

目 次

ごあいさつ	3
1 平成30年度活動の概要	5
2 かわさき未来づくりワークショップ	13
3 中心市街地活性化事業(バスカー事業)	89
4 街路交通量調査	95
5 来街者動向アンケート	111
6 他地区視察	117
7 かわさきTMO通信	121
・かわさきTMO通信No.7 1	122
・かわさきTMO通信No.7 2	124
・かわさきTMO通信No.7 3	126
・かわさきTMO通信No.7 4	128
おわりに	131
* 資料	133
会則	134
構成団体	138
役員名簿	139

ごあいさつ

かわさきTMOサブタウンマネージャー

大木 淳

川崎駅周辺は、古くは東海道川崎宿に端を発し、1872年の川崎駅開業による都市機能の集積を基盤として、1900年代から進められた埋立事業によって戦後には鉄鋼業や石油精製・石油化学などの多くの企業が集積した臨海部との関係から、長くそうした企業の就労者と古くからの住民の生活を支える商業・業務地として発展してきました。こうした発展の背後に、少なからずネガティブなイメージで語られる側面があったことは否めません。

しかしながら、近年は首都直近の好立地という経済効率性が注目され、市全体では人口150万人を突破、川崎駅周辺及び臨海部では様々な都市開発や企業立地が進行し、かつてのイメージはむしろ独特の魅力として肯定的に捉える向きも生まれつつあり、“住みやすさ”“働きやすさ”を求める市民、来街者が“川崎”に重ねるイメージは確実に変化していると言えます。

かわさきTMOが目指す“活性化”とは何を示しているのでしょうか。都市において商業集積地が生まれた背景には、市民生活をより豊かなものとするために、その直接的な支えを担う商人の想いがあり、川崎駅周辺のように現在も刻一刻と変化し発展を続けている地域においても、この想いに変わりはないのではないのでしょうか。

こうした都市の成り立ちと商店街の根源的な役割を鑑み、将来に向けて今やるべきことは何か。皆様とともに考えていきたいと思えます。

1 平成30年度 活動の概要

平成30年度 活動の概要

1 事業の目的

川崎駅周辺は、平成20年度に策定された「川崎市商業振興ビジョン」において、「タウンマネジメント強化による都市ブランド力のある商業集積地の形成」を目的とするエリアに位置付けられている。このエリアは、多数の大規模商業施設と商店街が集積し、広域商圈を形成しており、本業務は、エリアの活性化を図るために、広域的なインパクトのあるイベントや情報発信力の強化・充実、商業ネットワーク化によるイベント連携を図り、川崎駅周辺の回遊性の向上を目指すとともに、駅周辺商業者等で構成された「タウンマネジメント機関」を中心として、より機動力・実行力のあるマネジメント強化を図り、都市ブランド力のある商業集積地の形成に取り組んでいくことを目的としている。

2 実施体制

・ 事業実施体制

平成29年4月から、かわさきTMOの事務局を当会が担うことになってからの1年間(平成29年度)を総括した結果、今後の活動を一層充実させるためにはさらなる体制の強化が必要であると考えに至り、新たな役職としてサブタウンマネージャーを新設した。

かわさきTMO事務局（川崎駅広域商店街連合会内）

（機 関）

かわさきTMO ————— 総 会

役 員 会

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・ 会長・副会長・ 商店街 ・ 大型店・ 金融機関その他・ タウンマネージャー・ リエゾンコーディネーター・ サブタウンマネージャー(新設)・ オブザーバー (行政等) |
|--|

3 委託業務の内容

(1) 組織の運営（総会・役員会）

ア TMO総会の開催

日付	出席者数	検討項目
平成30年6月18日	27名	<ul style="list-style-type: none"> ・サブタウンマネージャーの新設について ・平成29年度事業報告及び収支決算について ・平成30年度事業計画(案)及び収支予算(案)について ・会則の改正について

イ TMO役員会の開催

	日付	出席者数	検討項目
第1回	平成30年 4月23日	14名	<ul style="list-style-type: none"> ・平成30年度年間スケジュール(案)について ・年会費について
第2回	5月14日	14名	<ul style="list-style-type: none"> ・平成30年度通常総会について ・平成29年度事業報告及び決算について ・平成30年度事業案及び予算案について ・会則の改正について
第3回	7月3日	14名	<ul style="list-style-type: none"> ・かわさき未来づくりワークショップ(仮称)について ・かわさき未来づくりプロジェクトについて
第4回	8月7日	13名	<ul style="list-style-type: none"> ・かわさき未来づくりワークショップ(仮称)について ・かわさき未来づくりプロジェクトについて ・「かわさきTMO通信71号」について
第5回	9月6日	9名	<ul style="list-style-type: none"> ・9/26 かわさき未来づくりワークショップの開催について ・かわさき未来づくりプロジェクトアイデア募集について ・「カワサキハロウィン2018」への後援・協力依頼への回答について ・はみ出し・陳列等パトロール(9/11~13)について
第6回	10月18日	13名	<ul style="list-style-type: none"> ・第1回ワークショップの振り返り ・第2回ワークショップの開催について ・その他
第7回	11月27日	13名	<ul style="list-style-type: none"> ・かわさき未来づくりプロジェクトアイデア募集の結果について ・第2回ワークショップの開催について ・はみ出し陳列等パトロール(商店街主催)について ・その他

第 8 回	12 月 14 日	13 名	<ul style="list-style-type: none"> ・株式会社読売 IS からの提案の説明 ・第 2 回ワークショップの開催について ・その他
第 9 回	平成 31 年 1 月 25 日	13 名	<ul style="list-style-type: none"> ・かわさき TMO 会長の選出について ・第 2 回かわさき未来づくりワークショップの報告 ・野毛商店街の視察について ・その他
第 10 回	2 月 19 日	14 名	<ul style="list-style-type: none"> ・株式会社 NENGO からの提案の説明 ・かわさき TMO 会長の選出について ・サブタウンマネージャーの業務委託費について ・第 3 回かわさき未来づくりワークショップについて ・野毛商店街視察の報告について ・平成 30 年度通行量調査の実施について ・はみ出し・陳列等パトロール(3/4～6)について ・平成 31 年度の中心市街地活性化マネジメント事業業務委託について ・その他

ウ 新たな参加団体の獲得に向けた取組

「かわさき未来づくりワークショップ」(3回開催)において、大学、中学校、町内会、企業、建築士協会等、商業者以外の参加があり、今後の活動の機動力となる存在となった。

(2) 勉強会(かわさき未来づくりワークショップ)の開催 (2 かわさき未来づくりワークショップ 参照)

川崎駅周辺は、多数の大規模商業施設と歴史ある商店街が集積し、首都直近における有数の広域商圈を形成している。近年、川崎市は人口 150 万人を突破、川崎駅周辺においても様々な都市開発が進行中であり、市民生活やそれを支える商業環境は刻一刻と変化している状況である。そうした状況の変化に対応し、持続的な発展を担保するために、関係者全員が状況の変化と現状を正しく認識し、時代あるいは地域のニーズを把握することから始め、そこに問題意識を持ち、その解決のために取り組む意欲を共有し、具体的な取組に向けて立ち上がるべく、今年度、次世代のための明るい未来を創造していく具体的なアクションを生み出すことを目的とした「かわさき未来づくりワークショップ」を開催した。参加は自由で、商店街、大型店、企業等の方々が参加した。

	日付	出席者数	検討項目
第1回	平成30年 9月26日	63名	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップ開催概要 ・4つのテーマ別に話し合い A 観光・インバウンド B 公共交換の利活用 C リノベーションまちづくり D 住まい・暮らし ・各テーマの発表 ・今後の展開に関する案内
第2回	12月19日	56名	<ul style="list-style-type: none"> ・第1回ワークショップの振り返り ・かわさき未来づくりプロジェクトプレゼンテーション 大会(6団体からのアイデア発表) ・今後の展開に関する案内
第3回	平成31年 3月13日	47名	<ul style="list-style-type: none"> ・第2回ワークショップの振り返り ・川崎TMOが考えるまちのグランドデザイン ・わたしたちが描くかわさきの近ミライ ・今後の展開に関する案内

(3) インバウンド(訪日外国人)事業の実施

川崎駅周辺では生活者としての外国人が多く見受けられ、今後も増加すると思われる。また、2020年に東京五輪が開催されることを契機とした日本文化への関心が高まり、訪日外国人観光客が増加しており、今後もさらに増加していくと見込まれることから、下記のとおり、かわさき未来づくりワークショップ開催に併せ、セミナーを開催した。

	日付	出席者数	検討項目
第1回	平成30年 12月19日	56名	(株)よみうりISから、現在の台湾の状況、台湾における日本文化への関心が高まっており、併せて日本への観光客数が増えていること等が紹介された。
第2回	平成31年 3月13日	47名	合同会社訪日インバウンド対応総合研究所堀田実希氏から、川崎大師での活動、羽田空港での取組み等が紹介され、川崎の観光への意識を高める必要性を述べられた。

(4) 中心市街地活性化事業の実施 (3 中心市街地活性化事業(バスカー事業) 参照)

・バスカー事業

川崎銀座商業(協)、川崎砂子会(協)において毎月定期的を開催し、今年度は899ステージ実施したことにより、音楽と調和した快適で安心した空間を創出し、地域全体のイメージアップとともに回遊性の向上を図った。

(5) 環境向上事業の実施

はみ出し看板・商品等の規制活動（商店街パトロール）への参加ならびに実施を行った。又、川崎市や川崎警察署と積極的な連携を図り、「川崎駅周辺地区商店街協定」など TMO 独自の事業を始めとした啓発活動に取り組むことによって川崎駅周辺一帯における通行環境の整備及び美化実現の一助となるべく努めた。

・はみ出し看板・商品等の規制活動の実施

日 付	内 容
平成 30 年 6 月 13～15 日	・商店街パトロール実施（川崎市主催）
9 月 11～13 日	・商店街パトロール実施（川崎市主催）
12 月 4～6 日	・商店街パトロール実施（かわさき TMO 主催）
平成 31 年 3 月 4～6 日	・商店街パトロール実施（川崎市主催）

(6) 調査分析事業

ア 駅周辺の通行量調査の実施（4 街路交通量調査 参照）

- ・調査目的：川崎市中心市街地の通行量を計測し、変化と傾向を把握することによって、都市整備基盤データとして今後におけるかわさき TMO の提言等の基礎資料とする。
- ・調査日時：
 - ・休日観測：平成 31 年 3 月 3 日（日）10 時～20 時
 - ・平日観測：平成 31 年 3 月 7 日（木）10 時～20 時
- ・調査地点：川崎駅周辺中心市街地に JR 川崎駅東口・北口の 13 カ所
- ・調査内容：各調査地点において、方向別の男性歩行者、女性歩行者、自転車別に観測調査を行った。
 - ・調査委託先：株式会社エスピー研（東京都千代田区飯田橋 3-11-20）

イ 来街者の動向の把握（5 来街者動向アンケート 参照）

- ・調査目的：川崎市中心市街地の来街者を対象に来街者特性や来街目的など定性的な基礎情報を収集し、来街者情報として記録・保管を行う。

- ・調査日時：
 - ・平日調査：平成30年11月21日（水）10時～20時
 - ・休日調査：平成30年11月25日（日）10時～20時
- ・調査対象：川崎駅来街者332名（水曜日165名、日曜日167名）
- ・調査地点：5箇所（川崎銀座街・川崎銀柳街・チネチッタ通り・駅前交番付近・駅北口階段）
- ・調査内容：各地点とも1時間単位で、性別・年齢等のバランスを加味し、対象者を抽出し、調査員が街頭で聴取した。
- ・調査員：川崎商工会議所 街おこし協力隊

（7）他都市エリアマネジメント手法の研究・視察(6 他地区視察 参照)

平成31年1月25日(金)午後6時、横浜市中区(最寄り駅は桜木町)にある「野毛商店街」をTMO役員、商店街若手有志他計12名で視察した。まず、サブタウンマネージャー大木が野毛地区の成り立ちと現在の状況について説明した後、YMDS株式会社山岡社長から野毛手形の取り組みについて説明があった。その後、野毛手形の体験をし、都橋商店街を見学後解散した。

（8）「活動状況報告」の発行等（7 かわさきTMO通信 参照）

- ・「かわさきTMO通信」の発行(4回)

No.71、No.72、No.73、No.74

（9）広報業務

かわさきTMOの活動の告知、報告を掲載したのをはじめ、川崎駅周辺、主に商店会関係の活動に関する情報を掲載した。

以 上

2 かわさき未来づくりワークショップ

第1回 かわさき未来づくりワークショップ

■主催： かわさきタウンマネージメント機関(かわさきTMO)

■日時： 平成 30(2018)年9月 26 日(水) 14:30～17:00(14:00 受付開始)

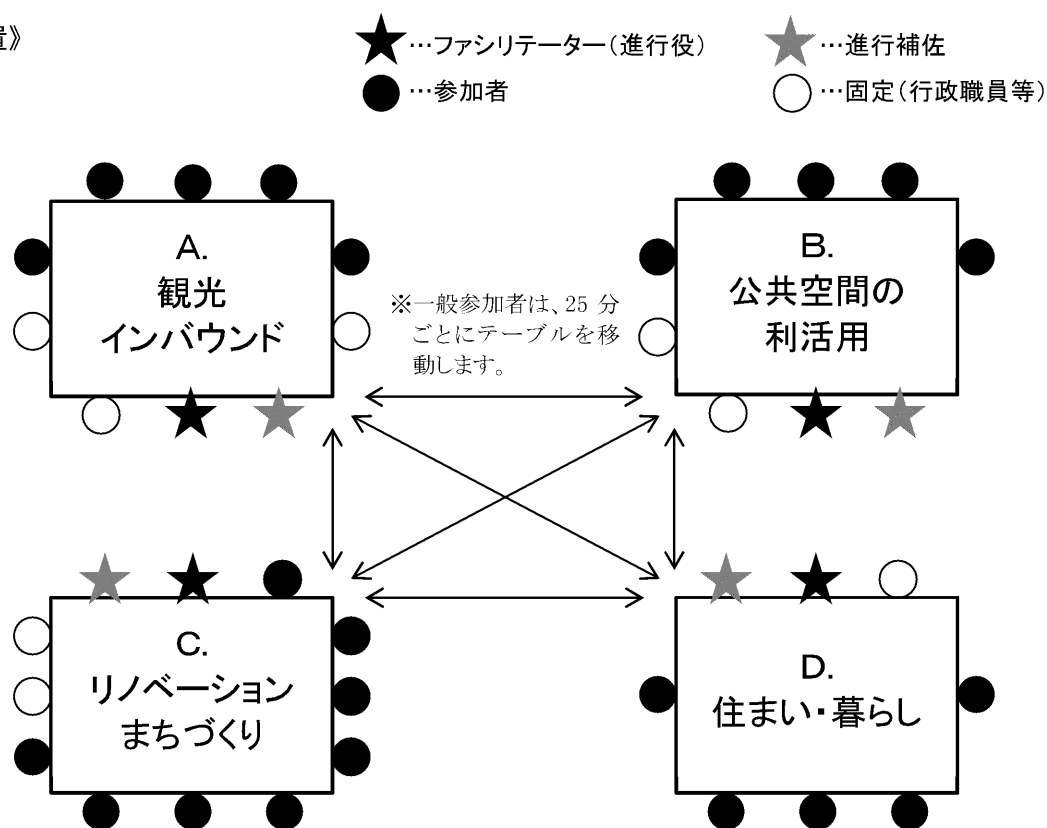
■会場： 川崎区役所(東田町8番地パレール三井ビル)7F第1・2会議室

時間	進行	備考
14:00～14:30	受付開始	※資料及び座席(移動)表配布
14:30～14:35	開会あいさつ	
14:35～14:45	ワークショップ開催の趣旨 本日の進行 別紙 1 4つのテーマの考え方 別紙 2・3・4	
14:45～16:45 ①14:45～ ②15:10～ ③15:35～ ④16:00～	ワークショップ “かわさき”のミカタ ●テーブルごとに、ファシリテーターの進行による話し合い。 ●25分経過したら、座席(移動)表で指定されたテーブルに移動し、話し合いを続行。 ●4つのテーブルすべてを回り切ったら終了。	※ファシリテーター(進行役) A: 田中さん B: 大木さん C: 沖山さん D: 築田さん ※タイムキーパー: 奥山さん ※
16:25～16:45	テーブルごとの発表	※発表: ファシリテーター
16:45～17:00	今後の展開に関するご案内 等 閉会あいさつ	

別紙1 本日の進行について

- このワークショップは、参加者が相互に問題意識や課題を共有し、課題解決のための具体的なアクションについて話し合うことに主眼を置いています。行政や事業者に対する要請や陳情の場ではないことをご理解の上、ご意見を述べていただきます様、お願い申し上げます。
- ご発言する際は、手を挙げて、①ご所属、②お名前を述べた上でご発言ください。
- 出来得る限り多くの方々のご意見をいただくために、ご発言は原則として1分以内でお願いします。
- 休憩時間はありません。話し合いの合間で各自休憩をとっていただいてもかまいません。

《会場配置》



※図上の席数は目安です。テーブルごとに参加者が増減する場合があります。

別紙2 “かわさき”のミカタ～4つのテーマの考え方

◆今、川崎駅周辺で何が起きているのか？地域は何を課題として捉えているか？

◆課題解決のために、まちとしてできること、やるべきことは何か？

**A.
観光
インバウンド**

- 川崎の「観光」って何？
- どんな人が川崎に来ている？何を求めて来る？
- どこから（東京、羽田？）どうやって（鉄道、バス？）川崎に来る？

日本人観光客

ビジネスマン・研究者

どこから？
どうやって？

外国人観光客

**B.
公共空間の
利活用**

- 規制の強化⇔利活用 “秩序”と“にぎわい”の両立
- 川崎駅周辺はオープンスペースがとっても豊富！
- オープンスペースの活用は、お客さんの回遊と滞在時間を増やす！
- まちのイメージアップは路上から！

※公共空間＝道路・公園の他、民有地内の公に開かれた場所（広場）など。

**C.
リノベーション
まちづくり**

- まちのイメージをつくるのは、良くも悪くもお店とお客…
- 大規模開発に依らない、まちの新しい価値の創造！
(チャレンジなまち、チャンスが生まれるまち)
- 遊んでる土地・建物ありませんか？
(オーナー⇔ユーザーのマッチング)

**D.
住まい・暮らし**

- 川崎区、幸区、人が増えている！川崎駅の利用者も増加中！
- どんな人が住んでいる（働いている）？
- どうやって移動する？（徒歩、自転車、バス、タクシー？）
- どこで買い物する？（新しいお客さん来てますか？）

旧住民

外国人居住者

就業者

どうやって
移動する？

どこで
買い物する？

ニューファミリー層

別紙3 川崎駅周辺を取り巻く動向

1)市・区における人口動態

川崎市は 1971 年に政令指定都市となりました。当時の人口は約 97 万人でしたが、現在は 151.5 万人（2018 年 5 月）。2010～2015 年の政令指定都市の人口増加率では、福岡市（5.12%）に次いで 2 位（3.49% ※ 3 位 仙台市 3.46%/ 4 位 さいたま市 3.40%）となっています。

川崎区の人口は 23.1 万人、幸区は 16.7 万人（2018 年 5 月）。20 年前と比較して、川崎区は 1.18 倍、幸区は 1.23 倍に増加しています。但し、老年人口割合は川崎区 22.2%、幸区 22.7% と、全市平均 20.1% を上回り（2017 年 10 月）、いずれも 20 年前の倍近い高齢化率を示し、今後は少子高齢化が進み、全市人口も 2030 年をピークとして減少に転じると見込まれています。

JR・京急を合わせた川崎駅の乗降客数は 1 日平均約 54 万人（2016 年）。2006 年は約 46 万人で、10 年で 8 万人も増加しています。

2)川崎駅周辺の発展動向

川崎駅周辺は古くは東海道川崎宿に端を発し、1872 年の川崎駅開業による都市機能の集積を基盤として、1900 年代から進められた埋立事業によって戦後には鉄鋼業や石油精製・石油化学などの多くの企業が集積した臨海部との関係から、永くそうした企業の就労者と古くからの住民の生活を支える商業・業務地として発展してきました。

川崎駅東口においては 1956 年に「さいか屋」が開店、1958 年に「駅ビルかわさき（川崎 B E を経て、現在のアトレ川崎）」開店。1980 年「川崎岡田屋モアーズ（現在の川崎モアーズ）」が開店、1986 年に川崎駅東口駅前広場及び「川崎地下街アゼリア」が完成しました（駅前広場は 2010 年に再編整備を実施、アゼリアは 2016 年開業 30 周年を機に全面改装）。1987 年には戦前からある「川崎銀座」を手始めとした日本初のシネマコンプレックス「チネチッタ」が開業（2002 年、エンターテインメントをテーマとする大型商業施設「ラ チッタデッラ」としてグランドオープン）。1988 年に「川崎ルフロン」開業とともに川崎駅東西自由通路が完成しました。以降、タワー・リパーク（1995）、川崎ダイス（2003）、クリエ川崎（2011）、川崎フロンティアビル（2012）、京急川崎駅前ビル（2015）と、近年まで大型の商業・業務施設の開業が続いています。

一方、川崎駅西口においては、幸町に立地していた「明治製糖」が 1983 年に閉鎖されたことを機に（1989 年には「明治製菓川崎工場」が閉鎖）、オフィス、住宅等の複合施設「かわさきテクノピア」への転換が実施されました（1988 年、第 1 街区完成/1990 年、第 2 街区完成）。2000 年に「東芝堀川町工場（堀川町）」が閉鎖されると、2006 年には同地に「ラゾーナ川崎プラザ」がオープン。オフィスビルや高層住宅レジデンスの開発と合わせて、東西連絡コンコース、バス・交通ターミナルや駅前広場も整備されました。隣接する大宮町では、老朽化した市営住宅、公団住宅、旧・国鉄社宅、大規模工場跡地等、さまざまな用途が混在していましたが、商業・業務ビルや住宅等への転換が進められ、2003 年には「ミューザ川崎」がオープン。同街区は現在も事業が進行中です。

3)近年～これからの展開

- 2013年10月、本町1丁目に「東海道かわさき宿交流館」がオープン。東海道川崎宿は2023年に400周年を迎えます。
- 川崎市体育館（2014年閉館）と教育文化会館大ホールの機能を引き継いだ再整備によって、「カルツかわさき（川崎市スポーツ・文化総合センター／川崎区富士見）」が2017年10月にオープン。
- 2018年2月、川崎駅北口自由通路が開設。同時に「アトレ川崎／エキナカ商業施設」の新設及び大規模リニューアルが行われました。
- 2018年1月、川崎ルフロンにおいて丸井川崎店が閉店。2018年度中を目途に大規模改装が予定されています。
- さいか屋川崎店（2015年閉店）跡地において、パルコによる「川崎ゼロゲート」の2019年初秋開業が発表されています。
- JR東日本による川崎駅西口開発計画（大宮町）が進行中。2020年春に「ホテルメトロポリタン川崎」開業、2021年春にオフィス棟を含む開発が完成する予定。
- UR都市機構と川崎市が施行者となる殿町三丁目土地区画整理事業によって、ライフサイエンス・環境分野を中心とした研究開発拠点「キングスカイフロント」が誕生。2011年から現在も施設立地が進行中。羽田空港との連絡道路（橋梁）の整備が2020年に完成する予定。
- 川崎市役所本庁舎の建て替え工事が進行中。2022年度中に完成予定。

- 「川崎駅周辺リノベーションまちづくりビジョン」（2018年3月）では、川崎駅周辺の空家・空きビルや遊休化している公共空間を資源して捉えなおし、まちづくりに生かすことを目的として、官民連携による取組を進めることとしています。
- 「臨海部ビジョン」（2018年3月）では、臨海部の30年後の将来像を「第4次産業革命を先導する高付加価値な生産」「産業活力と自然が調和し、世界最高レベルのエネルギーバランスを実現する」とし、川崎駅周辺を「商業・ビジネスの拠点」として位置づけ、そのさらに周辺において「働きやすく、暮らしやすい生活環境」を実現することとしています。

4)インバウンド(訪日外国人)の動向

- 川崎市全体における2017年の外国人推定滞在者数は約370,000人、宿泊者数は約24,000人。ここ3年間で滞在者数は約2倍、宿泊者数は約1.5倍に増加しています（対して、横浜市は全体的に微減傾向。また、神奈川県下での外国人宿泊者数は、横浜市が10%前後、川崎市が数%に対して、箱根町が80~90%と圧倒的）。
- 外国人滞在者数は、中国が46.97%、次いで米国17.61%。宿泊者数は、台湾が31.59%、次いで香港が23.12%となっています（2017年集計値）。
- SNSの投稿地点情報等の集計によれば、外国人に認識されている川崎市の観光スポットは、「藤子・F・不二雄ミュージアム」が圧倒的に多く、次いで「ラゾーナ川崎」「川崎大師」「京浜伏見稲荷神社」等が確認されています（2017年集計値）。但し、こうした観光スポットへの来訪者は東京方面からピンポイントで目的地にアクセスすることが多く、川崎市内での回遊は少ないと推察されています。

別紙4 かわさきTMOによるこれまでの取組

1. かわさきTMOの設立

かわさきタウンマネジメント機関（かわさきTMO）は、川崎駅周辺の11商店街と大型店、金融機関等によって構成される組織※1であり、1999年に策定された「川崎駅周辺市街地活性化基本計画（2007年改定）」に基づく当該市街地の環境改善や、イベント等による販売促進、情報発信による地域ブランド力の向上に向けて、商業者を中心とした民間主体による活動を推進する担い手として、2001年8月に設立されました。

2. これまでの取組

地域イベントの連携 商店街や市民活動団体等によって個別に行われていたイベント等の発信力、集客力の向上を図るために共同PR事業を実施しています。イベント関係者による意見交換の場「イベントサミット」の開催をきっかけとして、例年秋に行われる様々なイベントが2007年からは「フェスティバルなかわさき」として大々的なPR活動が毎年行われるようになってきました。



共同による販売促進 商店街や大型店の共同による販売促進事業として、これまでにクリスマス共同販促の実施、老舗マップの発行などに取り組んでいるほか、ポイントカードシステムの検討を行っています。

回遊性向上に向けた取組 川崎駅周辺への来街者、とりわけ国際化が進む中で注目されている訪日外国人などを想定して、市街地の回遊性を高めていくために、これまでにタッチラリー事業、オープンカフェ事業、ストリート名の外国語表示などの取組や、ワンコインバス導入の検討を進めています。2009年から実施している「バスカー事業」は「音楽のまち川崎」を实践するものとして定着しています。



道路の適正利用に向けた取組 道路の乱雑な状況に対して、沿道店舗等への適正な利用を呼びかけるために、かわさきTMO会員商店街間で「川崎駅周辺地区商店街協定」を2012年3月に締結。同時に川崎市及び川崎警察署との協働による「道路適正利用推進パトロール」を開始し、現在も定期的に呼びかけを行っています。



川崎駅周辺の活性化に向けた提言 かわさきTMO設立以来、川崎駅周辺の活性化に寄与する都市構造や施策について検討を進めており、2014年より「明日の川崎 ACE戦略」として取りまとめを開始し、以降これをベースに議論を進め、2017年度末には川崎市議団に対して提言を行っています。※2

その他 上記のような取組に関連したセミナーの開催やアンケート調査、川崎駅周辺の主要動線上の通行量調査など、各種調査活動を定期的に行っています。

3. 今後の展開

これまでの取組を継続する一方、川崎駅周辺の商業環境は現在も刻一刻と変化している状況へ柔軟に対応していくためには、近隣商業者との関係をより強化するとともに、地域課題の解決のためのアイデアと実行力のある事業者等との連携体制を構築していく必要があると考えています。こうした新たな体制を模索する中で、継続性のある自主事業の実現を目指しています。

※1 かわさきタウンマネージメント機関(かわさきTMO) 会員構成(2018年4月現在)

《会員》

会長	川崎駅広域商店街連合会	会長	猪熊 俊夫
副会長	川崎駅広域商店街連合会	会長代行	馬場 義弘
商店街	たちばな通商店街振興組合／川崎平和通商店街振興組合 川崎銀柳街商業協同組合／川崎銀座商業協同組合／川崎駅前大通商業協同組合 川崎市東田商店街商業協同組合／川崎駅前仲見世通商店街振興組合 チネチッタ通り商店街振興組合／川崎砂子会協同組合／パレール商店会 川崎駅西口商店会		
大型店	株式会社さいか屋／株式会社岡田屋／川崎アゼリア株式会社 株式会社アトレ川崎店／住商アーバン開発株式会社／ミュージア川崎管理組合 株式会社プライムプレイス／三井不動産商業マネジメント株式会社		
金融機関 他	横浜銀行川崎支店／川崎信用金庫／りそな銀行／日本政策金融公庫川崎支店 株式会社チッタエンタテイメント／川崎商工会議所		

《タウンマネージャー等》

タウンマネージャー 笹原 克／リエゾンコーディネーター 伊藤 和良

サブタウンマネージャー 大木 淳

《オブザーバー》

川崎市経済労働局商業振興課／川崎区役所まちづくり推進部企画課
公益財団法人川崎市産業振興財団

※2 かわさきTMOからの提言「明日の川崎 ACE戦略ー川崎駅周辺地区商業活性化戦略ー」(概要)

《将来像》 川崎駅周辺の発展に必要なキーワード「ACCESS」「CLEAN&SAFETY」「ENJOY」

市民・生活者・来街者・商業者等にとって

「便利がよく」「綺麗で安心」「楽しい街づくり」

《実現戦略》

戦略1 ACCESS 便利で近づきやすい街〈川崎駅周辺地区の回遊性の確保と魅力を高らかに〉

戦略2 CLEAN&SAFETY 美しい街、安全な街〈誇れるまちづくり、自分たちの力で実現〉

戦略3 ENJOY 愉しく憩える街〈街を劇場に、いつでもどこでもワクワクする街〉

《戦術としての提言》

提言1 川崎駅南都市軸の形成

川崎駅周辺地区の将来像にむけての骨格となる都市構造は、川崎駅東西を結び、駅から富士見公園まで繋がる三つの東西都市軸と多摩川に至る南北軸で形成される。

- 川崎駅南口開設／●駅南口にコンベンション施設／●駅南口に大型バス拠点機能
- さいか屋跡地に文化機能／●南都市軸公道の歩行者優先機能
- 駅から富士見公園までの楽しい道路空間づくり

提言2 個性ある魅力的な「通り＝STREET」をつくる

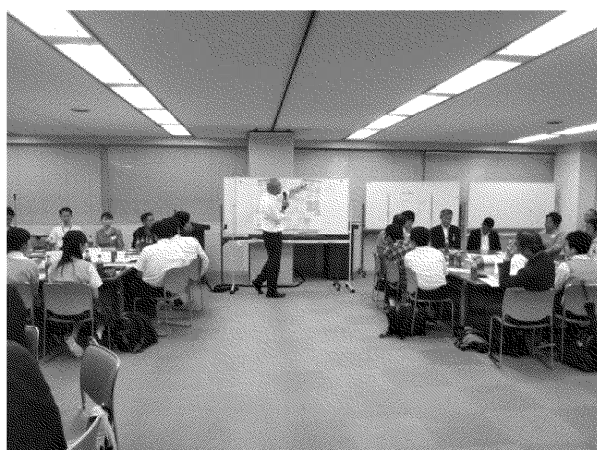
骨格となる都市軸(提言1)に個性ある魅力的な「通り＝ストリート」が血管のように張り巡らされることで、市民、住民、来街者、外国人の多様なニーズに応える。

- 商店街協定を基本とした各商店街の特性を活かした「まちづくりルール」の制定
- リノベーションによるテナントミックスの実現

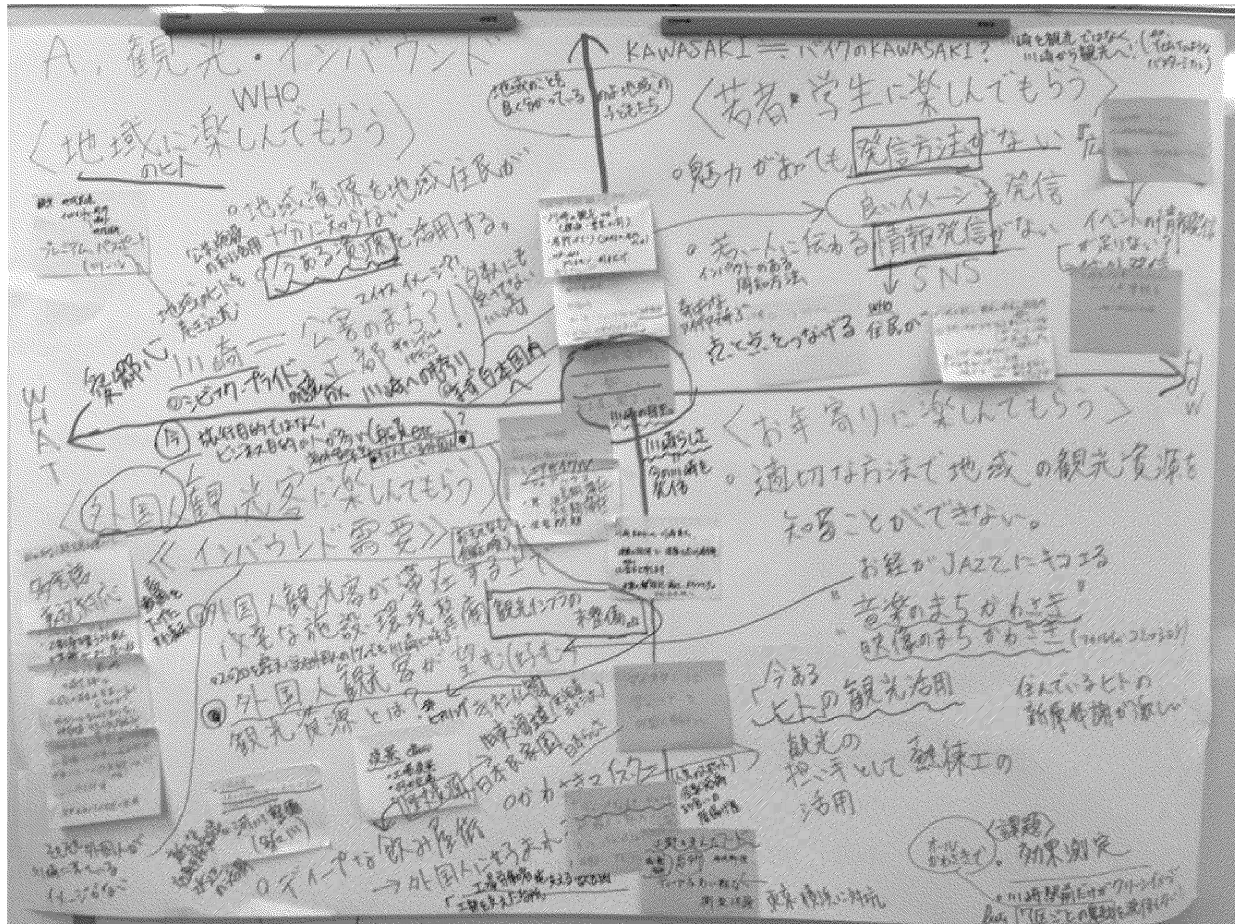
第1回 かわさき未来づくりワークショップ 当日意見のまとめ

- 主催： かわさきタウンマネジメント機関(かわさきTMO)
- 日時： 平成 30(2018)年 9 月 26 日(水) 14:30~17:00(14:00 受付開始)
- 会場： 川崎区役所(東田町 8 番地パレール三井ビル)7F第1・2会議室
- 参加者： 計 63 名(企画者 11 名/オブザーバー10 名/参加者 42 名)

《当日の様子》



A. 観光・インバウンド



川崎らしさ=今の川崎を発信する！ “工都”川崎

- KAWASAKI = バイクの KAWASAKI ?
- “川崎を観光”ではなく“川崎から観光”へ！ Ex. YCATのようなバスターミナルを。
- 川崎の名物、目玉がない。お土産に困る。
《川崎の観光とは？》
- 東京と横浜の間。
- 名所づくり（これからの名所づくり）。
- HP、SNS、ドラえもん、岡本太郎。
- 市民、日本人→工場夜景。外国の方→藤子・F・不二雄ミュージアムなど日本独自のもの。魅力の発信が足りない。
- “工都”川崎。それを支えた台所、フード。

地域のヒトに楽しんでもらう

- 地域資源を地域住民が十分に知らない。
- 地域のことをよくわかっているのは、地域の子どもたち。

- 今ある資源を活用する。公共施設の利活用も。
- 地域の人を巻き込む。プレミアムパスポートなど、ツールを活用して。
- 川崎＝公害のまち？ギャンブル、パチンコ。日本人にも受けていない川崎。
- シビックプライドの醸成。愛郷心。川崎の誇りを先ず日本国内へ。

若者・学生に楽しんでもらう

《魅力があっても発信方法がない(足りていない)》

- 学校内での意見…パッとしない。
- 多くの施設があるのに情報がない。情報を外へ（SNSやインフォメーションセンター）。
- イベントの情報発信が足りない。川崎市外に暮らしている人にも発信を！
- 若い人に伝わる情報発信がない。
- インパクトのある周知方法。
- 奇抜なアイデアで人を呼ぶ。

外国人・観光客に楽しんでもらう

《川崎のインバウンド需要》

- 旅行目的ではなく、ビジネス目的の人が多。海外留学生、住んでいる外国人。
- そもそも外国人が川崎に来ているイメージがない。
- 外国人が滞在する上で必要な施設、環境整備。現在は観光インフラが未整備。
- 不動産を買いたいというお客が来ることがある。
- 川崎大師は観光の目玉と言えるのか？外国人はほとんど知らない。神奈川県HPで川崎市が載っていない。

《外国人観光客が望む(好む)観光資源とは？》

- 夜景（昔から）。工場夜景。羽田空港。日本人には知られているけど、外国の人はあまり知らない。
- 外国人に人気のスポット。怪獣酒場、立ち食いの唐揚げ屋。
- “ディープなまち、かわさき”が最大の魅力！もっとディープなお店（スナック、八百屋など）を外国人にアピールする。
- ディープでわい雑な街並み体験。東京、横浜に対抗できる。
- 工場労働者を支える飲食街。工都を支えた台所。おもてなし。個店による外国人の受入れ。
- マイスターに学ぶツアーを外国人向けに。
- 寺社仏閣、旧東海道、日本民家園、日本らしさ。
- （外国人には）お経がJAZZに聞こえる。

《観光のためのツール》

- 羽田直結の京急と川崎駅を整備して、多摩川の有効利用を。多摩川口⇔旧東海道（川崎宿）⇔川崎大師など。歴史をからめた道の整備。
- 多摩川、水辺の活用。新たな交通手段の創出。
- シェアサイクル。

- シェアハウス（長期滞在）、民泊（短期滞在）⇔住宅問題
- 多言語表記対応が必要！

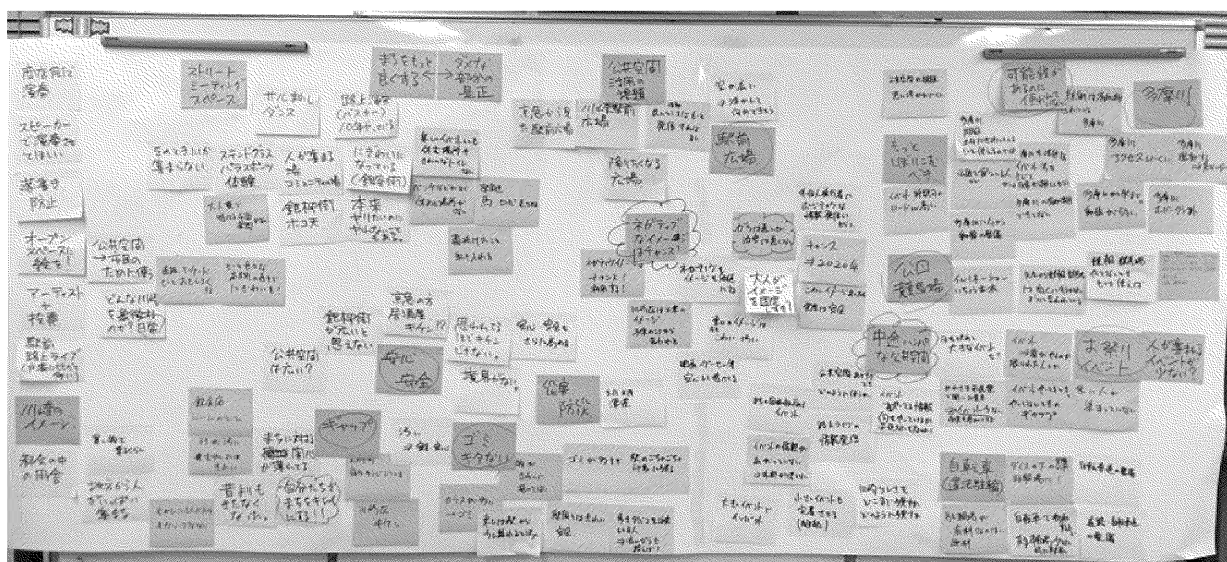
お年寄りに楽しんでもらう

- 適切な方法で地域の観光資源を知ることができない。
- 住んでいる人の新陳代謝が激しい。
- 今ある「人」の観光活用。観光の担い手として熟練工の活用“かわさきマイスター”

その他、課題について

- “音楽のまちかわさき”“映像のまちかわさき（フィルムコミッション）”
- 効果測定。
- 川崎駅前だけがクリーンイメージ。
- オール川崎で7区ごとの魅力を発信しないと。

B. 公共空間の利活用



川崎のイメージ

- 都会の中の田舎。
- （駅前には）買い物で来るくらい。
- 地方から人がいっぱい集まるまち。
《安心？安全？》
- 東口のイメージは今もこわい、汚い。
- 川崎区は工業のイメージ。子どものころから言われている。大人がイメージを固定している。

- 京急の方、居酒屋が集まっているあたりはキケン？
- 昔に比べたらキケンではない。“ガラは悪いが治安は悪くない”
- 映画、ゲーセン、安心して遊べている。
- イメージと実態にギャップがあるのが川崎。

《ゴミ、汚い！》

- まちが汚い。昔よりはきれいになったが…。⇔昔よりも汚くなったという意見も…。
- カラスが多い。ゴミのせい。
- 飲食店のルール徹底が必要！
- ゴミ多すぎ。駅前のごちゃごちゃが印象に残ってしまう。
- 東口は駅から少し離れると汚い。駅周りはキレイ。
- 歩きたばこを注意している人が、吸い殻も拾ってくれれば…。
- 自分たちでまちをキレイにする。

《自転車、違法駐輪》

- 駐輪場が有料なのは…。子どもにとっては遊びに来たいのにそれがネックになる。
- 駐輪場が少ない。特に駅前。
- ダイスの下、駐輪場に！
- 自転車道の整備。

《災害、防災対策を！》

- 3.11以降、津波の心配もあり、まち全体の災害、防災対策を考えていく必要がある。

《ネガティブなイメージを価値にする！》

- ネガティブイメージはチャンスでもある。むしろ利用すべき！
- “こわいイメージがあるが、実際は安全！”
- 2020年に向けて、外国人旅行者にポジティブな情報発信をしてもらえたら…。

まちの使い方、ストリートミーティングスペース！

- 銀柳街、銀座街。サルまわし、ダンスなどイベントをやっているが、その時しか人は集まらない。
- 銀座街、路上演奏（バスカー）を10年やっている。にぎわいになっている。
- （中学生から）商店街でブラスバンドの演奏。スピーカーで演奏を流してほしい。
- 落書き防止のために、オープンスペースに絵を描く。アーティストに描いてもらい、投票する。
- 駅前の路上ライブ。横浜駅や戸塚駅に比べて多い。川崎らしさ。
- 道路、アーケード空間をもっとおもしろくしたい。もっといろいろな通りでにぎわいをつくりたい。
- 何かとびぬけたことをやる！馬、ロバを走らせるとか。
- 公共空間を市民のために使う！イベントはその時のにぎわい。公共空間を使って日常のどんな川崎を象徴するか？“ストリートミーティングスペース”

《休める場所がない！》

- 楽しいイベントをやっても、休む場所やキレイなトイレがない。
- ベンチなどがない。
- 大人数で遊べる空間、公園がない。

公共空間活用の課題

まちを良くすること ⇔ ダメな部分を是正すること

- 公共空間の課題と言われても、思い浮かべにくい。
- “ココを使う”というように、もっと絞り込むべきではないか。
- イベントなどを行う際、許認可のハードルが高い。本来やりたいのにやれないこともある。
- 公共空間は“広い”と言えるか？銀柳街は広いと思えない。ごちゃごちゃしている。

可能性があるのに使われていない！

《駅前広場》

- 空が広い。これを活かして何かできそう。
- 京急高架、電車から見下ろした駅前広場。駅前に降りたくなる仕掛けができないか？

《多摩川》

- 土日はBBQなどで盛り上がっている。もっと使えるのでは？
- 有効活用できていない。イベントを通じて日常的に活用できるようにしたい。
- 東京側は有効活用されている。
- 多摩川で遊ぶ＝危ないイメージがある。
- 多摩川にアクセスしにくい。駅～多摩川間の動線が弱い。信号のない道を渡らなければいけないところもある。
- 多摩川を渡って羽田までの交通アクセスを！ホバークラフトなら浅いところも大丈夫！

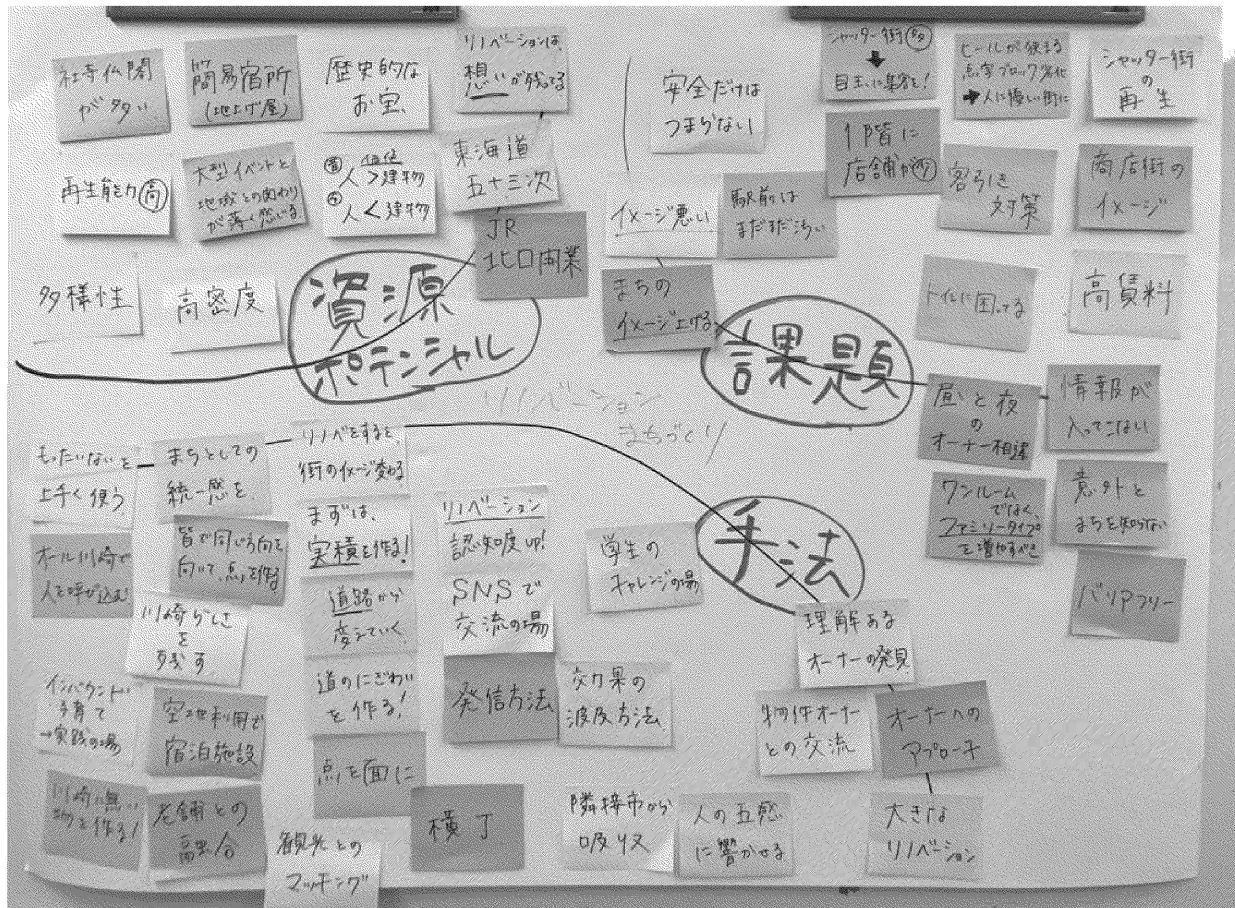
《競馬場、競輪場、その他》

- 先生から競輪場、競馬場は近づかないようにと言われている。
- 競輪場、競馬場、やっていないときはもっと使えば？
- 駅前通りのいちょう並木のイルミネーション。復活してほしい。

人が集まれるイベントが少ない？

- イベントをやっているときとやっていないときのギャップ。
- イベントをやっている人は限られた人？
- 市民祭りで聞いた意見。子ども、子連れも参加できるイベントが少ない。
- イベントやってる情報が広がっていない。外部から来ていない。
- 路上ライブの情報発信。
- 大きいイベントでインパクトを。ただし、川崎らしさをどこまで、どのように残すか？
- まちの回遊性を高めるイベント

C. リノベーションまちづくり



資源、ポテンシャル

- まちの価値。昔は“人” > “建物” 今は“人” < “建物”
- 大型イベントと地域の関わりが薄くなっている？
- リノベーションは（新たに作りあげることと違って）“思い”が残っている。
《まちづくりの資源、川崎のポテンシャル》
- 社寺仏閣が多い。
- 歴史的なお室。東海道五十三次。
- 簡易宿所。地上げによって減ってきている。
- 多様性がある。
- まちが高密度。
- まちの再生能力が高い。
- JR北口が開業してポテンシャルが上がっている。

課題

- イメージが悪い。まちのイメージを上げる！⇔安全だけではつまらない。
- 駅前はまだ汚い。

- 客引き対策を！
- 商店街のイメージ。シャッター街多い。1階部分に店舗が少ない。
- 高賃料。
- トイレに困っている。
- 点字ブロックの劣化。舗装が粗くヒールがはさまる。まちのバリアフリー化。人にやさしいまちに。
- 昼と夜のオーナーの相違。
- まちの情報が入ってこない。意外とまちを知らない。
- ワンルームではなく、ファミリータイプの住宅を増やすべき。

手法

《リノベをするとまちのイメージが変わる！》

- “もったいない”を上手く使う。
- まちとしての統一感を。
- 川崎らしさを残す。
- 空地利用で宿泊施設を。例：タイニーズ横浜日ノ出町
- 老舗との融合。

《まずは実績をつくる！》

- インバウンド、子育てなど。実践の場をつくる。
- 道路（通り）から変えていく。
- 道のにぎわいをつくる！
- 皆で同じ方向を向いて、点での実績をつくる。
- 点から面に。横丁の活用。

《効果の波及方法、発信方法》

- リノベーションの取組の認知度をUP！
- SNSで交流の場づくり。
- 学生のチャレンジの場。
- 隣接市から吸収。（東京・横浜に挟まれたポテンシャルを最大限に活かす）
- 人の五感に響かせる。
- オール川崎で人を呼び込む。
- 観光とのマッチング。

《オーナーへのアプローチ》

- 理解あるオーナーの発見。
- 物件オーナーとの交流。
- 大きな（公共空間）リノベーション。

D. 住まい・暮らし



こわい！何が？

- 昔は男性の80%がパンチパーマだった。
- 昔、こわいまち。今、こわいイメージが少なくなった。
- 住まいのためには、安全・安心が不可欠。犯罪が起きにくい環境に！
- 夜は外を歩かないように言われてる。防犯カメラ、警備員など、こわくないイメージ付けを！
- 防犯カメラ。ゴミ、景観を良くする。
- まだこわいイメージがある。インバウンド客もどう思っているか？クリーンにしないとね。
- 植込みのゴミ。汚い。

便利！でも…

- 不便ではない。
- こんな便利などこはない。でも自慢はできない。
- アーケードがあると歩きやすい。
《休める場所、少ない！》
- 薬屋、パチンコが多い。喫茶店などがあれば人が集まるのでは？

- 年寄り向けの店が少ない。
- スーパーの閉店時間、早く終わってしまう。

《公園》

- 休む場所がない。公園のトイレも汚いし、女性には×。
- 小さい子供が遊べる公園がない。ボールをつかえる公園がない。
- 公園は多い。活用できているか。カルッツなど。

《歩行環境》

- 裏路地、歩道が歩きにくい。歩きやすい道がほしい。

《その他》

- 拠点が駅に集中してしまっている。横浜は機能別に拠点がある。拠点の分散を。
- もっと機能的になればもっと便利なのに。
- 工都川崎で働く人。川崎に住んでほしい。いいまちをつくっていく。→人も変わっていく。
- 職場と住まいの近接。川崎に住んでほしい！
- 家が借りられそうにない人に貸すようなこともあればよいのでは。

情報

- 生活情報が全体的に少ない。
- インターネット中心に地域密着できめ細かい情報がほしい。

《在住外国人のための多言語表記》

- 外国人（在住者）に対しての情報ツールがほしい。
- 多言語表記を増やすべき。
- 安全、キレイに！などわかりやすい表示を！

コミュニティ “川崎グローバルコミュニティ”

《外国人とのご近所づきあい》

- 在住外国人とのコミュニケーション不足。
- 外国人とのご近所づきあいの仕方を考える。
- ご近所づきあいしたいけど…。
- 外国人の住居確保。外国人留学生、住民票ない。
- 外国人に先入観はない。外国人に住みやすいまちとして誘導できるのでは？
- ご飯を一緒に食べてコミュニケーション。踊る文化。“川崎グローバルコミュニティ”

《孫の代まで住み続けられるまちへ》

- ワンルームが多い。ファミリーが少ない。
- ワンルームマンションが増えている。
- 建物の所有者がわからない。
- 孤独、一人暮らし、独居老人。
- 人のつながり。シニアキッチン。
- 昔から人口の流出入が激しいまち。タテの通りは全部飲食店。

- 三世代先まで住み続けられるまちへ。
- 地域のコミュニティを使って、孫の世代まで、より良いまちへ。
- 単身世帯が多い。情報が伝わらない。地域の一体感が…。
- もう少し商店街の中で（お店どうしが）連携出来ないか。飲食店、店頭をキレイに。

交通

《自転車》

- シェアサイクル。
- 海まで平らだから自転車が使えらるけど、違法駐輪の問題が。駐輪場、商店街で連携サービスできないか？
- 自転車道の整備。いちよう並木をもっとPRしたい。
- 大師線。もっと駐輪場を。
- 東口～日進町の高架下。商業利用できないか？シェアサイクル？
- 自転車、停める場所がない。
- ダイスの地下、駐輪場があるといいのでは？
- 違法駐輪対策。駐輪場を使いやすいように、市と商店街が協力して。
- シェアサイクルは放置自転車対策にもなる。
- 無料駐輪場があるといいのでは？
- 自転車を少し停めたい場合、ラゾーナ（最初の4時間無料）か市役所通り。もう少しスペースがあるといいのに。
- 駐輪場が有料の場合、子どもが遊びに来づらくなる。

《バス》

- バス停。案内がわからない。
- バス、鉄道の乗り換えの見直し。インフォメーションの仕方を考えたい。
- 小田、渡田への交通。
- バス停がいっぱいありすぎてわかりにくい。
- バスの混雑。直行便（学校～駅など）を増やすといいのでは？
- わかりにくいこと。バス番号と出口の番号が違う。
- 鶴見からのバス本数が少ない。

《電車》

- 京急、多摩川口がない。JR北口はやっとできた。
- 駅周辺、車を停める場所がない。
- 大師線。終電が早すぎる。

《その他》

- 信号長すぎる。徒歩で移動しにくい。
- さいか屋、丸井など大型店の撤退。全体の将来像、グランドデザインからインフラを考えるべき。
- 川があるのに暮らしに活用できない。
- 東海道の雰囲気をもっと良くしたい。街灯だけでも全然違って来る。

第1回 かわさき未来づくりワークショップ 当日意見のまとめ(概要)

- 主催: かわさきタウンマネジメント機関(かわさきTMO) / ■日時: 平成30(2018)年9月26日(水)14:30~17:00(14:00受付開始)
- 会場: 川崎区役所(東田町8番地パレール三井ビル)7F第1・2会議室 / ■参加者: 計63名(企画者11名/オブザーバー10名/参加者42名)

住まい・暮らし

“川崎グローバルコミュニティ”

- 外国人(在住者)に対しての情報ツールがほしい。
- 多言語表記を増やすべき。
- (外国人と)ご飯を一緒に食べてコミュニケーション。
- 三世代先まで住み続けられるまちへ。

交通(自転車、バス、電車…)

- 違法駐輪対策。駐輪場を使いやすいように市と商店街が協力して。
- シェアサイクルは放置自転車対策にもなる。
- バス、鉄道の乗り換えの見直し。インフォメーションの仕方を考えたい。
- 裏路地、歩道が歩きにくい。歩きやすい道がほしい。
- 全体の将来像、グラウンドデザインからインフラを考えるべき。

- 多摩川口⇨旧東海道(川崎宿)⇨川崎大師など。歴史をからめた道の整備。
- 多摩川、水辺の活用。新たな交通手段の創出。

地域のヒトに楽しんでもらう

若者・学生に楽しんでもらう

外国人・観光客

に楽しんでもらう

お年寄り

に楽しんでもらう

- “工都川崎”それを支えた台所。フード(が東口の魅力)。
- 工場夜景、羽田空港。
- 外国人に人気のスポット。怪獣酒場、立ち食いの唐揚げ屋。
- ディープでわい雑な街並み体験。
- マイスターに学ぶツアーを外国人向けに。
- 寺社仏閣、旧東海道、日本民家園、日本らしさ。

まちを良くすること



ダメな部分を是正すること

- 飲食店の(ゴミ出し)ルール徹底。
- 自分たちでまちをキレイにする。(地域のことは先ずは地域が主体で)
- 防犯カメラ、警備員など、こわくないイメージ付けを!

川崎のイメージ

川崎らしさとは?

汚い、こわい、でも便利
 “ガラは悪いが、治安は悪くない”
 安全だけではつまらない!
 ネガティブイメージを
 ポジティブに発信!

可能性があるので**使われていない!**

- 京高高架、電車から原下ろした駅前広場。駅前に降りたくなる仕掛けができないか?
- 多摩川にアクセスしにくい(道路横断等)。
- 競馬場、競輪場、やっていないときはもっと使えば?
- 駅前通りのいちょう並木のイルミネーション。復活してほしい。

人が集まれる
イベントが少ない?

- 子ども、子連れでも参加できるイベントが少ない。
- 路上ライブの情報発信。
- 何かとびぬけたことをやる! 馬、ロバを走らせるとか。

公共空間の活用

“ストリートミーティングスペース”

- (中学生から)商店街でブラスバンドの演奏。スピーカーで演奏を流してほしい!
- 落書き防止のために、オープンスペースに絵を描く。
- 休む場所やキレイなトイレがない(ほしい!)
- 駐輪場が有料なのは…。子どもにとっては遊びにきたいのになんかネックになる。

リノベをすると**まちのイメージが変わる!**

まずは実績をつくる!

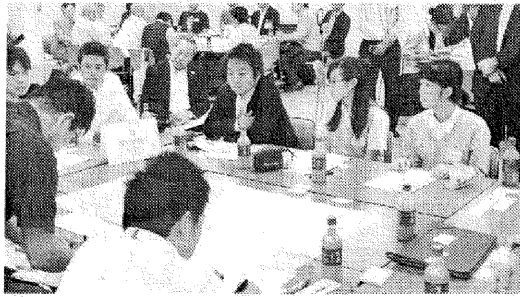
- インバウンド、子育てなど。(リノベによって)実践の場をつくる。
- 道路(通り)から変えていく。
- 点から面に。横丁の活用。

オーナーへのアプローチ

- 理解あるオーナーの発見。
- 物件オーナーとの交流。

観光・インバウンド

- SNSで交流の場づくり。
- 学生のチャレンジの場。
- (リノベの取組と)観光とのマッチング。



川崎駅周辺の活性化に向け、その未来を創造してという「かわさき未来づくりワークショップ」が26日、川崎区役所で始まり、地元商店街や事業者、行政、中

中心街活性化へ未来図

TMOがワークショップ

川崎

川崎駅周辺の活性化に向け、

その未来を創造してという「かわさき未来づくりワークショップ」が26日、川崎区役所で始まり、地元商店街や事業者、行政、中

学生ら約65人が意見を出し合った写真。駅周辺の商店街や大型店で構成する

「かわさきタウンマネージメント機関」（かわさきTMO）の主催で、来年2月ごろまで会合を重ね、街づくりに向けた提案や新規事業をまとめる。

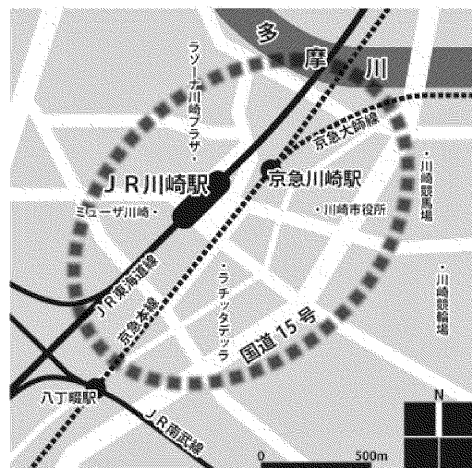
初日は「観光・インバウンド」「公共空間の利活用」「リノベーションまちづくり」など4テーマで問題意識や課題を発表。市立川崎高校付属中学3年の女子生徒は「壁などに落書きされないよう、アーティストに絵を描いてもらえばいい」「商店街のBGMに中学の吹奏楽部の演奏を流したら」などと、にぎわいの創

出に向けた意見を発表。そのほかにも「近くにある多摩川の水辺環境をうまく活用できないか」などのアイデアが出された。

同TMOは「かわさき未来づくりプロジェクト」として駅周辺の活性化に向けたアイデアを10月26日まで募集しており、次回以降の会合で発表、意見交換も行う。同TMOの馬場義弘会長代行は「街や商業の活性化に向け、多くのアイデアを出してほしい」と話している。問い合わせは、同TMO ☎044(233)8874。(滝村 誠)

かわさき未来づくりプロジェクト 川崎駅周辺の活性化に向けた幅広いアイデアを募集します！

川崎駅周辺の主だった商店街及び大型店等で構成する「かわさきタウンマネージメント機関(かわさきTMO)」では、市民生活やそれを支える商業環境の変化に対応し、持続的な発展を担保するための布石として、川崎駅周辺の活性化に寄与する「かわさき未来づくりプロジェクト」の幅広いアイデアを募集することとなりました。



1. 対象エリア 川崎駅周辺 ※右図参照

2. 募集の対象者
1. 対象エリアにお住まい、あるいはお勤めの方
 2. 対象エリア内で既に活動されている方
 3. 対象エリアのまちづくりに興味がある方

3. 募集期間 平成30年9月18日(火)～平成30年10月26日(金)

4. 募集するテーマ 川崎駅周辺におけるまちづくりのテーマを下記から1つ以上選択し、選択したテーマについて現況や課題を設定し、その解決のためのアイデアを提案していただきます。

A. 観光・インバウンド / B. 公共空間の利活用 / C. リノベーションまちづくり

※ご提案いただいたアイデアを下記のような分類で仕分け、分類ごとに評価を行う予定。本格的な事業として実現可能なものから将来の夢を描くものまで、幅広いアイデアをお待ちしています！

1. かわさきTMOとの協働による事業として実現が可能と見込まれるアイデア
2. 社会実験等から取組を開始し、将来実現が可能と見込まれるアイデア
3. 実現には時間がかかるが、将来こうなったらいいという夢のあるアイデア

5. 選定プロセス及びスケジュール

- ①9/26(水)開催の「第1回かわさき未来づくりワークショップ」にご参加いただき(任意参加)、川崎駅周辺における現状や問題点などを共有していただきます。
- ②アイデアの内容に基づき、かわさきTMO役員が個別にヒアリングさせていただきます。
- ③12月以降開催予定の第2、3回ワークショップの場にてプレゼンテーションを行っていただき、その場で参加者のみなさんからの質疑、意見交換を実施！
- ④一連のワークショップ終了後(今年度末)、かわさきTMO役員が提案内容を総合的に評価し、川崎駅周辺の活性化に寄与するアイデアを選定、公表します！

6. 応募方法 応募方法や提案書の様式等は、下記事務局にお問い合わせください。

かわさきタウンマネージメント機関(かわさきTMO)とは？ 川崎駅周辺の11商店街と大型店、金融機関等によって構成される組織であり、1999年に策定された「川崎駅周辺市街地活性化基本計画(2007年改定)」に基づく当該市街地の環境改善や、イベント等による販売促進、情報発信による地域ブランド力の向上に向けて、商業者を中心とした民間主体による活動を推進する担い手として2001年8月に設立されました。

アイデア募集に関するお問い合わせ、
9/26(水)開催のワークショップなど、
取材のお申込みは事務局まで！

かわさきTMO事務局(担当:松村 勝秀)
〒210-0006 川崎市川崎区砂子 2-6-13 武藤ビル
TEL 044-233-8874 FAX 044-276-8049
E-mail://m-kosyoren@ace.ocn.ne.jp https://kawasaki-tmo.com

かわさき未来づくりプロジェクト

川崎駅周辺の活性化に向けた幅広いアイデアを募集します！

かわさきタウンマネジメント機関(かわさきTMO)

川崎駅周辺は、多数の大規模商業施設と歴史ある商店街が集積し、首都直近における有数の広域商圈を形成しています。近年、川崎市は人口 150 万人を突破、川崎駅周辺においても様々な都市開発が進行中であり、市民生活やそれを支える商業環境は刻一刻と変化しています。

主だった商店街及び大型店で構成するわたしたち「かわさきタウンマネジメント機関(かわさきTMO)」では、この度そうした状況の変化に対応し、持続的な発展を担保するための布石として、川崎駅周辺の活性化に寄与する「かわさき未来づくりプロジェクト」の幅広いアイデアを募集します。

1. 対象エリア

川崎駅周辺 ※資料1参照

2. 募集の対象者

次のいずれかの条件にあてはまる個人、団体（複数団体による共同提案も可）

1. 対象エリアにお住まい、あるいはお勤めの方
2. 対象エリア内で既に活動されている方
3. 対象エリアのまちづくりに興味がある方

3. 募集期間

平成30年9月18日（火）～平成30年10月26日（金）

4. 募集するテーマ

川崎駅周辺を取り巻く動向（資料2参照）、かわさきTMOによるこれまでの取組（資料3参照）をふまえて、川崎駅周辺におけるまちづくりのテーマを下記から1つ以上選択し、選択したテーマに対して、①現状をどのように認識しているか？（課題提起）、②課題解決のためのアイデア、③そのアイデアを実現することによって川崎駅周辺にどのような効果があるか？について提案してください。

- A. 観光・インバウンド
- B. 公共空間の利活用
- C. リノベーションまちづくり

※ご提案いただいたアイデアを選定する際は、アイデアを下記のような分類で仕分け、分類ごとに評価を行う予定です。本格的な事業として実現可能なものから、将来の夢を描くものま

で、幅広いアイデアをお待ちしております！

1. かわさきTMOとの協働による事業として実現が可能と見込まれるアイデア
2. 社会実験等から取組を開始し、将来実現が可能と見込まれるアイデア
3. 実現には時間がかかるが、将来こうなったらいいという夢のあるアイデア

5. 選定プロセス及びスケジュール

①9/26開催の「第1回かわさき未来づくりワークショップ」にご参加いただき、川崎駅周辺における現状や問題点などを共有していただきます。

※ワークショップへの参加は任意であり、参加の有無がアイデアの評価に影響することはありません。

※ワークショップ参加のお申し込みは、別紙「かわさき未来づくりワークショップ 開催案内」をご参照ください。

↓

②提案書の内容に基づき、かわさきTMO役員が個別にヒアリングをさせていただきます。その際に、アイデアの分類やプレゼンテーションの内容についても相談させていただきます（10月末～11月初旬を予定）。

↓

③12月以降開催予定（時期は未定）のワークショップの場にてプレゼンテーションを行っていただき、その場で参加者のみなさんからの質疑、意見交換を行います。

※プレゼンテーションのためのパワーポイント等、資料の作成をお願いします。

↓

④一連のワークショップ終了後、かわさきTMO役員が提案内容を総合的に評価し、川崎駅周辺の活性化に寄与するアイデアを選定し、公表します。

※選定結果及び公表の方法については、別途お知らせいたします。

6. 応募方法

提案書（**様式1**）、**様式2**）を作成し、様式を下記事務局に郵送またはファックス、E-mailで提出してください。

募集内容等についてご質問がございましたら、**様式3**にてお問い合わせください。後日、個別に連絡を差し上げるか、ヒアリングにて回答させていただきます。

かわさきTMO事務局（担当：松村 勝秀）

〒210-0006 川崎市川崎区砂子2-6-13 武藤ビル

TEL 044-233-8874 FAX 044-276-8049 E-mail://m-kosyoren@ace.ocn.ne.jp

<https://kawasaki-tmo.com>

様式1 提案書

平成30年 月 日

かわさき未来づくりプロジェクト 提案書

かわさきタウンマネジメント機関 宛

団体（個人）名	
所在地	〒
代表者	
連絡先	部署名： 担当者氏名： TEL： FAX： E-mail：
提案（アイデア）名	
テーマ ※右記のテーマから1つ以上 に○を。	A. 観光・インバウンド B. 公共空間の利活用 C. リノベーションまちづくり
協力者・役割 ※協力者がいる場合、ある いは複数団体によるグル ープでの応募の場合、そ の名称及び役割を記載し てください。	

様式2 提案（アイデア）概要

※様式1で選択したテーマに対して、①現状をどのように認識しているか？（課題提起）、②課題を解決するためのアイデア、③そのアイデアによって川崎駅周辺にどのような効果があるか？について述べてください。
※紙面が足りない場合、必要に応じて拡張していただくか、別紙を添付してください。枚数制限はありません。

様式3 質問書

団体（個人）名	
連絡先	部署名： 担当者氏名： TEL： FAX： E-mail：
質問内容	
<p>※いただいた質問に対しては、個別に連絡を差し上げるか、後日ヒアリングにて回答させていただきます。</p>	

第2回 かわさき未来づくりワークショップ “かわさき未来づくりプロジェクト プレゼンテーション大会！！”

■主催： かわさきタウンマネジメント機関(かわさきTMO)

■日時： 平成 30(2018)年 12月 19日(水)14:30~17:00(14:00 受付開始)

■会場： 川崎区役所(東田町8番地パレール三井ビル)7F第1・2会議室

時間	進行	備考
14:00~14:30	受付開始	※資料及び座席(移動)表配布
14:30	開会	※司会：大木 ※挨拶：馬場副会長
14:30~14:40	第1回ワークショップの振り返り 本日の進行について	※説明：大木
14:40~16:45	<p style="text-align: center;">かわさき未来づくりプロジェクト プレゼンテーション大会</p> <p>●アイデア募集にご応募いただいた提案者のみなさんによるプレゼンテーション(計6提案+報告) 資料1</p> <p>●提案に対するコメンテーターからの質疑・評価 資料2</p> <p style="text-align: center;">+</p> <p>会場からの質疑・評価</p>	<p>※プレゼン 10分+質疑 7~9分(+ 入れ替え 1~3分)計 20分</p> <p>※コメンテーター(予定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・築田氏(川崎市商店街連合会) ・中野氏(川崎商工会議所) ・戸村氏(平和通り商店街) ・笹原氏(かわさきTMO)
16:45~16:55	総評	<p>※各コメンテーターから</p> <p>※会場から</p>
16:55~17:00	<p>今後の展開に関するご案内 等 資料3</p> <p>閉会</p>	<p>※説明：大木</p> <p>※挨拶：伊藤リエゾンコーディネーター/馬場副会長</p>

資料 1 提案者及び発表開始時間

No.	提案(アイデア)名	提案者	発表開始時間
1	①デジタルサイネージ&コンテンツによるインバウンド対策 ②防災・発災時のデジタルアシストツールの提案 ③SNS の利用率が際立つ「台湾」の地域特性を生かした費用対効果の高い効率的なインバウンド企画	株式会社読売 IS	14:40～
2	インスタ映えするコスプレスポット	横浜商科大学 田尻ゼミ 川崎チーム	15:00～
3	音楽のあふれるまち 川崎	川崎高校付属中学校第3学年	15:20～
4	Basho Tori	Basho Tori(チーム)	15:40～
5	川崎街づくりファンド実験	株式会社 NENGO	16:00～
6	①東海道川崎宿 400 プロジェクト ②カワサキ ホスピタリティーズ	サニーワンステップ株式会社	16:20～
(報告)	カワサキよりみちサーカス(12/22 開催)	カワサキサーカスプロジェクト実行委員会	16:40～

=====提案者のみなさまへ=====

- プレゼン（発表時間）は 10 分以内でお願いします。その後、コメンテーターや会場からの質疑に対してお答えいただく時間を設けます（7～9分程度）。
- 発表形態は原則自由ですが、多くの参加者に対する訴求性を高めるために、可能であれば投影によるプレゼンをお願いします（下記機材を用意します）。

プロジェクター、スクリーン、ノートパソコン（Windows）

- 投影データは、12月9日（日）までに下記メールアドレスにお送りください。USBメモリ等による当日持ち込みや、自身でノートパソコン等を用意する場合は、動作チェックのために 13:45 までにご来場ください。
- 当日、参加者に配布したい資料等があれば、A4サイズ1～5枚程度であれば印刷してご用意いたします。その際は、12月9日（日）までに下記メールアドレスにデータをお送りください。配布資料を当日持ち込みする場合は、70部ご用意いただき、13:45 までにご来場ください。

かわさきTMO事務局（担当：松村 勝秀）

〒210-0006 川崎市川崎区砂子 2-6-13 武藤ビル

TEL 044-233-8874 FAX 044-276-8049 E-mail://m-kosyoren@ace.ocn.ne.jp

<https://kawasaki-tmo.com>

資料2 提案の評価について

今回のプレゼンテーション大会は、提案内容の是非を問うものではありません。

“どうしたら実現できるか？”をみんなで考えることに主眼を置いています。

かわさきTMOと提案者、ここにいるみなさんが協力して、

まちを良くしたいという想いを今、カタチにすること（かわさきの近ミライ）。

それがきっと、まちのあるべき姿、将来像（まちのランドデザイン）へと導いてくれます。

《評価の視点》

提案内容に対して、コメンテーターや会場からの質疑を行います。その際は、以下の点について評価した上でコメントをお願いします。

- (1) 課題(現状)認識に共感できるか？
- (2) 川崎ならではの着眼点、ユニークさがあるか？
- (3) だれが(主体・協力者等)？どうやって(体制、資金等)？実現するか？
- (4) どんな効果が見込めるか？その効果に共感できるか？
(地域まちづくりへの貢献、費用対効果等)

《提案内容の分類》

質疑の内容を踏まえ、主に実現性の度合いによって提案内容を以下の項目に分類します。この分類をもとに第3回ワークショップまでにアイデアをさらにブラッシュアップしていきます。

- 1.かわさきTMOとの協働による事業として実現が可能と見込まれるアイデア
- 2.社会実験等から取組を開始し、将来実現が可能と見込まれるアイデア
- 3.実現には時間がかかるが、将来こうなったらいいという夢のあるアイデア

~~~~~予告~~~~~

平成 31(2019)年 2 月下旬

第3回 かわさき未来づくりワークショップ  
“かわさきの近ミライ～まちのランドデザインへ”

次回ワークショップでは…

《アイデアのブラッシュアップ、実行体制の精査》

《アイデアを踏まえたかわさきの近ミライ、その方向性》

まちの魅力発見・発信

回遊性の向上

ホスピタリティの向上

まちづくりのステークホルダー・人材の発掘・育成

…etc.

《わたしたちが描くまちのランドデザイン》

などなど、報告・発表を予定しています！

乞うご期待！

## かわさき未来づくりプロジェクト 提案集①

《提案者》 株式会社読売 IS

《提案(アイデア名)》

- ① SNS の利用率が際立つ「台湾」の地域特性を生かした費用対効果の高い効率的なインバウンド企画
- ② デジタルサイネージ&コンテンツによるインバウンド対
- ③ 防災・発災時のデジタルアシストツールの提案

《テーマ》

A 観光・インバウンド

B 公共空間の利活用

C リノベーションまちづくり



【現状の問題点】

川崎全体での観光目的の外国人滞在者数は増えているが、

①他の地域より宿泊者数が少なく（数パーセント）

川崎市内での回遊がされていないのではないか（川崎駅周辺への来街）

②「川崎の魅力」のどこにスポットを当てるかハッキリしていない（ブランディング）から、対外的な認知度やイメージが「行ってみたい」に繋がっていないのではないか

（※参考：資料 2-4）、9/26 ワークショップ参加によるヒアリング）

【上記①②を解決するための課題】

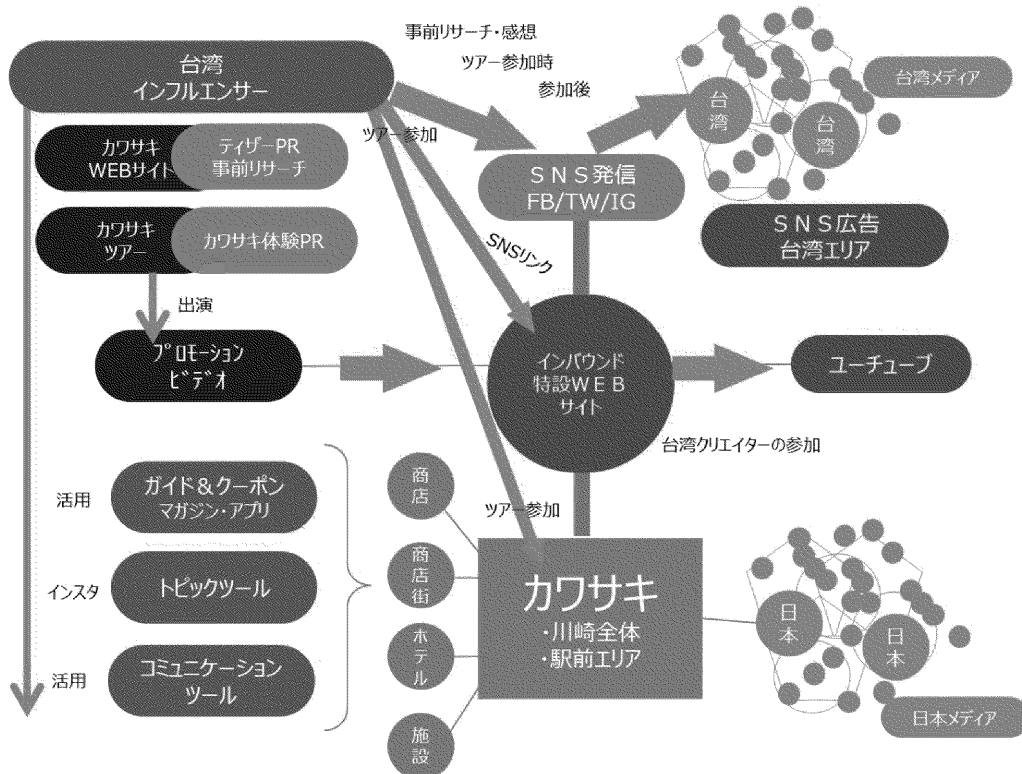
川崎市内での回遊及び滞在機会を増やす海外に向けたインバウンド対策

【当社のご提案】

（Ⅰ）「明日への川崎 ACE戦略」に基づいた情報提供

（Ⅱ）ターゲットエリアを「台湾」に絞った

マーケティングリサーチを兼ねたSNSによるインバウンド施策



詳細は次ページ以降でご説明します

## (I) 「明日への川崎 ACE戦略」に基づいた情報提供

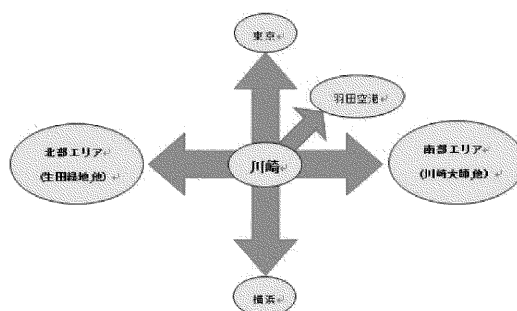
川崎駅周辺に宿泊することによる「利便性」「安全感」「お得感」「ワクワク感」「希少性（体験）」の5方向を吟味し、リリースする情報を整理し拡散する。

### ①川崎市観光資源のPRを強化する

### ②宿泊先としての川崎駅周辺の強みをPRする

### ③川崎が実施する外国人旅行者へサポートをPRする

川崎の観光資源は、北部の生田緑地、藤子F不二雄ミュージアム、岡本太郎美術館、南部の川崎大師、多摩川といった魅力的な観光地があります。また、羽田⇄川崎⇄横浜・東京と双方向に20分以内にアクセスできる絶好のロケーションです。北部、南部の縦のラインは、台湾人が好む、古きよき日本の古民家の情景が広がるエリア(生田緑地、古民家園、川崎大師)を中心に、ノスタルジックな情景を楽しむ事が可能です。一方、東西の横のラインは、羽田・東京もしくは横浜からのアクセスの良さをメインに首都圏の観光のハブエリアとしてプロモーションの展開が可能です。また、JR川崎駅北口行政サービス施設「かわさききたテラス」内の観光案内所は外国人観光客にとって安心の窓口として機能します。



## (II) ターゲットエリアを「台湾」に絞った、マーケティングリサーチを兼ねたSNSによる初期インバウンド施策（台湾をターゲットにする7つの根拠）

1. 川崎駅周辺での外国人宿泊者の国別で1位が台湾（人口2300万人に対し訪日客は年間450万人）
2. リピーターが多く、東京、京都等メイン観光地に飽きている
3. 日本の良いイメージが伝承されている親日国、日本のルールを遵守してもらえる国民性
4. 日本文化の理解度、興味度が高く、特に若年者層は好奇心が強い
5. FB、LINE等SNSが盛んなので、インバウンドの効果を上げやすい
6. 台湾は国土面積が狭く人口密度が高いため、効果的に宣伝が可能
7. 台湾で評判になると、大陸に伝播し中国本土でも評判になる

## ●メディアをどうするか

### ①カワサキインフルエンサー（モニター）を活用する

近年 10 万人以上のフォロワーを有する台湾人「メジャー・インフルエンサー」を日本の多くの地方自治体が招致して各地方の魅力を発信しています。しかしながら、この手法は、最初は効果があったものの「インフルエンサーのギャラの高騰」「多数掛け持ちで長期にわたっては魅力を発信してもらえず単発リーチで終わってしまうため話題化されない」などの課題があります。そこで今回は、

- (1) 「FB で 1,000 人以上または、グループ LINE を 30 グループ以上でメンバーになっている発信力のある一般的な若い女性」を 10 名モニターとして契約し、2泊3日程度の川崎街巡りツアーに参加してもらいます。その模様をVTRや写真に収めコンテンツを制作します。
- (2) 川崎滞在中、FB、LINE、インスタグラム等に多数アップさせる事と同時に、帰国後1ヶ月間にわたり、川崎の体験や感想をSNSで発信し続けてもらいます。

### ②インバウンド向け特設WEBサイトの制作 及び 川崎PV（北京語版）を制作する

情報拠点となるインバウンド特設サイトを準備します。併せて、台湾人の視点から、川崎の街の魅力をとらえた3分程度のPVを制作し、ユーチューブで発信します。誘導は①のモニター10名で、ターゲティング広告を展開します。

### ③台湾人に向けた「Facebook」「LINE」での広告展開

台湾国内で圧倒的に使用頻度の高い「FB」と「LINE」で、特設サイトやPVへの誘導を目的としたターゲティング広告を行います。地域、年齢、性別をセグメントできるため媒体費用を抑え効率の良い施策です。

## ●ツール、コンテンツをどうするか

### ④「インスタ映え」するシチュエーションをつくります

外国人旅行者が「インスタ」したくなる魅力的な「スイーツ」「土産・特産品」「小道具」を用意します。例えば、ツーショット用のオブジェ、街角ミニオブジェ、壁面アート、かつら、着物・浴衣（東海道五十三次）など、回遊させたい商店街や施設に設置します。もちろん「カワサキインフルエンサー」は体験しSNSで情報発信します。“シビックプライド”の醸成のきっかけづくりにもなります。



⑤「川崎ガイド&クーポンブック（北京語翻訳版）」の発行及びスマフォ・アプリの制作

従来のガイド本とは異なり、読者に地域や店舗に足を運んでもらい、体験をしてもらう地域密着型“使えるガイドブック”を制作し発行します。地元企業や商店街とのタイアップにより、話題の老舗や地元の隠れた名店を魅力的に案内します。クーポンの有効期間中、本誌を提示すると、掲載店舗の商品やサービスが割引で楽しめます。グルメ、ショッピング、楽しむ、ビューティー、学ぶ、観る、など幅広いジャンルを網羅します。旅行者の利便性を考慮しスマフォアプリの制作も行います。



※過去事例

⑥インバウンド対応 飲食店向けアレルギー対策ツール

近年、外国人観光客が増えていく中、食物アレルギー事故防止のための対策は、食品を提供する飲食店の自主的な判断に任されています。言語による意思疎通ができない外国人観光客にとって、食物アレルギーの伝達は困難です。そこで、死亡に至る恐れのある食物アレルギーについての伝達ツールを作成し、お店側と外国人観光客の両者にとって、安心できるコミュニケーションツールの制作をご提案します。街全体の取り組みとしての好感度をアップするとともに、オリンピックに向けた具体的な取り組み事例として広報して参ります。



## 【効果について】

今回施策の軸となる「カワサキインフルエンサー（モニター）」を活用する効果について、以下想定します。

- ・インフルエンサー1人当たりのフォロワー：1,000人
- ・インフルエンサー10人×1,000人=10,000人
- ・インフルエンサーからフォロワーへ拡散2倍想定

初動において、台湾人の潜在ターゲット20,000人へのリーチを見込みます。

PR活動は、継続的におこなっていくため実際の情報拡散力は計り知れません。

また、同タイミングでFbに広告掲載することで認知から話題づくりを図ります。

効果測定策としては、アプリやWEBに誘導し、ダウンロード数やPVを把握するとともにアプリ等で発行したクーポンの利用計測や特設WEBサイト分析をすることで反響効果を測定しレポートします。また、SNSコミュニケーションの分析についても分析ツールの導入を検討して参ります。

以上

【現状の問題点】

川崎全体での観光目的の外国人滞在者数は増えているが、

①他の地域より宿泊者数が少なく（数パーセント）

川崎市内での回遊がされていないのではないか（川崎駅周辺への来街）

②「川崎の魅力」のどこにスポットを当てるかハッキリしていない（ブランディング）から、対外的な認知度やイメージが「行ってみたい」に繋がっていないのではないか

（※参考：資料 2-4）、9/26 ワークショップ参加によるヒアリング）

【上記①②を解決するための課題】

川崎市のキーワードでもある、音楽のまち、映像のまち、スポーツのまち、観光のまち  
これらが市民でさえも忘れがちになっている現状に課題提起の起点とし、  
街中に情報発信基地を設置する

【当社のご提案】

●ハード面

①大型ビジョン H3m×W4m のLED ビジョンを新設

普段は公共的な情報を中心とした表示媒体。緊急放送や避難誘導にも役立たせる。  
市政・行政情報、緊急情報、ニュース、天気予報、星座占い、広告CM等を上映する。  
設置場所候補（1）川崎駅東口「アトレ川崎」の壁面（駅に向かって中央やや左側）

②Glass Wall H2m×W5m の透過型LED ビジョンを新設

普段は公共的な情報を中心とした表示媒体。緊急放送や避難誘導にも役立たせる。  
設置場所候補（2）川崎駅東口アゼリア地下街へ向かう階段・エスカの対面上部  
（駅からアゼリア地下街に向かう人たち向け）

設置場所候補（3）設置場所候補②の裏（反対）側のガラス面の内側

（京急線の高架からJR川崎駅東口へ向かう人たち向け）

③Window Shop Glass Case

川崎駅東口の中央出口を左に曲がって、北口・京急川崎駅へ向かう途中のアトレ川崎の壁面に大きなガラスケースを新設。そこに、常に新しい商品が並び道行く人たちに商品宣伝をするだけでなく、その場で直接商品購入も出来る新しいタイプの Window Shop を展開する。  
既にこの企画は、他に例の無い新しい販売方法として商業施設で採用され進行中。

#### ④店舗空席情報サーチ機能付き飲食デジタルサイネージ

飲食店内にAIカメラを搭載して、混み具合をシステムで掌握して、店内の空席上表をリアルに表示するシステムと電子表示機器のセット。多言語機能により外国人観光客は安心して川崎駅周辺を回遊。飲食難民への利用者サービス向上とこの企画の加盟店への顧客誘導、店舗運営の補助として活用する。

設置場所候補 (4)川崎駅中央コンコースのうち、JR川崎駅改札前の周辺案内図に隣接した場所、または西口「ラゾーナ川崎」手前の東芝口のあたり。さらに、飲食だけではなく、宿泊情報、観光情報などを表示する機能を付け加えるなどする。電子表示媒体は、緊急情報にも対応した表示機能をつけて公共性も持たせる。

#### ⑤観光案内情報発信のデジタルサイネージの新設

既存の観光協会のスペース（川崎駅中央コンコース西側ラゾーナ川崎手前）を有効活用。現状は、小型モニタ2枚とパンフレットラックのみ。インバウンド向け多言語対応の観光・多目的情報デジタル案内板『マルナボ®』をこのスペースに新設。または、中央通路に自立媒体として新設。広告媒体機能を併設して運用することにより、維持コストを削減。

### ●コンテンツ面

#### ⑥プロモーション映像の制作

##### ◆ニュージーランド政府観光局のプロモーションビデオ参照

ニュージーランド政府観光局「全ての世界地図にニュージーランドを掲載することを推進する動画キャンペーン「#getNZonthemap (<https://youtu.be/ss4K97HVEE4>)」

(案) シン・ゴジラの一場面を川崎市版にジョークを交えて製作

職員A：『報告しますっ！鎌倉に再上陸したゴジラ(第4形態)が、川崎の中心川崎駅を避けて、むしろよけて？もしくは、眼中に無くて？話題の住宅地『武蔵小杉』に向かっていますっ！！』

職員B：『なぜゴジラは川崎の中心地川崎駅周辺に向かわなかったのだろうか？』

職員C：『恐らくゴジラ的にも川崎駅周辺に魅力を感じなかったからじゃ無いのか？』

市長：『えっ何っ？！そーなのか？それはゴジラに襲われることより大変な事態だ！

急いで市民の皆さんと力を合わせて、川崎駅周辺の魅力を向上させて、次回の上陸のときまでに、ゴジラでもガメラでもウルトラ怪獣でも、どんなヤツでも、引き寄せられるような魅力ある未来のまちづくりに着手しよう！』

それから3年後、2019年某日・・・のような内容で、今回のプロジェクトで採用された実例紹介などして【かわさき未来づくりプロジェクト】を喧伝するビデオを作成し上映する。上記はあくまでもアイデアです。コンテンツを所有している映画会社、委員会との調整及び契約交渉により実際のプランを検討していく。

### ⑦バスターミナルロケーション表示

多くの路線を運行している川崎駅のバス。その運行状況をリアルタイムに表示する顧客サービス。バスロケシステムとそれを表示する表示媒体をセットにして新設。表示媒体は、東口2か所、西口1か所

### ●その他

### ⑧ストリートライブ支援

例)「矢沢永吉が川崎でキャロルを結成、川崎を拠点に活動していた」というこの事実を基に、特に若いミュージシャンのために、彼らを表現する場として、駅前の空きスペースを活用して『音楽を表現する場所』としての川崎駅前にしたてて話題性を持たせる。それらをコンテンツとして川崎で展開しているビジョンに放映する。

参考) 以下キャロルのWikipediaより

1972年4月、矢沢永吉が川崎駅近くのイトウ楽器店に自ら書いた貼り紙で募集をかけ、同年6月結成される。貼り紙の文句は、「ビートルズとロックンロール好きなヤツ、求ム!」だった。(中略) その頃から矢沢は「ビッグになるために俺は広島から出て来た」と言っていた。

### ⑨宅配荷物預かりお渡しコーナー

宅配物の駅前受け取りスペースとそれを管理するシステムを同時に開発し、外国人観光客及び市民サービスを向上させる。さらに、再配達、不在対策に悩む宅配業者の負担軽減にも一役する。前述のWindow Shop Glass Caseに隣接する。インバウンド向けに、マルナボ®を併設して観光情報、公共情報、緊急情報も同時発信。デザインは川崎に縁のあるものを採用する。市は場所を提供、各宅配業者が簡単な手続きで、都度活用できるスペースとシステムを提供する。

設置場所候補 (5) アトレ川崎の東口壁面やデッドスペースになっている場所など

### 【そのアイデアによって川崎駅周辺にどのような効果があるか】

川崎駅前ならではの新機能、新アイデアを造成して、インバウンド向けの支援だけでなく、市民サービス向上にも繋げていきます。

川崎は横浜や近隣の観光地と比較されることを意識せず、昔からのイメージと、今の若者が持つ、刺激的な“川崎らしさ”を失わず、それでいて、安心、安全な暮らしやすいロケーションをPRしていくことができます。

以上



【現状の問題点】

川崎全体での観光目的の外国人滞在者数は増えている。  
 今後オリンピックやグローバル化に向け、緊急時の外国人対応不足が問題になることがある。  
 （※参考：資料 2-4）、9/26 ワークショップ参加によるヒアリング）

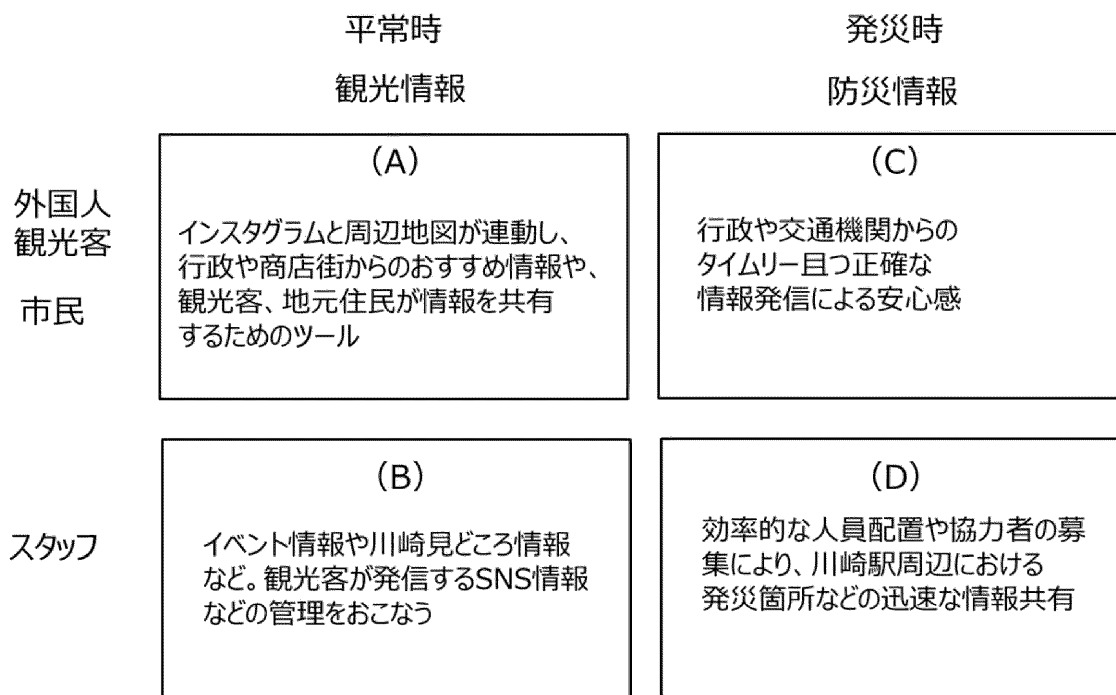
【上記を解決するための課題】

- ・ 発災時にスタッフ間でスムーズな情報共有ができること
- ・ 普段からツールを使い慣れていること

【当社のご提案】

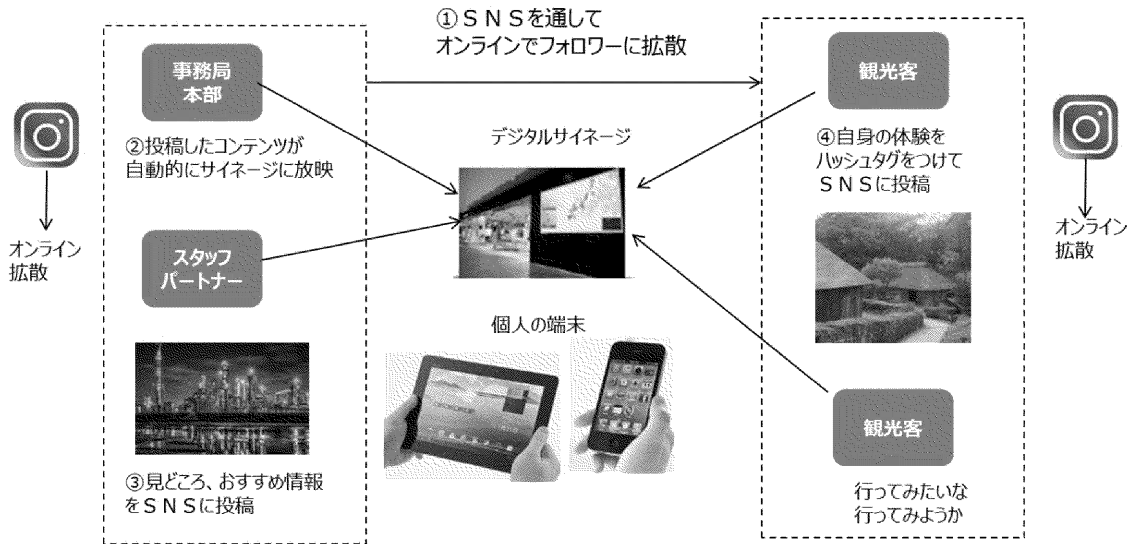
すでに利用されているデジタルサイネージと、SNSを組み合わせたリアルタイムMAP コンテンツ&システム「FLOWMAP-4D」のソリューションをベースに、川崎駅周辺のマップ型のデジタルサイネージを展開します。  
 マップ型のデジタルサイネージは、非言語コミュニケーションを可能にします。  
 平常時には、観光客や市民、スタッフに使っていただくことで、実際の発災時にも情報共有ツールとして認知してもらうことが優先です。

全体相関図



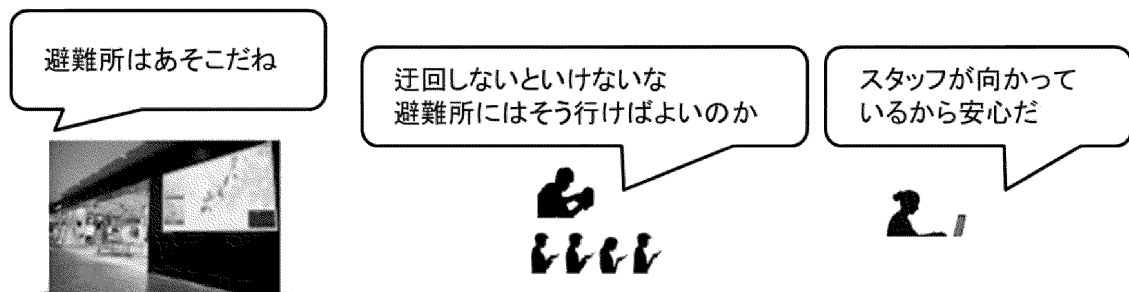
(A) (B) リアルタイムマップを活用した防災補助ツール

平常時は川崎の情報を伝えるデジタルサイネージとして活用。写真 SNS (Instagram) により、事務局からのお知らせやおススメ情報などをマップ上に配置する観光サイネージとして活用します。SNS を活用することでお客様からのおススメ情報なども掲載できるので、常に新鮮なコンテンツが掲載でき、オンラインでも情報が広がり、様々な PR が可能です。



(C) リアルタイムマップを活用した防災補助ツール

発災時は防災情報提供ツールとしてデジタルサイネージを活用します。発災時のお客様モードでは、地図上に避難場所などの正確な情報を展開することで落ち着いた行動を促すと同時に安心感を提供することが可能になります。



## (D) リアルタイムマップを活用した防災補助ツール

発災時は防災情報提供ツールとスタッフ情報共有ツールとして活用します。  
併せて、メッセージアプリ「LINE」を活用し、現場からの写真情報の共有や、  
防災班ごとの情報共有、情報自動配信などを行います。  
普段使い慣れたアプリだからこそ、使い方もスムーズで落ち着いた行動も可能になります。



## その他 リアルタイムマップのコンテンツ機能

- ・循環バスなどをマップ上にリアルタイムでアニメーション表示することができます。  
街の循環バスなどの乗り物をリアルタイムにマップ上に表示することができるので、視覚的にバスの運行がわかり外国人などにも非言語で必要なことを伝えることが可能です。
- ・拠点からスポットまでの予想到着時刻などを表示することができます。  
各所に設置してあるデジタルサイネージに、各観光スポットなどの主要到着時刻などをリアルタイムに表示します。観光スポットは、SNS連動の画像や映像などを閲覧することができるので、いま現在どんな状況かを把握することが可能です。

### 【そのアイデアによって川崎駅周辺にどのような効果があるか】

インバウンド向けの支援だけでなく、市民生活サービスの向上にも繋げていきます。  
すでに設置済みのデジタルサイネージが、平常時のみならず、非常時にも活用できる実用的な仕組みです。主は「マップ」という視覚的にわかりやすいため、外国人観光客も理解しやすいものと思われます。新たな川崎の情報が蓄積・交差するコミュニケーション手法として多方面にPRしていくことができます。

以上

## かわさき未来づくりプロジェクト 提案集②

《提案者》 横浜商科大学 田尻ゼミ 川崎チーム

《提案(アイデア名)》

インスタ映えするコスプレスポット

《テーマ》

A 観光・インバウンド

B 公共空間の利活用

C リノベーションまちづくり

## 様式2 提案（アイデア）概要

※様式1で選択したテーマに対して、①現状をどのように認識しているか？（課題提起）、②課題を解決するためのアイデア、③そのアイデアによって川崎駅周辺にどのような効果があるか？について述べてください。  
※紙面が足りない場合、必要に応じて拡張していただくか、別紙を添付してください。枚数制限はありません。

### ①現状は若い人がいません

10月24日に川崎商店街の方たちが計画してくださった街歩きイベントに参加して、川崎の駅前商店街に一番強く感じたことは私たちと同世代の人が極端に少ない印象を受けました。実際に商店街の方々にも若い人（学生）に来てほしいとの話でした。お話によると年々少しずつ商店街への客足が減ってきているとのことでした。私たちはこれをきっかけに、商店街が昔のような活気ある商店街に戻ってほしいと考えました。

### ②若い人が楽しめる場所を作る

私たち世代が場所に対して行く目的をすることで、近くの店舗や、賑わいも変わってくると考えました。そこで、「インスタ映えコスプレスポット」を提案します。今はやりのInstagramを使う提案です。Instagramは、若者の心をつかむだけでなく、その場所の宣伝を担ってくれるかなり強い味方になってくれると思います。私たちは川崎の商店街を訪れて、もっと川崎を知ることができれば訪れる人は増えると強く実感したので、そのきっかけを作ることが大切になると感じました。

### ③若い人の回遊率が増える

インスタ映えするスポットを作ることで、学生が学校帰りなど休日による目的ができ、商店街または、川崎を訪れる若い世代が増えると考えました。

もし、店舗として出せるのであれば店舗丸ごとインスタ映えするスポットで、さらにハロウィーンから連想して、コスプレをして来ていただくことで、その人たちを見た人にも広がっていくものを作れると考えました。

実際にインスタを対象にした事例がいくつかあり、そこに私たちはコスプレを加えることで、さらに効果を生み出せないかと考えました。

これをきっかけに私たちが実際に商店街を訪れて知ることのできた川崎の良さ、おしゃれさを知りリピーターが増えることが期待できます。

**私たちのコンセプトは「神奈川の渋谷」です。**

※コスプレ、渋谷が今回のハロウィーンによってイメージ変わっちゃったから微妙だな  
実際に店舗をやりたいっていう提案だから、店舗としての形、コンセプトをまとめた方がいいかもね

19日のヒアリングでしっかりした意見をまとめて、26日のプレゼンの時にはブラッシュアップができるようにしっかり意見をまとめよう来週はヒアリングに対しての対策を考えよう

## かわさき未来づくりプロジェクト 提案集③

《提案者》 川崎高校附属中学校第3学年

《提案(アイデア名)》

音楽があふれるまち 川崎

《テーマ》 A 観光・インバウンド

B 公共空間の利活用

C リノベーションまちづくり

様式2 提案(アイデア)概要

※様式1で選択したテーマに対して、①現状をどのように認識しているか?(課題提起)、②課題を解決するためのアイデア、③そのアイデアによって川崎駅周辺にどのような効果があるか?について述べてください。  
※紙面が足りない場合、必要に応じて拡張していただくか、別紙を添付してください。枚数制限はありません。

- ① 「音楽のまち かわさき」これは、川崎をPRする  
キャッチフレーズの1つでもあります。確かに、川崎には  
ビューガという立派なホールがありますが、これは音楽  
が好きな人がお金を払って聞く場所であり、私は  
もっと多くの人に音楽を楽しんでもらいたいと思います。  
そして、多くの人々が音楽を楽しめるものの1つに  
路上ライブがあります。しかし、ワークショップでお聞き  
した話によると、商店街での路上ライブはお客様が  
そこに流れてしまうため、商売にとってあまり利益をもち  
たないようです。いくら川崎を音楽であふれさせても、  
商売の邪魔にならば本末転倒です。
- ② そこで、スピーカーのある商店街(例えば、銀柳街)の  
スピーカーで音楽を流すことを提案します。また、その音楽  
は川崎市にある中学校、高校の演奏を録音して、  
月に1回(例えば、9月だったら秋の曲を、今月の曲は  
○○の中学(高)校の演奏であるのように)流すのが良いと  
思います。様式2の最後に合唱や吹奏楽曲で演奏が  
可能な曲の例をまとめておきます。また、次のアイデアは  
すぐに実現可能ではありませんが居酒屋や風俗店などが  
集まり、少し近寄りかた1ヶ所のある京急川崎の四りでも  
同様のことを提案します。



様式2 提案 (アイデア) 概要

※様式1で選択したテーマに対して、①現状をどのように認識しているか? (課題提起)、②課題を解決するためのアイデア、③そのアイデアによって川崎駅周辺にどのような効果があるか?について述べてください。  
※紙面が足りない場合、必要に応じて拡張していただくか、別紙を添付してください。枚数制限はありません。

- ③ まず、商店街でこれを実施するメリットとしては、  
商売の邪魔にならずに音楽を活性化させることです。  
音楽が流れていることで、人の歩くスピードは遅くなります。  
それが知っている曲なら尚更です。そのことで、店の前に置いてあるセール品などにも目が留まりやすくなると思います。  
また、②で述べた京急川崎の辺りでこれを実施する  
メリットとしては、「危ない」というイメージが少しくなる  
ことです。私たちが思っているよりも犯罪や客引きは  
少ないそうですが、やはりそうしたイメージがついているのは  
良くないと思います。このアイデアでそのようなイメージは  
少しずつなくなっていくはずです。



様式2 提案 (アイデア) 概要

※様式1で選択したテーマに対して、①現状をどのように認識しているか? (課題提起)、②課題を解決するためのアイデア、③そのアイデアによって川崎駅周辺にどのような効果があるか?について述べてください。  
※紙面が足りない場合、必要に応じて拡張していただくか、別紙を添付してください。枚数制限はありません。

吹奏楽や合唱で演奏可能な曲の例

1月

- 1月の雨を忘れない (THE ALFEE)
- 天体観測 (BUMP OF CHICKEN)
- 雪の華 (中島美嘉)

2月

- ホワイト・ディスコ (Perfume)
- 恋 (星野源) ・ 小さな恋のうた (MONGOL800)

3月

- 3月9日 (L'Arc~en~Ciel) ・ YELL (いきものがかり)
- 紙〜拝啓 十五の君へ〜 (アンジュ・ラブ)

4月

- SAKURA (いきものがかり) ・ 又一「春風」 (南郷明日)

5月

- 五月雨 (L'Arc~en~Ciel) Dancing in the rain (Gene Kelly)

6月

- 糸 (中島みゆき) さくらんぼ (大塚愛)
- Can You Celebrate? (宇宮奈美恵)

# 音楽のあふれるまち かわさき

提案者：川崎高校附属中学校3年

## 1 現状認識

「音楽のまち かわさき」

これは、川崎をアピールするキャッチフレーズの1つです。

川崎にはミュージーザ川崎や路上ライブなど、音楽に関するものがあります。しかし、これらの問題点として身近でない、ありきたり、などが挙げられます。

## 2 提案

川崎市内の中高生の合唱や吹奏楽の演奏等を商店街で流すことを提案します。

**資料1** 具体的なプランについて

1 「商店街」とは、エリア内でかつスピーカーを併設している商店街のうち、提案を希望する所とします。実施は義務ではありません。

2 流す音楽は商店街からの依頼により、川崎市内の中高生が演奏した曲を録音したものとします。また、実施を希望する商店街には**資料2**を提供します。

3 流す時期、期間は各商店街にお任せします。1年中でも、特定の期間のみでもかまいません。

**資料2**

中高生が合唱、吹奏楽で演奏可能な曲（あくまでも一例です）

- ・ 3月9日（レミオロメン） ・ YELL（いきものがかり）
- ・ 手紙 ～拝啓 十五の君へ～（アンジェラ・アキ） ・ SAKURA（いきものがかり）
- ・ マーチ「春風」（南敏明） ・ I'll remember April（Johnston）

**夏**

- ・ 五月雨（レミオロメン） ・ dancing in the rain（Gene Kelly） ・ 米（中島みゆき）
- ・ CAN YOU CELEBRATE?（安室奈美恵） ・ さくらんぼ（大塚愛） ・ 夏色（ゆず）
- ・ 海の声（柳谷健太） ・ 海に見える街（久石譲） ・ HANABI（Mr.Children）

**秋**

- ・ 少年時代（井上陽水） ・ September（Earth, wind and fire） ・ 夕焼け小焼け
- ・ 366日（HY） ・ 未来予想図II（DREAMS COME TRUE）
- ・ 花束を君に（宇多田ヒカル） ・ ハロウィンナイト（AKB48） ・ Jupiter（平原綾香）

**冬**

- ・ Back to December（Taylor Swift） ・ Happy Christmas（John Lennon）
- ・ 天体観測（BUMP OF CHICKEN） ・ 雪の華（中島美嘉）
- ・ チョコレイト・ディスコ（Perfume） ・ 恋（星野源）
- ・ 小さな恋のうた（MONGOL 800）

### 3 このプランにより得られる効果

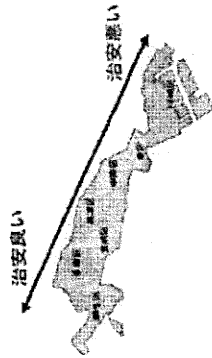
短期的な効果としては・・・

資料3 流通経済大学 高口 央 論文「BGMは購買意欲をかき立てるか」より

音楽により引き出された感情として、「明るい気持ち」「ついて賑やかな曲の方が静かな曲よりも有意であり、「落ち着いた気持ち」については賑やかな曲よりも、静かな曲の方が有意であることが示された。したがって、高揚的な賑やかな曲、鎮静的な静かな曲として選定した操作画面通りに評価されたことが確認できた。(中略)このような検討を踏まえて、BGMを利用することで商業空間を利用者にとってより快適な空間とし、店舗側としても期待する購買行動を利用者から引き出し得る可能性がある、と示唆できるだろう。

長期的な効果としては・・・

資料4



(「NAVERまとめ」より)

これは市や国の資料でもなければ、正式なアンケートに基づいたものでもありません。しかし、「イメージ」というのはみんなが漠然と持っているものであり、正式な資料のことではありません。いくら統計的に犯罪の減少を証明できても、イメージを変えられなければ集客効果は望めないと思えます。川崎区や幸区にだって良いところはたくさんあるのに、漠然とした「治安が悪い」というイメージのせいで人が来ないのはもったいないと思いませんか？では、なぜこの提案が川崎のイメージを良くすることにつながるのでしょうか。まず、みなさんの中で、「治安が悪い町」の様子をイメージしてみてください。ゴミ、落書き、汚い公園などが思い浮かんだ人は多いのではないのでしょうか。私には、これらを「行政が町に関心がないこと」の表れだと考えています。そして、この提案は行政がまちづくりに関心があれば実現できないことです。つまり、この提案によって「音楽のまち かわさき」を押し進められるだけでなく、行政から町への関心を示し、いずれは「治安が悪い」というイメージの払拭につなげることもできるのです。

これらにプラスして、可能であれば・・・

実際に中高生がその商店街で演奏する

前回のワークショップで挙がった路上ライブ、路上イベントの問題点の1つに

「単発で終わってしまう」というものがありました。しかし、この提案に関し

てそれはありません。なぜなら、スピーカーでの演奏は継続して流せるものだ

からです。毎月、あるいは数か月月に1回でもスピーカーで流れていた曲を生で

聞けたら、その感動は単発のイベントの何倍にもなると思いませんか？

## **「音楽のあふれるまち かわさき」を**

**実現するため、皆さんのご協力をお願いします。**

## かわさき未来づくりプロジェクト 提案集④

《提案者》 Basho Tori

《提案(アイデア名)》

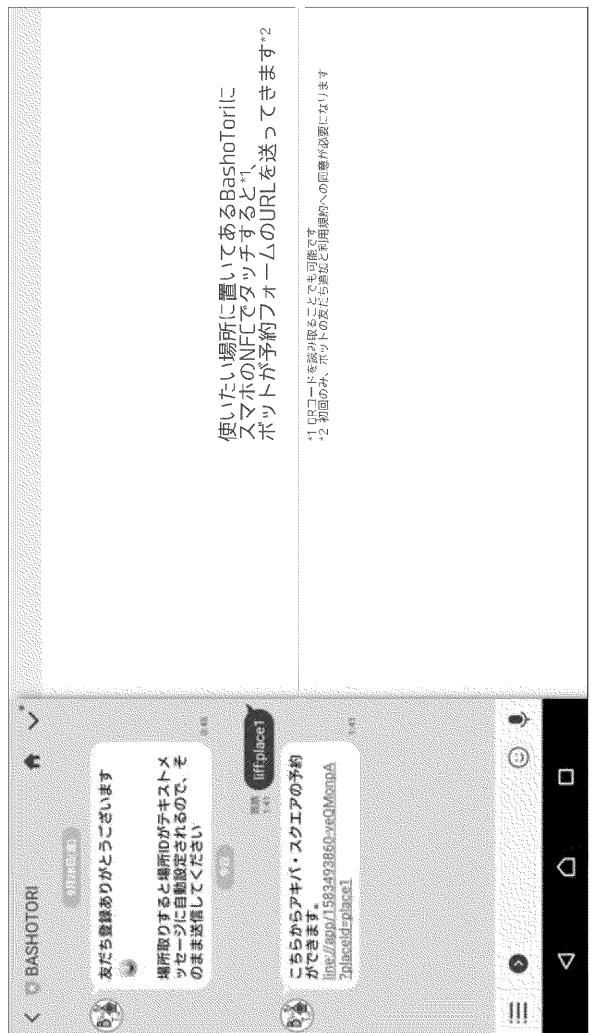
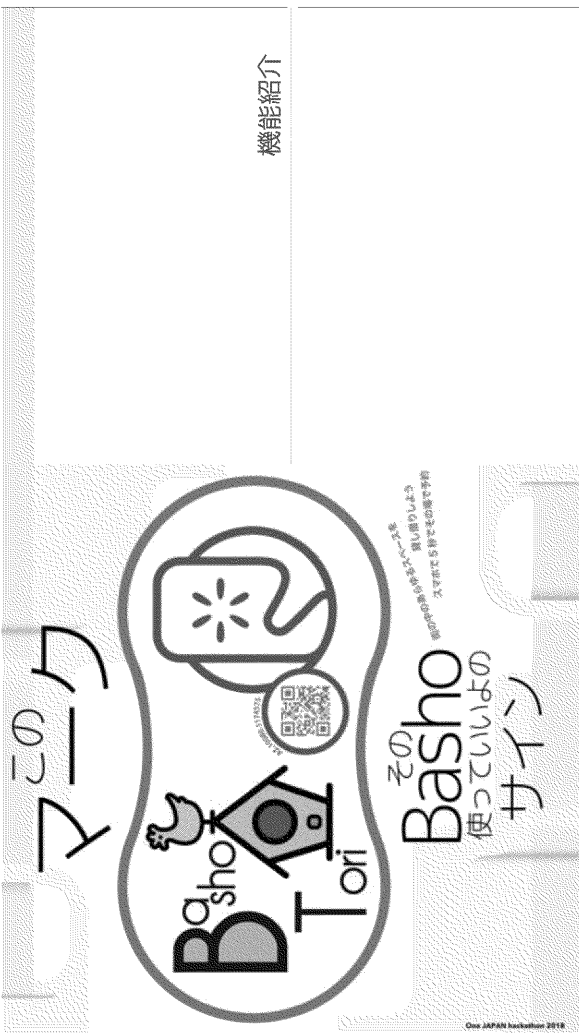
Basho Tori

《テーマ》

A 観光・インバウンド

B 公共空間の利活用

C リノベーションまちづくり





LINE Pay画面も自動でログインして  
シームレスに遷移、手間を取らせません



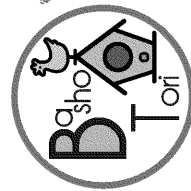
ボットに依頼することで、かんたんに  
予約の確認やキャンセルができます



軒先でマルシェが始まった!

公共スペースや  
空き家を更に活用

まちのあらゆる場所に!



家のBashoToriを  
スマホで5秒でその場で予約  
買い盛りしよう



## かわさき未来づくりプロジェクト 提案集⑤

《提案者》 株式会社 NENGO

《提案(アイデア名)》

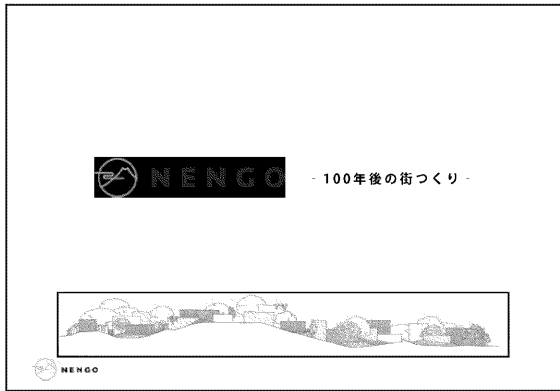
川崎街づくりファンド実験

《テーマ》 A 観光・インバウンド

B 公共空間の利活用

C リノベーションまちづくり





**Point**

- 小規模不動産特定共同事業とは、投資家から出資を募り、不動産取引から得られる収益を分配する事業の事です。不動産取引とは、売買、交換又は賃貸借をいいます。
- 具体的には、まず投資家から出資を募り、調達した資金をもとに運用の対象となる不動産（賃貸住宅や古民家、オフィスビル等）の取得や改修工事等を行います。その後、賃貸事業や売却等により不動産運用を行い、そこから得られる収益を投資家に配当する事業となります。
- 小規模不動産特定共同事業を活用することにより、これまで自己資金や銀行からの借入れのみで事業を行っていたときと比較して、資金調達手法が増えるため、より多くの事業を行ったり、また、以前は銀行からの借入れが行えず実現できなかったような事業についても行うことができる可能性があります。

