

政策 4-9 戦略的なシティプロモーション

1 政策の方向性

- 本市は、地域ごとに特色ある歴史や文化が育まれ、さまざまな文化・スポーツや、多摩川をはじめとした自然環境など、魅力あるさまざまな地域資源を有しています。近年では、交通利便性を活かしたまちづくりによって活気が生み出され、住みやすいまちとして認知されるとともに、産業技術や研究開発機能の集積が、川崎の魅力のひとつとして認識されるようになり、川崎のイメージは着実に向上しています。
- 今後、海外にも通用する抜群の都市ブランドを確立し、市民が愛着と誇りを持ち、誰もが訪れたい川崎をめざすため、地域資源を磨き上げるだけでなく、新たな地域資源の発掘・創出に取り組むとともに、市民や企業などと効果的なコラボレーションを図り、川崎の魅力が広く伝わる戦略的なシティプロモーションを推進します。

(川崎市基本計画)

2 市民の実感指標

市民の実感指標の名称 (指標の出典)	計画策定時 (H27) [2015]	現状 (R1) [2019]	目標 (R7) [2025]
市に魅力や良いイメージがあると感じている人の割合 (市民アンケート)	40.7%	39.0%	50%以上

3 施策の体系

政策 4-9 戦略的なシティプロモーション

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

施策4-9-2 川崎の特性を活かした観光の振興

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



KAWASAKI
SDGs

川崎市は持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。



1 これまでの主な取組状況

- より一層の都市イメージの向上を図るため、産業・研究開発分野（脱炭素社会の実現）、文化芸術分野（音楽のまち、歴史・文化財等）、スポーツ分野（川崎フロンターレ等）、自然分野（生田緑地・多摩川等）、生活分野（駅周辺のまちづくり・教育等）など重点施策を中心に、本市の多面的な魅力を活かしたさまざまな媒体の活用によるイメージ戦略を進めています。
- 都市のブランドメッセージ「Colors,Future! いろいろって、未来。」を活用し、市民や民間事業者等のさまざまな主体が、まちを好きになり、まちが元気になる取組を進めています。このブランドメッセージ等を効果的に用いて、国内外に向けたさまざまな情報発信を戦略的に行っています。
- グローバル化が進展する中、世界における本市の存在感を高めるため、姉妹・友好都市をはじめとする海外都市等とお互いの強みや特性を活かした交流を推進するなど、国内外から行ってみたい、住んでみたい、働いてみたい、そして市民が住み続けたい「世界をひき寄せる真のグローバル都市川崎」をめざした取組を進めています。



令和3（2021）年
ブランドメッセージポスター

2 施策の主な課題

- 令和6（2024）年に市制100周年を迎えることを契機に、本市の都市イメージの向上及びシビックプライド（市民の市に対する「愛着」「誇り」）の醸成を図るため、ソーシャルメディアをはじめとしたさまざまなメディアやブランドメッセージを活用して、社会変容に対応しながら市の多彩な魅力をより効果的に発信していく必要があります。

3 施策の方向性

- ★ 市制100周年を契機とした、更なる都市イメージの向上とシビックプライドの醸成を図るためのシティブロモーションの推進
- ★ 市内外に向けた、さまざまなメディアの効果的活用や発信力のある民間事業者等との連携による、本市の多彩な魅力の情報発信の強化
- ★ ブランドメッセージを活用した、多様な主体を巻き込んだ取組によるシビックプライドの醸成
- ★ これまで良好な関係を築き上げてきた海外都市等とお互いの強みや特性を活かした更なる交流の推進

4 直接目標

- 市内外における市の認知度・好感度を高める

5 主な成果指標

名称 (指標の出典)	計画策定時	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 (2014) 年度)	愛着 5.4 点 誇り 4.7 点 (令和 2 (2020) 年度)	愛着 6.1 点以上 誇り 5.1 点以上 (平成29 (2017) 年度)	愛着 6.5 点以上 誇り 5.5 点以上 (令和3 (2021) 年度)	愛着 7.0 点以上 誇り 6.0 点以上 (令和7 (2025) 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 (2014) 年度)	36.0 % (令和 2 (2020) 年度)	51 %以上 (平成29 (2017) 年度)	53 %以上 (令和3 (2021) 年度)	55 %以上 (令和7 (2025) 年度)
市民の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)	第 3 期実施計画 から新たに設定	60.0 % (令和 2 (2020) 年度)	-	-	67 %以上 (令和7 (2025) 年度)

6 計画期間の主な取組

事務事業名	現状	事業内容・目標	
	令和 3 (2021) 年度	令和 4 (2022) ~ 7 (2025) 年度	令和 8 (2026) 年度以降
川崎市制100周年記念事業 本市が、令和6 (2024) 年に市制施行100周年を迎えることから、本市のさまざまな魅力、ポテンシャルを市内外にアピールする機会と捉え、各種事業や情報発信等を展開します。	●市制100周年記念事業実施に向けた検討・調整 ・スケジュールや実施体制の検討・調整 ・基本的な考え方の作成や検討体制の構築 (予定)	・事業実施のスケジュール調整や実施体制の構築等に向けた検討及び取組の推進 ・基本的な考え方に基づく取組の推進	事業推進
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」に基づく取組の推進 ・「シティプロモーション戦略プラン第3次推進実施計画」の策定 (予定) ●ブランドメッセージを活用した効果的な情報発信 ・スポーツパートナー等やバラムメントの取組との連携 ・民間主体の発信支援や広報物の作成 ・効果的なPRの実施 ●民間企業等との連携による効果的なプロモーションの推進 ・取組の推進 ●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 ・動画の制作及び効果的な活用 ●戦略的な情報発信力強化のための取組の推進 ・取組の推進	・「シティプロモーション戦略プラン第3次推進実施計画」及び (仮称) 「新シティプロモーション戦略プラン」の策定等による取組の推進 ・民間企業及び学校等との連携や広報物の作成によるブランドメッセージの浸透に向けた取組の推進 ・本市ゆかりのインフルエンサーや、スポーツパートナー等と連携したシティプロモーションの推進 ・ソーシャルメディアなどさまざまな広報媒体を活用した国内外への魅力発信 ・PR会社を活用したプロモーションの推進 ・研修実施等による情報発信力の強化 ・効果的な情報発信に向けたプロモーション支援	・ (仮称) 「新シティプロモーション戦略プラン」に基づく取組の推進

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

事務事業名	現状	事業内容・目標	
	令和3(2021)年度	令和4(2022)～7(2025)年度	令和8(2026)年度以降
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。	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ・中国・瀋陽市姉妹都市提携40周年記念事業の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・オーストリア・ザルツブルク市、ドイツ・リューベック市との周年記念事業等の実施を通じた国際交流の推進 	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。	<ul style="list-style-type: none"> ●国際交流や多文化共生を促進する講座・イベント等の開催及び日本語・外国語等の研修の実施 R2研修等開催数：55回 R2国際理解講座受講者数：271人 R2日本語講座受講者数：448人 ●国際交流に取り組む市民、団体等の主体的な国際活動を促す情報提供等の実施 ・情報提供等の実施 ●外国人窓口相談事業(多文化共生総合相談ワンストップセンター)による生活相談等の実施 R2相談件数：2,895件 ●計画的な施設の補修等の推進 ・補修等の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・国際交流や多文化共生を促進する講座・イベント等の開催 ・日本語、外国語等の研修事業の実施 ・継続実施 ・継続実施 ・継続実施 	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人々を市長の代理として他都市との交流事業に参加し、御自身の活動の中で本市の魅力をPRする市民文化大使に任命し、本市のイメージアップを図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ●市民文化大使の活動を通じた本市の魅力のPRやイメージアップ R2本市制度による市内外派遣件数：5件 ●市民文化大使の改選 ・第10期市民文化大使の任命 	<ul style="list-style-type: none"> ・PR等の継続実施 ・市民文化大使の友好自治体等への派遣 ・継続実施 	事業推進

総論

10年戦略

基本政策1

基本政策2

基本政策3

基本政策4

基本政策5

政策体系別計画

区計画

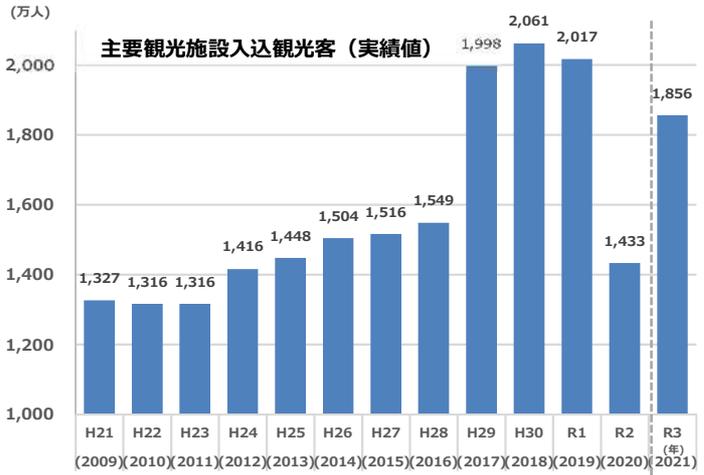
進行管理・評価

施策4-9-2 川崎の特性を活かした観光の振興



1 これまでの主な取組状況

- 訪日外国人旅行者数の変化等に対応するため、外国人観光客の動態分析調査を実施し、分析結果を踏まえて、インフルエンサー（人々に影響を及ぼす人物）やSNS等による情報発信をしています。また、川崎駅北口行政サービス施設（かわさき きたテラス）において多言語による観光情報を提供し、受入体制の充実を図るとともに、インバウンド需要を取込む下地づくりを推進するナイトタイムエコノミーの取組を進めています。
- 市内に多数存在している生産施設や産業遺産、先端技術施設などの川崎の特性を活かして産業観光を推進するとともに、全国の工場夜景観光を推進する都市と連携して、工場夜景カードの発行や、全国工場夜景サミットの開催など、工場夜景の魅力を発信しています。
- 競輪事業については、包括的な業務委託により事業の収益性を確保するとともに、新たなファン層を拡大するためにガールズケイリンやミッドナイト競輪の開催、初心者教室、バックヤードツアー等を実施しています。また、施設の市民利用・市民開放を進めるとともに、地域の活性化に資する競輪事業を推進しています。



資料：経済労働局調べ



日本民家園での染め体験の様子を発信するフランス人インフルエンサー

2 施策の主な課題

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外の観光客が減少していますが、今後の観光需要の回復及びその先の拡大を見据え、多くの外国人を魅了するための魅力ある観光資源の創出や活用に向けて取り組むとともに、観光情報の積極的な発信等を進めていく必要があります。
- 令和6（2024）年に市制100周年を迎えることなどを契機に、観光振興を通じて、本市の更なる魅力向上につなげていく必要があります。
- 競輪事業については、持続的な事業運営を行うため、新たなファン層の獲得など、更なる施策の展開が求められています。

3 施策の方向性

- ★ 観光協会、民間企業、近隣自治体等との連携による外国人観光客の誘客やナイトタイムエコノミー等の新たな観光振興施策の推進
- ★ 地域の魅力、地域資源を再発見するマイクロツーリズムや本市の特性を活かした産業観光の取組の推進
- ★ 市制100周年等を契機とした、本市の更なる魅力向上に向けた観光振興施策の推進
- ★ 競輪事業の経営基盤の強化及び本市財政への貢献に向けた効率的な運営と、持続的な事業実施を図るための施設整備の推進

4 直接目標

- 市内への集客及び滞在を増加させる

5 主な成果指標

名称 (指標の出典)	計画策定時	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(2014)年)	1,246万 人 (令和2(2020)年度)	1,646万 人以上 (平成29(2017)年)	1,856万 人以上 (令和3(2021)年度)	2,100万 人以上 (令和7(2025)年度)
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(2014)年)	140万 人 外国人 6万 人 (令和2(2020)年度)	187万 人以上 外国人 17万 人以上 (平成29(2017)年)	198万 人以上 外国人 23万 人以上 (令和3(2021)年度)	210万 人以上 外国人 25万 人以上 (令和7(2025)年度)
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(2014)年)	900 人 (令和2(2020)年度)	7,200 人以上 (平成29(2017)年)	8,100 人以上 (令和3(2021)年度)	9,200 人以上 (令和7(2025)年度)
競輪事業の一般会計繰出金 (経済労働局調べ)	第3期実施計画 から新たに設定	1.4 億円 (令和2(2020)年度)	-	-	1.4 億円以上 (令和7(2025)年度)

6 計画期間の主な取組

事務事業名	事業内容・目標	
	令和3(2021)年度	令和4(2022)～7(2025)年度
観光振興事業 観光協会、商工会議所、企業、近隣自治体等との連携体制の構築による旅行商品の造成や広報など、オール川崎による集客事業を実施します。	<ul style="list-style-type: none"> ●新・かわさき観光振興プランに基づく施策の展開 <ul style="list-style-type: none"> ・施策の展開 ・観光振興の推進に向けた施策の展開 ●本市の多彩な観光資源の魅力発信と多様な広報戦略の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信、広報戦略の推進 ・ホームページやパンフレットなどによる情報発信、広報戦略の推進 ・市制100周年事業等と連携した本市の魅力発信 ●旅行者の利便性が高い川崎駅での観光案内の提供 <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所における観光案内の提供 ・川崎駅北口行政サービス施設(かわさき きたテラス)における観光案内の提供 ●住宅宿泊事業(民泊事業)の適正な運営確保と活用 <ul style="list-style-type: none"> ・届出事務等の実施と実態把握 ・住宅宿泊事業の届出受付事務と監督業務の実施 ・民泊の実態把握と活用に向けた情報発信等の実施 ●外国人観光客の誘客促進及び観光客受入体制の充実 <ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客誘客促進事業の推進 ・近隣自治体等との連携による外国人観光客の誘客促進 ・外国人観光客の動態分析及び分析結果を踏まえた施策の展開 ・ナイトタイムエコノミーの推進 ●市民文化の創造と地域経済の活性化を推進するかわさき市民祭りの開催 R2：中止 <ul style="list-style-type: none"> ・市民・事業者・行政が一体となったかわさき市民祭りの開催 	事業推進
産業観光推進事業 産業観光ツアー、工場夜景ツアーを引き続き推進するとともに、全国の工場夜景都市と連携した取組等を実施します。また、全国各地への教育旅行誘致活動を実施します。	<ul style="list-style-type: none"> ●本市の強みを活かした産業観光ツアー及び工場夜景ツアーの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・企画・実施 ・ツアーの企画・実施及び全国の工場夜景都市と連携した取組の実施 ・市内回遊性を高めるマイクロツーリズムの実施 ●教育旅行誘致活動の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行誘致活動の実施 ・産業観光DVD等を活用した教育旅行誘致活動の実施 ●川崎工場夜景等のガイド養成 <ul style="list-style-type: none"> ・ガイドの養成 ・「ようこそ！かわさき検定」合格者等を活用したガイド養成 ●インバウンド観光の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・SNSによる定期的な情報発信の実施 ・SNSによる定期的な情報発信の実施 ・海外におけるプロモーションの推進 	事業推進
市制記念花火大会事業 川崎の市制記念のイベントとして親しまれている花火大会を開催することで、「ふるさと川崎」の意識の高揚を図り、豊かな市民文化の創造をめざします。	<ul style="list-style-type: none"> ●観賞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 R2：中止 <ul style="list-style-type: none"> ・安全かつ継続可能な花火大会に向けた企画の立案・実施 ●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、実施 <ul style="list-style-type: none"> ・運営計画の策定、実施 ・運営計画の策定、実施 ・会場周辺の環境変化に対応した警備計画の策定、実施 ・協賛席の定着に向けた広報の実施 ・広報の実施 	事業推進
競輪場整備事業 公園との一体感を感じられる空間づくりや持続可能な事業運営の確立に向けた施設づくりをメインコンセプトとして、施設の再整備を行います。	<ul style="list-style-type: none"> ●「川崎競輪場再整備基本計画」に基づく施設の再整備の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・再整備の推進 ・基本計画に基づく再整備の推進 ・「全国都市緑化かわさきフェア」と連携した取組の推進 ●競輪場施設・設備の耐用年数に応じた整備・改修の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・設備更新及び維持修繕の実施 ・老朽化設備の更新工事及び維持修繕工事の実施 	事業推進

総論

10年戦略

基本政策1

基本政策2

基本政策3

基本政策4

基本政策5

政策体系別計画

区計画

進行管理・評価

事務事業名	現状	事業内容・目標	
	令和3（2021）年度	令和4（2022）～7（2025）年度	令和8（2026）年度以降
競輪等開催・運営事業 包括的な業務委託による柔軟かつ効果的・効率的な事業運営を行うことで、コスト削減、ファンサービスの向上、市民利用・多目的利用の一層の推進を図り、市民に親しまれ、地域の活性化に資する競輪場の確立を目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ●効果的・効率的な運営方法による競輪の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・包括的な業務委託による事業推進 ●新規ファンの獲得や市民に親しまれ地域の活性化に資する競輪場に向けた取組の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・競輪初心者教室、ガールズケイリン等の実施 ・こども自転車教室等の開催 ●特別競輪の誘致活動の展開 <ul style="list-style-type: none"> ・誘致活動の推進 ●収益向上をめざした企画レースや協賛レース等の活性化策の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・企画レースや協賛レース等の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・包括的な業務委託による、柔軟かつ効果的・効率的な事業運営 ・競輪初心者教室、ガールズケイリン等の実施による取組の推進 ・こども自転車教室等の開催を通じた、市民に親しまれ、地域の活性化に資する競輪場への取組の推進 ・特別競輪の誘致活動の実施 ・企画レースや協賛レース等の開催による収益の向上 ・収益の一般会計への繰出し 	事業推進

総論

10年戦略

基本政策1

基本政策2

基本政策3

基本政策4

基本政策5

区計画

進捗管理・評価

政策体系別計画