

広報の取組状況について

川崎市市制100周年記念事業・
全国都市緑化かわさきフェア実行委員会事務局

COLORS, FUTURE! ACTIONS
KAWASAKI 100th



広報集中期間の設定（実施計画改定版抜粋）

記念事業期間における広報は、**広報のコンセプト「知って、関わって、好きになってもらう」**に沿って、時期ごとに設定した「取組の核」と連動した広報集中期間を設け、事業と広報を一体的に展開

<p>令和5年度 準備期間</p>	<p>令和6年4月～7月 先人への感謝とともに 市制100周年を祝う期間</p>	<p>令和6年8月～11月 みんなで100周年を 盛り上げる</p>	<p>令和6年12月～令和7年3月 市制100周年の取組を 未来につなぐ</p>
<p>知ってもらう広報</p>			
<p>関わって、好きになってもらう広報</p>			
<p>取組の核</p>	<p>市制100周年記念式典</p>	<p>Colors,Future!Summit 全国都市緑化 かわさきフェア（秋）</p>	<p>全国都市緑化 かわさきフェア（春）</p>
<p>広報集中期間</p>	<p>3～4月 記念事業期間突入 かわさきフェア春開催1年前 6～7月 市制100周年記念式典</p>	<p>9～11月 全国都市緑化かわさきフェア （秋）開催 Colors,Future!Summitなど</p>	<p>2～4月 全国都市緑化かわさきフェア （春）開催</p>

ターゲットに応じた広報の展開（実施計画改定版抜粋）

広報媒体のターゲットに応じ、メディアミックスで全世代に情報が届くように戦略的な広報を実施



主な取組① シティドレッシング

- 令和6年1月に主要駅周辺のシティドレッシングを開始
- 4月からは、主要駅市所管施設媒体や広告協賛企業の有する媒体を中心に実施箇所を拡充
- 6月～7月の広報集中期間には、主要駅屋外広告活用や市内全駅(一部を除く) ポスターの掲出など短期集中掲出を実施



短期集中掲出

■ 主要駅広告

掲出媒体数：30
掲出枚数：522 枚



■ 市内全駅ポスター

掲出駅数：44 駅
(横浜駅・蒲田駅・鶴見駅含む)
(市内一部駅を除く)
掲出枚数：76 枚



通年掲出

市所管施設 8 施設 19 媒体 (予定を含む)
民間施設 8 施設 (予定を含む)

■ 市内商店街フラッグ



■ 溝の口



■ フロントウイン鷺沼



■ 鷺沼駅・宮前平駅



■ 新百合ヶ丘駅



■ 登戸駅



■ 市役所工事仮囲い



■ 鹿島田駅



■ 東急スクエア



■ 武蔵小杉駅



■ 川崎駅



■ 川崎アゼリア



■ チネチッタ



主な取組② ビジュアルの活用（メイン・バリエーション）

メインビジュアル



これからはじまる
Colors,Future! Actions
さあ、いっしょに。

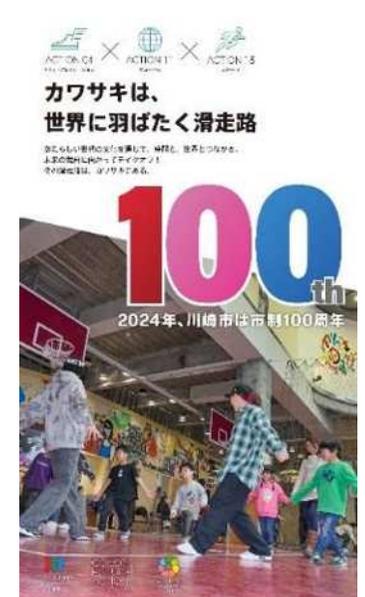
100th

2024年、川崎市は市制100周年

メインビジュアルは、市制100周年を直感的に伝えられるよう、コンセプトをシンプルに伝える「キャッチコピー」、視認性を高めた「ビジュアル」と「メッセージ」の組み合わせで、「市制100周年」をダイレクトに表現

バリエーションビジュアル

まちなかで生み出される様々な「アクション」の写真を活用して、随時制作。市民等とともに創り上げていくPRツールとしていくため、メインビジュアルとセットでデジタルサイネージやシテイドレッシングなどで展開



主な取組③ ノベルティグッズ・広報アイテム・参画団体連携

随時、新しいノベルティグッズ等を製作しながら各記念事業・イベント等で配布。コースターについては、SNSで発信する使用希望店舗を募り、配布に留まらない機運醸成を展開。のぼり旗・ステッカー・PRポスターなどの100周年ビジュアルを用いた広報アイテムは、実行委員会参画団体にも活用され、オール川崎市で100周年広報を促進

ノベルティグッズ例



ふせん



コースター（6月中旬～）

広報アイテム一例



のぼり旗



ステッカー



PRポスター



シール（6月中旬～）



参画団体協力例



自転車へのステッカーの掲出
(城南信用金庫)

主な取組④ イベントブース出展

イベントブース出展では、「ブランドメッセージのオリジナル消しゴムづくり」を実施し、来場者とのコミュニケーションを促進。ブース出展時に行っている認知度調査では、100周年の認知度は約9割

4月 アジアンフェスタ



5月 向丘つながるサンデー・JFEふれあい祭り



【市制100周年 認知度調査】

昨年度平均
約65%

今年度平均
約90%



主な取組⑤ ウェブサイト ・ ニュースレター

「知ってもらうこと」に主眼を置いた広報・PRの取組段階を経て、100周年の認知度が向上してきた中で、100周年事業に「関わって・好きになってもらう」ことをめざし、実行委員会公式ウェブサイトの更新やニュースレター発行等の取組を進めている

実行委員会公式ウェブサイト



ビュー数
 令和6年4月 **75,000** ビュー
 昨年度平均 **49,000** ビュー

Action登録数
 令和6年4月 **30アクション**
 昨年度平均 **11アクション**

ニュースレター



5月に第2号を発行し、町内会回覧等により記念事業を周知。第3号を秋に発行予定



広報協賛の活用

① デジタルサイネージ	みぞのくち新都市株式会社、株式会社OPA、銀座ホールディングス株式会社、武蔵小杉東急スクエア、住商アーバン開発株式会社
② 広告出稿	株式会社タウンニュース社川崎支社、川崎読売会、日本航空株式会社
③ 広告掲出	東日本旅客鉄道株式会社、株式会社 チッタ エンタテインメント、川崎鶴見臨港バス株式会社、スナイプバレー合同会社、川崎アゼリア株式会社
④ 番組参加枠	かわさきFM

広告協賛内容一例



武蔵小杉東急スクエア
(デジタルサイネージ)



川崎読売会
(休刊広告)



川崎鶴見臨港バス株式会社
(ステッカー掲出)



かわさきFM
(ラジオ番組参加枠)