

プロモーション戦略

シティセールスの推進にあたっては、川崎ならではの魅力づくりを推進するとともに、その魅力について市内外の認知度を高め、その魅力に実際に触れてもらうための仕掛けづくりが重要です。

そのため、様々な手法により積極的にプロモーション活動を展開します。

1. 市外に対する情報発信のための媒体の活用

川崎の持つ魅力の認知度を高めるため、行政の広報媒体だけでなく、マスコミ、情報誌、映像、インターネットなど、民間との連携を含めた多様な媒体を活用しながら、積極的な情報発信を行います。

情報発信媒体の活用にあたっては、情報としての価値を見極め、情報発信の目的や、その情報を訴求したい相手によって最適な媒体を選択して、効果的な情報発信を行います。

広範な層を対象とする情報発信

マス・メディアの活用

- ・視聴覚に訴え、速報性も高いことから広告媒体として効果の高いテレビの活用
- 川崎に関する情報を集中的に取り上げる、民間の地域情報誌の活用
- ロケの受入とロケ地紹介等による地域資源の情報発信

特定テーマに興味を持つ層に絞り込んだ重点的な情報発信

テーマ毎の専門誌等に対する積極的なパブリシティの展開

- ・クラシック音楽 = 音楽専門誌
- ・ホームタウンスポーツ = スポーツ誌
- ・産業 = ビジネス誌・業界誌 等

2. 市内に対する魅力や地域資源の積極的な情報発信

これまで、市の広報は行政情報の提供が中心でしたが、今後は、市民等に対して行政情報を的確に広報するのに加え、シティセールスの観点から、川崎の魅力などを積極的に情報発信し、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につなげていきます。

市の広報媒体等の内容の工夫・充実

広報誌、市のホームページ等における市内の魅力に関する掲載情報の充実、市民が関心を持って見たいくなるような表現の工夫
転入者に対する川崎の魅力等をまとめたリーフレット等の提供
川崎市が進めている様々なプロジェクト、研究会等の情報を市民が共有できるための仕組みづくり

民間企業・団体等と連携した市内の魅力情報の掘り起こしと情報提供

タウン誌、地域情報誌等、地域と密着した情報提供媒体との連携



3 . 市民、民間企業・団体等による川崎の魅力づくりやその情報発信

行政やメディアだけでなく、地域に詳しい市民、川崎にゆかりのある著名人、さらには地元企業等との連携により、川崎の魅力づくりやその情報発信を進めます。

民間主体による魅力づくりや情報発信を促進する制度の発足

市によるシティセールス活動の認定制度

- ・市の認定制度の創設による、民間主体による地域の魅力づくりやイメージアップの取り組みに対する情報発信などの側面的な支援

市民活動の支援の充実

かわさき市民活動センターでの支援の充実

- ・かわさき市民活動センターを拠点とした、ボランティアやNPOなど、地域での市民活動に対する支援の充実

情報の出し手と受け手の双方向性コミュニケーション

地域密着型のホームページの開設への働きかけ

- ・地元の人が地元ならではの情報を発信したり外からの問い合わせに答えるような、民間による地域密着型のホームページの開設の働きかけ

“人”による情報発信

「市民文化大使」「ホームタウンスポーツ・パートナー」などの活用

- ・川崎に関係が深く、各界で活躍する著名人との連携による、外に対する積極的な情報発信

観光ボランティアガイドの活用

- ・地域に詳しい市民による来訪者に対する川崎の魅力などの情報発信

4 . 人を呼び込むための仕掛けの展開

川崎の魅力の認知度を高めるためには、情報発信を通じて知識として知ってもらだけでなく、実際に人に来てもらい、川崎の魅力に直接触れてもらうことが重要です。特に、川崎は東京・横浜に隣接し、交通アクセスが良いことから、外から人を呼び込みやすい立地環境にあります。

そのため、市外からの来訪を積極的に促すような仕掛けづくりを行います。

観光施策の充実

観光案内施設など観光施策を充実

観光施策については、本プランとの相互連携を図りながら「観光振興プラン」に基づき推進します。

民間との連携による修学旅行等の誘致促進

産業観光を軸にした市外からの人の呼び込み

- ・旅行企画会社等との連携
- ・環境教育、体験学習等の要素を持つ産業観光などを軸に若年層をターゲット

修学旅行やグループ旅行の誘致促進に向けた組織の立ち上げ



川崎の文化の創造発信拠点「市民ミュージアム」
(等々力緑地内)

5. まちづくりと連動したイメージアップのための取り組みの展開

シティセールス活動とまちづくり活動が密接に連携することで、シティセールスの推進が川崎の良好な環境整備や市民の地域社会への参加につながり、逆にまちづくり活動を通して川崎の魅力やイメージの向上につながるような関係を構築します。

市民が実践しているまちづくり活動と連携したイメージアップの取り組みの展開

市内各地で行われている市民活動の情報のネットワーク化と積極的な情報発信

- ・自然環境保全・子育て・高齢者福祉・文化芸術活動など多彩な市民活動を、メディア等を通じて積極的に情報発信

市内の魅力拠点へのアクセス手段である交通手段と連動したイメージアップの取り組み

川崎市の南北の動脈である南武線沿線のイメージの向上

- ・南武線沿線に集積する先端産業企業や研究開発機関との連携によりハイテクラインのイメージを発信します

バスや電車などをはじめとする交通広告の積極的な活用

観光施策と連携した市バスの活用

- ・観光名所を回遊するシャトルバスの運行やバスのラッピングの工夫

都市基盤の整備事業や周辺対策事業に合わせたイメージアップのための取り組み

川崎駅西口再開発事業等、今後計画されている都市基盤の整備事業と連動した新たな魅力の空間づくり及び民との連携による情報発信

主要駅前の放置自転車対策・環境美化対策などとの連携

環境美化キャンペーンなど様々な分野のイベントとの連携によるプロモーション活動の展開