

# 令和7年度川崎市都市イメージ調査 調査結果

総務企画局  
シティプロモーション推進室

# 内容

<b>【主要測定指標】</b> .....	<b>3</b>
① 主要測定指標評価推移サマリー .....	4
② 川崎市のイメージ評価 .....	7
③ 「居住」「来訪」推奨度 .....	24
④ シビックプライド指標 .....	31
⑤ ブランドメッセージ認知状況 .....	38
<b>【川崎市における治安イメージについて】</b> .....	<b>46</b>
① 川崎市における治安イメージ .....	47
② 川崎市におけるマナー .....	59
<b>【川崎市から受け取る情報について】</b> .....	<b>62</b>
① 川崎市における情報利用について .....	63
② 「かわさき市政だより」の閲覧頻度 .....	73
③ かわさきFMの認知度と聴取環境 .....	76
<b>【参考資料】</b> .....	<b>78</b>

# 調査概要

## 1.調査の目的

川崎市シティプロモーション戦略プラン(平成26年度策定)の目標である「市民の『川崎への愛着・誇り(シビックプライド)』の醸成」と「川崎の対外的な認知度やイメージの向上」の達成に向け、プランの成果指標の現状を確認し、魅力情報の効果的な発信に向けた基礎的なデータを収集・分析することを目的として実施しました。

## 2.調査の方法

- |          |                        |
|----------|------------------------|
| ① 調査の地域  | 神奈川県、東京都、千葉県、埼玉県       |
| ② 調査の対象者 | 上記地域に居住する15歳以上の男女個人    |
| ③ 標本数    | 4,000標本                |
| ④ 調査方法   | 調査モニターを用いた地域別インターネット調査 |
| ⑤ 調査期間   | 令和7年12月5日(金)～12月12日(金) |

### <集計・分析に際しての地域区分>

- |        |   |
|--------|---|
| ① 川崎市  | 市内の7区に居住している方   |
| ② 隣接都市 | 東京都の大田区、世田谷区、狛江市、調布市、稲城市、多摩市、町田市の各区市及び横浜市の鶴見区、港北区、都筑区、青葉区の各区に居住している方  |
| ③ 横浜市  | 鶴見区、港北区、都筑区、青葉区以外の横浜市に居住している方   |
| ④ 一都三県 | 東京都(大田区、世田谷区、狛江市、調布市、稲城市、多摩市、町田市を除く)、神奈川県(横浜市、川崎市を除く)、千葉県、埼玉県に居住している方 |

### ※注意事項

- ・報告書で使用されている数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、報告書内の数値の合計が100.0%にならない場合や、複数の項目の数値の合計が本文中の数値と一致しない場合があります。

# 主要測定指標

- ① 主要測定指標評価推移サマリー
- ② 川崎市のイメージ評価
- ③ 「居住」「来訪」推奨度
- ④ シビックプライド指標
- ⑤ ブランドメッセージ認知状況

# ① 主要測定指標評価推移サマリー

# 主な測定指標

## (1)川崎市のイメージ(川崎市のイメージをよいと思う人の割合)

「川崎市のイメージ」についての設問に対して、1点(非常に悪い)～10点(非常によい)で評価してもらい、1～5点を「悪い」、6～10点を「よい」としています。

## (2)「居住」「来訪」推奨度

自分の住む市区町村に対する「居住」「来訪」について、推奨意向を1点(まったくすすめたくない)～10点(非常にすすめたい)で評価してもらい、8～10点を付けた人を「推奨者」とし、5～7点を付けた人を「中立者」、1～4点を付けた人を「批判者」として、「推奨者の割合－批判者の割合」のスコアを計算することにより算出しています。

## (3)シビックプライド指標

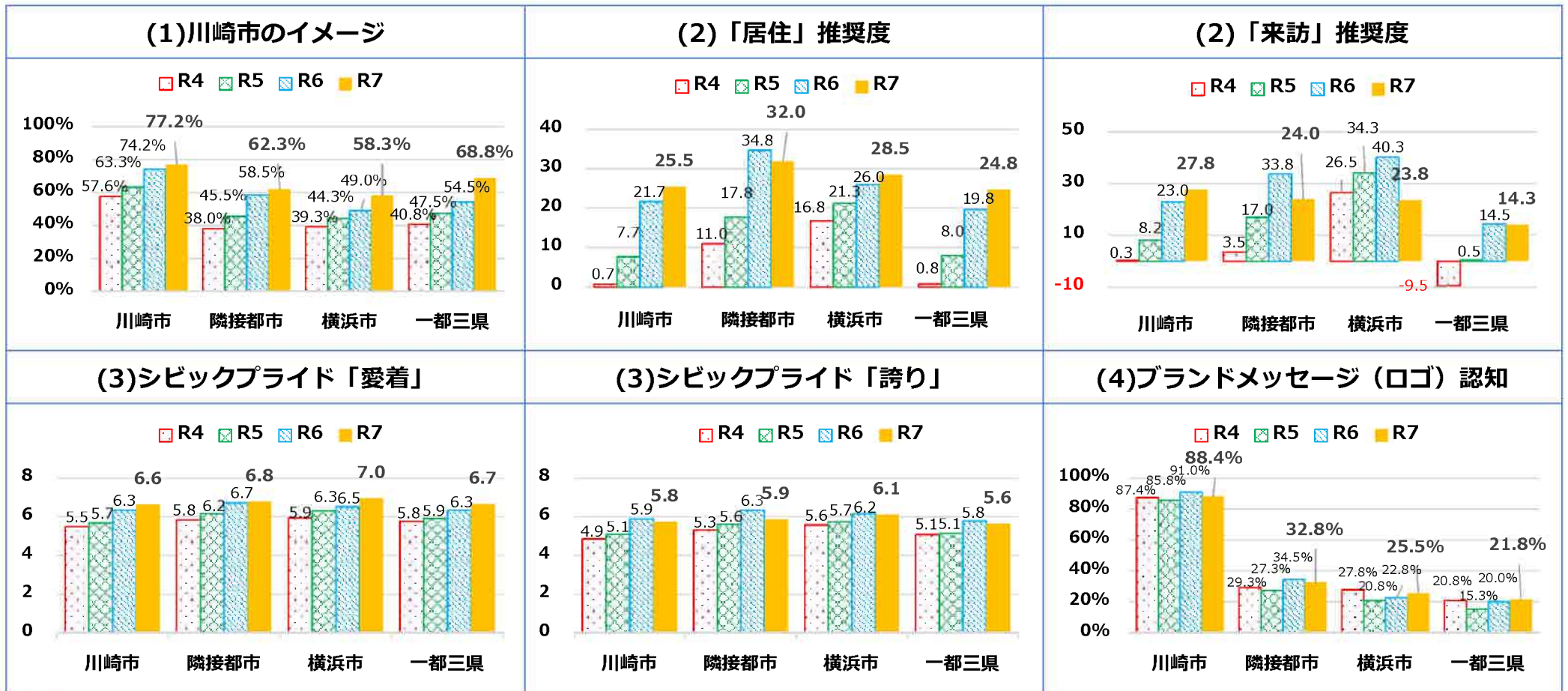
自分の住む市区町村に対し、「愛着を持っている」「今後も住み続けたい」「細部まで熟知している」「誇りを持っている」「自慢したいことがある」「貢献している」の6項目について1点(まったくあてはまらない)～10点(非常にあてはまる)で評価してもらい、前半の3項目の平均点を「愛着」スコア、後半の3項目の平均点を「誇り」スコアとしています。

## (4)ブランドメッセージ(ロゴ)認知状況

市民の方へブランドメッセージのロゴを見たことがあるか、見たことがある場合はどこで見たかも併せて調査しています。またメッセージの内容についての認知度も調査しています。

# 主要測定指標評価サマリー

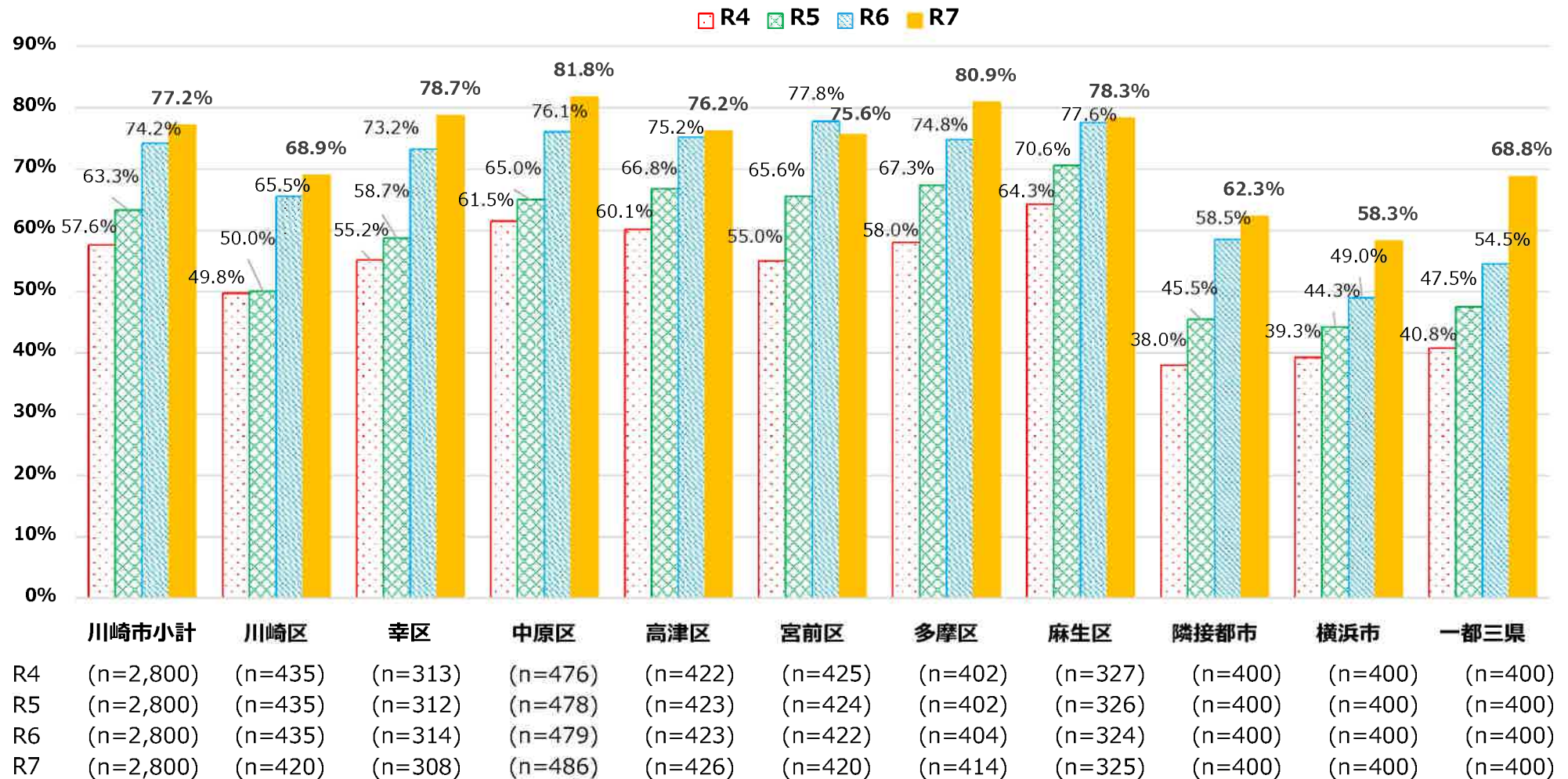
- (1)川崎市のイメージ(川崎市のイメージをよいと思う人の割合) … 「川崎市のイメージ」について6~10点で評価した割合。
- (2)「居住」「来訪」推奨度 … それぞれ8~10点を付けた「推奨者の割合」から1~4点を付けた「批判者の割合」を引いたスコア。
- (3)シビックプライド指標 … 1点~10点でそれぞれ「愛着」「居留意向」「熟知」の3項目を評価し、その平均を「愛着」スコア、同様に「誇り」「自慢」「貢献」の3項目を評価し、その平均を「誇り」スコアとして算出。
- (4)ブランドメッセージ(ロゴ)認知状況 … 川崎市のブランドメッセージロゴを見たことがある人の割合。



## ②川崎市のイメージ評価

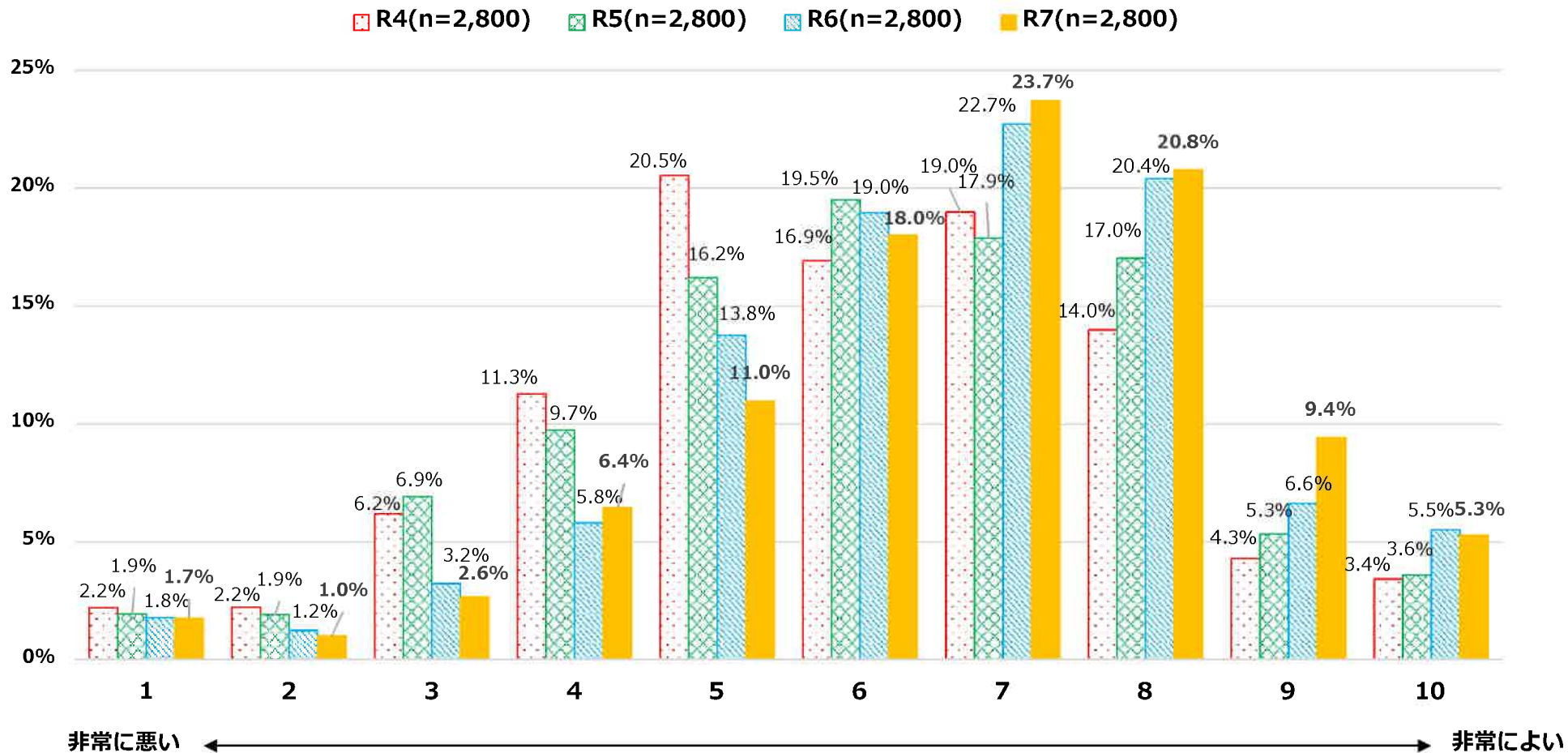
# 川崎市のイメージ(居住地域別)

- 「川崎市のイメージ」について、1点(非常に悪い)～10点(非常によい)で評価してもらい、1～5点を「悪い」、6～10点を「よい」としています。本グラフは6～10点を選択した割合を示しています。



# 川崎市のイメージ評価の分布(川崎市民)

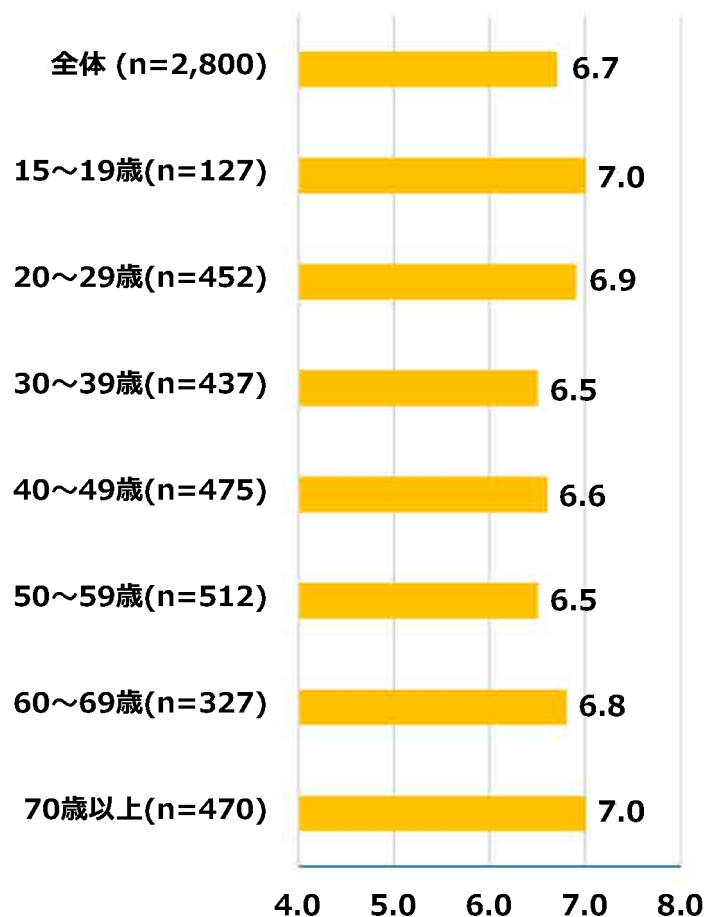
- 「川崎市のイメージ」について、1点(非常に悪い)~10点(非常によい)の10段階で評価してもらっています。



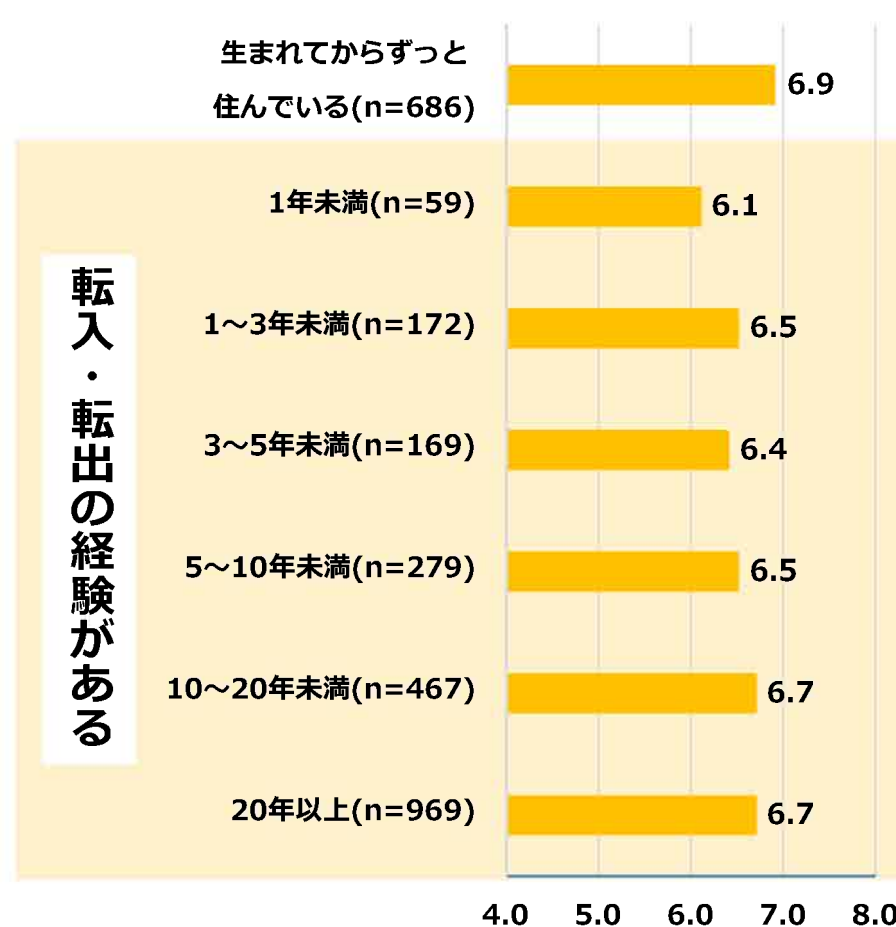
# 川崎市のイメージ(川崎市民・年代別/居住年数別)

- 川崎市民に川崎市のイメージを10段階評価(1:非常に悪い~10:非常によい)してもらい、その評価の平均点をそれぞれ年代別、居住年数別に表しています。

## 年代別



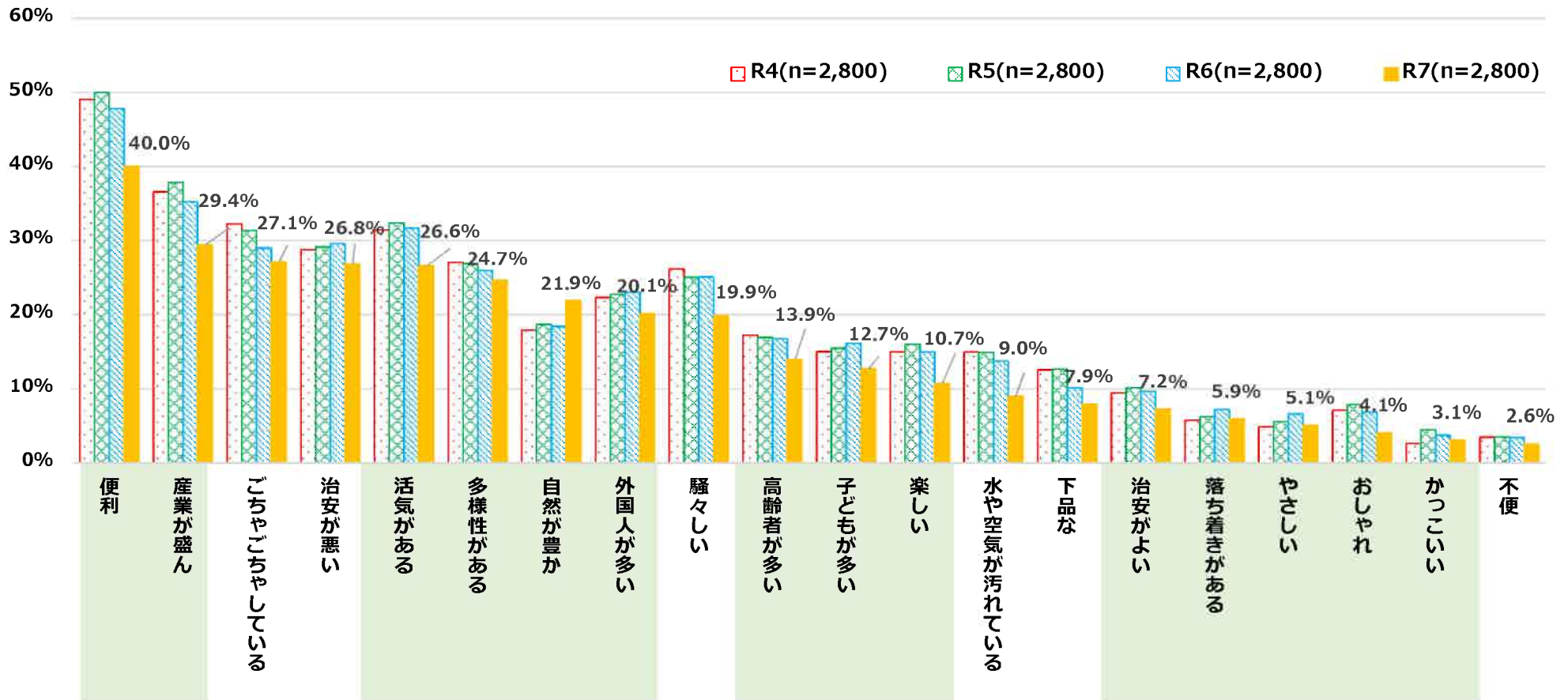
## 居住年数別



# 川崎市の詳細イメージ(川崎市民)

- 具体的なイメージ項目のリストを提示して、川崎市について当てはまるものを選んでもらっています。

それぞれのイメージについて、「川崎市」に当てはまると回答した人の割合



※ポジティブなイメージは■で色分けしています。

# 川崎市の詳細イメージ(川崎市民・年代別)

- 具体的なイメージ項目のリストを提示して、川崎市について当てはまるものを選んでもらい、年代ごとに回答の多かった選択肢を1位から5位まで表にしています。

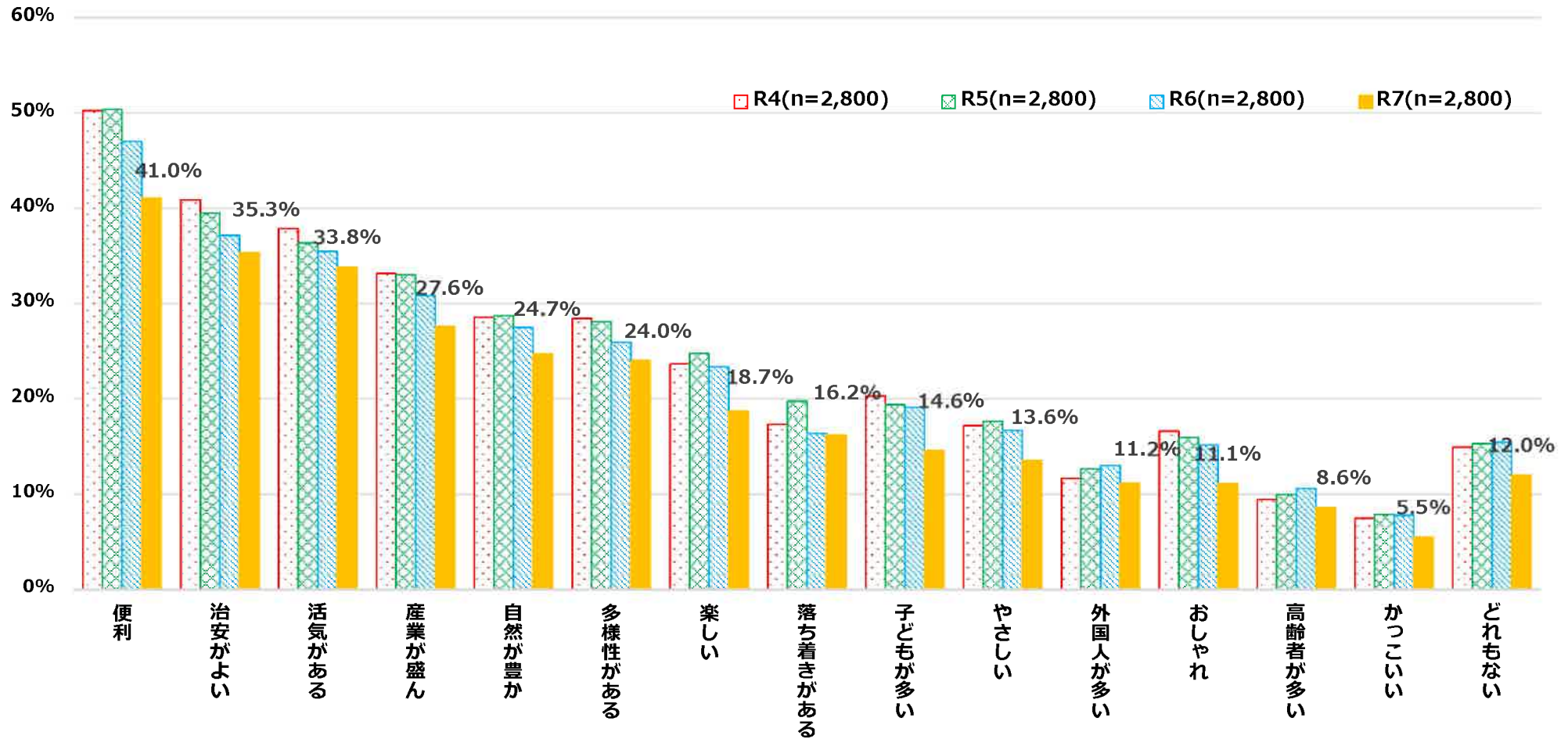
川崎市民(n=2,800)		
1	便利	40.0%
2	産業が盛ん	29.4%
3	ごちゃごちゃしている	27.1%
4	治安が悪い	26.8%
5	活気がある	26.6%

	15~19歳(n=127)		20~29歳(n=452)		30~39歳(n=437)		40~49歳(n=475)	
1	治安が悪い	41.0%	便利	37.5%	治安が悪い	31.3%	便利	36.7%
2	活気がある	39.1%	治安が悪い	33.3%	便利	30.6%	治安が悪い	31.0%
3	便利	36.9%	活気がある	28.3%	ごちゃごちゃしている	29.6%	ごちゃごちゃしている	30.4%
4	多様性がある	30.1%	騒々しい	27.3%	活気がある	25.6%	産業が盛ん	26.9%
5	騒々しい	27.3%	ごちゃごちゃしている	23.6%	産業が盛ん	23.1%	活気がある	24.4%

	50~59歳(n=512)		60~69歳(n=327)		70歳以上(n=470)	
1	便利	39.4%	便利	45.6%	便利	52.2%
2	産業が盛ん	31.3%	産業が盛ん	37.7%	産業が盛ん	41.3%
3	ごちゃごちゃしている	29.6%	ごちゃごちゃしている	28.4%	多様性がある	38.4%
4	治安が悪い	28.0%	多様性がある	27.6%	自然が豊か	33.9%
5	活気がある	23.0%	外国人が多い	27.0%	活気がある	30.2%

# 川崎市に将来望むイメージ(川崎市民)

- 「将来、川崎市がどのようなイメージになってほしいか」の具体的イメージ項目のリストを提示して、当てはまるものを選んでいただいています。



# 川崎市に将来望むイメージ(川崎市民・年代別)

- 「将来、川崎市がどのようなイメージになってほしいか」の具体的イメージ項目のリストを提示して、当てはまるものを選んでもらい、年代ごとに回答の多かった選択肢を1位から5位まで表にしています。

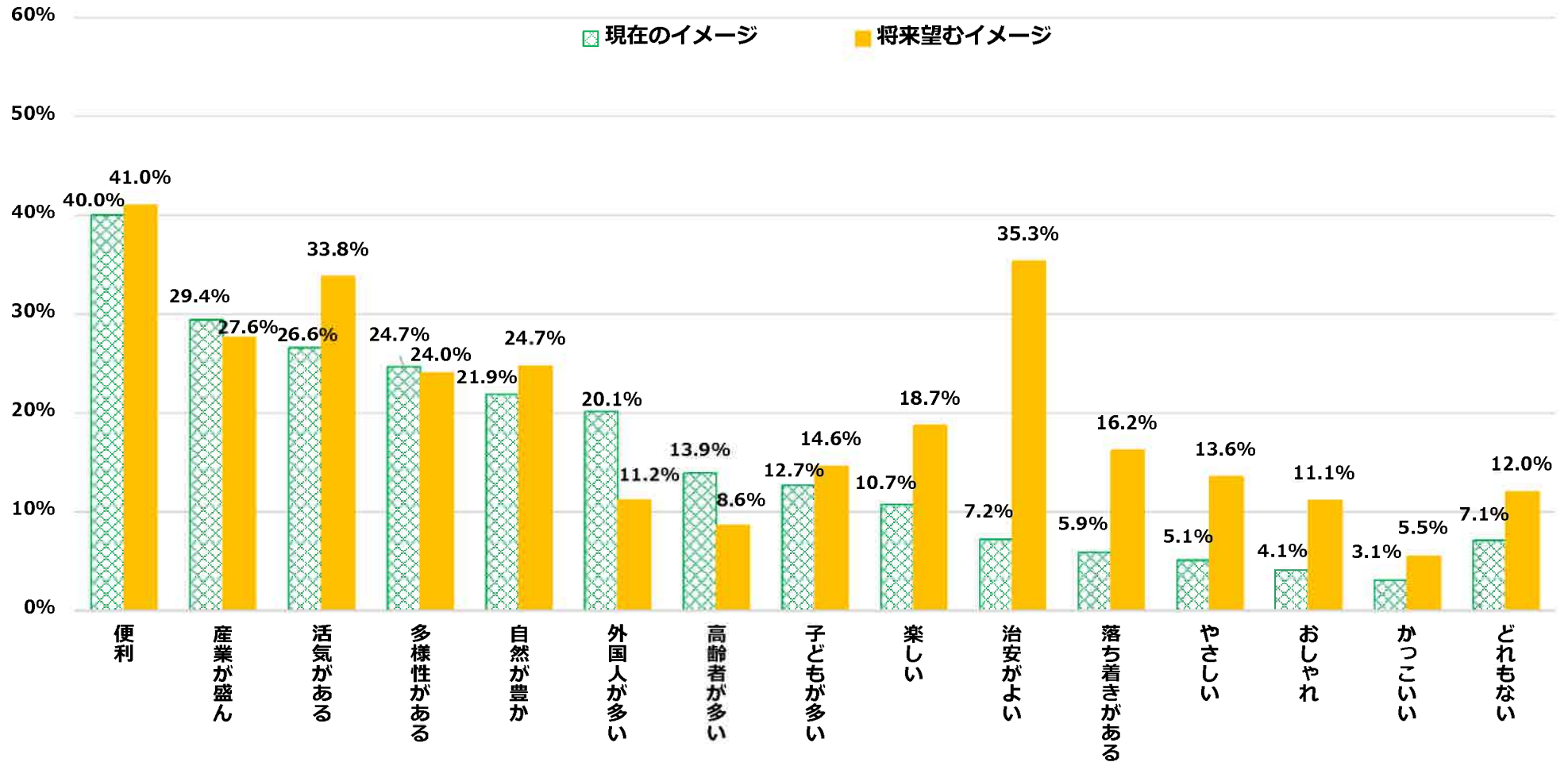
川崎市民(n=2,800)		
1	便利	41.0%
2	治安がよい	35.3%
3	活気がある	33.8%
4	産業が盛ん	27.6%
5	自然が豊か	24.7%

	15~19歳(n=127)		20~29歳(n=452)		30~39歳(n=437)		40~49歳(n=475)	
1	治安がよい	35.1%	便利	37.8%	便利	37.8%	便利	38.2%
2	活気がある	32.5%	治安がよい	33.5%	活気がある	30.7%	活気がある	31.9%
3	産業が盛ん	30.0%	活気がある	31.0%	治安がよい	29.5%	治安がよい	30.1%
4	便利	28.8%	楽しい	21.8%	産業が盛ん	24.1%	産業が盛ん	27.8%
5	楽しい	26.6%	自然が豊か	20.8%	多様性がある	22.2%	自然が豊か	20.2%

	50~59歳(n=512)		60~69歳(n=327)		70歳以上(n=470)	
1	便利	42.0%	便利	44.6%	便利	49.7%
2	活気がある	33.7%	治安がよい	40.4%	治安がよい	46.3%
3	治安がよい	33.6%	活気がある	36.5%	活気がある	40.0%
4	産業が盛ん	28.7%	産業が盛ん	32.0%	自然が豊か	38.6%
5	多様性がある	21.4%	多様性がある	29.4%	多様性がある	36.3%

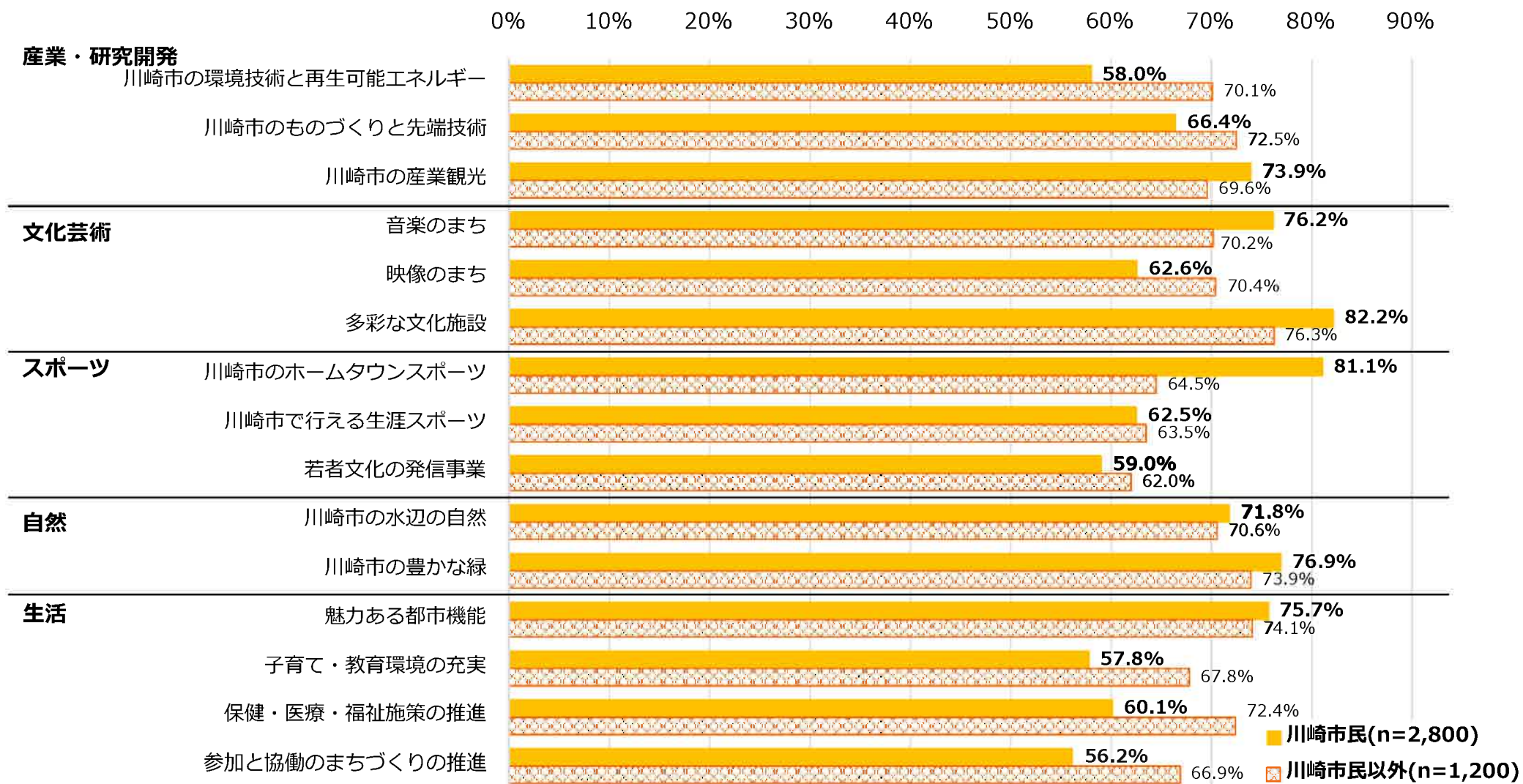
# 川崎市に対する現在のイメージと将来望むイメージ(川崎市民)

- イメージ項目のリストからそれぞれ当てはまるものを選んでもらい、現在と将来望むイメージを比較しました。



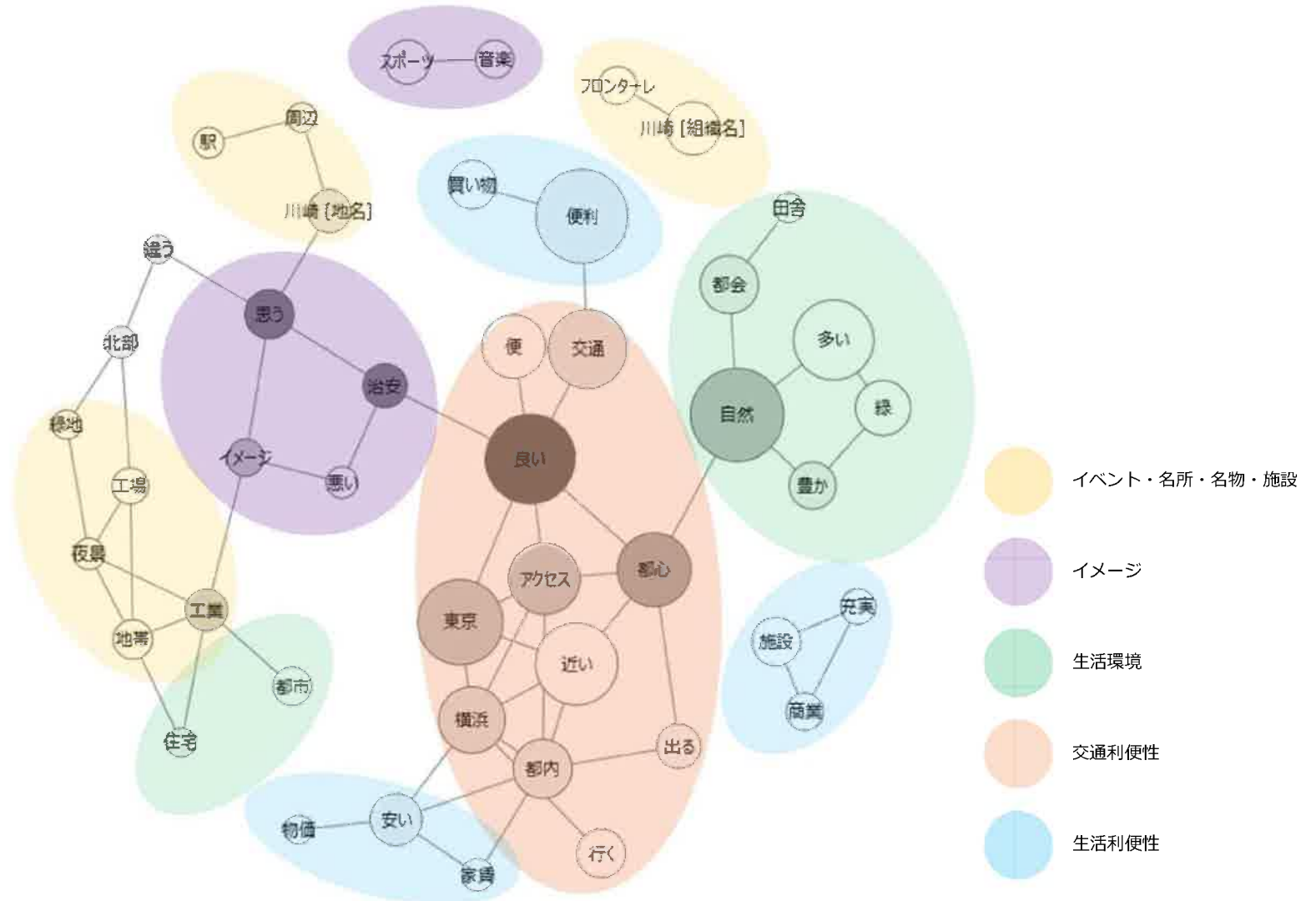
# 川崎市に関する「キーワード」の実感度・魅力度

川崎市の「文化芸術」「スポーツ」「自然」「産業・研究開発」「生活」を表現するキーワードの提示による実感度(市民以外には魅力度)について、「1.まったく実感がない(まったく魅力を感じない)」～「10.非常に実感がある(非常に魅力を感じる)」の10段階評価のうち、6以上の人の割合



# 川崎市の魅力

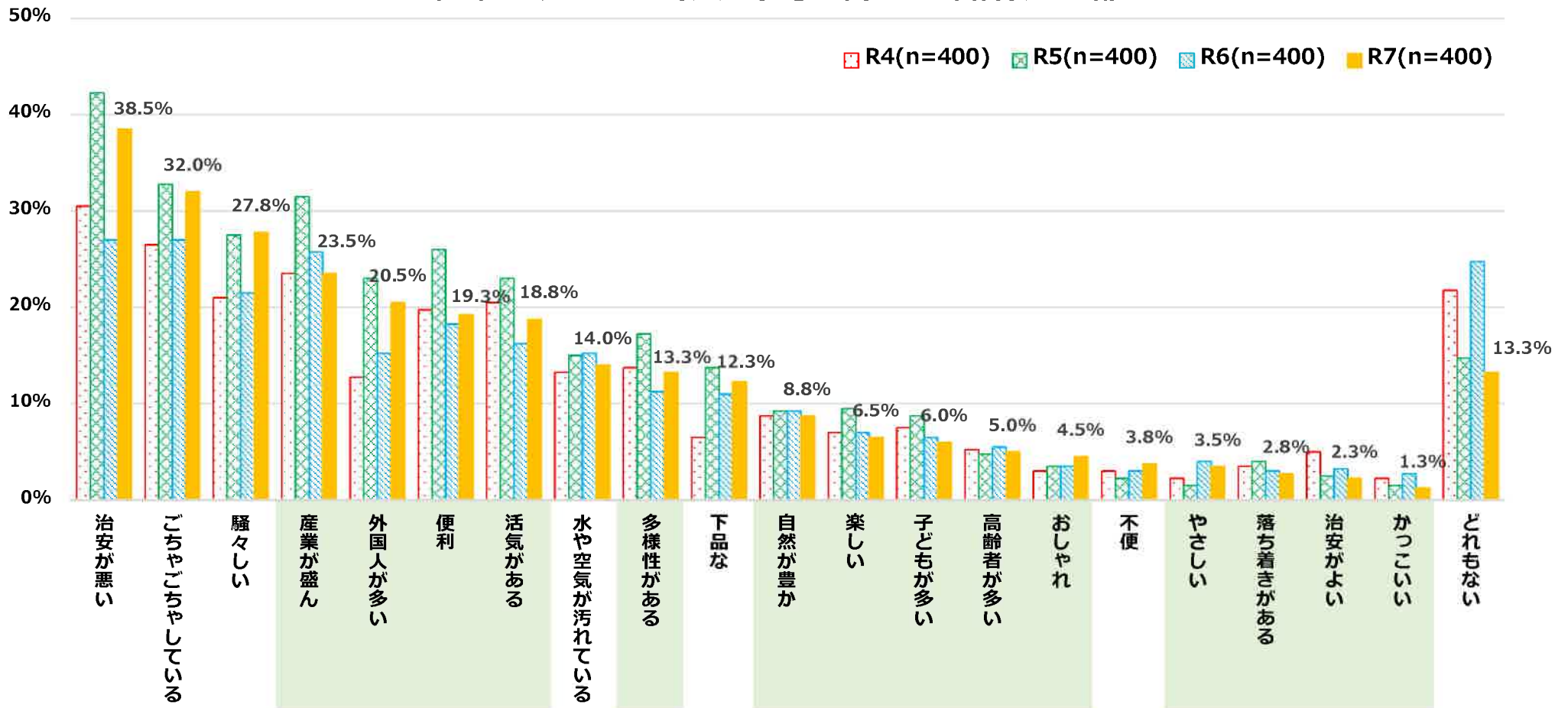
- 川崎市の魅力を自由記述方式で回答してもらい、回答から抽出された言葉同士の関連性を図にしています。



# 川崎市の詳細イメージ(隣接都市居住者)

- 隣接都市居住者に対して、具体的なイメージ項目のリストを提示して、川崎市について当てはまるものを選んでもらっています。

それぞれのイメージについて、「川崎市」に当てはまると回答した人の割合

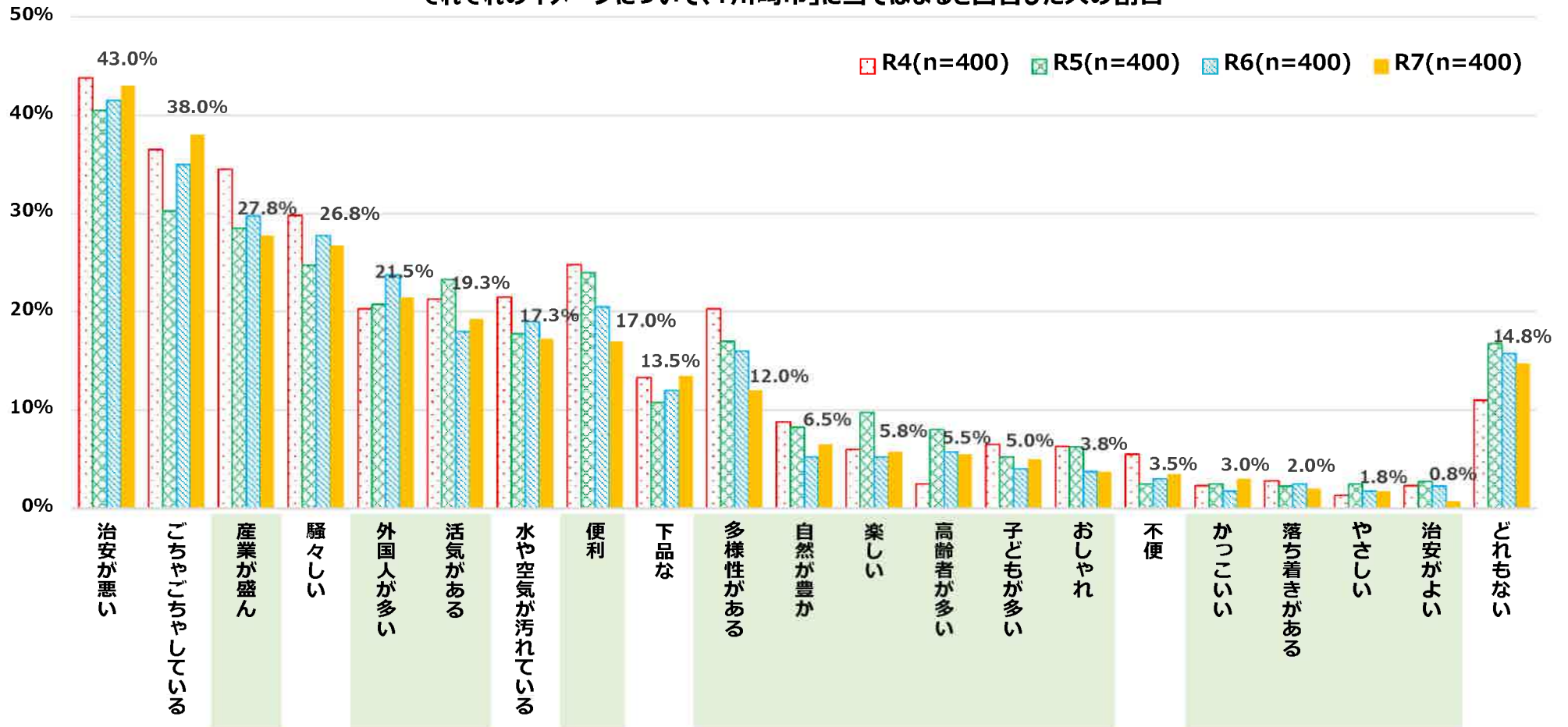


※ポジティブなイメージは■で色分けしています。

# 川崎市の詳細イメージ(横浜市民)

- 横浜市民に対して、具体的なイメージ項目のリストを提示して、川崎市について当てはまるものを選んでもらっています。

それぞれのイメージについて、「川崎市」に当てはまると回答した人の割合

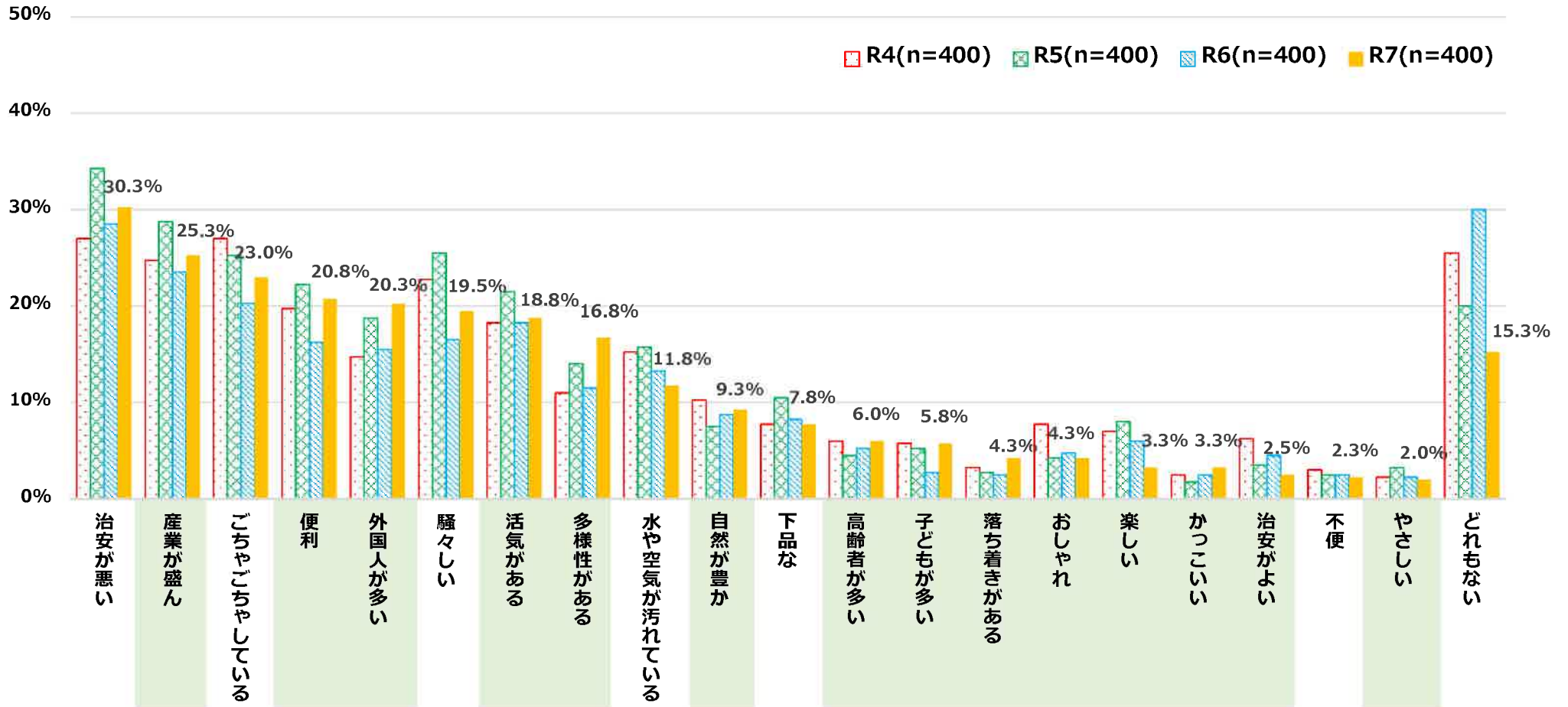


※ポジティブなイメージは■で色分けしています。

# 川崎市の詳細イメージ(一都三県居住者)

- 一都三県居住者に対して、具体的なイメージ項目のリストを提示して、川崎市について当てはまるものを選んでもらっています。

それぞれのイメージについて、「川崎市」に当てはまると回答した人の割合

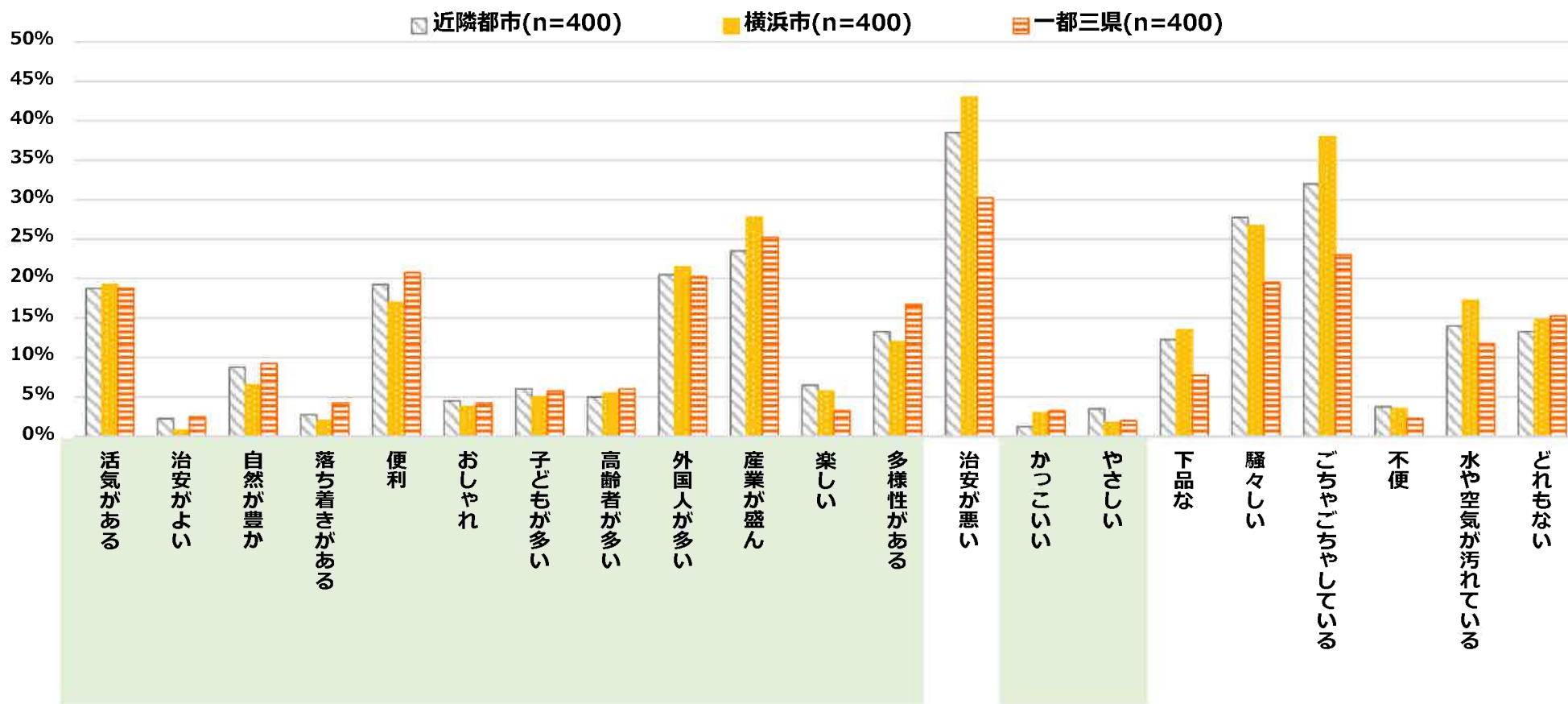


※ポジティブなイメージは■で色分けしています。

# 川崎市の詳細イメージ(居住地域別)

- 川崎市を除いた地域に、具体的なイメージ項目のリストを提示して、川崎市について当てはまるものを選んでもらっています。

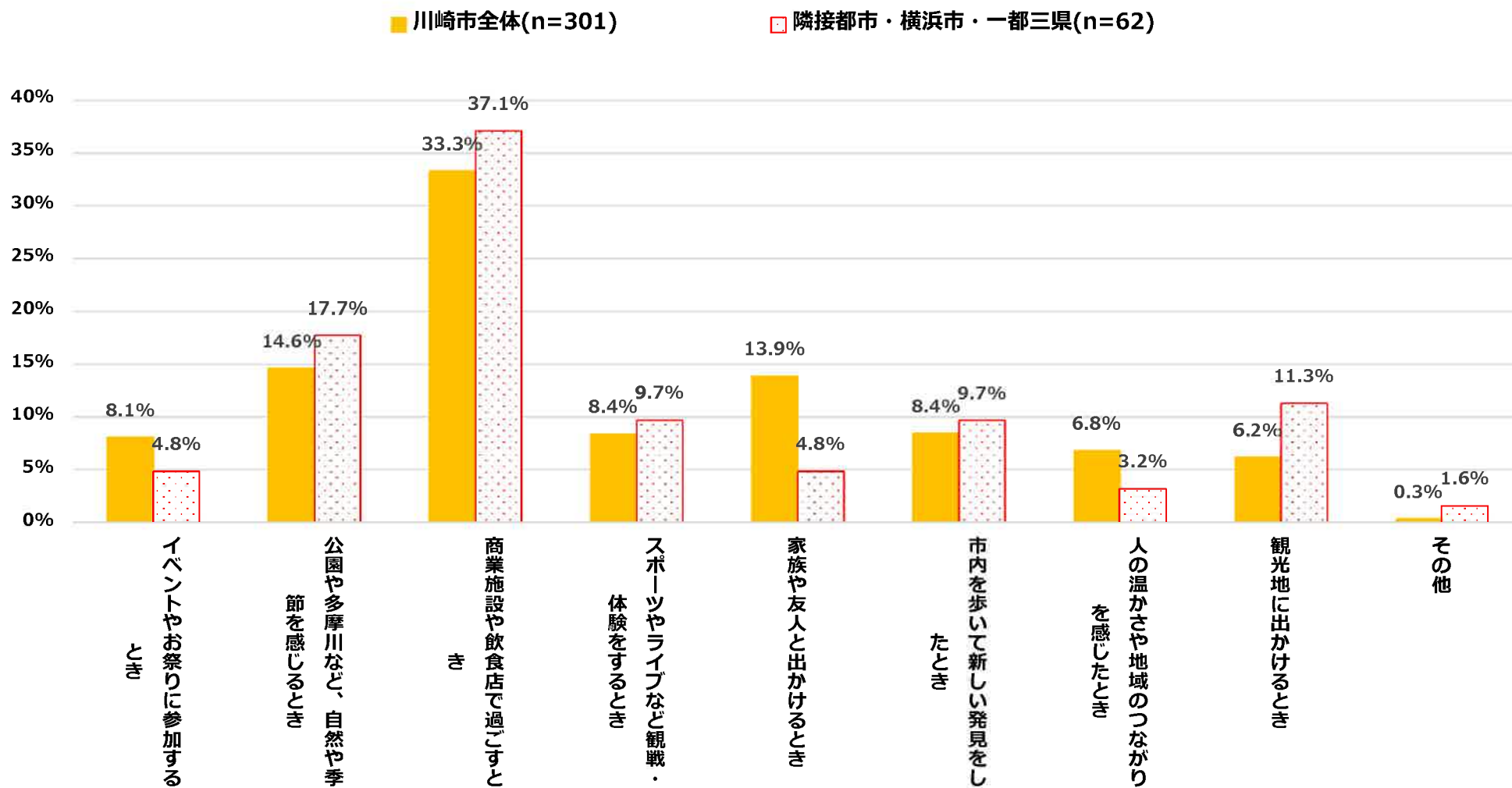
それぞれのイメージについて、「川崎市」に当てはまると回答した人の割合



※ポジティブなイメージは■で色分けしています。

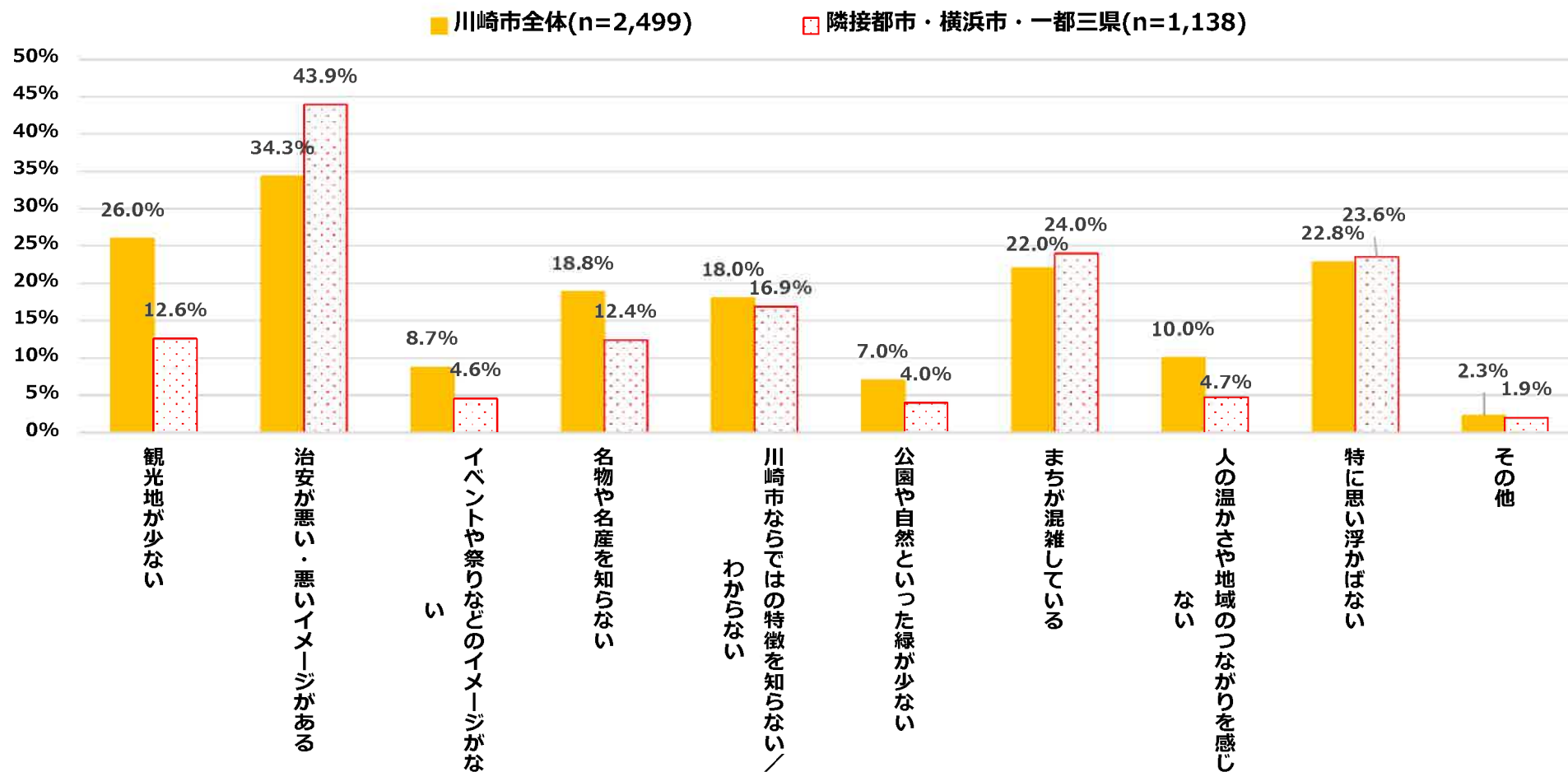
# 川崎市 楽しいと感じるシーン

- 川崎市全体のイメージとして「楽しい」を選択した人に、川崎市で最も「楽しい」と感じるシーンを選んでもらっています。



# 川崎市 楽しいイメージを持たなかった理由

- 川崎市全体のイメージとして「楽しい」を選択しなかった人に、なぜ川崎市を「楽しい」と感じなかったかの理由としてあてはまるものを選んでもらっています。



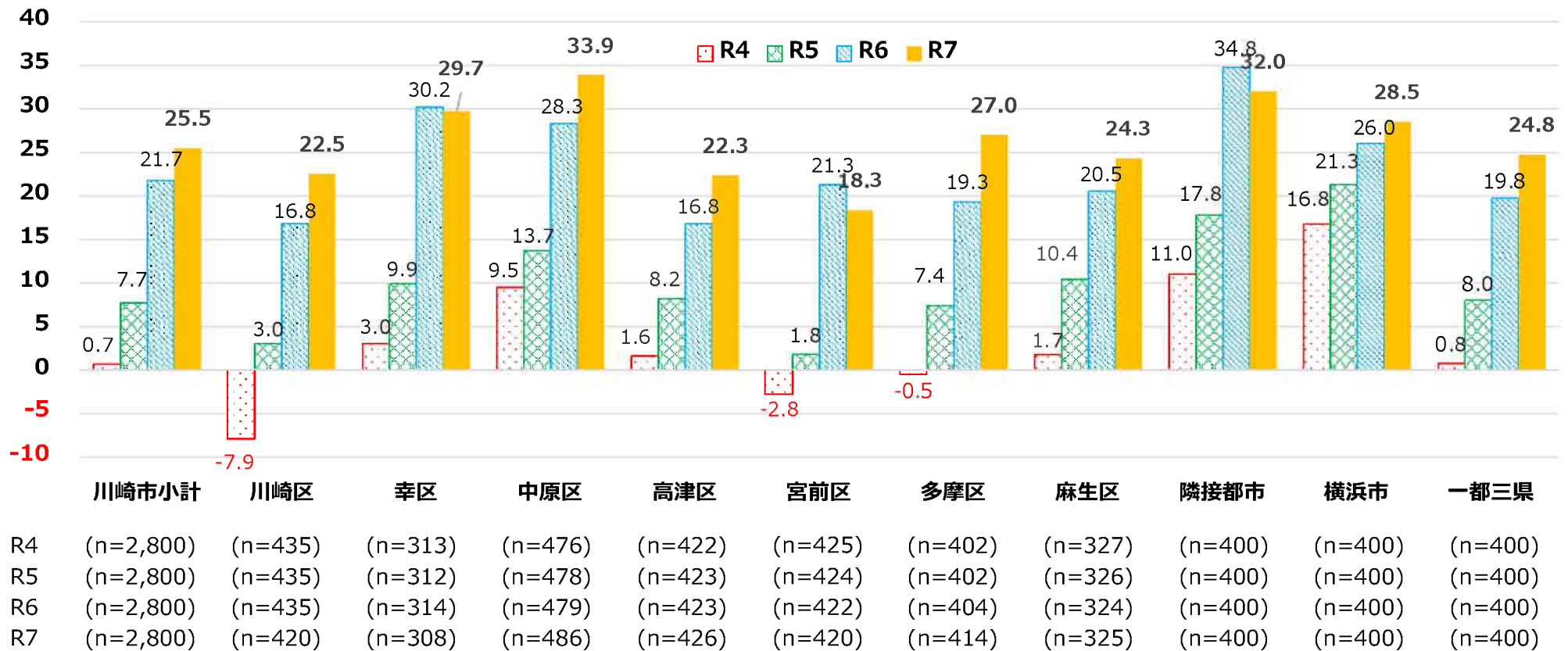
## ③ 「居住」「来訪」推奨度

# 「居住」推奨度(居住地域別)

- 居住地域に、「居住」推奨度(8~10点の合計割合から、1~4点の合計割合を引いた結果)を表しています。

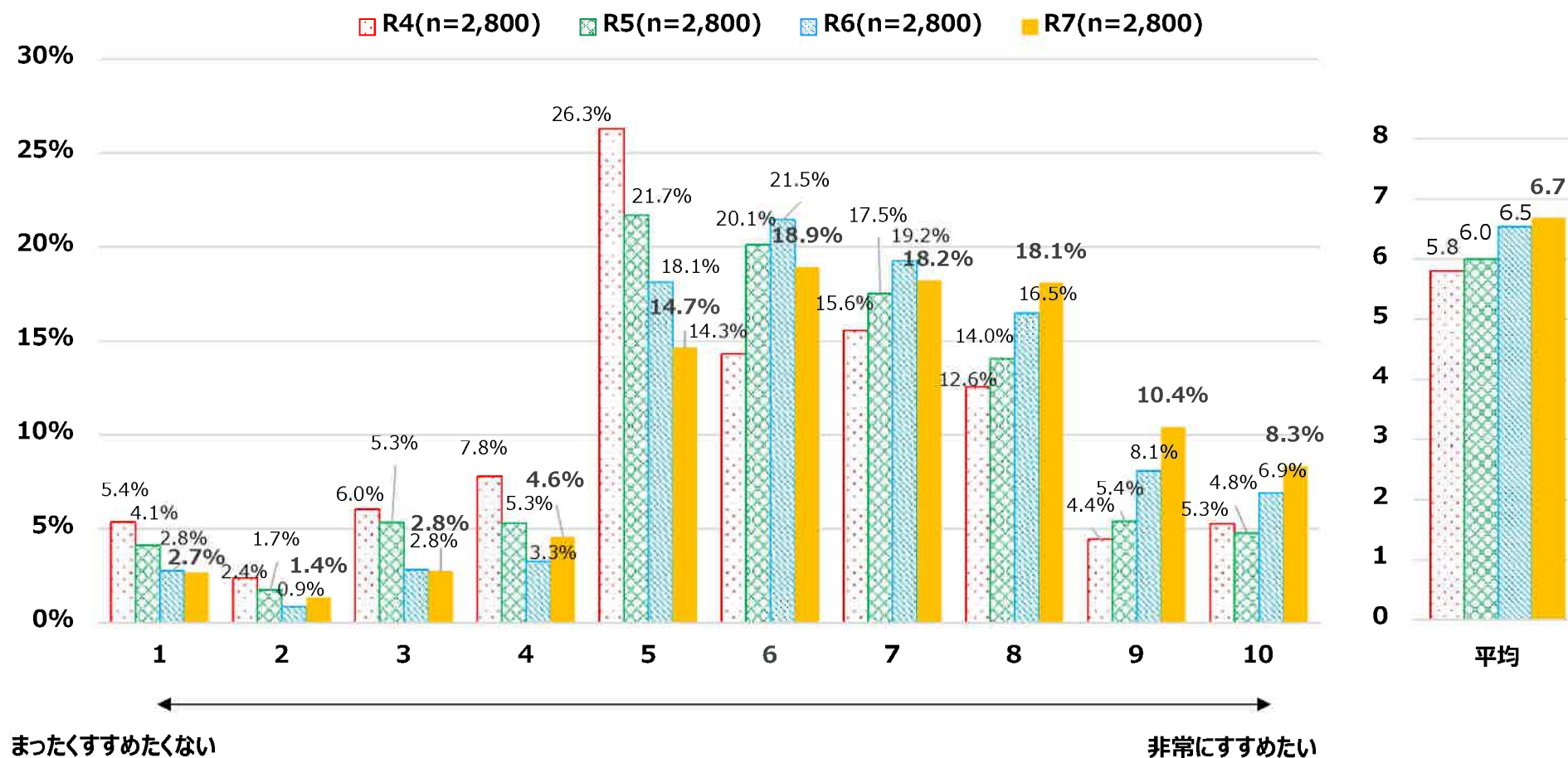
※川崎市各区については、居住区別による川崎市全体についての評価

※「隣接都市」「横浜市」「一都三県」については、回答者が居住する市(東京23区の場合には区)または町・村についての評価



# 「居住」推奨度の分布(川崎市民)

- 「川崎市に住むこと」について、1点(まったくすすめたくない)~10点(非常にすすめたい)の10段階で評価してもらっています。

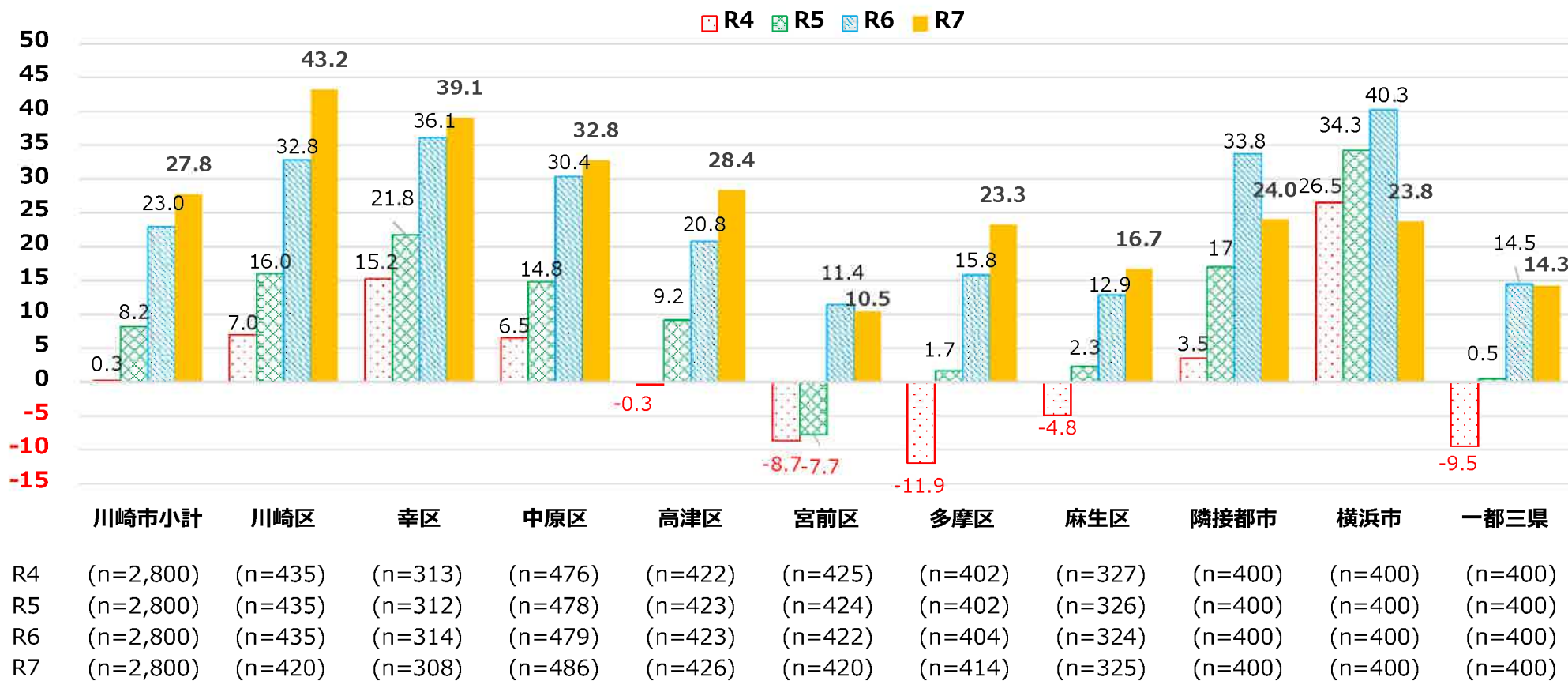


# 「来訪」推奨度(居住地域別)

- 居住地域に、「来訪」推奨度(8~10点の合計割合から、1~4点の合計割合を引いた結果)を表しています。

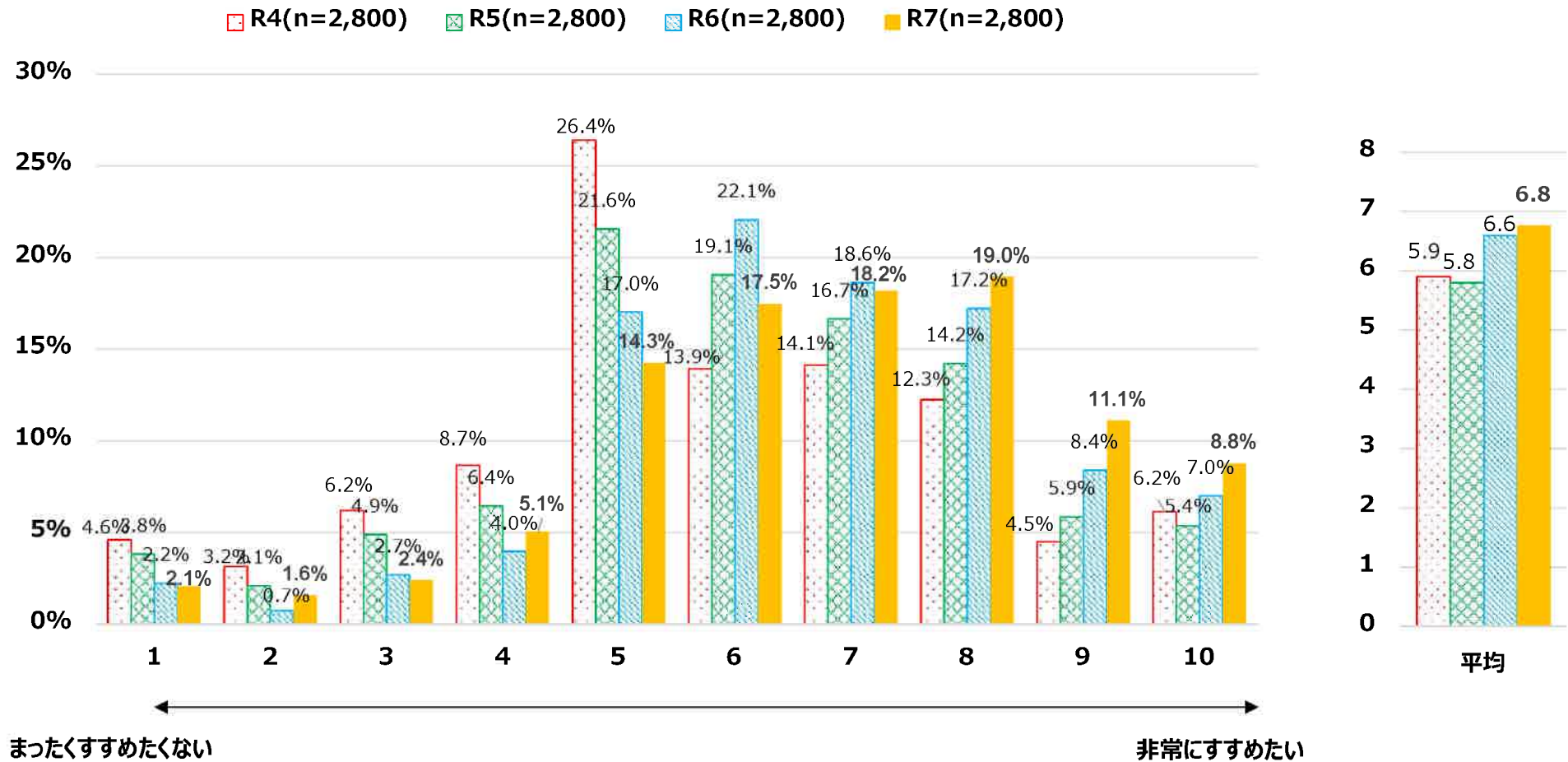
※川崎市各区については、居住区別による川崎市全体についての評価

※「隣接都市」「横浜市」「一都三県」については、回答者が居住する市(東京23区の場合には区)または町・村についての評価



# 「来訪」推奨度の分布(川崎市民)

- 「川崎市に買い物や遊びなどで訪れること」について、1点(まったくすすめたくない)～10点(非常にすすめたい)の10段階で評価してもらっています。

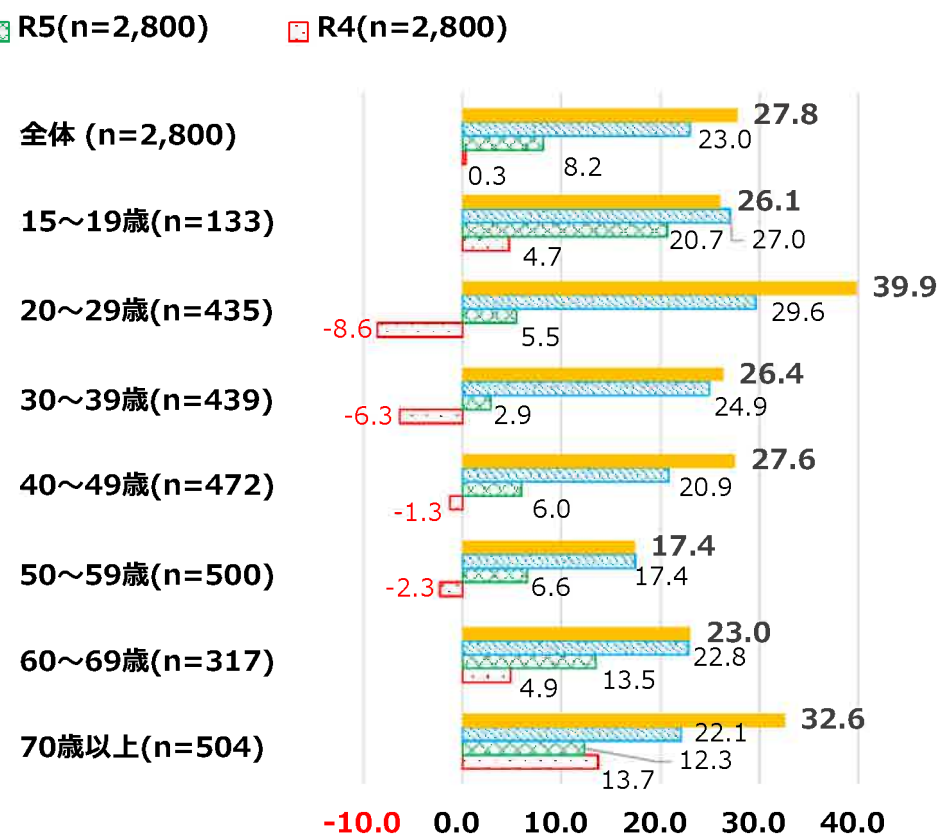
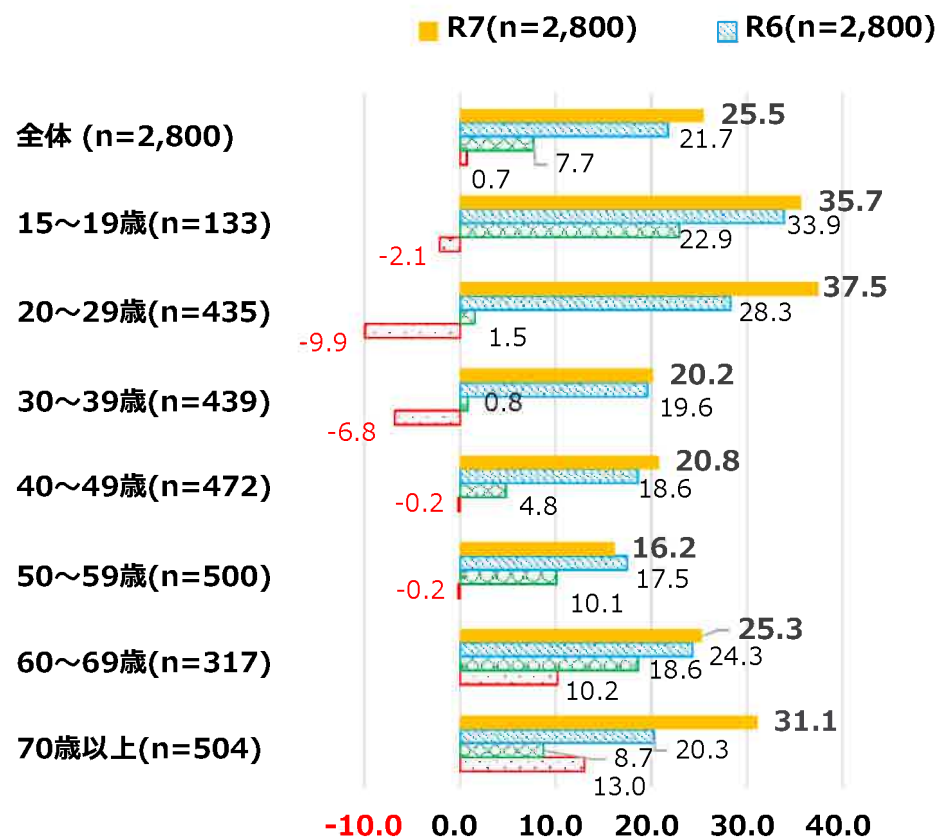


# 「居住」・「来訪」推奨度(川崎市民・年代別)

- それぞれ8~10点での評価(推奨者)の割合から、1~4点での評価(批判者)の割合を引いた「居住」・「来訪」推奨度(いわゆるNPS)を年代別で表しています。

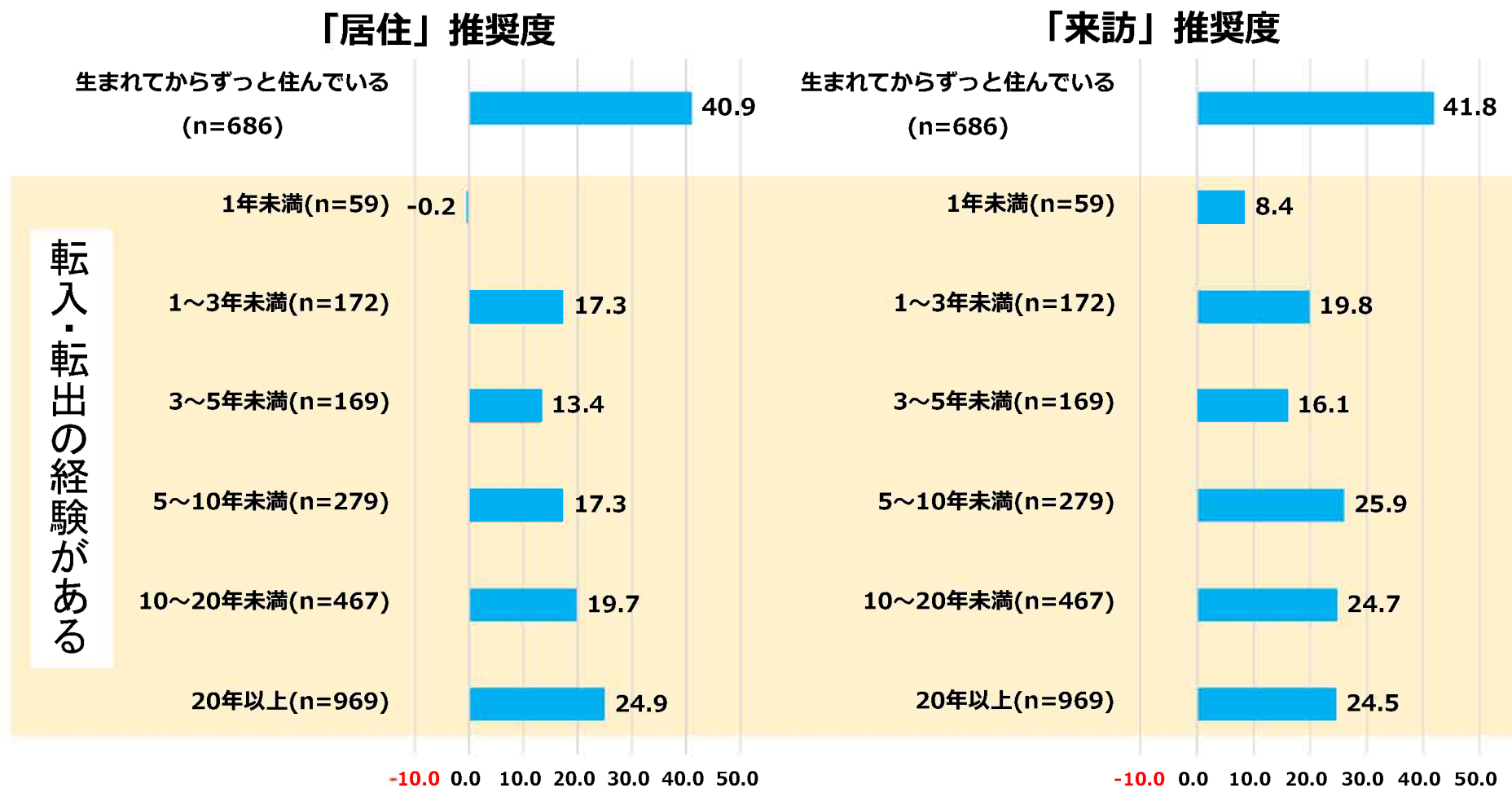
## 「居住」推奨度

## 「来訪」推奨度



# 「居住」「来訪」推奨度(川崎市民・居住年数別)

- 川崎市民の川崎市への「居住」・「来訪」推奨度をそれぞれ居住年数別で表しています。



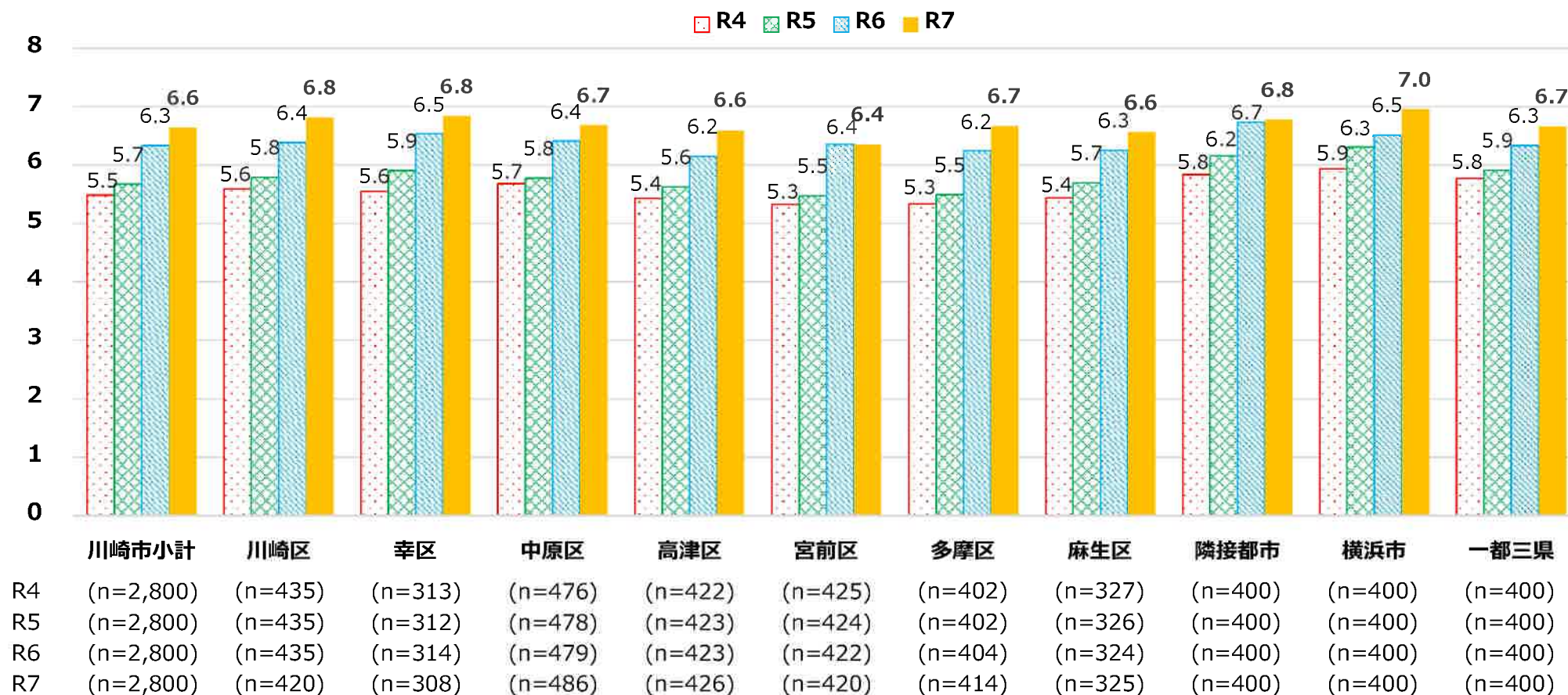
## ④シビックプライド指標

# シビックプライド①「愛着」(居住地域別)

- 居住地域別に、居住地に対する愛着スコアを表しています。

※川崎市各区については、居住区別による川崎市全体についての評価

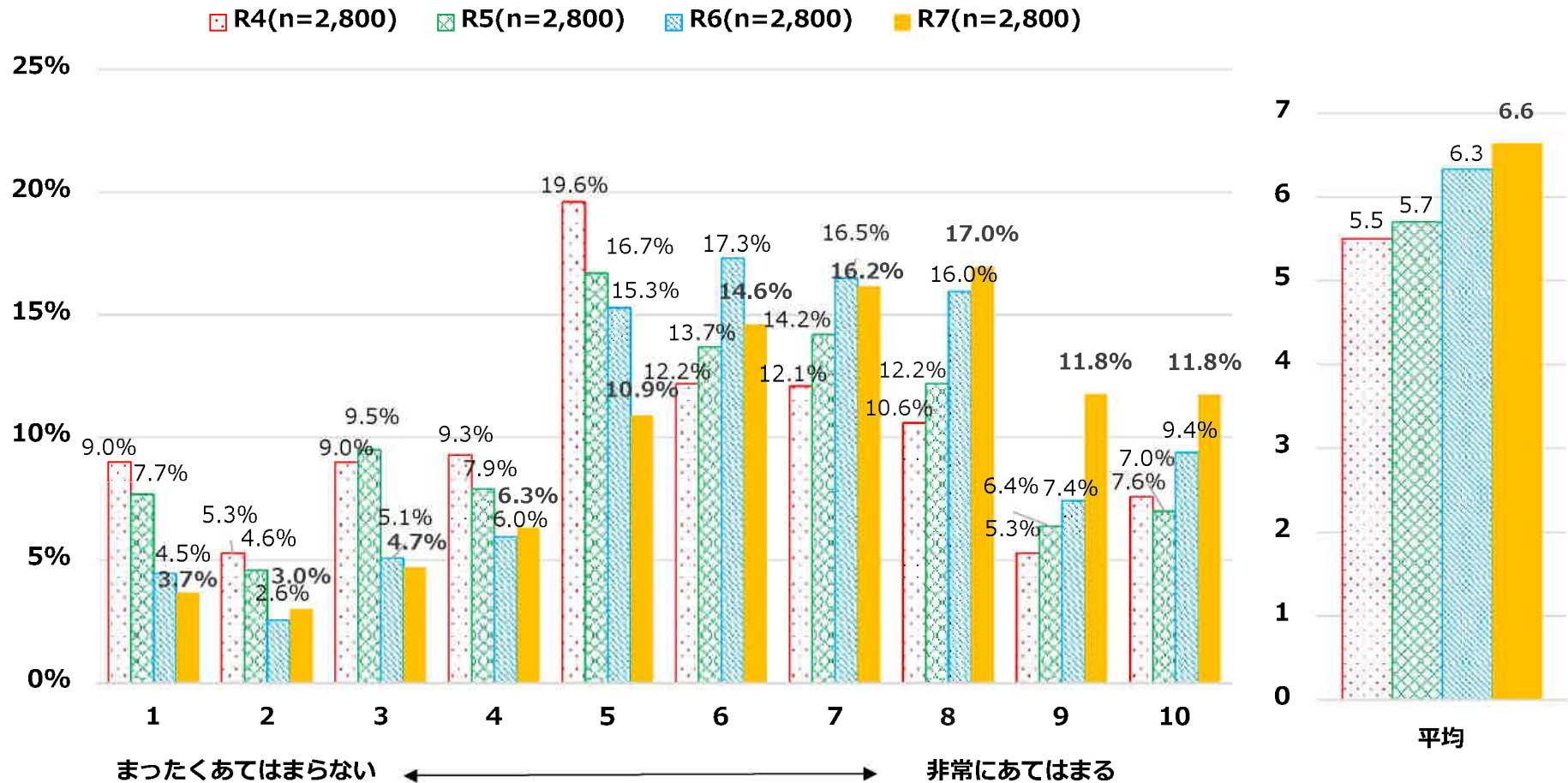
※「隣接都市」「横浜市」「一都三県」については、回答者が居住する市(東京23区の場合には区)または町・村についての評価



# 「愛着」スコアの分布(川崎市民)

- 川崎市に対する「愛着」スコア(「愛着を持っている」「今後も住み続けたい」「細部まで熟知している」に対する10段階評価の平均)を表しています。

川崎市に対する「愛着」スコア

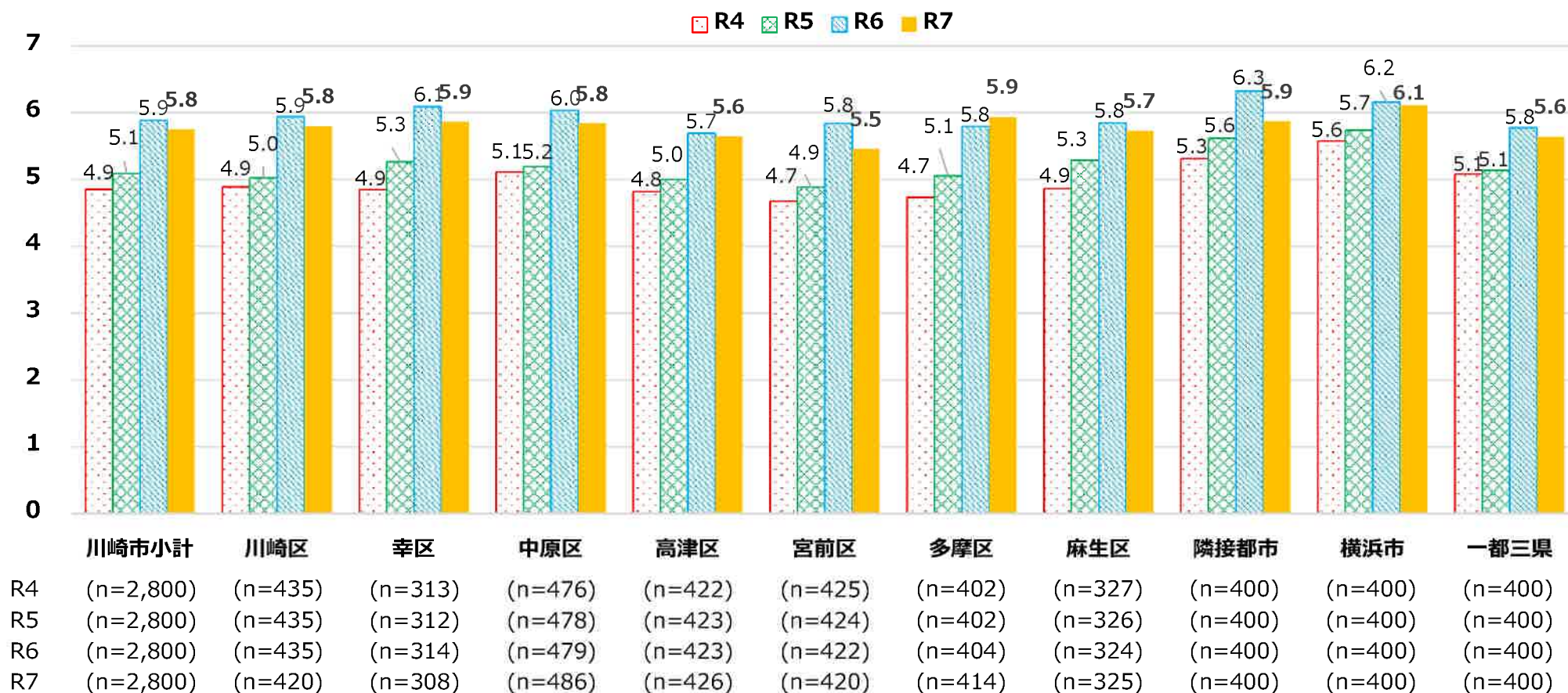


# シビックプライド②「誇り」(居住地域別)

- 居住地域別に、居住地に対する誇りスコアを表しています。

※川崎市各区については、居住区別による川崎市全体についての評価

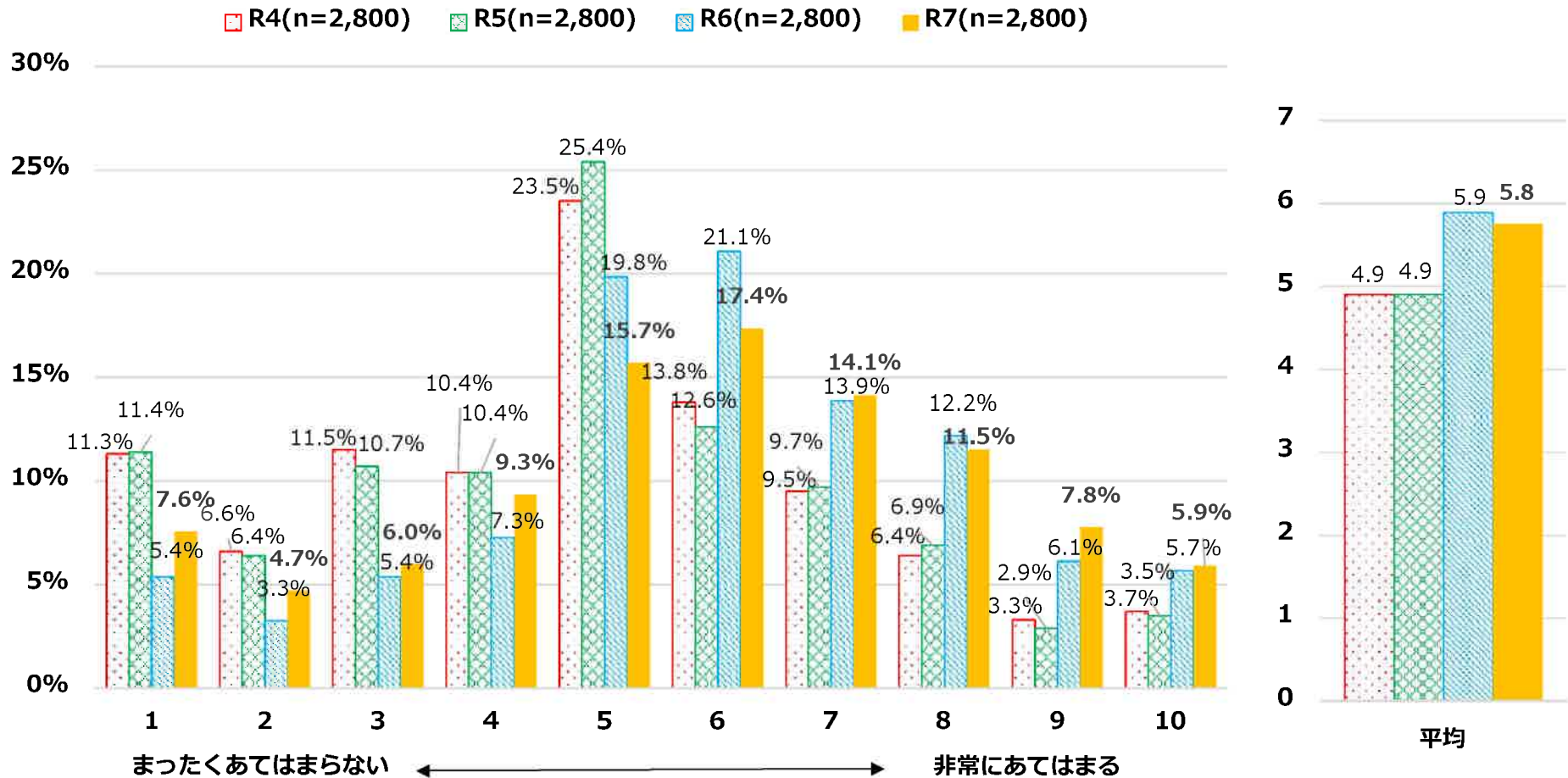
※「隣接都市」「横浜市」「一都三県」については、回答者が居住する市(東京23区の場合には区)または町・村についての評価



# 「誇り」スコアの分布(川崎市民)

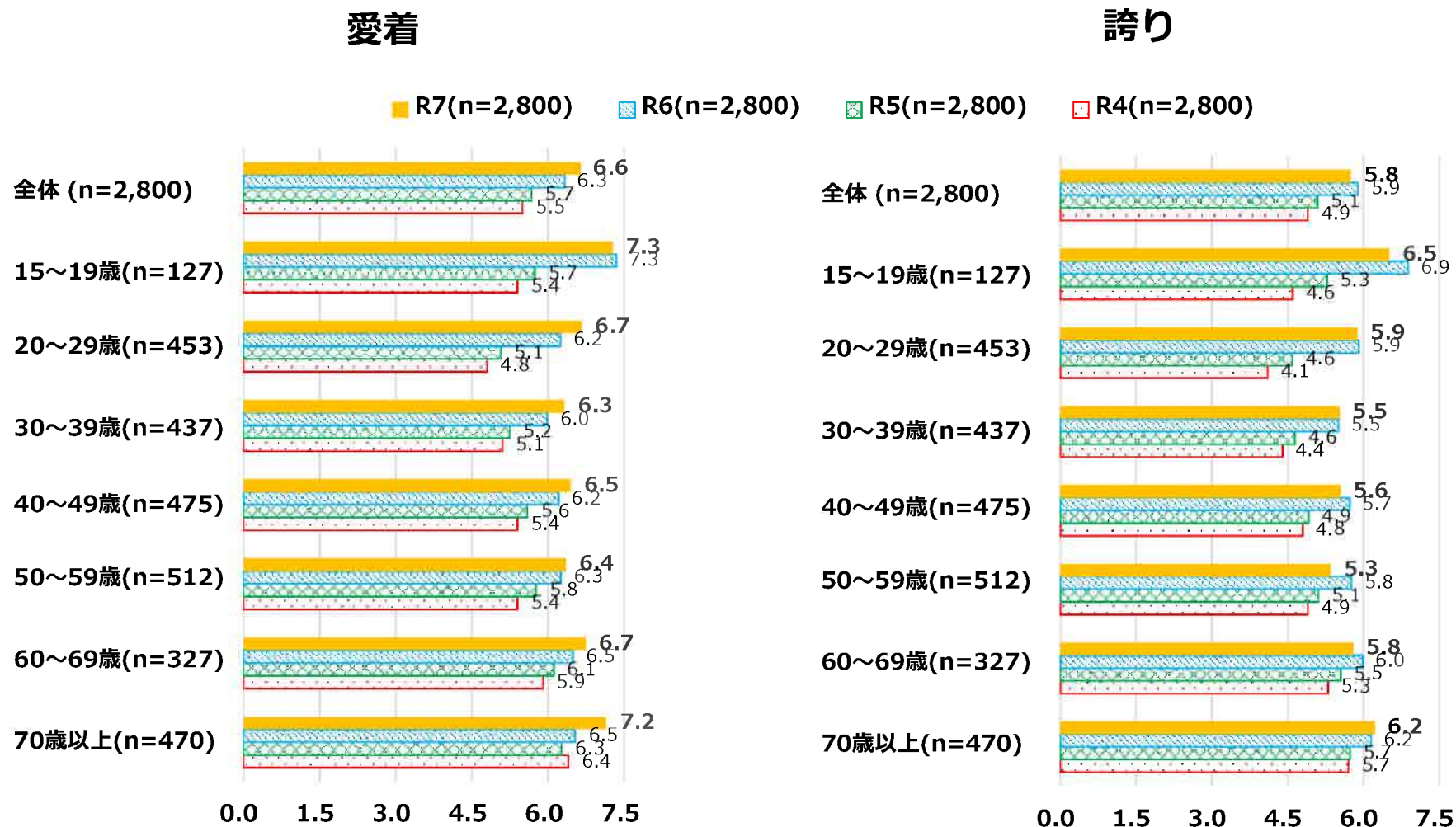
- 川崎市に対する「誇り」スコア(「誇りを持っている」「自慢したいことがいくつもある」「貢献している」に対する10段階評価の平均)を表しています。

川崎市に対する「誇り」スコア



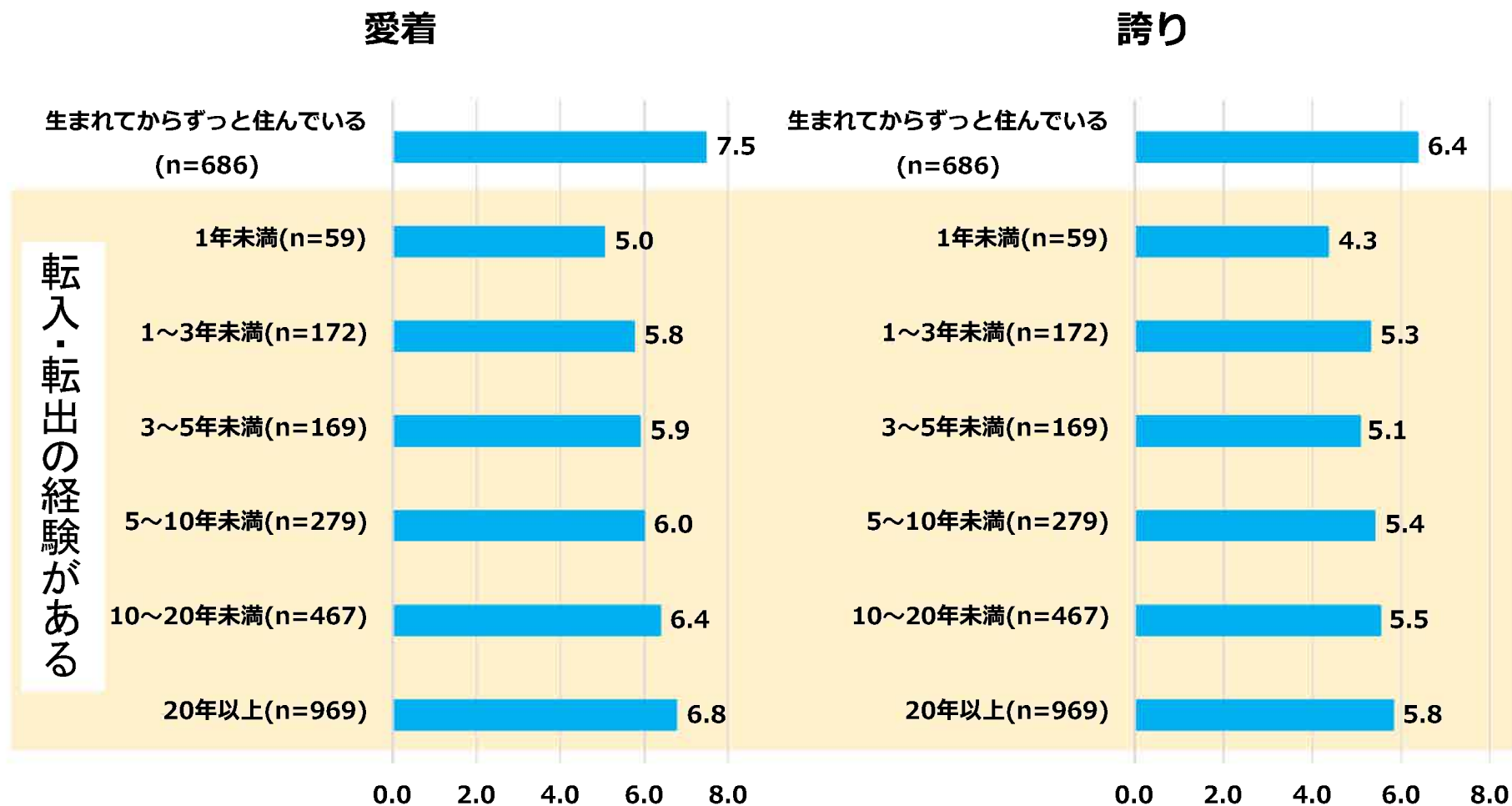
# シビックプライド「愛着」・「誇り」(川崎市民・年代別)

- 川崎市民に川崎市に対する愛着・誇りスコアを10段階評価(1:非常に悪い~10:非常によい)してもらい、その評価の平均点を年代別に表しています。



# シビックプライド「愛着」「誇り」(川崎市民・居住年数別)

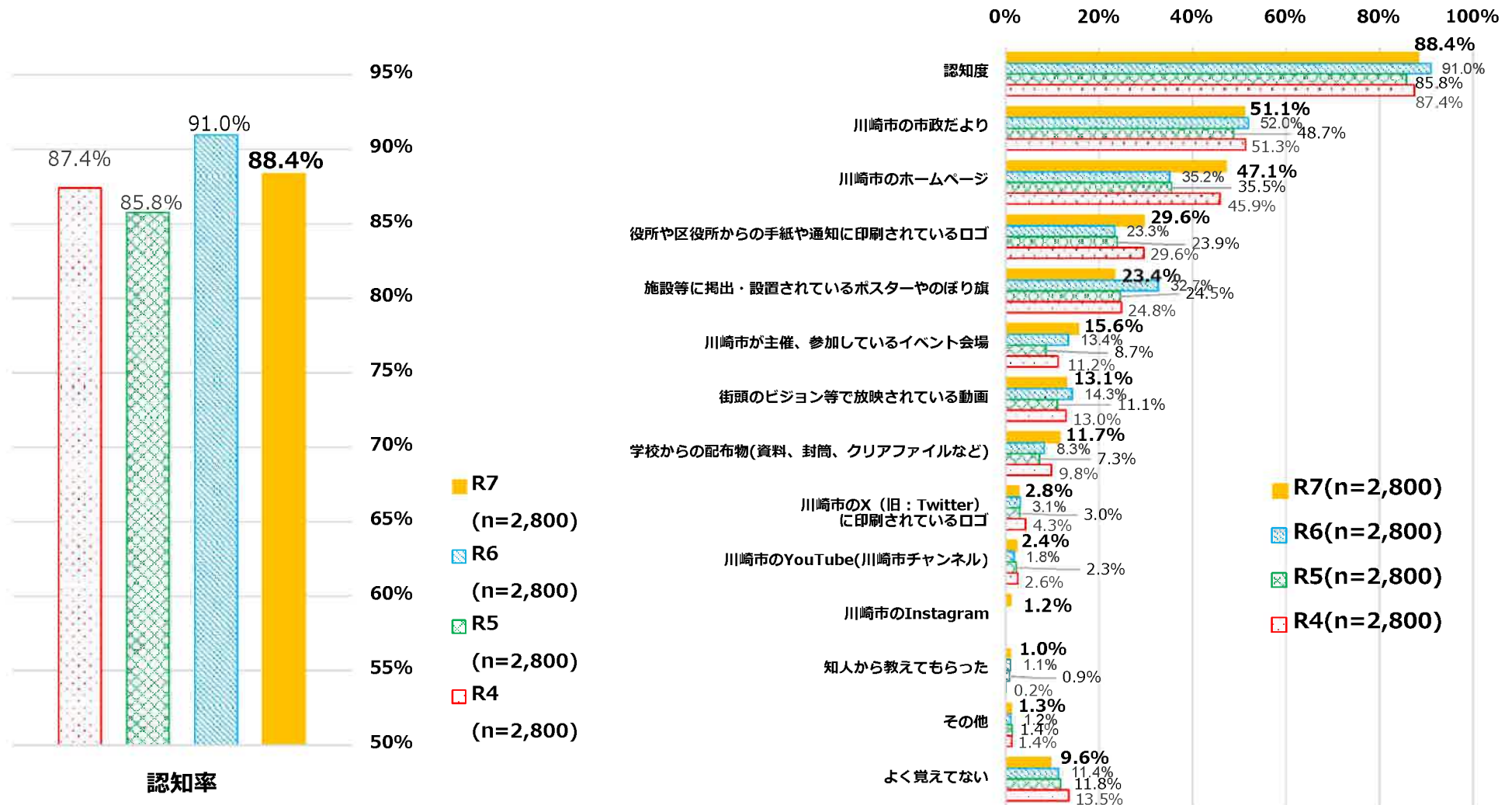
- 川崎市民の川崎市に対する愛着、誇りスコアを10段階評価(1:非常に悪い~10:非常によい)してもらい、その評価の平均点をそれぞれ居住年数別に表しています。



# ⑤ブランドメッセージ認知状況

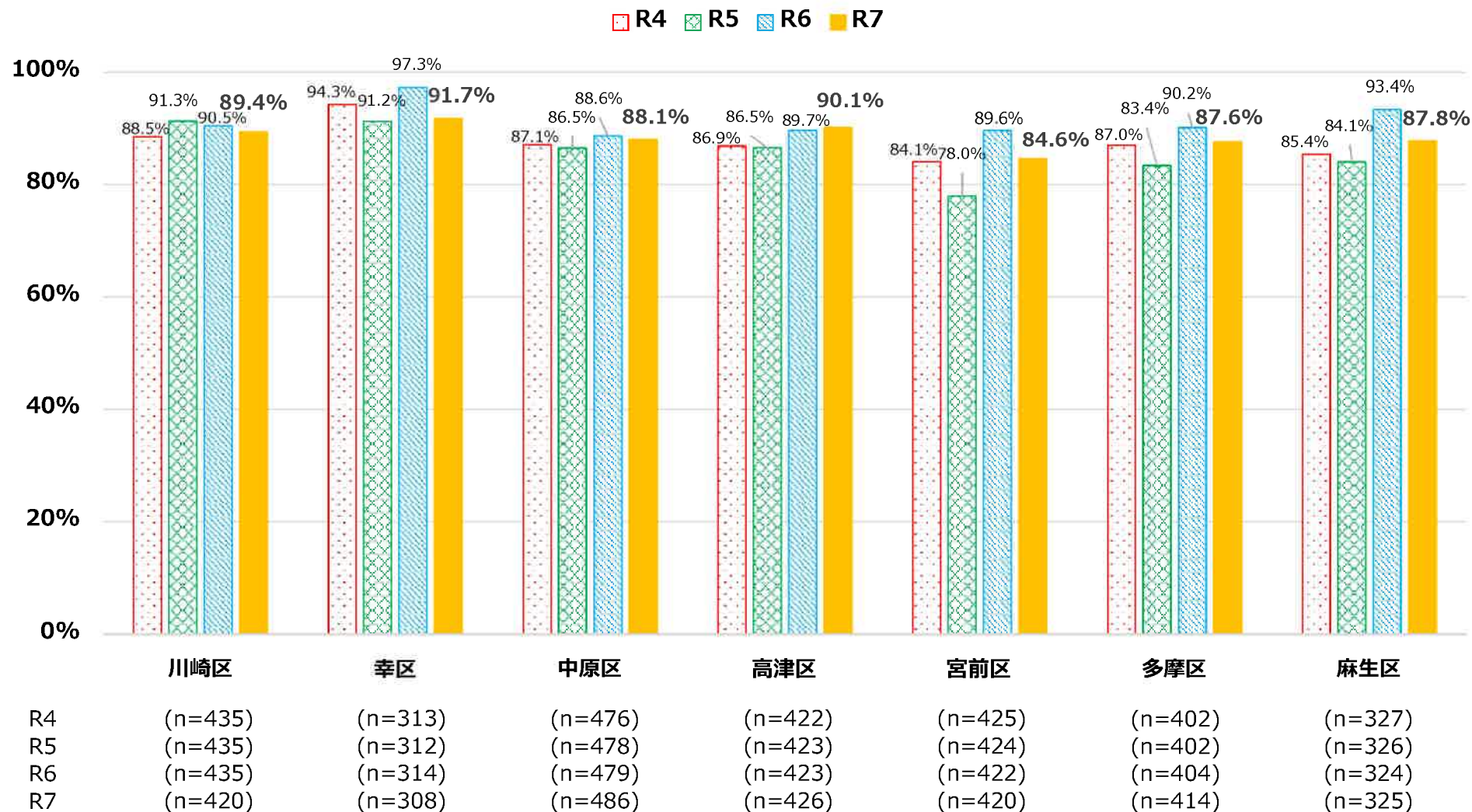
# ブランドメッセージ(ロゴ)認知状況(川崎市民)

- 左のグラフでは、ブランドメッセージ(ロゴ)の認知度(見たことがあると答えた割合)を、右のグラフでは、ブランドメッセージ(ロゴ)を認知手段の割合を表しています。



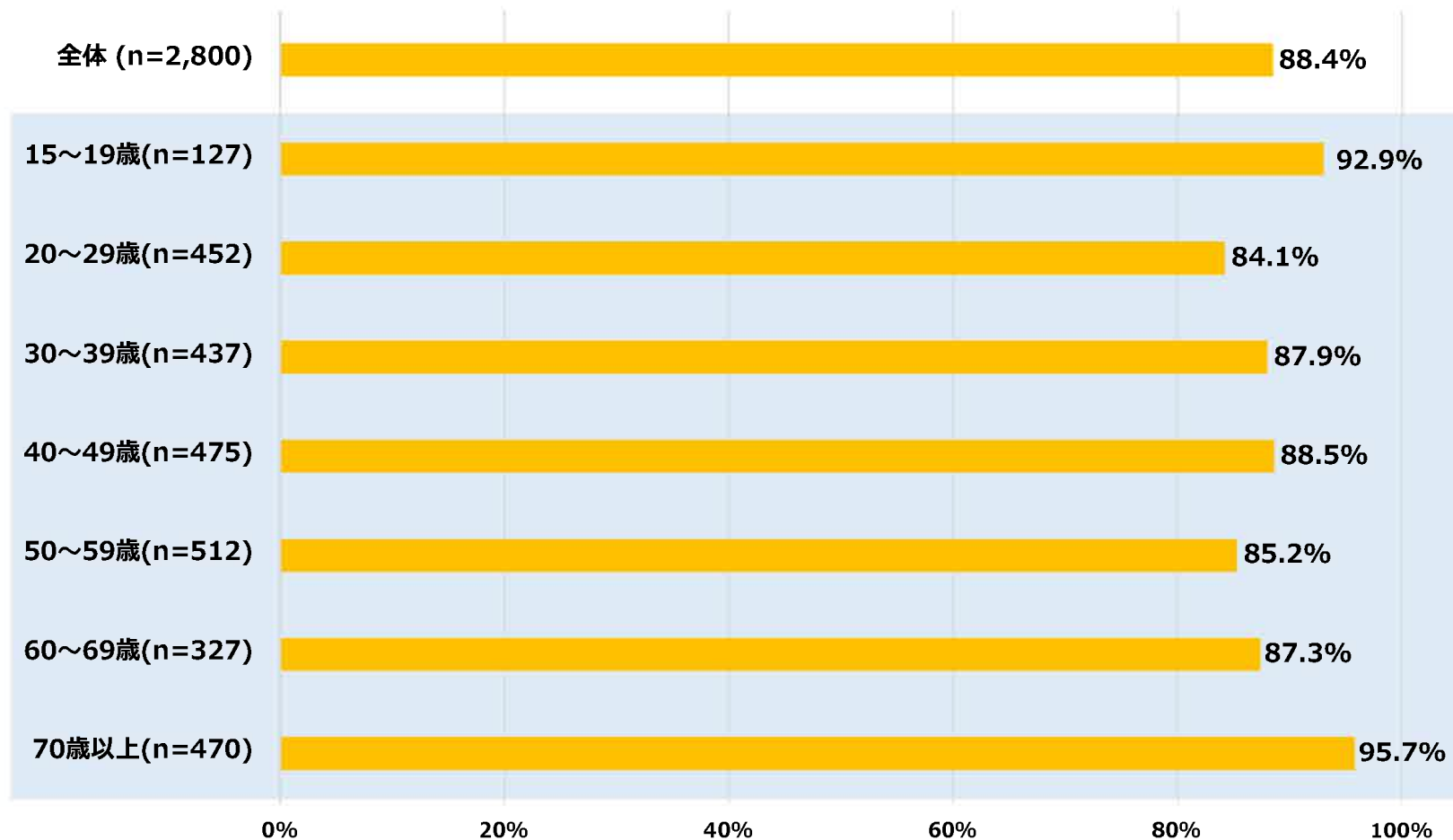
# ブランドメッセージ(ロゴ)認知状況(川崎市民・居住区別)

- 川崎市民によるブランドメッセージ(ロゴ)の認知度を居住区別に表しています。



# ブランドメッセージ(ロゴ)認知状況(川崎市民・年代別)

- ブランドメッセージ(ロゴ)の認知度を年代別に表しています。



# ブランドメッセージ認知状況(川崎市民)

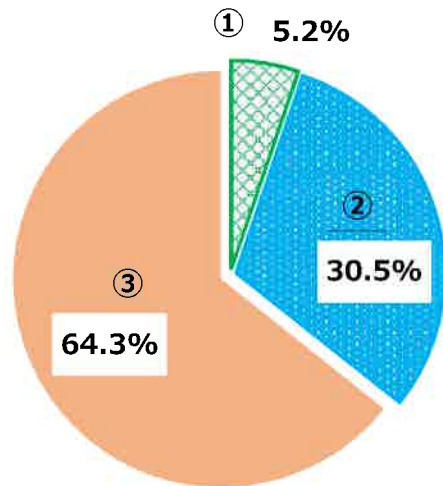
- 川崎市民におけるブランドメッセージの認知度を表しています。

## 川崎市のブランドメッセージについての認知度

- ①「具体的な内容まで知っている」      ②「メッセージがあることは知っている」      ③「あまり・全く知らない」

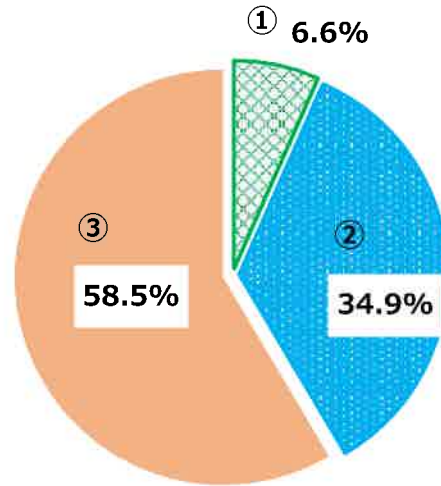
※ブランドメッセージの認知度 = ①「具体的な内容まで知っている」 + ②「メッセージがあることは知っている」

① + ② = 35.7%



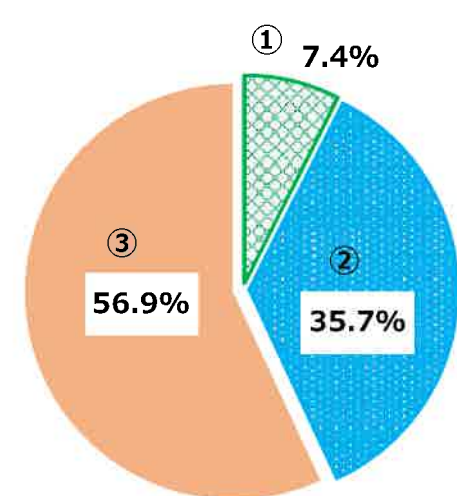
R 5 (n=2,800)

① + ② = 41.5%



R 6 (n=2,800)

① + ② = 43.1%

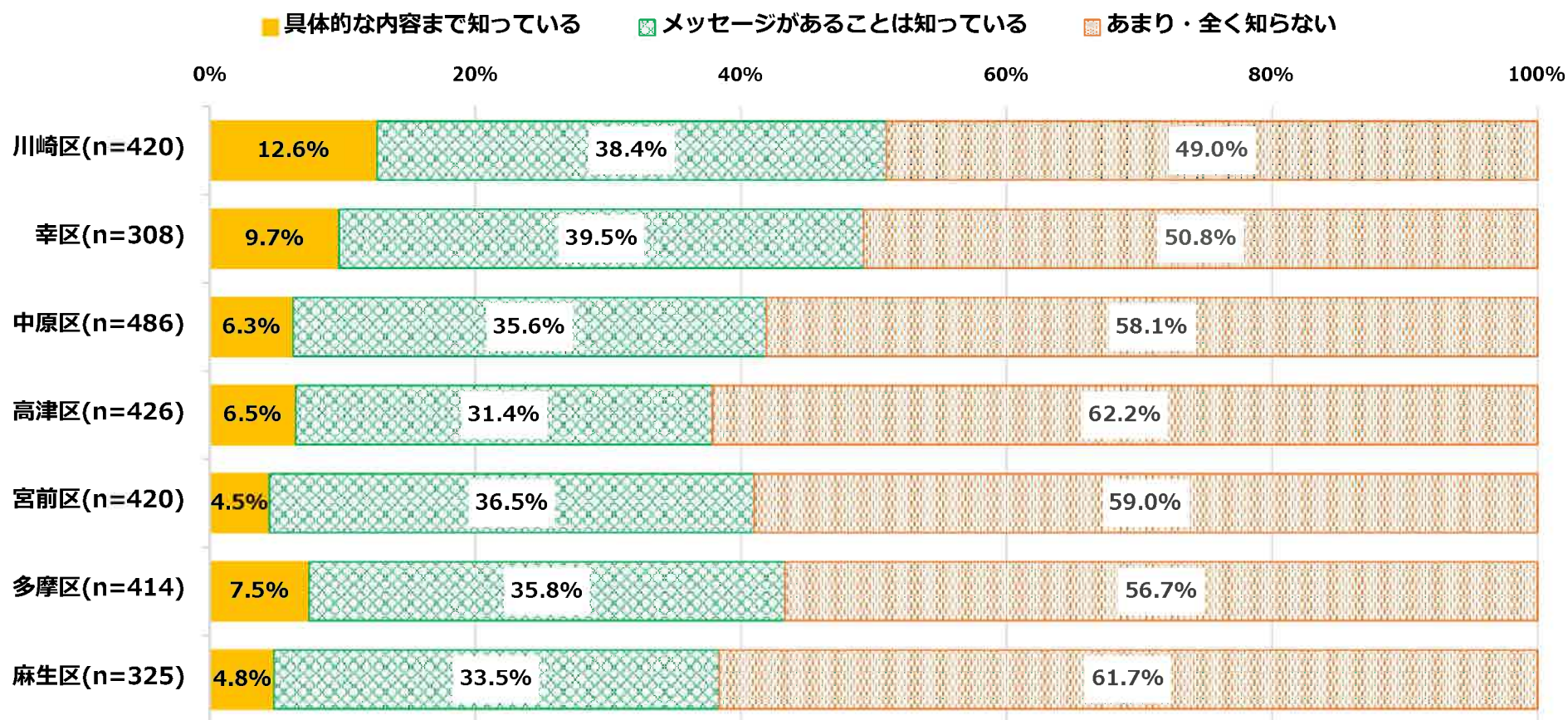


R7(n=2,800)

# ブランドメッセージ認知状況(川崎市民・居住区別)

- 川崎市民によるブランドメッセージの認知度を居住区別に表しています。

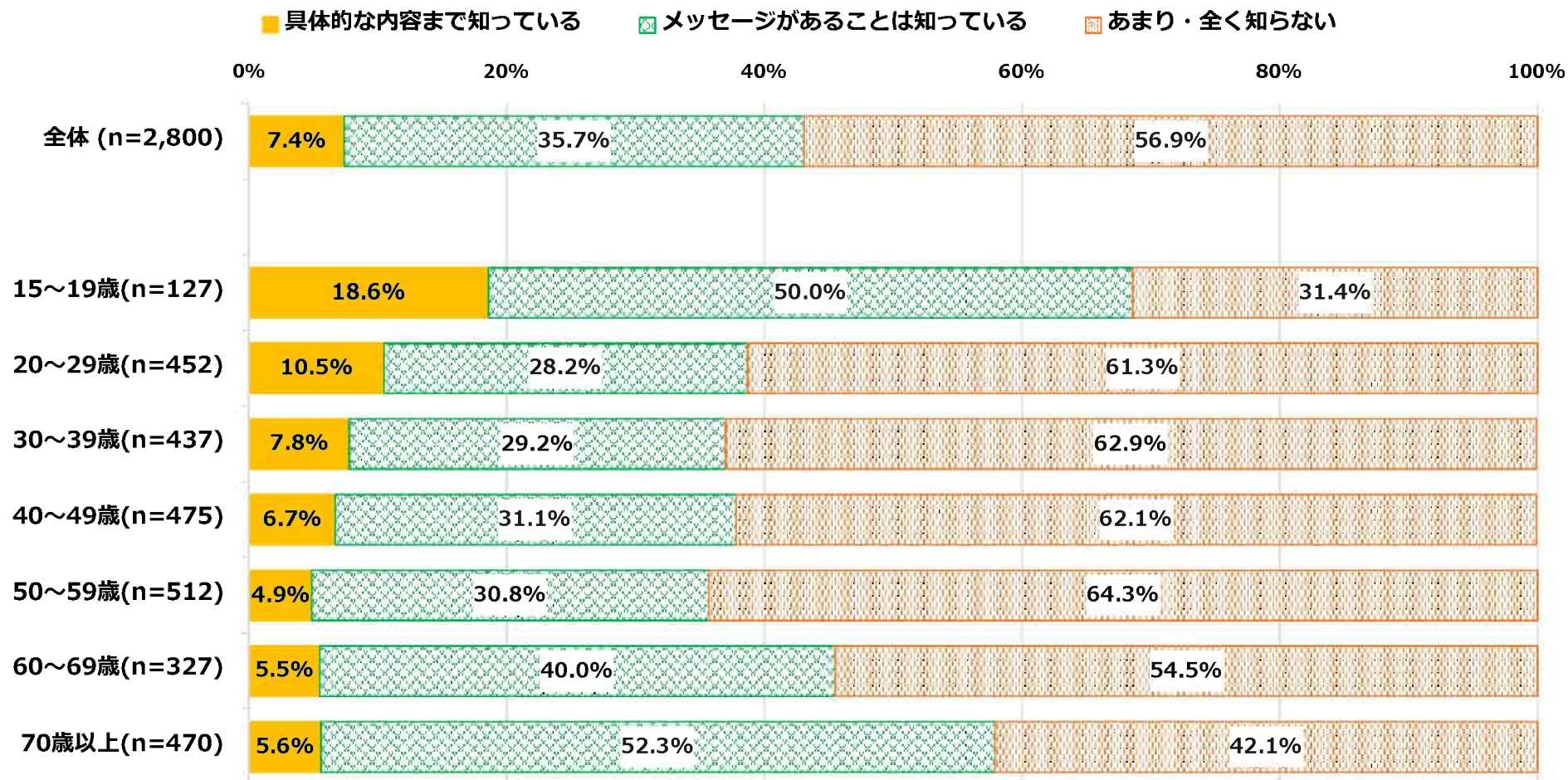
## 川崎市のブランドメッセージについての認知度(居住区別)



# ブランドメッセージ認知状況(川崎市民・年代別)

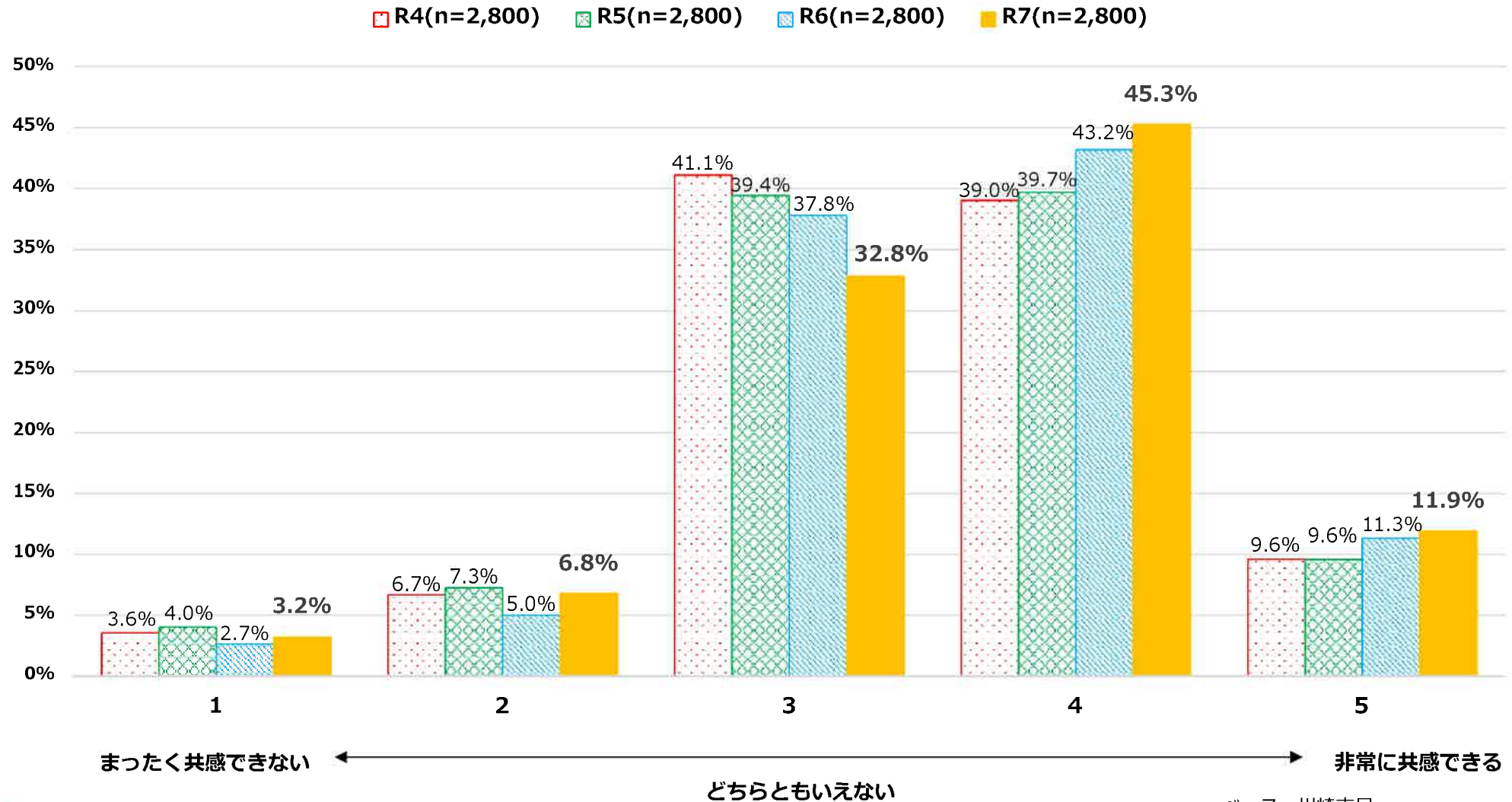
- ブランドメッセージの認知度を年代別に表しています。

## ブランドメッセージについての認知度(年代別)



# ブランドメッセージ共感度の分布(川崎市民)

- 川崎市民におけるブランドメッセージの共感度について、1点(まったく共感できない)~5点(非常に共感できる)の5段階で評価してもらっています。



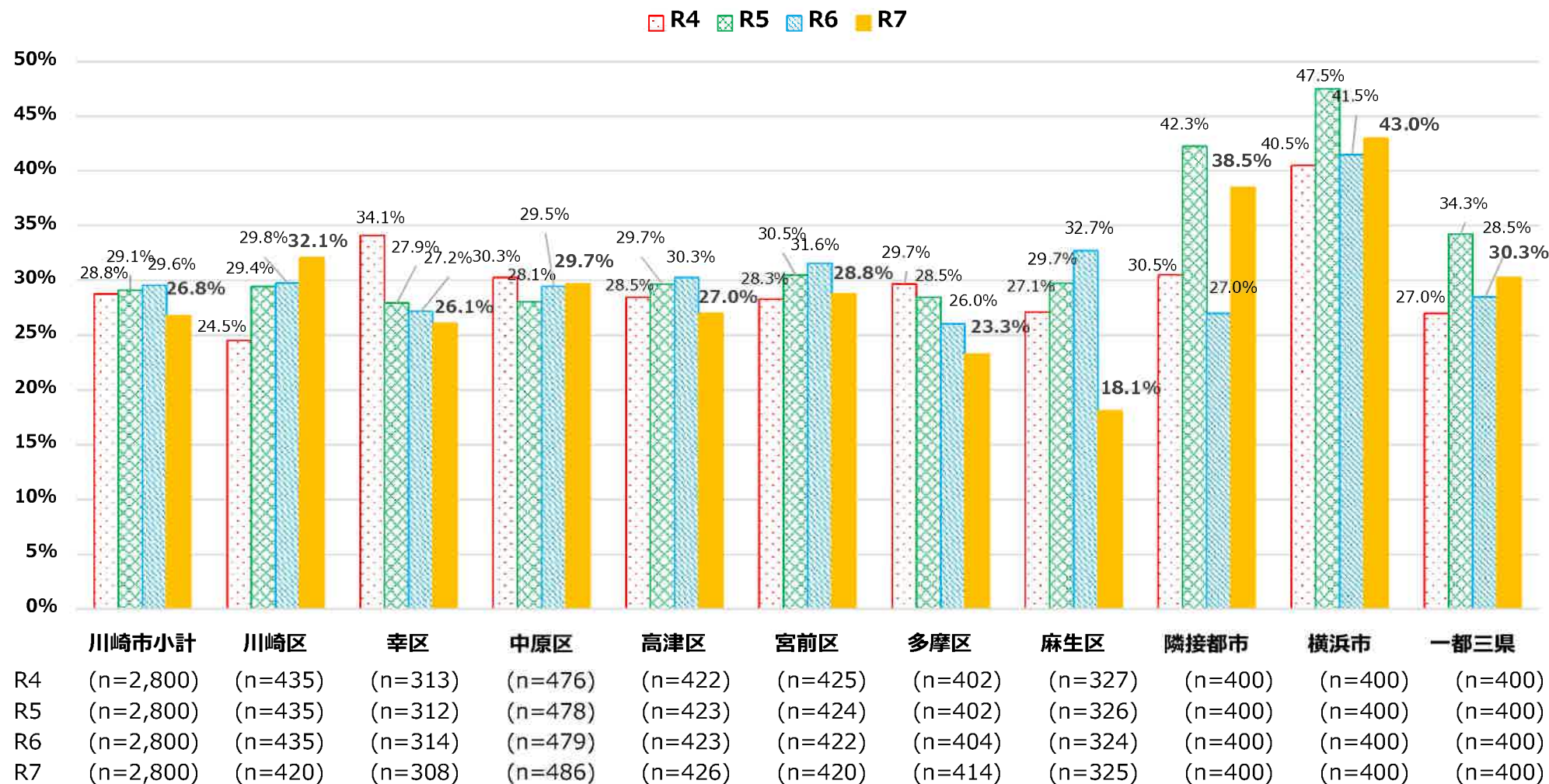
# 川崎市における治安イメージについて

- ① 川崎市における治安イメージ
- ② 川崎市におけるマナー

# ①川崎市における治安イメージ

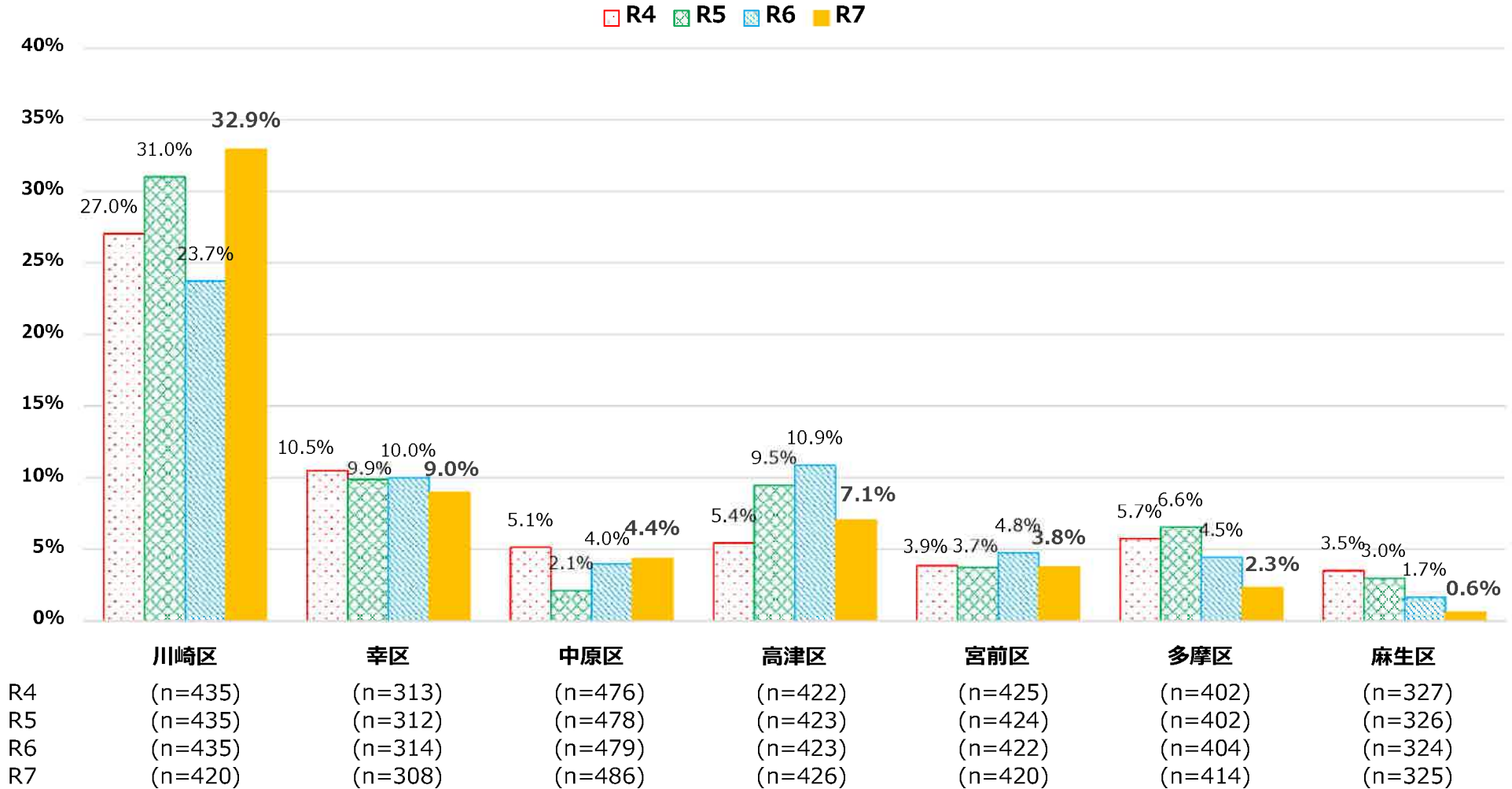
# 川崎市の治安イメージ(居住地域別)

- 川崎市の具体的なイメージ項目のリストから、「治安が悪い」を選択した人の割合です。



# 居住区の治安イメージ(川崎市民・居住区別)

- 川崎市民に対し、居住区の具体的なイメージ項目のリストから、「治安が悪い」を選択した人の割合を、居住区別に表しています。

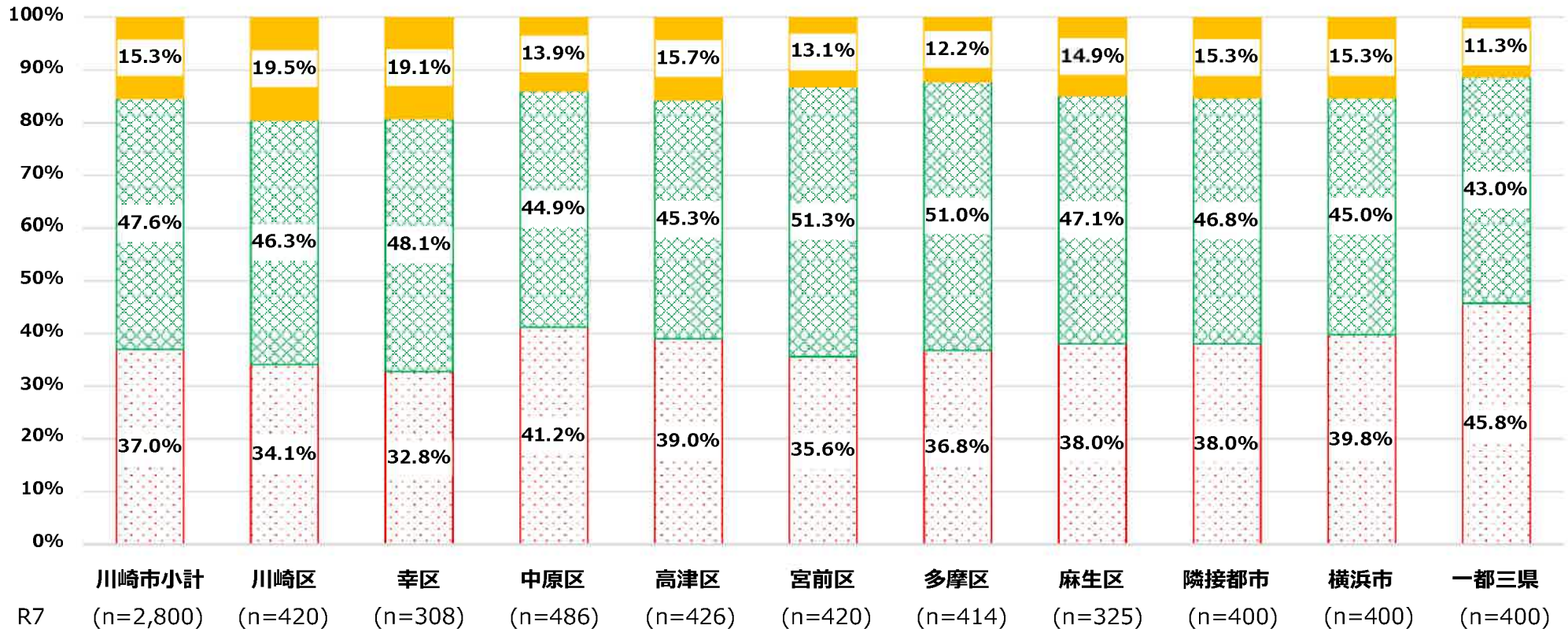


# 治安イメージの一般的要因(居住地域別)

- 一般的にどのような場合に「治安が悪い」と思うのか要因を選んでもらっています。

■ ① ■ ② ■ ③

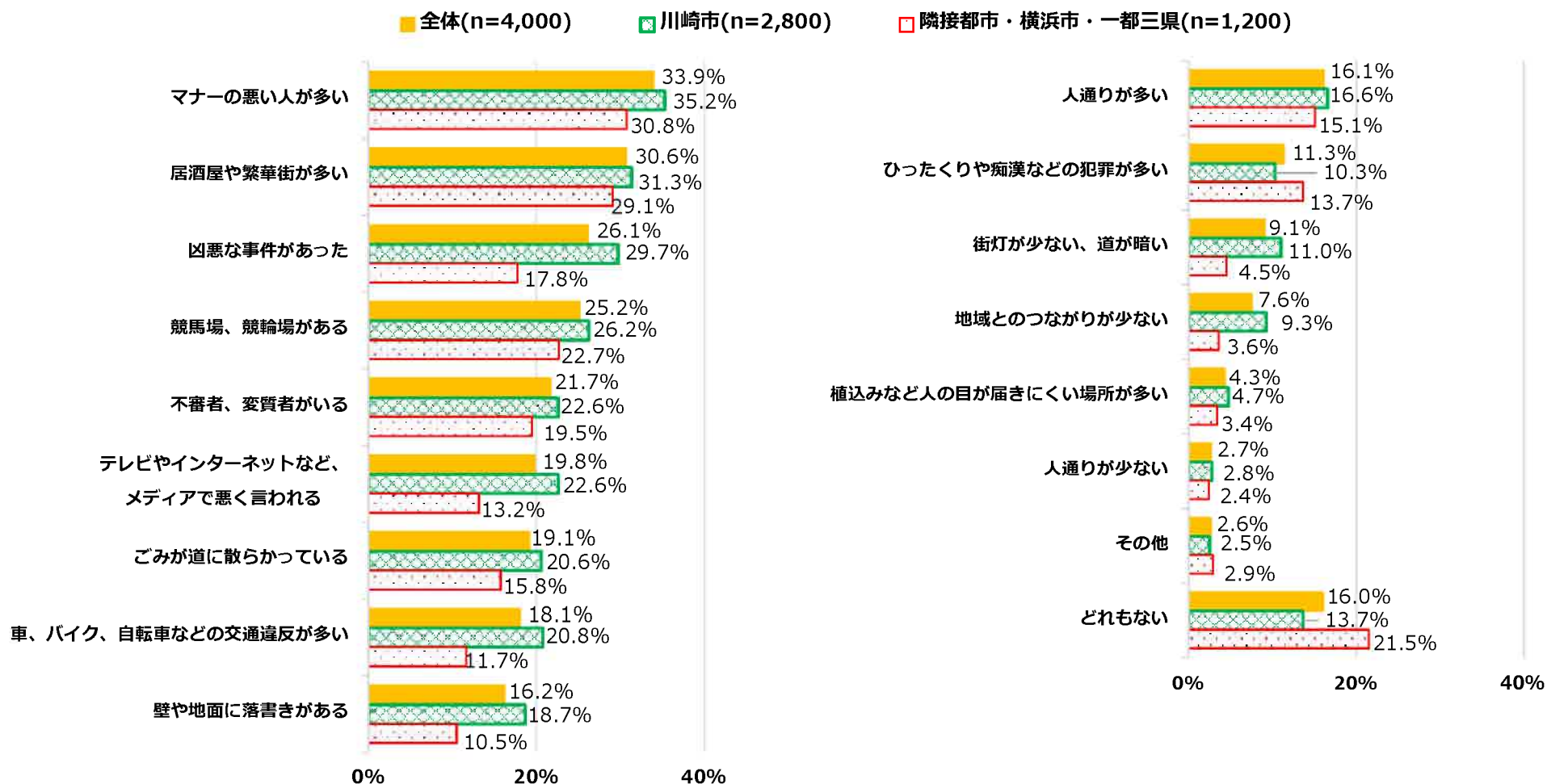
- ① 自分や身近な人が被害にあったり、あいそになるなど、治安の悪さを実際に経験したから
- ② 自分や身近な人は被害にあっていないが、被害の現場を見たり、被害にあった人から経験を聞いたり、新聞やニュースなどで事件の報道を見聞きしたから
- ③ 自分や身近な人は被害にあっていないが、治安が悪いらしいと人から聞いたり、テレビやインターネットなどで悪く言われているのを見聞きしたから



# 川崎市における治安イメージの具体的要因(居住地域別)

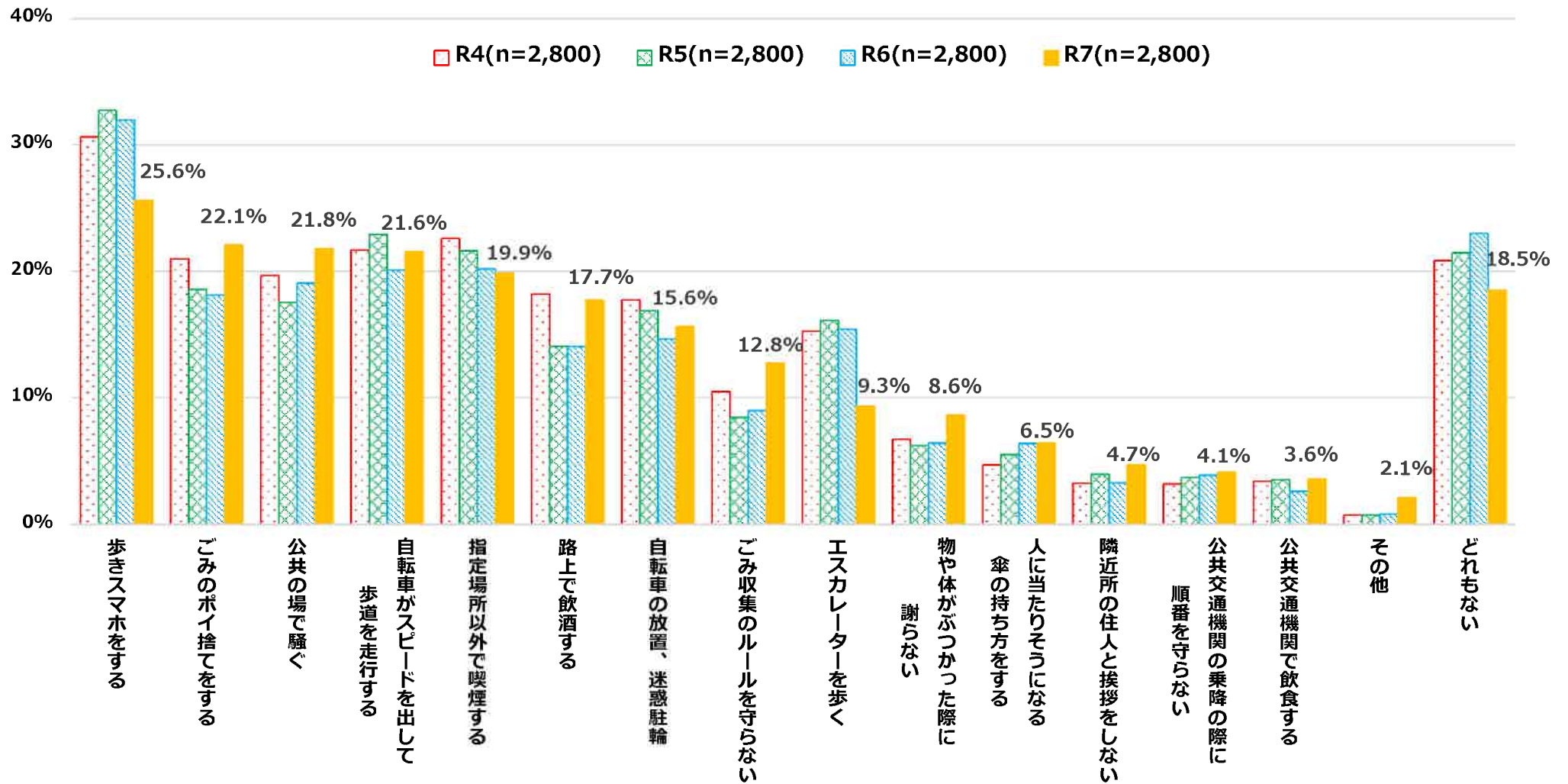
- 川崎市の治安に関するイメージに対して、悪影響を与えていると思うものを具体的なリストを提示して選んでもらっています。

## 川崎市における治安イメージの要因



# 川崎市において治安イメージに悪影響を与える要因(川崎市民)

- 川崎市民に対し、治安に関するイメージに対して「悪影響を与えている」と特に思うマナーを具体的なリストを示して最大3つまで選んでもらっています。



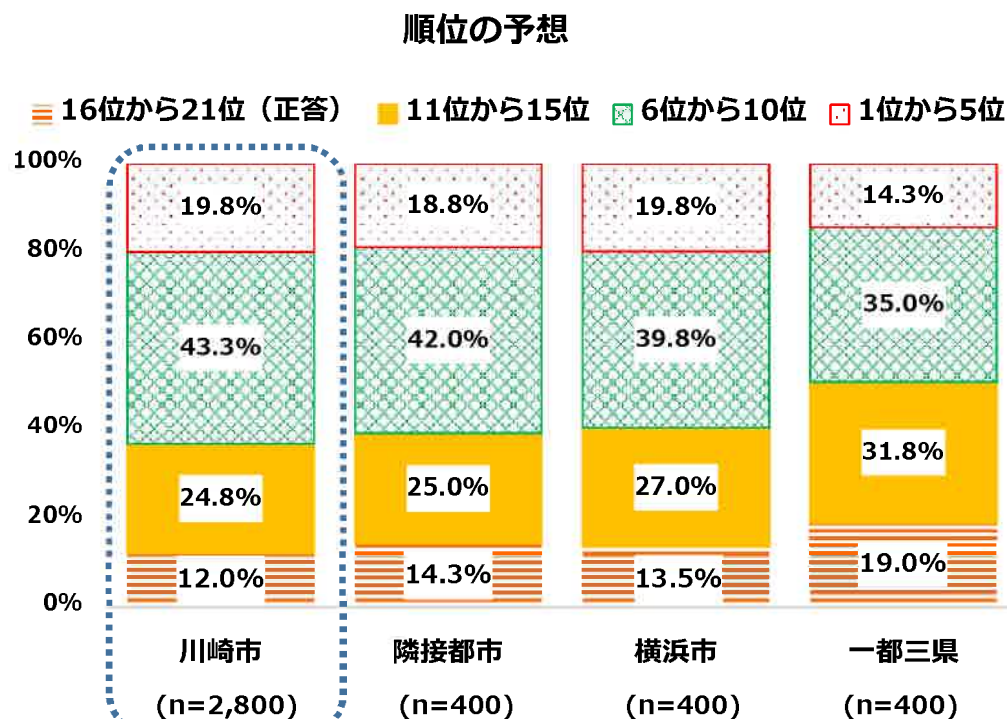
# 川崎市における刑法犯認知件数順位の予想と治安イメージの相関性について(居住地域別)

## グラフ左

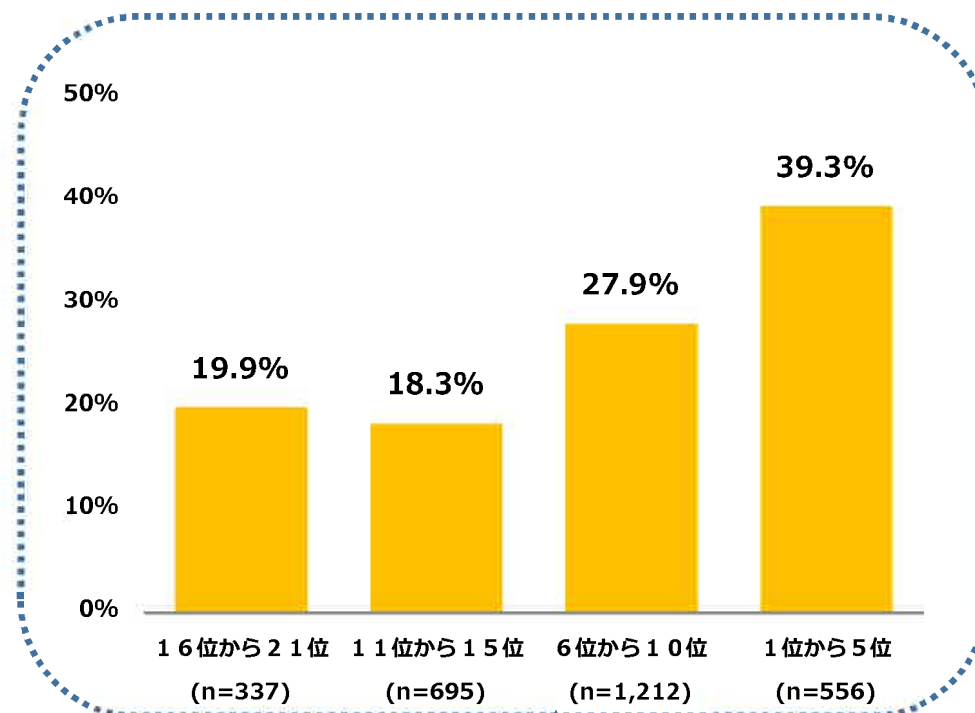
- 川崎市における「人口千人あたりの刑法犯認知件数(2020年)」について、東京都区部及び全国政令指定都市(全21都市)における順位で、正しいと思うものを選んでもらっています。【実際の順位：19位】

## グラフ右

- グラフ左における川崎市民の回答者のうち、川崎市に当てはまるイメージとして「治安が悪い」を選択した割合を算出し、相関性を示しています。



## 川崎市民における「治安が悪い」を選択した割合

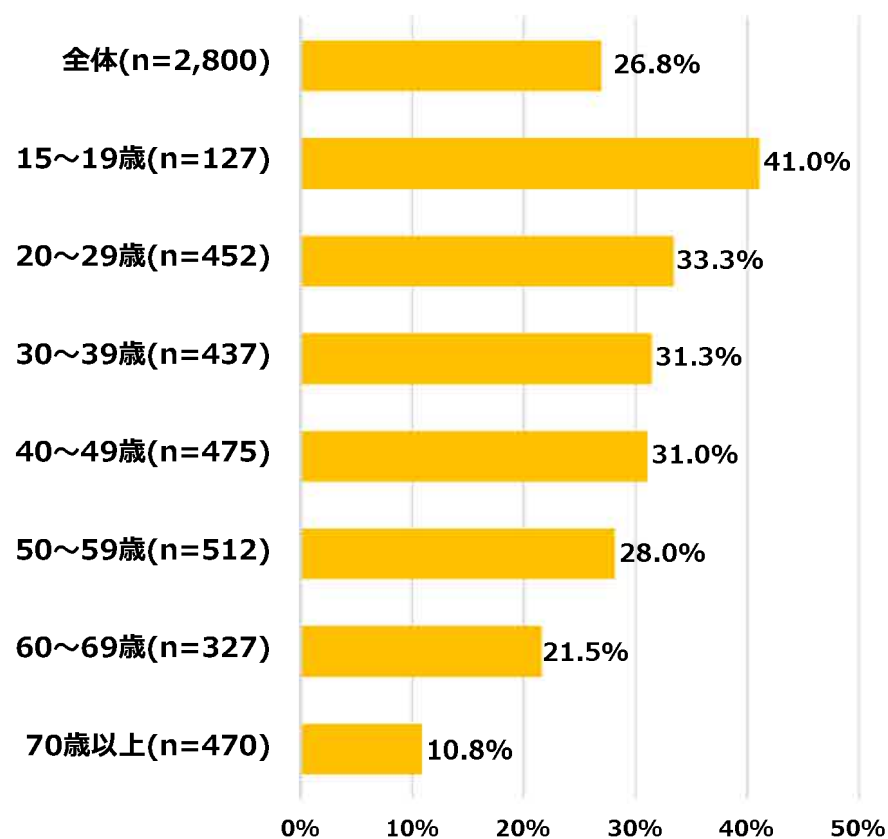


ベース：全対象者

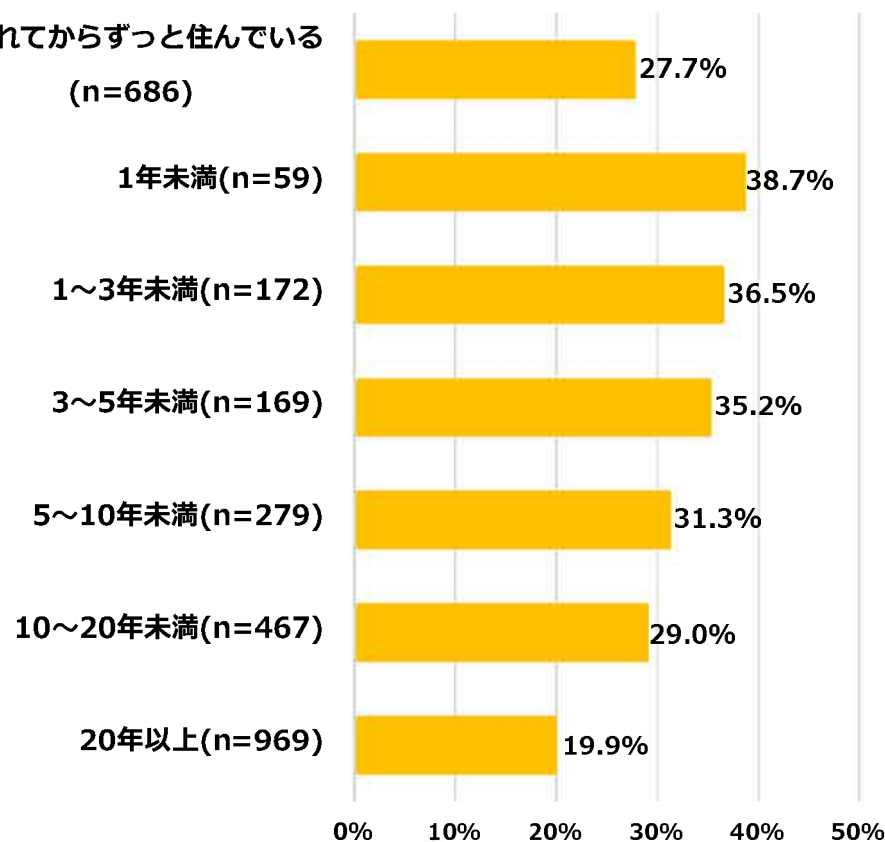
# 川崎市の治安イメージ(川崎市民・年代別/居住年数別)

- 川崎市民に対し、川崎市の具体的なイメージ項目のリストから、「治安が悪い」を選択した人の割合を、それぞれ年代別、居住年数別に表しています。

## 年代別

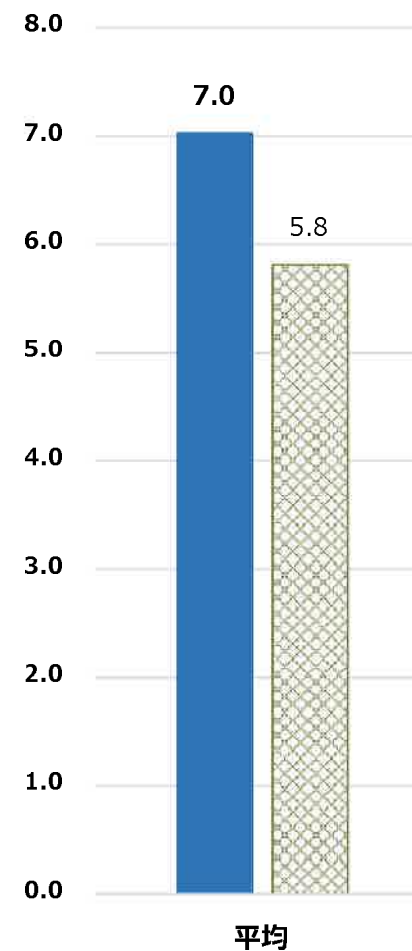
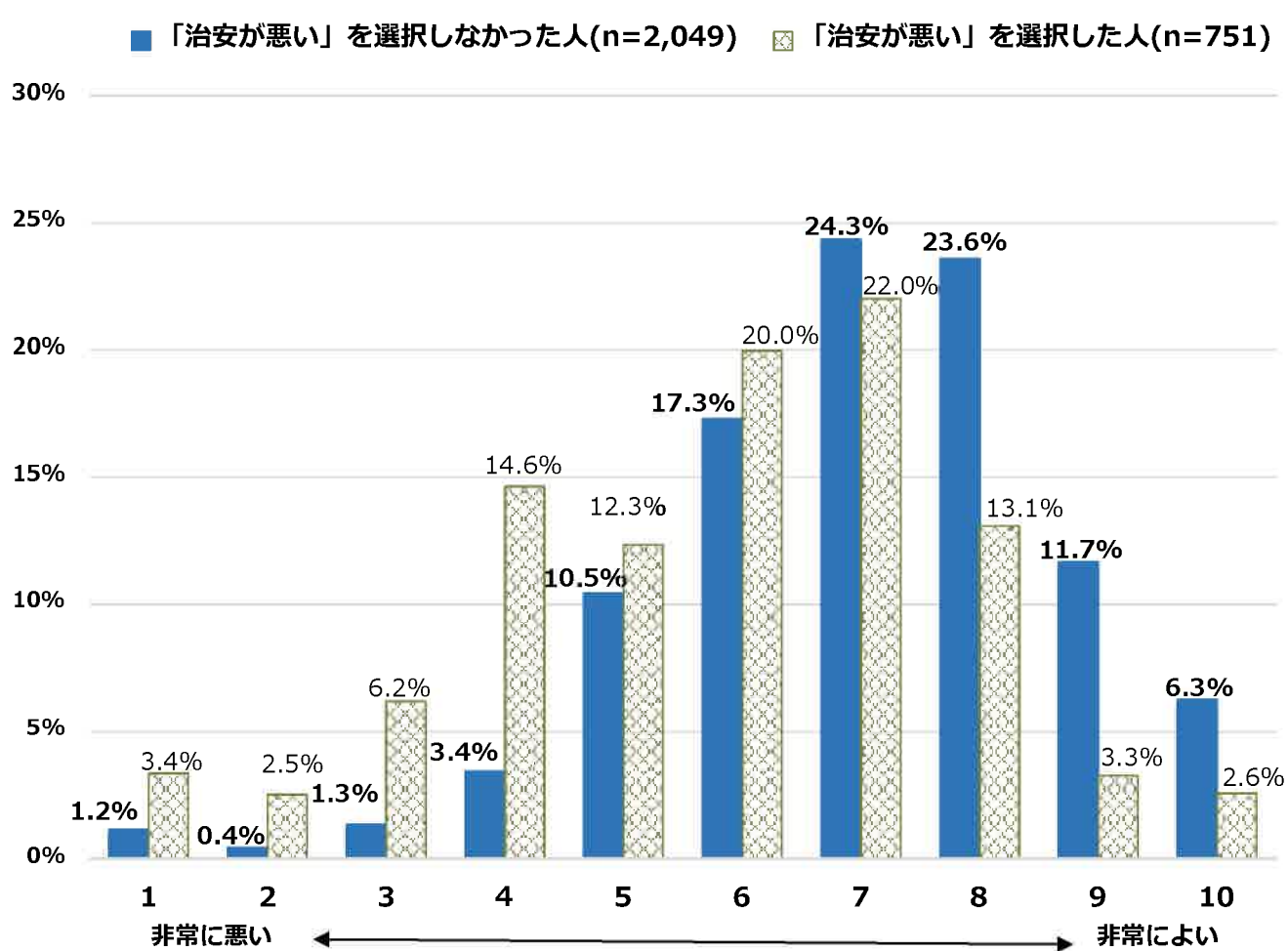


## 居住年数別



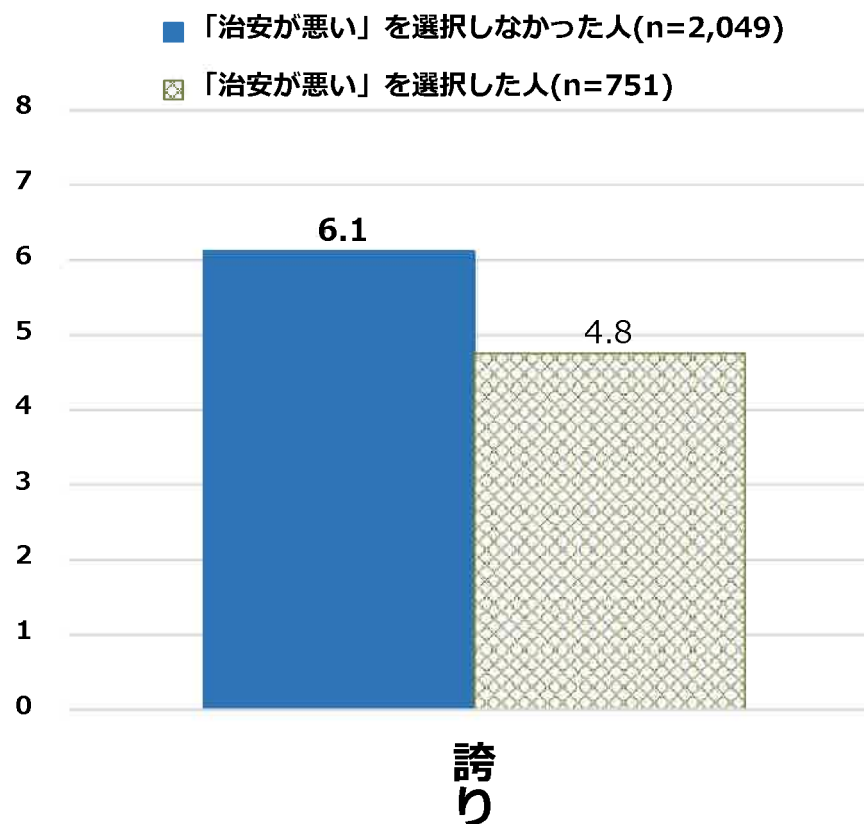
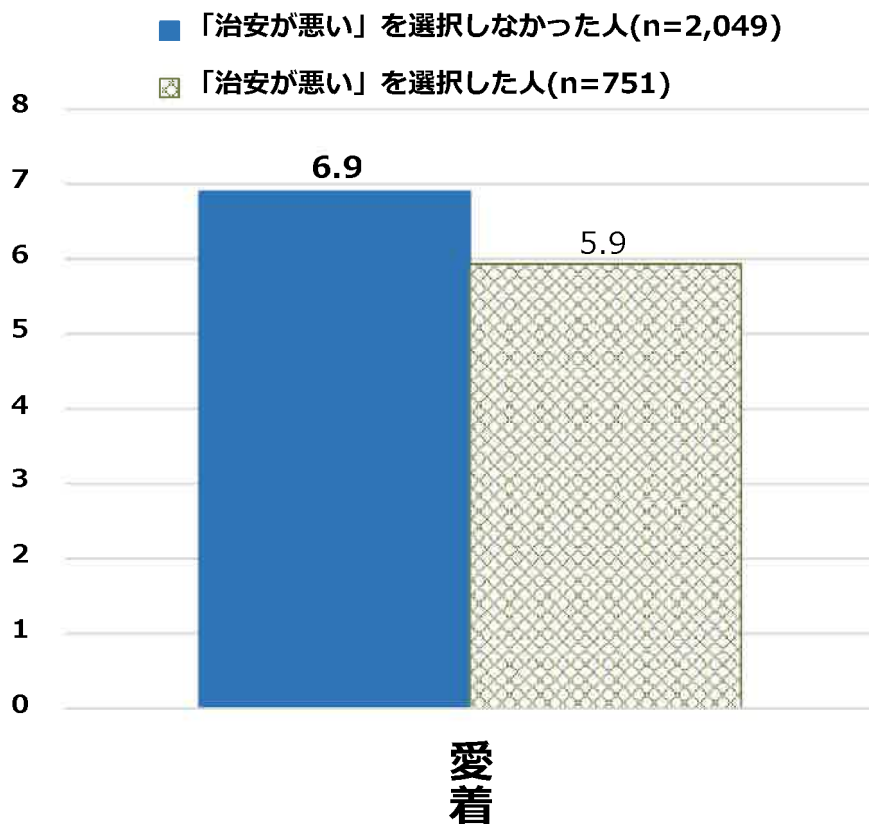
# 川崎市のイメージ評価の分布（川崎市民・治安イメージ別）

- 「川崎市のイメージ」について、1点(非常に悪い)～10点(非常によい)の10段階で評価してもらい、治安イメージ別に表しています。



# シビックプライド(川崎市民・治安イメージ別)

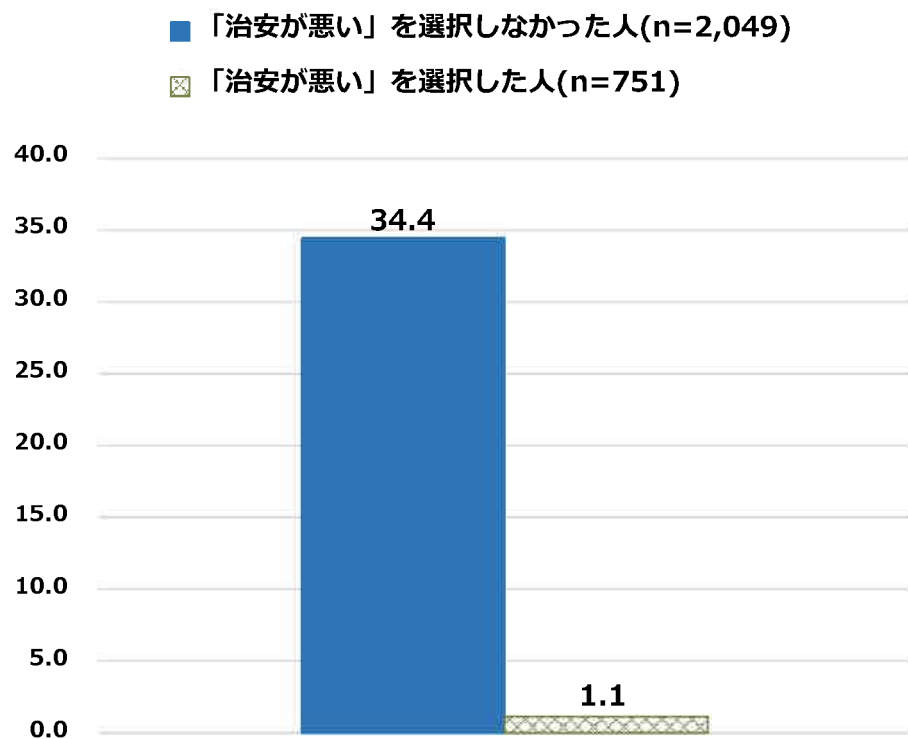
- 「愛着」と「誇り」のスコアを治安イメージ別に表しています。



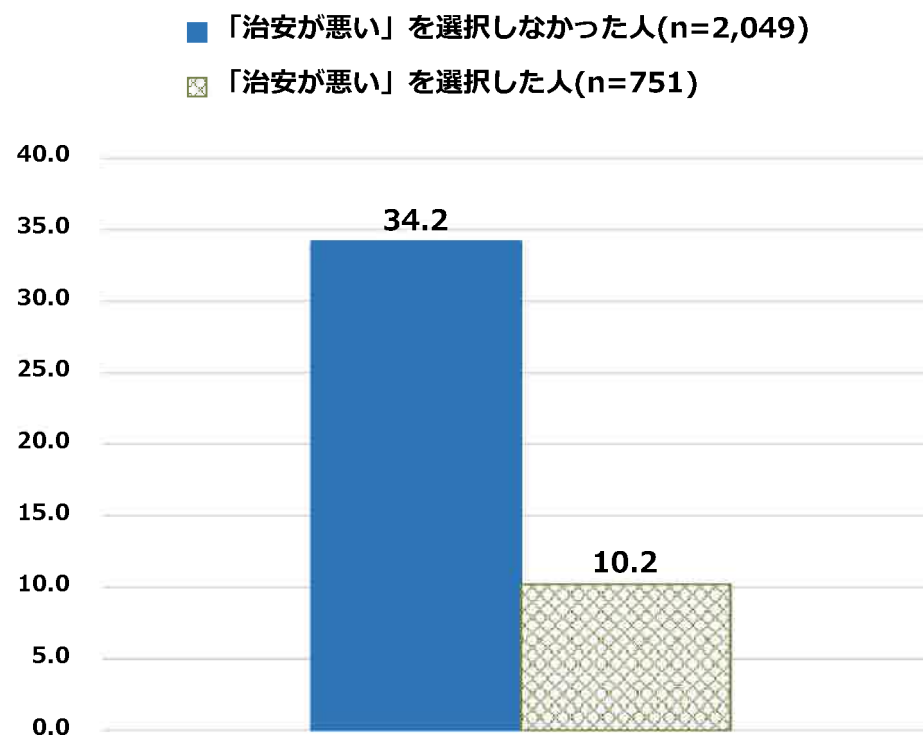
# 「居住」「来訪」推奨度(川崎市民・治安イメージ別)

- 「推奨者」割合から「批判者」割合を引いた「居住」・「来訪」推奨度(いわゆるNPS)を、治安イメージ別に表しています。

「居住」推奨度



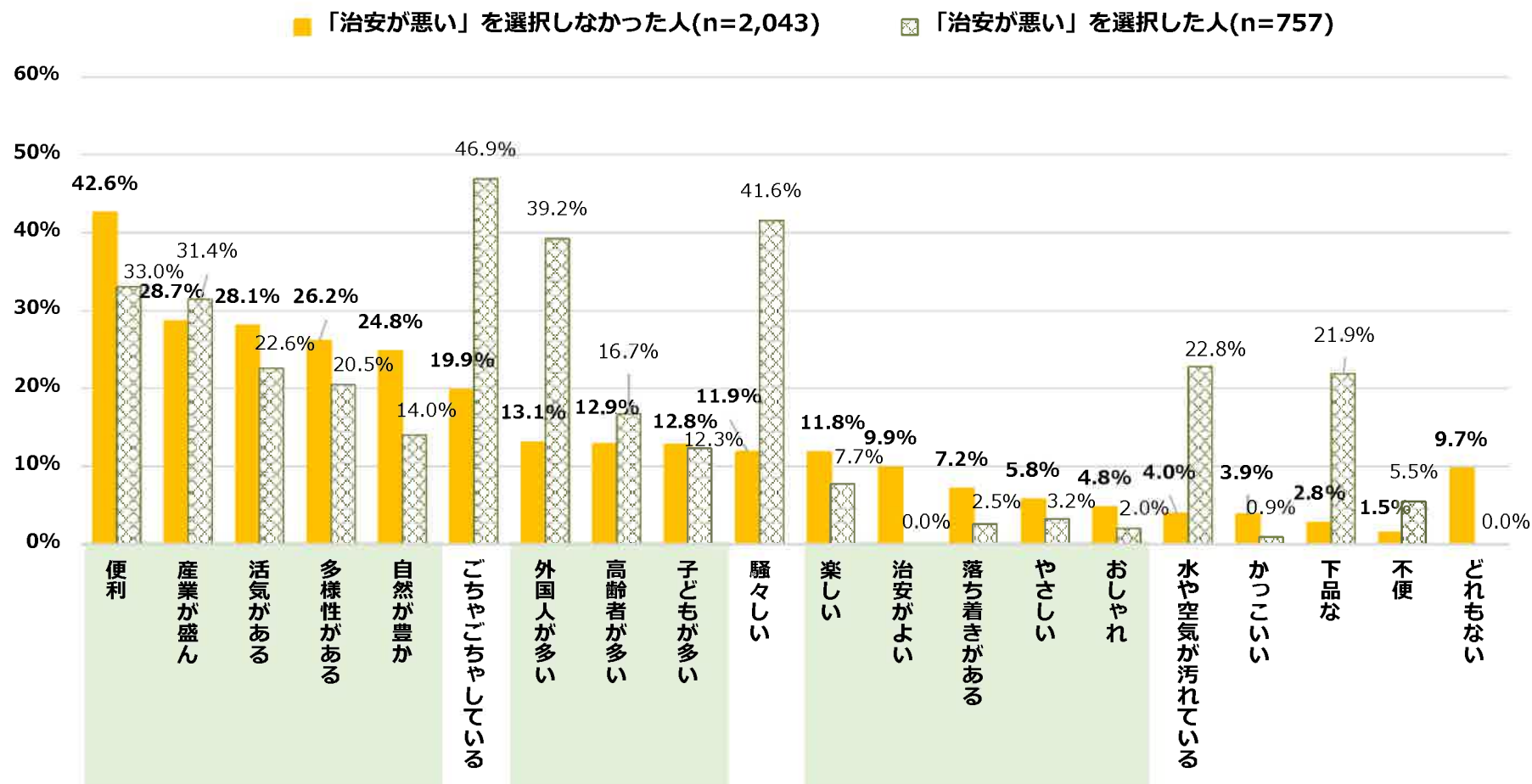
「来訪」推奨度



# 川崎市の詳細イメージ（川崎市民・治安イメージ別）

- 川崎市民に川崎市の具体的なイメージ項目のリストを提示して、川崎市について当てはまるものを選んでもらい、治安イメージ別に表しています。

それぞれのイメージについて、「川崎市」に当てはまると回答した人の割合



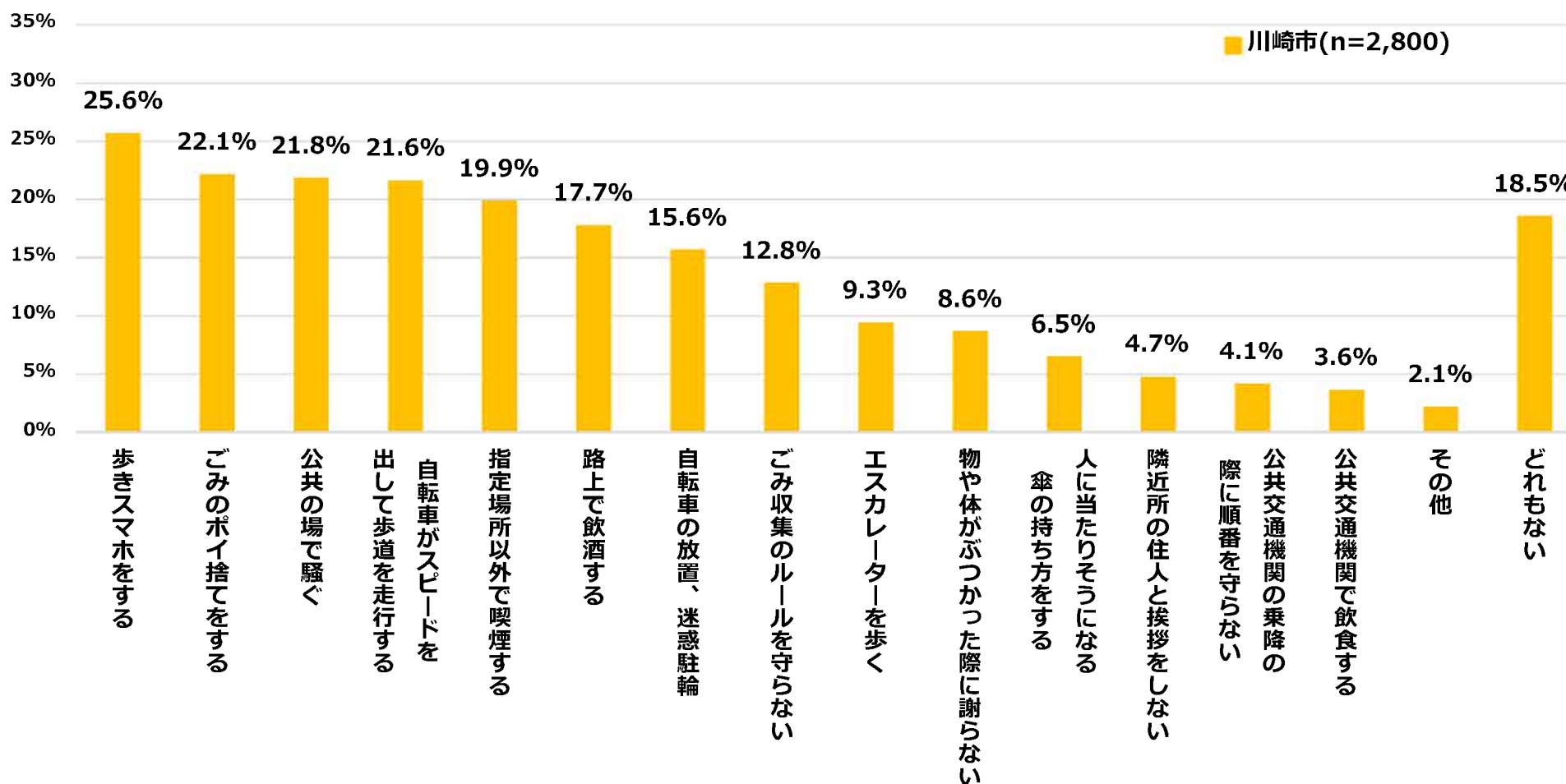
※ポジティブなイメージは■で色分けしています。

## ②川崎市におけるマナー

# 川崎市におけるマナー分析(川崎市民)

- 川崎市の治安に関するイメージに対して「悪影響を与えている」と特に思うマナーを具体的なリストを示して最大3つまで選んでもらっています。

## 川崎市において見かける特にマナーが悪いと思うもの



# 川崎市のマナー分析(川崎市民・居住区別)

- 川崎市の治安に関するイメージに対して「悪影響を与えている」と特に思うマナーを具体的なリストを示して最大3つまで選んでもらい、居住区ごとに回答の多かった選択肢を1位から5位まで表にしています。

(%)

属性	順位	1位	2位	3位	4位	5位
川崎市民 (n=2,800)		歩きスマホをする 25.6%	ごみのポイ捨てをする 22.1%	公共の場で騒ぐ 21.8%	自転車がスピードを出して歩道を走行する 21.6%	指定場所以外で喫煙する 19.9%
川崎区 (n=420)		歩きスマホをする 24.0%	公共の場で騒ぐ 22.9%	指定場所以外で喫煙する 22.8%	自転車がスピードを出して歩道を走行する 22.3%	路上で飲酒する 19.6%
幸区 (n=308)		歩きスマホをする 28.1%	自転車がスピードを出して歩道を走行する 26.5%	指定場所以外で喫煙する 22.6%	ごみのポイ捨てをする 21.7%	公共の場で騒ぐ 20.2%
中原区 (n=486)		歩きスマホをする 26.0%	自転車がスピードを出して歩道を走行する 22.3%	公共の場で騒ぐ 21.3%	指定場所以外で喫煙する 20.4%	路上で飲酒する 19.1%
高津区 (n=426)		ごみのポイ捨てをする 29.0%	歩きスマホをする 26.4%	公共の場で騒ぐ 25.5%	自転車がスピードを出して歩道を走行する 22.9%	指定場所以外で喫煙する 19.6%
宮前区 (n=420)		ごみのポイ捨てをする 26.7%	歩きスマホをする 23.5%	自転車がスピードを出して歩道を走行する 23.3%	公共の場で騒ぐ 22.8%	路上で飲酒する 18.0%
多摩区 (n=414)		歩きスマホをする 29.1%	指定場所以外で喫煙する 20.6%	ごみのポイ捨てをする 18.9%	自転車の放置、迷惑駐輪 18.2%	自転車がスピードを出して歩道を走行する 18.2%
麻生区 (n=325)		歩きスマホをする 22.2%	公共の場で騒ぐ 22.0%	ごみのポイ捨てをする 21.2%	路上で飲酒する 15.9%	自転車の放置、迷惑駐輪 15.5%

# 川崎市から受け取る情報について

- ① 川崎市における情報利用について
- ② 「かわさき市政だより」の閲覧頻度
- ③ かわさきFMの認知度と聴取環境

# ①川崎市における情報利用について

# 日頃よく利用する情報媒体(川崎市民・年代別)

- 日頃の利用頻度が高い情報媒体を提示したリストから選んでもらい、年代ごとに回答の多かった選択肢を1位から5位まで表にしています。

	15~19歳(n=127)		20~29歳(n=452)	
1	SNS (X (旧Twitter) , Instagram, LINEなど)	82.6%	SNS (X (旧Twitter) , Instagram, LINEなど)	82.1%
2	テレビ	56.8%	インターネット (SNS以外)	52.0%
3	インターネット (SNS以外)	48.2%	テレビ	46.3%
4	地域の回覧や掲示板	7.5%	ラジオ	7.6%
5	ラジオ	2.4%	新聞	6.6%

	30~39歳(n=437)		40~49歳(n=475)		50~59歳(n=512)	
1	SNS (X (旧Twitter) , Instagram, LINEなど)	69.4%	インターネット (SNS以外)	69.2%	テレビ	75.2%
2	インターネット (SNS以外)	66.8%	テレビ	67.8%	インターネット (SNS以外)	71.5%
3	テレビ	53.2%	SNS (X (旧Twitter) , Instagram, LINEなど)	49.1%	SNS (X (旧Twitter) , Instagram, LINEなど)	36.1%
4	ラジオ	6.4%	新聞	9.2%	新聞	20.7%
5	情報誌、チラシなど (新聞以外の紙媒体)	6.2%	情報誌、チラシなど (新聞以外の紙媒体)	8.0%	ラジオ	9.9%

	60~69歳(n=327)		70歳以上(n=470)	
1	テレビ	81.3%	テレビ	86.0%
2	インターネット (SNS以外)	67.9%	インターネット (SNS以外)	55.8%
3	新聞	30.7%	新聞	53.3%
4	SNS (X (旧Twitter) , Instagram, LINEなど)	27.8%	地域の回覧や掲示板	22.7%
5	地域の回覧や掲示板	14.7%	情報誌、チラシなど (新聞以外の紙媒体)	17.9%

※川崎市全体ランキングの上位2位である「テレビ」「インターネット(SNS以外)」を色分けしています

# SNSを見る時間帯(川崎市民・年代別)

- SNS利用者に対して、SNSをよく見る時間帯を選んでもらった結果を年代ごとに表にしています。

	6時～9時頃	9時～12時頃	12時～13時頃	13時～17時頃	17時～21時頃	21時～6時頃
15～19歳(n=105)	55.1%	55.2%	44.8%	52.5%	70.9%	67.3%
20～29歳(n=371)	46.9%	34.6%	40.0%	32.8%	59.3%	60.2%
30～39歳(n=303)	48.2%	28.6%	32.8%	24.7%	56.5%	55.6%
40～49歳(n=233)	45.0%	24.6%	34.1%	22.9%	55.9%	58.5%
50～59歳(n=185)	44.1%	23.6%	29.9%	20.5%	49.8%	51.1%
60～69歳(n=91)	49.2%	31.3%	29.8%	24.8%	45.5%	52.8%
70歳以上(n=57)	40.5%	42.0%	22.1%	31.0%	38.8%	49.7%

ベース：川崎市民

# SNSを見るシチュエーション(川崎市民・年代別)

- SNS利用者に対して、SNSをよく見るシチュエーションを選んでもらった結果を年代ごとに表にしています。

	暇をつぶしたいとき	調べものをしたいとき	リラックスしたいとき	グルメ情報を調べるとき	遊びやレジャーについて調べるとき	イベントやキャンペーン情報を探するとき
15~19歳(n=105)	90.9%	64.8%	42.7%	26.7%	47.7%	32.0%
20~29歳(n=371)	72.2%	56.7%	48.1%	30.5%	38.1%	26.3%
30~39歳(n=303)	71.0%	59.6%	39.6%	28.7%	33.8%	26.2%
40~49歳(n=233)	74.4%	64.5%	42.7%	23.7%	30.4%	25.7%
50~59歳(n=185)	69.3%	64.1%	35.9%	23.5%	29.7%	24.4%
60~69歳(n=91)	50.6%	68.1%	39.7%	28.2%	24.6%	21.6%
70歳以上(n=57)	50.4%	68.4%	41.1%	25.1%	20.1%	37.5%

ベース：川崎市民

# SNSで興味を惹かれる投稿の内容(川崎市民・年代別)

- SNS利用者に対して、どのような内容の投稿であれば興味を持つのか、年代ごとに回答の多かった選択肢を1位から5位まで表にしています。

	15~19歳(n=105)		20~29歳(n=371)	
1	美味しそうな食べ物の投稿	54.3%	美味しそうな食べ物の投稿	63.8%
2	楽しい、面白い情報(クイズ、マメ知識等)	52.6%	楽しい、面白い情報(クイズ、マメ知識等)	43.7%
3	アニメやキャラクターに関する投稿	45.0%	アニメやキャラクターに関する投稿	36.2%
4	動画付きの投稿	37.8%	参加したくなるようなイベントの情報	35.4%
5	著名人が関わっている投稿	35.8%	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	31.1%

	30~39歳(n=303)		40~49歳(n=233)		50~59歳(n=185)	
1	美味しそうな食べ物の投稿	60.8%	美味しそうな食べ物の投稿	54.3%	美味しそうな食べ物の投稿	55.4%
2	楽しい、面白い情報(クイズ、マメ知識等)	43.0%	楽しい、面白い情報(クイズ、マメ知識等)	44.0%	参加したくなるようなイベントの情報	34.1%
3	参加したくなるようなイベントの情報	42.5%	参加したくなるようなイベントの情報	37.6%	楽しい、面白い情報(クイズ、マメ知識等)	32.2%
4	アニメやキャラクターに関する投稿	26.9%	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	31.2%	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	24.6%
5	動画付きの投稿	25.2%	動画付きの投稿	22.2%	動画付きの投稿	22.3%

	60~69歳(n=91)		70歳以上(n=57)	
1	美味しそうな食べ物の投稿	53.4%	美味しそうな食べ物の投稿	50.7%
2	楽しい、面白い情報(クイズ、マメ知識等)	36.9%	楽しい、面白い情報(クイズ、マメ知識等)	40.6%
3	参加したくなるようなイベントの情報	36.0%	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	39.0%
4	動画付きの投稿	26.0%	参加したくなるようなイベントの情報	31.0%
5	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	22.7%	動画付きの投稿	25.4%

※川崎市全体ランキングの上位2位である「おいしそうな食べ物の投稿」「楽しい、面白い情報(クイズ、マメ知識等)」を色分けしています

ベース：川崎市民

# SNSでシェアしたくなる投稿の内容(川崎市民・年代別)

- SNS利用者に対して、どのような内容の投稿であればシェア・共有したくなるのか、年代ごとに回答の多かった選択肢を1位から5位まで表にしています。

	15~19歳(n=105)		20~29歳(n=371)	
1	美味しそうな食べ物の投稿	42.2%	美味しそうな食べ物の投稿	49.2%
2	楽しい、面白い情報(クイズ、ママ知識等)	37.0%	参加したくなるようなイベントの情報	33.3%
3	参加したくなるようなイベントの情報	34.5%	楽しい、面白い情報(クイズ、ママ知識等)	30.5%
4	動画付きの投稿	26.6%	アニメやキャラクターに関する投稿	19.2%
5	アニメやキャラクターに関する投稿	26.0%	どれも無い	18.7%

	30~39歳(n=303)		40~49歳(n=233)		50~59歳(n=185)	
1	美味しそうな食べ物の投稿	38.7%	美味しそうな食べ物の投稿	39.6%	美味しそうな食べ物の投稿	39.7%
2	どれも無い	29.0%	楽しい、面白い情報(クイズ、ママ知識等)	29.2%	どれも無い	33.5%
3	楽しい、面白い情報(クイズ、ママ知識等)	28.4%	参加したくなるようなイベントの情報	26.1%	楽しい、面白い情報(クイズ、ママ知識等)	25.8%
4	参加したくなるようなイベントの情報	28.0%	どれも無い	25.8%	参加したくなるようなイベントの情報	25.3%
5	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	15.9%	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	20.3%	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	15.7%

	60~69歳(n=91)		70歳以上(n=57)	
1	美味しそうな食べ物の投稿	38.8%	参加したくなるようなイベントの情報	35.7%
2	参加したくなるようなイベントの情報	28.5%	美味しそうな食べ物の投稿	35.3%
3	どれも無い	28.3%	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	26.9%
4	楽しい、面白い情報(クイズ、ママ知識等)	26.2%	楽しい、面白い情報(クイズ、ママ知識等)	25.9%
5	感動する、感心する内容(詩的、情緒的等)	20.5%	どれも無い	24.6%

※川崎市全体ランキングの上位2位である「おいしそうな食べ物の投稿」「参加したくなるようなイベントの情報」を色分けしています

ベース：川崎市民

# 行政が発信して欲しい情報(川崎市民・年代別)

- 行政が発信する情報として希望する内容を年代別にまとめています。

	暮らしや行政サービスに関する情報	地域のイベントに関する情報	地域のレストランやカフェなどのグルメ情報	地域の観光に関する情報	地域の歴史など文化に関する情報	防災に関する情報	健康や福祉に関する情報	子育てに関する情報	スポーツに関する情報	その他	どれもない
15~19歳 (n=127)	28.3%	34.7%	33.4%	18.5%	24.1%	39.2%	23.5%	15.2%	24.7%	0.0%	18.1%
20~29歳 (n=452)	34.3%	27.4%	38.2%	21.9%	12.4%	23.8%	21.2%	24.6%	13.4%	0.7%	22.6%
30~39歳 (n=437)	37.6%	30.6%	30.0%	21.6%	13.6%	30.1%	20.3%	30.8%	19.2%	0.2%	23.2%
40~49歳 (n=475)	45.4%	33.5%	30.9%	24.9%	17.5%	39.2%	30.1%	25.0%	18.5%	0.4%	21.0%
50~59歳 (n=512)	56.9%	33.3%	25.4%	22.6%	16.0%	46.9%	40.7%	6.8%	15.6%	0.0%	17.6%
60~69歳 (n=327)	65.4%	45.1%	27.6%	28.9%	29.2%	59.6%	53.6%	5.1%	16.4%	0.9%	11.2%
70歳以上 (n=470)	70.6%	46.4%	19.0%	22.2%	33.5%	57.1%	62.9%	4.2%	12.5%	0.3%	7.8%

ベース：川崎市民

# 川崎市の情報を受け取るために普段利用している情報源 (川崎市民・年代別)

- 川崎市の情報を受け取るために普段利用している情報源を提示するリストから選んでもらい、年代ごとに回答の多かった選択肢を1位から5位まで表にしています。

	15~19歳(n=127)		20~29歳(n=452)	
1	どれもない	35.9%	どれもない	50.5%
2	地域の回覧や掲示板	22.3%	かわさき市政だより	19.0%
3	市で発信するSNS(X(旧Twitter),Instagram,LINEなど)	21.2%	市や区のホームページ	18.5%
4	市や区のホームページ	19.4%	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	11.7%
5	かわさき市政だより	16.7%	市で発信するSNS(X(旧Twitter),Instagram,LINEなど)	9.7%

	30~39歳(n=437)		40~49歳(n=475)		50~59歳(n=512)	
1	どれもない	45.6%	かわさき市政だより	43.8%	かわさき市政だより	54.4%
2	かわさき市政だより	32.4%	どれもない	36.5%	市や区のホームページ	30.5%
3	市や区のホームページ	22.5%	市や区のホームページ	26.5%	どれもない	29.4%
4	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	13.3%	地域の回覧や掲示板	17.8%	地域の回覧や掲示板	20.6%
5	地域の回覧や掲示板	11.1%	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	16.1%	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	14.9%

	60~69歳(n=327)		70歳以上(n=470)	
1	かわさき市政だより	67.8%	かわさき市政だより	81.4%
2	市や区のホームページ	39.2%	地域の回覧や掲示板	49.5%
3	地域の回覧や掲示板	31.0%	市や区のホームページ	44.5%
4	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	22.5%	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	35.0%
5	どれもない	18.6%	どれもない	8.3%

※川崎市全体ランキング(「どれもない」を除く)の上位2位である「かわさき市政だより」「市や区のホームページ」を色分けしています

# 今後力を入れてほしい情報源（川崎市民・年代別）

- 川崎市の発信している情報で、今後力を入れてほしい情報源を提示するリストから選んでもらい、年代ごとに回答の多かった選択肢を1位から5位まで表にしています。

	15~19歳(n=127)		20~29歳(n=452)	
1	どれもない	40.7%	どれもない	47.4%
2	市で発信するSNS(X(旧Twitter),Instagram,LINEなど)	30.6%	市で発信するSNS(X(旧Twitter),Instagram,LINEなど)	25.6%
3	市や区のホームページ	26.8%	市や区のホームページ	15.6%
4	地域の回覧や掲示板	13.4%	かわさき市政だより	15.2%
5	かわさき市政だより	12.3%	地域の回覧や掲示板	10.6%

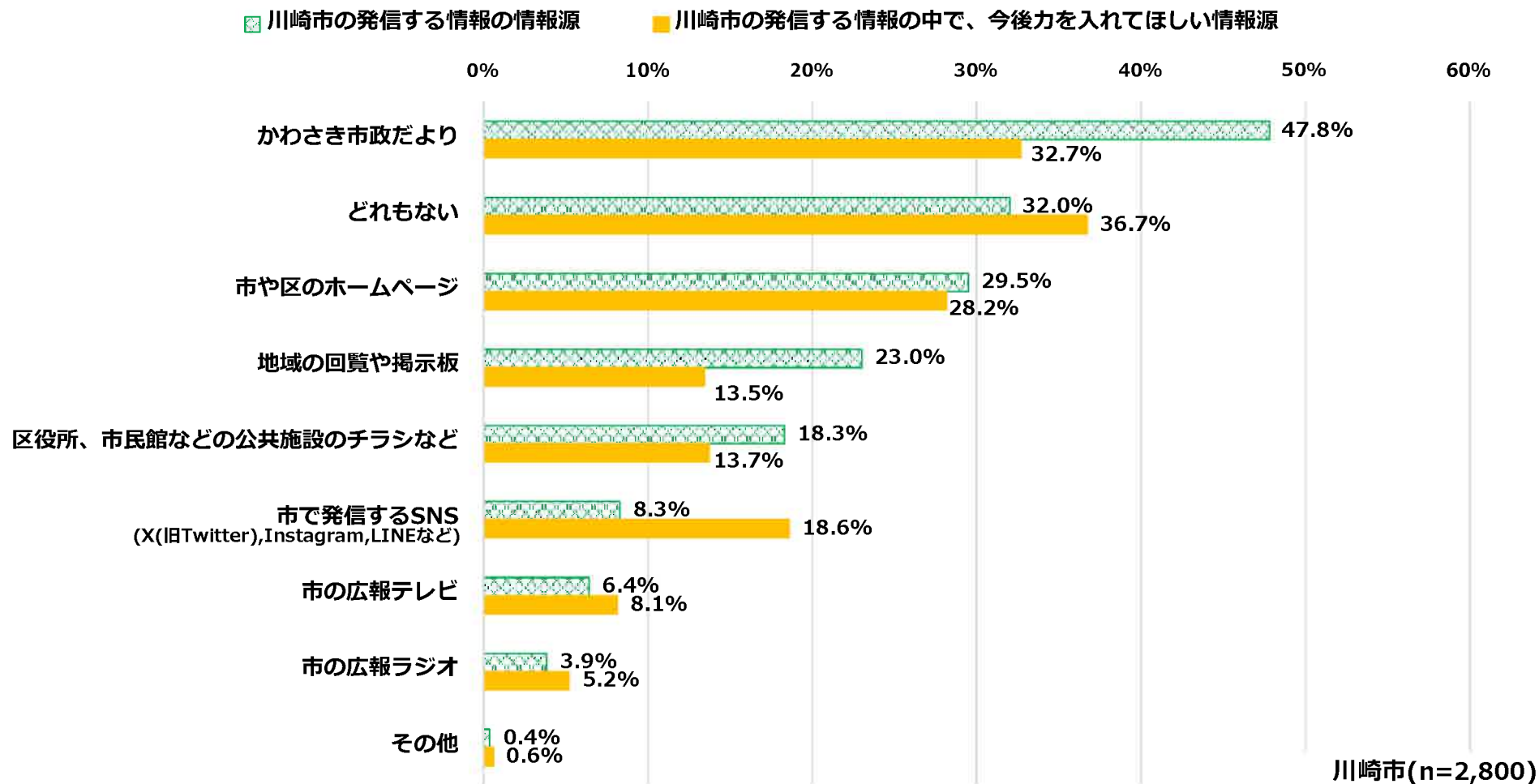
	30~39歳(n=437)		40~49歳(n=475)		50~59歳(n=512)	
1	どれもない	49.0%	どれもない	41.7%	どれもない	35.4%
2	市で発信するSNS(X(旧Twitter),Instagram,LINEなど)	24.6%	かわさき市政だより	28.2%	かわさき市政だより	34.5%
3	市や区のホームページ	22.4%	市や区のホームページ	23.2%	市や区のホームページ	30.0%
4	かわさき市政だより	21.3%	市で発信するSNS(X(旧Twitter),Instagram,LINEなど)	20.3%	市で発信するSNS(X(旧Twitter),Instagram,LINEなど)	15.2%
5	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	9.2%	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	10.8%	地域の回覧や掲示板	9.5%

	60~69歳(n=327)		70歳以上(n=470)	
1	かわさき市政だより	48.0%	かわさき市政だより	57.4%
2	市や区のホームページ	41.0%	市や区のホームページ	40.2%
3	どれもない	24.2%	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	30.2%
4	地域の回覧や掲示板	18.6%	地域の回覧や掲示板	28.0%
5	区役所、市民館などの公共施設のチラシなど	15.9%	どれもない	19.0%

※川崎市全体ランキング(「どれもない」を除く)の上位2位である「かわさき市政だより」「市や区のホームページ」を色分けしています

# 川崎市の情報を受け取るために普段利用している情報源と川崎市に今後力を入れてほしい情報源(川崎市民)

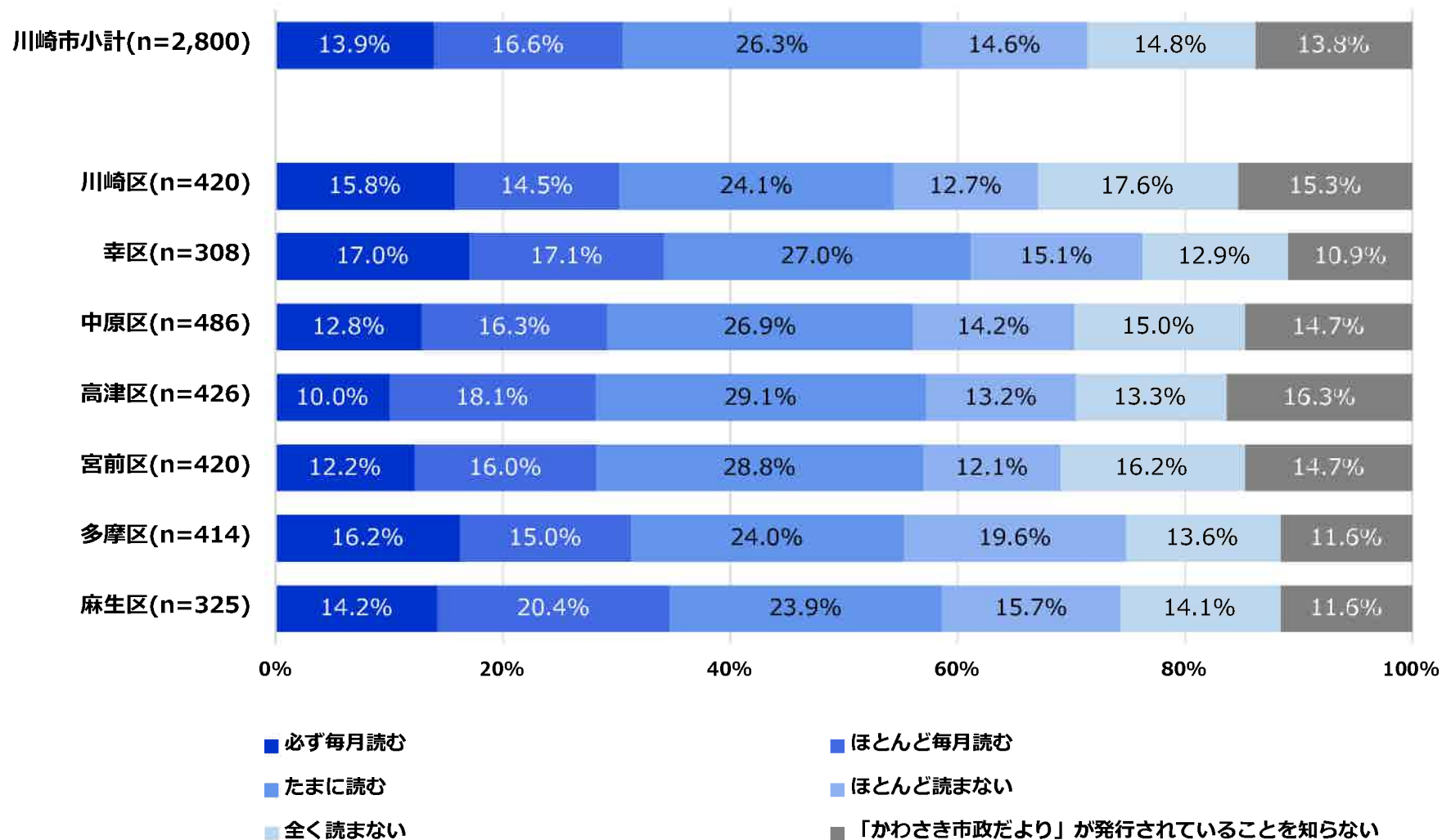
- 川崎市民が川崎市の情報を受け取るために普段利用している情報源を表しています。



## ② 「かわさき市政だより」の閲覧頻度

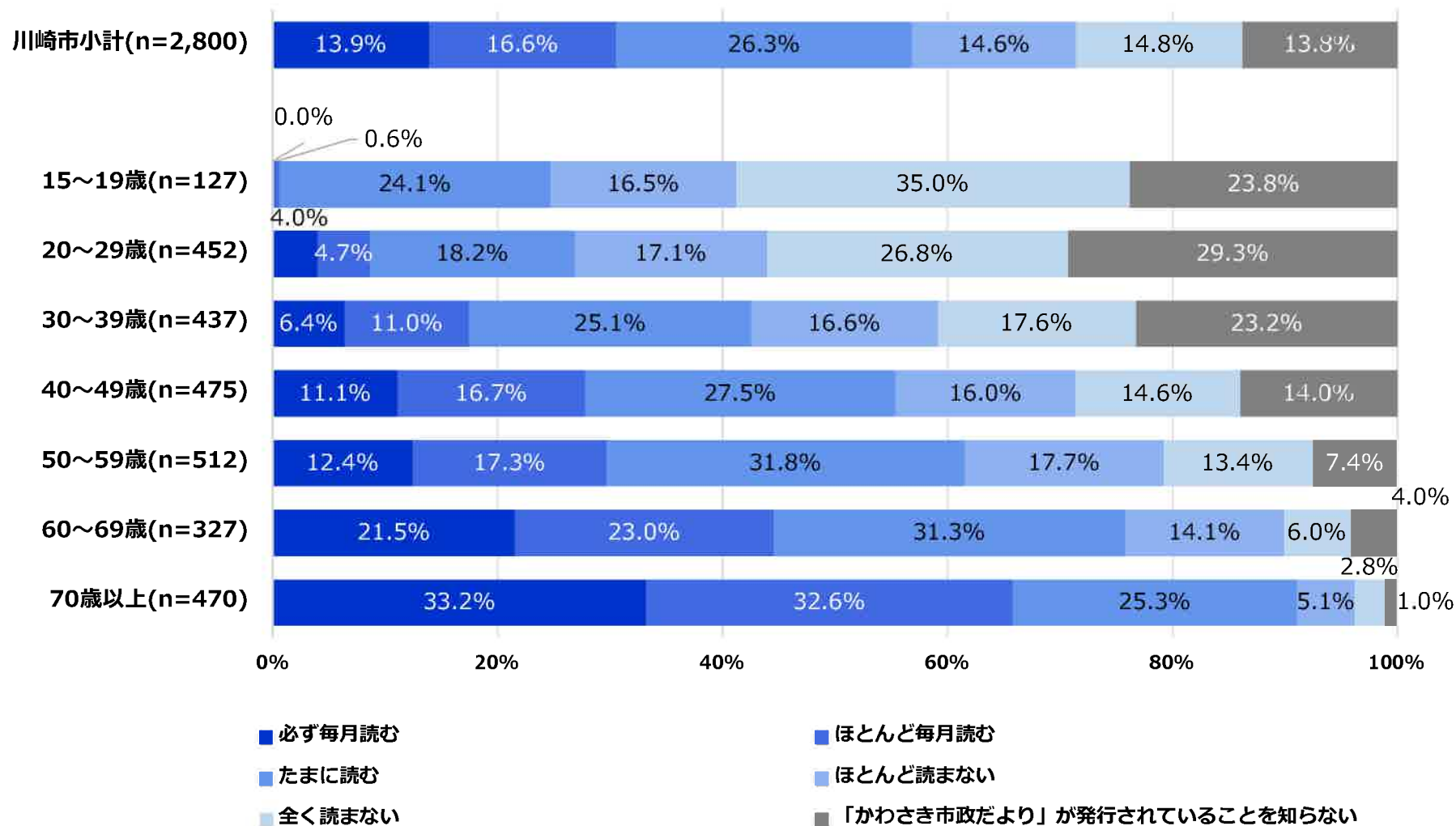
# 「かわさき市政だより」の閲覧頻度(川崎市民・居住区別)

- 「かわさき市政だより」の閲覧頻度を居住区別で表しています。



# 「かわさき市政だより」の閲覧頻度(川崎市民・年代別)

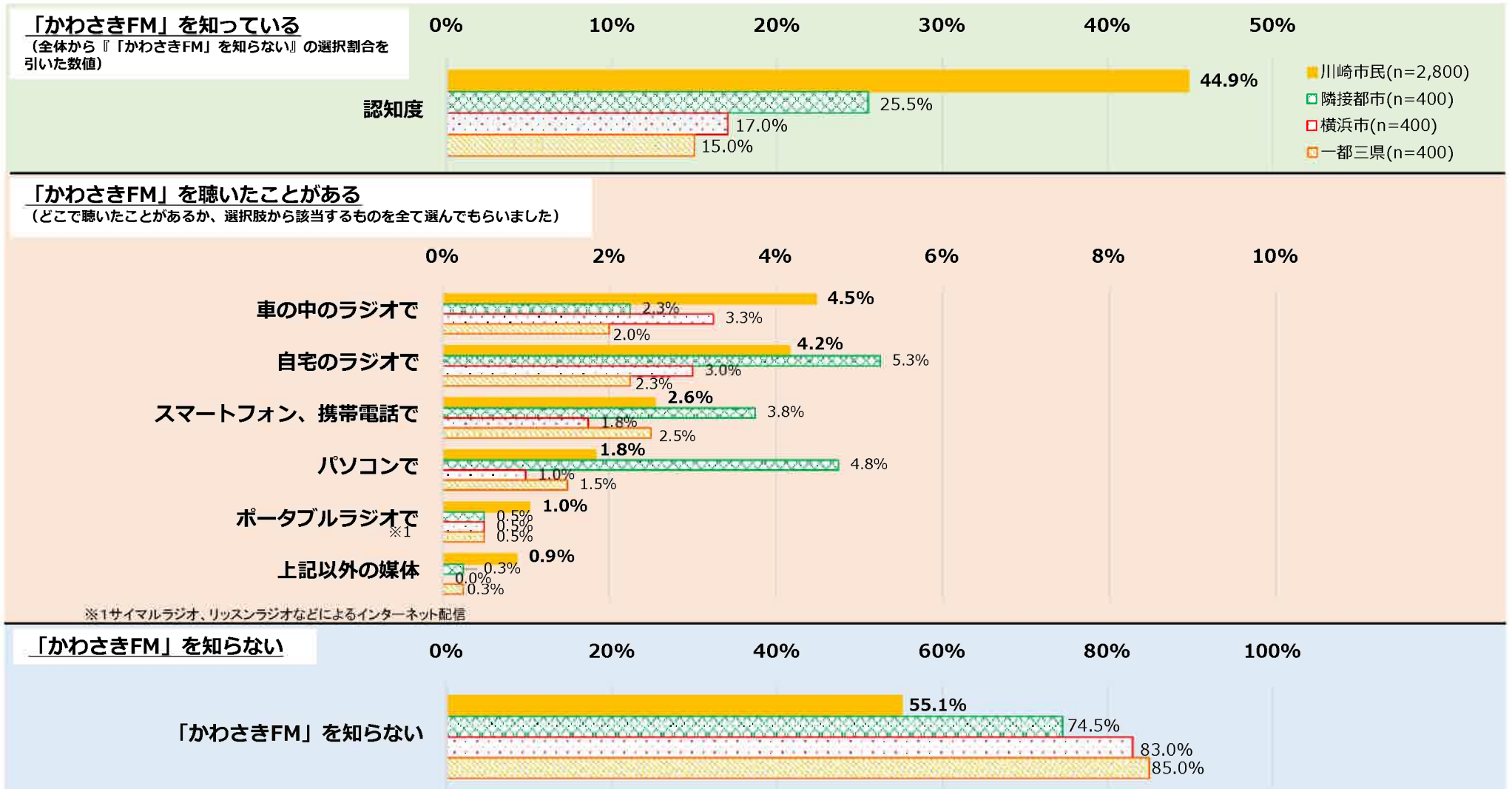
- 「かわさき市政だより」の閲覧頻度を年代別で表しています。



## ③かわさきFMの認知度と聴取環境

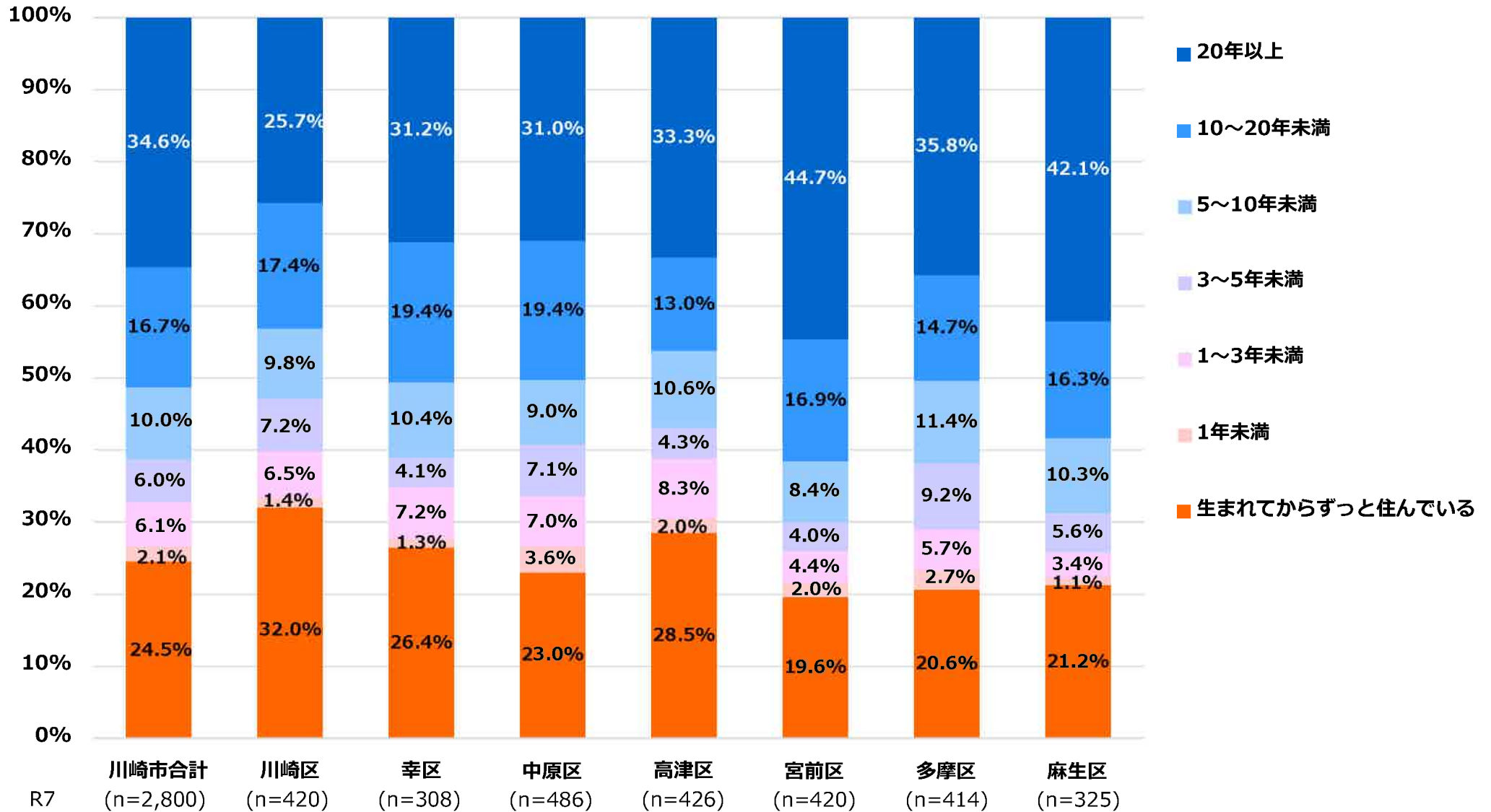
# かわさきFMの認知度と聴取環境(居住地域別)

- 川崎市におけるかわさきFMの認知度で、「聴いたことがある」人の聴取環境と「知っているが聴いたことはない」人の聴いてみたい番組を、居住地域別に表しています。



# 参考資料

# 川崎市居住期間



# 川崎市訪問頻度

