

第4回 川崎市シティセールス推進懇話会 意見概要

区分	懇話会における意見の内容
① 企業・市民・団体の活動というのは、すでに行われており、それをまとめることが必要。	<ul style="list-style-type: none"> ・企業・団体・市民はすでにそれぞれ活動をしているが、それがシティセールスやイメージアップにつながっているという認識がない。それぞれの活動の意味、シティセールスにおける位置づけを行政が示してあげることが必要である。 ・キュレーションという発想のもとに、バラバラに散らばってしまっている川崎の民間の活動に関する情報をくまなく収集し、見やすく一か所に整理することが重要である。
② 取組への行政による公認は、民間の取組推進に役立つ	<ul style="list-style-type: none"> ・行政の認定事業であるということにより、信頼性が高まる。 ⇒信頼性が向上することにより、他の企業へのPRも推進され、また様々な場面での協力を得やすくなり、効果的なPRが可能となる。 ・行政の認定事業となることにより、認定された企業・団体のモチベーションが高まる。 ・広報支援をしてもらえることは非常に大きい。
③ イメージアップ認定事業は民間の取組推進に役立つ	<ul style="list-style-type: none"> ・企業・団体の取組を市が支援するイメージアップ事業に認定されることにより、イベント等の取組への参加者は増加している。 ・助成金がもらえるということも、企業・団体の性質や規模によっては非常に大きいものとなりうる。
④ 認定事業と市民活動を結びつける	<ul style="list-style-type: none"> ・市民活動とシティセールスの関係は強いので、認定事業と市民活動をいかに結びつけて行くかという視点も必要である。
⑤ 川崎の表彰・認定制度や魅力を一覧できるようにまとめて、知ってもらおう	<ul style="list-style-type: none"> ・イメージアップ認定事業に限らず、「かわさきマイスター」などの表彰・認定制度が多く存在しているが、それらの存在はあまり知られていない。 ・それらを体系化し、一覧することができるようにし、市内外の人々に認知してもらうようにする必要があるのではないか。 ・窓口を一元化することも重要である。 ・「川崎がどのようなまち」かが分かる、ブランドブックのようなものの作成も考えられる。 ・キュレーションサイトの作成も考えられる。
⑥ イメージアップ認定事業に参加しやすい状況を作る	<ul style="list-style-type: none"> ・イメージアップ認定事業において、何を以てイメージアップとするのか、何を指すのか、各事業が川崎市（シティセールス）の活動においてどのような位置づけのものとなるのか、それらの点に関して明確にする。 ・そのことにより、イメージアップ認定事業を分かりやすく、参加しやすいものにする。

区分	懇話会における意見の内容
⑦ イメージアップ認定事業のパンフレットを改良する	<ul style="list-style-type: none"> ・見やすく、分かりやすくすることによって、どのようにすれば参加できるのか分かりやすくすることが考えられる。 ・市外に対しても認定事業の内容をアピールしていくことにより、市外の評価が高まり、市民が誇りをもって事業に参加することができるようになるのではないかな。
⑧ 小さな活動でも、それをPRできる仕組みを作る	<ul style="list-style-type: none"> ・どのようなものであっても川崎のPRにつながるものであれば、行政が認定し、PRできる仕組みを作ることも必要である。 ・結果として多くの人々が情報に触れることができるようになることが大事である。
⑨ 活動の評価できる仕組みを作る	<ul style="list-style-type: none"> ・活動内容について、多くの人と共有し、評価することができるような仕組みづくりが必要だろう。
⑩ 活動の評価を報告書によって行う	<ul style="list-style-type: none"> ・イメージアップ認定事業等の公認の取り組みに対して、どのような活動を行い、どのような結果となったのかという点が明確に示される報告書を作成する必要があるのではないかな。 ・作成された報告書は市のHPに掲載するなどして、多くの人々の目に触れるようにすることも考えられるだろう。
⑪ 活動の情報発信をソーシャルメディアで行う	<ul style="list-style-type: none"> ・ソーシャルメディアを使った積極的な情報発信によって、反応や評価といったリターンが返ってくることになり、活動に対する当事者の実感を高めるのではないかな。 ・ソーシャルメディアを使っていなかった当事者に、ソーシャルメディアの面白さも知ってもらえることができるのではないかな。
⑫ 民間の活動を待つだけでなく、行政もイメージを明確にするなど民間へ働きかけるべき	<ul style="list-style-type: none"> ・市が考えるイメージアップの姿を整理する事が必要であり、一方で行政の気が付かない川崎市の姿をボトムアップしてもらい、現状は下からのボトムアップをただ待っている印象である。市のイメージ付けの方向性を分かりやすく体系的に示される必要がある。