

経営改善及び連携・活用に関する取組評価
(令和7(2025)年度)

法人名(団体名)	かわさき市民放送株式会社		所管課	総務企画局シティプロモーション推進室
経営改善及び連携・活用に関する方針				
法人の概要	1 法人の事業概要 ・放送法に基づく超短波放送事業 ・放送番組の制作及び販売 ・出版および録音事業 ・音盤の製作および販売 ・映画会、音楽会、講演会等の企画と実施 ・放送に関する人材の育成のための教育事業 ・防災関連用品の企画、販売 ・前記各号に関連附帯する事業 2 法人の設立目的 上記事業を行うことを目的とします。 3 法人のミッション 地域社会に密着した、市民が主人公のコミュニティFMとして、川崎市の豊かなまちづくり、市民生活の安心安全に貢献します。			
本市施策における法人の役割	・市民生活に必要な地域の情報や市の魅力情報をタイムリーに提供します。 ・市民が発信する情報を通じ、地域のコミュニティづくりに貢献します。 ・災害時における緊急放送の担い手となります。			
	法人の取組と関連する市の計画	市総合計画上関連する政策等	政策	施策
		関連する市の分野別計画	川崎市地域防災計画	
現状と課題	1 現状 ・市内のコミュニティFM局として、市政情報や安全・防災等の生活に役立つ情報から、音楽・芸術・スポーツ等の文化的な情報まで、地域密着の放送を継続しています。 ・コロナ禍のなか、スタジオ出演の人数制限を実施する一方で、電話出演を積極的に取り入れ、継続して地域のコミュニティづくりに貢献しています。 ・令和元年台風19号の際の特別放送の実施やコロナ関連情報の随時発信など、災害時等には市民が必要とする地域のきめ細かい情報を迅速かつ的確に放送できるよう備えています。 ・平成29年度以降、継続して営業利益を確保しています。 ・AIアナウンサーを導入し、天気予報等の情報を発信しており、災害時には、長時間の放送にも備えることができます。 2 課題 ・高単価で販売可能な生放送枠はほぼ完売しており、放送収入を増収するには実勢価格の値上げが必要になりますが、メディアの多様化によりラジオへの広告出稿は減少をしている中での値上げは厳しい状況です。また、今後も放送外収入の拡大にも取り組むなど、安定経営を継続していくことが求められています。 ・災害時等における緊急放送の担い手として期待される役割は、近年の異常気象や新型コロナウイルス感染症の経験を踏まえ、一層重要になってきており、少人数で24時間365日災害時等に備える体制の構築が急務であるといえます。 ・近年、放送局がある中原区を中心に川崎市では若い世代の転入者が多くなっていますが、そういった新しい市民に対する認知度向上が課題となっています。			
取組の方向性	1 経営改善項目 市内に特化した地域情報、災害情報などの提供というコミュニティFMとしての役割を一層発揮していくとともに、引き続き、適正なコスト管理やスポンサー獲得に向けた積極的な営業活動を行い、本市に依存しない財務体質の確立を図ります。また、市民と地域をつなぎ、街が盛り上がる番組制作やSNSと連動した情報発信などを行い、認知度の向上を図ります。 2 連携・活用項目 ・市内のコミュニティFMとして、広域ラジオやテレビなどのメディアではカバーしきれない市民向けのきめ細やかな情報を発信できることから、市政情報や地域安全・防災等の生活に役立つ情報、音楽・芸術・スポーツ・イベントなどの市の魅力情報の発信を行います。 ・リモート出演等、新しい生活様式に合わせ、引き続き市民が出演し情報発信ができる環境を作ります。 ・災害時においては、川崎市地域防災計画に規定されている重要な情報媒体として、総務企画局危機管理室(現:危機管理本部)と連携を図りながら、災害応急・復旧時に市民に不可欠な情報を的確かつタイムリーに放送します。			

本市が法人に求める経営改善及び連携・活用に関する取組

4カ年計画の目標

身近で役立つ魅力的な番組や地域安全・防災情報を提供するとともに、放送事業を中核とした収益の確保を図り、市に依存しない経営を目指します。

- ・市内のコミュニティFMとして、地域の話や、行政・イベント・交通等の地域に密着したきめ細かな情報を提供し、自社ワイド番組での情報発信を強化します。
- ・音楽・スポーツ等、魅力ある番組制作を行うとともに、市民の放送参加や番組出演についても積極的に推進します。
- ・災害時における緊急放送の担い手としての役割を果たすため、定期的に緊急割込放送の訓練を実施するとともに、防災意識の啓発に向けた番組の放送を一層強化します。
- ・新規番組等の獲得に合わせて、放送料金の実勢価格の値上げ及び放送外事業の開拓拡大に取り組み、継続的な収益確保に努めます。
- ・新たに転入してきた市民(特に若い世代)に対する認知度を向上させるため、SNS等を活用した情報発信を積極的に行います。

1. 本市施策推進に向けた事業取組

取組№	事業名	指標	現状値 (令和3 (2021)年 度)	目標値 (令和7 (2025)年 度)	実績値 (令和7 (2025)年 度)	単位	達成度(※1)	本市による評価 ・達成状況 (※2) ・費用対効果 (※3)	今後の取組 の方向性 (※4)
①	放送事業	地域情報の発信件数	3,365	3,640	3,768	件	a	A	I
		市民の放送参加人数	906	1,500	1,741	人	a		
		防災啓発番組の放送回数	212	185	595	回	a		
		事業別の行政サービスコスト 本市財政支出 (直接事業費)	36,717 (41,187)	31,208 (45,900)	42,236 (50,658)	千円	4)	(2)	

2. 経営健全化に向けた取組

取組№	項目名	指標	現状値 (令和3 (2021)年 度)	目標値 (令和7 (2025)年 度)	実績値 (令和7 (2025)年 度)	単位	達成度	本市による評価 ・達成状況	今後の取組 の方向性
①	市に依存しない経営体制の確立	営業費用のうち市財政支出額の占める割合(市財政支出額/営業費用)	53.2	39.8	47.6	%	b	B	I
		営業収益(市財政支出額を除く。)の推移	40,501	50,000	55,825	千円	a		

3. 業務・組織に関する取組

取組№	項目名	指標	現状値 (令和3 (2021)年 度)	目標値 (令和7 (2025)年 度)	実績値 (令和7 (2025)年 度)	単位	達成度	本市による評価 ・達成状況	今後の取組 の方向性
①	認知度の向上	認知度向上のための情報発信件数	651	3,800	3,917	件	a	A	I

(※1)【 a. 目標値以上、b. 現状値以上～目標値未満、c. 目標達成率60%以上～現状値未満、d. 目標達成率60%未満】

(行政サービスコストに対する達成度については、1). 実績値が目標値の100%未満、2). 実績値が目標値の100%以上～110%未満、3). 実績値が目標値の110%以上～120%未満、4). 実績値が

(※2)【A. 目標を達成した、B. ほぼ目標を達成した、C. 目標未達成のものがあるが一定の成果があった、D. 現状を下回るものが多くあった、E. 現状を大幅に下回った】

(※3)【(1). 十分である、(2). 概ね十分である、(3). やや不十分である、(4). 不十分である】

(※4)【 I. 現状のまま取組を継続、II. 目標の見直し又は取組の改善を行い取組を継続、III. 状況の変化により取組を中止】



法人及び本市による総括

【令和6(2024)年度取組評価における本市の総括コメントに対する法人の受止めと対応】

令和6年度の市の総括を踏まえ、令和7年度も市に依存しない経営を目指し、市民参加型の特別番組や出張公開生放送を実施したほか、放送外収入にも力を入れ、主催イベントとして、武蔵小杉駅前での防災フェスティバルを地域企業と連携して開催し、売上向上につなげました。

また、番組編成を見直し、より地域に密着した情報をお届けするため「かわさき7区広場」コーナーを設け、曜日ごとに放送する区を設定し、川崎市全体の情報はもとより、各区のきめ細かな地域情報も放送しました。取材先でも市民に積極的にインタビューし放送するなど、市民の放送参加人数の増に積極的に取り組みました。新たに「かわさきdeレジェンド」番組枠を新設し、川崎で活躍する方が日替わり出演、時にはゲストも交えて番組放送を実施しました。

災害時における緊急放送の担い手としても、昨年度に引き続きJアラートを活用した災害情報自動読み上げシステム「ラジアラート」を運用し、災害時に緊急災害情報の割込み放送を自動的にできる体制を整え、多言語割込み放送訓練も実施しました。

また、川崎市防災ラジオ導入に伴い、川崎市危機管理本部からJアラート、緊急地震速報など自動で割り込む市の設備を導入、運用を開始しました。令和8年3月に実施した防災フェスティバルでは、総務省関東総合通信局の協力を得て臨時災害放送局のデモンストレーションを実施しました。大規模災害が発生し既存設備での放送継続が不可能な場合で、市から臨時災害放送局立ち上げの依頼があった際、設備を借りて放送を実施する手順を確認しました。

認知度向上については、最重要課題の一つと捉え、SNS広報チームにより、質の向上を図りながら効果的な情報発信に努め、SNS連動企画番組を立ち上げ、市民参加型ラジオ番組を放送しています。また、市内在住の外国人に向け多言語放送実施のチラシを作成し配布した他、出張公開生放送や、イベント会場での来場者インタビュー、アナウンサー体験を実施し、認知度の向上を図りました。防災訓練や備えるフェスタ会場では、かわさきFMをスマホで聴くためのレクチャーを実施し、地域に密着した情報を発信していることもアピールしました。

【令和7(2025)年度を含む4カ年の取組評価の結果を踏まえ、本市が今後法人に期待すること、対策の強化を望む部分など】

令和7年度については、概ね目標を達成し、法人の役割である、市民生活に必要な地域の情報や市の魅力情報の発信、地域のコミュニティづくりに貢献しており、また災害時における緊急放送の担い手としても、平時から防災情報等の提供をするなど、適切に実施していました。

当該法人については、放送事業では、防災ラジオ事業の受託により、本市財政支出は増加したものの、地域情報の発信件数、市民の放送参加人数、防災啓発番組の放送回数は全て目標値を上回りました。これは市民、企業や団体などを巻き込んだ新しい企画や新たな主催イベントの実施の他、地域のイベントにも積極的に参加するなどの取組の結果によるもので、営業収益は目標値を上回りました。また、認知度の向上についても、限られた人員の中、質の向上を図りながら取り組んだ結果、市で行っている「都市イメージ調査」においても、かわさきFMを知っている市民の割合が令和7年度の結果では44.9%（令和6年度29.6%）と、前年度から15.3%上がるなど、これまでの着実な取組の成果が表れていることは評価できます。令和8年度以降も、令和7年度に新たにに取り組んだ番組や主催イベントなどの維持向上等、放送事業を中核とした収益の向上に努めつつ、コミュニティ放送局として、地域に密着したきめ細かな情報の発信や防災意識の啓発を通じて、市民に開かれた情報共有の推進に貢献していくことを期待します。

4カ年の総括といたしましては、本市施策における法人の役割を十分理解した上で、安定的な経営を維持し、各指標における実績値も着実に推移していると認識しております。今後についても、引き続き、放送事業を中核としながら、放送外事業の開拓・拡大などに取り組み、法人のミッションである、地域社会に密着した、市民が主人公のコミュニティFMとして、市民生活の安全安心に貢献しながら、安定した経営が継続できることを期待します。

法人名(団体名)	かわさき市民放送株式会社	所管課	総務企画局シティプロモーション推進室
----------	--------------	-----	--------------------

1. 本市施策推進に向けた事業取組①(令和7(2025)年度)	
事業名	放送事業
計 画 (Plan)	
現状	市民の身近な放送局として、市提供番組枠外においても市民に役立つ情報の提供や市民の番組出演を積極的に実施しています。防災関連放送については、コミュニティFMの最大のミッションとして取り組んでいます。市委託料の通減に対し、市委託料以外の民間等の売上増により事業収益の確保に努めています。
行動計画	ワイド番組(自社放送枠)内で、地域密着情報の発信、ニーズの高い市政情報の発信や市民の放送参加を可能な限り拡大します。また、防災関連については市と連携した訓練や防災啓発番組等の強化を推進します。
具体的な取組内容	ワイド番組(自社放送枠)内で、市政情報や地域情報等の提供並びに市民の番組出演を拡大できるよう取り組みます。具体的には「かわさき7区広場」を新規導入し、各区の地域情報及び市全体の情報を取り上げます。また、「かわさきdeレジェンド」を新規に立ち上げ川崎で活躍する方が日替わりで出演し、ゲストも招きながらラジオ番組出演の機会を提供します。 防災関連については、防災啓発を主とする防災番組を制作し、火曜日から金曜日に1日2回、同じ時間帯での放送を実施します。また、緊急割込み放送を日本語及び多言語で実施する他、行政の防災訓練を取材し、災害時放送の周知を図るなど、市民の防災意識の向上に貢献します。 こうした取組を通じて、積極的に営業活動を行い、特に特別番組の放送収入や放送外収入の増加を目指します。

実施結果 (Do)	
本市施策推進に向けた活動実績	【指標1関連】 ・番組編成を見直し、より地域に密着した情報をお届けするため「かわさき7区広場」コーナーを設け、曜日ごとに放送する区を設定し、川崎市全体の情報はもとより、各区のきめ細かな情報も放送しました。 ・全国都市緑化かわさきフェア、モビリティ×地域情報発信の機能を設けたモビリティハブについて、高津区橋公園にてブースを出展し地域イベントの様相を放送したほか、大相撲川崎場所でのサステナブルな取組や、市立高校生による清掃活動などの取材を通じた地域に根ざした情報発信を行いました。その他、川崎にゆかりのあるスポーツ選手や関係者の出演によるスポーツ情報など、様々な地域情報を積極的に発信しました。 ・巡回市民オンブズマン、献血キャンペーン、引っ越しシーズンの手続きなど、様々な市政情報を随時発信しました。 【指標2関連】 下記企画を通じて、多くの市民が番組出演しました。 ■継続事業 ・若者応援企画(子どものラジオ番組職業体験や時報CMナレーション体験、高校生バンド王) ・中高生の職業体験を通じたラジオ制作及び出演 ・市民巻き込み企画(大人のバンド祭) ■令和7年度新企画 ・「かわさきdeレジェンド」新設 ・川崎で活躍する方が日替わりで出演する50分番組を新たに設けました。インフルエンサーやスポーツ選手、地元アイドルなどを出演者に起用。かわさきFMパーソナリティーとのインタビュー形式にて番組を進行、またはレジェンド自ら番組を進行し、過去1週間の放送からランダムに再放送も実施しました。また、ゲストも招きラジオ番組出演の機会を提供しました。 ■その他の工夫 ・令和6年度に引き続き、ブッキング担当チーム(専任)が市民や団体、企業に積極的にアプローチし、ワイド番組(自社放送枠)で、地域のイベント告知や募集案内などについてスタジオ生出演や電話出演していただきました。防災情報番組ではインフラ企業に出演いただき、分かりやすい防災対策の放送を実施した他、地域の防災訓練に参加した市民へのインタビュー取材を実施し出演いただきました。 【指標3関連】 新たに火曜日から土曜日まで10分間の防災情報番組を新設 ■わが家の危機管理／計104回 ■かわさきぼうさいひろば・割込放送／計12回 ■多言語割込放送訓練／計2回 ■防災一ロメモ／計12回 ・AIアナウンサーによる多言語防災啓発番組を、割込放送システムを利用して放送など ■川崎市防災訓練 素材出しや中継／計4回 (区防災訓練、地区防災・消防訓練、市民団体防災) ・各地域で行われる防災訓練の取材やリポートを番組内で放送 ■防災番組 計461回 ・市民参加型の防災啓発番組を制作 (インフラ事業者、川崎市上下水道局などが出演)

評価（Check）

本市施策推進に関する指標									目標・実績	R3年度 （現状値）	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	単位						
1	地域情報の発信件数								目標値		3,000	3,220	3,430	3,640	件						
	説明	自社ワイド番組での地域情報発信件数							実績値	3,365	3,310	4,446	4,397	3,768							
2	市民の放送参加人数								目標値		802	1,400	1,450	1,500	人						
	説明	自社ワイド番組出演の市民の人数							実績値	906	1,294	1,481	1,752	1,741							
3	防災啓発番組の放送回数								目標値		165	170	175	185	回						
	説明	防災訓練放送及び防災啓発番組等の回数							実績値	212	214	227	208	595							
		指標1 に対する達成度		a		a. 実績値が目標値以上 b. 実績値が現状値（個別設定値）以上～目標値未満 c. 実績値が目標値の60％以上～現状値（個別設定値）未満 d. 実績値が目標値の60％未満 ※個別設定値を設定している場合は指標の説明欄に記載															
		指標2 に対する達成度		a																	
		指標3 に対する達成度		a																	
法人コメント(指標に対する達成度やその他の成果等について)																					
地域情報の発信については、番組編成を見直し、より地域に密着した情報をお届けするため「かわさき7区広場」コーナーを設け、曜日ごとに放送する区を設定し、川崎市全体の情報はもとより、各区のきめ細かな情報も放送しました。昨年に引き続き川崎にゆかりのあるスポーツ選手や関係者が出演し、地域情報を発信しました。 また、市民の放送参加については、「かわさきdeレジェンド」を新規に立ち上げ、川崎で活躍する方が日替わりで出演、ゲストも交えて番組放送を実施しました。取材先での市民インタビューや、イベントにブース出展し、その場で来場者にインタビューを実施することにより、市民の放送参加の機会を増やすことができました。 防災訓練放送及び防災啓発番組については、コミュニティ放送局として、引き続き、最重要のテーマとして取り組み、区、地域の防災訓練のほか、市民や地元インフラ事業者参加型の防災啓発番組の制作及び放送を実施し、防災の大切さを伝えることができました。これらの取組により、各指標で目標値を上回ることができました。																					
本市による評価 達成状況 <table><tr><th colspan="2">区分</th><th>区分選択の理由</th></tr><tr><td>A</td><td>A. 目標を達成した B. ほぼ目標を達成した C. 目標未達成のものがあるが一定の成果があった D. 現状を下回るものが多くあった E. 現状を大幅に下回った</td><td>各指標とも、令和6年度に続き、高い意識で計画的に取り組んだ結果、目標値を上回ることができました。特に、防災啓発番組の放送回数については、コミュニティ放送局の最重要課題として取り組み、令和6年度と比べて大幅に数値が上昇しました。結果として、市民生活に必要な情報の提供や市の魅力発信に十分寄与したと考えられます。</td></tr></table>																区分		区分選択の理由	A	A. 目標を達成した B. ほぼ目標を達成した C. 目標未達成のものがあるが一定の成果があった D. 現状を下回るものが多くあった E. 現状を大幅に下回った	各指標とも、令和6年度に続き、高い意識で計画的に取り組んだ結果、目標値を上回ることができました。特に、防災啓発番組の放送回数については、コミュニティ放送局の最重要課題として取り組み、令和6年度と比べて大幅に数値が上昇しました。結果として、市民生活に必要な情報の提供や市の魅力発信に十分寄与したと考えられます。
区分		区分選択の理由																			
A	A. 目標を達成した B. ほぼ目標を達成した C. 目標未達成のものがあるが一定の成果があった D. 現状を下回るものが多くあった E. 現状を大幅に下回った	各指標とも、令和6年度に続き、高い意識で計画的に取り組んだ結果、目標値を上回ることができました。特に、防災啓発番組の放送回数については、コミュニティ放送局の最重要課題として取り組み、令和6年度と比べて大幅に数値が上昇しました。結果として、市民生活に必要な情報の提供や市の魅力発信に十分寄与したと考えられます。																			
行政サービスコスト									目標・実績	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	単位						
1	事業別の行政サービスコスト								目標値		35,181 (40,993)	33,802 (43,600)	32,478 (47,100)	31,208 (45,900)	千円						
	説明	本市財政支出（直接事業費）							実績値	36,717 (41,187)	35,201 (41,637)	34,243 (46,789)	34,301 (46,621)	42,236 (50,658)							
		行政サービスコスト に対する達成度		4)		1). 実績値が目標値の100%未満 2). 実績値が目標値の100%以上～110%未満 3). 実績値が目標値の110%以上～120%未満 4). 実績値が目標値の120%以上															
法人コメント(行政サービスコストに対する達成度について)																					
川崎市の財政支出は、令和7年度新たに危機管理本部から「防災ラジオ無償貸与・有償配布等業務委託」を受託していることにより金額が増加しております。この事業は、コミュニティ放送局として、市民の方に防災情報を発信していくことは重要な役割であることから受託したものであり、結果として、行政サービスコストが増加したものです。 また、営業収益増に伴う売上原価（著作権料）や、正社員1名の退職による支出、パートタイム2名の人員増加及び待遇改善により、人件費が増加しました。																					

本市による評価	区分		区分選択の理由
	費用対効果 （「達成状況」と「行政サービスコスト」に対する達成度等を踏まえ評価）		
	(1). 十分である (2). 概ね十分である (3). やや不十分である (4). 不十分である	(2)	行政サービスコストについては、防災ラジオは、災害時における迅速かつ確実な情報伝達手段として、市民の安全確保に資する重要な取組であることから受託したもので、結果として目標の達成には至らなかったものの、その目的を踏まえれば、一定の評価はできると考えております。また、特別番組や共催イベントの企画・実施を継続することに加え、新たな主催イベントを実施するなど、自主財源の獲得に努め、市に依存しない経営に向けた取組は進んでいます。本市施策推進に関する指標の目標値も、全て上回り、市民が知りたい地域情報をタイムリーに提供することができていると考えられ、費用対効果は概ね十分と考えられます。

改善（Action）		
実施結果（Do） や評価（Check） を踏まえた 今後の取組の 方向性	方向性区分	
		方向性の具体的内容
	I. 現状のまま取組を継続 II. 目標の見直し又は取組の改善を行い、取組を継続 III. 状況の変化により取組を中止	引き続き、ワイド番組（自社放送枠）の中で、市政情報や地域情報等の提供並びに市民の番組出演を拡大できるよう取り組みます。令和7年度から新たにはじめた「かわさき7区広場」コーナー、「かわさきdeレジェンド」などの番組を維持、継続して、市民により身近に感じてもらえるラジオ局を目指します。 防災に関しては、災害時における緊急情報の担い手として、引き続き、市民や地元インフラ事業者参加型の防災啓発番組の制作、放送の維持に取り組み、更なる市民の防災意識の向上に貢献するとともに、防災ラジオの周知や普及にも寄与します。 行政サービスコストについては、積極的に営業活動を行い、スポンサー生放送枠を増やすことにより放送収入の増加を目指します。また、朗読セミナーや主催イベントの開催により、放送外収益増加に努めます。

法人名(団体名)	かわさき市民放送株式会社	所管課	総務企画局シティプロモーション推進室
----------	--------------	-----	--------------------

2. 経営健全化に向けた取組①(令和7(2025)年度)

項目名	市に依存しない経営体制の確立
計 画 (Plan)	
現状	令和2年度決算における営業費用のうち市財政支出額の占める割合は52.9%と前年度比で減少し、市財政支出額を除く営業収益の額は37,668千円と前年度比で増加しています。
行動計画	引き続き、スポンサー獲得に向けた積極的な営業活動により、放送枠・スポットCM等の販売を強化するだけでなく、朗読セミナーなど、放送外の収益も確保するとともに、適正なコスト管理により、費用を縮減します。
具体的な取組内容	営業収益の向上に向け、積極的な営業活動や取組により、市民参加の公開出張生放送または公開出張収録などの特別番組の販売強化に取り組むとともに、防災イベントを主催または共催し、収入増加に努めます。また新たな魅力ある番組の提案、制作を実施し、営業収益につなげるよう取り組みます。

実施結果 (Do)

経営健全化に向けた活動実績	【指標1及び指標2関連】 令和7年度営業収益(市財政支出額を除く):55,825千円(前年度比 98.6%) 市財政支出額:42,235千円(前年度比 120%) 営業費用:88,597千円(前年度比 102.1%) ■放送収入 - 令和6年度に続き、かわさきスポーツパートナーであるスポーツチームの実況中継を実施しました。 - 地元企業の番組を新規で5件、獲得しました。 - 時報提供やCMを新規で1件獲得しました。 - 特別番組/出張公開生放送を16件実施しました。 - 昨年に引き続き、特別ラジオ番組として『かわさきスペシャルサポーター』である「SHISHAMO」と「sumika」による「SHISHAMO・sumikaとすごす、すべさぼ談話室」を放送しました。 - 前年に引き続き「高校生バンド王」のイベント開催及び生放送を実施しました。 - 川崎市産業振興財団よりPODCASTの新番組の制作を受託しました。 ■放送外収入 - 前年度に引き続き朗読セミナーを年2回開催しました。 - 危機管理本部からの防災ラジオ事業を新規で受託しました。 - 主催イベントとして、武蔵小杉駅前での防災フェスティバルを新たに開催しました。

評 価 (Check)

経営健全化に関する指標			目標・実績	R3年度 (現状値)	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	単位
1	営業費用のうち市財政支出額の占める割合 (市財政支出額/営業費用)		目標値		50.3	44.4	40.8	39.8	%
	説明	営業費用(売上原価、販売費及び一般管理費)に占める市財政支出額の比率	実績値	53.2	47.2	42.5	41.6	47.6	
2	営業収益(市財政支出額を除く。)の推移		目標値		36,883	47,000	48,500	50,000	千円
	説明	営業収益から市財政支出額を除いた額	実績値	40,501	45,893	55,532	56,598	55,825	

指標1 に対する達成度	b	a. 実績値が目標値以上 b. 実績値が現状値(個別設定値)以上～目標値未満 c. 実績値が目標値の60%以上～現状値(個別設定値)未満 d. 実績値が目標値の60%未満
指標2 に対する達成度	a	※個別設定値を設定している場合は指標の説明欄に記載
法人コメント(指標に対する達成度やその他の成果等について)		
指標1については、危機管理本部の「防災ラジオ無償貸与・有償配布等業務委託」を、コミュニティ放送局として、市民の方に防災情報を発信していく上で重要な役割であると捉えて受託したものであり、結果として比率が上がったものとなります。指標2については、限られたリソースの中で、新しい取組へのチャレンジが進んだ1年でした。具体的には、指標1でも記載した「防災ラジオ無償貸与・有償配布等業務委託」に加えて、今年度新たに、武蔵小杉駅前での防災フェスティバルを主催した成果もあり、目標を達成しております。		

	達成状況	区分	区分選択の理由
		A. 目標を達成した B. ほぼ目標を達成した C. 目標未達成のものがあるが一定の成果があった D. 現状を下回るものが多くあった E. 現状を大幅に下回った	B 指標1は、防災ラジオ事業の受託により、令和6年度より比率が上昇しましたが、同事業は災害時における迅速かつ確実な情報伝達手段として、市民の安全確保に資する重要な取組であることから、その取組内容を踏まえれば一定の評価はできると考えております。また、指標2については、法人がスポンサーの獲得に加え、朗読セミナーの継続実施や、新たな取組として地域を巻き込んだ防災フェスティバルを主催するなど、自主財源の獲得に積極的に取り組んだ結果、市財政支出額(委託料)を除く営業収益を高い水準で確保し、目標値を達成することができました。

改 善（Action）			
実施結果(Do) や評価(Check) を踏まえた 今後の取組の 方向性	方向性区分		方向性の具体的内容
	I. 現状のまま取組を継続 II. 目標の見直し又は取組の改 善を行い、取組を継続 III. 状況の変化により取組を中止	I	引き続き、営業収益の向上に向け、積極的な営業活動やアーカイブ化など番組への付加価値を付ける取組により、スポンサーの獲得などの販売強化に努めるとともに、市民参加の朗読セミナーやその他の放送外収入の確保にも積極的に取り組みます。なお、放送外収入の具体策としては、参加者からも好評だった令和8年3月に実施した防災フェスティバルのような活動を年間2回実施していく予定です。

法人名(団体名)	かわさき市民放送株式会社	所管課	総務企画局シティプロモーション推進室
----------	--------------	-----	--------------------

3. 業務・組織に関する取組①(令和7(2025)年度)	
項目名	認知度の向上
計 画 (Plan)	
現状	市内の認知度は必ずしも高いとは言えず、放送サービスを安定的に提供するための収益確保に向けて、認知度向上への取組の推進が求められています。
行動計画	ホームページやSNS等を活用し、認知度向上に資する情報発信の強化を推進します。 その取組の中で、アウトカム指標(アクセス数、SNSフォロワー数等)を参考にしながら、発信する情報内容の改善等を図ります。
具体的な取組内容	前年より継続 ・地域と連携したイベントで市民参加のブースを出展することにより、認知度向上を図ります。 新規 ・インターネットで聴けるアプリを、操作が容易で扱いやすいアプリに変更します。 ・公式SNSとして、Xの他Instagramを立ち上げ、X同様、若年層～中高年層をターゲットにした情報発信を意識した内容で運用していきます。

実施結果 (Do)	
業務・組織に関する活動実績	【指標1関連】 ・ホームページや公式Xなどにより番組情報の詳細やイベント出展、取材模様、スポーツ実況中継模様など写真付きで積極的に発信しました。 ・X(旧Twitter)上の返信内容を放送で取り上げ、リスナー参加型番組としてSNS連携をしました。 ・公式SNSとして新たにInstagramを開設、X同様、若年層～中高年層をターゲットにした情報発信を意識した内容で運用開始しました。 ・Post(旧ツイート)で高いインプレッション(投稿が表示された回数)やエンゲージメント(いいねの数、リポストの数)があったスポーツ関連情報については、より重点的かつ効果的に情報発信をしました。 ・番組アーカイブとして、一部番組のSpotifyやYouTube発信を継続しています。 ・市内在住の外国人に向け、多言語放送実施のチラシを作成し、配布しました。 【その他(SNS以外の認知度向上)】 ・インターネットで聴けるアプリを、操作が容易で扱いやすいアプリに変更したことにより、アプリから番組あてにメッセージを送ることが可能になり、リスナーからは音もクリアで使い勝手が良いと好評を得ることができました。 ・番組表の表紙に市内在住の漫画家による4コマ漫画を起用し、手に取ってもらいやすい工夫を実施しました。また、昨年同様に駅や近隣商業施設、出演者店舗の他に商店街にも配架のご協力をいただきました。 ・川崎のレジェンドを起用した番組や、人気アーティストを起用した番組を制作し、放送及びアーカイブを実施することにより認知度向上を図りました。 ・若者応援企画(子どものラジオ番組職業体験や時報CMナレーション体験、高校生バンド王など)や、市民巻き込み企画(大人のバンド祭)のチラシを配布してPRを実施しました。 ・出張公開生放送の実施や、イベントにブース出展し、その場で来場者インタビューをした他、アナウンサー体験も実施し、認知度の向上を図りました。 ・区防災訓練会場や、備えるフェスタ会場でのかわさきFMロゴ入りグッズの配布、「スマホでラジオを聴こう!!」と題してアプリからかわさきFMを聴く方法のレクチャー会を実施しました。 ・武蔵小杉駅前での防災フェスティバルにて体験型イベントを開催し、多くの市民が参加しました。 ・川崎市産業振興財団「かわさき起業家オーディション」関係団体賞としてかわさきFM賞を授与し、副賞として受賞企業の冠番組を放送しました。 ・地域交流会(式典、登壇など)に参加し、かわさきFMの認知度向上及び地域との関係強化に努めました。 ・川崎市防災ラジオ導入に伴い、危機管理本部からJアラート、緊急地震速報など自動で割り込む市の設備を導入、運用を開始しました。防災ラジオは割り込み放送が実施された場合、自動起動しかわさきFMが流れる仕様で、ラジオにもかわさきFMのロゴが貼ってあるため、認知度向上の一助となっています。

評価 (Check)

業務・組織に関する指標			目標・実績	R3年度 (現状値)	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	単位
1	認知度向上のための情報発信件数		目標値		300	3,600	3,700	3,800	件
	説明	HPやSNS等を活用した情報発信件数	実績値	651	3,587	3,994	4,728	3,917	
指標1 に対する達成度			a	a. 実績値が目標値以上 b. 実績値が現状値(個別設定値)以上～目標値未満 c. 実績値が目標値の60%以上～現状値(個別設定値)未満 d. 実績値が目標値の60%未満 ※個別設定値を設定している場合は指標の説明欄に記載					

法人コメント(指標に対する達成度やその他の成果等について)

認知度向上については、引き続き最重要課題の一つと捉え、SNS広報チーム(4名)が毎月の目標を定めてSNSによる情報発信を強化しました。また、新たにInstagramを開設し、若年層～中高年層をターゲットにした情報発信を意識した内容で運用を開始しました。また、新たに導入したインターネットで聴けるアプリから番組あてにメッセージを送ることが可能になったことから、ラジオを聴きながらリスナーがメッセージを送ることができるようになり、利便性が高まりました。ホームページやSNSに寄せられたメッセージも随時、番組内で取り上げ、番組連携を図る取組も実施しました。夏休み子ども企画や、地元商業施設とのコラボ、イベント出展でのアナウンサー体験は大変人気のコンテンツで、参加者が増加し、認知度向上につながりました。

本市に
よる評価

達成状況

区分

区分選択の理由

- A. 目標を達成した
- B. ほぼ目標を達成した
- C. 目標未達成のものがあるが一定の成果があった
- D. 現状を下回るものが多くあった
- E. 現状を大幅に下回った

A

認知度向上を最重要課題の一つと捉え、限られた人員の中で、質の向上に努めながら、発信件数の目標管理を実施したことに加え、Instagramや、より利便性の高いアプリを導入した結果、目標値を上回ることができました。また、SNS以外でも、イベント出展や地域の企業や商店街等とのコラボなど、認知度向上に向けた多岐にわたる取組を精力的に行っているため、目標を達成したと考えられます。

改善 (Action)

実施結果(Do) や評価(Check) を踏まえた 今後の取組の 方向性	方向性区分		方向性の具体的内容
	I. 現状のまま取組を継続 II. 目標の見直し又は取組の改善を行い、取組を継続 III. 状況の変化により取組を中止	I	今後も、限られた人員の中で、フォロワーがより興味を持つ内容を分析しながら、広く知れ渡るような質の高い投稿や、インプレッションから興味を持たれている投稿をより増やしていくほか、同じような投稿でも画像や見せ方を工夫するなど、認知度向上のための情報発信を強化します。ネットやスマホを普段あまり見ない高齢者などの層へは、イベント出展の機会を利用し、スマホアプリでのラジオの聴き方のレクチャーや、災害時のラジオ活用の広報などを継続的に実施できるよう、地域の皆様と連携していきます。また、引き続き、地域の企業や商店街等とのコラボを積極的に進めながら、認知度向上に努めます。

