

## 1. これまでの審議内容

### (1) 魅力発信の目的・対象

- 子どもを含めた若い世代が、これからも麻生区に住み続けてほしいということから、「麻生区に住む子育て世代を対象」とし、区の魅力を伝えることが検討された。
  - 子どもに伝われば、その親やおじいちゃん、おばあちゃんにも伝わり、区民全体に広がるのが期待できると考える。
  - 特に最近住みはじめた子育て世代に注力して麻生区の魅力を伝える。

### (2) 審議テーマ

ふるさと麻生づくり ～愛着と誇りの醸成～

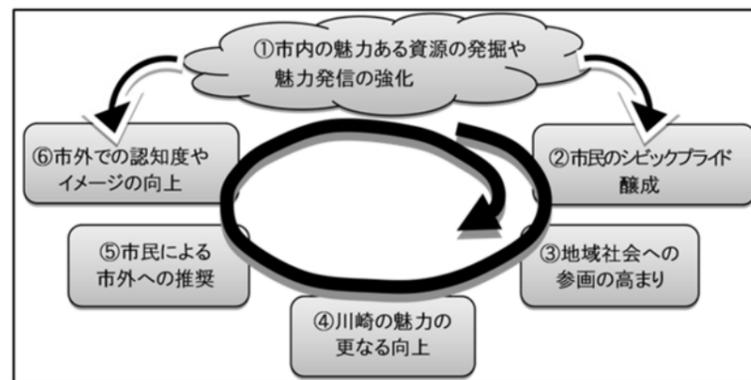
- 区民に麻生区をもっと好きになってもらい、ふるさととしての魅力を感じてもらうことで、今後も住み続けてもらうことを目指す。特に新しく住みはじめた子育て世代が、麻生区をふるさとと感じてもらい、その子どもたちが大きくなって住み続けてもらうことを目指す。

### (3) 麻生区の魅力について

- 麻生区の魅力について、「麻生区として重点的に発信すべき魅力か」、「麻生区独自の魅力か」といった観点から検討したところ、「自然・農」、「芸術のまち」、「市民活動が盛ん」を多くの区民に知ってほしい麻生区の魅力ということが検討された。

### (4) 審議の方向性について

- 「区民に麻生区を好きになってもらう」→「区民がまちづくりに参加する」→「麻生区の魅力のさらなる向上」→「区民による区外への推奨」→「区外での認知度やイメージの向上」のサイクルの仕組みを検討する。
- まずは、区民（主に子育て世代）に麻生区に愛着を感じてもらえるような魅力と、その発信方法を検討する。



※参考：H26年度策定 川崎市シティプロモーション戦略プランのサイクルの考え方

## 2. 具体的な審議内容について

### (1) 発信すべき麻生区の魅力について

- 麻生区の魅力は、「自然・農」「芸術のまち」「市民活動が盛ん」で、それぞれ身近に体験できるところがあるなど、麻生区の「付加価値」といえるものを、本部会で発信していく魅力とした。

### (2) 発信について

- 発信については、麻生区の子育て世代を対象に、「麻生区の魅力を、広く浅く知ってもらい、知ってもらいきっかけをつくること」を目標とすることとした。
- このため、麻生区の魅力を、まずは広く「知る（知ってもらい）」「関心を持つ（関心を持ってもらう）」という視点から検討していくこととした。

分野（コンテンツ）	(1)知る A	(2)関心を持つ I	(3)調べる S	(4)行く A	(5)体験する ex
産業・研究開発（キングススカイフロント）	TV報道番組など	公式HP	ニュースレター	キングスカイフロント見学	夏の科学イベント
文化芸術（カワサキハロウィン）	TV情報番組など	公式HP	冊子	ハロウィン月間	仮装パレードイベント
スポーツ（川崎フロンターレ）	TVスポーツニュース、新聞報道など	公式ホームページでのQRコード、LINE、Facebook	チケット不要、申し込み不要のイベント	市制記念試合（7月）観戦	フロンターレ20周年記念イベントへ参画
自然（多摩川）	TV地域情報番組、新聞、タウン誌など	NPO法人多摩川エコミュージアムのHP	二ヶ領せせらぎ館や大師河原水防センターの展示	水辺の楽校参加	丸子の渡し体験
生活（武蔵小杉）	TV情報番組、新聞報道など	NPO小杉駅周辺エリアマネジメントのHP	「こすぎの風」の購読	コスギフェスタ参加	ごみ拾いイベント体験

※シティプロモーション戦略プラン第1次推進実施計画（ガイドライン）抜粋

### (3) 発信する対象

- 子育て世代のうち、親と子の両方に伝わりやすく、より効果的に発信できると考えられることなどから、まずは小学生を持つ子育て世代を中心に考えていくことが確認された。

## 3. 今後の調査審議について

### (1) 発信方法の検討

- 今後は、小学生を持つ子育て世代を中心に、効果的に届く魅力の発信方法を検討する。

### (2) 発信する魅力の検討

- 発信したい麻生区の魅力については、今後、具体的に検討していく。

### (3) 子育てフェスタで調査実施

- 子育てフェスタ（9月16日（土）開催）で屋外ブースを出展し、来場者からヒアリングを行う。届きやすい魅力の発信方法など、具体的な内容は、次回部会で詳細を詰めていく。