

施策4-9-1 都市イメージの向上とシビックプライドの醸成

直接目標

- 市内外における市の認知度・好感度を高める

主な成果指標

名 称 (指標の出典)	現 状	第1期実施計画期間 における目標値	第2期実施計画期間 における目標値	第3期実施計画期間 における目標値
シビックプライド指標 市民の市に対する 「愛着」「誇り」に関する 平均値 ※10点満点 (都市イメージ調査)	愛着 6.0 点 誇り 5.0 点 (平成26年度)	愛着 6.1 点以上 誇り 5.1 点以上 (平成29年度)	愛着 6.5 点以上 誇り 5.5 点以上 (平成33年度)	愛着 7.0 点以上 誇り 6.0 点以上 (平成37年度)
隣接都市における、川 崎市に良いイメージが あると感じている人の 割合 (都市イメージ調査)	50.3% (平成26年度)	51% 以上 (平成29年度)	53% 以上 (平成33年度)	55% 以上 (平成37年度)

計画期間の主な取組

事務事業名	現状	事業内容・目標		
	平成 26～27 (2014～15) 年度	平成 28(2016) 年度	平成 29(2017) 年度	平成 30(2018) 年度以降
○シティプロモーション推進事業	戦略的な情報発信等により、市民のシビックプライドの醸成及び対外的な都市イメージの向上を図ります。 ●「シティプロモーション戦略プラン」の策定及び「シティプロモーション推進実施計画」の検討 ●各種メディアの効果的活用によるシティプロモーションの推進 ●市のブランドメッセージの検討 ●イメージアップ事業認定制度の実施	●「第1次シティプロモーション推進実施計画」の策定及び、実施計画に基づくシティプロモーションの推進 ●国内外に向けた、各種メディアの効果的活用によるシティプロモーションの推進 ・市のPR冊子の全面改訂 ・動画作成 ●ブランドメッセージ等を活用した効果的な情報発信及び民間活力と連携したPR事業の実施 ●（仮称）都市ブランド推進事業の実施	→ ●「第2次シティプロモーション推進実施計画」の検討・策定 ●国内外に向けた、各種メディアの効果的活用によるシティプロモーションの推進 ・市のPR冊子の作成・頒布 ・動画の効果的な活用 → →	●市制 100 周年に向けたシティプロモーションの推進
○国際交流推進事業	海外からの視察受入や国際交流協会との連携により、行政だけでなく市民による国際交流を促進します。 ●海外からの視察受入や（公財）国際交流協会と連携した国際交流の推進	●海外からの視察受入や（公財）国際交流協会と連携した国際交流の推進 ・韓国・富川市友好都市提携 20 周年記念事業	●海外からの視察受入や（公財）国際交流協会と連携した国際交流の推進 ・クロアチア・リエカ市姉妹都市提携 40 周年記念事業	事業推進

事務事業名	現状	事業内容・目標			
	平成 26～27 (2014～15) 年度	平成 28(2016) 年度	平成 29(2017) 年度	平成 30(2018) 年度以降	
国際施策推進事業 国際施策推進プランの的確な推進を図り、真のグローバル都市川崎をめざします。	●「国際施策推進プラン」の策定	●「国際施策推進プラン」の推進と進捗管理		事業推進	
交流推進事業 国内の友好自治体との交流を推進し、相互理解と友好親善を深めます。	●友好自治体交流会の実施	●友好自治体交流会の実施		事業推進	
○国際交流センター管理運営事業 市民の国際理解の増進及び国際友好親善の発展等に寄与するため、「国際交流センター」を運営します。	●国際交流に関する研修会や行事等の開催	●国際交流に関する研修会や行事等の開催		事業推進	
○市民文化大使事業 文化芸術・スポーツ分野で活躍する本市にゆかりのある方々を市民文化大使として任命し、国内外での活動で連携することで、本市の魅力をPRし、イメージアップを図ります。	●第7期市民文化大使の任命及び市民文化大使と連携した取組の推進	●第7期市民文化大使と連携した取組の推進	●第8期市民文化大使の任命及び市民文化大使と連携した取組の推進	事業推進	

施策4-9-2 川崎の特性を活かした観光の振興

直接目標

- 市内への集客及び滞在を増加させる

主な成果指標

名 称 (指標の出典)	現 状	第1期実施計画期間 における目標値	第2期実施計画期間 における目標値	第3期実施計画期間 における目標値
主要観光施設の年間観光客数 (経済労働局調べ)	1,504 万人 (平成26年)	1,646 万人以上 (平成29年)	1,856 万人以上 (平成33年)	2,100 万人以上 (平成37年)
宿泊施設の年間宿泊客数 (経済労働局調べ)	178 万人 外国人 15 万人 (平成26年)	187 万人以上 外国人 17 万人以上 (平成29年)	198 万人以上 外国人 19 万人以上 (平成33年)	210 万人以上 外国人 21 万人以上 (平成37年)
工場夜景・産業観光ツアーの年間参加者数 (経済労働局調べ)	6,600 人 (平成26年)	7,200 人以上 (平成29年)	8,100 人以上 (平成33年)	9,200 人以上 (平成37年)

計画期間の主な取組

事務事業名	現状	事業内容・目標			
	平成 26～27 (2014～15) 年度	平成 28(2016) 年度	平成 29(2017) 年度	平成 30(2018) 年度以降	
○観光振興事業	情報発信や観光案内機能の充実等の取組を進めるとともに、外国人観光客の誘客を促進します。 ●「新・かわさき観光振興プラン」の策定 ●観光ホームページやパンフレットによる情報発信の充実 ●観光案内所の川崎駅北口への移転検討 ●外国人観光客の誘客促進 ●かわさき市民祭りの開催	●「新・かわさき観光振興プラン」に基づく施策の推進 ●効果的な情報発信の充実 ・観光ホームページに市内観光情報を集約した情報のプラットフォーム機能の整備 ・SNSを活用した情報の発信等 ●川崎駅北口における魅力発信施設の設置に向けた整備の検討 ●外国人観光客の誘客促進 ・羽田空港における外国人観光客向けプロモーションの実施 ●かわさき市民祭りの開催	●「新・かわさき観光振興プラン」に基づく施策の推進及び進捗状況の検証 ●効果的な情報発信の充実 ・多言語対応による公共案内や誘導表示の検討 ●川崎駅北口における魅力発信施設の供用開始	事業推進	
○産業観光推進事業	川崎産業観光振興協議会、市観光協会、商工会議所等の関係機関と一体となって、本市の産業観光の推進及び認知度向上を図ります。 ●産業観光ツアー、工場夜景ツアーの実施 ●全国各地への修学旅行誘致活動の展開 ●産業観光検定合格者を活用した産業観光及び工場夜景ツアーの実施	●産業観光ツアー、工場夜景ツアーの推進 ・全国工場夜景都市との連携による広域的な取組の充実 ・川崎工場夜景の統一デザインの導入 ●全国各地への修学旅行誘致活動の展開 ●産業観光検定合格者を対象にしたガイド養成講座の実施	●産業観光ツアー、工場夜景ツアーの推進 ・ニーズに応じたオーダーメイド型のツアーの検討 ●産業観光への市民参画の促進	事業推進	

事務事業名	現状	事業内容・目標			
	平成 26～27 (2014～15) 年度	平成 28(2016) 年度	平成 29(2017) 年度	平成 30(2018) 年度以降	
○市制記念花火大会事業	●観客の安全確保及び継続可能な花火大会の企画の立案・実施 (H27 有料協賛席販売数：5,137 席) ●民間事業者との連携による安全で楽しい大会の運営計画の策定と実施	●観客の安全確保及び継続可能な花火大会の企画の立案・実施 (有料協賛席販売数：5,200 席以上) ●民間事業者との連携による安全で楽しい大会の運営計画の策定と実施	●観客の安全確保及び継続可能な花火大会の企画の立案・実施 (有料協賛席販売数：5,250 席以上)	事業推進	
○競輪場整備	●メインスタンド耐震補強工事の実施 ●メインスタンド内装改修工事の実施 ●外構整備、既存施設除却に係る設計 ●老朽化設備の更新工事、維持修繕工事の実施 ●旧選手管理棟除却工事	●メインスタンド内装改修工事の実施 ●外構整備工事及び既存施設除却工事の実施 ・投票所の解体撤去 ●老朽化設備の更新工事及び維持修繕工事の実施	●外構整備工事及び既存施設除却工事の実施 ・正門棟の建築	●整備完了 (H35 予定)	
○競輪開催・運営	●効果的・効率的な運営方法による競輪の開催 ●新規ファンの獲得に向けた検討・実施 ●特別競輪の誘致活動の実施	●効果的・効率的な運営方法による競輪の開催 ●競輪女子会、ガールズケイリンやバックヤードツアー等の実施による新規ファンの獲得に向けた取組の推進 ●特別競輪の実施及び誘致活動の展開	●特別競輪の誘致活動の実施	事業推進	
競馬事業の運営	●神奈川県との連携による川崎競馬組合の運営	●神奈川県との連携による川崎競馬組合の運営		事業推進	