

都市イメージの向上と情報発信 ～文化・スポーツなど川崎の魅力を活かした シティプロモーション～

平成27年3月1日

川崎市

構成

本資料の構成

1. 川崎市の都市イメージの現状

- ①川崎市のイメージ
- ②川崎市のイメージ(色)
- ③他都市とのイメージの比較
- ④都市イメージの向上に向けて
～川崎市シティプロモーション戦略 プラン(案)～

2. 川崎市の魅力とポテンシャル

- ①川崎市シティプロモーション戦略プランにおける4つのテーマ
- ②～産業・研究開発～ 市内に集積する研究開発機関
- ③～産業・研究開発～ 専門的・技術的職業に従事する人の割合
- ④～文化芸術～ 市内の文化芸術資源
- ⑤～文化芸術～地域に根差した文化事業
- ⑥～スポーツ～ ホームタウンスポーツの推進
- ⑦～スポーツ～ スポーツを通じた地域交流
- ⑧～スポーツ～大規模スポーツ施設の整備
- ⑨～スポーツ～東京オリンピックパラリンピックに向けた検討(1)
- ⑩～スポーツ～東京オリンピックパラリンピックに向けた検討(2)
- ⑪～スポーツ～東京オリンピックパラリンピックに向けた検討(3)
- ⑫～豊かな自然～ 市内の自然・環境資源

3. シティプロモーションの成果と課題

- ①川崎市に関する「分野・キーワード」への認知度
- ②場所・施設・イベントの認知度
- ③市民のイメージ(愛着)

4. これからの時代にふさわしい情報発信

- ①情報接触機会と川崎市への興味関心
- ②川崎市の情報媒体の種類
- ③川崎市の情報媒体の種類
- ③情報発信の手法 ～インターネット普及率の推移～
- ④行政情報の入手方法

5. 都市イメージの向上と情報発信

- ①市民検討会における意見

(付属資料)

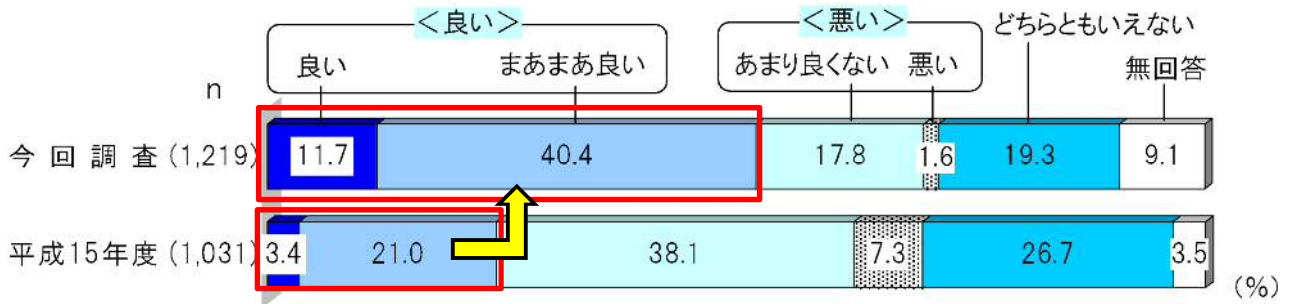
文化芸術拠点
企業・産業文化拠点
市内の主な文化財、民俗
市民のスポーツ実施頻度
スポーツ観戦への関心
市内の主なスポーツ施設
スポーツを通じた地域づくり ～総合型地域スポーツクラブ～
オリンピック大会開催前後の外国人旅行者数
オリンピック・パラリンピックへの期待
日本を訪れた外国人旅行者が不便と感じたところ
本市における多言語対応の事例
情報発信の手法～新聞の行為者率の推移～
川崎市ソーシャルメディア公式アカウント一覧

1. 川崎市の都市イメージの現状

①川崎市のイメージ

「川崎市のイメージ」は、「良い」(11.7%)と「まあまあ良い」(40.4%)を合わせた<良い>は5割を超えており、平成15年度調査と比べて27.7ポイント上昇している。

一方「あまり良くない」(17.8%)と「悪い」(1.6%)を合わせた<悪い>はほぼ2割で、平成15年度調査と比べて26.0ポイント低くなっており、川崎市のイメージは良くなっていると言える。



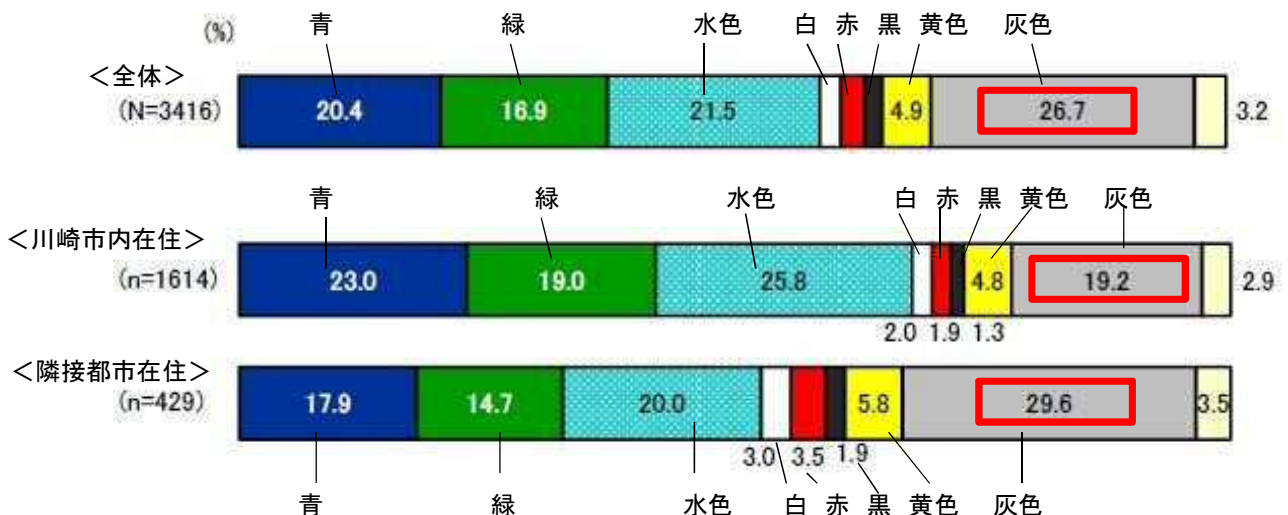
出典：平成26年度第1回かわさき市民アンケート報告書概要版

1. 川崎市の都市イメージの現状

②川崎市のイメージ(色)

「川崎市の色のイメージ」では、「灰色」(26.7%)が最も多く、次いで「水色」(21.5%)、「青」(20.4%)、「緑」(16.9%)の順。「灰色」は平成15年度比マイナス17.6ポイント。

川崎市在住者は「水色」(25.8%)、「青」(23.0%)が多いのに対し、その他の地域在住者では、以前よりも減少傾向ではあるものの「灰色」が3割前後を占めて最も多い。



出典：平成25年度川崎市「都市イメージ調査」報告書

1. 川崎市の都市イメージの現状

③他都市とのイメージの比較

川崎市のイメージについて、市内在住者、市外在住者ともに「交通の便が良い」「庶民的」「産業が盛ん」のポイントが高い。

各都市のイメージについて

川崎市	交通の便がよく、庶民的で、産業が盛ん
横浜市	おしゃれで都会的
相模原市	自然が豊か
鎌倉市	歴史があり、自然が豊かでおしゃれ
大田区	庶民的で、産業が盛ん
世田谷区	おしゃれで都会的かつ落ち着きがある
千葉市	庶民的で自然が豊か

都市名	おしゃれな	活気がある	都会的な	交通の便が良い	買い物しやすい	治安が良い	子育て環境が良い	わくわくする	将来性がある	温かみがある	便利な	庶民的な	落ち着いている	自然が豊か	環境への取り組みが進んでいる	産業が盛ん	スポーツが盛ん	文化芸術を感じる	歴史がある	どれもあてはまらない
川崎市	5.2	27.1	16.9	51.7	33.7	7.7	9.8	3.8	17.5	9.8	38.5	44.9	5.1	17.6	15.2	38.0	20.6	11.6	7.8	10.5
横浜市	57.9	35.9	56.1	47.0	39.4	10.0	11.1	14.5	15.7	5.1	50.2	8.4	9.7	11.3	9.2	17.5	17.5	20.1	30.7	5.4
相模原市	1.1	5.1	1.7	4.7	5.7	7.9	18.6	1.2	12.6	14.1	3.4	24.8	7.0	36.0	3.1	3.9	2.7	1.6	2.8	28.9
鎌倉市	35.7	8.2	2.5	3.6	3.4	22.6	14.1	12.7	3.7	32.3	2.7	6.2	30.6	46.8	6.9	1.4	1.0	29.3	59.7	7.9
大田区	3.8	13.0	13.6	25.9	10.1	5.4	6.4	2.0	4.9	10.8	18.0	34.7	6.5	2.5	3.0	26.3	1.6	1.8	5.1	20.2
世田谷区	31.8	9.6	38.1	23.3	13.0	18.7	19.8	3.9	6.2	7.1	26.3	8.5	28.4	12.7	5.0	2.5	2.1	8.8	6.0	15.4
千葉市	1.1	7.2	3.8	9.3	6.7	4.4	11.8	2.2	11.5	11.8	6.7	27.5	5.2	21.4	2.7	9.4	5.8	1.6	3.1	31.4

出典：平成24年度川崎市「都市イメージ調査」報告書

3

1. 川崎市の都市イメージの現状

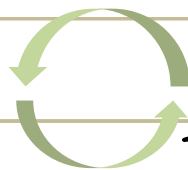
④都市イメージの向上に向けて～川崎市シティプロモーション戦略プラン(案)

川崎市では平成17年3月に「川崎市シティセールス戦略プラン」を策定し、本市の都市イメージの向上に向けた取組を進めてきた。現在「川崎市シティプロモーション戦略プラン」として策定中の計画では、①市民の「川崎への愛着・誇り(シビックプライド)の醸成」②川崎の対外的な認知度やイメージの向上を目標としている。

●目標1

市民の「川崎への愛着・誇り(シビックプライド)の醸成

川崎市の多彩な魅力・地域資源を更に多くの市民に知ってもらうことにより、市民の「川崎への愛着・誇り」の醸成を目指します。シビックプライドの醸成により、当事者意識を持って主体的に地域に関わる市民が増え、地域がより活性化し、それが更なるシビックプライドへと結びついていきます。



目標1と2による好循環
(ポジティブスパイラル)

●目標2

川崎の対外的な認知度やイメージの向上

川崎市が定住先や訪問先、ビジネスの場として選択されるよう、川崎の対外的な認知度やイメージを向上させ、市外における川崎ファンを獲得していきます。認知度やイメージが向上することで、川崎市民のシビックプライドの醸成につながっていきます。

4

2. 川崎市の魅力とポテンシャル

①川崎市シティプロモーション戦略プラン(案)における「川崎の魅力」

シティプロモーション戦略プラン(案)では、川崎の魅力として特徴的な分野として、暮らしの利便性の他●産業・研究開発●文化芸術●スポーツ●自然を挙げている。

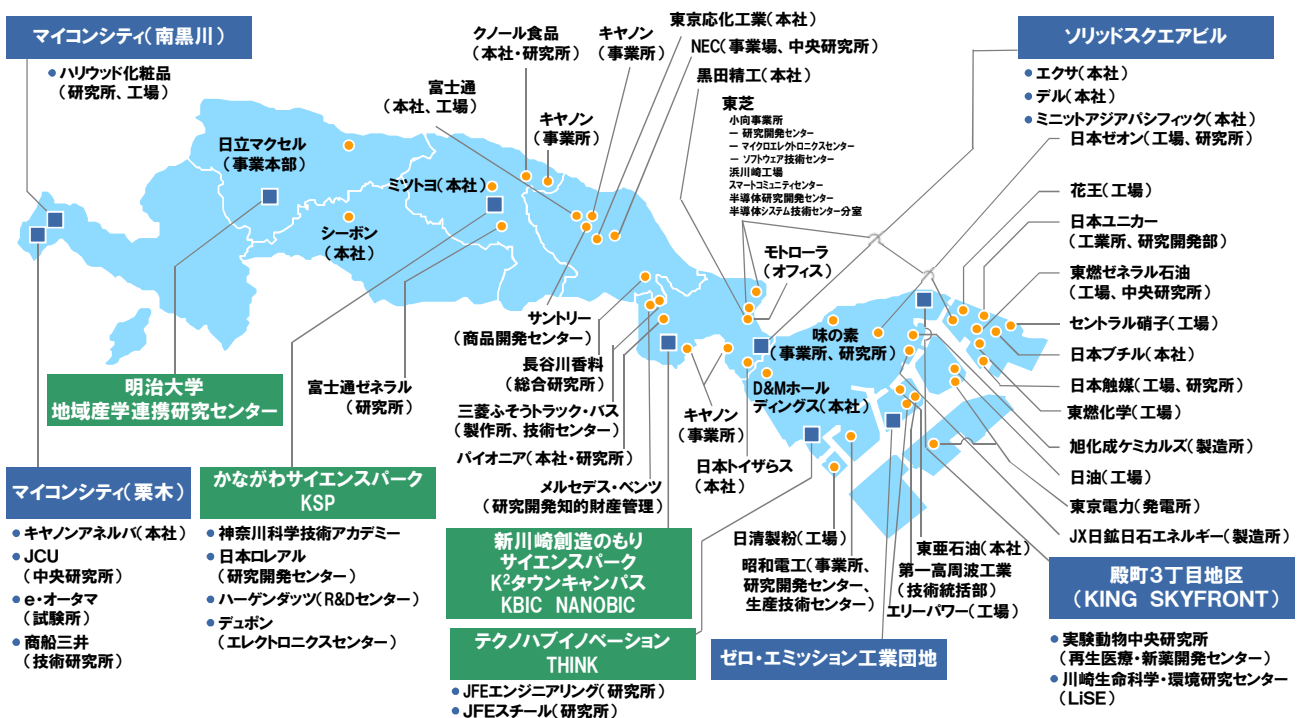


5

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～産業・研究開発～

②市内に集積する研究開発機関

川崎市には200以上の研究開発機関が立地し、研究者・技術者が集結している。

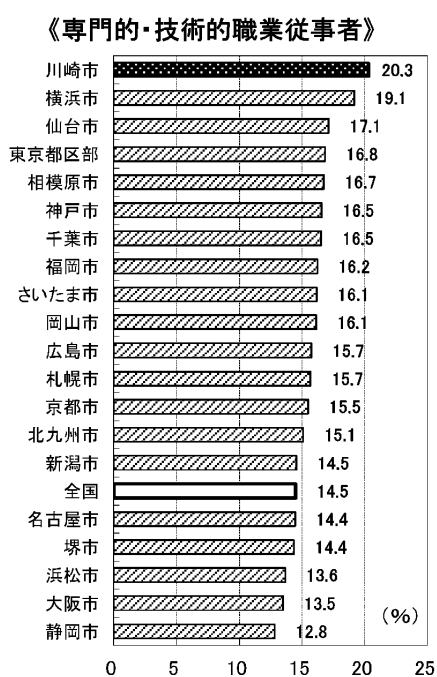


6

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～産業・研究開発～

③専門的・技術的職業に従事する人の割合

専門的・技術的職業従事者の割合及び学術研究機関従業者の割合が、大都市の中で最も高い。情報サービス業従業者などの割合も上位になっている。



学術・開発研究機関の従業者割合

都市	割合 (%)
川崎市	2.38
横浜市	1.06
千葉市	0.72
相模原市	0.70
神戸市	0.59
京都市	0.51
仙台市	0.44
さいたま市	0.38
東京都区部	0.36
札幌市	0.34
浜松市	0.22
静岡市	0.21
大阪市	0.20
新潟市	0.20
北九州市	0.15
名古屋市	0.14
熊本市	0.14
広島市	0.14
岡山市	0.10
福岡市	0.08
堺市	0.06
平均	0.43

(%)

情報サービス業の従業者割合

順位	都市	割合 (%)
1	東京都区部	6.67
2	川崎市	5.95
3	横浜市	3.87
4	大阪市	3.79
5	福岡市	3.28
6	名古屋市	2.85
7	仙台市	2.44
8	札幌市	2.32
9	千葉市	2.23
10	広島市	1.97

(%)

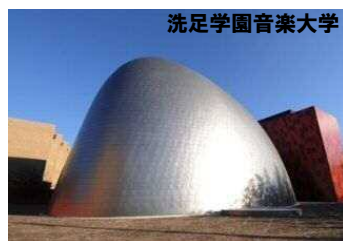
出典：平成24年版大都市比較統計年表

7

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～文化芸術～

④市内の文化芸術資源

市内には2つの音楽大学をはじめ、4つの市民オーケストラ、100を超える市民合唱団・吹奏楽団などがある。音楽家、舞台芸術家、映像撮影者等の職業に従事する人の割合も高く、全国平均の2～3倍の割合となっている。また、多数の映画館の他、映像スタジオや日本初の映画の単科大学があり、映像制作活動が盛んである。さらに、最新の調査による川崎市民の消費動向は、文化施設入場料への支出が大都市中1位である。



消費生活の動向(平成21～23年平均)



川崎市で特化係数の高い職業

(※特化係数は、全国の割合に対する本市の割合で、1.0を超えると集積の高さを示す。)

順位	総数	
	産業中分類	特化係数
1	音楽家、舞台芸術家	2.91
2	技術者	2.53
3	著述家、記者、編集者	2.45
4	美術家、デザイナー、写真家、映像撮影者	2.25
5	研究者	2.00
6	居住施設・ビル等管理人	1.82
7	経営・金融・保険専門職業従事者	1.76
8	営業・販売事務従事者	1.56
9	事務用機器操作員	1.54
10	法務従事者	1.44

出典：平成22年国勢調査

8

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～文化芸術～

⑤地域に根差した文化事業

市民が主体的に企画運営し、区役所や市民館などで実施する文化事業は、身近な地域で文化に親しむ機会として、市民のニーズも高い。



月1回高津区役所ロビーで開催される手作りのコンサート。毎回150人以上の区民で満員となる人気の事業

上: 区民主体で運営される「なかはらミュージカル」
下: 市民自主企画事業による文化財の学習。シニア世代に人気

9

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～スポーツ～

⑥ホームタウンスポーツの推進

川崎フロンターレをはじめとするホームタウンスポーツの推進により、市民のスポーツへの関心を高めるとともに、チーム・アスリートと幅広い分野で地域づくりの連携を進めている。

かわさきスポーツパートナー



〈アメリカンフットボール〉富士通フロンティアーズ ©Fais un reve



〈サッカー〉川崎フロンターレ ©川崎フロンターレ



〈女子バレーボール〉
NECレッドロケッツ



〈野球〉
東芝ブレイブアレイズ



〈男子バスケットボール〉
東芝ブレイブサンダース神奈川



〈女子バスケットボール〉
富士通レッドウェーブ

JVL承認 NEC W-2013 HG0004

©NZNO Association

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～スポーツ～

⑦スポーツを通じた地域交流

地域住民が主体的に運営するスポーツイベントが、住民同士の交流を深める機会となっている。地域におけるスポーツの推進役としてスポーツ推進委員が各区で活躍している。

各区のスポーツイベントの事例

主な取組	概要
川崎区 パワフルかわさき 区民綱引き大会	かわさき市民まつりにおいて、川崎区内でともに暮らす町内会や子ども会、クラブチーム、企業など多様な主体が参加する綱引き大会を開催します。
幸区 幸区リレーカーニバル	幸区における地域主体の一大スポーツイベントとして、小学生・中学生から大人まで、区内の各地域から1,000名以上が参加するリレー種目限定の運動会の開催を支援します。
中原区 中原区民総ぐるみ スポーツ大会	多様な種目を体験することができるスポーツラリーとともに、幅広いチームが参加するドッジボール大会を開催し、中原区民のスポーツを通じた健康・体力の増進、仲間との親睦の輪づくりを推進します。
高津区 高津地区・橘地区 親子運動会	運動・スポーツを通して親子のコミュニケーションを促進し、近隣住民同士の親睦を深めるため、親子参加型、町内会対抗型の地区別運動会を開催します。
高橋区 みやまえスポーツ ふえすていばる	フットサルやバレーボール等の球技、ニュースポーツ、ウォーキング大会など様々な種目のスポーツ大会を年間を通じて開催し、多様なスポーツに親しむ機会を提供します。
多摩区 稲田地区ニュースポーツ フェスティバル 生田地区親子運動会	スポーツを通じて地域の連帯を深めるため、町内会・自治会対抗によるニュースポーツ大会や親子運動会を開催します。
麻生区 あさおスポーツ フェスティバル	健康と体力の向上、活力ある地域づくりを目的として、麻生区内の様々な団体と連携し、市民が自主的に行う様々なスポーツ大会を支援します。

スポーツ推進委員

スポーツ推進委員は、スポーツ基本法に規定された非常勤の公務員で、地域におけるスポーツの推進役として、地域住民に対する指導・助言を行っています。

また、地域のスポーツ施策の企画立案、スポーツ活動の調整を図るコーディネーター的役割も担っています。

本市では、各区にスポーツ推進委員会を組織しており、市全体のスポーツ推進委員連絡協議会を設置しています。現在400名を超える委員が活動しており、各地区で運動会やスポーツ大会を企画・運営したり、市民向けの体力テストを実施しています。

(平成24年9月現在)



11

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～スポーツ～

⑧大規模スポーツ施設の整備

スポーツを観戦する環境づくりとともに、多目的に利用できるスポーツ・文化・レクリエーション活動拠点の整備を進めている。

○整備を進めている主な施設

富士通スタジアム川崎(川崎富士見球技場) (川崎区)

フィールドを拡張し、4,000席の観客席を整備した川崎富士見球技場。本市初のネーミングライツ導入施設として「富士通スタジアム川崎」の愛称で平成27年4月に供用が開始する。



等々力陸上競技場 (中原区)

平成24年12月から改築工事を行ってきた等々力陸上競技場のメインスタンドが平成27年3月14日にリニューアルオープン。バラエティに富んだ観客席や大型映像装置の設置により、さらに楽しく、快適に。



スポーツ・文化総合センター (川崎区)

富士見周辺地区整備と連携しながら、スポーツ・文化・レクリエーション活動の拠点機能の強化を図ることを目的として、体育館やホール、会議室等を備えた施設の整備を進めている。平成29年10月1日供用開始予定。



12

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～スポーツ～

⑨東京オリンピック・パラリンピックに向けた検討(1)

東京オリンピック・パラリンピックに向け、本市では、「かわさきパラムーブメント」を基本方向として、様々な取組を行い、超高齢社会を見据えた新しい都市像につなげるとともに、誰もが暮らしやすいまちの実現を目指す。



13

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～スポーツ～

⑩東京オリンピック・パラリンピックに向けた検討(2)

東京大会の開催に向け、他都市等と連携・協力した取組やスポーツ文化、経済の振興など分野別の検討事項

■スポーツの振興

- ・障害者スポーツ推進機関組織化
- ・ピープルデザイン川崎プロジェクトと連携した取組
- ・ジュニア選手強化事業の実施
- ・市民参加のスポーツイベントの定期的な開催
- ・周年事業等を捉えた友好・交流都市とのスポーツ交流
- ・JOC・JPC等の活動への支援・協力 など



■大会運営等の支援

- ・会場運営等ボランティアの派遣
- ・ボランティア人材育成セミナーの開催
- ・大会運営の支援を通じた心のバリアフリー、ダイバーシティのまちづくりの推進
- ・119番通報の多言語化対応
- ・大会組織委員会への支援・協力 など



■まちづくりの推進

- ・統一感のある案内サイン整備の検討、多言語対応による情報発信の推進
- ・駅や道路、公共的建築物におけるバリアフリー環境の整備などによるユニバーサルデザインの推進
- ・東京都、大田区等との交通ネットワーク構築など



■経済・観光の振興

- ・美術館・博物館でのオリンピック・パラリンピックをテーマとした展示等の検討
- ・ウェルフェアイノベーションの取組や福祉製品、サービスの開発企業との連携
- ・水素関連技術、次世代自動車の普及促進等のPR
- ・他都市との連携による共同セールスの実施など



" Prof. Sankai University of
Tsukuba / CYBERDYNE Inc. "

14

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～スポーツ～

⑪東京オリンピック・パラリンピックに向けた検討(3)

世界最高レベルの競技に触れる機会を増やし、市民が参加できる大会を実施することで、スポーツに対する興味・関心を高めると同時に、障害者スポーツの普及・発展に取り組む。

1 大規模スポーツ大会等の開催

- 3年ぶりに「ゴールデングランプリ川崎」を開催
 - 市民参加イベントに加え、市内障害者の陸上団体等の参加によるイベントやパラリンピック種目のデモンストレーションを予定
- ・開催日
平成27年5月10日(日)
- ・開催場所
等々力陸上競技場



2 ダイバーシティ(多様性)のまちづくりの推進

- スポーツイベントや映画の試写会の場などで福祉施設に通う障害者の方々の就労体験を実施するなど多様な人々が混ざりあう取組を实践
 - ブラインドサッカーイベントの開催
- ・開催日
平成27年3月8日(日)
- ・開催場所
ラゾーナ川崎ルーファ広場



3 障害者スポーツの推進体制の構築

- 東京オリンピック・パラリンピックを見据え、障害者スポーツのさらなる普及・発展を目的として、市障害者スポーツ協会の設立に向けた取組を推進
- 日本障がい者スポーツ協会への登録に向けた準備を進め、関係団体との連携を強化



4 オリパラかわさきプロジェクト

- 平成26年度は「かわさきパラムーブメント」を基本方向とする取組方針を策定
- 平成27年度は推進計画を策定するとともに、市内関係団体等と連携する組織(プラットフォーム)の設置に向けた取組を推進
- 障害者スポーツやパラリンピックの機運醸成を図るため、関係団体と連携した障害者スポーツイベントの開催



15

2. 川崎市の魅力とポテンシャル～豊かな自然～

⑫市内の自然・環境資源

産業都市のイメージが強い川崎だが、生田緑地をはじめとする緑など大都市に残る自然資源を有している。また、多摩川に広がる水辺空間は市民の憩いの場や様々な活動の拠点になっている。



はら苑



カヌー教室



水辺の楽校



アユの溯上

(写真提供)NPO法人 とどろき水辺



早野の里



二ヶ領用水と枝垂れ桜



東扇島東公園

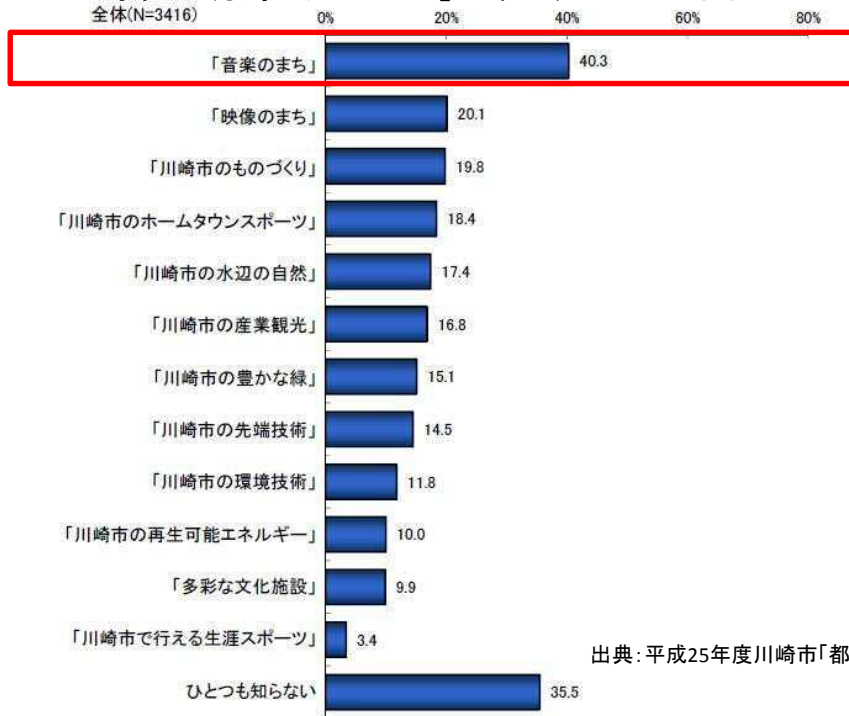
16

3. シティプロモーションの成果と課題

①川崎市に関する「分野・キーワード」への認知度

川崎市の「分野・キーワード」に対する認知率は、「音楽のまち」が最も高く、4割となっている(40.3%)。

川崎市の「分野・キーワード」の中で、知っているもの



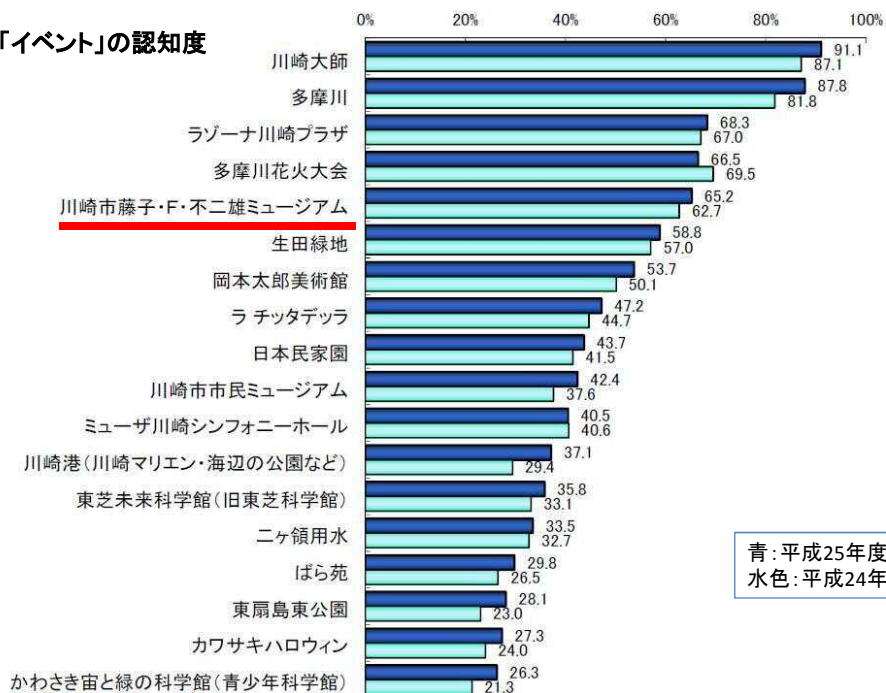
出典：平成25年度川崎市「都市イメージ調査」報告書

3. シティプロモーションの成果と課題

②場所・施設・イベントの認知度

川崎大師、多摩川、ラゾーナが上位。近年整備された施設では藤子・F・不二雄ミュージアムの認知度が高い。

「場所・施設」「イベント」の認知度



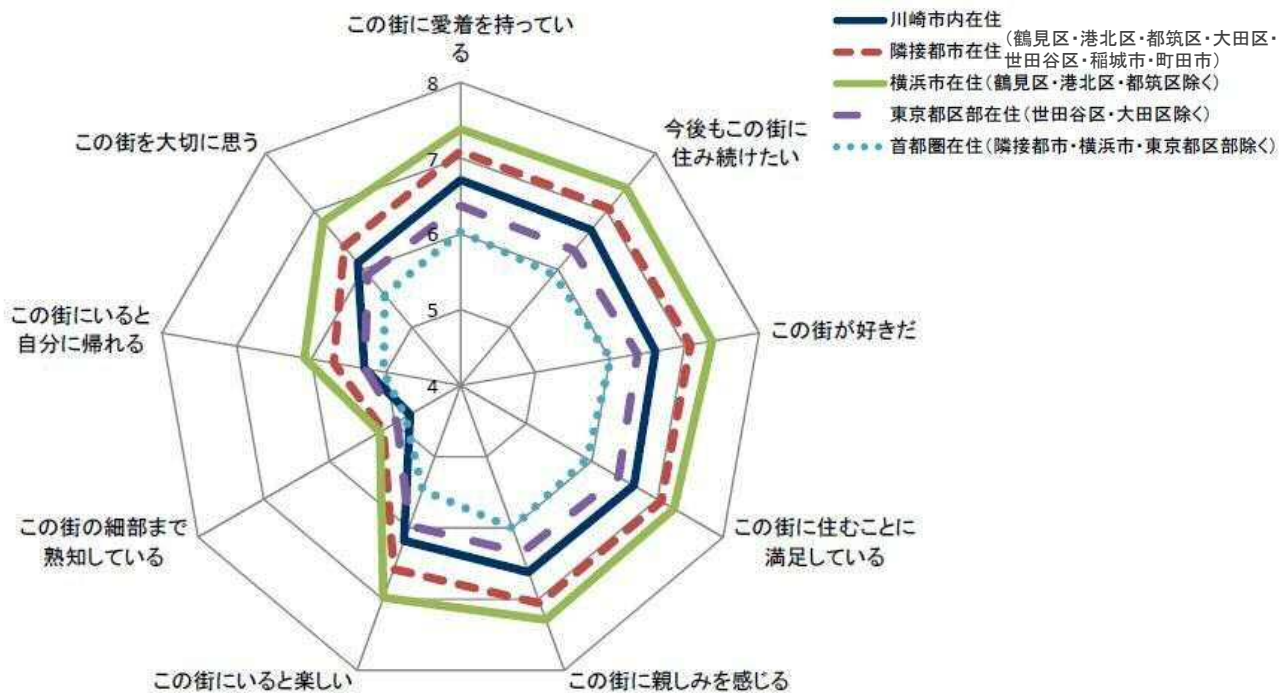
青：平成25年度(N=3416)
水色：平成24年度(N=4638)

出典：平成25年度川崎市「都市イメージ調査」報告書

3. シティプロモーションの成果と課題

③市民のイメージ(愛着)

川崎市内在住者の愛着度(定住志向や満足度)はいずれも横浜市在住者や隣接都市在住者を下回っている。



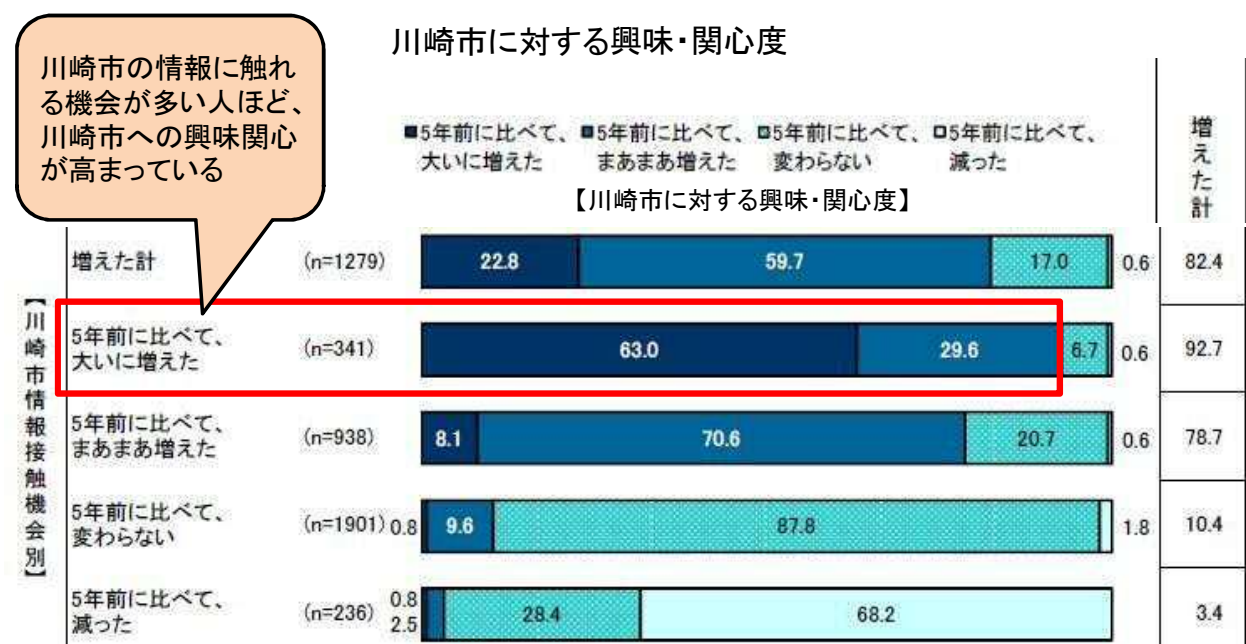
出典:平成25年度川崎市「都市イメージ調査」報告書

19

4. これからの時代にふさわしい情報発信

①情報接触機会と川崎市への興味関心

川崎市に対する興味関心度について、5年前に比べて情報接触機会が多いに増えた人の「増えた計」が92.7%、5年前に比べて変わらない人は10.4%で、情報接触機会と興味関心度には関連性が見られる。



出典:平成25年度川崎市「都市イメージ調査」報告書

20

4. これからの時代にふさわしい情報発信

②川崎市の主な情報媒体や広報活動

媒体	手段	具体例等
紙	新聞・雑誌(広告)	広告枠を購入し、内容を掲載する
	市広報紙	市政だより
	市広報出版物	市勢要覧、市民グラフかわさき「ひろば」など
	チラシ、ポスター	事業毎に作成
インターネット	ホームページ	市ホームページ
	SNS	Twitter、Facebook
	動画共有サービス	Youtube、Ustream、
テレビ・ラジオ	テレビ	tvk「LOVEかわさき」
	ラジオ	ラジオ日本「かわさきマッチングタイム」
	コミュニティFM	アクセスかわさき930
パブリシティ	市長記者会見、報道発表	新聞、テレビ、ラジオ等のメディアに取り上げてもらう
その他	大型画面、掲示板、回覧板等の活用、イベント等によるPR	アゼリアビジョン、広報掲示板、かわさき情報プラザ、町内会回覧板、町内会掲示板、施設や学校を通じたPRイベント、市民文化大使によるPR

※ 市政だよりは毎月2回発行。1日号は町内会、自治会等を通じて、21日号は新聞折込みで配布。区役所等の施設の他、市内の一部の駅、コンビニ等にも設置。

※町内会回覧版、町内会掲示板は各町内会の活動として自主的に展開するもの。

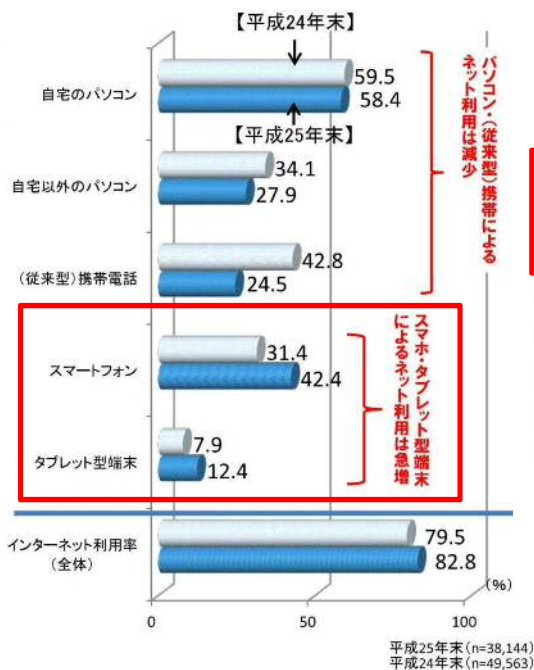
21

4. これからの時代にふさわしい情報発信

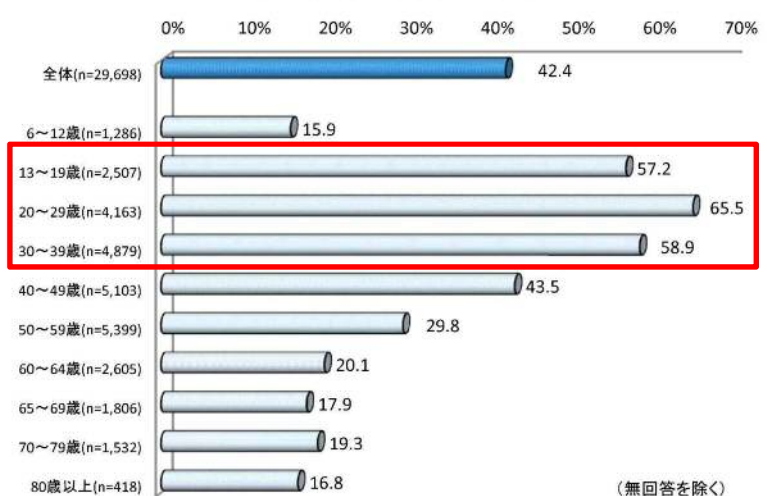
③情報発信の手法 ～インターネットとSNS普及率～

インターネット利用率全体は8割を超え、中でもスマートフォン、タブレット型端末によるインターネット利用が急増している。SNSの利用は13歳～39歳で5割を超えている。

【端末別インターネット利用率】



【ソーシャルメディアの利用】

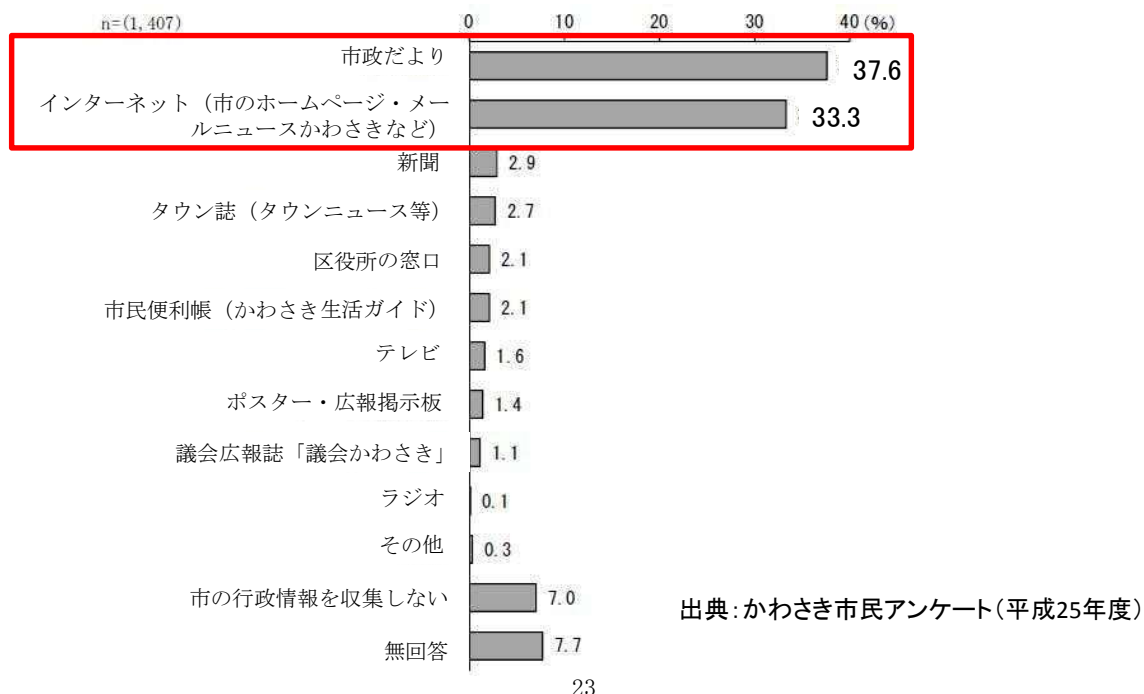


出典: 総務省 平成25年通信利用動向調査

4. これからの時代にふさわしい情報発信

④行政情報の入手方法

川崎市の行政情報を収集する際に利用されているものは、「市政だより」(37.6%)が最も多く、次いで、「インターネット(市のホームページ・メールニュースかわさきなど)」(33.3%)の順となっている。性/年齢別では、男性は50歳代、女性は40歳代まで「インターネット(市のホームページ・メールニュースかわさきなど)」の利用が最も多くなっている。



5. 都市イメージの向上と情報発信

①市民検討会における意見

区ごとに開催した市民検討会において共通する意見傾向として、①市民へのPR不足(情報が伝わっていない)②既存資源の活用 が挙げられる。都市イメージの向上とこれからの情報伝達のあり方を検討する上でのヒントになると考えられる。

川崎の未来を考える市民検討会での意見

○ 市民へのPR不足

- ・無いと思ったら実はあったという気づきが多く見られた。通常の広報だけでは無関心な人に届かない
- ・市民の力で声をだしていくことが大事
- ・市内、市外など、ターゲットを意識した情報発信を行う
- ・ITの活用にとどまらず、口コミなど人と人とのつながりを通じた情報伝達力にも注目したい

○ 既存資源の活用

- ・ないものをつくるのではなく、既存の資源を活用することが大事
- ・観光資源や商業施設をネットワーク化することで、イメージアップや価値を高めることが大切

○ その他関連するもの

- ・川崎の多彩な魅力をまとめあげてブランド化したらどうか
- ・歴史×食など異なる分野のコラボレーションで魅力を高めてはどうか

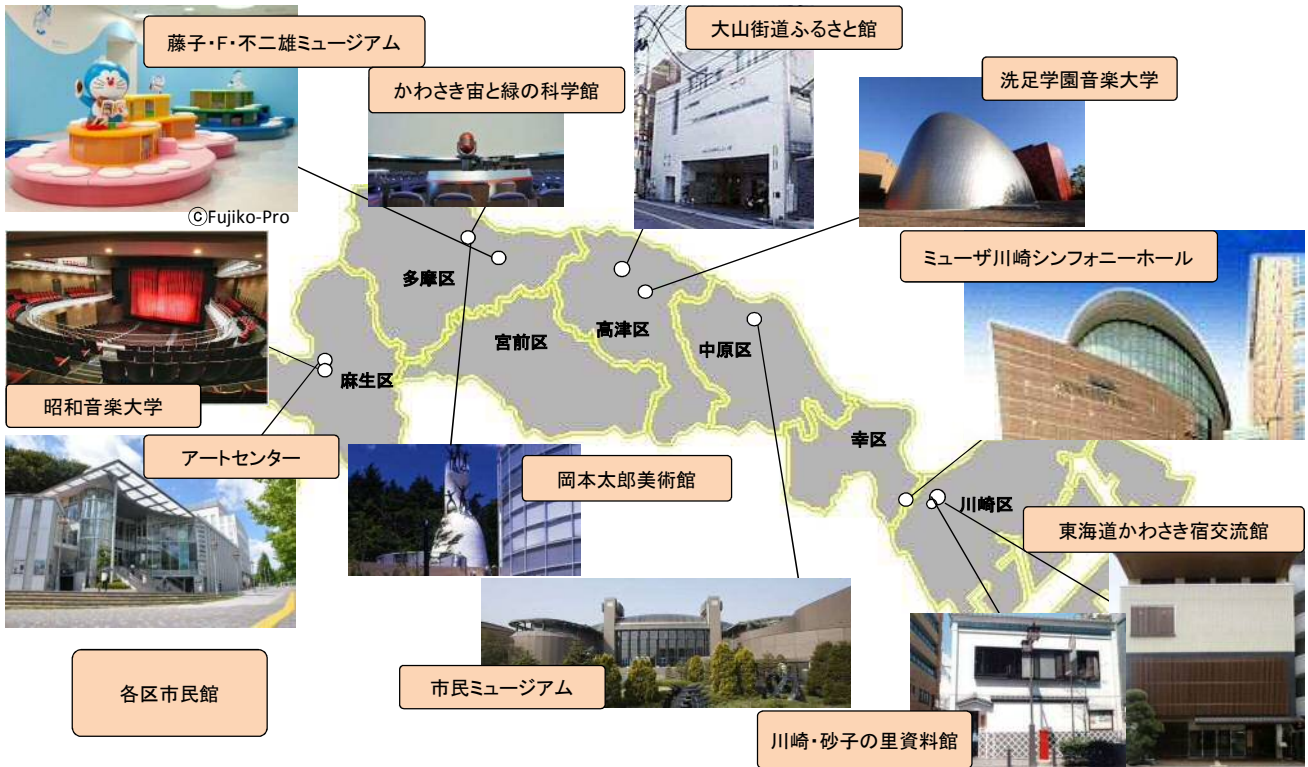
メモ

	川崎の魅力をどう活かすか
自分・家庭 でできること	
地域ででき ること	
民間ででき ること	
行政がやる べきこと	

付属資料

文化芸術拠点

市内には市民館のほか、音楽ホールや劇場・美術館・博物館など地域の文化芸術活動の拠点となる施設が多数存在している。



付属資料

企業・産業文化拠点

産業界においても、企業博物館や工場見学などの社会貢献活動を積極的に行っている企業が多数存在することも特色。



付属資料

市内の主な文化財、民俗の例

川崎市には多くの文化財や郷土色豊かな民俗芸能が存在しており、それらを生かしたまちづくりの指針として、2014年3月に「川崎市文化財保護活用計画」を策定している。

- 多摩丘陵での原始の暮らしを伝える文化財
 - 万福寺遺跡群(麻生区)出土旧石器
 - 下原遺跡(多摩区出土品)
- 生田緑地とその周辺の文化財
 - 旧伊藤家住宅(多摩区日本家園)
 - 初山の獅子舞(宮前区)
- 橘樹郡衙と影向寺に関連する文化財
 - 千年伊勢山台官衙遺跡(高津区)
- 川崎の工業化を伝える文化財
 - トーマス転炉(中原区)
 - 白山古墳出土三角縁神獣鏡(幸区)
- 加瀬山周辺の文化財
 - 安藤家長屋門(中原区)
 - 弘法大師への道標(川崎区平間寺)
- 地域に伝わる民俗芸能
- 街道の賑わいを伝える文化財

29

付属資料

市民のスポーツ実施頻度

川崎市民のスポーツの実施頻度については、週1回のスポーツ実施率は37.7%であり、全国平均の45.3%(2009年度)に比べて低い。約8割の市民は運動不足を感じており、特に30~40歳代の働き盛り世代で運動不足を感じている人が多い傾向がみられる。

健康日本21における運動習慣(1回30分以上の運動を、週2回以上実施し、1年以上持続している人)の目標値は、男性39%、女性35%とされている。

図3 スポーツの実施頻度

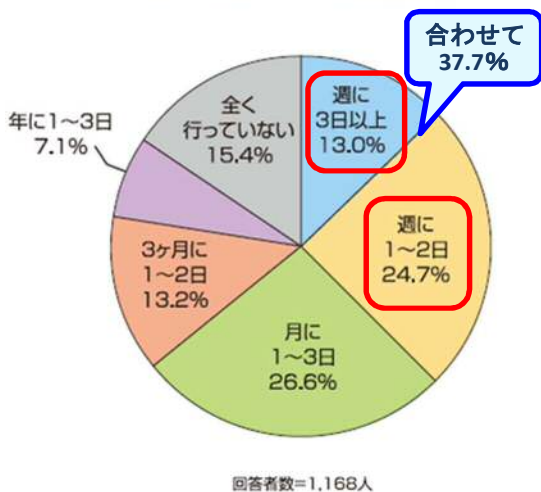
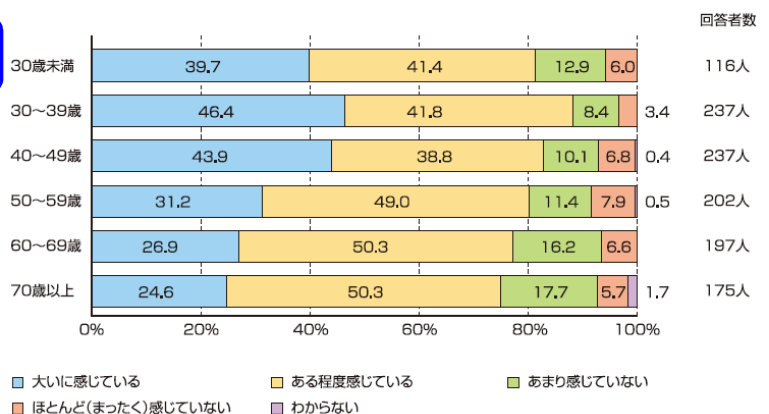


図5 年代別運動不足の割合



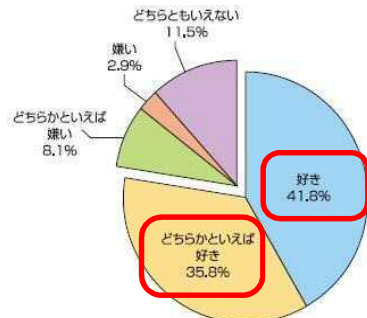
出典:「川崎市スポーツ推進計画」(2012年9月)

付属資料

スポーツ観戦への関心

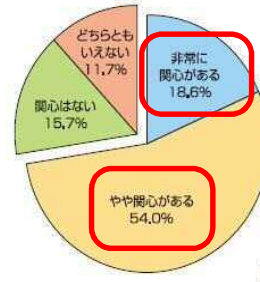
スポーツを観たり観戦したりする意向や、地元の選手やチームに対する関心は比較的高い。

図10 スポーツを観るのが好きか



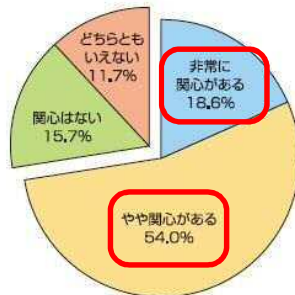
回答者数=1,178人

図11 機会があればスポーツを観戦したい



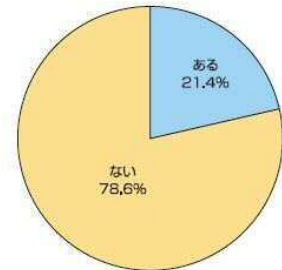
回答者数=1,131人

図14 川崎市の選手や団体の活動への関心



回答者数=1,150人

図15 応援している地元チーム・選手



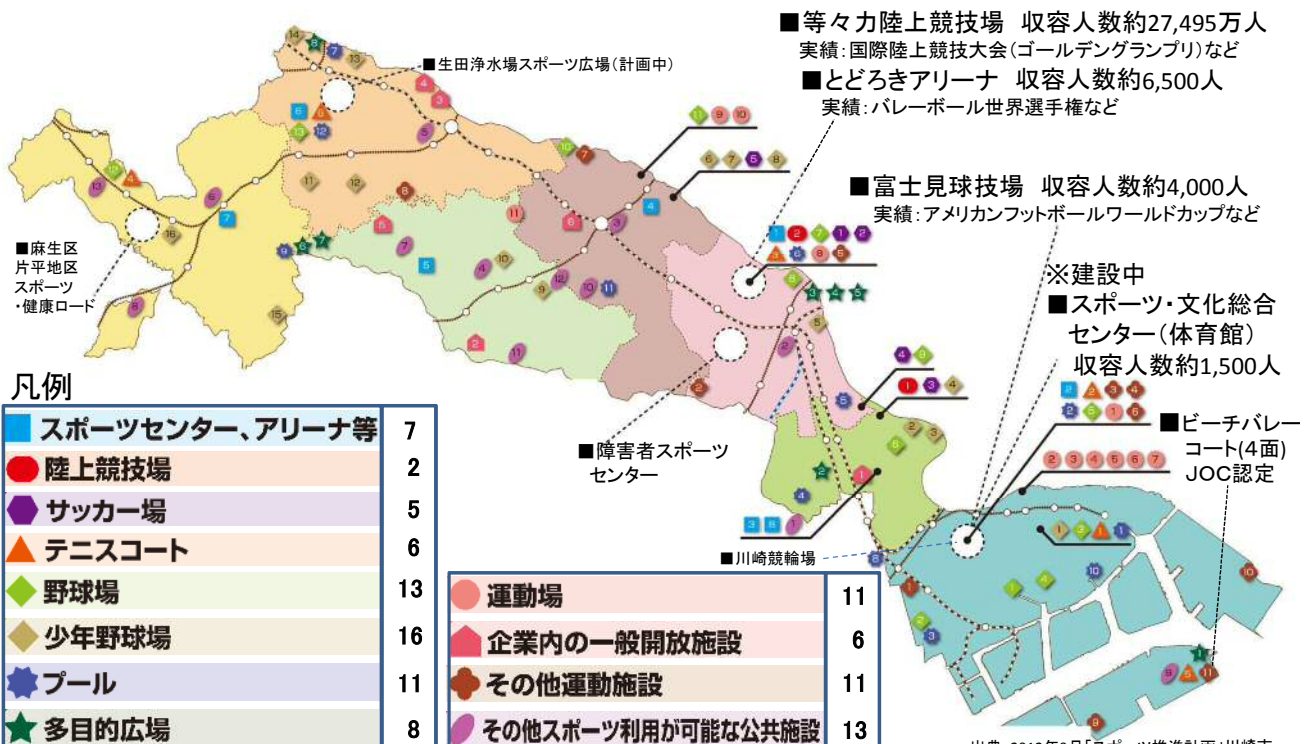
回答者数=1,105人

出典:「川崎市スポーツ推進計画」(2012年9月)

付属資料

市内の主なスポーツ施設

大規模スポーツ大会の開催が可能な施設のほか、市民が身近にスポーツを楽しめる環境の整備を進めている。



付属資料

スポーツを通じた地域づくり ～総合型地域スポーツクラブ～

総合型地域スポーツクラブは、同じ地域の住民を会員とする自主的な運営を基本とし、さまざまな人たちが、いろいろな活動を、その興味やレベルに応じてそれぞれのスタイルで楽しむことができる。市内では10のクラブが現在活動中で、スポーツだけでなく社会・文化活動も含めて、地域のコミュニティ活性化につながっている。

各区の総合型地域スポーツクラブ

	クラブ名	設立
川崎区	川中島中学校区総合型地域スポーツクラブ	平成24年3月
幸区	幸総合型地域スポーツクラブ・PLUM	平成21年2月
中原区	平間スポーツレクリエーションクラブ	平成14年12月
	かわさきスポーツドリーマーズ(K.S.D.)	平成23年3月
	中原元気クラブ	平成25年4月
高津区	高津総合型地域スポーツクラブ(SELF)	平成18年2月
宮前区	菅生スポーツ・コミュニティ・クラブ	平成24年2月
	ファンズスポーツクラブ宮前	平成26年11月
多摩区	中野島総合型地域スポーツクラブビルネ	平成20年2月
麻生区	わ・わ・わ・クラブ	平成18年2月

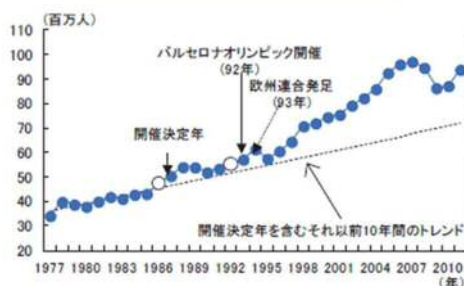
33

付属資料

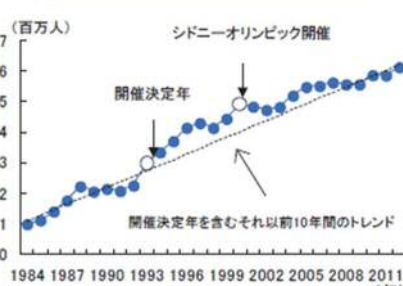
オリンピック大会開催前後の外国人旅行者数

○ 開催都市では、大会開催前後を通じて外国人旅行者数が増加
→ 一過性でなく、大会開催後も見据えた戦略的な観光振興が求められる。

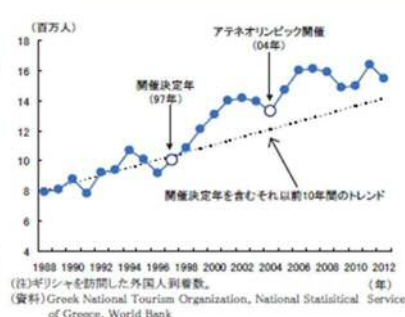
スペイン(1992)



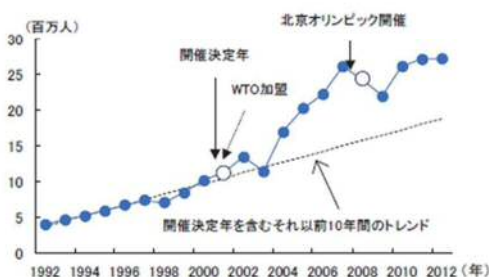
オーストラリア(2000)



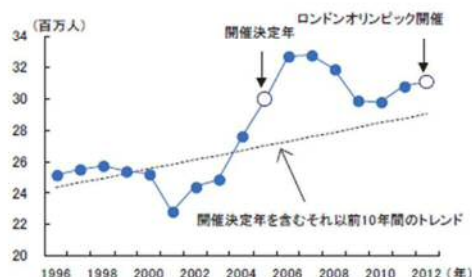
ギリシャ(2004)



中国(2008)



英国(2012)



出典：
観光白書2013

34

付属資料

オリンピック・パラリンピックへの期待

○全国20～60歳代の男女3,500名に対し、2020年の東京大会によって持続的にもたらされる効果(レガシー)に関する意識調査を実施

2020年東京大会に対する期待(2020年東京大会を契機に社会が良くなるか?)



社会が良くなることへの期待 約5割

東京大会を契機に期待する社会変化



期待の高い分野
 1位 観光・地域活性化
 2位 国際交流・平和
 3位 健康増進
 4位 (安全)レジリエンス
 5位 環境
 6位 復興

注: 監視すべき順位を1~10位まで回答したデータについて1位10点、2位9点...10位1点として点数化

出典: 2014年1月「オリンピックレガシーに関する意識調査を実施」三菱総合研究所

付属資料

日本を訪れた外国人旅行者が不便と感じたところ

- 平成21年と平成24年の比較では、スマートフォン、タブレットなどの普及に伴いWi-Fiのニーズが急速な高まりを見せている。
- コミュニケーションに関する不便さは、依然として高い位置となっている。
→こうした回答を踏まえた国際化施策を進める必要がある。

順位	構成比	平成21年3月	構成比	平成24年3月
第1位	37.3	標識での外国語表示の不足	36.7	無料公衆無線LAN環境
第2位	28.9	観光案内所の場所の不便さ	24.0	コミュニケーション
第3位	20.0	外国語(特に英語)の通じにくさ	20.0	目的地までの公共交通の経路情報の入手
第4位	17.8	クレジットカードの利用可能なATMの不足等	17.1	交通機関の利用
第5位	15.4	交通機関の利用の煩雑さ	16.1	両替・クレジットカード利用
第6位	14.0	市中のゴミ箱やベンチの不足	11.5	飲食店情報の入手
第7位	8.3	禁煙・喫煙(飲食店での禁煙の徹底)	10.2	公共交通の乗り場情報の入手
第8位	8.1	物価(宿泊費の高さ)	9.8	地図、パンフレット(多言語)が少ない
第9位	7.5	観光地(全国の観光地に関する意見)	9.4	割引チケット・フリー切符の情報の入手
第10位	7.0	飲食施設(英語メニュー、禁煙の徹底)	6.5	飲食店の予約

観光庁調べ *平成21年3月の構成比は、コメント総数(456件)に占める割合。調査は選択式(複数回答可)。
 *平成24年3月の構成比は、コメント総数(479件)に占める割合。調査は選択式(複数回答可)。

付属資料

川崎市における多言語対応の事例

- 本市では、外国人市民に広報を行う場合、英語、中国語、ポルトガル語、スペイン語、韓国・朝鮮語、タガログ語の6言語で行うことを標準としている。（「外国人市民への広報のあり方に関する考え方」）
- 公共サイン、公共施設においては、英語、中国語、韓国語を対象としているケースが多い。

■ 広報

○【ホームページ】6言語

○【広報資料】1～6言語

緊急事態対応(12)、生活相談(14)、外国人市民の義務(2)、保健・福祉・教育(46)、日常生活(3)、施設情報(16)、その他の情報(20)、各分野の計113



【JR川崎駅総合案内板(音声案内・多言語化)】



■ まち

○【公共サイン】川崎駅周辺地区の事例:4言語 日本語、英語、中国語、韓国語を対象

■ 交通(市バス)

○【車内表示】3言語 日本語、ローマ字、中国語、韓国語

○【車内アナウンス】一部停留所の案内放送で英語



【市バス車内表示器】

■ 公共施設

○東海道かわさき宿交流館、藤子・F・不二雄ミュージアムなど

4言語 日本語、英語、中国語、韓国語

○日本民家園リーフレット

10言語対応(日本語、英語、韓国朝鮮語、中国語簡体字、中国語繁体字、フランス語、スペイン語、ポルトガル語、タガログ語、ドイツ語)



【藤子・F・不二雄ミュージアム】

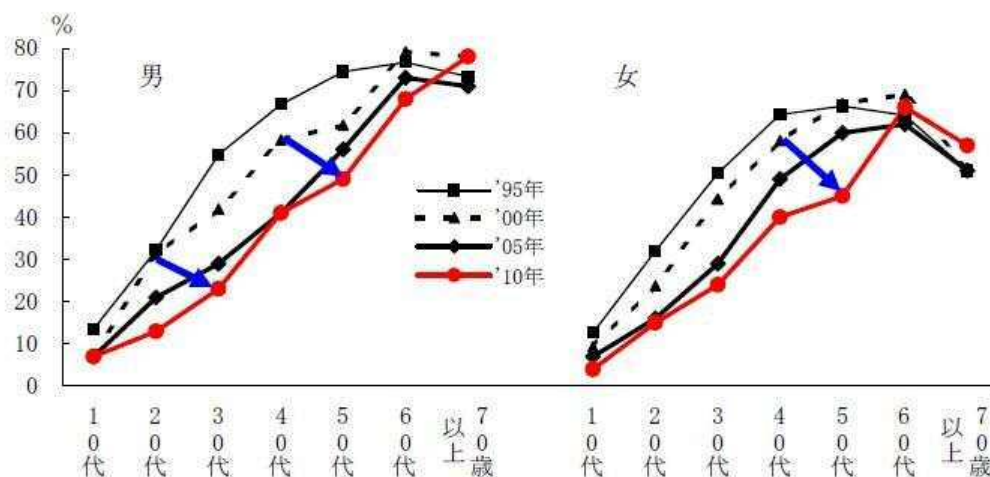
音声ガイド
「おはなしデンワ」

付属資料

情報発信の手法 ～新聞の行為者率の推移～

新聞の国民全体の行為者率は平日・土曜・日曜とも40%前後。男女年層別にみると、男50代以上と女60代以上で行為者率が高い。2005年と比べると、国民全体では、平日・土曜・日曜とも行為者率が減少した。特に、男30・50代、女50代は10年前よりも新聞を読まなくなっている。
(※行為者率:1日の中で該当の行動を15分以上した人の割合)

図表19 新聞の1日の行為者率の'95、'00、'05、'10年の変化(平日・男女年層別)



出典:2010年国民生活調査
(NHK放送文化研究所)

川崎市ソーシャルメディア公式アカウント一覧

川崎市では、現在のところ次のソーシャルメディアを利用している。

Twitter



●川崎市の魅力情報を紹介します。
(アカウント) kawasaki pr



●市民ミュージアムの展覧会・イベント情報を発信します。
(アカウント) kawasaki museum



●麻生区の各種イベント情報や地域の魅力を発信します。
(アカウント) kawasaki asaoku



●宮前区役所子ども支援室から子育て支援の情報を発信します。
(アカウント) kawasaki miyako



●川崎市に関する緊急情報、地震・津波情報、気象情報等を発信します。
(アカウント) kawasaki bousai



●川崎市青少年科学館や、生田緑地の魅力を情報発信します。
(アカウント) kawasaki purin



●選挙についての情報をお知らせします。
(アカウント) kawasaki senkan

YouTube

●「川崎市チャンネル」
川崎の魅力や市の事業を動画で紹介します。
●「区民車座集会チャンネル」
区民車座集会の過去動画を掲載しています。

Ustream

●「区民車座集会」の開催内容についてライブ配信を行います。
(アカウント) kawasaki kurumaza
●原則、毎月第一、第三火曜日に実施される川崎市長記者会見の内容について、ライブ配信を行います。
(アカウント) kawasaki kaiken

Facebook



●平和館の企画・イベントを広報します。
(アカウント) 川崎市平和館
●市民ミュージアムの展覧会・イベント情報を発信します。
(アカウント) 川崎市市民ミュージアム
●川崎市青少年科学館や、生田緑地の魅力を情報発信します。
(アカウント) kawasaki purin