予」として運営開始

平成20年7月 Fun Space(株)が指定管理者として運営開始

施設	概要
宿泊（本館）	全38室 定員124名 シングル3室、ツイン7室、和室26室、和洋室1室、バリアフリールーム1室
宿泊（合宿棟）	全30室 定員64名 和室6畳間28室 和洋室2室
レストラン五色	営業時間 11時～14時30分（オーダーストップ14時） 17時～21時（オーダーストップ20時30分）
ロビー喫茶 瀬戸	営業時間 9時～20時
展望ラウンジ	営業時間 19時～23時
会議・研修・宴会・披露宴	洋室6室 10～230人利用可能 和室4室 10～120人利用可能
大浴場 伊豫の湯	営業時間 11時～23時
ウェルホール	利用時間 8時～22時
体育館	バスケットボール1面、バレーボール2面、バドミントン4面、卓球4台(夏季を除く) 利用時間 8時～22時
テニスコート	8面 利用時間早朝～22時
オートテニス	3台 営業時間8時～22時
ゴルフ練習場	営業時間 早朝～22時
野球場	利用時間 早朝～日没
子供広場	各種遊具、バッテリーカー
プール	競泳プール(25m)、流水プール、子供プール、幼児プール、直線スライダー、アドベンチャースライダー 営業期間夏季のみ、営業時間10時～17時

■ウェルピア伊予 年間事業一覧

No.	日時	名称	内訳			
			体験事業 ・周年事業	コンサート	スポーツ	販売事業等
1	1月1日(金)	お正月イベント	○			
2	1月2日(土)	砥部焼絵付け体験、干支ダルマ制作体験	○			
3	1月10日(日)	成人の日ドリンクサービス(～1/11)				○
4	1月10日(日)	少年サッカー大会(～1/11)			○	
5	1月10日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
6	1月17日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
7	1月24日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
8	1月31日(日)	第28回なつかしの歌声喫茶	○			
9	1月31日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
10	2月1日(月)	歓送迎会宴会プランスタート(～4/30)				○
11	2月7日(日)	第5回新春囲碁大会	○			
12	2月14日(日)	レストラン五色にて				○
13	2月14日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
14	2月21日(日)	ご愛顧感謝宿泊プラン(～3/2)				○
15	2月21日(日)	大人のための出会いパーティーvol.11	○			
16	2月21日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
17	2月26日(金)	第2回焼酎まつり	○			
18	2月28日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
19	3月6日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
20	3月9日(水)	ウェルピア伊予杯グラウンド・ゴルフ大会			○	
21	3月10日(木)	マル得お土産付宿泊プラン(～3/25)				○
22	3月12日(土)	お花見弁当販売スタート(～4/17)				○
23	3月13日(日)	伊豫國ライブ vol.29『THEJAZZV』	○			
24	3月14日(月)	レストラン五色ホワイトデークッキープレゼント	○			
25	3月19日(土)	ちょっと大人の出会いパーティーvol.7	○			
26	3月20日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
27	3月26日(土)	ウェルピア伊予杯第2回テニス大会(小学生の部)			○	
28	3月27日(日)	第2回テニス大会(中学生の部)			○	
29	3月27日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
30	4月3日(日)	第29回なつかしの歌声喫茶	○			
31	4月9日(土)	伊予市花まつり(～4/10)	○			

■伊予市シティプロモーション基本方針・アクションプラン

No.	日時	名称	内訳			
			体験事業 ・周年事業	コンサート	スポーツ	販売事業等
32	4月10日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
33	4月16日(土)	第12回大人のための出会いパーティー	○			
34	4月17日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
35	4月20日(水)	ウェルピア伊予卓球大会			○	
36	4月23日(土)	春まつり2016	○			
37	4月24日(日)	春まつり2016	○			
38	4月24日(日)	ロビーコンサート(昼) 愛媛交響楽団		○		
39	4月30日(土)	歓送迎会宴会プラン(本日まで)				○
40	5月1日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
41	5月5日(木)	こどもまつり2016	○			
42	5月8日(日)	伊豫國アルテ・ガレリア春の特別企画(～5/15)	○			
43	5月8日(日)	レストラン五色母の日プレゼント				○
44	5月8日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
45	5月15日(日)	ブックカフェわくわくおはなし会	○			
46	5月15日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
47	5月16日(月)	らくらくピアノ教室無料体験会	○			
48	5月22日(日)	第16回ゴルフコンペ			○	
49	5月22日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
50	5月25日(水)	ステップ運動無料体験会			○	
51	5月28日(土)	ちょっと大人のための出会いパーティーvol.8	○			
52	5月29日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
53	6月5日(日)	第30回なつかしの歌声喫茶	○			
54	6月5日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
55	6月12日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
56	6月18日(土)	de-AiPartyvol.33	○			
57	6月19日(日)	わくわくおはなし会	○			
58	6月19日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
59	6月19日(日)	レストラン五色父の日 ワンドリンクサービス				○
60	6月26日(日)	伊豫國ライブ vol.30	○			
61	7月1日(金)	『ピアホール』オープン(～9/31)				○
62	7月3日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
63	7月10日(日)	大人のための出会いパーティー	○			
64	7月10日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		

■伊予市シティプロモーション基本方針・アクションプラン

No.	日時	名称	内訳			
			体験事業 ・周年事業	コンサート	スポーツ	販売事業等
65	7月16日(土)	『屋外レジャープール』			○	
66	7月17日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
67	7月22日(金)	『ビールまつり2016』	○			
68	7月24日(日)	わくわくおはなし会	○			
69	7月24日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
70	7月30日(土)	土用の丑の日レストラン五色				○
71	7月31日(日)	伊予彩まつり花火鑑賞の夕べ	○			
72	8月1日(月)	『鱧御膳』販売開始(～9/30)				○
73	8月6日(土)	清掃ボランティア	○			
74	8月7日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
75	8月14日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
76	8月19日(金)	『いもたき』販売開始(～10/31)				○
77	8月21日(日)	わくわくおはなし会	○			
78	8月21日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
79	8月28日(日)	ちょっと大人の出会いパーティー	○			
80	8月28日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
81	9月1日(木)	オータムパーティープラン(～11/10)				○
82	9月1日(木)	ゴルフ練習場ブリカ割引販売(～9/3)			○	
83	9月4日(日)	第31回なつかしの歌声喫茶	○			
84	9月4日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
85	9月9日(金)	ビールまつり2016Part2	○			
86	9月11日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
87	9月17日(土)	おじいちゃんおばあちゃん ありがとう展(～9/25)	○			
88	9月18日(日)	わくわくおはなし会	○			
89	9月18日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
90	9月25日(日)	大人ための出会いパーティーvol.14	○			
91	9月25日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
92	9月30日(金)	ビアホール、鱧御膳(最終日)				○
93	10月2日(日)	伊豫國ライブ vol.31「秋のSpecialLive」	○			
94	10月8日(土)	伊豫國アルテ・ガレリア 秋の特別企画「亀岡亜希子作品展」	○			
95	10月9日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
96	10月16日(日)	わくわくおはなし会	○			
97	10月16日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		

■伊予市シティプロモーション基本方針・アクションプラン

No.	日時	名称	内訳			
			体験事業 ・周年事業	コンサート	スポーツ	販売事業等
98	10月18日(火)	ウエルビア伊予杯第17回ゴルフコンペ			○	
99	10月22日(土)	ウエルビア伊予秋まつり withhandmademarketinEHIME	○			
100	10月23日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
101	10月29日(土)	いよし文化祭(～10/31) & ふるさとフェスティバル	○			
102	10月30日(日)	レストラン五色ハロウィン お菓子プレゼント				○
103	10月30日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
104	11月1日(火)	「菊華御膳」販売スタート(～11/30)				○
105	11月5日(土)	いよっこ写生大会参加作品展示(～11/13)	○			
106	11月6日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
107	11月7日(月)	みかん採りお疲れさま 宿泊プラン(～11/20)				○
108	11月11日(金)	「忘新年会プラン」スタート(～1/31)				○
109	11月13日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
110	11月18日(金)	秋のうまいものとお酒を楽しむ会	○			
111	11月19日(土)	ちょっと大人の出会いパーティーvol.10	○			
112	11月20日(日)	第32回なつかしの歌声喫茶	○			
113	11月20日(日)	わくわくおはなし会	○			
114	11月27日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
115	12月1日(木)	ゴルフ練習場プリペイドカード 割引販売スタート			○	
116	12月4日(日)	第15回大人のための出会いパーティー	○			
117	12月4日(日)	ロビーコンサート(昼)		○		
118	12月10日(土)	伊豫國ライブ vol.32 「フォークソングライブ」	○			
119	12月11日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		
120	12月17日(土)	クリスマスファミリーパーティー2016	○			
121	12月18日(日)	わくわくおはなし会	○			
122	12月25日(日)	ロビーコンサート(夜)		○		

11.2. 第2次伊予市総合計画を策定する際に主に論議に上がったポイント

■市政に関するポイント

- 何でも新しいことをすぐに立ち上げる。合併したならシンボルマークも変え、伝統も誇りもない。行き当たりばったりの行政。
- 保健センターでスポーツダンスをしたいと言ったら「床が傷つくからダメ」と言われた。何のための保健センターか。
- 伊予市の施設はどこに行ってもスリッパに履き替える。松山市では畳の部屋だけ。非常に頭が古いし視野も狭い。良いことはどんどん取り入れるべき。
- 民間ベースでやれることを行政が自分の仕事として一生懸命取り組んでいるが、それで10年後やれるのか。
- ワークショップでいろんな意見を吸い上げても、結局、市役所が作成した最初の案がそのまま通るだけ。市民と行政あるいは市長が将来を語り合う場になっていない。
- 女性の参加も少なく、女性の声が届いていない。
- これからは住民が行政依存から脱却して、自立して、行政とともに地域経営をやる方向へ舵を切らないといけない。
- 行政に大切なのは稼ぐという発想。行政は稼いではいけないと言うが、それではだめだ。

■人口問題に関するポイント

- 人口を10年後も4万人と目標に位置付けているが、根拠がない。毎年度250人の子供が生まれているが、同時に300人が減っている。10年後には3,000人少なくなる。あとの5,500人はどうするのか。
- 現実には、10年後は34,500人。少し盛っても35,000人だろう。期待値を目標にするのではなく、人口減を素直に受け入れ、現実を見据えて持続可能な成長シナリオを考えるべき。

■地域資源に関するポイント

- 伊予市は車で少し走れば店もあり、夏は家のまわりを蛍が飛んでいるしカブトムシもとんでくる。春は家の敷地に土筆がある。こんなすごいところはない。
- 食の宝庫伊予市をもっと際立たせる。旨味は5番目の味覚。伊予市は食品加工業や花かつおがあるのだから、味覚を教育すべき。食育で一番進んでいるのは福井県小浜市である。
- 伊予市八景というものが以前はあった。

- 竜巻と空に虹の写真や動画を撮って、愛媛新聞やヤフーに取り上げてもらったことがある。即日で 5 万以上のアクセスがあった。そういう動画や画像を有効に生かしてはどうか。昨年だけでも 4 回はそうした現象を見ている。伊予市はそういう気象現象も豊富、伊予市ならではの生かせればいい。
- 彩浜館も商店街が経営したらいいという話もある。歴史がある施設で市の顔となる代表的な施設であるのに、利用度もいまいち、評判もいまいちという残念な状況にある。

■移住政策に関するポイント

- 移住政策は大都市部にターゲットを絞って展開する。今後は松山市、東温市、松前町、砥部町との人の取り合いになる。
- 移住施策として中山・双海はいい。本当に伊予市を発展させたいのなら、中山・双海・南伊予の人を仲間にひきこみやるべき（今はお金を出しても市から役員が入っていない）。
- 人口を増やすなら、他市がしていないことをしなければならない。

■子育てのまちに関するポイント

- 伊予市は「日本一の子育てのまち」（あるいは愛媛県一の子育てのまち）にするという目標を掲げるべき。
- 中山地区や双海地区は子供が遊べる公園が少ない。若い人を呼びたいなら、こうした子育ての環境整備は重要だ。双海ふれあい公園という立派な施設はあっても、地元は誰も行かない。
- 伊予市では、世帯主が 200 万円、奥さんが 100 万円、計 300 万円で楽しく暮らせるまちというのを一つの目標値にすべき。
- 待機児童ゼロと言われているが、円に預けられないのでしばらく家にいる人も結構多い。子育て支援は福祉でなく、産業政策としての意味もある。
- こどもの医療費は無料にすべきだ（小学校に上がるまで）。また、給食費も無料にしてはどうか。

■安心・安全とまちづくりに関するポイント

- もっと自転車が見直されるべき。自転車ロードを整備し、健康面または環境にも優しい都市となる。
- 人口減少、経済縮小の中で大事なことは、固まって住むこと。バラバラでは町は成り立たない。

- 国道より西に2万5千人から2万8千人が住んでいる。
- どのまちでもお城の南側は高級住宅地となっている。伊予市でもこのエリアの調整区域を解除し、若い人が憧れる住宅地を整備すべき。
- 予算がない中、橋の架け替えも3本に1本はあきらめ、そこは迂回して欲しいという話をどんどんしなければならぬ。インフラ整備の予算を子育て等に割り振るべきだ。
- 子どもの視点も大切だが、高齢者対策も重要だ。痴呆症を抱える家族は大変で施設に預けるといっても今は30人待ちの状況が続いている。

■図書館に関するポイント

- 利用率の低い図書館についても考え直すべき。現状以上の図書館が果たして必要か。50億円もお金を使って「お前何していたの」と市民から言われたくない。

■ウェルピア伊予に関するポイント

- ウェルピア伊予は伊予市が四国で誇る地域資産になる施設だ。自治体が広範囲の施設を持っているところはない。
- 8億円ものお金を出して取得したのだから、売ってしまうというのも味のないうり方だ。
- 現状は指定管理で委託しているが、市の方では利益が300万円入り、維持・修繕では支出が1,000万円ほどだ。50万円を超えるものは市、それ以内は指定管理者が修繕費を負担する構造となっているが、その実態はよくわからない。基本にお金のかかる施設となっているだけで、もし、この施設を将来も残すのであれば、支出についての議論は必要となる。
- 結局は売上をいかに伸ばすかが重要となる。知恵と汗を流してやらないといけない。
- 本当は総合福祉センターにアスレチッククラブみたいなものを作ってほしかった。高齢者の健康増進には一番だ。今の伊予市の国保の負担金は代替15億円前後、それだけで3割か4割は減る。5億か6億のお金が生まれる。
- 松山市、松前町、砥部町、東温市の中で若い夫婦が家を建てようと思う時に、松前町には水やエミフルなどの加点事由がある。伊予市はウェルピア伊予の活用次第で加点事由になるのではないか。
- 現在は未病対策施設として位置付けているが、もっと利活用すべき。
- 前回、b級グルメのイベントを開催したら1万人の来訪者があった。こうした大会を年に数回打ち出せばいい。こうしたイベントを増やし伊予市の宝にする。
- 老人の健康施設を作るのであれば、子どもの施設もその横につくる。

■中山高校跡地の利活用に関するポイント

- 廃校した中山高校の跡地も真剣に考えるべき。基本は一度、県に戻し、様子を見てもいい。
- 耐震を強化して再利用するには、お金がかかりすぎる。現状概算では2億4,000万円が必要。そうすると改修してまで利用する値打ちはない。
- 取り壊しの経費でも1億3,000万円ほどかかる。特例債を使えば、充当率は75%なので、伊予市の持ち出しは3千万から4千万で済む。
- 中山にちょっと行ってみたいくなる施設を作る必要がある。NPOの拠点やアトリエなどの利用があってもいい。古本図書館や駐車場利用などを考えることが現実的では。何をつくるにしても、中山地区の住民が外部の人に厳しく、閉鎖的だ。人を受け入れる環境を醸成しないとうまくいかない。
- 中山高校の跡地は、中山エリアでは一等地。
- 中山に集まるのは栗祭りのときだけ。

■農業に関するポイント

- 農業で一番課題は、出口がないこと。JAはバイヤーと一緒に関係ない。
- 伊予市はレタス、枝豆がトップクラス。
- 久万高原町の柳谷地区では、電力開発公団の補助金を受けて廃校で野菜工場を作っている。出口をしっかりと考えると、豊岡分校あたりは活用できるのではないかな。
- 四国では米作をやめて何か新しいものをつくる必要がある。農業はブランド化すればいいというが、それだけではやっていけないミカンもデコポンも良かったのは昔の話、農業の振興は非常に大事な問題。
- ルートとしてはJAか産直市ぐらい。給食センターに農家から直接納入してもらうことは出来ないのか。伊予市産ですべて賄うという方向性で取り組めたらいい。
- 結局は技術指導が大切だ。これから新たにスタートを切るなら本腰を入れてなければ伊予市のブランドは育たない。その意味では人材育成が非常に大事だ。
- 給食センターでは地元の青果店と契約し足りなければ伊予市産、その次は愛媛産、最後は国産となっているらしい。農家からの直接納入はロットの問題で難しいと聞いている。
- 数量が足りない場合は献立メニューを変えれば済むという簡単な話にはならない。また、作物によっては愛媛産や伊予市産は他県より高くなり、結局はコストの問題となる。給食費が上がるのは難しい。
- 地産地消の流れがある中、コストを最優先にすること自体が問題。ある地域では給食センターをやめて自校式の学校給食に戻した話も聞く。給食センターの在り方や運営

理念等を変えるようにしなければいけない。

- 給食センターありきではいけない。他県のを安く買うより高くても地元の農産物を買う。いずれは伊予市に戻ってくる。給食費を上げないでも地域にお金が循環する知恵を考えないといけない。
- 食の宝庫の一環として行うキッズキッチンが幼児教育として定着しつつある。今後は小学校高学年の味覚教育を推進したい。この時期に味覚教育をきちんと施すことは大切だ。

■産業振興に関するポイント

- 大学生の人生観は大企業に就職して安定した生活を送る、という考え方に追い込まれている。田舎の小都市で暮らすライフスタイルもいいと見つめなおしてもらう時代。昔は年収 300 万円時代というベストセラーがあったが、今は年収 200 万円の時代。この金額でも地域で面白く暮らせるという設計をどうするのが産業振興の問題だ。
- 商店街も実際は生活年金プラス商業収入でやっと成り立っている。現実には年商 3000 万円は必要だが、それを 1000 万円程度でも生きられるという商業を張り付ける取組が必要。
- 双海や中山という田舎を開拓するには、観光ツーリズムを上手く活用できたらいい。これまでの予算の在り方を見直し、新しい地域づくりにも予算を割り振るなど整理が必要だ。
- グリーンツーリズムについては双海地区で推進されている。ピザ窯やいちご狩りなど滞在観光に関するメニューを用意している。今後はもっと体系化され拡大されるものと考えている。
- 今年 JR が「伊予灘ものがたり」という観光列車を走らせているが、観光は滞在型でないとお金が落ちない。伊予市は松山市に近いため、お金は松山市に落ちる。大事なことは納税者を増やし、地元にお金を落としてもらうこと。その意味では JR の取組はいい。

■行政改革に関するポイント

- 国家財政が逼迫する中、今後は地方への予算もどんどん減る。伊予市の人口も減っているが、行政改革を本格的に進め 3 万人は維持すべき。今は 27 億円で賄っているけど、20 億円で賄える設計にする。
- 例えば、機関職員として 10 億円で 150 人ぐらい、残り 10 億円は年収 200 万円の職員を 500 人雇う。その後半民営化して事務請負い会社を立ち上げれば、若い女性などは地域に残ることができる。

- 伊予市は公共施設を作っているが注意が必要。老人センターは必要か。職員も 4 万人程度の人口であれば、この程度の仕事をすればいいというように気持ちを切り替え、もう一歩、先を進むべき。
- 大学生の人生観は大企業に就職して安定した生活を送る、という考え方に追い込まれている。田舎の小都市で暮らすライフスタイルもいいと見つめなおしてもらおう時代。昔は年収 300 万円時代というベストセラーがあったが、今は年収 200 万円の時代。この金額でも地域で面白く暮らせるという設計をどうするのが産業振興の問題だ。

■ワークショップで出された各アイディア

(1) グリーンツーリズム型ホームステイ

- 平成 29 年の国体の開催地として、瀬戸内海の田舎の町で 1 週間なり 1 か月なり暮らしてみたくするためのホームステイ制度創生をお願いしたい。ロータリークラブでも外国人向けホームステイを行ってきたが、むしろ国内発信が良い。都会に疲れた人が一泊 1000 円程度（あるいは無料）で受け入れる。住民から意識改革して、瀬戸内の暮らしをみてもらうことが大切。

(2) 半径 300 メートル地域コミュニティ

- 消費の力で各地域をきちんと作り直すことが大切。コンビニやスーパーも便利だが、それに 100% 頼るのではなく、高齢者の方や親御さんが持っている消費の一部を地域に落とし、そこで地元の福祉が可能になる仕掛けを作る必要がある。

(3) 3 か国語が通用する国際交流都市・伊予市へ

- 英語、中国語、韓国語が通用する伊予市にして国際交流都市を目指す。本当に話せるようになれば、産業基盤にもなり得え、企業誘致も十分可能になる。

(4) 空き家の活用

- 50 軒ほどの小さな部落では、すでに空き家が 5 軒ある。
- 農村地の後継者がなかなか成り立たずに空き家が増えている点は、第 4 分科会での中間報告にも出ていた。
- 知らない人が住むことを嫌がって空き家を解放しないと、本当に消滅地域になる。地域で革命を起こさないといけない。人口減少を食い止める基盤になり得る。
- 空き家の件数は山梨県がトップで、愛媛県が 2 位となっている。伊予市は全国レベルで見ても住みやすい都市。空き家対策をまちづくりの観点、あるいは少子化対策として考えなければいけない。

■政策評価に関するポイント

- デマンドタクシーは B 評価になっているが、私は E 評価だ。双海・中山の利用者に、来年はやめるからと言って 10 万円渡した方が喜ばれる。予算は 1 億円だ。でも結局は税金。どうやってトータルで節約できるのか、伊予市の経営の在り方を考え直すべき。
- デマンドタクシーは 1 億円の配分があり、そのうち 2500 万円を事業費に使い、残り 7500 万円を基金として積み上げている。既に 5 年ほどたっているのに、基金は 3 億から 4 億円ぐらい。年間の利用者収入は 300 万円程度。過疎債で 70%が交付税で戻ってくる仕組みだが、市の持ち出しも 1000 万円程度は発生している。
- デマンドタクシーは決まった場所までしか行けない。細い道も入れない。使う側は不便だ。市も事業者も家庭の庭先から商店、病院まで行けるようなシステムをつくってもらいたがっている。
- デマンドタクシーは、一回当たり何人がつかっているのか。3 人程度であれば、軽自動車でも十分だ。
- 行革も必要。自治体存続が最大の住民サービスだというのが平成大合併の結論だが、今後は団体自治と住民自治の両輪が大切。志木市長も人口 6 万 6000 人の自治体なら、最終的には職員は 50 人でいいといっている。残りは有償ボランティアに参加してもらおう。市役所をある部分、民営化することも大切だ。
- 情報基盤にも 6,000 万円使っている。伊予市民がどれだけ見ているのか、考えてもいい。
- 双海は地域おこし協力隊の人が、下灘、由並、翠校区と 3 人いるが、皆優秀。双海の良さをいろいろ引き出してくれ情報発信してくれている。イベントも活性化しているが、そうした事業への支援も必要だ。

11.3. 伊予市で行われているイベント（200人以上の規模を中心に）

No.	イベント名	開催日	場所	参加者
1	伊予彩まつり	毎年7月2日間	各所	45,000
2	いよし市民総合文化祭&ふるさとフェスティバル	毎年10月3日間	ウェルピア伊予	12,000
3	いよし花まつり	毎年4月2日間	ウェルピア伊予	7,000
4	なかやま栗まつり	毎年9月	中山栗の里公園	5,000
5	伊予市観光物産フェア	毎年10月2日間	愛媛県大阪事務所	3,781
6	中山ほたる祭り	毎年6月	中山高校跡地	3,000
7	双海の夏祭り&しもなだ鱧祭り	毎年7月	しもなだ運動公園	3,000
8	トライアスロン in ふたみ	毎年8月2日間	ふたみシーサイド公園	2,000
9	ますます、伊予市ふるさと特産品フェア	毎年11月、12月	DCM ダイキ店舗（新居浜）	2,000
10	南伊予ふれあい運動会	毎年8月	伊予小学校グラウンド	1,500
11	全国ふるさと甲子園	毎年8月	アキバ・スクエア	1,200
12	秋・採れ獲れ祭り	毎年10月	ウェルピア伊予	1,000
13	双海ほたる祭り	毎年6月	双海町翠小学校	1,000
14	なかやま夏祭り	毎年7月2日間	中山中学校グラウンド	1,000
15	愛媛のふるさと愛味ものフェア	毎年2月	大阪 DCM ダイキなんば店	1,000
16	上灘公民館まつり	毎年11月	双海地域事務所周辺	1,000
17	下灘公民館まつり	毎年11月	下灘コミュニティセンター周辺	1,000
18	老人クラブ連合会スポーツ区大会	11月10日	市民体育館	750
19	「Blue-Hawks」演奏会	-	しおさい公園市民体育館	700
20	夕焼けプラットフォームコンサート	毎年9月	JR 下灘駅構内	600
21	北山崎夏まつり	毎年8月	北山崎小学校運動場	600
22	北山潮風運動会	毎年9月	市民体育館	600
23	市民健康マラソン南伊予大会	毎年1月	伊予小学校～上三谷方面	600
24	総合防災訓練	9月25日	郡中小学校	500
25	子ども・子育てフォーラム	H29.1.22	ウェルピア伊予	500
26	媛のおもしろうどん市	毎年9月2日間	クラフトの里	500
27	南予のグルメ大集合	毎年11月	宇和島きさいやロード	500

28	南山崎地区コミュニティ大運動会	毎年 9 月	南山崎小学校	500
29	郡中校区市民運動会	毎年 10 月	郡中小学校	500
30	しおさい卓球大会	毎年 10 月、3 月	しおさい公園市民体育館	462
31	扶桑会館まつり	11 月～12 月	扶桑会館	400
32	紙ヒコーキ大会	-	しおさい公園市民体育館	400
33	しおさいクリテリウム駅伝大会	毎年 10 月	しおさい公園競技場	400
34	伊予市成人式	毎年 1 月	しおさい公園市民体育館	400
35	いよし和太鼓のつどい	毎年 2 月	しもなだ体育館	400
36	ますます伊予市健康ポイント事業	H28.5 - H29.2	ウェルピア伊予	300
37	伊予市生涯学習推進大会	毎年 2 月	ウェルピア伊予	300
38	北山崎校区愛護班廃品回収	毎年 5 月、11 月、 2 月	北山崎小学校運動場	300
39	北山崎体育会球技大会	毎年 6 月	各所	300
40	地区別人権・同和教育懇談会	毎年 10 月	中村地区各種集会所	300
41	なかやま芸能発表会	毎年 11 月	なかやま農業総合センター	300
42	海開き	毎年 6 月	五色姫海浜公園／ふたみシー サイド公園	200
43	中村地区高齢者教室	毎年 2 月、4 月	中村地区公民館	200
44	中村地区グランドゴルフ親睦大会	毎年 5 月、10 月	北山崎小学校運動場	200
45	球技大会	毎年 6 月	しおさい公園	200
46	南山崎敬老会	毎年 9 月	ウェルピア伊予	200
47	三世代交流スマイルボウリング大会	毎年 6 月	伊予小学校体育館	200
48	佐礼谷ふるさと祭り	毎年 2 月	佐礼谷小学校	200