

# シティセールス戦略プランの推進にあたって

## 1. 推進体制の充実

本プランを実効あるものにするためには、推進体制の充実が必要です。

市庁内の推進体制の充実を図るとともに、民間との連携による推進体制の構築、さらには他都市等との広域的な連携に努め、計画に基づく取り組みの円滑な推進を図ります。

### (1) 庁内の推進体制の充実

シティセールスの推進にあたっては、庁内の横断的な取り組みが必要です。

そのため、庁内の取り組みを推進するエンジンとして、シティセールス担当部門の体制の充実を図り、各局・区との連携により推進します。特に重点戦略に掲げた事項については、一体となって取り組みが推進できるよう機能の強化を図ります。

また、市の取り組みを進めるにあたり、民間での実務経験者等、外部人材の持つノウハウ等の活用が図れるよう努めます。

### (2) 民間との連携による推進体制の構築

市全体として良好な地域イメージの形成を図るため、オール川崎で地域の魅力づくりやその情報発信に取り組みます。

そのため、市のみならず、NPO、経済団体等との連携体制の強化に努めます。

また、川崎の魅力を対外的に情報発信する上での担い手として、全国や世界で活躍する市民文化大使、ホームタウンスポーツ・パートナーなどをはじめとして、多様な人材の活用を図ります。

## 2．定量的指標と評価の仕組みづくり

---

### (1) 定量的指標（目標値）の設定

戦略プランの策定目的を踏まえ、推進の目標値として、また取り組みの有効性を検証する指標として、定量的指標をできる限り設定し、定期的に把握できる仕組みづくりに取り組みます。

### (2) 評価の仕組みづくり

定量的指標の達成状況等を踏まえ、プランに基づく取り組みの進捗状況・効果の検証、評価や見直しなど、シティセールスを効果的に展開するための仕組みづくりに取り組みます。

なお、仕組みづくりにあたっては、総合計画の進行管理や事務事業の点検など市全体の検証システムとの連携が図れるよう取り組みます。

## 3．情報収集と調査研究の継続的な取り組み

---

### (1) 情報収集と整理の仕組みづくり

イメージアップに向け、川崎の魅力や強みに光をあて情報発信していくためには、民間も含めた川崎の地域資源を把握することが必要であり、情報収集と整理が的確にできる仕組みづくりに取り組みます。

### (2) 継続的な調査研究に向けた検討

シティセールスの成果を的確に把握し、より効果的なものにするためには、現在ある意識調査等のデータだけでは不十分であり、シティセールスに関するより踏み込んだ調査研究を行っていくことが必要です。

望ましい都市イメージ・住民意識・川崎への愛着・定住志向等、重要なテーマについて、各種統計調査、資料の収集分析、外部の専門家を交えた本格的な調査研究などに取り組みよう検討します。