

# 個別の政策分野の動向

## 文化・芸術・スポーツを活かしたまちづくり

平成27年5月7日

川崎市

### 本資料の位置づけ・構成

#### 本資料の構成

##### 0. 文化等に関わる市民生活の動向

- ①日本人の余暇活動
- ②今後取り組んでみたい活動

##### 1. 文化芸術振興

###### 1-1川崎市の文化資源の状況

- ①文化財・民俗

###### 1-2川崎市の文化芸術振興施策

- ①指定管理者制度の導入状況
- ②市民館の利用状況(平成25年度)

##### 2. スポーツのまちづくり

- ①平均寿命と健康寿命
- ②市内の主なスポーツ施設
- ③スポーツを通じた地域づくり

##### 3. オリンピック・パラリンピック

- ①東京大会日程と競技会場
- ②東京大会への期待
- ③経済波及効果・雇用創出
- ④大会開催前後の外国人旅行者数
- ⑤多言語対応 本市事例
- ⑥2020東京大会のレガシー

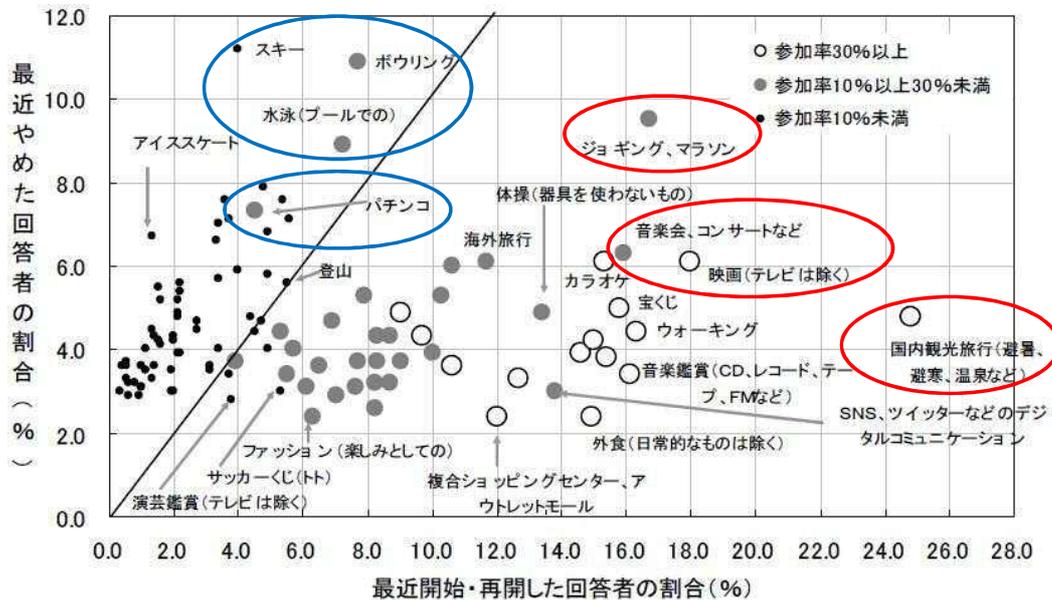
##### 4. シティプロモーション

- ①川崎市シティプロモーション戦略プランにおける「川崎の魅力」
- ②川崎市の主な情報媒体や広報活動
- ③川崎市ソーシャルメディア公式アカウント一覧
- ④行政情報の入手方法
- ⑤情報発信の手法 ～インターネットとSNS普及率～
- ⑥情報発信の手法 ～新聞の行為者率の推移～

## 0. 文化等に関わる国民生活の動向

### ①日本人の余暇活動

余暇活動では、最近5年以内にやめたものは、水泳、パチンコ、スキーなどが多く、最近始めたもので顕著なものは国内観光で、音楽界・映画鑑賞、ジョギング、マラソンなども始めた人が増えている。



(注1) 右側にあるほど開始・再開した割合が大きく、上方にあるほどやめた割合が大きい。たとえば「国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)」は開始・再開した割合が最も大きく、やめた割合は比較的小さいことを示す。直線より上方にあると、開始・再開した割合よりやめた割合のほうが大きい。

出典: レジャー白書 2013 報道発表資料

3

## 0. 文化等に関わる市民生活の動向

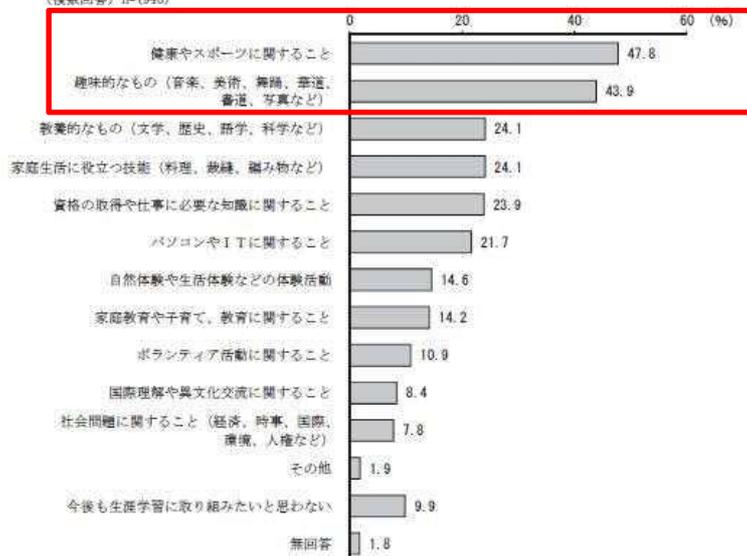
### ②今後取り組んでみたい活動

川崎市民が今後取り組んでみたい活動として、スポーツと音楽等の趣味的な活動が上位となっている。

あなたが今後、取り組んでみたい生涯学習活動は何ですか。(あてはまるものを全てに○)

図表5-8 この1年間、生涯学習への取組がなかった人の今後の取組への意向

(複数回答) n=(948)



出典: かわさき市民アンケート(平成25年度)

4

## 0. 文化等に関わる国民生活の動向

### ③文化芸術・スポーツに関する川崎市民の消費傾向

川崎市民の消費傾向を30年前と比較すると、文化施設や映画・演劇の入場料、スポーツ月謝などに関する支出が増加。最新調査で「文化施設入場料」は大都市で第1位。

平成21年～23年平均



昭和56年～昭和58年平均



出典：総務省家計調査(平成24年度川崎市統計データブック)

5

## 1-1. 川崎市の文化資源の状況

### ①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
- 生田緑地とその周辺の文化財
- 橘樹郡衙と影向寺に関連する文化財
- 川崎の工業化を伝える文化財



万福寺遺跡群(麻生区)出土旧石器



旧伊藤家住宅  
(多摩区日本民家園)



千年伊勢山台官衙遺跡(高津区)



トーマス転炉(中原区)



下原遺跡  
(多摩区出土品)



初山の獅子舞(宮前区)



安藤家長屋門(中原区)



白山古墳出土三角  
縁神獣鏡(幸区)



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

6

## 1-2. 川崎市の文化芸術振興施策

### ①指定管理者制度の導入状況

固定座席数100席以上のホールを有する公立文化施設のうち、55.8%の施設で指定管理者制度を導入している。政令指定都市では84.1%にも上る。

川崎市においてもミュージア川崎シンフォニーホールをはじめとする、文化芸術関連施設で指定管理者制度を導入している。

指定管理者制度導入の有無

		指定管理者制度導入の有無			
		件数	指定管理者制度導入あり	指定管理者制度導入なし	
公立文化施設全体		1599	55.8%	44.2%	
設置主体別	都道府県	135	85.9%	14.1%	
	政令指定都市	145	84.1%	15.9%	
	市・特別区	30万人以上	146	74.7%	25.3%
		10万人～30万人未満	365	65.8%	34.2%
		10万人未満	525	46.1%	53.9%
町村等	283	22.6%	77.4%		
最大ホール席数別	1,000席以上	517	72.1%	27.9%	
	500席～1,000席未満	661	46.4%	53.6%	
	500席未満	421	50.6%	49.4%	

出典：平成25年度 劇場、音楽堂等の活動状況に関する調査研究報告書（文化庁委託事業）

7

## 1-2. 川崎市の文化芸術振興施策

### ②市民館・分館の利用状況（平成25年度）

	教養室	会議室	ホール	ギャラリー
教育文化会館	37.4	49.6	68.2	31.7
幸市民館	50.4	52.8	63.7	49.2
中原市民館	71.8	75.9	83.7	97.8
高津市民館	71.0	77.6	73.8	77.6
宮前市民館	57.5	62.7	80.8	90.7
多摩市民館	58.7	65.6	82.9	85.5
麻生市民館	63.3	67.0	76.0	92.0
大師分館	53.9			
田島分館	48.8			
日吉分館	41.9			
橘分館	45.1			
菅生分館	46.9			
岡上分館	37.1			
平均	52.6	64.5	75.5	74.9

※教養室：学習室、実習室、視聴覚室、料理室等

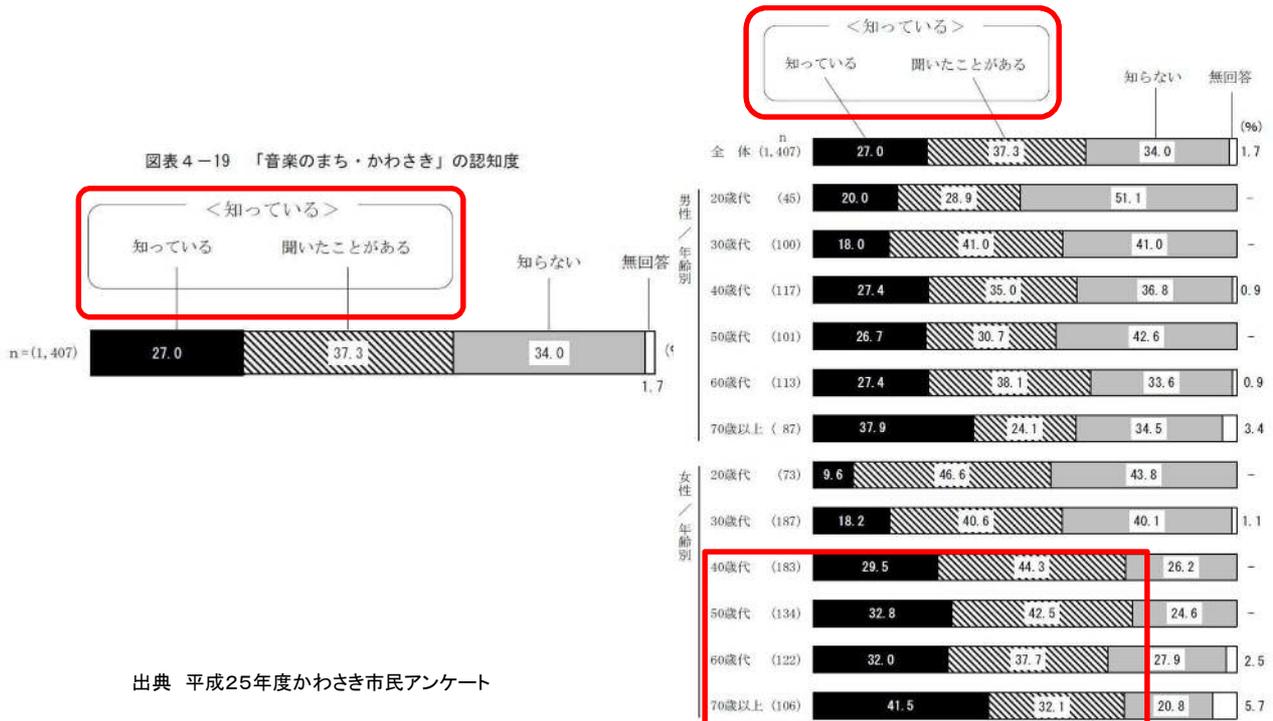
(%)

8

## 1-2. 川崎市の文化芸術振興施策

### ③「音楽のまち・かわさき」の認知度

「知っている」、「聞いたことがある」を合わせると64.3%。クロス集計によると女性の40歳代から70歳以上が、男性と女性の他の年齢層と比較して多くなっている。



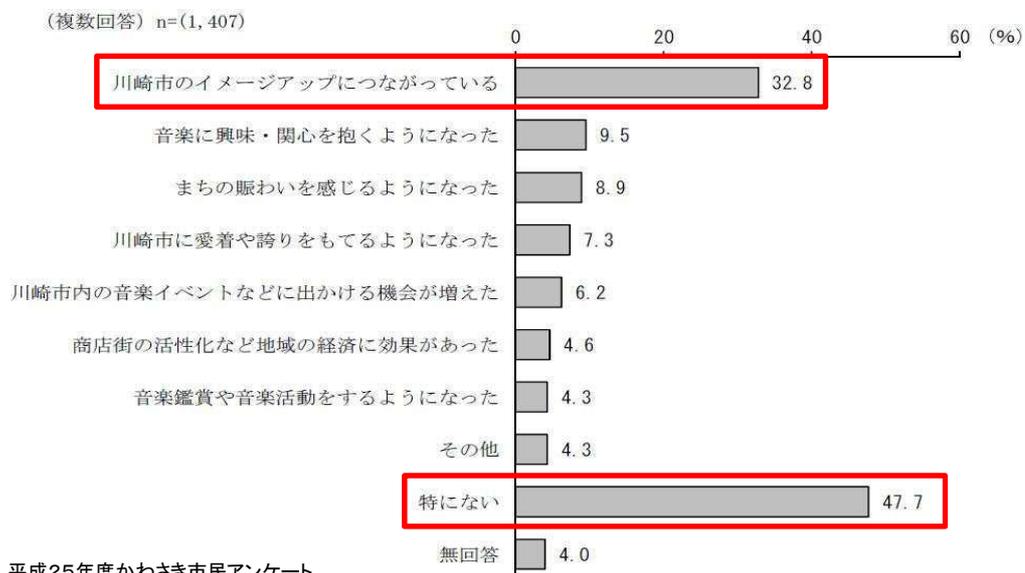
9

## 1-2. 川崎市の文化芸術振興施策

### ④「音楽のまち・かわさき」の取組への感想

市のイメージアップ効果に対する評価が比較的高い。一方で「特にない」が半数近くに上っており、「音楽のまち」が市民に身近なものになっていないことも懸念される。

図表4-25 「音楽のまち・かわさき」の取組への感想

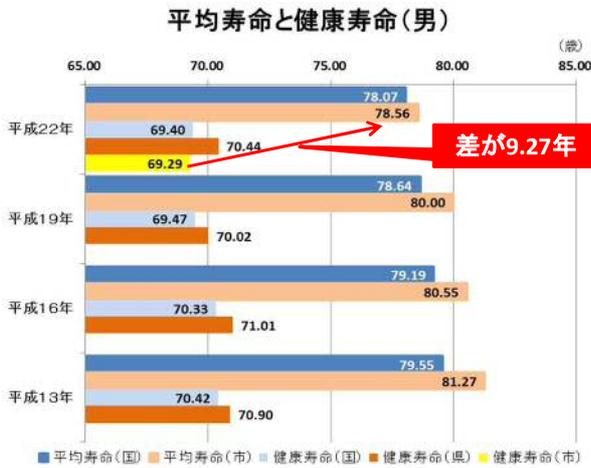


10

## 2. スポーツのまちづくり

### ①平均寿命と健康寿命

本市の平均寿命は男性(78.56歳)、女性(86.44歳)とも全国平均を上回る。一方、健康寿命は男性(69.29歳)、女性(73.06歳)とも神奈川県内の平均を下回っており、健康寿命の延伸に向け、生涯を通じた主体的な健康づくりを促進することが必要となる。



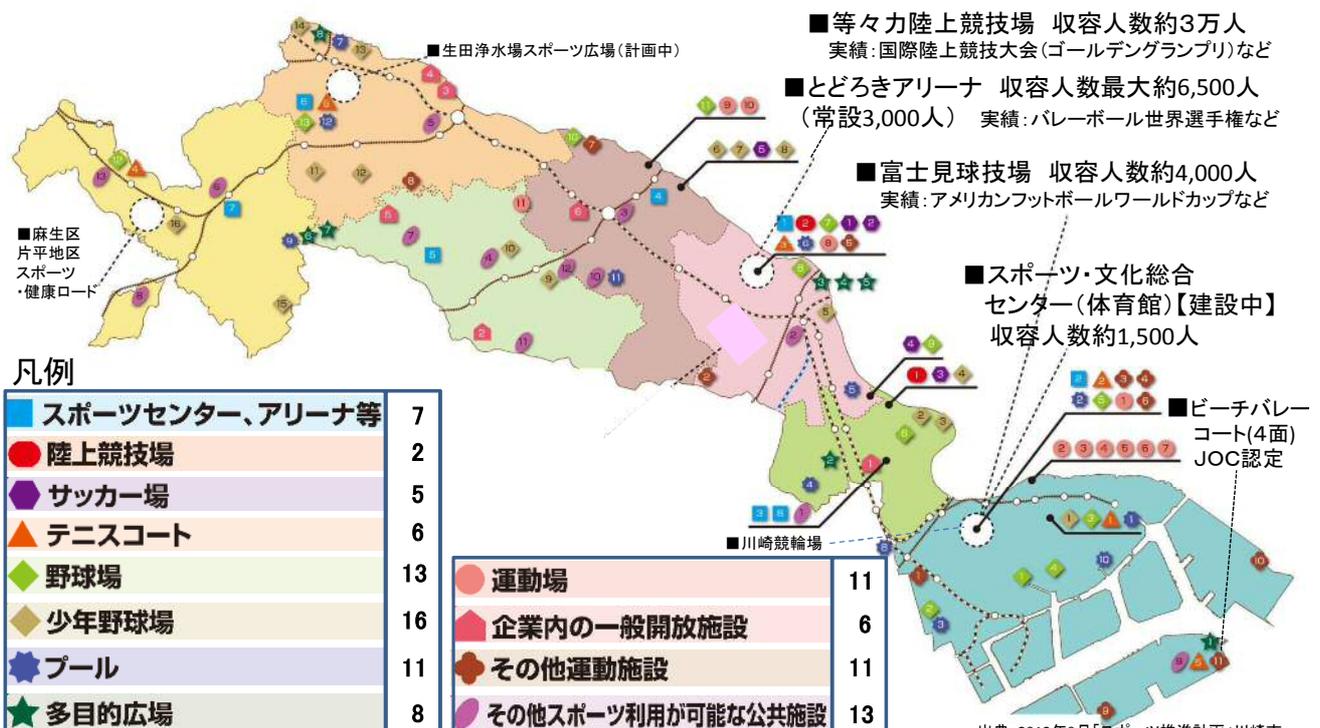
資料：健康福祉局調べ

11

## 2. スポーツのまちづくり

### ②市内の主なスポーツ施設

多摩川に面した地理的な特性を活かし、自然空間を活用したスポーツ施設のほか、スポーツセンター、とどろきアリーナ等屋内施設を整備し、身近にスポーツを楽しめる環境づくりを進めている。



12

## 2. スポーツのまちづくり

### ③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、幼児から高齢者が様々なプログラムを、その興味やレベルに応じて楽しむことができる。市内では10クラブが活動中で、スポーツを通じて地域住民間、世代間の交流が生まれ、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

13

## 3. オリンピック・パラリンピック

### ①東京大会日程と競技会場

○ オリンピック競技大会 2020年7月24日～8月9日(17日間)28競技

○ パラリンピック競技大会 2020年8月25日～9月6日(12日間)22競技



14

### 3. オリンピック・パラリンピック

#### ②東京大会への期待

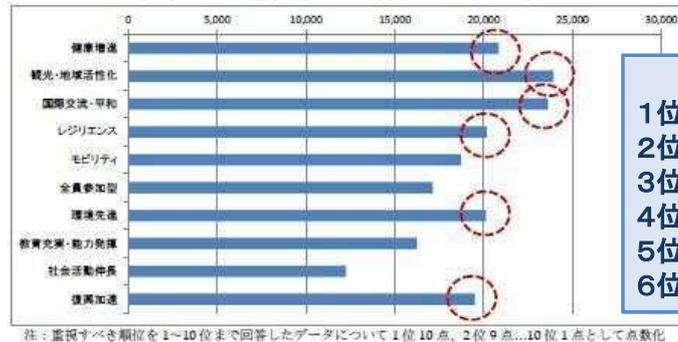
○全国20～60歳代の男女3,500名に対し東京大会によって持続的にもたらされる効果(レガシー)に関する意識調査を実施

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: 重視すべき順位を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

### 3. オリンピック・パラリンピック

#### ③経済波及効果・雇用創出

○開催に伴う経済波及効果は、総額で約20兆円、雇用の創出は、約120万人  
→日本経済の持続的な成長に向け、この活力を新たな需要創出につなげることが求められる。

#### 東京都発表の経済波及効果

投資額及び需要増の規模 (億円)	効果計			粗付加価値額 (億円)
	生産誘発額 (億円)	雇用誘発額 (億円)	雇用創出 (千人)	
12,239	29,609	7,533	152	14,210

★開催そのものに直接関係する事項を中心に試算

我が国全体で約20兆円の  
経済波及効果  
(我が国GDPの0.3%に相当する効果)  
雇用創出…約120万人

森記念財団発表の経済波及効果 ★東京都発表の試算以外の部分を考慮	投資額及び需要増の規模 (億円)	効果計			粗付加価値額 (億円)
		生産誘発額 (億円)	雇用誘発額 (億円)	雇用創出 (千人)	
五輪開催に伴う直接的な需要の増加	1,570	3,356	752	26	1,697
②宿泊施設の建設増加 (建築投資額増大)	3,950	10,308	2,697	67	5,052
都市づくり事業の前倒し効果	5,040	12,591	3,288	81	6,171
②民間都市開発事業の前倒し(事業投資額の拡大)	4,500	11,837	3,105	76	5,801
新規産業の創出効果	25,200	27,988	3,941	112	16,000
①新規雇用の増加 (所得増大による需要拡大)	※				
外国企業等立地(事業活動と設備投資)	10,800	22,792	5,550	126	11,194
ドリーム効果(国民一人一人の消費の拡大)	35,000	75,042	16,827	572	37,220
合計	86,060	163,913	36,158	1,060	83,136

※: 雇用者所得の増加分

森記念財団が想定した雇用創出106万人の内訳は、製造業で約18万人、建設業で約12万人、第三次産業従業者で約74万人の増加

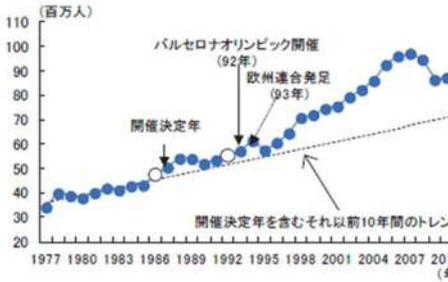
出典: 2014年1月「2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に伴う我が国への経済波及効果」森記念財団

### 3. オリンピック・パラリンピック

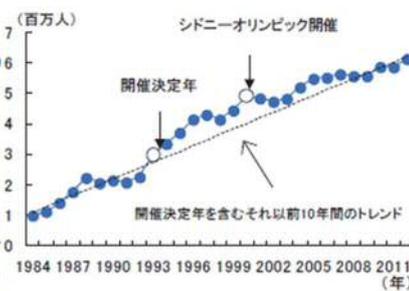
#### ④大会開催前後の外国人旅行者数

- 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。

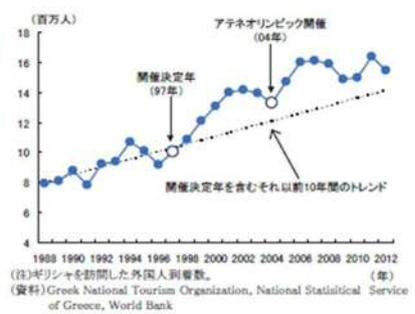
スペイン(1992)



オーストラリア(2000)



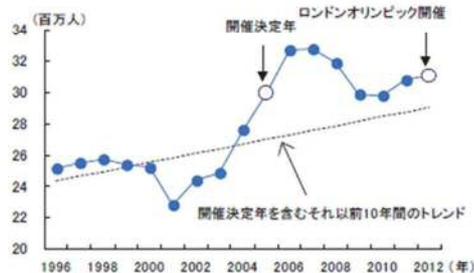
ギリシャ(2004)



中国(2008)



英国(2012)



出典：  
観光白書2013

### 3. オリンピック・パラリンピック

#### ⑤多言語対応 本市事例

- 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か国語対応(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)



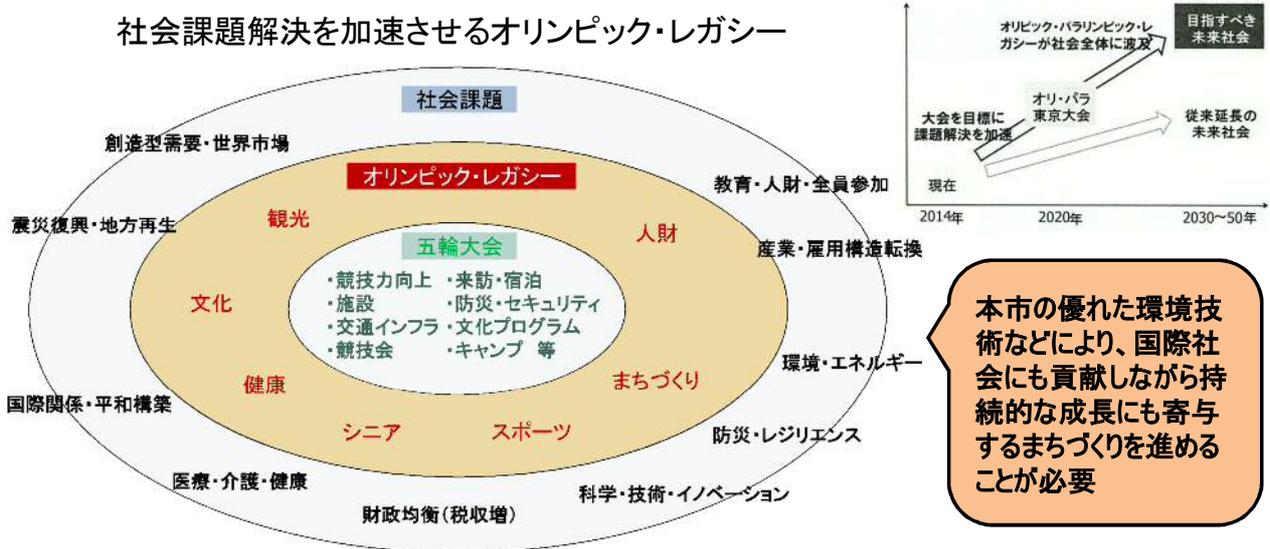
【藤子・F・不二雄ミュージアム】

音声ガイド  
「おはなしデンワ」

### 3. オリンピック・パラリンピック

#### ⑥2020東京大会のレガシー

- IOCによるレガシーとは、「長期にわたる、特にポジティブな影響」とされる。
- この概念は、大会の開催による一過性の経済効果に着目するだけでなく、長期的視点に立った都市の持続可能な発展を目指して構想されたもの。
- 開催国・開催都市には、どのような社会課題の解決を創出するかといった無形のレガシーを残すことが求められる。



出典：2014年3月「レガシー共創協議会企画概要」三菱総合研究所

### 4. シティプロモーション

#### ①川崎市シティプロモーション戦略プランにおける「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。



©オールスポーツコミュニティ

## 4. シティプロモーション

### 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。

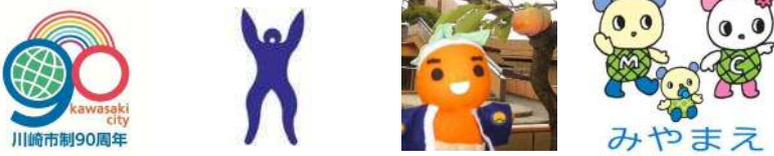
※町内会回覧版、町内会掲示板は各町内会の活動として自主的に展開するもの。

21

## 4. シティプロモーション

### ③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。

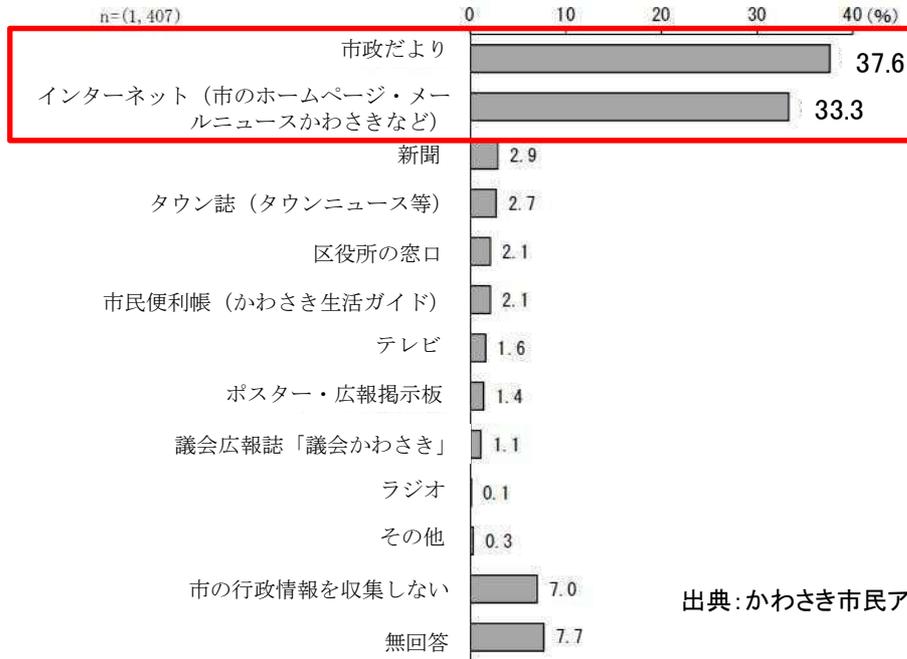
<p><b>Twitter</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>●川崎市の魅力情報を紹介します。(アカウント) <a href="#">kawasaki pr</a></li> <li>●市民ミュージアムの展覧会・イベント情報を発信します。(アカウント) <a href="#">kawasaki museum</a></li> <li>●麻生区の各種イベント情報や地域の魅力を発信します。(アカウント) <a href="#">kawasaki asaoku</a></li> <li>●宮前区役所こども支援室から子育て支援の情報を発信します。(アカウント) <a href="#">kawasaki miyako</a></li> </ul>		<p><b>YouTube</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「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。</li> <li>●「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。</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>●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) <a href="#">kawasaki bousai</a></li> <li>●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) <a href="#">kawasaki purin</a></li> <li>●選挙についての情報をお知らせします。(アカウント) <a href="#">kawasaki senkan</a></li> </ul>		<p><b>Ustream</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「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) <a href="#">kawasaki kurumaza</a></li> <li>●原則、毎月第一、第三火曜日に実施される川崎市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) <a href="#">kawasaki kaiken</a></li> </ul>
<p><b>Facebook</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>●平和館の企画・イベントを広報します。(アカウント) <a href="#">川崎市平和館</a></li> <li>●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) <a href="#">川崎市市民ミュージアム</a></li> <li>●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) <a href="#">kawasaki purin</a></li> </ul>		

22

## 4. シティプロモーション

### 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。



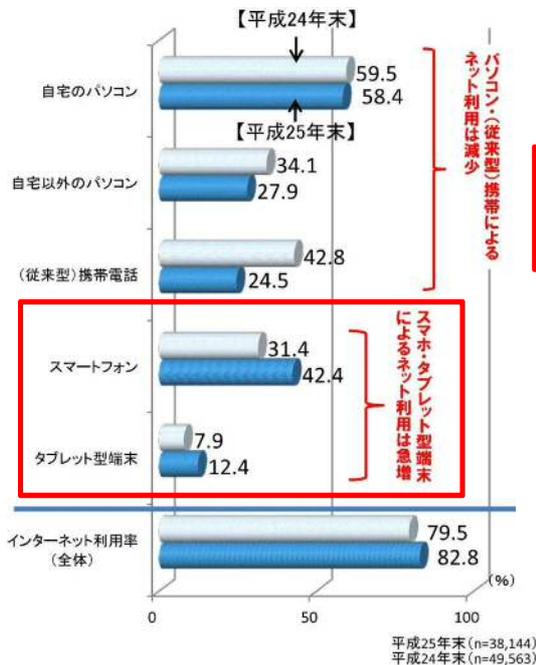
23

## 4. シティプロモーション

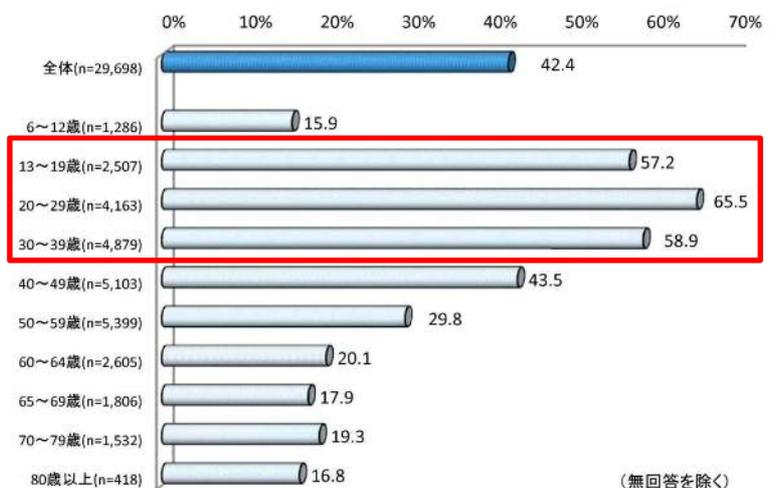
### ⑤情報発信の手法 ~インターネットとSNS普及率~

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

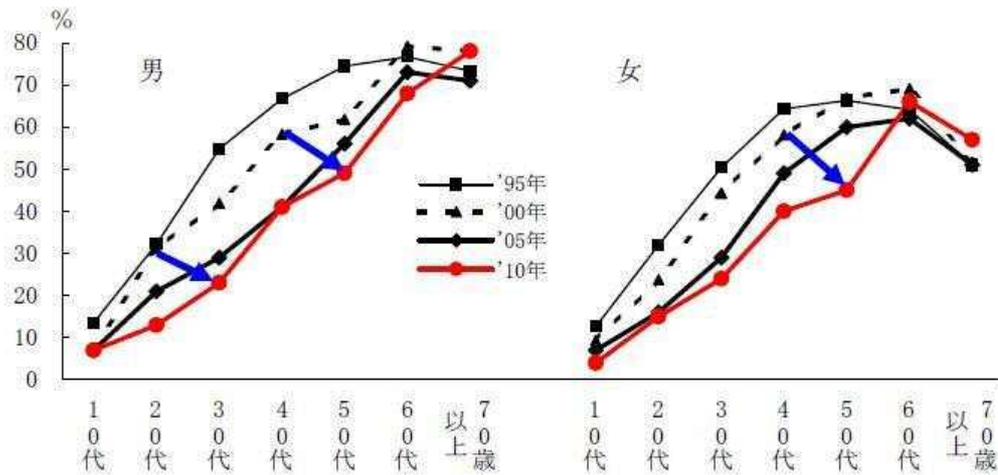
24

## 4. シティプロモーション

### ⑥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)