

．目標と計画の体系

1．戦略プランの目標

『個性と魅力が輝き、活力にあふれる都市の創造』

シティセールスの推進を通じて川崎が目指すのは、地域が持つ様々な個性や魅力を積極的に活かしながら、それを都市の活力につなげていくことです。さらにその活力を新たな個性や魅力の創造に活かしていくような、個性・魅力と活力の好循環、いわゆるグッドサイクルを生む都市の姿です。

そのため、本プランでは、次の3つの目標を掲げ、この実現に向けて様々な取り組みを展開します。

(目標1)川崎の対外的な認知度やイメージの向上

川崎の持つ様々な魅力について、対外的な認知度を高めるとともに、その魅力を川崎の良好なイメージ形成につなげます。

成果目標	現 状	目 標			
		2005年度	2006年度	2007年度	2014年度
良好な都市イメージの向上 まちのイメージをよいと思う人の割合 の向上(「よい」「ややよい」の合計)	26%	30%	33%	36%	50%

(目標2)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

対外的な認知度やイメージ向上を合わせて、川崎市民が川崎の魅力の再発見することで、市民としての誇りや一体感の醸成につなげます。

(目標3)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

川崎の魅力や活力の創出に向けて、川崎が持っている様々な地域資源を積極的に活かしていくことで、川崎ならではの個性ある魅力づくりを進めます。

