

速報！令和 6 年度「川崎市都市イメージ調査」 主要測定指標を公開します

「川崎市都市イメージ調査」は、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平成 26 年度より毎年実施しています。

この度、令和 6 年度の調査結果のうち、主要測定指標を、速報としてお伝えします。

1 調査方法

- （1）調査対象 神奈川県、東京都、千葉県、埼玉県に居住する 15 歳以上の男女個人
- （2）標本数 4,000 標本（内、川崎市民：2,800 標本）
- （3）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
- （4）調査期間 令和 6 年 11 月 12 日（火）～11 月 28 日（木）

2 主な測定指標の結果

川崎市のイメージ評価をはじめ、川崎市民におけるシビックプライド指標、「居住」「来訪」推奨度、ブランドメッセージロゴの認知度などすべての指標において、昨年度を大きく上回りました。

各数値については次のとおりです。なお、各目標値は「川崎市総合計画第 3 期実施計画」及び「川崎市シティプロモーション戦略プラン第 3 次推進実施計画」において、令和 7 年度での達成を目標に設定している数値です。

- （1）川崎市のイメージをよいと思う人の割合【目標値 川崎市民：67%以上、隣接都市：55%以上】
川崎市：**74.2%**（昨年度比+10.9 ㏪） 隣接都市：**58.5%**（昨年度比+13.0 ㏪）
- （2）市民の「居住」「来訪」推奨度【目標値 居住：20.0、来訪：7.0】
「居住」：**21.7**（昨年度比+14.0） 「来訪」：**23.0**（昨年度比+14.8）
- （3）シビックプライド指標【目標値 愛着：7.0、誇り：6.0】
「愛着」：**6.3**（昨年度比+0.6） 「誇り」：**5.9**（昨年度比+0.8）
- （4）ブランドメッセージロゴ認知状況
市民のブランドメッセージロゴの認知度は **91.0%**（昨年度比+5.2 ㏪）

3 詳細分析の公表について

例年発表している、各測定項目の詳細結果や分析結果などは、まとまり次第、あらためて報道発表するとともに、市ホームページに掲載します。

川崎市「川崎市都市イメージ調査」 <https://www.city.kawasaki.jp/170/page/0000091292.html>



問合せ先

川崎市総務企画局
シティプロモーション推進室ブランド戦略担当 朝倉
電話 044-200-3717

令和6年度川崎市都市イメージ調査

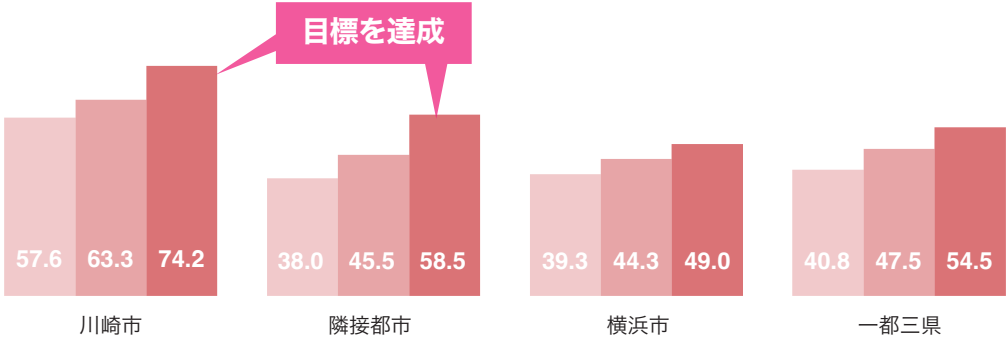
主要測定指標

※各グラフは左から令和4年度、5年度、6年度の結果を示します。
※目標値は、川崎市総合計画第3期実施計画および川崎市シティプロモーション推進プラン第3期推進実施計画において令和7年度達成を目標としている数値です。

川崎市のイメージ

川崎市のイメージを「よい（10点満点中6～10点）」と評価した人の割合

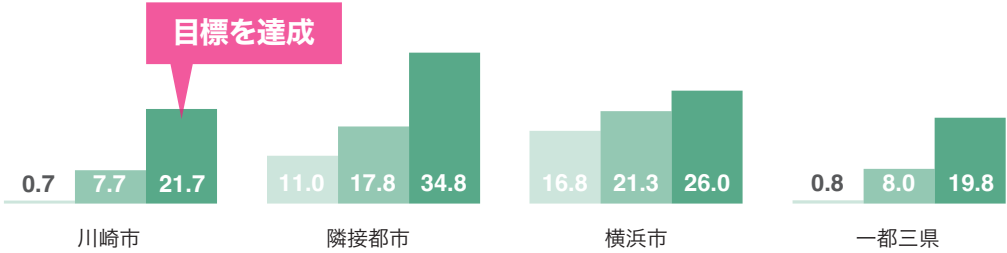
目標値：川崎市民 67.0%
隣接都市 55.0%



居住推奨度

自身が居住する都市に住むことを推奨する人（8～10点）の割合から批判する人（1～4点）の割合を引いた数

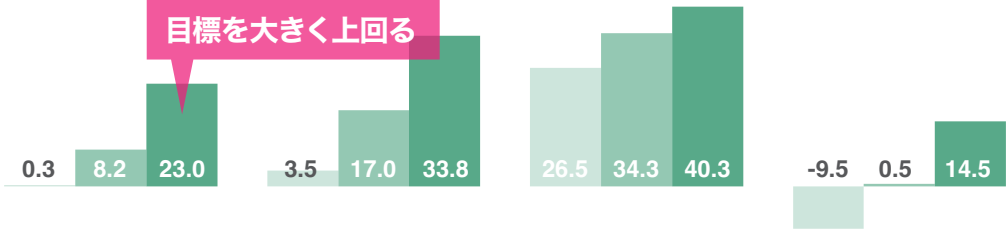
目標値：川崎市民 20.0



来訪推奨度

自身が居住する都市を訪れることを推奨する人（8～10点）の割合から批判する人（1～4点）の割合を引いた数

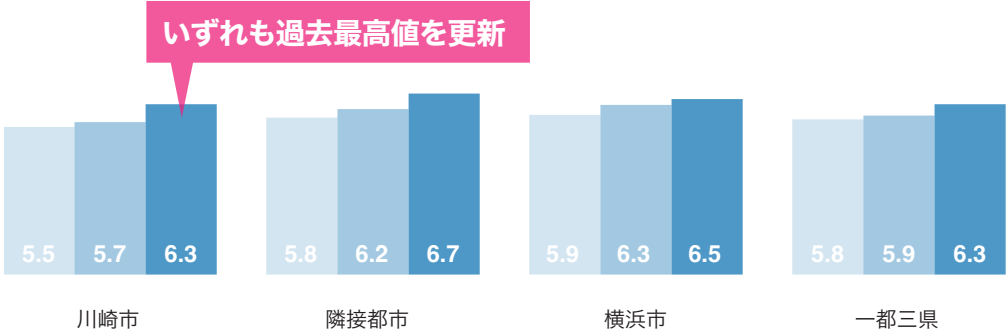
目標値：川崎市民 7.0



シビックプライド愛着

自身が居住する都市に対して「愛着がある」「住み続けたい」「熟知している」の3つの質問に対する評価の平均値

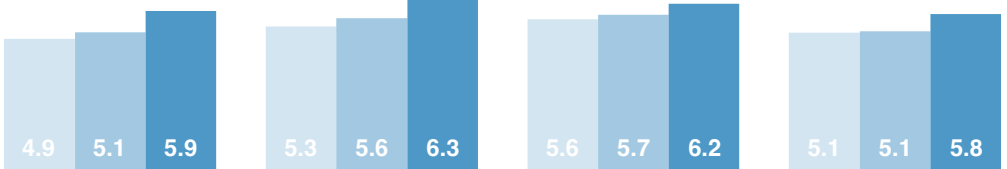
目標値：川崎市民 7.0



シビックプライド誇り

自身が居住する都市に対して「誇りを持っている」「自慢したい」「貢献している」の3つの質問に対する評価の平均値

目標値：川崎市民 6.0



ブランドメッセージロゴ認知度

川崎市ブランドメッセージのロゴを見たことがある人の割合

