

「川崎市シティセールス戦略プラン」の考え方

1. 基本的な考え方と計画の位置づけ

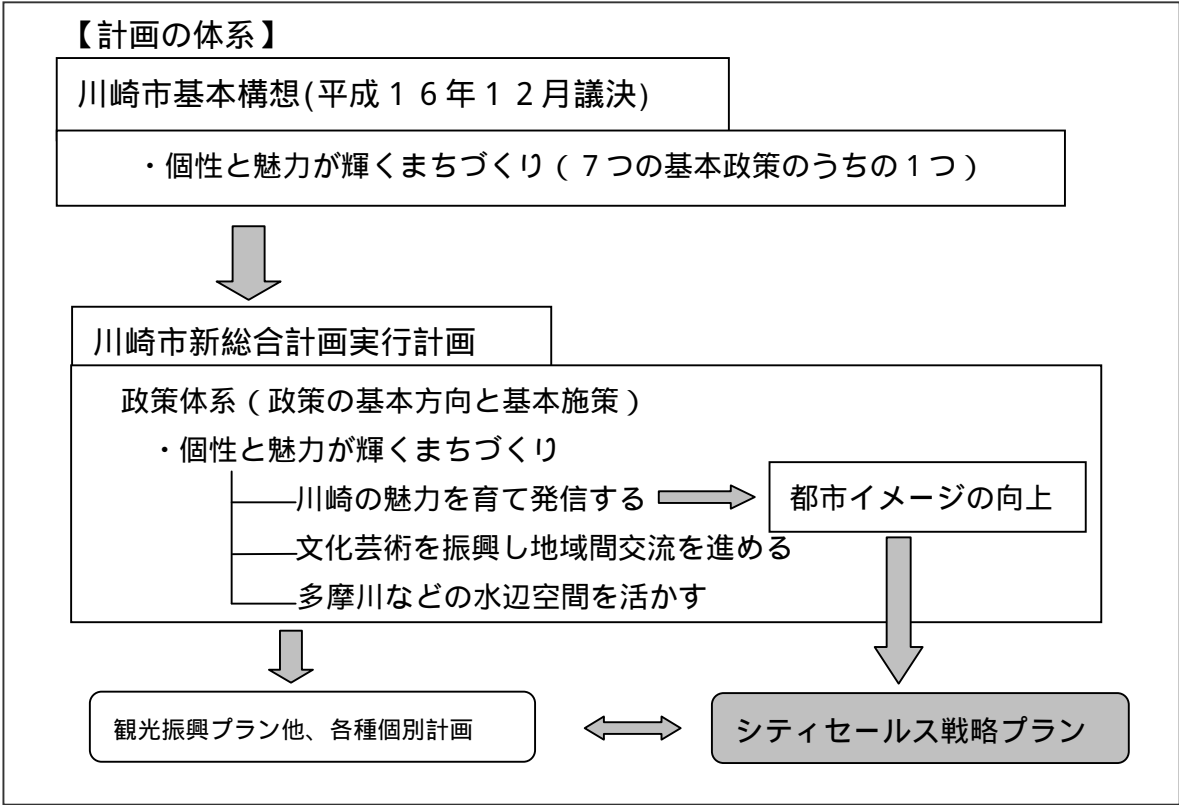
この計画は、川崎市基本構想に掲げる基本政策の1つである「個性と魅力が輝くまちづくり」の推進に向けて策定するものです。

この計画は、「個性と魅力が輝くまちづくり」の中でも、特に「川崎の魅力を育て発信」し「都市イメージの向上」を図ることを主眼として、川崎の魅力を育て発信するシティセールスの戦略の基本方向を明らかにするものです。

また、この計画は、行政の取り組みのみならず、市民や事業者など地域を構成する様々な主体がそれぞれの立場から参加し、協働しながら個性と魅力が輝くまちづくりを推進していくことをねらいとしています。

計画に基づく事業の展開にあたっては、産業、観光、文化芸術など関連する分野の個別計画とも充分調整を図り推進します。

また、各種統計資料の収集分析や調査研究に努め、新総合計画との連動を図りながら、社会経済状況を踏まえ、適宜計画の見直しを図るものとします。



2 . 計画期間の考え方

戦略プラン：10年

これまでに形成されてきた川崎に対するマイナス・イメージを払拭し、新たに良好なイメージを形成するとともに、市民の誇りや一体感の醸成を図るためには、将来を見据えた継続的かつ計画的な取り組みが必要です。一方、社会環境が大きく変化中、実効性をもったプランとするためにはあまり長期の目標期間の設定は妥当ではありません。

上記のような視点を踏まえ、シティセールス戦略プランの計画期間を10年程度とします。

なお、10年という計画期間は、新総合計画の基本構想の計画期間とも整合します。

重点戦略：3年

シティセールスの推進にあたっては、市全体を取り巻く動向を見据えながら様々な施策を実施していく必要があります。しかし、それらを総花的に展開しては、その効果を十分発揮できない恐れがあります。

そのため、目標実現に向け効果的で、特に重点的に取り組むべき事項については、本プランの中で「重点戦略」と位置づけ、概ね3年の期間の中で集中的に取り組むものとします。

