

- 目 次 -

「シティセールス戦略プランの策定にあたって」	
・「川崎市シティセールス戦略プラン」の考え方	1
1．基本的な考え方と計画の位置づけ	1
2．計画期間の考え方	2
・川崎市のイメージの現状と課題	3
1．川崎市を取り巻く社会経済環境	3
2．川崎市の認知度や都市イメージ等の現状	4
3．課題と取り組みの基本方向	7
・目標と計画の体系	8
1．戦略プランの目標	8
2．計画の体系	9
・シティセールス推進の基本方針	11
1．戦略の基本方向	11
2．川崎が発信すべき都市イメージと魅力	14
3．シティセールス推進に向けた取り組み方針	16
・プロモーション戦略	18
1．市外に対する情報発信のための媒体の活用	18
2．市内に対する魅力や地域資源の積極的な情報発信	19
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	19
4．人を呼び込むための仕掛けの展開	21
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	22
・重点戦略	23
1．「産業・研究開発」イメージ戦略	24
2．「芸術・文化」イメージ戦略	26
3．「スポーツ」イメージ戦略	28
4．「自然」イメージ戦略	29
プロモーション戦略に基づく事業推進スケジュール	30
重点戦略に基づく事業推進スケジュール	32
・シティセールス戦略プランの推進にあたって	36
1．推進体制の充実	36
2．定量的指標と評価の仕組みづくり	37
3．情報収集と調査研究の継続的な取り組み	37
資 料 編	39
1．データ等で見える川崎の魅力や強み	40
2．他都市から見た川崎のイメージ調査結果（抜粋）	48
3．川崎市シティセールス推進懇話会委員	49