

川崎市 シティセールス推進調査報告書

～他都市市民から見た“川崎”のイメージ～

(速報版)

川崎市総合企画局

1. 調査概要

1) 調査目的

この調査は、川崎市近隣の方々の「本市に対するイメージ等」を把握することにより、川崎のイメージアップを図る施策の企画・立案をはじめ、今後、川崎市が取り組む様々なシティセールス施策に活用するための基礎資料とするものである。

2) 調査方法

(1) 調査対象者および調査方法

調査対象者	隣接都市居住者
調査地域	・横浜市鶴見区、港北区 ・東京都大田区、町田市、世田谷区
調査方法	・街頭聞き取り、各戸訪問による聞き取り ・ポスティングによる配布および郵送による回収
調査期間	平成16年1月7日～1月23日
調査委託機関	(株)シグマ開発計画研究所

3) 調査対象地域の考え方

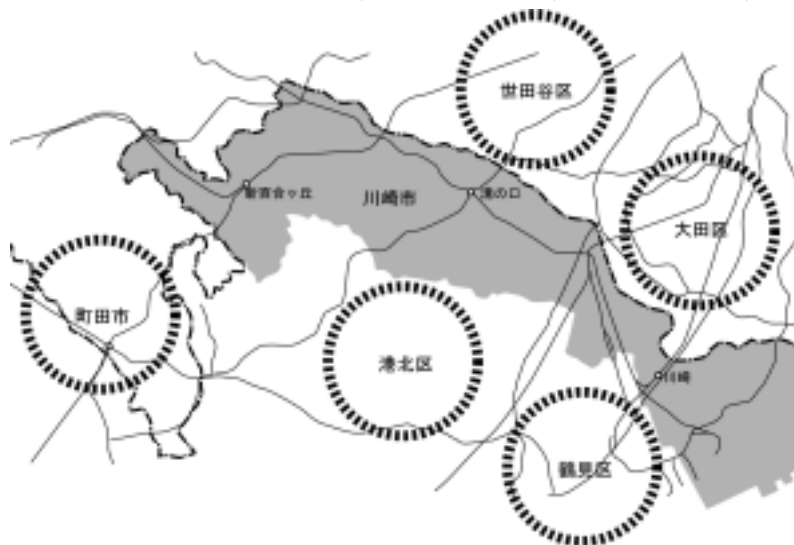
今回の調査対象となる地域の設定については、以下の考え方に基づいて5地域を設定した。

基本的な考え方

- ・本市は南北に細長い地形であることから、北部・中部・南部の各地域の都市イメージを把握するため、3地域に隣接する地域とする。
- ・隣接する地域のうち、本市に従業または通学する者が多い地域とする。

対象地域の設定

- ・横浜市鶴見区、横浜市港北区、東京都大田区、東京都町田市、東京都世田谷区



従業地・通学地による 常住市区町村		総 数 (人)
川崎で従業・通学する者		580,321
1	鶴見区	20,159
2	港北区	12,100
3	大田区	11,144
4	青葉区	10,949
5	町田市	9,734
6	相模原市	9,258
7	世田谷区	7,181
8	神奈川区	6,612
9	旭区	6,419
10	都筑区	6,331

平成12年国勢調査

4) 調査項目

川崎市への来訪経験について

- ・来訪頻度、来訪意向、来訪目的

川崎市の都市イメージについて

- ・まちのイメージ
- ・まちの色
- ・現在のまちのイメージ、・今後のまちのイメージ
- ・まちのイメージ(形容詞)
- ・主要施設等のイメージ(認知状況、来訪経験、イメージ)
- ・主要イベント等のイメージ(認知状況、来訪経験、イメージ)
- ・主要名品・名産等のイメージ(認知状況、来訪経験、イメージ)
- ・“川崎市”と聞いて思い浮かべるもの
- ・まちのイメージ伝えるメディア
- ・イメージアップの力点、方法

属性

- ・市外編：住所、性別、年齢、職業、勤務先・通学先
- ・企業編：住所、性別、年齢、勤務形態

5) 回収結果

(1) 回収数

	隣接都市居住者		計
	街頭・訪問	ポスティング	
抽出数		3,000	
回収数	1,210	710	
有効回収数	1,204	698	1,902
有効回収率(%)		23.3	

(2) 居住地別回収結果

	居住地						合計
	横浜市 鶴見区	横浜市 港北区	東京都 大田区	東京都 町田市	東京都 世田谷区	不明	
有効回収標本数	344	411	428	399	312	8	1,902
(構成比)	18.1%	21.6%	22.5%	21.0%	16.4%	0.4%	100.0%

標本構成

(位：%)

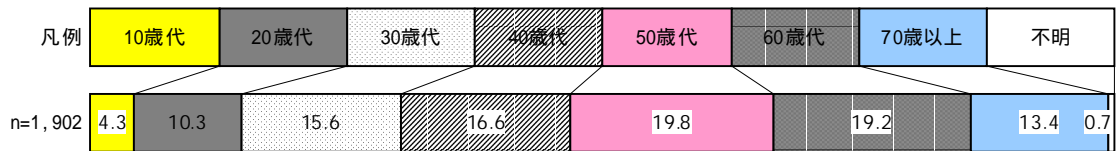
F1住所SA



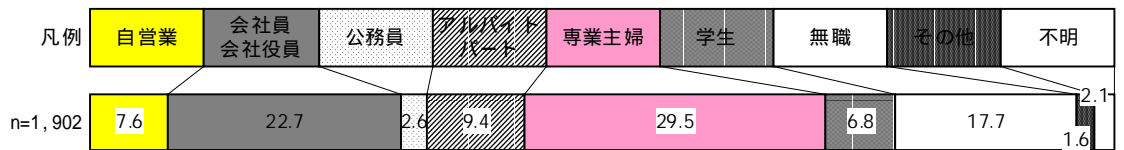
F2性別SA



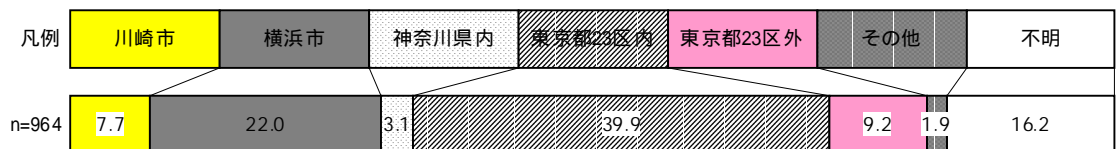
F3年齢SA



F4職業SA



F5勤務先・通学先SA



回答結果一覧（各設問に対する回答割合の上位3位まで）

		母数1,902人	件数 (人)	構成比 (%)
1. 来訪頻度	第1位	年に1~2回	550	28.9
	第2位	月に1~2回	435	22.9
	第3位	年に4~5回	375	19.7
2. 来訪目的	第1位	買い物	906	49.5
	第2位	食事、喫茶、飲酒	445	24.3
	第3位	友人、知人に会う	410	22.4
3. 来訪意向(上記1で「行ったことがない」と答えた人が回答)	第1位	行ってみたい	30	51.7
	第2位	行きたくない	27	46.6
4. “ のまち ” とえば	第1位	産業のまち	1,200	63.1
	第2位	公害のまち	767	40.3
	第3位	労働者の集うまち	683	35.9
5. まちの色	第1位	灰色	840	44.2
	第2位	緑	240	12.6
	第3位	青	196	10.3
6. 現在のイメージ を良いと思うか	第1位	どちらともいえない	660	34.7
	第2位	やや悪い	617	32.4
	第3位	ややよい	352	18.5
7. 今のままで良い と思うか	第1位	変えたほうがよい	835	43.9
	第2位	どちらともいえない	670	35.2
	第3位	今のままでよい	357	18.8
8. まちの形容詞 ア都会的・田舎的	第1位	どちらでもない	917	48.2
	第2位	都会的	646	34.0
	第3位	田舎的	339	17.8
イ魅力的・つま らない	第1位	どちらでもない	1,205	63.4
	第2位	つまらない	437	23.0
	第3位	魅力的	260	13.7
ウ明るく・暗い	第1位	どちらでもない	1,043	54.8
	第2位	暗い	498	26.2
	第3位	明るい	361	19.0
エ個性的・平凡	第1位	どちらでもない	1,046	55.0
	第2位	平凡	462	24.3
	第3位	個性的	394	20.7
オ若々しい・成熟 した	第1位	どちらでもない	1,307	68.7
	第2位	若々しい	308	16.2
	第3位	成熟した	287	15.1
カ心安らく・落ち 着きがない	第1位	どちらでもない	1,077	56.6
	第2位	落ち着きがない	680	35.8
	第3位	心安らく	145	7.6
キ親しみがある・ 親しみがない	第1位	どちらでもない	932	49.0
	第2位	親しみがある	593	31.2
	第3位	親しみがない	377	19.8
ク革新的・保守的	第1位	どちらでもない	1,332	70.0
	第2位	革新的	325	17.1
	第3位	保守的	245	12.9
ケおしゃれ・お しゃれじゃない	第1位	どちらでもない	1,049	55.2
	第2位	おしゃれじゃない	686	36.1
	第3位	おしゃれ	167	8.8

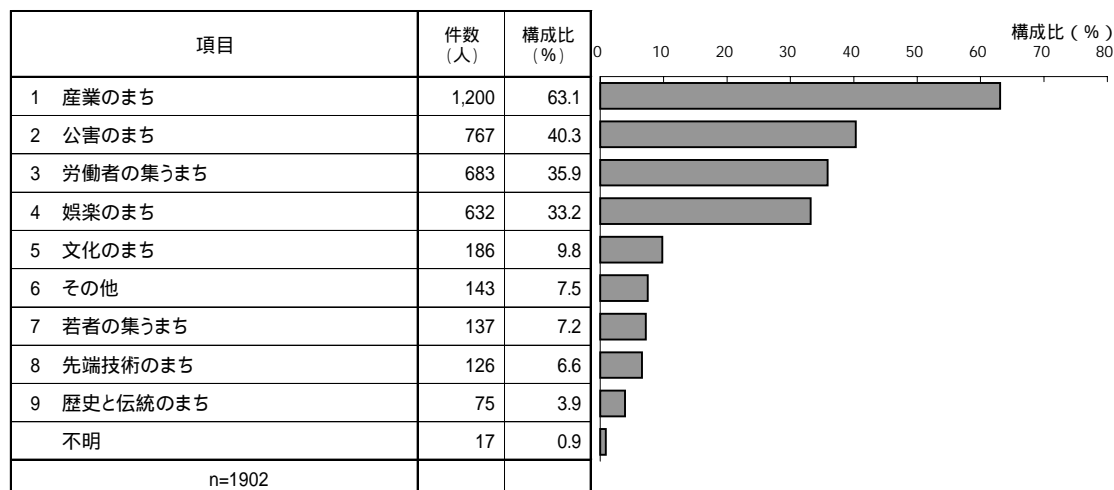
		母数1,902人	件数 (人)	構成比 (%)
コ活気がある・活 気がない	第1位	どちらでもない	993	52.2
	第2位	活気がある	777	40.9
	第3位	活気がない	132	6.9
サ国際的・日本の	第1位	どちらでもない	1,340	70.5
	第2位	日本的	408	21.5
	第3位	国際的	154	8.1
シ治安がよい・治 安が悪い	第1位	どちらでもない	990	52.1
	第2位	治安が悪い	795	41.8
	第3位	治安がよい	117	6.2
ス物価が安い・物 価が高い	第1位	どちらでもない	1,192	62.7
	第2位	物価が安い	614	32.3
	第3位	物価が高い	96	5.0
9. 主要施設 認知状況	第1位	川崎大師	1,828	96.1
	第2位	多摩川	1,621	85.2
	第3位	よみうりランド	1,561	82.1
来訪経験(上記 で「知っている 」と答えた人が 回答(同様))	第1位	地下街アゼリア	1,051	89.0
	第2位	中原街道	1,106	81.2
	第3位	多摩川	1,299	80.1
良いイメージ	第1位	ラチッタデッラ・クラブ チッタ	240	33.8
	第2位	日本民家園	219	33.5
	第3位	ばら苑(旧向ヶ丘遊園)	319	28.0
10. イベント 認知状況	第1位	市制記念花火大会	525	27.6
	第2位	川崎大師風鈴市	520	27.3
	第3位	かわさき市民まつり	353	18.6
来訪経験(上記 で「知っている 」と答えた人が 回答(同様))	第1位	光のイベント	183	60.4
	第2位	市制記念花火大会	292	55.6
	第3位	かわさき市民まつり	187	53.0
良いイメージ	第1位	光のイベント	91	30.0
	第2位	市制記念花火大会	150	28.6
	第3位	川崎大師風鈴市	93	17.9
11. 名品・名産 認知状況	第1位	久寿餅	1,029	54.1
	第2位	多摩川梨	831	43.7
	第3位	とんとこ飴	543	28.5
イメージ(上記 で「知っている 」と答えた人が 回答)	第1位	久寿餅	519	50.4
	第2位	多摩川梨	334	40.2
	第3位	宮前メロン	57	34.5
13. 川崎と言えば	第1位	川崎大師	1,532	80.5
	第2位	京浜工業地帯	822	43.2
	第3位	よみうりランド	514	27.0
14. イメージ伝える メディア	第1位	テレビ	1,259	66.2
	第2位	新聞	878	46.2
	第3位	人づて、口コミ	876	46.1
15. イメージアップ の力点	第1位	環境	1,167	61.4
	第2位	自然・景観	667	35.1
	第3位	福祉・医療	430	22.6
16. イメージアップ の方法	第1位	新聞など各種メディアの 活用	975	51.3
	第2位	テレビドラマ、CMのロ ケーション誘致	627	33.0
	第3位	イベント、シンポジウム の開催	586	30.8

Q4 まちのイメージ

「産業」と「娯楽」のまち

Q4 川崎市といえば、どのような「まち」をイメージしますか？（3つまで）

Q4まちのイメージMA



[全体結果]

本市のまちのイメージは、「産業のまち」が63.1%と最も高く、次いで「公害のまち」40.3%、「労働者の集うまち」35.9%と続いており、産業をイメージさせるものが上位を占めている。しかし、「先端技術のまち」は6.6%と低く、本市における研究開発施設の集積があまり認知されていないことを示している。

また、上位の産業関連に次いで「娯楽のまち」が33.2%となっていることから、大きく「産業」と「娯楽」のまちという2つのイメージを抱かれていることがわかる。

[来訪頻度別]

来訪頻度にかかわらず「産業のまち」の回答が最も多い。また、来訪頻度が高いと「公害のまち」の回答が少なく、逆に来訪頻度が低いと「公害のまち」の回答が多い。このことは、他地域の人に川崎へ足を運んでもらい、現在の正しい姿を認知してもらうことの重要性を示している。

[年齢別]

若い世代ほど「娯楽のまち」のイメージが高く、高齢層になるにつれ「産業のまち」「公害のまち」のイメージが高くなっている。

[居住地別]

すべての地域で「産業のまち」が最も多く、鶴見区・大田区では「娯楽のまち」が2番目に挙げられ、港北区・世田谷区・町田市では「公害のまち」が第2位となっている。5地域の中で最も来訪頻度の高い鶴見区では「公害のまち」（28.2%）が第4位となっており、他地域に比べ低くなっている。

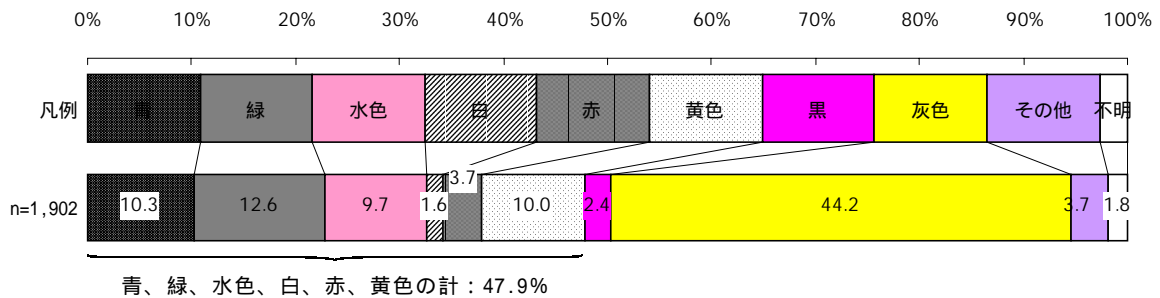
		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	合計
合計		産業のまち 1,200 63.1	公害のまち 767 40.3	労働者の集うまち 683 35.9	娯楽のまち 632 33.2	文化のまち 186 9.8	1,902 100.0
来訪頻度別	週に3回以上	産業のまち 49 48.0	労働者の集うまち 34 33.3	娯楽のまち 30 29.4	公害のまち 27 26.5	文化のまち 26 25.5	102 100.0
	週に1～2回	産業のまち 101 60.8	労働者の集うまち 67 40.4	娯楽のまち 60 36.1	公害のまち 48 28.9	文化のまち 22 13.3	166 100.0
	月に1～2回	産業のまち 272 62.5	娯楽のまち 177 40.7	公害のまち 150 34.5	労働者の集うまち 146 33.6	文化のまち 46 10.6	435 100.0
	年に4～5回	産業のまち 235 62.7	娯楽のまち 160 42.7	労働者の集うまち 138 36.8	公害のまち 144 38.4	文化のまち 36 9.6	375 100.0
	年に1～2回	産業のまち 379 68.9	公害のまち 254 46.2	労働者の集うまち 200 36.4	娯楽のまち 155 28.2	文化のまち 45 8.2	550 100.0
年齢別	10歳代	娯楽のまち 33 40.7	産業のまち 23 28.4	文化のまち 20 24.7	若者の集うまち 19 23.5	公害のまち 15 18.5	81 100.0
	20歳代	娯楽のまち 100 51.0	産業のまち 96 49.0	公害のまち 56 28.6	労働者の集うまち 36 18.4	文化のまち 22 11.2	196 100.0
	30歳代	産業のまち 171 57.6	娯楽のまち 140 47.1	公害のまち 116 39.1	労働者の集うまち 91 30.6	若者の集うまち 32 10.8	297 100.0
	40歳代	産業のまち 204 64.6	労働者の集うまち 143 45.3	公害のまち 135 42.7	娯楽のまち 124 39.2	その他 28 8.9	316 100.0
	50歳代	産業のまち 254 67.4	公害のまち 180 47.7	労働者の集うまち 170 45.1	娯楽のまち 107 28.4	文化のまち 43 11.4	377 100.0
	60歳代	産業のまち 253 69.1	公害のまち 160 43.7	労働者の集うまち 151 41.3	娯楽のまち 83 22.7	歴史と伝統のまち 29 7.9	366 100.0
	70歳以上	産業のまち 192 75.3	公害のまち 101 39.6	労働者の集うまち 82 32.2	娯楽のまち 39 15.3	先端技術のまち 35 13.7	255 100.0
居住地別	港北区	産業のまち 288 70.1	公害のまち 168 40.9	労働者の集うまち 148 36.0	娯楽のまち 106 25.8	文化のまち 45 10.9	411 100.0
	鶴見区	産業のまち 176 51.2	娯楽のまち 161 46.8	労働者の集うまち 136 39.5	公害のまち 97 28.2	文化のまち 45 13.1	344 100.0
	大田区	産業のまち 243 56.8	娯楽のまち 178 41.6	公害のまち 146 34.1	若者の集うまち 35 8.2	文化のまち 31 7.2	428 100.0
	世田谷区	産業のまち 209 67.0	公害のまち 156 50.0	労働者の集うまち 114 36.5	娯楽のまち 68 21.8	その他 29 9.3	312 100.0
	町田市	産業のまち 279 69.9	公害のまち 196 49.1	労働者の集うまち 160 40.1	娯楽のまち 116 29.1	若者の集うまち 51 12.8	399 100.0

上段: 件数(件)、下段: 構成比(%)

Q5 まちの色

若い世代は明るい色、高齢者は灰色
 来訪頻度が高いほど明るい色、来訪頻度が低いほど灰色

Q5 川崎市を色で表現するとしたら、何色だと思いますか。(1つだけ)

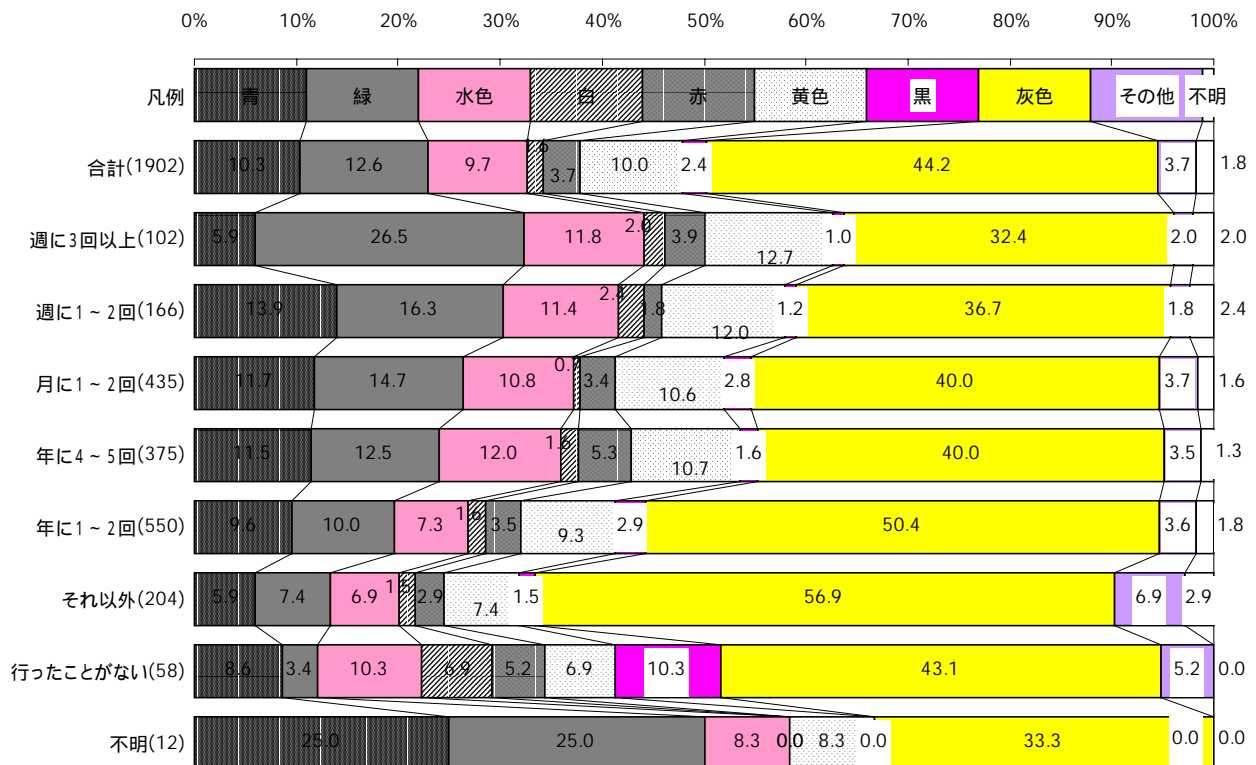


[全体結果]

本市を表す色は、「灰色」が44.2%と最も高いが、「緑」「青」「水色」「黄色」などの明るいイメージ色の合計は47.9%でほぼ拮抗している。本市のイメージは「産業のまち」が最も多く挙げられており、未だに京浜工業地帯を中心とした旧来の工場群のイメージが強く認識されていることを反映したものと思われる。また、世代間でイメージ色の相違があるのが特徴である。

[来訪頻度別]

来訪頻度が低いほど「灰色」の回答が多く、来訪頻度が高いほど明るい色の回答が多い。



[年齢別]

若い世代ほど「緑」「青」「水色」などの明るい色の割合が高く、年齢が上がるほど「灰色」の割合が高くなっている。特に10歳代の「緑」(19.8%)の割合の高さと、60歳代の「灰色」(53.8%)の割合の高さが際だっており、世代間のイメージが乖離していることがわかる。



[居住地別]

すべての地域において「灰色」の回答が最も多く、中でも港北区の「灰色」は53.3%と高いが、本市の臨海部に接している鶴見区の「灰色」は40.4%と全体平均とほぼ同水準となっており、一概に各地域に隣接した本市の特性を反映したものとはいえない。

