

シティセールス推進の基本方針

1. 戦略の基本方向

シティセールス戦略を推進するにあたり、3つの目標の実現に向けて、以下のような視点を踏まえ取り組みを展開します。

目標 …… 川崎の対外的な認知度やイメージの向上

川崎が持つ様々な魅力を市内外に積極的に情報発信することで、川崎に対する認知度・関心の向上を図り、マイナス・イメージを払拭するよう取り組みます。



基本方向

積極的な情報発信

多様なチャネルを活用した積極的な情報発信を行うことで、川崎が持つ地域資源の認知度向上、川崎に対するマイナス・イメージの払拭を図ります。

魅力要素に接しやすい条件整備

市外からの来訪者が川崎の地域資源に直接触れて、その魅力を実感する機会を増やすためのハード、ソフト両面の条件整備を図ります。

市外における川崎ファンの育成

川崎に関する情報に接する機会や川崎を実際に訪れる体験を通じて、川崎に訪れたい、住みたい、ビジネスをしたいという意識を喚起し、川崎の都市活力の向上につなげます。



ターゲット

対象エリア

東京、横浜といった川崎に隣接する地域、そして首都圏、全国、さらには世界といった、より広いエリアに拡大

主な対象者

- ・ 川崎に対する先入観を持たない子どもや若者
白紙の状態から良好なイメージを持ってもらう
- ・ 高度経済成長期の公害の時代を知っており、川崎に対する負の先入観を持つ中高年層
川崎の変化と現在を知ってもらい、負のイメージを払拭する
- ・ ビジネスチャンスを求める人や企業等
川崎の交通利便性や産業集積の強みなどを知ってもらう

目標 ……市民による川崎の魅力の再発見、市民としての誇りや一体感の醸成

川崎市民自らが川崎の持つ様々な魅力を再発見し、地域に対する関心を高めることで、川崎市民の地域に対する積極的な関わり、さらに地域を良くしたいという前向きな意識を引き出し、川崎市民の川崎への愛着、定住意識、一体感を醸成するよう取り組みます。



基本方向

川崎市民における川崎ファンの育成

年間 10 万人規模の転入があり、常に新しい市民を抱える川崎市において、市民としての地域に対する愛着、誇り、住み続けたいという意識の形成を図ります。それにより、自らの住む地域に誇りを持つ市民が増加し、地域課題の解決や地域文化の創造につながっていきます。

シティセールスの推進とまちづくりとの連携

シティセールスの推進を通じて、川崎市民の地域に対する積極的な関わり、良好な環境形成への取り組みを促進するとともに、様々な市民の活動と一体となってイメージ向上につなげていきます。



ターゲット

対象エリア

- ・全市

対象者

- ・全市民

行政情報を的確に広報するのに加え、川崎の魅力や強みを情報発信し、誇りや愛着、一体感を醸成する

- ・毎年 10 万人規模の転入・転出者

特に、転入者に対して、市の魅力や地域資源等の積極的に情報提供し、川崎の魅力に気づいてもらう

目標 ……川崎らしさを活かした川崎ならではの魅力や活力の創出

川崎市内の多様な主体が連携し、川崎の持つ多様な地域資源を積極的に活用し、川崎ならではの個性ある魅力づくりを進めるとともに、その魅力を発信します。



基本方向

地域資源の活用、地域資源を新たな魅力につなげるための仕掛けの展開

川崎が持つ多様な地域資源を掘り起こし、それを川崎ならではの魅力づくりに積極的に活用するとともに、新たなイメージ形成に寄与するような魅力要素の創出を図ります。

オール川崎によるシティセールスの推進

行政だけでなく、市民、民間の事業者・団体といった、川崎市内の多様な主体が、相互に連携しながら地域の魅力要素を発掘し、認知度を高めていくようにシティセールスを推進します。



2. 川崎が発信すべき都市イメージと魅力

(1) 発信すべき都市イメージ

先進的に「変化」する都市

歴史・伝統・地域固有性といった古くから蓄積してきたものと、先端性・国際性といった新しいものが共存し、融合する都市としてのイメージを発信します。

また、古くから蓄積してきたものと新しいものが別個に存在するのではなく、歴史的な蓄積を土台にして、そこから常に新たな変化が生まれてくるような、「変化」を見せる都市としてのイメージ形成・発信を図ります。

歴史的な蓄積を土台とする先進性を持つ都市

生産都市・工都川崎の発展の歴史を土台にして、その中で培われてきた技術、生活文化等を大切にしたい都市イメージの形成・発信を図ります。

特に、公害を克服してきた経過、現状の環境技術などを積極的にPRすることにより、産業都市として培ってきた技術・人材等の蓄積の上に成り立つ既存企業の先端的な取り組み、さらにはそこから生まれる先端技術産業の集積が存在する都市としてのイメージ形成を図ります。

意外性があり、新たな発見がある都市

川崎＝産業、公害といったステレオタイプのイメージが定着している中で、音楽のまちづくりなどの芸術・文化、多文化の共存する地域社会の姿、スポーツ、多摩川の自然といった様々な「意外性」が発見できる都市としてのイメージ形成・発信を図ります。

(2) 川崎が積極的に情報発信すべき魅力要素

川崎の地域性を考えると、多彩な地域資源を持っているほか、市内の南部・中部・北部それぞれの地域が異なる地域性を持っており、多様性が大きな特色です。

しかし、市内外において、川崎が目指す都市イメージの浸透を目指すためには、多様な魅力要素の中から、川崎の強みを生かすシンボリックな要素を重点的に取り上げ、積極的に発信していくことが必要です。

こうした観点に立ち、川崎の良好な都市イメージの形成に向けて、次の要素を重点的に取り上げ、積極的に情報発信していきます。

歴史的な蓄積を土台とする先進性の創出

「産業」(研究開発・先端技術)

世界的企業や研究開発機関の集積 (学術研究開発従業者割合、日本一)
公害問題を克服する過程で培われた環境技術
臨海部を中心に、日本の経済成長を支えてきた基盤産業の集積
マイスターなどをはじめとした卓越したものづくり技術
魅力や個性のある商業拠点や名産品

意外性・新たな発見

「芸術・文化」(音楽、映像)

音楽ホールや音楽大学をはじめとする音楽資源
映画学校、シネマコンプレックスをはじめとする映像資源
川崎ゆかりの文化資源、芸術家、史跡等
国際的な芸術鑑賞施設 (ミューザ川崎、岡本太郎美術館等)
国際色豊かな多文化性をもった文化資源 (音楽等の芸術、舞踏等の芸能、食文化 等)

「スポーツ」

プロスポーツ...サッカー (川崎フロンターレ J1昇格)
ホームタウンスポーツ...野球、バスケット、バレー等のトップチーム
市内の学生スポーツ

「自然」

水辺...多摩川、二ヶ領用水等
緑 ...多摩丘陵、生田緑地、等々力緑地
港 ...川崎港及び海浜公園 (東扇島東緑地) 等

3 . シティセールス推進に向けた取り組み方針

シティセールスの推進にあたり、以下のような方向で取り組みを展開します。

魅力を発掘する、創る = ハード×ソフト(コンテンツ)

川崎の良好な都市イメージの形成に寄与し、対外的に積極的に情報発信したくなるような、川崎市内の隠れた魅力要素を掘り起こすとともに、新たな魅力要素を創出するための取り組みを展開します。

なお、魅力の創出にあたっては、既に地域資源を有効活用し、ハードだけでなく、そのハードを活かすためのソフト(コンテンツ)を組み合わせることにより、魅力創出の面で相乗効果の発揮を目指すような取り組みを展開します。

<ハード×ソフトによる魅力の発掘・創造の例>

- 産業 ... (ハード) 先端的な技術をもつ企業群 × (ソフト) 体験学習
- 芸術・文化... (ハード) 本格的な音楽ホール × (ソフト) 魅力ある演奏会や発信力のあるイベント
- スポーツ ... (ハード) 競技場 × (ソフト) ホームタウンスポーツを活かしたイベント等の開催
- 自然 ... (ハード) 自然空間 × (ソフト) 身近な自然を知り学習する機会(自然教育)

魅力を点から面に広げる = 資源間の連携

川崎が持つ多様な魅力要素を個々に生かすだけでなく、個々の魅力要素の間の連携を促進し、来訪者が市内を広く回遊しながら、川崎の幅広い魅力を体験できる環境を整備することで、川崎全体に対して魅力を感じてもらえるような取り組みを展開します。

1つの魅力要素に触れる機会をきっかけとして、それに関連する川崎市内の様々な魅力を知ってもらえるような仕掛けづくりに取り組みます。

魅力を知ってもらう = 情報発信

川崎のシティセールスを推進する上で重要な課題は、川崎に関する情報不足を解消し、川崎が持っている魅力を知ってもらうことです。

そのため、行政だけでなく、企業、市民を含めた川崎市内の多様な主体が情報発信の担い手となり、それぞれが持つ多種多様な媒体を活用しながら情報発信を図ります。

また、情報発信にあたっては、産業や文化芸術などの個別要素としてだけでなく、産業と市民の生活文化とのつながりなど、魅力要素同士を組み合わせることで情報発信を図ることや、新しいものや意外性といった魅力のアピール、さらには市民の愛郷心につながるような歴史などを踏まえた情報発信を図ります。

魅力に触れる機会を増やす = 交通、情報

川崎の魅力を知ってもらうには、様々な媒体を通じて川崎の情報に触れる機会を増やすことに加え、直接、川崎のもつ魅力要素に触れ、体験してもらうことが重要です。

そのため、川崎が首都圏の中央部に位置し、東京・横浜いずれにも近いという利便性を積極的に PR するとともに、市外からの来訪者や市民が川崎の魅力や強みとなる地域資源に直接触れて、その魅力を体験しやすい環境を整えるため、主要駅からの交通アクセスの向上や、来訪者に対する情報提供等の条件整備を図ります。

